閲覧用

福島市産業未来ビジョン

《2027 年度～2030 年度》

～ともに前へ進む、新たな産業ステージへの挑戦～

（素案）

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　計画期間 …… 2
第４節　前ビジョン（2022 年度～2026 年度）の取組評価 …… 3

第２章　社会経済と本市産業の現状 …… 14
第１節　社会経済情勢の変化 …… 14
第２節　本市産業の現状 …… 16
第３節　本市産業の可能性 …… 34

第３章　産業ビジョンの施策 …… 35
第１節　本市産業が目指す姿と基本方針 …… 35
基本方針Ⅰ　企業の挑戦や成長支援 …… 36
基本方針Ⅱ　企業の新たな価値創造による産業の好循環 …… 36
基本方針Ⅲ　県都の玄関口としての活力向上 …… 36
基本方針Ⅳ　雇用・事業継続の環境整備 …… 37
第２節　施策体系と重点施策 …… 38
第３節　施策の管理・指標・推進体制 …… 47

第４章　福島市商業まちづくり基本構想 …… 53
第１節　基本構想策定の趣旨 …… 53
第２節　本市の現状と商業まちづくりの課題 …… 55
第３節　商業まちづくりの推進に関する基本方針 …… 76
第４節　小売商業施設の誘導及び抑制を図る地区に関する事項 …… 79
第５節　その他商業まちづくり推進に関し必要な事項 …… 82

第１章　策定にあたって

第１節　策定の趣旨

本市産業は、東日本大震災及び原子力災害からの復興に取り組む中で、新型コロナウイルス感染症が世界的に感染拡大するなど、様々な困難に直面してきました。

こうした中、本市では 2022 年度（令和４年度）から 2026 年度（令和８年度）までを計画期間とした「新たな産業未来ビジョンふくしま」を策定し、「産業のグレードアップ」、「持続可能な産業の振興」、「産業人材の育成」を基本方針に掲げ、危機をチャンスに変えるべく施策を進めてきました。

しかし、この間も社会経済情勢の激しい変化は続き、首都圏への若年層流出や企業における人手不足、中心市街地の産業集積力低下、デジタル化の急速な進展、物価上昇、環境問題等への対応が求められています。

福島駅東口地区市街地再開発事業（以下、「東口再開発」という。）が進展し、本市産業にとって重要なこの時期に、社会経済情勢の変化に迅速かつ柔軟に対応し、機会を捉えた成長分野への挑戦等、将来に向けて発展し続ける本市産業を実現するため、「新たな産業未来ビジョンふくしま」を見直し、2027 年度（令和９年度）から 2030 年度（令和 12 年度）までを計画期間とする「福島市産業未来ビジョン（以下、「産業ビジョン」という。）」を策定します。

本産業ビジョンを新たな指針として、新たな挑戦が生まれ続ける力強い本市産業を目指し、企業や若者からも選ばれるまちの実現を図ります。

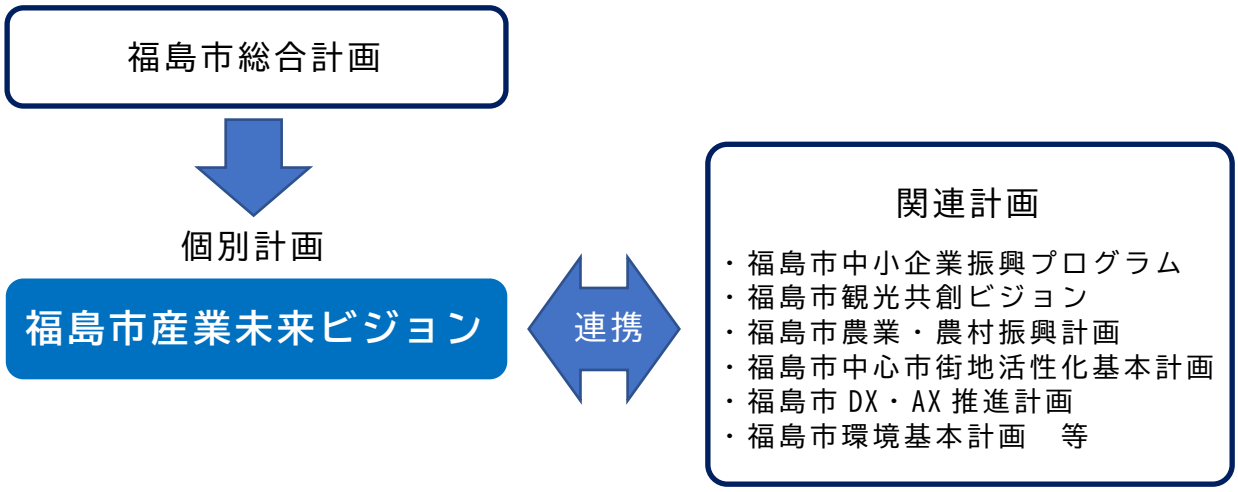
第２節　位置づけ

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７次福島市総合計画で、目指す未来を実現させるために示す「22 のプロジェクト」のうち、「産業の好循環と若者の定着」及び「まちの磨き上げによる魅力創出と回遊性の向上」の考え方に基づき、本市の工業及び商業の振興を図るための基本方針と重点施策を定めるものです。

また、工業及び商業の振興を一体的に考えるため、商業の土地利用に関する「福島市商業まちづくり基本構想」の内容を含んでいます。

なお、観光や農業等、その他の産業については、それぞれ別に計画を策定し、振興を図ります。これら関連分野との連携を密にするとともに、具体的な施策の展開に当たっては、福島市中小企業振興基本条例第９条に定める施策の基本方針を具現化するために策定している「福島市中小企業振興プログラム」と連携を図りながら取り組みます。

【図表１　産業ビジョンの位置づけ】



第３節　計画期間

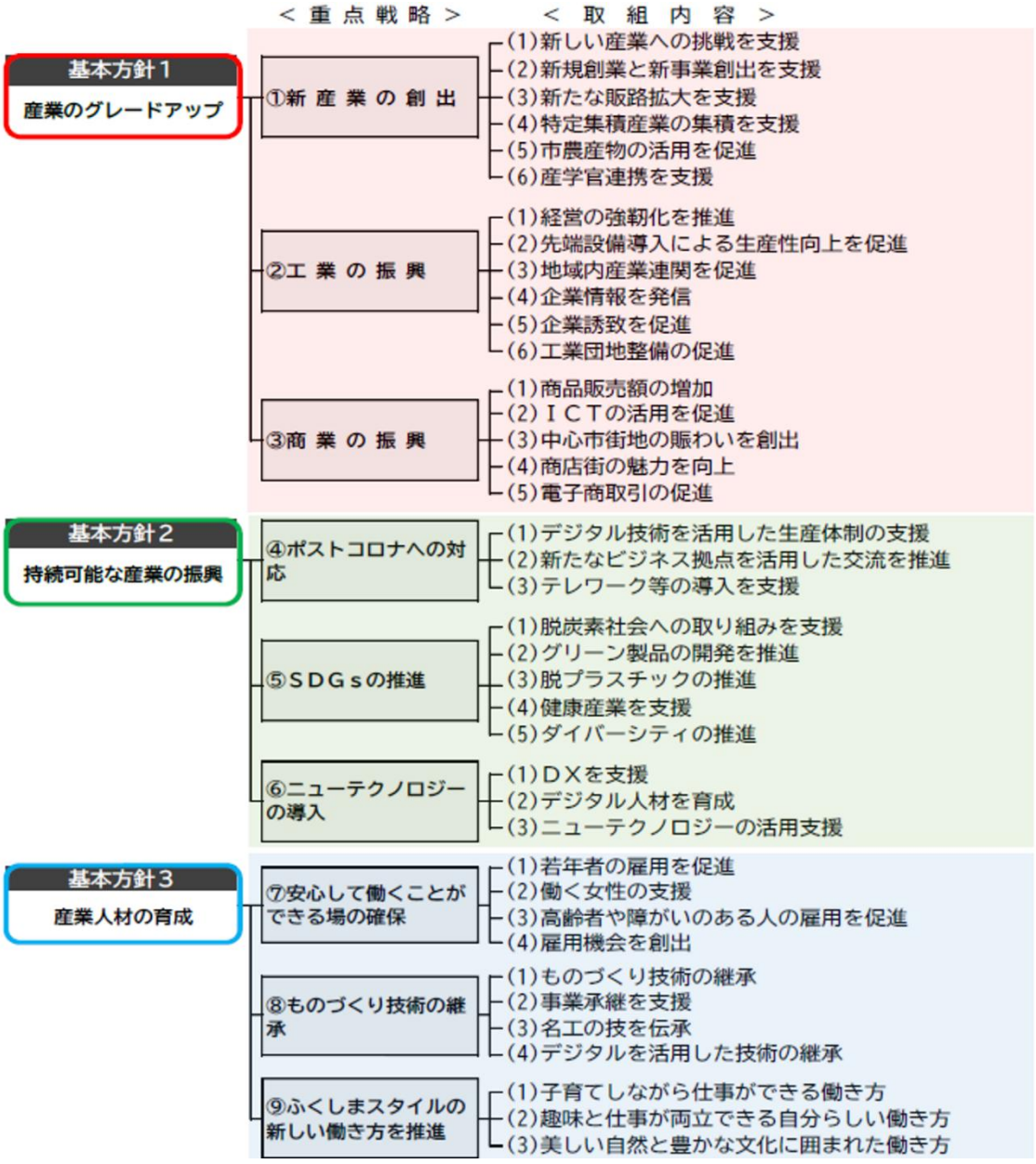
計画期間は、2027 年度（令和９年度）から 2030 年度（令和 12 年度）までの４年間とします。

第４節　前ビジョン（2022 年度～2026 年度）の取組評価

前ビジョン（新たな産業未来ビジョンふくしま）では、基本方針として「産業のグレードアップ」、「持続可能な産業の振興」、「産業人材の育成」の３つを掲げ、その達成度合いを示す指標として、「製造品出荷額等（注１）」、「中心市街地空き店舗数」、「エネルギー自給率」、「女性の管理職登用率」の４つを設定し、様々な重点戦略を展開してきました。

その取組状況及び達成状況（評価）等は、以下のとおりです。

【図表２　前ビジョンの施策体系】



（注１）製造品出荷額等：１年間の製造品出荷額、加工賃収入額、修理料収入額、製造工程から出たくず及び廃物の出荷額、その他の収入額の合計で、消費税等のうち国消費税を含んだ額。

１．基本方針ごとの取組状況等

【基本方針１】産業のグレードアップ

産業のグレードアップのため、「新産業の創出」、「工業の振興」、「商業の振興」の３つを重点戦略として掲げ、施策を展開してきました。

（１）主な取組状況

ア　新産業の創出

創業にかかる融資の利子全額を一定期間補給するなど、熱意ある創業者を支援し、新産業の創出に取り組んできました。

加えて、「医療・健康関連産業」、「ロボット・航空関連産業」、「農産物加工関連産業」を特定集積産業に指定し、企業の誘致や事業の支援による新産業の創出にも力を入れてきました。

また、市内企業が開発・製造した製品を本市が購入・活用し、感想や改善点等を企業にフィードバックすることで市内企業を応援するといった本市ならではの取組で新たな事業創出を支援したほか、市内企業の新製品や新技術の開発を支援し、付加価値の高いものづくりによる産業のグレードアップに取り組んでいます。

イ　工業の振興

東北自動車道・東北中央自動車道の結節点として高速交通ネットワークの利便性に優れる本市の強みを生かし、福島おおざそうインター工業団地整備事業や立地支援制度の整備を進めることで、工業振興に取り組んできました。

また、東京都内で企業立地セミナーを開催するなど、積極的に企業誘致を推進しています。

ウ　商業の振興

新型コロナウイルス感染症の感染拡大により大幅に人流が減少した中心市街地での商業活動の振興を図るため、空き店舗入居者への家賃補助や新規出店者への内外装工事費補助等による支援を行ってきました。

また、まちなかのにぎわいを創出するためのイベント補助により、商店街等の活性化にも取り組んでいます。

【図表３　産業のグレードアップに資する主な施策等】

施策等	実績等
創業応援利子補給事業	新規申請者数 2025 年度：18 人 2024 年度：19 人 2023 年度：24 人 2022 年度：29 人
新製品・新技術開発支援事業	採択件数 2025 年度：６ 件 2024 年度：10 件 2023 年度：11 件 2022 年度：７ 件
第１期 福島おおざそうインター工業団地整備事業	全６区画に企業立地
第２期 福島おおざそうインター工業団地整備事業	全８区画を整備
企業立地セミナー	参加企業数 2025 年度：70 企業 2024 年度：64 企業 2023 年度：55 企業 2022 年度：51 企業
街なか空き店舗入居者家賃補助事業	補助件数 2025 年度：21 件 2024 年度：30 件 2023 年度：48 件 2022 年度：32 件
新規出店のための内外装工事費等補助事業（中心市街地分）	補助件数 2025 年度：15 件 2024 年度：29 件 2023 年度：27 件 2022 年度：16 件
商店街等活性化イベント補助事業（中心市街地分）	補助件数 2025 年度：52 件 2024 年度：48 件 2023 年度：44 件 2022 年度：35 件

（２）評価と課題

企業立地セミナーへの参加企業数が増加傾向にあり、福島おおざそうインター工業団地への企業立地が進むなど、企業誘致には進展が見られました。

一方で、前ビジョンのツリー型の施策体系では、重点戦略とそれに紐づく取組が縦割りとなり、働き方の多様化や人口減少の深刻化、物価上昇等、コロナ禍以降の急激な社会経済情勢の変化に対して効果的な施策が打てないこともありました。また、同様の理由から新産業の創出に至らなかったなどの課題も見られました。

【基本方針２】持続可能な産業の振興

持続可能な産業の振興のため、「ポストコロナへの対応」、「SDGs（注２）の推進」、「ニューテクノロジーの導入」の３つを重点戦略として掲げ、施策を展開してきました。

（１）主な取組状況

ア　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り急速に進んだデジタル化に対応し、ポストコロナを見据えたビジネスモデル構築に取り組む事業者の電子決済機能付き POS レジ（注３）導入やインターネット販売 Web システム構築等に対する補助により、ポストコロナに対応したデジタル改革等に取り組みました。

また、コロナ禍により急速に広まった多様な働き方にも対応できるよう、シェアオフィスやコワーキングスペース（注４）等を備えたクリエイティブビジネスサロンを福島駅前に開設し、新たなビジネス交流拠点として産業の活性化を推進しています。

イ　SDGs の推進

燃料電池自動車や省エネルギー設備の導入補助事業により、脱炭素社会の実現に向けた取組を進めてきました。

また、再生可能エネルギーや省エネルギー設備等を開発・導入する際の融資制度を独自に創設するなど、本市ならではの取組で SDGs の推進を図ってきました。

さらに、市内事業所に対し、職場における健康講座を実施するなど、長く健康で働き続けられる環境の整備にも取り組んでいます。

ウ　ニューテクノロジーの導入

デジタル技術や AI（注５）を活用して働き方改革や業務効率化に取り組む市内企業を表彰･支援することにより、企業の DX(注６)を促進しています。

また、デジタルの課題を抱えた市内の中小企業や団体と、多彩なスキルを持ったデジタル人材をマッチングすることにより、企業等における課題解決を支援しています。

さらに、市内企業への DX 伴走支援により、企業の状況に応じた DX の推進を図っています。

（注２）SDGs：「Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）」の略称。2015 年の国連サミットで採択された 2030 年までの世界共通目標。
（注３）POS レジ：商品の売上や在庫、顧客情報等をデジタルで管理できるレジスター。
（注４）コワーキングスペース：様々な人が利用できる共同ワークスペース。
（注５）AI：人工知能。
（注６）DX：データやデジタル技術を活用して、ビジネスモデル等を変革させること。

【図表４　持続可能な産業の振興に資する主な施策等】

施策等	実績等
ポストコロナ対応支援事業 ※2023 年度事業終了	補助件数 2023 年度：105 件 ※ポストコロナ対応新規創業者等支援事業とポストコロナ対応デジタル化支援事業の件数を合算 2022 年度：176 件 ※新たなビジネスモデル創出支援事業の件数
クリエイティブビジネスサロン ※2022 年４月１日開設	コワーキングスペース利用者数 2025 年度：延べ 9,178 組 2024 年度：延べ 8,109 組 2023 年度：延べ 6,577 組 2022 年度：延べ 4,768 組 会議室利用者数 2025 年度：延べ 3,894 組 2024 年度：延べ 3,105 組 2023 年度：延べ 3,853 組 2022 年度：延べ 2,197 組
燃料電池自動車導入補助事業	補助件数 2025 年度：０件 2024 年度：１件 2023 年度：８件 2022 年度：２件
省エネルギー設備導入支援事業 ※2024 年度は実施なし	補助件数 2025 年度：　57 件 2023 年度：181 件 2022 年度：108 件
中小企業ゼロカーボン資金融資制度 ※2023 年度事業開始	融資件数 2025 年度：２件 2024 年度：１件 2023 年度：５件
職場における健康講座 ※2025 年度からは職場の健康づくりスタート応援事業として健康づくりを支援	実施件数 2025 年度：30 件 2024 年度：11 件 2023 年度：10 件 2022 年度：７ 件
ふくしまデジタルイノベーションアワード ※市内事業者等の先進的 DX 事例を表彰 ※2025 年度事業開始	表彰件数 2025 年度：５件
デジタル人材バンク事業 ※市内企業とデジタル人材をマッチング	デジタル人材登録者数 2025 年度末時点：56 人 マッチング件数 2025 年度末時点：26 件

（２）評価と課題

クリエイティブビジネスサロンのコワーキングスペース利用者数は大幅に伸びており、多様化する働き方の受け皿として機能していることから、このビジネス交流拠点から新たなビジネスモデルの構築等が期待されます。

デジタル人材バンク事業のマッチング件数は４年間で 26 件となり、企業におけるニューテクノロジーの導入等に一定の成果を上げていますが、AI の普及等、ビジネスを取り巻くデジタル化が急速に進む中、DX の進展に課題を抱えている市内企業は少なくないと考えられます。

【基本方針３】産業人材の育成

産業人材の育成のため、「安心して働くことができる場の確保」、「ものづくり技術の継承」、「ふくしまスタイルの新しい働き方を推進」の３つを重点戦略として掲げ、施策を展開してきました。

（１）主な取組状況

ア　安心して働くことができる場の確保

若年層が安心して働くことができるようハローワークと連携して市内企業の説明会や合同企業説明会を開催し、新卒者等の市内企業への就職を促進してきました。

また、働く女性応援企業認証事業や障がい者雇用推進企業認証事業により、女性や障がい者が働きやすい職場環境づくりにも取り組んできました。

さらに、2025 年度（令和７年度）からは、認証事業の対象に高齢者や外国人等も加え、ダイバーワークスタイル（注７）企業認証事業へと発展させることで、より多様な人材が働きやすい職場環境づくりに取り組んでいます。

イ　ものづくり技術の継承

中小企業の後継者を対象に、マネジメント能力の養成や横断的ネットワークの構築等を目的とした育成事業である次世代夢創塾を実施し、事業承継を支援しました。

ウ　ふくしまスタイルの新しい働き方を推進

子育てと仕事の両立を目指す女性を対象に、就活準備セミナーやデジタルスキル習得のためのセミナーを実施し、就職や多様な働き方への適応を支援するとともに、人材の育成に取り組んでいます。

（注７）ダイバーワークスタイル：女性や障がい者、高齢者、外国人等の多様な人材（＝ダイバーシティ）が、多様な働き方（＝ワークスタイル）ができる職場環境づくりに取り組むこと。

【図表５　産業人材の育成に資する主な施策等】

施策等	実績等
就職のための企業説明会	2025 年度：開 催 回 数：　20 回 参加企業数：　233 社 参 加 者 数：1,449 人 2024 年度：開 催 回 数：　12 回 参加企業数：　185 社 参 加 者 数：1,040 人 2023 年度：開 催 回 数：　13 回 参加企業数：　230 社 参 加 者 数：1,242 人 2022 年度：開 催 回 数：　15 回 参加企業数：　221 社 参 加 者 数：1,727 人
働く女性応援企業認証事業 ※2024 年度事業終了	認証企業数 2024 年度末時点：101 企業
障がい者雇用推進企業認証事業 ※2024 年度事業終了	認証企業数 2024 年度末時点：19 企業
ダイバーワークスタイル企業認証事業　※2025 年度事業開始	認証企業数 2025 年度末時点：14 企業
次世代夢創塾 ※2025 年度事業終了	参加者数 2025 年度：　9 人 2024 年度：13 人 2023 年度：13 人 2022 年度：13 人
女性の活躍応援のためのセミナー 2025 年度：女性の多様な働き方に役立つ Web スキルアップセミナー（全４回＋アドバンスプログラム） 2024 年度：女性の多様な働き方に役立つ Web スキルアップセミナー（全４回） 2023 年度：女性活躍応援セミナー（全４回） 2022 年度：そろそろ働きたい女性のための就活準備セミナー	参加者数 2025 年度：延べ 94 人 ※アーカイブ配信 視聴回数：延べ 431 回 2024 年度：延べ 80 人 ※アーカイブ配信 視聴回数：延べ 570 回 2023 年度：延べ 41 人 2022 年度：27 人

（２）評価と課題

ダイバーワークスタイル企業認証事業は開始から１年で 14 企業を認証し、女性の活躍応援のためのセミナーは参加者が増加傾向にあるなど、女性や多様な人材の活躍に進展が見られています。

これまでは、企業の人手不足解消の観点から女性や多様な人材の活躍推進に取り組んできましたが、今後は、これらの方が持つ多様な経験や視点が企業の成長にも資するという観点も持って取り組むことが必要です。

また、若年層の転出等により生産年齢人口の減少が続いていることから、企業の人手不足解消のためには若年層の定着が課題となっています。

２．指標の達成状況（評価）

【指標の評価方法（総合計画の評価方法に準拠）】

●達成率の計算方法

（実績値-基準値）÷（目標値-基準値）×100（%）

※算出された達成率は、0.0%～100.0%で表記しています。

●評価区分

達成率	評価	説明
達成率 100%	A	目標を達成している。
80%≦達成率＜100%	B	目標達成に向けて順調に進んでいる。
60%≦達成率＜80%	C	目標達成に向けておおむね順調に進んでいる。
達成率＜60%	D	目標達成に遅れが生じている。

（１）製造品出荷額等

東北自動車道・東北中央自動車道の結節点として高速交通ネットワークの利便性に優れる本市の立地優位性を生かした福島おおざそうインター工業団地整備事業により、企業誘致に取り組んでいるほか、新製品や新技術の開発経費を補助するなど、市内中小企業の競争力強化を支援し、産業振興に取り組んでいます。

しかし、2019 年（令和元年）の台風 19 号による豪雨災害や新型コロナウイルス感染症の影響によるサプライチェーン（注８）の混乱、工場稼働率の低下等が製造業に与えた影響は大きく、達成率は 84.1%にとどまっています。

【図表６　指標１「製造品出荷額等」】

基準値 2018 年（H30）	項目	2020 年（R２）※2022 年公表	2021 年（R３）※2023 年公表	2022 年（R４）※2024 年公表	2023 年（R５）※2025 年公表	2024 年（R６）※2026 年公表
5,637 億円	目標値	5,637 億円	5,637 億円	5,637 億円	5,637 億円	5,637 億円
	実績値	4,455 億円	4,629 億円	4,817 億円	4,743 億円	公表前
	達成率	79.0%	82.1%	85.5%	84.1%	-
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。				達成率	評価
目標値の根拠	「人」と「活力」であふれる農業と商工業の実現に向けた取組により、基準値の維持を目指します。				84.1%	B

（注８）サプライチェーン：製品の原料の調達から販売に至るまでの一連の流れ。

（２）中心市街地空き店舗数

新型コロナウイルス感染症の影響により空き店舗が増加した中心市街地のにぎわいを取り戻すため、まちなかの空き店舗等をリノベーション（注９）して開業する場合の経費補助や、中心市街地の空き店舗に出店する事業者への店舗賃借料の補助等により、空き店舗数の減少に取り組んでいます。

空き店舗数はおおむね減少傾向にあるものの、建物や設備の老朽化により出店が困難な空き店舗が一定数存在していることに加え、高い集客力を持ち、周辺にも波及効果をもたらしていた大型店舗の相次ぐ閉店による産業集積力低下の影響もあり、達成率は 66.7%にとどまっています。

【図表７　指標２「中心市街地空き店舗数」】

<table>
<tr><td rowspan="2">基準値
2020 年度
（Ｒ２）</td><td>項目</td><td>2022 年度
（Ｒ４）</td><td>2023 年度
（Ｒ５）</td><td>2024 年度
（Ｒ６）</td><td>2025 年度
（Ｒ７）</td><td>2026 年度
（Ｒ８）</td></tr>
<tr><td>目標値</td><td>98 店舗</td><td>92 店舗</td><td>86 店舗</td><td>80 店舗</td><td>80 店舗</td></tr>
<tr><td rowspan="3">110
店舗</td><td>実績値</td><td>100 店舗</td><td>102 店舗</td><td>97 店舗</td><td>90 店舗</td><td>公表前</td></tr>
<tr><td>達成率</td><td>83.3%</td><td>44.4%</td><td>54.2%</td><td>66.7%</td><td>－</td></tr>
<tr><td>指標の
説明</td><td colspan="4">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。</td><td>達成率</td><td>評価</td></tr>
<tr><td>目標値
の根拠</td><td colspan="4">「人」と「活力」であふれる農業と商工業の実現に向けた取組により、空き店舗の 30 店舗減少を目指します。</td><td>66.7%</td><td>C</td></tr>
</table>

（注９）リノベーション：既存の建物に大規模な工事を行い、価値や性能を向上させること。

（３）エネルギー自給率

家庭用太陽光発電システムや蓄電池等の設置費用の一部助成、脱炭素生活スタイル普及啓発事業による啓発イベント等を通し、再生可能エネルギー導入を促進するなど、エネルギー自給率の向上に取り組んできました。

その結果、エネルギー自給率は順調に上昇しており、2023 年度（令和５年度）以降は目標値を上方修正しました。

2025 年度（令和７年度）も達成率は 100.0%となっており、取組が成果につながっています。

一方で、目標達成は市内に設置されたメガソーラーの影響が大きいことから、今後は、自然破壊や景観の悪化等を招く大規模再生可能エネルギー発電施設に頼ることなく、地域と共生する再生可能エネルギーの効果的な導入・活用を推進することが必要です。

【図表８　指標３「エネルギー自給率」】

<table>
<tr><td rowspan="3">基準値
2019 年度
（Ｒ１）</td><td>項目</td><td>2022 年度
（Ｒ４）</td><td>2023 年度
（Ｒ５）</td><td>2024 年度
（Ｒ６）</td><td>2025 年度
（Ｒ７）</td><td>2026 年度
（Ｒ８）</td></tr>
<tr><td>目標値</td><td>32.9%</td><td>46.7%</td><td>49.0%</td><td>51.4%</td><td>53.7%</td></tr>
<tr><td>実績値</td><td>41.5%</td><td>46.5%</td><td>49.2%</td><td>62.2%</td><td>公表前</td></tr>
<tr><td>30.8%</td><td>達成率</td><td>100.0%</td><td>98.7%</td><td>100.0%</td><td>100.0%</td><td>－</td></tr>
<tr><td>指標の
説明</td><td colspan="4">１年間の電力消費量に占める市産再生可能エネルギー発電量の割合により、再エネ自給率の充実度をはかる指標。
※非バイオマス系廃棄物発電含む。</td><td>達成率</td><td>評価</td></tr>
<tr><td>目標値
の根拠</td><td colspan="4">再生可能エネルギー設備の導入を促進することにより、再生可能エネルギー自給率を高めていくことを目指します。</td><td>100.0%</td><td>A</td></tr>
</table>

※目標値は、福島市脱炭素社会実現実行計画で定めたものです。

（４）女性の管理職登用率

働く女性応援企業認証事業の認証基準に「女性管理職の割合」や「女性管理職登用の数値目標設定の有無」を設けるなど、民間事業所における女性活躍推進に取り組んできました。

その結果、女性の管理職登用率は順調に上昇しており、2023 年度（令和５年度）以降は目標値を上方修正しました。

2024 年度（令和６年度）を除いて 2025 年度（令和７年度）まで達成率は毎年度 100.0%となっており、一定の取組成果が見られています。

【図表９　指標４「女性の管理職登用率」】

<table>
<tr><td rowspan="4">基準値
2019 年度
（Ｒ１）</td><td>項目</td><td>2022 年度
（Ｒ４）</td><td>2023 年度
（Ｒ５）</td><td>2024 年度
（Ｒ６）</td><td>2025 年度
（Ｒ７）</td><td>2026 年度
（Ｒ８）</td></tr>
<tr><td>目標値</td><td>18.5%</td><td>20.0%</td><td>21.0%</td><td>22.0%</td><td>23.0%</td></tr>
<tr><td>実績値</td><td>19.5%</td><td>21.0%</td><td>20.7%</td><td>22.4%</td><td>公表前</td></tr>
<tr><td>達成率</td><td>100.0%</td><td>100.0%</td><td>91.4%</td><td>100.0%</td><td>－</td></tr>
<tr><td>指標の
説明</td><td colspan="4">常用労働者 20 人以上の市内民間事業所における女性の管理職登用率により、働く女性の活躍状況をはかる指標。</td><td>達成率</td><td>評価</td></tr>
<tr><td>目標値
の根拠</td><td colspan="4">女性の活躍推進により、基準値の 5.5 ポイント増を目指します。</td><td>100.0%</td><td>A</td></tr>
</table>

