

# 商工振興ビジョンロードマップおよび事業実施計画 評価体系の全体像

協議資料 2  
第 13 回 振興会議  
H29.1.16

H28.12.21 現在

## 1. 総合計画による業務全般にかかるアウトカム指標

商工観光課関連の総合計画における主な施策とアウトカム指標

基本目標	政策	施策	指標（アウトカム）	当初値 (H26)	中間値 (H28)	目標値 (H31)
2 環境・創出のまち	3 まちを支え、活力を創出する産業のまち	商工業の振興と就労推進のまちづくり	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%	25.2%	26.0%
3 愛着・交流のまち	3 広域・近隣とのつながりを促進する交流のまち	地域資源を活用した観光振興のまちづくり	地域資源を活用した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%	22.9%	30.0%

## 2. 総合戦略・商工振興ビジョンロードマップに係る KGI・KPI 設定

商工観光課関連の総合戦略と KPI					商工振興ビジョンロードマップおよび事業実施計画の KPI 設定							
基本目標	数値目標	具体的施策	KPI 【商工振興ビジョンの KGI】	具体的取り組み	前半期 ロードマップ	KPI				事業名		
						H31	H30	中間評価	H29		H28	
しごと	○就業者数 34,853人 (H26) ↓ 36,000人 (H31)  ○事業所立地数 2,908件 (H26) ↓ 3,000件 (H31)	中小企業・小規模事業者の経営基盤の強化による競争力の向上  消費者ニーズを踏まえた事業展開の支援	○市内事業所の総売上額 7,960億円 (H24センサス) → <b>7,204億円 (H26センサス)</b> →8,756億円 (H31センサス) ○開業（創業を含む）事業所数 157件 (H24センサス) → <b>455件 (H26センサス)</b> →220件 (H29センサス) ○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) → <b>25.2% (H28)</b> →26.0% (H31)	○創業希望者等への相談、支援体制の構築 ○既存事業の見直し等による中小企業などの支援拡充 ○市内中小企業などの情報発信による周知啓発	中小企業の経営基盤強化	○計画期間中間における評価 ○事業見直しの検討 ○新たな評価指標の設定など	・創業支援対象者数 <b>59件</b> ・創業者数 <b>26件</b> ・チャレンジショップ入居数 <b>5件</b>	・創業支援対象者数 <b>59件</b> ・創業者数 <b>26件</b> ・チャレンジショップ入居数 <b>5件</b>	中小企業等信用保証料助成制度 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 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」事業 空きテナント活用によるチャレンジショップ事業 小規模企業者支援のための「出向くコンシェルジュ制度」創設			
										【評価・検証のポイント】 ・あくまでも中小企業振興であるため、大企業者を除いたデータで評価・検証する必要がある。 ・例えば、統計データや法人市民税額などの行政情報で、大企業者を除いて検証できるか。 ・廃業事業所のうち、栗東市からの転出事業所が含まれ、転出理由を探ることが重要。		
まち	○20~40歳代人口 現状人口の維持 (29,500人)  ○観光入込み客数 481,700人 ↓ 514,000人 (H31)	市街地の活性化と地域拠点をつなぐまちづくりの推進  地域資源を活用したブランドづくりとシティプロモーションによるまちの魅力発信  観光事業の推進	○空きテナント数 H28 調査結果数値の10%削減 (H31)  ○栗東ブランドの認証件数 0件 (H27) ↓ 20件 (H31)	○栗東駅前周辺まちづくり基本方針に基づくプロジェクトの推進 ○商業店舗滞留及び回遊のための仕組みづくり ○馬を活かしたまちづくりの推進 ○シティセールス戦略を書くとしたまちの魅力発信 ○再生可能エネルギーの推進 ○地域着地型観光事業の推進 ○馬を活かしたまちづくりの推進【再掲】	消費者ニーズ創出	【評価・検証のポイント】 ・消費者サイドと事業者サイドからみれば視点が変わってくる。 ・消費者サイド：消費者アンケート調査 ・事業者サイド：市外への購買率アップ、景況感や在庫情報などの聞き取り調査も重要	・消費者ニーズの現状値把握 ・消費行動変動要因の分析	消費者ニーズ等の調査事業の実施 域内調達拡大運動				
									ブランド創出	【評価・検証のポイント】 ・空きテナント対策を打つことにより、空きテナントをどれだけ活用できたかの計測	・認証制度の設計募集開始 ・空きテナント数現状値把握 ・空きテナント対応方策の検討	シティセールス戦略等による栗東ブランド事業 栗東観光案内所の運営体制の拡充 空きテナントの現況調査と活用検討 既存のまつり等のイベントの検証と見直し
									栗東駅前・手原駅前の賑わい創出			
									観光事業推進			

※なお、商工振興ビジョンロードマップに基づく事業実施計画に掲げる事業は平成28年度分のみを記載