

E B P M 調 書

| | | | | |
|-----|-------------|------|------------------|---------|
| 事業名 | S-GAP取組拡大事業 | 課・担当 | 農産物安全課・安全生産・有機担当 | 担当者(内線) |
|-----|-------------|------|------------------|---------|

| E B P Mによる検証（ロジックモデル） | | | | |
|-----------------------|--|---------------------------|---|--|
| ①将来像 (目指す姿) | 農業者や消費者等がGAPの取組意義を理解し、GAPに取り組んでいることが埼玉農業のスタンダードとなっており、県民への安全安心な食料供給と農業の安定経営が実現されている。 | ③課題 (将来像と現状との差についての分析) | ・S-GAPの全項目に取り組むことの負担感がS-GAP拡大のボトルネックと考えられるため、取組へのハードルを下げられ、農業者がGAPに一步踏み出すのを後押しできる、取り組みやすい仕組みづくりが必要である。 ・団体での評価数が伸び悩んでおり、産地単位での取組が進んでいない。 ・GAPの取組を希望する生産者がスムーズに取組を実施できるよう、GAPの知識を有した指導員及び評価員を育成し、指導・評価体制を維持する必要がある。 ・生産者が販売先からGAP認証取得を求められた場合にすぐに対応できるようにするために、S-GAP等を活用し、あらかじめGAPの意義や取組内容を理解しておく必要がある。 ・国際水準GAPへの対応として、S-GAPガイドラインの改定や新たに加わった人権保護や農場経営管理の分野の指導を補強できる仕組みが必要である。 ・実需者のS-GAPの認知度を増加させるため、県内流通事業者の働きかけを行っていくことが必要である。 ・S-GAPが環境保全や食品の安全安心、持続的発展に貢献することへの消費者理解を効果的に向上させるためのPR活動を展開する必要がある。 | |
| ②現状 | <ul style="list-style-type: none"> 民間GAPの認証取得には多額の費用を要し、生産者にとっては非常にハードルが高い。そのため、本県ではGAP入門編としてS-GAPを策定し、無料で指導・評価を行い、GAPの普及拡大を図ってきた。R5末現在のS-GAP実践農場数は870農場となり、主業農家数4,146戸（2020農林業センサス、花き・畜産農家除く）の21%に当たる数の生産者がGAPの取組を実践している（R6末実績 929農場、約23%）。 S-GAPの全項目に取り組むことに負担を感じ、取組をスタートすることに二の足を踏む農業者が多い。一方で、実際に取り組んでみると、効果を実感しているという声もある。 ・国は令和4年3月に国際水準GAPガイドラインを策定し、令和12年までにはほぼすべての産地で国際水準GAPが実施されるよう、産地単位での導入を推進することとしている。 GAP認証農産物を取り扱う意向を有し、農林水産省に「GAPパートナー」として登録された事業者は72事業者（令和6年10月現在）と徐々に増加する一方で、茶を除いて多くの農産物では認証取得が取引の必須条件とはなっておらず、国内の認証数は伸び悩んでいる（R6年3月末 民間認証取得実績対数7,738）。 GAP認知度について、令和4年度県政サポートアンケートにおいて、「GAPを知っていた」「聞いたことがある」と回答した消費者は、20%だった（令和6年度イベントにおける | | | |

