

# 施策 15 環境変化に対応した商店街振興

主管部長(課) 地域振興部長(経済課)  
 関係部長(課) 福祉部長(福祉課)

1 施策が目指す江東区の姿	
<p>特色あるまちづくりの中心となる、魅力ある商店街が形成されています。</p>	

2 施策を実現するための取り組み	
<p>利用しやすい商店街の拡充</p>	<p>商店街が取り組む空き店舗の有効利用や、独自サービスに対する支援を充実させ、楽しんで買い物ができる快適な商店街を目指します。</p>
<p>商店街イメージの改革</p>	<p>シンボルマーク・キャッチフレーズの策定や、特色ある外観の創出など商店街が行うPRに対し、積極的な支援を行います。</p>

3 - 1 施策に影響を及ぼす環境変化(法改正・規制緩和・社会状況等)	
<p>5年前から現在まで</p>	<p>今後5年間の予測(このままだとどうなるか)</p>
<p>大型店等の影響や、集客の核となる店舗及び後継者の不足など、一連の問題が複合的に商店街を疲弊させ、店舗の廃業や休業につながり、空き店舗が増加し活気が失われつつある。一方で、平成21年に地域商店街活性化法が施行され、地域コミュニティの担い手としての役割が期待されている。</p>	<p>会員数の減少や役員の高齢化とともに、商店街数の減少傾向が続き、商店街機能を維持することや、地域コミュニティの担い手として、まちの賑わいの創出や地域ぐるみの安全・安心への取組み等の機能を備えることが困難となる。</p>

3 - 2 施策に関する区民要望・ニーズの変化	
<p>5年前から現在まで</p>	<p>今後5年間の予測(このままだとどうなるか)</p>
<p>大型店等の利用が増える一方で、以前のような商店街の賑わいの復活を求める声大きい。地域からは、従来の機能に加え安全・安心、子育て、エコ活動およびまちづくりへの寄与や住民交流のためのスペースの提供など、商店街に対するニーズは多様化している。</p>	<p>廃業・休業する店舗の増加により、商店街では業種構成が不足し、身近な商品・サービスの提供が限定され、高齢者を中心に、近隣住民の徒歩による買い物の場が減少する。また、商店街の組織力低下により、多様化する区民や時代のニーズに応えることが困難となる。</p>

3 - 3 国・都などの方針・基準等に基づき実施するため区の権限が限定的な事業	
<p> </p>	

4 施策実現に関する指標		単位	現状値 21年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	目標値 26年度	指標 担当課
54	1週間のうち、商店街を利用した買い物の日数	日	2.0	2.1					3.5	経済課
55	賑わいが増したと回答した商店街の割合	%	11.1						20	経済課
56	魅力ある商店街が身近にあると思う区民の割合	%	39.2	41.8					50	経済課

5 施策コストの状況				
	22年度予算	22年度決算(速報値)	23年度予算	24年度予算
トータルコスト	240,095千円	170,286千円	215,620千円	
事業費	194,582千円	128,404千円	169,795千円	
人件費	45,513千円	41,882千円	45,825千円	

6 一次評価 主管部長による評価	
<b>(1) 施策における現状と課題</b>	
<p>消費者ニーズの多様化や大型店舗の出店、他業態小売業との競争激化、インターネット等による商取引の増加などの環境の変化に加え、個店経営者の高齢化、後継者難による基礎体力の低下など、商店街をとりまく状況は非常に厳しいものとなり、廃業等による空き店舗も目立っている。さらに、新規出店では、チェーン店など商店街組織に加入しない店舗も増えている。商店街組織を維持していくためには、個店の商店街組織加入促進や、商店街連合会への支援を強化し、組織の安定化を図る必要がある。また、商店街は、身近な商品・サービスを提供するだけでなく、まちの賑わいを創り出し、生活にうるおいと豊かさを提供するコミュニティの核としての役割を担うことも期待されている。多様化する区民や時代のニーズに応えることのできる機能を商店街が備えるためにも、様々な角度から商店街を支援していかなければならない。</p>	
<b>(2) 今後5年間の施策の取り組みの方向性</b>	
<p>個人商店ならではの、大型店舗にはない個性的な品揃えや、消費者ひとり一人に合わせた細やかなサービスの提供ができる商店の創出を支援する。空き店舗の積極活用により、やさしいおもてなしなど特徴ある商店街の実現を目指す。商店会が自ら企画し実施するイベント事業への助成や、商店街連合会が行う区内共通商品券発行事業を補助することにより、地域に根ざした商店街機能の活性化を図る。商店街が設置している装飾灯及びアーケードの補修等に係る費用や電気料金の一部を補助することにより、道路交通の安全、犯罪の防止及び都市美化を図り商店街振興に寄与する。商店街が設置している装飾灯のLED化に係る費用を補助することにより、地球にやさしい環境対応型商店街への移行を推進し、環境に配慮する商店街をアピールすることにより一層の集客を図る。</p>	

