

# 重点プロジェクト評価シート

## 【施策の概要】

登録者(課長)名 [1] 企画政策課長 柴原洋

施策名 [3]		施策の目標 [8]		主管課(関係課) [2]		
西東京ブランド発進プロジェクト		西東京ブランドを確立します。		企画政策課(産業振興課、社会教育課)		
概要	施策のコンセプト [33]		評価の視点 [34]		説明	
	「豊かで活気あるまち」をめざして、西東京市民が誇りをもてる良好・良質な都市イメージを醸成します。		ひと	・起業・創業を行う人を西東京固有の人的資源(ブランド)と位置付けて支援します。		
			もの	・市民や企業・団体と協働で名産品・特産品(ブランド)を創出し、展開していきます。		
			こと	・市民活動や市民イベントを西東京市の独自性(ブランド)と位置づけてまちの魅力向上を推進します。		
			市民意識調査の満足度・重要度の領域	・「自然や観光資源などによるまちの魅力の向上」を本プロジェクトの市民意識の領域とします。		
留意すべき点(都などの制度の変化・その他制約条件・社会環境の変化) [9]						
・総務省は、それぞれの地域で様々な主体が協働・連携して地域資源を最大限活用し、地域力を高めるための多様な取組を展開できるよう支援するものとして、「緑の分権改革」等の取組を推進しています。						

## 【施策の成果】

						年度	19	20	21	22	23	24
成果指標 [12]	指標 1	事業名	市民意識調査	指標名	西東京市に愛着を感じている市民の割合	実績値	65.1%	65.1%	65.1%	68.1%		
		説明	・市民や企業・団体等と協働でブランドを作り、西東京ブランドとして展開して市のイメージアップ効果により、結果として西東京市に愛着を感じている市民の方々の割合が増加することを目指します。									
	指標 2	事業名	産学公の連携についての調査・研究	指標名	「西東京ブランド」の数	実績値	0件	0件	0件			
		説明	・市民や企業・団体等と協働でブランドを作り、西東京ブランドとして展開していきます。キャラクターや商品づくりなどを通じた地域ブランド化を進めていきます。									
指標 3	事業名	21世紀商業リーダーの育成	指標名	チャレンジショップ事業により起業した件数(活1-1で再掲)	実績値	2件	2件	4件				
	説明	西東京市の商業をリードする商業者を育成するとともに創業支援・経営革新相談センターを活用した起業家などに対して、開業の場を提供することによって商店街の空き店舗などをなくし、魅力ある商店街づくりを支援していきます(平成19年度からの累計)。										
指標 4	事業名	創業支援・経営革新相談センターの運営	指標名	創業支援・経営革新相談センターで相談に応じ、創業した件数(活1-1、1-2で再掲)	実績値	11件	12件	15件				
	説明	市民のニーズに沿った創業支援・経営革新相談センターの運営を行うことで、相談件数は増加していくと考えられます。また、今後退職後の生きがいとして起業へのニーズがさらに高まるものと考えられます。相談を受け創業にいたった件数の増加は、西東京創業支援・経営革新相談センターにおいて適切な情報提供やアドバイスがあったといえます。										

## 【市民意見】 [13]

平成19年度		平成22年度		平成24年度	
満足度(%)	6.5%	満足度(%)	14.1%	満足度(%)	
満足度(平均ポイント)	-0.20	満足度(平均ポイント)	-0.33	満足度(平均ポイント)	
重要度(%)	36.1%	重要度(%)	67.3%	重要度(%)	
重要度(平均ポイント)	0.07	重要度(平均ポイント)	0.91	重要度(平均ポイント)	

