

行政評価シート（事務事業評価）		評価年度	26年度
事業名	まちなか活性化推進事業	担当課	商工観光課
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・のれんのあるまちづくり推進事業		

1 計画(PLAN):事務事業の計画的位置づけ

第6次長期総合計画での目的体系	基本方向	魅力あふれるまちづくり	
	政策	まちの賑わいをつくりだす商工業の振興	
	施策	商業の振興	
関連する個別計画等	蕨崎市第2期まちなか活性化計画	根拠条例等	蕨崎市まちなか活性化推進事業補助金交付要綱・蕨崎市商店街空き店舗対策事業補助金交付要綱

2 計画(PLAN):事務事業の概要

事業の目的	イベントの開催等による集客力や地元における購買率の向上、空き店舗の解消など市内中心市街地の活性化を推進する。
事業の手段	第2期まちなか活性化計画を中心に市及び商工会を中心に新規・継続事業を実施 ・ふれ愛商品券の発売による地元購買の促進 ・空き店舗対策補助金の交付 ・のれんのあるまちなみづくり事業の実施や NIRA マルシェの開催などイベント開催支援 ・個店経営研修の開催ほか商工会補助の実施
事業の対象	中心市街地利用者（地域住民・買物客等市民・市内通勤者・市内通学者・駅利用者等）

3 実施(DO):投入費用及び従事職員の推移(インプット=費用+作業)

		23年度	24年度	25年度
A	事業費 (千円)	13,583	13,740	16,620
財源内訳	国・県支出金	12,344	1,722	1,446
	その他(使用料・借入金ほか)		827	500
	一般財源	1,239	11,191	14,674
B	担当職員数(職員E) (人)	0.65	0.75	0.75
C	人件費(平均人件費×E) (千円)	4,432	5,015	4,868
D	総事業費(A+C) (千円)	18,015	18,755	21,488
主な事業費用の説明	商店街空き店舗新規入居者への家賃・改修費補助、のれんのあるまちづくり事業で新規出店者へののれん・のれん個店ガイドブック作成、プレミアム商品券のプレミアム分の一部補助、NIRAマルシェ開催補助等			

注)平均人件費は各年度決算額(職員給与費)から算出した、23年度(6,819千円)、24年度(6,687千円)、25年度(6,491千円)を使用しています。

4 実施(DO):事業を数字で分析(アウトプット=事業量)

	指標名	指標の算出方法	実績値		
			23年度	24年度	25年度
活動指標	1 まちなか活性化計画実施事業累計(実施率)	事業累計数(実施事業累計数/計画掲載事業数28) ※平成25年度から第2期計画に移行	25 (89.3%)	25 (89.3%)	19 (67.9%)
	2 ふれ愛商品券売上(千円)	販売額(使用額)	110,000 (109,635)	77,000 (76,867)	77,000 (76,910)
	3 年間空き店舗対策事業者数	年間開店店舗数 開店率(年間空き店舗対策事業者3/貸出可能空き店舗11)	1 6.7% (1/15)	5 31.3% (5/16)	3 27.3% (3/11)
妥当性	<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				
上記活動指標と妥当性の説明	1	第1期からの継続事業も含め、第2期まちなか活性化計画掲載事業が実施されており妥当である。			
	2	ふれ愛商品券は、市内商工業者での消費拡大を促進するための仕組みであり、毎回完売されているほか、使用額も99%以上となっている。			
	3	H19の開始以来、新規事業者は平均して開店している。空き店舗数は多い印象であっても、貸出可能店舗はその一部のため、大きな成果につながらない状況となっている。			

5 評価(CHECK): 事務事業評価 (アウトカム=成果・効果)

	指標名	指標の算出方法	実績値			
			23年度	24年度	25年度	
成果指標 もしくは まちづくり 指標	1	まちなか駐車場利用台数	駅前・本町・市民交流センター・文化村	185,716	209,069	223,187
	2	地元購買率	商圈実態調査(調査年)	44.6% (H22)	44.6% (H22)	38.9% (H25)
	3	空き店舗対策事業者数 (閉店除く)	補助を受け開店し、各年度末に 営業中の店舗	6	9	12
成果		<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				
上記指標の妥当性と 成果の内容説明	1	第2期まちなか活性化計画掲載の数値目標であり、市民交流センターを中心に実績も向上しているため、集客効果は上がっていると考えられる。				
	2	第2期まちなか活性化計画掲載の数値目標であり、一端は向上しているが(H19:36.9%)、再び減少してしまっている。衣料品や食料品など甲斐市への流出が主な原因と考えられる(H22:18.7%→H25:26.5%)。				
	3	第2期まちなか活性化計画掲載の数値目標であり、一部閉店せざるを得ない店舗もあるが、総じて開店数は増加している。				

事務事業総合評価	<input type="checkbox"/> A 期待以上に達成 <input checked="" type="checkbox"/> B 期待どおりに達成 <input type="checkbox"/> C 期待以下の達成
----------	--

6 改善(ACTION): 今後の事務事業の展開

今後の事業展開	<input type="checkbox"/> 拡大(コストを集中的に投入する) <input checked="" type="checkbox"/> 一部改善(事務的な改善を実施する) <input type="checkbox"/> 全部改善(内容・手段・コスト・実施主体等の見直しが必要) <input type="checkbox"/> 縮小(規模・内容を縮小、又は他の事業と統合する) <input type="checkbox"/> 廃止(廃止の検討が必要)
事務事業の改善案	改善の概要・方向性(いつまでに、どういう形で具体化するのか)
	26年度の改善計画(今後の事業展開説明) 第2期まちなか活性化計画の各種事業の短期的検証を行い、状況に応じ課題等に対応していく。 のれんのあるまちづくりについては、のれんを設置してから数年が経過し市民並びに観光客に浸透しつつある。しかし、経年によるのれんの劣化、損傷が出てきているため、修繕等にかかる経費の一部を補助しながらのれんのあるまちづくり事業を継続させる。 また、空き店舗の解消に関しては、貸し店舗数の現状調査を実施し、広く情報提供を行っていく。
過去の改善経過	NIRAマルシェについては、他の朝市から差別化を図る目的で、夕市(ナイト)へ変更し、夏のピアガーデンや冬のイルミネーション点灯に合わせることで、集客UPに努めた。 のれんのある街づくりについては、新たに設置された個店や閉店された個店があることから、最新状況のガイドブックを作成し、顧客・観光客へPRを行った。 H20~H24を計画期間としていたまちなか活性化計画を更新し、第2期計画(H25~H29)を策定した。
課長所見	まちなかの活性化は、本市の重要かつ大きな課題であり、なかなか簡単に解決する問題ではないが、まちなか活性化計画に搭載された事業や新たな市民ニーズにも即応しながら、継続的に取り組んでいく必要がある。