

令和2年度 基本施策評価シート

作成日 令和2年6月24日

基本施策	C1 交流を活かした地場企業の活性化と域内経済の循環を促します		
施策の目的 (対象と意図)	対象	意 象 図	
	地場企業が	地域資源を活かした魅力ある製品・サービスの開発により、域外からの来訪者や市民による売上を増やしている。	
長崎市第四次総合計画[後期基本計画] 基本施策掲載ページ		62ページ ~ 63ページ	
基本施策主管課名	商工振興課	所属長名	黒田 正代
関係課名	中央卸売市場、長崎創生推進室		

基本施策の評価

Ac 目標を達成しているものの、目的達成に向けた課題の克服などがやや遅れている

判断理由

- ・基本施策の成果指標が100%以上の目標達成率となったことから、「A」とする。
- ・個別施策の成果指標8つのうち、100%以上の目標達成率が半数以下の2つで、目標達成率が95%未満の低いものもあるため「c」とする。

【評価判断に至った成果・効果及び問題点・その要因】

- (1)域外からの需要を創出し消費拡大を図るため、小規模事業者に対し、外国人観光客等の獲得に向けた外国語表記の看板やホームページ作成などの支援を行った結果、新たな顧客層の開拓が図られた。
また、域内での生産・販売・消費の経済の流れを太くしていくため、地場産業による土産品開発等をはじめ、市場ブランドの普及、商店街事業者によるインバウンド向けサービスの創出、商店街の施設整備等の様々な取組みに対し支援を行った結果、観光客等の需要喚起につながった。
- (2)空き店舗所有者や後継者のいない商店街と創業希望者のマッチングのため、まちなか空き店舗ツアーを実施し、参加者が、ツアーで紹介した物件に入居し創業したことで、空き店舗対策に繋がった。

成果指標

※「↑」は目標値を上回ることが望ましい指標、「↓」は目標値を下回ることが望ましい指標

指標名	基準値 (時期)	区分	H28	H29	H30	R元	R2
観光消費額(飲食・土産代)の1人当たり単価	10,467円 (26年度)	↑ 目標値	10,811	11,155	11,498	11,842	12,186
		実績値	10,215	11,079	12,437	※ 12,942	
		達成率	94.5%	99.3%	108.2%	109.3%	

※ 令和元年度の実績値は見込値

今後の取組方針

- (1)地場企業をはじめ商店街事業者や中央卸売市場等地域卸売事業者等が、地域や消費者のニーズを的確に捉え、意欲的に応えていくことで、魅力ある商業環境の形成につなげ、もって市場での競争力を高め、市域内の購買力・吸引力を高めていくように努める。
また、新型コロナウイルス感染拡大により失われた商店街や飲食店街等の売上を回復し、にぎわいを復活させるためのイベント等に対し補助を行うことで、商店街等の更なる活性化、消費喚起を促すための取組みに対し支援を行う。
- (2)「商店街持続化推進事業」による実践的取組を通じて得られた空き店舗・後継者問題解決へのノウハウや物件情報等を商店街内で共有し、商店街自らが問題解決についての意識の向上が図られるよう創業サポート長崎、商工会議所、事業引継ぎ支援センター等、関係機関と連携を継続しながら支援を行う。

二次評価(施策評価会議による評価)

- 基本施策の評価「Ac」については、所管評価のとおり。
- 住吉商店街は独自に取組みを行っているが、寄り添った形で連携しているのであれば記載していいのではないか。
- C1-1「シュガーロードに関する取組み」について、例えば、ふるさと納税の返礼品のホームページなど多くの人が見るところで効果的にPRしてはどうか。また、他の部局のイベント等においてPRすることができればいいのではないか。
- P3「シュガーロードに関する取組み」の問題点とその要因に、長崎街道8市で連携する「シュガーロード連絡協議会」が8市にまたがっているため統制がとりにくいとあるが、8市全体の意識が揃うのは難しいので、協議会の体制の見直しを検討してもいいのではないか。
- P8「商店街・商店の賑わいの創出や魅力向上への積極的な取組みの推進」の問題点とその要因に、商店街の施設整備後の機能向上が図られていないとあるが、商店街の活性化とのつながりがわかるよう具体的に記載するべき。
- 個別施策C1-2について、商店街や商店は新型コロナウイルス感染症で売上減となっていると思うが、2月、3月の状況でどういう状況であったので、令和2年度に向けてこういう取組みをしているということを記載するとよいのではないか。

令和2年度 個別施策評価シート

個別施策	C1-1 域外からの外貨獲得をめざす地場企業を支援します		
施策の目的 (対象と意図)	対 象	意 図	
	地場企業が	地域資源を活かした魅力ある製品・サービスの開発により、域外からの来訪者による売上を増やしている。	
個別施策主管課名	商工振興課	所属長名	黒田 正代

