

施策分析シート

No1

施策名	販路拡張の支援	施策No	01-07	部課名	産業経済部経営支援課	
関連部課名						
行政評価 事業体系	分野	産業・教育・文化				
	政策	活力ある地域産業づくり				
目的	企業戦略の重要課題のひとつである販路拡張を支援することにより、区内企業の経営基盤の強化を促進する。					
指標	施策の成果とする指標名	指標の推移				指標に関する説明
		平成16年度	平成17年度	平成18年度	目標値 (28年度)	
	① 見本市等出展助成件数	31	37	40	50	
	② 販売サイト出店数	145	145	145	145	
	③ 販売サイト売上額	950	1,170	1,200	2,000	万円
	④ 産業展来場者数	12,665	12,715	13,000	15,000	
⑤						
現状と課題	景気の長期低迷や消費動向の変化等の社会経済状況の変化により、国内市場が縮小し、企業間競争が一層厳しくなっている。区内企業が経営基盤を強化するため、新たな販路拡張への取り組みが必要となっている。一方、区内企業の多くを占める小規模企業では、経営資源の少なさから販路拡張の取り組みが難しく、支援が必要である。					
今後の方向性	販路拡張の重要性を踏まえ、引き続き見本市等への出展補助、海外市場進出への支援、販売支援サイトの充実等、多面的な支援を実施していく。					

施策の優先度	優先度についての説明・意見等
A	区内中小企業の経営戦略にとって重要な課題である販路拡張を支援し、区内企業の経営基盤を強化することは、区内産業の活性化のために極めて重要であり、当該施策の優先度は極めて高いと考える。特に、区内企業の多くを占める経営資源の少ない小規模企業の販路拡張を支援することが重要となる。

施策分析シート

No2

施策を構成する事務事業の優先度					
事務事業名	事務事業No	決算額（千円）		施策推進のための優先度	優先度についての説明・意見等
		平成16年度	平成17年度		
経営革新等支援事業（見本市等出展助成事業）	04-02-14	5,167	7,470	A	見本市等への出展助成は販路拡張のための根幹的な支援であり極めて重要。
区内企業国際化戦略支援事業	04-02-16	11	168	B	海外市場の動向や地域情報を提供することは、販路拡張を検討している企業にとって重要。
企業情報化支援事業	04-02-21	1,233	927	C	区内企業のIT化を促進することは、販路拡張の上からも必要。
販売支援サイト事業費	04-02-22	7,570	7,501	B	インターネットを活用した区の直営ショッピングモールは経営資源の少ない区内小規模企業にとって販路拡張の上からも重要。
産業展助成	04-02-31	700	700	B	区内産業を区内外に広く紹介し、子供達にモノづくりの楽しさを経験させる契機となるイベントであり、後継者育成、販路拡張等の面からも重要。
合 計		14,681	16,766		