第２章　社会経済と本市産業の現状

第１節　社会経済情勢の変化

１．経済情勢（物価上昇と賃上げ）

我が国の経済情勢は、長年にわたる低成長から脱却しつつある一方で、地域紛争によるエネルギーや原材料価格高騰等の影響を受け、今後も注視が必要な状況です。

また、世界的なインフレの影響により、デフレからインフレに基調転換したことから、企業にはこれに伴う賃上げが求められています。

特に地方の企業にとっては、都市部との賃金格差による人材の流出が人手不足の一因となっていることから、物価上昇率を超える賃上げの実現が喫緊の課題となっています。

２．首都圏への若年層流出による生産年齢人口の減少

我が国では人口減少と少子高齢化が進み、今後、さらに深刻化すると予測されています。特に地方においては、首都圏への若年層流出による生産年齢人口の減少がこれに拍車をかけています。コロナ禍初期には、テレワークの普及や感染リスクへの懸念から、首都圏への若年層流出が一時的に鈍化しましたが、コロナ収束後は再び流出が続いています。

これに伴う消費市場の縮小や企業における人手不足は深刻な問題であり、地方においては若者の定着が課題となっています。

また、人手不足解消の一手として、多様な人材の活躍推進が注目されていますが、これらの方が持つ多様な経験や視点は、企業の持続的成長にもつながることから、それを実現するための労働環境整備が求められています。

３．求められる働き方の変化

コロナ禍における感染拡大防止の取組を通じて、テレワークやオンライン会議が急速に浸透し、働き方が大きく変化しました。また、価値観の多様化が進み、働く人のライフスタイルに合った多様な働き方が選択されるようになりました。

事業者には、多様な働き方の実現のため、様々な勤務形態の導入やワーク・ライフ・バランスの充実が求められています。

多様な働き方の実現による企業の魅力向上と、それによる人材の確保及び定着が必要です。

４．情報通信技術の発展・活用

情報通信技術の急速な発展に伴い、産業構造は大きく転換し、経済のソフト化・サービス化が一層進展しています。

情報処理ツールやデジタル技術の普及によって生産性の向上が促され、SNS等による情報発信が活発化しています。また、キャッシュレス決済の浸透は、事業活動や個人の生活習慣に変化をもたらしました。さらに、近年は生成AI等の普及も目覚ましく、産業分野にも大きな変化をもたらしています。

今後は、市民や企業が情報リテラシー（注10）等を強化し、急速に発展するテクノロジーを有効に活用することが必要です。

５．気候変動・資源循環への対応と防災

地球温暖化等に起因する気候変動により、我が国においても、大雨の頻発化・激甚化や猛暑日の増加等、影響が各地で顕在化しています。これを背景に、安心・安全や防災への関心は年々高まっています。

また、気候変動や資源制約は産業分野にも影響し、世界的に脱炭素化や資源循環への移行が求められています。近年では、大企業のみならずサプライチェーン全体で温室効果ガス排出量の削減や廃棄物の削減・再資源化が求められており、企業にとっても、これらへの対応が取引継続や新規参入、資金調達等を左右する経営課題となりつつあります。これからは、脱炭素や資源循環を単なる「環境対策のコスト」としてではなく、企業の競争力強化や新たな付加価値・ビジネスを創出する「成長の機会」として捉え、環境に配慮した持続可能な地域経済へと転換していくことが求められています。

（注 10）情報リテラシー：情報を適切に使用する能力。

第２節　本市産業の現状

１．本市の特性

本市は、福島県の県都であり、大学等の高等教育機関（以下、「大学等」という。）や研究機関、支援機関等が多数立地しています。

また、南東北の中心に位置しており、首都圏からの距離が近いことに加え、東北新幹線や東北自動車道・東北中央自動車道等の高速交通網が充実しています。本市から自動車で90分以内にアクセスできる日帰り圏の人口は、約335万人にも上ります。

加えて、福島イノベーション・コースト構想（注11）（以下、「福島イノベ構想」という。）の玄関口でもあり、産業の振興に資する地域資源も有しています。

２．本市産業の特性と課題

（１）新産業・成長産業

本市では、物価上昇の影響もあり、市内総生産や市民所得が緩やかな上昇傾向にあります（図表10参照）。一方で、企業倒産数は少なくありません（図表11参照）。事業所数等も減少傾向にあります（図表12参照）。また、本市の製造品出荷額等の25.2%を占める「情報通信機械器具」の国産品シェア率が低下しているなど、製造品出荷額等の伸び悩みも見られます（図表13～14参照）。加えて、本市の調査によると、経営状況が１年前と比較して「好調」又は「概ね順調」である市内中小企業は約20%にとどまっていることから（図表15参照）、本市の経済情勢は今後も動向に注視が必要です。

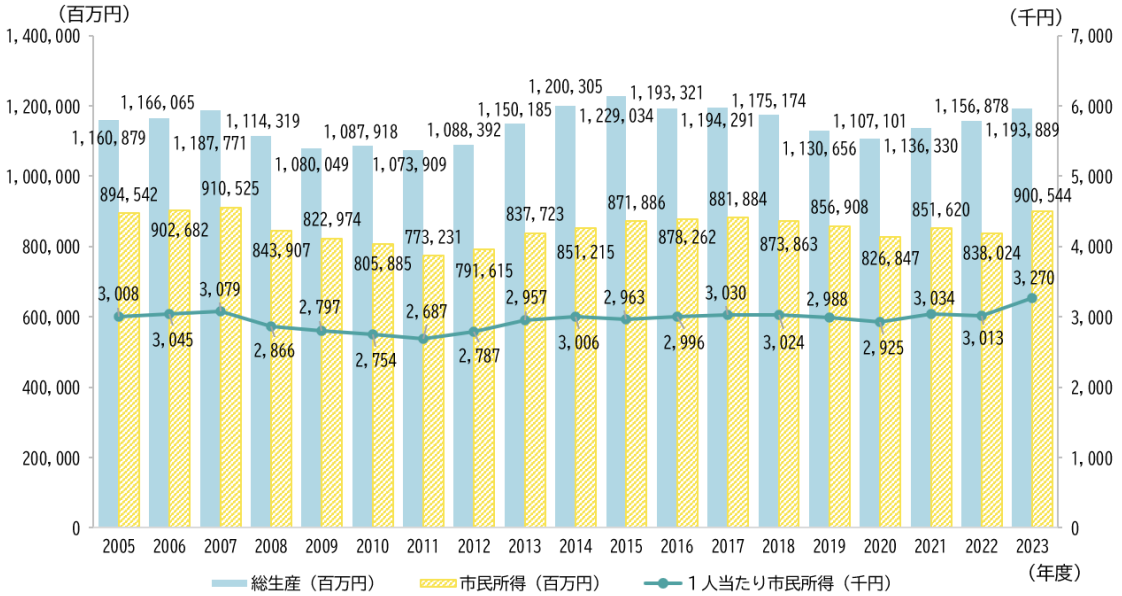
このことから、新産業の創出や成長産業の集積等による経済成長の促進が必要と考えられます。

福島イノベ構想では航空宇宙産業を重点分野の一つとしていますが、福島イノベ構想の玄関口でもある本市では、「ロボット・航空」産業を特定集積産業に指定し、ふくしまスカイパークを生かした航空宇宙産業の振興に挑戦しています。今後は、新たな挑戦による新産業の創出がますます重要になると考えられます。

加えて、福島イノベ構想の玄関口である強みと、大学等が多く立地し先端研究が行われている強みとを掛け合わせることにより、成長産業の集積も期待できます。

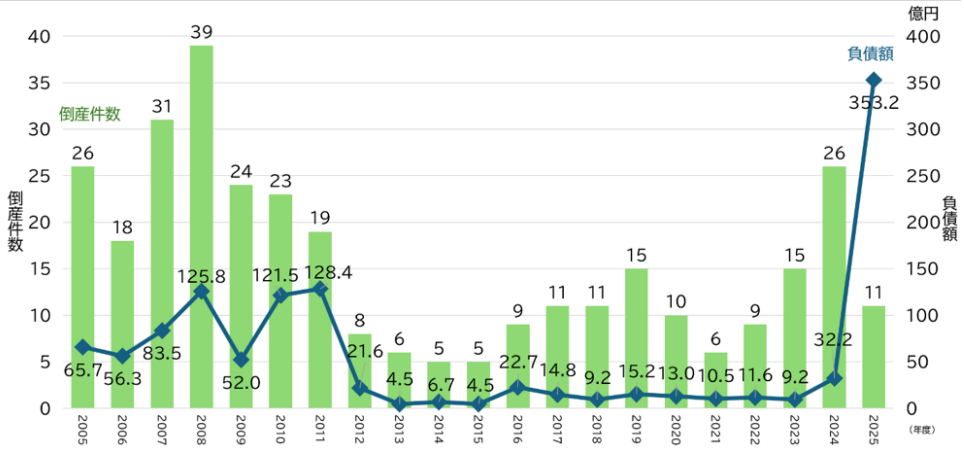
（注 11）福島イノベーション・コースト構想：東日本大震災及び原子力災害によって失われた浜通り地域等の産業を回復し、新たな産業基盤の構築を目指す国家プロジェクト。

【図表 10　市民所得の推移（総生産・市民所得・１人当たり市民所得）】



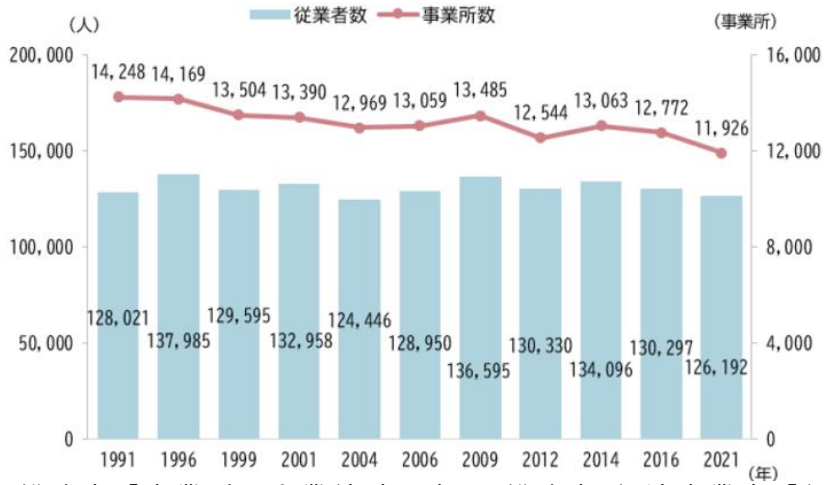
資料：福島県「福島県市町村民経済計算」より作成

【図表 11　企業倒産数の推移（負債総額 1,000 万円以上）】



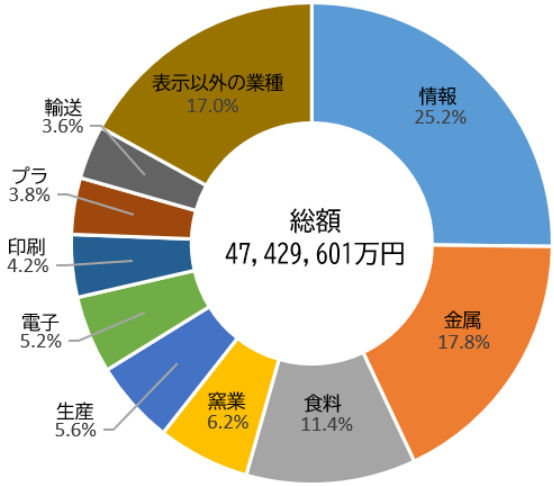
資料：株式会社東京商工リサーチ福島支店資料より作成

【図表 12　事業所数・従業者数の推移（民営事業所）】



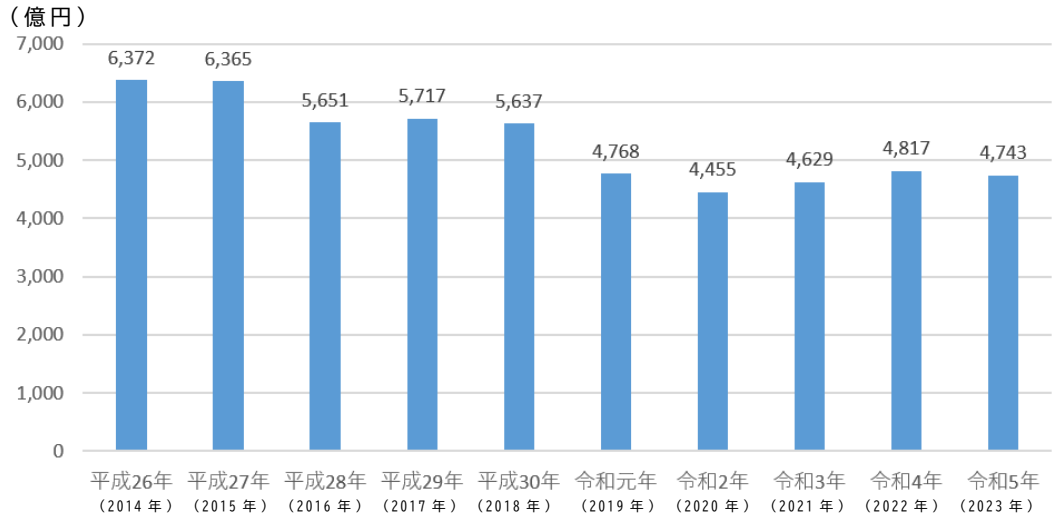
資料：総務省「事業所・企業統計調査」、総務省･経済産業省「経済センサス」より作成

【図表 13　製造品出荷額等の業種別構成比（2024 年）】



資料：総務省「経済構造実態調査」より作成

【図表 14　製造品出荷額等の推移】



資料：総務省・経済産業省「経済センサス」、
経済産業省「工業統計調査」「経済構造実態調査」より作成

【図表 15　概ね１年前と比較した市内企業の経営状況】

No	回答項目	R7 割合	R7 実数	R6 割合	R6 実数	増減
1	好調	1%	7	4%	19	-2%pt
2	概ね順調	19%	102	18%	89	2%pt
3	順調だが予断を許さない	32%	171	33%	166	-1%pt
4	やや厳しい	29%	152	31%	154	-2%pt
5	非常に厳しい	18%	96	14%	72	4%pt
合　計		100%	528	100%	500	

資料：福島市「令和７年度　福島市中小企業振興プログラムアンケート調査結果」
※調査対象：市内事業所

（２）持続的な事業発展とイノベーション（注12）

事業の持続的な発展には、革新的な技術や発想により新たな価値を生み出していくことが必要です。産業のグローバル化による国際競争や人口減少が進む中でも、価値観の多様化に伴い新たなニーズが生まれるなど、新たなビジネスチャンスは生まれています。中小企業者には、所有と経営の一致という特性により迅速な意思決定ができる強みを生かし、事業を発展させるチャンスがあります。

また、産業や企業の持続的発展には、新陳代謝が欠かせません。地域における経営資源を散逸させない観点からも、事業者の有する経営資源を次世代に引き継ぎ、新陳代謝（起業・事業承継・廃業・再チャレンジ）の円滑化を進めることが重要です。本市の開業率を見ると、廃業率を下回る年が多く、全国と比較すると、開業率・廃業率ともに下回っていることから、新陳代謝が進んでいない状況にあると思われます（図表16参照）。

一方で、本市は、多様な働き方に対応可能なビジネス交流拠点であるクリエイティブビジネスサロンを有しており、これを生かした起業促進等による新陳代謝の円滑化や新産業の創出が期待できます。

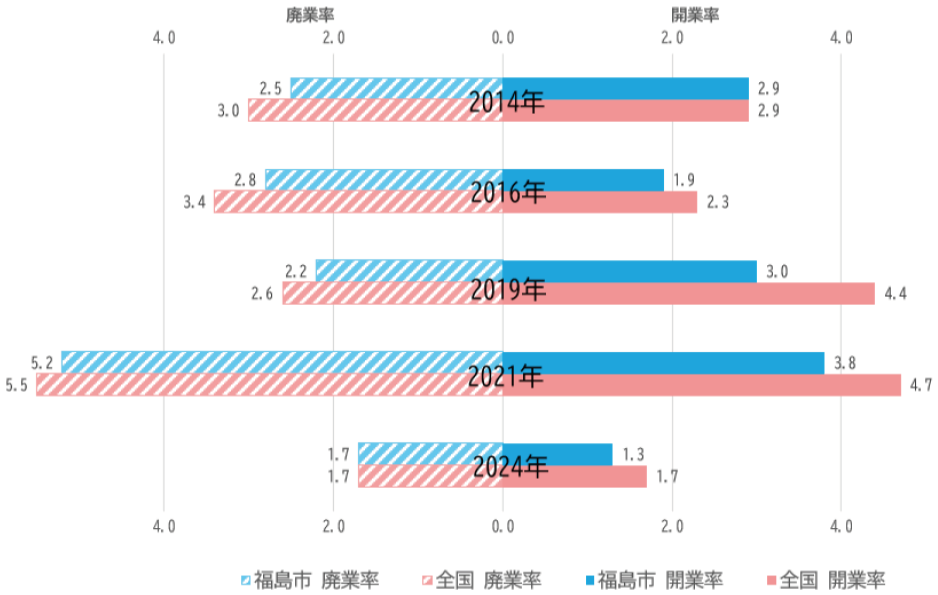
今後は、起業家、スタートアップ企業（注13）、市内企業、大学等をつなぐ交流・共創の拠点としてもクリエイティブビジネスサロンを活用し、新たな価値の創造を目指します。

また、本市にはイノベーションを牽引するスタートアップ企業やベンチャー企業（注14）の数が多くありません。大学等が有する研究シーズや専門人材を活用した大学発ベンチャーの創出も限定的な状況にあります。大学、研究機関、市内企業及び行政が連携し、研究成果の社会実装や起業につなげていく仕組みづくりが求められています。

加えて、産業の持続的発展には、労働力の確保も欠かせません。大学等が多く立地する本市の特性を踏まえ、学生のニーズや時代の変化を捉えた産業の集積を促進することも有効と考えられます。これにより、市内の学生の市内就職や、進学等を機に市外へ転出した若者のＵターン就職が期待されます。

（注 12）イノベーション：新産業を創出するために、革新的な技術や発想を取り入れ、新たな価値を生み出すこと。
（注 13）スタートアップ企業：革新的な事業展開で起業から短期間で急速な成長を目指す企業。
（注 14）ベンチャー企業：独自の技術やアイデアを生かして事業を展開する新興企業。

【図表 16　開業率と廃業率】



（注１）参照データについて
・2014、2019、2024 年の数値は総務省 経済センサス「基礎調査」、基準日は 2014 年は７月１日、2019、2024 年は６月１日
・2016、2021 年の数値は総務省 経済センサス「活動調査」、基準日は６月１日

（注２）開業率・廃業率の定義
・開業率：経済センサス「活動調査」間（当該年の活動調査と前回の活動調査の期間）あるいは「基礎調査」間（同様）における「新設事業所数」を前回調査時点からの経過年数（※）に応じた１年あたりの数（A）の前回調査時の事業所総数（存続･新設）（B）に対する割合。【（A）／（B）】
・廃業率：上記開業率算出時における「新設事業所数」を「廃業事業所数」に置き換えた割合。※対象期間の年平均は、各調査の基準日に基づき算出。

（注３）2019 年の新設事業所数について
2019 年の経済センサス「活動調査」の新設事業所数は、従来の新設事業所数に加え、国税庁法人番号検索サイトなどをもとに、既設でありながら新たに把握された事業所が含まれるようになったため、数が大幅に増加している。このため、開業率・廃業率は単純に時系列比較はできない。

資料：総務省・経済産業省「経済センサス」より作成

（３）事業者の経営課題（DX、製品開発、人材確保・育成、事業承継）

人手不足や賃上げ等、事業者が様々な課題を克服するためには、DXによる業務の効率化や生産性の向上が不可欠ですが、スキルや人材等の経営資源が限られる中小企業では、DXを推進することが難しいケースが見られます。

また、企業の成長には、付加価値の高い製品開発による競争力の向上が不可欠ですが、DXと同様に経営資源の制限から開発に支援を必要とする市内企業も少なくありません。

人材の確保と育成も喫緊の課題です。本市では若年層の転出が多く、特に就職等を機に転出する若者が多い傾向にあります（図表17参照）。また、通勤流出率も緩やかに上昇しています（図表18参照）。本市の生産年齢人口は今後も減少すると見込まれており（図表19参照）、企業における人手不足は深刻な問題です。市内企業からは、「求人を出しても応募がない」、「求める人材が集まらない」といった声が聞かれています。

図表17では、就職のタイミングに当たる22歳の転出が多いですが、大学進学時は住民票を異動しない学生も多いと推察されるため、この中には進学時に転出した者も多いと考えられます。県内高校生の進路を見ると、大学や短大、専門学校への進学が61.1%となっており、就職よりも高い割合となっています（図表20参照）。進学先は、県外が58.4%と割合が高く（図表21参照）、県外進学者の64.1%がそのまま県外で就職しています（図表22参

照）。一方で、高校卒業後、直ちに就職した者の就職先は県内が84.6％と割合が高いことも特徴的です（図表23参照）。また、市内大学を卒業して県内に就職する新卒者の比率を見ると、2024年度以降は４割を下回っており、低下傾向にあることが分かります（図表24参照）。

若年層の転出により、企業の人手不足は常態化しており、有効求人倍率が高い一方で有効求職者数は少ない傾向が10年余り続いています（図表25参照）。転出した若年層が県内企業での就職に至らなかった理由を見ると、「都市部と比べ給料が低かったから（28.4％）」、「入社したい企業がなかったから（27.9％）」、「希望する職種の求人がなかったから（23.4％）」が上位となっており、若者が魅力を感じる就職先が県内に少ない（又は知られていない）ことが分かります（図表26参照）。このことから、企業が魅力向上に取り組むとともに、その魅力を若者に伝える取組が重要であると考えられます。

転出した若年層が県内に戻る際に企業に求める条件を見ると、「残業や休日出勤など長時間労働が少ない（53.8％）」、「有給取得率が高い（49.0％）」などが上位となっており、よりワーク・ライフ・バランスを意識した労働環境の整備が求められています（図表27参照）。加えて、価値観の多様化等に伴い、転職希望者数が増加傾向にありますが（図表28参照）、働きやすい環境を整備することは、転職による従業員の離職を防ぎ、企業への定着にもつながると考えられます。

また、企業の人手不足解消と持続的成長のためには、より一層の女性活躍や、障がい者、高齢者、外国人等、多様な人材の活躍が必要ですが、本市では、これらの方々の活躍に進展が見られます（図表29～33）。一方で、公共職業安定所別の外国人雇用状況を見ると、福島地域は郡山地域やいわき地域と比べて遅れが見られるなど、課題もあります（図表34参照）。就労意欲があっても様々な事情で就労に至っていない多様な人材が活躍できる環境を整えることは、企業の人手不足解消と持続的成長のための有効な手段です。

さらに、少子高齢化の進展に伴い、経営者の高齢化と後継者不在もより深刻化しています。本市においても例外ではなく、円滑な事業承継は事業者にとって重要な課題の一つです。

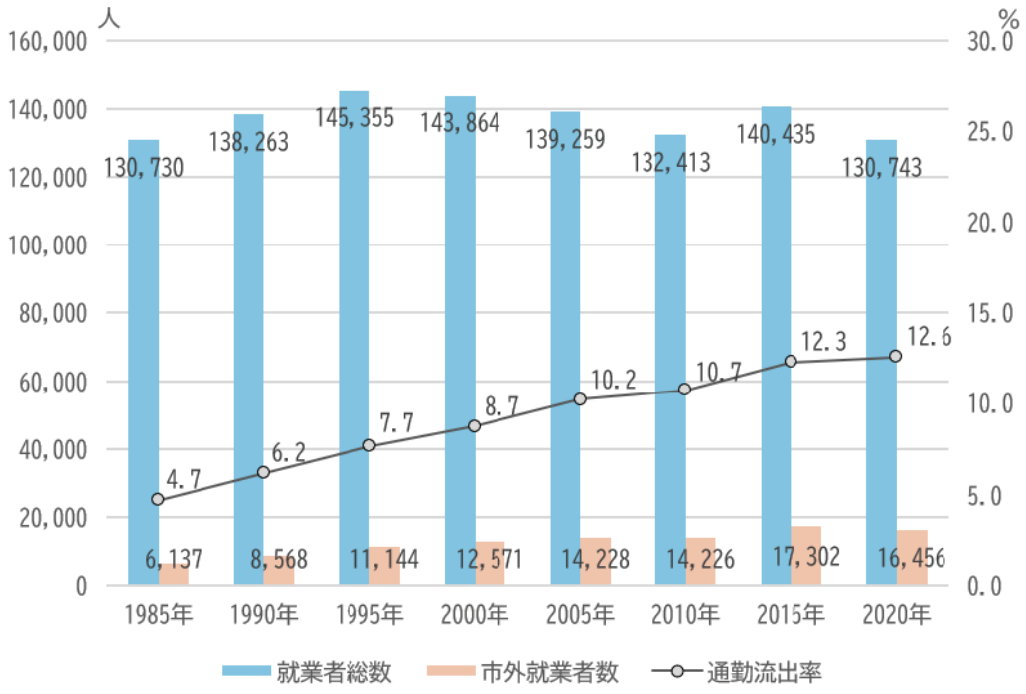
【図表 17　18 歳～29 歳の男女別増減人数の推移】

	2021年		2022年		2023年		2024年		2025年	
年齢	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女
18歳	13	△ 10	3	△ 13	24	4	19	△ 17	△ 12	△ 8
19歳	10	10	36	△ 1	38	21	△ 11	26	49	13
20歳	△ 65	△ 48	△ 22	△ 14	△ 17	△ 47	△ 28	△ 39	△ 17	△ 36
21歳	△ 36	7	△ 22	△ 12	13	11	△ 27	△ 13	△ 13	17
22歳	△ 79	△ 146	△ 145	△ 94	△ 109	△ 136	△ 150	△ 175	△ 74	△ 137
23歳	△ 45	0	△ 45	△ 12	△ 39	△ 3	△ 50	△ 3	△ 57	△ 41
24歳	△ 66	△ 19	△ 62	△ 53	△ 53	△ 32	△ 103	△ 62	△ 69	△ 61
25歳	△ 60	3	△ 28	△ 2	△ 50	1	△ 37	△ 49	△ 31	△ 60
26歳	△ 33	△ 9	△ 20	0	△ 50	△ 28	△ 21	△ 18	△ 27	△ 5
27歳	11	△ 17	△ 34	18	△ 25	4	6	19	26	△ 20
28歳	△ 16	20	△ 22	△ 9	△ 27	△ 6	0	△ 32	△ 18	9
29歳	△ 4	16	3	△ 8	△ 35	△ 40	△ 8	△ 17	11	5
合計	△ 370	△ 193	△ 358	△ 200	△ 330	△ 251	△ 410	△ 380	△ 232	△ 324

資料：福島市住民基本台帳に基づく増減人数

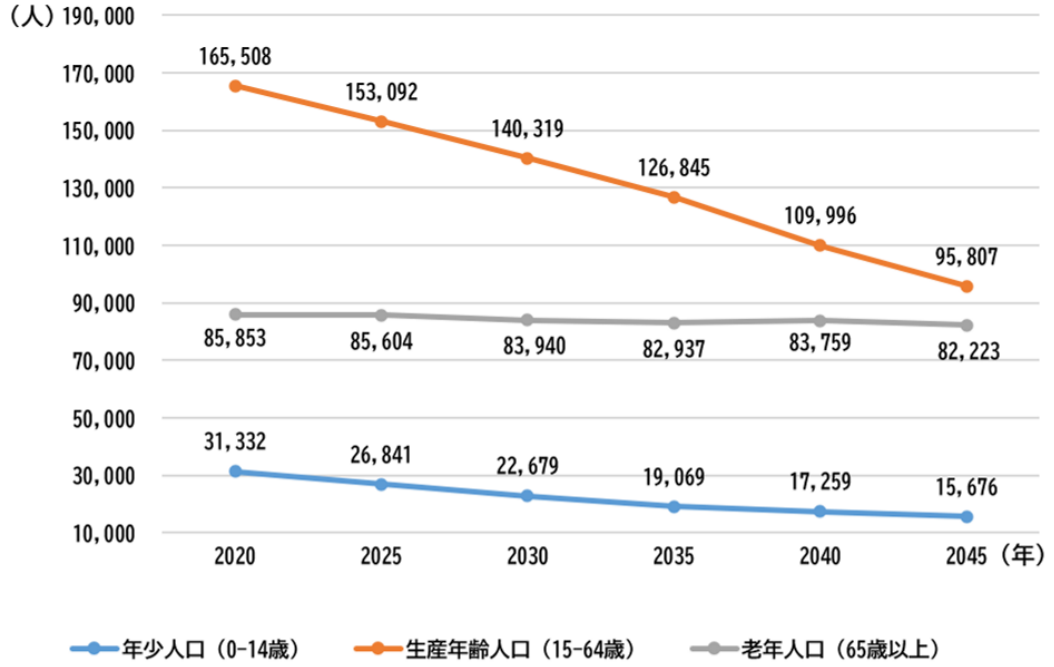
※各年１月から 12 月までに届出のあった住民基本台帳による転入、転出、出生、死亡等を集計したものです。