令和元年度の取組概要

- ①地域資源を生かした魅力ある製品の開発促進
 ・事業者に対する商品開発支援やコンサルタント機能を担う地域商社の育成に取り組んだ。
- ②シュガーロードに関する取組み
 ・シュガーロードのPR及び沿線各市への来訪の動機付けのため、長崎街道沿線8市と連携し、神奈川県川崎市において合同物産展を開催し、沿線都市の菓子等の販売やシュガーロードの魅力を発信した。
 ・「シュガーロード」をテーマとした日本遺産認定の申請を行った。
- ③商店街の意欲的な取組みの支援
 ・増加が見込まれる外国人等観光客を新たな顧客層とし、その消費需要の獲得に向けて意欲ある小規模事業者の事業に対し、補助金による支援を行った。(補助金交付事業者数:25事業者)【C1-2から再掲】
- ④「交流の産業化」に資する新たな取組みへの支援【A3-1から再掲】
 ・長崎市の強みである有形・無形の地域資源を活かし、観光をはじめとした「人」の交流によって経済を活性化させる取組みに資する事業に対して、「交流の産業化リーディング事業費補助金」を交付し、民間の法人・団体等の取組みを支援することで、官民連携による長崎創生を推進した。(補助上限200万円、補助対象事業6事業)
- ⑤ふるさと納税の取組み
 ・事業者訪問等により返礼品の充実を図った。(返礼品数:令和2年3月末現在、海産物・カステラをはじめとする地場産品約600品目)【C2-1から再掲】
 ・専用ポータルサイトの増設、首都圏などで開催される同窓会・県人会や企業訪問、SNS広告等でPRを行うなど情報発信の強化に努めた。【C2-1から再掲】

成果指標

※「↑」は目標値を上回ることが望ましい指標、「↓」は目標値を下回ることが望ましい指標

指 標 名	基準値 (時期)	区 分	H28	H29	H30	R元	R2
市の支援により地場企業が「地域独自の製品・サービス」を開発した件数【累計】※1	0件 (26年度)	↑ 目標値	10	20	30	40	50
		実績値	41	57	73	98	
		達成率	410.0%	285.0%	243.3%	245.0%	
【補助代替指標】土産品取扱店との商談会における商談成約件数 ※2	9件 (29年度)	↑ 目標値			12	15	18
		実績値			9	0	
		達成率			75.0%	0.0%	

※1 まちなか商店街誘客費補助金の事業数を実績値とした。(平成28年度は、お土産品コンテスト応募商品数を含む)
 ※2 地域独自の製品開発への支援について、平成28年度に実施したお土産品コンテスト応募商品数が含まれているが、平成29年度以降コンテストを実施していないため、これに代わる指標として、関係機関と連携して取り組んだ土産品取扱店との商談会における商談成約件数を補助代替指標として設定した。
 なお、令和2年3月に予定していた商談会については、新型コロナウイルス感染拡大防止のため中止となった。

評価(成果と効果)

取組みによる成果	5年後にめざす姿に対する効果
①地域資源を活かした魅力ある製品の開発促進 ・地域商社2者の取組みにより、市内47事業者の新たな販路の開拓及び売り上げ増につながった。(令和元年度売上実績 56,092千円)【C2-1】から再掲	地域商社2者の強みを活かした域外における販売ルートの開拓及び市内事業者に対し域外での商談会への出展支援を行うことで長崎市産品の販路開拓・拡大が図られた 【C2-1】から再掲

<p>②シュガーロードに関する取組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・長崎街道沿線8市と連携したホームページによる情報発信に取り組んだことにより、ホームページへのアクセス数は66,427件で、前年度と概ね同数を保っている。 ・令和元年10月に、神奈川県川崎アゼリアにて「長崎”特選”物産市 & シュガーロード物産展」を沿線8市合同で開催した。 ・「シュガーロード」をテーマとした日本遺産認定となった。 	<p>ホームページや物産展を通じて、シュガーロードの歴史や沿線都市の魅力が伝わり、来訪の動機づけにつながった。</p> <p>域外でのイベントでシュガーロードをPRすることで認知度向上に寄与した。</p> <p>シュガーロードの日本遺産認定を機に認知度が上がり、インバウンドを含めた来訪者数が増加するきっかけとなった。</p>
<p>③商店街の意欲的な取組みの支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・まちなか商店街誘客費補助金により、小規模事業者による外国人観光客をターゲットにした外国語標記の看板や店内外の案内、ホームページ、商品広告(POP)等の25事業を支援した。【C1-2から再掲】 	<p>まちなか商店街誘客費補助金により、国内外からの観光客が中心市街地で買い物や食事を楽しめる環境が整備され、新たな顧客層の開拓が図られた。【C1-2から再掲】</p>
<p>④「交流の産業化」に資する新たな取組みへの支援【A3-1から再掲】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・交流の産業化リーディング事業費補助金により、民間の取組み6事業を支援した。 	<p>民間の法人・団体等が自主的・主体的に実施する「交流の産業化」に資する新たな取組みを支援することで、様々なまちづくりの担い手による長崎独自の資源や魅力の磨き上げと長崎創生の推進が図られた。</p>
<p>④ふるさと納税の取組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ふるさと納税の返礼品として、域外の寄附者へ寄附額の約3割の額(203,560,358円)の地場産品を送付した。 ・返礼品の登録数について、返礼品提供事業者の増加や新たな返礼品の登録により、平成30年度の約420品目から約1.4倍増加し、令和元年度は約600品目となっている。 <p>【C2-1から再掲】</p>	<p>ふるさと納税の返礼品を通じて、地場産品の域外への周知が図られ、販路拡大につながった。【C2-1から再掲】</p>

