

事業番号	07 08 01	事業改善シート（令和4年度実施事業分）			<input type="checkbox"/> 当初要求	<input type="checkbox"/> 当初予算案	<input type="checkbox"/> 補正予算案	<input checked="" type="checkbox"/> 点検
事業名	営業推進事業	部局	産業労働部	課・室	営業局			
		実施期間	R1 ~	E-mail	eigyo@pref.nagano.lg.jp			
総合5か年計画（しあわせ信州創造プラン2.0）との対応関係								
重点目標	①労働生産性	②県民一人当たり家計可処分所得			④観光消費額			
総合的に展開する重点政策	2-2 地域内経済循環の促進	2-4 収益性と創造性の高い農林業の推進			3-2 世界を魅了するしあわせ観光地域づくり			
	2-3 海外との未来志向の連携	3-1 信州と関わりを持つ「つながり人口」の拡大			6-2 信州のブランド力向上と発信			

1 現状と課題

- ・コロナ禍により対面での商交渉・PR機会が減少
- ・オンラインでのプレゼン能力・ITリテラシーが不足
- ・中小零細業者が多く、自前のマーケティング調査が困難
- ・人口減少により国内市場が縮小する中、他地域との一層の差別化が必要

2 事業目的

県民の稼ぐ意識・外への意識を醸成し、世界標準の品質管理などにより商品力を高め外資を引きつけるとともに、自然やまち、人も含めた全ての面で地域全体の魅力を高め、域内で“かけがえのない”価値を生み出し磨き続けることによって、力強い「信州ブランド」を形成し、経済的自立性の高い信州創生を目指す。

3 予算のポイント・主な取組（当初予算又は補正予算時の実施予定）

①県内生産者・事業者と県外のつなぎ役

- ・「しあわせ商談サイトNAGANO」を活用した商談会の開催
- ・県外シェフ等を招いた産地視察・商談交流会の開催
- ・EC（ネット通販、ネットショップなど）サイトを活用した長野県産品の販路拡大
- ・沖縄県と連携した長野県産品の販路拡大

②価値創造のための"学びと実践"の場づくり

- ・ECを戦略的に活用した新たなビジネススタイルの構築に挑戦する事業者へのコンサルティング支援
- ・10年先、20年先を見据えた「新たな信州ブランド」の開発支援

③信州ブランド発信の推進

- ・信州ブランド推進重点品目等の情報発信
- ・欧州現地スタッフによる欧州向け情報発信コンテンツの制作及びプロモーションの実施
- ・信州ブランドの根底にある価値を訴求する動画等の制作

4 成果指標

（推移の凡例 ↗：改善 ↘：悪化 →：変化なし —：数値なし）

No.	指標名	単位	R2年度	R3年度	R4年度	R4年度 目標値	達成 状況	設定理由	
			実績	実績	推移				実績
①	「しあわせ商談サイトNAGANO」への登録者数	社	1,163	1,763	↗	2,270	↗	1,700	達成 県内事業者の外への意識醸成及び県外バイヤー等とのマッチングの推進を表す指標として、「しあわせ商談サイトNAGANO」の登録者数を成果指標に設定 サイトの周知や活用促進に努め、25事業者/月×12月＝300事業者の新規獲得を目指し、目標値を設定
②	展示商談会等の開催数	社	15	21	↗	24	↗	24	達成 県外バイヤー等とのマッチングの推進を表す指標として展示商談会等の開催数を成果指標に設定 オンラインでの展示商談会が増加・定着してきた中、R4年度は対面での展示商談会の再開により、R3年度より3件の増加を見込む
③	海外輸出に取り組む県内事業者数	社	139	154	↗	178	↗	175	達成 県内事業者の外への意識醸成を表す指標として、海外輸出取組事業者数を成果指標に設定 越境EC支援による新たな販路開拓の機会を県内事業者に提供することで、過去2年の増加数を上回る目標値を設定
④	銀座NAGANO来館者数（単年）	人	396,386	470,167	↗	719,370	↗	500,000	達成 銀座NAGANOが展開するイベントやプロモーション等による効果の指標として、来場者数を成果指標に設定 R2,R3年度の緊急事態宣言下を除く1営業日あたり来場者数1,365人×営業日数360＝491,400人を上回る目標値を設定

