37 01 06 01 03 057

事務事業評価表

１．基本事項

作成日　令和03年01月27日（水）

事務事業	特産物ＰＲ事業	担当課	農業振興課	担当係	特産係	管理番号	3707
第２次総合計画		事業区分	■ 自治事務	□ 法定受託事務 →	対象拡大 有□ サービス拡充 有□		
行政計画分野別名 大項目	200003 活力とにぎわいにあふれるまち（産業振興）	根拠法令個別計画等					
中項目	200001 農業のブランドを高め、伝えるまちづくり						
小項目	200002 農畜産物の販売流通体制の充実						

事業概要	市内農畜産物の消費拡大及び産地としての認知度向上を図るため、市内及び市外消費者に対して、各種イベント（市内外）において農畜産物のＰＲを実施する。
目的 ※何のために	市内産農畜産物のＰＲによる消費拡大及び産地としての認知度向上
対象 ※誰・何を対象に	市内および市外の消費者
手段 ※どのように	各種イベントにおける市内産農畜産物ＰＲの実施
成果 ※何を求めるか	より多くの消費者に対して市内産農畜産物のＰＲを行う。
執行体制	■ 市職員　■ 一部委託　□ 全部委託　□ 指定管理　□ 市民ボランティア　□ ＮＰＯ民間団体　□ その他（　　）

事務事業を構成する予算事業

会計区分	款		項		目		細事業名	前年度決算額（円）
一般会計	06	農林水産業費	01	農業費	03	農業振興費	特産物ＰＲ事業	4,039,558
	00		00		00			0
	00		00		00			0
	00		00		00			0
	00		00		00			0

本事業の主な業務

・ 各種イベント等の実施及び参加	・
・ ふっカーゴ管理運営	・
・	・
・	・
・	・
・	・

２．事業費（投入コスト）

単位：円

区分			平成29年度	平成30年度	平成31年度	令和2年度	令和3年度	
年度別計画			・出張博覧会 ・各種イベント参加	・出張博覧会 ・各種イベント参加	・出張博覧会 ・各種イベント参加			
事業費	予算（現額）		4,164,000	3,952,000	4,624,000	4,422,000	5,572,000	
	決算額		2,662,064	3,211,035	4,039,558	0	0	
	財源内訳	国支出金	0	0	0	0	0	
		県支出金	0	0	0	0	0	
		地方債	0	0	0	0	0	
		他特定財源	2,990,000	2,066,000	1,873,000	3,004,000	4,227,000	
		一般財源	0	1,145,035	2,166,558	1,418,000	1,345,000	
人件費	従事職員数（人）		0.88	1.07	1.01	1.49	1.49	
	人件費相当試算※１		6,845,520	8,326,740	8,186,050	12,140,520	12,140,520	
			0	0	0	0	0	
（総事業費試算）			9,835,520	11,537,775	12,225,608	16,562,520	17,712,520	

※１　人件費相当額試算は、従事職員数に平均人件費を用いて試算したものです。

事務事業評価表

３．評価指標

グラフ表示	区分	指標名		単位	平成29年度	平成30年度	平成31年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標なし
		年度別目標値の設定根拠									
		実績値の出所・算出式									
□	活動指標１	農産物ＰＲ事業数	目標値	件							■
			実績値		23.00	25.00	15.00	0.00	0.00	0.00	
		年度別目標値の設定根拠		年度ごとに事業数が変動するため、目標値を設定しない							
		ＰＲ事業体系別集計									
■	活動指標２	農産物メディア取り上げ数	目標値	回							■
			実績値		29.00	32.00	36.00	0.00	0.00	0.00	
		年度別目標値の設定根拠		コントロールできないため目標値を設定しない							
		ＰＲ事業体系別集計									
■	成果指標１	農産物ＰＲ事業の来場者数	目標値	千人							■
			実績値		259.00	304.00	352.00	0.00	0.00	0.00	
		年度別目標値の設定根拠		コントロールできないため目標値を設定しない							
		参加事業ＰＲ実績来場者数									
■	成果指標２	市内農産物の購入を心掛けている人の割合	目標値	%							■
			実績値		66.90	61.40	64.10	0.00	0.00	0.00	
		年度別目標値の設定根拠		コントロールできないため目標値を設定しない							
		深谷市民まちづくりアンケート									
□			目標値		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	□
			実績値		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
		年度別目標値の設定根拠									
□			目標値		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	□
			実績値		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
		年度別目標値の設定根拠									

４．観点別評価　（A：目標値どおり（以上）　B：ほぼ目標値どおり　C：目標未達成　ー：目標値の設定がないもの）

活動 （意図した活動を行っているか）	-	目標が設定できないものは、活動指標の数値の推移を説明 本市の特産品がテレビや新聞等のメディアで紹介されたり、ライブ会場での「深谷ねぎ」のＰＲなどにより、今まで以上に特産品の認知度が図られた。
成果 （意図した成果が上がっているか）	-	目標が設定できないものは、成果指標の数値の推移を説明 農畜産物のＰＲイベントを通じて、来場者や関係者に本市の特産品への理解が深められ、市民が選択して購入する割合が６割以上と一定の成果が得られた。
効率性 （効率的に事務を行っているか）		目標が設定できないものは、効率指標の数値の推移を説明

評価者	特産係長　　眞下　綾子

５．前年度改善改革プラン達成状況

前年度 改善・改革案	先進的な取り組みを行っている農業者を積極的にイベントに活用する。また、農畜産物の生産者情報を発信することにより、安全で安心な特産品としての認知度の向上を図る。
達成状況 及び その効果	