評価(問題点とその要因)

5年後にめざす姿に対する問題点	問題点の要因
<p>②シュガーロードに関する取組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・シュガーロードのPRは実施しているものの、菓子業界の売上増につながる取組みが不足している。 ・行政以外で民間事業者も主体的に取り組む体制が不足している。 	<p>パンフレットの作成や、イベントでのPRなど、取組みが固定化している。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・協議会が8市にまたがっているため、統制がとりにくい。
<p>③商店街の意欲的な取組みの支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・補助事業等の活用により、商店街の魅力向上や国内外からの観光客の受入体制の充実が図られ、消費者や地域等のニーズに対し、一時的には対応できたが、商店街の魅力向上や国内外からの観光客の受入体制が十分ではない。【C1-2から再掲】 	<p>国内外からの観光客の受入体制の整備により、より多くの観光客がまちなかを巡ることで、個店や商店街の売上増につながるという商店街全体の認識がまだ十分ではない。【C1-2から再掲】</p>
<p>④「交流の産業化」に資する新たな取組みへの支援【A3-1から再掲】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業の幅広い効果を生む展開や広報・集客に課題があり、効果に向上の余地がある事業が見受けられた。 	<p>事業採択後の実施にあたっての支援が不十分であると考えられる。</p>

今後の取組方針

①地域資源を生かした魅力ある製品の開発促進

・単独ではマーケティングや販路開拓に取り組むことが困難な事業者に代わり、域外への販路開拓・収益増に取り組むほか、事業者への商品開発支援やマーケティング等のコンサルティング機能、地域のブランディング機能を担う地域商社を育成し、市内事業者の掘り起こし及び事業者への商品開発支援を強化することで、さらなる売上拡大を目指す。

②シュガーロードに関する取組み

・日本遺産認定を契機として、関東方面での合同物産展開催やふるさと納税、ホームページによるPR活動を実施し、菓子業界等の売上増につなげる。

③商店街の意欲的な取組みの支援

・補助事業者の取組みについて、商工団体、商店街の会合等の場で周知することで、小規模事業者への補助事業の活用を促し、小規模事業者の新たな消費需要の獲得への意識の醸成を図る。【C1-2から再掲】

④「交流の産業化」に資する新たな取組みへの支援

・引き続き、事業の周知を図り、オール長崎市でまちづくりに取り組むという機運の醸成を図るとともに、事業採択後の実施にあたり、専門家による伴走型支援を行う。

⑤ふるさと納税の取組み

・既存商品の見直しや新規商品の追加など返礼品の充実を行うとともに、ポータルサイトの事務代行事業者の見直しを行い、効果的なプロモーションを実施することなどにより、新たな寄附者の獲得を図り、地場産品の域外への周知と販路拡大をめざす。

【C2-1から再掲】

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成30年度	令和元年度
1	<p>(事業名) 長崎街道シュガーロード推進費</p> <p>【商工振興課】</p> <p>(事業目的) 江戸時代に貴重品であった「砂糖」が運ばれ、今なお多くの菓子産業が栄えている長崎街道「シュガーロード」を活かし、長崎から小倉までの都市が連携して食の魅力発信と地域の活性化を行う。</p> <p>(事業概要) 江戸時代に砂糖が運ばれた長崎街道シュガーロードの歴史と文化を掘り起し、沿線自治体と連携し、菓子産業の「食」の発信を行う。</p>	実施年度	継続	
		成果指標	シュガーロードホームページアクセス件数	
		目標値	54,000 件	69,600 件
		実績値	69,712 件	66,427 件
		達成率	129.1 %	95.4 %
		決算(見込)額	735,760 円	968,324 円
		成果指標及び目標値の説明	<p>シュガーロードと沿線各市の菓子・文化の認知度と発信力を測るため、シュガーロードホームページの年間アクセス件数を成果指標とした。</p> <p>1か月に4,500件、年間54,000件のアクセス件数を目標値として設定した。</p>	<p>シュガーロードと沿線各市の菓子・文化の認知度と発信力を測るため、シュガーロードホームページの年間アクセス件数を成果指標とした。</p> <p>1か月に5,800件、年間69,600件のアクセス件数を目標値として設定した。</p>
		取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・シュガーロード連絡協議会の開催 総会 年1回 ・担当者会議 年2回 ・合同物産展の開催 ・食の博覧会におけるシュガーロードのPR ・「シュガーロード」をテーマとした日本遺産認定の申請 <p>(成果・課題等)</p> <p>沿線8市と連携し、シュガーロードの認知度アップを図り、ホームページのアクセス件数は目標値を大幅に上回った。今後の課題として、九州以外の地域でのPRを新たに展開していく必要がある。</p>	<p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・シュガーロード連絡協議会の開催 総会 年1回 ・担当者会議 年2回 ・合同物産展の開催 ・食の博覧会におけるシュガーロードのPR ・「シュガーロード」をテーマとした日本遺産認定の申請 <p>(成果・課題等)</p> <p>沿線8市と連携し、シュガーロードの認知度アップを図り、ホームページのアクセス件数は前年度よりは下がっている。日本遺産認定を契機として、九州以外の地域でのPRを新たに展開していく必要がある。</p>

