

現状課題

課題に対する解決策

将来像・将来展望

構造的課題

企業の減少 産業の空洞化

製造品出荷額の減少  
事業所の減少  
雇用の減少と産業の空洞化  
空き工場が多くなっている

大企業の製造拠点の移転 縮小  
国際競争力の低下と海外移転  
海外進出した企業が出戻っている

産業の特色がない

市の産業に特色がない（食品・印刷など）  
NAGANOブランドの品目が少ない  
長野らしい製品の不足

役割分担

役割分担の明確化

行政 企業 公的セクターの役割分担を明確化する

産業ビジョンの明確化・重点化

域内の付加価値を高める

市単位で産業を考えるのではなく広域で考える

NAGANOブランドの選定、推奨  
善光寺、松代、戸隠ブランドを生かした製品の開発

地場産業の育成

kgではなくg産業（精密産業の技術力をつける）内陸でも競争力

産業政策

特定の産業を目玉に選ぶ  
長期的な産業ビジョンの策定（どのような産業、企業を集積させるか）  
ターゲットとする重点分野の絞り込み

導入業種の固定資産税の減免

長野ブランドの形成

科学技術による産業都市づくり  
学会会議の開かれるまち

特色ある産業

地場産業の育成  
製造品出荷額の増加

先端産業の重点化

ナノテクノロジー  
バイオテクノロジー

成長産業の育成

IT産業 環境産業  
医療福祉、健康産業

特産品の開発

農産物加工製品（特産品）付加価値

産業政策の課題

産業政策の柱がない

中小企業育成策がない  
産業集積ビジョンがない（デバイス基地か地場産か）

産業と雇用政策の一体化が必要  
技術・資金・コーディネート機能の結合の不足

総合的な支援の不足  
支援が金融支援に偏っている

企業活動の強化とその支援

企業の経営力の強化、経営革新

企業理念の形成  
数字に細かい経営者の育成、指導

企業の体質強化  
既存企業への支援策のPR、利用促進

販路開拓

グローバルな情報収集  
販路開拓支援（金・情報）  
開拓先の文化を理解する  
販路開拓にコーディネーターの同行

人材育成

企業の求める人材確保  
スターをつくる  
職商人の育成（衣、食、木工等）  
匠の表彰（ナガノのづくり大賞の創設）

技術力の向上

企業が技術力を身につけるための支援  
ながの工業メッセの開催  
技能五輪の開催（電子・機械部門、地場産業技能）

知的財産に関する啓蒙

知的財産の普及（セミナー、学習）

企業の社会的責任

環境、産廃処理  
コンプライアンス

熱意ある企業

熱意ある企業を支援する長野市

熱意 やる気ある企業を支援する長野市

ベンチャー 起業

ものづくり支援センターを中核とした支援（行政は側面支援）  
ワンストップの支援窓口（ものづくり支援センター、情報と人のリンク）

産業の集積

高付加価値産業の集積

オンラインウジ、ナンバーワンの業種、企業育成  
多彩な産業集積による付加価値

地域中核企業の立地とそれを取り巻く企業群の形成

産業のクラスター化

元気な中心企業集団づくり（テクノメッセ開催で情報発信）  
各業種・製品の集団・クラスターの形成 底上げ

産業のコラボレーション

産業のコラボレーション  
企業間連携の活性化  
異業種技術、情報交流による新規産業の開発

技術 研究開発拠点

技術 製品開発拠点都市  
技術提案できる企業の増加  
新規企業、研究開発拠点立地の増加

連携・支援の課題

企業間連携の不足

情報の不足  
川上、川下との情報交換の場がない  
製品、商品の地元調達の連携不足  
企業ネットワークの不足

産学連携の不足

大学シーズが地域に浸透していない  
他機関との連携の不足  
大学 研究機関との連携が中小企業では進まない

コーディネート力が弱い

ものづくり支援センターと既存企業との関係が弱い  
インキュベーションマネージャー（IM）の活動が見えてこない  
産業のコーディネート機能が弱い

金融支援策が不十分

金融支援が使われていない  
資金調達の難しさ

連携・コーディネート機能の強化

企業間ネットワークでシナジーを生む

企業ネットワークのコーディネート  
企業間連携で新技術を生む

産学連携

高専、工業高校との交流、共同研究  
産学官金（金融）の連携  
大学シーズの企業への移転

コーディネート機能の強化

キーマンが必要  
インキュベーションマネージャーとの連携  
工業インストラクターの確保（OB人材）  
各種機関との連携構築（コーディネーターを中心に）

資金の確保

金融の企業支援基準を変える  
銀行と連携した支援

既存産業の活力

産業支援機関の有効活用（連携）

技術系大学、高専、工業高校の知財活用  
工業技術センター、農業試験場等との連携

既存企業の育成

既存企業の育成  
既存企業の活力強化（経営革新と技術力の強化）

現状 課題

企業立地 企業誘致の課題

住工混在 工業団地不足

住工混在地区の存在

企業誘致がうまく いかない

産業用地が無い  
大規模な工業用地が 不足し、誘致に支障

上下水、道路等の環境 整備の不足  
誘致にあたっての企業 情報の不足

課題に対する解決策

企業立地環境の整備 誘致策の充実

工業用地の確保

産業団地の造成  
空き工場のレンタル  
農用地(休耕地)が多 くて必要な宅地化を進 める

企業誘致政策の 充実

企業誘致 立地の支援 策(工場適地の提供、 助成金、人材確保など)  
地域中核企業の誘致 育成

製造業に限定せず、事 務所系企業の誘致を 積極的に行う  
都市型産業の誘致(フ ト、デザイン、企画、 制作など)