**1 施策が目指す江東区の姿**

消費者情報の適切な発信や相談体制の充実により、安心できる消費者生活が実現しています。

**2 施策を実現するための取り組み**

消費者情報の提供の充実	将来の消費者である高校生や中学生についても総合学習等の時間等を活用し消費者教育を行います。また、安全な消費生活を送れるよう区のホームページ等を通じてタイムリーな消費者情報を発信します。
消費者保護体制の充実	日々複雑多様化する区民からの相談に適宜適切な解決策の提示を行います。また、困難な事案に対しては、関係機関と協力して対応し、迅速な解決を図ります。

**3 - 1 施策に影響を及ぼす環境変化(法改正・規制緩和・社会状況等)**

5年前から現在まで	今後5年間の予測(このままだとどうなるか)
<ul style="list-style-type: none"> <li>平成18年5月31日改正消費者契約法(消費者団体訴訟制度)が成立、19年6月7日施行</li> <li>平成18年12月6日改正消費生活用製品安全法(製品に係る事故情報の報告・公表制度)が成立、平成19年5月14日施行</li> <li>平成18年12月20日改正貸金業規制法、出資法、利息制限法公布</li> <li>平成19年7月1日東京都消費生活条例及び施行規則の一部改正施行</li> <li>平成19年9月30日改正金融商品取引法施行</li> <li>平成19年11月21日消費生活用製品安全法の一部を改正する法律公布、平成21年4月1日施行、長期使用製品安全点検・表示制度の開始</li> <li>平成19年12月割賦販売法の制度整備及び企業・業界の自主的取組を促す方策について、産業構造審議会割賦販売分科会基本問題小委員会報告書が出され、第169回通常国会において改正法律案が成立、平成20年6月18日公布</li> <li>平成20年12月1日改正特定商取引法の電子メール広告規制(オプトイン規制)施行</li> <li>平成21年5月29日参議院において消費者庁関連3法案が成立、同年9月1日消費者庁創設</li> <li>改正貸金業法(総量規制)平成22年6月18日完全施行</li> </ul>	<p>消費者庁の創設等消費者行政の体系が大きく変化したことに伴い、悪質商法に対する被害拡大防止や未然防止に向けた取組み、食の安心・安全に対する対策等消費者行政に関わってくる様々な事案に消費者の関心が高まっていく。一方、悪質商法の手口も更に巧妙かつ複雑化していくと考えられるので、関連法の整備や厳正な執行が求められる。</p> <p>また東日本大震災により被害を受けた原子力発電所の事故に伴う放射能汚染による農作物、畜産物、海産物等への影響や、消費者の不安心理から派生する風評被害が起こることも懸念される。流通や販売に関する規制や食に適した基準値等を消費者に分かりやすい形で示した法の策定や整備が求められる。</p>

