

農林水産商工委員会資料

(農林水産部・商工労働部共管分)

■付託議案

第85号議案 令和4年度島根県一般会計補正予算(第4号)【関係分】… P1~4

令和4年9月30日・10月3日

農 林 水 産 部
商 工 労 働 部

第85号議案 令和4年度島根県一般会計補正予算（第4号）【関係分】

しまねブランド推進課

(単位:千円)

事業名	補正前の額	補正額	計	備考
総計	775,590	21,315	796,905	【財源】国 0 使・手 0 0 県 21,315 その他
(農林水産業費 計)	131,360	1,446	132,806	【財源】国 0 使・手 0 0 県 1,446 その他
1 一般職給与費	30,360	1,446	31,806	一般職員4名
(商工費 計)	644,230	19,869	664,099	【財源】国 0 使・手 0 0 県 19,869 その他
1 一般職給与費	131,899	▲14,111	117,788	一般職員17名
2 海外展開促進支援事業費	46,658	8,000	54,658	⇒ 別紙 P2
3 しまね海外ビジネス展開支援事業費	94,273	3,150	97,423	⇒ 別紙 P2
4 首都圏情報発信・県産品販路開拓事業費	154,555	19,330	173,885	⇒ 別紙 P3
5 未来へつなぐ工芸品総合振興事業費	16,490	3,500	19,990	⇒ 別紙 P4

海外展開促進支援事業 （島根県産食品情報海外向け発信力強化事業）

予算額：8,000千円

1 事業目的

コロナ禍に加え、物価の高騰や円安の影響による、経営状況の落ち込みに対応するためには、国内市場が縮小している中、海外販路の開拓は重要な選択肢である。

しかし、食品製造事業者が自ら渡航することは未だ難しいことから、渡航を伴わなくても海外で県産品のPRを行える新たな販路開拓機会の提供と、コロナ禍後も見据えた情報発信の強化を図る。

2 事業概要

（1）レシピ開発・SNS発信・オンライン商談（4,000千円）

海外では健康的な食事のイメージのある日本食に対する興味・関心は高まっているものの、食材の扱い方が分からず購入に至らないことから、県産品の販売促進につなげていくため、食材の使い方を提案する。

県産品を使った海外現地向けのレシピを開発し、現地フェア等における実演や現地に向けたSNSでの発信を行う。

（2）現地テスト販売（2,000千円）

販路を拡大するうえでは、消費者に直接商品説明を行うことが有効であるが、渡航を伴わなくても海外で県産品のPRを行えるようにする。

海外店頭において、現地要員によるテスト販売を実施し、島根県産品の特長を説明し、販売する。

（3）Webカタログ特集ページ開設（2,000千円）

海外向け販売促進活動等に活用することができるツールとして、生産者・商品の紹介を行うために「海外向けしまねバイヤーズカタログ」サイトを設置している。

島根県産品の魅力を伝わりやすくするため、当該サイトに、島根らしいカテゴリーで商材を取り上げた特集ページを追加する。

特集テーマ（予定）：鍋用食材、島根の魚の干物、健康志向食品

しまね海外ビジネス展開支援事業 （海外展開情報発信強化事業）

予算額：3,150千円

1 事業目的

コロナ禍に加え、物価の高騰や円安の影響による、経営状況の落ち込みに対応するためには、国内市場が縮小している中、海外への販路開拓や、コロナ禍後も見据えた海外への新事業展開等は重要な選択肢である。

島根県のものづくり企業の販路拡大や、海外企業とのビジネスマッチングを一層進めるため、県内企業の製品や技術について、情報発信の強化を図る。

2 事業概要

ビジネスマッチングの際などに海外企業や関係機関がカタログ的に閲覧・活用できるようにするため、島根県企業の製品や技術を動画で紹介するなど、分かりやすく魅力的に伝えられる専用サイトを制作する。

首都圏情報発信・県産品販路開拓事業

予算額：19,330千円

（当初予算額：20,000千円）

1. 日比谷しまね館機能強化（11,330千円）

（1）事業目的

日比谷しまね館における県産品や観光情報の発信機能を強化し、首都圏での県産品等の認知度向上を図り、新型コロナウイルス感染症の影響により売上げが減少している県内事業者の売上回復に繋げる。

（2）事業概要

①移動販売車の導入

オフィス街や繁華街へ直接出向き、日比谷しまね館内の商品やメニュー（のどくろ丼）などを提供する移動販売車を購入し、併せて観光情報も発信

②ECサイトの構築

店舗に足を運ぶことのできない客層からの県産品の購入を促進するため、日比谷しまね館が取り扱っている商品をインターネット経由で購入できるよう、地域性を訴えるストーリー性のあるECサイトを新たに整備

2. 県産品情報発信強化事業（8,000千円）

（1）事業目的

SNS広告やメディアなどを活用した情報発信の取組を強化し、幅広い消費者における県産品の認知度を向上させ、購入意欲を高めることで、新型コロナウイルス感染症の影響により売上げが減少している県産品の販売を促進する。

（2）事業概要

①SNSを活用した情報発信

SNSを利用している「食」、「伝統工芸」や「観光」に関心の高い層を対象にInstagramやFacebook内での広告等を実施し、今年度から新たに運営している県産品の情報を提供する当課SNS・WEBサイトへ誘導し、県産品の認知度向上と購買意欲を醸成

②プレスツアー（メディア招聘）

消費者への訴求力が高い全国版の雑誌・新聞等での記事化やテレビ等での特集を見据え、雑誌・新聞・テレビ等の各種メディアを招聘し、県産品を紹介するプレスツアーを実施

未来へつなぐ工芸品総合振興事業

予算額：3,500千円
（当初予算額：10,000千円）

1. 伝統工芸品販路拡大支援事業

（1）事業目的

長引くコロナ禍で、販売・PRの機会である展示会等への出展機会が減少し、売上が落ち込んでいる伝統工芸品製造事業者の販売促進活動に対する支援を拡充し、売上回復を図る。

（2）事業概要

展示会・見本市出展に要する経費に対する補助金の拡充

・補助上限額の引き上げ：500千円 ⇒ 1,000千円

（参考）

- ・補助対象経費：旅費、送料・運搬料、施設使用料、広告費、キャンセル料、PCR検査費用
- ・補助率：2／3（キャンセル料、PCR検査費用は3／4）
- ・上限額：1,000千円／事業者
- ・令和4年度実績（令和4年9月26日現在）
 - 事業者数：22事業者
 - 申請件数：49件
 - 交付決定額：5.076千円