

予 算 要 求 資 料

令和3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:058-272-1857

E-mail: c11444@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 7,106千円 (前年度予算額:8,334千円)

<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	8,334	0	0	0	0	0	0	0	8,334
要求額	7,106	0	0	0	0	0	0	0	7,106
決定額	7,106	0	0	0	0	0	0	0	7,106

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、飛騨牛取扱店は令和元年度末には121店舗と増加し、首都圏で「飛騨牛を食べることができるお店」は着実に増加した。しかし、飛騨牛の知名度としては三大和牛には追いついていないのが現状であり、飛騨牛のブランド力強化には、情報発信力のある首都圏での継続的なプロモーションが欠かせない。
- ・2021年開催予定の東京オリ・パラ大会期間中に、首都圏の飛騨牛取扱店でメニューフェアを開催し、消費者に対してのPRを行い、飛騨牛の認知度向上を図るとともに、取扱店認定制度を創設し、料理店におけるメニューの定番化を進める。
- ・訪日ムスリムのインバウンド需要にも対応するため、首都圏におけるハラル認証飛騨牛の取扱レストランを確保し、プロモーション及び情報発信を効果的に実施することで、その後の国内外における飛騨牛の需要拡大を図る。

(2) 事業内容

○飲食店と流通業者をつなぐ人材の設置

- ・大都市圏のホテルやレストランに対し、ネットワークを持つ経験豊富な人材を雇用し、県内食肉事業者等の営業活動に対して助言等を行う。

○メニューフェアの開催

- ・2021年開催予定の東京オリ・パラ大会期間中に、首都圏の飛騨牛取扱店でメニューフェアを開催し、消費者に対してのPRを行い、飛騨牛の認知度向上を図るとともに、取扱店認定制度を創設し、料理店におけるメニューの定番化を進める。

○ハラル認証飛騨牛メニューフェアの開催

- ・ハラル認証飛騨牛取扱レストランを確保し、メニューフェアを開催するとともに、国内外のムスリムに向けてその情報発信を行う。

(3) 県負担・補助率の考え方

飛騨牛の大都市圏への取り組みは、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

無

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（3名）
旅費	194	プロポーザル委員 費用弁償
消耗品費	210	啓発物品
委託料	6,670	飲食店と流通業者をつなぐ人材の設置に係る経費 飛騨牛メニューフェア等に係る経費
合計	7,106	

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 「売れるブランドづくり」
大消費地における県産農畜水産物の販路拡大

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）

- ・首都圏における、飛騨牛取扱認定店を50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	指標の推移		現在値 <small>（前々年度末時点）</small>	目 標	達成率
飛騨牛取扱店の 認定数	0 (R2)	()	()	()	50 (R8)	%

○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）

- ・首都圏における飛騨牛メニューフェアの開催（10月）

（前年度の成果）

- ・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するとともに、飛騨牛の新規取扱店を7店舗確保した。

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。
<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） ○：概ね期待どおり又はそれ以上の効果が得られている、△：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"> ・飛騨牛販路拡大コーディネーターにより、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る。
<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) ○	<ul style="list-style-type: none"> ・ホテル、レストラン等で使用する食材の決定権をもつ人に直接的に働きかけることにより、時間・広告費用の効率化を図ることができる。

(今後の課題)

<ul style="list-style-type: none"> ・飛騨牛のブランド力強化を図るため、情報発信力のある所で効果的なプロモーション活動を展開する必要がある。
--

(次年度の方向性)

<ul style="list-style-type: none"> ・飛騨牛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目標とする。
--

(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	【○○課】
組み合わせる理由や期待する効果 など	