

区民活動推進課 産業経済課

区民活動推進課の対象事業

- ・ コミュニティ機関紙発行助成事業
- ・ コミュニティ掲示板新設・改修助成事業

産業経済課の対象事業

- ・ 区内生産品販路拡張補助事業
- ・ 3M運動推進事業

コミュニティ機関紙発行助成事業【事業概要】

1 補助金事業開始の目的（理由）

町会・自治会が、コミュニティ機関紙を自ら発行する場合において、その発行に要する経費の一部を助成することにより、地域住民の自主と連帯によるコミュニティづくり活動の推進に資することを目的とする。

2 これまでの経緯（開始年度、根拠法令の改正、対象者・補助金額の見直し状況等）

昭和 59 年度 事業開始

3 補助金の概要

(1) 根拠法令

墨田区コミュニティ機関紙発行助成金交付要綱

(2) 補助対象者

機関紙を年 4 回以上定期的に発行している町会・自治会

(3) 補助金の算定基準

基本額 50,000 円に、加入世帯数及び発行回数に応じて助成額を設定している。

(4) 予算の推移（5 年間分）

(千円)

	22 年度	23 年度	24 年度	25 年度	26 年度
歳出当初予算額	6,948	6,838	7,155	6,934	6,807
歳出決算額	6,642	6,333	5,966	6,122	

4 これまでの実績・成果

(1) 実績（活動指標）

「() は目標値」

活動指標	22 年度	23 年度	24 年度	25 年度	26 年度
交付団体数	65 (60)	60 (65)	55 (60)	58 (60)	(60)
交付額(千円)	4,113	3,817	3,523	3,719	
交付率(%)	39.2	36.2	32.9	34.5	
総発行回数	422	400	369	400	

平成 25 年度における町会・自治会数 168 団体
交付団体における発行回数割額及び世帯割額の内訳は以下のとおり

(2) 成果・効果（成果指標）

地域コミュニティ内での情報提供、コミュニケーションの有用な手段のひとつである機関紙活動に対して、発行等に係る経費の一部を助成することは、機関紙の発行による地域情報の共有、連帯感の醸成に効果が見られ、町会・自治会活動の活性化につながっていると考えている。

5 課題

- (1) ICTの進展により、さまざまな情報発信・共有媒体が存在している状況において、紙媒体に拠る従来からの機関紙を今後どのように位置づけ、地域コミュニティの維持・発展に結びつけていくかについて、今後の推移を見極めていく必要が有る。
- (2) 機関誌発行支援を目的として、区内12箇所に簡易印刷機を設置しているが、目的外で利用されている事例が報告されている。

《交付団体における発行回数割額及び世帯割額の内訳（平成25年度：58団体）》

発行回数割額別内訳

発行回数	金額（円）	団体数
4・5回	0	26
6・7回	5,000	15
8・9回	10,000	1
10回以上	20,000	16

世帯割額別内訳

世帯数	金額（円）	団体数
～99	0	1
100～199	2,000	4
200～399	4,000	11
400～599	6,000	14
600～799	8,000	13
800～999	10,000	8
1000～1199	12,000	2
1200～	14,000	5

コミュニティ機関紙発行助成事業【区民行政評価結果】

委員会総合評価	委員会総合評価理由
C	紙媒体によるコミュニティ情報発信の必要性は認められるが、新たな情報ツールを使った多様な周知方法が出現していることに合わせて、地域の3~4割しか機関紙を作っていない現状から、今後はさらなる需要拡大は期待できない。それらの観点から、限られた団体に対する補助がコミュニティづくりに資するかなど、改めて機関紙の役割を考え、補助の方法を見直すことが必要である。
補助の効果は認められるが、拡充しても効果拡大までは期待できない。	

個人評価内訳			
A	B	C	D
1	1	4	0

個人評価内訳				
	必要性	公益性	効率性	適格性
	1	2	1	2
	5	4	4	3
×	0	0	1	1

委員会での複数意見

紙媒体による情報提供が、情報弱者に対して必要であることは理解できるが、現在の補助の方法が今の時代に合っているのか、見直しを含め、検討する必要がある。
コミュニティ機関紙としての機能が幅広く保てるような新たな方法も検討すべきである。