令和2年度 個別施策評価シート

個別施策	C1-2 商店街・商店の利用を促進します					
施策の目的 (対象と意図)	対 象	意 図				
	商店街や商店が	消費者や地域の多様なニーズに対応し、特色を持って、市民や観光客等に日常的に利用されている。				
個別施策主管課名	商工振興課	所属長名	黒田 正代			

令和元年度の取組概要

- ①商店街・商店の消費者や地域等のニーズに対応する意欲的な取組みの推進
- ・本市における商業の振興を図るため、商店街組織が行う、観光客の取込みや大型店等との連携、消費拡大の推進など、商店街の役割をステップアップさせるソフト事業として、補助金による支援を行った。
 - 令和元年度は、ウラカクス(浦上地区商店街)において、夏祭りを開催し、長崎で活躍するアーティストによるライブ、ダンスや剣舞等ステージイベントや商店街有志やコンセプトに賛同する個人事業主を中心として屋台等を出店し、商品販売等を行った。
 - ・増加が見込まれる外国人等観光客を新たな顧客層とし、その消費需要の獲得に向けて意欲ある小規模事業者の事業に対し、補助金による支援を行った。(補助金交付事業者数:25事業者)【C1-1へ再掲】
- ②商店街・商店の直面する課題解決への主体的な取組みの推進
- ・商店街の持続・発展のために、市内商店街の意欲ある商業者を募って、大学講師とコーディネーターの指導のもと、事業承継及び空き店舗対策の取組みの一つである空き店舗ツアーを2回行った(セミナー開催数:5回、参加団体数:3地区3団体(長崎市浦上百貨センター協同組合、長崎市中通り商店街振興組合、大浦商店会))。
 - ・長崎市平和町商店街振興組合においては、「まちなか商業人材サポート事業」、「商店街持続化推進事業」の参加や「交流の産業化リーディング事業費補助事業」、により商店街の活性化を行う等地域資源を活かした活動を継続し、合同会社wakuwaを設立した。
 - ・長崎住吉中園商店街振興組合においては、地域を盛り上げるための活動に取り組むため、令和元年9月に地域と店主・大学生等が協力し、住吉まちづくり実行委員会を立ち上げ、長崎創世プロジェクト事業として認定され、直営店「でんぱ」を設立した。
- ③商店街・商店の賑わいの創出や魅力向上への積極的な取組みの推進
- ・商店街の機能向上のため、商店街組織が行う施設整備に向けたハード事業に対し、補助金による支援を行った(補助交付団体数:4団体(長崎浜市観光通商店街振興組合、長崎住吉中園商店街振興組合、思案橋横丁会、銅座町商店街組合))。

成果指標

※「↑」は目標値を上回ることが望ましい指標、「↓」は目標値を下回ることが望ましい指標

指 標 名	基準値 (時期)	区 分	H28	H29	H30	R元	R2	
歩行者通行量(日曜)	147,100人 (26年度)	↑	目標値	150,000	51,500	152,900	154,400	155,900
			実績値	165,794	150,965	159,482	170,526	
			達成率	110.5%	293.1%	104.3%	110.4%	
【補助代替指標】歩行者 通行量(平日)※1	164,453人 (26年度)	↑	目標値	167,700	169,300	171,000	172,600	174,300
			実績値	170,052	167,060	165,916	172,225	
			達成率	101.4%	98.7%	97.0%	99.8%	
中心市街地の商店街内 総店舗数※2	2,268店 (26年度)	↑	目標値	2,349	2,349	2,349	2,349	2,349
			実績値	2,338	2,334	2,332	2,287	
			達成率	99.5%	99.4%	99.3%	97.4%	
【補助代替指標】中心市 街地商店街の空き店舗 率※3	12.7% (26年度)	↓	目標値	12.0	11.5	11.0	10.5	10.0
			実績値	12.3	11.4	11.5	11.4	
			達成率	97.5%	100.9%	95.5%	91.4%	

