

各計画事業の進捗状況まとめ表（2022（令和4）年度末時点）

資料 1

事業番号	事業名称	実施主体	目標達成率 または結果	事業の目標		中間 年度末	事業の課題および改善策
				目標値	実績値		
1	まちなか移住コンシェルジュ事業	地域創生課	98%	コンシェルジュを通じて中心市街地へ移住してきた人数（累計）		中間	移住・定住の更なる促進に向け、移住検討時から定住後までコンシェルジュが寄り添う相談を行っていることを発信することにより、移住検討者に伊賀市の手厚い態勢を知ってもらう必要が有る。また、HP及びFBによる発信を行っているが、それ以外のSNS等の活用も検討し情報発信機能の充実を図る。
				42	41	年度末	
2	まちなか居住のための支援事業（情報発信含む）	地域創生課	157%	移住交流ポータルサイトの閲覧をきっかけとした移住相談件数（累計）		中間	コロナ禍の中でも一定相談会等が実施できる状況となっている中で、本市の魅力発信方法について、移住検討者に特化した広報戦略が必要となっていることから、現在のHP、FB以外のSNS等を含めたPR動画の配信など、本市の認知度を広げるため情報発信を行っていく。
				75	118	年度末	
3	伊賀市起業創出・事業承継促進事業	商工労働課	183%	中心市街地の空き店舗等を活用した起業件数（累計）		中間	例年、予算を上回る申請があるが、今年度1次メット時点では上記のとおり。①地域と連携した起業支援事業については、見直しも検討していたが、今年度も申請があり、継続方針。
				6	11	年度末	
4	起業支援システム整備事業	上野商工会議所	78%	中心市街地の開業数（累計）		中間	新型コロナウイルスの影響が緩和傾向であるが、以前地域経済の衰退により、新たに創業を考えている方が減少傾向にある。 ・長引くコロナ禍や、世界的なインフレ並びに、地域経済についても、エネルギー・原材料価格の高騰、物価上昇など厳しい状況に置かれ、創業相談が減少 ・中心市街地物件で起業者の希望に合うように補完出来る支援策づくり
				9	7	年度末	
5	商業集積再生事業	(株)まちづくり伊賀上野	51%	西町かかんの来店者数（購入者数）（単年）		中間	チャレンジショップの店舗選定したので、出店者の募集が課題である。
				36,000	18,304	年度末	
6	空店舗等情報システム整備及びコンサルタント事業	中活協	40%	事業推進物件数（単年）		中間	(課題) 登録希望の空店舗数が増えない。 (課題) まちなかで開業したい入居希望者はいるが、空店舗として活用できる物件が少ない
				20	8	年度末	
7	まちなか物件把握オーナー意識調査事業	住宅課空き家対策室	事業終了	(意識調査事業は令和元年に終了)		中間	(令和元年度で事業終了)
						年度末	
8	古民家等再生活用事業	(株)NOTE伊賀上野 住宅課空き家対策室	100%	2期開発にかかる物件の開発		中間	ホテルの稼働状況は、今年8月に過去最高益を記録する等ようやくポジティブな動きが出てきた。早期に2期事業に着手できるよう、金融機関への営業と併せて新たな協力事業者の参入を促す必要がある。
				2	2	年度末	
9	コミュニティ受入態勢構築支援事業	地域創生課	98%	コンシェルジュを通じて中心市街地へ移住してきた人数（累計）		中間	中心市街地への移住を促進するためには、エリア魅力を整理し発信する必要があり、そのために、市街地エリアに移住した方々を含めた移住者交流会を開催することで直接的な声を聴き、移住決定過程の見える化に取り組む。それらの情報を基に移住者に対する相談態勢を充実させる。
				42	41	年度末	
10	町家等修理修景事業及び助成事業	都市計画課	100%	修理修景助成件数（単年）		中間	今年度については、2件の申請があった。景観形成対象部物の修繕が1件、重点風景地区内における建築物の新築が1件であった。今年度についても、うえのまち風景づくり協議会役員会3回（1回開催済み）、総会1回を開催予定のため、引き続き景観意識向上の啓発を行っていき、よりよいまちなみの形成を進めたい。
				2	2	年度末	
11	道路美装化による歩行者空間整備事業	中心市街地推進課	100%	美装化区間をまち巡りルートとする事業の数		中間	10月21～23日に開催する上野天神祭では美装化区間をだんじりや鬼行列が巡行します。
				1	1	年度末	
12	子育て包括支援センター事業	こども未来課 子育て支援室	192%	子育て包括支援センター年間利用者数（単年）		中間	コロナ禍で今後も人数制限や教室参加者は、事前予約にて受付をする。
				4,484	8,626	年度末	
