資料１

長野市商工業振興計画（案）

令和９年度-令和 13 年度

長野市経済産業振興部

目次

第１編　策定の趣旨 2
１　策定の目的 2
２　位置付けと役割 3
３　構成と期間 4
本計画の構成 4
本計画の期間 4
第２編　長野市を取り巻く情勢と課題 6
１　長野市の特徴 6
（１）長野市の産業構造 6
（２）都市機能の集積 7
（３）利便性の高い交通アクセス 8
２　経済を取り巻く環境変化 9
（１）人口減少・少子高齢化の進行 9
（２）アフターコロナの業況感 12
（３）国際情勢と国内外経済の状況 14
（４）デジタル技術の進展による産業・生活の変化 17
（５）物価高騰と中小企業の価格転嫁の状況 21
（６）脱炭素経営と GX の推進 22
３　長野市の商工業の現状と課題 23
（１）商圏人口の減少・市外大型商業施設の開業に伴う影響 23
（２）地元滞留率の低下・EC（電子商取引）の拡大 24
（３）小売事業者・商店街数の減少 25
（４）地域の特性に応じた商業環境の形成 27
（５）低位に留まる労働生産性 28
（６）働き方の変化に伴う市内へのスタートアップや IT ベンチャー誘致に向けた可能性 29
（７）分譲用地の不足 29
（８）イノベーションへの機運向上 31
（９）産学官金の連携 32
（11）生産年齢人口の減少 33
（12）人手不足とその影響 34
（13）人件費の増加と採用難 35
（14）人手不足を踏まえたデジタル化 36
（14）若者の人口移動と UJI ターン 37
（15）高齢者の雇用拡大 38
（16）女性や就職氷河期世代等の就業をめぐる状況 38
（17）非正規雇用の増加 40

第３編　商工業の目指すべき方向 42
１　長野市の商工業の目指す姿 42
２　目指す姿の実現に向けた政策の方向性 43
第４編　行動計画 46
１　行動計画の構成 46
２　施策体系図 46
３　成果指標 47
成果指標 47
４　商工業の振興の促進に向けた施策及び推進施策 49
施策１　商工業の基盤強化と環境整備 49
施策２　地域の特性を活かした商業環境の整備 54
施策３　企業立地・創業支援による活力ある地域産業の創出 60
施策４　人材の確保と多様な働き方の促進 65
目標指標一覧 68
第５編　計画の推進に向けて 72
１　計画の推進体制 72
２　計画の進行管理 72

長野市商工業振興計画

第１編 策定の趣旨

第１編　策定の趣旨

１　策定の目的

本市では、令和４（2022）年度から令和８（2026）年度までを計画期間とする「長野市商工業振興・雇用促進計画」に基づき、商工業の振興及び雇用の促進に向け、各種施策の推進に取り組んできました。

この間、我が国では、新型コロナウイルス感染症の影響により停滞していた社会経済活動の正常化が進み、景気や地域経済は緩やかに回復しています。一方で、国際情勢の変化や為替変動等の影響を背景に、原材料価格やエネルギー価格、物価の高騰が続いており、とりわけ中小企業・小規模事業者をはじめとする企業経営を取り巻く環境は、依然として厳しい状況にあります。

また、人口減少・少子高齢化の進行に伴い、生産年齢人口は減少傾向が続いており、人手不足は多くの業種において深刻化しています。企業が事業活動を継続し、地域経済の活力を維持していくためには、人材の確保・定着を図るとともに、若者、女性、高齢者、障害者、外国人材など、多様な人材がそれぞれの能力を発揮し、活躍できる環境づくりを進めていくことが重要となっています。

さらに、DX や AI 等のデジタル技術の進展は、企業活動のあり方に大きな変化をもたらしています。限られた人材や経営資源の中で持続的に成長していくためには、生産性向上や業務効率化に加え、新たな製品・サービスの創出や付加価値の向上につながる取組が必要です。合わせて、脱炭素社会の実現や SDGs の達成に向けた取組の広がりを背景に、環境負荷の低減や持続可能な経営への対応も、企業の競争力や経営の継続性を左右する重要な要素となっています。

本市においても、人口減少や少子高齢化の進行に伴う地域内消費の縮小や深刻な労働力不足、消費者ニーズや購買行動の変化、企業活動における業務効率化や高付加価値化への対応など、商工業を取り巻く環境は前回計画策定時から変化しています。

地域経済の活力を維持・向上させていくためには、中心市街地や商店街をはじめとする地域商業の魅力向上・市内消費促進、企業誘致や産業集積などによる新たな雇用創出と市内消費の拡大、販路拡大に向けた EC やインバウンド（外国人旅行者）などの域外需用の獲得、市内企業の技術力強化や競争力向上、イノベーションの推進による新たな価値の創出を図るとともに、多彩な人材がそれぞれの経験や能力を発揮できる就業環境の整備や、企業と求人材のマッチングの促進などにより、地域産業を支える人材の確保・定着を進めていく必要があります。

本計画は、こうした環境変化を踏まえ、本市の商工業が将来的に目指すべき方向性と、それに向けた具体的な施策等を明示し、地域経済の持続的な発展を図ることを目的として策定するものです。

2　位置付けと役割

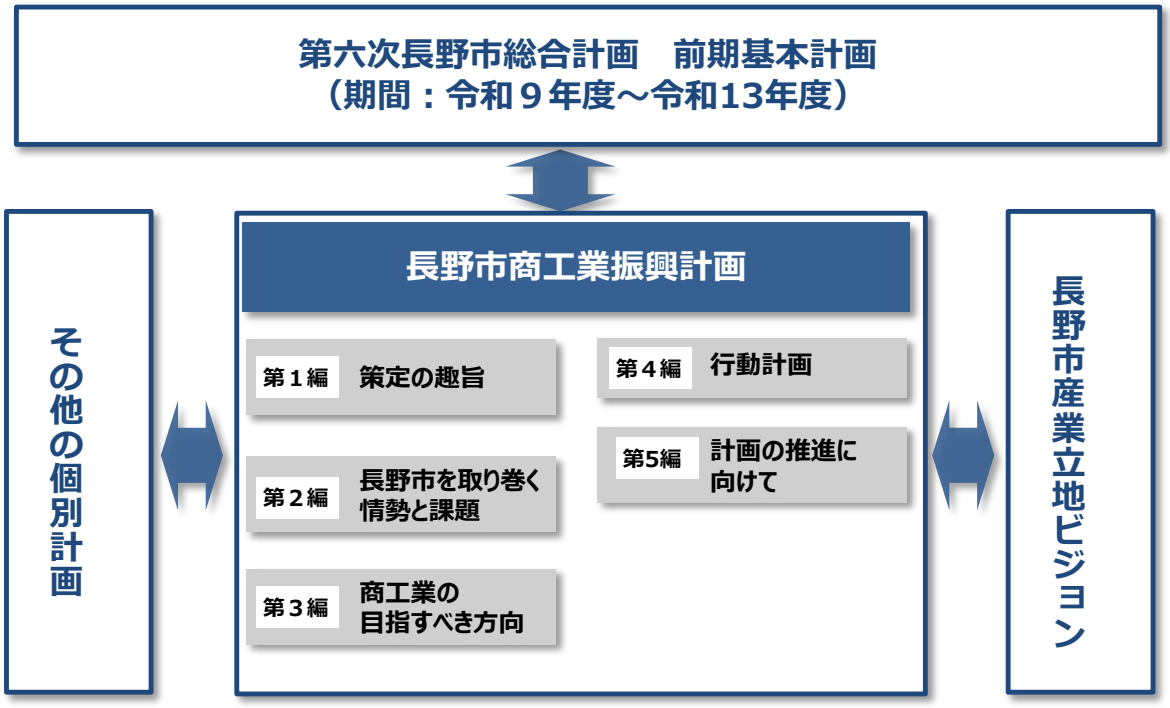
長野市商工業振興計画は、本市のまちづくりの指針である「第六次長野市総合計画」の商工業分野に関する個別計画として位置付けるものです。

第六次長野市総合計画は、令和９（2027）年度から令和 13（2031）年度を計画期間とする前期基本計画がスタートすることから、本計画は前期基本計画に基づいて取組を進めることとします。

また、本計画は産業立地施策の方向性を示した「長野市産業立地ビジョン」や、まちづくりの将来ビジョンや地域ごとのあるべき「都市」の姿を定めた「長野市都市計画マスタープラン」、長野地域全体の活性化につながる取組を定めた「長野地域連携中枢都市圏ビジョン」など、本市の関連計画等との整合性を図りながら、本市の商工業の振興に関して、目指すべき姿、目指すべき姿の実現に向けた政策や具体的な施策を示し取組を進めます。

なお、公共施設の利活用については「長野市公共施設等総合管理計画」に基づいて行っていくこととします。

図表 1　長野市商工業振興計画（令和９年度～令和 13 年度）の位置付け



3　構成と期間

本計画の構成

本計画は、下表のとおり、5 編から構成されます。

本計画を構成する各編	各編の概要
第 1 編　策定の趣旨	計画策定の趣旨、位置付けと役割、構成と期間
第 2 編　長野市を取り巻く情勢と課題	長野市の特徴、取り巻く環境変化や現状・課題
第 3 編　商工業の目指すべき方向	長野市の商工業の目指す姿とその実現に向けた政策
第 4 編　行動計画	長野市の商工業の振興に向けた施策
第 5 編　計画の推進に向けて	計画の推進体制、進行管理

本計画の期間

本計画の計画期間は、令和 9（2027）年度を初年度とし、令和 13（2031）年度を目標年度とする 5 年間とします。

なお、社会・経済情勢等に大きな変化が生じた場合には、必要に応じて適宜見直しを行います。

長野市商工業振興計画

第２編 長野市を取り巻く情勢と課題

第２編　長野市を取り巻く情勢と課題

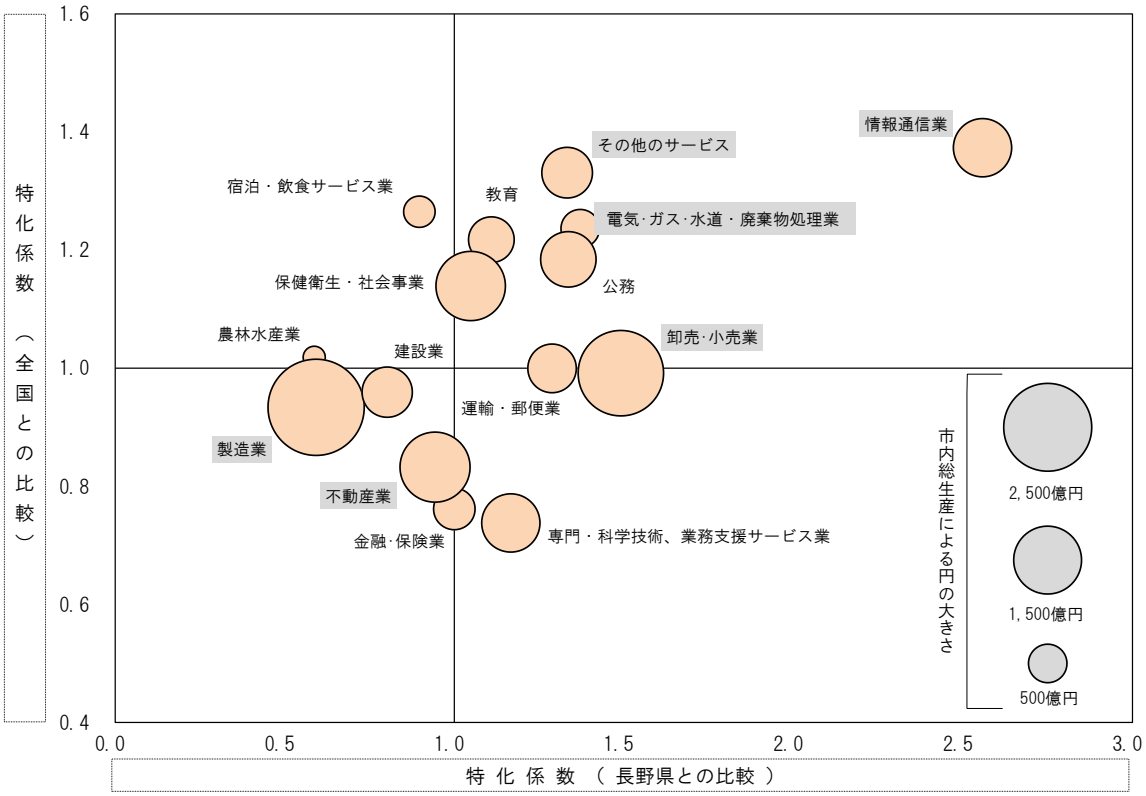
１　長野市の特徴

（１）長野市の産業構造

令和４（2022）年度における本市の経済活動別市内総生産（名目）をみると、「製造業」、「卸売・小売業」、「不動産業」の順に大きくなっています。

また、市内総生産の経済活動別構成比による特化係数を用いて全国及び長野県と比較した本市の産業構造の特徴をみると、「情報通信業」、「卸売・小売業」、娯楽業や洗濯・理容・美容・浴場業等を含む「その他のサービス」、「電気・ガス・水道・廃棄物処理業」の特化係数が高いことから、全国や長野県と比較してこれらの産業の構成比が大きいことが分かります。

図表 ２　経済活動別市内総生産・特化係数（令和４年度　全国・長野県との比較）

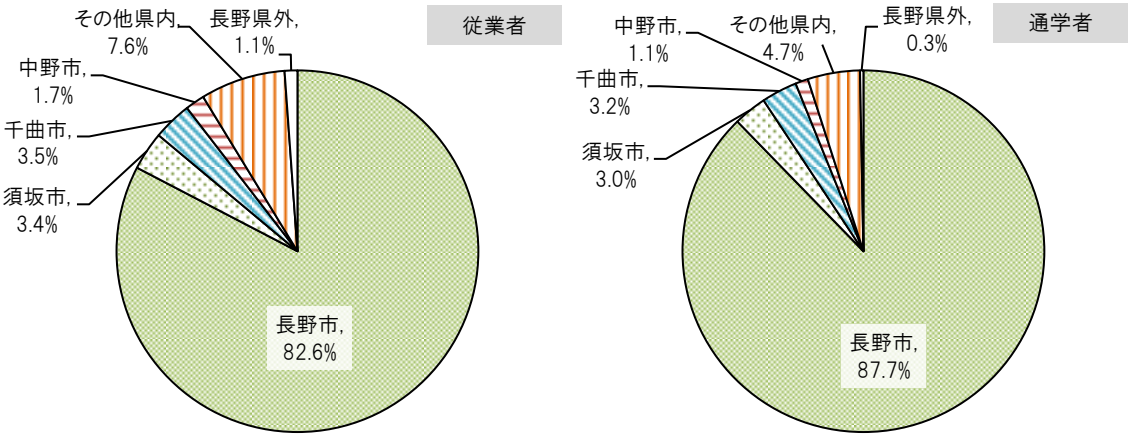


（資料）内閣府「国民経済計算」、長野県「県民経済計算」、長野市「令和４年度市民所得推計結果報告書（主要系列表）」
（注）　円の大きさは、市内総生産の大きさを表す
特化係数：経済活動別市内総生産構成比／経済活動別国内総生産または経済活動別県内総生産構成比
国内総生産は令和４(2022)年、県内総生産及び市内総生産は令和４(2022)年度の値

（2）都市機能の集積

本市は、明治４（1871）年に県庁が置かれて以来、長野県における政治・経済・文化の中心地として発展してきたことから、行政・教育機関や事業所が集積しており、市内で従業する人の約２割、市内に通学する人の約１割が市外在住者となっています。また、平成 10（1998）年にオリンピック・パラリンピック冬季競技大会が開催されたことにより、知名度が向上するとともに都市基盤の整備が急速に進み、同大会のレガシーを生かしながら国際的なスポーツ大会や会議が数多く開催されるなど、スポーツ・コンベンション都市としての魅力も兼ね備えています。

図表 3　長野市内で従業・通学する人の常住地別構成比（令和２年）



（資料）総務省統計局「令和2年国勢調査」

図表 4　長野市内の主な行政・教育機関、スポーツ・コンベンション施設、博物館等

国家機関	総務省（2 箇所）	法務省（8 箇所）	財務省（4 箇所）
	厚生労働省（7 箇所）	農林水産省（3 箇所）	国土交通省（8 箇所）
	環境省（2 箇所）	防衛省（3 箇所）	警察庁（1 箇所）
	裁判所（4 箇所）		
教育機関	信州大学（教育学部、工学部）、長野県立大学、清泉大学、長野保健医療大学、長野短期大学、清泉大学短期大学部、長野工業高等専門学校		
コンベンション及びスポーツ施設	エムウェーブ（長野市オリンピック記念アリーナ）、ビッグハット（長野市若里多目的スポーツアリーナ）、南長野運動公園（長野オリンピックスタジアム、長野 U スタジアム）、アクアウイング（長野運動公園総合運動場総合市民プール）、ホワイトリング（真島総合スポーツアリーナ）、長野市若里市民文化ホール、スパイラル（長野市ボブスレー・リュージュパーク）、長野県障がい者福祉センター サンアップル、アソビ―バ ナガノパーク、ホクト文化ホール（長野県県民文化会館）、長野市芸術館、長野県農協ビル、アークスセンター、（ホテルメトロポリタン長野他 14 施設）、長野運動公園総合運動場、北部スポーツ・レクリエーションパーク		
博物館等	長野県立美術館、長野市立博物館、戸隠地質化石博物館、鬼無里ふるさと資料館、信州新町博物館（美術館・有島生馬記念館・化石博物館）、北野美術館、水野美術館、北野カルチュラルセンター、信濃教育博物館		

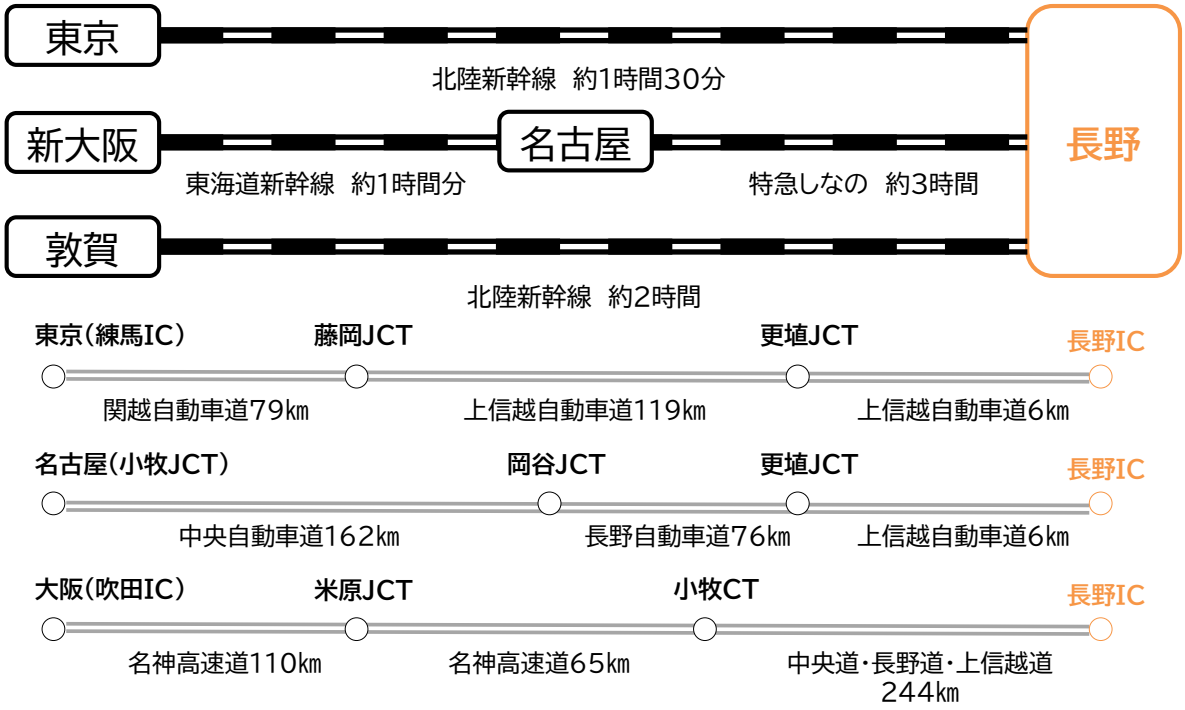
（資料）長野市「第三期長野地域スクラムビジョン」より作成

（3）利便性の高い交通アクセス

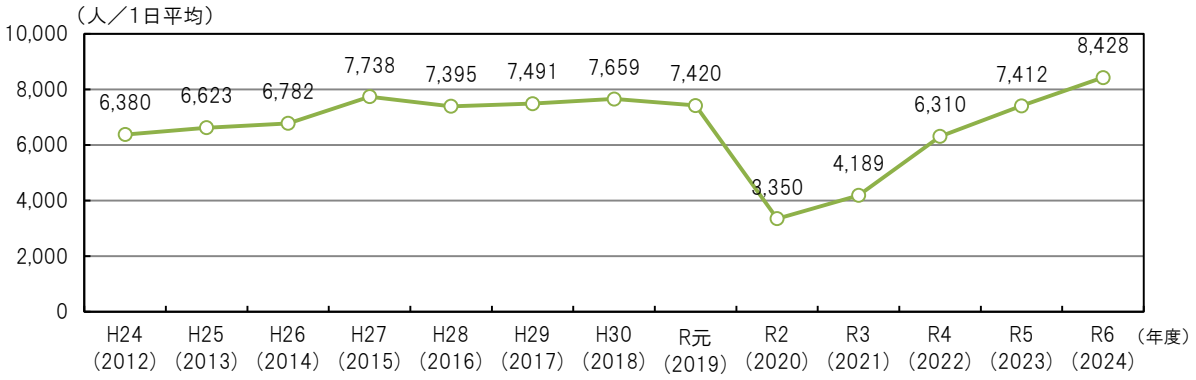
本市は、北陸新幹線や高速道路等の高速交通網が整備され、太平洋側と日本海側を結ぶ交通結節点としての機能を持っています。特に新幹線では東京から約 1 時間 30 分という立地条件から、多様な働き方に対応できるポテンシャルを有しています。

平成 27（2015）年度には、北陸新幹線が金沢まで延伸したことにより長野駅の新幹線乗車人員が増加し、観光・経済などの面で北陸地方との交流が活発になってきています。令和 2(2020)年度には新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、乗車人員は前年度の半分以下にまで減少しましたが、令和 3（2021）年度以降は回復しており、令和 5（2023）年度末には、敦賀（福井県）延伸もあり、令和 6(2024)年度には過去最高水準となっております。

図表 5　長野市へのアクセス



図表 6　長野駅　新幹線乗車人員の推移



（資料）東日本旅客鉄道株式会社「新幹線駅別乗車人員」

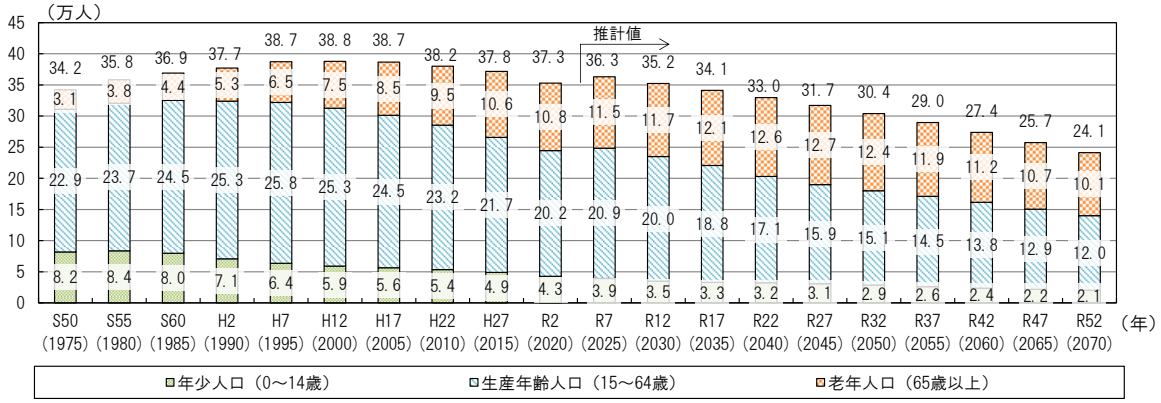
2　経済を取り巻く環境変化

（1）人口減少・少子高齢化の進行

国勢調査によると、日本の総人口は大正 9（1920）年の調査開始以来、平成 27（2015）年に初めて減少に転じ、令和 2（2020）年には約 1 億 2,623 万人となりました。

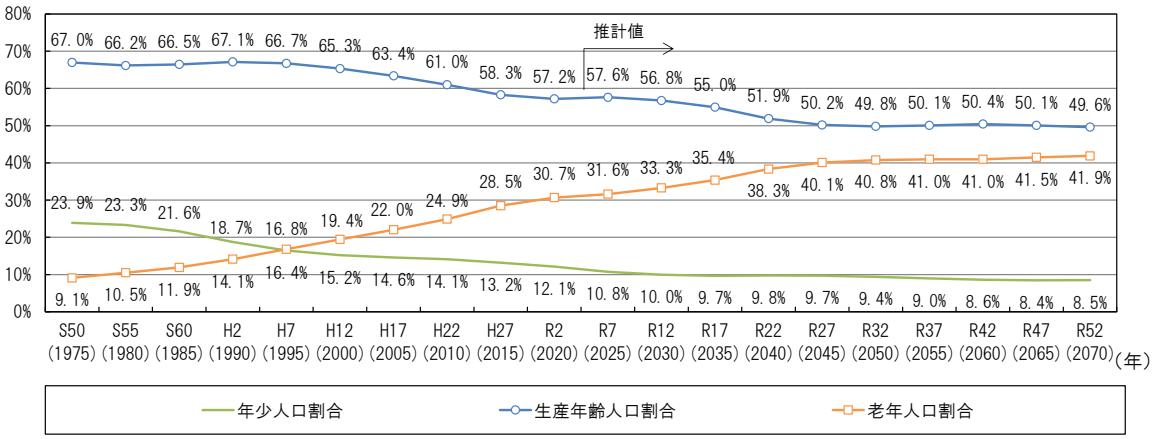
本市の人口は平成 12（2000）年にピークを迎え、全国より早い段階で人口減少局面に入りました。国立社会保障・人口問題研究所によると、本市の人口は今後も減少を続け、令和 32（2050）年には 304,038 人となり、令和 2（2020）年の 372,760 人から約 6 万 9,000 人減少すると推計されています。出生数の低下や市外への人口流失の影響により、総人口に占める生産年齢人口（15～64 歳）の割合は、令和 32（2050）年には 49.8%にまで低下することが予測されており、労働力不足の深刻化が懸念されます。一方で老年人口の割合は令和 32（2050）年に 40.8%まで上昇する見通しとなっており、少子高齢化が今後も進行していくことが見込まれます。

図表 7　長野市の人口推移【本編作成時に最新データに更新予定】



（資料）総務省統計局「国勢調査」（S50年～R2年）、
国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（令和5年（2023年）年推計）」（R7年～R32年）
（注1）長野県「毎月人口異動調査」によると、R7年の長野市人口は358,783人
（注2）R37年（2055年）年以降は、社人研推計に準拠して推計。
（注3）年齢不詳人口があるため、年齢3区分別人口の合計が総数と一致しない場合がある

図表 8　長野市の年齢３区分別人口割合の推移【本編作成時に最新データに更新予定】



（資料）総務省統計局「国勢調査」（S50年～R2年）、
国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（令和5年（2023年）年推計）」（R7年～R32年）
（注１）R37年（2055年）年以降は、社人研推計に準拠して推計。
（注２）年齢不詳人口があるため、年齢３区分別人口割合の合計が100%にならない場合がある

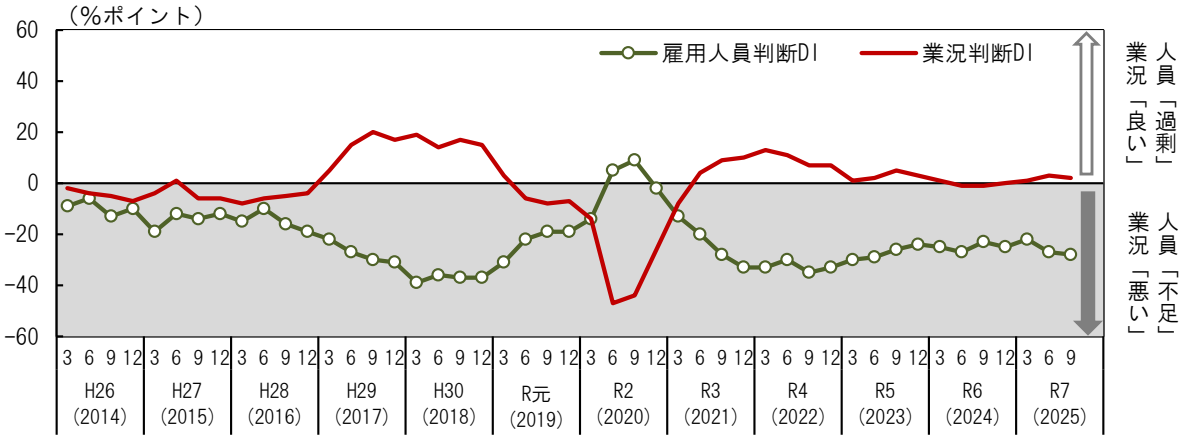
②　人手不足感の高まり

人口及び生産年齢人口の減少を背景に、人手不足が常態化しています。

長野県の雇用人員判断 DI（雇用人員について「過剰」と答えた企業の割合から「不足」と答えた企業の割合を引いたもの）をみると、景気後退期に転換した平成 30（2018）年以降は、業況判断の悪化に伴い人手不足感の緩和が進み、さらに新型コロナウイルス感染症の感染拡大によって業況判断が急速に悪化した令和 2（2020）年中頃には人手が過剰である状態に転じましたが、同年 12 月に再び不足超過となり、令和 7 年（2025）まで継続しています。

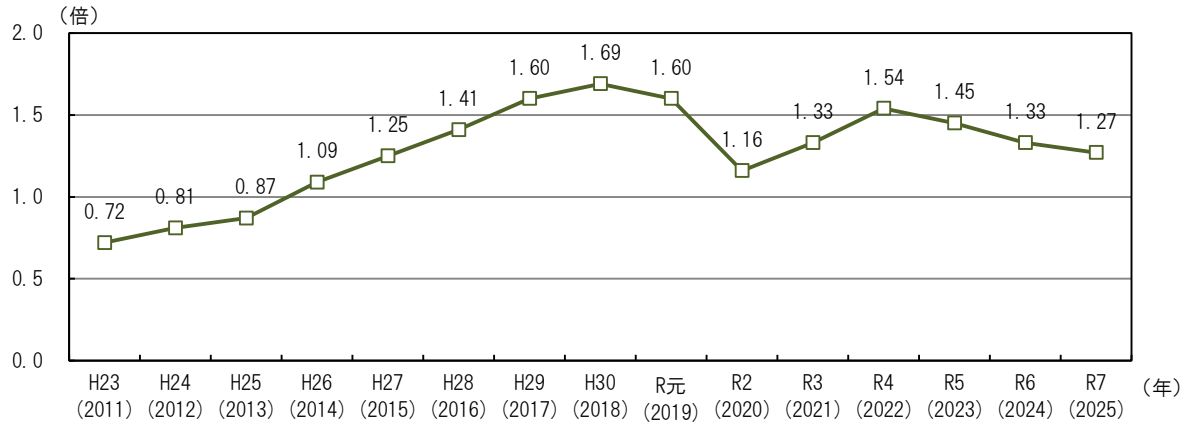
また、長野県の有効求人倍率は、平成 26（2014）年以降 1 倍を超えて推移しており、求人数が求職者数を上回る状況が続いています。