評価 A とした委員の意見

ホームページのある町会もあるが、ホームページを見る手段がない方もおり、紙媒体は細かい情報を伝える方法として必要である。

評価 B とした委員の意見

補助を受けていない団体が多いので、補助を出すのが適当なのか、見極める必要がある。町会の独自性は幅広いので、行政がお金で補助するのでなく、地元の企業や団体と組んでもう少し幅広いコミュニティを形成することも必要ではないか。例えば地元のボランティア団体や自治会、商店街、子育て支援の団体、高齢者団体と活動の幅を広げたら本来のコミュニティペーパーになるのではないかと思われる。このようなコミュニティペーパーは緩やかな形態が求められるべきで、補助金を支給して事業を支援するのは今の時代には合わないかもしれない。

コミュニティ活動に行政がどのくらい財政的な支援をしていくのか、難しい判断が求められると思われる。行政が支援することによって地域の活動が小さくなる面もある。政策的な誘導も時代によって変わってきているので、適宜見直しが必要ではないか。

評価 C としての委員の意見

紙媒体の必要性は認めるが、今後、紙媒体でのコミュニティ情報の共有は拡大するというよりは、ICT に変わっていくと思われるので、紙媒体での需要は減っていくと思われる。

紙媒体が必要な事情は理解できるが、長期間継続している補助金事業であり、印刷機の目的外使用もあることから、補助金の必要性、効率性を改めて見直す必要があると思われる。

必要性は認められるが、機関紙を作る目的があいまいとなっている。費用がかかるのは理解できるが、印刷機には不合理性を感じる。紙媒体は一目で全体像が理解しやすいという面もあるが、将来的には見直しが必要になってくるとと思われる。

この補助金は次の運動を生み出すものだと思う。情報弱者のためだけにコミュニティの機関紙を発行することで地域のコミュニティが生み出されるかについては疑問を感じる。インターネットが使えないのであれば、子ども達がスマートフォン等の使い方を高齢者に教えていくような事業にシフトし、幅広い世代が関わる事業展開ができるとよい。

コミュニティ掲示板新設・改修助成事業【事業概要】

1 補助金事業開始の目的（理由）

掲示板の新設又は改修を行う町会・自治会に対し、その費用を助成することにより、地域情報・区政情報の共有化を促進し、地域コミュニティ活動の活性化に資することを目的とする。

2 これまでの経緯（開始年度、根拠法令の改正、対象者・補助金額の見直し状況等）

平成 2 年度 事業開始
 平成 11 年度 財政的な理由で一時事業を休止
 平成 20 年度 町会・自治会長の強い要望により再開

3 補助金の概要

(1) 根拠法令

墨田区コミュニティ掲示板助成金交付要綱

(2) 補助対象者

掲示板の新設又は改修を行う町会・自治会

(3) 補助金の算定基準

5 年間で 1 期間として、加入世帯数に応じて助成金限度額を設定する。現在は平成 25 年度から 29 年度までの期間を設定し、事業を執行している。

《世帯数別の助成金限度額一覧》

世帯数	助成金限度額（円）
～ 99	110,000
100～199	130,000
200～399	150,000
400～599	170,000
600～799	190,000
800～999	210,000
1000～1199	230,000
1200～	250,000

(4) 予算の推移（5 年間分）

	22 年度	23 年度	24 年度	25 年度	26 年度
歳出当初予算額	5,522	4,022	4,021	4,021	4,021
歳出決算額	2,806	3,943	3,667	3,352	

4 これまでの実績・成果

(1) 実績（活動指標）

「() は目標値」

活動指標	22 年度	23 年度	24 年度	25 年度	26 年度
交付団体数	24 (30)	30 (30)	30 (30)	28 (30)	(30)
交付額(千円)	2,787	3,921	3,646	3,337	

平成 25 年度における町会・自治会数 168 団体

平成 26 年 6 月時点の全町会・自治会の掲示板数 2039 基

平成 20 年度から平成 25 年度までの間に、123 の町会・自治会が少なくとも 1 回以上、助成金の交付を受けている。

(2) 成果・効果（成果指標）

掲示板は回覧板等と比して、情報の速達性において優れているため、その設置により町会・自治会内における効果的な情報共有が図られ、このことが地域コミュニティの活性化につながっている。実際に区から町会・自治会に対しての、掲示板へのポスター等の掲示依頼件数は年間 100 件近くあり、区政情報の提供という側面からも、そのニーズは高いと考えられる。

