

栗東市商工振興ビジョン

ロードマップ (案)

平成28年1月

栗東市

目次

第1章 商工振興ビジョンロードマップの策定目的	1
1. ロードマップとは	1
2. 地方創生に向けて	1
3. 計画期間・見直しの考え方	1
4. 中小企業振興策の経過	2
5. 中小企業振興の施策体系	3
第2章 ロードマップ（全体）	4
1. 重点施策1 事業機会の拡大	4
2. 重点施策2 住民・地域に根ざした中小企業の発展	7
3. 重点施策3 栗東の魅力を生かして	10
4. 一般施策	12
第3章 前半期ロードマップ（H27～H31）	15
1. 中小企業の経営基盤強化	15
2. 消費者ニーズの創出	17
3. ブランドの創出	20
4. 栗東駅前・手原駅前の賑わい創出	22
5. 観光事業推進	24
第4章 実施に向けた展望	26
1. 栗東市まち・ひと・しごと創生総合戦略への反映と財政措置	26
2. 推進体制と進行管理	26
参考資料	27
1. 中小企業振興基本条例及び商工振興ビジョン策定にかかる経過一覧	27
2. 中小企業振興会議体制（平成27年度）	29

第1章 商工振興ビジョンロードマップの策定目的

1. ロードマップとは

「栗東市商工振興ビジョンロードマップ」は、栗東市中小企業振興基本条例の基本理念、基本方針に基づき、中小企業の振興を通じた本市の発展を図る施策を示した「栗東市商工振興ビジョン」を実施するための道筋となるものです。

このロードマップは、商工振興ビジョンで定めた3つの重点施策と一般施策を進めるため、短期的に進めるものと中・長期的に進めるべきものを区分した「ロードマップ（全体）」と、そのなかでも短期的に進めるべき施策の道筋（手順）を示した「前半期ロードマップ」で構成しています。

2. 地方創生に向けて

平成26年12月、国では「まち・ひと・しごと創生総合戦略」が閣議決定され、まち・ひと・しごと創生法に基づく取組みが本格化してきました。こうしたなか、時を同じくして中小企業振興を目指し「商工振興ビジョンロードマップ」の策定を進めてきたことは、正に時機を得た取組みとなり、本市の【しごと】の創生に係る施策の重要な役割を担うことにもなります。

このため、「栗東市まち・ひと・しごと創生総合戦略（以下、「総合戦略」という。）」において、商工振興施策を反映するため、本ロードマップに基づく具体的施策を整理し、別途、「商工振興ビジョンロードマップに基づく事業実施計画」を整理するものとします。

3. 計画期間・見直しの考え方

本ロードマップは、市の上位計画である第五次栗東市総合計画後期基本計画や総合戦略と密接な関係をもちます。また、市民満足度を始めとする評価・検証等を適切に行い、計画的で戦略的な進行管理を図ることが求められます。

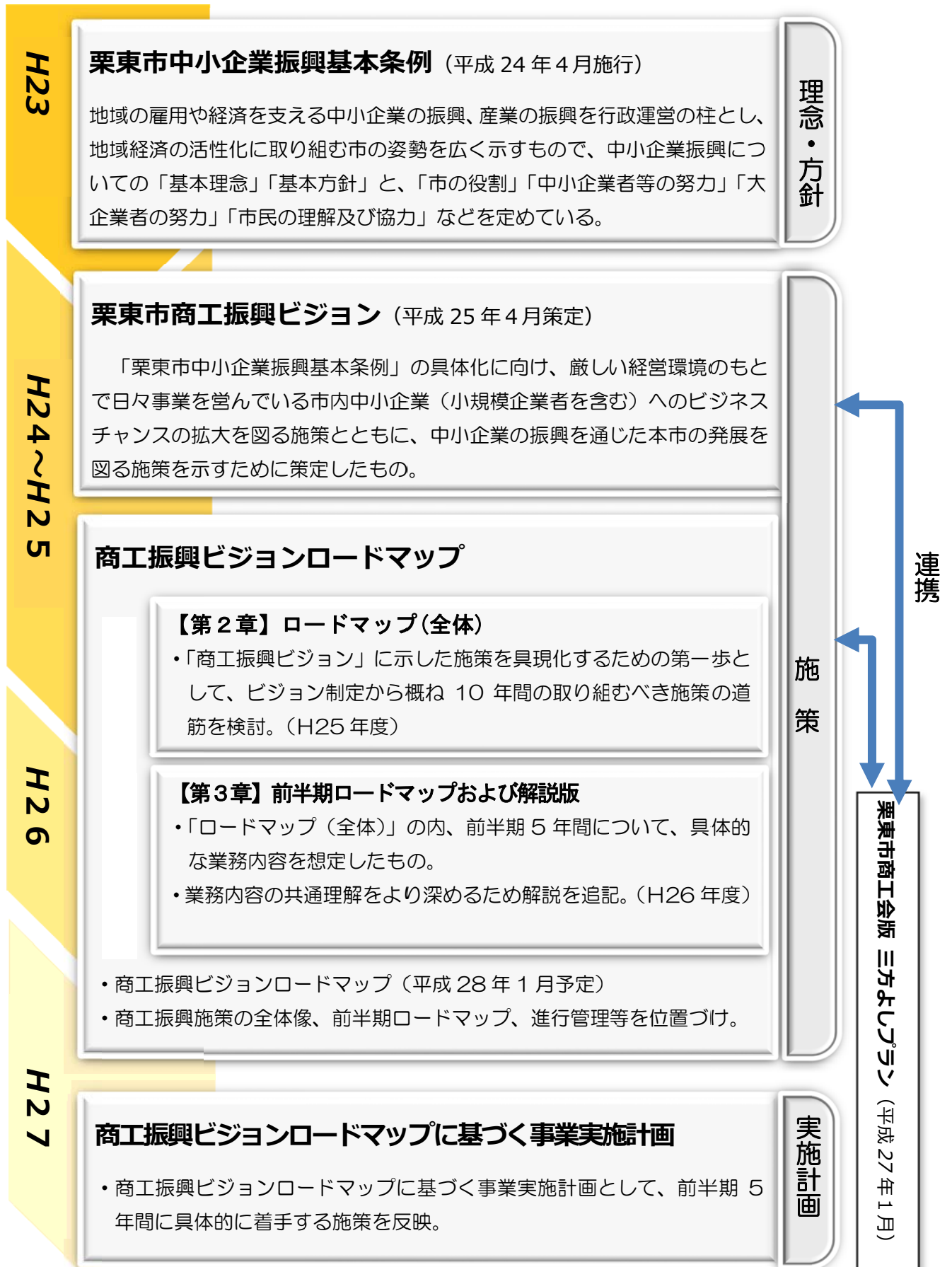
このため、本ロードマップは商工振興ビジョンと同様に短期的なものの中・長期的なものを含む構成となっておりますが、前半期ロードマップ（第3章）については、平成27年度～平成31年度を計画期間と定めるものとします。

また、前半期ロードマップの最終年度を目処に、後半期ロードマップの作成を進めるとともに、社会経済情勢の変化を適切に受け止め、本ロードマップの見直しを行うものとします。

4. 中小企業振興策の経過

平成 24 年	3 月	栗東市中小企業振興基本条例の制定
平成 25 年	4 月	栗東市商工振興ビジョンの策定
平成 27 年	5 月	産業競争力強化法第 113 条第 1 項の創業支援事業計画の認定【第五次認定】
平成 28 年	1 月	栗東市まち・ひと・しごと創生総合戦略（案）の策定（予定）
平成 28 年	1 月	栗東市商工振興ビジョンロードマップの策定（予定）

5. 中小企業振興の施策体系



第2章 ロードマップ（全体）

1. 重点施策1 事業機会の拡大

※おもな実施主体

A : 市
B : 中小企業者等
C : 大企業者
D : 市民

1-1. 事業機会拡大へ向けた中小企業へのサポート強化

(1) 県や国などの補助金制度の活用

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	H32~36	H37~
	A	B	C	D							
情報提供の促進	○				周辺自治体や関係機関、国、県が実施する各種支援策に関する情報収集及び整理						
	○				各種支援策をわかりやすく周知						
	○				事業者があらゆる制度を有効活用できるよう情報提供の促進						
相談体制の充実	○				補助や融資制度について、市、県、国について情報の整理	情報発信方法の整備	ワンストップで対応できるような相談体制の整備				
	○				中小企業のためのマッチングや書類作成などを手伝えるコーディネーター役を行政が担う協力体制づくり			人材育成	民間へ移行		

(2) 外部への販路拡大支援

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	H32~36	H37~
	A	B	C	D							
地域ブランド等の外部へのPR	○	○			年1~2回程度、地場産業や農産物を京都駅、大阪駅など都市部のイベントで販売し、地域ブランドの浸透を図る						

(3) 滋賀県工業技術総合センターの活用

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	H32~36	H37~
	A	B	C	D							
施設利用の促進		○			活動内容等をPRしセンターの利用促進						
		○			利用のきっかけづくりを商工会で行い、技術相談、設備使用や講習会の参加を促す						
		○			中小企業に関連する研究会に積極的に参加するように促す						
施設の有効活用		○			企業とセンターによる商品の共同開発の事例を増やす						
	○	○			企業が技術者の人材育成等に努められるように支援する						

1-2. 地区計画の見直しと商業活性化

(1) 安養寺地区（中心市街地）について

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	H32~36	H37~
	A	B	C	D							
買い物環境の整備	○				・「車を駐車場に停めて歩く」という行動パターンができるようにする。 駐車場や歩行者の動線の整備について検討 → 具体的な場所を決め整備						
	○	○	○	○	街路樹、街路灯の維持・保全などを事業者、関係団体や行政との協働・連携により実施						
	○	○	○	○	官民協働によるコミュニティガーデンづくりを進め、快適に市街地を散策できる空間づくりを目指す						
地区計画の見直し	○	○	○	○	安養寺緑のわがまち計画の運用を進める						
	○	○	○	○	安養寺景観まちづくりガイドラインの運用を進める						
まちづくり協議会の発展	○	○	○	○	「安養寺景観まちづくり協議会」を地域活性化の中心として持続継続的に取り組む						
	○	○	○	○	地区の商業活性化を目指した取組みについて検討する						

(2) JR 栗東駅前地区について

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	H32~36	H37~
	A	B	C	D							
地区計画の見直し	○	○		○	様々な取組みにより、まちの賑わいづくりを創出						
	○	○		○	地区計画の課題抽出	地区計画の見直しの機運づくり	地区計画の見直しの検討				

1-3. 域内調達の拡大

(1) 市役所庁内における地元地域からの調達比率について

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	H32~36	H37~
	A	B	C	D							
市の全調達に占める地元地域からの調達比率の引き上げ	○	○			市の全調達に占める市内及び隣接市から調達の比率を現在より10%引き上げる						

(2) 市内事業所に対する域内調達拡大へ向けた要請・懇談の実施

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	H32~36	H37~	
	A	B	C	D								
大口需要者への域内調達拡大の要請	○	○	○	○	市内事業所に向け、食品や消耗品の納入時における地元企業の活用を要請							
	○	○	○	○	モデルケースとして公立病院などで実施							
市内小売業者への働きかけ	○	○	○	○	スーパーやコンビニエンスストア、生活協同組合などのニーズを調査	小売業者からの要望を受けながら、具体的にニーズにこたえる方法を検討	小売業者に対し、地元事業者の販路の拡大を図る					
	○	○	○	○	「地場産品コーナー」を設置場所や設置産品を検討	具体的な設置場所や産品を決定	「地場産品コーナー」の設置					

1-4. 事業所調査に基づく個別・具体的な支援の強化

(1) 全事業所調査とデータベースの作成

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	H32~36	H37~
	A	B	C	D							
全事業所調査の実施	○				市内全事業所を調査対象とし、調査方法と内容を検討	市内全事業所を対象とした調査を実施	各事業所の強みや特徴を把握し、データベース化	活用開始			
	○	○			支援制度を有効活用するため、市などからの確な制度利用のアドバイスや提案を行う						
企業データベースの作成	○							各事業所のデータベースの作成			
	○								データベースをもとに市内事業所カタログを作成		

(2) 事業者への事業提案

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	H32~36	H37~
	A	B	C	D							
ビジネス・コンシェルジェ(仮称)の設置	○				必要な人材の確保			様々な問い合わせに応じ提案のできる「ビジネスコンシェルジェ」(仮称)の配置を検討			

1-5. 市内企業の強みを生かし、共同で戦略的な事業機会の拡大をめざす

(1) 自然と人間にやさしい技術開発

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	H32~36	H37~
	A	B	C	D							
自然と人間にやさしい技術開発					・環境負荷を削減し、持続可能な地域づくりをすることが重要な課題						
					本市は ①自然と立地に恵まれ、多様な環境保全型活動を行う条件がある ②多様な企業が立地しているため、様々な企業の特徴を生かし環境技術を実践することができる						
		○	○		上記をいかして技術開発・運営のノウハウ開発を行う						
		○	○		地域循環型経済を推進しつつ環境負荷を削減する事業の普及を図る						
	○	○		個々の企業の技術開発を通じてそれらの企業の事業機会を拡大							

(2) 農商工連携による商品開発と普及を目指す取り組み

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	H32~36	H37~
	A	B	C	D							
農商工連携による商品開発と普及を目指す取り組み		○	○		関連事業者による検討を開始	商品の試作品の完成	商品化				

2. 重点施策2

住民・地域に根ざした中小企業の発展

※おもな実施主体

- A : 市
- B : 中小企業者等
- C : 大企業者
- D : 市民

2-1. 地元中小企業の認知を高める活動

(1) 中小企業の認知を広げるための情報発信（市内・市外向け）

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	H32~36	H37~
	A	B	C	D							
商業ネットワークの構築事業		○			方向性の検討	市内商店同士の連携、情報交換を積極的に行い、異業種との連携交流を進める					
	○	○				市及び商工会で、市内事業者間連携の場づくり					
個性ある企業の認知		○			中心となるイメージを決定	街自慢運動の方法を検討	街自慢運動(商店街と工業)の実施	表彰制度の実施			
	○	○				市の広報などで、個性的な企業を系統的に紹介					
		○				イベントなどに市内企業の紹介ブースや物販店を設けPRを行う					
	○					個性的な企業やユニークな製品・サービスの情報発信に向けたメディアへの働きかけ					

(2) 市内の優れた中小企業を認証する制度の設立

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	H32~36	H37~
	A	B	C	D							
中小企業に対する認証制度の設立	○				すぐれた品質の製品を生産や品質の高いサービスを提供している中小企業の認証制度の設立へ向けた制度設計	事業者との意見交換による制度修正	「匠の技」や「人と環境にやさしい」、「ファミリーフレンドリー」といったキーワードごとに認証				
	○					認証マークの作成					
認証制度の展開	○					イベントでの広報活動やチラシ配布などによる認証取得事業所の紹介					
	○					メディアへの積極的な働きかけ					
	○					認証制度の設立後、認証事業所を様々な面で支援していく「応援団」の立ち上げ					

(3) 新しい顧客層の開拓を目指す商業などの活性化

・顧客と商業者を結びつける取組みとして「共同購入」などを行い、事業者の連携によって新しい顧客層の開発を行い、商業の活性化を目指す。

・具体的な取組み例

○「共同購入」の企画、○ジャンルをこえたセット販売で消費者などの利便を図る取組み

○共同配達の実施、○共同販促の拡大

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	H32~36	H37~
	A	B	C	D							
事業者連帯のための事務局機能の設置へ向けた検討	○	○			事務局体制の検討	試験的な運用を実施					
	○	○				規模拡大に応じた事務局機能のあり方を再検討					

2-2. ターゲットを絞り込んだ商業活性化策

(1) 駅前での活性化・にぎわい拠点づくり

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	H32~36	H37~
	A	B	C	D							
手原駅前の活性化		○			混雑の少ない手原駅と一般車が入りにくい渋滞しやすい草津駅との違いをPR		企業送迎バス等の手原駅利用の増加を図る				
		○					手原駅を有効活用し、地域ブランド等の発信や栗東特名産品、栗東産農作物及び加工品の販売				
・栗東駅前の広大な広場を有効に活用する ・現在広場を利用した朝市の開催やイルミネーションによる夜の賑わいづくりを行っている。											
栗東駅前の活性化	○	○	○	○	中小企業と行政、地域住民が一緒になって実施できるイベントを検討	地域住民との交流を目的としたイベントを実施	地域住民が運営主体へ移行				
	○	○	○	○	芸術文化会館さきらの市民活動拠点として、現状の使用状況を把握	市民の交流の場としてどのように活用するか検討	具体的なイベント開催				
	○	○	○	○	人が集まる仕掛けづくりの検討・調査	地域住民との交流を主目的として実施	交流が進んだら中小企業の魅力をアピール				

