

| | |
|---------|--|
| 約束2-(3) | ひろさき農業・産業おこしに取り組みます【商工業振興】 |
| めざす姿 | にぎわい創出による商業・サービス業の活性化と、地域資源を活かした工業の振興により、雇用拡大が図られます。 |

I 4年間の総括

主な取組と成果

- ・地元生産品の普及啓発・消費拡大を図るため、「BUYひろさき推進本部」を設置し、普及啓発活動を展開するとともに、「地元生産品購入の手引き」を作成し、公共調達の際の地元生産品の購入促進を図りました。また、伝統産業の振興のため、新たにクラフトコーディネーターを登用し、新商品の開発(1件)や新たなビジネスマッチングを図りました。
- ・商業環境の悪化や活力の低下が懸念される中心市街地に賑わいを取り戻すため、中心市街地活性化基本計画をもとに、関係団体と連携しながら空き店舗対策や賑わい創出に資する各種事業に取り組みました。これまで27店舗が市の支援制度を活用して新たに空き店舗に出店するなど、中心商店街空き店舗率は8.5%まで減少しました。
- ・農商工連携や6次産業化を促進するため、外部の専門家を活用しながら、商品開発等に係るアドバイスやコーディネート活動を実施するとともに、生産者と商工業者との交流や販路開拓の支援などを行いました。農商工連携等振興施策の展開による商品化数は累計63件を数え、高い成果を上げています。また6次産業化・地産地消法の事業計画の認定件数が東北最多となるなど、積極的に取り組む事業者が増加してきました。
- ・ものづくり産業の振興を図るため、ものづくりコーディネーターによる中小企業者の課題解決や企業間連携の促進、補助制度による研究開発支援及び展示商談会での域外への販路開拓支援を展開しました。技術開発等支援件数は累計22件となりました。
- ・当市への企業・団体の立地を図るために、首都圏在住の当市ゆかりの方々を中心とした「ひろさき仕事おこし応援隊」を結成し、企業誘致のみならず、市内企業のビジネスチャンスにつながる情報などを応援隊を通じて収集しました。また、当市への企業等立地を促進するため、県や応援隊、関係機関から情報収集を行い、企業や団体を訪問し、当市の各種優遇制度等や雇用環境をPRし誘致活動に取り組みました。企業誘致件数は4年間で2件となっています。
- ・各種仕事おこし施策を展開することにより、新たなビジネスや雇用の創出が図られた(4年間でのべ69人)ほか、起業を目指す方が出店しやすいようなチャレンジショップなどの店舗環境を整備する事業者を支援する「店舗シェアリング支援事業」を実施し、これまでに21店舗が新規出店し、このうち7店舗が独立開業しています。また、「ひろさきビジネス支援センター」を設置し、専門家による創業・起業に関する個別支援や研修会等を開催することにより、地域における創業支援の環境整備が図られ、目標を上回る起業家(累計15人)が輩出されるなど取り組みの成果が現れています。
- ・弘前シティプロモーションを推進するために、弘前の情報を集約したチラシを作成し、個人又は団体・企業を対象に、弘前PR応援サポーター及び行政機関や各団体が協働で様々な機会にチラシ配布を行い、当市の認知度やブランド力向上を図りました。

課題

- ・経営計画における人口減少対策に取り組むうえで、商工業振興分野においては、重点プロジェクトに掲げる働く場を創出するための7つの取り組みを推進し、安定した雇用の確保と市民所得を増大させ、若者の転出を抑制し、転入を促進することで定住人口の増加を図っていく必要がありますが、施策のPRが不十分で制度周知が十分図られていません。
- ・価格競争激化に加え、円高・円安などの為替変動や原料燃料価格の高騰・高止まりなど、外部環境が変化している状況の中で、部品供給にとどまらず最終製品の開発など、製品の付加価値を高める新しい市場を開拓する重要性が高まっています。しかしながら、事業者の開発、営業、企画部門等の人材不足や老朽化した設備、狭隘な生産拠点、資金力の不足など、乏しい経営資源がネックとなっているため、業績拡大に向けた投資への対応・支援が課題となっています。
- ・当市の地元生産品(物産)の製造・販売は、人口減少やデフレの影響による消費・購買力の低下やライフスタイルの変化への適応の遅れなどにより、売上が低迷し非常に厳しい状況におかれています。このため、事業者の意識改革を図るとともに販売拠点を整備し、当市を訪れる観光客やビジネスマンへの販売力を強化するとともに、市外・県外への販路開拓・拡大に積極的に取り組んでいくための組織体制の強化や、販売力強化のためのノウハウの取得など事業者の資質向上が必要とされています。
- ・空き店舗を解消するための活用支援事業や店舗シェアリング支援事業などの施策を講じたことにより、中心商店街の空き店舗率が低下するとともに、各種イベントの実施による賑わい創出により中心商店街の賑わいは回復しつつありますが、通行量調査の結果からみても完全に戻ったとはいえない状況にあります。少子高齢化の進展による人口の減少や大型商業施設の郊外立地などによる中心商店街からの人離れに適応するためには、「買いたいモノが買える」「買いたいモノが売っている」「おいしいモノが食べられる」というような魅力ある店舗がいたるところにあり、切れ目のない連続性のある商店街の形成が必要とされています。このためには、事業者の意識改革を図りながら、自立を促すとともに、消費者ニーズを的確に把握し商品構成を行うなど個店の魅力アップを図り、社会・経済環境に適応していかなければなりません。
- ・企業誘致を取り巻く環境は、円高の影響や人件費の高騰などによる生産拠点の海外シフトや再編・集約化により国内での新規の立地は低水準で推移しており、非常に厳しい状況となっていることから、地方へ進出意向のある企業の発掘、既に立地している企業の事業拡大へ対応するための実効性のある優遇制度の整備や産業用地の確保、そしてそれらを迅速かつ戦略的に推進する体制の強化が課題となっています。
- ・起業・創業件数は順調に推移しているものの、社会的ニーズが多様化する中、新規創業や事業の多角化による新たなビジネスの創出をより一層促進させるために実効性のある施策や環境整備が求められています。

「めざす姿の達成状況を示す指標」の分析

【結果説明】

- ・商工業、農林業、観光各分野の施策の取り組みによる新規雇用の目標値391人に対して累計466人となり、全体で目標値を75人上回りました。

【社会経済動向等】

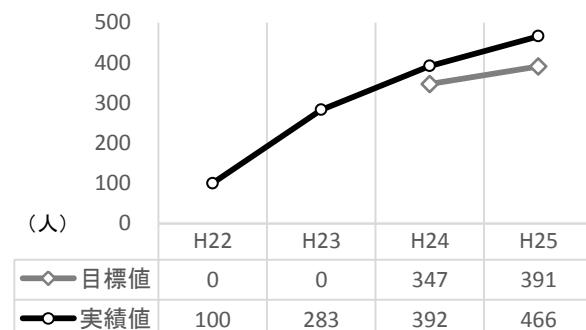
- ・平成26年10月の有効求人倍率(季節調整値)は、青森県0.77倍、全国1.10倍で、依然として地域格差が大きくなっています。国ではこのような課題に対応するための雇用対策の推進や、正社員就職促進など、雇用情勢の改善に向けた取り組みを進めています。

【県・他都市等の状況】

- ・平成26年10月における有効求人倍率(原数値)は、高い順に八戸管内1.09倍、三沢同1.00倍、青森同0.99倍、十和田同0.99倍、弘前同0.96倍などとなっており、当管内における雇用情勢は改善基調が続いているものの、依然として低い水準にあります。

