

## 現行計画の評価について

### 【現行計画の評価の目的】

現行計画の評価の目的は、成果があったポイントや改善点等を把握することで、新しい計画における事業の設定に反映させていくことにある。

### 【現行計画と各事業の実施状況】

現行計画の柱と46の事業を実施（別紙1）

	実施	未実施	廃止
(1) 商業、商店街の振興(19事業)	19	0	0
(2) 工業、生活支援型産業(24事業)	21	3	0
(3) 産業振興推進体制の確立(3事業)	3	0	0

### 【現行計画に対する評価】

現行計画の柱を支える各事業について、実績、実施内容等から区内各担当部署において評価を行った。

	成果のあった点	課題となる点
(1) 商業、商店街の振興		
意欲的な経営者の育成と魅力的な個店づくり	<p>3 みんなで選ぶ名品・名店事業では、平成15年から練馬区にちなんだ商品(ねりコレ)を募集しているが、年々、商品数が増加し、知名度も高まっており、成果があった。</p> <p>4 「るるぶ練馬区」(第1弾6万部、第2弾4万部)や区ホームページの他、観光協会ホームページの開設(アクセス数月平均約6,000件)、練馬区観光協会による各種PR活動によって、練馬区の魅力や観光情報等を効果的にPRすることができ、まち歩き観光の推進および地域経済活性化に寄与している。</p>	<p>1 若手、後継者商人カレッジは、区内の商店街を担う若手店主や商店経営者対象の経営講座などを実施したが、利用実績が少ないことから、後継者研修支援事業(補助金)に移行した。</p> <p>・後継者研修支援事業は、商店街だけでなく中小企業の後継者・経営者の研修として幅広く利用できるが、PRをするも、利用が伸び悩んでおり(実績:平成19年度3件、20年度3件)、今後、事業内容の充実化に向けた検討が必要である。</p>
地域に根ざした商店街づくり	<p>5、6 「にぎわい商店街支援事業」および「いきいき商店街支援事業」を充実化し、快適に買い物を行う環境の整備に努めた結果、商店会における売上げの増加、区内商業の年間販売額の増加に繋がっており、成果があった。</p> <p>・成果があったと思われる事業は、空き店舗を活用した産直販売や、イベントの実施、商店街マップ、シンボルマーク、ホームページ作成への支援などである。</p>	
商店街活動の活性化	<p>12 商店街振興計画策定への支援事業において、商店会自らが計画策定に参加し、事業を実施し、活性化への取り組みをおこなっていることは、評価できる。</p> <p>・「活力ある商店街事業補助金」制度の創設や、東京都「新・元気を出せ!商店街事業費補助金」制度と連携した支援の強化など、組織力強化に向けた取り組みへの支援を充実化した結果、商店会加盟率は平成16年度実績を上回り、年間販売額も目標を達成しており、成果があった。</p>	
快適な商店街づくり	<p>17 商店街等が商店街活性化計画を策定する際、快適な商店街づくりに取り組めるよう、商店街振興の担当部署のほか、必要に応じてまちづくりの担当部署も会議に出席するなど、区内関係部署で連携し、機動的な対応を図ったことは、評価できる点である。</p> <p>18 区内数駅の周辺地区において、まちづくり事業の進展に合わせ、街並み整備と快適な商店街づくりを総合的に推進しており、評価できる点であると考えている。</p>	

(2)工業、生活支援型産業		
経営支援の充実	<p>1 ねりま産業情報「ペがさす」(昭和62年1月発行、年3回、各回8,000部、区内商店会ほか各団体へ配布)は、専門性の高い情報誌として区内事業者に着目しており、各種掲載事業についての問い合わせが増え増加している。アンケートに回答した読者の97%が参考になったと回答しており、成果があったと評価できる。</p> <p>4 産業融資あっせん事業は、経済情勢の変化に対応し、特別融資のメニューが増え、紹介件数(平成19年3,442件、平成20年6,008件)および貸付件数(平成19年3,037件、20年度4,835件)が大幅に増加するとともに、融資実行率も目標を上回っており、成果があったと評価できる。</p> <p>6,7 商工相談・経営指導(相談件数:20年度127件)は、区内中小企業が、売上の改善や資金調達などに不可欠な専門家の指導助言、相談を無料で受けることができることから、中小企業支援として必要性の高い事業であると評価している。</p>	<p>10 ISO認証取得への支援については、中小企業による品質管理や環境に関する国際規格を取得に対する支援を行っているが、認証取得に要する経費が大きく、利用者が年間2~4件と限られている。比較的安い費用で取得できる「エコアクション21」を導入してほしいという要望があり、今後、検討の余地がある。</p>
ネットワークの形成	<p>15 4区合同で企業交流会を実施しており、工業系企業が少ない練馬区(参加企業67社中練馬区事業者は18社)では、他区企業との交流は効率的であり、成果も上がっており、企業の満足度も必要性も高い事業として評価している。</p>	<p>14 異業種交流補助金は、区内中小企業の企業間交流活動に対する補助金であるが、平成4年度に新設以降、平成19年度まで補助金対象は年1団体に限定していた。平成20年度からは、新製品・新技術の開発に事業の目的を明確化し、対象を3団体に拡大したが、製品化や新技術が開発された実績がないことから、今後、制度の充実化を図る必要がある。</p>
新事業創業への支援	<p>18 創業支援は、起業家セミナーを実施し、実際の起業家が、目標値を超えており(平成20年度は12人が創業)、区内の産業活性化のために区民の起業を促進する当事業の必要性は高い事業として評価している。</p> <p>17 コミュニティビジネスは、武蔵大学、経済団体、金融機関などの協力をえながら新しいビジネスモデル研究を実施し、活発に活動を行ってきた点で、事業全体としては評価できる。</p>	<p>18 創業支援講座の受講者に対する支援としては、融資あっせんや経営指導などがあるが、さらに、支援の充実化のための検討が必要である。</p> <p>18 平成19年度から実施されている、中高年創業支援講座は定員の受講生は集まるものの講座終了後の起業家はまだ出ていない。</p> <p>17 コミュニティビジネス事業では、平成19年度は、申請4件すべてが、基準に達しなかった。20年度は、申請が2件あったものの、審査対象外(既存事業)であった。そのため、21年度は、再度コミュニティビジネスについての周知活動と事業を充実するため、講座や講演会を開催することとした。</p>
練馬を特徴づける産業のPR	<p>22 伝統工芸展への支援では、区内で活躍する伝統工芸を広く知ってもらうとともに産業振興の面ばかりでなく区内の伝統文化の保存の面からも必要性が高い事業として評価している。</p> <p>24 アニメフェスティバルへの支援では、日本で一番アニメ産業が集積している練馬区の重点事業として戦略的に強化し、地域経済全体の活性化と区民の地域への誇りを醸成することを目的として「練馬区地域共存型アニメ産業集積活性化計画」を策定しており、成果が期待されている。</p>	<p>23 漬物産展への支援では、展示会や即売会などでの販促が行われ、昔ながらのねりま大根のたくわん漬け等、練馬の漬物産展をPRする機会となっているが、売上については、伸び悩んでいるため、支援内容の充実化のための検討が必要である。</p>

