

平成25年度施策評価シート

基本施策	地域の特色を活かした魅力ある商業の振興を図る		
総合計画での位置付け	政策	4	「にぎわい」のあるまちをめざして
	分野	5	商業
主要な計画	・中心市街地活性化基本計画 ・産業振興計画		
基本施策を実施する背景や課題・目的	<p>・本市における年間商品販売額は年々減少傾向にあり、特に中心商店街においては商店数・販売額の減少が顕著となっている。また、少子高齢化の進展など時代の変化により消費者ニーズが多様化する中、豊富な品揃えをもとめて市外で買い物をする人が増えている。こうした中、空き家や空き店舗が増加し、それがにぎわいを喪失させ、さらに空き家や空き店舗が増えるという連鎖により中心商店街の空洞化が進み、商店街としての魅力が低下している。</p> <p>・本施策は、豊かで安定した市民生活を営むことのできる基盤として、地域の資源や特性を活かした産業が活発な「にぎわい」のあるまちづくりをすすめるため、地域の特色を活かした魅力ある商業の振興を図ることを目的としている。</p>		

1 概要

施策	目的	施策の内容	対象	施策の内容の目的	これまでの取り組み	担当部局
1 商店経営の充実	多様化する消費者ニーズに対応しながら、商店の魅力・集客力の向上を図る。	個性や魅力ある店舗づくりの推進	中小企業者、起業家	・支援により、市民のニーズにあった個店の魅力アップを行い、集客を図る	・魅力ある店舗づくりのため、全国商店街支援センター等の支援を受けて、個店の魅力アップ入門事業や繁盛店づくり実践プログラム事業等に取り組み、個店の魅力づくりを商店街全体で共有することにより意識改革や、活性化を図っている。	商工観光部
		商店経営に対する支援	中小企業者、起業家	新たな取り組みや個店の魅力・集客力の向上を促し、事業者の廃業率が低下し、事業所数、販売額等が維持・増加する	・商工会議所、商工会と連携し、事業者の経営相談等に取り組んでいる。 ・中小企業者に対する市制度融資の拡充や、利子・保証料補給制度の拡充、国県制度融資利用者に対する利子補給制度等の拡充、プレミアム付き商品券事業等を行い、事業者の経営の安定化、積極的な事業展開を支援している。	商工観光部
2 にぎわいのある商業空間の形成と中心市街地の活性化	起業家等に対する商店街としての魅力を向上させ、中心商店街の空洞化の抑制を図る。	地域の自主的・自発的なまちづくり、中心市街地における魅力ある商業機能の集積などの推進	・商店街振興組合、中心市街地の活性化のための活動を行う団体や事業者	・商店街の取り組み事業に対して支援を行うことにより、商業空間の有効利用と中心市街地の魅力を市民にPRすることで集客を図り、起業家に魅力ある市街地とすることで多種多様な商業機能を集める。	・魅力ある商店街づくりのため、商店街全体で共通するテーマでまちづくりを行ったり、複数の商店街が協力して一つのイベントに取り組みなど自主的・自発的なまちづくりに取り組んでいる。	商工観光部
		空き店舗を活用した起業家などの育成	・商店街振興組合、中心市街地の活性化のための活動を行う団体や事業者	・空き店舗の活用に対する改修・家賃補助を行い起業家支援を行うことにより、新たな商店街の魅力を生み出すとともに空き店舗の増加を抑制する	・本町3丁目商店街振興組合が、平成22年度に経済産業省の補助と市の補助金を活用して空き店舗活用による起業家育成を目的とした集合店舗を開設している。(2店舗入居済み) ※入居者を募集し、審査のうえ決定。	商工観光部
		中心市街地における多世代が交流することができる施設、市内各地域の特産品の販売や情報発信ができるアンテナショップの整備	・商店街振興組合、中心市街地の活性化のための活動を行う団体や事業者	・空き店舗を利用した多世代交流施設設置支援を行うことにより、施設を利用する市民が新たな商店街利用客となるとともに、商店街の魅力を発信する方となる ・既存店舗では購入できない特産品を扱う店舗を設置することにより集客を図る ・空き店舗の増加を抑制する	・多世代が交流することができる施設として、「よって館天満」を「よって館本町」、「よって館初田」に続き開設したほか、桜町に「まちの縁側」を設置し、多世代、地域交流の拠点として活用している。 ・支所地域の情報発信ができるアンテナショップを平成22年9月に本町2丁目に開店した。また、地元高校生が開発した製品などを販売している。	商工観光部
			市民	・中心市街地での支所地域の情報発信による地域の活性化と、中心市街地の賑わいの創出	・中心市街地の空き店舗を利用し、平成22年から支所の特産品の販売や情報発信ができるアンテナショップを支所の商工会、観光協会などが「飛騨高山アンテナショップ協議会」を立ち上げ運営を開始した。	企画管理部

