

| | | |
|-----------|---------------------|--------------|
| 事業名 CD | 0107010206 | 中心市街地活性化対策事業 |
| 細分化した事業名 | ソフト事業によるまちなか活性化対策事業 | |
| 事業担当課室 CD | 300400 | 商工観光課 |
| | | 整理コート* |

〈事務事業の位置づけ〉

| | | | |
|-----------------|-----------------------------|--------------------|--|
| 第6次長期総合計画での目的体系 | 大項目 | 魅力あふれるまちづくり | |
| | 中項目 | まちの賑わいをつくりだす商工業の振興 | |
| | 小項目 | 商業の振興 | |
| 関連する個別計画等 | 韮崎市まちなか活性化計画 | 根拠条例等 | 韮崎市商店街空き店舗対策費補助金交付要綱・韮崎市まちなか活性化推進事業補助金交付要綱 |
| 関連する事業 | 緊急雇用対策事業（商工会委託：まちなか活性化推進業務） | | |

〈事務事業の概要〉

| | |
|--------------------------------------|---|
| 事業の目的 (何のためにするのか) | 空き店舗の解消や地元購買率の向上、人口減少等による中心市街地空洞化防止のため |
| 事業の対象 (誰・何を対象にするか) | 中心市街地利用者（住民・買物客等市民・市内通勤者・市内通学者・駅利用者等） |
| これまでの改善経過 | H14 年度に中心市街地活性化基本計画を策定。中心市街地活性化法の改正後のH19 年度に新たな基本計画となる「韮崎市まちなか活性化計画」を策定し、20～24 年度の事業計画を具体化した。 |
| 事業の手段 (どんなやり方(手法)で) | <p>〈実施・運営方法〉 ■市 □委託 ■補助金 □その他（ ）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H19 ①まちなか活性化計画策定 ②空き店舗第1号バーバラハウス ・H20 ①みこしまつり（H17） ②朝市開催（H17） ③空き店舗第2号お茶の春木屋 ④市内空き店舗マップ作成 ⑤駅前広場階段設置工事 ⑥韮崎4号線街路灯設置17基 ・H21 ①プレミアム商品券発売 ②冬のイルミネーション拡大 ③空き店舗第3号 コーナーポケット ・H22 ①プレミアム商品券発売 ②冬のイルミネーションの継続 ③空き店舗 4号居酒屋正ちゃん 5号グレイス舟山 6号カフェパークトルセ |
| 事業の成果 (どのような状態にしたのか、どのような効果を得るのか) | 韮崎駅前SCを新たな拠点として、今後市街地全体にも波及効果が好影響を広げていく。 |

〈投入費用及び従事職員の推移〉

| | | 20年度 | 21年度 | 22年度 |
|------|--------------------|--------|---------------------|-----------|
| A | 事業費 (千円) | 30,573 | 6,736 | 5,343 |
| 財源内訳 | 国庫支出金 | | 4,986 | |
| | 県支出金 | 717 | 266 | 655 |
| | 市債 | | | |
| | その他 | 19,994 | | |
| | 一般財源 | 9,862 | 1,484 | 4,688 |
| B | 担当職員数(非常勤 職員E) (人) | 0.7 | 0.56 | 0.75 |
| C | 人件費(平均人件費×E) (千円) | 4,836 | 3,821 | 5,039 |
| D | 総事業費(A+C) (千円) | 35,409 | 10,557 | 10,382 |
| *参考 | H22)市民1人当りの事業コスト | 325 円 | H22)市民1人当りの行政サービス費用 | 599,027 円 |

注1)担当職員数には、1年間に当該事業に携わった職員数(職員と非常勤嘱託職員を区分)を他事業と按分して記載してあります。
 注2)平均人件費は各年度決算額(職員給与費)から算出した、20年度(6,909千円)、21年度(6,823千円)、22年度(6,719千円)を使用しています。
 注3)一般財源とは用途の制限のない財源で、市税(市民税・固定資産税など)、地方交付税(市町村均衡を図るための交付金)などを言います。

