

# 予 算 要 求 資 料

令和6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 県産品海外ネットワーク連携事業費

(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3816)

E-mail：c11370@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 5,985 千円 (前年度予算額： 6,100 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	6,100	0	0	0	0	0	0	0	6,100
要求額	5,985	0	0	0	0	0	0	0	5,985
決定額									

## 2 要 求 内 容

### (1) 要求の趣旨(現状と課題)

令和4年10月に開催される第1回岐阜県人世界大会において「岐阜県と岐阜県人会インターナショナル(GKI)との県産品の海外展開に関する連携覚書」と締結する。

覚書内容を実行していくため、各県人会が有する資源やネットワークを活用し、県と県人会インターナショナルが連携し、海外における岐阜県産品やその他県産業の情報発信、展開を行うことで、県産品の海外展開や県内事業者の海外販路開拓を支援する。

### (2) 事業内容

岐阜県と岐阜県人会インターナショナルとの県産品の海外展開に関する連携覚書に基づき、主に以下の内容について連携し、県産品の海外展開を促進する。

#### ① 県産品産地との連携事業

各県人会または県が主催となり現地のイベントに出展する際に、陶磁器、刃物、美濃和紙製品等の県産品の普及・PRをするためのPRキットを用い、県産品PRを実施する。

#### ② グローバル・アンテナ・ショップ(GAS)取扱商品のPR

各県人会の会員が各国に所在するGASの取扱い商品を実際に使用した感想などをSNSにて発信して販売促進を図る。

### (3) 県負担・補助率の考え方

岐阜県人会インターナショナルのネットワークを活用し、海外各地域への岐阜県産品の魅力発信、県産業の海外展開を効果的に支援していくため、県事業として実施する必要がある。

### (4) 類似事業の有無

無し

(事業内容②は、GASの売上向上に加えてGASの商品を使用することで県人会会員への工芸品の特長・魅力等の理解促進も図るものであり、GASでの県産品フェアを実施してPRを図る海外販路開拓促進事業費の「GAS設置・活用事業」とは目的が異なる。)

## 3 事業費の積算 内訳

事業内容	金額	事業内容の詳細
旅費	1,700	現地への職員出張旅費
需用費	572	消耗品
役務費	320	通信運搬費
委託料	3,393	県産品PRキット購入・輸送委託、実演イベント開催委託
合計	5,985	

## 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
      - ⑤「『清流の国ぎふ』ブランド」づくり
- ・岐阜県経済・雇用再生戦略
  - 5 県産品の世界展開プロジェクト
    - (1) 県産品の世界展開に向けた販路開拓・拡大支援
- ・岐阜県SDGs未来都市計画
  - II 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：「清流の国ぎふ」ブランドと変化に強い地域経済の確立

### (2) 国・他県の状況

県人会と覚書を締結し、各県人会が有する資源やネットワークを活用して、県産品の海外展開を促進する事業を実施している事例はない。

### (3) 後年度の財政負担

各県人会のネットワークを活用し、県産品やその他県産業の海外展開を促進していくためには、一定の財政負担が必要である。

### (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り、岐阜県人会インターナショナルと連携して県産品の魅力発信、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

県産品の海外における販売・情報発信拠点であるGAS（グローバル・アンテナ・ショップ）を、令和9年度末までに19店舗に増加させる。

### （目標の達成度を示す指標と実績）

指標名	事業開始前 (H26)	R4年度 実績	R5年度 目標	R6年度 目標	終期目標 (R9)	達成率
①GAS店舗数 (店舗)	4	14	15	16	19	74%

### ○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	指標	目標 :	実績 :	達成率 :	%
令和3年度	指標	目標 :	実績 :	達成率 :	%
令和4年度	指標	目標 :	実績 :	達成率 :	%

## 2 事業の評価と課題

### (事業の評価)

<p>・ <b>事業の必要性</b> (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>経済のグローバル化・ボーダーレス化に伴い、より広域なグローバル展開が必要となる中で、現地に根差した県産品の販路開拓や情報発信を実施するため、多数の国・地域に情報発信の拠点を持つGKIとの連携を図りネットワークを活用する必要がある。</p>
<p>・ <b>事業の有効性</b> (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	<p>GKI会員から現地店舗に関する情報を得やすくなっており、事業の有効性は非常に高い。</p>
<p>・ <b>事業の効率性</b> (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>各県人会が保有する資源やネットワークを有効に活用し、現地ニーズの把握や物品の調達、官民の連携を効率的に実施している。</p>

### (今後の課題)

<p>・ <b>事業が直面する課題や改善が必要な事項</b></p>	
<p>グローバル展開及び海外の連携会社の戦略・事業実施のスピードが速く、また実取引に進むには専門的な知識・ノウハウの習得や体制の構築等、組織能力の向上が求められるため、機会を提供しても、県内の中小企業が継続的な取引につなげることができるかが課題である。</p> <p>グローバル展開及び海外の連携会社の戦略・事業実施のスピードが速く、また実取引に進むには専門的な知識・ノウハウの習得や体制の構築等、組織能力の向上が求められるため、機会を提供しても、県内の中小企業が継続的な取引につなげることができるかが課題である。</p>	

### (次年度の方向性)

<p>・ <b>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</b></p> <p>GKIのネットワークを活用して海外に広く県産品をPRするためには、一過性なものにとどまらず、継続的な活動を展開していく必要がある。</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>【〇〇課】</p>
<p>組み合わせて実施する理由 や期待する効果 など</p>	