【図表 18　通勤流出率の推移】



資料：総務省「国勢調査」より作成

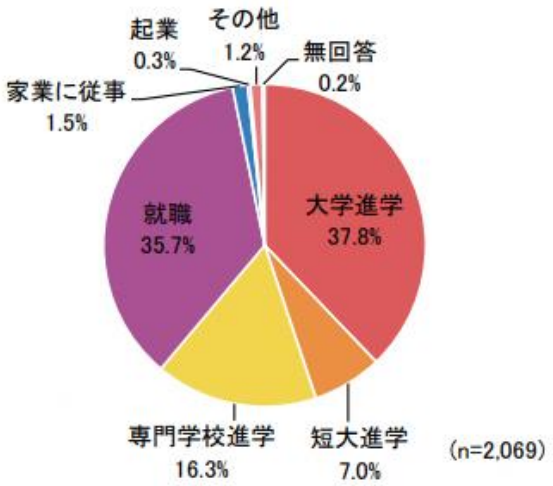
【図表 19　年齢３区分人口の推計】



資料：総務省「国勢調査」より作成

※社人研推計手法に準拠し、令和２年と令和７年の国勢調査結果による人口を基に算出したものです。

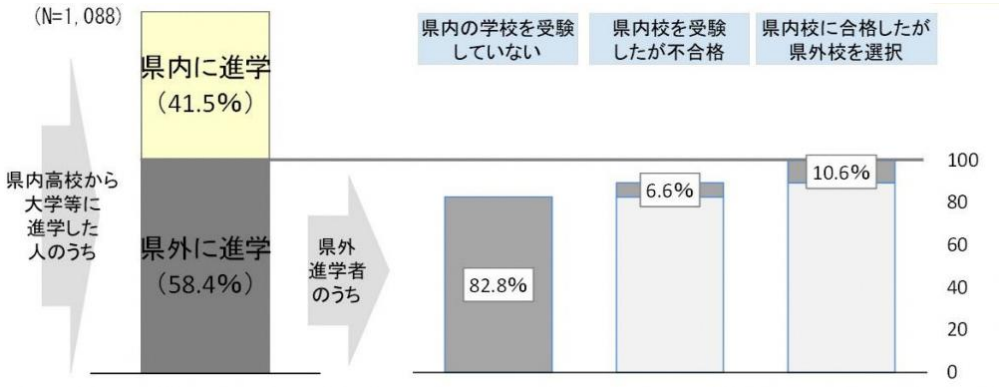
【図表 20　高校卒業直後の進路】



資料：福島県「令和７年度 県内・県外若年層社会増減要因アンケート調査 報告書」

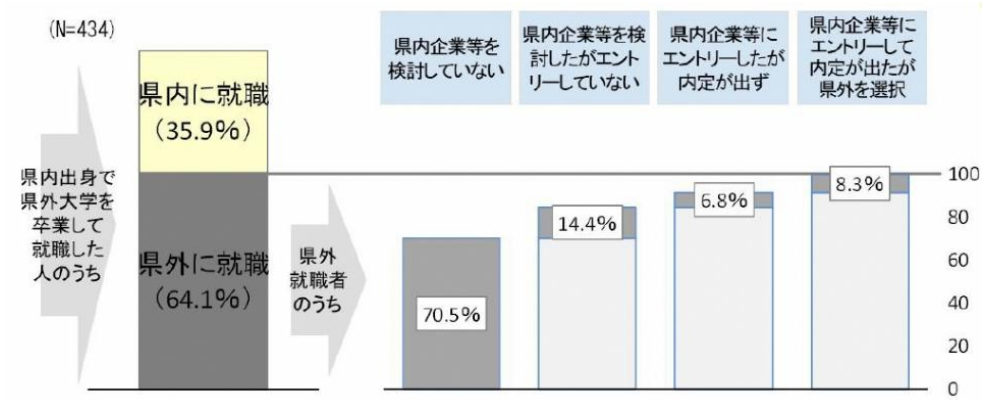
※調査対象：福島県内在住者（Ｕターン、県外出身者含む）及び首都圏在住の福島県出身者（18～49 歳の男女）

【図表 21　進学者の進学先】



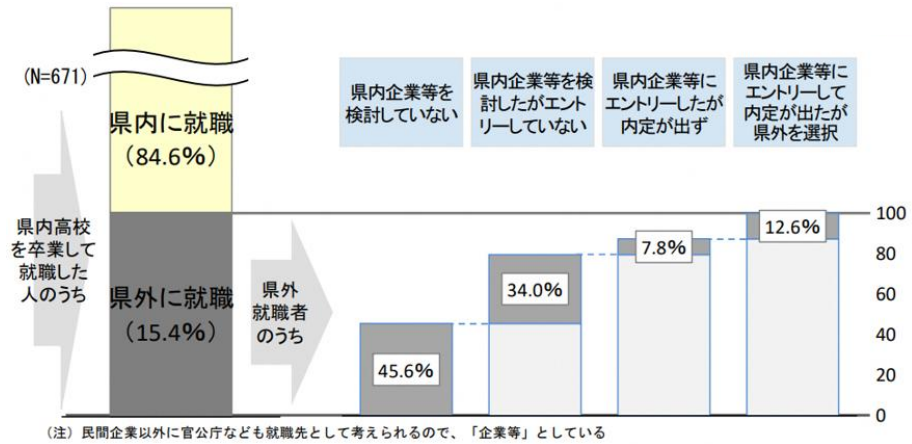
資料：福島県「令和７年度 県内・県外若年層社会増減要因アンケート調査 報告書」
※調査対象：福島県内在住者（Ｕターン、県外出身者含む）及び首都圏在住の福島県出身者（18～49 歳の男女）

【図表 22　県外進学者の就職先】



資料：福島県「令和７年度 県内・県外若年層社会増減要因アンケート調査 報告書」
※調査対象：福島県内在住者（Ｕターン、県外出身者含む）及び首都圏在住の福島県出身者（18～49 歳の男女）

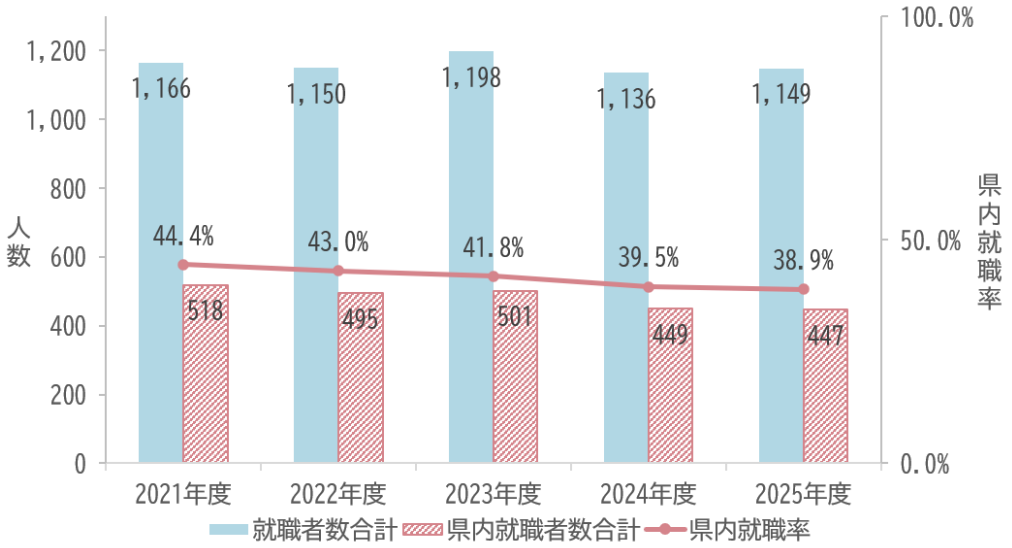
【図表 23　就職者の就職先】



（注）民間企業以外に官公庁なども就職先として考えられるので、「企業等」としている

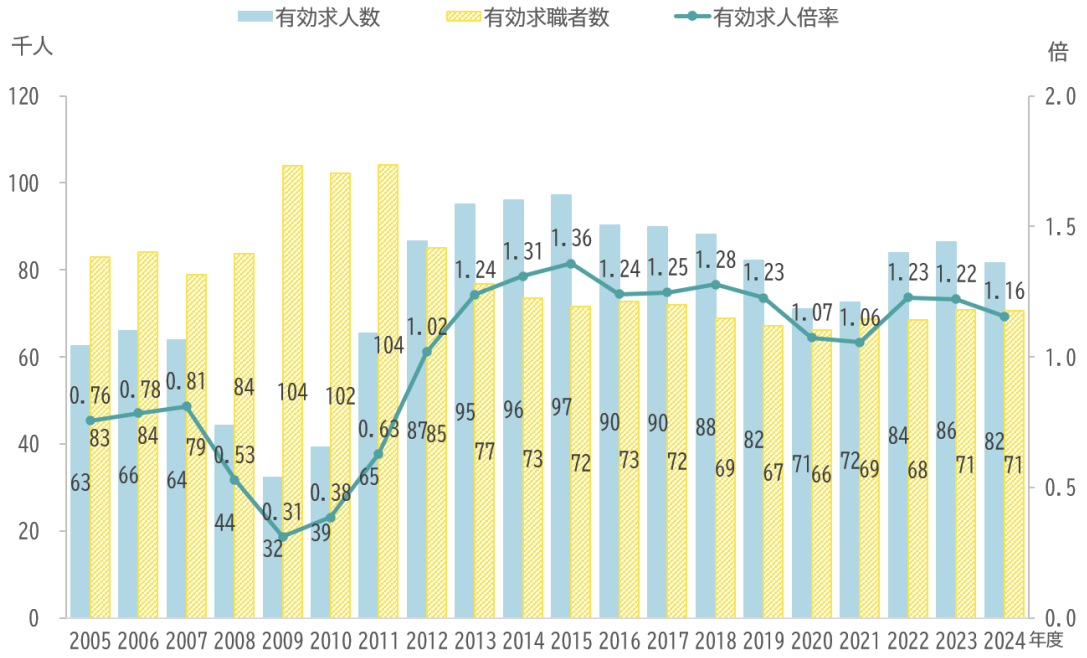
資料：福島県「令和７年度 県内・県外若年層社会増減要因アンケート調査 報告書」
※調査対象：福島県内在住者（Ｕターン、県外出身者含む）及び首都圏在住の福島県出身者（18～49 歳の男女）

【図表 24　市内大学における新卒者の地元就職率（県内就職率）の推移】



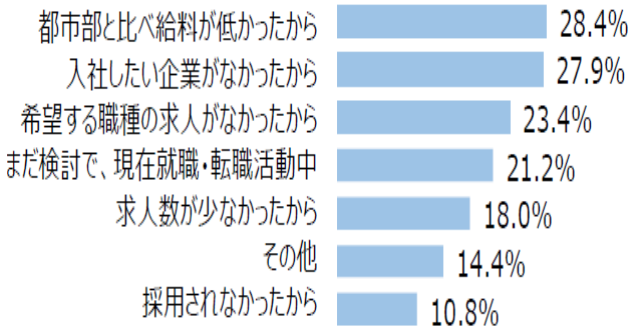
資料：福島市政策調整部政策調整課作成

【図表 25　福島地域 有効求人数・有効求職者数・有効求人倍率の推移】



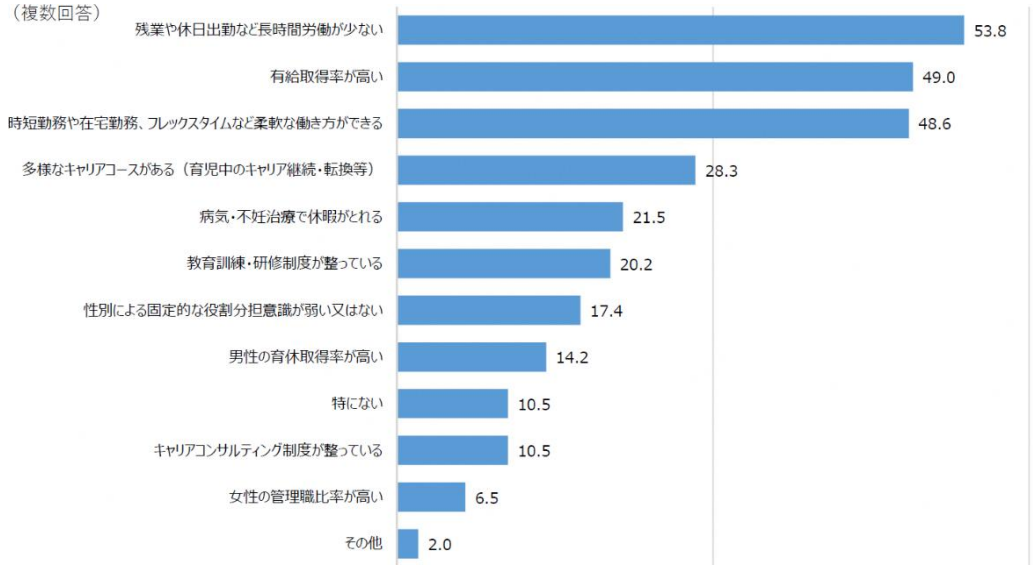
資料：福島労働局「労働市場年報統計データ」より作成
※福島公共職業安定所管内の数値のため、伊達市及び伊達郡を含みます。

【図表 26　県内企業での就職・転職に至らなかった理由】



資料：福島県「首都圏在住福島県出身若年層アンケート調査結果（令和６年度）」
※調査対象：首都圏（東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県）在住の福島県出身者（18～34歳の男女）

【図表 27　転出した若年層が県内に戻る際に企業に求める条件】



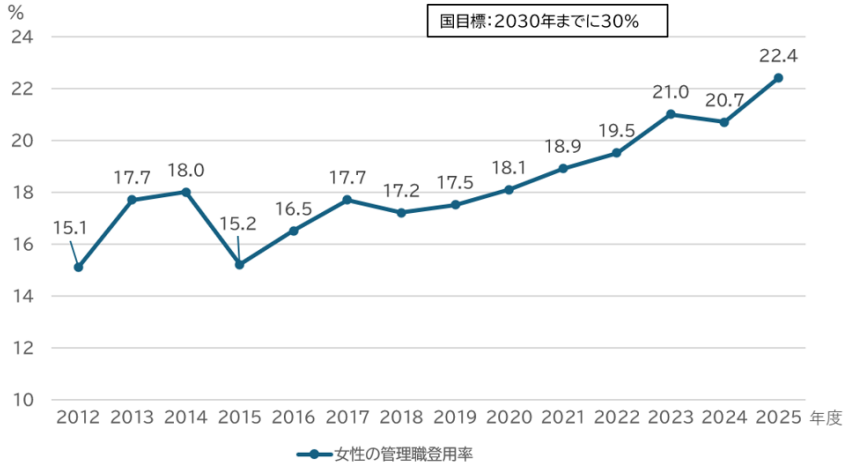
資料：福島県「首都圏在住福島県出身若年層アンケート調査結果（令和６年度）」
※調査対象：首都圏（東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県）在住の福島県出身者（18～34 歳の男女）

【図表 28　転職希望者数の推移】



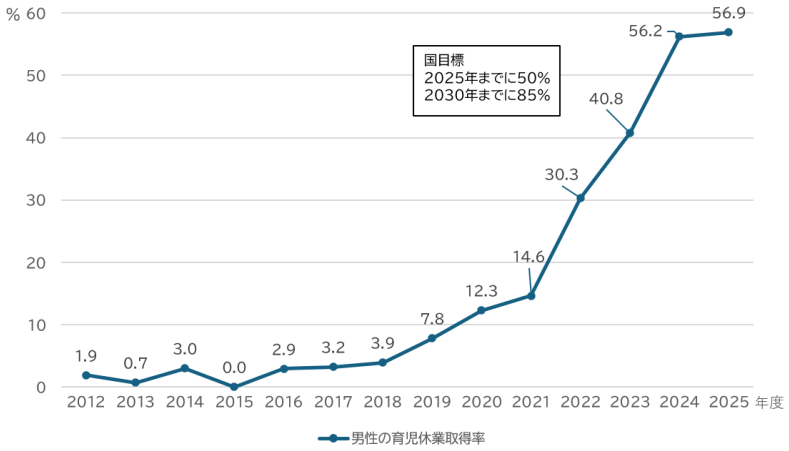
資料：総務省「労働力調査（詳細集計）2025 年（令和７年）平均結果の要約」

【図表 29　女性の管理職登用率の推移（従業員 20 人以上の事業所）】



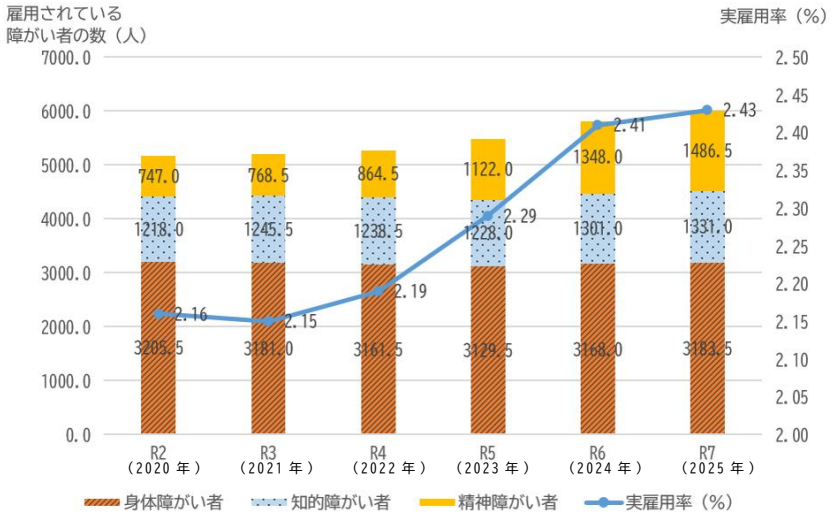
資料：福島市「労働条件等実態調査」より作成

【図表 30　男性の育児休業取得率の推移（従業員 20 人以上の事業所）】



資料：福島市「労働条件等実態調査」より作成

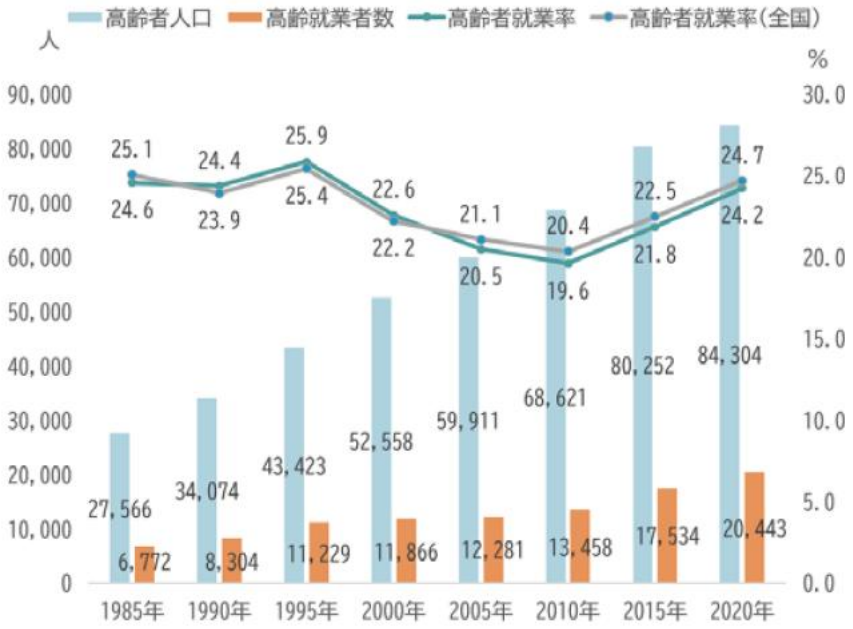
【図表 31　県内民間企業における障がい者雇用状況の推移】



資料：福島労働局「障害者雇用状況の集計結果（令和７年６月１日現在）」より作成

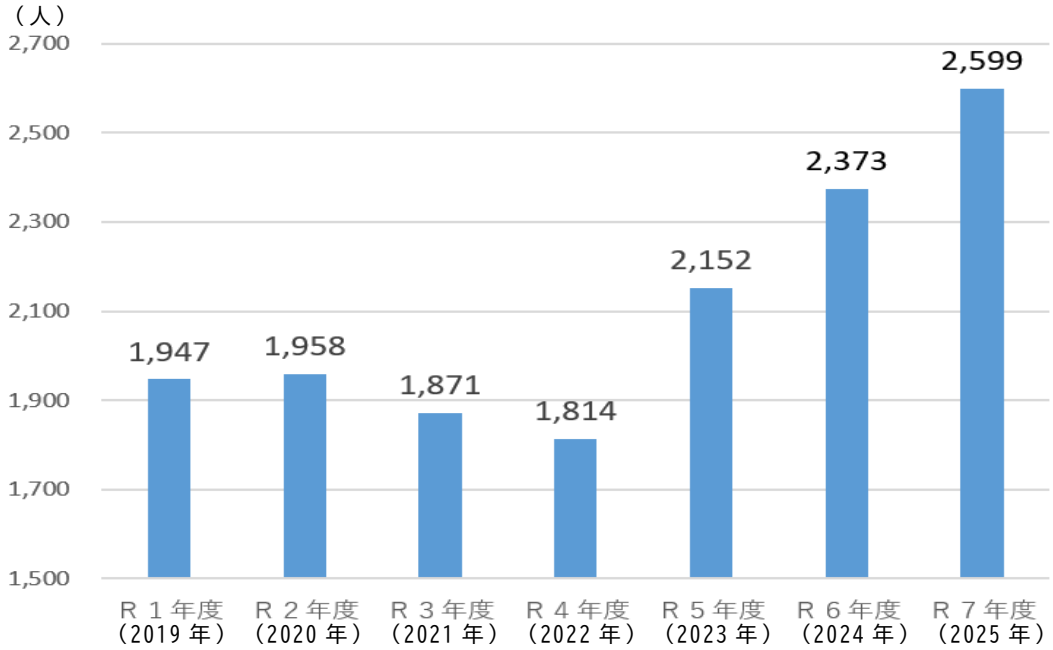
※雇用されている障がい者の数について、障害種別や労働時間によって0.5人分として数えられる場合があります。

【図表 32　高齢者就業率の推移】



資料：総務省「国勢調査」より作成

【図表 33　福島地域 外国人就労者数の推移】



資料：福島労働局「外国人雇用状況（各年 10 月末）」より作成
※福島公共職業安定所管内の数値のため、伊達市及び伊達郡を含みます。

【図表 34 地域別(公共職業安定所別)外国人雇用事業所数及び外国人労働者数】

	事業所数	構成比	外国人労働者数	構成比
総計	2,573	100.0%	15,079	100.0%
福島	483	18.8%	2,599	17.2%
いわき	531	20.6%	2,752	18.3%
会津若松	268	10.4%	1,362	9.0%
郡山	538	20.9%	3,871	25.7%
白河	262	10.2%	1,643	10.9%
須賀川	147	5.7%	986	6.5%
相双	237	9.2%	1,116	7.4%
二本松	107	4.2%	750	5.0%

※令和７年１０月末時点

資料：福島労働局「福島県における「外国人雇用状況」の届出状況まとめ
（令和７年 10 月末現在)」より作成

（４）中心市街地の活性化と魅力ある個店の創出

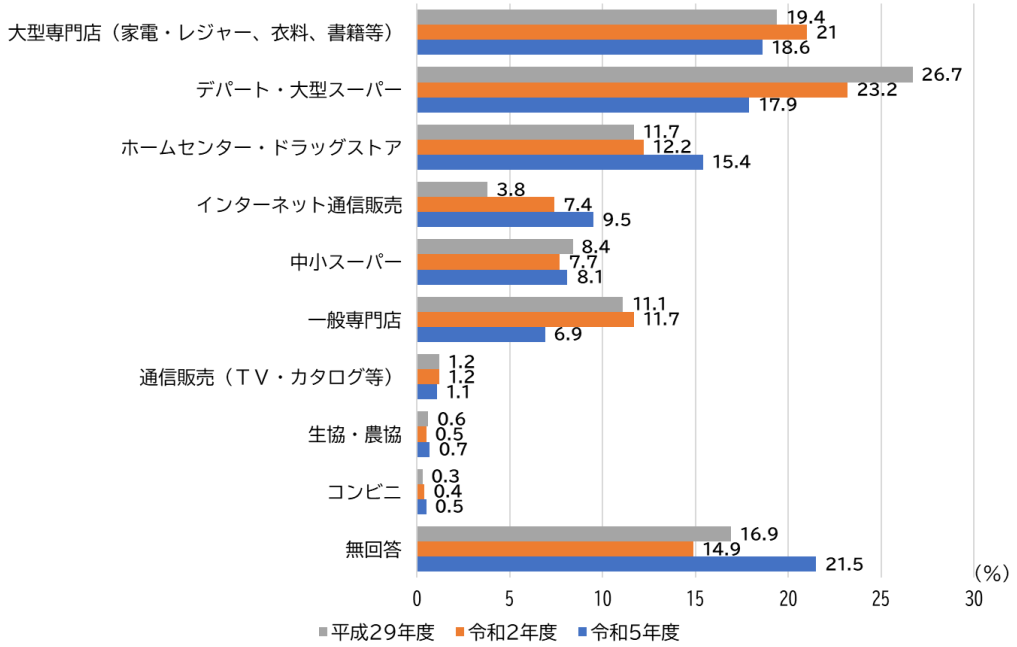
本市では、人口減少やインターネット通信販売の利用拡大による一般専門店（個人商店）の利用率低下等により、消費市場が縮小傾向にあり（図表35参照）、年間商品販売額も減少しています（図表36参照）。加えて、百貨店や大型スーパーの閉店等に伴う産業集積力の低下や、新型コロナウイルス感染症の影響による福島駅利用者数の減少等により（図表37参照）、中心市街地における「人の流れ」が生まれにくい状況が続いています。

一方で、各種支援策の効果により空き店舗数は一定程度減少していることに加え（図表38参照）、休日の歩行者・自転車通行量は増加傾向にあります（図表39参照）。

本市における買物場所利用頻度の上位地区を見ると、「杉妻地区」が連続で１位、「余目・矢野目(北信)地区」、「清水地区」が変わらず上位を占めており、商業の拠点地区となっています（図表40参照)。こうした地域の特性を踏まえながら、福島駅東口・西口の商業施設リニューアルによる新たなにぎわいの創出や東口再開発を好機と捉え、まちなかへの来訪機会を創出するとともに、各エリアの魅力を高めることで回遊性の向上を図り、地域内での消費行動へと確実に結び付けていくことが、今後の重要な課題となっています。

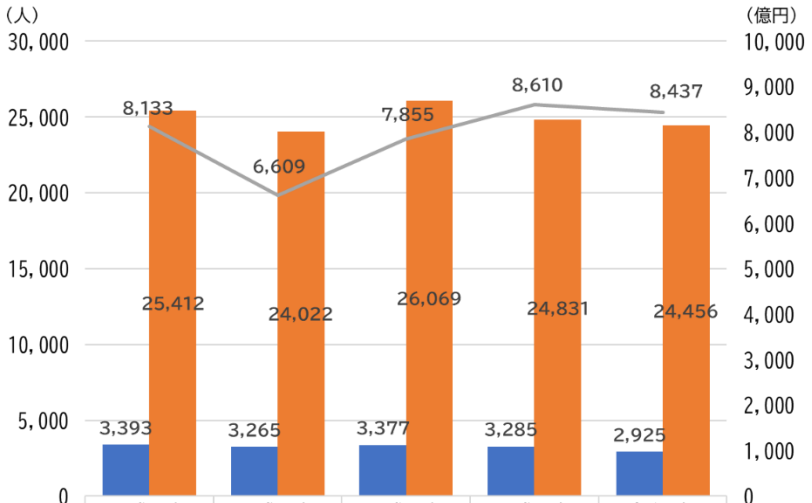
また、本市の中心市街地には、地元発の個人経営店が多く立地しており、品揃えやサービス内容に店主のこだわりが見られる魅力的な店舗が多数存在しています。一部の商店街では、若手を中心とした担い手が、エリア全体の価値向上と継続的なにぎわいの創出を目指し、主体的に取組を進めるなど、個性と活力を感じられることも特徴の一つと言えます。

