

施策分析シート（平成19年度）

No1

| | | | | | | | |
|-------------------------|--|--|-------|------------|------------|---------------|-----------------|
| 施策名 | 活気あふれる商店街づくり | 施策No | 05-07 | 部課名 | 産業経済部産業振興課 | | |
| 関連部課名 | | 課長名 | 高岡芳行 | 内線 | 445 | | |
| 行政評価事業体系 | 分野 | 産業革新都市[] | | | | | |
| | 政策 | 活力ある地域経済づくり[05] | | | | | |
| 目的 | 区内商業の振興を図るため、意欲のある商店会等を支援し、活気にあふれる商店街づくりを推進する。 | | | | | | |
| 指標 | 施策の成果とする指標名 | 指標の推移 | | | | | 指標に関する説明 |
| | | 16年度 | 17年度 | 18年度 | 19年度 | 目標値 (28年度) | |
| | 活性化事業実施商店会数 | 4 | 5 | 5 | 3 | 8 | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| 現状と課題 (指標分析) | <p>区内商店街の多くは、近隣大型店・周辺商業地との競争や消費動向の変化等への対応の遅れにより、事業所数が大きく減少するなど、厳しい状況に置かれている。こうした中、活性化事業やイベント事業を実施する商店街が減少しており、商店街の活気とにぎわいを取り戻す必要がある。また、消費者の多くも、「まちの活気がなくなるから」などの理由により、地域商店街の活性化を大いに期待している。</p> | | | | | | |
| 今後の方向性 | <p>[平成19年度]</p> <p>商店街活性化総合支援事業を引き続き実施し、意欲のある商店街等が行う活性化事業やイベント事業を重点的・集中的に支援する。また、全国有数の繊維関連品の集積地である日暮里のPRを進める。区民生活の拠点、コミュニティの中核として、店主の顔の見える商店街の復興を目指すため、空き店舗活用支援事業や魅力ある店舗創出支援事業など、「商店街ルネッサンス推進事業」を実施する。商店街の活性化に大きな期待を持つ消費者の組織化を図り、区民と連携した商業振興施策を推進する。まちづくり三法（都市計画法・中心市街地活性化法・大店立地法）の改正を踏まえ、中心市街地活性化基本計画の検証や見直しを進める。</p> | | | | | | |
| | <p>[平成20年度以降]</p> <p>商店街活性化総合支援事業を引き続き実施し、意欲のある商店街等が行う活性化事業やイベント事業を重点的・集中的に支援する。また、全国有数の繊維関連品の集積地である日暮里のPRを進める。区民生活の拠点、コミュニティの中核として、店主の顔の見える商店街の復興を目指すため、空き店舗活用支援事業や魅力ある店舗創出支援事業など、「商店街ルネッサンス推進事業」を実施する。商店街の活性化に大きな期待を持つ消費者の組織化を図り、区民と連携した商業振興施策を推進する。まちづくり三法（都市計画法・中心市街地活性化法・大店立地法）の改正を踏まえ、中心市街地活性化基本計画の検証や見直しを進める。</p> | | | | | | |
| 施策の分類 | | 分類についての説明・意見等 | | | | | |
| 前年度設定 | 今年度設定 | | | | | | |
| A | A | 区内の商店街を支援し、その活性化を図ることは、地域の活性化及び区民生活の安定のために極めて重要であり、当該施策の優先度は極めて高いと考える。 | | | | | |

