

3-1 農林水産業の振興

□ 施策の目指す姿

農業経営が安定し、所得額が増えます。
 荒廃した森林が再生します。

□ 施策の成果指標

指標名	指標区分	現状値	後期めざそう値	説明
農業所得	成果	1,037 百万円	1,171 百万円	市内農業者の農業所得総額で、翌年7月の市民税調定額から算定します。
森林整備年間実施面積(累計)	成果	162.8ha	206.4ha	森林整備に係る助成事業や里山保全協定で整備された面積の累計です。

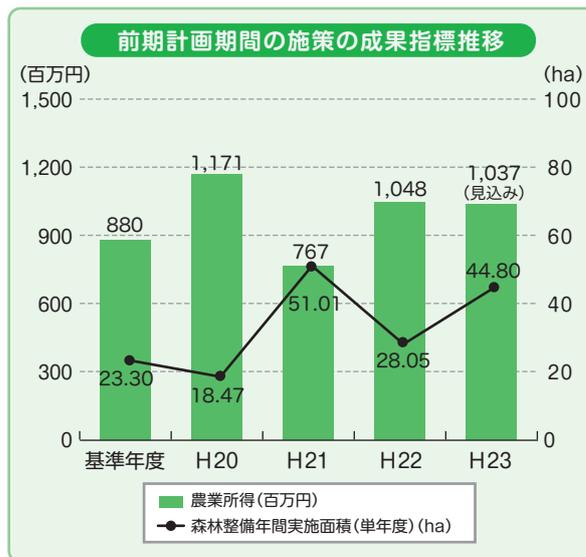
□ 前期基本計画の取組結果

「農業所得」については、平成20年度の所得を維持する前期目標でしたが、平成21年度は目標値の65.5%、平成22年度は89.5%であり、平成23年度も目標値に達しない見込みです。

農業所得が向上しなかった理由としては、農地の集積は進んでおり、大規模農家の所得は向上してきていると思われるものの、兼業農家等の小規模農家の所得の向上が図れなかったことによるものと思われます。

「森林整備年間実施面積」については、毎年24ha以上の整備を目標として設定し取り組みました。平成21年度以降は、毎年、目標値以上の整備を行いました。

整備面積が一定以上実施されている要因としては、木質バイオマス関連施策の推進によるものとなっています。



□ 後期基本計画の課題と方向性

- 農林水産業を震災から復興させていくため、国・県の支援を有効に活用し、施策を展開します。
- 食の安全・安心が求められるなか、農林水産物の放射能による風評被害を払拭することに努めます。
- 農業経営者の高齢化により離農者が増加しており、新規就農者の増加や農地の集積を推進します。
- 荒廃した山林・サンプスギの再生のために、市内産木材の利用を推進します。
- 農商工の連携によって高い付加価値をもった製品の創出に向けて取組を進めます。

□ 基本事業の構成

基本事業名	目指す姿	指標名	指標区分	現状値	後期めざそう値
1 担い手の育成・支援	経営感覚をもって農業経営に取り組む農業者が増加します。	認定農業者数	成果	352人	387人
		新規就農者数	成果	16人	50人
2 農地の利用集積の推進	営農規模が拡大し、効率的な経営が可能となり、未利用農地が削減されます。	農地利用集積面積	成果	769.0ha	923.0ha
3 農産物の付加価値向上と販路の拡大	市内産品の付加価値が高まります。	特産品を活用した一次加工品等の開発数(累計)	成果	2件	10件
		新たに6次産業化に取り組む経営体数(累計)	成果	—	15件
4 畜産業の生産規模拡大の推進	一経営体の規模拡大による省力化により経営の改善が図られます。	一経営体当たり酪農飼養頭数	成果	50頭	50頭
		一経営体当たり養豚飼養頭数	成果	1,004頭	1,004頭
		一経営体当たり養鶏飼養頭数	成果	54,500羽	38,867羽
5 森林再生の推進	荒廃した森林が再生し、木材の生産環境が整います。	森林整備事業年間実施箇所数	成果	94か所	117か所
		市補助制度を活用し、搬出された木材量	成果	—	1,591 t
6 農業基盤整備の推進	農業基盤が整備され、効率性・生産性が向上します。	国、県等の有利な補助制度を活用した農業基盤整備の受益面積新規事業数	成果	6か所	3か所

□ 部門別計画

● 山武市森林整備計画(平成20年度～平成29年度)

用語解説

認定農業者：効率的・安定的な農業経営に向けた計画を策定し、その計画が市町村より認定された農業者です。

6次産業化：農畜産物、水産物の生産だけでなく(一次産業)、食品加工(二次産業)、流通・販売(三次産業)にも農業者が主体的かつ総合的に関わることによって、加工賃や流通マージンなどの今まで二次・三次産業の事業者が得ていた付加価値を、農業者自身が創出することによって農業を活性化させようというものです。

3-2 商工業の振興

□ 施策の目指す姿

商工業が発展し、地域が活性化されます。

□ 施策の成果指標

指標名	指標区分	現状値	後期めざそう値	説明
商品販売額	社会	649億円	—	市内の商店における商品の販売額です。
製造品出荷額	社会	988億円	—	市内の工業事業所で製造した商品の出荷額です。

