

平成25年度

施策評価マネジメントシート(平成24年度の実績評価)

記入年月日
平成 25 年 6 月 24 日

施策No.	政策名	魅力と活力のある産業社会づくり	主管課	商工観光課	主管課長名	鈴木 俊男
502	施策名	商工業の振興	関係課	企画課		

1. 施策の目的と成果把握

目的	施策の対象	対象指標名	単位	区分	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	
	目的	市内の事業者	①市内の商業・サービス業事業所数	所	見込値			549	544	539	534	530	526
実績値					556	556	556	556					
②市内の商業・サービス業就業者数			人	見込値			2,559	2,537	2,515	2,493	2,472	2,451	
				実績値	2,600	2,600	2,600	2,600					
③市内の鉱工業事業所数			所	見込値			245	243	241	239	237	235	
				実績値	216	196	228	228					
④市内の鉱工業就業者数			人	見込値			4,771	4,730	4,690	4,650	4,610	4,571	
				実績値	4,289	4,355	4,217	4,217					
施策の意図		成果指標名	単位	区分	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	
①経営を安定させ、事業を継続して行ってもらおう ②既存の企業の活性化を図る		①商業売上高	百万円	目標値			51,758	50,205	48,699	47,238	45,821	44,447	
				実績値	53,359	53,359	53,359	53,359					
		②製造品出荷額	百万円	目標値			81,794	79,340	76,960	74,651	72,412	70,240	
	実績値			84,324	103,109	72,565	72,565						
	③製造品出荷額(窯業・土石製品製造業)	百万円	目標値			16,642	15,810	15,019	14,269	13,555	12,877		
			実績値	17,518	15,427	15,427	15,427						
	④工業・商業・サービス業の法人税納税額(税務課から法人税データ)	千円	目標値			229,056	217,604	206,723	196,387	188,568	177,239		
			実績値	218,339	245,848	267,761	256,405						
成果指標設定の考え方		○「経営を安定させ、事業を継続して行ってもらおう」における指標は、①商業・サービス業の売上高、②③製造品出荷額において把握する。 ○既存の企業の活性化度合いは、④工業・商業・サービス業の法人税納税額において把握する。											
成果指標の把握方法と算定式等		○対象の①、②及び成果指標の①は、商業統計調査による(3年毎調査:19年度:22年度) ○対象の③、④及び成果指標②、③は、工業統計調査による(4人以上の事業所)により把握。 ○成果指標④については、市の税システムから抽出(個人事業所は含まない。)											

2. 施策の役割分担と状況変化

役割分担	1) 住民(事業所、地域、団体)の役割(住民や地域、行政と協働でやるべきこと)	2) 行政の役割(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"> ○地元購買率を高める心がける。 ○市街地などで開催されるイベントに積極的に参加する。 ○事業者は高齢化への対応など、社会環境の変化に応じたサービス、商品の開発に努める。 ○桜川市の人、物、歴史等を利用して、商店街の特色を活かすよう努める。(伝統的建造物群保存地区の利用等) ○桜川市を代表する地場産業は石材産業と認識し、その理解とPRに努め、石のイベントなどに積極的に参加する。 ○石材加工伝統技術の保存・伝承や後継者育成に協力する。 ○石材業者間の連携を密にし、振興策を共同で検討する。 	<ul style="list-style-type: none"> ○地域の資源を活用し購買力を高める支援を行う。 ○地元特産品の新商品開発や販路拡大について支援を行う。 ○中小企業者への金融支援を行う。 ○商業立地の適正な誘導に努める。(大規模小売店の立地申請等に関することなど) ○石材産業を地域のシンボル産業として位置づけ、市内外へのPRに努め、地元産出・地元加工による石材業振興を促進する。 ○伝統技術継承や後継者育成のため、関係機関への支援を行うとともに、石の生産地や加工場所を保証する検査基準機関設置を検討する。
状況変化	3) 施策を取り巻く状況(対象者や根拠法令等)は今後どのように変化するか?	4) この施策に対して住民、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"> ○(商業)人口減少により商業サービスの顧客は減る傾向にある。ただ、高齢化の進行にともなう、近場・市内で買い物をする市民の割合が高まってきている。高速道路の開通にともなう、若い人や買い回りの購入は宇都宮などの市外で買い物をする割合が増えている。※岩瀬→水戸、上三川(30分以内) 真壁→学園(30分) ・つくばエクスプレスの開通で東京への買い物も身近になった。 ・個人経営の商店の跡継ぎ問題。・インターネットによる買い物物の普及、拡大。 ○(鉱工業)高速道路の開通により、物流が円滑・迅速に行うことができるようになり、立地的な利点が増えてきた。 ・石材業は現役世代の高齢化は進む。安価な外国産石材(中国、インド、アフリカ)の輸入拡大、跡継ぎの問題。仏石需要の減少が予測される。 ・原石輸入でなく、加工済み石材製品で輸入されつつある。大きな石材業者が商社化している。 	<ul style="list-style-type: none"> ○平成23年3月の後期総合計画時のアンケートの結果によれば、商工業の振興の優先度は平均であるが、満足度についてはかなり低い。 ○市内にショッピングセンターがないのが不便という声はある。

