

# 事業レビューシート (EBPM調書)【予算編成方式】

事業名	埼玉農産物輸出総合サポート事業	課・担当	農業ビジネス支援課	担当者(内線)	
<b>EBPMによる検証(ロジックモデル)</b>					
① 将来像 (目指す姿)	<ul style="list-style-type: none"> <li>輸出を志向する生産者が県内で増えている。</li> <li>海外での県産農産物の認知度が上がり、需要が増えている。</li> <li>米や茶など国内の需要減少の影響を大きく受けてきた農産物について、海外の販路が確保され、生産の持続性に寄与している。</li> <li>県産農産物の輸出額は、国の輸出拡大目標と同等のペースで増加し、R2の2億9,760万円からR7には9億1千万円になっている。</li> </ul>	③ 課題 (将来像と現状との差についての分析)	<ul style="list-style-type: none"> <li>輸出を志向する生産者を増やすため、生産者に対して海外の消費者ニーズや規制の状況、先行する輸出事例での教訓等を伝え、生産者の輸出ノウハウを高め、輸出に向けた機運を醸成する必要がある。</li> <li>海外における県産農産物の認知度の向上を図る必要がある。</li> <li>輸出ノウハウを持たないが輸出の意欲がある生産者がいる品目については、海外事業者との商談にこぎつけるまでの支援や、契約に至った後のフォローアップを行う必要がある。契約に至らない場合には、生産者自身が行うことが難しい要因分析等を支援する必要がある。</li> <li>特に狭山茶については、有望な市場である欧州で求められる品質・ロットを確保できる産地を育成する必要がある。</li> </ul>		
② 現状	<ul style="list-style-type: none"> <li>県産農産物の中でも商品力が期待でき、国の輸出重点品目でもあるいちごや茶については、生産者に輸出ノウハウが少ない中、輸出に踏み切るハードルが高く、海外で求められる品質やロットの確保も難しいため、R2の輸出額は合わせて1,400万円程度。</li> <li>国内需要の減少が著しい米については、いくつかの事業者を通じて輸出が拡大してきているものの、R2の輸出額は4,590万円であり、米生産全体に占める割合は微々たるもの。</li> </ul>				
④ 投入 (インプット=予算)		⑤ 事業概要 (アクティビティ)		⑥ 事業実績 (アウトプット)	
R4 予算額	13,379千円	① 農産物全体について、セミナー・研究会等による海外ニーズや規制等の情報提供、国の助成制度等の活用支援、産地の機運醸成。いちご等について、シンガポールでの消費者やバイヤー向けPR・商談の実施。  ② 狭山茶について、フランスでのバイヤー向け商談の実施。  ③ 欧州のニーズ、規制等に対応する生産技術の確立や合組体制の整備を行う茶産地の育成。(国庫)	【活動指標】		【成果指標】
うち一財	4,879千円		① セミナー・研究会の年間開催回数 R4 2回 (※随時行う事業者相談等は、回数を数えない。) ② シンガポールでのいちご等のPR・商談の件数 R4 7件 ③ 欧州での狭山茶の商談の件数 R4 8件		
R3 予算額	17,420千円			【成果実績】	
うち一財	6,420千円			① R2 2億9,760万円 ② R3 1,750万円(見込)、R2 1,036万円、R1 13万円、H30 49万円 ③ R3 762万円(見込)、R2 352万円、R1 278万円、H30 170万円 ④ R3 5,270万円(見込)、R2 4,590万円、R1 3,225万円、H30 700万円	
<b>⑧ 事業実績(アウトプット)が成果(アウトカム)に結び付くことを示すロジック及び根拠</b>					
<b>【定量的視点】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>いちごは、H30から県の輸出促進事業を開始する以前、輸出はほぼゼロ。H30以降、上記アクティビティにより輸出を志向する事業者の掘り起こしを行ったことで、H30～R2に輸出額は約1千万円に増加。R2～4においても同様に事業者の掘り起こしを進め、新たな事業者により約1千万円の輸出額の上積みを図るとともに、既存事業者の輸出額の拡大を図ることで、R4の輸出額目標2,460万円の達成を図る。</li> <li>狭山茶は、県の輸出促進事業を開始する以前、輸出額は100万円強。H30以降の取組の結果、R2の輸出額は約350万円まで増加。一方、海外で得た知見を産地に還元して機運を醸成してきた結果、輸出向け栽培面積はR3に約11haまで急増(R2は約2ha)し、その生産量は約2,000万円の輸出額に相当。海外での商談では、まとまった量を供給できるかが重要であり、産地の体制が整ってきたことを踏まえ、R4の輸出額目標1,170万円の達成を図る。</li> <li>米は、県産米を輸出用に取り扱う2事業者を軸に輸出が拡大してきており、県は情報提供等を通じてこれを後押し。R4は、米を新たに海外PRの対象に加え、各事業者の拡大ペースを維持・向上するとともに、新たな事業者の掘り起こしにもつなげ、R4の輸出額目標5,950万円の達成を図る。</li> </ul>					
<b>【定性的視点】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>輸出額の過半を占める盆栽など、輸出ノウハウを持つ事業者がいるものについては、情報提供等により輸出拡大を後押しし、農産物全体の輸出目標達成を図る。</li> <li>いちごや狭山茶など、輸出ノウハウの乏しい生産者が輸出に取り組むものについては、生産者が自ら海外事業者と商談にこぎつけたり、契約に至らない場合の要因を相手方から聞き出して分析したりすることが困難であるため、県がこうした役割を担い、販路拡大や戦略の見直しをより密接に後押し。</li> </ul>					

