

# 栗東市中小企業振興会議 第 2 2 回専門部会

## 会議資料

日時 : 平成28年10月 5日(水)  
13時30分～

場所 : 栗東市役所 庁舎4階傍聴者控室

# 報告事項 前回の主な意見（要約）と対応方策

## 1. 情報を求めている人へ

### ○情報提供方法

これから展開する各種事業の実施に向け、いかに 振興会議や専門部会の関係者からダイレクトに情報提供できるか。



## 対応方策（案）

### ○専門部会委員

協力をお願いしたい

## 2. 効果的な情報拡散

### ①紙ベース

チラシ・パンフ・広報紙

### ②データ

ホームページ・SNS (facebook・Instagram)

### ③クチコミ

人と人のつながり・ネットワーク

これらを構築するための、職員PJ会議の設置



## 対応方策（案）

### 基本姿勢

あらゆる情報拡散ツールを活用する

### 制度設計（案）

- ①すでにSNSを使う職員のネットワーク化
- ②すでにSNSを使う関係者のネットワーク化
  - ・ファンページの作成

## 3. 対象者の見直し

空きテナント活用や創業関連事業について対象者を広げてみてはどうか



## 対応方策（案）

創業塾の受講者見直し（商工会）  
調査事業における働きかけ

# 報告事項 中小企業振興会議での主な意見（要約）

## 1. 資料整理

- 事業実施計画の統廃合等を行うこと
- 主な担当課、連携担当課を記載すること

## 対応方策（案）

- 資料の修正を行う（事務局対応）

## 2. 情報拡散

- ①紙ベース  
チラシ・パンフ・広報紙
- ②データ  
ホームページ・SNS（facebook・Instagram）
- ③クチコミ  
人と人のつながり・ネットワーク  
※データだけでなく、紙ベースの対応も。  
※必要な情報が届くような職員の研鑽を。

## 対応方策（案）

### 基本姿勢

あらゆる情報拡散ツールを活用する

### 制度設計（案）

- ①すでにSNSを使う職員のネットワーク化
- ②すでにSNSを使う関係者のネットワーク化  
・ファンページの作成

## 3. その他

・例えば、買物バスはあったほうが良くて当たり前であり、どうしたら使う頻度が高くなるか、使いたくなるかななどの設問を。

## 対応方策（案）

- ・調査時に対応予定

# 協議シート①

# H28着手事業グループ

## 市の役割 実施する事業概要

中小企業等信用保証料助成制度

栗東市小規模事業者持続化補助金制度

ビジネスチャンス拡大「りっとう元気力向上相談会」

## 現状の課題

- 持続化補助金は時限措置であるため、制度廃止後の対応方策を検討
- 相談窓口の効果的な運用に向けた「情報提供」のあり方を検討
- マーケット情報など「ききたくなる」アドバイス体制
- 
- 

## 評価・検証の視点

### 【総合戦略KPI】

- ・市内事業所の総売上額 7,960億円(H24)→8,756億円(H29)
- ・開業(創業を含む)事業所数 157件(H24)→220件(H29)

### 【施策レベルの事業効果測定】

- ・経営基盤の強化 :
- ・創業による地域経済の活性化 :

## 中小企業者等の役割

- ・支援制度の積極的活用
- ・情報提供の促進・拡散
- ・個々のネットワークを活用した情報拡散

## 市民

- ・
- ・
- ・

## 大企業者

- ・
- ・
- ・

## 産学官金労言の連携

- マスコミ
  - ・実施事業の積極的PR
- 大学
  - ・実施事業の検証や分析

# 協議シート②

# 創業グループ

## 市（行政）の役割 実施する事業概要

りっとう創業塾の実施

創業支援希望者の支援体制の確立

空きテナント活用によるチャレンジショップ事業

## 現状の課題

- 依存財源の確保
- 効果的なネットワーク構築
- 推進会議の立上げにあっては大学との連携など本市の特長づけ
- チャレンジショップ事業の次年度の取組み方針の検討
- ウイングプラザ以外の空き店舗対策や手法の検討
- 第二創業や事業承継の課題

