

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 海外販路開拓促進事業費

(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3814)

E-mail：c11370@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 22,009 千円 (前年度予算額： 22,009 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	22,009	0	0	0	0	0	0	0	22,009
要求額	22,009	0	0	0	0	0	0	0	22,009
決定額									

2 要求内容

(1) 要求の趣旨(現状と課題)

人口減少等に伴い国内市場が縮小するなか、世界各国において、日本製品への信頼や評価が高まっていることから、経済成長著しいアジアや、高付加価値品の販路拡大が期待できる欧米等の海外市場における販路開拓に積極的に取り組もうとする県内中小企業への支援を行う。県が率先して海外に販路開拓のための拠点を構築し、県産品プロモーションを実施するとともに、海外著名デザイナー等と連携した新商品の開発を支援することにより、海外市場開拓を目指す県内中小事業者のすそ野拡大を図る。
なお、支援にあたっては、(公財)岐阜県産業経済振興センターや(独法)日本貿易振興機構(ジェトロ)岐阜貿易情報センター等、海外展開支援の専門知識やノウハウを有する機関との連携を密にしながら効率的・効果的に実施していく。

(2) 事業内容

①海外における県産品プロモーションの実施(3,843千円)

海外主要都市において、トップセールス等により「観光・食・モノ」を一体化したプロモーションを実施し県産品のPRを行い海外市場開拓を支援する。

②グローバル・アンテナ・ショップ等設置・活用事業(14,336千円)

海外主要都市に県産品を継続販売するパートナー拠点「海外連携型アンテナショップ」(Global Antenna Shop(GASと称する))を設置・活用し、海外における県産品の販路を確立する。県内事業者は、同拠点におけるテストマーケティング等を通じて、海外市場の開拓および拡販に繋げていく。

③海外デザイナーとの連携による海外向け商品開発事業(3,830千円)

海外ショップの県産品テストマーケティングでは、各国・地域によって消費者の感性がまったく異なるため、世界で活躍するデザイナーと県内企業との連携等により、海外市場に受け入れられる新たな商品開発を実施し、テストマーケティングを実施する。

(3) 県負担・補助率の考え方

県内企業が1から海外販路開拓を行うのはハードルが高い。

県が率先して販路開拓することにより、海外展開の経験が乏しく、貿易実務に疎い企業等が海外展開に積極的に取り組むための“呼び水”となることを狙うため、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

費の積算 内訳

事業内容	金額	事業内容の詳細
報償費	900	県内企業への海外展開アドバイス等への謝金
旅費	5,634	海外販路開拓のための出張旅費
需用費	1,227	海外テストマーケティングにおけるPR用県産品等
役務費	881	通訳経費、海外携帯電話通話料等
委託料	13,286	海外拠点開拓委託、テストマーケティング開催委託等
使用料	51	海外バイヤー等の県内企業訪問時公用車借上料等
負担金	10	海外輸出に関するセミナー受講代
公課費	20	海外輸送に係る関税
合計	22,009	

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
 - (3) 著名デザイナーとの連携等による新商品開発・ブランド力向上
- ・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) 後年度の財政負担

海外ショップからの信頼を得て真のパートナーとなるためには、継続して新商品開拓やテストマーケティング等を実施する必要がある。毎年、ショップの意向や県内事業者の希望に応じて連携して取り組む。

(3) 事業主体及びその妥当性

公的機関である県が率先して海外に販路を構築することにより、海外においても県産品の信頼度が高まり、海外と県内企業との継続的取引へと繋がる可能性が高くなる。また、県レベルの方が県内全域から県産品を紹介できるため、より幅広いニーズに対応が可能で

ある。

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	<p>■GASでのテストマーケティングの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ○仏・コルマル 場所：konjaku 実施期間：11月1日（日）～11月30日（月） 参加企業：10事業者（陶磁器、刃物、日本酒等） ○香港 場所：COME IN 実施期間：11月21日（土）～12月4日（金） 参加企業：10事業者（木工、刃物等） ○米・ロサンゼルス 場所：TOIRO 実施期間：令和3年3月12日～3月26日 参加企業：7事業者（陶磁器、刃物等）
	指標① 目標：19店舗 実績：13店舗 達成率：68.4%
令和 3年 度	<p>■GASでのテストマーケティングの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ○仏・コルマル 場所：Konjaku 実施期間：11月1日（月）～30日（火） 参加企業：20事業者（陶磁器、刃物、木工他） ○シンガポール 場所：Supermama 実施期間：12月3日（金）～16日（木） 参加企業：4事業者（陶磁器） ○米・ロサンゼルス 場所：TOIRO 実施期間：令和4年3月16日（水）～31日（木） 参加企業：7事業者（陶磁器）
	指標① 目標：19店舗 実績：13店舗 達成率：68.4%
令和 4年 度	<p>■GASでのテストマーケティングの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ○仏・パリ 場所：L'embrasser 実施期間：令和4年11月10日（木）～令和5年1月28日（土） 参加企業：15事業者（陶磁器、刃物、木工他） ○シンガポール 場所：atomi 実施期間：令和5年1月12日（木）～2月5日（日） 参加企業：9事業者（陶磁器、木工他）
	指標① 目標：19店舗 実績：14店舗 達成率：73.7%

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>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。</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>欧米諸国において実施した県産品テストマーケティングを契機として、県内メーカーへの引き合いや取材依頼等も増えてきており、事業の有効性は非常に高い。</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>海外に販売拠点や販路をもつ民間企業との連携で事業を進めることにより、単独では海外展開が困難な県内中小企業にも海外市場開拓・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 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>・ 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 国内市場が縮小する中、県内企業の海外展開に対する支援ニーズが高まっている。今後も、県産品の海外市場開拓を促進するため、GAS等を活用した販路拡大に努めるとともに、デザイナー等との連携により、世界に通用する魅力ある新商品の開発が進むよう積極的に県内企業を支援する。 また、経営資源の乏しい中小企業が、マッチングや商品開発の成果を具体的に収益化するために必要な、組織能力(貿易知識・ノウハウ、外国語対応力のほか、戦略構築、事業計画策定等)の強化・補完と、そのための方策の検討。</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>組み合わせる理由 や期待する効果 など</p>	