

# 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 県産農産物販売力強化事業費

(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(内線 2853)

E-mail: [c11444@pref.gifu.lg.jp](mailto:c11444@pref.gifu.lg.jp)

1 事業費 7,407 千円 (前年度予算額：14,000 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	14,000	0	0	0	0	0	0	0	14,000
要求額	7,407	0	0	0	0	0	0	0	7,407
決定額	7,407	0	0	0	0	0	0	0	7,407

## 2 要求内容

### (1) 要求の趣旨 (現状と課題)

- ・農家所得や地域活力の向上、農村地域での雇用の増大等を図るためには、地域の農林水産物等の資源を活用した6次産業化の取組みを拡大していく必要がある。
- ・一方で、十分な市場調査がないまま商品開発に着手する場合もあるため、消費者ニーズに合わせた商品づくり、販路開拓、プロモーションなど、戦略的な商品開発、販路開拓力の強化が課題となっている。

### (2) 事業内容

#### ①商品開発・ブラッシュアップ支援

- ・アンテナショップを拠点とした消費者モニタリングを行い、売上状況、消費者意見を収集する他、企業との連携による商品ブラッシュアップ支援を行い、商品力向上を図る。

#### ②商品PR・販売支援

- ・6次化商品の活用方法や魅力をPRするための催事を実施。また、6次産業化商品の知名度向上及び魅力を発信するため、量販店等の集客力の高い商業施設等にて販売フェアを実施する他、インターネット等を活用

した情報発信、商品販売を実施。

### ③販路開拓

- ・農業者と食品関係事業者とのマッチングや新たな販路開拓のため、金融機関と連携した商談会を開催する。

### (3) 県負担・補助率の考え方

- ・農山村地域の活性化に向けた6次産業化推進の課題である売れる商品づくりと認知度向上のための商品PR、販路拡大に係る支援を強化するため、県負担は妥当。

### (4) 類似事業の有無

- ・無し

## 3 事業費の積算内訳

事業内容	金額(千円)	事業内容の詳細
旅費	286	職員等
消耗品費	200	ノベルティ、広告商品、用紙等
役務費	100	郵便、電話、FAX等
委託料	6,121	商品開発・ブラッシュアップ支援、商談会の開催等
負担金	700	各種セミナー等参加費
合計	7,407	

### 決定額の考え方

## 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

- 売れるブランドづくり
- 農業の6次産業化の取組拡大

# 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）

〇ぎふ農業・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

### 〇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）
- ・ 金融機関と連携した販路開拓商談会では、ホテルや飲食店のバイヤー16社を招聘し、39農業者等と個別商談を111件実施した。
- ・ 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）

### （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
- ・ 金融機関と連携した商談会で、85件の成約見込みがあり、事業者の販路拡大等につながる大きな成果が得られた。
- ・ 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。

## 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) ○	農業者の所得向上に繋げるためには、6次産業化商品の持つ新規性や魅力を消費者に情報発信することに加え、商品の販売力を強化することが必要である。
・ 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) ○	6次産業化商品の販売向上、知名度向上を図るためには、アンテナショップや量販店等にて商品背景と共に魅力をPRする他、産学金官の連携による商品開発や商談の場を提供することが効果的である。
・ 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) ○	産学金官との連携により、相互に専門分野が活かされた魅力ある商品づくり、販路開拓が可能であり、効率化できている。

### (今後の課題)

・ 事業が直面する課題や改善が必要な事項 商品力を向上させることともに、6次産業化事業者が商談に慣れ、流通や価格設定に必要な知識や能力を併せて向上させる必要がある。また、県内外の各所から商品をPRし、商品の知名度向上を図る必要がある。
--

### (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 対面販売機会や事前事後フォローを含む商談会を随時実施することにより、商品のブラッシュアップや生産事業者の商談能力の向上を支援し、6次産業化事業者、農業生産者の所得向上を図る。
--

(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 食と農のアンテナショップ機能強化事業費 【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、豚肉の消費拡大、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できる。