

## 盛岡市商業振興ビジョン改訂（案）について

令和6年2月16日

盛岡市

### 1 趣旨

平成30年3月に策定した商業振興ビジョンは、平成30年度から令和9年度までの10年を計画期間としており、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としています。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うものです。

### 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、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

##### ア 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。

### (イ) 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。

## イ 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。

### (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。

### 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。

### 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。

### 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。

#### (4) 地域経済循環分析

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。

	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】**  
事務所数、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

##### ア アクションプラン取組状況

(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

##### イ 目標指標

	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

(6) SWOT 分析による課題整理

ア 盛岡市の商業を取り巻く内部・外部要因

供給側から見た強み

- 拠点性（鉄道・新幹線、高速道）
- コロナ禍における商店街団体の体制強化
- 地域カード（MORIO-Jカード）、MORIO Payの普及
- 人流・交通分析システムの整備
- インランドデポを活用した販路拡大
- 安全・安心な街**
- 第3次産業の集積、商圈が広い
- 独自の食文化（盛岡三大麺等）
- 高等学校、専門学校、大学等の教育機関と研究機関が整っている
- 人の温かみを感じられ、文化的な感性が高い住民が居住している
- 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
- デジタル化の促進や新しい生活様式の定着
- 公共施設や医療機関等が集積し、生活するうえでの利便性が高い
- 街と自然が共存し、四季の変化が楽しめる
- 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

需要側から見た強み

ア：強み（内部要因）

ウ：機会（外部要因）

供給側から見た機会

- グローバル化等による商圈の拡大
- ペントアップやインバウンド需要による地域経済の活性化
- 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
- デジタル技術の活用に対する機運の醸成
- IT 関連事業者のオフィス需要の増加
- 物流拠点としての機能充実
- 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
- SDGsの達成に向けた社会課題解決に向けた投資への期待
- 大規模小売店舗（域外資本による）の立地（消費者の立場から）

需要側から見た機会

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
- 取引先情報や営業力の不足
- 後継者不足（従業員の高齢化）
- 店舗・設備の老朽化
- 新たな事業展開への余裕がない
- 人材不足
- 地元企業の認知不足
- 資金繰りへの不安
- 価格転嫁による懸念（売上減少、経営の圧迫）
- 商店街組織の縮小
- 製造事業者の不足、マッチング機会の不足
- 医大の中心市街地からの移転**
- 中心市街地における公共交通などの都市機能の充実

需要側から見た弱み

イ：弱み（内部要因）

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
- 物価高騰の長期化
- グローバル化により国際的な競争にさらされる
- インターネット商取引の拡大等による消費の流出
- 労働人口の減
- 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）
- 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
- パンデミックへの対応
- 人口減少による域内市場縮小の懸念
- 公共交通網の維持
- 価格転嫁による懸念（家計の負担増）

需要側から見た脅威

## 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。
- ・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。

## (7) 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、単なる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を期待できます。

## **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。

### 3 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

##### ア 基本的な考え方

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、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、多様な人材が働け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<sup>※14</sup>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。