- ①施策の取り組みによる新規雇用(累計) 391人を目指します。

施策の取り組みによる新規雇用数(累計)



資料:産業育成課

【結果説明】

- ・施策の取り組みにより平成25年度までの商品化件数は、目標値34件を29件上回る63件を達成しました。専門家派遣事業によるアドバイスや補助制度の拡充など仕組みが整備されたことで、商品開発に挑む事業者が増えたことが要因です。

【社会経済動向等】

- ・経済が低迷する中、商工業者の生産性向上や生産者の所得向上などを図るため、いわゆる農商工連携促進法や6次産業化法が施行されました。国の予算も増額し、地域の農産物の加工・販売に対する機運が一層高まりました。

【県・他都市等の状況】

- ・農産物の加工・販売への取組みを裏付ける関連指標として、国の6次産業化・地産地消法に基づく事業計画の認定がありますが、当市の13件を筆頭に、板柳町6件、青森市、黒石市、深浦町、東北町が4件と続いており、県内・東北でも最多となっています。

- ②農商工連携等振興施策の展開による商品化数(累計)34件を目指します。

農商工連携等振興施策の展開による商品化数(累計)



資料:産業育成課

【結果説明】

- ・企業の研究開発を支援する補助施策により、目標件数20件に対し、累計22件で2件上回りました。

【社会経済動向等】

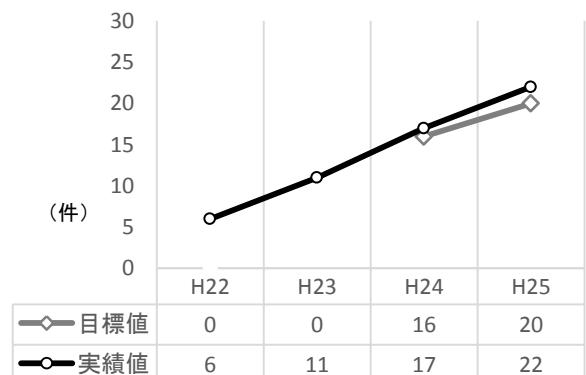
- ・大手企業の海外移転などを背景に中小企業の経営環境が厳しくなっている中、中小企業の付加価値の高いものづくりを促すため、国では、戦略的基盤技術高度化支援事業やものづくり補助金といった大型事業が創設され、ものづくり産業への支援策が厚みを増してきています。

【県・他都市等の状況】

- ・類似の支援事業として、(公財)21あおもり産業総合支援センターの「あおもり元気企業チャレンジ助成事業」があり、交付件数(弘前市分)は13件(H22～H25)となっております。※内容・予算規模等が同一ではないため、単純比較はできません。

- ③技術開発等支援件数(累計)20件を目指します。

技術開発等支援件数(累計)



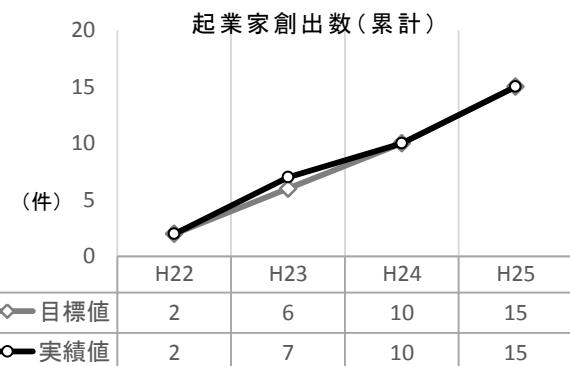
資料:産業育成課

「めざす姿の達成状況を示す指標」の動向と分析

【結果説明】

- ・平成22年度に仕事おこし推進事業を創設したほか、平成24年度からは創業・起業支援拠点を設置し、起業家の発掘・支援に取り組んだ結果、目標件数15件を達成しました。

- ④起業化支援施策の展開による起業家創出数(累計)
15人を目指します。



資料:産業育成課

【社会経済動向等】

- ・国の創業促進補助金創設や女性の社会進出支援といった創業・起業に対する環境整備が進みました。

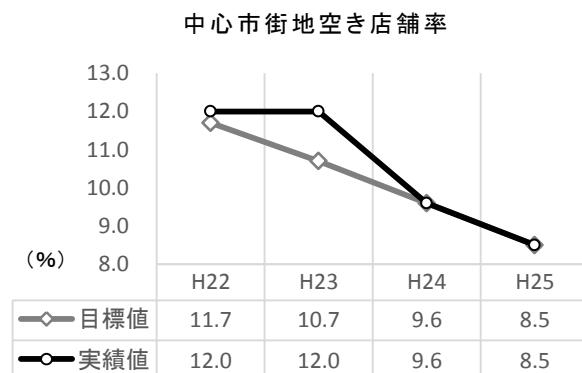
【県・他都市等の状況】

- ・青森県内における創業・起業支援拠点施設
青森市 2か所、弘前市 1か所、八戸市 1か所
- ・起業家創出数(累計)
(H22) 8件、(H23) 16件、(H24) 45件、(H25) 88件

【結果説明】

- ・空き店舗への出店支援や空き店舗情報の収集・提供などに取り組んだ結果、空き店舗の活用が促進され、実績値が目標値と同値の8.5%まで減少しました。

- ⑤中心商店街空き店舗率8.5%を目指します。



資料:商工政策課

【社会経済動向等】

- ・少子高齢化の進展や商業施設等の郊外移転により中心市街地における空き店舗、未利用地の増加に歯止めが掛かっていない状況の中、国では平成26年7月に「中心市街地の活性化に関する法律」の一部改正を行い、中心市街地の一層の活性化を図ることとしています。

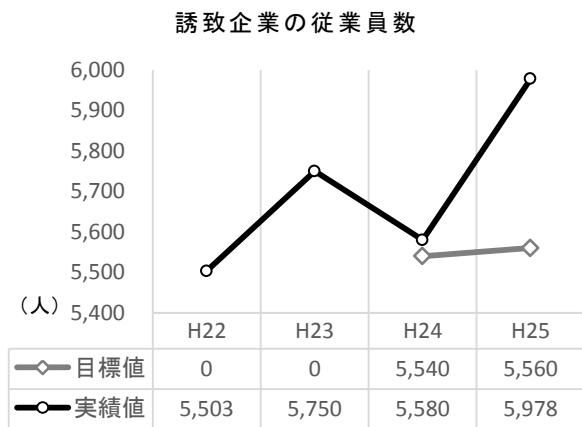
【県・他都市等の状況】

- ・県が実施した「平成25年度空き店舗調査」では、県全体(県内8市の合計)の空き店舗率が17.8%で、当市以外の空き店舗率が10~20%台であるのに対し、当市は10%未満で最も低い数値となっています。

【結果説明】

- ・新たに誘致した企業の事業所開設や立地企業の事業拡大により、目標5,560人に対し5,978人の結果となり、418人目標を上回りました。

- ⑥誘致企業における従業員数5,560人を目指します。



資料:産業育成課

【社会経済動向等】

- ・人口の減少、デフレ経済の長期化を要因とした国内市場規模の縮小や海外製品との競合激化などにより、国内における企業の投資は低迷し、工場の立地件数は低水準で推移しております。また、事業所の縮小や集約化の動きもみられます。

