

施策マネジメントシート

作成日 平成 29 年 6 月 23 日

施策	04 人々の交流を盛んにするしくみづくり		
施策 主管課	経営企画課	氏名 小宮山和人	施策 関係課 農林振興課、観光商工課、生涯学習課、御坂・一宮・八代・境川・春日居、芦川支所地域住民課

1. 現状把握 Plan→Do

(1) 施策の目的と指標

① 対象 (誰、何を対象にしているのか) * 人や自然資源等 ◇市民 ◇友好都市住民 ◇首都圏住民	③ 対象指標名称 (対象の大きさを表す指標) 数字は記入しない (単位) a 笛吹市の人口(年度当初)<見込み値は一定数値> 人 b 友好都市の人口(国外を除く)<見込み値は一定数値> 人 c 首都圏の住民基本台帳人口(年度当初)<見込み値は前年増減率> 人
② 意図 (対象をどういう状態に変えるのか) ◇市の一体感が醸成する。 ◇国際化への市民の意識が醸成される。 ◇交流人口が増加する。 ◇定住人口が増加する。	④ 成果指標名称 (意図の達成度の指標) 数字は記入しない (単位) d 友好都市交流事業への参加市民数 人 e 芦川おごっそう家来客数 人 f g h
⑤ 成果指標設定の考え方 ◇市の事業で直接交流した人の数を指標として設定する。 ◇交流拠点の一つである芦川おごっそう家(農産物直売所)の来客者数で判断する。	⑥ 成果指標の取得方法 ◇交流事業への参加市民数は経営企画課把握。 ◇芦川農産物直売所来客者数は、農林振興課把握。

(2) 指標・事業費等の実績推移と目標値

			23年度 実績、決算	24年度 実績、決算	25年度 実績、決算	26年度 実績、決算	27年度 実績、決算	28年度 実績、決算	29年度 最終目標	
対象 指標	a 笛吹市の人口(年度当初)<見込み値は一定数値>	人	見込み値	72,000	72,000	72,000	72,000	72,000	72,000	
			実績値	72,192	72,145	71,724	71,132	70,749	70,599	
	b 友好都市の人口(国外を除く)<見込み値は一定数値>	人	見込み値	181,000	181,000	181,000	181,000	181,000	181,000	
			実績値	181,470	179,380	178,876	176,900	173,407	172,946	
	c 首都圏の住民基本台帳人口(年度当初)<見込み値は前年増減率>	人	見込み値	42,470,000	42,480,000	42,560,000	42,720,000	42,880,000	43,000,000	
			実績値	42,700,093	42,631,000	42,714,887	42,880,724	42,734,604	43,094,333	
成果 指標	d 友好都市交流事業への参加市民数	人	成り行き値	285	280	500	500	500	500	
			目標値	300	520	600	600	650	700	
			実績値	516	605	594	812	743	625	
	e 芦川おごっそう家来客数	人	成り行き値	69,500	70,000	71,000	71,000	72,000	72,000	
			目標値	70,000	75,000	76,000	77,000	78,000	79,000	
			実績値	74,816	76,473	64,096	63,837	60,915	60,586	
	f		成り行き値							
			目標値							
			実績値							
	g		成り行き値							
			目標値							
			実績値							
h		成り行き値								
		目標値								
		実績値								
施策コスト	事務事業数		本	25	25	17	20	32	24	
	施策に 関係する 事務事業の コストの合計 (評価外を含み、 繰越分を除く)	事業費 (A)		千円	136,539	67,143	33,807	22,640	82,851	43,397
		うち一般財源 (A')		千円	29,776	10,566	15,883	9,712	22,070	27,296
		人件費 (B)		千円	60,046	51,802	29,796	30,720	53,710	60,261
		トータルコスト (A+B) (C)		千円	196,585	118,945	63,603	53,360	136,561	103,658
うち一財 (A'+B) (C')		千円	89,822	62,368	45,679	40,432	75,780	87,557		

(3) 施策の目標設定の根拠 (水準の理由と前提条件)

