

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	23年度	24年度	25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(%)	a	a	13.7	11.5	9.8	82.7%	a	1.00	
2 商店街組織に加入している商店の割合(%)	a	a	81.3	80.9	85.1	95.1%	a	1.00	
3 -	-	-	-	-	-	-	-	-	
4 -	-	-	-	-	-	-	-	-	
5 -	-	-	-	-	-	-	-	-	
6 -	-	-	-	-	-	-	-	-	
		a	a	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	25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。	39	157	202	81	40	519	c	
	7.5%	30.3%	38.9%	15.6%	7.7%			
2 -							-	
3 -							-	
4 -							-	
5 -							-	
市民生活実感調査総合評価								c



- 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					24 年度	B
	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め。						23 年度	B
(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。							

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)		25年度事務事業評価結果 における目標達成度評価	担当局
		24年度 決算額	25年度 予算額		
1	商店街等支援事業	74,381	66,437	良い	産業観光局
2	商業基盤強化対策	15,278	14,019	普通	産業観光局
3	小売商団体助成	8,724	8,724	普通	産業観光局
4	貿易振興事業助成	4,111	2,515	良い	産業観光局
5	京都市商業活性化アクションプラン2011総合推進事業	6,936	7,223	かなり良い	産業観光局
6	商業グループ活性化支援事業	11,074	7,599	普通	産業観光局
7	商店街街路灯LED化推進事業	15,370	16,426	かなり良い	産業観光局
8	商業集積地の魅力向上に向けた商業環境基礎調査	—	17,895	—	産業観光局
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＞

- ・観光や大学との連携、地元特産品や地域資源を活用した商店街の取組への支援、京都市商店街応援隊女子部による商店街支援、空き店舗対策等を通じて、地域の魅力を高める商店街、集客販売力のある商店街づくりを推進する。
- ・商店街等の若返り・活性化を図るため、事業者を目指す求職者を対象に研修を実施し、創業及び就職につなげる。
- ・商業グループ活性化支援事業により、個店の魅力アップや社会課題の解決に資する商業、魅力あふれる地域商業の環境づくりを推進する。
- ・商店街や地域事業者による地域の買い物環境向上を推進する。
- ・商店街街路灯のLED化支援により、環境負荷の低減に寄与する商店街づくりを推進する。

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	最新数値	推移	目標値		達成度					
	16年度	21年度		数値	根拠						
数値	13.7	11.5	2.2ポイント減	9.8	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	82.7%					
	全国順位	中長期目標			備考						
		数値	目標年次	達成度							
数値		5.1	32年度	25.5%	平成24年度は調査を実施していないため、平成25年度評価は、平成21年度数値で行う。なお、次回回は平成25年度に調査を行う。						
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>23</td> <td>24</td> <td>25</td> </tr> <tr> <td>a</td> <td>a</td> <td>a</td> </tr> </table>		23	24	25	a	a	a
23	24	25									
a	a	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	最新数値	推移	目標値		達成度					
	23年度	24年度		数値	根拠						
数値	81.3	80.9	0.4ポイント減	85.1	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	95.1%					
	全国順位	中長期目標			備考						
		数値	目標年次	達成度							
数値		90.0	32年度	89.9%	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>23</td> <td>24</td> <td>25</td> </tr> <tr> <td>a</td> <td>a</td> <td>a</td> </tr> </table>		23	24	25	a	a	a
23	24	25									
a	a	a									