※1 歩行者通行量は、商工会議所が行っている市内商店街区域の調査結果であり、郊外大型店の影響が出やすい日曜の値を指標としているが、平日の商店街利用の動向もみるため、補助代替指標として平日の通行量も記載した。

※2 中心市街地の商店街内総店舗数において、2商店街で計測を見直したことにより81店の誤差が生じたため、これを加算して目標値を修正した。令和元年度(H30年6月調査)は、大浦居留地商店街が解散したため、店舗数の減少が大きい。

※3 中心市街地の商店街内総店舗数に関し、商業機能の低下を測る指標としての客観性を補完するため、空き店舗率を補助代替指標とした。

評価(成果と効果)

取組みによる成果	5年後にめざす姿に対する効果
<p>①商店街・商店の消費者や地域等のニーズに対応する意欲的な取組みの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ウラカミクス(浦上地区商店街)において、夏祭りに約700人が来場した。約30人のスタッフにより準備を行ったことで、地域、近隣住民や店舗間相互の人間関係の希薄さが解消され、まちづくりに対する意識が高まった。 ・まちなか商店街誘客費補助金により小規模事業者による外国人観光客をターゲットにした外国語標記の看板や店内外の案内、ホームページ、商品広告(POP)等の25事業を支援したことで、新たな顧客層の開拓が図られた。【C1-1へ再掲】 	<p>下記のとおり、商店街や事業者に応じた取組みを支援したことにより新規顧客の獲得や消費拡大につながった。</p> <p>ウラカミクス(浦上地区商店街)においては、新たに立ち上げた商店街組織の事業展開の一助となるとともに各商店の活性化につながった。</p> <p>まちなか商店街誘客費補助金により、国内外からの観光客が中心市街地で買い物や食事を楽しめる環境が整備された。【C1-1へ再掲】</p>
<p>②商店街・商店の直面する課題解決への主体的な取組みの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・空き店舗対策として実施した空き店舗ツアーで3地区3商店街の物件を紹介し、浦上百貨センター内で1店舗が創業につながった。また、商店街持続化支援事業に参加し、空き店舗を活用して出店した事業主の話を聞いたり、オープン間近のシェアキッチンを見学したことで参加者の創業意欲が高まった。 ・長崎市平和町商店街振興組合が合同会社wakuwaを設立し、空き店舗1件を活用したシェアキッチンをオープンした。 ・住吉地区の自治会、大学生、商店街加盟店舗等で構成され、長崎創世プロジェクト事業として認定された住吉まちづくり実行委員会が空き店舗を活用し、商店街と地域をつなぐコミュニケーションの場として直営店「でんぱ」をアーケード内にオープンした。 	<p>空き店舗と創業者とのマッチングが図られ、店主が、自らの力で商店街、ひいては地域の存続を目指す活動に取り組むことで、商店街の持続・発展の仕組み作りの推進につながった。</p> <p>空き店舗を改修し貸し出すことで、イベントの出店料や家賃の収益が見込まれ、商店街が、まちづくりの担い手として自立する体制が整備された。</p> <p>空き店舗を利用した「でんぱ」はチャレンジショップであり、まちの情報発信拠点や地域の人々の交流憩いの場としてスタートし、今後の住吉地区の活性化やコミュニティ形成に寄与した。</p>
<p>③商店街・商店の賑わいの創出や魅力向上への積極的な取組みの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・長崎浜市観光通商店街振興組合においては、経年劣化による音声不具合のため、放送設備を更新し、長崎市の防災放送と連携を行うとともに、アーケード内にスピーカー83基を設置した。 ・長崎住吉中園商店街振興組合においては、安全性向上のため、LED投光器を47台、LEDライトを40台設置した。 ・思案橋横丁会においては、経年劣化による事故防止のため、アーチ7基のうち5基を再整備し、照度を高めるため、LED照明を導入した。 ・銅座町商店街組合においては表通りから路地への誘引力や安全性を高めるため、誘導灯18台を新設した。 	<p>商店街の存在を顕在化させ、安心安全な来街環境を整えることで、集客機能の向上が図られた。</p>

評価(問題点とその要因)

5年後にめざす姿に対する問題点	問題点の要因
<p>①商店街・商店の消費者や地域等のニーズに対応する意欲的な取組みの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・補助事業等の活用により、商店街の魅力向上や国内外からの観光客の受入体制の充実が図られ、消費者や地域等のニーズに対し、一時的には対応できたが、商店街の魅力向上や国内外からの観光客の受入体制が十分ではない。【C1-1へ再掲】 	<p>国内外からの観光客の受入体制の整備により、より多くの観光客がまちなかを巡ることで、個店や商店街の売上増につながるという商店街全体の認識がまだ十分ではない。 【C1-1へ再掲】</p>
<p>②商店街・商店の直面する課題解決への主体的な取組みの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市内の商店街が抱える喫緊の課題として、空き店舗対策や事業承継問題がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・経営者の高齢化と後継者不足がある。

