

盛岡市商業振興ビジョン

平成 30 年 3 月

岩手県盛岡市

はじめに

本市は、岩手山や姫神山などの秀峰を望み、北上川や中津川、雫石川などの清流が悠々と流れる「杜と水の都」として知られ、南部盛岡藩の城下町として 400 年を超える歴史と先人から受け継いだ伝統をもとに、岩手県の県都として発展してまいりました。

我が国の経済は、高度成長期、バブル期などを経て、現在は、長期の低迷期からの回復基調にあります。全国的な人口減少、少子高齢化の進行は深刻な状況となっており、本市も例外ではありません。



これまで本市では、中心市街地をはじめとして、各地域の特性をいかした賑わいのある商店街の形成や、生産者、消費者、商業者等の連携の促進、多様なサービス業の育成・活性化の支援などに取り組んでまいりましたが、市場規模の縮小や消費需要の減少、若年人口の流出等による人手不足、経済のグローバル化や後継者不足など、市内の事業者には厳しい経営環境が続くものと予想される中においても、市の重要な産業である商業・サービス業の現在の集積を維持しながら、県都として県内の経済をけん引していく必要があると存じております。

また、「盛岡市総合計画」において掲げた、目指す将来像である「ひと・まち・未来が輝き 世界につながるまち盛岡」の実現に向け、このたび商業・サービス業の振興に関する基本的な方針及び計画となる「盛岡市商業振興ビジョン」を策定いたしました。

このビジョンでは、10年後の目指す姿（将来像）を『「売り手よし、買い手よし、世間よし」で生み出す賑わいと活力あふれるまち盛岡～企業（起業）が育つ環境づくり～』とし、5つの基本方針と35のアクションプランを掲げるとともに、10年後の目標数値を掲げ、商業・サービス業の振興施策を展開してまいります。

なお、計画策定にあたりましては、岩手県立大学の近藤信一准教授に座長をお願いし、商工関係団体推薦委員や商業者、関係機関等の11名からなる「盛岡市商業振興懇話会」を設置し、5回にわたって熱心に協議いただきました。

また、将来像の実現に向けて、企業、経済団体、産業支援機関、教育研究機関、金融機関、市民においてもそれぞれの役割を認識し、その責務を果たしながら相互に連携し、一体となって取り組んでいく必要性についても言及しておりますことから、関係各位の御協力をお願い申し上げる次第です。

結びに、近藤座長をはじめとする盛岡市商業振興懇話会の委員の皆様、アンケートやヒアリング調査に御協力いただきました市内企業の皆様、商店街等、商工団体等の関係各位に厚く御礼申し上げます、ごあいさついたします。

平成30年3月

盛岡市長 谷藤 裕明

目次

1 策定の趣旨

- (1) 趣旨・・ 1
- (2) 計画期間・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
- (3) 位置づけ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2

2 盛岡市の商業の現状と課題

- (1) 市を取り巻く経済・社会動向・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 3
- (2) データから見る盛岡の現状・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 3
- (3) 総合計画での取組状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 10
- (4) アンケート調査等による市内事業所の状況・・・・・・・・・・・・ 11
- (5) 市の商業サービス業の課題・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 27

3 基本方針と目指す姿

- (1) 基本方針等・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 31
- (2) 目指す姿（将来像）・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 34
- (3) 進捗状況の把握のための指標・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 35

4 実現のためのアクションプラン

- (1) A新規出店や新規創業への支援・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 37
- (2) Bイノベーションを見据えた経営力の強化への支援・・・・・・・・ 38
- (3) C異業種連携による新たな事業への支援・・・・・・・・・・・・・・ 39
- (4) D商店街やエリアの魅力向上への支援・・・・・・・・・・・・・・ 41
- (5) E企業の人材獲得への支援・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 43

5 実現化方策

- (1) 推進体制・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 44
- (2) 企業、支援機関等に期待される役割・・・・・・・・・・・・・・・・・ 44
- (3) 進行管理・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 45

6 資料編

- (1) 商業振興懇話会名簿・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 46
- (2) 盛岡市商業振興ビジョン策定経過・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 47

1 策定の趣旨

(1) 趣旨

本市は、産業3分類別に見ると「第3次産業」が89%を占め、中でも商業・サービス業は、近江商人の流れを受け継ぎ、中心市街地^{*1}を基盤に古くから地域に密着した商業活動が行われたことで、市民の豊かな生活を支えています。また、本市は北東北で最大の消費地であり、市の商業サービス業は市広域や県内の産業と結びつき県内経済をけん引しています。

一方で、本格的な人口減少と少子高齢化の進行が、地域経済に消費市場の規模縮小と深刻な人手不足をもたらしており、郊外の大型店舗の進出、経営者の高齢化に伴う廃業、インターネットを通じての電子商取引（eコマース^{*2}）の急速な拡大に伴う販売額の減少など、商業・サービス業を取り巻く環境は厳しさを増しており、平成11年度以降、卸小売業の商店数、従業員数、商品販売額は大きく減少しています。

こうした状況を踏まえ、商業・サービス業の中長期的な戦略や方向性を明らかにし、盛岡市総合計画^{*3}（以下「総合計画」という）と合致した実現性の高い商業振興施策を体系的、計画的に推進していくため、商業・サービス業の振興に関する基本的な方針及び計画として「商業振興ビジョン（以下「本ビジョン」という）」を策定するものです。

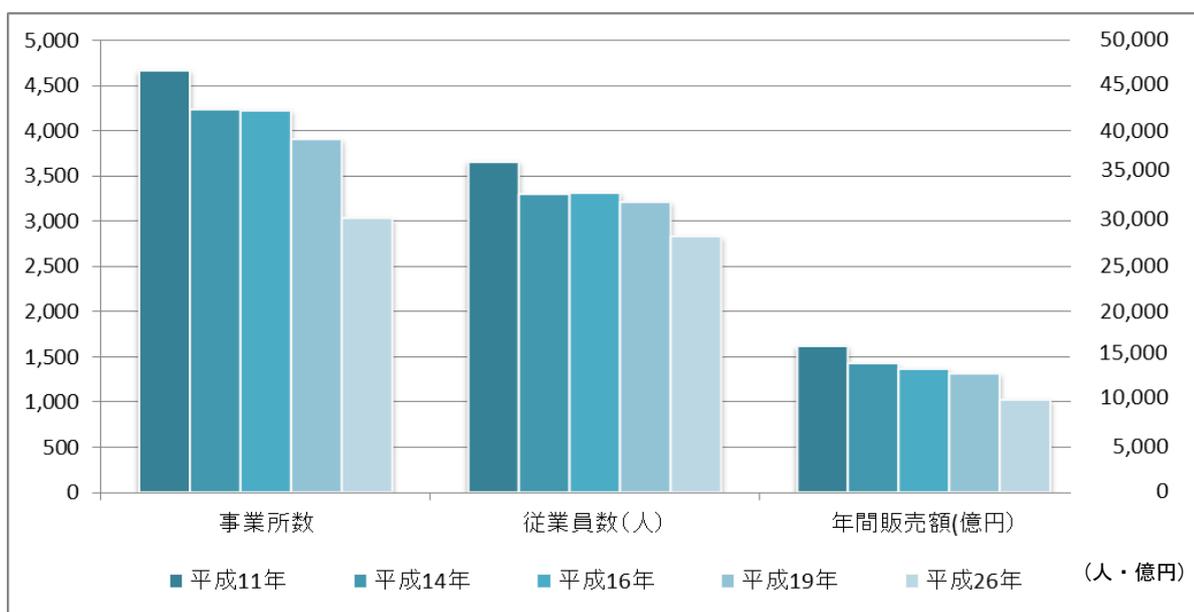
表1 盛岡市の卸小売業の商店数等の推移

年	事業所数	従業員数	年間販売額
平成11年	4,806店	36,534人	1,616,194百万円
平成14年	4,357店	32,945人	1,419,808百万円
平成16年	4,221店	33,099人	1,364,748百万円
平成19年	3,896店	32,088人	1,313,925百万円
平成26年	3,025店	28,233人	1,022,050百万円

※ 平成16年以前は合併前の玉山村を含む。

資料：「商業統計調査報告書（経済産業省）」

図1 盛岡市の卸小売業の商店数等の推移



資料：「商業統計調査報告書（経済産業省）」

(2) 計画期間

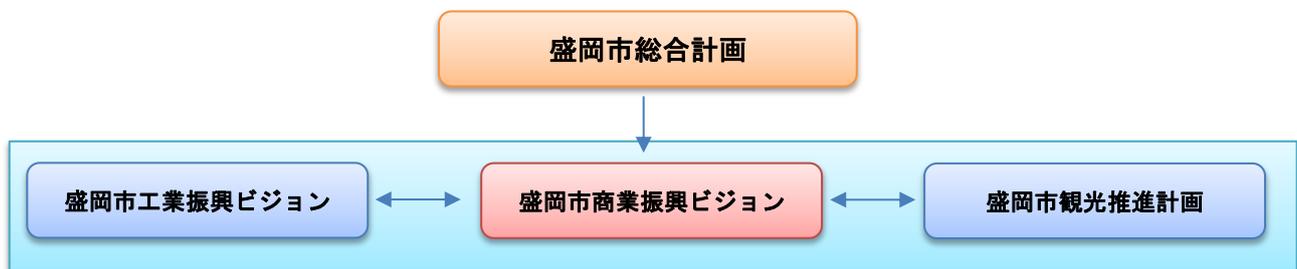
平成30年度から平成39年度までの10年間を計画期間とします。アクションプランについては、5年を目途に見直しを行います。

(3) 位置づけ

本ビジョンは、総合計画との整合を図りながら、商業・サービス業についての計画とし、10年の期間内で目指すべき方向性（基本目標）を定め、それを実現するための基本方針や、具体的に取り組む施策としてのアクションプランを策定します。

また、策定にあたっては「盛岡市工業振興ビジョン^{※4}」及び「盛岡市観光推進計画^{※5}」などの既存の計画との整合性を図るものとします。

図2 商業振興ビジョンの位置づけ



2 盛岡市の商業の現状と課題

(1) 市を取り巻く経済・社会動向

日本銀行盛岡事務所が、平成30年3月23日に発表した「岩手県金融経済概況（平成30年2月）」では「県内経済は、緩やかな回復基調を続けている。最終需要の動きを見ると、個人消費は底堅く推移している。公共投資は高水準で推移する一方、住宅投資は高水準ながらも減少傾向を辿っている。設備投資は増加傾向を維持している」となっており、県内経済が緩やかに回復していることがうかがうことができます。また、雇用情勢では盛岡公共職業安定所管内の有効求人倍率は、平成30年1月は、東日本大震災後で最も高い1.40倍となっており、平成27年6月以降、32ヶ月連続で1.0倍を超える水準を維持しています。

一方で、今後、本市の人口は平成37年には281,820人、平成47年には260,458人になり、高齢化率では平成37年には約30%、平成47年には約32%まで上昇することが見込まれており、人口減少と少子高齢化の進行は、地域経済に消費市場の規模縮小だけでなく、労働力人口の減少による深刻な人手不足を生み出すなど、様々な問題を生じさせています。

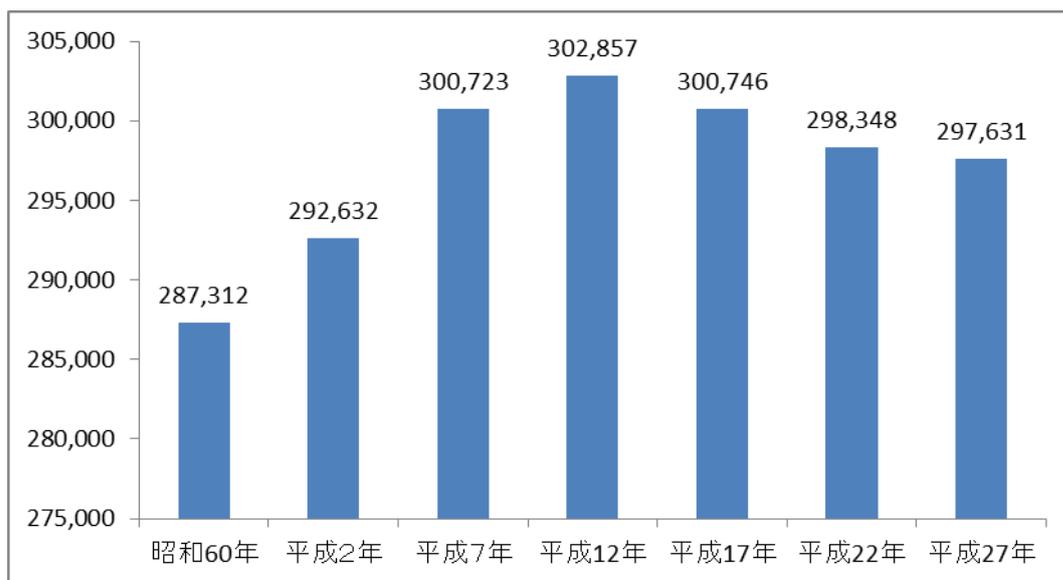
(2) データから見る盛岡の現状

ア 人口

(ア) 人口及び人口推計

本市の人口は、平成12年の302,857人（国勢調査、合併前の玉山村を含む）をピークに一旦減少し、東日本大震災後の平成23年からは再び微増傾向となりました。総合計画策定時（平成26年）の人口推計では、本市の将来人口は平成52年には247,898人となり、平成27年実績値と比較して約17%の減少が見込まれています。また、年齢3区分別の内訳では65歳以上の高齢人口は今後も増加し、平成52年の高齢化率は約37%まで上昇することが見込まれます。

図3 国勢調査による人口の推移



※ 合併前の旧都南村及び旧玉山村の数値を含む。

資料：「国勢調査（総務省）」

表2 人口推計（平成26年盛岡市総合計画策定時）

区分	平成27年	平成32年	平成37年	平成42年	平成47年	平成52年
総数	297,047	290,455	281,820	271,739	260,458	247,898
男	140,381	136,755	132,236	127,083	121,377	115,157
女	156,666	153,700	149,584	144,656	139,081	132,741
15歳未満	37,182	33,532	29,944	27,113	25,120	23,339
15～64歳	185,613	176,092	167,437	157,827	147,173	133,874
65歳以上	74,252	80,831	84,439	86,799	88,165	90,685
(再掲)75歳以上	36,900	41,316	47,928	51,774	53,447	54,144

資料：盛岡市人口ビジョン（盛岡市）

(イ) 就業構造と就業者数

平成27年国勢調査による産業別就業人口は、第1次産業が4,797人で全就業者数の3.3%、第2次産業が20,013人で13.9%、第3次産業が115,081人で80.1%となっています。また、産業大分類別にみると、卸売業、小売業が27,433人と就業者全体の19.1%を占め、次いで医療、福祉が21,924人で15.3%、建設業が10,848人で7.6%となっています。平成17年国勢調査からみると全体的には横ばいですが、卸小売業とサービス業（他に分類されないもの）が減少し、医療福祉が増加の傾向となっています。

表3 産業大分類別の就業者数の推移

区分	平成17年		平成22年		平成27年		
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	
総数	138,824	100.0%	139,100	100.0%	143,723	100.0%	
第1次産業	4,555	3.3%	5,016	3.6%	4,797	3.3%	
第2次産業	18,947	13.6%	18,242	13.1%	20,013	13.9%	
第3次産業	114,333	82.4%	112,277	80.7%	115,081	80.1%	
第1次産業	農業、林業	4,541	3.3%	4,990	3.6%	4,775	3.3%
	漁業	14	0.0%	26	0.0%	22	0.0%
第2次産業	鉱業、採石業、砂利採取業	66	0.0%	53	0.0%	39	0.0%
	建設業	10,933	7.9%	9,825	7.1%	10,848	7.6%
第3次産業 (網掛けは「盛岡市商業振興ビジョン」の対象業種)	製造業	7,948	5.7%	8,364	6.0%	9,126	6.3%
	電気・ガス・熱供給・水道業	933	0.7%	932	0.7%	986	0.7%
	情報通信業	4,184	3.0%	3,759	2.7%	3,793	2.6%
	運輸業・郵便業	6,516	4.7%	7,724	5.6%	7,721	5.4%
	卸売業・小売業	31,142	22.4%	28,697	20.6%	27,433	19.1%
	金融業、保険業	4,964	3.6%	4,681	3.4%	4,636	3.2%
	不動産業、物品賃貸業	2,001	1.4%	2,957	2.1%	3,361	2.3%
	学術研究、専門・技術サービス業	-	-	4,529	3.3%	5,020	3.5%
	宿泊業、飲食サービス業	9,112	6.6%	9,305	6.7%	9,056	6.3%
	生活関連サービス業、娯楽業	-	-	5,789	4.2%	5,684	4.0%
	教育、学習支援業	8,455	6.1%	8,671	6.2%	8,795	6.1%
	医療、福祉	15,691	11.3%	18,825	13.5%	21,924	15.3%
	複合サービス事業	1,247	0.9%	869	0.6%	911	0.6%
サービス業（他に分類されないもの）	22,820	16.4%	8,528	6.1%	8,753	6.1%	
公務（他に分類されるものを除く）	7,268	5.2%	7,011	5.0%	7,008	4.9%	
分類不能の産業	989	0.7%	3,565	2.6%	3,832	2.7%	

資料：「国勢調査（総務省）」

※ 日本標準産業分類の改定により、新たに項目(学術研究、専門・技術サービス業等)が追加されるなど、各区分ごとの内容は調査年ごとに異なる(以下、産業別の年度推移について記載する資料において同様)。

イ 産業構造の現況

(ア) 産業別の事業所数

平成26年現在の本市の事業所数は15,720事業所であり、産業別に見ると「卸売・小売業」が4,103事業所（26.1%）で最も多く、次いで「宿泊業，飲食サービス業」が2,031事業所（12.9%），「不動産業，物品賃貸業」が1,646事業所（10.5%）となっています。全産業に占める本ビジョンにおいて対象としている「商業・サービス業」の割合は68.8%であり、平成18年からの推移を見ると卸売・小売業とサービス業（他に分類されないもの）の事業所数が減少しており、「商業・サービス業」全体でも減少傾向にあります。

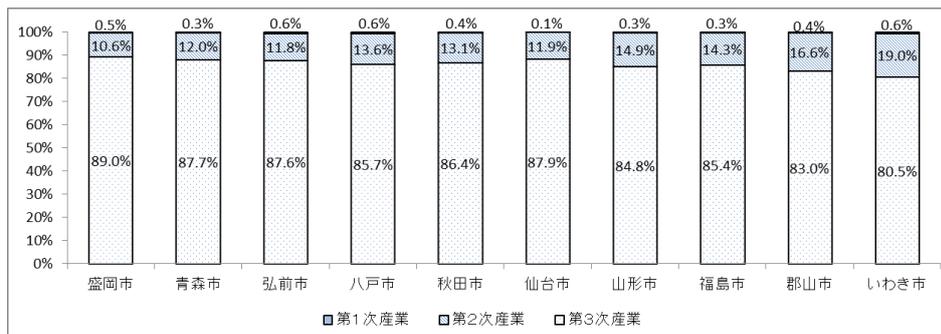
また、産業の3分類別に見ると「第3次産業」が9割近くの割合であり、製造業が含まれる「第2次産業」は1割程度と、それぞれの割合の経年変化はほとんど見られません。なお、平成26年の東北主要10都市で産業3分類の事業所数の割合を比較すると、第3次産業の占める割合は盛岡市がもっとも高い結果となっています。

表4 事業所数の推移

区分	平成18年		平成21年		平成24年		平成26年		
	事業所数	構成比	事業所数	構成比	事業所数	構成比	事業所数	構成比	
全産業	15,757	100.0%	15,625	100.0%	14,677	100.0%	15,720	100.0%	
第1次産業	46	0.3%	75	0.5%	71	0.5%	71	0.5%	
第2次産業	1,682	10.7%	1,662	10.6%	1,607	10.9%	1,666	10.6%	
第3次産業	14,029	89.0%	13,888	88.9%	12,999	88.6%	13,983	89.0%	
第1次産業	農林漁業	46	0.3%	75	0.5%	71	0.5%	71	0.5%
第2次産業	鉱業，採石業，砂利採取業	10	0.1%	11	0.1%	13	0.1%	8	0.1%
	建設業	1,213	7.7%	1,194	7.6%	1,159	7.9%	1,204	7.7%
第3次産業 (網掛けは「盛岡市商業振興ビジョン」の対象業種)	製造業	459	2.9%	457	2.9%	435	3.0%	454	2.9%
	電気・ガス・熱供給・水道業	24	0.2%	26	0.2%	12	0.1%	22	0.1%
	情報通信業	181	1.1%	239	1.5%	205	1.4%	213	1.4%
	運輸業・郵便業	271	1.7%	290	1.9%	273	1.9%	264	1.7%
	卸売業・小売業	4,306	27.3%	4,137	26.5%	3,941	26.9%	4,103	26.1%
	金融業，保険業	381	2.4%	393	2.5%	385	2.6%	383	2.4%
	不動産業，物品賃貸業	1,544	9.8%	1,743	11.2%	1,653	11.3%	1,646	10.5%
	学術研究，専門・技術サービス業	-	-	718	4.6%	671	4.6%	724	4.6%
	宿泊業，飲食サービス業	2,143	13.6%	2,047	13.1%	1,891	12.9%	2,031	12.9%
	生活関連サービス業，娯楽業	-	-	1,422	9.1%	1,350	9.2%	1,423	9.1%
	教育，学習支援業	586	3.7%	570	3.6%	451	3.1%	613	3.9%
	医療，福祉	1,065	6.8%	1,097	7.0%	1,144	7.8%	1,332	8.5%
	複合サービス事業	132	0.8%	80	0.5%	71	0.5%	68	0.4%
サービス業（他に分類されないもの）	3,272	20.8%	1,005	6.4%	952	6.5%	1,047	6.7%	
公務（他に分類されるものを除く）	124	0.8%	121	0.8%	-	-	114	0.7%	

