

南砺市クリエイタープラザ 中期運営計画

＜平成30年度～平成32年度＞

～クリエイターを集積して産業振興を図る・桜ヶ池ハイウェイオアシス周辺の賑わいを創出する～



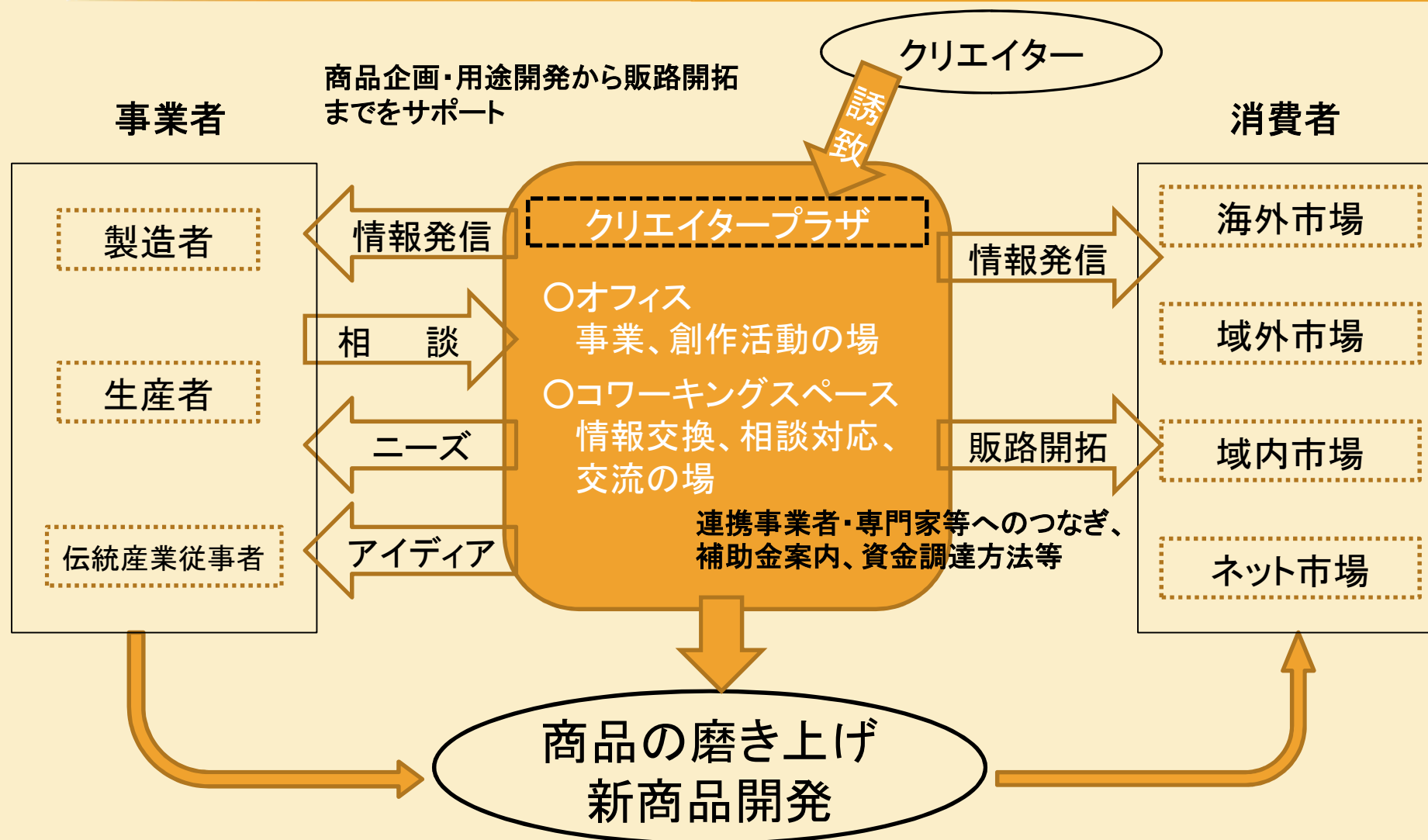
平成30年1月 商工課

中期運営計画について

- ・小規模な事業者が多い南砺では、自力で商品を磨き上げ、販路拡大を行なうことが難しく、多くの魅力ある地域資源が数多く埋もれたままになっている。
- ・市は、そういった地域資源を掘り起こし、商品を磨き上げ、国内や海外に南砺の商品を売り込んでいくことが責務であり、そのためには、「地域で稼ぐ」地域商社的機能を構築して、事業者をサポートしていく必要がある。
- ・そこで市は、クリエイタープラザを拠点として、高い感度をもつクリエイターを集積し、関係機関と連携して地域商社的機能を担うこと、桜ヶ池ハイウェイオアシス周辺への集客・交流拠点施設としての使命を果たすべく、中期的(平成30年度～32年度)に取り組む行動計画をまとめる。

