

盛岡市商業振興ビジョン

平成 30 年 3 月
改訂 令和 6 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。

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。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なる「盛岡市商業振興ビジョン」を平成 30 年に策定したものです。

今般、ビジョンの中間年である令和 5 年度において、新型コロナウイルス感染症の世界的拡大や、燃料費・原材料費の物価高騰など、地域経済を取り巻く環境変化のほか、最新の統計調査、中小企業者等の経営実態調査、地域経済循環分析システムのデータなどを踏まえて課題を再整理するとともに、近江商人の流れを受け継ぎ、中心市街地を基盤に古くから地域に密着した活動を続けてきた本市の商業・サービス業の振興に向けて、商品販売やサービス提供といった経済的な側面に加え、本市の魅力の 1 つである日常の生活に根付いた文化的な側面からの評価などを整理した上で、指標やアクションプランの中間見直しを行ったものです。

ビジョンの推進にあたりましては、近江商人の商売の基本原則である三方よしの精神のもと、企業、経済団体、産業支援機関、教育研究機関、金融機関、市民が、お互いの強みを活かし、力を合わせ、共に取り組んでいくことが、新しい盛岡を創っていく希望の道だと考えておりますので、引き続き、関係各位の御協力をお願い申し上げます。

結びに、岩手県立大学准教授の近藤信一座長をはじめとする盛岡市商業振興推進会議の委員の皆様、盛岡市地域力創造アドバイザーとして御指導いただきました拓殖大学の山本尚史教授、アンケート調査等に御協力いただきました市内企業の皆様、商店街、商工団体等の関係各位に厚くお礼申し上げ、挨拶といたします。

令和 6 年 3 月

盛岡市長 内館 茂

目 次

第1章 策定の趣旨	1
1 趣旨	1
2 計画期間	2
3 位置づけ	2
第2章 盛岡市の商業の現状と課題	4
1 市を取り巻く経済・社会動向	4
2 データから見る盛岡の現状	4
3 アンケート調査等による市内事業所の状況	13
4 地域経済循環分析	20
5 ビジョン（上半期）の振り返り	21
6 SWOT分析※ ¹ による課題整理	25
7 中間見直しのまとめ	31
第3章 目指す姿と基本方針	34
1 目指す姿（将来像）	34
2 基本方針等	34
3 進捗状況の把握のための指標	38
第4章 実現のためのアクションプラン	42
A 新規出店や新規創業への支援	42
B イノベーション※ ² を見据えた経営力の強化への支援	43
C 異業種連携による新たな事業への支援	45
D 商店街やエリアの魅力向上に関する支援	48
E 企業の持続的発展のための人材の確保・育成への支援	50
第5章 実現化方策	52
1 推進体制	52
2 企業、支援機関等に期待される役割	52
3 進行管理	53
第6章 資料編	54
1 用語解説	54
2 中小企業者等の経営実態調査	57
3 地域経済循環分析	75
4 中間見直し時における終了事業一覧	79
5 盛岡市商業振興推進会議名簿	80
6 盛岡市商業振興ビジョン見直し経過	81

第1章 策定の趣旨

1 趣旨

本市は、産業3分類別に事業所数を見ると「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^{※3}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、郊外的大型店舗の進出、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^{※4}）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^{※5}（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）」を平成30年3月に策定し、目指す姿の実現に向けアクションプランを実施し、毎年度進捗管理を行ってきました。

本ビジョン策定後、新型コロナウイルス感染症の世界的拡大や、ロシアのウクライナ侵攻による燃料費・原材料費などの物価高騰が地域経済に与えた影響は大きく、ポストコロナにおける本市の基幹産業である商業・サービス業の振興のため、計画の中間年である令和5年度に中間見直しを行ったものです。

※ 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）

表1 盛岡市の卸小売業の商店数等の推移

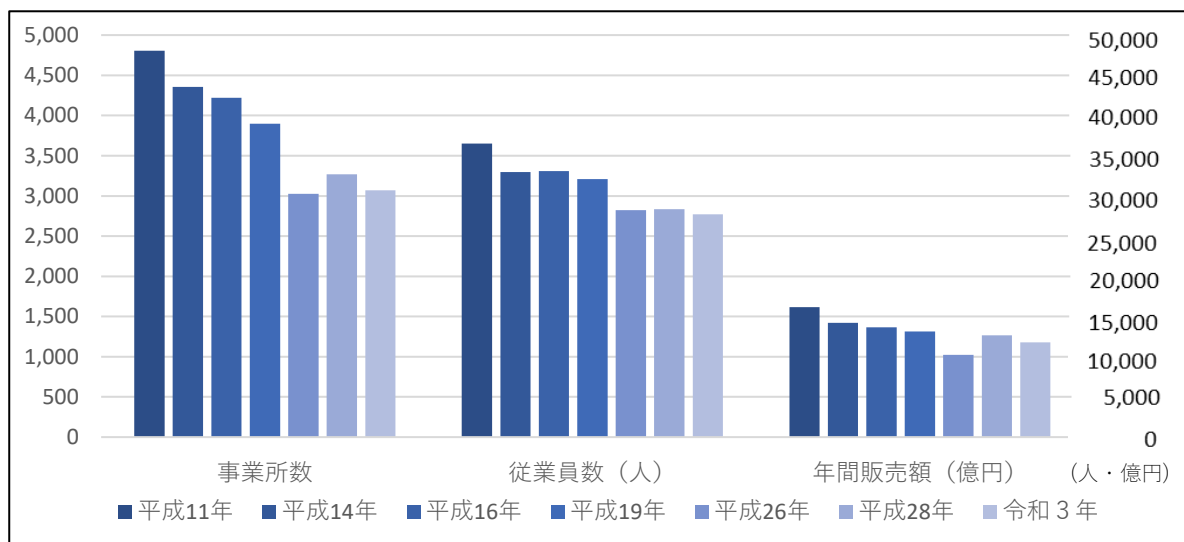
年	事業所数	従業員数	年間販売額
平成11年	4,806店	36,534人	1,616,194百万円
平成14年	4,357店	32,945人	1,419,808百万円
平成16年	4,221店	33,099人	1,364,748百万円
平成19年	3,896店	32,088人	1,313,925百万円
平成26年	3,025店	28,233人	1,022,050百万円
平成28年	3,269店	28,335人	1,266,407百万円
令和3年	3,068店	27,733人	1,177,885百万円

※ 平成16年以前は合併前の玉山村を含む。

※ 平成26年調査は、日本標準産業分類の第12回改定および調査設計の大幅変更を行ったことに伴い、平成19年調査の数値とは接続しないため単純比較はできません。

資料：商業統計調査報告書（経済産業省）
経済センサス活動調査結果（総務省・経済産業省）

図1 盛岡市の卸小売業の商店数等の推移



※ 平成16年以前は合併前の玉山村を含む。

※ 平成26年調査は、日本標準産業分類の第12回改定および調査設計の大幅変更を行ったことに伴い、平成19年調査の数値とは接続しないため単純比較はできません。

資料：商業統計調査報告書（経済産業省）

経済センサス活動調査結果（総務省・経済産業省）

2 計画期間

平成30年度から令和9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うことにしており、商業振興ビジョン策定以降の経済状況の変化等を踏まえ、見直しを行うものです。

3 位置づけ

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。

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^{※6}」や「盛岡市観光推進計画^{※7}」、「もりおか農業・農村振興ビジョン^{※8}」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

《盛岡市総合計画》

目指す将来像

ひと・まち・未来が輝き 世界につながるまち盛岡

4つの基本目標

1 人がいきいきと暮らす
まちづくり

2 盛岡の魅力があふれる
まちづくり

3 人を育み未来につなぐ
まちづくり

4 人が集い活力を生む
まちづくり

目標を達成するための施策

22 商業・
サービス業の振興

小施策・事業

盛岡市商業振興ビジョン

関連する計画

- ・ 盛岡市工業振興ビジョン
- ・ 盛岡市観光推進計画
- ・ もりおか農業・農村振興ビジョン

商業・サービス業
の振興に向けた具
体的なビジョン及
び施策横断的な取
組の推進

小施策Ⅰ 魅力ある商店街の形成支援

【主要事業】

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

小施策Ⅱ ロジスティクス機能の充実

【主要事業】

中央卸売市場活性化事業

盛岡南地区物流拠点整備事業

小施策Ⅲ 多様なサービス業の振興

【主要事業】

商工団体育成事業（再掲）

【一般事業】

商業振興事務、タウンマネジメント機関
支援事業、市場施設管理事業、盛岡三大類
普及事業、地域おこし協力隊活用事業

第2章 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、令和6年1月29日に発表した「岩手県金融経済概況（2023年12月）」では「県内経済は、持ち直している。最終需要の動きをみると、公共投資は、横這い圏内で推移している。設備投資は、増加している。個人消費は、回復している。住宅投資は、下げ止まっている。この間、生産は、持ち直しの動きが足踏みしている。雇用・所得環境は、全体としてみれば改善している。消費者物価（除く生鮮食品）は、前年を上回っている。」となっており、県内経済が持ち直してきていることを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、令和5年9月は、1.23倍となっており、管内の雇用情勢も、安定したものとなっています。

一方で、今後、本市の人口は令和7年には281,820人、令和17年には260,458人になり、高齢化率では令和7年には約30%、令和17年には約34%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。

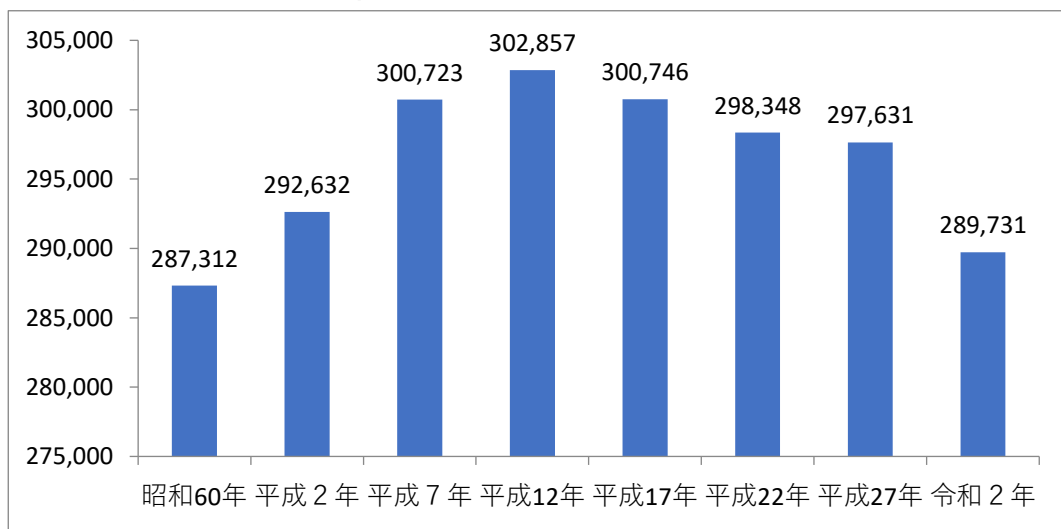
2 データから見る盛岡の現状

(1) 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、本市の将来人口は令和22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、令和22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 国勢調査における人口と総合計画における人口推計

区分	平成27年	令和2年	令和7年	令和12年	令和17年	令和22年
	国勢調査人口		総合計画策定時（平成26年）における人口推計			
総数	297,631	289,731	281,820	271,739	260,458	247,898
男	141,089	136,919	132,236	127,083	121,377	115,157
女	156,542	152,812	149,584	144,656	139,081	132,741
15歳未満	36,828	33,602	29,944	27,113	25,120	23,339
15～64歳	182,979	167,894	167,437	157,827	147,173	133,874
65歳以上	73,729	80,035	84,439	86,799	88,165	90,685
不詳	4,095	8,200	—	—	—	—
(再掲)75歳以上	36,658	40,881	47,928	51,774	53,447	54,144

盛岡市統計書（令和3年版）及び盛岡市人口ビジョン 人口推計（総合計画策定時）から作成

イ 就業構造と就業者数

令和2年国勢調査による産業別就業人口は、第1次産業が4,280人で全就業者数の3.0%、第2次産業が18,902人で13.3%、第3次産業が114,792人で81.0%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26,397人と就業者全体の18.6%を占め、次いで医療、福祉が23,297人で16.4%、建設業が10,546人で7.4%となっています。平成22年国勢調査からみると全体的には横ばいですが、卸小売業と宿泊業、飲食サービス業が減少し、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		令和2年	
			構成比		構成比		構成比		構成比
総数		145,888	100.0%	139,100	100.0%	143,723	100.0%	141,690	100.0%
第1次産業		6,161	4.2%	5,016	3.6%	4,797	3.3%	4,280	3.0%
第2次産業		20,753	14.2%	18,242	13.1%	20,013	13.9%	18,902	13.3%
第3次産業		117,969	80.9%	112,277	80.7%	115,081	80.1%	114,792	81.0%
第1次産業	農業、林業	6,140	4.2%	4,990	3.6%	4,775	3.3%	4,258	3.0%
	漁業	21	0.0%	26	0.0%	22	0.0%	22	0.0%
第2次産業	鉱業、採石業、砂利採取業	71	0.0%	53	0.0%	39	0.0%	46	0.0%
	建設業	11,836	8.1%	9,825	7.1%	10,848	7.5%	10,546	7.4%
	製造業	8,846	6.1%	8,364	6.0%	9,126	6.3%	8,310	5.9%
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	957	0.7%	932	0.7%	986	0.7%	962	0.7%
	情報通信業	4,245	2.9%	3,759	2.7%	3,793	2.6%	3,754	2.6%
	運輸業・郵便業	6,883	4.7%	7,724	5.6%	7,721	5.4%	7,456	5.3%
	卸売業・小売業	32,056	22.0%	28,697	20.6%	27,433	19.1%	26,397	18.6%
	金融業、保険業	5,062	3.5%	4,681	3.4%	4,636	3.2%	4,388	3.1%
	不動産業、物品賃貸業	2,023	1.4%	2,957	2.1%	3,361	2.3%	3,242	2.3%
	学術研究、専門・技術サービス業	—	—	4,529	3.3%	5,020	3.5%	4,869	3.4%
	宿泊業、飲食サービス業	9,369	6.4%	9,305	6.7%	9,056	6.3%	8,702	6.1%
	生活関連サービス業、娯楽業	—	—	5,789	4.2%	5,684	4.0%	5,397	3.8%
	教育、学習支援業	8,601	5.9%	8,671	6.2%	8,795	6.1%	9,173	6.5%
	医療、福祉	16,301	11.2%	18,825	13.5%	21,924	15.3%	23,297	16.4%
	複合サービス事業	1,426	1.0%	869	0.6%	911	0.6%	905	0.6%
	サービス業（他に分類されないもの）	23,471	16.1%	8,528	6.1%	8,753	6.1%	9,189	6.5%
	公務（他に分類されるものを除く）	7,575	5.2%	7,011	5.0%	7,008	4.9%	7,061	5.0%
	分類不能の産業	1,005	0.7%	3,565	2.6%	3,832	2.7%	3,716	2.6%

資料：「国勢調査（総務省）」

※ 平成17年は合併前の旧玉山村の数値を含む。

※ 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）。

(2) 産業構造の現況

ア 産業別の事業所数

令和3年現在の本市の事業所数は14,189事業所であり、産業別に見ると「卸売・小売業」が3,570事業所（25.2%）で最も多く、次いで「宿泊業、飲食サービス業」が1,617事業所（11.4%）、「不動産業、物品賃貸業」が1,517事業所（10.7%）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67.2%であり、平成18年からの推移を見ると卸売・小売業と宿泊業、飲食サービス業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、令和3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最も高い結果となっています。

表4 事業所数の推移

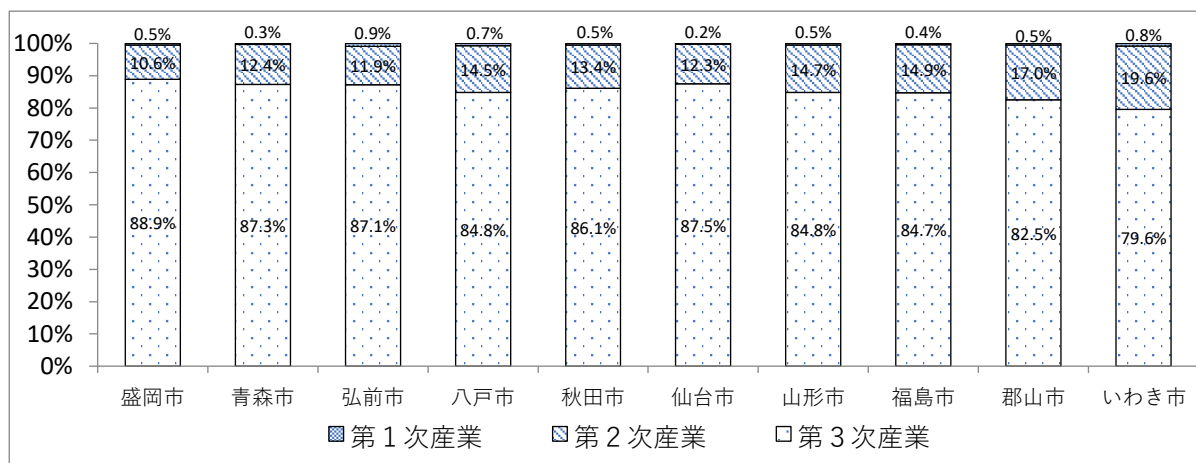
区分		平成18年		平成21年		平成24年		平成26年		平成28年		令和3年	
			構成比		構成比		構成比		構成比		構成比		構成比
全産業		15,282	100.0%	15,304	100.0%	14,677	100.0%	15,427	100.0%	15,032	100.0%	14,189	100.0%
第1次産業		40	0.3%	71	0.5%	71	0.5%	68	0.4%	62	0.4%	73	0.5%
第2次産業		1,682	11.0%	1,662	10.9%	1,607	10.9%	1,666	10.8%	1,609	10.7%	1,506	10.6%
第3次産業		13,560	88.7%	13,571	88.7%	12,999	88.6%	13,693	88.8%	13,361	88.9%	12,610	88.9%
第1次産業	農林漁業	40	0.3%	71	0.5%	71	0.5%	68	0.4%	62	0.4%	73	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%	8	0.1%	9	0.1%
	建設業	1,213	7.9%	1,194	7.8%	1,159	7.9%	1,204	7.8%	1,174	7.8%	1,128	7.9%
	製造業	459	3.0%	457	3.0%	435	3.0%	454	2.9%	427	2.8%	369	2.6%
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)	電気・ガス・熱供給・水道業	11	0.1%	14	0.1%	12	0.1%	13	0.1%	14	0.1%	30	0.2%
	情報通信業	180	1.2%	239	1.6%	205	1.4%	213	1.4%	205	1.4%	219	1.5%
	運輸業・郵便業	271	1.8%	290	1.9%	273	1.9%	264	1.7%	268	1.8%	250	1.8%
	卸売業・小売業	4,304	28.2%	4,137	27.0%	3,941	26.9%	4,103	26.6%	3,966	26.4%	3,570	25.2%
	金融業、保険業	381	2.5%	393	2.6%	385	2.6%	383	2.5%	372	2.5%	367	2.6%
	不動産業、物品賃貸業	1,539	10.1%	1,740	11.4%	1,653	11.3%	1,644	10.7%	1,578	10.5%	1,517	10.7%
	学術研究、専門・技術サービス業	—	—	708	4.6%	671	4.6%	714	4.6%	697	4.6%	763	5.4%
	宿泊業、飲食サービス業	2,138	14.0%	2,045	13.4%	1,891	12.9%	2,028	13.1%	1,958	13.0%	1,617	11.4%
	生活関連サービス業、娯楽業	—	—	1,414	9.2%	1,350	9.2%	1,416	9.2%	1,400	9.3%	1,281	9.0%
	教育、学習支援業	461	3.0%	459	3.0%	451	3.1%	509	3.3%	488	3.2%	475	3.3%
	医療、福祉	954	6.2%	1,065	7.0%	1,144	7.8%	1,303	8.4%	1,369	9.1%	1,446	10.2%
	複合サービス事業	132	0.9%	80	0.5%	71	0.5%	68	0.4%	68	0.5%	59	0.4%
	サービス業（他に分類されないもの）	3,189	20.9%	987	6.4%	952	6.5%	1,035	6.7%	978	6.5%	1,016	7.2%

※民営事業所のみの数値

資料：「事業所・企業統計調査報告書（総務省）」

「経済センサス基礎調査・活動調査（総務省・経済産業省）」

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（令和3年経済センサス基礎調査）



イ 産業別の従業者数

令和３年現在の本市の従業者数は141,204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31,814人（22.5%）で最も多く、次いで「医療・福祉」が23,166人（16.4%）、「サービス業（他に分類されないもの）」が13,720人（9.7%）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58.8%（83,096人）の割合を占めています。

なお、従業者数においても令和３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最も高い結果となっています。

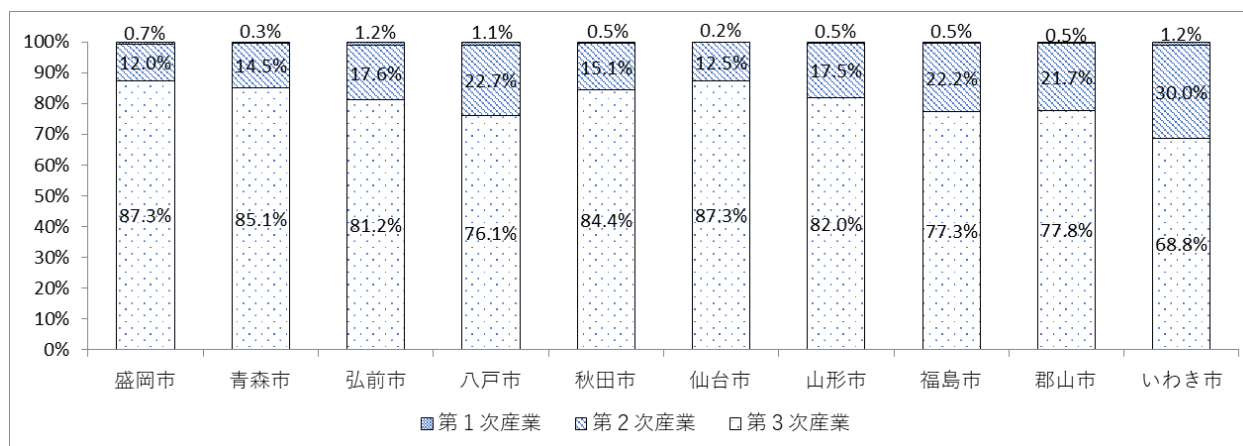
表５ 従業者数の推移

区分		平成18年		平成21年		平成24年		平成26年		平成28年		令和３年	
			構成比		構成比		構成比		構成比		構成比		構成比
全産業		144,349	100.0%	152,354	100.0%	145,813	100.0%	154,217	100.0%	146,110	100.0%	141,204	100.0%
第１次産業		616	0.4%	768	0.5%	922	0.6%	993	0.6%	854	0.6%	1,054	0.7%
第２次産業		19,330	13.4%	18,508	12.1%	19,238	13.2%	19,152	12.4%	17,923	12.3%	16,886	12.0%
第３次産業		124,403	86.2%	133,078	87.3%	125,653	86.2%	134,072	86.9%	127,333	87.1%	123,264	87.3%
第１次産業	農林漁業	616	0.4%	768	0.5%	922	0.6%	993	0.6%	854	0.6%	1,054	0.7%
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%	53	0.0%	60	0.0%
	建設業	11,081	7.7%	10,627	7.0%	11,661	8.0%	12,010	7.8%	10,600	7.3%	10,476	7.4%
	製造業	8,153	5.6%	7,797	5.1%	7,490	5.1%	7,086	4.6%	7,270	5.0%	6,350	4.5%
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	767	0.5%	960	0.6%	818	0.6%	707	0.5%	800	0.5%	847	0.6%
	情報通信業	5,751	4.0%	5,214	3.4%	4,547	3.1%	4,614	3.0%	4,201	2.9%	4,140	2.9%
	運輸業・郵便業	6,981	4.8%	9,676	6.4%	9,227	6.3%	8,870	5.8%	8,537	5.8%	7,944	5.6%
	卸売業・小売業	37,404	25.9%	37,504	24.6%	32,778	22.5%	37,807	24.5%	34,673	23.7%	31,814	22.5%
	金融業、保険業	5,739	4.0%	6,426	4.2%	6,123	4.2%	5,853	3.8%	6,009	4.1%	6,052	4.3%
	不動産業、物品賃貸業	3,510	2.4%	5,344	3.5%	4,840	3.3%	5,039	3.3%	4,807	3.3%	5,148	3.6%
	学術研究、専門・技術サービス業	－	－	4,900	3.2%	4,430	3.0%	4,550	3.0%	4,533	3.1%	4,893	3.5%
	宿泊業、飲食サービス業	13,887	9.6%	15,630	10.3%	14,162	9.7%	14,424	9.4%	14,162	9.7%	12,517	8.9%
	生活関連サービス業、娯楽業	－	－	7,296	4.8%	7,075	4.9%	7,648	5.0%	7,542	5.2%	7,187	5.1%
	教育、学習支援業	4,658	3.2%	5,674	3.7%	7,854	5.4%	7,815	5.1%	5,374	3.7%	5,210	3.7%
	医療、福祉	15,730	10.9%	18,494	12.1%	19,165	13.1%	22,195	14.4%	23,085	15.8%	23,166	16.4%
	複合サービス事業	1,432	1.0%	681	0.4%	574	0.4%	770	0.5%	772	0.5%	626	0.4%
	サービス業（他に分類されないもの）	28,544	19.8%	15,279	10.0%	14,060	9.6%	13,780	8.9%	12,838	8.8%	13,720	9.7%

※民営事業所のみの数値

資料：「事業所・企業統計調査報告書（総務省）」
「経済センサス基礎調査・活動調査（総務省・経済産業省）」

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（令和３年経済センサス基礎調査）



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28年と令和3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、宿泊業、飲食サービス業、生活関連サービス業、娯楽業の売上高は減少しています。

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^{※9}と呼ばれ、本ビジョンの対象業種では、令和3年度においては、情報通信業が521万円で一番大きく、次いで複合サービス業494万円、不動産業・物品賃貸業418万円の順番になっています。

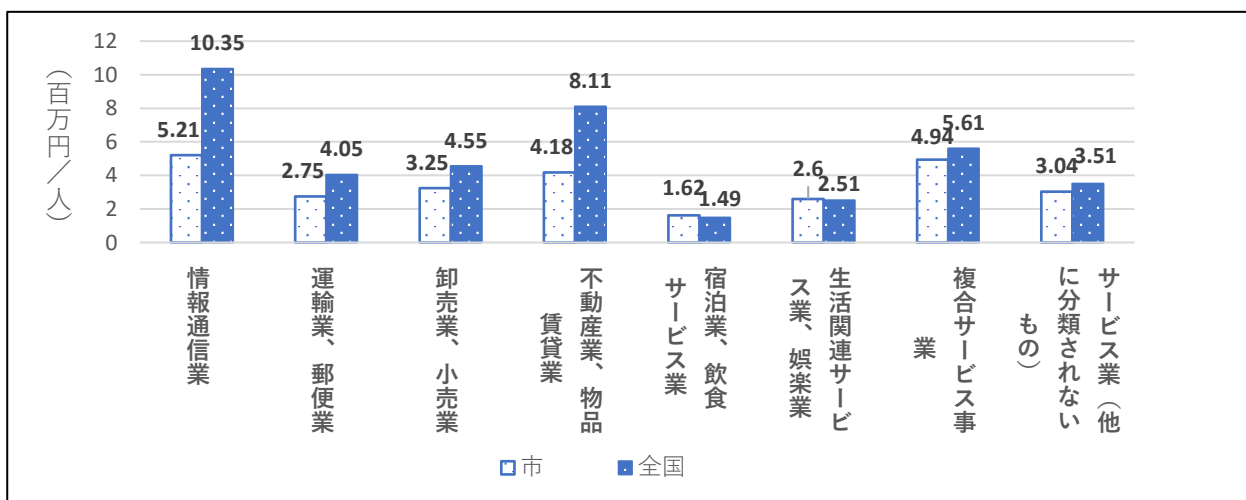
中小企業における商業・サービス業の労働生産性の向上が全国的にも大きな課題となっていますが、本市の労働生産性はほとんどの業種で全国よりもさらに低くなっています。

