

会計区分	01	一般会計
大事業	61	6つのまちづくり宣言
		目指す姿 政策体系に基づかないその他の事業
中事業	07	主要な取り組み
小事業	01	消費生活センター運営事業（定住）

令和6年度 事業評価書

事業主体	02100000	産業振興部 商工観光課
02	総務費	01 総務管理費 10 消費生活対策費
KPI	-	目標値 -

目標年度 令和6年度

インプット	事業実施の背景にある課題	平成30年度の相談者の年齢内訳は、利便性の向上に伴い多様化・複雑化する社会環境の変化を背景に、60代以上の高齢者による相談割合が全体の50.4%に達している。美濃加茂市の65歳以上の高齢者数は平成31年4月1日現在12,980人、高齢化率は22.7%と高水準にあり、今後も本圏域における高齢化はますます進行し、独居世帯や高齢者世帯が増えることが予想される。また、成年年齢を18歳に引き下げる「民法の一部を改正する法律」施行を令和4年4月1日に控え、若者の消費者被害の増加も懸念される。			
	対象	連携自治体の地域住民			
	目的	連携自治体の中で「広域消費生活相談室」が広く認知され、地域における消費生活の安全・安心の拠点として機能を維持・充実し、消費者被害防止に貢献している。			
	概要	広域消費生活相談室を常設し、専門的知識と技術を有する消費生活相談員を3名配置することで、相談業務以外にも研修等の資質の向上に努める体制を維持することにより、多種多様な相談に対する迅速かつ的確な対応や、消費者被害の未然防止のための情報提供及び啓発活動が可能となる。			
事業費（千円）	R02	R03	R04	R05	R06
予算額	379	547	379	449	259
決算額	171	335	139	279	133
年間の事業に要する時間（正職員/正職員以外）	1,007	/	5,382		

活動指標（単位）		R02	R03	R04	R05	R06
相談員専門研修参加回数	目標値		3	3	3	3
	実績値		4	4	4	2

KPI（単位）		R02	R03	R04	R05	R06
消費者被害救済件数割合	目標値		8	9	10	11
	実績値		8.4	15.1	9.3	12.9

実績	実績	曜日、時間にかかわらず常設することで地域住民からの相談に対応し、広報紙にトラブルの事例を毎号掲載し情報提供も行っている。研修参加2回：通信・端末の契約に関する消費者トラブル 相談件数：310件（通信販売122件、店舗購入32件、訪問販売30件等） 相談者年代内訳：～20歳 9件、20歳代 27件、30歳代 26件、40歳代 28件、50歳代 48件、60歳代 41件、70歳代 47件、80歳代 19件、90歳以上 3件、不明 62件
	効果	消費者トラブルの種類は年々多様化しており相談件数は昨年度比1割以上増加した。研修で知りえた新たな事例や解決方法を地域住民に周知することでトラブルを未然に防ぐとともに発生時の相談先としての機能を発揮することができた。特に昨年度と比較し70歳代以上の相談件数23件増加しており、効果が高かったと考えられる。
評価分析	活動指標分析 目標値の達成・未達成要因	オンライン研修に効率的に簡単に参加できるようになったため、業務の合間に研修を受けた。内容としては、端末の契約に関する消費者トラブル、消費者相談担当者のための預託講座であり、研修参加回数の目標は達成できなかったが新たな内容が追加される研修を昨年に引き続き受講することで最新事情を身に着け相談に役立てることができた。次期はより効果的な指標への変更を検討している。
	KPI分析 目標値の達成・未達成要因	相談件数310件のうち、相談員が仲介（斡旋）した救済件数は40件、消費者被害救済件数割合は12.9%（救済件数/相談件数）だった。救済件数を伸ばすことも重要であるが、消費者トラブルの内容も年々複雑になっており、消費者の意識も年々変化しているため、自己救済も重要なため、救済件数だけで判断することのないよう相談業務にあたる。
アウトカム	実績からR07年度の事業の方向性	若年層をターゲットとしたフリマサイトでの詐欺事案や、通信販売に不慣れな高齢者を中心としたオンライン商取引に関連するトラブルが増加傾向にある。複雑化した事案が増えており、複雑多岐にわたる問題に対処するため、地域住民への情報提供を行い、消費者被害の未然防止を行っていく必要がある。住民が困った際の相談窓口として事業を継続して実施していく。

