

# 新たな産業未来ビジョンふくしま

《令和4年度～令和7年度》

～未来を創る強靱な産業の育成に向けて～

福島市

# 目次

|                        |    |
|------------------------|----|
| 第1章 策定にあたって            | 1  |
| 第1節 策定の趣旨              | 1  |
| 第2節 位置づけ               | 2  |
| 第3節 実施期間               | 2  |
| 第2章 産業の現状              | 3  |
| 第1節 本市を取り巻く社会経済情勢の変化   | 3  |
| 第2節 工業の現状              | 6  |
| 第3節 商業の現状              | 10 |
| 第4節 雇用の現状              | 13 |
| 第3章 産業ビジョンの施策          | 17 |
| 第1節 基本目標               | 17 |
| 第2節 施策体系               | 18 |
| 第3節 基本方針及び指標           | 19 |
| 基本方針Ⅰ 産業のグレードアップ       | 21 |
| 基本方針Ⅱ 持続可能な産業の振興       | 27 |
| 基本方針Ⅲ 産業人材の育成          | 33 |
| 第4節 施策の管理と推進体制         | 37 |
| 第4章 福島市商業まちづくり基本構想     | 39 |
| 第1節 基本構想策定の趣旨          | 39 |
| 第2節 商業まちづくりの課題         | 40 |
| 第3節 基本構想の考え方           | 55 |
| 第4節 商業まちづくりの推進に関する基本方針 | 60 |
| 第5節 基本構想の実現に向けて        | 68 |
| 資料                     | 73 |

# 第1章 策定にあたって

## 第1節 策定の趣旨

本市産業界を取り巻く環境は、東日本大震災及び原子力災害からの復興に取り組む中、新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大という新たな危機に直面しています。

感染拡大を防止するため、人と人との接触の機会を減らし、デジタルを活用したテレワークやリモートワークが推奨され、業務の自動化や省力化・生産性の向上を図るAI（注1）やICT（注2）導入への対応が必要となり、各産業分野においてウィズコロナ・ポストコロナに対応した大きな変革が求められています。

一方、本市の高速交通網は、南北方向を結ぶ東北縦貫自動車道、東北新幹線に加え、2021（令和3）年4月に東西方向を結ぶ東北中央自動車道が開通しました。さらに物流の要衝として、福島イノベーション・コースト構想（注3）を進める玄関口として、新たな役割が期待されています。

また、ICTの急速な発展によって、オンラインサービスや電子決済システム等を活用した新しいビジネスモデルやクリエイティブなものづくりの動きも現れてきています。

本市では、2016（平成28）年3月に福島市工業振興計画を策定し、様々な施策に取り組んできました。しかし、こうした社会経済環境の変化に、迅速かつ柔軟に対応するため、これまでの工業、商業の振興計画とともに、密接に関連するICTなどの新たなサービス産業などを加えた、産業全体を総合的に振興する「新たな産業未来ビジョンふくしま（以下「産業ビジョン」という。）」を策定することとしました。

この産業ビジョンによって、産業全体のグレードアップを図り、危機をチャンスに変える実効性の高い施策を実施してまいります。

---

（注1）AI：Artificial Intelligenceの略。人工知能。

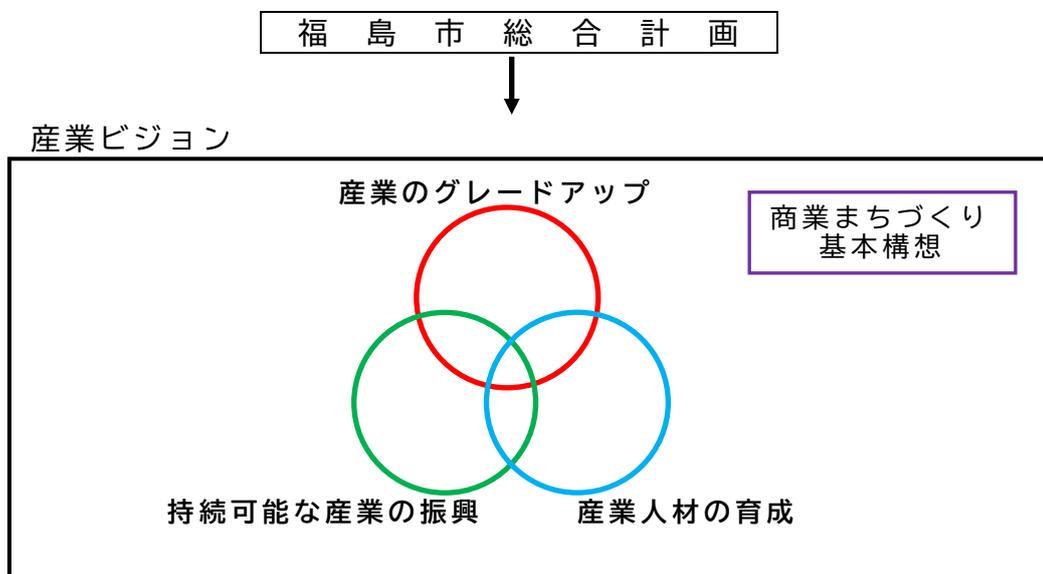
（注2）ICT：Information and Communication Technologyの略。情報処理や通信に関する技術の総称。

（注3）福島イノベーション・コースト構想：東日本大震災及び原子力災害によって失われた浜通り地域等の産業を回復するため、浜通り地域等に新たな産業基盤の構築を目指す国家プロジェクト。

## 第2節 位置づけ

本産業ビジョンは、本市のまちづくり全体の指針となる第6次福島市総合計画の実現に向けた基本方針「産業とにぎわいを生み出す活力躍動のまち」の考え方に基づき、本市商業・工業の振興を図るための基本方針と重点戦略を定めるものです。

また、本市における商業の振興を一体的に考えるために、福島県商業まちづくりの推進に関する条例第7条に基づき定めることができる、福島市商業まちづくり基本構想の内容も含んだビジョンとなっています。



## 第3節 実施期間

実施期間は、2022（令和4）年度から2025（令和7）年度までの4年間とします。（第4章福島市商業まちづくり基本構想については、別途期間を定めます。）

## 第2章 産業の現状

### 第1節 本市を取り巻く社会経済情勢の変化

#### 1. 新型コロナウイルス感染症がもたらしたもの

新型コロナウイルス感染症（COVID-19）は、2019（令和元）年12月、原因不明のウイルス性肺炎として確認されて以降、2020（令和2）年3月、世界保健機関（WHO）によりパンデミック（世界的な大流行）の状態にあると表明されました。国内では、同年3月下旬から4月上旬にかけて感染者数が急増し、全国へ向けて緊急事態宣言が発令されるに至りました。

新型コロナウイルス感染症の拡大は、人と人との距離を一定に保つソーシャルディスタンスの確保や3密（密閉、密集、密接）の回避など、感染拡大を防止するための新しい生活様式が推奨され、日常生活に大きな影響を及ぼしています。

新型コロナウイルス感染症の拡大による影響は産業界にも大きな影響を及ぼし、工業分野においては、海外の移動制限やロックダウンにより、工業製品の原材料や部材の輸入が止まり、操業停止に追い込まれた工場も出ています。また外国人労働者の入国制限、さらに世界的な半導体不足による生産の停止や減産体制など、新型コロナウイルス感染症の拡大は、サプライチェーンの寸断を引き起こしました。

商業分野においては、外出自粛や時短営業により、特に飲食業や関連する卸業の売り上げの減少が見られました。また、イベントの中止や制限等の要請が行われるなど、人が集まることをビジネスモデルとした営業形態に多大な影響を及ぼしました。一方、飲食店の中には、テイクアウトやデリバリーなど、新たなサービスを始めた事業者も見られました。

本市においてもこの間、感染防止対策を受けて市独自の「緊急警報」を発出したほか、2020（令和2）年7月開催予定であった東京2020オリンピック・パラリンピックの延期、度重なるクラスターの発生、夏祭りや花火大会といった各種イベントが中止・延期されるなど、市民生活に大きな影響が出ています。

新型コロナウイルス感染症のリスクを抑えるため、テレワークの推進やオンライン会議の導入、店員と消費者が接触しないキャッシュレス決済など、デジタル技術の活用が推奨され、私たちの日常の生活へも変化をもたらしました。

今後、新型コロナウイルス感染症が収束したとしても、感染症がもたらしたニューノーマル（注4）という考え方、またウィズコロナ・ポストコロナを前提とした新たな施策や生活様式が重要となってきます。

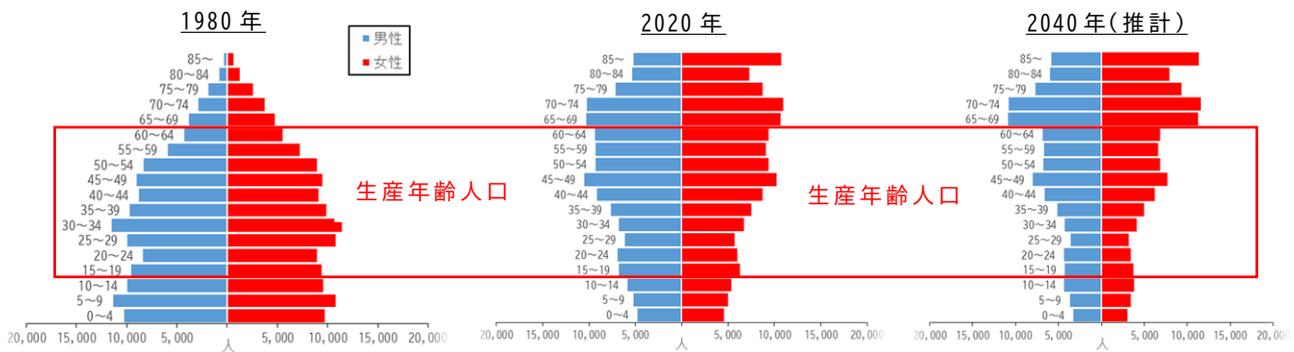
（注4）ニューノーマル：New（新しいこと）とNormal（正常、標準、常態）を合わせた造語。「新しい生活様式」「新常态」と訳され、ウィズコロナ・ポストコロナの時代に求められる生活様式とされる。

## 2. 働く世代の変化

1980（昭和55）年と2020（令和2）年の人口ピラミッドを比較すると、老年人口が約61,000人増加するなど超高齢社会が顕著になっています。このような社会情勢の中、2013（平成25）年に高年齢者雇用安定法が改正され、定年が60歳から65歳へと引き上げられました。2025（令和7）年4月からは、定年制を採用しているすべての企業において65歳定年制が義務化されるなど、定年を延長する社会環境が進んでいます。

また、産業の基礎となる生産年齢人口（注5）は、1980（昭和55）年と2020（令和2）年で約17,000人減少し、さらに20年後の2040（令和22）年には約48,000人減少すると予測されています。今後、働き手の不足、特に若年層の働く女性の環境づくりが課題となってきます。

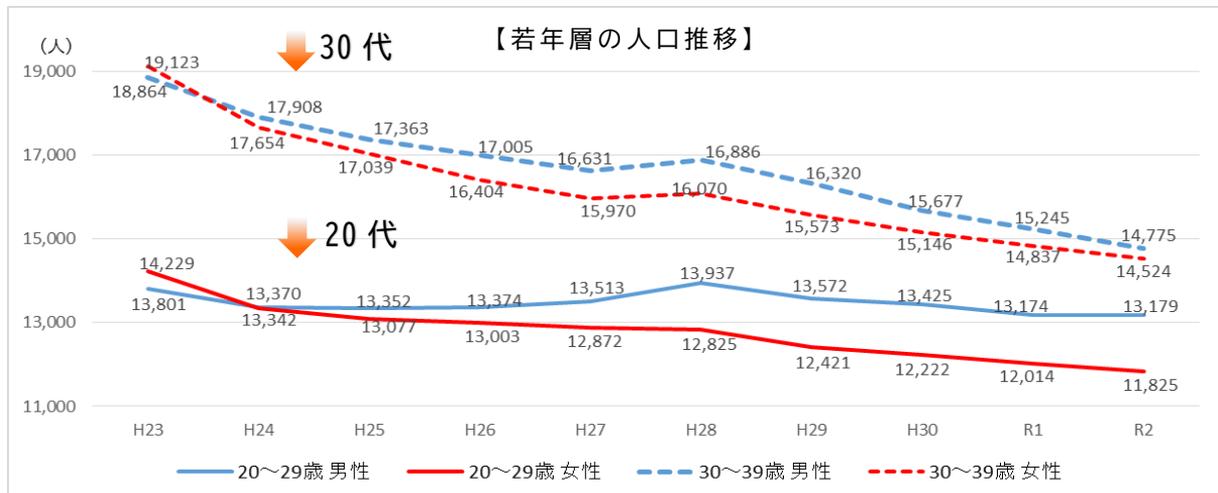
【人口ピラミッドの推移】



|                  | 1980 (S55) 年    | 2020 (R2) 年     | 2040 (R22) 年 (推計) |
|------------------|-----------------|-----------------|-------------------|
| 老年人口 (65 歳以上)    | 23,238 人 (9%)   | 84,304 人 (31%)  | 93,315 人 (41%)    |
| 生産年齢人口 (15～64 歳) | 177,499 人 (67%) | 160,024 人 (58%) | 111,596 人 (49%)   |
| 年少人口 (0～14 歳)    | 62,075 人 (24%)  | 31,136 人 (11%)  | 21,934 人 (10%)    |
| 総人口              | 262,837 人       | 282,693 人       | 226,845 人         |

< 資料：1980年、2020年は総務省「国勢調査報告書」（年齢不詳人口を除いて算出） >

< 資料：2040年は「福島市将来人口推計」 >



< 資料：福島県現住人口調査 >

（注5）生産年齢人口：生産活動の中心となる15歳以上から65歳未満の人口数。

### 3. 加速するデジタル化

AIやICTといったデジタル化の流れは、市民が生活の多くの場面でその利便性を享受できるようになり、ライフスタイルにも大きな変化をもたらしています。

このような流れの中で発生した新型コロナウイルス感染症の感染のリスクを下げるため、ICTを活用した在宅ワークやWeb会議などが推奨され、AIの導入やDX（注6）の取り組みが注目されるなど、新しい働き方に取り組む企業が増えています。

市民生活においても感染拡大のリスクを下げるためにICTを活用したコミュニケーションや部分的ながらオンライン診察が行われるようになりました。また、学校ではオンライン授業が導入されるなど、ICT活用の機会が増えています。

新型コロナウイルス感染症が拡大する中で、ウィズコロナ・ポストコロナという言葉が生まれたように、働く上でも生活していく上でも、コロナと向き合うことが求められてきます。これまでは、生産性を高めるという観点からデジタル化が推進されてきましたが、新型コロナウイルス感染症により、人対人の接触を減らすという視点も加わり、デジタル化の流れは加速しつつあります。

今般の新型コロナウイルス感染症の拡大は、経済の広範囲にわたってネガティブな変化を引き起こした一方、社会におけるデジタル化の加速といったポジティブな変化をもたらしました。新型コロナウイルス感染症の世界的な大流行が落ち着いたとしても、デジタル化の流れが市民生活に及んだこともあり、今後もデジタル化の流れが止まることはなく、加速していくものと考えられます。

### 4. 交通の要衝

本市の高速道路網は、南北に走る東北縦貫自動車道を軸とし、2021（令和3）年4月には新たに東北中央自動車道（相馬～福島）が全線開通したことで、交通の結節点となっています。この東北中央自動車道の開通により、相馬港まで50分、また山形市まで60分圏内で結ばれることとなり、交通利便性の向上が注目されています。

また、東北新幹線が縦貫し、山形新幹線の起点でもあり、東京からのアクセスも最短81分と優れています。ビジネスだけではなく、旅行や観光といった場面でも利便性の高い地域となっています。

今後も南東北における交通のハブ（要衝）として、重要な役割を担うこととなります。



（注6）DX（デジタルトランスフォーメーション）：データやデジタル技術を活用して、新しい製品、サービス、ビジネスモデルを変革させること。

## 第2節 工業の現状

### 1. 製造品出荷額等の推移

本市の近年の製造品出荷額等（注7）の推移は、図1に示したとおり2008（平成20）年に発生したリーマン・ショック（注8）による影響が大きく、翌年には約1,235億円、約16%減少し、2011（平成23）年まで減少傾向が続きます。それ以降は、震災からの復興需要もあり、2015（平成27）年には6,300億円台まで回復しましたが、市内製造業の業種転換などの影響もあり、2016（平成28）年には、前年比で約710億円減少しました。その後は、5,600～5,700億円台が続いています。

特に、2011（平成23）年3月11日に発生した国内観測史上最大規模となる東日本大震災では、ライフラインの停止、新幹線の長期不通、東北縦貫自動車道路や一般国道の寸断など、企業の生産活動は停止せざるを得ない危機的な状況となりました。市内の被害も多岐に及び、人命救助、ライフラインの復旧を最優先に取り組み、日常の回復を目指しました。

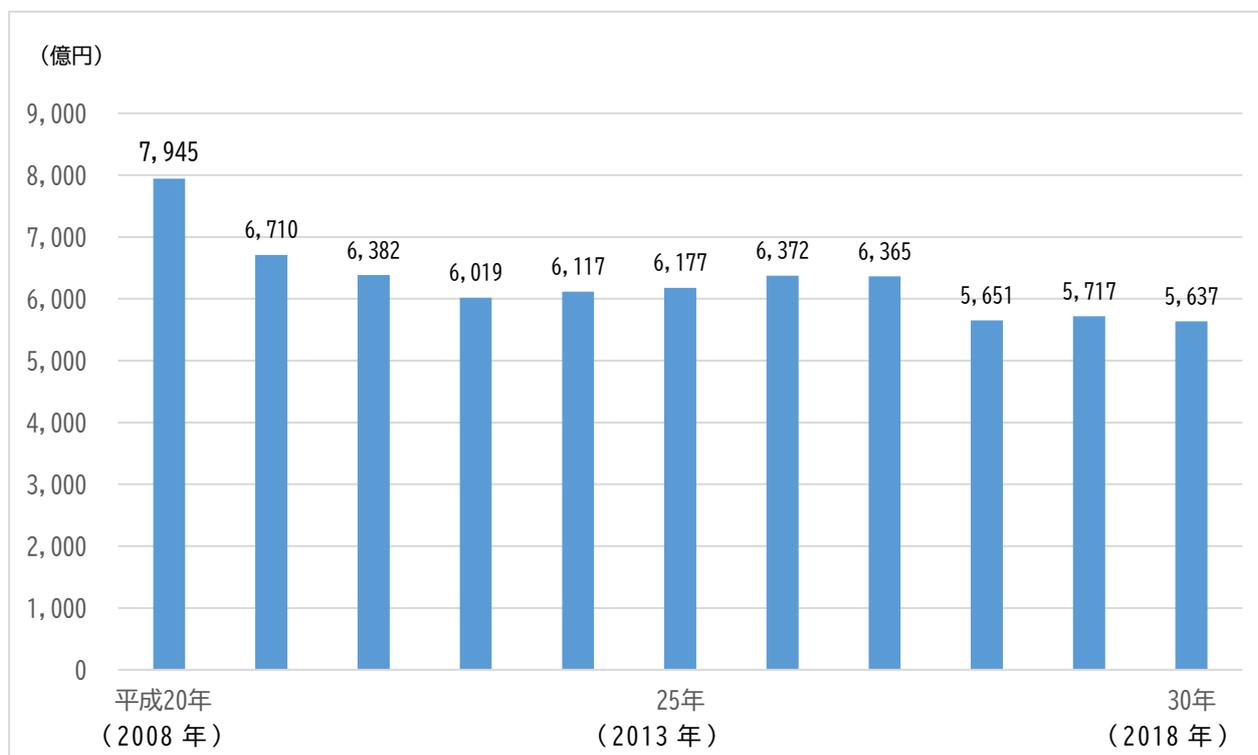
また、地震に伴う原発事故による放射性物質拡散の影響は大きく、市民の健康への不安や今も続く風評被害など、これまで経験したことのない事態となりました。その後、企業の生産ライン、機械装置、器具備品等の修繕修復作業がはじまり、東日本大震災からの復旧・復興に向けた取り組みが行われます。この間、浜通り地区を中心とする福島イノベーション・コースト構想に基づく福島ロボットテストフィールド（注9）が整備されるなど、この大規模災害を教訓とした産業、無人航空機や災害対応ロボット等、最先端の技術が集積されてきます。本市においてもロボット・航空分野をはじめとする特定集積産業を中心に企業誘致を推進し、誘致企業と地場企業との競争力の強化、さらには企業間連携による製造品開発、新技術の開発などを促進することで製造品出荷額等の増加を図ってきました。

2021（令和2）年、新型コロナウイルス感染症が拡大することで、主に原材料や加工品を海外から輸入している製造業はサプライチェーン（注10）が途絶え、自社企業ほか関連企業の生産活動が停止するほど大きな影響を受けました。また、自動車関連産業、情報機器産業、医療関連産業などに共通する半導体（注11）の需要に対し供給が追い付かない事態となり、半導体不足による製造停止も重なることとなります。

他方、コロナ禍にあっても業績を伸ばす産業や、巣ごもり需要（注12）など

といった消費行動に対応した産業などもあることから、ウィズコロナのもたらす変化に対応した戦略が重要となっています。

【図1 製造品出荷額等の推移】



<資料：経済産業省「工業統計調査」「経済センサス」>

(注7) 製造品出荷額等：1年間における製造品出荷額、加工賃収入額、くず廃物の出荷額及びその他の収入額の合計額であり、消費税及び酒税、たばこ税、揮発油税及び地方揮発油税を含んだ額のこと。

(注8) リーマン・ショック：2008年アメリカ合衆国の投資銀行であるリーマン・ブラザーズ・ホールディングスの経営破綻を機に連鎖的に世界規模の金融危機が発生した事象。

(注9) 福島ロボットテストフィールド：陸・海・空のフィールドロボットの一大開発実証拠点。インフラや災害現場など実際の使用環境を再現し、ロボットの性能評価や操縦訓練する施設。

(注10) サプライチェーン：原料の調達に始まり、製造、在庫管理、物流、販売などを通じて、消費者の手に届くまでの一連の流れのこと。

(注11) 半導体：金属などの導体とゴムなどの絶縁体の中間の抵抗率を持つ物質。

(注12) 巣ごもり需要：コロナ禍により、外出自粛や在宅ワークの影響を受けて、在宅時間が増えたことにより消費が拡大した需要のこと。

## 2. 産業分類別からみた特性

2019年工業統計調査によると、事業所数は瀬上工業団地に多く立地する「食料品」をはじめ「生産用機械器具」「金属製品」「印刷」の順となり、従業者数では、「情報通信機械器具」で約3,500人、全体の約20%を占め、次いで「食料品」「金属製品」などが多くなっています。

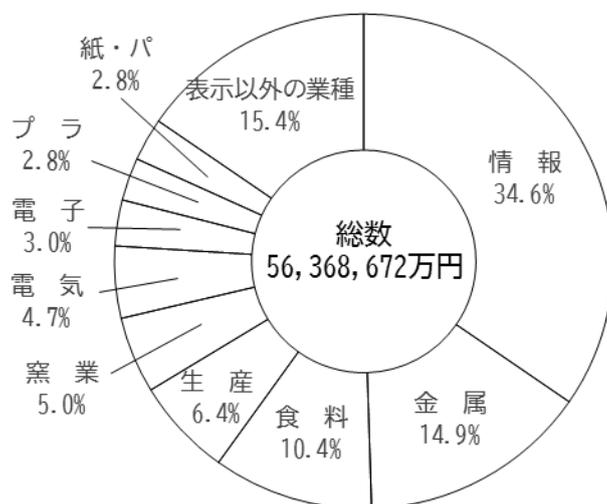
製造品出荷額等では、福島西工業団地、南福島地区に多く集積する「情報通信機械器具」が1,951億6千万円、約35%となっており、次に「金属製品」838億4千万円、「食料品」587億3千万円となっています。

本市の具体的な工業製品としては、衛星通信にかかるシステムや機器、パソコン・プリンター関連を主力製品とする情報通信機械器具、次いで金属プレス製品や建設用建築用金属品を主力とする金属製品、次にパン・菓子・缶詰・調味料などの食料品となっています。

### 【2018（平成30）年の事業所数、従業者数、製造品出荷額等】

|           | 事業所数 | 従業者数   | 製造品出荷額等<br>(万円) |
|-----------|------|--------|-----------------|
| 食料品       | 54   | 2,336  | 5,873,604       |
| 飲料        | 5    | 75     | 150,770         |
| 繊維工業      | 22   | 722    | 475,516         |
| 木材・木製品    | 7    | 60     | 78,125          |
| 家具        | 7    | 81     | 101,192         |
| 紙・パルプ     | 11   | 530    | 1,587,659       |
| 印刷        | 29   | 1,023  | 1,356,772       |
| 化学工業      | 2    | 249    | X               |
| 石油・石炭製品   | -    | -      | -               |
| プラスチック    | 17   | 797    | 1,559,013       |
| ゴム製品      | 2    | 418    | X               |
| 窯業・土石製品   | 17   | 1,006  | 2,801,035       |
| 鉄鋼業       | 2    | 882    | X               |
| 金属製品      | 31   | 1,582  | 8,384,455       |
| はん用機械器具   | 11   | 469    | 1,113,856       |
| 生産用機械器具   | 34   | 1,018  | 3,632,448       |
| 業務用機械器具   | 12   | 343    | 1,186,887       |
| 電子部品・デバイス | 15   | 718    | 1,679,127       |
| 電気機械器具    | 13   | 1,000  | 2,666,978       |
| 情報通信機械器具  | 13   | 3,494  | 19,516,054      |
| 輸送用機械器具   | 8    | 174    | 134,752         |
| その他       | 12   | 180    | 159,171         |
| 合計        | 324  | 17,157 | 56,368,672      |

