

# 平成30年度 施策評価シート

基本目標	Ⅲ	新しい事業が起き、人が集まる「すみだ」をつくる
政策	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
施策	321	消費者から選ばれる魅力ある個店の集積を進める
施策の目標	消費者のニーズに的確に対応するとともに、新たな提案を行うことができ、利用者が「何度も行きたい」と思うような魅力的な個店が集積し、多くの消費者が訪れ、買い物や飲食、サービスを楽しんでいます。	

## 1 基本計画における成果指標の状況

指標名	「区内になじみの店がある」区民の割合									
	基準年(H28)	H29	H30	H31	H32	H33	H34	H35	H36	H37
目標	75.1%				78.0%					80.0%
実績										

  

指標名	区内小売等付加価値額									
	基準年(H28)	H29	H30	H31	H32	H33	H34	H35	H36	H37
目標	2,947億円				3,241億円					3,500億円
実績										

## 2 目標と現状(実績)についての分析及び総事業費推移

指標の推移・施策の課題や問題点について記述	総事業費推移(千円)	
魅力ある個店が集積し、商店街や地域と連携した商業空間が形成され、区内での消費が拡大していく。 個店の財産形成に係るところへの支援が主であるため、慎重な事業展開をする必要があり、事業効果が確認できるまでに時間がかかる。	H28	809
	H29	6,868
	H30	

## 3 施策の評価及び判断理由

評価	理由
B	ニーズもあり、順調に機能しているため。

## 4 今後の施策の運営方針

一次評価	最終評価	施策の戦略的方向性
		(1) 優先的に資源投入を図る。
		(2) 現状維持とする。
○	○	(3) 現状維持だが、より効率的な運営を図る。
		(4) 資源投入の縮小を図る。
【上記の判断理由】		
見直しが必要な部分はあるものの、目標とのかい離は認められず順調に推移していると判断できるため。		
【今後の具体的な方針】		
効率的かつ効果的に機能させ、目標を実現させる。		

5 この施策に係る事務事業（重要度・貢献度順）

番号	事務事業名	歳出 決算額 (千円)	人コスト (千円)	歳出 総額 (千円)	施策への関連性	目的に対する指標	直近の評価内容
						年度目標値	評価結果
						年度実績値	評価対象年度
1	商店魅力アップ支援事業	6,868	1,776	8,644	意欲ある区内の商店を対象に、魅力アップに向けた支援を行うことにより、魅力的なお店を育て、その集積を通じ消費者が「何度も行きたい」と思うにぎわいのある商業空間の創出を実現できる。	10	改善・見直し
						18	平成29年度
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							

# 平成30年度 事務事業評価シート

施策	321	消費者から選ばれる魅力ある個店の集積を進める	部内優先順位					
事務事業	商店魅力アップ支援事業					1		
事業概要	意欲ある区内の商店を対象に、魅力アップに向けた支援を行うことにより、魅力的なお店を育て、その集積を通じ消費者が「何度も行きたい」と思うにぎわいのある商業空間の創出を目指す。					主管課・係（担当）		
						産業振興課産業振興担当		
						03-5608-6187		
施策への 関連性	意欲ある区内の商店を対象に、魅力アップに向けた支援を行うことにより、魅力的なお店を育て、その集積を通じ消費者が「何度も行きたい」と思うにぎわいのある商業空間の創出を実現できる。							
必要性・ 妥当性	区民のニーズ							
	平成28年度に実施した商業実態調査では、（1）消費者動向調査（街頭アンケート調査やインターネット調査）、（2）事業者動向調査（事業者に対しアンケートやヒアリング、商店街調査）を実施し、魅力的な個店の増加が消費者の購買につながり、そのような個店を創出する施策が必要であるという結果になった。							
	代替可能性の状況（区が実施する必要性等）							
	まずは経営プラン作成の支援を実施し、自店舗の経営を見直してもらうことを最初のステップとしているため、その後の補助金活用については国や都の補助金及び支援策などの利用も促進する。							
有効性・ 適格性	手段に 対する指標 (活動指標)	指 標	支援店舗の新規商店会加盟数				単 位	店舗
		最終目標値	目標年度	基準年(H28)	H29	H30	H31	
		2	33	目 標	2	2	2	
				実 績	3			
			H32	H33	H34	H35	H36	H37
			目 標	2	2			
		実 績						
	指標の選定理由及び目標値の理由							
	補助割合を商店会加盟店舗2/3、未加盟店舗1/2とすることで、商店会加入促進にもなり、にぎわいのある商業空間の創出につながる指標となるため。							
	目的に 対する指標 (成果指標)	指 標	商店魅力アップ支援事業の支援店舗				単 位	店舗
		最終目標値	目標年度	基準年(H28)	H29	H30	H31	
		10	33	目 標	10	10	10	
			実 績	18				
		H32	H33	H34	H35	H36	H37	
		目 標	10	10				
	実 績							
指標の選定理由及び目標値の理由								
効果的な個店支援を実施することで、魅力的な個店の集積を通じ、消費者が何度も行きたいと思うにぎわいのある商業空間を創出できる指標となるため。								
財 政 面 〔決算額〕 (単位：千円)	H28	H29	H30	H31	H32	H33	H34	
		6,868						
	H35	H36	H37	〔予算の傾向〕 魅力的な商業空間の創出のため効果的な施策を実施することにより、今後増加が考えられる。				