13	ファミリーサポートセンター事業	こども未来課 子育て支援室	87%	依頼会員と提供会員数（単年）		中間	子育て支援センターや保健師と連携してニーズを的確に把握し、それに対応できる提供会員を養成する。 提供会員養成講座を全課程受講できなかった場合は、後日ビデオ視聴により補講を受講いただく。受講者全員とアドバイザーが面談し提供会員登録を行う。 子育て支援センターや保健師と連携してニーズを的確に把握し、それに対応できる提供会員を養成する。
				559	485	年度末	
14	忍者プロジェクト事業	観光戦略課	58%	観光客宿泊者数の増加		中間	観光振興ビジョンの考え方に基づく意識の醸成や機運向上が重要であり、市民に対してメッセージを発信したり共感を生むことができるような場所や機会の創出に努めます。
				375,360	218,328	年度末	
15	伊賀観光代理店の運営事業（着地型発信事業）	伊賀上野観光協会	100%	着地型観光商品の造成		中間	伊賀上野DMOとして市域全体で商品造成を行うため、中活エリアでの造成とならない可能性が高い。エリアありきの本計画から除外をいただきたい。
				2	2	年度末	
16	伊賀流情報発信充実事業	伊賀上野観光協会	77%	観光協会のホームページ閲覧数(PV)		中間	観光客の情報収集方法が変化しており、Googleマップ等を活用した情報整備が必要。個店への啓発や活用促進が急務。
				700,000	538,309	年度末	
17	伊賀上野NINJAフェスタ開催事業	実行委員会 観光戦略課	100%	イベント参加者数		中間	①会場をハイトピアとふたば公園にすることで街なかの回遊につなげる。 ②コロナ禍では初めての開催となるため対策を万全に行う。
				6,000	6,000	年度末	
18	まちなか回遊事業（通年メニュー化）	伊賀上野観光協会	100%	忍者道場設置		中間	利用者がある程度確保しているが、周遊の道中楽しめないため、移動距離が遠いと感じる顧客が多い。域内の個店でも取組が必要と感じる。
				5	5	年度末	

事業番号	事業名称	実施主体	目標達成率 または結果	事業の目標		中間 年度末	事業の課題および改善策
				目標値	実績値		
19	まち巡り拠点施設整備事業 (成瀬平馬家活用事業)	中心市街地推進課	100%	施設を利用したイベント件数(単年)		中間 年度末	にぎわい忍者回廊PFI事業として、忍者体験施設との一体利用についてSPCと協議を進める。 にぎわい忍者回廊PFI事業で敷地内に整備される忍者体験施設との一体利用を前提に、長屋門の活用方法を決定する必要がある。 これらの活用方法について、PFI事業契約に基づき事業者との協議を進める。
20	芭蕉翁生家整備事業	文化振興課	46%	入館者数		中間 年度末	【課題】コロナ禍による入館者数の落ち込みが大きく、予定していたイベントも中止となるなど目標数値を大きく下回る結果となっている。今後のイベントや施設連携により施設のPRを進める。 【課題】コロナ禍による入館者数の落ち込みが大きく、予定していたイベントも中止となるなど目標数値を大きく下回る結果となっている。 今後のイベントや施設連携により施設のPRを進める。
21	周遊性向上事業	伊賀鉄道(株)	119%	一日フリー乗車券の発売枚数 (単年)		中間 年度末	イベントの開催、イベント列車の運転については国・県の新型コロナウイルスガイドラインを参考にし、実施可能であれば積極的に、前売り発売が可能なデジタル一日フリーきっぷをPRし、発売枚数を増やしていきたい。 新型コロナウイルス感染者が減少している時期に、「伊賀線まつり」や「いがてつマルシェ」などのイベントを開催することができた。また2023年に入り、個人の観光客増加もあり、コロナ前には及ばないものの、一日フリー乗車券は目標を大きく上回る発売となった。来年度もイベント実施回数を増やし、発売枚数増を目指したい。
22	観光客向け目的別マップ作成事業	中活協	事業終了	3年度に総集版を発行して 事業完了		中間 年度末	(令和3年度で事業終了)
23	プレイヤー誘致事業	中活協 (株)まちづくり伊賀上野 伊賀上野観光協会	30%	プレイヤーとなる人材が チャレンジショップを行う(単年)		中間 年度末	チャレンジショップ出店者の募集 ・駅前マーケットの開催予定がなく、出店者を募集できなかった。 ・チャレンジショップとして利用できる店舗が少ないので、広く広報できなかった。
24	あいそのないのはあきません事業	中活協 上野商工会議所	100%	セミナー開催回数(単年)		中間 年度末	11月、12月、1月の3回連続セミナーを予定。事業者を中心にアクティブにイベント等に取り組む人を各回20人~30人集客する予定。 今後、継続して活性化や資質向上を目指すメンバーの勧誘。並びに中心市街地への事業誘致。
