

長野市商工業振興・雇用促進計画

長野市

長野市商工業振興・雇用促進計画（案）

目 次

第1編 策定の趣旨	1
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	5
1 長野市産業の振り返り	6
(1)長野市の産業の成り立ち	6
(2)長野オリンピック・パラリンピックからの20年の歩み	8
(3)現在の長野市の産業構造	10
2 経済を取り巻く環境変化	11
(1)人口減少と少子・高齢化の進行	11
(2)北陸新幹線 長野・金沢間の延伸開業	14
(3)グローバル化の進展	15
(4)ICTの進展	17
(5)技術革新が生み出す新たな成長分野	19
(6)環境保全への意識の高まり	20
3 商工業及び雇用の現状と課題	21
(1)商業	21
(2)工業	29
(3)雇用	34
4 長野市のポテンシャル	39
(1)交通結節点としての優位性	39
(2)産学金官連携につながる拠点の充実	41
(3)県都としての都市機能性	42

(4)認知度が高い「食のブランド力」.....	43
(5)豊かな自然と利便性が共存する高い居住性.....	44

第3編 商工業・雇用の目指すべき方向 45

1 長野市の商工業・雇用の将来像.....	46
2 将来像の実現に向けた視点.....	47
(1)既存の産業基盤の強化.....	47
(2)地域の特性を生かした強みの伸長.....	48
(3)新たな活力創造に向けて.....	49
(4)持続的発展に向けた就労支援の充実.....	50
(5)組織・分野を超えた横断的連携による施策推進力の強化.....	50

第4編 行動計画 53

1 行動計画の構成.....	54
2 施策体系図.....	55
3 商業工業の振興・雇用の促進に向けた 基本方針及び推進施策.....	56
商業分野.....	56
基本方針1-1 持続する商業環境の整備と経営基盤の強化.....	57
基本方針1-2 地域の特長を生かした商業の展開.....	60
基本方針1-3 意欲のある事業者の支援.....	64
工業分野.....	67
基本方針2-1 ものづくり産業の足腰強化と環境の整備.....	68
基本方針2-2 地域の特性が光るための取組.....	71
基本方針2-3 新たな活力の創出.....	74
雇用分野.....	77
基本方針3-1 求職者としごとのマッチング支援と働きやすい環境の整備.....	78
基本方針3-2 勤労者福祉の推進による雇用安定の支援.....	82

第5編 戦略プロジェクト 85

1 戦略プロジェクトの位置付け.....	86
2 戦略プロジェクトのイメージ.....	86

3 戦略プロジェクトの内容	87
【戦略プロジェクト1】起業・創業への取組の推進	88
【戦略プロジェクト2】農林商工観連携による新たな活力の創出	90
【戦略プロジェクト3】ICTによる新たな成長への取組の促進	92
【戦略プロジェクト4】連携中枢都市圏ビジョンに基づく周辺地域との連携強化	94
第6編 計画の推進に向けて	97
1 推進体制	98
2 計画の進行管理	98
資料編	99

長野市商工業振興・雇用促進計画

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、平成24(2012)年2月に「長野市産業振興ビジョン」後期振興計画を策定し、平成24(2012)年度から平成28(2016)年度の5年間にわたり、産業間の連携や個別分野における施策展開に取り組むことで産業振興を図ってきました。

この間、国は、平成23(2011)年3月に起きた東日本大震災からの復興及び長期にわたるデフレ経済からの脱却を目指し、大規模な財政・金融政策を打ち出し対応してきました。震災に伴う原子力発電所の事故は、いまだに終息の時期が見通せない状況にありますが、被災された東北の各県では、公共投資、住宅投資を中心に復興に向けた動きが進んでいます。

また、デフレ脱却に向けた動きでは、政府による「大胆な金融政策」、「機動的な財政政策」、「民間投資を喚起する成長戦略」のいわゆる「三本の矢」を柱に、アベノミクスと呼ばれる経済政策が進められてきました。中でも、日本銀行は、マイナス金利の導入というかつてない金融緩和策により、デフレ脱却を図っています。さらに、国内では、平成32(2020)年の東京オリンピック・パラリンピック開催に向け、東京を中心に施設や交通網の整備が進展すると同時に、開催時に合わせた自動運転車の開発等、これまでにない新たな取組も本格化しています。

一方、海外では、平成28(2016)年6月に、英国が国民投票でEU(欧州連合)離脱を決め、貿易・投資・金融など多岐に渡る分野への影響が懸念され、欧州のみならず、世界経済の先行きに不透明感が増しています。本市の経済も、企業の海外展開やインバウンドの増加等により世界経済との関わりを深めており、海外の景気動向から受ける影響も大きくなっています。

こうした状況に加え、人口減少、少子・高齢化の進行、北陸新幹線の金沢延伸開業、IoT¹や人工知能(AI²)の活用等による産業の高度化など、本市の商業、工業、雇用を取り巻く環境も大きく変化しています。「長野市商工業振興・雇用促進計画」は、こうした環境変化を踏まえ、今後の商工業振興及び雇用促進に向けた方向性や具体的な行動を明確にし、地域が持続的な発展を遂げることを目的として策定するものです。

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等のネットワークに接続していなかった「モノ」が通信機能を持ち、ネットワークに接続して動作する仕組み。

² AI : "Artificial Intelligence" (人工知能) の略。人間と同様の知能を人工的にコンピュータ上などで実現させようとする技術のこと。

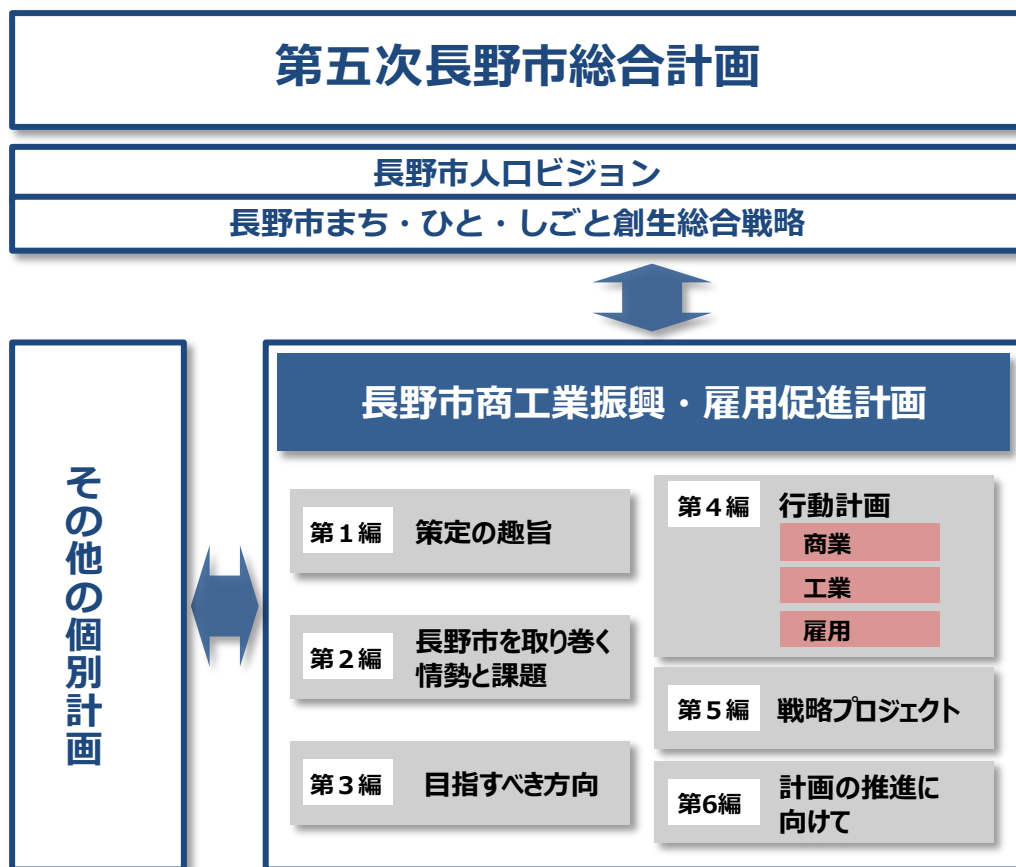
2 位置付けと役割

長野市商工業振興・雇用促進計画は、本市のまちづくりの指針である「第五次長野市総合計画」や地方創生に向けた「長野市人口ビジョン」、「長野市まち・ひと・しごと創生総合戦略」に即し、商工業振興及び雇用促進に関する分野別計画として位置付けるものです。

また、「長野市都市計画マスタープラン」や「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も整合性を確保しながら、本市の商工業の振興及び雇用促進に関する方向性並びに産業横断的な視点を具体的な戦略として示します。

このほか、本計画における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」に基づいて取組を進めます。

図表 1 長野市商工業振興・雇用促進計画の位置付け



3 構成と期間

本計画の構成

本計画は、下表のとおり、6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、構成と期間を掲載
第2編 長野市を取り巻く情勢と課題	長野市経済を取り巻く環境変化や現状・課題、ポテンシャルを整理
第3編 商工業・雇用の目指すべき方向性	長野市の商工業・雇用の将来像とその実現に向けた視点を設定
第4編 行動計画	商工業の振興・雇用の促進に向けた基本方針、推進施策を設定
第5編 戦略プロジェクト	将来像実現のため、商業・工業・雇用の各分野を横断的に連携させ、特に重点的に取り組む視点を掲示
第6編 計画の推進に向けて	計画の推進に向けた推進体制や進行管理を整理

本計画の期間

本計画の計画期間は、平成 29（2017）年度を初年度とし、平成 33（2021）年度を目標年度とする 5 年間とします。

なお、社会・経済情勢の大きな変化が生じた場合には、必要に応じて見直しを行います。

長野市商工業振興・雇用促進計画

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 長野市産業の振り返り

(1) 長野市の産業の成り立ち

明治期前

本市は、善光寺の門前集落に始まり北国街道の宿場としてその基礎を築いてきました。江戸時代、善光寺詣での道は、塩尻の洗馬で中山道と分かれ松本経由で北上する善光寺街道と、軽井沢の追分で分かれる北国街道が二大幹線でした。このうち北国街道は、北陸道と連結し、加賀百万石をはじめ北陸諸大名の参勤交代路線となっていました。こうして、二大幹線の交通の要衝としての機能に、市場という要素が加わることで繁栄してきたのです。

明治期

門前町、宿場町、市場町の機能を持っていた本市は、明治4（1871）年6月に県庁が置かれて県都となったことで、官庁都市としての機能が加わりました。これにより人口が一段と増え、商業都市として拡大発展しました。当時の商業は、卸・仲買商は少なく、小売商が多いのが特色といわれ、中でも繊維関係が主だったようです。

明治30（1897）年の市制施行により、地方自治体としては県内で初めての市として本市が誕生し、中央官庁の出先機関や新聞社、銀行、学校などが集中し、政治・経済・文化の拠点として急速に発展しました。

この間、交通面では明治21（1888）年に信越線長野駅が開業し、明治26（1893）年に東京・直江津間が全通、また明治35（1902）年には篠ノ井線（篠ノ井・塩尻間）が開通しました。さらに、明治44（1911）年に中央線が全通したことにより、本市は交通の要衝として発展し、善光寺と県庁、長野駅周辺の幹線沿いに近代的市街地が形成されました。このように、鉄道の開通により貨物輸送量が急速に増加し、商品流通が活発化することが商工業の発展につながりました。

明治以降、工業の面では、県都のため各種印刷物などの発注もあって印刷工業が発達し、技術水準が高かったようです。ただ、市の発展は善光寺や県庁に依存してきた傾向があり、工業より商業が中心でした。



明治24年 信用善光寺境内及長野市町明細之図
(長野市公文書館所蔵)

大正・昭和期

大正に入り、第一次世界大戦に伴う全国的な好況と工業の発展により、本市でも大正9（1920）年頃からようやく工業の発達が見られるようになりました。

第二次世界大戦時には、戦時下による統制経済により小売業が衰退し、本市の商業も衰えをみせました。一方、工業は、印刷製本、食料品、家具製造、缶詰、製麺などを中心に拡大しました。

戦時中、本市の商業はほとんど壊滅していましたが、戦後は目覚ましい発展を遂げ復興しました。

昭和32（1957）年には、本市の中心街に大型デパートが開店し、翌年には、商店数、従業員数とも松本市を抜き県内第一位となりました。また、昭和48（1973）年からは、中心市街地を中心に、大型のスーパーなどの商業施設の立地が進みました。さらに、工業の面では、昭和40年代からテレビ組立て、半導体などの工場が立地することで電気機器工業が盛んになり、県内第一の工業地を形成するようになりました。



昭和30年代 中心市街地に立ち並ぶデパート
(長野市公文書館所蔵)

平成期

こうして商工業が発展してきた本市は、平成10（1998）年の長野オリンピック・パラリンピック開催により、その名を世界に広めることとなりました。このオリンピック・パラリンピック開催を前に、高速道路をはじめ、東京・長野間の北陸新幹線が開通するなど高速交通網が整備されました。また、市内では幹線道路の新設・改良等に伴い郊外開発が進展し、主要な幹線道路沿いに郊外型商業施設の立地が進みました。このように地方都市としての存在感を高める中、本市は平成11（1999）年に、中核市に移行しました。

発展を続ける本市において、商業の面では、モータリゼーションの進行やスーパー・ショッピングセンターの郊外展開が進んだことにより中心市街地に衰退が見られます。また、工業の面では、円高進行に伴いコスト削減やマーケットインの発想から海外進出する企業が増える一方、国内で製品の高付加価値化やICT³を活用して新たな事業領域への展開に取り組む企業もみられます。

そして今、本市は、平成27（2015）年に北陸新幹線が金沢へと延伸し交通インフラが一段と整備されたほか、人口減少、少子・高齢化が進行する中で、商業のマルチチャネル化⁴、IoTや人工知能（AI）、ロボットの活用といったものづくりの変革など、新たなマーケットへの対応や従来の延長線上にはない発想が求められる時代を迎えています。

明治以降を振り返ってみると、こうした構造変化に対し、積極的に挑戦し乗り越えていく精神が本市の商工業者には脈々と流れていることが分かります。時代の先を読み、柔軟に対応していくことは、いつの時代にも求められることですが、そのポテンシャルは、本市に十分備わっているといえます。

³ ICT：Information and Communication Technology（情報通信技術）の略。情報や通信に関する技術の総称

⁴ マルチチャネル化：実際の店舗での購入のほか、チラシやパンフレット、オンラインショップ等からの電話やFAX、Webフォームを通じた購入など、消費者が商品を購入するまでの経路が多様化していること。

(2)長野オリンピック・パラリンピックからの 20 年の歩み

前節では、本市の変遷を明治以降という長い時間軸でみてきましたが、ここでは経済状況の移り変わりを中心に、長野オリンピック・パラリンピック開催の頃を起点におよそ 20 年を振り返ってみます。

本市では、平成 10（1998）年に 20 世紀最後の冬季オリンピック・パラリンピックが開催されました。このビッグイベントを前に、東京・長野間の北陸新幹線が開業し、同区間を最速 1 時間 19 分と従来のはほぼ半分で結ぶことになりました。これは、ビジネスや観光、市民生活に大きな変化をもたらしました。時間短縮により本市は東京からの日帰り圏となり、アクセス向上が観光客数の増加や通勤・通学の広域化につながりました。一方、宿泊需要の減少に伴いホテルなどの競争が激化したほか、企業が支店や支社を引き上げ、東京に集約化する動きもみられました。こうした中、平成 11（1999）年には本市は中核市に移行しました。

この年より米国を中心とした IT ブームの拡大による景気拡大期を迎えましたが、この景気拡大は 22 カ月で終わり、いわゆる IT 不況につながっていきます。この間、本市の人口は、平成 12（2000）年の 387,911 人をピークに緩やかな減少局面に入ります。

IT 不況が終わり、平成 14（2002）年 2 月からいざなぎ景気を迎えました。この景気拡大は、73 カ月の長期に及びますが、実質 GDP 成長率はいざなぎ景気やバブル景気よりも低く、景気回復の実感は乏しいものとなりました。製造業の海外進出も加速し、平成 15（2003）年には長野県関係製造業の 69 事業所が進出し、平成 10（1998）年以降最も多くなりました。いざなぎ景気は、米国サブプライムローン問題に端を発するリーマンショックにより平成 20（2008）年 3 月で終了し、世界同時不況を迎えることとなります。この間、本市は平成 17（2005）年 1 月に上水内郡豊野町・戸隠村・鬼無里村、更級郡大岡村と、また、平成 22（2010）年 1 月には上水内郡信州新町・中条村と合併し、市域が拡大しました。

平成 23（2011）年 3 月、東日本大震災が発生し、サプライチェーン⁵が寸断され本市製造業も大きな影響を受けました。リーマンショック、東日本大震災で受けた大きな経済的ダメージを克服する中、平成 27（2015）年 3 月には、北陸新幹線が金沢まで延伸開業しました。これにより、本市は、太平洋側と日本海側を結ぶ高速交通網の中間点となり、いずれの地域へも交通アクセスが一段と向上しました。開業年に開催された善光寺御開帳には、過去最多となる 707 万人の参拝者を迎え、北陸方面からの入り込みも増加しました。

ここ 20 年を振り返ると、本市は人口減少



北陸新幹線用新型車両 E7 系 (JR 東日本長野支社提供)

⁵ サプライチェーン：企業の経営・管理で使用する用語で、原材料・部品の調達から、製造、在庫管理、販売、配送までの製品の全体的な流れのこと。それぞれの工程が別個にあるのではなく、鎖としてつながっているという意味で、特に物流の仕組みや上流・下流を含めた複数企業間の連携を強調している場合もある。

局面を迎え、さらには世界的な経済危機や大震災などによる経済の落ち込みを経験しました。一方で、冬季オリンピック・パラリンピックといったビッグイベントの開催による知名度の向上や中核市への移行、北陸新幹線の開業・延伸による交通インフラの整備により、地方拠点都市としての重要性がますます高まっています。こうした本市が有する優位性は、企業の事業活動など経済面のみならず、生活の拠点としての魅力を高めることにもつながっています。



整備されたJR長野駅善光寺口（JR東日本長野支社提供）

(3)現在の長野市の産業構造

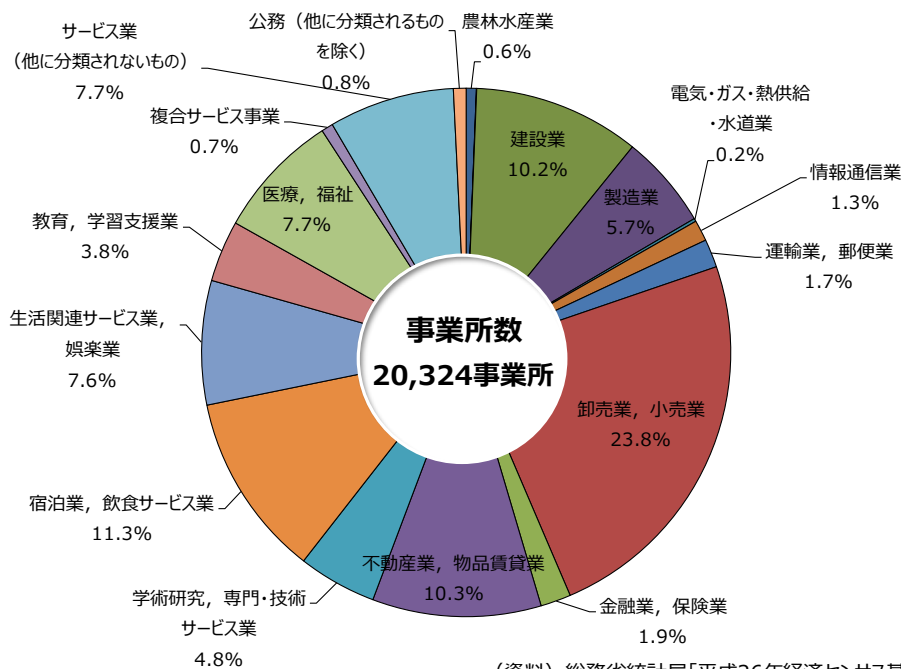
ここでは、平成 26（2014）年における本市の産業構造について、事業所数と従業者数の状況からみてみます。

本市の事業所数は「卸売業、小売業」の割合が 23.8%と最も高く、次いで「宿泊業、飲食サービス業」、「不動産業、物品賃貸業」、「建設業」等となっています。

従業者数は、「卸売業、小売業」の割合が 20.0%と最も高く、次いで「医療、福祉」、「製造業」、「宿泊業、飲食サービス業」等となっています。

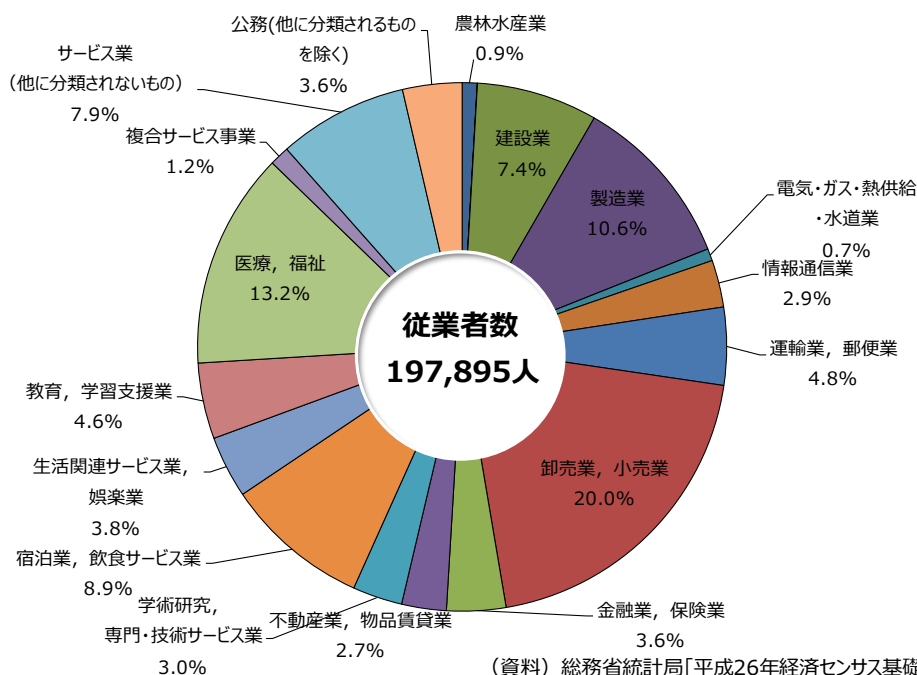
本市には、多様な産業の事業所があり、産業からみた就労の選択肢は幅広く存在しています。

図表 2 事業所数の構成比



(資料) 総務省統計局「平成26年経済センサス基礎調査」

図表 3 従業者数の構成比



(資料) 総務省統計局「平成26年経済センサス基礎調査」

2 経済を取り巻く環境変化

(1)人口減少と少子・高齢化の進行

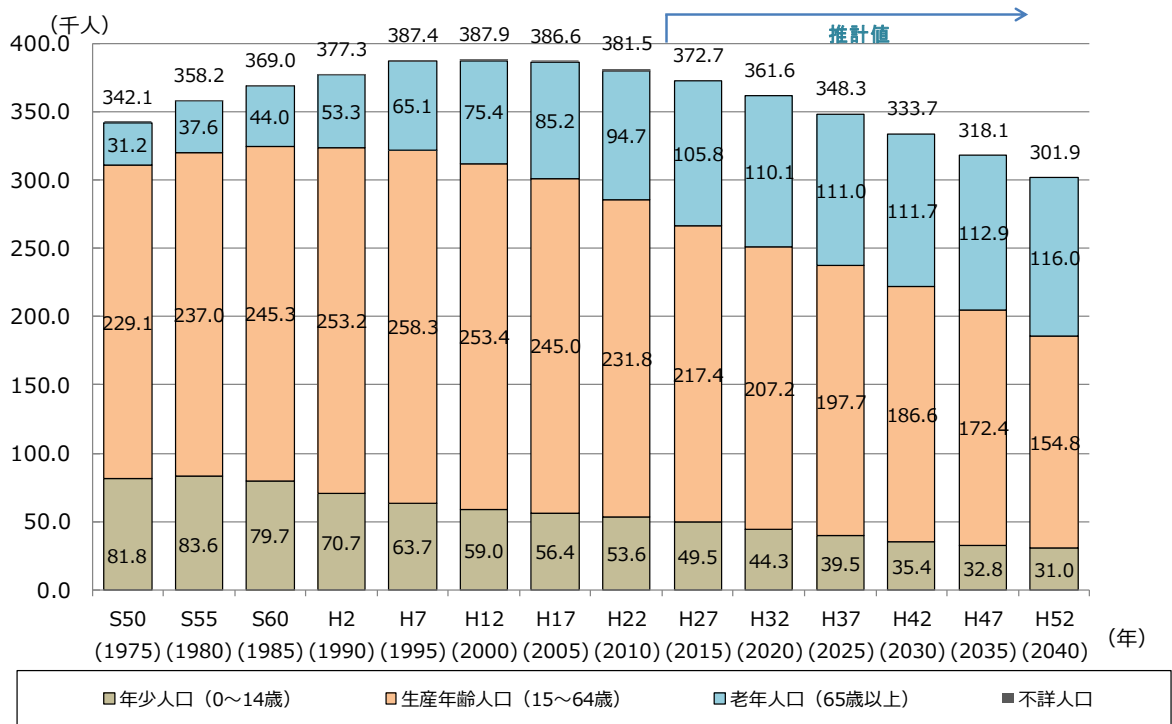
平成 27 (2015) 年国勢調査によると、日本の総人口は 1 億 2,709.5 万人となり、平成 22 (2010) 年に比べ 96 万 3 千人減少 ($\Delta 0.8\%$) し、大正 9 (1920) 年の調査開始以来、初めて減少に転じました。同様に、本市の人口は 377,598 人と、平成 22 (2010) 年に比べ 3,913 人減少 ($\Delta 1.0\%$) しています。本市の人口は、平成 12 (2000) 年にピークを迎え、全国より早い段階で人口減少局面に入り、直近の減少率は全国を上回っています。

国立社会保障・人口問題研究所によると、本市の人口は、平成 52 (2040) 年には、301,855 人になり、平成 27 (2015) 年に比べおよそ 6 万人減少すると推計されています。また、平成 52 (2040) 年における老年人口割合 (人口に占める 65 歳以上人口の割合) は、38.4%へ高まる一方、年少人口割合 (人口に占める 15 歳未満の人口割合) は、10.3%へ低下するとみられ、人口減少、少子・高齢化が進行することが見込まれています。

■人口減少と少子・高齢化の進行に伴い懸念される事項

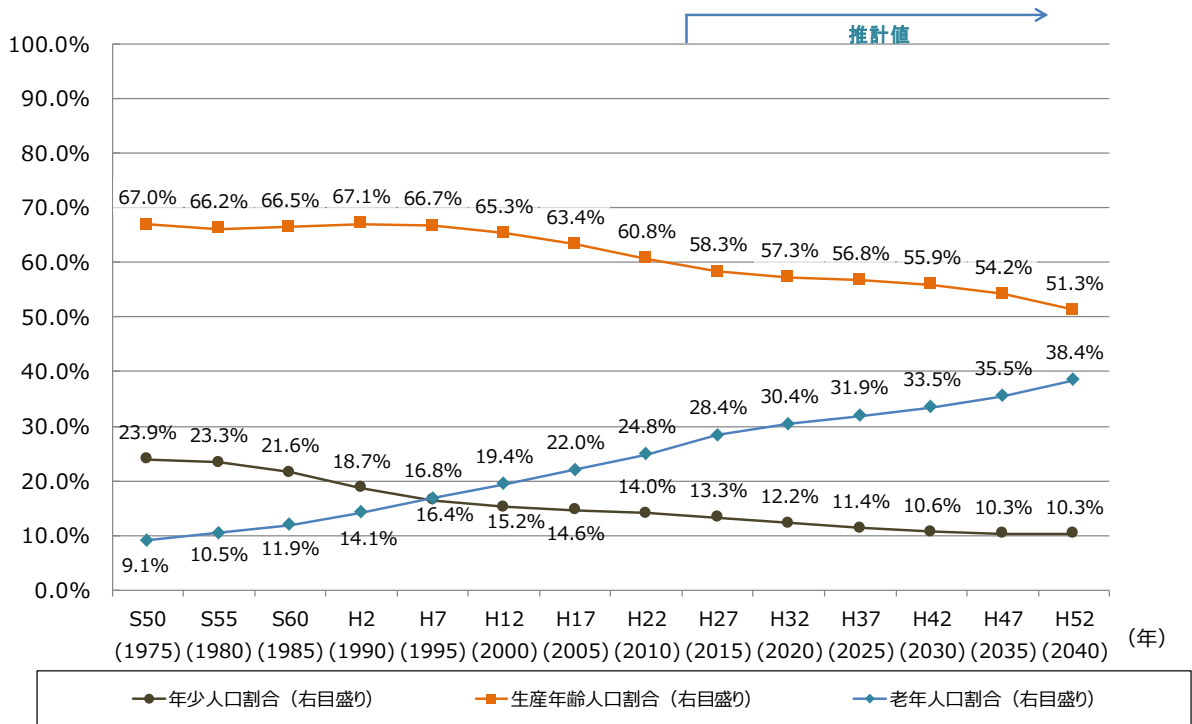
- 生産年齢人口の減少に伴う労働力不足
- 商品販売額が減少するなどの経済規模の縮小
- 事業者の高齢化や後継者問題

