

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 県産品販路開拓促進事業費

(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 国内展開係 電話番号：058-272-1111 (内 3097)

県産品振興係 電話番号：058-272-1111 (内 3092)

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

1 事業費 35,633 千円 (前年度予算額：45,590 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	45,590	0	0	0	0	0	0	0	45,590
要求額	35,633	0	0	0	0	0	0	0	35,633
決定額	0	0	0	0	0	0	0	0	0

2 要求内容

(1) 要求の趣旨(現状と課題)

- ・県内のモノづくり企業は、OEM・下請け体質の企業が多く、直接消費者の声をモノづくりに活かす経験や自ら販路を開拓するノウハウに乏しいほか、大都市圏のバイヤー(卸、小売、商社等)との繋がりも希薄である。
- ・このため、県内企業の商品開発力の底上げや大都市圏に向けた販路拡大の取組みに向け、県内企業による消費者向けの取引(BtoC)を支援することで大都市圏での売り場を確保する取組みが必要である。
- ・そこで、大都市の百貨店やセレクトショップなど集客力のある場所等において、対象を明確にした消費者向け販売フェア等を一定期間にわたり開催し、商品開発や販売力の向上につなげると同時に、県産品の売り場を確保することで、消費者の県産品に対する継続的な認知度向上を図っていく。

(2) 事業内容

① 県産品販売・情報発信拠点「THE GIFTS SHOP」連携事業

- ・JR岐阜駅に隣接する商業施設「アクティブG」内の県産品アンテナショップにおいて、次の事業を実施する。

- ① 県内商材の掘り起し及びテストマーケティング
- ② 県施策と連動した企画展及び市町村等と連携したイベント
 - ・ 運営事業者から提出される収支報告書について、中立公正な外部の専門家（公認会計士）に検査を依頼し、助言を求める。
- ② 岐阜県観光物産展開催事業
 - ・ 国内外の旅行客の中部圏の玄関口である中部国際空港において、県内の観光地や地場産品をPR・販売する。
 - ・ 県内の一大消費圏である岐阜市において、岐阜高島屋での物産展を開催し、高島屋の集客力による県産品の販売促進と商品PRを図る。
- ③ 首都圏百貨店等物産展開催事業
 - ・ 2020東京オリンピック・パラリンピック大会で盛り上がる首都圏や2025年大阪・関西万博を見据えた関西圏において、感度の高いバイヤーや消費者層をターゲットに、対象を明確にした販売フェアを一定期間にわたり開催する。
- ④ 首都圏土産物販売コーナー設置・運営事業
 - ・ 国内外から多くの大会関係者、観光客が見込まれる東京オリンピック・パラリンピック大会のチャンスを最大限に活用し、東京都心のセレクトショップ（2か所）において、大会期間を中心に期間限定で土産物を常時販売するコーナーを設置する。
- ⑤ 岐阜県「県産品愛用推進宣言の店」指定店紹介冊子製作委託業務
 - ・ 「県産品愛用推進宣言の店」に指定された店舗について、県のホームページにてPRを行っている。
 - 指定店を紹介するパンフレットを作成・配布し、県民に取り組みを広く周知するとともに、更なる指定店の増加を目指す。

（3）県負担・補助率の考え方

大都市圏への販路拡大に向けた支援施策は、県内事業者の販売力、商品開発力を高め雇用創出につなげる、県の経済対策及び地域活性化対策であり、県負担は妥当。

（4）類似事業の有無

無

3 事業費の積算内訳

事業内容	金額(千円)	事業内容の詳細
報償費	1,168	プロポーザル審査員報償費、専門家による分析
旅費	2,174	職員業務旅費、旅費弁償
需用費	414	事務消耗品費
役務費	267	通信運搬費
使用料	220	催事会場費
委託料	31,390	物産展運営費、土産物販売スペース運営費
合計	35,633	

決定額の考え方

4 参考事項

(1) 各種計画での位置づけ

「岐阜県成長・雇用戦略2017」

[3]海外展開・販路拡大支援プロジェクト

(2) 国内におけるビジネスチャンスの提供

(2) 後年度の財政負担

企業知名度及び県産品イメージの定着化・成果を確認するため、継続的な支援が必要。

(3) 事業主体及びその妥当性

経営規模や業種に応じた見本市への出展支援や催事等を行うことで、県内中小規模事業者が新たな商談の機会を得やすくなり、販路拡大及び、商品や事業者の知名度が向上する。

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) THE GIFTS SHOP 連携事業 >

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
県民の誇りとなる県産品を取扱う拠点の認知度を高め、県産品の情報発信拠点としての機能を高める。