資料：「事業所・統計調査報告書（総務省）」，「経済センサス基礎調査（総務省）」

図4 産業3分類別に見た東北主要10都市との事業所数の比較（平成26年経済センサス基礎調査）



(イ) 産業別の従業者数

平成26年現在の本市の従業者数は167,731人であり、産業別に見ると、事業所数と同様に「卸売・小売業」が37,807人(22.5%)で最も多く、次いで「医療・福祉」が24,585人(14.7%)、「宿泊業・飲食サービス業」が14,437人(8.6%)となっています。また、「商業・サービス業」の従業者数は全産業の55.7%(93,298人)の割合を占めています。

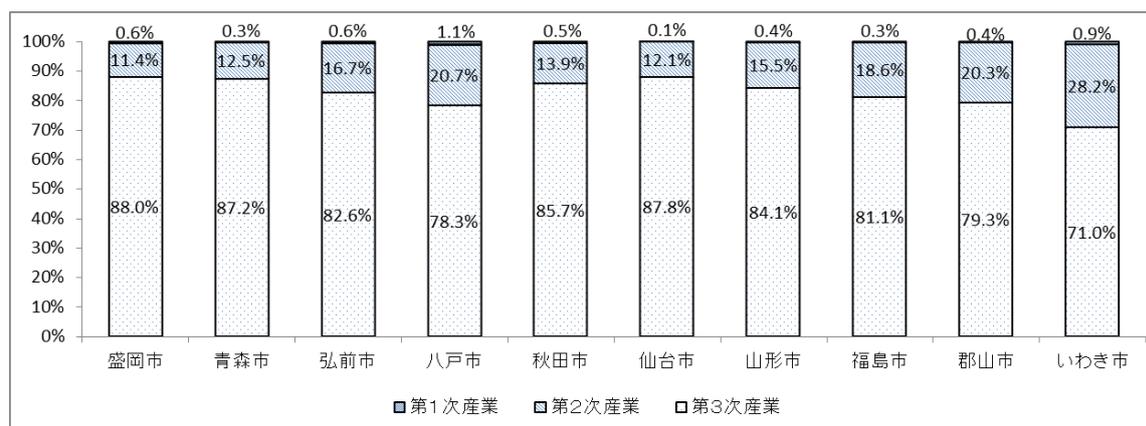
なお、従業者数においても平成26年の東北主要10都市で割合を比較すると、第3次産業の占める割合は盛岡市がもっとも高い結果となっています。

表5 従業者数の推移

区分	平成18年		平成21年		平成24年		平成26年		
	従業者数	構成比	従業者数	構成比	従業者数	構成比	従業者数	構成比	
全産業	158,123	100.0%	165,512	100.0%	145,385	100.0%	167,731	100.0%	
第1次産業	662	0.4%	811	0.5%	922	0.6%	1,039	0.6%	
第2次産業	19,330	12.2%	18,508	11.2%	19,238	13.2%	19,152	11.4%	
第3次産業	138,131	87.4%	146,193	88.3%	125,225	86.1%	147,540	88.0%	
第1次産業	農林漁業	662	0.4%	811	0.5%	922	0.6%	1,039	0.6%
第2次産業	鉱業、採石業、砂利採取業	96	0.1%	84	0.1%	87	0.1%	56	0.0%
	建設業	11,081	7.0%	10,627	6.4%	11,661	8.0%	12,010	7.2%
	製造業	8,153	5.2%	7,797	4.7%	7,490	5.2%	7,086	4.2%
第3次産業 (網掛けは「盛岡市商業振興ビジョン」の対象業種)	電気・ガス・熱供給・水道業	1,205	0.8%	1,408	0.9%	818	0.6%	1,100	0.7%
	情報通信業	5,762	3.6%	5,214	3.2%	4,547	3.1%	4,614	2.8%
	運輸業・郵便業	6,981	4.4%	9,676	5.8%	9,227	6.3%	8,870	5.3%
	卸売業・小売業	37,433	23.7%	37,377	22.6%	32,658	22.5%	37,807	22.5%
	金融業、保険業	5,739	3.6%	6,426	3.9%	6,123	4.2%	5,853	3.5%
	不動産業、物品賃貸業	3,539	2.2%	5,368	3.2%	4,840	3.3%	5,061	3.0%
	学術研究、専門・技術サービス業	-	-	5,237	3.2%	4,430	3.0%	4,905	2.9%
	宿泊業、飲食サービス業	13,891	8.8%	15,627	9.4%	14,031	9.7%	14,437	8.6%
	生活関連サービス業、娯楽業	-	-	7,438	4.5%	7,071	4.9%	7,726	4.6%
	教育、学習支援業	8,041	5.1%	8,887	5.4%	7,854	5.4%	11,043	6.6%
	医療、福祉	17,804	11.3%	20,809	12.6%	19,165	13.2%	24,585	14.7%
	複合サービス事業	1,432	0.9%	681	0.4%	574	0.4%	770	0.5%
	サービス業(他に分類されないもの)	29,979	19.0%	15,573	9.4%	13,887	9.6%	14,013	8.4%
	公務(他に分類されるものを除く)	6,325	4.0%	6,472	3.9%	-	-	6,756	4.0%

資料：「事業所・統計調査報告書(総務省)」、「経済センサス基礎調査(総務省)」

図5 産業3分類別に見た東北主要10都市との従業者数の比較



資料：「経済センサス基礎調査(総務省)」

(ウ) 産業別の企業数等

経済センサス調査における、業種ごとの企業数、企業従業者数、企業売上高は表6のとおりであり、平成24年と平成26年を比較すると卸売業、小売業、不動産業、物品賃貸業の売上高が増加している一方で、複合サービス事業やサービス事業の売上高は減少しています。

平成24年経済センサス活動調査においては、全産業共通で把握する経理項目についても調査が実施されており、企業の生産活動によって新たに生み出された価値である付加価値額を調査項目から以下の算式により算出しています（付加価値額＝売上高－費用総額＋給与総額＋租税公課）。従業員一人当たりの付加価値額は、労働生産性^{※6}と呼ばれ、本ビジョンの対象業種では、情報通信業が571万円が一番大きく、次いで不動産業・物品賃貸業415万円、運輸業、郵便業313万円の順番になっています。

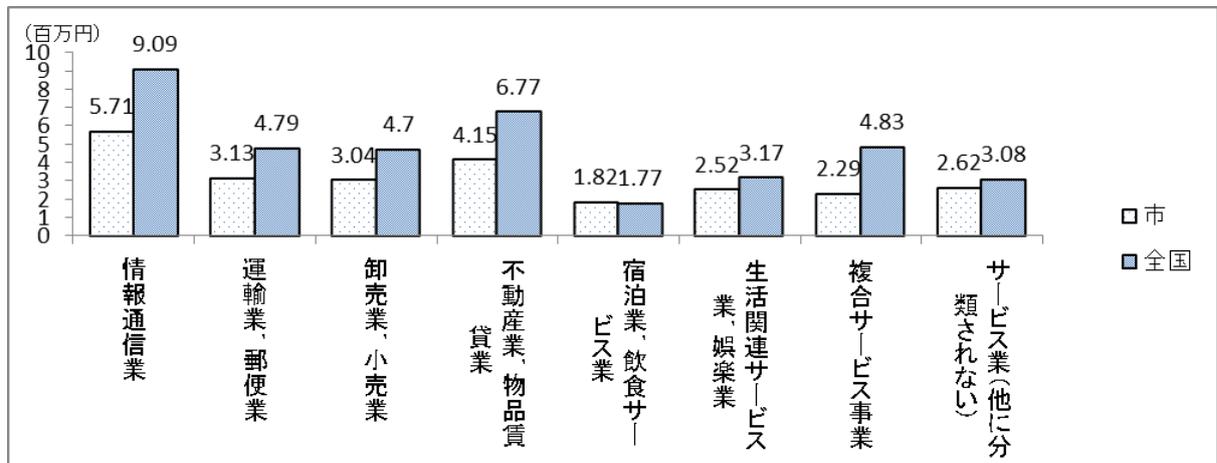
中小企業における商業・サービス業の労働生産性の向上が全国的にも大きな課題となっているが、本市の労働生産性はほとんどの業種で全国よりもさらに低くなっています。

表6 盛岡市の企業数等

区分	企業数(企業)		企業従業者数(人)		企業売上高(百万円)		平成24年 企業付加価値額 (百万円)	平成24年 従業者1人あたり 企業付加価値額 (百万円/人)
	平成24年	平成26年	平成24年	平成26年	平成24年	平成26年		
総数	8,080	8,820	116,297	115,432	1,741,586	1,716,767	405,173	3.48
第1次産業	42	40	813	1,119	12,225	21,124	1,931	2.38
農業、林業、漁業	42	40	813	1,119	12,225	21,124	1,931	2.38
第2次産業	1,015	1,114	14,873	13,122	263,093	227,357	47,763	3.21
鉱業、採石業、砂利採取業	6	4	60	36	894	652	238	3.97
建設業	713	779	9,517	8,005	194,286	156,952	30,728	3.23
製造業	296	331	5,296	5,081	67,913	69,753	16,797	3.17
第3次産業	7,023	7,666	100,611	101,191	1,466,268	1,468,286	355,479	3.53
電気・ガス・熱供給・水道業	3	4	314	252	10,903	9,731	4,256	13.55
情報通信業	93	97	3,604	2,949	59,350	53,563	20,565	5.71
運輸業、郵便業	124	129	4,859	4,189	34,864	30,105	15,197	3.13
卸売業、小売業	1,693	1,834	29,734	32,100	679,870	775,608	90,307	3.04
金融業、保険業	110	117	5,933	5,622	143,915	115,685	45,456	7.66
不動産業、物品賃貸業	1,233	1,314	3,811	3,711	48,213	55,618	15,817	4.15
学術研究、専門・技術サービス業	460	494	3,055	2,957	33,065	36,083	11,380	3.73
宿泊業、飲食サービス業	943	1,191	9,421	8,289	49,627	44,620	17,107	1.82
生活関連サービス業、娯楽業	862	911	5,616	5,429	112,799	93,729	14,151	2.52
教育、学習支援業	273	295	10,076	9,943	75,526	77,412	35,243	3.50
医療、福祉	726	773	14,865	16,454	150,998	121,474	61,644	4.15
複合サービス事業	13	12	113	49	1,525	697	259	2.29
サービス業(他に分類されないもの)	490	495	9,210	9,247	65,613	53,961	24,097	2.62

資料：「経済センサス活動調査・経済センサス基礎調査(総務省)」

図6 市と全国の一人当たり付加価値額(労働生産性)の比較(商業振興ビジョン関連業種)



(エ) 開業率と廃業率^{*7}の状況

盛岡公共職業安定所管内における雇用保険の加入状況は以下のとおりであり、開業率は横ばいですが廃業率は増加傾向にあります。

表7 盛岡公共職業安定所管内の雇用保険の適用状況等（全業種）

年度	雇用保険新規適用事業所数	雇用保険廃止事業所数	適用事業所数 (年度平均)	開業率 (%)	廃業率 (%)
平成24年度	366	222	8,119	-	-
平成25年度	328	231	8,249	4.0	2.8
平成26年度	322	255	8,336	3.9	3.1
平成27年度	332	325	8,390	4.0	3.9
平成28年度	300	304	8,375	3.6	3.6

資料：雇用のうごき（盛岡公共職業安定所）」

- ※1 開業率＝当該年度に雇用関係が新規に成立した事業所数／前年度平均の適用事業所数
- ※2 廃業率＝当該年度に雇用関係が消滅した事業所数／前年度平均の適用事業所数
- ※3 適用事業所とは、雇用保険に係る労働保険の保険関係が成立している事業所
- ※4 雇用保険の適用事業所をもとにした開廃業率は、事業所における雇用関係の成立、消滅をそれぞれ開廃業とみなしている。そのため、企業単位での開廃業を確認出来ない、雇用者が存在しない、例えば事業主1人での開業の実態は把握できないという特徴があるものの、毎年実施されており、「日本再興戦略2016」（2016年6月2日閣議決定）でも、開廃業率のKPIとして用いられている。

ウ 商業・サービス業の現況

(ア) 卸売・小売業の現況

本市の卸売業と小売業の事業所数は、平成14年から減少傾向となっており、従業員数と年間商品販売額についても、卸売業は減少傾向ですが、小売業についてはいずれも大きな変化はありません。また、小売業の事業所数の減少に対し、売場面積は増加していることから、大型店舗が増えているということが分かります。

表8 卸売・小売業の事業所数等の推移

区分		平成11年	平成14年	平成16年	平成19年	平成26年
卸売業	事業所数（店）	1,429	1,219	1,175	1,045	844
	従業員数（人）	13,998	11,826	10,889	10,375	8,118
	年間商品販売額（百万円）	1,192,555	1,022,652	966,963	947,280	620,386
小売業	事業所数（店）	3,377	3,138	3,046	2,851	2,181
	従業員数（人）	22,536	21,119	22,210	21,713	20,115
	年間商品販売額（百万円）	423,639	397,156	397,785	366,645	401,664
	売場面積（㎡）	384,168	384,624	435,498	474,246	497,097
	面積あたり年間商品販売額（円/㎡）	1,102,744	1,032,582	913,403	773,111	808,019
合計事業所数（店）		4,806	4,357	4,221	3,896	3,025
合計従業員数（人）		36,534	32,945	33,099	32,088	28,233
年間販売額（百万円）		1,616,194	1,419,808	1,364,748	1,313,925	1,022,050

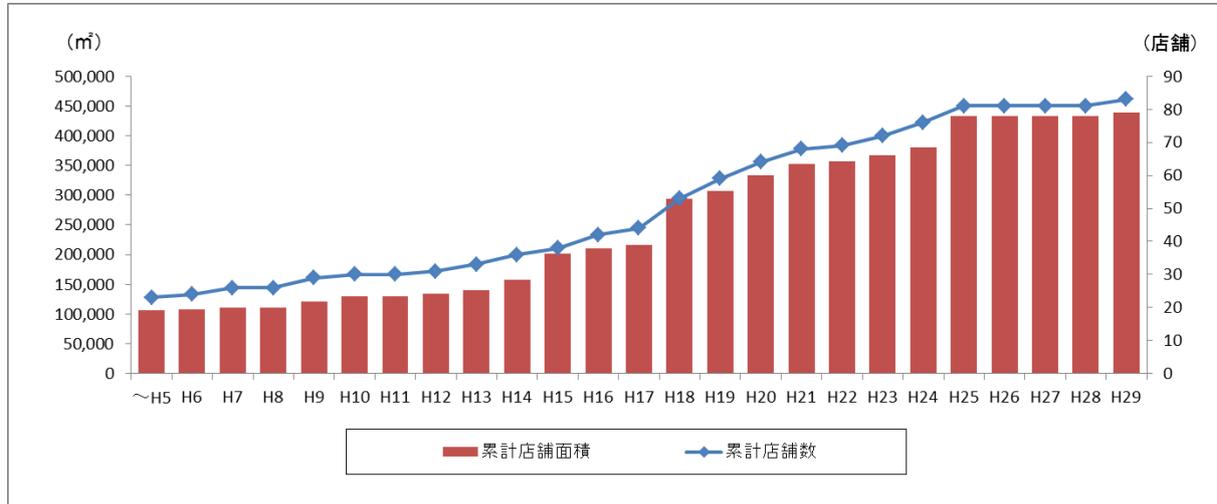
資料：「商業統計調査報告書（経済産業省）」

- ※ 平成11年から16年までの統計データは旧玉山村の数値を含む。また、平成19年までの統計データと平成26年のデータは日本標準産業分類の第12回改定及び調査設計の大幅変更があり、数値の連続性がない。
- ※ 経済センサス基礎調査と商業統計の卸売小売の事業所数等は、商業統計において「管理、補助的経済活動のみを行う事業所」等を含まないなど、集計方法が異なる。

(イ) 大型店舗の状況

本市の大型店舗(店舗面積1,000㎡超)の店舗数とその店舗面積は平成25年まで増加傾向であり、平成26年以降はほぼ横ばいの状況です。なお、大規模小売店舗立地法^{※8}上の大規模小売店舗数は平成30年2月28日時点で83店舗で、店舗面積の合計は439,449㎡です。

図7 大型店舗(店舗面積1,000㎡超)の状況



※店舗面積はバックヤードや事務所等を含む(店舗面積>売場面積)

資料:盛岡市

(3) 総合計画での取組状況

市では、総合計画に基づき、各分野の施策に取り組んでおり、同計画では目指す将来像を「ひと・まち・未来が輝き世界につながるまち盛岡」と定めこれを実現するため29の施策を位置づけています。そのうち6つの施策が本ビジョンに関連する施策となっており、具体的な取組は以下のとおりです。

施策	小施策	事業
施策19 社会を担う 人材の育 成・支援	小施策Ⅰ 若い世代の活躍支援	若者の就業支援事業
施策21 農林業の振 興	小施策Ⅰ 経営力・生産意欲の向上と後継者 の育成	食材プロモーション事業、食と農のバリューア ップ推進事業
施策22 商業・サービ ス業の振興	小施策Ⅰ 魅力ある商店街の形成支援	商店街活性化支援事業、商工団体育成事業、商 店街等指導事業、商業振興事務、タウンマネー ジメント機関支援事業、商店街活性化条例に基 づく商店街加入促進
	小施策Ⅲ 多様なサービス業の振興	商工団体育成事業(再掲)、盛岡三大麺普及事業、 まちなかマッチング事業、乾杯条例、「ゆかたの まち盛岡」推進事業
施策23 工業の振興	小施策Ⅰ 地場企業の経営力の強化	工業振興事業、産業支援事業
	小施策Ⅱ 産学官金連携と新事業育成の支援	工業振興事業(再掲)、産業支援事業(再掲)、 産学官連携研究センター管理運営事業、新事業 創出支援センター管理運営事業
	小施策Ⅳ 創業・起業の支援	産業支援センター管理運営事業、産業支援事業 (再掲)
施策24 観光の振興	小施策Ⅰ 観光情報の発信と観光客誘致の推 進	観光客誘致宣伝事業、祭り・イベント振興事業
	小施策Ⅱ 観光地域づくりと滞在型観光の推 進	観光施設整備事業、MICE(マイス) ^{※9} 誘致 推進事業
	小施策Ⅲ 国際観光の推進	外国人観光客誘致推進事業
施策25 雇用の創出	小施策Ⅱ 雇用対策の推進	雇用対策推進事業

(4) アンケート調査等による市内事業所の状況

盛岡市内の商業・サービス業の現状を把握するため、市内で事業活動を行う商業・サービス業の事業所を対象に、経営課題等についての考え方等を確認する「盛岡市の商業・サービス業の経営課題に関する調査」を実施しました。

<アンケート調査の実施概要>

目的	盛岡市内に立地する卸売業、小売サービス業等を対象とし経営状況、事業環境、経営課題、新規創業、商店街への関わり等に関する状況を把握すること
対象	盛岡市内の情報通信業、運輸業、郵便業、卸売業、小売業、不動産業、物品賃貸業、宿泊業、飲食サービス業、生活関連サービス業、娯楽業、複合サービス事業、サービス業（他に分類されないもの） ※対象事業所は主に下記から抽出 ・経済産業省平成26年経済センサス基礎調査 ・盛岡商工会議所会員名簿
実施時期	平成29年6月
配布・回答方法	盛岡商工会議所会報により配布、FAX及びウェブサイト入力による回答

<アンケート調査の実施概要>

配布(※)	回答		回答率
2,358	FAX	136	5.8%
	ウェブ	86	3.6%
	計	222	9.4%

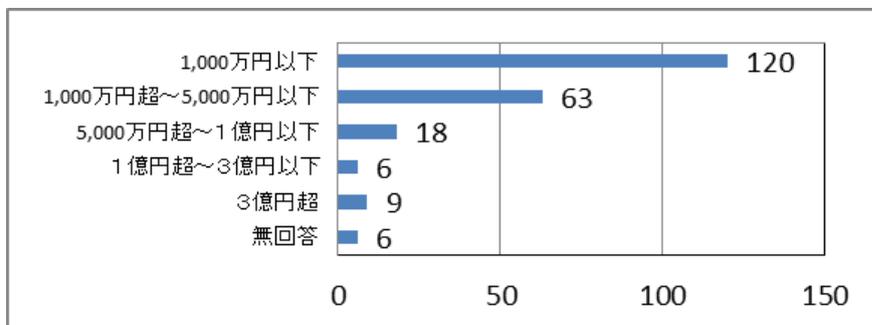
※ 盛岡商工会議所会員のうち調査対象業種の会員数

ア 基本項目

(ア) 資本金

- ・回答した事業所における資本金の状況は、「1,000万円以下」が54.1%で最も多く、次いで「1,000万円超～5,000万円以下」が28.4%、「5,000万円超～1億円以下」が8.1%となっています。
- ・「1億円超」の事業所の全体に占める割合の6.8%に留まります。

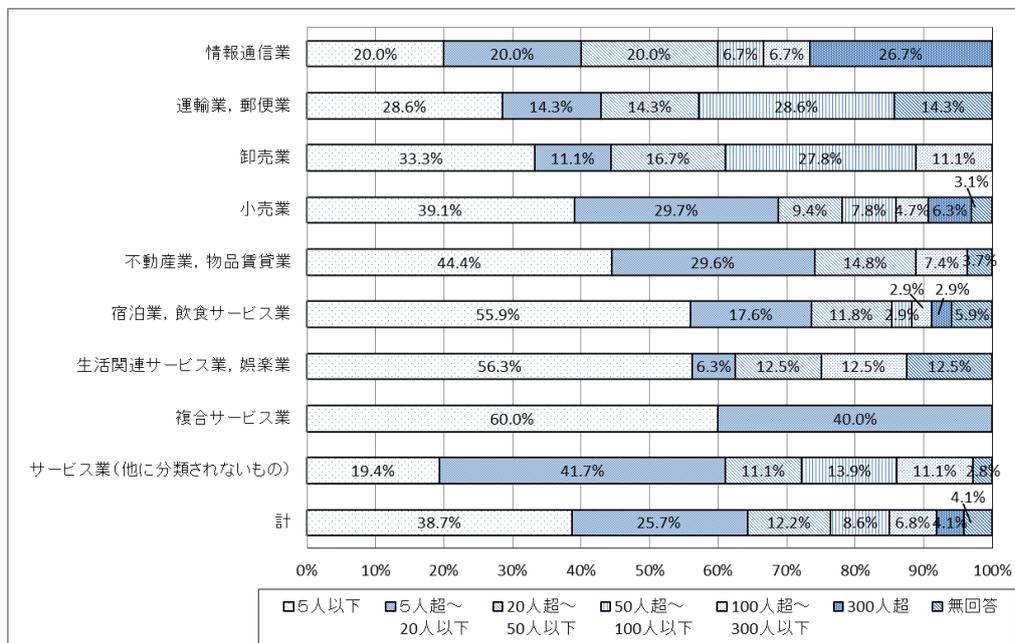
図8 資本金規模



(イ) 従業員

- ・回答した事業所における従業員数(非正規従業員含む)は「5人以下」が38.7%で最も多く、次いで「5人超～20人以下」が25.7%、「20人超～50人以下」が12.2%となっています。
- ・従業員数が「5人以下」の事業所は、業種ごとに複合サービス業で60.0%、生活関連サービス業、娯楽業で56.3%を占めています。