事業手法に係る自己検証

検証項目		評価	評価に関する説明
県費投入の必要性	事業目的が730万県民や社会ニーズを的確に反映しているか。	○	国内需要の減少や法人の生産規模拡大等により、海外への輸出が新たな販路として求められている。
	市町村、民間等に委ねることができない事業か。	○	市町村単位の取組では、輸出に有効な大規模の供給ロットをまとめることが難しいため、県域単位で取り組む必要がある。また、輸出ノウハウの乏しい事業者については、自力で試験的な輸出を行うことが困難。
	政策目的の達成手段として必要かつ適切な事業か。政策体系の中で優先度の高い事業か。	○	輸出ノウハウを持つ事業者のいない品目についても輸出の機運を醸成する上では、情報提供等に留まらず、海外での商談等を直接的に支援する必要がある。農産物の国内需要は今後減少が見込まれ、海外販路の開拓は優先度が高い。
事業の効率性	一般競争入札、指名競争入札、プロポーザル方式による契約のうち、一者応札となったものではないか。競争性のない随意契約となったものはないか。	△	本事業において、海外の現地事業者に対してプロポーザル方式による公募を2件行ったが、新型コロナウイルスの影響により現地から企業が撤退する動きがあり、公募1件については1社からしか応募がなかった。
	受益者負担は適切に設定されているか。	○	商談の場の設定は県が行うが、商流ができた後については県の支援に依存しないよう、商談に用いる商品、生産者自身の渡航費等については、原則自己負担としている。(国庫補助を受けられる部分については、国庫を活用している。)
	用途が事業目的達成にあたり必要なものに限定されているか。	○	海外でのPRを行う対象とする品目は、生産者や産地の状況に照らして、特に支援を要するものに限定している。また、商談に用いる商品や生産者自身の渡航費等は支援対象とせず、事業の用途を商談の場の設定等に限っている。
	不用率が大きい場合、その理由は妥当か。	○	新型コロナウイルスの影響により海外渡航ができなくなったため、それに係る予算が不用となった。
	既存事業との重複はないか。国、県、市町村で同様な事業を実施し二重行政となっていないか。	○	市町村では輸出促進事業を行っていない。国やJETROは、全国単位でのPRや商談会の開催を行っているが、本事業のように、成立した個々の商談をフォローアップして、生産者と商社を結び付けることまでも視野に入れた支援は行っていない。
	コスト削減や効率化に向けた工夫は行われているか。	○	H30・R元においては、商談に用いる商品を県が買い上げていたが、将来的に産地が自走できるよう商品の準備は県の支援対象外に変更し、事業としてのコスト削減を図ってきた。
事業の有効性	成果実績は成果目標に見合ったものとなっているか。	○	上記のとおり、R2に至るまで、情報提供等を含めた事業全体として、成果目標に沿った実績を挙げてきている。
	事業実施に当たって他の手段・方法等が考えられる場合、それと比較してより効果的あるいは低コストで実施できているか。	○	プロポーザル方式による公募を行い、企業側から様々な提案を受けて、効果的な手法を選択し事業を実施している。
	活動実績は見込みに見合ったものであるか。	△	新型コロナウイルスの影響もあるが活動実績は、概ね見込みどおり進んでいる。しかしながら、新型コロナウイルスの影響により現地での規制等があった場合は活動ができなくなる可能性がある。
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。	○	海外PRで得られた知見等の事業成果を産地と情報共有し、次年度以降の取組に活用している。

