

## 予 算 要 求 資 料

令和4年度3月補正予算

支出科目 款：農林水産業費 項：農業費 目：農業振興費

### 事業名 ひだ・みの農畜産物販路拡大事業費補助金 (R5分)

(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：058-272-1111(内4063)

E-mail：c11444@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 補正要求額 3,100 千円 (現計予算額： 0 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
現 計 予算額	0	0	0	0	0	0	0	0	0
補 正 要求額	3,100	0	0	0	0	0	0	0	3,100
決定額									

## 2 要 求 内 容

### (1) 要求の趣旨 (現状と課題)

県産農産物については、全農岐阜県本部が主体となって、販路拡大・PR活動等を量販店や百貨店、消費者向けに行っている。

岐阜県の農産物に関しては、県が主体となって取り組みを行うほか、生産者団体の活動を継続して支援する必要がある。

### (2) 事業内容

- ・ 物価高騰に伴う消費者理解を促す取組み  
(マスメディア、PR動画、リーフレット等による地域農業の実情や生産者の努力の情報発信など)

(3) 県負担・補助率の考え方

県1/2

(4) 類似事業の有無

類似事業：無

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		
旅費		
需用費		
役務費		
委託料		
使用料		
補助金	3,100	消費者理解活動経費
その他		
合計	3,100	

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プロモーション

(2) 国・他県の状況

国における支援メニューは該当なし。

各県、地域の事情に応じた農畜水産物のPR、販売促進支援策あり。

(3) 後年度の財政負担

ぎふ農業・農村基本計画に基づくプロモーションを図るため、同計画期間中は継続。

(4) 事業主体及びその妥当性

事業主体は、全国農業協同組合連合会岐阜県本部とする。JAに出荷された農産物の共同販売事業を行っており、県産農産物のPR、販売促進を行う主体を事業主体としており妥当である。

## 県単独補助金事業評価調書

<input type="checkbox"/> 新規要求事業
<input checked="" type="checkbox"/> 継続要求事業

**(事業内容)**

補助事業名	ひだ・みの農畜産物販路拡大事業費補助金（物価高騰分）
補助事業者（団体）	全農岐阜県本部 （理由） 様々な県産農畜産物を取り扱う出荷団体であるから
補助事業の概要	<p>（目的） 県産農産物に関しては、全農岐阜県本部が主体となって、販路拡大・PR活動等を量販店や百貨店、消費者向けに行っているが、県も一体となって消費拡大に向けた取り組みを行う必要があり、継続して支援する必要がある。</p> <p>（内容）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・商談会や大都市圏でのイベント等飛騨牛・岐阜柿等のブランド品目PR活動</li> <li>・ほうれんそう・えだまめ等主要品目の関西圏・中京圏の量販店でPR・フェア</li> <li>・県産米の主力品種「ハツシモ」と「コシヒカリ」を中心とした「ぎふの米」を消費者にPRする県産米消費拡大活動</li> <li>・物価高騰に伴う消費者理解を促す取り組み</li> </ul>
補助率・補助単価等	定額・ <u>定率</u> ・その他（例：人件費相当額） （内容） 1 / 2 （理由） 農業者の負担軽減を図るため応分の負担
補助効果	大都市圏の消費者、小売店、市場関係者等を対象とした販売促進を実施することで、一層のブランド化と消費拡大、新規開拓が図られる。
終期の設定	終期 令和5年度 （理由） 新型コロナウイルス感染症の影響による支援のため

**(事業目標)**

<p>・終期までに何をどのような状態にしたいのか</p> <p>【ブランド品目】 令和7年までに関西圏の飛騨牛の取扱店舗を25店舗増加</p> <p>【主要品目】 令和7年までほうれんそう、えだまめの大阪市場でのシェア1位を維持</p> <p>【新品目】 ほうれんそう、えだまめ等に続く品目の育成</p>
--

**(目標の達成度を示す指標と実績)**

指標名	事業開始前 (R2)	R3年度 実績	R4年度 目標	R5年度 目標	終期目標 ( )	達成率
						—
①ほうれんそう、えだまめの大阪市場でのシェア	1位	1位	1位	1位	/	—
②飛騨牛取扱店舗（関西圏）	1件	7件	9件	11件	/	—
補助金交付実績 (単位：千円)	R元年度	R2年度	R3年度			
	7,200	7,200	6,800			

(これまでの取組内容と成果)

令和2年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ほうれんそう、えだまめの大坂市場でのシェア1位を維持。</li> <li>・着実に、岐阜県の農産物を消費者に知っていただくことができています。</li> </ul>
	指標① 目標：__1位__ 実績：__1位__ 達成率：__100__ %
令和3年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ほうれんそう、えだまめの大坂市場でのシェア1位を維持。</li> <li>・着実に、岐阜県の農産物を消費者に知っていただくことができています。</li> </ul>
	指標① 目標：__1位__ 実績：__1位__ 達成率：__100__ %
令和4年度	令和6年度当初予算にて追加
	指標① 目標：__ __ 実績：__ __ 達成率：__ __ %

(事業の評価)

<p>・事業の必要性(社会情勢等を踏まえ、前年度などに比べ判断) 3：増加している 2：横ばい 1：減少している 0：ほとんどない</p>	
(評価) 3	<ul style="list-style-type: none"> <li>・柿、飛騨牛、ほうれんそう及びえだまめは全国的にも販売額や市場評価が高く、農家所得向上が期待される品目として県の重点品目になっているため、ぎふ農業・農村振興計画に掲げるように強力に振興を図っていく必要がある。</li> <li>・食の多様化により、平成28年の1人当たり年間米消費量はピークだった昭和37年の46%まで減少しており、全国的にも各産地が独自ブランド化・消費拡大の取り組みを進めているため産地間競争が激しく、当県においても県産米のブランド化の取り組みを続けることは必要である。</li> </ul>
<p>・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) 3：期待以上の成果あり(単年度目標100%達成かつ他に特筆できる要素あり) 2：期待どおりの成果あり(単年度目標100%達成) 1：期待どおりの成果が得られていない(単年度目標50~100%) 0：ほとんど成果が得られていない(単年度目標50%未満)</p>	
(評価) 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>・販売促進の成果として、夏ほうれんそう、えだまめは平成21年から大坂市場でシェア1位を維持し、富有柿は東京市場で高いシェアと高い単価を維持している。</li> <li>・米の需要は短期間に大きく増減せず、販売動向は全国作柄・需給・消費動向、他産地銘柄の価格水準等の影響を受けるが、県産米のPRを継続して行っていることで量販店や外食産業等の一定の評価を得て、取り扱いの継続・拡大につながっている。</li> </ul>
<p>・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) 2：上がっている 1：横ばい 0：下がっている</p>	
(評価) 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>・全農岐阜県本部が主体となって行うPR活動に県が支援をすることにより、県産農畜産物に対し、県として効率よく目指すべき振興方向に沿ったPRをすることができている。</li> </ul>

(今後の課題)

実施主体と協働し、情報共有や相互連携を深め、効果的にPRを図る必要がある。ほうれんそう、えだまめ、トマトに続く新品目の育成が必要である。

(次年度の方向性)

産地間競争が激しい中、安定的な売り場の確保のため継続的な量販店等での販売促進活動は必要であり、継続して支援する必要がある。