

平成14年度 杉並区施策評価表A

施策番号	45	施策名	魅力ある商店街づくり	上位政策名	商店街の活性化のために		
施策担当課	区民生活部経済勤労課			関係課	区民生活部経済勤労課		
施策の目標	施策の対象	区内商店街	商店街の魅力高め、個店の売上げを伸ばす施策を展開する。				
	施策の達成目標	ハード面・ソフト面の整備を充実し、区内商店会の魅力を高める。目標値 杉並区魅力ある商店街づくり施策関連事業活用商店街数 - 区内商店会数 = 0。 区内商店の集客力を高め、個店数の増加を導く。目標値 新規開業店舗数 - 廃業店舗数 > 0。					
施策を取り巻く環境	現在の状況	長期的な景気低迷の影響を受け、多くの区内商店は売上げを下げ、多くの倒産・廃業の余儀なき状況に追い込まれている。個店の集合としての商店街の活動も全般としては沈滞傾向にある。個店や商店街に魅力を感じなくなった消費者は、一層地元から離れた地域や大型店や量販店での購入を加速する。このような悪循環を断ち切ることが個店や商店街の緊急の課題である。しかし、個店や商店街による自助努力には限界があり、集客力の低落を抑えることができない状況にある。					
	区民等の意見等	・身近な商店街に空き店舗が増え、遠くまで買い物に行かなくてはならないので不便である。 ・個店の消費者ニーズへの対応（品揃え、価格、商品に対する説明、接客のあり方）に満足できない。					
施策指標の状況	施策指標名1	商店街の集客力を高めるイベント事業を行った商店街	成果 現状値			目標値	
			平成11年度	平成12年度	平成13年度	平成17年度末	
			57箇所	52箇所	65箇所	65箇所	
	計算式	様々な事業を区内商店街は展開しているが、区内小売店の売上高は、大型店舗・量販店を除き、激減していると報告が商店街の方々との話し合いの中で頻出している。					
施策指標名2	商店街空店舗発生率（5年ごと）	成果 現状値			目標値		
		平成11年度	平成12年度	平成13年度	平成17年度末		
		(4.9%)	(4.9%)	6.6%	5.0%		
計算式	空店舗数 ÷ 商店数	傾向	後継者不足や経営難により区内商店街に空店舗が増加している。				
施策指標名3	区内小売業売上高	成果 現状値			目標値		
		平成11年度	平成12年度	平成13年度	平成17年度末		
		1,293十億円	1,293十億円	1,293十億円			
計算式		傾向					

施策コスト (単位千円)	区分		平成 11年度		平成 12年度		平成 13年度		特記事項
	事業費		155,155		134,552		157,098		
	(内 委託費)		0		0		0		
	職員数(人) (正規 非常勤)		2		2		3		
	人件費		15,242		15,242		28,861		
	総事業費(+)		170,397		149,803		187,511		
	財源	国 都からの 支出金	65,904		60,772		65,904		

目標達成率	施策指標1の 13年度達成率 (%)		施策指標2の 13年度達成率 (%)		施策指標3の 13年度達成率 (%)	
			100			

施策の 総合 評価	指標の変化と 目標達成の状況	<p>・商店街を振興させるためのイベントは、数的には減少していない。しかし、イベントに来る者と個店で買い物をする者とは必ずしもイコールではない。このため、イベントの成功が個店の売上増加に寄与していない。</p> <p>・イベントを実施することにより、個店間の協力体制・商店会内部の連帯を強化している。しかし、売上高の増加に影響のない個店にとって、負担と効果の点から消極的となる傾向もある。</p>
	政策への貢献度	施策は商店街の活性化に寄与してはいるが、商店街や個店の衰退を止めるまでには至らない。
	総合評価	目先の利益にのみとられず、将来を見通して区の事業制度を最大限活用し、商店会事業へ積極的に参加することが個店に対し求められる。

今後の施策の方向	<input checked="" type="radio"/> 拡充	<input type="radio"/> 改善余地なし	<input type="radio"/> 縮小
----------	-------------------------------------	------------------------------	--------------------------

施策の 集中 方向	重点事業	千客万来・アクティブ商店街事業
	費用対効果 の高い事業	
	見直し事業	元気を出せ商店街事業
	新規事業	

今後の 施策の あり方	<p>商店街が魅力を高め集客力を向上し、個店の繁盛に結び付けるかは、本来は商店街や個店自身の問題である。しかし、現下の厳しい社会経済状況の中で、商店街や個店の自助努力のみでは活性化は困難である。今後の施策のあり方としては、商店街や個店の最大限の自助努力の基礎の上に、各商店街の置かれている状況に対応した支援策を展開することにより、その活力を高め、集客力の向上を図ることが必要である。</p>
-------------------	---

平成14年度 杉並区施策評価表B (施策を構成する事務事業)