【図2 2018（平成30）年の製造品出荷額等の業種別構成比】



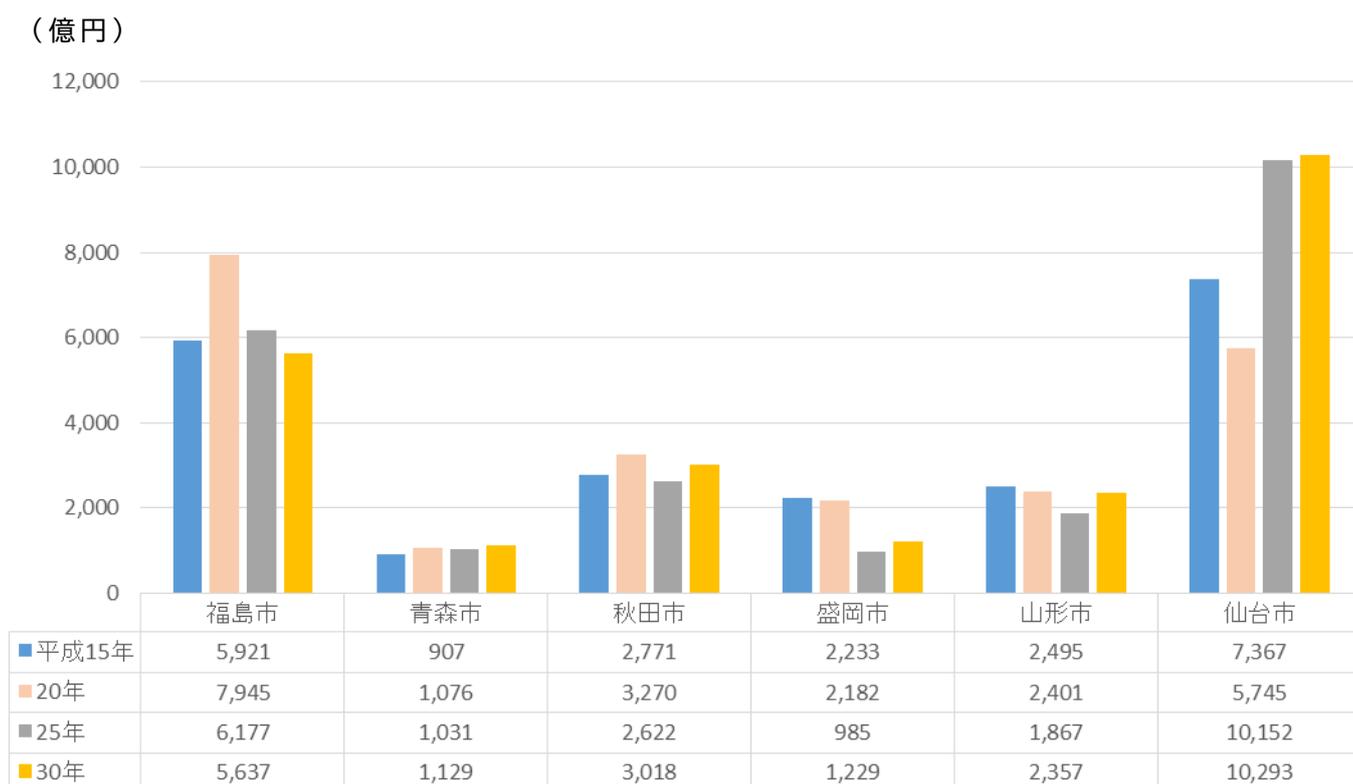
< 資料：経済産業省「2019年工業統計調査」 >

### 3. 東北における状況

2018（平成30）年の東北6市における製造品出荷額等の状況では、本市は仙台市に次いで2番目となっており、製造品出荷額等も5,000億円を超える出荷額で維持しています。

また、本市、秋田市、盛岡市、山形市は、2008（平成20）年のリーマン・ショックの影響を大きく受けそれ以降減少していますが、仙台市と青森市においては、増加・回復に転じています。特に仙台市においては、宮城県内での輸送関連産業の集積が進むなどした結果、製造品出荷額等が飛躍的に伸びています。

【図3 東北6市における製造品出荷額等の推移】



<資料：経済産業省「工業統計調査」>

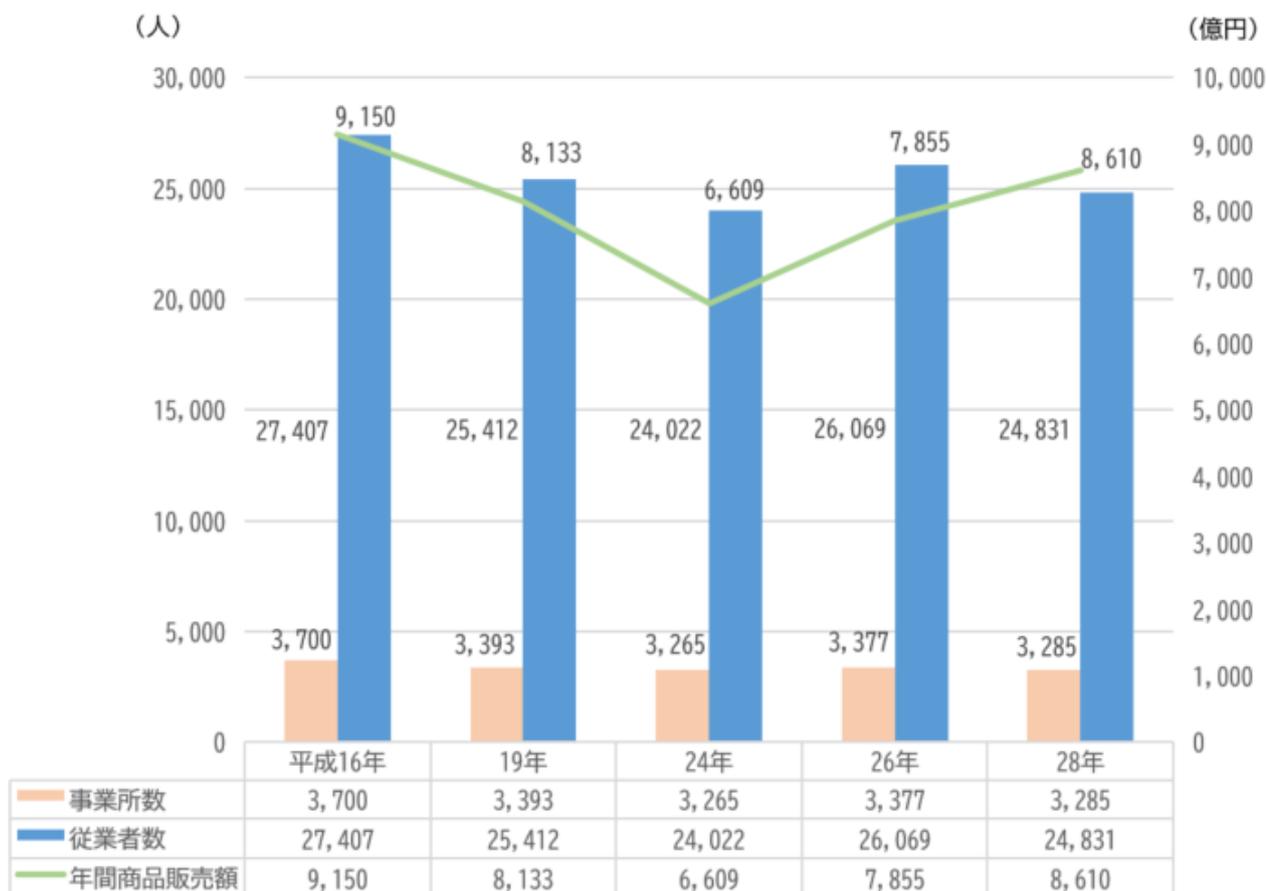
## 第3節 商業の現状

### 1. 事業所数、従業者数、年間商品販売額の推移

本市の近年の事業所数、従業者数、年間商品販売額の推移は、図4に示したとおり、2004（平成16）年には事業所数3,700店舗、従業者数27,407人、年間商品販売額9,150億円ありましたが、2012（平成24）年には人口減少に伴い事業所数や従業者数も減少し、年間商品販売額も6,609億円まで減少しています。それ以降は、増加に転じており、2016（平成28）年には事業所数3,285店舗、従業者数24,831人、年間商品販売額8,610億円まで回復しています。

人口減少による、そもそものマーケットの縮小、高速交通網の発達による市・県外への商業圏の拡大、さらにはEコマース（注13）をはじめとするインターネットによる販売手法の多様化、モノ消費からコト消費、トキ消費（注14）への変化、サブスクリプション（注15）の普及など、今後、商業を取り巻く環境の変化はさらに加速していくことが予想されます。

【図4 事業所数、従業者数、年間商品販売額の推移】



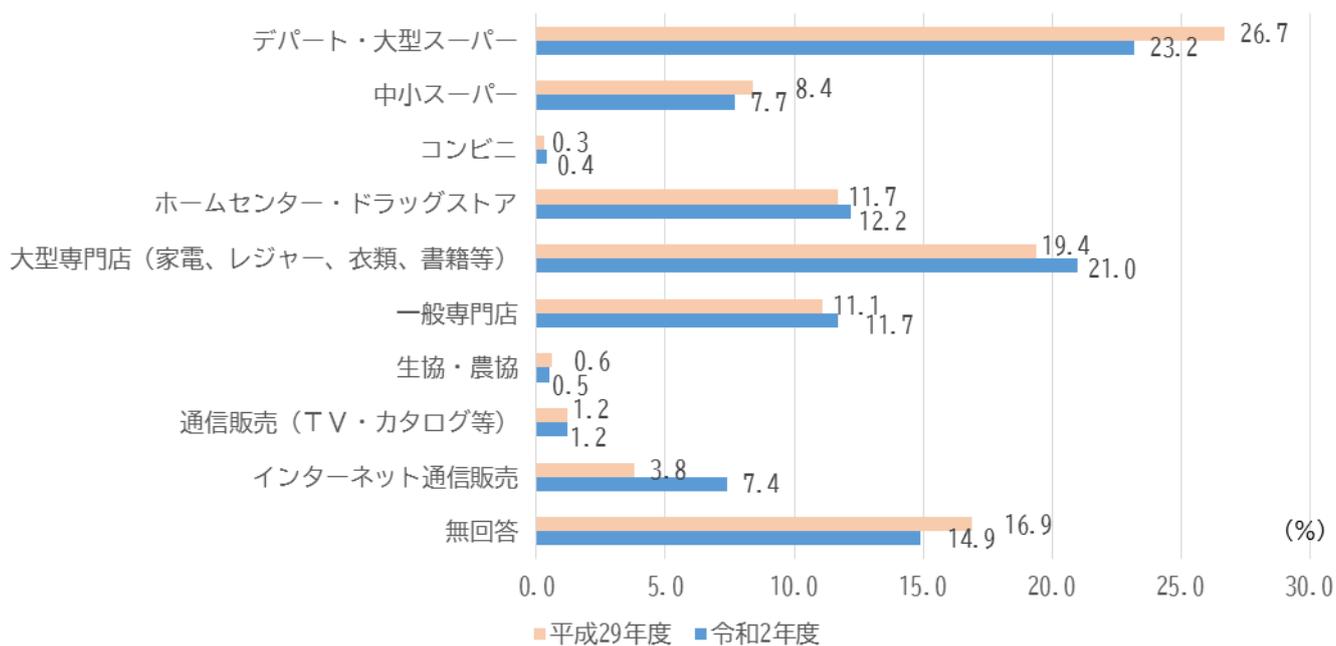
< 資料：経済産業省「商業統計調査」「経済センサス」 >

## 2. 消費者の購買行動

本市における購買店舗形態の利用状況をみると、2020（令和2）年度は「デパート・大型スーパー」（23.2%）が全体の1/4弱を占めており、以下「大型店（家電・レジャー・衣料・書籍等）」（21.0%）、「ホームセンター・ドラッグストア」（12.2%）の順になっています。全体の約半数以上がいわゆる大規模店での購買行動となっており、2017（平成29）年度の調査とほぼ同様の傾向を示しています。

一方、「インターネットでの通信販売」が2017（平成29）年度の調査で3.8%だったものが、2020（令和2）年度は7.4%と大きく伸びています。今後ますますデジタル化が加速することが見込まれることから、Eコマースといったインターネットを介した消費者の行動に注目する必要があります。

【図5 全買物品目に見る買物店舗形態】



<資料：令和2年度及び平成29年度福島市「消費購買動向調査」>

（注13）Eコマース：電子商取引と解され、インターネット上で商品やサービスを売買したり分配したりすること。

（注14）モノ消費からコト消費、トキ消費：それぞれ消費を表す言葉で、モノ＝物、コト＝体験（旅行・趣味・グルメなど）、トキはその時間（イベント・フェスなど）を指し、時代とともに消費に対する価値の移り変わりを表している。

（注15）サブスクリプション：定額の料金を支払い、製品やサービスを一定期間利用することができる形式のビジネスモデルのこと。

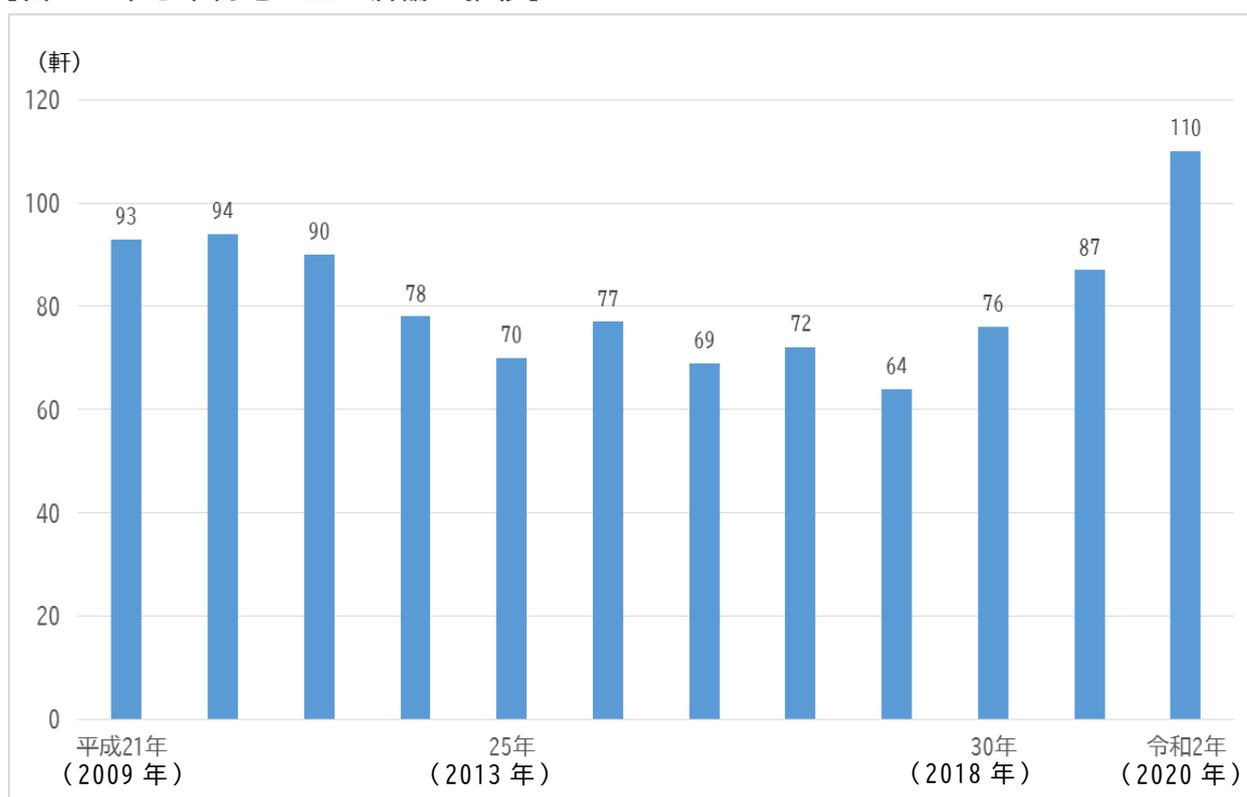
### 3. 空き店舗の推移

本市中心市街地の空き店舗数の推移は、図6に示したとおり、2012（平成24）年から2018（平成30）年頃までは概ね横ばいで推移してきましたが、2019（令和元）年に87店舗となり、2020（令和2）年には、110店舗に増加しました。

とりわけ、新型コロナウイルス感染症の拡大は、中心市街地における人流に影響を与えたことから、特に飲食店が大きな打撃を受け、空き店舗の増加に影響したものと考えられます。

なお、2020（令和2）年8月には、福島駅前に立地し中心市街地の商業を牽引していた中合福島店が閉店し、テナントの一部が中心市街地内の空き店舗に移転しました。この中合福島店跡地を含むエリアには、福島駅東口地区第一種市街地再開発事業により、2026（令和8）年完成予定の複合施設ビルの建設が予定されています。

【図6 中心市街地の空き店舗の推移】



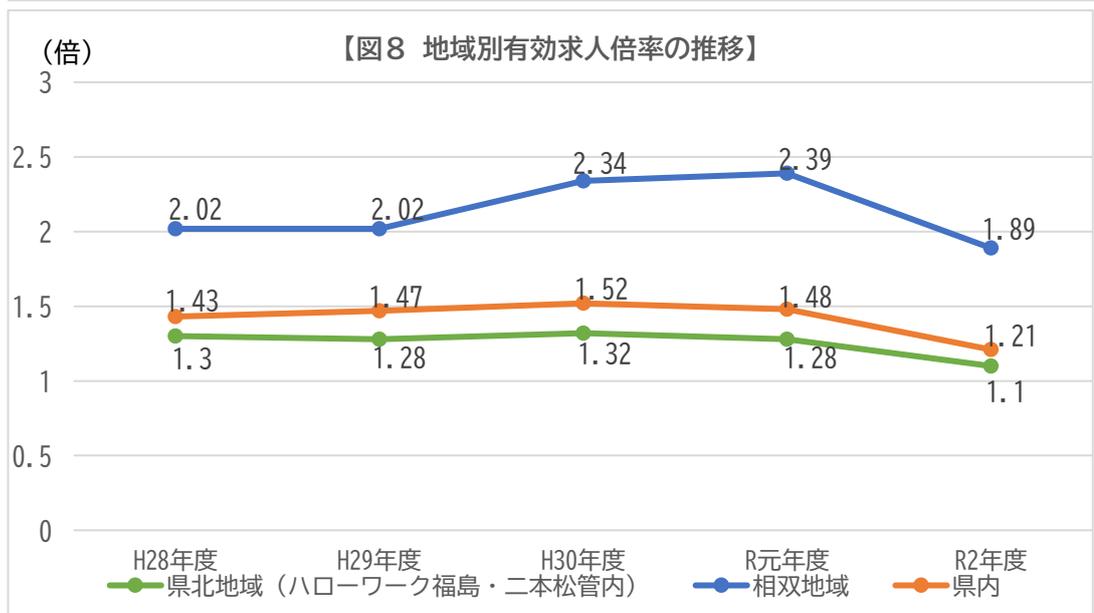
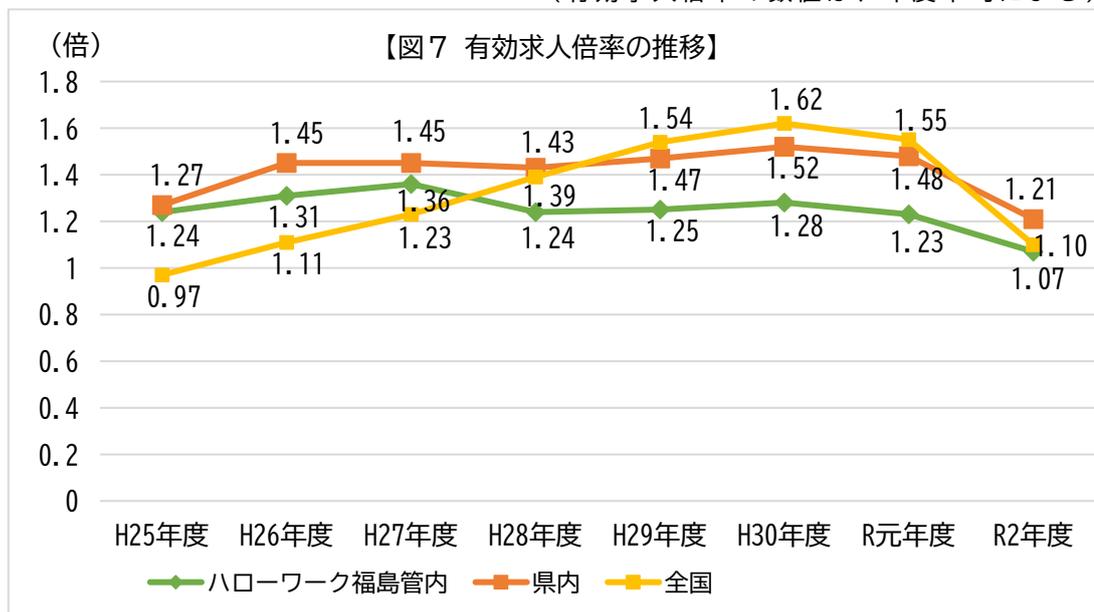
< 資料：福島市「中心市街地空き店舗等調査」 >

## 第4節 雇用の現状

### 1. 有効求人倍率の推移

ハローワーク福島管内の有効求人倍率（注16）は、2013（平成25）年度からは徐々に上昇し2015（平成27）年度には1.36倍となり全国水準よりも上回りますが、震災復興業務にあたる市内の除染作業業務が縮小する2016（平成28）年度以降は下降し始め、新型コロナウイルス感染症の影響も重なり2020（令和2）年度には1.07倍となっています。

福島県内では、以前から、震災復興による需要が高い相双地域での有効求人倍率が高い傾向が続いています。（有効求人倍率の数値は、年度平均による）



< 資料：福島労働局「最近の雇用失業情勢」 >

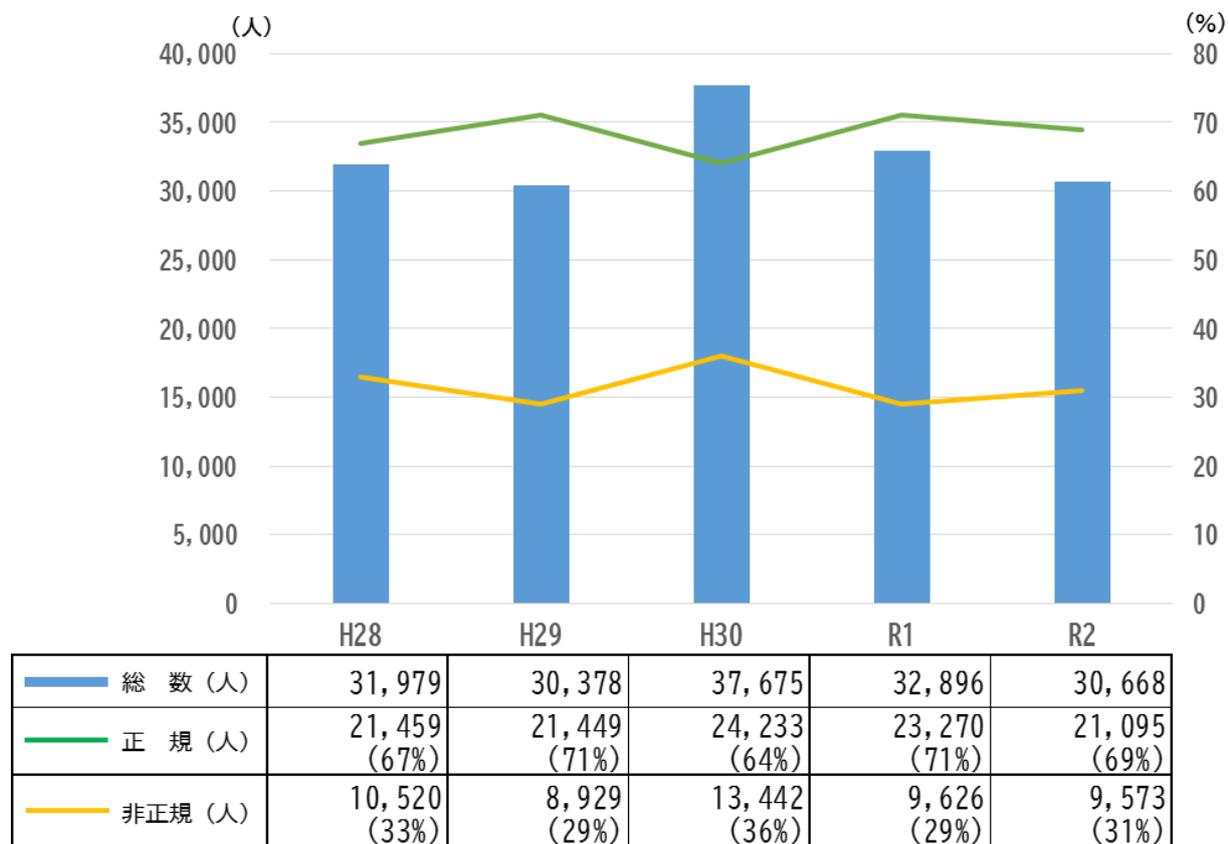
（注16）有効求人倍率：有効求職者数に対する有効求人数の割合で、雇用動向を示す指標。  
 有効求人倍率 = 有効求人数 ÷ 有効求職者数

