

## 新年度の事業実施に向けた考え方（案）について

1. 中小企業応援ガイドブック作成事業	
目的	地域経済の好循環創出のため、域内調達拡大の意義や調達ニーズ等の紹介、創業希望者や事業経営者を支援する国・県・市等の各種制度の紹介などを一冊に集約し、市内中小企業者等への新たな情報提供手段とするもの。（今回は平成30年度版）
内容	<p>(1) 栗東市の取り組みの紹介</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・これまでの経過</li> <li>・栗東市中小企業振興基本条例の概要</li> <li>・栗東市商工振興ビジョンの概要</li> <li>・域内調達拡大運動の概要</li> </ul> <p>(2) 市内企業の紹介</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市商工会の経営発達支援計画に基づき事業計画の策定支援を受けられた事業所や、市長のトップセールス（企業訪問）に協力をいただいた企業のうち商工会会員で市内本店機能のある企業を中心に、事業内容や調達ニーズを紹介し、市内中小企業との連携等に繋がる情報を掲載。</li> </ul> <p>(3) 中小企業の取り組みを支援する主な機関の紹介</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・栗東市商工会 ・滋賀県産業支援プラザ ・滋賀県よろず支援拠点</li> </ul> <p>(4) 中小企業を対象とする各種支援策の紹介</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・国、県と本市などにおける中小企業者への各種支援制度等を紹介。</li> </ul>
対象	市内中小企業者

2. 市民の消費ニーズに係るアンケート調査	
目的	<p>市民及び事業者のニーズ調査の結果やワークショップにおいて、消費ニーズ創出の方向性について、本市の賑わいに繋がる優先的な取り組みを整理して、地元消費増加による地域経済の好循環の実現、賑わいの創出に向けた取り組みを実施してきたところである。</p> <p>栗東市総合戦略では、平成31年度の地元購買率の平成28年度数値より10%の増加（35.0%⇒38.5%）をKPIとしており、平成28年度に実施したアンケート調査の経年変化や達成状況を把握する必要があることから、アンケート調査を行うもの。</p>
内容	栗東市民を対象に、現在の栗東市内における普段の買い物や飲食店での食事等の消費行動や消費ニーズに関するアンケート調査を行うもの。
対象	市内在住の20歳以上の市民から無作為抽出した2,000名

3. 空きテナント実態調査	
目的	<p>栗東駅周辺及び手原・安養寺周辺は、栗東市の賑わいの核であり、空き店舗等活用促進事業費補助金制度の創設等により、地域経済の好循環の実現、賑わいの創出につながる来街者の増加、滞留性や回遊性の向上を図ってきたところである。</p> <p>栗東市総合戦略では、平成31年度の空きテナント数が平成28年度の調査結果に対して10%削減されることをKPIとしており、前回調査からの経年変化や達成状況を把握する必要があることから、栗東駅周辺地区及び手原・安養寺周辺地区における空きテナントの現地調査を行うもの。</p>
内容	現地踏査、現地踏査情報の整理、不動産情報の整理
対象	<p>○栗東駅周辺地区（面積：90.97ha）  （都）上鉤志那中線、（都）下鉤千代線、（都）大門野尻線  （都）二町播磨田線に囲まれる区域</p> <p>○手原駅・安養寺周辺地区（面積：28.78ha）  安養寺地区地区計画区域及び（都）手原駅新屋敷線沿道の商業地域（手原駅前）の区域</p>

