

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【新】ハラール認証飛騨牛販路開拓事業費

(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2896)

E-mail：c11444@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 8,000 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	8,000	0	0	0	0	0	0	0	8,000
決定額	8,000	8,000	0	0	0	0	0	0	0

2 要 求 内 容

(1) 要求の趣旨（現状と課題）

人口減少に伴う国内の牛肉需要が縮小している中で、世界人口の約4分の1（約16億人）を占めるイスラム諸国は、近年の経済発展による富裕層の増加や日本食ブームを背景に和牛需要が高まっており、極めて有望な市場である。

※ 牛肉一人当たりの家計消費量：3,033 g/年 (H22) → 2,451 g/年 (R2)

イスラム諸国への飛騨牛輸出はインドネシアを皮切りに、これまでに4か国・約3t輸出しているが、市場規模を考慮すると、今後、更なる輸出拡大のチャンスがあり、飛騨牛の認知度向上・販売定着に向けた取組を継続する必要がある。

※ 輸出先国：1か国 (H28) → 4か国 (R2)

※ 輸 出 量：51kg (H28) → 1,836kg (R2)

また、輸出拡大には新型コロナワクチン接種率の高まりを受け輸出先国の経済再開の動きと軌を一にして、他産地に先駆けてイスラム諸国イスラム諸国へのハラール和牛としての飛騨牛の認知度向上と販路開拓を図る必要がある。

更に、これまで海外ホテル・レストランでは、高級部位（サーロイン、リブロース等）の注文が中心で、未利用部位（赤身部位）が残ってしまうため、輸出事業者からは赤身部位なども併せて輸出できるように支援・PRしてほしいとの声もある。

よって、国内外でのメニューフェア及びキャンペーンを実施し、販売促進を図るとともに、未利用部位の商品化等により、ハラール認証飛騨牛の輸出拡大を図る。

(2) 事業内容

○海外向け

【マレーシア】

- ・ハラール認証飛騨牛の取扱に関心のある現地ホテル・レストラン等において、ハラール認証飛騨牛メニューフェアを開催する。
- ・ハラール認証飛騨牛を取扱う大手販売業者において、ハラール認証飛騨牛販売キャンペーンを開催する。

【インドネシア】

- ・新たな販路開拓や輸出ルートの確立・定着及び現地の嗜好性や消費ニーズの把握・調査を実施する。

○国内向け

- ・赤身部位を活用した商品の開発・製品化に向けた試験的取組を実施する。
例：スライス肉（しゃぶしゃぶ・すき焼き）、焼肉用、もつ等の商品化

(3) 県負担・補助率の考え方

輸出への取り組みは、県の農業支援対策であり、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
需用費	300	PR資材購入費
委託料	7,700	プロモーション委託費等
合計	8,000	

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年3月策定）
3（1）④ 「ぎふブランド」づくり（情報発信・販路拡大）
- ・「ぎふ農業・農村基本計画」（R3年3月策定）
（3）ぎふ農畜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：輸出環境課題の解決に向けた取組の実施
- 輸出環境整備推進事業（国際的認証資格取得等支援事業）
内容：対象国・地域が求める検疫等条件への対応（ハラール認証）等、
他国産との差別化が図られる規格の取得・更新の経費を補助
- 国：食肉等の施設整備に対する補助メニュー有
- 強い農業づくり交付金
内容：イスラム圏向けのハラール対応型食肉処理施設等の整備
補助：1／2以内

(3) 後年度の財政負担

次年度以降も継続して実施する。

(4) 事業主体及びその妥当性

県内農畜水産物の情報発信や輸出を含めた販路の拡大については、創生総合戦略でも県の役割として位置づけられており、県負担は妥当。

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

成長著しいインドネシア、マレーシアにおいて、他産地に先駆けて現地でのハラール認証飛騨牛の認知度向上、販路開拓に取り組み、日本産牛肉における飛騨牛のシェアを獲得する。

また、未利用部位である赤身部位を活用した商品を開発し、ハラール認証飛騨牛を1頭フルセットで輸出できるようにする。

（目標の達成度を示す指標と実績）

指標名	事業開始前 (R2)	R2年度 実績	R3年度 目標	R4年度 目標	終期目標 (R7)	達成率
①飛騨牛の年間 輸出量（t）	45.1	45.1	65.0	80.0	100.0	177%

○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	国内外において、コロナ禍において可能なプロモーションを実施した。 国内では、2月に首都圏のレストランにおいて開発したハラール認証飛騨牛のメニューをデリバリー形式により、イスラム諸国在京大使館に配達し、メニューの試食を実施した。 海外では、2月から現地食肉販売事業者において、ハラール認証飛騨牛販売キャンペーンを実施した。
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)

<ul style="list-style-type: none"> ・ 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 	
(評価) 3	<p>国内市場の縮小が見込まれる中、岐阜県産農産物の輸出促進及びブランド価値向上のため、必要性は高い。 また、イスラム諸国は経済成長著しく、新たな市場として有望である。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ・ 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 	
(評価)	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 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 	
(評価)	

(今後の課題)

<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業が直面する課題や改善が必要な事項 ターゲットとするインドネシア及びマレーシアについては、飛騨牛の取扱量が少ないため、認知度向上が必要である。 これまで、主に高級部位のみ輸出されていたため、赤身部位を含めフルセットでの輸出が必要となる。

(次年度の方向性)

<ul style="list-style-type: none"> ・ 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 国内市場の縮小が見込まれる中、イスラム諸国を新たなターゲットに加えることにより、輸出先国・品目の拡大に継続して取り組む。
--

(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】
組み合わせる理由 や期待する効果 など	