

施策評価シート

施策等名称	元気なまちづくり(商業・街の活性化)	体系番号	0401010302
		主管課	商工課

1 施策基本情報

現状と課題	茅野市の商業の状況は、インターネット販売の普及、大型店の出店、消費者の買物ニーズやライフスタイルの変化による地元での購買意欲の低下等により、地元商店及び商店街の活力が損なわれつつあります。従来からある個店もイベントの開催や顧客サービスの向上などに努めているものの、来客の減少等、厳しい経営を強いられており、後継者不足や施設の老朽化などにより、今後空き店舗の増加が懸念される状況であります。
めざす将来像 (あるべき姿、基本的な考え方)	個性豊かな商店、元気ある事業者、商業会等が協力し合い、街なかのにぎわいを創出するなど商業の活性化を目指します。 さらに、観光業や農業など他産業との連携を深め、ちの観光まちづくり推進機構(茅野版DMO)とも連携し、市外からの誘客を促進するとともに、産学公連携による地域一体となった街の活性化に取り組みます。

施策指標	指標名称	指標の説明(単位)	計画策定時	2022年度目標値	2027年度目標値
	①	商店街活性化イベント事業補助金(特別枠)を活用したイベント開催件数	商店街活性化イベント事業補助金(特別枠)を活用したイベントの開催件数(件/年度)	4.00	累計30件
②	新商品・縄文関連商品開発支援事業補助金を活用した新商品開発件数	新商品・縄文関連商品開発支援事業補助金を活用した新商品の開発件数(件/年度)	0.00	累計15件	
③	空き店舗等活用事業補助金を活用した新規出店件数	空き店舗等活用事業補助金を活用した新規出店の件数(件/年度)	0.00	累計10件	

施策の柱 1	名称	元気なまちづくり(商業・街の活性化)		主管課	商工課			
	詳細	商業会、茅野TMO、事業者等が連携し、誘客や街の活性化につながるイベント事業等を推進し、既存事業の見直しや新たな事業の模索などより充実したサービスを提供することで市内需要の拡大を目指します。また、ちの観光まちづくり推進機構(茅野版DMO)とも連携し、茅野ブランド商品の開発・推進等により茅野市全体の魅力を高め、市外需要を積極的に取り込みます。						
	まちづくりの目標指標	指標の説明(単位)	計画策定時	2022年度目標値	2027年度目標値	柱を構成する主要事務事業	区分	
	1	商店街活性化イベント事業補助金(特別枠)を活用したイベント開催件数	商店街活性化イベント事業補助金(特別枠)を活用したイベントの開催件数(件/年度)	4.00	累計30件	1	商店街活性化事業	実施
	2	新商品・縄文関連商品開発支援事業補助金を活用した新商品開発件数	新商品・縄文関連商品開発支援事業補助金を活用した新商品の開発件数(件/年度)	0.00	累計15件	2	商業振興団体支援事業(再掲)	実施
	3	空き店舗等活用事業補助金を活用した新規出店件数	空き店舗等活用事業補助金を活用した新規出店の件数(件/年度)	0.00	累計10件	3		

基本政策間連携

施策の体系	名称			主管課			
	詳細						
	まちづくりの目標指標	指標の説明(単位)	計画策定時	2022年度目標値	2027年度目標値	柱を構成する主要事務事業	区分
	1					1	
	2					2	
	3					3	

基本政策間連携

施策の柱 2	名称			主管課			
	詳細						
	まちづくりの目標指標	指標の説明(単位)	計画策定時	2022年度目標値	2027年度目標値	柱を構成する主要事務事業	区分
	1					1	
	2					2	
	3					3	

基本政策間連携

施策の柱 3	名称			主管課			
	詳細						
	まちづくりの目標指標	指標の説明(単位)	計画策定時	2022年度目標値	2027年度目標値	柱を構成する主要事務事業	区分
	1					1	
	2					2	
	3					3	