【施策名：魅力ある商店街づくり】

費用の単位は千円

番号	評価番号	評価対象事業名	位置付	年度	主たる指標の値	事業費		人件費 (非常勤含)	職員数 13 正規 非常勤	総事業費	財源		事業の方向性	相対評価	主たる指標の名称、式、単位
						(内) 委託費	国 都から の支出金								
1	485	顧問制度		13	2	190	0	2,723	0	2,913	0	サービス増	A	商店街への派遣回数・派遣商店街数 件	
				12	1	340	0	2,722	0	3,062	0				
2	489	元気を出せ商店街事業		13	49	37,656	0	908	0	38,564	37,656	統廃合	C	助成商店街数・助成商店街数 件数	
				12	45	36,975	0	907	0	37,882	36,975				
3	492	千客万来・アクティブ商店街事業		13	6	20,348	0	13,613	2	33,961	0	拡充	A	申請を希望した事業件数・申請を希望した事業件数	
				12											
4	495	魅力ある商店街づくり助成		13	8	37,106	0	2,723	0	39,829	28,248	拡充	A	事業対象件数・事業対象件数 件数	
				12	6	38,094	0	2,722	0	40,816	23,797				
5	499	商店街装飾灯への助成	実計	13	125	29,694	0	5,899	1	35,593	0	効率化	C	電気料助成商店会数・電気料助成商店会数・商店会	
				12	128	29,856	0	5,897	1	35,753	0				
6	500	商店街装飾灯建設助成	実計	13	4	30,104	0	2,269	0	32,373	0	効率化	C	装飾灯建設助成対象商店街数・装飾灯建設助成対	
				12	6	27,278	0	2,268	0	29,546	0				
7	502	産業 観光まつり補助		13	4	2,000	0	726	0	2,726	0	サービス増	B	助成事業関連商店街数・助成事業関連商店街数・補	
				12	4	2,000	0	726	0	2,726	0				
				13											
				12											
				13											
				12											
				13											
				12											
施策事業 合計				13		157,098	0	28,861	3	185,959	65,904	備考			
				12		134,543	0	15,242	2	149,785	60,772				
記入不要															

【構成事業の改革案の概要】

番号	評価番号	評価事業名	改革案の概要
1	485	顧問制度	商店街への制度の周知徹底を図り当制度の申込件数を増加させる。また、コンサルタントの選考にあたっては申請商店街と調整し、個別の商店街の問題解決に相応しいコンサルタントを派遣する。
2	489	元気を出せ商店街事業	本事業は東京都の単年度事業であり、平成14年度をもって事業終了となる。なお、以後の都制度の動向は不明である。
3	492	千客万来・アクティブ商店街事業	平成15年度より商店街だけでなく、地域やNPOと連携して創造する、新しい商業サービスや活性化事業の実施を支援することにより商店街の魅力を高めると共に地域の活性化を図る。
4	495	魅力ある商店街づくり助成	東京都が商店街補助事業の大幅な見直しを行う予定であるため、これに合わせて要綱全体の見直しと商業基盤施設の整備費充実の細目の設定を行う。また、商店街が提案する空き店舗を利用した事業を重視し、引き続き積極的に助成を行っていく。
5	499	商店街装飾灯への助成	平成14年度に街路灯に関する詳細な現況調査と商店街の個別の事情を調査し、電気料の助成基準に関してより合理的な基準を設定し、その結果を踏まえ平成15年度から新たな基準による助成を行う予定である。
6	500	商店街装飾灯建設助成	助成基準額を積算した結果、商店街の自己負担が事業費の1/3未満になる場合は、1/3の額とし、助成額を減額する。
7	502	産業・観光まつり補助	主催者及び関係機関と協議し、以下のような環境実施の整備を図る。 駐車場・駐輪場・トイレの整備、 観客へのマナーの徹底、 実行委員会及び保安体制の強化、 地元住民への説明と理解

