

予 算 要 求 資 料

令和3年度当初予算 支出科目 款：農林水産業費 項：農業費 目：農業振興費

事業名 **新** 県産農畜水産物関西圏市場開拓事業費

(この事業に対するご質問・ご意見はこちらにお寄せください)

農政部 農産物流通課 流通企画係 電話番号:058-272-1857

E-mail: c11444@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 5,382 千円 (前年度予算額: - 千円)

<財源内訳>

区 分	事業費	財 源 内 訳							
		国 庫 支出金	分担金 負担金	使用料 手数料	財産 収入	寄附金	その他	県 債	一 般 財 源
前年度	0	0	0	0	0	0	0	0	0
要求額	5,382	0	0	0	0	0	0	0	5,382
決定額									

2 要求内容

(1) 要求の趣旨 (現状と課題)

関西圏における県産農畜水産物の流通については、ほうれんそう、えだまめなどの夏秋野菜を中心に卸売市場へ出荷され、スーパーなど小売向けやレストランなど業務用として幅広く販売されており、ほうれんそう、えだまめは大阪市中央卸売市場のシェア1位を確保している。

一方、飛騨牛や天然鮎などトップブランド品目は、県内事業者から個別のルートによる飲食店や小売店への流通にとどまり、例えば飛騨牛料理指定店は6店舗(大阪府6、滋賀県1)の現状にある。

2025年に開催が計画されている大阪・関西万博は県産農畜水産物を国内外へPRするうえで絶好の機会であることから、飛騨牛や天然鮎をはじめとする県産農畜水産物を食べられる店づくりを進める必要がある。

また、コロナ禍で販売が低迷したトップブランド品目の販売ルート開拓が求められている。

(2) 事業内容

大阪・関西万博に向けたPR及びコロナ禍で低迷した販路の確保のため、関係事業者共同で食の都「大阪」の県産農畜水産物の販路拡大を図る。

(ア) 岐阜県農畜水産物販路開拓協議会(仮称)の設立

生産者団体、市場関係者及び県が連携して協議会を設置し、販路

開拓の体制づくりを進める。

(イ) 飛騨牛・鮎の高級飲食店販売ルート開拓

青果物の飲食店向け販路や県人会等の人脈を活用した販売ルートの開拓を進めるとともに、シェフ試食会や商談会による業務需要の掘り起こし、レストランフェアによるPR・販売促進を行い、開拓の足掛かりを築く。

(3) 県負担・補助率の考え方

関西圏への販路開拓は県の販売戦略であり、県負担は妥当

(4) 類似事業の有無

有 ・大都市圏販路拡大対策事業費

当該事業により県が行う実需者向けの販路開拓等の取組みは首都圏に限られ、関西圏における新たな取組が必要。

・ひだ・みの農畜産物販路拡大事業費補助金

当該事業によりJA全農岐阜が米、青果物、飛騨牛のPR、販売促進及び販路開拓を実施。補助事業として行われており、関係事業者の共同による鮎を含めた販路開拓に活用することができない。

3 事業費の積算内訳

事業内容	金額	事業内容の詳細
報償費	32	プロポーザル委員報償費
旅費	97	プロポーザル委員費用弁償、関西圏事業者との打ち合わせ等
消耗品費	503	県産農産物の食材サンプル、事務用品費
役務費	20	電話、郵便代
委託料	4,730	試食会・商談会、メニューフェア
合計	5,382	

決定額の考え方

4 参考事項

(1) 各種計画での位置づけ

ぎふ農業・農村基本計画

5-1-(3)-②大都市圏の需要喚起に向けた販売促進の強化

○首都圏、関西圏及び中京圏における農畜水産物のプロモーション

事業評価調査書（県単独補助金除く）

新規要求事業

継続要求事業

1 事業の目標と成果

（事業目標）

・何をいつまでにどのような状態にしたいのか

2025年大阪・関西万博に向けて、関西圏における飛騨牛及び天然鮎をはじめとする県産農畜水産物の販路開拓を進めるとともに、県産農畜水産物が食べられる店づくりを進める。

（目標の達成度を示す指標と実績）

指標名	事業開始前	指標の推移		現在値 <small>（前々年度末時点）</small>	目標	達成率
ほうれんそう、えだまめ市場シェア（大阪）	1位 (H30)			1位 (R1)	1位 (R7)	100%
鮎の市場シェア（大阪）	2位 (H30)			1位 (R1)	1位 (R7)	100%
飛騨牛取扱店舗（大阪）				5件 (R1)	30件 (R7)	17%

（前年度の取組）

・事業の活動内容（会議の開催、研修の参加人数等）

（前年度の成果）

・前年度の取組により得られた事業の成果、今後見込まれる成果

2 事業の評価と課題

(事業の評価)

<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業の必要性（社会経済情勢等に沿った事業か、県の関与は妥当か） ○：必要性が高い、△：必要性が低い 	
(評価) ○	<ul style="list-style-type: none"> ・ トップブランド品目について、大阪・関西万博など世界的なイベントが行われる機会をとらえて販売促進・PRを図ることは、そのブランド価値向上にとって不可欠な取組みである。
<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業の有効性（指標等の状況から見て事業の成果はあがっているか） ○：概ね期待どおり又はそれ以上の効果が得られている、△：まだ期待どおりの成果が得られていない 	
(評価)	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業の効率性（事業の実施方法の効率化は図られているか） ○：効率化は図られている、△：向上の余地がある 	
(評価)	

(今後の課題)

<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業が直面する課題や改善が必要な事項
--

(次年度の方向性)

<ul style="list-style-type: none"> ・ 継続すべき事業か。県民ニーズ、事業の評価、今後の課題を踏まえて、今後どのように取り組むのか 築かれた販路開拓の足掛かりを最大限に活用し、大阪・関西万博に向けて事業者と連携の上、集中的に販路開拓及び販売促進・PRを図り、県産農畜水産物を食べられる店づくりを進める必要がある。
--

(他事業と組み合わせて実施する場合の事業効果)

組み合わせ予定のイベント又は事業名及び所管課 組み合わせる理由や期待する効果 など	【○○課】
--	--------------