

小施策評価シート (平成 28 年度実績評価)

| | | | | |
|----------------|--------|--------------|-------------|------|
| 施策コード | 23 | 施策名 | 工業の振興 | |
| 小施策コード | 23-1 | 小施策名 | 地場企業の経営力の強化 | |
| 小施策 主管課等コード | 136000 | 小施策 主管課等名 | ものづくり推進課 | |
| 評価責任者名 | 北田 雅浩 | | 内線番号 | 3770 |
| 評価シート作成者名 | 吉田 金一 | | 内線番号 | 3771 |

Step 1 施策目標の達成状況

| まちづくり指標 | 目指す 方向 | 単位 | 25年度 実績 (当初値) | 27年度 実績 | 28年度 実績* ¹ | 31年度 目標値* ² | 36年度 目標値* ² |
|---------|-----------|-----|---------------------|------------|--------------------------|---------------------------|---------------------------|
| 製造品出荷額等 | ↑ | 千万円 | 10,171 | 10,107 | — | 10,511 | 11,017 |

(↑：数値を上げていくことを目標とする指標， ↓：数値を下げていることを目標とする指標， →：数値を維持することを目標とする指標)

*¹ 29年12月に工業統計調査の結果が公表されるため，28年度実績は空欄となっている。

*² 計画策定時は，速報値を当初値に用いて目標値を設定していたが，確定値が目標値を超えたため，平成28年度に目標値を変更している。

Step 2 小施策の全体像

小施策の概要等（構成事業は別紙ロジックモデルシートのとおり）

| 対象（誰（何）を対象として行うのか） | 意図（対象をどのようにしたいのか） |
|--------------------|---|
| 市内の中小企業 | 魅力ある商品やサービスを提供できる。 |
| 現状と課題 | 地場企業や伝統産業は，人口減少による市場の縮小，グローバル競争の激化，人材不足，後継者問題など，経営上の課題を抱えていることから，将来にわたり事業を継続し，拡大していくため，付加価値を高めた新商品・新技術の開発のほか，海外展開を視野に入れた新市場の開拓及び販路の拡大，ものづくり人材や後継者育成などの支援をする必要がある。 |
| 取組の方向性 | 企業訪問を通じて個々の企業及び各業界団体の課題を把握し，その課題解決に向けた助言，指導を行うとともに，経営の安定化のための融資や経営指導，国内外の販路開拓に向けた支援を行うほか，地場産業のものづくり人材や後継者育成を行い経営力の強化を図る。 |

Step 3 小施策指標の推移

| 小施策の指標 | 目指す方向 | 単位 | 25年度実績 (当初値) | 27年度実績 | 28年度実績 | 31年度目標値 | 36年度目標値 |
|----------------------------|-------|----|-----------------|--------|--------|---------|---------|
| 経営改善等研修会の参加者数 (商工会議所など) | ↑ | 人 | 1,081 | 1,170 | 775 | 1,135 | 1,190 |

(↑：数値を上げていくことを目標とする指標， ↓：数値を下げていくことを目標とする指標， →：数値を維持することを目標とする指標)

Step 4 市民ニーズの把握

市内の中小企業，小規模事業者は国内市場の縮小，人材不足，後継者問題など経営上の課題を抱えながら事業継続しており，市として地域の企業が継続的に発展し，雇用の創出につながり，地域経済が活性化するよう取組む必要性が生じている。

Step 5 役割分担分析

1 各主体の役割の状況

| | | 役割の内容 | 役割分担 比率 (%) |
|---------------|--------------|--|----------------|
| 各主体の 役割の状況 | 市 | 市内の中小企業，小規模事業者の事業継続，事業拡大や経営の安定化を図るため，事業者ニーズに沿った支援策に取組む必要がある。 | 50 |
| | 国・県・ 他自治体 | | |
| | 市民・ NPO | | |
| | 企業・ その他 | 自らが地場産業の主役として，経営資源を活かし，経営基盤の強化，経営革新等に積極的に取組み，成長に向けた自助努力を続けていくことが期待されている。 | 50 |

2 今後の市の役割の比重の方向性とその理由

- 市の役割の比重を拡大していくことを検討する
- 現状維持（現在の市の役割の比重を維持する）
- 市の役割の比重を縮小していくことを検討する

(理由)

市が主体となって，経営基盤が弱い小規模事業者や中小企業者等の地場産業者に対して，経営相談や保証料補給等の各種支援により経営体質の改善や新市場開拓，販路拡大のきっかけを作るなど事業継続や事業拡大を促すことで，地域経済の活性化を図る必要があることから，現状維持とするもの。

Step 6 前年度に分析した課題・改革改善案に対するアクション

1 平成28年度に分析した問題点・課題に対する改革改善案

- ・ 企業訪問により、事業者への施策その他の情報発信を積極的に行うとともに、海外出展希望のある事業者の把握に努めていく。
- ・ 事業の周知だけでなく、事業者の要望等の把握に努め、事業者が利用しやすい事業内容への改善など、今後の施策に反映させていく。

2 1の改革改善案の実施状況

(A：着手済, B：平成29年度に着手(予定含む), C：未着手または見送り)

| 改革改善案 | 具体的な取組(予定)内容 | 状況 |
|-----------------------------------|--|----|
| 企業訪問による事業者への情報発信と事業者の海外出展希望等の意向把握 | 企業訪問により、積極的に情報発信するとともに事業者の意向を確認しており、引き続き事業者への情報発信と意向の把握に努める。 | A |
| 事業者が利用しやすい事業内容への改善 | 工業振興ビジョンのアクションプランの見直しに合わせて、事業者が利用しやすい事業内容への改善を検討する。 | B |

3 2で挙げた取組状況がCの場合、その原因

Step 7 成果・問題点の把握

1 成果の把握と要因分析及び課題の設定

(1) 小施策の中で成果をあげた点

- ・ 首都圏の伝統的工芸品の展示施設である青山スクエアにおいて工芸品の地場産品の出展を行い、当市の地域資源を活用した工芸品の魅力を情報発信することができた。
- ・ ふるさと納税における地場産品の返礼品に地場産事業者が多数参加した。

(2) 成果をあげた要因

- ・ 盛岡広域の工芸品事業者に情報発信を積極的に行った。
- ・ 企業訪問等で、地場産品の事業者に対して、ふるさと納税の返礼品についての情報提供を積極的に行なった。

(3) さらなる成果向上に向けた課題(課題がある場合に記載)

2 問題点の把握と原因分析及び課題の設定

(1) 小施策における現状の問題点

- ・ 事業者の抱える課題等はそれぞれの状況に応じて多岐にわたっている。
- ・ 国内外を対象とした販路開拓支援事業が国内の出展のみとなった。

(2) 現状の問題点が生じている原因

- ・ 事業者の抱える経営課題は、社会情勢や地域経済の状況などにより刻々と変化している。
- ・ 広報や市ホームページ、企業訪問等で事業周知を図っているが、国外を視野に入れた事業者の把握ができていない。

(3) 分析した原因の解決に向けた課題

- ・ 事業者ごとに課題等の把握に努め、情報提供や助言・指導を行う必要がある。
- ・ 企業訪問により、状況把握に努める必要がある。

Step 8 小施策と構成事業の関係性

- 1 小施策との結び付きが弱い、もしくは他の事業と重複していると考えられる事業
該当事業なし。
- 2 1で記載した事業についてその理由
- 3 1で記載した事業の今後の方向性（案）（縮小・廃止・統廃合等）

Step 9 Step7, 8を踏まえた改革改善案

企業訪問を継続し、情報発信するとともに、企業の抱える課題等の状況把握に努め、施策に反映させる。