資料６
第１４回 振興会議H29.7.10

# 商工振興ビジョンロードマップおよび事業実施計画　評価の考え方

## １．総合計画による業務全般にかかるアウトカム指標

**商工観光課関連の総合計画における主な施策とアウトカム指標**

| 基本目標 | 政策 | 施策 | 指標（アウトカム） | 当初値（H26） | 中間値（H28） | 目標値（H31） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 2　環境・創出のまち | 3　まちを支え、活力を創出する産業のまち | 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% | **25.2%** | 26.0% |
| 3　愛着・交流のまち | 3　広域・近隣とのつながりを促進する交流のまち | 地域資源を活用した観光振興のまちづくり | 地域資源を活用した観光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 | 22.1% | **22.9%** | 30.0% |

## ２．総合戦略・商工振興ビジョンロードマップに係るＫＧＩ・ＫＰＩ設定

**商工観光課関連の総合戦略とＫＰＩ**

| 基本目標 | 数値目標 | 具体的施策 | ＫＰＩ【商工振興ビジョンのＫＧＩ】 | 具体的取り組み |
|---|---|---|---|---|
| しごと | ○就業者数<br>34,853人<br>（H26）<br>↓<br>36,000人<br>（H31）<br><br>○事業所立地数<br>2,908件<br>（H26）<br>↓<br>3,000件<br>（H31） | 中小企業・小規模事業者の経営基盤の強化による競争力の向上 | ○市内事業所の総売上額<br>7,960億円（H24センサス）<br>**→7,204億円（H26センサス）**<br>→8,756億円（H31センサス）<br>○開業（創業を含む）事業所数<br>157件（H24センサス）<br>**→455件（H26センサス）**<br>→220件（H29センサス）<br>○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<br>19.9%（H26）<br>**→25.2%（H28）**<br>→26.0%（H31） | ○創業希望者等への相談、支援体制の構築<br><br>○既存事業の見直し等による中小企業などの支援拡充<br><br>○市内中小企業などの情報発信による周知啓発 |
| | | 消費者ニーズを踏まえた事業展開の支援 | ○消費生活における市内での購買割合<br>H28調査結果数値の10%増加<br>35.0%（H28）<br>→38.5%（H31）<br>○庁内における市内での調達割合<br>H27調査結果数値の10%増加<br>62.2%（H27）　　金額ﾍﾞｰｽ<br>→68.4%（H31） | ○産官学協働による商品開発並びに販売促進<br><br>○消費者、事業者等とのマッチングによる事業展開 |
| まち | ○20～40歳代人口現状人口の維持<br>（29,500人）<br><br>○観光入込み客数<br>481,700人<br>↓<br>514,000人<br>（H31） | 地域資源を活用したブランドづくりとシティプロモーションによるまちの魅力発信 | ○栗東ブランドの認証件数<br>0件（H27）<br>↓<br>20件（H31） | ○馬を活かしたまちづくりの推進<br><br>○シティセールス戦略を書くとしたまちの魅力発信<br><br>○再生可能エネルギーの推進 |
| | | 市街地の活性化と地域拠点をつなぐまちづくりの推進 | ○空きテナント数<br>H28 調査結果数値の10%削減<br>栗東駅周辺<br>66件（H28）<br>→59件（H31）<br>手原・安養寺周辺<br>73件（H28）<br>→66件（H31） | ○栗東駅周辺まちづくり基本方針に基づくプロジェクトの推進<br><br>○商業店舗滞留及び回遊のための仕組みづくり |
| | | 観光事業の推進 | ○観光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<br>22.1%（H26）<br>**→　22.9%（H28）**<br>→　30.0%（H31） | ○地域着地型観光事業の推進<br><br>○馬を活かしたまちづくりの推進【再掲】 |