図9 業種ごとの従業員

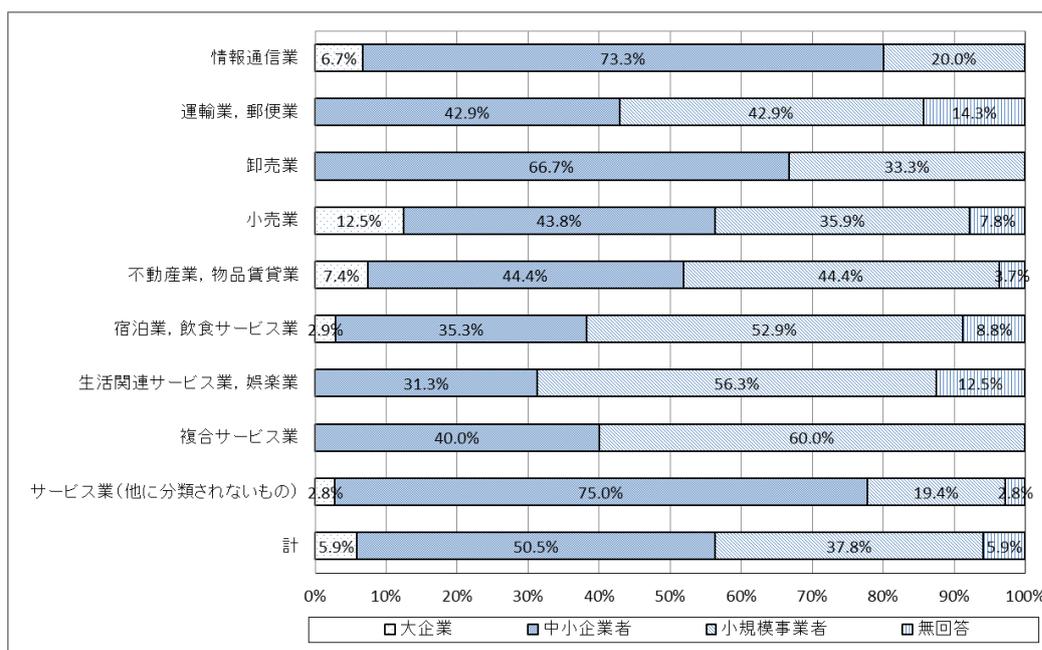


※ 端数処理により合計が100%にならない場合がある。

(ウ) 事業所の規模

- ・資本金と従業員数の回答に基づき、中小企業基本法上の定義により回答事業所を分類すると、全体の約9割を中小企業者が占め、特にサービス業(飲食サービス業、生活関連サービス業等)の割合が大きいです。

図10 業種ごとの事業所の規模



※ 中小企業基本法上の定義

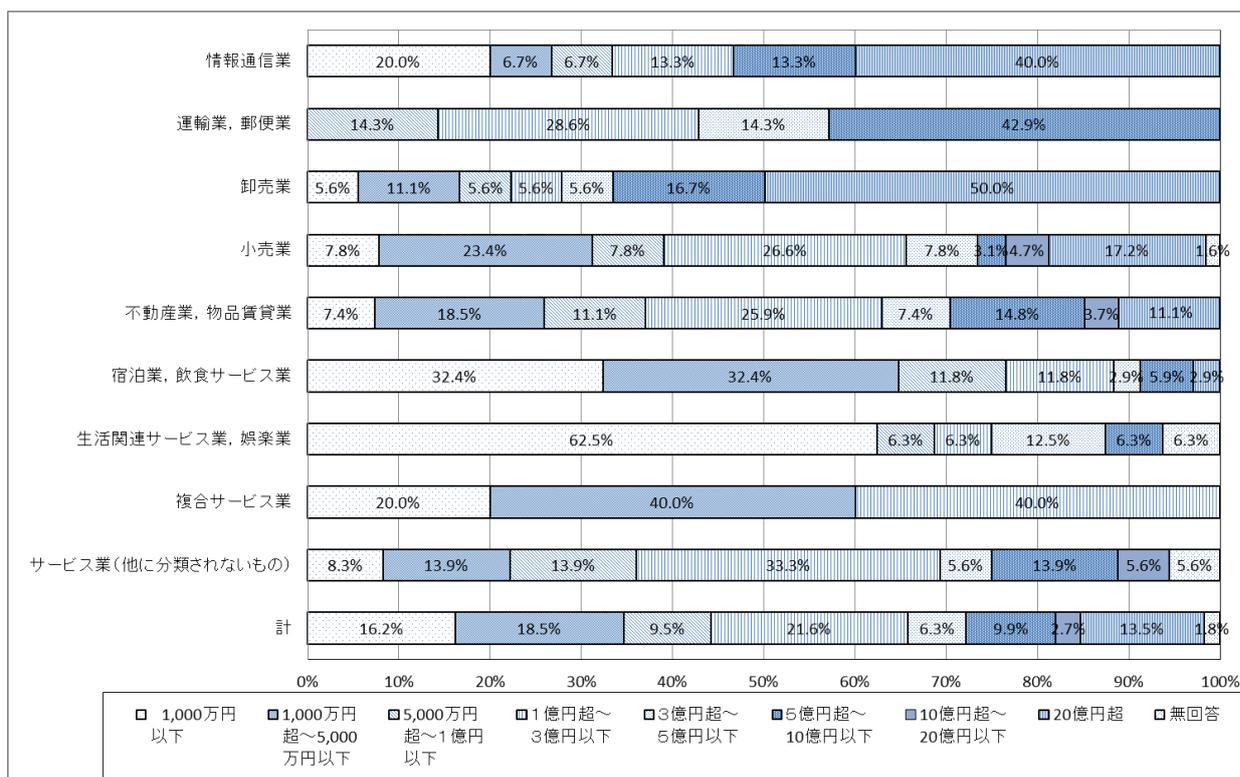
業種	小規模企業者	中小企業者		大企業
	常時使用する従業員	資本金又は常時使用する従業員		
①製造業，建設業，運輸業，その他の業種 (②～④を除く)	従業員 20 人以下	資本金 3 億円以下	従業員 300 人以下	中小企業者の条件をいずれも超える事業所
②卸売業	従業員 5 人以下	資本金 1 億円以下	従業員 100 人以下	
③サービス業	従業員 5 人以下	資本金 5 千万円以下	従業員 100 人以下	
④小売業	従業員 5 人以下	資本金 5 千万円以下	従業員 50 人以下	

※ ③サービス業のうち情報処理サービス業の中小企業者の定義は，資本金 3 億円以下又は常時使用する従業員 300 人以下

(エ) 事業所の売上高

- ・回答した事業所における年間売上高（直近期）の状況は、「1 億円超～3 億円以下」が 21.6%で最も多く、次いで「1,000 万円超～5,000 万円以下」が 18.5%となっています。
- ・業種ごとでは，売上が「5,000 万円以下」の事業所の割合は，飲食サービス業，生活関連サービス業で高くなっています。

図 11 業種ごとの売上高

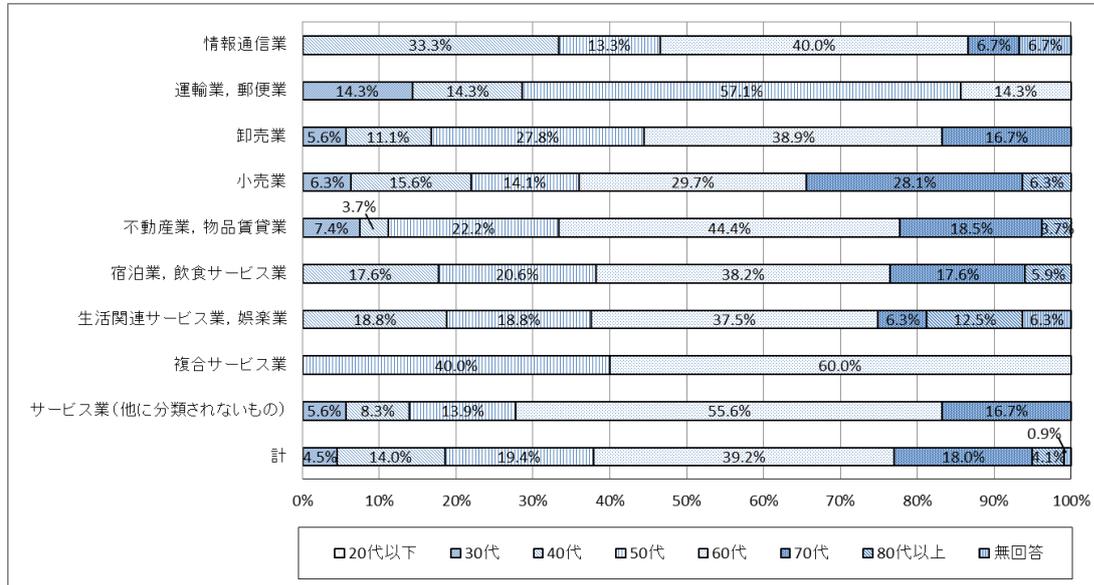


※ 端数処理により合計が 100%にならない場合がある。

(オ) 代表者の年代

- ・回答した事業所でもっとも多い代表者の年代は、60代であり39.2%を占める。60代以上が約6割を占めており、うち、80代以上の代表者は4.1%となっています。
- ・業種ごとでは、卸売、小売業の代表者は30代から80代まで広い範囲に分布しています。

図12 業種ごとの代表者の年代



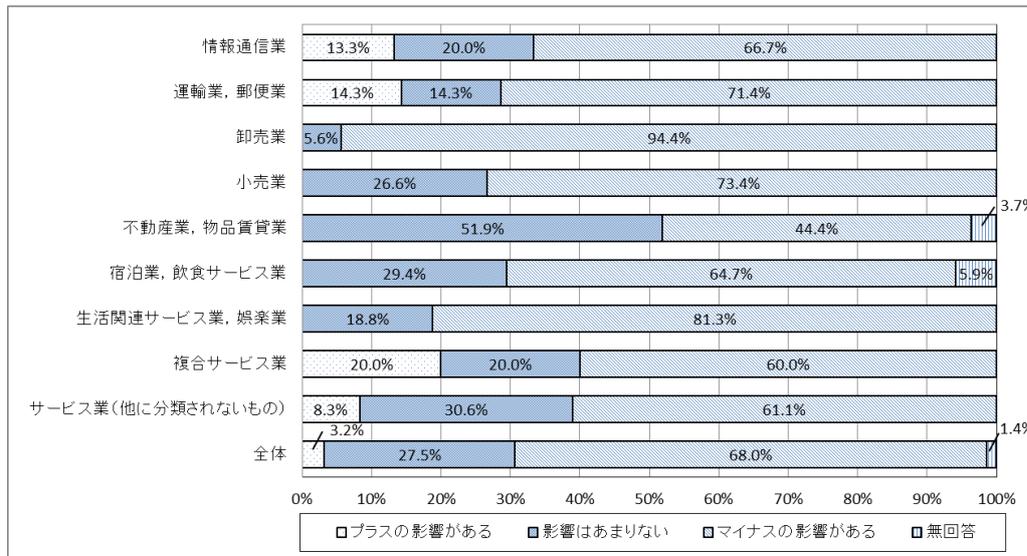
※ 端数処理により合計が100%にならない場合がある。

イ 事業所を取り巻く事業環境

(ア) 少子高齢化による影響

- ・全体では約7割の事業所で「マイナスの影響がある」と考えています。
- ・業種ごとには、特に卸売業で「マイナスの影響がある」と考えています。

図13 業種ごとの少子高齢化による影響



ウ 事業所が抱える経営課題

(ア) 従業員（ヒト）の現在の状況と今後の方針

- ・全体では約4割の事業所で「どちらかといえば不足」と回答しており、今後の方針は、3割の事業所が「増やす方向」と回答しています。
- ・業種ごとには、運輸業、サービス業（他に分類されないもの）で6～7割の事業所が「どちらかといえば不足」と回答しており、今後、従業員を「増やす方向」で回答しています。

図14 従業員の現在の状況

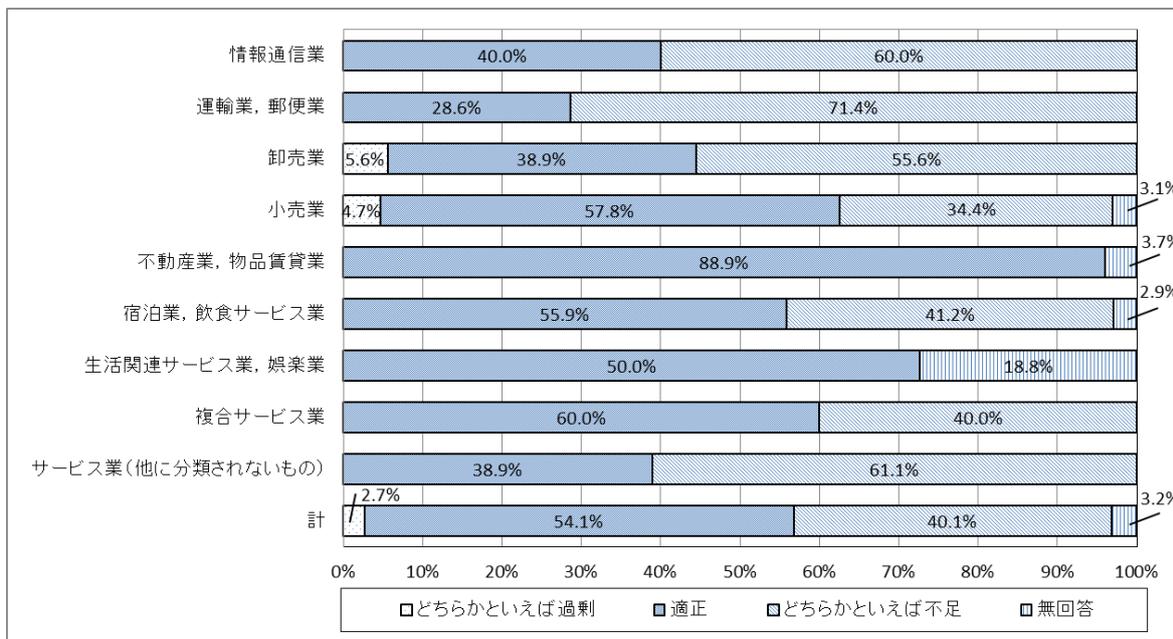
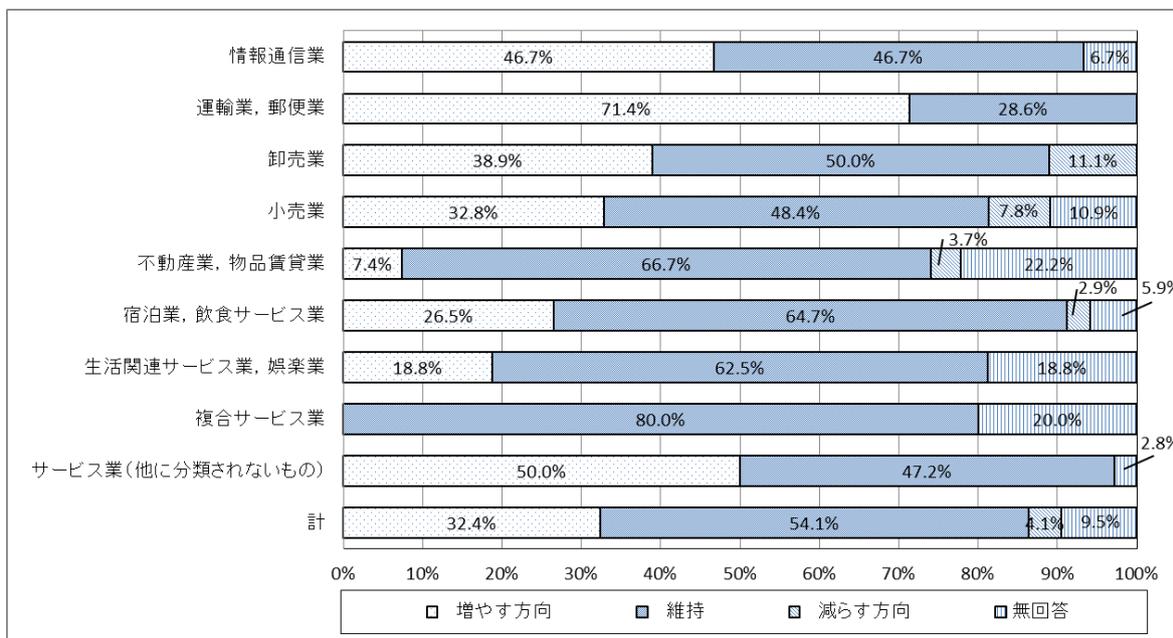


図15 従業員の今後の方針



(イ) 店舗・事務所の設備（モノ）の現在の状況と今後の方針

- ・全体では約7割の事業所は「適正」と回答しており、今後の方針は、「維持」と回答しています。
- ・業種ごとに、情報通信業で半分以上の事業所で、「どちらかといえば狭い」と回答しており、3割の事業所が「増設の方向」と回答しています。

図16 店舗・事務所の設備の現在の状況

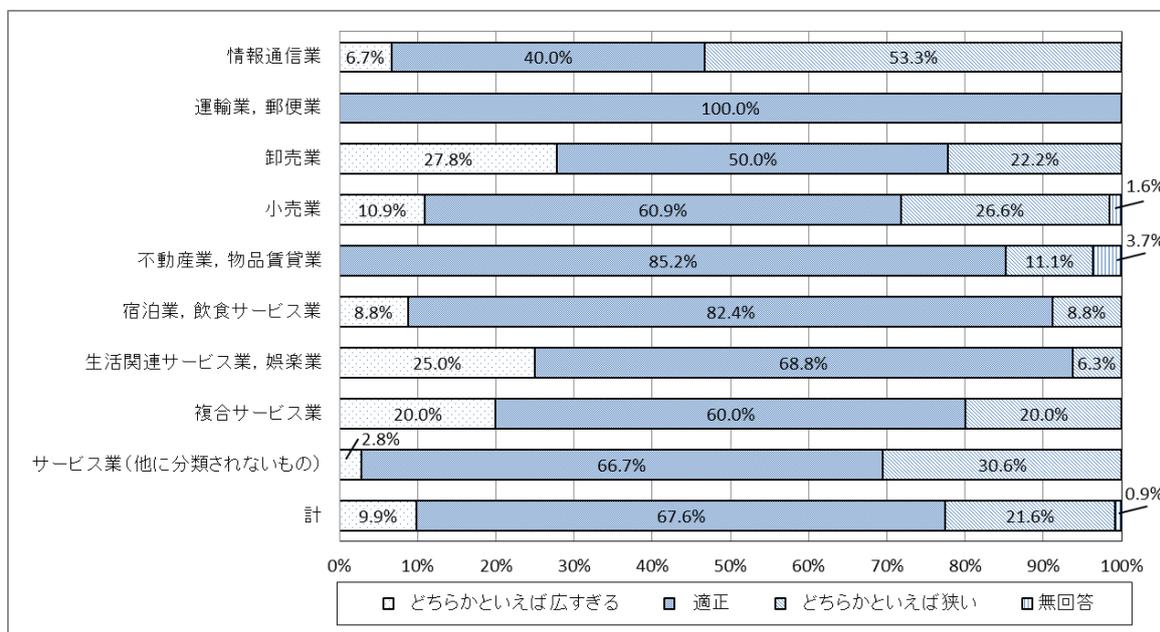
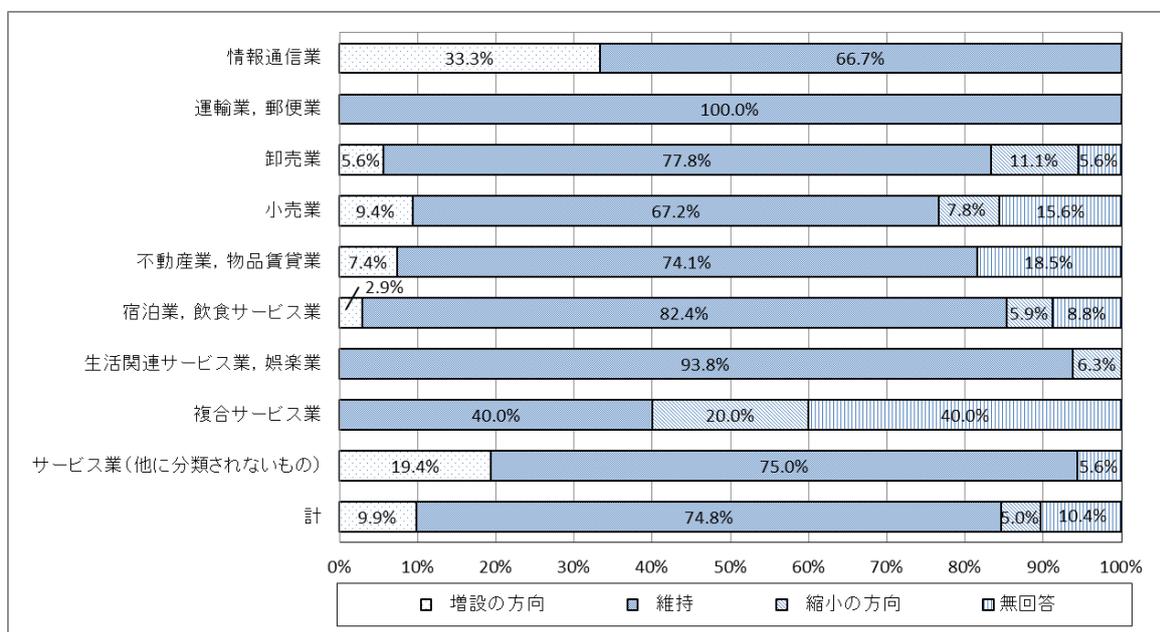