〈事業を数字で分析〉 この欄では、事業の目指すべき方向を分かりやすく示すため、数値指標を設定し実績数値を記入しています

| | 指標名 | 指標の算出方法 | 実績値 | | |
|------|----------------------|----------------------------------|-------|-------|-------|
| | | | 20年度 | 21年度 | 22年度 |
| 活動指標 | 実施事業（累計） | 事業数（累計） | 11 | 18 | 20 |
| | 提案型事業補助延件数 | 件 | 3 | 2 | 3 |
| 成果指標 | 事業実施率 | % （実施事業累計数／計画掲載事業数28） | 39 | 64 | 71 |
| | 開店した空き店舗対策事業者数 | 店数 | 1 | 1 | 3 |
| | 提案型事業実質事業 | 事業数 | 3 | 1 | 1 |
| | 大規模小売店舗開店支援 | 立地法に基づく申請数(ライフガーデン及びくろがねやスーパーデポ) | 2 | | |
| 効率指標 | A 事業費のうち韮崎市民の（直接）負担率 | %（一般財源額 1,484 千円／事業費 6,736 千円） | 32.26 | 22.03 | 87.74 |

〈事業を自己評価〉

| | | | |
|--|---|---|---|
| 妥当性 (事業の手段・活動は妥当ですか) | <input type="checkbox"/> A 妥当である <input checked="" type="checkbox"/> B ほぼ妥当である <input type="checkbox"/> C 妥当でない アンケートや参加型ワークショップにより策定された計画に基づく事業実施である。 | | |
| 成果 (意図した成果が上がっていますか) | <input type="checkbox"/> A 上がっている <input checked="" type="checkbox"/> B ほぼ上がっている <input type="checkbox"/> C 上がっていない ① 空き店舗対策事業として、計3店の開店を支援した。②計画に掲載した全事業28のうち、事業において進捗している。 | | |
| 効率性 (コストを見て効率的ですか) | <input type="checkbox"/> A 効率的である <input type="checkbox"/> B ほぼ効率的である <input checked="" type="checkbox"/> C 効率的でない 緊急雇用対策事業（関連事業）では、商工会に2名の人員雇用を委託契約しており、その人件費には全額補助金が充当されている。また、国や県からの補助金が縮減したことにより韮崎市民の直接負担率は増加しているものの、空き店舗対策等にみられるように事業成果は着実に上がっている。 | | |
| 総合評価 | <input type="checkbox"/> A 期待以上に達成 <input type="checkbox"/> B 期待どおりに達成 <input checked="" type="checkbox"/> C 期待以下の達成 | | |
| 今後の事業展開 | <input checked="" type="checkbox"/> 重点化（コストを集中的に投入する） <input type="checkbox"/> 手段の改善（実施主体や実施の手段を代える） <input type="checkbox"/> 効率化（結果単位あたりのコストを下げる） <input type="checkbox"/> 簡素化（事業の規模や内容を縮小する） <input type="checkbox"/> 統廃合（他の事業と統合する、または廃止する） <input type="checkbox"/> 現行どおり | | |
| 改善・改革案 | 改善・改革の概要・方向性（いつまでに、どういう形で具体化するのか） | | |
| | (1) 中長期的 最終計画年度となる平成24年度には、それまでの進捗状況を踏まえ計画の見直しを行う。 まちなかの回遊性や滞留性を高め、にぎわいのあるまちづくりを推進する。 | (2) 24年度 平成24年度には、計画の最終年度となるため、進捗状況を踏まえ計画の見直しを行う。 のれんをツールとしたソフト事業の推進。 H25～29年度の計画の作成 | (3) 23年度 まちなか活性化計画内に策定された全28事業中、年次計画に沿って、23年度末までに24事業を実施する。 のれんのあるまちづくり事業の推進。 |
| | 22年度の改善計画 | | |
| 22年度の改善結果 | | | |
| 市民(地域)や民間、他官庁との役割分担(市民との協働の視点などから考えられること) 商工会や商店街が主体となって行う民間主体事業や市民と行政が協働して行う協働事業の実施に向け、より積極的な参加が求められる。 | | | |
| 課長所見 | まちなか活性化計画に基づいて、空き店舗対策やプレミアムられあい商品券などの諸事業を着実に展開している。 | | |