| 施策番号 | 0806 |
|---|---|
| 施策名 | ソーシャルビジネス（社会的企業：社会問題の解決を目的として収益事業に取り組む事業体）への支援 |
| 概要 | 地域活性化，少子高齢化，環境問題等の社会的課題を，経済活動を通じて解決するソーシャルビジネスが生まれる環境づくりを推進する。 |

| 担当局･部室 | 産業観光局・商工部 | 共管局･部室 | |
|---|---|---|---|

| 上位政策 | 8　産業・商業 |
|---|---|
| 施策に関係する主な分野別計画等 | 京都市商業活性化アクションプラン２０１１，<br>京都市新価値創造ビジョン |

## 施策の評価

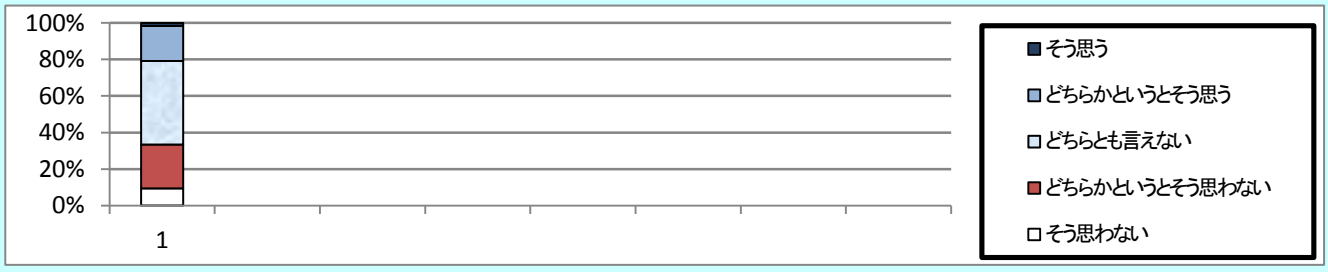
### 1　客観指標評価

| | 指標名 | 23年度 | 24年度 | 25年度評価 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | 前回値 | 最新値 | 目標値 | 達成度 | 評価 | 指標のウエイト |
| 1 | 中小企業のソーシャルビジネスの関心度(%) | - | a | - | 34 | 45 | 75.6% | a | 1.00 |
| 2 | - | - | - | - | - | - | - | - | |
| 3 | - | - | - | - | - | - | - | - | |
| 4 | - | - | - | - | - | - | - | - | |
| 5 | - | - | - | - | - | - | - | - | |
| 6 | - | - | - | - | - | - | - | - | |
| | | － | a | 客観指標総合評価 | | | | a | |

### 2　市民生活実感評価

＊この評価は，毎年５月頃に実施している京都市市民生活実感調査のアンケート結果を基にしています。

| | 設問 | 25年度回答 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | そう思う | どちらかと言うとそう思う | どちらとも言えない | どちらかと言うとそう思わない | そう思わない | 有効回答者数 | 評価 |
| 1 | ソーシャルビジネス（社会的企業：社会問題（まちづくり，少子高齢化，環境問題など）の解決を目的として収益事業に取り組む事業体）が育ってきている。 | 7<br>1.6% | 84<br>19.2% | 200<br>45.8% | 105<br>24.0% | 41<br>9.4% | 437 | c |
| 2 | - | | | | | | | - |
| 3 | - | | | | | | | - |
| 4 | - | | | | | | | - |
| 5 | - | | | | | | | - |
| | | 市民生活実感調査総合評価 | | | | | | c |



## ３ 総合評価（客観指標総合評価＋市民生活実感調査総合評価）

| B | 施策の目的がかなり達成されている | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 重み付け | ☑ 客観指標 | a | □ 市民の実感 | c | | |
| （重み付けの理由）<br>本事業の推進は，中小企業や社会的企業家（起業家）に対して実施していくものであり，客観指標評価を重視して評価することが妥当であると考えるため。 | | | | | | 24年度 | B |
| （原因分析）<br>・客観指標評価については，平成24年度に中小企業対象のアンケート調査を実施しなかったため，平成23年度の結果を用いて評価を実施しているが，ソーシャルビジネスに関心があると回答した企業が全体の3分の1を超えており，現下の社会経済情勢の中，新たなビジネスチャンスとして社会的課題をとらえている企業が多くなっている。<br>・市民生活実感評価については，社会におけるソーシャルビジネスの認知度がまだ低いため，c評価となった。 | | | | | | 23年度 | C |

### 今後の方向性の検討

**＜この施策を構成する事務事業＞**

| | 事業名 | 事業費の状況（千円） | | 25年度事務事業評価結果における目標達成度評価 | 担当局 |
|---|---|---|---|---|---|
| | | 24年度決算額 | 25年度予算額 | | |
| 1 | ソーシャルビジネス支援事業（買い物環境支援事業等） | 10,027 | 19,854 | かなり良い | 産業観光局 |
| 2 | | | | | |
| 3 | | | | | |
| 4 | | | | | |
| 5 | | | | | |
| 6 | | | | | |
| 7 | | | | | |
| 8 | | | | | |
| 9 | | | | | |
| 10 | | | | | |
| 11 | | | | | |
| 12 | | | | | |
| 13 | | | | | |
| 14 | | | | | |
| 15 | | | | | |
| 16 | | | | | |
| 17 | | | | | |
| 18 | | | | | |
| 19 | | | | | |
| 20 | | | | | |

＊予算額には人件費及び施設管理に係る経費を含みます。

**＜今後の方向性＞**

・セミナー，相談会（サロン），スタディツアーの開催により，ソーシャルビジネスの啓発に努め，認知度の向上を図るとともに，専門家派遣や支援制度の調査・研究を行う。

| 施策名 | 0806 | ソーシャルビジネス（社会的企業：社会問題の解決を目的として収益事業に取り組む事業体）への支援 |
|---|---|---|

| 指標名 | 中小企業のソーシャルビジネスの関心度（%） |
|---|---|

| 担当課 | 商業振興課 | 連絡先 | ２２２－３３４０ |
|---|---|---|---|

## １　指標の説明

アンケート調査においてソーシャルビジネスについての関心があると回答した中小企業の割合

## ２　指標の意味

産業・商業の新たな価値の創出をめざすものとして，近年注目されているソーシャルビジネスへの中小企業の関心度を示す指標

## ３　算出方法・出典等

算出方法：中小企業を対象としたソーシャルビジネスに関するアンケート調査
出典：事業担当課調べ

## ４　数値

| | 前回数値 | 最新数値 | 推移 | 目標値 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 22年度 | 23年度 | | 数値 | 根拠 | 達成度 |
| 数値 | - | 34 | - | 45 | 3年後（平成26年度）の目標を50%とし，毎年5%ずつ上昇するよう目標値を設定した | 75.6% |

| | 全国順位 | 中長期目標 | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | 数値 | 目標年次 | 達成度 | 根拠 |
| 数値 | | 50 | 26年度 | 68.0% | 事業担当課で設定 |

| 備考 | 平成24年度は調査を実施していないため，平成25年度評価は，平成23年度数値で行う。なお，次回は平成26年度に調査を行う。 |
|---|---|

## ５　評価基準

最新数値の目標値に対する達成度が
a：80%以上
b：60%以上～80%未満
c：40%以上～60%未満
d：20%以上～40%未満
e：20%未満

## ６　基準説明

80%以上をａ，以下20%刻みで基準を設定した。

## ７　評価結果

| 23 | 24 | 25 |
|---|---|---|
| - | a | a |