“市・商工会・金融機関・民間支援機関が一体となって事業者を支えていく”

地域商社的機能の構築



この仕組みを平成30・31年度の2年間で作り上げる

中期運営計画の構成

1. 平成28年度の実績検証	平成28年度の事業検証を行ない、課題の抽出を行なう
2. 運営方針	クリエイタープラザに課せられた使命を果たすため、中期運営方針を定める
3. 重点取り組み事項	運営方針のもと、重点的に取り組む事項を設定し、具体的方策を示す
4. 評価指標	重点取り組み事項の評価指標を設定
5. 計画の実行体制	計画を確実に実行していくための体制を示す

1. 平成28年度の実績検証

(1) 入居状況について (29.3月末)

- ①オフィス入居(8室) 6室
- ②コワーキング(18席) 5席
- ③ショップ(1) 直営
- ④カフェスペース(1) 1

★オフィス、コワーキング、ショップ=27室に対する入居率

	H28	H29	H30	H31
計画	30%(8室)	60%(16室)	80%(22室)	100% (27室)
実績	40%(11室)			

(2)収支決算

①収入

(千円)

項目	計画額	決算額	比較増減	計画稼働率	決算稼働率
利用料金	6,320	4,310	△1,920	30%	21%
入居施設	3,928	3,620	△ 308	63%	58%
共用施設	2,302	690	△1,612	17%	5%
その他共益費等	3,744	978	△2,766	-	
合計	9,974	5,288	△4,686		

②支出(経常経費)

項目	計画額	決算額	比較増減
維持管理費	13,409	7,716	-5,693
管理運営費	9,787	9,787	0
合計	23,196	17,503	-5,693

(特別経費)

項目	計画額	決算額
下水道負担金	2,488	2,488
活性化補助金	3,500	3,500

③ 経常経費に対する一般財源充当額

項目	計画額	決算額	比較増減
一般財源	13,222	12,215	-1,007

(3) 共用施設等の利用実績

カフェ	ショップ	ホール	展示室	その他
8,692人	644人	2,467人(41件)	146人(5件)	183人(24件)

(4) 主な事業の実績

クリエイターと市内事業者とのビジネスマッチングを開催

クリエイターや市内事業者が自己の取り組みをプレゼンテーション

- ・マッチングスタジアム2016
11月18日(土)～19日(日)
参加者 68名
- ・マッチングスタジアム2017Spring
3月10日(金)～11日(土)
参加者 83名



市内事業者とデザイナーの連携による商品化の実績 1件

(5)事業の評価

区分	事業	評価	備考
公益事業 (産業振興)	クリエイターの集積	<ul style="list-style-type: none"> ・南砺でのビジネス展開を十分にPRできなかった。 ・ビジネスマッチングを通してクリエイター等のネットワーク構築に取りかかることが出来た。 	
	ビジネスマッチング事業	<ul style="list-style-type: none"> ・クリエイタープラザの認知度が低く、市内事業者の参加者が少なかった。 ・ターゲットへの効果的な情報発信ができなかった。 (広報、商工会報での掲載だけでは不足) 	活性化補助事業
収益事業 (施設運営)	賑わい創出	<ul style="list-style-type: none"> ・カフェ、ショップ等において集客に繋がる企画ができなかった。 ・NEXCO中日本等周辺事業者との連携をスタートさせた。 	テナント事業
	入居施設	<ul style="list-style-type: none"> ・入居のメリットを打ち出すことが出来なかった。 ・場所の提供だけで、コワーキングスペース等を運営していくという視点が欠けていた。 	
	共用施設	<ul style="list-style-type: none"> ・施設の活用例を十分にPRできなかった。 	