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)		企業付加価値額(百万円)		従業者1人あたり企業付加価値額(百万円/人)	
	平成28年	令和3年	平成28年	令和3年	平成28年	令和3年	平成28年	令和3年	平成28年	令和3年
総数	8,886	8,474	120,878	115,915	2,452,164	2,308,886	465,502	422,815	3.85	3.65
第1次産業	39	51	1,072	873	23,224	14,424	4,211	3,864	3.93	4.43
農業、林業、漁業	39	51	1,072	873	23,224	14,424	4,211	3,864	3.93	4.43
第2次産業	1,140	1,070	15,025	14,109	330,090	325,687	67,966	69,195	4.52	4.90
鉱業、採石業、砂利採取業	5	6	36	43	664	665	52	72	1.44	1.67
建設業	807	778	9,296	8,914	250,696	240,910	45,760	52,852	4.92	5.93
製造業	328	286	5,693	5,152	78,730	84,112	22,154	16,271	3.89	3.16
第3次産業	7,707	7,353	104,781	100,933	2,098,850	1,968,776	393,325	349,754	3.75	3.47
電気・ガス・熱供給・水道業	2	13	257	349	X	6,707	X	1,895	—	5.43
情報通信業	97	111	2,911	3,212	X	47,952	X	16,743	—	5.21
運輸業、郵便業	132	124	5,206	4,717	37,014	35,305	15,213	12,988	2.92	2.75
卸売業、小売業	1,792	1,594	28,626	28,430	794,075	799,267	114,931	92,299	4.01	3.25
金融業、保険業	114	123	6,361	5,867	124,183	109,331	50,024	39,887	7.86	6.80
不動産業、物品賃貸業	1,331	1,313	4,054	4,378	63,308	71,918	19,420	18,311	4.79	4.18
学術研究、専門・技術サービス業	498	542	3,234	3,614	42,935	43,129	14,377	15,162	4.45	4.20
宿泊業、飲食サービス業	1,219	1,033	9,572	8,798	52,433	44,376	20,164	14,234	2.11	1.62
生活関連サービス業、娯楽業	921	827	7,292	6,817	168,591	108,087	937	17,718	0.13	2.60
教育、学習支援業	295	284	8,183	4,644	83,786	31,172	40,677	16,436	4.97	3.54
医療、福祉	812	832	18,716	20,208	592,778	589,776	71,801	73,832	3.84	3.65
複合サービス事業	12	10	49	78	8,568	2,800	865	385	17.65	4.94
サービス業（他に分類されないもの）	482	547	10,320	9,821	67,354	78,956	23,909	29,864	2.32	3.04

資料：「経済センサス活動調査（総務省・経済産業省）」

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※¹⁰の状況

盛岡公共職業安定所管内における雇用保険の適用状況は以下のとおりであり、開業率、廃業率とも新型コロナウイルス感染症が拡大した時期には一時上昇しましたが、その後は下降傾向にあります。

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	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	8,369	4.0	3.9
平成28年度	300	304	8,365	3.6	3.6
平成29年度	300	295	8,370	3.6	3.5
平成30年度	311	256	8,426	3.7	3.1
令和元年度	289	303	8,406	3.4	3.6
令和2年度	319	316	8,407	3.8	3.8
令和3年度	268	243	8,424	3.2	2.9
令和4年度	237	242	8,435	2.8	2.9

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／前年度末の適用事業所数

※2 廃業率＝当該年度に雇用関係が消滅した事業所数／前年度末の適用事業所数

※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
平成24年度～26年度は年度平均値、27年以降は年度末値を掲載

※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。

（3） 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減少傾向となっています。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		H11	H14	H16	H19	H26	H28	R3
卸売業	商店数（店舗）	1,429	1,219	1,175	1,045	844	970	933
	従業員数（人）	13,998	11,826	10,889	10,375	8,118	8,957	8,574
	商品販売額（百万円）	1,192,555	1,022,652	966,963	947,280	620,386	858,987	795,342
小売業	商店数（店舗）	3,377	3,138	3,046	2,851	2,181	2,299	2,135
	従業員数（人）	22,536	21,119	22,210	21,713	20,115	19,378	19,159
	商品販売額（百万円）	423,639	397,156	397,785	366,645	401,664	407,421	382,543
	売場面積（㎡）	384,168	384,624	435,498	474,246	497,097	481,166	493,936
	面積あたり販売額（円／㎡）	1,102,744	1,032,582	913,403	773,111	808,019	846,737	774,479
合計商店数（店舗）		4,806	4,357	4,221	3,896	3,025	3,269	3,068
合計従業員数（人）		36,534	32,945	33,099	32,088	28,233	28,335	27,733
年間販売額（百万円）		1,616,194	1,419,808	1,364,748	1,313,925	1,022,050	1,266,407	1,177,885

資料：「商業統計調査報告書（経済産業省）」 「経済センサス活動調査（総務省・経済産業省）」

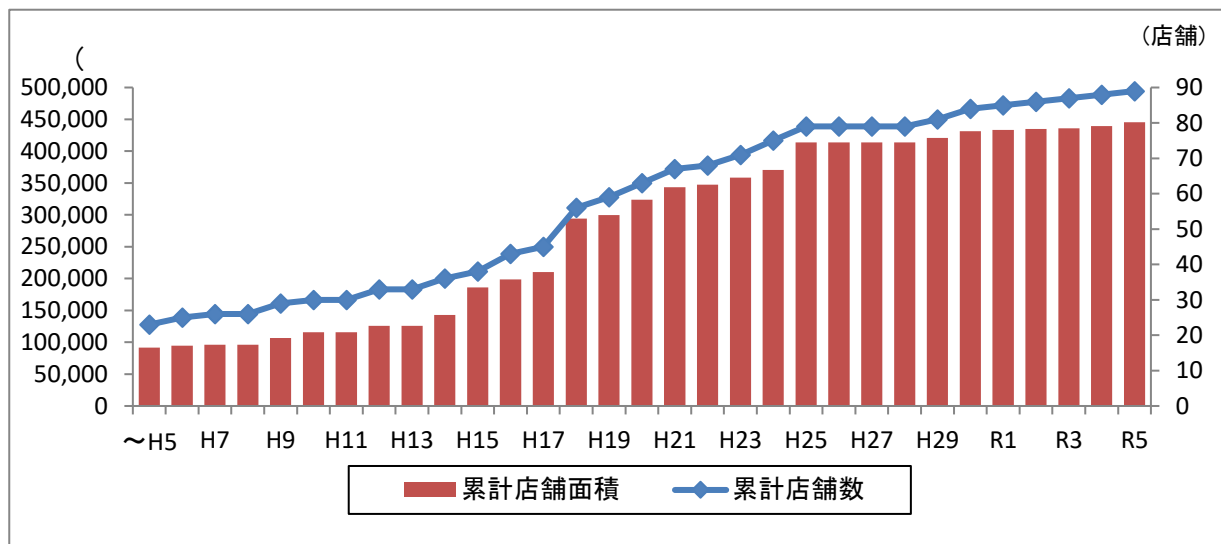
※ 平成11年から16年までの統計データは旧玉山村の数値を含む。また、平成19年までの統計データと平成26年のデータは日本標準産業分類の第12回改定及び調査設計の大幅変更があり、数値の連続性がない。

※ 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年以降の数年間はほぼ横ばいの状況でしたが、平成29年以降は緩やかに増加しています。なお、大規模小売店舗立地法^{※11}上の大規模小売店舗数は令和5年10月1日時点で89店舗で、店舗面積の合計は445,675㎡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

ウ 盛岡市の商圏

平成 20 年度岩手県広域消費購買動向調査によると、本市の地元購買率は 97.2%となっています。また、「品目総合」について、58 市町村（地区）区分で各買い物地区の流入状況をみると、旧盛岡市には 53 地区からの流入が確認できます。また、旧盛岡市の商圏ウェイト指数（全回答（＝100）がそれぞれの買い物地区にどのように散らばったかの割合）は 25.2 で、県内最大の商業・人口集積地とした吸引力のある商圏が確立されています。

また、令和 3 年 3 月に復興支援道路盛岡宮古横断道路が全線開通し、盛岡宮古間が約 35 分（2 時間から 1 時間 26 分）短縮されました。それにより、交通量の増加や都市間バスが盛岡市の商業施設まで延伸されるなど盛岡の商圏の拡大がみられます。

表 9-2 商圏区分の現在人口
(R5. 12. 1 現在)

表 9 品目総合から見た盛岡市の商圏構造

商圏区分	市町村名	商圏内人口 A	商圏内世帯数 B	流入率 (吸引率) C	吸引人口 $A \times C / 100$	吸引世帯数 $B \times C / 100$
第 1 次商圏	盛 岡 市	298,954	123,640	97.2	290,583	120,178
	滝 沢 村	53,563	19,784	66.0	35,352	13,057
	川 井 村	3,097	1,327	43.2	1,338	573
	雫 石 町	18,595	6,065	39.9	7,419	2,420
	矢 巾 町	27,049	9,001	31.0	8,385	2,790
第 2 次商圏	八 幡 平 市	29,742	10,338	24.0	7,138	2,481
	岩 手 町	15,504	5,346	22.3	3,457	1,192
第 3 次商圏	紫 波 町	33,444	10,702	18.8	6,287	2,012
	葛 巻 町	7,462	2,892	17.2	1,283	497
	西 和 賀 町	6,909	2,513	13.7	947	344
第 4 次商圏	岩 泉 町	11,115	4,751	8.5	945	404
	一 戸 町	14,860	5,842	8.2	1,219	479
	釜 石 市	40,867	17,790	6.1	2,493	1,085
	宮 古 市	57,756	23,113	6.2	3,581	1,433
計		618,917	243,104	61.3	370,427	148,945
(前回)		(511,682)	(187,371)	(72.1)	(352,159)	(135,052)

注 1 人口、世帯数は平成 20 年 6 月 1 日現在（「岩手県毎月人口推計」県調査統計課）

注 2 計の流入率（吸引率）の欄は「平均流入率」（＝吸引世帯数の計÷商圏内世帯数の計）

資料：平成 20 年度岩手県広域消費購買動向調査結果報告書

市町村名	人口	世帯数
盛 岡 市	283,276	138,578
滝 沢 市	55,035	24,166
旧 川 井 村 ※	1,900	929
雫 石 町	14,849	6,401
矢 巾 町	27,313	11,080
八 幡 平 市	22,640	10,602
岩 手 町	11,251	5,347
紫 波 町	31,881	12,924
葛 巻 町	5,183	2,651
西 和 賀 町	4,599	2,208
岩 泉 町	7,857	4,124
一 戸 町	10,490	5,479
釜 石 市	29,939	15,739
宮 古 市 ※	44,570	21,797
計	550,783	262,025

※ 1 旧川井村の人口及び世帯数は令和 2 年国勢調査結果における宮古市の人口に占める旧川井村の人口から試算しています。

※ 2 宮古市の人口及び世帯数には上記 1 を差し引いた数値となっています。

資料：岩手県毎月人口推計

市民の購買傾向については、令和元年度全国家計構造調査によると、本市は自宅と同じ市町村での購入割合が、岩手県や全国と比較しても高く、市内で買い物が完結できる環境が整っていることが推察されます。

表 10 地域別消費支出の状況

地 域	消費支出 合計 (円)	自宅と同じ市町村		自宅と同じ都道府県 内の他の市町村		他の都道府県	
		金額 (円)	合計に占 める割合 (%)	金額 (円)	合計に占 める割合 (%)	金額 (円)	合計に占 める割合 (%)
全 国	142,438	99,080	69.6%	28,611	20.1%	14,747	10.4%
岩手県	152,795	115,270	75.4%	26,758	17.5%	10,767	7.0%
盛岡市	133,013	119,458	89.8%	6,571	4.9%	6,984	5.3%

全国家計構造調査 令和元年度 より作成

エ ネットショッピングの現状

令和4年の家計調査によると、令和4年のネットショッピングの利用世帯の割合は52.7%となっており、増加傾向にあります。

また、令和4年のネットショッピングの世帯当たりの月額の利用平均額は20,810円となっているほか、その内訳をみると、食料が最も高く22.3%と最も高く、次いで旅行関係費が14.5%、衣類・履物が10.8%、家電・家具が8.0%となっています。

図8-1 ネットショッピング利用世帯の割合の推移（全国、二人以上の世帯）

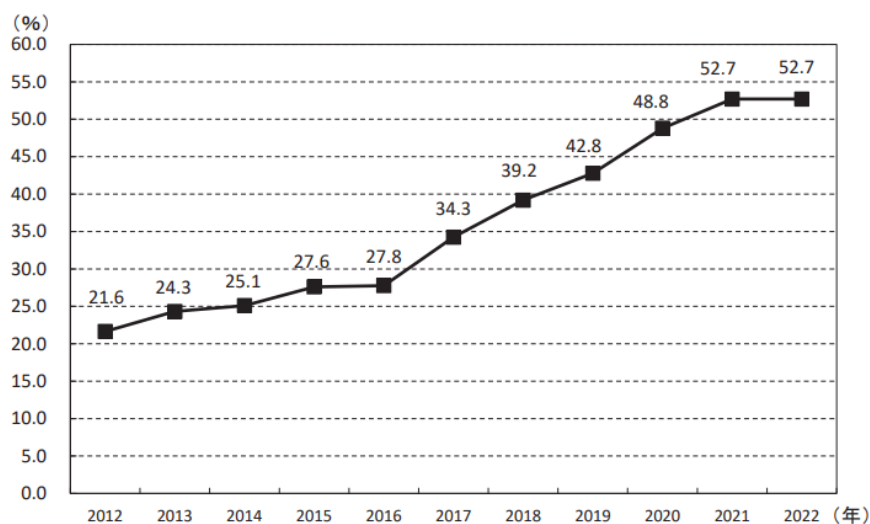
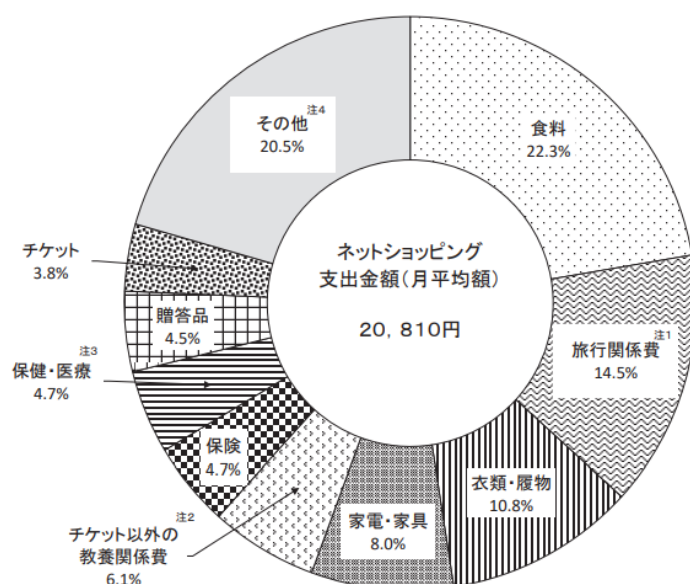


図8-2 ネットショッピングの支出割合（全国、二人以上の世帯、令和4年）



出典：総務省「2022年（令和4年）家計調査 結果の概況」

3 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、令和4年度の法人市民税課税事業者を中心に、市内で事業活動を行う商業・サービス業の事業所を対象として、経営課題等についての考え方等を確認する「中小企業者等の経営実態調査」を実施しました。アンケート調査の全項目については、6 資料編に掲載しています。

なお、当該調査については、令和4年度の調査時点における経営実態を把握したものであり、当該調査の実施以降における社会情勢の変化が及ぼす経営実態への影響については、考慮されていないことから、市経済企画課において実施している市内事業者向けのウェブアンケート調査及び企業訪問調査での聞き取り内容の結果を反映させることにより、調査分析の内容を補完することとします。

<アンケート調査の実施概要>

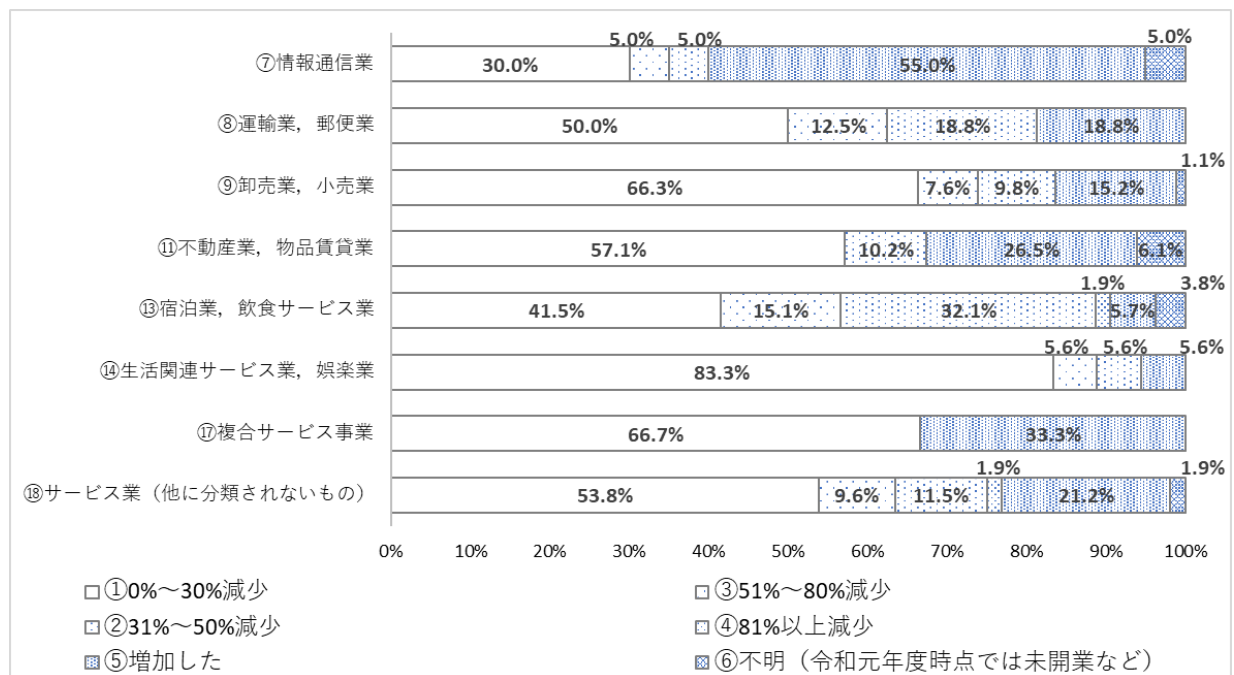
目的	盛岡市内に立地する卸売業、小売サービス業等を対象とし経営状況、事業環境、経営課題、新規創業、商店街への関わり等に関する状況を把握すること
対象	盛岡市内の情報通信業、運輸業、郵便業、卸売業、小売業、不動産業、物品賃貸業、宿泊業、飲食サービス業、生活関連サービス業、娯楽業、複合サービス事業、サービス業（他に分類されないもの）
実施時期	令和4年（2022年）10月から令和5年（2023年）1月まで
周知方法	・広報もりおか記事掲載 ・対象事業者約6,000者（※1、2、3）に対するダイレクトメール送付 ※1 令和4年度法人市民税課税事業者かつ盛岡市に本社を有する事業者 ※2 市経済企画課ウェブアンケート調査メーリングリスト登録事業者 ※3 盛岡商工会議所青年部メーリングリスト登録事業者 ・令和4年度もりおか企業エネルギーサポート給付金申請者約2,000者
回答方法	ウェブサイト入力による回答
回答数	555者（うち対象事業者の回答数303者）
備考	当該調査の結果を補完するために用いた情報やデータ等の根拠となる調査 ・市内事業者向けのウェブアンケート調査 ・市内事業者向けの企業訪問調査

(1) 事業所を取り巻く事業環境

ア 新型コロナウイルス感染症、原油・物価高騰の影響

- ・コロナ禍・物価高を受けて、回答者の約7割で売上高が減少し、約6割で営業利益の落ち込みが確認できましたが、回答者の2割程度は売上高の増加や営業利益の伸びが確認できました。
- ・売上高が減少している事業者は卸売業、小売業、建設業、宿泊業、飲食サービス業に多く、情報通信業や医療、福祉では売上高を伸ばしている事業者が他の業種よりも多く見られました。
- ・営業利益の増減の内部要因としては、新たな販売先・仕入先の確保が最も多く、外部要因としては、原料・燃料費・仕入単価の変動が最も多くなっています。

図9 業種ごとの売上への影響



イ 物価高騰への対応状況

- ・物価高により収益や資金繰りに影響がでているものの、コストを販売価格にほとんど反映できておらず、今後もほとんど反映できないと見込まれています。
- ・販売価格に転嫁できていない要因として、「売上減少への懸念」と回答する事業者が最も多くなっていますが、今後の対策として「販売価格の見直し」を考えている事業者も多いです。
- ・また、引き続き経費削減も続けるが、これまでとは異なり、人件費等の削減を考える事業者も増えている状況となっています。

図 10-1 原材料コストの状況

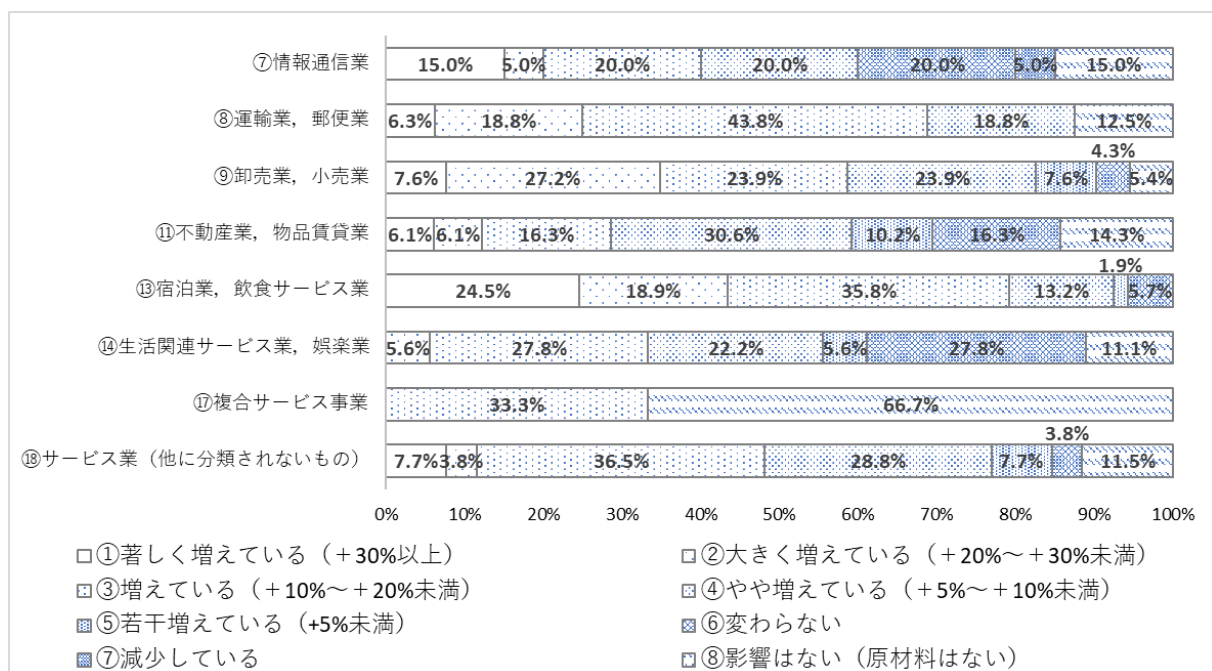
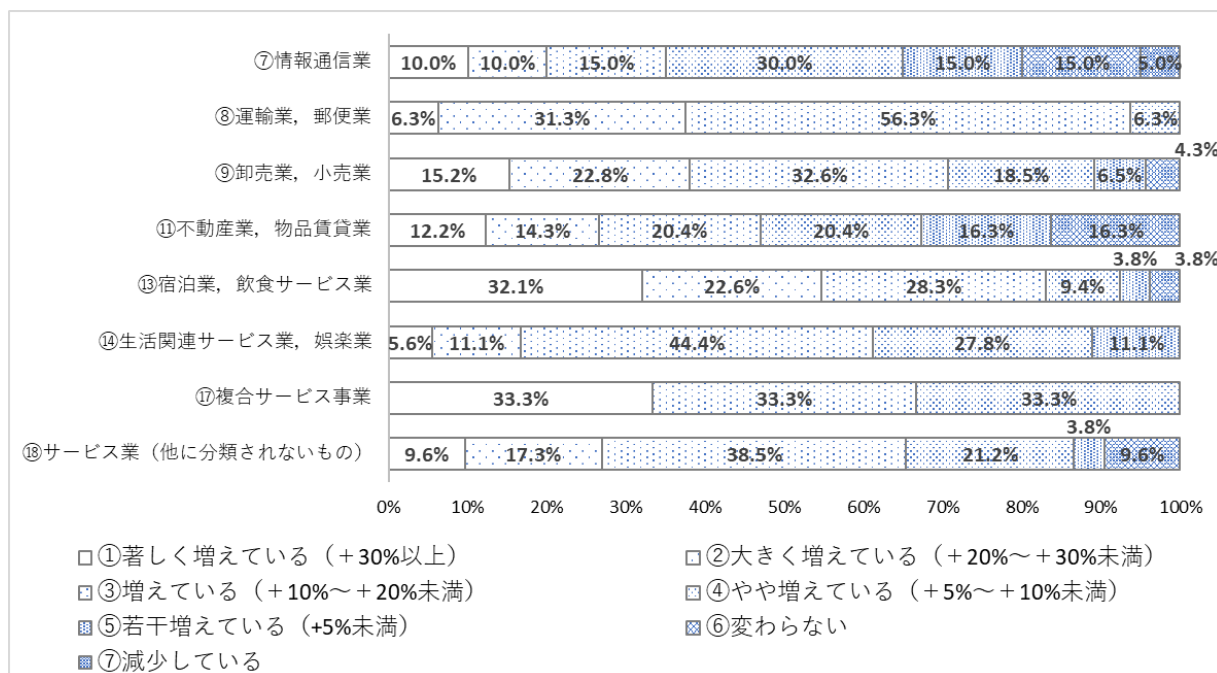


図 10-2 エネルギーコストの状況

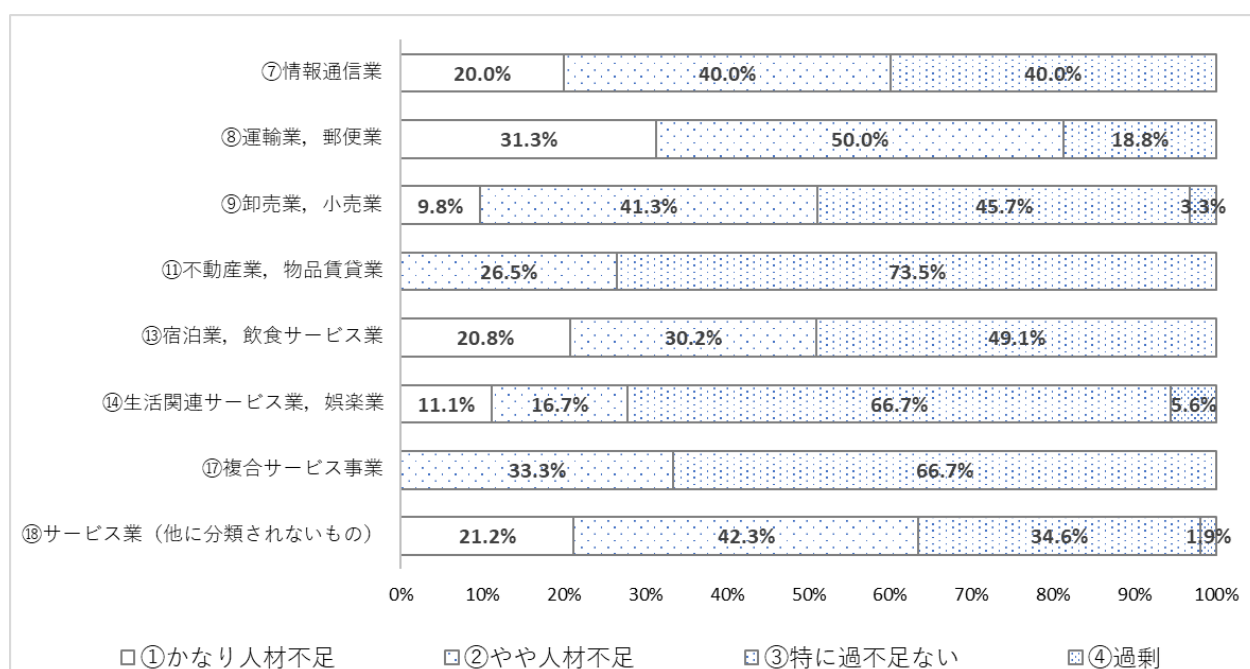


(2) 事業所が抱える経営課題

ア 従業員（ヒト）の現在の状況と今後の方針

- ・ 人員の過不足感は、正社員・非正社員ともに「特に過不足ない」事業者と「人材不足」の事業者で2分化されており、不足感は非正社員よりも正社員の方が大きくなっています。
- ・ 人材不足となっている業種としては、建設業、卸売業、小売業、医療、福祉と続きますが、卸売業、小売業、医療、福祉に属する事業者の半数程度は「特に過不足ない」との回答であり、同業種内でも2分化しています。
- ・ 人材の獲得状況は、「採用活動をしていない」という回答が最も多く、現時点で採用の必要性が生じていないことやコロナ禍や物価高で収益状況が厳しい中で、採用活動が困難な状況であることが想定されます。
- ・ 人材獲得面の課題としては、業種を問わず「待遇面での改善が必要」という回答が多く、「立地する地域に求めている人材がいない」、「産業や募集職種に対する魅力がPR出来ていない」という回答も多く見られました。
- ・ 今後、顕在化しそうな人材面での課題は、業種を問わず「採用方法の見直し」が挙げられており、「採用後の定着率向上」、「賃金の見直し」という回答も多く見られました。

