参考資料５
中小企業振興会議⑨
H27.10.06

栗東市商工振興ビジョン前半期ロードマップ解説版（案）

１　中小企業の経営基盤強化

（１）中小企業の経営基盤強化

○　緊急経済対策の実施

・*信用保証料の一部補助*

平成２５年～２７年の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において、その信用保証料の一部を補助する。

・*相乗効果が得られ地域内循環に繋がる事業の検討・実施*

市内の中小企業の利用を促進するために、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。

○　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*

・*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整理とともに、事業者に適切な情報提供を行なうためのシステムを構築する。

○　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。

（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

・*各種支援策に関する情報収集・整理、事業者への周知*

近隣自治体と頻繁に情報交換を行い、補助施策の有効的な活用につなげるとともに、常に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を構築する。

○　相談体制の充実

・***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。

２　消費者ニーズ創出

（１）　コンビニ・スーパーなどの小売業者へのニーズ調査

○ 市内小売業者への働きかけ

・*<u>コンビニエンスストアと協働の商品開発に向けて協議</u>*

・*<u>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</u>*

コンビニエンスストアとの連携を通して、特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つかむための調査を行なう。この調査については、市民アンケートなどを踏まえながら、消費者の生活実態や消費の時間帯などを掌握する。

・*<u>「地場産品コーナー」の設置</u>*

地産地消の実現に向けた事業の一つであり、市における生産品を把握し、市内でニーズのある生産品から、店頭に並べていく。また、人気がある消費ニーズの高い生産品については、一定の販売数及び種類を確保し、「地場産品コーナー」として確立する。

（２）市民の消費ニーズについての調査・検討

○　住民への調査及び懇談会の実施

・*<u>市民アンケートの実施</u>*

・*<u>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。調査・懇談会の実施。</u>*

市民アンケートについては実施済みではあるが、今後も引き続き実施する予定。アンケート調査をもとに、現在の状況を把握したうえで、行政と地域、事業者との懇談会を実施し、アンケートなどで浮かび上がった課題などの解決に努める。

（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

・*<u>バル・まちゼミ・セール事業の実施</u>*

栗東市商工会が中心となり、平成２４年度からまちゼミ、平成２５年度からバル・セール事業を実施し商業活性化策を行なっている。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具体化させる。

・*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する。*

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。

○ より利用しやすい商店街づくり

・*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掌握し営業日時の変更が可能かどうか検討*

上記のアンケート調査や栗東市商工会が実施した調査などを参考に、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、どういった時間帯が一番売れるかなど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、現状を把握するとともに分析を進め、商店街の利用促進につながるように改善していく。

・*送迎サービスや購入したものの宅配サービスなど検討及び実施*

現在、大手スーパーが行なってい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が行なっている配達サービスなどを検討・実施する。

○ 大口需要者への域内調達拡大の要請

・*市内各所に対し、食品や消耗品の納入について、地元企業の活用を要請*

市長によるトップセールスにおいて、市内企業の製品などを大手企業等にアピールするとともに地元企業の活用を要請し、市内での経済的効果を高める。

・*大手企業の工場、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を引き上げてもらう*

「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」であることから、市と商工会が一緒になってすすめていく。また、市内業者の見本市などを開催し市内商品の情報提供を行なう。

○ 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。

○　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状況づくりをどのように実施するか検討***

　社会の高齢化に伴い買い物弱者が増えていく中で、買物弱者が安心して買い物ができるように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

○　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***

　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。

３　ブランド創出

（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

・*中小企業の認証制度の設立へ向けて制度設計に入る*

認証制度設立に向けて、滋賀県「ココクール」や石川県や甲府市などの実施済みの自治体から情報を収集し素案を作成中。

・*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*

なるべく多くのものを認証するのか、あるいはある程度条件を整理したなかで認証する数を絞りブランドとしての価値観を付加したものにするのか、認証手法を検討する。

また、認証制度の目的が商業振興であることから、市が積極的に販売促進を図るとともに、認証を受けた事業者に認証が事業に好影響があることを実感してもらえるような制度を目指す。

○　認証制度の展開

・*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、プレミア感が生まれるように、メディアに働きかける。認証したものが一般に認知されるまでは繰り返し行なう。

（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

○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」を開発。また、市内事業者の「イチジクゼリー」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、利便性を生かした取組みの検討*

・*商品のイメージアップをはかることにより、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。また、認証制度を設立することにより、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

○　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*

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売り上げを伸ばしていく。

○　地産地消の実現

・*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を把握し、どのようなところで消費されているのか調査。具体的には、栗東市内、近隣市内、京阪神、それ以外の地域などに振り分け、どういった地域でどんなものが消費されているのか調査し、消費傾向にそって農産物を市場に提供していく。

・*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

（１）栗東駅前・手原駅前での活性化・にぎわい拠点づくり

〇　栗東駅前の活性化

・*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*

・*地域住民が中心となったイベントに移行していく。地域住民に運営に係ってもらう*

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、よりいっそう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の広場で開催する。

・*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、新たなアイディ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。

〇手原駅前の活性化

・*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

〇　滞留性や回遊性の向上

・*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。

・*<u>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</u>*

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、駅周辺を回遊する理由を作るとともに、他の地域と違った雰囲気づくりを行なう。

○　地域コミュニティ・ビジネスの創造と発展

・*<u>支援窓口を設置し、物件や関連する市内の事業者を紹介</u>*

・*<u>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</u>*

・*<u>新店舗の立地推進を図る</u>*

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べくセミナーなど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

（１）来訪者の増加及び交流機会の確保

〇地域資源の活用

・***農林産物や自然、文化歴史などの地域資源の再発掘***

（仮）栗東シティーセールス戦略ビジョンを策定し、地域資源の見直し及び新たな地域資源の発掘を行なう。また、市内にある工場や商店の工房をめぐる産業体験ツアーを新たに実施。

・***新たな栗東ブランドの創出の検討***

認証制度の設立及び（仮）栗東シティーセールス戦略ビジョン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定期的に取材を依頼する。

・***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***

栗東地域ブランド推進補助金の活用により

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。

〇観光事業の推進

・***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***

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、特名産などを試飲・試食するツアーを実施。

・***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。

（２）近郊型レジャーに関するニーズ調査

〇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*

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

〇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、新しいアイディア出し*

・*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*

（仮）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。