

【小施策評価(令和元年度実績評価)】

小施策の総合計画における位置付け

基本目標	4	人が集い活力を生むまちづくり	小施策 主管課等	ものづくり推進課	
施策	23	工業の振興	評価 責任者	高橋 博文	内線 8120
小施策	23-1	地場企業の経営力の強化	評価 シート 作成者	大矢 修	内線 8121

小施策の概要

現状と課題(総合計画実施計画から転記)	取組の方向性(総合計画実施計画から転記)
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。	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、物産展等を通じた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。
対象(誰(何)を対象として行うのか)	意図(具体的に対象をどのような状態にしたいのか/対象+成功状態)
市内の中小企業	魅力ある商品やサービスを提供できる。

小施策の成果指標の達成状況・評価(令和元年度実績)

実績値の推移				実績の評価		
指標	単位	目指す方向	成果点	成果の要因分析	問題点	問題の要因分析
指標① 経営改善等研修会の参加者数(商工会議所など)	人	↗	<p>当初値(H25) 1,081 R1目標値 1,135 R6目標値 1,190</p>	<p>・研修会を開催した結果、市内事業者の国内・国外向けの出展や販路拡大への支援につながった。</p> <p>・特に国外向けの展示会への出展に対する補助金のPRで、市内事業者に事業内容が浸透したため。</p>	<p>・指標としている研修会等の開催数が減少している。</p>	<p>・指標となる研修会の開催が減少し、個別指導や企業訪問など直接個々の企業に入っていく事業が強化され、講習会から個別指導へシフトしている状況があるため。</p>
指標② 個別指導、企業訪問数	回	→	<p>当初値(H25) 52 R1目標値 100 R6目標値 100</p>	<p>・配置している企業サポート専門員が、後継者問題等の企業課題を把握するため、積極的に企業にアプローチを行い企業訪問を行った。</p> <p>・アンケートや補助金のフォローアップを中心に企業の状況を把握することを目的として、積極的に企業にアプローチできたため。</p>	<p>・企業の抱える課題を把握し、その課題を解決するためには、企業との信頼関係を築く必要があるが、市内の企業は製造業を中心に郊外に点在しており、定期的に訪問することが難しい。</p>	<p>・予算と人員が限られているため。</p>

今後の方向性(令和2年度以降)

評価を踏まえた取組の方向性	★…R2年度着手済または着手予定 ☆…R3年度以降の着手を検討
<p>★ 企業訪問により事業者の意向を把握し、事業者の共通する課題の解決が図られるような研修会を実施する。</p>	
<p>★ 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とともに、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。</p>	