

1. 基本情報

評価対象年度 (30 年度)

| | | | | | | | |
|------------|-------|-----------------------------------|-------------|--------|------|-------|-----|
| 施策コード | 432 | | 施策名 | 商工業の振興 | | | |
| 将来像 | 4 | 豊かな自然と調和した住みやすく活気あるまち(「基盤づくり」の分野) | | | | | |
| まちづくりの基本目標 | 43 | 産業によってにぎわいや活気を生み出すまち | | | | | |
| 主担当部 | 市民生活部 | | 主担当課 | 産業振興課 | 主担当係 | 産業振興係 | |
| 担当者 | 瀬谷 真 | | 役職 | 市民生活部長 | | 内線 | 230 |
| 関係課 | 企画課 | 健康推進課 | 子ども家庭支援センター | | | | |

2. 施策の方向

| | | | |
|--------|---|-----------------------|--|
| 10年後の姿 | 商工業者による自主的な経営改革が進められ、魅力ある事業や商店街創出のための努力が発揮されており、まち全体に活気が満ちています。 | | |
| 施策の方向性 | 1 | 商店街の振興・活性化を図ります | |
| | 2 | まちに活気をもたらす新しい産業を育成します | |
| | 3 | 商工業者の安定した経営を支援します | |

3. 構成事業の状況

(単位:千円)

| No. | 事務事業名 | 実行計画 | 施策の方向性 | 担当課 | 平成29年度決算 | 平成30年度決算 | 平成31年度予算 |
|-------------|-------------|------|--------|-------------|----------|----------|----------|
| 0102010806 | 市民まつり事業 | | 1 | 企画課 | 2,500 | 2,450 | 2,450 |
| 0107010201 | 商工会等育成事業 | 対象 | すべて | 産業振興課 | 30,239 | 28,397 | 28,970 |
| 0107010202 | 融資事業 | 対象 | 1 | 産業振興課 | 3,698 | 3,415 | 3,400 |
| 0107010203 | プレミアム付商品券事業 | 対象 | 1 | 産業振興課 | | | 92,180 |
| 0104010226 | 健幸ポイント事業 | 対象 | 1 | 健康推進課 | 17,226 | 19,991 | 19,580 |
| 0103020907 | 子育てクーポン事業 | 対象 | 1 | 子ども家庭支援センター | 13,004 | 21,751 | 20,673 |
| 総事業費(施策の合計) | | | | | 66,667 | 76,004 | 167,253 |

4. まちづくり指標

| 指標情報 | | | | 平成29年度 | 平成30年度 | 平成31年度 | 令和3年度 | 令和7年度 | |
|------|------|--------------------------|------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| ① | 名称 | 商店街事業来場者数 | | 目標値 | 90,400 | 88,780 | 90,000 | 90,400 | 91,000 |
| | 説明 | 商店街のイベント事業実施における来場者 | 単位 人 | 実績値 | 77,000 | 89,040 | | | |
| | 抽出方法 | 事業の実績報告より | | 達成率 | 85.2% | 100.3% | | | |
| ② | 名称 | 日常の買い物で近所の商店街を利用している人の割合 | | 目標値 | — | — | — | 48.2 | 48.9 |
| | 説明 | | 単位 % | 実績値 | 48.0 | — | | | |
| | 抽出方法 | 市政世論調査(平成29、令和2、5、8年度実施) | | 達成率 | — | — | | | |

5. 評価(平成30年度実績に対する)

| 評価基準 | 評価※ | 評価理由 |
|--|-------------------------------------|---|
| 投入財源・成果 〔「3. 構成事業の状況」・「4. まちづくり指標」〕に対する評価 | 総合評価 (成果、投入財源等を総合的に評価) 維持 | 平成30年度実施の清瀬ひまわりフェスティバルにおいては、期間中市内外より約15万人もの来場者に訪れていただき街のにぎわいに対しては貢献できたが、商工会の協力もあり、来場者向けの飲食店クーポンの発行や飲食関係ブースの増設も行ったが、市内商店への十分な波及効果に結びつくまでには至らなかった。しかし各商店街が実施している夏祭り等のイベントにおいては、商店街が主体的に活動を行い、自立した商店街として、地域コミュニティの活性化に繋げる事ができた。また商店の創設に向けて、新規創業者を対象とした融資制度の新設を目指し、既存融資制度の改正に取り組んだ。 |

