

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 飛騨牛等プロモーション事業費

(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 9,627 千円 (前年度予算額：7,106 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	7,106	0	0	0	0	0	0	0	7,106
要求額	9,627	0	0	0	0	0	0	0	9,627
決定額									

2 要 求 内 容

(1) 要求の趣旨（現状と課題）

- ・平成23年より首都圏における飛騨牛のPR及び販路開拓に取り組み、首都圏で「飛騨牛を食べることができるお店」は令和3年度には84店舗と着実に増加した。
- ・特にオリ・パラを契機とした取組強化により飛騨牛・鮎を中心とした県産食材のPRに成功し、飲食店のシェフ、ケータリング事業者との連携構築に至った。その後も成果を活かした取組や見本市出展による新たな販路開拓に取り組んだ。
- ・しかし、令和4年度以降、コロナ禍を含む環境の変化により首都圏における県産食材の取扱店舗数や和牛枝肉流通量はやや減少傾向にある。
- ・そこで飛騨牛等のブランド食材の持続的な販路確保に努めるとともに、ケータリング事業者との連携による新たな利用場面の創出を行う。

(2) 事業内容

- 飛騨牛等ブランド食材の持続的な販路確保
 - ・首都圏の飲食店とのネットワークを持つ経験豊富な人材を確保し、県内食肉事業者等の営業活動に対して助言等を行う。また飛騨牛・鮎の既利用店舗及び過去に取扱実績のある飲食店に対してフォローアップを行う。
 - ・首都圏の飲食店において岐阜県メニューフェアを開催し、消費者へのPR、県産食材の認知度向上を図るとともに、飲食店における県産食材のメニューの定番化を図る。またハラル認証飛騨牛取扱レストランを確保し、国内外のムスリムに向けた情報発信を行う。
- 新たな利用場面の創出
 - ・ケータリング事業者との連携により、これまで利用の少なかった社員食堂、病院、スポーツイベント等での新たな利用場面を創出する。

(3) 県負担・補助率の考え方

首都圏に向けた飛騨牛等県産食材の販路開拓の取組みは、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

有

- ・ 県産農畜水産物関西圏市場開拓事業費：事業目的を関西圏での販路拡大とする。
- ・ 大都市圏販路拡大対策事業費：事業目的を認知度向上とし、料理教室の開催やPRイベントに出展する。

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	プロポーザル評価会議委員報酬
旅費	349	プロポーザル評価会議委員費用弁償、業務旅費
消耗品費	759	啓発物品購入
役務費	25	装飾品輸送費
委託料	8,462	飲食店と流通業者をつなぐ人材確保に係る経費 飛騨牛メニューフェア等開催に係る経費
合計	9,627	

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

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
大都市圏での新たな飛騨牛取扱店舗を令和7年度までに80店舗確保する。

（目標の達成度を示す指標と実績）

指標名	事業開始前 (R2)	R4年度 実績	R5年度 目標	R6年度 目標	終期目標 (R7)	達成率
① 新たな飛騨牛 取扱店舗数	0	39	60	70	80	49%

（これまでの取組内容と成果）

令和2 年度	・首都圏のホテル、レストラン30店舗において飛騨牛メニューフェアを開催（7～9月）し、消費者への認知度向上が図れた。
令和3 年度	・大都市圏の飲食店において飛騨牛メニューフェアを開催し、新たな飛騨牛取扱店を21店舗確保した。 指標① 目標：80店舗 実績：21店舗 達成率：26%
令和4 年度	・大都市圏の飲食店において飛騨牛メニューフェアを開催し、新たな飛騨牛取扱店を18店舗（累計39店舗）確保した。 指標① 目標：80店舗 実績：39店舗 達成率：49%

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>飛騨牛の首都圏でのプロモーション活動は、生産者や流通業者も希望している。また、情報発信力の高い首都圏でPRすることが、飛騨牛の認知度向上及びブランド力強化のためには効果的である。</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>飛騨牛販路拡大コーディネーターの設置により、県内の食肉事業者にはネットワークがない首都圏有名ホテルの食材購入の決定権がある人物に直接働きかけることができ、飛騨牛の利用促進が図られている。</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>各飲食店で使用する食材の決定権を持つ人に直接的に働きかけることで、時間・広告費用の効率化を図ることができている。</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 飛騨牛等県産農畜水産物のブランド力強化を図るため、持続的に飛騨牛等を取り扱ってもらえる店舗の確保が必要。</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 飛騨牛等の確固たるブランド力を築くためには事業を継続し、さらなる認知度向上を図る。</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>	<p>【〇〇課】</p>
<p>組み合わせて実施する理由 や期待する効果 など</p>	