5 事業コスト

（単位：千円、人）

区分	予算額					決算額	職員数
	前年度繰越	当初予算	補正予算等	合計 (予算現額)	うち一般財源		
R4年度	330,000	350,055	82,437	762,492	280,695	623,879	12.0
R3年度	70,115	363,137	950,689	1,383,941	294,250	744,252	12.0
R2年度	0	365,419	1,811,147	2,176,566	258,805	1,496,265	15.5

事業番号	07 08 01	事業改善シート（令和4年度実施事業分）	<input type="checkbox"/> 当初要求	<input type="checkbox"/> 当初予算案	<input type="checkbox"/> 補正予算案	<input checked="" type="checkbox"/> 点検
事業名	営業推進事業		部局	産業労働部	課・室	営業局

6 主な取組実績と成果

<p>①県内生産者・事業者と県外のつなぎ役</p> <ul style="list-style-type: none"> ・3密の回避、時間、距離の制約といった課題を解決するため、WEB商談会（個別マッチング形式）を10回実施し、計107社が売り手事業者として参加した。 ・フランス食文化の普及・啓発活動をしている団体（一流のホテルシェフ等が会員）と連携し、会員のシェフ向けに産地見学会、食材提案会を実施した。産地視察には計8名、食材提案会には計5名のシェフ等が参加した。 ・沖縄県における県産品販路拡大のため現地スーパーマーケットのバイヤー7名を招請し、35社の売り手事業者と個別商談を行った。 <p>②“学びと実践”の場を提供し、マーケティング力の向上を支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内事業者が抱えるECサイト運営上の課題を解決するため「県産品販売ビジネスモデルイノベーション支援プログラム」（事業内容説明会、全体講座、個別講座の3部構成）を実施。個別講座では、コンサル会社8社が5テーマに分かれて最大5回の講座を実施し、26社が参加した。 ・新商品開発や既存商品の再ブランド化を目指す事業者のマーケティング活動を支援するため、年8回の商品開発実践プログラム「Session 信州」を実施し、6社が参加した。 <p>③県としての総合的魅力度“信州ブランド”発信を推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ウェブやSNSによるプロモーションと併せて、フランス・パリのレストラン及びイタリア・ミラノの複合施設において長野県食材を用いたメニュー提供を行う「体験の場」を創出し、709名が食を通じて長野の魅力を感じた。また、イベントと併せて実施した営業局長トップセールスの結果、パリの日本酒バイヤーによる長野県訪問が実現。長野県の多様な日本酒を売り込み、4蔵の新規取引につながった。 ・新型コロナウイルス感染症による行動制限の緩和が徐々に進む中、銀座NAGANOの来館者数はコロナウイルス感染症拡大前の7割程度の水準まで回復し、年度売上額は過去最高を記録した。

7 成果指標の達成状況に関する要因分析

指標① 「しあわせ商談サイトNAGANO」への登録者数	R3年度推移	↗	R4年度推移	↗	達成状況	達成
新型コロナウイルス感染症の影響による非対面式での商談需要が高まる中、「しあわせ商談サイトNAGANO」を活用したWEB商談会の定期的な開催や、地道な営業活動によるサイトの認知度向上に努めた結果、目標値を大幅に上回った。						
指標② 展示商談会等の開催数	R3年度推移	↗	R4年度推移	↗	達成状況	達成
オンラインでの実施により移動に要する時間や費用といったコストを削減できるWEB商談会を定期的で開催することに加え、アフターコロナを見据えて対面で実施する展示商談会を再開したことにより目標値を達成した。						
指標③ 海外輸出に取り組む県内事業者数	R3年度推移	↗	R4年度推移	↗	達成状況	達成
従来からの対面式の商談会に加えて、コロナ禍で急速に普及が進んだデジタルツールを活用したオンライン商談会の開催や越境ECサイトを活用した販路開拓をスタートするなど、海外販路開拓に力を入れた結果、目標値を達成した。						
指標④ 銀座NAGANO来館者数（単年）	R3年度推移	↗	R4年度推移	↗	達成状況	達成
新型コロナウイルス感染症による規制が緩和されたことに伴い、イベントの人数上限を従来の人数に戻すなど、コロナ以前の運用が可能となったことなどにより、前年度比で約5割増となった。						