【新規事業】

番号	新規事業名	事業の概要

平成14年度 杉並区施策評価表A

施策番号	46	施策名	商店街の情報化	上位政策名	商店街の活性化のために				
施策担当課	区民生活部経済勤労課			関係課	区民生活部経済勤労課				
施策の目標	施策の対象	区内商店街	施策の目的	情報化社会の進展に対応する情報化推進事業を行う商店街に対して指導・助成することにより、商店街が地域に密着したきめ細かなサービスを提供できるようにする。区内商店街の情報化を通じ、商店街への集客力を高め、個店の売り上げ向上を図る。					
	施策の達成目標	商店街の情報媒体としてインターネットを活用し、商店街のホームページを7%から14%に拡充する。従来の商店街チップ制度から自動的にポイントが貯まるポイント制度への転換を支援し、ポイントカードの普及率を14%から21%に高め、個店の売り上げ向上に結びつける。							
施策を取り巻く環境	現在の状況	長引く景気の低迷や個店経営者の高齢化・後継者不足などにより、区内個店の廃業・倒産も多く、個店の集合としての商店街にとって厳しい状況が続いており、その活力が低下している。このことは、地域活動において商店主等が主体となっていることが多いことより、地域の活力の低下に繋がっており、ひいては地域コミュニティ崩壊の危険も生じかねない状況にある。							
	区民等の意見	情報の活用が商店のみならず消費者にとってメリットを実感できるものとなってほしい。数ヶ月前の情報をいつまでも載せているようなホームページでは、かえって商店街の魅力を感じさせなくなる。地域コミュニティでの催し、課題なども掲載しているような、地域に密着した内容のホームページを望む。							
施策指標の状況	施策指標名1	商店街カード化割合 (杉並カード)		成果・現状値			目標値		
		平成11年度	平成12年度	平成13年度	平成14年度末	21%			
				14%					
	計算式	カード化済商店街数 ÷ 総商店街数 × 100		傾向	すぎなみカードをはじめ、個々の商店街でのみ使用できるカードの導入も進められている。集客力増加の一手段としてカード制度の有効性が期待されている。				
施策指標名2	商店街ホームページ開設割合		成果・現状値			目標値			
	平成11年度	平成12年度	平成13年度	平成14年度末	14%				
			7%						
計算式	ホームページ開設済商店街数 ÷ 総商店街数 × 100		傾向	様々に工夫を凝らした各商店街のホームページが開設されているが、内容の更新が遅れ、陳腐化されているものも見られる。集客力増強のためには、リアルタイムの情報提供を行う必要がある。					
施策指標名3			成果・現状値			目標値			
	平成11年度	平成12年度	平成13年度	平成14年度末					
計算式			傾向						

施策コスト (単位千円)	区分		平成11年度		平成12年度		平成13年度		特記事項	
	事業費						50,601			平成13年度よりはじめた施策・事業である。
	(内)委託費						0			
	職員数(人) (正規 非常勤)						0			
	人件費						1,815			
	総事業費(+)						52,416			
	財源	国・都からの 支出金					20,000			

目標達成率	施策指標1の 13年度達成率 (%)		施策指標2の 13年度達成率 (%)		施策指標3の 13年度達成率 (%)	

施策の 総合 評価	目標達成の状況と 指標の変化と	<p>ポイントカード制度に加盟する商店数の増加がポイントカードのメリットを大きく左右する。したがって、できる限り多くの商店がポイントカード制度に加盟し、カードの魅力高める必要がある。</p> <p>また、ホームページも単に開設するのみでなく、内容の更新を随時行い、常に最新の情報を提供できる体制を商店街自らが持つ必要がある。</p>
	政策への貢献度	<p>商店街会員の情報化に対する意識が高められ、顧客サービスが向上している。また、住民に対する商店街の魅力が高まり、商店街に活力が取り戻されつつある。</p>
	総合評価	<p>すぎなみポイントカードは、事業主体の法人化を経て、適用商店街を区内全域に拡大しつつある。また、現時点ではカード加盟店舗数及びカードの利用度が当初予定を下回っているが、カード機能の活用によるメリットが顧客・個店に明らかとなれば区内商店の魅力高める手段として有効に機能するものと評価する。</p>

今後の施策の方向		<input checked="" type="radio"/> 拡充	<input type="radio"/> 改善余地なし	<input type="radio"/> 縮小
施策の 集中 方向	重点事業	ホームページ事業・ポイントカード事業		
	費用対効果 の高い事業			
	見直し事業			
	新規事業			
今後の 施策の あり方	<p>商店街の宣伝手段としてホームページは、きわめて有効である。その有効性を高めるためには、ホームページ掲載内容の更新を随時行い、常に最新の情報を提供できる体制を商店街自らが持つ必要がある。これからの施策としては、ホームページを有する商店街を増加すると共に、商店街自身のホームページ内容の更新能力を高めなくてはならない。</p> <p>ポイントカードの導入による売上げ向上、顧客情報による商品管理というカード事業の応用策をもって、商店街の情報化を進める。</p>			

平成14年度 杉並区施策評価表B (施策を構成する事務事業)

【施策名： 商店街の情報化】

費用の単位は千円

番号	評価番号	評価対象事業名	位置付	年度	主たる指標の値	事業費		人件費 (非常勤含)	職員数 13 正規 非常勤	総事業費	財源		事業の方向性	相対評価	主たる指標の名称、式、単位
						(内) 委託費	国都からの支出金								
1	495-2	商店街の情報化支援	実計	13	11	50,601	0	1,815	0	52,416	29,637	拡 充	A	商店街カード化割合・カード導入商店街÷全商店街	
				12											
				13											
				12											
				13											
				12											
				13											
				12											
				13											
				12											
				13											
				12											
				13											
				12											
施策事業 合計				13		50,601	0	1,815	0	52,416	29,637	備考			
				12											
記入不要															

【構成事業の改革案の概要】

番号	評価番号	評価事業名	改革案の概要
1	495-2	商店街の情報化支援	ポイントカードの広域化推進 ホームページの内容の充実(受注機能の具備等)・地域団体との協働

【新規事業】

番号	新規事業名	事業の概要