

事業番号	09 02 01	事業改善シート（令和3年度実施事業分） □当初要求 □当初予算案 ■補正予算案 □点検			
事業名	農産物のブランド化と販路拡大推進事業	部局	農政部	課・室	農産物マーケティング室
		実施期間	不明 ~	E-mail	marketing@pref.nagano.lg.jp
総合5か年計画(しあわせ信州創造プラン2.0)					
8つの重点目標	【労働生産性】				
総合的に展開する重点政策	2-3 海外との未来志向の連携		2-4 収益性と創造性の高い農林業の推進		
	6-2 信州のブランド力向上と発信				

1 現状と課題

目指す姿 ・ これまでの取組	【目指す姿】 ・輸出先国のニーズに即した輸出向けの農業生産が行われ、農産物輸出が重要な販売チャネルに位置づけられている。 ・県産農産物等を購入・飲食できる機会や場所が数多く存在するとともに、消費者等が進んで購入する地消地産の意識が醸成されている。 ・「プレミアム」「オリジナル」「ヘリテイジ」「サステナブル」の厳選素材をトップランナーとして、県産農産物のブランド力が高まっている。	
	【これまでの取組】 ・県農産物等輸出事業者協議会（以下、「輸出協」という）と連携し、県産農産物の輸出先国への販路拡大を推進 ・輸出先国のニーズや規制等に対応するための輸出向け産地づくりを補助金により支援 ・県産農畜水産物及び県産原料の加工食品等の信州ならではの食の魅力「おいしい信州ふード」として発信する県民運動と各カテゴリーの基準による県産農産物のブランド化を推進	
令和2年度 点検結果 (令和元年度 実施事業分) ・ 現状分析	課 題 ・輸出先国のニーズや検疫条件等に対応できる産地形成が必要。 ・新型コロナウイルスの影響により海外との往來の制限がある中で、商流の維持・拡大に向けた取組が必要。 ・県産農産物の消費拡大につながる新たな視点による情報発信やターゲットを絞った県内実需者向け情報発信の強化が必要。	今後の方向性 ・輸出向け産地づくりの取組を支援するとともに、輸出に取り組む新たな生産者の掘り起こしを図る。 ・輸出協の取組を強化するとともに、PR資材のデジタル化やインターネット広告等により販路拡大に取り組む。 ・エシカル消費につながる地消地産の情報発信を強化するとともに、県内の実需者ニーズに応じた情報発信を行い、県産農産物の利活用を促進する。

2 令和3年度事業内容

補正予算のポイント・主な取組 (予定)	【県産農産物海外販売力強化事業】 新型コロナウイルス感染症感染拡大により在庫量の増加や価格下落等の影響を受けている県産米について、新たな市場として期待できる海外で認知度向上に向けたプロモーション等を実施する（対象市場：香港）	 <p>百貨店等で県産米特設コーナーを設置しての販促活動</p>
	○事業内容 ・県産米のPRのためのインターネット広告 ・県産米特設コーナーの設置（百貨店、飲食店等） ・県産米のプレゼント企画の実施 ○事業効果 ・海外における県産米の認知度向上による輸出量の増加 ・新型コロナウイルス感染症感染拡大の影響を受けた県産米の在庫削減に寄与	

指標の状況及び目標値 [↑:改善、↓:悪化、→:変化なし]						区分(単位:千円)						
No	成果指標	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度 目標値	事業 コスト	前年度繰越	R1年度	R2年度	R3年度		
1	県産農産物の輸出額	1,217 百万円	1,211 百万円	↓ 1,491 百万円	↑ 1,750 百万円		予算額	当初予算	19,860	24,060	116,341	
2	「おいしい信州ふード」SHOP登録数	1,343店	1,470店	↑	1,530店			↑	補正予算		79,876	13,208
3	信州プレミアム牛肉の取扱登録店舗数	374店	385店	↑	438店			↑	合計(A)	19,860	103,936	129,549
4									うち一般財源	15,112	9,963	10,297
5									決算額(B)	17,604	97,600	
							職員数(人)	5.6	7.4	7.0		
成果指標 設定理由	①県産農産物の新たな需要創出に向けた輸出拡大の取組に係る成果を確認するために設定。 ②県内外における「おいしい信州ふード」を取り扱う飲食店や販売店の広がり把握するために設定。 ③信州プレミアム牛肉の認知度向上とブランド化による消費拡大の動きを確認するために設定。 ※目標値：①②は第3期食農計画（2018～2022）の目標値から算出、③は前年実績等に基づき設定											