今後の取組方針

<p>①商店街・商店の消費者や地域等のニーズに対応する意欲的な取組みの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・補助事業者の取組みについて、商工団体、商店街の会合等の場で周知することで、小規模事業者への補助事業の活用を促し、小規模事業者の新たな消費需要の獲得への意識の醸成を図る。 【C1-1へ再掲】 ・今後の商店街の活性化のために商店街自らが考え、行動するきっかけづくりをソフト事業に対する補助などにより支援し、商店街の活性化につなげていく。 <p>②商店街・商店の直面する課題解決への主体的な取組みの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「商店街持続化推進事業」において、専門家の指導の下で学んだ空き店舗対策や後継者問題に対する解決手法等についてのノウハウ、物件探しツアーの中で得られた情報等を活用し、事業終了後も商店街が主体的に空き店舗対策や事業承継に取り組むため、創業サポート長崎、商工会議所、事業引継ぎ支援センター等関係機関との連携体制を強化し、商店街の持続・発展の仕組みを構築していく。 <p>③商店街・商店の賑わいの創出や魅力向上への積極的な取組みの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商店街に対し、賑わいの創出や魅力向上に向けた施設の新設・改修のほか、何よりも安全第一であることが重要であるため、老朽化施設の撤去や処分にも支援を行う。
--

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成30年度	令和元年度
1	<p>(事業名) 商店街持続化推進費</p> <p>【商工振興課】</p> <p>(事業目的) 近年は、経営者の高齢化や後継者不足など、商店街が抱える環境は、厳しい状況にある。商店街が中長期的に存続・発展していくには、地域住民等のニーズや商店街を取り巻く環境の変化を踏まえ、主体的に考え、実践する商店街の取組みが必要である。そのため、課題解決に向けた実践的活動を通じて、商業者の人材育成と、商店街・商業者間のネットワークの構築につなげるとともに、商店街を基盤とした持続可能な活性化への取組みを推進する。</p> <p>(事業概要) 市内商店街の意欲ある商業者を募って、専門家の指導のもとに、セミナーやワークショップによる意見交換や議論を通じ、また、空き店舗ツアーなどを実施し、後継者のいない商店経営者や空き店舗所有者と創業希望者とのマッチングのための検討と実践的取組みを行う。</p>	実施年度	新規	継続
		成果指標	空き店舗解消の店舗数	
		目標値	3 件	3 件
		実績値	1 件	1 件
		達成率	33.3 %	33.3 %
		決算(見込)額	2,822,330 円	2,698,090 円
		成果指標及び目標値の説明	<p>後継者のいない商店経営者・空き店舗所有者と創業希望者をつなぐ仕組みを構築し、マッチングの機会を創ることから、空き店舗解消の店舗数を成果指標とした。 参加地区あたり1件の成約を目標とした。</p>	<p>後継者のいない商店経営者・空き店舗所有者と創業希望者をつなぐ仕組みを構築し、マッチングの機会を創ることから、空き店舗解消の店舗数を成果指標とした。 参加地区あたり1件の成約を目標とした。</p>
取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績) 3地区5団体の商店街が、コーディネーターによる空き店舗対策についての解説等5回のセミナーに参加し、ワークショップによる意見交換を行った。その中で、空き店舗の所有者と、創業希望者とのマッチングを図る「まちなか空き店舗ツアー」を実施し、商店街の持続・発展に向けて主体的に取り組む意識が高まった。</p> <p>(成果・課題等) 空き店舗対策としての取組みにおいて、1件の創業につながった。今後も、商店街が主体的に空き店舗対策や事業承継に取り組むために、支援組織等との連携体制を強化し、商店街の持続・発展の仕組みを構築していく必要がある。</p>	<p>(取組実績) 3地区3団体の商店街が、コーディネーターによる空き店舗対策についての解説等5回のセミナーに参加し、ワークショップによる意見交換を行った。その中で、空き店舗の所有者と、創業希望者とのマッチングを図る「まちなか空き店舗ツアー」を2回実施し、R元年度、この事業に参加して出店した事業主の話を聞いたり、空き店舗を活用したシェアキッチンを見学することで、創業に至るノウハウや、商店街の持続・発展に向けて主体的に取り組む意識が高まった。</p> <p>(成果・課題等) 空き店舗対策としての取組みにおいて、1件の創業につながった。今後も、商店街が主体的に空き店舗対策や事業承継に取り組むために、支援組織等との連携体制を強化し、商店街の持続・発展の仕組みを構築し、創業件数を増やしていく必要がある。</p>		