【図表 35　全買物品目にみる買物店舗形態】



資料：福島市「消費購買動向調査」より作成

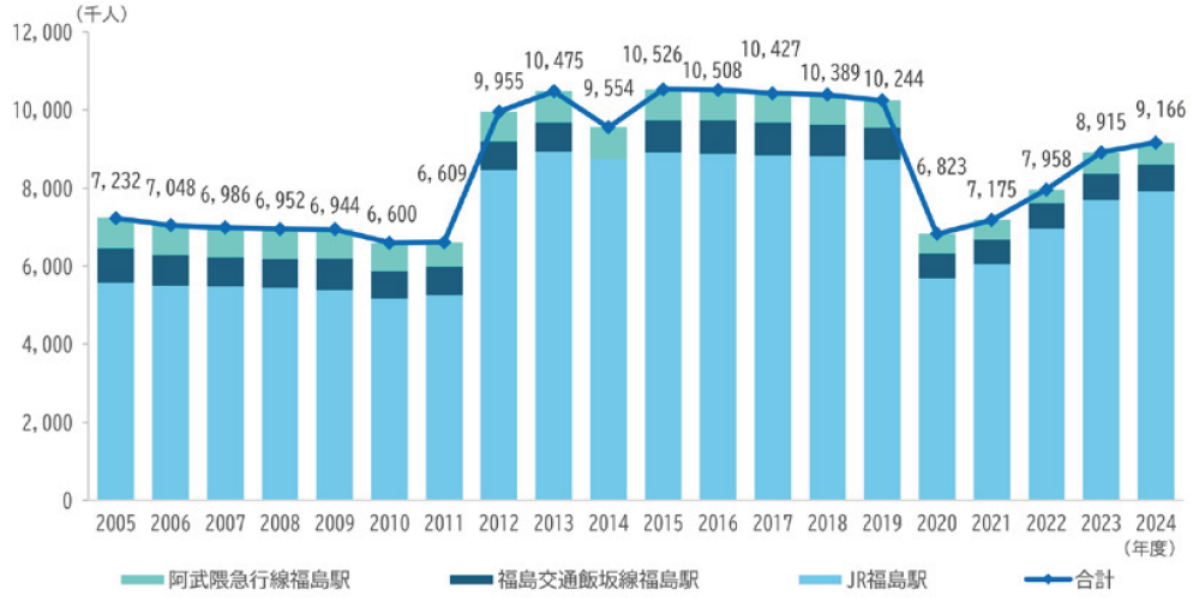
【図表36　市内における卸売・小売業の事業所数、従業者数、年間商品販売額の推移】



	平成19年	平成24年	平成26年	平成28年	令和3年
事業所数	3,393	3,265	3,377	3,285	2,925
従業者数	25,412	24,022	26,069	24,831	24,456
年間商品販売額	8,133	6,609	7,855	8,610	8,437

資料：総務省・経済産業省「経済センサス」、経済産業省「商業統計調査」より作成

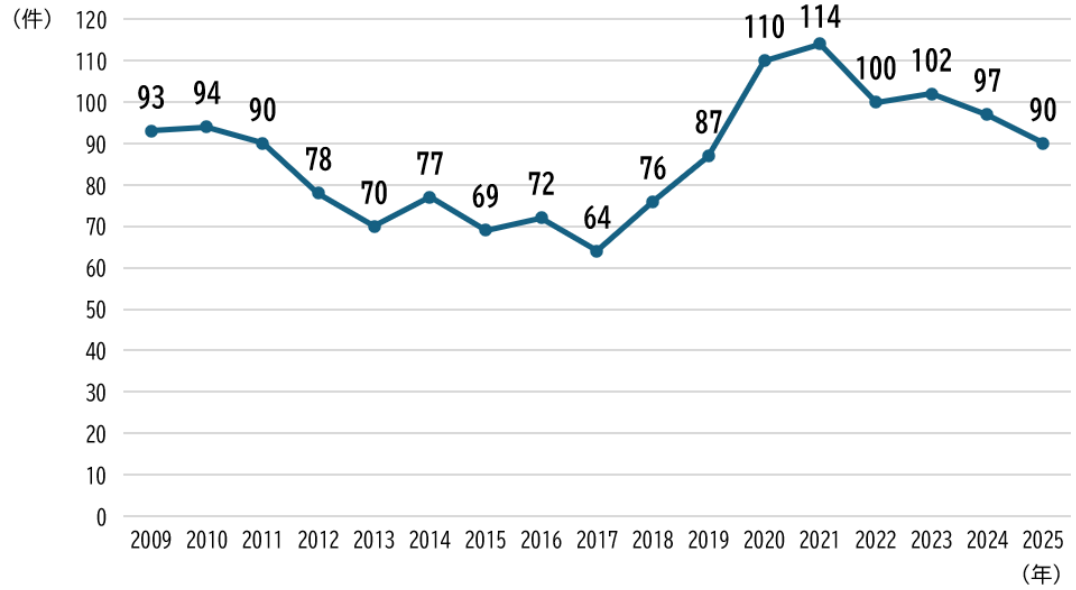
【図表 37　福島駅利用者数の推移】



※JR の数値は、1 日平均の乗車人数から算出（2012 年から新幹線の乗車人数を含む）
阿武隈急行線、福島交通飯坂線の数値は年間乗車人数（2014 年福島交通飯坂線の利用者データなし）

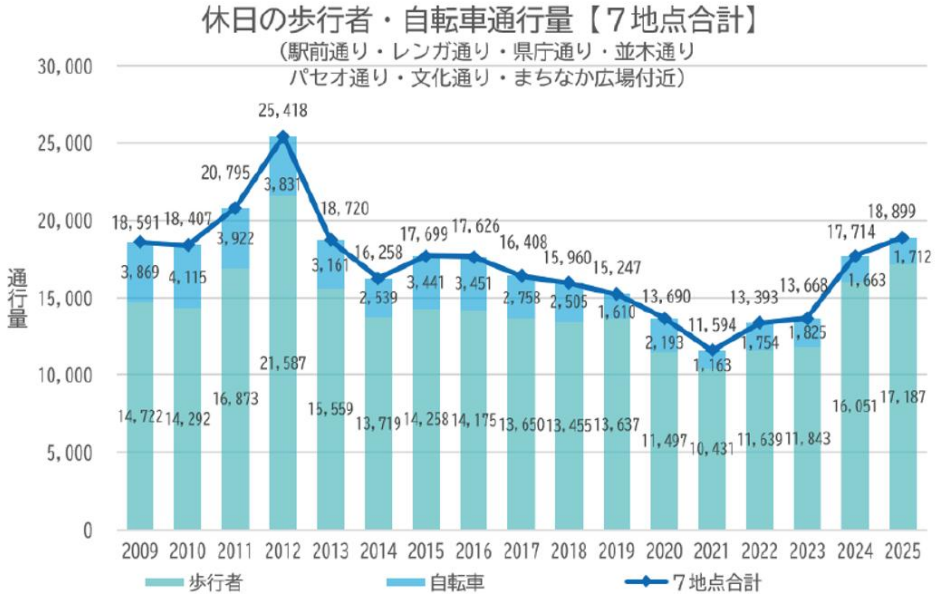
資料：東日本旅客鉄道㈱、福島交通㈱、阿武隈急行㈱資料より作成

【図表 38　中心市街地の空き店舗数の推移】



資料：福島市「中心市街地空き店舗等調査報告書」より作成

【図表 39　休日の歩行者・自転車通行量の推移】



資料：福島市「中心市街地通行量調査」より作成

【図表 40　買物場所利用頻度の上位地区】

	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
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	インターネット通信販売 6.9
令和5年度	杉妻 13.8	インターネット通信販売 9.2	余目・矢野目（北信） 8.0	清水 7.9	鎌田・瀬上（北信） 6.8

資料：福島市「消費購買動向調査」より作成

（５）持続可能な経済活動の展開（脱炭素・資源循環の推進、BCP（注15））

環境問題や資源制約が深刻化する中、脱炭素社会の実現や資源循環（サーキュラーエコノミー）に向けた取組も必要です。地球環境の持続可能性（サステナビリティ）を重視した取組を推進することは、消費者や取引先、金融機関、投資家からの評価につながり、ひいては社会的信用や企業価値の向上にもつながります。また、社会経済情勢が激しく変化する中、経営コストを圧迫するエネルギー・資源枯渇危機に対応することにより、企業の競争力向上も図られます。

しかし、本市が2025年度（令和７年度）に実施した福島市中小企業振興プログラムアンケート調査の結果によると、産業振興における重要な取組として脱炭素社会の推進を挙げた市内企業は1.8%にとどまっており、環境対応がコストや負担として捉えられがちであることや、多くの企業では専門知識・人材等の経営資源が限られることから、取組の優先度が低くなっています。こうした課題を乗り越えるためには、環境対応を「稼ぐ力」や新たなビジネス創出につなげる視点が不可欠です。

また、大企業に比べて経営基盤の弱い中小企業は、自然災害等への備えがなければ、有事の際にサプライチェーンの分断等により廃業に追い込まれるおそれもあることから、BCP（事業継続計画）の策定も必要です。

しかし、帝国データバンクが実施した「事業継続計画（BCP）に対する企業の意識調査（2026年）」の結果によると、BCPを策定している企業は21.4%にとどまっています。大企業のBCP策定率が39.9%であるのに対し、中小企業のそれは18.3%にとどまっており、その一因として、スキルや人材等、経営資源の不足が挙げられます。単なる意識の問題ではなく、構造的な課題が中小企業の策定率の低さにつながっていることから、本市の中小企業も全国的な傾向と同様に、BCPの策定に課題を抱えていると考えられます。

第３節　本市産業の可能性

本市産業の現状を整理することで見えてきた特性や課題を強みと弱みに分け、図表 41 に内部環境としてまとめました。これに本市産業を取り巻く外部環境を掛け合わせ、SWOT 分析（注 16）を行うことで、本市産業の可能性とそれを実現するための方針を以下のとおり整理しました。

【図表 41　本市産業の可能性（SWOT 分析）】

		外部環境（社会経済情勢の変化等）	
		機会	脅威
		・福島イノベーション・コースト構想 ・東口再開発 ・福島駅周辺商業施設のリニューアルによる新たな人の流れ ・働き方の多様化 ・デジタル技術の進歩　など	・経済成長の鈍化 ・人口減少・少子高齢化（消費市場縮小・労働力不足） ・物価上昇 ・都市部との賃金格差 ・気候変動や環境問題　など
内部環境（本市の特性・課題）	強み	・高等教育・研究機関の立地 ・首都圏との距離的優位性と高速交通網の充実 ・335万人に及ぶ日帰り圏人口 ・イノベーション・コースト構想の玄関口 ・航空宇宙産業への挑戦 ・起業や多様な働き方に適した環境 ・多様な人材活躍の推進　など	強み × 機会 強みで機会を生かすことで生まれる可能性 ↓ 可能性を実現するための方針Ⅰ 強みを生かし、機会を捉えてチャレンジする企業を支援
			強み × 脅威 強みで脅威を克服することで生まれる可能性 ↓ 可能性を実現するための方針Ⅲ 強みで県都の玄関口の活力を向上させ、脅威を克服
	弱み	・地域経済成長の鈍化 ・産業の新陳代謝が進んでいない状況 ・DXの推進 ・生産年齢人口の減少（若年層の転出） ・若年層が希望する就職先の不足 ・地域消費市場の縮小 ・中心市街地の産業集積力の低下　など	弱み × 機会 機会を捉えて弱みを克服することで生まれる可能性 ↓ 可能性を実現するための方針Ⅱ 機会を捉えて企業の新たな価値の創造を支援し、弱みを克服
			弱み × 脅威 弱みを克服して脅威を回避することで生まれる可能性 ↓ 可能性を実現するための方針Ⅳ 雇用や事業継続の環境整備で弱みを克服し、脅威を回避

（注 16）SWOT 分析：内部環境と外部環境それぞれの良い面と良くない面を洗い出し、掛け合わせる現状分析の方法。

第３章　産業ビジョンの施策

第１節　本市産業が目指す姿と基本方針

１．本市産業が目指す姿



本市産業は、働き手の確保や物価上昇への対応等、様々な課題に直面しています。一方で、航空宇宙産業への挑戦や福島おおざそうインター工業団地への産業集積、福島駅東口・西口の商業施設リニューアルによる新たなにぎわいの創出等、これまでの取組により、新たな産業ステージへの挑戦を後押しする風も吹き始めています。

産業関係者が連携を密にし、変化や機会を捉えて挑戦する気運を醸成することで、経済成長を促し、企業や若者からも選ばれるまちを目指します。

２．基本方針

前章第３節で本市産業の可能性を整理し、それらを実現するための４つの方針を示しました。これらの方針を、本産業ビジョンの施策の基本方針とし、本市産業が目指す姿を実現します。

Ⅰ　企業の挑戦や成長支援
Ⅱ　企業の新たな価値創造による産業の好循環
Ⅲ　県都の玄関口としての活力向上
Ⅳ　雇用・事業継続の環境整備

（１）企業の挑戦や成長支援

変化の激しい時代に適応し、熱意を持って挑戦する企業を支援し、本市産業の活性化や地域経済の成長を図ります。

大学等の立地や交通結節点等の優位性を生かした企業・オフィス誘致と地域サプライチェーンの構築に取り組むとともに、本市をチャレンジフィールドとした企業の実証実験支援等にも取り組みます。

また、シェアオフィスやコワーキングスペース等を備えたビジネス交流拠点であるクリエイティブビジネスサロンも生かした起業促進やスタートアップ企業支援、多様な働き方の推進にも取り組みます。

（２）企業の新たな価値創造による産業の好循環

本市産業の持続的な発展には、新たな価値を創造する企業の取組が必要です。新たな技術・アイデアの導入や DX の推進等により、自社製品やサービスの質を向上させることは、顧客満足度やブランド力を高め、付加価値を生み出すことにつながります。こうした取組を支援することで、新規市場やニーズの掘り起こしを図るとともに、その裾野を広げることで産業の好循環を生み出します。

また、大学等で生み出される研究成果の社会実装や大学発ベンチャーの創出支援に取り組みます。さらに、スタートアップ企業と市内企業との連携を促進し、新たな価値創造や産業の高付加価値化につながるオープンイノベーション（注 17）を推進します。

新たな価値の創造は、企業の魅力向上にもつながり、若者の市内就職や定着等も期待されます。これを支援することにより、若者から選ばれるまちを創造し、産業の持続的な発展を目指します。

（３）県都の玄関口としての活力向上

「福島駅東西一体のまちづくり」の一環として整備される福島駅前交流・集客拠点施設は、駅前の集客や交流、にぎわいの拠点として整備し、MICE（注 18）の積極的な誘致を図るほか、市民の日常使いを通してまちなかの滞在性・回遊性の向上を図ります。加えて、オフィスやクリエイティブ産業等の進出を促進することで昼間人口の増加を図り、活力の向上に取り組みます。また、施設完成までの間は、イベント等により人流を創出し、地域内での消費行動につなげます。

（注 17）オープンイノベーション：社外のアイデアや技術等を取り入れ、革新的な製品やサービス、ビジネスモデル等の新たな価値をつくり出すこと。

（注 18）MICE：会議（Meeting）、報奨・研修旅行（Incentive Travel）、大会・学会・国際会議（Convention）、展示会やイベント（Exhibition/Event）の頭文字を取ったビジネスイベントの総称。

さらに、本市には福島イノベ構想の玄関口としての顔もあります。高速交通ネットワークの利便性に優れる強みを生かしながら、福島イノベ構想との連携を推進します。高度な技術力を持つ市内企業が、福島イノベ構想に参画するスタートアップ企業が必要としている技術を提供するなど、本市企業の福島イノベ構想への参画を通して、その事業成果が浜通り地域だけでなく本市にも波及されるよう取り組みます。

（４）雇用・事業継続の環境整備

若年層の転出が多い本市の現状を踏まえ、若者が働きやすい職場環境の整備を促進することで本市への定着を図り、企業の人手不足解消と事業の継続につなげます。

加えて、DX の推進等による生産性の向上や、多様な人材が活躍できる環境の整備も促進します。

多様な人材の活躍は、単に人手不足への対策にとどまりません。これらの人々が培ってきた経験や視点が企業に新たな価値をもたらし、競争力の向上やイノベーションの創出等、企業の成長につながります。結婚や出産により離職を選択することなく、女性が働き続けられる環境を整備するほか、障がい者や高齢者、外国人等、多様な人材が活躍できる雇用環境の整備を推進し、人口減少下においても持続的な経済の成長を目指します。

さらに、経営者の高齢化による廃業や後継者問題等、事業承継にかかる課題解決の取組を支援します。

第２節　施策体系と重点施策

１．施策体系

前節で示した基本方針に沿った重点施策を展開し、本市産業が目指す姿の実現を図ります。

基本方針と重点施策を縦割りで展開するのではなく、図表 42 のとおりマトリクス型の施策体系として整理し、それぞれの基本方針について複数の重点施策を連動させることで、政策実行力を高めます。

【図表 42　産業ビジョン施策体系】

		基本方針			
		Ⅰ 企業の挑戦や成長支援	Ⅱ 企業の新たな価値創造による産業の好循環	Ⅲ 県都の玄関口としての活力向上	Ⅳ 雇用・事業継続の環境整備
基本方針に沿った重点施策	1 地場産業支援	●	●	●	●
	2 産学官連携	●	●	●	
	3 新製品・新サービス開発支援	●	●		
	4 若年層の雇用対策		●		●
	5 ダイバーシティの推進				●
	6 事業の継続支援	●			●
	7 起業促進		●	●	●
	8 特定集積産業の集積	●	●		
	9 企業誘致	●	●		●
	10 多様な産業基盤の整備	●		●	●
	11 商業振興	●		●	
	12 DXの推進	●	●	●	●
	13 脱炭素化・資源循環の推進	●	●	●	●

本市産業が目指す姿の実現

ともに前へ進む、新たな産業ステージへの挑戦

２．重点施策

各重点施策について、以下のとおり示します。

（１）地場産業支援

地場産業の基盤強化と地域経済の持続的な成長を図るため、市内企業が市場の動向や人材確保、資金繰りの安定性といった課題に対応しながら、事業環境の変化に対応できるよう関係機関と連携した支援を強化します。

企業の持続的な成長には先を見据えた投資が不可欠です。市に限らず国や県等も含めた様々な補助制度を有効に活用できるよう支援することで、適切な投資を促進します。

さらに、企業の「稼ぐ力」を高めることは、事業の拡大や持続的発展、地域経済の成長発展という好循環をもたらします。今日、その前提として求められるのは近年急速に技術進歩を重ねているデジタルを活用する力です。市内企業のDXを促進するとともに、航空宇宙産業等の新たな需要が喚起される分野に積極的に挑戦する企業を後押しし、雇用の創出も促進します。

また、近年では、製造現場や工場を地域に開くオープンファクトリー（注19）が全国的に増えています。本市では、単なる企業 PR ではなく、企業同士の連携や相互学習、若者・学生との接点創出、地域住民との関係構築等を通じて、地域産業全体の魅力向上と新たな挑戦の促進につながる取組として、市内企業が主体となって進展させられるよう支援します。

（２）産学官連携

社会経済情勢が激しく変化する中で企業が発展するためには、競争力の向上が欠かせません。技術革新が急速に進む現代において、企業独自の取組だけで競争力を高めることは簡単なことではありませんが、大学等が市内に多く立地している強みを生かし、産学官連携を進めることにより、市内企業の競争力向上を図ります。

産学官連携は、競争力の向上に資するだけでなく、学生のアイデアを産業振興に生かす機会や、学生が市内企業の魅力に気付く機会にもなります。学生と市内企業につながりが生まれることで､学生の市内就職も期待されます。

また、福島イノベーション・コースト構想推進機構では、産学官連携による研究開発等にも取り組んでいることから、同構想の玄関口である本市にもそれを生かすチャンスがあります。

（注 19）オープンファクトリー：ものづくり企業が製造現場や工場を公開し、見学や体験イベント等を通じて来訪者と交流する取組。

産学官連携を推進することにより、企業の競争力向上や人材の確保を進めるとともに、大学等が有する研究シーズや専門人材を活用した大学発ベンチャーの創出、市内企業との連携によるオープンイノベーションを促進し、新たな価値創造と若者にとっても魅力的な産業の集積につなげます。

（３）新製品・新サービス開発支援

社会経済情勢の変化が激しい現代において、変化や価値観の多様化によって生まれる新たなニーズに応える新製品や新サービスの開発は、イノベーションの創出につながり、企業の発展にとって大きな意味を持ちます。

市内企業が新製品等を開発する際に必要とする経費の一部を補助するだけでなく、企業のマーケティング調査や社会実験に本市の様々な資源をテストフィールドとして提供することで、新製品等の開発を支援し、企業の挑戦や成長を後押しします。

（４）若年層の雇用対策

若年層の市外流出に対処するため、若者の市内就職及び定着を目指します。

若者が魅力を感じる事業性のある市内企業を一層増やすとともに、オープンファクトリーや就職・企業情報発信サイト「えふ WORK」等を通して、市内企業の魅力を若年層に広く発信します。また、市内企業と学校の連携を促進することで、仕事や企業の情報が若年層に届くよう取り組みます。さらに、本市には大学等が多く立地していることを踏まえ、学生のニーズや時代の変化を捉えた産業の集積も促進します。

加えて、若年層がワーク・ライフ・バランスを重視した働き方を望んでいることを踏まえ、市内企業が、多様な働き方への対応や福利厚生の向上等により、若者から一層選ばれる企業になれるよう支援します。

さらに、起業や新規事業への挑戦を若年層の新たな働き方の選択肢として位置付け、起業気運の醸成やスタートアップ支援にも取り組みます。

また、ライフステージの変化等を機に地方移住を検討する方に向けて、本市の暮らしの魅力を積極的に発信します。

（５）ダイバーシティの推進（より一層の女性活躍と多様な人材の活躍）

生産年齢人口の減少により、多くの企業等が人材の確保に苦慮していることや、様々な経験や視点を持つ人々が企業の持続的な成長には必要であることから、より一層の女性活躍や、障がい者、高齢者、外国人等、多様な人材の活躍推進に取り組む市内企業を支援します。

本市の調査では、2025 年度（令和７年度）における市内民間企業の男性育児休業取得率は 50%を超えるなど、増加傾向にあります。引き続き男性の家庭参画を促進することにより、女性に偏りやすい家庭での負担軽減を図り、女性が仕事と家庭を両立して活躍できるよう支援するなど、個々のライフステージや状況に合わせて多様な活躍ができる環境整備を促進します。また、関係機関と連携し、結婚や子育て等により離職した女性の再就職も支援します。

あわせて、女性の活躍に取り組む市内企業の魅力を広く発信することで、市内企業と女性求職者とのマッチングを図り、さらなる雇用の促進につなげます。

外国人の雇用については、市内企業から「社内の受入れ環境が整っていない」などの声もあることから、関係機関と連携し、外国人の雇用に関する制度解説や事例紹介等を通して、企業の意識醸成や不安解消等に努め、受入れ環境の整備と雇用を促進します。

また、多文化共生センター「Yuiverse」を生かして、外国人が本市で孤立せずに安心して生活できるよう支援し、企業への定着を図ります。

（６）事業の継続支援

経営者の高齢化や後継者不在が深刻化していることから、市内企業が持続的に事業を成長させられるよう事業承継の支援に取り組むとともに、事業を承継する方が起業家の場合もあることを踏まえ、起業支援にも一体的に取り組みます。

また、有事の際に事業継続が危ぶまれることのないよう、関係機関と連携して BCP 策定支援にも取り組みます。

（７）起業促進

起業しようとする方に対して、創業セミナーや相談支援を市内の金融機関や商工会議所、商工会、大学等と連携して実施するとともに、関係機関とのマッチング等を通じて、起業及び起業後の段階に応じた支援を推進します。

あわせて、市内大学発ベンチャーやスタートアップ企業が、本市をフィールドに事業を展開できるよう関係機関と連携した支援体制を整え、その事業

化や成長を支援するとともに、スタートアップ企業等の集積を促進します。

また、地方都市は首都圏企業の新たなビジネス展開の場として注目を浴びています。高速交通ネットワークの利便性が高く、首都圏からアクセスしやすい強みも生かし、時代の変化に適応して地域課題の解決に取り組むスタートアップ企業や新たな地域活力を創出する事業者に対して、実証実験の機会やテストフィールドを提供することで、新しい価値を市内に創造します。

加えて、クリエイティブビジネスサロンを活用し、市内企業とスタートアップ企業、大学発ベンチャー及び首都圏企業との交流や協業を促進するとともに、オープンイノベーションによる新製品・新サービスの創出や地域課題の解決につながる新たなビジネスの創出を図り、新たな雇用の創出も目指します。

（８）特定集積産業の集積

本市では、成長産業として期待される「医療・健康」産業や、福島イノベ構想による推進も注目される「ロボット・航空」産業、さらには本市の大きな魅力であるくだものを生かす「農産物加工」産業を特定集積産業と位置付けています。

立地支援制度の優遇や関連企業への働きかけ等により、積極的な特定集積産業の成長支援や誘致に取り組み、本市産業の持続的な発展を目指します。

「農産物加工」産業では、本市農産物の活用を促進するため、農産物の加工や加工品の販売を手掛ける市内企業への支援及び市外企業の誘致等により、企業と農業者の有機的な連携を支援します。

また、「ロボット・航空」産業の一環として、ふくしまスカイパークを生かした航空宇宙産業の集積に取り組み、企業間連携による市内企業の成長も促進します。

（９）企業誘致

本市の産業基盤を強化し、地域経済の活性化を図るため、特定集積産業を中心に企業誘致に取り組みます。誘致に当たっては、本市独自の立地支援制度を生かし、これまで多く誘致してきた製造業のみならず、社会経済情勢の変化に合わせ、情報サービス業や研究開発拠点等、地域経済にとって付加価値の高い企業の誘致も図ります。

また、充実した立地支援制度を生かし、首都圏をはじめとする市外企業のサテライトオフィス開設やスタートアップ企業の進出を促進します。

首都圏に近接する本市の強みを生かし、若年層や多様な人材が働きたいと感じる魅力ある企業のオフィス誘致を推進し、働く場の選択肢を増やすこと

で、若者をはじめとする人材の市内定着を図ることに加え、本社機能の誘致等により高度人材の市内定着や新産業の創出を目指します。

さらに、誘致企業との企業間連携の機会を創出し、市内企業の成長にもつながるよう取り組みます。

（10）多様な産業基盤の整備

本市は、東北自動車道や東北中央自動車道等の結節点として高速交通ネットワークの利便性に優れていることや、福島イノベ構想の玄関口であることから高い立地ポテンシャルを有しています。

社会経済情勢の変化によって生まれる多様なニーズを的確に捉え、従来の行政による産業基盤整備のほか、民間主導による整備についても各種法令を活用して促進していきます。

また、新たな産業基盤への進出企業と市内企業との連携を促進することで、企業の成長を支援するとともに、新たな雇用の創出を図ります。

（11）商業振興

EC（注 20）の普及やコロナ禍の影響により、消費者の購買行動や価値観が大きく変化し、地域の商業環境は大きな転換期を迎えています。こうした中、各個店が EC 等のデジタルも活用しながら、それぞれの個性や強みを生かし、商業全体の魅力向上と活性化を図ることが重要です。あわせて、地域や世代を超えた連携を深め、新たな価値を創造しながらまちなかへの来訪を促し、回遊性を高めて地域内での消費行動へつなげていく取組が求められています。

これらの課題に対応するため、東口再開発や西口商業施設跡地の利活用が進展する機会を生かし、中心市街地の空き店舗対策やにぎわいの創出、個店の魅力向上や商店街にとどまらないエリアの面的な活性化等、多様な施策を連動させて展開していきます。さらに、市民や事業者、学生等、多様な主体と協働し、地域と共に持続可能な商業の実現を目指します。

ア 中心市街地のにぎわい創出

福島駅東口・西口の商業施設リニューアルを好機とし、中心市街地における空き店舗の利活用をさらに促進するため、引き続き空き店舗への出店支援に取り組みます。支援制度については、時代のニーズや利用状況等を踏まえ、関係者と意見を交わしながら、活用しやすく実効性の高い制度となるよう適宜検討を行います。

（注 20）EC：Electronic Commerce の略。インターネット通信販売等の電子商取引。

また、福島駅前交流・集客拠点施設は 2030 年度（令和 12 年度）のオープンを予定していますが、開業までの間も持続的ににぎわいを創出できるよう、事業者、市民及び学生が連携して実施するイベントを支援します。

同施設が開業した際には、駅前の便利さや大学等が多く立地する強みを生かして、市外から多くの人を呼び込み、地域経済の活性化を図ります。また、市民が普段から気軽に立ち寄り、憩える空間を目指し、滞在性と回遊性を向上させることで、持続的なにぎわいの創出を図ります。

さらに、本市には大学等や業界団体も多いことから、積極的に MICE を誘致することで、交流人口の拡大や域外からの消費獲得等、さらなるにぎわいの創出が期待されます。

イ 消費者ニーズをつかんだサービス向上による個店の魅力づくり支援

個店が DX 等を推進しながら消費者ニーズに応え、それぞれの強みを生かして他店と差別化を図るとともに、店舗の魅力や価値を効果的に情報発信していくことで、リピーターや地元ファンの獲得、さらにはまちなかへの来訪促進につながるよう、必要な支援に取り組みます。

