

公有零售市場及列管夜市環境品質提升計畫

(核定本)

中華民國 112 年 12 月

目錄

一、計畫緣起.....	1
二、相關方案執行檢討.....	6
三、計畫目標.....	9
四、計畫內容與規劃期程.....	10
五、執行步驟與分工.....	12
六、經費來源.....	14
七、預期效果及影響.....	14
八、中長程個案計畫自評檢核表.....	16
九、中長程個案計畫性別影響評估檢視表.....	20

附表

相關機關審議意見回應說明表

個案計畫資料表

一、計畫緣起

公有零售市場即為傳統市場包含公有攤集區，一般俗稱「菜市仔」或「傳統市仔」(計 488 處)，是早期台灣地方的商業活動中心，也是我國重要的庶民民生物資供應中心，具有提供農、畜產及農特產品零售通路及提供穩定物價之功能；在公有零售市場營生的，多屬社會底層小販，因此，公有零售市場經濟可以說就是庶民經濟的代表。

熱鬧且多元化的夜市即夜間營業之攤販集中場，地方政府列管夜市(計 169 處)是臺灣生活的最佳寫照，夜市不僅與大家的生活緊緊相繫，更具備了觀光休閒價值，亦能夠凸顯傳統地方特色；而其中夜市內所蘊藏的美食、購物、娛樂、文化的元素，除了提供在地民眾的休閒遊憩與民生生活外，還可吸引國內其他遊客帶動地方觀光產業經濟，更進一步吸引外國觀光客前來體驗臺灣生活的魅力之處。

公有零售市場與夜市(統稱傳統市集)內親切的問候、大聲喊價，見證了市井小民的熱情與活力，還有許多感人的故事等待大家去發掘；然而不可否認，公有零售市場卻有逐漸式微的隱憂，而夜市也在環境衛生、食安環保與美感創新上有許多有待大幅提升的空間。目前面對國內商業環境急速變遷，集團式賣場經營蓬勃之際，公有零售市場與夜市之經營與發展亟需政府相關單位予以輔導與協助，一面穩定庶民民生物資供應，次而維護公有零售市場與夜市之生存與發展。

公有零售市場與夜市的從業攤商，大多肩負著一家人的生計，「一攤位養活一家人」反映的是基層庶民的經濟現況。在這個經濟景氣亟需提升的年代，我們不忍看到公有零售市場沒落閒置，從業攤商因而流離失所，特別是，當公有零售市場與夜市已經連結了周邊的店鋪、在地農業及小型產業，影響層面之廣恐怕超乎一般的想像。

公有零售市場與夜市確實需要政府計畫(技術暨資源)的投入，從本部每年在改善計畫執行中，中央及地方民意代表爭相參與為民喉舌，及各級地方政府戮力投入並陸續重視參與提升公有零售市場與夜市改善的努力工作，期順遂吻合庶民生活需求及民意，展現政府施政績效最有力的一環。

我國現有公有零售市場與合法列管攤販集中區 657 處、攤位數 6 萬 7 千餘

攤、17 萬從業人員，其年營業額尚高達 1,206 億元，在綜合商品零售業中仍居一席地位，推動本次計畫之執行，確有其必要性與重要性。

(一) 未來環境預測

1. 傳統市集 SWOT 分析

優勢 Strengths	弱勢 Weaknesses
1. 位於街廓中心，地理位置佳 2. 空間社區認同，社區訊息交換中心 3. 商品物美價廉，訂價策略機動 4. 生鮮食材品質佳，新鮮度足 5. 租金相對低廉，經營成本低 6. 主顧基本信任 7. 富人情味 8. 滿足家庭主婦步行購物之需求 9. 可依需求數量彈性購買	1. 建築及設施老舊 2. 環境衛生較差 3. 停車空間不足 4. 商品陳列待加強 5. 攤位面積小，進貨成本較高 6. 營業時間短且無彈性 7. 人員老化消極 8. 攤商經營方式保守 9. 空攤影響整體經營績效 10. 行銷資金有限
機會 Opportunities	威脅 Threats
1. 文化觀光開發潛力市場擴大 2. 政府資源持續投入協助市集設施改善及營造特色 3. 攤商第二代加入經營行列明顯增加 4. 消費者對在地食材及環保意識抬頭 5. 網購宅配服務 6. 在家料理的飲食文化重現	1. 量販、超市競爭 2. 流動攤販、黃昏市場競爭 3. 網路購物競爭 4. 家庭結構改變、職業婦女增多、外食人口增加 5. 消費習慣變遷 6. 年輕族群卻步

在優勢方面，傳統市集多位居商業活動中心，既為消費地點，也是社區感情、資訊交流中心；所提供的新鮮食材，極具競爭力，長久以來已建立起與消費主顧的信任關係。另由於多數攤商經濟相對弱勢，攤位使用費

較低廉，經營成本較低。

在劣勢方面，傳統市集建築、設施老舊及環境衛生較差是主要不利因素，加上個別進貨成本相對高，傳統經營方式保守，許多從業攤商年齡已高，既無心力改變又不忍放棄承租權，造成傳統市集流動不足，對比現代化賣場的強勢行銷策略，許多優質商品容易被同類廉價商品取代，致競爭處於劣勢。

在機會方面，傳統市集可進一步連結文化意象，結合農特產品、美食及觀光等資源發展成為別具特色的市集；近年網路購物正夯，注重商品質量與特色，為傳統市集的特色商品行銷帶來新的契機；在景氣不佳的年代，傳統市集相對平價料好的食材，讓親自下廚的飲食文化更貼近樸素的簡單生活。

在威脅方面，量販店與超市同類商品的競爭一直是傳統市集的隱憂，相對於現代賣場的企業化經營，傳統市集需有體質強健的自治會扮演管理者與經營者的角色，現階段自治會功能猶待加強。另因現代社會多為小家庭，消費習慣變遷、職業婦女增加，下廚機會減少、外食增加，這對販售初級食材的傳統市集而言是主要客源的流失。年輕族群則重視購物休閒感，多習慣至現代化賣場消費。

2. 未來環境分析：新式賣場購物環境強勢競爭，傳統市集面臨空前挑戰

傳統市集雖然一直以來都是提供庶民消費民生必需品之場域，但隨著民眾對購物環境衛生之要求越來越高，包括百貨公司、超級市場、量販店、便利商店等各式新式賣場通路也提供了消費者更多元舒適的購物選擇。同時，新式賣場挾帶財團的豐沛資金以及健全的營運行銷推廣策略，讓傳統市集備感競爭威脅。

傳統市場自日據時代設立後，一直為提供消費者民生必需品之地方，但隨著經濟成長，國民所得提升，民眾對購物環境之要求就愈來愈高，因此當 1960 年代，國人每人平均國民所得為美金 1,000 元時，國內開始有新式賣場即百貨公司引進；當 1970 年代提升到 3,000 美金時，超級市場

進入國內；到 1980 年代達到 6,000 美金時，便利商店也開始展店；而當 1900 年代超過 1 萬美金時，各國量販店已進入台灣；2000 年以後，大型購物中心之興起，購物加休閒方式，改變消費者購物習慣；顯見現在的商業環境已呈現多元化，各式各樣的新式賣場林立，消費者購物有很多的選擇，不像早年（約 1950 年代）民眾購物僅有傳統市場或攤販即所謂傳統市集，因此傳統市集今面臨空前之挑戰，營運壓力相當大。

檢視 88-111 年綜合商品零售業營業額(詳如下表 1)，可知近 20 多年來各該行業之消長。一般會以綜合商品零售業下的百貨公司業、超級市場業、連鎖式便利商店業及零售式量販業（俗稱量販店）當做傳統市集的競爭對手。由相關統計可看出：綜合零售業下的其他綜合商品零售業(含傳統市集及一般零售小店家、柑阿店等)年營業額並無顯著成長，如考量通貨膨脹因素可謂大致持平，109-111 年受疫情影響則顯著呈現衰退趨勢。而百貨公司、超級市場、便利商店及量販店其營業額皆成遞增之情形，特別是傳統市集頭號對手的超級市場，近年來，雖受疫情影響，惟其透過相關行銷手段與推動全新的支付方式等，該產業 111 年其營業額為新高達約 2,548 億元，較去年仍有 2.7%成長率，而便利商店部分，因持續展店，並透過與名店聯名開發新產品策略成功，111 年其營業額為新高達約 3,821 億元，較去年高達 5.7%成長率。由此看來，傳統市集面對競爭行業的經營壓力可想而知是相當沉重，故其要在零售產業生存下來，必須要有因應策略，也就是說將市集具有濃濃的人情味、當地文化等相關特點，並考慮消費者需求隨著時代變遷而改變等因素，塑造市集獨特的地位，造成差異化，與新式賣場有所區隔，如此將可鞏固市集客層，在零售業永續經營。

