

(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

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	11,260	航空旅費、現地交通費、宿泊費
需用費	616	消耗品費、対外交流費
役務費	2,539	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。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。

事業評価調書（県単独補助金除く）

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

1 事業の目標と成果

（事業目標）

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、観光誘客と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 (R)	R2年度 実績	R3年度 目標	R4年度 目標	終期目標 (R3)	
					達成率	
外国人延べ宿泊者数		29万人	150 万人	—	150万人	19.3%

※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

（これまでの取組内容と成果）

令和2	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、在米（ロサンゼルス）関係者と連絡調整を実施する等、コロナ収束後を見据えた準備を行った
令和3年度	令和5年度当初予算にて追加 指標① 目標：___ 実績：___ 達成率：___%
令和4年度	令和6年度当初予算にて追加 指標① 目標：___ 実績：___ 達成率：___%

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） <small>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</small></p>	
(評価) 2	<p>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ある中、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。</p>
<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） <small>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</small></p>	
(評価) 2	<p>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>
<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） <small>2：上がっている 1：横ばい 0：下がっている</small></p>	
(評価) 1	<p>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。</p>

(今後の課題)

<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、これまでの実績をフォローしていく必要がある。</p>

(次年度の方向性)

<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て実施する場合の事業効果)

<p>組み合わせ予定のイベント又は事業名及び所管課</p>	
<p>組み合わせて実施する理由や期待する効果 など</p>	