図表 4 長野市の人口の推移



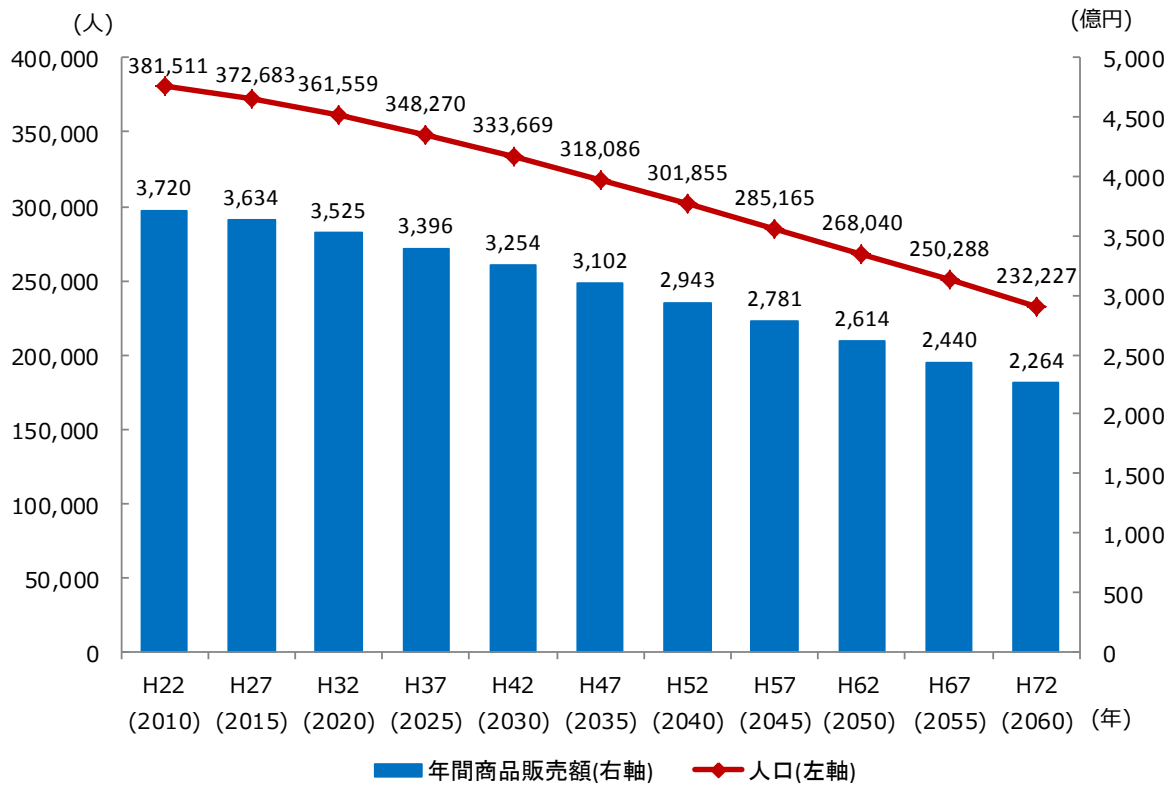
(資料) 総務省統計局「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（平成25年3月推計）」
 (注) 平成27（2015）年国勢調査によると、同年の長野市人口は377,598人

図表 5 長野市の人口割合の推移



(資料) 総務省統計局「国勢調査」、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（平成25年3月推計）」

図表 6 人口と年間商品販売額の予測



(資料) 総務省統計局「平成 22 年国勢調査」、総務省・経済産業省「平成 24 年経済センサス-活動調査」

(注 1) 「平成 28 年 2 月 長野市人口ビジョン」に基づき、長野市産業政策課で作成した。

(注 2) 人口は、国立社会保障・人口問題研究所の推計に準拠して作成した。

(注 3) 年間商品販売額は、平成 24 (2012) 年経済センサスと平成 22 (2010) 年国勢調査から 1 人当たりの年間商品販売額を算出し、これをもとに推計した。なお、平成 22 (2010) 年の年間商品販売額は統計値が無いため、平成 24 (2012) 年経済センサスの値を用いている。

(2)北陸新幹線 長野・金沢間の延伸開業

平成 27 (2015) 年 3 月 14 日に北陸新幹線が金沢まで延伸開業したことにより、長野・金沢間の所要時間は最速で 1 時間 5 分、長野・富山間は 45 分となり、開業前と比べ最大で 2 時間以上短縮しました。運行本数も、長野・金沢間は 25 往復、長野・東京間はこれまでの 27 往復から 40 往復と大幅に増加するなど、交通利便性が飛躍的に向上しました。こうした中、長野駅における新幹線の 1 日平均乗車人数は、金沢延伸開業前に比べて 1 割以上増加しています。また北陸新幹線は、東海地震発生等災害時には、北陸地域を經由して関東・関西を結ぶ、東海道新幹線の代替補完機能を有しています。

これまでの首都圏とのアクセスの良さに加え、北陸方面、さらには関西方面との交通利便性が向上したことから、観光客誘致の強化や市内での滞在時間を増やし消費を促進する工夫が求められるほか、ビジネス交流圏の拡大により企業誘致を積極的に図るなど、地域経済の活性化へつなげる取組が求められます。

■北陸新幹線金沢延伸により想定される効果・影響

- 通勤・通学等の生活圏や商圏の拡大
- ビジネスや観光等の人的交流の活性化
- 日帰り圏の拡大による宿泊利用の減少
- 新幹線駅が新設された他都市との誘客競争激化

図表 7 時間短縮効果



(資料) J R 東日本 長野支社 「2015年3月ダイヤ改正について(平成26年12月19日リリース資料)」

図表 8 長野駅の 1 日平均乗車人数 (新幹線)

	H24 (2012) 年度	H25 (2013) 年度	H26 (2014) 年度	H27 (2015) 年度
定期外	5,526	5,730	5,908	6,785
定期	854	893	874	953
合計	6,380	6,623	6,782	7,738

(資料) J R 東日本ホームページ「新幹線駅別乗車人員」

(3) グローバル化の進展

① 産業活動のグローバル化の進行

日本の人口が減少傾向にあり、国内市場に大きな伸びを期待するのは難しい一方で、新興国を中心に世界の人口増は続き、グローバルな視点からは市場の成長に期待ができます。

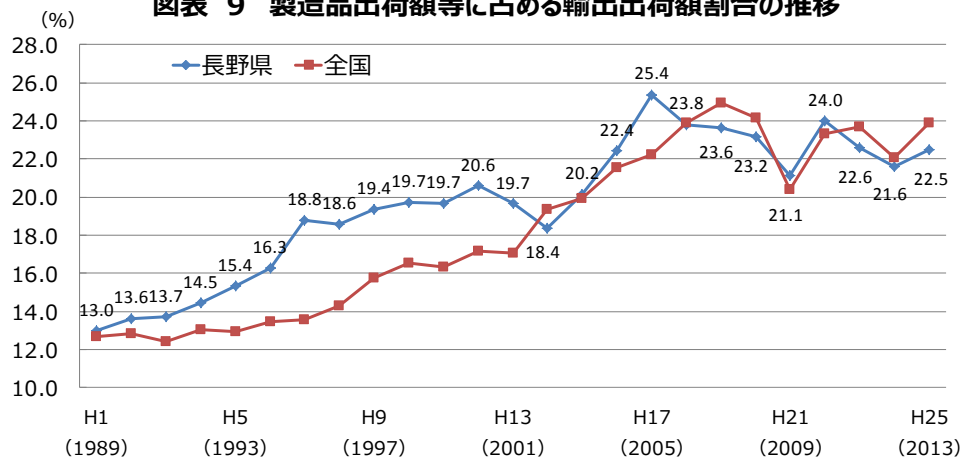
こうしたことから、製品を海外へ輸出したり、為替変動による価格競争力への影響を抑制する目的から製造や販売拠点を海外へ展開したりするなど、成長機会を海外に求める中小企業も多く、世界市場との関わりを深める経済のグローバル化が進んでいます。

長野県内の製造業の輸出比率（輸出出荷額/製造品出荷額等）は、近年20%を上回って推移しているほか、県内企業の海外進出も続いています。

■ グローバル化により予想される本市企業への影響

- 取引先企業の海外進出による受注の減少
- 自社の海外展開による地域の雇用機会の喪失
- 為替変動や他国の経済状況が及ぼす経営への影響拡大
- 技術移転による競争力の低下
- 市場拡大による経営へのプラス効果

図表 9 製造品出荷額等に占める輸出出荷額割合の推移

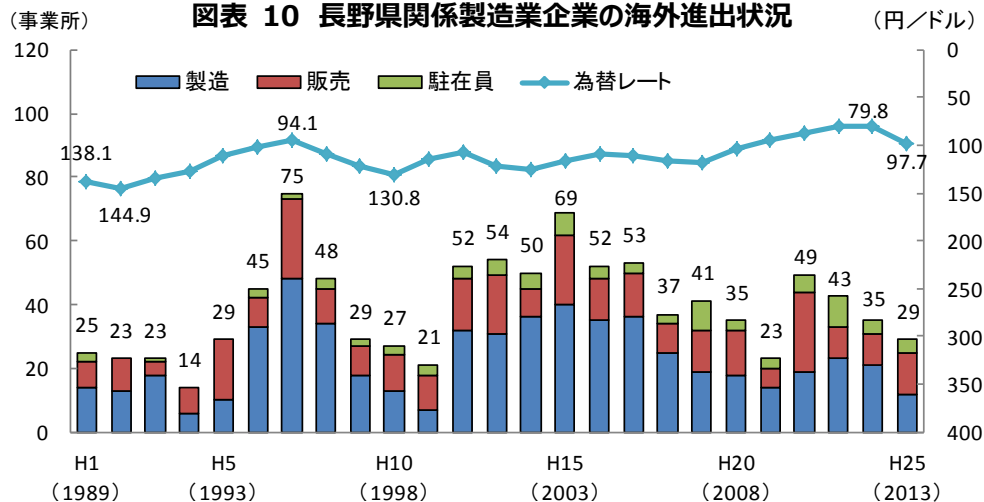


(資料) 長野県「平成25年輸出生産実態調査結果」

(注) 長野県は、従業員10人以上の事業所、全国は4人以上の事業所による

(年)

図表 10 長野県関係製造業企業の海外進出状況



(資料) 長野県「長野県関係製造業企業の海外進出状況調査結果」

(注) 従業員10人以上の製造事業所

(年)

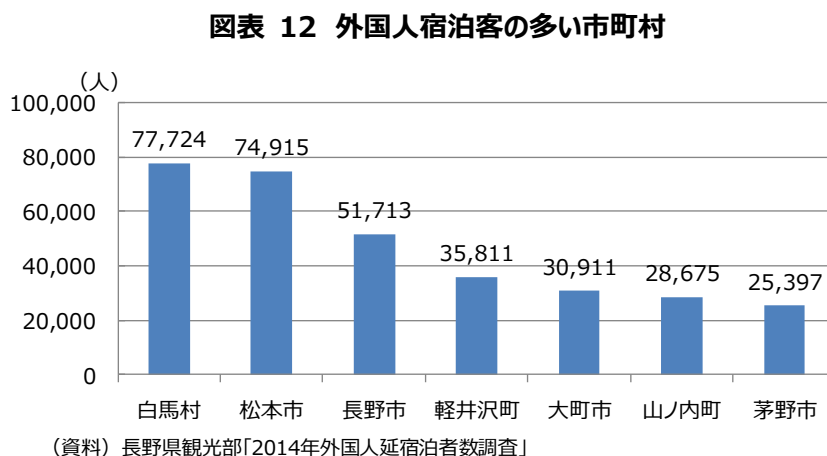
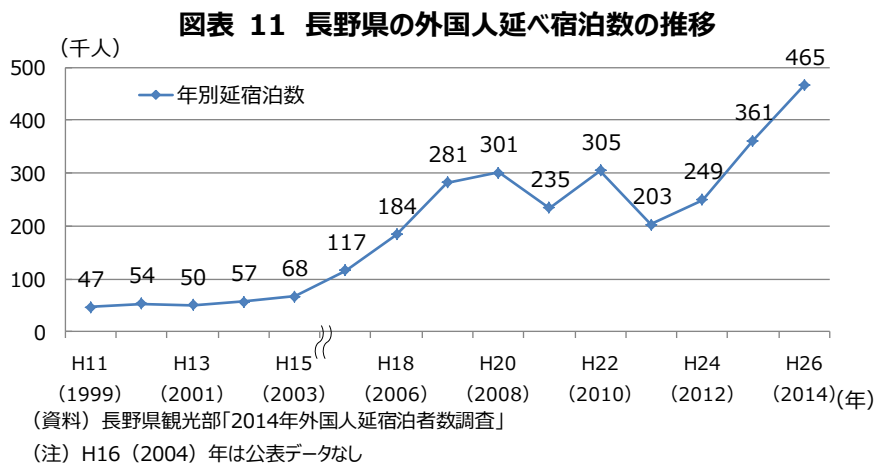
② 外国人観光客の増加

日本を訪れる外国人観光客は、平成 24（2012）年以降増加傾向にあり、平成 27（2015）年には 1,973 万人と過去最高を記録しています。国別には、中国、韓国、台湾の 3 カ国が上位を占め、アジアからの旅行者が中心となっています。外国人観光客増加の要因としては、平成 24（2012）年以降の円安の動きやアジア各国向けのビザの免除・緩和のほか、LCC⁶やフェリーを含む訪日路線の増加などがあげられます。

外国人観光客の増加は長野県内でもみられ、平成 26（2014）年における本市の外国人延宿泊者数は、白馬村、松本市に次ぐ 51,713 人となっています。こうした動きは、宿泊のみならず飲食や交通といった観光消費額の増加につながり経済を活性化させます。本市では、外国人観光客の増加に向け、善光寺表参道を中心に Wi-Fi の設置が進められました。公衆無線 LAN による観光客の利便性向上に加え、災害時のライフラインとしての活用が期待されています。

■外国人観光客増加により期待される効果

- 小売、宿泊、飲食、運輸などでの売上増加を通じた経済の活性化
- 観光関連サービスの充実による国内外の観光入り込み客の更なる増加
- SNS 等を通じた海外への「長野市」の情報発信増加と知名度上昇



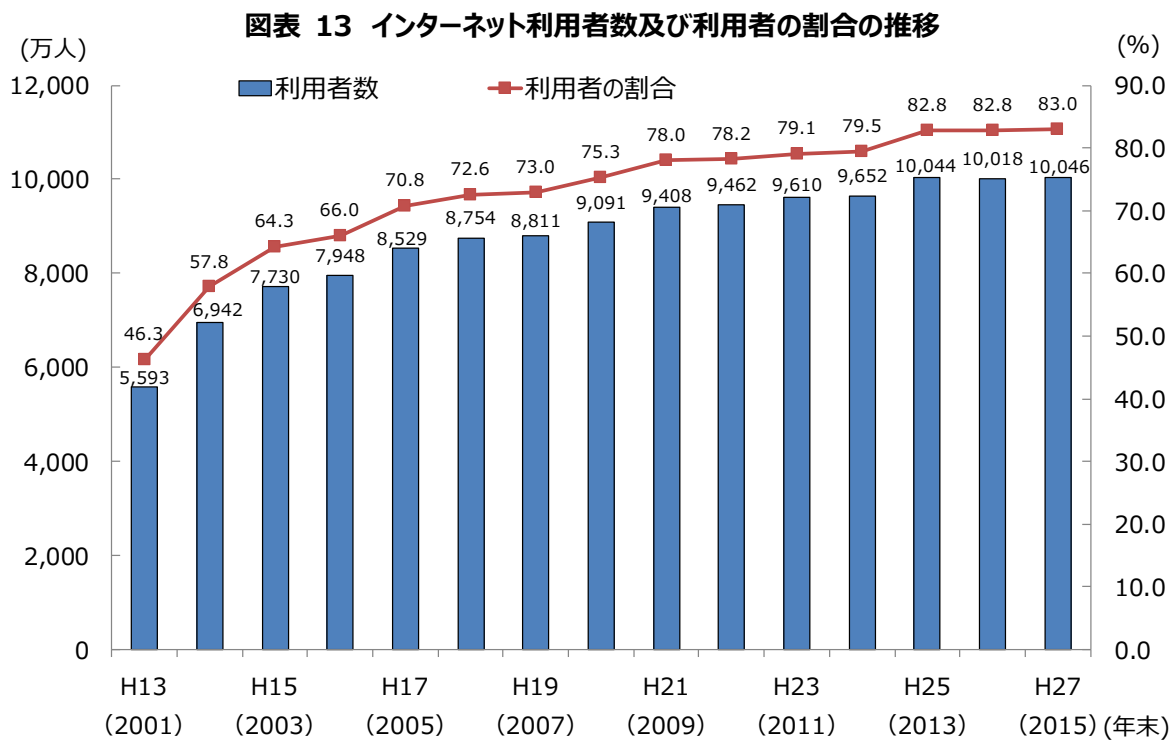
⁶ LCC：ローコストキャリア（Low Cost Carrier）の略称。効率的な運営により、低価格の運賃で航空輸送サービスを提供する航空会社を指す。

(4)ICT の進展

① インターネットの普及による消費行動の変化

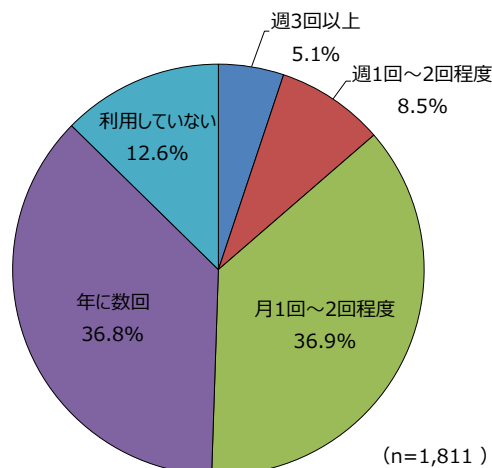
パソコン、携帯電話等の情報通信機器は1990年代後半以降急速に普及し、近年ではスマートフォンやタブレットの保有率も年々高まっています。こうした情報通信機器の普及とともにインターネット利用率も上昇しており、インターネットを通じた商品・サービスの購入回数や金額も増加しています。本市においても、インターネットを利用した買い物の経験がある人は多いものとみられます。

このようなインターネットを利用した消費行動の拡大など、消費者の買物手段は多様化しており、既存の小規模商店や商店街等の小売業者にも影響を与えています。



(資料) 総務省 通信利用動向調査

図表 14 最近1年間におけるインターネットを利用した買物の利用頻度 (長野市)



(資料) 長野市産業政策課

② ICTの進展に伴う働き方の多様化

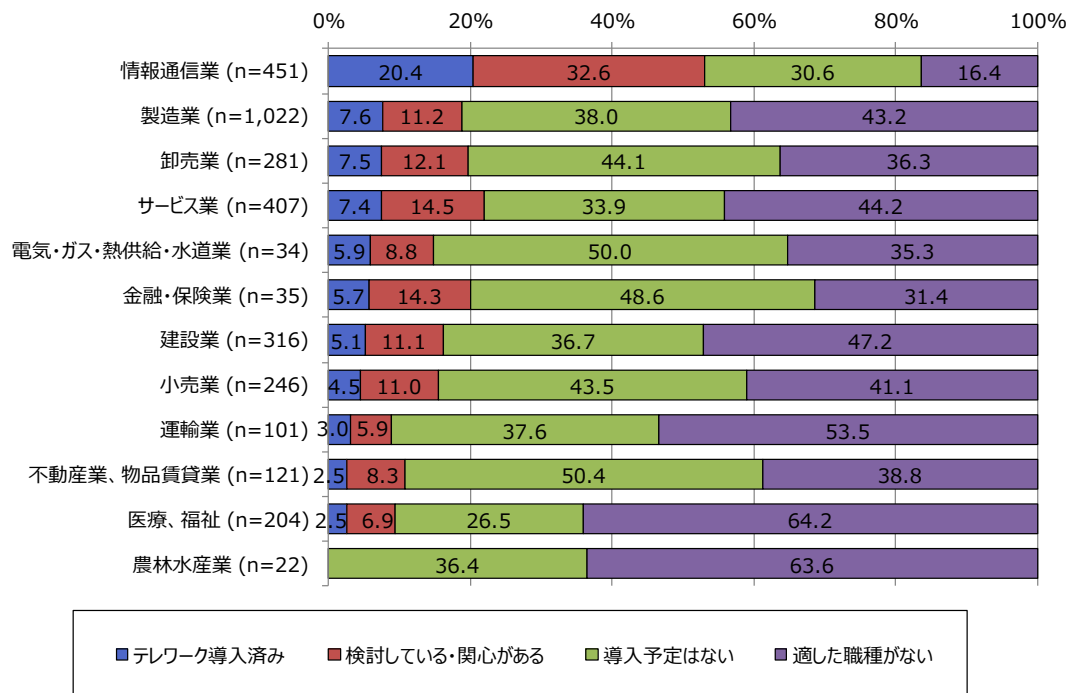
ワーク・ライフ・バランスの調和や、人口減少による労働力の確保が社会的な課題となる中、ICT技術を活用して時間や場所にとらわれない柔軟な働き方ができるテレワーク⁷に注目が集っています。テレワークは、自宅を就労場所とする在宅勤務、モバイルワーク、サテライトオフィス勤務に分けられます。就労する意思はあっても仕事と育児や家族の介護との両立が困難なため、仕事を断念せざるを得ない人にとって、テレワークは新たな就労の形態として、こうした課題解決に寄与するものと期待されます。

また、交通インフラの整備や各種ICTツールの発達により、都市部と地方において二地域居住を実践しながら業務を行う個人や事業者も増えています。こうした二地域居住者の増加は、地域経済やまちづくり活動等に新たな活力をもたらすことが期待されます。そのためには、地域における作業スペースや他事業者との交流・情報交換の場としてコワーキングスペースやシェアオフィス等を整備し活用することが必要です。

■ICTの進展に伴う働き方の多様化の意義・効果

- 少子・高齢化への対応
- ワーク・ライフ・バランスの実現
- 地域活性化の推進
- 環境負荷軽減
- 多様な人材の確保
- 営業効率向上・顧客満足度の向上
- 非常災害時の事業継続

図表 15 企業におけるテレワークのための制度・仕組みの導入状況（業種別）



(資料) 総務省「平成27年版 情報通信白書」

⁷ テレワーク：ICT（情報通信技術）を活用した、場所や時間にとらわれない柔軟な働き方のこと。「在宅勤務」や普段の場所ではなくいつでもどこでも仕事が可能なる「モバイルワーク」などがある。

(5)技術革新が生み出す新たな成長分野

国の産業構造審議会では、新産業構造ビジョンを検討するにあたり「第4次産業革命⁸とも呼ぶべきIoT、ビッグデータ⁹、ロボット、人工知能（AI）等の技術革新を的確に捉え、これをリードするべく大胆に経済社会システムを変革することこそが、先進国・途上国問わず、新たな成長フェイズに移行するための鍵となる」と指摘しています。

こうした第4次産業革命とも呼ばれる技術革新の動きは、全ての産業に影響を与えることが予想され、新たな製品、サービス、仕組みなどを生み出すことにつながります。従来の発想にとどまらない新たな成長分野の創出が期待されます。

■技術革新による社会への影響

- IoT 活用による工場内の生産工程の「見える化」、リアルタイムでの生産管理や生産性向上
- 販売情報等のリアルタイム分析による需要予測の精緻化
- サプライチェーン間での受発注データの共有化などを通じた供給面での効率性向上
- 人工知能（AI）やロボットによる完全自動化の進展
- ドローン¹⁰を用いた物流の本格化
- 自動車の完全自動走行の実現
- フィンテックと呼ばれる IT 分野の技術革新を活用した先進的な金融サービスの拡大
- 健康データの記録・管理・分析による一人一人の健康状態に応じたサービスの提供
- 家庭内機器の IoT 化による機器の高付加価値化

図表 16 IoT/ビッグデータ/人工知能（AI）がもたらす新たなサービスのイメージ



(資料) 平成 28 年 7 月 7 日 情報通信審議会資料

⁸ 第四次産業革命：情報技術などの新技術を駆使した製造業の革新のこと。製造業の高度化を目指す戦略的プロジェクトとしてドイツ政府が提唱した。

⁹ ビッグデータ：従来の処理ソフトでは扱いきれないほどの巨大で複雑なデータ群のこと。

¹⁰ ドローン：小型無人航空機のこと。

(6)環境保全への意識の高まり

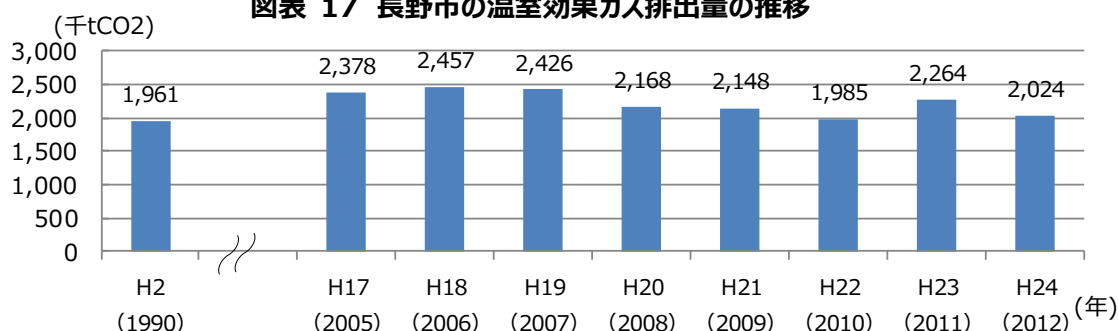
東日本大震災による原子力発電所の事故とその後の電力不足を契機に、省エネ・省電力への取組や再生可能エネルギーへの転換に向けた意識が高まっています。

世界的にも環境保全に対する問題意識は高く、環境負荷軽減に向けた取組が進められています。平成 27 (2015) 年 12 月には COP21 (国連気候変動枠組条約第 21 回締約国会議) において「パリ協定」が採択され、気温上昇を産業革命前から 2 度未満に抑え、1.5 度に収まるよう努力することが定められました。

本市では「ながの環境パートナーシップ会議」が、市民・事業者・行政連携のもと協働して身近な課題解決に向けた取組を進めるほか、各種団体による活動も推進されており、第五次長野市総合計画でも「低炭素社会の実現」及び「循環型社会の実現」に向けて取り組むことを示しました。市民を対象としたまちづくりアンケートでも、地球温暖化への取組は市民の高い関心事項となっています。

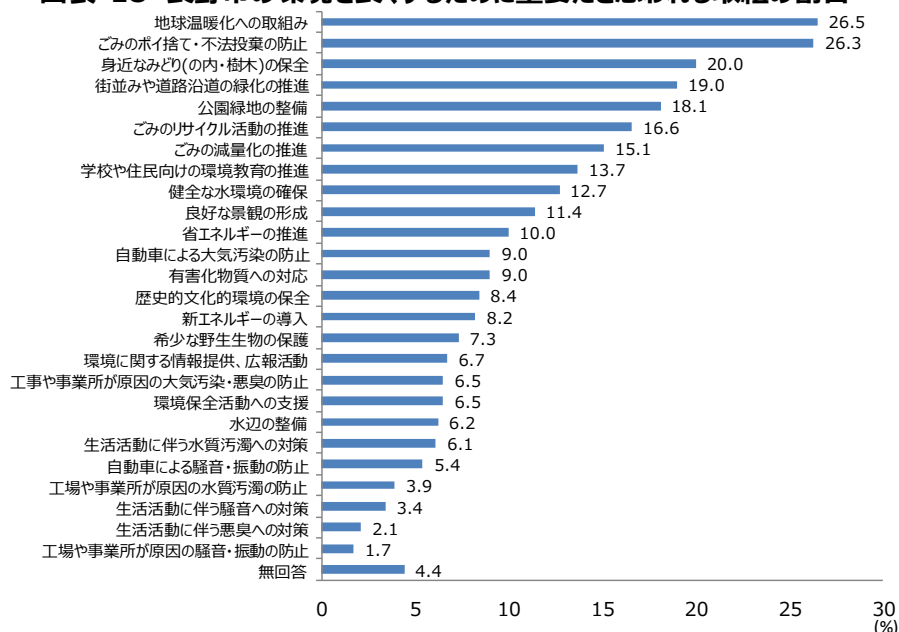
このためには、節電をはじめとする省エネ・省資源の推進や、低炭素製品・サービスの選択、太陽エネルギーをはじめとする再生可能エネルギーの普及促進、特に木質バイオマスエネルギーの活用促進の取組が求められています。なお、こうした温室効果ガス削減のための「緩和策」に加え、避けられない温暖化の影響に備えるための「適応策」も必要となっています。

図表 17 長野市の温室効果ガス排出量の推移



(資料) 長野市環境部環境政策課 地球温暖化対策室

図表 18 長野市の環境を良くするために重要だと思われる取組の割合



(資料) 長野市 平成 27 年度まちづくりアンケート結果より作成

3 商工業及び雇用の現状と課題

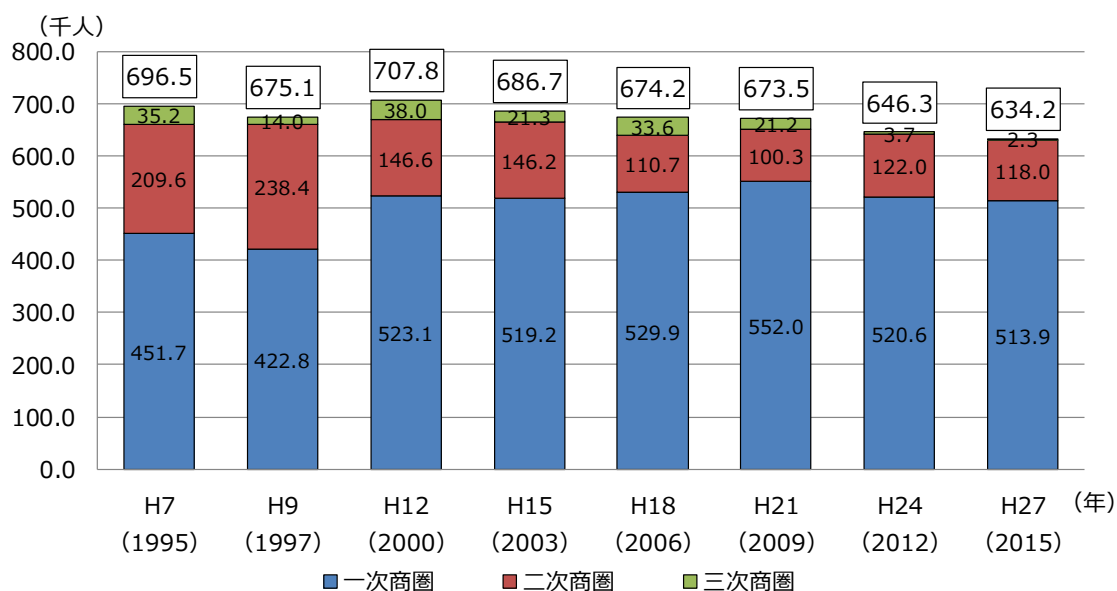
(1) 商業

① 商圈人口の減少

本市の商圈人口は、平成 12（2000）年の 707,777 人をピークに減少傾向にあり、平成 27（2015）年には同年比約 1 割減の 634,172 人となっています。特に、平成 21（2009）年まで増加基調にあった一次商圈（地域の消費需要の 30%以上を吸引している地域）の人口が、平成 24（2012）年以降、減少しています。

