

予 算 要 求 資 料

令和6年度当初予算

支出科目 款：商工費 項：商工費 目：商業振興費

事業名 県産品販路開拓促進事業費

(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)

商工労働部 県産品流通支援課 県産品振興係 電話番号：058-272-1111(内3816)

E-mail : c11370@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 5,608 千円 (前年度予算額： 15,888 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	15,888	0	0	0	0	0	0	0	15,888
要求額	5,608	0	0	0	0	0	0	0	5,608
決定額									

2 要 求 内 容

(1) 要求の趣旨(現状と課題)

県内のモノづくり企業は、OEM・下請け体質の企業が多く、商品の販路を自ら開拓するノウハウに乏しい。

そこで、百貨店などの集客力のある場所等において、県産品の販売フェアを実施し、販売力の向上につなげると同時に、消費者の県産品に対する継続的な認知度向上を図っていく。

(2) 事業内容

①岐阜県観光物産展開催事業

- ・県内の一大消費圏である岐阜市において、岐阜高島屋での物産展を開催し、高島屋の集客力による県産品の販売促進と商品PRを図る。

③岐阜県「県産品愛用推進宣言の店」指定店紹介冊子製作委託業務

- ・「県産品愛用推進宣言の店」に指定された店舗について、県のホームページにてPRを行っている。

指定店を紹介するパンフレットを作成・配布し、県民に取り組みを広く周知するとともに、更なる指定店の増加を目指す。

(3) 県負担・補助率の考え方

県産品の販路拡大に向けた支援施策は、県内事業者の販売力、商品開発力を高め雇用創出につなげる、県の経済対策及び地域活性化対策であり、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
旅費	365	職員業務旅費、旅費弁償
需用費	50	事務消耗品費
役員費	50	通信運搬費
使用料	220	催事会場費
委託料	4,923	物産展運営費、パンフレット作製費
合計	5,608	

決定額の考え方

4 参考事項

(1) 各種計画での位置づけ

「岐阜県経済・雇用再生戦略」

5 県産品の世界展開プロジェクト

(2) 国内における販路拡大支援

「岐阜県食品安全行動基本計画」

施策の方向2 食品に対する安心感の向上

3 食品の安全に関する各認定制度の活用

(1) 食品の安全に関する各認定制度の普及推進

施策の方向3 将来にわたる安全な食生活の確保

1 県内農畜産物の生産・消費の推進

(2) 地産地消の推進

(2) 後年度の財政負担

企業知名度及び県産品イメージの定着化・成果を確認するため、継続的な支援が必要。

(3) 事業主体及びその妥当性

催事等を行うことで、県内中小規模事業者が新たな商談の機会を得やすくなり、販路拡大及び、商品や事業者の知名度が向上する。

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
物産展開催や県産品販売コーナーを通じて、県産品の販売促進を図る。

（目標の達成度を示す指標と実績）

指標名	事業開始前 (R)	R4年度 実績	R5年度 目標	R6年度 目標	終期目標 (R9)	達成率
①岐阜高島屋物産展での日商平均(千円)		中止	20	20	20	-
②「県産品愛用宣言の店」新規指定店舗数		11	10	10	10	110%

○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	新型コロナウイルス感染症の蔓延により物産展中止。 新規指定店舗は、飲食の部8店舗、食品製造販売の部2店舗、販売の部4店舗の計14店舗。
	指標① 目標： 20千円 実績： 中止 達成率：0%
	指標② 目標： 10店 実績： 14店 達成率：140%
令和3年度	新型コロナウイルス感染症の蔓延により事業中止。 新規指定店舗は、飲食の部10店舗、食品製造販売の部1店舗、販売の部15店舗の計26店舗。
	指標① 目標： 20千円 実績： 中止 達成率：0%
	指標② 目標： 10店 実績： 26店 達成率：260%
令和4年度	新型コロナウイルス感染症の蔓延により物産展中止。 新規指定店舗は、飲食の部2店舗、食品製造販売の部8店舗、販売の部1店舗の計11店舗。
	指標① 目標： 20千円 実績： 中止 達成率：0%
	指標② 目標： 10店 実績： 11店 達成率：110%

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>コロナ禍からの回復期において、国内外の消費者に向けた県産品のPRを行っていく必要がある。一方、地産地消の取組みは、県内の農産物生産及び地場産業の振興を図る事業であり、必要性は高い。</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>百貨店は国内外の消費者が立ち寄る情報発信場所として最適な場であり、効果的に県の魅力を発信できる。また、指定制度は、事業者が行う地産地消の取組みを後押しする制度であり、有効性は高い。</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>地産地消の取組みを県民に広く周知するにあたり、飲食店や販売店舗など県民が利用する施設でPRを行う制度は効果的である。</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 県内各地域の特色を出した催事、コーナーとすることが必要。 指定店のPR効果の高い紙面づくりが必要。</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 コロナ禍からの回復期において、県産品の販売促進を図るため、物産展の開催や県産品愛用推進宣言の店のPRを続ける。</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>組み合わせる理由 や期待する効果 など</p>	