

# 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 商品開発・販路拡大サポート事業費

(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 国内展開係 電話番号：058-272-1111 (内3817)

E-mail：c11370@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 36,919 千円 (前年度予算額： 31,758 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	31,758	0	0	0	0	0	0	0	31,758
要求額	36,919	0	0	0	0	0	0	0	36,919
決定額									

## 2 要 求 内 容

### (1) 要求の趣旨 (現状と課題)

- ・ 県内のモノづくり企業は、中小企業を中心としたOEM・下請け体質の企業が多く、直接消費者の声をモノづくりに活かす経験や自ら販路を開拓するノウハウに乏しいほか、大都市圏のバイヤー（卸、小売、商社等）との繋がりも希薄である。このため、県内企業の商品開発力の底上げや大都市圏への販路拡大に対する取組みが必要である。
- ・ そこで、大都市圏のデザイナー等による県産品のブラッシュアップを実施するほか、大都市圏バイヤーによる事業者訪問と個別商談会の開催や知名度が高い全国規模の大規模見本市・展示商談会への県ブース出展等を実施する。

### (2) 事業内容

- 1) 県産品プロモーション・新販路開拓事業 9,826千円
  - ・ 日本最大のパーソナルギフトと生活雑貨の国際見本市「インターナショナル・ギフトショー」の東京と大阪において、岐阜県ブースを出展し、バイヤー向けに県のモノづくりや優れた県産品をPRする。
- 2) 県産品加工食品展示・商談会への出展支援事業 8,759千円
  - ・ バイヤー向け食品展示商談会「スーパーマーケット・トレードショー」等、大都市圏で開催される食品展示商談会への出展支援を行う。
- 3) ワンストップ拠点事業
  - ・ 「飛騨・美濃すぐれもの」など県認定商品等の改良やテスト販売等をワンストップで支援することで、効率的かつ効果的な県産品の販路拡大をサポートする。
  - ◆ 県施策関係商品の流通拡大支援事業 5,935千円
    - ・ 大都市圏（首都圏、関西圏）等のバイヤーを招へい、事業者訪問をし商品の魅力を知ってもらったうえで個別商談会を開催。
  - ◆ 県産品ブラッシュアップ事業 6,922千円
    - ・ 大都市圏への県産品流通拡大にあたって、有望な商品を掘り起こすとともに

行政による認定商品を真に売れる商品とするため、首都圏バイヤーなどの知見によるデザインや品質等の向上と、テストマーケティングを通じた商品のブラッシュアップを図る。

◆THE GIFTS SHOP連携事業 5,477千円

- ・令和6年4月から県アンテナショップ「THE GIFTS SHOP」の第3期業務がスタートする。リニューアルフェアや県施策との連携フェア、テストマーケティングなどを実施する。
- ・運営事業者から提出される収支報告書について、中立公正な外部の専門家（公認会計士）に検査を依頼し、助言を求める。

(3) 県負担・補助率の考え方

商談成立後の催事出展等に係る費用は事業者が負担する。

(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
報償費	936	
旅費	2,083	職員業務旅費
需用費	556	事務消耗品費
役務費	538	通信運搬費
委託料	31,626	業務委託費
工事請負費		
補助金		
その他	1,180	負担金
合計	36,919	



4 参考事項

(1) 各種計画での位置づけ

「岐阜県経済・雇用再生戦略（R5～R9）」

5 県産品の世界展開プロジェクト

(2) 国内における販路拡大支援

(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

(2) 後年度の財政負担

企業知名度及び開発した県産品イメージの定着化・成果を確認するため、継続的な支援が必要。

(3) 事業主体及びその妥当性

大都市圏等消費者のニーズを捉えた商品を開発・販売し、産業基盤を強化することで、企業の商品力・販売力が向上し、更なる販路開拓に繋がる。

# 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

日本最大の国際見本市への県産品展示を通して、県産品の魅力発信・知名度向上と新たな市場開拓を図る。

### （目標の達成度を示す指標と実績）

指標名	事業開始前 (R1)	R4年度 実績	R5年度 目標	R6年度 目標	終期目標 (R)	達成率
ギフトショー成約 件数（1社あたり）		2.1件	3件	3件	3件	70%

### ○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	<ul style="list-style-type: none"> <li>新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、出展を見送ったため、実績なし。</li> </ul>
	指標① 目標：___ 実績：___ 達成率：___ %
令和3年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>東京国際・ギフト・ショー春2022に岐阜県ブース10社出展。</li> <li>商談成立案件は、10社合計32件、1社あたり3.2件（令和4年8月末時点）。</li> </ul>
	指標① 目標：3件 実績：3.2件 達成率：106 %
令和4年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>東京国際・ギフト・ショー春2023に岐阜県ブース8社出展。</li> <li>商談成立案件は、8社合計17件、1社あたり2.1件（令和5年8月末時点）。</li> </ul>
	指標① 目標：3件 実績：2.1件 達成率：70%

