

事業評価調査〔事後評価〕(平成21年度)

評価対象事業名	北京「日本長崎フェア」開催事業	作成年月日	平成21年6月15日
事業実施期間	平成20年度～平成20年度	事業所管	物産流通推進本部
		課(室)長名	副本部長 石山 雅彦

長期総合計画 後期5か年計画 上の位置づけ	重点プロジェクト	4	長崎ブランド発信プロジェクト
	主要事業		中国、韓国をはじめとする東アジア地域での長崎ブランドづくり
行財政改革 プランの掲載	テーマ		実施年度
	真体的項目		平成20年度

1. 事業の概要

平成20年度重点施策 推進プログラム	
-----------------------	--

実施事業の目的・概要	
【事業対象者】〔何、誰を(に)〕	長崎県産品
【手段】〔どうすることにより(実施する事業内容)〕	物産をはじめ、観光、文化等の本県の魅力や長崎と中国の歴史を北京市内の高級百貨店において開催する北京「日本長崎フェア」において北京市民へ発信する
【意図】〔どういう状態にしたいのか〕	本県産品の認知度を向上させ、継続的な輸出の実現を目指す

事業実施の コスト	区 分		全体計画	平成17年度 (実績)	平成18年度 (実績)	平成19年度 (実績)	平成20年度 (実績)
	財源内訳	国庫	県債				
	その他()						
	一般財源						21,942
	事業費<A>(千円)						21,942
	人件費(千円)						18,316
	合計<C=A+B>(千円)						40,258
	単位あたりコスト(千円)						
(説明)「			」 = C ÷ ()				

2. 活動・成果指標の達成状況

活動指標	テスト輸出品目数		(目標値の根拠)				
	雑誌掲載等広告回数		過去の実績等から算定				
	実績		最終目標年度 (平成 年度)	平成17年度 (実績)	平成18年度 (実績)	平成19年度 (実績)	平成20年度 (実績)
		単 位					
	a	目標値	品目				60
	b	実績値	品目				88
	c	達成率 b/a	%				146
成果指標	北京「日本長崎フェア」における1日当たり入場者数		(目標値の根拠)				
			会場規模等から算定				
	実績		最終目標年度 (平成 年度)	平成17年度 (実績)	平成18年度 (実績)	平成19年度 (実績)	平成20年度 (実績)
		単 位					
	a	目標値	人				4,000
	b	実績値	人				4,500
	c	達成率 b/a	%				112

3. 事後における評価

事業の実績（これまでに実施してきた事業全体の実績）

【5F催事場】

イベント・集客対策

オープニングテープカット 10/18(土) 14時

(出席者)

長崎県知事、長崎県議会議長、中日友好協会（許金平副会長）、
中国国際貿易促進委員会北京市分会（熊九玲会長）、
北京市人民政府（劉志副秘書長）、北京日本大使館（波多野公使）、
栗原小巻（長崎県ブランド大使）、長崎総領事館（藤安軍総領事）
マグロ解体ショー（10/18）