原因分析

長野の産業に特色がないのは なぜか？

長野市の産業構造自 体に特色がない  
研究機関や大学が少 ない(基礎がない)  
内陸で運賃コストが高 い 集積が進まない  
キーマン、熱意のある 人がいない

宣伝ベタ PR不足  
長野のイメージを使 い きれっていない  
待ちの姿勢(変化に気 づかない)  
足を引く県民性 (市民性?)

雇用 就業環境の課題

安定した雇用が 確保できない

建設業の不振  
工場閉鎖による失業

魅力的な働く場所が少 ない  
雇用ミスマッチの存在

若年層の職業意 識の低下

仕事 商売に関心を持 つ子が少ない  
若年層の雇用に対す る意識が変化している  
勤労観、職業観の変化

若年層の勤労意欲の 低下  
若年層の就業率の低 下

インターシップの実 施効果が薄い

フリーター、ニートの増 加

団塊世代の退職

団塊世代の退職でOB 人材の活用が課題  
高齢者ビジネスの育成 の必要(生きがいの 場)

職人の後継者の不足

女性の就業環境 の充実

仕事と育児が両立でき ない

女性の就業率が低い

雇用への取組

マッチング機能の 充実

雇用マッチングへの取 組(新卒派遣、紹介予 定派遣の促進、技能の 紹介など)

若年層の雇用対 策

インターシップ制度 の企業 学校への双方 の働きかけ  
インターシップの事 前研修の充実  
企業側の視点のイン ターンシップ制度を  
企業が求める人材確 保(フリーター・ニート のインターシップ制 度の構築)

お父さんの職場体験の 実施  
小学校からの職業意 識啓発

若年者へのマナー講 習の実施

高齢者雇用の促 進

高齢者ビジネスの支援  
雇用促進策(シルバー 人材の拡大、定年延長 の徹底)