## 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>県が事業者を取りまとめて出展する展示会は、展示会に不慣れな事業者や資金面で出展にハードルのある事業者も参加の機会が得られる。</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>岐阜県ブースを継続的に出展することにより、来場者の岐阜県地場産業の認知度は年々高まっている。</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>団体出展として岐阜県ブースを設けることで、出展者にとってはより多くの商談機会が得られる。また、出展事業者の立会を必須とし、バイヤーに対する商品PRの強化、商談成約率の向上を図っている。</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> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 新規出展企業・商品の掘り起し。</li> <li>・ 来場者に対する商品価値の伝達力、商談力の向上。</li> <li>・ 出展結果を踏まえた、商品のブラッシュアップ、販路開拓のアドバイス等の支援強化。</li> </ul>
--

### (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> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県内のモノづくり事業者に対し、展示会出展等の継続的な販路開拓支援を実施する。</li> </ul>
--

### (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>	【〇〇課】
<p>組み合わせて実施する理由 や期待する効果 など</p>	

# 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

全国からバイヤーが集う大規模展示商談会に県としてブースを継続的に出展することで、県ならびに県内事業者の認知度向上、バイヤーとの商談機会創出を図る。特に展示商談会出展に不慣れな事業者に対して重点的にフォローアップを実施し、商談の経験値を積んでもらうと同時に成約向上に繋げてもらう。

### （目標の達成度を示す指標と実績）

指標名	事業開始前 (R4)	R4年度 実績	R5年度 目標	R6年度 目標	終期目標 (R)	達成率
①スーパーマーケット トレードショー成約件数 (1社あたり)	3	1.2	3	3	3	40%
②フードストアソリューションズ フェア成約件数 (1社あたり)	3	1.9	3	3	3	63%

### ○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>新型コロナウイルスの影響により、展示商談会（スーパーマーケット・トレードショー、フードストアソリューションズフェア）への出展を見送った。</p> <p>指標① 目標： <u>  </u> 実績： <u>  </u> 達成率： <u>  </u> %</p>
令和 3 年度	<p>スーパーマーケットトレードショーへ2年ぶりに岐阜県ブースを出展。12事業者が出展し、成約件数は1社あたり2.8社、成約額37百万円（見込み含む）となった。なお、フードストアソリューションズフェアについては新型コロナウイルスの影響により出展を見送った。</p> <p>指標① 目標： <u>  5  </u> 実績： <u>  2.8  </u> 達成率： <u>  56  </u> %</p>
令和 4 年度	<p>スーパーマーケットトレードショー（千葉県）、フードストアソリューションズフェア（大阪府）に岐阜県ブースを出展。</p> <p>スーパーマーケットトレードショー 1社あたり成約件数：1.2社                      フードストアソリューションズフェア 1社あたり成約件数：1.9社</p> <p>指標① 目標： <u>  3  </u> 実績： <u>  1.2  </u> 達成率： <u>  40  </u> %                      指標② 目標： <u>  3  </u> 実績： <u>  1.9  </u> 達成率： <u>  63  </u> %</p>

## 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) 2	<p>首都圏や関西圏への販路拡大を目指す事業者も多いが、県内のほとんどが中小・零細事業者であり事業者単独での出展は、費用負担が非常に大きいため県ブースのニーズは高い。また、県ブースを出展することでバイヤーからの信頼度が高まり、多くの商談機会を創出することができる。全国的にも県の加工食品の印象は極めて希薄であり、全国に向けた積極的PRを継続的に実施することが必要。</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>継続的な展示商談会の出展により、バイヤーの認知度・信頼度が上がり、商談機会創出、商談成立の向上に繋がっている。また、商談に不慣れな事業者もいる中、多様な商談機会を設けることで、事業者の商談能力が向上し、商談成立に至るケースも多くある。</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>展示商談会に詳しい有識者を事業者の選考委員に選び、展示会にマッチした事業者選定や展示会の特徴を捉えたアドバイスをすることで、有効な商談に繋がった。</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> 他社と類似する商品も多く、差別化を図った商品の開発が必要。バイヤーの県の食加工品に対するイメージが希薄であり、イメージ戦略を含めた県ブース設営が今後の課題。</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> 展示商談会に向けた出展者への商談支援、的確なアドバイス等により、有効な商談、成約率の向上を図る。2025年の大阪・関西万博に向けて、県内の食加工品の魅力に関西方面へアピールしていく。</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>県産品ブラッシュアップ【県産品流通支援課】</p>
<p>組み合わせる理由 や期待する効果 など</p>	<p>県産品ブラッシュアップ事業で支援した商品を商談会で出品し、バイヤーの生の声を聞くことができ、県内事業者の商品の更なるブラッシュアップをすることが可能。</p>

# 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

大都市圏のバイヤー招へい、事業者訪問をし商品の魅力を知ってもらったうえで個別商談会を開催することで、県内事業者の販路開拓を支援し、首都圏・関西圏を中心とする大都市圏のセレクトショップ、百貨店等での県産品の取扱数の向上を図る。

### （目標の達成度を示す指標と実績）

指標名	事業開始前 (H29)	R4年度 実績	R5年度 目標	R6年度 目標	終期目標 (R)	達成率
商談が成立した企業の割合(%)	—	18.8	20	20	20	94%

