

経済施策に関する情報発信の強化について

1. 課題認識

① 域内

本市施策が支援対象である市内中小企業に十分認知されているとは言えない状況にある。

■参考: 中小企業の活性化に向けた新たな条例に関するアンケート調査結果(平成26年度実施)

- ・事業活動の中で活用したことがある仙台市・産業振興事業団の施策について、「活用したことはない」と回答した事業所が69.8%を占めた。
- ・上記の主な理由として、「施策があることを知らなかった(27.5%)」、「どの施策が利用できるのかわからない(25.5%)」、「施策の内容やメリットがわからない(24.2%)」、「施策を必要としていない(23.0%)」が挙げられた。

② 域外

地域経済活性化に向けた域外からのヒト・モノ・カネ・プロジェクトを呼び込むため、本市の経済面での取り組みの全国的な知名度を向上させる必要がある。

2. これまでの取り組み

① 域内

※人数は11/18時点

- 記者発表(市長記者会見、資料提供)
- ホームページ、チラシ
- メールマガジン(仙台市産業振興事業団E企業だより) ※2,429人登録
- Facebook(事業毎に加えて昨年度より経済局全体のページを開設) ※フォロワー457人
- 支援施策合同説明会(東北経済産業局、宮城県、仙台市、域内支援機関)
- 成果発表会(事業ごと)
- 中小企業成長フォーラム(今年度より)

② 域外

- ホームページ
- メールマガジン(仙台市産業振興事業団E企業だより) ※2,429人登録(再掲)
- Facebook(事業毎に加えて昨年度より経済局全体のページを開設) ※フォロワー457人(再掲)
- 首都圏でのPRイベント(企業誘致、UIJターン、起業、IT産業振興など)
- プレスリリースサービスの活用(仙台NEWSCAST)
- 動画配信(中小企業成長フォーラムの動画を首都圏に配信)

強化

3. 今後の方向性

- 市内本社の中小企業を対象に支援施策の情報収集に関する実態調査(別紙参照)を行い、より効果的な情報発信手法を検討・実施する。
- 「仙台と言えば〇〇」のようなブランディングなど本市経済施策全体としての統一的な見せ方や、本市施策の知名度向上に向けた手法を整理検討し、実施する。