図表 9　雇用人員の過不足感の推移（長野県）



（資料）日本銀行松本支店「企業短期経済観測調査（長野県）」
（注）　雇用人員判断DI：回答社数構成比「過剰」 － 「不足」
　　業況判断DI　　：回答社数構成比「良い」 － 「悪い」

図表 10　有効求人倍率の推移（長野県）



（資料）長野労働局「最近の雇用情勢」
（注）　有効求人倍率：有効求人数／有効求職者数

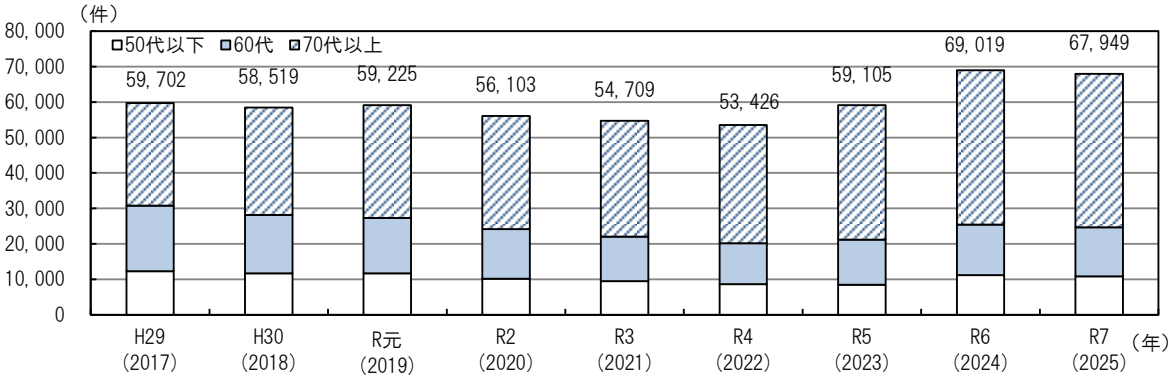
③　経営者の高齢化による休廃業・解散企業の増加

少子高齢化の進行に伴い経営者の高齢化が進んできており、年齢を理由に引退する経営者の増加が予想されます。

休廃業・解散企業数の推移を代表者の年齢別にみると、代表者が 70 歳代以上の企業において増加傾向にあります。

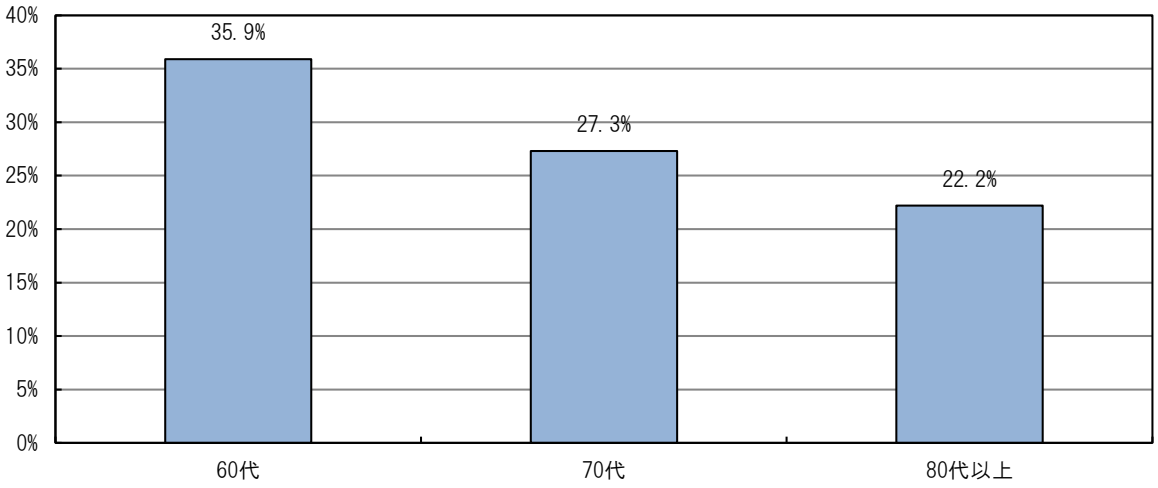
経営者の年代別に後継者の有無について確認すると、60 歳代は約 36%、70 歳代は約 27%、80 歳代以上では約 22%で後継者が不在となっており、経営者の高齢化に加えて、後継者の不在が休廃業・解散件数増加の背景にあると考えられます。

図表 11　代表者年齢別　休廃業・解散件数の推移（全国）



（資料）中小企業庁「2026年版中小企業白書」（（株）帝国データバンク「全国企業「休廃業・解散」動向調査」）
（注）1. 休廃業とは、倒産（法的整理）によるものを除き、特段の手続きを取らずに企業活動が停止した状態を確認（休廃業）、若しくは商業登記等で解散（ただし、「みなし解散」を除く）を確認できたものを指す。
2. 調査時点での休廃業・解散状態を確認したもので、将来的な企業活動の再開を否定するものではない。また、休廃業・解散後に法的整理へ移行した場合は。倒産件数として再集計する場合もある。

図表 12　経営者年代別　後継者不在企業の割合（全国・令和 7 年）



（資料）株式会社帝国データバンク「全国「後継者不在率」動向調査（2025年）」）

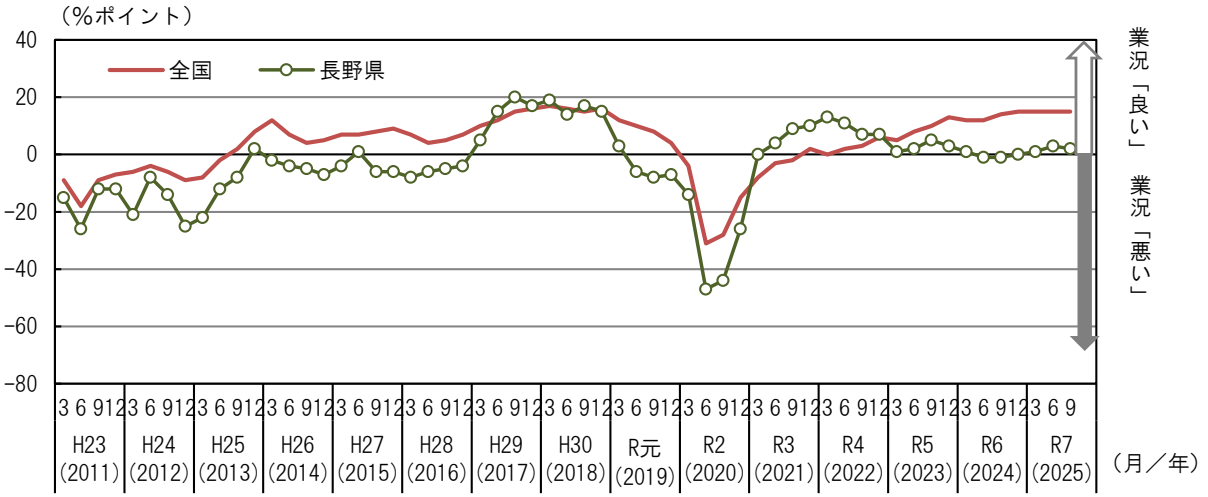
（2）アフターコロナの業況感

①　企業の業況感

令和 2(2020)年に新型コロナウイルス感染症が世界的に流行したことで、感染拡大防止のための外出自粛等や主要貿易相手国での経済活動の停止等により、経済活動が著しく停滞しました。その後、段階的な経済活動再開もあり、令和 4（2020）年の全国及び長野県企業の業況判断 DI（業況について「良い」と答えた企業の割合から「悪い」と答えた企業の割合を引いたもの）をみると、業況は「良い」に転じています。

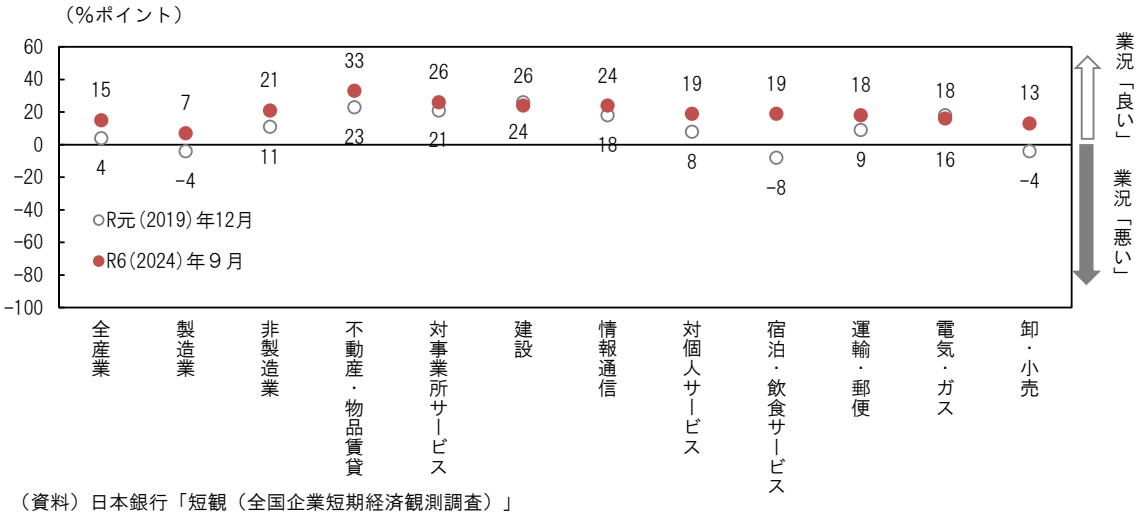
また、令和 6(2024)年 9 月における全国の産業別の業況判断 DI をみると、全業種で「良い」となっており、新型コロナウイルス感染症の感染拡大前の令和元年(2019)年 12 月と比較すると、11 業種中 9 の業種で上回っています。

図表 13　企業の業況判断 DI の推移



（資料）日本銀行「短観（全国企業短期経済観測調査）」、日本銀行松本支店「企業短期経済観測調査（長野県）」
（注）　業況判断DI：回答社数構成比「良い」 －「悪い」

図表 14　企業の業況判断 DI（全国・産業別）



（資料）日本銀行「短観（全国企業短期経済観測調査）」

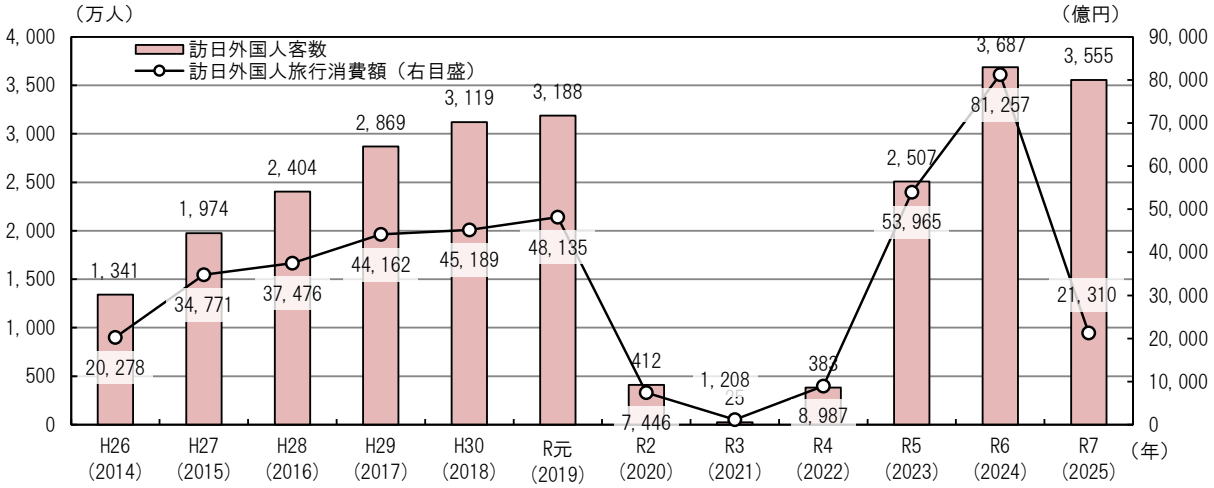
② インバウンド（外国人旅行者）の増加と旅行消費額の拡大

新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大により人の移動が制限され、令和 2（2020）年の訪日外国人客数は 412 万人と、前年比 87％の減少となりました。

その後、段階的な渡航制限の解除に伴い、R4（2022）年から訪日外国人客数は上昇に転じ、R6（2024）年には過去最高の 3,687 万人となっています。本市の外国人延べ宿泊者数も訪日外国人の上昇に併せて増加傾向にあります。

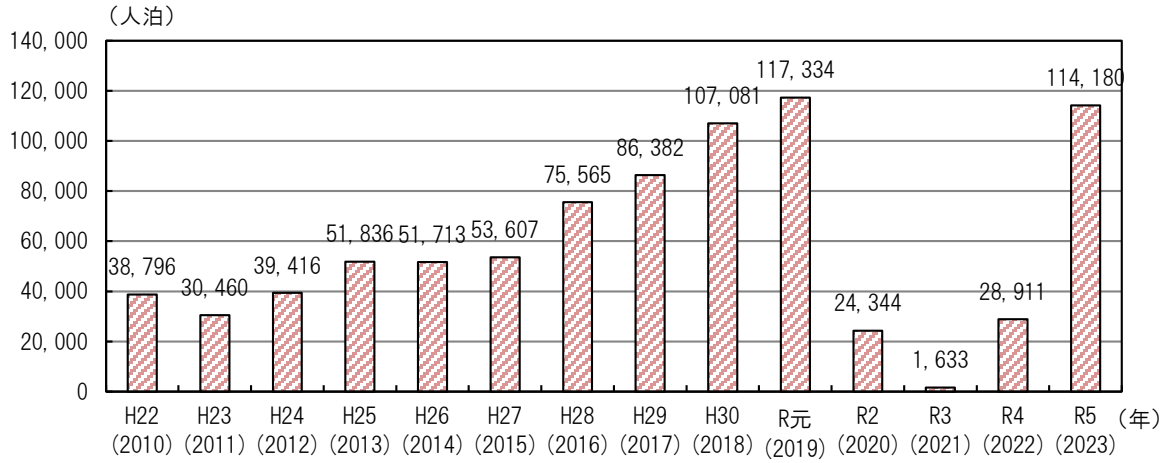
訪日外国人の旅行消費額についても R6（2024）年には 8 兆 1257 億円に達しており、新型コロナウイルス感染症の感染拡大前の令和元(2019)年の 4 兆 8,135 億円と比較し、大幅に増加しています。

図表 15　訪日外国人客数・訪日外国人旅行消費額の推移（全国）



（資料）日本政府観光局（ＪＮＴＯ）「 訪日外客数（年表）」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」
（注）　令和7(2025)年の訪日外国人旅行消費額は、令和7(2025)年1～10月期の結果を用いた観光庁による試算

図表 16　外国人延宿泊者数の推移（長野市）



（資料）長野県「外国人延宿泊者数調査」に基づき長野市作成

（3）国際情勢と国内外経済の状況

①　国際情勢の変化

近年の国際情勢は、国家間の対立や地域紛争の長期化、経済安全保障をめぐる競争の激化などにより、不確実性が一層高まっています。ロシアによるウクライナ侵略の長期化や中東情勢の緊迫化は、エネルギーや原材料、食料等の価格上昇に加え、国際物流の停滞や輸送コストの増加をもたらす要因となっています。

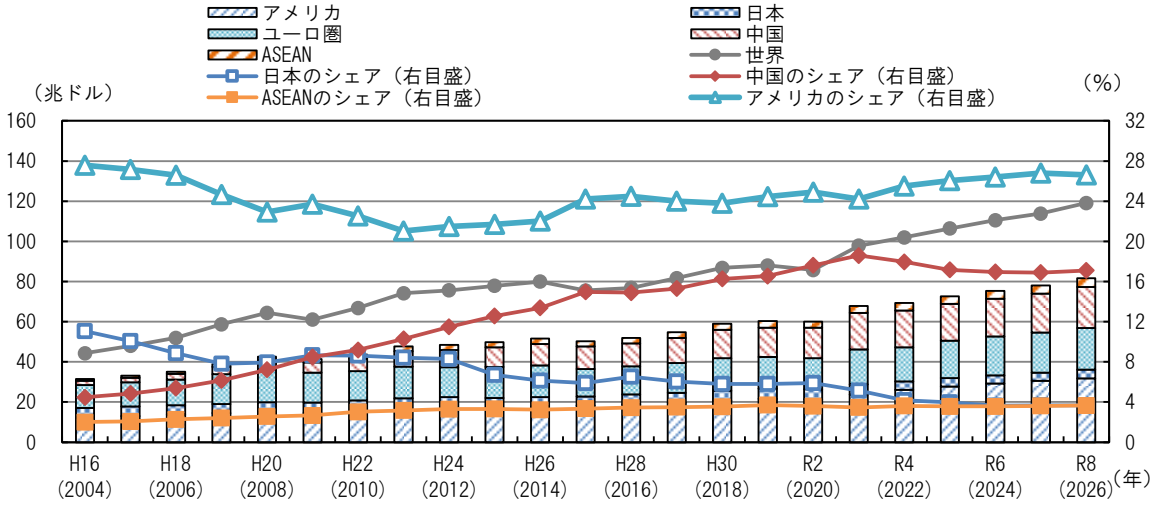
また、インド太平洋地域では、中国の軍事力の強化や台湾周辺における活動の活発化、米中間の競争などを背景として、台湾海峡の平和と安定が国際社会における重要な課題となっています。こうした地政学的リスクは、安全保障分野にとどまらず、半導体やエネルギー、重要鉱物をはじめとする物資の供給や、企業の生産・投資活動にも影響を及ぼしています。

さらに、各国において自国産業の保護や重要物資・技術の確保を重視する動きが広がり、関税や輸出管理などの通商政策が企業活動に与える影響も大きくなっています。このため、地域企業においても、原材料・エネルギー価格の変動や物流の停滞、調達制約等の影響を注視するとともに、調達先や販売先の多様化、サプライチェーンの強靱化など、国際情勢の変化に対応できる事業体制を構築することが重要となっています。

②　中国の失速と国内市場の縮小

世界の主な国・地域の名目 GDP（ドルベース）の推移をみると、令和 3（2021）年まで世界の GDP に占めるシェアが上昇傾向にあった中国が、近年下落や横ばい傾向にあります。同じく日本の GDP も伸び悩んでおり、世界の GDP に占めるシェアは、平成 16（2004）年からの 20 年で 11.1％から 3.6％へと低下していることから、世界の市場規模と比較すると、国内市場は相対的に縮小傾向にあると言えます。

図表 17　世界の主な国・地域の名目 GDP の推移【本編作成時に最新データに更新予定】

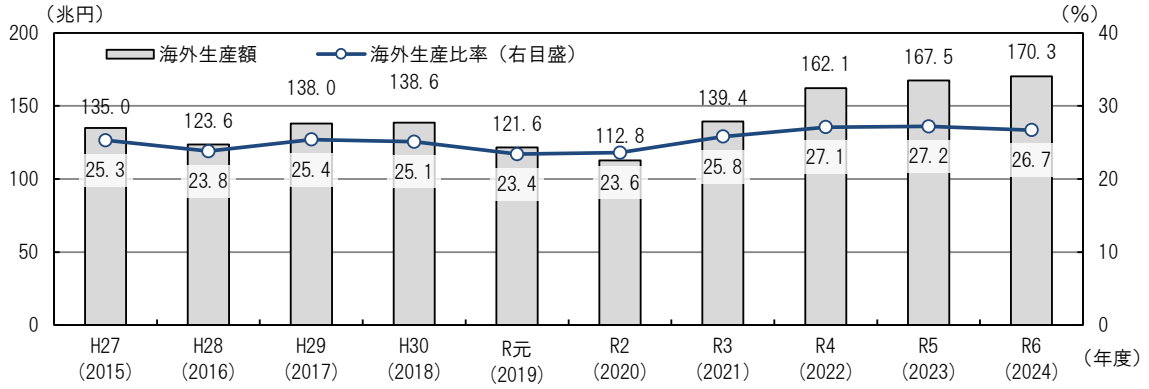


（資料）IMF（国際通貨基金）「World Economic Outlook Database: April 2025」

③　生産活動等のグローバル化

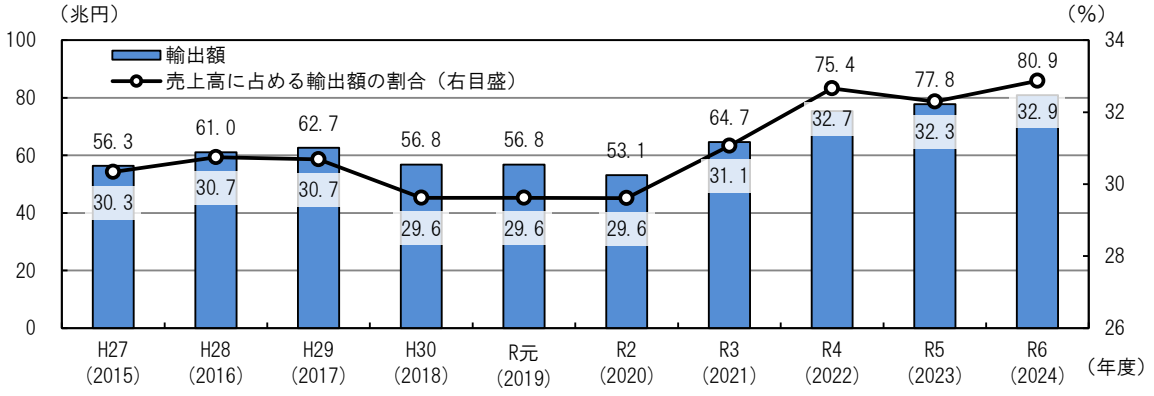
中国や ASEAN 諸国をはじめとする新興国の経済成長等による国際分業の進展により、国境を越えたサプライチェーンが形成される中で、国内製造業の海外生産額、海外生産比率（売上高に対する海外現地法人の売上高の割合）は増加傾向にあります。また、輸出額、売上高に占める輸出額の割合も直近では 3 割を超えています。

図表 18　製造業　海外生産額・海外生産比率の推移（全国）



（資料）経済産業省「海外事業活動基本調査」
（注）　海外生産額　：現地法人売上高
　　海外生産比率：現地法人売上高／（現地法人売上高＋国内法人売上高）

図表 19　製造業　輸出額・売上高に占める輸出額の割合の推移（全国）

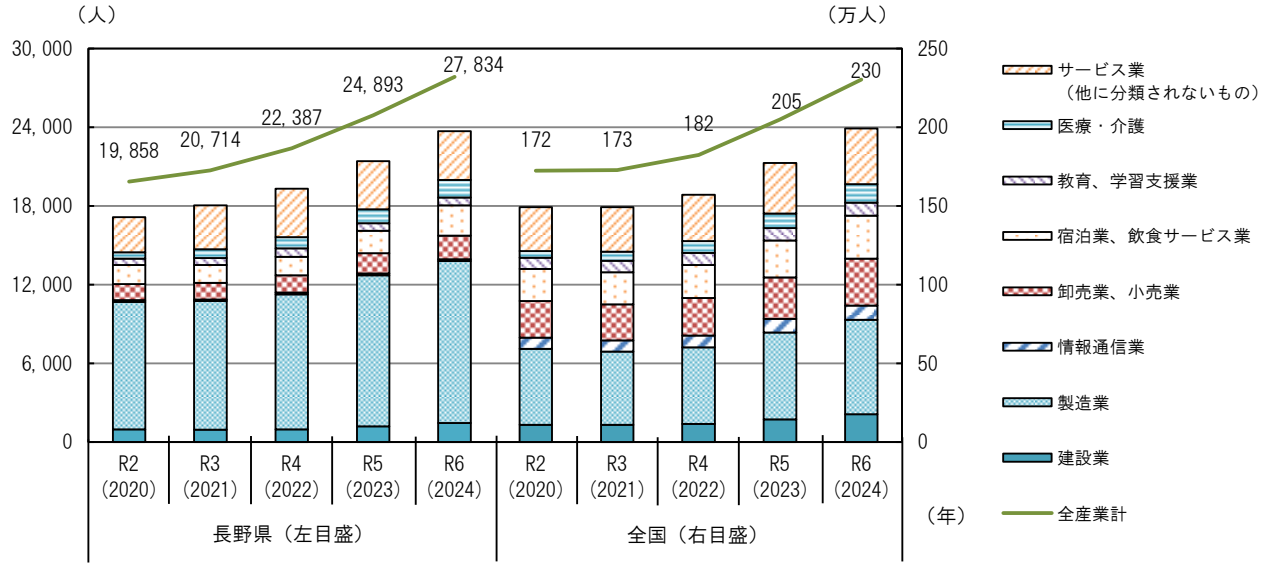


（資料）経済産業省「企業活動基本調査」
（注）　売上高に占める輸出額の割合：モノの輸出額／モノの輸出企業売上高

また、人口減少・少子高齢化を主因に国内の労働力人口が減少傾向にある中、外国人労働者数は全国・長野県ともに増加傾向にあります。産業別にみると、長野県では特に製造業における外国人労働者が多くなっています。

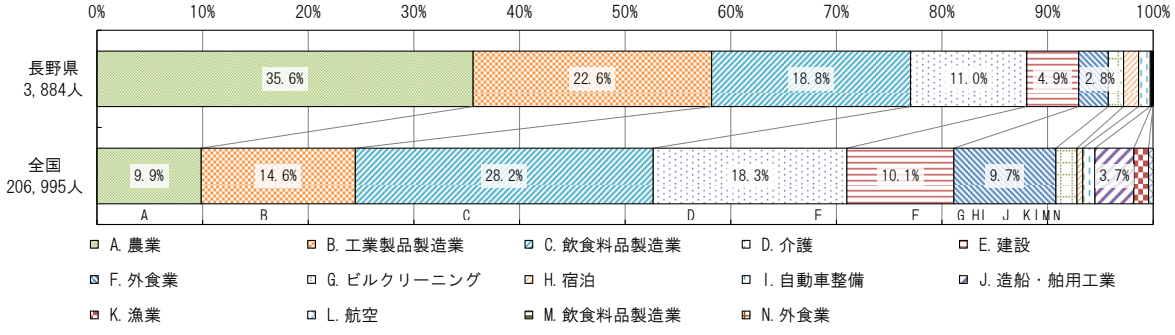
国は、深刻化する人手不足を踏まえ、人材の確保が困難な状況にある 14 の産業分野（特定産業分野）について、一定の専門性・技能を有し即戦力となる外国人を受け入れるため、令和元（2019）年に新たな在留資格である「特定技能」を創設しました。令和 6（2024）年 10 月末現在の特定技能の外国人労働者数は、全国で 206,995 人、長野県で 3,884 人となっています。特定技能の労働者数について、特定産業分野別に構成比をみてみると、長野県では全国に比べ「農業」や「工業製品製造業」といった産業分野の構成比が高くなっています。

図表 20　産業別　外国人労働者数の推移【本編作成時に最新データに更新予定】



（資料）厚生労働省「「外国人雇用状況」の届出状況表一覧」
（注）　各年10月末時点の値

図表 21　「特定技能」外国人労働者の特定産業分野別構成比（令和 6 年）【本編作成時に最新データに更新予定】



（資料）厚生労働省「「外国人雇用状況」の届出状況表一覧（令和6年10月末現在）」

（4）デジタル技術の進展による産業・生活の変化

① DX・AX の進展と AI の社会実装

デジタル技術の急速な進展により、企業におけるデジタル化は、情報システムやデジタルツールの導入による業務効率化にとどまらず、データとデジタル技術を活用して業務プロセスや組織、製品・サービス、事業モデルを変革するデジタルトランスフォーメーション（DX）へと広がっています。さらに近年では、人工知能（AI）を業務や経営に組み込み、生産性の向上や新たな価値の創出につなげる AI トランスフォーメーション（AX）の重要性が高まっています。

特に、文章や画像、プログラム等を生成する「生成 AI」は、資料作成、情報収集、顧客対応、設計・開発など、事務系業務を中心に活用が広がっています。その活用範囲は、定型業務の効率化に加え、社内に蓄積された知識や技能の共有、意思決定の支援、商品・サービスの企画など、より高度な業務にも及んでいます。また、自律的に複数の業務を処理する AI エージェントなど、新たな技術の実用化も進んでいます。

AI の活用は、事務系業務だけでなく、製造や物流などの現場にも広がっています。センサーやカメラ等から得られる情報を基に現実空間の状況を認識・判断し、ロボットや機械を自律的に制御する「フィジカル AI」は、検査、搬送、設備保全、作業支援などへの活用が期待されています。こうした技術は、人手不足への対応、生産性や安全性の向上、熟練技能の継承を支え、地域産業の競争力を高める可能性があります。

DX や AX の進展は、人手不足や市場環境の変化に直面する中小企業・小規模事業者にとって、業務の省力化や迅速化、顧客ニーズへの的確な対応、販路開拓などにつながる可能性があります。一方、導入費用の負担、デジタル技術や AI を活用できる人材の不足、業務プロセスの見直し、データの整備・管理などが課題となっています。

また、生成 AI 等の利用に当たっては、出力内容の誤りや偏り、第三者の著作権、商標権等の知的財産権の侵害、個人情報や営業秘密・技術情報の漏えい、偽・誤情報の拡散、サイバーセキュリティ上の脅威などのリスクに留意する必要があります。企業には、AI サービスの特性や利用条件を確認し、入力情報や生成物の取扱いに関するルールを整備するとともに、人による事実確認や権利関係の確認を行うなど、安全性、透明性及び信頼性を確保した活用が求められています。

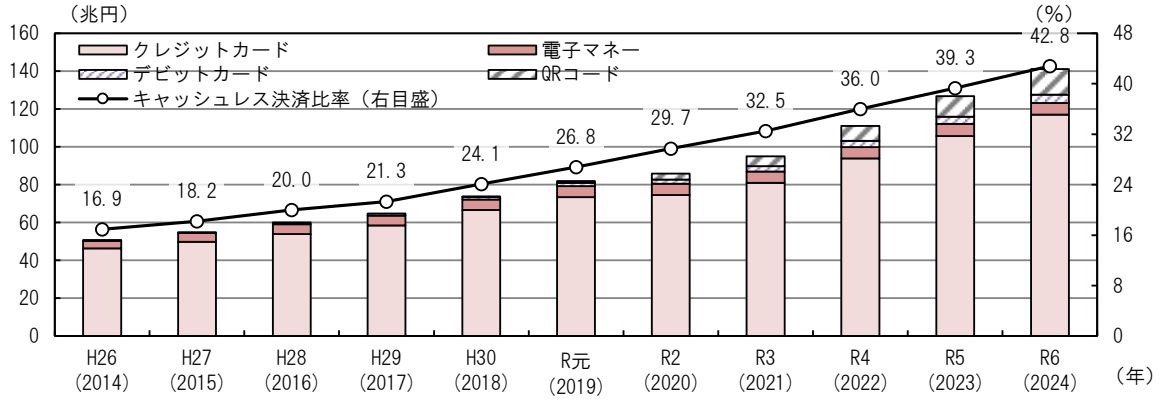
今後は、市内企業が DX・AX を経営課題の解決に向けた手段として捉え、デジタル技術や AI を適切に活用することにより、生産性と付加価値の向上、新たな商品・サービスの創出、技能の継承及び持続可能な経営につなげていくことが重要です。