2 指標の推移

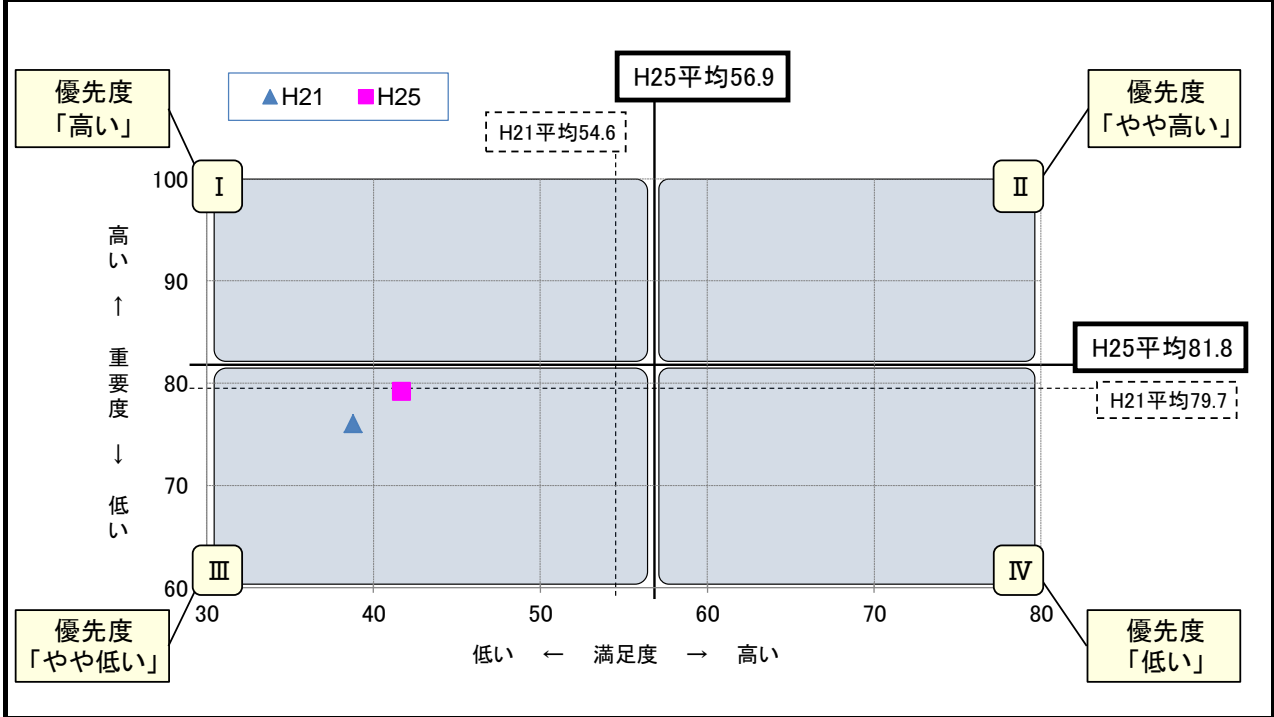
指標名	単位	関連 施策	好まし い 方向	H21	H22	H23	H24	目標	指標値の把握方法 目標値設定の考え方
商工会議所の会員数	事業所	1-イ	↑	2,575	2,530	2,499	2,441		商工会議所の事業報告書により把握
商工会の会員数	事業所	1-イ	↑	1,251	1,224	1,204	1,204		商工会の事業報告書により把握
市内開業率	%	1-ア	↑	2.6					H21経済センサスにより把握
市内廃業率	%	1-ア 3-エ	↑	5.5					H21経済センサスにより把握
市制度融資の利用件数	件	1-イ	↑	460	367	468	439	440	市内中小企業者を取り巻く経済情勢に大きな変化がないため、昨年度同様とする。
県制度融資利用者への利子補給件数	件	1-イ	↑	277	603	1,019	1,110	820	H22及びH23実績の平均値を目標とする
日本政策金融公庫融資利用者への利子補給件数	件	1-イ	↑	55	73	116	118	126	経営環境変化資金については、26件で受付終了。小規模事業者経営改善100件については、過去の実績を踏まえて設定
プレミアム付き商品券事業における経済波及効果	千円	1-イ	↑	-	-	-	337,000		
プレミアム付き商品券事業における中心商店街の取扱加盟店における換金額	千円	1-イ	↑	126,473	164,184	-	73,002		
空き店舗対策事業活用件数	件	2-イ	↑	5	6	18	11	6	H21年以前の減少推移(1~8件/年)から6件/年の補助事業活用件数を目標指標とした。中心市街地の経済活力の状況や魅力・にぎわいを端的に表す指標であるため
商店街振興組合形成区域内営業店舗数	件	2-イ	↑	366	368	363	360	366	・H21年度の状況維持を目標とするため、H21年度の営業店舗数を目標指標とした。魅力・にぎわいを端的に表す指標であるため
中心市街地居住人口	人	2-イ	↑	16,808	16,541	16,355	16,053	16,800	・H21年度の状況維持を目標とするため、H21年度の営業店舗数を目標指標とした。魅力・にぎわいを端的に表す指標であるため