OB人材の活用

OB人材バンクの活用  
経験豊かなOB技術者 の活用、世代間交流

人材育成 技術力の向上

将来像 将来展望

企業誘致と 雇用の確保

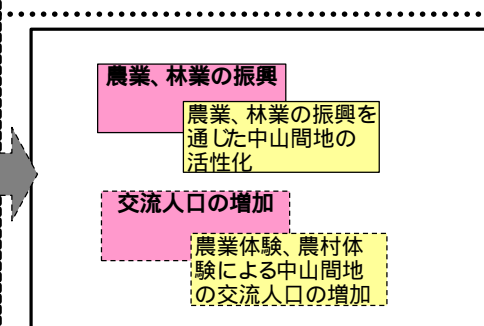
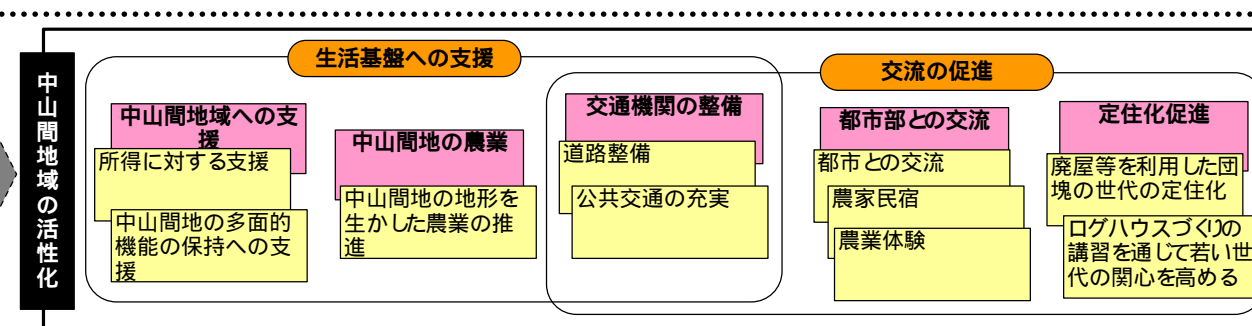
