

施策番号	0805		
施策名	地域の特性に応じた商業振興		
概要	京都ならではの華やかな都市のにぎわいを創出することを目指し、地域の魅力を高める商店街づくりや環境への負荷の低減、次代を担う商業者の育成、都心商業地域の活性化等に寄与する取組等を推進する。		
担当局・部室	産業観光局・商工部	共管局・部室	
上位政策	8 産業・商業		
施策に関する主な分野別計画等	京都市商業活性化アクションプラン2011		

施策の評価

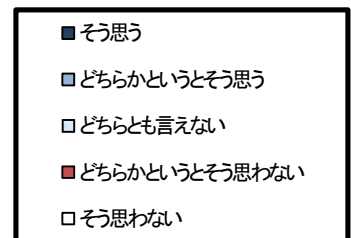
1 客観指標評価

指標名	年度	年度	23年度評価					
			前回値	最新値	目標値	達成度	評価	指標のウェイト
1 市内の空き店舗率(%)	-	-	13.7	11.5	10.9	94.5%	a	1.00
2 商店街組織に加入している商店の割合(%)	-	-	85.0	83.3	83.9	99.3%	a	1.00
3 -	-	-	-	-	-	-	-	-
4 -	-	-	-	-	-	-	-	-
5 -	-	-	-	-	-	-	-	-
6 -	-	-	-	-	-	-	-	-
客観指標総合評価							a	

2 市民生活実感評価

*この評価は、毎年5月頃に実施している京都市市民生活実感調査のアンケート結果を基にしています。

設問	23年度回答						有効回答者数	評価
	そう思う	どちらかと言うとそう思う	どちらとも言えない	どちらかと言うとそう思わない	そう思わない			
1 京都の商業は盛んで楽しく買い物ができ、元気な商業者が多い。	33	143	236	82	39	533	c	
	6.2%	26.8%	44.3%	15.4%	7.3%			
2 -							-	
3 -							-	
4 -							-	
5 -							-	
市民生活実感調査総合評価								c



3 総合評価(客観指標総合評価+市民生活実感調査総合評価)

B	施策の目的がかなり達成されている					年度	-
	重み付け	<input checked="" type="checkbox"/> 客観指標	a	<input type="checkbox"/> 市民の実感	c		
(重み付けの理由) 本市は、市内小売業全体販売額に占める中小小売店舗の販売額のシェアが高く、中小小売店舗の状況をよく反映している客観指標評価を重視して評価することが妥当であると考えたため。						年度	-
(原因分析) ・市民生活実感評価は、市外で大規模な商業開発が進んでいるため、市内の商業活性化についての評価が相対的に低下し、c評価となっているが、客観指標評価は、京都市商業ビジョンに基づく取組を進めた結果、地域の魅力を高める個店の活性化が促進され、a評価となった。 ・このため、総合評価はB評価となった。						年度	-

今後の方向性の検討

<この施策を構成する事務事業>

	事業名	事業費の状況(千円)		23年度事務事業評価結果 における目標達成度評価	担当局
		22年度 決算額	23年度 予算額		
1	商店街等支援事業	74,886	66,500	かなり良い	産業観光局
2	商業基盤強化対策	15,389	9,676	良い	産業観光局
3	小売商団体助成	8,603	7,488	良い	産業観光局
4	貿易振興事業助成	2,875	3,694	良い	産業観光局
5	京都市商業活性化アクションプラン総合推進事業	0	8,322	-	産業観光局
6	商業グループ活性化支援事業	0	11,709	-	産業観光局
7	商店街街路灯LED化推進事業	0	15,187	-	産業観光局
8	商い創出事業(VIS)	7,152	-	-	産業観光局
9	プロモーション能力育成事業	5,832	-	かなり良い	産業観光局
10	市民が選ぶ「京のまち なじみのええ店」顕彰事業	7,120	-	-	産業観光局
11	「京都市商店街の振興に関する条例」PR事業	5,037	-	かなり良い	産業観光局
12	伏見中心市街地区	5,073	-	良い	産業観光局
13	おいでやす京の商い～京都市商業ビジョン2004～総合推進事業	5,717	-	かなり良い	産業観光局
14	京都市商業活性化アクションプラン(仮称)の策定	11,967	-	-	産業観光局
15					
16					
17					
18					
19					
20					

*予算額には人件費及び施設管理に係る経費を含みます。

<今後の方向性>

- ・商業を活性化させるため、商業グループ活性化支援事業、観光や農商工連携による京都ブランドの魅力発信、京都商店街応援隊女子部による地域商業の活性化等の取組により、地域の魅力を高める商店街づくりを推進する。
- ・商店街街路灯のLED化を推進し、環境負荷の低減に寄与する取組を実施する。

施策名	0805	地域の特性に応じた商業振興									
指標名	市内の空き店舗率 (%)										
担当課	商業振興課	連絡先	2 2 2 - 3 3 4 0								
1 指標の説明											
商店数に空き店舗数を足した数に占める空き店舗数の割合											
2 指標の意味			3 算出方法・出典等								
商業の活性化状況を示す指標			出典：事業担当課調べ								
4 数値											
	前回数値 16年度	最新数値 21年度	推移	目標値							
数値	13.7	11.5	2.2ポイント減	数値 10.9	根拠 中長期目標達成のために当年度達成すべき数値＝平成21年度現況値（11.5%）と目標数値（平成32年度5.1%）から各年度の目標数値を等差的に算出						
	全国順位	中長期目標			備考 平成22年度は調査を実施していないため、平成23年度評価は、平成21年度数値で行う。						
数値		数値 5.1	目標年次 32年度	達成度 平成11年度調査数値							
5 評価基準		6 基準説明		7 評価結果							
最新数値の目標値に対する達成度が a：80%以上 b：60%以上～80%未満 c：40%以上～60%未満 d：20%以上～40%未満 e：20%未満		当該指標については、民間部門の寄与度が比較的高いことや景気動向にも影響を受けるため、80%以上をa、以下20%刻みで基準を設定した。		<table border="1"> <tr> <td></td> <td></td> <td>23</td> </tr> <tr> <td>-</td> <td>-</td> <td>a</td> </tr> </table>				23	-	-	a
		23									
-	-	a									

指標名	商店街組織に加入している商店の割合 (%)										
担当課	商業振興課	連絡先	2 2 2 - 3 3 4 0								
1 指標の説明											
総店舗数に占める商店街組織に加入している店舗の割合											
2 指標の意味			3 算出方法・出典等								
京都の商業の活性化に向けた商店街の振興状況を示す指標			出典：事業担当課調べ								
4 数値											
	前回数値 19年度	最新数値 21年度	推移	目標値							
数値	85.0	83.3	1.7ポイント減	数値 83.9	根拠 中長期目標達成のために当年度達成すべき数値＝平成21年度現況値（83.3%）と目標数値（平成32年度90.0%）から各年度の目標数値を等差的に算出						
	全国順位	中長期目標			備考 平成22年度は調査を実施していないため、平成23年度評価は、平成21年度数値で行う。						
数値		数値 90.0	目標年次 32年度	達成度 事業担当課で設定							
5 評価基準		6 基準説明		7 評価結果							
最新数値の目標値に対する達成度が a：80%以上 b：60%以上～80%未満 c：40%以上～60%未満 d：20%以上～40%未満 e：20%未満		当該指標については、民間部門の寄与度が比較的高いことから、80%以上をa、以下20%刻みで基準を設定した。		<table border="1"> <tr> <td></td> <td></td> <td>23</td> </tr> <tr> <td>-</td> <td>-</td> <td>a</td> </tr> </table>				23	-	-	a
		23									
-	-	a									