表 1：綜合商品零售業 88-111 年營業額 單位：千元

年度	綜合商品零售業	百貨公司	超級市場	連鎖式便利商店	零售式量販店	其他綜合商品零售業
88 年	554,439,157	139,505,458	86,117,056	110,884,523	102,291,157	115,640,963
89 年	603,539,485	152,175,503	86,411,552	121,604,136	120,041,267	123,307,027
90 年	628,133,770	158,686,292	89,606,387	135,715,677	127,435,109	116,690,325
91 年	659,977,191	177,391,977	88,584,861	150,694,917	132,538,933	110,766,503
92 年	689,761,312	180,197,944	93,035,643	163,135,058	133,534,022	119,858,645

93 年	738,433,049	202,779,422	98,931,663	173,248,750	130,057,408	133,415,808
94 年	760,510,848	213,524,541	101,067,288	188,885,657	130,432,391	126,600,971
95 年	783,045,058	211,574,388	102,968,165	205,502,292	132,427,952	130,574,261
96 年	814,061,444	225,155,832	110,012,984	208,635,121	137,035,237	133,222,273
97 年	829,500,939	224,783,846	116,264,967	209,940,639	144,884,768	130,626,722
98 年	844,794,649	231,924,366	123,642,606	208,991,762	147,260,428	132,975,487
99 年	901,097,427	251,112,824	129,119,303	226,013,224	155,643,364	139,208,711
100 年	957,654,500	270,185,778	137,440,837	240,071,063	165,577,571	144,379,250
101 年	1,002,564,377	279,985,767	144,345,812	259,995,865	169,559,892	148,677,046
102 年	1,028,123,666	288,635,769	149,593,198	266,809,450	170,171,024	152,914,223
103 年	1,077,397,788	306,135,905	156,243,335	278,126,634	174,202,443	162,689,470
104 年	1,116,822,986	318,902,126	167,139,662	282,348,624	181,095,204	167,337,381
105 年	1,164,704,953	333,148,772	181,217,423	294,136,549	189,119,572	167,082,634
106 年	1,178,200,644	334,626,496	190,023,673	302,741,029	194,716,281	156,093,165
107 年	1,222,612,428	340,119,327	198,523,949	321,736,563	199,539,696	162,693,493
108 年	1,272,663,811	355,204,568	207,752,435	331,633,300	210,134,913	167,938,595
109 年	1,292,098,720	354,082,564	229,915,107	361,008,013	228,745,074	118,347,962
110 年	1,302,550,173	342,600,873	248,198,464	361,448,359	243,944,605	106,357,872
111 年	1,404,230,673	394,634,252	254,793,101	382,074,365	249,099,299	123,629,656

傳統市集在零售產業中，仍佔相當比例，具有存在之價值與重要性。這是由於市集販售產品的種類無所不含，特別是生鮮魚貨、禽肉與獸肉等業種，在相關零售業仍獨佔鰲頭，廣受消費者所喜愛，量販店與超級市場是無法相比，另因大多數市集位於各地區經濟文化中心，所以成為當地民眾之主要購物場所。也就是說，傳統零售市集近年來雖因經營環境改變，競爭者的壓力，但其扮演提供民眾日常生活用品的功能仍具重要性。

(二) 問題評析

傳統市集面對新式賣場通路的強勢競爭，以下就新式賣場通路與傳統市集的差異性比較分析，也可凸顯傳統市集的一些重要發展問題。

面向	傳統市集	新式賣場通路
環境衛生	1. 衛生觀感差 2. 環境欠缺整理	1. 生鮮類低溫冷藏衛生佳 2. 定期清潔整潔乾淨

面向	傳統市集	新式賣場通路
	3. 機車進出	3. 賣場與內場明顯區隔
消費服務	1. 早市營業時間短 2. 售後服務不確定 3. 贈蔥蒜、分享料理心得	1. 營業時間長 2. 售後服務、退換貨有制度 3. 缺乏互動、樣樣計價
商品特徵	1. 食材多元多樣 2. 強調當日新鮮食材 3. 優質商品料好實在 4. 不乏美食、特色商品 5. 環境差引起衛生疑慮 6. 商品陳列隨意	1. 食材集中品項 2. 冷藏食材限期保存 3. 大眾化商品 4. 缺乏美食、特色產品 5. 食品添加物疑慮 6. 商品陳列整齊
商品價格	一般零售價格	量販低價促銷
資訊傳遞、 互動方式、 情感趨向	1. 生活資訊面對面溝通 2. 老主顧互動熱絡 3. 人情味、鄉土懷舊感	1. 消費資訊自行閱覽 DM 2. 自助購物制式流程 3. 購物休閒感
顧客來源	家庭主廚、社區居民	職業婦女、消費大眾、年輕族群

經由以上的差異分析不難看出：在環境衛生及營業時間方面，傳統市集明顯不及新式賣場通路；商品特徵及價格方面則有所區隔，各擅勝場，傳統市集場的新鮮食材對家庭主廚深具吸引力，職業婦女則多考量營業時間或下廚機會，較容易選擇方便的新式賣場通路；經營策略方面，傳統市集明顯保守低調；在資訊、互動及情感方面，傳統市集互動多、人情味濃是一利多，但購物休閒感部分有待加強。

傳統市集過去因年代久遠，普遍建築老舊，營業環境疏於維護，「陰暗髒亂」成為大眾的刻板印象，後來更因為生活型態的改變，導致中青世代消費者流失。

二、相關方案執行檢討

傳統市場與夜市之輔導與管理，有賴中央政府與地方政府通力配合，並且能長期性與持續性的工作推動，近年來，透過本部推動之各項計畫陸續完成階段性

目標，傳統市集已扭轉消費者對傳統市集既有的陰暗、潮濕、老舊的刻板印象。但面臨瞬息萬變的商業環境、國人消費多元的習性等，如何維持原有優勢，建構優質市集風貌永續發展，至為重要。

(一) 本部近年推動之計畫方案

1. 「振興經濟方案-傳統市場更新改善計畫」：自民國 98~99 年，投入 30 億元，協助市場改善 500 件的硬體設施，邁向符合時代且具「安全、衛生、整潔、明亮」的購物環境，並提升市集營運品質。
2. 「公有市場及列管夜市設施改善計畫」：疫情嚴峻時期，自 109~112 年，投入 5.51 億元，改善 191 件。主要針對市場衛生環境清潔需改善之區域進行修繕，使得市場及夜市空間顯得寬敞舒適、整潔明亮、簡潔清爽，提供消費者安全舒適的採購環境。
3. 「前瞻計畫-公有零售市場建物耐震補強」：自民國 106~114 年，針對老舊建築且有耐震能力不足，應辦理補強、直接進行補強或拆除重建者，共投入 21.39 億元(含預估 114 年匡列 5.13 億元)，協助地方政府老舊堪用的建物耐震補強 103 處，拆除重建超過使用年限建物 20 處，以提升市場建築物耐震力及結構，維護攤商營業及消費者採買安全。
4. 「推動傳統市集疫後強化升級轉型計畫」：自民國 112~114 年，爭取疫後特別條例預算 5 億元，規劃辦理市集美學導入 90 件、攤鋪位優化 450 件、特色活動 300 場及綠色低碳輔導 30 件，使得市集更具美學概念，改變其刻板印象。