25	ライトアップイベント「お城のまわり」開催事業	中心市街地推進課	67%	イベント参加者数(単年)		中間 年度末	官民一体となって事業を推進するため、地域住民が参画できる事業内容を実施委員会で検討し、地域全体を巻き込んだ事業として充実したものにしていく。 既存の市街地のイベント(にぎわいフェスタなど)と連携することにより、市街地全体に来場者を対流するしくみを検討する。 官民一体となって事業を推進するため、地域住民が参画できる事業内容を実施委員会で検討し、地域全体を巻き込んだ事業として充実したものにしていく。 既存の市街地のイベント(にぎわいフェスタなど)と連携することにより、市街地全体に来場者を対流するしくみを検討する。 コロナ禍のため、広報範囲を県内に縮小したが、外出規制緩和されたことを受け、次年度以降広報を県外に広めるなど、来場者数の目標達成に向けて取り組む。
26	伊賀ぶらり体験博覧会「いがぶら」開催事業	観光戦略課 いがぶら実行委員会	67% 54%	体験プログラム数(単年) 132 88		中間 年度末	市外へのPRを充分に行えずにいます。観光客に向けた通年化について検討していきます。 年間通して事業を行った結果、様々なメリット、デメリットが見えてきました。実行部会で検証を行い、次年度は通年ではなく行楽シーズンである秋を中心とした期間での開催を計画しています。
27	「まちなか市」開催事業	(株)まちづくり伊賀上野 ダーコラボラトリLLP	中止	風土FOODマーケット来場者数 (単年)		中間 年度末	伊賀風土FOODマーケットはコロナ禍の情勢から令和3年度以降中止が続いています。しかし、市街地の賑わい創出の為に新たなマーケットが必要であると考えます。基本的な理念、目的を踏襲した上で、近隣施設や各団体等と連携をとりながら、地域の課題への取り組みを行えるマーケットの運営を目指します。 新たなマーケットを実施するには、人員、広報、集客等の課題がある。
28	市民夏のにぎわいフェスタ開催事業	実施委員会	7%	イベント参加者数(単年)		中間 年度末	周遊性の低さ(南へ行くほど人の流れが悪くなる傾向がみられ、魅力創造や移動に繋がる仕組みの検討) イベント周知不足(多数のワークショップ開催したが、詳細情報を伝えることが難しかった) 周遊性の低さ(南へ行くほど人の流れが悪くなる傾向がみられ、魅力創造や移動に繋がる仕組みの検討) イベント周知不足(多数のワークショップを開催したが、詳細情報を伝えることが難しかった)
29	フリーWiFiアクセスポイント整備活用事業	伊賀上野ケーブルテレビ	102%	フリーWiFiアクセスポイントの整備 (累計)		中間 年度末	アプリの所有率と利用率の向上 アプリの所有率と利用率の向上
30	上野公園園路整備事業	都市計画課	事業終了	令和3年度に整備事業完了		中間 年度末	(令和3年度で事業終了)
31	伊賀市空き家対策総合支援事業	住宅課空き家対策室	125%	空き家・空き店舗活用件数		中間 年度末	二拠点居住等にも利用できるよう空き家バンクの要綱を改正する等に空き家の利活用を進めているが、人気があるのは自然が多い山間地域であり、中心市街地においては利活用が進んでいない。中心市街地の空き家の利活用を促進するための新たな施策が必要である。 二拠点居住等にも利用できるよう空き家バンクの要綱を改正する等、空き家の利活用を進めているが、人気があるのは自然が多い山間地域であり、中心市街地においては利活用が進んでいない。中心市街地の空き家の利活用を促進するための新たな施策が必要である。
32	(仮称)岸宏子記念伊賀文学館整備事業	文化振興課	100%	開発にかかる案件の完了		中間 年度末	【課題】事業進捗が遅れている。関係者との調整により設計・工事を進める。 【課題】改修後の施設管理運営について候補者となる団体やその他関係者との調整を進める必要がある。また、令和5年秋の開館を予定しており、開館に向けたその他の準備を進める必要がある。
33	伊賀上野まち百貨店開催事業	伊賀上野まち百貨店 実行委員会	92%	延べ来客数		中間 年度末	まち百貨店の更なる認知度向上、市外への広報周知、新規参加店の参入促進 ・まち百貨店の更なる認知度向上 ・市外への広報周知 ・新規参加店の参入促進
(参考)34	伊賀市合併処理浄化槽設置整備事業	下水道課	-	中心市街地店舗への補助件数		中間 年度末	- -
推	忍者関連施設整備事業	観光戦略課 民間事業者(SPC)	事業推進	PFIの実施計画公表まで (忍者体験施設開業時 R04年度20万人)		中間 年度末	基本設計、実施設計、工事までのスケジュールに余裕がないため事業者と密に連携を図りながら遅れが出ないように進めたい。 観光振興ビジョンの考え方に基づく意識や機運醸成を、より市民に対してメッセージを発信したり共感を生むことができるよう、場所や機会の創出に努める。