

予 算 要 求 資 料

令和3年度9月補正予算 支出科目 款：農林水産業費 項：農業費 目：農業振興費

事業名 新 飛騨牛消費拡大加速化事業費

(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 販売対策係 電話番号：058-272-1111 (内 2855)

E-mail：c11444@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 補正要求額 76,511 千円 (現計予算額：0千円)

<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
現 計 予算額	0	0	0	0	0	0	0	0	0
補 正 要求額	76,511	0	0	0	0	0	0	0	76,511
決定額	25,000	25,000	0	0	0	0	0	0	0

2 要求内容

(1) 要求の趣旨 (現状と課題)

本県に対する政府の「まん延防止等重点措置」指定 (R3.5.7) や県独自のバーベキュー自粛要請等により、飛騨牛の消費は落ち込み、市場枝肉価格も大幅に下落。R3.6月現在もコロナ発生前の水準には回復していない。

【市場枝肉価格 (飛騨ミート地方卸売市場)】

最大下落時 [5月3週] 18.8%減 (H30：1,461千円/頭→R3：1,186千円/頭)

直 近 [6月3週] 7.6%減 (H30：1,455千円/頭→R3：1,344千円/頭)

一方、新型コロナワクチン接種が進み、まん延防止等重点措置等の解除により、経済回復の期待感が高まっている。

この経済再開のタイミングを契機に、飛騨牛の更なるブランド価値向上と販売力強化につなげていく必要がある。

(2) 事業内容

新型コロナワクチン接種後の社会経済活動再開時における飛騨牛ブランド

の全国発信体制の維持・発展に向け、県内外の飛騨牛販売指定店および料理指定店の消費拡大キャンペーンを実施する。

その際、購入価格 5,000 円毎に発行する「飛騨牛 1,000 円チケット」を県が負担することで、消費者の購買意欲を高め、需要の喚起を図る。

(3) 県負担・補助率の考え方

飛騨牛ブランドの認知度向上、販売力強化には、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

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	76,511	金券分補填金 73,000 千円 (@200 千円×365 店舗) 業務管理費 3,511 千円
合計	76,511	

決定額の考え方

事業内容を精査し、補助事業として所要額を計上します。

財源については、新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金を充当します。

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（H31.3 策定）
3（1）④ 「ぎふブランド」づくり
- ・ぎふ農業・農村基本計画（R3.3 策定）
1（3）③ 飛騨牛をはじめとする売れる畜産物を支える体制強化

(2) 国・他県の状況

兵庫県において、銘柄牛指定店を対象とした需要喚起対策の事例あり

(3) 後年度の財政負担

後年度負担はなし。

事業評価調査（県単独補助金除く）

<input checked="" type="checkbox"/> 新規要求事業
<input type="checkbox"/> 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
- ・飛騨牛販売・料理指定店での事業継続を支援し、飛騨牛ブランドの全国発信体制の維持・発展を図る。

（目標の達成度を示す指標と実績）

指標名	事業開始前	指標の推移		現在値 <small>（前々年度末時点）</small>	目標	達成率
飛騨牛市場枝肉 価格	1,344 千円/頭 (R3.6)	(H)	(H)	(H)	1,455 千円/頭 (R3.12)	%

○指標を設定することができない場合の理由

（前年度の取組）

- ・事業の活動内容（会議の開催、研修の参加人数等）

（前年度の成果）

- ・前年度の取組により得られた事業の成果、今後見込まれる成果

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（社会経済情勢等に沿った事業か、県の関与は妥当か） ○：必要性が高い △：必要性が低い 	
(評価) ○	<ul style="list-style-type: none"> ・飛騨牛販売指定店、料理指定店は重要な発信拠点であり、店の繁盛は飛騨牛生産者の収益に反映するものであることから、経済活動再開後においても、一層の関係強化を図る必要がある。飛騨牛ブランドの全国展開には、県のリーダーシップが不可欠である。
<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） ○：概ね期待どおりまたはそれ以上の成果が得られている △：まだ期待どおりの成果が得られていない 	
(評価)	
<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） ○：効率化は図られている △：向上の余地がある 	
(評価)	

(今後の課題)

<ul style="list-style-type: none"> ・本事業はコロナ禍に対応すべく緊急的に実施する事業であるが、今後は、中・長期的な視野でのブランド戦略も更に強化していく必要がある
--

(次年度の方向性)

<ul style="list-style-type: none"> ・飛騨牛は岐阜県が誇るトップブランドであり、コロナ等の不測の事態が生じた場合においても安定的な生産・販売が継続できるよう飛騨牛販売事業者等との連携を強化するなどし、更なるブランド価値向上に取り組む
--

(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	【○○課】
組み合わせる理由や期待する効果 など	