| ④投入 (インプット=予算) | ⑤事業活動 (アクティビティ) | ⑥事業実績 (アウトプット) | ⑦事業実績から得られる成果（主語「県民等」） (アウトカム) | | |
|-------------------|--|---|--|---|--|
| 予算額 9,746 千円 | (1)段階に応じた新たなS-GAP制度の周知と運営 (2)国際水準GAPへの対応 民間GAP認証取得の足掛かりとなる指導、研修会の開催 (3)販路拡大に向けた働きかけ | (1)スタート宣言にむけたチェックシートの実施、農業者向けのステップアップ現地研修会の開催、評価員22名、指導員20名の新規養成 (2)専門家派遣 8地域×1人×2回、研修会の開催 (3)県内流通事業者及び消費者へのGAP認知度向上のためのPR活動の実施（年間） | 直接成果 (1)ほぼ全ての推進対象農業者（約3,000戸）が新制度を認識し、段階に応じた支援を受けられる。 (2)希望する農家が国際水準GAPに対応した指導が受けられる。 (3)実需者・消費者がGAP取組を認知する機会を得る。 | 中間成果 (1)GAPの取組のすそ野が拡がり、生産コスト低減や農作業安全策等の効果が実現されている。 S-GAP実践農場 累計1,600農場（R7年度末） (2)国際水準GAPを実践し、認証取得につなげるなど取引先の要望に答えられる体制となっている。 (3)消費者のGAP認知度が向上している。 GAP認知度 25%（R7年度） | 最終成果（将来像） ・県内のほぼ全ての農業者がGAPに取り組んでおり、安全で効率的な農業経営が実現されている。 ・県産農産物はGAP農場で生産されており、消費者が県内どこでも安全安心な農産物を入手できる。 |
| 一般財源 7,670 千円 | | | | | |

| ⑧事業実績（アウトプット）が成果（アウトカム）に結び付くことを示すロジック及び根拠 | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
| (1) S-GAP実践農場ではない生産者のうち79%がGAPに取り組んでみたいと回答（R4.7月農産物安全課調べ）。一方で、現行S-GAPの全項目（約62項目）に取り組むことに負担を感じる農家が多く、S-GAP実践農場を増加させるにはGAPに取り組むハードルを下げ、すそ野を拡大する必要がある。そのためのアウトプットとして、段階に応じた指導を行うS-GAP制度を運営する。入口として、重要かつ基本的な8項目のチェックシートを約3,000戸が実施し、自身の農場経営のリスクを発見し見直す機会を得る。うち5割（約1,500戸）がS-GAPスタート宣言をする想定。すそ野が拡大することで、地域内と一緒に取り組む仲間ができ、地域単位での取組につながる。また、地域で既に実践農場になっている生産者を講師としたステップアップ現地研修会（8地域×1回）を開催することにより、身近な農家に相談できる環境を構築し農家のモチベーションを向上させることでS-GAP実践農場が増加する。 | | | | | |
| (2) 国際水準GAPに取り組む農家に対し民間GAP認証取得の足掛かりとなる支援をする必要がある。そのためにアウトプットとして、専門家派遣（8地域×1人×2回）、研修会の開催を行う。 | | | | | |
| (3) GAPの取組を拡大せるためには、消費者・実需者にGAPの取組意義を理解・評価してもらうことが必要。そのためのアウトプットとして、県内流通事業者（小売店、市場関係者等）、消費者を対象に認知度向上のためのPR活動を実施する。 | | | | | |

| ⑨指標 | R 7 | R 8 | R 9 | R 10 | ⑩関連する5か年計画の主な取組等 | |
|--------------------|---------|-----|-----|------|------------------|--------------------------------|
| S-GAPスタート宣言数（件/年間） | 500件 | — | — | — | No. 分野別施策名 | 53 強みを生かした収益力ある農業の確立 |
| S-GAP実践農場数（累計） | 1,600農場 | — | — | — | 主な取組 | 農薬や化学肥料の低減など環境に配慮した栽培による高付加価値化 |
| GAP認知度（%） | 25% | | | | | |

