

# 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 海外産地連携販売促進事業費

(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)

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 3119)

E-mail : [c11370@pref.gifu.lg.jp](mailto:c11370@pref.gifu.lg.jp)

1 事業費 9,744 千円 (前年度予算額：9,744 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	9,744	3,000	0	0	0	0	0	0	6,744
要求額	9,744	3,000	0	0	0	0	0	0	6,744
決定額									

## 2 要求内容

### (1) 要求の趣旨 (現状と課題)

海外への販路開拓は、国内に比べコストやリスクが高い (輸送、関税、言語、商習慣など) にも関わらず、人口減少や新興国の台頭等に伴い、国内市場が縮小傾向にあることから、価格競争激化への危機感は高く、県内中小企業は、経済成長が著しいアジアや、高付加価値商品の受け入れが期待できる欧米等の海外展開に目を向けている。

これを受け、県はこれまで、木工、陶磁器、刃物、和紙等の地場産業の分野において、海外デザイナーとの連携による商品開発や、世界最大規模の国際見本市への出展を通して、海外でも売れるモノづくりを推進してきたほか、海外の販売店舗と連携し、県産品のプロモーションやフェアなどの販売支援を展開してきたところである。

今後は、これらの成果やネットワークをさらに拡大・充実させ、一部の先進企業だけでなく、モノづくり産地としての活性化につなげるとともに、具体的な商流の確保・拡大を図ることとする。

なお、支援にあたっては、岐阜県産業経済振興センターや日本貿易振興機構 (ジェトロ) 岐阜貿易情報センター等、海外展開支援の専門知識やノウハウを有する機関と連携しながら、効率的・効果的に実施していく。

## (2) 事業内容

木工、陶磁器、刃物、和紙等、海外展開を目指すモノづくり中小企業が海外の見本市等に参加するには、資金やスタッフの確保が必要であることから、県内企業の海外展開を支援するため、海外バイヤー等を県内に招請し、効率的・効果的な商談の機会を設ける。

また、これまでに県が連携した海外デザイナーのネットワークを最大限に活用し、県産品の販売機会を創出する。

## (3) 県負担・補助率の考え方

海外取引の経験が乏しい中小の事業者や、地場産業の団体等が、単独で海外販路開拓に継続的に取り組んでいくにはまだまだハードルが高いため、県が率先して商談の機会を設けていく必要がある。

## (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	120	海外渡航ほか職員旅費
需用費	120	消耗品
役務費	120	通信運搬費
委託料	9,384	海外バイヤー等の招請
合計	9,744	

## 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) 国・他県の状況

海外の著名デザイナーと連携して得たネットワークやノウハウを活かしてバイヤー等を招請し、商談の機会を設ける事例はない。

(3) 後年度の財政負担

一部の先進企業だけでなく、モノづくり産地としての活性化につなげるとともに、具体的な商流の確保・拡大を図るには、数年に渡る専門的な知識やノウハウの蓄積が必要である。

(4) 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販路開拓に関わることにより、海外においても県産品や産地の信頼度が高まり、継続的な販売取引につながる可能性が高くなる。また、県レベルの方が、県内各地での実施が可能となるため、戦略的で効果的な事業運営が可能となる。



# 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）

海外販路開拓に意欲を持つ企業やモノづくり産地に海外バイヤー等を招請し、モノづくりの現場視察や商談の機会を設けることで、具体的な商流の確保・拡大を図る。

### （目標の達成度を示す指標と実績）

指標名	事業開始前	指標の推移		現在値	目標	達成率
企業訪問件数	0 (H30)	52 (R1)	52 (R2)	52 (R2)	120 (R3)	43.3%

### ○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）

令和元年度末以降、新型コロナウイルスの感染拡大の影響により、海外バイヤー等を招請できず、商談が実施できない状況

### （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

新型コロナウイルス収束後には、招請及び企業訪問を再開する。

県内モノづくり企業にとって、直接海外バイヤーに対し、素材や技術、製造工程のこだわりを説明しながら、モノづくりの現場を案内できることは、コストもかからず非常に訴求力が高い。

また、企業訪問という商談の場は、コミュニケーションがスピーディでロスもないため、即成約に至るケースもあるなど、費用対効果は高い。

## 2 事業の評価と課題

### (事業の評価)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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</li> </ul>	
(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。
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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</li> </ul>	
(評価) ○	招請に必要な経費やスケジュール調整、移動手段等を一括して県がコーディネートすることは、海外バイヤー等が来岐する大きなインセンティブになるため、渡航日程の都合が付けば招請に至るケースが多く、それが企業訪問件数の伸びにつながっている。
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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</li> </ul>	
(評価) ○	県が被招請者から訪問したい企業や商品群を詳細に聞き取り、事前に訪問先を調整することで、各訪問先で取引に向けた具体的な商談が出来るほか、帰国後のフォローアップも丁寧に行うことが出来る。

### (今後の課題)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業が直面する課題や改善が必要な事項</li> </ul> <p>これまでの海外展開の取組みやネットワークをさらに拡大・充実させ、一部の先進企業だけでなくモノづくり産地としての底上げに繋げる必要がある。</p>
--

### (次年度の方向性)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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</li> </ul> <p>海外販路開拓に意欲のあるモノづくり産地や、海外取引実務の知識・ノウハウを有する専門機関と連携することにより、一層効果的な商談の機会を設ける。</p>
---

### (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	
組み合わせて実施する理由や期待する効果 など	