図17 店舗・事務所の設備の今後の方針



(ウ) 資金繰り（カネ）の現在の状況と今後の方針

- ・全体では約6割の事業所で「適正」と回答しており、今後の方針は、約3割の事業所が「どちらかといえば不足」と考えており、約1割の事業所が「増やす方向」と回答しています。
- ・業種ごとには、小売業、サービス業（他に分類されないもの）において、多くの事業所で「どちらかといえば不足」と回答しています。

図 18 資金繰りの現在の状況

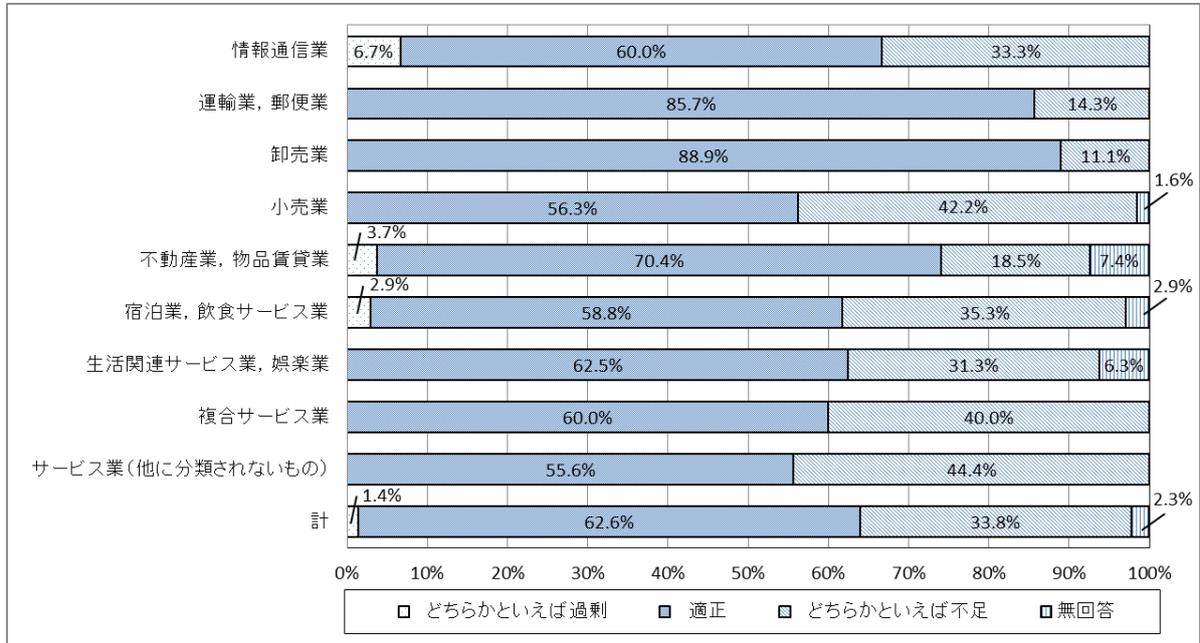
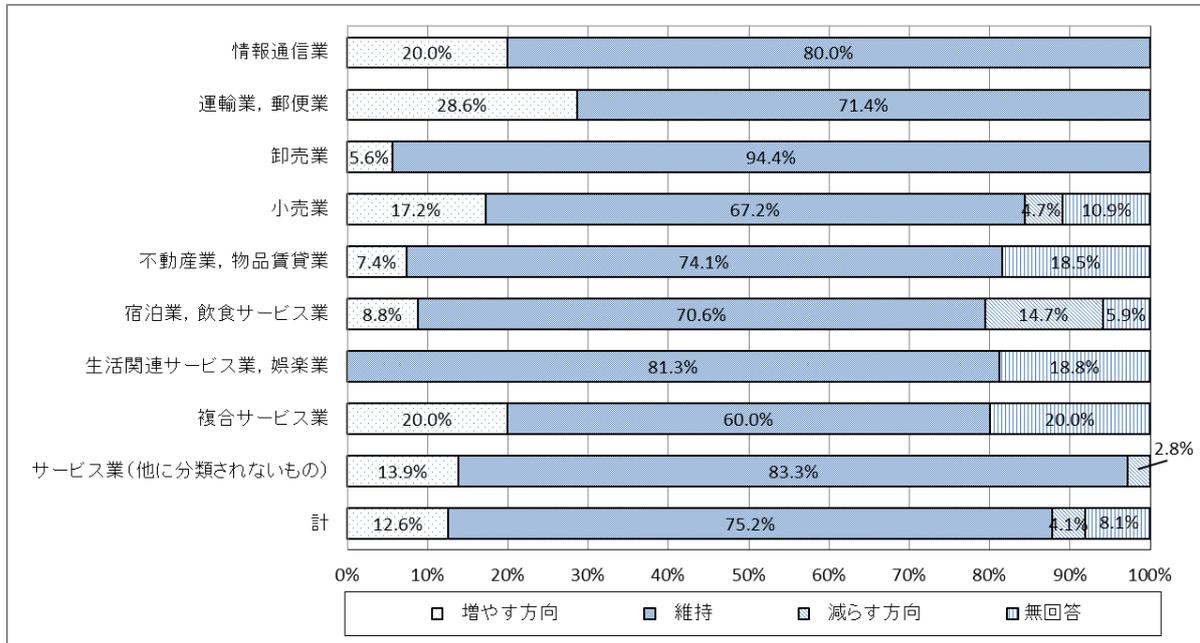


図 19 資金繰りの今後の方針



(エ) SNS(ソーシャルネットワーキングサービス)^{*10}の活用(情報)の現在の状況と今後の方針

- ・全体では約3割の事業所で「経営に活用している」と回答しており、今後の方針は、約4割の事業所が「(さらに)活用したいと考えている」と回答しています。
- ・業種ごとに、小売業、宿泊業、飲食サービス業において、多くの事業所が、今後「活用したいと考えている」と回答しています。

図20 SNS(ソーシャルネットワーキングサービス)の活用の現在の状況

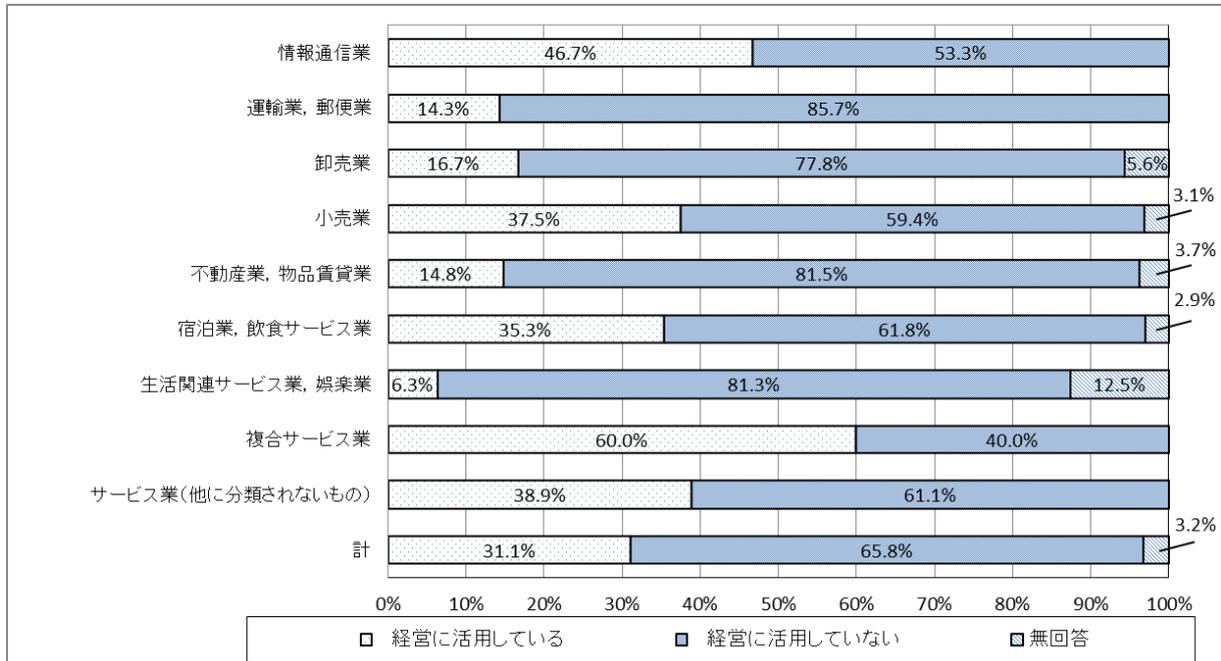
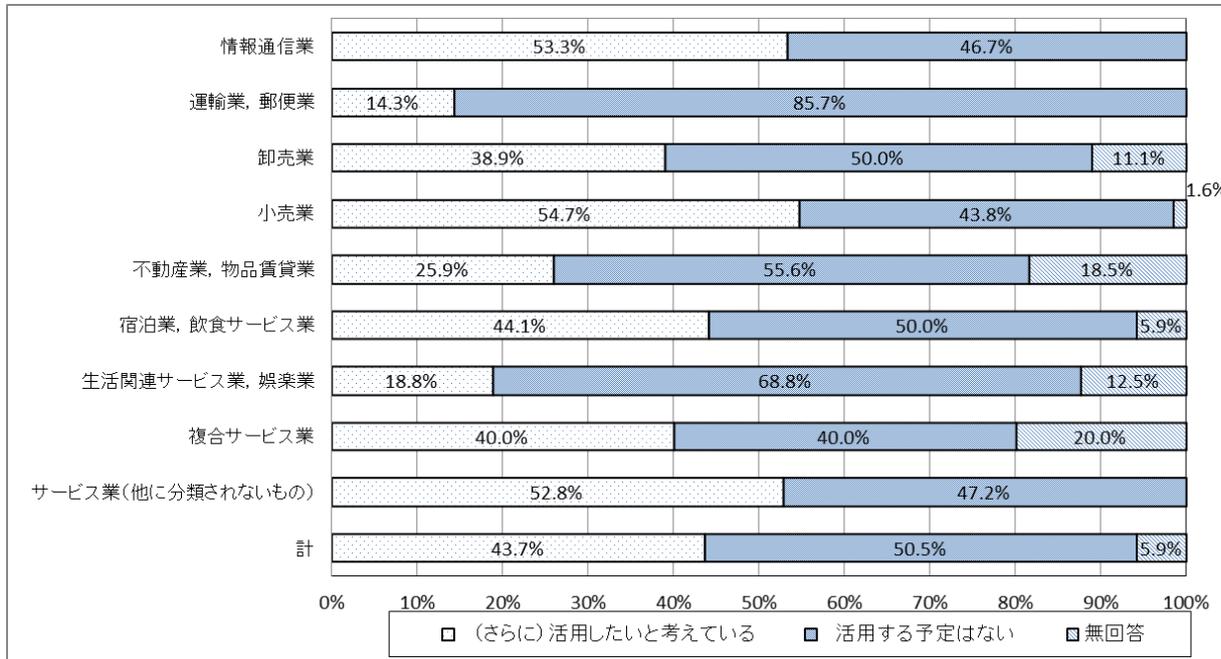


図21 SNS(ソーシャルネットワーキングサービス)の活用の今後の方針



(オ) ブランド化（会社・会社の商品に関し信用度や知名度がある）（ブランド）の現在の状況と今後の方針

- ・全体では約4割の事業所で「自社はブランド化している」と回答しており、今後の方針は、約5割の事業所が「(さらに)獲得したいと考えている」と回答しています。
- ・業種ごとには、小売業において、多くの事業所が「自社はブランド化している」と回答しています。

図22 ブランド化の現在の状況

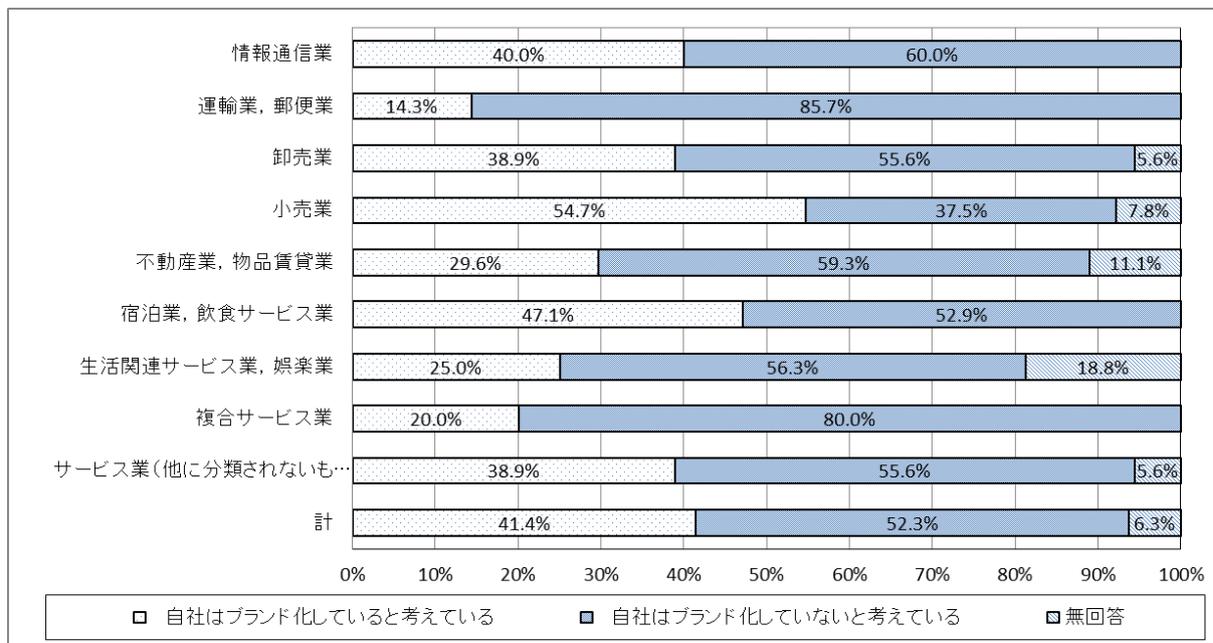
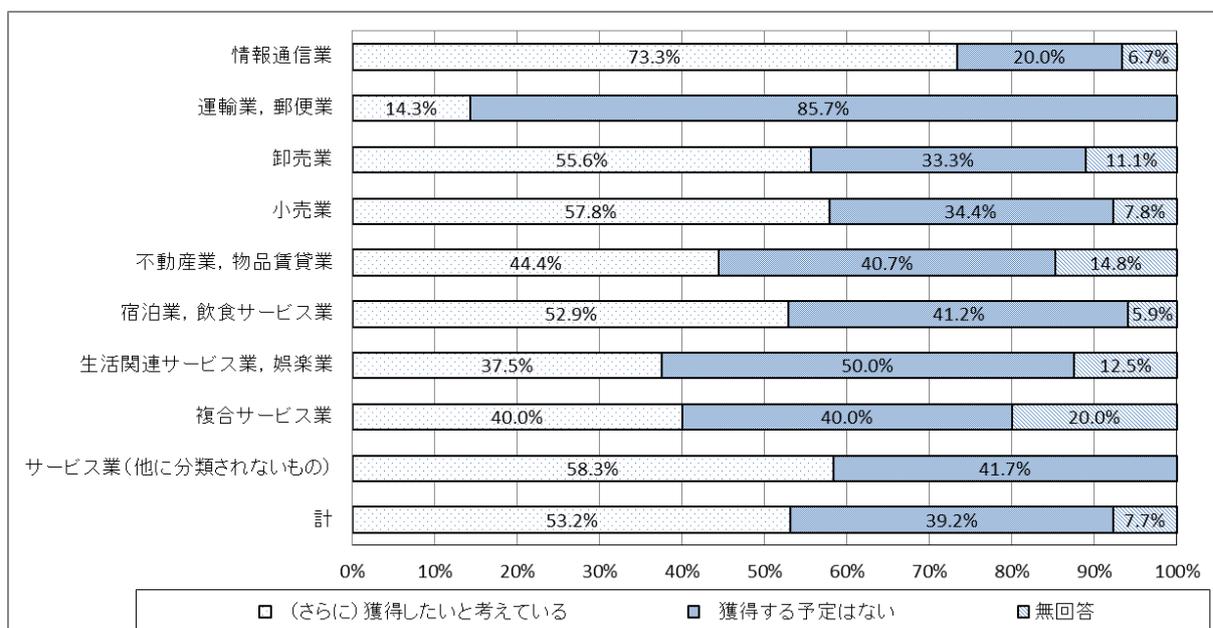


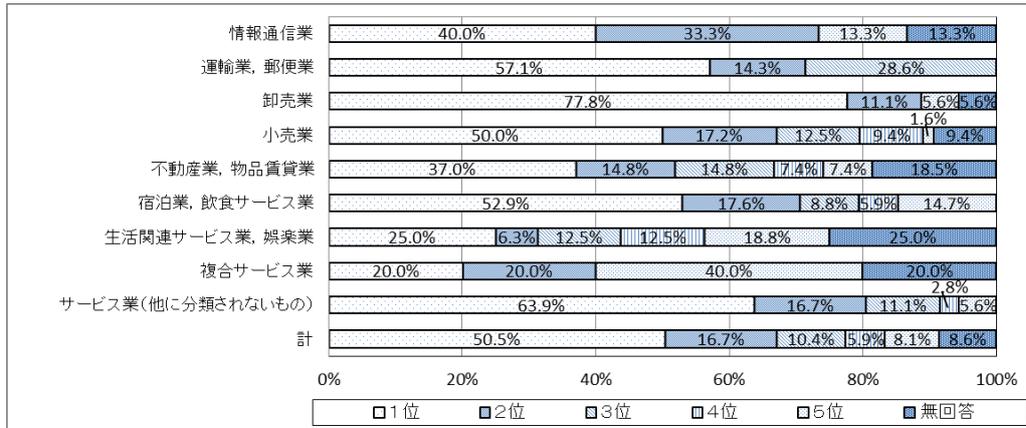
図23 ブランド化の今後の方針



(カ) 経営課題（ヒト）について

- ・全体では半分以上の事業所が経営課題の順位の1位を「ヒト」と考えています。
- ・具体的には、どの業種でも人材不足、後継者がいないことを掲げています。

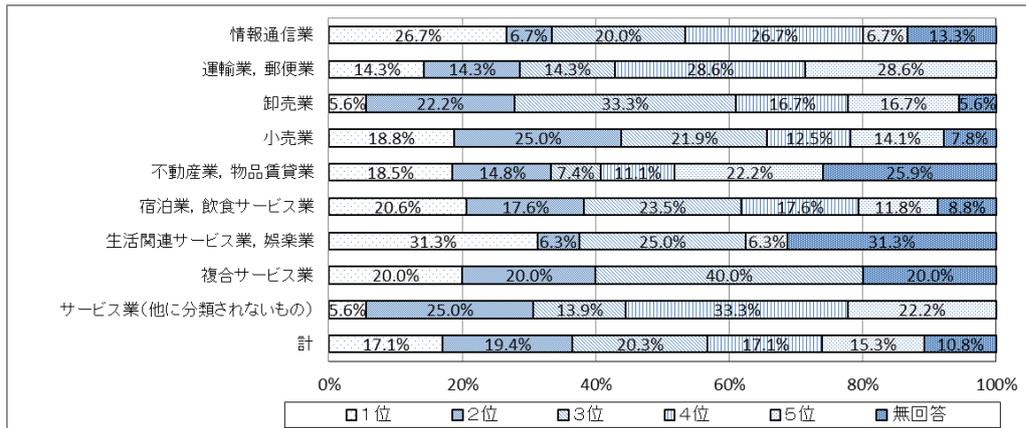
図 24 ヒトを経営課題の順位の何位と考えるか



(キ) 経営課題（モノ）について

- ・「モノ（設備面）」の経営課題の順位はバラツキがあります。
- ・具体的には、設備・店舗の老朽化、小売店等では取扱う商品が課題としてあげられています。

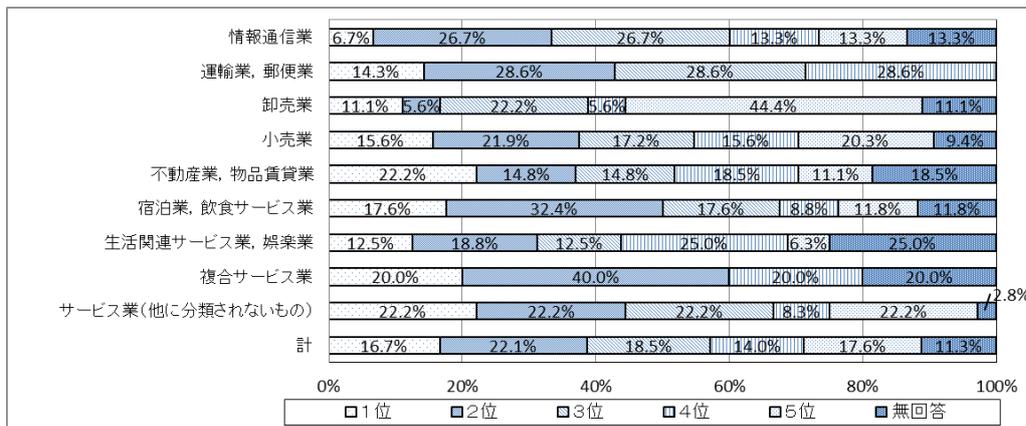
図 25 モノを経営課題の順位の何位と考えるか



(ク) 経営課題（カネ）について

- ・「カネ（資金面）」の経営課題の順位はバラツキがあります。
- ・具体的には、安定した経営のための資金の確保などを課題と考えています。

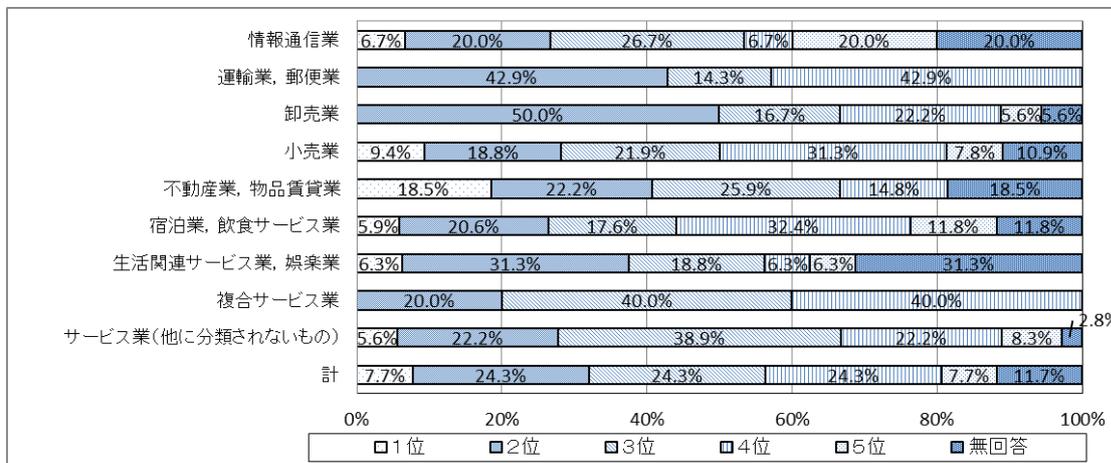
図 26 カネを経営課題の順位の何位と考えるか



(ケ) 経営課題（情報）について

- ・多くの事業所が「情報（顧客との関係性を含む）」を経営課題の順位の2～4位と考えています。
- ・具体的には、顧客の確保、情報発信力などを課題と考えています。