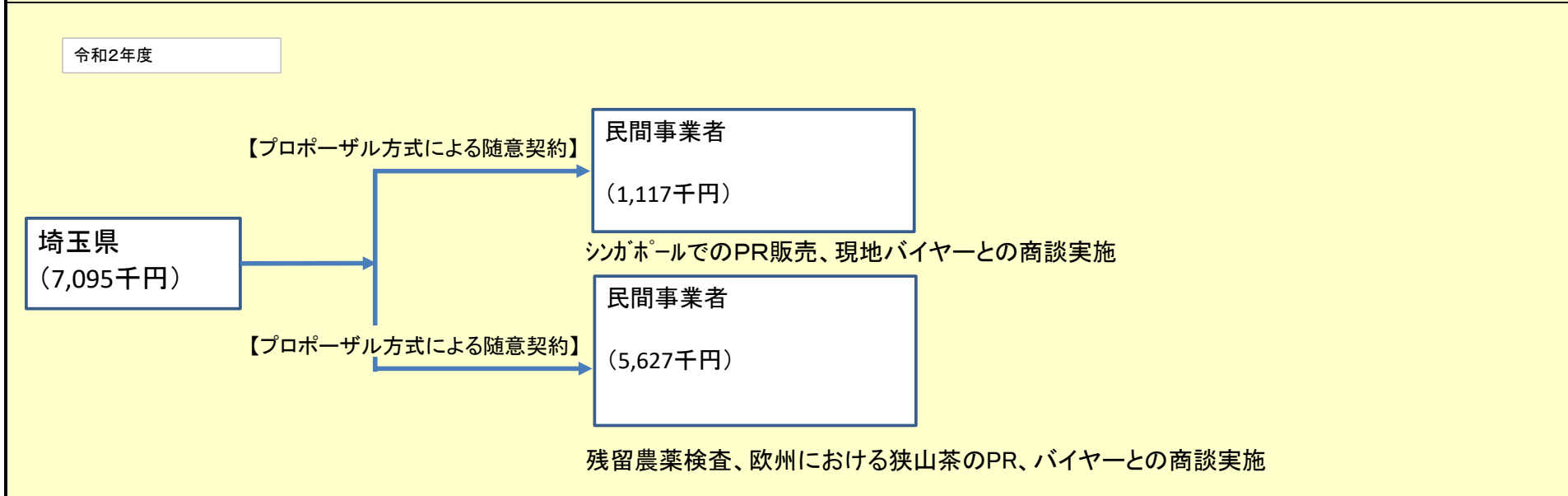
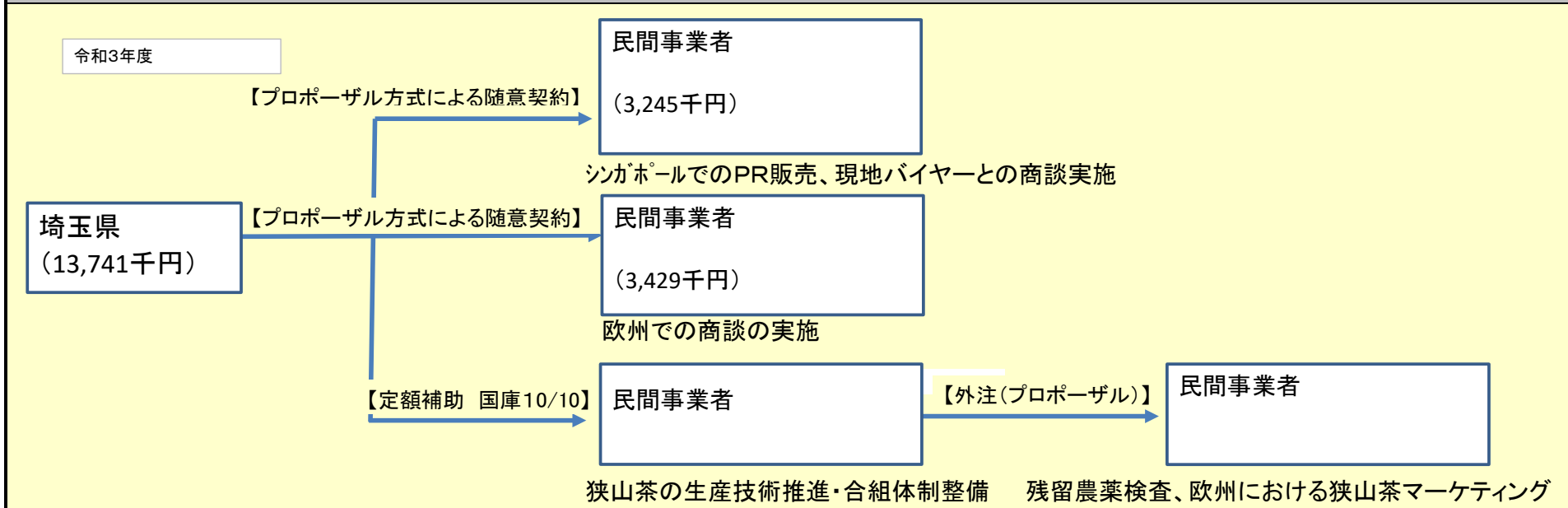
総合評価 **A**

