

## 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 県産品販路開拓促進事業費**

(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)

県産品振興係 電話番号：058-272-1111 (内 3092)

E-mail : [c11370@pref.gifu.lg.jp](mailto:c11370@pref.gifu.lg.jp)**1 事業費 15,873 千円 (前年度予算額：35,633 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	35,633	0	0	0	0	0	0	0	35,633
要求額	15,873	0	0	0	0	0	0	0	15,873
決定額	15,873	0	0	0	0	0	0	0	15,873

**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、商品のイメージ戦略や自ら販路を開拓するノウハウに乏しい。
- ・ そこで、駅・空港などの交通拠点や百貨店などの集客力のある場所等において、県産品の販売フェアやテストマーケティングを実施し、商品開発や販売力の向上につなげると同時に、消費者の県産品に対する継続的な認知度向上を図っていく。

**(2) 事業内容****① 県産品販売・情報発信拠点「THE GIFTS SHOP」連携事業**

- ・ 「アクティブG」内の県産品アンテナショップにおいて、県施策との連携フェアやテストマーケティングを実施する。
- ・ 運営事業者から提出される収支報告書について、中立公正な外部の専門家（公認会計士）に検査を依頼し、助言を求める。

**② 岐阜県観光物産展開催事業**

- ・ 国内外の旅行客の中部圏の玄関口である中部国際空港において、県内の観光地や地場産品をPR・販売する。
- ・ 県内の一大消費圏である岐阜市において、岐阜高島屋での物産展を開

催し、高島屋の集客力による県産品の販売促進と商品PRを図る。

### ③大都市圏百貨店等物産展開催事業

- ・首都圏の百貨店等において、感度の高いバイヤーや消費者層をターゲットに、対象を明確にした販売フェアを一定期間にわたり開催する。
- ・2025年の大阪万博を見据え、関西の百貨店等において県産品を販売する。

### ④岐阜県「県産品愛用推進宣言の店」指定店紹介冊子制作委託業務

- ・「県産品愛用推進宣言の店」に指定された店舗について、県のホームページにてPRを行っている。

指定店を紹介するパンフレットを作成・配布し、県民に取り組みを広く周知するとともに、更なる指定店の増加を目指す。

## (3) 県負担・補助率の考え方

県産品の販路拡大に向けた支援施策は、県内事業者の販売力、商品開発力を高め雇用創出につなげる、県の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(千円)	事業内容の詳細
報償費	928	専門家による助言
旅費	1,269	職員業務旅費、旅費弁償
需用費	342	事務消耗品費
役務費	199	通信運搬費
使用料	220	催事会場費
委託料	12,915	物産展運営費、土産物販売スペース運営費
合計	15,873	

## 決定額の考え方

## 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

「岐阜県食品安全行動基本計画」

施策の方向3 将来にわたる安全な食生活の確保

3 食品の安全に関する各認定制度の活用

(1) 食品の安全に関する各認定制度の普及推進

**(2) 後年度の財政負担**

企業知名度及び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。

**(3) 事業主体及びその妥当性**

催事等を行うことで、県内中小規模事業者が新たな商談の機会を得やすくなり、販路拡大及び、商品や事業者の知名度が向上する。



# 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 ) THE GIFTS SHOP 連携事業 >

### 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  
 県民の誇りとなる県産品を取扱う拠点において施策連携イベントを実施することで、県産品の情報受発信拠点としての機能を高める。

#### (目標の達成度を示す指標と実績)

指標名	事業開始前	R2 年度	R3 年度	R4 年度	終期目標	達成率
	( R )	実績	目標	目標	( R )	
						%

#### ○指標を設定することができない場合の理由

拠点においては平時より県産品販売・情報発信を行っており、本事業に限った集客・売上などの効果測定を行うことが困難であるため。

#### (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蔓延により事業中止。
令和 3 年度	<p style="color: red;">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 style="color: red;">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>