(二) 市場建築物老舊，公共設施亟需改善

本部執行「前瞻計畫-公有零售市場建物耐震補強」經盤點檢視公有零售市場現況多屬老舊建築，據統計該計畫核定補強工程市場共 103 處，建物年限為 20~86 年不等，平均年限為 45 年，建築物 CDR 平均為 0.63，補強後可符合耐震規範安全標準。核定拆除重建市場共 20 處，建物年限為 30~66 年不等，平均年限為 46 年，建築物 CDR 平均為 0.58。該計畫主要針對市集建物耐震補強或老舊拆除重建，一般設施更新與改善無法補助。

表 2：公有零售市場建物耐震補強及拆除重建之建築年限統計

建物年限	補強數量	拆除重建數量
21-30 年	18	0
31-40 年	34	6
41-50 年	30	8
51-60 年	13	5
61-70 年	7	0
66 年	0	1
86 年	1	0
合計	103	20

而 98~99 年執行的「傳統市場更新改善計畫」已使得全國半數以上公有傳統市集改善成為明亮、舒適、衛生及整潔之購物環境，擺脫以往給人老舊、昏暗及骯髒之現象，但該計畫迄今業已 13 年，許多設施也已老舊損壞。另疫情嚴峻時期針對提升市場衛生環境的「設施改善計畫」，因每處市場經費受限 500 萬元，仍有改善力道不足之處。

面對消費者對購物場域要求之提高，及同屬綜合商品零售業之超級市場及便利商店等新式賣場的競爭壓力，傳統市集相關公共設施仍有改進之空間，特別是市集內部其排水問題、動線規劃不良、便民設備如親子休憩區缺乏、商品空間管理不當及通風問題等。

鑒於傳統市集與民眾日常生活息息相關，國內進入後疫情時代，口罩令也逐步鬆綁，各國之間的邊境封鎖持續解封，人潮逐漸回流，以往執行的各項計畫雖有績效並獲得攤商及消費者好評，惟礙於經費緣故尚無法滿足外界的殷切期待，如何回應消費者的需求，實為當前重要課題。地方政府及市集攤商均希望本部繼續推動市場改造工作，建構外觀嶄新、內部乾淨整潔、安全衛生、明亮舒適、進出動線流暢及共食區、停車空間具現代化風貌的環境，將市場及夜市提升具有品牌形象，進一步吸引國際觀光客來台灣旅遊意願。爰此，研提「公有零售市場及列管夜市環境品質提升計畫」，向行政院申請經費辦理本計畫，以充分滿足民眾的需求，提升市集環境品質。

三、計畫目標

傳統市集為庶民購買民生用品主要場所，以往受限地方政府籌措經費的困難，無法在公共建築的生命周期中適時加以維護，而有建築物外觀老舊，內部採光不足、通風不良、動線規劃不當等狀況，部分場域又無理貨區及卸貨區等之設置，甚至安全堪虞，以致給予消費者的刻板印象就是老舊、昏暗、走道潮溼、採光不足、通風不良及髒亂等。

傳統市集的現代化，在環境上要安全、衛生、整潔、明亮。所謂的「現代化」應該來自於強化市場硬體設施(冷藏保鮮設備、手推車、冷氣、電梯、電子化交易系統)，營造安全、舒適、衛生的購物環境，例如油煙、廢水、垃圾的環保處理(油水處理系統、共同倉儲、垃圾分類…)；安全衛生保障機制(食材來源追溯與履歷)、增加休憩區、共食區、兒童遊憩區、婦女哺乳空間…等，甚至為中、老年人白天的購物休閒需求與年輕人夜間的購物消費，帶進不同的營業型態，以帶動競爭力，增進市場附加價值。因此當國人收入逐漸升高時，國人會需要更好的購物環境，也會要求更高的服務水準。

面對消費者對購物環境要求之提高，新式賣場同屬綜合商品零售業之超級市場及便利商店等競爭壓力，相關公共設施仍有改進之空間，特別是市集內部其排水問題、動線規劃不良、便民設備如親子休憩區缺乏、商品空間管理不當及通風問題等。

本部為傳統市集中央主管機關，106 年-114 執行「前瞻計畫-公有零售市場建物耐震補強」，以確保市場建物安全無虞；109-112 年亦因應疫情衝擊，針對市場環境及衛生設施進行改善，更自 112 年起以疫後特別預算進行個別攤鋪位輔導改造，獲高度評價。國內進入後疫情時代，人潮逐漸回流，惟經檢視目前多數市場設施尚有損壞老舊，亟需更新改善，以符合消費者對購物環境的要求與期待，持續投入資源以強化市集競爭優勢，實為當前重要課題。爰此，研提「公有零售市場及列管夜市環境品質提升計畫」，讓傳統市集做現代化概念之規劃，建立市集為安全、衛生、整潔、明亮的現代化賣場，優化成為具當地特色之市集。

透過建物主體及環境綠美化工程、安全設施、衛生設施及優化市集服務設施等項改善，本計畫預計達成目標說明如下：

(一) 優化20處以上公有零售市場及列管夜市的公共設施空間

提供民眾在公有零售市場及列管夜市的安全、衛生、整潔、明亮及友善的購物環境。

透過優化改善公有零售市場及列管夜市之環境品質(如安全、衛生、整潔、明亮之公共設施及空間等)，使市場及夜市更提升了整體環境衛生、安全、形象及經營環境，並增加年輕族群進來市場及夜市意願，加速庶民經濟的成長。預估將提升整體市場及夜市攤位營運數、市集綜合滿意度、來客數及營業額。

(二) 擴大中央地方協力

中央挹注經費與地方政府合作，以加強導引地方政府投入資源能量，可補中央投入資源及輔導能量之不足，中央與地方政府共同推動改善計畫。

(三) 經營管理輔導與設施改善，軟硬兼施效益加乘

本部每年辦理「優良市集暨樂活名攤」評核活動，評選出示範標竿市集及名攤，激勵市集、攤商自我改善，另「傳統市集疫後強化升級轉型計畫」辦理攤鋪位改造、綠色低碳輔導及特色行銷活動等均著重輔導市集之經營管理面向，本次研提環境品質提升計畫則著重硬體設施改善，正可互相搭配，達到軟硬兼施效益加乘目標。

(四) 計畫相關機制之擬訂將參照性別平等相關法規與政策，落實性別平等精神

1. 本計畫之機關研擬決策人力及地方政府執行人力採行任一性別不少於三分之一比例原則，促進不同性別參與本計畫規劃、決策及執行，納入不同性別經驗與意見，以落實性別平等政策。
2. 本計畫包括市集衛生設施之改善與更新，包含通風、集水、排水、公廁等具衛生整潔功能之設施，納入性別友善考量。特別是在廁所(含親子廁所、身心障礙廁所與友善性別廁所)之設置，優先列入核定施作項目。
3. 計畫執行過程將視實際需求補充性別統計相關資料，如地方政府提報需求計畫時，應重視相關友善性別設施(公廁、無障礙設施、親子友善區)之改善，以落實友善性別環境

四、計畫內容與規劃期程

本計畫以市場環境品質提升為目標，提出「公有零售市場及列管夜市環境品

質提升計畫」，就各地方政府有需求之公有零售市場及列管夜市，進行環境改善及優化公共設施區塊之品質提升。

(一) 計畫執行內容：

1. 每處市場經費上限1,500萬元，計畫總經費3億元。
2. 至少改善20處公有零售市場及列管夜市。
3. 申請機關：直轄市、縣（市）政府。相關設施改善執行機關為直轄市、縣（市）政府、鄉（鎮、市、區）公所。
4. 申請案件審查方式：本計畫案件審核採競爭機制，由地方政府研提計畫送本部審查後核定經費。

(二) 審查方式：

1. 地方政府就施作項目、單價、數量及執行經費等提出申請計畫並評估相關效益。
2. 本部邀請專家學者成立審查委員會，訂定評分項目及比重，審查地方政府所提案件可行性，核予改善經費額度。