関連事業	関連する事業がある場合、他部局等と適切な役割分担を行っているか。(役割分担の具体的な内容を各事業の右欄に記載)		
	部局・課名	事業名	役割分担の内容

## 事業レビューシート(EBPM調書)

予算執行状況		当初予算額		補正予算額		最終現計予算額		執行額 (決算額)	執行率
		事業費	(うち一財)	事業費	(うち一財)	事業費	(うち一財)		
令和3年度	農産物輸出推進事業	2,890	1,890	563	-37	3,453	1,853	3,360	116.3%
	狭山茶輸出販路拡大事業	4,530	4,530	-813	-813	3,717	3,717	3,593	79.3%
	GFPグローバル産地づくり推進事業	10,000	0	-3,042	0	6,958	0	6,788	67.9%
令和2年度	農産物輸出推進事業	1,909	1,909	-431	-431	1,478	1,478	1,297	67.9%
	GFPグローバル産地づくり推進事業	8,400	0	-8,400	0	0	0	0	0.0%
	EU市場開拓事業	183	132	0	0	183	132	81	44.3%
	EUにおける商談機会の創出	6,135	3,152	0	0	6,135	3,152	5,717	93.2%
令和元年度	農産物輸出推進事業	2,053	2,053	0	0	2,053	2,053	1,922	93.6%
	お土産輸出販促事業	333	333	0	0	333	333	321	96.4%
	EU市場開拓	1,976	1,034	0	0	1,976	1,034	1,922	97.3%
	EUで開催される見本市等への出展	5,971	3,070	0	0	5,971	3,070	5,904	98.9%
平成30年度	農産物輸出推進事業	2,053	2,053	0	0	2,053	2,053	1,789	87.1%
	お土産輸出販促事業	438	438	0	0	438	438	438	100.0%
	海外新規販路開拓支援事業	1,500	1,500	0	0	1,500	1,500	1,200	80.0%
	EU市場開拓	2,280	1,100	0	0	2,280	1,100	2,206	96.8%
	EUで開催される見本市等への出展	8,992	4,555	1,573	1,573	10,565	6,128	10,420	115.9%
平成29年度	農産物輸出推進事業	1,832	1,043	0	789	1,832	1,832	1,562	85.3%
	海外新規販路開拓支援事業	1,200	600	0	600	1,200	1,200	1,200	100.0%
	輸出産地実証支援事業	3,300	1,696	0	1,604	3,300	3,300	2,079	63.0%