8 今後の事業の方向性

<p>(1) 令和4年度の取組実績、成果指標の分析及び県民の意見等を踏まえた課題</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「しあわせ商談サイトNAGANO」については、WEB商談会の実施等により登録者数を大きく増やすことができた。コロナ禍による行動制限が緩和され、コロナ前と同様リアルな商談が可能となったが、WEB商談会には移動時間・コストがかからない等のメリットがあり、コロナ後も継続することが望ましい。 ・コロナ禍による行動制限の緩和により、展示商談会等の開催件数の増加が見込まれるが、成約率の向上に向けて、商談を通じて得られた成功事例の共有や今後の課題への対応が必要である。 ・越境EC等インターネットを活用した県産品の販売・PR等により、輸出に取り組む事業者が増加した。人口減少により国内市場が縮小する中、県内事業者の稼ぐ力を維持・向上するためには、海外への取組を更に強化することが必要である。 ・銀座NAGANOでは、コロナ禍による行動制限が緩和され、イベントやプロモーション活動を徐々に再開することができたため、来館者数はコロナ前の7割強にまで回復した。県の定番イベントは比較的順調に回復しているが、市町村や事業者による2階イベントスペースの活用はコロナ前に比べ低い水準にとどまっており、イベント開催の促進に向けた取組が必要である。
<p>(2) 翌年度以降の事業改善の方策</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コロナ前の対面式商談会に加え、マッチングサイトを活用したWEB商談会を継続して開催する。 ・展示商談会等の終了後、商談を通じて得られた成功事例や今後の課題について事業者へフィードバックする機会を設ける。 ・日本酒に特化した展示商談会への出展など新たな取組により、海外展開を強化する。 ・市町村や事業者を対象に銀座NAGANOでのイベント開催を働きかけるなど、イベントスペースの活用に向けた取組を強化する。

事業名	営業推進事業	部局	産業労働部	課・室	営業局
-----	---------------	----	-------	-----	-----

細事業 No.	細事業名	R2年度 決算額	R3年度 決算額	R4年度 決算額
1	国内販路開拓事業	56,461 千円	49,481 千円	70,805 千円
No.	細事業を構成する主な取組	実施方法	令和4年度実施内容（実績）（上段：事業概要、下段：活動によるアウトプット）	
1	ビジネスネットワーク創造事業	委託 直接	県産品のマッチングを目的としたサイトの運営や、シェフ等に県産品の情報を発信するための機会提供を実施 産地見学会の開催:3回 長野県産食材提案会:2回 ガラディナーでの食材PR、沖縄大交易会での長野県PRブースの出展	
2	食品関連産業経営力アップ推進事業	補助金	「県産品コーディネーター」によるサポート、経営力アップセミナーの開催、商談会の開催（リアル及びオンライン）などを実施 コーディネーター:3人、セミナー開催:2回、商談会:18回、商談件数:2,984件	
3	県産品振興事業	委託	大都市圏及び北陸圏における観光物産展の開催 都市圏での物産展の開催:5回、出展者:99者	
4	県産品販売ビジネスモデルイノベーション支援事業	委託	ECを戦略的に活用した、新たなビジネススタイルの構築に挑戦する事業者へのコンサルティング支援 キックオフセミナーの開催、基礎講座開催:参加者55名、個別支援参加事業:26社	
5	営業戦略推進事業	直接	県産品の営業活動の展開 県外・海外バイヤーとの商談・交渉等:1,240件 県内事業者との相談・交渉等:2,444件	