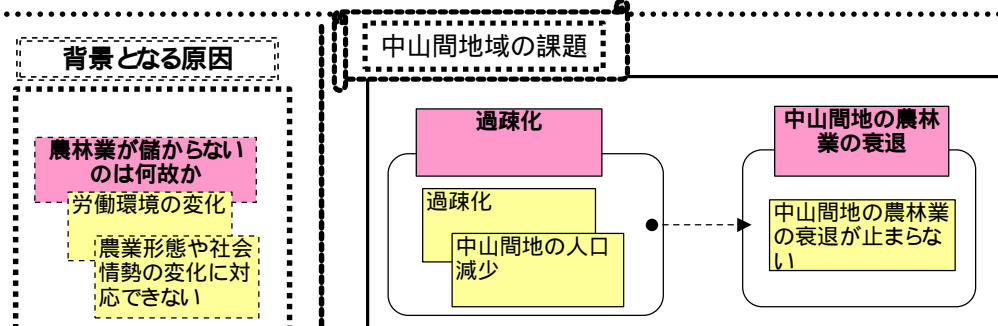
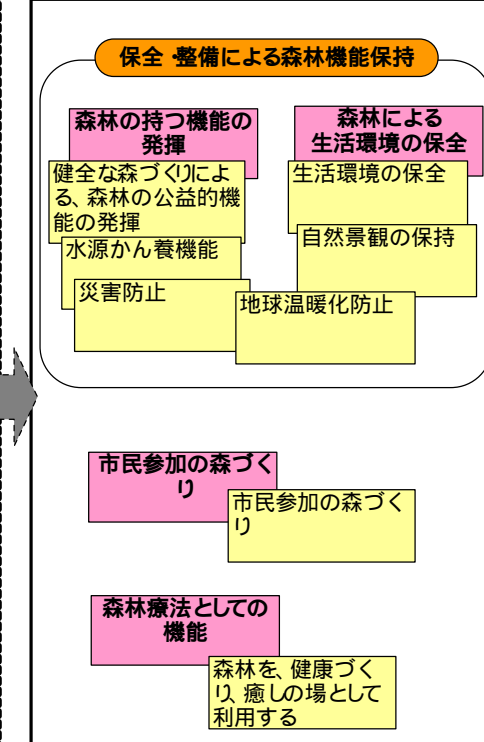
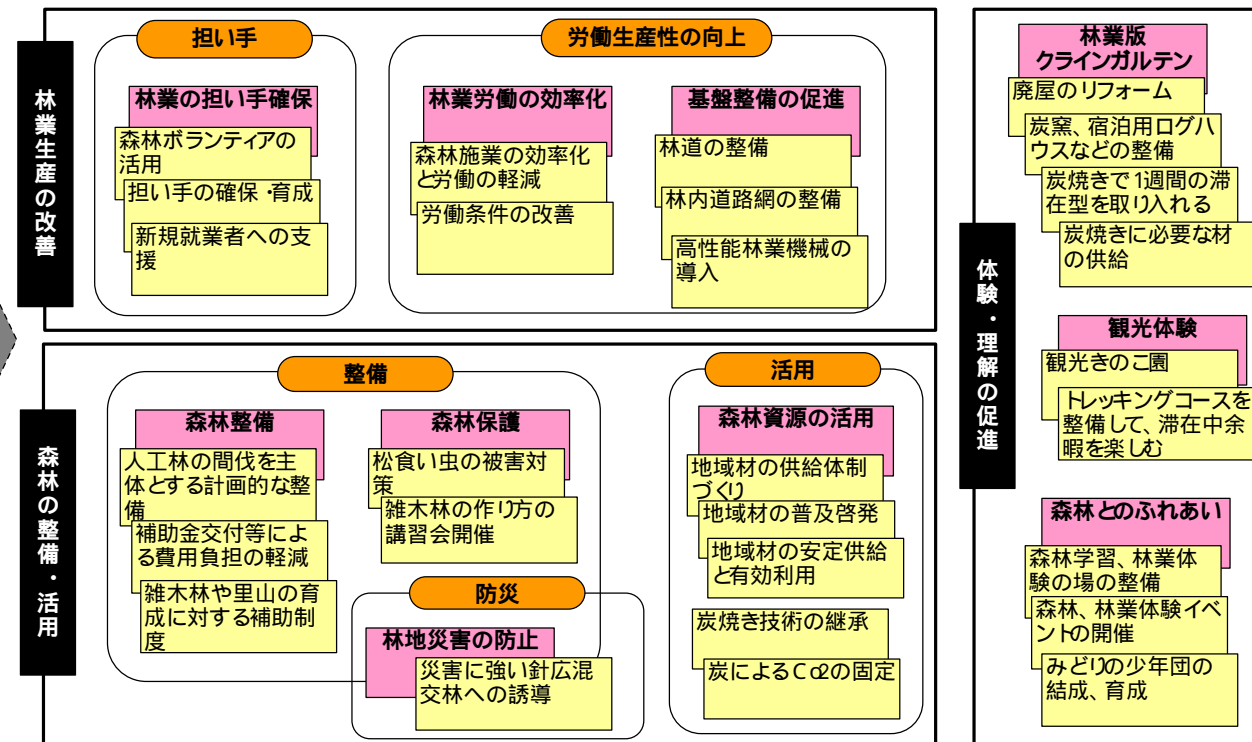
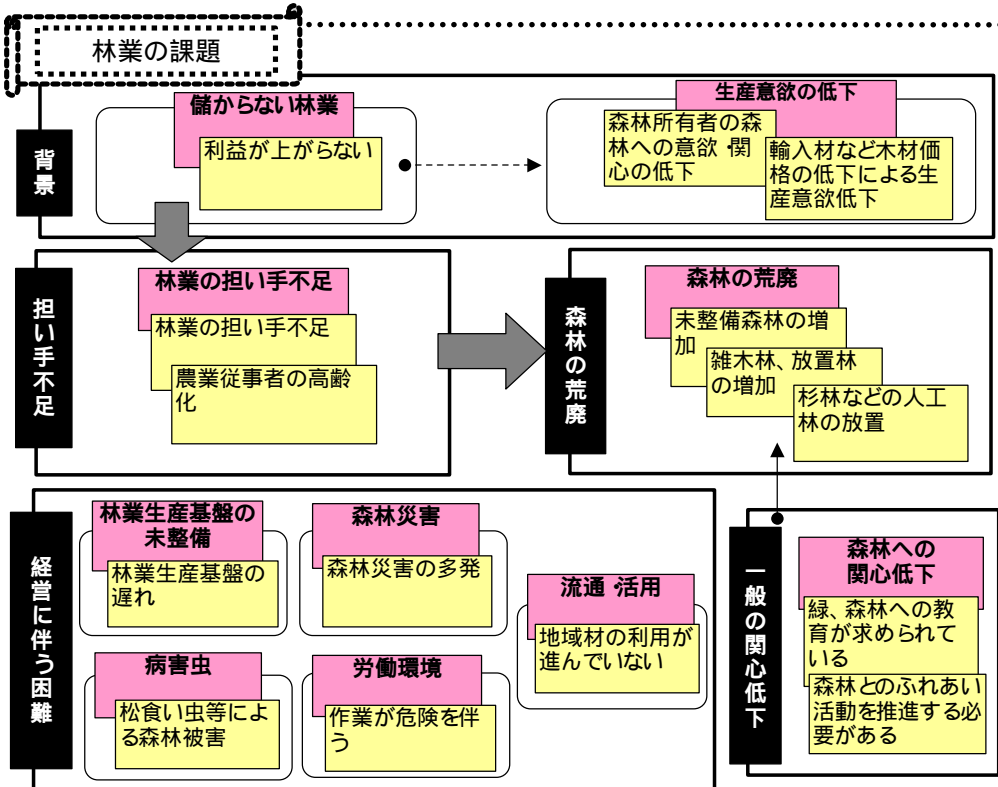