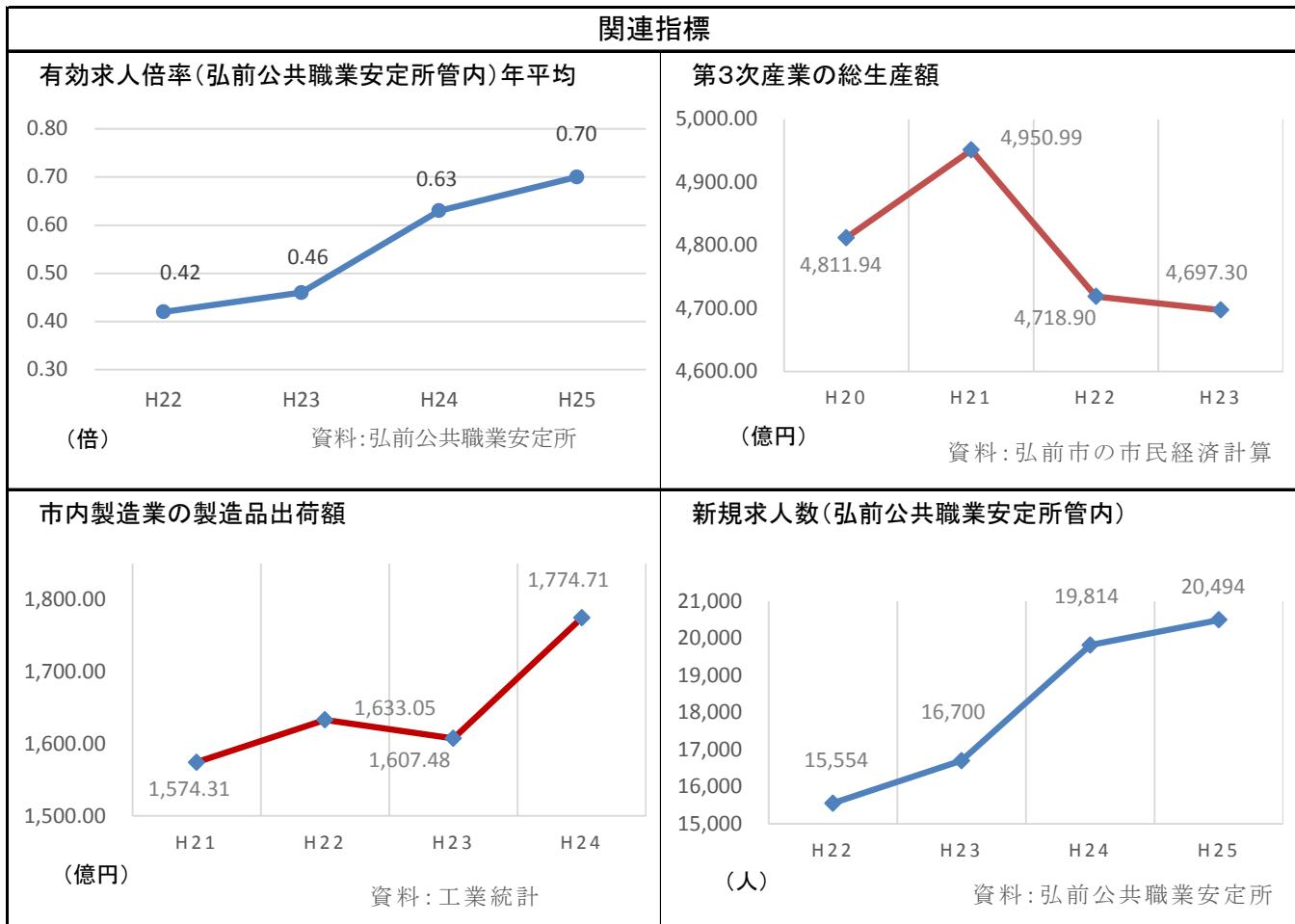
【県・他都市等の状況】

- ・県内の製造業を営む事業所数及び従業員数については減少傾向にありますが、当市の誘致企業の従業員数は上昇傾向を維持しております。

《県内製造業の事業所数・従業員数》

事業所数 従業員数

| | 事業所数 | 従業員数 |
|-----|--------|---------|
| H22 | 1,561社 | 58,019人 |
| H23 | 1,558社 | 54,912人 |
| H24 | 1,514社 | 56,037人 |
| H25 | 1,470社 | 55,321人 |



II 今後の方向性

取組の方向性

- ・経営計画における人口減少対策に取り組むうえで、商工業振興分野においては、重点プロジェクトに掲げる7つの取り組みを推進し、安定した雇用の確保と市民所得を増大させ、若者の転出を抑制し、転入を促進することで定住人口の増加を図るために効果的な施策のPRに努めています。
- ・地域を牽引する産業を明確にし、競争力を高めるために集中的な支援を講じていきます。具体的には、農産物などアドバンテージのある地域資源を活用した「食産業」、将来的な成長分野であり、大学や大学病院などのアドバンテージを活かした「精密・医療産業」、既に一定の集積がある「アパレル産業」を重点産業と位置付け、ヒト・モノ・カネなど不足している経営資源を補い、事業拡大に取り組む企業連携を促進させていきます。
- ・めざす姿の達成状況を示す指標の「施策の取り組みによる新規雇用の増加」に向けては、企業の雇用意欲を高めるうえで重要となる取り組み、特に7つの重点プロジェクトを確実に進める必要があります。
- ・「農商工連携等振興施策の展開による商品化数増加」及び「技術開発等支援件数増加」に向けては、重点3分野(食産業、精密・医療産業、アパレル産業)の産業育成、振興の強化方針を決定し、これを推進するためのさまざまな施策を講じ、商品開発力や販売力の強化、産業人材の育成を図っていきます。
- ・「起業化支援施策の展開による起業家創出数の増加」については、産業競争力強化法に基づく「創業支援事業計画」を策定し、起業・創業に向けた支援体制や支援制度を整備することにより、地域における新たなビジネスの創出と地域活性化の促進を図っていきます。
- ・「中心商店街空き店舗率減少」に向けては、消費者ニーズを的確に把握し、商業者、行政、関係機関等が一体となって個店の魅力アップとイベントによる賑わい創出を図ることにより、連続性のある中心商店街の形成を図っていきます。
- ・「誘致企業における従業員数増加」に向けては、体制の強化を図りながら、企業誘致制度及び工場の新・増設、生産性を高めるための取り組みへの支援策を整備するとともに、産業用地の確保に向けた調査研究をすすめ、重点3分野を中心とした産業振興を図ることにより、誘致活動に結びつけていきます。
- ・地元生産品(物産)の販路拡大・販売促進については、事業者の意識改革を図るとともに販売拠点を整備し、当市を訪れる観光客等への販売力を強化するとともに、市外・県外への販路開拓・拡大に積極的に取り組んでいくための組織体制の強化を図っていきます。