こうした商圈人口の減少が進む中、本市の小売業の年間商品販売額は減少傾向にあります。

図表 19 長野市の商圈人口の推移



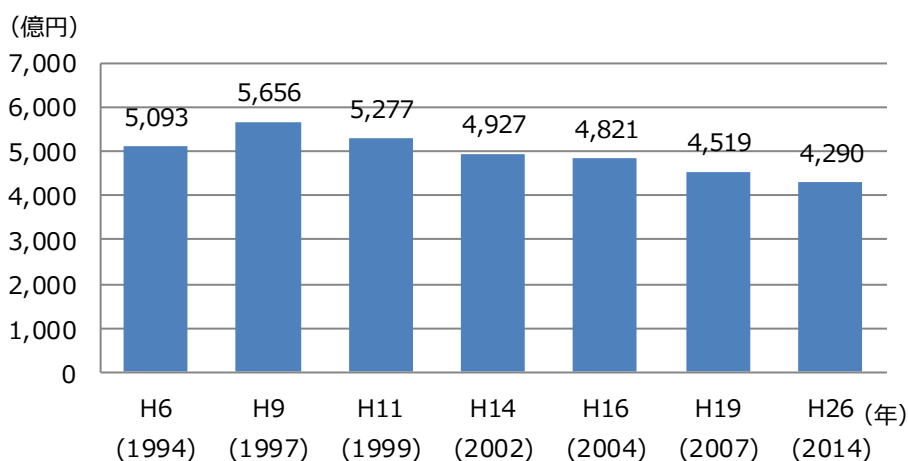
(資料) 長野県「長野県商圈調査報告書」

(注) 一次商圈：地域の消費需要の30%以上を吸引している地域

二次商圈：地域の消費需要の10%以上30%未満を吸引している地域

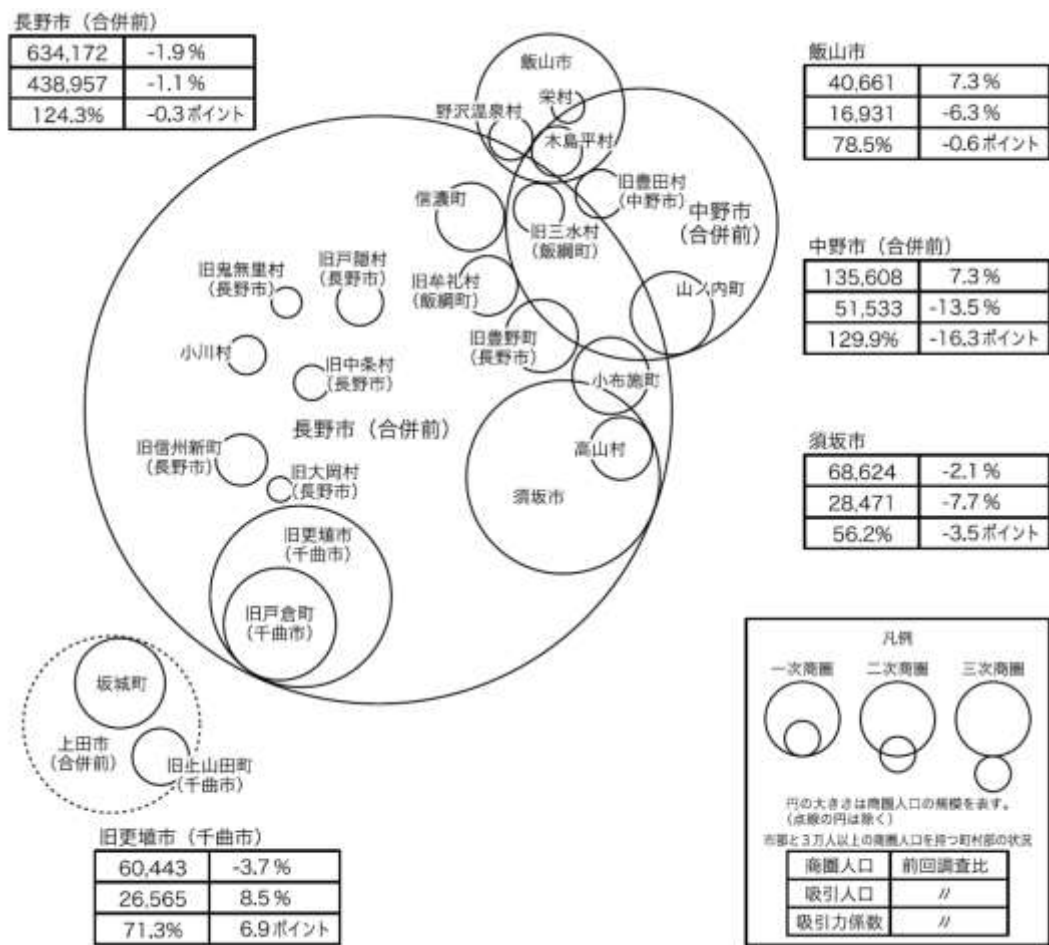
三次商圈：地域の消費需要の5%以上10%未満を吸引している地域

図表 20 長野市小売業の年間商品販売額の推移



(資料) 経済産業省「商業統計」

図表 21 北信地区の商圏構造の概念図



(注) 図表の制約上、一部に凡例と一致しない箇所がある。

(資料) 長野県 「平成 27 年度 長野県商圏調査報告書」

(注) 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

吸引人口：地元滞留人口(居住人口×地元滞留率) + 流入人口(吸引している市町村の居住人口とその吸引率から求めた人口)

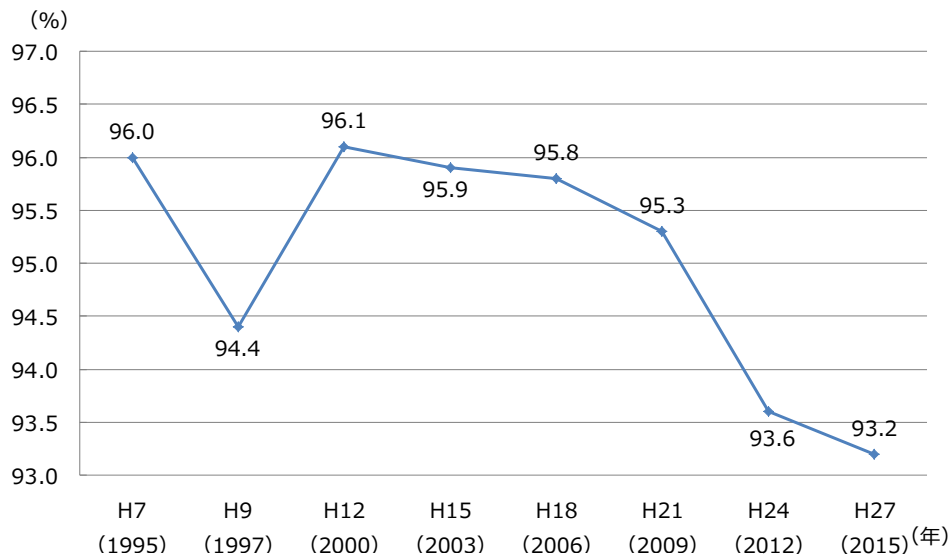
吸引力係数：(吸引人口÷居住人口)×100

② 地元滞留率は低下基調

本市の地元滞留率¹¹は、平成 27（2015）年において 93.2%と高水準ながら、低下傾向にあります。平成 27（2015）年 3 月の「長野市商業環境の現状把握調査結果報告書」（（株）まちづくり長野）によると、長野市民に対して実施したアンケート調査の 1,204 人の回答者のうち、上田や佐久平、軽井沢の大型商業施設を利用したことがある割合は 68.4%に上っています。特に、20 代から 40 代にかけての層で高い利用割合となっています。北陸新幹線や高速道路などを利用し、本市からやや距離のある他市町へ買物に出掛けている現状が現れています。

消費者ニーズを満たす魅力的な商業施設や買物環境により、本市への吸引力を高めることが求められます。

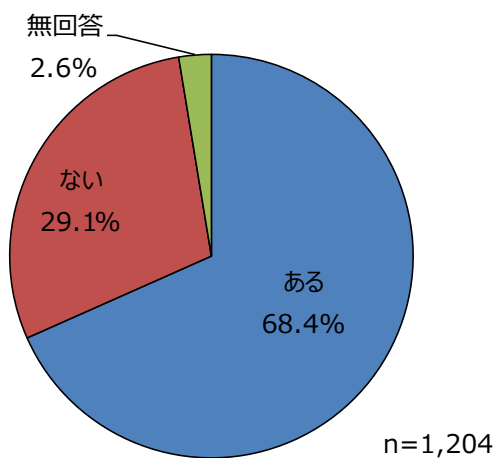
図表 22 長野市の地元滞留率の推移



(資料) 長野県「長野県商圏調査報告書」

(注) 比較のため合併前を基準にしている

図表 23 近隣の大型商業施設の利用状況



年代	ある	うち中学生以下の子供あり		総数	
		割合	割合		
20歳代以下	44	89.8%	13	26.5%	49
30歳代	162	94.2%	98	57.0%	172
40歳代	200	87.3%	111	48.5%	229
50歳代	150	72.8%	13	6.3%	206
60歳代	165	57.9%	3	1.1%	285
70歳代	83	42.6%	1	0.5%	195
80歳以上	9	17.6%	0	0.0%	51
無回答	10	58.8%	1	5.9%	17
計	823	68.4%	240	19.9%	1,204

(資料) 株式会社まちづくり長野「長野市商業環境の現状把握調査結果報告書」

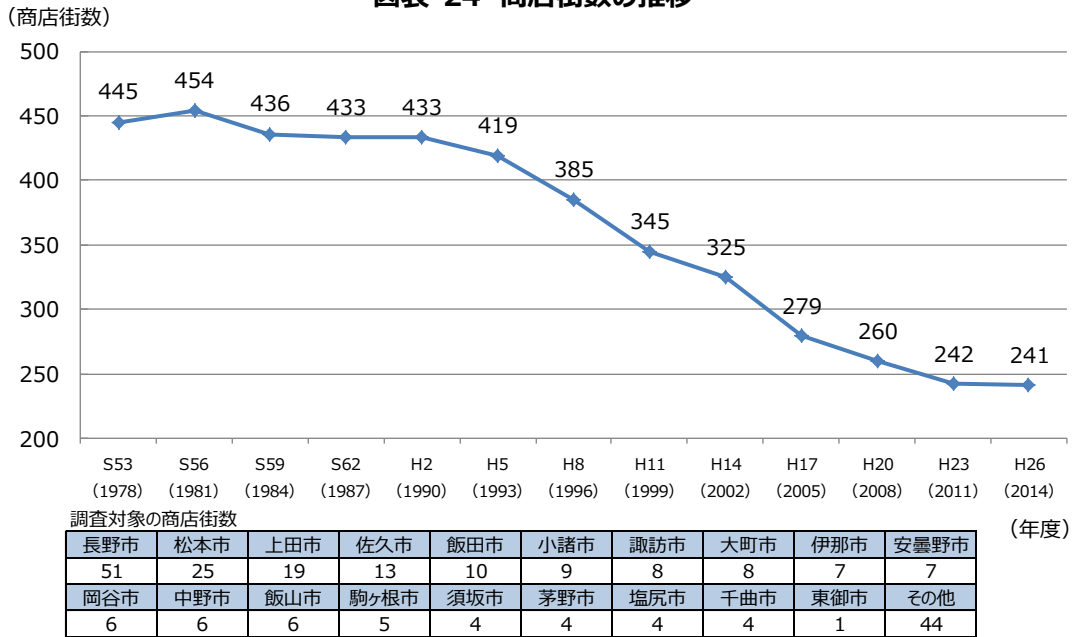
¹¹ 地元滞留率：居住する地元市町村内で主に買物をする世帯の割合のこと。

③ 商店街数の減少

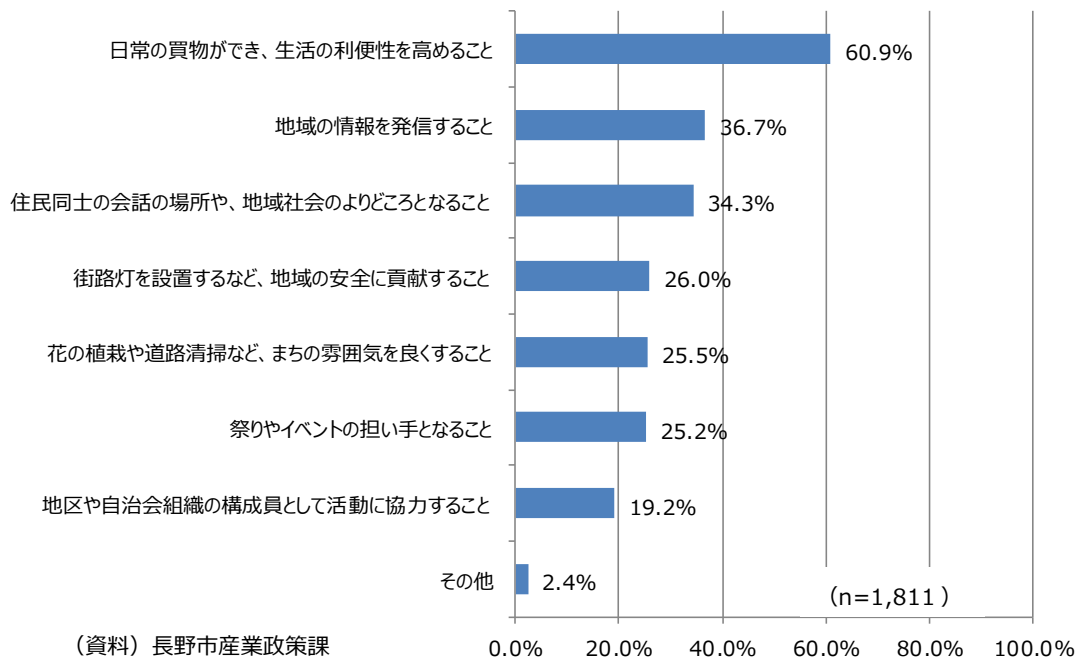
長野県内における商店街¹²数は、店主の高齢化、後継者の不足や、空き店舗の増加等により、昭和 56（1981）年度以降減少傾向にあり、平成 26（2014）年度は 241 商店街となっています。このうち本市には 51 の商店街があり、県内で最も多くなっています。

こうした中、本市の消費者へ行ったアンケート結果によると、今後、個人商店や商店街に期待する役割として、「日常的な買物ができ、生活の利便性を高めている」、「地域の情報を発信している」といった意見が多くみられるため、必要な支援をしていくことが求められます。

図表 24 商店街数の推移



図表 25 今後、個人商店や商店街に期待する役割



¹² 長野県内における商店街：長野県内に所在する、10 店舗以上の会員により組織され、かつ共同事業を実施している全ての商店街（任意団体を含む。）

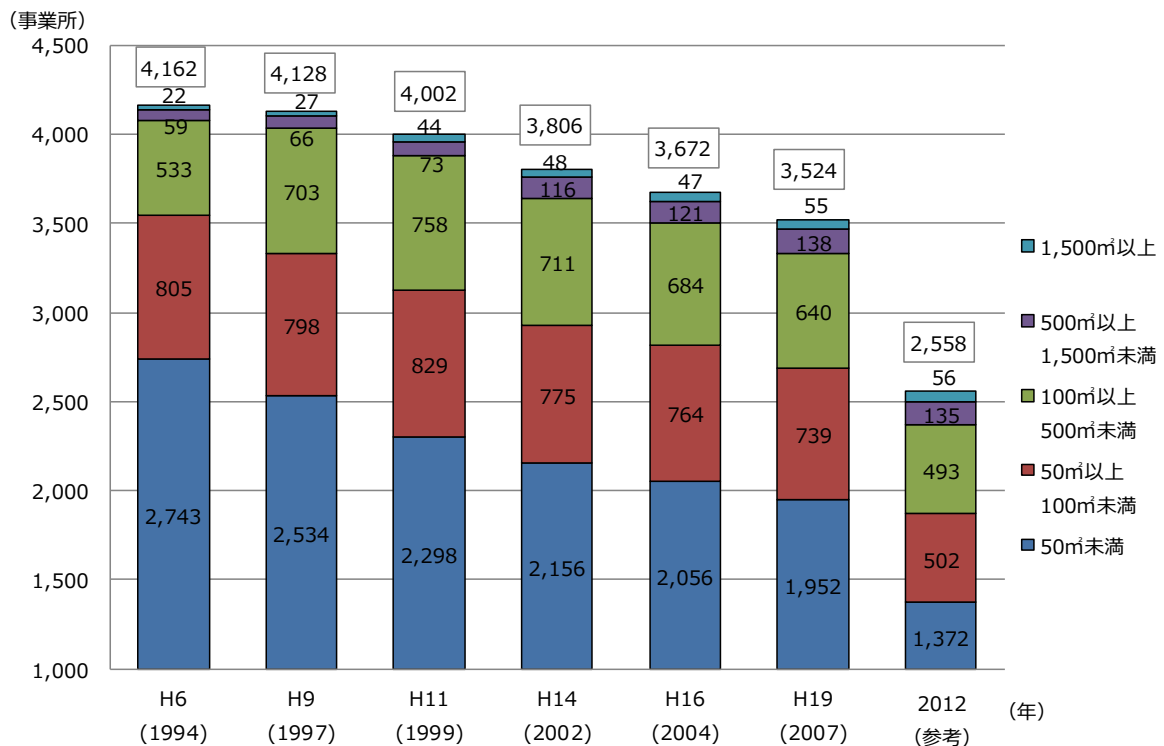
④ 商業環境の変化と都市計画

ライフスタイルや価値観の変化に伴う消費者ニーズの多様化、モータリゼーションの進行、宅地開発など居住区域の拡大による人口増などを背景に、郊外の主要幹線道路沿線等を中心に多様で専門的な商品を取り扱う大型店の出店が相次ぎました。売場面積規模別に小売商店数の推移をみると、売場面積1,500㎡以上の大型店は増加傾向にある一方、500㎡未満の小売店は減少傾向にあります。これら大型店の出店は、地域に大きな経済効果をもたらすとともに、既存の商業施設にも影響を及ぼします。

今後は人口が減少し、高い経済成長が望めないため、本市が「長野市都市計画マスタープラン」において目標に掲げている「誰もが住みやすく移動しやすいコンパクトな街」を踏まえながら、各都市拠点の整備方針のもと適正な商業施設の立地を促し、地域の特徴を生かした商業環境の促進を図ることが必要です。

このため、本市は同プランと整合を図りながら、「長野市商業環境形成指針」を運用しています。同指針は、地域の商業環境に対して特に影響が大きいと考えられる店舗面積5,000㎡（開発面積で概ね2ha）以上の大型店の出店（増床）について、「大型出店対応システム」を設定し、事前に事業計画の提出を求め、計画の内容を評価すること等により、商業集積の適正な配置と良好な商業環境の創出を目指しています。

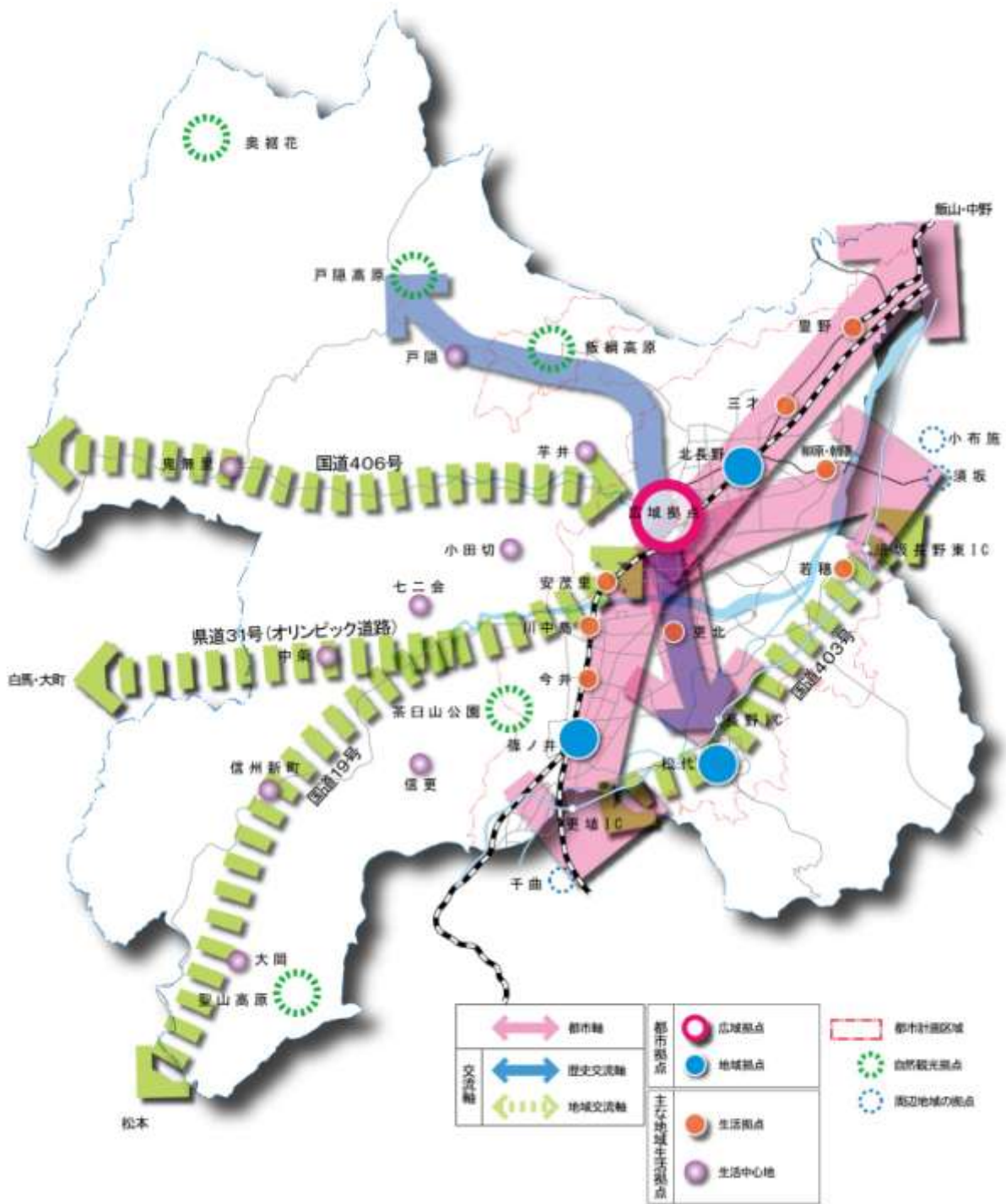
図表 26 長野市の売場面積規模別小売商店数



(資料) 2007年までは商業統計調査、2012年は経済センサス活動調査

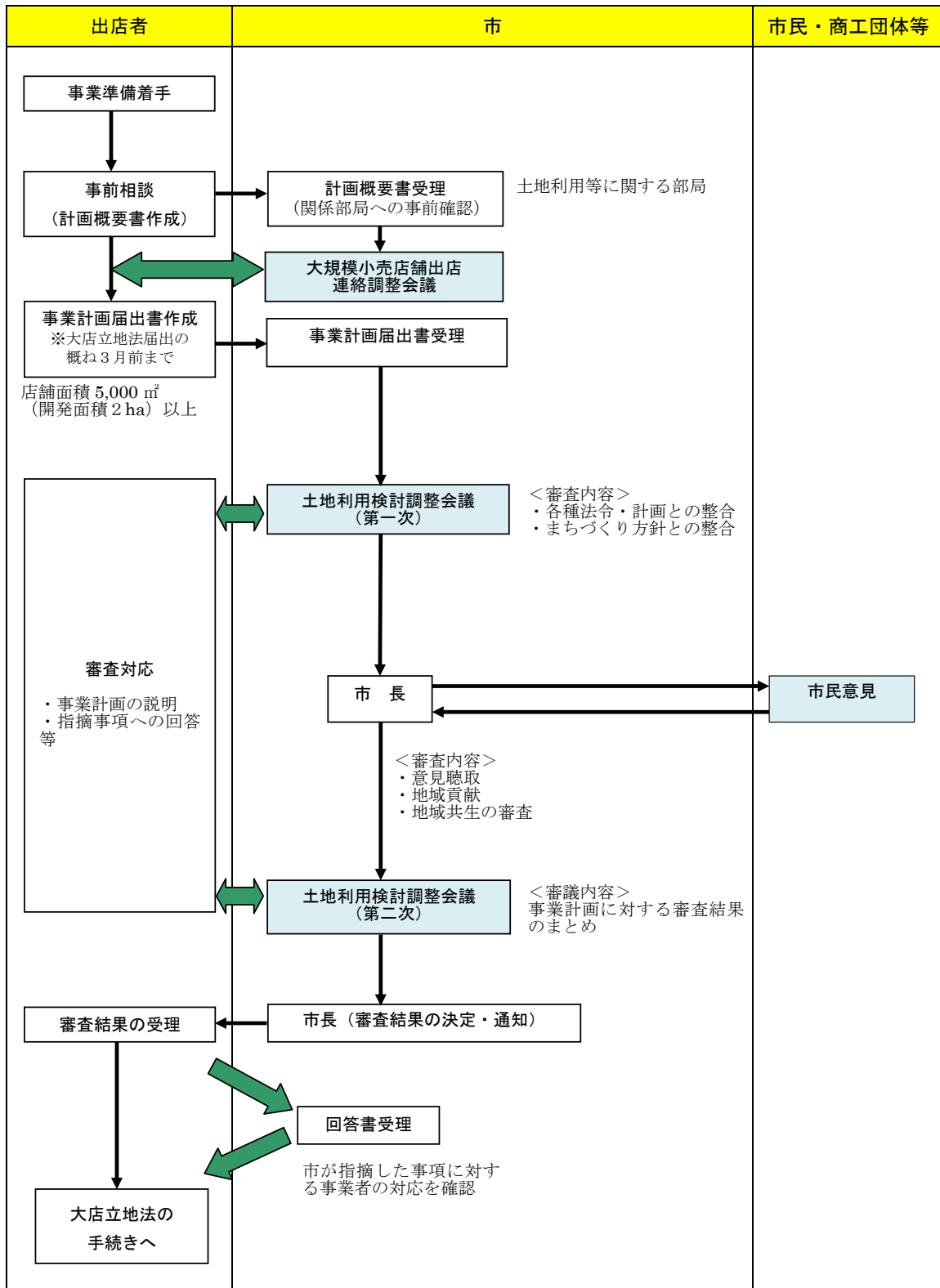
(注) 商業統計と経済センサス活動調査では、調査方法の相違などがあり単純比較はできない。

図表 27 拠点と軸による都市構造の形成



(資料)長野市都市計画マスタープラン (平成 28 年 4 月 中間報告)

図表 28 大型店出店対応システム（フローチャート）



(資料) 長野市商業環境形成指針 改訂版

⑤ 商業振興施設の管理・運営

本市の中山間地域には、本市が管理・運営する地元産品の販売施設や、地域交流施設などの商業振興施設があります。このうち道の駅である大岡特産センター、信州新町地場産業振興市場、中条地域特産物販売施設では、地元の特産物を販売することにより年間を通して多くの方に利用されています。戸隠そば博物館では、歴史と伝統のあるそば文化の魅力を発信し、ふれあいと交流の場を提供しています。

これらの施設は、中山間地域における観光の拠点及び雇用の場としても貴重な役割を担っており、効果的な活用が必要です。一方、公共施設マネジメントの観点からは、設置目的や利用状況など踏まえて、規模や配置といった施設のあり方を含め効率的な運営の検討も必要です。

図表 29 長野市が運営する商業振興施設

NO	施設名称	所在地
1	戸隠そば博物館（とんくるりん）	戸隠
2	鏡池園地総合案内施設（どんぐりハウス）	戸隠
3	戸隠交流促進施設（二番館・炭焼き体験施設）	戸隠
4	鬼無里ふるさと体験施設	鬼無里
5	大岡特産センター（道の駅大岡）	大岡
6	信州新町地場産業振興市場（道の駅信州新町）	信州新町
7	中条地域特産物販売施設（道の駅中条）	中条
8	中条農林産物直売施設	中条



大岡特産センター



信州新町地場産業振興市場



中条地域特産物販売施設

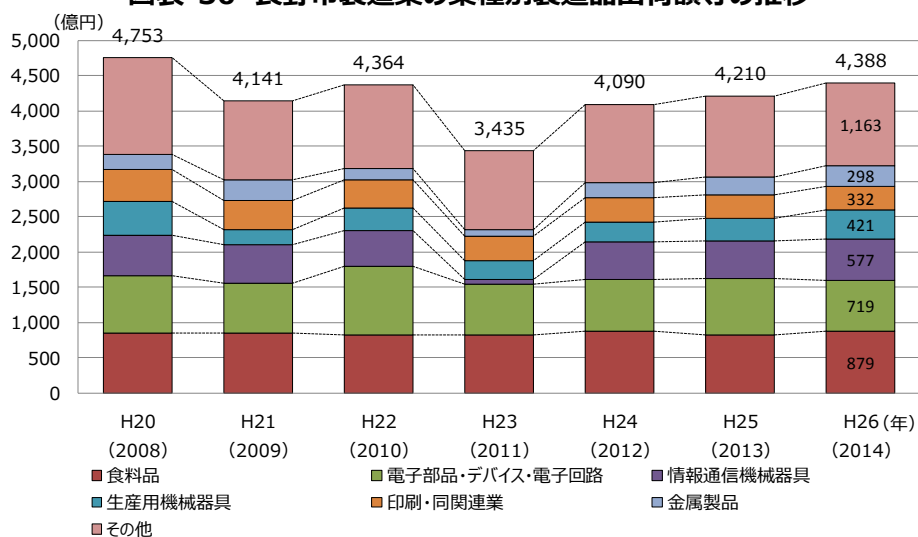
(2)工業

① 低位にとどまる労働生産性

本市の製造業は、食料品、出版・印刷、電子デバイス・情報通信機器関連などを中心に発展を続けてきました。業種別の製造品出荷額等や付加価値構成比の特化係数¹³からも、これらの複数の業種に強みを持った構造であることが分かります。ただ、こうした本市の中核をなす業種の中でも、労働生産性¹⁴が全国に比べ低いものもあります。

こうした現状を踏まえ、本市に集積する既存産業の労働生産性向上等の基盤強化を図るとともに、業種を超えた連携をさらに強化することで、新技術の開発や先駆的産業の創出に取り組み、地域の強みを踏まえた特色ある産業の育成を進めていく必要があります。