□ 前期基本計画の取組結果

バブル景気崩壊後の長期の景気の低迷、リーマンショック、東日本大震災等により、工業の「製造品出荷額」は、低迷しています。

低迷の要因としては、全国的な不況や円高による国内産業空洞化、高齢化による中小企業者の廃業等とされます。

商業の「商店販売額」についても、景気の低迷による消費の冷え込み、デフレによる低価格化等の影響により、順調に推移しているとは言えない状況です。

市外での郊外型のスーパー等大規模小売店の進出により、市内小売店への影響が大きくなっています。ただし、市内基幹バスの運行開始、市内での大型スーパーの進出により、「市内で日用品や食品を買う市民割合」は、基準年度より6.1ポイント増加しています。

※1 本施策の前期基本計画における成果指標については、日本全体の景気動向が大きく左右するため、目標値は設定していません。

※2 「商品販売額」は、国の統計調査の関係で、平成19年調査の結果を現状値としており、前期期間中の指標推移は提示できません。

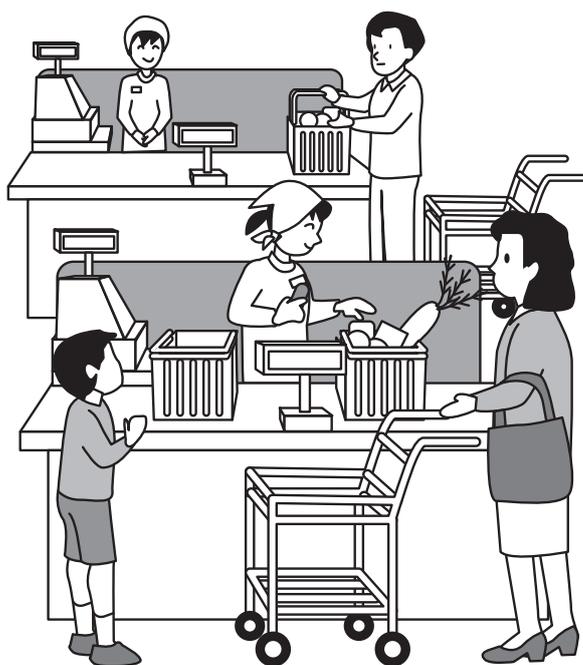


□ 後期基本計画の課題と方向性

- 中小事業所の事業主の高齢化や長期間の景気低迷により事業所数が減少しており、経営基盤強化の取組が必要です。
- 長期にわたる景気低迷の影響を受け、失業者についても増加の傾向がみられることから、雇用の推進に努めます。

□ 基本事業の構成

基本事業名	目指す姿	指標名	指標区分	現状値	後期 めざそう値
1 商工会活動の充実	商工会により商工業者が支援・育成されます。	経営指導支援件数	成果	1,948件	2,500件
		商工会加入率	成果	51.3%	56.0%
2 市内商店の利用拡大	消費者ニーズにあった商店となり、市内で買物をする消費者が増えます。	市内で日用品や食料品を買う市民の割合	成果	70.3%	➔ (75.0%)
3 経営の体質強化・育成	商工業者の経営体質が強化され、事業所数が維持されます。	市内事業所数	成果	2,061事業所	2,100事業所
4 新企業の立地促進	企業進出が図られます。	年間進出企業数	成果	0社	10社
5 雇用の推進	失業者が減少し、就労者が増加します。	就職セミナー開催回数	成果	1回	5回



3-3 観光の振興

□ 施策の目指す姿

観光客が増加し、市の魅力が高まります。

□ 施策の成果指標

指標名	指標区分	現状値	後期めざそう値	説明
年間観光客入込数	成果	1,693,145人	2,200,000人	1年間に市内を訪れた観光客数です。
年間宿泊観光客数	成果	49,752人	80,000人	1年間に市内に宿泊した観光客数です。

□ 前期基本計画の取組結果

「年間観光客入込数」は、基準年度190万人が、平成23年度169万人と、前期目標値である200万人には至っていません。平成22年度までは220万人台で前期目標を超えていましたが、東日本大震災の津波被害及び福島第一原子力発電所の事故による放射能の風評被害により、平成23年度で大幅に減少しました。

前期期間の取組では、『道の駅オライはすぬま』の利用者数が毎年伸びており、これにけん引され、周辺の観光利用も伸びていました。

「年間宿泊観光客数」は、基準年度7.7万人が、平成23年度では5.0万人と減少し、前期目標値の8.0万人には達成していません。

宿泊者数については、高速道路、有料道路等の道路網の整備に伴い、首都圏において本市が日帰り圏内になってきていることが影響しているものと思われます。



□ 後期基本計画の課題と方向性

- 市のイメージや知名度を広く浸透させ、観光入込客数を増加させる取組みが必要です。
- 交通網の整備等により、宿泊観光客数が減少しており、増加させるために滞在型観光のメニューを整備します。
- 体験型観光等の新たな観光ニーズに対応した新たな観光戦略に基づく展開を検討します。
- 観光資源については、観光ニーズや個性化に対応した観光情報発信(テレビ・ラジオ等)を強化します。
- 震災の影響を受けた海岸地域の通年型観光の取組が求められています。

