

平成 25 年度施策マネジメントシート1 (平成24年度実績の評価)

作成日 平成 25 年 8 月 29 日

総合 計画 体系	政策名	V 賑わいあふれる雲南市 《産業・雇用》	施策主管課	商工観光課
			施策統括課長	中村 清男
	施策名	36 商業の振興	関係課	産業推進課, 都市建築課

1. 施策の目的と指標

目的	①対象(誰、何を対象としているのか)		対象指標	単位	区分	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度		
	市内の商業事業者	A	小売業事業者数	事業者	実績 見込	515(H19)	515(H19)	515(H19)	515(H19)	490	490	490	450
B				実績 見込									
C				実績 見込									
D				実績 見込									
目的	②意図(どのような状態にするのか)		成果指標	単位	区分	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度		
	A) 売上を伸ばす。 B) 市内で購買する。	A	小売業年間販売額	百万円	実績 目標	37,634(H19)	37,634(H19)	37,634(H19)	37,634(H19)	37,000	37,000	37,000	37,000
		B	地元購買率	%	実績 目標	81.1	83.4	84.9	88.6	82.0	83.0	84.0	85.0
		C			実績 目標								
		D			実績 目標								
成果指標設定の考え方 (成果指標設定の理由)	A) 売上げを伸ばすことは、小売業年間販売額を伸ばすことであると考えた。 B) 市内購買力を伸ばすことは地元購買率で測れるが、毎年調査されないデータであるため、市民アンケート調査により補完調査する必要があると考えた。												
成果指標の測定企画 (実績値の把握方法)	A) 商業統計調査 B) 島根県商業実態調査…毎年ではないため、市民アンケート調査で補完「あなたは、どこで日用品の買い物をしますか？」 →市内と回答した割合												
目標設定とその根拠 (基本計画策定時)	A) これまでの推移と経済状況、空き店舗の増加傾向などを勘案すると、成行値は減少傾向と予測する。目標値は、地域商業再生や地元での購買促進への様々な対策を継続的に強化実施することで現状維持とする。 B) これまでの推移は減少傾向にあるが、成行値は今後も概ね8割程度はありと予測する。目標値は、A)と同様に対策を継続的に実施することで、H26年にH18年実績85%と同水準まで向上させることとする。												

2. 基本事業の目的と指標

基本事業名	対象	意図	成果指標	単位	区分	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度
① 事業者の経営改革の促進	市内の商業事業者	安定した経営ができるようにする。	商工会の卸・小売事業者件数(翌年度4/1)	件	実績	626	605	594	534		
② 魅力ある商店街づくりの推進	市内の商業事業者	市内での売上を伸ばす。	軽トラック市への市内事業所の延べ出店者数	件	実績	93	187	181	32		
③					実績						
④					実績						
⑤					実績						

3. 施策の役割分担と状況変化

役割分担	住民(事業所、地域、団体)の役割	行政(市、県、国)の役割
①	<ul style="list-style-type: none"> ● 地元での購買促進を住民自ら率先して行なう。 ● 地域ぐるみでの商店街の活性化に努める。 ● 事業主は魅力ある店舗づくりに努める。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 経営者を支援する。 ● 農・商・工で連携し、商業化をめざしたマッチングを促進する。 ● 事業者、企業、市民、関係団体及び観光分野等との連携を図る。
②	<p>A) 施策を取り巻く状況(対象や根拠法令、社会情勢等)は、今後どのように変化するか?(本年度を見越して)</p> <p>○人口減少・高齢化から事業者の後継者不足は年々深刻化し、購買層にも変化が生じてきている。また、無店舗地域の発生が懸念される。○アベノミクスによる経済全般への効果が期待されるが、影響は未知数である。○松江自動車道が開通したことにより、IC周辺と国道54号沿線の商業施設へ入込の差が生じており将来的にも影響が懸念される。</p>	<p>B) 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?</p> <p>○松江自動車道開通に伴う市内への誘導促進策を求められている。 ○地域経済の再生や商店街の賑わいづくりを目指した取り組みを求められている。 ○観光振興と商業振興の一体的な施策展開を求める市議会意見がある。</p>

