

令和 元 年度 第2次総合計画 施策マネジメントシート
(平成 30 年度の実績評価)

作成日 令和 1 年 6 月 28 日
更新日 令和 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	櫻本 明正
施策関連課名			南アルプスIC新産業拠点整備室		

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(店舗)	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	令和元年度	
① 対象指標	ア 就労している市民	人	見込み値			36,018	35,880	35,743	35,605	35,468	
			実績値	36,321	36,321	36,321	36,101	36,101	36,101		
	イ 工業系企業(事業所)数	社	見込み値			175	173	171	169	167	
			実績値	164	149	149	149	143	142		
	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			38.0	38.5	39.0	39.5	40.0	
			実績値	37.4	37.4	37.4	38.3	38.3	38.3		
	B 買い物の利便性に関する市民の満足度	%	目標値			55.2	56.4	57.6	58.8	60.0	
			実績値	54.2	53.6	54.0	50.1	54.2	52.6		
	C 年間商品販売額	百万円	目標値			94,263	94,263	94,263	94,263	94,263	
			実績値	94,263	85,692	85,692	85,692	85,692	85,692		
	D 製造品出荷額	百万円	目標値			268,049	268,049	268,049	268,049	268,049	
			実績値	217,973	223,511	223,511	212,975	234,611	239,036		
	E		目標値								
			実績値								
まちづくり指標設定の考え方		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】 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】 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)】 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)】									
目標値の設定の根拠(前提条件や考え方等)		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 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 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 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									

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	令和元年度
関連事業本数	17	18	15	17	18	17	17
関連事業予算額(単位:千円)	51,419	103,990	99,078	77,488	114,340	93,193	89,195
(予算額の内訳)	国庫支出金	0	0	0	0	0	0
	県支出金	465	26,265	0	0	0	0
	地方債	0	0	0	0	0	0
	その他	3,010	21,474	20,260	910	930	930
	一般財源	47,944	56,251	78,818	76,578	113,410	92,263

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・Cについて</p> <p>市民は幹線道路を利用し、市内はもとより隣接する市外大型店舗で買い物をしており、この傾向は継続するものと思われる。</p>
<p>② 時系列比較(基本計画現況値からの推移)</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>指標Bについて</p> <p>ビッグステージ・南アルプスガーデン等の大型店舗の進出により、市民にとっては便利になっているが、その分地元商店街はそのあおりを受け閉店しているところが多くなってきている。</p> <p>山梨県商圏実態調査における「市内で買い物をしている」が高い数値を示し、また市民アンケートの「買い物に便利」も5割を超えている。しかし旧来の地元店舗は減少しつつあり、移動が制約される高齢者等には影響がある。このことから、地元店舗の事業継続は大きな課題となっている。</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 type="checkbox"/> どちらかと言えば高い成果水準である</p> <p><input checked="" 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>市民は幹線道路を利用し、市内はもとより隣接する市外大型店舗で買い物をしており、この傾向は継続するものと思われる。商圏が市域を越えているため、他自治体との比較は困難である。山梨県商圏実態調査によると</p> <p>①利用店舗 大型店85.0%、ネットショップ5.3%、一般小売店5.0%、その他4.7%</p> <p>②買い物場所 本市38.3%、昭和町18.5%、中央市15.9%、甲斐市14.2%、甲府市7.9%、その他5.2%となっている。</p> <p>なお、指標A・Cは各統計・センサス数値のため、据置き値であり評価不能となる。</p>

5 まとめ(課題の抽出と解決の方向性)

施策の課題 (現状の問題点)	課題解決の方向性
<p>今後の少子高齢化の進展により、生産年齢人口の減少が懸念され、企業の操業や雇用に悪影響をもたらす。</p>	<p>優良企業の誘致による地域産業の活性化を図り、同時に雇用創出による生産年齢人口の増加を図る。</p> <p>市内企業に市内雇用を推進してもらい施策を市として考えていく。</p>
<p>魅力ある事業所(店舗)づくり</p>	<p>新商品の開発や既存製品の付加価値化などによる新マーケットの開発</p>