## 2. 雇用形態

正規雇用者と非正規雇用者（臨時労働者・パートタイマー・派遣労働者）を合わせた雇用総数の推移は、図9に示したとおり、2016（平成28）年の31,979人が2018（平成30）年には37,675人と約5,600人（17.8%）増加となるも、2020（令和2）年には30,668人と約7,000人（18.6%）減少となっています。このような雇用総数が千人単位で変動する要因としては、主な産業別雇用総数、図10に示したとおり、雇用が景気に影響されやすい卸・小売業における雇用者数の増減、医療・介護における雇用者の増加があげられます。

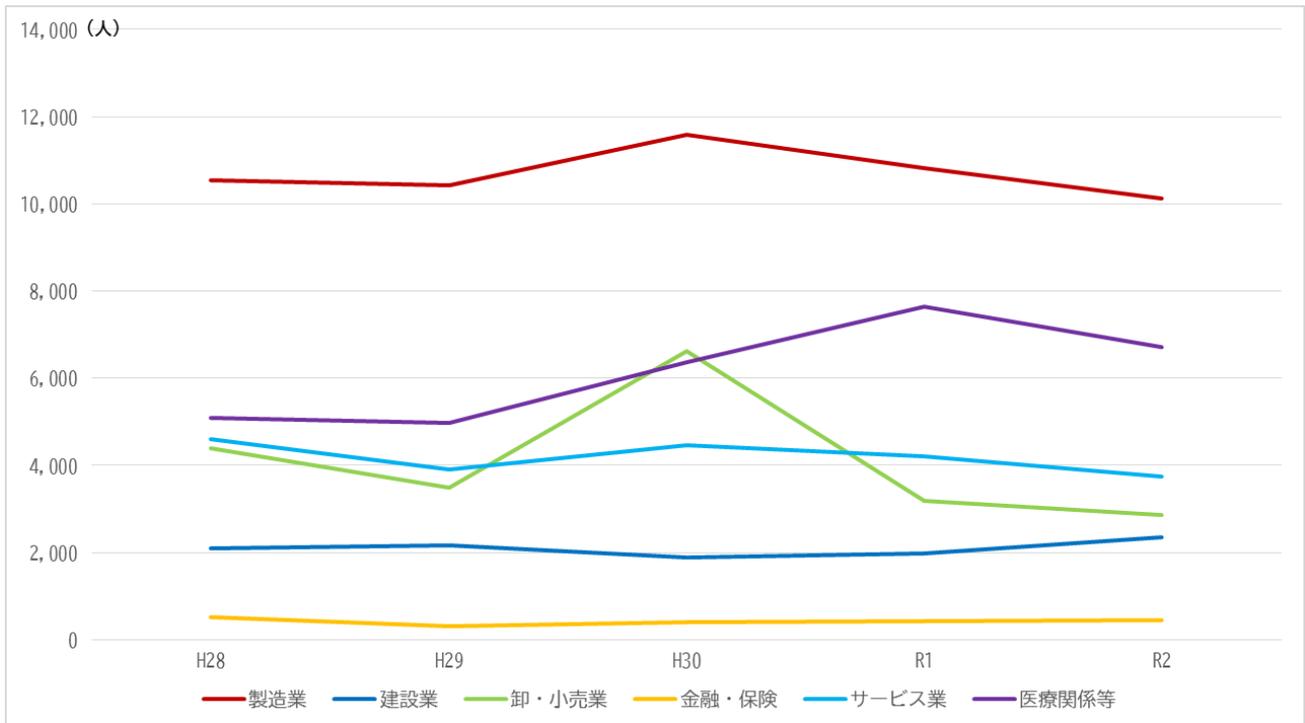
正規雇用者数と非正規雇用者数については、正規雇用者が増加すれば非正規雇用者が減少し、正規雇用者が減少すれば非正規雇用が増加する、相反する関係になっています。2020（令和2）年における非正規雇用者の割合は、全国37.1%、福島県32.7%となっており、比較的、非正規雇用者の割合は少ない状況となっています。

【図9 雇用総数（正規・非正規雇用者）の推移】



< 資料：福島市「労働条件等実態調査報告書」 >

【図10 主な産業別雇用総数（正規・非正規雇用の合算）】



（単位：人）

| 区分    | H28    | H29    | H30    | R1     | R2     |
|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 製造業   | 10,546 | 10,418 | 11,578 | 10,822 | 10,128 |
| 建設業   | 2,101  | 2,157  | 1,882  | 1,973  | 2,339  |
| 卸・小売業 | 4,391  | 3,487  | 6,612  | 3,177  | 2,866  |
| 金融・保険 | 519    | 302    | 391    | 417    | 454    |
| サービス業 | 4,609  | 3,895  | 4,470  | 4,196  | 3,737  |
| 医療関係等 | 5,080  | 4,975  | 6,370  | 7,635  | 6,716  |

< 資料：福島市「労働条件等実態調査報告書」 >

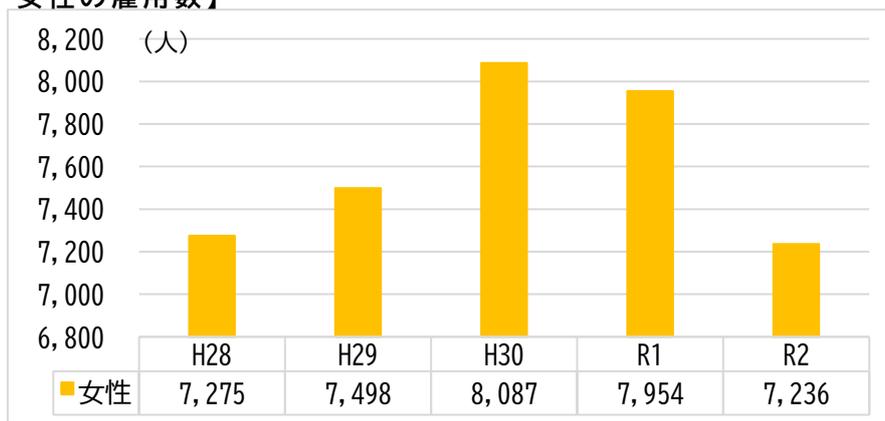
### 3. 雇用におけるダイバーシティ

本市の生産年齢人口は、2040（令和22）年には2020（令和2）年と比較して約53,000人減少すると予測されています。この生産年齢人口の減少に対応する人材確保の観点から、雇用におけるダイバーシティ（注17）の必要性が高まっています。

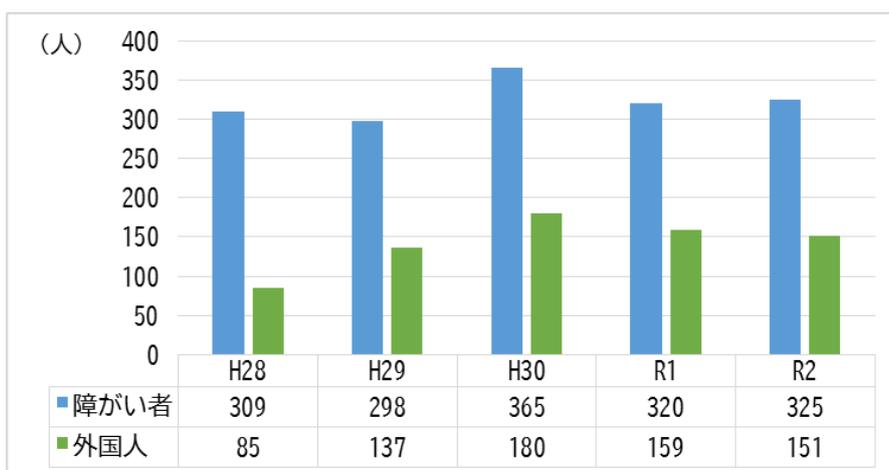
本市における女性、障がい者、外国人の雇用の状況は、2018（平成30）年にそれぞれ雇用数のピークを迎えましたが、2019（令和元）年の消費税の引き上げや台風19号など、経済の影響を受けて雇用が減少しました。その後、障がい者雇用は増加に転じますが、女性、外国人雇用は減少を続けています。

本市では、2020（令和2）年に「福島市障がい者活躍推進計画」、「多文化共生のまち福島推進指針」を、2021（令和3）年に「男女共同参画ふくしまプラン」を定め、雇用におけるダイバーシティを促進しています。

【図11 女性の雇用数】



【図12 障がい者・外国人の雇用数】



<資料：福島市「労働条件等実態調査報告書」>

（注17）ダイバーシティ：多様性。人種・性別・嗜好・価値観・信仰などの違いを受け入れ、多様な人材が持つ可能性を発揮させようとする考え方。

## 第3章 産業ビジョンの施策

### 第1節 基本目標

新型コロナウイルス感染症の拡大防止のため、ソーシャルディスタンスの確保や3密（密閉、密集、密接）の回避など、私たちの生活や社会システムは大きく変容しました。従来の社会活動が極端に制限される中で、デジタル化の進展によりリモートワーク等の対面を前提としない働き方、サービスの在り方等が可能だということが実感された一方、リモートワークやEコマース等に十分対応できないなど、デジタル化の遅れも指摘されています。

ウィズコロナ・ポストコロナを見据えるとともに、生産年齢人口の減少が続く本市において、AIやICTの導入による業務の自動化や省力化・生産性の向上は重要な問題であり、これらの課題を改めて見直し解決していくことが重要となります。

さらに、本市の製造品出荷額や年間商品販売額が減少するなど、商工業を取り巻く環境が厳しさを増す中、事業を継承する後継者の育成や誰もが能力を発揮できる雇用環境の整備、持続可能な社会へと転換を図るSDGs（注18）に対する意識の醸成を進め、産業全体のグレードアップを図り、危機をチャンスに変える実効性の高い施策が必要となっています。

各産業が成長し発展することは、「しごと」が「ひと」を呼び、「ひと」が「まち」を育て、「まち」が「みらい」を創る好循環となり、まち全体ににぎわいが生まれます。

本産業ビジョンでは、東日本大震災及び原子力災害からの復興や新型コロナウイルス感染症の感染拡大による影響からの回復を図り、持続可能で活力ある産業を目指し、「未来を創る強靱な産業の育成に向けて」を基本目標として取り組んでいきます。

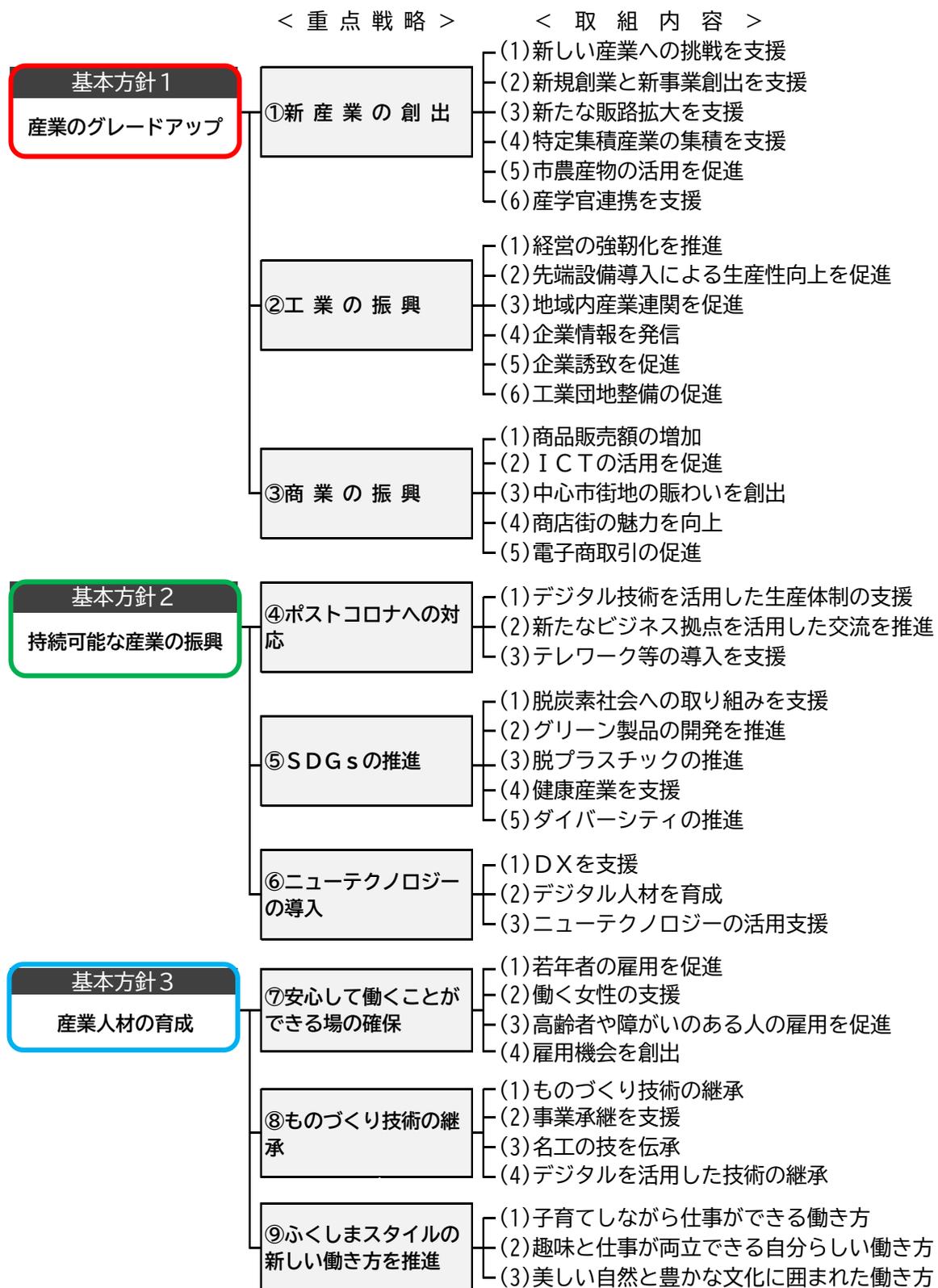
#### 【基本目標】

未来を創る強靱な産業の育成に向けて

（注18）SDGs：「Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）」の略称。2015年9月の国連サミットにおいて採択された2030年までの世界共通の目標。誰ひとり取り残されないことを目指し、世界が達成すべき17の目標で構成される。

## 第2節 施策体系

### 未来を創る強靱な産業の育成に向けて



## 第3節 基本方針及び指標

経済のグローバル化や Society5.0（注19）の到来、ポストコロナを見据えた新たな技術の導入など産業を取り巻く環境は大きく変化しています。そのため、これまでの枠組みを超えて、先進性と持続可能性を重要し、産業の根幹を支える人材を確保・育成するとともに、産業全体を活性化する施策を展開していく必要があります。

産業ビジョンでは、基本目標を達成するために基本方針を掲げ、幅広い分野でAI、ICTなどの活用が進むなかで、産業全体を底上げし、将来へつなげる投資をし、未来で輝くひとを育てることを目的とする基本方針を掲げ、その達成度合いを表す数値目標を設定します。

### 【基本方針】

- 1 産業のグレードアップ
- 2 持続可能な産業の振興
- 3 産業人材の育成

---

（注19）Society5.0（ソサエティ5.0）：サイバー空間（仮想空間）とフィジカル空間（現実空間）を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会課題の解決を両立する、人間中心の社会（Society）。狩猟社会（Society1.0）、農耕社会（Society2.0）、工業社会（Society3.0）、情報社会（Society4.0）。

<指 標>

| ①製造品出荷額等        |   |                |
|-----------------|---|----------------|
| 過去値<br>(平成28年度) | 基準値<br>(平成30年度)                             | 目標値<br>(令和7年度) |
| 5,651億円         | 5,637億円                                     | 5,637億円        |
| 指標の説明           | 製造品出荷額等により、工業の振興の状況をはかる指標です。                |                |
| 目標値の根拠          | 「人」と「活力」であふれる工業の実現に向けた取り組みにより、基準値の維持を目指します。 |                |

| ②中心市街地空き店舗数     |  |                |
|-----------------|--|----------------|
| 過去値<br>(平成28年度) | 基準値<br>(令和2年度)                                   | 目標値<br>(令和7年度) |
| 72店舗            | 110店舗  | 80店舗           |
| 指標の説明           | 中心市街地における商店街の空き店舗数により、まちなかの魅力やにぎわいの状況をはかる指標です。   |                |
| 目標値の根拠          | 「人」と「活力」であふれる商業の実現に向けた取り組みにより、空き店舗の30店舗減少を目指します。 |                |

| ③エネルギー自給率       |  |                |
|-----------------|--|----------------|
| 過去値<br>(平成25年度) | 基準値<br>(令和元年度)   | 目標値<br>(令和7年度) |
| 23.5%           | 30.8%  | 35.0%          |
| 指標の説明           | 市内の1年間の電力消費量に占める、市内で産み出された1年間の再生可能エネルギー発電量の割合です。<br>※非バイオマス系による廃棄物発電を含む。 |                |
| 目標値の根拠          | 再生可能エネルギー導入の促進に向けた取り組みにより、エネルギー自給率35.0%を目指します。                           |                |

| ④女性の管理職登用率      |   |                |
|-----------------|---|----------------|
| 過去値<br>(平成28年度) | 基準値<br>(令和元年度)                            | 目標値<br>(令和7年度) |
| 16.5%           | 17.5%                                     | 20.0%          |
| 指標の説明           | 女性の管理職登用率により、民間事業所における働く女性の活躍の状況をはかる指標です。 |                |
| 目標値の根拠          | 女性の活躍推進により、目標値20.0%を目指します。                |                |

◇人口減少、少子高齢化が進む中、安定した企業経営の強化と生産性の向上が求められるため、AIやICTといったデジタル技術を活用した取り組みを支援し、特定集積産業（注20）の集積を進めることで、ふくしまらしい産業を成長させグレードアップを図ります。

## 重点戦略① 新産業の創出

AIやICTなどのデジタル技術を活用しながら新製品の開発、未知の領域や分野へ進出する企業を支援するとともに、ふくしまならではの特定集積産業を中心とした産学官連携による研究開発を推進し、付加価値の高い商品や製品を生み出すための支援を行います。

また、成長産業として期待される「医療・健康」、また福島イノベーションコースト構想推進として注目する「ロボット・航空」、さらに本市の強みをいかす「農産物加工」に関連する企業誘致に取り組むなど、特定集積産業を支援します。

本市ではこれら産業のグレードアップを図るとともに、地球環境に負荷の少ない産業界への転換や社会構造の変化への取り組みへも支援しながら、新しい産業創出の取り組みを推進します。

【図13 新産業の創出イメージ】



（注20）特定集積産業：医療・健康、ロボット・航空、農産物加工に関連する産業。

(1) 新しい産業への挑戦を支援します

製造業から3次産業への業種転換や小売り販売業から製造業への進出など、新分野への展開や業態業種転換、第2創業、事業再構築へ意欲のある企業を支援します。また、AIやICT等のデジタル技術の導入を支援し、テクノロジーを活用した新たな産業の創出を図ります。

(2) 新規創業と新事業創出を支援します

創業や新規事業に取り組みやすい環境づくりを推進し、新たな時代のニーズに合った新産業の創出と新事業への挑戦を支援します。また、若手経営者の創業や起業を伴走型で支援します。

(3) 新たな販路拡大を支援します

企業認知度の向上やその企業製品をPRする機会を創出するため、企業交流会や見本市などの展示会への出店を推進することで、新たな販路の拡大を支援します。

(4) 特定集積産業の集積を支援します

産業としての成長が続く「医療・健康」、福島イノベーションコースト構想推進の玄関口として「ロボット・航空」、本市の強みをいかす「農産物加工」の関連企業の誘致に取り組み、特定集積産業の集積を支援します。

(5) 市農産物の活用を促進します

本市農産物のブランド力の向上と新しい産業を創出するため、市農産物を活用したスイーツの開発を支援し、ブランディングすることで、地域経済の活性化を図ります。

(6) 産学官連携を支援します

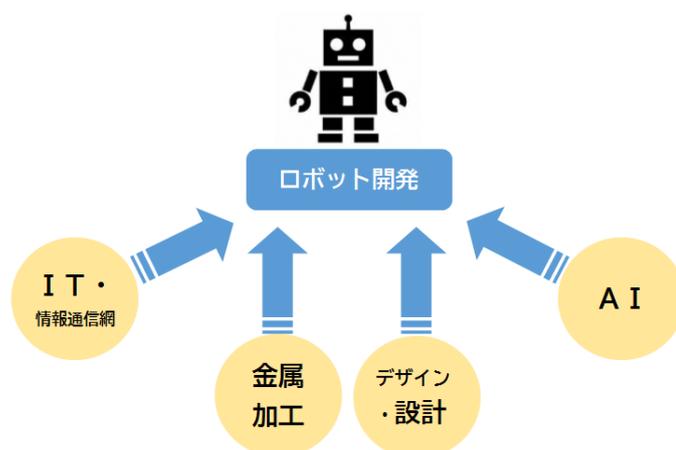
企業と大学や研究機関等の連携を推進することで、時代が求める新しい製品の開発や既存技術の高度化を図り、付加価値の高い製品や技術開発を支援します。

## 重点戦略② 工業の振興

本市製造業の経営の強靱化と生産性の向上を図るため、AIやICT等のデジタル技術の導入、新製品や新しい技術開発につながる設備投資を支援することで、世界に誇れる高水準の製品を開発し、地域全体の知名度・ブランド力の向上を図ります。

また、自然災害や不測の事態による供給途絶リスクを回避するため、生産拠点を集中することによる域内サプライチェーンの構築を推進し、安定した生産活動ができる工業基盤の整備を促進します。

【図14 特定集積産業による域内サプライチェーン】



### (1) 経営の強靱化を推進します

新しい技術の開発や研究開発、新規取引先の確保、さらには企業の根幹となる生産性の向上を図る先端設備の導入など、力強い企業づくりを支援し、経営の強靱化を推進します。また、新型コロナウイルス感染症拡大や大規模災害による生産停止等、不測の事態からの事業継続や早期復旧を可能とするため、事業継続計画（BCP）または事業継続力強化計画の策定を推進します。

### (2) 先端設備導入による生産性向上を促進します

生産年齢人口が減少することで労働力が不足し、労働生産性が低下するなどのマイナスのスパイラルに陥ることが危惧されます。これをプラスに転じ、年率3%の労働生産性の向上を図るため、本市の先端設備導入計画を推進し、安定した生産活動を支援します。

### (3) 地域内産業連関を高めます

地域内企業の連携により、域内サプライチェーンを構築し生産拠点を集積させることで、不測の事態による供給途絶リスクを回避します。また、地域内から原材料やサービスを調達する産業連関を通じた波及効果を高めます。

(4) 企業情報を発信します

SNSを活用し企業の主力製品やアピールポイントを発信することで、取引機会の拡大を図ります。また広く国内外へ向けたビジネスマッチングの機会を提供します。

(5) 企業誘致を促進します

全国へ向けて本市立地の優位性や魅力をPRする記事や動画の配信、トップセールスや企業立地セミナーのオンラインによる開催など、柔軟な発想で積極的に企業誘致活動を展開します。

(6) 新たな工業団地を整備します

持続可能な産業振興の基盤となる第2期福島おおぞらインター工業団地の整備を推進し、活力ある工業の振興を図ります。

<指標（再掲）>

| 製造品出荷額等         |   |                |
|-----------------|---|----------------|
| 過去値<br>(平成28年度) | 基準値<br>(平成30年度)                             | 目標値<br>(令和7年度) |
| 5,651億円         | 5,637億円                                     | 5,637億円        |
| 指標の説明           | 製造品出荷額等により、工業の振興の状況をはかる指標です。                |                |
| 目標値の根拠          | 「人」と「活力」であふれる工業の実現に向けた取り組みにより、基準値の維持を目指します。 |                |

## 重点戦略③ 商業の振興

人口減少、少子高齢化や、郊外への大型スーパーの出店、街なか商店街の衰退、Eコマースをはじめとするインターネット販売などの市民生活の変化に伴い、商業を取り巻く環境も大きく変化しています。外での買い物から、内（家）での買い物も可能になっており、今後もインターネット販売が加速することが予測されることから、個店の電子決済をはじめとするICTを活用した取り組みを支援します。

また、中心市街地の商店街の魅力を向上させるため、店舗のリノベーション（注21）や空き店舗を活用した新規出店舗への支援、賑わい創出のアイデアあふれる学生のまちづくり活動や異業種間交流による新規出店舗を増やす取り組みなどを支援し、活性化を図ります。

### （１）商品販売額の増加を図ります

商工団体等が実施するキャッシュレス事業、消費喚起事業などへの支援や、観光資源との連携による市外からの誘客拡大などを通して、小売業等を中心に商品販売額の増加を図ります。

### （２）ICTの活用を促進します

商品の受発注における一体的なデータ管理や在庫管理の自動化など、経営効率化のために行うICTを活用した取り組みを支援することで、事業者の経営力の向上を図ります。

### （３）中心市街地の賑わいを創出します

中心市街地における空き店舗の解消を図るため、空き店舗への出店支援に取り組むとともに、事業者・市民・学生が連携してイベントを実施することにより、中心市街地の賑わいを創出し、中心市街地の魅力とエリア価値の向上を図ります。

