

予 算 要 求 資 料

令和5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 飛騨牛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 販売対策係 電話番号：058-272-1111(内4068)

E-mail：c11444@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 7,106 千円 (前年度予算額： 5,106 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	5,106	0	0	0	0	0	0	0	5,106
要求額	7,106	0	0	0	0	0	0	0	7,106
決定額									

2 要 求 内 容

(1) 要求の趣旨（現状と課題）

- ・平成23年より首都圏における飛騨牛のPR及び販路開拓に取り組み、飛騨牛取扱店は令和3年度末には128店舗と増加し、首都圏で「飛騨牛を食べることができるお店」は着実に増加した。しかし、飛騨牛の知名度としては三大和牛には追い付いていないのが現状であり、飛騨牛のブランド力強化には、情報発信力のある首都圏での継続的なプロモーションが欠かせない。
- ・2022年には、首都圏の飛騨牛取扱店でメニューフェアを開催し、消費者に対してのPRを継続的に行い、飛騨牛の認知度向上を図るとともに、取扱店認定制度を創設し、料理店におけるメニューの定着を図る。
- ・アフターコロナを見据えた訪日ムスリムのインバウンド需要にも対応するため、首都圏におけるハラール認証飛騨牛の取扱レストランを確保し、プロモーション及び情報発信を効果的に実施することで、その後の国内外における飛騨牛の需要拡大を図る。

(2) 事業内容

- 飲食店と流通業者をつなぐ人材の設置
 - ・大都市圏のホテルやレストランに対し、ネットワークを持つ経験豊富な人材を雇用し、県内食肉事業者等の営業活動に対して助言等を行う。
- メニューフェアの開催
 - ・首都圏の飛騨牛取扱店でメニューフェアを開催し、消費者に対してのPRを行い、飛騨牛の認知度向上を図るとともに、取扱店認定制度を創設し、料理店におけるメニューの定番化を図る。
- ハラール認証飛騨牛メニューフェアの開催
 - ・ハラール認証飛騨牛取扱レストランを確保し、メニューフェアを開催するとともに、国内外のムスリムに向けてその情報発信を行う。

(3) 県負担・補助率の考え方

飛騨牛の大都市圏への取り組みは、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
報償費	32	プロポーザル評価会議 委員報酬 (3名)
旅費	194	プロポーザル委員 費用弁償
消耗品費	210	事務用品・啓発物品購入
委託料	6,670	飲食店と流通業者をつなぐ人材の設置に係る経費 飛騨牛メニューフェア等に係る経費
合計	7,106	

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 「ぎふ農畜水産物のブランド展開」
大都市圏の需要喚起に向けた販売促進の強化

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）

・首都圏において継続的に飛騨牛を取扱ってもらえる飛騨牛取扱認定店を令和7年度までに80店舗確保する。

（目標の達成度を示す指標と実績）

指標名	事業開始前 (R3)	R3年度 実績	R4年度 目標	R5年度 目標	終期目標 (R7)	
					達成率	
①飛騨牛取扱店の認定数	0	33	45	60	80	41%

○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"> ・首都圏のホテル、レストラン30店舗において飛騨牛メニューフェアを開催（7～9月）するとともに、飛騨牛の新規取扱店を7店舗確保した。
令和3年度	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染症緊急事態宣言により、7～9月にかけて開催を準備していたメニューフェアの開催は中止となったが、この期間中に首都圏のホテル、レストラン21店舗が飛騨牛メニューを提供し、そのうちの新規取扱店は3店舗だった。 <p>指標① 目標：<u>30</u> 実績：<u>33</u> 達成率：<u>110%</u></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)

・ 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) 2	飛騨牛の首都圏でのプロモーション活動は、生産者や流通業者も希望している。また、情報発信力の高い首都圏でPRすることが、飛騨牛の認知度向上及びブランド力強化のためには効果的である。
・ 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) 2	飛騨牛販路拡大コーディネーターにより、県内の食肉事業者にはネットワークがない首都圏有名ホテルの食材購入の決定権がある人物に直接働きかけることができ、飛騨牛を利用するホテル・レストラン自体は増加している。
・ 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) 1	ホテルやレストラン等で使用する食材の決定権を持つ人に直接的に働きかけることにより、時間・広告費用の効率化を図ることができる。

(今後の課題)

- ・ 飛騨牛のブランド力強化を図るため、フェア期間に限らず、継続的に飛騨牛を取り扱ってもらえる店舗の確保をおこなう。

(次年度の方向性)

- ・ 飛騨牛の確固たるブランド力を築くためには事業を継続し、さらなる認知度向上を目標とする。