

(仮称)

栗東市まち・ひと・しごと創生総合戦略

【商工振興版】

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)

平成27年12月時点

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歳代の若者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

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】

II 基本的な考え方（総合戦略【商工振興版】）

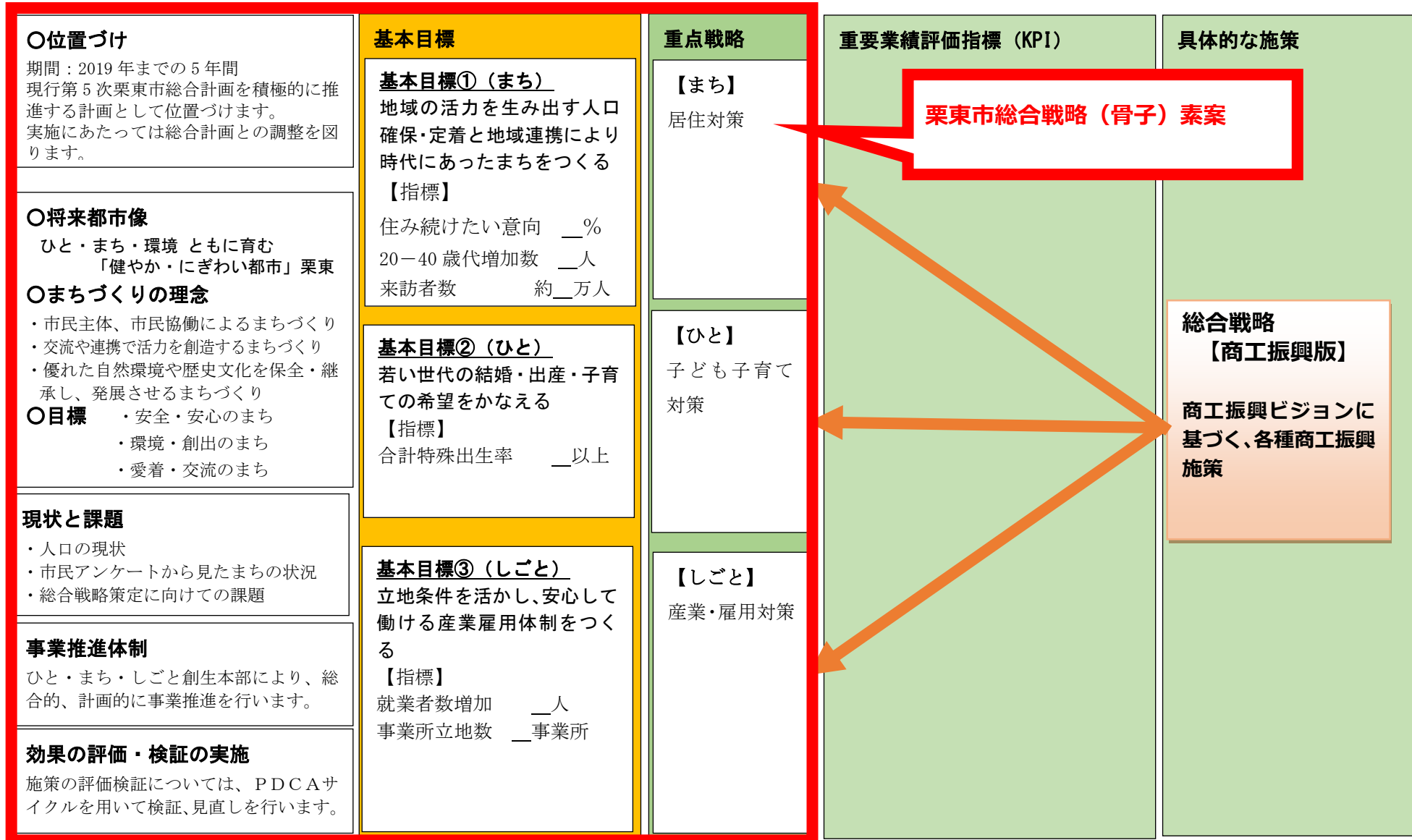
本総合戦略【商工振興版】は、栗東市まち・ひと・しごと創生総合戦略（以下、「総合戦略」という。）における商工振興分野における総合戦略として整理するものであり、商工振興ビジョン前半期ロードマップの事業実施計画となるものです。このため、本総合戦略【商工振興版】は、現在策定中にある、総合戦略に反映するためのものです。

