

消費喚起・生活支援型交付金活用事業予算 知事査定ヒアリング資料

部局名：農林水産部

順番	細事業名	事業費	ページ
1	みえジビエ消費拡大事業費	79,291	1
	みえのイチ押し食品フェア開催事業費	80,607	3
2	県産農産物の魅力発信対策事業費	100,152	5
	県産材住宅等建築促進事業費	89,100	7
	魅力ある三重県産水産物の消費拡大事業費	100,923	9
合 計		450,073	

平成26年度事業マネジメントシート（事務事業）

担当課 農林水産部 フードイノベーション課

事業概要

細事業名	みえジビエ消費拡大事業費				区分	新規
	311	農林水産業のイノベーションの促進				
施策	31101	新たなビジネス創出に向けた基盤づくり				
	目標項目		25年度実績値	27年度目標値		
基本事業	農林水産資源を高付加価値化するプロジェクトの創出（累計）		37件	25件		
	選択・集中重点化施策					
根拠（法令等）						
予算額等	年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
	予算額	—	—	—	79,291千円	
	決算額	—	—	—		
事業の目的	<p>本事業では、みえジビエの購入やみえジビエ料理の飲食等を促進するクーポンを発行し、消費者等の購入、飲食意欲を高め、消費拡大を図ります。</p> <p>また、飲食店に食材となるみえジビエを安価に提供することで、消費者もお値打ちでのみえジビエ料理を楽しめるように取り組み、消費拡大を図ります。</p>					
	事業目標	新たに消費されるみえジビエの量：2,000kg				
前年度からの変更点						
事業の必要性と期待される効果	みえジビエやみえジビエ加工品等の消費拡大が期待されます。					

取組詳細

取組概要	みえジビエ等の購入者やみえジビエ料理メニューの利用者等に対し、クーポンの発行やスタンプラリーを実施し、消費拡大を図ります。 みえジビエの消費拡大を図るため、メディアやイベント等によるみえジビエ消費拡大PRに取り組みます。
取組内容等	

1. みえジビエ消費拡大事業 79,291 千円 (-)

(1) 紙クーポンによるみえジビエの消費拡大

- ・みえジビエ料理の飲食費用及びみえジビエとその加工品の購入費用の一部を支援するクーポンを発行します。
- ・みえジビエの購入者等を対象に、スタンプラリーを行います。
- ・みえジビエを食材として考えているレストラン等に対し、食材となるみえジビエの購入費用を支援し、消費者への提供価格を抑え、みえジビエのファンを増やします。
- ・クーポン等の対象を明確にするために、みえジビエ商品マークを作成し、消費者の食の安全面等での不安感を解消します。
- ・これらみえジビエクーポン等の取組をメディアやイベント等により、広くPRを行います。

(2) 電子クーポンによるみえジビエの消費拡大

- ・みえジビエ料理の飲食費用及びみえジビエとその加工品の購入費用の一部を支援する電子クーポンを発行します。

平成26年度事業マネジメントシート（事務事業）

担当課 農林水産部 フードイノベーション課

事業概要

細事業名	みえのイチ押し食品フェア開催事業費				区分	新規
施策	311	農林水産業のイノベーションの促進				
	31101	新たなビジネス創出に向けた基盤づくり				
基本事業	目標項目		25年度実績値	27年度目標値		
	農林水産資源を高付加価値化するプロジェクトの創出（累計）		37件	25件		
選択・集中 重点化施策						
根拠 （法令等）						
予算額等	年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
	予算額	—	—	—	80,607千円	
	決算額	—	—	—		
事業の目的	大都市圏及び県内における小売店舗やイベント等において集客や消費喚起のための企画を盛り込んだ県産品販売イベントを開催します。					
事業目標	県産品販売イベント来場者数 145,000人					
前年度から の変更点						
事業の必要性と期待される効果	経済のグローバル化や長期化する景気低迷など、農林水産業を取り巻く経営環境は厳しさを増しています。					
	<p>こうした状況のなか、県では商談会やレストランフェアなどの機会を活用して、みえセレクション選定品を始めとした県産品のPRを実施していますが、対消費者への県産品のPR機会の増加が課題となっています。</p> <p>そこで、大都市圏及び県内における小売店舗やイベント等において消費者を対象として、みえセレクション選定品を始めとした県産品の販売イベントを実施しPR機会を増やすことで、県産品の消費喚起を図ります。</p>					