3. 基本事業の目的と指標

基本事業名	対象	意図	成果指標	区分	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度
① 商工業の活性化	商工業者	収益性が高まる	工業・商業・サービス業の法人税納税額	実績値 千円	245,848	267,761	256,405				
② 商工業の経営基盤強化	商工業者	健全な経営をする	市内の商業・サービス業事業所数	実績値 所	556	556	556				
③ 石材業の振興	石材業者	健全な経営を維持してもらおう	①製造品出荷額(窯業・土石製品製造業)	実績値 百万円	15,427	15,427	15,427				
			②市内の鉱工業事業所数	実績値 所	196	228	228				

4. 施策のコストの実績(施策を構成する事務事業シートより積算)

項目	単位	23年度実績	24年度実績	25年度予算
①本施策を構成する事務事業の数	件	21	23	23
②施策事業費(一般財源以外)	千円	0	0	0
③施策事業費(一般財源)	千円	44,542	44,241	51,070
④施策事業費の計(②+③)	千円	44,542	44,241	51,070
⑤施策人件費(事務事業の人件費合計)	千円	2,931	3,864	3,745
⑥ 計 (④+⑤)	千円	47,473	48,105	54,815

5. 施策に関連する主要事業等

区分	事務事業名	摘要
主要事業	商工会等地域振興対策事業費助成事業	特産品の開発及び販路拡大(うまかべすいとん)の推進が趣旨 H24貢献度、H25優先度上位
主要事業	中小企業事業資金保証料及び利子補給助成事業	後期基本計画主要事業
事務事業	いばらきストーンフェスティバル開催助成事業	H24年度貢献度評価上位、H25年度優先度評価上位
事務事業	商工会運営助成事業	H24年度貢献度評価上位、H25年度優先度評価上位
事務事業	真壁石材協同組合運営助成事業	H24年度貢献度評価上位、H25年度優先度評価上位
事務事業	羽黒石材商工業協同組合助成事業	H24年度貢献度評価上位、H25年度優先度評価上位

施策番号	502	施策名	商工業の振興	主管課	商工観光課
------	-----	-----	--------	-----	-------

6. 施策の成果水準とその背景・要因

1)-①現状の成果水準と時系列比較(現状の水準は以前からみて成果は向上したのか、低下したのか、その要因は?)

実績比較	<input type="checkbox"/> 成果がかなり向上した	<input type="checkbox"/> 成果がどちらかといえば向上した	<input type="checkbox"/> 成果がほとんど変わらない(横ばい状態)
	<input checked="" 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	
背景・要因	<p>・商業売上高は18年度60,977百万円から23年度53,359百万円(5年ごとのデータ)にかけて減少し、就業者数も18年度3,156人から23年度2,600人と同じく大きく減少している。 ・製造品出荷額は、21年の84,324百万円から22年に103,109百万円と一旦持ち直したものの、23・24年度は72,565百万円と再び大きく落ち込んだ。 ・製造品出荷額(窯業・土石製品製造業)では、20年度23,690百万円、21年度17,518百万円、22年度～24年度15,427百万円となり、ここ数年で8,263百万円減少した。 ・市内の鉱工業事業所数は22年度216事業所→23・24年度228事業所と持ち直りを見せている。 ・工業・商業・サービス業の法人税納税額(税務課からの法人税データ)は、21年度218,339千円、22年度245,848千円、23年度267,761千円、24年度256,405千円で、リーマンショック及び震災による被害があったものの、傾向として向上してきている。</p>		