また、掲示板の新設や改修には、備品購入や工事実施を伴うため、所要経費の全額を町会・自治会の予算で賄うことは負担感が大きいと考えられ、経費を区が助成する本制度は、町会・自治会運営の安定化における経済的な側面支援として機能していると考えている。

5 課題

掲示板は、円滑な道路交通を確保する道路管理行政の視点から、私有地内に設置することを原則としているが、近年は私有地内への設置が困難な状況となっており、結果的に区道上へ設置するケースが増加している。

コミュニティ掲示板新設・改修助成事業【区民行政評価結果】

委員会総合評価	委員会総合評価理由
C	<p>掲示板が持つアクセス容易性や速達性など、必要性は認められるが、人の暮らしや情報そのものが変化していることから掲示板の役割も変化してきている。そのため、他の補助金との重複についての検証や、区民が掲示板からどの程度情報を得ているのか、アンケートなどで掲示板の効果を測定することも必要である。</p>
<p>補助の効果は認められるが、拡充しても効果拡大までは期待できない。</p>	

個人評価内訳			
A	B	C	D
0	1	3	2

個人評価内訳				
	必要性	公益性	効率性	適格性
	2	1	0	1
	3	5	3	3
×	1	0	3	2

委員会での複数意見

区民がどの程度掲示板を見て、どのように使われているのかなど掲示板の効果について、検証することが必要である。

区の情報発信としての利用が多いのであれば、企業や NPO の力を活用した情報伝達方法も検討すべきである。

評価 B とした委員の意見

マンションの中の自治会はマンションの掲示板があるので、管理が必要ないところもある。一つの町会で 30 数カ所整備されているところもあれば、2、3カ所しかないところもある。細かく見ると重複して置かれているものも多いのではないかとと思われる。区としての主導権を持って一括管理した方が、掲示替えの確認もできるのではないかと。

評価 C とした委員の意見

コミュニティ機関紙発行助成と重複している部分もあると思われる。掲示板の必要性は認めるが、ある程度コミュニティ機関紙と住み分けして補完できるような掲示板のあり方もあるのではないかと。

掲示板を誰がどのように見ているのかを考えなければいけない。ある企業では、看板の前に誰が何分見ていたかデータがとれるようになっている。どうやったら情報が一番伝わるか、見直す必要がある。

区からの情報掲示に多く利用されているのであれば、新設、改修は自治会任せではなく、区で維持管理をした方がよい。

評価 D とした委員の意見

情報の速達性に優れている点は評価できるが、区が利用している掲示板に補助金を出すという方法は効率的ではなく、事業の実施方法を改めて検討した方がよい。設置を外部任せにして、現在の状況を把握していないことにも疑問を感じる。区が使用するのであれば全体的な設置管理を見直した上で、区が計画的に実施する方が効率的である。

必要性については希薄であり、補助金の見直しが必要である。今後、アンケートなどで掲示板の効果を測定することも重要である。コミュニティ活動は非常に広範な活動であり、例えば、商店街やスーパーの安売り、お祭り、企業情報など、幅広い情報を提供するということも考えられる。また、コミュニティの推進において、行政との距離はある程度離しておくことも必要であると思われる。

区内生産品販路拡張補助事業【事業概要】

1 補助金事業開始の目的（理由）

販路拡張事業を実施する団体に対して経費の一部を助成することにより、区内生産品等に対する区外の需要を高め、もって区内中小企業の振興を図る。

2 これまでの経緯（開始年度、根拠法令の改正、対象者・補助金額の見直し状況等）

昭和 53 年	事業開始
昭和 58 年度	補助限度額の増額（40 万円 100 万円）
平成 3 年度	販路拡張を海外まで拡大（限度額 300 万円まで）
平成 6 年度	補助金交付対象事業の拡充と補助金限度額の特例措置
平成 7～9 年度	区内産業国際交流事業補助の統合（9 年度）と補助金限度額の特例措置（7～9 年度）
平成 10 年度	補助金率の変更と補助金限度額の減額（国内 100 万 95 万円、海外 300 万円 280 万円）
平成 11 年度	海外見本市出展支援事業を統合（限度額 540 万円まで）、補助金限度額の減額（国内 95 万 90 万円、海外 280 万円 270 万円）
平成 12 年度	国際交流事業補助の廃止、海外産業見本市出展事業の補助の減額（540 万円 300 万円）
平成 14 年度	補助金限度額の減額（国内 90 万円 85 万円）