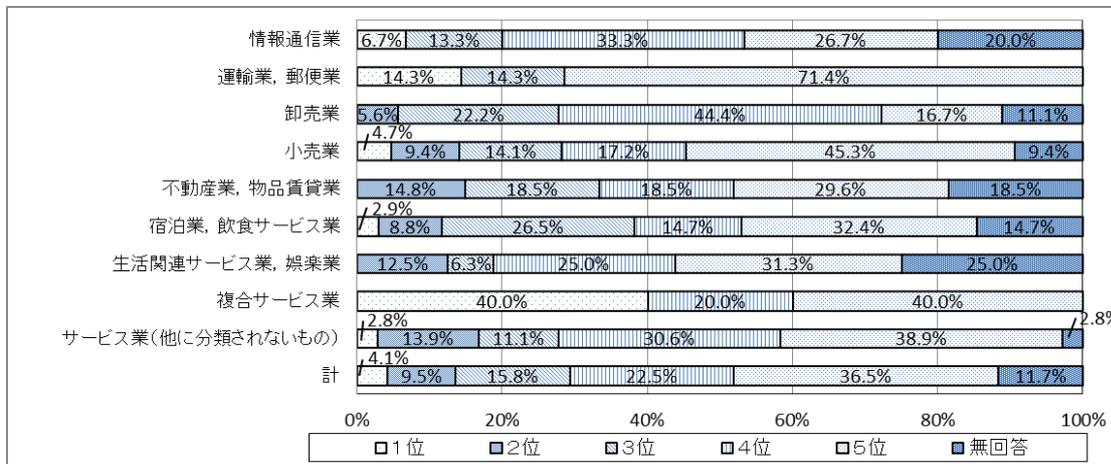
図 27 情報を経営課題の順位の何位と考えるか



(コ) 経営課題（ブランド）について

- ・多くの事業所が「ブランド（信用度や知名度等）」を経営課題の順位の3～5位と考えています。
- ・具体的には、認知度・知名度がないことを課題と考えています。

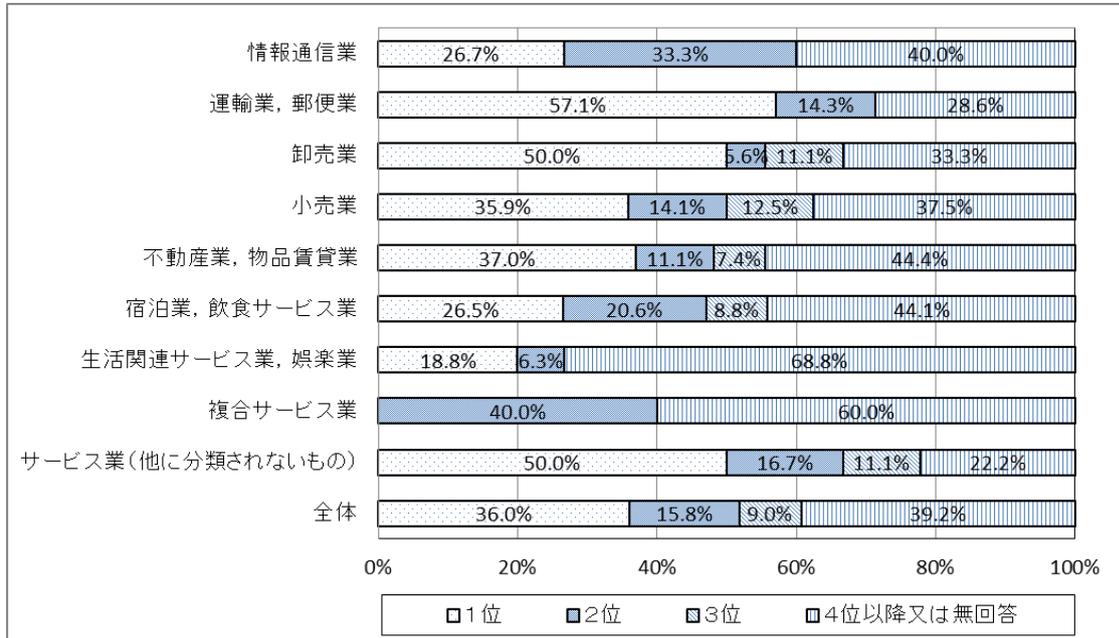
図 28 ブランドを経営課題の順位の何位と考えるか



(サ) 求める支援（ヒト）について

- ・全体では4割近い事業所が支援として求めるものの1位に「ヒト」と回答しています。
- ・具体的には、人材・後継者確保，若者の地元定着に向けた支援のほか，人材育成等に関する支援を求めています。

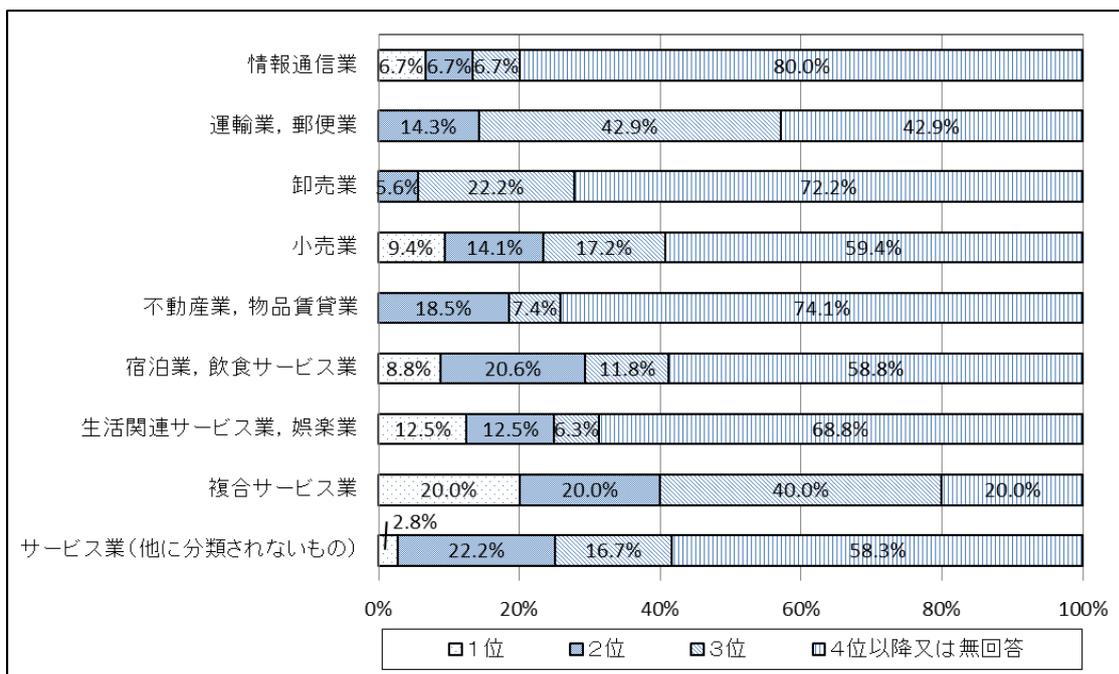
図 29 ヒトに関し求める支援の順位



(シ) 求める支援（モノ）について

- ・運輸業、郵便業、小売業、複合サービス業で「モノ」を求める支援として回答する割合が高い。
- ・具体的には、車輛・施設設備に係る補助・法的緩和が支援として求められています。

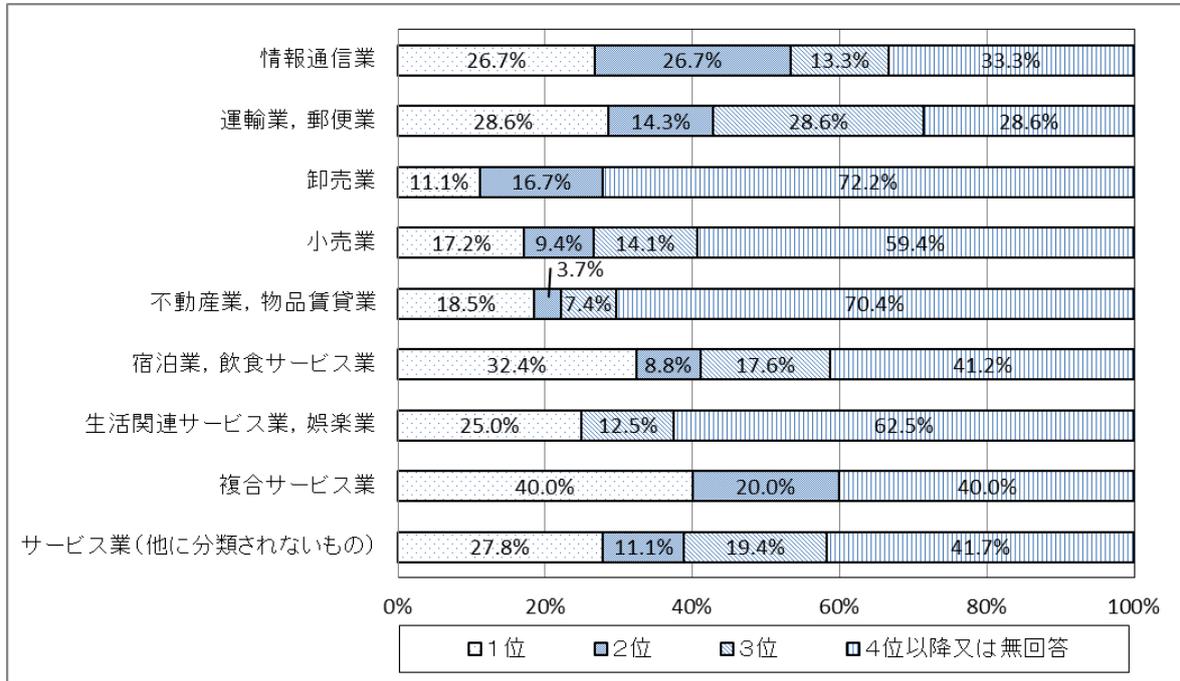
図 30 モノに関し求める支援の順位



(ス) 求める支援（カネ）について

- ・情報通信業、運輸業、郵便業で「カネ」を求める支援として回答する割合が高い。
- ・具体的には、低金利での運転資金等の融資のほか、補助金が支援として求められています。

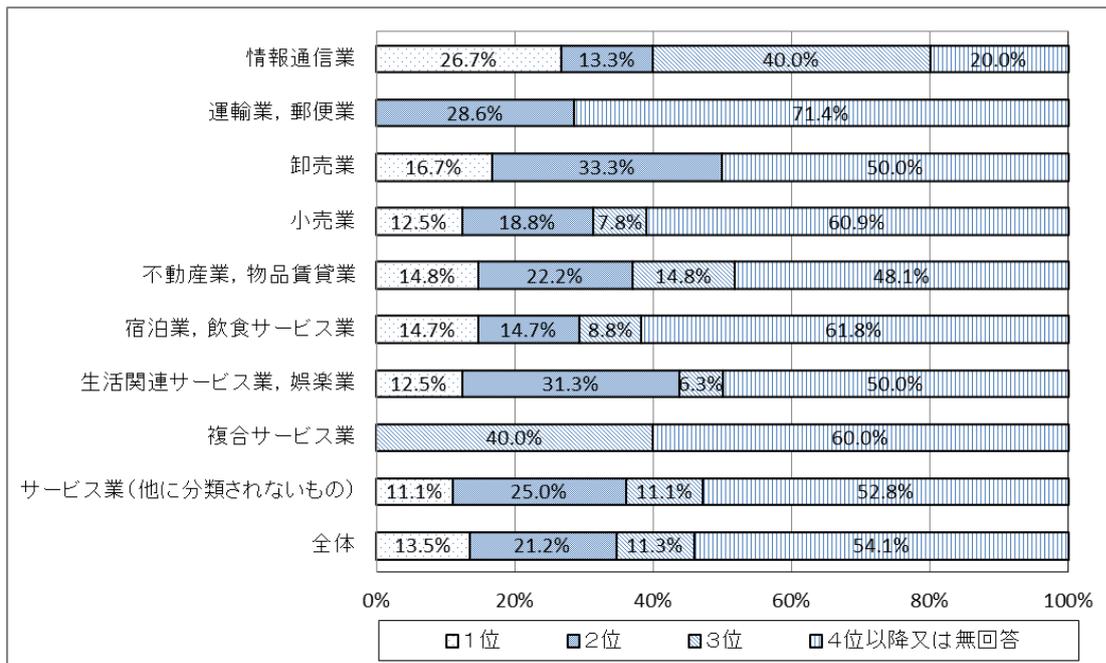
図 31 カネに関し求める支援の順位



(セ) 求める支援（情報）について

- ・情報通信業で「情報」を求める支援として回答する割合が高い。
- ・具体的には、地元の他事業者とのマッチングの機会や情報発信に関するスキルの提供が求められています。

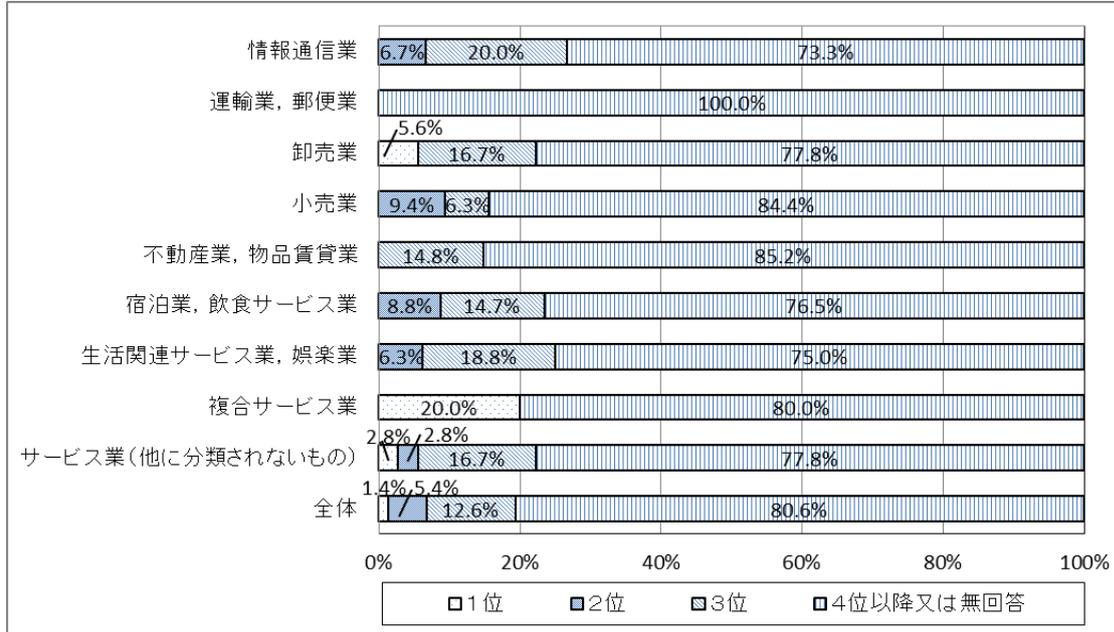
図 32 情報に関し求める支援の順位



(ソ) 求める支援（ブランド）について

- ・全体的に求める支援を「ブランド」と回答する割合は低く、支援を求めています。
- ・具体的な支援には、地域ブランドの育成などが求められているほか、盛岡市全体のイメージアップが求められています。

図 33 ブランドに関し求める支援の順位

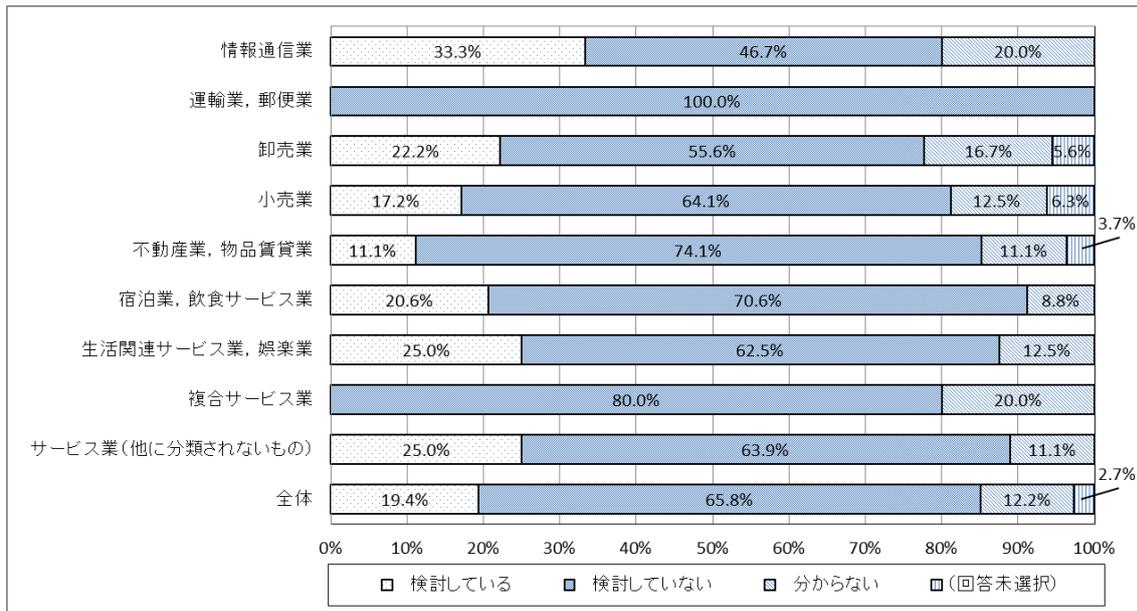


エ 新規創業

(ア) 新規創業の検討の状況

- ・全体で約2割の事業所で検討しており、情報通信業、生活関連サービス業で割合が高い。
- ・求められる支援としては、融資支援、経営計画の立て方などの経営相談窓口、経営戦略などの情報の提供、人材のマッチングなどが求められています。

図 34 新規創業（2次創業含む）を検討しているかに関する回答



オ 商店街

(ア) 商店街の加入・未加入の状況と理由

- ・小売業，不動産業，物品賃貸業，宿泊業，飲食サービス業で加入割合が高い。
- ・加入理由は，「先代から加入」のほか「情報交換」のため加入しているとの回答が多い。
- ・未加入理由は，商店街がない，加入するメリットがないとの回答が多い。

図 35 商店街に加入しているかに関する回答

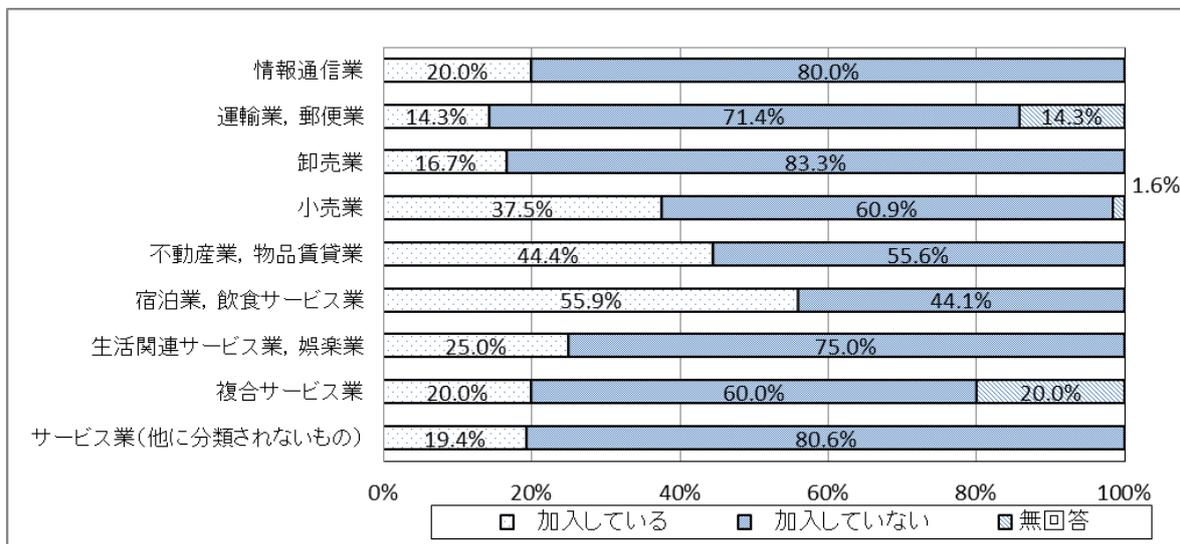
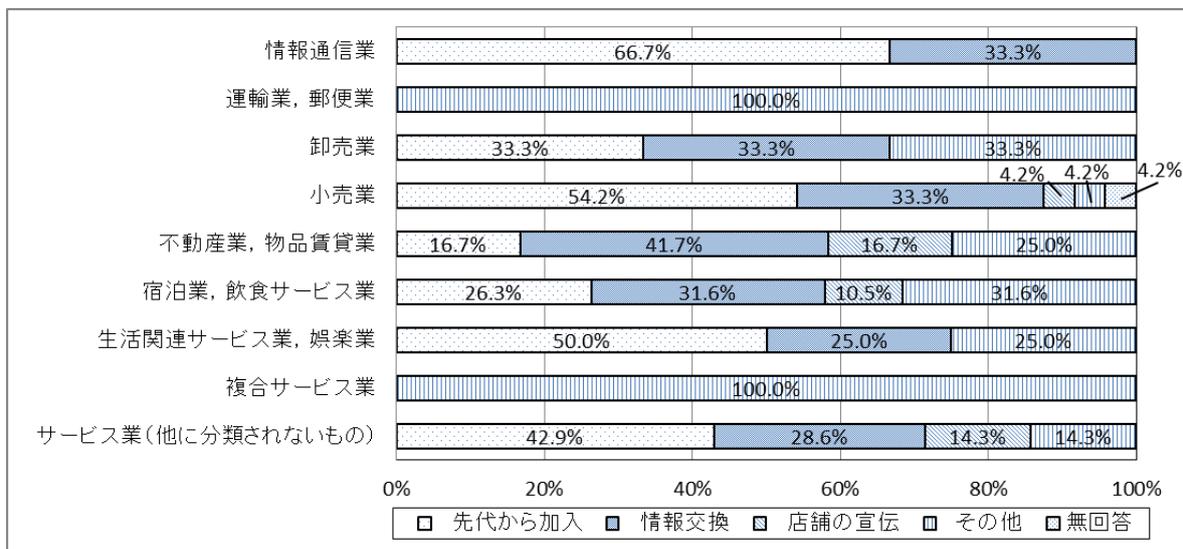