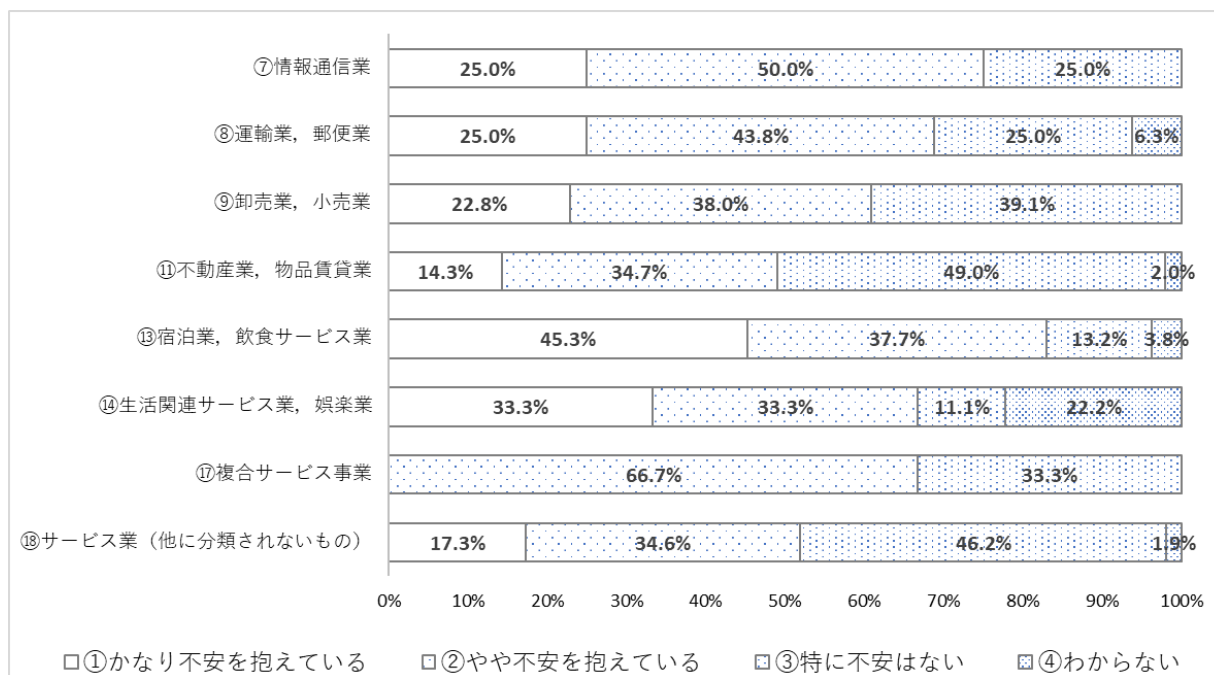
図 11 従業員の現在の状況（正社員）



イ 資金繰り（カネ）の現在の状況と今後の方針

- ・過去 1 年間の資金繰り状況としては「やや不安を抱えている」が最も多かったものの、将来的な資金繰り対策としては、「対策は必要ない」が最も多かった。政府系金融機関による特別貸付、給付金、補助金といったコロナ関連の各種経済対策により、手元資金を確保できている事業者も多いと考えられます。
- ・業種別には、卸売業、小売業、建設業、宿泊業、飲食サービス業で「不安を抱えている」という回答が多く、特に宿泊業、飲食サービス業は回答の 8 割以上が「不安を抱えている」に集中しており、コロナ禍・物価高で資金繰りに窮していると考えられます。
- ・将来的な資金繰り対策が必要な理由として、コロナ禍や物価高に伴う運転資金の不足が最も懸念されており、設備投資等よりもしのぎの資金需要が引き続き見込まれます。
- ・将来的な資金繰り対策として、公的支援策と民間サービスともに活用が見込まれていますが、対策を検討中の事業者も多く、コロナ禍や物価高の終息が見通せない中でどの程度資金繰り対策が必要か測りかねている事業者も一定程度存在しています。

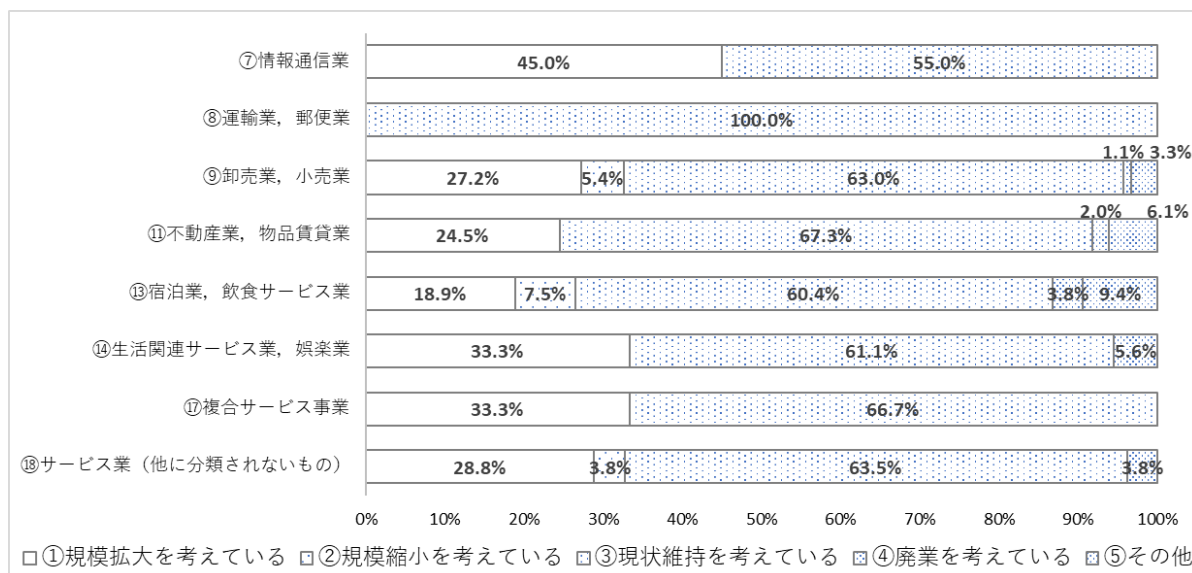
図 12 資金繰りの現在の状況



ウ 製品・商品や事業所（モノ）の現在の状況と今後の方針

- ・ 今後の経営の方向性について、現状維持を考えている事業者が多く、現状を維持することが難しい経営状況となっています。
- ・ また、販売面や新商品開発での経営課題を抱える事業者も多い状況です。
- ・ 現状維持が優先され、事務所や設備更新が進まず、積極的な設備投資が行われていません。

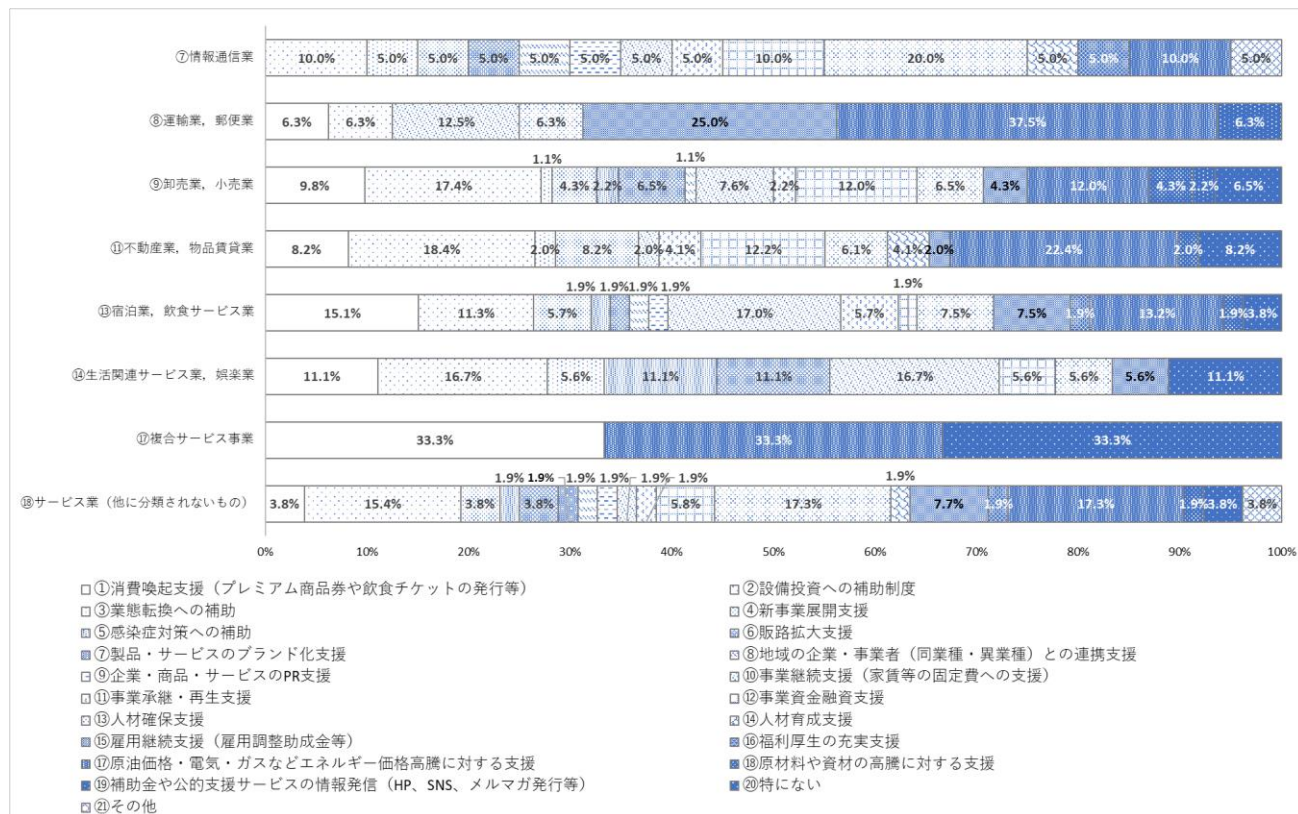
図 13 今後の経営の方向性について



(3) 市へ期待する施策等

- ・要望する施策として、エネルギー価格高騰に対する支援と回答する事業者が最も多く、設備投資への補助制度、人材確保支援、事業資金や固定費への支援という回答も多く見られます。

図 14 商業振興に関し市に期待する施策に対する回答（第 1 位）



4 地域経済循環分析

地域経済においては、中小事業者等の実態把握をすることに加えて、地域経済循環の観点から地域経済を俯瞰し、生産分配支出の各側面や各産業の動態、経済循環過程で生じる「移輸出入」や「所得移転」といった地域外との流出入を把握することが重要であるため、RESAS（地域経済分析システム）の地域循環分析データを活用し、盛岡市の地域経済の状況や中小事業者等がそれぞれ属している産業の特性等を把握することとしました。なお、地域経済循環システムデータの詳細については、6 資料編に掲載しています。

地域経済への要素別影響力ランキング

・地域経済における各要素の大きさを整理すると、盛岡の地域経済をけん引している産業は、小売、保健衛生、宿泊・飲食と考えられます。

図 15 地域経済への要素別影響力ランキングと産業の位置付け

	生産額 (規模)	事業所数 (競争力)	従業者数 (雇用力)	移輸出入 (稼ぐ力)	外部購入額 (波及力)
1位	保健衛生・社会事業	小売業	小売業	小売業	保健衛生・社会事業
2位	小売業	その他のサービス	保健衛生・社会事業	保健衛生・社会事業	建設業
3位	専門・科学技術、業務支援	宿泊・飲食	宿泊・飲食	専門・科学技術、業務支援	小売業
4位	金融・保険業	保健衛生・社会事業	その他のサービス	金融・保険業	専門・科学技術、業務支援
5位	建設業	卸売業	卸売業	公務	宿泊・飲食
6位	住宅賃貸業	建設業	建設業	教育	情報通信業
7位	情報通信業	住宅賃貸業	運輸・郵便業	金属製品	金融・保険業
8位	宿泊・飲食	専門・科学技術、業務支援	金融・保険業	宿泊・飲食	公務
9位	卸売業	その他の不動産業	教育	卸売業	その他のサービス
10位	その他のサービス	教育	専門・科学技術、業務支援	その他のサービス	食料品

【①地域をけん引する産業】
生産規模・雇用人数が多く、市外から所得を稼ぎ、波及力が大きい産業

- 小売業
- 保健衛生・社会事業
- 宿泊・飲食

【②地域の主要産業】
事業所数、従業者数はそこまではないが、生産額、稼ぐ力、波及力が大きい産業（①よりけん引力は劣る）

- 金融・保険業
- 専門・科学技術、業務支援
- 卸売業

【③地域外にも影響のある産業】
生産規模・雇用人数が多く、波及力が大きい、市外に所得が流出している産業

- 建設業
- 情報通信業

5 ビジョン（上半期）の振り返り

（１）アクションプラン取組状況

アクションプランは、毎年度進捗状況を「盛岡市商業振興推進会議」に報告し、進行管理を行っています。

平成 30 年度のアクションプランに掲載の 35 事業のうち、令和 3 年度までに 4 事業が終了し、現在は 31 事業を実施しています。計画策定後は、「A 計画どおり」と評価した事業が約半数の 17 件となっていました。令和 2 年度から 4 年度は 8～10 件に減少し、それとともに「C 計画どおり進んでいない」の事業が増加しました。これは、新型コロナウイルス感染症の拡大が事業に大きく影響したことによると考えられ、特に、観光分野やイベント実施に関係する事業に影響が強く表れています。ウィズコロナが定着し、大型イベントが再開された令和 4 年度には、「C 計画どおり進んでいない」の件数が減少し、「B ほぼ計画どおり」の件数が増加し、回復傾向が見られます。

表 11 アクションプラン掲載事業の評価

(単位 件数:件 比率:%)

評 価	平成 30 年度		令和元年度		令和 2 年度		令和 3 年度		令和 4 年度	
	件数	比率	件数	比率	件数	比率	件数	比率	件数	比率
A 計画どおり	17	48.5	16	45.7	10	28.6	8	22.9	8	22.9
B ほぼ計画どおり	17	48.5	15	42.9	13	37.1	15	42.8	19	54.3
C 計画どおり進んでいない	1	3.0	2	5.7	9	25.7	8	22.9	4	11.4
D 未着手	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
－ 事業終了	0	0	2	5.7	3	8.6	4	11.4	4	11.4
計	35	100.0	35	100.0	35	100.0	35	100.0	35	100.0

表 12 盛岡市商業振興ビジョン アクションプランの評価

基本方針	施策	アクションプラン	評価					担当課
			H30	R1	R2	R3	R4	
A 新規出店や新規創業への支援	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	B	B	A	B	B	ものづくり推進課
		2 まちなか出店促進事業（R1終了事業）	A	A	-	-	-	経済企画課
		3 空き店舗等活用調査研究事業	C	C	C	C	C	経済企画課
		4 新規創業ビジネスプラン支援事業	B	C	A	B	B	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例区域の設定	A	A	A	A	A	経済企画課
B イノベーションを見据えた経営力の強化への支援	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	B	B	B	B	B	経済企画課
		7 金融対策事業	B	B	A	A	A	ものづくり推進課
		8 盛岡市製造業及び情報サービス業市場開拓等事業	B	A	C	C	C	ものづくり推進課
		9 外国人観光客誘致推進事業	A	B	B	C	B	観光課
		10 中小企業生産性向上支援事業	B	B	A	B	B	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	2 新たな分野や成長分野への取組の支援	11 中小企業事業承継支援事業	B	A	C	B	B	経済企画課/ものづくり推進課
		12 産学官連携推進事業	B	B	B	B	B	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	A	A	B	B	B	経済企画課/ものづくり推進課
		14 まちなかマッチング事業（H30終了事業）	A	-	-	-	-	経済企画課
		15 盛岡特産品ブランド認証事業	B	B	B	B	B	ものづくり推進課
D 商店街やエリアの魅力向上への支援	2 農工商連携による新商品・サービス開発の促進	16 盛岡の食材プロモーション事業	B	B	B	B	B	農政課
		17 食と農のバリエーションアップ推進事業	B	B	B	B	B	農政課
		18 観光客誘致宣伝事業	A	A	B	B	B	観光課/ものづくり推進課
		19 盛岡三大趣普及事業	A	A	B	B	B	経済企画課
		20 「ゆかたのまち盛岡」推進事業	A	A	C	C	B	経済企画課
E 企業の人材獲得への支援	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	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	B	B	C	C	C	経済企画課
		22 盛岡市商店街連合会への補助事業	A	A	B	B	A	経済企画課
		23 商店街等魅力強化支援事業	B	B	C	C	C	経済企画課
		24 MICE（マイス）誘致推進事業	B	B	C	C	B	観光課
		25 祭り・イベント振興事業	A	A	C	C	B	観光課
F 企業の人材獲得への支援	4 地域共通ポイント発行事業	26 観光施設整備事業	A	A	B	A	A	観光課
		27 商店街活性化条例に基づく商店街加入促進	B	B	B	B	B	経済企画課
		28 「映画の街盛岡」推進事業等	A	A	C	A	A	経済企画課
		29 買い物弱者対策事業	A	A	A	B	B	経済企画課
		30 地域共通ポイント発行事業	B	B	A	A	A	経済企画課
G 企業の人材獲得への支援	5 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	31 U10ターン就職支援事業（R2終了事業）	B	B	B	-	-	経済企画課
		32 もりおか就職面談会の開催	A	A	A	A	B	経済企画課
		33 高校生就職フォローアップ事業	A	A	A	A	A	経済企画課
		34 高校生等地元定着支援事業（H30終了事業）	A	-	-	-	-	経済企画課
		35 新社会人就職定着支援事業	A	A	A	A	A	経済企画課
		重点事業						

重点事業

(2) 目標指標

「商業・サービス業の事業所数」は最新値（令和3年度）では目標値を下回っています。業種ごとにみると、卸売業・小売業、宿泊業・飲食サービス業が大きく減少しており、新型コロナウイルス感染症による影響が出ているものと推測されます。一方、「1企業あたりの商業・サービス業の企業売上高」は最新値（令和3年度）では目標値を上回っています。企業売上高全体ではビジョン策定時（平成26年）からは7.3%の増となっていますが、事業所数が7.1%減少していることにより、1企業あたりの企業売上高が増加となっており、企業規模が拡大していることが考えられます。

表 13 目標指標及び進捗状況

	指 標	ビジョン策定時	→→→	最 新 値	目 標 値 【令和9年度】
ア	商業・サービス業の事業所数 (経済センサス(総務省))	10,795 事業所 【平成26年】	10,421 事業所 【平成28年】	9,529 事業所 【令和3年】	9,782 事業所
イ	1企業あたりの商業・サービス業の企業売上高 (経済センサス(総務省))	185,175 千円 【平成26年】	199,022 千円 【平成28年】	213,826 千円 【令和3年】	185,175 千円

(3) 基本方針ごとに把握する指標

- ・「市インキュベーション施設^{※12}の稼働率」はビジョン策定時から継続して約8割の稼働となっています。
- ・「開業率」と「廃業率」は、ほぼ同数で推移していますが、新型コロナウイルス感染症の拡大初期には廃業率が上昇していることから、影響を受けた業種で廃業があったことが考えられます。一方、開業率も増加した時期が見られることから、事業所の新陳代謝が進んだものと考えられます。
- ・「中小企業人材育成支援事業の活用件数」は新型コロナウイルス感染症の拡大により活用がなかった年度もありますが、令和4年度に補助額を見直し、活用が進んでいます。
- ・「異業種交流における商談成立累計件数」は増加していますが、新型コロナウイルス感染症拡大期には、商談会の参加者数が減少したことから、年度ごとの成立件数は減少しています。
- ・「6次産業化^{※13}商品販売額」はビジョン策定時と比較すると、令和4年度では約5倍と大きく増加しています。
- ・「商店街魅力強化支援事業の活用件数」は新型コロナウイルス感染症の拡大により、商店街で対面形式での研修が見送りや中止となったことにより活用が進んでいません。
- ・「市内商店街会員数」は減少傾向にあります。会員の高齢化や商店街の解散に加え、新型コロナウイルス感染症の拡大の影響を受けた会員の廃業も要因となっています。
- ・「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」「大学卒業生の地元就職率」は、新型コロナウイルス感染症の拡大により、学生の地元就職志向が高まり数値が上昇しました。

表 14 基本方針ごとに把握する指標及び進捗状況

基本方針	指 標	ビジョン策定時	平成29 年度	平成30 年度	令和元年度	令和2 年度	令和3 年度	令和4 年度
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の稼働率（市調査）		77.7% 平成 28 年度	88.8	85.1	79.6	79.6	77.8	81.5
開業率（盛岡公共安定所管内） （盛岡公共職業安定所資料）		3.6% 平成 28 年度	3.6	3.7	3.4	3.8	3.2	2.8
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（市調査）		実績 なし	実績 なし	2	2	2	0	4
廃業率（盛岡公共安定所管内） （盛岡公共職業安定所資料）		3.6% 平成 28 年度	3.5	3.1	3.6	3.8	2.9	2.9
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累計件数（市調査）		43 件 平成 28 年度まで	76	110	120	124	127	135
6 次産業化商品販売額（市調査）		1,590 万円 平成 27 年度	2,052	3,941	4,676	5,454	6,829	7,533
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（市調査）		1 件 平成 28 年度	3	5	3	0	0	0
市内商店街会員数（市調査）		1,373 会員 平成 28 年度	1,351	1,331	1,313	1,306	1,259	1,223
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 （盛岡公共職業安定所資料）		65.0% 平成 28 年度	63.8	67.6	68.0	68.4	69.3	70.2
大学卒業生の地元就職率 （岩手労働局資料）		45.0% 平成 28 年度	43.6	43.1	41.9	43.4	44.9	41.0

※基本方針 C「6 次産業化商品販売額」のビジョン策定時の数値は 4 品目を対象とし、最新値は 7 品目を対象としている。

6 SWOT分析※1による課題整理

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）から商業振興の課題を抽出します。

（１） 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）

<供給側から見た強み>

- ・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。

- ・コロナ禍における商店街団体の体制強化

コロナ禍において、商店街団体の創意工夫のもと、飲食店と連携したイベントが開催されたほか、感染症の５類移行を受けて、街路を活用した商店街イベントが活性化するなど、商店街団体の企画力やイベントの執行体制が強化されている。

- ・地域カード（MORIO-J カード）及び MORIO Pay の普及

地域カード（MORIO-J カード）を起点とした地域経済循環型決済システム「MORIO Pay」が定着しはじめており、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。

- ・AI を活用した人流・交通分析システムの整備

中心市街地の人流・交通データが常時把握できることになったことから、MORIO Pay の決済データと組み合わせてマーケティング支援体制が整いつつあります。

- ・インランドデポを活用した海外への販路拡大

盛岡南地区に保税蔵置場を核とした輸出入取扱拠点があることから、この機能を活用した海外への販路拡大が期待されています。

<供給と需要、両側から見た強み>

- ・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。

- ・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。

- ・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。

- ・人の温かみが感じられ、文化的な感度が高い住民が居住

人の温かみが感じられ、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。
- ・デジタル化の促進や新しい生活様式の定着
感染症の感染拡大が長期化する中で、新しい生活様式としてテレワークや宅配サービスなど、デジタル技術を活用した新しい生活様式が定着しました。

＜需要側から見た強み＞

- ・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。
- ・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。
- ・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。

イ 弱み（内部要因）

＜供給側から見た弱み＞

- ・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。
- ・取引先情報や営業力の不足
「新規顧客開拓」や「営業力の向上」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たほか、仕入れ先を市内に求めるニーズがあるが、その情報を得る機会が少ないという声があります。
- ・後継者不足（経営者・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。
- ・新たな事業展開への余裕がない
アンケート調査での課題として、「新しい製品・商品・サービスの開発・展開」、「インターネット等を活用した情報発信・販売」、「マーケティング（広告・宣伝）」をあげる経営者が多くみられます。
- ・人材不足
アンケートでの課題として、「人材関連（人材獲得、人材育成）」や「待遇面での課題がある」をあげる経営者が多くみられます。
- ・地元企業の認知不足
地元企業の認知度が低い傾向が続いており、魅力ある職場として情報発信できていない。

- ・資金繰りへの不安

アンケート調査での課題として、コロナ禍における借入の返済が始まっていることから、資金繰りを不安にあげる経営者が多くみられます。

- ・価格転嫁による懸念（売上減少、経営の圧迫）

物価高騰において、価格転嫁を行うことで売上減少の懸念や、価格を維持することで、経営を圧迫することが懸念されています。

- ・商店街組織の縮小

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、事業内容や組織体制が縮小している商店街が見られます。

- ・製造事業者の不足、マッチング機会の不足

製品の企画・開発を行う事業者がある一方で、製品を製造できる事業者がいないことや、市内事業者間のマッチング機会が少ないことから、域外に発注せざるを得ないケースが見られます。

<供給と需要、両側から見た弱み>

- ・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ており、今後の跡地活用やこのエリアの一体的な開発が注目されています。

- ・中心市街地における公共交通などの都市機能の充実

中心市街地において、歩いて楽しめることや、公共交通の充実を求める声が多い状況にあります。

ウ 機会（外部要因）

<供給側から見た機会>

- ・交通網の充実や、グローバル化^{※14}等による商圏の拡大

道路の高規格化などによる交通網の充実による商圏拡大のほか、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圏拡大の見込みがあります。

- ・ペントアップ需要やインバウンド^{※15}需要による地域経済の活性化

感染症の拡大により物品購入やサービスの利用を控えていた国内外の消費者が、感染症上の位置付けが5類に移行したことにより一気に需要を満たそうとする行動（ペントアップ需要）が、地域経済の活性化につながることが期待されています。

- ・デジタル技術の活用に対する機運の醸成

感染症の感染拡大の長期化を経て、デジタル技術に一層の注目が集まり、技術活用に対する機運が高まっています。

- ・IT 関連事業者のオフィス需要の増加

デジタル化の進展やテレワークの定着に伴い、IT 関連事業者において、地方でのオフィス需要が高まっています。

- ・物流拠点としての機能充実

高速道路のインターチェンジが市内に2か所あるほか、インランドデポ機能を有する貨物ターミナルがあることから、物流事業者から用地確保のニーズがあるなど、物流拠点としての機能充実に期待されています。

- ・政府によるデジタル技術を活用した地方創生（まち・ひと・しごと創生）の動き

地方創生を推進するにあたり、デジタルの力で、地方の個性を活かしながら社会課題の解決と魅力の向上を図るデジタル田園都市国家構想が政府から示されており、これらの支援の活用により、効果的な施策の展開ができます。

<供給と需要、両側から見た機会>

- ・ニューヨーク・タイムズ紙「2023 年に行くべき 52 カ所」への選出

ニューヨーク・タイムズ紙が発表した「2023 年に行くべき 52 カ所」に、盛岡市がロンドンに次ぐ 2 番目に紹介されたことで、わんこそばなどの食文化や、若者が経営する飲食店や雑貨店などに注目が集まっています。

- ・SDGs の達成など、社会課題解決に向けた投資への期待

国際社会において、すべての人が働きがいのある人間らしい仕事をし、自然資源である環境を守りながら、持続可能な経済成長を進めることを目指すことなどが求められており、脱炭素化を含め、社会課題の解決に向けたビジネスモデルに対する投資への期待が高まっています。

<需要側から見た機会>

- ・大規模小売店舗（域外資本による）の立地

大規模小売店舗が立地することで利便性の向上が期待されます。

エ 脅威（外部要因）

<供給側から見た脅威>

- ・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。

- ・物価高騰の長期化

国際情勢が不安定な中で、エネルギー価格をはじめとする物価高騰が続いており、地域経済への悪影響が生じています。

- ・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

感染症の拡大によりインターネット商取引が一層普及したほか、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、人手不足が進行しています。

- ・大規模小売店舗（域外資本による）の立地

モータリゼーションの進展などの社会情勢の変化のほか、大規模小売店舗法の廃止などの規制緩和などにより域外資本による大規模小売店舗の立地が進むことで、域内資本の企業への影響が懸念されます。

- ・気候変動を発端とする気象災害による経済活動への影響

地球温暖化の進行により気象災害のリスクは高まっており、地域経済への影響が懸念されます。

<供給と需要、両側から見た脅威>

- ・パンデミックへの対応

不定期に発生するパンデミックに備え、その影響を受けやすい生活関連サービス業において事業継続計画を策定することや、産業と密接な関係にある文化の継承が途絶しない仕組みづくりなど事前の対策が求められます。