ウ 地域と共に進めるまちなか商業エリアの活性化

中心市街地は「まちの顔」として多様な来街者に対応する機能が求められるとともに、地域の暮らしを支える「コミュニティ」としての役割も一層重要となっています。

今後は、学生や若者をはじめとした多様な方々との連携を進めるとともに、店舗同士の協力による魅力向上や、多面的な情報発信を行うことで、関わる人々が地域に愛着や誇りを持てるような取組を進めていきます。

また、市内各地域においても、地域の商工会等と連携を図りながら、事業者の経営支援や地域特性を生かした取組を推進するとともに、それぞれの地域の実情に応じた商業活性化への支援に取り組みます。

エ 商業の土地利用

商業の土地利用に関する「福島市商業まちづくり基本構想」は、次章に記載します。

（12）DX の推進

急速に普及する AI 等を活用した DX の推進は、企業の競争力向上につながり、ひいては産業の持続的発展に寄与します。また、DX による働き方改革の推進は、リモートワーク等の多様な働き方の実現にも寄与し、仕事と家庭の両立支援にもつながります。

若年層は、ワーク・ライフ・バランスを重視した働き方を希望し、多様な働き方ができる環境を望んでいることから、DXの推進は若年層の働きがい向上等にもつながると考えられます。

一方で、DX の進捗状況は企業ごとに異なり、業種等によっても必要な支援は様々です。DX を推進するためには、企業の改革マインドも必要であることから、企業の状況に応じて改革マインドの醸成を図るとともに、デジタル人材の活用支援や DX 伴走支援等、多様な支援に取り組みます。

（13）脱炭素化・資源循環の推進

本市が目指す「チャレンジ 2050 ゼロカーボンふくしま市」に向けて、再生可能エネルギーの導入拡大や省エネルギーの推進、さらには資源循環（サーキュラーエコノミー）への移行を促進し、環境と経済が好循環する地域社会の持続的発展に資する取組を推進します。

ア 再生可能エネルギーの効果的な活用

再生可能エネルギーで生成された電力の積極的な導入・活用や、熱エネルギーの効果的な活用を推進するとともに、蓄電池や電気自動車等、蓄エネルギー関連製品の普及拡大に取り組みます。

イ 省エネルギー設備等の導入

省エネルギー性能の高い空調やLED照明等の導入、廃棄物の削減・再資源化に資する設備等の導入は、地球環境の保全に資するとともに、光熱費や燃料費、原材料、廃棄物処理コストの削減による経営安定化にも寄与することから、これらの普及拡大に取り組みます。

ウ 脱炭素×資源循環経済プラットフォームの推進

脱炭素と資源循環を企業の成長や新たな産業創出につなげるため、産官学金が連携したプラットフォームを推進します。本プラットフォームを通じて、製造業等の動脈産業（注21）とリサイクル業等の静脈産業（注22）の異業種間や、大学、研究機関、金融機関等との課題・技術のマッチングを支援しながら、新たなビジネスの創出と企業の競争力強化を図ります。

エ 水素社会の実現に向けた取組

水素の「貯蔵性に優れ、運搬が可能」という特性を生かしたエネルギー利用を推進し、地球環境の保全に資するため、水素活用に関する情報発信を行い、水素社会の実現に向けた全市的な気運の醸成に努めます。

（注 21）動脈産業：自然から採取した資源を加工し、製品を製造・流通・販売する産業。
（注 22）静脈産業：廃棄物を回収し、資源として再利用する産業。

第３節　施策の管理・指標・推進体制

１．施策の管理

本産業ビジョンの進捗を示すものとして、次項で８つの指標を示します。

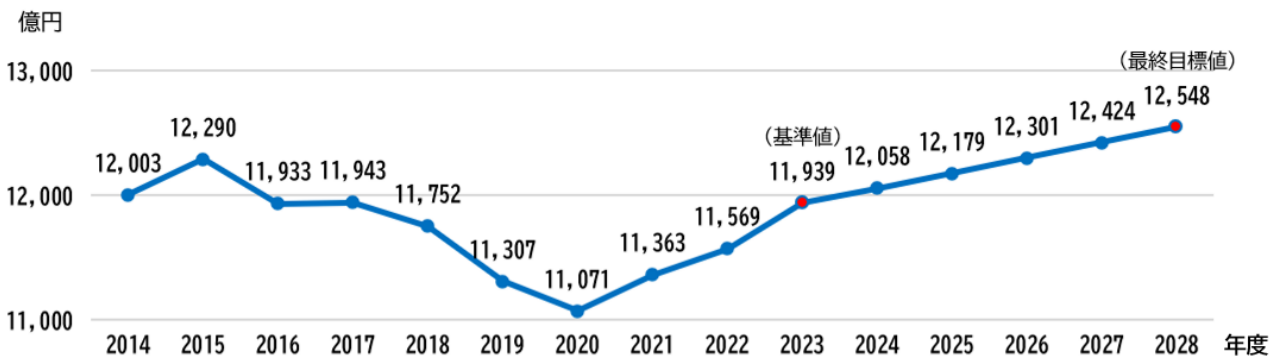
進捗管理については、第７次福島市総合計画に則り、PDCA サイクルにより行います。「Plan（計画）➡Do（実行）➡Check（評価）➡Action（改善）」のプロセスを繰り返すことで、継続的な成長を生み出し、本市産業が目指す姿を実現するための施策を推進します。

また、施策の実施に当たっては、社会経済情勢の変化を的確に捉え、効果の最大化を目指します。

２．指標

【図表 43　指標１「市内総生産」】

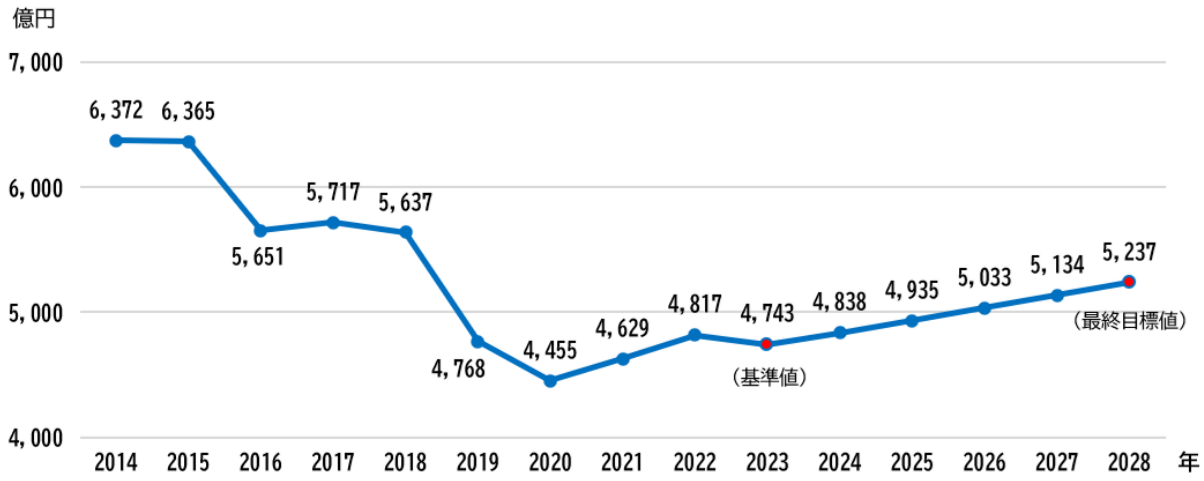
基準値	目標値			
2023 年度 （Ｒ５）	2025 年度 （Ｒ７） ※2027 年度 公表	2026 年度 （Ｒ８） ※2028 年度 公表	2027 年度 （Ｒ９） ※2029 年度 公表	2028 年度 （Ｒ10） ※2030 年度 公表
1 兆 1,939 億円	1 兆 2,179 億円	1 兆 2,301 億円	1 兆 2,424 億円	1 兆 2,548 億円



指標の説明	市内でその１年間に生産された価値の総額である市内総生産により、経済成長の状況をはかる指標。
目標値の根拠	市内企業の挑戦や成長を支援する取組等により、前年度比１％増を目指します。

【図表 44　指標２「製造品出荷額等」】

基準値	目標値			
2023 年 （Ｒ５）	2025 年 （Ｒ７） ※2027 年 公表	2026 年 （Ｒ８） ※2028 年 公表	2027 年 （Ｒ９） ※2029 年 公表	2028 年 （Ｒ10） ※2030 年 公表
4,743 億円	4,935 億円	5,033 億円	5,134 億円	5,237 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。
目標値の根拠	市内企業支援や企業誘致等により、前年比２％増を目指します。

【図表 45　指標３「本市の仲介や支援により新たに生まれた市内企業・大学・スタートアップ等による連携案件数」】

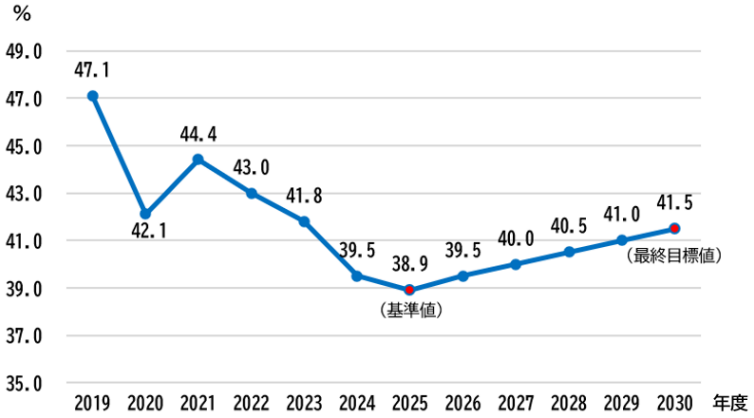
基準値	目標値			
2025 年度 （Ｒ７）	2027 年度 （Ｒ９）	2028 年度 （Ｒ10）	2029 年度 （Ｒ11）	2030 年度 （Ｒ12）
０件	１件	１件	２件	２件
指標の説明	本市の仲介や支援により新たに開始された、市内企業間又は市内企業と大学や大学発ベンチャー、スタートアップ等との共同研究、実証実験、商品・サービス開発等の連携案件数。			
目標値の根拠	大学や大学発ベンチャー、スタートアップ等とのネットワーク構築や市内企業とのマッチングを継続的に実施し、計画期間前半は年１件、後半は年２件の新規連携案件創出を目指します。			

【図表 46　指標４「新製品・新技術等開発支援事業応募件数」】

基準値	目標値			
2025 年度（Ｒ７）	2027 年度（Ｒ９）	2028 年度（Ｒ10）	2029 年度（Ｒ11）	2030 年度（Ｒ12）
６件	８件	８件	８件	８件
指標の説明	新製品や新技術等の開発を支援する事業への応募件数により、新たな価値の創造に挑戦する気運醸成の状況をはかる指標。			
目標値の根拠	産業支援コーディネーターによる伴走支援等により、毎年度８件の応募を目指します。			

【図表 47　指標５「新卒者の地元就職率」】

基準値	目標値			
2025 年度（Ｒ７）	2027 年度（Ｒ９）	2028 年度（Ｒ10）	2029 年度（Ｒ11）	2030 年度（Ｒ12）
38.9%	40.0%	40.5%	41.0%	41.5%

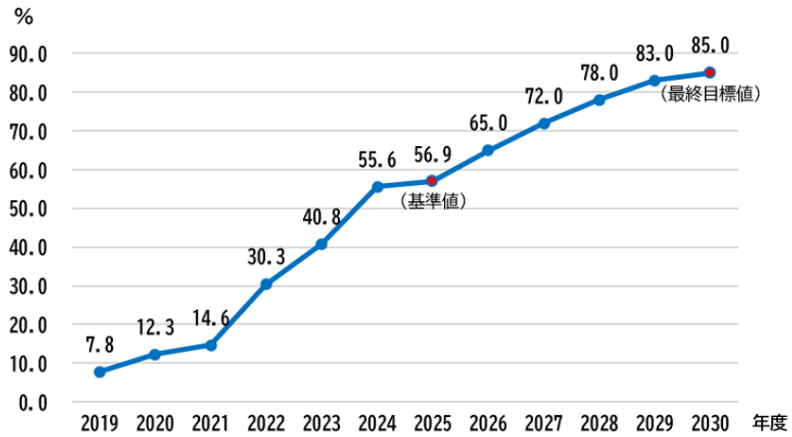


(参考)地元就職者数実績　単位:人

年度	就職者数	地元就職者数
2019年度	1,189	560
2020年度	1,253	528
2021年度	1,166	518
2022年度	1,150	495
2023年度	1,198	501
2024年度	1,136	449
2025年度	1,149	447

指標の説明	市内大学における新卒者の地元就職率（県内就職率）により、若者の地元定着の状況をはかる指標。
目標値の根拠	市内企業の魅力に触れる機会を創出する取組等により、計画期間中に毎年度 0.5 ポイントの増加を目指します。

【図表 48　指標６「市内企業における男性の育児休業取得率」】

基準値	目標値			
2025 年度（Ｒ７）	2027 年度（Ｒ９）	2028 年度（Ｒ10）	2029 年度（Ｒ11）	2030 年度（Ｒ12）
56.9%	72.0%	78.0%	83.0%	85.0%
				
指標の説明	男性の育児休業取得率により、固定的な性別役割分担意識の解消及び男女共同参画の進捗状況をはかる指標。			
目標値の根拠	男性の家庭参画を促す取組により、政府目標（2030 年度までに 85.0%）の達成を目指します。			

【図表 49　指標７「新規オフィス誘致件数」】

基準値	目標値			
2025 年度（Ｒ７）	2027 年度（Ｒ９）	2028 年度（Ｒ10）	2029 年度（Ｒ11）	2030 年度（Ｒ12）
２件	３件	３件	３件	３件
指標の説明	本市の設置するシェアオフィスや支援事業を活用して、市内にオフィスを開設した企業の件数により、市内における新たな価値創造の状況をはかる指標。			
目標値の根拠	企業訪問等の積極的な誘致活動により、毎年度３件の新規オフィス誘致を目指します。			

【図表 50　指標８「中心市街地の歩行者通行量」】

基準値	目標値			
2026 年度 （Ｒ８） ※４～９月の実績	2027 年度 （Ｒ９）	2028 年度 （Ｒ10）	2029 年度 （Ｒ11）	2030 年度 （Ｒ12）
25,000 人/日	25,066 人/日	25,132 人/日	25,198 人/日	25,264 人/日
指標の説明	中心市街地における歩行者通行量により、まちなかの魅力やにぎわいの状況をはかる指標。			
目標値の根拠	新規出店支援によるまちなかの店舗の充実や、ウォーカブル推進事業等による歩行者の回遊を促す環境づくり等、まちなかへの来訪や回遊性向上につながる取組を進め、期間中に毎年度 66 人/日の増加を目指します。			

３．推進体制

本市産業の発展には、企業や個店自らの創意工夫や経営努力が必要です。その上で、産業関係者がそれぞれの役割を果たしながら連携することが求められます。

本産業ビジョンは商工業分野の指針として策定するものですが、観光や農業等、幅広い分野と連携することで本市産業の総合力を高め、目指す姿を実現します。



・企業や個店は産業の主役であり、地域経済を支える大変重要な役割を担っているという認識が必要です。
・企業は、自社の魅力向上や継続的な業務改善による経営の安定化・発展に努めるとともに、従業員やその家族を守る地域社会の構成員としての社会的責任を自覚し、地域社会への貢献や市民生活の向上に資することが求められています。



・企業の総合支援の窓口として、経営の改善や雇用の相談等、様々なニーズに応じ、指導的な役割を果たしながら産業振興の推進に取り組むことが求められています。

教育機関等の役割



・高度な専門知識を有する人材やデジタル人材、起業を目指すベンチャー人材等の育成が求められています。
・最先端の研究等を生かした産学官連携による社会貢献も重要な役割です。
・学生の就職に資する情報提供等も求められています。
・郷土への理解と愛着を持ち、未来のふくしまを考える教育の機会も必要です。

市民の役割



・市民との共創を基本とする本市のまちづくりにおいて、市民はまちづくりの主役です。
・産業の振興が地域経済の活性化や市民生活の向上に重要な役割を果たすことを認識し、地域の消費者や労働者として、主体的に産業活動に関わることが求められています。

行政の役割



・本産業ビジョンの管理者として、進捗状況を管理します。
・産業の主役である企業等の支援に努めます。
・観光や農業等の分野も含めた産業関係団体や教育機関等との連携を推進し、本市産業の総合力向上に取り組みます。

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

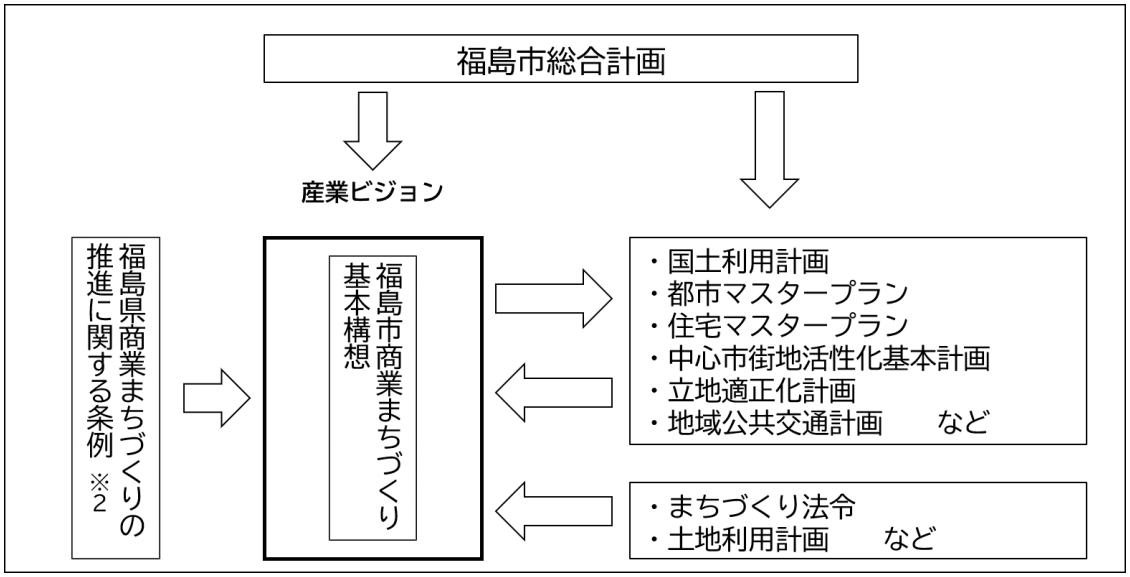
本市では、基本的な商業まちづくりの指針として、2009 年（平成 21 年）に「福島市商業まちづくり基本構想」を策定しました。その後、2022 年（令和４年）の策定時には、産業振興施策と一体的かつ連動した施策展開のため、「新たな産業未来ビジョンふくしま」の一部として位置づけ、様々な課題の解決に向け取り組んできました。

この間、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等の自然災害、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。

さらに近年では、物価やエネルギーコストの上昇、人口減少・少子高齢化の進行に加え、消費者ニーズの多様化やライフスタイルの変化、業種・業態の再編、そして DX の進展等、商業を取り巻く環境は急速に変化しています。特に、EC の拡大、キャッシュレス決済の普及、デジタル広告や SNS の活用、店舗とオンラインの融合（オムニチャネル化）等、ICT を活用した新たな商業のあり方が求められています。

こうした中、社会全体の変化に的確に対応しつつ、「コンパクト＋ネットワーク（※１）」の方針のもと、中心市街地の再生と持続可能な商業まちづくりを目指し、①高齢者等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生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、本基本構想の一部改定を行うこととしました。

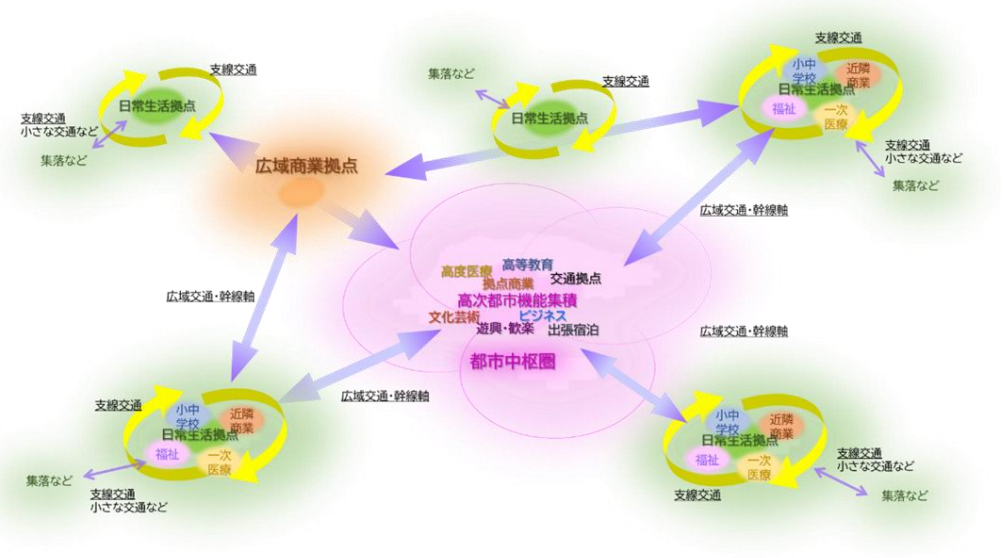
なお、本基本構想は、各種開発事業等への影響及び基本構想に基づく施策の効果等を踏まえ、策定から概ね 10 年程度（2030 年度（令和 12 年度）を終期）で見直しを検討することとします。



※1　「コンパクト＋ネットワーク」とは
中心市街地は「中心拠点」として、行政・経済・教育文化・医療福祉等、全市的又は広域的に活用される機能を総合的に強化する一方、周辺部はその個性に応じた、「地域拠点（日常生活拠点や広域商業拠点等）」として、市民生活を支える機能や商工観光、農業等、特定機能を集積する。これら、拠点間を交通ネットワークで結び、市民が各拠点の機能及びサービスの活用を可能とする都市構造のこと。

※2　「福島県商業まちづくりの推進に関する条例」とは
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、まち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。

★ふくしま版コンパクト＋ネットワークのイメージ



拠点・集落

＜都市中枢圏（中心拠点）＞
・高次都市機能が集積し、都市圏の玄関口として交通拠点（一次拠点）を備える。

＜広域商業拠点＞
・日常的な生活サービス機能に加え、買回り品が揃えられる商業施設が集積する。

＜日常生活拠点＞
・日常生活圏の中心として日常的な生活サービス機能が揃う。

＜集落＞
・日常生活圏の近郊の居住地。

ネットワーク

＜広域交通＞
市内郊外部の生活拠点や観光地と中心部を結ぶ路線

＜幹線軸＞
まちづくりの観点から骨格となるような路線・区画

＜支線交通＞（小さな交通など）
地域内の日常生活を支え、広域路線、幹線に接続し、域外への移動を支える路線・区間

第２節　本市の現状と商業まちづくりの課題

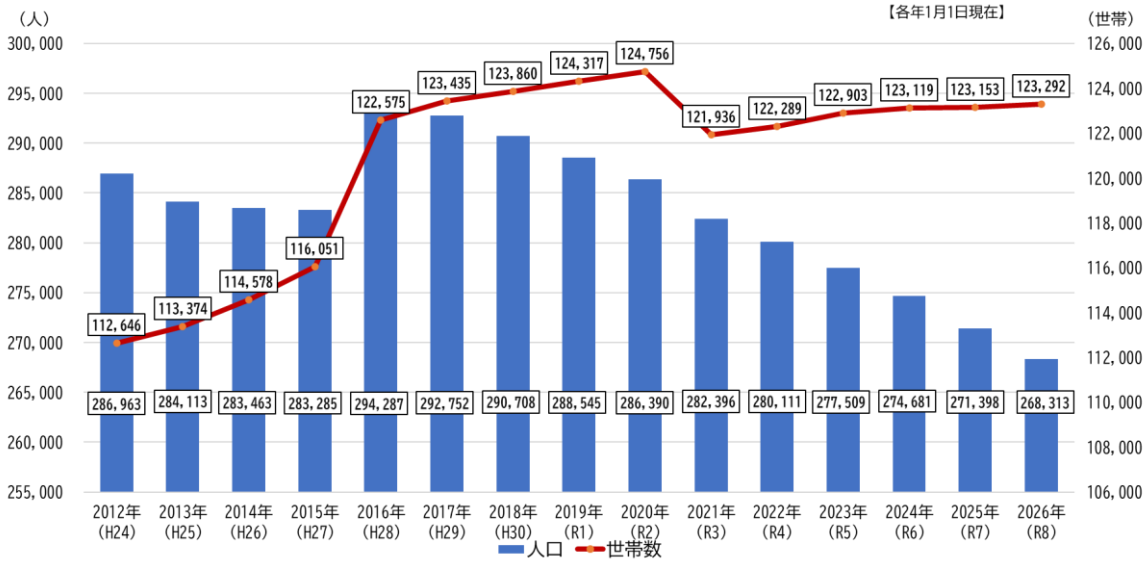
１．本市の現状

（１）人口・世帯数等の状況

本市の 2026 年（令和８年）１月１日現在の推計人口は 268,313 人となり、2025 年（令和７年）から１年間で 3,085 人の減少となりました。

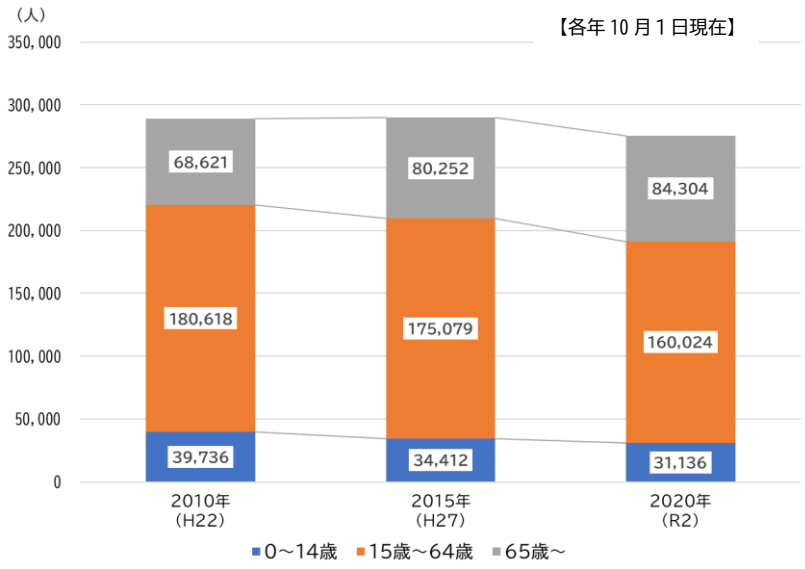
一方、65 歳以上の高齢者の増加、ライフスタイルや価値観の変化、晩婚化・未婚化の影響等により、核家族や単独世帯が増加しています。

