

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 県産農畜水産物関西圏市場開拓事業費

(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 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 7,479 千円 (前年度予算額： 5,382 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	5,382	5,382	0	0	0	0	0	0	0
要求額	7,479	0	0	0	0	0	0	0	7,479
決定額	5,382	5,382	0	0	0	0	0	0	0

2 要 求 内 容

(1) 要求の趣旨(現状と課題)

関西圏における県産農畜水産物の流通については、ほうれんそう、えだまめなどの夏秋野菜を中心に卸売市場へ出荷され、スーパーなど小売向けやレストランなど業務用として幅広く販売されており、ほうれんそう、えだまめは大阪市中央卸売市場のシェア1位を確保している。

一方、飛騨牛や天然鮎などトップブランド品目は、県内事業者から個別のルートでの飲食店や小売店への流通に留まっており、コロナ禍で販売が低迷したトップブランド品目の新たな販売ルート開拓が求められている。

また、2025年に開催予定の大阪・関西万博は、県産農畜水産物を国内外へPRするうえで絶好の機会であることから、飛騨牛や鮎をはじめとする県産農畜水産物を食べられる店舗開拓を進める必要がある。

(2) 事業内容

コロナ禍で低迷した販路の確保と大阪・関西万博に向けた県産農畜水産物のPRのための食の都「大阪」での県産農畜水産物の販路拡大を図る。

(ア) 関西圏における県産農畜水産物取扱飲食店の開拓

- ・専任コーディネーターを設置し、青果物の飲食店向け販路や県人会等の人脈を活用した販売ルートの開拓を進めるとともに、シェフ試食会や商談会による業務需要の掘り起こしを図る。

(イ) レストランフェアによる県産農畜水産物PR

- ・消費者向けのレストランフェア開催により、飛騨牛・鮎を中心とした県産農畜水産物の認知度向上を図る。

(ウ) 量販店での県産農畜水産物販売促進キャンペーン

- ・高級百貨店等での消費者向けの販売促進キャンペーンの開催により、県産農畜水産物の認知度向上を図る。

(3) 県負担・補助率の考え方

関西圏への販路開拓は県の販売戦略であり、県負担は妥当

(4) 類似事業の有無

有 「大都市圏販路拡大対策事業費」

- ・当該事業により県が行う実需者向けの販路開拓等の取組みは、首都圏に限られ、関西圏における新たな取組が必要。

「飛騨牛プロモーション事業費」

- ・当該事業は、飛騨牛の取扱量の拡大に特化したものであり、幅広く県産農畜水産物の販売促進対策には活用できない。

「2020農畜水産物レガシー活用推進事業費」

- ・当該事業は、東京オリパラ大会を契機とした首都圏での県産農畜水産物PRの成果を活かし、輸出戦略との両輪で国内外への魅力発信を行うものであり、関西圏での販路開拓には活用できない。

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	プロポーザル委員報償費
旅費	129	プロポーザル委員費用弁償、関西圏事業者との打ち合わせ等
需用費	526	県産農産物の食材サンプル、事務用品費
役務費	20	電話、郵便代
委託料	6,772	試食会・商談会、メニューフェア・販促キャンペーン開催
合計	7,479	

決定額の考え方

事業内容を精査し、所要額を計上します。

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

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のプロモーション

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

2025年大阪・関西万博に向けて、関西圏における飛騨牛及び天然鮎をはじめとする県産農畜水産物の販路開拓を進めるとともに、県産農畜水産物が食べられる店舗開拓を進める。

（目標の達成度を示す指標と実績）

指標名	事業開始前 (H30)	R3年度 実績	R4年度 目標	R5年度 目標	終期目標 (R7)	達成率
①ほうれんそう、 えだまめ市場シェア (大阪市場)	1位	1位	1位	1位	1位	100%
②鮎の市場シェア (大阪市場)	2位	2位	2位	2位	1位	0%
③飛騨牛取扱店舗 (関西圏)	—	7件	9件	11件	15件	47%

○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> <p>指標① 目標：___ 実績：___ 達成率：___ %</p>
令和 3 年度	<p>・関西圏での県産食材コーディネーター設置</p> <p>・オンライン産地見学会の実施</p> <p>・食材取扱条件調査の実施</p> <p>指標① 目標：1位 実績：1位 達成率：100%</p> <p>指標① 目標：1位 実績：2位 達成率：0%</p> <p>指標① 目標：15件 実績：7件 達成率：47%</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) 3	<p>トップブランド品目の、コロナ禍に対応する販路拡大対策に加え、大阪・関西万博など世界的なイベントが行われる機会をとらえて販売促進・PRを図ることは、そのブランド価値向上にとって不可欠な取組みである。</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) <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) 2	<p>大阪市場における青果物（ほうれんそう、えだまめ）の市場シェアは1位を維持できている。</p>
<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) 1	<p>関係事業は今後設置予定の関係団体等で構成される協議会組織で協議の上、実施されることになるため効率的な実施が期待できる。</p>

(今後の課題)

<p>・ 事業が直面する課題や改善が必要な事項 関西圏における県産農畜水産物の認知度向上と、飛騨牛や鮎の取扱拡大に向けた新たな販路の開拓</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 コロナ禍に対応すべく関西圏での集中的な販路開拓及び販売促進・PRを図るとともに、あわせて大阪・関西万博に向けた県産農畜水産物の認知度向上を図る。</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>組み合わせて実施する理由 や期待する効果 など</p>	