上記は、練馬区の各所管からの評価を日経研が整理。

数字は現計画の個別事業番号

(3)産業振興推進体制の 確立		
推進体制の強化	2 (仮称)産業振興会館整備について、練馬駅北口区有地の活用事業の事業計画の中で整備する予定であり、今後、成果が期待されている。	
関係団体との連携	3 経済団体との交流を随時行ない、良好な協力関係を保っており、今後、一層の連携が期待されている。	

【現行計画の評価結果から見る新計画事業設定における参考ポイント（現行計画からの改善点など）】

事業の名称やPR方法の工夫

- ・ 必要性は高いが、利用が伸び悩んでいる事業（例えば「後継者研修支援事業」等）については、事業内容が十分利用者に伝わるように事業の名称を分かりやすいものとし、また利用者へのPR方法を工夫したい。
- ・ 観光客など来訪者を取り込むためには、練馬区の魅力を効果的に発信することがカギとなる。より効果的なPR手段、方法を検討したい。（例えば、「ねりコレ」や「るるぶ練馬区」は、効果的であった。）

商店街づくりと街づくりの連携

- ・ 快適な商店街づくりのためには、まちづくりと連携し、環境に配慮した商店街の街並づくり等を行うことが大切である。そのためにも、商店街として目指す方向性を明確にして計画を行うことが必要である。

地域住民の参加促進

- ・ 商業の活性化、地域に根ざした商店街づくりのためには、商店会等の自主的、積極的な取り組みが必要であるとともに、商店街が地域住民にとってより身近な存在となるような工夫が必要である。そのためにも、例えば商店街でのイベント等でのボランティアなど、各種の取り組みに商店会だけでなく地域住民の参加を促進することが必要である。

情報提供の継続

- ・ 工業振興策については、各企業の情報や企業交流の機会に関する情報など産業情報の提供に効果があることが分かった。そのため、今後も継続した情報提供を行うこととともに、どのような情報に需要があるのかを精査し、提供する情報の内容、提供方法に工夫が必要である。

段階に応じた支援内容の設定

- ・ 工業振興策については、企業が新しい製品を開発し、それを製品化し、販売するまでの過程において、各段階で必要とする支援の内容が異なることから、段階に応じた支援の内容を設定する必要がある。例えば、異業種交流の支援においても、現計画では、企業間の交流や連携の機会は充実しているが、その後、連携した企業間で、実際の開発に結びついた実績がないことから、製品を企画、開発し、販売するにあたっての各段階に応じた支援内容、メニューを充実させる必要がある。
- ・ また、例えば創業支援でも、起業を支援する場合、現計画では融資や経営指導が行われているが、事業を定着し、経営を安定化するために必要な企画や経営のノウハウ、製品販売のためのマーケティングなど幅広い支援について検討する必要がある。

大学、アニメ、農業、伝統工芸等との地元企業、商店街の連携

- ・ 現在も大学や金融機関などの協力を得て新しいビジネスモデルの研究を行っている。専門知識を有する大学との協力・連携関係を築くことは、新しい事業の創造につながる可能性が期待される。そのため、大学や地元の企業、商店街等が連携、協力しやすいような仕組みづくりが必要となる。
- ・ 練馬区商工業活性化の中で重点産業としているアニメ関連産業や都内有数の都市型農業をおこなう練馬区の特徴を具体的に区内の商工業の活性化につなげる方策を検討する必要がある。
- ・ 伝統工芸や漬物産業など、区の特徴的な産業については、引き続き、効果的なPR方法を検討するとともに、消費の拡大に向けた支援が必要がある。