**商工振興ビジョンロードマップおよび事業実施計画のＫＰＩ設定**

| 前半期ロードマップ | KPI H31 | H30 | 中間評価 | H29　計画 | H28　実績 | H27　実績 | 事業名 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 中小企業の経営基盤強化 | | | | ○見込み件数<br>・県融資分 36件　・市小口分 40件<br>○予算額<br>・県融資分 6,141千円　・市小口分 1,980千円 | ○助成件数<br>・県融資分　29件<br>・市小口分　0件 | ○実績件数　7件<br>○実績額　738,556円 | 中小企業等信用保証料助成制度 |
| | | | | ○数値目標<br>・受講生　30人<br>○予算額　1,500千円 | ・受講者　46名（朝・夜延べ）<br>・修了者　39名（朝・夜延べ）<br>・創業者　5件 | ・受講者　30人<br>・修了者　25人<br>・創業者　１件（2人） | りっとう創業塾の実施 |
| | | | | ○取り組概要<br>・推進会議の設置<br>・情報提供 | ・推進会議　準備中<br>・ミラサポ等ＨＰ更新 | | 創業支援希望者の支援体制の確立 |
| | | | | ○見込み件数<br>・採択件数　28件<br>○予算額　5,000千円 | ○取組み状況<br>・国採択件数　23件<br>・市申請件数　23件 | | 栗東市小規模事業者持続化補助金制度 |
| | | | | ○数値目標<br>・年間12回開催<br>月１回（１回当り2件まで） | 7月より開催<br>相談件数　6回（6件） | | ビジネスチャンス拡大「りっとう元気力向上相談会」事業 |
| | | | | ○数値目標<br>・テナント数　3件<br>○予算額　1,500千円 | ○取組み状況<br>・テナント数　5件<br>・創業者　1件 | | 空きテナント活用によるチャレンジショップ事業 |
| | | | | ○取組み概要<br>・アンケート調査<br>・情報のデータベース化 | ○取組み概要<br>・次年度に向けた制度設計 | | 小規模企業者支援のための「（仮称）出向くコンシェルジュ制度」の創設 |
| | | | | ○取組み概要<br>・中小企業振興施策や域内調達率向上に関する情報の冊子作成　2,600冊 | | | 元気な中小企業応援ガイドブック |
| 消費者ニーズ創出 | | | | ○取組み概要<br>・市民と事業者のワークショップ　2回 | ・消費者アンケート2,000件<br>（無作為抽出）<br>回答件数：　482件 | | 消費者ニーズ等の調査事業 |
| ブランド創出 | | | | ○取組み概要<br>・域内調達拡大運動チラシ作成　2,000枚 | ・事業方針の検討 | | 域内調達拡大運動 |
| | | | | ○取組み概要<br>・栗東ブランド認証制度の検討を含めたシティーセールスコア会議による内部協議　5回 | ○取組み状況<br>・シティセールスコア会議による内部協議　8回 | | 栗東ブランド事業の推進 |
| 栗東駅前・手原駅前の賑わい創出 | | | | ○取組み概要<br>・観光客受入環境の整備 | ・協会事務局体制　1（2）人→4人<br>・観光案内所来所者前年度比　156%<br>・協会ＨＰアクセス件数　比　102% | | 栗東観光案内所の運営体制の拡充 |
| | | | | ○取組み概要<br>・空き店舗活用方策の検討 | ○空きテナント数<br>・栗東駅前地区　66件<br>・安養寺・手原地区　73件 | | 空きテナントの現況調査と活用検討 |
| | | | | ○取組み概要<br>・りっとう市民秋まつりの開催 | 栗東まつり実行委員会<br>3回、全体会　1回 | | 既存のまつり等のイベントの検証と見直し |
| | | | | ○取組み概要<br>・栗東駅前夏まつりへの参画 | | | 栗東駅前のにぎわい創出 |
| | | | | ○取組み概要<br>・ＴＭＯ事業全体の検証 | | | 中心市街地活性化関連事業 |
| | | | | ○取組み概要<br>・商工会館のコミュニティ機能強化事業の推進 | | | 商工会館バリアフリー化事業 |
| 観光事業推進 | | | | ○取組み概要<br>・県内外ゆるきゃらグランプリ等参加×5件 | ○実績額　旅費 471千円<br>・ゆるきゃらグランプリ等参加×6件 | ・くりちゃんグッズ作成<br>・ゆるきゃらグランプリ2015参加 | 地域資源活用による観光事業推進 |
| | | | | ○予算額　負担金 434千円<br>・観光キャンペーン事業×4件<br>・食のパンフレット作製 | ○実績額　負担金 434千円<br>・観光キャンペーン事業×4件<br>・食のパンフレット作製15,000部 | ○実績額　負担金 434千円<br>・観光キャンペーン事業等の開催 | 湖南４市の広域観光の連携拡充 |
| | | | | ○取組み概要<br>・観光マップの外国語版作成<br>中国語10,000部、英語5,000部 | ・インバウンド対応を検討中 | | 観光客向けのコンテンツ拡充 |
| | | | | ○取組み概要<br>・観光ニーズ調査<br>観光客アンケート500件 | | | 観光振興計画策定 |

**中小企業振興会議による評価・検証（中間評価）**
○計画期間中間における評価
○既存事業見直しの検討や新たな制度の創設
○計画期間の後半の取り組み推進への反映
など

**中小企業振興会議による評価・検証（中間評価）**
○計画期間中間における評価
○既存事業見直しの検討や新たな制度の創設
○計画期間の後半の取り組み推進への反映
など

**中小企業振興会議による評価・検証（中間評価）**
○計画期間中間における評価
○既存事業見直しの検討や新たな制度の創設
○計画期間の後半の取り組み推進への反映
など

**中小企業振興会議による評価・検証（中間評価）**
○計画期間中間における評価
○既存事業見直しの検討や新たな制度の創設
○計画期間の後半の取り組み推進への反映
など

**中小企業振興会議による評価・検証（中間評価）**
○計画期間中間における評価
○既存事業見直しの検討や新たな制度の創設
○計画期間の後半の取り組み推進への反映
など