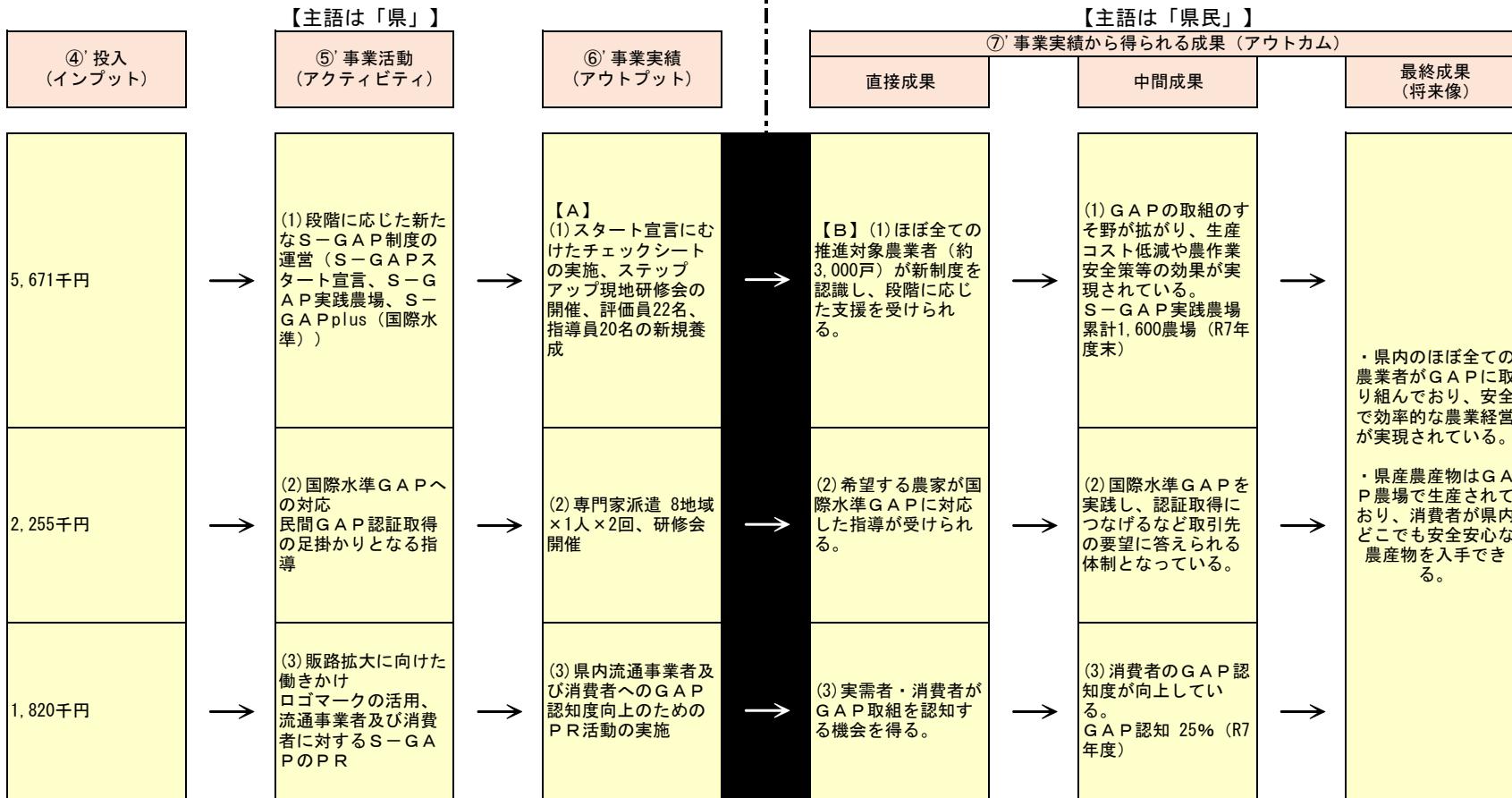
| 事業手法に係る自己検証 | | | |
|-------------|--|----|---|
| | 検証項目 | 評価 | 評価に関する説明 |
| 県費投入の必要性 | 事業目的が730万県民や社会ニーズを的確に反映しているか。 | ○ | S-GAPの取組が普及拡大することにより、県民が、安全安心で環境に配慮して生産された農産物を入手できる。このことは、SDGsの実現への貢献につながる。 |
| | 市町村、民間等に委ねることができない事業か。 | ○ | 地域等の偏りがなく県内の産地に取組を普及させるため、市町村単位ではなく県で取り組むべき事業である。民間の認証制度も存在するが、費用が高額であることなどからハードルが高いものとなっている。取組のすそ野を広げるためには、県の事業で実施する必要がある。 |
| | 政策目的の達成手段として必要かつ適切な事業か。 政策体系の中で優先度の高い事業か。 | ○ | 食の安全安心確保、SDGsの実現に貢献する事業である。 |
| 事業の効率性 | 一般競争入札、指名競争入札、プロポーザル方式による契約のうち、一者応札となったものではないか。 競争性のない随意契約となったものはないか。 | — | 一般競争入札、指名競争入札、プロポーザル方式による契約の該当がない。 |
| | 受益者負担は適切に設定されているか | ○ | 農業者がS-GAPに取り組む経費（農薬保管庫の購入費等）は自己負担であり、受益者負担は適切に設定されている。 |
| | 使途が事業目的達成にあたり必要なものに限定されているか。 | ○ | 普及啓発、取組指導、PR等、S-GAPの普及拡大に必要な取組内容に限定している。 |
| | 不用率が大きい場合、その理由は適切か。 | ○ | 不用額の発生は、会議や研修会のオンライン開催により旅費や印刷製本費を節減できたことによる。 |
| | 既存事業との重複はないか。 国、県、市町村で同様な事業を実施し二重行政となっていないか。 | ○ | S-GAPはGAPに対応するため地域の実情に合わせた埼玉県独自施策であり、既存事業との重複はない。市町村で同様な事業を実施していないことを確認しており、二重行政はない。 |
| | コスト削減や効率化に向けた工夫は行われているか。 | ○ | 研修会の一部をオンライン開催することで、旅費や会場使用料、需用費の節減につながっている。 |
| 事業の有効性 | 成果実績は成果目標に見合ったものとなっているか。 | △ | ハードルの高い目標ではあるが、見合った成果となるように活動を継続する。 |
| | 事業実施に当たって他の手段・方法等が考えられる場合、それと比較してより効果のあるいは低成本で実施できているか。 | ○ | 農場評価制度の運営等に当たり、他県では外部委託を行っているケースもあるが、埼玉県では全て県職員が運営に携わっているため、コストを抑えることが可能となっている。 |
| | 活動実績は見込に見合ったものであるか。 | ○ | 普及啓発と取組指導、国際水準GAPへの対応、PRの各取組について、見込みに見合った活動を行っている。 |
| | 整備された施設や成果物は十分に活用されているか。 | ○ | 作成した指導資料（ガイドブック、リーフレット等）は各農林振興センターを通じて生産者へ提供されるほか、個別説明や研修会の資料として広く活用されている。 |

