

平成 29 年度 第2次総合計画 施策マネジメントシート
(平成 28 年度の実績評価)

作成日 平成 29 年 7 月 10 日
更新日 平成 年 月 日

総合計画体系	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	農林商工部 観光商工課
	施策No. 13	施策名	商工業の振興	施策主管課長名	長谷部 寿仁
施策関連課名					

1 施策の目的

① 対象(誰、何を対象としているのか) * 人や自然資源等	② 意図(この施策によって対象をどう変えるのか)
就労している市民 事業所	市内での買物の利便性の向上 企業の安定操業による雇用拡大や所得増加
対象の大きさを表す指標 ⇒ 2-① 対象指標	意図の達成度を表す指標 ⇒ 2-② まちづくり指標

2 指標の推移、指標設定の根拠等

指標区分、指標名		単位	数値区分	基本計画現況値	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	
① 対象指標	ア 就労している市民	人	見込み値		36,321	36,018	35,880	35,743	35,605	35,468	
			実績値	36,321	36,321	36,321	36,101				
	イ 工業系企業(事業所)数	社	見込み値		177	175	173	171	169	167	
			実績値	164	149	149					
	ウ		見込み値								
			実績値								
② まちづくり指標	A 市内で買い物をおこなっている市民の割合	%	目標値		未設定	38.0	38.5	39.0	39.5	40.0	
			実績値	37.4	37.4	37.4	38.3				
	B 買い物の利便性に関する市民の満足度	%	目標値		56.0	55.2	56.4	57.6	58.8	60.0	
			実績値	54.2	53.6	54.0	50.1				
	C 年間商品販売額	百万円	目標値		92,320	94,263	94,263	94,263	94,263	94,263	
			実績値	94,263	85,692	85,692	85,692				
	D 製造品出荷額	百万円	目標値		259,830	268,049	268,049	268,049	268,049	268,049	
			実績値	217,973	223,511	223,511	223,511				
	E		目標値								
			実績値								
まちづくり指標設定の考え方		<p>A: 市内商業者の経営環境の状況を示す。 【山梨県商圏実態調査において市内で買い物をする人の比率】</p> <p>B: 市内の買い物環境に関する市民の評価を示す。 【市民アンケートの『南アルプス市は、買物に便利な地域だと思いますか』において、「思う」「まあまあ思う」と回答した人の割合】</p> <p>C: 市内における商業活動の状況を示す。 【市内の卸・小売事業所における年間商品販売額(出典: 商業統計調査・経済センサス活動調査)】</p> <p>D: 市内における工業活動の状況を示す。 【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)】</p>									
目標値の設定の根拠(前提条件や考え方等)		<p>A: 商業施設等の現状を踏まえると比率の上昇は望めないが、40%への回復を目標値に設定</p> <p>B: 商業施設等の現状を踏まえると比率の上昇は望めないため、これまでの最高値(H22・24)の水準維持を目標値に設定</p> <p>C: 社会情勢や商業施設等の現状を踏まえると消費の上昇は望めないため、現状維持を目標値に設定</p> <p>D: H20年の世界金融危機以前の景気が安定していた年(H18~H20)の平均値を目標値に設定</p>									

3 予算等の推移

※当初予算額。骨格予算の年度は6月補正後

区分	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
関連事業本数	17	18	15	17	18		
関連事業予算額(単位: 千円)	51,419	103,990	99,078	77,488	114,340		
(予算額の内訳)	国庫支出金	0	0	0	0	0	
	県支出金	465	26,265	0	0	0	
	地方債	0	0	0	0	0	
	その他	3,010	21,474	20,260	910	930	
	一般財源	47,944	56,251	78,818	76,578	113,410	

4 評価結果(施策の有効性評価)

<p>① 目標達成度評価 (目標値と実績値との比較)</p> <p><input type="checkbox"/> 目標値より高い実績値だった</p> <p><input type="checkbox"/> 目標値どおりの実績値だった</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 目標値より低い実績値だった</p>	<p>※左記の理由</p> <p>指標Aでは食料品・日用品・衣料品等で若干市内利用者割合が増えたのではないかと。新しい店舗としてはケーズデンキ。指標BはH27のプレミアム振興券の反動か、買い物をする人の高齢化も影響するのではないかと。指標C.Dは前年数値の置き換えである。</p>
<p>② 時系列比較(過去3ヶ年程度の比較)</p> <p><input type="checkbox"/> 成果がかなり向上した</p> <p><input type="checkbox"/> 成果がどちらかと言えば向上した</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 成果はほとんど変わらない(横ばい状態)</p> <p><input type="checkbox"/> 成果がどちらかと言えば低下した</p> <p><input type="checkbox"/> 成果がかなり低下した</p>	<p>※左記の理由</p> <p>H27の満足度の増をプレミアム振興券の販売による効果だと考えると、市内における買い物の満足度は落ちている。食料品・ホームセンターは対応できていると思うが、衣料品については市外の店舗に行く買い物客が多いと思われる。</p>
<p>③ 他自治体との成果実績値の比較</p> <p><input type="checkbox"/> かなり高い成果水準である</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> どちらかと言えば高い成果水準である</p> <p><input type="checkbox"/> ほぼ同水準である</p> <p><input type="checkbox"/> どちらかと言えば低い成果水準である</p> <p><input type="checkbox"/> かなり低い成果水準である</p>	<p>※左記の理由</p> <p>指標C.Dの数字は前年数値の置き換えである。甲斐市では地元購買率がH25実績値で48%という数値である。甲斐市では大型ショッピングセンター「ラザウォーク」の影響があるようだ。1箇所で様々な買い物・食事ができること、また、地産地消の農産物直売所の購入が増えているようである。指標Aの38.3%、指標Bの50.1%もそんなに悪い率ではないだろうと思う。</p>
<p>④ 住民の期待する成果水準との比較</p> <p><input type="checkbox"/> かなり高い成果水準である</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> どちらかと言えば高い成果水準である</p> <p><input type="checkbox"/> ほぼ同水準である</p> <p><input type="checkbox"/> どちらかと言えば低い成果水準である</p> <p><input type="checkbox"/> かなり低い成果水準である</p>	<p>※左記の理由</p> <p>市民アンケート調査の結果では市内の商店やショッピングセンターなどで買い物をしている率は84.2%で、前回の82.0%を上回る結果となっている。買い物消費については概ね満足しているのではないかと。率を上げるには大型ショッピングセンターの進出が考えられるが、県民人口を考えると、もう飽和状態なのではないかと思う。</p>

5 まとめ(課題の抽出とその解決に向けた取り組み)

施策の課題 (現状の問題点)	課題を解決し、施策の実現を図るための取り組み方針	
	課題解決の方向性	具体的な改善策・取り組み内容
<p>市内で操業している企業の市内出身者雇用が進んでいない。</p>	<p>市内企業に市内雇用を推進してもらう施策を市として考えていく。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 企業ガイダンスの開催 特にH29年度では、新しい試みとして東京・新宿においてUIJターンを開催した。 雇用創出奨励金制度の活用 ものづくり企業成長投資事業の活用
<p>地元の商店(小売店)の数が減少している。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 交通弱者に対して買い物に行く手段を考える。 地元の小売店が魅力ある商品作りを進める。 	<ul style="list-style-type: none"> コミュニティーバスの運行 タクシー券の発行 宅配サービス、移動販売車の普及 地産地消への取り組みを盛んにする(JA直売所・ハッピーパーク) 生産者と販売業者との連携 和菓子店で行っている商品開発等、小売店主の企業努力