

墨田区基本計画の指標一覧

【資料2】

政策・施策	施策の達成をはかる指標					結果概要	質問項目		
	指標名	データ出所	現状値	中間目標値(32年度)	最終目標値(37年度)				
基本目標 「すみだらしさ」の息づくまちをつくる	110 伝統文化を継承、発展させ、新たな文化・芸術を創造する	111 郷土の歴史・文化を継承し、発展させる	「伝統文化が保護、継承されている」と思う区民の割合	区	71.6%	77.0%	80.0%	基本計画策定に向けた社会調査p.79	基本計画策定に向けた社会調査p.205 問3
			「墨田区の歴史や文化を学んでいる」区民の割合	区	24.1%	39.0%	50.0%	基本計画策定に向けた社会調査p.79	基本計画策定に向けた社会調査p.205 問4
		112 すみだの新しい文化・芸術を育てる	「過去1年間に文化・芸術活動に参加した」区民の割合	区	16.0%	25.0%	30.0%	基本計画策定に向けた社会調査p.80	基本計画策定に向けた社会調査p.205 問1
	120 すみだの多彩な魅力を内外に発信し、成熟した国際観光都市をつくる	121 すみだの魅力を広く発信し、訪れたいまちをつくる	墨田区観光協会のホームページ年間訪問者数	所	323,985人	335,000人	350,000人		
			区内を訪れる観光客数(観光関連施設入込客数及びイベント入込客数)	所	9,097,423人	9,800,000人	10,000,000人		
		122 区内の観光資源を連携させ、楽しめるまちをつくる	観光客による区内観光施設等の平均立寄り地数	所	2.93箇所	3.5箇所	4.0箇所	観光消費額等調査により集計(3年に一度)観光客に対するアンケート・ヒアリング方式立ち寄り先を選択肢から選ぶ	観光消費額等調査外国人観光客等の実態及び観光ニーズ等調査p.8 問9
			墨田区における来訪者の観光消費額推計	所	約4,110億円/年	約4,500億円/年	約4,750億円/年	観光消費額等調査により集計(3年に一度)観光客に対するアンケート・ヒアリング方式区内での宿泊費・飲食費・お土産代・交通費・その他支出を回答	観光消費額等調査外国人観光客等の実態及び観光ニーズ等調査p.9 問14
		123 訪れる人をやさしく迎える、おもてなしのまちをつくる	外国人観光客の墨田区に対する来訪満足度	所	80.3%	83.0%	85.0%	外国人観光客等の実態及び観光ニーズ等調査により集計(3年に一度)外国人観光客に対するアンケート・ヒアリング方式(英・中・韓)施設・飲食・土産等に対する満足度を回答	観光消費額等調査外国人観光客等の実態及び観光ニーズ等調査p.62 問8
			まち歩きガイドツアー参加者数	所	4,374人	4,600人	4,800人		
	130 水と緑を活かした、美しい景観をつくる	131 「地域ごとの特色を活かしたまちづくりを進める」	「墨田区のまちなみが美しい」と思う区民の割合	区	42.1%	47.0%	52.0%	基本計画策定に向けた社会調査p.84	基本計画策定に向けた社会調査p.205 問5
			電線類の地中化整備延長	所	6,915m	7,955m	8,670m		
		132 水と緑に親しみ、うるおいとやすらぎが実感できる空間をつくる	「墨田区の公園や水辺を日常的に利用している」区民の割合	区	43.8%	50.0%	60.0%	基本計画策定に向けた社会調査p.86	基本計画策定に向けた社会調査p.229 問5
		緑被率	所	11.4%(推計値)	12.20%	13.0%			
基本目標 地域で快適に暮らせる「すみだ」をつくる	210 多様な都市機能が調和したまちをつくる	211 「地域の特色を活かしたまちづくりが進んでいる」と思う区民の割合	区	47.2%	50.0%	53.0%	基本計画策定に向けた社会調査p.87	基本計画策定に向けた社会調査p.229 問6	
			地区整備計画策定面積	所	85.9ha	97.0ha	99.01ha		
	212 多様な世帯に対応した、魅力的な住環境を形成する	「墨田区の住環境は良好だ」と思う区民の割合	区	56.7%	60.0%	65.0%	基本計画策定に向けた社会調査p.89	基本計画策定に向けた社会調査p.206 問7	
