

## 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 大都市圏県産品販売コーナー設置・運営事業費

(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 国内展開係 電話番号：058-272-1111(内3815)

E-mail：c11370@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 21,759 千円 (前年度予算額：21,759 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	21,759	21,759	0	0	0	0	0	0	0
要求額	21,759	10,065	0	0	0	0	0	0	11,694
決定額	15,000	6,687	0	0	0	0	0	0	8,313

## 2 要 求 内 容

### (1) 要求の趣旨(現状と課題)

・県内のモノづくり事業者は、販売場所の経費負担のハードルが高い、販売にかかる人材の確保が難しいといったことから、直接消費者の声を聞き、商品に反映できる機会として首都圏での販売会を自ら開拓できる事業者は限られている。

・テストマーケティング及び岐阜ブランドのPRとして、首都圏でも人通りが多く、幅広い世代の来場が見込める主要駅構内に絞り込み、優れた県産品の展示販売会をPOPUPショップとして展開することにより、効果的に事業者の販路拡大を支援する。

### (2) 事業内容

・首都圏の主要駅構内において、期間限定で県産品を販売するコーナーを年3回設置し、県産品販売機会を創出する。

### (3) 県負担・補助率の考え方

大都市圏への販路拡大に向けた支援施策は、事業者の販路拡大を促進するとともに、事業者の販売力、商品開発力を高め雇用創出につながる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
人件費	32	プロポーザル審査会委員報償費
旅費	1,409	職員旅費等
需用費	96	消耗品費
役務費	89	
委託料	20,133	販売コーナー設置委託
合計	21,759	

### 決定額の考え方

過去の実績を参考に、所要額を計上します。

## 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（R5～R9）」

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

### (2) 国・他県の状況

多くの都道府県が、首都圏にアンテナショップ等の販売拠点を設け、県産品の販売を支援しているが、岐阜県にはショップがなく、事業者は自ら販売機会を求めなければならない。

### (3) 後年度の財政負担

コロナ禍からの完全には回復出来ていない現状において、中小企業者の経済的支援は必須。今後も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。

### (4) 事業主体及びその妥当性

催事や販売コーナーを県が設置することで、単独では販路の拡大が困難な県内中小規模事業者が県産品販売の機会を得て、販路拡大及び商品や事業者の知名度向上に寄与できる。

# 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

コロナ禍における消費者マインドの変化や、販売機会の減少など、変容するウィズコロナ、アフターコロナ時代における県産品販売やマーケティング機会を創出することで、県内事業者の販路拡大を支援する。

### （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 (R7)	達成率
①出店事業者数	-	321	120	120	120	267%

### ○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	東京都内のセレクトショップ2店舗に期間限定で設置。 店舗①THE COVER NIPPON（東京都赤坂区） 設置期間：R2. 4. 1～R2. 11. 30（244日） 出展企業：58社409商品 購入客数：1,256人 店舗②REAL Style 青山（東京都渋谷区） 設置期間：R2. 4. 1～R2. 11. 30（244日） 出展企業：35社387商品 購入客数：75人
	指標① 目標：120事業者 実績：93事業者 達成率：78%
令和3年度	東京オリンピック・パラリンピック大会の開催期間を中心に、東京都心のセレクトショップ2店舗に期間限定で設置。 店舗①HARAJU Cross JAPAN MASTERY Collection（東京都渋谷区） 設置期間：R3. 7. 22～R4. 1. 31（194日） 出展企業：92社858商品 購入客数：1,536人 店舗②GRANSTA TOKYO 丸の内坂エリア（東京都千代田区） 設置期間：R3. 9. 27～R3. 10. 31（35日） 出展企業：25社287商品 購入客数：381人
	指標① 目標：120事業者 実績：117事業者 達成率：97%

令和 4 年度	<p>東京駅構内グランスタ東京内で期間限定県産品販売コーナーを4回設置。</p> <p>①設置期間：R4. 5. 16～5. 29（14日）  出展企業：85社180商品  購入客数：1,910人</p> <p>②設置期間：R4. 9. 1～9. 5（5日）  出展企業：102社227商品  購入客数：2,330人</p>	<p>③設置期間：R5. 1. 10～1. 16（7日）  出展企業：74社119商品  購入客数：577人</p> <p>④設置期間：R5. 3. 6～3. 12（7日）  出展企業：60社219商品  購入客数：470人</p>
	<p>指標① 目標：120事業者 実績：321事業者 達成率：267%</p>	

## 2 事業の評価と課題

### (事業の評価)

<p>・ <b>事業の必要性</b> (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</p>	
(評価) 3	<p>新型コロナウイルスの影響により、消費者のライフスタイルや嗜好が変化するなか、コロナ終息後の消費者マインドの回復を見越し、県の関与により首都圏における販売拠点等とのネットワークを構築でき、バイヤーの目にも留まるなど、今後の首都圏における売り場確保につながることから、事業の必要性は高い。</p>
<p>・ <b>事業の有効性</b> (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</p>	
(評価) 2	<p>販売コーナーを県が設置することで、単独では販路拡大が困難な県内中小規模事業者の販売機会を提供することができ、有効性は高い。</p>
<p>・ <b>事業の効率性</b> (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</p>	
(評価) 2	<p>県産品販売コーナーの設置・運営に対するノウハウを有している者に事業委託することにより、民間ノウハウを活用した効率的な運営が可能。</p>

### (今後の課題)

<p>・ <b>事業が直面する課題や改善が必要な事項</b>            大都市圏に常設の岐阜県アンテナショップが存在しておらず、県内事業者の大都市圏での販売機会の創出および岐阜ブランドのPRができていないこと。</p>
---

### (次年度の方向性)

<p>・ <b>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</b>            県内事業者のニーズを踏まえて、大都市圏でのアンテナショップ常設運営も視野に入れながら、継続的に事業を行う必要がある。</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>県産品ブラッシュアップ事業【県産品流通支援課】</p>
<p>組み合わせて実施する理由 や期待する効果 など</p>	<p>県産品ブラッシュアップ事業で支援した商品をコーナーで販売し、さらにフィードバックを提供することで、事業者がPDCAサイクルを回すことが可能。</p>