

# 事業評価票

<b>115</b>	<b>中小企業ニューマーケット開拓支援事業</b> (産業労働局商工部／一般会計)	事業開始	平成 15 年度
		事業終期	平成 33 年度

**【局評価】**

<b>1</b>	<b>どのような経緯で事業を始めたか、何をを目指すのか</b>
<p>○ 製品開発力・技術力を充分備えているが営業力が弱いために販路先の確保が難しいベンチャー企業や中小企業等は少なくない。これら市場開拓力の脆弱な中小企業の優れた技術力や製品を、営業経験の豊富な大企業OBなどが持つネットワークや市場情報を有効に活用し、商社やメーカーへ紹介する。</p> <p>○ また、「売れる製品・技術」として改良するためのアドバイス等の支援を行うとともに、マーケティング戦略策定から支援し、営業力強化及び営業体制の確立に対する意識改革を促しながら自立化へ導く。</p> <p>○ 都及び(公財)東京都中小企業振興公社の中小企業支援メニューを利用した中小企業等には、総合的・継続的支援の観点から重点的に支援を実施する。</p>	
<b>根拠法令等</b>	東京都ニューマーケット開拓支援事業補助金交付要綱

<b>2</b>	<b>どのように取り組み、どのような成果があったか</b>
<p>○ 中小企業の優れた技術力や製品に係る販路開拓支援について、現状のビジネスナビゲーターによる直接支援に加え、企業が自発的に販路開拓に取り組めるよう販路開拓セミナーを開催し、企業自身の営業力の育成や自立化を推進している。</p>	
<b>【27年度実績】</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・成約件数：233件</li> <li>・企業訪問数：22,494件</li> <li>・マッチング数：3,895件</li> </ul>	

**【財務局評価】**

<b>3</b>	<b>どのような課題や問題点があったか</b>
<p>○ ビジネスナビゲーターによる直接支援が主となり、企業が自発的に活動する販路開拓に関するノウハウなどが乏しい。</p> <p>○ マーケティング戦略策定の必要性を理解しないまま事業を利用する企業もいるため、その必要性をレクチャーするところから支援がスタートすることとなり、支援期間内(2年間)で「売れる製品・技術」へと完成させることが困難な状況になっている。</p> <p>○ 中小企業は製品開発において、自社が造りたいものをつくる(プロダクトアウト)傾向が強く、市場でどのような製品が求められているか(マーケットイン)という視点が欠けていることが多いため、多額の費用を要して製作した製品であっても「売れる製品」とならないケースが多々ある。</p>	

<b>4</b>	<b>局として、事業をどうしていきたいか</b>						
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 25%;">拡大・充実</td> <td style="width: 25%; text-align: center;"><u>見直し・再構築</u></td> <td style="width: 25%;">移管・終了</td> <td style="width: 25%;">その他</td> </tr> </table>		拡大・充実	<u>見直し・再構築</u>	移管・終了	その他		
拡大・充実	<u>見直し・再構築</u>	移管・終了	その他				
<p>○ 事務費を精査する一方、自社活動営業に加え、展示会等あらゆる販路活動に必要な知識やスキル習得につながるセミナーを開催する。</p> <p>○ マーケティング戦略策定支援の前段として、戦略を策定することの必要性について実習を通したセミナーを開催することにより、中小企業の意識を喚起する。 <b>【期待される効果】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・マーケティング戦略策定の必要性を理解した中小企業の申請が増える。</li> <li>・マーケティング戦略策定支援をスムーズに進めることができる。</li> <li>・マーケティング戦略策定等の意識がある中小企業に対しての事業案内に繋がる。</li> </ul>							
<b>歳入</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">27年度決算額</td> <td style="width: 50%;">— 千円</td> </tr> <tr> <td>28年度予算額</td> <td>— 千円</td> </tr> <tr> <td>29年度見積額</td> <td>— 千円</td> </tr> </table>	27年度決算額	— 千円	28年度予算額	— 千円	29年度見積額	— 千円
27年度決算額	— 千円						
28年度予算額	— 千円						
29年度見積額	— 千円						
<b>歳出</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">27年度決算額</td> <td style="width: 50%;">251,492 千円</td> </tr> <tr> <td>28年度予算額</td> <td>259,853 千円</td> </tr> <tr> <td>29年度見積額</td> <td>261,797 千円</td> </tr> </table>	27年度決算額	251,492 千円	28年度予算額	259,853 千円	29年度見積額	261,797 千円
27年度決算額	251,492 千円						
28年度予算額	259,853 千円						
29年度見積額	261,797 千円						

<b>5</b>	<b>財務局として、成果や課題などについて、どう考えたか</b>
<p>○ マーケティング戦略を練る必要性の理解、ノウハウの獲得など中小企業が必要な知識をあらかじめ習得することで、施策の実効性を高めることができることから、新たにセミナーを実施する必要がある。</p>	

<b>6</b>	<b>29年度予算で、どのように対応したか</b>				
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 25%;">拡大・充実</td> <td style="width: 25%; text-align: center;"><u>見直し・再構築</u></td> <td style="width: 25%;">移管・終了</td> <td style="width: 25%;">その他</td> </tr> </table>		拡大・充実	<u>見直し・再構築</u>	移管・終了	その他
拡大・充実	<u>見直し・再構築</u>	移管・終了	その他		
<p>○ 経費の精査を行った上で、所要額を計上する。</p>					
<b>歳入</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">29年度予算額</td> <td style="width: 50%;">— 千円</td> </tr> </table>	29年度予算額	— 千円		
29年度予算額	— 千円				
<b>歳出</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">29年度予算額</td> <td style="width: 50%;">258,797 千円</td> </tr> </table>	29年度予算額	258,797 千円		
29年度予算額	258,797 千円				