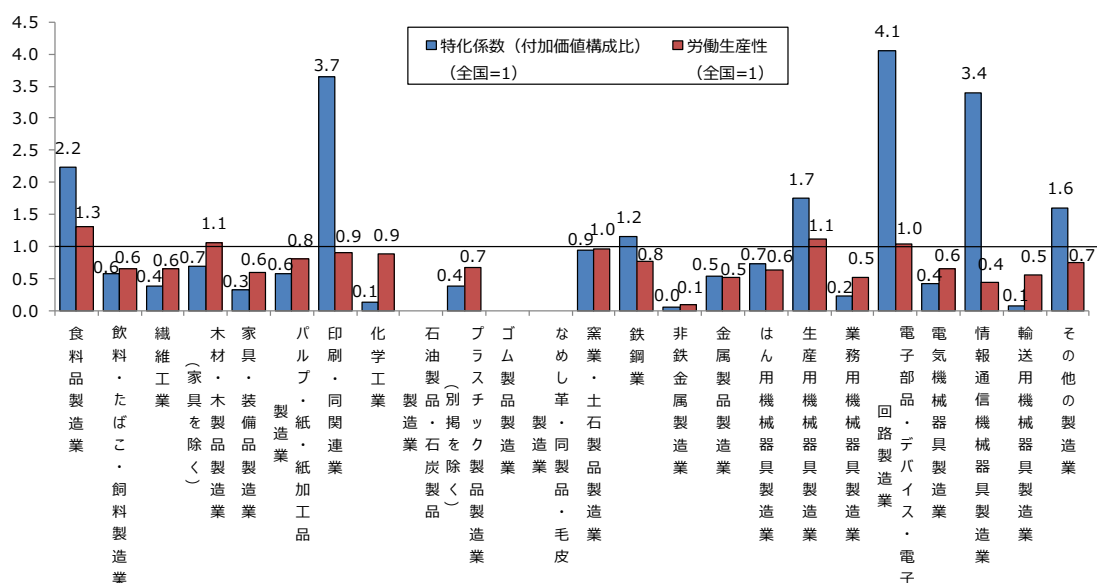
図表 30 長野市製造業の業種別製造品出荷額等の推移



(資料) 経済産業省「工業統計調査」

(注) 平成20年、21年の産業分類別には、旧信州新町、旧中条村の秘区分がある

図表 31 長野市製造業の特化係数(付加価値構成比)と労働生産性



(資料) 2014(平成26)年工業統計調査

¹³ 付加価値構成比の特化係数：長野市製造業の業種別付加価値が、全国平均を上回る産業を示す指数（市の付加価値構成比／全国付加価値構成比）

¹⁴ 労働生産性：一人当たりの労働者の付加価値額を示す値（業種別付加価値額／業種別従業者数）

② 事業用地の確保が課題

本市には工業団地が9つありますが、空き区画は豊野東部工業団地の3区画のみ(平成28(2016)年3月31日現在)となっており、大規模な工場を数多く誘致することは困難な状況です。従って、既存の空き工場や空きスペースを活用し、広い敷地を必要としない製造業や企業のサテライトオフィス、ICT企業等の誘致を検討していく必要があります。

企業誘致は、地域に新たな雇用を生み出し、税収の増加や地域の他企業の需要を喚起するなど、地域経済活性化の効果が期待されます。このため、本市のもつ交通アクセスの良さや豊富な水資源、BCP¹⁵の観点から地震や台風などの災害リスクの少なさ等を強みとして、積極的に企業誘致に取り組んでいく必要があります。

図表 32 長野市工業団地の空き状況

団地名	開発面積 (㎡)	分譲		分譲済		分譲率	分譲 開始 時期
		区 画	面積 (㎡)	区 画	面積 (㎡)		
1 東部工業団地	57,000	23	37,819.35	23	37,819.35	100.00%	S59.5
2 北部工業団地	85,000	26	57,703.93	26	57,703.93	100.00%	H2.6
3 大豆島東工業団地	98,000	22	74,678.05	22	74,678.05	100.00%	H4.5
4 綿内東山工業団地	99,000	33	69,650.49	33	69,650.49	100.00%	H8.4
5 綿内流通ターミナル	82,000	17	58,525.35	17	58,525.35	100.00%	H10.1
6 豊野東部工業団地	114,000	12	73,343.14	9	46,296.04	63.10%	H10.3
7 長野木工団地内用地	7,676	2	6,916.59	2	6,916.59	100.00%	H20.4
8 川合新田産業用地	20,719	4	17,728.02	4	17,728.02	100.00%	H22.5
9 第二東部工業団地	49,910	13	40,458.47	13	40,458.47	100.00%	H22.5
小 計	613,305	152	436,823.39	149	409,776.29	98.03%	

(資料) 長野市産業政策課

¹⁵ BCP：“Business continuity planning”（事業継続計画）の略。企業が災害などの緊急事態が発生した際に損害を最小限に抑え、事業の継続や復旧を図るため、平常時の活動や緊急時の事業継続の方法、手段を決めておく計画のこと。

③ 産学官の更なる連携強化

本市は、産学官の連携により、地域の特性や高い技術力を知的財産と結び付け、既存産業の高次化、新たな成長産業の創出などに積極的に取り組んでいます。

産学官連携の中核拠点となる「長野市ものづくり支援センター（University Factory of Nagano：UFO NAGANO）」は、インキュベーションマネージャー¹⁶を中心に、大学、高専や支援機関との連携のもと、産学官の結び付けを手助けするとともに、人的ネットワークの形成などを通じ、新たな産業の育成に努めています。

一方で、こうした拠点を活用できている企業は、まだ多くないのが現状です。市内企業へのヒアリング結果によると、相談内容のレベル感が分からず、相談を断念してしまうケースがあります。また、技術革新に伴い生産ラインや管理手法の変化を自社で導入できるのか、あるいはどのように進めたらよいのか判断できないケースもみられます。

こうした産と学が気軽に情報交換できる出会いの場（プラットフォーム）としてUFO NAGANOを活用し、産のニーズと学のシーズをマッチングさせる取組を支援し、工業の活性化につなげていく必要があります。



長野市ものづくり支援センター（UFO NAGANO）

図表 33 長野市ものづくり支援センター（UFO NAGANO）の概要

	内 容
内 容	<ul style="list-style-type: none"> ■ 試作・開発 <ul style="list-style-type: none"> ・信州大学のナノテクノロジー分野の研究成果を生かした用途開発、生産技術の開発、サンプル出荷等に対応する試作工場を整備し、産学連携による研究開発活動を支援する。 ・クリーンルームシステムにより、ナノテクノロジーを基盤とした超微細・高機能デバイス等の試作、開発及び材料特性やデバイス特性など各種データの計測・評価等を支援する。 ■ 研究開発室の提供（レンタルラボ） <ul style="list-style-type: none"> 新技術・新製品の開発を目指す企業等に低額で研究開発室を提供する。入居企業は、同室を大学内研究室またはオフィスとして位置付け、事業活動を行うことが可能となる。 ■ 起業化支援・研究（イノベーション研究・支援センター） <ul style="list-style-type: none"> 企業の技術・経営相談、大学発ベンチャーの支援を行う。イノベーションに関する資料等を備え、簡単な企業プレゼンテーションも可能な場を提供する。 ■ 産学官交流 <ul style="list-style-type: none"> 企業が来訪し、他企業・大学研究者等と交流、技術相談ができる環境を整備し、日常的な産学連携・産産連携の実現を目指す。また、市民を含めた多様な形態の交流の場を提供する。
設 備 等	<ul style="list-style-type: none"> ・クリーンルームⅠ：93㎡×2室、清浄度クラス10,000 ・クリーンルームⅡ：87㎡×2室、清浄度クラス10,000、クリーンブース(清浄度クラス1,000)4台整備 ・会議室：産学官交流室(5F、171㎡)、セミナールーム(4F、31㎡)

（資料）長野市産業政策課

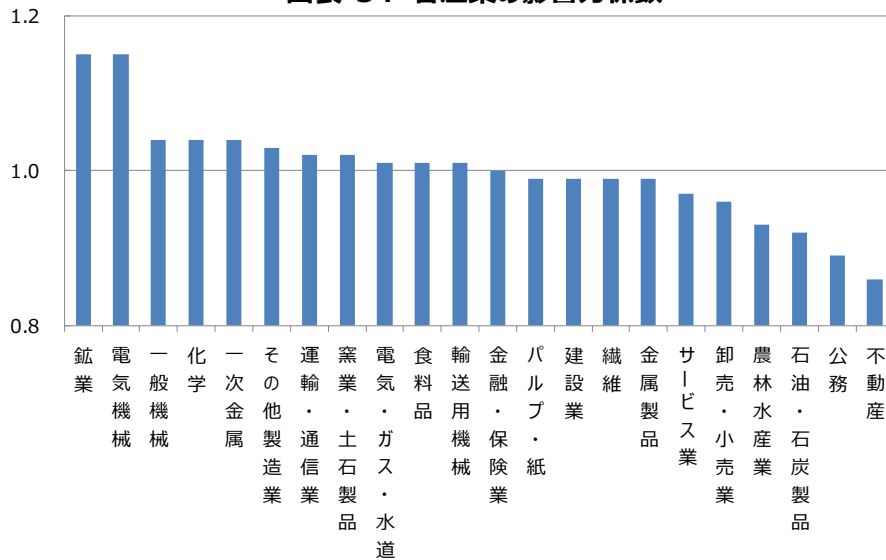
¹⁶ インキュベーションマネージャー：起業化についての技術面、経営面など、幅広い相談に応じる人

④ 市内経済の循環性向上

本市の各産業の影響力係数¹⁷をみると、製造業を中心に1.0を超えた大きい値であり、これらは相対的に市内への生産波及効果が高い産業であることが分かります。これらの産業への需要が高まると、本市の他産業の需要を喚起し、生産増へとつながることが期待されます。

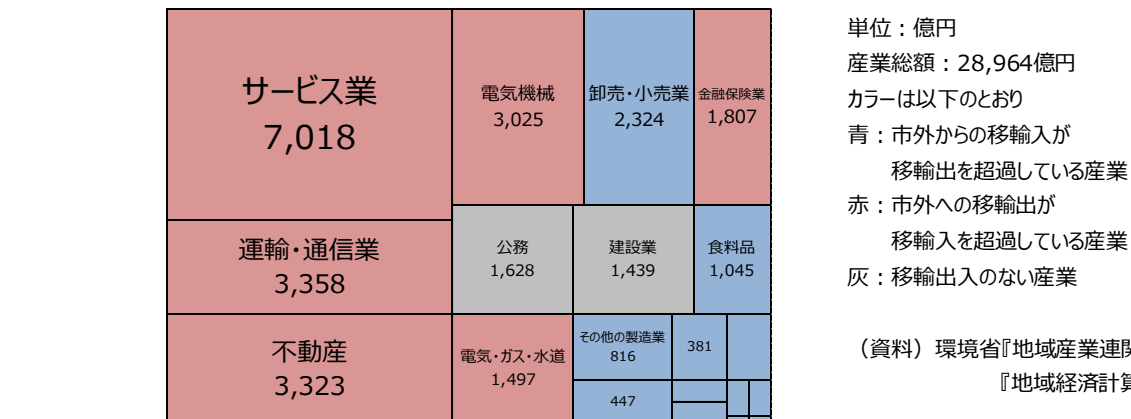
これに対し、製造業の移輸出入¹⁸の状況をみると、電気機械は市外へ移出して稼いでいる一方、食料品やその他製造業は市外からの移輸入に依存する形になっています。業種によっては、原材料の全てを市内で調達することは困難であり、移輸入せざるを得ないものもありありますが、できる限り市内の資源を活用して地域経済の循環性を高めながら付加価値を高めていくことが望ましいといえます。また、地域経済の循環性を向上させつつ、市外へ移輸出して稼ぐ仕組みを強化していくことが、市内経済の活性化につながります。

図表 34 各産業の影響力係数



(資料) 環境省「地域産業連関表」、「地域経済計算」を参考に作成

図表 35 各産業の生産額及び移輸出入の状況



¹⁷ 産業の影響力係数：ある産業に対する最終需要が生じたときに、産業全体に与える生産波及の影響力の強さを相対的に表す指標。係数が大きいほど、当該産業への需要が他産業への需要を喚起することで市内全体へ波及する効果が大きい。

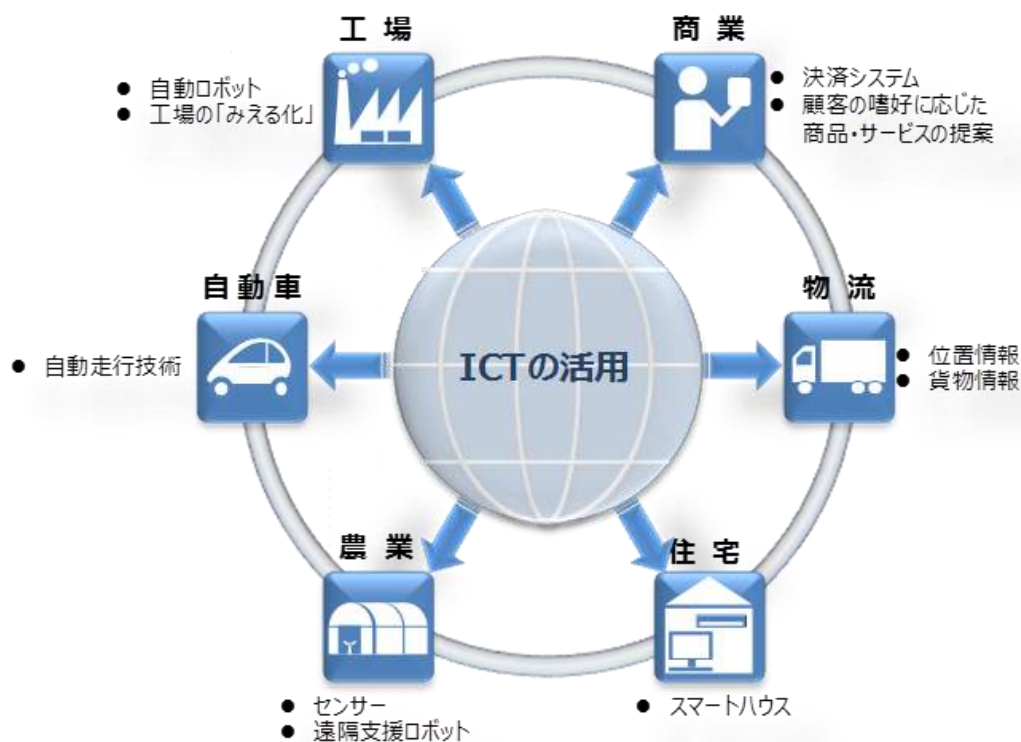
¹⁸ 移輸出入：域内で生産された商品が域外へ販売されることが移輸出であり、国内への移出と国外への輸出からなる。また、域外で生産された商品を域内へ購入していただくことが移輸入であり、国内からの移入と国外からの輸入からなる。

⑤ 製造業と ICT 産業の連携強化

技術革新の進展とともに、今後、生産ラインのロボット化といった工場の自動化が進んでいくと考えられます。工場の自動化は、生産性の向上をもたらすことに加え、省力化により新製品開発や新規事業への参入といった新たな部門に人材を生かせることにもつながります。

一方で、ICT の活用による生産性の向上等に期待しつつも、具体的にどのように取り組んだら良いのか分からない事業者も多く存在します。現状では、製造業と ICT 産業の十分な連携ができていない状況にあるため、双方の業界の橋渡しができる人材の育成や、両業界の連携に向けた出会いの場(プラットフォーム)を作り、結び付きを強化させる必要があります。

図表 36 ICT の活用により期待される効果

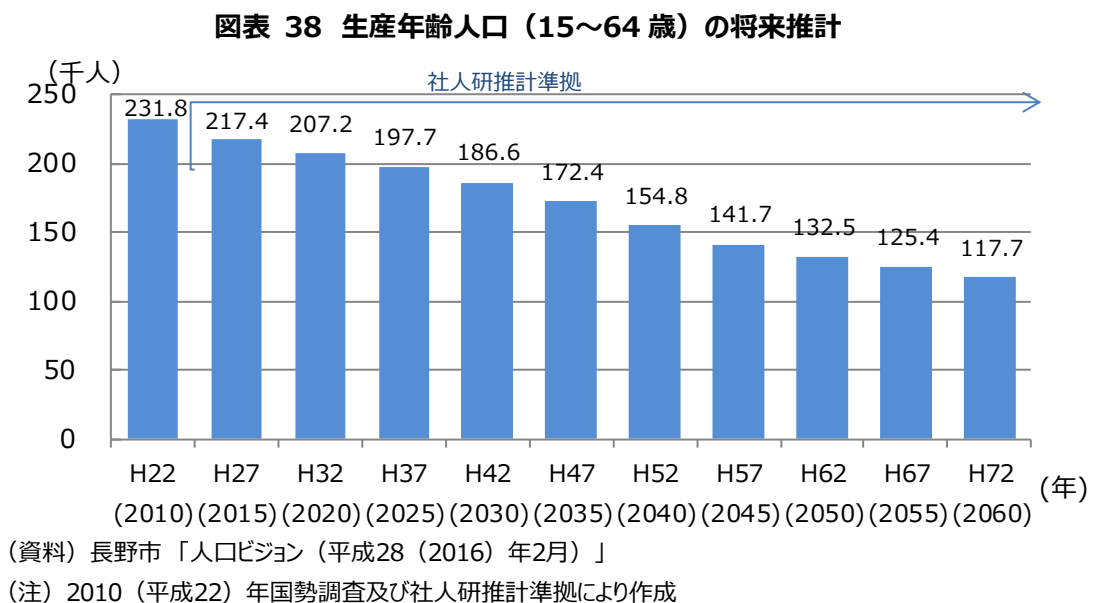
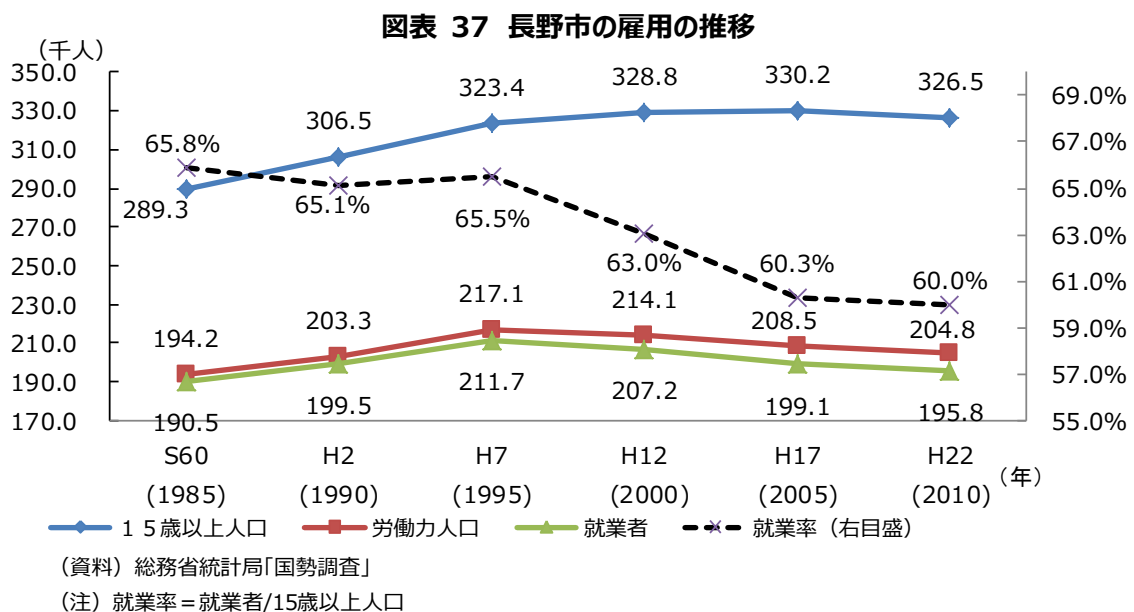


(3)雇用

① 生産年齢人口の減少と就業率の低下

国勢調査によると、本市の15歳以上人口は、昭和60（1985）年の289.3千人から徐々に増加してきましたが、平成17（2005）年の330.2千人をピークに減少に転じています。また、労働力人口（15歳以上で労働する能力と意思をもつ者の数）は、それより早い平成7（1995）年をピークに減少基調にあります。長野市人口ビジョンの推計によれば、生産年齢人口（15～64歳）は将来にわたって大きく減少していくことが見込まれ、労働力不足は一段と厳しさを増すと予想されます。そのため、若年層のUJIターン促進や女性・高齢者が活躍できる就労環境の整備により労働力を確保する取組が求められます。

また、就業率（就業者／15歳以上人口）は、平成12（2000）年から平成22（2010）年にかけて低下傾向にあり、労働力人口と就業者の差も大きくなっています。働く意思はあっても、雇用機会がなかったり、希望する職種や就労条件の企業が見つからなかったりすることが背景にあります。雇用の場の創出や、求職者と企業のマッチングを強化していく必要があります。

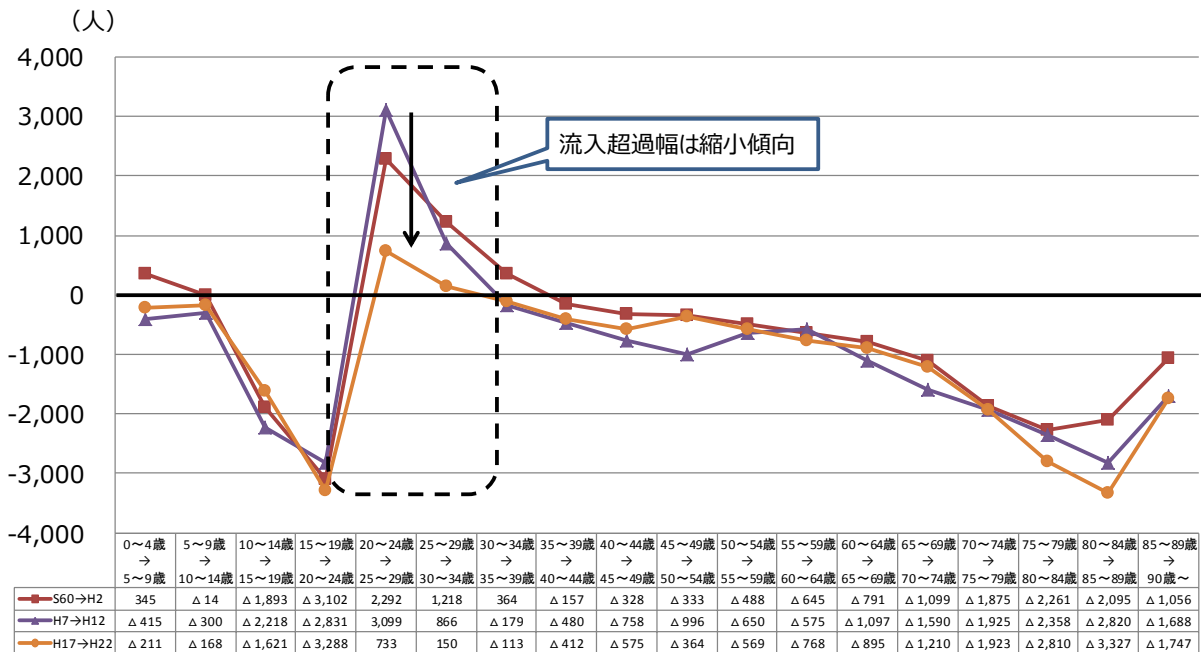


② 若年層のUJIターン数が減少傾向

年齢5歳階級別に人口移動の推移をみると、「15～19歳→20～24歳」は、大学進学や就職等を理由に市外への流出がみられ流出超過となっています。一方、「20～24歳→25～29歳」は、主に大学卒業後の就職等で他都市から本市へ流入する人が増えることから流入超過となっています。しかし、そのプラス幅は年々縮小傾向にあります。

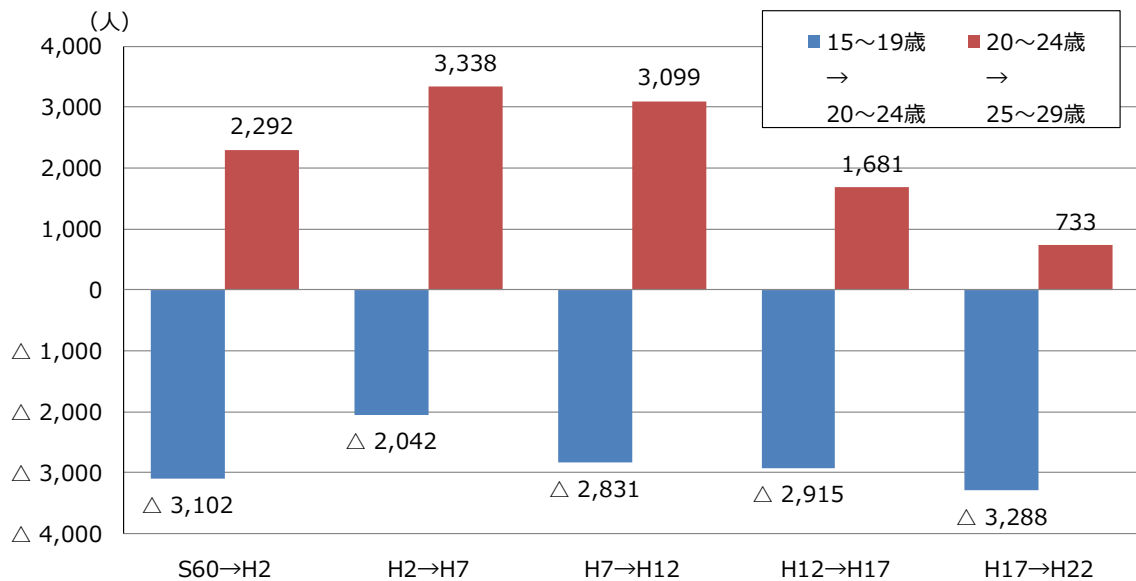
UJIターンの増加には、本市に雇用の受け皿があることや起業しやすい環境にあること等が必要となります。

図表 39 長野市の年齢5歳階級別人口移動の推移



(資料) 総務省統計局「国勢調査」

図表 40 10代後半から20代の人口移動の状況



(資料) 総務省統計局「国勢調査」

(注) 各年齢層の人口が、5年経過後にどの程度増減したかを示している。プラスは長野市への流入超過、マイナスは長野市からの流出超過

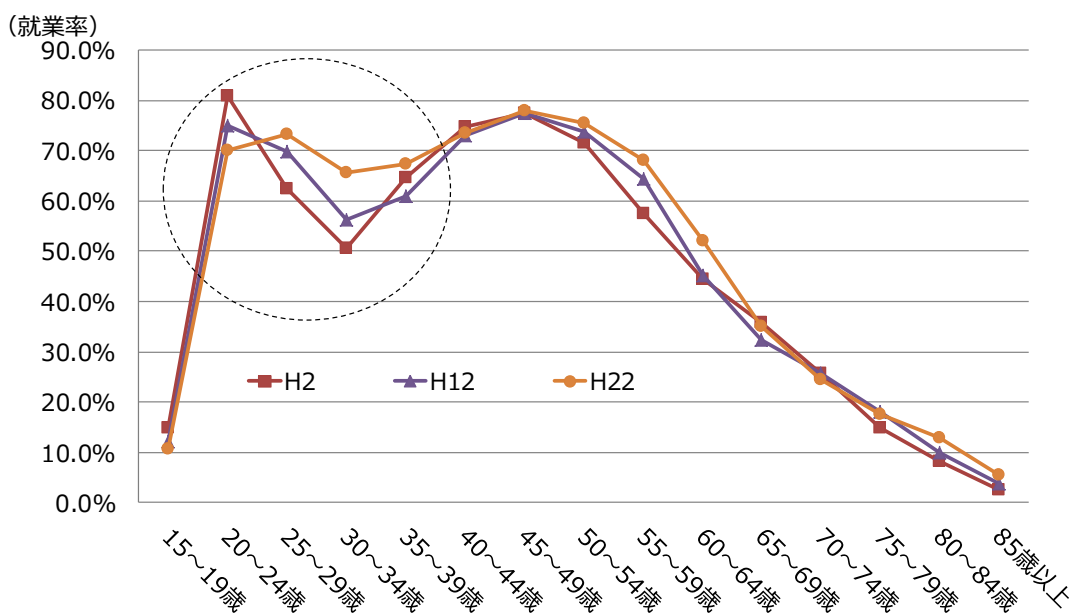
③ 他より低い子育て世代の女性の就業率

日本における女性の年齢階級別就業率をグラフで表したときに、出産・育児期にあたる30歳代で就業率が落ち込み、子育てが一段落した後に就業率が上昇する傾向がみられ、この傾向を描くM字型の曲線は「M字カーブ」といわれています。

本市の年齢5歳階級別女性就業率の推移をみると、平成2年（1990年）には20歳代後半から30歳代前半で就業率が大きく落ち込み、M字カーブがはっきりと表れています。平成22年（2010年）にはM字カーブは緩やかになっていますが、子育て世代の女性の就業率は、他の世代より依然として低い状況にあります。

女性が復職・再就職しやすい就労環境の整備を推進するなど、働く意欲のある女性が育児期間中も継続して就労したり、育児が落ち着いた後に社会に復帰しやすくするための取組を推進する必要があります。

