

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 **新**大都市圏県産品販売コーナー設置・運営事業費

(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 国内展開係 電話番号：058-272-1111 (内 3097)

E-mail : c11370@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 16,645 千円 (前年度予算額：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
前年度	0	0	0	0	0	0	0	0	0
要求額	16,645	0	0	0	0	0	0	0	16,645
決定額	16,645	16,645	0	0	0	0	0	0	0

2 要求内容

(1) 要求の趣旨 (現状と課題)

- ・県内のモノづくり企業は、OEM・下請け体質の企業が多く、直接消費者の声をモノづくりに活かす経験や自ら販路を開拓するノウハウに乏しいほか、大都市圏のバイヤー（卸、小売、商社等）との繋がりも希薄である。
- ・コロナ禍における消費者マインドの変化や、販売機会の減少など、変容するウィズコロナ、アフターコロナ時代における県産品販売やマーケティング機会を創出するため、首都圏の主要駅構内にPOPUPショップの展開、パンフレットの作成などにより、コロナ禍における事業者の販路拡大を支援する。

(2) 事業内容

①【新】首都圏県産品販売コーナー設置・運営事業

- ・首都圏の主要駅構内において、期間限定で県産品を販売するコーナーを年4回（春夏秋冬）設置し、県産品販売機会を創出する。

②【新】県産品販売促進事業

- ・県産品をギフトに最適な季節、価格帯、属性などのニーズやカテゴリごとに取りまとめたパンフレットを作成し、県産品販路拡大のためのツールとする。

(3) 県負担・補助率の考え方

大都市圏への販路拡大に向けた支援施策は、コロナ禍における事業者の販路拡大を促進し、ウィズコロナ・アフターコロナ時代における事業者の販売力、商品開発力を高め雇用創出につながる経済対策及び地域活性化対策であり、県負担は妥当。

(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
人件費	32	プロポーザル審査会委員報償費
旅費	1,402	職員旅費等
需用費	96	消耗品費
役務費	89	
委託料	15,026	販売コーナー設置委託
合計	16,645	

決定額の考え方

財源については、新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金を充当します

4 参考事項

(1) 各種計画での位置づけ

「岐阜県成長・雇用戦略2017」

[3]海外展開・販路拡大支援プロジェクト

(2) 国内におけるビジネスチャンスの提供

(2) 他県の状況

多くの都道府県が、首都圏にアンテナショップ等の販売拠点を設け、県産品の販売を支援しているが、岐阜県にはショップがなく、事業者は自ら販売機会を求めなければならない。

(3) 後年度の財政負担

コロナ禍において、中小企業者の経済的支援は必須。アフターコロナにおいては県産品イメージの定着化・成果を確認するため、継続的な支援が必要。

(4) 事業主体及びその妥当性

催事や販売コーナーを県が設置することで、単独では販路の拡大が困難な県内中小規模事業者が県産品販売の機会を得て、販路拡大及び商品や事業者の知名度向上に寄与できる。

事業評価調書（県単独補助金除く）

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

< 1) 首都圏県産品販売コーナー設置・運営事業 >

1 事業の目標と成果

（事業目標）

コロナ禍における消費者マインドの変化や、販売機会の減少など、変容するウィズコロナ、アフターコロナ時代における県産品販売やマーケティング機会を創出することで、県内事業者の販路拡大を支援する。

（目標の達成度を示す指標と実績）

指標名	事業開始前 (R3)	R2 年度 実績	R3 年度 目標	R4 年度 目標	終期目標	
					(R6)	達成率
出店事業者数				90	120	—%

○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	
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)	<p>3</p> <p>新型コロナウイルスの影響により、消費者のライフスタイルや嗜好が変化するなか、コロナ終息後の消費者マインドの回復を見越し、県の関与により首都圏における販売拠点等とのネットワークを構築でき、バイヤーの目にも留まるなど、今後の首都圏における売り場確保につながることから、事業の必要性は高い。</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：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)	
<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)

--

(次年度の方向性)

--

(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>県産品ブラッシュアップ事業 【県産品流通支援課】</p>
<p>組み合わせる理由や期待する効果 など</p>	<p>県産品ブラッシュアップ事業で支援した商品をコーナーで販売し、さらにフィードバックを提供することで、事業者がPDCAサイクルを回すことが可能。</p>

事業評価調査書（県単独補助金除く）

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

< 2) 県産品販売促進事業 >

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
 県産品のターゲットやシチュエーションごとに整理なされておらず、消費者やバイヤー等が求めるニーズに対し、的確な販売促進が困難な状態である。また、県事業により商品の改良・販路拡大を支援した効果を一過性のものとしなため、県事業により支援した県産品を中心にカテゴリー別に編集した販促のための冊子を作成することで、県産品のさらなる販路拡大と認知度向上を図る。

(目標の達成度を示す指標と実績)

指標名	事業開始前 (R3)	R2 年度 実績	R3 年度 目標	R4 年度 目標	終期目標 (R7)	
					達成率	
産品購入意欲度 (地域ブランド調査)	一位 (公表前)	45 位	一位	30 位	30 位	—%

○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	
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） <small>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</small></p>	
(評価)	<p>3</p> <p>新型コロナウイルスの影響により、消費者のライフスタイルや嗜好が変化するなか、コロナ終息後の消費者マインドの回復を見越し、県産品を売り込むための販売ツールを作成することで、さらなる販路拡大につながることから、事業の必要性は高い。</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） <small>3：期待以上の成果あり 2：期待どおりの成果あり 1：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</small></p>	
(評価)	
<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） <small>2：上がっている 1：横ばい 0：下がっている</small></p>	
(評価)	

(今後の課題)

--

(次年度の方向性)

--

(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	県産品ブラッシュアップ事業 【県産品流通支援課】
組み合わせる理由や期待する効果 など	県産品ブラッシュアップ事業で支援した商品を掲載することで、支援の効果を一過性のものとせず継続的な販路の確保をはかる。