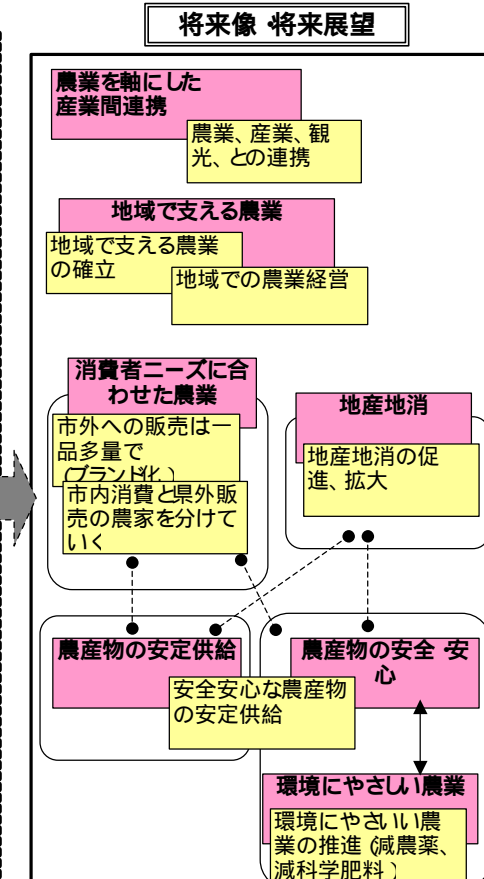
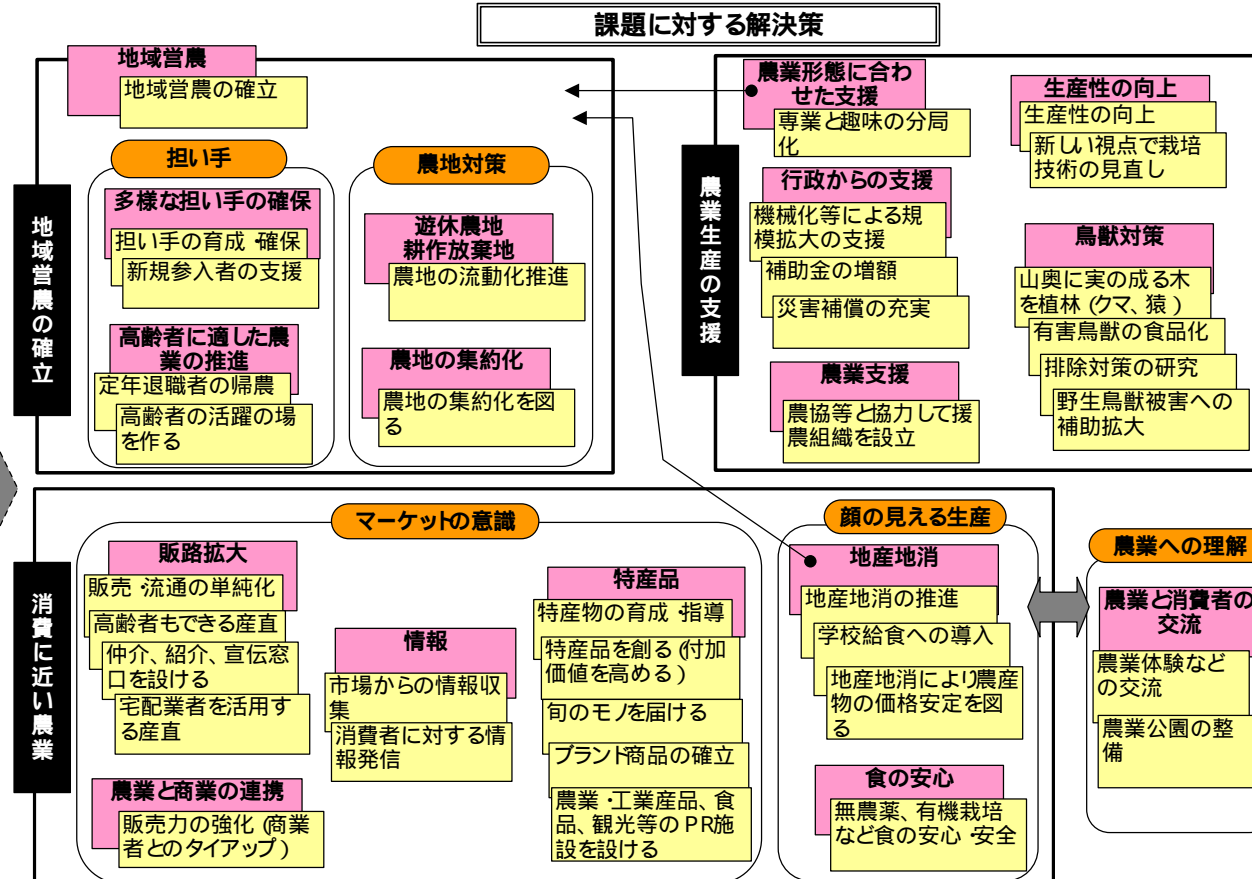
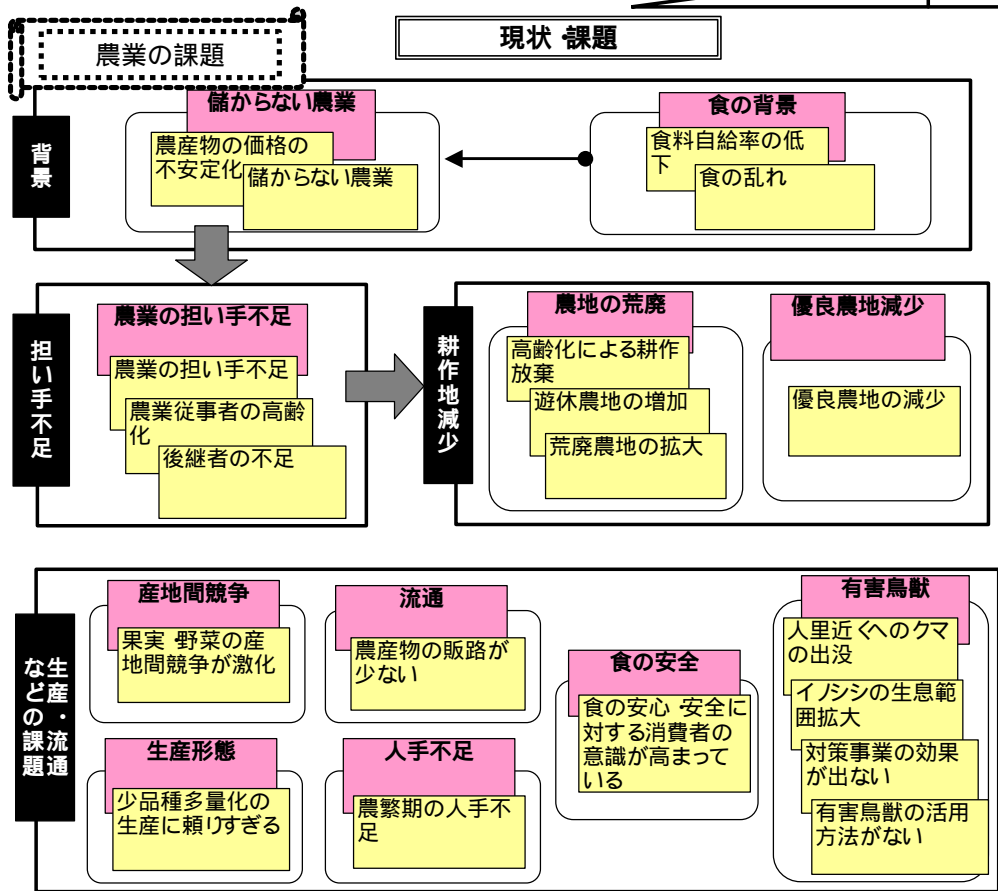
地域雇用の確保  
地域経済の安定