総合評価

A

| 関連する事業がある場合、他部局等と適切な役割分担を行っているか。（役割分担の具体的な内容を各事業の右欄に記載） | | | |
|---|-------|-----|---------|
| 関連事業 | 部局・課名 | 事業名 | 役割分担の内容 |
| | | | |
| | | | |

E B P M 調書 ロジックモデル（フローチャート）



5か年計画との関連の整理

◆主な取組と事業との関係

| 関連する5か年計画の主な取組 |
|---------------------------------------|
| 農薬の適正使用や農業生産工程管理（GAP）などによる県産農産物の安全性確保 |

↑関連箇所に【A】と記載 ロジックモデルとの関係 (事業と主な取組の関係)

GAPの取組により、適正な生産工程管理が実施され、県産農産物の安全に関する信頼性が向上する。

◆施策指標と事業との関係 関連する5か年計画の施策指標

| | |
|------------------------|---------------|
| 食品関連事業所における製品等の自主検査実施率 | |
| 現状値 | 10.3% (R2年度末) |
| 目標値 | 100% (R8年度末) |

↑関連箇所に【B】と記載 ロジックモデル内の数値目標

S-GAPスタート宣言数、
S-GAP実践農場plus農場数

モデル内の数値目標が5か年計画の施策指標もしくは施策に与える影響
S-GAPの取組の拡大により、適正な生産工程管理が実施され、県産農産物の安全に関する信頼性が向上する。

