

施策評価シート（平成30年度実績評価）

◎ 施策の基本情報

総合計画 中期 プラン	政策No.	1-3	政策名	商業の振興	政策の 目指す姿	商業機能を充実し、人とモノの流れを活発にしています	施策 主管課	商工労政課	施策主管 課長名	古川 昌
	施策No.	1	施策名	商業形態の多様化	施策の 目指す姿	消費者ニーズに対応した多様な商業形態が形成されています	関係課 名			
	現状と課題	<ul style="list-style-type: none"> ・自家用車の普及による郊外型の大規模小売店舗の立地や、大規模資本による通信販売やインターネット販売の普及など、消費者のライフスタイルの変化やニーズの多様化に対応した新しい商業形態が消費者に受け入れられています。 ・市内での買い物に満足している市民の割合は6割弱（市民アンケート）であり、市全体の商業サービスとして考えると、十分に消費者ニーズに対応しているとは言えない状況にあります。 								

◎ 前年度の評価の振り返り

（前年度評価時の今後の方向性）

・買い物困難者への対策として、市内での移動販売や宅配業者の掘り起こしを行い、市民の買い物の選択肢を増やすことができるよう周知を図るとともに、市内での買い物に関する満足度が低く市外での買い物の頻度が多くなっている地区においては、移動販売業者の新たな販売エリアに取り入れていただくよう調整を図る。

（反映状況）

・平成30年7月1日号広報はなまきにて市内で移動販売を行っている2社の取り組みを掲載。また、市ホームページにおいても移動販売を紹介するページを開設し、市民への周知を図った。
 ・30年度は販売ポイントの追加などの要望はなかったため、市が調整を仲介する場面はなかった。定期的に移動販売事業を行う民間事業者（2社）と情報交換をおこなった。

1 施策の目指す姿の実現に向けた主な取組

(1) 商業機能の充実

○ 宅配、移動販売などの商業サービスの情報提供や移動販売事業者への支援の検討

- ・ 買い物困難者対策事業（ゼロ予算）
 移動販売事業を行う民間事業者の紹介。

2 成果指標

成果指標名	成果指標設定の考え方 (なぜ、この指標で成果を測ることにしたのか)	成果指標の測定企画 (どのように実績を把握するのか)	単位	数値 区分	H26	H27	H28	H29	H30	R1
市内での買い物に満足している市民の割合 (A-7)	市内での買い物の満足度を測る。 多様な商業形態が形成され、消費者ニーズを満足させることが施策の目的であるから。	市民アンケート 問:「あなたは市内での買い物に満足していますか?」 1 満足 2 どちらかという満足と答えた人を集計	%	目標値	57.0	58.5	60.0	59.5	60.5	61.5
				実績値	56.4	57.5	56.3	56.6	59.1	
				目標値						
				実績値						
				目標値						
				実績値						

3 成果指標の達成状況

達成度	達成状況に関する背景・要因
B	<p>■ 成果指標「市内での買い物に満足している市民の割合」・・・【達成度b】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 世代の分析では、65歳以上の満足度が高い傾向にあり、市内で買い物する割合も高い。64歳以下の各層における満足度は5割前後と低く、特に20歳代では盛岡市や北上市で買い物をする割合が高い。 ・ 居住地の分析では、花巻地域の「まちなか」に加えて、市内4地域の生活拠点から離れている地区において、満足度が低い傾向にある。また、笹間、亀ヶ森、浮田、田瀬地区においては、市外での買い物の割合が高くなっている。

4 施策を構成する事務事業一覧

番号	事務事業名 事業内容(活動実績)	担当課	施策への貢献度		
			対象	意図	成果
			直結度		
1	買い物困難者対策事業(ゼロ予算) 移動販売事業を行う民間事業者の紹介(市広報誌、市ホームページ)	商工労政課	一致	直結	-
			A		

5 施策を構成する事務事業の検証

<p>(①市民ニーズや市の関与の必要性が低下した事業、②投入コストのわりに成果が低い事業、③施策への貢献度の低い事業はないか)</p> <p>・なし</p> <p>(施策の目標を達成するため、さらに成果の向上を図る事業はないか)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・移動販売業者が抱えている課題などを確認し、市としてどのような支援が適切か意見交換を行う必要がある。 ・買い物困難者への対策として、市民の買い物のニーズを常に把握し、的確な対応や活動の周知を図る必要がある。 <p>(新たに取り組むべき事業はないか)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・都市部、農村部に限らず、買い物困難者への支援を求めるニーズは高まっており、市全域での問題ととらえる必要がある。

6 施策の総合的な評価

<p>(課題)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・郊外型の大規模小売店の立地や、大規模資本による通信販売やインターネット販売の普及など、消費者のライフスタイルの変化やニーズの多様化に対応した新しい商業形態は市民に受け入れられ定着しているものの、少子高齢化、廃業による商店の減少に伴う既存商店街の衰退などにより買い物に困っている高齢者等への支援の必要性が高まっている。 <p>(今後の方向性)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・買い物困難者への対策として、市内での移動販売業者の意見を伺い、市としてどのような支援が適切か検討するとともに、市民の買い物へのニーズを常に把握し、市民ニーズと移動販売業者の活動が一致するよう調整を図る。
--