海外販路拡張事業を行おうとする企業は特定少数であり、それらの企業の出展を支援するものとして、東京都の助成制度が存在すること、また、財政上、区による支援が困難であったため、海外への販路拡張事業については、平成 15 年度より休止している（予算の計上をしていない）。

3 補助金の概要

(1) 根拠法令

「区内生産品等販路拡張事業補助金交付要綱」（昭和 53 年度制定）

(2) 補助対象者

墨田区内に事業所を有する中小企業が 5 社以上加入しており、産業の振興を目的とし、かつ、国内販路拡張事業を行おうとする団体又はその支部

(3) 補助金の算定基準

国内販路拡張事業に要する 会場使用料、 広告宣伝費、 展示装飾費及び区長が適当と認める経費の額の 2 分の 1 の額(1,000 円未満切捨て)又は 85 万円のうち、いずれか少ない額

(4) 予算の推移（5 年間で分）

	22 年度	23 年度	24 年度	25 年度	26 年度
歳出当初予算額	10,200	8,500	8,500	8,500	8,500
歳出決算額	7,347	7,113	7,148	7,043	

4 これまでの実績・成果

(1) 実績（活動指標）

「()は目標値」

活動指標	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度
補助金交付 団体数	12 (10)	11 (10)	12 (10)	11 (10)	(10)
展示会回数 (延べ)	18 (15)	16 (15)	15 (15)	20 (15)	(15)

(2) 成果・効果（成果指標）

区内生産品の認知度の測定や売上推移等については具体的な把握が難しい。ただし、個々の展示会の実績を見ると、引合から契約成立までつなげているケースも多く、また多くの来場者を獲得している展示会もあり、販路拡張に着実な成果をもたらしているものと考えられる。

補助対象者を団体に限定していることにより、団体による主体的な取組みにつながっていることも事業の効果として挙げられる。団体の中には、補助の対象とはならない取組みを積極的に進める団体もあり、補助対象事業も含めたこうした主体的な取組みは、販路の拡張にとって非常に重要であり効果も高いと考える。

(1)にあるとおり、交付団体数は例年概ね10団体程度で推移している。短期的に見ると継続団体からの申請も多いが、長期的には団体の新陳代謝は図られており、(過去25年間における交付団体数は45団体)一定の広がりを持った効果が出ていると考えられる。

5 課題

成果指標の設定や効果測定方法については、今後も引き続き検討が必要である。既存団体への支援に加え、新規団体の掘り起こしも必要である。

区内生産品販路拡張補助事業【区民行政評価結果】

委員会総合評価	委員会総合評価理由
C	<p>地域産業の活性化や区内生産品の販路拡張に資するものであり、補助の必要性は認められるが、補助の効果（成果）が見えにくいため、現状の効果を様々な視点から確認・検証し、補助した産業の活性化につなげる必要がある。</p> <p>また、区が政策的に成長を促したい分野に対して、重点的に補助を行うなど、効率的な補助の方法を検討することも必要である。</p>
補助の効果は認められるが、拡充しても効果拡大までは期待できない。	

個人評価内訳			
A	B	C	D
0	2	4	0

個人評価内訳				
	必要性	公益性	効率性	適格性
	3	2	0	1
	3	3	5	3
x	0	1	1	2

委員会での複数意見

販路拡大という目的に対する成果がわかりにくいため、改めて、補助のあり方や補助対象について検討する必要がある。

同業他社への情報提供や事業者同士の競争を喚起する仕組みを考えるべきである。

自主的な経済活動に対して区が補助を行う理由の精査と補助期間の設定を明確にすべきである。

評価 B とした委員の意見

補助金を活用して地域を活性化することや、販路を拡大し中小企業を引っ張っていくことは必要な施策であるが、本補助事業においては、毎年申請する団体があり、新たに販路を拡大しようという姿勢が見えにくい部分もある。対象団体が固定化している点については検討が必要である。