若者が 働くことものに 希望の持てるまち

若者(小・中・高生)に 夢の持てる都市、企業 への成長  
子どもたちに学び、働 き、生きる力を与える (協働社会の形成)

若者の働きやすい職 場(魅力を与える)  
若者が街に溢れるよう な都市づくりを進める

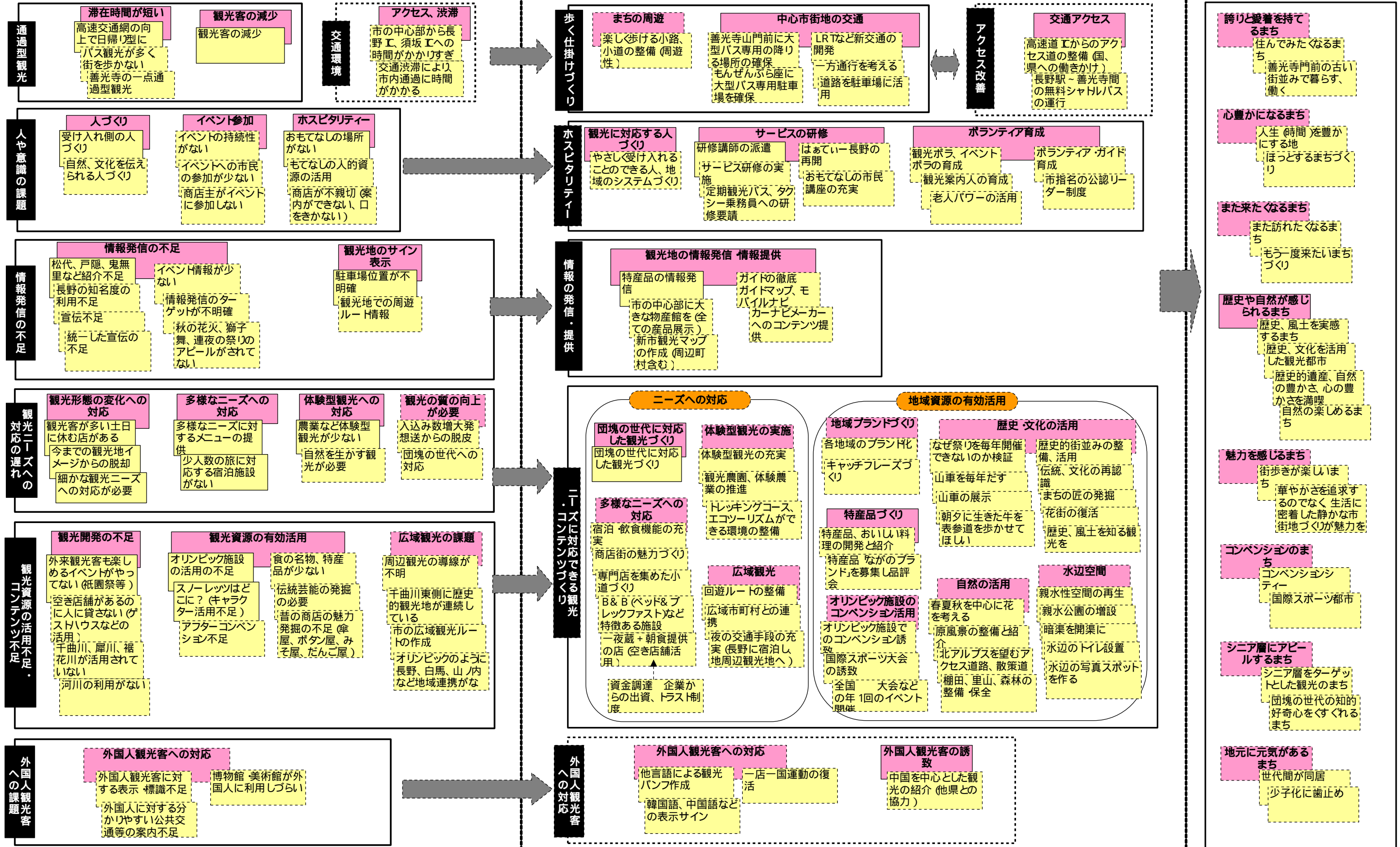
ものづくり産業を目標 とす子どもの増加



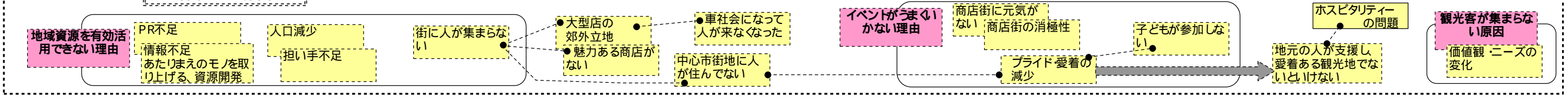
現状 課題

課題に対する解決策

将来像 将来展望



背景となる原因



現状 課題

課題に対する解決策

将来像 将来展望

**変化への対応**

- 消費者ニーズの変化への対応の遅れ
  - 消費者行動の変化(広域化等)
  - 消費者の価値観の変化
  - 生活者の欲求の変化が反映されていない(商行政)
- 人口構造の変化
  - 高齢者世帯の増加
  - 人口減少時代
  - 少子・高齢化
- 農・工・商の連携不足
  - 農・工・商との連携ない(付加価値の確保)
- 所得の減少傾向
- 郊外型大型店の増加

