

事業群評価調書(平成30年度実施)

基本戦略名	1 交流を生みだし活力を取り込む	事業群主管所属	文化観光国際部物産ブランド推進課
施策名	(3) 海外活力の取り込み	課(室)長名	宮本 智美
事業群名	② 海外需要を取り込むための県産品輸出と誘客の取組	事業群関係課(室)	企業振興課

1. 計画等概要

(長崎県総合計画チャレンジ2020 本文)							(取組項目)			
中国をはじめとした東アジア、東南アジア等の拡大を続ける富裕層や中間層を対象として、各市場のニーズに合わせた県産品の輸出や外国人観光客の誘客に関する取組を推進します。							i)海外における県産品のブランド化の推進 ii)県内商社を活用した県産品の海外への販路拡大 iii)輸出支援機関への連携等 iv)島原手延そうめんや五島手延うどん等の産地ブランドとしての知名度向上と販路拡大の支援			
事業群	指標		基準年	H28	H29	H30	H31	H32	最終目標(年度)	(進捗状況の分析)
	県産品(加工食品、陶磁器等)の輸出額	目標値①		104,000千円	120,000千円	136,000千円	152,000千円	168,000千円	168,000千円(H32)	・海外での長崎フェアの開催等による県産品のPRや、県内商社への委託による県産品の海外販路拡大等に取り組んできたことにより、中国、香港、台湾への加工食品、陶磁器等の輸出が増加。(輸出額:前年度比約65%増)
		実績値②	71,223千円(H26)	162,340千円	267,307千円				進捗状況	
		②/①		156%	222%				順調	

2. 29年度取組実績(H30新規・補正は参考記載)

事業 番号	取組 項目	事務事業名	事業 期間	事業費（単位:千円）			事 業 概 要		指標(上段:活動指標、下段:成果指標)					29年度事業の成果等	中核 事業
				H28実績	うち 一般財源	人件費 (参考)	事業対象	29年度事業の実施状況 (30年度新規・補正事業は事業内容)	指標	主な目標	H28目標	H28実績	達成率		
				H29実績							H29目標	H29実績			
				H30計画							H30目標				
1	取組 項目 i	長崎県産品海外PR事業	H28-30	7,139	6,539	12,867	海外の百貨店、商社、一般消費者等	海外での本県や県産品の認知度向上、外国人誘客を図るため、中国上海や福建省などにおいて、観光PR等と一体となった長崎フェアの開催や、メディア等による情報発信を実施した。	活動 指標	海外での長崎フェアの開催回数(回)	2	2	100%	上海の百貨店や福建省の日本料理店での長崎フェア開催等により、陶磁器売場の継続設置や、そうめん・清酒などの継続取引、本県及び本県産品の認知度向上に繋がった。	○
				7,716	4,950	12,069					2	2	100%		
				12,975	8,475	11,994					2				
		物産ブランド推進課								成果 指標	県産品(加工食品、陶磁器等)の輸出額(千円)	104,000	162,340		
2	取組 項目 ii	長崎県産品海外販路拡大事業	H27-29	18,210	18,210	5,629	県内商社(委託先)	県産品の海外での販路拡大を図るため、県内商社において、主に東アジア地域を対象に、フェアや商談会の開催、バイヤー招へいなどを実施した。	活動 指標	商談会やフェア等の実施回数(回)	15	22	146%	海外の輸入商社との関係構築等により、パートナー企業も増加し、県内商社の県産品の輸出額が前年度の約1.6倍となった。	○
				21,999	11,631	5,632					15	31	206%		
		物産ブランド推進課								成果 指標	県産品(加工食品、陶磁器等)の輸出額(千円)	104,000	162,340		

3	取組項目 iii	貿易指導調整費	H12-	14,849	14,849	1,608	貿易振興団体等	ジェトロ長崎、(一社)長崎県貿易協会、(公財)日本関税協会、九州貿易振興協議会と連携し、セミナー等を開催することにより、県内企業の輸出への取組の支援を行った。	活動指標	貿易振興に関するセミナー開催(回)	7	7	100%	多岐にわたる内容の講座を多く開催し、受講者数は大幅に増加。県内企業の輸出に関する知識向上に寄与することができた。	
				15,428	15,428	1,609					7	10	142%		
				16,277	16,277	1,599					7				
		物産ブランド推進課							成果指標	貿易振興に関するセミナー受講者数(人)	120	109	90%		
4	取組項目 iv	産地ブランド確立推進事業	H26-31	21,091	10,708	6,452	生産者団体等	島原手延そうめん、五島手延うどんの産地ブランド確立を図るため、欧州での催事開催などを行うとともに、首都圏でのPRを実施した。	活動指標	欧州での催事回数(回)	2	2	100%	欧州でのプロモーション活動の結果、現地飲食店27店舗でのメニュー化や高級百貨店での常設販売に繋がった。また、これらの取組を首都圏でPRし、認知度向上を図った。	
				20,234	10,168	6,436					2	4	200%		
				9,691	5,846	7,196					3				
		企業振興課							成果指標	長崎の麺使用店舗(新規開拓)数(店)	4	13	325%		
											5	10	200%		
4	取組項目 iv	長崎県産品輸出戦略強化事業	H30-32				県内商社(委託先)	県が航空路線や観光客誘致、国際交流等に戦略的に取組む国(主に東南アジア)において、県産品の新たな販路を開拓し、飲食店、小売店等での県産品の取り扱い拡大を目指す。	活動指標	バイヤー招へい、フェアの実施及び商談会の開催・出展等の回数(回)				—	
											5				
		物産ブランド推進課		10,897	7,372	5,597			成果指標	県産品輸出にかかる新たなパートナーの延べ数(社)					
											2				

