

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	京都市産業戦略ビジョン		

施策の評価

1 客観指標評価

指標名		27年度	28年度	29年度評価					
				前回値	最新値	目標値	達成度	評価	指標のウエイト
1	市内の空き店舗率(%)	a	b	10.43	10.10	7.43	64.1%	b	1.00
2	商店街組織に加入している商店の割合(%)	a	a	79.46	77.75	87.56	88.8%	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		27年度	28年度	29年度回答					
				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	有効回答者数
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。	c	b	44	180	189	68	31	512
				8.6%	35.2%	36.9%	13.3%	6.1%	
2	-	-	-						
3	-	-	-						
4	-	-	-						
5	-	-	-						
		c	b	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					28 年度	A
	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						27 年度	B
(原因分析) 客観指標総合評価 <input checked="" type="checkbox"/> b評価以上であり、施策の効果が客観指標に表れている。 <input type="checkbox"/> c評価以下であり、次の原因が考えられる。							
(原因分析) 市民生活実感調査総合評価 <input type="checkbox"/> b評価以上であり、施策の効果が市民の実感に表れている。 <input checked="" type="checkbox"/> c評価以下であり、次の原因が考えられる。 ・近年の消費者の節約志向に加え、利便性や価格競争に勝るインターネット取引の増加等により、市内の商業活性化について、昨年度はb評価だったが、c評価(どちらももいえない)が続いている。							

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)		29年度事務事業 評価結果における 目標達成度評価	担当局
		28年度 決算額	29年度 予算額		
1	商業基盤強化対策	9,057	9,266	良い	産業観光局
2	商店街等支援事業	53,958	60,846	良い	産業観光局
3	小売商団体助成	8,486	7,686	良い	産業観光局
4	商店街街路灯LED化推進事業	8,775	9,786	良い	産業観光局
5	都心部地域商業活性化事業	9,592	0	かなり良い	産業観光局
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					

* 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>

- ・商店街等が実施するアーケードや街路灯等のハード整備や、地域の魅力アップを高めるイベント等のソフト事業に対して支援を行い、市内の商業振興を図る。
- ・商店街と学生が協働して商店街の魅力を発掘し、PR冊子を作成するなど、商業者と地域住民、事業者、学生等が交流する機会をつくり、つながりを深めることで、事業者の売上向上と地域活性化を図る。
- ・有識者や商業関係者で構成する「商業振興アドバイザリー会議」を設置し、本市の商業振興施策の進捗を確認するとともに、新たな商業活性化のアイデア等について、助言を得て、商業振興施策を推進する。
- ・商店街へのヒアリングや意見交換を実施して、各商店街のニーズや課題を抽出し、専門家やNPO等の協力の下、支援策を実施する。
- ・商店街をはじめとする空き店舗所有者と出店希望者とのマッチング等により、空き店舗を解消し、地域商業の活性化を図る。

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 27年度	最新数値 28年度	推移	目標値								
				数値	根拠	達成度						
数値	10.43	10.10	0.33ポイント減	7.43	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	64.1％						
	全国順位	中長期目標				備考						
		数値	目標年次	達成度	根拠							
数値		5.1	32年度	2.0％	調査により把握している過去最少の数値（平成11年度調査）							
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><tr><td>27</td><td>28</td><td>29</td></tr><tr><td>a</td><td>b</td><td>b</td></tr></table>		27	28	29	a	b	b
27	28	29										
a	b	b										

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 27年度	最新数値 28年度	推移	目標値								
				数値	根拠	達成度						
数値	79.46	77.75	1.71ポイント減	87.56	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	88.8％						
	全国順位	中長期目標				備考						
		数値	目標年次	達成度	根拠							
数値		90.0	32年度	86.4％	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><tr><td>27</td><td>28</td><td>29</td></tr><tr><td>a</td><td>a</td><td>a</td></tr></table>		27	28	29	a	a	a
27	28	29										
a	a	a										