### ○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	大都市圏バイヤーとオンラインで個別商談会を10回実施した。商談会を開催したことにより、首都圏セレクトショップでの取り扱いや、岐阜県フェアの開催等が決定した。
	指標① 目標：20% 実績：23.1% 達成率：115%
令和3年度	大都市圏バイヤーとの個別商談会を10回実施した。商談会を開催したことにより、首都圏セレクトショップや、カタログギフト、ECサイトでの取り扱いが決定した。
	指標① 目標：20% 実績：24.2% 達成率：121%
令和4年度	大都市圏バイヤーとの個別商談会を8回実施した。商談会を開催したことにより、首都圏セレクトショップや、カタログギフト、ECサイトでの取り扱いが決定した。
	指標① 目標：20% 実績：18.8% 達成率：94%

## 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)  <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) 3	<p>開催する個別商談会は、大都市圏事業者との繋がりが希薄な企業であってもエントリーが可能。また、大都市圏へ出向くことができない中でも商談会に参加できるため、参加企業の負担が軽減されるうえ、販路開拓の機会を提供することができる。</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)  <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) 3	<p>商談時のバイヤー等からの助言・指導が、参加企業の商品改良等の取り組みに繋がっている。                  また、商談が成立した商品は催事等への出展に結び付き、商品や企業の知名度向上に繋がっている。</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)  <small>2：上がっている 1：横ばい 0：下がっている</small></p>	
(評価) 2	<p>必要に応じてWeb会議システムを導入しオンラインで商談会を実施することで、移動に時間や費用をかけることなく商談会の実施が可能。</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>                  商談会に参加する県内事業者に偏りがあるため、大都市圏バイヤーとの商談を希望する新たな事業者の掘り起こしが必要。                  また、企業の成約につながる積極的なブランディングや商品開発、品質向上に向けたマインド形成を促進し、自立を促すことが必要。</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>                  引き続き、商談会を開催し販路拡大に資するとともに、これまで商談会に参加したことがない事業者にも商談の機会を設けることで、県内事業者全体の積極的なマインド形成を促していく。</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>県産品ブラッシュアップ事業【県産品流通支援課】</p>
<p>組み合わせて実施する理由 や期待する効果 など</p>	<p>バイヤーの意見を取り入れたブラッシュアップ商品を商談会で提案することで、成約率の向上につなげる。</p>



# 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

行政による認定商品を中心に、大都市圏のセレクトショップ、百貨店等に提案できる県産品を創出するため、バイヤーなどの知見を有する者の意見を取り入れながら、既存商品のブラッシュアップを図る。

### （目標の達成度を示す指標と実績）

指標名	事業開始前 (R1)	R4年度 実績	R5年度 目標	R6年度 目標	終期目標 (R)	達成率
ブラッシュアップ 実施件数		10件	10件	10件	10件	100%

### ○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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・10件10商品のブラッシュアップを実施。</li> <li>・バイヤーなどの知見を有する者の意見を取り入れながら商品のブラッシュアップを行い、商品の強化が図られた。</li> </ul>
	指標① 目標：10件 実績：10件 達成率：100 %
令和 3 年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・10件14商品のブラッシュアップを実施。</li> <li>・専門家からのアドバイス、首都圏及び関西圏でのテストマーケティングを通して消費者のニーズに合った商品となるようブラッシュアップを実施した。</li> </ul>
	指標① 目標：10件 実績：10件 達成率：100 %
令和 4 年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・10件10商品のブラッシュアップを実施。</li> <li>・専門家からのアドバイス、首都圏及び関西圏でのテストマーケティングを通して消費者のニーズに合った商品となるようブラッシュアップを実施した。</li> </ul>
	指標① 目標：10件 実績：10件 達成率：100 %

## 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</li> </ul>	
(評価) 3	県内の中小事業者では、大都市圏のニーズの把握・分析やテストマーケティングを単独で実施することは困難であり、また、対象となる商品を県内から広く募集し取りまとめ、かつ、行政による認定商品を中心に事業を実施する上でも、県の関与は必要であり、妥当である。
<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) 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</li> </ul>	
(評価) 3	県産品の継続的なブラッシュアップにより、大都市圏に提案できる商品が増加している。
<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) 2:上がっている 1:横ばい 0:下がっている</li> </ul>	
(評価) 2	商品のブラッシュアップに対するノウハウを有している者に事業委託することにより、民間ノウハウを活用した効率的な運営が可能。

### (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> <li>・ブラッシュアップを通し、大都市圏で売れる県産品となったのか継続的に調査を実施し事業の必要性を確認することが必要。</li> <li>・大都市圏の消費者およびバイヤーのニーズを正確に把握する必要がある。</li> </ul>
--

### (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>県内事業者による商品のブラッシュアップのニーズは、今後増加していくことが想定されるため、次年度以降も継続して県産品のブラッシュアップを実施する。</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	大都市圏県産品販売コーナー設置・運営事業 【県産品流通支援課】
組み合わせて実施する理由 や期待する効果 など	ブラッシュアップを実施した商品を首都圏での販売コーナーで販売することで、さらなる認知度・売上向上が期待できる。