■人口と世帯数



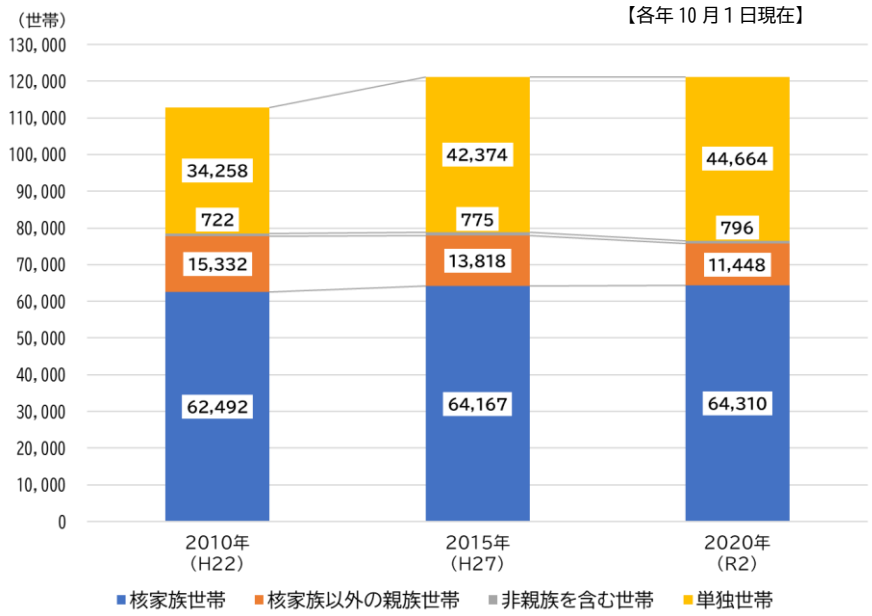
資料：福島市「福島市の推計人口」より作成

■年齢別人口



資料：福島市「福島市統計書」より作成

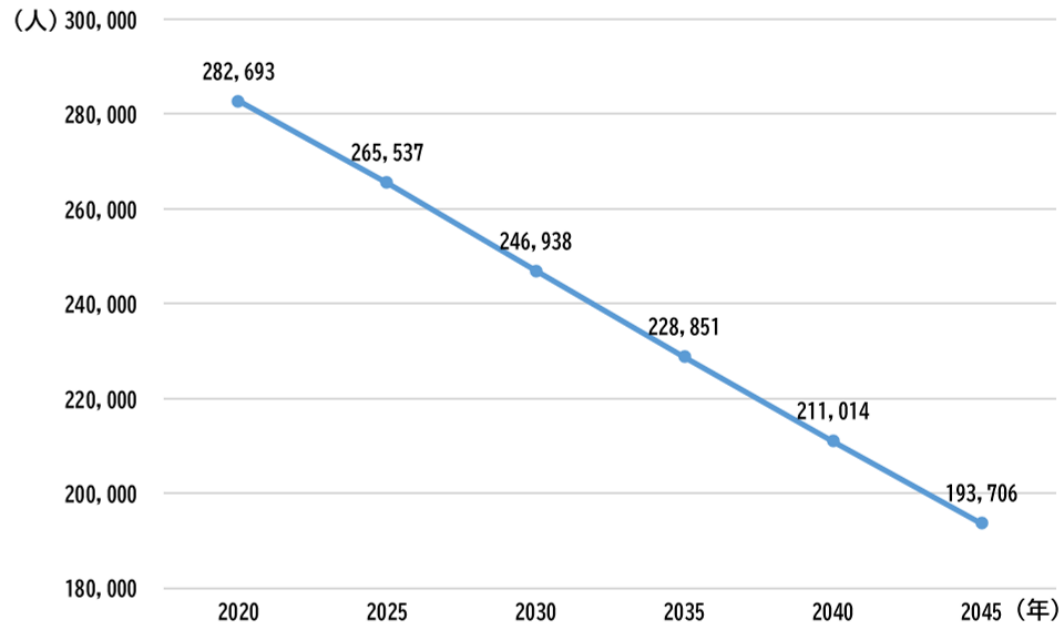
■家族類型別世帯数



資料：福島市「福島市統計書」より作成

■将来人口推計

本市の総人口は 2020 年（令和２年）の約 28 万人から 2045 年（令和 27 年）には約 19 万人へと大幅に減少する見通しです。



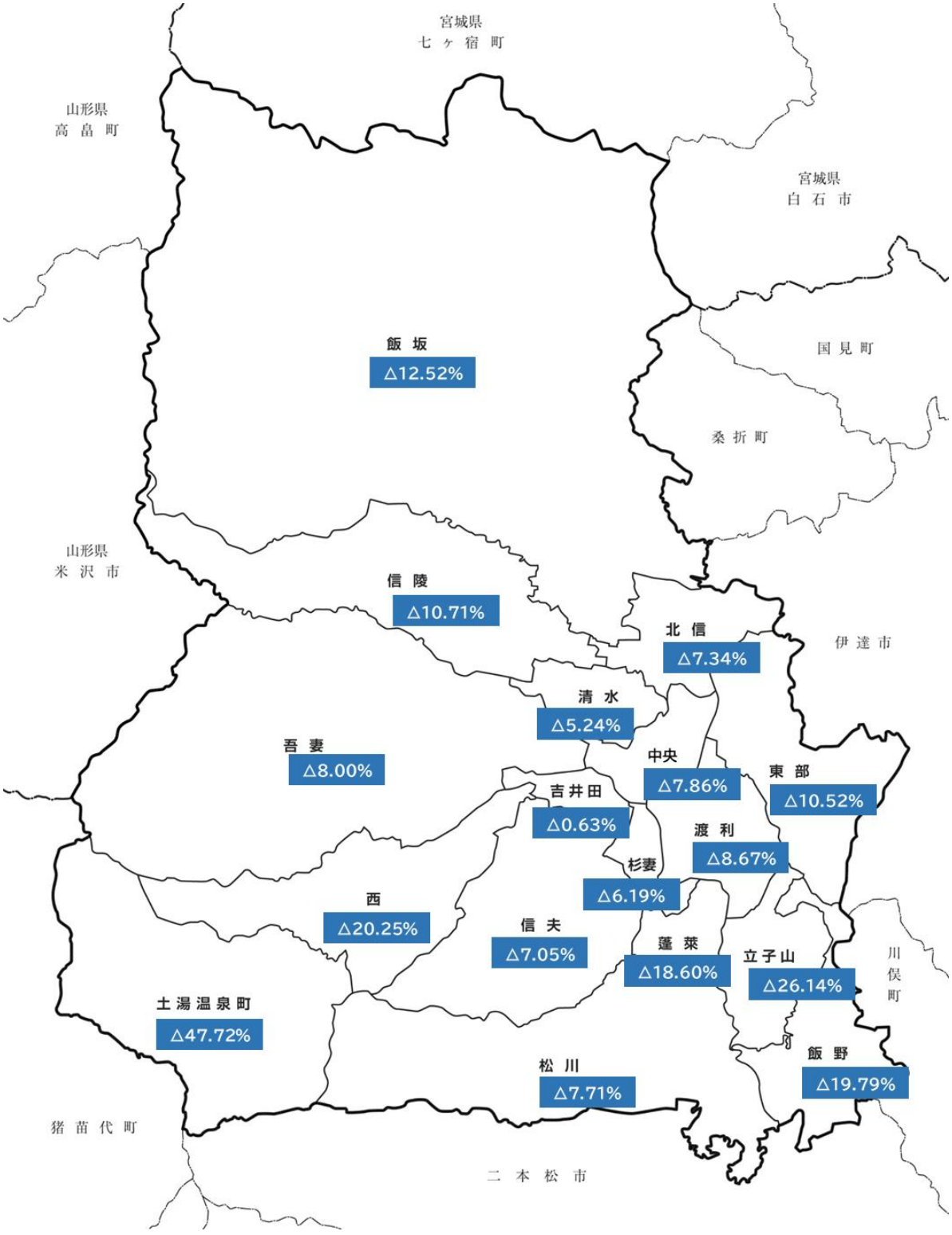
資料：総務省「国勢調査」より作成

※社人研推計手法に準拠し、令和２年と令和７年の国勢調査結果による人口を基に算出したものです。

■地区別人口増減率（2016 年（平成 28 年）⇒2026 年（令和８年）（各年 1 月 1 日現在））

ここ 10 年間の地区別の人口増減率を見てみると、すべての地区で減少しています。

減少率の大きかった地区は、土湯温泉町地区、立子山地区、西地区で、減少率の小さかった地区は、吉井田地区、清水地区、杉妻地区でした。

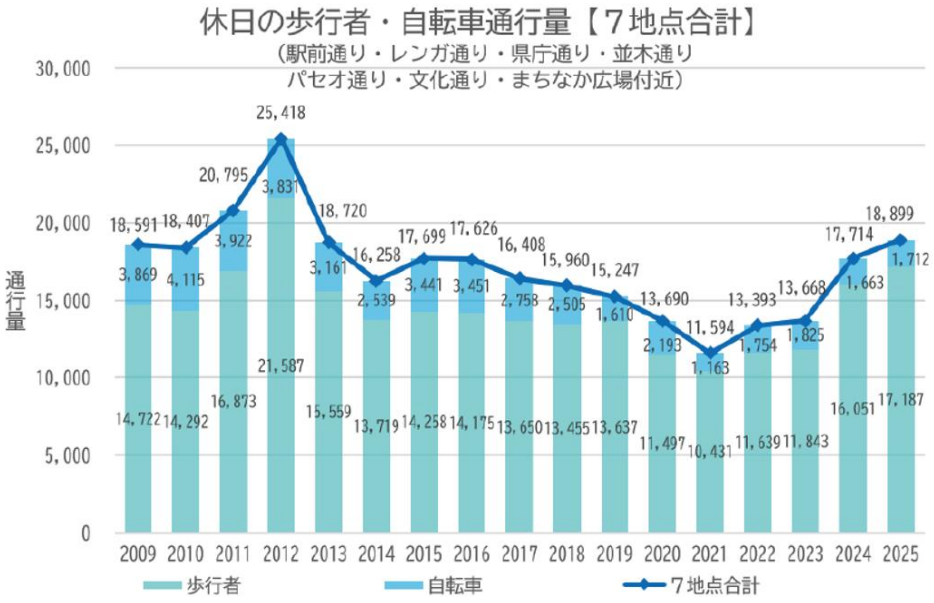


資料：福島市「福島市の推計人口」より作成

■中心市街地における休日の歩行者・自転車通行量

2016 年（平成 28 年）以降、郊外型店舗への消費者の流出や駅前の大型百貨店の閉店、人口減少等の影響により、中心市街地の歩行者・自転車通行量は減少傾向にありました。

2022 年（令和４年）以降は、コロナ禍の行動制限の緩和に加え、まちなかでのイベントの再開や市の補助を活用した新規出店の増加、まちなかでの回遊性を高める取組等により、人流が徐々に回復し、通行量は増加傾向に転じています。

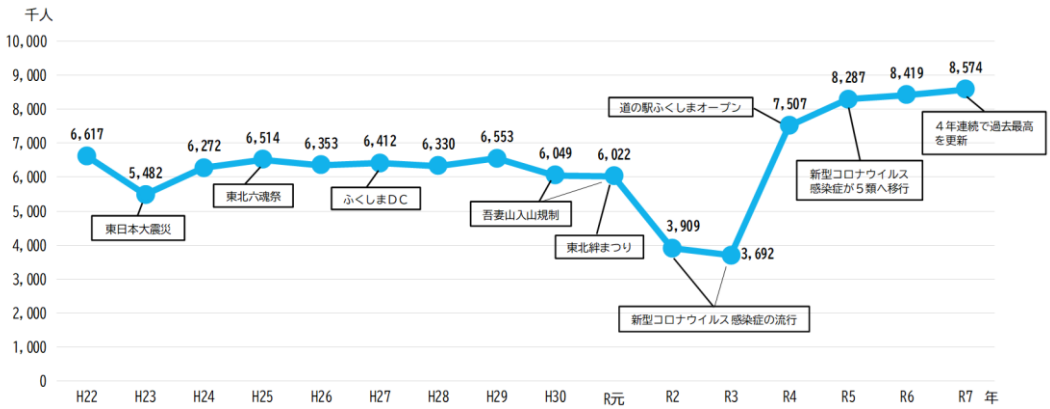


資料：福島市「中心市街地通行量調査」より作成

■福島市観光客入込数（令和７年）

新型コロナウイルス感染症の影響により大幅に減少していた観光客入込数は、2022 年（令和４年）にオープンした道の駅ふくしまへの来訪者が堅調に推移していることに加え、プレ DC や福島県立美術館における大型企画展等を契機として多くの方が訪れたことにより、2025 年（令和７年）には過去最高の 857 万人を記録しました。

本市にはくだもの等の地場産品をはじめ、花見山や温泉といった自然資源、地域に根差した文化・社会的資源、さらには、長年にわたり受け継がれてきた祭りやイベント等、地域の魅力を高める貴重な地域資源が数多くあります。今後も、こうした地域資源を生かし、地域内外からの誘客を商業活性化へとつなげていくことが求められています。



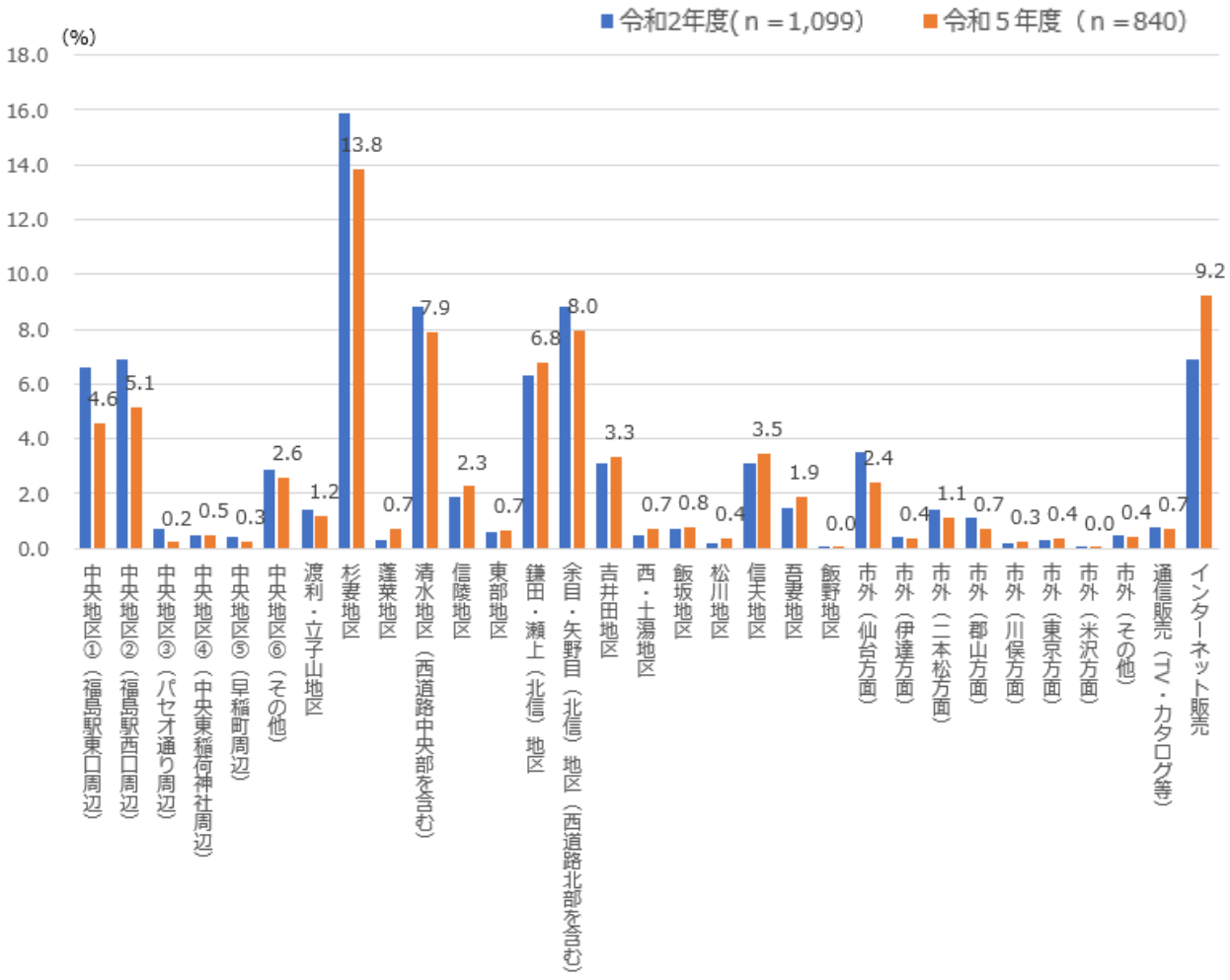
資料：福島市「定例記者会見資料（令和８年４月３日）」

（２）消費購買の状況

■買物品目別買物場所

全買物品目における買物場所として最も多く利用されているのは「杉妻地区」で 13.8%、次いで「インターネット販売」が 9.2%、「余目・矢野目（北信）地区」が 8.0%と続いています。

2020 年度（令和２年度）調査との比較では、「インターネット販売」や「鎌田・瀬上地区」、「信夫地区」の利用割合が増加しており、特に「インターネット販売」は順位を大きく上げています。この背景には、EC の普及に加え、コロナ禍の影響による外出控えや非接触志向の高まりがあり、これにより消費者の購買行動や価値観が大きく変化したものと考えられます。



資料：福島市「令和５年度消費購買動向調査結果」

■買物場所利用頻度の上位地区（調査年度別）

調査年度別に見た買物場所の利用頻度では、「杉妻地区」が５回連続で１位となっています。2020 年度（令和２年度）には５位だった「インターネット販売」が、2023 年度（令和５年度）には２位に上昇しており、コロナ禍を契機とした非対面・非接触型購買への移行という消費行動の変化が見てとれる結果となっています。

一方、中央地区の買物場所利用頻度は年々減少傾向にあり、中心市街地の求心力低下が進んでいると考えられることから、今後も魅力や回遊性等の向上が求められます。

なお、「余目・矢野目（北信）地区」「清水地区」は引き続き利用頻度の上位を占めており、商業機能が安定的に集積している地域であることが分かります。

	第１位	第２位	第３位	第４位	第５位
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） 10.3	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
令和５年度	杉妻 13.8	インターネット販売 9.2	余目・矢野目 （北信）8.0	清水 7.9	鎌田・瀬上 （北信）6.8

資料：福島市「令和５年度消費購買動向調査結果」

■地区別に見た買物品目別地元購買率

市内いずれの地区も食料品、日用品について地元購買率が高くなっています。杉妻地区、余目・矢野目（北信）地区については、いずれの品目についても地元購買率が高くなっており、商業施設が集積し、商業の拠点となっていることが伺えます。

	合計	衣料品	食料・飲料・嗜好品	化粧品・医薬品・日用品	アクセサリー・小物	スポーツ・レジャー用品	家具・寝具・室内装飾	家庭電化製品	書籍、文具・音楽・ゲームソフト	家庭・園芸・ペット用品	無回答
中央地区	94	43	66	54	38	14	28	20	55	23	26
	100.0	45.7	70.3	57.5	40.4	15.0	29.8	21.3	49.0	47.6	27.7
渡利・立子山地区	46	2	11	5		1		1	1	2	10
	100.0	4.3	23.9	10.9		2.2		2.2	2.2	4.3	21.7
杉妻地区	33	12	25	23	8	16	19	18	14	20	13
	100.0	36.4	75.8	69.7	24.2	48.5	57.6	54.5	42.4	60.6	39.4
蓬莱地区	33	1	10				1			6	9
	100.0	3.0	30.3				3.0			18.2	27.3
清水地区	71	28	48	47	10	14	17	22	26	38	19
	100.0	39.4	67.6	66.2	14.1	19.7	23.9	31.0	36.6	53.5	26.8
信陵地区	33	9	22	23	7	7	2	6	4	8	11
	100.0	27.3	66.7	69.7	21.2	21.2	6.1	18.2	12.1	24.2	33.3
東部地区	37	2	10	9	1	1		3		1	11
	100.0	5.4	27.0	24.3	2.7	2.7		8.1		2.7	29.7
鎌田・瀬上(北信)地区	31	8	23	21	4	3	5	14	15	19	5
	100.0	25.8	74.2	67.7	12.9	9.7	16.1	45.2	48.4	61.3	16.1
余目・矢野目(北信)地区	25	13	14	13	14	15	8	13	11	10	2
	100.0	52.0	56.0	52.0	56.0	60.0	32.0	52.0	44.0	40.0	8.0
吉井田地区	20	1	12	13	3		1	6	11	5	2
	100.0	5.0	60.0	65.0	15.0		5.0	30.0	55.0	25.0	10.0
西・土湯地区	17	1	5	9	1	1				7	4
	100.0	5.9	29.4	52.9	5.9	5.9				41.2	23.5
飯坂地区	44	4	17	13		2	1	1	2	4	21
	100.0	9.1	38.6	29.5		4.5	2.3	2.3	4.5	9.1	47.7
松川地区	32	2	9	7				1		2	7
	100.0	6.3	28.1	21.9				3.1		6.3	21.9
信夫地区	47	4	32	30	8	4	5	24	6	10	7
	100.0	8.5	68.1	63.8	17.0	8.5	10.6	51.1	12.8	21.3	14.9
吾妻地区	61	6	18	19	4	4	2	2	4	16	19
	100.0	9.8	29.5	31.1	6.6	6.6	4.3	3.3	6.6	26.2	31.1
飯野地区	11										3
	100.0										27.3

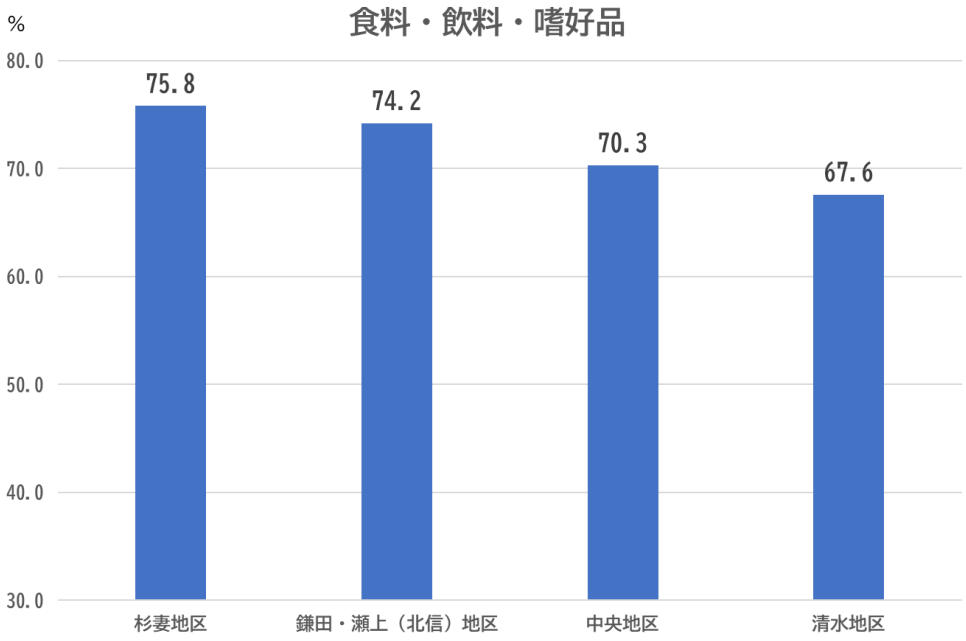
注）該当がないものは空欄

上段：サンプル数、下段：%

資料：福島市「令和５年度消費購買動向調査結果」

①食料・飲料・嗜好品の地元購買率

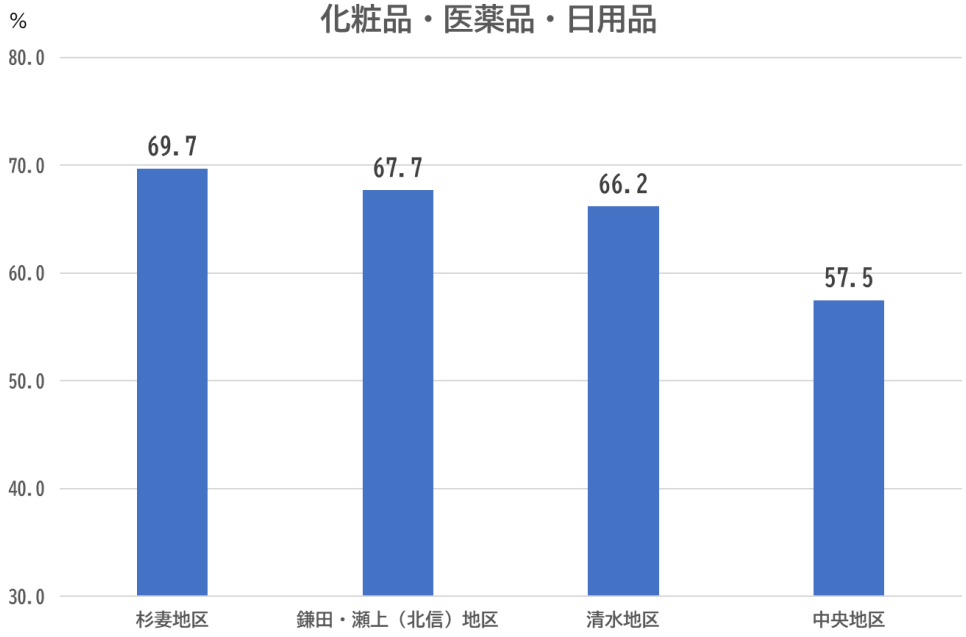
食料・飲料・嗜好品の地元購買率は杉妻地区が 75.8%と最も多く、次いで鎌田・瀬上（北信）地区 74.2%、中央地区 70.3%、清水地区 67.6%となっています。



資料：福島市「令和５年度消費購買動向調査結果」より作成

②化粧品・医薬品・日用品の地元購買率

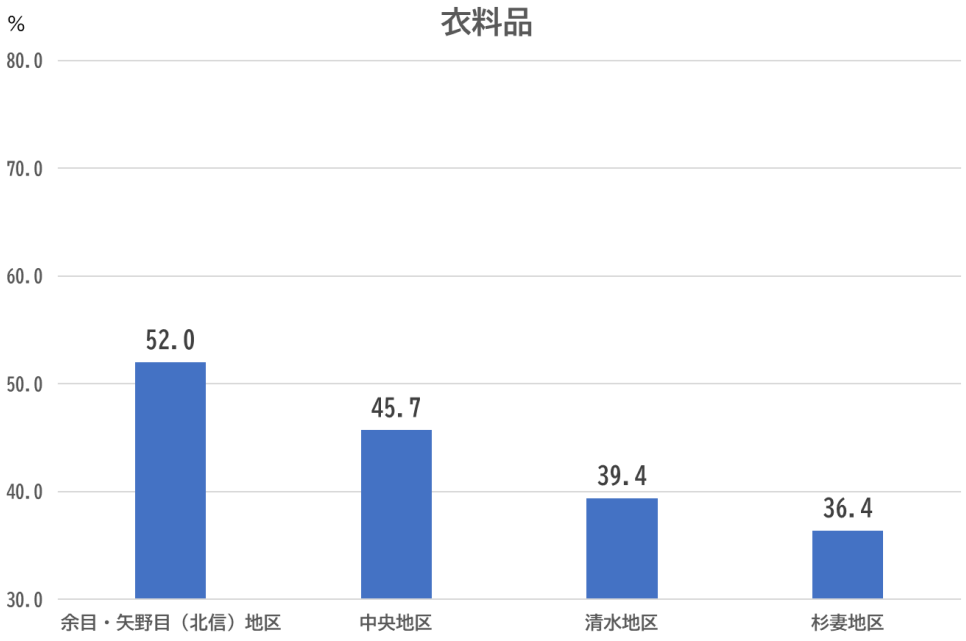
化粧品・医薬品・日用品の地元購買率は杉妻地区が 69.7%と最も多く、次いで鎌田・瀬上（北信）地区 67.7%、清水地区 66.2%、中央地区 57.5%となっています。



資料：福島市「令和５年度消費購買動向調査結果」より作成

③衣料品の地元購買率

衣料品の地元購買率は余目・矢野目（北信）地区が 52.0%と最も多く、次いで中央地区 45.7%、清水地区 39.4%、杉妻地区 36.4%となっています。



資料：福島市「令和５年度消費購買動向調査結果」より作成

■商圏の特性

買物品目ごとの主要な買物場所はどこで、どの地区からどの程度の購買流入があるかについての商圏の概況について、居住地区の 40%超の購買がある場合は、その地区を１次商圏、20%超～40%以下の購買がある地区を２次商圏、10%超～20%以下の購買がある地区を３次商圏として地図上に表しています。

商圏特図の凡例		
商圏上位３地区	区分	流失率
１位　黄緑	１次商圏 （40%超）	
２位　ローズ	２次商圏 （20%超～40%以下）	
３位　水色	３次商圏 （10%超～20%以下）	

※地図の北信には、「余目・矢野目」「鎌田・瀬上」地区が含まれています。

①食料・飲料・嗜好品の商圏特性

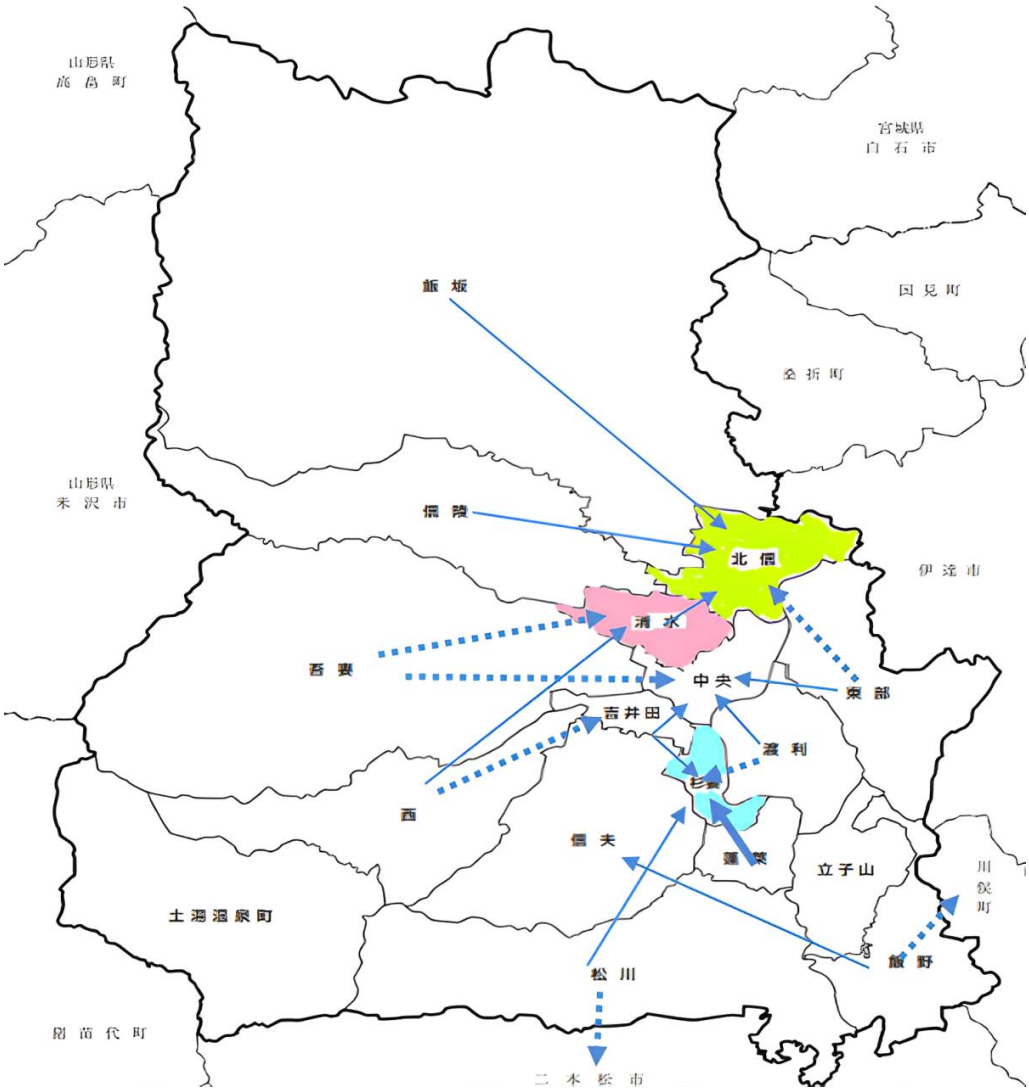
食料・飲料・嗜好品の最大商圏を有するのは、鎌田・瀬上（北信）地区で市域東部を対象に１次～３次商圏を形成しています。