② 消費行動の変化

消費者の利便性や事業者の生産性向上等を背景に、紙幣や硬貨といった現金を用いないキャッシュレス決済の利用が拡大傾向にあります。キャッシュレス決済の手段としては、クレジットカードや電子マネー、デビットカードのほか、近年、特に増加傾向にあるスマートフォンのアプリケーションを用いたQRコード決済があります。新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、人との接触を抑え短時間で決済可能なキャッシュレス決済は、今後更に拡大することが想定されます。

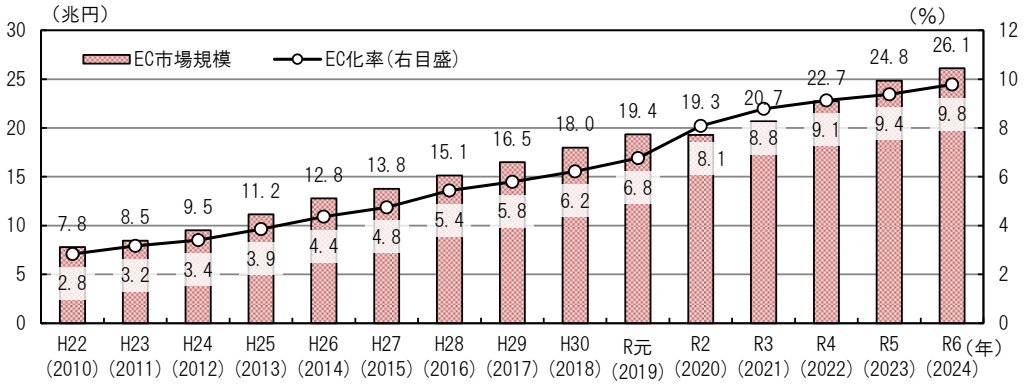
また、スマートフォンなど身近なIT端末の普及や共働き世帯の増加といった社会構造の変化とともに、インターネット上でモノやサービスを売買するEC（電子商取引）の市場規模が拡大傾向にあり、全ての商取引に対するEC（電子商取引）市場規模の割合（EC化率）も上昇傾向にあります。

図表 22　キャッシュレス決済額・キャッシュレス決済比率の推移（全国）
【本編作成時に最新データに更新予定】



（資料）経済産業省「キャッシュレス決済の中小店舗への更なる普及促進に向けた環境整備検討会」、内閣府「国民経済計算」、一般社団法人日本クレジット協会「日本のクレジット統計」、日本デビットカード推進協議会、日本銀行「決済システムレポート」「決済動向」、一般社団法人キャッシュレス推進協議会「コード決済利用動向調査」
（注）　キャッシュレス決済比率：キャッシュレス決済額／民間最終消費支出（名目）

図表 23　EC 市場規模・EC 化率の推移（全国）
【本編作成時に最新データに更新予定】



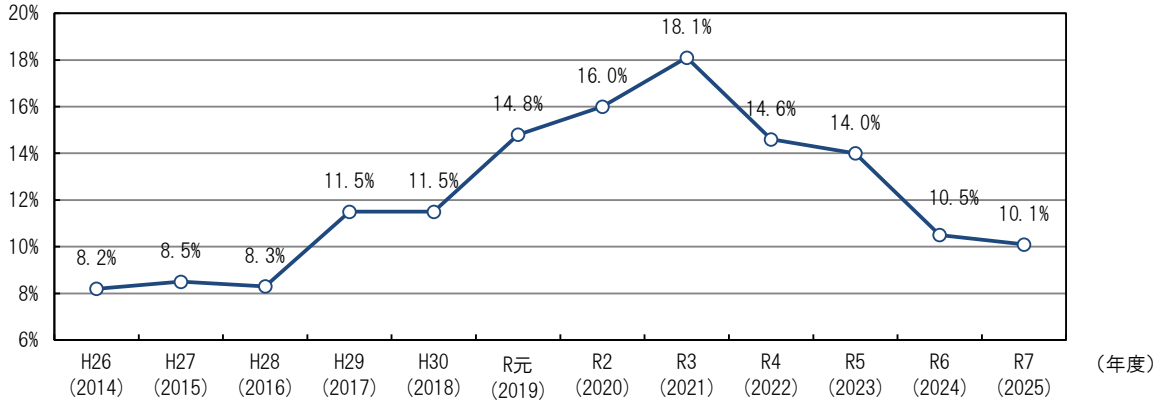
（資料）経済産業種「電子商取引に関する市場調査」
（注）　EC（電子商取引）：受発注がコンピュータネットワークシステム上で行われる商取引
　　EC化率　　：商取引金額（商取引市場規模）に対するEC市場規模の割合（物販系分野が対象）
　　EC市場規模は、「物販系分野」、「サービス系分野」、「デジタル系分野」の合計

③　製造業における ICT 産業の活性化

製造業では、工場の IoT 化などの効率化投資やそれに伴うシステム刷新を中心に、情報化投資が積極的に行われています。AI やビッグデータ、IoT を活用したスマート工場化等により生産性向上を図るだけなく、顧客データの分析による商品企画や販売予測、予知保全、遠隔保守等、新たな付加価値を創出するための取組が進められています。

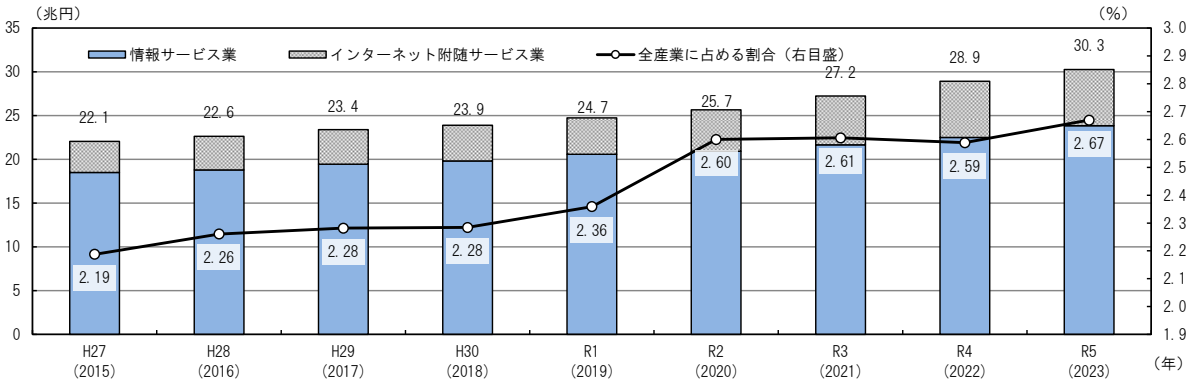
社会全体のデジタル化・IT 化に伴い、ICT 産業の産出額は増加傾向にあり、全産業の産出額に占める ICT 産業の産出額の割合も上昇傾向にあります。ICT 産業は、あらゆる産業における高度な IT 利活用による新たなビジネスモデルの創出や既存のビジネスモデルの変革を行うデジタルトランスフォーメーション（DX）の推進役として大きな期待が寄せられています。

図表 24　製造業　設備投資額に対するデジタル化投資額の割合（全国）
【本編作成時に最新データに更新予定】



（資料）株式会社日本政策投資銀行「設備投資計画調査」
（注）　デジタル化投資計画について当該年度実績と翌年度の投資計画ともに回答があった企業の数値
　　デジタル化投資：コンピュータおよび周辺機器、通信ネットワーク構築、ソフトウェア開発費等で、
　　無形固定資産の取得や費用処理による分を含む。）

図表 25　ICT 産業の産出額の推移（全国）【本編作成時に最新データに更新予定】



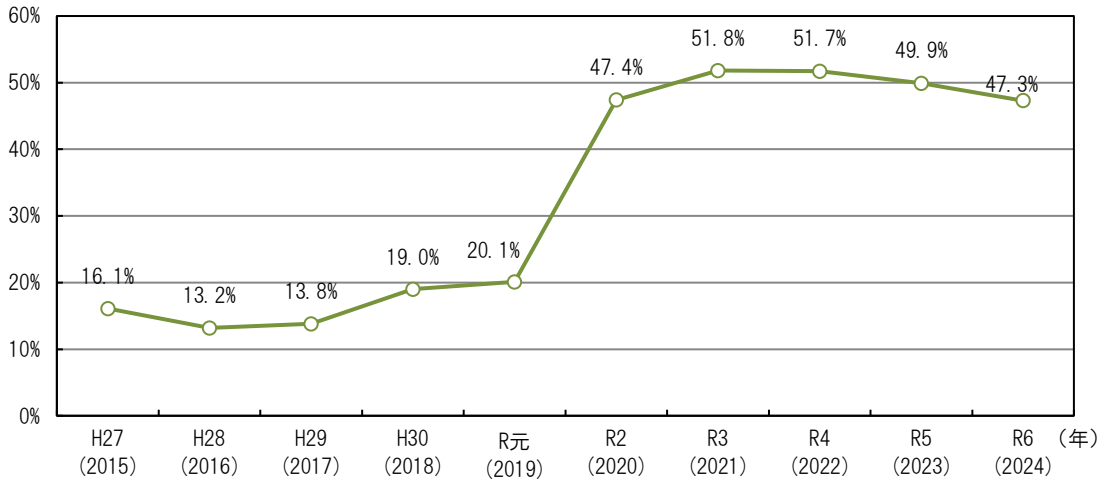
（資料）総務省「令和元年度 ICTの経済分析に関する調査」

④　テレワークの普及と定着

情報通信技術を利用し、時間や場所を有効に活用できる柔軟な働き方であるテレワークを導入する企業が増加しています。特に、新型コロナウイルス感染症の感染拡大がみられた令和 2（2020）年には、テレワークを導入する企業の割合が、前年の 20.1%から 47.4%へと上昇しました。コロナウイルスのパンデミック収束後も 5 割前後で推移しており、テレワークについては働き方の 1 つとして定着していることが伺えます。

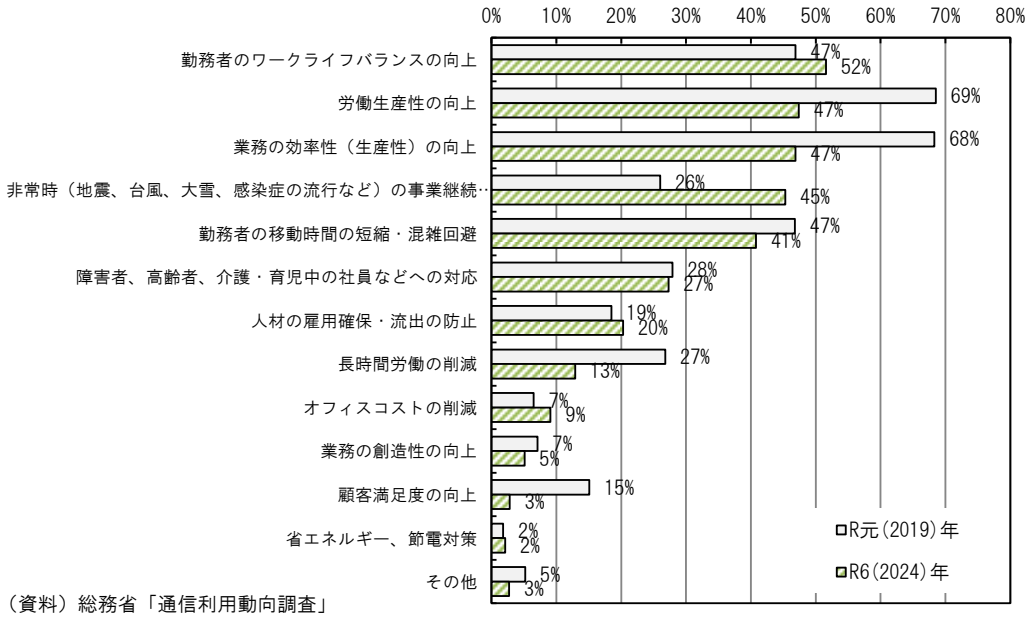
テレワーク導入の目的をみると、令和 6 年（2024）年には、「ワークライフバランスの向上」、「労働生産性の向上」、「業務の効率性（生産性）の向上」が上位となっています。

図表 26　テレワーク導入率の推移（全国）【本編作成時に最新データに更新予定】



（資料）総務省「通信利用動向調査」

図表 27　テレワークの導入目的（全国）【本編作成時に最新データに更新予定】



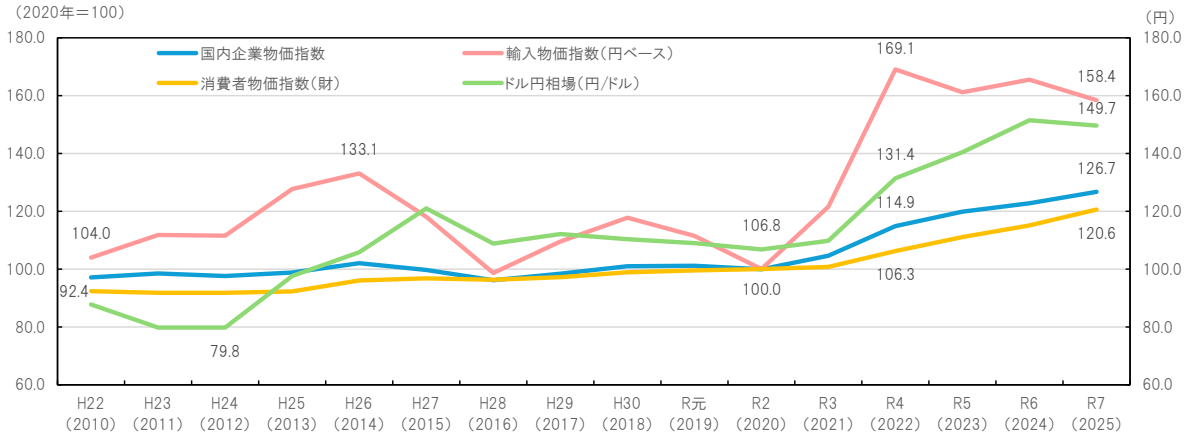
（資料）総務省「通信利用動向調査」

（５）物価高騰と中小企業の価格転嫁の状況

新型コロナウイルス感染症からの世界経済の回復に伴う需要の増加や、ウクライナ情勢等を背景とした資源・原材料価格の上昇、円安の進行などにより、輸入物価指数は令和 3（2021）年から上昇し、令和 4（2022）年にかけて大幅に上昇しました。その後は変動を伴いながらも、依然として高い水準で推移しています。また、国内企業物価指数及び消費者物価指数も、平成 22（2010）年以降おおむね横ばいで推移していましたが、令和 3（2021）年以降は上昇傾向が続いており、企業の仕入価格や家計が購入する食料品や日用品などの価格が上昇するなど、企業活動や市民生活への影響が続いていることが伺えます。

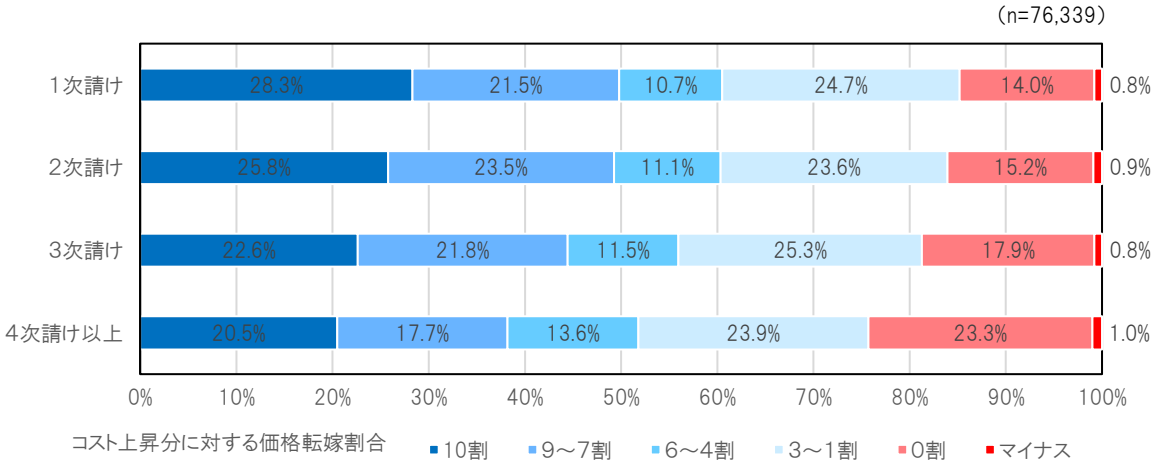
企業の仕入価格の増加に伴う価格転嫁については、より下位の下請けになるほど、価格転嫁の割合は下がる傾向にあり、全く価格転嫁ができていない 4 次請け以上の企業の割合は、1 次請け企業の約 1.6 倍になっています。

図表 28　国内企業指数、消費者物価指数、輸入物価指数及びドル円相場の推移



（資料）中小企業庁「中小企業白書 小規模企業白書 2026年版」、日本銀行「企業物価指数」「外国為替市場」、総務省「消費者物価指数」

図表 29　受注側企業の取引段階とコスト全般の価格転嫁の状況（全国）



（資料）中小企業庁「価格交渉促進月間（2026年3月）フォローアップ調査結果」

（注）1次請け、2次請け等の取引段階は受注側中小企業が、最終製品・サービスを提供する企業から数え、どの取引段階に位置しているかを表している。

（6）脱炭素経営と GX の推進

気候変動や生物多様性の損失、資源制約などの環境課題が深刻化する中、脱炭素、資源循環、自然環境の保全を一体的に進め、持続可能な経済社会へ移行することが求められています。国では、令和 32（2050）年のカーボンニュートラルの実現に向け、エネルギーの安定供給、経済成長及び脱炭素の同時実現を目指すグリーントランスフォーメーション（GX）が進められています。

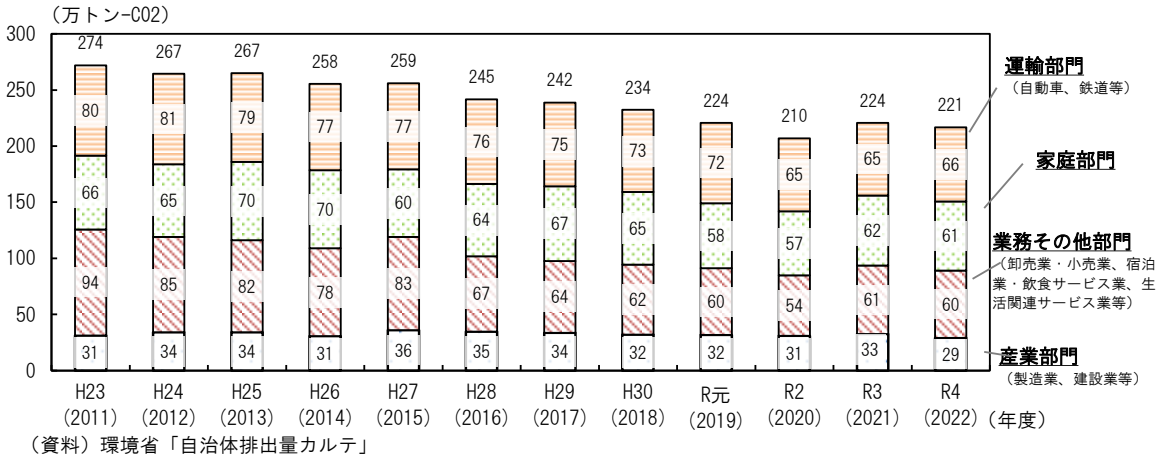
こうした動きは、環境負荷の低減にとどまらず、産業構造や企業の競争条件にも変化をもたらしています。企業には、省エネルギーや再生可能エネルギーの導入、温室効果ガス排出量の把握・削減に加え、製品の設計から廃棄・再利用まで資源を有効に活用する循環経済への対応が求められています。また、企業活動による自然環境や生物多様性への影響を抑え、その回復に貢献するネイチャーポジティブの考え方も広がっています。

国内外では、環境への配慮や温室効果ガス排出量に関する情報開示を取引先に求める動きが進み、その影響はサプライチェーンを通じて中小企業・小規模事業者にも及んでいます。対応の遅れが取引や資金調達、人材確保等に影響する可能性がある一方、省エネルギーによるコスト削減、企業価値の向上、環境関連市場への参入など、事業成長の機会にもなっています。

また、中小企業・小規模事業者にとっては、専門知識や人材、資金の不足に加え、エネルギー使用量や温室効果ガス排出量等を把握する体制の整備が課題です。このため、環境対応を単なるコストや社会貢献ではなく、経営課題の解決や競争力の強化につながる取組と捉え、企業の規模や業種等に応じて段階的に進めることが重要です。

本市では、脱炭素社会の構築、地域資源の循環利用、自然環境の保全に取り組むとともに、地域の事業者や関係機関と連携し、温室効果ガス排出量の可視化や脱炭素経営を促進しています。本市の二酸化炭素排出量は、コロナ禍前の令和元（2019）年と比較して、令和 4（2022）年には減少しており、脱炭素に向けた取組の進展が数値にも表れています。

図表 30　長野市の二酸化炭素の部門別排出量【本編作成時に最新データに更新予定】



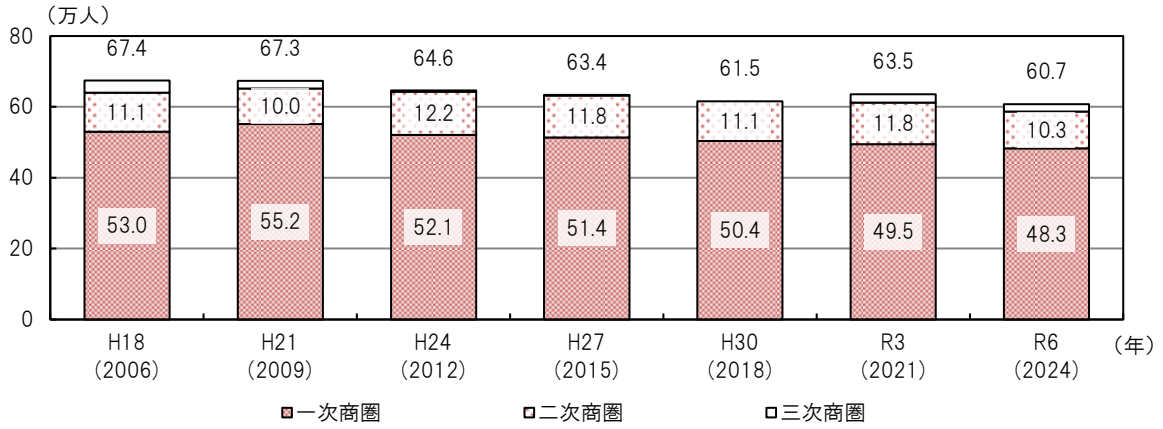
（資料）環境省「自治体排出量カルテ」

3　長野市の商工業の現状と課題

（1）商圏人口の減少・市外大型商業施設の開業に伴う影響

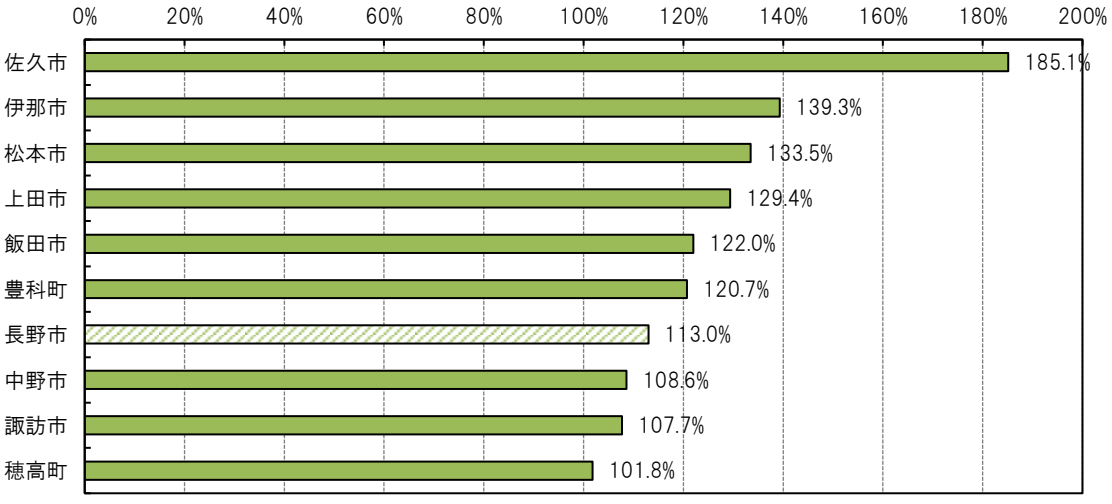
本市の商圏人口は、減少傾向にあり、令和 6（2024）年には 607,424 人となっています。人口減少のほか、令和 7 年 10 月の市外大型商業施設の開業等もあり、本市の吸引力係数の低下や小売・飲食を中心とした事業者への影響が懸念されます。

図表 31　商圏人口の推移



（資料）長野県「長野県商圏調査報告書」
（注）平成15年現在の旧長野市についての商圏人口
一次商圏：地域の消費需要の 30%以上を吸引している地域
二次商圏：地域の消費需要の 10%以上 30%未満を吸引している地域
三次商圏：地域の消費需要の 5%以上 10%未満を吸引している地域

図表 32　吸引力係数（令和 6 年）



（資料）長野県「長野県商圏調査報告書」
（注）平成15年現在の旧市町村単位の買物状況
吸引力係数：吸引人口（地元滞留人口＋流入人口）÷居住人口
上位10市町村のみ掲載

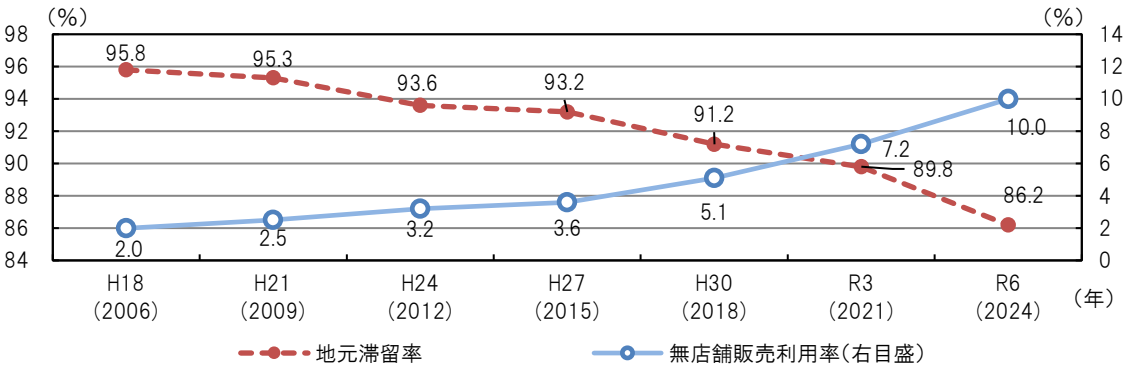
（２）地元滞留率の低下・EC（電子商取引）の拡大

本市の地元滞留率（市内で主に買い物をする世帯の割合）は、低下傾向にあります。一方で、無店舗販売利用率は上昇傾向にあることから、地元滞留率低下の主な原因の一つは、EC（電子商取引）の拡大にあると考えられます。

市民を対象としたアンケート調査の結果によると、品目別の主に購入する地域について「インターネットで購入」と回答した割合が、衣料品、家具・家電、その他（鞄、貴金属、贈答品等）で２割を超えています。

前項に示したとおり、商圏人口の減少もあり、消費者等のニーズを満たす魅力ある商業環境により、本市の吸引力を高めることが求められています。

図表 33　地元滞留率・無店舗販売利用率の推移



（資料）長野県「長野県商圏調査報告書」
（注）平成15年現在の旧長野市についての買物状況
地元滞留率　　：居住する地元市町村（平成15年現在の市町村単位）内で主に買物をする世帯の割合
無店舗販売利用率：通信販売、訪問販売、移動販売等で主に買物をする世帯の割合

図表 34　品目別の主に購入する地域

	飲食料品	衣料品	日用品	家具・家電	その他(鞄、貴金属、贈答品等)
中心市街地	26.4%	39.4%	26.2%	18.2%	50.4%
芹田地域	5.0%	3.9%	5.3%	11.0%	2.2%
古牧地域	7.1%	2.3%	4.4%	5.7%	2.6%
安茂里地域	10.5%	2.7%	8.1%	1.5%	2.3%
三輪・吉田地域	20.2%	12.2%	19.9%	26.2%	8.7%
浅川・若槻地域	15.0%	15.0%	14.6%	5.1%	8.5%
大豆島・朝陽地域	6.9%	3.8%	8.1%	3.7%	2.2%
古里・柳原地域	4.3%	1.6%	3.8%	0.4%	0.9%
長沼・豊野地域	4.6%	1.5%	4.6%	1.8%	1.3%
川中島・更北地域	20.3%	22.7%	20.2%	26.9%	17.2%
篠ノ井地域	12.9%	10.1%	13.0%	10.8%	6.9%
松代・若穂地域	5.5%	0.8%	4.1%	0.7%	1.7%
信州新町・大岡地域	6.4%	1.2%	5.2%	1.6%	1.8%
芋井・戸隠・鬼無里地域	1.5%	0.2%	0.5%	0.1%	0.4%
小田切・七二会・信更・中条地域	0.6%	0.1%	0.5%	0.0%	0.1%
千曲市・坂城町	3.8%	2.9%	3.6%	2.2%	2.1%
須坂市	5.2%	7.9%	4.0%	4.5%	5.0%
中野市・飯山市・山ノ内町	2.0%	1.4%	1.4%	1.0%	0.6%
インターネットで購入	2.7%	26.6%	12.2%	26.1%	25.9%
その他	9.9%	8.3%	4.3%	4.8%	6.5%

（n=533）

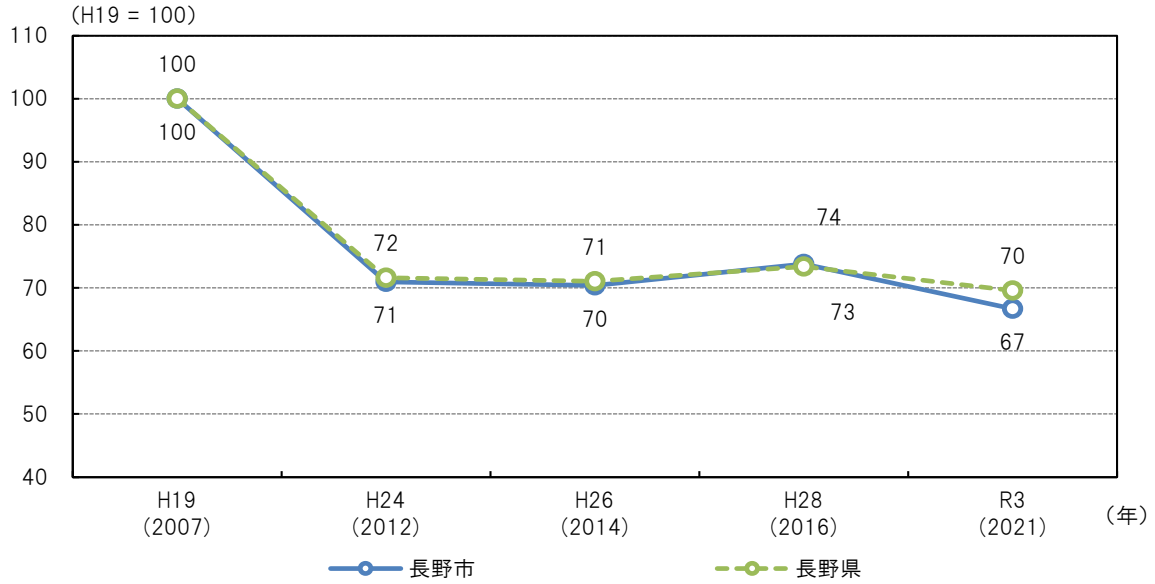
（資料）長野市商工労働課　長野市民2,000人を対象としたアンケート調査（調査時期：令和7年（2025年）12月）