経営計画への反映等

- ・重点プロジェクトに掲げる、市外からの移住促進、大学生の市内定住促進や働く場の創出に向けては、「学生発ベンチャー創出支援事業」、「中心市街地雇用促進支援事業」、「中小企業事業拡大総合支援事業」、「ひろさきUJIターン起業支援事業」、「建設業若年者入職促進・人材育成事業」、「若年者と女性のための資格取得支援事業」、「正規雇用等転換奨励金」を新たに実施します。
- ・「農商工連携等振興施策の展開による商品化数増加」に向けては、「重点3分野の強化」施策の事業で「食産業育成事業」を継続するとともに、さくら酵母や白神酵母を活用した新商品開発の支援事業を構築するため、「白神酵母・さくら酵母等ブランド化推進事業」を新たに実施します。
- ・「技術開発等支援件数増加」に向けては、「ものづくりコーディネート事業」及び「企業技術者派遣事業」を統合し、「重点3分野の強化」施策の事業で「精密・医療産業育成事業」に替えて実施するとともに、新たに「精密加工技術高度化事業」を実施し、精密・医療産業創出のための技術及び研究開発支援とします。
- ・「起業化支援施策の展開による起業家創出数の増加」については、ひろさきビジネス支援センターを拠点とする、伴走型の起業支援が効果的であることから、「起業・創業支援拠点運営事業」を継続するとともに、「新分野チャレンジ支援事業」、「学生発ベンチャー創出支援事業」及び「ひろさきUJIターン起業支援事業」を新たに実施します。
- ・「中心商店街空き店舗率減少」に向けては、「魅力ある商業地域の形成」施策の事業の中で、引き続き空き店舗活用の促進を図るため、「空き店舗活用支援事業」、「店舗シェアリング支援事業」を継続し、空き店舗への出店を支援します。
- ・「誘致企業における従業員数増加」に向けては、「重点関連産業等の企業誘致」施策の事業の中で、「企業立地推進事業」を継続し、進出する企業への優遇制度を拡充し、地域産業の強化を図る分野を中心に誘致活動を行います。また「企業誘致圏域連携事業」を継続し、圏域が一体となり情報発信をするなど企業誘致のための活動を行います。
- ・地元生産品(物産)の販路拡大・販売促進に向けては、物産協会の機能強化を支援し、物産展の新規開拓に積極的に取り組むなど連携を強化するとともに、「BUYひろさき運動」、「まちなかクラフト村づくり推進事業」、「ひろさき工芸品販路開拓・拡大支援事業」も含め総合的に取り組んでいきます。

| No. | 項目 | 自己評価 | 平成25年度実施内容 | | | | | | | | |
|---------|--|---------------------------|--|------------|-----|-----|--|--|--|--|--|
| | | | 進捗率 | 平成25年度実施内容 | | | | | | | |
| 2-(3)-1 | 産学官金の連携による”ひろさき産業振興会議”の設置 | A | 市内大型商業施設の店長らによる、市内商業の活性化に関する意見交換会を行ったことから、「工程表どおり実施」と評価しました。 | | | | | | | | |
| | 事務事業名 | 達成率 | 会議の意見や提案が施策等に反映された件数が3件/年となり、目標を「達成」と評価しました。 | | | | | | | | |
| | ひろさき産業振興会議開催事業 | A | | | | | | | | | |
| | 実施内容 | 目標 | H22 | H23 | H24 | H25 | | | | | |
| | | 会議の意見や提案が施策等に反映された件数 2件/年 | 7件 | 3件 | 4件 | 3件 | | | | | |
| | | 決算額 | 74 | 55 | 0 | 27 | | | | | |
| | 地域の企業、大学、金融機関及び関係機関等から、当市の産業振興や震災後の地域経営等に向けた意見等を伺う「ひろさき産業振興会議」を開催し、今後の施策展開のための参考とする。 | 総括 | 当市産業振興の方策や課題等について、各産業関係者等の意見等を反映した施策展開が実現するなど所期の目的を達成したと考えます。今後は、地域の産業力向上のため育成する産業の強化方針策定に向け、テーマを明確にした専門的な協議を行うこととしています。 | | | | | | | | |
| | | 経営計画への反映等 | 産業政策全体の中で育成する産業毎の強化方針を策定するための関係者協議(産業別協議会)を経営計画に位置付け、事業内容を変更して実施します。 経営計画:「産業競争力推進事業」 | | | | | | | | |

| No. | 項目 | 自己評価 | 平成25年度実施内容 | | | | | | | | |
|------------------|--|---|---|------------|--------|--------|-------|--|--|--|--|
| | | | 進捗率 | 平成25年度実施内容 | | | | | | | |
| 2-(3)-2 | “仕事おこしプロジェクトチーム”(しごとづくり、新産業創造、雇用対策などを担当)の設置による仕事づくり施策(オンリーワン技術の活用など)の積極的展開 | A | 平成22年7月、商工労政課内に仕事おこし・雇用支援室を設置し、各種仕事おこし施策を展開しており、施策を構成する2事業について、それぞれ「工程表どおり実施」との評価になっていることから、施策全体としても「工程表どおり実施」と評価しました。 | | | | | | | | |
| | | 達成率 | 各種仕事おこし事業の実施により、新たなビジネスや雇用の創出が図られ、事業実施による雇用創出数が目標を上回っており、施策を構成する事業について「達成」との評価になっていることから、施策全体として目標を「達成」と評価しました。民間事業者の独立採算へ徐々に移行したことにより、決算額は減少しています。 | | | | | | | | |
| | | | | H22 | H23 | H24 | H25 | | | | |
| | | | 決算額 | 22,879 | 90,382 | 67,465 | 8,500 | | | | |
| 事務事業名 | 自己評価 | 平成25年度実施内容 | | | | | | | | | |
| (1)仕事おこし・雇用支援室設置 | 進捗率 | 平成22年7月、商工労政課内に仕事おこし・雇用支援室を設置し、各種仕事おこし施策を展開しており、「工程表どおり実施」と評価しました。 | | | | | | | | | |
| | A | | | | | | | | | | |
| | 実施内容 | 達成率 | 【平成22年度取組済み】 平成22年7月に「仕事おこし・雇用支援室」(現「産業育成課」)を設置しました。 | | | | | | | | |
| | | (A) | | | | | | | | | |
| | | | 目標 | H22 | H23 | H24 | H25 | | | | |
| | | | - | - | - | - | - | | | | |
| | | 総括 | 地域における経済及び雇用が低迷する中、国の緊急雇用対策事業や市独自の仕事おこし・雇用創出事業等を実施し、地域の雇用を下支えしました。 | | | | | | | | |
| | | 経営計画への反映等 | 食、精密・医療、アパレルといった3分野を中心とした産業振興を図るため、産業育成課と改組しました。 経営計画:「産業競争力推進事業」 | | | | | | | | |
| 事務事業名 | 自己評価 | 平成25年度実施内容 | | | | | | | | | |
| (2)仕事おこし・雇用創出事業 | 進捗率 | 「仕事おこし雇用づくり補助金」では、平成24年度採択分1件の継続支援に加え、7月に新規分の公募を行い、1件を採択支援しました。そのほか「農産加工ビジネス補助金」7件、「研究開発支援補助金」5件を支援し、新たな仕事おこし及び雇用創出のための事業を実施しており、「工程表どおり実施」と評価しました。 | | | | | | | | | |
| | A | | | | | | | | | | |
| | 実施内容 | 達成率 | 「仕事おこし雇用づくり補助金」の新規採択分2名と継続分3名に加え、「農産加工ビジネス補助金」による雇用創出1人を加えて69人となったことから、目標を「達成」と評価しました。 | | | | | | | | |
| | | A | | | | | | | | | |
| | | | 目標 | H22 | H23 | H24 | H25 | | | | |
| | | | 事業実施による雇用創出数(H22～H25) 69人(延人數) | 15人 | 46人 | 63人 | 69人 | | | | |
| | | 総括 | 新規雇用を前提とした新たな仕事おこし支援事業として4年間実施し、雇用施策として一定の成果があつたものと考えられます。 | | | | | | | | |
| | | 経営計画への反映等 | 新規事業の採算性や継続性を高めるため、ビジネスプランコンテストを通じた新しい支援の仕組みを構築しました。 経営計画:「新分野チャレンジ支援事業」 | | | | | | | | |