**商店・商店街の課題**

- 店の魅力がない
  - 魅力ある店舗が少ない
  - 寄りたいたいと思う店がない(入りづらい)
  - 特色ある個店が少ない(専門店が少ない)
  - 行列のできる店があまりない
- 店の努力不足
  - 販売に工夫がみられない(伝わらない)
  - 商品の品数が少ない
  - 価格が高い
  - 差別化できる商品がない
  - 閉店時間が早すぎる
  - 従前のやり方を承継し続ける
- 新規出店しにくい風土
  - 新規出店、起業家が受け入れられない風土
- 支援効果が不明確
  - 融資・保証制度活用効果が見えにくい

**中心市街地**

- 特色の不足
  - 街の特色がない
    - 楽しくない商店街
    - 街の特色がない、暗い色音 匂い
    - 街並みデザインの統一性がない
    - 店舗 店員の質の向上、店づくりの工夫が足りない
    - 各商店街の取り組みに特色がない
  - 知名度が生かされていない
    - 知名度が生かされていない(オリンピック)
    - 文化・歴史を生かしていない
    - 伝統文化、伝承者の減少
    - 新しい文化の創造もできない
    - 善光寺、海津城等文化・歴史が生かされていない
- 街の整備の不足
  - 街にうるおいがない
    - 街に緑が少ない
    - 川の流が見えない(小川が生かされていない)
    - 街が汚い
    - 小路が生かされていない
  - 駐車場不足
    - 自動車で行きづらい
    - 駐車スペースが狭い
    - 駐車場不足、モータリゼーションに乗り遅れ
    - インフラ整備の不足(駐車場 渋滞)
  - 集客の核がない
    - 中央通りに集客の核となる場所が少ない
- 魅力の不足
  - イベントの一過性
    - イベント類一過性で終わる可能性あり
    - イベント類、補助金だのみ
  - 街の回遊性が乏しい
    - 観光客の回遊性がない
    - 街の回遊性が乏しい
- 篠ノ井 松代地区
  - 篠ノ井 松代地区
    - 篠ノ井 松代は全国的にも知名度が高い
    - 篠ノ井地区に各店舗・集客施設がない
    - 篠ノ井地区の特色がなく集客力が弱い

**大型店**

- 行政のスタンスが不明確
  - 大型店に対する行政のスタンスが不明確
- 市民ニーズが不明
  - 大型店に対する市民(消費者)の声が不明
- 大型店との共存
  - 大型店との共存意識が弱い

**結果として生じている問題**

- 小売り販売額の減少
  - 小売り販売額の減少
- 消費の外部流出
  - 消費の外部流出
- 後継者不足
  - 後継者不足
  - 事業承継ができていない(後継者不足)
- 空き店舗
  - シャッター通り(閉店店舗多い)
  - 店舗が歯抜けになっている(空き店舗等)
  - 空き事務所の増加
  - 商店街が連なっていない(空き店舗 保険会社)
- 賑わい減少 活力低下
  - 人が住まない
    - 人が住んでいない
    - 商店主が街に住んでいない
  - 若者が少ない
    - 街中に若者がいない
    - 子どもの遊び場がない(少ない)
  - 夜の街が寂しい
    - 夜の街が寂しい
    - 盛り場が一時期ほど盛っていない
- 商機能の低下
  - 物販以外の収入で支えている小売店
  - 生鮮三品が中心地から消えた
  - 物販中心で人の交流の場がない
- 歩行者の減少
  - メインストリートの人通りが少ない
  - 中心市街地の歩行者の減少
  - 歩行者数・商店数・従業者数 売上高の減少

**特色あるまち**

- 歴史を生かしたまちづくり
  - 冬季スポーツのメッカ
  - 地域文化(歴史・文化・遺産)の活用
  - 職・商人の住む街づくり(職人芸が見え 江戸時代の文化を検証して賑わいを取り戻す)
- 街の顔づくり(善光寺 松代 篠ノ井)
  - 街の顔をつくる(善光寺、松代、篠ノ井)

**特色ある商業**

- ものづくり 農業との連携
  - ものづくりと商業の共存
  - 地産地消の促進(産地直売、加工品も)
- オンリーワンの創出
  - オンリーワンの創出

**安心感**

- 高齢者に対応したまちづくり
  - 街中に介護施設をつくる
  - 高齢者の交流・お茶飲み場をつくる
- 安心 安全なまちづくり
  - ユニバーサルタウン(安心、安全、安定した交流)
  - 犯罪の少ないまち
  - 環境改善に支援策を車いすで買い物