アウトプット

アウトカム

会計区分	01	一般会計
大事業	61	6つのまちづくり宣言
		目指す姿 政策体系に基づかないその他の事業
中事業	07	主要な取り組み
小事業	04	美濃加茂商業ビル維持管理運営事業

令和6年度 事業評価書

事業主体	02100000	産業振興部 商工観光課
01	商工費	03 シティプラザ費
目標値	-	-

事業実施の背景にある課題	美濃加茂市商業ビルは昭和63年に建設され、美濃加茂市の地域の中心的な役割を果たしてきた。今後も市の玄関口である美濃太田駅南に多くの人を集め、駅南商業地域の活性化を図る必要がある。
対象	美濃加茂市商業ビル利用者
目的	・駅前商業地域の拠点として適正な維持管理を行う。 ・多くの市民に快適に利用してもらうことで、駅前商業地域の活性化を図る。
概要	市の玄関口である美濃太田駅南に立地する商業ビルの適切な維持管理及び計画的な改修工事を行い、利用促進を図る。
事業費(千円)	R02 R03 R04 R05 R06
予算額	83,011 61,081 77,905 102,231 94,979
決算額	50,919 52,980 67,794 89,450 84,499
年間の事業に要する時間 (正職員/正職員以外)	6,045 / 897

活動指標(単位)		R02	R03	R04	R05	R06
商業ビルのホール年間利用件数	目標値	400	400	400	400	400
	実績値	95	144	192	260	258

KPI(単位)		R02	R03	R04	R05	R06
商業ビル利用者数	目標値				100,000	100,000
	実績値				37,397	35,863

実績	実績	・商業ビル利用者数 35,863人 宴会利用件数202件 ホール年間利用件数258件 ・美濃加茂市商業ビル管理運営委託業務 ・美濃加茂市商業ビル施設整備総合点検業務 ・美濃加茂市商業ビル冷温水ユニット保守点検業務(長期継続契約)
	効果	コンベンションホール機能やホテル機能を有する商業ビルが駅南に存在することで、市内外の人を集めることができる。 商業ビルの維持管理を行うことで利用者が快適に利用できる。

評価分析	活動指標分析 目標値の達成 ・未達成要因	新型コロナウイルス感染症の影響により、集会、宴会、旅行などの年間利用件数は、令和2年度に大きく減少し、その後増加傾向にあるが令和6年度も目標値を達成することが出来なかった。 新型コロナウイルス感染症及び新庁舎候補地とされていたことなどから、事業者が人員削減で運営を実施していることも要因の一つと考えられる。 過去数年度の動向を踏まえると目標値が相当高く設定されているため、令和7年度以降はKPIを見直すこととした。
	KPI分析 目標値の達成 ・未達成要因	新型コロナウイルス感染症の影響により、集会、宴会、旅行などの利用が減少することとなったため、目標値を達成できなかった。 新型コロナウイルス感染症及び新庁舎候補地とされていたことなどから、事業者が人員削減で運営を実施していることも要因の一つと考えられる。 過去数年度の動向を踏まえると目標値が相当高く設定されているため、令和7年度以降はKPIを見直すこととした。
実績からR07年度の事業の方向性	実績からR07年度の事業の方向性	新型コロナウイルス感染症の影響は少なくなってきたものの、新庁舎の計画候補地とされていたことなどで、事業者が人員削減で運営していることなどから、商業ビル利用者数は頭打ち(微減)となっている。令和7年度は空きテナントを活用したE K I P A 2などで新たな来訪者の獲得を検討し、ホール等の利用者の増加につなげ駅前商業地域の活性化を図る。 施設が適切に使用できるよう、維持管理を効果的に実施していく。

インプット

アウトプット

アウトカム

会計区分	01	一般会計
大事業	61	6つのまちづくり宣言
		目指す姿 政策体系に基づかないその他の事業
中事業	07	主要な取り組み
小事業	19	商工業観光行政推進事業

