

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：林業費 目：県産材流通対策費

事業名 特用林産物ブランド力強化事業費

(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)

林政部 県産材流通課 資源活用係 電話番号：058-272-1111 (内 3014)

E-mail：c11545@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 800 千円 (前年度予算額： 800 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	800	362	0	0	0	0	0	0	438
要求額	800	362	0	0	0	0	0	0	438
決定額	800	362	0	0	0	0	0	0	438

2 要求内容

(1) 要求の趣旨 (現状と課題)

○現状

- ・近年、海外からの安価な食料品の輸入増加や食品の産地偽装問題などにより、消費者が食に対する安全安心を求めるようになり、国産食料品の需要が高まっている。また、海外からの日本産食品や和食への注目は高く需要は増加傾向にあり、和食に使用される食材として、特用林産物の価値・認知度が高まることが期待されている。
- ・さらに、当県においては、「大嘗祭」に供納される農林水産物に「原木しいたけ」が選定されるなど高い評価を受けている。

○課題

- ・特用林産物生産者を取りまとめる組織団体が県内にないこと、各団体においても小規模零細事業者が中心であることから、消費者のニーズを収集し県内事業者還元する能力や、「大嘗祭」に供納される農林水産物に「原木しいたけ」が選定されるといったブランド力の向上につながる情報であっても、情報発信する能力が乏しいため、情報発信力を強化する必要がある。

○将来性

- ・岐阜県産の特用林産物としてのブランド力を強化し、消費者への認知度を高め更なる需要の創出・拡大を図ることで、岐阜県の有力な産業として再度確立するとともに、特用林産物生産に従事する者の増加が期待される。

(2) 事業内容

- ・「岐阜県産」特用林産物における販路の開拓・拡大に向けた飲食業界・宿泊業界・土産物業界等とのビジネスマッチングの実施。

(3) 県負担・補助率の考え方

県：10/10

岐阜県全体の特用林産物のブランド力の底上げ、強化を図ることが目的であるため、県の負担は妥当

(4) 類似事業の有無

特用林産物競争力強化・販路拡大支援事業

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	12	検討会報償費
旅費	76	委員等業務旅費
消耗品費	22	資料作成
役務費	20	通信費
委託料	670	バイヤー手配等
合計	800	

決定額の考え方

4 参考事項

(1) 各種計画での位置づけ

第3期岐阜県森林づくり基本計画 特用林産の振興

(2) 国・他県の状況

愛知県 いいともあいち農林水産物ブランド力強化事業
ほか12府県において取り組まれている。

(3) 後年度の財政負担

きのこ等特用林産物の振興推進には、原木しいたけのブランド力強化に向けた継続的な財政負担が必要である。

(4) 事業主体及びその妥当性

事業主体：県

岐阜県全体の特用林産物のブランド力の底上げ、品質に対する情報発信の場の提供を行う事業であり、県の負担は妥当

事業評価調書

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)

・令和6年度までに販路の開拓・拡大に向け、飲食業、宿泊業等を中心にビジネスマッチングを図り、県内産特産林産物の安定供給と需要の拡大を図る。

(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	目 標	達成 率
		1	2	(R2年度末時点)		
ビジネスマッチング	0 (R1)	1 (R2)	2 (R3)	1 (R2)	5 (R6)	%

○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）
きのこ生産者がバイヤー（買い手）の視点を学ぶための講演会と、生産者とバイヤーがビジネスマッチングを行うための交流会を開催（予定）
参加人数：40名（予定）、開催日：令和3年2月16日（予定）

(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
きのこ生産者は、バイヤー視点に配慮した生産物を生産することにより、商品力の向上、ブランカ力強化をはかることができる。
また、きのこ生産者とバイヤーとのマッチングにより、販路拡大が促進される。

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) ○	<p>消費者の関心が高いブランド指標の一つである特用林産物の安心・安全性について、生産者と流通関係者等とのビジネスマッチングに向けた商談会を開催することにより、ブランド力の強化、新たな需要の創出が見込まれる。</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） ○：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) ○	<p>ビジネスマッチングの確立により、安心・安全な特用林産物であることをPRできるため、ブランド力の強化が図られる。</p>

(今後の課題)

<ul style="list-style-type: none"> ・ビジネスマッチングの確立に向けた生産者団体等の連携に向けた共通認識の統一が必要となる。
--

(次年度の方向性)

<ul style="list-style-type: none"> ・外食産業への売り込みに向け、安定した需要に対する供給体制のPRが必要となるため、継続した普及が必要となる。
--