## 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>	
<p>(評価) 3</p>	<p>拠点の最大の顧客は県民であり、県の玄関口である岐阜駅で拠点を整備する必要性は高い。</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>	
<p>(評価) 2</p>	<p>拠点の設置により、営業力が弱い中小・零細企業の販路拡大を支援することができ、有効性は高い。</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）  <small>2：上がっている 1：横ばい 0：下がっている</small></p>	
<p>(評価) 1</p>	<p>拠点の運営を民間事業者に委託することにより、民間ノウハウを活用した効率的な運営を目指す。</p>

### (今後の課題)

<p>新型コロナウイルスの影響により、EC市場が拡大する中、インターネットと組み合わせた情報発信を行っていく必要がある。</p>
--

### (次年度の方向性)

<p>EC販売の強化を進めつつ、新型コロナウイルス後の人流増加に備えて、店舗での情報発信、集客機能の強化を行う。</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 style="text-align: right;">【〇〇課】</p>
<p>組み合わせる理由や期待する効果 など</p>	

# 事業評価調書（県単独補助金除く）

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

< 2 ) 観光物産展開催事業等 >

## 1 事業の目標と成果

(事業目標)

物産展開催や土産物販売コーナーを通じて、県産品の販売促進を図る。

(目標の達成度を示す指標と実績)

指標名	事業開始前 (R)	R2年度 実績	R3年度 目標	R4年度 目標	終期目標	
					(R5)	達成率
中部国際空港物産展での 日商平均(千円)	/	中止	中止	1,200	1,200	-%
岐阜高島屋物産展での 日商平均(千円)	/	中止	中止	20	20	-%

○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蔓延により事業中止。
令和 3 年度	<p style="color: red;">令和5年度当初予算にて追加</p> <hr/> 指標① 目標：___ 実績：___ 達成率：___%
令和 4 年度	<p style="color: red;">令和6年度当初予算にて追加</p> <hr/> 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	新型コロナウイルスの影響による人流減少が終息することを見据え、国内外の消費者に向けた県産品のPRを行っていく必要がある。
<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) 2	中部国際空港、百貨店は国内外の消費者が立ち寄る情報発信場所として最適な場であり、効果的に県の魅力を発信できる。
<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) 1	中部地方の玄関口となる中部国際空港での物産展を行うことで、幅広い消費者へのPRが見込める。

### (今後の課題)

○新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえつつ、県内各地域の特色を出した催事、コーナーとすることが必要。
---

### (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 新型コロナウイルス後の人流増加に備えて県産品の販売促進を進めるため、物産展に合わせて新しい県産品の発掘を進める。</p>
---

### (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	【〇〇課】
組み合わせて実施する理由や期待する効果 など	



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

< 3 ) 大都市圏百貨店等物産展開催事業 >

**1 事業の目標と成果**

(事業目標)

コロナ禍における県産品の販売機会と販売促進と、2025年大阪・関西万博を見据え、首都圏及び関西圏において、感度の高い消費者層をターゲットに、消費者向け販売フェア等を一定期間開催し、県産品の販売機会の創出や販路拡大販売力の向上につなげ、継続的な認知度向上を図る。

(目標の達成度を示す指標と実績)

指標名	事業開始前 (H29)	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)	46位 / 47都道府県	42位	30位	30位	20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 2 年度	<p>○西武池袋本店が岐阜県フェアを開催 場所：西武池袋本店 本館7階「くらしのぎふと」 会期：令和2年4月1日(水)～6月23日(火) ※コロナの影響により4月8日(水)～5月22日(金)は休止 商品：27社 ※コロナの影響により24社 主な商品：関の刃物、美濃焼、加工食品等</p> <p>○令和2年11月25日(水)～12月22日(火)に、同会場において開催される「くらしのぎふと」1周年企画において、20社の商品が販売されることとなり、うち下記5社の県産品が再度販売されることとなった。</p>
令和 3 年	<p style="color: red;">令和5年度当初予算にて追加</p> <hr/> <p>指標① 目標：___ 実績：___ 達成率：___%</p>
令和 4 年	<p style="color: red;">令和6年度当初予算にて追加</p> <hr/> <p>指標① 目標：___ 実績：___ 達成率：___%</p>