**人づくり**

- 人材育成のシステムづくり
  - 産学公の交流、連携による学び、体験、育成システムの構築
  - 商店街のリーダー育成
- 起業家支援
  - 創業支援の拡大
  - Nagano商人塾の創設
  - 意欲・実力ある商業者の出店促進
- 若年層の雇用対策
  - ニート対策
  - 働きやすい環境づくり

**経営支援**

- 商工団体への支援
  - 商工指導団体への支援強化
  - やる気のない商店街は放置する
- 経営革新への支援
  - 経営革新支援
  - モニタリング
  - コンサルタントの活用
- 情報提供の充実
  - 案内板の整備(何をどこでやっているか)
  - 消費者ニーズの把握 提供を行政が支援

**販売力の強化**

- 善光寺商法の打破
  - 一見客の囲い込み
  - DMによるPRなど
  - 宅配サービスの強化
- IIの活用
  - IT化の推進
  - ネット販売の開始

**郊外店との差別化**

- 商店街の魅力づくり
  - 入りやすい店頭づくり
  - 高級品、専門店と郊外店との差別化
  - 「御用聞き」自宅でわかるまで説明」などによる利便性の向上
- 1店1品の独自商品の開発 発掘
  - 夜8時過ぎに営業を
  - 地元引きつける魅力ある店づくり
  - 買い物周り品(生鮮三品含む)を充分補充する

**商業者間の情報交換**

- 店舗、横の情報交換

**話題づくり**

- 話題性づくり、行列のできる店」など
- ストーリー性を持たせた商品販売

**魅力づくり**

- 楽しい街づくり
  - 人の集まる繁華街(大型店のモールの様に)
- 効果的なイベントの実施
  - 一過性のイベントから継続性のイベント
  - 多彩なイベント王国づくり(見て遊んで学び生きる)
  - イベントの効果測定 + 助成検討
- 街の回遊性の創出
  - 時間消費できる場の提供(フラットリける商店街)
  - 回遊プランづくり(グルメ文化)
- 集客の核づくり
  - 専門店の集積による核づくり

**街の整備**

- 街並みの整備
  - 街並みの整備
- 公園の整備
  - 小公園、テーマパーク等の設置
  - ベンチ・公衆トイレを適度に設置
- 駐車場の整備
  - 中心市街地の駐車場の位置(歩くよびにする)
  - 善光寺駐車場を昭和通に移設、表参道の整備
  - 見つけやすい安い駐車場
  - 駐車場の配置など整備
- 土地 権利の流動化
  - 土地 権利の流動化
  - 土地 家賃の賃借料の低減
- TMOとの連携
  - タウンマネージメント機能の導入
  - 商店主の協力体制とにつけ
- まちなか居住
  - 市街地への住民増加
  - 商業人口の中心市街地回帰

**背景となる原因**

- 外的な原因
  - 交通の利便性
  - 都市部への消費者の流出
  - インターネットなどにより選択肢が増えた
  - 消費者行動の二極化
  - ストロー現象(東京に吸い込まれる)
- 内的な原因
  - 地域のリーダーの不在
  - 地域のビジョンがない
  - 地域の一体感の欠如
  - 地域資源の未発掘

**将来像 将来展望**

- 活気ある元気のまち
  - 活気ある元気のまち
- 特色あるまち
  - 特色のあるまちづくり
  - 長野 松代 篠ノ井
  - 善男善女の集うまち(各地域の特色生かして)
  - 地域間競争に勝ち残れるまち
- 産学行連携によるまちづくり
  - 産学行連携によるまちづくり
- 歴史・文化・学術のまち
  - 歴史・文化・学術のまち

**魅力と活力ある商業**

- 魅力ある商環境のまち
  - 魅力ある個店が集積し人が集まるまち
  - にぎわいの続くまちづくり
  - 多彩なイベント都市(偉大なローカル)を見て遊んで学び生きる)
- 商業の活性化
  - 商業者の競争力、粗利の増加
- 起業家精神にあふれた人材育成
  - 経営感覚の優れた中小企業者、商店主の育成
  - 経済活動に有能、興味ある人を誘致する(他地域)
  - 経営に専念(理念、目標の実現)

**人にやさしい商空間**

- ユニバーサルなまちづくり
  - 売る、作る、生活する
  - 高齢者子どもにやさしさを
  - 子どもを育てる、高齢者が住みやすい街
- コンパクトな多機能都市
  - コンパクトな多機能都市
- 安心 安全のまち
  - 安全安心のまち

**商業環境づくり**

- 市民の声が生かされたまち
  - 市民(消費者)の声を生かした商業環境づくりのまち
- バランスの取れた商業配置による活性化
  - バランスの取れた商業配置による活性化
- 居住環境と商業環境の調和
  - 居住環境と商業環境の調和
  - 土地利用計画に商業振興ゾーンを明確にする