- ・人口減少による域内市場の縮小への懸念

人口減少により、小売業や生活関連サービス業などの域内市場が縮小することが懸念されます。

- ・公共交通網の維持

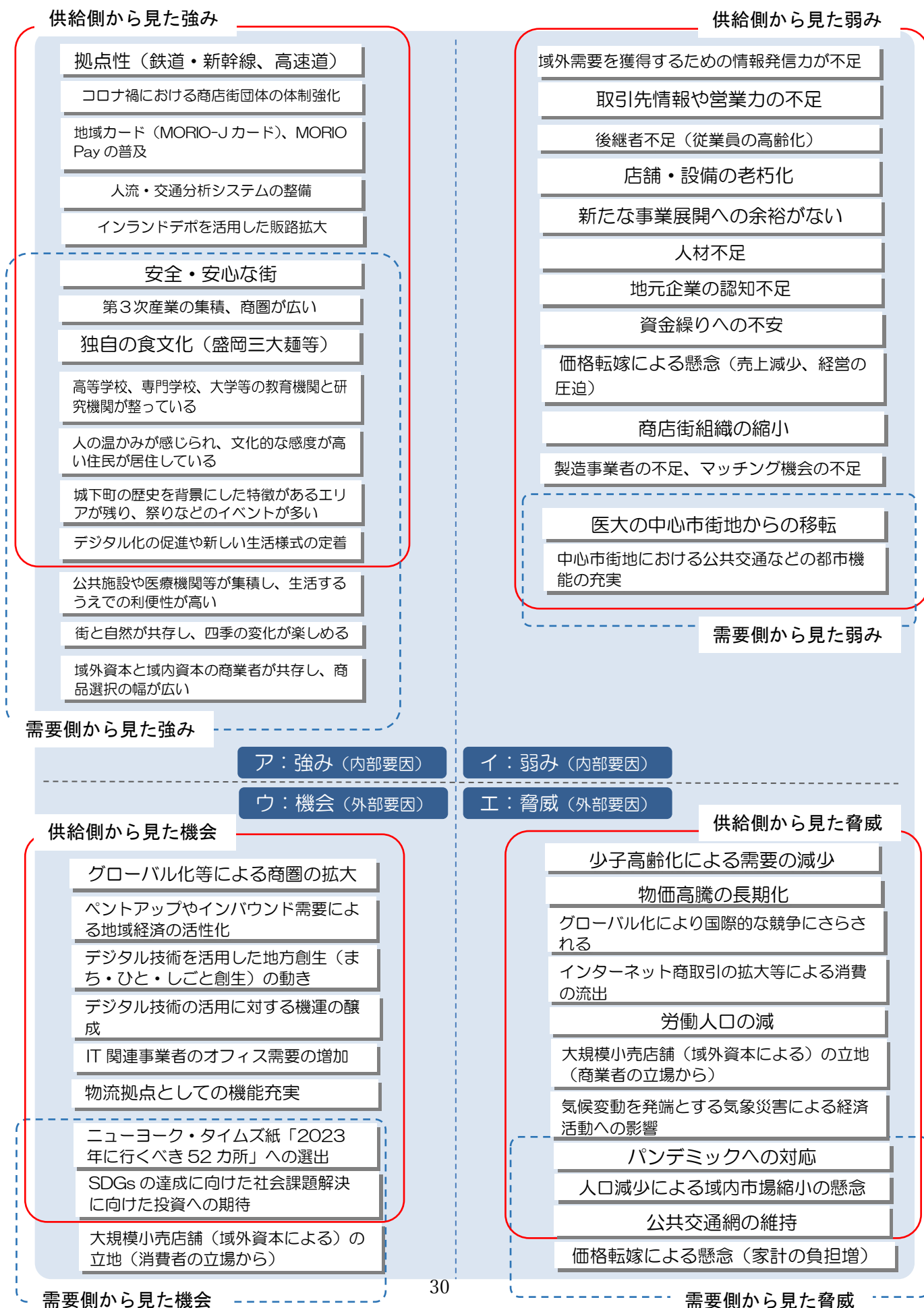
市民や観光客の買い物する機会の損失につながることを懸念されます。

＜需要側から見た脅威＞

- ・価格転嫁による懸念（家計の負担増）

物価高騰において、価格転嫁を行われることで家計の負担が増加することが懸念されています。

図 16 SWOT 分析による課題整理の概要



(2) 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る。
- ・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の不足を解消していく必要があるほか、新たな事業展開を行うことができる環境が求められています。
- ・販路を拡大し新規事業を展開するための取引先に関する情報や営業力が不足しています。
- ・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。
- ・市内事業者において企画された商品の製造が市外に発注されることがあり、地域経済の好循環に向けて、製造業者とのマッチングの機会などが求められています。
- ・商店街の組織の縮小が進むことにより、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

- ・ニューヨーク・タイムズ紙「2023 年に行くべき 52 カ所」に選出されたことで国内外の注目を集めています。
- ・インターネット商取引の更なる普及や脱炭素化・グローバル化に対応する必要があります。
- ・ペントアップ需要やインバウンド需要を市内経済の好循環につなげていく必要がある。
- ・政府によるデジタル技術を活用した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、物流拠点の整備など、域外需要の確保を図る必要があります。
- ・感染症の感染拡大が長期化する中で、デジタル技術に一層の注目が集まることで、技術活用に対する機運が高まっています。
- ・社会情勢の変化や規制緩和により大規模小売店舗の立地が進んだことで、商店街などの昔からの商業集積が衰退していくことが懸念されています。
- ・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。

7 中間見直しのまとめ

(1) 現状と課題分析のまとめ

現在の日本経済は、コロナ禍の3年間を乗り越え、改善しつつあるとされており、国においては、賃金や設備投資が上昇し、賃金と物価が好循環する「新たなステージ」へ移行することが求められています。一方で、長期化したコロナ禍において、ロシアのウクライナ侵攻に伴い、国際情勢が不安定な中で、エネルギー価格をはじめとする物価の高騰が継続している状況にあります。

また、少子高齢化の進行は、本市も例外ではなく、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のほか、物流業界における 2024 年問題や、インターネット

商取引の定着などグローバル経済の更なる成長といった経済環境の急激な変化は、今後も不確実性を増しながら、地域の中小事業者の経営環境を一層厳しいものとしていくことが予想されます。

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は、平成 26 年から令和 3 年にかけて 7.3% 増となっております。全産業に占める割合でみると、医療・福祉の企業売上高が増加したことにより、減少傾向にあるものの、令和 3 年においても約 51.5% と高い割合が維持されており、本市の経済成長を図る上で、重要な構成要素として考えていく必要があります。

また、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おり、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、厳しい経済状況に立ち向かっていく必要があります。

令和 4 年度に実施した「中小企業経営実態調査」によれば、経営課題として、「人材関連（人材確保、人材育成）」をあげる事業者が多く、その要因として、「待遇面の課題」や「地元企業の認知不足」が考えられます。また、新たな事業展開ができていないことのほか、経営者・従業員の高齢化が進行しておりその後継者が確保できていないなどがあげられており、これらの課題に対する継続的な支援が必要となります。

（２） 中間見直しのポイント

ア 文化的側面から見た商業・サービス業の評価

ニューヨーク・タイムズ紙において、商業・サービス事業者が、商品の販売やサービスの提供を行う経済的な側面に加えて、本市の魅力の 1 つである日常の生活に根付いた文化的な側面から評価されました。このことは、これまで掲げてきた目指す姿である「世間よし」からの評価につながるものであり、経済的な側面以外の視点からの価値を加えながら評価することでオリジナリティのあるまちづくりにつながることが期待できます。

イ デジタル化の促進やデータを活用したマーケティング支援など生産性向上に向けた支援体制の構築

コロナ禍においてネットショッピングが定着したほか、デジタル技術が急速に進展する中で、事業活動にデジタル技術を取り入れていくことが求められています。また、デジタル化が進む中で、データを活用したマーケティングが可能となっています。

一方で、商業・サービス事業者は小規模なケースが多く、人的・金銭的リソースを投じることが困難なケースがあることや、消費者ニーズの多様化や、伝える手段の多様化が進む中で、社会全体の情報が増加傾向にあり、顧客に伝わるための適切な情報発信が求められていることから、生産性の向上に向け、社会情勢の変化に対応した支援体制を構築していく必要があります。

ウ 本市の産業構造の強みを活かした地域経済の好循環の創出

商業・サービス業の割合が高いが、市内産業とのつながりが弱いことから、地域経済の循環効率が低い状況にあるため、市内産業とのつながりの機会を持つなど、地域経済の好循環を促進していくことが求められています。

エ 中間支援機関が集積する盛岡の特長を生かした支援体制の構築

盛岡市内には、盛岡商工会議所のほか、岩手県工業技術センターやいわて産業振興センターや、金融機関、税理士、中小企業診断士などの民間の専門的な支援機関が多数あります。また、盛岡広域でみると、大学などの研究機関もあることから、こうした機関が集積しているメリットを生かし、中小企業の相談窓口のハブ機能の充実を図るなど、事業者が抱える課題解決を支援するための体制を構築していくことが求められています。

オ 多様性や学び直し（リスキリング）など、人材確保に向けた対応

コロナ禍においてテレワークなど、場所に捉われない働き方を経験したことで、地方での働くことについて関心が高まっています。また、少子・高齢化や人口減少が一層進行する中で、地域事業者において労働力の確保が今後も課題となることが予想されることから、労働環境の変化や個人の価値観の多様化に対応していく必要があります。

また、市内での雇用の増加に向けて、不足している業務を担うことができる人材や、今後新たに発生する業務で役立つスキルや知識の習得できる人材を育成するための、学び直しの場の充実が求められています。

カ 不確実性が高い時代における中小企業振興のあり方の検討

経営者の高齢化による事業承継や人口減少による労働力不足、急速に進むデジタル化への対応など中小企業が個別課題に加えて、デジタルトランスフォーメーションや国際情勢による経済環境の変化など将来の見通しが予測しづらい現在において、地域経済・産業を支えている地元の中小企業者・小規模事業者が希望を持って事業活動に取り組むために、産業や分野を超えて相互に連携できることや、その担い手となる人材が育成される環境を整えることで、イノベーションの創出が起きやすい状態を創っていくことが求められています。

第3章 目指す姿と基本方針

1 目指す姿（将来像）

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。

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～**

2 基本方針等

（1） 基本的な考え方

これまでも、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、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組んできましたが、地元企業の創意工夫や自主的努力とともに、それぞれの企業のみならず、関係企業や支援機関など地域が一体となって、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より重要になっています。

また、人口減少・少子高齢化が進行する中で、人材の確保が一層困難になることが想定されることから、将来像の「売り手」における「働き手」の確保・育成に向けて、多様な人材が働くことができる企業風土がより重要になっています。

「目指す姿（将来像）」の実現に向けて、これまでの考えを踏襲しながら、不確実性の増した経済環境において、安定した事業経営を後押し、ポストコロナにおける地域経済のV字回復を図るため、本市として、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、多様な人材の確保・育成の支援することで地元定着に取り組みます。

また、商業振興ビジョンのアクションプランを進める中で、分野や業種を超えた中小企業振興策の在り方について、効果的な実施体制や支援策の体系化について検討してまいります。

(2) 5つの基本方針

以上のことを踏まえ、市では、地域経済の活性化と地域の持続的発展に向けて、今後も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。

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、街なかへの出店に対する支援を行うことで、中心市街地をはじめとする商業集積を維持・強化します。また、新規起業の掘り起こしに向けた取組を実施することで、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。また、産業や業種を超えた中小企業振興策により、商業・サービス業が集積している強みを活かした地域経済の好循環を図ります。

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

AI・IoT等の先端技術の活用や、民間企業との連携した新事業創出による地域課題解決などに取り組むほか、本市の商業・サービス業の文化的な側面を含めた魅力発信を支援するなど、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。また、地域経済の好循環の創出や成長分野等における企業育成に向けて、産業や業種を超えた中小企業振興策について検討します。

B-2 新たな分野や成長分野への取組の支援

IT技術活用、インバウンドやeコマースなどのほか、産業や業種を超えた中小企業振興策を検討しながら、企業の生産性を向上させる新たな成長分野への取組や、SDGsなどの社会課題を解決する取組を支援します。

B-3 事業者への事業承継に関する支援

企業サポート専門員の増員を図るなど、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^{※16}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。また、金融機関などの支援機関が集積している強みを活かし、市内企業の新事業展開を支援します。

C-2 農商工連携及び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とした農商工連携のほか、開発された商品が市内製造につながるなどの商工連携を図り、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^{※17}、研究機関等と連携することにより商品・サービスに加えて、本市の商業・サービス業の文化的な側面を含めた魅力発信を支援するなど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。また、本市の商業・サービス業の団体等が実施する文化的な側面の強みを活かした取組を支援します。

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制度の見直しを行いながら、祭りと連携したイベントや街路を活用した取組、エリア間の回遊性を高める取組の支援を強化するなど、エリア全体の魅力向上のほか、商店街団体等が実施する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

商店街団体が、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 地域アプリ等の活用による商店街やエリアの魅力向上への支援

地域カードや MORIO ペイのほか、人流・交通分析システムのデータの活用などにより、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の確保・育成への支援

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、優れた人材や、多様な人材を確保・育成するための支援を行います。

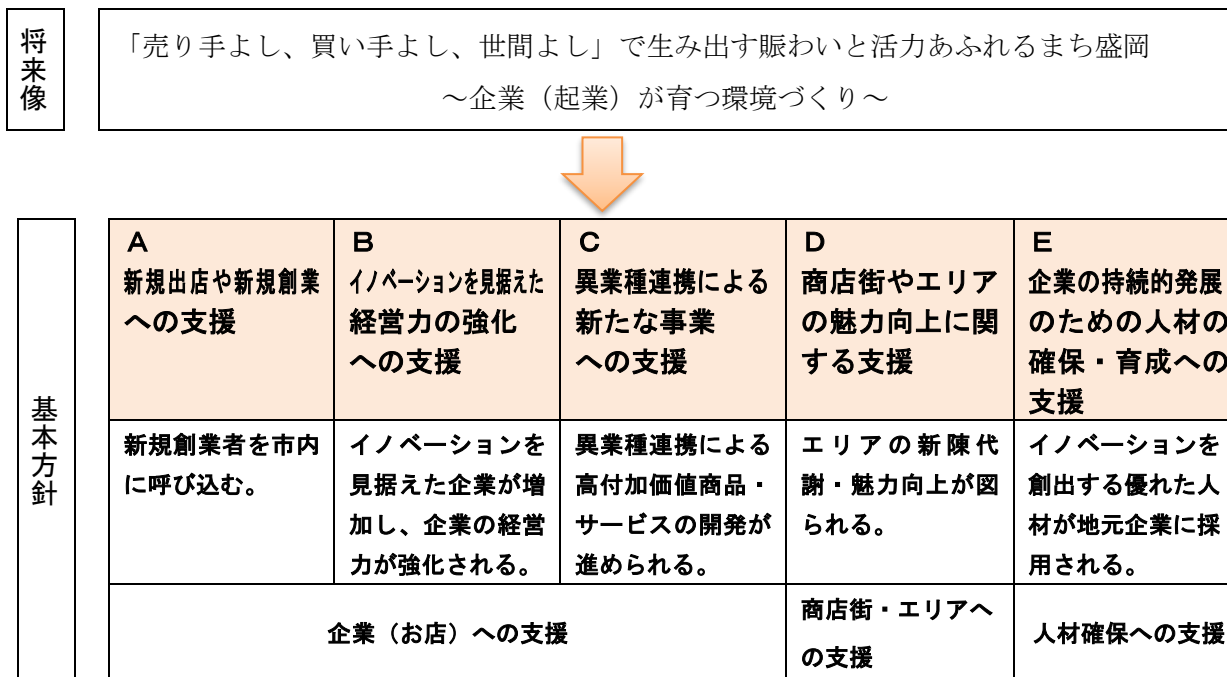
E-1 地元企業に向けた採用力強化のための支援

地元企業が多様な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のほか、新社会人の地元企業への定着・育成を支援します。

図 17 盛岡市の商業振興の体系図



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>

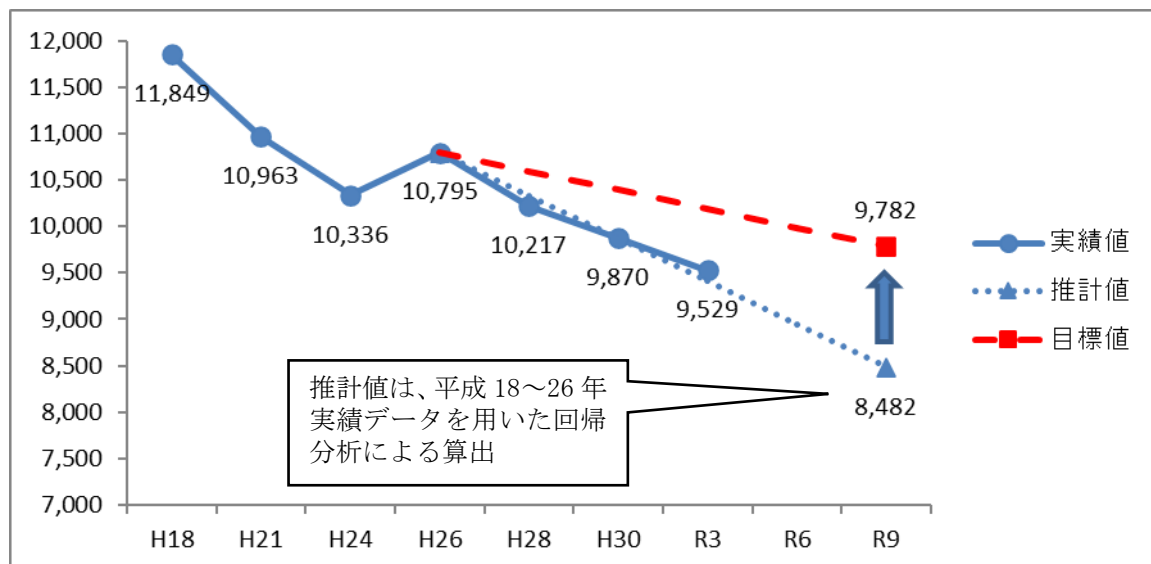
(1) 商業・サービス業の事業所数

商業・サービス業の事業所数は、平成18～26年実績データから令和9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、1年あたり減少数を100事業所にまで縮小させることを目指すこととし、ビジョン策定時における目標値は、9,782事業所としたものです。

ビジョン見直し時において、目標値を下回る実績値で推移していますが、ポストコロナにおける地域経済のV字回復を目指すものとし、ビジョン策定時（平成30年）の目標値は変更しないものとします。

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

図18 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）

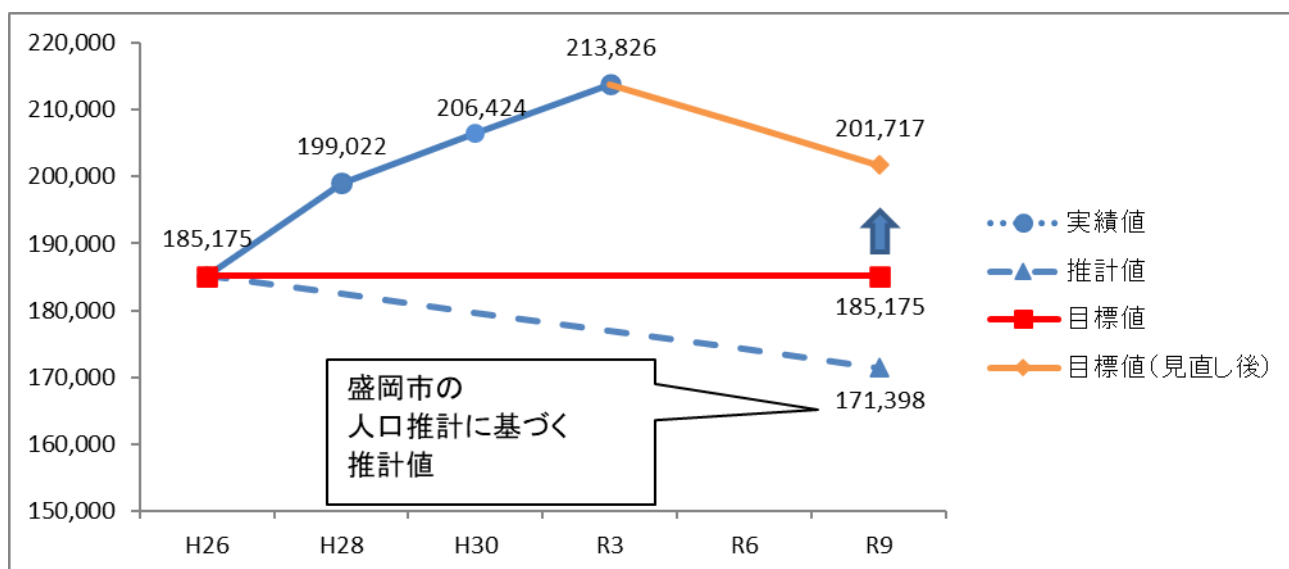
(2) 1企業あたりの商業・サービス業の企業売上高

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年の売上高を目指すこととし、ビジョン策定時（平成30年）における目標値は、185,175千円としたものです。

ビジョン見直し時において、目標値を上回る実績値で推移していますが、商業サービス業の売上高及び企業数の推移をみると、売上高が増傾向に、企業数が減少傾向にあります。このことから企業売上高と企業数の推移を勘案し、201,717千円に見直します。

現状値（平成26年）	目標値（令和9年）
185,175千円	201,717千円

図19-1 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）」

図19-2 商業サービス業の企業売上高（百万円）

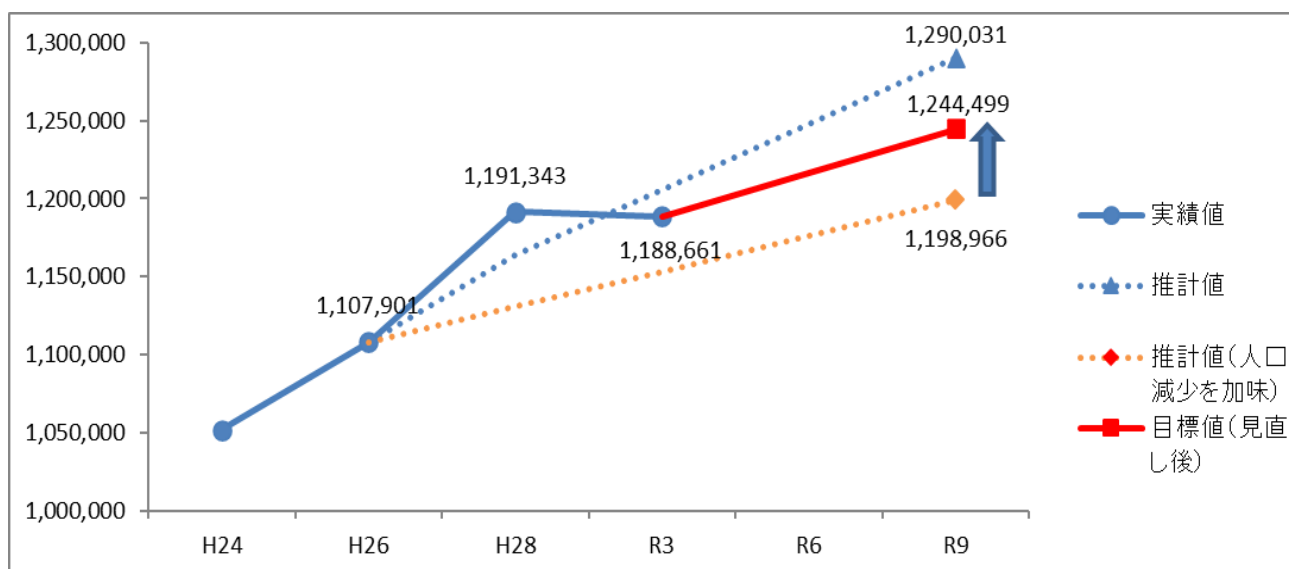
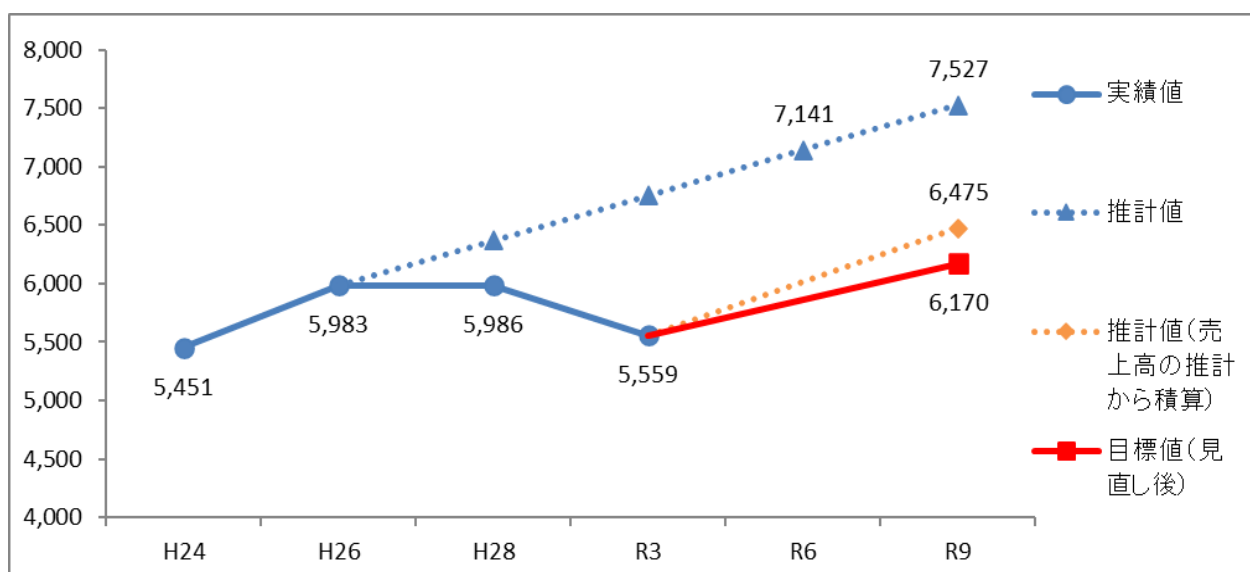


図 19-3 商業サービス業の企業数（事業所）



(3) 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 15 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の確保・育成への支援	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)	岩手労働局資料 (実施年 毎年)

※ 盛岡市商店街等指導講師派遣事業の実績値

第4章 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。

A 新規出店や新規創業への支援

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（○実施検討、◎実施、□改善、◇継続検討）									
1 起業家支援事業 ＜重点事業＞	盛岡市産業支援センター※18 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、起業家塾 for Beginner を開催する。また、「もりおか SDG s ファンド」などの起業家育成ファンドを組成し、経営面及び金融面の両面からの支援を行います。										
	実施 期間	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
		◎									
2 街なか出店等 促進事業 ＜重点事業＞	中心市街地の商店街の空き店舗に出店する事業者や、空き店舗や商業施設内において、チャレンジショップ等を運営しようとする事業者に対し、改装費や開業時の仕入に係る費用を補助します。 また、空き店舗を活用した短期のイベントを開催する事業者や団体、若しくは施設所有者に対し、事業実施等に係る費用等を補助します。										
	実施 期間	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
		◎ □	→ 終了				○				
3 空き店舗等活 用調査研究事業	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	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
		○	◎								
4 新規創業ビジ ネスプラン支援事 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	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
		○	◎								
5 大規模小売店 舗立地法特例区域 指定の継続 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指定の継続と円滑な運用について、県と連携しながら取り組みます。										
	実施 期間	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
		◎									

B イノベーション※2を見据えた経営力の強化への支援

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

アクションプラン	事業概要（○実施検討、◎実施、□改善、◇継続検討）										
6 中小企業人材育成支援事業 <重点事業> 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	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
	期間	◎									→
7 金融対策事業 担当課：ものづくり推進課	中小企業者の経営力強化を図るため、県融資制度等への保証料等補給を実施し、中小企業者への支援を行います。										
	実施	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
	期間	◎									→
8 盛岡市製造業及び情報サービス業市場開拓等事業 担当課：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	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
	期間	◎			□						→
9 盛岡 AI・IoTプラットフォーム事業 <新規事業> 担当課：ものづくり推進課	盛岡広域に集積するIT関連企業が持つAI・IoT等の先端技術と、製造業等のAI・IoT活用のニーズや課題のマッチングを図ることを狙いとし、未来技術にチャレンジする場として「盛岡AI・IoTプラットフォーム（マルチモノ盛岡）」を設置し、製造業等企業内のIT人材のリスクリング、モデル企業の行う実証実験への支援、及びサテライトオフィスの誘致によって異業種企業のネットワーク化を促進し、産業の高度化・高付加価値化を図ることにより高度IT人材の地元定着を推進します。										
	実施	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
	期間				◎				→	◇	
10 中小企業振興策事業 <新規事業> 担当課：経済企画課	中小企業振興に関する計画策定や、生産性向上に向けた施設整備など、中小企業振興策について検討します。										
	実施	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
	期間						○	→			
							中小企業振興策の検討				

アクションプラン		事業概要（○実施検討、◎実施、□改善、◇継続検討）									
11 商業・サービス業魅力発信事業 ＜新規事業＞ 担当：経済企画課	ニューヨーク・タイムズ紙で評価された本市の魅力ある商業・サービス業事業者を、グローバルな視点も含めて、多面的な魅力を再編集し、発信する機会等を確保することで、市内店舗の利用促進、回遊性の向上を図りながら、市民のみならず、県外やインバウンド需要の拡大に取り組みます。										
	実施	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
	期間							○			
12 新規事業創出による地域課題解決プロジェクト ＜新規事業＞ 担当：経済企画課	地方創生に関する包括協定などを締結している民間企業と連携し、企業版ふるさと納税などを活用した新規事業創出などによる地域課題の解決を図るための環境を整備するとともに、試行的な取組を実施します。										
	実施	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
	期間							○			

