

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， 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	25年度	26年度	27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	b	34	86	50	172.0%	a	1.00	
2 -	-	-	-	-	-	-	-	-	
3 -	-	-	-	-	-	-	-	-	
4 -	-	-	-	-	-	-	-	-	
5 -	-	-	-	-	-	-	-	-	
6 -	-	-	-	-	-	-	-	-	
		a	b	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	27年度回答						有効回答者数	評価
	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			
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。	4	73	221	92	47	437	c	
	0.9%	16.7%	50.6%	21.1%	10.8%			
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					26年度	B
	重み付け	<input checked="" type="checkbox"/> 客観指標	a	<input type="checkbox"/> 市民の実感	c		
(重み付けの理由) 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ため						25年度	B
(原因分析) 【客観指標】中小企業を対象に、ソーシャルビジネスに関する啓発を継続して実施してきたため、関心度が向上し、b→a評価と改善した。 【市民の実感】消費者のソーシャルビジネスの認知度は依然として十分には浸透しておらず、昨年度に引き続きc評価となった。							

#### 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)		27年度事務事業評価結果における目標達成度評価	担当局
		26年度決算額	27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)	18,263	-	かなり良い	産業観光局
2	ソーシャルビジネス企業認証事業	11,886	-	良い	産業観光局
3	京都市ソーシャル・イノベーション・クラスター創造事業	-	45,355	かなり良い	産業観光局
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>

- ソーシャルビジネスの認知度向上が課題となっているため、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。
- 京都市内へ社会起業家を呼び込むこと、事業者に対する総合的な支援制度を確立することを目的に、ソーシャルビジネスに取り組む企業等を対象とした、認定制度の構築を検討する。

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	中小企業振興課	連絡先	222-3329			
<b>1 指標の説明</b>						
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						
<b>2 指標の意味</b>			<b>3 算出方法・出典等</b>			
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			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			
<b>4 数値</b>						
	前回数値 23年度	最新数値 26年度	推移	目標値		
	34	86		数値	根拠	達成度
数値	34	86	52ポイント増	50	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	172.0%
	全国順位	中長期目標			備考	
		数値	目標年次	達成度		根拠
数値		50	26年度	172.0%	事業担当課で設定	平成25年度は調査を実施していないため、平成26年度評価は、平成23年度数値で行った。
<b>5 評価基準</b>		<b>6 基準説明</b>		<b>7 評価結果</b>		
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		80%以上をa，以下20%刻みで基準を設定した。		25	26	27
				a	b	a