

**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**

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	観光商工課
施策No.	19	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					

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 (成果指標設定の理由)	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れば、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。		
	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れば、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れば、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 (どのように実績値を把握するか)	① 税務課の課税データ「営業所得」の申告者数		
	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					
B		見込み値										
		実績値										
C		見込み値										
		実績値										
成果指標 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					
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	249,688					
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					
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件とした。											
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

①施策を取り巻く状況変化(対象や根拠法令等は、今後(～R3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				
関連事業予算額(単位:千円)	66,302				
(予算額の内訳)	国庫支出金	0			
	県支出金	0			
	地方債	0			
	その他	2,030			
	一般財源	64,272			

(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)
<input type="checkbox"/> 目標より高い実績値だった <input type="checkbox"/> どちらかといえば目標より高い実績値だった <input checked="" type="checkbox"/> 目標どおりの実績値だった <input type="checkbox"/> どちらかといえば目標より低い実績値だった <input type="checkbox"/> 目標より低い実績値だった		成果指標②製造品出荷額(工業統計調査、経済センサス)のR1年度実績値は、目標値より18,361百万円低い実績値だった。 成果指標③買い物に便利な地域だと思ふ市民の割合のR1年度実績値は、目標値より0.4%高い数値だった。コミュニティバスの利便性の向上により、高齢者が市内で買い物をする割合が増えたと思われる。
(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)
<input type="checkbox"/> 成果がかなり向上した <input checked="" type="checkbox"/> 成果がどちらかといえば向上した <input type="checkbox"/> 成果はほとんど変わらない(横ばい状態) <input type="checkbox"/> 成果がどちらかといえば低下した <input type="checkbox"/> 成果がかなり低下した		成果指標①営業所得の申告者数は、小規模事業者の経営の高齢化により事業継承が出来ず廃業するなどの傾向があると思われる。 成果指標②製造品出荷額は、H27年度223,511百万円、H28年度212,975百万円、H29年度234,611百万円、H30年度239,036百万円、R1年度249,688百万円と増加傾向である。近年の好景気を反映し、出荷額が増加している。 成果指標③買い物に便利な地域だと思ふ市民の割合は、市内に大型店舗やショッピングセンター等の進出により、市外に買い物に行かなくても市内で買い物を済ますことが出来るようになった為、割合が増加している。
(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)
<input type="checkbox"/> かなり高い成果水準である <input type="checkbox"/> どちらかといえば高い成果水準である <input checked="" type="checkbox"/> ほぼ同水準である <input type="checkbox"/> どちらかといえば低い成果水準である <input type="checkbox"/> 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は、大型店舗やショッピングセンター等の進出により、買い物の利便性は高まっている。

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る。

8 施策の目標達成のための基本事業の今年度(R2年度)の取組(事務事業)状況・今後の課題と次年度(R3年度)の方針

基本事業	今年度(R2)の取組(事務事業)状況及び今後の課題	次年度(R3)の方針
1 持続可能な経営の支援	新型コロナウイルス感染症対策による地域経済における影響及び市民の経済的な負担が増していることで、「市事業者持続化給付金給付事業」「市地域経済消費喚起事業」「市宿泊・旅客運送事業者支援金給付事業」を創設。今後も、事業所を側面から支援し、経済団体と連携して、経済活動を活性化させる環境を整える。	経済状況に応じて経済対策のための各種事業を展開する。
2 市内での就業・雇用の推進	新型コロナウイルス感染防止の為、東京都内で5月開催予定のUIターン就職フェアは中止となる。今後は、開催時期、開催場所、求職者のニーズを考慮し就職支援を行なう必要がある。	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染防止の観点から、新たな形の企業ガイダンスやUIターン就職フェアの開催を模索して行く。 ・市内企業と市内で就職を希望する人のマッチングを図り、人材確保を支援する。
3		
4		
5		