

# 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

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。

## 2 施策を実現するための取り組み

### ①利用しやすい商店街の拡充

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。

### ②商店街イメージの改革

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。

## 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)
<p>大型店の進出またはインターネット販売などによる購買機会の多様化による影響に併せて、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

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>コンビニエンスストア等の品ぞろえの多様化やネット販売の普及で、買い物のあり方が変化している一方で、以前のような商店街の賑わいの復活を求める声もある。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のほか、少子高齢化に備えた街としての機能強化など、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>（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
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	2.1	1.9			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	14.8		15.1			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	40.2	39.2			50	経済課

5 施策コストの状況				
	24年度予算	24年度決算(速報値)	25年度予算	26年度予算
トータルコスト	193,041千円	147,328千円	180,678千円	0千円
事業費	148,755千円	106,160千円	136,154千円	
人件費	44,286千円	41,168千円	44,524千円	

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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>◆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。</p> <p>◆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。</p> <p>◆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。</p> <p>◆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> <p>◆産業実態調査により得た商店街を取り巻く環境等の基礎資料や、繁盛している各商店街が取り組んでいる事業や個店の活性化策などを基に、区民および商店街のニーズを踏まえたきめ細かな支援策等、魅力ある商店街の形成に向けた新たな施策を推進する。</p>	

## 行政評価(二次評価)結果への取り組み状況

### 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)

#### 行政評価(二次評価)結果

##### 【平成23年度】

・区内商店街のニーズを十分に把握し、商店街支援の目的・スタンスを明確にした上で、商店街活性化に向けた新たな施策展開を検討する。【地域振興部】

##### 【平成24年度】

・区内商店街が求めるニーズ等の情報が不足しているため、事業展開の基礎となるような情報の収集を行う。その上で、区内商店街のニーズを十分に把握し、商店街支援の目的・スタンスを明確にして、商店街活性化に向けた新たな施策展開を検討する。【地域振興部】

・観光事業と連携した商店街の活性化方策について検討する。【地域振興部】

これまでの取り組み状況		
① 商店街活性化に向けた新たな施策展開の検討について		
取 り 組 み	各商店街の特徴を生かした支援策の検討に向け、繁盛している商店街や個店を調査するとともに、平成25年度には、商店街を取り巻く環境等および消費者ニーズを把握するため産業実態調査を実施している。	
	【新たな取り組みを行った事業】	【見直した事業】
	産業実態調査事業	
② 観光事業と連携した商店街活性化方策の検討について		
取 り 組 み	観光事業を活用した商店街活性化方策検討のため、亀戸梅屋敷および旧中川川の駅オープニングイベントへの商店街参加や青森県むつ市が本区香取大門通り会と連携して実施している観光イベントへの協力にあわせ、近隣区の観光事業を活用した活性化策を調査している。	
	【新たな取り組みを行った事業】	【見直した事業】
③		
取 り 組 み		
	【新たな取り組みを行った事業】	【見直した事業】
④		
取 り 組 み		
	【新たな取り組みを行った事業】	【見直した事業】
⑤		
取 り 組 み		
	【新たな取り組みを行った事業】	【見直した事業】
⑥		
取 り 組 み		
	【新たな取り組みを行った事業】	【見直した事業】

**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**

①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。
②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20年12月 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 消費者庁関連3法が成立、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月完全施行</li> <li>平成23年9月 金融商品取引法改正</li> <li>平成23年10月 宅地建物取引業法施行規則改正(悪質勧誘禁止)</li> <li>平成24年8月 特定商取引法改正(訪問購入の追加)</li> <li>平成24年8月 消費者教育の推進に関する法律公布</li> <li>平成24年8月 消費者安全法改正(消費者安全調査委員会の設置)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>悪質商法の手口は年々巧妙かつ複雑化していくので、関連法の整備や厳正な執行による対応が追い付いていかない。</li> <li>通信網の発達や情報通信機器の利便性向上及び小型化等により端末機器等の普及が拡大することに伴い、金融経済知識や社会的経験に乏しい学生や未成年等の若者を狙う悪質商法が巧妙かつ多様化し消費者被害が増加していく。</li> <li>高齢者の増加に伴い、高齢者を狙う悪質商法が巧妙かつ多様化して消費者被害が増加していく。</li> <li>食と放射能の問題により、今後も食物に対する消費者の不安心理や不信感が継続する。</li> </ul>

**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)
<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>身の回りの製品や食品の安全性、個人情報不正使用、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。</li> <li>食の安全・安心に対する取組や動向に対する消費者の関心は高く正確で迅速な情報の提供が求められる。</li> <li>消費者心理を利用した悪質かつ巧妙な手口が増加し、高齢者や若者など特定の世代を対象とした被害がさらに増えると考えられる。</li> </ul>

**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**

Content for 3-3 is empty in the image
---------------------------------------

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	32.7	33.8			65	経済課
58	消費者相談の解決割合	%	13.26 (20年度)	12.8	11.3	13.4			20	経済課

5 施策コストの状況				
	24年度予算	24年度決算(速報値)	25年度予算	26年度予算
トータルコスト	62,918千円	59,748千円	54,915千円	0千円
事業費	26,800千円	26,044千円	28,325千円	
人件費	36,118千円	33,704千円	26,590千円	