##### イ 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。

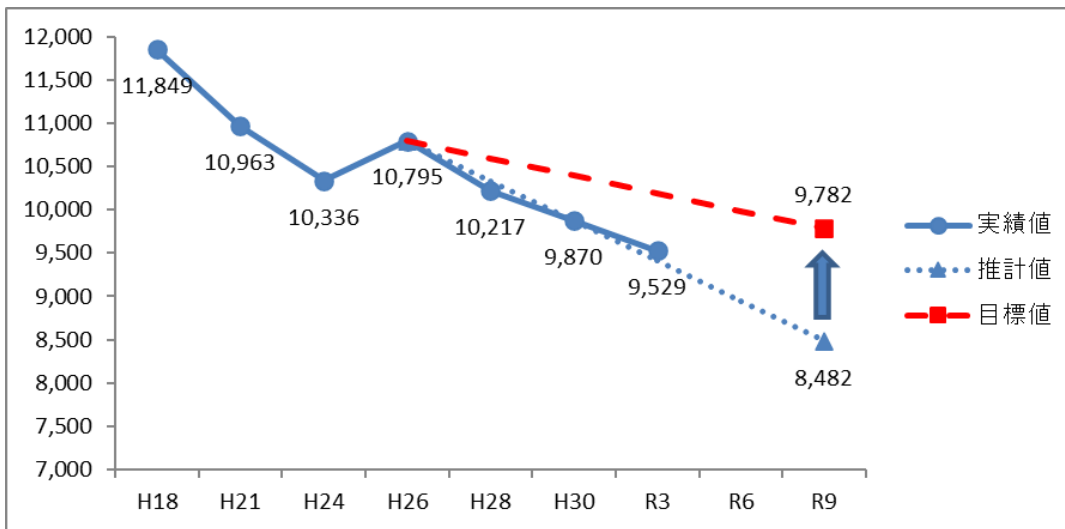
- A 新規出店や新規創業への支援
- B イノベーションを見据えた経営力の強化への支援
- C 異業種連携による新たな事業への支援
- D 商店街やエリアの魅力向上に関する支援
- E 企業の持続的発展のための人材の確保・育成への支援

(3) 進捗状況の把握のための指標

ア 商業・サービス業の事業所数

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

商業サービス業の事業所数

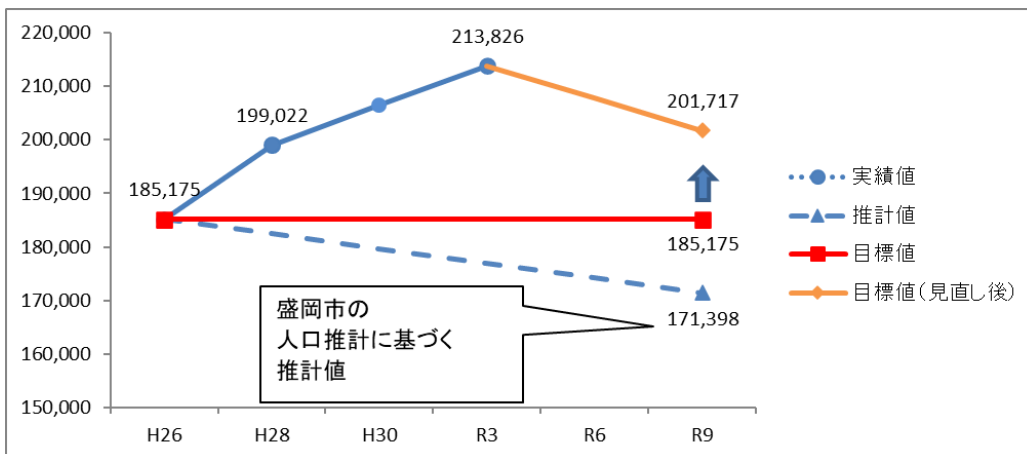


資料：経済センサス基礎調査、経済センサス活動調査（総務省）

イ 1 企業あたりの商業・サービス業の企業売上高

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

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）」



4 実現のためのアクションプラン

(※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定区域の指定の継続	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	
	2 新たな分野や成長分野への取組の支援	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	
		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	
3 異業種連携による情報発信力強化への支援		22	食と農のバリューアップ推進事業	農政課	
		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	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	
	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	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		
E 企業の持続的発展のための人材確保・育成への支援	1 地元企業に対する採用力強化のための支援	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	
	2 生徒・学生等に対する地元企業への就職定着の支援	39	新社会人就職定着支援事業	経済企画課	
終了事業	E-1	UIJ ターン就職支援事業	経済企画課		
	E-2	高校生等地元定着支援事業	経済企画課		

## 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) 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 スケジュールについて

2月16日 パブリックコメント（3月6日までを予定）

3月下旬 ビジョンの改訂