細事業 No.	細事業名	R2年度 決算額	R3年度 決算額	R4年度 決算額
2	海外販路開拓事業	8,189 千円	15,240 千円	21,096 千円
No.	細事業を構成する主な取組	実施方法	令和4年度実施内容（実績）（上段：事業概要、下段：活動によるアウトプット）	
1	越境ECサイトを活用した販路開拓事業	委託	日系食品輸入卸商社最大手JFCオーストラリアのECサイトに長野県産品コーナーを開設・販売 シンガポール最大級の日本食・日本商品紹介サイト、JPassport内に長野県産コーナーを開設・販売 オーストラリア:参加事業者21社65商品、売上金約500万円（日本円） シンガポール:参加事業者9社25商品、売上金約350万円（日本円）	
2	「長寿NAGANOの食」海外販路開拓事業	補助金 委託	輸出支援体制の強化を図るため、海外での長野フェアや商談会を実施 タイ・バンコク長野県テストマーケティング拠点でのテスト販売を実施 コーディネーター:2人、出展件数:7件、支援企業数:105社、商談件数:475件 タイ・バンコク長野県テストマーケティング拠点でのテスト販売参加企業:9社	

細事業 No.	細事業名	R2年度 決算額	R3年度 決算額	R4年度 決算額
3	沖縄交流プロジェクト推進事業費	2,850 千円	4,299 千円	5,451 千円
No.	細事業を構成する主な取組	実施方法	令和4年度実施内容（実績）（上段：事業概要、下段：活動によるアウトプット）	
1	沖縄県内での販路開拓	直接 委託	<p>沖縄県内における長野県産品の販路拡大のため、長野フェアや食材提案会を実施。</p> <p>沖縄県リゾートホテルでの食材提案会の開催 沖縄県内スーパーマーケット等での長野県フェアの開催：新聞社2社、スーパーマーケット20店舗</p>	
2	沖縄国際物流ハブを活用した海外販路開拓	委託 負担金	<p>沖縄大交易会における長野県PRブースの出展 沖縄県と連携し、沖縄国際物流ハブを活用した長野県産品の海外輸出商談会を開催</p> <p>沖縄大交易会への出展支援：6件 県内の参加事業者数：15社</p>	

細事業 No.	細事業名	R2年度 決算額	R3年度 決算額	R4年度 決算額
4	信州ブランド普及・発信事業費	26,385 千円	48,526 千円	48,114 千円
No.	細事業を構成する主な取組	実施方法	令和4年度実施内容（実績）（上段：事業概要、下段：活動によるアウトプット）	
1	しあわせ信州普及・発信事業	直接 委託	<p>「しあわせ信州ホームページ」及び「魅力発信ブログ」並びに「しあわせ信州SNS」(Twitter, Facebook, Instagram)による情報発信</p> <p>「しあわせ信州SNS」による情報発信：2,161回</p>	
2	県産品ブランド育成事業	負担金	<p>県産品ブランドを育成・発信するため、実践プログラムやブランド表彰を実施</p> <p>「信州ブランドプロダクト育成支援事業」の実施：全8回 「信州ブランドフォーラム・アワード」の開催</p>	
3	芸能人等を活用した話題性づくり情報発信事業	委託	<p>首都圏を中心としたラジオ媒体等での長野県の情報発信</p> <p>長野県永く観光大使を起用したラジオ番組での情報発信：全52回</p>	
4	信州ブランド重点品目・育成支援品目プロモーション事業	委託	<p>「信州ブランド推進重点品目」、「ブランド力育成品目」について、認知度向上や消費拡大に向けた情報発信を実施</p> <p>【クイーンルージュ®】 帝国ホテル・家庭画報と連携したブランド形成 JA全農長野と連携した全国新聞紙（日経MJ）への広告掲載 名古屋・大阪でのクイーンルージュ®認知度向上PRイベントの開催 無印良品と連携したブランド形成・PRイベントの開催</p> <p>【ジビエ】 県内道の駅でのジビエフェアの開催</p> <p>【シードル】 県内ホテルでのシードルPRキャンペーンの開催：2施設 銀座NAGANOでのシードルイベント開催：全3回 首都圏飲食店でのシードルPRキャンペーン開催：11店舗</p>	
5	グローバル・プロモーション展開事業	委託	<p>欧州における長野県のブランド訴求を図るため、欧州現地スタッフと連携したウェブサイト「Stories of Nagano」及びSNSの運用や新規記事の作成 長野ブランドへの理解の促進を図るため、欧州における現地プロモーションを実施 長野県のブランド価値を様々な角度から伝えるため、ブランディング動画を新規作成</p> <p>欧州での体験の場の創出：2か所 新規動画作成：3本 新規記事作成：9本 Instagramの立上げ及び新規投稿：86投稿</p>	

