

## 平成20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。 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。 (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。 (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。 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。			<年度別の事業内容>				
				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) 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)				
事業内容・量・場所・規模・件数等	平成19年度事業内容(決算)			平成20年度事業内容(予算)				
	1.市内卸売業の道外販路拡大支援(外需の獲得) (1)川上(製造業)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方策として、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」への共同出展支援を行った。 (2)川下(小売)機能の強化支援 インターネットを利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で全5回開催した。 (3)人材育成 モチベーションアップ喚起 海外で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。 2.市内卸売業の域内取引促進 卸・小売の連携強化に向けてのニーズ調査を実施。			1.市内卸売業の道外販路拡大支援(外需の獲得) 引き続き、卸売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、継続して実施する。 2.市内卸売業の域内取引促進 市内卸売企業に最も身近で重要な取引先である市内小売店との連携により、域内での販路拡大・販売力強化を目指す。関係事業者へのニーズ調査を実施し、卸・小売間の情報交換や商談の場の提供等の連携手法を検討する。 3.花き流通活性化検討調査 今後地域資源として発展する可能性がある「花き」に着目し、卸売市場を中心とする地域の流通の目指すべき方向性について調査・検討を行い、販路拡大の手法を検討する。				
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 (予 定)	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	13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)								
市民との連携、市民参加 事業実施後のアンケート調査により、事業成果及び市民ニーズを把握をしている。								
企業等との連携・協働 [資金協力] 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。 [情報協力] 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・要望等を取り入れながら、次年度の事業展開へと繋げている。 [その他の協力] 各種事業は、市内卸売企業が加盟する札幌卸商連盟との共催で実施し、事業の受益者である卸売業界のニーズを取り入れながら、実効性の高い内容としている。								
市民・企業等が参加しやすい環境づくり								

## 平成20年度第2次新まちづくり計画事業進行調書(その2) (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			
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(製造業)機能の強化支援 展示会に出展した企業は、会期中1社あたり115件の引合い(受理名刺数により算出)があり、従来の取引先や全国の百貨店、量販店、通販など、これまでの取引先とは異なる地域や異なる業態との商談を行い、今後の展開が期待できるものとなった。 また、本事業を契機として、出展者同士が共同で新商品を研究・開発し、その商品が市場で好評を博す等の副次的な効果も生まれている。</p> <p>(2)川下(小売)への業態拡大支援 ネットマーケティングセミナーは、延べ117人の参加があった。セミナー受講後、実際にホームページをリニューアルした企業も現れる等、今後の展開が期待できる。</p> <p>(3)人材育成 卸売業者のスキルアップ研修には、161人の参加があった。受講後実施したアンケートによると8~9割が「満足している」と回答しており、卸売業界のニーズに合った人材育成事業を推進することができた。</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>			
今後の事業の予定・方向						
<p>流通の中抜きが進む中、卸売企業は、これまでの道外商品を道内に行き渡らせる「内需充足型販売スタイル」から、道内商品を広く道外へと流通させていく「外需獲得型販売スタイル」へと販売チャネルをシフトさせ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、他分野への業態拡大や人材育成等を通じて自社の競争力を高める取組を継続的に支援していくとともに、卸売企業に最も身近で重要な取引先である市内小売店との連携を通じ、域内での販路拡大や販売力強化を支援する。</p> <p>その一手法として、今年度は、今後地域資源として発展する可能性のある道産「花き」に着目し、札幌花き地方卸売市場を中心とする地域の流通の目指すべき方向性について調査・検討を行い、販路拡大の手法等を検討する。</p>						
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					
	国・道支出金	0	0	0	0	0
	市内 その他 一般財源	0 300 6,580	0 300 6,700	0 300 6,700	0 300 6,820	0 1,200 26,800
予算	事業費	6,880	9,500	-	-	16,380
	財源					
	国・道支出金	0	0			0
	市内 その他 一般財源	0 300 6,580	0 3,000 6,500			0 3,300 13,080
実績	事業費	4,649	-	-	-	4,649
	財源					
	国・道支出金	0				0
	市内 その他 一般財源	0 476 4,173				0 476 4,173
事業費の進捗率		(19年度実績事業費 + 20年度予算事業費) / (計画事業費)				50.5%
計画との差異(予算・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]						
今後地域資源として発展する可能性のある道産「花き」に着目し、札幌花き地方卸売市場を中心とする地域の流通の目指すべき方向性について調査・検討を行い、販路拡大の手法等を検討する。						