

平成23年度第2次札幌新まちづくり計画事業進行調書(その1)

施策体系コード	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 Tel211-2372			
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＞	
	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～) ①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) ②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。		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	平成19年度事業内容(決算)		平成20年度事業内容(決算)	
	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)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。 (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。 (3)人材育成 ①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。 ②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(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。		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。 (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。 (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。 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。 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。	
事業内容	平成21年度事業内容(決算)		平成22年度事業内容(決算)	
	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)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2010」への共同出展支援。 (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。 (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。 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、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開催。		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2011」への共同出展を支援。 (2)川下(小売)機能の強化支援 ソーシャルメディアを活用した効果的な集客方法を学ぶセミナーの開催支援。 (3)人材育成 モチベーション向上を図るセミナーの開催支援。 2. 市内卸売業の域内取引促進(道内経済循環の促進) 道内の魅力ある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開催。	
規模				
件数				
等				

平成23年度第2次札幌新まちづくり計画事業進行調書(その2)

施策体系コード	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 (実績)	22年度末 (実績)	22年度末 (目標)	
展示会出展企業数	10社	10社	14社	18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 ・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。</p> <p>■企業等との連携・協働 [資金協力] 展示会出展において、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] 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。 ■市民・企業等が参加しやすい環境づくり 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(再掲)。</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) (1)川上(製造)機能の強化支援 展示会の出展企業数が前年度比2社増の20社になり、会場内の好位置に出展。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。 (2)川下(小売)機能の強化支援 経済団体との連携により、団体が主催するソーシャルメディアを活用した効果的な集客方法を学ぶセミナーを開催。 (3)人材育成 卸売業の営業力強化や経営知識向上を図るセミナーを予定していたが、東日本大震災の影響により無期限延期とした(次年度開催を検討)。</p> <p>2. 市内卸売業の域内取引促進(道内経済循環の促進) H22の商談会には市内卸売企業59社、道内メーカー222社が参加し、延べ1209件の商談を行った。商談会終了後のアンケートによると、参加企業の8~9割が「満足している」と回答しており、企業ニーズに沿った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>・道内人口の減少等に伴う需要減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「内需充足型」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」へと販売スタイルを多様化していくことが求められており、現に北海道の寒冷地特性を考慮して開発した商品を道外需要とマッチングさせ、流通させている企業も現れてきている。</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、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する。平成23年度以降はこれまで市内に限定していた卸売企業を道内に拡充し、卸売業界の協力のもと、オール北海道体制で業界の力を発揮できるような体制づくりを進めていく。</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、その開発した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23年度第2次札幌新まちづくり計画事業進行調書(その3) (単位:千円)

施策体系コード		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				
	その他の	300	300	300	300	1,200				
	一般財源	6,580	6,700	6,700	6,820	26,800				
予算	事業費	6,880	9,500	9,910	13,302	39,592				
	財源内訳									
	国・道支出金	0	0	0	0	0				
	市の債	0	0	0	0	0				
	その他の	300	3,000	0	0	3,300				
	一般財源	6,580	6,500	9,910	13,302	36,292				
実績	事業費	4,649	12,290	8,292	11,877	37,108				
	財源内訳									
	国・道支出金	0	0		0	0				
	市の債	0	0		0	0				
	その他の	476	3,000		0	3,476				
	一般財源	4,173	9,290	8,292	11,877	33,632				
事業費の進捗率		(H19実績+H20実績+H21実績+H22実績) / (計画事業費)					132.5%			
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、22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										