

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】県産品越境オンライン販売サイト活用チャレンジ支援事業費

(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3817)

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

1 事 業 費 補正要求額

2,454 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 入	寄 附 金	そ の 他	県 債	一 財 源
現 計 予算額	0	0	0	0	0	0	0	0	0
補 正 要求額	2,454	1,190	0	0	0	0	0	0	1,264
決定額	2,454	1,190	0	0	0	0	0	0	1,264

2 要 求 内 容

(1) 要求の趣旨 (現状と課題)

世界の越境EC市場は急速な拡大を続けていることに加え、為替市場における長期的な円安傾向は、日本産品の価格競争力を強化し、海外における高品質・高価格帯の日本製品への需要を押し上げている。さらに、訪日観光客の増加に伴い、帰国後も現地で県産品を購入できる環境を整備することは、観光消費を持続的な需要へ転換する上で不可欠である。

しかしながら、県内の小規模事業者においては、越境ECの実践的ノウハウが不足しており、国際物流や決済に関する複雑な仕組み、各国・地域特有の商習慣への対応力も乏しく、海外市場への参入障壁となっている。この結果、県産品の認知度向上や販売促進に課題が残り、潜在的な需要を十分に取り込めていない。

こうした状況を踏まえ、円安という追い風を最大限に活用し、世界の主要市場における販路拡大を図るために、事業者が各国・地域のオンライン販売の特徴や商習慣を体系的に学び、実践的なスキルを習得することが必要である。したがって、海外への戦略的な販路拡大を支援するため、越境ECに関する専門的知識を提供するセミナーを開催し、県産品の国際競争力強化を図る。

(2) 事業内容

海外市場別実践セミナーの実施

○対象市場：米国、欧州、中国、東南アジア向けに全4回開催

○実施内容：

- ・市場のオンライン販売における特性や消費行動、商習慣を学習
- ・既にオンライン販売に取り組んでいる事業者に対しても、最新のトレンドや成功事例を共有し、改善策を提示
- ・物流・決済の仕組みや法規制、現地でのマーケティング手法についても解説

○実施方法オンラインと対面のハイブリッド形式

(3) 県負担・補助率の考え方

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	13	職員旅費等
需用費	29	消耗品
委託料	2,380	セミナーの開催
合計	2,454	

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

事業効果等を踏まえ継続的について必要な検討を実施

(4) 事業主体及びその妥当性

セミナー開催にあたり、県内事業者に広く参加を呼びかける必要があるため、公的機関である県が主体となることが妥当である。

事 業 評 価 調 書 (県単独補助金除く)

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

海外主要市場を対象にオンラインを活用した販売促進やビジネスマッチングを継続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。

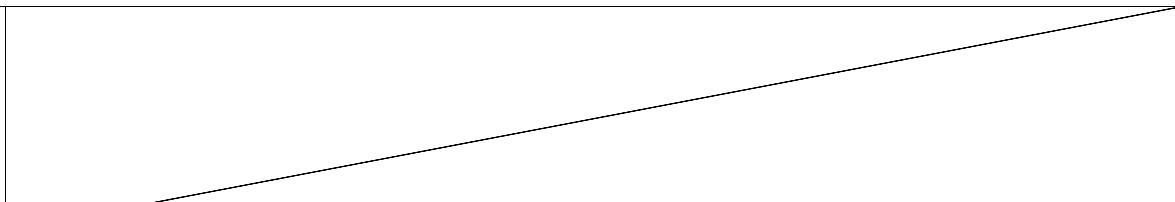
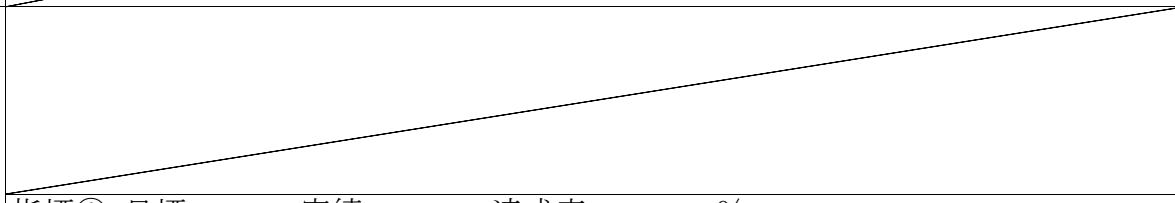
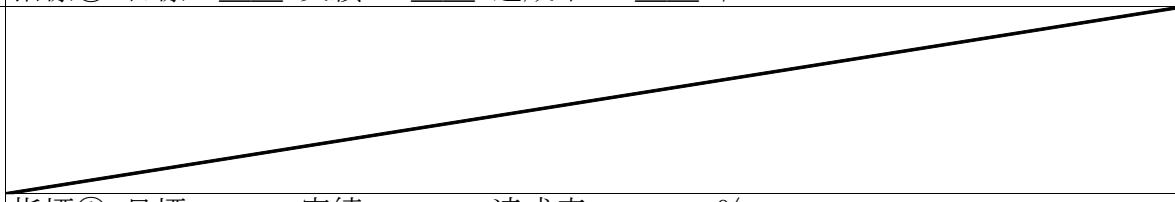
(目標の達成度を示す指標と実績)

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
オンライン海外 展開を実施した のべ事業者数 (社)	-	-	3	6	10	

○指標を設定することができない場合の理由

（記入用紙面）

(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

海外販路拡大に向けた県内事業者による海外ECによる販売を通じて増やしていく。

(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	