

## 現状

本市では、就業人口の3割近く、特に女性では5割近くが小売・卸売業、宿泊・飲食業、サービス業に従事しており、特に、小売・卸売業は、平成26年（2014年）649店舗、3,805人が従事しています。

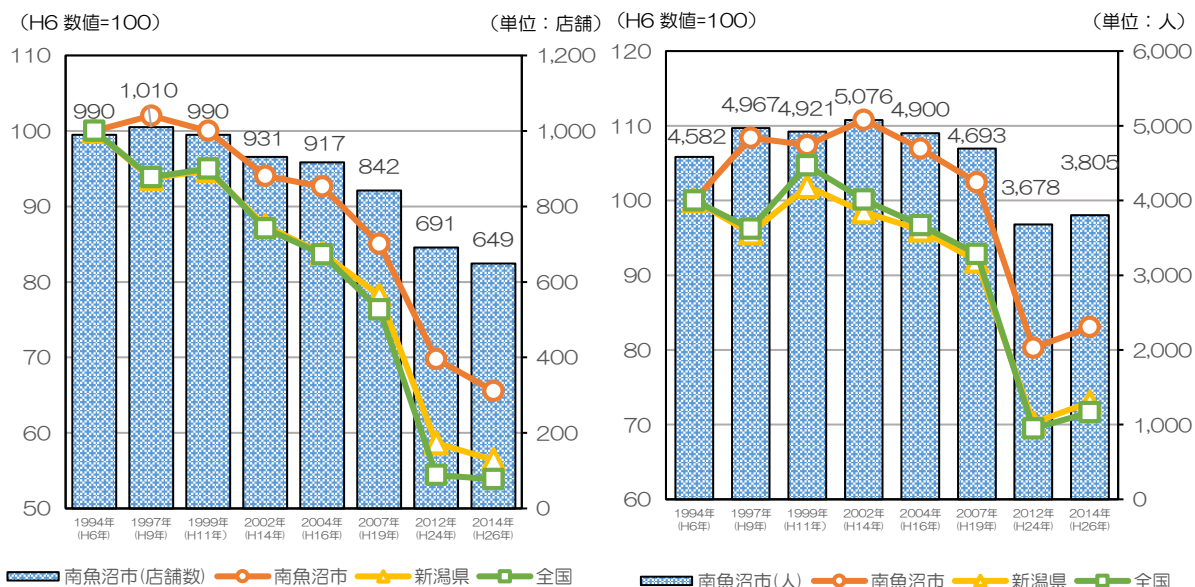
商店数は、全国と比べて減少割合が低いものの、平成9年（1997年）以降減少が続き、従業員数は、平成16年（2004年）以降続いていた減少が、平成26年（2014年）増加に転じています。

また、国の従業員一人あたりの年間販売額は、平成14年（2002年）に5千万円を下回ったものの、平成24年（2012年）に平成6年（1994年）の水準まで回復しており、個人消費が緩やかな回復傾向であることがうかがえる一方、本市においては、平成9年（1997年）から減少が続き、全国の2分の1、2,500万円前後で推移しています。

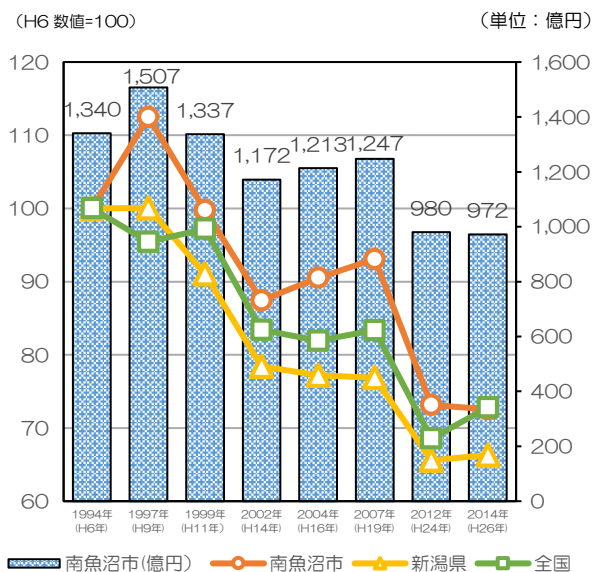
市内購買率を見ても、「日用品」、「食料品」の市内購買率は高いものの、「衣料品」、「身の細貨」は低くなっており、特に「外食」、「文化品」、「贈答品」、「身の細貨」の減少率は大きく、郊外型大規模店舗の進出に加え、コンビニエンスストアの大量進出、ネット販売などの購買先の多様化が進むと同時に、嗜好品などを中心とした購買力の市外への流出や無店舗販売の利用拡大が急激に進んでいることが見てとれ、年間販売額が伸びない大きな要因と考えられます。

