

事業群評価調査(令和5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	松尾 泰子
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4年度事業費(千円)	※下記「2. 令和4年度取組実績」の事業費(R4実績)の合計額	36,518

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)		(取組項目)							
<p>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。</p>		<p>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</p>							
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	6,375百万円	6,713百万円	7,053百万円	
		実績値②	3,832百万円(H30)	5,633百万円	8,771百万円	/	/	/	進捗状況
		達成率②/①	/	102%	150%	/	/	/	順調
	指標	基準年	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標(年度)	(進捗状況の分析)
	うち水産物輸出額	目標値①	/	40億円	42億円	46億円	48億円	50億円	
		実績値②	27億円(H30)	42.2億円	71.5億円	/	/	/	進捗状況
		達成率②/①	/	105%	170%	/	/	/	順調
	指標	基準年	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標(年度)	(進捗状況の分析)
	うち農産物・木材の輸出額	目標値①	/	955百万円	1,032百万円	1,109百万円	1,186百万円	1,265百万円	
		実績値②	771百万円(H30)	912百万円	999百万円	/	/	/	進捗状況
		達成率②/①	/	95%	96%	/	/	/	やや遅れ
	指標	基準年	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標(年度)	(進捗状況の分析)
	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	
		実績値②	361百万円(H30)	501百万円	620百万円	/	/	/	進捗状況
		達成率②/①	/	92%	102%	/	/	/	順調
<p>水産物は、本県最大の輸出先である中国では市場競争が激化していることから、パートナー企業と連携した現地での販促PRや多様な輸送ルートを確保しながら輸出を継続した結果、令和4年度の「長崎鮮魚」輸出額は、過去最高となった。 また、円安を追い風に、海外ニーズに対応した養殖生産が進んだことにより、主に海外で求められる大型サイズの養殖ブリが北米に、大型サイズの養殖クロマグロが中国等に輸出を伸ばした。特に、養殖ブリは国内外の相場高騰の影響もあり、米国、韓国向け輸出額が大きく伸長した。その結果、令和4年度の水産物輸出額はコロナの影響を受けた令和3年度の42.2億円を大きく上回り、71.5億円に達した。</p> <p>農畜産物は、国内輸出業者と連携したフェア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、輸出先国や輸出する品目の拡大による輸出額の増加に取り組んでいる。令和4年度は、コロナ禍により輸出拡大に向けた活動が制限される中ではあったが、シンガポール等へ新たな輸出ルート開拓や、国内の食肉取扱業者と連携した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4年度の水産物輸出額は781百万円となり、目標の580百万円を上回った。</p> <p>木材は、令和7年度の輸出額565百万円を目標とし、国内の木材価格動向を注視しながら、国内販売と輸出を比較し、国内販売が有利な時期であっても多様な販売ルートの確保に取り組んでいる。R4年度は貿易相手国の一部輸入停止措置等の影響、国産材の国内需要の高まりにより輸出量が減少したことから、R4年度の輸出額は目標の452百万円に対し、218百万円となった。</p> <p>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、現地バイヤーとの商談やテスト販売を通じた販路開拓に取り組んだ結果、新たな輸出パートナーを獲得するなど順調に成果が出ており、令和4年度の輸出額は目標を上回る結果となった。引き続き、輸出に興味のある県内事業者の掘り起こしや新たな現地パートナーとの関係構築等により、目標達成を目指す。</p>									