（3）小売事業者・商店街数の減少

小売事業者数や商店街数が減少傾向にあるため、店舗や業種の多様性が失われ、身近な買物環境をはじめとする地域の商業機能やまちなかのにぎわいが低下することが懸念されます。

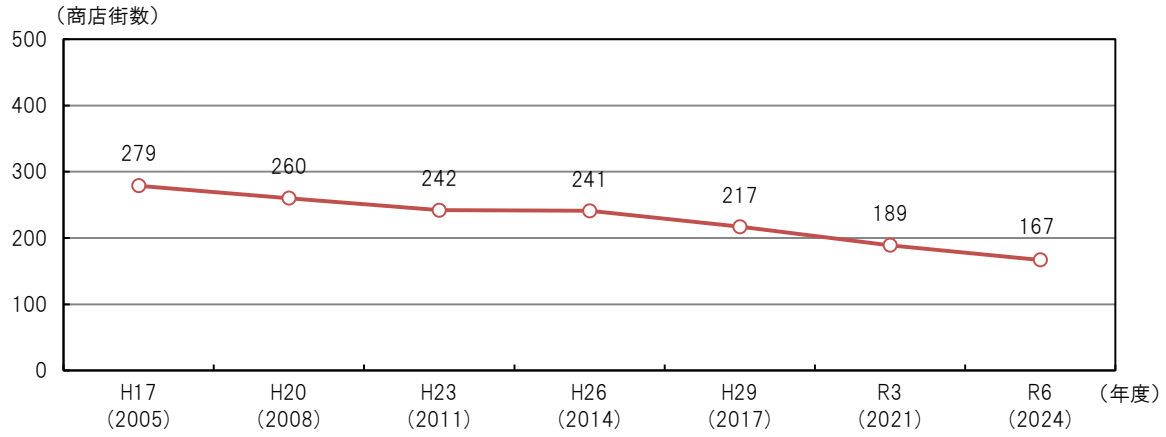
商圏人口が減少する中で、既存事業者は、来店の動機付けの強化等による域内需要の喚起を行うとともに、販路拡大に向けて EC やインバウンド（外国人旅行者）の取り込み等、域外需要の獲得を進める必要があります。

図表 35　小売事業者数の推移（長野県との比較）



（資料）経済産業省「商業統計調査」(H19、H26)、総務省・経済産業省「経済センサス－活動調査」(H24、H28、R3)

図表 36　　長野県内　商店街数の推移

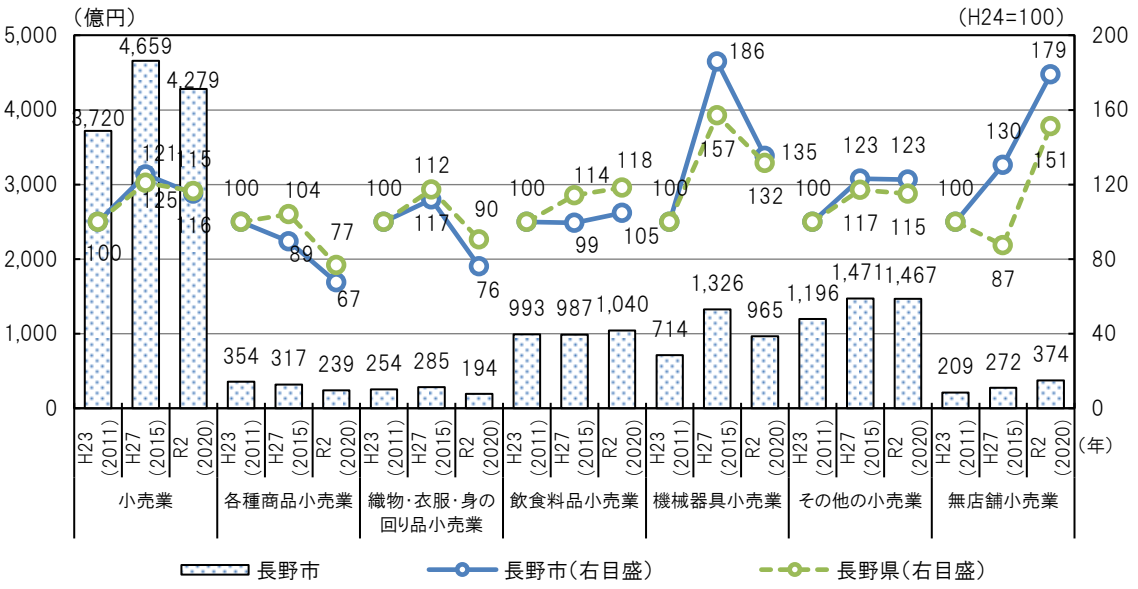


（資料）長野県「長野県商店街実態調査報告書」

	長野市	松本市	佐久市	上田市	飯田市	小諸市	岡谷市	諏訪市	中野市	大町市
R3(2021)	43	18	13	13	9	8	6	10	4	5
R6(2024)	37	17	17	14	9	7	6	6	5	5
増加数	▲ 6	▲ 1	4	1	0	▲ 1	0	▲ 4	1	0
	飯山市	茅野市	駒ヶ根市	須坂市	千曲市	安曇野市	伊那市	塩尻市	東御市	その他
R3(2021)	5	5	4	2	3	4	2	4	0	31
R6(2024)	5	5	4	3	3	3	2	1	1	17
増加数	0	0	0	1	0	▲ 1	0	▲ 3	1	▲ 14

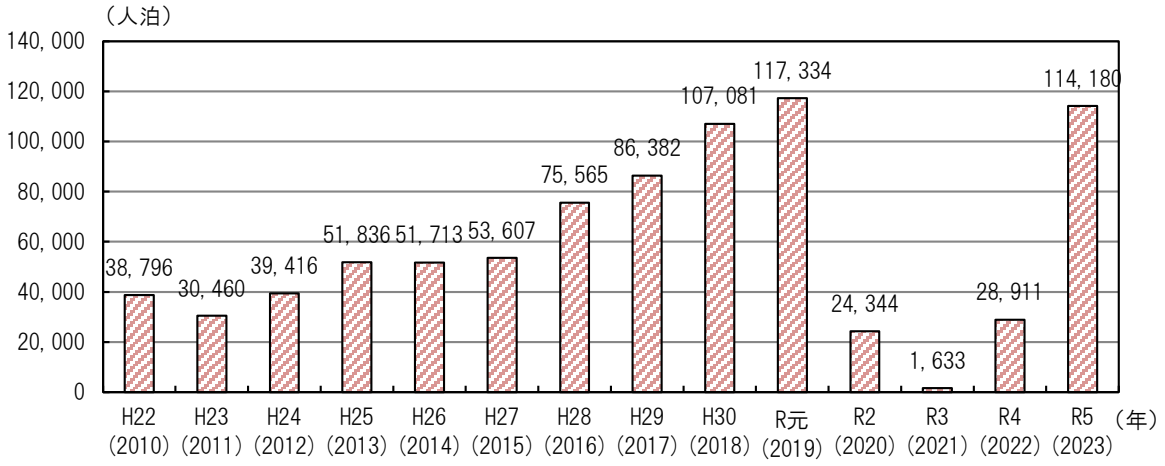
（資料）長野県「長野県商店街実態調査報告書」

図表 37　　産業中分類別　小売業年間商品販売額の推移



（資料）総務省・経済産業省「経済センサス−活動調査」

図表 38　　外国人延宿泊者数の推移（長野市）【再掲】



（資料）長野県「外国人延宿泊者数調査」に基づき長野市作成

（4）地域の特性に応じた商業環境の形成

本市では、中心市街地や幹線道路沿線、駅周辺、地域の商店街などにおいて、市民生活や来訪者のニーズに応じた商業集積が形成されてきました。一方で、前項までに示したとおり、商圏人口の減少、EC の拡大、市外大型商業施設の開業等により、市民の購買行動や商業を取り巻く環境は変化しています。

また、インバウンドを含む観光需要が回復、拡大する中で、中心市街地や歴史・文化、自然などの地域資源を有する地域では、来訪者の消費を地域内の店舗やサービスにつなげる視点が重要となっています。商業は、市民の日常的な買物を支えるとともに、来訪者の楽しみや滞在時の利便性にも関わる、都市の魅力を高める要素の一つです。

一方、人口減少や高齢化が進む地域では、身近な場所で買物ができる環境の維持が課題となります。市内の小売事業所数が減少傾向にある中で、地域の実情に応じて、日々の暮らしに必要な商業機能を確保していくことが求められます。

市民への消費者アンケートの購入地区に関する結果をみると、飲食料品・日用品は居住地周辺で購入される傾向がある一方、衣料品、家具・家電、その他の買回品等では、中心市街地や市内の主要な商業が集積している地域、インターネットなど、購入先が居住地周辺以外にも広がる傾向がみられます。また、居住する地域によって主な購入先や周辺地域との結び付きが異なっており、地域ごとに商業に求められる機能や役割には違いがあります。

こうした環境の変化を踏まえ、本市全体の商業の魅力を高めていくためには、広域的な集客に対応する商業、観光や交流と結び付く商業、地域の日常生活を支える商業など、それぞれの地域が持つ条件や強みを踏まえ、地域の特性に応じた商業環境の形成を進めていく必要があります。

図表 39　居住地域別にみた主な購入地域と商業機能の特徴（購入地区に関するアンケート調査結果）

居住地域	飲食料品･日用品(最寄品)の主な購入地域(上位2地域)		衣料品･家具･家電(買回品)の主な購入地域(上位2地域)		その他(鞄、貴金属、贈答品等)の主な購入地域(上位2地域)	
第一、第二、第三、第四、第五(n=147)	①第一～第五	84.4%	①第一～第五	79.6%	①第一～第五	81.6%
	②三輪･吉田･古牧	40.8%	②インターネット	50.3%	②インターネット	35.4%
芹田･安茂里(n=47)	①芹田･安茂里	91.5%	①芹田･安茂里	66.0%	①第一～第五	63.8%
	②川中島･更北	46.8%	②第一～第五	53.2%	②芹田･安茂里	29.8%
三輪･吉田･古牧(n=80)	①三輪･吉田･古牧	91.3%	①三輪･吉田･古牧	70.0%	①第一～第五	52.5%
	②第一～第五	27.5%	②第一～第五	53.2%	②三輪･吉田･古牧	36.2%
豊野･長沼･古里(n=80)	①豊野･長沼	55.0%	①三輪･吉田･古牧	56.3%	①第一～第五	47.5%
	②若槻･浅川	41.3%	②若槻･浅川	42.5%	②若槻･浅川	26.2%
若槻･浅川(n=55)	①若槻･浅川	96.4%	①若槻･浅川	72.7%	①若槻･浅川	43.6%
	②三輪･吉田･古牧	41.8%	②三輪･吉田･古牧	67.3%	②第一～第五	38.2%
柳原･朝陽･大豆島(n=83)	①朝陽･大豆島	69.9%	①三輪･吉田･古牧	50.6%	①第一～第五	53.0%
	②三輪･吉田･古牧	41.0%	②第一～第五	39.8%	②インターネット	27.7%
川中島･更北(n=44)	①川中島･更北	100.0%	①川中島･更北	97.7%	①川中島･更北	59.1%
	②篠ノ井	34.1%	②インターネット	40.9%	②第一～第五	36.4%
篠ノ井(n=37)	①篠ノ井	100.0%	①篠ノ井	86.5%	①篠ノ井	51.4%
	②川中島･更北	59.5%	②川中島･更北	73.0%	②川中島･更北	45.9%
松代･若穂(n=58)	①松代･若穂	81.0%	①川中島･更北	51.7%	①第一～第五	37.9%
	②篠ノ井	34.5%	②篠ノ井	46.6%	②松代･若穂	24.1%
北西部中山間地域(n=304)	①川中島･更北	35.5%	①川中島･更北	49.0%	①第一～第五	41.8%
	②第一～第五	31.6%	②第一～第五	38.8%	②川中島･更北	28.6%

（資料）長野市商工労働課　長野市民 2,000 人を対象としたアンケート調査（調査時期令和 7 年（2025 年）12 月）
（注 1）「飲食料品･日用品」は「飲食料品」又は「日用品」、「衣料品･家具･家電」は「衣料品」又は「家具･家電」のいずれかの購入地域を集計したもの。
（注2）「北西部中山間地域」は、小田切、芋井、七二会、信更、戸隠、鬼無里、大岡、信州新町及び中条の各地域

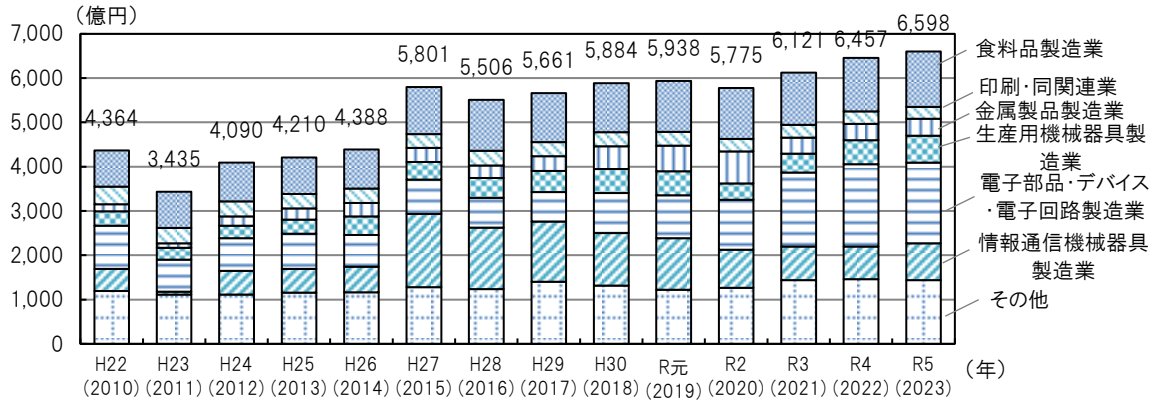
（5）低位に留まる労働生産性

本市製造業の製造品出荷額等の推移をみると、令和 5(2023)年は平成 22（2010）と比べて約 51%増加しています。

また、令和 5(2023)年における、全国と比較した産業中分類別の粗付加価値額の特化係数をみると、「情報通信機械器具」、「電子部品・デバイス・電子回路」、「印刷・同関連業」、「食料品」の 4 産業で 1.0 を上回っており、本市の製造業はこれらに特化した産業構造であることがわかります。

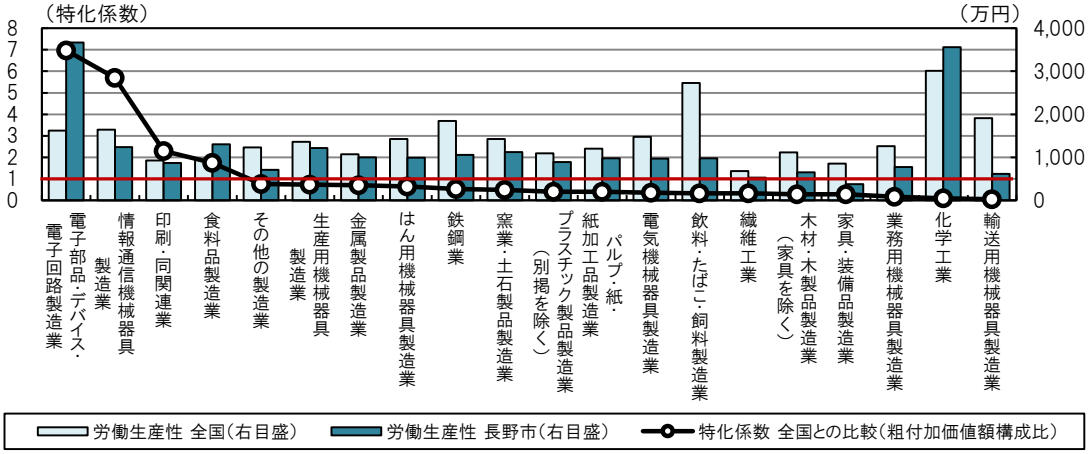
同年における労働生産性（従業者 1 人当たりの粗付加価値額）を産業中分類別にみると、20 産業中 17 産業で全国を下回っています。

図表 40　長野市製造業の産業中分類別製造品出荷額等の推移【本編作成時に最新データに更新予定】



（資料）経済産業省「工業統計」(H22、H24～H26、H28～R元)、総務省･経済産業省「経済センサス-活動調査」(H23、H27、R2)、総務省･経済産業省「経済構造実態調査」(R3～R5)
（注）従業者数4人以上の事業所
製造品出荷額等は、表示年1年間の数値
その他には秘匿分を含む

図表 41　長野市製造業の特化係数（粗付加価値額構成比）・労働生産性（令和５年）【本編作成時に最新データに更新予定】



（資料）総務省・経済産業省「経済構造実態調査」
（注）労働生産性：従業者１人当たりの粗付加価値額（粗付加価値額／従業者数）
特化係数　：産業中分類の粗付加価値額構成比（長野市）／産業中分類の粗付加価値額構成比（全国）
従業者数4人以上の事業所
粗付加価値額について、全国は従業者数29人以下の事業所は粗付加価値額、30人以上の事業所は付加価値額
非鉄金属製造業、石油製品・石炭製品製造業、ゴム製品製造業、なめし革・同製品・毛皮製造業は、長野市のデータが秘匿などのため省略

（6）スタートアップや IT ベンチャー誘致に向けた可能性

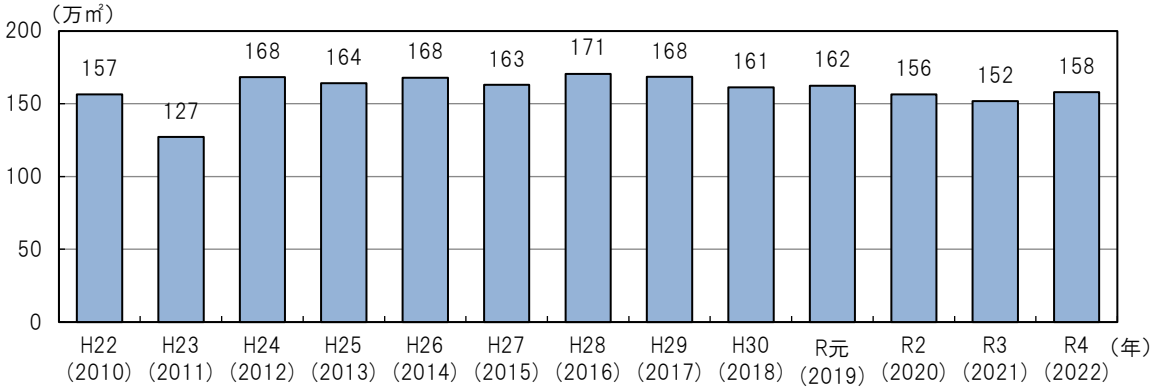
企業誘致は、地域に新たな雇用を生み出し、税収の増加や地域内の消費の拡大など、地域経済活性化の効果が期待されます。本市ではこれまでに ICT 産業の集積を図ることを目指し IT 関係の企業を重点的に、オフィス中心の誘致活動を行ってきました。

コロナ禍を契機にテレワークやリモートワークが普及し、現在は出社と組み合わせるなど、企業や業務の特性に応じた多様な働き方が広がっています。首都圏からの交通の便が良く、郊外には豊かな自然環境を有し、テレワークやリモートワークに適した環境にある本市にとって、こうした働き方の変化は大きな追い風になるものと考えられます。このため、民間のレンタルオフィスやコワーキングスペースを活用することにより、スタートアップ型の起業や IT ベンチャー企業等の誘致にも取り組んでいく必要があります。

（7）分譲用地の不足

本市における製造業の敷地面積の推移をみると、平成 23(2011)年に前年比 19%減少し、翌平成 24(2012)年に同 32%増加した後は、概ね横ばいで推移しています。

図表 42　長野市　製造業の敷地面積の推移



（資料）長野県「工業統計」（H22、H24～H26、H28～R元）、長野県「経済センサス-活動調査」（H23、H27、R2）、長野県「経済構造実態調査」（R3、R4）
（注） 従業者数30人以上の事業所

長野市では、長野市の産業団地事業会計により 12 団地 157 区画、長野市土地開発公社の都市開発事業会計により 4 団地 29 区画、合計 16 団地 186 区画で約 71.5ha（71 万 5 千㎡）を造成してきましたが、分譲可能な用地はほとんどない状況になっています。

一方で、市内及び市外事業者からの新規立地に関する需要は一定程度存在しています。分譲可能用地の不足が続く場合、市内での立地選択が困難となり、立地先が市外となってしまうことや市外事業者の誘致機会を逸失する可能性が示唆されます。

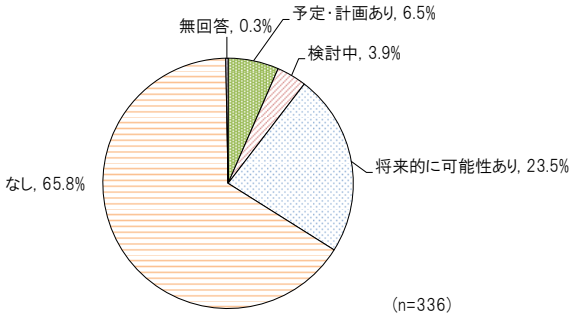
図表 43　長野市産業団地の空き状況

団地名			開発面積（㎡）	開発年度	分譲		分譲済		分譲率
					区画	面積（㎡）	区画	面積（㎡）	
長野市造成	1	東部工業団地	57,000	S58.1	23	37,819.35	23	37,819.35	100.00%
	2	北部工業団地	85,000	S63.5	26	57,703.93	26	57,703.93	100.00%
	3	大豆島東工業団地	98,000	S63.5	22	74,678.05	22	74,678.05	100.00%
	4	綿内東山工業団地	99,000	H4.5	33	69,650.49	33	69,650.49	100.00%
	5	綿内流通ターミナル	82,000	H4.6	18	61,434.79	18	61,434.79	100.00%
	6	豊野東部工業団地	114,000	H3.4	12	73,343.14	11	68,286.04	93.00%
	7	長野木工団地内用地	7,676	H20.10	2	6,916.59	2	6,916.59	100.00%
	8	川合新田産業用地	20,719	H21.3	5	19,296.72	5	19,296.72	100.00%
	9	第二東部工業団地	49,910	H21.10	13	40,458.47	13	40,458.47	100.00%
	10	若里産業用地	3,312	H26.4	1	3,299.04	0	0	0.00%
	11	東鶴賀産業用地	2,103	H28.3	1	2,094.48	1	2,094.48	100.00%
	12	篠ノ井駅西口産業用地	3,601	R5.10	1	3,379.66	1	3,379.66	100.00%
土地開発公社造成	13	若里工業団地	35,000	S56.12	22	25,856.23	22	25,856.23	100.00%
	14	下氷鉋工業団地	23,000	S61.12	1	21,990.34	1	21,990.34	100.00%
	15	松代西寺尾工業団地	13,000	S58.11	2	7,047.64	2	7,047.64	100.00%
	16	川田産業団地	22,000	H5.10	4	21,491.80	4	21,491.80	100.00%
合計			715,321	－	186	526,460.72	184	518,104.58	98.41%

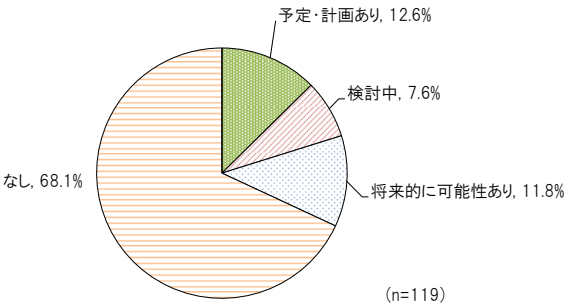
（令和8年2月1日現在）
（資料）長野市企業立地課

図表 44　新規立地意向
（長野市 産業用地の確保に向けた立地意向等アンケート調査）

【市内事業者】

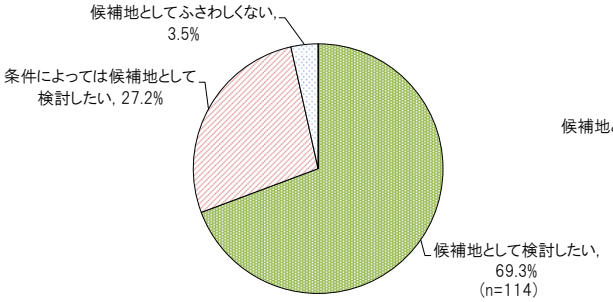


【市外事業者】

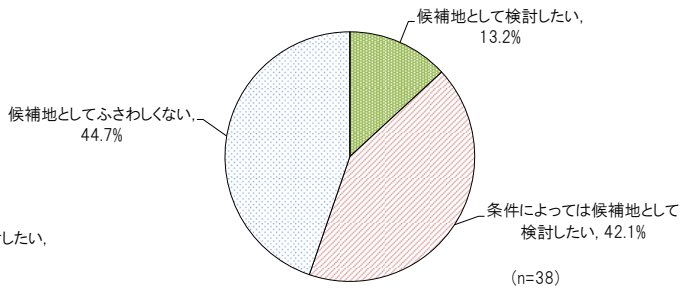


図表 45　長野市が新規立地の候補地となるか
（長野市 産業用地の確保に向けた立地意向等アンケート調査）

【市内事業者】



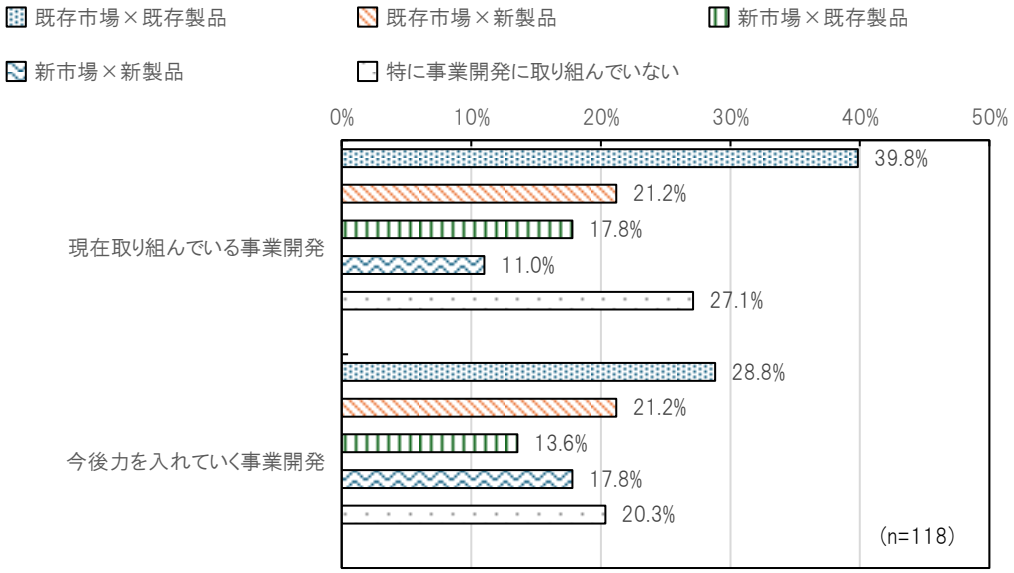
【市外事業者】



（8）イノベーションへの機運向上

事業者アンケート調査の結果によると、市内工業事業者において現在取り組んでいる事業開発では、「既存市場×既存製品」の割合が最も高い一方、「新市場×新製品」といったイノベーションに向けた事業開発に取り組んでいる事業者は 1 割程度います。また、今後力を入れていく事業開発では「新市場×新製品」は 2 割弱となっており、イノベーションへの機運が一部の事業者では高まっていることが示唆されています。

図表 46　現在及び今後取り組んでいく事業開発



設問では「既存事業の売上を拡大するための事業開発（既存市場×既存製品）」
「 既存事業の市場に新製品を投入するための事業開発（既存市場×新製品）」
「 新市場に既存製品を投入するための事業開発（新市場×既存製品）」
「 新市場に新製品を投入するための事業開発（新市場×新製品）」
「 特に事業開発に取り組んでいない 」という選択肢となっている。

（資料）長野市商工労働課　市内工業事業者500社を対象としたアンケート調査（調査時期：令和7年（2025年）12月）

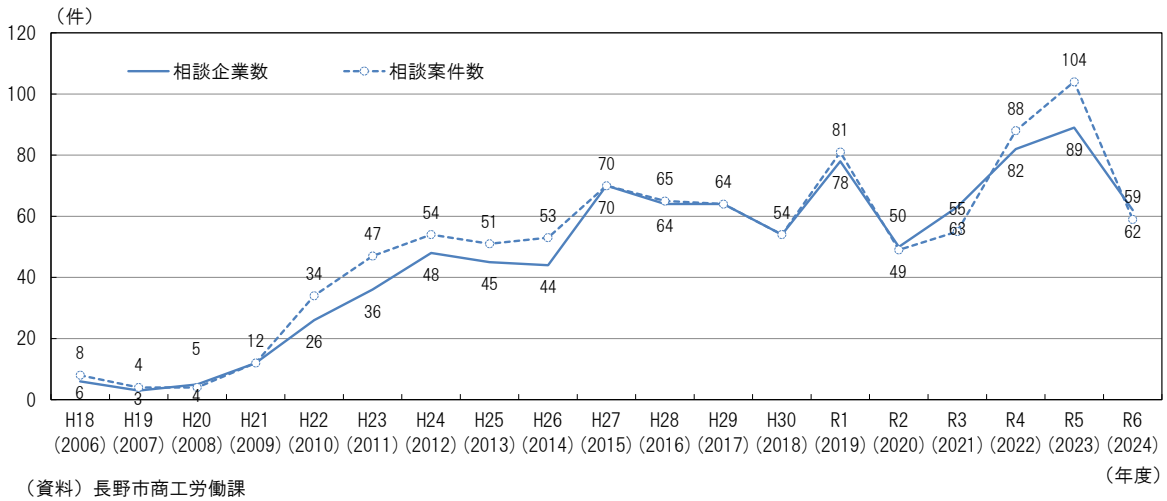
（9）産学官金の連携

本市には、信州大学工学部や長野工業高等専門学校といった工業系の高等教育機関があることから、産学官金の連携拠点として、「長野市ものづくり支援センター」（UFO　Nagano）を設置し、インキュベーションマネージャーを中心に、ものづくり系を中心とした市内中小企業の各種相談を訪問等により支援しているほか、異業種交流等による人的ネットワーク形成を支援し、新たな産業の育成につなげる取組を行っています。

人口減少や人手不足、市場ニーズの多様化、デジタル技術の進展など、企業を取り巻く環境が大きく変化する中、企業、高等教育機関、公的研究機関、産業支援機関、金融機関等が有する知識、技術、人材、情報、資金を結び付けることは、企業の課題解決や新たな価値の創出につながる可能性があります。