4. (仮称) 事業承継支援事業	
背景 課題	<p>近年、全国的に中小企業の経営者の高齢化と後継者の確保が問題となっているが、特に本市の後継者不在率については全国および滋賀県全体を上回っていると考えられる。</p> <p>このことから、市内中小企業者の経営者が抱える課題等を情報収集し、早期に課題解決にむけて段階的に支援策を講じて行く必要がある。</p>
目的	<p>事業承継に対する支援策を段階的に講じ、中小企業・小規模事業者が有する技術やノウハウ等の貴重な経営資源を喪失させず、経営の継続を行うことで市内経済の活性化につなげる。</p>
内容	<p>○潜在的に事業承継問題を抱えている中小企業者の掘り起こし (現状把握としてアンケートの実施)</p> <p>○事業承継に関して漠然とした不安感や、何から手をつけていったらよいのかわからない経営者でも気軽に参加できるセミナーや相談会の開催</p> <p style="text-align: center;"></p> <p>○アンケート結果や相談会における課題整理</p> <p>○アンケートにより相談を希望されている事業所に対し、無料相談窓口への取り次ぎ (滋賀県よろず支援拠点や滋賀県事業引継ぎ支援センター等)</p> <p>○課題解決に必要な支援策の検討</p> <p style="text-align: center;"></p> <p>○課題解決に必要な支援策の実施 (例えば、税理士事務所や金融機関など、専門的な知識及び経験を有する専門事業者に委託して行う事業への助成 など)</p>
対象	市内中小企業者

5. 市内企業を取り巻く取引構造分析	
背景 課題	栗東市中小企業振興基本条例前文では、「新しい地域経済のあり方へ向けた抜本的な転換を推進」することや「地産地消の促進等により中小企業の経営基盤の強化に協力し、中小企業とともにより良い地域づくりを進めていく」ことの必要性を掲げている。また、基本理念の1つとして、「中小企業者等だけでなく、大企業者、市、市民及び社会貢献活動団体等の協力のもとに推進」することとしており、あらゆる主体が協働・連携して進めていくことが必要とされている。
内容	企業信用調査機関の企業データや各種統計資料を活用し、市内企業同士や市内企業と市外企業の取引件数や業種データの整理と主要な企業の特定と深堀を行い、市の特徴的な産業・企業について、多面的に取引構造を把握することや課題の抽出を行い、商工振興ビジョンの推進に係る施策や後半期商工振興ビジョン策定を検討する基礎資料とするもの。
対象	市内中小企業者

6. 市内中小企業の魅力発信事業	
背景 課題	昨今、売り手市場が続く中、市内企業、特に中小企業等において、求人募集を行ってもなかなか人が集まらないという声をよく聞く。今後においても同様のことが続くと、市内経済成長の足かせになることはもとより、企業の存亡にもかかわる可能性がある。
目的	市内企業、特に中小企業の魅力を発信することで、市内企業における就業者数の増加や市内経済の活性化につなげる。
内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>●魅力発信シンポジウムの開催 これから求められる企業像について、企業者、行政、学校関係者で懇談してもらおう。</li> <li>●魅力発信プレゼンの開催 大学や高等学校の就職支援担当者に来てもらい、市内企業者に良さや魅力をプレゼンしてもらい、市内企業を知ってもらおう。</li> <li>●魅力発信冊子の発行 市内企業の良さや魅力を、冊子情報を通じて発信することで知ってもらおう。</li> </ul>
対象	県内高等学校・大学の就職支援担当者、学生、U I ターンを考えている若い世代 など

7. (仮称) 観光振興ビジョン策定	
背景 課題	<p>本市総合計画において「地域資源を活かした観光振興のまちづくり」を掲げているが、これまで具体的施策を明確に示せていなかった。また、観光客の増加が観光消費額の増大につながるという考え方のもとで各種事業が進められ、観光による地域経済の活性化という視点が弱かった。</p> <p>このことから、観光振興施策を計画的かつ効果的に推進するための本市観光の総合的かつ経済効果を最大化する観光戦略として「観光振興ビジョン」（平成32年度からの五カ年計画）を策定する。</p> <p>なお、このビジョンの策定にあたっては、本市観光の現状を把握し、課題整理を行い、本市観光振興の方向性と具体的施策を示すとともに、「シティセールス戦略」「地域資源活用ビジョン」等の観光関連計画との連携を図る。</p>
内容	<p>平成29年度：観光ニーズ調査（観光客ニーズ調査・観光関連産業実態調査）の実施</p> <p>平成30年度：調査結果の分析及び（仮称）観光振興ビジョンに向けた方向性（基本構想）案の作成</p> <p>平成31年度：（仮称）観光振興ビジョン策定</p>
対象	観光資源管理者、観光関連事業者、団体、市民 等