### （４）商店街の魅力の向上を図ります

関係団体や地元商工団体等と連携したイベントの実施や地域の特性を活かした共同販促事業を支援することなどにより、商店街の魅力の向上を図ります。

---

（注21）リノベーション：機能を刷新し、新しい価値を生み出すための改修。

(5) 電子商取引を促進します

多様な消費者ニーズに対応した販路拡大を支援し、決済手段の利便性向上による消費の拡大を後押しするため、Eコマースの推進や電子決済の導入をはじめとした電子商取引を促進します。



【ふれあい商店街の様子】

<指標（再掲）>

| 中心市街地空き店舗数      |  |                |
|-----------------|--|----------------|
| 過去値<br>(平成28年度) | 基準値<br>(令和2年度)                                   | 目標値<br>(令和7年度) |
| 72 店舗           | 110 店舗   | 80 店舗          |
| 指標の説明           | 中心市街地における商店街の空き店舗数により、まちなかの魅力やにぎわいの状況をはかる指標です。   |                |
| 目標値の根拠          | 「人」と「活力」であふれる商業の実現に向けた取り組みにより、空き店舗の30店舗減少を目指します。 |                |

◇市民生活を豊かにするためには、産業の成長と発展は欠かせないものであります。これまでのデジタル技術を活用した柔軟な働き方改革やビジネスモデルの変化、環境問題への意識も高まる中、未来を見据えた戦略的な投資、誰一人として取り残されない社会全体の利益を追求した持続可能な産業の振興を目指します。

## 重点戦略④ ポストコロナへの対応

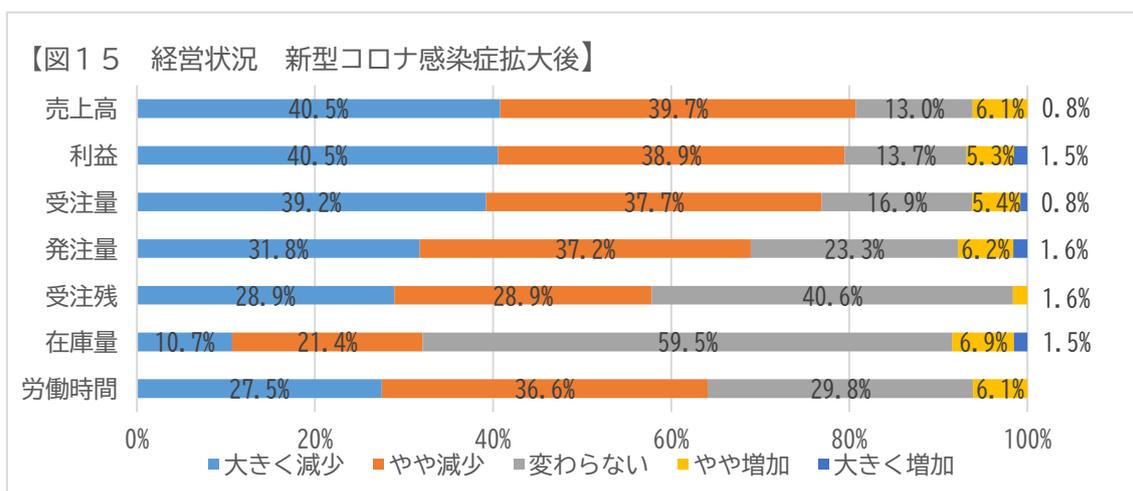
新型コロナウイルス感染症の拡大は、本市の経済活動や医療現場への影響だけでなく、市民の日常生活をも大きく変化させ「新しい生活様式」が市民の日常に定着しました。こうした変化の中、ポストコロナ時代に応じた企業そのものの変化も必要となっており、働き方、製造工程、物流、製品販売、アフターフォローなど多岐にわたる経済活動に変化が求められます。

また、今般のコロナ禍において、緊急事態宣言や外出自粛要請、時短要請が発令されたように、企業や商業施設、学校等の臨時休業、時短体制など、緊急時に備えた対応も必要になります。

今後は、ソーシャルディスタンスの確保や感染リスクを抑えるためのリモートワークなどの柔軟な働き方を推進し、またAIやICT等のデジタル技術を活用した企業の生産体制を支援するなど、持続可能な産業の振興を図ります。

### (1) デジタル技術を活用した生産体制を支援します

AIやICT等のデジタル技術の活用を促進することで、生産管理や在庫管理などの業務を効率化し、作業負担の軽減や労働時間の短縮、人的ミスの削減や品質の標準化を図り、生産体制の強化を支援します。



<資料：令和2年度福島市工業振興計画に係るアンケート等調査業務委託報告書>

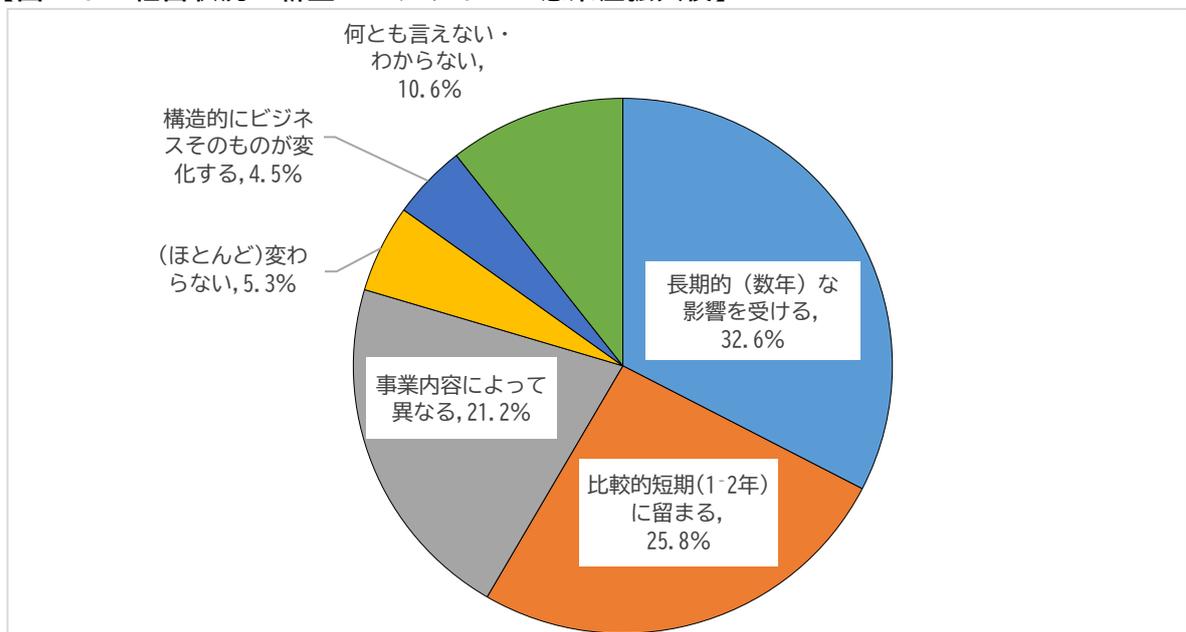
(2) 新たなビジネス拠点を活用した交流を推進します

デジタル技術の進展により、転職を伴わない移住定住や環境の良い地方へのオフィス移転が注目されています。また、ベンチャー企業やクリエイティブ人材、フリーランスの育成など、リニューアルした産業交流プラザを新たなビジネス拠点とし交流を推進します。

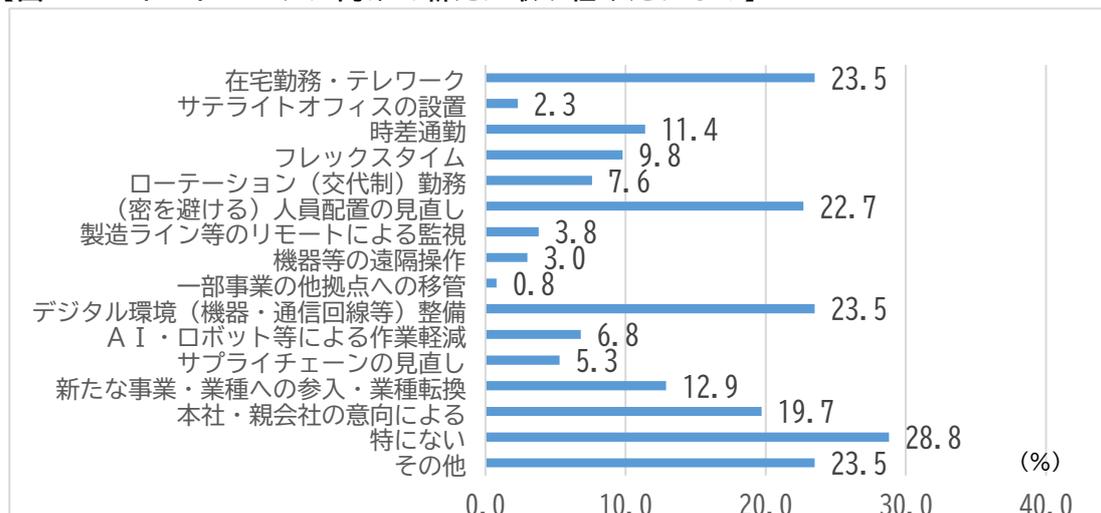
(3) テレワーク等の導入を支援します

新たな生活様式が定着するなか、柔軟な働き方を推進するため、リモートワークやWeb会議、サテライトオフィスの活用など、感染リスクを抑えながら働くことのできるテレワーク等の導入を支援します。

【図16 経営状況 新型コロナウイルス感染症拡大後】



【図17 ポストコロナに向けて新たに取り組みたいもの】



<資料：令和2年度福島市工業振興計画に係るアンケート等調査業務委託報告書>

## 重点戦略⑤ SDGsの推進

SDGsの理念のもと、産業の発展と自然環境との両立を推進するため、これまでの大量生産・大量消費の生産体制を見直し、AIやICT等のデジタル技術を活用することで、製品ロスを少なくし最適化された生産体制の実現を支援します。

また、限られた地域資源を有効に活用する経済、新型コロナウイルスの流行など不測の事態に対応できる社会、ゼロカーボンの実現に向けた省エネ・再エネを推進した環境、これら3つの側面における新しい価値を創出するため、「SDGs未来都市」として持続可能な産業振興の実現を目指します。

### (1) 脱炭素社会への取り組みを支援します

太陽光やバイオマス発電などの自然環境を活かした再生可能エネルギー、次世代自動車の導入を促進し活用することで、脱炭素社会に向けた新しい産業の取り組みを支援します。

### (2) グリーン製品の開発を推進します

資源を無駄なく利用する循環型社会を目指すため、グリーン製品の必要性について普及啓発を図り、廃棄物等を資源としたグリーン製品の開発を推進します。

### (3) 脱プラスチックを推進します

海洋プラスチックごみが問題となるなど、プラスチック製品が環境に影響を及ぼすことから、レジ袋の削減、食品トレーやペットボトルの分別回収など、産業界全体として脱プラスチックへの取り組みを推進していくことで、循環型のサステナブル社会の実現を目指します。

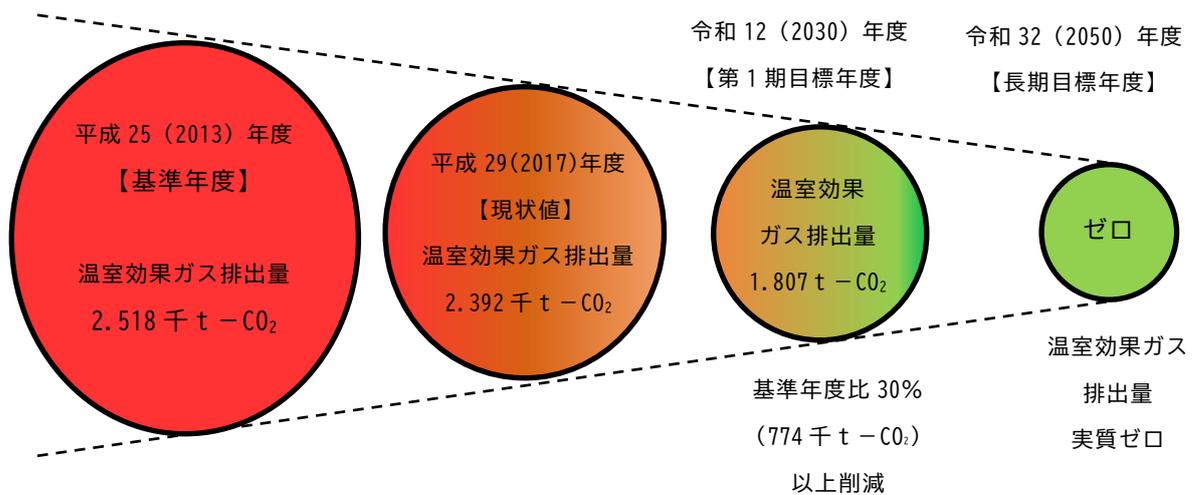
### (4) 健康産業を支援します

子どもから高齢者まで心身ともに健康で、誰もが住みやすいまちを創っていく必要があります。福島県立医科大学を中心とした医療と産業の連携をより強化し、また介護や福祉の現場で求められる新しい介護福祉用品への開発を支援するなど、健都ふくしま実現のため医療介護福祉を含めた健康産業を支援します。

(5) ダイバーシティを推進します

誰もが生き生きと働くことのできる環境を整えることによって、自由な発想が生まれ、生産性を向上し、競争力の強化へとつなげます。このため、女性・障がい者・外国人など多様な人材を活かし、その能力が最大限発揮できる機会を提供するダイバーシティを推進します。

【図18 温室効果ガス排出量削減目標】



<資料：福島市脱炭素社会実現実行計画>

<指標（再掲）>

| エネルギー自給率        |  |                |
|-----------------|--|----------------|
| 過去値<br>(平成25年度) | 基準値<br>(令和元年度)   | 目標値<br>(令和7年度) |
| 23.5%           | 30.8%  | 35.0%          |
| 指標の説明           | 市内の1年間の電力消費量に占める、市内で産み出された1年間の再生可能エネルギー発電量の割合です。<br>※非バイオマス系による廃棄物発電を含む。 |                |
| 目標値の根拠          | 再生可能エネルギー導入の促進に向けた取り組みにより、エネルギー自給率 35.0%を目指します。                          |                |

## 重点戦略⑥ ニューテクノロジーの導入

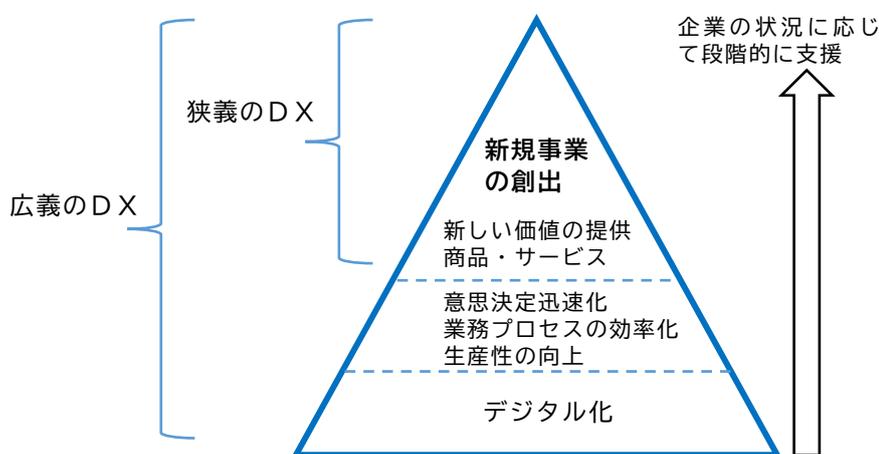
新型コロナウイルス感染症拡大により企業活動が大きく制限される中、業務やサービスなどのデジタル化やロボット導入など、ニューテクノロジー（注22）の活用が注目されました。5年先、10年先、本市を取り巻く自然、社会、経済環境は全くといっていいほど変わっており、今後さらに、これらニューテクノロジーの活用が進み、その変化に柔軟に対応していくことが必要となってきます。

テクノロジーへの対応が必要となった今日のビジネスの世界で、テクノロジーを活用したビジネスチャンス、ビジネスチェンジ、ビジネスアップを積極的に支援し、将来を見据えた持続可能な産業の振興を図ります。

### （1）DXを支援します

ウィズコロナ・ポストコロナのDX（注23）時代を見据え、既存の業務形態を見直し、データとデジタル技術を活用した企業のビジネスモデルの変革によるDXへの取り組みを支援し、新規事業の創出、持続可能な産業の振興に繋がります。

【図19 DXの領域】



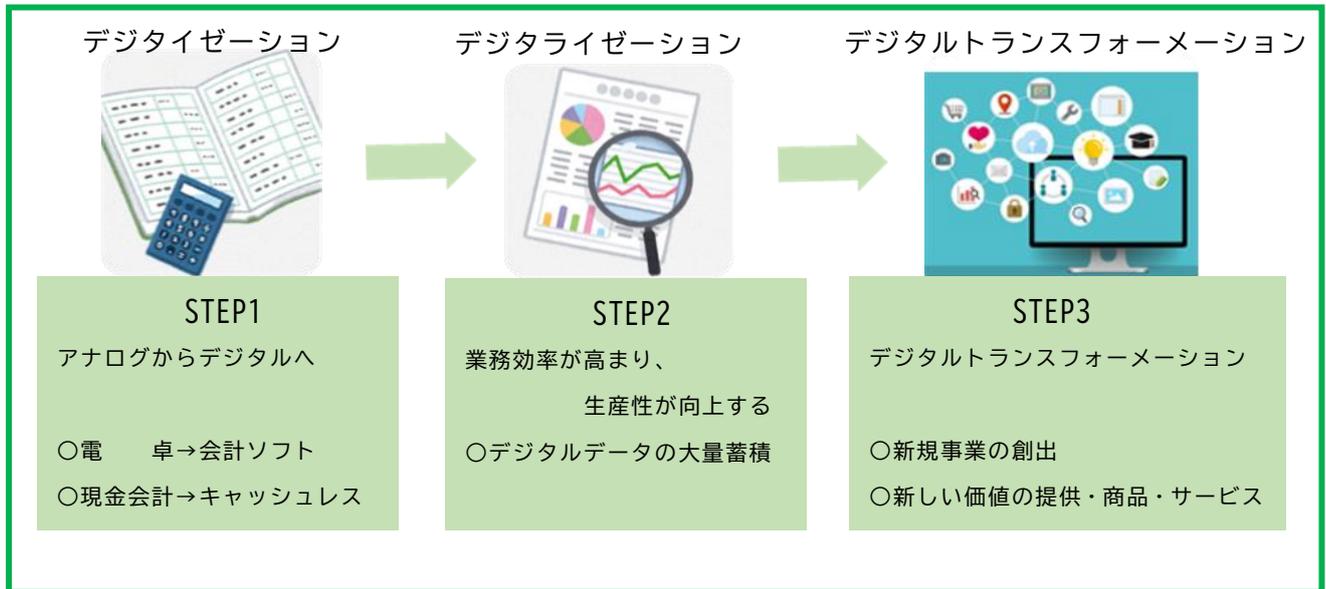
（注22）ニューテクノロジー：人工知能、ロボット技術などの最先端の技術。

（注23）DX（デジタルトランスフォーメーション）：データやデジタル技術を活用して、新しい製品、サービス、ビジネスモデルを変革させること。

(2) デジタル人材を育成します

企業のDXを促進するため、社員のデータ分析の基礎スキルや、業務にITを応用するための教育を支援することでデジタル人材の育成を図ります。

【図20 DXまでのステップ段階】



(3) テクノロジーの活用を支援します

新たなテクノロジーは、新たなビジネスチャンスを提供すると同時に、指数関数的に発展し、様々な業務形態に大きな変化をもたらします。この変化に対応、あるいは活用するため、テクノロジーに取り組む企業を支援します。

想定される新たなテクノロジー

- ①量子コンピューティング、②AI、③輸送ネットワーク（ドローン空輸など）、④ロボット、⑤VR、⑥AR、⑦3Dプリンティング、⑧ブロックチェーン、⑨材料科学など

◇コロナ禍を機に新たな時代へ向けた人材の育成が必要とされる中で、働きがいと生産性を共に高められる働き方改革や女性や若者など多様な人材が能力を発揮しエンゲージメント（注24）を高められる活力ある社会構築を目指します。

## 重点戦略⑦ 安心して働くことができる場の確保

若者や女性、高齢者や障がいのある人など誰もが雇用の機会に恵まれ安心して働くことができるなど、地元企業の魅力や情報をより広く発信することで、地元企業と求職者とのマッチングにつなげ効率よく雇用対策を推進します。

また、期待されている特定集積産業の誘致や既存産業のグレードアップを図ることで、新たな雇用の創出を図ります。

### （1）若年者の雇用を促進します

若年世代の地元企業への就職を推進するため、企業と学生の相互理解を深めるインターンシップの活用や地元企業の魅力や情報の発信を強化し、企業と求職者とのマッチングにつなげ効率よく雇用対策をすることで、若年者の雇用を促進します。

### （2）働く女性を支援します

働く女性が能力を発揮できる社会づくりを推進するため、女性の雇用に取り組みます。また管理職登用、職域拡大、働きやすい職場環境づくりにも取り組み、女性の創業や起業を支援します。

### （3）高齢者や障がいのある人の雇用を促進します

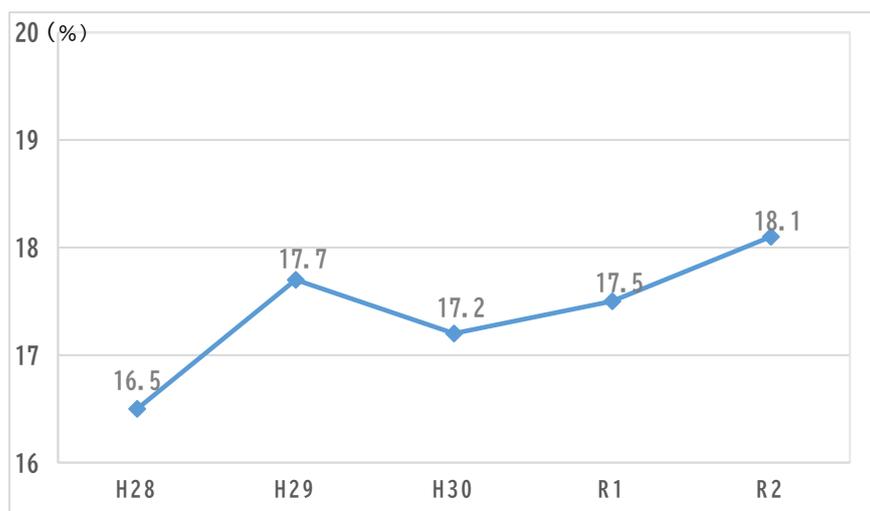
高齢者や障がいのある人が働きやすい職場環境の整備が、全ての労働者の働きやすい職場環境にもつながることから、高齢者や障がい者を積極的に雇用する企業の認証を推進するなど、雇用のダイバーシティを促進します。

### （4）雇用機会を創出します

企業誘致の推進や既存産業の振興と成長産業の支援などにより、企業の事業拡大を支援することで新たな雇用機会の創出を図り、オンラインを活用した採用活動による人材の確保など、新たな取り組みを積極的に支援し、安定的な雇用の機会を提供します。

（注24）エンゲージメント：会社や組織に対する愛着心や愛社精神。

【図 2 1 女性の管理職登用率】



|       |       |       |       |       |       |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 男性(人) | 4,376 | 4,467 | 4,986 | 4,797 | 4,634 |
| 女性(人) | 865   | 962   | 1,035 | 1,017 | 1,021 |
| 総数(人) | 5,241 | 5,429 | 6,021 | 5,814 | 5,655 |

<資料：福島市「労働条件等実態調査報告書（男女別管理職者数）」>

<指標（再掲）>

| 女性の管理職登用率       |   |                |
|-----------------|---|----------------|
| 過去値<br>(平成28年度) | 基準値<br>(令和元年度)                            | 目標値<br>(令和7年度) |
| 16.5%           | 17.5%                                     | 20.0%          |
| 指標の説明           | 女性の管理職登用率により、民間事業所における働く女性の活躍の状況をはかる指標です。 |                |
| 目標値の根拠          | 女性の活躍推進により、目標値 20.0%を目指します。               |                |

## 重点戦略⑧ ものづくり技術の継承

これまで地域経済を支えてきた、ものづくり産業の原点となる卓越した熟練の技や技術を継承することは、未来を創る強靱な産業の育成に向けて重要であることから、名工の技を体感することでその技術を習得し、またAIやIoT（注25）などのデジタル技術による伝承に取り組むことで、ものづくり技術の継承を推進します。

（注25）IoT：Internet of Things の略。様々なモノがインターネットにつながること。

(1) ものづくり技術を継承します

卓越した熟練の技や技術を引き継ぐためには、その本物の技や技術に直接触れ感じながら習得する必要があることから、職業訓練技能校などを通して後継者や訓練者へものづくり技術を継承します。

