**第2次南アルプス市総合計画
後期基本計画・施策マネジメントシート**

作成日：令和6年 7月 4日

更新日：

政策No.	3	政策名	うるおいと活力のある 快適なまちの形成	施策主管課	商工振興課
施策No.	19	施策名	商工業の振興	施策主管課長名	小林 正明
施策関連課名					

1 施策の目的と指標

(1)対象(誰、何を対象としているのか) ※人や自然資源等	→	(3)対象指標(対象の大きさを表す指標)	単位
市内事業者		A (RESASによる)市内事業者件数	件
(2)意図(この施策によって対象をどう変えるのか)	→	(4)成果指標(意図の達成度を表す指標)	単位
安定した経営を続けることができる		① 営業所得の申告者数	人
		② 製造品出荷額	百万円
		③ 買い物に便利な地域だと思う市民の割合	%
		④	
成果指標設定の考え方	①	営業をしている件数を示す/市内事業者が安定した経営を続けることができているならば、営業をしている人数の減少幅が少なくなるので、営業所得の申告者数を成果指標とした。	
(成果指標設定の理由)	②	製造品の出荷額の状況を示す/市内の製造業者が安定した経営を続けることができているならば、製造品の出荷額が維持される(増加する)ので、成果指標とした。	
	③	市内の買い物環境に関する市民の評価を示す/市内の店舗が安定した経営を続けていけば、店舗の数や種類が維持され、買い物に便利な地域だと感じる市民が増える(減らない)ので、成果指標とした。	
	④		
成果指標の測定方法	①	税務課の課税データ「営業所得」の申告者数	
(どのように実績値を把握するか)	②	市内の事業所等(従業員4人以上)における製造品出荷額(出典:工業統計調査、経済センサス)	
	③	市民アンケート『南アルプス市は、買い物に便利な地域だと思いますか』において、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人の割合	
	④		

2 指標等の推移

指標名	単位	数値区分	前期基本計画					後期基本計画				
			H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度
対象指標 A (RESASによる)市内事業者件数	件	見込み値					2,650	2,650	2,650	2,650	2,650	2,650
		実績値	2,806	2,681	2,681		2,681	2,681	2,681	2,681	2,573	
B		見込み値										
		実績値										
C		見込み値										
		実績値										
① 営業所得の申告者数	人	目標値	-	-	-	-	-	3,021	3,010	2,999	2,988	2,977
		実績値	3,142	3,096	3,089	3,054	3,048	3,055	3,110	3,055	3,115	
② 製造品出荷額	百万円	目標値	268,049	268,049	268,049	268,049	268,049	239,036	239,036	239,036	239,036	239,036
		実績値	223,511	212,975	234,611	239,036	265,792	260,216	273,511	248,442	264,432	
③ 買い物に便利な地域だと思う市民の割合	%	目標値	55.2	56.4	57.6	58.8	60.0	54.0	55.5	57.0	58.5	60.0
		実績値	54.0	50.1	54.2	52.6	60.4	56.1	56.6	54.1	54.1	
④		目標値										
		実績値										
目標設定の考え方・理由(可能性と必然性)												
①	過去4年間の減少人数を年間に換算し、成り行きでは毎年22人減少していくものと考えた。人口減少・少子高齢化の進行などを背景に、大幅に増加することは難しいため、目標は減少幅を見込み値の半数にすることとし、令和元年の成り行き値から令和2年以降毎年11人減として令和6年度に2977人とした。											
②	成り行き値は、過去の平均値を基に227,533百万円と設定。前期基本計画では、H18～H20の景気が安定していた時期の平均値(268,049百万円)を目標値としているが、景気の変動があり事業者数が減少している中、現状とは大きく乖離があるため、後期においては現況値(H30年度実績・239,036百万円)を維持していくことを目標に設定した。											
③	前期基本計画期間中、実績値はほぼ横ばいであり、成り行きでも横ばい傾向となることが想定される。前期では、過去最高値(H22、24実績値=60.0%)を目標値としているが、この目標が達成できていないため、過去最高の水準に戻すことを目標に、前期と同じ目標値とした。											
④												

3 施策の役割分担

①市民(市民、事業所、地域、団体)の役割(住民が自助でやるべきこと、地域やコミュニティが共助でやるべきこと、行政と協働でやるべきこと)	②行政(市、県、国)の役割(協働を進めるため市がやるべきこと、県がやるべきこと、国がやるべきこと)
<ul style="list-style-type: none"> 市民は地域で消費し、事業者は生産や販売を増やす努力をする。 市内企業は市内雇用を増やす。 事業所は、付加価値を高め魅力ある販売事業の展開を行なう。 事業所は、伝統産業の時代ニーズに合わせた商品開発・販路開拓並びに後継者育成に取り組む。 	<ul style="list-style-type: none"> 消費者ニーズにあった新商品の開発、販路拡大・後継者育成への支援。 意欲がある事業所に対して支援する。 事業所と連携して就業環境を整える。

