

予 算 要 求 資 料

令和8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【新】県産品海外展開拠点等活用マーケティング事業費

(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 7,750千円 (前年度予算額： 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 |
| 前年度 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 要求額 | 7,750 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3,570 | 0 | 4,180 |
| 決定額 | | | | | | | | | |

2 要求内容

(1) 要求の趣旨(現状と課題)

国内市場は人口減少等により縮小傾向にあり、事業者の持続的な成長には、欧米をはじめとする高付加価値商品の需要が見込まれる海外市場への販路拡大が不可欠である。しかし、県内事業者の多くは海外展開の必要性を認識しているものの、人材・資金・ノウハウの不足から、具体的な取組に着手できない状況にある。

こうした課題に対応するため、県がこれまで構築してきた海外連携型アンテナショップを最大限活用し、重点市場におけるプロモーションや個別商談会の機会を創出する。これにより、県産品の海外市場開拓を目指す中小事業者の参入促進を図る。さらに、既存店舗周辺において新たな県産品展開拠点を発掘し、連携したプロモーションを展開することで、海外市場における県産品の売上拡大と販路定着を持続的に推進する。

(2) 事業内容

重点市場(米国・ロサンゼルス)において、以下3事業を一体的に実施する。

①大規模イベントにおける県産品プロモーションの実施

現地で集客力の高い見本市や食文化関連イベントに出展し、県産品(工芸品、加工食品、日本酒等)の展示・試食・販売を行うとともに、来場者への情報発信を実施する。

②現地バイヤーとの商談会の実施

現地バイヤーとの個別商談会のマッチング支援を行い、県産品の継続的な売上と販路定着に繋げる。

③海外連携型アンテナショップ活用事業

米国における既存連携店舗を拠点に岐阜県フェアを開催して同店及びECサイトへ誘導し、継続購入につながる仕組みを構築する。また、同店舗近隣で今後連携プロモーションが可能となる新たな県産品展開拠点の掘り起こしを実施する。

(3) 県負担・補助率の考え方

県内企業がいち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 | 602 | 海外販路開拓のための出張旅費等 |
| 需用費 | 100 | PR用県産品購入等 |
| 役務費 | 178 | 通訳経費、海外携帯電話通話料等 |
| 公課費 | 100 | 輸出時関税等 |
| 使用料 | 50 | 借上車手配料 |
| 委託料 | 6,688 | 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 | 7,750 | |

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

海外市場を対象とした岐阜県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

(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って海外販路を開拓することにより、海外においても県産品の信頼度が高まり、「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 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 |

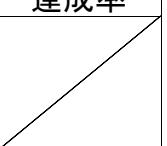
1 事業の目標と成果

(事業目標)

- ・何をいつまでにどのような状態にしたいのか

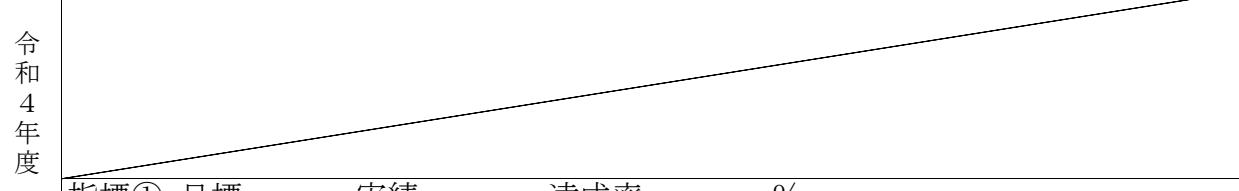
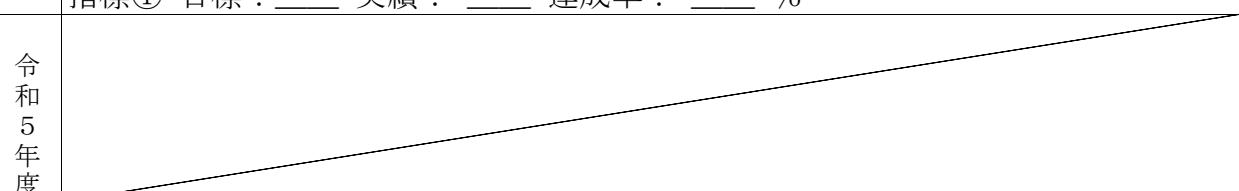
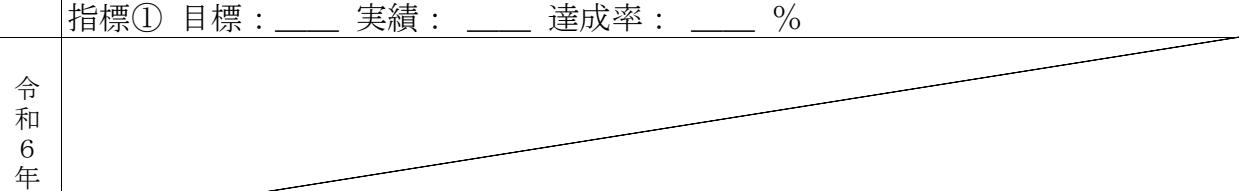
重点市場である米国市場向けに新たに県産品を輸出する県内事業者を、令和10年度までに15社に増やす。

(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 |
|--------------------------|---------------|------------|------------|------------|---------------|---|
| 米国向けに新たな取引を実現したのべ事業者数(社) | - | - | 4 | 9 | 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 |  指標① 目標：____ 実績：____ 達成率：____ % |
| 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

今後も県のネットワークを活かして、海外継続的に連携することにより、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 | |
| 組み合わせて実施する理由 や期待する効果 など | |