1)-②成果目標の達成状況

実績比較	<input type="checkbox"/> 目標値を大きく上回った	<input type="checkbox"/> 目標値のすべてが上回った	<input type="checkbox"/> 一部の成果指標で目標値を上回った
	<input type="checkbox"/> 目標値どりの成果であった	<input checked="" type="checkbox"/> 一部の成果指標で目標値を下回った	<input type="checkbox"/> すべての成果指標で目標値を下回った
背景・要因	<p>①商業売上高は、24年度目標値50,205百万円に対し、53,359百万円で、3,154百万円上回った。(最新統計データは平成19年度) ②製造品出荷額は、24年度目標値79,340百万円に対し、72,565百万円で、6,775百万円下回った。 ③製造品出荷額(窯業・土石製品製造業)は、24年度目標値は、15,810百万円に対し、15,427百万円で、383百万円下回った。 ④工業・商業・サービス業の法人税納税額は、24年度目標値は、217,674千円に対し256,405千円で38,731千円上回った。 ・リーマンショックに続いて23年度は東日本大震災があり、地元経済にある程度の影響が残っていると考えられる。</p>		

2)他団体との比較(近隣市町、県・国の平均と比べて成果水準は高いのか低いのか、その背景・要因は?)

実績比較	<input type="checkbox"/> 他の自治体よりかなり高い水準である	<input type="checkbox"/> 他の自治体よりどちらかといえば高い水準である	<input type="checkbox"/> 他の自治体とほぼ同水準である
	<input checked="" type="checkbox"/> 他の自治体よりどちらかといえば低い水準である	<input type="checkbox"/> 他の自治体よりかなり低い水準である	
背景・要因	<p>・19年度の県内の商品販売額は、桜川市が53,359百万円で県内28番目であった。同人口の結城市は13番目、下妻市は19番目であり、近隣と比べると低い。 ・平成20年度の工業統計調査によれば、桜川市の工業に関する数値は、県内で事業所数(8位)、従業員数(22位)、製造品出荷額(28位)で、生産年齢人口は(33位)となっている。 ・平成17年10月の国勢調査による就業構造(第2次産業:鉱業・建設業・製造業の計)は、桜川市は4位で、近隣の筑西市は15位、笠間市は22位、結城市は11位、下妻市は17位である。 ・桜川市は窯業・土石業の関係者が多く、市内の就業者数の約3割を占めている。その割に、製造品出荷額が低いのは、製造業事業所の規模が比較的小さいためと思われる。</p>		

3)住民の期待水準との比較(住民の期待よりも高い水準なのか、同程度なのか、低いのか)、その他の特徴は?)

実績比較	<input type="checkbox"/> 市民の期待よりかなり高い水準である	<input type="checkbox"/> 市民の期待よりどちらかといえば高い水準である	<input type="checkbox"/> 市民の期待とほぼ同水準である
	<input checked="" type="checkbox"/> 市民の期待よりどちらかといえば低い水準である	<input type="checkbox"/> 市民の期待よりかなり低い水準である	
背景・特徴	<p>・食料品や日用品などの購入については、市内のスーパーマーケットや商店街で満足を得られるが、その他の買い物については市外の大型店や専門店へ行く傾向がある。 ・北関東自動車道の桜川・筑西IC付近への多くの商業施設立地が期待されており、平成25年度には大型ホームセンター及び大型家電量販店のオープンが予定されている。 ・既存の商店街の活性化が期待されている。 ・平成23年3月の市民アンケートの結果によれば、商工業の振興の優先度は平均よりやや低く、満足度は平均よりかなり低く、要注意項目である。 ・雇用の受け皿とならる、多くの従業員を雇うことのできる製造業事業所の企業誘致を望む声が多い。 ・窯業・土石業の関係者は製造品出荷額の増加を期待しているが、製造品出荷額は減少傾向にある。</p>		