令和6年度 事業評価書

事業主体	02100000	産業振興部 商工観光課
01	商工費	01 商工総務費
目標値	-	-

目標年度 令和6年度

事業実施の背景にある課題	地元の企業等が成長すると雇用機会が増え、地域経済は活性化する。しかし、市内の企業や商店について、市内外の人に広くPRする場がないことが問題となっている。
対象	市民、商工事業者
目的	・市内商工農業者を広くPRすると同時に市外からの誘客を図り、関係団体の交流を促進する。 ・子どもたちの発想と創造力を育て、地域の人材育成を図る。
概要	・みのかも市民まつり実行委員会として「みのかも市民まつり」を開催する ・岐阜県発明協会美濃加茂支会として「発明くふう展」を開催する。
事業費(千円)	R02 R03 R04 R05 R06
予算額	1,025 5,961 5,013 4,730 4,730
決算額	648 2,823 4,790 4,539 4,414
年間の事業に要する時間(正職員/正職員以外)	9,067 / 0

活動指標(単位)		R02	R03	R04	R05	R06
みのかも市民まつり出店(展)数	目標値	80	80	80	80	80
	実績値	0	0	64	73	76

KPI(単位)		R02	R03	R04	R05	R06
みのかも市民まつり延べ来場者数	目標値	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000
	実績値	0	0	33,000	40,000	44,000

実績	実績	・令和6年度みのかも市民まつり開催 11月9日・10日 みのかも市民まつり延べ来場者数 44,000人 みのかも市民まつり出店(展)数 64店 ・発明くふう展開催 9月9日・10日 1,166人 作品の部 24点 絵画の部 17点
	効果	みのかも市民まつりを開催し出店(展)してもらうことで、市内商工農業者を広くPRすると同時に市外からの誘客につながっている。

評価分析	活動指標分析 目標値の達成 ・未達成要因	みのかも市民まつりは、一昨年はコロナ禍の影響を残した状態で規模を縮小して行ったが、昨年度からは通常の開催となった。前年度より出店(展)数は増加したが、目標値を達成することが出来なかった。コロナの影響等により、出店をしなくなった事業者もあることも要因の一つと考える。
	KPI分析 目標値の達成 ・未達成要因	みのかも市民まつりは、一昨年はコロナ禍の影響を残した状態で規模を縮小して行ったが、昨年度からは通常の開催となった。前年度より多くの人出があり来場者数は増加したが、目標値には届かなかった。市民まつり自体の魅力の減少などの要因が考えられる。
実績からR07年度の事業の方向性		出店(展)ブースの弾力的運用や会場内外(公園内等)での同日開催イベントなどを検討し、新たな魅力を創出を図るとともに、実行委員会構成団体が活用する各種広報媒体(SNS等)を中心に、広くイベントの周知を行い集客につなげる。

アウトプット

アウトカム

会計区分	01	一般会計
大事業	61	6つのまちづくり宣言
		目指す姿 政策体系に基づかないその他の事業
中事業	07	主要な取り組み
小事業	20	商業振興事業

令和6年度 事業評価書

事業主体	02100000	産業振興部 商工観光課
01	商工費	02 商工振興費
目標値	-	-



インプット	事業実施の背景にある課題	今後、人口減少や若者の地元離れ、地域資源の活用不足により地域経済が停滞する恐れがある。また、市民の消費行動がより大きな店舗や事業所へ集まるため、市内の商店街や個人商店は困難な経営状況に直面している。市内の商店街や個人商店の活性化が求められている。				
	対象	商工会議所をはじめとした商業関係者				
	目的	・商店街や各個人店の賑わいと繁栄を促進することにより、市全体の活性化を図る ・商工会議所会員をはじめとした商業関係者団体による相互の協力と地域基盤づくり、経営のしやすい環境づくりを推進する。				
	概要	・美濃加茂商工会議所が行う経営指導などの事業に対する補助を行い、市内商業者を支援する。 ・商業活性化事業補助金等を交付し、商店街や各店舗の事業継続及び活性化を図る				
	事業費(千円)	R02 R03 R04 R05 R06				
	予算額	22,063	19,013	20,953	20,897	22,828
	決算額	19,745	17,423	18,579	20,188	19,547
アウトプット	年間の事業に要する時間 (正職員/正職員以外)	2,015 / 0				