資金の流れ(資金が県からどのような経由で流れ、受取先が何をを行っているか。)※スキーム図と具体的な交付先(H29からR3まで)を明記



令和元年度

埼玉県  
(10,069千円)

【合見積もりによる随意契約】

民間事業者  
(305千円)

県職員のシンガポールへの派遣に係る業務の実施

【合見積もりによる随意契約】

民間事業者  
(700千円)

シンガポールでのPR販売、商談の実施

【合見積もりによる随意契約】

民間事業者  
(330千円)

PR販売、購入者へのアンケートを実施

【プロポーザル方式による随意契約】

民間事業者  
(5,595千円)

フランスでの見本市への出展、飲食店等との商談を実施

平成30年度

埼玉県  
(16,053千円)

【合見積もりによる随意契約】

民間事業者  
(400千円)

バンコクでの販売コーナーの管理運営、PR活動支援を実施

【合見積もりによる随意契約】

民間事業者  
(830千円)

県職員の香港への派遣を実施

【合見積もりによる随意契約】

民間事業者  
(480千円)

シンガポールでの梨のPR販売を実施

【合見積もりによる随意契約】

民間事業者  
(400千円)

インバウンドに対応したオンライン予約受付、越境EC特設ページの開設を実施

【プロポーザル方式による随意契約】

民間事業者  
(2,200千円)

フランスでのバイヤーや飲食店との商談を実施

【プロポーザル方式による随意契約】

民間事業者  
(10,198千円)

フランスでの展示会ブースの企画・運営、県職員の派遣を実施

平成29年度

【合見積りによる随意契約】

民間事業者  
(521千円)

シンガポールでの販売コーナーの管理運営、PR活動支援を実施

【合見積りによる随意契約】

民間事業者  
(273千円)

県職員のシンガポールへの派遣を実施

【プロポーザル方式による随意契約】

埼玉県  
(4,841千円)

民間事業者  
(1,359千円)

水稲、茶、梨の栽培実証調査を実施

【プロポーザル方式による随意契約】

民間事業者  
(260千円)