展示会を行うことが今の時代に合っているかどうかの判断は難しい。今はインターネットや様々なメディアを活用できるので、展示会と平行して、新たなメディア戦略を考え、国内外への情報発信のあり方について再構築した方がよい。個人も団体も販路は国外だけではなく、国内にもあり、情報提供の仕方新たな事業拡大につながるのもあると思われる。補助金の効果を高くすることは難しいが、手段の見直しは必要である。

評価 C とした委員の意見

補助対象が団体なので、成果が見にくくなっている。また、団体の存続が目的ではない。区内生産品の販路拡張は必要だと思われるが、例えば、区が成長して欲しい分野に集中して投資するなど、金額、期間ともに区切って重点的に投入していくというやりの方が効率的ではないかと思われる。将来的には団体の自立化を進めるべきであり、補助の効果はあるが、補助の仕方については見直しが必要である。

補助の仕方に問題があり、補助を受けている側に都合の良い仕組みになってしまっているのではないか。改めて、補助の対象、金額等の見直しが必要である。

観光事業とどのように結びつけば、観光客の増加を売り上げの増加につなげられるかを考えていくことが必要である。

区内生産品の需要を高めることは必要だが、補助金を交付したことの事による効果がわかるようにした方が良い。

3M 運動推進事業【事業概要】

1 補助金事業開始の目的（理由）

(1) 小さな博物館支援事業

「小さな博物館」の円滑な整備及び管理運営に寄与し、もって区内産業と文化への認識向上及び産業の振興に資することを目的とする。

(2) 工房ショップ支援事業

工房ショップの設置を促進し、もって企業の経営発展及び地域活力の増進に資することを目的とする。

(3) すみだマイスターものづくり事業

すみだマイスターが、優れた製造技術を広め、伝承する活動を行う場合に、その経費の一部を補助することにより、その活動を促進し、もって墨田区及び区内の産業と文化への区内外の認識を高め、産業の振興を図ることを目的とする。

(4) 「3M運動PR実行委員会」事業

3M運動PR実行委員会は、3M運動の活性化及びすみだのものづくりの素晴らしさを区内外の方に伝えるために、会員が自主的にイベントを実施し、効果的な広報を行うことを目的とする。

2 これまでの経緯（開始年度、根拠法令の改正、対象者・補助金額の見直し状況等）

(1) 小さな博物館支援事業

昭和 61 年度 補助要綱制定

その後、物価騰貴等の理由により 6 回改正

平成 23 年度 「小さな博物館整備補助要綱」と「小さな博物館運営補助要綱」と統合して、「小さな博物館支援要綱」に改正

(2) 工房ショップ支援事業

昭和 63 年度 補助要綱制定

その後、行政サービスの見直しや他の 3M 運動事業との整合性を図る等の理由により 2 回改正

平成 19 年度 助成対象地域の拡大

平成 23 年度 助成対象地域の拡大（区内全域）

(3) すみだマイスターものづくり事業

平成 3 年度 補助要綱制定

その後、「行政サービスの見直し」による補助金の適正化のため、金額を 2 度改正

(4) 「3M 運動 PR 実行委員会」事業

平成 19 年度 「3M 運動 PR 実行委員会」を組織して、会則を制定

3 補助金の概要

		(1) 小さな博物館支援事業		(2) 工房ショップ支援事業		(3) すみだマイスターものづくり事業		(4) 「3M 運動 PR 実行委員会」事業	
(1) 根拠法令		小さな博物館支援要綱		すみだ工房ショップ支援要綱		すみだマイスターものづくり事業補助要綱		なし	
(2) 補助対象		小さな博物館の認定を受けた者		工房ショップの認定を受けた者		すみだマイスター		3M 運動 P R 実行委員会	
(3) 補助金の算定基準		<p>小さな博物館整備補助金</p> <ul style="list-style-type: none"> 小さな博物館を一般公開するために必要とする設備の購入または工事に係る費用の一部(上限 45 万円) <p>小さな博物館運営補助金</p> <ul style="list-style-type: none"> 小さな博物館の管理運営に要する費用の一部(上限月額 2 万円) 		<p>店舗の内装、外装、備品購入、看板設置、礼金その他工房ショップ設置に係る費用のうち 1/2 の額(上限 150 万円)</p>		<p>すみだマイスターが実施した補助対象活動に要した経費の 2/3 の額(上限 45 万円)</p>		<p>3M 運動の PR にながら事業経費の一部について予算の範囲内(年度により異なる)</p>	
(4) 予算額推移	年度	25	26	25	26	25	26	25	26
	当初予算	6,810	7,500	4,500	3,000	450	450	1,150	1,000
	決算額	6,568		520		611		1,150	

