

事業群評価調書(令和元年度実施)

基本戦略名	1 交流を生みだし活力を取り込む	事業群主管理所属	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) 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。						(取組項目) 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	R元	R2	最終目標(年度)	(進捗状況の分析) 海外における総合フェアの開催や飲食店等におけるプロモーション等により、県産品をはじめとした本県の魅力を総合的に発信した。また、県が新たな定期航空路線、観光客の誘致や国際交流等に戦略的に取り組む国において、県内商社と連携し、新規の販路開拓に取り組んだことにより、輸出額は前年度比で35%増となった。
	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	374,000千円	427,000千円	427,000千円(R2)	
			実績値②	71,223千円(H26)	162,340千円	267,307千円	361,003千円			
		②/①(達成率)		156%	222%	265%			順調	

2. 平成30年度取組実績(令和元年度新規・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)			事業対象	事業概要	指標(上段:活動指標、下段:成果指標)				平成30年度事業の成果等	中核事業	
				H29実績	うち一般財源	人件費(参考)			指標	主な目標	H29目標	H29実績			達成率
1	取組項目 i	長崎県産品海外PR事業費	(H30 終了) H28-30	7,716	4,950	12,069	海外の百貨店、商社、一般消費者等	海外において観光PR等と一体となった総合フェア開催や、メディア等による情報発信等を実施し、海外での本県や県産品の認知度向上、販路拡大、外国人観光客誘致を図った。	活動指標	海外での長崎フェアの開催回数(回)	2	2	100%	●事業の成果 ・現地百貨店等での県産品の取扱いや、ECサイトにおいて新規の県産品の取扱いが始まるなど、着実に県産品の販路拡大、認知度向上に繋がってきており、輸出額は前年度を上回り、目標値を達成している。 ●事業群の目標(指標達成)への寄与 ・長崎フェア開催等による県産品のブランド化及び販路拡大を図ることにより、輸出額の増加に寄与している。	○
		物産ブランド推進課		10,830	5,651	11,958				2	2	100%			
2	取組項目 i	長崎県産品輸出拡大プロモーション事業費	(R元 新規) R元-3				海外の百貨店、商社、一般消費者等	県産品のブランド化及び販路拡大を図るため、関係各課・団体・民間企業と連携し、海外における総合フェアの開催や海外ECサイトでのプロモーション等により、県産品をはじめとした本県の魅力を総合的に発信する。	活動指標	海外での長崎フェアの開催回数(回)	2			-	○
		物産ブランド推進課		10,056	6,695	11,162									
								成果指標	県産品(加工食品、陶磁器等)の輸出額(千円)	120,000	267,307	222%			
										136,000	361,003	265%			
										374,000					

3	取組項目 ii	長崎県産品輸出戦略強化事業費	H30-R2				県内商社(委託先)	県が新たな定期航空路線・観光客の誘客や、国際交流等に戦略的に取り組む東南アジア諸国において、新規販路開拓に取り組み、展示商談会への出展や飲食店、小売店等でのフェア、バイヤーとの商談を通じて、県産品の取り扱いを促進した。	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	10	200%	●事業の成果 ・H30は、複数のバイヤーを招聘し、県産酒フェアの開催や見本市への出展と合わせ、計画より回数増となり、新たな現地パートナー数の目標も達成した。 ●事業群の目標(指標達成)への寄与 ・バイヤー招聘、商談会やフェアの開催等により、新たなパートナー2社と関係を構築することができた。
		物産ブランド推進課		9,953	6,470	5,580			5			5		
				9,453	6,391	7,176			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	2	100%	
											3			
4	取組項目 iii	貿易指導調整費	H12-				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	10	142%	●事業の成果 ・輸出初心者向けやターゲット国・テーマを絞った講座を開催。セミナー数・参加者数は増加しており、幅広く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。 ●事業群の目標(指標達成)への寄与 ・輸出に興味がある県内事業者の支援を行うことにより、輸出額の増加に寄与した。
				15,428	15,428	1,609			7	21	300%			
				14,970	14,970	1,594			7					
		物産ブランド推進課		16,205	16,205	1,595			成果指標	貿易振興に関するセミナー受講者数(人)	120	188	156%	
											120	371	309%	
											120			
5	取組項目 iv	産地ブランド確立推進事業	H26-R元				生産者団体	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、国内において、首都圏での情報発信を実施するとともに、欧州においても商談会開催などを行った。	活動指標	欧州での催事回数(回)	2	4	200%	●事業の成果 ・国内において、首都圏レストランで洋風メニューフェアを開催し、認知度向上を図った。 ・なお、これまでの欧州での活動の成果として、民間における商流構築の動きが出ている。 ●事業群の目標(指標達成)への寄与 ・欧州での商流構築が、今後の販路拡大へつながることが期待される。
				20,234	10,168	6,437			3	3	100%			
				5,750	3,563	7,175			2					
		企業振興課		5,346	2,846	1,595			成果指標	長崎の麺使用店舗(新規開拓)数(店)	5	10	200%	
											3	3	100%	
											6			