施策全体のロジックモデルフローチャート

| 事業番号 (R7予算調書) | 事業名 | 事業の目的 | 投入 | 事業活動(主語「県」) (アクティビティ) | 事業実績(主語「県」) (アウトプット) | 事業実績から得られる成果(主語「県民等」)(アウトカム) | | |
|------------------|-------------|--|---------|---|--|--|---|---|
| | | | | | | 直接成果 | 中間成果 | 最終成果(将来像) |
| P31 | S-GAP取組拡大事業 | 新たなS-GAP制度の運営や国際水準GAPに応じた指導により、GAPの取組を拡大させることで安全で効率的な農業経営を実現するとともに、県民に安全安心な県産農産物を供給する。 | 5,671千円 | (1)段階に応じた新たなS-GAP制度の運営(S-GAPスタート宣言、S-GAP実践農場、S-GAPplus(国際水準)) | (1)スタート宣言にむけたチェックシートの実施、ステップアップ現地研修会の開催、評議員22名、指導員20名の新規養成 | (1)ほぼ全ての推進対象農業者(約3,000戸)が新制度を認識し、段階に応じた支援を受けられる。 | (1)GAPの取組のすそ野が拡がり、生産コスト低減や農作業安全策等の効果が実現されている。 S-GAP実践農場 累計1,600農場(R7年度末) | ・県内のほぼ全ての農業者がGAPに取り組んでおり、安全で効率的な農業経営が実現されている。 ・県産農産物はGAP農場で生産されており、消費者が県内どこでも安全安心な農産物を入手できる。 |
| | | | 2,255千円 | (2)国際水準GAPへの対応 民間GAP認証取得の足掛けかりとなる指導 | (2)専門家派遣 8地域×1人×2回、研修会開催 | (2)希望する農家が国際水準GAPに応じた指導を受けられる。 | (2)国際水準GAPを実践し、認証取得につなげるなど取引先の要望に答える体制となっている。 | |
| | | | 1,820千円 | (3)販路拡大に向けた働きかけ ロゴマークの活用、流通事業者及び消費者に対するS-GAPのPR | (3)県内流通事業者及び消費者へのGAP認知度向上のためのPR活動の実施 | (3)実需者・消費者がGAP取組を認知する機会を得る。 | (3)消費者のGAP認知度が向上している。 GAP認知 25%(R7年度) | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |

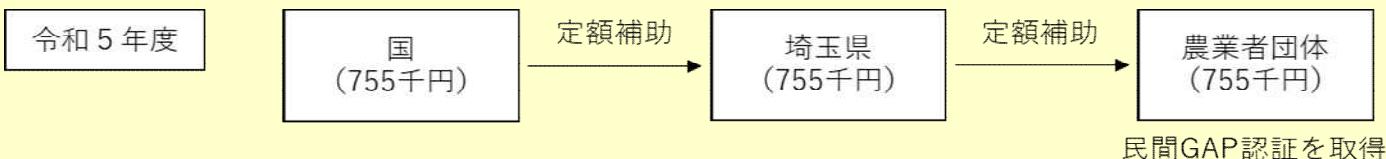
※ 必要に応じて適宜、行を追加してください。

EBPM調書(有識者会議様式)

(単位:千円)

