

商工振興ビジョン 前半期ロードマップ（素案）に向けた意見等

NO	提出課	箇所 (頁・行・項目等)	意見等	説明 (理由等)	意見に対する対応 事務局修正(案)
1	元気創造政策課	全般について	<ul style="list-style-type: none"> 総合戦略の策定にあたっては、総合計画に記載している取り組みの再整理をベースとして、環境経済部としての取組み可能な内容等について提案をいただく中で策定を進めていきたいと考えている。 については、今回策定をいただく「栗東市商工振興ビジョン 前半期ロードマップ」の内容に関しても整合・連動を図りながら、総合戦略としての取組み項目及びKPIの設定について協議、検討をさせていただきたい。 	<ul style="list-style-type: none"> 総合戦略は、今後、各部での検討内容を踏まえ、骨子を作成し、「まち・ひと・しごと創生本部会議」、「地方創生懇談会」での議論を踏まえ策定していく予定をしており、各部・課との連携を図りつつ策定作業を進めて行く予定です。 	<ul style="list-style-type: none"> ロードマップの事業実施計画として総合戦略に反映するよう、協議・調整を行います。
2	広報課	3. ブランド創出の工程表 (1) 市内の優れた中小企業に対する認証制度の設立 ○中小企業に対する認証制度の設立 ○認証制度の展開	<ul style="list-style-type: none"> 中小企業認証制度については、企業内における次世代育成支援、ワークライフ・バランスの推進、CSR(企業の社会的責任)の推進、障がい者就労支援の推進などに積極的に取り組む企業を市が認証し、一定の優遇措置や支援を行う制度であります。当課が現在策定を進めるシティセールス戦略における先導事業の一つとして、市民、団体、事業者(企業等)による「シティセールス活動認定事業」を盛り込み、今後検討を進めることとしていますが、この場合、認証機関は異なることが予測されるものの、対事業者・企業等がそれぞれの認定事業の対象として想定されることから、制度検討の際には予め協議させていただきたい。 	<ul style="list-style-type: none"> (参考)先導事業④「市民等によるシティセールス活動の認定支援」基本戦略(1)-①,② 市民や団体、事業者等が取り組む地域資源やまちの魅力を活かしたシティセールス活動に関する事業を認定し、その取り組みに応じた支援を行う制度創設を検討し実施します。 (H27~H28 検討、H29 実施) 	<ul style="list-style-type: none"> 商工振興ビジョンにおける中小企業認証制度とは、「ユニークですぐれた品質の製品を生産している中小企業や、地域の人々の生活に必要な質の高いサービスを提供している中小企業を認証していく制度を意味しております。 制度設計にあたっては、シティセールス戦略との協議・調整を図るものといたします。
3	広報課	3. ブランド創出の工程表 (2) 栗東の知名度とブランド力を生かし発展させる仕組み a.農商工連携による商品開発と販売促進	<ul style="list-style-type: none"> ロードマップにある「商品のイメージアップを図ることにより、ブランド力を高める」ことを含め、当該事項は、現在策定中の栗東市シティセールス戦略における全体的な都市イメージとして「栗東ブランド」構築をしていく上での一要素にも成りうることから、取り組みの推進にあたっては連携をお願いしたい。 	<ul style="list-style-type: none"> 現状として広義としての「栗東ブランド」としては不明確であることからシティセールスの中で全体的な取り組みの中で定義づけやイメージの定着化を図っていく必要があります。 	<ul style="list-style-type: none"> 「栗東ブランド」の定義づけを明らかにしながら、栗東の知名度とブランド力の向上を目指して取り組みを進めます。
4	広報課	4. 栗東駅前・手原駅前の賑わい創出の工程表 (1) 栗東駅前・手原駅前での活性化・にぎわい拠点づくり 手原駅前の活性化	<ul style="list-style-type: none"> 手原駅前のコミュニティ広場・市民交流施設の有効利用 「手原駅を有効活用し、地域ブランドなどの発信や栗東特名産品、栗東産農作物及び加工品の販売」 平成26年11月に開催された手原駅改築10周年記念事業(手原駅リニューアルフェスタ)については、地元手原自治会と商工会等が中心となって企画・開催されたものでありましたが、単年でのイベントであったため、今後、継続的に定着した手原駅前スペースの有効活用を図るためには、地域や事業者が主体的に協働して取り組むための環境整備を検討していく必要があると思われます。 	<ul style="list-style-type: none"> 現在策定中のシティセールス戦略における、「市民、事業者等との連携」による体制整備を進めるとともに、基本戦略「(3) 様々なメディアや機会を活用したセールス戦略—③イベント等の機会を活用した情報発信」により、栗東駅前での取り組みも含め、連携して取り組みを進めます。 	<ul style="list-style-type: none"> 地域や事業者が主体的に協働して進めることが前提となるため、そのための環境整備に向けた取り組みが必要と考えられます。

