

## 予 算 要 求 資 料

令和4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 県産農産物イメージアップ事業費補助金

(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](mailto:c11444@pref.gifu.lg.jp)

## 1 事業費 800千円(前年度予算額:800千円)

## &lt;財源内訳&gt;

| 区 分 | 事業費 | 財 源 内 訳    |            |            |            |     |     |     |            |
|-----|-----|------------|------------|------------|------------|-----|-----|-----|------------|
|     |     | 国 庫<br>支出金 | 分担金<br>負担金 | 使用料<br>手数料 | 財 産<br>収 入 | 寄附金 | その他 | 県 債 | 一 般<br>財 源 |
| 前年度 | 800 | 0          | 0          | 0          | 0          | 0   | 0   | 0   | 800        |
| 要求額 | 800 | 0          | 0          | 0          | 0          | 0   | 0   | 0   | 800        |
| 決定額 |     |            |            |            |            |     |     |     |            |

## 2 要求内容

## (1) 要求の趣旨(現状と課題)

3大都市圏(東京・大阪・名古屋等)の消費者、市場関係者等を対象に、新たにブランド化をすすめていく品目について販路拡大促進キャンペーン等を実施し、認知度向上や消費拡大、将来につながる新規市場の開拓等を図ることを目的とする。

## (2) 事業内容

## ア 内容

## ① 展示・販売

3大都市圏(東京、大阪、名古屋等)において県産農産物の展示・販売等を行う催事の開催、又は、催事への出展

## ② 広報活動

各種情報誌、新聞等を活用した広報・広告など、県産農産物のPR。

## イ 事業主体

農業協同組合、漁業協同組合及びその連合会、生産者組織、農業関係団体、市町村等

(3) 県負担・補助率の考え方

県 1/2 以内

(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           |
|------|-----|-------------------|
| 補助金  | 800 | 販売促進活動経費、P R 活動経費 |
| 合計   | 800 |                   |

**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P R、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

事業主体は県産農産物のP R、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

新規要求事業

継続要求事業

(事業内容)

|           |   |
|-----------|---|
| 補助事業名     | 県産農産物イメージアップ事業費補助金  |
| 補助事業者（団体） | 農畜産物生産者団体等<br>(理由)<br>大都市圏への出荷を目指す団体を支援するため   |
| 補助事業の概要   | (目的)<br>農畜産物生産者団体等が主体となり、県産農畜産物の新品目・新ブランド品目等を中心に知名度向上・イメージアップを目的として販売促進を行う際に支援する。<br>(内容)<br>県産農産物の展示・販売、広報活動 |
| 補助率・補助単価等 | 定額・ <u>定率</u> ・その他（例：人件費相当額）<br>(内容) 1/2 以内<br>(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、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 7 年度<br>(理由) ぎふ農業・農村基本計画での位置づけ   |

(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】</p> <p>令和 7 年までに関西圏の飛騨牛の取扱店舗を 2 5 店舗増加</p> <p>【主要品目】</p> <p>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】</p> <p>ほうれんそう、えだまめ等続く品目の育成</p> |  |
|---|--|

(目標の達成度を示す指標と実績)

| 指標名                     | 事業開始前<br>(R2) | R2 年度<br>実績 | R3 年度<br>目標 | R4 年度<br>目標 | 終期目標  |      |
|-------------------------|---------------|-------------|-------------|-------------|-------|------|
|                         |               |             |             |             | (R7)  | 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         | 1 位   | 100% |
| ② 飛騨牛取扱店舗(関西圏)          | 5 店舗<br>(R2)  | 5 店舗        | 10 店舗       | 15 店舗       | 30 店舗 | 17%  |

|         | H30 年度 | R 元年度  | R2 年度  |
|---------|--------|--------|--------|
| 補助金交付実績 | 900 千円 | 532 千円 | 501 千円 |

(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、えだまめの大阪市場でのシェア 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る。</li> </ul> <p>指標① 目標：___ 実績：___ 達成率：___%</p> |
| 令和 3 年度 | <p>令和 5 年度当初予算にて追加</p> <p>指標① 目標：___ 実績：___ 達成率：___%</p>  |
| 令和 4 年度 | <p>令和 6 年度当初予算にて追加</p> <p>指標① 目標：___ 実績：___ 達成率：___%</p>  |

(事業の評価)

|   |   |
|---|---|
| <b>・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）</b><br>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  |   |
| (評価)<br>3   | 柿、飛騨牛、ほうれんそう及びえだまめ等は全国的にみても出荷額や市場評価が高く、所得向上の実現に繋がることが期待される品目としてぎふ農業・農村基本計画の目標にもあるとおり県の重点品目になっているため、強力に振興を図っていく必要がある。そして、上記品目に続く新品目の育成が急務となっている。 |
| <b>・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）</b><br>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）<br>2：期待どおりの成果あり（単年度目標100%達成）<br>1：期待どおりの成果が得られていない（単年度目標50~100%）<br>0：ほとんど成果が得られていない（単年度目標50%未満） |   |
| (評価)<br>2   | ほうれんそう、えだまめは平成21年から令和2年まで、大阪市場でシェア1位をキープしており、これは地道なフェアや販売促進活動の成果といえる。   |
| <b>・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）</b><br>2：上がっている 1：横ばい 0：下がっている  |   |
| (評価)<br>2   | 県産農畜産物に対し、県として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。   |

(今後の課題)

|  |
|--|
| <b>・事業が直面する課題や改善が必要な事項</b><br>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)

|  |
|--|
| <b>・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</b><br>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。<br>ほうれんそう、えだまめ、トマト、富有柿に続く品目の育成が急務である。 |
|--|