

予 算 要 求 資 料

令和6年度当初予算

支出科目 款：農林水産業費 項：農業費 目：農山村振興費

事業名【新】鮎の消費拡大推進事業費

(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)

農政部里川振興課里川振興係 電話番号：058-272-1111(内4215)

E-mail：c11428@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 17,830 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 | 17,830 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 17,830 |
| 決定額 | | | | | | | | | |

2 要 求 内 容

(1) 要求の趣旨(現状と課題)

- ・世界農業遺産「清流長良川の鮎」の認定要素の根幹である鮎の消費量が、若者を中心とした魚離れの進行等の影響により、大幅に減少している。
- ・鮎の年間消費量のアンケート調査結果によると、4人に1人は、鮎を1年間に一度も食べないという結果となるとともに、多くの人は、食べたことがあっても年間1～5回と食べる頻度が少ない食材である。
- ・鮎の消費量減少は県水産業の衰退の危機に直結し、市場性の低下につながる。安定供給がされなくなれば市場の信頼と評価を失うことが想定され、「岐阜県を代表する農畜水産物」とは言い難くなる。
- ・このため、新たなイメージ展開による若者を中心とした消費者ニーズの掘り起こしや、鮎を食べる機会の創出により、消費量を増やしていく必要がある。

(2) 事業内容

- 「鮎は岐阜の勝負メシ」プロジェクト(13,986千円)
 - ・鮎の漢字語源から新たなイメージ・価値を展開し、インフルエンサーにより若者に効果的なSNS等を活用したPRを行うことにより、鮎の消費ニーズを掘り起こす。
- 「BBQで鮎を食べよう」プロジェクト(3,844千円)
 - ・岐阜の誇る文化であるBBQを活用し、このBBQの場で鮎を食材のひとつとして選択することで、鮎を食べる機会を創出する。

(3) 県負担・補助率の考え方

岐阜県水産業振興計画において、鮎のブランド振興及び消費拡大を位置づけていることから、県が主体となって取り組むべき事業であり、県負担は妥当である。

(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 |
|------|--------|--------------------------------------|
| 旅費 | 18 | 業務旅費 |
| 需用費 | 70 | 消耗品費 |
| 役務費 | 25 | 通信運搬費 |
| 委託料 | 17,717 | 「鮎は岐阜の勝負メシ」プロジェクト、「BBQで鮎を食べよう」プロジェクト |
| 合計 | 17,830 | |

決定額の考え方

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
 - 3 地域にあふれる魅力と活力づくり (1) 地域の魅力・清流文化の創造・伝承・発信
 - ③美しく豊かな環境の保全・継承
- ぎふ農業・農村基本計画（R3～R7）
 - 4 地域資源を活かした農村づくり
 - ③世界農業遺産「清流長良川の鮎」の保全・活用・継承と持続的発展

(2) 国・他県の状況

国では水産物消費の増大を目指すため、水産物消費拡大実行計画会議を設置し、水産物消費拡大に向けた検討と取組みを推進している。

また、高知県が近年の鮎の資源量減少を回復させるためにあゆ王国高知振興ビジョンを策定し、鮎の消費拡大事業に取り組んでいる。

(3) 後年度の財政負担

令和5年度から5年間を計画期間とする岐阜県水産業振興計画において鮎の消費拡大を掲げている。また、鮎の消費拡大を行っていくには県民への意識定着・習慣化が必要であり、継続して事業を実施する必要がある。

(4) 事業主体及びその妥当性

岐阜県水産業振興計画において、鮎のブランド振興及び消費拡大を位置づけていることから、県が主体となって取り組むべき事業であり、県負担は妥当である。

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）

・何をいつまでにどのような状態にしたいのか

若者を中心とした新たなイメージ展開による消費者ニーズの掘り起こしや、鮎を食べる機会の創出により、鮎の消費量をピーク時まで回復させる。

（目標の達成度を示す指標と実績）

| 指標名 | 事業開始前 (R5) | R6年度 目標 | R7年度 目標 | R8年度 目標 | 終期目標 (R8) | 達成率 |
|------------------|---------------|------------|------------|------------|--------------|-----|
| ①鮎を年間1回以上食べる人の割合 | 78% | 80% | 90% | | 100% | |

○指標を設定することができない場合の理由

（これまでの取組内容と成果）

| | |
|-------|--|
| 令和2年度 | <p>・取組内容と成果を記載してください。</p> <p>指標① 目標：___ 実績：___ 達成率：___ %</p> |
| 令和3年度 | <p>・取組内容と成果を記載してください。</p> <p>指標① 目標：___ 実績：___ 達成率：___ %</p> |
| 令和4年度 | <p>・取組内容と成果を記載してください。</p> <p>指標① 目標：___ 実績：___ 達成率：___ %</p> |

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(社会情勢等を踏まえ、前年度などに比べ判断) 3:増加している 2:横ばい 1:減少している 0:ほとんどない | |
| (評価) | |
| <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) 3:期待以上の成果あり 2:期待どおりの成果あり 1:期待どおりの成果が得られていない 0:ほとんど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) 2:上がっている 1:横ばい 0:下がっている | |
| (評価) | |

(今後の課題)

| |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> 事業が直面する課題や改善が必要な事項 最適なSNSマーケティングの実行。ターゲット顧客層に合わせたインフルエンサーの選定は事業効果に大きく関わるため適宜調整していく必要がある。 |
|--|

(次年度の方向性)

| |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> 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 「鮎は岐阜の勝負メシ」プロジェクトのイメージ・PR戦略及びBBQの食材として鮎の選択を進めるには、県民への意識定着と、習慣化が必要であり、粘り強く行わなければならない。適宜効果測定をしながら適切な顧客対象を選びつつ取り組んでいく。 |
|---|

(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 | |
| 組み合わせる理由 や期待する効果 など | 【〇〇課】 |