5	広報課	<p>5. 観光事業推進のための工程表</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自然環境と利便性を生かした新たな事業展開 (1) 来訪者の増加及び交流機会の確保 ・地域資源の活用 	<ul style="list-style-type: none"> ・ロードマップ中、「農林産物や自然、文化歴史などの地域資源の再発掘」については、平成26年度中盤から平成27年度となっておりますが、現在策定中の「地域資源活用ビジョン」においては、基本方針並びに基本的な取り組みにおいては、「地域資源の掘り起こし」や重点プロジェクト1「栗東ブランドの創造」—継続した「あるもの探し」の継続的な地域資源の発見や再発掘について取り組みを進めていくこととしており、計画期間を通じてのロードマップとしていただきたい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・計画期間について地域資源活用ビジョン等との整合をお願いしたい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ご指摘のとおり、地域資源の再発掘については、地域資源のあるもの探しとして継続的に実施すべきものであることから、計画期間を通じた取り組みといたします。
6	農林課	<p>2 消費者ニーズ創出</p> <p>(1) コンビニ・スーパーなどの小売業者へのニーズ調査</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・市内小売業者への働きかけの工程を早める 	<ul style="list-style-type: none"> ・平和堂はJAおうみ富士のコーナーを設置しており、フレンドマーケット安養寺店オープン時にアグリ郷の野菜コーナーを試みたという経過がある。(結果としては実現していない) コンビニ、ドラック、スーパーとも新鮮な地場野菜を「売り」にして販売し、26年度から協議している。スーパースターでアグリ郷の「塩麴」を販売するなど実際に取り組みを進めている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・到達度及び実績の欄に、H26年度の取り組み状況として追記します。 ・【追記文案】「農林課では、コンビニ、ドラック、スーパーとも新鮮な地場野菜を「売り」にして販売し、26年度から協議している。スーパースターでアグリ郷の「塩麴」を販売するなど実際に取り組みを進めている。」 ・またご意見の主旨に従い、市内小売業者への働きかけを前倒しして実施していくため、消費者ニーズ調査を着実に実施します。
7	農林課	<p>3 ブランド創出の工程表</p> <p>(1) 認証制度の展開</p> <p>(2) ブランド力を利用</p> <p>a 農商工連携</p> <p>b 販売拡大支援</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・市内の優れた中小企業を認証する制度の設立について、農業分野では滋賀県の制度を活用しているのが原状である。 ・「安全安心」のみをキーワードにした商品開発ではないのではないのでしょうか。 ・「地産地消」の定義があいまいであり「地産地消」＝「地元購買」という誤解の恐れがある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・既に農業分野では「認定農業者制度」「滋賀県環境こだわり農産物認証制度」「国のエコファーマー認証制度」があり、これらを利用して差別化した農産物をPRしている。 ・平成24年度より栗東ブランド推進補助事業を実施し、地域資源を利用したブランド開発に補助を行っている。 ・県の「おいしがうれしが」キャンペーンに参加し、栗東市農産物(加工品)をANAや都市部飲食店で利用してもらう取り組みを行なっている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・認証制度に関しては、農業分野に限定せず、栗東ブランドとしての必要性について検討すべきものと考えております。 ・「安全・安心」をひとつのキーワードとして扱っており、これに限定したものではないため、表現を修正します。 ・「地産地消」の意義が限定的に解釈されないよう表現を修正します。
8	農林課	<p>5 観光事業推進のための</p> <p>(1) 来訪者の増加及び交流機会の確保</p> <p>地域資源の活用</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・グリーンツーリズムなど「地域の魅力」を発信し体験するという記載を加えてはどうか 	<ul style="list-style-type: none"> ・「さきら」を地域資源とした「栗東バウム」の開発や「大野神社」を地域資源とした「大野バウム」など土産産業として地域資源を活用したオリジナル商品開発ができています。 ・走井地域の棚田ボランティアによる都市住民や学生との交流から生まれた「ハーベスト走井」などを新たな観光資源として注目しては？ 	<ul style="list-style-type: none"> ・グリーンツーリズムや棚田ボランティアなどについて、地域資源の再発掘の解説版として、追記します。 ・【追記文案】「グリーンツーリズムや棚田ボランティアなど「地域の魅力」を発信し体験することなどの地域資源を再発見・再評価します」