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成30年度	令和元年度	
2	<p>(事業名) まちなか商店街誘客事業費補助金</p> <p>【商工振興課】</p> <p>(事業目的) 国内外からさらなる観光客の増加が見込まれるなか、その誘客・消費拡大につながる意欲とアイデアのあるまちなか商業者が実施する事業を支援することで、魅力ある個店を創出し、まちなかの回遊性を高めつつ観光客等の消費を喚起させ、商業集積全体の個性や魅力の向上を図るもの。</p> <p>(事業概要) 中心市街地において、市内で小売業・飲食店を営む小規模事業者を対象に、技術の向上、新規分野の開拓に向けて長崎商工会議所が行う「経営発達支援事業」と連携し、国内外の観光客を新たな顧客層として、その開拓・獲得に意欲ある事業者の取組みを支援する。</p>	実施年度	継続		
		成果指標	補助金交付事業者数		
		目標値	25 事業者	25 事業者	
		実績値	16 事業者	25 事業者	
		達成率	64.0 %	100.0 %	
		決算(見込)額	2,627,000 円	4,923,000 円	
		成果指標及び目標値の説明	当該事業で補助金を交付した事業者数を成果指標とした。補助上限額を基に予算額に応じた事業者数を目標値とした。		
		取組実績 成果・課題等	<p>(取組実績) 増加が見込まれる外国人等観光客を新たな顧客層として、その消費需要の獲得に向けて意欲ある小規模事業者の事業に対し、補助金交付による支援を行った。(補助金交付事業者数:16事業者) ・補助上限額 20万円 ・予算額 500万円</p> <p>(成果・課題等) 外国語標記を加えた看板、メニュー、リーフレット、商品サンプル作成や新商品開発など、誘客を目的とした事業を支援することで、新規顧客の開拓や売上の向上につなげることができた。補助率を高く設定しているものの、利用実績が、依然として伸びていないためより周知を図る必要がある。</p>	<p>(取組実績) 増加が見込まれる外国人等観光客を新たな顧客層として、その消費需要の獲得に向けて意欲ある小規模事業者の事業に対し、補助金交付による支援を行った。(補助金交付事業者数:25事業者) ・補助上限額 20万円 ・予算額 500万円</p> <p>(成果・課題等) 外国語標記を加えた看板、メニュー、リーフレット、商品サンプル作成や新商品開発など、誘客を目的とした事業を支援することで、新規顧客の開拓や売上の向上につなげることができた。利用実績は伸びたものの、地域や事業内容が偏っているため、全地域に内容を充実させ、周知を図る必要がある。</p>	

令和2年度 個別施策評価シート

個別施策	C1-3 卸売市場機能の充実と強化を図ります		
施策の目的 (対象と意図)	対 象	意 象 図	
	市民が	継続的に青果物の安定供給を受けている。	
個別施策主管課名	中央卸売市場	所属長名	大久保一哉

令和元年度 of 取組概要

①売買取引の適正化	・早朝パトロール、巡回パトロール及び品質管理パトロールを実施し、青果物の取引の適正化と流通の円滑化を図った。										
②取引ルールの設定	・卸売市場法改正により、中央卸売市場で原則禁止されていた規制(※)が大幅に緩和され市場毎に定めることとなったため、市場関係者の意見を聴取し、改正法施行(令和2年6月21日)後の取引ルールの設定を行った。										
③中央卸売市場施設整備事業の実施	・安全安心に青果物の売買取引が行える環境を確保するため、卸売場内の照明設備をメタルハライドランプからLEDに取り替えた。また、安全確保のため、老朽化した屋外照明設備を取替又は撤去するとともに、LED照明に更新した。										
<p>※【原則禁止されていた規制】</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 25%;">第三者販売の禁止</td> <td>卸売業者は、仲卸業者、売買参加者以外に卸売してはならない。</td> </tr> <tr> <td>商物一致の原則</td> <td>卸売業者は、市場内にある物品以外を卸売してはならない。</td> </tr> <tr> <td>直荷引きの禁止</td> <td>仲卸業者は、卸売業者以外から商品を仕入れてはならない。</td> </tr> <tr> <td>自己買付の禁止</td> <td>卸売業者は、受託物品を買付け、販売してはならない。</td> </tr> <tr> <td>買い戻しの禁止</td> <td>卸売業者は、仲卸業者等に卸売した物品を買い戻してはならない。</td> </tr> </table>		第三者販売の禁止	卸売業者は、仲卸業者、売買参加者以外に卸売してはならない。	商物一致の原則	卸売業者は、市場内にある物品以外を卸売してはならない。	直荷引きの禁止	仲卸業者は、卸売業者以外から商品を仕入れてはならない。	自己買付の禁止	卸売業者は、受託物品を買付け、販売してはならない。	買い戻しの禁止	卸売業者は、仲卸業者等に卸売した物品を買い戻してはならない。
第三者販売の禁止	卸売業者は、仲卸業者、売買参加者以外に卸売してはならない。										
商物一致の原則	卸売業者は、市場内にある物品以外を卸売してはならない。										
直荷引きの禁止	仲卸業者は、卸売業者以外から商品を仕入れてはならない。										
自己買付の禁止	卸売業者は、受託物品を買付け、販売してはならない。										
買い戻しの禁止	卸売業者は、仲卸業者等に卸売した物品を買い戻してはならない。										