また、本総合戦略【商工振興版】では、商工振興ビジョンロードマップ（3章）の前半期ロードマップの具現化に向け、具体的な施策の位置づけを行うものであり、総合戦略における商工振興分野のアクションプランとして策定するものです。

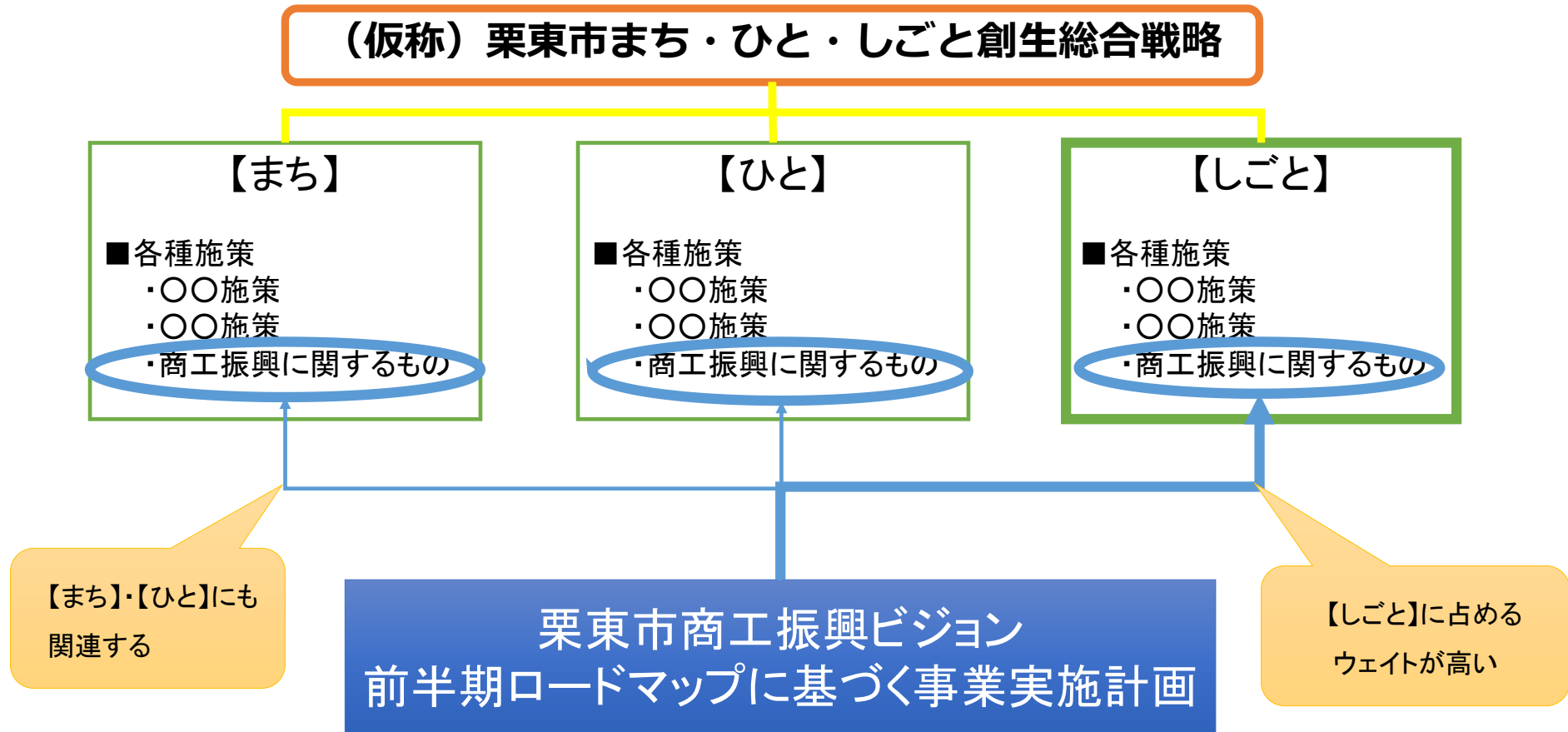
III 今後の施策の方向

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

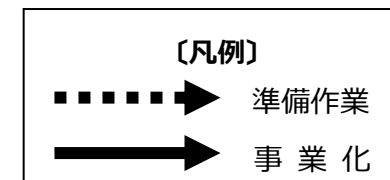
栗東市総合戦略骨子（概要）（素案）



総合戦略と前半期ロードマップに基づく事業実施計画の関係



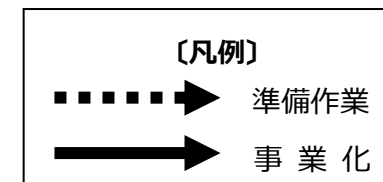
1. 中小企業の経営基盤強化



■ 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	○			●●●▶	————▶			
・ <u>りっとう創業塾の実施</u>	○			————▶				
・ <u>創業支援希望者のネットワーク構築</u>	○			————▶				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	○			————▶				
・ <u>よろず支援拠点との連携によるサポート体制の確立</u> (市の常設相談窓口のための職員配置)				————▶				
・ <u>よろず支援拠点による定期的な相談窓口の開設</u> (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

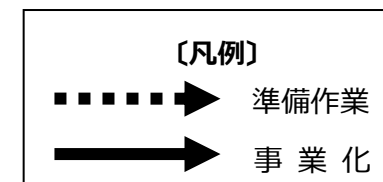


■ 具体的施策	新規	継続	実施年度					備考
			H27	H28	H29	H30	H31	
(1) コンビニ・スーパー等の小売業者へのニーズ調査 ■ 市内小売業者への働きかけ								
・ コンビニエンスストアと協働した商品開発	○		➡	————➡			栗東ブランド認証とのリンク付けした対応
・ 消費者ニーズ調査の実施	○			————➡				
・ 地場産品コーナーの設置運動	○		➡	————➡			
(2) 市民の消費ニーズについての調査・検討 ■ 市民への調査及び懇談会の実施								
・ 消費者ニーズ調査の実施			【再掲】					
・ 市民・消費者ワークショップ（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

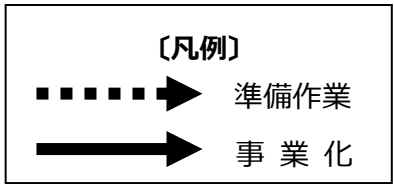