まちなか定住促進事業活用件数	件	2-イ	↑	-	33	32	33	30	H21年度の中心市街地居住人口の維持を図るための指標として設定（他の居住施策と合わせて1,600人と目標としている。） 住みやすさやまちの魅力と中心市街地の形成状況を端的に表す指標であるため
まちなかパートナーシップ推進事業活用件数	件	2-イ	↑	-	26	53	40	30	H21年度の中心市街地居住人口の維持を図るための指標として設定（他の居住施策と合わせて1,600人と目標としている。） 住みやすさやまちの魅力と中心市街地の形成状況を端的に表す指標であるため
中心市街地への居住人口 (まちな居住事業による)	人	2-イ	↑	-	143	189	167	168	H21年度の中心市街地居住人口の維持を図るための指標として設定（他の居住施策と合わせて1,600人と目標としている。） 住みやすさやまちの魅力と中心市街地の形成状況を端的に表す指標であるため
商店街アーケード改修等延長	m	2-カ	↑	0	0	123	216	680	景観形成の成果を端的に表す指標であるため。
リバーサイド事業施工延長	m	2-カ	↑	0	0	13	33	300	景観形成の成果を端的に表す指標であるため。
ポイ捨て等及び路上喫煙禁止の啓発パトロールの実施	回	2-カ	↑	117	136	135	198	20	休日における職員によるパトロール実施 パトロール日誌
卸・小売、飲食、宿泊業の事業所数	件	1-イ	→	3,087					H21経済センサスにより把握
卸・小売、飲食、宿泊業の従業者数	人	1-イ	→	18,115					H21経済センサスにより把握
道の駅施設利用者	人	2-ク	↑	953,231	930,037	885,259	877,734	1,000,000	H19年度の道の駅7施設のレジ通過者数等をもとに設定

