

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 ひだ・みの農畜産物販路拡大事業費補助金

(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

1 事業費 6,800千円 (前年度予算額: 6,800千円)

<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	6,800	3,400	0	0	0	0	0	0	3,400
要求額	6,800	3,400	0	0	0	0	0	0	3,400
決定額	6,800	3,400	0	0	0	0	0	0	3,400

2 要求内容

(1) 要求の趣旨 (現状と課題)

県産農産物については、全農岐阜県本部が主体となって、販路拡大・PR活動等を量販店や百貨店、消費者向けに行っている。

岐阜県の農産物に関しては、県が主体となって取り組みを行うほか、生産者団体の活動を継続して支援する必要がある。

(2) 事業内容

- ・ 商談会や大都市圏でのイベント等飛騨牛・岐阜柿等のブランド品目PR活動
- ・ ほうれんそう・えだまめ等主要品目の関西圏・中京圏の量販店でPR・フェア
- ・ 県産米の主力品種「ハツシモ」と「コシヒカリ」を中心とした「ぎふの米」を消費者にPRする県産米消費拡大活動

(3) 県負担・補助率の考え方

県 1/2

- (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	6,800	PR活動経費、販売促進活動経費
合計	6,800	

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PR、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、全国農業協同組合連合会岐阜県本部とする。JAに出荷された農産物の共同販売事業を行っており、県産農産物のPR、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	ひだ・みの農畜産物販路拡大事業費補助金
補助事業者（団体）	全農岐阜県本部 （理由） 様々な県産農畜産物を取り扱う出荷団体であるから
補助事業の概要	（目的） 県産農産物に関しては、全農岐阜県本部が主体となって、販路拡大・PR活動等を量販店や百貨店、消費者向けに行っているが、県も一体となって消費拡大に向けた取り組みを行う必要があり、継続して支援する必要がある。 （内容） ・ 商談会や大都市圏でのイベント等飛騨牛・岐阜柿等のブランド品目PR活動 ・ ほうれんそう・えだまめ等主要品目の関西圏・中京圏の量販店でPR・フェア ・ 県産米の主力品種「ハツシモ」と「コシヒカリ」を中心とした「ぎふの米」を消費者にPRする県産米消費拡大活動
補助率・補助単価等	定額・定率・その他（例：人件費相当額） （内容）1/2 （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、一層の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 （理由）ぎふ農業・農村基本計画の位置づけ

(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】 令和7年までに関西圏の飛騨牛の取扱店舗を25店舗増加</p> <p>【主要品目】 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】 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 (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 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 (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	7,200 千円	7,200 千円	7,200 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"> ・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。 ・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ます。 <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)

・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	<ul style="list-style-type: none"> ・柿、飛騨牛、ほうれんそう及びえだまめ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。 ・食の多様化により、平成 28 年の 1 人当たり年間米消費量はピークだった昭和 37 年の 46%まで減少しており、全国的にも各産地

	<p>が独自ブランド化・消費拡大の取り組みを進めているため産地間競争が激しく、当県においても県産米のブランド化の取り組みを続けることは必要である。</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） 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） 2：期待どおりの成果あり（単年度目標 100% 達成） 1：期待どおりの成果が得られていない（単年度目標 50~100%） 0：ほとんど成果が得られていない（単年度目標 50% 未満）</p>
<p>（評価） 2</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ ほうれんそう、えだまめは平成 21 年～令和元年まで、大阪市場でシェア 1 位をキープ、富有柿についても、東京市場において高いシェア及び高単価をキープしており、これは地道なフェアや販売促進活動の成果といえる。 ・ 米の需要というのは短期間に劇的に増減するものではなく、また販売動向は、全国作柄・需給・消費動向、他産地銘柄の価格水準等、外部環境の影響を受けるが、県産米の PR を継続して行っていることで量販店や外食産業等にて一定の評価を得られ、取り扱いの継続または拡大につながっている。
	<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>
<p>（評価） 2</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 全農岐阜県本部が主体となって行う PR 活動に県が支援をすることにより、県産農畜産物に対し、県として効率よく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）

<p>・ 事業が直面する課題や改善が必要な事項 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。</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 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。</p>
--