(2) 買い物客をターゲットとした商業活性化策

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	H32~36	H37~
	A	B	C	D							
商業活性化策の実施	○				大規模商業店舗との違いを明確化		実現可能な事業から実施				
		○	○		小規模店舗の利点をいかした事業を検討						
	○	○			既存のイベント及び近隣イベントを把握	既存にない新たなイベントを検討	栗東独自のイベント開催及び近隣市との共同によるイベント開催				
より利用しやすい商店街づくり		○			無料休憩所の設置や送迎サービス、購入したものを自宅に届けるサービス、子供の一時預かり等の検討		具体化・実現可能なものから優先順位をつけ、できるものから実施				
	○				くりちゃんバスの利用状況および現状の把握	商店街の利用に繋がるよう検討	実施				
	○	○			小売店における土・日・祝日、夜間などの営業などについて、地域住民のニーズをつかむ	住民ニーズにそって営業日時の変更可能性の検討	住民ニーズがあり且つ実現可能なものから実施				

(3) 来街者を増やすための新しい取組み

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	H32~36	H37~
	A	B	C	D							
滞留性や回遊性の向上	○	○			商業地への滞留性を高める施設の計画・検討	空間・空き店舗の調査	実現可能なものから実施				
	○	○			社会福祉法人と共同で、福祉施設利用者(障がい者、高齢者)が働くカフェ等の設置検討	パートナーとなる社会福祉法人の募集	カフェ開業				
		○		○			街かど展示スペースを創出し、市民の作品展示などを行うことで来街者を増やす				

・地域及び地域住民の集まる場所の情報発信と新たな場の提供と創出

地域コミュニティ・ビジネスの創造と発展					空き物件の情報提供など、不動産事業者や商店街の店舗所有者などに協力を要請	物件の情報整理及び情報提供					
		○									コミュニティ・ビジネスや若者のチャレンジショップ、手作り品の販売所などの立地推進を図る
		○		○							地域の人々や市内での起業や店舗経営を目指す若者による地域コミュニティに立脚したビジネスサポートの充実を図る
		○									支援窓口を設置し、物件や関連する市内の事業者を紹介

2-3. より地域のニーズに適合した事業展開に向けた調査・研究の実施

(1) 地域住民と中小企業者を繋げる取組みの検討

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	H32~36	H37~
	A	B	C	D							
子ども連れや高齢者など階層や消費実態に応じた製品・サービスの提供	○	○			子ども連れや高齢者、障がい者が安心して購入できる状況づくりに向け方策を検討		優先順位をつけ試験的に実施				
	○	○			地域住民の生活に必要な製品やサービスに関するニーズの把握		ニーズを具現化するための方法を検討し、ニーズの高いものから実施				
		○					地域課題を解決できる商店街・事業者連携の実現を検討				
地産地消の実現		○			地産地消に関する現状の把握	地元購買をより効率よく実現できるシステムの研究		システム具体化			
		○					地元購買をすることによって消費者にメリットを与えられる仕組みづくり				

(2) 市民の消費ニーズについての調査・検討

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	H32~36	H37~
	A	B	C	D							
住民への調査及び懇談会の実施	○			○	調査方法や懇談会の実施方法の検討	調査や懇談会を企画し、実施					

2-4. 長期間を展望した大規模プロジェクトの検討

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	H32~36	H37~
	A	B	C	D							
地域の力を生かした大規模プロジェクト	○	○	○	○	将来的に魅力ある街として発展するための大規模プロジェクトについて検討						

3. 重点施策3 栗東の魅力を生かして

※おもな実施主体
 A : 市
 B : 中小企業者等
 C : 大企業者
 D : 市民

中小企業の振興を考える場合、本市の「強み」

- ・製造業の分野が多様である。道路交通の結節点にある。
- ・自然豊かで、近郊型レジャーの資源をもつ
- ・日本中央競馬会栗東トレーニングセンター、名神高速道路栗東インターチェンジなどによって知名度は高い。

3-1. 自然環境と利便性を生かした新たな事業展開

(1) 近郊型レジャーの展開

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	H32~36	H37~
	A	B	C	D							
近郊型レジャーの展開	○				近郊型レジャーについて既存のものを整理見直し	観光レジャーで利用できそうなものの掘り起こし、新しいアイデア出し		既存の施設、新しいものを組み合わせ新しい方向性を見出す			

(2) 近郊型レジャーに関するニーズ調査

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	H32~36	H37~
	A	B	C	D							
近郊型レジャーのニーズ調査	○				アンケート調査や観光関連事業者との意見交換により、ニーズを把握	市民や周辺都市部住民の「自然とのふれあい」状況の把握	ニーズに対応する事業化検討調査		今後のニーズ予測		

(3) その他の立地を生かした取組みへ向けた検討

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	H32~36	H37~
	A	B	C	D							
イベントの誘致	○					利便性と自然の豊かさを生かせるイベントの検討					
	○					既存イベントの調査・検討		条件にあったイベントの誘致			
栗東の魅力に惹かれる新住民の誘致	○				地域イメージを発信する方策の検討	イメージ戦略を立案し、メディアに情報発信					
	○				自然環境を前面に押し出したイメージを発信	栗東で暮らす利点、生活環境のよさを強調		地産地消に積極的な新住民の誘致に努める			
	○						不動産・開発事業者の連携について検討し、可能なところから実施				

3-2. 栗東の知名度とブランド力を生かし、発展させる取組み

(1) 農商工連携による商品開発と販売促進

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	H32~36	H37~
	A	B	C	D							
農商工連携による商品開発と販売促進		○			「安心・安全」をキーワードとした商品開発	「安心・安全」を消費者にPR	商品のイメージアップにより、ブランド力を高める				
	○				「安心・安全」の信頼を定着させるため、メディアへの働きかけや市内外へのPR等のシティセールス戦略を策定・実施						
	○				事業に取り組む事業者に製品開発における研究機関との協力について支援						
	○				商品などの販売促進に向け、交通優位性をいがした取組みの検討						

(2) 本市の知名度を生かした製品・サービスの開発やブランド向上の取組み

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	H32~36	H37~
	A	B	C	D							
本市の知名度を生かした製品・サービスの開発やブランド向上の取組み	○	○	○		名神栗東ICや日本中央競馬会栗東TC等の知名度をいがすための分析	事業化に向け多様な角度で検討	事業化				
	○	○	○	○	多くの市民を巻き込む活動を検討・企画	企業が中心となりイベント等を実施	企業と市民の協働・連携によるイベントを開催				
	○			○	「馬のまち」イメージを生かした市民参加の取組み						
	○			○	「馬のまち」イメージを利用した事業機会の創造						

4. 一般施策

※おもな実施主体
 A : 市
 B : 中小企業者等
 C : 大企業者
 D : 市民

(1) 中小企業の経営基盤強化

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	H32~36	H37~
	A	B	C	D							
緊急経済対策の実施	○				・実現可能で即効性のある施策 検討 → 実施						
	○				信用保証料の一部補助						
経営資金の確保	○				・手続きの簡略化 手続きの検討 → 規則改正等 → 実施						
	○				信用保証や各種融資、補助制度など経営支援のための情報収集及び整理	情報提供及び相談					
起業活動の支援		○			起業に必要な情報や手続きなどの情報収集	情報発信	相談機能の充実				
		○			セミナーや研修会の実施(3ヶ月ごとに開催)						
		○			・空き店舗を利用した「チャレンジショップ事業」 実施要綱の検討 → 空き店舗の確保・募集・選考 → チャレンジショップ事業実施						

(2) 担い手の育成

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	H32~36	H37~
	A	B	C	D							
勤労者福祉の充実		○			勤労者向けの融資制度の充実	ワークライフバランスや労働法令の周知		中小企業で働く勤労者の生活安定			
雇用の促進		○			中小企業と求職者のマッチングのための会社合同説明会、セミナー等の紹介することにより中小企業の雇用の創出						
従業員の育成		○			能力開発を目的としたセミナーや研修の開催、既存社員の能力向上を支援						
技術者の育成		○			技能グランプリや技術功労者表彰事業等への推薦をし技術者の地位及び技術水準の向上を図る						
		○			研修の周知による技術者のスキルアップを支援						
事業承継の支援		○			関係支援機関と連携し、相談支援体制の整備及びセミナー開催や専門家派遣						
		○			経営や事業活性化に必要なノウハウの取得のため、事業主向けの実践的な研修を実施						

(3) 製造業支援

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	H32~36	H37~
	A	B	C	D							
滋賀県工業技術センターの利用促進		○			積極的な活用方法についての検討・実施						
製品開発・技術支援の拡充		○			新たな製品の開発や技術改善等に取り組む事業者への支援機関の情報提供						

(4) 商業・サービス業支援

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	H32~36	H37~
	A	B	C	D							
買い物環境の改善	○				問題箇所の抽出	施工箇所の決定	・安全で快適な買い物環境の構築。道路や施設等のバリアフリー化 バリアフリー化等により、安全で快適な環境を構築				
魅力ある個店づくりへの支援		○			消費者と事業者の交流の場の提供						
		○			アンケートによるニーズの把握	商品や営業時間等への反映	アンケートによるニーズの把握	商品や営業時間等への反映			
		○			地域に密着した魅力ある個店づくりに取り組む事業者を支援						

(5) 産業基盤強化

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	H32~36	H37~
	A	B	C	D							
企業誘致の推進体制の強化	○				誘致企業の検討	企業誘致の推進					
	○				新たな企業誘致による安定的な雇用の確保、財政基盤の確立						
	○				体制検討	・企業誘致に関する問い合わせや相談に対して、ワンストップでできる体制整備 相談体制の実施及び修正					
	○				企業立地の環境整備	・企業の立地環境の整備や産業用地の情報収集及び確保について検討 産業用地の情報収集 産業用地の確保					

(6) 多様な交流・連携の推進

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	H32~36	H37~
	A	B	C	D							
企業と市の連携	○	○	○		企業と市のトップが相互に情報を交換し共有化を図る						
異業種間交流の促進		○			業種をこえた交流活動や先進的な地域の視察と交流を促進						
					必要な情報収集とネットワークの形成						
地元住民との交流		○		○	・商工業者が地域住民との交流を深める 地域行事や防犯、清掃等の地域社会活動へ参加						

産学官連携の促進	○	○			・大学などの研究機関との交流や連携を進め、地域産業の強化と新製品の創出を図る 大学・研究機関の抽出						
		○	○		共同作業や共同研究による地域産業の強化 新製品の創出						
		○	○		企業アンケート等により大学などからの支援ニーズを把握しマッチングを進める						
	○	○	○		・各種イベントのより効果的な実施されるよう産学官が一体となり人を呼び込む仕掛けづくり 近隣大学等との連携 市・商工会による企画・運営サポート体制を整える						
新エネルギー技術を担う大手企業との連携	○	○	○		新エネルギー技術を担う大企業と中小企業が関連する技術や部材などで連携						

(7) 来訪者の増加及び交流機会の確保

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	H32~36	H37~
	A	B	C	D							
地域資源の活用	○				農林産物や自然、文化歴史などの地域資源の再発掘						
	○				新たな粟東ブランドの創出の検討 メディアの取材誘致						
	○				地域ブランドの情報発信						
	○				消費者の関心をひきつけるようなオリジナル商品など、新たな製品や事業に取り組む企業を支援						
観光事業の推進	○				・観光による来訪者を増加させ地域経済の活性化と文化資源の保存及び魅力の発信 街道や日本中央競馬会栗東TCなど地域資源をいかした各種観光事業の展開						
	○				他府県のイベントにも参加し、本市が持つ観光資源のPRを積極的に行うことにより経済活性化に努める						
	○				観光客向けのマップやパンフレットの充実、観光案内所、道の駅などでの情報提供、案内標識の設置						
旧道の魅力の活用	○	○		○	・東海道及び中山道の資源を活用 空き家を利用した店舗経営 イベントの開催の検討(東海道ほっこりまつりは開催済み)						
	○				有料老人ホームなど、来訪者を増加させるのに効果的な事業を行う施設の誘致						

第3章 前半期ロードマップ（H27～H31）

1. 中小企業の経営基盤強化

※おもな実施主体
 A : 市
 B : 中小企業者等
 C : 大企業者
 D : 市民

(1) 中小企業の経営基盤強化

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	到達度及び実績
	A	B	C	D						
緊急経済対策の実施	○				信用保証料の一部助成					平成25年度 20件 1,410千円 平成26年度 3件 659千円 平成27年度 3件 124千円
	○				相乗効果が得られ地域内循環に繋がる事業の検討・実施				情報収集中	

【解説】

- 信用保証料の一部補助
平成25年度～平成27年度の3年間に限り助成金を交付。
中小企業が金融機関から特定の融資を受けた場合、信用保証料の一部を助成するもの。
- 相乗効果が得られ地域内循環に繋がる事業の検討・実施
市内中小企業の利用を促進するため、市内中小企業への発注を条件とする事業への補助などの制度を検討・実施する。

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	到達度及び実績
	A	B	C	D						
経営資金の確保	○				信用保証や各種融資、補助制度など経営支援のための情報収集及びシステムの構築				・栗東市小規模企業者小口簡易資金制度による小規模企業者への貸付(11件) ・セーフティネット保証制度の認定 平成25年度 93件 平成26年度 13件 平成27年度 14件	
	○				情報提供及び相談					

【解説】

- 信用保証や各種融資、補助制度など経営支援のための情報収集及びシステムの構築
- 情報提供及び相談
小規模企業者小口簡易資金制度による小規模企業者への貸付。セーフティネット保証制度の認定。
国や県が発信する中小企業向けの資金、販売、カウンセリングなどに関する情報を整理するとともに、事業者に必要な情報提供を行なうための仕組みを構築する。

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	到達度及び実績
	A	B	C	D						
起業活動の支援	○	○			起業に必要な情報や手続きなどの情報収集				国や滋賀県、滋賀県産業支援プラザ等からの情報を収集し、商工会を通じて発信 創業支援事業計画 第5次認定(H27.5.20)	
	○	○			情報発信					
	○	○			相談機能の充実					

【解説】

- 起業に必要な情報や手続きなどの情報収集及び発信・相談機能の充実
滋賀県や滋賀県産業支援プラザなどから情報収集し商工会を通じて創業支援計画を策定し、相談体制の充実を図るとともにセミナー開催などを検討。
産業競争力強化法第113条第1項の規定による創業支援事業計画の認定を受け創業支援事業を実施する。

(2) 事業機会拡大及び持続的発展へ向けた中小企業へのサポート強化

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	到達度及び実績
	A	B	C	D						
情報提供の促進	○	○			周辺自治体や関係機関、国、県が実施する各種支援策に関する情報収集及び整理					国・県からの情報収集を的確に行い、依存財源の確保に取り組む。 《実績》 ・にぎわいのまちづくり総合支援事業(1,150千円) ・青少年社会参加促進事業(200千円)
	○	○			各種支援策をわかりやすく周知					
	○	○			事業者があらゆる制度を有効活用できるよう情報提供の促進					
【解説】 ・各種支援策に関する情報収集・整理、事業者への周知 国・県の情報収集を的確に行うとともに、近隣自治体との情報交換等を通じて、補助事業を有効活用する。 国や県からの情報を整理し、スピード感をもって事業者に情報提供できるような体制の構築を目指す。										
項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	到達度及び実績
	A	B	C	D						
相談体制の充実	○	○			人材育成					・情報を収集中
	○	○			ワンストップで対応できるような相談体制の整備					
	○	○			中小企業のためのマッチングや書類作成などを手伝うコーディネーター役を行政が担う協力体制づくり					
【解説】 ・人材育成 ・ワンストップで対応できるような相談体制の整備 ・中小企業のためのマッチングや書類作成などを手伝うコーディネーター役を行政が担う協力体制づくり 市内中小企業の状況及び商工政策に精通した人材を育成することにより、補助金申請書類作成などの指導体制を構築する。										