取組詳細

取組概要

大都市圏及び県内における小売店舗やイベント等において集客や消費喚起のための企画を盛り込んだ県産品販売イベントの開催

取組内容等

1. みえのイチ押し食品フェア開催事業 80,607千円（－）

大都市圏及び県内における小売店舗やイベント等において県産品販売イベントを開催するとともに、プレミアム付き商品券の販売を行うなど集客や消費喚起の取組を実施します。

平成26年度事業マネジメントシート（事務事業）

担当課 農林水産部 農産園芸課

事業概要

細事業名	県産農産物の魅力発信対策事業費				区分	新規
	施策	312	農業の振興			
基本事業	31202	園芸等産地形成の促進				
	目標項目		25年度実績値		27年度目標値	
	新たな視点の産地展開に挑戦する園芸等産地増加数(累計)		10産地		20産地	
	選択・集中重点化施策					
根拠(法令等)						
予算額等	年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
	予算額		—	—	100,152千円	
	決算額	—	—	—		
事業の目的						
<p>県内及び近県(中京圏、関西圏)において、量販店などでのイベント、マスメディアを活用したPR活動により県産農産物の認知度の向上を図り、消費拡大、需要喚起を行います。</p>						
事業目標						
<p>三重県産農産物の消費拡大・需要喚起を図るため、県産農産物に対する認知度の向上と需要拡大を目標とします。</p>						
前年度からの変更点						
事業の必要性と期待される効果						
<p>県産農産物の重要な顧客である県内や近県の消費者に対し、本県でどのような農産物を生産しているか、どのような特徴があるのかなどについては十分に認識されていない状況です。そこで、県内及び近県での重点的なPRによる認知度の向上と、キャンペーンの実施により、県産農産物の地域消費喚起を図る必要があります。</p>						

取組詳細

取組概要

価格低迷や消費減少の続く米、茶のほか、県内のブランド化を推進している農産物について、ロングランのキャンペーンを行い、旬の県産農林水産物を贈るプレゼントキャンペーンを実施します。また、このキャンペーンをサポートするため、集客施設や量販店、飲食店等でのPR活動、マスメディアでのPR活動を展開します。

取組内容等

(1) 県推進事業 384千円(0千円)

県産農産物の魅力発信に向けた打ち合わせや資料作成を行います。

(2) 委託事業 99,768千円(0千円)

県産農産物の魅力を効果的かつ効率的に発信するため、重点的に推進する農産物について量販店や飲食店などでPRするとともに、消費減少が著しい品目を中心にキャンペーンを展開し消費の拡大や需要の喚起を図ります。

① 県産農産物魅力発信キャンペーン事業費 82,996千円

特に価格低迷、消費減少が著しい米と茶のほか、ブランド推進品目について、消費者の購買意欲を高め、県産農産物の販売を促進するため、購入時に応募券をつけ、その券を貼付した応募はがきを返送した消費者に旬の県産農林水産物を贈るキャンペーンを実施。また、応募はがきで簡易なアンケートを同時に実施し、購入者の動向、ニーズなどを分析します。

② 県産農産物魅力発信PR事業 16,772千円

米や茶のほか、ブランド推進品目(トマト、いちご、みかん、なばな等)について、県内及び近隣の集客施設や量販店、飲食店等において、PRイベントを実施し、マスメディアでのPRを行います。

【PR展開の視点】

これまでの、単一品目での販売促進PRだけでなく、複数の品目を組み合わせ、レシピや食べ方の提案を取り入れたPR活動を展開します。

また、新たに、環境ラベル(生物多様性の保全の取組を伝える環境ラベル)についてのPR活動も行い、魅力のある三重県の農産物としての展開も検討します。

平成26年度事業マネジメントシート（事務事業）

担当課 農林水産部 森林・林業経営課

事業概要

細事業名	県産材住宅等建築促進事業費				区分	新規
	313	林業の振興と森林づくり				
施策	31301	県産材の利用の促進				
基本事業	目標項目		25年度実績値	27年度目標値		
	「三重の木」認証材等出荷量		39,232m3	50,000m3		
選択・集中 重点化施策						
根拠 (法令等)	三重の森林づくり条例					
予 年度	平成 23 年度	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	
算 額				89,100 千円	千円	
等 決算額						
事業の目的	<p>県産材を使用する住宅等の建築を支援することで、地域の消費を喚起するとともに、県産材の需要拡大を図ります。</p> <p>このことにより、地域の活性化を促進するとともに、森林の適正な整備・保全、地球温暖化の防止などに貢献します。</p>					
事業目標	・「三重の木」等の消費量 3,000m3					
前年度から の変更点						
事業の必要性と期待される効果	<p>本県では、県民力ビジョンに定める県産材（スギ・ヒノキ）素材生産量の目標値達成に向けて、主伐の促進等、素材生産量増大の取組を進めることとしていますが、あわせて木材の需要を拡大していく取組が必要です。</p> <p>本事業に取り組むことで、県民の住宅取得意欲が刺激され、地域が活性化されるとともに、生産量の増大する県産材の需要拡大につながります。</p>					