施策分析シート（平成19年度）

No2

| 施策を構成する事務事業の分類 | | | | | | |
|-----------------------------------|------------|---------|--------|----------------|-----------|--|
| 事務事業名 | 事務事業 No | 決算額（千円） | | 施策推進のための 分類 | | 分類についての説明・意見等 |
| | | 17年度 | 18年度 | 前年度 設定 | 今年度 設定 | |
| 商店診断事業 | 04-01-09 | 0 | 23 | C | C | 診断を希望する商店街が極めて少ないことから、本事業に対するニーズは低いものと判断され、継続して実施する必要性は低い。 |
| 商業セミナー | 04-01-11 | 57 | 50 | B | B | 区内商店の経営者及び従業員が、消費者のために様々な知識・技術を習得することは顧客満足度の向上につながり、ひいては、区内商業の活性化に資するものであるため、優先度は高い。 |
| 商店街活性化総合支援事業 （活性化事業） | 04-01-14 | 42,575 | 47,390 | A | A | 意欲とやる気のある商店街等が活性化のため自主的に取組む事業を支援することにより、区内商業環境の発展を図るものであり、必要性は極めて高い。 |
| 商店街活性化総合支援事業 （イベント推進事業） | 04-01-15 | 16,956 | 17,046 | B | B | 意欲とやる気のある商店街等が商店街活性化のために開催するイベント事業を支援することにより、商店街の賑わい創出及び商店街と消費者の交流を図ることができるため、優先度は高い。 |
| 商店街活性化総合支援事業 （特売奨励事業） | 04-01-16 | 4,000 | 4,000 | B | B | 区内の多くの商店街で一斉に開催される特売事業を支援することにより、消費生活の安定及び区内商業環境の健全な発展を図ることができるため、優先度は高い。 |
| 商店街活性化総合支援事業 （商業活性化エキスパート派遣事業） | 04-01-17 | 46 | 0 | B | B | 活性化事業の実施にあたり、専門家による具体的なアドバイスを受けることができるため、優先度は高い。 |
| 商店街ルネッサンス推進本部 事業 | 04-01-18 | | | | A | 商業振興分科会の報告を受けて19年度から実施する商店街ルネッサンス推進事業について、庁内の横断的な取り組み等に関する総合的な調整機能として優先度は高い。 |
| 商店街空き店舗活用支援事業 | 04-01-19 | 0 | 3,960 | B | A | 商業振興分科会の報告を受けて19年度から実施する商店街ルネッサンス推進事業の一つであり、商店街の集客力の向上策として、また、当区の新たな観光資源の開発策として優先度は高い。 |
| 魅力ある店舗創出支援事業 | 04-01-20 | | | | A | 商業振興分科会の報告を受けて19年度から実施する商店街ルネッサンス推進事業の一つであり、商店街の集客力の向上策として優先度は高い。 |

施策分析シート（平成19年度）

No3

| 施策を構成する事務事業の分類 | | | | | | |
|-----------------------|------------|---------|--------|----------------|-----------|---|
| 事務事業名 | 事務事業 No | 決算額（千円） | | 施策推進のための 分類 | | 分類についての説明・意見等 |
| | | 17年度 | 18年度 | 前年度 設定 | 今年度 設定 | |
| 商店街高齢者・子育て世代対策事例集作成事業 | 04-01-21 | | | | A | 商業振興分科会の報告を受けて19年度から実施する商店街ルネッサンス推進事業の一つであり、事例集を配布し、商店街による消費者対策を促進することにより、商店街の集客力向上、消費者に親しまれる商店街の創出等に資するものであり、優先度は高い。 |
| 商店街サポーター制度構築事業 | 04-01-22 | | | | A | 商業振興分科会の報告を受けて19年度から実施する商店街ルネッサンスの大きな柱であり、モデル事業を実施し、その結果を踏まえ、十分な検討・論議を行い制度化していく。 |
| 商店街連合会補助 | 04-01-23 | 5,510 | 5,510 | B | B | 区内商店街等で組織された団体の事業を支援することは、商店街の活性化及び区民生活の安定にとって重要であり、優先度は高い。 |
| 商店街マップ作成支援事業 | 04-01-24 | 200 | 200 | B | B | 現状の予算を維持しながら、商店街の積極的な活用を促す。 |
| 中心市街地活性化事業 | 04-01-25 | 420 | 0 | B | B | 基本計画及びTMOの方向性を整理する必要がある。 |
| 日暮里繊維街活性化支援事業 | 04-01-26 | | 10,474 | A | A | 全国有数の繊維関連品の集積地である日暮里を繊維の街・ファッションの街として全国にPRし、その活性化を図るための施策として優先度は高い。 |
| 大型店対策事業 | 04-01-27 | 0 | 0 | B | B | 大規模商業施設の出店等による影響を事前に把握し、地域環境の保全を図る事業として優先度は高い。 |
| 合 計 | | 69,764 | 88,653 | | | |