注： 数値データに関しては、平成27年9月末日現在のもの。

2. 消費者ニーズ創出

※おもな実施主体

A : 市
B : 中小企業者等
C : 大企業者
D : 市民

(1) コンビニ・スーパーなどの小売業者へのニーズ調査

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	到達度及び実績
	A	B	C	D						
市内小売業者への働きかけ	○	○				コンビニエンスストアと協働の商品開発に向けて協議				<ul style="list-style-type: none"> ・農林課では、コンビニ、ドラック、スーパーとも新鮮な地場野菜を売りとして販売を進めるための協議を実施。 ・スーパーで道の駅で作製した「塩麴」を販売するなどの事例も出てきている。
	○	○				スーパーや生活協同組合などのニーズ調査				
			○			小売業者からの要望を受けながら具体的にニーズに応える方法を検討				
			○				小売業者に対し地元事業者の販路の拡大を図る			
	○	○				「地場産品コーナー」の設置場所や設置産品を検討する			「地場産品コーナー」の設置	
	○	○				具体的な設置場所や産品を決定				
<p>【解説】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コンビニエンスストアと協働の商品開発に向けて協議 ・スーパーや生活協同組合などのニーズを調査に基づく販路拡大 コンビニエンスストアとの連携を通して特名産品などの販路拡大を図る。 スーパーなどで消費者のニーズを掴むための調査を行なう。この調査では、市民アンケート等を参考としつつ、消費者の生活実態や消費の時間帯などを掌握する。 ・「地場産品コーナー」の設置 地産地消の実現に向けた事業の一つ。市内における生産品を把握し、市内でニーズのあるものを店頭に並べていくもの。 ニーズの高い生産品は、一定の販売数や種類を確保し「地場産品コーナー」として設置するもの。 										

(2) 市民の消費ニーズについての調査・検討

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	到達度及び実績
	A	B	C	D						
市民への調査及び懇談会の実施	○	○			市民アンケートの実施	住民の意識を具体的に把握するためにどのような調査や懇談会を実施するのか検討				<ul style="list-style-type: none"> ・平成26年度調査実施(栗東市商工会)
	○	○					対象者が参加しやすいような調査や懇談会を実施			
<p>【解説】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市民アンケートの実施 ・市民意識を具体的に把握するためにどのような調査や懇談会を実施するのか検討 市民アンケートについては実施済みではあるが、今後もニーズ調査を、的確なタイミングに行うことが望ましく、現状把握や分析に活用する。 また、アンケートだけではなく、行政、地域、事業者との懇談会を実施し、消費者ニーズの把握に努める。 										

(3) ターゲットを明確にした商業活性化策

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	到達度及び実績
	A	B	C	D						
商業活性化策の実施	○	○			消費者ニーズをつかんだうえで、市内小売業者の強みを生かすような事業を検討				<ul style="list-style-type: none"> ・平成26年11月、立命館大学学生による栗東駅前商店街活性化に関するアンケート調査実施（報告書は未提出） りっとうバル：平成25年度～まちゼミ：平成24年度～セール事業：平成25年度～ 	
		○			パル・まちゼミ・セール事業の実施 実現可能な事業から実施					

【解説】

- ・パル・まちゼミ・セール事業の実施
栗東市商工会が中心となり、商業活性化策として、平成24年度からまちゼミ、平成25年度からパル・セール事業を実施している。個店の魅力を生かしたサービス提供により、更なる商業活性化に向けた事業を検討、具体化を図る。
- ・消費者ニーズをつかんだうえで、市内小売業者の強みを生かすような事業を検討
平成26年11月、立命館大学の学生により栗東駅前における商店街活性化へ向けたアンケート調査を実施。市内における消費者の傾向とニーズを踏まえ、栗東市内の小売業者の状況を分析し、強みを生かせるような事業を行なう。

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	到達度及び実績
	A	B	C	D						
より利用しやすい商店街づくり		○			無料休憩所の設置や送迎サービス、購入したものを自宅に届けるサービス、子供の一時預かり等の消費者サービスの検討 具体化・実現可能なものから優先順位をつけ実施				未着手	
	○				くりちゃんバスの利用状況及び現状の把握 商店街の利用に繋がるよう検討・実施					<ul style="list-style-type: none"> ・バス路線の利用状況の把握や顧客の傾向などの調査を実施 ・上記の学生によるアンケートにより地域の消費ニーズを調査
	○	○			小売店における土・日・祝日、夜間などの営業などについて、地域住民のニーズをつかむ 住民のニーズにそって、営業日時の変更が可能かどうか検討 住民のニーズがあり且つ実現可能なものから実施					

【解説】

- ・小売店における土・日・祝日、夜間などの営業について、地域住民のニーズを掌握し営業日時の見直しを検討
アンケート調査や消費者ニーズ調査等を参考として、地域住民の生活サイクルや買い物の傾向をつかみ、例えば一番売れる時間帯等を参考に小売業者と懇談会を実施し、改善点を見出していく。
- ・くりちゃんバスの利用状況の把握及び利用促進
栗東市バス対策協議会の調査をもとに、現状把握、現状分析を行い、商店街の利用促進につながるよう改善点を検討する。
- ・送迎サービスや購入した商品の宅配サービスなど検討及び実施
大手スーパーが実施する無料送迎バスや買い物したものを自宅へ配送するサービス、コンビニエンスストアが行なう配達サービス等のような取組みを検討・実施する。

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	到達度及び実績
	A	B	C	D						
大口需要者への域内調達拡大の要請	○	○	○		市内各事業所に対し、食品や消耗品の納入について地元企業の活用を要請				<ul style="list-style-type: none"> ・トップセールスを通じて地元企業の活用を要請 平成25年度 27件 平成26年度 5件 平成27年度 6件 ・栗東企業懇話会などの機会を通じて市内事業者同士の結びつきを深め域内調達を促進 	
	○		○		大企業者の工場、物流施設、学校、病院、福祉施設などに市内及び近隣市からの調達比率引上げを要請					

【解説】

- ・市内各事業所に対し、食品や消耗品の納入について、地元企業の活用を要請
トップセールスにおいて、市内企業の製品などを大企業者等にアピールするとともに地元企業の活用を要請し、市内での経済循環を高める。
- ・大手企業者の工場、物流施設、学校、病院、福祉施設などに市内及び近隣市からの調達比率引上げを要請
地域内で企業間の再投資による資金の受け渡しをつなげていくことが経済的効果を考えるうえで重要である。市と商工会等が連携して進めるとともに、市内事業者の見本市の開催など、市内事業者の商品に関する情報提供を積極的に行なう。
- ・湖南地域としての中小企業振興への協力の働きかけを行い、地域全体としての相乗効果を目指します。

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	到達度及び実績
	A	B	C	D						
市の全調達に占める地元地域からの調達比率の引き上げ	○				市の全調達に占める市内から調達比率を平成25年度比率10%の引上げ				市では、市内業者からの購入を促進	
【解説】 ・市の全調達に占める市内から調達の比率を平成25年度より10%引き上げる。 市においては、入札参加業者は市内業者を優先とし、事務用品などの購入についても市内業者優先に取り組んでいく。										

(4) 買い物環境の改善

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	到達度及び実績
	A	B	C	D						
子ども連れや高齢者などが階層や消費実態に応じた製品・サービスの提供へ向けて	○	○		○	子ども連れや高齢者、障がい者が安心して購買できる環境づくりを検討 優先順位をつけ実施 地域課題を解決できる商店街・事業者の実現を目指す				未着手	
【解説】 ・子ども連れや高齢者、障がい者が安心して購買できる環境づくりについて検討 社会の高齢化に伴い買い物弱者が増えていくなか、安心して買い物ができるようサービスの充実を図る必要があることから前述の送迎、宅配サービスと併せて事業者と連帯した販売促進を検討。										

(5) 事業所調査とデータベースの作成

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	到達度及び実績
	A	B	C	D						
事業所調査の実施	○	○			市内事業所を調査対象とし、調査方法と内容を検討・実施				未着手	
【解説】 ・市内事業所を調査対象とし、調査方法と内容を検討・実施 事業所調査を実施し、市内事業所の事業内容などをつかんだうえで、各事業所に適切な情報提供を行なう。										

注： 数値データに関しては、平成27年9月末日現在のもの。

3. ブランド創出

※おもな実施主体	
A	: 市
B	: 中小企業者等
C	: 大企業者
D	: 市民

(1) 市内の優れた中小企業を認証する制度の設立

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	到達度及び実績
	A	B	C	D						
中小企業に対する認証制度の設立	○				中小企業の認証制度の確立に向けた制度設計				・制度設計に向け先行自治体等の情報収集。	
	○	○			中小事業者との意見交換による制度検討		キーワードをいくつかしぼりキーワードごとに認定			・未着手
					認証マークの作成					

【解説】

- ・中小企業の認証制度の確立に向けた制度設計
認証制度の確立に向け、滋賀県「ココクール」や石川県や甲府市などの先行自治体から情報収集。
- ・中小事業者との意見交換による制度検討
- ・認証マークの作成
- ・キーワードをいくつかしぼり、キーワードごとに認定
制度設計時において、認証手法による付加価値を高める工夫や運用手法を検討し、ブランド価値を高めていく。
認証制度に関して、市が進める「栗東ブランド」推進施策との整合を図りつつ、商工振興部門としての目的である商工振興につながるよう、認証事業者が認証による効果を実感できる制度を目指す。

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	到達度及び実績
	A	B	C	D						
認証制度の展開	○	○			メディアへの積極的な働きかけ				未着手	
					イベントでの広報活動やチラシ配布などによる認証取得事業所の紹介					

【解説】

- ・メディアへの積極的な働きかけ
- ・イベントでの広報活動やチラシ配布などによる認証取得事業所の紹介
認証制度設立後、認証制度にブランド力、プレミアム感が生まれるようにメディアに対しても働きかける。
市HPや市公式Facebook等を積極的に活用し、認証取得事業者の広報に向けてはデザイン性にも配慮して、認証されたいくなる仕掛けを講じる。

(2) 栗東の知名度とブランド力を生かし、発展させる取組み

a 農商工連携による商品開発と販売促進

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	到達度及び実績
	A	B	C	D						
農商工連携による商品開発と販売促進	○	○			「安心・安全」などをキーワードとした商品開発を行う				産官学が連携し市内の特名産品を使い「近江牛肉味噌」を開発。市内事業者が「イチジクゼリー」を開発。栗東ブランド推進室を設置しイベント等を通じて情報発信	
	○	○			「安心・安全」などのブランド価値を消費者にアピール					
	○				「安心・安全」の信頼を定着させるため、メディアの働きかけや市内外へのアピールなどにより統一ブランドの広報を行う				平成27年度、広報課にて「シティセールス戦略」や「地域資源活用ビジョン」を策定	
			○		商品などの販売促進のために、利便性を生かした取組みの検討				未着手	
					商品のイメージアップを図ることによりブランド力を高める					
	○	○	○		事業に取り組む事業者に製品開発における研究機関との協力について支援					

【解説】

- ・「安心・安全」をキーワードとした商品開発を行う
- ・「安心・安全」である理由を消費者にアピール
産学官の連携によるブランド開発販売を支援。市内の特産品を使い「近江牛肉味噌」や「栗東プリンいちじく」などの販売促進を支援。新たな特産品の特性・特長を明示するとともに食の認証により消費者に安心・安全の信頼を定着させる。
- ・「安心・安全」の信頼を定着させるため、メディアの働きかけや市内内外へのアピールなどにより統一ブランドの広報を行う。
- ・商品などの販売促進のために、利便性をいかした取組みの検討
- ・商品のイメージアップを図ることにより、ブランド力を高める
栗東ブランド推進室を設置しイベントを通じて情報発信。認証制度を確立することによりブランド力をつけ商品価値を高めていく。
- ・事業に取り組む事業者に製品開発における研究機関との協力について支援
栗東市内の事業者がどのようなものを開発しているか把握するとともに、協力が可能な研究機関を紹介する。

b 販路拡大支援

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	到達度及び実績
	A	B	C	D						
地域ブランドなどの外部へのPR	○				年1～2回程度、地場産業や農産物を京都駅、大阪駅など都市部のイベントで販売し、地域ブランドの浸透を図る				大阪、京都をはじめ名古屋、金沢、鹿児島、熊本での観光及び栗東特産品のPRを実施。	

【解説】

- ・年1～2回程度、地場産業や農産物を京都駅、大阪駅など都市部のイベントで販売し、地域ブランドの浸透を図る
関西においては大阪、京都などの乗降客の多い駅でキャンペーンを行なうとともに、名古屋、金沢などの中部・北陸、鹿児島・熊本などの九州でも観光及び栗東の特産品をPRすることにより、栗東の知名度を高め、栗東のブランド力を養うことにより栗東産の商品の売上げを伸ばしていく。
- ・情報発信においては、「日本初」や「日本一」などの発信力のあるキーワードを打ち出すことで販路拡大につなげていきます。
- ・ふるさと納税制度をいかして市内内外への情報発信に努め、特産品の販路拡大やシティセールスを推進します。
- ・栗東ブランドや特産品の活用を促進する条例の制定など、販路拡大や地産地消の効果的な推進に努めます。

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	到達度及び実績
	A	B	C	D						
地産地消の実現		○			地産地消に関する現状の把握 地元購買をすることによって消費者にメリットを与えられる仕組みづくり 地元購買をより効率よく実現できるシステムの研究 地元購買を促進するシステムの実施				未着手	

【解説】

- ・地産地消に関する現状の把握
栗東市内で収穫される農産物の生産状況と消費動向を調査し把握する。
具体的には、市内、近隣市内、京阪神、それ以外の地域などに区分し、それぞれの消費傾向を調査し、ニーズに合わせて農産物を市場に提供する。
- ・地元購買をすることによって消費者にメリットを与えられる仕組みづくり
- ・地元購買をより効率よく実現できるシステムの研究
- ・地元購買を促進するシステムの実施
販売価格を抑えるために栗東産の農産物を販売している小売店のみで使用できるクーポン券などの制度を検討する。

4. 栗東駅前・手原駅前の賑わい創出

※おもな実施主体

A : 市
B : 中小企業者等
C : 大企業者
D : 市民

(1) 栗東駅前・手原駅前での活性化・にぎわい拠点づくり

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	到達度及び実績	
	A	B	C	D							
栗東駅前の活性化										・実行委員会形式により市民有志が栗東駅前夏祭りを開催し、周辺住民と栗東駅前周辺の事業者の交流の場を提供。	
		○		○	地域住民との交流を目的としたイベント・夏まつりなどの開催						
					地域住民が主体的に運営に関わる体制づくり						
		○									・広場を利用した朝市の開催やイルミネーションによる夜の賑わいづくりの展開。
		○									芸術文化会館さきらの市民活動拠点として、現状の使用状況を把握
		○	○		○						市民の交流の場としてどのように活用するのか検討
	○	○		○					中小企業と行政、地域住民が一緒になって実施できるイベントを検討		
		○		○						簡単なもので地域住民との交流を目的とするイベントを実施	
										交流が進んだら中小企業の魅力をアピール	

【解説】

・地域住民との交流を目的としたイベント・夏まつりなどの開催し、地域住民が主体的に運営に関わる体制づくりに取り組む。
 市民の有志による栗東駅前夏祭りを開催し、周辺住民と栗東駅前周辺の事業者の交流の場を提供。地域住民による地域住民のためのイベントを通して、より一層の交流をはかり愛着のあるまちづくりに努める。

・芸術文化会館さきらにおける市民活動拠点としての使用状況を把握

・市民の交流の場としてどのように活用するのか検討

・中小企業と行政、地域住民が一緒になって実施できるイベントを検討
 さきらの使用状況を把握し周辺住民の参加状況を踏まえながら、現状のイベントの改善点や新たなイベントなどを話し合い、より地域住民が参加しやすいイベントをさきら広場で開催する。

・まずは簡単なもので地域住民との交流を目的とするイベントを実施

・交流が進んだら中小企業の魅力をアピールする。
 周辺住民と懇談会を開催し、新たなアイデアを出し合いながら、周辺住民のニーズをふまえ、周辺の中小企業者の得意分野を活かし、イベントなどを実施する。

・学生アンケートにより、高齢者の休憩スペースを求めるニーズが高いことが判明したため、こうしたニーズへのホスピタリティある対応を検討し、にぎわい創出につなげていきます。

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	到達度及び実績
	A	B	C	D						
手原駅前の活性化										・手原駅改築10周年記念事業を開催し、地域ブランドなどを発信するとともに、地域住民との交流の場を提供
	○	○		○	手原駅を有効活用し、地域ブランドなどの発信や栗東特名産品、栗東産農作物及び加工品の販売					

【解説】

・手原駅を有効活用し、地域ブランドなどの発信や栗東特名産品、栗東産農作物及び加工品の販売
 コミュニティ広場及び市民交流施設（栗東観光案内所）の有効利用により、地域ブランドなどの情報を発信するとともに、地域住民との交流機会を増やす。

