

平成28年度地方創生推進交付金事業評価書

担当課:商工課

1 事業概要

事業名	まちなかブランディング「粋な水戸っぽまちづくり」プロジェクト			
総合戦略における位置付け	基本目標	I 生き生きと働けるしごとを創る IV 安全で安心、誰もが快適に暮らせるまちを創る		
事業目的	<p>課題となっている中心市街地の空洞化に対応していくため、中心市街地の空き店舗等を最大限に活用したリノベーション事業やインキュベーション事業をはじめ、空き地等を活用したマルシェなどの開催を通し、中心市街地のエリアブランディングによる新たなにぎわい空間の提供や水戸発商品のブランディング、販路拡大による経済活力向上に取り組む民間まちづくり会社のスタートアップを支援する。</p> <p>まちづくり会社を核として、にぎわいやしごとを創出し、地域経済の活性化、まち全体の活性化を目指す。</p>			
事業期間	2016(平成28)年度～2018(平成30)年度			
事業費(千円)	総事業費	2016(平成28)年度	2017(平成29)年度	2018(平成30)年度
交付金対象(実績額)	32,900	6,700(7,125)	19,700	6,500(予定)
交付金(交付率50%)	16,450	3,350	9,850	3,250(予定)
事業内容	<p>《民間まちづくり会社「株まちみとラボ」の事業概要》</p> <p>まちなかのエリアブランディングを通じたにぎわい空間の提供として、リノベーション事業等に取り組むほか、マルシェの開催などにより、エリアごとのブランディング化を図り、プロモーションを展開することにより、まち全体のイメージアップを図る。また、水戸発商品のブランディング、販路拡大を通じた経済活力の向上として、ニーズを踏まえた魅力ある水戸発商品の販売をコーディネートするなど、販路拡大に向けた取組を進める。</p> <p>【具体的事業】</p> <p>◆第1段階(2016年度):地域の可能性と新たな資源のリーサーチ <リーサーチ事業> ①エリア分析調査 スモールエリアごとの人口や地価、歴史背景、地域特性等の整理分析のほか、日常やイベント開催時におけるヒト・モノ・コトの流れや傾向等の調査を実施した。</p> <p>②空き店舗等調査 遊休不動産(空き店舗や空き地等)を大切な資源とし、その活用可能性を見据えた実態調査を実施するとともに、活用事業スキームの研究・整理を行った。</p> <p>③水戸発商品調査 水戸発商品のブランディング化及び遊休不動産を活用した販路拡大に向けた戦略を構築するため、情報収集等を行った。</p> <p><ビジネスコンテスト開催事業> まちなかでの起業支援ならびに起業家予備軍の掘り起こしに向け、起業志望者から広くビジネスアイデアを募集し、優れた事業計画を選定するコンテストを実施した。優秀賞4件(応募総数15件、1次審査通過6件)については、(株)まちみとラボが連携しながら具体的な事業化に取り組んでいく。</p>			
2017(平成29)年度以降の取組内容	<p>◆第2段階(2017年度):空き店舗・空き地等を利用した2つのブランディングモデル事業(※)、プロモーションの展開 (※)モデル事業① 空き店舗等を活用したリノベーション モデル事業② 空き地等を活用したマルシェやバザールの開催</p> <p>◆第3段階(2018年度):空き店舗や空き地を活用したブランディング事業の本格的展開</p>			

2 本事業における重要業績評価指標(KPI)の達成状況

(1) KPIの達成状況

KPI項目		基準値 2015(平成27)年度	目標値 2016(平成28)年度	実績値 2016(平成28)年度	【参考】目標値 2018(平成30)年度
1	新規開業者数 (人(累計))	-	1	0	28
2	中心市街地の歩行者 通行量(人/日)	101,000	104,300	100,297	110,900
3	マルシェの販売額 (円/年)	-	-	-	7,200,000
達成率平均値 (実績値/目標値)				48%	

(2) 評価

達成度	評価
D	<p>民間まちづくり会社は、地域の志のある多くの方々の支援と民間の持つ多様なネットワークの活用により、2016年11月に設立され、水戸のまちの再生に向けて取組を開始した。</p> <p>設立後、地方創生推進交付金を活用した民間まちづくり事業補助金の交付を受け、エリア分析調査などのリサーチ事業を実施するとともに、中心市街地での起業・創業を前提としたビジネスプランコンテストを開催するなど、次年度以降の継続性ある事業展開に向けた第1段階の事業(準備事業)が実施されたところである。</p> <p>このため、現時点で地方創生に向けた指標に係る効果の発現には至っていないが、3か年計画が着実に進められている。</p> <p>今後は、2016年度に実施したリサーチ事業やビジネスコンテストの成果を反映させながら、計画に基づき、リノベーション事業やマルシェ等の開催、プロモーションの展開を推進していく必要がある。</p>

※達成度は、国の評価基準を踏まえ、達成率平均値に基づき設定

- A: 地方創生に非常に効果があった(100%以上)
- B: 地方創生に相当程度効果があった(70%~100%未満)
- C: 地方創生に効果があった(50%~70%未満)
- D: 地方創生にあまり効果が見られなかった(50%未満)

(3) 今後の取組

方針	主な取組
事業を継続する	<p>計画に基づき、一年目の実績等を反映させながら、ブランディングモデル事業としてリノベーションやマルシェに取り組む。また、まちなかのブランディング化やプロモーションに取り組み、中心市街地はもとより、まち全体のイメージアップを図る。また、事業における成果物について、効果的な情報発信や活用に努める。</p>

※方針は、国の評価基準を踏まえ設定

- ・事業が効果的であったことから、取組の追加等更に発展させる
- ・事業内容の見直し(改善)を行う
- ・事業を継続する
- ・継続的な事業実施を予定していたが中止した
- ・当初予定通り事業を終了した