

課コード	001702	作成日	平成20年3月31日
所属名	商業政策課	作成者	山下智久

政策名(上位目的)
魅力ある都心づくり
目の名称
商業政策推進費

計画コード	分野	部	課	施策・事務事業
	款	項	目	事項
科目コード	31	31	21	37 30
(旧科目コード)	31	31	07	07

事業名		戦略性
魅力的な店舗づくりを促進する事業		
事業概要		
目的	(対象、意図、求められる結果)	開始年度 終了予定年度
市と事業者等の関係団体で組織するビジュアルマーチャンダイジングワークショップ実行委員会が中心市街地の個店を対象としたディスプレイコンテストを実施することにより、事業者のディスプレイに対する意識を高め、魅力ある個店を育成するとともに、市民に中心市街地への来街を促し、街としての魅力づくりや中心市街地全体の賑わいの創出を図る。		平成 14 年 平成 年
活動内容		
<p>中心市街地における物販店舗等において、ディスプレイコンテストを行う。</p> <p>実施期間：11月下旬から12月下旬の約1ヶ月間。(平成19年は11月23日～12月25日)</p> <p>参加店舗：中心市街地内の個店を対象とし、専門の講師によるセミナーで知識を深め、ホワイトをテーマに自店の装飾等を行う。</p> <p>事業告知：HPや参加店舗マップを市民に配布することで行う。</p> <p>入賞：実施期間中の来街者の投票により順位を決め、3位までに入賞した店舗には賞金を贈るとともに、投票した来街者には参加店舗で使える商品券を贈り、中心市街地への来街を促す。</p> <p>特別賞：市民による投票とは別に、専門家による審査を行い、デザイン的に優れた店舗に対して審査員特別賞を設け、1店舗を表彰する。</p> <p>その他：コンテスト参加店舗へ個別の順位や投票者のコメント等を通知する。</p> <p>また、審査員特別賞の最終審査に残った4店舗について専門家による審査結果も通知し、今後の店舗運営の参考としていただく。</p> <p>ビジュアルマーチャンダイジングワークショップ実行委員会について</p> <p>事務局：浜松市商業政策課</p> <p>事務局の役割：参加店舗募集、講習会の開催、コンテストの告知、投票結果集計、表彰、結果の周知、事業検証</p> <p>実行委員会予算額：平成19年度1,951千円、平成20年度1,950千円(予定)</p>		
事業の性格分類	実施根拠(法令、条例等)	新市建設計画事業 ワークショップ提案事業
義務的事業 任意的事業		
事業運営方法		
直営 一部委託 全部委託 補助等		

		H17年度決算	H18年度決算	H19年度最終予算	H20年度当初予算	H21年度計画額	H22年度計画額	前期4年間計
財源内訳	事業費(千円)	7,000	3,000	500	1,800			
	国庫支出金							
	県支出金							
	市債							
	受益者負担分(使用料等)							
	その他							
	一般財源	7,000	3,000	500	1,800			
内訳	人件費	1,600	1,600	800	1,600			
	人工	0.2	0.2	0.1	0.2			
	単価	8,000	8,000	8,000	8,000			
計	年間経費	8,600	4,600	1,300	3,400			
	受益者負担率	0	0	0	0			

性質別内訳		扶助費	公債費	物件費	維持補修	補助費等	積立金	投資及び出資金	貸付金	繰出金	投資的経費	公営企業
平成18	1,600					3,000						
19	800					500						
20	1,600					1,800						

定量評価							
指標1		単位	H18年度	H19年度	H20年度	H21年度	H22年度
ホワイトディスプレイコンテスト参加店舗数	目標	店		100	110	120	130
	実績	店		106			
年間経費(事業費・人件費の合計)		千円	4,600	1,300	3,400		
単位当たり経費		千円/単位	#DIV/0!	12	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
単位当たり経費変動率		%		#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!