※順調「10年後の達成に向け」、「構成事業の状況」や「まちづくり指標」の進捗が順調に推移している
維持「10年後の達成に向け」、「構成事業の状況」や「まちづくり指標」の進捗に一部課題がある
停滞「10年後の達成に向け」、「構成事業の状況」や「まちづくり指標」の進捗が遅れている

6. 施策を取り巻く環境

| 外部要因 | 状況 | 外部要因に対する評価 | 評価理由 |
|----------------|------------------------|----------------|---|
| 市民ニーズの状況 | 商店街の活性化と魅力ある店舗のニーズが高い。 | 3. 施策の必要性を高める | 商工会、商店街との連携強化がなお一層必要とされ、地域から必要とされる事業展開に取り組んでいくために新たな財源が必要となる。 |
| 将来人口の推移 | 高齢化に伴い店主等の高齢化も懸念される。 | 2. 施策遂行に不利 | 店主の高齢化により事業継承に結び付かなかった場合には店舗の廃業に繋がり、結果、買い物不便地域が出来てしまう。 |
| 他自治体との比較 | 大規模な店舗が少ない。 | 3. 施策の必要性を高める | 近隣市に大規模な店舗の進出がありそれに伴う集客を誘導する対策を検討する必要がある。 |
| 民間企業・NPO・市民の動向 | 商店街に空き店舗が見受けられる。 | 1. 施策遂行に役立つ・有利 | 新規創業や事業所誘致など新たな街の活性化に繋がる可能性も秘めている。 |
| 法・制度改正の動向 | 平成31年3月に清瀬市商工振興計画を策定。 | 3. 施策の必要性を高める | 計画実現に向けた施策展開が進められる。 |
| 技術革新の動向 | スマートフォンの普及やsnsの普及が著しい。 | 1. 施策遂行に役立つ・有利 | 限られた財源においても、創意工夫をすることで、様々な表現の仕方を展開することで、各方面に情報発信が行える。 |

7. 施策を進める上での課題

| | | | | | |
|---|-------------|---|---------------|-----------|---------------|
| ① | 施策を進める上での課題 | 地域経済活性化を図るため市内商店街での消費喚起を促す。 | | | |
| | 関連する事務事業名 | 商工会等育成事業 | 健康ポイント事業 | 子育てクーポン事業 | ひまわりフェスティバル事業 |
| | 現在の取組状況 | 商工会が中心となり健康増進に取り組んでいる市民や子育て世帯に対し、市内店舗で使用可能な商品券事業を実施している。また、多くの来場者が訪れる清瀬ひまわりフェスティバルにおいて、来場者向けに市内飲食店で使用可能なクーポンを配布するなど地域経済活性化に努めている。 | | | |
| | 令和2年度以降の取組 | 事業の実績状況を踏まえ、商工会との新たな連携事業の検討を行う。 | | | |
| ② | 施策を進める上での課題 | 商店街における空き店舗対策が求められている。 | | | |
| | 関連する事務事業名 | 商工会等育成事業 | 融資事業 | | |
| | 現在の取組状況 | 新規創業者向け融資制度の整備を行った。また商工会ホームページにおいて、空き店舗情報の掲載を行っている。 | | | |
| | 令和2年度以降の取組 | 平成31年度の融資事業の実施状況を踏まえ、新たな取り組みの検討を行う。 | | | |
| ③ | 施策を進める上での課題 | 市内においては、数は多くないまでも、メディア等に取り上げられた個性ある店舗も見受けられる一方で、市民より支持される店舗は多く見受けられる。この様な魅力ある店舗に対し、効果的な情報発信に努められればより地域経済への活性につなげられる。 | | | |
| | 関連する事務事業名 | 商工会等育成事業 | ひまわりフェスティバル事業 | | |
| | 現在の取組状況 | ふるさと納税への返礼品対象や商工会と連携して魅力ある飲食店等のPRに繋がるようクーポンの発行等を行った。 | | | |
| | 令和2年度以降の取組 | 商工会と連携し、引き続き魅力ある店舗のPRや、ふるさと納税への返礼品への発掘を行っていく。また、市内農家との連携を図り、農商工連携の推進を目指す。 | | | |