(三) 改善執行項目：

1. 建物主體及環境綠美化工程：包含建物主體、內部裝修、入口意象、招牌、牆面及周遭環境綠化美化等。
2. 安全設施：包含水溝整治、路面地磚鋪設、建物屋頂漏水、指標與導覽系統、老舊電線重新規劃與整理、無障礙設施增設等具安全維護功能之設施。
3. 衛生設施：包含通風、集水、排水、公廁等具衛生整潔功能之設施改善與更新。
4. 優化市集服務設施：包含採光、照明、顧客休憩區、親子友善區、文化特色展示區、共食區、區塊改造等。

(四) 計畫執行期程

工作項目	辦理事項	計畫期程
------	------	------

擬定計畫	提報計畫送行政院	112年11月30日
計畫核定及作業要點公布	擬定作業要點	計畫核定後作業要點7日內公布
地方政府提送申請計畫	宣導、諮詢	作業要點公布後一個月內，請地方政府提出申請
核定地方政府所送申請案件(每處最高上限1,500萬元)	地方提報計畫需求審查核定	地方政府提報後一個月內核定
地方政府執行申請案件之採購發包	工程管考	113年3月-7月
第一期經費核撥：完成工程發包，且發生契約權責後，撥付核定經費百分之三十	審核請款相關文件並函報行政院及地方政府請款事宜	113年8月-9月
案件執行進度控管	工程管考	113年10月-114年1月
第二期經費核撥：完成進度達百分之五十，撥付核定經費百分之五十	審核請款相關文件並函報行政院及地方政府請款事宜	114年2月-3月
案件執行進度控管	工程管考	114年4月-7月
計畫完成結案請款	審核請款相關文件並函報行政院及地方政府請款事宜及辦理結案相關作業	114年8月~12月

五、執行步驟與分工

目前公有零售市場及列管夜市皆由各地方政府負責興建、經營與管理，其需

改善之項目各地方政府最了解，惟因財政上困難，無法對環境設施有需要改善的市集進行改善，加上攤商經濟能力有限，也難以獨立改善，故須中央政府加以協助。本計畫以全國各縣市區域內之公有零售市場及列管夜市為對象，由經濟部向行政院爭取「中央特別統籌分配稅款」經費支應，協助各地方政府進行公有零售市場及列管夜市環境設施改善。因經費有限，各申請案件審核採競爭機制，由地方政府研提計畫送本部審查後核定經費。

（一）執行方式以「中央主導、地方執行」

1. 中央主導

- A. 計畫申請及初審：案件審核採競爭機制，由地方政府研提計畫送本部審查後核定辦理經費。地方政府計畫須就施作項目、單價、數量及執行經費等提出申請計畫並評估相關效益。
- B. 計畫複審與核定：由中央邀集產業界、學界及政府機關代表組成委員會，訂定評分項目及比重，審查地方政府所提案件可行性，核予經費額度。核定結果函送縣市政府（副知鄉鎮市公所）據以執行。

2. 地方執行

- A. 納入預算：地方政府應就經濟部核定之申請款完成納入預算程序。
- B. 計畫發包與執行：計畫執行單位將核定預算計畫辦理勞務採購（規劃設計）、工程採購（工程發包）及工程施工。
- C. 工程驗收與維護：地方政府於計畫工程完工後辦理驗收及維護管理等事宜。

（二）申請原則及標準

- 1. 申請對象：直轄市、縣（市）政府。相關設施改善執行機關為直轄市、縣（市）政府、鄉（鎮、市、區）公所。
- 2. 申請原則：市集所在地符合土地使用分區規定，可作市場或攤販集中場（區）使用，其用地已取得所有權、使用權或設定地上權。
- 3. 申請標準
 - A. 優先列入申請對象：市集具有在地特色，且自治組織運作健全，能建立主題式特色（專區）市場，建物已完成耐震補強或經詳評安全無虞

者。

B. 不予申請及補償之項目：包含土地徵收費、土地有償撥用費、地上物拆遷費等。

C. 不列入申請對象：攤商及居民共識難以形成，且協調困難者。

D. 市場申請額度：每處工程申請金額以新台幣 1500 萬元以內為原則。

六、經費來源

本計畫所需總經費 3 億元，預估 113 年度及 114 年度分別為 1.5 億元，建請行政院於「中央特別統籌分配稅款」下匡列經費支應。

七、預期效果及影響

（一）預期效果

推動「公有零售市場及列管夜市環境品質提升計畫」，共優化 20 處以上公有零售市場及列管夜市的公共設施空間，並提供民眾在公有零售市場及列管夜市的安全、衛生、整潔、明亮及友善的購物環境。可擴大中央地方協力合作投入改造傳統市集。

（二）預期影響

預計於 114 年 12 月完成優化 20 處以上公有零售市場及列管夜市，可創造年營業額 9 億 3,600 萬元，增加攤商之所得，減少優化市集空攤位約 10%，並可增加地方政府使用費（租金）之收入。

（三）實施效益

1. 優化公有零售市場及列管夜市公共設施空間，改善環境及設施，扭轉民眾髒亂、陰暗、潮溼等不良印象，營造全新氛圍與增設民眾服務設施，廣招更多消費族群來休閒消費。
2. 樹立公有零售市場及列管夜市典範模式及優質形象，系統化提升傳統市集「新鮮、舒適、人情味」之形象，並透過包裝、宣傳、行銷，讓民眾有全新之印象及感受，同時更能永續發展。

3. 改善傳統市集硬體老舊及其設備後，除建構安全、舒適消費環境外，又導入節能減碳的設施，減少碳排放為減緩地球暖化付出對環境的貢獻政府施政。
4. 透過市集環境的改善，讓地方政府了解中央政府的施政目標，使各地方政府更重視傳統市集業務，進而可自行進行所轄市集改善與輔導，達到由點到線擴展到全面性傳統市集改善，進而帶動人潮進入市集，並也使得二代接班意願增加，強化經營體質。
5. 讓社會大眾瞭解政府對市集的重視，讓時常出入傳統市集消費民生必需品的廣大庶〈市〉民，有感政府確實付出照顧小庶民的用心，故編列預算來改善傳統市集。

中長程個案計畫自評檢核表

檢視項目	內 容 重 點 (內容是否依下列原則撰擬)	主辦機關		主管機關		備註
		是	否	是	否	
1、計畫書格式	(1)計畫內容應包括項目是否均已填列(「行政院所屬各機關中長程個案計畫編審要點」(以下簡稱編審要點)第5點、第10點)		●		●	本計畫為新興計畫，非屬延續性，且係特別統籌稅款支應，免列財務計畫及風險管理
	(2)延續性計畫是否辦理前期計畫執行成效評估，並提出總結評估報告(編審要點第5點、第13點)		●		●	
	(3)是否本於提高自償之精神提具相關財務策略規劃檢核表？並依據各類審查作業規定提具相關書件		●		●	
2、民間參與可行性評估	(1)是否評估民間參與之可行性，並撰擬評估說明(編審要點第4點)		●		●	本計畫為既有設施改善不適用促參
	(2)是否填寫「促參預評估檢核表」評估(依「公共建設促參預評估機制」)		●		●	本計畫為既有設施改善不適用促參
3、經濟及財務效益評估	(1)是否研提選擇及替代方案之成本效益分析報告(「預算法」第34條)		●		●	本計畫無其他替代方案 由中央特別統籌分配稅款支應
	(2)是否研提完整財務計畫		●		●	
4、財源籌措及資金運用	(1)經費需求合理性(經費估算依據如單價、數量等計算內容)	●		●		中央特別統籌分配稅款支應
	(2)資金籌措：本於提高自償之精神，將影響區域進行整合規劃，並將外部效益內部化		●		●	
	(3)經費負擔原則： a.中央主辦計畫：中央主管相關法令規定 b.補助型計畫：中央對直轄市及縣(市)政府補助辦法、本於提高自償之精神所擬訂各類審查及補助規定		●		●	
	(4)年度預算之安排及能量估算：所需經費能否於中程歲出概算額度內容納加以檢討，如無法納編者，應檢討調減一定比率之舊有經費支應；如仍有不敷，須檢附以前年度預算執行、檢討不經濟支出及自行檢討調整結果等經費審查之相關文件		●		●	

