

# 予 算 要 求 資 料

令和4年度当初予算 支出科目 款：商工費 項：商工費 目：商業振興費

## 事業名 県産品愛用推進PR活動事業費

(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)

商工労働部 県産品流通支援課 県産品振興係 電話番号：058-272-1111 (内 3098)

E-mail : [c11370@pref.gifu.lg.jp](mailto:c11370@pref.gifu.lg.jp)

1 事業費 3,000 千円 (前年度予算額：3,000 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	3,000	0	0	0	0	0	0	0	3,000
要求額	3,000	0	0	0	0	0	0	0	3,000
決定額									

## 2 要求内容

### (1) 要求の趣旨 (現状と課題)

県内産業を取り巻く環境は、アジアを主とした低価格製品の輸入増加などを背景に、繊維、刃物、陶磁器、木工、食品などの県内地場産業や農林水産業の出荷額は低迷している。

### (2) 事業内容

イベント等での多くの来場者や国内外の来客などへの記念品・土産品に県産品を積極的に活用して、県産品のPRを図り、県内産業の活性化につなげる。

本庁各課や現地機関等が必要とする、県後援の各種大会の賞品やイベント等の記念品の購入経費について、県産品流通支援課が確保するものである。

\* 県産品の定義：県内生産者又は県内に事業所を有する者が県内で生産、製造又は加工した最終消費財

○根拠法令等：県産品愛用推進PR活動事業費事務取扱要領 (岐阜県)

### (3) 県負担・補助率の考え方

- ・県 10/10 (県産品のPRを図ることを目的として、PR効果が高い各種イベント等の記念品を県が率先して拠出する事業であるため)

### (4) 類似事業の有無

無

## 3 事業費の積算内訳

事業内容	金額	事業内容の詳細
需用費	3,000	県産品PR用消耗品購入費
合計	3,000	

### 決定額の考え方

## 4 参考事項

### (1) 各種計画での位置づけ

- ・長期構想

Ⅱ-1 モノをつくって、地域外からお金を稼ぐ地域をつくる

- ・県産品のイメージアップとPRを推進する。

### (2) 後年度の財政負担

- ・県が率先して県産品をPRすることは継続的に必要であり、毎年度同程度の予算措置を見込んでいる。

### (3) 事業主体及びその妥当性

- ・県主催事業や県が後援する各種イベント・大会等において使用する賞品・記念品等の購入経費であるため、県が事業主体となることが妥当である。

# 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

## 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  
 県内地場産業や農林水産業の活性化を推進するため、県が主催・後援するイベントの記念品や土産品等に県産品を積極的に活用していきます。

### (目標の達成度を示す指標と実績)

指標名	事業開始前 (H15)	R2年度 実績	R3年度 目標	R4年度 目標	終期目標 (R5)	達成率
					(R2-R5累計)	
県産品愛用推進PR活動事業費利用件数(件)	0	24	25	25	100	24%

### ○指標を設定することができない場合の理由

### (これまでの取組内容と成果)

令和2年度	新型コロナウイルス感染症の影響により県内・県外のイベント中止が相次いだものの、式典のノベルティや要人の方へのお土産に県産品を利用してもらうことができた。
令和3年度	令和5年度当初予算にて追加 指標① 目標：___ 実績：___ 達成率：___%
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：___%

## 2 事業の評価と課題

### (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	<p>県が率先して県産品を活用することにより県民の県産品愛用が期待でき、県内産業の活性化につながる。</p>
<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 2：期待どおりの成果あり 1：まだ期待どおりの成果が得られていない 0：ほとんど成果が得られていない</p>	
(評価) 2	<p>トップセールスの土産品や国際見本市等における利用は、メディアでの広告効果も高く、県産品のPR効果が高い。 また、イベントでのPR品の配布は参加者から好評を得ており、口コミによる波及が期待できる。</p>
<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)	

### (今後の課題)

<p>・ 事業が直面する課題や改善が必要な事項 新型コロナウイルス感染症の蔓延以降、集客イベント等の中止、観光施設の休業等が相次いでいるため、県産品のPR機会となる対象事業の拡張も検討する必要がある。</p>
--

### (次年度の方向性)

<p>・ 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 県が率先して県産品を活用し、県内外に県産品をPRすることは、県内地場産業および農林水産業の一助として必要である。今後も、モノづくりを得意とする県内事業者が製造した選りすぐりの県産品を広く活用する。</p>
---

### (他事業と組み合わせて実施する場合の事業効果)

<p>組み合わせ予定のイベント又は事業名及び所管課</p>	<p>【〇〇課】</p>
<p>組み合わせる理由や期待する効果 など</p>	