| 予算執行状況 | | 当初予算額 | | 補正予算額 | | 最終現計予算額 | | 執 行 額 (決算額) | 執 行 率 |
|--------|--------------------|-------|--------|--------|--------|---------|--------|----------------|-------|
| | | 事業費 | (うち一財) | 事業費 | (うち一財) | 事業費 | (うち一財) | | |
| 令和7年度 | 新たなS-GAP制度による取組の拡大 | 5,671 | 5,242 | | | 5,671 | 5,242 | | 0.0% |
| | 国際水準GAPへの対応 | 2,255 | 608 | | | 2,255 | 608 | | 0.0% |
| | 販路拡大に向けた働きかけ | 1,820 | 1,820 | | | 1,820 | 1,820 | | 0.0% |
| 令和6年度 | 新たなS-GAP制度による取組の拡大 | 6,721 | 6,232 | -2,426 | -2,320 | 4,295 | 3,912 | 3,369 | 78.4% |
| | 国際水準GAPへの対応 | 3,976 | 608 | -2,795 | -517 | 1,181 | 91 | 1,109 | 93.9% |
| | 販路拡大に向けた働きかけ | 2,596 | 2,596 | -688 | -688 | 1,908 | 1,908 | 1,151 | 60.3% |
| 令和5年度 | 新たなS-GAP制度による取組の拡大 | 7,401 | 6,702 | -2,932 | -2,487 | 4,469 | 4,215 | 3,290 | 73.6% |
| | 国際水準GAPへの対応 | 3,739 | 1,250 | -1,091 | -758 | 2,648 | 492 | 1,628 | 61.5% |
| | 販路拡大に向けた働きかけ | 4,594 | 4,594 | -3,062 | -3,062 | 1,532 | 1,532 | 620 | 40.5% |
| 令和4年度 | | | | | | 0 | 0 | | |
| | | | | | | 0 | 0 | | |
| | | | | | | 0 | 0 | | |
| 令和3年度 | | | | | | 0 | 0 | | |
| | | | | | | 0 | 0 | | |
| | | | | | | 0 | 0 | | |

資金の流れ(資金が県からどのような経由で流れ、受取先が何を行っているか。)※スキーム図と具体的な交付先(R3からR7まで)を明記



※令和6、7年度は要望がなく実績なし

事業名：S-GAP 取組拡大事業

事業費：9,746 千円

所管課：農林部 農産物安全課

事業概要

平成 27 年 3 月に埼玉県が策定した県独自の GAP 規範である S-GAP の取組を拡大し、安全で効率的な農業経営を実現するとともに、県民に安全安心な県産農産物を供給する。

事務局の説明

<会議対象とした理由・論点>

S-GAP 実践農場数は年々増加しているものの、大幅な伸びは見られず、令和 7 年度末までに 1,600 農場という目標の達成は困難な状況にある。都道府県の中には独自の GAP 規範による農場評価を実施せず、農林水産省のガイドラインに基づいて県と GAP の普及指導を実施している自治体も多くあることを踏まえ、S-GAP という手法を用いた農場評価の取組や周知普及の取組を今後も同じやり方で継続すべきか、GAP 普及のためのより効果的な手法への見直しができないか議論を要する。

<EBPM 上の課題>

令和 7 年度末までに 1,600 農場が S-GAP を実践していることを目標としている一方で、令和 6 年度末時点の S-GAP 実践農場は 929 農場にとどまる。

担当部局の説明

<事務局の提示する課題についての説明>

1,600 農場という目標数は県内の主要な生産者の 2 割に取り組んでもらうことを目標に設定したものである。目標設定時の主業経営体数 8,060 戸（2010 年農林業センサス）と比較して生産者数が大きく減少したため、数値目標に達しなかったが、令和 6 年度末現在の S-GAP 実践農場数は 929 農場で、主業経営体数 3,960 戸（令和 5 年度の農業構造動態調査から推計）の 23%に当たる数の生産者が GAP の取組を実践しており、割合で考えた場合、当初目標は達成している。

また、本県の農場評価数については、評価制度を設けている 17 都県中 4 位であり、全国的に見ても決して少なくない。

議事の概要

<A 委員>

委員： S-GAP の資料は、農林水産省が示している GAP の資料と比べて、大変分かりやすい。本事業は、労力や予算がかかるとしたら最初に枠組みを作る段階であるが、今はこの段階を終えて、構築した枠組みを普及する段階に入っているので、これを廃止する必要はないように思える。予算額も少なく、コストパフォーマンスが悪いという印象もない。この S-GAP で活動普及の活動を行っているのは普及指導員か。