佐世保市・平戸市の日（10/18）

佐世保市長、平戸市長あいさつ、佐世保コマ回し大会、平戸観光PR、両市にちなんだYES/NOクイズ大会
陶磁器絵付け実演（10/18～21）

日本茶入れ方教室（10/18～25）

和太鼓、琴演奏（10/18、19、25）

長崎市の日（10/19）

副市長あいさつ、マダムバタフライミニコンサート、長崎市にちなんだYES/NOクイズ大会

本県への修学旅行協力校感謝状贈呈（10/19）

学生スピーチ大会（10/19）

雲仙市の日（10/21）

市長あいさつ、日舞、浴衣着付体験と写真プレゼント、雲仙市にちなんだYES/NOクイズ大会
環境関連商品紹介イベント（10/21）

チラシ持参者へのプレゼント、ノベルティーの配布

PR告知対策

ダイレクトメールの送付（新光天地8万部、BHG1.4万部）

新光天地会員（8万名）及び中国国際旅行社総社会員（10万名）へのメール

餐飲・食品博覧会の入場券（10万枚）裏面及びパンフレットにカラー広告

中国国際旅行社総社、餐飲・食品博覧会及び県上海事務所のホームページでのPR

地下鉄フリーペーパー、雑誌広告

報道状況

テレビ：中国中央電視台、北京電視台

新聞：人民日報、北京晚報、新京報、北京青年報など

ゾーニング

入口

大型モニターによる本県紹介DVDの放映

知事あいさつ、長崎県の概要を掲示

中日交流ゾーン

中国と長崎県の交流の姿を「過去」、「現在」、「未来」の各ステージ毎にパネルで紹介。（長崎歴史文化博物館の資料を活用）

観光ゾーン

長崎市、佐世保市、島原市、平戸市、雲仙市のパネル展示。

中国国際旅行社総社による本県への旅行商品PR、販売。

ハウステンボスコーナーはコテージ風の作り込みを行い、子供も楽しめる場所とする。

シアタールーム

県、各市のDVDを連続して放映

こども広場

ハウステンボスコーナーに隣接し、輪投げなど子供が自由に遊べる場所とする。

物産ゾーン

長崎県産品の試食、展示、販売

試食：なし、フルーツゼリー、カステラ

展示：しいたけ

販売：カステラ、チョコレート、茶、いりこ、だし

陶磁器ゾーン

本県の伝統的工芸品である陶磁器の展示、販売。陶磁器絵付けの実演。

お茶ゾーン
 本県独自の製法によるお茶（蒸し茶）の紹介
 日本茶インストラクターによる入れ方教室、茶器展示
 野点風休憩所
 番傘、毛氈で装飾した和風休憩所の設置
 環境ゾーン
 本県メーカー製造の水質浄化装置等の展示、紹介
 適正養殖・俵物紹介ゾーン
 本県水産物をDVD、模型等によりPR。平成長崎俵物の試食
 協賛企業ゾーン
 協賛いただける企業へPR場所として提供

【地下食品売場】

生鮮水産品 鮮魚売場の借上による展開
 マグロ解体ショー（10/18）
 鮮魚を中心とした展示PR及び販売展開
 その他県産品
 焼酎、清酒、水、五島うどん、皿うどん、調味料、ジュース、びわゼリー
 催事
 現場での調理実演販売を実施（皿うどん、五島手延うどん、島原そうめん、すり身揚げ）

事業方法の検証（【効率性】の観点からの評価）

活動指標	ア：すべての指標「達成」	イ：一部の指標「未達成」	ウ：すべての指標「未達成」
事業方法	ア：妥当であった	イ：一部妥当でなかった	ウ：妥当でなかった

【説明】（活動指標の達成状況等の検証、事業実施により明らかとなった課題など）

中国においてこれまで本県が実施したイベントでは最大級の規模であり、特に北京では初めてのイベントであった。そのため、北京の商慣習に不慣れな面もあり膨大な事務が生じた。今後はスムーズな事業執行のため委託事業を効率的に活用する方策が中国においては有効である。

事業の意図の検証（【有効性】の観点からの評価）

成果指標	ア：すべての指標「達成」	イ：一部の指標「未達成」	ウ：すべての指標「未達成」
事業の成果	ア：成果があった	イ：一部成果があった	ウ：成果がなかった

【説明】（成果指標の達成状況等の検証、事業実施により明らかとなった課題など）

北京での初めてのイベントであったため、入場者数の予測は困難であったが、数多くの協力機関を得たことからPRを有効に実施した結果、成果指標を達成することができた。
 北京においては上海と比較すると日本の地域産品が取り扱われている例が少ないため、今後県産品を売り込んでいく有力な地域であることが再確認できた。

4. 今後の関連事業等の実施に関する方針

（当該事業による成果の今後への活用内容、関連事業を企画・実施するにあたって工夫すべき事項等）

北京フェアの成果を今後の事業展開につなげていく必要がある。
 北京フェアは、本県産品の魅力発信、PRを目的としていたが、今後は実需の創出を目指して取り組んでいく。そのため、現地において日本食品を取り扱うバイヤーとの関係をさらに大きくしていかなければならない。
 北京には上海ほど日本食品バイヤーは多くないため、それらのバイヤーを一堂に会しての商談会の開催や小売店舗と商談を重ね一つでも多くの定番化商品を作り出していく取組を推進する。