檢視項目	內 容 重 點 (內容是否依下列原則撰擬)	主辦機關		主管機關		備註
		是	否	是	否	
	(5)經費比1:2 (「政府公共建設計畫先期作業實施要點」第2點)		●		●	未有基金供調度
	(6)屬具自償性者,是否透過基金協助資金調度		●		●	
5、人力運用	(1)能否運用現有人力辦理	●		●		未請增人力
	(2)擬請增人力者,是否檢附下列資料: a.現有人力運用情形 b.計畫結束後,請增人力之處理原則 c.請增人力之類別及進用方式 d.請增人力之經費來源		●		●	
6、跨機關協商	(1)涉及跨部會或地方權責及財務分攤,是否進行跨機關協商		●		●	本計畫無地方配合款
	(2)是否檢附相關協商文書資料		●		●	本計畫未涉及跨機關協商
7、土地取得	(1)能否優先使用公有閒置土地房舍		●		●	本計畫未涉及土地取得
	(2)屬補助型計畫,補助方式是否符合規定(中央對直轄市及縣(市)政府補助辦法第10條)		●		●	
	(3)計畫中是否涉及徵收或區段徵收特定農業區之農牧用地		●		●	
	(4)是否符合土地徵收條例第3條之1及土地徵收條例施行細則第2條之1規定		●		●	
	(5)若涉及原住民族保留地開發利用者,是否依原住民族基本法第21條規定辦理		●		●	
8、風險管理	是否對計畫內容進行風險管理		●		●	本計畫免列風險管理
9、性別影響評估	是否填具性別影響評估檢視表	●		●		
10、環境影響分析 (環境政策評估)	是否須辦理環境影響評估		●		●	本計畫屬既有設施改善,未涉及環評
11、淨零轉型通案 評估	(1)是否以二氧化碳之減量為節能減碳指標,並設定減量目標		●		●	
	(2)是否規劃採用綠建築或其他節能減碳措施		●		●	
	(3)是否強化因應氣候變遷之調適能力,並納入淨零排放及永續發展概念,優先選列臺灣2050淨零排放路徑、淨零科技方案及淨零轉型十二項關鍵戰略、臺灣永續發展目標及節能相關指標		●		●	

檢視項目	內 容 重 點 (內容是否依下列原則撰擬)	主辦機關		主管機關		備註
		是	否	是	否	
	(4)是否屬臺灣2050淨零排放路徑、淨零科技方案及淨零轉型十二項關鍵戰略相關子計畫		●		●	
	(5)屬臺灣2050淨零排放路徑、淨零科技方案及淨零轉型十二項關鍵戰略之相關子計畫者，是否覈實填報附表三、中長程個案計畫淨零轉型通案自評檢核表，並檢附相關說明文件		●		●	
12、涉及空間規劃者	是否檢附計畫範圍具座標之向量圖檔		●		●	本計畫屬既有設施改善，未涉及空間規劃
13、涉及政府辦公廳舍興建購置者	是否納入積極活化閒置資產及引進民間資源共同開發之理念		●		●	本計畫未涉及政府辦公廳舍興建購置
14、落實公共工程或房屋建築全生命週期各階段建造標準	是否瞭解計畫目標，審酌其工程定位及功能，對應提出妥適之建造標準，並於公共工程或房屋建築全生命週期各階段，均依所設定之建造標準落實執行		●		●	本計畫未涉及房屋建造
15、公共工程節能減碳及生態檢核	(1)是否依行政院公共工程委員會(下稱工程會)函頒之「公共工程節能減碳檢核注意事項」辦理		●		●	工程建造費未達1億元
	(2)是否依工程會函頒之「公共工程生態檢核注意事項」辦理		●		●	既有之設施無涉及生態環保教育
16、無障礙及通用設計影響評估	是否考量無障礙環境，參考建築及活動空間相關規範辦理		●		●	本計畫執行單位為地方政府，改善項目尚待提報
17、高齡社會影響評估	是否考量高齡者友善措施，參考WHO「高齡友善城市指南」相關規定辦理		●		●	本計畫執行單位為地方政府，改善項目尚待提報
18、營(維)運管理計畫	是否具務實及合理性(或能否落實營運或維運)		●		●	設施改善後由地方政府營運管理
19、房屋建築朝向近零碳建築方向規劃	是否已依工程會「公共工程節能減碳檢核注意事項」及內政部建築研究所「綠建築評估手冊」之綠建築標章及建築能效等級辦理		●		●	本計畫未涉及房屋建造

檢視項目	內 容 重 點 (內容是否依下列原則撰擬)	主辦機關		主管機關		備註
		是	否	是	否	
20、地層下陷影響評估	屬重大開發建設計畫者，是否依「機關重大開發建設計畫提報經濟部地層下陷防治推動委員會作業須知」辦理		●		●	本計畫非屬重大開發建設，無涉及地層下陷
21、資通安全防護規劃	資訊系統是否辦理資通安全防護規劃		●		●	本計畫未涉及資訊系統

主辦機關核章：承辦人

單位主管

首長

主管部會核章：研考主管

會計主管

首長

EY20

中長程個案計畫性別影響評估檢視表【一般表】

【第一部分—機關自評】：由機關人員填寫

【填表說明】各機關使用本表之方法與時機如下：

一、計畫研擬階段

(一) 請於研擬初期即閱讀並掌握表中所有評估項目；並就計畫方向或構想徵詢作業說明第三點所稱之性別諮詢員（至少1人），或提報各部會性別平等專案小組，收集性別平等觀點之意見。

(二) 請運用本表所列之評估項目，將性別觀點融入計畫書草案：

- 1、將性別目標、績效指標、衡量標準及目標值納入計畫書草案之計畫目標章節。
- 2、將達成性別目標之主要執行策略納入計畫書草案之適當章節。

二、計畫研擬完成

(一) 請填寫完成【第一部分—機關自評】之「壹、看見性別」及「貳、回應性別落差與需求」後，併同計畫書草案送請性別平等專家學者填寫【第二部分—程序參與】，宜至少預留1週給專家學者（以下稱為程序參與者）填寫。

(二) 請參酌程序參與者之意見，修正計畫書草案與表格內容，並填寫【第一部分—機關自評】之「參、評估結果」後通知程序參與者審閱。

三、計畫審議階段：請參酌行政院性別平等處或性別平等專家學者意見，修正計畫書草案及表格內容。

四、計畫執行階段：請將性別目標之績效指標納入年度個案計畫管制並進行評核；如於實際執行時遇性別相關問題，得視需要將計畫提報至性別平等專案小組進行諮詢討論，以協助解決所遇困難。

註：本表各欄位除評估計畫對於不同性別之影響外，亦請關照對不同性傾向、性別特質或性別認同者之影響。

計畫名稱：公有零售市場及列管夜市環境品質提升計畫

主管機關 （請填列中央二級主管機關）	經濟部	主辦機關（單位） （請填列提案機關／單位）	商業發展署
1-1【請說明本計畫與性別平等相關法規、政策之相關性】 性別平等相關法規與政策包含憲法、法律、性別平等政策綱領及消除對婦女一切形式歧視公約（CEDAW） ¹ 可參考行政院性別平等會網站（ https://gec.ey.gov.tw ）。		1. 本計畫旨在建立傳統市集為安全、衛生、整潔、明亮的現代化賣場，受益對象為市場、攤商及消費者，並無特定之性別考量。 2. 本計畫決策及執行過程人力任一性別不低於三分之一比例原則；且將性別友善空間設施列為優先核定施作項目，符合我國「性別平等政策綱領」中「權力、決策與影響力篇」及「環境、能源與科技篇」所揭示之內涵。	
1-2【請蒐集與本計畫相關之性別統計及性別分析（含前期或相關計畫之執行結果），並分析性別落差情形及原因】		1、本計畫政策規劃者（研擬及決策人員）：	