(2) 来街者を増やすための新しい取組み

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	到達度及び実績
	A	B	C	D						
滞留性や回遊性の向上	○					商業地への滞留性を高める施設の計画・検討				・平成26年10月 栗東駅周辺まちづくり基本方針を 策定。 策定にあたっては、市民意向を把握 するため市民アンケートを実施。 (18歳以上の栗東市民及び栗東駅 周辺の来街者: 2,441人)
		○				計画した施設にみあった空間・空き店舗の調査				
			○			現実可能なものから実施				
			○			社会福祉法人と共同で、福祉施設利用者(障がい者、 高齢者)が働くカフェを設置することを検討				
			○			パートナーとなる社会福祉法人の募集				
			○			カフェ開業				
			○			街かど展示スペースを創出し、市民の作品展示 などを行うことで来街者を増やす				
【解説】 ・商業地への滞留性を高める施設(カフェなど)の計画・検討 先進地の事例を参考にしながら、商業地に誘客を図る方法を探るとともに、駅前に必要とされるものを検討する。例えば、空き店舗を利用した気軽に訪れる カフェの設置や駅前に栗東にちなんだモニュメントなどの設置、周辺住民の参加型イベント「夜市」などを実施し、駅前に滞留する理由づくりを行なう。 ・街かど展示スペースを創出し、市民の作品展示などを行うことで来街者を増やす 事業者が中心となり市民の作品を駅前の空きスペースに展示することにより、駅周辺を回遊する意味付けを行うとともに、他地域と違った雰囲気づくりに取 組む。										
項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	到達度及び実績
	A	B	C	D						
地域コミュニティ・ビジネスの創造と発展						地域及び地域住民の集まる場所の情報発信と新たな場の提供と創出				・未着手
		○				支援窓口を設置し、物件や関連する市内の事業者を紹介				
		○				市内での起業や店舗経営を目指す若者による地域コミュニティに立 脚したビジネスへのサポートを充実させる				
		○				コミュニティ・ビジネスや若者のチャレンジショップ、手作 り品の販売所などの立地推進を図る				
【解説】 ・支援窓口を設置し、物件や関連する市内の事業者を紹介 ・市内での起業や店舗経営を目指す若者による地域コミュニティに立脚したビジネスへのサポートを充実させる ・新店舗の立地推進を図る 商工会との連携により起業後間もない経営者のサポート体制を充実させるとともに、国や県の制度の理解を深めるためのセミナー等の開催により新たな事業 展開を支援する。										

5. 観光事業推進

※おもな実施主体

- A : 市
- B : 中小企業者等
- C : 大企業者
- D : 市民

自然環境と利便性を生かした新たな事業展開

(1) 来訪者の増加及び交流機会の確保

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	到達度及び実績
	A	B	C	D						
地域資源の活用	○				農林産物や自然、文化歴史などの地域資源の再発掘				<ul style="list-style-type: none"> ・工場や商店をめぐる産業体験ツアーを実施。 ・シティーセールス戦略や地域資源活用ビジョンを策定し、地域資源の見直し及び新たな地域資源の発掘を行なう。 ・栗東地域ブランド推進補助金平成25年度「栗東バウム」の販売促進を支援 平成26年度「近江牛肉味噌」の開発を支援 平成27年度「イチジクゼリー」の販売促進を支援(予定) 	
	○	○			新たな栗東ブランドの創出の検討					
	○				メディアの取材誘致					
	○				地域ブランドの情報発信					
	○				消費者の関心をひきつけるようなオリジナル商品など、新たな製品や事業に取り組む企業を支援					

【解説】

- ・農林産物や自然、文化歴史などの地域資源の再発掘
グリーンツーリズムや棚田ボランティアなど「地域の魅力」を発信し体験することなどの地域資源を再発見・再評価する。
- ・新たな栗東ブランドの創出の検討
認証制度の設立及び栗東シティーセールス戦略により新たな魅力を発見し、栗東ブランドを構築する。
- ・メディアの取材誘致及び地域ブランドの情報発信
新聞社、テレビ及びラジオなどに情報の投げかけを行なうとともに、自然やアウトドアなどを取り扱う専門雑誌にも定期的に情報を提供する。
- ・消費者の関心をひきつけるようなオリジナル商品など新たな製品や事業に取り組む企業を支援
- ・お米やいちじくなど地域資源の商品化にあたっては、ハーブメイドなど消費傾向に配慮することや、美容や効能などの付加価値を見出し戦略的に売出す工夫を重視する。

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	到達度及び実績
	A	B	C	D						
観光事業の推進					観光による来訪者を増加させ地域経済の活性化と文化資源の保存及び魅力の発信				<ul style="list-style-type: none"> ・栗東トレーニング・センターを含む栗東市内の名所・名跡を訪ね、ワインなどを試飲するツアーを実施。 ・平成27年度 ゆるキャライベントに参加 	
	○	○	○		街道や日本中央競馬会栗東トレーニング・センターなど、本市にある地域資源を生かした各種観光事業の展開					
	○				他府県のイベントにも参加し、本市が持つ観光資源のPRを積極的に行うことにより、本市の経済活性化に努める					
	○				観光客向けのマップやパンフレットの充実、観光案内所、道の駅などでの情報提供、案内標識の設置					

【解説】

- ・街道や日本中央競馬会栗東トレーニング・センターなど、本市にある地域資源をいかした各種観光事業の展開
栗東トレーニング・センターを含む栗東市内の名所・旧跡を訪ね、特産品などを試飲・試食するツアー等を実施。
- ・他府県のイベントにも参加し、本市が持つ観光資源のPRを積極的に行うことにより、本市の経済活性化に努める
大阪、京都をはじめ名古屋、金沢、鹿児島、熊本などにおいて、観光及び栗東特産品のPRを実施し、栗東の知名度アップを図るとともに、栗東の特産品を知ってもらうきっかけづくりを行なうことにより経済活性化につなげる。
- ・栗東ブランドとして「馬のまち」の独自性をいかすことで、全国的にも注目される具体的な施策の展開を検討します。

(2) 近郊型レジャーに関するニーズ調査

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	到達度及び実績
	A	B	C	D						
近郊型レジャーのニーズ調査	○				現在の市民や周辺都市部住民の「自然とのふれあい」状況の把握				・未着手	
					アンケート調査や観光関連事業者との意見交換により、ニーズを把握					
					ニーズに対して、可能性の検討調査					
					新たな事業の展開					
【解説】										
<ul style="list-style-type: none"> 現在の市民や周辺都市部住民の「自然とのふれあい」状況の把握 市民アンケートを参考に栗東市民のニーズをつかむとともに、近隣市町の状況や旅行会社の商品等により周辺部住民ニーズを把握。 アンケート調査や観光関連事業者との意見交換により、ニーズを把握し新たな事業を展開 栗東市の観光施設をツアーに組み込んでもらうために、旅行会社の仕入れ担当者と意見交換し、消費者の傾向をつかむとともに新たな商品開発に努める。 										

(3) 近郊型レジャーの展開

項目	おもな実施主体				H27	H28	H29	H30	H31	到達度及び実績
	A	B	C	D						
近郊型レジャーの展開	○	○		○	近郊型レジャーについて既存のものを整理見直し				・未着手	
					観光レジャーで利用できそうなものの掘り起こし、新しいアイデア出し					
					既存の施設、新しいものを組み合わせ新しい方向性を見出す					
【解説】										
<ul style="list-style-type: none"> 近郊型レジャーについて既存のものを整理見直し 観光レジャーで利用できそうなものの掘り起こし、新しいアイデア出し 既存の施設、新しいものを組み合わせ新しい方向性を見出す 栗東シティーセールス戦略ビジョンを策定することにより既存の観光施設について、あらためて整理する。また、情報を整理することにより、旅行会社などへの売り込みや対象者ごとに適切な情報を提供する。 										

第4章 実施に向けた展望

1. 栗東市まち・ひと・しごと創生総合戦略への反映と財政措置

本ロードマップの前半期ロードマップ（第3章）については、市の総合戦略における「しごと」創生を実現するため、「商工振興ビジョンロードマップに基づく事業実施計画」を合わせて策定するものとし、市の総合戦略に着手すべき施策や事業を反映するものとします。そして、地元経済の安定を確保することにより、市民の暮らしを支える安定的な財政基盤の確立を目指します。

市の総合戦略を着実に実施するため、地域住民生活等緊急支援交付金や経済産業省等の各種補助事業を始めとする依存財源を活用するだけでなく、市単独財源も含めて先行的な投資として活用するなかで、地域経済の好循環を目指します。

2. 推進体制と進行管理

本ロードマップの策定に向けては、栗東市中小企業振興会議及び専門部会における意見交換や数多くの議論を重ね、栗東市中小企業振興基本条例の制定、栗東市商工振興ビジョンの策定、そして、本ロードマップの策定へと議論を深めてきました。このため、策定後の推進体制についても、引き続き、栗東市中小企業振興会議において進行管理による評価・検証を行いながら推進していくものとします。

また、本ロードマップの進行管理においては、第五次総合計画後期基本計画や市の総合戦略における進行管理と連動するものであり、それぞれの市民アンケート調査やKPI（重要業績評価指標）の評価結果を活用しながら、本ロードマップで定めた趣旨を遵守しつつ、効率的で効果的な施策展開が図られるよう、適宜、見直し等の対応に努めるものとします。

なお、第五次総合計画（後期基本計画）では、基本目標2「環境・創出のまち」の政策3「まちを支え、活力を創出する産業のまち」における指標（アウトカム）「商工業を振興するまちづくりが推進されていると思う市民の割合」が位置づけられており、この数値目標の達成が本ロードマップによる施策の目標となります。

《参考》 第五次総合計画（後期基本計画）の目標値（抜粋）

施 策	指標(アウトカム)	現状値	目標値
		平成26年度実績	平成31年度末
商工業の振興と就労推進のまちづくり	商工業を振興するまちづくりが推進されていると思う市民の割合	19.9%	26%

参考資料

1. 中小企業振興基本条例及び商工振興ビジョン策定にかかる経過一覧

日付	内容
H21. 2. 6	環境建設常任委員会 視察研修（東京都墨田区）
H22. 9. 28	栗東市中小企業振興会議設置要綱 施行
H22. 11. 16	環境建設常任委員会 視察研修（大阪府八尾市）
H23. 2. 2	第1回栗東市中小企業振興会議 ・話題提供
H23. 4. 27	栗東市中小企業振興会議 専門部会（第1回） ・条例骨子案の提示 ・中小企業の現状について議論
H23. 5. 24	栗東市中小企業振興会議 専門部会（第2回） ・条例についてのグループ討議
H23. 7. 28	栗東市中小企業振興会議 専門部会（第3回） ・専門部会案の作成作業
H23. 12. 9	第2回栗東市中小企業振興会議 ・専門部会案の確認
H24. 1. 4～ H24. 1. 24	パブリックコメント
H24. 2. 11	中小企業の振興をめざす栗東フォーラム
H24. 3. 1	第3回栗東市中小企業振興会議 ・条例の最終確認 ・ビジョンの方向性について議論
H24. 3. 23	栗東市中小企業振興基本条例 栗東市議会 議決
H24. 4. 1	栗東市中小企業振興基本条例 施行
H24. 5. 31	栗東市中小企業振興会議 専門部会（第4回） ・商工業の現状と課題 ・資源の発掘作業
H24. 6. 28	栗東市中小企業振興会議 専門部会（第5回） ・商工業の現状と課題 ・資源の発掘作業
H24. 7. 26	栗東市中小企業振興会議 専門部会（第6回） ・ビジョン概要（案）の提示、検討
H24. 9. 13	栗東市中小企業振興会議 専門部会（第7回） ・骨子（案）についての確認作業
H24. 10. 9	第4回栗東市中小企業振興会議 ・骨子（案）の報告、協議
H24. 11. 15	栗東市中小企業振興会議 専門部会（第8回） ・振興ビジョン（案）作成作業
H24. 12. 5	栗東市中小企業振興会議 専門部会（第9回） ・振興ビジョン（案）についての確認作業
H25. 2. 5	第5回栗東市中小企業振興会議 ・振興ビジョン（案）の報告、協議
H25. 2. 26	栗東市中小企業振興会議 専門部会（第10回） ・振興ビジョン（案）修正作業

H25. 3. 8	第6回栗東市中小企業振興会議 ・振興ビジョン最終案の確認
H25. 3. 22	栗東市商工振興ビジョン 栗東市議会 説明
H25. 4. 1	栗東市商工振興ビジョン 策定
H25. 5. 17	栗東市中小企業振興会議 専門部会（第11回） ・振興ビジョンロードマップ（案）作成作業 振興ビジョンからロードマップを作成のための項目拾い上げをし、ロードマップ（案）の作成
H25. 7. 30	栗東市中小企業振興会議 専門部会（第12回） ・振興ビジョンロードマップ（案）作成作業 ロードマップにおいて、事業の実施時期を検討し、優先順位を検討。
H25. 9. 3	栗東市中小企業振興会議 専門部会（第13回） ・振興ビジョンロードマップ（案）作成作業 ロードマップを主体別に整理し、事業ごとに行政および事業者のどちらかが実施するのか事業主体を明確にするとともに、今後の具体的な実施方法について協議。
H25. 11. 13	第7回栗東市中小企業振興会議 ・振興ビジョン・ロードマップ（案）について 専門部会におけるロードマップの作成経緯の説明および今後の具体的な実施方法について協議。
H25. 12. 25	栗東市中小企業振興会議 専門部会（第14回） ・振興ビジョンロードマップの具体的な進め方について ロードマップを具体的にすすめるための部会設置に関する協議。
H26. 6. 6	栗東市中小企業振興会議 専門部会（第15回） ・振興ビジョンロードマップの具体的な進め方について ロードマップを具体的にすすめるための優先課題に関する協議。
H27. 1. 16	栗東市中小企業振興会議 専門部会（第16回） ・振興ビジョンロードマップの内容更新について ロードマップにある事業について具体的に進めるための内容更新の協議。
H27. 1. 30	第8回栗東市中小企業振興会議 ・振興ビジョンロードマップの内容更新について
H27. 3. 20	栗東市中小企業振興会議 専門部会（第17回） ・商工振興ビジョン前半期ロードマップ解説版について わかりやすく、スピード感のある計画とするための協議。
H27. 10. 6	第9回栗東市中小企業振興会議 ・栗東市商工振興ビジョンロードマップの策定について ・今後のスケジュール、専門部会の設置、並びに委員選任について等
H27. 11. 2	栗東市中小企業振興会議 専門部会（第18回） ・商工振興ビジョンロードマップ（案）、及び事業実施計画（たたき台）について
H27. 12. 1	栗東市中小企業振興会議 専門部会（第19回） ・商工振興ビジョンロードマップ（案）、及び事業実施計画（素案）について
H27. 12. 22	栗東市中小企業振興会議 専門部会（第20回） ・商工振興ビジョンロードマップ（専門部会案）の決定、及び事業実施計画（専門部会案）の決定について ・中小企業振興会議設置要綱の改正案について
H28. 1. 12	第10回栗東市中小企業振興会議 ・商工振興ビジョンロードマップ（案）について ・商工振興ビジョンロードマップに基づく事業実施計画（案）について ・中小企業振興会議設置要綱の改正（案）について

平成28年1月12日現在

2. 中小企業振興会議体制（平成27年度）

【中小企業振興会議】

	氏 名	所 属 等	備 考
(1)学識経験者	近 藤 宏 一	立命館大学 経営学部 教授	副会長 専門部会
(2)関係機関の代表者	清 水 憲	栗東市商工会 会長 (株清水商店 代表取締役)	会長
(2)関係機関の代表者	神 谷 廣 幸	栗東市商工会 工業部会員 (株オーミック代表取締役会長)	
(2)関係機関の代表者	中 野 光 一	栗東市商工会 治田支部 支部長 (株びわ湖タイル 代表取締役社長)	専門部会
(3)関係団体の代表者	西 田 雅 彦	栗東市商工会 商業部会員 (富士商会 代表)	専門部会
(3)関係団体の代表者	田 中 義 信	市役所前いちょう通り振興会 会長 (株田中誠文堂 代表取締役)	
(3)関係団体の代表者	寺 井 利 彦	栗東市社会福祉協議会 (事務局長)	
(4)関係行政機関の職員	東 勝	滋賀県商工観光労働部 (商工政策課 課長)	
(5)公募による市民	杉 本 浩 志	公募委員 (杉本総合会計代表 (税理士・行政書士))	
(5)公募による市民	田 中 由 美	公募委員 (サロン・ド・カフェ アプリ代表)	

