

個別施策

C2-1 地場企業の域外への販路拡大を支援します

C2-2 地場企業のアジアをはじめとする海外展開を支援します

ア 施策の目的

地場企業が、市場での競争力を高め、域外で売上高を増やしている。

イ 基本施策の評価

A c 目標を達成しているものの、目的達成に向けた課題の克服などがやや遅れている

ウ 成果指標（「↑」は目標値を上回ることが望ましい指標、「↓」は目標値を下回ることが望ましい指標）

指標名	基準値 (時期)	区分	H28	H29	H30	R1	R2	
従業者数4人以上200人未満の事業所の製造品出荷額等[暦年]※1	1,020億円 (25年)	↑	目標値	1,020.0	1,020.0	1,020.0	1,020.0	1,020.0
			実績値	903.4	1,390.0	12月確定予定		
			達成率	88.6%	136.3%			
海外への地場産品輸出成約件数※2	4件 (24~26年度平均)	↑	目標値	5	6	7	32	37
			実績値	12	14	27		
			達成率	240.0%	233.3%	385.7%		

※1 「従業者数4人以上200人未満の事業所の製造品出荷額等」の実績値は、前年の実績値を表示。  
(実績値の確定時期は、12月の予定)

※2 長崎輸出促進実行委員会における海外での長崎フェアや商談会による輸出成約件数の実績値を表示していたが、当委員会が平成29年度末に解散したことから平成30年度については、当委員会の会員であった事業者の成約件数を実績値とした。

また、当初の想定よりも成約件数が伸びてきており、当初の目標は達成していることから、再度、令和元年度以降の目標値を変更している。

エ 評価結果の妥当性

本部会での議論を踏まえて考えると、評価結果については妥当であると判断する。

オ 審議会における政策評価に関する意見

- 成果指標の目標値1,020億円が一定であり、また、下段の指標は達成率が最初から240%となっている。目標値の設定には理由があると思うが、普通は100%を目指すのではないか。
- 成果を件数で評価すると実態が捉えにくい。金額で捉えなければ意味がないのではないかと思う。フェア等の開催による商談であれば、いくらのビジネスにつながったのかということが把握できないか。
- 基本施策の成果指標は従業員200人未満の事業所などとなっているが、内容では、例えば海外取引については、実際には大手造船所がほとんどであるなど、若干整合性

がとれていない気がする。

- 「どういったところに売るか、何を伸ばすか」などを漠然とではなく、もう少し具体化していかなければ実際の成果は出しにくいのではないか。
- 百貨店売り上げより、ネット通販の売り上げが上回って久しいが、取組みにインターネット広告等でPRを実施するとあるが、成果には記載がない。

#### カ 審議会における施策推進に向けた提案

- 輸出について、九州北部の他港との競争に打ち勝つための取組みとして助成制度の活用ということだが、助成は競争力を高めていないことになる。なぜ他の港に流れるのかについて、しっかりユーザーの分析をしたほうがいいのではないか。輸出取引をしているところの情報を集めると、まだまだ勝つための取組みがあるのではないかと期待している。
- ネット通販でいろんな取組みを頑張っている人と情報共有したり、同業者の中で成功した人、長崎市内で成功している人、努力している人が考えながらそれぞれ高め、販売力や競争力などを上げていくことなどについて、今後、取り組んでいくべきではないかと思う。

#### キ 次期総合計画の策定に向けた意見

- C2のめざす姿は「市場での競争力を高め、域外での売上高を増やす」であるが、競争力を高めるとは、競争する相手がいて、どこが強みでどこが弱みかをしっかり分析することが必要だと思うが、当面の売り上げを伸ばすことばかり主眼となっている。市場での競争力を高めた結果、売り上げを伸ばすということが正しい姿ではないか。
- 成果指標の検証について、1,390億円に大きく上がっている値の多くが域外ではなく、域内の売上だということであり、この指標が域外での売上増加につながっているから適しているということには少し違和感がある。域内の大きな企業向けのものは除くなど指標を見直し、純粋に域外への売上げを示す指標を新たに検討するべきではないか。
- 審議会からの意見に対する対応状況の情報発信について、以前から言い続けているが、産業振興や地産地消などと同時に、それを長崎市全体の物語性（祭りや人物など）が一体となった広報を行うことについて、「対応済」で片づけずに「検討中」ということで継続して取組みをお願いしたい。