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（○実施検討、◎実施、□改善、◇継続検討）										
13 外国人観光客 誘致推進事業 ＜重点事業＞ 担当：観光課	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。 また、2023年1月にニューヨーク・タイムズ紙の「2023年に行くべき52カ所」に選定されたことから、さらなる受入態勢の整備や、海外への積極的なプロモーションを展開します。										
	実施	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
	期間	◎									
14 中小企業生産 性向上支援事業 担当：経済企画課／ ものづくり推進課	企業サポート専門員を配置し、中小企業の生産性向上を図る 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するなどにより、中小企業の経営を支援します。 また、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。(令和5年6月～令和7年6月中旬) 中小企業振興に関する計画策定や、生産性向上に向けた施設整備など、分野や業種によらない中小企業振興策について検討します。										
	実施	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
	期間	○	◎								

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（○実施検討、◎実施、□改善、◇継続検討）										
15 中小企業事業承継支援事業 ＜重点事業＞ 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	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
		○	◎			□					

C 異業種連携による新たな事業への支援

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（○実施検討、◎実施、□改善、◇継続検討）									
16 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	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
		◎									
17 金融機関等と連携した中小企業支援 担当：経済企画課／ものづくり推進課	金融機関や民間企業、団体と協定を締結することなどにより、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	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
		○	◎						□		

C-2 農商工連携及び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（○実施検討、◎実施、□改善、◇継続検討）									
18 まちなかマッチング事業 ＜重点事業＞	市内の小売店・飲食店等と県内の農畜産物・水産物の生産者のほか、商工連携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支援について検討します。										
	実施 期間	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
		◎ 終了							○		
19 盛岡ブランド品認定事業	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定することにより、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定商品を優先的に PR し、販路拡大を支援します。										
	実施 期間	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
		◎									
20 物産展等開催事業 ＜新規事業＞ ※他事業からの分割	市内においてももりおか味と工芸展を開催するほか、県外での物産展や盛岡デー（東京、沖縄）を開催するとともに、市内の工房・店舗を小さな博物館として指定するなど、県内外において伝統産業や特産品の販路拡大を支援します。										
	実施 期間	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
		◎									
21 盛岡の食材プロモーション事業	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、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）などの事業を実施します。										
	実施 期間	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
		◎ ◇									
22 食と農のバリューアップ推進事業	生産者、事業者、消費者が一体となった「美食王国もりおか」の発展に向け、盛岡産農畜産物への関心・愛着を醸成する魅力発信事業や異業種連携の支援などを行います。										
	実施 期間	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
		◎ □	◇						◇		

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（○実施検討、◎実施、□改善、◇継続検討）										
23 観光客誘致宣伝事業 <重点事業> 担当：観光課	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ことをめざし、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 期間	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
		◎	□					□			→
24 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 期間	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
		◎									→
25 「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 期間	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
		◎									→
26 「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	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
		◎									→

D 商店街やエリアの魅力向上に関する支援

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（○実施検討、◎実施、□改善、◇継続検討）										
27 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	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
		◎									
28 商店街等魅力強化支援事業 ＜重点事業＞ 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	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
		◎									
29 MICE（マイス）※19 誘致推進事業 担当：観光課	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	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
		◎									
30 祭り・イベント振興事業 担当：観光課	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	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
		◎									
31 観光施設整備事業 担当：観光課	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	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
		◎									

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（○実施検討、◎実施、□改善、◇継続検討）										
32 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	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
		◎									→
33 「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	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
		◎									→
34 買い物弱者対 策事業 担当：経済企画課、長 寿社会課	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	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
		◎									→

D-3 地域アプリ等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（○実施検討、◎実施、□改善、◇継続検討）										
35 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 カード及び MORIO Pay を利用した地域共通ポイントを付与します。										
	実施 期間	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
		◎		□							→
36 中心市街地基 礎調査事業 ＜重点・新規事業＞ 担当：経済企画課	AI を活用した人流・交通分析システムを整備し、中心市街地の人流を常時把握するとともに、地域おこし協力隊等を配置しながら、データを活用した商店街におけるイベント企画等を支援します。										
	実施 期間	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
						◎					→

E 企業の持続的発展のための人材の確保・育成への支援

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（○実施検討、◎実施、□改善、◇継続検討）										
37 学生等向け 就職情報イベント の開催 担当：経済企画課	学生等を対象に盛岡地域の企業や業界について学ぶイベントを開催し、若者と企業の接点を創出し、地元企業の認知度向上と人材の確保につなげます。										
	実施	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
	期間	◎					□	→			

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（○実施検討、◎実施、□改善、◇継続検討）									
38 高校生就職 フォローアップ事 業 ＜重点事業＞ 担当：経済企画課	盛岡広域管内の企業の情報やそこで働く従業員の声等をウェブサイトに掲載し、盛岡広域管内の高校生を主とした若者に向けて発信することで、高校生、県内進学者の地元就職や県外進学者のUターン就職の促進を図ります。										
	実施 期間	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
		◎									
39 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	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
		◎									

表-16 盛岡市商業振興ビジョンアクションプラン一覧（※網掛は「重点事業」番号太枠は「新規事業」）

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	街なか出店等促進事業	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支援事業	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例区域指定の継続	経済企画課
B イノベーションを見据えた経営力の強化への支援	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業市場開拓等事業	ものづくり推進課
		9	盛岡 AI・IoT プラットフォーム事業	ものづくり推進課
		10	中小企業振興事業	経済企画課
		11	商業・サービス業魅力発信事業	経済企画課
		12	新規事業創出による地域課題解決プロジェクト	経済企画課
	2 新たな分野や成長分野への取組の支援	13	外国人観光客誘致推進事業	観光課
	3 事業者への事業承継に関する支援	14	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
		15	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	16	産学官連携推進事業	ものづくり推進課
		17	金融機関等と連携した中小企業支援	経済企画課 ものづくり推進課
	2 農商工連携及び商工連携による新商品・サービス開発の促進	18	まちなかマッチング事業	経済企画課
		19	盛岡ブランド品認定事業	ものづくり推進課
		20	物産展等開催事業	ものづくり推進課
		21	盛岡の食材プロモーション事業	農政課
		22	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	23	観光客誘致宣伝事業	観光課
		24	盛岡三大麺普及事業	経済企画課
		25	「ゆかたのまち盛岡」推進事業	経済企画課
		26	「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に関する支援	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	27	盛岡市商店街連合会への補助事業	経済企画課
		28	商店街等魅力強化支援事業	経済企画課
		29	MICE（マイス）誘致推進事業	観光課
		30	祭り・イベント振興事業	観光課
		31	観光施設整備事業	観光課
	2 商店街等の地域コミュニティとの連携への支援	32	商店街活性化条例に基づく商店街加入促進	経済企画課
		33	「映画の街盛岡」推進事業等	経済企画課
		34	買い物弱者対策事業	経済企画課 長寿社会課
E 企業の持続的発展のための人材確保・育成への支援	1 地元企業に向けた採用力強化のための支援 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	35	地域共通ポイント発行事業	経済企画課
		36	中心市街地基礎調査事業	経済企画課
		37	学生等向け就職情報イベントの開催	経済企画課
		38	高校生就職フォローアップ事業	経済企画課
		39	新社会人就職定着支援事業	経済企画課

終了事業は 第6章資料編 に掲載しました。

第5章 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

(1) 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。

(2) 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。

(3) 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。

(4) 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。

(5) 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。

(6) 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。

(7) 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。

第6章 資料編

1 用語解説

※1 SWOT分析 [目次、P25、30]

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。

※2 イノベーション

[目次、P24、33～35、37、41、43、45、51]

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。

※3 中心市街地

[P1、25～27、30、34、35、42、49、51]

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、及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又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。

※4 e コマース [P1、27、35、44]

電子商取引 (electronic 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)

※5 盛岡市総合計画[P1～5]

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)から令和 7 年(2025 年)まで。

※6 盛岡市工業振興ビジョン[P2、3]

盛岡市の工業を取り巻く環境が大きく変化している状況を踏まえて、これまでの取組による成果や課題を振り返り、次の 10 年間で目指す姿 (将来像) と、それを実現するための基本方針や、具体的に取り組むためのアクションプラン等を定めたビジョン。第 2 期盛岡市工業振興ビジョンの計画期間は令和 5 年度から令和 14 年度まで。

※7 盛岡市観光推進計画[P2、3]

観光を取り巻く環境の変化に的確に対応しながら、盛岡の魅力や観光資源を支持するファンやリピーターを増やし、交流人口の増加を目指すとともに、観光産業の振興を通じて雇用の創出と地域経済の活性化につながる取組を総合的かつ効果的に推進するため策定した計画。計画期間は令和 2 年度から令和 6 年度まで。

※8 もりおか農業農村振興ビジョン[P2、3]

生産者、事業者、消費者、関係団体などとの間で連携・協働しながら、都市近郊型の農業と活力ある農村を実現するための施策を総合的かつ計画的に推進するための計画。計画期間は令和3年度から令和12年度まで。

※9 労働生産性[P8]

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となっている。

※10 開業率・廃業率[P9、23、24、41]

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。

※11 大規模小売店舗立地法[P10、42、51]

大規模小売店舗（店舗面積1,000㎡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規模小売店舗を設置する者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、小売業の健全な発達を図り、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年に制定されたもの。

※12 インキュベーション施設 [P23、24、41]

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。

※13 6次産業化 [P23、24、41]

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。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。

※14 グローバル化 [P27、28、30、31、35]

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。

※15 インバウンド [P27、30、31、35、44]

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)。

※16 農商工連携 [P35、36、46、51]

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。

※17 クリエイティブ産業 [P36]

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。

※18 盛岡市産業支援センター [P42]

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。

※19 MICE (マイス) [P48、51]

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。

※20 二次交通 [P48]

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 [P53]

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 中小企業者等の経営実態調査

＜アンケート調査の実施概要＞

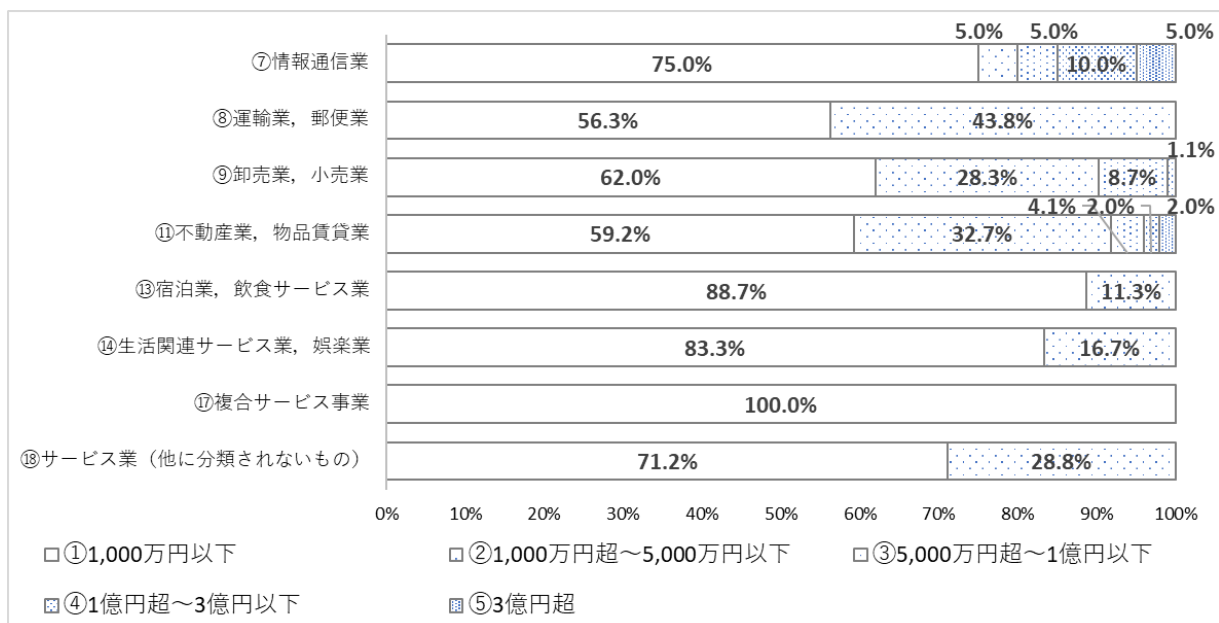
目的	盛岡市内に立地する卸売業、小売サービス業等を対象とし経営状況、事業環境、経営課題、新規創業、商店街への関わり等に関する状況を把握すること
対象	盛岡市内の情報通信業、運輸業、郵便業、卸売業、小売業、不動産業、物品賃貸業、宿泊業、飲食サービス業、生活関連サービス業、娯楽業、複合サービス事業、サービス業（他に分類されないもの）
実施時期	令和4年（2022年）10月から令和5年（2023年）1月まで
周知方法	・広報もりおか記事掲載 ・対象事業者約6,000者（※1、2、3）に対するダイレクトメール送付 ※1 令和4年度法人市民税課税事業者かつ盛岡市に本社を有する事業者 ※2 市経済企画課ウェブアンケート調査メーリングリスト登録事業者 ※3 盛岡商工会議所青年部メーリングリスト登録事業者 ・令和4年度もりおか企業エネルギーサポート給付金申請者約2,000者
回答方法	ウェブサイト入力による回答
回答数	555者（うち対象事業者の回答数303者）
備考	当該調査の結果を補完するために用いた情報やデータ等の根拠となる調査 ・市内事業者向けのウェブアンケート調査 ・市内事業者向けの企業訪問調査

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70.0%で最も多く、次いで「1,000万円超～5,000万円以下」が24.4%、「5,000万円超～1億円以下」が3.6%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2.0%に留まります。

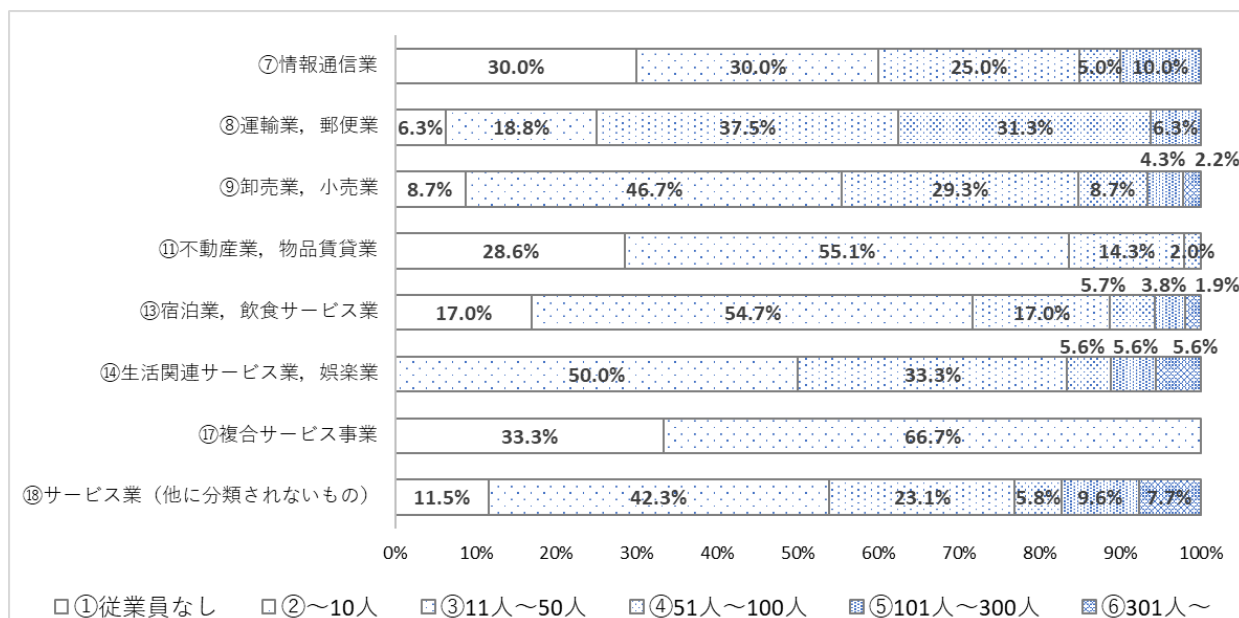
資料編 図1 資本金規模



(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「10人以下」が46.5%で最も多く、次いで「11人超～50人以下」が23.8%、「従業員なし」が14.9%となっています。
- ・従業員数が「10人以下」の事業所は、業種ごとには不動産業、物品賃貸業で55.1%、宿泊業、飲食サービス業で54.7%、生活関連サービス業、娯楽業で50.0%、複合サービス業で66.7%を占めています。

資料編 図2 業種ごとの従業員

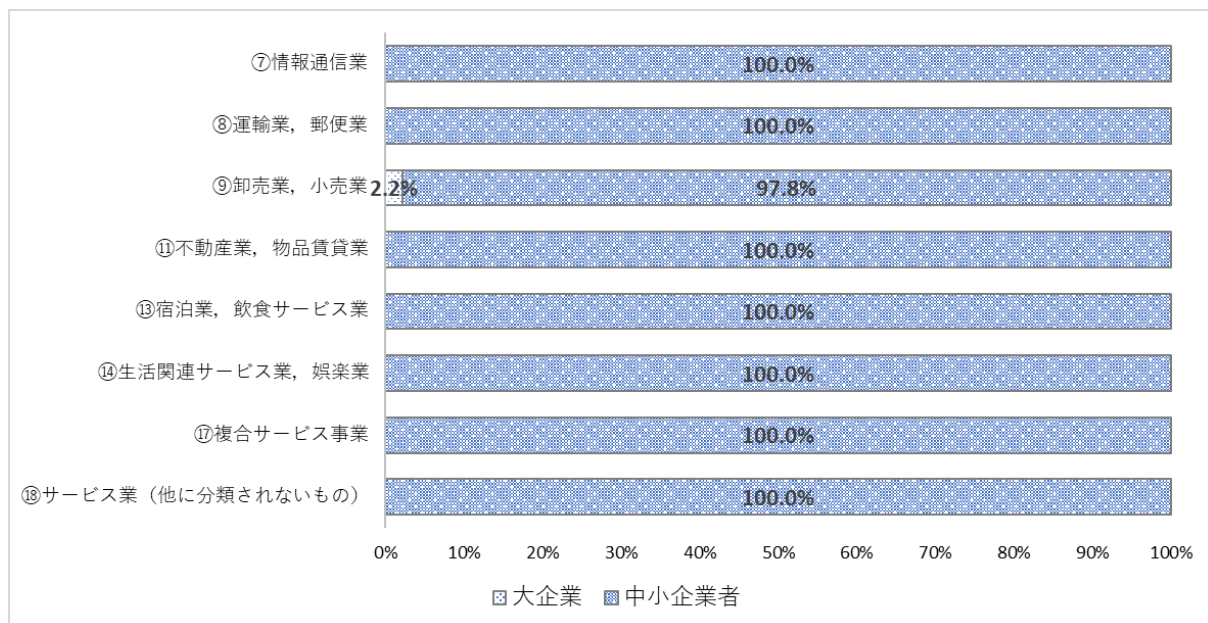


※ 端数処理により合計が100%にならない場合がある。

(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、サービス業全体のほとんどを中小企業者が占めています。

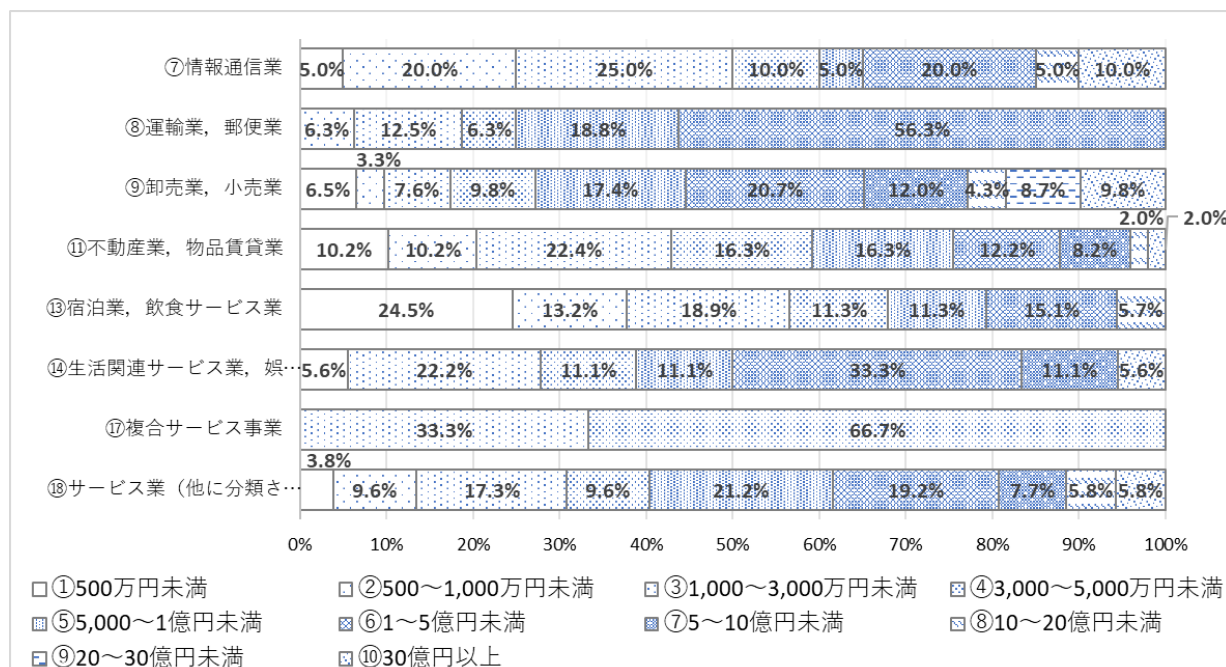
資料編 図3 業種ごとの事業所の規模



(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～5億円未満」が20.5%で最も多く、次いで「1,000万円～3,000万円未満」が16.2%となっています。
- ・業種ごとでは、売上が「5,000万円未満」の事業所の割合は、宿泊業、飲食サービス業、複合サービス業で高くなっています。

資料編 図4 業種ごとの売上高

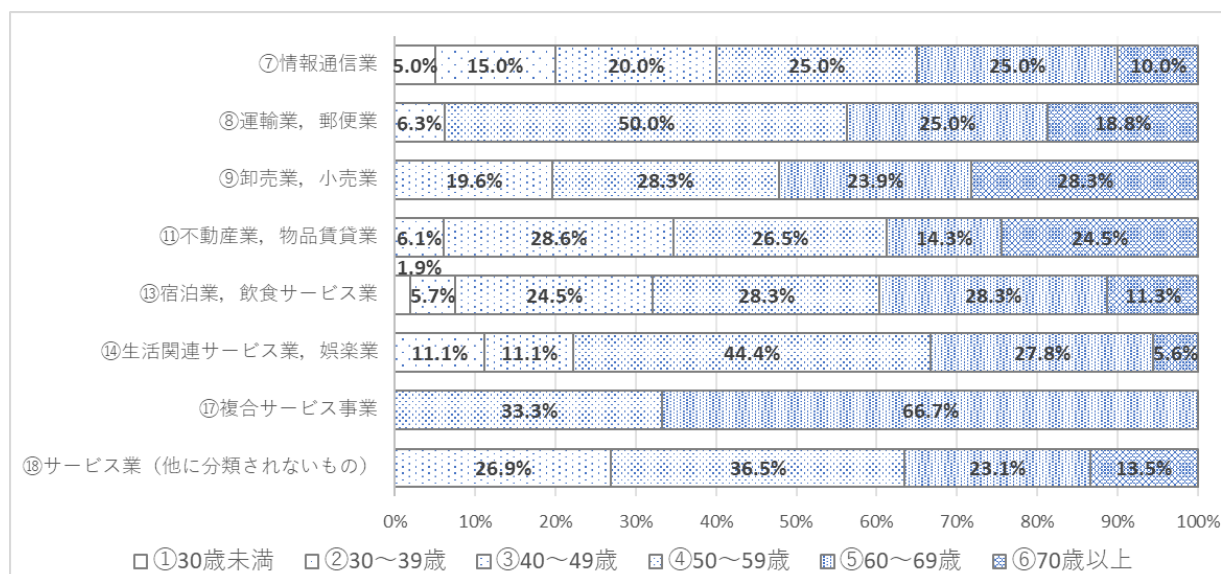


※ 端数処理により合計が100%にならない場合がある。

(オ) 代表者の年代

- ・回答した事業所で最も多い代表者の年代は、50代であり31.4%を占める。60代以上が約45%を占めており、うち、70代以上の代表者は18.8%となっています。

資料編 図5 業種ごとの代表者の年代



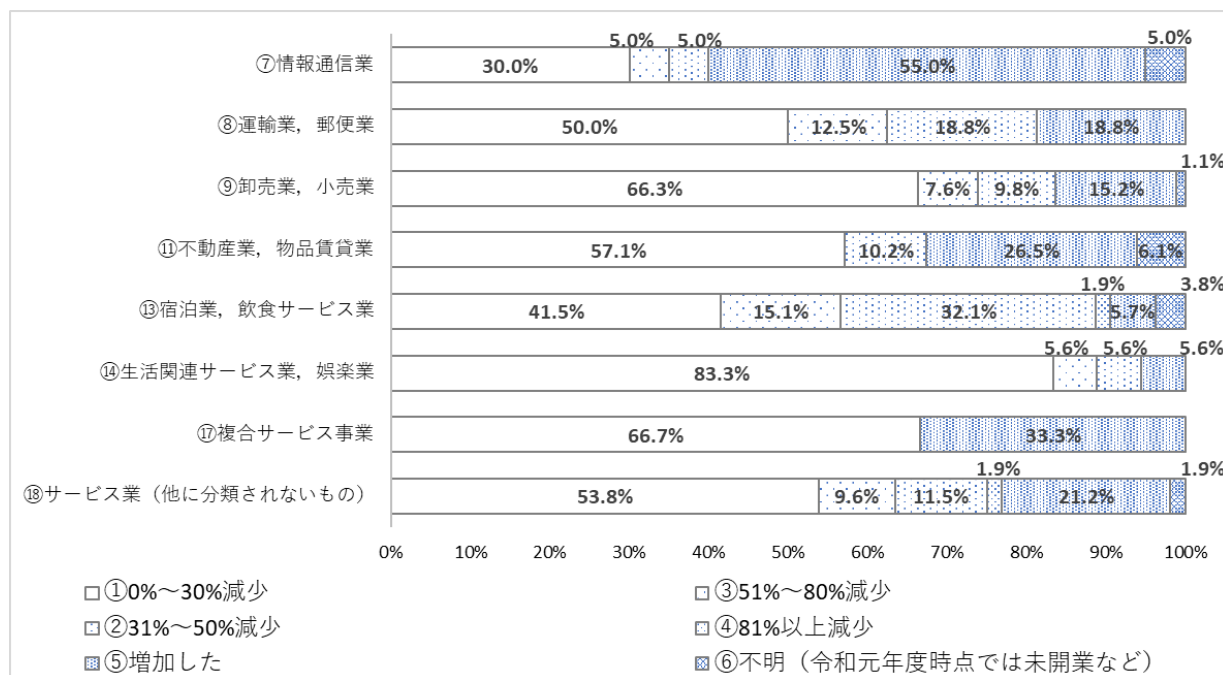
※ 端数処理により合計が100%にならない場合がある。

イ 事業所を取り巻く事業環境

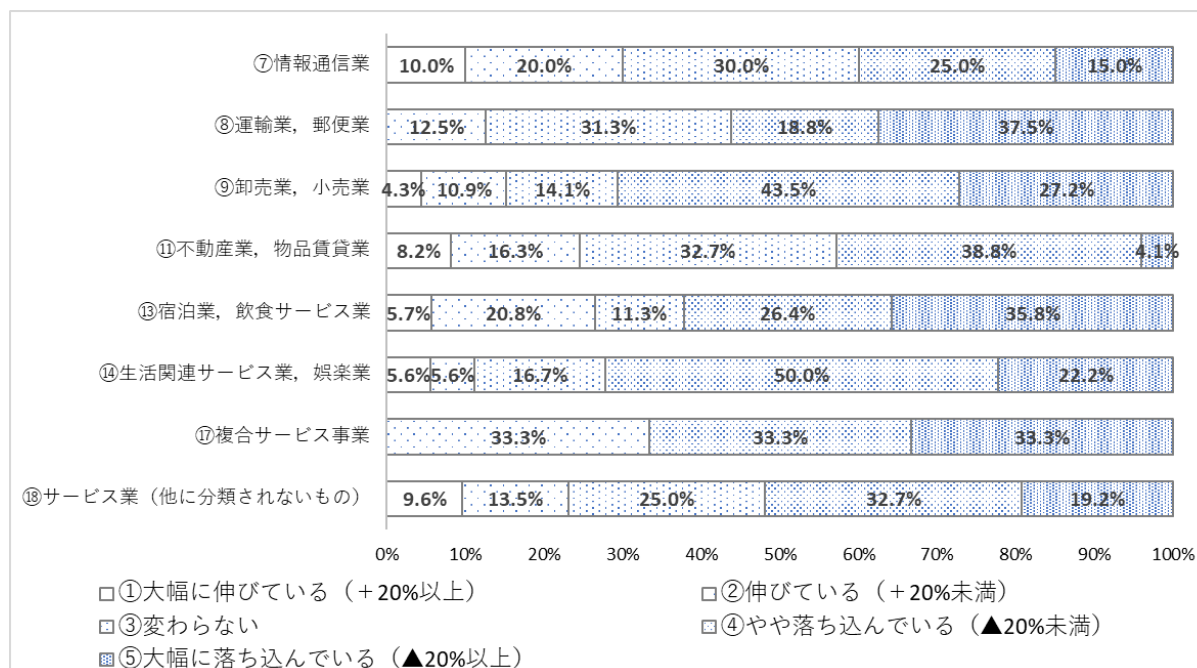
(ア) 新型コロナウイルス感染症、原油・物価高騰の影響

- ・コロナ禍・物価高を受けて、回答者の約7割で売上高が減少し、約6割で営業利益の落ち込みが確認できましたが、回答者の2割程度は売上高の増加や営業利益の伸びが確認できました。
- ・売上高が減少している事業者は卸売業、小売業、建設業、宿泊業、飲食サービス業に多く、情報通信業や医療、福祉では売上高を伸ばしている事業者が他の業種よりも多く見られました。
- ・営業利益の増減の内部要因としては、新たな販売先・仕入先の確保が最も多く、外部要因としては、原料・燃料費・仕入単価の変動が最も多くなっています。

