

事業群評価調書（令和7年度実施）

基本戦略名	2-2 交流人口を拡大し、海外の活力を取り込む	事業群主管所属・課(室)長名	文化観光国際部 物産ブランド推進課	庄司 貴繁
施策名	2 県産品のブランド化と販路拡大	事業群関係課(室)		
事業群名	② 海外需要を取り込むための県産品の輸出拡大	令和6年度事業費(千円)	※下記「2. 令和6年度取組実績」の事業費(R6実績)の合計額	52,743

1. 計画等概要

(長崎県総合計画チェンジ&チャレンジ2025 本文)

輸出の既存パートナー（輸出商社・輸入商社）との連携強化による海外での県産品フェアの開催や、輸出に興味のある県内事業者の掘り起こし及びオンラインを活用した国内外のバイヤーとの商談会や輸出相談の開催などにより、海外のニーズに合わせた県産品の輸出拡大に関する取組を推進します。

(取組項目)

i) 海外における観光PRと一体となった総合フェアの開催やメディア等による情報発信等の推進

ii) 新たに輸出に取り組む県内企業の掘り起こしと関係団体との連携による輸出相談体制の確立

iii) 既存ルートによる県産品輸出の量的拡大と新たな海外への商流の開拓

事業群

指 標		基準年	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標（年度）	(進捗状況の分析)
県産品の輸出額	目標値①		5,499百万円	5,837百万円	6,609百万円	6,980百万円	7,353百万円	7,353百万円（R7）	
	実績値②	3,832百万円（H30）	5,633百万円	8,771百万円	8,169百万円	8,910百万円		進捗状況	
	達成率②／①		102%	150%	123%	127%		順調	
指 標		基準年	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標（年度）	県産品の輸出拡大とブランド化に向け、関係機関と連携した商談会や現地パートナー企業と連携した展示会、フェア等の実施により、県産品の輸出額は目標値を超える実績となった。令和7年度以降も引き続き各種取組により目標達成を目指す。
うち水産物輸出額	目標値①		4,000百万円	4,220百万円	4,600百万円	4,800百万円	5,000百万円	5,000百万円（R7）	
	実績値②	2,700百万円（H30）	4,220百万円	7,150百万円	6,413百万円	7,058百万円		進捗状況	
	達成率②／①		105%	170%	139%	147%		順調	
指 標		基準年	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標（年度）	水産物は、令和5年8月のALPS処理水放出以降、中国による日本産水産物の輸入停止の影響で令和5年度は前年を下回ったが、令和6年度においては韓国・米国向け養殖ブリやフィリピンなどの東南アジア向け冷凍サバの輸出などが大幅に増加し、輸出額は7,058百万円となり、目標を達成した。
うち農産物・木材の輸出額	目標値①		955百万円	1,032百万円	1,343百万円	1,453百万円	1,565百万円	1,565百万円（R7）	
	実績値②	771百万円（H30）	912百万円	999百万円	1,070百万円	1,125百万円		進捗状況	
	達成率②／①		95%	96%	79%	77%		やや遅れ	
指 標		基準年	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標（年度）	農畜産物は、国内輸出業者と連携したフェアの開催や会員によるテスト輸出に対する支援など長崎県農産物輸出協議会の活動を中心に、輸出先国や品目の拡大による輸出額の増加に取り組んでいる。令和6年度は、県内市場を経由したシンガポールへの輸出ルートの拡大に向けて現地商社と連携したフェアの実施や、海外における長崎和牛の販路拡大等に取り組んだ結果、令和6年度の農産物輸出額は988百万円となり、目標の927百万円を上回った。
うち県産品（加工食品、陶磁器等）の輸出額	目標値①		544百万円	605百万円	666百万円	727百万円	788百万円	788百万円（R7）	
	実績値②	361百万円（H30）	501百万円	620百万円	686百万円	727百万円		進捗状況	
	達成率②／①		92%	102%	103%	100%		順調	

加工食品・陶磁器等は、関係各課・団体・民間企業と連携して県産品のプロモーションを実施したほか、バイヤー招聘や現地飲食店等でのテスト販売を通じた販路開拓に取り組んだ結果、商談成約につながるなど一定の成果が出ており、令和6年度の輸出額は目標を上回る結果となった。引き続き、県内事業者への企業訪問や新たな地域での商談会の開催により、目標達成を目指す。