取組詳細

取組概要

構造材や内装材などに県産材を使用する住宅の新築等を支援するとともに、県産横架材を使った住宅の見学会の開催を支援します。

また、内装材等に県産材を使用する商業施設等の新築等を支援します。

取組内容等

- (1) 県産構造材活用住宅支援（構造材一般タイプ） 22,500千円（0千円）
 - ・ 県産構造材を使用した住宅の新築等を行う施主を支援（150棟）
- (2) 県産構造材活用住宅支援（横架材タイプ） 45,000千円（0千円）
 - ・ 県産横架材を使用した住宅の新築等を行う施主を支援（150棟）
- (3) 県産横架材PR支援 5,000千円（0千円）
 - ・ 県産横架材を使用した住宅の見学会を開催する建築事業者等を支援（50棟）
- (4) 県産内装材等活用住宅支援 6,750千円（0千円）
 - ・ 県産内装材等を使用した住宅の新築等を行う施主を支援（4,500m²）
- (5) 商業施設等県産材活用支援 4,800千円（0千円）
 - ・ 内装材等に県産材を使用する商業施設等の新築等を行う事業者を支援（800m²）
- (6) 県産材住宅等建築促進事業推進業務 4,961千円（0千円）
 - ・ 県産材住宅等建築促進事業を実施するために必要な事務等を委託により実施

平成26年度事業マネジメントシート（事務事業）

担当課 農林水産部 水産資源課

事業概要

細事業名	魅力ある三重県産水産物の消費拡大事業費				区分	新規
	314	水産業の振興				
施策	31402	高い付加価値を生み出す水産業の確立				
基本事業	目標項目		25年度実績値	27年度目標値		
	資源管理に参加する漁業者数		980人	1,500人		
選択・集中 重点化施策						
根拠 (法令等)						
予算額等	年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
	予算額				100,923千円	千円
	決算額					
事業の目的	<p>首都圏・関西圏及び県内において、様々な三重県産水産物の魅力を発信するイベント等を行うことを通じ、三重県産水産物の認知度を高め、消費拡大・需要喚起につなげます。</p>					
事業目標	<p>イベント参加者数 約6,000人</p> <p>①首都圏・関西圏における消費拡大イベント 講演会 30人×13イベント=390人 販売 200人×13イベント=2,600人</p> <p>②県内における消費拡大イベント 販売 200人×15イベント=3,000人</p>					
前年度からの変更点						
事業の必要 性と期待さ れる効果	<p>三重県産水産物は、その多くが三大都市圏を始めとする県外に出荷されており、市場で高い評価を得て一般スーパーに並ぶ「伊勢マダイ」等も出てきているものの、その魅力は十分に発信できておらず、一般消費者の三重県産水産物に対する認知度はまだまだ低いと考えられます。また、県北部でも、同様の傾向を示しています。</p> <p>さらに、家庭における魚介類への支出は年々減少しており、魚食離れが急速に進展しています。</p>					

このことから、三重県産の水産物について、その魅力を情報発信し、認知度を向上させるとともに、同時にレストランにおいて、三重県産水産物を提供すること等により、消費拡大・需要喚起につなげます。

また、三重県産水産物の提供により、三重県の魅力を感じてもらい、鮮度も高く、より美味しい三重県の水産物を食べたい観光客の集客につなげます。

取組詳細

取組概要

首都圏・関西圏及び県内において、様々な三重県産水産物の魅力を発信するイベントを行うことを通じ、三重県産水産物の認知度を高め、消費拡大・需要喚起につなげます。

取組内容等

魅力ある三重県産水産物の消費拡大事業 【予算額 100,923 千円（ 0 千円）】

(1) 首都圏・関西圏における三重県産水産物の消費拡大事業 【予算額 84,780 千円】

三重テラスの2階イベントスペース等を使い、カキや真珠等、三重県の誇る県産水産物のパネル展示や講演会を定期的に開催し、漁業者と消費者の交流機会の創出や漁業者が推す三重県自慢の逸品の提供（試食を含む。）といった『三重県を東京で味わう』という付加価値を提供することにより、三重県産水産物の認知度を高め、魅力を実感してもらいます。

さらに、三重テラスの物販やレストラン等の協力を得て、イベントで講演した県産水産物を使った料理や商品を提供と併せて、イベントや講演参加者に対して県産水産物を購入できるプレミアムチケットを販売し、そのチケットで、イベント等で紹介された三重の水産物や関連商品を中心に詰め合わせた「三重の逸品便（仮称）」が、額面よりお得に購入（入手）でき、かつ、三重県の事業者から自宅に直接配送してもらえるという取組を仕掛けることで、首都圏等における三重県産水産物の消費拡大・需要喚起につなげます。

(2) 県内における三重県産水産物の消費拡大事業 【予算額 16,143 千円】

様々な魅力ある三重県産水産物について、県北部地域では県南部に比べその需要は少なく、認知度も低いことから、県北部や伊賀地域などで、定期的な情報発信を行うことにより、県産水産物の認知度を高め、消費拡大・需要喚起につなげます。

また、県産水産物の試食会やイベントにおける販売を通じ、特徴や味を体験してもらうとともに、上記の活動について、漁業者自ら情報発信・営業・販売を行うことにより、三重県産水産物の魅力を実感してもらいます。