<p>●後期基本計画策定に伴い成り行き値、目標値の再設定を行った。</p> <p>◇友好都市交流事業参加市民数:成り行き値は、H23年度実績値を基に設定。目標値は、H23年度実績を基にH25年度交流組織の見直しを図り、交流事業の実施を想定し設定。(友好都市との交流参加者のみ)</p> <p>◇芦川おごっそう家(農産物直売所)来客者数:成り行き値はH22年度実績値(69,342)から微増とし、目標値は、H23年度実績値を基にH25年度か毎年1,000人増と設定。</p>
--

(4) 施策の役割分担 (住民と行政との役割分担)

<p>ア) 住民の役割 (住民・地域・団体・事業所が、自助・共助でやるべきこと)</p> <p>◇市民は、イベントや友好都市交流事業に参加する。</p> <p>◇市民及び団体は、友好都市住民と自主的な交流を続ける。</p> <p>◇国際交流団体は、国際交流の催しを開催する。</p> <p>◇スポーツ少年団は、友好都市とのスポーツ大会を継続開催する。</p>	<p>イ) 行政の役割 (市・県・国がやるべきこと)</p> <p>◇市は、友好都市交流事業を実施する。イベントを開催する。イベントや友好都市交流の情報を発信する。</p> <p>◇市は、国際交流組織活動を支援する。</p>
--	---

(5)環境変化 (対象者や根拠法令等は5年前と比べてどう変わったのか?)

◇H22年3月、若彦トンネルが開通し、芦川農産物直売所おごっそう家がオープンした。
◇外国人観光客が減少傾向にある。
◇H26年度からミズベリング事業を開始した。
◇H28年度から中国天津市との教育交流が始まった。
◇H28年度、タイ王国とオリンピックキャンプ地誘致等に関する協定を結んだ。

(6)関係者の意見・要望 (住民、議会、対象者、利害関係者等)

◇市民の意見…旧町村の交流事業に対して両論(①地域ごとに実施。②笛吹市として一本化。)がある。
◇議会・監査委員…友好都市交流の予算に格差があると指摘。

2. H28年度の施策の実績 Check

(1)施策の成果実績

Table with 2 columns: Evaluation criteria (e.g., target achievement, time series comparison, comparison with other municipalities) and background/notes. Includes checkboxes for 'higher', 'same', or 'lower' than targets.

(2)施策のコスト実績 (対象1単位当たり又は住民一人当たりのコスト)

Table with 6 columns: Indicator name, unit, 26th year, 27th year, 28th year, and efficiency evaluation. Rows include unit costs for business fees, personnel costs, and total costs.

(3)施策の現状と課題の総括

◇人々の交流を盛んにするしくみと共に人々の交流の場も不可欠である。
◇国際友好都市との交流は、現状の海外3都市との交流を基本とし、今後も、市民レベルでの交流を促進していくための組織作りに取り組む必要がある。
◇国内地域間交流については、都市間協定などの取り交わしがなく旧町村(地域)で交流を行っており、市として地域間交流が生かされていない。それぞれの交流経緯等を生かしながら、市としての交流テーマを設定して地域間交流を生かす必要がある。そのためには市役所の組織体制、市民との協働事業の取組みの促進などを見直していくことが求められる。
◇地域間交流を継続していくうえで、市民レベルでの交流を促していく必要があるが、参加の確保のための自発性を促す支援が不可欠である。
◇芦川農産物直売所については、交流人口目標を下回っているが、さらなる交流人口増に向け、地域内外の関連施設との連携が必要である。

3.後期基本計画の取り組み方針(30年度) Action

(1)現状と課題から導き出した次年度の取り組み方針

◇ミズベリング構想の具現化により、水辺の賑わい創出と交流人口の活性化を図る。(水辺カフェなど)
◇芦川農産物直売所については:地域内施設(藤原邸、沢妻亭など)及び関連施設(農啓庵など)との連携を図り、多彩なイベント等の交流事業に取り組む。

(2)施策の対象を、目標に導くための次年度の手段

◇国際交流事業については、「国際化推進指針」に基づき、市内推進組織の設立を図る。また、市民レベルでの国際交流活動の取り組みを進め、友好親善都市であるドイツ、バートメルゲントハイム市との市民交流を推進する。
◇芦川農産物直売所については、地域内施設および関連施設との連携を図り、多彩なイベント等の交流事業に取り組む。