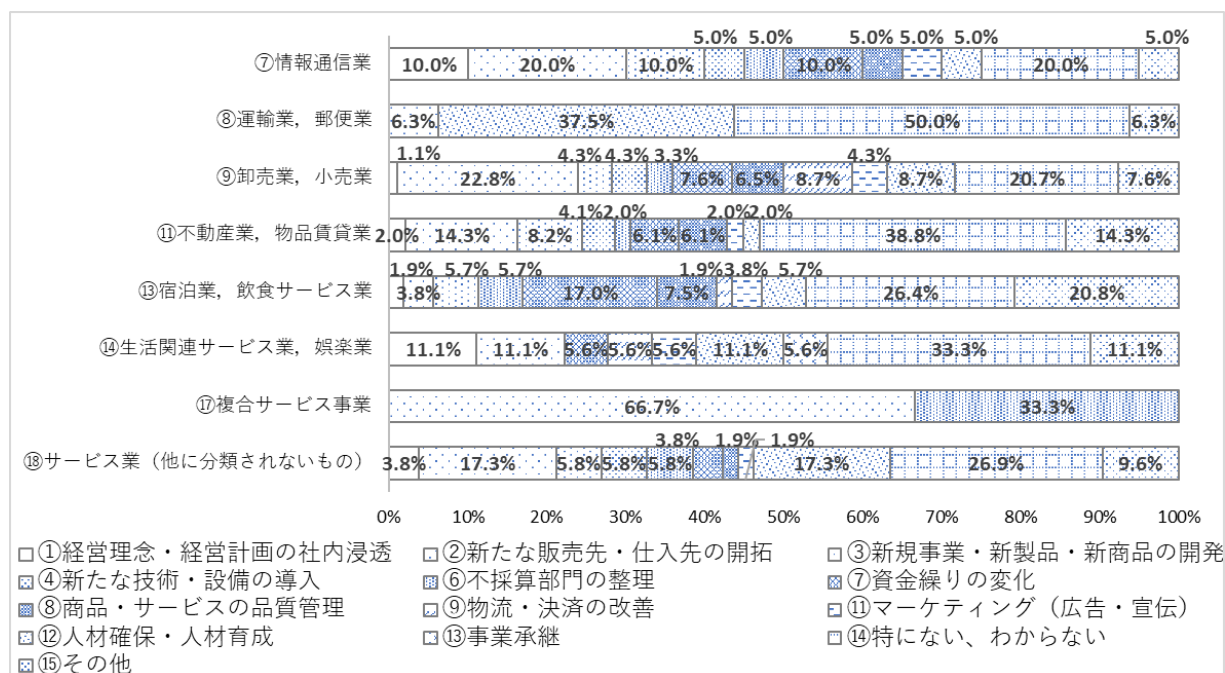
資料編 図6-1 業種ごとの売上への影響



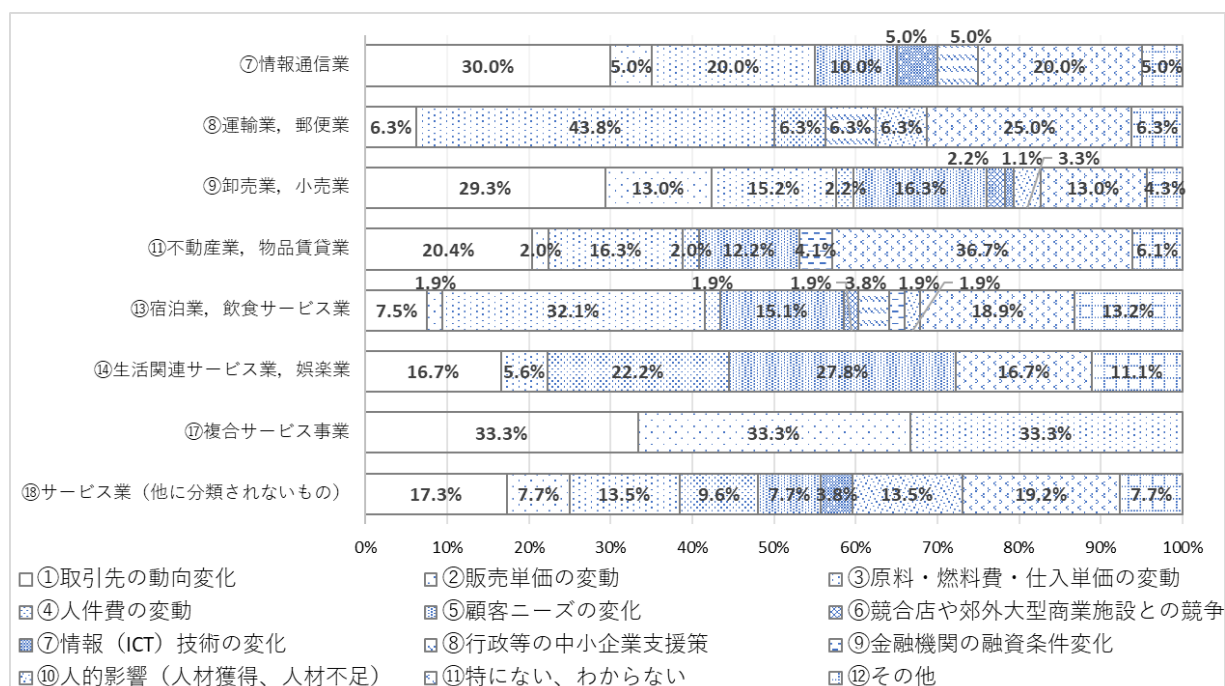
資料編 図6-2 業種ごとの営業利益への影響



資料編 図6-3 営業利益の増減の内部要因



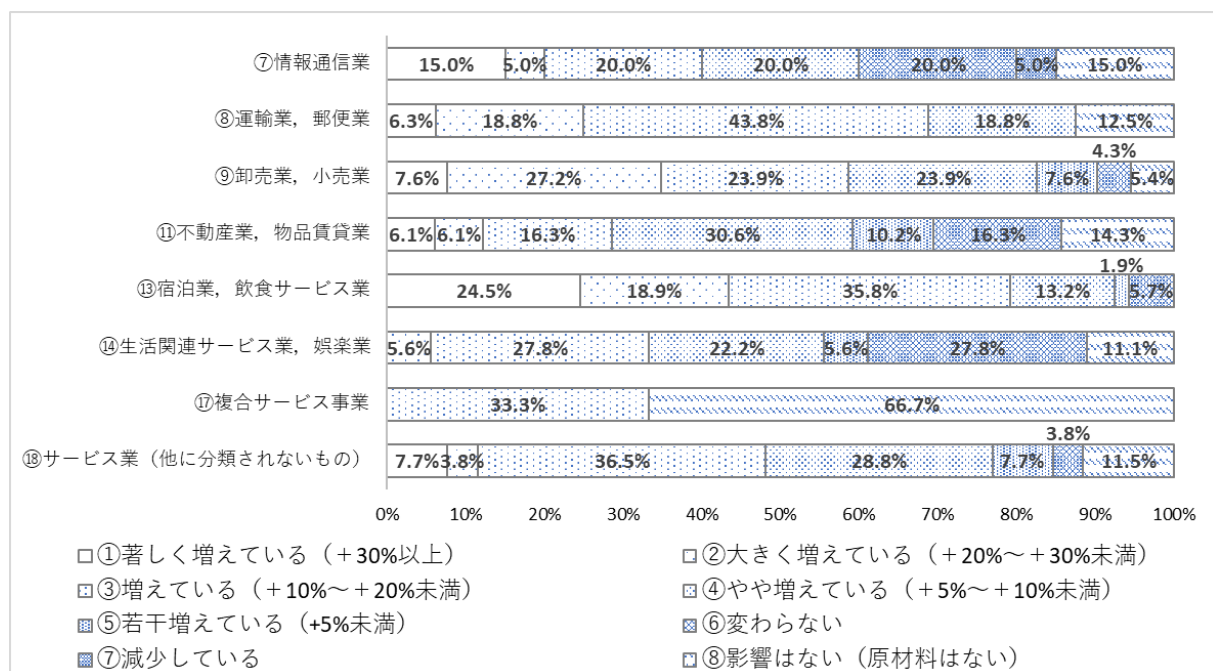
資料編 図6-4 営業利益の増減の外部要因



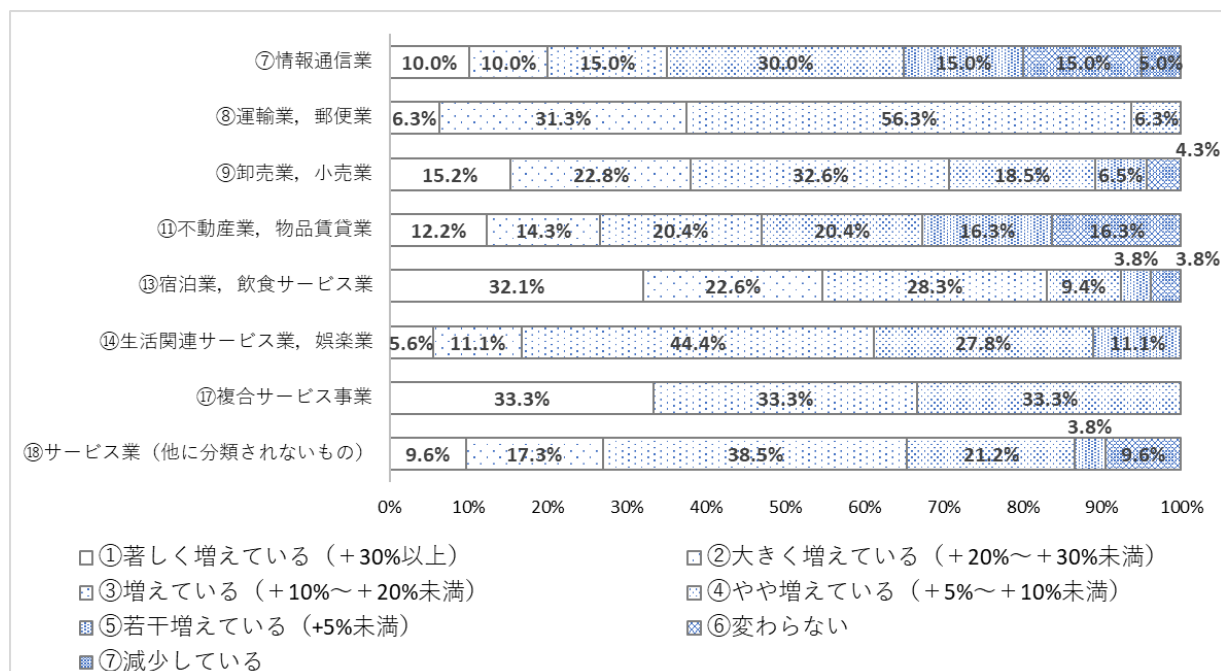
(イ) 物価高騰への対応状況

- ・物価高により収益や資金繰りに影響がでているものの、コストを販売価格にほとんど反映できておらず、今後もほとんど反映できないと見込まれています。
- ・販売価格に転嫁できていない要因として、「売上減少への懸念」と回答する事業者が最も多くなっていますが、今後の対策として「販売価格の見直し」を考えている事業者も多いです。
- ・また、引き続き経費削減も続けるが、これまでとは異なり、人件費等の削減を考える事業者も増えている状況となっています。

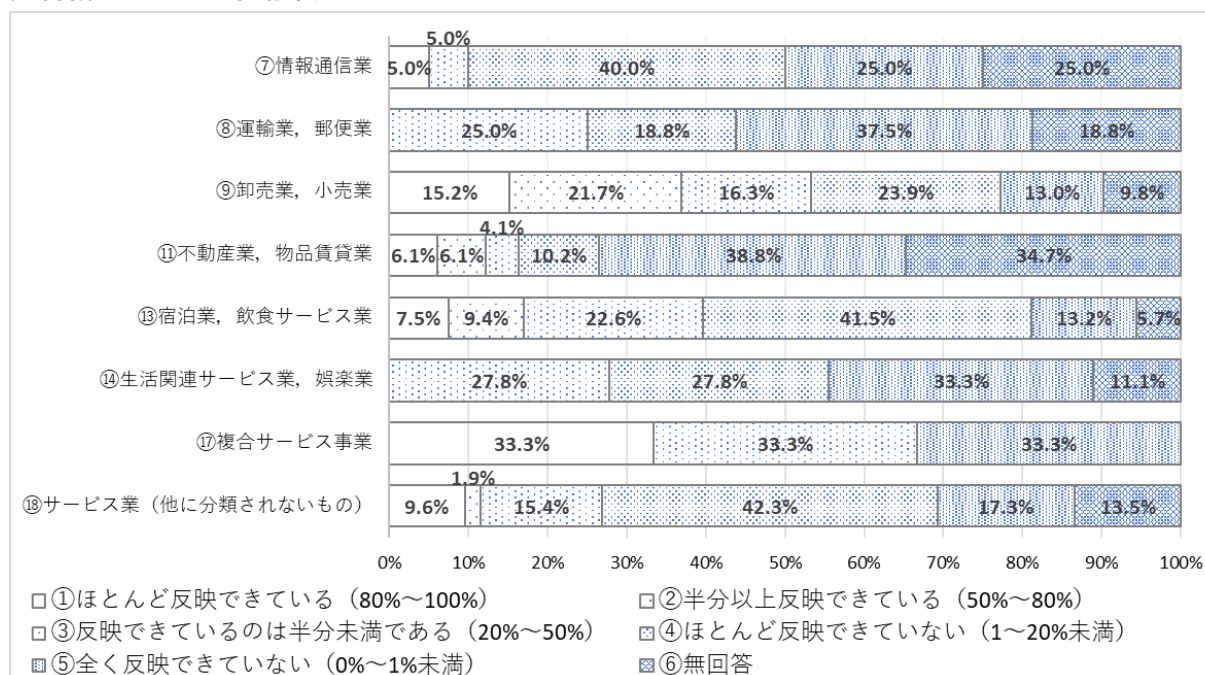
資料編 図7-1 原材料コストの状況



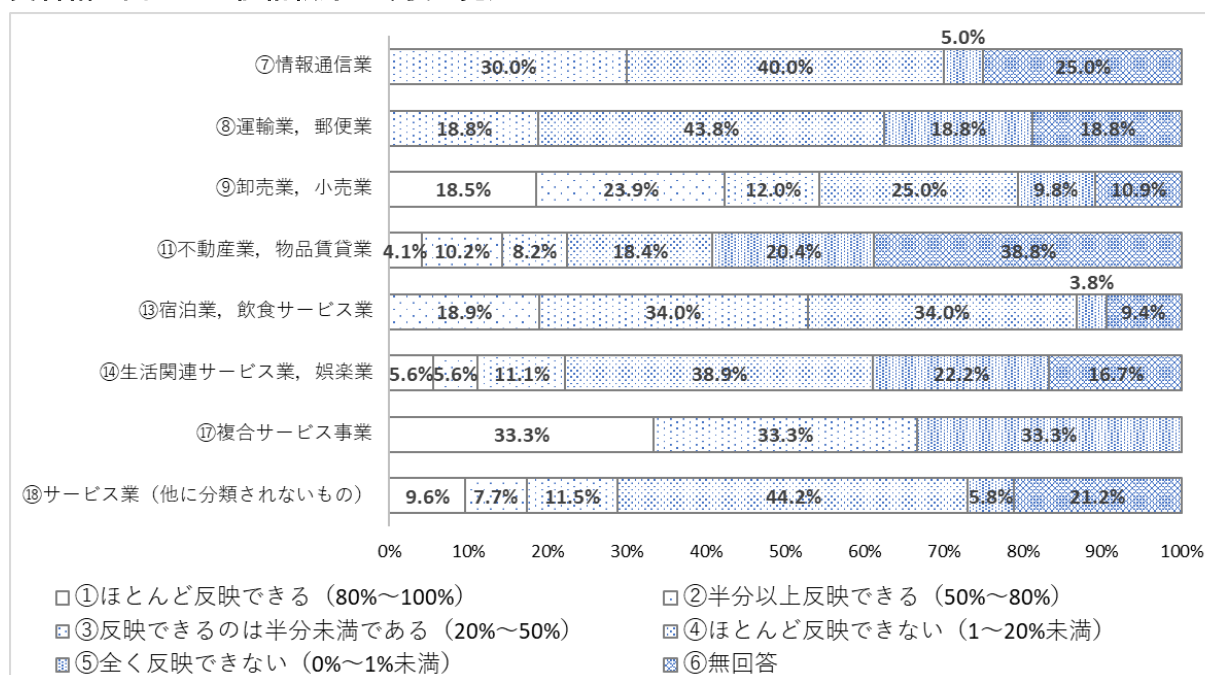
資料編 図7-2 エネルギーコストの状況



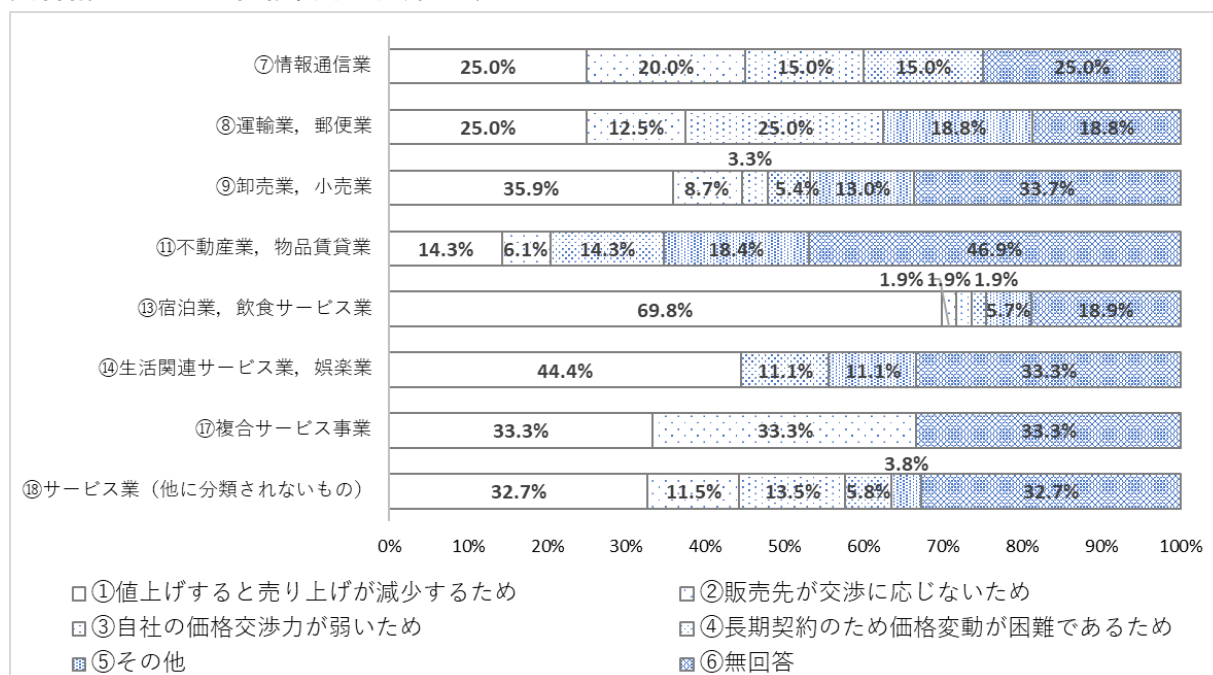
資料編 図7-3 価格転嫁の対応状況



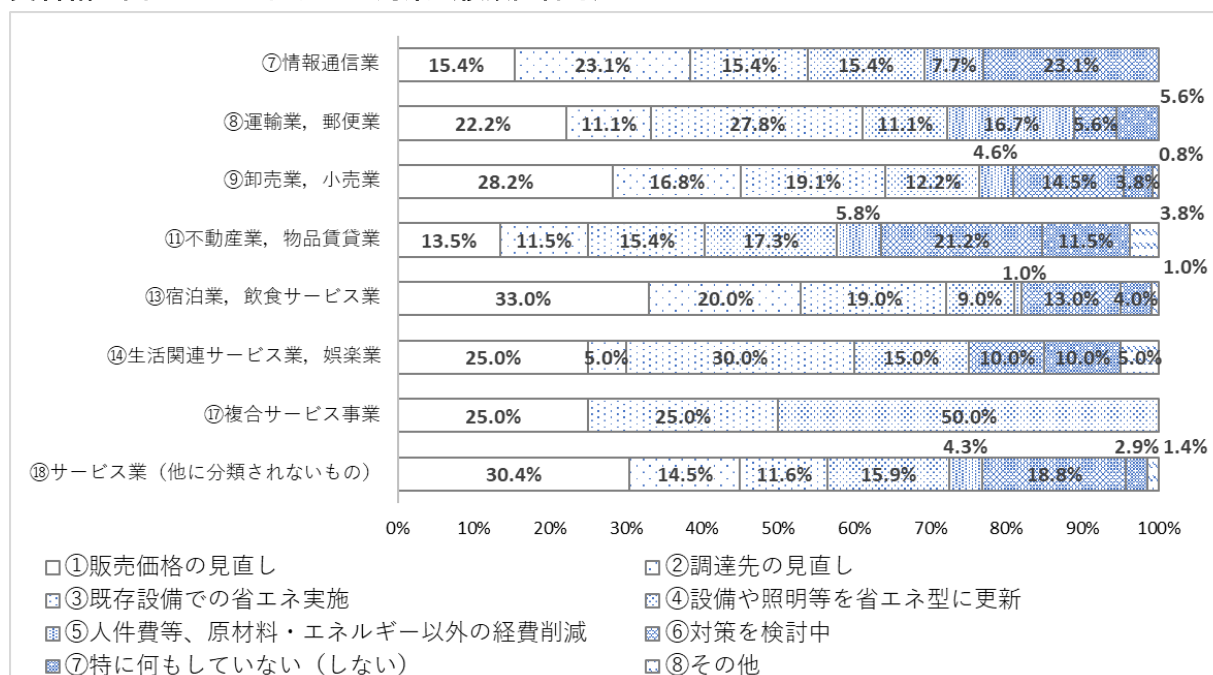
資料編 図7-4 価格転嫁の今後の見込み



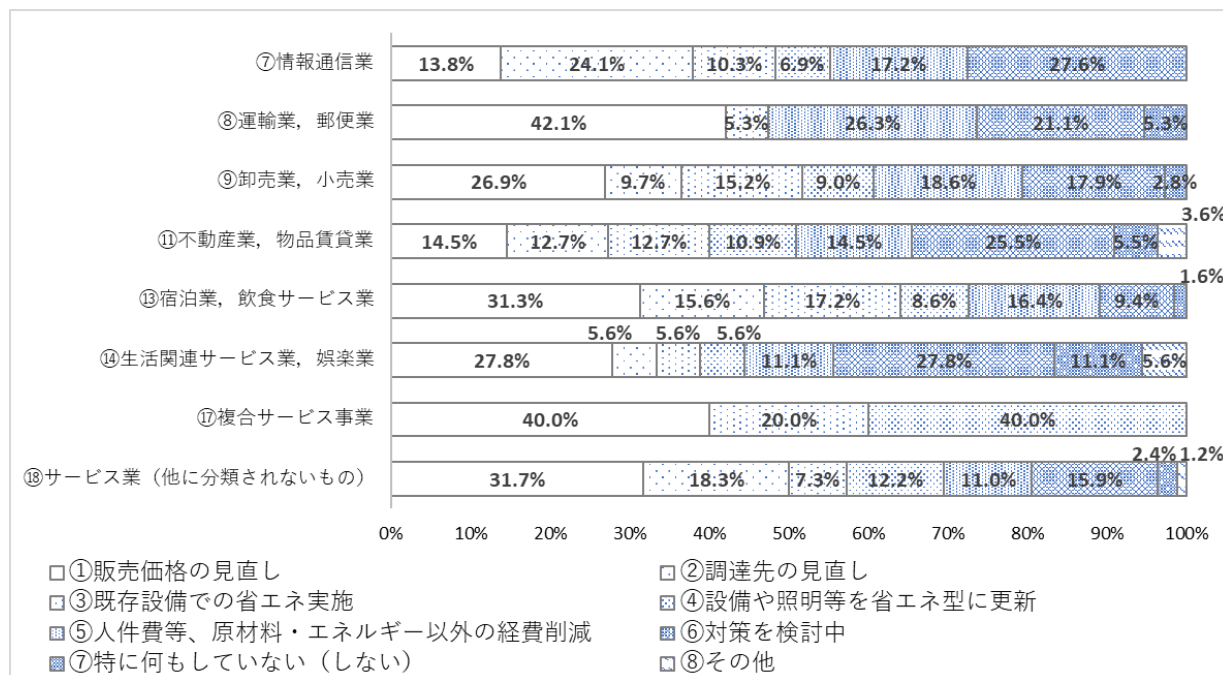
資料編 図7-5 価格転嫁が困難である理由



資料編 図7-6 これまでの対策（複数回答可）



資料編 図7-7 これからの対策（複数回答可）

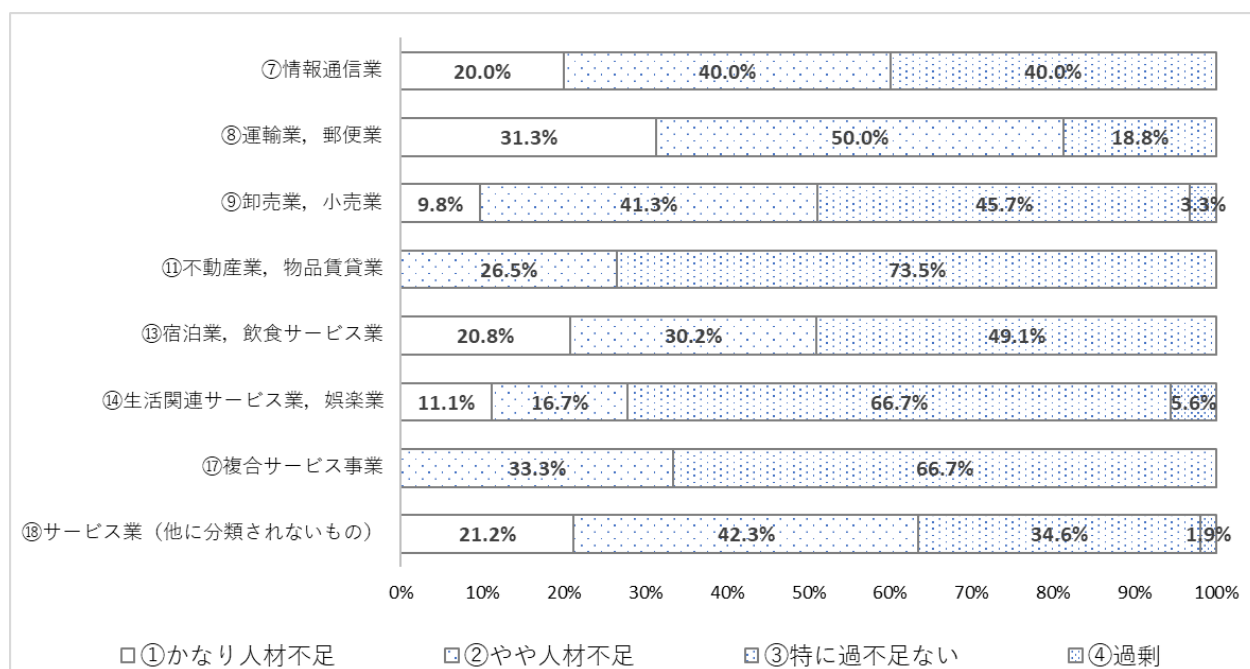


ウ 事業所が抱える経営課題

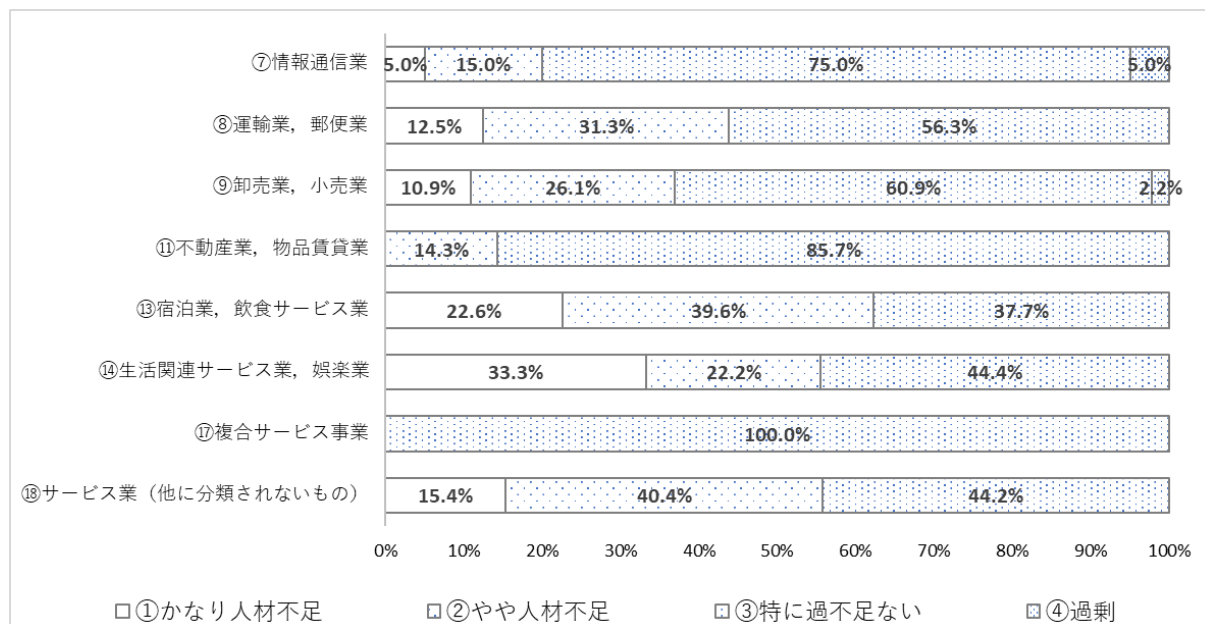
(ア) 従業員（ヒト）の現在の状況と今後の方針

- ・ 人員の過不足感は、正社員・非正社員ともに「特に過不足ない」事業者と「人材不足」の事業者で2分化されており、不足感は非正社員よりも正社員の方が大きくなっています。
- ・ 人材不足となっている業種としては、建設業、卸売業、小売業、医療、福祉と続きますが、卸売業、小売業、医療、福祉に属する事業者の半数程度は「特に過不足ない」との回答であり、同業種内でも2分化しています。
- ・ 人材の獲得状況は、「採用活動をしていない」という回答が最も多く、現時点で採用の必要性が生じていないことやコロナ禍や物価高で収益状況が厳しい中で、採用活動が困難な状況であることが想定されます。
- ・ 人材獲得面の課題としては、業種を問わず「待遇面での改善が必要」という回答が多く、「立地する地域に求めている人材がいない」、「産業や募集職種に対する魅力がPR出来ていない」という回答も多く見られました。
- ・ 今後、顕在化しそうな人材面での課題は、業種を問わず「採用方法の見直し」が挙げられており、「採用後の定着率向上」、「賃金の見直し」という回答も多く見られました。