請依下列說明填寫評估結果：

- a. 歡迎查閱行政院性別平等處建置之「性別平等研究文獻資源網」(<https://www.gender ey.gov.tw/research/>)、「重要性別統計資料庫」(<https://www.gender ey.gov.tw/gecdb/>)(含性別分析專區)、各部會性別統計專區、我國婦女人權指標及「行政院性別平等會—性別分析」(<https://gec ey.gov.tw>)。
- b. 性別統計及性別分析資料蒐集範圍應包含下列 3 類群體：
 - ①政策規劃者(例如：機關研擬與決策人員、外部諮詢人員)。
 - ②服務提供者(例如：機關執行人員、委外廠商人力)。
 - ③受益者(或使用者)。
- c. 前項之性別統計與性別分析應盡量顧及不同性別、性傾向、性別特質及性別認同者，探究其處境或需求是否存在差異，及造成差異之原因；並宜與年齡、族群、地區、障礙情形等面向進行交叉分析(例如：高齡身障女性、偏遠地區新住民女性)，探究在各因素交織影響下，是否加劇其處境之不利，並分析處境不利群體之需求。前述經分析所發現之處境不利群體及其需求與原因，應於後續【1-3 找出本計畫之性別議題】，及【貳、回應性別落差與需求】等項目進行評估說明。
- d. 未有相關性別統計及性別分析資料時，請將「強化與本計畫相關的性別統計與性別分析」列入本計畫之性別目標(如 2-1 之 f)。

本計畫於研擬及決策階段，相關人力任一性別不少於三分之一。

(男性：5 人、女性：4 人)

- 2、本計畫主要服務提供者(地方政府)：地方政府提報申請計畫，擬提醒相關計畫執行承辦人力任一性別不少於三分之一比例為原則。
- 3、本計畫主要受益者：受益對象為市場、攤商及消費者，受益對象不因性別因素有所侷限。

1-3【請根據 1-1 及 1-2 的評估結果，找出本計畫之性別議題】

性別議題舉例如次：

a. 參與人員

政策規劃者或服務提供者之性別比例差距過大時，宜關注職場性別隔離(例如：某些職業的從業人員以特定性別為大宗、高階職位多由單一性別擔任)、職場性別友善性不足(例如：缺乏防治性騷擾措施；未設置哺乳室；未顧及員工對於家庭照顧之需求，提供彈性工作安排等措施)，及性別參與不足等問題。

b. 受益情形

①受益者人數之性別比例差距過大，或偏離母體之性別比例，宜關注不同性別可能未有平等取得社會資源之機會(例如：獲得政府補助；參加人才培訓活動)，或平等參與社會及公共事務之機會(例如：參加公聽會/說明會)。

②受益者受益程度之性別差距過大時(例如：滿意度、社會保險給付金額)，宜關注弱勢性別之需求與處境(例如：家庭照顧責任使女性未能連續就業，影響年金領取額度)。

c. 公共空間

公共空間之規劃與設計，宜關注不同性別、性傾向、性別特質及性別認同者之空間使用性、安全性及友善性。

①使用性：兼顧不同生理差異所產生的不同需求。

綜合評估 1-1 及 1-2 評估結果，本計畫涉及性別議題部分，如下：

- 1、促進不同性別參與本計畫規劃、決策及執行，納入不同性別經驗與意見。
- 2、透過市集公共設施改善，請各地方政府納入性別友善考量。

②安全性：消除空間死角、相關安全設施。

③友善性：兼顧性別、性傾向或性別認同者之特殊使用需求。

d. 展覽、演出或傳播內容

藝術展覽或演出作品、文化禮俗儀典與觀念、文物史料、訓練教材、政令/活動宣導等內容，宜注意是否避免複製性別刻板印象、有助建立弱勢性別在公共領域之可見性與主體性。

e. 研究類計畫

研究類計畫之參與者（例如：研究團隊）性別落差過大時，宜關注不同性別參與機會、職場性別友善性不足等問題；若以「人」為研究對象，宜注意研究過程及結論與建議是否納入性別觀點。

2-1【請訂定本計畫之性別目標、績效指標、衡量標準及目標值】

請針對 1-3 的評估結果，擬訂本計畫之性別目標，並為衡量性別目標達成情形，請訂定相應之績效指標、衡量標準及目標值，並納入計畫書草案之計畫目標章節。性別目標宜具有下列效益：

a. 參與人員

①促進弱勢性別參與本計畫規劃、決策及執行，納入不同性別經驗與意見。

②加強培育弱勢性別人才，強化其領導與管理知能，以利進入決策階層。

③營造性別友善職場，縮小職場性別隔離。

b. 受益情形

①回應不同性別需求，縮小不同性別滿意度落差。

②增進弱勢性別獲得社會資源之機會（例如：獲得政府補助；參加人才培訓活動）。

③增進弱勢性別參與社會及公共事務之機會（例如：參加公聽會/說明會，表達意見與需求）。

c. 公共空間

回應不同性別對公共空間使用性、安全性及友善性之意見與需求，打造性別友善之公共空間。

d. 展覽、演出或傳播內容

①消除傳統文化對不同性別之限制或僵化期待，形塑或推展性別平等觀念或文化。

②提升弱勢性別在公共領域之可見性與主體性（如作品展出或演出；參加運動競賽）。

e. 研究類計畫

①產出具性別觀點之研究報告。

②加強培育及延攬環境、能源及科技領域之女性研究人才，提升女性專業技術研發能力。

f. 強化與本計畫相關的性別統計與性別分析。

■有訂定性別目標者，請將性別目標、績效指標、衡量標準及目標值納入計畫書草案之計畫目標章節，並於本欄敘明計畫書草案之頁碼：10

1、本計畫於研擬及決策階段，相關人力任一性別不少於三分之一。

（男性：5 人、女性：4 人）

2、地方政府計畫執行人力以任一性別不少於三分之一為原則。

3、本計畫包括市集衛生設施之改善與更新，包含通風、集水、排水、公廁等具衛生整潔功能之設施，納入性別友善考量。

□未訂定性別目標者，請說明原因及確保落實性別平等事項之機制或方法。

g. 其他有助促進性別平等之效益。

2-2【請根據 2-1 本計畫所訂定之性別目標，訂定執行策略】

請參考下列原則，設計有效的執行策略及其配套措施：

a. 參與人員

- ① 本計畫研擬、決策及執行各階段之參與成員、組織或機制（如相關會議、審查委員會、專案辦公室成員或執行團隊）符合任一性別不少於三分之一原則。
- ② 前項參與成員具備性別平等意識/有參加性別平等相關課程。

b. 宣導傳播

- ① 針對不同背景的目標對象（如不諳本國語言者；不同年齡、族群或居住地民眾）採取不同傳播方法傳布訊息（例如：透過社區公布欄、鄰里活動、網路、報紙、宣傳單、APP、廣播、電視等多元管道公開訊息，或結合婦女團體、老人福利或身障等民間團體傳布訊息）。
- ② 宣導傳播內容避免具性別刻板印象或性別歧視意味之語言、符號或案例。
- ③ 與民眾溝通之內容如涉及高深專業知識，將以民眾較易理解之方式，進行口頭說明或提供書面資料。

c. 促進弱勢性別參與公共事務

- ① 計畫內容若對人民之權益有重大影響，宜與民眾進行充分之政策溝通，並落實性別參與。
- ② 規劃與民眾溝通之活動時，考量不同背景者之參與需求，採多元時段辦理多場次，並視需要提供交通接駁、臨時托育等友善服務。
- ③ 辦理出席民眾之性別統計；如有性別落差過大情形，將提出加強蒐集弱勢性別意見之措施。
- ④ 培力弱勢性別；形成組織、取得發言權或領導地位。

d. 培育專業人才

- ① 規劃人才培訓活動時，納入鼓勵或促進弱勢性別參加之措施（例如：提供交通接駁、臨時托育等友善服務；優先保障名額；培訓活動之宣傳設計，強化歡迎或友善弱勢性別參與之訊息；結合相關機關、民間團體或組織，宣傳培訓活動）。
- ② 辦理參訓者人數及回饋意見之性別統計與性別分析，作為未來精進培訓活動之參考。
- ③ 培訓內涵中融入性別平等教育或宣導，提升相關領域從業人員之性別敏感度。
- ④ 辦理培訓活動之師資性別統計，作為未來師資邀請或師資培訓之參考。

e. 具性別平等精神之展覽、演出或傳播內容

- ① 規劃展覽、演出或傳播內容時，避免複製性別刻板印象，並注意創作者、表演者之性別平衡。

■ 有訂定執行策略者，請將主要的執行策略納入計畫書草案之適當章節，並於本欄敘明計畫書草案之頁碼：10

- 1、本計畫之機關研擬決策人員與執行人員採行任一性別不少於三分之一為原則，納入不同性別經驗與意見，促進不同性別參與本計畫規劃、決策及執行，以落實性別平等政策。
- 2、本計畫為市集公共設施改善，請地方政府提報改善計畫時，相關公共設施時需納入性別友善考量，兼顧不同性別需求。

