

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 **新**食と農の魅力発信強化事業費

(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 2858)

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

1 事業費 5,000 千円 (前年度予算額： 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
前年度	0	0	0	0	0	0	0	0	0
要求額	5,000	0	0	0	0	0	0	0	5,000
決定額	2,000	0	0	0	0	0	0	0	2,000

2 要求内容

(1) 要求の趣旨 (現状と課題)

- ・名古屋栄に設置している「GIFTS PREMIUM」は、食と農のアンテナショップに観光案内、移住相談の機能が集約した「観光・食・モノ」情報発信拠点として、効果的な情報発信が求められているが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、店舗への集客数が減少しており、アンテナショップとしての情報発信効果が低下している。
- ・大都市圏での県産農畜水産物及び6次産業化商品の認知度向上及び需要喚起を図るため、コロナ禍においては、「GIFTS PREMIUM」のオンラインショップの拡充やSNS等での情報発信を強化することにより、効果的なPRと販売を行う必要がある。

(2) 事業内容

- ・「GIFTS PREMIUM」を拠点に岐阜県の「観光・食・モノ」の魅力を発信するため、フードツーリズムにかわり、SNS等を活用して幅広く周知PRを実施することにより、大都市圏をはじめ、全国に向けて広く情報発信する。
- ・WEB告知からECサイトへの誘導により、ネットにおける県産農産物及び6次産業化商品の販売力の強化を図る。

(3) 県負担・補助率の考え方

6次産業化の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(千円)	事業内容の詳細
報償費	32	プロポーザ評価会議 報償費
旅費	16	プロポーザル評価会議 費用弁償
委託費	4,952	S N S等広告費 等
合計	5,000	

決定額の考え方

所要額を精査し計上します。

財源については県有施設整備・新型コロナウイルス感染症対策基金を充当します。

4 参考事項

(1) 各種計画での位置づけ

○岐阜県長期構想

I 新たな「成長・雇用戦略」の展開

未来につながる農業づくり

6次産業化の推進

○ぎふ農業・農村基本計画

ぎふ農畜水産物のブランド展開

大都市圏の需要喚起に向けた販売促進の強化

(2) 他県の状況

なし

(3) 後年度の財政負担

本年度の事業効果及び新型コロナの収束状況等を見極め、後年度の財政負担を検討する。

事業評価調査書

■ 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
農産物の付加価値を高め、農業者の所得向上に繋げるため、農業者自らによる加工・販売や商工業者と連携した魅力ある商品開発など「農業の6次産業化」を一層進める。

(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 (前々年度末時点)	目標	達成率
総合化事業計画の 認定件数（累計）	53件 (H25)	84件 (H29)	90件 (H30)	93件 (R1)	88件 (R3)	165% 基本計画

○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）
 - ・新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、対面販売等の実施が困難な状況のなか、アンテナショップを拠点に県内6次化事業者等による対面販売を5回、販売促進フェアを8回実施した（R2.9月末時点）
 - ・アドバイザー派遣回数（R2.9月現在 25件）

(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
 - ・6次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他、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できた他、観光・移住関係機関と連携し、県の魅力をPRできた。

2 事業の評価と課題

(事業の評価)

・ 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) ○	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。 また、農業経営においては依然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。
・ 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) ○	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。
・ 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) ○	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。

(今後の課題)

・ 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共に継続的に広く情報発信し、大都市圏の消費者へ消費拡大に繋げるための意識の定着を図る必要がある。
--

(次年度の方向性)

・ 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 県産農産物販売力強化事業費 【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、効率的に情報発信できる。