産学官金の連携により、専門的な知見を活用した技術課題の解決、共同研究による新技術・新製品の開発、デジタル人材の育成、DX の推進などが期待されます。本市にある高等教育機関や支援機関、交流の場などの連携を企業の研究開発や新事業の創出等に活用していくことは、地域産業の持続的な発展に寄与することが期待されます。

図表 47　長野市ものづくり支援センター（UFO Nagano）の相談企業数・案件数の推移

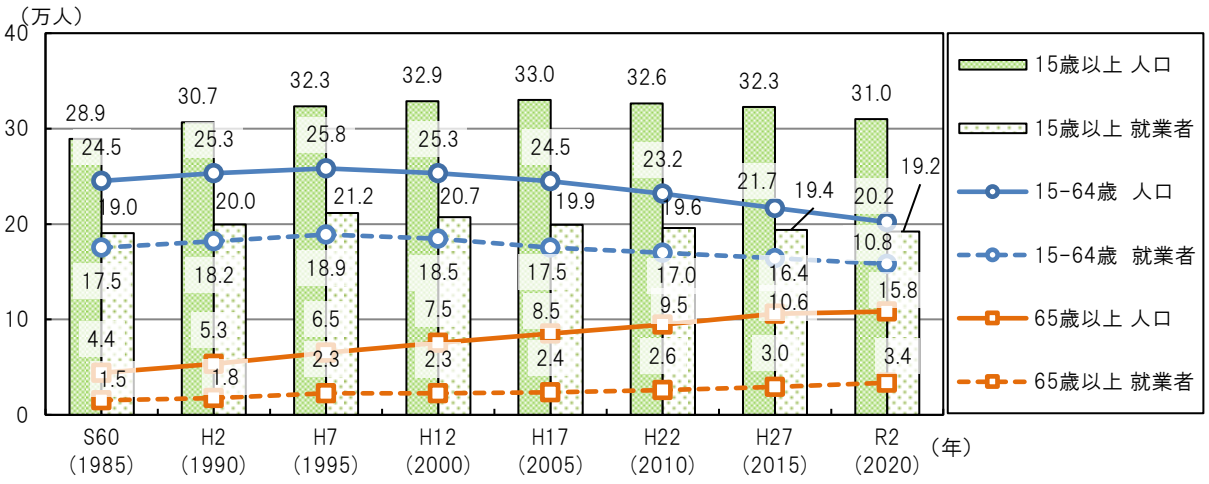


（資料）長野市商工労働課

（10）生産年齢人口の減少

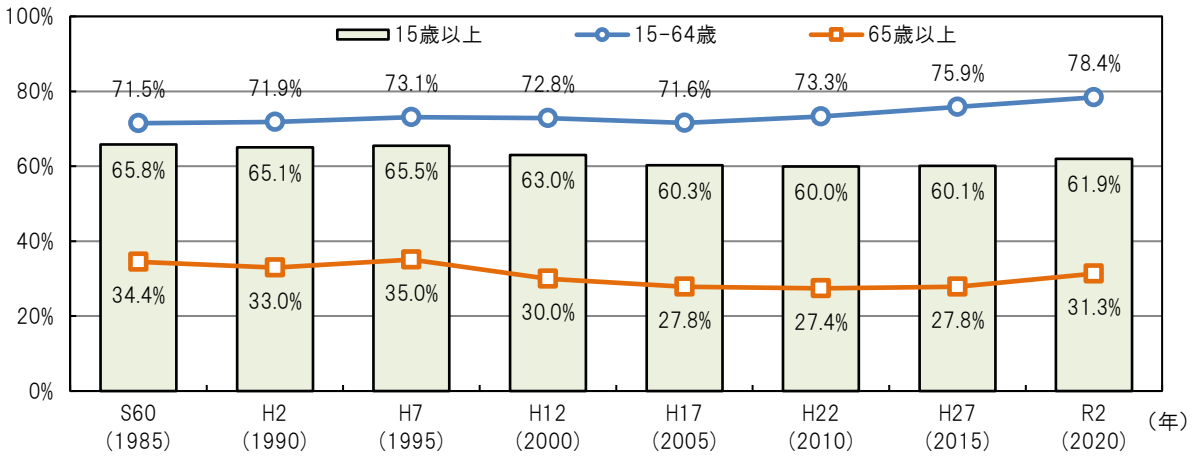
本市の 15～64 歳の生産年齢人口と就業者数は、平成 7(1995)年をピークに減少に転じています。一方、65 歳以上の高齢者の人口と就業者数は増加傾向にありますが、15～64 歳の就業者の減少数が 65 歳以上の就業者の増加数を上回っているため、結果として本市の 15 歳以上の就業者数は、平成 12(2000)年以降、減少しています。

図表 48　長野市　人口・就業者数の推移【本編作成時に最新データに更新予定】



（資料）総務省統計局「国勢調査」
（注） 平成27年以降は「不詳補完結果」より作成

図表 49　長野市　就業率の推移【本編作成時に最新データに更新予定】

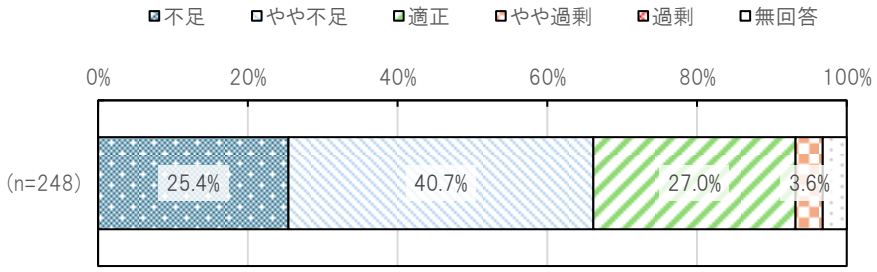


（資料）総務省統計局「国勢調査」
（注） 就業率：就業者数 / 15歳以上人口
平成27年以降は「不詳補完結果」より作成

（11）人手不足とその影響

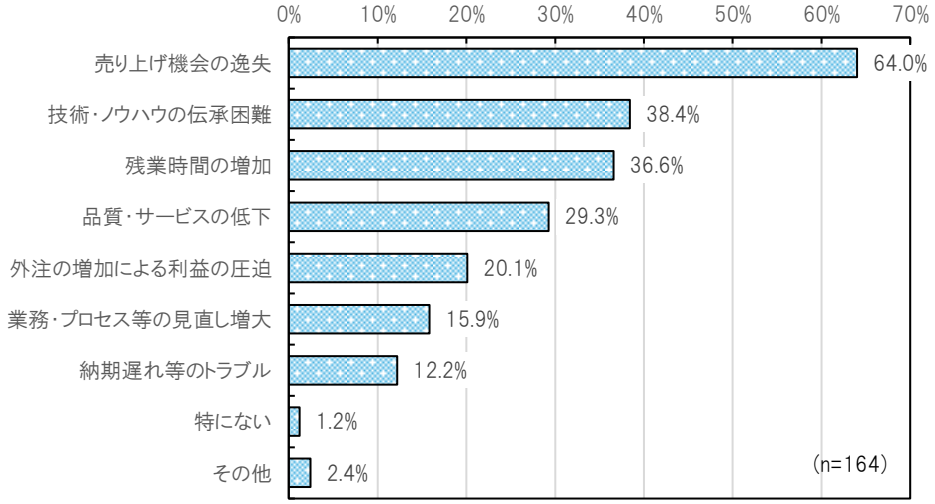
市内事業者へのアンケート調査の雇用に関する結果では、労働力が「不足」または「やや不足」とする事業者が６割を超えています。また、人手不足の影響として最も多かったのは「売上機会の逸失」となりました。こうした中で、人手不足への早急な対応や支援が求められています。

図表 50　労働力の過不足感（市内事業者へのアンケート調査）



（資料）長野市商工労働課　市内事業者1,096社を対象としたアンケート調査
（調査時期：令和7年（2025年）12月）

図表 51　人手不足の影響（市内へのアンケート調査）

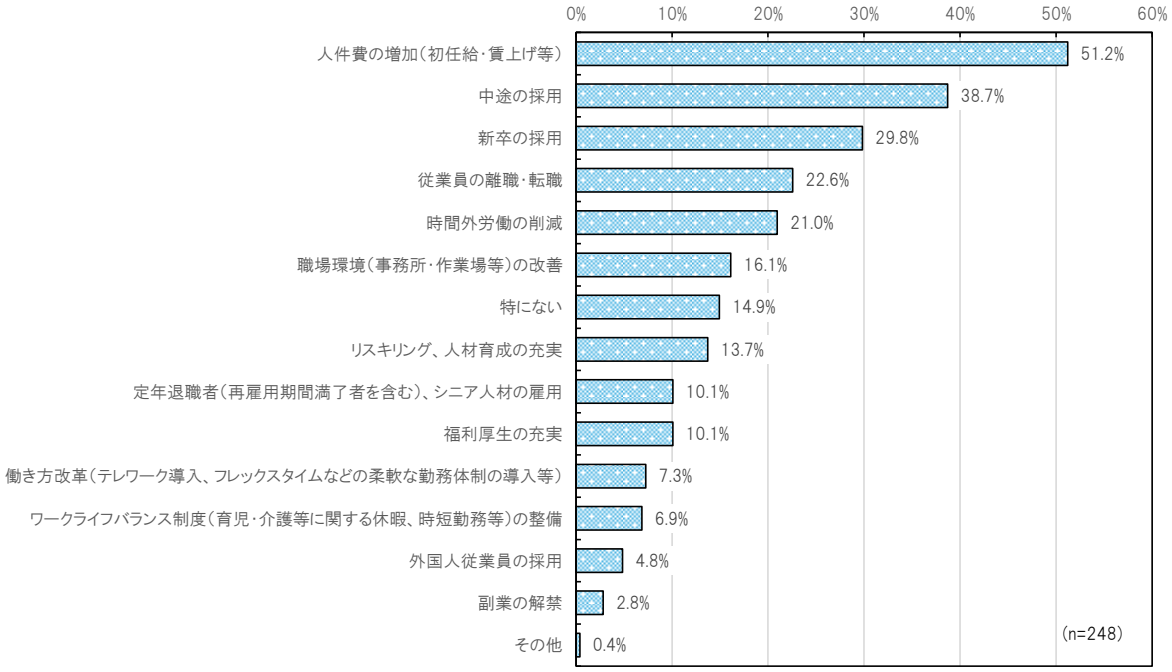


（資料）長野市商工労働課　市内事業者1,096社を対象としたアンケート調査
（調査時期：令和7年（2025年）12月）

（12）人件費の増加と採用難

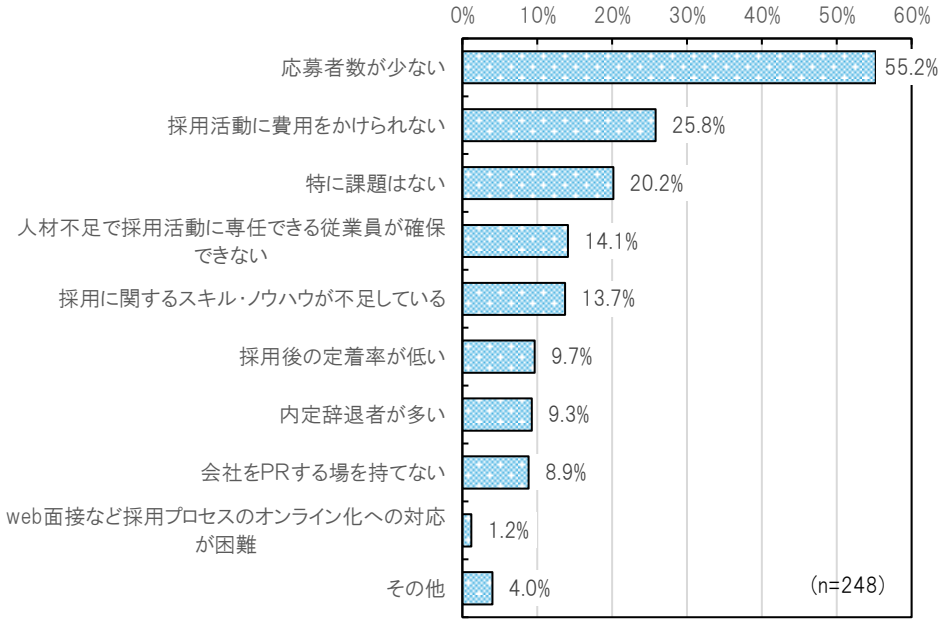
雇用全般に関する課題では、人件費の増加や新卒・中途の採用難といった項目の回答割合が高くなっています。また、採用活動に関する課題では、「応募者数が少ない」、「採用活動に費用をかけられない」といった項目が高くなっています。

図表 52　雇用についての課題（市内事業者を対象としたアンケート調査結果）



（資料）長野市商工労働課　市内事業者1,096社を対象としたアンケート調査
（調査時期：令和7年（2025年）12月）

図表 53　採用活動に関する課題（市内事業者を対象としたアンケート調査結果）



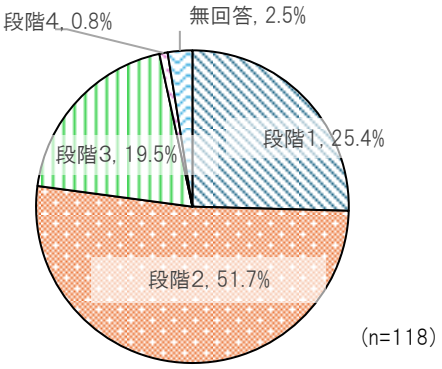
（資料）長野市商工労働課　市内事業者1,096社を対象としたアンケート調査
（調査時期：令和7年（2025年）12月）

（13）人手不足を踏まえたデジタル化

市内工業事業者へのアンケート調査では「アナログな状況から、デジタルツールを利用した業務環境に移行している状態」や「紙や口頭による業務が中心で、デジタル化が図られていない状態」といった事業者が 7 割超となっており、事業者のデジタル活用余地は依然大きい状態となっています。

慢性的な人手不足への対応や業務の自動化・効率化に対してデジタル化・DX 化により対応していくことが期待されており、早期の取り組みが求められます。

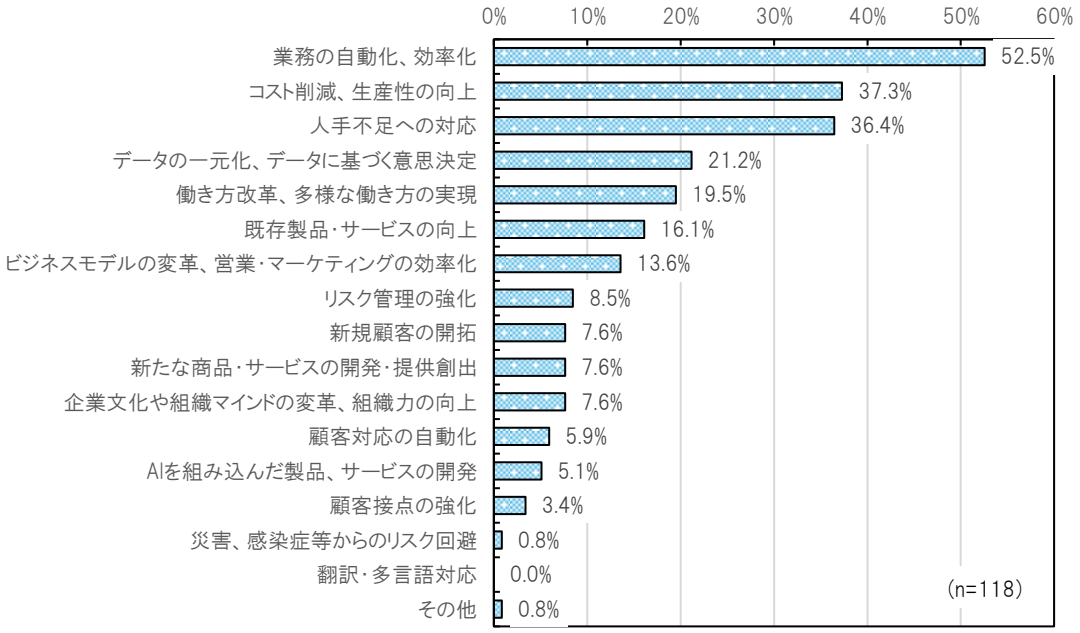
図表 54　デジタル化や DX に向けた取り組み状況（市内工業事業者へのアンケート調査）



段階1：紙や口頭による業務が中心で、デジタル化が図られていない状態
段階2：アナログな状況からデジタルツールを利用した業務環境に移行している状態
段階3：デジタル化による業務効率化やデータ分析に取り組んでいる状態
段階4：デジタル化によるビジネスモデルの変革や競争力強化に取り組んでいる状態

（資料）長野市商工労働課　市内工業事業者500社を対象としたアンケート調査（調査時期：令和7年（2025年）12月

図表 55　デジタル化や DX 化に期待する効果（市内工業事業者へのアンケート調査）



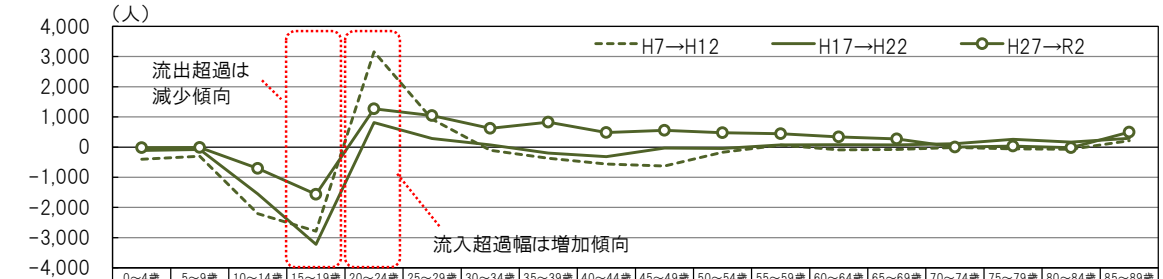
（資料）長野市商工労働課　市内工業事業者500社を対象としたアンケート調査（調査時期：令和7年（2025年）12月）

（14）若者の人口移動と UJI ターン

年齢 5 歳階級別に令和 2（2020）年までの人口移動の長期的な推移では、進学や就職の時期に当たる「15～19 歳→20～24 歳」では市外への流出超過となっていますが、直近では流出超過数が減少しています。また、大学等の卒業後の就職期に当たる「20～24 歳→25～29 歳」では流入超過となっており、近年も流入超過数が増加しています。

こうした一部の改善が見られる一方、依然 10 歳代後半から 20 歳前半を中心に流出超過は続いています。若者の市外・県外流出は、市内企業の人材確保や技能承継等に関わる課題であることから、若者が希望する雇用の受け皿の充実や市内企業の魅力発信を通じて、地元就職や卒業後の UJI ターンにつながる環境を整えることが重要です。

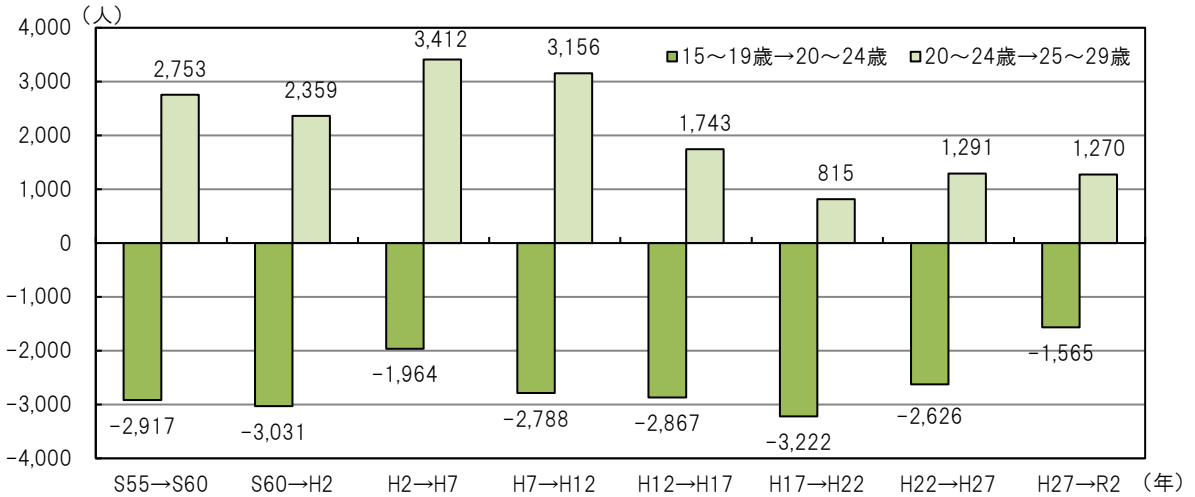
図表 56　長野市の年齢 5 歳階級別人口移動数の推移【本編作成時に最新データに更新予定】



	0～4歳→5～9歳	5～9歳→10～14歳	10～14歳→15～19歳	15～19歳→20～24歳	20～24歳→25～29歳	25～29歳→30～34歳	30～34歳→35～39歳	35～39歳→40～44歳	40～44歳→45～49歳	45～49歳→50～54歳	50～54歳→55～59歳	55～59歳→60～64歳	60～64歳→65～69歳	65～69歳→70～74歳	70～74歳→75～79歳	75～79歳→80～84歳	80～84歳→85～89歳	85～89歳→90歳～
H7→H12	-404	-302	-2,205	-2,788	3,156	924	-104	-369	-564	-625	-170	64	-94	-79	-13	-60	-71	210
H17→H22	-111	-79	-1,549	-3,222	815	287	74	-197	-317	-33	-45	72	80	74	111	260	166	291
H27→R2	-20	-15	-709	-1,565	1,270	1,041	621	827	485	557	475	440	334	268	-3	30	-18	493

（資料）内閣府・経済産業省「RESAS-地域経済分析システム」
総務省統計局「国勢調査」、厚生労働省「都道府県別生命表」に基づきデジタル田園都市国家構想実現会議事務局作成

図表 57　10 代後半から 20 代の人口移動の状況【本編作成時に最新データに更新予定】

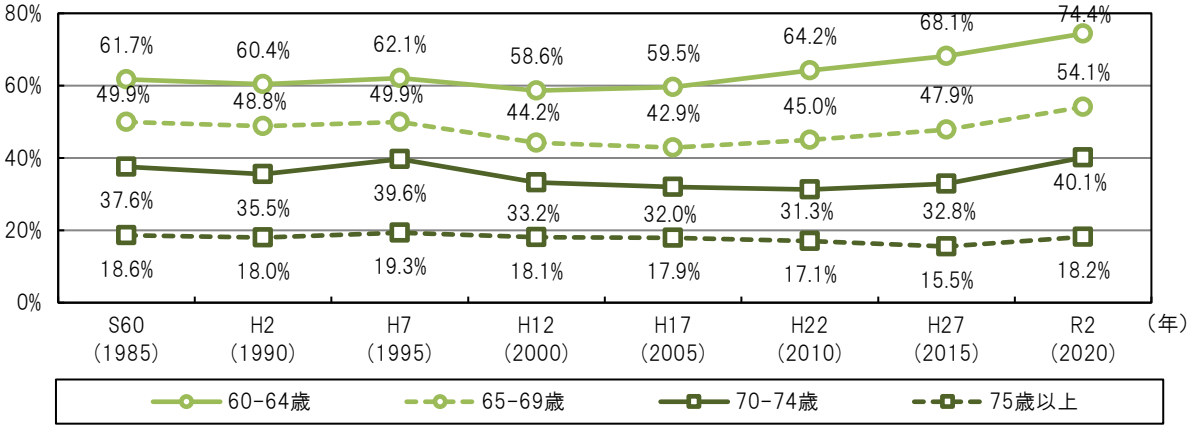


（資料）内閣府・経済産業省「RESAS-地域経済分析システム」
総務省統計局「国勢調査」、厚生労働省「都道府県別生命表」に基づきデジタル田園都市国家構想実現会議事務局作成

（15）高齢者の雇用拡大

平成 16(2004)年の高年齢者雇用安定法の改正により、65 歳までの雇用確保措置が義務化されました。これにより、本市の 60～64 歳における就業率は、平成 17(2005)年以降上昇しており、65～69 歳の就業率も平成 22(2010)年以降上昇傾向にあります。また、令和 2(2020)年の同法の改正により、令和 3(2021)年 4 月からは 65 歳までの雇用確保義務に加え、70 歳までの就業機会の確保が努力義務として課されることとなりました。

図表 58　長野市　年齢 5 歳階級別就業率の推移（60 歳以上）【本編作成時に最新データに更新予定】



（資料）総務省統計局「国勢調査」
（注）就業率：就業者数 / 人口
　　平成27年以降は「不詳補完結果」より作成

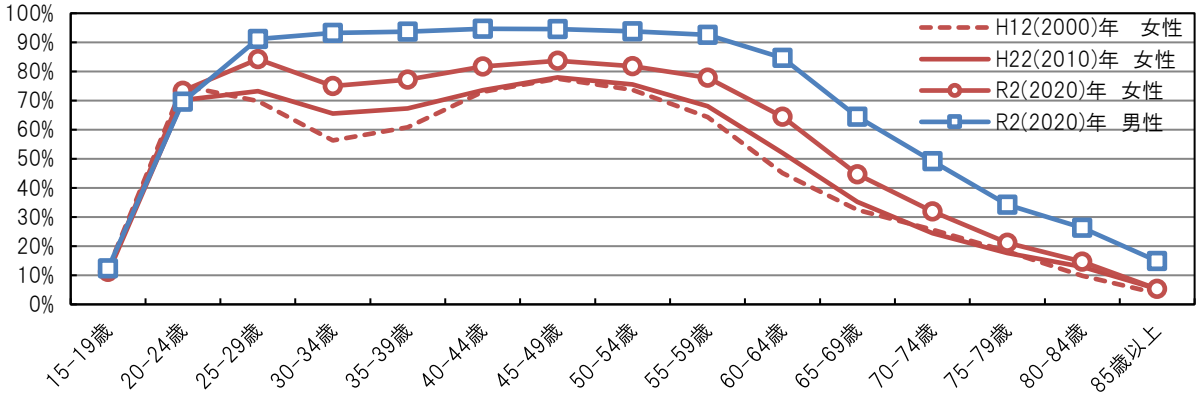
（16）女性や就職氷河期世代等の就業をめぐる状況

令和 2(2020)年における本市の女性の就業率は、20～24 歳を除く全ての年代で男性の就業率を下回っています。また、結婚・出産期にあたる 30 歳代で就業率が落ち込み、育児が一段落した時期に再び上昇する、いわゆる「M 字カーブ」を描いています。「M 字カーブ」の谷は 10 年前、20 年前と比較して浅くなってきているものの、同世代の男性と比較すると依然として低い状況にあります。

バブル経済が崩壊し、雇用環境が厳しくなった平成 5(1993)年～平成 16(2004)年に就職活動を行った、いわゆる「就職氷河期世代」は、令和 4(2022)年時点での 39 歳から 48 歳を中心層としています。この世代における全国の人口は 1,637 万人であり、雇用形態別では、非正規雇用の労働者は 359 万人と、人口の 22%を占めています。就職氷河期世代には、男性を中心に希望する就職ができず、現在も不本意ながら不安定な仕事に就いている、無業の状態にあるなど、様々な課題に直面している人がいます。

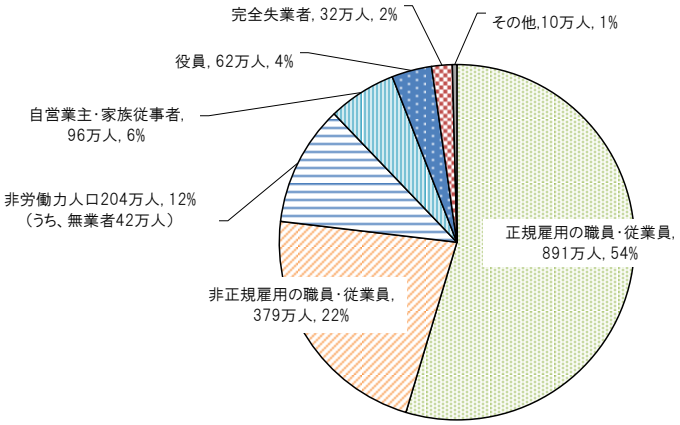
直近では令和 7（2025）年に「就職氷河期世代等支援に関する関係閣僚会議」が行われるなど支援の検討が行われています。本市においても、女性や就職氷河期世代を含む多様な人材が、それぞれの希望や状況に応じて能力や経験を発揮できる雇用環境を形成することは、市内企業の人材確保や定着、地域産業の持続性を考える上で重要となっています。

図表 59　長野市　年齢５歳階級別就業率【本編作成時に最新データに更新予定】



（資料）総務省統計局「国勢調査」
（注）就業率：就業者数 / 人口
　　平成27年以降は「不詳補完結果」より作成

図表 60　就職氷河期世代の中心層となる 39-48 歳の雇用形態等の内訳（全国・令和４年）



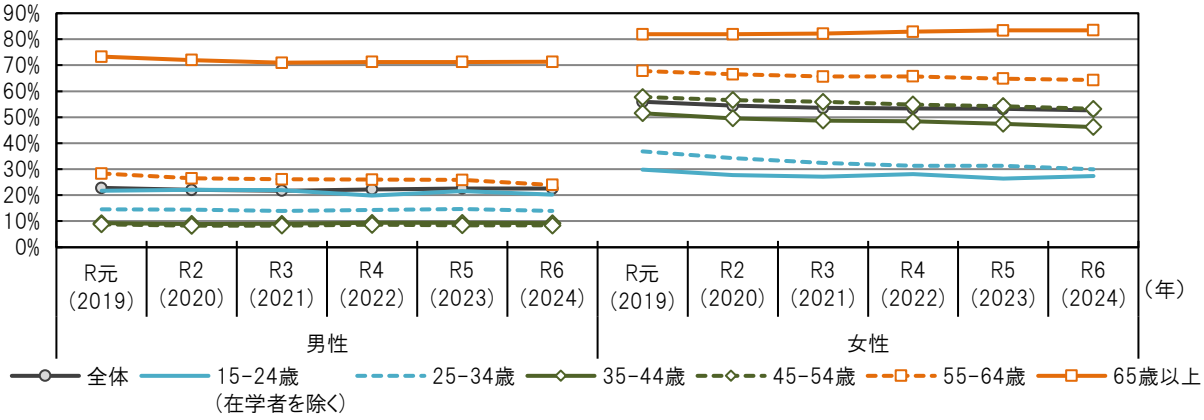
（資料）内閣官房「就職氷河期世代の就業等の動向」（総務省「労働力調査」の調査票情報から内閣官房において特別集計）
（注）　就職氷河期世代の中心層とは、令和４(2022)年時点の39-48歳を指す。
　　無業者とは、非労働力人口のうち、家事も通学もしていない者

（17）非正規雇用の増加

全国では、短時間の就業形態の増加等により、労働者に占める非正規雇用労働者の割合は高止まりの傾向にあります。男女・年齢階級別の非正規雇用労働者割合では、全ての年齢階級で女性が男性を上回っています。また、男女ともに 65 歳以上で増加していることから、高年齢者の就労が非正規雇用によって成り立っていることがわかります。令和 6(2024)年の総務省「労働力調査」によると、非正規雇用に就いた理由として「自分の都合のよい時間に働きたいから」が最も多く、このことから、非正規雇用の拡大の背景には、人件費の抑制などといった事情が存在しているものの、近年では、人材確保のために本人の希望に合わせて非正規雇用労働者の活用が図られていると考えられます。

