

事業群評価調書(令和6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5年度事業費(千円)	※下記「2. 令和5年度取組実績」の事業費(R5実績)の合計額 58,213	

1. 計画等概要

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)	<p>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6年度以降も引き続き各種取組により目標達成を目指す。</p> <p>水産物は、平成25年度以降、右肩上がりで推移しており、現在25事業者が15か国以上の国・地域へ輸出を行っている。また、近年は韓国向け養殖ブリの輸出が大幅に増加しており、令和5年度の輸出額は6,413百万円となり、目標を達成した。</p> <p>なお、中国では、令和5年8月以降、ALPS処理水放出に伴い、日本産水産物の輸入停止が続いていることから、今後も、中国の動向を見極めつつ、中国以外の国への新規開拓等による本県水産物の輸出拡大に引き続き取り組んでいく。</p> <p>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5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に対するトップセールスの実施や、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5年度の農産物輸出額は855百万円となり、目標の854百万円を上回った。</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、多様な販売ルートの確保に取り組んでいる。令和5年度は貿易相手国の経済状況悪化等の影響、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、令和5年度の輸出額は目標の489百万円に対し、215百万円となった。</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、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、新たな商流が構築されるなど順調に成果が出ており、令和5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。</p>
	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	/	/	進捗状況	
	達成率②/①	/	102%	150%	123%	/	/	順調	
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)	<p>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6年度以降も引き続き各種取組により目標達成を目指す。</p> <p>水産物は、平成25年度以降、右肩上がりで推移しており、現在25事業者が15か国以上の国・地域へ輸出を行っている。また、近年は韓国向け養殖ブリの輸出が大幅に増加しており、令和5年度の輸出額は6,413百万円となり、目標を達成した。</p> <p>なお、中国では、令和5年8月以降、ALPS処理水放出に伴い、日本産水産物の輸入停止が続いていることから、今後も、中国の動向を見極めつつ、中国以外の国への新規開拓等による本県水産物の輸出拡大に引き続き取り組んでいく。</p> <p>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5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に対するトップセールスの実施や、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5年度の農産物輸出額は855百万円となり、目標の854百万円を上回った。</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、多様な販売ルートの確保に取り組んでいる。令和5年度は貿易相手国の経済状況悪化等の影響、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、令和5年度の輸出額は目標の489百万円に対し、215百万円となった。</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、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、新たな商流が構築されるなど順調に成果が出ており、令和5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。</p>
	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	/	/	進捗状況	
	達成率②/①	/	105%	170%	139%	/	/	順調	
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)	<p>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6年度以降も引き続き各種取組により目標達成を目指す。</p> <p>水産物は、平成25年度以降、右肩上がりで推移しており、現在25事業者が15か国以上の国・地域へ輸出を行っている。また、近年は韓国向け養殖ブリの輸出が大幅に増加しており、令和5年度の輸出額は6,413百万円となり、目標を達成した。</p> <p>なお、中国では、令和5年8月以降、ALPS処理水放出に伴い、日本産水産物の輸入停止が続いていることから、今後も、中国の動向を見極めつつ、中国以外の国への新規開拓等による本県水産物の輸出拡大に引き続き取り組んでいく。</p> <p>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5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に対するトップセールスの実施や、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5年度の農産物輸出額は855百万円となり、目標の854百万円を上回った。</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、多様な販売ルートの確保に取り組んでいる。令和5年度は貿易相手国の経済状況悪化等の影響、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、令和5年度の輸出額は目標の489百万円に対し、215百万円となった。</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、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、新たな商流が構築されるなど順調に成果が出ており、令和5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。</p>
	実績値②	771百万円 (H30)	912百万円	999百万円	1,070百万円	/	/	進捗状況	
	達成率②/①	/	95%	96%	79%	/	/	やや遅れ	
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)	<p>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6年度以降も引き続き各種取組により目標達成を目指す。</p> <p>水産物は、平成25年度以降、右肩上がりで推移しており、現在25事業者が15か国以上の国・地域へ輸出を行っている。また、近年は韓国向け養殖ブリの輸出が大幅に増加しており、令和5年度の輸出額は6,413百万円となり、目標を達成した。</p> <p>なお、中国では、令和5年8月以降、ALPS処理水放出に伴い、日本産水産物の輸入停止が続いていることから、今後も、中国の動向を見極めつつ、中国以外の国への新規開拓等による本県水産物の輸出拡大に引き続き取り組んでいく。</p> <p>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5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に対するトップセールスの実施や、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5年度の農産物輸出額は855百万円となり、目標の854百万円を上回った。</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、多様な販売ルートの確保に取り組んでいる。令和5年度は貿易相手国の経済状況悪化等の影響、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、令和5年度の輸出額は目標の489百万円に対し、215百万円となった。</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、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、新たな商流が構築されるなど順調に成果が出ており、令和5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。</p>
	実績値②	361百万円 (H30)	501百万円	620百万円	686百万円	/	/	進捗状況	
	達成率②/①	/	92%	102%	103%	/	/	順調	