□ 基本事業の構成

基本事業名	目指す姿	指標名	指標区分	現状値	後期 めざそう値
1 観光事業推進体制の整備	観光関連団体が観光事業に積極的に取り組みます。	観光関連団体による事業企画実施件数	成果	5件	6件
2 観光関連団体との連携によるイベントの開催	イベント開催により、市の活力と安らぎが感じられます。	イベントの来場者数	成果	29,500人	40,000人
		各種団体からの協力者数	代替	166人	➔ (180人)
3 海岸の整備	整備がなされ、快適に利用されます。	観光施設(海水浴場)の利用者数	成果	75,951人	160,000人
		観光施設の維持管理上の不具合件数	成果	1件	2件
4 観光資源の開発・充実	既存の観光資源を掘り起こし活用します。	観光資源数	成果	25か所	27か所
		観光案内所利用件数	代替	9,679件	➔ (10,000件)
5 体験型観光の推進	体験型観光により、市の魅力が感じられます。	体験型観光客数	成果	167,194人	300,000人

3-4 シティセールスの充実

□ 施策の目指す姿

市民一人ひとりが「わがまち」に誇りや魅力を感じ、市外から活気がもたらされます。市の知名度が上がり、市外から注目されます。

□ 施策の成果指標

指標名	指標区分	現状値	後期めざそう値	説明
山武市の知名度	成果	—	↗	首都圏在住の方に、「山武市」を知っているかアンケートをし、そのうち「知っている」と回答した割合です。
山武市の特徴や良い点を近隣以外の人に説明できる市民の割合	成果	19.0%	↗ (33.3%)	まちづくりアンケートの「あなたは、山武市の特徴や良い点を近隣以外の方に説明できますか」の設問に、「説明できる」と回答した割合です。

□ 施策を取り巻く環境変化

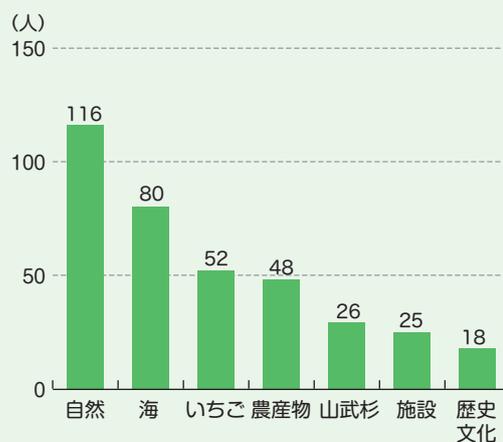
市の人口推計では、高齢化率が平成20年度の24.0%から、平成29年度には33.3%と、10年間で10ポイント近く増加することが見込まれます。

山武市は、圏央道や成田国際空港等の交通インフラが整備されているため、首都圏及び国内各地、海外との交通環境が良好な位置にあります。そのため、市外からのヒト・モノ・カネ・情報等の資源が獲得しやすく、発信しやすい環境です。

平成23年5月に景観行政団体に移行し、統一感のある街並整備を行うことや、観光資源等を活かすことが可能となりました。

社会教育施設や福祉施設等が充実し、また豊かな自然環境があるため、快適な住環境が整っています。

近隣以外の方に説明できる山武市の特徴や良い点



(算定方法) まちづくりアンケートで、山武市の特徴や良い点を近隣以外の人に説明できる人の中から、自由回答で得た意見を集計。

□ 後期基本計画の課題と方向性

- 人口減少や中心市街地の衰退等の課題に対処し、「まち」としての競争力を高めるために、各施策、各事務事業において「シティセールス」の観点を取り入れた取組や情報発信を全庁的に推進します。
- 魅力的で個性的なまちづくりを進めるために、市の有する地理的条件や社会資本、地域資源等を最大限に活かすとともに、積極的なPRを行います。
- 社会教育施設等の公共施設が充実している一方、それを利用する市民が減少しているため、これらの有効活用を検討していきます。

□ 基本事業の構成

基本事業名	目指す姿	指標名	指標区分	現状値	後期 めざそう値
1 情報発信力の強化	市政の動向やイベント・観光情報等を積極的に発信し、「山武市」の名前や市の活動、資源が市内外に知れ渡ります。	情報提供件数	代替	482件	↗ (949件)
		報道件数	成果	186件	296件
2 山武市ブランドの確立	市の良質なイメージが定着することで、市の持つ資源の価値が高まります。	地域資源数(累計)	代替	—	↗ (100件)
3 魅力あるまちづくりによる定住促進	市域全体が有機的に結びつき、賑わい豊かで、活力あるまちづくりがなされます。	転入出者数	成果	△287人	0人
		新築家屋件数	成果	145件	220件
		合計特殊出生率	社会	1.04人	—



用語解説

シティセールス：「まち」の名を売り込み、その魅力を効果的に市内外に向けてアピールすることで、ヒト・モノ・カネ・情報を呼び込み、活発な経済活動を生み出し、まちの魅力を向上させていく一連の戦略的活動です。