

予 算 要 求 資 料

令和5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】海外向け飛騨牛PR強化事業費

(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4065)

E-mail：c11444@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 5,000 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	5,000	0	0	0	0	0	0	0	5,000
決定額	0	0	0	0	0	0	0	0	0

2 要 求 内 容

(1) 要求の趣旨(現状と課題)

・飛騨牛はその品質の良さから国内外で高値で取り引きされているが、全国各地のブランド和牛が輸出拡大の取組みを加速化させる中、商品価値(なぜ高いのか)を十分に説明できず、商機を逸することがある。

→ R4年度月平均枝肉価格(A5和牛)：飛騨ミート2,888~3,735千円/kg、東京食肉市場2,565~2,866千円/kg

・新型コロナ禍のR2~3年度にはオンラインプロモーションを実施してきたが、アフターコロナを見据え、オンラインとリアル産地PRを組み合わせるなど、より効果的な取組みが必要となっている。

(2) 事業内容

・影響力のある海外シェフを招へいし産地を紹介するとともに、シェフの視点からの産地紹介動画を制作・発信し、飛騨牛を育む産地の魅力、高度な衛生管理の紹介をリアル、オンラインの双方から進める。

・飛騨牛の賞味期限は世界最高水準の100日であり、また、令和5年度には地理定表示(GI)保護制度(農林水産省)に認定される見込みである。こうした飛騨牛の強みをPRする販促資材を新たに作成し、飛騨牛の魅力を海外に情報発信する。

(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
委託料	5,000	動画・パンフレット制作費、海外シェフ招へい費等
合計	5,000	

決定額の考え方

他団体において類似事業を実施しているため、計上を見送ります。

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）
（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。

(3) 後年度の財政負担

ぎふ農業・農村基本計画の目標年（令和7年度）まで

(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 (H28)	R3年度 実績	R4年度 目標	R5年度 目標	終期目標 (R7)	達成率
①飛騨牛の年間輸出量(t)	0.3 (H20)	89.5	70.0	80.0	100.0	89.5%
②鮎の年間輸出量(t)	0.02 (H25)	1.8	3.0	5.0	10.0	18.0%
③柿の年間輸出量(t)	0.5 (H16)	21.7	70.0	80.0	100.0	21.7%

○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>・取組内容と成果を記載してください。</p>
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>	
(評価) 2	<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 ・ 他県も輸出に取り組んでおり、現地での知名度の確立のため、継続的にPRしていく必要がある。</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</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>	