

R2 地域協働研究（ステージI）

R02- I -22 「地域と企業が共創する産業振興のための地域状況調査について」

課題提案者 滝沢市 経済産業部 企業振興課

研究代表者 市島宗典（総合政策学部）

研究チーム員 三好純矢（総合政策学部） 熊谷和久・松田寛之（滝沢市経済産業部企業振興課）
市島研究室（総合政策学部）

<要旨>

本研究では、滝沢市における地域住民と事業者が共創する産業振興のための条例策定、および、大学との連携、商工会（企業）との連携、市民の参画が行われる産業振興政策の体系づくりを目指し、市民を対象とする市民の購買動向、地域内事業者の認知度等の地域状況の調査を実施した。その結果、滝沢市民の購買動向およびその理由や購買に対する意識が明らかとなり、今後の滝沢市における産業振興政策の体系化に資するエビデンスを数多く得ることができた。

1 研究の概要（背景・目的等）

滝沢市においては、市内事業者のおよそ9割が従業員数19人以下の事業者となっており、今後、少子化による事業継承者不足の問題や採用難の顕在化、ならびに、技術革新に対応する資金不足に伴う競争力の低下による事業撤退や廃業のリスクを抱えるおそれがある。このリスクは、小売業・サービス業など、市民生活に直結する事業所の減少にもつながり、市民の雇用にも影響を与えることが予想される。

また、滝沢市内の事業所数の変化をみると、市民の日常生活に必要な不可欠な小売業、医療・福祉業、飲食サービス業のうち、小売業や飲食サービス業の事業所数は、平成18年度と比較して減少していることから、今後、高齢化が進展するにつれて、日常生活の買い物にも困窮する買い物弱者や交通弱者の増加が懸念される。

さらに、高齢化の進行により、増加している医療・福祉業を除き、事業所数が軒並み減少しているということは、単に事業所を誘致するだけでは、その経営が成り立たなくなることをも意味している。

以上のような滝沢市の現状を鑑みると、滝沢市としては、中小企業等の事業者のみを考慮に入れた地域産業政策のみでは、将来の事業継続が立ち行かなくなる懸念があり、地域産業振興を下支えする、市、事業者および市民が共有できる根拠が必要となっているものと考えられる。産業振興のための政策展開には、産業振興にかかる条例の制定が求められており、その条例化に当たっては、中小企業等の事業者のみならず、市民ニーズの反映が必要不可欠であると考えられ、市民の購買動向、地域内事業者の認知度等の市民を対象とする地域状況の調査が裏付けとして必要となっている。

したがって、本研究では、滝沢市における地域産業振興を下支えする、市、企業および市民が共有できる産業振興に関する条例の制定、および、その政策展開のために、市民を対象とする地域状況調査を実施し、その結果得られた知見を産業振興にかかる政策・施策・事務事業に反映させていくことを目的とする。

2 研究の内容（方法・経過等）

本研究では、地域産業振興を下支えする、市、企業および市民が共有できる産業振興政策を展開していくために、市民

を対象とする地域状況調査を実施した。その概要は次のとおりである。

- ・調査期間：令和2年10月12日～10月31日
- ・調査対象：滝沢市民1,000名（層別抽出法）
- ・調査方法：郵送調査

3 これまで得られた研究の成果

滝沢市民を対象とした地域状況調査の回答者は421名（回収率42.1%）であった。集計結果の概要は次のとおりである。

まず、市民の購買地域について、食料品および日用品については、平常時、滝沢市内（居住地区内）で購入している市民が最も多いものの、盛岡市内で購入している市民も4割を超えている。家電製品については、盛岡市内で購入している市民が8割を超えている。一方、新型コロナウイルスの感染拡大による外出自粛期間においては、滝沢市内、特に居住地区内で購入する市民が増加している（表1）。

表1 市民の購買地域

		市内 (居住地区内)	市内 (居住地区外)	盛岡市	その他	合計
		食料品	外出 自粛中	155	25	76
	59.62%		9.62%	29.23%	1.54%	100%
昨年 同時期	126		25	104	4	259
	48.65%		9.65%	40.15%	1.54%	100%
日用品	外出 自粛中	144	26	83	3	256
		56.25%	10.16%	32.42%	1.17%	100%
	昨年 同時期	117	24	112	3	256
		45.70%	9.38%	43.75%	1.17%	100%
家電製品	外出 自粛中	23	15	212	22	272
		8.46%	5.51%	77.94%	8.09%	100%
	昨年 同時期	12	14	232	13	271
		4.43%	5.17%	85.61%	4.80%	100%

また、市民の購買理由について、食料品および日用品については、平常時、「自宅から近い」が最も多く、次いで「品揃えが良い」となっている。家電製品については、「品揃えが良い」が最も多く、次いで「安い」となっている。一方、外出自粛期間においては、いずれの品目においても「自宅から近い」の割合が増加している（表2）。

表2 市民の購買理由

		自宅から近い	職場の通り道	品揃えが良い	家族で買い物できる	安い	便利	その他	合計
食料品	外出自粛中	156	24	34	1	12	14	5	246
		63.41%	9.76%	13.82%	0.41%	4.88%	5.69%	2.03%	100%
	昨年同時期	129	24	47	6	18	16	6	246
		52.44%	9.76%	19.11%	2.44%	7.32%	6.50%	2.44%	100%
日用品	外出自粛中	149	19	44	2	12	18	3	247
		60.32%	7.69%	17.81%	0.81%	4.86%	7.29%	1.21%	100%
	昨年同時期	122	25	57	6	15	20	3	248
		49.19%	10.08%	22.98%	2.42%	6.05%	8.06%	1.21%	100%
家電製品	外出自粛中	46	4	134	5	37	17	12	255
		18.04%	1.57%	52.55%	1.96%	14.51%	6.67%	4.71%	100%
	昨年同時期	35	3	144	7	42	15	11	257
		13.62%	1.17%	56.03%	2.72%	16.34%	5.84%	4.28%	100%