2. 令和6年度取組実績（令和7年度新規・補正事業は参考記載）

取組項目	中核事業	事業番号	事務事業名	事業費（単位:千円）			事業概要 令和6年度事業内容及び実施状況 （令和7年度新規・補正事業は事業内容）	指標（上段：活動指標、下段：成果指標）				令和6年度事業の成果等	
				R5実績	うち 一般財源	人件費 （参考）		主な指標	R5目標	R5実績	達成率		
				R6実績					R6目標	R6実績			
				R7計画									
				事業実施の根拠法令等									
				事業期間	法令による 事業実施の 義務付け	県の裁量 の余地が ない事業			他の評価 対象事業 （公共、研究等）				
所管課(室)名				事業対象	R7目標								
取組項目 i	○ 1		長崎県産品海外PR推進事業費	8,183	4,429	4,595	●事業内容 重点地域(中国・韓国・香港)を中心に、県産品のブランド化及び認知度向上を図るため、百貨店及び飲食店等を活用したプロモーション等を実施する。 ●実施状況 海外における県産品のブランド化及び認知度向上を図るため、定期航空路線開設等の取組と連携し、百貨店等でのプロモーションを実施することで、県産品をはじめとした本県の魅力を総合的に発信した。	【活動指標】 EC、百貨店等、飲食店におけるプロモーション（フェア）の実施回数（回）	4	5	125%	●事業の成果 ・香港・台湾の百貨店や韓国の飲食店での長崎フェアを継続的に実施することで、県産品の大量買いや複数年来場するリピーターが現れるなど、本県産品の認知度向上や県産品の販路拡大に繋がった。 ●事業群の目標達成への寄与 ・長崎フェア開催等により新たな商品の取り扱いに繋がるなど県産品の販路拡大や輸出額の増加に寄与した。	
				4,833	2,789	4,730			3	3	100%		
			(R6終了)R4-6					【成果指標】 県産品（加工食品、陶磁器等）の輸出額（百万円）	666	686	103%		
			物産ブランド推進課	—	—	—			727	727	100%		
	○ 2		長崎県産品海外プロモーション事業費				●事業内容 インバウンド等のターゲット国（香港・台湾・韓国）において、本県の県産品、観光等の魅力を総合的に発信することで、本県及び県産品の認知度向上と販路拡大につなげる。 ●実施状況 ターゲット国へ対し効果的なSNSを活用し、県産品等の魅力発信を行うとともに、現地百貨店や飲食店等に販促プロモーションを実施する。	【活動指標】 インフルエンサー等招聘回数（回）					—
				6,436	3,550	4,727			3				
								【成果指標】 発信情報の閲覧数（3か国）（回）					
			(R7新規)R7-9										
			物産ブランド推進課	—	—	—			30,000				
取組項目 ii	○ 3		貿易指導調整費	20,560	20,560	1,532	●事業内容 ジェトロ長崎、（一社）長崎県貿易協会、九州貿易振興協議会、（公財）日本関税協会と連携しながら、東アジアをはじめとする各国への輸出促進を図る。 ●実施状況 上記関係団体と連携し、貿易講座等のセミナーの開催、海外バイヤーの招聘、フィリピンでの展示会出展など県内事業者の輸出支援を行った。	【活動指標】 貿易振興に関するセミナー開催（回）	16	18	112%	●事業の成果 ・オンライン等を活用したセミナーや相談会を開催し、県内事業者の輸出に関する知識向上に幅広く寄与することができた。バイヤー招聘により県産品の新規輸出及び次年度のフェア開催につながった。 ●事業群の目標達成への寄与 ・輸出に興味がある県内事業者の支援及びバイヤー招聘等により輸出額の増加に寄与した。	
				20,234	18,484	1,577			16	17	106%		
				21,674	19,924	2,363			16				
			H12-			【成果指標】 貿易振興に関するセミナー受講者数（人）		267	214	80%			
			物産ブランド推進課						267	281	105%		
				—	—	—			267				
取組項目 iii	○ 4		長崎県海外販路拡大支援事業費	29,470	29,470	8,425	●事業内容 販路拡大が見込まれる品目に重点化して、市場ニーズに合った営業活動やプロモーションを通じて新規取組国での商流構築及び重点取組国での輸出拡大に取り組む。 ●実施状況 海外市場で販路拡大が見込まれる県産品(麺、菓子、酒)に重点化し、現地に強い商流を持つ民間事業者と連携することで、市場ニーズに合った営業活動を行い商流の構築を図った。 日本産酒類のさらなる市場拡大が見込まれる中国・香港においては、現地パートナーとの関係性を活用し、販路拡大に取り組んだ。	【活動指標】	5	7	140%	●事業の成果 ・各国にネットワークを持つ民間事業者による現地バイヤー招聘やオンライン商談会を実施した結果、現地小売店にて一部商品の追加注文につながるなど、新たな販路開拓に寄与することができた。 ・委託先の現地パートナーと連携した県産品プロモーション活動等により、県産酒の新規取扱店舗が拡大した。 ●事業群の目標達成への寄与 ・現地飲食店でのプロモーション活動等により、新たな商流が構築され、輸出額の増加に寄与した。	
				27,676	27,676	8,672		現地プロモーション及び商談会の開催・出展等の回数（回）	5	9	180%		
				25,876	25,876	8,666			5				
								【成果指標】	666	686	103%		
			R5-7					県産品（加工食品・陶磁器等）の輸出額（百万円）	727	727	100%		
			物産ブランド推進課						788				
				—	—	—							

