

予 算 要 求 資 料

令和5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 県産品海外デジタル・マーケティング促進事業費

(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 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 25,000 千円 (前年度予算額： 25,000 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 | 25,000 | 25,000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 要求額 | 25,000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 25,000 |
| 決定額 | | | | | | | | | |

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、海外見本市への参加や海外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、今後の海外展開においても主要な販売形態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、さらに、県内事業者と海外バイヤーとのオンライン商談を行うことで、新たな需要を掘り起こすことが必要である。

(2) 事業内容

①海外ECサイトへの出品

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、海外ECサイトへ県産品を出品し販売する。

②オンライン商談会の実施

県内事業者と海外バイヤーとのビジネス・マッチングの機会を提供するオンライン商談会を実施することで、県産品の需要喚起と販路開拓を促進する。

(3) 県負担・補助率の考え方

海外渡航が困難な状況下において、県内企業が海外販路開拓を行うのはハードルが高く、事業拡大は更に困難を伴う。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
なし

3 事業費の積算 内訳

| 事業内容 | 金額 | 事業内容の詳細 |
|------|--------|--------------------------|
| 旅費 | 168 | 関係事業者等への出張旅費 |
| 需用費 | 168 | 雑貨及び事務消耗品 |
| 役務費 | 171 | 通信運搬費 |
| 委託料 | 24,443 | ECサイト運営業務、オンライン商談会運営業務委託 |
| その他 | 50 | 会場借用料 |
| 合計 | 25,000 | |

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) 国・他県の状況

他県においても越境ECサイトの運営やオンライン商談会の実施を同様に主導している事例がある。

(3) 後年度の財政負担

越境ECサイトの運営や海外バイヤーとの商談会は、数年に渡る専門的な知識やノウハウを元に、継続的な広報、売り込みが必要となる。

(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で、海外における県産品の信頼度の向上や「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

令和5年度末までに、県輸出額を9,000億円に増加させる（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 (H26) | R3年度 実績 | R4年度 目標 | R5年度 目標 | 終期目標 (R5) | 達成率 |
|-----------------------|----------------|------------|------------|------------|--------------|-----|
| | | | | | | |
| ①輸出額 (岐阜県輸出関係調査より) | 584,261 | 調査なし | 850,000 | 900,000 | 900,000 | — |

○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2年度 | ○中国ECサイトへの出品 事業期間：令和2年12月1日～令和3年2月28日 掲載商品：陶磁器、木工品、刃物、食品等29社127商品 販売点数：499点 指標① 目標：900,000百万円 実績：766,948百万円(R元) 達成率：85.2 % |
| 令和3年度 | ○米国ECサイトへの出品 販売期間：令和3年9月1日～令和4年2月28日 掲載商品：陶磁器、刃物、和紙等29社27商品 販売点数：2,426商品 指標① 目標：900,000百万円 実績：766,948百万円(R元) 達成率：85.2 % |
| 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) 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) 3 | <p>・長引くコロナ禍により、海外からの観光客の激減及び海外への販路開拓が困難な状況になっており、当該事業の必要性が増加している。</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) 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) 3 | <p>米国においてBtoC向けの販路を拡大し、ECサイト内における岐阜県産品の認知度が向上した。</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) 2:上がっている 1:横ばい 0:下がっている</p> | |
| (評価) 2 | <p>海外渡航が困難な中でオンラインを活用して県産品を販売し、県内中小企業に海外市場開拓・拡大の機会を提供することができている。</p> |

(今後の課題)

| |
|---|
| <p>・事業が直面する課題や改善が必要な事項 世界的な物価高騰による輸送コストの増嵩が、輸出への障害となっており、安定した物流の確保が課題となる。</p> |
|---|

(次年度の方向性)

| |
|---|
| <p>・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 米国ECサイトへの販売に参加した事業者の大多数が継続して事業参加を希望しており、ECサイトを活用した県産品の販売に高いニーズが見られる。今後も新たな分野での事業展開を継続して行う必要がある。</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>組み合わせる理由 や期待する効果 など</p> | <p>【〇〇課】</p> |