

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 海外拠点連携強化緊急対策事業費

(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 輸出戦略係 電話番号：058-272-1111 (内4065)

E-mail：c11444@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 20,000 千円 (前年度予算額： 20,000 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	20,000	20,000	0	0	0	0	0	0	0
要求額	20,000	10,000	0	0	0	0	0	0	10,000
決定額									

2 要 求 内 容

(1) 要求の趣旨 (現状と課題)

・当県は協定を締結した海外高級レストラン、高級百貨店や「飛騨牛海外推奨店」「岐阜鮎海外推奨店」など、関係が深い拠点を有していることから、これらの海外拠点と連携して、アフターコロナ社会に適応した県農産物プロモーションを展開する。

(2) 事業内容

・高級百貨店では、店頭での実演調理販売等のテイクアウト需要、家庭食での高級食材需要といったコロナ社会の新たな生活様式で生まれた需要を取り込む活動を海外拠点と連携して実施する。

・県産農産物海外推奨店等の要望に応じて、外食需要の回復に合わせて、飛騨牛とともに柿やいちご等を組み合わせたメニューフェアを開催する。

(3) 県負担・補助率の考え方

- ・県産農産物の海外展開には、県のリーダーシップが不可欠であり、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
人件費		
旅費		
需用費		
役務費		
委託料	20,000	プロモーション委託費等
工事請負費		
補助金		
その他		
合計	20,000	

決定額の考え方

4 参考事項

(1) 各種計画での位置づけ

- ・「清流の国ぎふ」創生総合戦略（2023年3月策定）
3（1）⑤ 『清流の国ぎふ』ブランド」づくり（情報発信・販路拡大）
- ・新たなぎふ農業・農村基本計画（2021年3月策定）
（3）ぎふ農畜水産物のブランド展開 ①輸出拡大の強化

(2) 国・他県の状況

- ・国において「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」を令和2年12月に策定し、国全体で輸出力強化に向けた取組みを行っている。

(3) 後年度の財政負担

- ・協力覚書を締結する海外拠点、県産農産物を重点的に取り扱っている県産農産物海外推奨店等との連携取組みについては、継続的に実施する必要がある。

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

新型コロナウイルス感染症拡大による輸出量の減少に対し、県産農産物のPRを実施することで、輸出量の維持・回復を図る。

販路を開拓してきた国での県産農産物の一層のブランド化を図る。

（目標の達成度を示す指標と実績）

指標名	事業開始前	R4年度 実績	R5年度 目標	R6年度 目標	終期目標 (R7)	達成率
①飛騨牛の年間 輸出量（t）	0.3 (H20)	80.0	80	90	100	80%
②鮎の年間輸出 量（kg）	15 (H25)	3,540	5,000	7,500	10,000	35%
③富有柿の年間 輸出量（t）	11 (H20)	38.7	80	90	100	39%

○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"> 海外拠点で飛騨牛弁当や飛騨牛ミールキットなど、コロナ禍で生まれた新たな需要に対応する新商品を開発、PRを実施した。その結果、飛騨牛の海外需要は回復基調となった。 鮎、柿のプロモーションを高級百貨店で実施した。しかし、コロナの影響が予想よりも大きく、輸出量の劇的な改善には至らなかったため、引き続き取組みが必要である。
令和 3 年度	<ul style="list-style-type: none"> 海外拠点で飛騨牛弁当・バーガーや焼肉セットなど、新商品を開発、PRを実施した。その結果、飛騨牛の輸出量は過去最高を記録。 鮎は高級百貨店でPRを実施。鮎の輸出量は過去最高を記録。 柿は、高級百貨店での販売に加え、アフタヌーンティーでのPRを実施。コロナの影響により、輸出量は横ばいだったことから、引き続き取組みが必要。 <p>指標① 目標：60,000kg 実績：89,519kg 達成率：149%</p>
令和 4 年度	<ul style="list-style-type: none"> 海外拠点で飛騨牛の新メニューを開発、PRを実施した。香港のゼロコロナ政策でレストラン需要が減少したことが影響したが、コロナ前よりも多い約80tの輸出量となった。 鮎、柿は高級百貨店でプロモーションを実施。鮎の輸出量は、過去最高を更新。柿の輸出量は、コロナの影響による落ち込みから回復基調に反転したが、コロナ前には及ばず引き続き取組みが必要。 <p>指標① 目標：70,000kg 実績：79,954kg 達成率：114%</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>・ 新型コロナウイルス感染症の影響により縮小した県産農産物の輸出先や輸出量の維持・回復への取組みは重要であり、海外拠点、県産農産物海外推奨店等と連携し県産農産物をPRすることで輸出量の回復を図る。</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、鮎は回復傾向であり、事業効果が現れている。富有柿は回復に向けて更なるプロモーションが必要である。</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) 2	<p>・ 輸出品目を単品でプロモーションするのではなく、組み合わせることで相乗効果が得られる。また、プロモーション会場が海外拠点、推奨店など、岐阜県産農産物に理解がある店舗であり、店舗側の協力が得られる。</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 アフターコロナにおける消費者マインドの変化が予想される中、県産農産物の消費促進のため、新たなアイテムを創出・提案していく必要がある。</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 協力覚書を締結する海外拠点、県産農産物を重点的に取り扱っている県産農産物海外推奨店等との連携取組みについては、継続的に実施する必要がある。</p>
--

(他事業と組み合わせる場合の事業効果)

組み合わせ予定のイベント 又は事業名及び所管課	
組み合わせる理由 や期待する効果 など	