4 これまでの実績・成果

(1) 実績（活動指標）

小さな博物館支援事業 「()は目標値」

活動指標	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度
新規認定数	1	2	1	2	(1)
認定数(年度末)	25	26	26	27	(28)

工房ショップ支援事業 「()は目標値」

活動指標	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度
認定数(年度末)	23	23	25	26	(28)

すみだマイスターものづくり事業 「()は目標値」

活動指標	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度
認定数	2	0	1	2	(1)
認定数(年度末)	39	38	37	37	(38)

「3M運動PR実行委員会」事業

平成22～24年度は、「3M運動スペシャルウィーク」と題し、毎年10月のおおよそ1週間、小さな博物館、工房ショップ、マイスターの工房にて、『特別展示・ものづくり体験・特別セール』、さらにすみだまち処（もの処）にて展示販売会（実演や体験もあり）を開催した。平成23年度からはこれにあわせて「小さな博物館や工房ショップをめぐるツアー」を平成25年度は、観光の視点を積極的に取り入れ、上記のような体験・工房見学を含むツアー（バス・徒歩）を9本開催した。

(2) 成果・効果（成果指標）

小さな博物館支援事業 「()は目標値」

成果標名	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度
来館者数	36,132	37,061	29,621	27,988	(35,000)

工房ショップ支援事業 「()は目標値」

成果標名	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度
新規認定数	3	1	2	1	(2)
改修件数	-	1	1	0	(1)

すみだマイスターものづくり事業

年度	マイスター名	内容	歳出額
平成22年度	実績なし	-	0円
平成23年度	塚田 進	絵地図製作	273,000円
	小峰 正孝	カタログ製作	123,000円
平成24年度	西山 和宏	カタログ製作	63,000円
平成25年度	石井 芳和	ホームページ制作	161,000円
	鈴木 利春	展示会出展	450,000円

「3M 運動 PR 実行委員会」事業

活動指標	22 年度	23 年度	24 年度	25 年度	26 年度
特別展示・体験 ・セール	実施	実施	実施	未実施	(未実施)
展示販売会	未実施	86,602 円 (13 日)	835,840 円 (7 日)	557,323 円 (6 日)	(実施)
ツアー	未実施	50 名 (4 本)	50 名 (3 本)	74 名 (9 本)	(実施)

展示販売会は期間中の売上（開催期間）、ツアーは参加者数（ツアー数）

「特別展示・体験・セール」は、参加者が自主的に小さな博物館や工房ショップを訪れる仕組みのため集客に苦戦したが、中には開店以来、一番の売上だった店などもあり、よい PR になった。展示販売会は、平成 24 年度より会場をまち処へ移し、売上も大幅に増えた。またツアーは、ほぼ定員いっぱいを実施、参加者アンケートではほとんどの方から良好な意見をいただき、改めて本事業の魅力を感じることができた。

5 課題

(1) 小さな博物館支援事業

小さな博物館整備補助金

事業開始より 30 年近くが経過して、事業開始当初に認定された博物館で老朽化しているところが増加している。補助金（補助金の交付を受けてから 5 年以上経過すると再度補助金が受けられる）を活用して改修したいという相談が増えてきているが、予算は限られており、すべてに対応することが難しい。（平成 26 年度は 3 件の相談あり）

小さな博物館運営補助金

週 6 日開館しているところと週 1 日しか開館していないところ、土日もやっているところと平日しかやっていないところのように、墨田区の産業振興への貢献度の大小に関係なく、みな同じ条件で助成をしている。

(2) 工房ショップ支援事業

工房ショップについては、事業趣旨に賛同をしてもらえる事業者が多く、例年認定を希望する事業者がいる。それに加え、既存の工房ショップから、改修補助金を活用して改修をしたいという相談が増えてきているので、予算内で調整をすることが難しくなっている（平成 26 年度は新規で 3 件、改修で 1 件の相談あり）。

(3) すみだマイスターものづくり事業

すみだマイスターは、一人で作業をしている方が多いので、小さな博物館や工房ショップと異なり、工房等へ積極的に人を招くのは難しく、マイスター認定後の PR 機会が限られている。

