

平成21年度第2次新まちづくり計画事業進行調書(その1)

計画体系コード	2-2-1		事業名	国内販路拡大支援事業
担当	経済局産業振興部産業振興課 飯田 211-2372			
全体計画				
事業内容	道外への販路拡大(外需の獲得)、市内小売店との連携強化(域内取引の促進)を通じて地元の中小卸売事業者の活性化を図る。		<年度別の事業内容>	
	<p>1.市内中小卸売事業者の販路拡大支援事業 (1)「展示会出展支援事業」(17年度～) 市内の中小卸売事業者等の販路拡大を支援し、全国規模でのマーケット開拓を目指すため、首都圏で開催される商品見本市に共同出展を行う。</p> <p>(2)「ネットマーケティングセミナー」(17年度～) 商品販売力や情報発信力強化を支援する方策として、ホームページ(インターネット)を効果的に活用したマーケティング手法を習得するセミナーを開催する。</p> <p>(3)「卸売業社員のスキルアップ研修」(19年度～) 卸売業社員を対象に、業務に役立つ知識の取得及び異業種交流を通じて、業務遂行能力のスキルアップを目指す。</p> <p>2.市内小売店との連携強化事業(19年度～) 連携強化のありかたについての調査研究(ビジネスマッチング、情報交換、卸と小売の共同企画など) 地元の卸売業と小売店の取引促進のための商談会等を実施。</p>		<p>1.市内卸売業の道外販路拡大支援(H19～22) ・展示会出展支援事業(通年) ・ネットマーケティングセミナー(通年) ・卸売業社員のスキルアップ研修(通年)</p> <p>2.市内卸売業の域内取引促進(H19～22) ・卸・小売の連携強化のあり方についての調査研究(H19～20) ・商談会等の実施(H20～22)</p>	
事業内容	平成19年度事業内容(決算)		平成20年度事業内容(決算)	
	<p>1.市内卸売業の道外販路拡大支援(外需の獲得) (1)川上(製造)機能の強化支援 独自の商品企画力を持つ市内中小卸売事業者等の商品販路拡大、全国規模でのマーケット開拓を支援するため、全国最大級の商品見本市である「東京インターナショナル・ギフト・ショー春2008」への共同出展支援。</p> <p>(2)川下(小売)機能の強化支援 インターネットを活用した商品販売や情報発信力強化を支援するセミナーをテーマ別に全5回開催。</p> <p>(3)人材育成 モチベーション向上 海外での販路拡大に成功した日本人経営者を講師に迎え、海外への販路開拓ノウハウを学ぶ講演会形式のセミナーを開催。 営業担当職の人材育成 成果を上げる営業マンの育成、自立型部下育成手法として注目される「コーチング」を学ぶセミナーを全2回開催。</p> <p>2.市内卸売業の域内取引促進(道内経済循環の促進) 市内卸・小売の連携強化に向けてのニーズ調査を実施。</p>		<p>1.市内卸売業の道外販路拡大支援(外需の獲得) (1)川上(製造)機能の強化支援 独自の商品企画力を持つ市内中小卸売事業者等の商品販路拡大、全国規模でのマーケット開拓を支援するため、全国最大級の商品見本市である「東京インターナショナル・ギフト・ショー春2009」への共同出展支援。</p> <p>(2)川下(小売)機能の強化支援 大手ネットショッピングモールのコンサルタント等から、ネット販売で成功するノウハウを学ぶセミナーの開催支援。</p> <p>(3)人材育成 クレーム対応やコーチングスキルを学ぶセミナーの開催支援。</p> <p>2.市内卸売業の域内取引促進(道内経済循環の促進) 市内卸・小売の連携強化に向けてのニーズ調査を実施。</p> <p>3.花き流通活性化検討調査 生産から消費にいたる花き流通の課題について調査・分析を行い、卸売市場を中心とする地域の流通が今後果たすべき役割やあるべき姿について検討を行った。</p>	
事業内容	平成21年度事業内容(予算)		平成22年度事業内容(予算)	
	<p>1.市内卸売業の道外販路拡大支援(外需の獲得) (1)川上(製造)機能の強化支援 独自の商品企画力を持つ市内中小卸売事業者等の販路拡大支援として、「東京インターナショナル・ギフト・ショー春2010」への共同出展を支援。</p> <p>(2)川下(小売)機能の強化支援 インターネットを活用した販路拡大手法を学ぶセミナーの開催支援。</p> <p>(3)人材育成 営業スキルやモチベーション向上を図るセミナーの開催支援。</p> <p>2.市内卸売業の域内取引促進(道内経済循環の促進) 20年度のニーズ調査結果を受け、21年度は、道内の優れた商品や技術を保有する道内メーカーと市内卸売企業との商談会を札幌で開催し、域内取引の促進を図るとともに、市内卸売企業の流通機能や販売機能を活用して、道内の優れた商品や技術を道内外に広く発信・販売することを目指す。</p>			
規模				
件数				
等				

平成21年度第2次新まちづくり計画事業進行調書(その2)

