

<第2次総合計画進行管理表>

施策評価表

1. 基本事項

作成日 令和6年6月12日（水）

施策		農畜産物の販売流通体制の充実		期間	令和5年～令和9年	施策担当部課名	産業振興部 農業振興課
総合計画	大項目	3	活力とにぎわいにあふれるまち	目的・対象	消費者の信頼性を高める取組を行うとともに、生産者の顔が見える安全・安心な農畜産物の販売、流通を促進し、深谷産農畜産物が市外の消費者に広く浸透するよう、各種メディア等を通じたPRを行うことにより、深谷産農畜産物の認知度向上及び販路拡大を推進する。		
	中項目	1	農業のブランドを高め伝えるまちづくり				
	小項目	2	農畜産物の販売流通体制の充実				
	主要プロジェクト						
重要度・満足度		重要度及び満足度の双方ともに高い。		施策推進のための主な取組	農産物安全安心対策事業、畜産振興対策事業 農産物振興対策事業、特産物PR事業 深谷グリーンパーク管理運営事業		
施策を取り巻く社会状況等		食の安全・安心に対する関心や地産地消の意識が全国的に高まっており、消費者の期待に応える形での農畜産物の販売、流通が求められている。					

2. 評価指標

上段は目標値（令和4年度は前期基本計画に基づく目標値、令和5年度以降は後期基本計画に基づく目標値）、下段は実績値

区分	指標名（上段） 算出式・説明（下段）	単位	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
			一部達成	一部達成				
成果指標	農業産出額	億円	356.00	319.00	329.00	339.00	349.00	359.00
	農林水産省・市町村別農業産出額（推計）		288.80	288.20				
	市外の店舗で深谷産の農畜産物の販売を目にする機会がある割合	%	57.10	60.00	60.50	61.00	61.50	62.00
	深谷市民まちづくりアンケート		59.40	60.90				

3. 一次評価（今後の施策の方向性）

区分	現状維持	1. 現状維持	2. 拡充	3. 縮小
農畜産物の生産については、天候等の外部要因によってその生産量が変化するが、生産者が天候等を考慮した生産に努め、昨年度同様に近い産出額が維持できているものだと考えらる。 産業祭や農業王国ふかやマルシェの定期的な開催を通して、深谷産農畜産物のPRを実施することができていることで、消費者が産地に目を向けた商品選び、購入へとつながり、「市外の店舗で深谷産の農畜産物の販売を目にする機会の割合」が上昇しているものだと考えられる。				
		評価者	産業振興部次長兼農業振興課長 前野 武一	

4. 改善改革プラン（3. 一次評価を受けての具体的な解決策）

区分		具体的な対応策等
☐	既存事業の拡充	肥料や飼料などの高騰に伴い生産コストが上昇するなか、価格転嫁が進まず生産経営は厳しい状況である。そのため、生産者自らが農業経営を改善し効率的で効果的な生産方法につながるよう、令和5年度にGAP認証取得に係る経費の一部補助を開始した。引き続き、市内の農協や市場と連携を図り、安定した農業経営及び消費者に選ばれる農畜産物生産につながるよう補助を行っていく。
☐	事業の新規立案	
☐	事業の廃止・縮小	
☐	事務事業の再編	
☒	その他	

5. 二次評価（所属長の見解）

深谷ねぎをはじめ本市農畜産物については、イベント事業を通して認知度の向上や消費の拡大を図られてきたものだと考えられる。しかし、消費者の購入志向や方法が日々変化する中で、変化に対応したプロモーション事業を検討していき、深谷産農畜産物の魅力をさらに発信し、消費者に選ばれ購入へとつなげる必要がある。また、2026年度にはブロックリーが「指定野菜」に指定される機会を捉え、一大産地であることをPRしていくとともに、ブランド化の向上、差別化が図られることも必要である。	
所属長	産業振興部長 三浦 聖樹