(2) 事業承継を支援します

経営者の高齢化や後継者不足が深刻化しているため、企業後継者の経営に必要なノウハウやマネジメント力を修得する機会を提供し、将来の安定した企業経営を図ります。

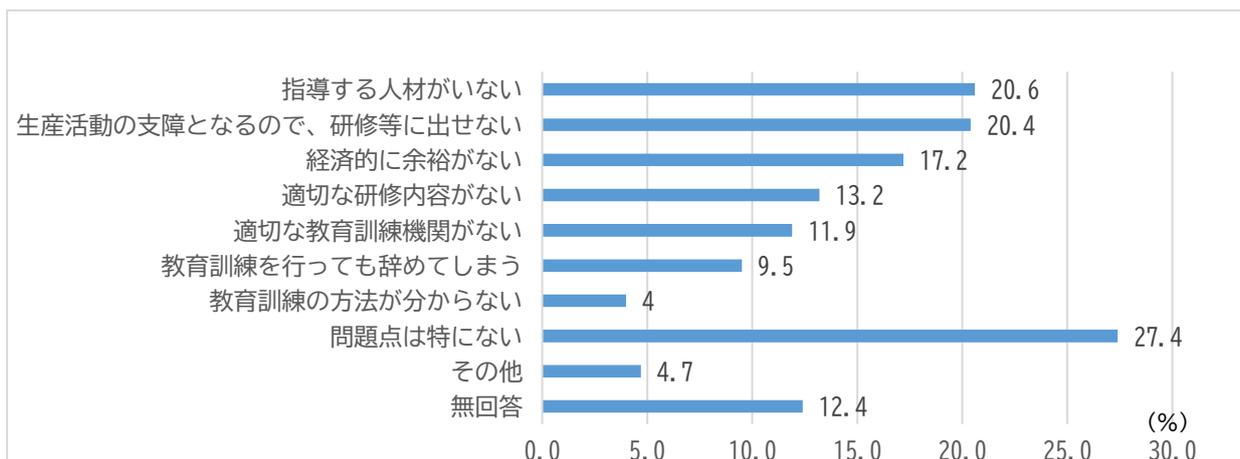
(3) 名工の技を伝承します

名工の技に触れる機会が少なくなり、その仕事の魅力を伝える機会も少なくなっていることから、名工の技や技能に直接触れ感動する機会を創出することで、ものづくりに対する技術の素晴らしさ、偉大さ、興味関心を高め、次世代へ名工の技を伝承していきます。

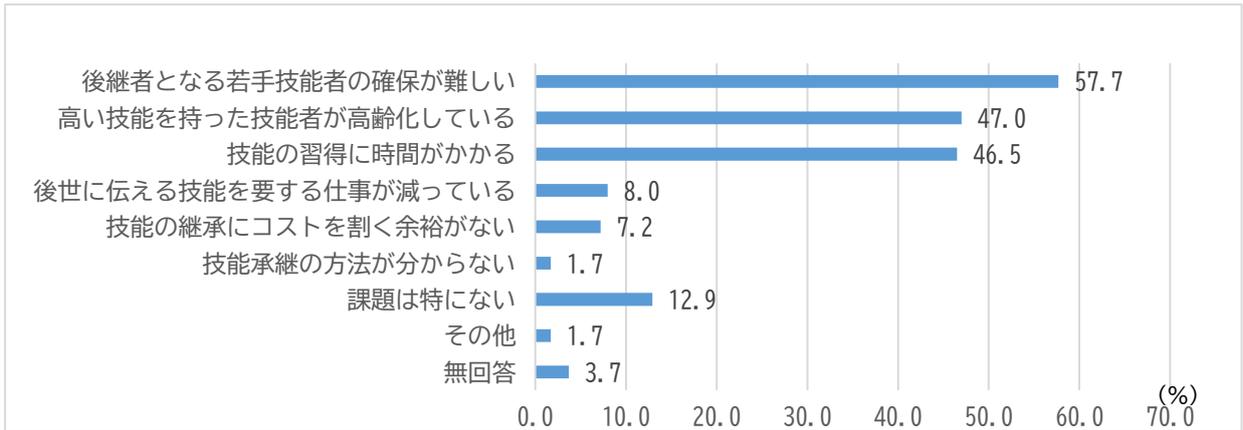
(4) デジタルを活用したものづくり技術を支援します

名工の技や熟練の技術を次世代へつなぐ必要があることから、デジタルを活用しデータ化することで技や技術の見える化を図り、ものづくり技術の継承を推進します。

【図22 能力開発や教育訓練（研修）に関して課題や問題点】



【図23 技能承継に関する課題や問題点】



<資料：平成28年3月福島県産業人材育成（職業能力開発）に関するアンケート調査>

## 重点戦略⑨ ふくしまスタイルの新しい働き方を推進

一人ひとりのワークライフバランスを尊重し誰もがやりがいと充実感をもち、子育てしながら働くことができる、自分の趣味と仕事の両立ができる、美しい自然と豊かな文化に囲まれながら働くことができる、ふくしまスタイルの新しい働き方を推進します。

### (1) 子育てしながら仕事ができる働き方を推進します

地域や教育機関、民間団体等との連携を図り、地域ぐるみの子育て支援に取り組むことで、子育てしながら仕事ができる働き方を推進します。

### (2) 趣味と仕事が両立できる自分らしい働き方を推進します

観光や温泉、スポーツや音楽など、自分のライフスタイルに応じた趣味と仕事が両立できる自分らしい働き方を推進します。

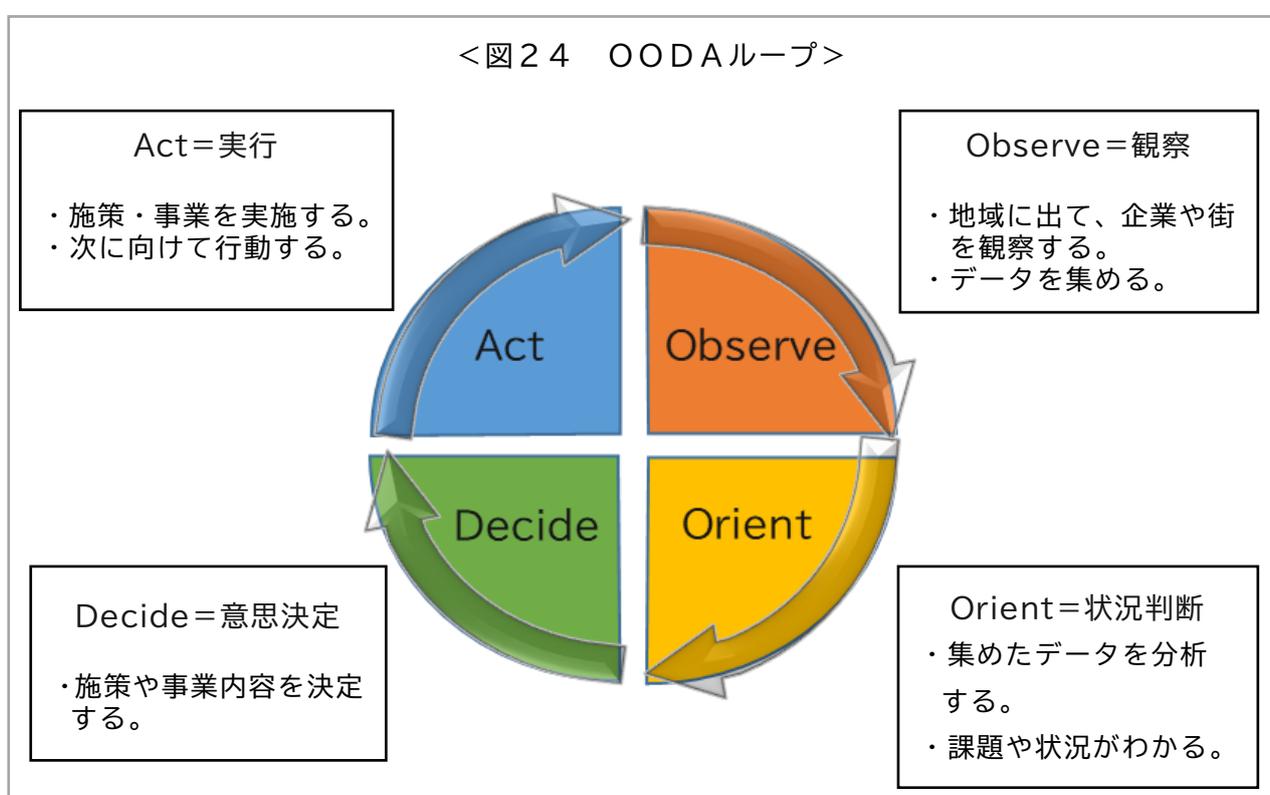
### (3) 美しい自然と豊かな文化に囲まれた働き方を推進します

四季折々の自然本来の美しさを身近に感じ、都市と田園地域の調和した温かみや優しさがある人情あふれる街で働くことは、心身の健康につながります。働く人の心身の健康は企業にとっても重要な要素であることから、自然と文化に囲まれた働き方を推進します。

## 第4節 施策の管理と推進体制

### 1. 施策の管理

産業ビジョンの実現に向けては、テクノロジーの進歩により産業構造が劇的に変化する時代に直面しており、また新型コロナウイルスや大規模な自然災害にも即座に対応することが求められていることから、産業ビジョンの実現はOODAループ（注26）に基づき、各施策を管理していきます。そのメリットは「スピード」と「実行」であり、時代の潮目や社会環境が変化した場合など、その情報を収集しながら素早く行動変容し、打開策を見つけ困難を乗り越えていきます。



### 2. 産業ビジョンの推進体制

#### (1) 企業、商工関係団体との連携

持続可能な産業の発展には、企業や個店自らの創意工夫及び経営努力が基本となります。その上で、企業間の連携や商工関係団体等と協力し、取り組む主体自らを含めた産業全体の総合力を高めていきます。

(注26) OODAループ（ウーダグループ）：常に流動し予測不能な状況など、計画が立てにくい場合にとられる意思決定理論。

#### 企業の役割

- 企業は産業の主役であり、その成長そのものが地域経済の成長につながります。企業の従業員の背景にはその人の家族もあることから、企業は地域社会を構成する一員としての社会的責任を自覚し、地域社会への貢献及び市民生活の向上に資することが求められます。
- 経営基盤の安定、就業機会の確保、人材の育成、福利厚生の実充が求められます。
- 行政との協力、商工関係団体との連携を図りながら、産業の振興を追求します。

#### 商工関係団体の役割

- 企業の総合支援の窓口として経営の改善や雇用の相談など、様々なニーズに応じるサポート体制が求められます。
- 行政との連携、産業振興の施策が求められます。

## (2) 教育機関等との連携

現在、大学をはじめとする教育機関等（教育機関及び研究機関）と行政、商工関係団体で連携するふくしま市産官学連携プラットフォームを組織し、共通の地域課題に向けて取り組んでいます。

#### 教育機関等の役割

- 高度な専門的知識を有する人材の育成、最先端のテクノロジーや伝統産業を伝導する匠の技、創業を目指すベンチャー人材の育成などが求められます。
- 行政や商工関係団体と連携して、雇用の創出、就職する機会を提供する情報提供が求められます。

## (3) 市民との共創

市民との協働のまちづくりを基本とし、その考え方をさらに進化させ、地域としての新たな魅力や価値を共に創り上げていく「市民との共創」のまちづくりを推進する必要があります。

#### 市民の役割

- 産業の振興が地域経済の活性化及び市民生活の向上に果たす重要性を理解するとともに、自らが賢明な消費者となり経済活動の一翼を担っていることを認識し、地産地消に努めることが求められます。

## 第4章 福島市商業まちづくり基本構想

### 第1節 基本構想策定の趣旨

本市では、基本的な商業まちづくりの指針として、2009（平成21）年に「福島市商業まちづくり基本構想」を策定し、様々な課題の解決に向け取り組んで参りました。この間、2011（平成23）年3月11日に発災した東日本大震災及びその後の原子力災害、ゲリラ豪雨等による洪水や土砂崩れなどの自然災害、2020（令和2）年3月に本市初の感染者が確認された新型コロナウイルス感染症の感染拡大等、安全で安心して暮らせる活力ある商業まちづくりが重要となっています。

特に、新型コロナの感染拡大を防止するため、人流の制限や酒類の提供自粛、飲食店の時短営業の要請などによって、市内中心部では賑わいを失い飲食業、小売業、サービス業など、商業まちづくりに欠かすことのできない事業者に極めて甚大な影響を与えています。

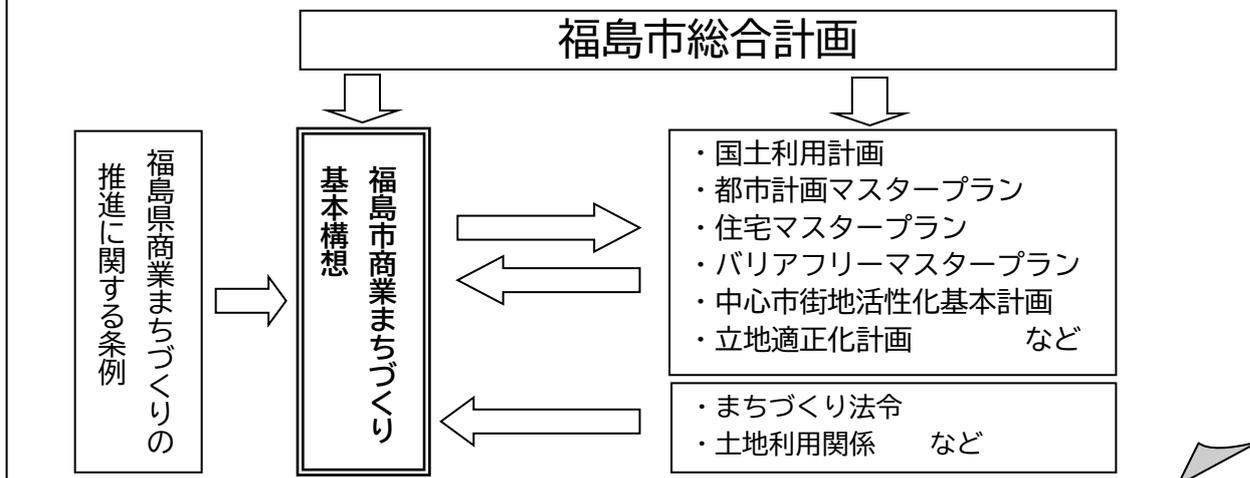
こうした中、本市ではウィズコロナ・ポストコロナを見据え、魅力ある中心市街地へと再生を図り、誰もが安心して暮らせるコンパクトで活力ある商業まちづくりを目指し、①高齢者などの交通弱者を含めた誰もが安心して暮らせる商業環境づくり、②地域で育まれた個性豊かな商業機能や中心市街地に集積された既存の都市機能を活かした効率的で魅力的な商業まちづくり、③大規模店舗の無秩序な立地を抑制する適正な商業施設の立地を促す計画づくり、④様々な人々が集う交流の場づくりを進めるため、商業まちづくり基本構想の改定を行うこととしました。

また、本基本構想の改定に際し、商業、工業、サービス業、さらにはICT関連産業など、産業振興施策と一体的かつ連動した施策展開が必要であることから、今般、改定する「新たな産業未来ビジョンふくしま」の一部として位置づけることとしました。

ただし、この基本構想については、各種開発事業等への影響及び基本構想に基づく施策の効果等を踏まえ、概ね10年程度で見直しを検討することとします。

#### 福島市商業まちづくり基本構想

- 1 誰もが安心して暮らせる商業の環境づくり
- 2 商業機能の魅力を活かした「まちなか」の賑わいづくり
- 3 適正な商業施設の配置を促す計画づくり
- 4 交流人口の拡大に向けた商業のまちづくり



## 第2節 商業まちづくりの課題

### 1. 高齢化と世帯構成の変化及び交流人口の拡大に向けた課題

#### ①高齢者が安心して暮らせる商業環境構築

本市における高齢者人口は増加し続けており、高齢者が安心して暮らせるための交通手段の確保や徒歩を基本とした生活圏内におけるコミュニティの維持や買物などの日常生活に必要な機能の維持・活性化が必要です。

#### ②多様な家族形態へ対応する商業環境づくり

高齢者世帯、少人数世帯など、世帯人員は減少傾向にあり、多様な家族形態に対応した地域づくりや商業環境づくりを進める必要があります。

#### 【福島市の世帯数および世帯人数】

|             | 2005 (H17) | 2010(H22) | 2015(H27) | 2020(R2) |
|-------------|------------|-----------|-----------|----------|
| 世帯 (世帯)     | 110,586    | 113,074   | 122,269   | 121,919  |
| 世帯人員 (人/世帯) | 2.69       | 2.59      | 2.41      | 2.32     |

<資料：総務省「国勢調査」>

#### 【福島市の高齢者世帯の推移】

|                | 2005 (H17) | 2010(H22) | 2015(H27) | 2020(R2)  |
|----------------|------------|-----------|-----------|-----------|
| 65歳以上親族のいる一般世帯 | 40,610 世帯  | 44,521 世帯 | 52,118 世帯 | 53,437 世帯 |
| 65歳以上の高齢単身者数   | 7,638 人    | 9,250 人   | 13,238 人  | 14,344 人  |

<資料：総務省「国勢調査」>

#### ③来訪者にも分かり易い商業環境の整備

2020（令和2）年3月以降、新型コロナウイルス感染症の感染拡大は、本市の観光産業にも大きな打撃を与えました。インバウンドをはじめとした交流人口の拡大は、買物機会の増加につながるため、コロナ後においても引き続き重要な課題であり、そのためには、外国人を含めた来訪者にとっても分かり易く買物しやすい商業環境を整えることが必要です。

#### ● 高齢化と世帯構成の変化及び交流人口の拡大に向けた課題

- ・ 高齢者が安心して暮らせるための交通手段の確保や徒歩を基本とした生活圏内における買物などの日常生活に必要な機能の維持・活性化が必要である。
- ・ 多様な家族形態に対応した商業環境づくりを進める必要がある。
- ・ 外国人を含む来訪者にとっても分かり易く買物しやすい商業環境の整備が必要である。

## 2. 商業環境の変化からみた課題

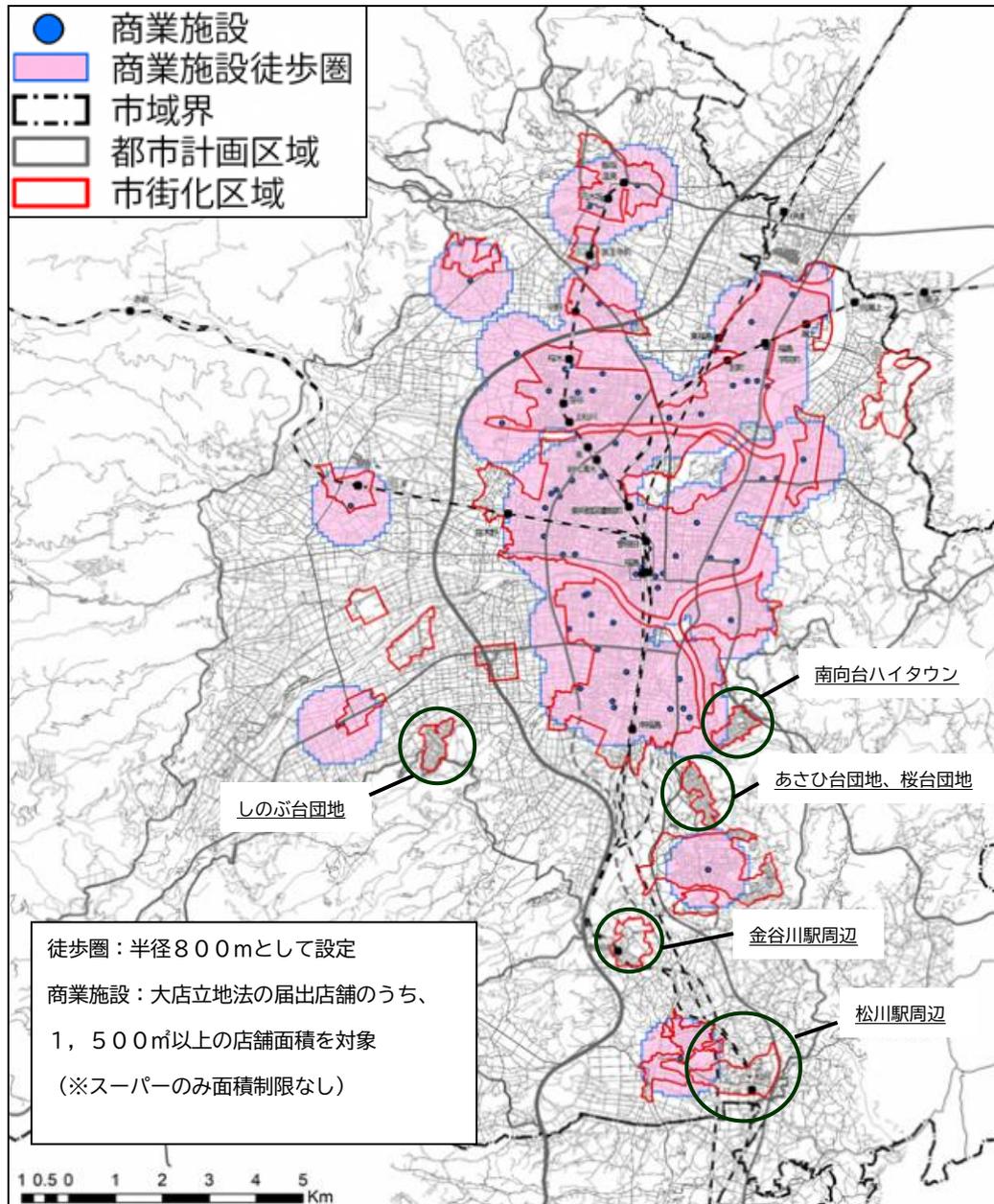
### (1) 市内全域

#### ① 歩いて暮らせる商業環境の整備

商業施設が徒歩圏内（半径800m）にある範囲は、概ね市街化区域内を網羅していますが、金谷川駅周辺や松川駅周辺、あさひ台団地・桜台団地、南向台ハイタウン、しのぶ台団地などの飛び市街地において徒歩圏外になる場所が見受けられます。

これらの地区において、特に高齢者などの交通弱者が歩いて暮らせる商業環境を確保していく必要があります。

【商業施設徒歩圏カバー圏域図】



<資料：平成30年度（令和2年度一部改定）福島市「立地適正化計画」>

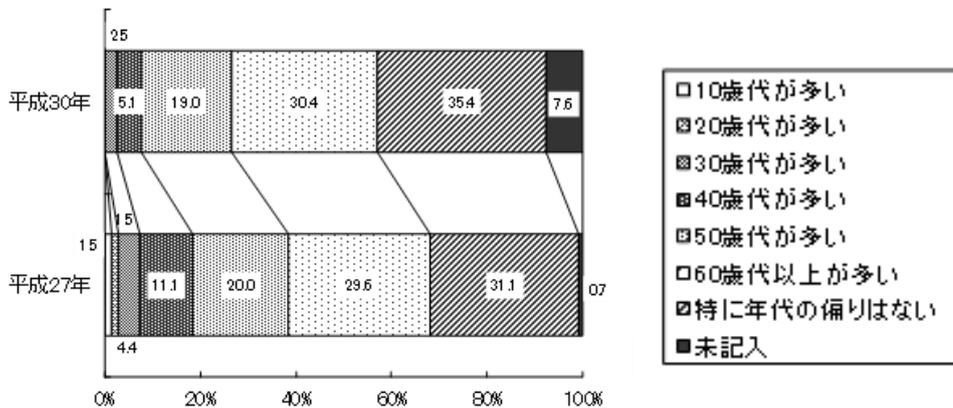
## ②地域商店街の活力の維持

商店街における主な年代別の客層は、50代以上の割合が多く、地域における消費活動の重要な担い手となっています。

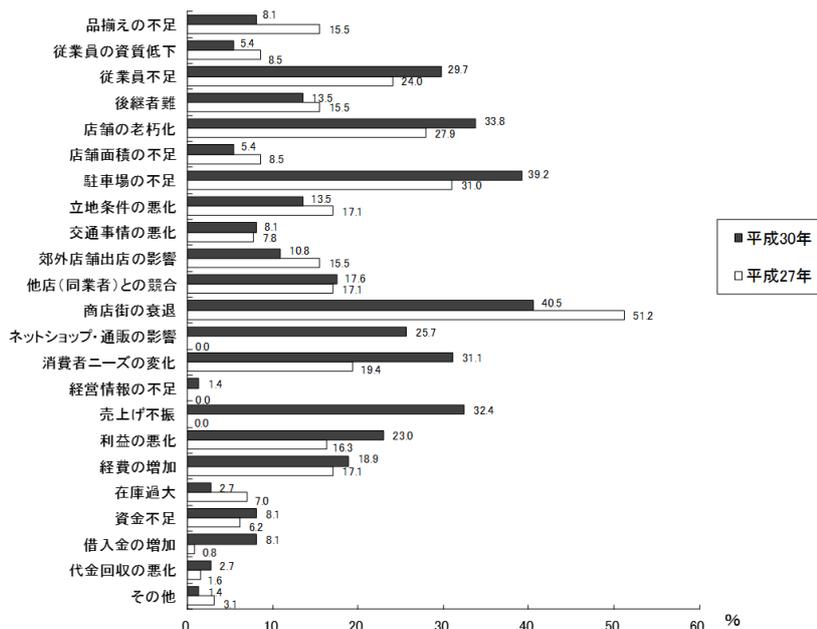
中心商店街では、営業上の課題として商店街の衰退や駐車場の不足、店舗の老朽化、売上げ不振等があげられています。また、後継者については、「いない」が36.7%で、前回調査時より減少していますが、「未定」が24.1%に増加しているため、後継者不足は依然として続いていると言えます。これらの事業所は、今後の事業の見通しとして「廃業」という回答が67.9%と、前回調査時からほぼ横ばいとなっています。

