

予 算 要 求 資 料

令和4年度当初予算

支出科目 款：農林水産費 項：農業費 目：農業振興費

事業名【新】輸出重点国農産物プロモーション事業費

(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)

農政部 農産物流通課 輸出戦略係 電話番号：058-272-1111(内2918)

E-mail：c11444@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 20,000 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 | 20,000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 20,000 |
| 決定額 | 20,000 | 20,000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

2 要 求 内 容

(1) 要求の趣旨（現状と課題）

・新たな輸出先国の開拓・輸出量の拡大については、これまでトップセールスの機会等を中心に、現地で県産農産物をPRすることによって行ってきており、飛騨牛、鮎、柿の輸出先国は、令和2年度末の時点で、飛騨牛25カ国、鮎5カ国、柿7カ国まで拡大した。

・新型コロナの感染拡大により輸出が落ち込んだ重点国において、飛騨牛など県産農産物の販路回復・拡大に向けた現地プロモーションを実施する。

(2) 事業内容

日欧EPA、日米貿易協定の発効等を追い風として、欧州、北米で市場調査、プロモーション等を開催する。

- ①現地シェフ向けの県産農産物（飛騨牛、鮎等）プロモーション及び調理セミナーの開催
- ②現地レストランにおいて、一般消費者向けの県産農産物フェアの開催
- ③在外公館と連携し、県産農産物の輸出拡大に影響力のある関係者に対して県産農産物のプロモーションを開催し、認知度拡大を図る。

(3) 県負担・補助率の考え方

県産農産物の海外販路の開拓・拡大には県のリーダーシップが不可欠である。

(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 |
|------|--------|---------------------|
| 旅費 | 4,200 | 事前調査及びプロモーションに係る渡航費 |
| 需用費 | 920 | PR資材等 |
| 役員費 | 300 | 通信料、翻訳費 |
| 委託料 | 14,500 | プロモーション委託費等 |
| 使用料 | 80 | 携帯電話レンタル等 |
| 合計 | 20,000 | |

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

- ・「清流の国ぎふ」創生総合戦略（H31.3策定）
3（1）④ 「ぎふブランド」づくり（情報発信・販路拡大）
- ・新たな「ぎふ農業・農村基本計画」（R3.3策定予定）
（3）ぎふ農林水産物のブランド展開 ①輸出拡大の強化

(2) 国・他県の状況

- ・国において、農林水産物の輸出を2020年までに1兆円、2030年までに5兆円とすることを目指し、国別・品目別輸出戦略を策定するなど、農林水産物の輸出拡大に取り組んでいる。
- ・また、全国的に輸出拡大への取り組みが行われており、特に県が力を入れている牛肉（飛騨牛）については、近江牛、神戸牛、鹿児島牛などの他の主要銘柄も輸出に力を入れている。

(3) 後年度の財政負担

新規の輸出国、新規の品目については、輸出のきっかけづくりから定着まで、3年程度は事業を継続する必要がある。

(4) 事業主体及びその妥当性

県産農産物の海外販路の開拓・拡大には県のリーダーシップが不可欠であり、県が実施主体となることは妥当。

事業評価調査書（県単独補助金除く）

新規要求事業

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

岐阜県の主要な輸出品目である、飛騨牛、鮎、柿について、アジア諸国のほか、欧州、北米への輸出を促進しブランド価値の向上を図る。

（目標の達成度を示す指標と実績）

| 指標名 | 事業開始前 (R) | R2年度 実績 | R3年度 目標 | R4年度 目標 | 終期目標 (R) | 達成率 |
|---------------|---------------|------------|------------|------------|---------------|-----|
| | | | | | | |
| ①飛騨牛の年間輸出量(t) | 0.3 (H20) | 45.1 | 70.0 | 80.0 | 100.0 (R5) | 45% |
| ②鮎の年間輸出量(t) | 0.02 (H25) | 0.8 | 5.0 | 7.5 | 10.0 (R5) | 8% |
| ③柿の年間輸出量(t) | 0.5 (H16) | 21.1 | 70.0 | 80.0 | 100.0 (R5) | 21% |

○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 | R2年度は新型コロナのため実績なし。 R1年度 ・豪州にて、飛騨牛プロモーション、岐阜鮎の輸出解禁要望を行った。 ・タイにて鮎の海外推奨店認定式を実施。 |
| 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) 3 | <p>・ 国内市場の縮小が見込まれる中、県産農産物の輸出促進及びブランド力向上のため、実施する必要性は高い。 ・ 日欧EPA、日米貿易協定の発効等により、農産物の輸出拡大に追い風となっている。</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) <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)

| |
|---|
| <p>・ 事業が直面する課題や改善が必要な事項 ・ 飛騨牛、鮎、柿ともに、2018年まで概ね順調に輸出量を増やしてきたが、2019年以降は新型コロナウイルス感染症の世界的な蔓延により輸出量が減少した。 ・ 各国の感染症対策が、レストラン、百貨店などの高級食材需要、農林水産物の輸出入にどのような影響を与えるか不透明。</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</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> | |