

第二期栗東市商工振興ビジョンの概要

総合計画 基本政策

経済の安心を生み出す

策定の目的

第二期栗東市商工振興ビジョンは、「栗東市中小企業振興基本条例」の具体策をまとめたもので、平成25年4月に策定した栗東市商工振興ビジョンの後継プランです。厳しい経営環境のもとで日々事業を営んでいる市内中小企業(小規模事業者を含む)のビジネスチャンス拡大を図る施策とともに、中小企業の振興を通じた本市の発展を図る施策を示すために策定したものです。

中小企業の振興を図るためには、事業者自身が意欲的な事業活動を活発に展開する必要がありますが、新型コロナウイルスの影響によるビジネスモデルの変化や、エネルギー・物価高騰等による影響、グローバル競争の激化や人口減少社会の到来、長引くデフレや為替変動等の影響により、中小企業を取り巻く環境は今までにない困難な状況に直面しています。そこで、このビジョンでは意欲的な事業者をサポートするための施策と、事業者の意欲を成果に結びつけていくための具体的な方向性を示しました。しかしながら、このビジョンは中小企業者のみに限るものではありません。中小企業は市内事業所の大多数を占めており、そこで働く従業員とその家族を合わせると、ほとんどの市民が中小企業と何らかの関わりを持っています。その関わり方をより明確にし、主体をなす中小企業が元気になることが本市の活性化に繋がり、ひいては、「安心して働ける」まちづくりに繋がっていきます。

このビジョンをもとに中小企業、市、大企業、市民、その他の団体それぞれが連携・協働して中小企業の振興を図り、条例の目標実現へ向けて活動することが必要です。

計画期間

□令和7年度から令和11年度までの5年間

本市の特徴

- ・人口はほぼ横ばいの推移であるが、自然増加率や合計特殊出生率の高さは全国トップクラス。
- ・一方で、子育て世代の流出が課題。
- ・日本の主要幹線が通過する交通の結節点。
- ・広範な産業構造。
- ・日本中央競馬会栗東トレーニング・センターが立地。全国的な知名度は高い。
- ・豊かな自然・歴史・文化。
- ・地元産品を扱う商業施設がある。
- ・隣接市の大型商業施設に市民の消費が流出。
- ・事業用地が不足している。
- ・通勤・通学時間帯を中心に、慢性的な渋滞が発生している。

重点施策

□重点施策1 地域経済の好循環を実現

- ・市内事業者の魅力向上と消費者ニーズの創出による市内購買率の引上げにより、循環型経済の実現を目指します。
- ・市民を対象に消費ニーズ調査を定期的 to 実施し、市民の意識や要望などの把握に努めます。
- ・産業基盤の強化に取り組みます。

□重点施策2 中小企業・小規模事業者の経営基盤強化

- ・各種補助金・給付金等の積極的な活用により経営基盤の強化を図ります。
- ・働き方改革と職場環境の改善に取り組み、従業員満足度の向上を目指すとともに多様な人材に雇用機会を提供します。
- ・市内企業の慢性的な人手不足の解消に向けて、長期視点で人材確保・育成を支援していきます。

□重点施策3 経済的・社会的環境の変化に対応できる企業力強化

- ・生産性向上につながる最新技術の積極活用により、経営力強化と業務改善の両立を図ります。
- ・新事業・新分野に挑戦する事業者への支援を強化します。
- ・円滑な事業継承に向けた次世代経営者の育成に取り組みます。

具体的な施策

重点施策	施策	具体策
1 地域経済の好循環を実現	循環型経済の実現	・特産品の開発と域内(市内)消費への協力 ・商業ネットワークの構築事業 ・個性ある企業の認知 ・商業活性化策の実施 ・消費者目線での利便性向上 ・空き店舗等対策の充実
	市民の消費ニーズ把握	・市民の消費ニーズ調査 ・市民意向の把握
	産業基盤の強化	・企業立地推進体制の強化 ・商業施設立地の検討
2 中小企業・経営・小規模事業者の 基盤強化	各種補助金・給付金等の積極的な活用	・情報提供の促進 ・相談体制の充実
	働き方改革と職場環境の改善	・求人募集費用の補助 ・働き方改革支援 ・勤労者福祉の充実 ・労働環境改善投資への補助制度
	長期視点での人材確保・育成	・情報発信の強化 ・合同企業説明会等の企画 ・地元学校・学生を対象とした取り組み ・人材育成支援
3 経済的・社会的環境の変化に対応できる 企業力強化	生産性向上につながる最新技術の積極活用	・デジタル化・省力化の促進 ・電子決済等のDX化の推進
	新事業・新分野に挑戦する事業者への支援	・先端設備投資への支援 ・滋賀県工業技術センターの活用
	次世代経営者の育成支援	・次世代経営者の育成支援 ・事業承継の支援

役割

□中小企業者

- ・自らの企業の経営改善
- ・新しい製品やサービスの開発
- ・時代の要請に応じた転換
- ・他の事業者、地元住民との交流

□市

- ・市内の事業所に対する調査
- ・各種機関との連携支援
- ・支援制度の拡充
- ・地元地域からの物品調達

□大企業

- ・市内中小企業者との連携
- ・市内調達の拡大

□市民

- ・市内産品・事業者の利用拡大
- ・地元中小企業への要望提案

□その他

- (社会活動団体等、大学・研究機関)
- ・新製品・新商品の開発
- ・産官学連携の促進
- ・域内(市内)消費への協力

KPI

重点施策	KPI項目	現状値	目標値
1	市民の市内購買率	44.7% (R6)	44.7% (R11)
2	就業者数	33,735人 (R3)	33,735人 (R11)
3	法人市民税納税総額	1,217百万円 (R5)	1,217百万円 (R10)