**3 - 2 施策に関する区民要望・ニーズの変化**

5年前から現在まで	今後5年間の予測(このままだとどうなるか)
<p>・製品や食品に対するリスク・事故等に対し消費者の不安要素が高まっているなか、被害の拡大防止、風評被害の防止等のため、安全対策や問題解決へ向けた迅速で適切な情報提供や助言・指導が求められている。・高齢者や若者を対象とした悪質商法に対する未然防止のための取組みや被害者の相談に対する迅速で的確な助言、解決が求められる。</p>	<p>身の回りの製品や食品の安全性、個人情報の不正使用、消費者被害の発生・拡大等、消費者を取り巻く社会環境に対する不安要素が増大していく。特に、食の安心・安全に関する風評被害は様々な事象から発生・拡大していくと考えられる。また、消費者心理を利用した悪質かつ巧妙な手口が増加し、高齢者・若者対象の被害がさらに増えると考えられる。</p>

**3 - 3 国・都などの方針・基準等に基づき実施するため区の権限が限定的な事業**

<p>（この欄は空欄です）</p>
-------------------

4 施策実現に関する指標		単位	現状値 21年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	目標値 26年度	指標 担当課
57	消費者相談窓口を知っている区民の割合	%	35.0	34.0					65	経済課
58	消費者相談の解決割合	%	13.26 (20年度)	12.8					20	経済課

5 施策コストの状況				
	22年度予算	22年度決算(速報値)	23年度予算	24年度予算
トータルコスト	63,900千円	58,657千円	77,191千円	
事業費	27,925千円	25,386千円	39,855千円	
人件費	35,975千円	33,271千円	37,336千円	

6 一次評価 主管部長による評価	
(1) 施策における現状と課題	
<p>食の安心・安全という事項に対する消費者の信頼を揺るがす事件や、生活の基をなす財産を狙う悪質商法の横行等、消費者の不安要素を増大させる事象に対しては報道等を通じて消費者の関心が高まっていくものの、消費者相談窓口の存在や役割・機能等が多くの区民に認知されていないという現状は否めない。また、若者や高齢者に見られるケースとして、実際に消費者被害に遭遇してしまった際に自分の家族や周辺の人々に知られることを懸念して、消費者相談窓口を認知しているにも関わらず、自己責任で対処しようとして相談窓口を利用しないために更なる被害拡大に繋がるケースが少なくない。</p>	
(2) 今後5年間の施策の取り組みの方向性	
<p>区民に向けて、消費者相談窓口を周知することのみならず、消費者センター事業の役割や機能を浸透させるため、消費者展や生鮮食品学習事業、消費者講座事業を開催して参加、来場等した人に対するPR活動と、区ホームページや広報紙を活用して幅広く情報発信することで、積極的な周知活動を行い消費者センターの認知を図ることに努める。東日本大震災に伴う放射能汚染の食に対する風評被害の拡大や、その他食に関連した事故から生じた、食の安全・安心に対する不安感の払拭や、悪質商法の横行による被害拡大や未然防止のために、国や他行政機関との連携を密にして、迅速で正確な情報提供に努めるとともに、相談員と共に積極的に高齢者施設等へ出向いて、区民や関係職員に対して消費者教育の啓発活動を充実させていくことに努める。複雑化・多様化する消費生活相談に対し迅速かつ適切な解決方法を提示するために、必要な専門知識・技能の取得や向上とともに他都道府県の相談員等と職場における現状や相談対応等様々な情報交換や交流が可能である研修等への参加を積極的に行うことで、消費生活相談員の資質向上を図る。</p>	

# 外部評価シート

施策番号	15	施策名	環境変化に対応した商店街振興
担当班	2	委員名	

施策の目標に対して、成果は上がっているか

--

区民ニーズ・社会状況に対応した取り組みを展開しているか

--

区民との協働、国・都・民間団体等との役割分担は適切か

--

施策の総合評価(今後の方向性)

--

その他 (改善点等)	
---------------	--

# 外部評価シート

施策番号	16	施策名	安心できる消費者生活の実現
担当班	2	委員名	

施策の目標に対して、成果は上がっているか

--

区民ニーズ・社会状況に対応した取り組みを展開しているか

--

区民との協働、国・都・民間団体等との役割分担は適切か

--

施策の総合評価(今後の方向性)

--

その他 (改善点等)	
---------------	--