【専門部会】

氏 名	所 属 等
近 藤 宏 一	立命館大学 経営学部 教授
中 野 光 一	栗東市商工会治田支部 支部長 (株びわ湖タイル代表取締役社長)
西 田 雅 彦	栗東市商工会 商業部会員 (富士商会代表)
川 田 尚 夫	三恵工業(株) 取締役 総務部長
高 瀬 博 之	(株)フレックスコンピューターシステム代表取締役
武 村 文 勝	酒 甚
中 村 泰 弘	(株)光栄テクニカ 代表取締役社長
中 井 榮 夫	榮農場

【事 務 局】 栗東市役所 環境経済部 商工観光課

【オブザーバー】 栗東市商工会

資料2
総合調整会議
H28.1.20

栗東市商工振興ビジョンロードマップ に基づく事業実施計画（案）

平成28年1月

栗東市環境経済部商工観光課

I 栗東市まち・ひと・しごと創生総合戦略骨子（素案）

1. 基本的考え方

栗東市まち・ひと・しごと総合戦略は、現行の「第五次栗東市総合計画」を基本として、人口減少克服をはじめとする地方創生の取り組みを積極的に推進する計画として、栗東市人口ビジョンを踏まえ、今後5年間の目標や施策の基本的方向、具体的な施策をまとめたものである。

総合戦略の対象期間は、平成27年に至る長期的な人口動向を展望しつつ、平成27年度から31年度とする。

2. 国の総合戦略との関係

本計画は、国の総合戦略における基本的考え方や基本方針を踏まえて策定する。また、滋賀県や近隣自治体の総合戦略も勘案して策定するものとする。

（参考資料）国のまち・ひと・しごと創生総合戦略の基本的な考え方と政策5原則抜粋

1. 基本的な考え方

（1）人口減少と地域経済縮小の克服

・地方は、人口減少を契機に、「人口減少が地域経済の縮小を呼び、地域経済の縮小が人口減少を加速させる」という負のスパイラルに陥るリスクが高い。

・人口減少克服・地方創生のためには、3つの基本的視点から取り組むことが重要。

①「東京一極集中」の是正

②若い世代の就労・結婚・子育ての希望の実現

③地域の特性に即した地域課題の解決

（2）まち・ひと・しごとの創生と好循環の確立

「しごと」が「ひと」を呼び、「ひと」が「しごと」を呼び込む好循環を確立するとともに、その好循環を支える「まち」に活力を取り戻す。

①地域経済の活性化、産業の高付加価値化、女性の活躍の推進等による「しごとの創生」

②若者の地方就労の促進、子育て支援など移住定住促進等による「ひとの創生」

③安心できる暮らしの確保や都市のコンパクト化、広域的な機能連携等による「まちの創生」

2. 「まち・ひと・しごとの創生」政策5原則

（1）自立性：構造的な問題に対処し、地方公共団体、民間事業者、個人等の自立につながる。

（2）将来性：地方が自主的かつ主体的に、夢を持って前向きに取り組むことを支援する。

（3）地域性：各地域の実態に合った施策を支援。国は支援の受け手側の視点に立って支援。

（4）直接性：最大限の成果をあげるため、直接的に支援する施策を集中的に実施する。

（5）結果重視：PDCA メカニズムの下、具体的な数値目標を設定し、効果検証と改善を実施する。

3. 将来都市像（参考：第5次栗東市総合計画）

目指すべき将来都市像は、第5次栗東市総合計画に準拠し、

一ひと・まち・環境 とともに育む「健やか・にぎわい都市」栗東一

とし、まちづくりの理念は、以下の通りである。

- (1) 効率的で、創造的・発展的なまちづくりを市民の力で進めるため、「市民主体、市民協働によるまちづくり」を進めます。
- (2) 立地特性を生かした地域活性化やコミュニティの再生を進めるため、「交流や連携で活力を創造するまちづくり」を進めます。
- (3) まちの個性や特長を伸ばしていくため、「優れた自然環境や歴史文化を保全・継承し、発展させるまちづくり」を進めます。

実施にあたっては、総合計画との調整を図るものとする。

4. 現状と課題

(1) 人口の現状

若年層の流入と高い出生率に支えられた人口の増加と子育て層を含む市外流出による社会減傾向

- ・本市の人口は、昭和35年以降、国勢調査人口は継続して増加し、平成22年までの50年間で約4.5倍と成長した。
- ・人口増加を支えているのは、企業立地の進展を背景とする若年層の流入と出生率の高さにあるが、一方、30-40歳代の住み替え層の流出傾向も表れている。
- ・学区別人口は、市北部の鉄道駅を中心とした市街地では増加ないし、横ばいであり、市中南部では緩やかに減少している。
- ・こうした傾向を基に住民基本台帳人口を基本とする推計では、平成47年まで人口が増加し（72,358人）、以後減少すると予想され、65歳以上人口比率は、平成27年17%から平成57年24%へと高まっていく。
- ・平成47年以降の人口減少には、30-40歳代の子育て世代を含む人口の市外への流出超過による影響が表れており、これまで通りの若者流入の継続と併せて、今後の人口の不安定化の主な要因である。

(2) 市民アンケートからみたまちの状況

暮らしやすく子育てしやすいまちのイメージと若年層の高い転居志向

- ・「居住し続けたい」意向は56%と高く、「いつか今の場所を転居したい」意向は20%と低い。
- ・「転居したい」意向は、20歳代などの比較的若い層で多く表れており、転居の際重視する点は、「スーパーや医療施設が近い」「鉄道駅が近い」「通勤通学に便利」といった利便性、及び「手頃な住宅」「自治体の福祉政策」が主なもので、転居希望場所は、「草津市」「守山市」の回答が多い。
- ・市民の日常生活における交通手段は、自家用車での移動が中心となっているが、日用品以外の買物を除き、通勤通学、日用品買物、医療などは概ね市内でまかなっている。さらに今後の都市機能の充実が期待されている。
- ・「子育てのしやすさ」（既婚）は、「しやすい」との回答が6割と多いが、施策として「経済的負担軽減」「子育てしながら働き続けられる環境づくり」を求める声もある。
- ・栗東の将来像は、「快適な住環境が整ったまち」を希望する回答が多く、次いで「健康づくり

や高齢者に必要な施設の充実」「子育て支援が充実」などの回答が多い。また、将来不安として、「商業レクリエーション施設の衰退」「産業振興の遅れ」などが上がっている。近年の人口の高齢化や産業・雇用状況の不安定さへの関心の高さを反映している。

(3) 総合戦略策定にむけての課題

- ①若者人口の流入確保と地元定着の促進
- ②にぎわいのある暮らしやすいまちづくり
- ③健康ニーズをサポートする取り組み
- ④働きながら安心して子どもを育てられる環境づくり
- ⑤安定した地域産業の形成

5. 基本目標

本市の人口を将来的に安定したものとするために、人口ビジョンで検討した3つの柱を基本目標として、施策展開を図る。

【ま ち】 ①地域の活力を生み出す人口確保・定着と地域連携により時代にあったまちをつくる

【ひ と】 ②若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる

【しごと】 ③立地条件を活かして、安心して働ける産業雇用体制をつくる

6. 重点戦略

(1) 【まち】 居住対策

目的：若年層の流入確保と子育て世代の流出抑制

- ・人口が将来にわたって安定的に推移していくために、若年層の流入の確保と30～40歳代の住み替え層の市外流出を抑制していく必要がある。
- ・市民アンケート調査結果から、「(市外) 転居意向」は30歳代以前の20歳代の若年層で高い傾向にあり、若い世代に対する地域イメージの向上、定住環境のアピールを行うが必要である。

(2) 【ひと】 子ども子育て対策

目的：高い合計特殊出生率の維持

- ・本市の人口増加の要因として、若年層の流入に加え、婚姻率及び出生率の高さがあり、近年、合計特殊出生率は概ね1.9～2.0の値を見せている。この値は全国平均1.43と比べて高水準となっているため、今後もこの出生率を確保する必要がある。
- ・出生率を高水準に維持するため、安心して働き、出産・子育てがしやすい取り組みを切れ目なく行い、子どもの健やかな成長を家庭・学校(園)・地域で支えていくことが必要である。

(3) 【しごと】 産業・雇用対策

目的：雇用の確保と働きやすい環境づくり

- ・本市の産業は、交通条件のよさなどを背景として、新たな企業立地が進み、現在では特定の製造業の業種に偏らない構成を見せ、また製造業の立地と併せて、運輸、倉庫、卸・小売業などの業種も加わり、地域に厚みのある産業構造が形成されている。
- ・市民アンケート調査結果では、「子育てのしやすさ」に対する評価は比較的高いものの、「子育

てしながら働き続ける環境づくり」を求める声もあり、就業環境の整備に対する期待が寄せられている。

- ・産業の足腰を強化する上で、新たな企業の誘導・育成をすすめるとともに、身近なところでいきいきと働ける場を創出することに努め、多様性を持った産業構造を構築する必要がある。

7. 事業推進体制

本計画の実施にあたっては、全庁的な組織であるひと・まち・しごと創生本部により、総合的、計画的な事業推進を行うものとする。

8. 効果の評価・検証の実施

各施策の効果を検証できるように、施策に重要業績評価（KPI）を設定し、また併せて改善を行う仕組み（PDCAサイクル）を導入し、ひと・まち・しごと創生本部及び外部委員の意見を取り入れる中で、実施、実施状況の検証・見直しを行っていく。

《参考》目指すべき人口目標

年 度	人 口	備 考
平成 22（2010）年	63,655 人	基準年・国勢調査
平成 27（2015）年	67,289 人	平成 27 年 4 月 1 日現在
平成 57（2045）年	約 73,500 人	【目標】 人口ピーク
平成 72（2060）年	約 72,000 人	【目標】

※総合戦略骨子（素案）は、現時点での素案であるため大幅に見直しされることがあります。

II 基本的な考え方（商工振興ビジョンロードマップに基づく事業実施計画）

本商工振興ビジョンロードマップに基づく事業実施計画は、商工振興ビジョンロードマップに位置づける施策について、（仮称）栗東市まち・ひと・しごと創生総合戦略（以下、「総合戦略」という。）に反映すべきものをはじめとして、具体的施策を事業実施計画として整理するものです。

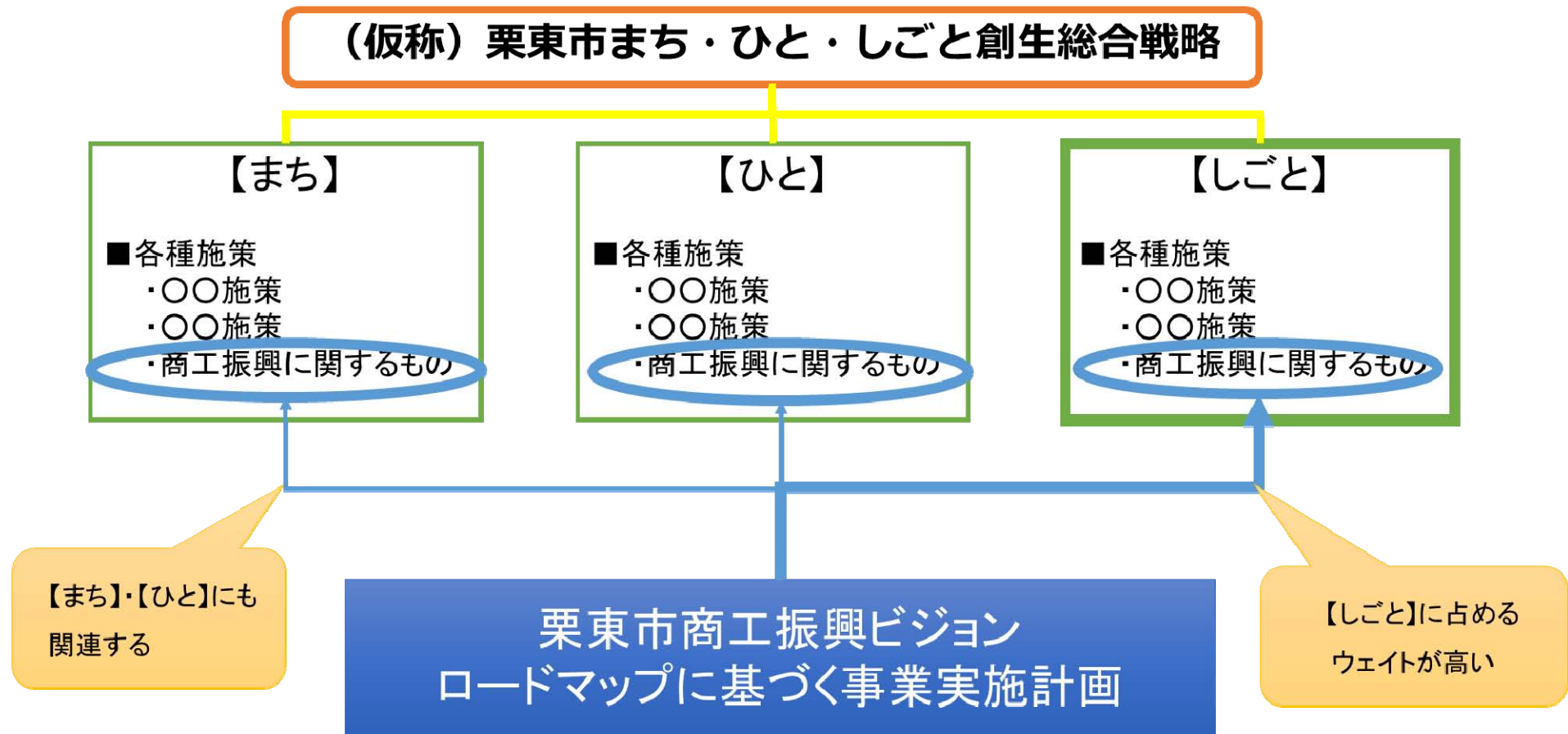
III 今後の施策の方向

1. 中小企業の経営基盤強化
2. 消費者ニーズ創出
3. ブランド創出
4. 栗東駅前・手原駅前の賑わい創出
5. 観光事業の推進

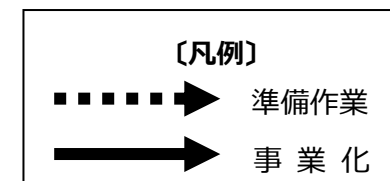
栗東市総合戦略骨子（概要）（素案）

	基本目標	重点戦略	重要業績評価指標（KPI）	具体的な施策
<p>○位置づけ 期間：2019年までの5年間 現行第5次栗東市総合計画を積極的に推進する計画として位置づけます。 実施にあたっては総合計画との調整を図ります。</p>	<p>基本目標①（まち） 地域の活力を生み出す人口確保・定着と地域連携により時代にあったまちをつくる 【指標】 住み続けたい意向 __% 20-40歳代増加数 __人 来訪者数 約__万人</p>	<p>【まち】 居住対策</p>	<p>栗東市総合戦略（骨子）素案</p>	
<p>○将来都市像 ひと・まち・環境 ともに育む 「健やか・にぎわい都市」栗東</p> <p>○まちづくりの理念 ・市民主体、市民協働によるまちづくり ・交流や連携で活力を創造するまちづくり ・優れた自然環境や歴史文化を保全・継承し、発展させるまちづくり</p> <p>○目標 ・安全・安心のまち ・環境・創出のまち ・愛着・交流のまち</p>	<p>基本目標②（ひと） 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる 【指標】 合計特殊出生率 __以上</p>	<p>【ひと】 子ども子育て対策</p>		<p>商工振興ビジョン ロードマップに基づく 事業実施計画</p>
<p>現状と課題 ・人口の現状 ・市民アンケートから見たまちの状況 ・総合戦略策定に向けての課題</p>	<p>基本目標③（しごと） 立地条件を活かし、安心して働ける産業雇用体制をつくる 【指標】 就業者数増加 __人 事業所立地数 __事業所</p>	<p>【しごと】 産業・雇用対策</p>		
<p>事業推進体制 ひと・まち・しごと創生本部により、総合的、計画的に事業推進を行います。</p>				
<p>効果の評価・検証の実施 施策の評価検証については、PDCAサイクルを用いて検証、見直しを行います。</p>				