(4) 「3M 運動 PR 実行委員会」事業

限られた予算の中で、3M 運動参加者（約 60 社・人）すべてを PR する事業を実施することが難しい。

3M 運動推進事業【区民行政評価結果】

委員会総合評価	委員会総合評価理由
B	<p>小さな博物館やマイスターなどへの補助は、区内産業と文化への認識向上や産業の振興に資するものであり、長期間継続してきたことで一定の効果は出ている。しかし、知名度が上がっておらず、活性化されていない状態もある。実際の活動状況により補助金額を決定するなど、奨励の視点に立った補助の支給や効果測定方法の検討が必要である。3M 運動は知名度が大切なため、「行ってみたい、やってみたい」と思われる誘因作りへの取り組みが重要である。</p>
補助の効果は高く、手段の見直しで、さらに効果拡大が期待できる。	

個人評価内訳			
A	B	C	D
0	3	2	1

個人評価内訳				
	必要性	公益性	効率性	適格性
	4	2	0	0
	2	4	4	6
×	0	0	2	0

委員会での複数意見

長期間実施しているが、補助の効果がわかりにくいいため、補助対象の活動状況等を把握した上で、今後の補助のあり方を見直すべきである。

産業振興の補助金は、奨励的なものであるため、類似補助金の統合化も含めて見直しを検討すべきである。

マイスターや墨田区の工芸品についての情報を、より積極的に周知すべきである。

「行ってみたい・やってみたい」と思われる誘因づくりが必要である。

評価 B とした委員の意見

必要性は認められるが、より効果を出せるように、補助の目的を達成するための手段や効果の測定方法の検討が必要である。

長期間実施しているが知名度が上がっておらず、活性化されていない。補助金という方法をとっているため、恒常化して補助金を渡して終わりになっているのではないか。本当に墨田区から発信していきながら、知名度が大切で、「行ってみたい」と思われる誘因を作るように注力していくべきである。

本物をとらえるという姿勢が欠けている。マイスターはいわば人間国宝にもなりえる人であり、区の顔になる人たちが身近にいると思えば、子供たちの目の輝きも変わってくる。もっと前向きに進められる事業なので積極性が必要である。

長期間補助を継続することで、ある一定の効果は出てきている。しかし、来館者のカウントの仕方は、資料館に来たのか、客として来たのかが不明である。小さな博物館の運動は非常に効果的であるかもしれないが、例えば、どこかにまとめて展開するという方法もある。実際の活動状況を把握した上で、補助金額を決定すべきである。

3M運動が30年間続いたことは、非常に良いことであるが、現在のような活動は、限界にきており、認知度が高まっていない状況もあることから、新しいステップを考える時期ではないかと感じる。区としてこのような事業を、今後のまちづくりや地域の活性化にどのように活用していくかが大きなテーマであり、すみだ北斎美術館を中心に、3Mを一体的に見学、体験でき、また物品を購入できる施設を検討することも必要ではないか。

評価 C としての委員の意見

始めの運転資金を援助するのはわかるが、延々と運営の補助金を出すことが必要かどうかは疑問である。産業に対しての公的な資金は奨励的であるべきで、維持を目的としているところは見直すべきである。東京都や国の補助もあることを考えると区の補助は一度見直すことも必要ではないか。また、ちいさな博物館を謳うなら、それなりのクオリティが必要であり、全体の中で案内サインを共通化したり、マイスターを紹介したりすることができるように。

産業、観光資源の面からも必要な補助であるが、博物館の形態、工房ショップの効果等が様々で、補助金の一律交付は見直すべきである。

評価 D としての委員の意見

産業振興の補助金は、奨励的なものであるべきで、維持することが目的になると競争力を失せてしまう。ものづくりと観光を連動する時に、職人が職場を見せながら、あるいは見せるトレーニングをされていない傾向もあり難しいが、大きな観光産業づくりの中では、「ものづくり」を伝統教材として「お稽古ごと産業」に事業転換あるいは拡大させるような奨励的な取り組みが必要と思える。訪問客の実体験と次世代人材の発掘育成を連動させる施策が求められており、その取り組みがスカイツリーで賑わう時機を逃がさず、今こそ必要と思う。また、補助金を少しずつ出すのではなく、奨励的な意味で一括して出し競争力を高めていくことも必要である。