

予 算 要 求 資 料

令和7年度3月補正予算

支出科目 款：商工費 項：商工費 目：商業振興費

事業名【新】ぎふミートアッププロジェクト事業費

(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)

商工労働部 県産品流通支援課 国内展開係 電話番号：058-272-1111（内3815）
E-mail：c11370@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 補正要求額 25,747千円 (現計予算額： 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 収 産 入 | 寄 附 金 | そ の 他 | 県 債 | 一 財 源 |
| 現 計 予算額 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 補 正 要求額 | 25,747 | 11,436 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 14,311 |
| 決定額 | 25,747 | 11,436 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 14,311 |

2 要求内容

(1) 要求の趣旨（現状と課題）

- ・県内には独自の魅力を持つ県産品が多くあるが、知名度や価格競争では大手メーカーの商品や著名な産地商品と比べて不利な状況にあり、販路拡大にはブランド力向上が不可欠である。
- ・また、県内事業者の多くを占める小規模事業者は、市場動向に関する情報や販路開拓のノウハウが不足しており、既存の取引先への依存が続いている。
- ・そのため、近隣県と連携したマルシェ開催により、広域的な魅力発信を行うことで販路の多様化と促進を図る。加えて、都市部の消費者向けに販売フェアを開催し、商品開発や販売力の向上につなげると同時に、都市部での県産品の売り場を確保することで、継続的な認知度向上を図る。
- ・さらに、地域産品を多く取扱い、ものづくりや文化に関心のある顧客層を持つ、高質系店舗において共同プロモーションを実施することで、県産品のブランド力向上を図るとともに、地域産品と親和性の高い新たな市場・顧客層への浸透を促し、販路の拡大につなげる。

(2) 事業内容

①わくわく×きときとプロモーション事業（17,788千円）

○近隣県と連携したマルシェ開催

- ・近隣県（富山県など）のアンテナショップを活用し、県産品を販売するマルシェを開催し、地域産品への関心の高い客層に向けて岐阜ブランドの魅力を伝える。

○大都市の百貨店等での販売フェア開催及びバイヤー招へい

- ・東京、大阪、福岡等の百貨店等において県産品を販売するマルシェを開催。
 - ・開催会場のバイヤーを招へいし、県内事業者の製造現場訪問及び意見交換の機会を設ける。
- ②高質系店舗との共同プロモーション事業 (7,959千円)
- オンライン×リアルマルシェ開催
 - ・大都市（東京、大阪、福岡等）にある高質系店舗を活用し、県産品を販売するマルシェを開催する。
 - ・各マルシェにテーマを設定し、事業者等が参加することで、都市部の消費者に向けて、商品の背景にある自然や文化も含めた岐阜ブランドの魅力を伝える。
 - ・併せて、高質系店舗Webサイトにて県産品のPRを実施。
 - 岐阜のいいもの詰合せ商品（ギフト）企画販売
 - ・高質系店舗のバイヤー等が岐阜県産品の詰合せセットを企画し、店舗等で販売。

（3）県負担・補助率の考え方

当県には、東京、大阪、福岡等の大都市において県産品を販売する常設店舗がない。県内事業者が単独で販売店舗を出店することは負担が非常に大きく、リスクも高いことから県負担は妥当である。

（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 | 事業内容の詳細 |
|------|--------|----------------|
| 報償費 | 64 | プロポーザル審査会委員報償費 |
| 旅費 | 2,580 | 職員旅費等 |
| 需用費 | 96 | 消耗品費 |
| 役務費 | 135 | 通信運搬費 |
| 委託料 | 22,872 | 事業委託費 |
| 合計 | 25,747 | |

決定額の考え方

4 参考事項

（1）各種計画での位置づけ

- 「岐阜県経済・雇用再生戦略（R5～R9）」
- 5 県産品の世界展開プロジェクト
- （2）国内における販路拡大支援
- （3）著名デザイナーとの連携等による新商品開発・ブランド力向上

（2）国・他県の状況

36県が東京都内にアンテナショップを設置し、特産品を販売している。また、39県が東京、大阪等の都市部において、特産品をPRする販売会を開催している。

（3）後年度の財政負担

県産品ブランドの向上及び都市部における認知度向上のためには、継続的な支援が必要である。

（4）事業主体及びその妥当性

県内の中小事業者は、単独で大都市部に出店することが困難。県が販売機会を提供するとともに、県産品のブランディングを行うことで、企業の商品力・販売力が向上し、更なる販路開拓につながる。

事 業 評 価 調 書 (県単独補助金除く)

| |
|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> 新規要求事業 |
| <input type="checkbox"/> 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