2. 令和5年度取組実績(令和6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5年度事業の実施状況 (令和6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5年度事業の成果等	
				R4実績	うち 一般財源	人件費 (参考)		主な指標	R4目標	R4実績		達成率
				R5実績					R5目標	R5実績		
				R6計画	R6目標							
事業実施の根拠法令等				事業対象								
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												
取組項目 i	○	1	長崎県産品海外PR推進事業費	12,707	2,631	4,592	●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、海外ECサイト、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】	5	5	100%	●事業の成果 ・ジャパンモールを活用した海外ECサイトでの長崎県産品プロモーション、及び香港・台湾の百貨店や上海の飲食店での長崎フェアを実施したことにより、県産品の販路拡大や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。
				8,183	4,429	4,592		【活動指標】	4	5	125%	
				4,865	2,815	4,630		【活動指標】	3			
			R4-6	—				【成果指標】	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	【成果指標】	666	686	103%	
								【成果指標】	727			
取組項目 ii	○	2	貿易指導調整費	15,784	15,784	3,061	●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を開催するなど輸出に取り組む事業者の掘り起こしや現地商談会へ出展するなど県内事業者の輸出支援を行った。	【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、目標達成には至らなかったものの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。 ●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。
				20,560	20,560	1,531		【活動指標】	16	18	112%	
				21,874	20,124	1,543		【活動指標】	16			
			H12-	—				【成果指標】	267	272	101%	
			物産ブランド推進課	—	—	—	県内事業者	【成果指標】	267	214	80%	
								【成果指標】	267			
取組項目 iii	○	3	長崎県海外販路拡大支援事業費	/	/	/	●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】	/	/	/	●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、現地飲食店や小売店にて一部商品が定番化につながるなど新たな販路が開拓された。 ・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。
				29,470	29,470	8,418		【活動指標】	5	7	140%	
				29,472	29,472	8,488		【活動指標】	5			
			R5-7	—				【成果指標】	666	686	103%	
			物産ブランド推進課	—	—	—	県外商社、県内事業者	【成果指標】	727			

### 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

<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</p> <p>●実績の検証及び解決すべき課題 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、プロモーション等の実施方法については、より効果的なアプローチの仕方を取り入れる必要がある。</p>	<p>●課題解決に向けた方向性 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、SNS等を活用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とともに、より効果的な認知度向上を図っていく。</p>
<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> <p>●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、更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 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行っていく。</p>
<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> <p>●実績の検証及び解決すべき課題 新規取組国においては、開通した商流を定着する必要があるが、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、更なる輸出拡大に向けて新たな商流を構築する必要がある。</p>	<p>●課題解決に向けた方向性 新規取組国においては、現地需要の情報収集及びそれに対応した商品の磨き上げを行い、開通した商流を定着させるために継続的な営業活動を実施し、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、新たな地域における商談会等を実施することで販路拡大を図る。</p>

### 4. 令和6年度見直し内容及び令和7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6年度事業の実施にあたり見直した内容 ※令和6年度の新たな取組は「R6新規」等と、見直しが無い場合は「―」と記載	令和7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 R4-6 物産ブランド推進課	庁内関係課及び関係団体等とさらなる連携をしながら、観光情報等と合わせた県の総合プロモーション等を実施することにより、県産品をはじめとする本県の認知度向上を図ることとした。	②	現地における県産品の知名度向上を図るために、R6年度までの実績を十分に検証し、また各国の現状を踏まえた上で、県産品をはじめとする本県の魅力を総合的に発信できる実施時期や場所・方法等を検討していく。	拡充
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	長崎県海外販路拡大支援事業費 R5-7 物産ブランド推進課	重点国においては、エリアの拡大に向けて現地パートナーと連携しながら、新たな地域での商談会に取り組んでいくこととし、新規取組国においては、構築した基盤を活用し、商流が出来た店舗に対する継続的な営業活動を行うなど品目(市場)の進展段階に応じた取組を行っていくこととした。	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。R6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、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。	改善

注:「2. 令和5年度取組実績」に記載している事業のうち、令和5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