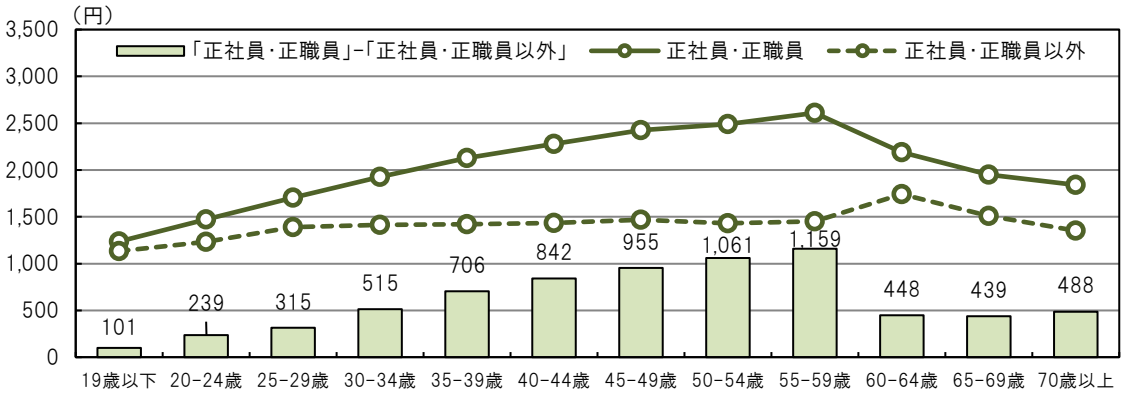
正規雇用労働者と非正規雇用労働者の令和 6(2024)年時点での全国の賃金カーブを比較すると、正規雇用労働者は 55～59 歳にかけて年齢に応じ賃金額が上昇する傾向があるのに対し、非正規雇用労働者は横ばいとなっており、賃金格差が大きくなる傾向にあります。非正規雇用労働者の待遇改善に向けては、最低賃金の引上げや同一労働同一賃金への取組が進められているものの、依然として格差が存在しています。

図表 61　男女別年齢階級別　非正規雇用者割合の推移（全国）



（資料）総務省「労働力調査（詳細集計）」
（注） 非正規雇用者割合：非正規の職員・従業員数 / 役員を除く雇用者数

図表 62　年齢階級別　正規・非正規別の時給ベースの賃金カーブの比較（全国・令和６年）
【本編作成時に最新データに更新予定】



（資料）厚生労働省「令和6年賃金構造基本統計調査」
（注） 一般労働者の所定内賃金額を所定内実労働時間で除して算出

長野市商工業振興計画

第３編 商工業の目指すべき方向

第３編　商工業の目指すべき方向

１　長野市の商工業の目指す姿

社会経済情勢が目まぐるしく変化する中、本市の商工業振興を通じて地域が持続的に発展していくために、本計画において市民・事業者等・行政が一体となって目指す姿が必要となります。

本市の最上位計画（最高方針）である第六次長野市総合計画（計画期間：令和 9（2027）年度～令和 18（2036）年度）では、産業部門の目指す姿を「創造と挑戦が“産業“を育み、進化し続けるまち」と定めています。

総合計画における産業部門の目指す姿を踏まえ、本計画では、商工業の目指す姿を以下のように掲げます。

多彩な人材が活躍し、
商工業が持続的に発展している

【長野市の商工業の目指す姿について】

人口減少や生産年齢人口の減少により人手不足が深刻化し、物価高騰、消費行動の変化、デジタル技術の進展など、商工業を取り巻く環境が大きく変化する中、本市の商工業が持続的に発展していくためには、その担い手となる人材の確保・育成と、企業や働く人が変化に対応し、新たな取組に挑戦できる環境づくりが重要です。

性別、年齢、国籍、障がいの有無などにかかわらず、異なる価値観、キャリア、スキルを持つ多彩な人材が、それぞれの経験や能力を生かして活躍することで、企業活動に多様な視点や発想がもたらされ、新たな製品・サービスや事業の創出、企業の成長につながることが期待されます。

また、商工業の持続的な発展には、企業や事業者が安定して事業を継続できる基盤を整えるとともに、社会や市場の変化を的確に捉え、自らの強みを生かして事業を変革し、新たな需要や価値を生み出していくことが必要です。そのため、経営基盤の強化や生産性・付加価値の向上を図るとともに、地域の特性を生かした商業の活性化や、企業立地・創業などによる新たな事業の創出を促すことにより、事業の継続や成長、新たな価値の創出に向けた取組を後押ししていきます。

こうした取組を通じて、多彩な人材が活躍し、企業や事業者が環境の変化に柔軟に対応しながら創造と挑戦を重ね、成長し続けることで、地域経済や雇用、市民生活を支える本市の商工業が持続的に発展している姿を目指します。

2　目指す姿の実現に向けた政策の方向性

本市の商工業の現状と課題を踏まえ、計画全体では３つの方向性に基づき、目指す姿の実現に向けた計画を推進します。

長野市商工業の現状と課題

1．商圏人口の減少･市外大型商業施設の開業に伴う影響	7．分譲用地の不足	13．人手不足を踏まえたデジタル化
2．地元滞留率の低下･EC（電子商取引）の拡大	8．イノベーションの機運向上	14．若者の人口移動と UJI ターン
3．小売事業者･商店街数の減少	9．産学官金の連携	15．高齢者の雇用拡大
4．地域の特性に応じた商業環境の形成	10．生産年齢人口の減少	16．女性や就職氷河期世代等の就業をめぐる状況
5．低位に留まる労働生産性	11．人手不足とその影響	17．非正規雇用の増加
6．スタートアップや IT ベンチャー誘致に向けた可能性	12．人件費の増加と採用難	

課題を踏まえた目指す姿の実現に向けた政策（方向性）

◆ 市内企業の経営基盤の充実

物価高騰や人手不足、消費行動の変化など、経営環境が大きく変化する中でも、市内企業が安定して事業を継続できるよう、商工業の環境整備や経営基盤の充実を図ります。
あわせて、地域特性を活かした商業の活性化支援や製造業への付加価値向上支援等を通じて地域経済を支える企業の稼ぐ力を高めます。

◆ 企業の成長と新たな価値創出の促進

人口減少や地域経済の縮小が懸念される中、本市の商工業の発展には、新たな企業、人材、技術、投資を呼び込み、地域産業の活力を高めることが重要です。
企業誘致や立地環境の整備、スタートアップ企業等の集積を進め、企業の成長と新たな価値創出につなげていきます。

◆ 誰もが働きやすく活躍できる環境づくりの促進

人口減少や生産年齢人口の減少に伴い、人手不足が深刻化する中で多彩な人材が活躍するためには、商工業を支える人材を確保・育成し、それぞれの状況に応じた働きやすい環境づくりが求められます。
就職支援や UJI ターン就職の促進、職業訓練、起業家人材の育成、働き方改革の推進等により、誰もが働きやすく活躍できる環境づくりを進めます。

長野市商工業振興計画

第４編 行動計画

第４編　行動計画

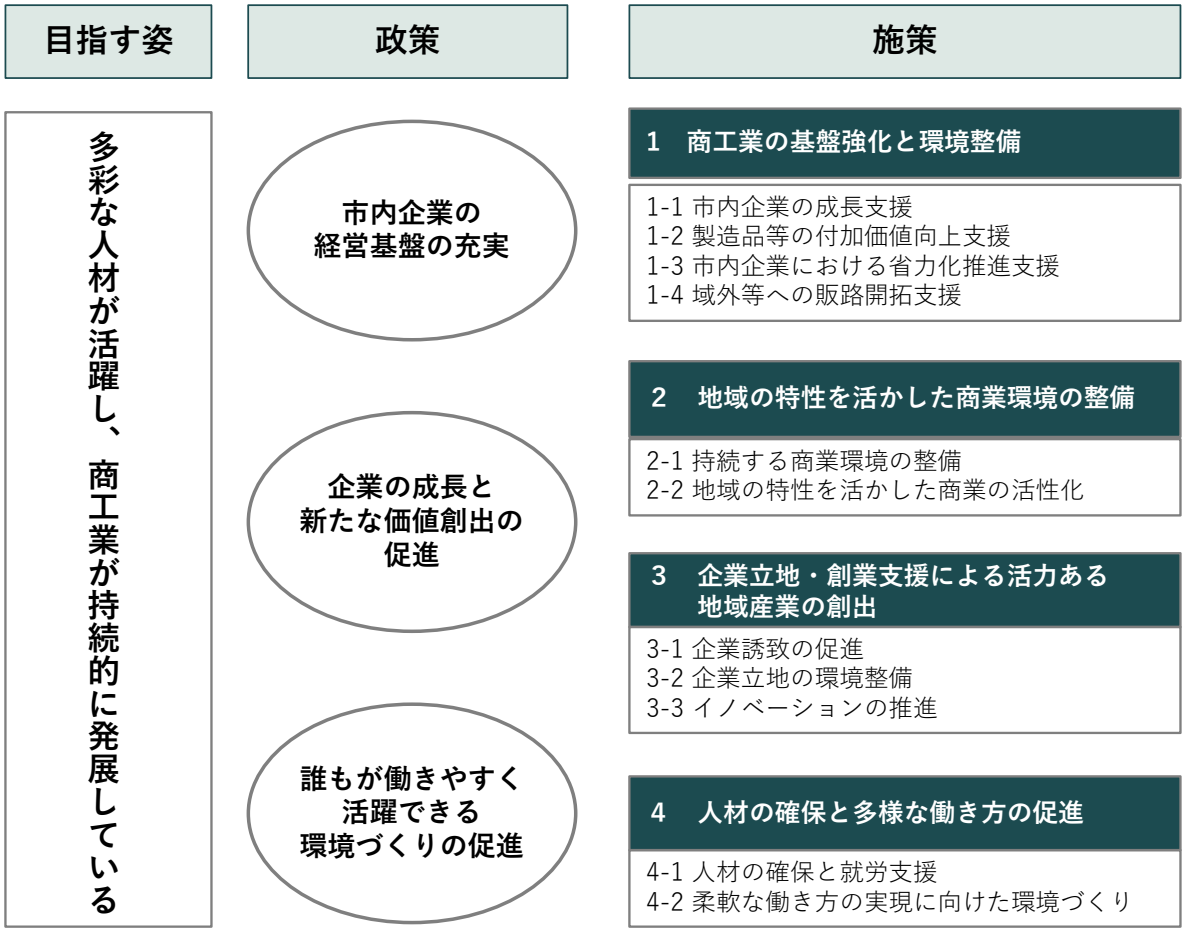
１　行動計画の構成

行動計画（アクションプラン）は、本市の商工業の「目指す姿」を実現するため、全体的な方向性の「政策」及び実際に展開する「施策」で構成します。「施策」についてはより粒度の細かな「推進施策」から構成されます。

「推進施策」では、「推進施策の概要」及び各推進施策の「主な事業」とその内容を記します。

また、「目指す姿」の実現に向け、３つの成果指標と、成果指標に紐づく目標指標を設定します。これらの指標により、「目指す姿」の実現に向けた施策の進捗状況や成果を継続的に把握・評価し、必要に応じて取組の改善につなげます。

２　施策体系図

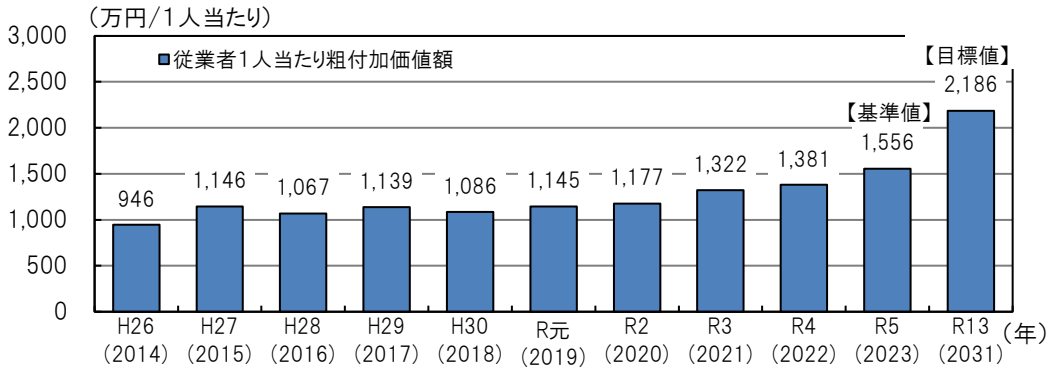


3　成果指標

成果指標

成果指標①

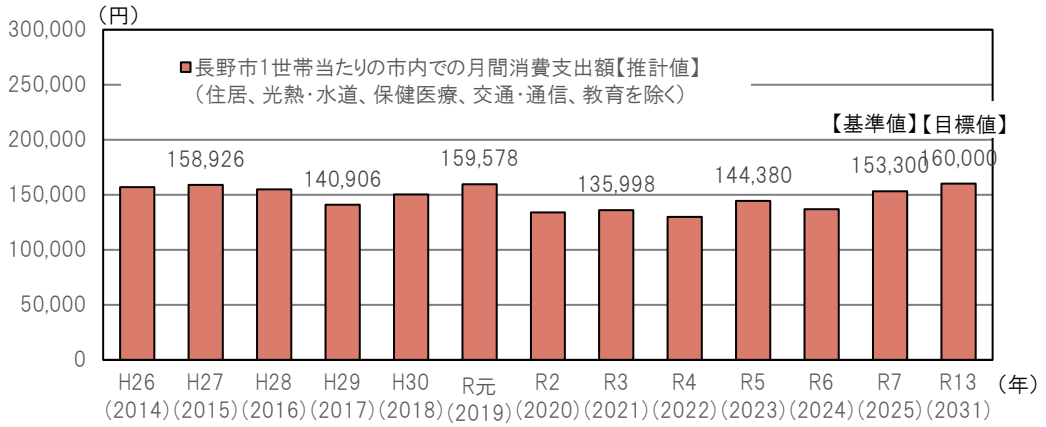
指標項目	従業員１人当たり粗付加価値額
指標の説明	市内事業所の従業員１人当たり粗付加価値額 （総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」「経済構造実態調査」）
目標設定の説明	過去の実績を踏まえ、基準値（令和５年）から年間126万円の増加を目指す。



（資料）経済産業省「工業統計」(H22、H24～H26、H28～R元)、
総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」(H23、H27、R2)、
総務省・経済産業省「経済構造実態調査」(R3～R5)
（注1） 従業者数4人以上の事業所
（注2） 各調査の「粗付加価値額」を「従業者数」で除して算出

成果指標②

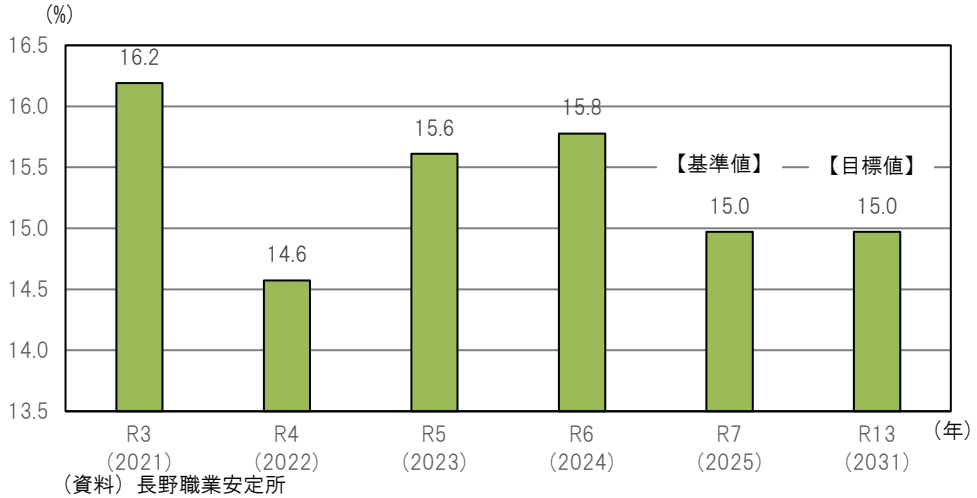
指標項目	長野市１世帯当たりの市内での月間消費支出額
指標の説明	長野市１世帯当たりの月間消費支出額に長野市の地元滞留率を乗じて推計 （総務省「家計調査」、長野県「商圏調査」）
目標設定の説明	過去の実績を踏まえ、過去５年間で最も高い水準を目指す。



（資料）総務省「家計調査」、長野県「商圏調査」
（注）長野市1世帯当たりの月間消費支出額に長野市の地元滞留率を乗じて推計

成果指標③

指標項目	雇用の充足率
指標の説明	就業地を長野市とした求人への充足数から就業地を長野市とした新規求人数で除して算出。 （長野公共職業安定所「産業別・年度別　新規求人・充足状況」）
目標設定の説明	人口減少・人手不足の現況を鑑み、現状維持を目指す。



（資料）長野職業安定所

成果指標④

指標項目	「やりたい仕事を見つけやすい」と回答した市民の割合
指標の説明	長野市総合計画アンケートにおける「やりたい仕事を見つけやすい」という設問の『そう思う＋ある程度そう思う』と回答した割合。
目標設定の説明	過去調査実績がないため、初回調査を基準値とし、基準値と比較して計画期間の平均値の上昇を目指す。

４　商工業の振興の促進に向けた施策及び推進施策

施策１　商工業の基盤強化と環境整備

施策の背景にある現況と課題

- 市内企業を取り巻く経営環境は、人口減少や少子高齢化に伴う人手不足、原材料価格やエネルギー価格の高騰、消費行動の変化、情報通信技術の発達などにより、大きく変化しています。特に、物価高騰が続く中では、仕入れコストの上昇を価格へ十分に反映することが難しい中小企業もあり、事業継続や経営基盤の安定に影響を及ぼすことが懸念されます。
- また、製造業では、製造品出荷額等が増加している一方で、労働生産性は全国を下回る産業が多くみられます。限られた人材や経営資源の中で企業活動を継続し、競争力を高めていくためには、製品・サービスの付加価値向上や、生産性向上に向けた取組が課題となっています。
- さらに、市内事業者のデジタル化・DX の取組にはなお余地があり、慢性的な人手不足への対応や業務の自動化・効率化を進める上で、デジタル技術の活用が期待されています。加えて、国内市場の相対的な縮小や消費行動の変化を踏まえると、市内企業が域外需要を取り込み、販路を広げていく視点も重要となっています。

施策の方向性

- 中小企業等の事業継続と成長に向け、制度融資による資金面の支援に加え、人材育成や事業承継を支援するとともに、人材や設備等への投資を促し、経営基盤の強化を後押しします。
- 原材料費やエネルギー価格、人件費等の上昇分を適切に取引価格へ反映できるよう、国・県等と連携して価格交渉や価格転嫁に関する周知・啓発を行い、中小企業等の収益力の確保を促進します。
- 産学官金の連携や高等教育機関等との共同研究を通じ、新製品・新技術の開発や人材育成を促進することで、製品・サービスの付加価値向上につなげます。
- 市内企業の展示会、産業フェア等への出展・参加や、企業の技術、製品及びサービスの情報発信を支援し、新たな販路の拡大を後押しします。

【推進施策１-１】市内企業の成長支援

■ 推進施策の概要

- 金融機関や信用保証協会との協調による制度融資や人材の育成、外部人材の活用支援を充実化することで、中小企業の経営基盤を支えるとともに人材等への投資を促すことで、企業の事業活動を後押しします。
- 中小企業等が取引先との適切な価格交渉を行い、上昇したコストを価格へ反映できるよう、価格転嫁に向けた取組を支援します。

指標項目	指標の説明	実績値	目標値	備考（目標設定の説明等）
		R7	R13	
人材育成講座等の受講件数	中小企業者人材育成事業補助金活用企業数（R６からの累計）	25 社	109 社	【成果指標①関連目標値として設定】過去の実績を踏まえ、年間 14 社の増加を目指す

① **中小企業振興資金融資制度**

金融機関に資金を預託し、中小企業者等に、その事業活動、事業転換及び創業等に必要な資金を融資します。

② **中小企業者人材育成事業**

市内の中小企業等による技術力、販売力等の向上を目的とした人材育成事業を支援します。

③ **外部人材活用促進事業**

専門的な技術や知識等を持つ外部専門人材の活用を支援します。

④ **適正な取引及び価格転嫁の促進**

国・県と連携により、市内の中小企業等が適正な価格転嫁をつながるように支援します。

⑤ **事業承継等促進事業**

事業承継による事業継続を目指す中小企業者の企業価値の算定や、事業承継計画の策定などを支援します。

【推進施策１-２】製造品等の付加価値向上支援

■ 推進施策の概要

・ 市場環境の変化や新たな需要に対応できるよう、産学官金の連携を強化するとともに、新製品・新技術の開発、共同研究開発、人材育成等を促進することで、製品・サービスの付加価値向上に繋げます。

指標項目	指標の説明	実績値	目標値	備考（目標設定の説明等）
		R7	R13	
高等教育機関等と共同で行う新技術・新製品の開発件数	新技術等共同研究開発事業補助金活用企業数（H17 からの累計）	60 社	78 社	【成果指標①関連目標値として設定】過去の実績を踏まえ、年間３社の増加を目指す

① 新技術等開発事業

市内の中小企業等が大学・高等教育機関等と共同して行う新技術等共同研究開発事業を支援します。

② 高等教育機関と連携した人材育成事業

市内の中小企業等の技術力強化や新製品開発など企業の付加価値を高める人材の育成を支援します。

③ ものづくり支援センターの活用

長野市ものづくり支援センターの機能を活かし、地域におけるものづくり企業の経営資源や技術資源を結び付け、新事業への展開を進める企業及び製造品の高付加価値化を支援します。

【推進施策１-３】市内企業における省力化推進支援

■ 推進施策の概要

・ 人手不足や生産コストの上昇に対応できるよう、先端設備等の導入、設備投資による作業の効率化、デジタル技術の導入、生成 AI 等の活用も含んだ DX の推進、ICT 人材育成等の支援を通じて、市内企業における省力化の推進を支援します。

指標項目	指標の説明	実績値	目標値	備考（目標設定の説明等）
		R7	R13	
生成 AI を含むデジタル技術の活用件数	ＤＸモデル事業補助金（改良版）活用企業数（R5 からの累計）	7 社	37 社	【成果指標①関連目標値として設定】過去の実績を踏まえ、年間 5 社の増加を目指す

① **先端設備等導入計画の認定**

生産性の向上に向け、先端設備等導入計画を策定し、設備投資を行う中小企業者を支援します。

② **市内企業デジタル化・ＤＸ推進支援事業**

商工団体等と連携し、デジタル技術を活用した経営課題の解決に取り組む中小企業を支援します。

③ **未来の ICT 人材育成事業**

商工団体、長野市 ICT 産業協議会と連携し、ICT 産業の担い手に繋げるため、各世代に応じた取り組みを支援します。

【推進施策１-４】域外等への販路開拓支援

■ 推進施策の概要

・　展示会出展、産業フェア等を通じて、市内企業の域外への販路開拓と需要獲得を支援します。

指標項目	指標の説明	実績値	目標値	備考（目標設定の説明等）
		R7	R13	
域外等で実施する展示会への参加件数	販路開拓事業補助金活用企業数（H25 からの累計）	94 社	142 社	【成果指標①関連目標値として設定】過去の実績を踏まえ、年間８社の増加を目指す

① **販路開拓支援事業**

市外で開催される各種産業展への出展を支援します。

② **産業フェア in 信州**

地域企業の技術及び製品を広くアピールする広域的な産業展示会の開催を支援します。

③ **長野市の観光と物産展実行委員会の企画・運営**

本市の物産の紹介及び即売・商談会を通じた販路の拡張等を図る「長野市の観光と物産展実行委員会」の企画・運営を実施します。

施策２　地域の特性を活かした商業環境の整備

施策の背景にある現況と課題

- 本市では、中心市街地や幹線道路沿線、駅周辺、地域の商店街などにおいて、それぞれの地域の特性に応じた商業集積が形成されています。これまで「長野市商業環境形成指針」（平成 16（2004）年策定）に基づき、エリア・ゾーン別のガイドラインや、大型店の出店・増床計画について関係法令等との整合や地域貢献・地域共生の取組評価などを審査する「大型店出店対応システム」等を運用してきました。併せて、総合的なまちづくりの観点から、大型店の出店を既存市街地を中心とした地域へ誘導し、市街化調整区域への立地を抑制するなど、適正な商業施設の立地と良好な商業環境の形成に取り組んできました。
- 一方、商圏人口の減少、地元滞留率の低下、EC の拡大、市外大型商業施設の開業などにより、本市の商業を取り巻く環境は変化しています。小売事業者数や商店街数は、減少傾向にあり、地域の商業機能やまちなかの賑わい、日常的な買物環境の維持が課題となっています。
- 市民の購買行動をみると、飲食料品や日用品などの最寄品は居住地周辺で購入される傾向がある一方、衣料品、家具・家電などの買回品では、中心市街地や市内の商業集積地、インターネットなどに購入先が広がっています。また、インバウンドを含む観光需要が回復・拡大する中、来訪者の消費を地域内の店舗やサービスにつなげ、地域資源と商業の結び付きを強める視点が重要となっています。商業は、市民の日常的な買物を支えるだけではなく、来訪者の楽しみや滞在時の利便性などにも関わる都市の魅力を高める要素の一つです。
- このような環境の変化や地域ごとの購買行動、商業に求められる役割の違いを踏まえ、地域の特性に応じた商業環境の形成を進め、本市全体の商業の魅力と持続性を高めていく必要があります。

施策の方向性

- 本市の商圏構造等の変化やインバウンド等の観光消費の拡大、都市間競争、地域の実情等を踏まえ、「長野市商業環境形成指針」を本計画に統合し、商業振興事業に取り組み、魅力ある持続可能な商業環境の形成を図ります。
- 商店街の環境整備や商業者の販路拡大、個店の魅力向上、事業承継等を支援し、商店街団体・商業者の活動基盤と市民の日常的な買物環境の維持を図ります。
- 地域資源を活かしたイベントや情報発信等を支援し、来訪者の消費を地域内の店舗やサービスにつなげることで、地域商業の活性化を図り、市内での回遊・交流を促進します。

■ 商業環境の形成

【1】ゾーン別の商業振興等の方向性と商業振興事業について

本市の魅力ある持続可能な商業環境の形成を図るため、身近な商業機能の維持・確保などの観点から市内を区分した 10 の地域（小地域）の商業振興の方向性等（74 ページ～85 ページ掲載）を踏まえ、その方向性ごとに 5 のゾーン（大地域）に区分するとともに、各ゾーンの商業振興等の方向性の実現に向けて商業振興事業に取り組みます。

ゾーン別の商業振興等の方向性

ゾーン（大地域）	ゾーンの商業振興等の方向性	地　域（小地域）	顧客の居住地			主な取扱品等			
			当該地域	他地域（市内）	市外県外	最寄品	買回品	専門品	土産品
広域商業拠点ゾーン	●「都市の顔」として、広域からの集客を念頭に置き、中心市街地活性化施策と連携するとともに、飲食、レジャーのほか、専門品など多様な購買ニーズ等に幅広く対応する。 ●善光寺を核とした歴史的・文化的な資源等地域資源の活用により回遊性を高め、観光等来訪者の購買ニーズ等に対応する。	①長野駅・善光寺周辺（第一・第二・第三・第四・第五）	○	○	○	○	○	○	○
副商業拠点ゾーン	●市南部の拠点として、広域からの集客を念頭に置き、「南長野運動公園」を活かしたスポーツ・観光・商工業・農業等の複合型産業拠点について検討する。 ●近隣地域住民、地域住民等の最寄品・買回品等日常の購買ニーズ等に対応する。	⑧篠ノ井	○	○	○	○	○	○	
拠点補完商業ゾーン	●広域商業拠点ゾーン及び副商業拠点ゾーンの補完的な機能を有するゾーンとして、近隣地域住民、地域住民等の買回品の購買ニーズ等に対応する。 ●地域住民の日常生活を支える最寄品の購買ニーズ等に対応する。	②芹田・安茂里 ③三輪・吉田・古牧 ④豊野・長沼・古里 ⑤若槻・浅川 ⑥柳原・朝陽・大豆島 ⑦川中島・更北	○	○		○	○		
観光商業ゾーン	●長野I.C.・（仮称）若穂S.I.C.周辺の広域交通利便性をいかし、地域の歴史的・文化的な資源等地域資源の活用により回遊性を高め、観光等来訪者の購買ニーズ等に対応する。 ●地域住民の日常生活を支える最寄品の購買ニーズ等に対応する。	⑨松代・若穂	○		○	○			○
地域密着商業ゾーン	●地域の歴史的・文化的な資源や特産品等地域資源を活用していく。 ●地域住民の日常生活を支える最寄品の購買ニーズ等に対応する。	⑩小田切・芋井・七二会・信更・戸隠・鬼無里・大岡・信州新町・中条	○		○	○			○

※最寄品：主に飲食料品、日用品等／買回品：主に衣料品、家具、家電等／専門品：主に貴金属、贈答品、自動車等

※地域（小地域）に区分した地区は、おおむねの範囲を示す。

※地域（小地域）欄の地域の番号は、74 ページ～85 ページ掲載の「小地域」の番号に対応している。

ゾーン別の商業振興事業

事業／ゾーン	施策2-1　持続する商業環境の整備												施策2-2　地域の特性を活かした商業の活性化											
	①商店街環境整備事業	②商店街電灯料助成事業	③商店街事務局職員雇用事業	④商店街街路灯等維持管理事業	⑤商店街マップ作成事業	⑥商店街魅力アップ支援事業	⑦商店街イベント事業	⑧商店街賑わい演出事業	⑨団体向け商品券等発行支援事業	⑩事業承継等促進事業【再掲】	⑪中小企業振興資金融資制度【再掲】	⑫商工団体の育成	①商店街イベント事業【再掲】	③団体向け商品券等発行支援事業【再掲】	⑥長野市の観光と物産展実行委員会の企画・運営【再掲】	⑦大規模小売店舗立地法の対応	⑧地域貢献・地域共生に係る事業者との連携	④空き店舗等活用事業	⑨歩行者通行量調査	⑩商業環境の調査・研究	②大規模集客イベント事業	⑤ＴＭＯの支援	⑪複合型産業拠点の検討	⑫買物環境の支援
広域商業拠点ゾーン	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○		
副商業拠点ゾーン	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○			○	
拠点補完商業ゾーン	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○							
観光商業ゾーン	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○				
地域密着商業ゾーン	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○									○

※事業の番号は、施策 2-1 と施策 2-2 のそれぞれの事業の番号に対応している。

※「大型店出店対応システム」の運用は廃止するが、大型店出店等における地域貢献・地域共生の取組（地域雇用の確保、地域活動への協力等）については、施策 2-2「⑧地域貢献・地域共生に係る事業者との連携」事業として、引き続き事業者と連携を図る。

【２】大型店出店等の考え方について

本市は、平成 18（2006）年２月に、市街化調整区域での出店計画に対して、総合的なまちづくりの観点から、「大型店の出店は、当面、既存市街地を中心とした、出店可能な地域に限定することが望ましい。」とする基本方針を公表しました。

その後、平成 18（2006）年５月に[1]「まちづくり三法」が改正される等、無秩序な大型店出店等は、法令等に基づき抑制されています。

その上で、近年、本市の商業環境が変化していること等を踏まえ、魅力ある商業環境の形成に向け、市内の商業地域間で役割等が分担できると整理され、市外・県外など広域の集客圏から新たな人流を呼び込むことで、中心市街地・周辺観光地等への回遊、経済効果等が期待できる場合には、「長野市都市計画マスタープラン」など、本市の関連計画等との整合を図りながら、大型店出店等についてその立地場所等の検討を行います。

