

基礎調査について〔事業効果指標の構成検討〕

●洋光台のエリア再生における事業効果把握・評価の考え方

エリア会議の目的・テーマである《多世代近居》《防災》《駅前再編・景観形成》《エネルギーマネジメント》《その他、洋光台地域の価値を維持・向上させることに資する取り組み》を評価の柱とし、以下の観点から調査の構成を検討する。

調査対象の設定、調査方法については今後詳細に検討を行う。

・客観指標：事業効果指標①

地域の動向をデータにより把握し、経年変化、他地域との比較等、基本的な事業評価のベースとする。統計データ等を用いてアウトプット／アウトカムを把握する。

調査項目は固定し、経年的・客観的な事業効果の把握を行う。

・主観指標：事業効果指標② ～地域住民意識調査

既存ストックを活かし、様々な地域の資源・人材を活性化・連携していくことで、地域特性にあった事業を展開していくことが洋光台のまちづくりの特徴である。

そこで、地域活動のしやすさ、景観への評価といった地域の声を把握し、まちのニーズを捉えることで、事業に反映・フィードバックしていくことが重要と考えられる。

調査項目は状況により変更される。

事業効果指標（例）

	客観指標 統計データ、行政データ等	主観指標 アンケート・ヒアリング等
多世代近居	・地区内の人口・世帯数 ・高齢化指数（年少／老年比） ・子どものいる世帯比率 ・年代別の転入者数の推移 ・一定のバリアフリー性能を有する住宅戸数 ・高齢者向け住宅戸数比率 ・高齢期の住まいの種別戸数 ・介護・福祉に関する施設・サービス等の定員数	※子育て／高齢者支援を行っている NPO 等に、現状の取り組み評価に関するアンケートやヒアリング等を実施 ・区民意識調査「地域の見守り・支え合い活動に参加することを重要と思う」区民の割合等、子育て支援・高齢者支援・コミュニティ・近所付き合い等に関連する項目を抽出
防災	・耐震性が確保された住宅比率	・区民意識調査「災害対策に満足」と思う区民割合、等
駅前再編・景観形成	・商業統計（事業所数、従業者数、年間商品販売額及び売場面積）	・区民意識調査「商店街の振興に満足」と思う区民割合、等 ※駅前機能、街並み景観、外出頻度等に関するアンケートの実施
エネルギーマネジメント		・区民意識調査「地球温暖化への対策に満足」と思う区民の割合、等
地域の価値の維持・向上	路線価の推移 空家率の推移	