

# 予 算 要 求 資 料

令和3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 海外大規模商流創出事業費

(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 3119)

E-mail : [c11370@pref.gifu.lg.jp](mailto:c11370@pref.gifu.lg.jp)

1 事業費 14,975 千円 (前年度予算額：14,975 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	14,975	3,555	0	0	0	0	0	0	11,420
要求額	14,975	3,555	0	0	0	0	0	0	11,420
決定額	0	0	0	0	0	0	0	0	0

## 2 要求内容

### (1) 要求の趣旨 (現状と課題)

本県を代表する伝統工芸品等を扱う地場産業については、消費者のライフスタイルの変化等により年々国内需要が減少しつつあることに加え、新型コロナウイルス感染症の影響も長引き、海外見本市やバイヤーとの商談の機会も失われている。

一方で、ECサイトの市場規模は世界的に急速に拡大しており、今後海外展開の最も大きな商流になり得ることから、海外ECサイトを活用した県産品の販売展開を後押しし、新たな需要を掘り起こすことが必要である。

### (2) 事業内容

日本製品への評価や購買力が高い世界の主要国において、「岐阜ブランド」の認知度向上と、県産品の販路開拓・商流拡大を促進するため、北米・欧州などにおける海外ECサイトへ県産品を出品し販売する。

### (3) 県負担・補助率の考え方

県内企業が海外販路開拓を行うのはハードルが高く、大規模な商流を創出するには、更に困難を伴う。県が主導して販路開拓することにより、海外展開の経験が浅い企業等が積極的に取り組むための“呼び水”となるよう、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

無し

### 3 事業費の積算内訳

事業内容	金額	事業内容の詳細
業務旅費	120	職員旅費
需用費	120	事務消耗品
役務費	120	通信運搬費
使用料及び賃借料	60	会場使用料
委託料	14,555	海外E Cサイトを活用した県産品の販売展開
合計	14,975	

#### 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
- ・岐阜県成長・雇用戦略
  - 6 戦略を推進するための基盤づくり (3) 販路拡大・海外展開
- ・岐阜県SDGs未来都市計画
  - 1. 2 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：世界に誇る「ぎふブランド」の創造と発信

#### (2) 後年度の財政負担

海外において具体的な商流の確保・拡大を図るには、数年に渡る専門的な知識やノウハウの蓄積が必要である。

#### (3) 事業主体及びその妥当性

公的機関である県が主導して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が高まるほか、県内全域から様々な県産品を一括して売り込むことで、話題性や大規模商流の創出、より幅広いニーズへの対応が可能となる。

# 事業評価調書（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  
令和3年度末までに、輸出事業所数を468事業者に増加させる（岐阜県統計課・岐阜県輸出関係調査）。

### （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	目標	達成率
輸出事業所数	355 (H28)	(H)	365 (H29)	376 (H30)	468 (R3)	80.3%

### ○指標を設定することができない場合の理由

### （前々年度の取組）

- ・事業の活動内容（会議の開催、研修の参加人数等）  
英国老舗百貨店と連携した県産品フェアの開催  
○時期…2019年4月30日～5月20日（3週間）  
○取扱い…13社138製品（木工・陶磁器・和紙・刃物）  
○その他…日本酒の振舞いによるオープニングイベントの開催、11種のワークショップの実施

### （前々年度の成果）

- ・ロンドン中心部のロケーションと大規模店舗のブランド力を活かした集客があり、一定のPR効果があった。また、売れ筋商品の傾向・市場の動向を把握することができた。
- ・県として出展販売したことにより、様々な分野の商品を一括して出展販売でき、岐阜ブランドの知名度・認知度向上を図ることが出来た。

※2020年度に予定していた米国におけるポップアップストアの開設によるテスト販売は、新型コロナの感染拡大を受け中止。

## 2 事業の評価と課題

### (事業の評価)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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</li> </ul>	
(評価) ○	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。
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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</li> </ul>	
(評価) ○	県内企業が単独で海外販路開拓を行うのはハードルが高く、大規模な商流を創出するには更に困難を伴う。県が主導して販路開拓することにより、海外展開の経験や貿易実務のノウハウの蓄積につながり、継続的に海外展開に取り組むことにつながる。
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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</li> </ul>	
(評価) ○	県全体で、県産品の販売展開を行うことで、「岐阜ブランド」の認知度向上につながるほか、海外マーケットの動向や消費者ニーズの把握が可能となる。

### (今後の課題)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業が直面する課題や改善が必要な事項</li> </ul> <p>海外での継続的な取引・販売へつなげるためには、商品自体の魅力に加えて、価格設定や供給能力、消費者への訴求力が必要となるため、海外との多くの取引や販売を経験しながらノウハウを蓄積していく必要がある。</p>
--

### (次年度の方向性)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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</li> </ul> <p>海外展開に意欲がありながらも、国際見本市への出展や海外の小売店との取引、営業活動をまだ十分展開できていない、海外取引の経験が浅い中小企業がノウハウを蓄積できるよう、また売上成果を得ながら販売を継続できるよう、低コストでスピーディな商流を創出する。</p>
--

### (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	