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	海外における観光PRと一体となった総合フェアの開催やメディア等による情報発信等の推進	
	●実績の検証及び解決すべき課題 現地における県産品の販促プロモーションを実施することで、本県産品や県全体の認知度向上につながり、また売れ筋商品は期間終了後も定番商品として新たに取扱ってくれるなど、一定のPR効果は得られているものの、効果は来場者に限られるため、より広く長崎県及び県産品の認知度の向上に取り組む必要がある。	●課題解決に向けた方向性 SNS等による県産品の情報発信を実施することで、今まで取り込めなかった客層に対して情報を届けるとともに、現地における販促プロモーションのPRを行うことにより、来場者数の増加を図る。
ii	新たに輸出に取り組む県内企業の掘り起こしと関係団体との連携による輸出相談体制の確立	
	●実績の検証及び解決すべき課題 貿易に関する専門機関であるジェットロ等と連携したセミナー開催や相談対応、輸出商社との商談会開催等により、支援体制の強化に努めているが、参画事業者には偏りがあり、さらなる掘り起こしが必要である。	●課題解決に向けた方向性 県内企業に対して、ジェットロ等の相談業務やセミナーへの参加を促進するため、県内各地域での説明会開催や事業者への直接訪問等を行う。また、より多くの県内企業の参加を促すため、県産品を取り扱う県内企業が多数登録されている県産品データベースの周知機能を活用するなど、効果的な情報発信を引き続き行っていく。
iii	既存ルートによる県産品輸出の量的拡大と新たな海外への商流の開拓	
	●実績の検証及び解決すべき課題 重点国においては、県貿易公社との連携により、輸出の量的拡大につながっているが、新規取組国においては、開拓した商流を定着する必要がある。新規取組国における信頼できるビジネスパートナーを確保することが必要である。	●課題解決に向けた方向性 重点国においては、これまでに構築した現地パートナー企業(輸出商社、輸入商社)との関係性を最大限に活用し、輸出額を着実に増加させるとともに、新たな販売手法を活用することでさらなる販路拡大を図る。新規取組国においては、信頼できる現地ビジネスパートナーを確保することで、継続的な輸出に向けた取組を検討する。

4. 令和7年度見直し内容及び令和8年度実施に向けた方向性

取組項目	中核事業	事業番号	事務事業名	令和7年度事業の実施にあたり見直した内容	令和8年度事業の実施に向けた方向性		
			事業期間		事業構築の視点	見直しの方向	見直し区分
			所管課(室)名				
取組項目 i	○	2	長崎県産品海外プロモーション事業費	R7新規	②	県産品のブランド化及び販路拡大を図るためには、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。今後も引き続き関係各課・団体・民間企業と連携しながら、インバウンド等のターゲット国において県産品の販促プロモーション等を実施するとともに、取扱品目の拡大に向けて引き続き取り組んでいく。	改善
			(R7新規)R7-9				
			物産ブランド推進課				
取組項目 ii	○	3	貿易指導調整費	—	—	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。また、県内商談会への海外バイヤー招聘や、九州各県と連携した海外でのフェア開催等により、輸出に取り組む事業者の掘り起こしを行っていく。	改善
			H12-				
			物産ブランド推進課				
取組項目 iii	○	4	長崎県海外販路拡大支援事業費	重点国(中国・香港等)における県産酒の販路拡大については、さらに商圈を拡大していくために現地事務所やパートナー企業と連携しながら必要な取組を講じていき、新規取組国においては、現地のニーズに応じた商品の選定を行うとともに、新たに輸出に取り組む事業者の支援を行っていく。	②	新たに開拓した商流を維持し、着実に拡大させていくには、継続的な売込みを行う現地の信頼できるビジネスパートナーの確保が重要である。これまでに構築したパートナーについては今後連携を強化することで県産品の新規販路拡大に取り組むとともに、ビジネスパートナーが確保できていない国においては、確保に向けた効果的な手法を検討する。	終了
			R5-7				
			物産ブランド推進課				

注：「2. 令和6年度取組実績」に記載している事業のうち、令和6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