| No. | 項目 | 自己評価 | 平成25年度実施内容 | | | | |
|---------|---|-----------|--|---|-------|-------|-------|
| | | | 進捗率 | 平成25年7月に「BUYひろさき推進本部」を設置し、広報やコミュニティFMを活用したり、市内外のイベント等でのぼり旗やポケットティッシュなどの販促グッズを使って、BUYひろさき運動及び地元生産品のPRを行ったほか、公共調達における地元生産品の購入を促進するため、「地元生産品購入の手引き」を作成し、庁内に周知を図ったことから、「工程表どおり実施」と評価しました。 | | | |
| 2-(3)-3 | BUYひろさき運動推進事業 | 事務事業名 | 達成率 | 伝統工芸品等活用促進事業費補助金の交付事業所数が、目標の10件/年に対し6件/年であったことから、目標を「未達成」と評価しました。 | | | |
| | | | C | | | | |
| | | | 目標 | H22 | H23 | H24 | H25 |
| | | | 補助金交付事業所数 10件/年 | - | 8件 | 5件 | 6件 |
| | 実施内容 | | 決算額 | 900 | 1,873 | 1,343 | 1,500 |
| | 地産地消を推進し、地場産業の振興を図るため、BUYひろさき推進本部を設置し、普及啓発活動を展開するとともに、地場産品(伝統工芸品)の購入・活用を支援する。 | 総括 | BUYひろさき運動については推進本部の設立に時間を要し、これまで主だった活動できなかつたことから、今後はより目に見える形で、地元生産品の普及・啓発及び消費拡大・販路拡大事業に取り組んでいきます。 また伝統工芸品等活用促進事業費補助金については、伝統工芸品等の販路拡大には一定の効果が得られたものの、補助対象を飲食店・宿泊施設に限定したことで利用者が固定化され、交付事業所数が伸び悩んだことから、今後はより多くの店舗等が活用することができるよう、補助対象を拡大するなど、制度の見直しを図っていきます。 | | | | |
| | | 経営計画への反映等 | 今後も地元生産品の愛用による地場産業の育成と地元購買を促進する必要があることから、経営計画に位置付け、継続して実施するとともに、「物産振興対策事業」、「ひろさき工芸品販路開拓・拡大支援事業」と連携した事業に取り組みながら全市的な物産振興を図っていきます。 経営計画:「物産の販路拡大・販売促進事業」 | | | | |

| No. | 項目 | 自己評価 | 平成25年度実施内容 | | | | |
|---------|--|-----------|--|---|-----|-----|-----|
| | | | 進捗率 | 平成23年2月に「ひろさき仕事おこし応援隊」を結成し、平成25年度末では17名を隊員として委嘱しています。これまで、情報交換を通じ、隊員からの提案や人材の紹介など、幅広い分野で協力をいただいており、応援隊の存在意義は高いものと判断しています。今後、隊員の拡充や隊員の活用方法などが検討課題であると考えています。 | | | |
| 2-(3)-4 | ひろさき仕事おこし応援隊結成 | 事務事業名 | 達成率 | 訪問及び情報交換会を実施などにより、目標の情報提供件数20件に対し、20件の情報提供を得ることができたことから、目標を「達成」と評価しました。 | | | |
| | | | A | | | | |
| | | | 目標 | H22 | H23 | H24 | H25 |
| | | | 応援隊からの情報提供件数 20件/年 | 12件 | 16件 | 27件 | 20件 |
| | 実施内容 | | 決算額 | 389 | 390 | 354 | 453 |
| | 弘前への企業・団体の立地を図るために、首都圏在住の弘前市ゆかりの方々を中心とした応援隊を結成する。 また、企業誘致のみならず、市内企業のビジネスチャンスに繋がる情報など、応援隊を通じて収集する。 | 総括 | これまでの情報交換に加え、ひろさき仕事おこし応援隊と地元経済界との交流の機会を創出します。様々な分野において、地元企業とのネットワークが構築できるような事業を盛り込み、事業内容の拡充を図ります。 経営計画:「企業誘致推進事業」 | | | | |
| | | 経営計画への反映等 | | | | | |

| No. | 項目 | 自己評価 | 平成25年度実施内容 | | | | | | | | |
|-------------|---|------|---|--|---------|----------|----------|--|--|--|--|
| | | | 進捗率 | 平成25年度実施内容 | | | | | | | |
| 2-(3)-5 | 官民一体型での弘前情報チラシ作戦(通販や市役所郵便への添付) | A | 施策を構成する2事業について、それぞれ「工程表どおり実施」と評価しました。 | | | | | | | | |
| | | A | 施策を構成する2事業について、それぞれ目標「達成」と評価しました。 | | | | | | | | |
| | | | | H22 | H23 | H24 | H25 | | | | |
| | | | 決算額 | 0 | 0 | 0 | 0 | | | | |
| 事務事業名 | | 自己評価 | 平成25年度実施内容 | | | | | | | | |
| 封筒寄附募集事業 | 封筒寄附募集事業 | 進捗率 | 市民税課の納税通知用窓封筒の広告を募集し、予定どおり2社から応募があつたため、「工程表どおり実施」と評価しました。 | | | | | | | | |
| | | A | | | | | | | | | |
| 実施内容 | (1)市の新たな財源を確保するとともに、民間事業者等の事業活動を推進し、地域経済の活性化と市民サービスの向上に寄与するため、広告を掲載した封筒を寄附(無償提供)してもらう。寄附された封筒は、市が公文書などの発送に使用する。 | 達成率 | 平成25年度までに累計691,000枚となつたため、目標を「達成」と評価しました。 | | | | | | | | |
| | | A | | | | | | | | | |
| | | | 目標 | H22 | H23 | H24 | H25 | | | | |
| | | | 配付枚数 300,000枚(H25) 100,000枚 (H23)、200,000枚 (H24) | - | 91,000枚 | 200,000枚 | 400,000枚 | | | | |
| | | | 決算額 | 0 | 0 | 0 | 0 | | | | |
| | | | 総括 | 窓口などで使用する封筒を順次、広告入り封筒に変更したことで、約2,470,000円の経費削減に貢献したものと考えられます。 | | | | | | | |
| | | | 経営計画への反映等 | 本事業は市の経費削減のほか、市外の企業などに対して当市をPRすることが出来る有効な手段でもあることから、市外向けに対応したデザインなどの工夫も重ねながら継続しています。 | | | | | | | |
| 事務事業名 | | 自己評価 | 平成25年度実施内容 | | | | | | | | |
| 弘前情報チラシ配布事業 | 弘前情報チラシ配布事業 | 進捗率 | 平成24年度から制作しているパンフレットのほか、季節ごとの弘前市の魅力を紹介するチラシも制作し、弘前PR応援ソーター及び行政機関や各種団体等と協働で配布したことから、「工程表どおり実施」と評価しました。 | | | | | | | | |
| | | A | | | | | | | | | |
| | | | 実施内容 | 目標指標である「配布枚数」及び「応援ソーター活動回数」の両指標とも達成割合が100%以上であったことから、目標を「達成」と評価しました。 | | | | | | | |
| | | | A | | | | | | | | |
| | | | 目標 | H22 | H23 | H24 | H25 | | | | |
| | | | 配付枚数 8,000枚(H25) | - | - | 2,500枚 | 43,000枚 | | | | |
| | | | 応援ソーター活動回数(H25) 50回 | - | - | - | 289回 | | | | |
| | | | 決算額 | 0 | 0 | 0 | 0 | | | | |
| | | | 総括 | シティプロモーションに本格的に取り組み始めたH24からの推移をみると、着実に目標を達成しており、当市の認知度・ブランド力の向上に貢献したと考えられます。今後は、府内ワーキンググループや民間団体等の意見も聞きながら、パンフレットやチラシの掲載内容や仕様、配布方法等に係る工夫・検討を行っていきます。 | | | | | | | |
| | | | 経営計画への反映等 | 「シティプロモーション用PR素材等の制作・活用」・「戦略的な情報発信体制の構築」の各事業において継続して実施します。 | | | | | | | |