総合戦略とロードマップに基づく事業実施計画の関係



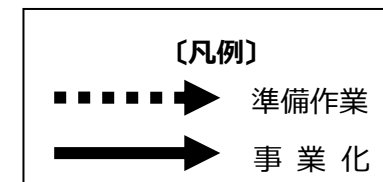
1. 中小企業の経営基盤強化



■ 具体的施策	新規	継続	実施年度					備考
			H27	H28	H29	H30	H31	
(1) 中小企業の経営基盤強化								
■ 緊急経済対策の実施								
・ 滋賀県緊急経済対策資金の信用保証料助成制度の拡大延長		○		————▶				H25 からの継続
・ 設備の新設改修や物品購入等に伴う既存市補助制度中、市内中小企業等を活用することで域内経済循環に繋がるものの補助率を改正	○		▶	————▶			H28 内部調査・検討
■ 経営資金の確保								
・ 「(仮称) 元気な中小企業支援を応援するまちづくりガイドブック」の作成配布	○		▶	————▶			
・ りっとう創業塾の実施	○		————▶					
・ 創業支援希望者のネットワーク構築	○			————▶				創業支援事業計画期間
・ 小規模事業者持続化補助金の市単独助成制度の創設	○			————▶				
・ よろず支援拠点との連携によるサポート体制の確立 (市の常設相談窓口のための職員配置)				————▶				
・ よろず支援拠点による定期的な相談窓口の開設 (毎月1回)	○			————▶				中小企業診断士等
・ 元気な中小企業や施策を紹介するメールマガジン配信制度創設	○		▶	————▶			

■ 具体的施策	新規	継続	実施年度					備考
			H27	H28	H29	H30	H31	
■ 起業活動の支援								
・(仮称) 栗東市創業支援事業計画推進会議の立ち上げ	○			→				関係機関、金融機関等との相互連絡体制を確保
・「(仮称) 元気な中小企業支援を応援するまちづくりガイドブック」の作成配布			【再掲】					
・元気な中小企業や施策を紹介するメールマガジン配信制度の創設			【再掲】					
・よろず支援拠点との連携によるサポート体制の確立 (市の常設相談窓口のための職員配置)			【再掲】					
・よろず支援拠点による定期的な相談窓口の開設 (毎月1回)			【再掲】					
・空きテナント活用によるチャレンジショップ事業	○			→				
(2) 事業機会拡大及び持続的発展へ向けた中小企業へのサポート強化								
■ 情報提供の促進								
・「(仮称) 元気な中小企業支援を応援するまちづくりガイドブック」の作成配布			【再掲】					
・元気な中小企業や施策を紹介するメールマガジン配信制度の創設			【再掲】					
・小規模企業者支援のための市管理職員による「(仮称) 出向くコンシェルジュ制度」の創設	○			→				
■ 相談体制の充実								
・よろず支援拠点との連携によるサポート体制の確立 (市の常設相談窓口のための職員配置)			【再掲】					
・よろず支援拠点による定期的な相談窓口の開設 (毎月1回)			【再掲】					

2. 消費者ニーズ創出

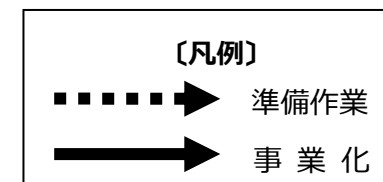


■ 具体的施策	新規	継続	実施年度					備考
			H27	H28	H29	H30	H31	
(1) コンビニ・スーパー等の小売業者へのニーズ調査 ■ 市内小売業者への働きかけ								
・ コンビニエンスストアと協働した商品開発	○		➡	————➡			栗東ブランド認証とのリンク付けした対応
・ 消費者ニーズ調査の実施	○			————➡				
・ 地場産品コーナーの設置運動	○		➡	————➡			
(2) 市民の消費ニーズについての調査・検討 ■ 市民への調査及び懇談会の実施								
・ 消費者ニーズ調査の実施			【再掲】					
・ 市民・消費者・事業者ワークショップ（懇談会）の開催	○			————➡				消費ニーズの掘り起こしを行うとともに、双方向の情報共有の仕組みを構築する
・ 多様な主体の意見交換・情報共有を図るためのプラットフォームの構築	○						————➡	地方創生懇談会の意見により追加
・ 市民が買物をしやすい環境整備や店舗誘導の検討	○						————➡	
・ 大学との相互協定等の締結 （大学生等が参画できる仕組みづくり）	○		➡	————➡			協定締結の協議・調整の後、協定の締結等
(3) ターゲットを明確にした商業活性化策 ■ 商業活性化策の実施								
・ りっとうバル・まちゼミ・セール事業の実施（拡大）		○	➡	————➡			既存事業のブラッシュアップ

■ 具体的施策	新規	継続	実施年度					備考
			H27	H28	H29	H30	H31	
■ より利用しやすい商店街づくり								
・くりちゃんバスの利用状況の調査	○			→				利用実績調査 利用者アンケートの実施
・無料送迎バスの社会実験	○				→			利用者アンケート結果 に基づく社会実験
■ 大口需要者への域内調達拡大の要請								
・域内調達拡大運動（トップセールス等による工場、物流施設、学校、病院、福祉施設等へ調達比率の引上げを要請）（拡大）		○		→				トップセールス・企業 誘致と連携した取組み
・（仮称）こなんビジネスマッチングフェアの開催 （市内事業者の見本市の開催）	○			→				湖南エリアの連携事業として 実施に向け働きかけを行う
・市の補助事業見直しによる地元事業者活用特典の付与（拡大）		○		→				補助事業見直しに向けた調査 検討後、見直し実施
■ 市の全調達に占める地元地域からの調達比率の引上げ								
・市の全調達に占める調達比率の引上げ（H25比10%）		○	→					現状の課題を分析して 調達比率の向上を図る
（４）買い物環境の改善								
■ 子ども連れや高齢者などが階層や消費実態に応じた製品・サービスの提供に向けて								
・消費者ニーズ調査の実施	【再掲】							
（５）事業所調査とデータベースの作成								
■ 事業者調査の実施								
・小規模企業者支援のための市管理職員による「（仮称）出向く コンシェルジュ制度」の創設	【再掲】							

※「トップセールス」については、「トップセールスの展開、企業誘致の推進」として第七次行政改革大綱の改革項目。

3. ブランド創出

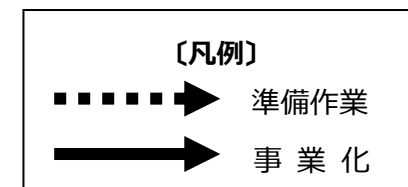


■ 具体的施策	新規	継続	実施年度					備考
			H27	H28	H29	H30	H31	
(1) 市内の優れた中小企業を認証する制度の設立 ■ 中小企業に対する認証制度の設立								
・ 栗東ブランドによる認証制度の設計	○			➡				関わりたくなる仕掛けと仕組みの構築
・ 認証ロゴマークの作成	○			➡				市内デザイナーの登用
■ 認証制度の展開								
・ シティセールス戦略等による積極的な情報発信	○		➡	➡	➡	➡		認証制度とリンク
・ 栗東ブランド認証によるデザイン性の高いPRの実施 (栗東ブランドHP、栗東ブランドブックの編集など)	○				➡	➡		市内デザイナーの登用
・ ブランド力向上を通じた中学生・高校生の地元企業インターン事業の実施			➡			➡	地方創生懇談会の意見により追加
(2) 栗東の知名度とブランド力をいかに、発展させる取り組み a 農商工連携による商品開発と販売促進 ■ 農商工連携による商品開発と販売促進								
・ 産学官連携によるブランド開発販売の実施(拡大)		○	➡	➡	➡		
・ 栗東ブランド認証による域外消費に向けた展開	○		➡	➡	➡		発信する特産品等を整理したうえで実施
・ よろず支援拠点との連携によるサポート体制の確立 (六次産業化推進に向けたコーディネーター)	【 再 掲 】							
・ 大学連携による商品開発プロジェクトの実施	○						➡	大学との相互協定の締結後のプロジェクト

■ 具体的施策	新規	継続	実施年度					備考
			H27	H28	H29	H30	H31	
b 販路拡大支援								
■ 地域ブランドなどの外部へのPR								
・大都市でのイベントへの積極的参加（拡大）		○						ブランド認証制度を整理し、戦略的に拡大
・栗東ブランド認証によるデザイン性の高いPRの実施 （栗東ブランドHP、栗東ブランド書籍の作成など）								
■ 地産地消の実現								
・学校給食における地産地消の推進（拡大）		○						ブランド認証制度を整理し、戦略的に拡大 教育委員会、農林課との連携事業

※「栗東ブランド」については、「都市のブランド戦略の推進」として、第七次行政改革大綱の改革項目。

※農商工連携による商品開発と販売促進については、「新産業創造イノベーションの推進」として、第七次行政改革大綱の改革項目。



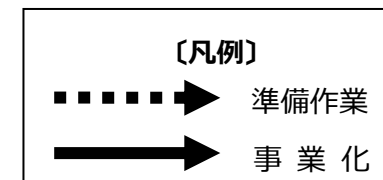
4. 栗東駅前・手原駅前の賑わい創出





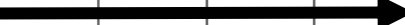





■ 具体的施策	新規	継続	実施年度					備考	
			H27	H28	H29	H30	H31		
(1) 栗東駅前・手原駅前での活性化・にぎわい拠点づくり									
■ 栗東駅前の活性化									
・ 栗東駅周辺まちづくり基本方針に基づく施策の実施	○		<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;"> H26年策定した「栗東駅周辺まちづくり基本方針」に基づく、各種施策の事業実施 </div>					事業推進担当課による具体的な事業展開	
・ 栗東駅周辺まちづくりにかかる地域住民・事業者による協議会の設立	○								
・ 栗東駅前広場の有効活用に向けたリノベーション	○								
・ 栗東駅前広場での夜市や屋台村などのイベント開催	○								
・ 市民が気軽に利用できる多目的スペースの設置	○								
・ 空きテナント活用によるチャレンジショップ事業			【再掲】						
・ 無料送迎バスの社会実験			【再掲】						
・ 栗東駅前夏祭りの継続		○➡————➡					継続支援体制の検討	
■ 手原駅前の活性化									
・ 中心市街地活性化に向けた取組みの検証と見直し	○		➡————➡					TMO等の取組み経過を検証し、取組み内容を見直し
・ 立地適正化計画の活用による中心市街地活性化事業の実施	○		➡————➡					コンパクトシティにおける商工事業者の役割を検討・反映
・ 商工会館のバリアフリー化	○	➡————➡						
・ 栗東観光案内所の運営体制の拡充		○➡————➡					栗東観光案内所運営のあり方を検証し、見直し	
・ 安養寺景観まちづくり協議会との連携拡充		○➡————➡					まちづくり会社等の検討	
・ レンタサイクル事業の拡充		○➡————➡						

■ 具体的施策	新規	継続	実施年度					備考
			H27	H28	H29	H30	H31	
(2) 来街者を増やすための新しい取組み								
■ 滞留性や回遊性の向上								
・ 栗東駅周辺まちづくり基本方針に基づく施策の実施			【再掲】					
・ 安養寺景観まちづくり協議会との連携拡充			【再掲】					
・ 空きテナントの現況調査	○			→				
・ 空きテナント活用によるチャレンジショップ事業			【再掲】					
・ 既存のまつり等のイベントの検証と見直し				→				
・ (仮称) 街かど美術館事業の実施	○			→	→	→		既存のまつり等のイベントを再構築したうえで実施
■ 地域コミュニティ・ビジネスの創造と発展								
・ よろず支援拠点との連携によるサポート体制の確立 (市の常設相談窓口のための職員配置)			【再掲】					
・ よろず支援拠点による定期的な相談窓口の開設 (毎月1回)			【再掲】					
・ 空きテナント活用によるチャレンジショップ事業			【再掲】					

※栗東駅周辺まちづくり基本方針のアイデア集（3年以内）をもとにおもに商工関連施策を掲載

5. 観光事業の推進



■ 具体的施策	新規	継続	実施年度					備考
			H27	H28	H29	H30	H31	
(1) 来訪者の増加及び交流機会の確保 ■ 地域資源の活用								
・ 地域資源活用ビジョンの策定と効果的な運用	○							H27 策定 【広報課】 H28～具体的施策へ
・ あるもの探しの実施	○							【広報課】
・ 栗東ブランド認証によるデザイン性の高いPRの実施 (栗東ブランドHP、栗東ブランド書籍の作成など)			【再掲】					
・ シティセールス戦略の策定と運用	○							H27 策定 【広報課】 H28～具体的施策へ
・ 大学連携による商品開発プロジェクトの実施			【再掲】					
■ 観光事業の推進								
・ 湖南4市の広域観光の効率化に向けた連携拡充	○							広域連携に向けた協議・検討
・ 観光振興計画の策定	○							
・ 地域資源活用ビジョンの策定と効果的な運用			【再掲】					
・ 大都市でのイベントへの積極的参加(拡大)			【再掲】					
・ 観光客向けのマップやパンフレットの拡充		○						外国人旅行者向け等の ホスピタリティに配慮
・ 栗東ならではのホスピタリティのある案内標識の検討および設置								

■ 具体的施策	新規	継続	実施年度					備考
			H27	H28	H29	H30	H31	
(2) 近郊型レジャーに関するニーズ調査 ■ 近郊型レジャーのニーズ調査								
・ グリーンツーリズムの実施に向けた実態調査	○			→				実態調査
・ 観光客や観光関連事業者との情報交換によるニーズ調査					→			
(3) 近郊型レジャーの展開 ■ 近郊型レジャーの展開								
・ 着地型観光商品の開発に向けた旅行会社とのタイアップ	○				→			H29 具体化に向けた働きかけ

※「地域資源活用ビジョンの策定」は、「地域資源活用ビジョンの策定・実践」として、第七次行政改革大綱の改革項目。

IV 進行管理と見直しの考え方

本商工振興ビジョンロードマップに基づく事業実施計画の進行管理については、商工振興ビジョンロードマップの進行管理と合わせて行います。また、(仮称) 栗東市まち・ひと・しごと創生総合戦略の一部を成すものであるため、これに基づく進行管理も行うものとなります。

進行管理の実施については、栗東市中小企業振興会議において、本ロードマップに基づく事業実施計画に基づく各年度の事業実施状況を評価しつつ、重要業績評価指標（KPI）の達成を目指すとともに、社会経済情勢等の変化に柔軟に対応していくため、具体的な施策内容や実施年度等の改善（見直し）を、毎年度、実施するものとします。

【進行管理のイメージ】

項目		H27	H28	H29	H30	H31
計画（Plan）・実行（Do）		計画策定 (Plan) → 計画期間 (Do) →				
評価 (Check)	栗東市まち・ひと・しごと創生総合戦略による評価	評価 →	評価 →	評価 →	評価 →	評価 →
	栗東市中小企業振興会議による評価	評価 →	評価 →	評価 →	評価 →	評価 →
改善（Action）		→ 改善	→ 改善	→ 改善	→ 改善	→ 改善

今後のスケジュール（案）

関 連	1月	2月	3月	備 考
中小企業振興会議	<p>1/12 中小企業振興会議</p> <p>1/20 総合調整会議</p>	<p>H28年度の新規施策の制度設計</p> <p>※商工振興ビジョンロードマップ等のパブリックコメントは、条例や商工振興ビジョンで実施したことから、実施しない方針</p>	<p>公表</p>	<p>【公表】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○商工振興ビジョンロードマップ ○同ロードマップに基づく事業実施計画
市議会	<p>1/12 環境建設常任委員会協議会</p> <p>1/28 議会説明会</p>			<p>○商工振興ビジョンロードマップに基づく事業実施計画に位置づけられた施策に関しては、(仮称) 栗東市まち・ひと・しごと創生総合戦略に関連するため、公表時期を調整する必要がある。</p>
総合戦略	<p>商工振興ビジョンロードマップと総合戦略の相互・連携した計画策定</p>	<p>総合戦略【パブリックコメント】<予定></p>	<p>公表</p>	

