

施策No.	29	施策名	商業の振興		
主管課名	観光商工課	主管課長名	真庭 敏		
関係課名	地域整備課(都市計画G)				

施策の目的 【対象】	対象指標名	単位	16年度	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度
			実績	実績	実績	実績	実績	見込み	見込み
①町の商店数 ②町の商業従事者 ③町民(外国人を含む) ④来訪者(日帰り・宿泊)	①商店数	店	360	320					
	②商業従事者	人	1,713	1,602					
	③人口	人		24,250	23,809	23,305	22,924	22,591	
	④来訪者	人		3,850,066	3,689,183	3,713,752	3,600,664		

施策の目的 【意図】	成果指標名	単位	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度
			実績	実績	実績	実績	目標	目標
①売り上げを伸ばしてもらおう ②町内でものを買ってもらおう	①町内の店舗で買い物をしている町民の割合	%			78.0	79.4		
	②町内の店舗での買い物に満足している町民の割合	%			60.1	57.5		
	③小売業年間販売額	万円	2,190,000	2,205,498				
	④一店舗あたりの年間販売額	万円	6,083	6,892				
	⑤従事者一人あたりの年間販売額	万円	1,278	1,376				

成果指標の把握方法と算定式等	①② 町民アンケートで把握								
	③ 商業統計調査・経済センサスで実数を把握 ④ ③/店舗数 ⑤ ③/従事者数								

成果指標設定の考え方	①町内で買い物することは売り上げ増につながっていると考え。 ②町内の買い物に満足していれば町内で買い物をする、及び売り上げ増につながっていると考え。 ③④⑤いずれも意図の達成度合いを計測できる。
------------	---

施策成果向上にむけた住民と行政との役割分担	<p>1) 住民の役割 (住民が自助でやるべきこと、地域やコミュニティが共助でやるべきこと、行政と協働でやるべきこと)</p> <p><商店> ①个性的で広域集客力のある店舗づくりに努めてもらう。経営努力。 ②特産・名産品を開発してもらう。 ③後継者育成。</p> <p><町民> ①町内で買えるものは、なるべく町内で買う。→町民も店がなくなれば困る。買い物難民の増加。(特に高齢者)</p> <p>2) 行政の役割 (町がやるべきこと、都道府県がやるべきこと、国がやるべきこと)</p> <p><町> ①商工会や観光協会等と連携し、地場産品の需要増加につながる生産・流通・販売機能を強化する。 ②消費者行動の多様化や流動客にも対応する商業機能のあり方を検討する。(まちなみ整備、商店街整備等のこと) ③地場産品のPR。 ④資金調達に関する支援(融資)</p> <p><県・国> ①商品開発等に関する助成 ②資金調達に関する支援(融資) ③地場産品のPRの場の提供、及び販売。</p>
-----------------------	--

21年度の
評価結果

1. 施策の成果水準とその背景・要因

1) 現状の成果水準と時系列比較（現状の水準は？以前からみて成果は向上したのか、低下したのか、その要因は？）

①町内の店舗で買い物をしている町民の割合、H20年度78.0%、H21年度79.4%と微増している。数値的には高水準にあると思われる。その要因は、大型店から地域密着した商店まで、様々な形態の店舗が立地しており、町内の店でおおむね需要は満たされていると言える。

②町内の店舗での買い物に満足している町民の割合、H20年度60.1%、H21年度57.5%と2.5ポイント減少している。満足していないと回答した理由については、商品の種類が少ない77.0%、値段が高い36.5%、商品の鮮度が悪い28.7%などとなっている。

③小売業年間販売額は、H16年度219億、H18年度221億と0.9%の増加となっているがほぼ横ばいである。

④一店舗あたりの年間販売額はH16年度6,083万円、H18年度6,892万円と13%増加している。その要因は店舗数が40店舗減少したこと、残った店舗（比較的大型店）の販売が伸びていることが要因と考える。

⑤従事者一人あたりの年間販売額は、H16年度1,278万円、H18年度1,317万円と7.1%増加した。人数は減っているものの、販売額が増加したということは、主に大型店舗の少人数営業による一人当たり従事者の販売額が増加したものと考えられる。

2) 他団体との比較（近隣市町、県・国の平均と比べて成果水準は高いのか低いのか、その背景・要因は？）

①町内の店舗で買い物をしている町民の割合は、H21年度79.4%であり、近隣自治体と比較して高水準にあると思われる。その要因は、本町には比較的大型店があるためと考える。

3) 住民の期待水準との比較（住民の期待よりも高い水準なのか、同程度なのか、低いのか）、その他の特徴は？

①町内での買い物をより満足したものにするためには、なるべく一箇所で買い物ができる、商品数が豊富である、値段が安い、鮮度が良い、などの消費者の欲求を満たす対策が必要であると思うが、小規模店舗では生活の多様化に対応するのは困難である。また、消費人口の減少や高齢化などによって更に厳しい状況である。

②商店の期待することとしては、できるだけ町内で買い物をすませてもらいたい。観光客が増えれば売り上げも増加する。

③商店街の対策として、一つ一つの店舗が異なった商品で商店街化すればある程度住民の期待に対応できるのではないかと考える。

2. 施策の成果実績に対してのこれまでの主な取り組み(事務事業)の総括

1) 商工会補助事業では、商工会との連携により商業の維持・発展が進められた。一部の商店であるが特徴のある商品開発も行われており、徐々にではあるが特徴のある商品開発の気運が盛り上がりつつある。

2) プレミアム商品券発行事業は、国の定額給付金の交付時期に合わせて、町内商工会加盟の店舗で使えるプレミアム商品券（2割増）を町民を対象に、5月に発行総額3,000万円（補助金600万円）、7月に発行総額5,400万円（補助金1,000万円）を販売した。予想を上回る盛況だった。2回の平均換金率は99.6%、8,430万円ほどが商工会加盟の店舗で使われた。また、購入した町民は総額で1,600万円以上の恩恵を受けた。

3) 小口資金融資保証料補助事業は、平成21年度での認定件数は10件で、年度末での債務残高は1億4千8百60万円となっており、町内事業者にとっては重要な制度である。

4) 通称:セーフティーネット保証の平成21年度の認定実績は95件となっており、これは全国緊急融資保証を受けられる上での必須条件であるため金融機関も積極的に利用している。

3. 施策の課題認識と改革改善の方向

中心地から離れた山間部だけでなく、町中心部の小規模店舗においても存続が危ぶまれる状況があり、その結果として高齢者が買い物が不便になり生活環境が厳しくなっている。店舗閉鎖後の住民の生活については、交通、高齢者福祉の視点で検討する必要もあるのではないかと考える。また、移動販売方式を取り入れる店舗への誘導策も検討する必要があると思う。また商品の予約システムについても検討する必要がある。