細事業 No.	細事業名	R2年度 決算額	R3年度 決算額	R4年度 決算額
5	信州首都圏総合活動拠点運営事業費	168,234 千円	217,342 千円	179,281 千円
No.	細事業を構成する主な取組	実施方法	令和4年度実施内容（実績）（上段：事業概要、下段：活動によるアウトプット）	
1	銀座NAGANO管理運営事業	直接 負担金	<p>信州のヒト、コト、モノをトータルに発信し、信州の美しさと健康な暮らしを、首都圏をはじめ多くの人とシェアすることによりコアな信州ファンを創造するために信州首都圏総合活動拠点（銀座NAGANO）を運営</p> <p>銀座NAGANO売上:274,439,168円 広報誌発行回数:12回 県主催イベント開催件数:51回</p>	
2	銀座NAGANO発信事業	直接 委託	<p>コアな信州ファンの拡大に向けて、首都圏在住者に銀座NAGANOを周知</p> <p>オウンドメディア（HP、メルマガ、SNS等）による情報発信 周年祭の開催（10/22・23） 長野県のヒト・コト・モノ総合案内スタッフ（3名）の設置</p>	

細事業 No.	細事業名	R2年度 決算額	R3年度 決算額	R4年度 決算額
6	新型コロナウイルス感染症対策販路開拓支援事業	1,232,200 千円	405,748 千円	294,840 千円
No.	細事業を構成する主な取組	実施方法	令和4年度実施内容（実績）（上段：事業概要、下段：活動によるアウトプット）	
1	県産品ECサイト応援事業	委託	<p>ECサイトで販売される商品の送料を支援する「送料無料キャンペーン」並びに、大手ECモールサイトにおいて対象商品を購入時に送料相当分のクーポンを利用できる「お買い得キャンペーン」等を実施し、WEBを活用した県産品の販売を促進</p> <p>送料無料キャンペーン:参加申込事業者377者、送料支援額67,977,686円 お買い得キャンペーン:参加申込事業者128者、売上金額211,381,521円 キャンペーンと連動したミニ物産展の開催:3回（名古屋、大阪、福岡）</p>	
2	アフターコロナを見据えた海外販路開拓支援事業	委託	<p>米・欧・豪市場で長野県産食材を使ったレセプション・長野フェアを開催し、輸出に向け現地レストラン・小売・卸事業者との関係を構築 アジア市場で長野県産食材を活用した料理教室を開催し、食材の魅力や調理方法をPR</p> <p>長野フェアの開催（米(3/1～3/7)、仏(3/17～3/31)、英(3/18～3/24)、豪(2/20～2/26)）:全214商品、売上2,244千円 レセプションの開催：米(3/13・30名参加)、仏(3/27・25名参加)、英(3/14・25名参加)、豪(10/31・30名参加) 料理教室の開催(台湾・タイ・香港・シンガポール):全9教室・535名参加、香港での県産品試食会の開催:12/8・9 106名参加 インフルエンサーによる情報発信:フォロワー数約25万人 オリジナルレシピの動画作成・配信：再生回数約5,000回</p>	

細事業 No.	細事業名		R2年度 決算額	R3年度 決算額	R4年度 決算額
7	信州ジビエ総合振興対策事業		1,946 千円	3,616 千円	4,292 千円
No.	細事業を構成する主な取組	実施方法	令和4年度実施内容（実績）（上段：事業概要、下段：活動によるアウトプット）		
1	信州ジビエ流通体制整備	直接 委託	<p>信州ジビエの需要増加や安定的な市場流通に向けて、ジビエ流通・消費の専門家2名により県内外の生産者及び飲食店等の情報収集活動を実施 ジビエ関連商品取扱店舗のデータベースを構築し、認知度向上・消費拡大に向けた情報発信活動を実施</p> <p>専門家による調査:34者 データベース構築のための調査:119件、レシピ作成:2個、レシピ研修会の開催:2回、雑誌への掲載、パンフレットデザインの作成、インフルエンサーによる動画発信</p>		