２位の清水地区は、主に市域西部を対象に１次～３次商圏を形成しています。

３位の杉妻地区は、主に市域南部を対象に１次～３次商圏を形成しています。

商圏上位地区	1位 鎌田・瀬上	2位 清水	3位 杉妻	4位 駅西口	5位 信夫	6位 中央（その他）
1次商圏 （40%超）	鎌・瀬　85.2	清水　73.8	杉妻　92.6 蓬莱　53.8		信夫　72.7	
2次商圏 （20%超～40%以下）	東部　36.4 余・矢　30.4	吾妻　25.9	渡・立　31.8	中央　32.9 吾妻　22.2		中央　32.9
3次商圏 （10%超～20%以下）	飯坂　10.5	西・土　13.3	松川　13.8 吉井田　10.5	吉井田　10.5	飯野　20.0	東部　15.2 渡・立　13.6

注）鎌・瀬＝鎌田・瀬上、余・矢＝余目・矢野目、西・土＝西・土湯、渡・立＝渡利・立子山



資料：福島市「令和５年度消費購買動向調査」

②化粧品・医薬品・日用品の商圏特性

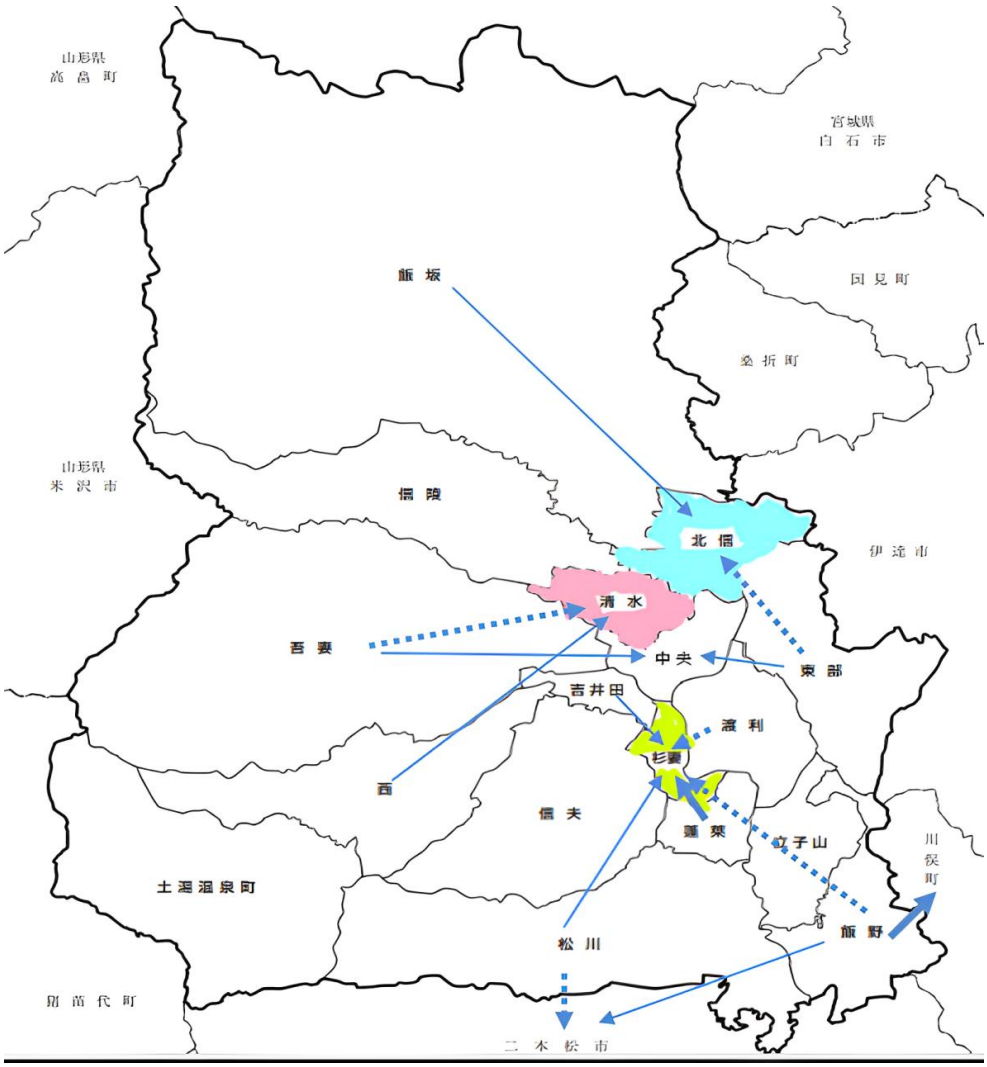
化粧品・医薬品・日用品の最大商圏を有するのは、杉妻地区で市域南部を対象に１次～３次商圏を形成しています。

２位の清水地区は、主に市域西部を対象に１次～３次商圏を形成しています。

３位の鎌田・瀬上（北信）地区は、主に市域北東部を対象に１次～３次商圏を形成しています。

商圏上位地区	1位 杉妻	2位 清水	3位 鎌田・瀬上	4位 信夫	5位 余目・矢野目	6位 駅東口
1次商圏 （40%超）	杉妻 95.8 蓬莱 79.2	清水 74.6	鎌・瀬 80.8	信夫 69.8	余・矢 56.5	
2次商圏 （20%超～40%以下）	渡・立 39.5 飯野 22.2	吾妻 24	東部 32.3 余・矢 30.4		飯坂 22.9	
3次商圏 （10%超～20%以下）	松川 16.0 吉井田 10.5	西・土 14.3	飯坂 11.4			中央 17.9 吾妻 16.0

注）渡・立＝渡利・立子山、西・土＝西・土湯、鎌・瀬＝鎌田・瀬上、余・矢＝余目・矢野目



資料：福島市「令和５年度消費購買動向調査」

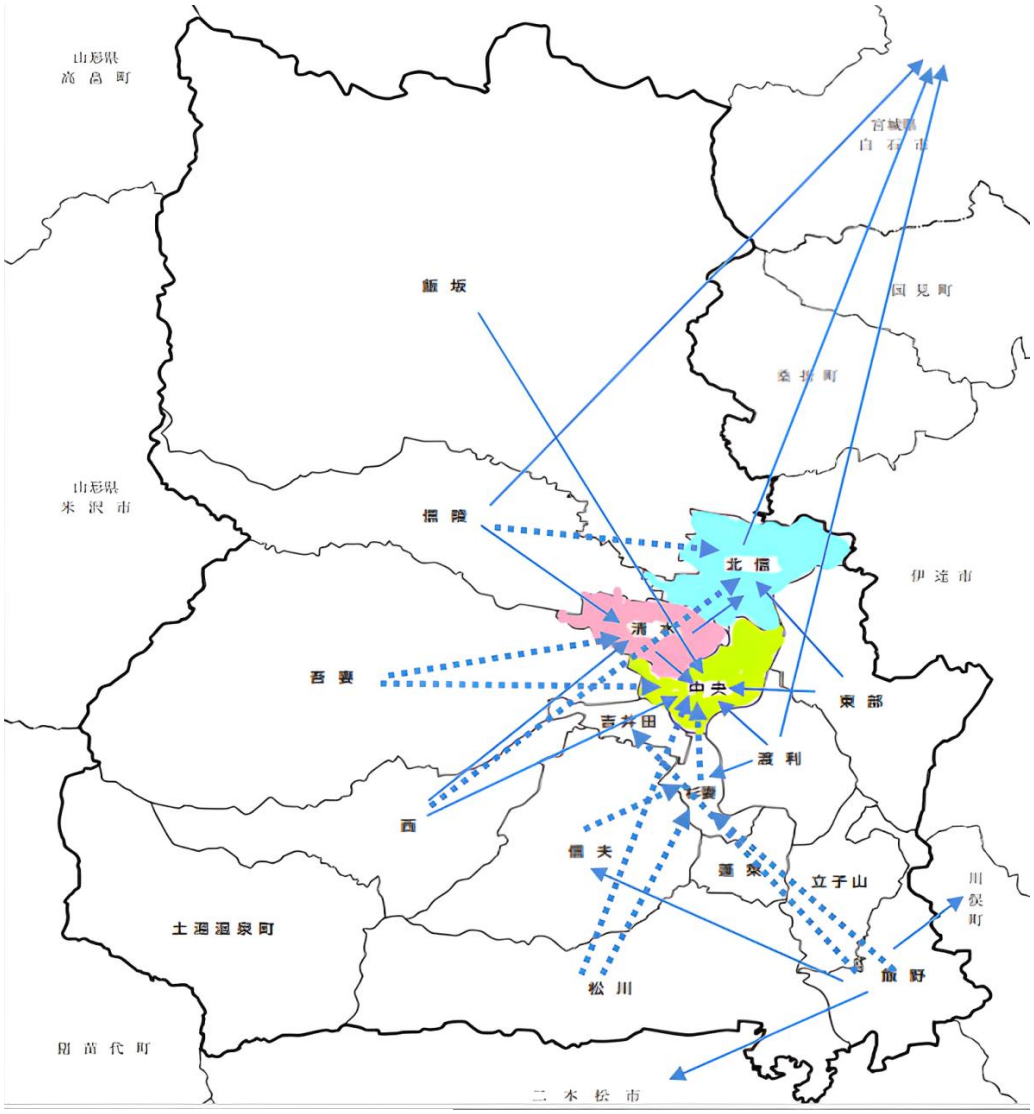
③衣料品の商圏特性

衣料品の最大商圏を有するのは、中央地区（駅西口）で、中央地区と市域西部を対象に１次～３次商圏を形成しています。

２位の清水地区は、地元購買率が４割と多く、３位の余目・矢野目（北信）地区も地元購買率が５割と多くなっています。

商圏上位地区	1位 駅西口		2位 清水		3位 余目・矢野目		4位 駅東口		5位 杉妻		6位 市外（仙台方面）	
1次商圏（40%超）			清水	41.2	余・矢	56.5			杉妻	44.4		
2次商圏（20%超～40%以下）	中央	30.5	吾妻	35.8	信陵	29.6	杉妻	22.2	飯野	33.3		
	吾妻	24.5			西・土	35.7	松川	21.4	信夫	23.3		
									松川	21.4		
3次商圏（10%超～20%以下）	渡・立	14.6	西・土	14.3	清水	16.2	東部	19.4	渡・立	17.1	渡・立	12.2
	西・土	14.3	信陵	11.1	東部	16.1	渡・立	19.5			信陵	11.1
							中央	15.9			鎌・瀬	10.3
							飯坂	14.6				
							清水	10.3				

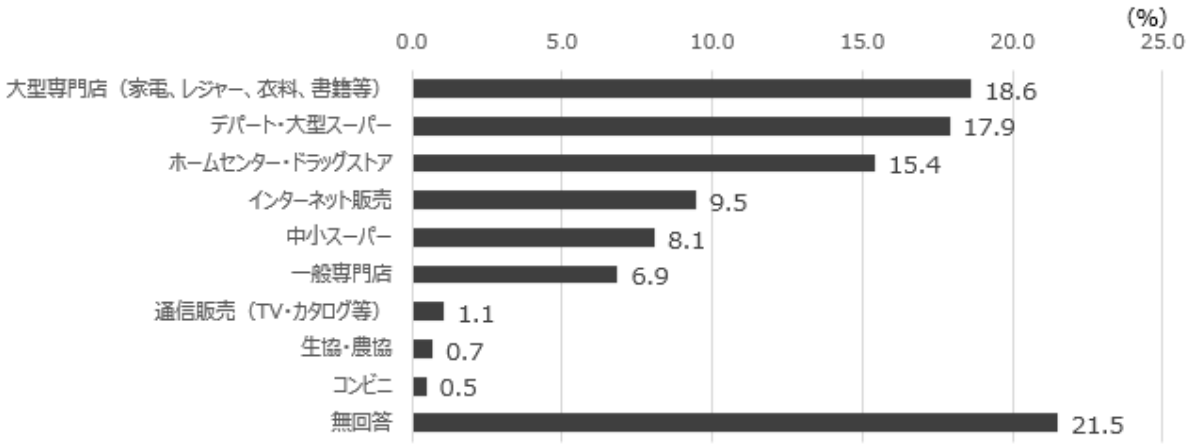
注）渡・立＝渡利・立子山、西・土＝西・土湯、余・矢＝余目・矢野目、鎌・瀬＝鎌田・瀬上



資料：福島市「令和５年度消費購買動向調査」

■品目別・買物場所別の買物店舗

全買物品目の買物店舗利用状況は、「大型専門店（家電、レジャー、衣料、書籍等）」が最も多く、次いで「デパート・大型スーパー」となっています。



資料：福島市「令和５年度消費購買動向調査」

■買物品目別に見る買物店舗形態

買物品目別の店舗利用状況をみると、「衣料品」、「アクセサリー・小物」は「デパート・大型スーパー」が最も多く、「食料・飲料・嗜好品」は「中小スーパー」、「化粧品・医薬品・日用品」、「家庭・園芸・ペット用品」は「ホームセンター・ドラッグストア」、「スポーツ・レジャー用品」、「家具・寝具・室内装飾」、「家庭電化製品」、「書籍、文具・音楽・ゲームソフト」は「大型専門店（家電、レジャー、衣料、書籍等）」が多くなっています。

	合計	デパート・大型スーパー	中小スーパー	コンビニ	ホームセンター・ドラッグストア	大型専門店（家電、レジャー、衣料、書籍等）	一般専門店	生協・農協	通信販売（TV・カタログ等）	インターネット販売	無回答
全体	7,560	1,353	610	35	1,165	1,407	518	51	80	715	1,626
	100.0	17.9	8.1	0.5	15.4	18.6	6.9	0.7	1.1	9.5	21.5
衣料品	840	329	88	2	7	99	83	3	23	100	106
	100.0	39.2	10.5	0.2	0.8	11.8	9.9	0.4	2.7	11.9	12.6
食料・飲料・嗜好品	840	287	340	22	35	1	6	35	4	1	109
	100.0	34.2	40.5	2.6	4.2	0.1	0.7	4.2	0.5	0.1	13.0
化粧品・医薬品・日用品	840	86	58	2	502	3	13	3	10	30	133
	100.0	10.2	6.9	0.2	59.8	0.4	1.5	0.4	1.2	3.6	15.8
アクセサリー・小物	840	253	37	1	35	40	77	1	9	149	238
	100.0	30.1	4.4	0.1	4.2	4.8	9.2	0.1	1.1	17.7	28.3
スポーツ・レジャー用品	840	112	19	0	65	207	67	0	7	115	248
	100.0	13.3	2.3	0.0	7.7	24.6	8.0	0.0	0.8	13.7	29.5
家具・寝具・室内装飾	840	122	13	2	69	268	70	1	13	77	205
	100.0	14.5	1.5	0.2	8.2	31.9	8.3	0.1	1.5	9.2	24.4
家庭電化製品	840	37	7	2	23	487	32	2	5	67	178
	100.0	4.4	0.8	0.2	2.7	58.0	3.8	0.2	0.6	8.0	21.2
書籍、文具・音楽・ゲームソフト	840	85	25	3	19	243	129	1	5	128	202
	100.0	10.1	3.0	0.4	2.3	28.9	15.4	0.1	0.6	15.2	24.0
家庭・園芸・ペット用品	840	42	23	1	410	59	41	5	4	48	207
	100.0	5.0	2.7	0.1	48.8	7.0	4.9	0.6	0.5	5.7	24.6

資料：福島市「令和５年度消費購買動向調査」

上段：サンプル数、下段：%

■買物に利用する交通手段

　買物品目別の買物交通手段は、すべて「自動車」の利用が最も多くなっています。「食料・飲料・嗜好品」は「自動車」を利用する割合が７割になっており、常日頃の買物で、自動車を利用している状況となっています。

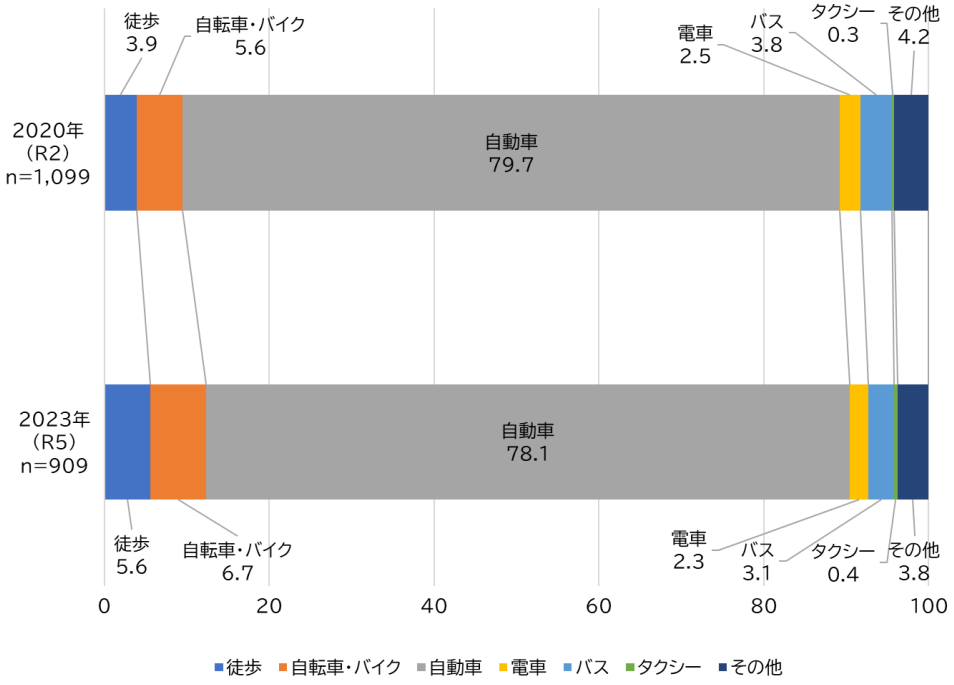
	合計	徒歩	自転車・バイク	自動車	電車	バス	タクシー	その他	無回答
全体	8,400	207	233	5,070	84	97	21	643	2,045
	100.0	2.5	2.8	60.4	1.0	1.2	0.3	7.7	24.3
衣料品	840	18	26	540	21	14	3	101	117
	100.0	2.1	3.1	64.3	2.5	1.7	0.4	12.0	13.9
食料・飲料・嗜好品	840	52	46	603	5	6	4	8	116
	100.0	6.2	5.5	71.8	0.6	0.7	0.5	1.0	13.8
化粧品・医薬品・日用品	840	43	36	566	5	11	2	31	146
	100.0	5.1	4.3	67.4	0.6	1.3	0.2	3.7	17.4
アクセサリー・小物	840	13	20	395	19	15	0	130	248
	100.0	1.5	2.4	47.0	2.3	1.8	0.0	15.5	29.5
スポーツ・レジャー用品	840	7	16	455	7	7	1	93	254
	100.0	0.8	1.9	54.2	0.8	0.8	0.1	11.1	30.2
家具・寝具・室内装飾	840	5	14	525	4	6	1	63	222
	100.0	0.6	1.7	62.5	0.5	0.7	0.1	7.5	26.4
家庭電化製品	840	4	12	561	3	6	3	58	193
	100.0	0.5	1.4	66.8	0.4	0.7	0.4	6.9	23.0
書籍、文具・音楽・ゲームソフト	840	25	24	436	8	11	4	112	220
	100.0	3.0	2.9	51.9	1.0	1.3	0.5	13.3	26.2
家庭・園芸・ペット用品	840	13	23	536	2	5	1	42	218
	100.0	1.5	2.7	63.8	0.2	0.6	0.1	5.0	26.0
外食	840	27	16	453	10	16	2	5	311
	100.0	3.2	1.9	53.9	1.2	1.9	0.2	0.6	37.0

資料：福島市「令和５年度消費購買動向調査」

上段：サンプル数、下段：％

①中心市街地に買い物に行く交通手段

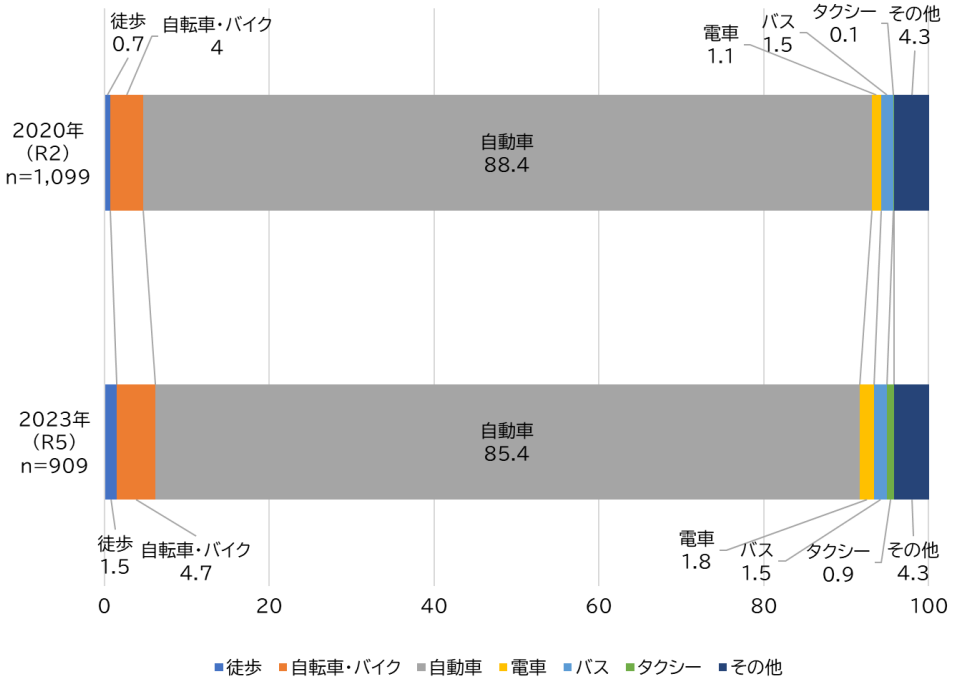
中心市街地に買い物に行く手段は「自動車」が 78.1%と圧倒的に多く、次いで「自転車・バイク」「徒歩」の順となっています。



資料：福島市「令和５年度消費購買動向調査」から作成

②郊外に買い物に行く交通手段

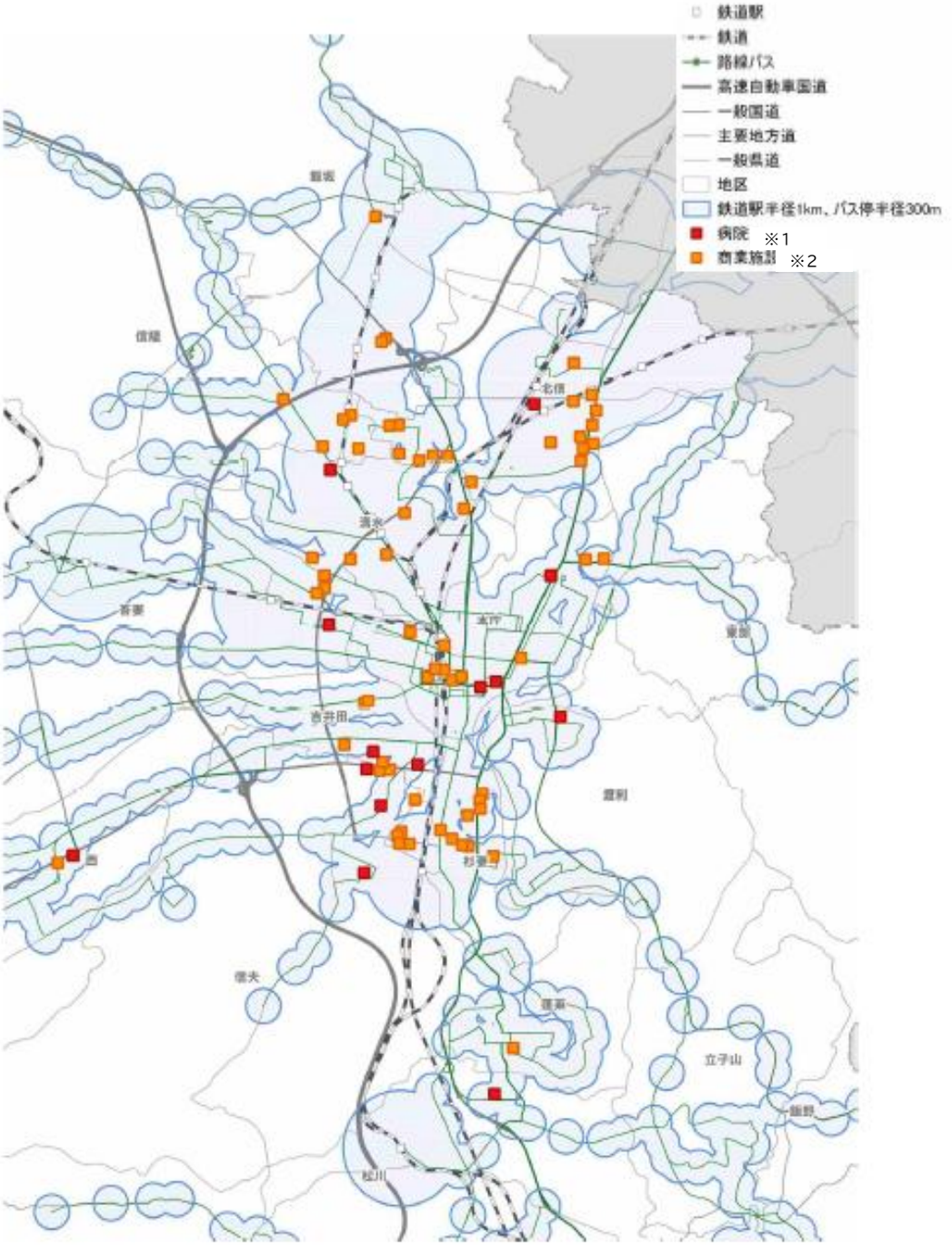
郊外に買い物に行く交通手段は、「自動車」が 85.4%と中心市街地の 78.1%を上回り圧倒的に多く、次いで「自転車・バイク」となっています。



資料：福島市「令和５年度消費購買動向調査」から作成

■大規模施設立地状況

大規模小売店舗（小売業を行うための店舗の床面積が 1,000 ㎡を超える建物）は、福島駅周辺の中心部と一般国道４号、一般国道 13 号、一般国道 115 号等、幹線道路沿線の郊外部に立地しています。



