

予 算 要 求 資 料

令和3年度当初予算 支出科目 款：商工費 項：商工費 目：商業振興費

事業名 県産品海外プロモーション事業費

(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 海外展開係 電話番号：058-272-1111 (内 3118)

E-mail : c11370@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 12,000 千円 (前年度予算額：20,700 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	20,700	8,074	0	0	0	0	0	0	12,626
要求額	12,000	4,758	0	0	0	0	0	0	7,242
決定額	0	0	0	0	0	0	0	0	0

(1) 要求の趣旨 (現状と課題)

岐阜県を代表する伝統工芸品等を扱う地場産業については、消費者のライフスタイルの変化等により国内需要が減少しつつあり、海外展開による新たな需要を喚起・開拓・拡大を図ることが必須である。

(2) 事業内容

世界有数の流行・情報発信拠点であるフランス、イギリス、アメリカ等の欧米諸国や成長著しいアジア及び市場が拡大しているEC等において、伝統工芸品のプロモーション及びテストマーケティングを実施し、知名度向上、ブランド力強化及び海外販路開拓につなぐ。

実施にあたっては、海外主要都市において実施しているトップセールス等による「観光・食・モノ」を一体化したプロモーションも活用しつつ、海外市場開拓を目指す県内中小企業を支援する。

(3) 県負担・補助率の考え方

県内企業が1から海外販路開拓を行うのはハードルが高い。県が率先して販路開拓することにより、海外展開の経験が乏しく、貿易実務に疎い企業等が海外展開に積極的に取り組むための“呼び水”となることを狙うため、県事業として実施することが適当である。

(4) 類似事業の有無

無し

3 事業費の積算内訳

事業内容	金額	事業内容の詳細
旅費	1,440	海外販路開拓のための出張旅費
委託料	9,516	仏国、英国、米国及びE C等での県産品海外プロモーション委託等
需用費	794	海外テストマーケティングにおけるPR用県産品等
役務費	200	イベント通訳
報償費	50	講師謝金等
合計	12,000	

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) 地域の魅力の創造・伝承・発信
 - ④「ぎふ」ブランドづくり
- ・岐阜県成長・雇用戦略
 - 6 戦略を推進するための基盤づくり (3) 販路拡大・海外展開
- ・岐阜県SDGs未来都市計画
 - 1. 2 自治体SDGsの推進に資する取組
 - (1) 自治体SDGsの推進に資する取組
 - ②経済面：世界に誇る「ぎふブランド」の創造と発信

(2) 後年度の財政負担

世界有数の流行・情報発信拠点であるフランス、イギリス、アメリカで実施する岐阜県PRプロモーションは、一過性に終わらせるのではなく、現地における認知度やディストリビューター（流通事業者）等からの信頼を得て真のパートナーとなるため、少なくとも3年程度は、継続的に事業を実施する必要がある。また、トップセールスを活用することにより効果的に実施することができる。

(3) 事業主体及びその妥当性

公的機関である県が率先して海外に販路を構築することにより、海外においても県産品の信頼度が高まり、海外と県内企業との継続的取引へと繋がる可能性が高くなる。また、県レベルの方が県内全域から県産品を紹介できるため、より幅広いニーズに対応が可能である。

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
令和3年度末までに、輸出事業所数を468事業者に増加させる（岐阜県統計課・岐阜県輸出関係調査）。

（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 (前々年度末時点)	目標	達成率
輸出事業所数	- (H)		376 (H30)	468 (R3)	80%

○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）

令和元年度実績

（令和2年度は新型コロナウイルス感染拡大により事業を中止したため）

- オーストラリア「観光・食・モノ」三位一体プロモーションにおける県産品及び日本酒のプロモーション

場所：オーストラリア・シドニー

期間：令和元年9月11日（水）～13日（金）

- フランスにおける日本酒販売拡大プロモーション

場所：フランス・パリ

期間：令和元年10月5日（土）～10月7日（月）

内容：日本酒展示会「Salon du Sake」に出展

- 香港インターナショナル・ワイン&スピリッツフェア出展

場所：香港コンベンション&エキシビジョンセンター

期間：令和元年11月7日～9日（予定）

内容：岐阜県ブースを設け、インポーターや小売店等にPRを実施

(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

令和元年度実績

(令和2年度は新型コロナウイルス感染拡大により事業を中止したため)

○オーストラリア

知事のトップセールスによる「観光・食・モノ」三位一体プロモーションにより、現地VIP層への岐阜県の一体的なPRを実施。岐阜のブランド力、知名度の強化及び海外販路開拓につなぐ。

○フランス

欧州最大級の日本酒展示会において、現地バイヤーの嗜好に合わせた商品をセレクト・出展をし、新たな顧客を獲得。今後の販路開拓が期待できる。

○香港

アジア市場へのゲートウェイである香港の展示会に2年連続で出展し、世界中から集まるバイヤー等へ岐阜のブランド力、知名度の強化を図ることで、アジア全土への販路開拓が期待できる。

2 事業の評価と課題

(事業の評価)

- ・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)

○

近年、経済のグローバル化・ボーダレス化に伴い、県内中小企業の国際化は産業政策上極めて重要な課題となっており、一層の支援強化が必要である。

- ・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）

○：概ね期待どおり又はそれ以上の効果が得られている、△：まだ期待どおりの成果が得られていない

(評価)

○

フランス等欧州において実施した販路拡大PR活動を契機として、県内メーカーへの引き合いや取材依頼等も増えてきており、事業の有効性は高い。

- ・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)

○

海外に販売拠点や販路をもつ民間企業との連携で事業を進めることにより、単独では海外展開が困難な県内中小企業にも海外市場開拓・拡大の機会を提供することができている。

(今後の課題)

・ 事業が直面する課題や改善が必要な事項

グローバル展開及び海外の連携会社の戦略・事業実施のスピードが速く、また実取引に進むには専門的な知識・ノウハウの習得や体制の構築等、組織能力の向上が求められるため、機会を提供しても、県内の中小企業が継続的な取引につなげることができるかが課題である。

従い、経営資源の乏しい中小企業の対応力を強化・補完して海外展開が可能となるよう、能力構築支援とセットで一貫的に支援していくことの必要性の検討が課題である。

また、海外でのプロモーション実施においては、現地との調整コスト（コミュニケーション等の手間・時間等）が多大となり、事業実施が非効率となるため、海外事業の実施にあたっては、相手国の事情も考慮して柔軟に対応できると望ましい。

(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

国内市場が縮小する中、県内企業の海外展開に対する支援ニーズが高まっている。今後も、県産品の海外市場開拓を促進するため、海外において県産品・日本酒のプロモーションを実施し、積極的に県内企業を支援する。

また、経営資源の乏しい中小企業が、マッチングや商品開発の成果を具体的に収益化するために必要な、組織能力（貿易知識・ノウハウ、外国語対応力のほか、戦略構築、事業計画策定等）の強化・補完。そのための、事業者にとって利便性の高いパッケージによる一貫支援の必要性を検討。

(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

--