担当部局： 指導については、普段の普及活動の中で普及指導員が指導をしている。ただし、S-GAP 実践農場としての評価は、普及指導員とは別の職員が行っている。

委員： 予算には人件費が入っていないが、指導のための研修会を行う費用のみが計上されているということか。

担当部局： 農場評価をする職員のレベルを維持するための研修費用が主で、そのほか広報のための費用などを計上している。

<B委員>

委 員： S-GAPに取り組むことによる農家のメリットは何か。

担当部局： 民間のGAP認証と異なり、無料で安全な生産や作業に関する指導や評価を受けることができる。また、適正な農場管理により生産コストが低減されて経営の強化を図ることができ、県が農場を評価することで取引先からの信頼性が向上するというメリットもある。さらに、一部の県単独補助事業における採択の際に加点措置が受けられる。ただし、実際に市場においては、S-GAP実践農場で栽培された農産物であることをPRしても、販売価格において有利にならない。

委 員： 仮にS-GAPを廃止した場合、既にS-GAPに取り組んだ農家はどうなるのか。そうした農家にとってS-GAPが残っていた方がやりやすいのか。

担当部局： 新規就農者を含めこれまでS-GAPに基づく指導を受けていない農家についてはきちんと指導する必要があるため、そこは残したい。S-GAP実践農場の農家に対してアンケートを取ったところ、85%が引き続きS-GAPに基づく指導を続けてほしいと回答している。

委 員： S-GAP実践農場数があまり増えない原因は何か。

担当部局： S-GAPでは確認すべき項目が62項目であり、民間のGAP認証と比較し随分項目数を減らしてはいるが、それでも評価項目が多いという原因が考えられる。

委 員： GAPに取り組める人は取り組んでしまい、取り組まない人が残っているのであれば、これ以上S-GAP実践農場を増やしていくのは難しいのではないか。

担当部局： 行政としてはリスク管理の啓発は使命であり、引き続き実施する必要がある。

<C委員>

委 員： 民間のGAP認証は、取引条件になることもあり、農家がお金をかけても認証を取得する価値があると判断しているということだと思うが、将来的に民間のGAP認証が必要な取引の希望がある農家は、まずはS-GAPを実践することで、適正な農場管理をしつつ将来的に民間のGAP認証取得につながるというロジックか。

担当部局： そのとおり。

委 員： 農協やスーパー・マーケットにとって、S-GAP実践農場の農産物を積極的に取り扱うインセンティブは働かないのか。

担当部局： 農協についてはS-GAP実践農場以外の生産者も大切にしたいのでなかなか差別化しにくいという事情がある。スーパー・マーケットも差別化したがらない。

委員の評価及び意見

< A 委員 > A (継続すべき)

効率的な事業内容になっており、大きな問題はないと考える。今後も継続的に改善しながら進めていただきたい。

< B 委員 > A (継続すべき)

既に S-GAP に取り組んでいる農家もあり、廃止してしまうと農家の努力が無駄になること、予算規模も大きくなないこと、民間の GAP 認証は有料だが、S-GAP 実践農場評価は無料であり、農家を支援できることから A と判断したが、継続にあたり一層の努力が必要である。

S-GAP の 62 項目を取り組みやすくなるような工夫や、スーパーマーケットでの旗の設置など消費者への周知、県による販路拡大の支援などにより、農家が S-GAP 実践農場の評価を受けるメリットを明確にする必要がある。

埼玉県では農協を通じた販売が多いので、S-GAP の推進には、農協の協力を得られるよう一層の努力が必要と考える。

< C 委員 > A (継続すべき)

事業の意義は十分理解できる。財政規模も十分小さく、見込まれる効果はあると判断できるので、継続してよいものと判断する。

有識者会議を踏まえた評価

【A (継続すべき)】

委員の評価を踏まえ、S-GAP の意義を認め、事業継続とする。

ただし、実施にあたっては、S-GAP 実践農場として評価されることが生産者のメリットになるような仕組みを検討するほか、通常の農家に対する指導の中で普及啓発を行うなど、更なる S-GAP 実践農場の増加に向けて効率的・効果的な事業となるよう、今後も継続的に見直しを行うこと。