中心商店街をはじめとする地域商店街を持続していくために、商店街の活力維持は重要な課題となっています。

【商店街の主な年代別の客層】

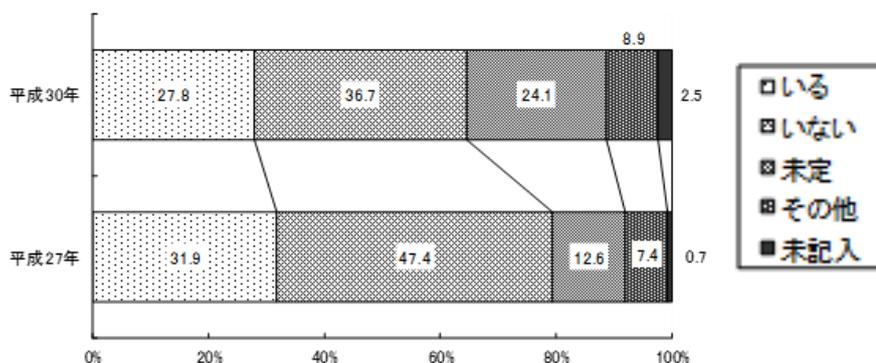


【営業上の課題】

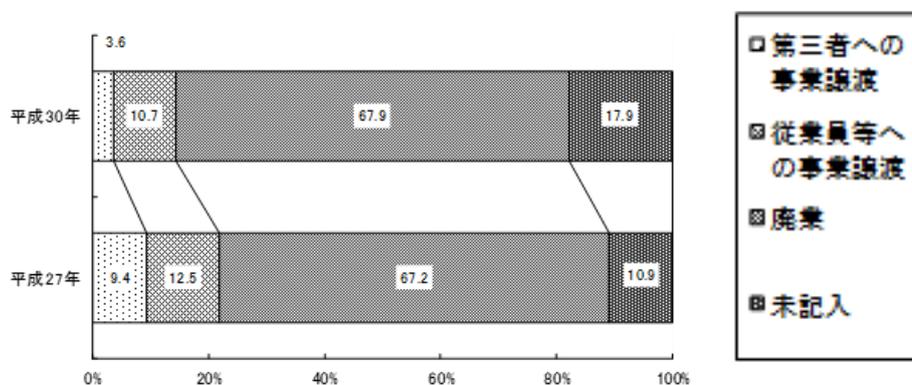


< 資料：平成30年度福島市「商店街変動実態調査結果報告書」 >

### 【後継者の有無】



### 【後継者のいない事業所の今後の見通し】



< 資料：平成30年度福島市「商店街変動実態調査結果報告書」 >

### ③地域づくりと一体となった商業環境の構築

地域の商店街には、それぞれの地域で育まれた歴史、文化があります。地域を活性化させるためにはこれらの地域資産を大切に後世に引き継がなければなりません。商店街は、その担い手として重要な役割を持つことから、今後も地域づくりと一体となった商業環境の構築が必要です。

#### ● 商業環境の変化からみた課題

- ・ 歩いて暮らせる商業環境整備が必要である
- ・ 地域商店街の活力の維持が必要である
- ・ 地域資産を維持するため、地域づくりと一体となった商業環境の構築が必要である

## (2) 中心市街地

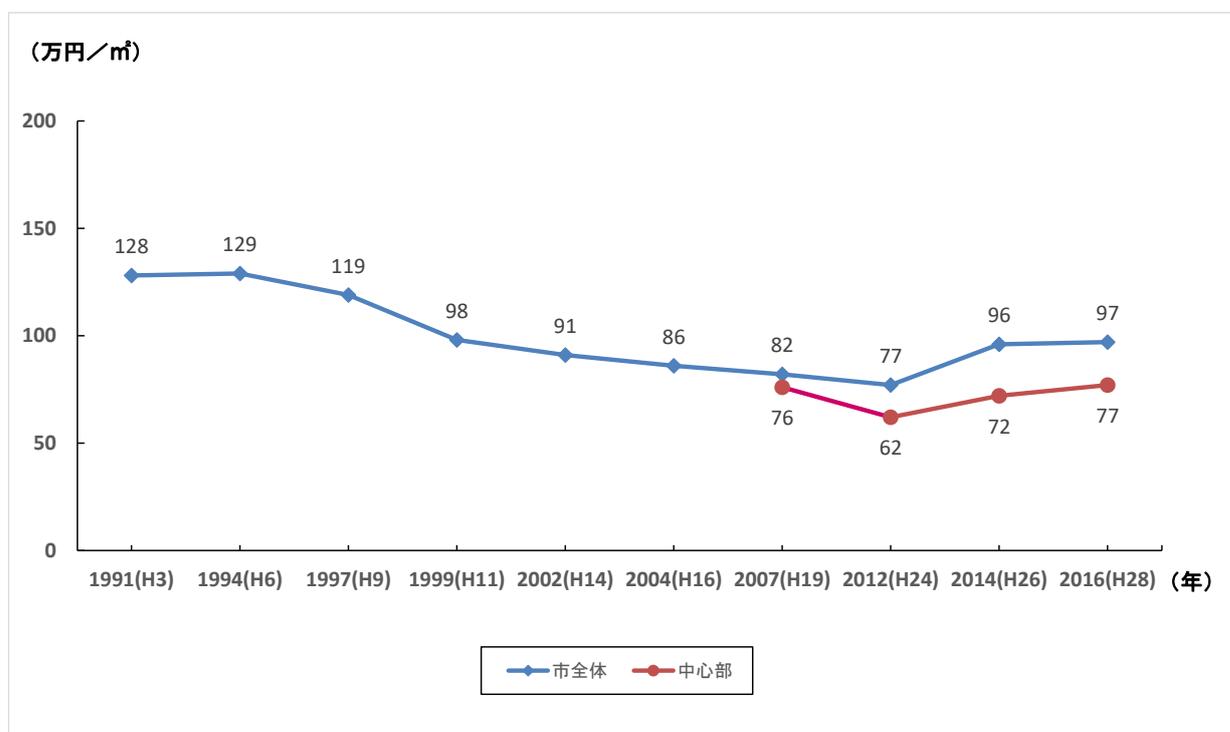
### ① 経営を持続できる商業環境構築

本市の小売業は、売場面積あたりの販売額が1994（平成6）年度以降減少し続けていましたが、2014（平成26）年度に前年度より増加し96万円/㎡となりました。これは2011（平成23）年の東日本大震災後の復旧・復興需要の拡大や、全国からの支援・応援需要の拡大が一因と推測されますが、中心部においては、市全体を下回る傾向が続いています。

市全体と中心部の小売業データを比較すると、2016（平成28）年度では、事業所、従業員、売場面積あたりの販売額で、中心部が市全体よりも小さくなっています。

中心部においても、販売額を増加させ、経営を持続できる商業環境構築が必要です。

### 【売場面積あたりの売上高の推移（小売業）】



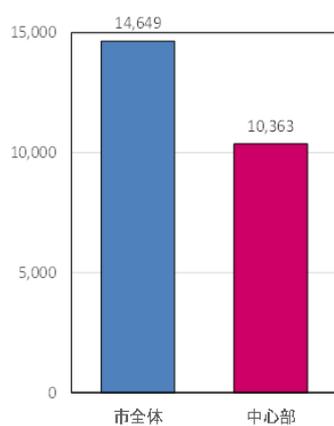
※日本標準産業分類は2007（H19）年11月に大幅改定されたため、2012（H24）年度以降の調査は2006（H19）年度（6月1日調査実施）以前の調査とは接続せず、数値の比較には注意が必要である。

<資料：経済産業省「商業統計調査（H24、28は経済センサス活動調査）」>

【市全体と中心部の小売業データの比較】

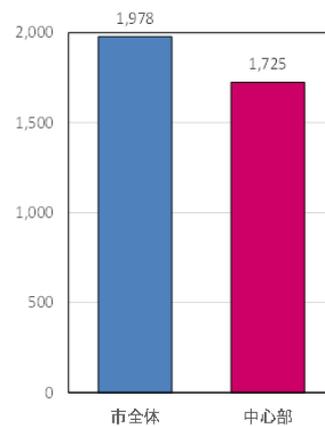
|            | 単位                | 市全体     | 中心部    | 割合     |
|------------|-------------------|---------|--------|--------|
| 事業所数       | 事業所               | 2,488   | 729    | 29.30% |
| 売場面積       | m <sup>2</sup>    | 373,944 | 98,240 | 26.27% |
| 販売額        | 百万円               | 364,459 | 75,543 | 20.73% |
| 従業者数       | 人                 | 18,421  | 4,380  | 23.78% |
| 事業所あたり販売額  | 万円/事業所            | 14,649  | 10,363 | -      |
| 従業員あたり販売額  | 万円/人              | 1,978   | 1,725  | -      |
| 売場面積あたり販売額 | 万円/m <sup>2</sup> | 97      | 77     | -      |

(万円/事業所)



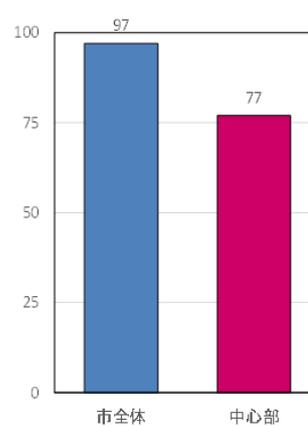
事業所あたり販売額

(万円/人)



従業員あたり販売額

(万円/m<sup>2</sup>)



売場面積あたり販売額

<資料：経済産業省「商業統計調査（H24、28は経済センサス活動調査）」>

## ②中心市街地における店舗の集客力の向上

本市では、国道沿いなどに集客力の高い大型店舗の進出が進んだ結果、杉妻地区や余目・矢野目地区などが、市民が買い物する場所として上位に位置するようになり、一方で中心市街地、特に駅東口では買物客が減少し続けています。中心市街地における店舗の集客力を高め、市民の来店を増やすとともに、市外からも顧客を取り込んで商業活性化に取り組む必要があります。

### 【買物場所上位地区の推移】

単位：％

|        | 第1位            | 第2位            | 第3位               | 第4位           | 第5位           |
|--------|----------------|----------------|-------------------|---------------|---------------|
| 平成14年度 | 中央（駅東口周辺）15.8  | 清水 13.0        | 杉妻、余目・矢野目（北信）11.2 |               | 中央（駅西口周辺）9.3  |
| 平成17年度 | 杉妻 14.5        | 余目・矢野目（北信）12.6 | 清水 11.9           | 中央（駅東口周辺）11.7 | 中央（駅西口周辺）8.2  |
| 平成20年度 | 余目・矢野目（北信）12.8 | 杉妻 11.6        | 清水 11.3           | 中央（駅東口周辺）11.1 | 中央（駅西口周辺）8.2  |
| 平成23年度 | 杉妻 12.2        | 余目・矢野目（北信）12.0 | 中央（駅東口周辺）、清水 10.3 |               | 中央（駅西口周辺）6.4  |
| 平成26年度 | 杉妻 13.2        | 余目・矢野目（北信）11.5 | 中央（駅東口周辺）10.5     | 清水 9.8        | 中央（駅西口周辺）7.3  |
| 平成29年度 | 杉妻 13.2        | 清水 9.8         | 余目・矢野目（北信）9.6     | 中央（駅東口周辺）8.9  | 中央（駅西口周辺）6.4  |
| 令和2年度  | 杉妻 15.9        | 余目・矢野目（北信）8.8  | 清水 8.8            | 中央（駅西口周辺）6.9  | インターネット販売 6.9 |

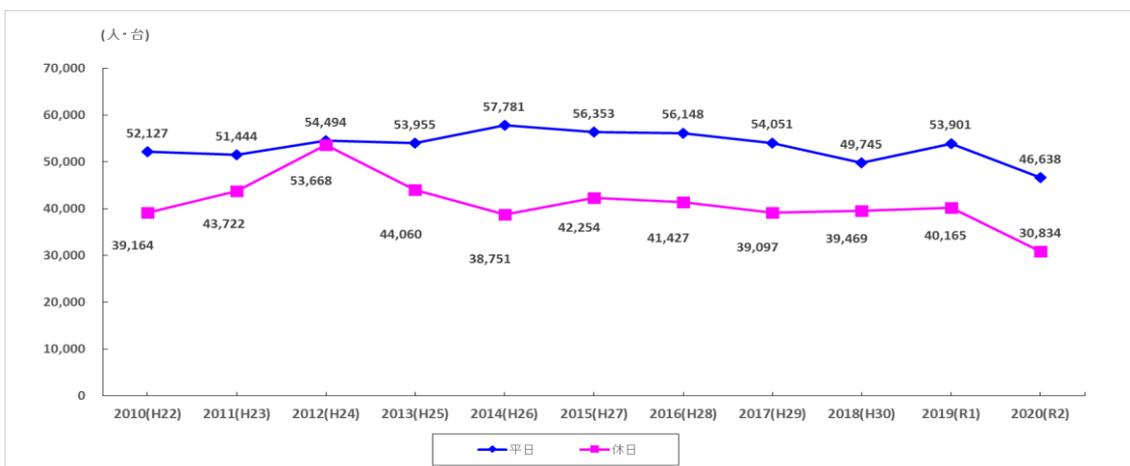
※インターネット販売は、平成29年度から実施

<資料：令和2年度福島市「消費購買動向調査結果報告書」>

## ③中心市街地における魅力的な店舗・集客拠点の創造

中心市街地への来訪者は、減少傾向でしたが、2020（令和2）年に始まった新型コロナウイルス感染症により急速に減少しました。また、同年8月には駅前の顔であった中合福島店が閉店し、このことも大きく影響しました。中心市街地において、特色のある魅力的な店舗や集客の拠点を増やし、まちの賑わいの再生につなげていく必要があります。

### 【中心商店街歩行者・二輪車通行量変化】



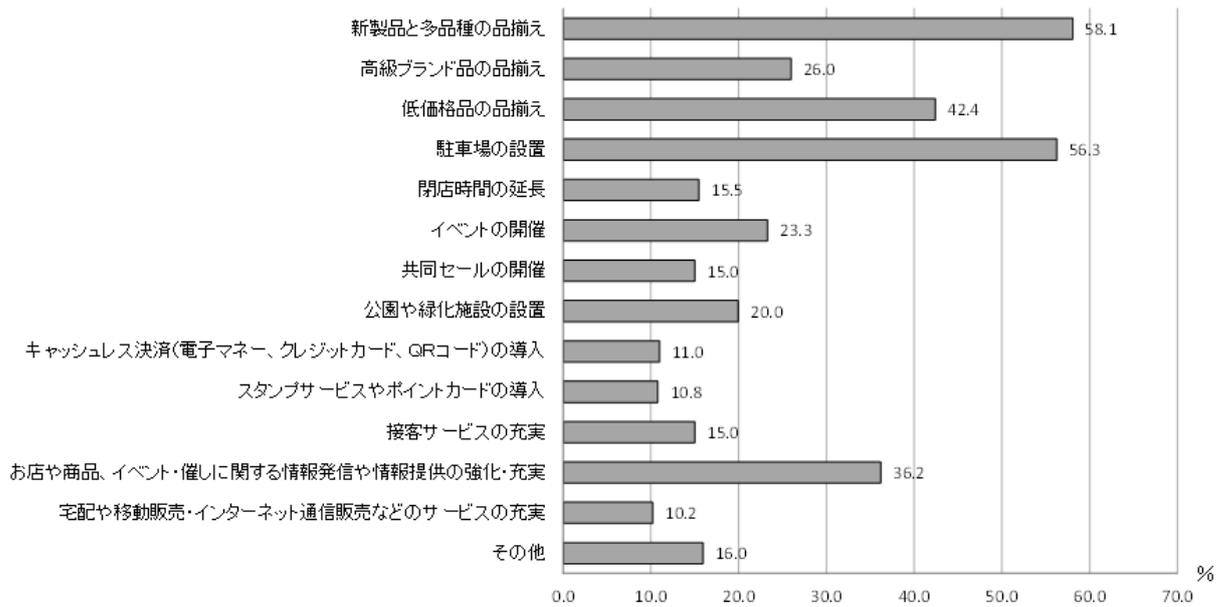
※中心市街地13ヶ所の歩行者・二輪車通行量

<資料：福島市「中心市街地通行量調査」>

#### ④ 中心市街地商店街に対する市民ニーズへの対応

中心市街地商店街に対する市民の要望は、「新製品と多品種の品揃え」と「駐車場の設置」の2つが50%を超えており、その他は、「低価格品の品揃え」、「お店や商品、イベント、催しに関する情報発信や情報提供の強化・充実」、「高級ブランド品の品揃え」などが多くなっています。こうした市民ニーズに応えていくことで、中心市街地商店街の活性化につなげていく必要があります。

#### 【中心市街地商店街への要望】



<資料：令和2年度福島市「消費購買動向調査結果報告書」>

### ⑤商圏が広域な大規模商業施設の立地による商店街への影響

宮城県や山形県などでは、県域を越える商圏を持つ大規模な商業施設などが立地しており、本市の商圏に対し影響を及ぼしていると考えられます。

#### 【広域商圏を持つ大規模商業施設（宮城県・山形県）】

| 名称               | 事業主体               | 開業日                  | 店舗面積         |
|------------------|--------------------|----------------------|--------------|
| 宮城県              |                    |                      |              |
| 仙台パルコ            | パルコ                | 平成 20 年<br>8 月 23 日  | 約 1 万 9000 ㎡ |
| 三井アウトレットパーク仙台港   | 三井不動産              | 平成 20 年<br>9 月 12 日  | 約 1 万 9000 ㎡ |
| 仙台泉プレミアム・アウトレット  | チェルシージャパン          | 平成 20 年<br>10 月 16 日 | 約 1 万 6000 ㎡ |
| 泉パークタウンタピオ       | 三菱地所リテールマネジメント     | 平成 20 年<br>10 月 16 日 | 約 1 万 5000 ㎡ |
| I K E A 仙台       | イケア・ジャパン           | 平成 26 年<br>9 月 1 日   | 約 2 万㎡       |
| コストコ<br>富谷倉庫店    | コストコホールセール<br>ジャパン | 平成 28 年<br>4 月 29 日  | 約 1 万㎡       |
| 仙台パルコ 2          | パルコ                | 平成 28 年<br>7 月 1 日   | 約 1 万㎡       |
| イオンモール名取         | イオンモール             | 平成 19 年<br>2 月 28 日  | 約 5 万 8000 ㎡ |
| 山形県              |                    |                      |              |
| コストコ<br>かみのやま倉庫店 | コストコホールセール<br>ジャパン | 平成 27 年<br>8 月 20 日  | 約 1 万㎡       |
| イオンモール天童         | イオンモール             | 平成 26 年<br>3 月 21 日  | 約 3 万 1000 ㎡ |

資料：宮城県ホームページ、仙台市ホームページ、山形県ホームページ等

#### ●商業環境の変化からみた課題（中心市街地）

- ・ 中心市街地でも経営を持続できる商業環境構築が必要である。
- ・ 中心市街地の店舗集客力を高め、福島市民の来店を増やすとともに、市外からも取り込んで商業活性化に取り組む必要がある。
- ・ 中心市街地では、魅力的な店舗・集客拠点を増やし、まちの賑わいの再生につなげていく必要がある。
- ・ 市民ニーズに対応する魅力的な環境・空間の創造が求められている。
- ・ 県域を越える商業圏を持つ大型商業施設等による商店街への影響が出ないようにしていく必要がある。

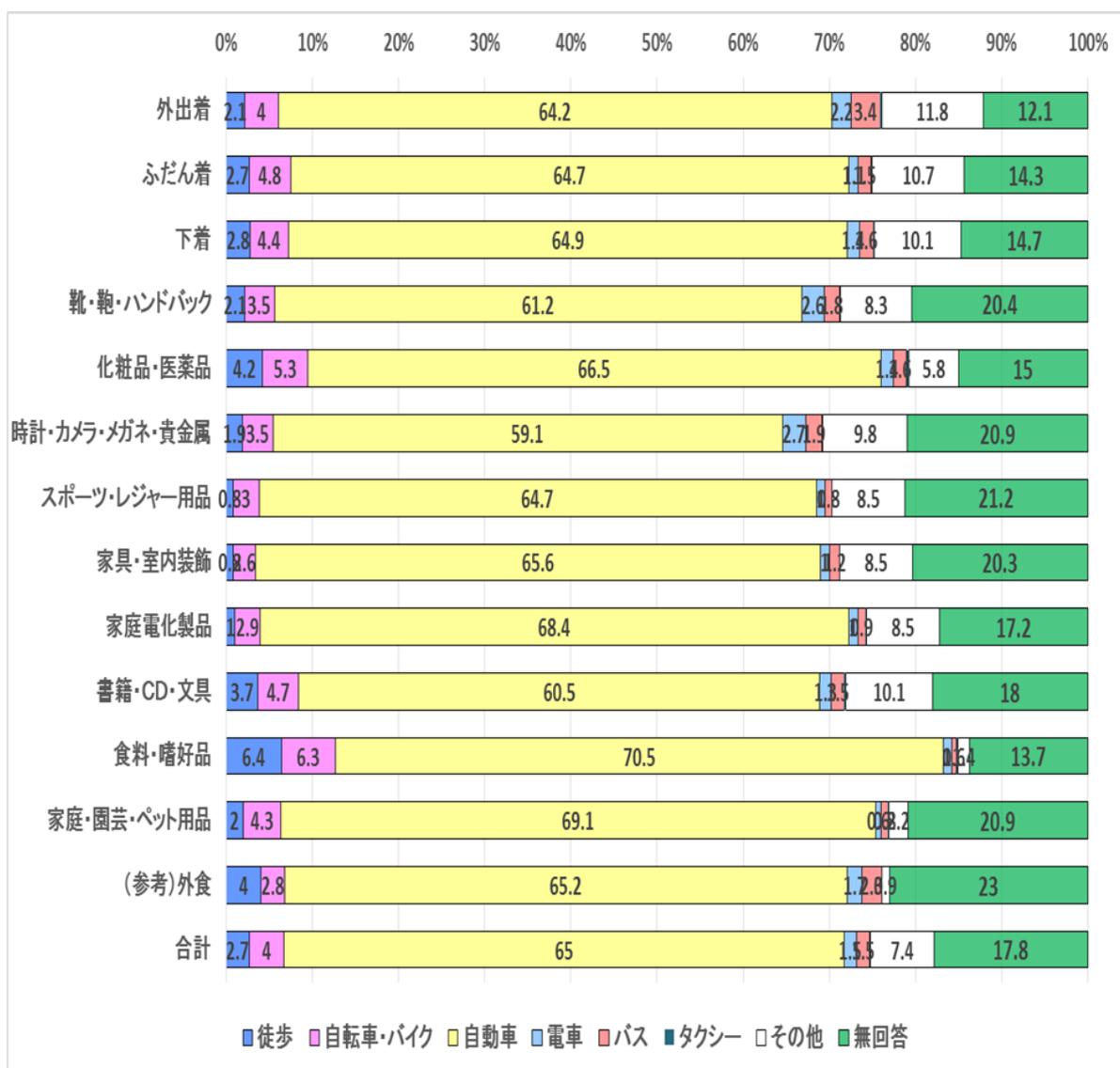
### (3) 商業施設立地や交通アクセス

#### ①郊外における商業施設の立地の調整

本市の買物時における交通手段は、全買物品目の合計で自動車利用が65%となっています。また、徒歩と自転車・バイクの合計値が10%を超えている品目は、食料・嗜好品のみとなっています。

自動車に過度に依存していくことは、自動車の運転が困難な高齢者等の交通弱者の買物を制約するとともに、さらに商業施設の郊外化が進み、まちの顔である中心市街地を衰退させ、環境負荷の高い都市となってしまう懸念があります。そのため、郊外における商業施設の適正な立地を調整する必要があります。

