

商工振興ビジョンロードマップに係る中間評価について

資料 1
第 15 回 振興会議 H29.9.20

商工振興ビジョン関連の総合戦略と K P I			商工振興ビジョンロードマップおよび事業実施計画			
基本 目標	数値目標	K P I 【商工振興ビジョンの K G I】	前半期 ロードマップ	中間評価	事業名	具体的施策 (事業実施計画の項目)
			<p>■ 各事業の内容について ・別紙資料 2 の事業詳細 シートに記載しています。</p>			
し こ と	<p>○市内事業所の総売上額 7,960億円 (H24センサス) →7,204億円 (H26センサス) →8,756億円 (H31センサス)</p> <p>○開業 (創業を含む) 事業所数 157件 (H24センサス) →455件 (H26センサス) →220件 (H29センサス)</p> <p>○就業者数 34,853人 (H26) ↓ 36,000人 (H31)</p> <p>○事業所立地数 2,908件 (H26) ↓ 3,000件 (H31)</p>	<p>○市内事業所の総売上額 7,960億円 (H24センサス) →7,204億円 (H26センサス) →8,756億円 (H31センサス)</p> <p>○開業 (創業を含む) 事業所数 157件 (H24センサス) →455件 (H26センサス) →220件 (H29センサス)</p> <p>○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% (H26) →25.2% (H28) →26.0% (H31)</p> <p>○消費生活における 市内での購買割合 H28調査結果数値の10%増加 35.0% (H28) →38.5% (H31)</p> <p>○栗東市庁舎内 (域内含む) での市内 調達率 H27調査結果数値の10%増加 82.4% (H27) 金額ベース →90.6% (H31)</p>	<p>1. 中小企業の 経営基盤強化</p> <p>【目的】 地域の雇用を支える 中小企業・小規模事 業者への創業支援、 事業機会の拡大や持 続的な発展のため</p>	<p>■ 中間評価の考え方について ・それぞれ 5 つの柱ごとに定めた目的を達成す るために、実施事業の有効性や効果について意 見をいただき、取りまとめたものを中間評価と 考えています。 ・例えば、「継続」「拡大」「縮小」するべき か、または、「新規」事業が必要であるかなど、 意見をいただき取りまとめていきます。</p>	1 中小企業等信用保証料助成制度	■ 県緊急経済対策資金信用保証料助成制度拡大延長 【H28~H31】
					2 りっとう創業塾の実施	■ りっとう創業塾の実施【H27~H29】
					3 創業支援希望者の支援体制の確立	■ 創業支援希望者のネットワーク構築【H28~H29】
					4 栗東市小規模事業者持続化補助金 制度	■ 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【H29~H31】 ■ (仮称) 創業支援事業計画推進協議会の立ち上げ 【H28~H29】 ■ 小規模事業者持続化補助金の市単独助成制度 【H28~H31】
					5 ビジネスチャンス拡大「りっとう 元気力向上相談会」事業	■ よろず支援拠点連携によるサポート体制の確立 【H28~H31】 ■ よろず支援拠点の定期的相談窓口開設 【H28~H31】
					6 空きテナント活用によるチャレン ジジョブ事業	■ 空きテナント活用によるチャレンジジョブ事業 【H28~H31】
					7 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	■ 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【H28~ H31】
					8 元気な中小企業応援ガイドブック	■ 「(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【H29~H31】
					9 消費者ニーズ等の調査事業	■ 消費者ニーズ調査【H28~H29】 ■ 市民・消費者・事業者ワークショップ【H28~H29】 ■ 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【H30~H31】 ■ 市民が買物をしやすい環境整備や店舗誘導の検討 【H30~H31】 ■ くりちゃんバスの利用状況の調査【H28】 ■ 無料送迎バスの社会実験【H29~H31】 ■ コンビニエンスストアと協働した商品開発 【H30~H31】 ■ 地場産品コーナーの設置運動【H30~H31】 ■ 大学との相互協定等の締結【H30~H31】
					10 域内調達拡大運動	■ 市既存補助制度見直しによる域内経済循環推進 【H30~H31】 ■ 域内調達拡大運動【H28~H31】 ■ 市の全調達に占める調達比率の引上げ【H29~H31】 ■ 【仮称】こなんビジネスマッチングフェアの開催 【H30~H31】 ■ 市の補助事業見直しによる地元事業者活用特典の付 与【H30~H31】
					11 栗東ブランド事業の推進	■ 栗東ブランド認証制度事業【H28】 ■ 認証ロゴマークの作成【H28】 ■ シティセールス戦略等による積極的な情報発信 【H27~H31】 ■ 栗東ブランド認証によるデザイン性の高い P R 【H29~H31】 ■ 産学官連携によるブランド開発販売の実施 【H29~H31】 ■ 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【H30~H31】 ■ 栗東ブランド認証による域外消費に向けた展開 【H30~H31】 ■ 大学連携による商品開発プロジェクトの実施 【H30~H31】 ■ 大都市でのイベントへの積極的参加【H30~H31】 ■ 学校給食における地産地消の推進【H30~H31】
ま ち	<p>○20~40歳代人口 現状人口の維持 (29,500人)</p> <p>○観光入込み客数 481,700人 ↓ 514,000人 (H31)</p>	<p>○栗東ブランドの認証件数 0件 (H27) ↓ 20件 (H31)</p>	<p>3. ブランド創出</p> <p>【目的】 「栗東ブランドの創 出」と市民のまちに 対する愛着の醸成、 まちの魅力発信のた め</p>			