6ページの本市の業種別事業所数・従業員数の推移をみると、小売・卸売業や宿泊・飲食業の事業所数は、大きく減少しており、近年、事業者の高齢化や後継者不足による廃業や店舗の閉鎖が進み、空き店舗や取り壊しによる空き地化が目立つ状況です。

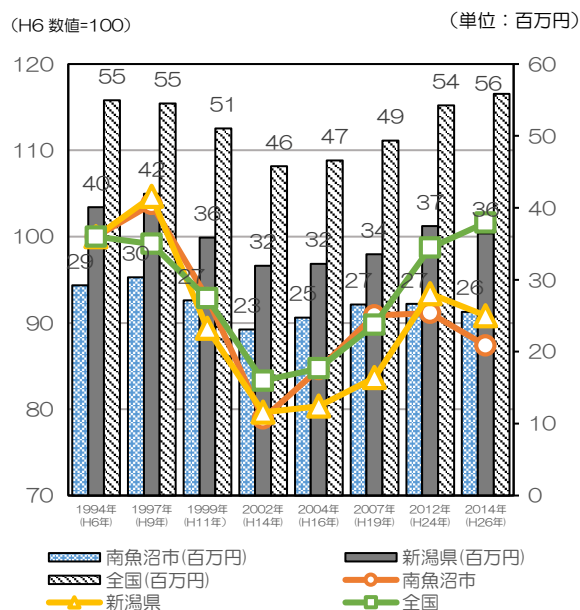
【図表8－1：商店数の推移（小売・卸売業）】【図表8－2：従業員数の推移（小売・卸売業）】



【図表8-3：年間販売額の推移（小売・卸売業）】



【図表8-4：従業員一人あたりの年間販売額の推移（小売・卸売業）】



(資料)：商業統計調査、経済センサス

【図表8-5：本市の市内購買率の推移】

|      | 2010年<br>(H22年) | 2013年<br>(H25年) | 2016年<br>(H28年) | 対H22年<br>比 | 南魚沼市以外の購買先 2016年 (H28年) |       |       |           |           |           |
|------|-----------------|-----------------|-----------------|------------|-------------------------|-------|-------|-----------|-----------|-----------|
|      |                 |                 |                 |            | 新潟市                     | 長岡市   | 魚沼市   | 県内<br>その他 | 県外・不<br>明 | 無店舗<br>販売 |
| 衣料品  | 63.4%           | 60.8%           | 55.2%           | -8.2%      | 4.7%                    | 16.4% | 3.4%  | 3.8%      | 13.3%     | 2.4%      |
| 身辺細貨 | 52.7%           | 48.0%           | 41.1%           | -11.6%     | 7.2%                    | 21.6% | 2.1%  | 3.5%      | 19.4%     | 4.9%      |
| 文化品  | 76.1%           | 69.3%           | 61.0%           | -15.1%     | 2.5%                    | 12.3% | 4.2%  | 2.7%      | 11.9%     | 4.3%      |
| 日用品  | 82.9%           | 80.9%           | 77.5%           | -5.4%      | 0.9%                    | 1.5%  | 9.7%  | 1.9%      | 6.0%      | 1.3%      |
| 食料品  | 87.4%           | 85.7%           | 85.0%           | -2.4%      | 0.3%                    | 0.7%  | 10.8% | 1.7%      | 0.7%      | 0.1%      |
| 贈答品  | 79.7%           | 78.8%           | 67.6%           | -12.1%     | 3.6%                    | 5.2%  | 9.1%  | 3.8%      | 7.9%      | 2.3%      |
| 外食   | 87.6%           | 65.5%           | 61.6%           | -26.0%     | 2.4%                    | 11.7% | 8.1%  | 8.3%      | 8.0%      | 0.0%      |