□ 未訂執行策略者，請說明原因及改善方法：

②製作歷史文物、傳統藝術之導覽、介紹等影音或文字資料時，將納入現代性別平等觀點之詮釋內容。

③規劃以性別平等為主題的展覽、演出或傳播內容（例如：女性的歷史貢獻、對多元性別之瞭解與尊重、移民女性之處境與貢獻、不同族群之性別文化）。

f. 建構性別友善之職場環境

委託民間辦理業務時，推廣促進性別平等之積極性作法（例如：評選項目訂有友善家庭、企業托兒、彈性工時與工作安排等性別友善措施；鼓勵民間廠商拔擢弱勢性別優秀人才擔任管理職），以營造性別友善職場環境。

g. 具性別觀點之研究類計畫

①研究團隊成員符合任一性別不少於三分之一原則，並積極培育及延攬女性科技研究人才；積極鼓勵女性擔任環境、能源與科技領域研究類計畫之計畫主持人。

②以「人」為研究對象之研究，需進行性別分析，研究結論與建議亦需具性別觀點。

2-3【請根據 2-2 本計畫所訂定之執行策略，編列或調整相關經費配置】

各機關於籌編年度概算時，請將本計畫所編列或調整之性別相關經費納入性別預算編列情形表，以確保性別相關事項有足夠經費及資源落實執行，以達成性別目標或回應性別差異需求。

☐有編列或調整經費配置者，請說明預算額度編列或調整情形：

☒未編列或調整經費配置者，請說明原因及改善方法：
性別目標以建立相關機制採行不少於三分之一性別比例原則，暫無編列性別預算。

【注意】填完前開內容後，請先依「填表說明二之（一）」辦理【第二部分—程序參與】，再續填下列「參、評估結果」。

3-1 綜合說明

3-2 參採情形

3-2-1 說明採納意見後之計畫調整（請標註頁數）。

3-2-2 說明未參採之理由或替代規劃

1. 將性別友善公共設施優先列為核定施作項目（P. 10）。

2. 計畫執行過程將視實際需求補充性別統計相關資料（P. 10）。

3-3 通知程序參與之專家學者本計畫之評估結果：

已於112年12月1日將「評估結果」及「修正後之計畫書草案」通知程序參與者審閱。

填表人姓名：_____ 職稱：_____ 電話：_____ 填表日期：112年11月28日

本案已於計畫研擬初期 ☒ 徵詢性別諮詢員之意見，或 ☐ 提報各部會性別平等專案小組（會議日期：____年____月____日）

性別諮詢員姓名：_____ 服務單位及職稱：_____ 身分：符合中長程個案計畫性別影響評估作業說明第三點第四款（如提報各部會性別平等專案小組者，免填）

（請提醒性別諮詢員恪遵保密義務，未經部會同意不得逕自對外公開計畫草案）

EY20
EY20

EY20
EY20

【第二部分—程序參與】：由性別平等專家學者填寫

（一）基本資料	
1. 程序參與期程或時間	112 年 10 月 28 日 至 112 年 11 月 30 日
2. 參與者姓名、職稱、服務單位及其專長領域	性別政策與公共政策；人口、婚姻與家庭政策議題；性別主流化政策；性別影響評估擬議與審查；CEDAW 與友善職場安全及友善家庭方案；文官體制與人力資源管理
3. 參與方式	☐ 計畫研商會議 ☐ 性別平等專案小組 ☒ 書面意見
（二）主要意見（若參與方式為提報各部會性別平等專案小組，可附上會議發言要旨，免填 4 至 10 欄位，並請通知程序參與者恪遵保密義務）	
4. 性別平等相關法規政策相關性評估之合宜性	合宜
5. 性別統計及性別分析之合宜性	請酌做修正
6. 本計畫性別議題之合宜性	合宜
7. 性別目標之合宜性	請酌做修正
8. 執行策略之合宜性	合宜
9. 經費編列或配置之合宜性	合宜
10. 綜合性檢視意見	1. 本計畫旨在建立傳統市集為安全、衛生、整潔、明亮的現代化賣場，受益對象為市場、攤商及消費者，對於女性及弱勢性別之所需，當有特別之考量，以免成為「性別盲」，方為建立友善性別環境盡一份心力。

	2. 本計畫包括市集衛生設施之改善與更新，包含通風、集水、排水、公廁等具衛生整潔功能之設施，納入性別友善考量。特別是在廁所的清潔度、座落位置之安全性、廁所內置物架或掛勾、輔助把手之設置，以及多功能廁所(含親子廁所、身心障礙廁所與友善性別廁所)之設置，並應要求在管理規劃上應定期檢視防止有偷拍等電子裝置等。 3. 有關性別比例是要求是以任一性別不少於三分之一為原則，並非以三分之一為原則，有關此點，再請修正相關文字之敘述。另外，亦應列出不同性別之人數及比例，以為佐證。
(三) 參與時機及方式之合宜性	合宜
本人同意恪遵保密義務，未經部會同意不得逕自對外公開所評估之計畫草案。 (簽章，簽名或打字皆可) _____	

EV20
EY20

附表

經濟部「公有零售市場及列管夜市環境品質提升計畫」(草案)
相關機關審議意見回應說明表

機 關	審議意見	回應說明
財政部	旨案計畫所需經費規劃由中央特別統籌分配稅款支應一節，依財政收支劃分法第16條之1及中央統籌分配稅款分配辦法第12條規定，特別統籌稅款係支應地方政府緊急及其他重大事項所需經費，由行政院依實際情形核定分配，本案如符合前開規定，並經行政院同意，本部自當配合辦理。	公有零售市場及列管夜市乃民眾購買民生用品及休閒遊憩的重要場所，目前國內進入後疫情時代，人潮逐漸回流傳統市場及夜市，惟多數市縣仍存有市集設施設備老舊、損壞等情況，急需更新改善，爰研提本計畫改善市集內老舊、損壞設施設備，以提供消費者安全、衛生、整潔、明亮之購物環境，本計畫實有執行之必要，尚符合政策方向。
行政院主計總處	據說明，經濟部透過前瞻基礎建設-公有零售市場耐震補強計畫，補助地方政府強化市場建物安全無虞，目前國內社會進入後疫情時代，人潮逐漸回流傳統市場及攤商，惟目前多數市縣仍存有市場老舊及損壞等情況，急需更新改善，爰該部研提旨揭計畫，期程113至114年度，總經費3億元，由中央特別統籌分配稅款支應。本總處意見如下： 一、查財政收支劃分法第16條之1規定，中央特別統籌分配	1. 前瞻基礎建設-公有零售市場耐震補強計畫：主要針對市集建物主體耐震補強或老舊建物拆除重建，故市場設施及設備老舊損壞之更新與改善無法獲得補助。 2. 推動傳統市集疫後強化升級計畫：為著重市集軟體輔導(如導入市集美學設計、減碳作為)及市集行銷活動，非為市場老舊損壞設施及設備更新與改善。 3. 本計畫之環境品質提升是著重在改善更新市場內老舊損壞公共設施及設備(如排水、照明、通風等…)與以上二項計畫內容明顯有所區隔，非屬相同性質，就執行層面尚符合政策方向。

稅款應供為支應受
分配地方政府緊急
及其他重大事項所
需經費，由行政院
依實際情形分配
之。又其支出用途
歷來為外界焦點，
故係用於各地方政
府均須辦理之通案
性事項，如協助地
方政府災害搶救及
復建經費、水銀路
燈汰換、加速整建
國中小學操場及學
校廁所等。考量本
計畫係為改善地方
政府公有零售市場
及列管夜市之環境
品質，提升民眾購
物環境之安全，倘
政策決定以中央特
別統籌分配稅款支
應，原則尊重。