図 36 商店街の加入理由に関する回答



(イ) 商店街に加入してもらう方法

- ・商店街自体の魅力向上を図り、商店街への分かりやすい加入メリットを出すこと。商店街周辺への居住人口の増や地域住民とのつながりの強化を図ること、などの意見が出されています。

カ 市へ期待する施策等

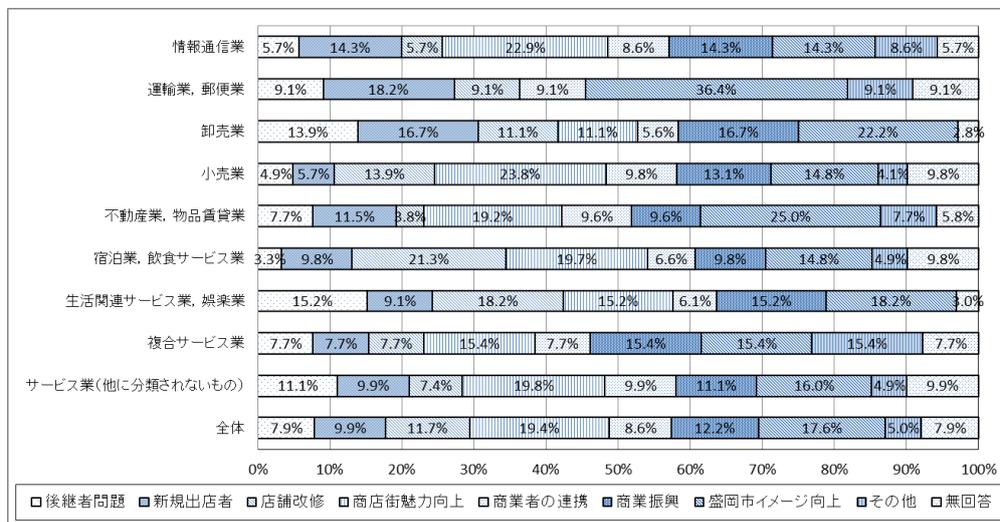
(ア) 業界としての課題状況

- ・どの業界でも、共通して人材不足や後継者不足が課題として回答されています。
- ・少子高齢化・人口減による消費への影響を掲げる業界も多い。

(イ) 商業振興に関し、市に期待する施策

- ・全体として、「商店街の魅力向上」「盛岡市全体のイメージ向上」と回答する割合が多い。
- ・またその他意見では、IT化やインバウンド※¹¹、経営に関する情報提供などの回答があります。

図 37 商業振興に関し市に期待する施策に対する回答



(5) 市の商業サービス業の課題（SWOT分析^{※12}による整理）

本市の目指すべき商業サービス業振興の考え方を明らかにするため、市を取り巻く経済・社会動向やデータからみる盛岡の現状、アンケート調査による市内企業の状況を踏まえて、内部要因（強み、弱み）と外部要因（機会・脅威）を整理し、今後の商業振興の推進に向けた課題を抽出します。

ア 内部要因と外部要因を分けた状況の分析

(ア) 強み（内部要因）

- ・拠点性（鉄道・新幹線，高速道）

北東北の交通の結節点としての拠点性を有しています。

- ・安全・安心な街（治安がよく災害が少ない）

天災による災害が少ないほか，同規模の都市に比較して犯罪が低い安全・安心なまちです。

- ・第3次産業の集積（商業・サービス業の集積が比較的維持されている），商圏が広い

商業・サービス業をはじめとする第3次産業が集積しており，東北では仙台に次いで小売販売額の売上高があり，商圏が広いです。

- ・公共施設や医療機関等が集積しており，生活するうえでの利便性が高い

県庁所在地として行政機能などの公共施設の集積があるほか，医療機関も集積しており生活するうえでの利便性が高いです。

- ・独自の食文化（盛岡三大麺等）

わんこそばを始め，盛岡冷麺，盛岡じゃじゃ麺などの独自の麺料理は，盛岡を特徴づける食文化としても認知されてきています。

- ・街と自然が共存し，四季の変化が楽しめる（白鳥の飛来，鮭の遡上）

白鳥の飛来や鮭の遡上など，街なかに身近に自然があり，はっきりとした「四季」の変化を楽しむことができます。

- ・高等学校，専門学校，大学等の教育機関と研究機関の集積

優秀な学生を育む高等学校，専門学校，大学が市域に多く立地しており，教育機関や研究機関が整っています。

- ・域外資本と域内資本の商業者が共存し，商品選択の幅が広い（消費者の立場から）

域外資本の郊外型大型ショッピングセンターと域内資本の百貨店が共存しており，商品選択の幅が広いです。

- ・人の温かみを感じられ，文化的な感度が高い住民が居住

人の温かみを感じられ，個性的な店舗が営業しているなど，文化的な感度が高い住民が居住しています。

- ・城下町の歴史を背景にした特徴があるエリアが残り，祭りなどのイベントが多い

河南地区や材木町など市の中心市街地に歴史を背景にした城下町としての雰囲気を残す特徴あるエリアが残り，祭りなどのイベントが多く開催されています。

- ・地域カード（MORIO-Jカード）の普及

地域カード（MORIO-Jカード）が約10万枚普及しており，中心市街地の商店街活性化等の展開への活用が期待できます。

(イ) 弱み (内部要因)

- ・観光客などの域外需要を獲得するための情報発信力が不足
商品等の発信力が弱く、市外・県外からの来街に結びつくストーリーが発信できていません。
- ・取引先情報の不足
販路拡大等に向けた取引先情報不足をアンケート調査での課題に掲げる経営者が多く見られます。
- ・後継者不足 (従業員の高齢化)
経営者と従業員の高齢化が進んでいることから、このままでは多くの廃業する店舗が生じ、街の活力が失われることとなります。
- ・店舗・設備の老朽化
アンケート調査での課題として、店舗や設備の老朽化をあげる経営者が多くみられます。
- ・経営に関する知識・ノウハウの不足
アンケート調査での課題として、経営に関する知識やノウハウの不足を掲げる経営者が多く見られます。
- ・人材不足 (若年人口の流出)
若年層を引き止める魅力ある職場として情報発信できておらず、結果として若年人口の流出が進んでいます。
- ・商店街組織の弱体化
商店街の構成メンバーの高齢化が進み、新規加入者が確保できず、事業内容を縮小するなど、組織の弱体化が進展する商店街が見られます。
- ・医大の中心市街地からの移転
岩手医科大学が中心市街地から移転することにより周辺地域の経済活動に大きな影響が生じることが見込まれます。
- ・中心市街地における駐車料金や市内の家賃が高い
中心市街地の駐車料金や家賃が比較的高いことで、来街や新規出店に影響があります。

(ウ) 機会 (外部要因)

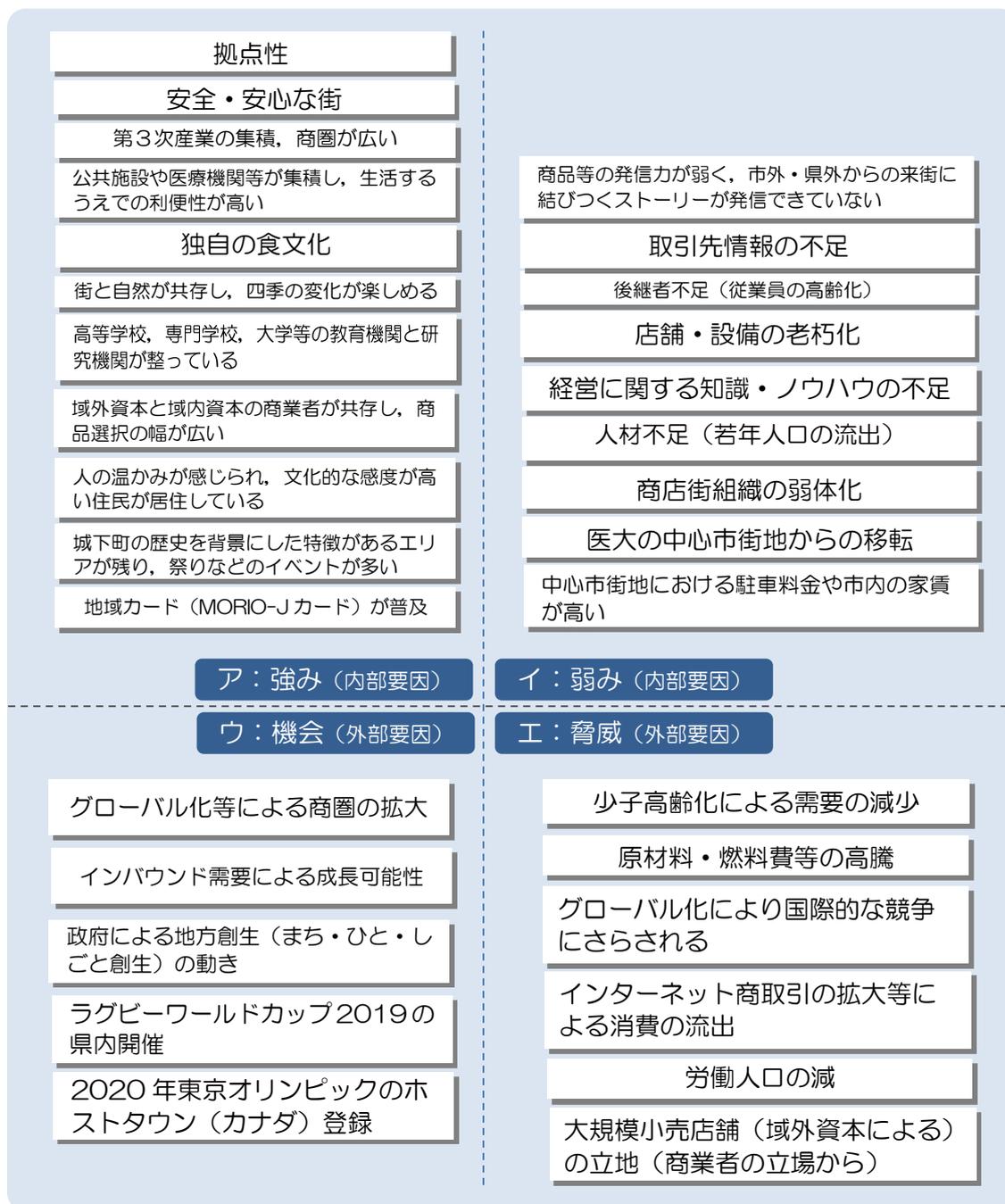
- ・グローバル化^{※13}等による商圈の拡大
eコマースや流通網の活用により、海外に販路を求めることで商圈拡大の見込みがあります。
- ・インバウンド需要による成長可能性
外国人観光客の取り込みを拡大することによりさらなる成長の余地があります。
- ・政府による地方創生 (まち・ひと・しごと創生) の動き
政府による地方創生を推進する支援の活用により、効果的な施策の展開ができます。
- ・ラグビーワールドカップ 2019 の県内開催や 2020 年東京オリンピックのホストタウン (カナダ) 登録
世界的なイベントが開催されることに伴い、域外需要を拡大するチャンスがあります。

(エ) 脅威 (外部要因)

- ・少子高齢化による需要の減少
人口減少と少子高齢化により、域内需要が縮小する傾向にあります。

- ・ 原材料・燃料価格等の高騰
 原材料費や燃料費等の値上がりは、地域経済への悪影響を及ぼすことが懸念されます。
- ・ グローバル化による国際的な競争の進展やインターネット商取引の拡大等による消費の流出
 eコマースの普及など国際的な競争による消費の流出などの影響が懸念されます。
- ・ 労働人口の減
 人口減少と少子高齢化により、人手不足が進展しています。
- ・ 大規模小売店舗（域外資本による）の立地（商業者の立場から）
 域外資本による大規模小売店舗の立地による域内資本の企業への影響が懸念されます。

図 38 盛岡市商業を取り巻く内部・外部要因（SWOT分析による整理）



イ 内部要因と外部要因を分けた課題の整理

(ア) 内部要因

- ・北東北で最大の消費地であるという強みを活かし、本市における商業集積を維持，強化し，新規創業者を市内に呼び込んでいく必要があります。
- ・域外からの需要を確保するための，商品やサービスの情報発信力が不足しています。
- ・販路を拡大し新規事業を展開するための機会や情報が不足しています。
- ・経営に関する知識・ノウハウの不足を感じる経営者が多く存在します。
- ・高付加価値商品やサービスを生み出すために，独自の食文化や街と共存する自然などの地域資源の更なる活用を図り，盛岡市域に多く立地する教育機関や研究機関と連携する必要があります。
- ・商店街の組織の弱体化が進むことにより，現在の商業集積が失われる可能性があります。
- ・若年人口の流出などの影響により，地元企業の人手が不足しているほか，事業の後継者が不足しています。

(イ) 外部要因

- ・eコマースの普及やグローバル化に対応する必要があります。
- ・インバウンド需要に対応する必要があります。
- ・政府による地方創生の支援と連動した取り組みが必要です。
- ・人口減少・少子高齢化による域内需要の減少を踏まえて，域外需要の確保を図る必要があります。
- ・大規模小売店舗の立地等により，商店街などの昔からの商業集積が失われてきています。
- ・後継者不足を課題と考える事業者に対し，事業承継に関する対応が必要です。
- ・人口減少・少子高齢化による人手不足への対応が必要です。

3 基本方針と目指す姿

(1) 基本方針等

ア 基本的な考え方

現在の日本経済は、海外経済の回復などを受けて輸出が持ち直し、また、雇用・所得環境の改善等から個人消費も持ち直しの動きとなるなど緩やかな回復傾向が継続する状況となっております。また、岩手県内においても全体としては緩やかな回復の動きとなっていることから、盛岡市内においても同様に、地域経済の回復基調が続いているものと推測されます。

しかし、全体的には回復基調が見られるものの、人口減少、少子高齢化の進行は、地方こそ深刻な状況となっており、本市も例外ではありません。人口減少による域内での消費需要の減少、若年人口の流出等による深刻な人手不足、それに加えて物流コストの増加や経済のグローバル化といった向かい風は、今後もその強さを増し、厳しい経営環境が続くものと予想されます。

このような状況の中、本市の商業・サービス業の企業売上高に占める割合は約65%となっており、その景況は本市の経済成長の重要な位置を占めるものですが、その事業者のほとんどが中小企業・小規模事業者となっています。市の重要な産業である商業・サービス業が現在の集積を維持しながら、地域経済をけん引していくためには、当該中小企業・小規模事業者自らが、その経営力を強化することにより、事業者に吹き付ける向かい風に立ち向かっていく必要があります。

商業振興ビジョンの策定に当たり、平成29年6月に実施した「盛岡市の商業・サービス業の経営課題に関する調査」によれば、多くの事業者が経営課題として、若年人口の流出等により優秀な人材を確保することが困難になっていること、経営者・従業員の高齢化が進展しておりその後継者が確保できていないこと、経営力向上への知識・ノウハウが不足していることなどを掲げており、これらの課題に対する支援が必要となっていることがわかります。

これまで、市では「まちの顔」である中心市街地をはじめとして、各地域の特性をいかした賑わいのある商店街の形成や、生産者、消費者、事業者等の連携の促進、多様なサービス業の育成・活性化の支援などに取組んできましたが、地元企業には、自らその向かい風の中を前進する知識と方法を獲得して事業を展開していくノウハウが求められます。また、それぞれの企業のみならず、関係企業や支援機関が、その企業を支え、育てるとともに、自らも他者を支え、育て合うという連携の状態を作り出すことが、今後の市の経済発展には必要となっています。

そこで、市は、国・県・市・産業支援機関の各種支援策と地元企業をつなぐハブの役割を担いながら、新規出店や新規創業者への支援、既存の事業者がイノベーション^{*14}を創出し経営力を強化するための支援、異業種連携による新たな高付加価値商品・サービスの開発といった企業への支援を進め、これまで以上に個々の企業への支援に積極的に取り組みます。また、新規出店等の新陳代謝を促進しながら、併せて地域コミュニティとの連携を図る取組への支援を行い、引き続き商店街やエリアの魅力向上の支援を行っていきます。加えて、地元企業及び地域の持続的発展のため、イノベーションを創出する優れた人材獲得を地元に着させる取組に力を注いで参ります。

このように、市では、地域経済の活性化と地域の持続的発展に向けて、地元企業が育つ環境づくりを進めることを盛岡市商業振興ビジョンの基本的な考え方とし、次に示す5つの基本方針を商業振興の柱として設定し、具体的な施策を展開します。

イ 5つの基本方針

A 新規出店や新規創業への支援

中心市街地をはじめとする商業集積の維持・強化に寄与する新規出店者や新たな分野や成長分野に挑戦し新規創業する事業者を支援します。

A-1 商業集積の維持と強化に向けての新規創業者を呼び込む支援

北東北の拠点都市であり，治安がよく災害が少ない安全安心な環境を有する強みを活かし，中心市街地をはじめとする商業集積を維持・強化するため，新規創業者を市内に呼び込む支援をします。

B イノベーションを見据えた経営力の強化への支援

今後想定される国際競争や少子高齢化等の社会変化に対応できるイノベーションを見据えた経営力の強化を図ります。

B-1 地域イノベーションを創出する企業の育成や経営力強化への支援

地域イノベーションを創出する地元企業の育成と経営力強化への支援を行います。

B-2 新たな分野や成長分野への取組の支援

IT技術の活用，インバウンドやeコマースなどの企業の生産性を向上させる新たな成長分野への取組を支援します。

B-3 事業者への事業承継に関する支援

事業承継に課題を抱える事業者に対し，商工会議所や商店街と連携を図りながら事業承継に向けた支援をします。

C 異業種連携による新たな事業への支援

産学官金連携や農商工連携^{*15}など異業種間の連携により，新たな高付加価値商品・サービス開発を促す支援をします。

C-1 産学官金連携による新事業展開の促進

市内の企業が市域に集積する教育機関・研究機関と連携し，グローバル化等による商圏の拡大を踏まえた，新たな商品・サービス開発を促す支援をします。

C-2 農商工連携による新商品・サービス開発の促進

食と農の連携をベースに農商工連携を図り，付加価値の高い新商品・サービス開発を促す支援をします。

C-3 異業種連携による情報発信力強化への支援

商業，農業，製造業，クリエイティブ産業^{*16}，研究機関等と連携することにより，商品・サービスを市域外へ効果的に情報発信する取組を支援します。

D 商店街やエリアの魅力向上に関する支援

商業集積の更なる強化を図るため、各商店街や特徴のあるエリアごとの魅力向上に関する支援を行います。

D-1 商店街やエリアごとの魅力向上を図るための賑わい創出、情報交換及び研修開催への支援

商店街やエリアの魅力向上を図るために、商店街が実施する事業への補助やエリアごとの情報交換や研修の実施に係る支援を行います。

D-2 商店街等の地域コミュニティとの連携への支援

商店街組織が、商店街全体の公共性を高めながら魅力向上を図るため、地域コミュニティとの連携への取組を支援します。

D-3 地域カードの活用による商店街やエリアの魅力向上への支援

地域カードの活用により商店街やエリアの魅力向上に繋がる取組を支援します。

E 企業の持続的発展のための人材獲得への支援

地元企業が持続的に発展していくため、若者の地元への定着を図ると共に、優れた人材を獲得する支援を行います。

E-1 地元企業に向けた採用力強化のための支援

地元企業が人材を獲得するための採用力強化に向けた支援を行います。

E-2 生徒・学生等に向けた地元企業への理解を深める取組の実施

若者の地元定着のため、盛岡市域の商業・サービス業の事業所も含めた地元企業に関する理解を深める取組を実施することにより、地元企業の人材確保を支援します。

(2) 目指す姿（将来像）

5つの基本方針のもと、後述するアクションプランに取り組むことで、次に掲げる「目指す姿（将来像）」の実現を目指します。

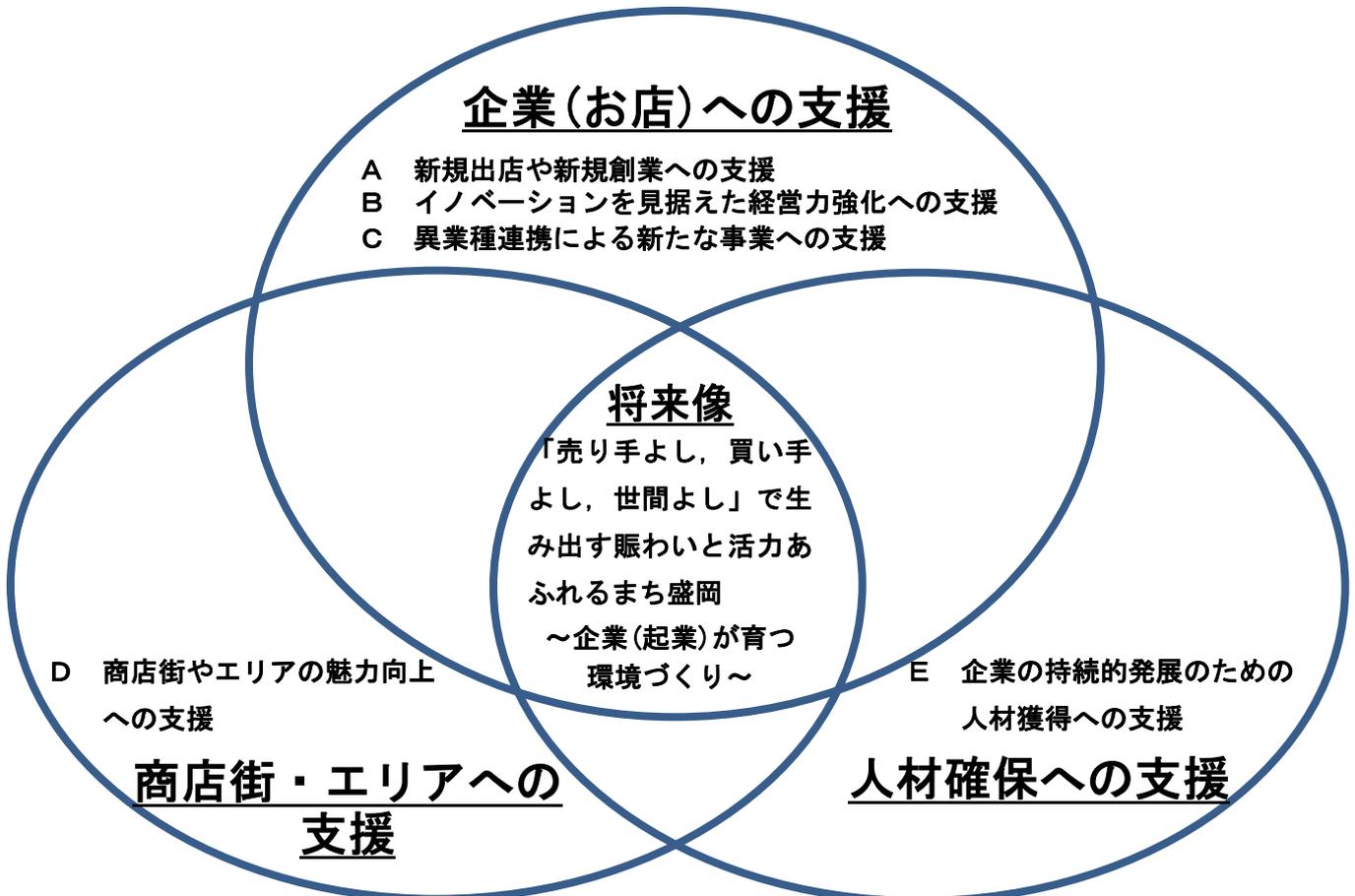
将来像
 「売り手よし、買い手よし、世間よし」で生み出す賑わいと活力あふれるまち盛岡
 ～企業（起業）が育つ環境づくり～