実績	実績	・小規模事業経営改善普及事業（中小企業者への経営指導等） ・小規模事業者一般普及事業（小規模事業者への補助等） ・青年部・女性会対策事業（活動補助等） ・まちづくりセンター家賃補助 ・美濃加茂市商店街連合会補助金 ・商店街共同施設等補助金 ・共同施設(街路灯の修繕)2件・街路灯電気代(10件) ・商業活性化事業補助金(3件) ・商店街空き店舗活用事業補助金(2件)
	効果	個人店や商店街を直接または商工会議所等を通じて支援することにより各店舗の事業継続及び活性化につながった。

評価分析	活動指標分析 目標値の達成 ・未達成要因	商店街空き店舗等活用事業補助金については2件の利用があった。当補助金があることで、出店場所を探す事業主を市内に呼び込むことができる。
	KPI分析 目標値の達成 ・未達成要因	商工会議所会員数は、増加しており、目標値も達成している。商業関係者を各種補助金等により支援していることで事業が継続出来ていると考えられる。
アウトカム	実績からR07年度の事業の方向性	令和7年度も各種補助金制度を周知し活用してもらうことで地域経済の活性化を図る。 令和6年度末をもち、まちづくりセンターの業務については廃止した。

KPI(単位)	R02	R03	R04	R05	R06
	目標値	2	2	2	2
商工会議所会員件数(一般会員)	実績値	3	1	1	2
	実績値			1,320	1,325
KPI(単位)	R02	R03	R04	R05	R06
	目標値			1,320	1,330
商工会議所会員件数(一般会員)	実績値			1,346	1,347
	実績値			1,352	

会計区分	01	一般会計
大事業	61	6つのまちづくり宣言
		目指す姿 政策体系に基づかないその他の事業
中事業	07	主要な取り組み
小事業	21	ふるさと納税推進事業

令和6年度 事業評価書

事業主体	02100000	産業振興部 商工観光課
02	総務費	01 総務管理費 06 企画費
KPI	-	目標値 -

目標年度 令和6年度

インプット	事業実施の背景にある課題	地方自治体は都市部に比べて人口減少や高齢化の進行などにより、財政面で厳しい状況に直面している。そんな中、2011年にふるさと納税制度が導入され、ふるさと納税というプラットフォームを活用して市内産品の魅力発信することができるようになった。地域の魅力や資源を活用し、地域経済の振興や地域への人口定着を図る必要がある。				
	対象	本市に対し、地方税法（昭和25年法律第226号）第37条の2及び第314条の7の規定に基づく寄附を行う市外在住の個人				
	目的	・新たな財源の獲得 ・市内産業等の活性化				
	概要	本市へのふるさと納税（寄附）の推進を図るとともに、市内産業等の活性化に寄与することを目的として、寄附者に対して地元特産品等を返礼品として贈呈する事業である。				
	事業費（千円）	R02 R03 R04 R05 R06				
	予算額	702,168	701,238	701,091	701,221	701,048
	決算額	560,779	558,731	485,209	451,057	280,030
アウトプット	年間の事業に要する時間（正職員/正職員以外）	3,600 / 0				

活動指標（単位）		R02	R03	R04	R05	R06
ふるさと納税申込件数	目標値	11,000	30,000	30,000	30,000	30,000
	実績値	20,389	26,618	25,519	27,826	13,822

KPI（単位）		R02	R03	R04	R05	R06
ふるさと納税寄附金額(千円)	目標値	300,000	700,000	700,000	700,000	700,000
	実績値	558,061	557,493	483,981	444,588	261,075