基本政策間連携

施策等名称	元気なまちづくり(商業・街の活性化)	体系番号	0401010302				
		主管課	商工課				

2 指標等の推移と変動要因

体系区分	成果指標名	計画策定時	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
指標No.		中間目標値	実績値 / 達成率(実績値÷目標値)				
施策	商店街活性化イベント事業補助金(特別枠)を活用したイベント開催件数	4.00	5.00				
1		累計30件	16.67	#VALUE!	#VALUE!	#VALUE!	#VALUE!
変動要因等	2018年度	イベント開催件数は5件となり、前年度の4件と比べ、1件の増となった。前年度事業実施を辞退した1団体がH30年度は実施できたことによるものである。					
	2019年度						
	2020年度						
	2021年度						
	2022年度						
施策	新商品・縄文関連商品開発支援事業補助金を活用した新商品開発件数	0.00	2.00				
2		累計15件	13.33	#VALUE!	#VALUE!	#VALUE!	#VALUE!
変動要因等	2018年度	事業計画届提出事業者との連絡等を密にすること等により、新商品開発件数は1件、縄文関連商品開発件数1件となり、実績のなかった前年度と比べ、それぞれ1件の増となった。					
	2019年度						
	2020年度						
	2021年度						
	2022年度						
施策	空き店舗等活用事業補助金を活用した新規出店件数	0.00	1.00				
3		累計10件	10.00	#VALUE!	#VALUE!	#VALUE!	#VALUE!
変動要因等	2018年度	新規出店件数は1件となり、前年度の0件と比べ、1件の増となった。					
	2019年度						
	2020年度						
	2021年度						
	2022年度						
柱1	商店街活性化イベント事業補助金(特別枠)を活用したイベント開催件数	4.00	5.00				
1		累計30件	16.67	#VALUE!	#VALUE!	#VALUE!	#VALUE!
変動要因等	2018年度	イベント開催件数は5件となり、前年度の4件と比べ、1件の増となった。前年度事業実施を辞退した1団体がH30年度は実施できたことによるものである。					
	2019年度						
	2020年度						
	2021年度						
	2022年度						
柱1	新商品・縄文関連商品開発支援事業補助金を活用した新商品開発件数	0.00	2.00				
2		累計15件	13.33	#VALUE!	#VALUE!	#VALUE!	#VALUE!
変動要因等	2018年度	事業計画届提出事業者との連絡等を密にすること等により、新商品開発件数は1件、縄文関連商品開発件数1件となり、実績のなかった前年度と比べ、それぞれ1件の増となった。					
	2019年度						
	2020年度						
	2021年度						
	2022年度						
柱1	空き店舗等活用事業補助金を活用した新規出店件数	0.00	1.00				
3		累計10件	10.00	#VALUE!	#VALUE!	#VALUE!	#VALUE!
変動要因等	2018年度	新規出店件数は1件となり、前年度の0件と比べ、1件の増となった。					
	2019年度						
	2020年度						
	2021年度						
	2022年度						

施策等名称	元気なまちづくり(商業・街の活性化)	体系番号	0401010302
		主管課	商工課

3 評価・改革改善

(単位:円)

項目		2018年 (前年度比)	2019年 (前年度比)	2020年 (前年度比)	2021年 (前年度比)	2022年 (前年度比)
投資額	事業費(円)	11,650,385	12,864,000	1.10		
	うち一財(円)	11,650,385				
	増減理由 (一般財源 前年度比 ±10%以上 の場合に 記載)					
進捗評価		おおむね順調				
総合評価	主な取組内容や成果	<ul style="list-style-type: none"> ・特別枠イベント開催件数は5件となり、イベントの認知度も高まってきており、中心市街地等商店街の活性化や街なかの賑わい創出につながっている。また、商工会議所主催の新規事業も好評であった。 ・新商品開発、縄文関連商品開発、空き店舗等活用が各1件となり、実績のなかった前年度と比べ、それぞれ1件の増となった。 				
	課題	<ul style="list-style-type: none"> ・イベントの開催により、商店街全体の集客力の向上や各商店の売上向上につなげる。 ・投資的経費が抑えられる中、新商品開発等の意欲が向上し新商品開発の支援策となつてはいるが、新商品開発等は、容易ではなくリスクもあり、開発は年によりばらついている。 				
改革・改善	改革・改善内容	<p>事業を実施することにより、街なかの賑わい創出はもとより、商店街全体の集客力の向上、各商店の売上向上につなげるような知恵や工夫を引き続き検討や意識し、DMO等との連携も考えイベント等を実施してもらうように各商業会、茅野TMO等イベント等実施団体に働きかけることが必要である。</p>				
	重点化する施策の柱	1				
	重点事務事業	1				
理由	<p>インターネット販売の普及、大型店の出店、消費者の買物ニーズやライフスタイルの変化による地元での購買意欲の低下等により、地元商店及び商店街の活力が損なわれつつあり、街なかのにぎわいを創出するなど中心市街地等の活性化が必要である。</p>					

作成担当者	牛山重喜				
最終評価責任者	五味正忠				
最終評価年月日	令和元年5月31日				