商工振興ビジョンロードマップに係る中間評価について

資料 1
第 15 回 振興会議 H29.9.20

商工振興ビジョン関連の総合戦略と K P I			商工振興ビジョンロードマップおよび事業実施計画				
基本 目標	数値目標	K P I 【商工振興ビジョンの K G I】	前半期 ロードマップ	中間評価	事業名	■各事業の内容について ・別紙資料 2 の事業詳細 シートに記載しています。	具体的施策 (事業実施計画の項目)
13 空きテナントの現況調査と活用検討	■ 栗東駅周辺まちづくり事業【H27~H31】 ■ 空きテナントの現況調査【H28】						
14 既存のまつり等のイベントの検証と見直し	■ 既存のまつり等のイベントの検証と見直し【H28】 ■ (仮称) 街かど美術館事業【H29~H31】						
15 栗東駅前のにぎわい創出	■ 栗東駅前夏祭りの継続【H29~H31】						
16 中心市街地活性化関連事業	■ りっとうバル・まちゼミ・セール事業【H29~H31】 ■ 中心市街地活性化に向けた取組みの検証と見直し【H29~H31】 ■ 立地適正化計画による中心市街地活性化事業【H29~H31】 ■ 安養寺景観まちづくり協議会との連携拡充【H29~H31】 ■ レンタサイクル事業拡充【H29~H31】						
17 商工会館バリアフリー化事業	■ 商工会館バリアフリー化事業【H29~H31】						
18 地域資源活用による観光事業推進	■ 観光資源の開発(地域資源活用ビジョンの策定と効果的な運用)【H27~H31】 ■ マスコットキャラクター活用による本市 P R 事業【H27~H31】						
19 湖南 4 市の広域観光の連携拡充	■ 湖南 4 市広域観光推進【H27~H28】						
20 観光客向けのコンテンツ拡充	■ 観光客向けパンフレット等拡充事業【H28~H31】 ■ 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【H31】						
21 観光振興計画策定	■ 観光振興計画策定事業【H29~H31】 ■ グリーンツーリズムの実施に向けた実態調査【H28】 ■ 観光客や観光事業者へのニーズ調査【H29~H30】 ■ 着地型観光商品開発に向けた旅行会社タイアップ【H29~H31】						
		○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% (H26) → 22.9% (H28) → 30.0% (H31)	5. 観光事業推進	【目的】 多くの人が立ち寄ることのできる環境整備による、交流人口の増加のため			