

予 算 要 求 資 料

令和 7 年度 3 月 補正 予算

支出科目 款：商工費 項：商工費 目：商業振興費

事業名 【新】 県産品海外魅力発信・販売実証支援事業費

(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3812)

E-mail：c11370@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 補正要求額 7,723 千円 (現計予算額：0 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
現 計 予算額	0	0	0	0	0	0	0	0	0
補 正 要求額	7,723	3,061	0	0	0	0	0	0	4,662
決定額									

2 要 求 内 容

(1) 要求の趣旨(現状と課題)

世界的な物価上昇や国際物流費の高騰により、海外見本市への出展や現地バイヤーとの商談に係る費用負担が増大しており、本県が有する地域資源や国際的ネットワークを最大限に活用した支援策を講じることが求められる。

本県は全国有数の観光地を擁しており、年間を通じて多くの外国人観光客が訪れている。この観光客を対象とした県産品のプロモーションは、海外渡航を伴う販促活動と比較して低コストで実施可能であり、実効性の高い施策となり得る。

本県は世界各地に広がる岐阜県人会ネットワークを有しており、特に岐阜県人会インターナショナル(GKI)とは「県産品の海外展開に関する連携覚書」を締結している。この覚書に基づき、各地域の県人会が有する人的資源や現地ネットワークを活用することで、現地市場の情報収集、低コストでのプロモーション、現地店舗とのマッチング等、海外展開における実務的支援が可能となっている。

加えて、これらの取り組みを国境を越えて継続的に展開するためには、デジタル技術の活用が不可欠であり、県が主体となってSNS等を活用し、県産品の魅力を多言語で発信することにより、インバウンド観光客が帰国後も継続的に県産品を購入できる環境を整備することが可能となる。

(2) 事業内容

- ①インバウンドマーケティング事業 (3,450千円)
 - ・県内宿泊施設と連携したテストマーケティング
- ②海外ネットワーク活用プロモーション事業 (3,723千円)
 - ・世界各地の県人会と連携し、BtoB商談会や日本関連イベントへの出展を支援
 - ・成長著しいハラル市場への参入を支援
- ③デジタルツールプロモーション事業 (550千円)
 - ・県産品紹介サイトやSNSからの静的動的情報の発信

(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のきっかけを作り、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呼び水とするため、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

なし

3 事業費の積算 内訳

事業内容	金額	事業内容の詳細
報償費	32	プロポーザル評価会議構成員報償費
旅費	729	海外販路開拓のための出張旅費等
需用費	839	PR用県産品購入等
委託料	6,123	重点市場における県産品海外プロモーション委託等
合計	7,723	

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・清流文化の創造・伝承・発信
 - ⑤「『清流の国ぎふ』ブランド」づくり
- ・岐阜県経済・雇用再生戦略
 - 5 県産品の世界展開
 - (1) 県産品の世界展開に向けた販路開拓・拡大支援
- ・第2期SDGs未来都市計画
 - II 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：「清流の国ぎふ」ブランドと変化に強い地域経済の確立

(2) 国・他県の状況

地域産品の地産外商・輸出拡大・高付加価値化の必要性は、「地方創生2.0基本構想」(R7.6.13閣議決定)における政策5本柱のひとつ「稼ぐ力を高め、付加価値創出型の新しい地方経済の創生～地方イノベーション創生構想～」において示されている。

(3) 後年度の財政負担

見本市や販売会において県産品の知名度向上や継続的な成約に至るまでには一定の期間を有し、県内小規模事業者がそのリスクを負うにはリソースが不足しているため、一定の財政負担が必要である。また、各県人会のネットワークを活用し、県産品やその他県産業の海外展開を促進していくためには、一定の財政負担が必要である。

（４）事業主体及びその妥当性

公的機関である県が主体となり、県内観光地施設や岐阜県人会インターナショナルと連携して県産品の魅力発信、海外販路を開拓することで、海外における県産品の信頼度の向上や「岐阜ブランド」の確立に繋がり、訴求力が高まる。

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

インバウンド需要や円安を好機と捉えて、国内観光地や海外BtoB商談会において県産品のプロモーションを効果的に実施することで、知名度向上、ブランド力強化及び海外販路開拓につなぐ。

（目標の達成度を示す指標と実績）

指標名	事業開始前 (R6)	R7年度 実績	R8年度 目標	R9年度 目標	終期目標 (R10)	
					達成率	
海外バイヤー等 とのマッチング の件数（件）	-	-	5	10	15	

○指標を設定することができない場合の理由

（これまでの取組内容と成果）

令和4年度	
令和5年度	指標① 目標：___ 実績：___ 達成率：___ %
令和6年度	指標① 目標：___ 実績：___ 達成率：___ %

2 事業の評価と課題

(事業の評価)

・ 事業の必要性(社会情勢等を踏まえ、前年度などに比べ判断) 3 : 増加している 2 : 横ばい 1 : 減少している 0 : ほとんどない	
(評価) 3	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) 3 : 期待以上の成果あり 2 : 期待どおりの成果あり 1 : 期待どおりの成果が得られていない 0 : ほとんど成果が得られていない	
(評価)	
・ 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) 2 : 上がっている 1 : 横ばい 0 : 下がっている	
(評価)	

(今後の課題)

・ 事業が直面する課題や改善が必要な事項 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。

(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 継続的に各チャンネルでの県産品プロモーションを行うことで、バイヤー等からの信頼を得ながら、一層効果的な商談の機会を創出し、海外販路開拓に意欲のある県内事業者を引き続き支援する。

(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	
組み合わせる理由 や期待する効果 など	