米、茶の輸出状況調査を実施

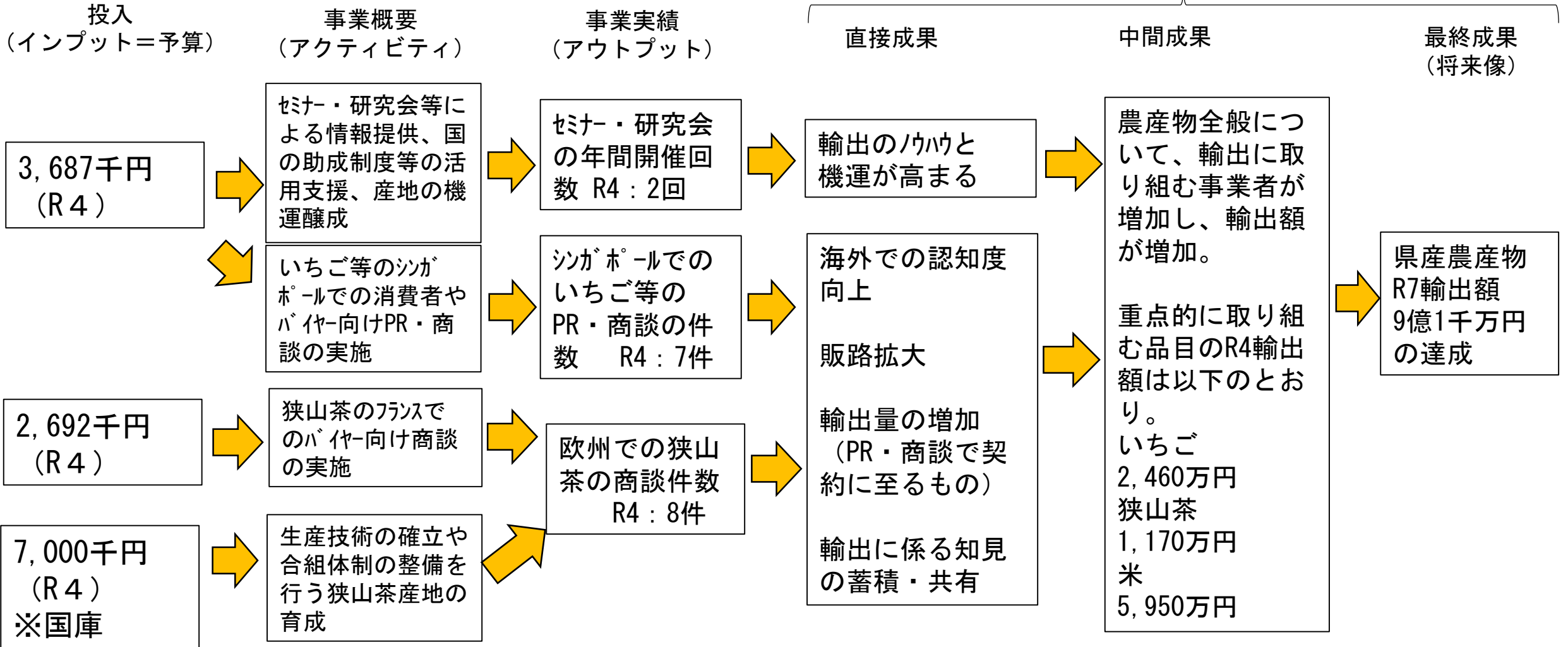
【定額補助】

民間事業者  
(1,200千円)

海外イベント出展、商談を実施(醤油、小松菜加工食品、酒、さつまいも事業者)

# ロジックモデル（フローチャート）

事業成果  
(アウトカム)





## 事業概要

世界的な日本食ブームの広がりや、アジア諸国での経済成長、人口増加により、需要増加が見込まれ海外での商機が増している。

そこで、県産農産物の販路を拡大するため、輸出を志向する生産者団体等への情報提供や輸出のニーズに対応した段階に応じた輸出支援、輸出先国でのプロモーションや商談を行い、県産農産物の輸出力の向上を図る。

(1) 農産物輸出推進事業 3,687 千円

(2) 狭山茶輸出販路拡大事業 2,692 千円

## 事務局の説明

<EBPMの観点からの課題>

海外での県産農産物の認知度の向上に係る課題設定がない。

海外での県産農産物の認知度の向上を把握するアウトカムが設定されていない。

セミナーや商談会・PR会に参加した事業者によってどの程度県産農産物の輸出額が向上したのかを示すことができていない。

県産農産物自体の商品価値の向上を目指す「埼玉ブランド農産物推進事業」によるPRやプロモーションと重複している。

## 担当部局の説明

<事務局の提示する課題についての説明>

県産農産物の中でも商品力が期待でき、国の輸出重点品目であるイチゴや茶は、県内の生産者の輸出に関するノウハウが不足しており、輸出に踏み切るハードルが高い上、品質やロットの確保も難しい状況である。米についても、令和2年度の県産米生産全体に占める輸出額の割合は0.1%と低い。

輸出を志向する生産者を増やすため、海外の消費者ニーズ、規制の状況、先行する輸出事例での教訓等を生産者へ伝え、輸出のノウハウを高めることで、輸出に向けた気運を醸成する必要がある。また、生産者に輸出の意欲はあるがノウハウがない品目は、商談にこぎつけるまでの支援や、契約に至った後のフォローアップ等を行う必要がある。

イチゴの輸出額は、事業開始前はほぼゼロだったが、平成30年度から輸出を志向する事業者の掘り起こしを行い、令和2年度に輸出額が約1,000万円に増加した。狭山茶は、県の事業開始前は100万円程だったが、事業によって令和2年度の輸出額は約350万円に増加した。また、海外での知見を還元し、気運を醸成した結果、輸出向け栽培面積は令和2年の2haから令和3年には約11haまで急増した。