| No. | 項目 | 自己評価 | 平成25年度実施内容 | | | | | | | | | |
|---|-------------------------------------|---|---|------------|-----|-------|--|--|--|--|--|--|
| | | | 進捗率 | 平成25年度実施内容 | | | | | | | | |
| 2-(3)-6 | 北東北の中核都市として、民間企業や公的団体の弘前市への着実な立地を推進 | A | 首都圏開催の産業立地フェアなどに参画し、当市の立地環境をPR、出展社情報の入手を行うとともに、企業訪問やひろさき仕事おこし応援隊のメンバーを訪問し、情報を収集するなど誘致活動を展開したことから、「工程表どおり実施」と評価しました。 | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| 事務事業名 | | 達成率 | | | | | | | | | | |
| 企業・団体立地推進事業 | | C | 誘致に向けて企業訪問、情報収集を行いましたが、立地に至った案件はなく、目標を達成することができなかったことから目標は「未達成」と評価しました。 | | | | | | | | | |
| 実施内容 | | 目標 | H22 | H23 | H24 | H25 | | | | | | |
| 弘前への企業・団体の立地を図るために、ひろさき仕事おこし応援隊・大学・各種団体と連携して情報収集を行い、企業や団体を訪問、当市の各種優遇制度等をPRし誘致活動を推進する。 | | 誘致件数(H22～H25) 5件 1件(H22)、2件(H23)、3件(H24) | 1件 | 1件 | 2件 | 2件 | | | | | | |
| | | 訪問企業・団体数 20件/年 | 21件 | 20件 | 24件 | 26件 | | | | | | |
| | | 決算額 | 879 | 645 | 835 | 1,160 | | | | | | |
| | | 総括 | 近年、国内の企業立地は低迷を続ける中、地方への誘致は厳しい状況にあり目標を達成できませんでしたが、企業誘致は多くの雇用創出が図られるなど、地域振興にとって有効な方策であることから、継続して取り組む必要があります。今後、企業誘致を促進するため、優位性の高い優遇制度やターゲット産業の絞り込みなどを検討します。 | | | | | | | | | |
| | | 経営計画への反映等 | 誘致企業への優遇措置を拡充し、食・精密・医療及びアパレル産業など、地域産業の強化を図る3分野を中心に誘致活動を展開していくほか、定住自立圏域内の広域連携による誘致活動にも取り組んでいくなど、事業内容を拡充して実施します。 経営計画:「企業立地推進事業」、「企業誘致圏域連携事業」 | | | | | | | | | |

| No. | 項目 | 自己評価 | 平成25年度実施内容 | | | | | | | | |
|---------|--|---|--|------|-----|-------|-------|--|--|--|--|
| | | | 進捗率 | 実施内容 | | | | | | | |
| 2-(3)-7 | 起業実践トレーニング道場の実施と起業家交流プラットフォーム(セミナー・交流会の定期開催)構築 | A | 創業・起業支援拠点として4月に「ひろさきビジネス支援センター」を開設し、創業・起業等に関する相談業務の実施やセミナーを開催したことから、「工程表どおり実施」と評価しました。 | | | | | | | | |
| | 事務事業名 | 達成率 | ビジネス支援センターでの相談を通じて、5名が起業していることから目標を「達成」と評価しました。 | | | | | | | | |
| | 創業・起業支援事業 | A | | | | | | | | | |
| | 実施内容 | | 目標 | H22 | H23 | H24 | H25 | | | | |
| | 起業人材の育成と起業やすい環境を整え、起業する市民を増やす。 ・創業・起業支援拠点の設置 ・専門家を招へいし、創業・起業に係る相談を受付 ・創業・起業に必要な知識を学ぶ講習会・セミナー等を開催 ・既存補助金等による資金的支援 | 創業・起業支援拠点の設置 相談やセミナー等を受講した市民から、起業した人数 2人/年 | 決算額 | 584 | 570 | 3,781 | 5,522 | | | | |
| | 総括 | 「ひろさきビジネス支援センター」を設置し、専門家による個別支援や研修会等を開催したことで、地域における創業支援の環境整備が図られ、目標を上回る起業家が輩出されるなど、取り組みの成果が表れてきています。 | | | | | | | | | |
| | 経営計画への反映等 | 引き続き「ひろさきビジネス支援センター」を中心とした創業・起業支援を継続して実施するほか、UJIターンによる創業・起業を推進するための支援制度を整備します。 経営計画:「起業・創業支援拠点運営事業」、「ひろさきUJIターン起業支援事業」 | | | | | | | | | |

| No. | 項目 | 自己評価 | 平成25年度実施内容 | | | | | | | | |
|---------|---|---|---|------|-----|-----|-----|--|--|--|--|
| | | | 進捗率 | 実施内容 | | | | | | | |
| 2-(3)-8 | 地域資源の活用、地域課題の解決に取り組むコミュニティビジネスやソーシャルビジネスの育成 | A | 「ひろさきビジネス支援センター」において、CB・SBの相談に対応しているほか、CBセミナーを開催していることから、「工程表どおり実施」と評価しました。 | | | | | | | | |
| | 事務事業名 | 達成率 | | | | | | | | | |
| | コミュニティビジネス・ソーシャルビジネス支援事業 | A | 法人化したNPOがコミュニティビジネスを事業化したことから、目標を「達成」と評価しました。 | | | | | | | | |
| | 実施内容 | | 目標 | H22 | H23 | H24 | H25 | | | | |
| | 地域資源の活用、地域課題の解決に取り組むコミュニティビジネス(CB)やソーシャルビジネス(SB)を育成する。 ・普及啓発事業(CB・SBの創業機運を高めるセミナー等の開催) ・事業実施団体等支援事業(CB・SBに取り組む団体等に対し、コーディネートや補助金等の活用など、各種支援策を検討・実施) | 普及啓発活動や支援事業等により、コミュニティビジネスが起業化した数 1件/年 | 決算額 | — | — | 1件 | 1件 | | | | |
| | 総括 | CBセミナーの開催等により普及啓発を行いつつ、実際の事業化に向けて個別支援を行ったことで、事業化に至った事案が生まれてきており、地域課題をビジネスの手法で解決するCBの考え方は徐々に浸透してきているものと考えます。 | | | | | | | | | |
| | 経営計画への反映等 | CBも一つの創業・起業の形態であり、「ひろさきビジネス支援センター」において個別支援を中心に、創業・起業支援の枠組みの中で取り組んでいきます。 経営計画:「起業・創業支援拠点運営事業」 | | | | | | | | | |