7. 施策の成果実績に対しての、これまでの主な取り組み(事務事業)の総括

前年度の取組状況と課題	<p>【施策成果の向上に貢献した事務事業の総括】 24年度は、「市内の事業者」「石材業者」を重点対象にし、「利益が上がるようにする」「石材業の活性化を図る」ことに重点的に取り組んだ。 ・事務事業貢献度評価結果から、施策の成果向上に貢献した事務事業は、「商工会等地域振興対策事業費助成事業」、「いばらきストーンフェスティバル開催助成事業」「商工会運営助成事業」「真壁石材協同組合運営助成事業」「羽黒石材商工業協同組合助成事業」であった。 ・「商工会等地域振興対策事業費助成事業」は、従来からの「うまかべすいとん」の販路拡大と併せ、新たな名物をつくるために、商工会において名物づくり委員会の立ち上げ準備を進めた。 ・「いばらきストーンフェスティバル開催助成事業」は、茨城県の石のPRを共同して行うため、茨城県石材協同組合連合会が開催するストーンフェスティバルに運営補助を支出している。フェスティバルの内容としては石材製品の展示販売、加工技術の紹介、石山の見学ツアー、石のアンコウ磨き、ミニ灯ろう造り体験等が行われた。 ・「商工会運営助成事業」では、桜川市商工会が行う経営指導、金融指導、税務・経理指導、労務指導等の市内事業者への経営支援活動に対する助成を行った。 ・「真壁石材協同組合運営助成事業」では、加盟企業への産業振興事業(産地のPR、組合員の研修等)、「真壁石燈籠」指定産地振興計画事業(後継者育成、需要開拓等)、労働者健康管理事業(健康管理措置の指導と特殊健康診断受診の事務手続きの代行等)等の各種事業活動について、助成を行った。 ・「羽黒石材商工業協同組合助成事業」では、加盟企業への労働者健康管理事業、受注事業、販売事業、労働保険事業並びに各種事務代行業、福利厚生事業、教育情報に関する事業、調査・研究事業並びに産業振興事業、組合運営強化に関する事業等の各種事業活動について助成を行った。 【その他の事務事業】 ・中小企業の支援に関しては、自治金融及び振興金融制度により運転資金・設備資金の融資斡旋を行い、保証料及び利子補給等の助成を行っている。</p>
-------------	---

8. 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)
施策全体	<ul style="list-style-type: none"> ・市民(消費者)の要望としては大規模商業施設の誘致を望む声があるが、現状では市外の大規模商業施設に消費が流れているため、今後は地元吸収率を向上させる必要がある。 ・市民(消費者)の要望である大規模商業施設の誘致も重要であるが、既存の商店の活性化を図る必要がある。 ・地場産業である石材業のPR活動・イベントが盛り上がるよう、内容の充実を図る必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・桜川市を代表する地場産業である石材業については、市のシンボリックな産業として、市内外へのPRに努めるとともに、市内外の石材関係団体と連携し、実態を把握しつつ、石製品の市場・販路を拡大させ、石材や石製品の供給基地としての確立・活性化を図ります。 ・伝統技術の保存・伝承を図りながら、後継者の育成と技術向上、新製品開発による新分野への進出を促進します。 ・商業については、北関東自動車道の開通による沿道サービス型商業機能の充実を図るとともに、地域外からの吸収率を高めるため、地域の特性を活かした魅力ある商業振興策を展開し、地元商店街購買率の向上を目指します。 ・市内の商工業事業者については、関係機関との緊密な連携のもとで、経営の指導・相談と融資制度の充実により、中小企業の育成、支援施策を進めます。
基本事業	①商工業の活性化	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街のにぎわいを創出するため、イベント開催などの集客支援事業を推進します。 ・商工会・石材組合と連携し、商品・製品の普及啓発、新たな商品・製品の開発を支援します。
	②商工業の経営基盤強化	<ul style="list-style-type: none"> ・市内商工業者の経営基盤強化のため、各種金融制度の充実を図るとともに、商工会・石材組合との連携により経営指導と育成を行います。
	③石材業の振興	<ul style="list-style-type: none"> ・石材関係団体と連携し、イベントなどを通じて地場産品の普及啓発を図ります。 ・深刻な問題である後継者の育成についても支援していきます。