商工振興ビジョン前半期ロードマップ（素案）に向けた意見と対応

NO	提出課	箇所 (頁・行・項目等)	意見等	説明 (理由等)	意見に対する対応
1	元気創造政策課	全般について	<ul style="list-style-type: none"> 総合戦略の策定にあたっては、総合計画に記載している取り組みの再整理をベースとして、環境経済部としての取組み可能な内容等について提案をいただく中で策定を進めて行きたいと考えている。 については、今回策定をいただく「栗東市商工振興ビジョン 前半期ロードマップ」の内容に関しても整合・連動を図りながら、総合戦略としての取組み項目及びK P Iの設定について協議、検討をさせていただきたい。 	<ul style="list-style-type: none"> 総合戦略は、今後、各部での検討内容を踏まえ、骨子を作成し、「まち・ひと・しごと創生本部会議」、「地方創生懇談会」での議論を踏まえ策定していく予定をしており、各部・課との連携を図りつつ策定作業を進めて行く予定です。 	<ul style="list-style-type: none"> ロードマップの事業実施計画として総合戦略に反映するよう、協議・調整を行います。
2	広報課	3. ブランド創出の工程表 (1) 市内の優れた中小企業に対する認証制度の設立 ○中小企業に対する認証制度の設立 ○認証制度の展開	<ul style="list-style-type: none"> 中小企業認証制度については、企業内における次世代育成支援、ワークライフ・バランスの推進、CSR（企業の社会的責任）の推進、障がい者就労支援の推進などに積極的に取り組む企業を市が認証し、一定の優遇措置や支援を行う制度であります。当課が現在策定を進めるシティセールス戦略における先導事業の一つとして、市民、団体、事業者（企業等）による「シティセールス活動認定事業」を盛り込み、今後検討を進めることとしていますが、この場合、認証機関は異なることが予測されるものの、対事業者・企業等がそれぞれの認定事業の対象として想定されることから、制度検討の際には予め協議させていただきたい。 	<ul style="list-style-type: none"> (参考)先導事業④「市民等によるシティセールス活動の認定支援」基本戦略(1) - ①, ② 市民や団体、事業者等が取り組む地域資源やまちの魅力を活かしたシティセールス活動に関する事業を認定し、その取り組みに応じた支援を行う制度創設を検討し実施します。 (H27～H28 検討、H29 実施) 	<ul style="list-style-type: none"> 商工振興ビジョンにおける中小企業認証制度とは、「ユニークですぐれた品質の製品を生産している中小企業や、地域の人々の生活に必要な質の高いサービスを提供している中小企業を認証していく制度を意味しております。 制度設計にあたっては、シティセールス戦略との協議・調整を図るものといたします。

3	広報課	<p>3. ブランド創出の工程表 (2) 栗東の知名度とブランド力を生かし発展させる仕組み a. 農商工連携による商品開発と販売促進</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ロードマップにある「商品のイメージアップを図ることにより、ブランド力を高める」ことを含め、当該事項は、現在策定中の栗東市シティセールス戦略における全体的な都市イメージとして「栗東ブランド」構築をしていく上での一要素にも成りうることから、取り組みの推進にあたっては連携をお願いしたい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・現状として広義としての「栗東ブランド」としては不明確であることからシティセールスの中で全体的な取り組みの中で定義づけやイメージの定着化を図っていく必要があります。 	<ul style="list-style-type: none"> ・「栗東ブランド」の定義づけを明らかにしながら、栗東の知名度とブランド力の向上を目指して取り組みを進めます。
4	広報課	<p>4. 栗東駅前・手原駅前の賑わい創出の工程表 (1) 栗東駅前・手原駅前で の活性化・にぎわい拠点づくり 手原駅前の活性化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・手原駅前のコミュニティ広場・市民交流施設の有効利用 ・「手原駅を有効活用し、地域ブランドなどの発信や栗東特名産品、栗東産農作物及び加工品の販売」 ・平成26年11月に開催された手原駅改築10周年記念事業（手原駅リニューアルフェスタ）については、地元手原自治会と商工会等が中心となって企画・開催されたものでありましたが、単年でのイベントであったため、今後、継続的に定着した手原駅前スペースの有効活用を図るためには、地域や事業者が主体的に協働して取り組めるための環境整備を検討していく必要があると思われれます。 	<ul style="list-style-type: none"> ・現在策定中のシティセールス戦略における、「市民、事業者等との連携」による体制整備を進めるとともに、基本戦略「(3) 様々なメディアや機会を活用したセールス戦略—③イベント等の機会を活用した情報発信」により、栗東駅前で取り組みも含め、連携して取り組みを進めます。 	<ul style="list-style-type: none"> ・地域や事業者が主体的に協働して進めることが前提となるため、そのための環境整備に向けた取り組みが必要と考えられます。

5	広報課	<p>5. 観光事業推進のための工程表</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自然環境と利便性を生かした新たな事業展開 (1) 来訪者の増加及び交流機会の確保 ・地域資源の活用 	<ul style="list-style-type: none"> ・ロードマップ中、「農林産物や自然、文化歴史などの地域資源の再発掘」については、平成26年度中盤から平成27年度となっていますが、現在策定中の「地域資源活用ビジョン」においては、基本方針並びに基本的な取り組みにおいては、「地域資源の掘り起こし」や重点プロジェクト1「栗東ブランドの創造」—継続した「あるもの探し」の継続的な地域資源の発見や再発掘について取り組みを進めていくこととしており、計画期間を通じてのロードマップとしていただきたい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・計画期間について地域資源活用ビジョン等との整合をお願いしたい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ご指摘のとおり、地域資源の再発掘については、地域資源のあるもの探しとして継続的に実施すべきものであることから、計画期間を通じた取り組みといたします。
6	農林課	<p>2 消費者ニーズ創出</p> <p>(1) コンビニ・スーパーなどの小売業者へのニーズ調査</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・市内小売業者への働きかけの工程を早める 	<ul style="list-style-type: none"> ・平和堂はJAおうみ富士のコーナーを設置しており、フレンドマーケット安養寺店オープン時にアグリの郷の野菜コーナーを試みたという経過がある。(結果としては実現していない) コンビニ、ドラック、スーパーとも新鮮な地場野菜を「売り」にして販売し、26年度から協議している。スーパースターでアグリの郷の「塩麴」を販売するなど実際に取り組みを進めている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・到達度及び実績の欄に、H26年度の取り組み状況として追記します。 ・【追記文案】「農林課では、コンビニ、ドラック、スーパーとも新鮮な地場野菜を「売り」にして販売し、26年度から協議している。スーパースターでアグリの郷の「塩麴」を販売するなど実際に取り組みを進めている。」 ・またご意見の主旨に従い、市内小売業者への働きかけを前倒しして実施していくため、消費者ニーズ調査を着実に実施します。

7	農林課	<p>3 ブランド創出の工程表 (1) 認証制度の展開 (2) ブランド力を利用 a 農商工連携 b 販売拡大支援</p>	<ul style="list-style-type: none"> 市内の優れた中小企業を認証する制度の設立について、農業分野では滋賀県の制度を活用しているのが原状である。 「安全安心」のみをキーワードにした商品開発ではないのではないのでしょうか。 「地産地消」の定義があいまいであり「地産地消」＝「地元購買」という誤解の恐れがある。 	<ul style="list-style-type: none"> 既に農業分野では「認定農業者制度」「滋賀県環境こだわり農産物認証制度」「国のエコファーマー認証制度」があり、これらを利用して差別化した農産物をPRしている。 平成24年度より栗東ブランド推進補助事業を実施し、地域資源を利用したブランド開発に補助を行っている。 県の「おいしがうれしが」キャンペーンに参加し、栗東市農産物(加工品)をANAや都市部飲食店で利用してもらう取り組みを行っている。 	<ul style="list-style-type: none"> 認証制度に関しては、農業分野に限定せずに、栗東ブランドとしての必要性について検討すべきものと考えております。 「安全・安心」をひとつのキーワードとして扱っており、これに限定したものではないため、表現を修正します。 「地産地消」の意義が限定的に解釈されないよう表現を修正します。
8	農林課	<p>5 観光事業推進のための (1) 来訪者の増加及び交流機会の確保 地域資源の活用</p>	<ul style="list-style-type: none"> グリーンツーリズムなど「地域の魅力」を発信し体験するという記載を加えてはどうでしょうか 	<ul style="list-style-type: none"> 「さきら」を地域資源とした「栗東バアム」の開発や「大野神社」を地域資源とした「大野バアム」など土産産業として地域資源を活用したオリジナル商品開発ができています。 走井地域の棚田ボランティアによる都市住民や学生との交流から生まれた「ハーベスタ走井」などを新たな観光資源として注目しては？ 	<ul style="list-style-type: none"> グリーンツーリズムや棚田ボランティアなどについて、地域資源の再発掘の解説版として、追記します。 【追記文案】 「グリーンツーリズムや棚田ボランティアなど「地域の魅力」を発信し体験することなどの地域資源を再発見・再評価します」

9	経済振興労政課	2 消費者ニーズ創出のための工程表（ロードマップ）、 （3）ターゲットを明確にした商業活性化策 3つめ「大口需要者への域内調達拡大の要請」	・「大手企業の工場…福祉施設などに市内及び近隣市からの調達比率を引き上げてもらう」とあるが、「…市内からの調達比率を引き上げてもらう」としてはどうか。	・本市のロードマップであるので、市内に限定するほうがよいと考えるため。	・実際の事業者さんの繋がりは市内で完結しておらず、取引先は周辺市にもあり、広域的にお互い様という構図が重要との見解により、あえて近隣市を加えており、現状のままとします。なお、湖南地域としての中小企業振興への協力の働きかけを加筆し、誤解の解消を図ります。
10			・平成26年度のトップセールス実施件数を「4件」から「5件」に修正	・数字の誤り。	・修正します。
11			・到達度及び実績に「栗東企業懇話会などの機会を通じて、市内事業者同士の結びつきを深め、域内調達の促進を図っている」という項目を追加してはどうか。	・実際に、企業懇話会会員同士の発注促進の動きが見られるため。	・修正します。
12	生活交通課	意見なし			
13	スポーツ・文化振興課	芸術文化会館さきらの市民活動拠点として、現状の使用状況を把握	<ul style="list-style-type: none"> ・芸術文化会館さきは市の芸術文化振興の拠点として、指定管理者制度を導入し、管理運営を行っている。 ・シンボル広場の活用については、芸術文化会館さきらの一部として、指定管理者の理解と協力を得て進める必要がある。 ・(芸術文化会館さきらにおいては減免制度がないので、シンボル広場における市民対象のイベント実施の際には有料で実施していただいております) 	芸術文化会館さきは指定管理者により管理が行われており、調整をしながら進める必要がある。	芸術文化会館さきらやシンボル広場の活用実態を踏まえ、地域の拠点として栗東駅前のにぎわい創出に向けた活用方策を、地域住民とともに可能性を検討していく必要があると考えられます。

14	都市計画課	<p>4 栗東駅前・手原駅前の賑わい創出の工程表（ロードマップ） (1) 栗東駅前・手原駅前の活性化・にぎわい拠点づくり</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・栗東駅周辺や手原駅周辺を中心としたコンパクトな市街地の形成、車に頼らなくても行動できる交通環境づくりが求められている。 ・低炭素社会の実現に向けて、集約型の都市構造を基本としつつ、住宅の長寿命化や自然エネルギーの活用など、様々な分野の連携を図りながら、総合的に環境負荷の小さな都市づくりを進める。 ・栗東駅周辺～手原・安養寺周辺にかけては、集積する都市機能の活用や商業の振興を図るとともに、鉄道駅へのアクセスを高め、鉄道駅を中心に、自然や歴史・文化資源との連携により個性的でにぎわいある生活空間の形成、生活利便性の向上を目指します。 ・将来的な人口減少に備えた都市づくりの取り組みが求められています。 ・全国的な人口減少・少子高齢化の潮流の中、本市における人口は今もなお増加傾向にあるが、平成 57(2045)年をピークにその後緩やかに減少に転じると推測でき、約 30 年度(平成 52(2040)年)には、高齢者人口はほぼ倍になると推測できる。今後訪れる少子高齢化・人口減少時代の到来に備え、快適な暮らしと活力あるまちを実現するための都市構造の再構築を図るため、「立地適正化計画」の策定を進めていることから、商業施策等の検討にあたっては、財政・金融・税制上の支援制度等（都市機能立地支援事業等）の活用も念頭においていただき、立地適正化計画とも連携・調整を図りながら進めていただきたい。 ・栗東駅前地区の地区計画は、平成 5 年に計画決定してから約 20 年余りが経過し、人口や土地利用、社会情勢等、大きく変化してきている。そうした中で、栗東駅前地区の住民や事業者等のニーズが見直し希望される傾向が大きいようであれば、地区計画の見直し検討を進めなければならないと考える。 	<ul style="list-style-type: none"> ・第三次栗東市都市計画マスタープラン (P.19・L4～「3.栗東市における主要課題」) ・第三次栗東市都市計画マスタープラン (P.24・L16～「自然との共生、循環型の都市づくり」) ・第三次栗東市都市計画マスタープラン (P.29・L1～「都心風格エリアと3つの拠点」) ・第三次栗東市都市計画マスタープラン (P.17・L16～「2.都市づくりの課題」) 	<ul style="list-style-type: none"> ・お示しいただきました都市計画上の地域特性を踏まえるとともに、少子化や高齢化、そして人口減少時代に備えた商工業の役割が求められると考えられます。 ・そして、栗東駅前や手原駅前のにぎわい創出に向け、立地適正化計画との整合を図りながら、取組みを進めていきます。
----	-------	---	---	--	---

商工振興ビジョンロードマップに基づく事業実施計画（素案）に向けた意見と対応（案）

NO	所属	箇所 (頁・行・項目等)	意見等	説明 (理由等)	意見に対する対応 事務局修正（案）
1	都市計画課	<p>栗東市商工振興ビジョンロードマップ（案）</p> <p>P 5 1-2.地区計画の見直しと商業活性化</p> <p>(1)安養寺地区(中心市街地)について</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「1-2.地区計画の見直しと商業活性化」の「地区計画の見直し」を削除すること。 ・表中の「地区計画の見直し」欄を削除すること。 ・表中の「まちづくり協議会の発展」は「安養寺景観まちづくり協議会」を指しているのなら、この欄を削除すること。 他のまちづくり協議会を指しているのなら、「「安養寺景観まちづくり協議会」を地域活性化の中心として持続継続的に取り組む」欄を削除すること。 	<ul style="list-style-type: none"> ・商工振興施策を図っていく上で、地区計画の見直しが重点施策の中に位置づけられるとは考え難いと思われる。 ・地区計画制度は、開発許可制度及び建築確認制度を補完し、これらの制度と相まって良好な市街地の整備及び保全を図るための制度である。中心市街地の活性化を図るための手段として地区計画制度などを用いることはあっても、ここで項目出しをするのはそぐわないと考える。 ・安養寺地区の商業活性化を図る中の一つの手法として、安養寺景観まちづくり協議会と連携協力を図っていくことは考えるが、協議会の実情と主旨からも限定して表記されるものではないと考える。 	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p>○都市計画課 No1～No3 の意見については、ロードマップに向けた意見であり、今回の照会における対象外ですが、商工観光課(事務局)の見解を掲載します。</p> </div> <ul style="list-style-type: none"> ・「地区計画の見直し」は実施済みの状況ではありますが、商工振興ビジョンに位置づけたものであるため、現状のままの記載とします。 ・商工振興の視点では、中心市街地の活性化に向けた取組みの一つとして認識しております。 ・「まちづくり協議会の発展」に向けて、商工振興ビジョンで位置づけられたものであり、現状のままの記載とします。 ・なお、商工振興の視点から、安養寺景観まちづくり協議会との連携拡充が必要と認識しております。

2	都市計画課	(2)JR 栗東駅前地区について	<ul style="list-style-type: none"> ・表中の「地区計画の見直し」欄を削除すること。 	<ul style="list-style-type: none"> ・先の意見照会(9/16㍻切分)でも記載したとおり、現在都市計画課では、見直しの計画は持ち合わせていない。既に市街地が形成されている中で、にぎわい創出に必ずしも地区計画が弊害となっているわけではないと考えることから、にぎわい創出の課題が明らかとなって、その原因が地区計画であり、住民や事業者のニーズが見直し希望が大きいようであれば、地区計画の見直し検討を進めなければならないと考えているが、見直しを限定して表記されるものではないと考える。 	<ul style="list-style-type: none"> ・「地区計画の見直し」に関しては、商工振興ビジョンにおいて、見直しに向けた機運づくりが必要であることが明記されておりますので、現状の記載のままとします。 ・なお、「地区計画の見直し」に向けた機運づくりの背景には、事業者側から視た「にぎわいのあり方」に対する問題意識があり、現行の法規制の課題を具体的に検討したうえで進めるべきものと認識しております。
3	都市計画課	P 1 4 (7)来訪者の増加及び交流機会の確保	<ul style="list-style-type: none"> ・表中の「旧道の魅力の活用」欄のうち、東海道ほっこりまつりは開催済みの表記を削除すること。 	<ul style="list-style-type: none"> ・他の表現の中でも、具体的な名称等まで表記されていないのに、ここだけ明記する理由がない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・具体的な取組み事例を掲載することは、共通理解を育むうえで有効であるとの専門部会での議論もあり、現状の表記のとおり先行事例として掲載します。
4	都市計画課	栗東市商工振興ビジョン ロードマップに基づく事業実施計画（素案） P 1 3 ■手原駅前の活性化 ・立地適正化計画の活用による中心市街地活性化事業の実施 ・安養寺景観まちづくり協議会との連携拡充	<ul style="list-style-type: none"> ・表現を改めること。 	<ul style="list-style-type: none"> ・立地適正化計画には都市機能施設などを位置付けていくものであって、事業を展開する場合は、別途整備計画などが必要である。その際に、立地適正化計画に位置づけたものであれば、支援制度を活用できるものである。 ・安養寺景観まちづくり協議会は、景観をベースとした地域活性化等を図っていくもので、商工振興の活性化をベースとしたものではなく、商工振興の拡充を図る意向はない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・立地適正化計画の策定に向け、商工振興ビジョンの主旨を反映するため、計画策定にあたり事業者の位置づけを明確化するものです。 ・支援制度の活用については、更に検討を進めるなかで方法論として検討していきます。 ・従来までの連携を強化する方向に進めていくべきとの考え方であるため、現状の表記のままとします。