事務事業評価表

６．所属長評価（今後の方向性）

事務事業	特産物ＰＲ事業	担当課	農業振興課	担当係	特産係	管理番号	3707

□ ① 現状のまま継続
■ ② 見直して継続 →
□ ③ 拡充・重点化（コスト投入）
□ ④ 目的達成による終了
□ ⑤ 廃止を検討

□ 委託化等の検討
■ 成果向上のための改善
□ 効率化のための改善
□ 事業規模の縮小
□ 他の事務事業と統合

評価の内容説明

特産品の生産者情報の発信やメディアやＳＮＳ等を利用したＰＲも引き続き行い、新型コロナウイルスの影響により、需要が低下した本市の特産品である花き及び肉用牛の消費・活用の拡大を目指す。

評価者	農業振興課長　　杉本　公明

上記を実施するための具体的な取り組み内容は？

７．改善改革プランと今後の課題

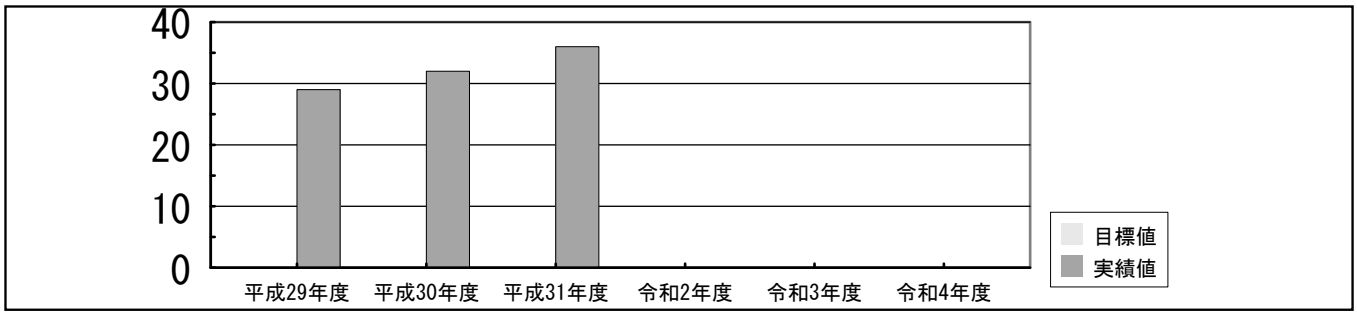
改善・改革案	生産者団体やＪＡと協力し、国庫補助事業等を活用した花き及び肉用牛の消費拡大を図る。引き続きＳＮＳ等で生産者情報の発信をすることにより、安心・安全な特産品としての認知度のさらなる向上を図る。

８．今後の課題(年度別計画等により実施する取り組み等)

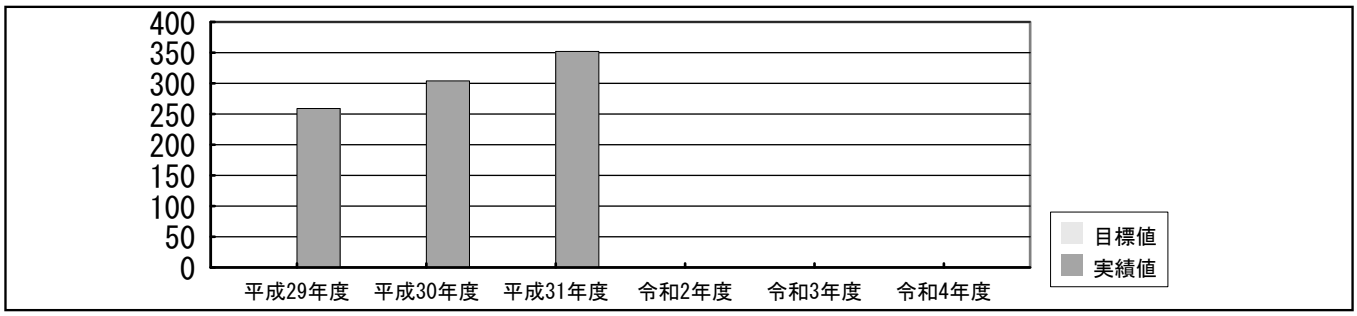
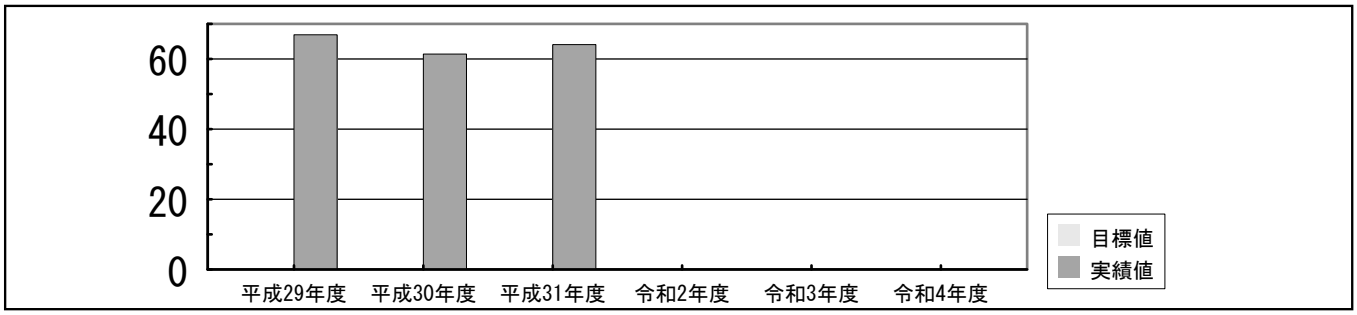
今後の課題	

９．評価指標グラフ

区分	活動指標２	指標名	農産物メディア取り上げ数



区分	成果指標１	指標名	農産物ＰＲ事業の来場者数



区分	成果指標２	指標名	市内農産物の購入を心掛けている人の割合