実績	実績	ふるさと納税寄附金額 261,075千円 ふるさと納税申込件数 13,822件
	効果	市内事業者の産品をふるさと納税市場でPRすることで売上増加、市の知名度の向上、財源を確保することに繋がる。また、関係人口の創出や、地域の魅力の掘り起しができる。
評価分析	活動指標分析 目標値の達成 ・未達成要因	目標数値を大きく下回る結果となった。主な要因としては、令和5年度10月の総務省告示改正によって寄附金に占める経費の割合を50%とするルールが定められ、それに伴い寄附金に占める返礼品価値の割合を30%から25%としたことで、返礼品の競争力が失われたことによるもの及び米や梨等の一時産品の猛暑による不作によるもの、全国的に人気の返礼品のカテゴリが生産されていないことによるものと考えている。また、返礼品率を25%としたことで一度離れた寄附者を呼び戻すことは、消費者行動を考えると非常に困難で、回復まで複数年を要すると考える。
	KPI分析 目標値の達成 ・未達成要因	活動指標と同様に、目標数値を大きく下回る結果となった。主な要因も同様である。
アウトカム	実績からR07年度の事業の方向性	2018年度に達成した1.0億円の数値からいかに返礼品が欠け、寄附額が低下してきたかの結果が判明し、今後、大きな寄附額の増加が見込める返礼品を追加しなければ、4億円の達成も難しい状況である。 地域活性化起業人と中間支援事業者のE-C運営のノウハウを取り込み、返礼品事業者の協力を得ながら地道にコツコツと以下の取り組みを続けていく。 ・返礼品画像のブラッシュアップ・返礼品の情報量増加・レビューキャンペーン・検索連動型広告・返礼品提供事業者勉強会の実施・楽天ふるさと納税東海地区担当者との定例ミーティング

アウトプット

アウトカム

会計区分	01	一般会計
大事業	61	6つのまちづくり宣言
		目指す姿 政策体系に基づかないその他の事業
中事業	07	主要な取り組み
小事業	42	木曽川中流域観光資源魅力向上推進事業

令和6年度 事業評価書

事業主体	02100000	産業振興部 商工観光課
01	商工費	04 観光費
目標値	-	-

目標年度 令和6年度



インプット	事業実施の背景にある課題	「清流の国ぎふ」を代表する河川でありながら長良川と比較して木曽川は知名度が低く、多くの旅行者の目的地になっていない現状がある。地域の魅力のプロモーション不足、中流域に位置する5市町による県境を越えた広域連携の必要性、観光産業への意識醸成が課題である。令和6年度にはライン下り復活の方向性が決定し、関係市町や実施主体の合意形成を図っていくこととなる。岐阜県を中心に協議を続けていくこととなる。				
	対象	市民				
	目的	木曽川中流域（岐阜県美濃加茂市・可児市・各務原市・坂祝町、愛知県犬山市エリア）の自然や歴史、文化、生活を観光資源として活用し、「にぎわい創出」による国内外からの観光誘客及び観光消費額の拡大を図る。				
	概要	官民連携により「木曽川中流域観光振興協議会」を組織し、令和4年3月に「木曽川中流域観光振興ビジョン」を策定、同ビジョンに則り、協議会構成団体が連携して「フラッグ事業」に取り組む。 「太田の渡し」実証実験 「木曽川下り」の復活（実証運航） 「リバートウサミット」の開催				
	事業費（千円）	R02 R03 R04 R05 R06				
	予算額		296	9,570	5,000	8,000
	決算額		296	9,570	4,996	5,819
アウトプット	年間の事業に要する時間（正職員/正職員以外）	36 / 0				

実績	実績	River to Summit 開催 10月26日～27日 内容 「リバージェット」実証運航 10月26日～27日 122人 「サウナボート」実証実験 10月27日 2人 「空のアクティビティ」実証実験 10月26日 141人 「マルシェ」10月25日 1,500人 「生き物キャンプ」8組16人
	効果	公費による実証実験を行い、ライン下り以外の木曽川観光コンテンツを磨き、民間事業者が維持できる仕組みを作る。

評価分析	活動指標分析 目標値の達成 ・未達成要因	River to Summit（サウナボート、リバージェット、気球、生き物キャンプ）とONEPARK RIVERFESと5コンテンツを達成できた。
		わずかに目標達成には至らなかった。リバーポートパークへの観光客数が27,000人増と大きく増加した。木曽川流域の観光コンテンツを磨き続けることで、観光客数を増加させることは可能と思われる。
アウトカム	KPI分析 目標値の達成 ・未達成要因	ライン下り復活の道を模索しながら、木曽川流域の観光コンテンツの造成を目指す。RIVER TO SUMMIT開催予定（岐阜県事業）岐阜県補助金を活用し、（1）ジェットボート定期実施（Eボートに変更の可能性もあり）に向けた実証事業運航ルートの検証、発着場の検証等（2）ライン下り復活に向けた実証事業ライン下りを行う船の検証、運航ルートの検証、発着場の検証等を予定している。
	実績からR07年度の事業の方向性	