3. 実績の検証及び解決すべき課題と解決に向けた方向性

i) 海外における県産品のブランド化の推進	
- 百貨店や飲食店での長崎県産品フェアの開催により、そうめんや陶磁器など商品定番化が図られたものもあるなど、一定の効果があったものの、取扱品目数は限られている状況である。今後、効果的なPRを実施するため、フェアの開催国、開催場所の選定や実施方法については、市場の動向などを踏まえ、庁内関係課で連携して検討を進める必要がある。 - 関係部局、生産者団体、県内企業との連携をさらに深めることにより、効果的に海外における長崎県の知名度向上と県産品の販路拡大を図る必要がある。	
ii) 県内商社を活用した県産品の海外への販路拡大	
- H27年度から貿易に関する知識・ノウハウを有し、県産品にも精通している県内商社へ委託して東アジアを中心に県産品の販路拡大を図ることにより、東アジアの海外パートナー企業との関係構築・強化ができ、県内商社の県産品の輸出額も事業実施前(平成26年度)の約2.4倍に増加するなど一定の成果があった。東アジアにおいて県内商社と海外パートナー、企業間で県産品の継続輸出が可能となったため、H29年度をもって長崎県産品海外販路拡大事業は終了することとし、H30年度からは新たに長崎県産品輸出戦略強化事業を開始し、主に東南アジアにおいて県産品の新たな販路開拓を目指すこととした。 - 現状では、輸出品目が特定のアイテムに限られていることから、市町や委託先商社等と連携しながら、県内企業の輸出意欲を喚起し、輸出品目の拡大を図る必要がある。	
iii) 輸出支援機関への連携等	
貿易に関する専門機関であるジェトロ等との連携により、相談業務やセミナー開催、九州各県共同による海外での商談会事業等が行われ、県内企業の輸出促進に寄与している。	
iv) 島原手延そうめんや五島手延うどん等の産地ブランドとしての知名度向上と販路拡大の支援	
欧州においては、現地でのプロモーション活動を実施したことで現地卸社との取引も継続・拡大しており、一定の販路開拓・認知度向上を図ることができた。また、国内においては、欧州での取組がテレビ等で取り上げられるなど認知度向上が図られてはいるが、消費者への訴求は足りていない。今後は、欧州での高い評価を国内へ波及すべく、国内へ向けた情報発信などを実施する。	

4. 30年度見直し内容及び31年度実施に向けた方向性

事業 番号	取組 項目	事務事業名	30年度事業の実施にあたり見直した内容 (H30の新たな取組は「H30新規」等と記載、見直しがない場合は「－」と記載)	31年度事業の実施に向けた方向性		
				事業構築の視点	見直しの方向	見直し区分
1	取組 項目 i	長崎県産品海外PR事業	長崎フェアの開催場所について、昨年の実績がある上海に加え、「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」の世界遺産登録などを活用できる韓国での開催を検討。	－	長崎県「アジア・国際戦略」における「県産品の輸出拡大」プロジェクトに基づき、意欲のある県内企業や関係機関と連携しながら、観光PR等と一体となった海外での本県や県産品の認知度向上に向け、より効果的な事業となるよう見直すこととし、本事業は30年度で終了する。	終了
3	取組 項目 iii	貿易指導調整費	－	－	貿易には各国の通関制度や商慣習等に関する専門的な知識・ノウハウが必要であるが、県内企業の貿易に関する相談等に対応するとともに、セミナー等により最新情報を提供する公的団体の存在は不可欠であるため、引き続き本事業を継続する。	現状維持
4	取組 項目 iv	産地ブランド確立推進事業	これまでの取組みにより構築された人脈やネットワークを活かし、小規模な商談会を複数回開催する。効率的かつ効果の商談を目指し、知名度向上・販路拡大を図る。また、欧州での取組みを国内へ波及すべく、首都圏レストランへ働きかけ、正式メニュー化採用店舗拡大を図る。国内でのメニュー展開の様子をメディアを通じて発信することで、産地ブランドとしての認知度向上と販路拡大を図る。	②	島原手延そうめんと五島手延うどんがヨーロッパで高く評価されているということを国内消費者に訴求し、国内での販路拡大につなげていく。	改善
5		長崎県産品輸出戦略強化事業	H30新規	①	東南アジアにおける取り組みについては、県内商社等と連携しながら対象国、事業内容等を検討し、より効果的に県産品の新たな販路開拓を図る。	現状維持

注：「2. 29年度取組実績」に記載している事業のうち、H29年度終了事業、100%国庫事業などで県の裁量の余地がない事業、公共事業評価対象事業、研究事業評価対象事業、指定管理者制度導入施設評価対象事業については、記載対象外としています。

【事業構築の視点】

- ① 視点① 事業群としての成果目標に対し、特に効果が高い事業の見極め、事業の選択と集中ができているか。
- ② 視点② 指標の進捗状況に応じて、その要因分析及びさらに高い効果を出すための工夫、目標に近づけるための工夫を検討・実施できているか。
- ③ 視点③ 人員・予算を最大限効果的に活用するための事務・事業の廃止・見直しができているか。
- ④ 視点④ 政策間連携により事業効果が高められないか。事業群としてリーダーの明確化、関係課の役割分担・協力関係の整理ができているか。
- ⑤ 視点⑤ 県と市町の役割分担・協力関係の整理・認識共有ができているか。
- ⑥ 視点⑥ 県と民間の役割分担・協力関係の整理・認識共有ができているか。
- ⑦ 視点⑦ 戦略的に関係者の行動を引き出せているか。
- ⑧ 視点⑧ 国制度等の最大限の活用が図られているか。国へ政策提案(制度改正要望)する必要はないか。
- ⑨ 視点⑨ 経済情勢等、環境の変化に対応した効果的・適切な見直しとなっているか。
- ⑩ その他の視点