■ 具体的施策	新規	継続	実施年度					備考
			H27	H28	H29	H30	H31	
(1) 市内の優れた中小企業を認証する制度の設立 ■ 中小企業に対する認証制度の設立								
・ 栗東ブランドによる認証制度の設計	○			————➡				関わりたくなる仕掛けと仕組みの構築
・ 認証ロゴマークの作成	○			————➡				市内デザイナーの登用
■ 認証制度の展開								
・ シティセールス戦略等による積極的な情報発信	○		————➡	————➡	————➡	————➡		認証制度とリンク
・ 栗東ブランド認証によるデザイン性の高いPRの実施 (栗東ブランド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し、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。



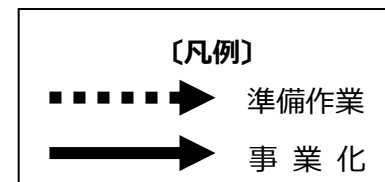
4. 栗東駅前・手原駅前の賑わい創出

■ 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	○							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り組み ■ 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								
・ <u>よろず支援拠点との連携によるサポート体制の確立</u> (市の常設相談窓口のための職員配置)			【再掲】					
・ <u>よろず支援拠点による定期的な相談窓口の開設</u> (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

本総合戦略【商工振興版】については、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、総合戦略に基づく進行管理を行います。また、これに加えて、商工振興ビジョンロードマップに基づく事業実施計画としての役割も担うため、商工振興ビジョンロードマップの進行管理としての進行管理を行います。

このため、栗東市中小企業振興会議において、本総合戦略【商工振興版】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）の達成を目指していくため、更には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の見直しを、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