※衣料品（呉服・寝具・高級衣料・実用衣料）、身辺細貨（服飾品・アクセサリ・靴・カバン）

文化品（時計・メガネ・カメラ・家庭用電気製品・家具・インテリア・文具・書籍・レジャー・スポーツ用品・おもちゃ・CD・楽器）

日用品（医薬品・化粧品・日用雑貨）、食料品（生鮮食料品・一般食料品）

(資料)：新潟県中心市街地に関する県民意識・消費動向調査報告書（新潟県）

## 将来像

### 『将来にわたり持続可能な経済循環の促進』

高齢化社会が進むなか、市民が生活の質を維持させながら、安全、安心していきいきと暮らし続けるためには、生活拠点の近くで食料品や日用品などが購入できる環境の維持やコミュニケーションの場としての商店や商店街の機能の充実が必要となります。

市民一人ひとりが地元の小売店を守り育てていくという考えを認識するとともに、商業者の自助努力による市民や市外の消費者から選ばれる特色のある商品やサービスの創生、商業機能の充実などを進めながら、将来にわたり市民が安全、安心して生活できる経済循環の仕組みづくりを促進します。

## 課題

消費人口の減少に伴う全体の購買力の減退や地域外へ消費の流出がさらに進むと、個々の商業者の「活力」や「稼ぐ力」は大きく低下し、商業者数の減少、商店街の消滅、大型のスーパーなどの量販店店舗の撤退統合の可能性があります。

現在、市内にある商業機能を維持させるためには、本市の特色のある農業・観光業との連携強化や地域資源をオンリーワンの魅力に繋げる取り組み、専門性の高い店舗の創出を促進し、個々の商業者の商品やサービスの魅力向上を稼ぐ力に繋げる必要があります。

また、魅力ある商業者の集積による訪れた人々が長時間滞在できるような中心市街地や商店街の魅力向上や賑わいの再生を、商業者、商店街、市民、関連団体、市の連携により進めることが求められています。

空き店舗や空き地の増加が顕在化していることから、外部からの人材や資本の獲得を図りながら、円滑な事業継承や創業・起業の促進を進める必要があります。

## 商業の戦略

|     |                |
|-----|----------------|
| 戦略1 | 商業者の稼ぐ力強化      |
| 戦略2 | 選ばれる南魚沼ブランドの創出 |
| 戦略3 | 創業・起業の促進       |



【創業支援セミナー】

## 具体的施策の内容

| 施 策                | 内 容                                                                                                                                                                                                     |
|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 戦略 1 商業者の魅力向上支援    | <p>既存の商品やサービスの魅力向上、個々の商店の魅力発信力強化、中心市街地や各商店街の活性化を図る新たなにぎわい創出への積極的な取り組みに対し商工会と連携し支援します。</p> <p>新潟県事業引き継ぎ支援センターを活用した後継者のマッチングや人材育成を商工会などの関係機関と連携し実施するとともに、第二創業、新規出店を支援する施策を整備し、空き店舗や空き地解消への取り組みを支援します。</p> |
| 戦略 1 企業経営基盤の支援     | <p>企業の経営基盤を支援する制度融資などの見直しを図りながら支援の充実を図ります。</p> <p>IoT<sup>*1</sup>を活用した商業機能の効率化や利便性を向上、販路開拓の促進に対し、商工会など関係機関と連携し国や県制度の積極的活用への取り組みを支援します。</p>                                                             |
| 戦略 2 地域ブランドの創出支援事業 | <p>農業や観光業と連携し、豊かな地元食材を活用した商品やサービスの開発や外国人観光者に向けた販売力強化への取り組みを商工会と連携し支援します。</p> <p>また、本市の伝統工芸である越後上布・塩沢紬など織物商品の積極的 PR と販路拡大を支援します。</p>                                                                     |
| 戦略 3 創業・起業支援       | <p>創業支援セミナーなどの創業に関する基本知識を学ぶ機会の創出や創業補助金などの創業時の費用負担への支援を図りながら、南魚沼市地域産業支援連絡協議会（ICLOVE）を通じた商工会、国際大学、金融機関の連携による切れ目のない支援に取り組みます。</p>                                                                          |

## 指標（KPI）

| 指標の名称     | 現在<br>(2017 年) | 短期<br>(2020 年) | 中期<br>(2023 年) | 長期<br>(2026 年) |
|-----------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 商工会組織率の維持 | 53.9%          | 53%            | 53%            | 53%            |
| 認定創業者数の増加 | 6 人/年          | 10 人/年         | 10 人/年         | 10 人/年         |

\* 1 IoT : Internet of Things (モノのインターネット) の略。これまでインターネットに接続していないあらゆる「モノ」が通信環境を持ちネットワークに接続することで、コミュニケーションするための情報伝送路になること。