4. 施策の成果水準の分析と背景・要因の考察

他団体との比較(近隣市町、県・国の平均と比べた成果水準)	
<input type="checkbox"/> 近隣他市と比べてかなり高い水準である。 <input type="checkbox"/> 近隣他市と比べてどちらかと言えば高い水準である。 <input type="checkbox"/> 近隣他市と比べてほぼ同水準である。 <input type="checkbox"/> 近隣他市と比べてどちらかと言えば低い水準である。 <input type="checkbox"/> 近隣他市と比べてかなり低い水準である。	背景・要因 ○他市と比較できる客観的なデータがないため、比較できない。

平成25年度施策マネジメントシート2(平成24年度実績の評価)

《36 商業の振興》

4. 施策の成果水準の分析と背景・要因の考察

時系列での比較(成果水準の推移)	
<input type="checkbox"/> 成果がかなり向上した <input type="checkbox"/> 成果がどちらかと言えば向上した <input checked="" type="checkbox"/> 成果はほとんど変わらない(横ばい状態) <input type="checkbox"/> 成果がどちらかと言えば低下した <input type="checkbox"/> 成果がかなり低下した	背景・要因 ○市内の購買率は前年度に比べ向上した。このことは、H25年1月からプレミアム商品券を商工会が発売したこと、また、新たな商業施設の出店なども主な要因と考えられる。 ○事業者の後継者不足や経営の悪化により、経営の縮小や廃業に伴う無店舗地域の発生が懸念される。

5. 施策の振り返り評価

施策の目標達成度(前年度の成果指標値に対する実績値の達成度)	
<input checked="" type="checkbox"/> 目標値より高い実績だった <input type="checkbox"/> 目標値どおりの実績値だった <input type="checkbox"/> 目標値より低い実績値だった	背景・要因 ○過疎化・高齢化の進展に伴い、購買力が低下しつつある一方で、プレミアム商品券の発売や新たな商業施設の出店等により地元購買率では目標を達成している。
基本事業	取り組んだ事務事業の総括(事務事業貢献度評価:貢献した事務事業、課題が残った事務事業)
① 事業者の経営改革の促進	・商工業振興補助事業により、引き続き経営安定化に向けた経営指導事業に取り組んだ。 ・商工会に対する補助事業として専門家派遣事業を開始し、経営支援を図った。 ・事業者の資金繰り対策として保証料補助によって経営支援を図った。
② 魅力ある商店街づくりの推進	・商工会が実施するプレミアム商品券事業の補助や住宅改修促進助成により、地域経済の活性化と市内事業者の経営支援を図った。・商工業活性化支援対策補助事業により、店舗改装助成4件と空き店舗活用時の家賃助成6件を実施した。・商工業振興補助事業による軽トララク市の開催を支援したところであるが、H24年度の実施回数は2回と伸びなかった。・買い物支援対策として、県の補助事業を活用し、移動販売車購入2件に対して助成を行った。
③	
④	
⑤	

6. 今後の課題と次年度の方針(案)

区分	今後の課題	次年度の方針(案)
施策	○事業者の経営の安定化を図っていく必要がある。 ○地元購買力・購買率が低下しないよう対策を講じる必要がある。	○地域経済の活性化に向けた諸施策の展開を図っていく。 ○商工会との連携を強化し、必要な対策を講じるなど、迅速に対応していく。 ○農・商・工連携による地域資源を活用した魅力的な商品づくりやイベント開催を推進していく。 ○魅力ある商店街づくりを推進するため、店舗改装等を支援していく。
基本事業	① 事業者の経営改革の促進	○地域巡回指導員の配置など、商工会の体制強化のための支援を行っていく。 ○保証料助成などの資金対策を継続して行っていく。
	② 魅力ある商店街づくりの推進	○農・商・工連携を促進していく必要がある。 ○無店舗地域の発生を防ぐ必要がある。 ○商店街の衰退を防ぐ必要がある。 ○地元での購買意欲を高めるような商品、店舗づくりをする必要がある。
	③	
	④	
	⑤	