9	経済振興労政課	<p>2 消費者ニーズ創出のための工程表(ロードマップ)、</p> <p>(3) ターゲットを明確にした商業活性化策 3つめ「大口需要者への域内調達拡大の要請」</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「大手企業の工場・福祉施設などに市内及び近隣市からの調達比率を引き上げてもらう」とあるが、「…市内からの調達比率を引き上げてもらう」としてはどうか。 	<ul style="list-style-type: none"> ・本市のロードマップであるので、市内に限定するほうがよいと考えるため。 	<ul style="list-style-type: none"> ・修正します。
10		<ul style="list-style-type: none"> ・平成26年度のトップセールス実施件数を「4件」から「5件」に修正 	<ul style="list-style-type: none"> ・数字の誤り。 	<ul style="list-style-type: none"> ・修正します。 	
11		<ul style="list-style-type: none"> ・到達度及び実績に「栗東企業懇話会などの機会を通じて、市内事業者同士の結びつきを深め、域内調達の促進を図っている」という項目を追加してはどうか。 	<ul style="list-style-type: none"> ・実際に、企業懇話会会員同士の発注促進の動きが見られるため。 	<ul style="list-style-type: none"> ・修正します。 	

12	生活交通課	意見なし			
13	スポーツ・文化振興課	芸術文化会館さきらの市民活動拠点として、現状の使用状況を把握	<ul style="list-style-type: none"> ・芸術文化会館さきらは市の芸術文化振興の拠点として、指定管理者制度を導入し、管理運営を行っている。 ・シンボル広場の活用については、芸術文化会館さきらの一部として、指定管理者の理解と協力を得て進める必要がある。 ・(芸術文化会館さきらにおいては減免制度がないので、シンボル広場における市民対象のイベント実施の際には有料で実施していただいております) 	<p>芸術文化会館さきらは指定管理者により管理が行われており、調整をしながら進める必要がある。</p>	<p>芸術文化会館さきらやシンボル広場の活用実態を踏まえ、地域の拠点として栗東駅前のにぎわい創出に向けた活用方策を、地域住民とともに可能性を検討していく必要があると考えられます。</p>
14	都市計画課	<p>4 栗東駅前・手原駅前の賑わい創出の工程表（ロードマップ） (1) 栗東駅前・手原駅前の活性化・にぎわい拠点づくり</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・栗東駅周辺や手原駅周辺を中心としたコンパクトな市街地の形成、車に頼らなくても行動できる交通環境づくりが求められている。 ・低炭素社会の実現に向けて、集約型の都市構造を基本としつつ、住宅の長寿命化や自然エネルギーの活用など、様々な分野の連携を図りながら、総合的に環境負荷の小さな都市づくりを進める。 ・栗東駅周辺～手原・安養寺周辺にかけては、集積する都市機能の活用や商業の振興を図るとともに、鉄道駅へのアクセスを高め、鉄道駅を中心に、自然や歴史・文化資源との連携により個性的でにぎわいある生活空間の形成、生活利便性の向上を目指します。 ・将来的な人口減少に備えた都市づくりの取り組みが求められています。 ・全国的な人口減少・少子高齢化の潮流の中、本市における人口は今もなお増加傾向にあるが、平成57(2045)年をピークにその後緩やかに減少に転じると推測でき、約30年度(平成52(2040)年)には、高齢者人口はほぼ倍になると推測できる。今後訪れる少子高齢化・人口減少時代の到来に備え、快適な暮らしと活力あるまちを実現するための都市構造の再構築を図るため、「立地適正化計画」の策定を進めていることから、商業施策等の検討にあたっては、財政・金融・税制上の支援制度等（都市機能立地支援事業等）の活用も念頭においていただき、立地適正化計画とも連携・調整を図りながら進めていただきたい。 ・栗東駅前地区の地区計画は、平成5年に計画決定してから約20年余りが経過し、人口や土地利用、社会情勢等、大きく変化してきている。そうした中で、栗東駅前地区の住民や事業者等のニーズが見直し希望される傾向が大きいようであれば、地区計画の見直し検討を進めなければならないと考える。 	<ul style="list-style-type: none"> ・第三次栗東市都市計画マスタープラン (P.19・L4～「3.栗東市における主要課題」) ・第三次栗東市都市計画マスタープラン (P.24・L16～「自然との共生、循環型の都市づくり」) ・第三次栗東市都市計画マスタープラン (P.29・L1～「都心風格エリアと3つの拠点」) ・第三次栗東市都市計画マスタープラン (P.17・L16～「2.都市づくりの課題」) 	<ul style="list-style-type: none"> ・お示しいただきました都市計画上の地域特性を踏まえるとともに、少子化や高齢化、そして人口減少時代に備えた商工業の役割が求められると考えられます。 ・そして、栗東駅前や手原駅前のにぎわい創出に向け、立地適正化計画との整合を図りながら、取組みを進めていきます。