

基本施策C2 域外経済への進出を加速します

主管課：商工振興課

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

Dc 目標を達成しておらず、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	1,227.0	12月確定予定	
			達成率	88.6%	136.3%	120.3%		
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	17	
			達成率	240.0%	233.3%	385.7%	53.1%	

※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（12月確定予定）。

※2 実績値は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としていたが、当委員会が平成29年度末に解散したことから平成30年度以降は、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、想定より成約件数が伸び、当初の目標を達成していることから、令和元年度以降の目標値を変更した。

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

なし

カ 審議会における施策推進に向けた提案

- 新型コロナウイルスの影響で域外でのリアルの商談会が難しくなっていることから、デジタルマーケティングがより重要となってきた。将来をどのように分析しているのか。今後デジタルに移行すると戻らないと思う。
- ホームページでの発信に加え、SNS、ユーチューブなどのインフルエンサーをうまく活用して情報発信を進めていく必要がある。世の中のチャンネルが変わったと捉えて、都会から距離のある長崎は、積極的に取組みを進めるチャンスである。

- 優れもの認証をはじめ地域の認証制度で認定されても、モノが売れることとは別である。市で独自に賞をつくるのもいいが、全国の消費者に対するインパクトが低いのは露呈している。市の認定制度の基準や評価を厳しくするのも一つの方法ではないか。また、例えば、グッドデザイン賞など全国や世界にインパクトのある認証制度に挑戦する支援をするという考え方も必要ではないか。
- ユーチューバーなどのインフルエンサーの活用をはじめ、情報発信・PRの方法を検討する必要がある。芸能人ではなくても知名度が高い人もいる。長崎にこんなものがあるんだということを積極的に情報発信していただきたい。
- 販路拡大について、市内の地元の居酒屋でも長崎のかまぼこを「さつまあげ」と表記しているところがあるなど、「長崎かんぼこ」が浸透していないので地道なPR支援をお願いしたい。
- 新型コロナウイルス感染症で状況が変わった中で、海外に地場産品を輸出している事業者がコロナでどのような悩みを抱えていて、どのような支援が適切なのか考える必要がある。これまでのような販路拡大の取組みでは難しいと思う。
- 長崎のアンテナショップ（日本橋長崎館）は県内の物産は何でも置いてある。行政では「選択と集中」が難しいのはわかるが、うまくいっているところは選択と集中をしている自治体が多い。全体的な平等やバランスを重視するとぼやけるので、もっと徹底的に売り込むことがとても大事なことではないかと思う。難しいと思うが検討いただきたい。
- 取組みを進めるうえでは「仮説」を立ててやってみることが必要である。
- モノを売るだけでなく、長崎の風土や文化を売るという発想も必要なのではないか。
- ブランディングの取組みが重要である。観光分野では着地型観光の取組みが進んでおり、DMOの取組みも進んでいる。物産を戦略的に進める組織が必要である。現在は不確実な世の中であり何が当たるか分からない。チャンスと捉えてスピード感を持ってトライアル・アンド・エラーのサイクルをとにかく早く回す必要がある。
- アイデアやモノの売り方、行政としてのサポートの仕方や考え方など、市政運営の向上には学びの場が必要である、市職員の学びの場を充実させる必要がある。
- コロナウイルス感染症の影響で大学の授業がオンラインになったが、出席率がよくなった。オンラインでの勉強会などは地域による優位性がなくなるので、市のセミナー等のオンラインによる実施などの支援を検討してはいかがか。

キ 次期総合計画の策定に向けた意見

なし