

事務事業評価表

平成14年度	主要事業計画対象の有無	無	電話	042(769)8239
担当部課名	経済部	農政	課	
事務事業名	地場農産物ブランド化促進事業		事業コード	31520

1 総合計画における位置づけ

政策名	第1章	立地特性を生かした産業の振興をめざします	事業開始年度
基本施策名	第5節	都市農業の振興	11年度
施策名	第1施策	特色ある都市農業の推進	

2 実施根拠及び関連法令等

--

3 事業概要

(1) 事業の目的		(2) 対象(誰、何)	
相模原で生産される農産物のブランド化をはかり、市内産農産物の市内流通活性化をはかる。また、ブランド化の導入により生産者の生産意欲の向上をはかり、供給量の増大と品質の向上をめざす。			
(3) 平成13年度事業の内容		(4) 総合計画・実施計画における概要	
ポスター作成 A2サイズ 300枚 B2サイズ 300枚			
(5) 個別計画の概要			
計画名		年度～年度	
計画年次			

4 評価指標

指標名			
指標式			
指標設定の意図			

5 目標と実績

[金額単位：千円]

	平成11年度	平成12年度	平成13年度(評価対象年度)		平成14年度	
	実績	実績	実績	目標	目標	
指標			a	b		
指標			c	d		
指標			e	f		
事業費	決算(予算)額	800	578	721	800	500
	人員・時間数	1	1	1	1	1
	人件費	4,210	4,210	4,210	4,210	4,210
	その他経費					
	合計	5,010	4,788	4,931	5,010	4,710
特定財源						

6 個別評価

(1) 達成度…目標をどれだけ達成したか

評価 ▼	A : 達成している (100%)	= 、 、 の平均値 =
	B : 一部達成していない(100%> 80%)	
	C : 達成していない (80%>)	

$\frac{a}{b} \times 100 =$	$\frac{c}{d} \times 100 =$	$\frac{e}{f} \times 100 =$
----------------------------	----------------------------	----------------------------

理由：

(2) 必要性…時代変化に適応した事業内容か

評価 A ▼	A : 適応している	理由： 農産物のブランド化は、全国的に取り組みされており、生産者、消費者双方のニーズである。
	B : 一部適応していない	
	C : 適応していない	

(3) 経済性・効率性…費用対効果は妥当か

評価 A ▼	A : 妥当である	理由： 投資金額に対して大きな効果が得られている。
	B : 一部妥当でない	
	C : 妥当でない	

(4) 事業の代替性…県、民間との役割分担のあり方から見て、市が実施していくことが適当か

評価 A ▼	A : 代替の可能性ない	理由： 地場農産物のブランド化は、生産者支援であるとともに消費者ニーズであるため、市が取り組むことがもっとも効果的である。
	B : 代替の可能性低い	
	C : 代替の可能性高い	

(5) 市民満足度…対象市民の満足は得られているか

評価 A ▼	A : 満足できる	理由： 市民ニーズそのものである。
	B : 一部満足できない	
	C : 満足できない	

(6) 有効性…当該事業は上位の施策を実現する上で有効か

評価 A ▼	A : 有効である	理由： 本市都市農業を振興するうえでもっとも有効な施策のひとつである。
	B : 一部有効である	
	C : 有効でない	

<p>評価バランスチャート</p>	<p>成果向上の余地</p> <input type="checkbox"/> ある <input checked="" type="checkbox"/> ない	<p>説明：</p>
	<p>コスト改善余地</p> <input type="checkbox"/> ある <input checked="" type="checkbox"/> ない	<p>説明：</p>

7 総合評価

評価	AAA ▼	他自治体の類似事業との比較	ブランド化施策は、横浜、川崎、鎌倉で取り組まれている。
	今後の進め方		
<input checked="" type="checkbox"/>	継続	説明	
<input type="checkbox"/>	見直し		
<input type="checkbox"/>	廃止		
<input type="checkbox"/>	完了		

8 二次評価における変更点