[1] 「まちづくり三法」の改正等：都市計画法、中心市街地の活性化に関する法律、大規模小売店舗立地法の改正等。大規模集客施設（劇場、映画館、演芸場若しくは観覧場又は店舗、飲食店、展示場、遊技場、勝馬投票券発売所その他これらの用途に類する建築物で、その用途に供する部分の床面積の合計が１万㎡を超えるもの）の立地可能な用途地域が３地域（近隣商業地域、商業地域、準工業地域）に限定等される。

【推進施策２-１】持続する商業環境の整備

■ 推進施策の概要

・ 商店街の環境整備、商業者の販路拡大等を通じて、商店街団体・商業者が活動できる商業環境の維持・強化に取り組みます。

指標項目	指標の説明	実績値	目標値	備考（目標設定の説明等）
		R7	R13	
商店街等誘客促進関連事業利用件数	商店街イベント事業、商店街魅力アップ支援事業及び団体向け商品券等発行支援事業を利用して実施された商店街等への誘客につながる取組の件数	40 件	40 件	【成果指標②関連目標値として設定】過去５年間で最も高い水準を目指す

① **商店街環境整備事業**
商店街団体が実施する街路灯、アーケード、商店街コミュニティ施設等の設置を支援します。

② **商店街電灯料助成事業**
商店街団体が所有する街路灯及びアーケードの電灯料を支援します。

③ **商店街事務局職員雇用事業**
商店街団体が実施する当該団体の事務を行う職員の雇用を支援します。

④ **商店街街路灯等維持管理事業**
商店街団体が実施する街路灯等の修繕及び街路灯の高効率型（ＬＥＤ等）の照明への交換を支援します。

⑤ **商店街マップ作成事業**
商店街団体が市民及び観光客の利便を図るために実施する継続的に利用可能な当該商店街のマップの作成を支援します。

⑥ **商店街魅力アップ支援事業**
商店街団体が企画立案し実施する個店強化を図る事業、付加価値を創出する事業、空き店舗等を活用する事業等を支援します。

⑦ **商店街イベント事業**
商店街団体が活力と賑わいのある商店街を作るために実施する祭り及び行事等を支援します。

⑧ **商店街賑わい演出事業**

商店街団体が実施する路上等の共通のディスプレイ、花鉢等による装飾を支援します。

⑨ **団体向け商品券等発行支援事業**

商店街団体、商工団体等が実施するプレミアム付き商品券の発行など地域や業界などの実情に合わせた集客を促進し、消費を喚起する事業を支援します。

⑩ **事業承継等促進事業【再掲】**

事業承継による事業継続を目指す中小企業者の企業価値の算定や、事業承継計画の策定などを支援します。

⑪ **中小企業振興資金融資制度【再掲】**

金融機関に資金を預託し、中小企業者等に、その事業活動、事業転換及び創業等に必要な資金を融資します。

⑫ **商工団体の育成**

事業者の経営指導、税務・経理・会計に関する相談、講習会・セミナー、人材育成、事業者間の交流等を実施する商工会議所、商工会等の商工団体の活動を支援します。

【推進施策２-２】地域の特性を活かした商業の活性化

■ 推進施策の概要

・ 商店街・地域の特性を活かしたイベント等の取組の支援や商業環境の形成等を通じて、地域の商業の維持・活性化を図るとともに、市内での回遊・交流を促進します。

指標項目	指標の説明	実績値	目標値	備考（目標設定の説明等）
		R7	R13	
空き店舗等活用事業 利用件数	空き店舗等活用事業を利用して出店した件数（H12 から累計）	226 件	268 件	【成果指標②関連目標値として設定】 過去の実績を踏まえ、年間 7 件の増加を目指す

① **商店街イベント事業【再掲】**

商店街団体が活力と賑わいのある商店街を作るために実施する祭り及び行事等を支援します。

② **大規模集客イベント事業**

本市全体の商業の活性化に寄与する大規模で集客力のある祭り及び行事等を支援します。

③ **団体向け商品券等発行支援事業【再掲】**

商店街団体、商工団体等が実施するプレミアム付き商品券の発行など地域や業界などの実情に合わせた集客を促進し、消費を喚起する事業を支援します。

④ **空き店舗等活用事業**

中心市街地等の空き店舗等を活用して出店する事業者を支援します。

⑤ **TMO の支援**

中心市街地におけるまちづくり活動を実施する株式会社まちづくり長野（ＴＭＯ）の活動を支援します。

⑥ **長野市の観光と物産展実行委員会の企画・運営【再掲】**

本市の物産の紹介及び即売・商談会を通じた販路の拡張等を図る「長野市の観光と物産展実行委員会」の企画・運営を実施します。

⑦ **大規模小売店舗立地法の対応**

大規模小売店舗の新設等の届出に関し、交通、騒音、廃棄物等の当該店舗の周辺の地域の生活環境の保持の見地から長野県と連携を図ります。

⑧ **地域貢献・地域共生に係る事業者との連携**

一定規模の大型店の出店等を行う事業者と、地域貢献や地域共生の取組（地元雇用の確保、地域活動への協力等）について連携を図ります。

⑨ **歩行者通行量調査**

中心市街地等における活性化策の検討等のため、その基礎データとなる歩行者通行量を調査します。

⑩ **商業環境の調査・研究**

市内の商業・観光の拠点となる地域における施策の検討等のため、当該地域の商業環境等について事業者・消費者の動向等の調査・研究を実施します。

⑪ **複合型産業拠点の検討**

「南長野運動公園」を活かしたスポーツ・観光・商工業・農業等の複合型産業拠点について検討します。

⑫ **買物環境の支援**

高齢化や店舗の減少等により影響を受けている飲食料品等日常の買物環境について調査、支援等を実施します。

施策３　企業立地・創業支援による活力ある地域産業の創出

施策の背景にある現況と課題

- 人口減少や東京への一極集中が進む中、市外への人材や企業の流出を防ぐとともに、地域経済の活力を維持・向上させるためには、企業や人材から選ばれるまちであることがこれまで以上に重要となっています。とりわけ企業誘致は、雇用の創出や税収の増加、地域内需要の拡大が期待できることから、本市産業政策の重要な柱です。
- テレワークの定着により働く場所の柔軟性が高まってきたことに加え、災害等に備えた事業継続性の観点からも、首都圏から地方へ本社や事業拠点を移転・分散させる企業がみられるようになっています。首都圏からの交通利便性と豊かな自然環境を併せ持つ本市は、こうした企業の立地先となり得る一方で、本市の現状として、分譲可能な産業用地といった立地の受け皿が十分でなく、事業者の新規立地や事業拡張の意向に対応できなければ、誘致機会の逸失や企業の流失が懸念されます。
- また、地域の持続的な成長のためには、企業を呼び込むだけでなく、生産性の向上や市内から新たな事業開発、イノベーションによる新たな価値の創造も欠かせません。その担い手となるスタートアップの創出・成長を支える環境づくりと合わせ、企業、高等教育機関、公的研究機関、産業支援機関、金融機関等による産学官金連携の一層の強化が重要です。

施策の方向性

- 本市の交通利便性や自然環境、都市機能等を生かして企業や投資を呼び込み、雇用の創出と地域産業の活力向上を図ります。
- 既存工業系用途地域の有効活用、市街化調整区域での工場拡張等により、企業が立地・拡張しやすい環境を整備します。
- 新たな価値を創造する人材の育成とスタートアップの起業、市内企業における新規事業の創出などを支援します。
- 新たなビジネスモデルとなる実証プロジェクトの社会実装や、継続的な創出を図ります。

【推進施策３-１】企業誘致の促進

■ 推進施策の概要

・ 企業誘致活動、企業誘致プロモーション、工場等の立地支援を通じて、市内への新たな企業立地を促進し、地域産業の活力向上を図ります。

指標項目	指標の説明	実績値	目標値	備考（目標設定の説明等）
		R7	R13	
企業誘致件数	誘致した企業の延べ件数(H20 からの累計)	78 件	96 件	【成果指標①関連目標値として設定】過去の実績を踏まえ、年間３件の増加を目指す

① 企業誘致活動

企業の誘致から創業まで、ワンストップできめ細かく支援します。

② 企業誘致プロモーション

企業立地の促進を図るため、企業立地専用ホームページのほか、展示会や企業誘致セミナー等による PR 強化を図ります。

③ 工場等立地支援

用地取得費に対する助成など、企業のインセンティブとなるよう財政的支援を行います。

【推進施策３-２】企業立地の環境整備

■ 推進施策の概要

・ 産業団地の開発、既存工業系用途地域の有効活用、市街化調整区域での工場拡張等により、企業が立地・拡張しやすい環境を整備します。

指標項目	指標の説明	実績値	目標値	備考（目標設定の説明等）
		R7	R13	
雇用創出人数	雇用創出企業立地支援事業助成金等における雇用創出人数(H25 からの累計)	673 人	949 人	【成果指標①関連目標値として設定】過去の実績を踏まえ、年間４６人の増加を目指す

① 産業団地開発

企業の新規投資・事業拡張意欲に応えるため、官民連携による産業団地開発を実施します。

② **既存工業系用途地域の有効活用**

既存工業系用途地域内の事業用不動産の有効活用を図るため、企業とのマッチングを支援し、産業用地の流動化を図ります。

③ **市街化調整区域での工場拡張**

工場拡張等投資意欲のある企業を支援するため、企業ニーズや市街化調整区域の規制等を考慮した上で運用などの見直しを検討します。

【推進施策３-３】イノベーションの推進

■ 推進施策の概要

- 次々と挑戦者が生まれるエコシステムの形成を目指し、スタートアップ企業の創出と市内企業の新事業進出などを支援します。
- 新たな価値を創造する人材の育成と兼業・副業人材等の活用を図ります。
- 「スマートシティ NAGANO 基本計画（令和８年度まで）」に基づく活動実績や成果を踏まえ、様々な関係団体等をはじめとする産学官金の連携による共創やオープンイノベーションを通じ、新たなビジネスモデルとなる実証プロジェクトの実装・サービス化及び実装プロジェクトの継続的な創出を図ります。

指標項目	指標の説明	実績値	目標値	備考（目標設定の説明等）
		R7	R13	
スタートアップ数	スタートアップ起業支援事業の伴走支援件数及びスタートアップ等集積促進事業における誘致した企業数、スタートアップ支援補助金交付数の合計数（R9～R13 の累計）	12 者	80 者	【成果指標①②関連目標値として設定】過去の実績と第２期スタートアップ・エコシステム拠点都市（NEXT グローバル拠点都市）の KPI を踏まえ、年間１６者の増加を目指す
特定創業支援件数	特定創業支援等事業による創業支援件数（R9～R13 の累計）	57 件	400 件	【成果指標①②関連目標値として設定】特定創業支援等事業計画における目標年間 80 件の支援を目指す

① アントレプレナーシップ教育

高校生や大学生を対象としたプログラムを通じて、自ら社会課題を発見し、課題解決に主体的に挑戦し、新たな価値を創造する人材の育成を図ります。

② 特定創業支援等事業

産業競争力強化法に基づく特定創業支援等事業により、実践的な知識を身に付け、消費者ニーズに対応した商業活動が実践できる創業者の育成を図ります。

③ スタートアップ起業支援事業

スタートアップ型の起業や新規事業開発を目指す個人、法人、学生等を対象に、ビジネスプランの作成や外部人材活用などへの支援を行うとともに、起業家のコミュニティづくりを行います。

④ スタートアップ支援補助金

スタートアップが行う地域活性化に資する事業に対し、補助金を交付することで、市内のイノベーションを推進し、地域経済の活性化を図ります。

⑤ スタートアップ等集積促進事業

長野市内への本社移転又は市内での支社等の拠点開設を念頭に、県外の有望なスタートアップ等の候補者を選定し、戦略的に呼び込み、集積を図ります。

⑥ 産学官金連携によるオープンイノベーション推進事業

新規事業の創出や実証プロジェクトの社会実装に向けた共創の機会を提供し、オープンイノベーションを推進します。

⑦ 先端技術等実証事業

先端的な技術や革新的なアイデアを用いた地域課題の解決等に資する実証事業と効果検証を実施します。

⑧ 連携協定に基づく外部人材活用事業

連携協定を締結している企業・大学と連携し、市内企業と首都圏の兼業・副業人材のマッチングなど、新規事業の創出や若者の育成・企業の成長促進に取り組みます。

⑨ 外部人材活用促進事業補助金

外部人材を活用して、自社の経営改革を行う中小企業者に対し人材の雇用や家賃支援に必要な経費の一部を支援します。

⑩ 女性活躍イノベーション推進事業

本市で自らの能力を活かしたいと考えている女性を対象にスキルアップ支援（リスキリング支援）と就職支援を一体的に行うことで、市内への移住と就職を促進し、優秀な人材の確保と多様な視点による新たな商品開発などイノベーションを推進します。

⑪ **市内企業イノベーション創出プロジェクト（SHIBUYA QWS）**

スタートアップ等が集まる首都圏のインキュベーション施設「SHIBUYA QWS」を活用し、市内企業と首都圏企業との交流・連携を促進することで、市内企業の新規事業創出などの新たなチャレンジを支援します。

⑫ **東京大学生産技術研究所（東大生研）との連携**

地域の課題を踏まえた学術研究交流活動を実施します。

⑬ **地域産業クラスター計画（航空・宇宙分野）**

長野県が策定する地域産業クラスター計画に沿い、市内における宇宙関連産業の振興を図ります。

施策４　人材の確保と多様な働き方の促進

施策の背景にある現況と課題

- 人口減少や少子高齢化の進行に伴い、生産年齢人口と就業者数が減少しています。事業者へのアンケート調査では、労働力が不足しているとする事業者が多くみられ、人手不足は売上機会の逸失など企業活動にも影響を及ぼしています。市内企業の事業継続と成長を支えるためには、人材の確保・定着が大きな課題となっています。
- 雇用に関する課題としては、人件費の増加や新卒・中途の採用難、応募者数の少なさなどが挙げられています。若者については、進学や就職等を契機とした市外への流出がある一方、卒業後の就職等による本市への流入もみられることから、地元企業の魅力を知る機会や、長野地域で働くことにつながる情報提供が重要となっています。
- 高齢者の就業率は上昇しており、働く意欲のある高齢者が経験や能力を生かせる環境づくりが求められています。女性については、30 歳代で就業率が落ち込む傾向がみられ、就職氷河期世代や非正規雇用をめぐる課題も存在しています。こうした状況を踏まえ、年齢や性別、ライフステージ、就業形態などに応じて、多様な人材が働きやすく、安心して働き続けられる環境づくりが課題となっています。

施策の方向性

- 人手不足に対応するため、若者、女性、高齢者をはじめ、働く意欲のある人が希望や能力、経験等に応じて働けるよう、就労や職業能力の向上を支援します。
- 就職情報の発信や企業とのマッチングを通じ、多様な人材の就労と企業の人材確保につなげます。
- 勤労者の定着に向け、希望やライフステージ等に応じた柔軟な働き方と、仕事と家庭生活等を両立できる職場環境づくりを促進するとともに、福利厚生や健康増進等を支援し、誰もが安心して働き続けられる雇用環境の形成につなげます。

【推進施策４-１】　人材の確保と就労支援

■ 推進施策の概要

・　多様な働き方を希望する方の就労支援、若者の地元企業への就職促進、職業訓練施設への支援等を通じて、年齢や性別に関わりなく働く意欲のある人が働ける社会や企業の人材確保の実現を図ります。

指標項目	指標の説明	実績値	目標値	備考（目標設定の説明等）
		R7	R13	
就職情報サイト「おしごとながの」アクセス数（累計）	就職情報サイト「おしごとながの」アクセス数（累計）	125,824	630,000	【成果指標③④関連目標値として設定】過去の実績及び生産年齢人口の減少を踏まえ、現状の維持を目指す。
若者等の就職を促進する事業の参加者数（累計）	ナガノのシゴト博、シニアのおしごとご縁結び等の参加者数（累計）	194 人	1,110 人	【成果指標③④関連目標値として設定】過去の実績を踏まえ、年間３％ずつの増加を目指す。

① **人材確保につながる多様な働き方への就労支援**

多様な働き方を希望する方を対象に、セミナーを開催するとともに、企業とのマッチングの機会を提供します。

② **長野地域 UJI ターン就職促進事業**

東京圏新卒者・社会人に対し、企業の魅力や長野地域で暮らすことの魅力などを伝えるなどのイベントを通じて、また、企業に対しては採用力強化を行うことを通じ、長野地域への就職を促進します。

③ **就職情報サイトを活用した長野地域若者就職促進事業**

若い世代に向けて地元企業の魅力を知ってもらう機会を提供するとともに、就職情報サイト「おしごとながの」等を活用した情報提供に取り組みます。

④ **長野シルバー人材センター連携推進事業**

高齢者が長年培った知識・経験・能力を有効に生かすだけでなく、生きがいの充実、健康の維持・増進のために、高齢者に働く機会を提供するシルバー人材センターを支援します。

⑤ **職業能力向上等支援事業**

職業能力向上のため、職業訓練等の機会を提供するとともに、人材育成への支援をします。

【推進施策４-２】柔軟な働き方の実現に向けた環境づくり

■ 推進施策の概要

・ 勤労者活躍支援センター等の運営、長野市勤労者共済会等への支援、国や県との連携を通じて、勤労者の福利厚生の充実や誰もが働きやすく、安心して働き続けられる環境づくりを促進します。

指標項目	指標の説明	実績値	目標値	備考（目標設定の説明等）
		R7	R13	
勤労者活躍支援センター等の利用者数	勤労者活躍支援センター等の利用者数	117,240 人	135,000 人	【成果指標③④関連目標値として設定】過去の実績を踏まえ、年間３％ずつの利用者増加を目指す。
就業に関する出前講座の回数（累計）	就業に関する出前講座の回数（累計）	8 回	50 回	【成果指標③④関連目標値として設定】過去の実績を踏まえ、年間 5％ずつの増加を目指す。

① 勤労者活躍支援センター等の活用

年齢や性別に関わりなく職場と家庭で活躍し、ワークライフバランスの充実を支援するため、就労に役立つ知識や教養、健康増進、レクリエーション、趣味などの講座を開催するとともに、勤労者の余暇活動及び活躍支援の場を提供します。

② 長野市勤労者共済会等への支援

福利厚生事業を持たない中小企業の勤労者の福利厚生事業を支援する長野市勤労者共済会等を支援します。

③ 国や県との連携による働き方改革の推進

企業における柔軟な働き方の実現に向け、国や県と連携を図りながら制度の周知・啓発に取り組み、就業者のニーズに応じた働き方を支援します。

目標指標一覧

成果指標①「従業員１人当たり粗付加価値額」の達成に向けた目標値

推進施策	指標項目	指標の説明	実績値	目標値
			R7	R13
施策１-１ 市内企業の成長支援	人材育成講座等の受講件数	中小企業者人材育成事業補助金活用企業数 （R６からの累計）	25 社	95 社
施策１-２ 製造品等の付加価値向上支援	高等教育機関等と共同で行う新技術・新製品の開発件数	新技術等共同研究開発事業補助金活用企業数 （H17 からの累計）	60 社	75 社
施策１-３ 市内企業における省力化推進支援	生成 AI を含むデジタル技術の活用件数	ＤＸモデル事業補助金（改良版）活用企業数 （R5 からの累計）	7 社	37 社
施策１-４ 域外等への販路開拓支援	域外等で実施する展示会への参加件数	販路開拓事業補助金活用企業数 （H25 からの累計）	94 社	134 社
施策３-１ 企業誘致の促進	企業誘致件数	誘致した企業の延べ件数(H20 からの累計)	78 件	96 件
施策３-２ 企業立地の環境整備	雇用創出人数	雇用創出企業立地支援事業助成金等における雇用創出人数(H25 からの累計)	673 人	949 人
施策３-３ イノベーションの推進	スタートアップ数	スタートアップ起業支援事業の伴走支援件数及びスタートアップ等集積促進事業における誘致した企業数、スタートアップ支援補助金交付数の合計数（R９～R13 の累計）	12 者	80 者
施策３-３ イノベーションの推進	特定創業支援件数	特定創業支援等事業による創業支援件数 （R９～R13 の累計）	57 件	400 件

成果指標②「長野市１世帯当たりの市内での月間消費支出額」の達成に向けた目標値

推進施策	指標項目	指標の説明	実績値	目標値
			R7	R13
施策２-１ 持続する商業環境の整備	商店街等誘客促進関連事業利用件数	商店街イベント事業、商店街魅力アップ支援事業及び団体向け商品券等発行支援事業を利用して実施された商店街等への誘客につながる取組の件数	40 件	40 件
施策２-２ 地域の特性を活かした商業の活性化	空き店舗等活用事業利用件数	空き店舗等活用事業を利用して出店した件数（H12 から累計）	226 件	268 件
施策３-３ イノベーションの推進	スタートアップ数 【再掲】	スタートアップ起業支援事業の伴走支援件数及びスタートアップ等集積促進事業における誘致した企業数、スタートアップ支援補助金交付数の合計数（R９～R13 の累計）	12 者	80 者
施策３-３ イノベーションの推進	特定創業支援件数 【再掲】	特定創業支援等事業による創業支援件数（R９～R13 の累計）	57 件	400 件

成果指標③「雇用の充足率」及び成果指標④「『やりたい仕事を見つけやすい』と回答した市民の割合」の達成に向けた目標値

推進施策	指標項目	指標の説明	実績値	目標値
			R7	R13
施策４-１ 人材の確保と就労支援	就職情報サイト「おしごとながの」アクセス数（累計）	就職情報サイト「おしごとながの」 アクセス数（累計）	125,824	630,000
施策４-１ 人材の確保と就労支援	若者等の就職を促進する事業の参加者数（累計）	ナガノのシゴト博、シニアのおしごとご縁結び等の参加者数（累計）	194 人	1,110 人
施策４-２ 柔軟な働き方の実現に向けた環境づくり	勤労者活躍支援センター等の利用者数	勤労者活躍支援センター等の利用者数	117,240 人	135,000 人
施策４-２ 柔軟な働き方の実現に向けた環境づくり	就業に関する出前講座の回数（累計）	就業に関する出前講座の回数（累計）	8 回	50 回

長野市商工業振興計画

第５編 計画の推進に向けて

第５編　計画の推進に向けて

１　計画の推進体制

本計画の着実な推進を図るため、関連主体である市民、事業者、学術機関・金融機関及び行政が連携・協働していくことが重要です。

また、施策・事業等の推進にあたっては、必要に応じて関係する本市の他の部局とも連携を図りながら、計画を進めていきます。

２　計画の進行管理

本計画の推進にあたっては、PDCA サイクルの考え方に基づき、Plan（計画）、Do（実行）、Check（評価）、Action（改善）といった継続的な改善の仕組みにより、進行を管理します。

具体的には、分野別に定めた指標等によって、計画の進捗状況を評価・検証するとともに、行政評価の結果を活用しながら、方針や事業を改善するサイクルを継続的に繰り返すことで、施策の推進力を高めるとともに、新たな課題へも対応していきます。また、計画進行中に外部環境要因等で発生した本市経済への影響についても、機動的な対応を行っていきます。



長野市商工業振興計画

資料編

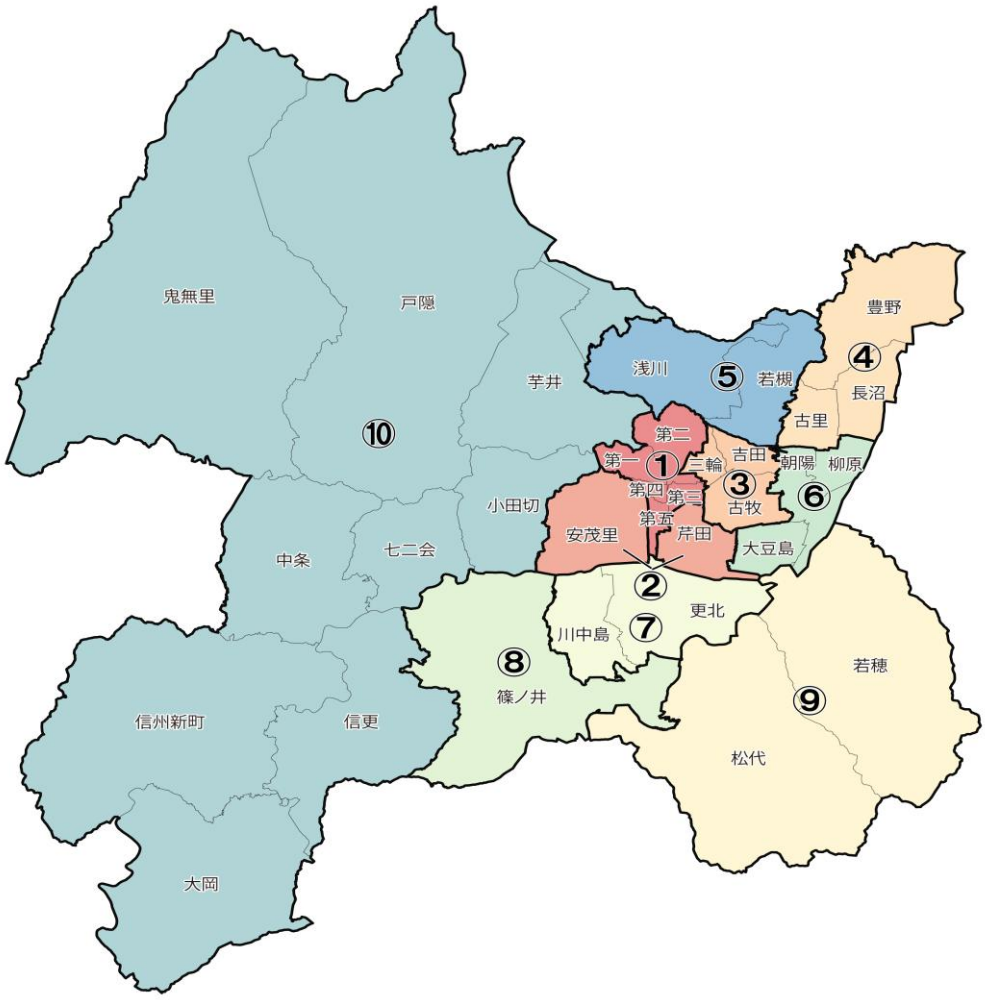
施策２「地域の特性を活かした商業環境の整備」関係

１　商業立地の現況及び商業振興の方向性等の整理について

「長野市都市計画マスタープラン」での地域区分の次の考え方等を参考に、地域を区分し、地域（小地域）ごとの商業立地の現況及び商業振興の方向性等について整理します。

・行政区分（32 地区）を基本の単位とし、歴史的な地域の形成過程や経緯を考慮
・都市構造や土地利用を考慮
・地形を考慮

◆地域区分図



◆地域区分表

地域区分	内訳（地区名）	地域区分	内訳（地区名）
①長野駅・善光寺周辺地域	第一　第二　第三 第四　第五	⑦川中島・更北地域	川中島　更北
		⑧篠ノ井地域	篠ノ井
②芹田・安茂里地域	芹田　安茂里	⑨松代・若穂地域	松代　若穂
③東部地域	三輪　吉田　古牧	⑩北西部中山間地域	小田切　芋井　七二会　信更　戸隠　鬼無里　大岡　信州新町　中条
④北部地域	豊野　長沼　古里		
⑤若槻・浅川地域	若槻　浅川		
⑥千曲川沿川地域	柳原　朝陽　大豆島		

2　地域（小地域）別の商業立地の現況及び商業振興の方向性等について

①長野駅・善光寺周辺地域（第一・第二・第三・第四・第五地区）

◆商業環境形成指針の地域商業のビジョン

地区	地域商業のビジョン（H20（2008））
第一 第二	◎観光客のニーズに対応した商業集積の促進 小規模の専門店による商業集積、歴史的景観・街並みに配慮した商業環境の形成 ◎再開発や居住型まちづくりを視野に入れた商業の集約化の推進
第三 第四	◎飲食、娯楽・レジャー、文化面等の多様なニーズに応え得る、様々な業種・業態の商業集積の促進 ◎ゾーン内の集積の密度を高める、業種に応じた集中的な集積と歩行空間の整備の促進 （「飲食」「買物」「アミューズメント」の複合的な集積）
第三 第四 第五	◎商業の中枢を担う地域として、非日常的かつ多様な購買ニーズに応え得る、専門性の高い店舗の集積の促進 ◎市の玄関口として風格ある街並みづくりと緑・アメニティ空間の充実 ◎質の高い大型店の立地による地域の魅力向上

◆地域の商業データ（小売業）

項目	H19（2007）	H24（2012）	H26（2014）	H28（2016）	R3（2021）
事業所数	1,041	683	672	675	606
└（全地域平均）	(356)	(256)	(254)	(266)	(241)
年間商品販売額（万円）	9,721,505	7,051,441	8,086,003	8,186,077	6,041,711
└（全地域平均）	(4,936,280)	(3,719,528)	(4,938,327)	(5,116,600)	(4,943,946)
行政人口（人）	33,385	32,131	31,737	31,522	31,080
└（全地域平均）	(39,048)	(38,688)	(38,464)	(38,225)	(37,200)
小売吸引力係数（商業人口／行政人口）	2.68	2.55	2.50	2.44	1.85
└（全地域平均）	(1.08)	(1.04)	(1.13)	(1.14)	(1.09)
商業人口（販売額/県民一人の販売額）（人）	89,376	81,938	79,328	77,001	57,461
└（全地域平均）	(45,383)	(43,221)	(48,448)	(48,129)	(47,020)

事業所の内訳（R3（2021））	事業所数	構成比	市全体シェア
各種商品小売業	3	0.5%	50.0%
織物・衣服・身の回り品小売業	139	22.9%	48.9%
飲食料品小売業	179	29.6%	28.0%
機械器具小売業	41	6.8%	10.1%
その他の小売業	225	37.1%	24.0%
無店舗小売業	19	3.1%	14.3%
計	606	100.0%	25.2%

購入品目	飲食料品・日用品（最寄品）	衣料品・家電・家具（買回品）
地域住民の主な購入地域（参考）	①第一～第五（84.4%） ②三輪・吉田・古牧（40.8%）	①第一～第五（79.6%） ②ネットで購入（50.3%）

◆今回の計画

商業立地の主な現況等	商業振興の方向性
・「善光寺」周辺では、参道を中心に土産品店、飲食店等が見られ、門前を中心に空き家や空き店舗等をリノベーションして活用した個店等が見られます。 ・「中央通り」沿いや「権堂アーケード」等には、生鮮食料品店のほか、小売店、飲食店等を中心とした商店街に加え、映画館等のアミューズメント施設や「北野文芸座」等の文化的な施設が見られます。 ・「JR長野駅」周辺では、「ながの東急百貨店」「MIDORI長野」等の大型店舗に加え、専門店、飲食店等の集積が見られます。 ・観光客、インバウンドも多く訪れる地域であることから、地域資源を活用した店舗、国際的なニーズに対応した店舗等の充実が課題です。	◎観光客のニーズに対応した商業集積の促進 ◎飲食、レジャー、文化面等の多様なニーズに応え得る業種・業態の商業集積の促進 ◎商業の中枢を担う地域として、非日常的・多様な購買ニーズに応え得る専門性の高い店舗の集積の促進 ◎地域に密着した商店街の生活機能強化の促進

②芹田・安茂里地域（芹田・安茂里地区）

◆商業環境形成指針の地域商業のビジョン

地区	地域商業のビジョン（H20（2008））
芹田	◎公園・コンベンション施設等を活かした憩える買物空間の構築 ◎高齢者等の交通弱者に優しい商業環境形成の促進
安茂里	◎安全で快適な買物空間の整備の促進 ◎最寄品の充実と生活利便性の向上の促進

