

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) * 数字は記入しない																	
就労している市民 事業所(店舗)		<table border="1"> <tr><th colspan="2">名称</th><th>単位</th></tr> <tr><td>A</td><td>就労している市民</td><td>人</td></tr> <tr><td>B</td><td>工業系企業(事業所)数</td><td>社</td></tr> <tr><td>C</td><td>店舗数</td><td>店舗</td></tr> </table>	名称		単位	A	就労している市民	人	B	工業系企業(事業所)数	社	C	店舗数	店舗					
名称		単位																	
A	就労している市民	人																	
B	工業系企業(事業所)数	社																	
C	店舗数	店舗																	
② 意図(この施策によって対象をどう変えるのか)	→	④ まちづくり指標(意図の達成度を表す指標) * 数字は記入しない																	
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		<table border="1"> <tr><th colspan="2">名称</th><th>単位</th></tr> <tr><td>A</td><td>市内で買い物をおこなっている市民の割合</td><td>%</td></tr> <tr><td>B</td><td>買い物の便利さに関する市民の満足度</td><td>%</td></tr> <tr><td>C</td><td>年間商品販売額</td><td>百万円</td></tr> <tr><td>D</td><td>製造品出荷額</td><td>百万円</td></tr> <tr><td>E</td><td></td><td></td></tr> </table>	名称		単位	A	市内で買い物をおこなっている市民の割合	%	B	買い物の便利さに関する市民の満足度	%	C	年間商品販売額	百万円	D	製造品出荷額	百万円	E	
名称		単位																	
A	市内で買い物をおこなっている市民の割合	%																	
B	買い物の便利さに関する市民の満足度	%																	
C	年間商品販売額	百万円																	
D	製造品出荷額	百万円																	
E																			
<p>・まちづくり指標設定の考え方(理由、数式も) ・まちづくり指標の測定規格(手段はアンケートか、統計か)</p> <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】 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?」について、「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)】</p>																			

2 指標等の推移

指標名	単位	数値区分	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
対象指標	A 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				
	B 社	見込み値		177	175	173	171	169	167
		実績値	164	149	149				
	C 店舗	見込み値		1,384	1,386	1,387	1,389	1,390	1,392
		実績値							
まちづくり指標	A %	目標値	未設定	未設定	38.0	38.5	39.0	39.5	40.0
		実績値	37.4	37.4	37.4				
	B %	目標値	56.0	56.0	55.2	56.4	57.6	58.8	60.0
		実績値	53.5	54.2	53.6	54.0			
	C 百万円	目標値	92,320	92,320	94,263	94,263	94,263	94,263	94,263
		実績値	統計未実施	85,692	85,692				
	D 百万円	目標値	249,165	259,830	268,049	268,049	268,049	268,049	268,049
		実績値	222,625	223,511	223,511				
	E	目標値							
	実績値								
関連事業本数			17	18	15	17			
関連事業予算額(単位:千円)			51,419	103,990	99,078	77,488	0	0	0
(予算額の内訳)	国庫支出金		0	0	0	0			
	県支出金		465	26,265	0	0			
	地方債		0	0	0	0			
	その他		3,010	21,474	20,260	910			
	一般財源		47,944	56,251	78,818	76,578			

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 評価結果

施策の有効性評価

① 目標達成度評価（目標値と実績値との比較）

- 目標値より高い実績値だった
 目標値どおりの実績値だった
 目標値より低い実績値だった

※左記の理由

H27実績値は指標B以外は前年数値を置き換えたもので、買い物の便利さに関する満足度が若干増えた状況となった結果となっている。

② 時系列比較（過去5ヶ年の比較）

- 成果がかなり向上した
 成果がどちらかと言えば向上した
 成果はほとんど変わらない（横ばい状態）
 成果がどちらかと言えば低下した
 成果がかなり低下した

※左記の理由

個人商店は非常に厳しい状況が続いている。食料品・ホームセンターは市内に大型店舗があるため数多く利用されているが、衣料品等は市外の大型ショッピングセンターに客足を奪われている。H27年度はプレミアム振興券の発売があったため、一時的に個人消費は上回ったと思われる。

③ 他自治体との成果実績値の比較

- かなり高い成果水準である
 どちらかと言えば高い成果水準である
 ほぼ同水準である
 どちらかと言えば低い成果水準である
 かなり低い成果水準である

※左記の理由

市内製造企業の設備投資の増加傾向が見られ、製造品出荷額増に結びつけば良いと期待したい。

④ 住民の期待する成果水準との比較

- かなり高い成果水準である
 どちらかと言えば高い成果水準である
 ほぼ同水準である
 どちらかと言えば低い成果水準である
 かなり低い成果水準である

※左記の理由

市内で買い物をするが82.0%（前年比▲4.1%）、買い物に便利は54.0%（前年比+0.4%）という結果で、買い物に対する住民の期待は高いと言える。今後、昭和町の大型ショッピングセンターが増床を予定している。影響が出てくるか見守りたい。年間商品販売額・製造品出荷額は、消費税増税見送りとなったが、英国EU離脱による影響が懸念される。

4 まとめ

施策の課題抽出とその課題解決（成果向上）の方向性と具体的な取組内容

施策の課題抽出	課題解決の方向性	具体的な課題解決・改善内容
市内に創業している企業の市内出身者雇用が進んでいない。	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。	<ul style="list-style-type: none"> 企業ガイダンスの開催 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
地元の商店（小売店）の数が減少している。	<ul style="list-style-type: none"> 大型スーパー等へ買い物に行く手段を考える。 地元で買い物ができる手段を考える。 	<ul style="list-style-type: none"> コミュニティバスの運行 タクシー券の発行 移動販売車サービス 注文をとっての宅配サービス