マルシェ・販売フェア開催やバイヤー招へいを通じて、商品力や販売力を向上させるとともに、都市部での県産品の売り場を確保することで、継続的な認知度向上を図る。

(目標の達成度を示す指標と実績)

| 指標名 | 事業開始前 (R) | R6年度 実績 | R7年度 目標 | R8年度 目標 | 終期目標 (R10) | 達成率 |
|--------------------------|---------------|------------|------------|------------|---------------|-----|
| ①マルシェ等での対面販売事業者数(延べ) | — | — | — | 30 | 90 | — |
| ②百貨店等バイヤーによる県内事業者訪問数(延べ) | | | | 6 | 18 | — |

○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)

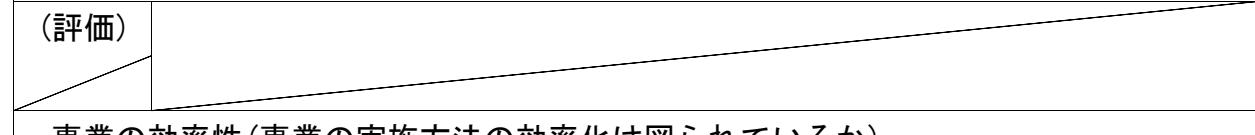
| | |
|-------|--|
| 令和4年度 | ・取組内容と成果を記載してください。 |
| 令和5年度 | ・取組内容と成果を記載してください。 指標① 目標：____ 実績：____ 達成率：____ % |
| 令和6年度 | 令和7年度当初予算にて追加 指標① 目標：____ 実績：____ 達成率：____ % |

2 事業の評価と課題

(事業の評価)

・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) 3 | 人口減少等により国内市場が縮小する中で、消費者が多い都市部への販路開拓は県の経済成長、雇用促進にとって重要な課題である。一方、知名度や価格競争では大手メーカー等に比べて不利であることから、百貨店等のブランド力を活用し、岐阜ブランドの定着を図る必要がある。 |
| ・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) | |
| 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) |  |
| ・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)

・事業が直面する課題や改善が必要な事項

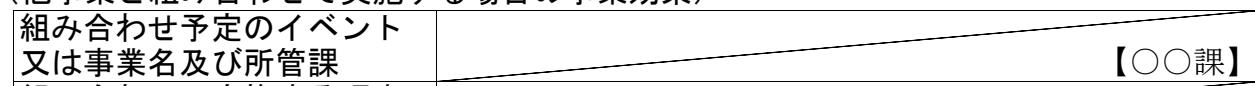
効果的なプロモーションを実施するため、連携する近隣県との積極的な取り組みが必要である。

(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

継続的なマルシェ・販売フェアの開催により、催事での販売に留まらず、商品の定着化、継続的な販売につなげる。

(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 |  【〇〇課】 |
| 組み合わせて実施する理由 や期待する効果 など |  |

事 業 評 価 調 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

高質系店舗をはじめとした地域産品と親和性の高い市場・顧客層への浸透を促し、都市部における県産品の定着化、継続販売につなげる。

(目標の達成度を示す指標と実績)

| 指標名 | 事業開始前 (R) | R6年度 実績 | R7年度 目標 | R8年度 目標 | 終期目標 (R10) | 達成率 |
|-------------------|---------------|------------|------------|------------|---------------|-----|
| ①マルシェでの販売商品数 (延べ) | — | — | — | 45 | 135 | — |
| ②店舗での継続取扱商品数 (延べ) | | | | 3 | 9 | — |

○指標を設定することができない場合の理由

（記入用紙面）

(これまでの取組内容と成果)

| | |
|-------|--|
| 令和4年度 | ・取組内容と成果を記載してください。 |
| 令和5年度 | ・取組内容と成果を記載してください。 指標① 目標 : ____ 実績 : ____ 達成率 : ____ % |
| 令和6年度 | 令和7年度当初予算にて追加 指標① 目標 : ____ 実績 : ____ 達成率 : ____ % |

2 事業の評価と課題

(事業の評価)

・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) 3 | 人口減少等により国内市場が縮小する中で、消費者が多い都市部への販路開拓は県の経済成長、雇用促進にとって重要な課題である。一方、知名度や価格競争では大手メーカー等に比べて不利であることから、高質系店舗を利用して、地域産品と親和性の高い新たな市場・顧客層への浸透を促す必要がある。 |
| ・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) | |
| 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 | |

(今後の課題)

・事業が直面する課題や改善が必要な事項

商品の定着化、継続的な販売を促す効果的なプロモーションを実施するため、連携する高質系店舗の選択及び連携体制の構築が必要である。

(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

継続的なマルシェの開催により、催事での販売に留まらず、商品の定着化、継続的な販売につなげる。また、マルシェの開催で得た都市部消費者等の意見を踏まえながら、他地域産品との差別化、ブランド力強化に取り組む必要がある。

(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 | 【○○課】 |
| 組み合わせて実施する理由 や期待する効果 など | |