

第10次鳥取市総合計画 重点施策、鳥取市創生総合戦略
評価管理表

資料1-2

II しごとづくり	管理番号	64	
具体的な施策	現状	KPI (重要業績評価指標)	担当課
農林水産業の振興 (株)地域商社ととっとりを核とした農林水産品等の地域資源のブランド化・高付加価値化による販路拡大 関連事務 事業名	取引契約件数:30件(H29)	●取引契約件数:250件(2か年累計:H30~H31)	経済・雇用戦略課 農政企画課

内容 年度	取組状況等			(内部評価)				(外部評価) 総合企画委員	
	取組内容	取組を進める上での課題・問題点	今後の方向性等	実績	達成率等	評価区分	担当課意見	総合評価	特記事項
27									
28									
29									
30	<p>【経済・雇用戦略課】有望な地域資源の販路拡大の司令塔となる地域商社の運営に関する支援。</p> <p>【農政企画課】 ・商談会の開催(2回) 広島市、神戸市</p>	<p>【経済・雇用戦略課】商品・製品の付加価値の向上による受発注拡大のため、営業力の強化が必要。</p> <p>【農政企画課】 ・産地側のセラーの開拓と、鳥取らしい新たな商品開発が必要。</p>	<p>【経済・雇用戦略課】販路開拓アドバイザーの営業、営業力強化のための社員研修等及び各チャネルを活用した営業活動を継続。</p> <p>【農政企画課】 ・全国スーパーマーケット協会と連携した売れる商品づくりセミナーを開催し、市内事業者の商品のブラッシュアップを図る。</p>	取引契約件数: 222件 商談会による取引件数:14件	89%	②順調 ④遅延	<p>【経済・雇用戦略課】取引件数と併せて、取引高の増加を図り、地域商社自体の経営体力の健全化を目指す。</p> <p>【農政企画課】取引に繋げるには、商品ラインナップの多さと、地道な営業活動が必要である。地域商社と連携し、麒麟圏域の商品開発と販路開拓を行っていく。</p>	C	<p>◆継続した連携と、改善すべき点は共有を。</p> <p>◆セールスバイヤーの再教育(積極性の欠如)</p>

↓ 裏面に続きます ↓

R 1	<p>【経済・雇用戦略課】 有望な地域資源の販路拡大の司令塔となる地域商社の運営に関する支援。</p> <p>【農政企画課】 ・全国スーパーマーケット協会と連携した売れる商品づくりセミナーを開催 ・県外バイヤーを招致しての商談会の開催 ・岡山市での商談会の開催</p>	<p>【経済・雇用戦略課】 商品・製品の付加価値の向上による受発注拡大のため、営業力の強化が必要。</p> <p>【農政企画課】 ・産地側（セラー）の商品PRのスキル向上を図る必要がある。</p>	<p>【経済・雇用戦略課】 アドバイザーによる営業・実地研修等による職員の営業力向上等を継続できる運営体制が整ったため、運営に対する直接支援は終了する予定。</p> <p>【農政企画課】 ・地域商社ととっとり商工会議所と連携し、商品ブラッシュアップやマーケティングについてのセミナーを開催し、農家や商工業者の商品開発スキルの向上を図る。</p>						
-----	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--	--

第10次鳥取市総合計画 重点施策、鳥取市創生総合戦略
評価管理表

II しごとづくり		管理番号	65
具体的な施策	現状	KPI (重要業績評価指標)	担当課
農林水産業の振興	取引契約件数:30件(H29)	●新規商品開発数:20個(2か年累計:H30~H31)	経済・雇用戦略課 農政企画課
(株)地域商社とつとりを核とした農林水産品等の地域資源のブランド化・高付加価値化による販路拡大			
関連事務 事業名			

内容 年度	取組状況等			(内部評価)				(外部評価) 総合企画委員	
	取組内容	取組を進める上での課題・問題点	今後の方向性等	実績	達成率等	評価区分	担当課意見	総合評価	特記事項
27									
28									
29									
30	<p>【経済・雇用戦略課】有望な地域資源の販路拡大の司令塔となる地域商社の運営に関する支援。</p> <p>【農政企画課】市内農家等の商品のパッケージ開発支援と、農林水産物を原材料とした新商品開発</p>	<p>【経済・雇用戦略課】商品・製品の付加価値の向上による受発注拡大のため、営業力の強化が必要。</p> <p>【農政企画課】原材料を活かした産地ならではの商品開発と売り先(ターゲット)を絞ったパッケージデザインなどの販売戦略が必要。</p>	<p>【経済・雇用戦略課】営業力強化のための社員研修等及び各チャネルを活用した営業活動を継続。社員増強及び効率的な運営体制を構築する。</p> <p>【農政企画課】・全国スーパーマーケット協会や鳥取商工会議所と連携した売れる商品づくりセミナーを開催し、市内事業者の商品のブラッシュアップを図る。</p>	<p>新規商品開発数：13個</p> <p>新商品開発数：3個</p>	65%	②順調 ④遅延	<p>【経済雇用・戦略課】社員の営業力を強化で、個々の商品の強みの分析を可能とする。その分析能力を基に、真に強みのある新商品の開発が可能となる。フローのボトムをしっかりと支援する。</p> <p>【農政企画課】ただ商品を作るだけでなく、誰に売っていくか、どこで販売するかなど、販売戦略を熟考した商品開発が必須であり、商品開発には時間を要するもの。</p>	Ⓔ	◆担当課と同感。

↓ 裏面に続きます ↓

R1	<p>【経済・雇用戦略課】 有望な地域資源の販路拡大の司令塔となる地域商社の運営に関する支援。</p> <p>【農政企画課】 ・全国スーパーマーケット協会と連携した売れる商品づくり事業の実施 (セミナー・個別相談会の開催、商品改良)</p>	<p>【経済・雇用戦略課】 商品・製品の付加価値の向上による受発注拡大のため、営業力の強化が必要。</p> <p>【農政企画課】 市内の加工業者が少なく、ほとんどが県外への委託加工であり、どうしても販売単価が上がってしまう問題がある。市内加工業者の育成と同時に、県外業者とのマッチングを推進する必要がある。</p>	<p>【経済・雇用戦略課】 個々の社員研修の継続、社員増強によるマンパワーの確保、各チャネルを使用した掘り起こしがなされ、運営体制の構築に目途がたったため、運営に対する直接支援は終了する予定。</p> <p>【農政企画課】 ・経済観光部と連携した食品加工産業の育成を図ると同時に、6次産業化による商品開発を進めていくため、引き続き、セミナーの開催や、商品開発支援を実施していく。</p>						
----	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--	--