飛騨高山展における売上(高山市分)	千円	2-ケ	↑	93,853	64,176	112,081	100,750	120,000	横浜高島屋:4,000万円 名古屋松坂屋:3,000万円 神戸そごう:3,000万円 岐阜高島屋:2,000万円
観光客が高山を知った媒体に占める物産展の割合(観光統計のアンケート結果)	%	2-ケ	↑	2.20	2.33	1.85	1.64	3.00	過去10年間で最も高い数値2.90%をもとに3%を設定
担当部局	補足説明								
商工観光部	<ul style="list-style-type: none"> ・まちなか定住促進事業、まちなかパートナーシップ推進事業はH22年度から実施のためH21年度指標なし。 ・中心市街地居住人口は、各年10月1日現在数値 ・計画策定時の人口推計では、平成24年には15,900人(対H21 Δ5.35%)まで減少すると推計されていたが、平成24年で16,053人となっており、平成21年度からの減少率はΔ4.49%となっている。 ・市域全体人口の減少率がΔ1.63%(H21 94,536人→H24 92,987人)であることから、中心市街地区域の人口減少率は依然高い率で推移している。 ・商店街振興組合形成区域内営業店舗数は、毎年実施の「空き店舗調査」による数値 ・まちなか居住事業による人口は、補助事業申請時の居住予定人数 ・商店街アーケード改修延長及びリバーサイド事業施工延長は施工実績による。 ・リバーサイド修景事業による歩道整備実績 ・商工会議所の会員数は、各年3月末日の状況としている。 ・商工会の会員数は、各年4月1日の状況としている。 ・市制度融資の利用件数は、各年度内における創業支援資金融資、小口融資、経営安定特別資金融資(震災枠含む)、設備近代化資金貸付金の新規貸付件数の合計としている。 ・県制度融資利用者への利子補給件数は、各年度内における創業支援補助金、産業活性化・経営合理化支援補助金、中小企業福祉・子育て・環境保全推進支援補助金、経済変動対策支援補助金の交付件数の合計としている。 ・日本政策金融公庫融資利用者への利子補給件数は、各年度内における小規模事業者経営改善資金利子補給金、経営環境変化資金利子補給金の交付件数の合計としている。 ・経済センサスの数値は、H21年度調査結果が最新である。 ・道の駅施設利用者数は、奥飛騨温泉郷の道の駅を除く各道の駅付帯施設の利用者数としている。 ・飛騨高山展における売上は、道の駅以外の他の出展者も含む物産展全体の売上としている。 								
環境政策部	<ul style="list-style-type: none"> ・ポイ捨て等及び路上喫煙禁止の啓発パトロールは、緊急雇用制度を活用したため、回数が増加している。 								

3 市民アンケートの結果

		現在の「満足度」		今後の「重要度」		市民満足度を高めるために改善等を行う優先度	
H21 (前回)	点数	38.8	(平均) (54.6)	76.0	(平均) (79.7)	Ⅲ	やや低い
	順位	42施策中 40 番目		42施策中 30 番目			
H25 (今回)	点数	41.7	(平均) (56.9)	79.2	(平均) (81.8)	Ⅲ	やや低い
	順位	43施策中 41 番目		43施策中 29 番目			



※「満足度」、「重要度」・・・まちづくり市民アンケートに対する各項目の回答件数をもとに点数化した数値

$$\text{満足度} = \frac{(\text{満足}) \times (50) + (\text{やや満足}) \times (25) + (\text{やや不満}) \times (-25) + (\text{不満}) \times (-50)}{(\text{回答数}) - \{(\text{分からない}) + (\text{無回答})\}} + 50$$

$$\text{重要度} = \frac{(\text{重要}) \times (50) + (\text{やや重要}) \times (25) + (\text{あまり重要でない}) \times (-25) + (\text{重要でない}) \times (-50)}{(\text{回答数}) - \{(\text{分からない}) + (\text{無回答})\}} + 50$$

※市民満足度を高めるために改善等を行う優先度

「満足度」が平均未満で「重要度」が平均以上の施策	→	I 優先度が「高い」
「満足度」が平均以上で「重要度」が平均以上の施策	→	II 優先度が「やや高い」
「満足度」が平均未満で「重要度」が平均未満の施策	→	III 優先度が「やや低い」
「満足度」が平均以上で「重要度」が平均未満の施策	→	IV 優先度が「低い」

4 一次評価(担当部局による評価)

