

重点プロジェクト評価シート

登録者(課長)名【1】 企画政策課長 森本 潔

【施策の概要】

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・団体等と協働で名産品・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)と位置付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	
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%	68.1%	68.5%
	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	1件	1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)	実績値	2件	2件	4件	7件	9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)	実績値	11件	12件	18件	9件	7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(%)	13.5%
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)	-0.3
重要度(%)	36.1%	重要度(%)	67.3%	重要度(%)	66.0%
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)	0.89

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】	<input checked="" type="checkbox"/> 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】	<input checked="" type="checkbox"/> 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】		<p>◇「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・創業を目指す人を支援するため、従来の事業の検証を行い、課題・問題点の改善に努めるとともに、平成23年度に創業融資あっせん制度を創設するなど新たな制度構築を行い、環境整備を図っています。</p> <p>◇「もの」に関しては、平成23年度にスタートした産業振興マスタープラン等に基づき、中長期的な視点に立って事業展開を検討することが必要です。また、西東京市誕生10周年記念事業のシンボル事業として制作した「いこいな」を通じて、西東京市の存在やイメージを広く内外にアピールするとともに、地域振興に活用していくことが必要です。</p> <p>◇「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。また、まちの魅力の向上を推進するために、東京都の文化財ウイークに併せ、下野谷遺跡公園における「縄文の森の秋まつり」や、市内の指定文化財などを探訪する「文化財めぐり」、さらに、屋敷林内の「民具展示」など、文化財等を活用した事業を行っています。今後は年間を通した、歴史・文化財を活かした事業展開が望まれます。</p>			
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	<input checked="" type="checkbox"/> 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】	<input checked="" type="checkbox"/> 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】		<p>◇「ひと」に関しては、起業・創業について西東京創業支援・経営革新相談センターをより一層有効活用すべく、西東京商工会とも意見交換を行いながら改善を図るとともに、同センターを拠点としながらチャレンジショップ事業や創業資金融資あっせん制度など、起業・創業に効果の高い事業をパッケージとして周知を行うなど、効果的な事業展開に取り組んでいきます。</p> <p>◇「もの」に関しては、産業振興マスタープランアクションプランに基づく事業に着実に取り組むことで、実効性の高い事業を優先して実施するとともに、行政と大手事業者の懇談会や一店逸品事業(既存の商店や事業所の持つ優れた商品やサービスの認知度の向上を図る事業及び市内産農産物を活用したその店ならではのメニューを作る事業)など、農商工や産学公の連携にも取り組んでいきます。さらに、西東京市マスコットキャラクター「いこいな」については、市の公式キャラクターとして活用することで、市のイメージアップや地域振興を図っていきます。</p> <p>◇「こと」に関しては、西東京市の魅力を感じてもらうために、遺跡からの出土品や指定文化財等の出張展示や歴史・文化財に係る講座など、文化財等を活用した事業を増やしていきます。</p>			
総合評価	施策内容の方向性【20】	<input type="checkbox"/> 拡充 <input checked="" type="checkbox"/> 現状維持 <input type="checkbox"/> 絞込み			
	施策実施コストの方向性【21】	<input checked="" type="checkbox"/> 重点化 <input type="checkbox"/> 現状維持 <input type="checkbox"/> 効率化			
	施策実施方針【22】	IV	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】	
--------	--

【行革本部評価】

総合評価	施策内容の方向性【20】	<input type="checkbox"/> 拡充 <input checked="" type="checkbox"/> 現状維持 <input type="checkbox"/> 絞込み			
	施策実施コストの方向性【21】	<input checked="" type="checkbox"/> 重点化 <input type="checkbox"/> 現状維持 <input type="checkbox"/> 効率化			
	判断理由等【24】	<p>市民意識調査では、前回施策評価時(平成22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おり、調査開始時の平成19年度から、着実な伸びを示していますが、改善の余地が残されていると言えます。</p> <p>一方で、産業振興や新産業育成、まちの魅力創造といった分野では、いずれも市民の満足度及び将来における重要度認識が平均を下回っており、後期基本計画策定時点に想定された成果を得ることができていないと言ったことができ、施策成果を高めることを検討する必要があります。</p> <p>このため、産業振興マスタープランに掲げた個々の取組の優先順位付けや事業間連携による相乗効果の発揮なども視野に取組を展開し、その中でさらなるコスト需要が生じた場合には、それについても適切に対応すべきものと判断しました。</p>			
施策実施方針【22】	IV	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			