事業番号	09 02 01	事業改善シート（令和3年度実施事業分）		<input type="checkbox"/> 当初要求	<input type="checkbox"/> 当初予算案	<input checked="" type="checkbox"/> 補正予算案	<input type="checkbox"/> 点検	
事業名	農産物のブランド化と販路拡大推進事業		部局	農政部	課・室	農産物マーケティング室		
細事業No.	細事業名		R1年度最終予算		R2年度最終予算		R3年度予算	
1	輸出向け産地づくり推進事業						当初予算	101,000
							補正予算	
			計	-	計	8,250	計	101,000
			千円		千円		千円	
No.	細事業を構成する主な取組	実施方法	令和3年度 実施内容(予定)					
1	GFPグローバル産地づくり推進事業補助金	補助金	生産者団体等が行う輸出先国の調査やプロモーション等の取組を支援（国庫事業） 【補助想定件数9件、補助総額18,000千円】					
2	輸出向けHACCP等対応施設整備事業補助金	補助金	輸出先国の規格や規制、ニーズに対応した製造設備の整備等を支援（国庫事業） 【補助想定件数5件、補助総額83,000千円】					
細事業No.	細事業名		R1年度最終予算		R2年度最終予算		R3年度予算	
2	「長寿世界一NAGANOの食」輸出拡大事業						当初予算	9,690
							補正予算	13,208
			計	10,302	計	8,120	計	22,898
			千円		千円		千円	
No.	細事業を構成する主な取組	実施方法	令和3年度 実施内容(予定)					
1	長野県農産物等輸出事業者協議会負担金	負担金	県内の輸出に取り組む生産者や事業者で構成する協議会への負担金 【協議会の活動内容：会員の海外での販売促進活動に対する支援、輸出支援員等を通じた市場動向の把握及び現地での長野セールの実施ほか】					
2	県産農産物海外販売力強化事業	委託	<ul style="list-style-type: none"> 輸出に取り組む事業者の掘り起こしのためのセミナー開催やガイドブックの作成 オンラインでの商談等での活用を想定したデジタルリーフレットの製作 新規開拓国（タイ、マレーシア）における輸出拡大に向けた検討及び試行 					
3	県産農産物海外販売力強化事業（コロナ交付金活用事業）	委託	新型コロナウイルス感染症の影響を受けている県産米について、海外で認知度向上に向けたプロモーション等を実施 <ul style="list-style-type: none"> 県産米のPRのためのインターネット広告 県産米特設コーナーの設置（百貨店、飲食店等） 県産米のプレゼント企画の実施 					
細事業No.	細事業名		R1年度最終予算		R2年度最終予算		R3年度予算	
3	「おいしい信州ふード」の魅力発信事業						当初予算	5,392
							補正予算	
			計	9,289	計	7,289	計	5,392
			千円		千円		千円	
No.	細事業を構成する主な取組	実施方法	令和3年度 実施内容(予定)					
1	「おいしい信州ふード」県民運動の推進	直接	<ul style="list-style-type: none"> エシカル消費につながる県産農産物の地消地産を推進するための情報発信 県内飲食店等の実需者に向けた県産農産物情報の提供 県産農産物の購入先や活用方法等を“見える化”するためのホームページ改修 					
2	「プレミアム」「オリジナル」「ヘリテージ」「サステイナブル」の推進	直接	<ul style="list-style-type: none"> 県オリジナル品種等の認知度向上や消費拡大のための県内外への情報発信 取扱登録店の拡大やフェアの開催等による信州プレミアム牛肉の販売促進 ぶどう等の県産果物の販路拡大のための生産者団体と連携したトップセールス 					
細事業No.	細事業名		R1年度最終予算		R2年度最終予算		R3年度予算	
4	卸売市場流通対策事業						当初予算	259
							補正予算	
			計	269	計	392	計	259
			千円		千円		千円	
No.	細事業を構成する主な取組	実施方法	令和3年度 実施内容(予定)					
1	卸売市場流通対策事業	直接	卸売市場法に基づく地方卸売市場の認定及び指導・監督等（検査の実施等）					