担当部局		企画管理部	
施策	施策の内容	七次総合計画における検証(成果や課題)	今後の方向性
にぎわいのある商業空間の形成と中心市街地の活性化	中心市街地における多世代が交流することができる施設、市内各地域の特産品の販売や情報発信ができるアンテナショップの整備	・空き店舗対策という目的と、旧町村の特産品や観光情報等の発信という目的としたアンテナショップを本町2丁目地内に開設し、中心市街地を訪れる市民や観光客に支所地域の特産品や情報発信に努めた。	・平成27年度以降も、中心市街地の賑わいと支所地域の情報発信を継続する。なお、運営協議会による自立した運営ができるよう取り組むこととしている。
	久々野駅や国府駅の周辺におけるにぎわいの創出	・久々野駅前の市民で組織する「駅前美化推進協議会」がソフト事業を中心とした賑わいの創出に取り組んでいる。 ・国府駅周辺については、こくふ交流センター等、一連の整備を実施し、賑わいの創出に取り組んでいる。	・久々野駅周辺においては、今後も地域住民が主体となった賑わいの取り組みをすすめる。 ・国府駅周辺においては、今後は地域住民が主体となった賑わいの取り組みをすすめる。
総括		<ul style="list-style-type: none"> ・中心市街地に支所地域の特産品等を扱うアンテナショップを開設することができたが、現在市の支援を受けて運営されている状況である。 ・久々野駅周辺に公衆トイレの施設整備を実施した。また、市民がソフト事業を中心とした賑わいの創出に取り組んでいる。 ・国府駅周辺にこくふ交流センター等の整備を実施した。 	

担当部局		環境政策部	
施策	施策の内容	七次総合計画における検証(成果や課題)	今後の方向性
にぎわいのある商業空間の形成と中心市街地の活性化	商店街の美観の維持	・路上喫煙禁止区域を設定し、路上に表示パネルを埋め込むとともに、啓発看板を主要施設前に設置し啓発を図った。	<ul style="list-style-type: none"> ・今後も継続してパトロール、啓発看板の設置などを通じて、ポイ捨てや路上喫煙の禁止を啓発していく。 ・路上喫煙禁止区域の拡大の検討を行う。
総括		<ul style="list-style-type: none"> ・今後も継続してパトロール、啓発看板の設置などを通じて、ポイ捨てや路上喫煙の禁止を啓発していく。 ・路上喫煙禁止区域の拡大の検討を行う。 	

