

評価シート 様式

取組名	大通地区のエリアマネジメント推進		
実施団体名	大通地区まちづくり協議会	対象地域	北海道札幌市大通地区
(代表団体名)	札幌三番街商店街振興組合	推薦団体名	

① 実施 状況	提案書に記載された取組内容について、当初の計画通り実施されているか <input checked="" type="checkbox"/> 申請時に予定した取組を適切に実施したと判断される。 <input type="checkbox"/> 申請時に予定した取組の一部が未実施となっている。但し、予定した主要な取組は適切に実施したと判断される。 <input type="checkbox"/> 申請時に予定した取組の一部又は全部が未実施となっており、特に主要な取組が実施されていない。 (備考・特記事項)	② 実施 体制	平成20年度に行われた取組の実施体制について <input checked="" type="checkbox"/> 実施した取組について、当初の計画通り地域の関係者が明確な役割分担の下、各々主体的に実施されたと判断される。 <input type="checkbox"/> 実施した取組について、当初の計画通り地域の関係者が明確な役割分担の下、各々主体的に実施されたと判断されるものの、改善の余地が認められる。 <input type="checkbox"/> 実施した取組について、主体的に実施されたと判断できない。 (備考・特記事項)	
	平成20年度に行われた取組の当初目標の達成状況について <input type="checkbox"/> 当初設定した目標を達成し、実施した取組が予定していた成果をあげたと認められる。 <input checked="" type="checkbox"/> 当初設定した目標の達成には至らないものの、実施した取組が予定していた成果の一部又は全部をあげたと認められる。 <input type="checkbox"/> 実施した取組が当初の目標の達成に至らず、予定していた成果をあげることができなかったと認められる。 (備考・特記事項)		④ 継続 展開 の見 込み	平成20年度に行われた取組の継続展開の見込みについて <input type="checkbox"/> 実施した取組について、当初の計画通り又は発展的に継続展開が予定され、持続的・効果的に取組が進捗すると見込まれる。 <input checked="" type="checkbox"/> 実施した取組について、当初の計画とは一部異なるものの、取組方法の改善等により持続的・効果的に取組が進捗すると見込まれる。 <input type="checkbox"/> 実施した取組について、当初の計画通り持続的・効果的に取組が進捗するとは見込まれない。 (備考・特記事項)

※①において「申請時に予定した取組とは異なる取組が行われた」場合や、③において評価シート作成時点で成果を把握できない場合など、留意事項がある場合に「備考・特記事項」欄に記載する。

## 評価シート 様式

取組名	大通地区のエリアマネジメント推進		
実施団体名	大通地区まちづくり協議会	対象地域	北海道札幌市大通地区
(代表団体名)	札幌三番街商店街振興組合	推薦団体名	

⑤ 総合評価	○ 複合性、先導性・モデル性、相乗効果・波及効果に関する所見
	複合性:オープンカフェとエリアマネジメント広告を連携して実施することにより、賑わいの創出、商業の活性化、秩序ある景観整備等が期待できる。 先導性・モデル性:エリアマネジメント事業という先導的な取組によるビジネスモデルが構築されれば、他の地域の取組のモデルとなることが期待できる。 相乗効果・波及効果:オープンカフェやエリアマネジメント広告の実施により、違法駐輪の抑制や景観の保全・整備等が期待できる。また、札幌市中心商業地である大通地区の活性化は、周辺地域への波及効果も期待できる。
	○ 評価
	<input type="checkbox"/> ①～④及び「複合性、先導性・モデル性、相乗効果・波及効果」の全てにおいて評価が高く、「地方の元気再生事業」の趣旨に鑑みて優れた取組であると評価できる。 <input checked="" type="checkbox"/> 「地方の元気再生事業」の趣旨に合致した取組であると評価できる。ただし、①～④及び「複合性、先導性・モデル性、相乗効果・波及効果」のいずれかについて改善の余地が認められる。 <input type="checkbox"/> ①～④のうち1以上の項目で評価が低く、「複合性、先導性・モデル性、相乗効果・波及効果」においても特筆すべき点が認められず、「地方の元気再生事業」の趣旨に合致した取組であるとは評価できない。
	(評価の考え方及び次年度以降に向けた所見)
	オープンカフェは利用者や市民の満足度が高く放置自転車が抑制されるなど一定の成果が得られた点が、エリアマネジメント広告は規制上の課題をクリアし実施が可能になった点が評価できる。今後は以下に留意しつつ地方の元気再生事業として支援を行うことにより本格展開に向けた継続的な展開が期待できる。  次年度以降については、本格展開に向けたエリアマネジメント広告によるビジネスモデル構築が最大の課題であると考えられるため、それらの視点に立って各取組を行い、22年度以降の自立的展開を図るべきである。 具体的には、「まちの価値を向上させる取組の展開(まちづくりガイドライン策定)」については、基幹となる取組との関連性が明確でなく、実施の要否も含めて抜本的に見直すべきである。「事業スキームの確立と拡大展開の検証」については本格展開時の採算性向上に必要な取組であり、実施すべきである。