<b>1 必要性・妥当性</b>					
区民ニーズの有無	ある				
代替可能性の有無	増加傾向だが不十分				
区が実施すべき強い理由があるか	ある				
<b>判断理由</b>					
区内商業を取り巻く環境は厳しくなっているため、積極的に支援していく必要があるため。					
<b>2 有効性・適格性</b>					
事業の目的が施策に合致しているか	合致している				
指標は目標値を満たしているか	満たしている				
かけたコストに対し十分な成果があるか	ある				
<b>判断理由</b>		必要性 妥当性	有効性 適格性	効率的 経済性	評価結果
事業者の多様な課題・ニーズを細かく捉え、柔軟に対応することで特色ある商業空間の創出につながるため。		4	5	4	4
<b>3 効率性・経済性</b>		<b>改善・見直しの上継続</b>			
目的・対象が類似する事務事業はないか	類似事業はあるが統合等は望ましくない				
実施工程やコストに改善の余地がないか	ある				
地域社会やその他住民への波及効果があるか	ある				
<b>判断理由</b>					
商業実態調査の結果や今後の成果を踏まえ、地域特性や時代に沿った取組をする必要があるため。					
中間・最終年度の講評	魅力アップした店舗が地域への波及効果を発揮できているか確認が必要である。				
今後の方向性	事業者の多様な課題・ニーズを細かく捉え、魅力ある個店の集積を進める。				

# 平成30年度 補助金評価シート

補助金 名称	商店魅力アップ支援事業						主管課・係（担当）	
根拠法令	商店魅力アップ支援事業実施要綱						産業振興課産業振興担当	
事業概要	意欲ある区内の商店を対象に、魅力アップに向けた支援を行うことにより、魅力的なお店を育て、その集積を通じ消費者が「何度も行きたい」と思うにぎわいのある商業空間の創出を目指す。						03-5608-6187	
							事業の終期	
							平成33年度	
必要性・ 妥当性	区民のニーズ							
	平成28年度に実施した商業実態調査では、（1）消費者動向調査（街頭アンケート調査やインターネット調査）、（2）商業者動向調査（商業者に対しアンケートやヒアリング、商店街調査）を実施し、魅力的な個店の増加が消費者の購買につながり、そのような個店を創出する施策が必要であるという結果になった。							
	代替可能性の状況（区が実施する必要性等）							
	まずは経営プラン作成の支援を実施し、自店舗の経営を見直してもらうことを最初のステップとしているため、その後の補助金活用については国や都の補助金及び支援策などの利用も促進する。							
有効性・ 適格性	手段に 対する指標 (活動指標)	指 標	支援店舗の新規商店会加盟数				単 位	店舗
		最終目標値	目標年度	基準年(H28)	H29	H30	H31	
		2	33	目 標	2	2	2	
				実 績	3			
			H32	H33	H34	H35	H36	H37
		目 標	2	2				
		実 績						
	指標の選定理由及び目標値の理由							
	補助割合を商店会加盟店舗2/3、未加盟店舗1/2とすることで、商店会加入促進にもなり、にぎわいのある商業空間の創出につながる指標となるため。							
	目的に 対する指標 (成果指標)	指 標	商店魅力アップ支援事業の支援店舗				単 位	店舗
		最終目標値	目標年度	基準年(H28)	H29	H30	H31	
		10	33	目 標	10	10	10	
			実 績	18				
		H32	H33	H34	H35	H36	H37	
目 標		10	10					
	実 績							
指標の選定理由及び目標値の理由								
効果的な個店支援を実施することで、魅力的な個店の集積を通じ、消費者が何度も行きたいと思うにぎわいのある商業空間を創出できる指標となるため。								
財 政 面 〔決算額〕 (単位：千円)		H28	H29	H30	H31	H32	H33	H34
			7,060					
		H35	H36	H37	〔予算の傾向〕 申請件数の増加に伴い、増加傾向の予定。			
施策への 関 連 性	地域ごとに事業者の置かれた環境を踏まえた支援を提供して、魅力的な個店を増やすことを重視している。							

1 必要性・妥当性		5	
区が実施する理由があるか	ある	目的が政策上の位置付けと整合しているか	している
目的・内容等が社会経済情勢に合致しているか	している	不特定多数の利益の増進に寄与するか	している
区民ニーズに即しており、公益上必要と認められるか	認められる	個人利益に対する利益に留まらず適切な対象範囲に波及するか	する
区の施策目標の実現に寄与しているか	している		

判断理由

区内商業を取り巻く環境は厳しくなっているため、積極的に支援していく必要があるため。

2 有効性・適格性		5	
経費、補助額の算定根拠が明確になっているか	なっていない	交付機会の公平性や負担の公平性が確保されているか	されている
区が負担する割合として適切か	適切である	補助団体の活動内容が目的と合致しているか	合致している
任意団体に対する補助の場合、自立化を促進するものであるか	ある	補助目的及び金額に見合う実績等の効果があるか	ある
補助目的が既に達成されていないか	されていない	目標及び見込まれる効果が明確か	明確
団体等が自らの財源で賄う範囲と区の支援範囲が明確となっているか	なっている	効果測定の具体的な目標・指標が明確か	明確

判断理由

個店支援をすることで、その集積が特色ある商業空間の創出につながるため。

3 効率性・経済性		4	
類似する補助事業がないか	ある	地域社会や区民等へ波及効果があるか	ある
手続が過度に煩雑でないか	煩雑ではない	個人の経済的負担軽減の場合、実質的公平性を考慮しているか	している
目的に対する区の負担割合が適切か	適切		

判断理由

商店街支援に加えて個店支援を実施することで、相乗的に特色ある商業空間づくりを進めることができるため。

<p>【評価結果】</p> <p style="font-size: 2em; font-weight: bold;">改善・見直し</p>	
--	--

中間・最終年度の講評	地域ごとに事業者の置かれた環境を踏まえた支援を提供して、魅力的な個店の増加が地域の核となるよう促進する。
今後の方 向 性	魅力アップに向けた支援を行うことにより、魅力的な個店の育成・集積をしていくことで特色ある商業空間づくりを推進していく。