

事業群評価調書(令和3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 | 長野 敦志 |
| 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2年度事業費(千円) | ※下記「2. 令和2年度取組実績」の事業費(R2実績)の合計額 | 20,601 |

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) | | | | | | | |
|---|--------|--|----------|----------|----------|----------|--------------|--|--|
| 輸出の既存パートナー(輸出会社・輸入会社)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。 | | 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 | | | | | | | |
| 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(R7) | | 新型コロナウイルス感染症の影響もあり、令和2年度の実績値では昨年度に及ばないものの、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3年度以降も引き続き各種取組により目標達成を目指す。 |
| | 実績値② | 3,832百万円(H30) | / | / | / | / | 進捗状況 | | |
| | 達成率②/① | / | / | / | / | / | — | | |
| 指標 | 基準年 | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 最終目標(年度) | 水産物については、現地パートナーとの関係強化、輸送ルートの確保や販路開拓、販促PRの強化など、輸出品目や輸出先別の課題に応じて取り組んでいく。 農産物については、植物検疫等輸出先国の条件に対応できる産地の育成、輸出ルートの拡大に向け、商談機会の創出や海外における長崎和牛指定店の登録拡大などに取り組むとともに、海外での長崎フェアの開催や海外バイヤーの産地招へいに継続して取り組んでいく。 加工食品や陶磁器等については、今後、輸出増に向けて、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や販路開拓に取り組んでいく。 | |
| うち水産物輸出額 | 目標値① | / | 4,000百万円 | 4,200百万円 | 4,600百万円 | 4,800百万円 | 5,000百万円(R7) | | |
| | 実績値② | 2,700百万円(H30) | / | / | / | / | 進捗状況 | | |
| | 達成率②/① | / | / | / | / | / | — | | |
| 指標 | 基準年 | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 最終目標(年度) | | |
| 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(R7) | | |
| | 実績値② | 771百万円(H30) | / | / | / | / | 進捗状況 | | |
| | 達成率②/① | / | / | / | / | / | — | | |
| 指標 | 基準年 | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 最終目標(年度) | | |
| 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(R7) | | |
| | 実績値② | 361百万円(H30) | / | / | / | / | 進捗状況 | | |
| | 達成率②/① | / | / | / | / | / | — | | |

2. 令和2年度取組実績(令和3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) | | | 令和2年度事業の実施状況 (令和3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2年度事業の成果等 | |
|----------|------------------------|----------------------|--------------------------|------------|-------------|-------------|--|----------------------------------|---------|------------------------|-------------|---|
| | | | | R元実績 | うち 一般財源 | 人件費 (参考) | | 主な指標 | R元目標 | R元実績 | | 達成率 |
| | | | | R2実績 | | | | | R2目標 | R2実績 | | |
| | | | | R3計画 | 事業実施の根拠法令条項 | | | | R3目標 | R3実績 | | |
| 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 | 長崎県産品輸出拡大プロモーション事業費 | 8,053 | 5,158 | 11,136 | 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飲食店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た。 | 【活動指標】 | 2 | 1 | 50% | ●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等により、県産品の販路拡大、認知度向上に繋がっており、輸出額は前年度を上回り、目標値を達成した。 |
| | | | | 3,742 | 1,247 | 2,347 | | 海外での長崎フェアの開催回数(回) | 2 | 1 | 50% | |
| | | | | 8,642 | 3,467 | 2,356 | | 【成果指標】 | 374,000 | 421,908 | 112% | |
| | | | R元-3 | | | — | | — | — | 県産品(加工食品、陶磁器等)の輸出額(千円) | 427,000 | |
| | | | 物産ブランド推進課 | — | — | — | 海外の百貨店、商社、一般消費者等 | 544,000 | | | | |
| 取組項目 ii | ○ | 2 | 貿易指導調整費 | 14,622 | 14,622 | 1,591 | 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】 | 7 | 17 | 242% | ●事業の成果 ・新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、第1四半期にセミナー等が開催できなかったが、新たにオンライン等を活用したセミナーを開催し、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。 |
| | | | | 16,859 | 16,859 | 782 | | 貿易振興に関するセミナー開催(回) | 16 | 22 | 137% | |
| | | | | 19,527 | 19,527 | 785 | | 【成果指標】 | 120 | 241 | 200% | |
| | | | H12- | | | — | | — | — | 貿易振興に関するセミナー受講者数(人) | 267 | |
| | | | 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 | / | / | / | 県産品の輸出に興味を持つ県内事業者の掘り起こしを進めるとともに、海外に販路を有する国内外のバイヤーとの商談機会を提供することで、県産品の海外での新規販路開拓を促進し、既存の商流を活用した現地プロモーションを実施する。 | 【活動指標】 | / | / | / | — |
| | | | | 8,985 | 3,429 | 6,282 | | 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 | / | / | |
| | | | (R3新規)R3-5 | | | — | | — | — | 【成果指標】 | / | |
| | | | 物産ブランド推進課 | — | — | — | 県内商社 | 4 | / | / | | |

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>飲食店や小売店での長崎県産品フェアの開催や酒類品評会で受賞等により、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>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ため、コロナ禍における市場動向などを注視しつつ、現地事務所を含めた庁内関係機関や県内輸出商社などと連携を強化し、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。</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、オンラインを含めたセミナーの開催や輸出商社との商談会、相談業務等の実施により、県内企業の輸出促進に寄与しているが、海外販路開拓に取り組む県内企業のさらなる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、県内各地域にて説明会を開催し、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商談会参加を促すため、県産品データベースを活用するなどより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>県貿易公社と現地パートナー企業との商流だけでは、取扱品目や販路が限定的であるため、新たな商流を確保する必要がある。</p> | <p>●課題解決に向けた方向性</p> <p>既存のパートナー企業（輸出商社、輸入商社）の輸出ルートを活用した販促活動を支援するとともに、新たな商流を確保するため、民間事業者を活用し、新たな販路開拓を目指す。</p> |

4. 令和3年度見直し内容及び令和4年度実施に向けた方向性

| 取組項目 | 中核事業 | 事業番号 | 令和3年度事業の実施にあたり見直した内容 | | 令和4年度事業の実施に向けた方向性 | | |
|----------|------|------|---|---|-------------------|--|-------|
| | | | 事務事業名 | ※令和3年度の新たな取組は「R3新規」等と、見直しが無い場合は「—」と記載 | 事業構築の視点 | 見直しの方向 | 見直し区分 |
| | | | 事業期間 所管課(室)名 | | | | |
| 取組項目 i | ○ | 1 | 長崎県産品輸出拡大プロモーション事業費 R元-3 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事業者に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、各サイトにおけるプロモーションの実施等により、県産品の販路拡大に取り組んだ。 | — | — | 終了 |
| 取組項目 ii | ○ | 2 | 貿易指導調整費 H12- 物産ブランド推進課 | — | — | 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 | ○ | 3 | 長崎県産品輸出促進支援事業費 (R3新規)R3-5 物産ブランド推進課 | R3新規 | ② | 新型コロナウイルス感染症の影響により、海外での販促活動が困難であるため、必要な見直しを加えながら、県内事業者に代わって、現地輸入卸商社等への営業代行やオンライン商談会の実施を継続するとともに、現地パートナー企業と連携した飲食店等での販促プロモーションに引き続き取り組んでいく。 | 改善 |

注:「2. 令和2年度取組実績」に記載している事業のうち、令和2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