

8

国内外での市場拡大プロジェクト

概要

県産品や農林水産物、県内企業の技術などについて、大きな需要のある大都市圏や海外への販路開拓をさらに進めるとともに、インターネット上でモノやサービスを売買するイーコマースへの参入促進等を支援することを通じて、国内外での市場を拡大する

重点
施策

- 29 大都市圏へのやまぐちの売り込み強化
30 成長する海外市場への中小企業・農林水産物等の展開

(1) 成果指標の状況

成果 指標	進捗状況	指標数	主な指標
	★★★★★ (目標を達成)	1	中小企業の海外展開成約件数
	★★★★ (計画を上回る)	2	県公式SNSのフォロワー数 等
	★★★ (ほぼ計画どおり)		
	★★ (計画を下回る)		
	★ (計画から大幅に遅れ)	1	ぶちうま産直市場の販売額

(2) 県民実感に係る調査結果

調査区分	調査項目	そう思う	どちらともいえない	そう思わない
県民実感度調査 (%)	大都市圏へ農林水産物などの県産品を売り込むための取組が進んでいると思いますか。	19.8	52.3	25.7
	中小企業の海外での事業展開や農林水産物などの海外輸出を促進するための取組が進んでいると思いますか。	11.5	55.9	30.1

(3) 主な取組と成果

◆大都市圏へのやまぐちの売り込み強化

- 「ぶちうま産直市場」について、「鮮魚」、「地鶏・鶏肉」、「青果」、「和牛」、「水産加工品」の取扱品目により運営。
- 県公式SNSの投稿について効果検証を実施し、「表示された回数」や「いいね！数」等の現状分析や考察を行い、**フォロワーの増加や効果的な投稿に向けて改善**。
フォロワー数：13,357人（令和3年度）→ 75,304人（令和7年度）
- 首都圏において本県に関心・興味を抱く層を新たに掘り起こすため、「おいでませ山口館」を関係人口の入口拠点として位置づけ、同館のサイトの構築や館外催事の強化を図るなど、リアルとオンライン両面からのアプローチを実施。
- プレDCや大阪・関西万博を契機に、山口DCの宣伝活動として大都市圏でのPRイベントや大阪・関西万博「山口県催事」等において、県産農林水産物のPR・販促活動を実施。

◆成長する海外市場への中小企業・農林水産物等の展開

- 中小企業の海外展開を促進するため、専門のコーディネーターと「山口県海外ビジネスサポートデスク」の連携を軸に、国際展示会への出展支援や取引先企業の発掘等に係る支援を実施し、中小企業の**海外展開成約件数 116 件**（R7年度時点）を達成。目標値：100件（R8年度）
- 県内企業のベトナムでの水産インフラに係る事業展開を支援するため、アンザン省の要請に基づく**陸上養殖に係る専門家の派遣**や**県内企業と現地企業との商談会**、現地展示会への山口県ブースの出展等を実施。
- 輸出の推進母体となる「やまぐちの農林水産物等輸出推進会議」を運営し、輸出に係る事業者等が参画する「輸出コミュニティ」を通じた「輸出ユニット」の**組成や取組を支援**。

「輸出コミュニティ」の会員数 184社（R8.3末現在）

「輸出ユニット」の構築状況 15ユニット（R8.3末現在）

○ **県版エクスポーターによる農林水産物等の輸出の推進。**

県版エクスポーターによる県産農林水産物等の輸出額

270,000千円（R3年度）→ 696,777千円（R7年度）

(4) 総評

総
評

成果指標である中小企業の海外展開成約件数は目標を早急に達成するなど、成果は着実に表れているが、少子高齢化や人口減少などの影響で、将来、国内・県内の市場が縮小する懸念がある中、引き続き、海外需要の獲得に向けた更なる取組を進める必要がある。

(5) 課題と今後の展開方向

課
題
と
今
後
の
展
開
方
向

◆ **大都市圏へのやまぐちの売り込み強化**

- 首都圏アンテナショップについて、売り込みの強化やデジタルを活用した販路拡大を図るとともに、首都圏における本県の認知度向上に向け観光物産展等の催事を引き続き積極的に展開する必要がある。
- ソーシャルメディアを活用した情報発信が当たり前になりつつある中、目に留まるコンテンツの継続的な発信が不可欠なため、デジタルマーケティングに基づく発信とその効果を踏まえた改善サイクルを徹底し、魅力情報発信を強化する必要がある。
- トrendやアルゴリズムの変化に迅速に対応するため、専門家によるアドバイザリー体制を強化し、ソーシャルメディアによる情報発信を全庁的にサポートする基盤を整える必要がある。

◆ **成長する海外市場への中小企業・農林水産物等の展開**

- 本県における産業力の維持・強化を図るためには、海外展開に意欲を示す中小企業に対する支援の継続・強化が必要である。
- JICA事業の成果をベトナム国内において広く発信し、現地での事業展開につなげるとともに、現地漁港の拡張事業を契機とした県内企業の受注機会の確保に向けた取組、新たな実証事業に係る検討などが必要である。