（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
拠点の認知度 (顧客登録者数)	0 (H25)	15,522 (H29)	18,085 (H30)	19,013 (R1.10)	20,158 (R2.10)	24,000 (R3)	84.0%

○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）

<令和2年10月現在>
・常時1,500以上のアイテムを展示販売（随時販売アイテムの発掘を実施）
・県産品の情報発信と販売促進を目的にワークショップ（計9回）を開催。
・特集ディスプレイ、各種フェア（計6回）実施。

（前年度の成果）

<令和2年10月現在>
週末の試食・試飲販売会を増やし、メーカーと消費者が直接交流できる機会を創出している。各種イベント・フェアを活発に開催することでレジ通過割合を高めている。

2 事業の評価と課題

(事業の評価)

<ul style="list-style-type: none"> ・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) ○	拠点の最大の顧客は県民であり、県の玄関口である岐阜駅で拠点を整備する必要性は高い。
<ul style="list-style-type: none"> ・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) ○	拠点の設置により、営業力が弱い中小・零細企業の販路拡大を支援することができ、有効性は高い。
<ul style="list-style-type: none"> ・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) ○	拠点の運営を民間事業者に委託することにより、民間ノウハウを活用した効率的な運営を目指す。

(今後の課題)

<p>来年度は、新型コロナウイルス感染拡大により、EC市場が拡大する中、県産品の販路拡大を図り、ECサイトの売上増加と、インターネットを利用した情報発信を行っていく必要がある。</p>
--

(次年度の方向性)

<p>今年度のリニューアルを機に、ECと実店舗両方での県産品の情報発信と販路機能の拡大を目指す。</p>
--

(他事業と組み合わせて実施する場合の事業効果)

<p>組み合わせ予定のイベント又は事業名及び所管課</p>	<p style="text-align: right;">【○○課】</p>
<p>組み合わせる理由や期待する効果 など</p>	

事業評価調書（県単独補助金除く）

<input type="checkbox"/>	新規要求事業
<input checked="" type="checkbox"/>	継続要求事業

< 2) 観光物産展開催事業等 >

1 事業の目標と成果

(事業目標)

物産展開催や土産物販売コーナーを通じて、県産品の販売促進を図る。

(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 <small>(前々年度末時点)</small>	目 標	達成率
中部国際空港物産展での日商平均(千円)	(H)	1,012 (H30)	1,082 (R1)	— (R2)	1,200 (R3)	—%
岐阜高島屋物産展での日商平均(千円)			16 (R1)	— (R2)	20 (R3)	—%

○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)

< 令和2年10月現在 >
 ○令和元年1月から引き続き、首都圏における県産品販売コーナー設置中。
 (令和2年11月30日まで)

(前年度の成果)

< 令和2年10月現在 >
 ○首都圏の富裕層に向けて県産品に対する継続的な認知度向上が図られた。
 ○独力で首都圏での販路を開拓するのが困難な県内事業者売り場を確保することで、販売力の強化が図られた。

2 事業の評価と課題

(事業の評価)

<ul style="list-style-type: none"> ・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） <p>○：必要性が高い △：必要性が低い</p>	
(評価) ○	<ul style="list-style-type: none"> ・国内外から多くの観光客が見込まれる東京オリ・パラ大会は、県産品を国内外にPRする絶好の機会であり、多くの方に岐阜県を知ってもらうチャンスである
<ul style="list-style-type: none"> ・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） <p>○：概ね期待どおりまたはそれ以上の成果が得られている</p> <p>△：まだ期待どおりの成果が得られていない</p>	
(評価) ○	<ul style="list-style-type: none"> ・中部国際空港、大都市圏の百貨店は国内外の消費者が立ち寄る情報発信場所として最適な場であり、効果的に県の魅力を発信できる。
<ul style="list-style-type: none"> ・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） <p>○：効率化は図られている △：向上の余地がある</p>	
(評価) ○	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者並びにバイヤー情報も活用しながら展示商談会に岐阜県ブースを設けることで、出展者により多くの商談機会が得られるようになっている。