図表 41 長野市の年齢5歳階級別女性就業率の推移



(資料) 総務省統計局「国勢調査」

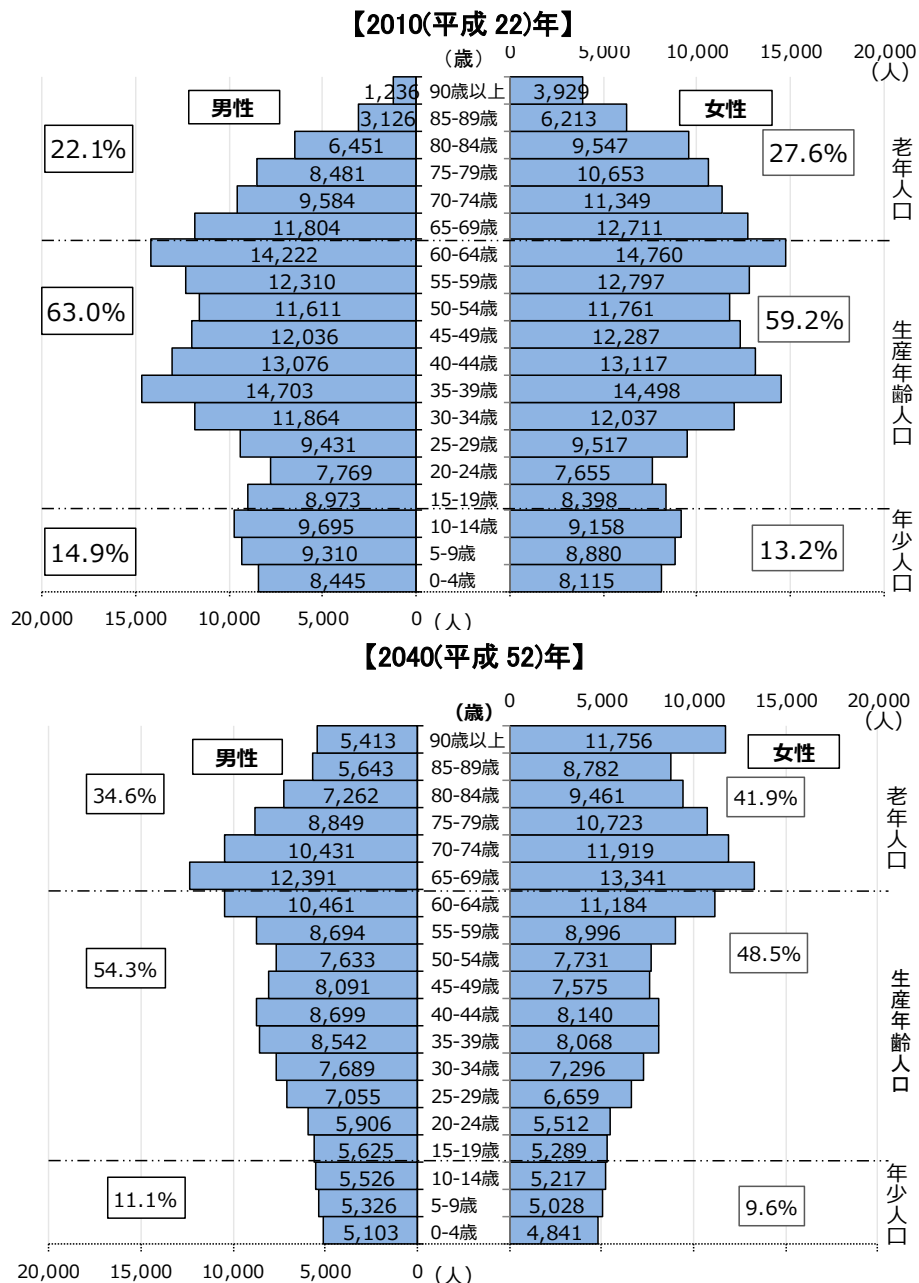
(注) 就業率 = 就業者 / 15歳以上人口

④ 高齢者・OB人材の雇用の拡大

生産年齢人口（15～64歳）の減少に伴う労働力不足を補う観点として、高齢者・OB人材の雇用の拡大があります。IoTの導入に伴う生産ラインの自動化などで、人から機械に働き手が取って代わる動きが加速することが予想されますが、ロボットや人工知能（AI）等では対応できない技術や知恵は、人間に頼らざるを得ません。こうした場面で、経験豊富な高齢者やOB人材の有するノウハウや技能を生かすことができます。

ただ、定年を境に勤務形態や業務内容、成果に対する責任などの期待要件が変化し、これと同時に賃金等の給与水準も低下することが多く、高齢者の就労に対するモチベーションが低下する懸念もあります。高齢者・OB人材の就労を促進するためには、勤務形態や業務内容等の条件を柔軟に組み合わせて対応することや、定年後の再雇用に関わる評価体系を整備するなど、労働に対するモチベーション維持に向けた取組が必要となります。

図表 42 人口ピラミッドの変化

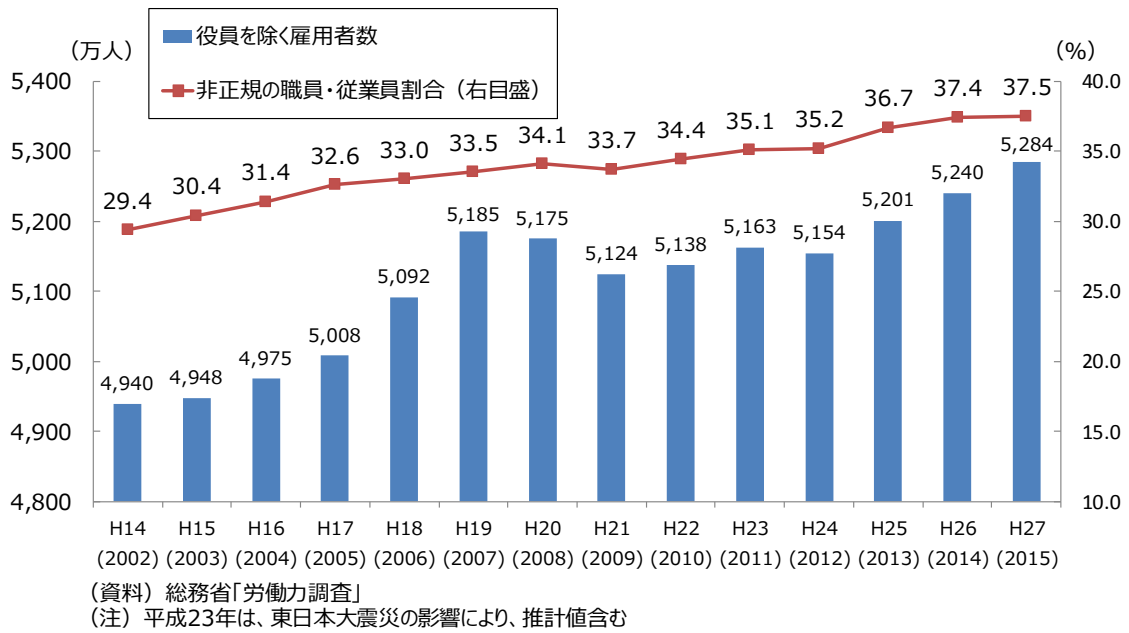


⑤非正規雇用の増加

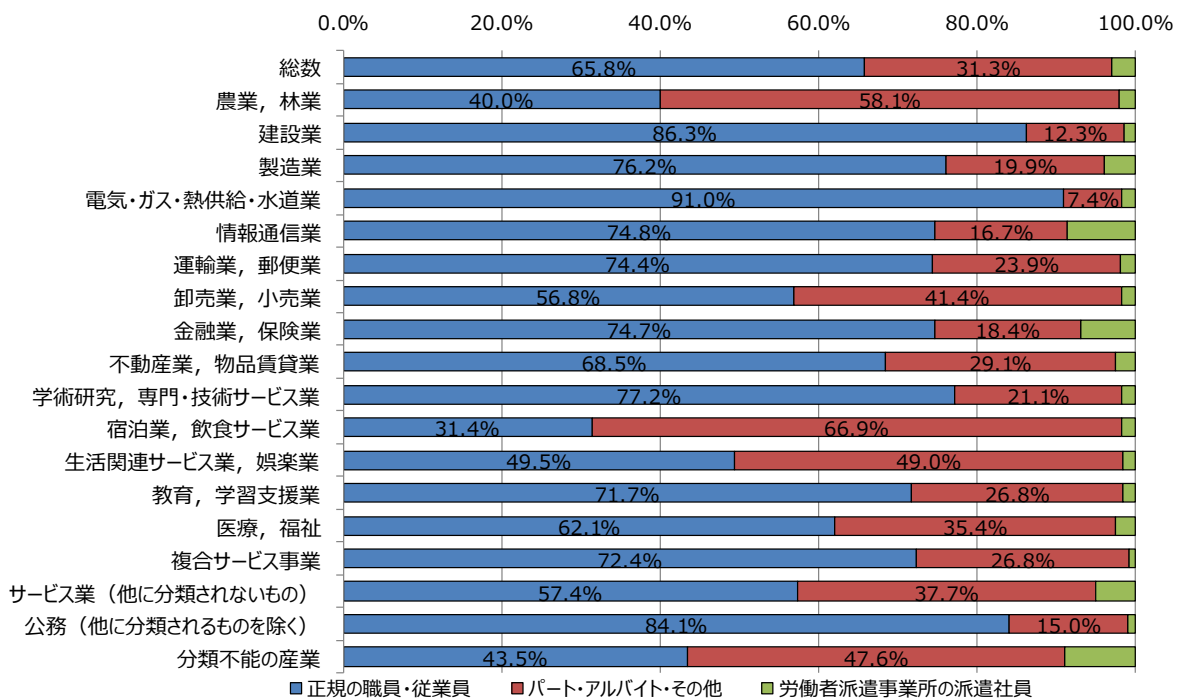
全国の雇用者数は、平成17（2005）年に5,000万人を超え増加基調にあります。同時に、非正規雇用者の割合も年々上昇しており、平成27（2015）年には37.5%に達しています。こうした中、本市の雇用形態を業種別にみると、サービス業などを中心に非正規雇用者の割合が高くなっています。

働く人の安心感につながる安定的な雇用形態を増やす取組や、心身ともに健康で働くことのできる雇用環境の整備が求められています。

図表 43 雇用者数と非正規雇用率の推移(全国)



図表 44 長野市の業種別雇用形態



4 長野市のポテンシャル

(1)交通結節点としての優位性

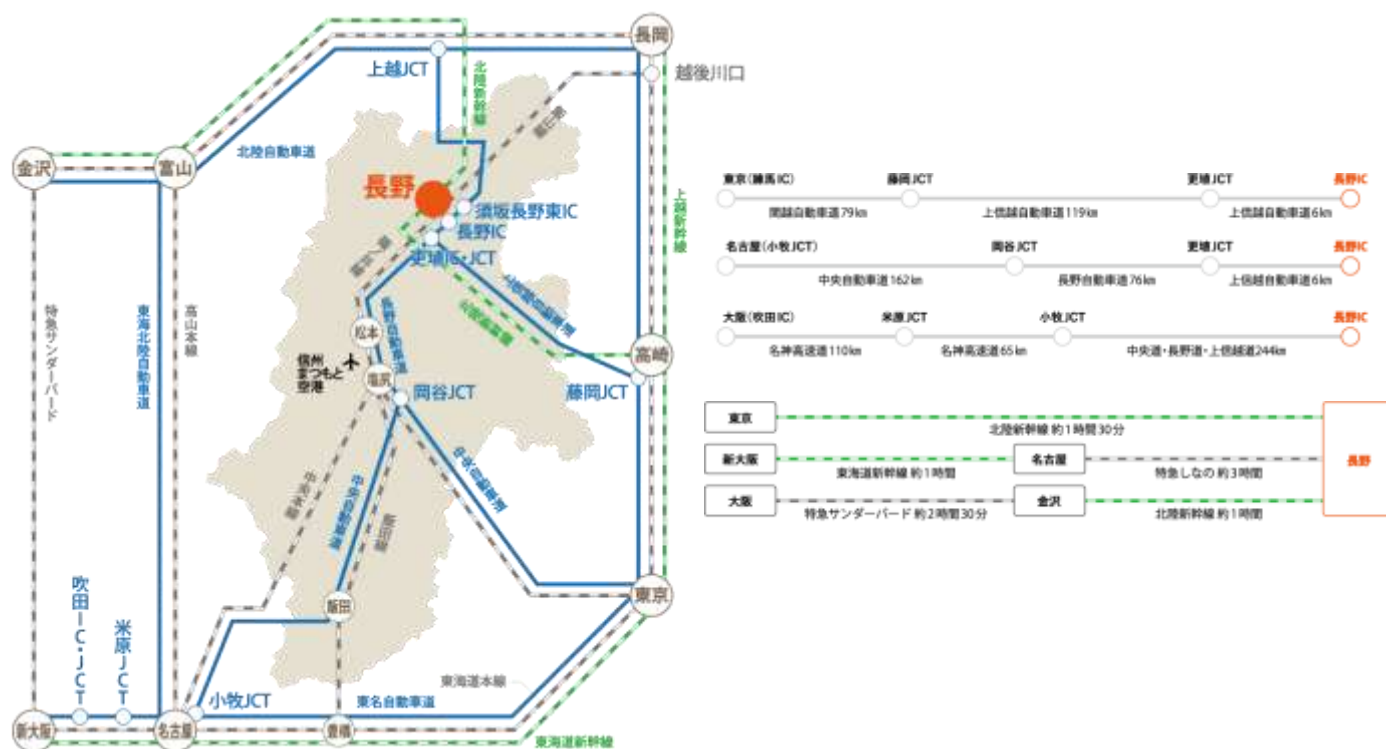
北陸新幹線や高速道路等の整備に伴う交流圏域の拡大により、本市は首都圏をはじめとする太平洋側地域と、北陸方面や新潟等の日本海側地域を結ぶ地方拠点都市として、存在感が高まってきました。

本市からの交通ルートは東京や名古屋、上越など三方へ開かれ、ビジネス・観光両面での交流が活発です。同時に、本市は東京港、川崎港、横浜港などの京浜港や名古屋港、直江津港とも近いことから、国内だけでなく海路によるグローバルな物流を考える上でも利便性の高さを有しています。また、空路も、羽田、成田空港や中部国際空港に加え、小松空港や富山きとときと空港とのアクセスも容易となり、海外との距離がさらに縮まりました。

北陸新幹線の金沢延伸開業により、北陸方面からの入り込みも大幅に増加したことで、平成27年に開催された善光寺御開帳には、過去最多となる707万人の参拝者を迎えました。また、県内企業へのアンケート調査では、東北信地域の非製造業を中心に北陸地域に営業エリアを拡大する動きもみられます。

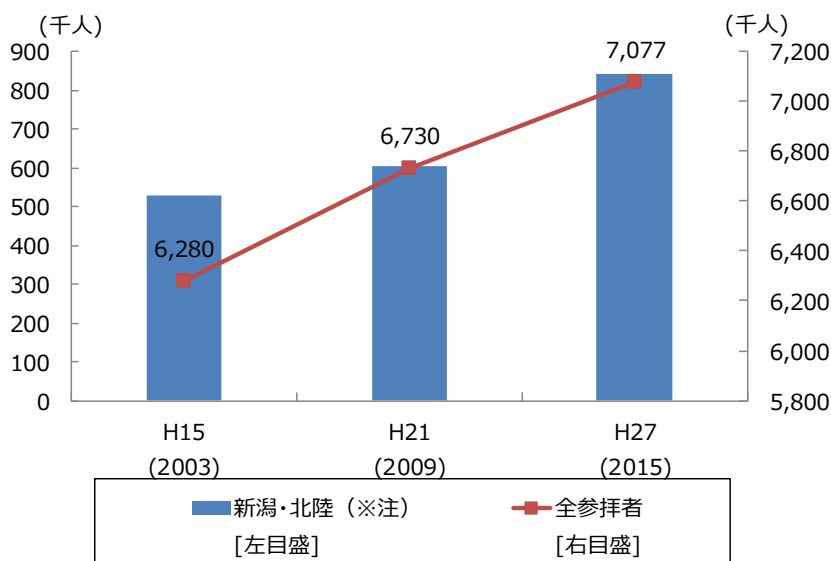
このように、交通結節点としての優位性を生かすことによるビジネス・観光需要の一層の拡大が期待できます。

図表 45 利便性の高い交通アクセス



(資料) 長野市移住手帖 N ターンのすすめホームページ

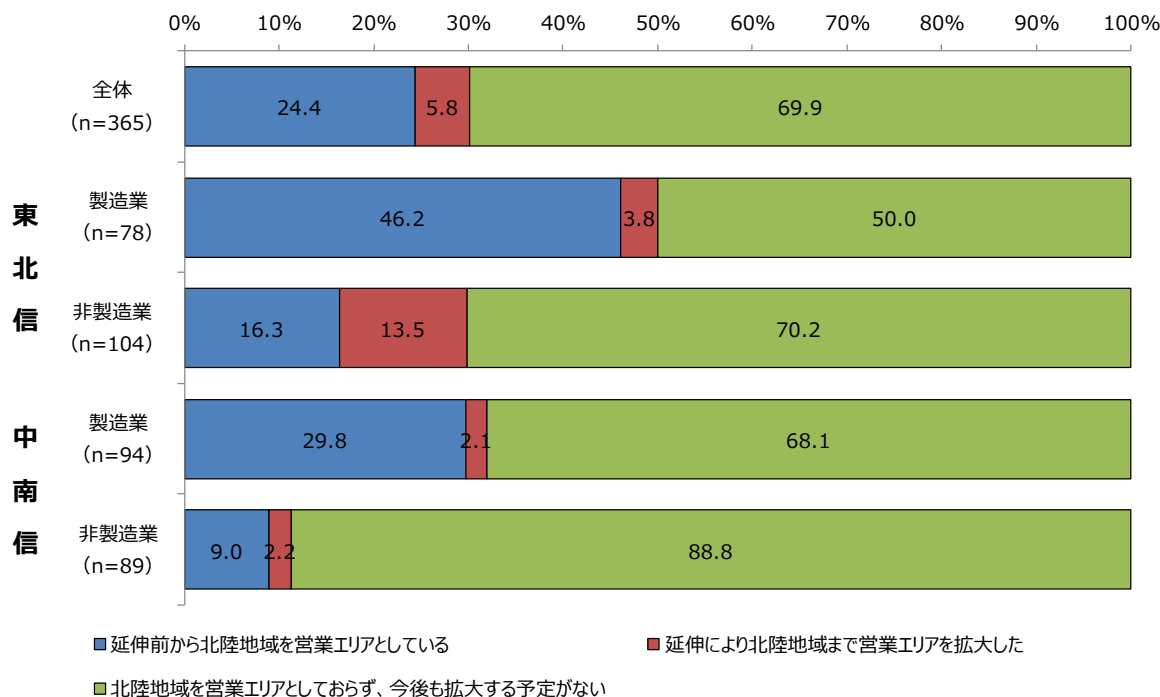
図表 46 善光寺御開帳への新潟・北陸方面からの参拝者数



(資料)一般財団法人長野経済研究所「人出も経済効果も過去最高となった善光寺御開帳 (経済月報 2015年8月)」を参考に作成

(注) 全参拝者数に新潟・北陸からの参拝者の割合を乗じて推計

図表 47 北陸新幹線延伸による営業エリアの変化



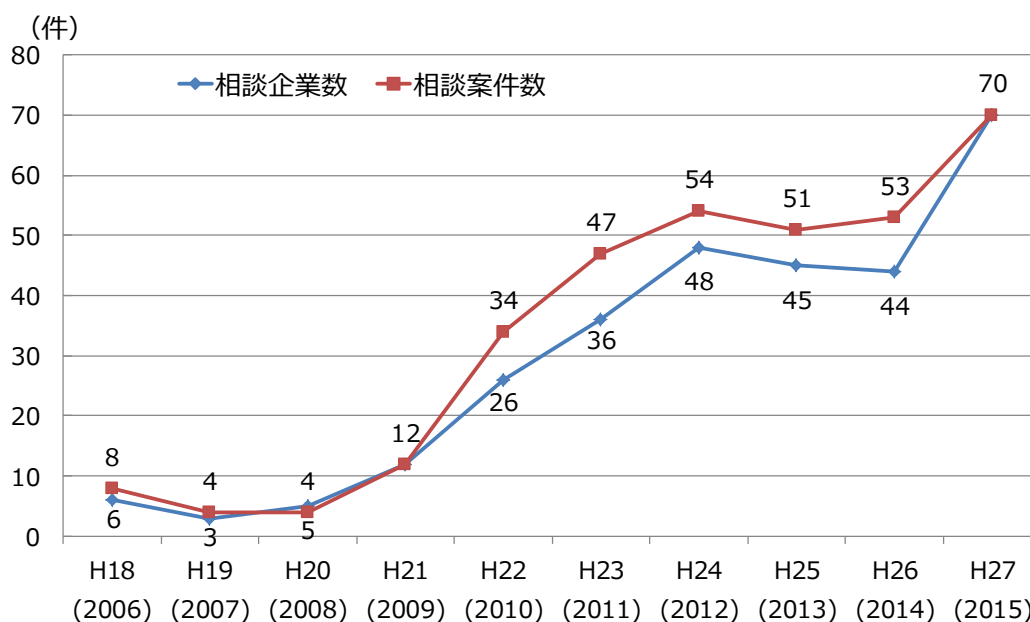
(資料) 一般財団法人長野経済研究所「県内企業の北陸新幹線延伸に関するアンケート調査結果 (2016年3月)」

(2)産学金官連携につながる拠点の充実

市内企業へのヒアリングから、事業を展開する上での本市の魅力として「信州大学・国立長野高専の存在」が多くあげられました。身近な「知の拠点」に相談することで、新たな技術開発のヒントを得たり、開発の前進につながったりする等、企業経営にプラスの効果をもたらされています。こうした連携の中核拠点として、本市には「長野市ものづくり支援センター（UFO NAGANO）」があります。相談件数は増加傾向にあり、施設の認知度と利用の動きが広がっていますが、まだ十分に活用できていない企業もあります。今後、より多くの企業の利活用を促進することで、企業の課題解決や新産業の創出に向けた動きがさらに広がることが期待されます。

また、市内には、国・県の出先機関や情報ネットワークの要となる地域に根ざした金融機関も存在します。様々な視点から地域経済の振興を図るうえで、産学金官の連携を促進し、それぞれに蓄積されたノウハウや情報、保有するネットワークを活用できる基盤が整っています。

図表 48 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) 長野市産業政策課

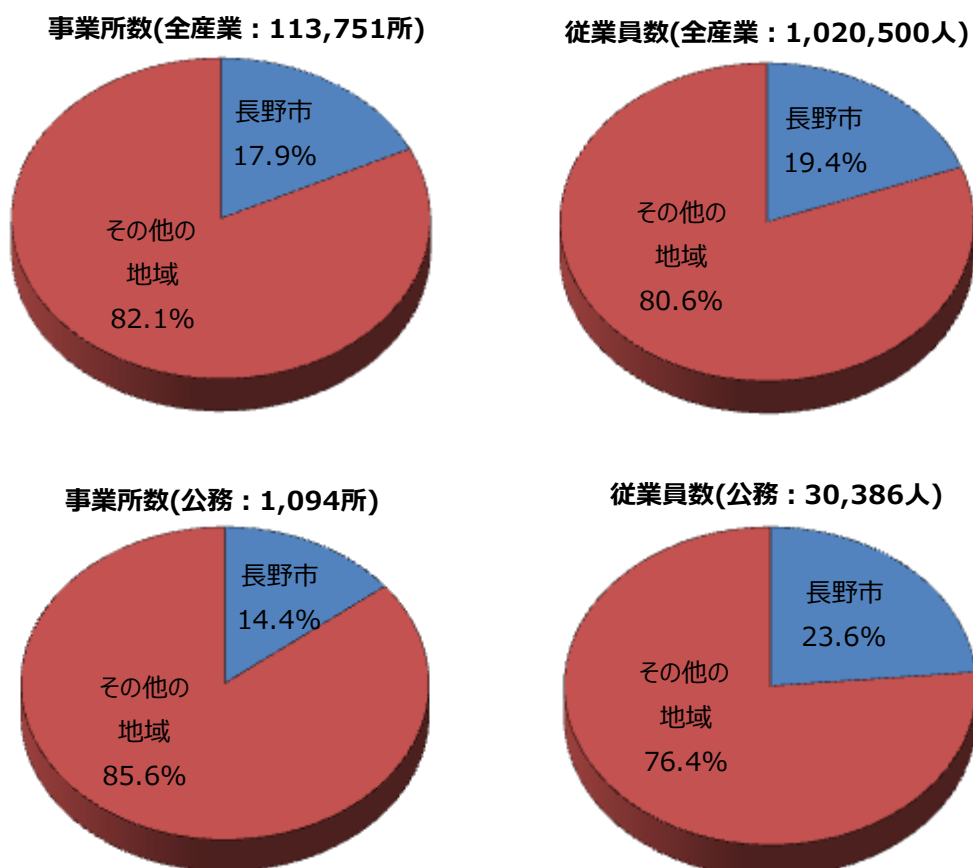
(3) 県都としての都市機能性

本市は明治4(1871)年6月に県庁が置かれて以来、国の出先機関や経済・文化面にわたる中心的機関が集中したことにより、政治・経済・文化の拠点として急速に発展し、官庁のほか、幅広い業種にわたって事業所が集積しました。また、平成11(1999)年には中核市に移行し、地方中核都市として地域をリードしてきました。

さらに、高速交通網の整備により交通拠点都市としての機能も高まったほか、平成17(2005)年及び平成21(2009)年の二度の合併により観光資源が増加するなど、新たな都市の魅力が創出され、産業振興のための基盤及び多様な業種の就労機会が整っているといえます。

このほか、平成10(1998)年の長野オリンピック・パラリンピック及び平成17(2005)年のスペシャルオリンピックス冬季世界大会の開催により、本市は世界的な知名度を有しています。これらの大会で整備された施設等では、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 49 長野県内における長野市への事業所・従業員の集積状況



(資料)総務省「平成26年経済センサス-基礎調査」

(4)認知度が高い「食のブランド力」

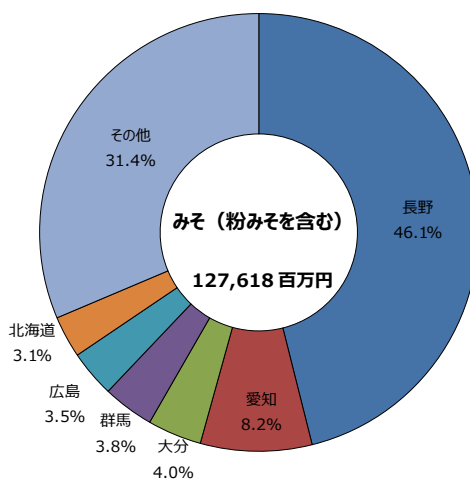
健康志向や安全志向の高まりは、日本食人気を高め、中でも豊かな自然環境に育まれた「長野産」や「信州産」の食品には注目が集まり、その評価も高まっています。「信州みそ」や「信州そば」は、歴史を重ね、製品の付加価値を高める中でブランドを確立し、国内はもちろん世界中にその名を広めています。特に、ぼっち盛りで知られる「戸隠そば」は、日本三大そばの一つに数えられ、高い知名度を誇っています。

こうした食のブランド力をさらに高め、情報発信力を強化することは、これら食料品の販路拡大や消費を促進し、製造拠点が集積する本市経済の活性化につながります。そのためには、大学等研究機関との共同研究を通じて、本市で作り出される食料品のさらなる高付加価値化や新製品開発への取組等が求められます。

図表 50 食のブランド「信州みそ」「信州そば(戸隠そば)」



図表 51 みその出荷額のシェア



(資料) 経済産業省「平成26年工業統計表 品目編」

(5)豊かな自然と利便性が共存する高い居住性

本市は飯綱山、戸隠山、聖山など四方を山に囲まれた盆地で、その中央には千曲川や犀川、裾花川が流れ、豊かな自然環境に恵まれています。飯綱高原、戸隠、鬼無里の一部は、平成27（2015）年に上信越高原国立高原から分離した「妙高戸隠連山国立公園」の区域内となっており、四季折々の美しい姿を見ることができるとともに、希少な動植物を観察することもできます。

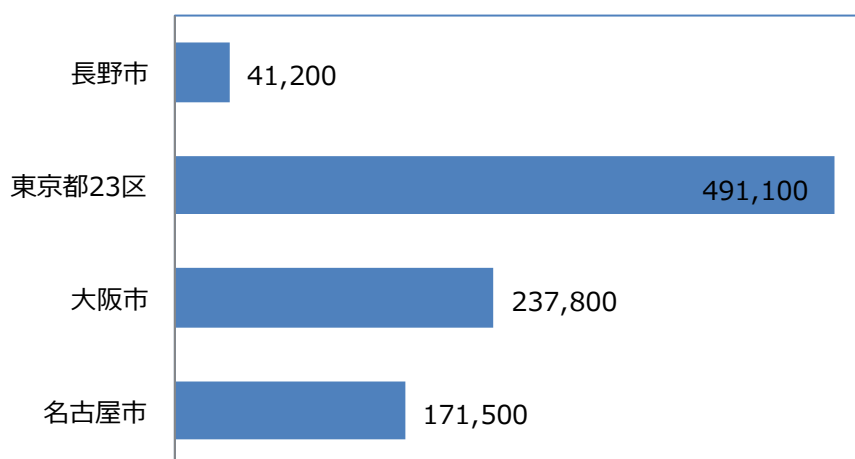
さらに、本市は善光寺の門前町として古くから栄えるとともに、県都として発展してきた経緯から都市機能が集積しており、歴史的な魅力と都市の利便性、豊かな自然環境が共存する、他都市にない特長を有しています。これらの強みに加えて、台風の影響を受けにくく大雨・強風などの自然災害が少ないことや、首都圏に限らず中京圏や北陸・関西圏へのアクセスも良好であること、大都市圏と比べ地価が安価であること等から、UJI ターンや二地域居住の場としても注目されています。

図表 52 移住希望地域ランキング

第1位	長野県	第6位	広島県
第2位	山梨県	第7位	高知県
第3位	島根県	第8位	秋田県
第4位	静岡県	第9位	大分県
第5位	岡山県	第10位	宮崎県

(資料) 認定NPO法人ふるさと回帰支援センター
「移住希望地域ランキング2015」

図表 53 都府県庁所在地の住宅地平均価格



(資料) 国土交通省「平成27年 都道府県地価調査」

(円/㎡)

第3編 商工業・雇用の目指すべき方向

第3編 商工業・雇用の目指すべき方向

1 長野市の商工業・雇用の将来像

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、雇用促進を通じて地域を持続的に発展させるために、本計画において市民・事業者等・行政が一体となって取組を進める指針となる本市の商工業・雇用の将来像が必要です。

こうした中、本市の最上位計画（最高方針）である第五次長野市総合計画（計画期間：平成29（2017）年度～平成38（2026）年度）では、まちの将来像を「幸せ実感都市『ながの』～“オールながの”で未来を創造しよう～」と描き、その実現に向けて分野別のまちづくりの基本方針を定めています。

そこで本計画では、第五次長野市総合計画で描くまちの将来像や産業・経済分野のまちづくりの基本方針である「産業の活力と賑わいのあふれるまち『ながの』」を踏まえ、本市の商工業・雇用の将来像を以下のように掲げます。

**活力ある商工業の連携が賑わいを生み、
多様な働き方ができるまち『ながの』**

【長野市の商工業・雇用の将来像について】

目まぐるしく変化する社会と、多様化する消費者ニーズに対応した持続可能な商工業を実現するため、商工業における既存の産業基盤を強化し、地域の特性を生かした強みを伸長するとともに、新たな活力を創造します。また、担い手を育成し、持続的発展に向けた就労支援の充実を図りながら、商工業・雇用の組織・分野を超えた産業間・事業者間の連携を強化することで相乗効果を高め、活力と賑わいのあふれるまち「ながの」を目指します。

2 将来像の実現に向けた視点

(1) 既存の産業基盤の強化

ライフスタイルの変化や消費者ニーズの多様化、インターネットショッピングの拡大等を背景として、本市商業の地元滞留率は低下傾向にあります。また、本市の商圈人口は平成12(2000)年の調査をピークに減少しており、小売業の年間商品販売額も減少傾向にあります。今後も人口減少が予測されるため、更なる経済規模の縮小が懸念されます。

