

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 大都市圏販路拡大対策事業費

(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 流通企画係 電話番号：058-272-1111(内4062)

E-mail：c11444@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 7,669 千円 (前年度予算額： 7,669 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	7,669	0	0	0	0	0	0	0	7,669
要求額	7,669	0	0	0	0	0	0	0	7,669
決定額									

2 要 求 内 容

(1) 要求の趣旨 (現状と課題)

○ 大都市圏

県産農産物の県外への販売拡大に向けて、三大都市圏（東京・大阪・名古屋）向けに各市場圏の特性に合わせた販路拡大対策を展開する。

○ 中部圏

第99回中部圏知事会議をきっかけとした「中部圏のブランド食材の販売促進に向けたワーキング・グループ」の活動を通じ、県産農産物のPRを図るため、各県市が開催するイベントへの相互出店等に取り組む。

(2) 事業内容

(ア) 県産農産物のブランド力向上を目指し、大都市圏に対し「鮎」、「柿」を始めとする県産農産物の集中的なPR活動を展開

- ・ 情報発信力のある人材を活用したブランド農産物のPR
- ・ 首都圏における鮎メニューフェアの開催
- ・ 首都圏における県産農産物のイベントへの出展
- ・ 百貨店、高級果実専門店等での柿等の取扱い定番化を図るフェアの開催
- ・ 県産農畜水産物を活用した料理教室の開催

(イ) 関西圏でのテストマーケティング

・ 県産農産物の主要販売先である関西圏において、ほうれんそう、トマト、えだまめ等続く、新たな主力品目の育成及び6次産業化商品の販路先開拓を図るため、新品目のPR及びテスト販売の機会を設ける。

(ウ) 「中部圏のブランド食材の販売促進に向けたワーキング・グループ」の取組み

- ・ 各県市において開催されるイベントへの相互出店
- ・ 中部圏ブランド食材イベント等への出展料負担

(3) 県負担・補助率の考え方

大都市圏、中部圏への取組は、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		
旅費	983	首都圏等の事業者との打ち合わせ等
需用費	1,003	県産農産物の食材サンプル、事務費
役員費	173	通信運搬費、輸送費
委託料	5,090	鮎メニューフェア、農産物フェア、メニュー開発、調理委託等
使用料	170	出展小間料等
補助金		
その他	250	イベント出展負担金等
合計	7,669	

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

6-1-(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

(2) 国・他県の状況

国における支援メニューは無し。

各県、地域の事情に応じた農畜水産物のPR、販売促進支援策あり。

(3) 後年度の財政負担

ぎふ農業農村基本計画に基づくプロモーションを図るため、同計画期間中は継続。

(4) 事業主体及びその妥当性

事業主体：県

県産農産物のPR、販売促進を岐阜県として実施するため。

事業評価調書（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

大阪に常駐して行うきめ細かな情報収集及び産地等への情報提供など、多様化する消費ニーズに応じた素早い出荷対応を行い、県内産地の取引条件の向上、出荷量や出荷品目の拡大を図り、関西圏をはじめとする大都市圏への県産農産物販売額割合を維持・拡大する。

（目標の達成度を示す指標と実績）

指標名	事業開始前	R4年度 実績	R5年度 目標	R6年度 目標	終期目標 (R)	達成率
①ほうれんそう、えだまめの大阪市場でのシェア	1位 (H21)	1位	1位	1位	1位	100%
各州市のイベントへの乗り入れ	1件 (H25)	5件	9件	9件	9件	56%
岐阜県イベントへの出展	9件 (H29)	0件	9件	9件	9件	0%

○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"> 清流長良川の鮎フェア（14店舗） 中部圏の相互出展（販売・展示）による農産物PR【中止】 関西圏における新品目のテストマーケティング 県産農畜水産物を活用した料理教室の開催
	指標① 目標：__1位__ 実績：__1位__ 達成率：__100__ %
令和3年度	<ul style="list-style-type: none"> 清流長良川の鮎フェア 中部圏の相互出展（販売・展示）による農産物PR 関西圏における新品目のテストマーケティング 県産農畜水産物を活用した料理教室の開催
	指標① 目標：__1位__ 実績：__1位__ 達成率： 100 %
令和4年度	<ul style="list-style-type: none"> 清流長良川の鮎フェア 中部圏の相互出展（販売・展示）による農産物PR 関西圏における新品目のテストマーケティング 県産農畜水産物を活用した料理教室の開催
	指標① 目標：__1位__ 実績：__1位__ 達成率： 100 %

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	<ul style="list-style-type: none"> ・ 鮎の首都圏での取扱拡大対策は、県内事業者から要望がある。 ・ 柿、いちご生産者団体から高級品の販路開拓の要望がある。 ・ 広域連携による県ブランド食材の利用促進のため、県の関与は妥当である。
<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	<ul style="list-style-type: none"> ・ 鮎新規取扱店舗は、H30～R3に14店舗増加している。 ・ コロナ禍の中、対策を図りつつ、料理教室の開催を通じて消費者への県産農畜水産物のPRを図るとともに、商談会への出展を通じてテストマーケティングをすすめることができた。
<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) 2	<p>イベントの開催の際にはシェフが集まる組織を活用し周知するなど効率的かつ多数の人にPRを図った。</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 取扱量拡大対策と認知度向上対策は車の両輪であり、鮎、岐阜柿の取扱い拡大対策を行うと同時に認知度向上に取り組むなど、効果的・効率的に行っていく必要がある。また、新たな品目の支援も必要である。</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 情報発信力の高い大都市圏での販路拡大対策については効果が高く、継続して実施する。</p>

(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	【〇〇課】
組み合わせる理由 や期待する効果 など	