

施策番号	2102		
施策名	商業・業務機能が集積したにぎわいのある魅力的なまちづくり		
概要	田の字地域や京都駅周辺などの都心部において、交通拠点の周辺、それにつながる幹線道路沿道の土地利用を、都市計画手法などを活用して誘導するとともに、商業・観光振興施策と連携し、事業者による主体的なにぎわい創出の取組を支援する。		
担当局・部室	都市計画局・都市企画部	共管局・部室	
上位政策	21 土地利用と都市機能配置		
施策に関係する 主な分野別計画等	京都市都市計画マスタープラン、京都駅南口周辺地区まちづくり指針、 京都市商業活性化アクションプラン2011、未来・京都観光振興計画2010 ⁺⁵		

施策の評価

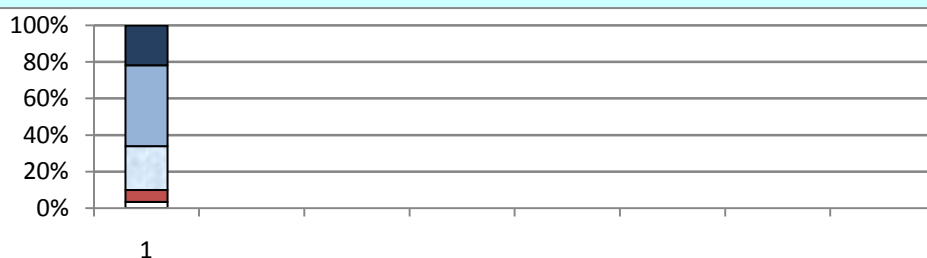
1 客観指標評価

指標名		年度	23年度	24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	中心商業・業務地区の販売額シェア(近畿)(%)	-	b	1.72	1.65	1.72	95.9%	b	1.00
2	-	-	-	-	-	-	-	-	
3	-	-	-	-	-	-	-	-	
4	-	-	-	-	-	-	-	-	
5	-	-	-	-	-	-	-	-	
6	-	-	-	-	-	-	-	-	
			b	客観指標総合評価				b	

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		24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	田の字地域(河原町通、烏丸通、堀川通、御池通、四条通、五 条通の幹線道路沿道地区)や京都駅の周辺は、にぎわいのある 魅力的な地域である。	117	238	129	35	18	537	b
		21.8%	44.3%	24.0%	6.5%	3.4%		
2	-							-
3	-							-
4	-							-
5	-							-
		市民生活実感調査総合評価						b



- 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

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						23 年度	B
	重み付け	☐ 客観指標	b	☒ 市民の実感	b			
(重み付けの理由) 客観指標は、商業的な視点でのにぎわい指標の一つでしかなく、商業・業務等全般的な視点で評価できる市民生活実感調査の方が適している。また、客観指標は、5年ごとの商業統計調査を活用しているため、毎年度の評価ができない。								
(原因分析) ・京都駅周辺では、イオンモール京都やヨドバシカメラが、田の字地域では、京都マルイやラクエ四条烏丸がオープンするなど、新たに商業施設が整備され、にぎわい創出が進んでおり、市民生活実感において一定の評価を得ている。 ・京都駅南口周辺については、都市再生特別措置法に基づく都市再生緊急整備地域に指定し、民間都市再生事業計画の認定に係る支援を行うとともに、田の字地域では、四条通、烏丸通の地区計画の策定に向けた支援を行い商業集積に寄与する地区計画が策定されたことによって、にぎわい創出が進んでいる。							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)		24年度事務事業評価結果 における目標達成度評価	担当局
		23年度 決算額	24年度 予算額		
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
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>

・引き続き、地区計画等の都市計画手法を活用した取組や事業者によるにぎわい創出の取組を支援し、商業振興施策や観光振興施策とも連携を図りながら、にぎわいのある魅力的なまちの実現を目指す。

施策名	2102	商業・業務機能が集積したにぎわいのある魅力的なまちづくり					
指標名	中心商業・業務地区の販売額シェア（近畿）（％）						
担当課	都市づくり推進課		連絡先	2 2 2 - 3 5 0 3			
1 指標の説明							
田の字地域や京都駅周辺などの都心部の，中心商業・業務地区における商品販売額の近畿地方に占めるシェア							
2 指標の意味							
にぎわいあるまちづくりに向けて，中心商業・業務地区における消費の状況を示す指標							
3 算出方法・出典等							
出典：事業担当課調べ（商業統計調査）							
4 数値							
	前回数値	最新数値	推移	目標値			
	14年	19年		数値	根拠	達成度	
数値	1.72	1.65	0.07ポイント減	1.72	過去10年間で最も高い数値（平成14年：1.72％）に設定	95.9％	
	全国順位	中長期目標			備考	商業統計調査は5年に1度実施される調査であるため，最新数値は平成19年のものとする。	
		数値	目標年次	達成度			根拠
数値							
5 評価基準							
最新数値の単年度目標値に対する達成度が a：100％以上 b：90％以上100％未満 c：80％以上90％未満 d：70％以上80％未満 e：70％未満			6 基準説明				
			・単年度目標値を達成すればa評価 ・以下10％刻みでb～e評価 最高値 1.72％（平成14年）				
7 評価結果							
		23	24				
	-	b	b				