※１　病床数が 50 床以上の病院
※２　延べ床面積が 1,000 ㎡以降の主な商業施設

資料：福島市「地域公共交通計画（令和８年６月一部改定）」

■大規模小売店舗のうち店舗面積 3,000 ㎡以上の店舗

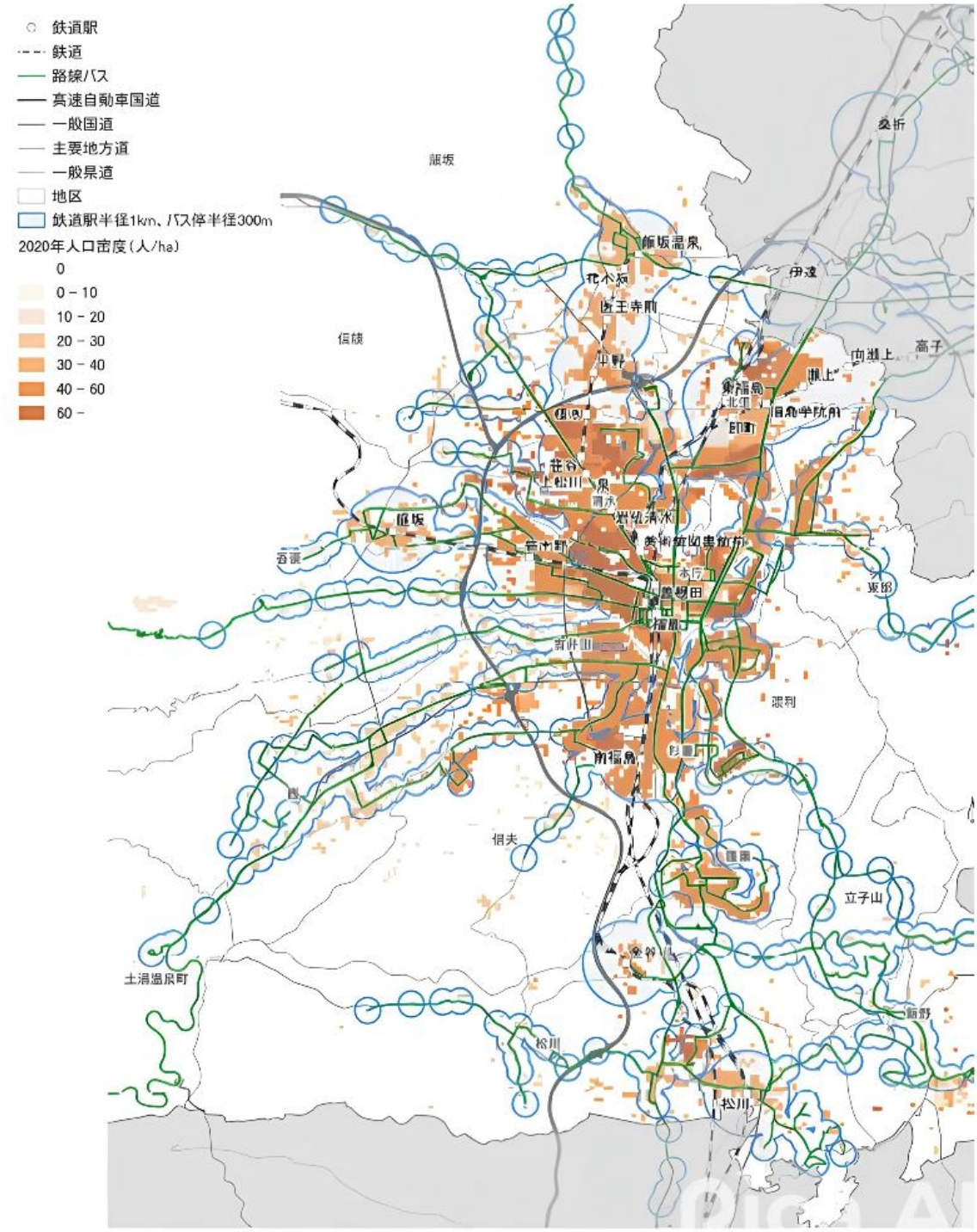
【令和８年６月１日現在】

No	大規模店舗名称	所在地	開業日	店舗面積(㎡)
1	新福島駅ビル	栄町	S63.6.10	6,176
2	リオン・ドール鎌田店	鎌田	H6.11.10	4,197
3	東京インテリア家具福島店	鳥谷野	H7.3.3	7,259
4	ヨークベニマル平野店	飯坂町平野	H7.4.28	3,347
5	カインズホーム鎌田店	鎌田	H7.9.14	3,264
6	コープマートやのめ	南矢野目	H8.11	4,916
7	ダイユーエイト福島鎌田店	鎌田	H9.3.12	3,600
8	福島駅西口ショッピングセンター	公事田	H9.4.18	7,335
9	ヨークベニマル福島西店	八島田	H9.4.22	5,090
10	カワチ薬品福島西店	泉	H9.5.10	3,054
11	イオン福島店	南矢野目	H10.10.9	21,862
12	スーパースポーツゼビオ福島矢野目店	南矢野目	H11.11.20	3,516
13	ヤマダ電機テックランド福島店	御山	H13.12.21	4,826
14	ダイユーエイト福島黒岩店	黒岩	H14.12.4	5,447
15	ヨークタウン野田	野田町四丁目	H16.11.12	7,143
16	コジマ×ビックカメラ福島店	丸子	H18.7.27	3,260
17	AXC	栄町	H20.4.26	9,402
18	スーパースポーツゼビオ福島南バイパス店	黒岩	H20.12.11	4,158
19	コジマ×ビックカメラ方木田店	方木田	H21.5.29	3,290
20	ケーズデンキ福島南本店	太平寺	H21.8.5	3,679
21	曽根田ショッピングセンター	曽根田町	H22.11.25	11,233
22	ヤマダ電機テックランド福島南店	太平寺	H25.3.15	4,076
23	HDD福島貸店舗	鳥谷野	H26.1.21	5,997
24	ダイユーエイト福島西店	南沢又	R1.10.25	5,970
25	ドン・キホーテ福島コマレオ店	鎌田	R2.4.23	4,248
26	ヨークベニマル南福島店	黒岩	R3.7.21	4,457
27	ヨークベニマル入江町店	入江町	R3.10.29	3,042
28	DCM矢野目店	南矢野目	R6.9.1	3,915

（３）交通の状況

■公共交通のカバー状況

人口分布は、公共交通で概ねカバーされているものの、郊外部に公共交通空白地域が点在しています。

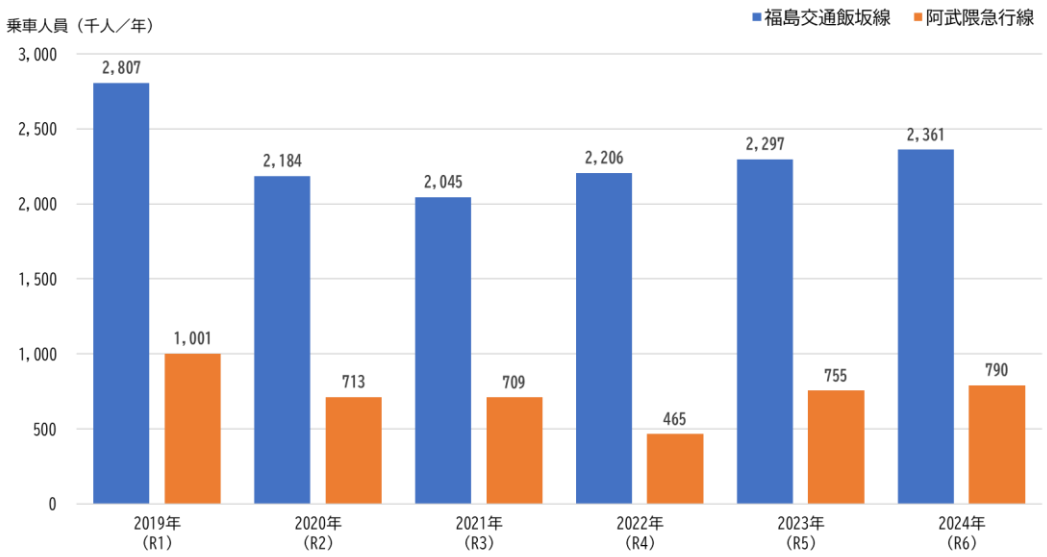


資料：福島市「地域公共交通計画（令和８年６月一部改定）」

■鉄道・バス利用状況（年間輸送人員の推移）

①鉄道（福島交通飯坂線、阿武隈急行）

市内の鉄道輸送人員は、新型コロナウイルス感染症拡大等の影響により 2020 年（令和２年）は福島交通飯坂線、阿武隈急行ともに 2019 年（令和元年）より約３割程度利用が落ち込みました。その後回復傾向は見られるものの、コロナ禍前の利用状況までは回復できていません。

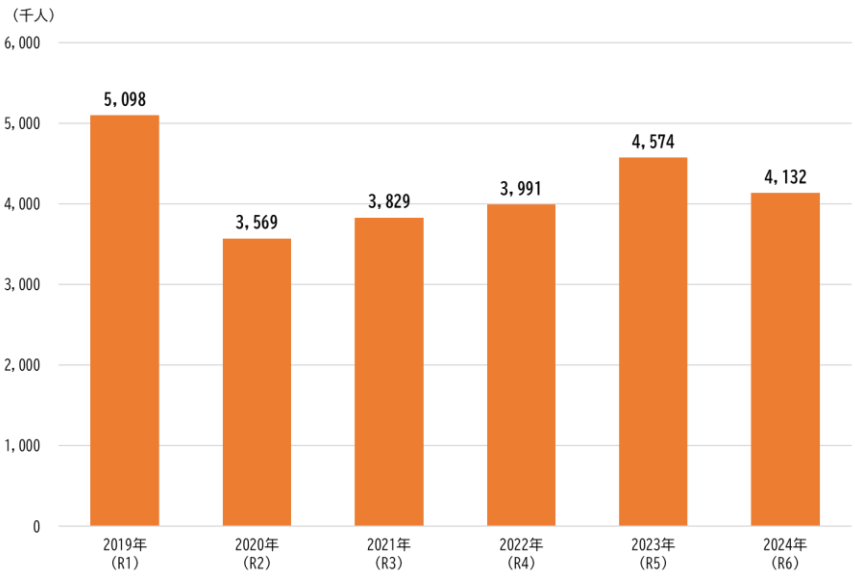


資料：福島市「地域公共交通計画（令和８年６月一部改定）」より作成

②路線バス

市内の路線バスの年間輸送人員は、新型コロナウイルス感染症拡大等の影響により、2020 年（令和２年）は 2019 年（令和元年）より約３割利用が落ち込み、3,500 千人台まで減少しました。

その後回復傾向は見られるものの、コロナ前の利用状況までは回復できておらず、2024 年（令和６年）は、4,132 千人の輸送人員となっています。



資料：福島市「地域公共交通計画（令和８年６月一部改定）」より作成

２．商業まちづくりの課題

〇中心市街地の課題

人口減少や少子高齢化に加え、EC の普及やコロナ禍の影響により、消費者の購買行動や価値観は大きく変化し、地域の商業環境は大きな転換期を迎えています。

特に、中心市街地では、百貨店や大型スーパーの閉店に伴う商業集積力の低下に加え、各個店の情報発信力や店舗・商店街同士の連携が十分とは言えず、エリア全体の魅力が伝わりにくい状況が見られます。こうした状況が、来街者数の減少や地域経済の縮小、まちのにぎわいの低下へとつながっていると考えられます。

このような中、まちなかへの来訪機会を創出するとともに、回遊性の向上を図り、地域内での消費行動につなげていくことが、今後の商業振興における重要な課題となっています。

〇地域商業の機能と拠点配置の課題

地域の商業サービスや商店街等は、住民が身近な場所で食料品や生活必需品を購入できる環境を提供し、日々の暮らしを支える重要な役割を果たしています。

今後は、各地域の個店や商店街等の魅力を高めることで地域内の消費を促進するとともに、中心市街地と郊外の商業機能がバランスよく配置されるよう立地を誘導することが求められます。

地域ごとの生活圏の実情やニーズに応じた商業機能の適正配置に取り組むことが、地域全体の持続可能な商業まちづくりにとって重要であると言えます。

〇公共交通の移動環境の課題

消費購買動向調査によると、買い物の際の交通手段は自家用車の利用が約８割を占め、多くの市民がその利便性に支えられた生活を送っています。

一方で、高齢化の進展に伴い、運転免許証の返納により公共交通を必要とする高齢者が増えており、自己の運転や家族等の送迎に頼らず移動できる交通環境も求められています。

このため、「コンパクト＋ネットワーク」のまちづくり方針に基づき、暮らしを支える交通サービスの利便性向上を図っていくことが重要とあると言えます。

〇地域資源の活用と商業の連携の課題

本市には、「くだもの」等の地場産品をはじめ、「花見山」や「温泉」といった地域資源や文化的資源・社会的資源も数多く存在しています。加えて、地域で受け継がれてきた祭りやイベントも、地域の魅力を高める貴重な地域資源であり、今後も大切に守り育てていく必要があります。

また、本市は高速道路や新幹線といった高速交通が整っており、首都圏等からのアクセスにも優れていることから、これらの地域資源等を生かし、地域内外からの誘客や商業活性化へとつなげていくことが求められています。

第３節　商業まちづくりの推進に関する基本方針

本市商業の現状や課題、第７次福島市総合計画等の上位計画を踏まえて、人口、都市機能、交通基盤等の分布状況に配慮し、適正規模の商業機能を配置するための商業まちづくりの方針を以下のとおりとします。

１．誰もが安心して暮らせる商業の環境づくり

市民一人ひとりが快適な日常生活を送れるよう、地域の特性に応じた生活密着型の商業機能の充実を図ります。日常生活圏においては、徒歩、自転車、マイカーに加え、コミュニティサイクル、循環バス、新たなタクシーサービス（サブスクリプション型デマンド交通等）といった域内交通が移動を支え、回遊性・滞留性を高め、健康で持続可能なまちづくりを推進します。

【目指す姿】

〇楽しく魅力ある地区商店街の創出

〇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

２．商業機能の魅力を生かしたまちなかのにぎわいづくり

市中心部であるまちなかを広域的な活性化の拠点として位置づけ、商業やまちなか居住等の都市機能を集積させることで、中心部の魅力や来訪者の回遊性を高め、にぎわい創出を図ります。

また、駅東西一体のまちづくりを進め、駅周辺全体の活性化と人の往来の促進を図り、魅力ある広域的拠点の形成を目指します。

あわせて、「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」、「福島市地域公共交通計画」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。

【目指す姿】

〇県都の顔となる商店街の形成

〇多彩で多様な人々と交流できるにぎわいのある商店街

3．適正な商業施設の配置を促す計画づくり

持続可能な都市経営の実現に向けては、「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、商業まちづくりの方向性を明確にし、適正な商業施設配置を進める必要があります。

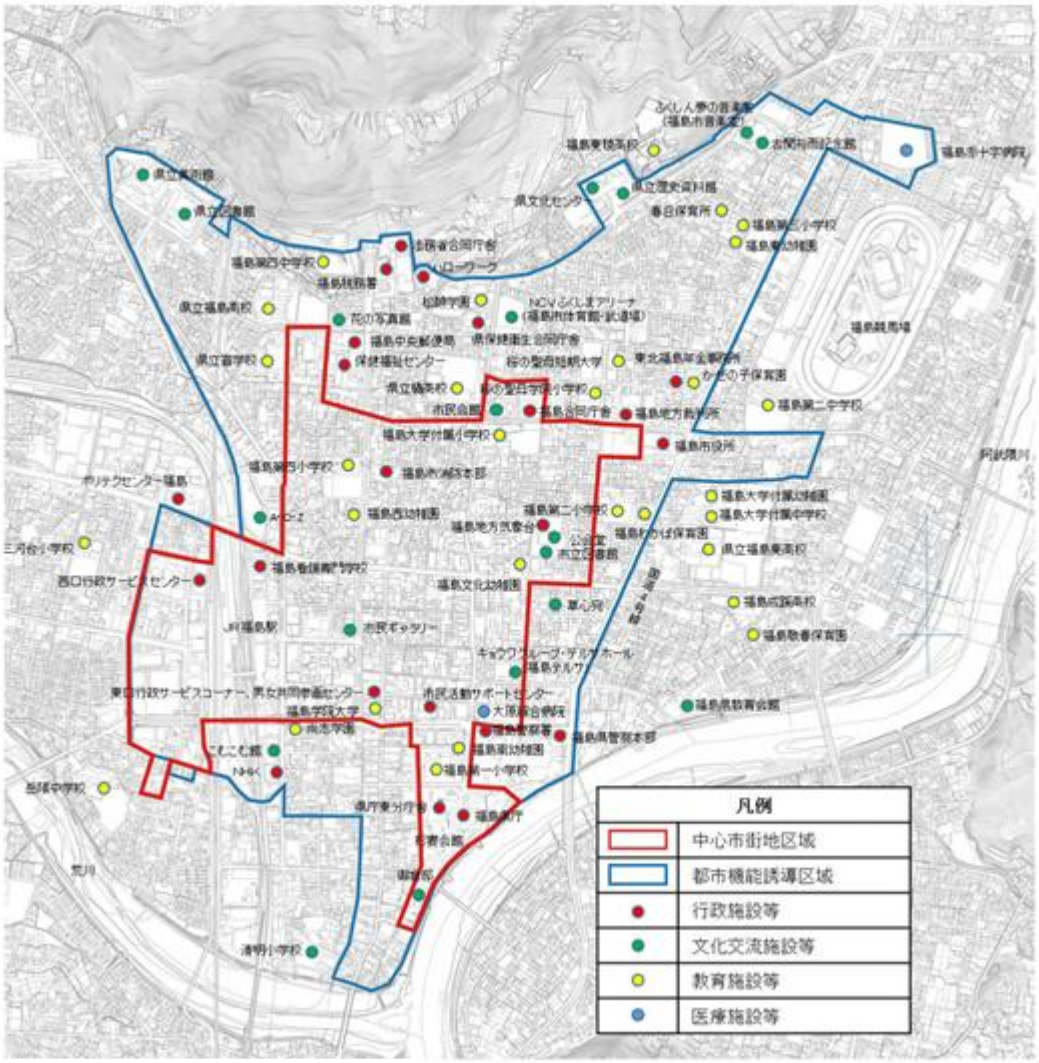
そのため、特定小売商業施設は中心市街地へ誘導するとともに、「コンパクト＋ネットワーク」のまちづくり方針に基づき、各地域の個性を生かしながら、市街地と田園が調和したまちづくりを進め、市全体の均衡ある発展と持続的な活性化を図ります。

【目指す姿】

〇中心市街地への商業施設の誘導強化

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、中心市街地のにぎ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）】



資料：福島市「中心市街地活性化基本計画」

〇無秩序な商業施設立地の抑制

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が 10,000 ㎡を超える施設）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。

４．交流人口の拡大に向けた商業のまちづくり

商業施設、観光資源、文化財、集客交流施設等、多様な地域資源を有効に活用し、再訪意欲や地域への愛着を高めることで、人々が歩きたくなるまちを目指します。

また、人の流れを意識した空間のつながりや、回遊しやすい経路の整備により、回遊性の向上を図り、持続的なにぎわいの創出を図ります。

【目指す姿】

〇市外から人を呼び込める商業環境の創造

第４節　小売商業施設の誘導及び抑制を図る地区に関する事項

１．小売商業施設の誘導を図る地区に関する事項

「コンパクト＋ネットワーク」のまちづくり方針を踏まえ、中心市街地と郊外のバランスに配慮した商業施設の立地を誘導することを目的に、商業集積の現状や地域特性に基づいて地域の将来像等を検討します。

あわせて、中心市街地への商業施設の集積を促す都市構造の形成や、地域の特性や生活環境に配慮した商業施設の適正な配置を進めます。

これらの検討にあたっては、「福島市立地適正化計画」や「福島市地域公共交通計画」等との整合性を図りながら、小売商業施設の立地について誘導を行う地区を設定します。

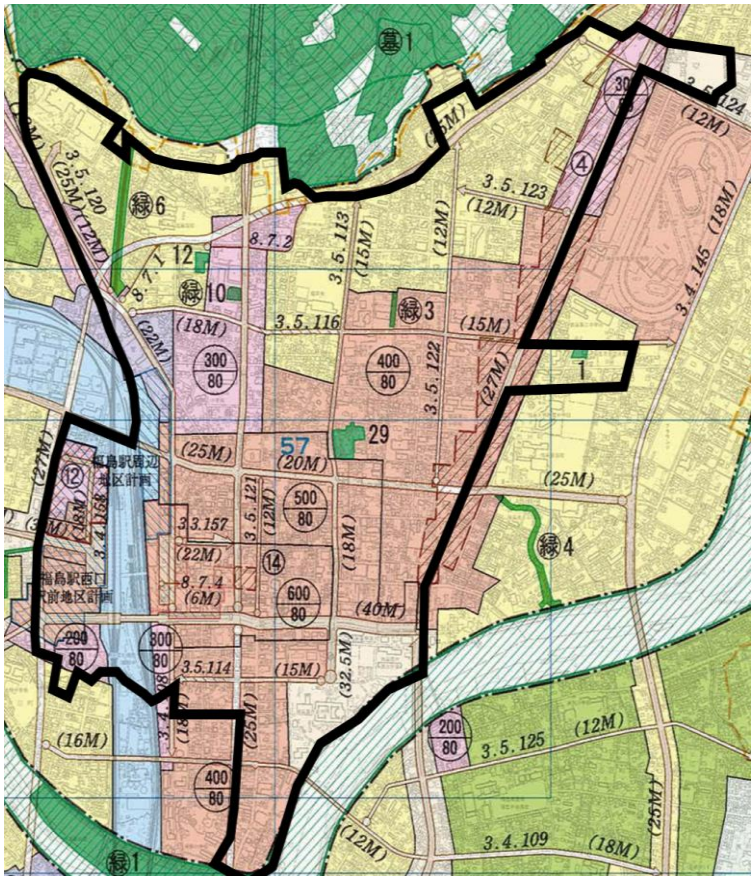
誘導を行う地区は、①高度商業集積ゾーン、②方部拠点ゾーン、③観光地域型商業集積ゾーン、④生活密着ゾーンに分類して設定します。

（１）高度商業集積ゾーン（特定小売商業施設の誘導を図る地区）

中央東地区・中央西地区については、「福島市中心市街地活性化基本計画」及び「福島市立地適正化計画」を踏まえて、高度に商業集積を図るべき地区として位置づけます。

ただし、「福島市中心市街地活性化基本計画」に定める中心市街地と、「福島市立地適正化計画」に定める都市機能区域を「中心拠点」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。

※黒太枠内：中心拠点



（２）方部拠点ゾーン（小売商業施設の誘導を図る地区）

各地区の人口集積地等については、その地域の特性に応じた生活機能や産業機能等を集積させ、「地域拠点」とします。

「地域拠点」は、「コンパクト＋ネットワーク」の観点から、中心拠点を交通ネットワークで結ぶ重要な地区であり、その発展は中心拠点とともに市全体の都市力向上につながるものです。

なかでも、北信・清水・杉妻・吉井田地区は商業施設が集積し、日常の買い物の場として利用頻度が高く、地域の生活を支える重要な商業エリアです。国道４号・13 号等の幹線道路に加え、JR 東北本線、福島交通飯坂線、阿武隈急行線により中心市街地と結ばれています。また、市内の主要施設や住宅地域を結ぶバス路線等も整備されており、公共交通による地域間移動の利便性にも優れています。

このため、「北信地区」、「清水地区」、「杉妻地区」、「吉井田地区」を「方部拠点ゾーン」として位置づけ、既存店舗の活用や他市町村との連携、さらには社会経済の動向等を踏まえながら、小売商業施設の立地誘導を図ることとします。

（３）観光地域型商業集積ゾーン

「土湯温泉町地区」「飯坂地区」「高湯地区」は、それぞれ特徴ある温泉資源を有する地域であり、個性豊かな観光資源を活用しながら、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て位置づけます。

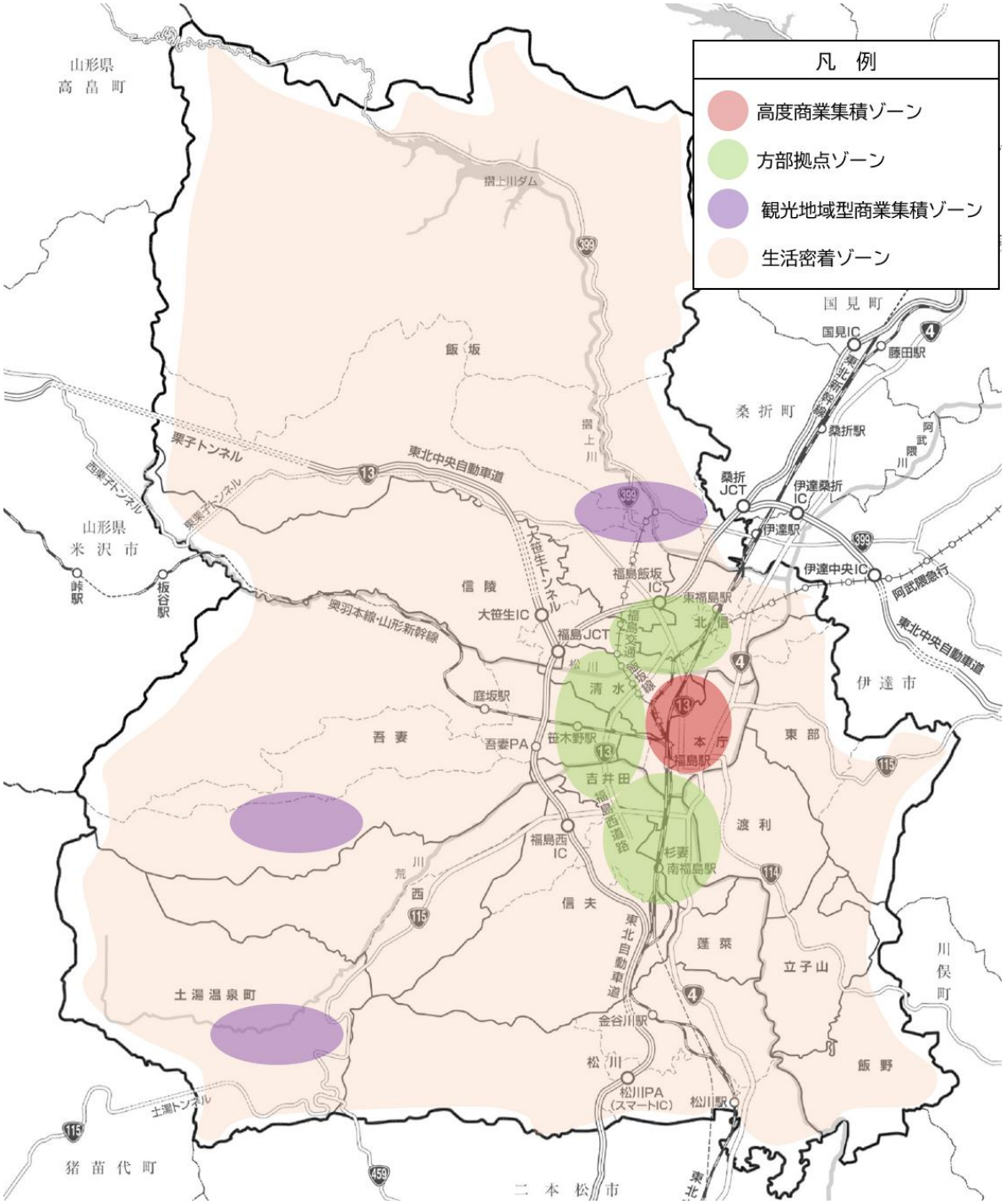
（４）生活密着ゾーン

（１）～（３）以外の地区については、「福島市都市マスタープラン」における「日常生活拠点」を、住民の日常生活を支える買い物機能等、生活に必要な商業環境の維持・充実を図る地区として位置づけます。

２．小売商業施設の抑制を図る地区に関する事項

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、自然公園法に規定する自然公園等、商業的な土地利用が制限されている地域には、小売商業施設の立地を厳に抑制します。

【ゾーニング図】


凡　例
高度商業集積ゾーン
方部拠点ゾーン
観光地域型商業集積ゾーン
生活密着ゾーン
山形県
高 畠 町
摺上川ダム
国 見 町
国見IC
藤田駅
飯 坂
桑 折 町
桑折駅
栗子トンネル
東北中央自動車道
西栗子トンネル
東栗子トンネル
桑折JCT
伊達桑折IC
伊達駅
山形県
米 沢 市
峠駅
板谷駅
信 陵
大笹生トンネル
福島飯坂IC
東福島駅
伊達中央IC
阿武隈急行
奥羽本線・山形新幹線
大笹生IC
福島JCT
福島交通飯坂線
伊 達 市
庭坂駅
清 水
吾 妻
笹木野駅
吾妻PA
本 庁
福島駅
東 部
吉井田
福島西道路
渡 利
福島西IC
杉妻
南福島駅
荒
川
西
信 夫
東北自動車道
蓬 莱
立子山
川
俣
町
土湯温泉町
金谷川駅
松 川
飯 野
松川PA
(スマートIC)
松川駅
土湯トンネル
猪 苗 代 町
二 本 松 市

第５節　その他商業まちづくり推進に関し必要な事項

（１）市民、事業者、関係団体との連携

本構想の実現に向けて、広く市民の理解を得られるよう周知に努めるとともに、市民、事業者、関係団体等と連携し、取組を進めていきます。

（２）広域連携

周辺市町村も含めた広域的な商圏構造の中で、小売商業施設の配置について検討していく必要があるため、商圏住民の消費購買動向を的確に把握しながら、周辺市町村との連携を図っていきます。

（３）地域貢献活動によるまちづくりの推進

特定小売商業施設は、立地によるまちづくりへの影響が大きく、また、地域活動における役割が期待されていること等から、周辺市町村に配慮しながら設置者と連携し、地域との共存共栄に向けた地域貢献活動の取組の働きかけを行います。

（４）構想の見直し

上位・関連計画等の各種施策の動向や本市を取り巻く社会経済情勢等の環境変化を踏まえながら、必要に応じて見直しを行います。