

事業コード	03020305		政策コード	03	政策名	未来の交流を創り、支える観光・交通戦略						
事業名	クールアキタ食の輸出拡大支援事業		施策コード	02	施策名	秋田の食の魅力の磨き上げと県外への販路拡大						
			指標コード	03	施策目標(指標)名	ターゲットや地域を明確にした戦略的プロモーション						
部局名	観光文化スポー	課室名	秋田うまいもの販売課		班名	調整・食品振興班	(tel)	2258	担当課長名	畠山勇人	担当者名	畠山秀樹

評価対象事業(計画)の内容

事業年度 平成27年度 ~ 平成31年度

1. 事業立案の背景(施策目標の達成のために今なぜこの事業が必要なのか)
国内では少子化による国内マーケットの縮小、デフレ経済等により県産農産物・食品の販売額は減少傾向にある。このため、世界的に日本食への関心が高まる中、農産物、加工品などの本県特産品を海外へPRして、輸出の拡大を図る必要がある。台湾、シンガポールについては、平成20年度より百貨店で秋田フェア等のB to Cプロモーションを実施してきており、県の輸出重点国として取り組んでいく。また、フランスはGDP規模が大きく、日本食が普及していることに加え、世界への文化的影響力が期待できる市場であることから、食と伝統的工芸品のコラボレーションにより、「秋田の文化」を前面に出して売り込みを図っていく。

3. 事業目的(どういう状態にしたいのか)
世界的な日本食への関心の高まりやTPPを攻めの輸出の機会と捉え、国のクールジャパン戦略への取組と連携しながら、日本酒を中心にした特徴ある県産品を積極的に海外にプロモーションすることにより、付加価値による訴求力を高めながら県産品の輸出拡大を図っていく。

(重点施策推進方針との関係) 重点事業として要望 その他事業として要望

2. 住民ニーズの状況
ニーズを把握した対象
受益者 一般県民 (時期: 年 月)
ニーズの把握の方法
アンケート調査 各種委員会及び審議会 ヒアリング インターネット
その他の手法 (具体的に)
ニーズの具体的な内容
輸出に積極的な事業者からは、農産物、加工品などの本県特産品の海外での認知度の向上と販路拡大を図るための支援が求められている。

4. 目的達成のための方法
事業の実施主体 県
事業の対象者・団体 食品事業者、農林漁業者、農協等
達成のための手段
台湾: 展示会への参加や独自の商談会の開催等により、県産食品や県産酒の販路拡大を図る。シンガポール: 民間事業者のシンガポールの店舗等を活用したプロモーションによる県産食品の売り込みと秋田のPRを行う。パリ: 日本酒、伝統的工芸品、発酵食品等のコラボレーションにより、「秋田の文化」を情報発信しながら、販路拡大を図る。

比較した代替手段及び選択した手段の有効性
海外に県直営の拠点を設けたり、事業者に補助をして個別事業者の活動を支援する方法も考えられるが、販路の拡大や商談会の開催を個々の事業者が単独で実施することは困難を伴うものであり、かつ、効率的ではない。本県とつながりのある現地民間事業者等との連携した取組が効果的である。

把握していない場合の理由及び今後の方針

理由

今後の方針

5. 事業の全体計画及び財源 単位(千円)

順位	事業内訳	左の説明	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度	全体(最終)計画
01	クールアキタ推進事業	台湾、シンガポール、パリにおいて、展示会への参加や商談会の開催、現地日本食レストランを活用したプロモーション等により、県産食品や県産酒の販路拡大を図る。	56,324	56,324	56,324	56,324	56,324		281,620
02	輸出向け商品造成支援事業	秋田オリジナル酵母「AKITA雪国酵母」の特性を活かし、輸出に比較優位性を持った県産日本酒の醸造を推進するなど、県産品の輸出促進に向けた事業者の取り組みを支援する。	4,273	4,273	4,273	4,273	4,273		21,365
財源内訳		左の説明	60,597	60,597	60,597	60,597	60,597		302,985
国庫補助金		地方創生加速化交付金	60,576	60,576	60,576	60,576	60,576		302,880
県の債									
その他の		諸収入	21	21	21	21	21		105
一般財源			0	0	0	0	0		0

6. 事業の効果を把握するための手法及び効果の見込み

事業の期待される成果		県産品の輸出货量増加							
指標	指標名	県産酒の県出荷総量に占める県輸出数量						指標の種類	
	指標式	県産酒輸出数量 / 県産酒出荷総量						成果指標 業績指標	
	年度別の目標値（見込まれる成果による指標）								
	指標	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	最終年度
	目標a			1.28	1.46	1.64	1.82	2	
	実績b		1.1	データ等の出典					
	東北 全国	各種統計数値を元に秋田うまいもの販売課が算出							
把握する時期 当該年度中 月 翌年度 05月 翌々年度 月									

指標	指標名								指標の種類
	指標式								成果指標 業績指標
	年度別の目標値（見込まれる成果による指標）								
	指標	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	最終年度
	目標a								
	実績b			データ等の出典					
	東北 全国								
把握する時期 当該年度中 月 翌年度 月 翌々年度 月									

指標を設定することができない場合の効果の把握方法
 指標を設定することが出来ない理由

見込まれる効果及び具体的な把握方法(データの出典含む)

事業の必要性

現状の課題及び施策目的に照らした事業の必要性
 県際収支の改善や県内食品産業振興のためには、新たな販路拡大が不可欠であり、少子化等で大きな成長が見込めない国内市場にとどまるのではなく、成長が期待できる海外市場へ展開を図ることが求められており、本事業は必要である。

住民ニーズに照らした事業の必要性
 輸出に対する事業者の関心は高まっているが、人的ネットワークの不足や物流の問題等で踏み切れない事業者も多く、県が主催する事業でそれらの参入障壁を低くすることは重要であり、本事業の必要性は高い。

事業の県関与の必要性
 法令・条例上の義務 内部管理事務 県でなければ実施できないもの
 民間・市町村で実施可能であるが、県が関与する必要性が認められるもの

海外との取引の開始に当たっては、対外的な信用の面からも県が関与することが重要である。また、輸出に関する人材確保が困難な小規模事業者も多く、一定規模の県の関与が必要である。

政策評価委員会意見	重点事業の適合及び指標・目標値の適合性判定
重点事業	その他