#### 【買物品目別買物時の交通手段】



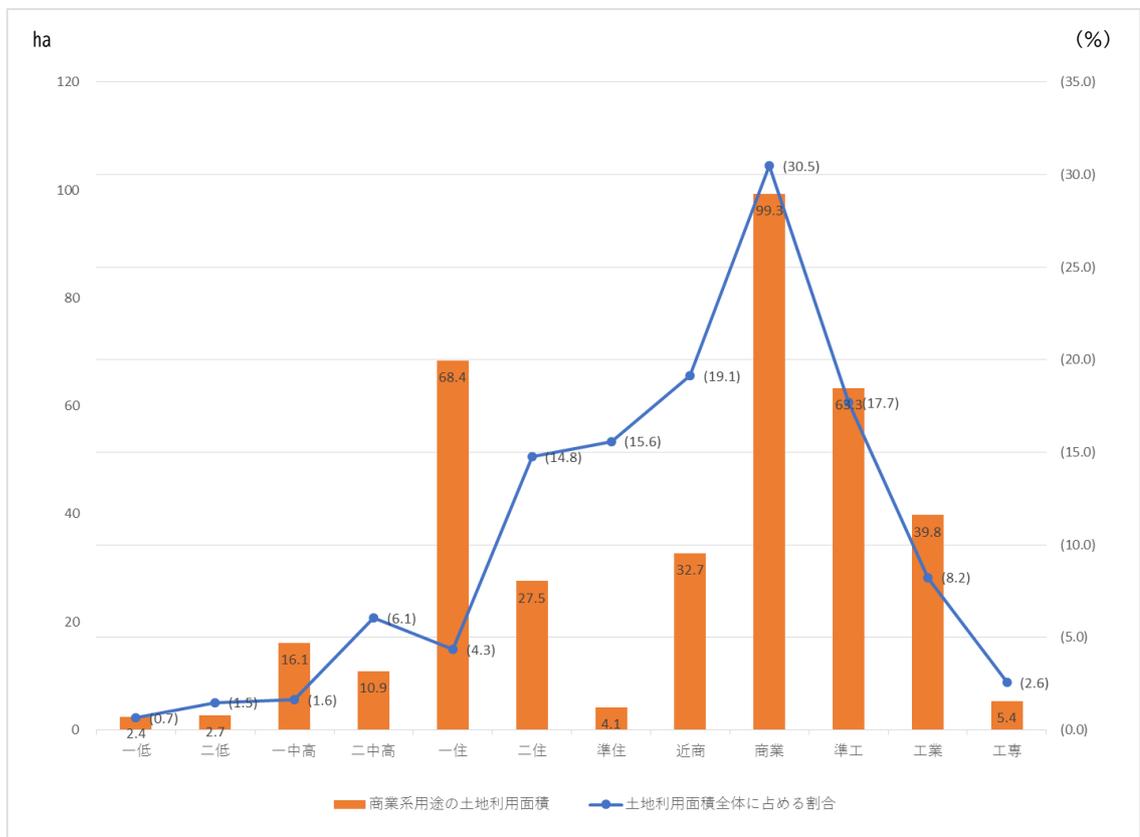
資料：令和2年度福島市「消費購買動向調査結果報告書」>

## ②本来の商業系用途計画地域への立地誘導

商業系の土地利用面積の現況をみると、商業地域に次いで第一種住居地域が多くなっています。また、第二種住居地域及び準住居地域においては、商業系土地利用の割合が近隣商業地域並みの高さになっています。

今後、本市のコンパクトな都市構造を実現し、良好な居住環境と土地利用の整序を図るために、商業施設は本来の商業系用途として計画した地域へ誘導していく必要があります。

### 【用途地域別商業系土地利用】



<資料：平成29年度福島市「都市計画基礎調査」>



●商業環境の変化からみた課題（商業施設立地や交通アクセス）

- ・ 郊外における商業施設の適正な立地を調整する必要がある。
- ・ 良好な居住環境と土地利用の整序を図るために、商業施設は本来の商業系用途として計画した地域へ誘導していく必要がある。
- ・ 既存の鉄道やバスなどの連携を維持・充実させ、使いやすい公共交通アクセスを確保することが必要である。

### 3. 各地域の課題

本市は、1907（明治40）年に市制を施行して以来、周辺町村と合併を行いながら現在の市域が形成されています。従って、各地域には、それぞれに文化が育まれるとともに、商店街が形成され、住民の利便性に供しています。

本市の商業環境の整備にあたっては、各地域の商業特性を捉えた上で方向性を示す必要があります。各地域の商業特性から、次のとおり4つの地区に類型化します。

#### ①高度商業集積ゾーン＝中心市街地活性化とあわせて高度商業集積を図るべき地区

中央東、中央西地区は、本市の顔となる中心市街地があり、中心市街地活性化関連事業と連携を図りながら、賑わいのあるまちづくりを進めるため、高度な商業集積を図ることが必要です。

#### ②方部拠点ゾーン＝方部の拠点として商業施設と商店街の連携を図るべき地区

商業施設が立地し、比較的高い集客力を備えているため、本市各方部の中心となる地区と位置付けます。ただし、特定小売商業施設が無秩序に立地しないようにコントロールし、本来の商業系用途地域への立地誘導を図る必要があります。

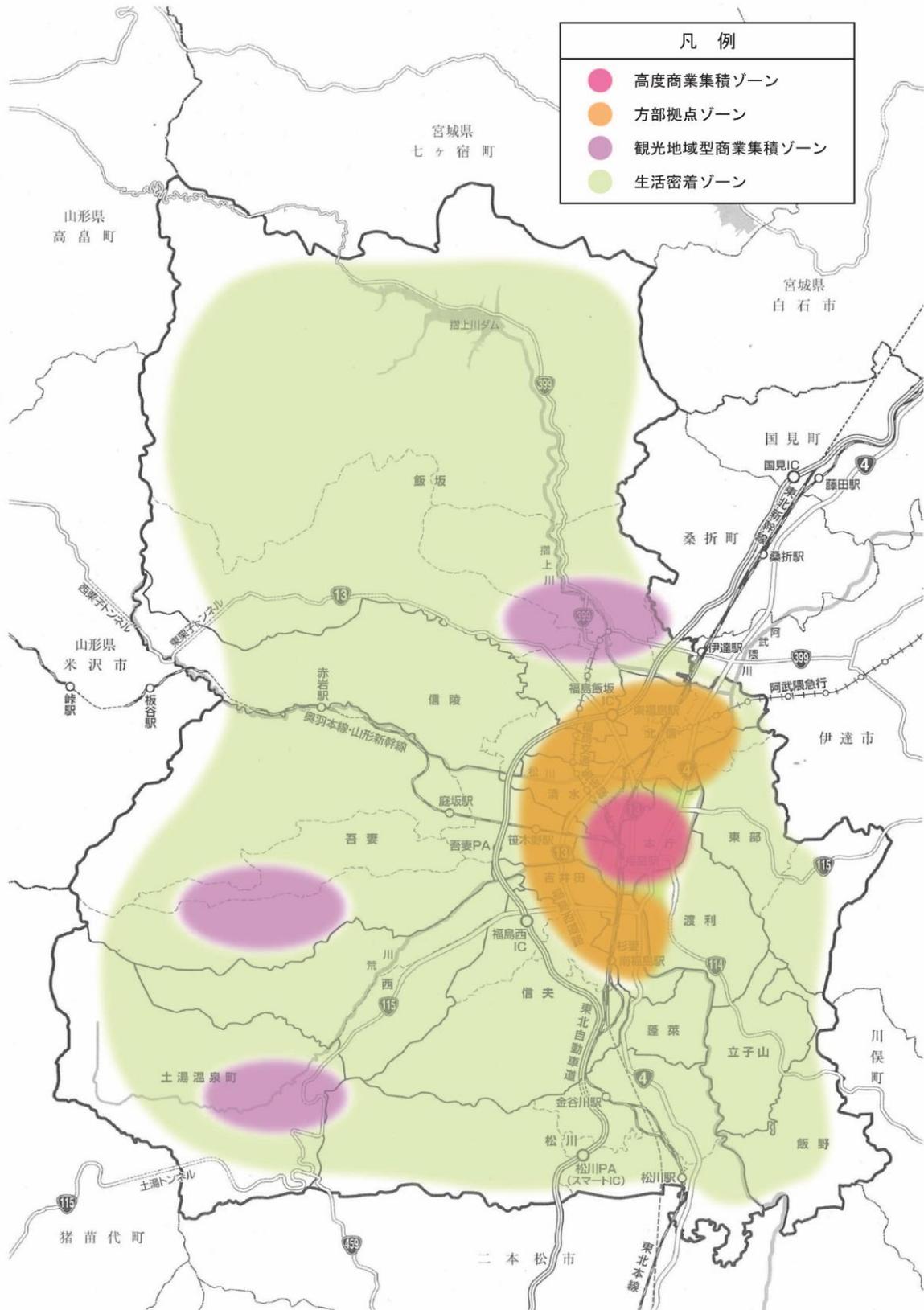
#### ③観光地域型商業集積ゾーン＝観光を活かした商業の発展を図るべき地区

飯坂地区、土湯温泉町地区、吾妻地区は、観光まちづくりと連携して商業の発展を図ることが必要です。

#### ④生活密着ゾーン＝地域の日常生活に必要な商業環境の維持・充実を図る地区

地域生活拠点などにおいて、地域のコミュニティ、情報をあわせ持つ地域密着型商業環境の維持、充実を図ることが必要です。

【ゾーニング案図】



## 第3節 基本構想の考え方

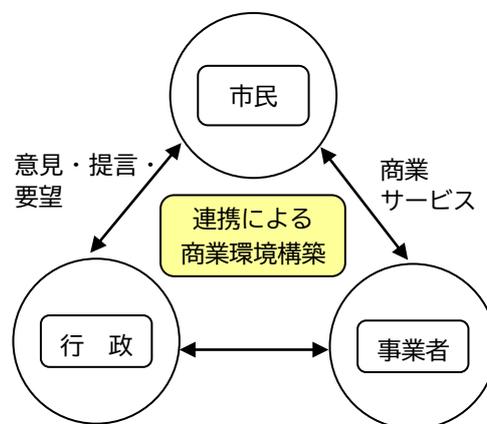
### 1. 人口や社会環境変化に対する基本的な考え方

#### ①日常生活の利便性が確保される商業機能の充実

少子高齢化や核家族化の進行とともに、すべての市民が安心して暮らせる商業環境が求められています。そのため、各地区の商店街は、市民の利便性や安全で快適な生活を確保するために、既存商業機能の状況を踏まえ、生活に密着した商業機能等の充実を図っていきます。

#### ②市民・行政・事業者の連携による商業環境の構築

本市の商業は地域経済発展の一翼を担うとともに、地域雇用を創出していますが、商店街では後継者のいない事業者が廃業を予定するなど、大きな課題を有しています。地域の商業環境を維持するために、事業者が今後も魅力ある商業を提供し続けるとともに、市民ができるだけ地元で買物をする意識を高め、また、行政も商業環境形成の支援をするなど、それぞれの連携により商業環境を構築する必要があります。



#### ③交流人口の拡大に向けた商業機能の導入

観光の進展とともに、外国人を含む来訪者にとっても利用しやすい商業環境が求められています。そのため、県都の顔となる中心市街地商店街や観光地区の商店街を中心に、観光交流機能との連携を図る商業機能の導入を進めます。

## 2. 商業環境の変化に対する基本的な考え方

### (1) 市内全域

#### ① ウィズコロナ・ポストコロナへの対応

新型コロナウイルス感染症の感染拡大によって、本市の商業も飲食店や小売店等の閉店により空き店舗が増加するなど、大きな打撃を受けました。ウィズコロナ・ポストコロナを見据え、ICTを活用した新たなビジネスモデルを積極的に導入するなどにより、地域商業を活性化させていく必要があります。

#### ② 歩いていける地域商店街の維持、新たなサービスの導入

高齢化社会が進展する中、自家用車を使わず、食料品や身の回り品等が購入できる歩いて行ける商店街の維持が求められています。また、歩いて行けるところに身近な商店街がない地区では、移動販売車や周遊バスなど新たなサービスを導入する必要があります。

#### ③ 地域商店街の経営基盤強化、後継者育成

地域の商店街は、買物の場所としてだけではなく、地域のコミュニティ活動や地域の情報が集まり交流する場所となっています。住み慣れた地域で歩いて暮らせる商業環境を維持、活性化するためには、商店街の役割が重要になります。そのため、商店街の環境整備とともに各店舗の経営基盤の強化、後継者を育成していく必要があります。

#### ④ 歴史・文化などの地域資源を取り入れた商業環境整備

地域の祭りやイベントなどの活動は、大事に守り育てなければならない地域資源です。地域の商店街も、地域の歴史・文化を発展させる担い手として位置づけ、商業環境の整備に取り組む必要があります。

#### ⑤ 商業まちづくりへの若い世代の参画促進

若い世代が地域に誇りや愛着を感じ、将来のまちづくりの担い手や将来の後継者となるよう、若い世代のアイデアを積極的に取り入れ、活躍できる場をつくるなど、まちづくりへの参画を促進する必要があります。

#### ⑥ 歩いて健康的に暮らせる商業まちづくり

公共交通機関の利便性向上を図るとともに、歩きやすく、歩きたくなる環境の整備を進め、住民が買い物等を通して歩くことで、健康的に暮らせるまちづくりを推進する必要があります。

## (2) 中心市街地

### ①福島駅東口地区第一種市街地再開発事業との連携

中合福島店跡地を含むエリアには、「福島駅東口地区第一種市街地再開発事業」により、2026（令和8）年完成予定の複合施設ビルの建設が予定されています。再開発事業と連携し、再開発ビル内に交流・集客拠点を官民連携で整備することで、交流人口の拡大を図り、中心市街地の賑わい創出を図っていきます。

### ②中心市街地活性化基本計画・立地適正化計画などとの連携

都市機能や交通の中核であるJR福島駅を中心とした中心市街地を活性化させて吸引力を高めるため、中心市街地活性化基本計画や立地適正化計画などと連携を図り、商業施設の誘導を進めるとともに、商業を含めた多様な都市機能の集積を積極的に高めていきます。

### ③中心市街地への商業施設の積極的な誘導

商業施設の郊外立地や自家用車に過度に依存した買物手段など、中心市街地を取り巻く商業環境はきびしい状況にあります。一方、中心市街地における商業施設には、市民の様々な期待や希望があることから、中心市街地の良好な商業環境の形成に向けて、新たな出店者や後継者が意欲を持てる支援策を構築し、商業施設の積極的な誘導に努めます。

### ④地域資源の強みを活かした商業環境の形成

本市には、「くだもの」などの地場産品をはじめ、「花見山や温泉、福島競馬場」といった地域資源や数々の文化的資源・社会的資源があります。また、高速交通網の結節点としてアクセス面でも優れた環境にあります。本市の商業環境の形成にあたり、これらの強みを十分に活かしていく必要があります。

### ⑤買い物等を通して暮らしの充実や楽しさが感じられるまちづくりの推進

中心市街地の商店街は、個性豊かな店舗や商品と出会い、多種多様な人々と交流し、暮らしの充実感や楽しさを実感できる場として、小売商業施設の集積と商業振興等の施策を一体的に推進します。

### ⑥中心市街地への居住等の推進

居住人口や通勤人口の増加は、商業施設や商店街の利用者を増やし、中心市街地の活性化につながっていくことから、街なかにおける暮らしやすい居住環境等の整備を進めていく必要があります。

### ⑦空き店舗等の遊休不動産の活用

中心市街地における空き店舗、空き家等を地域の資源として捉え、有効に活用するとともに、街なか全体のマネジメントを行い、賑わいや新たな価値を生み出すまちづくりを推進する必要があります。

### (3) 商業施設立地や交通アクセス

#### ①地域特性に基づいた商業環境の形成

福島の商圈人口は、320,636人であり、地元購買人口は251,636人、吸引人口は69,000人となっています。(すべて11品目の平均・令和元年度福島県消費購買動向調査)

今後、人口減少社会が進行する中で、可能な限り商圈人口の減少を抑制するとともに、個店の魅力向上により、他都市との差別化を図るなど新たな誘客に努める必要があります。また、中心市街地と郊外のバランスの取れた商業機能の立地を誘導するなど、商業集積の現状や、地域特性を活かした商業施設の適正な配置を目指すとともに、優良な農地や市街化調整区域等への商業機能の無秩序な配置を抑制します。

#### ②「適材・適所」となる商業機能の誘導

本市は、これまでに合併をしながら発展してきたため、中心市街地に加えて、各地区には歴史ある商店街が形成され、地域拠点としての役割を有しています。

本市のコンパクトな都市構造を実現するために、特に大規模な商業施設である特定小売商業施設については、中心市街地へ誘導し、魅力ある商業の集積を推進していくとともに、各地域拠点は、地域の商店街やコミュニティ特性に沿った、「適材・適所」の商業機能の誘導に努めます。

#### 【参考：スーパー、百貨店等の小売店の購買頻度や商圈距離、人口等の特性】

| 業態名               | 購買頻度例 | およその<br>商圈距離 | およその<br>商圈人口 | 取扱商品の特性                     |
|-------------------|-------|--------------|--------------|-----------------------------|
| コンビニエンスストア        | 週4回以上 | 500m以下       | 3000人程度      | 購買しすぐ消費する商品を<br>中心に扱う       |
| 小型食品<br>スーパーマーケット | 週2回以上 | 1km以下        | 1500世帯以上     | 調理の必要な食品を主に扱う               |
| 大型食品<br>スーパーマーケット | 週2回以上 | 1km以下        | 6000世帯以上     | 調理の必要な食品と調理済<br>み惣菜等を主に扱う   |
| ドラッグストア           | 週2回以上 | 1km以下        | 2万人以上        | 医薬品中心の日用雑貨を扱う               |
| 総合スーパーマーケット       | 月2回以上 | 10km以下       | 10万人以上       | 日常衣料品、食品、雑貨、<br>医薬品等を総合的に扱う |
| 百貨店               | 年4回以上 | 80km以下       | 50万人以上       | 高級ブランド品を含め、総<br>合的に商品を扱う    |

<資料：経済産業省「商業統計表・業態別統計編」等を加工、集計>

### ③公共交通機関が利用できる商業施設の計画的誘導

高齢化社会が進展する中、身の回り品などが徒歩圏内で買える商業環境の整備とともに、公共交通機関を気軽に利用して買物ができる商業施設の立地を計画的に誘導する必要があります。本市における歩いて暮らせるコンパクトなまちづくりの方向性に整合した商業施設の誘導と立地を進め、公共交通機関の利便性を高める必要があります。

## 第4節 商業まちづくりの推進に関する基本方針

本市の人口、社会環境の変化や商業環境の変化に起因する課題に対処し、市民が安全で快適に暮らせるための商業まちづくりを推進するため、次の4つの柱からなる基本方針を作成します。

### <4つの基本方針>

1. 誰もが安心して暮らせる商業の環境づくり
2. 商業機能の魅力を活かした「まちなか」の賑わいづくり
3. 適正な商業施設の配置を促す計画づくり
4. 交流人口の拡大に向けた商業のまちづくり

### 1. 誰もが安心して暮らせる商業の環境づくり

市民誰もが快適な日常生活をおくることができるように、地域の特性に応じながら生活に密着した商業機能の充実を図ります。また、交通弱者を意識した公共アクセスを検討するほか、休憩施設の整備や子育て支援等の多様な機能の充実を図っていきます。

#### <目標>

##### ①楽しく魅力ある地区商店街の創出

#### <方針>

- 各地区の固有の歴史・文化を持つ商店街の特性にあわせて、日常生活に必要な買物や地域コミュニティ活動の中心となるよう、楽しく魅力ある商店街を創造します。

#### <目標達成のための施策>

- ・ 日常的に買物が出来る地区商店街の形成
- ・ 多様な市民ニーズに対応した商品構成、買物関連サービスの提供
- ・ 地元農産物、地元産品の使用拡大による安全で安心な商品の提供
- ・ 各地区の歴史・文化ストックの発掘・取り込みや多彩なイベント開催などによる商店街の魅力向上
- ・ 商店街の後継者の育成と経営が持続できる商業環境づくり
- ・ 空き店舗等への商業施設の配置促進及び支援の強化

<目標>

②地域の特性にあった住民が歩いて暮らせる個性のあるまちづくり

<方針>

- 移動に制約のある人や環境負荷の軽減を図るため、自動車に過度に依存しないでも買物が出来る商業環境をつくり、商業施設のバリアフリー化を進めていきます。特に、各地区の商店街は、歴史や文化、地域コミュニティ、魅力的な街並みなどにより、買物時も歩いてお店を回りたくなるような空間形成づくりに努めます。

<目標達成のための施策>

- ・ 買物時の公共交通アクセスの確保、移動制約者への買物支援方法の検討
- ・ 福島市バリアフリーマスタープランに基づくユニバーサルデザインのまちづくり
- ・ 地域コミュニティを活かした、歩いて暮らせる快適な買物空間の創造
- ・ 地元で積極的に買物をする意識づくり・環境づくり
- ・ 歴史や文化に配慮した景観づくり

<目標>

③商店街における事業継続の支援

<方針>

- 各地区の商店街が機能し続けるために、郊外部と中心市街地の商店街の連携と役割分担に配慮するとともに、後継者の育成支援や店舗経営が継続可能な商業環境づくりを支援します。

<目標達成のための施策>

- ・ 市民団体や行政による各地区の商店街のイベント支援
- ・ 多彩な市民ニーズに応えるテナントミックス事業の促進
- ・ 産学連携による商品化・製品化への支援
- ・ 中小企業者への融資制度の活用

## 2. 商業機能の魅力を活かした「まちなか」の賑わいづくり

市民の暮らしや経済社会活動の中心として、また、本市の顔として魅力ある中心商店街を維持・発展させる必要があります。そのため、交通の起点となるJR福島駅を中心として、「福島市中心市街地活性化基本計画」や「福島市立地適正化計画」と連携を図りながら商業・サービス機能の充実を図っていきます。

<目標>

### ① 県都の顔となる商店街の形成

<方針>

- 県都の顔となる中心商店街として、県北地域の商業ニーズに応えるため、魅力溢れる個性豊かな商店街の形成を図ります。

<目標達成のための施策>

- ・ 新たな支援策によるまちなかへの商業施設の立地誘導
- ・ 吸引力の高い商業施設と商店街の連携の促進
- ・ 郊外に移転した都市施設（医療機関や学校、公共公益施設）の中心部への回帰促進
- ・ 中心市街地への企業、事業所の誘導
- ・ 商店街との連携による中心市街地の価値の向上

<目標>

### ② 公共交通アクセスと回遊性を高めた中心市街地づくり

<方針>

- 中心市街地は、市民がバスなどの公共交通を利用して買物が出来る商業環境づくりを行います。また、買物時も歩いてお店を回る事の出来るような回遊空間の形成に努めます。

<目標達成のための施策>

- ・ 中心市街地への公共交通アクセスの確保
- ・ 歩行者や自転車を優先したゆったり歩ける環境整備
- ・ 商業施設と商店街の連携による新たなサービスの検討

<目標>

③多彩で多様な人々と交流できる賑わいのある商店街

<方針>

- 中心市街地の商店街は、個性のあるお店、多彩な企画や多様な世代の人々との交流などにより、たくさんの訪問目的があり、来訪者が長居できる（滞留時間の長い）商店街を目指します。

<目標達成のための施策>

- ・ 本市の歴史・文化ストックの発掘や多彩なイベント開催などによる商店街の魅力向上
- ・ 週末や帰宅時の定期的なイベントの開催により「賑わいが見える」商店街づくり
- ・ 個性的な商店街づくり（地域の文化・社会・人資源の発掘と磨き上げ）
- ・ テナントミックスされた連続性の高い商店街づくり
- ・ 農業と連携した商店街の特色づくり（朝市・夕市開催や地場製品の活用）
- ・ 新たな創業者への支援体制の強化

### 3. 適正な商業施設の配置を促す計画づくり

本市において健全な商業環境を維持、発展させるため、商業のまちづくりの方向や「福島県商業まちづくりの推進に関する条例」との整合性を図りながら、適正な商業施設配置を行っていく必要があります。そのため、特定小売商業施設は中心市街地への誘導する一方で、優良な農地や市街化調整区域等への立地抑制を図っていきます。

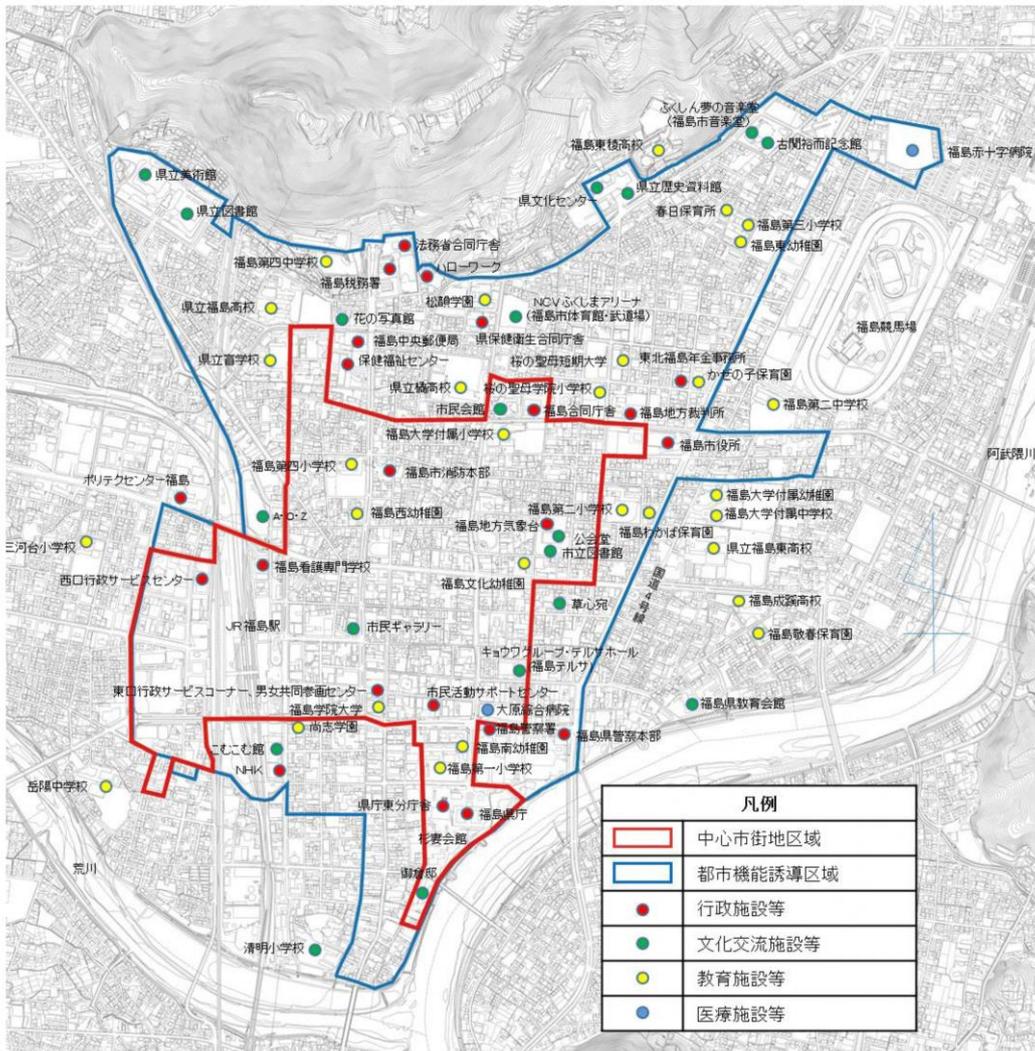
<目標>

#### ①中心市街地への商業施設の誘導強化

<方針>

- 中心市街地活性化基本計画に定める中心市街地及び立地適正化計画に定める都市機能区域（都市機能誘導区域）に特定小売商業施設（店舗面積8,000㎡以上）を含めた商業施設を誘導し、中心市街地の賑わいの創出を図ります。

