

予 算 要 求 資 料

令和8年度当初予算

支出科目 款：総務費 項：企画開発費 目：国際化推進費

事業名 海外戦略推進事業費

(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)

観光文化スポーツ部国際交流課国際連携係 電話番号：058-272-1111(内3971)

E-mail：c11345@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 28,316 千円 (前年度予算額： 39,250 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	39,250	0	0	0	0	0	0	0	39,250
要求額	28,316	0	0	0	0	0	0	0	28,316
決定額	28,316	0	0	0	0	0	0	0	28,316

2 要 求 内 容

(1) 要求の趣旨（現状と課題）

国内市場の縮小、経済のグローバル化が進展する中、海外の有望市場を開拓していくことは今や不可欠となっている。これまで県では、観光、農産物、地場産品等の海外市場へのプロモーションを展開してきたが、今後は新たな分野へのアプローチも視野に入れつつ、世界における本県の価値を更に高め、地域経済の活性化に繋がる海外戦略を推進することを目的とする。

(2) 事業内容

本県の誇る観光・食・モノに、歴史、伝統、文化などのストーリー性を加え、「岐阜県」の名とともに、効果的に海外市場に発信していく。

なお、事業の実施にあたっては、着実な成果をあげるため、各国の文化・慣習等を丁寧に分析しながら、ターゲットとする国や市場を見極め、事前調査・トップセールス・フォローアップの三段階で戦略的に実施する。

また、市町村や県内企業等と連携し、これまで築き上げてきた友好国・地域との幅広いネットワークも十分に活用しながら、効果的な事業の推進を図る。

(3) 県負担・補助率の考え方

当該事業は、本県の誇る観光・食・モノなどの魅力を、官民協働で海外市場に発信するものであり、事前調査・トップセールスで対象国・地域への進出の橋頭堡を築き、後の継続したフォローアップから民間ビジネスにつなげていくことを目的としている。

そのため、官民それぞれで、渡航費等の必要経費を負担することが妥当である。

(4) 類似事業の有無

無

3 事業費の積算 内訳

事業内容	金額	事業内容の詳細
旅費	18,684	航空旅費、現地交通費、宿泊費
需用費	1,072	消耗品費、対外交流費
役務費	4,160	通信費、荷物運送費、通訳手配費
委託料	4,400	現地車借上げ費
合計	28,316	

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

(2) 国・他県の状況

観光・食・モノをはじめとした本県の魅力を一体的に、事前調査・トップセールス・フォローアップという3段階で、きめ細かく継続的に行うプロモーションは他にはない取り組みである。

(3) 後年度の財政負担

本事業は、官民の協働事業として、海外における本県の価値を高め、県のネットワークから民間のビジネスへと繋げていく事業であるため、県のイニシアティブ無しに民間ビジネスが進められる状況になれば、県事業としての役割は終了する。

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 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

海外の有望市場をターゲットに、岐阜県の誇る観光・食・モノをはじめとした魅力を「ぎふブランド」として一体的にPRし、観光誘客と岐阜県産品の市場開拓・販路拡大を図る。また、新たな分野へのアプローチも視野に入れつつ、世界における本県の価値を更に高め、民間ビジネスに繋がるプロモーション事業等を実施することで、地域経済の活性化を促す。

（目標の達成度を示す指標と実績）

指標名	事業開始前 (R)	R6年 実績	R7年 目標	R8年 目標	終期目標 (R9)	R6/R9
						達成率
①外国人延べ宿泊者数		193万人	170万人	190万人	200万人	96.5%

※平成23年度から集計方法が変更されたため、事業開始前とは比較不可

○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	<p>新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、海外との往来が困難であったものの、往来の再開の兆しがみえたことから、翌年度のトップセールスの再開に向け、ポーランド・シロンスク県関係者と実務レベルでの連絡調整を実施したほか、渡航時に必要なPRパンフレットの更新等を行った。</p> <p>指標① 目標：70万人 実績：12.2万人 達成率：17.4%</p>
令和5年度	<p>約4年ぶりの渡航として、令和5年7月に、台湾、シンガポール、マレーシアを訪問。台湾では、インバウンドV字回復や岐阜ブランドの認知度拡大を目的とし、シンガポール及びマレーシアでは、本プロジェクトの原点回帰として、「清流の国ぎふ」の観光・食・モノをPRした。</p> <p>8～9月には、フランス、ポーランド、ハンガリーを訪問し、フランス・アルザス欧州自治体との新たな協力協定やポーランド・シロンスク県との友好交流の覚書への調印、ハンガリー・ヘレンド磁器博物館における美濃焼展の開会セレモニー等に出席し、各国との交流を深めた。</p>

	指標① 目標：70万人 実績：109万人 達成率：155.7%
令和6年度	<p>令和6年7月にウズベキスタン及びドイツを訪問。ウズベキスタンでは、サマルカンド州との交流に向けた基本合意書への調印等を目的とし、ドイツでは、木曽川中流域の観光振興や、温泉資源を活用した宿泊滞在型の地域づくりに向け、ライン川観光や、クアオルト関係者との意見交換・視察を実施。</p> <p>9月には、韓国政府の招へいにより、陶磁器、首都機能移転、アフリカ豚熱の水際対策をテーマに同国の関係自治体を訪問。</p> <p>10月にはフランスを訪問。全国知事会プロモーションの一環として、食品総合見本市出展、大使公邸における観光プロモーション、訪日旅行会社との意見交換を実施。そのほか、岐阜ブランドの認知度拡大のため、県産農産物や日本酒のプロモーション等を実施。</p>
	指標① 目標：120万人 実績：193万人 達成率：160.8%

2 事業の評価と課題

(事業の評価)

	<p>・ 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</p>
(評価) 2	国内市場の縮小や経済のグローバル化が進展する中、インバウンドの増加や県産品の販路拡大等を目的に、海外の有望市場を開拓していくことは地域経済の活性化にとって今や不可欠であるため、事業の必要性が高い。
	<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) 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</p>
(評価) 2	訪日観光客数の増加、農産物輸出、県産品の販路拡大に繋がっていることから、事業効果が得られている。
	<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) 2：上がっている 1：横ばい 0：下がっている</p>
(評価) 1	関係各課における事業の開催時期を調整し、同時期に実施することにより、プロモーションに係る相乗効果と経費の節減を図っている。

(今後の課題)

	<p>・ 事業が直面する課題や改善が必要な事項 インバウンドの増加や県産品の販路拡大に繋げるためには、ターゲットとする国や市場を見極め、岐阜の強みを戦略的に売り込むことが重要であるため、本県の持つ資源を整理し、各国の文化・慣習等を丁寧に分析しながら、世界市場における本県の価値を更に高めるトップセールスを展開していく必要がある。</p>
--	---

(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

これまで事業に参加した、観光・農産物・地場産品等各分野の民間事業者及び市町村関係者からも高い評価を受けており、観光・食・モノを一体化したプロモーションの継続的な実施を望む声がある。

地域経済の活性化を促すため、民間ビジネスに繋がるプロモーションを積極的に展開することが求められており、海外市場へのPR事業の必要性は高く、各国の経済事情、市場動向のほか、文化や慣習等も丁寧に分析しながらターゲット国を選定し、継続して事業を実施する。

(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

【〇〇課】

組み合わせる理由
や期待する効果 など