| No. | 項目 | 自己評価 | 平成25年度実施内容 | | | | | | | | |
|---------|---|---|---|------|-----|-----|-----|--|--|--|--|
| | | | 進捗率 | 実施内容 | | | | | | | |
| 2-(3)-9 | 店舗スペースのシェアリングによる起業サポート | A | シェアリング店舗の設置者に対し補助金を交付し、起業を目指す方が出店しやすい環境が整備され、当スペースの効果的な活用が図られたことから、「工程表どおり実施」と評価しました。 | | | | | | | | |
| | 事務事業名 | 達成率 | | | | | | | | | |
| | 店舗シェアリング支援事業 | A | 新規出店数累計が21件に達し、目標を「達成」と評価しました。 | | | | | | | | |
| | 実施内容 | | 目標 | H22 | H23 | H24 | H25 | | | | |
| | 起業家を育成するため、店舗スペースを細分化し、低家賃で貸し出す店舗の設置者を支援し、起業を目指す者が出店しやすい環境を整備する。 また、起業実践トレーニング道場の実施と起業家交流プラットフォームと連携した支援策を進める。 | 新規出店数累計 20店 | 決算額 | — | 14店 | 19店 | 21店 | | | | |
| | 総括 | 出店数は事業開始から順調に推移し、起業家を輩出するなど成果を収めました。また、「ひろさきビジネス支援センター」を土手町中心部に移し、創業・起業を目指す市民や、地域で事業を営んでいる方などに対し、経営等に関する相談、各種産業情報の提供が図られました。今後、シェアリング店舗の利便性の向上や環境整備を行い、シェアリング店舗のさらなる活用促進を図る必要があります。 | | | | | | | | | |
| | 経営計画への反映等 | 起業を目指す方を支援するため、経営計画においても店舗シェアリング支援事業や「ひろさきビジネス支援センター」を活用した経営相談等を継続して実施していきます。また、店舗シェアリング事業においては、多様な業種に対応するよう受入体制の充実を図ることとし、新規店舗設置者への支援も行っていきます。 経営計画:「店舗シェアリング支援事業」 | | | | | | | | | |

| No. | 項目 | 自己評価 | 平成25年度実施内容 | | | | | | |
|--|-----------|-----------|---|--------|--------|--------|--------|--------|--|
| ☆ 2-(3)-10 | 空き店舗対策の推進 | 進捗率 | 施策を構築する2事業においてそれぞれ「工程表どおり実施」と評価しました。 | | | | | | |
| | | A | | | | | | | |
| | | 達成率 | 構築する2事業について、いずれも目標を「達成」と評価しました。 | | | | | | |
| | | A | | | H22 | H23 | H24 | H25 | |
| | | | 決算額 | 26,505 | 10,530 | 16,610 | 14,752 | | |
| 事務事業名 | | | | | | | | | |
| 空き店舗活用支援事業 | | 進捗率 | 事業者のニーズ等を踏まえ、補助対象要件の見直しなどを行った結果、空き店舗の活用促進が図られ、より多くの新規出店につながったことから、「工程表どおり実施」と評価しました。 | | | | | | |
| 実施内容 | | 達成率 | 新規出店数が10店舗で目標を「達成」と評価しました。 | | | | | | |
| | | | | 目標 | H22 | H23 | H24 | H25 | |
| 新規出店数 5店舗/年 | | | | 6店舗 | 5店舗 | 6店舗 | 10店舗 | | |
| | | | | 決算額 | 26,505 | 10,530 | 16,610 | 14,752 | |
| (1)中心市街地の空き店舗を解消するために、新規出店に要する改装費の一部を支援する。 | | 総括 | 事業開始から多くの申し込みが寄せられ、すべての年度において目標を達成しており、十分な成果を収めました。今後は、出店後のフォローアップの充実を図り、より実効性の高い制度運営を図る必要があります。 | | | | | | |
| | | 経営計画への反映等 | すべての年度において申込件数が多く、ニーズが依然として高いことが窺えるため、経営計画においても継続事業として位置付け推進していきます。また、当該事業に係る空き店舗率については、経営計画に位置付けている中心市街地活性化基本計画策定推進事業における当該計画の指標の1つとして位置付ける予定であり、中心市街地の賑わい創出のため、当該事業を通じて新規店舗が出店しやすい環境を構築し新規出店を促進していくとともに、出店後の経営状況について毎年ヒアリングを行う等、フォローアップを徹底して行っています。 経営計画:「空き店舗活用支援事業」、「中心市街地活性化基本計画策定推進事業」 | | | | | | |
| 事務事業名 | | | | | | | | | |
| 空き店舗データバンク事業 | | 進捗率 | 平成22年度10月から、商店街振興組合等と連携して一定の空き店舗情報を収集し、平成23年2月から弘前感交劇場ポータルサイト(Ring-o web)を活用した情報提供を行っていることから、「工程表どおり実施」と評価しました。 | | | | | | |
| 実施内容 | | 達成率 | 閲覧者数が1,355人で目標を「達成」と評価しました。 | | | | | | |
| | | | | 目標 | H22 | H23 | H24 | H25 | |
| 閲覧者数 1,200件/年 | | | | - | - | 1,322 | 1,355 | | |
| | | | | 決算額 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| (2)中心市街地の空き店舗を解消するために、商店街振興組合などと連携しながら、中心市街地全域の空き店舗を把握し、広く発信しながら出店希望者とのマッチングを図る。 | | 総括 | 空き店舗・未利用地の情報の集約や地権者と利用・取得希望者のマッチングを支援することで、空き店舗の活用促進を図ることができました。今後も商店街や不動産業者等と連携し、空き店舗に関する情報収集・提供の充実を図る必要があります。 | | | | | | |
| | | 経営計画への反映等 | 経営計画で位置付けている空き店舗活用支援事業を効果的に推進する施策として有効であることから、引き続きサイトを活用した情報提供を行っていきます。 経営計画:「空き店舗活用支援事業」 | | | | | | |

| No. | 項目 | 自己評価 | 平成25年度実施内容 | | | | | |
|---------------|--|--|--|--|-------|--------|-------|--|
| | | | 進捗率 | 農商工連携や6次産業化に取り組む事業者に対して、アドバイスやコーディネートを行う専門家派遣事業を実施しています。また、生産者と商工業者の連携を促進するセミナーや展示商談会、新規当地グルメの普及を図るイベントを開催しています。以上のことから、「工程表どおり実施」と評価しました。 | | | | |
| ☆ 2-(3)-11 | 農商工連携等による食産業の育成 | 達成率 | 相談件数、商品化件数、商談件数、グルメイベントの開催について、当初の目標を上回ることができました。よって目標を「達成」と評価しました。 | | | | | |
| | | A | 農商工連携や6次産業化に取り組む事業者に対して、アドバイスやコーディネートを行う専門家派遣事業を実施しています。また、生産者と商工業者の連携を促進するセミナーや展示商談会、新規当地グルメの普及を図るイベントを開催しています。以上のことから、「工程表どおり実施」と評価しました。 | | | | | |
| | 事務事業名 | | 達成率 | 相談件数、商品化件数、商談件数、グルメイベントの開催について、当初の目標を上回ることができました。よって目標を「達成」と評価しました。 | | | | |
| | 食産業育成事業 | | A | 相談件数、商品化件数、商談件数、グルメイベントの開催について、当初の目標を上回ることができました。よって目標を「達成」と評価しました。 | | | | |
| | 実施内容 | | 目標 | H22 | H23 | H24 | H25 | |
| | 外部の専門家を活用しながら、商品開発等に係るアドバイスやコーディネート活動を実施し、農商工連携や6次産業化を促進する。 また、生産者と商工業者との交流や販路開拓の支援を行うほか、地元食材等を活かした新しい郷土グルメの開発、普及促進を図る。 | | 相談件数 100件/年 | - | 130件 | 135件 | 147件 | |
| | | | 商品化件数 10件/年 | - | 26件 | 18件 | 15件 | |
| | | | 商談件数 30件/年 | - | 118件 | 130件 | 135件 | |
| | | | グルメコンテストの開催 1回/年 | - | - | 1回 | 1回 | |
| | | | 決算額 | 0 | 3,914 | 10,181 | 9,592 | |
| 経営計画への反映等 | 総括 | 農商工連携や6次産業化に取り組みやすい支援事業が整ったことで、意欲的な生産者、事業者が増え、国の6次産業化認定件数も東北最多となるなど、新規事業に対する意識が高まっています。 今後は、商品開発や販路開拓など、各々の主体が抱える経営課題に対して個別支援を行なながら、当市における食産業の強化方針を策定し、地場産品の加工度と競争力を高める産業基盤を整備することが必要と考えています。 | | | | | | |
| | 経営計画への反映等 | 食産業育成事業のうち、6次産業化関連事業は農林部へ移管します。展示会出展事業などの一部事業は継続しますが、食産業の強化方針を策定する新たな事業を経営計画に位置づけします。 経営計画:「産業競争力推進事業」、「食産業育成事業」、「6次産業化支援事業(なりわいづくりⅠ農林業振興)」 | | | | | | |