## 評価・検証の視点

### 【総合戦略KPI】

- ・開業（創業を含む）事業所数 157件（H24）→220件（H29）
- ・空きテナント数 H28調査結果数値の10%削減（H31）

### 【施策レベルの事業効果測定】

## 中小企業者等の役割

- ・創業希望者の支援
- ・支援制度の積極的活用
- ・情報提供の促進・拡散
- ・個々のネットワークを活用した情報拡散

## 大企業者

- ・チャレンジショップ等の積極的活用

## 市民

- ・チャレンジショップ等の積極的活用

## 産学官金労言の連携

- マスコミ
  - ・実施事業の積極的PR
- 大学
  - ・実施事業の検証や分析
- 金融
  - ・創業希望者の一体的支援・連携

# 協議シート③

# 調査グループ

## 市（行政）の役割 実施する事業概要

消費者ニーズ調査等の調査事業の実施

出向くコンシェルジュ制度の創設

域内調達拡大運動

## 現状の課題

- コンシェルジュ制度の制度設計
- 商工会の伴走型支援との棲み分けの明確化
- 域内調達推進に向けた市民サポーターづくり
- 具体的な消費行動の変容を促すための仕掛け

## 評価・検証の視点

### 【総合戦略KPI】

- ・消費生活における市内での購買割合の10%増加(H31)

### 【施策レベルの事業効果測定】

## 中小企業者等の役割

- ・調査結果の積極的活用
- ・個々のネットワークを活用した情報拡散
- ・消費者(市民)と事業者との良好な関係づくり

## 大企業者

- ・域内調達拡大運動の理解・協力

## 市民

- ・域内調達拡大運動の理解・協力
- ・消費者(市民)と事業者との良好な関係づくり

## 産学官金労言の連携

- マスコミ
  - ・実施事業の積極的PR
- 大学
  - ・実施事業の検証や分析
  - ・共同調査
- 金融
  - ・情報共有

# 協議シート④

# シティセールスグループ

## 市（行政）の役割 実施する事業概要

シティセールス戦略等による栗東ブランド事業

空きテナントの現況調査と活用検討

## 現状の課題

- 全庁的な栗東ブランドの構築
- 東京などの都市部でのイベント(情報発信)
- 空きテナント対策の具体的な取組み内容の検討

## 評価・検証の視点

### 【総合戦略KPI】

・栗東ブランドの認証件数 0件(H27) → 20件(H31)

・

### 【施策レベルの事業効果測定】

・

## 中小企業者等の役割

- ・制度の積極的活用
- ・情報提供の促進・拡散
- ・個々のネットワークを活用した情報拡散

## 大企業者

- ・栗東ブランドの構築に向けた理解・協力

## 市民

- ・栗東ブランドの構築に向けた理解・協力

## 産学官金労言の連携

- マスコミ
  - ・実施事業の積極的PR
- 大学
  - ・実施事業の検証や分析
  - ・共同調査
- 金融
  - ・情報共有

# 協議シート⑤

# 観光振興グループ

## 市（行政）の役割 実施する事業概要

地域資源活用による観光事業の推進

湖南4市の広域観光の効率化に向けた連携拡充

観光客向けのマップやパンフレットの拡充

## 現状の課題

- 観光案内所の開所時間見直し
- 観光案内所機能の強化・見直し
- 既存のまつりの評価・検証
- 湖南4市の連携強化
- wifiやインターネット接続環境の強化
- グリーンツーリズムの実態把握方法の検討
- 空き家を活用したゲストハウスなど
- インバウンド観光に向けた仕掛け

## 評価・検証の視点

### 【総合戦略KPI】

- ・観光入込客数 481,700人(H26) → 514,000人(H31)
- ・観光を振興

### 【施策レベルの事業効果測定】

## 中小企業者等の役割

- ・観光振興にあわせた事業展開の検討
- ・情報提供の促進・拡散
- ・個々のネットワークを活用した情報拡散

## 大企業者

- ・観光振興事業に向けた理解・協力

## 市民

- ・観光振興事業に向けた理解・協力

## 産学官金労言の連携

- マスコミ
  - ・実施事業の積極的PR
- 大学
  - ・実施事業の検証や分析
  - ・共同調査
- 金融
  - ・情報共有