



☆指標を定め、具体的な目標を持って取り組む。

- ・左記の「中小企業の活性化」について、これを客観的に捕捉できる取組を指標に設定。
- ・取組をカテゴリー化し、それぞれに関連する指標を設定。

(指標の例)

- ・自動車関連部品等継続取引企業数
- ・産学官共同研究数
- ・経営革新計画承認件数
- ・ビジネスプラングランプリ応募企業数
- ・県内支援機関の支援による創業件数、国の支援策申請件数(全国シェア)
- ・県内特許出願件数
- ・海外展開企業数
- ・おおいた産業人財センターを通じたマッチング件数
- ・官公需の中小企業向け契約率 など

☆統計数値や企業マインド調査による現状確認

(統計数値の例)

- ・工業統計調査、経済センサス【経済産業省】
- ・企業短期経済観測調査(短観)【日本銀行】
- ・設備投資動向調査【大銀経済研究所】
- ・法人企業景気予測調査【大分財務事務所】
- ・企業倒産状況【東京商工リサーチ、帝国データバンク】 など

(企業マインド調査)

- ・春と秋に行っている500社企業訪問時に、企業の手応え(売上が上がっているかどうか等)について調査。

(成果検証の方法)

- ・指標の実績とあわせ、統計数値や実際に企業が現況をどう感じているのかといった状況等を示し、総合的に「中小企業の活性化」が進んでいるのかどうかを検証(※経済動向なども加味して分析)。
- ・指標の実績と統計数値等の状況がリンクしない場合には、指標設定のあり方についても再検討。