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
生活基盤の一つである食に対する消費者の信頼を揺るがす事件や、個人の財産を狙った悪質商法の横行等、消費者の不安要素を増大させる事象に対しては報道等にも取り上げられる中、消費者の関心が高まっている。そのような中、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、若者や高齢者など特定の世代を対象とした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、自己責任で対処した結果、更なる被害拡大に繋がるケースが少なくない。
(2) 今後5年間の施策の取り組みの方向性
◆区民に対する消費者情報の迅速で的確な提供の実現を図るために、消費者向けのホームページを作成しタイムリーで正しい情報発信を行うとともに、相談案件が多い事例の紹介や被害の未然防止に向けた対処法の紹介を行っていく。また、国や都道府県が発信している消費者事故等の情報も区民に向けて発信していく。
◆区民が消費者センターや相談窓口を容易に活用できるために、相談事例や相談方法等を明確で分かりやすく紹介した広報紙を年1回作成し、江東区報とともに全戸配布を行うことで消費者行政の浸透を図り、その上でタイムリーな話題を発信していくために区報への定期的なコラム等の掲載を行っていく。
◆消費者センターの周知と相談窓口利用活性化を図るべく、ホームページ作成や広報紙での周知と併せて、若年層や高齢層などの世代別に特化した消費者問題や相談事例、出前講座事業の宣伝等を紹介するガイドブック的役割を担う冊子を作成し、教育施設や高齢者施設等に配備する。
◆食と放射能の問題等から端を発した、食の安全・安心に対する不安から信頼を確保するための取り組みや、悪質商法の横行による被害拡大防止や未然防止のための活動を強化するために、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。
◆消費者教育の推進に関する法律の公布を受け、各世代を対象とした金融教育や消費者教育に積極的に取り組んでいく。主として、消費生活相談員と共に各施設等へ出向き、各世代にそれぞれ特化した消費者被害事例を報告し、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や、区関係機関との連携構築を図り、消費者被害の未然防止・拡大防止に努める。
◆複雑化・多様化する消費者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・技能の取得を向上させるとともに他都道府県の相談員等と積極的な情報交換及び交流ができる研修に参加することにより、消費者相談員の資質向上に繋げていく。

## 行政評価(二次評価)結果への取り組み状況

### 施策 16 安心できる消費者生活の実現

主管部長(課) 地域振興部長(経済課)

#### 行政評価(二次評価)結果

##### 【平成23年度】

- ・消費者情報の発信については、正確かつ迅速な媒体・内容を十分検討し、取り組む。【地域振興部】
- ・消費者相談体制に関する啓発に引き続き取り組むとともに、関係機関との連携を強化し、常に区民へ適切な解決策を提示できるよう努める。【地域振興部】
- ・課題に的確に対応し、効果的な事業展開を図るため、現行事業の内容・規模・体制の精査に取り組む。【地域振興部】

##### 【平成24年度】

- ・消費者相談体制に関する啓発に引き続き取り組むとともに、関係機関との連携を強化し、常に区民へ適切な解決策を提示できるよう努める。【地域振興部】
- ・消費者情報の提供については、各事業の必要性・有効性について検討する。【地域振興部】
- ・講座事業については、他部署との連携を図り講座内容に重複のないよう取り組む。【地域振興部】

これまでの取り組み状況		
① 消費者情報の発信に際した的確な方法の検討に対する取組について		
取 り 組 み	消費者向けホームページを作成し迅速で正確な情報発信を行うとともに、広報紙の作成を年1回とし、配布方法を区報との併配による全戸配布に改める。また、世代別にガイド誌を作成し教育部門や高齢者福祉部門の関係施設への配備を実施する。	
	【新たな取り組みを行った事業】	【見直した事業】
	消費者情報提供事業	
② 消費者相談体制の周知啓発に対する取組と、連携強化による区民への適切な回答提示について		
取 り 組 み	周知啓発のための相談員の積極的派遣による出前講座の充実化を図り、高齢者施設や学校に対する講座開催の打診を積極的に行っていく。また、消費者問題に造詣の深い弁護士と連携し、複雑多岐な相談案件に対する助言を得る体制を構築した上で、適切な相談解決提示を図っていく。	
	【新たな取り組みを行った事業】	【見直した事業】
	消費者相談事業	
③ 効果的事業展開を図るための現行事業に対する取組について		
取 り 組 み	消費者情報の提供の在り方を精査し、効果的な発信への取り組み強化に努めるほか、消費者教育に効果的な出前講座の充実化を図る等、消費者行政に対する周知に重点を置いた施策を積極的に展開していく。	
	【新たな取り組みを行った事業】	【見直した事業】
	消費者情報提供事業	
④ 独自性を持つ内容を重視した講座事業への取組について		
取 り 組 み	各世代に特化した消費者問題を取り上げ、ターゲットとする世代を明確にするとともに、土曜日や夜間など参加が容易な環境整備を行うとともに、回数を削減して質の向上を図る。	
	【新たな取り組みを行った事業】	【見直した事業】
		消費者講座事業
⑤		
取 り 組 み		
	【新たな取り組みを行った事業】	【見直した事業】
⑥		
取 り 組 み		
	【新たな取り組みを行った事業】	【見直した事業】