

予 算 要 求 資 料

令和6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 県産農産物販売力強化事業費

(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 地産地消係 電話番号：058-272-1111(内4064)

E-mail：c11444@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 7,407 千円 (前年度予算額：7,307 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	7,307	0	0	0	0	0	0	0	7,307
要求額	7,407	0	0	0	0	0	0	0	7,407
決定額									

2 要 求 内 容

(1) 要求の趣旨（現状と課題）

- ・農家所得や地域活力の向上、農村地域での雇用の増大等を図るためには、地域の農林水産物等の資源を活用した6次産業化の取組みを拡大していく必要がある。
- ・一方で、十分な市場調査がないまま商品開発に着手する場合もあるため、消費者ニーズに合わせた商品づくり、販路開拓、プロモーションなど、戦略的な商品開発、販路開拓力の強化が課題となっている。

(2) 事業内容

- ①商品開発・ブラッシュアップ
 - ・アンテナショップを拠点とした消費者モニタリングを行い、売上状況、消費者意見を収集するほか、商品ブラッシュアップ支援を行い、商品力向上を図る。
- ②商品PR・販売支援
 - ・6次産業化商品の活用方法や魅力をPRするための催事を実施。また、6次産業化商品の知名度向上及び魅力を発信するため、インターネット等を活用した情報発信、商品販売を実施。
- ③販路開拓
 - ・農業者と食品関係事業者とのマッチングや新たな販路開拓のため、金融機関と連携した商談会を開催する。

(3) 県負担・補助率の考え方

・農山村地域の活性化に向けた6次産業化推進の課題である売れる商品づくりと認知度向上のための商品PR、販路拡大にかかる支援を強化するため、県負担は妥当

(4) 類似事業の有無

なし

3 事業費の積算 内訳

事業内容	金額	事業内容の詳細
旅費	275	職員旅費
需用費	250	事務用品
役員費	150	郵送、FAX、電話
委託料	6,332	商品開発・ブラッシュアップ支援、商談会の開催等
負担金	400	商談会・研修会開催
合計	7,407	

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

(2) 安心して身近な「ぎふの食」づくり

①地産地消県民運動の展開

地域資源を活用した6次産業化の推進

(3) ぎふ農畜水産物のブランド展開

②大都市圏の需要喚起に向けた販売促進の強化

中京圏プロモーションの実施

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

名古屋栄の「観光・食・モノ」情報発信拠点「GIFTS PREMIUM」を活用し、効果的なPR活動の展開により6次産業化商品の販路拡大を図りたい。

（目標の達成度を示す指標と実績）

指標名	事業開始前 (R元)	R4年度 実績	R5年度 目標	R6年度 目標	終期目標 (R7)	達成率
① 6次産業化認定事業者数	93	101	108	110	111	91%

○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"> 金融機関と連携した販路開拓商談会は、新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から開催を中止したが、商談会で得られる効果への期待は大きいため、引き続き開催に向けた取組みが必要 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、対面販売等の実施が困難な状況のなか、アンテナショップを拠点に県内6次産業化事業者等による対面販売を25回、販売促進フェアを14回実施した。試食を伴うテストマーケティングの実施が困難であるため、サンプル提供によるアンケート調査を5事業者において実施した。6次産業化事業者等による対面販売、テストマーケティングの機会を提供することで、生産者自身が商品改良のヒントをえることとなったほか、商品の知名度向上や売上増につながった。
	指標① 目標：98 実績：95 達成率：96 %
令和3年度	<ul style="list-style-type: none"> 金融機関と連携した販路開拓商談会は、新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から開催を中止したが、商談会で得られる効果への期待は大きいため、引き続き開催に向けた取組みが必要 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、対面販売等の実施が困難な状況の中、アンテナショップを拠点に県内6次産業化事業者等による対面販売を42回、販売促進フェア13回実施した。試食を伴うテストマーケティングの実施が困難であるため、サンプル提供によるアンケート調査を5事業者において実施した。6次産業化事業者等による対面販売、テストマーケティングの機会を提供することで、生産者自身が商品改良のヒントを得ることとなったほか、商品の知名度や売上増につながった。
	指標① 目標：102 実績：98 達成率：96 %

令和4年度	<ul style="list-style-type: none"> 金融機関と連携した販路開拓商談会は、新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から開催を中止したが、商談会で得られる効果への期待は大きいため、引き続き開催に向けた取組みが必要 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、対面販売等の実施が困難な状況の中、アンテナショップを拠点に県内6次産業化事業者等による対面販売を56回、販売促進フェア8回実施した。試食を伴うテストマーケティングの実施が困難であるため、サンプル提供によるアンケート調査を5事業者において実施した。6次産業化事業者等による対面販売、テストマーケティングの機会を提供することで、生産者自身が商品改良のヒントを得ることとなったほか、商品の知名度や売上増につながった。
	指標① 目標：106 実績：101 達成率：95%

2 事業の評価と課題

(事業の評価)

<ul style="list-style-type: none"> 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	<p>農業者の所得向上につなげるためには、6次産業化商品の持つ新規性や魅力を消費者に情報発信することに加え、商品の販売力を強化することが必要である。</p>
<ul style="list-style-type: none"> 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	<p>6次産業化商品の販売力向上、知名度向上を図るためには、アンテナショップや量販店等において商品背景とともに魅力をPRするほか、産学金管の連携による商品開発や商談の場を提供することが効果的である。</p>
<ul style="list-style-type: none"> 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) 2	<p>産学金官との連携により、相互に専門分野が活かされた魅力ある商品づくり、販路開拓が可能であり、効率的にできている。</p>

(今後の課題)

<ul style="list-style-type: none"> 事業が直面する課題や改善が必要な事項 コロナ禍において、試食を伴う対面での商談会、テストマーケティングの実施が困難であるため、実施方法について検討が必要である。

(次年度の方向性)

・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

対面販売機会や事前事後フォローを含む商談会を随時実施することにより、商品のブラッシュアップや生産事業者の商談能力の向上を支援し、6次産業化事業者、農業生産者の所得向上を図る。

(他事業と組み合わせて実施する場合の事業効果)

組み合わせ予定のイベント 又は事業名及び所管課	食と農のアンテナショップ機能強化事業費 6次産業化促進事業費 【農産物流通課】
組み合わせて実施する理由 や期待する効果 など	情報発信拠点「GIFTS PREMIUM」を中心として、食と農の情報発信、6次産業化商品の販売力強化、新たな流通経路の構築を推進することで効率的に情報発信できる。