## 2 事業の評価と課題

### (事業の評価)

<p>・ <b>事業の必要性</b>（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) 3	<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の百貨店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>・ <b>事業の有効性</b>（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) 3	<p>首都圏および関西圏の消費者・バイヤーの県産品に対する認知度が向上することで、県産品の販売機会が増えるため、事業の有効性は高い。</p>
<p>・ <b>事業の効率性</b>（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) 2	<p>百貨店やそれとの強いネットワークを有する者など、県産品販売のノウハウを有している者に事業委託することにより、民間ノウハウを活用した効率的な運営が可能。</p>

### (今後の課題)

<p>事業を一過性のものとせず、事業者の販売機会の創出、販売力や品質管理の向上に寄与するよう、フォローアップを充実させる必要がある。</p>
--

### (次年度の方向性)

<p>より訴求力を高めるため、ある程度ジャンルを絞り込み、対象を明確にした販売フェア形式とする。</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>	【〇〇課】
<p>組み合わせる理由や期待する効果 など</p>	

# 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

## < 4 ) 岐阜県「県産品愛用推進宣言の店」指定店紹介冊子製作委託業務 >

### 1 事業の目標と成果

(事業目標)

- ・ 地域で生産される県産品の利用を促進するため、県産品愛用に積極的に取り組む店舗等を、「県産品愛用推進宣言の店」として指定する制度を平成14年7月に創設した。毎年度、指定店舗を増やしており、令和2年度は355店舗となっている。
- ・ 現在、指定店舗については、県のホームページにてPRを行っている。
- ・ この度、指定店を紹介するパンフレットを作成・配布し、県民に取り組みを広く周知するとともに、更なる指定店の増加を目指す。

(目標の達成度を示す指標と実績)

指標名	事業開始前 (R)	R2年度 実績	R3年度 目標	R4年度 目標	終期目標	
					(R6)	達成率
岐阜県「県産品愛用宣言の店」新規指定店舗数	/	14	10	10	10	-%

○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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県のHPにて募集を告知するとともに、関係団体及び市町村に対して周知を図った。</li> <li>・ 新規指定店舗は、飲食の部8店舗、食品製造販売の部2店舗、販売の部4店舗の計14店舗。</li> </ul>
令和3年度	<p style="color: red; margin: 0;">令和5年度当初予算にて追加</p> <p style="margin: 0;">指標① 目標：___ 実績：___ 達成率：___%</p>
令和4年度	<p style="color: red; margin: 0;">令和6年度当初予算にて追加</p> <p style="margin: 0;">指標① 目標：___ 実績：___ 達成率：___%</p>

## 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) 3	<p>地域で生産される県産品の利用を促進する地産地消の取組みは、県内の農産物生産及び地場産業の振興を図る事業であり、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) 2	<p>地産地消の取組みを推進するにあたり、事業者が行う取組みを後押しする制度であり、有効性は高い。</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）  <small>2：上がっている 1：横ばい 0：下がっている</small></p>	
(評価) 2	<p>地産地消の取組みを県民に広く周知するにあたり、飲食店や販売店舗など県民が利用する施設でPRを行う制度は効果的である。</p>

### (今後の課題)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・毎年新規指定店舗10店舗を指標としているものの、指定店をPRする場が指定を受けた店舗及び岐阜県のHP上のみであり、指定を受けた店舗事業者のPRの場が限定的である。</li> <li>・そのため、事業者に対して指定によるメリットが感じられず、申請数が減ってきている。</li> </ul>
---

### (次年度の方向性)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・県産品愛用に積極的に取り組む店舗等を広く紹介することで、県民に対して地産地消の醸成を図る。また、制度のPRを通じて指定店舗が意欲的になるとともに、更なる店舗数の増加を目指す。</li> </ul>
--

### (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>	【〇〇課】
<p>組み合わせる理由や期待する効果 など</p>	