◆地域の商業データ（小売業）

項目	H19（2007）	H24（2012）	H26（2014）	H28（2016）	R3（2021）
事業所数	357	242	218	233	234
└（全地域平均）	(356)	(256)	(254)	(266)	(241)
年間商品販売額（万円）	5,695,975	4,531,136	5,262,723	6,831,590	5,345,627
└（全地域平均）	(4,936,280)	(3,719,528)	(4,938,327)	(5,116,600)	(4,943,946)
行政人口（人）	49,810	48,946	48,787	48,632	47,545
└（全地域平均）	(39,048)	(38,688)	(38,464)	(38,225)	(37,200)
小売吸引力係数（商業人口／行政人口）	1.05	1.08	1.06	1.32	1.07
└（全地域平均）	(1.08)	(1.04)	(1.13)	(1.14)	(1.09)
商業人口（販売額/県民一人の販売額）（人）	52,367	52,652	51,630	64,261	50,841
└（全地域平均）	(45,383)	(43,221)	(48,448)	(48,129)	(47,020)

事業所の内訳（R3（2021））	事業所数	構成比	市全体シェア
各種商品小売業	0	0.0%	0.0%
織物・衣服・身の回り品小売業	15	6.4%	5.3%
飲食料品小売業	71	30.3%	11.1%
機械器具小売業	43	18.4%	10.6%
その他の小売業	83	35.5%	8.8%
無店舗小売業	22	9.4%	16.5%
計	234	100.0%	9.7%

購入品目	飲食料品・日用品（最寄品）	衣料品・家電・家具（買回品）
地域住民の主な購入地域（参考）	①芹田・安茂里（91.5%） ②川中島・更北（46.8%）	①芹田・安茂里（66.0%） ②第一～第五（53.2%）

◆今回の計画

商業立地の主な現況等	商業振興の方向性
・「JR長野駅」東口周辺には、オフィスをはじめ、飲食店、ホテル等が多く見られるほか、「長野須坂インター線」沿いに古牧地区に至るまで生鮮食料品店のほか、飲食店等が見られます。 ・地域内には、「ビッグハット」「長野県民文化会館」等の大型のコンベンション施設が見られます。 ・母袋交差点から長野赤十字病院前に至る「県道三才・大豆島・中御所線」沿いには、飲食店、商店等が見られます。 ・「ケーズタウン若里」等の大型店舗が地域内に点在しています。 ・「長野アークス」周辺を中心に「県道三才・大豆島・中御所線」に至る地域では、卸売りをはじめとする工業系に利用されています。 ・「JR安茂里駅」を中心に「国道19号」沿いに、生鮮食料品店、ドラッグストア、ホームセンター等の集積が見られ、「長野県長野工業高等学校」周辺には、生鮮食料品店、ドラッグストア、ホームセンター等の立地が見られるほかは、個人の商店が点在しています。 ・川合新田区から犀川周辺や、安茂里地区の山間部等は、農用地として農業に広く利用されています。	◎幹線道路等における既存の店舗を中心とした交通渋滞・騒音等に配慮した集積の促進（大規模小売店舗立地法等） ◎地域の個店を中心とした商業機能強化の促進 ◎地域住民の生活を支える商業機能の維持・確保

③東部地域（三輪・吉田・古牧地区）

◆商業環境形成指針の地域商業のビジョン

地区	地域商業のビジョン（H20（2008））
三輪	◎地域の個店を中心とした商業機能の強化 ◎歩道整備ほか安全で快適な買物空間の構築
吉田	◎地域密着型の既存商店の活力の維持と遊歩道等買物空間の整備の促進 ◎商業集積の新陳代謝を促進するため既存店舗の業態転換等への積極的な支援の展開
古牧	◎「東豊線」から「長野須坂インター線」にかけての新規の商業集積の促進 ◎「長野運動公園」周辺を中心とした植栽等の景観に配慮した商業集積の促進 ◎その他の幹線道路における既存の店舗を中心とした交通渋滞･騒音等に配慮した集積の促進

◆地域の商業データ（小売業）

項目	H19（2007）	H24（2012）	H26（2014）	H28（2016）	R3（2021）
事業所数	482	337	347	376	344
└（全地域平均）	(356)	(256)	(254)	(266)	(241)
年間商品販売額（万円）	8,100,021	6,600,696	7,351,552	9,392,721	8,719,578
└（全地域平均）	(4,936,280)	(3,719,528)	(4,938,327)	(5,116,600)	(4,943,946)
行政人口（人）	60,695	60,822	60,658	60,551	59,727
└（全地域平均）	(39,048)	(38,688)	(38,464)	(38,225)	(37,200)
小売吸引力係数（商業人口／行政人口）	1.23	1.26	1.19	1.46	1.39
└（全地域平均）	(1.08)	(1.04)	(1.13)	(1.14)	(1.09)
商業人口（販売額/県民一人の販売額）（人）	74,469	76,701	72,123	88,352	82,929
└（全地域平均）	(45,383)	(43,221)	(48,448)	(48,129)	(47,020)

事業所の内訳（R3（2021））	事業所数	構成比	市全体シェア
各種商品小売業	1	0.3%	16.7%
織物・衣服・身の回り品小売業	43	12.5%	15.1%
飲食料品小売業	70	20.4%	10.9%
機械器具小売業	73	21.2%	18.1%
その他の小売業	129	37.5%	13.8%
無店舗小売業	28	8.1%	21.1%
計	344	100.0%	14.3%

購入品目	飲食料品・日用品（最寄品）	衣料品・家電・家具（買回品）
地域住民の主な購入地域（参考）	①三輪・吉田・古牧（91.3%） ②第一～第五（27.5%）	①三輪・吉田・古牧（70.0%） ②第一～第五（53.2%）

◆今回の計画

商業立地の主な現況等	商業振興の方向性
・「長野大通り」善光寺下駅信号交差点と「北長野通り」三輪1・2丁目交差点との間の道路沿いや「SBC通り」三輪交番前交差点と「国道406号」柳町交番前交差点との間の道路沿いを中心に、生鮮食料品店やドラッグストアのほか、小規模の商店を中心とした商店街が形成されており、「相の木通り」沿いにも商店が見られます。 ・「SBC通り」から「JR北長野駅」周辺にかけて、「イオンタウン長野三輪」等の大型店舗のほか、自動車販売店、飲食店等が見られ、「JR北長野駅」周辺には小規模の商店等が見られます。 ・「国道406号（平林街道）」沿いには、生鮮食料品店、家電量販店、自動車販売店、飲食店等が見られます。 ・「長野須坂インター線」沿いには、「MEGAドン・キホーテ長野店」等の大型店舗のほか、小売店、飲食店等が見られ、「東豊線」沿いには、生鮮食料品店や飲食店等の集積が見られます。 ・「国道18号」沿いには、家具販売店、自動車販売店、飲食店等が見られます。	◎幹線道路等における既存の店舗を中心とした交通渋滞・騒音等に配慮した集積の促進（大規模小売店舗立地法等） ◎地域に密着した商店街の生活機能強化の促進 ◎地域の個店を中心とした商業機能強化の促進

④北部地域（豊野・長沼・古里地区）

◆商業環境形成指針の地域商業のビジョン

地区	地域商業のビジョン（H20（2008））
豊野	◎地域の個店を中心とした商業機能の強化 ◎住宅整備と一体となった商業環境（生活環境）の強化 ◎農業と観光が一体となった新しいサービス型の商業地の形成の促進
長沼	◎農業と一体となったレクリエーションを兼ね備えた新しいサービス型の商業地の形成の促進
古里	◎地域の個店を中心とした商業機能の強化 ◎福祉環境に配慮した買物空間の整備

◆地域の商業データ（小売業）

項目	H19（2007）	H24（2012）	H26（2014）	H28（2016）	R3（2021）
事業所数	150	126	120	115	96
└（全地域平均）	(356)	(256)	(254)	(266)	(241)
年間商品販売額（万円）	1,206,151	1,259,489	1,882,895	1,817,606	1,479,209
└（全地域平均）	(4,936,280)	(3,719,528)	(4,938,327)	(5,116,600)	(4,943,946)
行政人口（人）	26,759	26,577	26,436	26,029	24,681
└（全地域平均）	(39,048)	(38,688)	(38,464)	(38,225)	(37,200)
小売吸引力係数（商業人口／行政人口）	0.41	0.55	0.70	0.66	0.57
└（全地域平均）	(1.08)	(1.04)	(1.13)	(1.14)	(1.09)
商業人口（販売額/県民一人の販売額）（人）	11,089	14,635	18,472	17,097	14,068
└（全地域平均）	(45,383)	(43,221)	(48,448)	(48,129)	(47,020)

事業所の内訳（R3（2021））	事業所数	構成比	市全体シェア
各種商品小売業	0	0.0%	0.0%
織物・衣服・身の回り品小売業	5	5.2%	1.8%
飲食料品小売業	35	36.5%	5.5%
機械器具小売業	19	19.8%	4.7%
その他の小売業	32	33.3%	3.4%
無店舗小売業	5	5.2%	3.8%
計	96	100.0%	4.0%

購入品目	飲食料品・日用品（最寄品）	衣料品・家電・家具（買回品）
地域住民の主な購入地域（参考）	①豊野・長沼（55.0%） ②若槻・浅川（41.3%）	①三輪・吉田・古牧（56.3%） ②若槻・浅川（42.5%）

◆今回の計画

商業立地の主な現況等	商業振興の方向性
・「JR豊野駅」を中心に、地元密着型の小規模の商店を中心とした商店街のほか、生鮮食料品店、ドラッグストア等が集積し、一体の駐車場を備えた商業集積地が見られます。 ・「国道18号（アップルライン）」沿いを中心に、コンビニエンスストア、飲食店、自動車用品販売店等の店舗やりんご等の直売所が見られるほか、生鮮食料品店、ホームセンター、家具販売店等が集積し、一体の駐車場を備えた「アップルラインガーデン」が見られます。 ・「JR三才駅」を中心に、個人商店を中心とした店舗が見られます。 ・地域内には農用地が多く、りんご栽培など農業に広く利用されています。 ・地域の人口は減少傾向にあり、高齢化も進行していることから、日常生活を支える商業機能の維持・確保が課題です。	◎幹線道路等における既存の店舗を中心とした交通渋滞・騒音等に配慮した集積の促進（大規模小売店舗立地法等） ◎地域の個店を中心とした商業機能強化の促進 ◎地域資源を活かした商業環境の形成の促進 ◎地域住民の生活を支える商業機能の維持・確保

⑤若槻・浅川地域（若槻・浅川地区）

◆商業環境形成指針の地域商業のビジョン

地区	地域商業のビジョン（H20（2008））
若槻	◎郊外型商業集積としての現在の商業集積の方向性を推進 ◎「北部幹線」・「若槻大通り」・「東豊線」を中心とした景観に配慮した潤いのあるまちづくりの促進
浅川	◎地域に密着した商店街の生活機能強化の促進 ◎積極的な自然環境保全の促進

◆地域の商業データ（小売業）

項目	H19（2007）	H24（2012）	H26（2014）	H28（2016）	R3（2021）
事業所数	173	118	128	139	124
└（全地域平均）	(356)	(256)	(254)	(266)	(241)
年間商品販売額（万円）	2,807,300	2,511,163	X	2,609,574	X
└（全地域平均）	(4,936,280)	(3,719,528)	(4,938,327)	(5,116,600)	(4,943,946)
行政人口（人）	28,060	27,387	27,211	27,081	26,712
└（全地域平均）	(39,048)	(38,688)	(38,464)	(38,225)	(37,200)
小売吸引力係数（商業人口／行政人口）	0.92	1.07	X	0.91	X
└（全地域平均）	(1.08)	(1.04)	(1.13)	(1.14)	(1.09)
商業人口（販売額/県民一人の販売額）（人）	25,809	29,180	X	24,547	X
└（全地域平均）	(45,383)	(43,221)	(48,448)	(48,129)	(47,020)

事業所の内訳（R3（2021））	事業所数	構成比	市全体シェア
各種商品小売業	0	0.0%	0.0%
織物・衣服・身の回り品小売業	12	9.7%	4.2%
飲食料品小売業	27	21.8%	4.2%
機械器具小売業	26	21.0%	6.4%
その他の小売業	52	41.9%	5.5%
無店舗小売業	7	5.6%	5.3%
計	124	100.0%	5.2%

購入品目	飲食料品・日用品（最寄品）	衣料品・家電・家具（買回品）
地域住民の主な購入地域（参考）	①若槻・浅川（96.4%） ②三輪・吉田・古牧（41.8%）	①若槻・浅川（72.7%） ②三輪・吉田・古牧（67.3%）

◆今回の計画

商業立地の主な現況等	商業振興の方向性
・「北部幹線」沿いに、生鮮食料品店、ホームセンター、飲食店、小売店等や、衣料品販売店、靴店等が集積し、一体の駐車場を備えた商業集積地が見られます。 ・「東豊線」沿いでは、飲食店、小売店等が見られます。 ・浅川地区は、一部の地域に個店等が点在して見られる状況であり、商業の集積はほとんど見られません。 ・浅川地区や若槻地区の山間部等は、農用地として農業に広く利用されています。 ・地域の人口は減少傾向にあり、高齢化も進行していることから、日常生活を支える商業機能の維持・確保が課題です。	◎幹線道路等における既存の店舗を中心とした交通渋滞・騒音等に配慮した集積の促進（大規模小売店舗立地法等） ◎地域の個店を中心とした商業機能強化の促進 ◎地域住民の生活を支える商業機能の維持・確保

⑥千曲川沿岸地域（柳原・朝陽・大豆島地区）

◆商業環境形成指針の地域商業のビジョン

地区	地域商業のビジョン（H20（2008））
柳原	◎地域の個店を中心とした商業機能の強化 ◎福祉環境に配慮した買物空間の整備
朝陽	◎地域密着型の既存商店の活力の維持と遊歩道等買物空間の整備の促進 ◎商業集積の新陳代謝を促進するため既存店舗の業態転換等への積極的な支援の展開
大豆島	◎緑地を維持した憩える買物空間の整備 ◎食料品等の最寄品の充実

◆地域の商業データ（小売業）

項目	H19（2007）	H24（2012）	H26（2014）	H28（2016）	R3（2021）
事業所数	218	158	188	208	181
└（全地域平均）	(356)	(256)	(254)	(266)	(241)
年間商品販売額（万円）	2,775,093	2,278,704	2,776,285	3,109,905	3,690,139
└（全地域平均）	(4,936,280)	(3,719,528)	(4,938,327)	(5,116,600)	(4,943,946)
行政人口（人）	34,774	34,985	34,824	34,781	34,551
└（全地域平均）	(39,048)	(38,688)	(38,464)	(38,225)	(37,200)
小売吸引力係数（商業人口／行政人口）	0.73	0.76	0.78	0.84	1.02
└（全地域平均）	(1.08)	(1.04)	(1.13)	(1.14)	(1.09)
商業人口（販売額/県民一人の販売額）（人）	25,513	26,479	27,237	29,253	35,096
└（全地域平均）	(45,383)	(43,221)	(48,448)	(48,129)	(47,020)

事業所の内訳（R3（2021））	事業所数	構成比	市全体シェア
各種商品小売業	0	0.0%	0.0%
織物・衣服・身の回り品小売業	9	5.0%	3.2%
飲食料品小売業	36	19.9%	5.6%
機械器具小売業	47	26.0%	11.6%
その他の小売業	71	39.2%	7.6%
無店舗小売業	18	9.9%	13.5%
計	181	100.0%	7.6%

購入品目	飲食料品・日用品（最寄品）	衣料品・家電・家具（買回品）
地域住民の主な購入地域（参考）	①朝陽・大豆島（69.9%） ②三輪・吉田・古牧（41.0%）	①三輪・吉田・古牧（50.6%） ②第一～第五（39.8%）

◆今回の計画

商業立地の主な現況等	商業振興の方向性
・「長野電鉄柳原駅」及び「長野電鉄朝陽駅」を中心に、個人商店を中心とした店舗が見られます。 ・「長野運動公園」以西には、生鮮食料品店、ホームセンター、衣料品販売店のほか、ドラッグストア、飲食店等が見られます。 ・「国道18号」沿いには、自動車販売店、飲食店等が見られます。 ・「長野須坂インター線」（南長池交差点以東）沿いには店舗の立地が見られ、「須坂長野東インターチェンジ」付近には、飲食店等の立地が見られる一方で、沿道から離れると農用地が広がっています。 ・「県道三才・大豆島・中御所線」沿いには、落合橋入口交差点周辺から訓練校前交差点周辺にかけて、飲食店、生鮮食料品店、ドラッグストア等を中心とした店舗の集積が見られます。 ・「千曲川」沿いを中心に、農用地として、広く農業に利用されています。 ・地域の人口は減少傾向にあり、高齢化も進行していることから、日常生活を支える商業機能の維持・確保が課題です。	◎幹線道路等における既存の店舗を中心とした交通渋滞・騒音等に配慮した集積の促進（大規模小売店舗立地法等） ◎地域の個店を中心とした商業機能強化の促進 ◎地域住民の生活を支える商業機能の維持・確保

⑦川中島・更北地域（川中島・更北地区）

◆商業環境形成指針の地域商業のビジョン

地区	地域商業のビジョン（H20（2008））
更北 川中島	◎地域の景観への配慮（商業施設の外観、広告建造物、ネオンサインなどへの配慮、緑豊かな沿道環境の整備）の促進 ◎交通渋滞、騒音、廃棄物処理等、住宅地に配慮した大型商業集積の促進

◆地域の商業データ（小売業）

項目	H19（2007）	H24（2012）	H26（2014）	H28（2016）	R3（2021）
事業所数	464	361	355	388	363
└（全地域平均）	(356)	(256)	(254)	(266)	(241)
年間商品販売額（万円）	8,950,379	8,102,981	9,006,682	9,451,308	8,320,838
└（全地域平均）	(4,936,280)	(3,719,528)	(4,938,327)	(5,116,600)	(4,943,946)
行政人口（人）	58,318	60,936	61,259	61,645	61,307
└（全地域平均）	(39,048)	(38,688)	(38,464)	(38,225)	(37,200)
小売吸引力係数（商業人口／行政人口）	1.41	1.55	1.44	1.44	1.29
└（全地域平均）	(1.08)	(1.04)	(1.13)	(1.14)	(1.09)
商業人口（販売額/県民一人の販売額）（人）	82,287	94,157	88,361	88,903	79,137
└（全地域平均）	(45,383)	(43,221)	(48,448)	(48,129)	(47,020)

事業所の内訳（R3（2021））	事業所数	構成比	市全体シェア
各種商品小売業	2	0.5%	33.3%
織物・衣服・身の回り品小売業	29	8.0%	10.2%
飲食料品小売業	77	21.2%	12.0%
機械器具小売業	86	23.7%	21.3%
その他の小売業	148	40.8%	15.8%
無店舗小売業	21	5.8%	15.8%
計	363	100.0%	15.1%

購入品目	飲食料品・日用品（最寄品）	衣料品・家電・家具（買回品）
地域住民の主な購入地域（参考）	①川中島・更北（100.0%） ②篠ノ井（34.1%）	①川中島・更北（97.7%） ②ネットで購入（40.9%）

◆今回の計画

商業立地の主な現況等	商業振興の方向性
・「県道長野・上田線」沿いには、「青木島ショッピングパーク」、「西友川中島店」のほか、生鮮食料品店、ホームセンター、衣料品販売店、家具販売店等の最寄品・買回品を扱う店舗や、アミューズメント、飲食店等の集積が見られます。 ・「JR川中島駅」の駅前通りには、小規模な店舗が見られます。 ・「長野南バイパス（国道19号）」沿いを中心に、大型の駐車場を備えた生鮮食料品店、家電量販店、家具販売店、ドラッグストア等の最寄品・買回品を扱う店舗や飲食店等の集積が見られます。	◎幹線道路等における既存の店舗を中心とした交通渋滞・騒音等に配慮した集積の促進（大規模小売店舗立地法等） ◎地域の個店を中心とした商業機能強化の促進

⑧篠ノ井地域（篠ノ井地区）

◆商業環境形成指針の地域商業のビジョン

地区	地域商業のビジョン（H20（2008））
篠ノ井	◎「JR篠ノ井駅」周辺の中心市街地としての整備の促進 ◎農業及び地域環境・景観と商業との調和

◆地域の商業データ（小売業）

項目	H19（2007）	H24（2012）	H26（2014）	H28（2016）	R3（2021）
事業所数	251	191	182	191	191
└（全地域平均）	(356)	(256)	(254)	(266)	(241)
年間商品販売額（万円）	3,295,898	2,852,612	3,438,532	3,092,829	4,535,147
└（全地域平均）	(4,936,280)	(3,719,528)	(4,938,327)	(5,116,600)	(4,943,946)
行政人口（人）	41,609	41,642	42,209	42,323	41,159
└（全地域平均）	(39,048)	(38,688)	(38,464)	(38,225)	(37,200)
小売吸引力係数（商業人口／行政人口）	0.73	0.80	0.80	0.69	1.05
└（全地域平均）	(1.08)	(1.04)	(1.13)	(1.14)	(1.09)
商業人口（販売額/県民一人の販売額）（人）	30,301	33,148	33,734	29,092	43,132
└（全地域平均）	(45,383)	(43,221)	(48,448)	(48,129)	(47,020)

事業所の内訳（R3（2021））	事業所数	構成比	市全体シェア
各種商品小売業	0	0.0%	0.0%
織物・衣服・身の回り品小売業	15	7.9%	5.3%
飲食料品小売業	56	29.3%	8.8%
機械器具小売業	30	15.7%	7.4%
その他の小売業	82	42.9%	8.7%
無店舗小売業	8	4.2%	6.0%
計	191	100.0%	7.9%

購入品目	飲食料品・日用品（最寄品）	衣料品・家電・家具（買回品）
地域住民の主な購入地域（参考）	①篠ノ井（100.0%） ②川中島・更北（59.5%）	①篠ノ井（86.5%） ②川中島・更北（73.0%）

◆今回の計画

商業立地の主な現況等	商業振興の方向性
・「JR篠ノ井駅」前から「県道松代・篠ノ井線」にかけての沿線には、古くからの専門店、飲食店を中心とした商店街のほか、生鮮食料品店、ドラッグストア、衣料品販売店等が集積し、一体の駐車場を備えた商業集積地等が見られます。 ・「県道戸隠・篠ノ井線」から「南長野運動公園」にかけての沿線には、ホームセンター、自動車販売店、飲食店のほか、小売店等が見られます。 ・瀬原田の土地区画整理地には、生鮮食料品店、ドラッグストア等が集積し、一体の駐車場を備えた商業集積地が見られます。 ・「南長野運動公園」から水沢上庭の土地区画整理地周辺において、大型の駐車場を備えた生鮮食料品店、家電量販店、ホームセンター、衣料品販売店等の最寄品・買回品を扱う店舗の集積が見られます。 ・「JR篠ノ井駅」は「JR長野駅」に次いで乗降客が多く、「南長野運動公園」一帯はプロスポーツの試合や各種イベントの開催など市民・交流人口の利用が見込まれる地域であるため、市の南部の中心地域として、周辺地域との連携の強化など、商工業を含めた複合型の新たな産業拠点の形成が課題です。	◎幹線道路等における既存の店舗を中心とした交通渋滞・騒音等に配慮した集積の促進（大規模小売店舗立地法等） ◎地域に密着した商店街の生活機能強化の促進 ◎地域の個店を中心とした商業機能強化の促進 ◎「南長野運動公園」を活かしたスポーツ・観光・商工業・農業等の複合型産業拠点の検討

⑨松代・若穂地域（松代・若穂地区）

◆商業環境形成指針の地域商業のビジョン

地区	地域商業のビジョン（H20（2008））
松代	◎地域資源を最大限に生かし、観光と一体となった商業環境形成の促進 ◎歴史的景観・街並みに配慮した商業環境の形成
若穂	◎地域に密着した商店の機能強化の促進 ◎「須坂長野東インターチェンジ」周辺の秩序ある開発の促進

◆地域の商業データ（小売業）

項目	H19（2007）	H24（2012）	H26（2014）	H28（2016）	R3（2021）
事業所数	240	193	174	178	147
└（全地域平均）	(356)	(256)	(254)	(266)	(241)
年間商品販売額（万円）	1,874,202	1,536,799	1,701,946	1,557,788	1,419,317
└（全地域平均）	(4,936,280)	(3,719,528)	(4,938,327)	(5,116,600)	(4,943,946)
行政人口（人）	32,595	31,591	30,906	30,321	28,638
└（全地域平均）	(39,048)	(38,688)	(38,464)	(38,225)	(37,200)
小売吸引力係数（商業人口／行政人口）	0.53	0.57	0.54	0.48	0.47
└（全地域平均）	(1.08)	(1.04)	(1.13)	(1.14)	(1.09)
商業人口（販売額/県民一人の販売額）（人）	17,231	17,858	16,697	14,653	13,499
└（全地域平均）	(45,383)	(43,221)	(48,448)	(48,129)	(47,020)

事業所の内訳（R3（2021））	事業所数	構成比	市全体シェア
各種商品小売業	0	0.0%	0.0%
織物・衣服・身の回り品小売業	9	6.1%	3.2%
飲食料品小売業	47	32.0%	7.3%
機械器具小売業	28	19.1%	6.9%
その他の小売業	59	40.1%	6.3%
無店舗小売業	4	2.7%	3.0%
計	147	100.0%	6.1%

購入品目	飲食料品・日用品（最寄品）	衣料品・家電・家具（買回品）
地域住民の主な購入地域（参考）	①松代・若穂（81.0%） ②篠ノ井（34.5%）	①川中島・更北（51.7%） ②篠ノ井（46.6%）

◆今回の計画

商業立地の主な現況等	商業振興の方向性
・「旧松代駅」から「長野市松代支所」方面にかけて、専門店を中心とした商店街が形成されており、小規模な商店が立地しています。 ・「真田邸」「松代城址」など歴史的・文化的な資源が多く、観光を核としたまちづくりがなされており、観光地型の商店（土産物店）等が見られます。 ・「長野インターチェンジ」周辺には、ホテルのほか、生鮮食料品店、ドラッグストア等が集積し、一体の駐車場を備えた商業集積地が見られます。 ・「須坂長野東インターチェンジ」周辺から「須坂長野インター線」「国道403号」沿いを中心に、広い駐車場を備えた「イオンモール須坂」等の大型店舗や、飲食店等が見られます。 ・「旧綿内駅」「旧信濃川田駅」周辺及び「国道403号」沿いには、地域に密着した小規模な飲食店、小売店等が見られます。 ・山間部など地域内には農用地が多く、広く農業に利用されています。 ・地域の人口は減少傾向にあり、高齢化も進行していることから、日常生活を支える商業機能の維持・確保が課題です。	◎地域資源を生かし、観光と一体となった商業環境形成の促進 ◎地域に密着した商店街の生活機能強化の促進 ◎地域の個店を中心とした商業機能強化の促進 ◎「須坂長野東インターチェンジ」周辺の秩序ある開発の促進 ◎地域住民の生活を支える商業機能の維持・確保

⑩北西部中山間地域（小田切・芋井・七二会・信更・戸隠・鬼無里・大岡・信州新町・中条地区）

◆商業環境形成指針の地域商業のビジョン

地区	地域商業のビジョン（H20（2008））
芋井 小田切 七二会	◎地域に密着した商店街の生活機能強化の促進 ◎積極的な自然環境保全の促進
信更	◎地域に密着した商店街の生活機能強化の促進 ◎積極的な自然環境保全の促進
戸隠	◎そば、山菜、竹細工等の特産物、スキー場等の地域資源及び自然を最大限に生かし、リゾート・観光が一体となった商業環境形成の促進 ◎水資源や森林資源等自然環境の積極的な保全の促進
鬼無里	◎地域に密着した商店街の生活機能の強化 ◎水資源や森林資源等自然環境の積極的な保全の促進 ◎自然を最大限に生かし、観光と農林業が一体となった商業環境形成の促進
大岡	◎地域資源を最大限に生かし、観光と農林業が一体となった商業環境形成の促進 ◎農業体験などを織り込んだ新たな商業・サービスの展開

（※信州新町地区、中条地区は、H20（2008）時は長野市との合併前のため記載なし）

◆地域の商業データ（小売業）

項目	H19（2007）	H24（2012）	H26（2014）	H28（2016）	R3（2021）
事業所数	187	149	154	158	119
└（全地域平均）	(356)	(256)	(254)	(266)	(241)
年間商品販売額（万円）	X	470,261	X	X	X
└（全地域平均）	(4,936,280)	(3,719,528)	(4,938,327)	(5,116,600)	(4,943,946)
行政人口（人）	24,474	21,865	20,614	19,364	16,597
└（全地域平均）	(39,048)	(38,688)	(38,464)	(38,225)	(37,200)
小売吸引力係数（商業人口／行政人口）	X	0.25	X	X	X
└（全地域平均）	(1.08)	(1.04)	(1.13)	(1.14)	(1.09)
商業人口（販売額/県民一人の販売額）（人）	X	5,464	X	X	X
└（全地域平均）	(45,383)	(43,221)	(48,448)	(48,129)	(47,020)

事業所の内訳（R3（2021））	事業所数	構成比	市全体シェア
各種商品小売業	0	0.0%	0.0
織物・衣服・身の回り品小売業	8	6.7%	2.8
飲食料品小売業	42	35.3%	6.6
機械器具小売業	11	9.3%	2.7
その他の小売業	57	47.9%	6.1
無店舗小売業	1	0.8%	0.8
計	119	100.0%	4.9

購入品目	飲食料品・日用品（最寄品）	衣料品・家電・家具（買回品）
地域住民の主な購入地域（参考）	①川中島・更北（35.5%） ②第一～第五（31.6%）	①川中島・更北（49.0%） ②第一～第五（38.8%）

◆今回の計画

商業立地の主な現況等	商業振興の方向性
・小田切地区、芋井地区、七二会地区、信更地区、鬼無里地区、大岡地区及び中条地区は、地域内に小規模な商店等が点在しており、商業の集積はほとんど見られません。 ・戸隠地区は、「戸隠神社」周辺や主要観光動線沿いを中心に、戸隠そば等の飲食店、土産品店、宿泊関連サービスが見られ、観光と密接に結びついた商業環境となっています。 ・信州新町地区は、「国道19号」沿いに、生鮮食料品店、ホームセンター、ドラッグストアのほか、小規模な飲食店等が見られます。 ・「鬼無里ふるさと体験施設」、「道の駅長野市大岡特産センター」、「道の駅信州新町」及び「道の駅中条」は、地元農産物、加工品、土産品等の販売拠点であるとともに、観光案内や飲食機能を備えた地域商業・交流の拠点となっています。	◎地域の個店を中心とした商業機能強化の促進 ◎地域資源を活かした商業環境の形成の促進 ◎地域住民の生活を支える商業機能の維持・確保

・地域内には、農用地が多く、土地利用の中心は農業です。 ・地域の人口は減少傾向にあり、高齢化も進行していることから、日常生活を支える商業機能の維持・確保が課題です。	

（資料）各地域の「地域の商業データ（小売業）」は、長野市「長野市統計書」、経済産業省「商業統計調査」、総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」、長野市「長野市町別人口及び世帯数」及び長野県「毎月人口異動調査」に基づき作成している。
（注）各地域の「地域の商業データ（小売業）」について、算出に用いる数値に秘匿を含む場合は、「X」と表示している。