盛岡の商業・サービス業は近江商人の伝統を受け継いで発展してきたことから、近江商人の商売の基本原則である三方よしの精神を事業者が実践することができるよう、成長していける環境づくりを進め、賑わいと活力あふれるまちを目指していくものです。



基本方針	A 新規出店や新規創業への支援	B イノベーションを見据えた経営力強化への支援	C 異業種連携による新たな事業への支援	D 商店街やエリアの魅力向上への支援	E 企業の持続的発展のための人材獲得への支援
	新規創業者を市内に呼び込む。	イノベーションを見据えた企業が増加し、企業の経営力が強化される。	異業種連携による高付加価値商品・サービスの開発が進められる。	エリアの新陳代謝・魅力向上が図られる。	イノベーションを創出する優れた人材が地元企業に採用される。
	企業（お店）への支援			商店街・エリアへの支援	人材確保への支援

図 39 盛岡市の商業振興の概念図



(3) 進捗状況の把握のための指標

目指す姿の実現を客観的に把握・検証するための目標指標を、①商業・サービス業の事業所数とし、事業所数の減少を最小限にとどめるとともに、②1企業あたりの商業サービス業の企業売上高とし、売上高を維持することで、現在の商業サービス業の集積をできるだけ保ち、周辺の地域をけん引する地域経済をめざしていきます。

※ 一定の場所における経済活動の単位である事業所数は、本市の賑わいを把握する指標として、経済活動を行う主体である企業あたりの商業・サービス業の企業売上高は、本市の活力を把握する指標としてそれぞれ把握するものとします。

<目標指標>

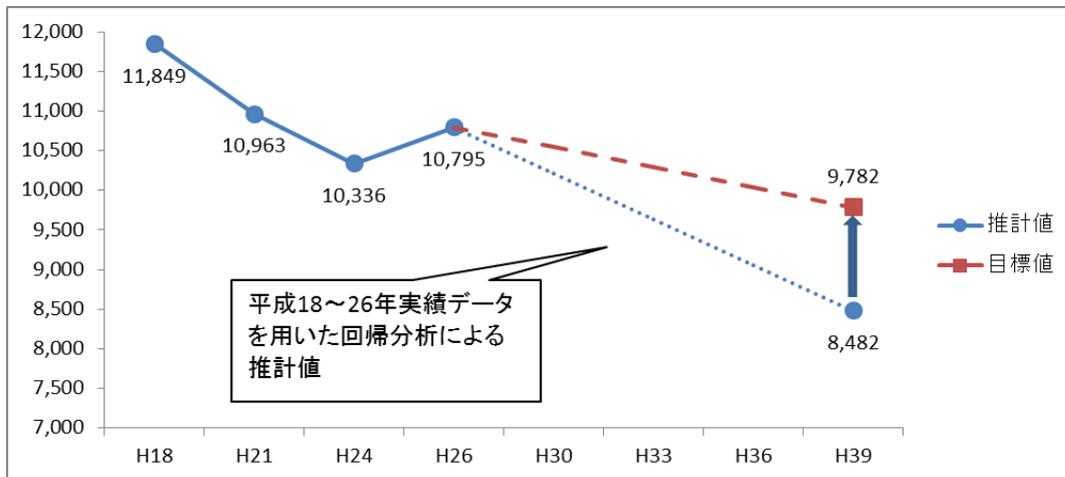
ア 商業・サービス業の事業所数

商業・サービス業（※）の事業所数は、平成18～26年実績データから平成39年の事業所数を推計すると1年あたり約230事業所減少する見込みですが、減少を緩和するため新規出店や新規創業、事業承継等への支援により1年あたり130事業所の増加を目指します。

現状値（平成26年）	目標値（平成39年）
10,795 事業所	9,782 事業所

※ 商業・サービス業は、標準産業分類の大分類のうち情報通信業、運輸業・郵便業、卸売・小売業、不動産業、物品賃貸業、宿泊業、飲食サービス業、生活関連サービス業、娯楽業、複合サービス業、サービス業（他に分類されないもの）

図40 商業サービス業の事業所数



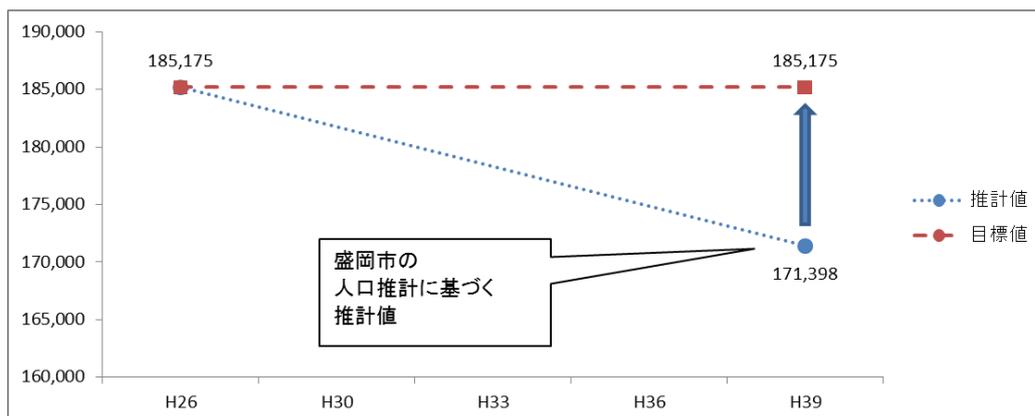
資料：経済センサス基礎調査、経済センサス活動調査（総務省）

イ 1企業あたりの商業・サービス業の企業売上高

1企業あたりの商業・サービス業の企業売上高は、人口推計に基づく減少の見込みですが、現状値である平成26年の売上高を目指します。

現状値（平成26年）	目標値（平成39年）
185,175 千円	185,175 千円

図 41 1 企業あたりの商業サービス業の企業売上高（千円）



資料：「経済センサス基礎調査（総務省）」

ウ 基本方針ごとに把握する指標

目標指標に加え、基本方針ごとの取組の指標を下表のとおり設定し、検証していくことで、目指す姿に向けた取組状況を把握していきます。

なお、指標については基本方針ごとの取組の展開により追加・修正をしていきます。

表 9 基本方針ごとの把握する指標

基本方針	指標	現状値	備考
A 新規出店や新規創業への支援	市インキュベーション施設 ^{※17} の稼働率	77.7% (平成 28 年度)	市調査 (実施年 毎年)
	開業率 (盛岡公共安定所管内)	3.6% (平成 28 年度)	盛岡公共安定所 (実施年 毎年)
B イノベーションを見据えた経営力強化への支援	中小企業人材育成支援事業の活用件数	実績なし	市調査 (実施年 毎年)
	廃業率 (盛岡公共安定所管内)	3.6% (平成 28 年度)	盛岡公共安定所 (実施年 毎年)
C 異業種連携による新たな事業への支援	異業種交流における商談成立件数	43 件 (平成 28 年度)	市調査 (実施年 毎年～H30)
	6次産業化 ^{※18} 商品販売額	1,590 万円 (平成 27 年度)	市調査 (実施年 毎年)
D 商店街やエリアの魅力向上に関する支援	商店街魅力強化支援事業の活用件数	1 件(※) (平成 28 年度)	市調査 (実施年 毎年)
	市内商店街会員数	1,373 会員 (平成 28 年度)	市調査 (実施年 毎年)
E 企業の持続的発展のための人材獲得への支援	盛岡公共職業安定所管内の就職を希望する高校 3 年生のうち県内就職を希望する者の割合	65.0% (平成 28 年度)	盛岡公共職業安定所資料 (実施年 毎年)
	大学卒業生の地元就職率	45.0% (平成 28 年度)	ふるさといわて創造協議会(COC+)資料 (実施年 毎年)

※ 盛岡市商店街等指導講師派遣事業の実績値

4 実現のためのアクションプラン

基本的な考え方と5つの基本方針を踏まえて、目指す姿（将来像）を実現する具体的取り組みとして、以下の「アクションプラン」を推進していきます。また、社会経済動向及び本市の現状が変化するのに伴い、求められる取組も変化していくことを考慮し、各事業内容については「改善」と「継続」の必要性を検討した上で見直しを図ります。

なお、基本方針の小項目ごとに「重点事業」を設定し、他の事業と比較して優先的に取組む事業として位置付けます。

(1) A 新規出店や新規創業への支援

ア A-1 商業集積の維持と強化に向けての新規創業者を呼び込む支援

アクションプラン	事業概要（○事前検討，◎実施，□改善検討，◇継続検討）										
1 起業家支援事業 <重点事業> 担当：ものづくり推進課	盛岡市産業支援センター※19等において起業家支援を行うとともに、周辺市町と共同で起業家塾を開催する。また、起業家育成ファンドを組成し、経営指導及び金融面の両面からの指導を行います。										
	実施期間	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
		◎				□					
2 まちなか出店促進事業 <重点事業> 担当：経済企画課	商店街の活性化を図るため、新規出店者が商店街の空き店舗に出店する場合に要する経費の一部を補助します。また、新規出店者が盛岡産農畜産物、地域産業資源等を活用する場合に、仕入に要する経費の一部を補助します。										
	実施期間	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
		◎				□					
3 空き店舗等活用調査研究事業 <新規事業> 担当：経済企画課	商店街とともに商店街内の空き店舗の状況調査を行い、新規出店につながる空き店舗の活用に向けた取組について研究を行います。										
	実施期間	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
		○	◎								
4 新規創業ビジネスプラン支援事業 <新規事業> 担当：経済企画課 /ものづくり推進課	新規創業に関するビジネスプランを募集し、表彰するとともに創業に向けた支援を行います。										
	実施期間	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
		○	◎								
5 大規模小売店舗立地法特例区域の設定 担当：経済企画課	中心市街地において、多くの集客力を有する大規模小売店舗の迅速な出店や、空き店舗対策を促進する、大規模小売店舗立地法特例区域について県と協議し設定します										
	実施期間	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
		◎									

(2) Bイノベーションを見据えた経営力の強化への支援

ア B-1 地域イノベーションを見据えた経営力の強化への支援

アクションプラン	事業概要（○事前検討，◎実施，□改善検討，◇継続検討）										
6 中小企業人材育成支援事業 ＜重点・新規事業＞ 担当：経済企画課	地域イノベーションの創出を促し，事業者の経営力を強化するため，中小企業大学校等において開催する研修に盛岡市内の中小企業の役員・社員が受講する場合，受講料の一部を補助します。										
	実施期間	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
		◎				□					→
7 金融対策事業 ＜拡充事業＞ 担当：ものづくり推進課	新規開業による出店の促進や中小企業者の経営力強化を図るため，融資制度を拡充し，中小企業者への支援をします。										
	実施期間	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
		◎				□					→
8 盛岡市製造業及び情報サービス市場開拓等事業 担当：ものづくり推進課	市内の中小企業者が市場の開拓または販路の拡大を目的として展示会や見本市に出品・出展する際の事業に要する経費の一部を補助することにより，市内の製造業等の振興と発展を図ります。										
	実施期間	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
		◎				□					→

イ B-2 新たな分野や成長分野への取組の支援

アクションプラン	事業概要（○事前検討，◎実施，□改善検討，◇継続検討）										
9 外国人観光客誘致推進事業 ＜重点・拡充事業＞ 担当：観光交流課	国内消費が落ち込む中，海外からの誘客促進により，消費需要の拡大や交流人口の増加を図るため，全国的にも訪日観光客入込数の増加が顕著な台湾，オーストラリア及びタイを主要ターゲットとし，外国人観光客誘致に向けた受入態勢の整備や，情報発信の強化に取り組みます。										
	実施期間	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
		◎	□			□					→
10 中小企業生産性向上支援事業 ＜新規事業＞ 担当：経済企画課／ものづくり推進課	中小企業の実産性向上を図る IT 導入等（IT による効率化，e コマース対応など）に係る国の制度や相談窓口を分かりやすく紹介し，活用を促すセミナー等を開催します。また，生産性向上特別措置法施行後，市として「先端設備等の導入の促進に関する基本的な計画」を策定し，設備投資に係る課税標準の軽減を行います。（平成 30 年度～平成 32 年度：実施予定）										
	実施期間	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
		○	◎	→		□					→
				課税標準額軽減							

ウ B-3 事業者への事業承継に関する支援

アクションプラン	事業概要（○事前検討，◎実施，□改善検討，◇継続検討）										
11 中小企業事業承継支援事業 ＜重点・新規事業＞ 担当：経済企画課／ものづくり推進課	中小企業の事業承継に向けた取組を推進するための働きかけを商店街や同業者組合，商工会議所等を通じて実施します。										
	実施期間	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
		○	◎			□					

(3) C異業種連携による新たな事業への支援

ア C-1 産学官金連携による新事業展開の促進

アクションプラン	事業概要（○事前検討，◎実施，□改善検討，◇継続検討）										
12 産学官連携推進事業 ＜重点事業＞ 担当：ものづくり推進課	盛岡市産学官連携研究センターの活用や共同研究員の企業訪問等により，企業が抱える技術的問題の解決や新製品・新技術の研究開発等を支援します。また，施設を利用し，地域と大学，行政等をつなぐ交流会を開催します。										
	実施期間	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
		◎				□					
13 中小企業支援に係る金融機関との協定の締結 ＜新規事業＞ 担当：経済企画課／ものづくり推進課	金融機関等と協定を締結することにより，中小企業のイノベーションや新事業の展開等を促し，企業の経営力の強化に結びつける包括的な支援を金融機関等と連携して実施していきます。										
	実施期間	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
		○	◎			□					

イ C-2 農商工連携による新商品・サービス開発の促進

アクションプラン	事業概要（○事前検討，◎実施，□改善検討，◇継続検討）										
14 まちなかマッチング事業 ＜重点事業＞ 担当：経済企画課	市内の小売店・飲食店等と県内の農畜産物・水産物の生産者とのマッチングのための情報交換の機会の提供や異業種連携による商品開発や販路拡大などへの取組を支援（コーディネート）します。										
	実施期間	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
		○									
		◇									
15 盛岡特産品ブランド認証事業 担当：ものづくり推進課	確かな品質・確かな技術を伝える盛岡生まれの地場産品を認証することにより，購買者の信頼を高め，特産品の競争力を強化します。また，物産展等において認証商品を優先的にPRし，販路拡大を支援します。										
	実施期間	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
		◎				□					

アクションプラン	事業概要（○事前検討，◎実施，□改善検討，◇継続検討）										
16 盛岡の食材プロモーション事業 担当：農政課	本市の特色ある食材の魅力発信により，地産地消の推進と地域経済の活性化を図るため，飲食店等プロ向け商談，シェフ等向け産地視察ツアー，盛岡産農畜産物を積極的に使用する飲食店等の支援（「盛岡の美味しいもんアンバサダー」認定制度の運営）などの事業を実施する。										
	実施	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
	期間	◎	31年度より，食と農の連携に関連する事業への事業統合を検討								
		◇									
17 食と農のバリューアップ推進事業 <拡充事業> 担当：農政課	食と農の連携をベースに，盛岡産農畜産物の高付加価値化と販路拡大を図り，本市の農業の一層の振興に資するため，盛岡産農畜産物への愛着・食に対する興味や関心の醸成，農商工連携・産学官連携などの異業種が連携できる場づくり，食と農をベースとした地域の活性化，農業・食産業の強化などの取組を推進する。										
	実施	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
	期間	◎									→
		□	◇			□					

ウ C-3 異業種連携による情報発信力強化への支援

アクションプラン	事業概要（○事前検討，◎実施，□改善検討，◇継続検討）										
18 観光客誘致宣伝事業 <重点・拡充事業> 担当：観光交流課	各種媒体を活用した広告宣伝や象徴的な観光資源，観光スポットを活用しながら，盛岡の魅力を総合的に発信し，より多くの人に盛岡を訪れてもらうとともに，物産等の販路拡大をめざし，首都圏など県外でPRイベントを開催し，観光プロモーションを行います。										
	実施	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
	期間	◎				□					→
			□								
19 盛岡三大麺普及事業 担当：経済企画課	盛岡の代表的な食文化であり，重要な地場産業の一つである盛岡三大麺（わんこそば，盛岡冷麺，盛岡じゃじゃ麺）について，より一層の知名度向上及びリピーター客の増加を図るため，業界関係者が設立した三大麺普及協議会の事業を支援します。										
	実施	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
	期間	◎				□					→
20 「ゆかたのまち盛岡」推進事業 担当：経済企画課	自然が豊かで歴史と文化が息づいている盛岡において，「ゆかたのまち盛岡」をテーマにした各事業を商店街や関係団体と共に実施し，幅広い年齢層の市民がゆかたで街を回遊することを楽しめる街にし，華やかさや賑わいを創出するとともに，盛岡のイメージアップと活性化を図ります。										
	実施	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
	期間	○	◎								→
						□					

アクションプラン	事業概要（○事前検討，◎実施，□改善検討，◇継続検討）										
21 「盛岡市地元酒等による乾杯の推進に関する条例」に基づく地元酒等の普及促進 担当：経済企画課	業界や商工団体等と連携し「盛岡市地元酒等による乾杯の推進に関する条例」の周知を図り，地元酒等による乾杯を推進することにより，地元酒等の普及の促進を図り，地場産業を振興します。										
	実施期間	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
	◎					□					

(4) D 商店街やエリアの魅力向上への支援

ア D-1 商店街やエリアごとの魅力向上を図るための賑わい創出，情報交換及び研修開催への支援

アクションプラン	事業概要（○事前検討，◎実施，□改善検討，◇継続検討）										
22 盛岡市商店街連合会への補助事業 ＜重点事業＞ 担当：経済企画課	盛岡市商店街連合会に加盟する商店街が実施するイベント，情報発信等の事業や街路灯の電気代に係る経費の一部を補助します。										
	実施期間	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
	◎					□					
23 商店街等魅力強化支援事業 ＜重点・新規事業＞ 担当：経済企画課	商店街等やエリアごとに開催される研修会に対して講師を派遣し，商店街等の魅力強化を図るほか，研修会で参加する企業に国・県が実施する各種支援策の活用を促し経営力の強化に繋がります。										
	実施期間	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
	◎					□					
24 MICE（マイス）誘致推進事業 ＜拡充事業＞ 担当：観光交流課	宿泊や飲食，土産物などの購入による消費増加を図るため，観光や経済への波及効果が大きい全国規模の会議や学会，国際会議や大規模見本市・商談会などのMICE（マイス）に対し，開催助成や支援を行い，誘致を推進します。										
	実施期間	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
	◎		□			□					
25 祭り・イベント振興事業 担当：観光交流課	祭り行事や観光イベントなどの充実と魅力向上のため，祭り・イベントの開催やPR活動の支援を行うことにより，観光客の誘致と観光交流の促進し，市内中心部等への誘客を促します。										
	実施期間	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
	◎		□			□					