担当部局		商工観光部	
施策	施策の内容	七次総合計画における検証(成果や課題)	今後の方向性
商店経営の充実	個性や魅力ある店舗づくりの推進	<ul style="list-style-type: none"> ・魅力ある店舗づくりのため、全国商店街支援センター等の支援を受けて、個店の魅力アップ入門事業や繁盛店づくり実践プログラム事業等に取り組み、個店の魅力づくりを商店街全体で共有することにより意識改革や、活性化を図ることができた。 ・このような活動に消極的な店舗に対して取り組みの促進を図る必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・魅力ある店舗づくりのための協力を行うとともに、個店の情報発信や市民への周知の取り組みについて支援を行う。
	商店経営に対する支援	<ul style="list-style-type: none"> ・商工会議所、商工会と連携し、事業者の経営相談を行い、多くの企業の経営の安定化につながった。 ・中小企業者に対する市制度融資の拡充や、利子・保証料補給制度の拡充、国県制度融資利用者に対する利子補給制度等の拡充を行い、多くの企業の経営の安定化につながった。 ・プレミアム付き商品券事業による経済波及効果は、約3億3,700万円で、アンケート調査結果によると約44.7%の企業において売上の維持・増加につながった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者のニーズに合わせて、商工会議所、商工会との連携をすすめ、相談機能の更なる充実を図る。 ・景気対策として実施している利子補給事業については、今後の景気の動向を踏まえ、事業の継続について検討する。 ・地域経済活性化の観点から支援が必要と判断される業種に対し、状況に応じた効果的な施策を重点的に投入していく必要がある。
にぎわいのある商業空間の形成と中心市街地の活性化	地域の自主的・自発的なまちづくり、中心市街地における魅力ある商業機能の集積などの推進	<ul style="list-style-type: none"> ・魅力ある商店街づくりのため、商店街全体で共通するテーマでまちづくりを行ったり、複数の商店街が協力して一つのイベントに取り組むなど自主的・自発的なまちづくりに取り組んだ。 ・このような取り組みに消極的な店舗への参加促進をはかる必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・魅力ある商店街づくりのための協力をを行うとともに、イベント開催の情報発信や市民への周知の取り組みについて支援を行う。
	空き店舗を活用した起業家などの育成	<ul style="list-style-type: none"> ・本町3丁目商店街振興組合が、平成22年度に経済産業省の補助と市の補助金を活用して空き店舗活用による起業家育成を目的とした集合店舗を開設した。(2店舗入居済み) ・新たな空き店舗活用は、資金面・賃貸条件等で難しいため、新たな取り組みを検討する必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・従来の方法による空き店舗を活用した起業家支援以外の方法による支援方法を検討する。
	中心市街地における多世代が交流することができる施設、市内各地域の特産品の販売や情報発信ができるアンテナショップの整備	<ul style="list-style-type: none"> ・多世代が交流することができる施設として、「よって館天満」を「よって館本町」、「よって館初田」に続き開設したほか、桜町に「まちの縁側」を設置し、多世代、地域交流の拠点として活用することにより、施設利用者や施設開催のイベント参加者の商店街利用を促進することにつながった。 ・支所地域の情報を発信できるアンテナショップを平成22年9月に本町2丁目に開店した。また、地元高校生が開発した製品などを販売するなど、話題性のある商品を取り扱うことにより、集客を図ることができた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・市民のニーズにより、整備について検討する。
	買物客や観光客が集まり交流する活気にみちた中心商店街の形成	<ul style="list-style-type: none"> ・魅力ある商店街づくりのための協力をを行うとともに、イベント開催の情報発信や市民への周知への取り組みについて支援することにより、集客効果だけでなく商店街の意識改革にも繋がった。 ・平成22年4月に「高山市商店街リバーサイド修景事業補助金交付要綱」を定め、にぎわいのある商業空間の形成と歩行環境の整備を行うことにより中心市街地の活性化や宮川に面した商店等の良好な景観を整備に努めたことにより、回遊性を高めることができた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・今後も事業を推進していく。