(今後の課題)

<ul style="list-style-type: none"> ○新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえつつ、県内各地域の特色を出した催事、コーナーとすることが必要。 ○首都圏百貨店等でのフェアについて、実施した成果が見えにくい。
--

(次年度の方向性)

<ul style="list-style-type: none"> ○首都圏百貨店等でのフェアは、これまでの県産品販売フェアという形ではなく、分野、ジャンルを絞ったフェアとする。 ○東京オリパラが開催される期間を中心に、土産物販売コーナーを集中的に設置する。
--

(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

< 3) 首都圏百貨店等物産展開催事業 >

1 事業の目標と成果

(事業目標)

2020 東京オリンピック・パラリンピック大会で盛り上がる首都圏や 2025 年大阪・関西万博を見据えた関西圏等において、感度の高い消費者層をターゲットに、対象を明確にした消費者向け販売フェア等を一定期間開催し、商品販売や販売力の向上につなげると同時に、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	指標の推移		現在値	目標	達成率
産品購入意欲度 (地域ブランド調査)	46 位 / 47 都道府県 (2017)	45 位 (2018)	42 位 (2019)	30 位 (2021)	0 %

○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)

○伊勢丹新宿店における美濃和紙関連商品の展示販売

場所：伊勢丹新宿店 本館 5 階

会期：令和元年 7 月 10 日（水）～23 日（火）14 日間

展示販売：73 アイテム（5 団体）（棚 1 台、机 1 台使用）

主な商品：扇子、水団扇、アクセサリ、グリーティングカード等

(前年度の成果)

伊勢丹新宿店のイメージと「清流の便り」というテーマに沿った装飾により、扇子や水団扇などの高価格帯からグリーティングカードなどの比較的買い求めやすい商品まで様々な美濃和紙製品を並べたことで、アンテナの高い消費者から高評価を得た。

伊勢丹新宿店との関係ができ、バイヤーの目にも留まるなど、今後の首都圏における売り場確保につながった。

2 事業の評価と課題

(事業の評価)

<p>・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</p>	
（評価） ○	<p>地域産品売込みや売り場確保に係る競合が激化する中、東京オリンピック・パラリンピック開催地となっている首都圏や、大阪・関西万博を見据えた関西圏において、県の関与により百貨店等とのネットワークを構築でき、バイヤーの目にも留まるなど、今後の首都圏における売り場確保につながることから、事業の必要性は高い。</p>
<p>・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</p>	
（評価） ○	<p>首都圏および関西圏の消費者・バイヤーの県産品に対する認知度が向上することで、県産品の購入に対する意欲度が向上することから、事業の有効性が高い。</p>
<p>・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</p>	
（評価） ○	<p>百貨店やそれとの強いネットワークを有する者など、物産展に対するノウハウを有している者に事業委託することにより、民間ノウハウを活用した効率的な運営が可能。</p>

(今後の課題)

<p>物産展催事を一過性のものとせず、事業者の販売力や品質管理の向上に寄与するよう、フォローアップを充実させる必要がある。</p>

(次年度の方向性)

<p>より訴求力を高めるため、ある程度ジャンルを絞り込み、対象を明確にした販売フェア形式とする。</p>
--

(他事業と組み合わせて実施する場合の事業効果)

<p>組み合わせ予定のイベント又は事業名及び所管課</p>	【○○課】
<p>組み合わせる理由や期待する効果 など</p>	

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

< 4) 首都圏土産物販売コーナー設置・運営事業 >

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

県内事業者の販路拡大と商品開発力・販売力向上を図ることで、やる気のある事業者の成長と自立を促し、県産品の認知度向上につなげる。

(目標の達成度を示す指標と実績)

指標名	指標の推移		現在値	目標	達成率
産品購入意欲度 (地域ブランド調査)	46 位 / 47 都道府県 (2017)	45 位 (2018)	42 位 (2019)	30 位 (2021)	0 %

○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)

< 令和 2 年 10 月現在 >

○店舗運営期間 令和 2 年 (2020 年) 4 ~ 11 月 (予定)

○店舗 (下記 2 か所)

・ THE COVER NIPPON

(東京都港区赤坂 9-8-3 東京ミッドタウン ガレリア 3 階)

・ リアル・スタイル青山

(東京都渋谷区渋谷 2-1-13-2F)