| No. | 項目 | 自己評価 | 平成25年度実施内容 | | | | | |
|---------------|---|--|---|---|-----|-----|-----|--|
| | | | 進捗率 | 伝統産業の振興については、「ひろさき工芸品販路開拓・拡大支援事業」として3名のクラフトコーディネーターを登用し、各々の事業実施を通じて、伝統産業の販路開拓・拡大に様々な角度から取り組みました。アパレル産業の振興については、市内の縫製企業が一体となった協議会が設立され、協議会が取り組む事業への支援を行なっていることから「工程表どおり実施」と評価しました。 | | | | |
| ☆ 2-(3)-12 | ものづくり産業の振興 | 達成率 | 伝統産業の振興については、クラフトコーディネーターによる事業実施により、ブランドマッチングを含めた新商品の開発や伝統工芸品のPRが展開され、地域地場産業の活性化が図られました。アパレル産業の振興については、弘前市縫製企業協議会と懇談会を実施したほか、縫製関連産業の振興を目的とした支援制度を今年度新たに創設済みであることから目標を「達成」と評価しました。 | | | | | |
| | | A | 伝統産業の振興については、クラフトコーディネーターによる事業実施により、ブランドマッチングを含めた新商品の開発や伝統工芸品のPRが展開され、地域地場産業の活性化が図られました。アパレル産業の振興については、弘前市縫製企業協議会と懇談会を実施したほか、縫製関連産業の振興を目的とした支援制度を今年度新たに創設済みであることから目標を「達成」と評価しました。 | | | | | |
| | 事務事業名 | | 自己評価 | 平成25年度実施内容 | | | | |
| | ものづくり産業振興事業 | | 進捗率 | 「ひろさき工芸品販路開拓・拡大支援事業」により伝統工芸品PR、販売促進事業を展開しました。また、アパレル産業振興費補助金を創設し、アパレル業界の技術力向上や人材育成のための支援を行なったことから「工程表どおり実施」と評価しました。 | | | | |
| | | | A | 「ひろさき工芸品販路開拓・拡大支援事業」により伝統工芸品PR、販売促進事業を展開しました。また、アパレル産業振興費補助金を創設し、アパレル業界の技術力向上や人材育成のための支援を行なったことから「工程表どおり実施」と評価しました。 | | | | |
| | 実施内容 | | 達成率 | 目標の「ものづくり産業振興事業数」を上回ったことから、目標を「達成」と評価しました。 | | | | |
| | (1)東日本大震災の影響や円高の進展など、国内の製造業を取り巻く厳しい状況を踏まえ、国内外の動向や主に当市製造業の現状、将来の見通しやこれからものづくり産業の発展に向けた調査を行い、その結果に基づき、ものづくり産業に対する積極的な振興策を展開する。 ・伝統産業の販路開拓・拡大を支援することにより、販売額の向上や雇用・人材育成(技術継承)へ繋げ、地域地場産業の活性化を図る。 ・縫製関連企業が多く集積する地域であることから、ものづくり産業の振興策のひとつとしてアパレル産業の産地化へ向けた取組みを推進する。 | | A | 目標の「ものづくり産業振興事業数」を上回ったことから、目標を「達成」と評価しました。 | | | | |
| | | | 目標 | H22 | H23 | H24 | H25 | |
| | | | ものづくり産業振興事業数 3件/年 | - | - | - | 3件 | |
| | | | 決算額 | 0 | 0 | 500 | 190 | |
| 総括 | | | ものづくり産業を当地域の特色ある産業の一つとして成長、発展させ、雇用の確保、地域産業の活性化を図るため、技術向上、人材育成等の事業に対し支援することができました。このような地域の特色ある産業のより一層の振興を図る取り組みが求められています。 | | | | | |
| 経営計画への反映等 | | ・「ひろさき工芸品販路開拓・拡大支援事業」は、総合的な物産振興を図ることから「物産の販路拡大・販売促進事業」の一つの事業に位置づけ、「BUYひろさき運動」、「物産振興対策事業」と連携した事業に取り組みながら全市的な物産振興を図っていきます。(経営計画:「物産の販路拡大・販売促進事業」) ・アパレル産業を地域を牽引する重点3分野の産業の一つとして位置付け、産業の強化方針を策定するほか、地域を支える特色ある産業として育成するための支援を継続して実施します。(経営計画:「産業競争力推進事業」、「アパレル産業育成事業」) | | | | | | |

| 事務事業名 | 自己評価 | 平成25年度実施内容 | | | | |
|--|------|--|---|-----|-------|--|
| ものづくりコーディネート事業 | 進捗率 | ものづくりコーディネーターによる中小企業者の課題解決や企業間連携の促進、補助制度による研究開発支援及び展示商談会での域外への販路開拓支援を展開したことから、「工程表どおり実施」と評価しました。 | | | | |
| | A | 「訪問件数」「試作・研究開発件数」「商談件数」の目標を上回ることができたことから、目標を「達成」と評価しました。 | | | | |
| 実施内容 | 達成率 | 目標 | H22 | H23 | H24 | |
| (2)電子部品・デバイス、精密機械加工等を中心とした製造業の振興を図るため、外部の専門家を起用し、企業訪問による課題解決や企業間の連携促進、新製品開発に係る技術開発及び販路開拓を支援する。 | A | 訪問件数 20件/年 | - | - | 51件 | |
| | | 試作・研究開発件数 3件/年 | - | - | 6件 | |
| | | 商談件数 10件/年 | - | - | 23件 | |
| | | 決算額 | 0 | 0 | 6,639 | |
| | | 総括 | ものづくりコーディネーターの活用による経営改善、新製品・新技術開発や販路拡大等のアドバイス支援を展開したこと、「ものづくり中小企業」の経営基盤の強化を図ることができましたが、まだこうした取り組みに積極的な企業は少ないことから、地域における次世代を担う成長産業の創出するうえでも、中小企業の育成、強化の取り組みが課題となっています。 | | | |
| | | 経営計画への反映等 | 精密・医療産業を地域を牽引する重点3分野の産業の一つとして位置付け、産業の強化方針を策定するほか、外部専門家を活用したコーディネート事業の展開により、ものづくり中小企業の経営の安定と強化を図っていきます。 経営計画:「産業競争力推進事業」、「精密・医療産業育成事業」 | | | |