商店街のにぎわいの創出	・商店街自主運営によるイベントの開催や各種団体によるイベントの実施、また、夜間の商店街を楽しんでいただくための、シースルーシャッターの設置に対して助成を行うことにより、観光客のまちなかナイトツアーなどが開催されにぎわい創出につながった。	今後も事業を推進していく。
商店街の美観の維持	・安川通り商店街において、アケード整備及び街灯のLED化を行い周辺地域の景観に配慮した整備により古い町並みと統一感のある商業空間となった。 また、リバーサイド修景事業により、対岸からの景観向上を図り、街のイメージアップを図ることができた。	・今後も事業を推進していく。
まちなかでの居住の推進	・利便性の高いまちなかの空き家や集合住宅等への居住を促進するため、まちなか定住促進事業(新築、改修費等助成)、まちなか居住推進パートナーシップ事業(家賃助成)を設け、移住促進を図ったことにより、人口減少を若干であるが抑制することができた。 ・新たな商店街利用者の創出に効果があった。	・中心市街地地域の人口は減少傾向ではあるが、減少率の低減には効果のある事業であるので、継続実施していく。 ただし、さらに効果を上げるために区域の見直しや制度内容については見直しを行う。
地域のにぎわいの拠点として道の駅がもつ販売機能の強化と活用の推進	・各道の駅付帯施設において、新鮮な地元野菜や特産品を市民、観光客に販売し、地域の特産品等の魅力を広く周知するとともに、道の駅独自の特産品の開発や、各種自主事業の取り組みを積極的に行い、販売・集客力の向上を図ったが、利用者数は減少傾向にある。 ・採算性が悪化している施設については、経営改善に取り組む必要がある。また、老朽化が著しい施設もあるため、計画的な改修等を検討する必要がある。	・特色ある新商品開発やサービスの充実を図り、地域活性化の拠点施設としての機能を更に強化していく。 ・採算性が悪化している施設もあるため、利用者のニーズに即した事業展開、経営改善をすすめる。 ・施設の老朽化について調査を行い、計画的に改修等をすすめる。
地域の特色や特性を活かした特産品販売の振興	・各道の駅付帯施設において、新鮮な地元野菜や特産品を市民、観光客に販売し、地域の特産品等の魅力を広く情報発信するとともに、都市圏で開催している物産展において、道の駅及び地域の特産品等を販売し、リピーターの獲得を図ったが、利用者数は減少傾向にある。 ・新規顧客獲得に向けて、購買者のニーズを的確に捉えた新商品開発などの取り組みが必要である。	・パッケージ等も含めた特産品の品質・魅力の向上、新たな特産品の開発を更に促進する。 ・都市圏における物産展開催など、販路拡大、リピーターの増加に向けた取り組みを戦略的にすすめる。
総括	<ul style="list-style-type: none"> ・市民アンケートにおいては、施策に対する満足度が低く、今後の重要度もやや低い順位に位置しており、満足度を高めるために改善等を行う優先度はやや低い。 ・商店経営の充実はもとより、まちの顔である中心市街地の活性化や、にぎわいのある商業空間を形成することは、地域経済の活性化を図る上で極めて重要である。 ・事業者のニーズ等に対応した制度となるよう見直し等を行うながら、事業者の業況に対応した支援策の推進、魅力ある商業空間の整備や賑わいのあるまちづくりを継続して実施する。 ・景気の状態等を踏まえながら、地域経済活性化の観点から支援が必要と判断される業種に対し、状況に応じた効果的な施策を重点的に投入していく。 	

担当部局		水道部	
施策	施策の内容	七次総合計画における検証(成果や課題)	今後の方向性
にぎわいのある商業空間の形成と中心市街地の活性化	久々野駅や国府駅の周辺におけるにぎわいの創出	・久々野駅前周辺の利便性の向上を図るため、公衆便所の整備を行った。	・駅周辺の利便性の維持向上のため、公衆便所の適正な維持管理を継続して行っていく。
総括		・駅周辺の利便性の維持向上のため、公衆便所の適正な維持管理を継続して行っていく。	

5 二次評価(企画課、総務課、財政課評価)

課題	今後の方向性
<p>主な課題としては、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業所数、従業員数、商品販売額が減少傾向である。 ・中心市街地の活性化が図られていない。 <p>といったことが上げられる。</p>	<p>市民アンケートの結果、施策に対する今後の重要度は低くなっているが、現在の満足度が低いことを踏まえ、産業振興計画や中心市街地活性化基本計画に基づき、商店経営の充実にぎわいのある商業空間の形成などに取り組んでいく必要がある。</p> <p>特に、地域経済の活性化を図るうえで重要となる中心市街地の活性化に新たな視点で取り組む必要がある。</p>