二、復查旨揭計畫係針
對各地方之市場或
夜市改善建物主
體、內部裝修、安
全設施，並優化市
集服務設施等，與
經濟部刻於前瞻基
礎建設特別預算辦
理之「公有零售市
場耐震補強計畫」，
以及疫後強化經濟
與社會韌性及全民
共享經濟成果特別

	預算辦理之「推動傳統市集疫後強化升級計畫」，部分內容具高度關聯性，宜請該部明確區隔各計畫內容並妥為說明，避免外界質疑。	
行政院性別平等處	一、本計畫採「中央主導、地方執行」之申請程序，協助各地方政府進行公有零售市場及列管夜市環境設施改善。於計畫目標(第10頁)明列計畫研擬及執行人力採行任一性別不少於三分之一原則；並將具性別友善之衛生設施列為優先核定施作項目；同時將收集相關性別統計資料，具性別敏感度，值得肯定。另建議於相關申請文件中引導地方政府補充攤商及自治組織之性別統計，作為後續計畫訂修之參考。 二、本計畫涉及公共空間之規劃設計，影響及受益者眾，建議應於「公有零售市場及列管夜市環境品質	各地方政府所轄市集亟待改善情形不同，且欲改善之項目尚未提報，有關貴處所提「足夠之安全照明設備並消除空間死角、無障礙坡道、性別友善廁所、適宜之男女廁比例、哺乳空間、適宜之電梯數量及容量等」之建議，將引導地方政府於申請計畫中提報，列為本計畫優先核定施作項目，並做為性別統計資料。 2. 已修正本計畫性別影響評估檢視表 1-1 欄位，補充相關內容(詳檢視表 1-1)。

	提升計畫」中，引導地方政府考量女性、高齡、兒童、行動不便及多元性別等在地族群之需求，並據以檢討規劃公共空間與工程設計之便利性、安全性及友善性(如足夠之安全照明設備並消除空間死角、無障礙坡道、性別友善廁所、適宜之男女廁比例、哺乳空間、適宜之電梯數量及容量等)，並將相關經費納入實支年度之性別預算。 三、有關性別影響評估檢視表 1-1 欄位，本計畫執行內容明訂決策及執行過程人力符合任一性別不低於三分之一比例原則；且將性別友善空間設施列為優先核定施作項目，符合我國「性別平等政策綱領」中「權力、決策與影響力篇」及「環境、能源與科技篇」所揭示之內涵，建議補充相關內容。	
國家發展委員會	本計畫以優化 20 處以上公有零售市場及列管夜	1. 修正計劃書 P10 頁，三、計畫目標。(一)優化 20 處以上公有

市為目標，建議宜以優化成果研議產出型或成果型指標；另為展現及推估本計畫可能帶來之效益及影響，請儘量具體化。此外，為普及行動支付，建議經濟部可於本計畫研議納入相關鼓勵及推動作法。 三、請確依「行政院所屬各機關中長程個案計畫編審要點」第14點規定先於「行政院政府計畫管理資訊網」立案並檢附基本資料表。	零售市場及列管夜市的公共設施空間之計畫目標指標(詳計畫書 P10 頁)。 2. 有關推廣行動支付部分，為鼓勵攤商多使用行動支付，本部將於申請表格上加入填寫該市場及夜市攤商使用行動支付之普及率，納入審查加分項目。 3. 已於「行政院政府計畫管理資訊網」立案並檢附基本資料表。
--	---

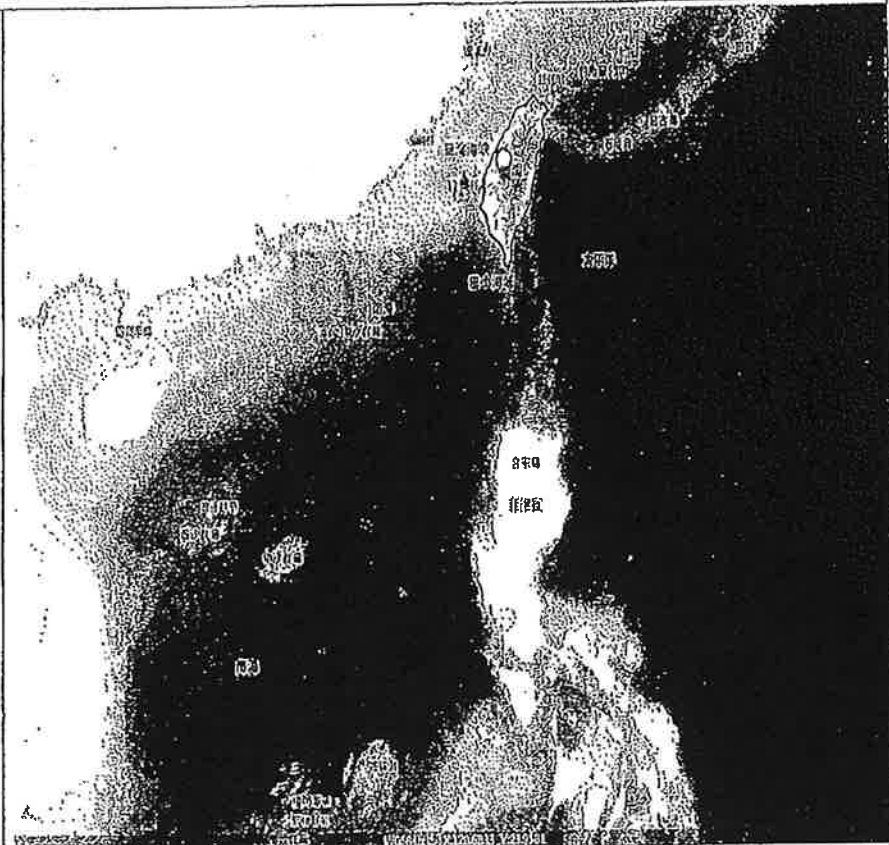
EY20

個案計畫基本資料表 (草案版)

壹、基本資料

計畫名稱	公有零售市場及列管夜市環境品質提升計畫	個案計畫 統一編號	A1-2231-1977
計畫類別	公共建設-社會發展計畫 其他(非屬政府公共建設計畫先期 作業實施要點所列次類別涵攝範圍 者)-	計畫期程	113/01/01 - 114/12/31
主管機關	經濟部	經費需求(千元)	300,000
主辦機關	經濟部商業發展署	主辦單位	服務發展組
提案機關 及其首長	經濟部商業發展署蘇署長文玲	執行地點	全國
空間資料	點資料：1筆 面資料：1筆 線資料：本計畫無「線」空間資料 <u>預覽</u>		

EY20
EY20

空間資料			
聯絡人員		職稱	
電話		電子信箱	
計畫總目標	優化20處以上公有零售市場及列管夜市的公共設施空間，提供民眾在公有零售市場及列管夜市的安全、衛生、整潔、明亮及友善的購物環境。		
計畫預期效益	(一)預期效果 推動「公有零售市場及列管夜市環境品質提升計畫」，共優化20處以上公有零售市場及列管夜市的公共設施空間，並提供民眾在公有零售市場及列管夜市的安全、衛生、整潔、明亮及友善的購物環境。可擴大中央地方協力合作投入改造傳統市集。 (二)實施效益 1.優化公有零售市場及列管夜市公共設施空間，改善環境及設施，扭轉民眾髒亂、陰暗、潮溼等不良印象，營造全新氛圍與增設民眾服務設施，廣招更多消費族群來		

	休閒消費。 2.樹立公有零售市場及列管夜市典範模式及優質形象，系統化提升傳統市集「新鮮、舒適、人情味」之形象，並透過包裝、宣傳、行銷，讓民眾有全新之印象及感受，同時更能永續發展。 3.改善傳統市集硬體老舊及其設備後，除建構安全、舒適消費環境外，又導入節能減碳的設施，減少碳排放為減緩地球暖化付出貢獻。
主要績效指標	優化公有零售市場及列管夜市的公共設施空間（2年20處以上）

掃描 QR Code
瞭解計畫情形



EY20