こうした環境の中で、本市の商業が将来にわたって持続していくためには、商業環境の整備や事業者の経営基盤の強化、地域に密着した商業活動が必要です。そのために、訪れる人が安心して買物できるよう商店街環境の整備を支援します。同時に、事業者の育成や経営相談の体制を整備するため、商工会議所、商工会等の商工団体の活動を支援します。また、既存の商業振興施設の有効活用を図ります。

商業分野
基本方針 1-1

持続する商業環境の整備と経営基盤の強化

本市の製造業は、食料品、出版・印刷、電子デバイス・情報通信機器関連などを中心に偏りがなく業種バランスがとれた形で集積していますが、これらの中核業種の中にも全国に比べ労働生産性が低位なものもあります。また、産学官連携の中核拠点である「長野市ものづくり支援センター（UFO NAGANO）」を活用できている企業もまだ多くない状況です。

こうした現状を踏まえ、本市の製造業の根幹を支えるものづくり産業、その基盤技術を担う中小企業を支援し、足腰の強い工業生産につながるよう環境を整備することが必要です。

産学官を結び付けるものづくりプラットフォームの機能を生かし、ものづくり企業の経営資源や技術資源を結び付ける取組を推進します。また、企業の新技术及び新製品の開発を進めるため、産業界、学術機関、金融機関などとの連携を推進します。人材育成では、中小企業の若手経営者や技術者の育成を支援します。

工業分野
基本方針 1-1

ものづくり産業の足腰強化と環境の整備

(2)地域の特性を生かした強みの伸長

本市の特徴は、善光寺の門前を中心に古くから栄え、県都として発展してきた中心市街地、生活の利便性と自然環境が調和し高い居住性を有する市街地周辺地域、豊かな自然環境と特色ある地域資源を有する中山間地域等の様々な地域により構成されていることであり、各地域の特長を生かせるような取組が必要です。

交通網の整備や郊外開発の進展に伴い、消費者の行動範囲は大幅に拡大しました。ロードサイド型の大型店は広い駐車場を備えて消費者を引き付け、レジャー目的も兼ねて市外の複合商業施設へ向かう市民も多く見受けられます。今後、人口が減少し、高い経済成長が望めない中、都市機能の維持や効率的な都市運営のためにも、コンパクトにまとまった良好な商業環境の形成を図る必要があります。

こうした中、本市は、「長野市都市計画マスタープラン」との整合を図りながら、商業施設の適正な配置と市域全体の地域特性に応じた商業環境の形成を促進していきます。都市の顔である中心市街地の魅力づくりを進め、来街者の増加を図るとともに、大型商業施設と連携した商業活性化を検討していきます。また、各地域の商店や商店街の取組を支援し、地元の商業活性化、地域資源の認知度及び市場評価の向上を図ります。中山間地域では、道の駅をはじめとする商業振興施設を活用しながら文化・伝統に根ざした地元産品の情報発信を進めます。

商業分野 基本方針 1-2

地域の特長を生かした商業の展開

本市の経済を活性化させるためには、市内産業の需要を高めて地域内の循環性を向上させると同時に、地域外から新たな利益を積極的に取り込むことが必要です。

本市には「長野産」や「信州産」を冠し、健康増進と安全安心を連想させる評価の高い食品が存在しており、その中でも「信州みそ」や「戸隠そば」は、歴史を重ね、品質を高めながらブランドを確立しています。こうした特色を生かした製品のブランド力をさらに高め、情報発信力を強化することで、製品の販路拡大や消費促進を進め、本市の経済活性化につなげます。そのために、大学等との連携を通じて、製造品の更なる高付加価値化や新製品開発への取組を進めるとともに、製品や技術を内外に広くアピールしていきます。

一方、ICT企業が集積していることも本市の特徴のひとつです。情報通信技術の進展に伴い、ICT産業が地域産業の活性化に寄与する期待は大きくなっており、幅広い業種の事業所が存在する本市において、ICT産業の集積を進めることは、様々な事業者の様々なニーズに応えるとともに、地域課題を解決するためのツールとなり得ます。

工業分野 基本方針 2-2

地域の特性が光るための取組

(3)新たな活力創造に向けて

本市の小規模小売店の数は減少傾向にあり、商店街も、経営者の高齢化や事業承継、空き店舗の活用など様々な課題を抱えています。その一方で、日常の買物における利便性向上、地域の交流や賑わいの創出などといった役割を商店街に期待する声も少なくありません。

個店や商店街の魅力を高めて活性化を図るには、意欲のある商店街団体の取組を支援すると同時に、新たなビジネスへ挑戦する意志と独自性を持った人材を育成する必要があります。

そのため、市民や観光客を誘客する取組や賑わいを創出する取組に積極的な商店街団体を支援していきます。また、購買行動の変化や消費者ニーズに対応できる人材を育成するとともに、商工団体が実施する経営相談や事業者間交流の支援、金融機関を介して創業資金の融資等を実施することで、起業・創業を支援します。

商業分野
基本方針 1-3

意欲のある事業者の支援

地域の工業の更なる活性化のためには、企業の誘致やイノベーションの創出と、これらを核とした産業の集積を図っていく必要があります。具体的には、新技術の導入、新産業の創出、新製品の開発、企業の誘致といった新たな活力を創出していく取組を推進していくことが重要です。

東日本大震災に伴う原子力発電所の事故とその後の電力不足を契機に、省エネ・省電力への取組や再生可能エネルギーへの転換に向けた意識が高まっています。環境保全への意識とともに新たな産業の創出及び育成に向け、バイオマス資源を活用した取組を支援します。

今後の技術革新や ICT の導入により、生産性の向上や多様な産業の連携が期待されていますが、具体的にどのように取り組んだら良いか分からない事業者も多く存在しています。大学等や、国や県の研究機関、金融機関といった連携拠点が充実している本市の長所を生かし、ICT 企業の集積のために情報ネットワークを拡充しながら積極的に誘致活動を展開していきます。また、工業団地の空き区画が残りわずかであり、大規模な工場を数多く誘致することが困難であるため、新たな産業用地の確保に向けて取り組んでいきます。

工業分野
基本方針 2-3

新たな活力の創出

(4) 持続的発展に向けた就労支援の充実

若年層の本市へのUJIターン数は減少傾向にあります。また、子育てなどを理由に仕事を辞めた女性や定年で仕事を離れた高齢者の中には、労働条件が合えば再び仕事をしたいと考えている潜在的な労働力も存在しています。さらに、今後、ますます進行する人口減少、少子・高齢化という人口構造の変化は、労働力の不足という問題をより深刻化させます。一方、雇用者の内訳においては、非正規雇用の従業員の割合が年々上昇しています。非正規雇用者の増加は、継続的な雇用に関する就労者の不安感につながっていきます。

こうした課題に対処するため、地元企業の情報を発信するとともに、地元企業と学生の情報交換やマッチングの機会を提供し、UJIターン就職等による人材の確保を支援します。また、求職者と仕事のミスマッチによる就労の機会損失を減らす取組を推進するほか、就労機会の拡大に向け柔軟な労働時間の設定やテレワークの促進など勤務場所に縛られない雇用の取組を支援します。一方、勤労者の健全な育成に向け、勤労者のための各種セミナー、研修会等の改善・充実を図るほか、福利厚生の実施など勤労者福祉の推進を通じ、心身ともに健康で働くことのできる雇用環境の整備に取り組みます。

雇用分野
基本方針 3-1

求職者としごとのマッチング支援と働きやすい環境の整備

雇用分野
基本方針 3-2

勤労者福祉の推進による雇用安定の支援

(5) 組織・分野を超えた横断的連携による施策推進力の強化

ものづくりにおける新製品や新技術の開発、賑わいあるの商業活動、多様化するニーズに応えるサービスの提供のために、従来の組織、業種、地域といった枠にとらわれない横断的な連携の重要性がますます高まっています。

本市は、県都としての都市機能性を備え、産学官それぞれの中核的な企業・拠点・機関が集積しているほか、首都圏や中京圏、北陸・新潟との良好なアクセスなど、連携を図るための推進力を有しています。

こうしたことから、商業・工業・雇用の各分野を横断して取り組むテーマを「戦略プロジェクト」と位置付け、農業・林業・観光等の各産業・学術研究機関・金融機関等の関係機関とも横断的に連携し、課題の解決に向け施策効果を高めていきます。

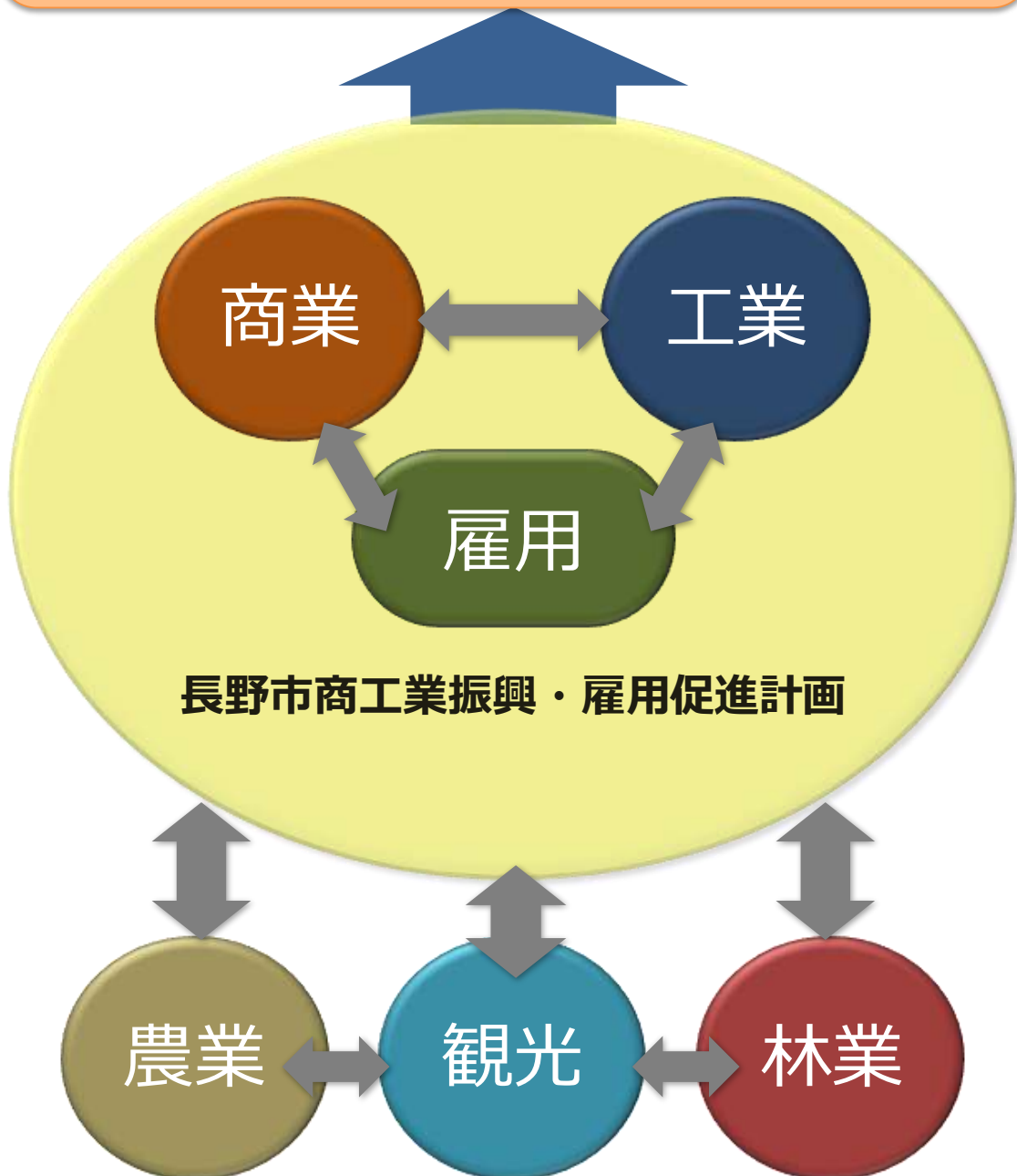
施策推進力の強化

戦略プロジェクト 1～4

将来像の実現に向けた本計画及び他の産業分野との連携イメージ

【本市の商工業・雇用の将来像】

活力ある商工業の連携が賑わいを生み、
多様な働き方ができるまち『ながの』



長野市商工業振興・雇用促進計画

第4編 行動計画

第4編 行動計画

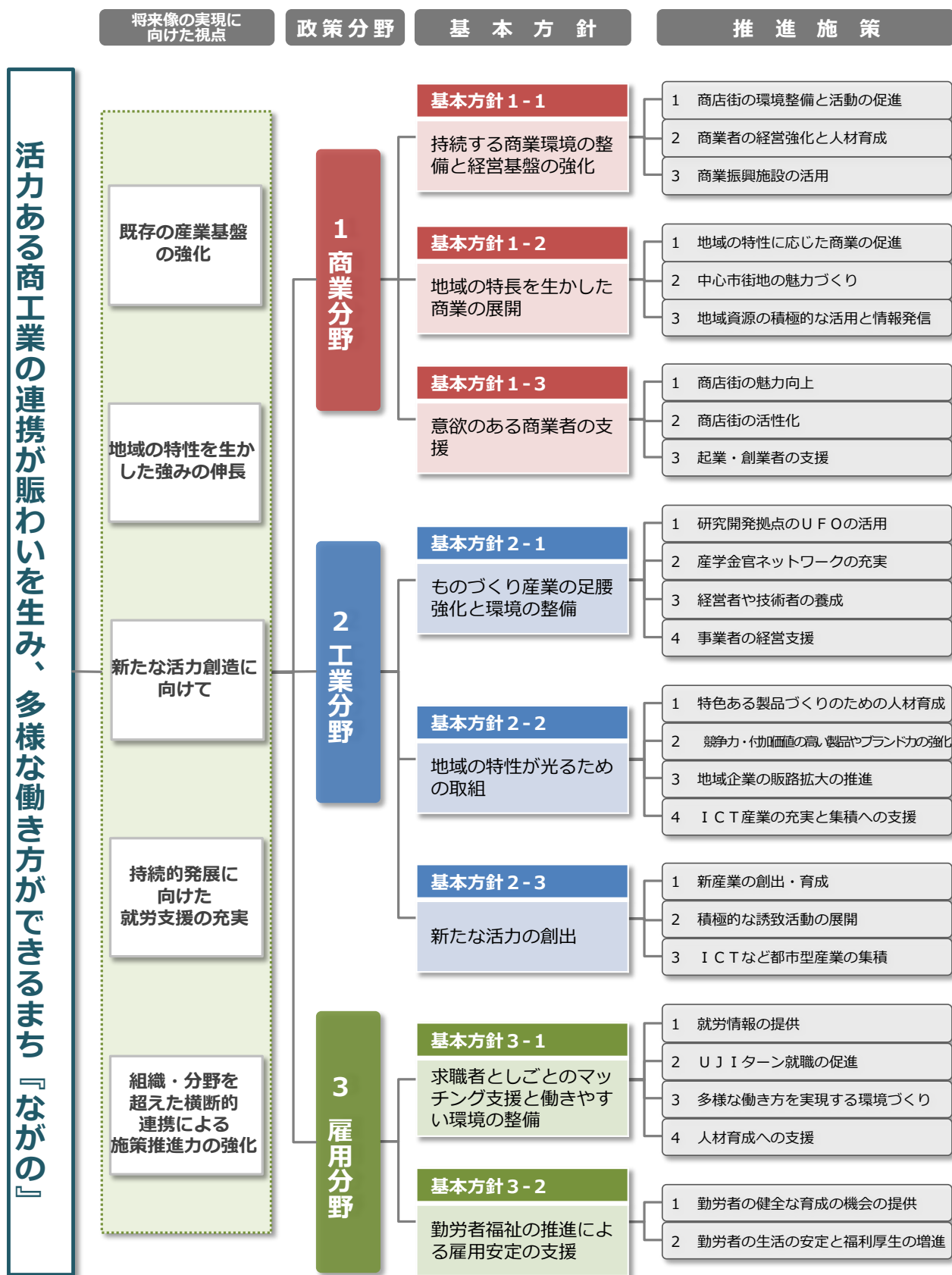
1 行動計画の構成

行動計画（アクションプラン）は、本市商工業・雇用の「将来像」を実現するため、「商業」「工業」「雇用」の分野ごとに、施策の基本的な方向性である「基本方針」と、これを実現するための「推進施策」から構成されます。また、分野ごとに「指標」を設けます。

「基本方針」では、主な施策の方向性と「実施主体」として関係する各主体それぞれに期待される役割を記載しています。

「推進施策」では、各推進施策の「取組方針」、「主な事業」とその「内容」を記します。「主な事業」欄では新規に該当する事業に★印を付し、取組等の拡充を図っていく事業については「◎」を付しています。また、「戦略PJ」欄では「第5編 戦略プロジェクト」に該当する事業に戦略プロジェクト番号を付して整理します。

2 施策体系図



3 商業工業の振興・雇用の促進に向けた 基本方針及び推進施策

商業分野

■商業分野は以下に示す3つの基本方針から構成されます。

1. 商業分野

基本方針 1-1 持続する商業環境の整備と経営基盤の強化

基本方針 1-2 地域の特長を生かした商業の展開

基本方針 1-3 意欲のある事業者の支援

■商業分野の指標

指標名	内容	現状値 (H27 年度)	目標値 (H33 年度)
年間商品販売額（小売業）	商業統計調査又は経済センサスによる市内の小売業の年間商品販売額	(H26 年) 4,290 億円	4,290 億円
まちなかパーキング利用者数 (年間)	長野地区中心市街地における長野まちなかパーキングの共通駐車サービス券の回収枚数	267,197 枚	333,000 枚
中心市街地歩行者通行量 (1 日間)	大門駐車場、権堂町、権堂大通り、長野銀座、南千歳町及び末広町6地点における歩行者及び自転車の1日間の通行者の数	106,143 人	126,000 人
空き店舗等活用事業利用件数 (累計)	空き店舗等活用事業により出店した件数	135 件	195 件
		(H12 年度からの累計)	
実践起業塾の卒業者の創業数 (累計)	実践起業塾の卒業者のうち創業した者の数	22 人	58 人
		(H22 年度からの累計)	

基本方針 1 – 1 持続する商業環境の整備と経営基盤の強化

- 市民の生活に欠かすことができない、地域に密着した商業活動に取り組む商店街団体が実施する環境整備を支援します。
- 経営者の高齢化・事業承継等の課題を有する中小企業者等を支援します。
- 郊外大型店・専門店などへの消費者のシフト、インターネットショッピングの拡大などによる環境変化、多様化する消費者ニーズ、大規模小売店・専門店の独自流通ルートの伸長、価格競争の激化等に対応する経営基盤の強化等に向け、商業者を育成するとともに相談体制の充実を図ります。
- 本市が設置する商業振興施設を活用します。

■関係主体とそれぞれに期待される役割は以下のとおりです。

関係主体	期待される役割
市民	○日常生活に必要な買物の場の維持・存続に向け、近隣の個店や商店街など市内での買物に努めます。
事業者	○商店街団体及び事業者は、商品の販売やサービスの提供に努め、地域の商業環境の整備・維持を目指します。
行政	○商工団体など関係団体と連携し、商業環境の維持と経営基盤の強化に向けた取組を支援します。

【推進施策 1】 商店街の環境整備と活動の促進

【取組方針】

- ・商店街を訪れる人の利便性及び安全性の向上のため、商店街団体が実施する環境整備を支援します。
- ・商店街団体の組織力を向上させるため、商店街団体等の活動を支援します。

主な事業	内容	戦略PJ
①商店街環境整備事業の助成	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商店街電灯料の助成	商店街団体が維持管理を実施する街路灯の電灯料を支援します。	

③商店街駐車場設置事業の助成	商店街団体が実施する自動車駐車場及び自転車駐車場の設置を支援します。	
④商店街街路灯等維持管理事業の補助	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）の照明器具への交換を支援します。	
⑤商店街事務局職員雇用事業の助成	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。	
⑥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を支援します。	1

【推進施策2】 商業者の経営強化と人材育成

【取組方針】

- ・商業者の経営基盤の強化等を図るため、資金融資制度等により商業者の経営を支援するとともに、商工会議所、商工会等の商工団体の活動の支援により商業者の育成及び経営・融資相談等の相談体制の整備を進めます。

主な事業	内容	戦略PJ
①中小企業振興資金の融資	金融機関に資金を預託し、中小企業者等に、その事業活動、事業転換及び創業に必要な資金を融資します。	1
②商工団体の育成【再掲】	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を支援します。	1
③地域総合整備資金の貸付け	一般財団法人地域総合整備財団（ふるさと財団）の支援を得て、金融機関と共同し、民間事業者（法人）が実施する地域振興に資する事業（公益性、事業採算性、低収益性等の観点から実施されるものに限る。）に必要な資金の貸付けを実施します。	
④商業環境の調査・研究（★）	市内の商業環境や買物環境等について、事業者・消費者の動向・意識の調査・研究を実施します。	3

【推進施策3】 商業振興施設の活用

【取組方針】

- ・地域の活性化と地場産業の振興を図り、都市と中山間地域の交流を促進するため、市が設置する商業振興施設を活用します。

主な事業	内容	戦略PJ
①商業振興施設の管理・運営	<p>本市が設置する次の商業振興施設の管理・運営を実施します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ア 戸隠そば博物館（とんくるりん） イ 鏡池園地総合案内施設（どんぐりハウス） ウ 戸隠交流促進施設（二番館・炭焼き体験施設） エ 鬼無里ふるさと体験施設 オ 大岡特産センター（道の駅大岡） カ 信州新町地場産業振興市場（道の駅信州新町） キ 中条地域特産物販売施設（道の駅中条） ク 中条農林産物直売施設 	2

基本方針 1 – 2 地域の特長を生かした商業の展開

- 「誰もが住みやすく移動しやすいコンパクトな街」の形成の核となる都市拠点（商業、文化、教育、医療福祉などの都市機能が集積し、公共交通を用いて多くの人アクセスする鉄道駅などを中心としたもの）及び地域生活拠点（地域の生活の利便性を向上させ、地域の中心となるもの）の方向性を生かした商業環境の形成を促進します。
- 自然環境及び文化・伝統に根ざした地元産品を活用するとともに市内外へ情報を発信します。

■都市拠点・地域生活拠点の整備方針

都市拠点	広域拠点	長野地区中心市街地	ここでしか手に入らないような商品及びサービスが提供される商業機能など、多様で高次の都市機能が集積する拠点としての形成を促進します。
	地域拠点	篠ノ井、松代、北長野	広域拠点に次ぐ商業機能など、多様な都市機能を分担できる拠点としての形成を促進します。
地域生活拠点	生活拠点	都市拠点以外の市街化区域内の鉄道駅周辺等	スーパーマーケット、食料品・日用品などの商店など、日常生活の拠点としての形成を促進します。
	生活中心地	市街化調整区域・都市計画区域外	既存の集落コミュニティを基本として、日常生活に必要な機能を全て満たすことができない場合などに、日常生活に必要な機能を連携により役割分担できる拠点としての形成を促進します。

（資料）長野市都市計画マスタープラン（平成 28 年 4 月 中間報告）

■関係主体とそれぞれに期待される役割は以下のとおりです

関係主体	期待される役割
市民	○地元産品の購入など地元産品の活用に努めます。
事業者	○まちづくりや都市計画など土地利用との整合のある事業の実施に努めます。 ○地元産品の活用に努めます。
行政	○市域全体の地域特性を考慮した商業環境を促進します。 ○関係団体と連携し、地元産品の活用及び情報発信に努めます。

【推進施策 1】 地域の特性に応じた商業の促進

【取組方針】

- ・まちづくりや都市計画など土地利用との整合を図るため、市民の生活基盤を支える地域の個店・商店街の地域ごとの集積環境、立地状況などを考慮し、市域全体の地域特性に応じた商業環境の形成を促進します。

主な事業	内容	戦略PJ
①商店街イベント事業の補助	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、行事等を支援します。	
②商業振興施設の管理・運営 【再掲】	本市が設置する次の商業振興施設の管理・運営を実施します。 ア 戸隠そば博物館（とんくるりん） イ 鏡池園地総合案内施設（どんぐりハウス） ウ 戸隠交流促進施設（二番館・炭焼き体験施設） エ 鬼無里ふるさと体験施設 オ 大岡特産センター（道の駅大岡） カ 信州新町地場産業振興市場（道の駅信州新町） キ 中条地域特産物販売施設（道の駅中条） ク 中条農林産物直売施設	2
③歩行者通行量の調査	中心市街地等における活性化策を模索するため、その基礎データとなる歩行者通行量を調査します。	
④商業環境形成指針の運用	周辺の商業・居住環境に影響が大きい大型店等の出店、増床等の事業計画の審査を行うこと等により、各種法令及び市の諸計画との整合を図ります。	
⑤商業環境の調査・研究（★） 【再掲】	市内の商業環境や買物環境等について、事業者・消費者の動向・意識の調査・研究を実施します。	3

【推進施策 2】 中心市街地の魅力づくり

【取組方針】

- ・都市の顔である中心市街地等（長野地区、篠ノ井地区及び松代地区）への来街者の増加を図るため、まちなかの回遊性向上、滞留時間の延長などに向けた中心市街地の魅力づくりに取り組みます。

主な事業	内容	戦略PJ
①大規模集客イベント事業の支援	商店街団体等が市全体の商業の活性化に貢献するために実施する大規模で集客力のある祭り、行事等を支援します。	2
②空き店舗等活用事業の補助	事業者等が出店のため実施する中心市街地等の空き店舗、空き家、空き倉庫等の改修等を支援します。	1
③若者未来創造スペース事業の実施（★）	中心市街地において、事業者が実施する若者、学生等の交流活動等を支援するとともに、まちの賑わいの創出に向けた若者、学生等の活動拠点を支援します。	3
④TMO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。	
⑤歩行者通行量の調査【再掲】	中心市街地等における活性化策を模索するため、その基礎データとなる歩行者通行量を調査します。	
⑥中心市街地の新たな魅力づくりへの取組（★）	株式会社まちづくり長野等の関係機関と連携し、中心市街地の新たな魅力づくりについて研究します。また、権堂地区で予定されている大型商業施設を核とした中心市街地の商業の活性化策を検討します。	

【推進施策3】 地域資源の積極的な活用と情報発信

【取組方針】

- ・地域資源の認知度及び市場評価の向上を図るため、個性と特色のある地域資源の積極的な活用及び市民・観光客などに向けた市内外への情報発信に取り組みます。

主な事業	内容	戦略PJ
①NAGANOフードプロモーションの実施	NAGANOフードプロモーションにより、首都圏での地元産品を使ったプロモーションを実施します。	2
②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。	2
③地元産品の販売・活用（◎）	本市の施設、イベント等における地元産品の販売・活用、市内飲食店における地元産品を活用したメニューの開発・支援等を進めます。	4

基本方針 1 – 3 意欲のある商業者の支援

- 消費者意識の多様化、インターネットショッピングの拡大など買物手段の多様化に対応する魅力ある店・商店街づくりを支援します。
- 商店街団体の活性化に向けた商店街団体のイベント等の共同事業等による誘客対策を支援します。
- 魅力ある事業の展開に意欲的に取り組む起業・創業者を育成、支援します。

■関係主体とそれぞれに期待される役割は以下のとおりです。

関係主体	期待される役割
市民	○消費者ニーズを発信するとともに、イベントなどの賑わいを創出する活動への参加に努めます。
事業者	○イベントの開催などにより賑わいを創出するとともに、魅力ある商品の販売やサービスの提供に努めます。
行政	○商工団体など各関係団体と連携し、魅力的な商業環境の形成への取組を支援します。

【推進施策 1】 商店街の魅力向上

【取組方針】

- ・魅力ある商店街づくりのため、市民・観光客の誘客に向けた商店街団体及び個店の取組を支援します。

主な事業	内容	戦略PJ
①商店街魅力アップ支援事業の補助	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。	
②商店街マップ作成事業の補助 (◎)	市民及び観光客の利便を図るために継続的に利用可能な商店街団体のマップの作成を支援します。	
③販路拡張及び技術向上事業の助成	中小企業団体が実施する販路拡張及び技術向上のための研修会、講演会及び展示会事業を支援します。	
④空き店舗等活用事業の補助 【再掲】	事業者等が出店のため実施する中心市街地等の空き店舗、空き家、空き倉庫等の改修等を支援します。	1

【推進施策2】 商店街の活性化

【取組方針】

・商店街の活性化を図るため、人が集まり、賑わいを創出する商店街団体等の取組を支援します。

主な事業	内容	戦略PJ
①商店街イベント事業の補助【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、行事等を支援します。	
②大規模集客イベント事業の支援【再掲】	商店街団体等が本市全体の商業の活性化に貢献するために実施する大規模で集客力のある祭り、行事等を支援します。	2
③賑わい演出事業の補助	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。	
④商店街活性化計画策定事業の助成	商店街団体が商店街の活性化を図るために実施する商店街活性化計画の策定を支援します。	

【推進施策3】 起業・創業者の支援

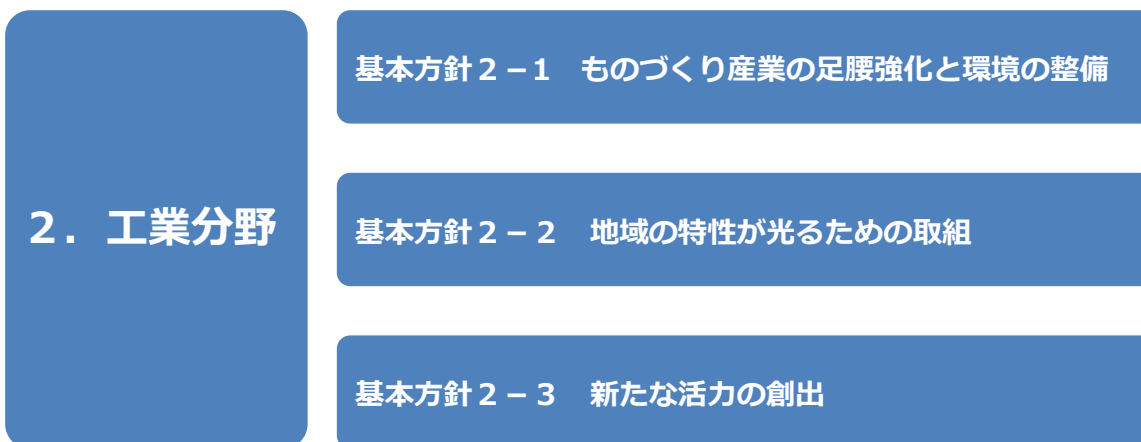
【取組方針】

・競争力のある商業の育成を図るとともに新規事業の経営基盤の強化を図るため、新たなビジネス分野へ挑戦する意欲と独自性を持った起業・創業者を育成するとともに、事業を支援します。