2. 運営方針

「人と情報を集積して、市内事業者へ還元」

(1)市内事業者のクリエイタープラザ利用促進

(2)クリエイターの誘致

(3)共用施設等の利用促進

(4)効率的な施設運営

3. 重点取組み事項

(1)市内事業者のクリエイタープラザ利用促進

- ①市内事業者へのクリエイタープラザ利用の動機付けを行う
 - ・ブランド商品開発支援事業等を契機として、商品の付加価値を高めるには、デザインが重要な要素であることを理解してもらう。
→【「デザインの力で稼ぐ」南砺デザインプロジェクト】を展開。(30,31年度)
 - ・クリエイタープラザの取組みをPRするため、新商品開発の成功事例やクリエイターの活動等を重点的に情報発信する。
 - ・事業者の相談に対応しながら、紹介クリエイターの発注費用を助成し、クリエイタープラザ利用のメリット感を出す。(30,31年度)
- ②市内事業者が気軽に利用できるコワーキングスペースに
 - ・単に場所としての提供ではなく、特定日にクリエイターを相談員として配置しながら魅力ある管理人(コミュニティ・マネージャー)を育成し、起業を目指す人、意欲ある事業者らが交流・情報交換・悩み相談等の場として気軽に利用できるコワーキングスペースを目指す。

(2)クリエイターの誘致

(手順) 注目→認知→特権→入居

①クリエイタープラザ入居の動機付けを行う

- ・ブランド商品開発支援事業、伝統工芸品産業再生事業を契機として、【「デザインの力で稼ぐ」南砺デザインプロジェクト】を展開していくうえで、クリエイターを必要としていることを訴求していく。
- ・南砺でのビジネスを行政がパートナーとして全面的に支援していくことをアピールする。

②クリエイターへのアプローチ

- ・あらゆる機会を通じて人脈を構築し、クリエイターにアプローチする。興味を示したクリエイターを南砺に招聘する。(30,31年度)
- ・コワーキングスペースの相談員として依頼し、入居へと誘導していく。
- ・オフィス入居のターゲットを、県内および金沢市のクリエイターに設定する。

(3)共用施設等の利用促進

①企業、各種団体等に施設利用の動機付けを行う

- ・企業訪問を行ない、イベントホール等での自社商品のプレゼンの場、社内研修会等具体的利用例をPRする。

- ・創業、デザイン、商品開発等産業振興につながるセミナーの主催者に対して、講師費用・告知費用を助成し、メリット感をだしていく。(30,31年度)

 - ※開催を契機として、講師や参加者とのネットワークを構築

②ニーズに合った利用料金体系の見直し

- ・多様な利用形態に対応できるように、料金体系の見直しを検討。

 - (現行半日・1日単位に、時間単位の追加等)

(4) 効率的な施設運営

①独立採算を目指す

施設が桜ヶ池ハイウェイオアシス内にあること、日本を代表するアニメ制作会社の本社と隣接する等好条件を活かして効率的に利益をあげていくために、指定管理に移行する。

②移行時期

- ・平成30年度 商社的機能の構築をすすめる上で、入居者と事業者のマッチングやコワーキングの運営方法等を検討し、また指定管理料の圧縮を図るため、現在入居施設で利用料収入としているカフェ、ショップの直営化等様々なシミュレーションを行いながら指定管理の本来業務の内容を決定
- ・平成31年度 公募
- ・平成32年度 指定管理に移行

4. 評価指標

重点取り組み事項について、外的要因の結果目標と内的要因の行動目標を設定し、毎年度市産業振興会議で評価を行う。

(1)市内事業者のクリエイタープラザ利用促進

年度	結果目標		行動目標
	マッチング回数	マッチングによる商品開発数	事業者訪問回数
30	15	3	100
31	20	5	100
32	25	10	100

(2)クリエイターの誘致

年度	結果目標		行動目標
	オフィス入居数(8室)	コワーキング(18席)	クリエイターアプローチ人数
30	7	15	20
31	8	18	20
32	8	18	20

(3)共用施設等の利用促進

年度	結果目標			行動目標
	カフェ (人)	ショップ (人)	共用施設 利用率(%)	事業者訪問 回数
30	13,900	3,500	8	100
31	14,600	3,700	10	100
32	15,200	3,900	12	100

(4)効率的な施設運営

年度	結果目標	備考	
	一般財源充当額 (収入-支出) 千円	入居施設 稼働率	共用施設 稼働率
30	10,500	80%	8%
31	8,800	100%	10%
32	8,500	100%	12%

5. 計画の実行体制

○ブランド戦略部長が司令塔となり、行政・商工会・金融機関等の人的ネットワークを強化し、地域商社機能構築を推進していく。

○関係機関とのネットワークをもとに、商工課長、振興係長が現場の第一線に赴いて、クリエイター、各種セミナーの誘致、事業者訪問による利用促進に精力的な活動を展開し、実行レベルでの「結果」を出していく。