		「墨田区にずっと住み続けたい」区民の割合	住	41.3%	50.0%	60.0%	墨田区住民意識調査p.39		
	220 区民が安全・快適・便利に暮らし、人々の交流が生まれ、移動しやすいまちをつくる	221 主要駅を中心とした広域拠点と、身近な生活拠点を形成する	「主要駅(錦糸町・両国・押上・曳舟)周辺が、住み、働き、憩うことのできる便利でにぎわいのある地域となっている」と思う区民の割合	区	72.9%	75.0%	80.0%	基本計画策定に向けた社会調査p.91	基本計画策定に向けた社会調査p.206 問8
			「歩いて行ける範囲に商店・医院・公益施設などがあり、日常の用事が足せている」と思う区民の割合	区	82.2%	83.0%	85.0%	基本計画策定に向けた社会調査p.91	基本計画策定に向けた社会調査p.230 問9
222 安全で快適な暮らしを支える、便利な交通環境を形成する		道路バリアフリー整備延長	所	10,290m	13,080m	14,630m			
		「区内の交通環境に満足している」区民の割合	区	79.0%	82.0%	85.0%	基本計画策定に向けた社会調査p.93	基本計画策定に向けた社会調査p.206 問10	
基本目標 新しい事業が起き、人が集まる「すみだ」をつくる	310 新しい価値を創造し、産業の進化・発展を図る	311 グローカルに活躍できる人材を育て、技術・技能を継承・発展させる	フロンティアすみだ塾への参加者累計数	所	137人	187人	237人		
			地域内事業承継支援事業における支援累計数	所	71件	171件	271件		
		312 新規参入・異分野との連携・融合を促進し、次代のものづくりを育む	チャレンジ支援資金の融資あっせん累計件数(これから開業する者及び開業から1年未満の者)	所	73件	425件	900件		
			「ゼロから始めるすみだ起業新規事業ゼミ」受講後の開業者総数	所	49人	97人	137人		
	313 「ものづくりのまち すみだ」をプロモーションする	すみだ地域ブランド戦略ホームページの延べアクセス件数	所	4,840件/月	7,500件/月(31年度平均)	10,000件/月(36年度平均)			
		区内製造業における付加価値額	所	149,157百万円	160,000百万円	170,000百万円	経済センサスで算出(5年に一度)事業活動によってどれだけの新しい価値が生み出されたかを表した数値付加価値(加工高)=売上高-(材料費+買入部品費+外注工賃)		
	320 こだわりをもった魅力ある商業・サービス業の集積を進める	321 消費者から選ばれる魅力ある個店の集積を進める	「区内になじみの店がある」区民の割合	区	75.1%	78.0%	80.0%	基本計画策定に向けた社会調査p.97	基本計画策定に向けた社会調査p.230 問11
			区内小売等付加価値額	所	2,947億円	3,241億円	3,500億円	経済センサスで算出(5年に一度)事業活動によってどれだけの新しい価値が生み出されたかを表した数値付加価値(粗利益)=売上高-売上原価	
		322 地域の資源を活かした、特色ある商業空間を創出する	「誰かを誘って食事や買い物をしたい場所が区内にある」区民の割合	区	69.8%	75.0%	80.0%	基本計画策定に向けた社会調査p.98	基本計画策定に向けた社会調査p.230 問12
			小売吸引力指数	所	0.83	0.97	1.12	経済センサスで算出(5年に一度)各市の人口1人あたりの小売販売額を県の1人あたりの小売販売額で除したものを、地域が買物客を引き付ける力を表す指標。指数が1.00以上の場合、買物客を外から引き付け、1.00未満の場合は、外部に流出していると見ることができる	
331 誰もが能力を発揮できるよう就労支援を展開する。		「仕事をすることで、充実した生活を送れている」区民の割合	区	73.2%	76.6%	80.0%	基本計画策定に向けた社会調査p.100	基本計画策定に向けた社会調査p.230 問13	
		区の雇用促進・就労支援事業による就職決定者数	所	381人	400人	420人			