(前年度の成果)

< 令和 2 年 10 月現在 >

○首都圏の富裕層に向けて県産品に対する継続的な認知度向上が図られた。

○独力で首都圏での販路を開拓するのが困難な県内事業者に売り場を確保することで、販売力の強化が図られた。

2 事業の評価と課題

(事業の評価)

<ul style="list-style-type: none"> ・ 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) ○	東京オリンピック・パラリンピック開催で首都圏での地域産品売込みや売り場確保に係る競合が激化する中、県の関与によりセレクトショップ等とのネットワークを構築でき、バイヤーの目にも留まるなど、今後の首都圏における売り場確保につながることから、事業の必要性は高い。
<ul style="list-style-type: none"> ・ 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) ○	首都圏の消費者・バイヤーの県産品に対する認知度が向上することで、県産品の購入に対する意欲度が向上することから、事業の有効性が高い。
<ul style="list-style-type: none"> ・ 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) ○	セレクトショップ等のノウハウを活用する形で事業委託することにより、民間ノウハウを活用した効率的な運営が可能。

(今後の課題)

<p>コーナー設置を一過性のものとせず、事業者の販売力や品質管理の向上に寄与するよう、フォローアップを充実させる必要がある。</p>
--

(次年度の方向性)

<p>オリ・パラ開催期間を中心に、多くの関係者や観客等が訪れると見込まれる首都圏のエリアにコーナーを設置し国内外へ岐阜県の魅力を発信する。また、コーナーでの販売実績や、消費者との交流を通じ、事業者の販売力向上につながる分析とフィードバックを行い、更に事業効果を高める。</p>
--

(他事業と組み合わせて実施する場合の事業効果)

<p>組み合わせ予定のイベント又は事業名及び所管課</p>	<p style="text-align: right;">【○○課】</p>
<p>組み合わせて実施する理由や期待する効果 など</p>	

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

< 5) 岐阜県「県産品愛用推進宣言の店」指定店紹介冊子製作委託業務 >

1 事業の目標と成果

（事業目標）

- ・地域で生産される県産品の利用を促進するため、県産品愛用に積極的に取り組む店舗等を、「県産品愛用推進宣言の店」として指定する制度を平成14年7月に創設した。毎年度、指定店舗を増やしており、令和元年度は346店舗となっている。
- ・現在、指定店舗については、県のホームページにてPRを行っている。
- ・この度、指定店を紹介するパンフレットを作成・配布し、県民に取り組みを広く周知するとともに、更なる指定店の増加を目指す。

（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
岐阜県「県産品愛用宣言の店」新規指定店舗数	0 (H13)	11 (H28)	14 (H29)	18 (H30)	6 (R1)	10 (R3)	60.0%

○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）

<令和元年度>

- ・県のHPにて募集を告知するとともに、関係団体及び市町村に対して周知を図った。

（前年度の成果）

<令和元年度>

- ・新規指定店舗は、飲食の部5店舗、販売の部1店舗の計6店舗。

2 事業の評価と課題

(事業の評価)

<ul style="list-style-type: none"> ・ 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) ○	地域で生産される県産品の利用を促進する地産地消の取組みは、県内の農産物生産及び地場産業の振興を図る事業であり、必要性は高い。
<ul style="list-style-type: none"> ・ 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) ○	地産地消の取組みを推進するにあたり、事業者が行う取組みを後押しする制度であり、有効性は高い。
<ul style="list-style-type: none"> ・ 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) ○	地産地消の取組みを県民に広く周知するにあたり、飲食店や販売店舗など県民が利用する施設でPRを行う制度は効果的である。

(今後の課題)

<ul style="list-style-type: none"> ・ 毎年新規指定店舗10店舗を指標としているものの、指定店をPRする場が指定を受けた店舗及び岐阜県のHP上のみであり、指定を受けた店舗事業者のPRの場が限定的である。 ・ そのため、事業者に対して指定によるメリットが感じられず、申請数が減ってきている。

(次年度の方向性)

<ul style="list-style-type: none"> ・ 県産品愛用に積極的に取り組む店舗等を広く紹介することで、県民に対して地産地消の醸成を図る。また、制度のPRを通じて指定店舗が意欲的になるとともに、更なる店舗数の増加を目指す。

(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】
組み合わせる理由や期待する効果 など	