成 果 指 標

※「↑」は目標値を上回ることが望ましい指標、「↓」は目標値を下回ることが望ましい指標

指 標 名	基準値 (時期)	区 分	H28	H29	H30	R元	R2
中央卸売市場の取扱量 (トン)	77,420 (22~26年 度平均)	↑ 目標値	77,420	77,420	77,420	77,420	77,420
		実績値	69,342	69,787	66,517	66,304	
		達成率	89.6%	90.1%	85.9%	85.6%	
中央卸売市場の取扱額 (億円)	157 (22~26年 度平均)	↑ 目標値	157	157	157	157	157
		実績値	168.0	161.0	151.0	141.9	
		達成率	107.0%	102.5%	96.2%	90.4%	

評価(成果と効果)

取組みによる成果	5年後にめざす姿に対する効果
①売買取引の適正化 ・早朝パトロール(12回)、巡回パトロール(126回)、品質管理高度化パトロール(10回)を実施した。	売買取引の監視を徹底することにより、適正な青果物の売買取引を確保し、青果物の安定供給を継続することができた。
②取引ルールの設定 ・市場関係者の意見聴取により関係者の共通理解のもと、市場機能の充実につながる取引ルールを設定した。	取引ルールを設定したことにより、改正法施行後における新たな青果物の売買取引の準備が整った。
③中央卸売市場施設整備事業の実施 ・卸売場内の照明設備及び老朽化した屋外照明設備の取替又は撤去により、青果物の売買取引を安全安心に行える卸売市場機能を維持するとともに、LED化による電気代の削減が図られた。	安全安心に青果物の売買取引が行える環境を整えることができた。

評価(問題点とその要因)

5年後にめざす姿に対する問題点	問題点の要因
①売買取引の適正化 ・法改正に伴い規制されていた取引が自由化されることにより、これまでのパトロールでは全ての取引の監視ができない。	法改正に伴い自由化された取引は市場外での取引であるため。
②取引ルールの設定 ・取引ルールの規制緩和により、モニタリングすべき取引が増加する。	法改正に伴い自由化された市場外での取引が増加するため。
③中央卸売市場施設整備事業の実施 ・経年劣化により老朽化した施設が増加している。	建設から45年を経過しており、年々工事箇所や維持管理に係る経費が増大傾向にある。

今後の取組方針

①売買取引の適正化 ・長崎市場の取引を優先するよう努めることとしたが、改正法により自由化された市場外での取引において、市場の秩序を乱す取引が行われていないかをパトロールや報告書類の審査によりモニタリングし、必要がある場合は取引運営委員会(附属機関)に諮りながら、市民に青果物が安定供給されるよう売買取引の適正化を図る。
③中央卸売市場施設整備事業の実施 ・長崎市公共施設保全計画で設定された建築物の目標使用年数65年を迎える令和21年度まで、安全に青果物の売買取引ができる施設機能を維持するため、引き続き定期点検を実施するとともに、計画的に工事を実施する。

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成30年度	令和元年度
1	<p>(事業名) 中央卸売市場施設整備事業</p> <p>【中央卸売市場】</p> <p>(事業目的) 市場施設の機能を維持し、青果物の安定供給を図るとともに、効率的な市場運営を行う。</p> <p>(事業概要) 卸売棟照明設備LED化工事 対象器具数 294灯(メタルハライドランプ) 工事内容 メタルハライドランプをLEDに取替</p> <p>屋外照明設備更新工事 対象器具数 53灯(水銀灯)、ポール21本 工事内容 ポールの取替(16本)、撤去(5本) 水銀灯をLEDに取替</p>	実施年度	継続	
		成果指標	工事件数	工事件数
		目標値	1 件	2 件
		実績値	1 件	2 件
		達成率	100.0 %	100.0 %
		決算(見込)額	5,618,187 円	59,907,100 円
		成果指標及び目標値の説明	<p>青果物の安定供給を図るため、市場施設の機能を維持する工事件数を成果指標とした。</p> <p>予算計上した工事件数を目標値とした。</p>	<p>青果物の安定供給を図るため、市場施設の機能を維持する工事件数を成果指標とした。</p> <p>予算計上した工事件数を目標値とした。</p>
		取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績) 管理棟屋上防水改修を実施した。</p> <p>(成果・課題等) 予定した工事1件を実施し、防水機能の劣化が進行した管理棟屋上の全面的な防水改修により、市場取引を管理運営する環境を整えた。</p>	<p>(取組実績) 卸売棟照明設備LED化工事及び屋外照明設備更新工事を実施した。</p> <p>(成果・課題等) 予定した工事2件を実施し、老朽化したポールを取替又は撤去することにより、安全安心に青果物の売買取引が行える環境を整えた。また、LED化により卸売場の十分な照度が確保されるとともに、電気代の削減が図られた。</p>