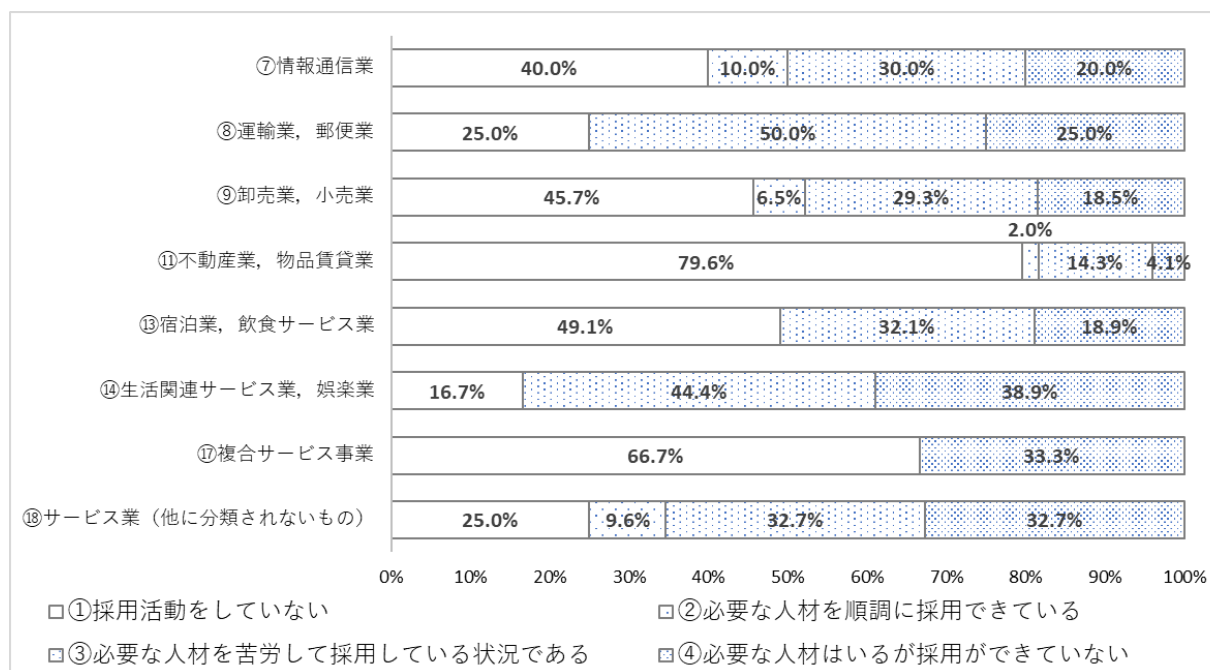
資料編 図8-1 従業員の現在の状況（正社員）



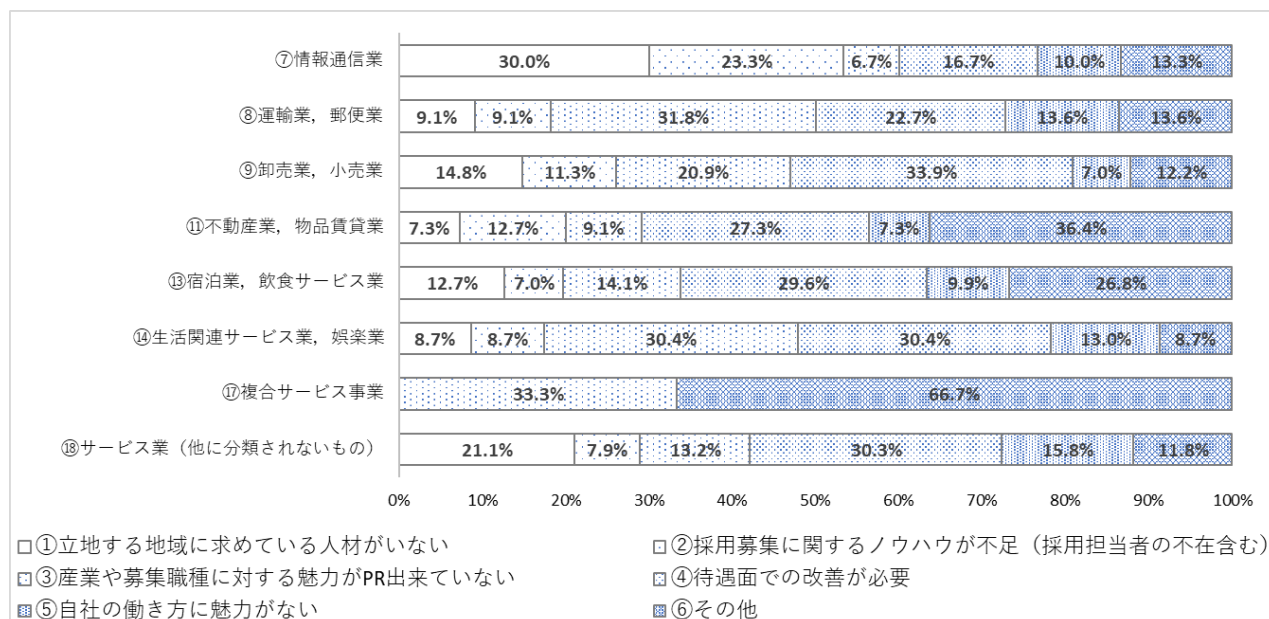
資料編 図8-2 従業員の現在の状況（正社員以外）



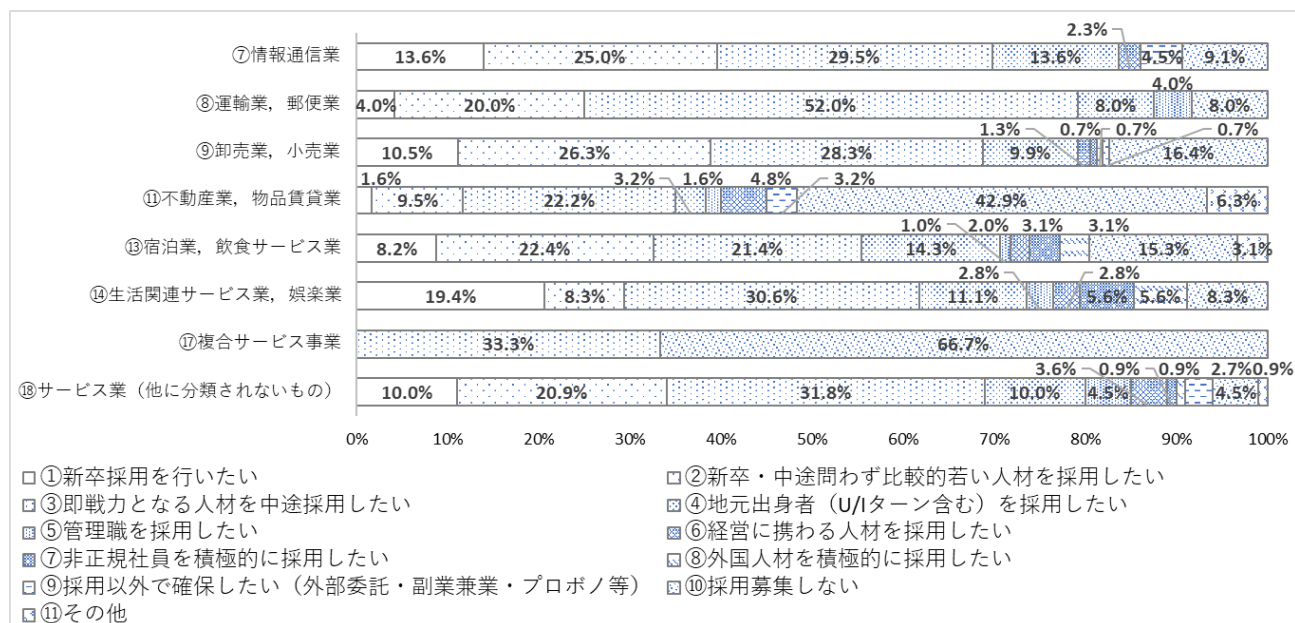
資料編 図8-3 人材獲得の状況



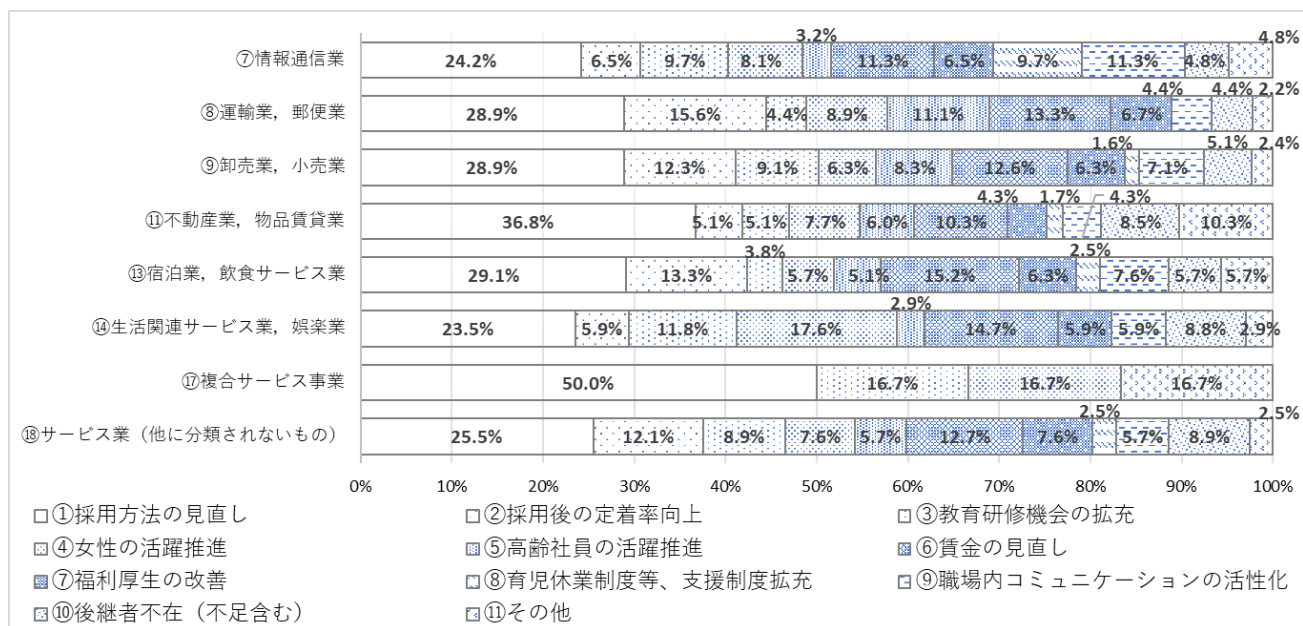
資料編 図8-4 人材獲得面の課題（複数回答可）



資料編 図8-5 今後の人材獲得の意向（複数回答可）



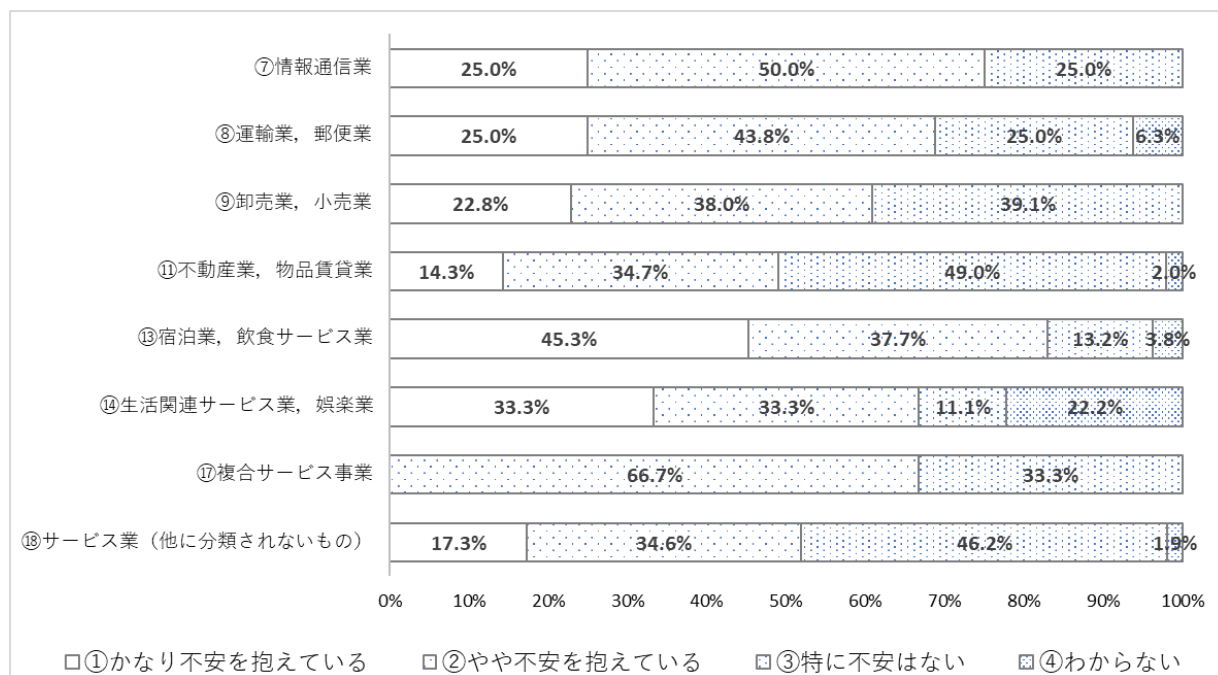
資料編 図8-6 人材面の課題（複数回答可）



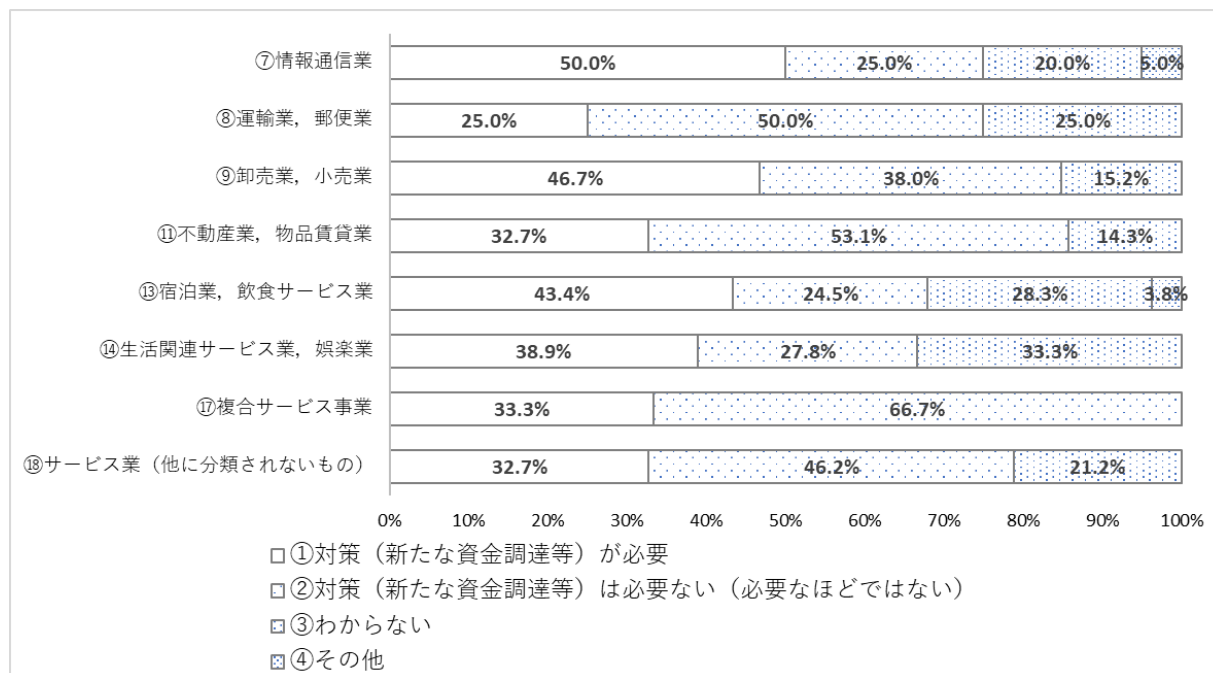
(イ) 資金繰り（カネ）の現在の状況と今後の方針

- ・過去 1 年間の資金繰り状況としては「やや不安を抱えている」が最も多かったものの、将来的な資金繰り対策としては、「対策は必要ない」が最も多かった。政府系金融機関による特別貸付、給付金、補助金といったコロナ関連の各種経済対策により、手元資金を確保できている事業者も多いと考えられます。
- ・業種別には、卸売業、小売業、建設業、宿泊業、飲食サービス業で「不安を抱えている」という回答が多く、特に宿泊業、飲食サービス業は回答の 8 割以上が「不安を抱えている」に集中しており、コロナ禍・物価高で資金繰りに窮していると考えられます。
- ・将来的な資金繰り対策が必要な理由として、コロナ禍や物価高に伴う運転資金の不足が最も懸念されており、設備投資等よりもしのぎの資金需要が引き続き見込まれます。
- ・将来的な資金繰り対策として、公的支援策と民間サービスともに活用が見込まれていますが、対策を検討中の事業者も多く、コロナ禍や物価高の終息が見通せない中でどの程度資金繰り対策が必要か測りかねている事業者も一定程度存在しています。

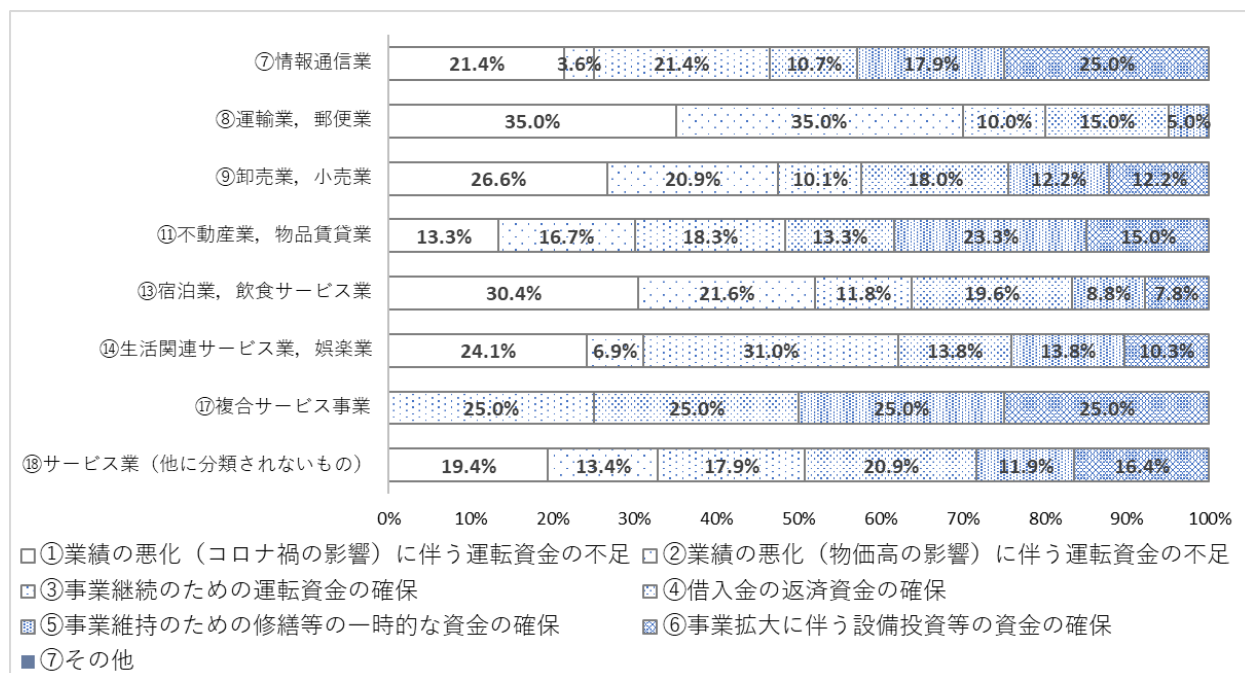
資料編 図 9-1 資金繰りの現在の状況



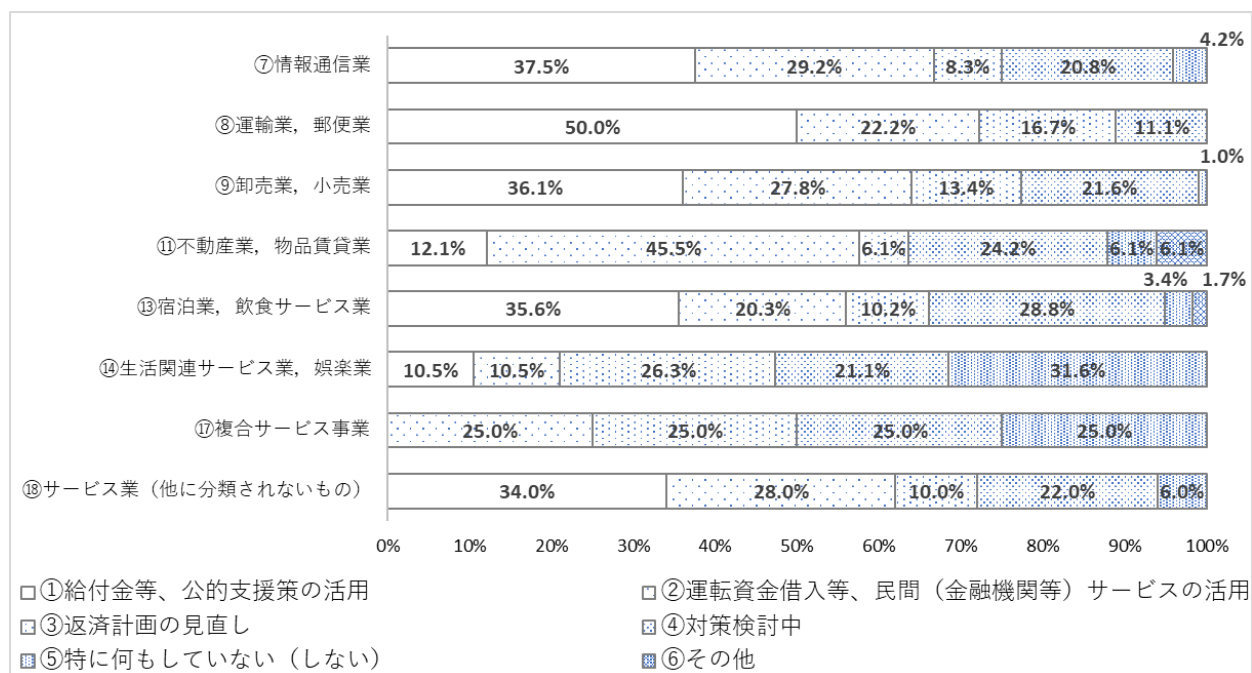
資料編 図9-2 将来的な資金繰り対策



資料編 図9-3 将来的な資金繰り対策が必要な要因（複数回答可）



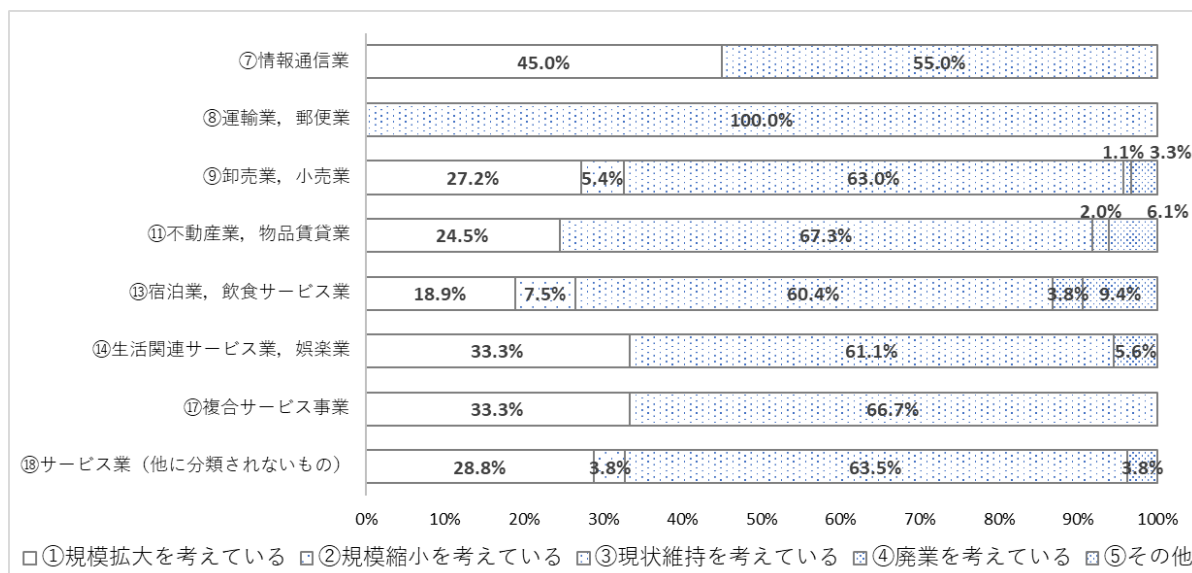
資料編 図9-4 将来的な資金繰り対策の目途（複数回答可）



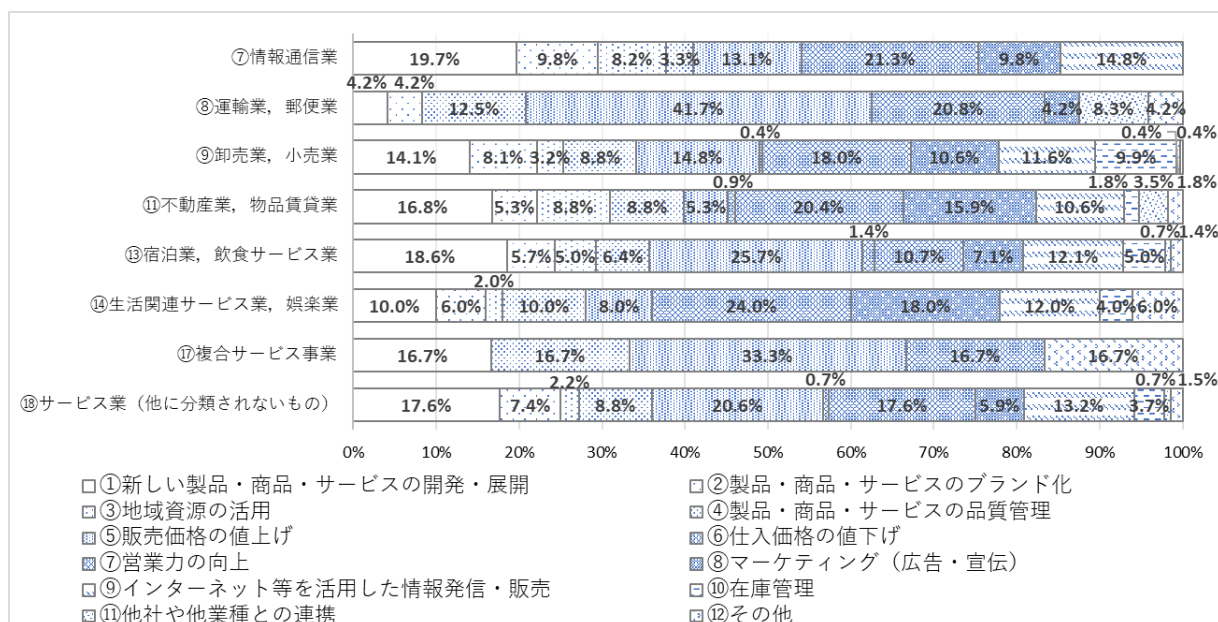
(ウ) 製品・商品や事業所（モノ）の現在の状況と今後の方針

- ・今後の経営の方向性について、現状維持を考えている事業者が多く、現状を維持することが難しい経営状況となっています。
- ・また、販売面や新商品開発での経営課題を抱える事業者も多い状況です。
- ・現状維持が優先され、事務所や設備更新が進まず、積極的な設備投資が行われていません。