4 施策の状況変化・住民意見等 ※目標設定の前提とした後期基本計画策定時点の状況変化・住民意見等を記載しています。

①施策を取り巻く状況変化(対象や根拠法令等は、今後(～R6年度末を見越して)どのように変化するか?)	②関係者からの意見・要望(この施策に対して住民(対象者、納税者、関係者)、議会からどんな意見や要望が寄せられているか?)
<ul style="list-style-type: none"> 大規模小売店が隣町に進出し、地元商店街の活気が薄れている。また、インターネット販売など、消費者の購買行動が変化している。 高齢化、核家族化の進行により、買い物弱者が増加する。 経済情勢の変化に伴って、企業の求める雇用形態、若者の雇用状況が変化している。 就業者のニーズが変化し、パートタイム労働や派遣・契約社員など、就業形態が多様化している。 	<ul style="list-style-type: none"> 市街地の商業機能の充実を図るべきだとの意見がある。 若者が地元で働けるような就業の場がほしいという意見がある。

5 予算等の推移

※当初予算。骨格予算の年度は6月補正後

区分	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度	
関連事業本数	12	13	13	12	12	
関連事業予算額(単位:千円)	66,302	68,267	75,608	68,087	68,004	
(予算額の内訳)	国庫支出金	0	1,984	9,160	0	0
	県支出金	0	0	0	0	0
	地方債	0	0	0	0	0
	その他	2,030	2,030	2,030	2,025	2,030
	一般財源	64,272	64,253	64,418	66,062	65,974

(1) 目標達成度(目標値との比較)		※背景・要因と考えられること(根拠となる実績値、判断理由など)
☐ 目標より高い実績値だった ☒ どちらかといえば目標より高い実績値だった ☐ 目標どおりの実績値だった ☐ どちらかといえば目標より低い実績値だった ☐ 目標より低い実績値だった	成果指標①営業所得の申告者数については、目標値より127人多い実績値となった。 成果指標②製造品出荷額については、目標値より25,396百万円多い実績値となった。 成果指標③買い物に便利な地域だと思ふ市民の割合については、目標値より4.4%少ない実績値となった。	
(2) 時系列比較(どのように変化してきたか)		※背景・要因と考えられること(根拠となる実績値、判断理由など)
☐ 成果がかなり向上した ☒ 成果がどちらかといえば向上した ☐ 成果はほとんど変わらない(横ばい状態) ☐ 成果がどちらかといえば低下した ☐ 成果がかなり低下した	成果指標①営業所得の申告者数については、前年度より100人増加した。新型コロナウイルスも第5類に移行し、地域経済が緩やかではあるが活性化されてきたと考えている。 成果指標②製造品出荷額については、経年では増減を繰り返しているが、前年度に比べ15,990百万円と大きく増加している。原油や原材料価格が高騰したが、価格転嫁が進み増加したと考えられる。 成果指標③買い物に便利な地域だと思ふ市民の割合については、経年では増減を繰り返しているが、前年度と同じ54.1%となっている。H27～R1までは6.4%増加したが、R1～R5は6.3%の減少となっている。高齢化に伴い買い物弱者が増加していること、身近な小規模小売店舗が減少していること、またネットショッピング、ネットスーパー、通信販売、電子マネーなど利用が増え、買物に対する環境の変化が影響していると思われる。	
(3) 他団体比較(近隣他市、県・国との比較など)		※背景・要因と考えられること(根拠となる実績値、判断理由など)
☐ かなり高い成果水準である ☒ どちらかといえば高い成果水準である ☐ ほぼ同水準である ☐ どちらかといえば低い成果水準である ☐ かなり低い成果水準である	成果指標①②については、自治体により人口や面積、事業所の状況などが異なるため比較が難しい。 成果指標③買い物に便利な地域だと思ふ市民の割合については、ホームセンター、ドラッグストアなど大型店舗の進出が多く、買い物の利便性は近隣に比べても引けは取らないと思われる。(車など交通手段のある場合)	

7 基本計画期間における施策方針

(1) 施策の基本方針
<ul style="list-style-type: none"> ・商工会との連携を強化し、商工業者の経済活動の活性化を図るとともに、雇用・就業機会の確保に努める。 ・商工業者の安定経営や後継者の育成を支援し、地域に根差して経営を持続できる環境を整えるとともに、県外や海外への商圏拡大やセールスプロモーションを進めていく。

8 施策の目標達成のための基本事業の今年度(R6年度)の取組(事務事業)状況・今後の課題と次年度(R7年度)の方針

基本事業	今年度(R6)の取組(事務事業)状況及び今後の課題	次年度(R7)の方針
1 持続可能な経営の支援	エネルギーや原材料の高騰が続き、価格転嫁が出来ず経営の安定に支障を生じている事業者は少なくはない。金融機関や商工会などと連携して、セーフティネット保証や利子補給などの制度を活用して事業者を支援する。また、地域経済の活性化に向け設備投資や創業希望者へ支援を行う。	引き続き各種制度を活用し、事業者の安定経営を支援する。
2 市内での就業・雇用の推進	企業誘致や南アIC拠点施設整備が進み、雇用が大幅に増加することが予想される。そのため、山梨労働局・ハローワークと雇用対策協定を締結し、雇用施策に一体的に取り組む。一環として8月7日に市企業ガイドスを開催し、市内企業への就労を促進する。また、秋に開催する就職フェアは高校卒業見込み者を主対象に開催する予定である。	工業団地への立地企業の操業開始やコストコの操業開始が見込まれるため、引き続き山梨労働局・ハローワークと連携して雇用対策に取り組む。
3		
4		
5		