KPI（単位）	R02	R03	R04	R05	R06
	目標値		4	4	5
観光入込客数（コロナ前2019：140万人）	実績値		4	4	5
	目標値		1,000,000	1,000,000	1,400,000
	実績値		1,347,664	1,396,757	1,399,213

KPI（単位）	R02	R03	R04	R05	R06
	目標値		4	4	5
観光入込客数（コロナ前2019：140万人）	実績値		4	4	5
	目標値		1,000,000	1,000,000	1,400,000
	実績値		1,347,664	1,396,757	1,399,213

会計区分	01	一般会計
大事業	61	6つのまちづくり宣言
		目指す姿 政策体系に基づかないその他の事業
中事業	07	主要な取り組み
小事業	38	サテライトオフィス開設支援事業

令和6年度 事業評価書

事業主体	02100000	産業振興部 商工観光課
01	商工費	02 商工振興費
目標値	-	-

インプット	事業実施の背景にある課題	テレワークの急速な普及により、人口が集中する都市部のオフィスから、居住環境に優れた地方のオフィスへと分散が進むことが期待されている。こうした需要をつかむため、市内の空き店舗や地域資源を活用し、都市部の企業のワーケーションやリモートワークに対応できる、魅力あるサテライトオフィスをいかに提供していくか、都市部へどのようにPRしていくかが課題である。				
	対象	都市部の企業				
	目的	オフィスの支援によって、都市部からの人材の流入、地域に関わる「関係人口」の創出、地域経済、まちづくりへの好影響を目指す。				
	概要	サテライトオフィスの開設支援（補助等） サテライトオフィスPR支援 ・事業者の誘致のための商談（マッチングイベント） ・ホームページによるPR ・情報配信事業者によるPR（ネット配信） オフィスの運営に対しKPI達成に伴う成果連動型委託料の支出				
	事業費（千円）	R02 R03 R04 R05 R06				
	予算額		0	96,640	3,000	17,503
	決算額		0	81,880	0	15,503
アウトプット	年間の事業に要する時間（正職員/正職員以外）	100 / 0				

活動指標（単位）		R02	R03	R04	R05	R06
誘致プロモーション活動回数	目標値			1	1	1
	実績値			2	1	1

KPI（単位）		R02	R03	R04	R05	R06
県外のオフィス入居事業所	目標値			3	3	2
	実績値			2	0	2

評価分析	実績	・サテライトオフィス運営支援（かわオフィス・まちオフィス） ・KPI達成に伴う成果連動型委託（支出事業者は0） ・イベントでのサテライトオフィスPR
	効果	都市部の人材流入、関係人口の創出、市の魅力発信をすることで、将来的に市と都市部とのつながりが生まれ、新たなビジネスのスタートや事業拡など期待できる
	活動指標分析 目標値の達成 ・未達成要因	市が関わる事業者に案内や東京でのイベントへの出展などを実施した
評価分析	KPI分析 目標値の達成 ・未達成要因	アフターコロナの状況でテレワークのできるサテライトオフィスへの需要が少なくなっているが入居事業所が確保できた。
	実績からR07年度の事業の方向性	元来新型コロナ対策で実施したが需要は想定より低く、さらにアフターコロナ社会となり急速に縮小したため、一定の成果はあったものの当事業で想定していた実績は得ることが難しくなった。今後も需要の急速な拡大は想定しづらいため、議会からの提言もあり事業の役割は終えたものとして令和6年度をもって終了する。 今後も少なくとも耐用年数内については施設（建物）は存続するため、新規需要や長期入居の事業所募集、新たな活用方法などを事業者とともに検討するなど、引き続き予算を掛けなくてもできるソフト面で可能な支援を実施する。

アウトカム