

予 算 要 求 資 料

令和3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 飛騨・美濃じまん海外戦略プロジェクト推進事業費

(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)

商工労働部海外戦略推進課海外政策係 電話番号：058-272-1111 (内 2353)

E-mail：c11336@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 18,835 千円 (前年度予算額：26,900 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 | 26,900 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 26,900 |
| 要求額 | 18,835 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 18,835 |
| 決定額 | | | | | | | | | |

2 要求内容

(1) 要求の趣旨 (現状と課題)

国内においては、人口減少や景気低迷が続き市場の縮小が進む中、海外の有望市場を開拓していくことは不可欠である。こうした認識のもとに、観光、農産物、地場産品を海外市場に売り込む「飛騨・美濃・じまん海外戦略プロジェクト」を展開しており、「海外から所得を稼ぐ」ことにより県内経済の活性化に資することを目的とする。

(2) 事業内容

市町村、民間企業等との協働により、観光、食、モノを一体化させた「ぎふブランド」として、戦略的な海外誘客と農産物や地場産品の輸出促進を目的とした事業を行う。

着実な成果をあげるため、知事渡航(トップセールス)を軸に、事前調査、フォローアップの三段階で継続して事業を実施する。また、県として有効関係にある海外の国や自治体とも協力する等、これまでの事業を通じて築き上げた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、官民協働で実施するものであり、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。

官民それぞれで、渡航費等の必要経費を負担している。また県では、可能な限り外部資金の獲得を検討している。

(4) 類似事業の有無

3 事業費の積算内訳

| 事業内容 | 金額 | 事業内容の詳細 |
|------|--------|------------------|
| 旅費 | 10,022 | 航空旅費、現地交通費、宿泊費 |
| 需用費 | 2,293 | 消耗品費、対外交流費、印刷製本費 |
| 役務費 | 2,100 | 通信費、荷物運送費、通訳手配費 |
| 委託料 | 4,420 | 現地車借上げ費、アドバイザー経費 |
| 合計 | 18,835 | |

決定額の考え方

4 参考事項

(1) 各種計画での位置づけ

- ・「清流に国ぎふ」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・モノを一体的に、また、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、県のネットワークから民間のビジネスへと繋げる事業であり、県のイニシアティブナシ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。今後も県単独事業として行うが、外部資金の獲得は引き続き模索する。

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

経済成長の著しい国をターゲットに、岐阜県の魅力、観光・食・モノを『岐阜県ブランド』として一体的にPRし、岐阜県産品の市場開拓・販路拡大を図るとともに、民間ビジネスにつながるプロモーション事業を実施することにより、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 | 指標の推移 | | 現在値 (前々年度末時点) | 目標 | 達成率 |
|-----------|--------------|-----------------|----------------|------------------|----------------|-----------|
| | | | | | | |
| 外国人延べ宿泊者数 | 万人 (H -) | 101 万人 (H28) | 98 万人 (H29) | 102 万人 (H30) | 150 万人 (R2) | 68.0 % |

※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

・事業の活動内容（会議の開催、研修の参加人数等）

令和2年は、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ことから、オンラインを活用し、知事が台湾交通部観光局局長やマレーシア・シンガポールの有力訪日旅行会社の代表らとアフターコロナにおける観光のありかた等について意見交換をするデジタルトップセールスを実施。

（前年度の成果）

・前年度の取組により得られた事業の成果、今後見込まれる成果

平成30年度にトップセールスを実施したイタリアからの宿泊客数が大幅に増加（H30：14,000人→R1：20,790人）（伸び率 本県：48.5%、全国：27.2%）

その他、柿の輸出量（H30：48.5t→R1：51.9t）の増加や、飛騨牛海外推奨店（H30：45店舗→51店舗）の開設などに成果が表れており、今後もこれらの増加傾向が見込まれる。

2 事業の評価と課題

（事業の評価）

・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) ○ | 少子高齢化、経済状況の停滞などの理由により国内市場が縮小する傾向になる中、岐阜県産品の販路拡大や誘客により地域経済の活性化を促すため、事業の必要性が高い。 |
| <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） ○：概ね期待どおりまたはそれ以上の成果が得られている △：まだ期待どおりの成果が得られていない | |
| (評価) ○ | 海外観光客数の増加、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。 |
| <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) ○ | 関係各課（農産物流通課、航空宇宙産業課等）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、高いPR効果と経費の節減を図った。 |

(今後の課題)

| |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ・事業が直面する課題や改善が必要な事項 <p>岐阜県ブランドを定着させるためには、同地域（国）において継続した事業展開が重要であるが、各国事情や市場動向等に合わせながらターゲットを増やす、あるいは、ターゲットを変えながら実施する必要がある。また、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、渡航が制限されていることから、オンライン等も活用し、フォローしていく必要がある。</p> |
|--|

(次年度の方向性)

| |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ・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 <p>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。</p> <p>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、市場動向等を捉えながらターゲット国を選定し、引き続き事業を継続する。</p> |
|--|

(他事業と組み合わせる場合の事業効果)

| | |
|------------------------|--|
| 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 | |