アクションプラン	事業概要（○事前検討，◎実施，□改善検討，◇継続検討）										
26 観光施設整備事業 担当：経済企画課	観光客及び市民が快適に街歩きを楽しむため，市内の観光施設等の維持管理を行うほか，観光資源を保護し，二次交通 ^{※20} が実施する事業の一部を補助します。										
実施期間	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	
	◎										→
		□			□						

イ D-2 商店街等の地域コミュニティとの連携への支援

アクションプラン	事業概要（○事前検討，◎実施，□改善検討，◇継続検討）										
27 商店街活性化条例に基づく商店街加入促進 <重点事業> 担当：経済企画課	盛岡市商店街の活性化に関する条例に基づき，市，商工会議所と商店街未加入の商店に訪問するなど，事業者に対する商店街加入促進を進める取組を実施します。										
実施期間	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	
	◎										→
					□						
28 「映画の街盛岡」推進事業等 担当：経済企画課	盛岡市の魅力向上と中心市街地の活性化を図るため，映画館通りに対する愛着の醸成，映画をキーワードにした来街者の拡大，映画文化の継承と発展を図るイベント等を開催します。										
実施期間	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	
	◎										→
					□						
29 買い物弱者対策事業 担当：経済企画課	行政と地域，事業者の連携を図り，意見交換等を通じて実情把握を進め，買い物弱者対策の推進を図ります。										
実施期間	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	
	◎										→
					□						

ウ D-3 地域カードの活用による商店街やエリアの魅力向上への支援

アクションプラン	事業概要（○事前検討，◎実施，□改善検討，◇継続検討）										
30 地域共通ポイント発行事業 <重点事業> 担当：経済企画課	循環型地域経済を推進するため，行政サービスの受給者・利用者及び地域のイベント参加者に行政ポイントとして MORIO-J カードを利用した地域共通ポイントを付与します。										
実施期間	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	
	◎										→
					□						

(5) E企業の人材獲得への支援

ア E-1 地元企業に向けた採用力強化のための支援

アクションプラン	事業概要 (○事前検討, ◎実施, □改善検討, ◇継続検討)										
31 UIJ ターン就職支援事業 ＜重点事業＞ 担当：経済企画課	企業を対象に、採用力向上に資する研修会及び自社のPRツール製作の伴走的支援等を実施します。また、事業に参加した企業等と連携しながら、モデル事例を構築し、広く波及させることにより、地元企業の採用力の底上げを図ります。										
	実施期間	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
		◎									
		◇									
32 もりおか就職面談会の開催 担当：経済企画課	盛岡地域に有為な人材を確保するため、採用予定企業との面談会「もりおか就職面談会」を開催します。										
	実施期間	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
		◎									→
						□					

イ E-2 生徒・学生等に向けた地元企業への理解を深める取組の実施

アクションプラン	事業概要 (○事前検討, ◎実施, □改善検討, ◇継続検討)										
33 高校生就職フォローアップ事業 ＜重点・新規事業＞ 担当：経済企画課	盛岡地域の高校生が、早い時期から「働くこと」に対する理解を深め、就業意識を高めることが出来るよう、「就職応援マガジン」を発行するとともに、移住・定住に関する事業等において活用し、若者の地元定着を図ります。										
	実施期間	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
		◎	→								
				□							
34 高校生等地元定着支援事業 担当：経済企画課	市内及び周辺の高校に在学する高校生を対象に、地元の中小企業を中心とした職場見学及び経営者等との座談会を実施し、将来の地元定着に向けた職業選択の一助とするとともに、教員等を対象にしたセミナーを実施し、就職に向けた指導・助言力のスキルアップを図ります。										
	実施期間	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
		◎									
		◇									
35 新社会人就職定着支援事業 担当：経済企画課	就職後3年目までの若手社員を対象に、コミュニケーションスキルの向上、キャリア開発に資する研修等を行い、組織や仕事に対する目的意識、仕事観を意味づけすることにより、地元企業への定着を支援します。										
	実施期間	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
		◎	→								→
						□					

(6) 盛岡市商業振興ビジョンアクションプラン一覧

基本方針	施策	アクションプラン		担当課
A 新規出店や 新規創業へ の支援	1 商業集積の維持と強化 に向けての新規創業者を 呼び込む支援	1	起業家支援事業	ものづくり推進課
		2	まちなか出店促進事業	経済企画課
		3	空き店舗等活用調査研究事業	経済企画課
		4	新規創業ビジネスプラン提案事業	経済企画課 ものづくり推進課
		5	大規模小売店舗立地法特定区域の設定	経済企画課
B イノベーシ ョンを見据 えた経営力 強化への支 援	1 地域イノベーションを 創出する企業の育成や経 営力強化への支援	6	中小企業人材育成支援事業	経済企画課
		7	金融対策事業	ものづくり推進課
		8	盛岡市製造業及び情報サービス市場開拓等事業	ものづくり推進課
	2 新たな分野や成長分野 への取組の支援	9	外国人観光客誘致推進事業	観光交流課
		10	中小企業生産性向上支援事業	経済企画課 ものづくり推進課
	3 事業者への事業承継に 関する支援	11	中小企業事業承継支援事業	経済企画課 ものづくり推進課
C 異業種連携 による新た な事業への 支援	1 産学官金連携による新 事業展開の促進	12	産学官連携推進事業	ものづくり推進課
		13	中小企業支援に係る金融機関との協定の締結	経済企画課 ものづくり推進課
	2 農商工連携による新商 品・サービス開発の促進	14	まちなかマッチング事業	経済企画課
		15	盛岡特産品ブランド認証事業	ものづくり推進課
		16	盛岡の食材プロモーション事業	農政課
		17	食と農のバリューアップ推進事業	農政課
	3 異業種連携による情報 発信力強化への支援	18	観光客誘致宣伝事業	観光交流課
		19	盛岡三大麺普及事業	経済企画課
		20	「ゆかたのまち盛岡」推進事業	経済企画課
		21	「盛岡市地元酒等による乾杯の推進に関する条例」に基づく 地元酒等の普及促進	経済企画課
D 商店街やエ リアの魅力 向上への支 援	1 商店街やエリアごとの 魅力向上を図るための賑 わい創出、情報交換及び研 修開催への支援	22	盛岡市商店街連合会への補助事業	経済企画課
		23	商店街等魅力強化支援事業	経済企画課
		24	MICE（マイス）誘致推進事業	観光交流課
		25	祭り・イベント振興事業	観光交流課
		26	観光施設整備事業	観光交流課
	2 商店街等の地域コミュ ニティとの連携への支援	27	商店街活性化条例に基づく商店街加入促進	経済企画課
		28	「映画の街盛岡」推進事業等	経済企画課
		29	買い物弱者対策事業	経済企画課
	3 地域カードの活用によ る商店街やエリアの魅力 向上への支援	30	地域共通ポイント発行事業	経済企画課
E 企業の人材 獲得への支 援	1 地元企業に対する採用 力強化のための支援	31	UIJ ターン就職支援事業	経済企画課
		32	もりおか就職面談会の開催	経済企画課
	2 生徒・学生等に対する 地元企業への就職定着の 支援	33	高校生就職フォローアップ事業	経済企画課
		34	高校生等地元定着支援事業	経済企画課
		35	新社会人就職定着支援事業	経済企画課

※ 網掛は他の事業と比較して優先的に取り組む「重点事業」である。

5 実現化方策

(1) 推進体制

将来像の実現に向けては、市のみならず、事業者・支援機関等が将来像を共有し、それぞれの役割を認識するとともに、その責務を果たしながら相互に連携し、一体となって取り組んでいくことが必要です。このことを踏まえ、市は、本ビジョン推進の牽引役として、庁内各部局、各機関等との協力・連携を図るとともに、企業を取り巻く環境や企業ニーズの的確な把握に努め、地域経済を支える企業や商店街団体等に対し、きめ細やかな支援を行っていきます。

(2) 企業、支援機関等に期待される役割

ア 企業

地域経済を支える重要な担い手であるということを認識し、自らの経営資源を活かしつつ、経営力の強化や経営の革新、人材育成に積極的に取り組み、創意工夫と自助努力を続けていくことが期待されます。また、地域社会の構成員として社会的責任を自覚し、商店街などの地域コミュニティと積極的に関わりを持ちながら、地域社会の発展に貢献するという役割が期待されます。

イ 経済団体

本市には、盛岡商工会議所、岩手県中小企業団体中央会、岩手県中小企業家同友会など、多くの経済団体があり、会員同士の交流を通じた地域産業の振興をはじめ、様々な事業を展開しています。これら経済団体には、独自のネットワークや組織力を活かし、総合的な観点から地域の経済基盤の強化を図っていくことが期待されます。

ウ 産業支援機関

本市には、公益財団法人いわて産業振興センターや岩手県事業引継ぎ支援センターなど、多くの産業支援機関が設置されており、それぞれの専門分野で独自性のある産業支援策を展開しています。今後も、企業ニーズや実態を的確に把握しつつ、強みとする専門分野の高度化やノウハウの蓄積、支援機関相互の情報共有と連携によって支援機能を強化していくことが期待されます。

エ 教育研究機関

本市には、岩手大学、岩手県立大学などの教育機関があります。これら教育機関には、事業者が抱える経営や技術上の課題の解決、新技術・新製品の研究開発、明日の盛岡を担う人材の育成などに向けて、各機関等と連携を図りながら、企業ニーズを的確に把握し、これまでに蓄積された多くのノウハウを積極的に地域に還元するなど、これまで進めてきた取組を一層強化することが期待されます。

オ 金融機関

企業の自助努力をサポートするため、地域の実情や各企業の経営状況に精通している強みを活かしながら、経営再建計画の策定支援、経営相談指導といったコンサルティング機能を発揮するとともに、地域経済の金融の円滑化を図っていくことが期待されます。

カ 市民

市民は、市内の企業の振興が本市経済の活性化及び市民生活の向上に果たす役割を理解するとともに、自らの消費活動が本市経済の活性化の一翼を担っていることを認識し、市内の企業の健全な発展に協力するよう努めることが期待されます。

キ 国・県・市

将来像の実現に向け、各機関等と連携を図りながら、広域的な視点から企業が活動しやすい環境を整えていくことが期待されます。

(3) 進行管理

本ビジョンを推進していく中で、世界的・全国的な社会・経済情勢の変化や、少子・高齢化社会のさらなる進行など、企業を取り巻く環境は刻々と変化し、企業は新たなニーズへの対応を求められると想定されます。

このような社会情勢の変化に適応し、本ビジョンをより実効性のあるものとするため、推進にあたっては、PDCAサイクル^{*21}に沿って評価・検証を行うとともに、必要に応じて各アクションプランの改善及び継続について検討し、内容の見直しを図ります。また、このために、産学官などの関係者による「盛岡市商業振興推進会議」による計画の進行管理を行っていきます。

6 資料編

(1) 用語解説

※1 中心市街地 [P1, 27, 28, 31, 32, 37, 42]

中心市街地活性化法の第二条第一項から三項において定義されている。1 相当数の小売商業者が集積し、および都市機能が相当程度集積しており、その存在している市町村の中心としての役割を果たしている市街地。2 当該市街地の土地利用及び商業活動の状況等からみて、機能的な都市活動の確保または経済活力の維持に支障を生じ、又は生ずるおそれがあると認められる市街地。3 当該市街地における都市機能の増進及び経済活力の向上を総合的かつ一体的に推進することが、当該市街地の存在する市町村及びその周辺の地域の発展にとって有効かつ適切と認められる市街地。

※2 e コマース [P1, 28～30, 32, 38]

電子商取引 (eletronic commerce) のこと。物・サービスの売却あるいは購入であり、企業、世帯、個人、政府、その他公的あるいは私的機関の間で、コンピュータを介したネットワーク上で行われるもの。物・サービスの注文はこれらのネットワーク上で行われるが、支払い及び配送はオンラインで行われてもオフラインで行われても構わない。(OECD の広義の定義)

※3 盛岡市総合計画[P1, 4]

市民とともに盛岡の将来を築くための新しいまちづくりの指針。市民と行政が一体となって自らの責任のもとにまちづくりに取り組むにあたり、その取るべき方向を決定し、どのようなまちを目指していくのかその姿を示すもの。計画期間は平成 27 年(2015 年)から平成 37 年(2025 年)まで。

※4 盛岡市工業振興ビジョン[P2]

盛岡市における工業の振興に向け、中長期的な戦略や方向性を明らかにし、市の将来像と合

致した実現性の高い工業振興策を体系的、計画的に推進していくための計画。計画期間は平成 25 年度から平成 34 年度まで。

※5 盛岡市観光推進計画[P2]

盛岡市における観光の当面の課題及び中長期的課題に適切に対処し、観光施策を総合的かつ効果的に推進するための具体的な方向を示すものであり、観光関連団体及び市民にとっても観光都市づくりの指針とする計画。計画期間は平成 27 年度から平成 31 年度まで。

※6 労働生産性[P7]

労働生産性は労働投入量 1 単位当たりの産出量を示す指標。労働投入量とは労働者数×労働時間によって表され、産出量には付加価値額を用いることが一般的である。しかし、地域別、産業別に労働生産性を計測する場合には、労働時間に関するデータの制約等から、単に就業者一人当たりの付加価値額とする場合も多い。なお、「経済センサス活動調査」の付加価値額の計数は本調査の付加価値額の計数は企業単位で把握され(本社等がまとめて報告)、地域ごとの計数は、それを傘下の支社・事業所等の事業従事者数により按分したものとなっている。

※7 開業率・廃業率[P8, 36]

開業率・廃業率の動向を把握する方法にはいくつかあり、用いる統計データにより一長一短がある。主なものに、総務省「事業所・企業統計調査(現在の経済センサス)における事業所数の推移から算出するもの、厚生労働省「雇用保険事業年報」から算出する方法などがあり、前者は全数調査であるが 5 年単位でしかデータが把握できないこと、後者は有雇用事業所のみでしか把握できないが毎年データが更新されるなどの特徴がある。

※8 大規模小売店舗立地法 [P9, 37, 44]

大型小売店舗(店舗面積 1,000 m²超)の立地に関しその周辺の地域の生活環境の保持のため、大型小売店舗立地法を設置するものによりその施設の配置及び運営方法について適正な配慮がなされることを確保することにより、小売業の健全な発展を図り、もって国民経済及び地域社会の健全な発展並びに国民生活の向上に寄与することを目的として平成10年制定されたもの。

※9 MICE (マイス) [P10, 41, 44]

企業等の会議 (Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行(インセンティブ旅行) (Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議 (Convention)、展示会・見本市、イベント (Exhibition/Event)の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称。

※10 SNS (ソーシャルネットワーキングサービス) [P18]

会員制のウェブサイト上で職業、趣味、写真などを公開し、会員同士で交流できる機能を提供するサービスであり、インターネットを利用して手軽に情報を発信し、相互のやりとりができる双方向のメディアであるソーシャルメディアの一つ。代表的なものは、Facebook, Twitter, Instagramなどが挙げられる。また、ソーシャルメディアとしては、LINE等のメッセージングアプリがある。

※11 インバウンド [P26, 28, 30, 32]

インバウンド(inbound)とは、外から入ってくる旅行、一般的に訪日外国人旅行を指す。対義語は外に出る旅行、海外旅行でアウトバウンド(outbound)。

※12 SWOT分析 [P27, 29]

企業の強み (Strength)、弱み (Weakness)、機会 (Opportunity)、脅威 (Threat) について分析し、全体的な評価を行う手法のことで、強みと弱みは主として企業の内部要因を分析(内部環境分析)、機会と脅威は同様に企業の外部要因の分析(外部環境分析)を行うものである。

※13 グローバル化 [P28~32]

国境を意識することなく、地球規模で資本や労働力の移動が活発化するとともに、貿易を通じた商品・サービスの取引や、海外への投資が増大することによって世界における経済的な結びつきが深まること。

※14 イノベーション [P31, 32, 34, 38, 39, 44]

企業が新たな製品を開発したり、生産工程を改善するなどの「技術革新」だけにとどまらず、新しい販路を開拓したり、新しい組織形態を導入することなども含むものであり、広く「革新」を意味する概念である。また、企業にとってのイノベーションは、研究開発活動だけでなく、アイデアのひらめきをきっかけとした新たな製品・サービスの開発、創意工夫など、自らの事業の進歩を実現することを広く包含する。

※15 農商工連携 [P32, 39, 40, 44]

企業と農林漁業者が連携し、相互の経営資源を活用して、新商品や新サービスを生み出すための取組。

※16 クリエイティブ産業 [P32]

芸術、映画、ゲーム、服飾デザイン、広告など知的財産権を持った生産物の生産に関わる産業。

※17 インキュベーション施設 [P36]

新規事業の起業支援や、起業家やベンチャー等を自立の目途がつくまで支援する施設。イン

キューベーションとは孵化（ふか）という本来の意味から転じた経済用語。

※18 6次産業化 [P36]

農林漁業の6次産業化とは、1次産業としての農林漁業と、2次産業としての製造業、3次産業としての小売業等の事業との総合的かつ一体的な推進を図り、農山漁村の豊かな地域資源を活用した新たな付加価値を生み出す取組です。これにより農山漁村の所得の向上や雇用の確保を目指している。

※19 盛岡市産業支援センター [P37]

大学・研究機関や都市型産業の集積する盛岡地域の特性を活かし、新たに創業しようとする方や創業後間もない方などの事業活動を支援するため、平成14年11月に盛岡市が開設した施設。

※20 二次交通 [P42]

鉄道の主要駅や空港島の交通拠点と目的の観光地を結ぶ交通アクセスをいう。

※21 PDCAサイクル [P46]

事業活動における生産管理や品質管理などの管理業務を円滑に進める手法の一つ。Plan（計画）、Do（実行）、Check（評価）、Act（改善）の4段階を繰り返すことによって、業務を継続的に改善する。

(2) 商業振興懇話会名簿

ア 商業振興懇話会委員

区 分	役職名	氏 名	備 考
学識経験者	岩手県立大学総合政策学部 准教授	近藤 信一	(懇話会 座長)
	岩手県中小診断士協会 中小企業診断士	星野 剛	(株)HMC 代表取締役
商工関係団体	盛岡商工会議所卸売・小売部会 運営委員	高屋 裕美子	こうや呉服店 (和のくらし小袖)
	盛岡商工会議所観光・料飲・サービス部会 部会長	太田代 洋一郎	岩手県旅館ホテル衛生(同)盛岡支部 支部長
	盛岡市商店街連合会 総務企画委員長	佐々木 健二	永卯地所(株) 代表取締役
	岩手県中小企業団体中央会 理事	松本 静毅	協同組合日専連盛岡 理事長
事業者	株式会社川徳 代表取締役社長	川村 宗生	
	盛岡 ValueCity 株式会社 専務取締役	廣田 淳	盛岡商工会議所 参与
金融機関	盛岡信用金庫 常勤理事地域応援部長	藤澤 透	
市民団体	盛岡市町内会連合会 会長	平井 興太郎	
行政機関	岩手県盛岡広域振興局経営企画部 産業振興課長	細川 幸喜	

イ 商業振興ビジョン策定連絡会議委員

区 分	役職名	氏 名	備 考
商工観光部経済企画課	課 長	小原 勝博	(連絡会議議長)
商工観光部経済企画課	課長補佐	高橋 博文	
商工観光部経済企画課	企画雇用係長	小野 哲治	
商工観光部経済企画課	主 任	遠田 南	
商工観光部経済企画課	商業振興係長	藤谷 徹	
商工観光部経済企画課	主 査	山本 実	
商工観光部ものづくり推進課	工業振興係長	伊藤 慶之	
商工観光部ものづくり推進課 立地創業支援室	主 査	柳原 哲史	
商工観光部観光交流課	主 査	城守まゆみ	
農林部農政課 食と農の連携推進室	室 長	佐藤 卓	
玉山総合事務所産業振興課	農政商工係長	角館 裕行	

(3) 盛岡市商業振興ビジョン策定経過

開催日	名称	内容
平成 29 年 4 月 28 日(金)	第 1 回盛岡市商業振興ビジョン策定連絡会議	<ul style="list-style-type: none"> ・盛岡市商業振興ビジョンの趣旨等について ・盛岡市の商業の現状と課題について
5 月 17 日(水)	第 2 回盛岡市商業振興ビジョン策定連絡会議	<ul style="list-style-type: none"> ・盛岡市の商業・サービス業の概要について ・アンケート調査について
5 月 25 日(木)	第 1 回盛岡市商業振興懇話会	<ul style="list-style-type: none"> ・盛岡市商業振興ビジョンの趣旨等について ・盛岡市の商業の現状と課題について ・アンケート調査について
6 月	アンケート調査 盛岡市の商業・サービス業の経営課題に関する調査	
7 月 14 日(金)	第 3 回盛岡市商業振興ビジョン策定連絡会議	<ul style="list-style-type: none"> ・アンケート調査結果について ・当市の課題と進むべき方向について
7 月 20 日(木)	第 2 回盛岡市商業振興懇話会	<ul style="list-style-type: none"> ・アンケート調査結果について ・当市の課題と進むべき方向について
8 月 8 日(火)	第 4 回盛岡市商業振興ビジョン策定連絡会議	<ul style="list-style-type: none"> ・SWOT分析に関する意見交換
8 月 30 日(水)	第 5 回盛岡市商業振興ビジョン策定連絡会議	<ul style="list-style-type: none"> ・盛岡市商業振興ビジョン基本方針(案)について ・アクションプラン(案)について
10 月 13 日(金)	第 6 回盛岡市商業振興ビジョン策定連絡会議	<ul style="list-style-type: none"> ・盛岡市商業振興ビジョン基本方針(案)について ・アクションプラン(案)について
10 月 20 日(金)	第 3 回盛岡市商業振興懇話会	<ul style="list-style-type: none"> ・盛岡市商業振興ビジョン基本方針(案)について ・アクションプラン(案)について
12 月 21 日(木)	第 7 回盛岡市商業振興ビジョン策定連絡会議	<ul style="list-style-type: none"> ・商業振興ビジョン(素案)について
12 月 27 日(水)	第 4 回盛岡市商業振興懇話会	<ul style="list-style-type: none"> ・商業振興ビジョン(素案)について
平成 30 年 2 月 15 日(木)～ 3 月 6 日(火)	パブリックコメント	
3 月 26 日(月)	第 5 回盛岡市商業振興懇話会	<ul style="list-style-type: none"> ・パブリックコメント結果について ・商業振興ビジョン(案)について