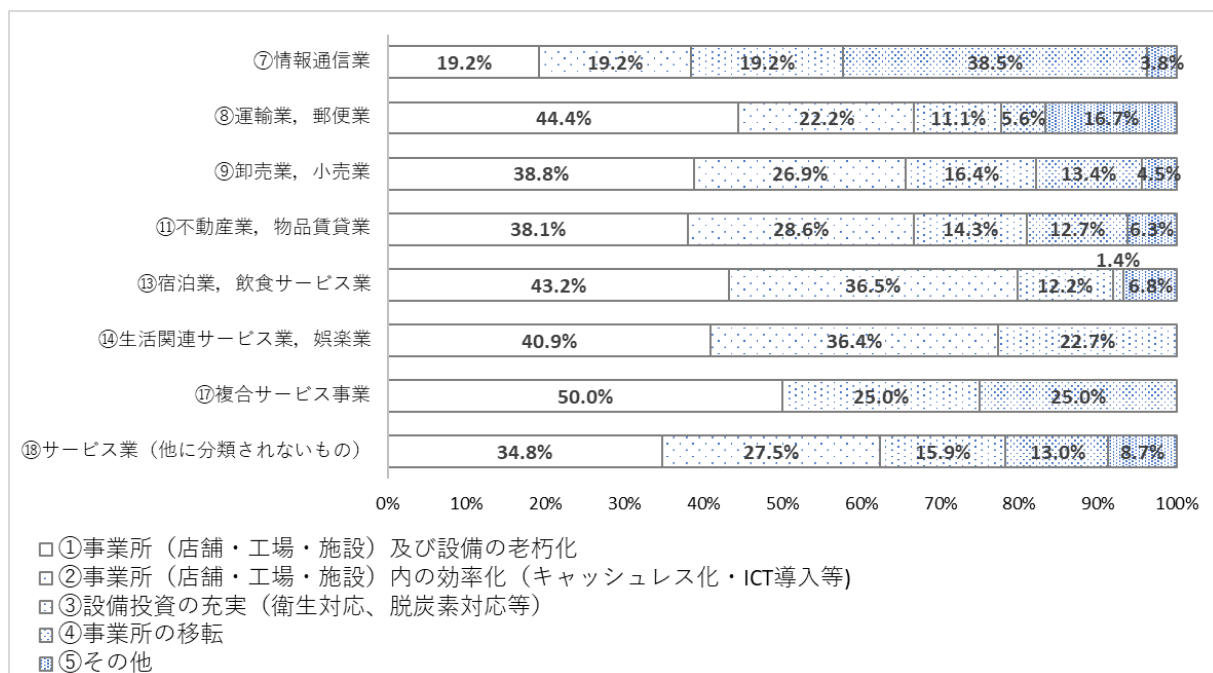
資料編 図 10-1 今後の経営の方向性について



資料編 図 10-2 現状での経営課題（製品・商品・サービス）について



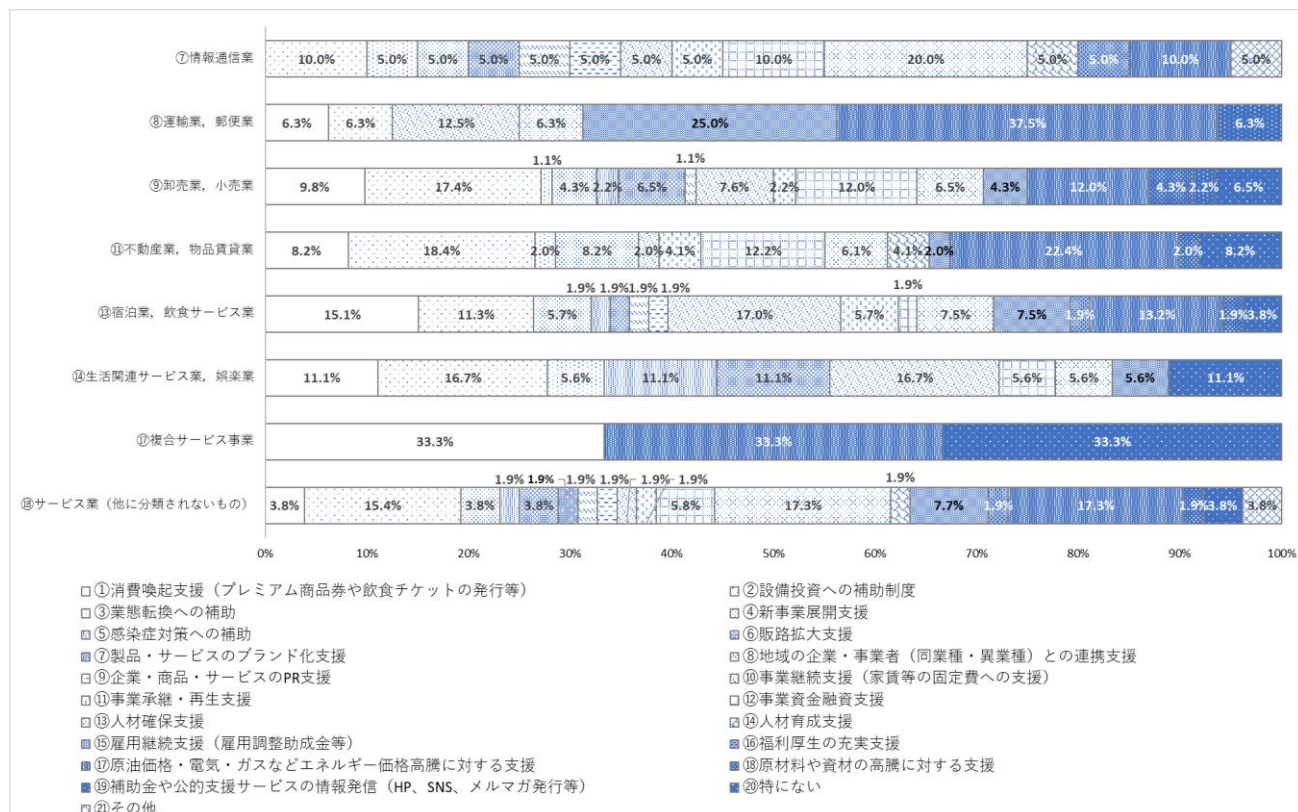
資料編 図 10-3 現状での経営課題（事業所）について



エ 市へ期待する施策等

- ・ 要望する施策として、エネルギー価格高騰に対する支援と回答する事業者が最も多く、設備投資への補助制度、人材確保支援、事業資金や固定費への支援という回答も多く見られます。

資料編 図 11 商業振興に関し市に期待する施策に対する回答（第1位）



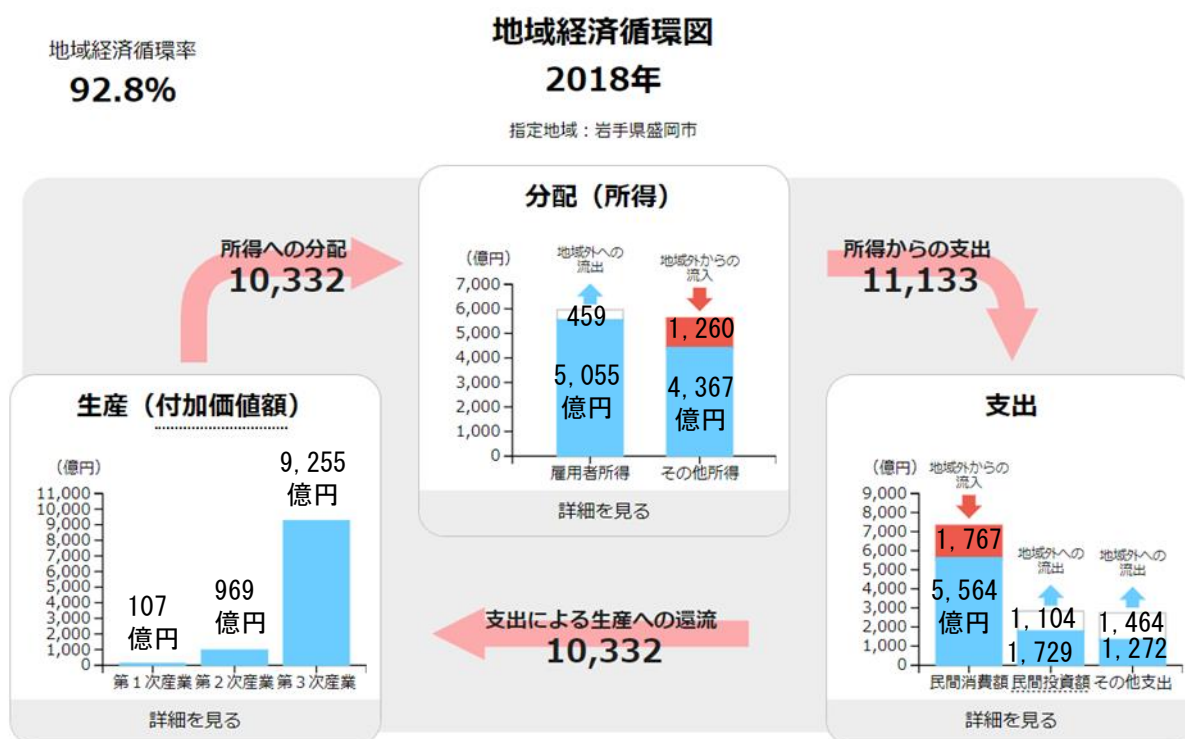
3 地域経済循環分析

地域経済においては、中小事業者等の実態把握をすることに加えて、地域経済循環の観点から地域経済を俯瞰し、生産分配支出の各側面や各産業の動態、経済循環過程で生じる「移輸出入」や「所得移転」といった地域外との流入を把握することが重要であるため、RESAS（地域経済分析システム）の地域循環分析データを活用し、盛岡市の地域経済の状況や中小事業者等がそれぞれ属している産業の特性等を把握することとしました。

ア 地域経済循環の全体像

- ・盛岡市の地域経済は、域外からの其他所得と民間消費に一部依存しているものの、おおよそ第3次産業による所得分配により地域経済が循環しています。

資料編 図12 地域経済循環図



(注記)

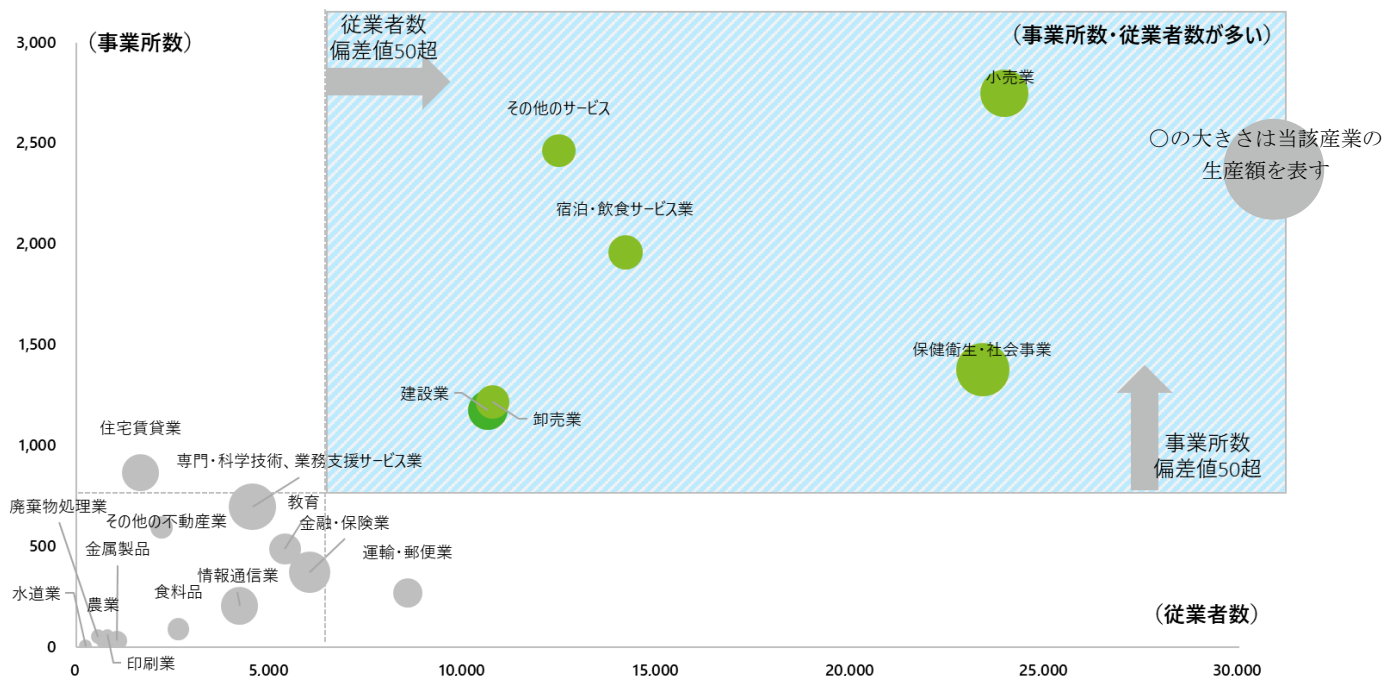
- ・「地域経済循環率」とは、生産（付加価値額）を分配（所得）で除した値であり、地域経済の自立度を示している。（値が低いほど他地域から流入する所得に対する依存度が高い。）
- ・「雇用者所得」とは、主に労働者が労働の対価として得る賃金や給料等をいう。
- ・「其他所得」は、財産所得、企業所得、交付税、社会保障給付、補助金等、雇用者所得以外の所得により構成される。
- ・「其他支出」は、「政府支出」+「地域内産業の移輸出-移輸入」により構成される。例えば、移輸入が移輸出を大きく上回り、その差が政府支出額を上回る場合（域外からの財・サービスの購入を通じた所得流出額が政府支出額よりも大きい場合）は、「其他支出」の金額がマイナスとなる。

(出典) RESAS 地域経済循環マップ 地域経済循環図（2018年）

イ 地域経済における各産業の存在感

- ・第3次産業において生産額が大きいのは小売、保健衛生、宿泊・飲食であり、事業所数が多く競争が盛んで、多くの人材が雇用されています。

資料編 図13 従業員数・事業所数・生産規模別の各産業の位置付け

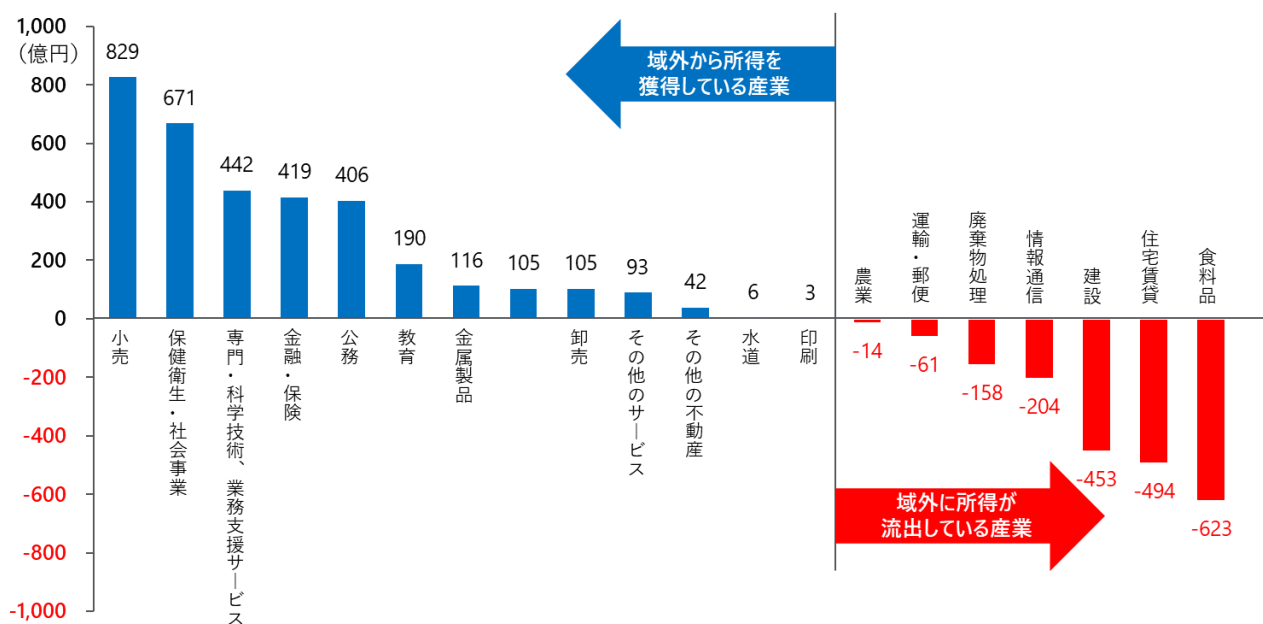


（出典）事業所数・従業員数：経済センサス活動調査（総務省・経産省、2016年）、生産額：地域経済循環分析データ（RESAS、2018年）

ウ 産業別輸移入収支額

- ・小売や保健衛生は盛岡市外から所得を獲得している産業である。一方、食料品、住宅賃貸、建設は域外への支出が多く生産して稼いだ所得が流出しています。

資料編 図14 各産業における移出入の状況



*域外からの（移出・輸出に伴う）収入額から域外への（移入・輸入に伴う）支出額を差し引いたものである。プラスの産業は域外からお金を獲得している産業、マイナスの産業は域外にお金流出していることを示す。

（出典）RESAS 地域経済循環マップ 生産分析（2018年）

エ 産業別の収支状況

- ・保健衛生、建設、小売は、生産のために必要な経営資源（材料・人員等）の調達量が多い。ただし、建設は前頁のとおり移輸出入額がマイナスであるため、盛岡市外から材料や人員を調達しているものと考えられます。

資料編 図 15 各産業における付加価値額、外部購入費の状況

①②③の単位：億円

	① 生産額	② 付加価値	③ 外部購入費	②÷① 付加価値率
住宅賃貸業	1,015	880	135	86.7%
教育	715	605	110	84.6%
卸売業	839	611	228	72.8%
運輸・郵便業	621	450	171	72.5%
公務	1,065	767	298	72.0%
その他の不動産業	362	250	112	69.1%
その他のサービス	803	545	258	67.9%
小売業	1,663	1,127	536	67.8%
専門・科学技術、業務支援サービス業	1,599	1,083	516	67.7%
廃棄物処理業	150	100	50	66.7%
金融・保険業	1,223	802	421	65.6%
保健衛生・社会事業	2,112	1,352	760	64.0%
印刷業	98	51	47	52.0%
情報通信業	1,013	516	497	50.9%
水道業	116	56	60	48.3%
農業	200	93	107	46.5%
建設業	1,153	531	622	46.1%
金属製品	295	124	171	42.0%
宿泊・飲食サービス業	841	340	501	40.4%
食料品	349	119	230	34.1%

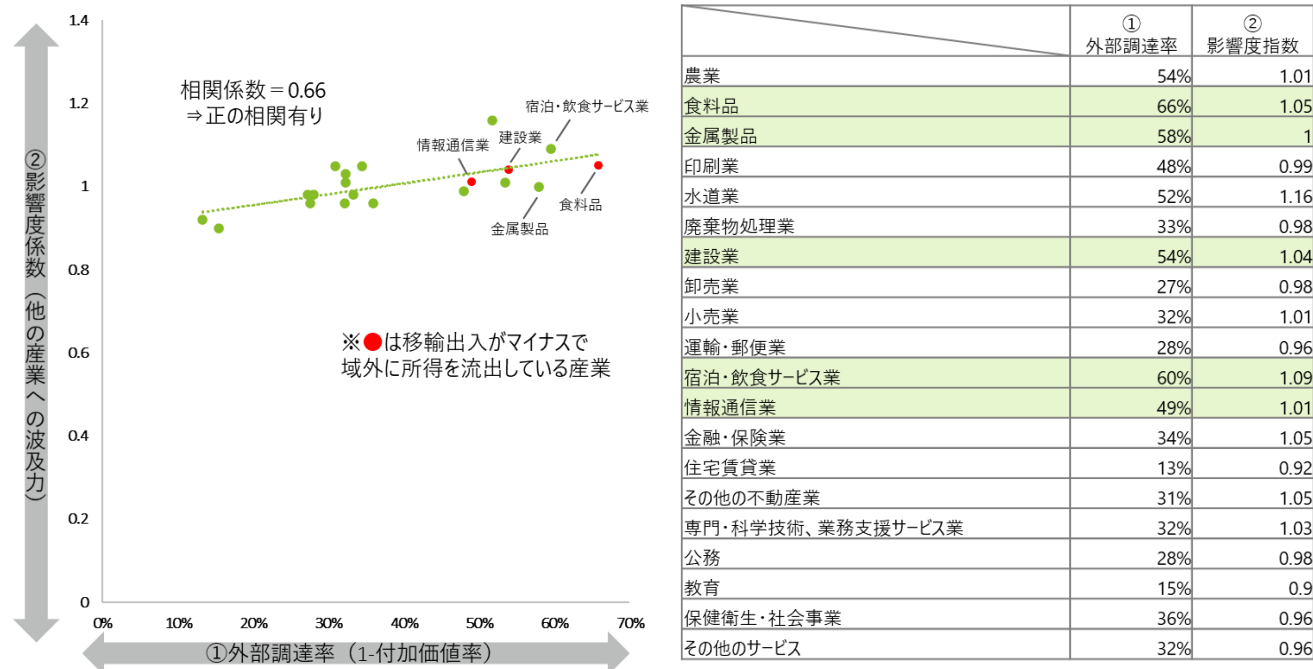
（出典） RESAS 地域経済循環マップ 生産分析（2018年）

① 生産額（売上高）	人件費	人件費	② 付加価値
	賃借料 （不動産賃借・リース）	企業運営費	
	金融費用 （支払利息・割引料等）		
	租税公課 （固定資産税等）		
	所得税	経常利益	
	配当金		
	内部留保		
	減価償却費	減価償却費	
	原材料費	③ 外部購入費	
	部品費 （商品仕入）		
外注加工費			
運賃等製造経費			

オ 産業別の外部調達率と影響度係数の相関関係

- ・付加価値率が低い（≒外部購入率が高い）産業は、他産業に与える波及力が大きい傾向にあり、その中でも宿泊・飲食サービス業は外部購入額が500億円を超えて大きく（前頁参照）かつ市内の他産業に需要が波及する産業です。

資料編 図16 外部調達率・影響度係数の相関関係



影響力係数とは、当該産業に対する新たな需要が、全産業（調達先）に与える影響の強さを示す係数である。

（出典） RESAS 地域経済循環マップ 生産分析（2018年）

4 中間見直し時における終了事業一覧

E 企業の人材獲得への支援

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（○実施検討、◎実施、□改善、◇継続検討）										
UIJ ターン就職支援事業 ＜重点事業＞ 担当：経済企画課 R2 終了事業	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	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
	期間	◎ ◇	→								
				終了							

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（○実施検討、◎実施、□改善、◇継続検討）										
高校生等地元定着支援事業 担当：経済企画課 H30 終了事業	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	H30	R 1	2	3	4	5	6	7	8	9
		◎ 終了									

5 盛岡市商業振興推進会議名簿

(1) 盛岡市商業振興推進会議委員

区 分	役職名	氏 名	備 考
学識経験者	公立大学法人岩手県立大学総合政策学部 准教授	近藤 信一	(推進会議座長)
	東北税理士会盛岡支部 幹事	鈴木 都美子	
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	和のくらし 小袖 女将
	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	岩手県旅館ホテル生活衛生同業組合 盛岡支部長
	盛岡市商店街連合会 副会長	佐々木 健二	盛岡市肴町商店街振興組合 理事長
	岩手県中小企業団体中央会 理事	松本 静毅	(推進会議副座長) 協同組合日専連盛岡 理事長
商業者	5 S T A R (株式会社川徳 代表取締役社長)	荒道 泰之	
	元 株式会社岩手ホテルアンドリゾート 人事部人材開発課マネージャー	石塚 庸子	(令和5年12月6日まで) ジョブカフェいわて
金融機関	盛岡信用金庫 常勤理事	小船 栄幸	
市民団体	いわて生活協同組合 理事	小原 満子	
関係行政機関	岩手県盛岡広域振興局経営企画部 特命参事兼産業振興室長	藤澤 壮仁	

(2) 盛岡市地域力創造アドバイザー

拓殖大学政経学部教授	山本 尚史
------------	-------

(3) 盛岡市商業振興ビジョンワーキンググループ

区 分	役職名	氏 名	備 考
商工労働部経済企画課	課 長	小野 哲治	(座長)
商工労働部ものづくり推進課	課 長	佐藤 武志	
交流推進部観光課	課 長	藤谷 徹	
農林部農政課食と農の連携推進室	主幹兼室長	城守まゆみ	
玉山総合事務所産業振興課	課 長	福田 一	

6 盛岡市商業振興ビジョン見直し経過

開催日	名称	内容
令和5年 7月24日（月）	第1回盛岡市商業振興ビジョンワーキンググループ	・盛岡市商業振興ビジョン アクションプランの取組状況について ・盛岡市の新型コロナウイルス感染症関連の経済対策について ・盛岡市商業振興ビジョンの見直しについて
7月27日（木）	令和5年度第1回盛岡市商業振興推進会議	・盛岡市商業振興ビジョン アクションプランの取組状況について ・盛岡市の新型コロナウイルス感染症関連の経済対策について ・盛岡市商業振興ビジョンの見直しについて
7月27日（木） ～28日（金）	盛岡市地域力創造アドバイザー招へい（1回目）	
11月20日（月）	第2回盛岡市商業振興ビジョンワーキンググループ	・盛岡市商業振興ビジョンの見直しについて
11月27日（月）	第2回盛岡市商業振興推進会議	・盛岡市商業振興ビジョンの見直しについて
11月30日（木） ～12月1日（金）	盛岡市地域力創造アドバイザー招へい（2回目）	
令和6年 1月23日（火）	第3回盛岡市商業振興推進会議	・盛岡市商業振興ビジョンの見直しについて
1月23日（火） ～24日（水）	盛岡市地域力創造アドバイザー招へい（3回目）	
2月16日（金） ～3月6日（水）	パブリックコメント	
2月19日（月） ～20日（火）	盛岡市地域力創造アドバイザー招へい（4回目）	
3月26日（火） ～27日（水）	盛岡市地域力創造アドバイザー招へい（5回目）	

盛岡市商業振興ビジョン（令和6年3月改訂）

盛岡市商工労働部経済企画課

〒020-8531 盛岡市若園町2番18号

TEL：019-613-8389(直通) FAX：019-626-4153

E-mail keizai@city.morioka.iwate.jp