2. 令和4年度取組実績(令和5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4年度事業の実施状況 (令和5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4年度事業の成果等	
				R3実績	うち 一般財源	人件費 (参考)		主な指標	R3目標	R3実績		達成率
				R4実績					R4目標	R4実績		
				R5計画	事業実施の根拠法令等			R5目標				
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)	事業対象								
所管課(室)名												
取組項目 i	○	1	長崎県産品海外PR推進事業費	/	/	/	海外における県産品のブランド化及び販路拡大を図るため、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ほか、海外ECサイト上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】	/	/	/	●事業の成果 ・現地小売店や飲食店におけるプロモーション、SNS等を活用した集客活動、海外ECサイト上でのプロモーションを実施し、県産品の販路拡大、認知度向上に繋がった。 ●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た。
				12,707	2,631	4,592		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)	5	5	100%	
			8,674	4,774	4,630	【成果指標】		/	/	/		
			R4-6	—				県産品(加工食品、陶磁器等)の輸出額(百万円)	605	620	102%	
物産ブランド推進課	—	—	—	海外の百貨店、商社、一般消費者等	666	/	/					
取組項目 ii	○	2	貿易指導調整費	17,646	17,646	779	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】	16	17	106%	●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、県内企業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。 ●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を行うことにより、輸出額の増加に寄与した。
				15,784	15,784	3,061		貿易振興に関するセミナー開催(回)	16	17	106%	
				26,743	26,743	1,543		【成果指標】	267	256	95%	
			H12-	—				貿易振興に関するセミナー受講者数(人)	267	272	101%	
物産ブランド推進課	—	—	—	県内事業者	267	/	/					
取組項目 iii	○	3	長崎県産品輸出促進支援事業費	6,964	1,515	2,337	これまでの取組で開通した現地パートナー企業(輸入商社)との輸出ルートを活用した中国、韓国、香港等での県産品の販促活動を実施するとともに、シンガポールにネットワークを有する民間事業者を活用し、県内事業者と現地バイヤーとの商談やテスト販売を支援した。	【活動指標】	12	13	108%	●事業の成果 ・オンライン相談会、現地プロモーション等の実施を通じて、新たなパートナー6社との関係を構築することができた。 ●事業群の目標達成への寄与 ・飲食店等へのプロモーションを実施したことにより、新たなパートナー6社(延べ数)と関係を構築することができ、輸出額の増加に寄与した。
				8,027	4,048	4,592		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)	12	13	108%	
			/	/	/	【成果指標】		4	4	100%		
			(R4終了)R3-4	—				県産品輸出にかかる新たなパートナーの延べ数(社)	6	6	100%	
物産ブランド推進課	—	—	—	県内商社	/	/	/					
取組項目 iii	○	4	長崎県海外販路拡大支援事業費	/	/	/	海外市場で販路拡大が見込まれる県産品(酒、麺、菓子)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、市場ニーズに応じた商品売り込み、商流の定着化を図る。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、販路拡大に取り組む。	【活動指標】	/	/	/	—
				35,143	35,143	8,488		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	/	/	
			(R5新規)R5-7	—				【成果指標】	/	/	/	
物産ブランド推進課	—	—	—	県内商社、県内事業者	666	/	/					

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	
<p>●実績の検証及び解決すべき課題</p> <p>飲食店や小売店等における長崎県産品フェアの開催や海外ECサイト上でのプロモーション実施によって、一定のPR効果があったと考えられるものの、取扱品目は限られている状況である。</p>	<p>●課題解決に向けた方向性</p> <p>現地事務所を含めた庁内関係機関や県内輸出商社等と連携を強化しながら、県産品をはじめとした本県の魅力を総合的に発信していくとともに、現地消費者ニーズ等、事業を通じて得た情報を事業者へと還元するなど、取扱品目の拡大に向けた動きを強化していく。</p>
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	
<p>●実績の検証及び解決すべき課題</p> <p>貿易に関する専門機関であるジェ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つとめているが、さらなる輸出拡大に向けては、新たに輸出に取り組む県内企業の掘り起こしが必要である。</p>	<p>●課題解決に向けた方向性</p> <p>県内企業に対して、ジェ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により、輸出に取り組む県内企業の掘り起こしを行う。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行っていく。</p>
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	
<p>●実績の検証及び解決すべき課題</p> <p>県貿易公社の既存取引先と連携した現地プロモーションの開催や県内事業者への商談機会の提供等により輸出の量的拡大につながっているが、輸出先国が固定化されてきていることから、さらなる輸出拡大に向けて新たな市場の開拓と定着につながる取組が必要である。</p>	<p>●課題解決に向けた方向性</p> <p>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、販路拡大が見込まれる品目に重点化を図り、現地との結びつきが強い民間事業者と連携し市場ニーズに応じた県産品を売り込み、新たな商流を構築し、輸出拡大につなげる。</p>

4. 令和5年度見直し内容及び令和6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 事業期間 所管課(室)名	令和5年度事業の実施にあたり見直した内容 ※令和5年度の新たな取組は「R5新規」等と、見直しが無い場合は「―」と記載	令和6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
取組項目 i	○	1	長崎県産品海外PR推進事業費 (R4補正)R4-6 物産ブランド推進課	企業・商品情報を一度登録することでジェトロを通じて複数の国・地域にわたる海外EC事業者の商品情報が紹介される仕組みとなっているジャパンモール事業を活用し、プロモーション実施サイトを拡充することで、より幅広い県産品のPRに繋げることにした。	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。引き続き関係各課・団体・民間企業と連携しながら、国際戦略等における重点地域や定期航空路線の開設等を見据えたターゲット国において総合フェアや海外ECサイト上での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た具体的な取組を引き続き検討していく。	改善
取組項目 ii	○	2	貿易指導調整費 H12- 物産ブランド推進課	事業者のニーズに寄り添った情報を提供できるように、相談対応やセミナー開催に加えて事業者への直接訪問やヒアリング等の能動的な働きかけを行う等の必要な見直しを加えながら取り組んでいくこととした。	―	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
取組項目 iii	○	4	長崎県海外販路拡大支援事業費 (R5新規)R5-7 物産ブランド推進課	R5新規	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、継続的な売込が重要である。令和5年度事業の実績を検証しさらなる輸出拡大に向けて、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、さらに商圏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く。また、新規取組国においては、開通した商流を確実に定着させるための取組を講じていく。	改善

注:「2. 令和4年度取組実績」に記載している事業のうち、令和4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