

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

施策の体系	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に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	商業振興団体支援事業(再掲)	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	3			
							4			
		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	5			
							6			
		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				
						4				
3						5				
						6				
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				
						4				
	3					5				
						6				
	基本政策間連携									

2 指標等の推移と変動要因

變動要因等

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）		2018年～2023年（総括）		
投資額	事業費(円)	12,511,410		10,610,000	0.85	9,960,920	0.94	10,269,420	1.03	6,728,867	0.66	6,837,044	1.02	
	うち一財(円)	12,511,410		10,610,000	0.85	9,960,920	0.94	10,269,420	1.03	6,728,867	0.66	6,837,044	1.02	
	増減理由 （一般財源 前年度比 ±10%以上 の場合に 記載）			令和元年度は、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や、空き店舗等活用事業補助金を活用した新規出店がなかったため。						令和4年度は、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がなかった。また、TMOの解散に伴う清算事業費が見込み額を下回ったため。				
	進捗評価	おおむね順調		おおむね順調		やや遅れている		やや遅れている		やや遅れている		おおむね順調		
評価	総合評価	主な取組内容や成果	・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。		・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、商工会議所主催の事業も好評であった。		・新型コロナウイルス感染症によりイベントを行えなかったが、イベント主旨や内容について、来年度以降の開催に向け検討する機会となっている。		・新型コロナウイルス感染症によりイベントを行えなかったが、イベント主旨や内容について、来年度以降の開催に向け検討する機会となっている。		(R4評価) ・新型コロナウイルス感染症により1件のイベントのみとなったが、イベント主旨や内容について、来年度以降の開催に向け検討する機会となっている。 (総括評価) ・新型コロナウイルス感染症によりイベントの開催及び新商品の開発等低調な年が続いたが、これまでの成果等について検証し見直しを行う機会となった。		(R5評価) ・商店街活性化イベント事業補助金(特別枠)から消費喚起イベント事業補助金へ、新商品・縄文関連商品開発支援事業補助金を新商品開発事業補助金へ改正し、新たな枠組みのイベント開催が1件、新商品は2件と一定の成果が見られた。 (総括評価) ・新型コロナウイルス感染症によりイベントの開催及び新商品の開発等低調な年が続いたが、これまでの成果等について検証し見直しを行う機会となった。	
		課題	・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。		・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、令和元年度は、実績がなく、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。		・新型コロナウイルス感染症に対する感染防止対策や企画段階から含めた運営方法等、状況が日々変化していく中で検討が必要である。 ・新商品開発等は容易ではなくリスクもあり、コロナ禍も相まって厳しい状況だと思われる。		・新型コロナウイルス感染症により、消費者ニーズの変化を注視し、TMOの解散を踏まえ、まちの活性化に向けた新たな企画や運営体制の検討が必要である。 ・新商品開発等は容易ではなくリスクもあり、コロナ禍も相まって厳しい状況だと思われる。		(R4・総括評価共通) ・新型コロナウイルス感染症による消費者ニーズの変化を注視し、TMOの解散に伴い、廃止された事業にかかわる新たな企画等の検討が必要である。 ・新商品開発等は容易ではなくリスクもあり、コロナ禍も相まって厳しい状況だと思われる。		(R5・総括評価共通) ・TMOの解散に伴い、廃止された事業にかかわる新たな企画等の検討が必要である。 ・新型コロナウイルス感染症によりイベントの開催及び新商品の開発等低調な年が続いたが、これまでの成果等について検証し見直しを行う機会となった。	
改革・改善	改革・改善内容		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。		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。		新型コロナウイルス感染症の収束が見えない中ではあるが、コロナ禍後には街中の賑わい創出はもとより、商店街全体の集客力向上、各商店の売上向上につなげる必要がある。コロナ禍に対応したイベント等を実施してもらうように、イベント実施団体に働きかけイベントを支援していくことが必要である。		社会がウィズ・コロナの流れとなる中で、今後は街中の賑わい創出はもとより、商店街全体の集客力向上、各商店の売上向上につなげる必要がある。また、アフターコロナに対応したまちの活性化イベント等を実施してもらうように、イベント実施団体に働きかけイベントを支援していくことが必要である。		(R4・総括評価共通) ・令和5年度から特別枠イベントに対する補助金を廃止し、商店等への継続的な顧客・売上向上等を図る、商業者等のグループが自ら行うイベント事業に対する補助金事業を創設する。併せて、新商品開発事業補助金交付要綱についても事業者が挑戦しやすい内容に改正し、申請数の増加を図る。		(R5・総括評価共通) ・令和5年度から特別枠イベントに対する補助金を廃止し、商店等への継続的な顧客・売上向上等を図る、商業者等のグループが自ら行うイベント事業に対する補助金事業を創設した。併せて、新商品開発事業補助金交付要綱についても事業者が挑戦しやすい内容に改正し、申請数の増加を図った。	
	施策の柱等の重点化	重点化する施策の柱	1		1		1		1		1		1	
		重点事業	1		1		1		1		1		1	
		理 由	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。		インターネット販売の普及、ライフスタイルの変化による地元での購買意欲の低下や、新型コロナウイルス感染症の影響等により、地元商店及び商店街の活力が損なわれつつあり、今後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。		インターネット販売の普及、ライフスタイルの変化による地元での購買意欲の低下や、新型コロナウイルス感染症の影響等により、地元商店及び商店街の活力が損なわれつつあり、今後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。		インターネット販売の普及、ライフスタイルの変化による地元での購買意欲の低下や、新型コロナウイルス感染症の影響等により、地元商店及び商店街の活力が損なわれつつあり、今後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。		インターネット販売の普及、ライフスタイルの変化による地元での購買意欲の低下や、新型コロナウイルス感染症の影響等により、地元商店及び商店街の活力が損なわれつつあり、今後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。		インターネット販売の普及、ライフスタイルの変化による地元での購買意欲の低下により、地元商店及び商店街の活力が損なわれつつあり、今後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。	

作成担当者	牛山 重喜	五味 利夫	宮下 賢仁	宮下 賢仁	宮下 拓磨	宮下 拓磨
最終評価責任者	五味 正忠	五味 正忠	五味 正忠	柳沢 正広	柳沢 正広	両角 敏行
最終評価年月日	令和元年5月31日	2020年7月10日	2021年5月28日	2022年5月30日	2023年10月19日	2024年7月12日