主な事業	内容	戦略PJ
①実践起業塾の開催	新規創業予定者等向けに、販売戦略、財務戦略等の講座を開催し、消費者ニーズに対応した商業活動を実践できる人材を育成します。	1
②商工団体の育成【再掲】	事業者の税務・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を支援します。	1
③中小企業振興資金の融資【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、事業転換及び創業に必要な資金を融資します。	1
④若者未来創造スペース事業の実施(★)【再掲】	中心市街地において、事業者が実施する若者、学生等の交流活動等を支援するとともに、まちの賑わいの創出に向けた若者、学生等の活動拠点を支援します。	3

工業分野

■工業分野は以下に示す3つの基本方針から構成されます。



■工業分野の指標

指標名	内容	現状値 (H27年度)	目標値 (H33年度)
製造品出荷額等(年)	工業統計調査又は経済センサスによる市内の従業者4人以上の事業所の年間製造品出荷額等	(H26年) 4,388億円	4,575億円
大学等と共同で新技術・新製品の開発を行う件数 (累計)	長野市ものづくり研究開発事業の選定を経て、大学等と共同開発を行う事業の延べ件数	29件 (H17年度からの累計)	47件
産業フェアへの来場者数	産業フェアへの年間の来場者数	13,204人	16,000人
雇用創出人数 (累計)	雇用創出企業立地支援事業助成金における雇用創出人数とオフィス家賃等補助事業助成金等における雇用者数(新設・転入事業所分)の合計の数	162人 (H25年度からの累計)	460人
企業誘致成功件数 (累計)	誘致した企業の延べ件数	46件 (H20年度からの累計)	76件

基本方針 2 – 1 ものづくり産業の足腰強化と環境の整備

- 産学官連携支援施設「長野市ものづくり支援センター（UFO NAGANO）」を中心に、各機関との連携強化を図るとともに、ものづくり産業の拠点としても活用します。
- 都市の成長基盤となる製造業の経営力・販売力を強化するため、技術革新・経営革新に向けた取組を支援します。
- 中小企業の若手経営者の育成等、事業承継に向けた支援をします。

■関係主体とそれぞれに期待される役割は以下のとおりです。

関係主体	期待される役割
事業者	○経営力強化に向け、技術力向上、新製品開発及び販路拡大に取り組みます。
学術・金融機関	○知識・資金を提供し、地域企業の技術・製品の改良等に貢献します。
行政	○経営力強化に向けた施策を展開することで企業を支援します。

【推進施策 1】 研究開発拠点のUFOの活用

【取組方針】

- ・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するため、研究開発拠点となる長野市ものづくり支援センター（UFO NAGANO）の機能を生かし、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る取組を推進します。

主な事業	内容	戦略PJ
① 長野市ものづくり支援センター（UFO NAGANO）の管理・運営	企業、大学等の産学官連携による新技術の研究開発、製品の高付加価値化等に向けた、ものづくりの活動の拠点の活用を図ります。	2
② インキュベーションマネージャー等の配置	インキュベーションマネージャーと産学連携コーディネーターにより、産学官連携の推進、企業の課題解決など、ものづくり系を中心とした市内中小企業の各種相談業務を行います。	
③ UFOものづくりサロンの実施	情報交換及び技術交流のため、企業経営者と学術・研究機関との交流の場を提供します。	

【推進施策2】産学金官ネットワークの充実

【取組方針】

- ・企業の新技术及び新製品の開発を進めるため、産業界、大学等の学術機関、金融機関、行政など産学金官の連携を推進します。

主な事業	内容	戦略PJ
①高等教育機関との連携	信州大学、国立長野高専等と連携し、人材育成事業を実施します。	2
②金融機関との連携	企業の新技术及び新製品の開発等について、金融機関と連携して支援します。	
③UFO ものづくりサロンの実施 【再掲】	情報交換、技術交流のため、企業経営者と学術・研究機関との交流の場を提供します。	

【推進施策3】経営者や技術者の養成

【取組方針】

- ・技術力向上及び経営革新のため、企業経営者及び技術者の人材育成を支援します。

主な事業	内容	戦略PJ
①UFO 長野共創塾の開催	信州大学との連携により、経営者及び後継者などを対象とした経営実践講座を開講します。	
②ものづくり人材育成講座の開催	国立長野高専との共同により、ものづくりの基礎技術を習得するとともに、新製品等の開発能力を高める技術者の育成講座を開催します。	
③ものづくり産業中小企業等人材育成事業の補助	ものづくり産業、情報通信関連産業及び建設業の中小企業者が実施する人材育成事業を支援します。	
④ながのブランド郷土食事業の実施(◎)	信州大学との共同により、加工食品等の高付加価値化及び新製品の開発につなげる人材の育成を支援します。	1

【推進施策4】 事業者の経営支援

【取組方針】

- ・ 企業における工場及び事業所への初期投資、増設等の負担軽減により中小企業の経営基盤を支援するため、助成制度、資金融資制度等の充実を図ります。

主な事業	内容	戦略PJ
①事業所等設置事業の補助	企業が工業地域等で実施する工場又は事業所の新設又は増設を支援します。	
②公害防止施設設置事業の補助	工場を有する者が実施する事業活動に伴って生じる大気の汚染、水質の汚濁、騒音、振動、悪臭等を防止し、又は除去する公害防止施設の設置を支援します。	
③工場等緑化事業の助成	事業所を有する者が実施する樹木等の植栽を支援します。	
④事業用地取得事業の助成	工業系用途地域に工場又は事業所を設置するために実施する用地の取得を支援します。	
⑤中小企業振興資金の融資【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、事業転換及び創業に必要な資金を融資します。	1
⑥商工団体の育成【再掲】	事業者の税務・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を支援します。	1
⑦事業用地情報の提供	一般社団法人長野県宅地建物取引業協会と連携し、企業に対して事業用地に係る情報を提供します。	

基本方針 2 – 2 地域の特性が光るための取組

- 本市で盛んな食品加工製造業について、企業の経営者及び従事者の技術・技能等の向上、加工食品等の高付加価値化等を図るため、中小企業者が実施する人材育成を支援します。
- 既存の伝統的製造技術に加え、新たな製造技術の開発などによる地域ブランドといえる加工産業群を創出します。
- 地場の中で培われた技術を生かしたものづくりによる製造品の販路拡大を支援します。
- 集積する ICT 産業について、更なる集積に向け ICT 企業を誘致します。

■関係主体とそれぞれに期待される役割は以下のとおりです。

関係主体	期待される役割
事業者	○地域資源を生かした新製品・新技術の開発に取り組みます。
学術・金融機関	○知識・資金を提供し、地域企業の新技術・新製品の開発に貢献します。
行政	○関係機関との連携により、企業の新たな取組を支援します。

【推進施策 1】 特色ある製品づくりのための人材育成

【取組方針】

- ・地場産品を活用したものづくり及び特色のある産品の高付加価値化を図るため、技術・技能等の向上に資する人材育成を支援します。

主な事業	内容	戦略 PJ
①ものづくり産業中小企業等人材育成事業の補助【再掲】	ものづくり産業、情報通信関連産業及び建設業の中小企業者が実施する人材育成事業を支援します。	
②ながのブランド郷土食事業の実施(◎)【再掲】	信州大学との共同により、加工食品等の高付加価値化及び新製品の開発につなげる人材の育成を支援します。	2

【推進施策2】 競争力・付加価値の高い製品やブランド力の強化

【取組方針】

- ・新たな製品及び販路開拓を促進するため、中小企業者等が実施する新技術又は新製品の開発及び新たな販路開拓を支援します。

主な事業	内容	戦略PJ
①ものづくり研究開発支援事業の補助	市内の中小企業等が大学連携機関と共同して行う新技術等研究開発事業を支援します。	
②新産業創出事業の補助	中小企業者等が実施する新製品、新工法等の開発又は機械、器具等の省力化、高機能化等を図るための技術開発を支援します。	
③企業コーディネートサポート事業の実施	公益財団法人長野県テクノ財団及び金融機関と連携し、中小企業が抱える技術及び資金面等の課題解決を支援します。	
④ながのブランド郷土食事業の実施（◎）【再掲】	信州大学との共同により、加工食品等の高付加価値化及び新製品の開発につなげる人材の育成を支援します。	2

【推進施策3】 地域企業の販路拡大の推進

【取組方針】

- ・ものづくり産業の振興を図るため、地域企業の技術や製造品を内外に広くアピールします。

主な事業	内容	戦略PJ
①産業フェアの開催	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フェアを開催します。	4
②各種産業展への出展	各種産業展へ出展し、販路拡張を支援します。	
③販路開拓事業の実施（◎）	中小企業者等が実施する製品の新たな販路を開拓するための調査研究又は市外で開催される展示会、見本市等への出展を支援するとともに、新たな販路開拓のためのツールについて検討します。	

【推進施策4】 ICT 産業の充実と集積への支援

【取組方針】

- ・集積する ICT 産業の地域産業への波及効果による好循環を図るため、ICT 産業の誘致及び起業に係る取組を支援します。

主な事業	内容	戦略 PJ
①ICT 産業誘致・起業への取組の実施	産学金官の関係者と連携して、ICT 産業の立地・集積に取り組みます。	3
②長野市 ICT 産業協議会の補助	人材開発・育成及び共同開発・異業種交流による地域情報化の推進を目的とする長野市 ICT 産業協議会を支援します。	
③ICT 人材育成事業の実施 (信州人未来化計画)	ICT を活用した起業の促進及び高い技術のエンジニアの育成による地元 ICT 産業の活性化を図るため、様々な ICT 教育プログラムを支援します。	3

基本方針 2 – 3 新たな活力の創出

- 地域の産業集積・技術集積の向上を図るため、土地の有効利用を考慮した立地環境を整備するとともに助成制度や融資制度の充実を図ります。
- 事業者の新技术・新製品の開発、新分野開拓などへの支援を強化します。
- 市内への進出予定企業のニーズにあった優遇制度を創設するとともに立地後もワンストップサービスによる相談体制を整備します。
- ICT 企業等を誘致するため、関係機関との情報ネットワークを拡充します。

■関係主体とそれぞれに期待される役割は以下のとおりです。

関係主体	期待される役割
事業者	○新製品の開発のため、研究開発に努めます。
学術・金融機関	○知識・資金を提供し、地域企業の新技术・新製品の開発に貢献します。
行政	○企業立地環境を整備し誘致を進めることで、雇用と地域経済の活性化につなげます。

【推進施策 1】 新産業の創出・育成

【取組方針】

- ・新たな産業の創出及び育成を促進するため、事業者が実施する新技术、新製品の開発等を支援します。

主な事業	内容	戦略PJ
①ものづくり研究開発支援事業の補助【再掲】	市内の中小企業等が大学連携機関と共同して行う新技术等研究開発事業を支援します。	
②新産業創出事業の補助【再掲】	中小企業者等が実施する新製品、新工法等の開発又は機械、器具等の省力化、高機能化等を図るための技術開発を支援します。	
③バイオマス資源利活用事業の実施(◎)	関係機関等と連携し、地球温暖化対策及び持続可能な循環型社会の形成に向けたバイオマス資源の活用を図る新たな産業の創出を支援します。	2

【推進施策 2】 積極的な誘致活動の展開

【取組方針】

- ・ 効果的な産業の集積及び企業立地の推進を図るため、工場や事業所の立地を支援します。

主な事業	内容	戦略 PJ
①工場用地等取得事業の助成	本市等が分譲する産業団地に企業が実施する事業所を新設、移設等をするための用地の取得を支援します。	
②事業所等設置事業の助成【再掲】	企業が工業地域等で実施する工場又は事業所の新設又は増設を支援します。	
③長野市東京事務所との連携	長野市東京事務所と連携し、ICT 企業等の誘致を推進します。	
④新たな産業用地の確保（★）	関係機関と連携し、新たな産業用地を確保します。	
⑤テレワークの促進（★）	地元 ICT 産業の振興及び移住・定住を進めるため、テレワークの促進を図ります。	3

【推進施策 3】 ICT など都市型産業の集積

【取組方針】

- ・ 多様な産業の集積及び新たな雇用の創出を図るため、ICT などの都市型産業を誘致するための関係機関との情報ネットワークを拡充します。

主な事業	内容	戦略 PJ
①ワンストップサービスの実施	企業の誘致から操業後まで、ワンストップによりきめ細かく支援します。	
②雇用創出企業立地支援事業の実施	都市計画区域内に事業所等を新設、移設等し、市内から新たな常用雇用者を採用した事業者を支援します。	
③オフィス家賃等の補助	中心市街地、中山間地域等で空きオフィス又は空き家を賃借した事業所の設置を支援します。	1 3
④ICT 産業誘致・起業への取組の実施【再掲】	産学官の関係者と連携して、ICT 産業の立地・集積に取り組みます。	3

<p>⑤若者未来創造スペース事業の実施（★）【再掲】</p>	<p>中心市街地において、事業者が実施する若者、学生等の交流活動等を支援するとともに、まちの賑わいの創出に向けた若者、学生等の活動拠点を支援します。</p>	<p>3</p>
<p>⑥技術革新への取組（★）</p>	<p>IoT、AI、ビッグデータなどの技術革新への対応に向け取り組みます。</p>	<p>3</p>

雇用分野

■雇用分野は以下に示す2つの基本方針から構成されます。

3. 雇用分野

基本方針3-1 求職者としごとのマッチング支援と働きやすい環境の整備

基本方針3-2 勤労者福祉の推進による雇用安定の支援

■雇用分野の指標

指標名	内容	現状値 (H27年度)	目標値 (H33年度)
就職情報サイト「おしごとながの」セッション数 (年間)	就職情報サイト「おしごとながの」のサイトのセッション数	41,253回	62,000回
UJIターン就職促進事業の参加者数 (累計)	ワークショップ、合同説明会、合同面接会、企業見学ツアー等の年間の参加者の数	—	990人
		(H28年度からの累計)	
女性再就職支援セミナー参加者数 (累計)	ママたちのお仕事フェスタの年間の参加者の数	220人	700人
		(H25年度からの累計)	
インターンシップ受入募集事業所数	就職情報サイト「おしごとながの」に掲載している事業所で、インターンシップを募集している事業所数(3月末時点)	29事業所	65事業所
長野市勤労者共済会への加入者割合	市内の中小企業勤労者数に占める長野市勤労者共済会の会員数の割合(4月末時点)	10.9%	11.0%

基本方針3-1 求職者としごとのマッチング支援と働きやすい環境の整備

- 市内外の学生に対し、地元企業との情報交換の機会や学生が就職を判断する上で必要な企業情報を提供します。
- 就労形態の多様化に伴う労働者のキャリア形成の充実、企業の人材育成の機会の拡大、職業能力向上のため、職業訓練等の機会を提供します。
- 熟練した技術・技能の継承や人材の確保に努め、職業相談体制の充実を図ります。

■関係主体とそれぞれに期待される役割は以下のとおりです。

関係主体	期待される役割
市民	○家庭や地域で、若年者の自立に向け、勤労観・職業観の育成に努めます。
事業者	○積極的に職場体験学習・インターンシップ等の受入れに努めます。 ○事業所の理念・特色等を積極的にアピールし、若年者の雇用に努めます。 ○事業所内で人材育成、技術の継承に努めます。
行政	○事業所、関係機関と連携し、学生、子育て中の女性、高齢者、障害者等の就労を支援します。

【推進施策 1】 就労情報の提供

【取組方針】

- ・地元企業が必要とする人材、専門技術を持った人材を確保するため、就職情報サイトなどを活用するとともに、就労の情報を発信します。

主な事業	内容	戦略PJ
①就職情報サイト「おしごとながの」の運営（◎）	長野地域（※）に事業所等がある企業の情報及び求人情報について、インターネットサイトにより紹介します。	1 4
②職業相談の実施	長野市職業相談室等で、職業に関する相談、指導等及びハローワーク求人情報の提供を実施します。	

※長野地域…長野市、須坂市、千曲市、坂城町、小布施町、高山村、信濃町、小川村、飯綱町

【推進施策 2】 U J I ターン就職の促進

【取組方針】

- ・U J I ターン就職等による人材の確保を支援するため、地元企業の情報を発信するとともに、地元企業と学生の情報交換やマッチングの機会を提供します。

主な事業	内容	戦略PJ
①U J I ターン就職促進事業の実施（◎）	東京圏新卒者・社会人経験者等の合同説明会や企業見学ツアー等により、長野地域の企業の若者等の採用を支援します。	4
②長野の元気な企業発見バスツアーの実施	就職活動を行う学生に、市内の様々な業種の企業を紹介するバスツアーを実施します。	

【推進施策3】 多様な働き方を実現する環境づくり

【取組方針】

- ・年齢・性別等にかかわらず働きたい人が働ける社会の実現に向け、ハローワーク等の関係機関との連携により、若者、子育て中の女性、高齢者、障害者等の就労相談を推進します。
- ・経済団体等と連携し、長時間労働の是正、経営者の意識改革など、ワーク・ライフ・バランスの取組の重要性について、事業者に対する意識啓発を図ります。

主な事業	内容	戦略PJ
①若者の就労の支援	関係機関と連携し、引きこもりの若者等の就労を支援します。	
②子育て中の女性の再就職の支援	子育て中の女性に再就職に向けた情報を提供します。	
③シニアの就労の支援	働く意欲のある高齢者の就労を支援します。	
④障害者の就労の支援	関係機関と連携し、障害者の雇用に関する情報を提供するとともに、長野圏域障害者就業・生活支援センター等の専門機関へ支援を依頼します。	
⑤仕事と子育て・介護の両立の支援	企業・事業所の子育て等に関するワーク・ライフ・バランスの取組の浸透・定着を進めるため、経済団体等と連携し、事業者の意識啓発を図ります。	
⑥非正規雇用労働者のキャリアアップの支援	事業者に、非正規雇用労働者のキャリアアップ等に向けた情報を提供します。	
⑦就職情報サイト「おしごとながの」の運営(◎)【再掲】	長野地域に事業所等がある企業の情報及び求人情報について、インターネットサイトにより紹介します。	1 4
⑧職業相談の実施【再掲】	長野市職業相談室等において、職業に関する相談、指導等及びハローワーク求人情報を提供します。	
⑨テレワークの促進(★)【再掲】	地場ICT産業の振興及び移住定住を進めるため、テレワークの促進を図ります。	3

【推進施策4】 人材育成への支援

【取組方針】

- ・ 変化する社会に適応した職業能力向上及びものづくり産業の技術・技能の継承のため、職業訓練等の機会を提供します。
- ・ 若年層の勤労観・職業観を醸成し、円滑な就労を促進するため、就労経験の少ない若者に対しインターンシップ等の就労を体験する機会を提供します。
- ・ 新入社員等の離職防止を図るため、新入社員等に対し自己管理の方法、コミュニケーション力の向上等に関する研修の機会を提供します。

主な事業	内容	戦略PJ
①長野地域職業訓練センターの補助	長野地域の在職者及び求職者にパソコン講座等の各種職業訓練及び技能取得研修を実施する長野地域職業訓練センターを支援します。	
②長野共同高等職業訓練校の補助	事業所に就職した者に木造建築、板金等の技能士資格を習得する職業訓練を実施する長野共同高等職業訓練校を支援します。	
③インターンシップ・職場体験事業所の開拓（◎）	学生を対象としたインターンシップ及び職場体験の受入れができる事業所の増加に取り組みます。	4
④人材育成研修等の開催	新入社員等に、離職防止に向けた自己管理の方法、コミュニケーション力の向上等に関する研修を実施します。	

基本方針 3 – 2 勤労者福祉の推進による雇用安定の支援

- 勤労者の健全な育成の機会を提供します。
- 中小企業で働く勤労者の福利厚生充実を図ります。

■関係主体とそれぞれに期待される役割は以下のとおりです。

関係主体	期待される役割
市民	○勤労者の福利厚生事業を活用するように努めます。
事業者	○勤労者の福祉厚生事業の充実に努めます。
行政	○関係機関と連携し、勤労者の福利厚生事業を支援します。

【推進施策 1】 勤労者の健全な育成の機会の提供

【取組方針】

・勤労者の健全な育成を図るため、勤労者のための各種セミナー、研修会等の改善・充実を図ります。

主な事業	内容	戦略PJ
①勤労者福祉講座等の提供	勤労者に、本市が設置する勤労青少年ホーム等を活用し、就労に役立つ知識及び教養、スポーツ、レクリエーション等の講座の開催及び健全な余暇活動の場の提供を実施します。	

【推進施策2】 勤労者の生活の安定と福利厚生増進

【取組方針】

- ・ 中小企業の勤労者の福利厚生の充実を図るため、関係機関と連携し、勤労者が心身ともに健康で働くことができる環境を整備します。

主な事業	内容	戦略PJ
①長野市勤労者共済会の補助	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実施する一般財団法人長野市勤労者共済会を支援します。	
②長野県労働者福祉協議会の補助	労働団体の育成及び労働者の福祉の増進と生活の安定・向上を図る一般社団法人長野県労働者福祉協議会を支援します。	
③中小企業退職金共済掛金の補助	退職金制度を持たない中小企業が退職金共済制度に新たに参加した場合に共済契約に基づき支払う掛金を支援します。	
④勤労者生活資金の融資	長野県労働金庫に資金を預託し、勤労者に、住宅資金、生活資金等を融資します。	

長野市商工業振興・雇用促進計画

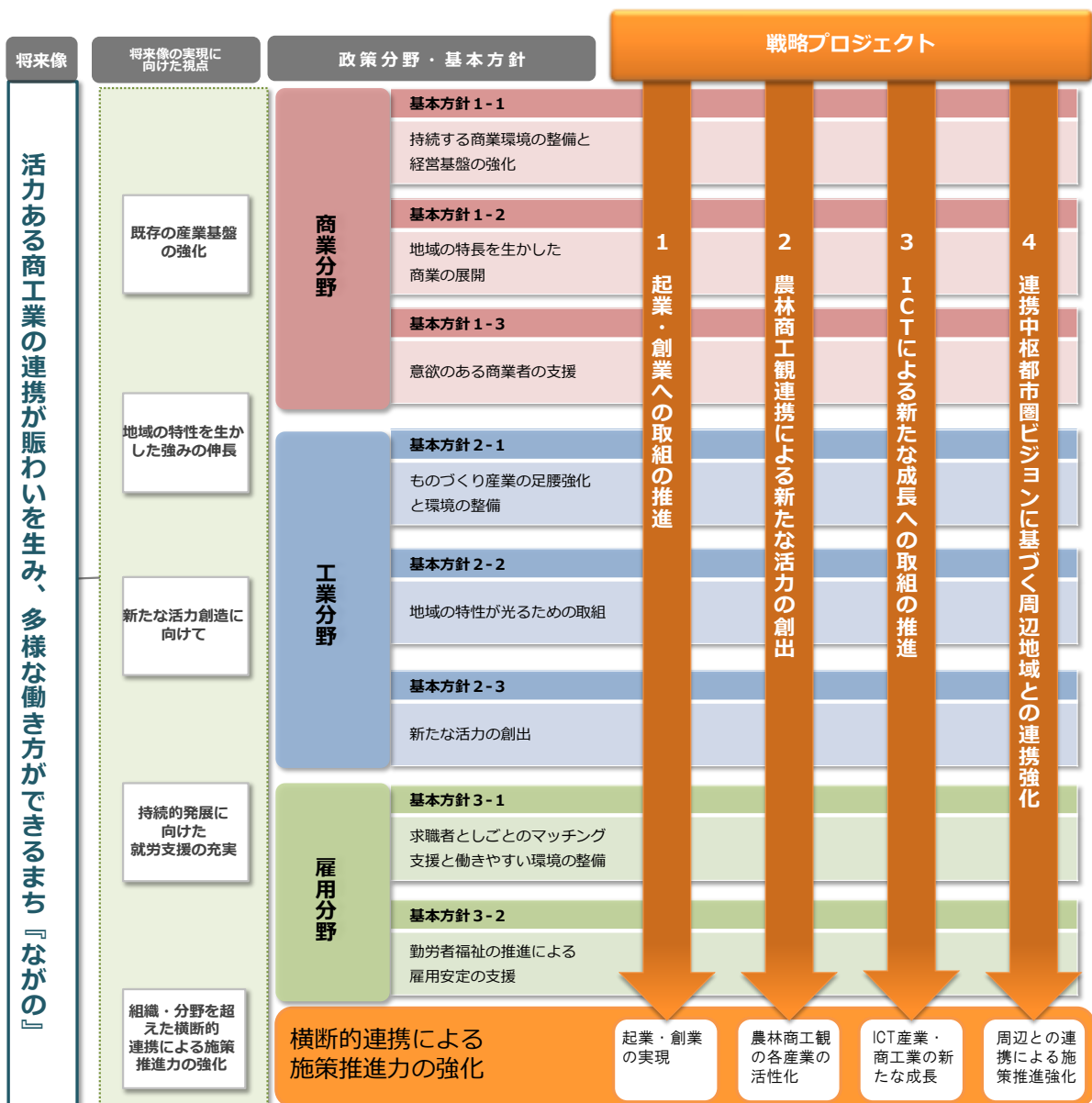
第5編 戦略プロジェクト

第5編 戦略プロジェクト

1 戦略プロジェクトの位置付け

本市の経済を取り巻く環境の変化や各産業の現状と課題、本市のポテンシャルを踏まえ、「将来像」実現のために、商業・工業・雇用の各分野を横断して取り組むテーマを「戦略プロジェクト」と位置付けます。「戦略プロジェクト」は、テーマごとに関連する推進施策・事業について特に優先的・重点的に取り組むことにより、課題の解決に向けた施策効果を高め、計画を推進することを目的としています。

2 戦略プロジェクトのイメージ



3 戦略プロジェクトの内容

【戦略プロジェクト1】起業・創業への取組の推進

起業・創業は、地域に新たな雇用機会を創出するほか、既存の事業者との連携により新たな付加価値を生み出すなど、地域経済の持続的な発展のうえでとても重要です。新たなビジネス分野に挑戦する意欲と独自性を持った起業・創業者に対し、商工団体や金融機関等と連携しながら支援することで、起業・創業を促進します。

【戦略プロジェクト2】農林商工観連携による新たな活力の創出

観光や農業、林業など他分野との連携は、新たな商品やサービス、技術の開発へとつながり、新たな活力の創出を促進します。健康志向が高まる中、食のブランド力を生かし、産学官連携のもと商品の高付加価値化に取り組むほか、地域の魅力を地元産品と一体的に発信することで交流人口を増やし、市外からの所得獲得に取り組むことが重要です。また、環境保全の意識が高まる中、バイオマスなど新エネルギー利活用の検討に取り組み、新たな活力の創出を図ります。

【戦略プロジェクト3】ICTによる新たな成長への取組の推進

近年、IoT・ビッグデータ・人工知能（AI）などのICTの進展は目覚しく、それらを担うICT産業は、今後の成長産業といえます。ICT企業の立地は、広い敷地を必要としないことが多く、新たな事業用地の確保が課題の本市に適しています。また、ICT企業の誘致や創業は、まちなかの空きオフィスの有効活用や他産業との連携による様々な産業の成長が期待されるほか、新たな雇用の創出、税収の増加につながるなど、幅広い観点から地域経済活性化に向けた効果が期待されます。こうしたことから、技術革新をリードするICT企業の誘致・起業に取り組む、本市への集積を進めます。

【戦略プロジェクト4】連携中枢都市圏ビジョンに基づく周辺地域との連携強化

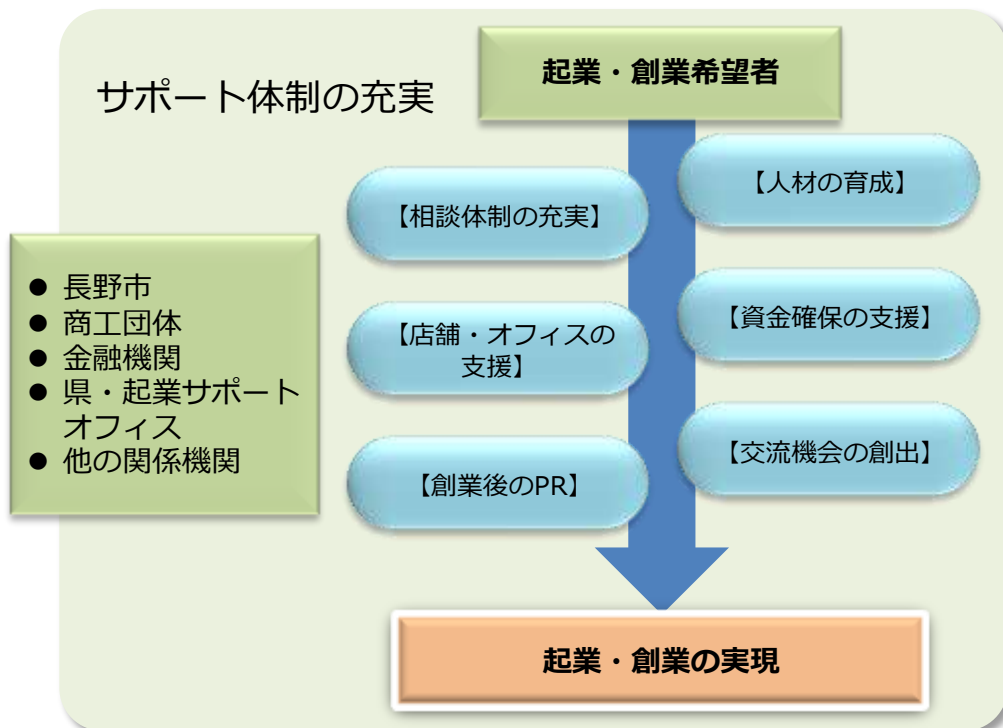
平成28（2016）年3月、連携中枢都市である本市が中心となり、長野地域の将来像や具体的取組を定めた「長野地域スクラムビジョン」（長野地域連携中枢都市圏ビジョン）を策定しました。商業・工業・雇用それぞれの分野に新たな活力を生むためには、地域の特色（地元産品、地元の技術、地元の企業）を積極的に外部に発信し、取引やマッチングにつなげていくことが必要です。そのため、周辺自治体と連携を図り、施策の推進力を一層高めていきます。

プロジェクトの概要

プロジェクトの目的

- 起業・創業は、産業の新陳代謝を促進し新たな雇用機会を創出するなど、地域経済に活力を与えます。起業・創業者への支援を通じて、地域や業界に新しい風を入れ、地域産業の活性化を推進します。
- 大学等で学んだ知識や、企業で学んだノウハウを生かし、本市で夢を実現してもらうため、意欲ある人達のチャレンジ精神や自己実現を支援する必要があります。そのため、起業・創業を積極的にサポートする環境づくりに取り組みます。
- 起業・創業により、既存の空きオフィスや空き店舗の有効活用が期待されます。このため、商店街の活性化や空き店舗対策の観点からも、起業・創業者への支援を図ります。
- 本市は、都市部から中山間地まで多様な地域形態を併せ持ち、様々な分野で個人や企業が創業するポテンシャルを有しています。個人のライフスタイルや価値観が多様化する中、新たな消費者ニーズを敏感にキャッチし、意欲と独自性を持ってビジネスに取り組もうとする事業者を支援します。