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	<ul style="list-style-type: none"> 東アジアにおけるEC市場の発展や、本県へのクルーズ客船の乗客乗員数の増加など、輸出を取り巻く情勢の変化に、迅速かつ的確に対応する必要がある。 輸出に取組む県内企業、品目、販路が限定的であるため、輸出に興味がある事業者及び輸出可能な県産品の再発掘を行い、海外からの幅広いニーズに対応できる体制構築が必要。 海外への販路開拓については、引き続き、中国、香港、韓国などの東アジアや東南アジアでのフェア・販促プロモーション、商談会の開催・参加、バイヤー招聘等を実施する。 現地商社等との連携強化により、取引品目及び量の拡大を図るとともに、商談会の開催や他のチャンネルを活用し、信頼できる新たなパートナーを発掘することで販路拡大を図る。
ii) 県内商社を活用した県産品の海外への販路拡大	<ul style="list-style-type: none"> 既存のパートナー企業(輸出商社、輸入商社)との連携強化による取引品目・量・店舗の量的拡大を図る。 商談会の開催や出展等を活用し、信頼できる新たなパートナー企業を発掘することにより販路拡大を図る。
iii) 輸出支援機関への連携等	<ul style="list-style-type: none"> 貿易に関する専門機関であるジェトロ等との連携強化を図り、相談業務、セミナー開催や企業訪問、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	<ul style="list-style-type: none"> 国内においては、首都圏レストランでの洋風メニューフェアなど情報発信を行い、認知度向上に取り組んだ。また、これまでの欧州での活動の成果として、民間における商流構築の動きが出てきていることから、事業として一定の役割は果たせた。依然として、国内での認知度向上は課題であるが、今後の取組については市町や生産者団体の意見も踏まえながら検討する。

4. 令和元年度見直し内容及び令和2年度実施に向けた方向性

事業番号	取組項目	事務事業名	令和元年度事業の実施にあたり見直した内容 (令和元年度の新たな取組は「R元新規」等と記載、見直しが無い場合は「－」と記載)	令和2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
2	取組項目 i	長崎県産品輸出拡大プロモーション事業費	R元新規	—	県産品のブランド化及び販路拡大を図るためには、海外における総合フェアの開催や海外ECサイトでのプロモーション等により、県産品をはじめとした本県の魅力を総合的に発信し続けることが不可欠であるため、引き続き、関係各課・団体・民間企業と連携しながら取り組んでいく。	現状維持
3	取組項目 ii	長崎県産品輸出戦略強化事業費	県が観光客誘客や国際交流等に戦略的に取り組む東南アジアにおいて、県産品の新たな販路開拓に繋げるため、H30年度に引き続きバイヤー招聘や商談会を開催するとともに、香港を新たな対象市場に加え、飲食店等への県産酒や加工品のプロモーションを実施することで、県産品の取扱い拡大を目指す。	②	国内外のバイヤーとの商談会の開催により、長崎県貿易公社による県産品輸出の量的拡大を図るとともに、新たに輸出に取り組む県内事業者の掘り起こしや公社以外の海外への商流を開拓し、県産品の輸出促進を図る。その上で、現地商社と連携した東アジアや東南アジアでのフェア、販促プロモーションの開催等による県産品の販路拡大に引き続き取り組んでいく。	改善
4	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
5	取組項目 iv	産地ブランド確立推進事業	欧州での実績を踏まえ、国内での情報発信を強化するため、引き続き、首都圏レストランで洋風メニューフェアを開催するとともに、新たに首都圏でのPRイベントを実施し、産地ブランドとしての認知度向上と販路拡大を図る。	②	これまでの欧州での活動の成果として、民間における商流構築の動きが出てきており、事業として一定の役割は果たせた。今後は、来年以降の東京オリンピック・パラリンピックや大阪万博の開催により海外からの観光客の増大が見込めることなどを踏まえ、費用対効果の面からも、首都圏や大都市圏での売り込みを強化していきたいと考えており、実施内容については、市町や生産者団体などの意見を踏まえながら検討する。	終了

注：「2. 平成30年度取組実績」に記載している事業のうち、平成30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ないか。
- 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ないか。
- 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ないか。
- 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ないか。
- ⑦ 視点⑦ 戦略的に関係者の行動を引き出せていないか。
- 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