## 議事の概要

<A委員>

委員：東京に近く、近郊農業を行えることが本県の強みだと思うが、輸出拡大を目指すのはなぜか。

担当部局：今後人口が減っていく中で、新しい販路の確保が必要である。

委員：海外での販路開拓を商社などの民間事業者ではなく、県が行うのはなぜか。

担当部局：現在は量的に対応していくための産地育成や課題整理をしている段階である。将来的には民間事業者に任せたい。

< B委員 >

委員：将来像の「海外での県産農産物の認知度が上がり、需要が増えている」がロジックモデルに設定されていない。認知度向上を測れないのか。

担当部局：バイヤー向け PR や商談を行っており、認知度が向上したかは測ることができる。ロジックモデルの設定をしっかりと整理したい。

委員：セミナーや研究会の直接成果として輸出のノウハウや気運が高まっているのか。どの程度輸出につながったのか調査をしているのか。

担当部局：セミナー等での成功事例の紹介により輸出への気運が高まっている。実際に輸出に取り組む生産者の参加も増えている。輸出につながった割合は把握していないが、相談から輸出につながった成功事例はいくつかある。

< C委員 >

委員：PR 販売や商談はどのような会社に委託しているのか。

担当部局：販売先やイベント出店のルートを複数持っており、現地駐在員が充実しているところに委託している。

委員：輸出品目やターゲット国をどのように選定しているのか。

担当部局：例えばイチゴであれば国の重点品目であり、シンガポールへの輸出が国の目標となっていたが、他県の産地からの例があまりなかった。実際にやってみたところ手応えがあったため、狙いを定めて行っている。

## 委員の評価及び意見

< A委員 > B（廃止又は再構築すべき）

本県が国内ではなく敢えて海外に販路を求める必要性が疑問。また、その競争力を有しているのか疑問。海外向けの商談・仲介はニーズがあれば商社などの民間事業者が自ら進めるものであり、そうならない要因を除くことを優先すべき。

< B委員 > B（廃止又は再構築すべき）

ロジックモデルの将来像の設定をしっかりと行うべき。セミナー等の参加者のうち輸出に取り組むようになったのは何%かなど事業の成果をしっかりと把握すべき。効果が低ければ、代替案を検討する必要がある。

< C委員 > A（継続すべき）

本県の農産物は、競争環境が激化すれば国際的な売込競争において一気に苦戦する可能性がある。対象品目やターゲット国の大胆な見直しが必要だが、現地の商談や情報収集等を受託法人に依存している現状では、迅速・的確な戦略修正ができないのではないか。

## 有識者会議を踏まえた評価

### 【B（廃止又は再構築すべき）】

セミナーや研究会の参加者のうち、どれだけの生産者が輸出のノウハウや気運を高め、輸出に取り組み、輸出額の増加につながったか把握できず、アウトプットによってアウトカムが創出されるのか検証できるスキームとなっていない。

海外向けの商談・仲介は本来、ニーズがあれば商社などの民間事業者が自ら進めるはずであり、民間事業者や農業者が自立して輸出拡大に取り組む方向に事業の転換が必要である。

海外のニーズを踏まえて対象品目やターゲットとする販売地の見直しを柔軟にできるよう事業を再構築する必要がある。

## 有識者の意見から考えられる方向性

県産農産物が置かれている現状やニーズを踏まえて、輸出支援を進めていく理由やターゲット（品目、販売先）を整理した上で、輸出拡大に結び付いたかどうか事業効果を測定できる手法を検討する。

民間事業者や農業者が自立して輸出拡大に取り組む方向に事業の転換を検討する。

## 【令和5年度当初予算】

### 予算額

#### 【令和5年度】

事業費	10,250 千円
うち一財	4,250 千円

#### 【令和4年度】

事業費	13,379 千円
うち一財	4,879 千円

## 評価・意見を踏まえた対応 等

### 【評価・意見を踏まえた対応】

事業者による自立した輸出拡大を支援する取組の検討にあたり、商社等に輸出拡大に向けた課題、行政に求める支援内容等に関するヒアリングを実施。

### 【令和5年度当初予算への反映状況】

商社等へのヒアリングの結果、輸出拡大に向けては、輸出先国のバイヤーへのPR等に係る支援にニーズがあることが分かった。また、品目ごとの海外での需要増加や国内の需要減少などの状況を勘案し、いちご、茶、米を輸出重点品目として設定した。これらを踏まえ、輸出重点品目に係る輸出先国での県産農産物のPRに必要な経費の支援を行う「輸出に向けたビジネスマッチング支援事業」を新事業として再構築した。