プロジェクトのイメージ



プロジェクトを推進する主な事業

主な事業	取組の視点	内容
①実践起業塾の開催	人材の育成	消費者ニーズに対応した商業活動を実践できる人材を育成するため、新規創業予定者等に向けて、販売戦略、財務戦略等の講座を開催します。
②商工団体の育成	人材の育成 相談体制の充実 交流機会の創出	創業及び創業後の相談、講習会・セミナーの開催、事業者間の交流等、各種創業支援を実施する商工会議所、商工会等の商工団体を支援します。
③中小企業振興資金の融資	資金確保の支援	新規開業予定者に設備資金や運転資金を融資するため、金融機関に資金を預託し、「長期・固定・低利」の融資を実現します。
④空き店舗等活用事業の補助	店舗・オフィスの支援	出店を支援するため、中心市街地等の空き店舗、空き家、空き倉庫等の改修費を補助します。
⑤オフィス家賃等の補助	店舗・オフィスの支援	オフィス・事業所の設置を支援するため、中心市街地、中山間地域等の空きオフィス又は空き家の賃借料を補助します。
⑥就職情報サイト「おしごとながの」の運営	創業後のPR	本市が運営する就職情報サイト「おしごとながの」を活用し、開業した店舗や企業情報、求人情報、ビジネスマッチング情報を掲載することにより、創業後のPRを支援します。

プロジェクトの指標

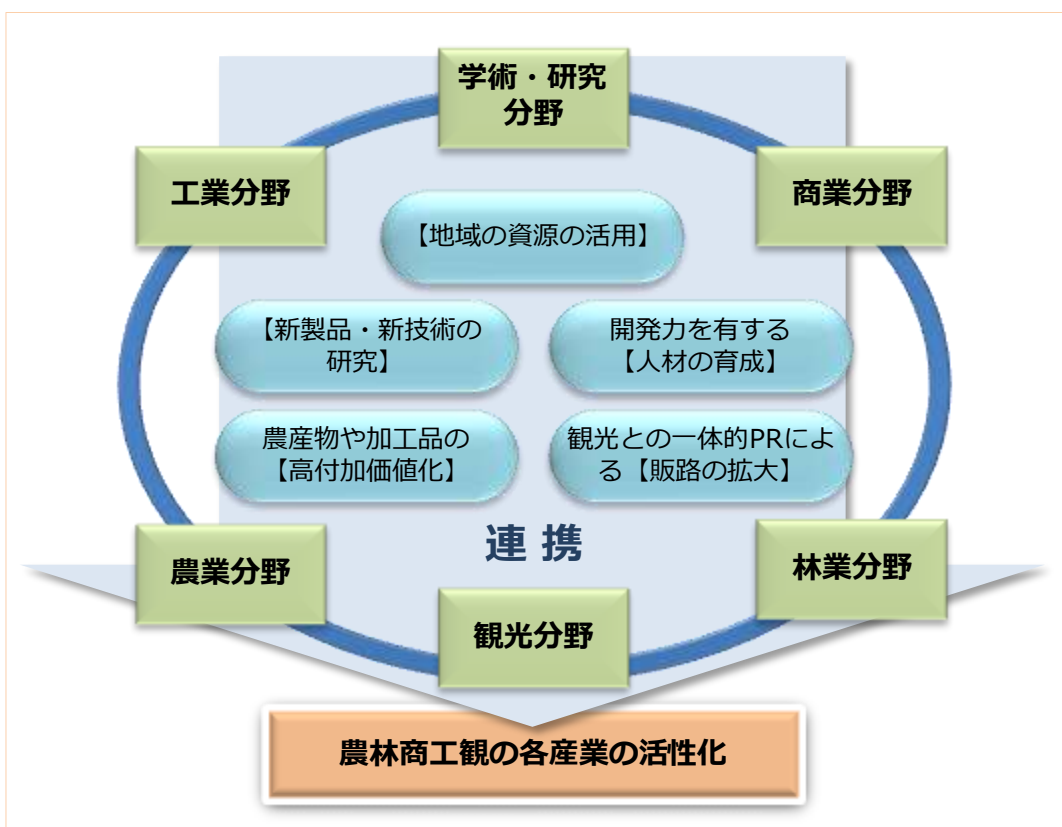
指標	内容	基準値 (H27年度)	目標値 (H33年度)
空き店舗等活用事業利用件数 (累計)	空き店舗等活用事業により出店した件数	135件 (H12年度からの累計)	195件
実践起業塾の卒業者の創業数 (累計)	実践起業塾の卒業者のうち創業した者の数	22人 (H22年度からの累計)	58人

プロジェクトの概要

プロジェクトの目的

- 農産物や加工技術など、本市にある資源を活用することで、地域内の経済循環性を高めます。さらに、商品やサービスの高付加価値化を図ることで、域外（市外）から獲得する所得の増加を目指します。
- 健康志向や安全志向が高まる中、本市の伝統的な食文化は健康長寿に係るブランド力を有し、特に「信州みそ」や「信州そば」は世界的にも高い評価を得ています。古くから培ってきた食品製造業のノウハウと豊かな農産物を結び付け、学術機関等と連携を図りながら、分野を超えて加工品開発や高付加価値化、開発力を有する人材の育成を図ります。
- 農産物や食品など質の高い地場産品は、本市の美しい自然や伝統的風土といった観光資源と一体的にPRすることが効果的です。地域の魅力とともに、地場産品の良さを県外や海外へ情報発信することで交流人口の増加を促進し、市内の小売店や飲食店、宿泊業者における消費需要の拡大を推進します。
- 循環型社会の実現に向け、再生可能エネルギーへの関心が高まっています。バイオマス資源の活用を促進することで、資源の地域循環性を高めるとともに、新たな産業の創出を支援します。

プロジェクトのイメージ



プロジェクトを推進する主な事業

主な事業	取組の視点	内容
①長野市ものづくり支援センター(UFO NAGANO)の管理・運営	新製品・新技術の研究 高付加価値化	企業、大学等の産学官連携による新技術の研究開発、製品の高付加価値化等に向け、ものづくり活動拠点であるUFO NAGANOの活用を図ります。
②高等教育機関との連携	新製品・新技術の研究 人材の育成	信州大学、国立長野高等専等と連携し、人材育成事業を実施します。
③ながのブランド郷土食事業の実施	新製品・新技術の研究 高付加価値化 人材の育成 地域の資源の活用	地元農産物を活用した加工食品開発の促進、経営力と開発力を有する人材を育成するため、信州大学と共同して事業に取り組みます。
④バイオマス資源利活用事業の実施	新製品・新技術の研究 地域の資源の活用	地球温暖化対策及び持続可能な循環型社会の形成に向けたバイオマス資源の活用を図るため、関係機関等と連携し、新たな産業の創出を支援します。
⑤大規模集客イベント事業の支援	販路の拡大 地域の資源の活用	市内の小売店や飲食店、宿泊業者における消費需要の拡大を推進するため、関係機関と連携して大規模で集客力のある祭り、行事等を支援します。
⑥長野市の観光と物産展実行委員会の企画・運営	高付加価値化 販路の拡大 地域の資源の活用	関係団体と連携して組織した「長野市の観光と物産展実行委員会」の企画・運営をすることで、観光と一体となった物産のPR及び即売・商談会等への参加を促進します。
⑦商業振興施設の管理・運営	販路の拡大 地域の資源の活用	中山間地域における地場製品の販売、観光の拠点として、市が設置する商業振興施設の活用を図ります。
⑧NAGANO フードプロモーションの実施	販路の拡大 地域の資源の活用	本市の食材・食品の認知度の向上と、販路の拡大のために、首都圏を中心にプロモーション活動を実施します。

プロジェクトの指標

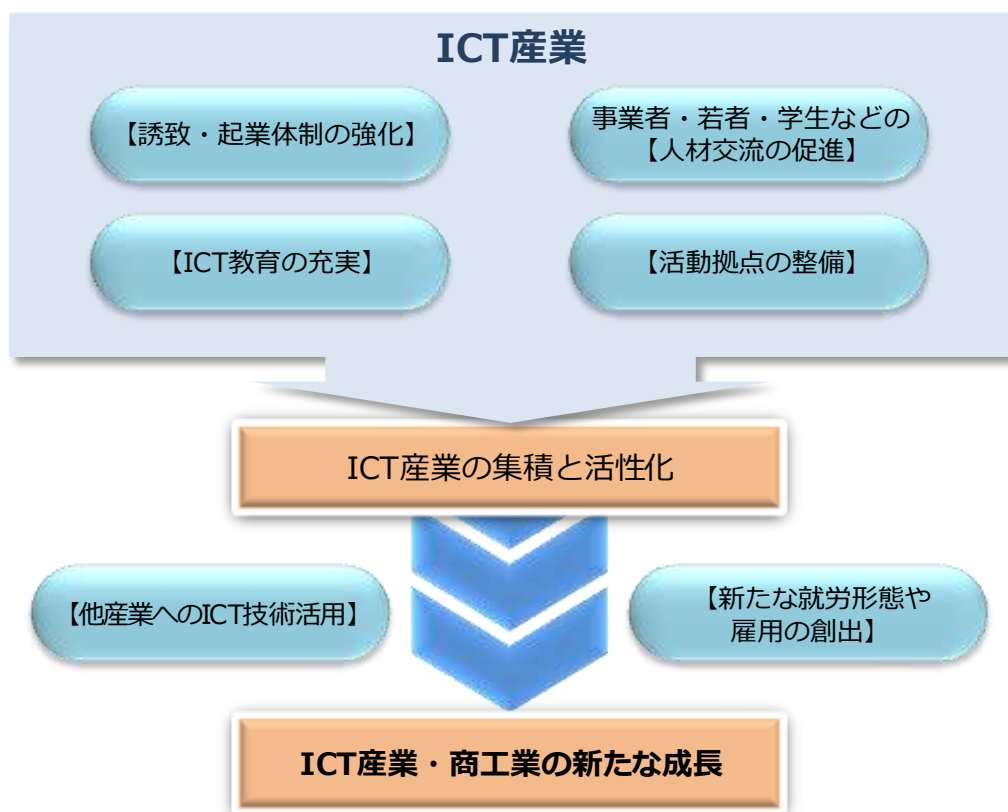
指標	内容	基準値 (H27年度)	目標値 (H33年度)
大学などと共同で新技術・新製品の開発を行う件数 (累計)	長野市ものづくり研究開発事業の選定を経て、大学等と共同開発を行う事業の延べ件数	29件	47件
		(H17年度からの累計)	
長野市の観光と物産展実行委員会の会員数	長野市の観光と物産展実行委員会に加入している会員数 (年度末時点)	60会員	72会員

プロジェクトの概要

プロジェクトの目的

- ICT産業の誘致、集積に向け、ICT事業者の誘致体制の強化、起業促進、人材育成のための教育の充実に取り組みます。また、コワーキングスペース等の活動拠点を整備し、若者や学生の交流を促進します。
- ICT産業の集積と活性化により、事業者の増加、雇用の増加といった直接的効果のほか、まちなかの空きオフィス等が有効活用され、中心市街地の活性化につながります。
- ICT産業が他の分野と結びつくことで、工業分野では、IoTの導入やAIといった技術により省力化や生産性の向上、限りある人材の有効活用につながります。また商業分野では、ICT技術やビッグデータの活用等により販売情報等の分析、消費者ニーズの把握、新たな販売促進方法が期待できます。
- サテライトオフィス等の整備により、場所や時間にとらわれない働き方（テレワークなど）が可能となり、就労促進につながります。

プロジェクトのイメージ



プロジェクトを推進する主な事業

主な事業	取組の視点	内容
①ICT 産業誘致・起業への取組の実施	誘致・起業体制の強化	産学金官の関係者と連携して、ICT産業の立地・集積に取り組みます。
②ICT人材育成事業の実施（信州人未来化計画）	ICT教育の充実 人材交流の促進	ICTを活用した起業の促進及び高い技術のエンジニアの育成による地元ICT産業の活性化を図るため、様々なICT教育プログラムを支援します。
③オフィス家賃等の補助	誘致・起業体制の強化 活動拠点の整備	ICT事業者によるオフィス・事業所の設置を支援するため、中心市街地、中山間地域等の空きオフィス又は空き家の賃借料を補助します。
④若者未来創造スペース事業の実施	人材交流の促進	中心市街地において、若者、学生等の交流を活性化し、新たなビジネス創出につながる起業支援、移住・就労・定住促進につながる活動を支援します。
⑤技術革新への取組	他産業へのICT技術活用	IoT、AI、ビッグデータなどの技術革新への対応に向け取り組みます。
⑥商業環境の調査・研究	他産業へのICT技術活用	商店街の活性化と賑わいを創出するため、事業者・消費者の動向や意識を調査するとともに、ICT技術を活用した商店街の販売促進策や魅力向上策を研究します。
⑦テレワークの促進	他産業へのICT技術活用 新たな就労形態や雇用の創出	地場ICT産業の振興及び多様な就労形態や雇用を創出するため、テレワークの促進を図ります。

プロジェクトの指標

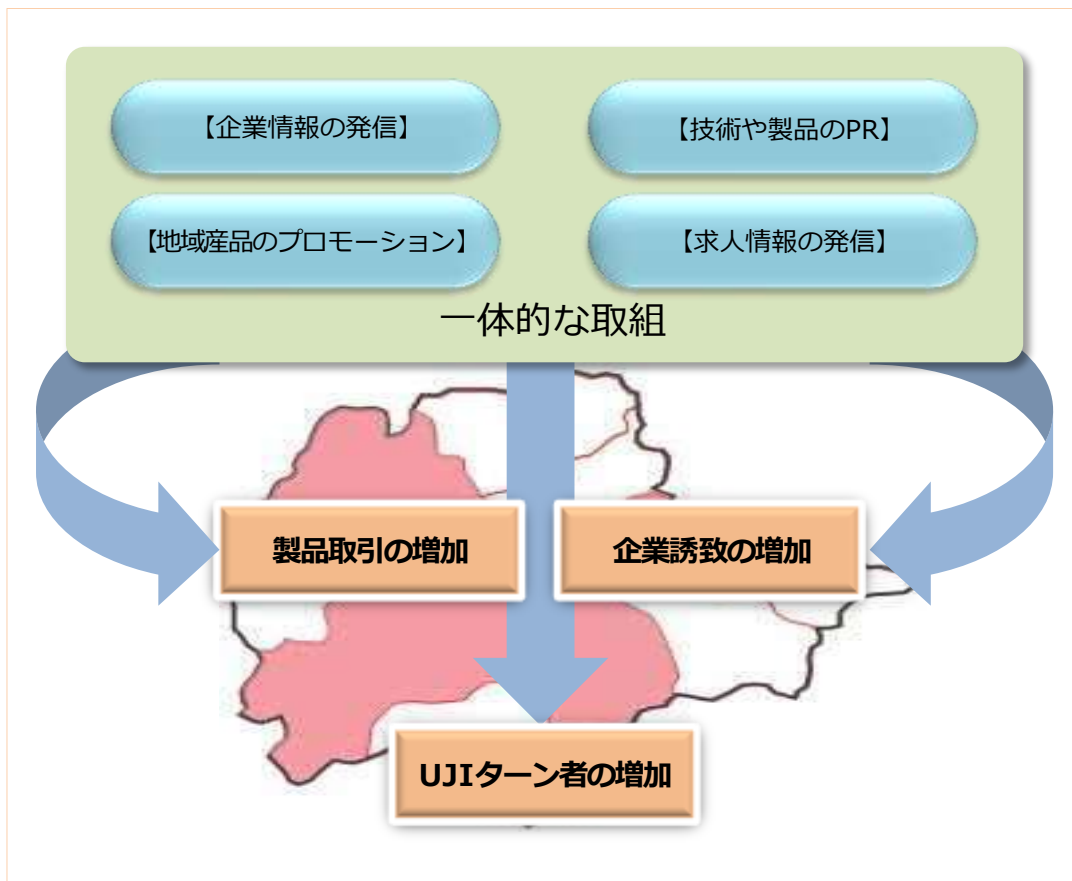
指標	内容	基準値 (H27年度)	目標値 (H33年度)
ICT関連企業誘致成功件数 (累計)	誘致したICT関連企業の延べ件数	7件	13件
		(H25年度からの累計)	
子ども向けプログラミング教室等の参加者数 (累計)	子ども向けプログラミング教室等の年間の参加者の数	(H28年度) 25人	200人
		(H28年度からの累計)	

プロジェクトの概要

プロジェクトの目的

- 商業・工業・雇用それぞれの分野に新たな活力を生むためには、地域の特色（地元産品、地元の技術、地元の企業）を積極的に外部に発信し、取引やマッチングにつなげていくことが必要です。そのため、周辺自治体と連携を図り、施策の推進力を一層高めていきます。
- 本市に限らず近隣市町村の求人情報を併せて発信することで、情報内容を充実させ、更に求職者の利便性を向上させることで就労の促進効果を高めます。
- 長野地域が一体となって合同説明会や企業見学などを行うことで、若者の UJI ターンの更なる強化を図ります。
- 本市以外の企業の技術や製品を合わせて情報発信することで、地域外への発信効果を高め、取引や連携を促進します。
- 地元産品の PR については、周辺市町村と合同でプロモーション活動を行うことで、信州ブランドとしての価値の向上を図ります。

プロジェクトのイメージ



プロジェクトを推進する主な事業

主な事業	取組の視点	内容
① 就職情報サイト「おしごとながの」の運営	地域内の求人情報の発信 UJI ターンの増加	就職支援を強化するために、本市が運営している就職情報サイト「おしごとながの」を活用し、企業の情報及び求人情報について発信します。
② UJIターン就職促進事業の実施	地域内の企業情報の発信 UJI ターンの増加	若者のUJIターンの更なる強化を図るために、東京圏新卒者・社会人経験者等の合同説明会や企業見学ツアー等を実施します。
③ インターンシップ・職場体験事業所の開拓	地域内の企業情報の発信 UJI ターンの増加	学生を対象としたインターンシップ及び職場体験の受け入れができる事業所の増加に取り組みます。
④ 地元製品の販売・活用	地域製品のプロモーション 製品取引の増加 域外収入の増加	地域製品の情報を発信し、販路拡大につなげるため、各市町村で行っているプロモーション事業を合同開催します。
⑤ 産業フェアの開催	企業の技術や製品情報の発信 製品取引の増加 域外収入の増加	地域企業の技術及び製品を内外に広くアピールし、企業間取引を促進するため、広域的な産業フェアを開催します。

プロジェクトの指標

指標	内容	基準値 (H27年度)	目標値 (H33年度)
産業フェアへの来場者数	産業フェアへの年間の来場者数	13,204人	16,000人
就職情報サイト「おしごとながの」セッション数(年間)	就職情報サイト「おしごとながの」のサイトのセッション数	41,253回	62,000回

長野市商工業振興・雇用促進計画

第6編 計画の推進に向けて

第6編 計画の推進に向けて

1 計画の推進体制

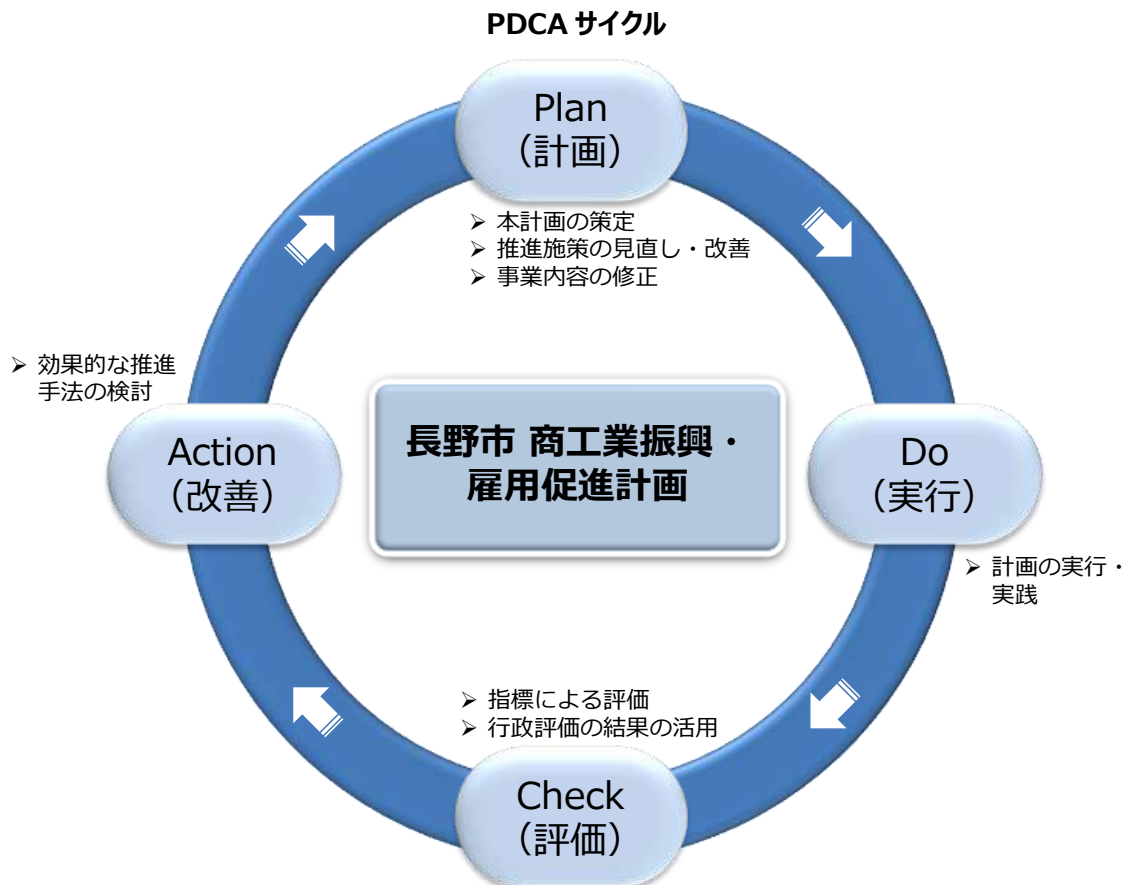
本計画の着実な推進を図るため、関連主体である市民、事業者、学術機関・金融機関及び行政が、それぞれ期待される役割を果たすとともに、連携・協働していくことが重要です。

また、施策の対象範囲が多岐にわたり、商業・工業・雇用の各分野を横断する施策等については、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。



資料編

(■長野市産業振興審議会条例)

(■長野市産業振興審議会委員名簿)

(■長野市産業振興審議会専門分科会委員名簿)

(■長野市産業振興審議会審議状況)

■指標一覧

■長野市商工業振興・雇用促進計画指標一覧

●行動計画

○商業分野の指標

指標項目	指標の説明	実績値					目標値	単位	目標設定の説明	
		H23	H24	H25	H26	現状値 H27	H33			
1	年間商品販売額 (小売業)	商業統計調査又は経済セン サスによる、市内の小売業 の年間商品販売額	4,519	3,720	3,720	4,290	(H26) 4,290	4,290	億円	経済状況及び今後の人口減少を踏ま え、年間商品販売額(小売業)のH26の 水準の維持を目指す。 (H23 : H19商業統計調査) (H24.25 : H24経済センサス) (H26 : H26商業統計調査)
2	まちなかパーキング利 用者数	長野地区中心市街地におけ る長野まちなかパーキング の共通駐車サービス券の回 収枚数	114,037	127,851	119,536	150,226	267,197	333,000	枚	中心市街地への来街者及び店舗利用者 の増加を目指す。 実績値等を踏まえ、年間11,000枚の増 加を見込む。
3	中心市街地歩行者通行 量 (1日間)	大門駐車場、権堂町、権堂 大通り、長野銀座、南千歳 町及び末広町6地点におけ る歩行者及び自転車の1日 間の通行者の数	126,478	119,766	120,109	103,716	106,143	126,000	人	中心市街地の歩行者通行量の増加を目 指す。 過去5年間で最も多い歩行者通行量 (H23)の水準を見込む。
4	空き店舗等活用事業利 用件数 (累計)	空き店舗等活用事業により 出店した件数 (H12からの累計)	92	104	116	129	135	195	件	空き店舗等を活用して出店した事業者 数の増加を目指す。 実績値等を踏まえ、年間10件の増加を 見込む。
5	実践起業塾の卒業者の 創業数 (累計)	実践起業塾の卒業者のうち 創業した者の数 (H22からの累計)	6	8	15	20	22	58	人	創業者の増加を目指す。 実績値等を踏まえ、年間6人の増加を 見込む。

○工業分野の指標

指標項目	指標の説明	実績値(年度)					目標値	単位	目標設定の説明	
		H23	H24	H25	H26	現状値 H27	H33			
1	製造品出荷額等 (年)	工業統計調査又は経済セン サスによる、市内の従業者 4人以上の事業所の年間製 造品出荷額等	3,435	4,090	4,210	4,388	(H26) 4,388	4,575	億円	製造品出荷額等の増加を目指す。 実績値等を踏まえ、年0.6%ずつの増加 を見込む。
2	大学などと共同で新技 術・新製品の開発を行 う件数 (累計)	長野市ものづくり研究開発 事業の選定を経て、大学等 と共同開発を行う事業の延 べ件数 (H17からの累計)	17	20	24	26	29	47	件	開発件数の増加を目指す。 実績値等を踏まえ、年間3件の増加を 見込む。
3	産業フェアへの来場者 数	産業フェアへの年間の来場 者数	10,035	10,907	12,225	12,356	13,204	16,000	人	産業フェアへの来場者数増加を目指 す。 実績値等を踏まえ、おおむね年間490人 ずつの増加を見込む。
4	雇用創出人数 (累計)	雇用創出企業立地支援事業 助成金における雇用創出人 数とオフィス家賃等補助事 業助成金等における雇用者 数(新設・転入事業所分) の合計の数 (H25からの累計)	-	-	56	127	162	460	人	雇用人数の増加を目指す。 実績値等を踏まえ、おおむね年間50人 の増加を見込む。
5	企業誘致成功件数 (累計)	誘致した企業の延べ件数 (H20からの累計)	19	29	35	41	46	76	件	誘致企業件数の増加を目指す。 実績値等を踏まえ、年間5件の増加を 見込む。

○雇用分野の指標

指標項目	指標の説明	実績値（年度）					現状値	目標値	単位	目標設定の説明
		H23	H24	H25	H26	H27	H33			
1	就職情報サイト「おしごとながの」セッション数（年間）				9,171 (H26.12～)	41,253	62,000	回	「おしごとながの」のセッション数増加を目指す。 実績値等を基に算定したH28推計値（58,756回）から、おおむね年1%ずつの増加を見込む。	
2	UJIターン就職促進事業の参加者数（累計）						990 (H28からの累計)	人	UJIターン就職促進事業の参加者数の増加を目指す。 市内高等学校卒業者の県外大学進学者のうち、最も多い東京都への大学進学者の数を基に、H28からの累計で990人を見込む。	
3	女性再就職支援セミナー参加者数（累計）			108	163	220	700 (H25からの累計)	人	女性再就職支援セミナーの参加者数の増加を目指す。 年齢5歳階級別女性就業率で25～29歳と40～44歳に比べ、30～34歳が約10%低いこと等を踏まえ、年間10%ずつの参加者数の増加を見込む。	
4	インターンシップ募集事業所数				22	29	65	事業所	インターンシップを募集している事業所の増加を目指す。 過去の実績等を踏まえ、年間6事業所の増加を見込む。	
5	長野市勤労者共済会への加入者割合	10.5	10.5	11.0	11.8	10.9	11.0	%	長野市勤労者共済会への加入者割合の増加を目指す。 近隣地域の加入者割合や社会の経済状況等を踏まえ、11.0%を見込む。	

●戦略プロジェクトの指標

1 起業・創業への取組の推進

指標項目	指標の説明	実績値（年度）					目標値	単位	目標設定の説明
		H23	H24	H25	H26	現状値 H27	H33		
1	空き店舗等活用事業利用件数（累計）	92	104	116	129	135	195	件	空き店舗等を活用して出店した事業者数の増加を目指す。実績値等を踏まえ、年間10件の増加を見込む。
		(H12からの累計)							
2	実践起業塾の卒業者の創業数（累計）	6	8	15	20	22	58	人	起業者の増加を目指す。実績値等を踏まえ、年間6人の増加を見込む。
		(H22からの累計)							

2 農林商工親連携による新たな活力の創出

指標項目	指標の説明	実績値（年度）					目標値	単位	目標設定の説明
		H23	H24	H25	H26	現状値 H27	H33		
1	大学などと共同で新技術・新製品の開発を行う件数（累計）	17	20	24	26	29	47	件	開発件数の増加を目指す。実績値等を踏まえ、年間3件の増加を見込む。
		(H17からの累計)							
2	長野市の観光と物産展実行委員会に加入している会員数（年度末時点）	49	-	50	-	60	72	会員	長野市の観光と物産展実行委員会の会員数増加を目指す。実績値等を踏まえ、年間2会員ずつの増加を見込む。

3 ICTによる新たな成長への取組の推進

指標項目	指標の説明	実績値（年度）					目標値	単位	目標設定の説明
		H23	H24	H25	H26	現状値 H27	H33		
1	ICT関連企業誘致成功件数（累計）	-	-	2	4	7	13	件	ICT関連企業の誘致件数増加を目指す。過去の実績値等を踏まえ、年間1件ずつの増加を見込む。
		(H25からの累計)							
2	子ども向けプログラミング教室等の参加者数（累計）	-	-	-	-	25	200	人	子ども向けプログラミング教室等の参加者増加を目指す。H28の基準値を踏まえ、おおむね年間10%ずつの増加を見込む。
		(H28からの累計)							

4 連携中枢都市圏ビジョンに基づく周辺地域との連携強化

指標項目	指標の説明	実績値（年度）					目標値	単位	目標設定の説明
		H23	H24	H25	H26	現状値 H27	H33		
1	産業フェアへの来場者数	10,035	10,907	12,225	12,356	13,204	16,000	人	産業フェアへの来場者数増加を目指す。実績値等を踏まえ、おおむね年間490人ずつの増加を見込む。
2	就職情報サイト「おしごとながの」セッション数（年間）	-	-	-	9,171	41,253	62,000	回	「おしごとながの」のセッション数増加を目指す。実績値等を基に算定したH28推計値（58,756回）から、おおむね年1%ずつの増加を見込む。
		(H26.12～)							