			<ul style="list-style-type: none"> 備考欄のまちづくり会社等の検討を削除すること。 	<ul style="list-style-type: none"> 安養寺景観まちづくり協議会をまちづくり会社に移行していくように読めるが、都市計画課としては現段階ではまちづくり会社への移行の考えは持ち合わせていない。 	<ul style="list-style-type: none"> まちづくり会社等の手法の例示であり、あくまでも検討材料として表記したままとします。 なお、詳細については、<u>総合戦略の策定に合わせて修正を行うこと</u>とします。
5	都市計画課	<p>P14</p> <p>■滞留性や回遊性の向上</p> <ul style="list-style-type: none"> 安養寺景観まちづくり協議会との連携拡充 	<ul style="list-style-type: none"> 同上 	<ul style="list-style-type: none"> 同上 「安養寺景観まちづくり協議会」と「市役所前いちょう通り振興会」が連携協力して、今年度の「いちょうまつり～黄な祭～」を開催したことや、協議会内のにぎわい活性化部会を中心に、安養寺地域における「住む」×「商う」＝「にぎわう」の実現に向けて、「いちょうまつり」など地域住民と事業者が協力してにぎわいづくりに取り組んでいるが、協議会だけを固有名詞を出して記載している表現は改めていただきたい。 	<ul style="list-style-type: none"> 同上 左記のとおり、住民と事業者が連携した先行的な取組みであり、法定協議会として実施している団体でもあり、具体的な団体名も含めて掲載します。 なお、詳細については<u>総合戦略の策定に合わせて修正を行うこと</u>とします。
	生活交通課	<p>P10</p> <p>2.消費者ニーズ創出</p> <p>■より利用しやすい商店街づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> くりちゃんバスの利用状況の調査 	<ul style="list-style-type: none"> くりちゃんバスの利用状況の調査については年2回動態調査を行っているため、新規ではなく継続扱いでH27→H31まで矢印を引いていただきたい。また、備考欄は利用実績調査（動態調査）と記入し、利用者アンケートの実施については削除をお願いします。 くりちゃんバスの利用状況及び現状把握についてはH27→H31までお願いします。商店街の利用に繋がるよう検討・実施については検討のみをお願いします。 くりちゃんバスの利用状況の把握及び利用促進 利用状況の調査と検証を継続し、利便性向上と効率的運行の両面から運行の見直しを行っていく。 <p>修正（案） 利用状況の調査 → 利用実態の調査</p>	<ul style="list-style-type: none"> 貴課が実施している利用状況調査を指すのではなく、くりちゃんバス利用者における買物に関する調査を行うことで、買物バスの可能性等を検討する基礎資料とするものであり、現状の表記のままとします。 なお、詳細については、<u>総合戦略の策定に合わせて修正を行うこと</u>とします。 	
	教育総務課	<p>12 ページ</p> <p>■地産地消の実現</p>	<ul style="list-style-type: none"> 学校給食における地産地消の推進（拡大） 	<ul style="list-style-type: none"> 学校給食共同調理場更新（平成30年度稼働開始予定）に際し、中学校給食実施による食数の増加 	<ul style="list-style-type: none"> 情報提供のとおり、関係課で連携して推進していくこととします。

		<ul style="list-style-type: none"> ■意見なし ・農林課 (12/17・口頭) ・スポーツ・文化振興課 (12/16・口頭) 			
		<ul style="list-style-type: none"> ■回答なし ・元気創造政策課 ・広報課 ・自治振興課 			

近畿市長会総会提出議案作成要領

今回提出していただきます議案は、主として、平成29年度の国家予算編成に向けて、近畿市長会総会・全国市長会議（総会）での審議を経て、関係各省庁に提出する要望の基礎となるものです。つきましては、以下の点を考慮して作成をお願いします。

1. 平成29年度に向けて、要望する必要がある事項であること

中・長期的な視点を踏まえ、各市の施策上、早急に実現を図るため、国において予算の確保または制度の改善・創設を必要とする事項について要望願います。

ただし、事業としてのピークを過ぎ、収束に向かっている事項や、既に措置されている事項、具体性に欠けるスローガンのような事項、要望を重ねても国において平成28年度に向けて具体的に検討する見込がない事項などは除外してください。

2. 全国市長会の主張と明らかに異なる内容は避けること

全国市長会として決議・提言・要望等を行っている事項について、その趣旨と異なる、または反する内容の要望は避けてください。

3. 各市に共通する内容であって、地域偏在性が強くない事項であること

4. 提出件数については、1市1件を厳守すること

近畿市長会会則により府県市長会から提出する議案は、各府県市長会から3件以内と定められており、また滋賀県市長会議等において1市1件のルールの徹底についてご指摘がありますので、必ず1市1件を厳守願います。

5. 要望事項の記入方法と提出期限

要望事項の記入にあたっては、別添記載要領を参照してください。

提出期限は、平成28年1月29日（金）です。同封のCD-ROMに収録の提出議案の様式（Word形式）に入力いただき、提出してください。

メールによる提出先 E-mail: jimukyoku@shigamayors.jp

※2月5日（金）開催の要望取りまとめ担当課長会議においてご協議いただく予定です。（開催通知はおって送付いたします。）

6. 参考資料

参考1・・・平成27年度 秋の近畿市長会役員会提出議案

参考2・・・平成27年度 秋の近畿市長会役員会提出議案（滋賀県提出分）

参考3・・・共通要望事項 平成28年度春季要望分

備 考

全国市長会からの通知等により要望議案の取扱いに変更があった場合は、改めて連絡させていただきます。

平成27年秋 近畿市長会役員会提出議案一覧表

提出議案	提出市	新規	継続	近畿共通
1 地域生活支援事業国庫補助金について	大津市			○(6)
2 国民健康保険制度について	彦根市			○(7)
3 ダム事業中止に伴う国の対応について	長浜市		○	
4 都市計画区域区分の決定や農地転用許可及び農用地区域の設定・除外などの更なる権限移譲と規制緩和等について	近江八幡市			○(1)
5 循環型社会形成推進交付金の予算確保について	草津市		○	
6 地方創生における柔軟な新交付金構築等について	守山市		○	
7 急傾斜地崩壊対策事業における採択基準の要件緩和について	栗東市			○(3)
8 地域の実情に応じた新たな医療・介護サービス提供体制の構築について	甲賀市			○(9)
9 国道バイパス・地域高規格道路の整備促進と道路整備の財源確保について	野洲市		○	
10 多文化共生社会の実現に向けた諸政策の実施について	湖南市		○	
11 防災・災害対策の充実と市民の安全確保について	高島市			○(3)
12 主要国道整備推進と渋滞対策の強化について	東近江市		○	
13 地域包括ケアシステムの構築に向けた市町村への支援について	米原市			○ (4)～(6)
14 琵琶湖保全対策の推進について	滋賀県市長会		○	

0件

7件

7件

No	要 望 事 項	新規	継続	市の重点要望項目			県に対する市長会要望項目			近畿市長会			備考	栗東市担当部
				H25	H26	H27	H25	H26	H27	第120回 第121回	第122回	第123回		
1	災害被災者の生活再建支援にかかる制度の拡充等見直しについて		○		◎	◎			◎					市民部
2	新駅問題の早期解決について		○	◎	◎	◎								建設部 (地域まちづくり)
3	新駅問題（後継プラン）の取り組みについて		○	◎	◎	◎								建設部 (地域まちづくり)
4	滋賀県市町振興資金による財政支援について		○											政策推進部
5	公共投資の地方負担低減につながる財政支援について		○											政策推進部
6	地方創生における交付金の確保等について	○				◎			◎					政策推進部
7	産業廃棄物最終処分場問題の早期解決について		○	◎	◎	◎								環境経済部
8	獣被害防止対策と交付金事業の充実について		○											環境経済部
9	守山栗東雨水幹線の事業促進について		○											上下水道事業所
10	国民健康保険税（料）の全県統一等について		○	◎	◎	◎	◎	◎	◎					健康福祉部
11	強度行動障がい者の処遇改善について		○											健康福祉部
12	地域生活支援事業の国、県補助額の適正化について		○											健康福祉部
13	バスでの胃がん検診時における医師の同席について		○											健康福祉部
14	介護保険事業の財源確保と必要な財政措置について		○											健康福祉部
15	一級河川の改良事業等促進について		○	◎	◎	◎	◎	◎	◎					建設部
16	野洲川改修事業の促進等について		○		◎	◎	◎	◎	◎					建設部
17	野洲川管理用道路の整備について		○											建設部
18	国道バイパスに関する事業促進について		○			◎	◎	◎	◎					建設部
19	国道等（1号・8号、栗東第二IC）の合流箇所における歩道整備について		○											建設部
20	県施行による都市計画道路等の事業促進について		○	◎	◎	◎	◎	◎	◎					建設部
21	都市計画道路事業費の確保について		○											建設部
22	道路局国庫補助事業費の確保について		○											建設部
23	急傾斜地崩壊対策事業の早期完成について		○		◎									建設部
24	急傾斜地崩壊対策事業の採択基準の要件緩和について	○				◎			◎		◎			建設部
25	観音寺地先の砂防えん堤事業について		○		◎									建設部
26	コミュニティバス運行対策費補助金制度の見直しについて		○			◎								市民部
27	JR在来線（琵琶湖線・草津線）の整備について		○			◎								市民部
28	公立学校施設大規模改造事業に対する国の財政的支援の堅持について		○			◎								教育部
29	特別支援教育加配教員の配置について		○	◎	◎	◎	◎	◎	◎					教育部
30	栗東警察署の設置について		○											市民部
31	警察官の増員配置について		○											市民部

※市の重点要望項目については、◎印が重点項目、空欄は一般項目となります。

「栗東市役所庁舎等電力需給契約」にかかる一般競争入札（郵便入札）結果について

栗東市役所庁舎等全17施設で使用する電力供給に伴う一般競争入札（郵便入札）の結果について、以下の通りとする。

1. 件名 栗東市役所庁舎等電力需給契約
2. 入札（開札）日時 平成27年12月22日（火曜日）午前11時00分～
3. 担当課 総務部 総務課 マネジメント（ISO）推進係
4. 業務概要 栗東市役所庁舎等 全17施設で使用する電力の供給
5. 対象施設及び選定理由

番号	施設名	住所
1	本庁舎	栗東市安養寺一丁目13番33号
2	ひだまりの家	栗東市十里399番地1
3	学習支援センター	栗東市安養寺三丁目1番1号
4	総合福祉保健センター	栗東市安養寺190番地
5	葉山中学校	栗東市六地藏888番地
6	栗東中学校	栗東市安養寺六丁目6番15号
7	栗東西中学校	栗東市縷四丁目13番47号
8	治田小学校	栗東市坊袋77番地
9	治田東小学校	栗東市安養寺147番地
10	治田西小学校	栗東市小柿一丁目5番21号
11	葉山小学校	栗東市高野310番地
12	葉山東小学校	栗東市小野320番地
13	金勝小学校	栗東市御園911番地1
14	大宝小学校	栗東市縷七丁目14番19号
15	大宝東小学校	栗東市野尻502番地1
16	大宝西小学校	栗東市霊仙寺四丁目2番55号
17	図書館	栗東市小野223番地

※ 高圧受電施設で負荷率が30%以下であり、二酸化炭素排出量削減及び電気料金削減が可能な施設を選定。

6. 契約期間 平成28年4月1日から平成29年3月31日まで（1年間）
7. 落札額 66,549,550円（内消費税及び地方消費税 4,929,596円）
※ 但し、契約の締結は単価契約により行う。
8. 落札者（契約先） 株式会社F-Power 代表取締役 洞 洋 平
〔東京都港区六本木一丁目8番7号〕

[業務実績]

- ① 大津市 木戸市民センターほか 6施設への電力供給中
- ② 大津市 志賀中学校ほか 14施設への電力供給中
- ③ 大津市 学校給食共同調理場（3調理場）への電力供給中 ほか

栗東市第6期介護保険事業計画 地域密着型サービス施設整備事業者募集の概要

1. 募集の趣旨

本市では、栗東市介護保険事業計画に基づき、高齢者が要介護状態となっても住み慣れた地域で安心して生活が継続できるよう計画的に介護保険サービスの基盤整備を進めております。平成27年度からの第6期計画では、一定の基準を定め、地域密着型サービス施設等の整備を進めることといたしました。

このことから、当該施設の整備に際しては、サービスの「質」の確保に留意し、「健全で」、「質の高い」整備法人を選定することを目的に公募を行います。

2. 募集の概要

(1) 施設の種別	小規模特別養護老人ホーム（地域密着型介護老人福祉施設）
応募資格	社会福祉法人もしくは社会福祉法人設立予定者とします。
構造	国、県の定める基準及び、栗東市指定地域密着型サービスの事業の人員、設備及び運営の基準等に関する条例に適合した構造とします。
整備数	1施設29床とします。
整備区分	整備区分は創設または増築とします。
(2) 施設の種別	グループホーム（認知症対応型共同生活介護）
応募資格	社会福祉法第22条に規定する社会福祉法人、医療法第39条に規定する医療法人、一般社団法人及び一般財団法人に関する法律に規定する一般社団法人及び一般財団法人、会社法第2条第1号に規定する会社で法人格を有すること。
構造	国、県の定める基準及び、栗東市指定地域密着型サービスの事業の人員、設備及び運営の基準等に関する条例に適合した構造とします。
整備数	1施設（2ユニット18床）とします。
整備区分	整備区分は創設または増築とします。

3. 開設時期等

平成29年3月31日までに事業（工事）を完了し、平成29年度の早期にサービス提供が見込めること。

4. 補助金

(1) 栗東市介護基盤緊急整備特別対策事業補助金

（滋賀県地域密着型サービス施設等整備費補助金を活用します）

小規模特別養護老人ホーム	1床あたり	4,270,000円
	（29床の場合）	123,830,000円
グループホーム	1施設あたり	32,000,000円

(2) 栗東市介護施設等開設準備経費補助金

(滋賀県介護施設等開設準備経費補助金を活用します)

協議により開設にかかる経費について補助します 定員 1 名あたり 621,000 円

5. 選考および結果の公表

事業計画書等による書類審査やプレゼンテーション等総合的に審査し、事業予定者を決定します。なお、審査の結果、事業予定者なしとする場合があります。

応募に伴う審査結果は本市ホームページで公表します。

6. 選考までのスケジュール (予定)

内 容	日 程
公募要項の公表(ホームページに掲載)	平成 28 年 2 月 1 日(月)
公募要項に対する質問の受付期間	平成 28 年 2 月 12 日(金)~2 月 19 日(金)
質問への回答の掲示	平成 28 年 2 月 26 日(金)
応募申込書・開設計画書の受付	平成 28 年 2 月 29 日(月)~3 月 7 日(月)
書類審査、プレゼンテーション等	平成 28 年 3 月中旬~3 月下旬
審査結果の通知・事業予定者の公表	平成 28 年 4 月上旬
滋賀県地域密着型サービス施設等整備費補助金にかかる協議	平成 28 年 4 月中旬
栗東市介護基盤緊急整備特別対策事業補助金にかかる協議	上記協議終了後
施設整備工事等の着工	栗東市介護基盤緊急整備特別対策事業補助金交付決定後
地域密着型サービス事業所の指定	事業開始の 1 か月前まで