【中心市街地区域（第3期）及び都市機能区域（都市機能誘導区域）】



<目標達成のための施策>

- ・ 特定小売商業施設を中心市街地の商業地域及び近隣商業地域へ誘導
- ・ 特定小売商業施設を誘導するための支援策を検討
- ・ 中心市街地活性化基本計画による中心市街地の積極的な事業の推進

<目標>

②無秩序な商業施設立地の抑制

<方針>

- 郊外部における大規模集客施設（その用途に供する部分の床面積10,000㎡超）の立地は、都市計画法、建築基準法、農業振興地域整備計画等土地利用に係る法令等に基づき規制を行います。また、都市計画法では準工業地域への大規模集客施設の立地を認めていますが、準工業地域は郊外部に多く存在し、この地域への立地を認めることは大規模集客施設を中心市街地へ誘導する本市の方針と整合しないことから、準工業地域についても、特別用途地区を指定することにより立地を規制します。
- 福島県商業まちづくりの推進に関する条例を踏まえ、市街化調整区域や用途地域の指定のない区域、集団性の高い優良な農地などにおける特定小売商業施設（店舗面積8,000㎡以上）の立地を抑制します。

<目標達成のための施策>

- ・ 大規模集客施設は商業、近隣商業地域に誘導する一方、商業系の用途地域以外は立地を制限
- ・ 福島県商業まちづくりの推進に関する条例により特定小売商業施設の立地を誘導、抑制
- ・ 農業振興地域整備計画に基づき優良な農用地の保全

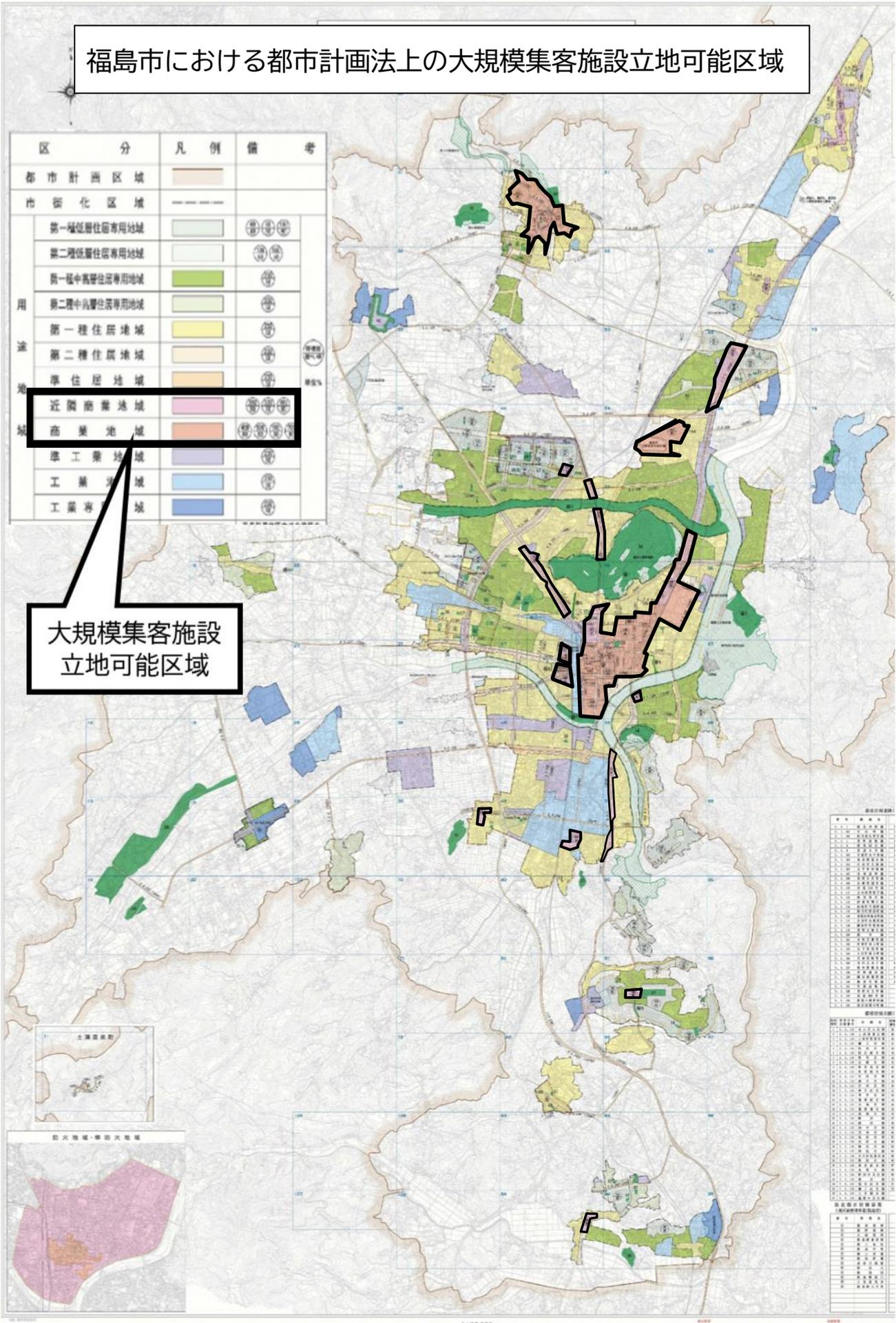
<福島県商業まちづくりの推進に関する条例>

店舗面積8,000㎡以上の店舗（特定小売商業施設）を対象に、大規模小売店舗立地法の手続き前に、店舗面積、設置場所、集客予定数、県や市町村の土地利用関係計画との適合等を県に届け出るものとし、大型店の出店が、街づくりへの影響がないかを審査し、商業まちづくり推進の見地から意見、勧告等を行う。

# 福島市における都市計画法上の大規模集客施設立地可能区域

| 区分     | 凡例                  | 備考                             |
|--------|---------------------|--------------------------------|
| 都市計画区域 | [Brown Box]         |                                |
| 市街化区域  | [Dashed Line]       |                                |
| 用途別    | 第一種低層住居専用地域         | [Light Green Box] (1)(2)(3)(4) |
|        | 第二種低層住居専用地域         | [Light Green Box] (2)(3)       |
|        | 第一種中高層住居専用地域        | [Green Box] (3)                |
|        | 第二種中高層住居専用地域        | [Light Green Box] (3)          |
|        | 第一種住居地域             | [Yellow Box] (3)               |
|        | 第二種住居地域             | [Light Orange Box] (3)         |
|        | 準住居地域               | [Orange Box] (3)               |
|        | 近隣商業地域              | [Pink Box] (3)(4)(5)(6)        |
|        | 商業地域                | [Red Box] (3)(4)(5)(6)         |
|        | 準工業地域               | [Purple Box] (3)               |
| 工業地域   | [Blue Box] (3)      |                                |
| 工業専用地域 | [Dark Blue Box] (3) |                                |

大規模集客施設立地可能区域



| 区画番号    | 用途          | 備考 |
|---------|-------------|----|
| 1-1-1   | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-2   | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-3   | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-4   | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-5   | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-6   | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-7   | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-8   | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-9   | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-10  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-11  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-12  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-13  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-14  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-15  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-16  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-17  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-18  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-19  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-20  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-21  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-22  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-23  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-24  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-25  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-26  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-27  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-28  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-29  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-30  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-31  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-32  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-33  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-34  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-35  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-36  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-37  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-38  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-39  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-40  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-41  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-42  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-43  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-44  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-45  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-46  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-47  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-48  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-49  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-50  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-51  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-52  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-53  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-54  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-55  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-56  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-57  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-58  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-59  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-60  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-61  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-62  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-63  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-64  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-65  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-66  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-67  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-68  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-69  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-70  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-71  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-72  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-73  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-74  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-75  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-76  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-77  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-78  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-79  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-80  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-81  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-82  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-83  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-84  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-85  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-86  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-87  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-88  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-89  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-90  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-91  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-92  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-93  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-94  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-95  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-96  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-97  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-98  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-99  | 第一種低層住居専用地域 |    |
| 1-1-100 | 第一種低層住居専用地域 |    |

## 4. 交流人口の拡大に向けた商業のまちづくり

人口減少が進む中、本市が持続的に発展するためには、交流人口の拡大は大きな課題の一つとなっています。また、市外からの誘客を促進することは、商業まちづくりの観点からも大変重要です。地場産品や魅力ある観光地・文化財、集客交流施設など数々の地域資源を有効に活用するとともに、本市の持つ交通の結節点・要衝としての優れたアクセス性なども活かした、特色ある魅力的な商業のまちづくりにより、交流人口の拡大を図っていく必要があります。

<目標>

### ①市外から人を呼び込める商業環境の創造

<方針>

- 観光客や外国からの訪問者が利用しやすい、「わくわく」し、思わず訪れたくなるような、各地域の特性を十分に活かした魅力的な商業環境の整備を進めます。

<目標達成のための施策>

- ・ 地域の特色を活かした商店街の運営や地域ブランド商品の開発・販売
- ・ 「花見山や温泉、福島競馬場」などの観光地と連携した誘客事業の実施
- ・ コンベンション施設で行われる会議等と連動した商店街イベントの実施
- ・ 古閑裕而などの全国的に知名度の高いコンテンツを活用した誘客事業と市内商店街等との連携
- ・ 観光地と市内商店街等の回遊性を高めるため、公共交通機関との連携を検討。

## 第5節 基本構想の実現に向けて

### 1. 地域特性に基づいた商業環境の形成

中心市街地と郊外のバランスの取れた商業機能の立地を誘導することを目的として、商業集積の現状や地域特性に基づき、地域の将来像などを検討します。あわせて、中心市街地に商業機能を集積させる都市構造や、地域特性や生活環境に配慮した商業施設の適正な配置を行い、市内において市民の買物が完結するまちを目指します。

#### (1) 高度商業集積ゾーン（小売商業施設の誘導を図る地区）

##### <方針>

中央東地区・中央西地区を、中心市街地活性化基本計画及び立地適正化計画とあわせて高度に商業集積を図るべき地区とします。また、中心市街地活性化基本計画に定める中心市街地及び立地適正化計画で定める都市機能区域（都市機能誘導区域）を「中心核」とし、特定小売商業施設（店舗面積8,000㎡以上）を誘導する区域とします。

##### 【中央東地区・中央西地区】

##### <商業及び多彩な都市機能の集積の考え方>

- ・ 常に賑わいと活気が絶えない催しが多彩なまちづくり、市民活動の場づくり
- ・ 都会的なセンスや魅力ある店舗があるまちづくり
- ・ 個性豊かな店・商品との出会い、多様な世代の人々との交流などを通して、暮らしの充実感や楽しさを実感できるまちづくり
- ・ 福島の食材を使った飲食や地場産品が気軽に手に入るまちづくり
- ・ どの世代からも住みたいと思われる住環境の構築や商業環境の整備
- ・ 多彩な業務機能（事務所）の集積推進と対応する商業環境づくり

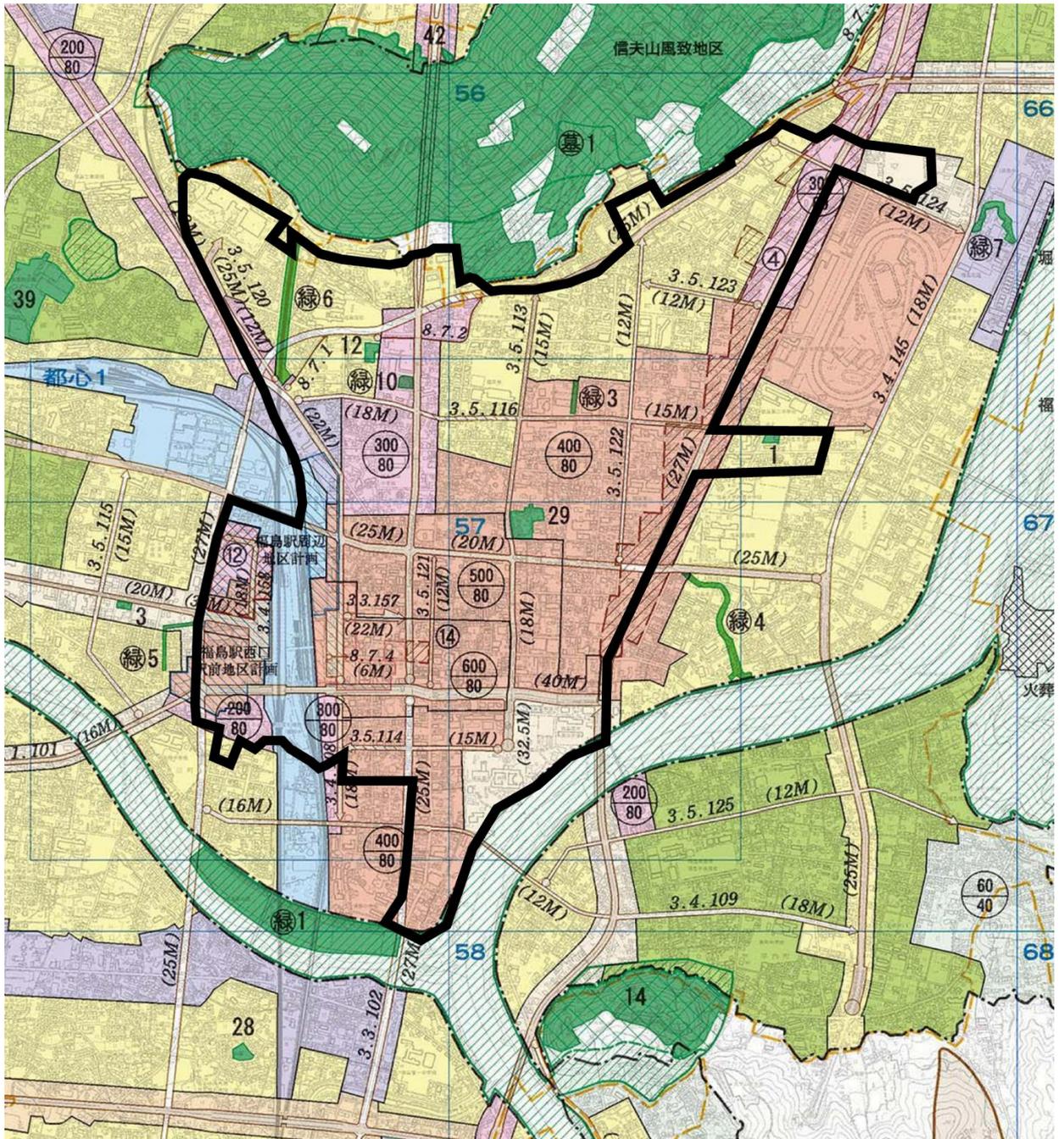
##### <地域の情報交流・発信機能集積の考え方>

- ・ インフォメーションセンター・交通情報の提供・チケットセンター・ビジネスルーム・広域行政サービス・文化紹介施設・子育て支援センターなどの高次都市機能の集積
- ・ 福島競馬場や観光地域型商業集積ゾーンとの連携による誘客拡大
- ・ 外国人旅行者も含めた来訪者がわかりやすく買物しやすい商業環境の形成

##### <交通アクセス向上や回遊性向上の考え方>

- ・ 歩行者や自転車利用者に優しく、回遊性の高いまちづくり  
(シェアサイクルの利用促進や福島市バリアフリーマスタープランに基づくユニバーサルデザインのまちづくり)
- ・ まちなかの駐車場の利便性の向上

【中心核】



## (2) 方部拠点ゾーン

### <方針>

比較的高い集客力を備えた店舗が立地し、市域の各方部の核となる地区とします。

【清水地区・杉妻地区・北信地区・吉井田地区】

- ・ 高齢社会や人口減少社会を踏まえた、歩いて買物に行ける身近な商店街の維持振興、魅力・利便性の向上
- ・ 地域住民が最寄品を購入でき、生活サービスが受けられる商業環境の構築
- ・ 地元商店街やコミュニティと商業施設との連携による、地域ならではの特性を活かしたまちづくりの構築
- ・ 方部拠点内にある商業施設間の回遊性を向上させる移動手段の確保

## (3) 観光地域型商業集積ゾーン

### <方針>

特徴の異なる個性豊かな温泉を中心とした観光資源を活用し、特に観光客を対象とした商業環境の充実を図る地区とします。

【土湯温泉町地区・飯坂地区・吾妻地区】

- ・ 温泉を中心とする観光資源を活かした商業まちづくりの展開
- ・ 観光客が楽しくまち歩きできる商業環境づくり
- ・ 観光客との地元交流を図る機会の創設
- ・ 高度商業集積ゾーンとの商業連携
- ・ 特産物や地場製品の販売を通じた観光地としての魅力向上

#### (4) 生活密着ゾーン

##### <方針>

住民の日常生活に必要な商業環境の維持・充実を図る地区とします。

##### 【市内全域】

- ・ 地域の生活拠点の確立
- ・ 地域の歴史・文化特性を活かした地域密着型の商業環境の充実
- ・ 地域住民が最寄品を購入でき、生活サービスが受けられる商業環境の構築
- ・ 高齢化一人世帯や共働き世帯に対応した宅配サービスや移動販売などの事業展開の促進
- ・ 地域のコミュニティを活かした商店街の構築
- ・ 方部拠点や高度商業集積ゾーンへの移動手手段の確保

## 2. 特定小売商業施設の抑制を図る地区

都市計画法に規定する市街化調整区域（小売商業施設の誘導を図る地区を除く）、都市計画法に規定する用途地域の指定のない区域（小売商業施設の誘導を図る地区を除く）、都市計画区域外（小売商業施設の誘導を図る地区を除く）、農業振興地域の整備に関する法律に規定する農用地区域、景観法の規定に基づく福島県景観計画における景観形成重点地域、自然公園法に規定する自然公園、水環境保全条例に規定する水環境保全区域などや、その他商業まちづくりの推進に影響を及ぼす地域には、特定小売商業施設の立地を厳に抑制します。



## 資 料

### I（仮称）新たな産業未来ビジョンふくしま策定経過

| 日 付                                  |                   | 内 容  |
|--------------------------------------|-------------------|--|
| 令和元年 11 月 29 日<br>～令和 2 年 2 月 5 日    | 企業アンケート①          | ・ 福島市工業振興計画策定に係る<br>企業意識調査                       |
| 令和 3 年 1 月～2 月                       | 企業アンケート②          | ・ 福島市工業振興計画策定に係る<br>事業環境調査                       |
| 令和 3 年 5 月 27 日                      | 定例部長会議            | ・ 策定方針について<br>・ 策定要綱（案）について<br>・ 策定スケジュール（案）について |
| 令和 3 年 8 月 19 日                      | 第 1 回策定有識者<br>懇談会 | ・ 委嘱状交付<br>・ 策定の概要について<br>・ 素案（案）について            |
| 令和 3 年 10 月 13 日                     | 第 2 回策定有識者<br>懇談会 | ・ 素案（案）について                                      |
| 令和 3 年 12 月 9 日                      | 定例部長会議            | ・ 素案の決定  |
| 令和 3 年 12 月 22 日<br>～令和 4 年 1 月 21 日 | パブリック・コメン<br>ト実施  | ・ 新たな産業未来ビジョンふくし<br>まの素案                         |
| 令和 4 年 2 月 24 日                      | 定例部長会議            | ・ パブリック・コメントの結果<br>・ 新たな産業未来ビジョンふくし<br>ま原案の決定    |
| 令和 4 年 2 月 25 日                      | 第 3 回策定有識者<br>懇談会 | ・ 原案の報告  |

## Ⅱ（仮称）新たな産業未来ビジョンふくしま策定有識者懇談会委員名簿

（敬称略）

| No. | 区 分          | 氏 名    | 所 属 等                   |
|-----|--------------|--------|-------------------------|
| 1   | 商 業・<br>サービス | 坪井 大雄  | 福島商工会議所 副会頭             |
| 2   |              | 福地 雅人  | （株）仲見世 代表取締役            |
| 3   |              | 伊藤 翼   | （株）いちい 常務取締役            |
| 4   |              | 渡辺 あゆ美 | 銀座に志かわ福島卸町店 店長          |
| 5   | 工 業          | 佐藤 慶行  | 福島県鉄工機械工業協同組合 理事長       |
| 6   |              | 中野 朗宏  | （株）NAKANO 代表取締役         |
| 7   |              | 伏見 雅英  | （株）ミューラボ 代表取締役          |
| 8   |              | 村山 由美子 | （株）丹坊本店 代表取締役           |
| 9   | I C T        | 中野 友登  | （株）オーダーメイドジャパン<br>代表取締役 |
| 10  |              | 阪谷 聡   | 福島キャノン（株） 人事施設部長        |
| 11  | 学識経験者        | 藤原 遥   | 福島大学経済経営学類 准教授          |
| 12  |              | 西内 みなみ | 桜の聖母短期大学 学長             |

### Ⅲ（仮称）新たな産業未来ビジョンふくしま策定要綱

#### （趣旨）

第1条 この要綱は、（仮称）新たな産業未来ビジョンふくしま（以下「産業ビジョン」という。）の策定に関し、必要な事項を定める。

#### （基本方針）

第2条 産業ビジョンは、福島市総合計画で定める商業及び工業の振興を総合的かつ横断的に取り組むため、将来の本市の商工業のあるべき姿を目指して策定するものである。

2 産業ビジョンは、平成21年3月策定の福島市商業まちづくり基本構想、平成28年3月策定の福島市工業振興計画における構想・施策・事業を見直し、本市の商工業が持続可能な産業として発展するため、一体的に捉えた新たな産業ビジョンとして策定するものである。

#### （計画期間）

第3条 産業ビジョンの計画期間は、令和4年度から令和7年度までとする。

#### （計画策定組織の設置）

第4条 産業ビジョンの策定を推進する庁内組織は、定例部長会議をもって充てる。

2 産業ビジョン策定に関し、広く産業界及びその関係団体また有識者から専門的な意見を聴くため、（仮称）新たな産業未来ビジョンふくしま策定有識者懇談会を設置する。

#### （委任）

第5条 この要綱に定めるもののほか、産業ビジョンの策定に関し、必要な事項は別に定める。

#### 附 則

この要綱は、令和3年5月27日から施行する。

## IV（仮称）新たな産業未来ビジョンふくしま策定有識者懇談会設置要綱

### （趣旨）

第1条 この要綱は、（仮称）新たな産業未来ビジョンふくしま策定要綱第4条第2項に規定する産業未来ビジョンふくしま策定有識者懇談会（以下「懇談会」という。）の組織及び運営について必要な事項を定めるものとする。

### （所掌事務）

第2条 懇談会は、産業ビジョンの策定に関して、その専門的な見地から意見を  
する。

### （組織）

第3条 懇談会は、委員13名以内で組織する。

### （委員）

第4条 委員は、次に掲げる区分のうちから選任されたものを、市長が委嘱する。

- （1）産業関係機関及びその団体
- （2）企業
- （3）学識経験者
- （4）その他市長が必要と認める者

### （任期）

第5条 委員の任期は、委嘱の日から（仮称）新たな産業未来ビジョンふくしまの策定までとする。

### （会長及び副会長）

第6条 懇談会に会長及び副会長を置き、委員の互選によってこれを定める。

- 2 会長は、懇談会を代表し、会務を総括する。
- 3 副会長は、会長を補佐し、会長に事故あるときはその職務を代理する。

### （会議）

第7条 懇談会は、会長が招集し、会長がその議長となる。

- 2 懇談会は、委員の半数以上が出席しなければ、開くことができない。
- 3 会長は、必要があると認めるときは、懇談会に委員以外の者を出席させ、説

明又は意見を求めることができる。

(庶務)

第8条 懇談会の庶務は、商工観光部商工業振興課において処理する。

(委任)

第9条 この要綱に定めるもののほか、懇談会の運営に関し必要な事項は、会長が別に定める。

附 則

この要綱は、令和3年5月27日から施行する。



---

## 新たな産業ビジョン未来ふくしま

令和4(2023)年3月発行

編集・発行：福島市商工観光部商工業振興課

〒960-8601 福島市五老内町3番1号

電話番号 024-525-3721 (直通)

Eメール [syou-rou@mail.city.fukushima.fukushima.jp](mailto:syou-rou@mail.city.fukushima.fukushima.jp)

<https://www.city.fukushima.fukushima.jp>

---