

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 食と農のアンテナショップ機能強化事業費

(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4065)

E-mail：c11444@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 610 千円 (前年度予算額：710 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	710	0	0	0	0	0	0	0	710
要求額	610	0	0	0	0	0	0	0	610
決定額	610	0	0	0	0	0	0	0	610

2 要 求 内 容

(1) 要求の趣旨 (現状と課題)

・名古屋市栄に設置する「観光・食・モノ」情報発信拠点「GIFTS PREMIUM」において、県産農産物や6次産業化商品等のテストマーケティングを行うほか、観光や移住等の情報発信やPRについてもあわせて実施。

・岐阜県の魅力を幅広く消費者に周知するためには、アンテナショップの継続運営が必要。

(2) 事業内容

・県産農産物や6次産業化商品のPRやテストマーケティング拠点としての強化に加え、観光情報や地場産品と食文化を組み合わせた販売やPRに向けて、「観光・食・モノ」との連携による情報発信拠点を継続運営する。

(3) 県負担・補助率の考え方

- ・ 6次産業化推進は県の重要施策であり、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
委託料	610	什器リース料、補修
合計	610	

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

ぎふ農業・農村基本計画
名古屋市栄の「観光・食・モノ」情報発信拠点「GIFTS PREMIUM」を活用し、6次産業化商品の販路拡大に向けた効果的なPR活動を展開する。

（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"> ・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、商品の知名度向上や売上増につながった。 ・6次産業化商品に加え、飛騨牛や鮎関連商品、世界農業遺産「清流長良川の鮎」などの県の食と農の取組みを重点的にPRし、情報発信拠点としての役割を果たした。 ・観光・移住関係機関と連携し、県の魅力をPRできた。
	指標① 目標：98 実績：95 達成率：97%
令和3年度	<ul style="list-style-type: none"> ・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、商品の知名度向上や売上増につながった。 ・6次産業化商品に加え、飛騨牛や鮎関連商品、世界農業遺産「清流長良川の鮎」などの県の食と農の取組みを重点的にPRできたほか、棚田地域の魅力発信や農福連携のPRなど県の重要施策と連携した取組みにより、情報発信拠点としての役割を果たした。 ・観光・移住関係機関と連携し、県の魅力をPRできた。
	指標① 目標：102 実績：98 達成率：96%

令和4年度	<ul style="list-style-type: none"> ・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、商品の知名度向上や売上増につながった。 ・6次産業化商品に加え、飛騨牛や鮎関連商品、世界農業遺産「清流長良川の鮎」などの県の食と農の取組みを重点的にPRできたほか、棚田地域の魅力発信やぎふ女すぐれものなど県の重要施策と連携した取組みにより、情報発信拠点としての役割を果たした。 ・観光・移住関係機関と連携し、県の魅力をPRできた。
	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>大都市圏での店舗の設置は、6次産業化商品のテストマーケティングや情報発信の場として効果的である。</p> <p>また、農業経営においては以前として生産活動が主体で、市場ニーズへの対応が十分でないことから、所得確保のため農業者自らが加工・販売に取り組む6次産業化を進める必要がある。</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>店舗では、様々な客層へのテストマーケティングが実施され、消費者の視点に立った商品づくりに役立っている。</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>店舗運営のノウハウを有する民間事業者に委託することで、効果的なテストマーケティングの場を提供できている。</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 農業者が開発する6次産業化商品及び本県の「農」と「食」を観光情報や食文化の情報とともに、大都市圏の消費者に対し広く継続的に発信することで、認知度向上を図り、消費拡大につなげていく必要がある。

(次年度の方向性)

<ul style="list-style-type: none"> ・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 テストマーケティングの結果に基づき、新商品開発を促進するためには、成功・失敗の要因を分析し改善するプロセスを繰り返す必要があることから、大都市圏での出店を継続していく必要がある。 また、大都市圏における固定客の確保及び固定客からの口コミ等による購買促進は、6次産業化商品の消費拡大を期待できるため、継続的な支援を行う必要がある。

(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	6次産業化促進事業費 県産農産物販売強化事業費 【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や販売促進ができる。