各年次の市民意識調査で、本プロジェクトの市民意識調査の領域の「満足、やや満足」「重要、やや重要」の合計値として算出しています。

【一次評価】

検証項目	施策の成果と課題	施策成果の目標達成状況【14】 まだ未達成 <input type="checkbox"/> ほぼ達成 <input type="checkbox"/> 目標を大きく上回る	
		意識調査での満足度【15】 平均を下回る <input type="checkbox"/> ほぼ平均 <input type="checkbox"/> 平均を上回る	
施策の成果と課題（取組成果や目標達成に向けた課題、成果向上・コスト削減策等）【16】		・「ひと」に関しては、認定農業者への支援や援農ボランティアの育成に取り組んできたほか、起業家への支援のために実施している創業支援に経営革新相談機能を加えて拡充を図るとともに、相談1件当たりの費用対効果を高めるため、平成22年度から予約制を導入しました。今後は、新たな取組みの成果を検証し、より一層充実させることが課題です。 ・「もの」に関しては、多摩地域一の生産量があるキャベツなど代表的な農作物はあるものの、ブランド化には至っていないのが現状です。また、農産物キャラクターとしてめぐみちゃんを作成し、農業振興のために活用していますが、活用分野が限られている点が課題です。今後は、これまで実現できなかった市内のアニメ産業との連携により、西東京ブランドの構築やまちの魅力の向上を図る必要があります。 ・「こと」に関しては、いこいの森公園を会場として開催される市民まつりには毎年10万人を超える参加者が集まるなど、市を代表するイベントとして定着しています。今後は、隣接する東大生態調和農学機構についても地区計画を活用することで、さらに魅力的なまちづくりを進めていく必要があります。	
検証項目	今後の方針	施策の重要性の変化【17】 <input type="checkbox"/> 弱くなっている 以前と同程度 <input type="checkbox"/> 強くなっている	
		意識調査での重要度【18】 平均を下回る <input type="checkbox"/> ほぼ平均 <input type="checkbox"/> 平均を上回る	
今後の方針（具体的な事業群や事務事業を示しながら）【19】		・「ひと」に関しては、起業家支援策としての創業支援・経営革新相談センターにおける予約制の導入等の新たな取組みの成果を検証し、さらなる事業の効率化を図るとともに、今後の事業展開に反映していきます。 ・「もの」に関しては、農産物キャラクターのめぐみちゃんをイベント等でさらに積極的に活用し、市内にアピールするとともに、農産物の包装等にも活用することで、西東京市産農産物のブランド化を図ります。また、新市誕生10周年記念事業において、アニメ産業との連携により市のキャラクターを新たに作成し、市のイメージアップや地域振興に活用していきます。 ・「こと」に関しては、東大生態調和農学機構の再整備に当たって地区計画を策定するため、大学や関係機関との協議を進めるとともに、農業・農地を活かしたまちづくり事業を活用することで、さらなる魅力の増加を図ります。	
総合評価	施策内容の方向性【20】	<input type="checkbox"/> 拡充      現状維持 <input type="checkbox"/> 絞込み	
	施策実施コストの方向性【21】	重点化 <input type="checkbox"/> 現状維持 <input type="checkbox"/> 効率化	
	施策実施方針【22】	必要な場合はコストをかけて成果を維持すべき施策領域	

【一次評価後の事情変更等】

説明【23】	なし
--------	----

【行革本部評価】

総合評価	施策内容の方向性【20】	<input type="checkbox"/> 拡充      現状維持 <input type="checkbox"/> 絞込み
	施策実施コストの方向性【21】	<input type="checkbox"/> 重点化      現状維持 <input type="checkbox"/> 効率化
	判断理由等【24】	市民意識調査では、後期基本計画策定の際に実施した前回調査（平成19年度）と比較して、西東京市に愛着を感じている市民の割合は増加しているものの、まだまだ改善の余地はあります。また、起業・創業支援やまちの魅力創造といった分野で、市民の「将来における重要度」意識の大幅な上昇が確認されていることから、拡充を図っていくべき分野であると考えます。 しかしながら、ブランドの創出・展開は、コストさえ投下すれば即座に効果が得られるというものではなく、戦略的な取組みが必要なことから、当面は施策の内容・実施コストともに現状維持とし、産業振興マスタープランを策定する中で、中長期的な視点から具体的な対応をとりまとめ、計画的に取組みの拡充・重点化を図っていくことが妥当と判断しました
	施策実施方針【22】	コスト、成果ともに現状を維持すべき施策領域