市民の購買店舗形態については、平常時、外出自粛期間とともに、食料品はスーパーマーケットが8割超、日用品はドラッグストアが5割超となっている。家電製品は平常時、家電量販店が8割程度となっているが、外出自粛期間中は7割強に減少した一方、インターネットが1割超に増加する結果となっている(表3)。

表3 市民の購買店舗形態

		地元商店	スーパーマーケット	コンビニエンスストア	ドラッグストア	ホームセンター		
食料品	外出自粛中	13	229	5	7	0		
		4.69%	82.67%	1.81%	2.53%	0.00%		
	昨年同時期	13	231	3	5	0		
		4.73%	84.00%	1.09%	1.82%	0.00%		
日用品	外出自粛中	5	48	0	142	61		
		1.79%	17.20%	0.00%	50.90%	21.86%		
	昨年同時期	6	41	0	146	59		
		2.18%	14.91%	0.00%	53.09%	21.45%		
家電製品	外出自粛中	7				28		
		2.49%				9.96%		
	昨年同時期	5				22		
		1.81%				7.94%		
		百貨店	大型商業施設	インターネット	家電量販店	その他	合計	
食料品	外出自粛中	0	12	1		10	277	
		0.00%	4.33%	0.36%		3.61%	100%	
	昨年同時期	0	17	0		6	275	
		0.00%	6.18%	0.00%		2.18%	100%	
日用品	外出自粛中	0	9	8		6	279	
		0.00%	3.23%	2.87%		2.15%	100%	
	昨年同時期	0	19	1		3	275	
		0.00%	6.91%	0.36%		1.09%	100%	
家電製品	外出自粛中	1	2	32	206	5	281	
		0.36%	0.71%	11.39%	73.31%	1.78%	100%	
	昨年同時期	0	4	20	224	2	277	
		0.00%	1.44%	7.22%	80.87%	0.72%	100%	

市民の購買満足度については、日用品は8割程度、食料品および家電製品は7割程度が「満足している」と回答している(表4)。

表4 市民の購買満足度

		満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	不満	合計
食料品		136	65	26	44	11	282
		48.23%	23.05%	9.22%	15.60%	3.90%	100%
日用品		143	83	27	22	8	283
		50.53%	29.33%	9.54%	7.77%	2.83%	100%
家電製品		122	78	40	28	13	281
		43.42%	27.76%	14.23%	9.96%	4.63%	100%

市民の店舗減少による影響については、小売店で「影響がある」とした市民は4割強、「影響がない」とした市民が5割弱おり、飲食店で「影響がある」とした市民は3割程度、「影響がない」とした市民が6割程度に上っている(表5)。

表5 市民の店舗減少による影響

	大きな影響	少し影響	ほとんど影響ない	まったく影響ない	不明	合計
小売店	59	66	126	20	23	294
	20.07%	22.45%	42.86%	6.80%	7.82%	100%
飲食店	31	56	137	36	26	286
	10.84%	19.58%	47.90%	12.59%	9.09%	100%

以上の結果について、70代以上の高齢世代に絞って検討してみる。

いずれの品目においても、平常時、外出自粛期間問わず、滝沢市内で購買している割合が他世代よりも高くなっている。これと連動して、購買理由については、「自宅から近い」との回答がかなり高いものとなっている。購買満足度については、品目問わず、「満足している」との回答が全世代よりも高く(食料品 +8.13ポイント、日用品 +9.03ポイント、家電製品 +3.10ポイント)なっており、滝沢市内での利便性に満足している状況となっている。

一方、近所の店舗減少による影響については、全体よりもその影響を強く感じ取って(小売店 +14.98ポイント、飲食店 +6.98ポイント)おり、現状、自宅から近い場所で購買して生活していることにより、将来、近所の店舗の減少が、高齢世代の生活により影響を及ぼすことにつながる可能性が高いことが明らかとなった。

したがって、現状では、滝沢市内での購買について、高齢世代は他世代以上に満足しているが、今後、もし小売店や飲食店が減少することとなれば、市内での購買を中心に生活している高齢世代に大きな影響を及ぼすおそれが垣間見られる。

4 今後の具体的な展開

滝沢市では、令和3年3月19日に「滝沢市産業振興条例」が市議会で可決され、同年4月1日より施行されている。今後、同条例にもとづいた、産業振興にかかる政策・施策・事務事業に本研究の知見が反映され、令和5年度からスタートする次期滝沢市総合計画に合わせ、展開される予定である。その政策・施策・事務事業の実施により、滝沢市における産業振興政策が体系化されていくものと期待される。

また、本研究の成果により得られる人材育成への効果として、「滝沢市産業振興条例」が制定されることで、市民のニーズをくみ取りつつ産業振興政策が展開され、滝沢市において産業が育成されることにつながるものと期待される。

5 その他

本研究の遂行に当たっては、課題提案者である滝沢市経済産業部企業振興課の皆さまに大変お世話になった。ここに記して感謝を申し上げる次第である。また、本研究において実施した地域状況調査にご協力いただいた滝沢市民の皆さまにもあわせて感謝を申し上げる。