計画体系コード	2-2-1		事業名	国内販路拡大支援事業			
達成目標の状況							
項 目	18年度末 (現 状)	19年度末 (実 績)	20年度末 (実 績)	21年度末 (予 定)	22年度末 (予 定)	22年度末 (目 標)	
展示会出展企業数	10社	10社	14社	16社	20社	20社	
市民・企業等との協働の状況(市民・企業等の参加、支援、協力の状況)							
<p>市民との連携、市民参加</p> <ul style="list-style-type: none"> 事業の実施に際して、マスコミへの積極的な情報提供やホームページ等での周知に努め、多くの企業・市民の参加による事業実施に努めている。 調査業務に際して、関係者の意見や要望を反映させるため、アンケートやヒアリング調査を幅広く実施するとともに、調査結果を公表する。 <p>企業等との連携・協働</p> <p>[資金協力]</p> <p>見本市出展において、出展企業各社の小間費用は各社負担、全体装飾等の共通経費は本市負担とし、協働により事業運営を行っている。</p> <p>[人材協力]</p> <p>セミナー講師を企業から派遣してもらい、企業と協働で実践的なセミナーを開催している。</p> <p>[情報協力]</p> <p>業界広報誌等を通じて、事業内容・成果等を発信し、業界から意見・要望を取り入れながら、次年度の事業展開へと繋げている。</p> <p>[その他の協力]</p> <p>経済団体や金融機関と連携して、出展企業やセミナー参加者の募集を行っている。</p> <p>市民・企業等が参加しやすい環境づくり</p> <p>市内卸売事業者の現状やニーズに即し、実効性の高い支援事業を展開するため、平成20年度から異業種の卸売企業を会員とする市内唯一の団体「札幌卸商連盟」を事業の実施主体とし、業界の自主性を尊重しつつ、本市の産業施策と連動させる仕組みを構築。</p>							
評価(成果)			課題				
<p>1. 市内卸売業の道外販路拡大支援(外需の獲得)</p> <p>(1)川上(製造)機能の強化支援</p> <p>展示会の出展企業数が前年度比4社増の14社になり、会場内の好位置に出展できたことから、会期中1社あたりの引合いが前年度比43社増の158件になるなど、従来の取引先とは異なる地域や異なる業態との商談が数多く行われ、今後の展開が大いに期待できる結果となった。</p> <p>(2)川下(小売)機能の強化支援</p> <p>ネットマーケティングセミナーに168人が参加。受講後のアンケートによると、回答者の約4割がネットショップを開設又は開設を検討と回答しており、関心度の高い内容をテーマとしたことで、多くの事業者の参加を得ることができた。</p> <p>(3)人材育成</p> <p>クレーム対応セミナー等に268人が参加。受講後のアンケートによると、回答者の約8割が「満足している」と回答しており、卸売業界において課題となっているクレーム対応等について、実践的なセミナー開催をすることができた。</p>			<p>・事業の実施にあたっては、ビジネスに直結する有益な内容とするため、事業者の意向や業界動向等を踏まえ、適宜事業スキームの見直しを図り、卸売業界の競争力強化に向けた動きを加速させることが重要である。</p> <p>・これまでは主に外需の獲得に向け、道外販路の開拓・拡大等の支援施策を展開してきたが、21年度からは、さらに、道内経済循環の促進に寄与する事業スキームを構築していく必要がある。</p>				
今後の事業の予定・方向							
<p>・道内人口の減少に伴う道内市場の縮小が進む状況において、卸売企業は、これまでの道外商品を道内に行き渡らせる役割に加え、道内商品を広く道外へと流通させていく役割を担っていくことが求められている。</p> <p>・また、一方では、地域のお金を地域で効率的に循環させ、内需を拡大させる仕組み「道内経済循環の促進」を図る必要があり、道内で作られたものが道内で循環し、消費される経済循環の役割の一端を卸売企業が担っていくことが求められている。</p> <p>・そこで本市は、卸売企業が、メーカー機能や小売機能を強化し、自社の競争力を高める取り組みや、人材育成等を通じて自社の経営基盤を強化する取組を継続的に支援していくとともに、21年度からは道内の優れた商品や技術を市内卸売企業の流通機能や販売機能を活用して、道内外に広く発信・販売していくことを目的とした商談会を開催し、卸売業界の更なる活性化を図る。</p> <p>・上記の事業を継続的に実施していくことで、道内メーカーの優れた商品や技術の掘り起こし、道内メーカーの商品開発意欲の喚起、道内メーカーと卸売企業の連携による商品開発の動き等が加速し、さらに、その商品を卸売企業が自社の流通機能等を活用して道内外へ積極的に発信・販売していくという経済活動の好循環を生みだし、外需の獲得と道内経済循環の促進の両面に寄与する事業スキームの構築を目指す。</p>							

平成21年度第2次新まちづくり計画事業進行調書(その3) (単位:千円)

計画体系コード		2-2-1		事業名	国内販路拡大支援事業		
事業費の推移							
項目		19年度	20年度	21年度	22年度	計	
計画	事業費	6,880	7,000	7,000	7,120	28,000	
	財源内訳						
	国・道支出金	0	0	0	0	0	
	市の債	0	0	0	0	0	
予算	事業費	6,880	9,500	9,910	-	26,290	
	財源内訳						
	国・道支出金	0	0	0		0	
	市の債	0	0	0		0	
実績	事業費	4,649	12,290	-	-	16,939	
	財源内訳						
	国・道支出金	0	0			0	
	市の債	0	0			0	
事業費の進捗率		(H19実績事業費 + H20実績事業費 + H21予算事業費) / (計画事業費)				95.9%	
計画との差異(予算・実績・事業内容・規模・時期等)							
(全体)							
[19年度] 「卸・小売の連携強化あり方調査」は、2カ年の継続調査とし、19年度はヒアリングによるニーズ収集を行い、具体的な調査は20年度に実施することとした。							
[20年度] 「花き流通活性化検討調査」を実施							
[21年度] 市内卸売企業と道内メーカーを対象とした商談会の開催事業費を計上							