指標2		単位	H18年度	H19年度	H20年度	H21年度	H22年度
ホワイトディスプレイコンテスト投票者数	目標	人		800	1,000	1,200	1,300
	実績	人		762			
年間経費(事業費・人件費の合計)		千円	4,600	1,300	3,400		
単位当たり経費		千円/単位	#DIV/0!	2	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
単位当たり経費変動率		%		#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!

定性評価		
過年度の実施内容		
<p>平成14年度に市と商業関係団体等でビジュアルマーチャンダイジングワークショップ実行委員会を組織するとともに、実行委員会が主体となってディスプレイの重要性についてディスカッションするシンポジウムを開催し、ビジュアルマーチャンダイジングワークショップ開催の必要性を検証した。シンポジウムを受けて、平成15年度から17年度まで、空間デザイナーの指導のもと、参加店舗の商品を題材に、ワークショップ形式で参加者がディスプレイの手法を学び、成果作品をギャラリーモールに設置した仮想店舗において展示公開する形式でビジュアルマーチャンダイジングワークショップを実施した。</p> <p>しかし、参加者が学生主体であること、成果作品が仮想店舗で発表されるためワークショップの成果が十分個店で活かされていない等の問題点から、平成18年度は、これまでの事業検証と今後の事業の方向性を検討するため、市、商業者、静岡文化芸術大学(教官及び学生)、タウン情報誌編集者等からなる懇談会を開催するとともに、その成果をシンポジウムで発表した。</p> <p>平成19年度から、事業検証の中で提案された事業であるディスプレイコンテストを中心市街地において開催している。</p>		
事前評価	必要性	(分析・理由)
	A	<p>A 高い</p> <p>B ↑</p> <p>C ↓</p> <p>D 低い</p> <p>現在弱体化している商店街を活性化することは、地域住民の利便性の確保や、地域コミュニティの育成、地域経済の発展を図るため不可欠と思われる。</p>
事前評価	行政関与の妥当性	(分析・理由)
	A	<p>A 高い</p> <p>B ↑</p> <p>C ↓</p> <p>D 低い</p> <p>地域商業の振興を目的として、個店のスキルアップを図ることは、豊かな市民生活の実現に寄与するものであり、行政が行うことが妥当である。</p>
事後評価	有効性	(分析・理由)
	A	<p>A 非常に有効</p> <p>B やや有効</p> <p>C あまり有効でない</p> <p>D 有効でない</p> <p>コンテストを開催することにより、各個店がディスプレイに創意工夫するなど中心市街地の商店街が華やかな雰囲気になり、また、参加店舗マップを作成することで、多くの市民に店舗の紹介をすることが出来、商業者の意識改革と商店街の振興が図られた。</p>
事後評価	効率性	(分析・理由)
	D	<p>A 単位当たり経費が前年比マイナス</p> <p>B 単位当たり経費が前年とほぼ同じ</p> <p>C 単位当たり経費が前年比プラス</p> <p>D 評価できない</p> <p>平成19年度からコンテストを実施しているため、評価できない。</p>
今後の事業展開		
規模		
現状	<p>拡大・充実</p> <p>現状のまま継続</p> <p>縮小</p> <p>廃止</p>	(分析・理由)
魅力的な個店や商店街の育成を図るため、商業者のディスプレイ等に対する意識の向上と、一体感のある商店街づくりを推進する。		
具体的な改善内容・事業の方向性等		
<p>より多くの市民や個店に関心を持ってもらえるよう、PR方法を見直すとともに、入賞した店舗のディスプレイを多くの方が見られるよう、入賞店舗の発表時期を検討したい。</p> <p>(問題意識) 平成19年度は、入賞店舗3店舗と審査員特別賞1店舗を表彰したが、入賞店舗も含めて参加店舗に対してディスプレイに対する診断、評価等は行わなかった。今後は、ファッション性の高い町並みの実現を目指して、静岡文化芸術大学や専門家等の協力を得ながら、参加店舗が本事業に参加することにより今後のディスプレイに活かすことが出来る内容に改めていく必要がある。</p> <p>(想定意見) 市の実施が適当だが改善を要するもの</p>		
(備考) 事業に対する市民・市民活動団体・事業者・議会からの指摘		