6 外部有識者の評価・意見

七次総合計画における検証に対する評価・意見
<p>・「地域の特色を活かした魅力ある商業の振興」の具体的な内容が不明である。中心商店街の魅力を向上させるのか、郊外型商業の魅力を向上させるのかも不明であるし、魅力向上に向けた戦略も不明であることから、結果的には国の補助制度を活かすという名目でも網羅的な施策を実施しているだけの状況であり、その効果・成果は不明である。政策課題がどの程度解決され、残りがどれだけなのか分析不可能である。もし中心商店街の魅力を向上させるとするならば、ターゲットを誰にするのか(市民?観光客?)、明確にされたターゲットに関する指標データ(商店街の歩行者交通量、年間小売販売額など)の分析などがなされ、根本的な問題点、優先順位が明確な課題設定などがなされているはずである。</p> <p>・中心市街地の活性化は市のまちづくり政策における重要な課題であるが、商店街振興は、むしろ商業者の創意工夫に左右される。市と商業者との役割分担などを明確にし、民間活力の有効活用が望まれる。</p>
今後の方向性に対する評価・意見
<p>・まずは、基本施策の目的・目標の具体化と、それを実現するための戦略・シナリオの作成が必須。その上で、例えば中心商店街に来て購入する買物客(対象は市民が中心)を増やしたいとした場合には、商店街全体で店主が売りたい商品・サービスではなく、市民の買い物ニーズに合致した商品・サービスを提供できるように大改革を行う必要があり、商店街全体で一つのショッピングモールを運営できるようにする施策に特化して実施するなどが考えられる。現状のように、幅広い施策を網羅的に実施しているだけでは、根本的な要因に基づく重要な課題は何も解決されないものと考えられる。</p> <p>・高松市の丸亀商店街の事例のように民間の力を活用して、地域の活性化に役立てるような発想も必要と思われる。</p>
その他意見
<p>・「高山市の魅力ある商業」について、いつまでにどのような状態にしたいのか、そのためにはどのような取り組みをシナリオとして描いて、中長期的に着実に推進し成果を上げ、目標とする状態に近づけていくのかを本気で考え、それに集中的に取り組まない限りは、いろんな施策・事業を実施しているが、いつまでも目的・目標に近づかない基本施策となる典型的な事例である。また、本事業は事業者がリスクを伴いながら本気で取り組まなければならないが、本気でない事業者は明確に支援対象外とするなど、施策・事業の対象事業者も選別する必要がある。</p> <p>・現行の施策を羅列しただけで、メリハリのない組み立てでは、選択と集中の効果も生まれない。民間企業の力を借りて、新たな仕組みづくりなどにつながる政策の立案と評価が望まれる。</p>

【参考】基本施策に関連する予算事業の分析・評価(平成25年度事業評価における担当課評価)

関連 施策	事業 コード	事業名	評価					点数	事業費決算額(千円)	
			市民ニ ズの確 認	市が実 施する必 要性	活動内 容の有 効性	執行方 法の効 率性	政策面 における 評価		H23年度	H24年度
1-ア、2-ア~キ	61125	商店街振興事業補助金	A	B	A	B	B	70	17,130	21,115
1-ア、2-ア~キ	61127	中心市街地活性化事業	A	B	A	B	B	70	10,697	10,360
1-ア、2-ア~キ	61128	まちなか居住促進事業	A	B	B	B	B	60	29,150	55,163
1-イ	61120	高山商工会議所等補助金	A	A	-	B	A	88	35,956	31,238
1-イ	61148	新分野開拓支援補助金	A	A	B	A	B	80	36,451	31,467
1-イ	61149	中小企業振興支援事業補助金	A	A	A	B	A	90	152,142	170,282
1-イ	61155	中小企業設備近代化資金貸付金	B	B	B	A	B	60	0	10,120
1-イ	61160	県保証協会小口融資預託金	A	A	A	B	A	90	645,916	589,847
1-イ	61165	県保証協会中小企業経営安定特別	A	A	A	B	A	90	787,084	674,928
1-イ	61168	小規模事業者経営改善資金貸付利	A	A	B	A	A	90	2,200	1,898
1-イ	61169	経営環境変化資金貸付利子補給金	B	A	B	A	A	80	1,998	3,136
1-イ	61175	商工業振興関係事務費	A	A	B	A	A	90	1,515	1,500
1-イ	61184	プレミアム付き商品券事業	B	A	A	B	A	80	0	106,452
2-カ	21800	環境政策推進事業費	B	B	A	B	B	60	15,514	3,666
2-ク、2-ケ	61100	物産宣伝推進事業費	A	A	B	B	A	80	21,118	12,551
2-ク、2-ケ	61180	道の駅管理事業	A	A	B	A	A	90	45,929	45,732
2-ク、2-ケ	61183	ウッドフォーラム飛騨管理事業費	A	A	B	B	A	80	8,556	8,323

集計	区分	個数					平均点	H23年度	H24年度
	A	10	12	5	6	11			
	B	4	2	8	8	3			
	C	0	0	0	0	0			
	-	0	0	1	0	0			
		79.3	1,811,356	1,777,778					