

● ビジョンの概要

1 策定の背景と目的

平成21年3月に策定した「松本市中心市街地活性化のための商業ビジョン」（以下「前ビジョン」という。）は、平成30年度をもってその計画期間が終了しましたが、この10年間で、ネットショッピングやキャッシュレス決済による多様な決済手段の拡大、外国人観光客の増加、大型商業施設の出店等、商業・サービス業を取り巻く環境は大きく変化しています。

また、後継者不在による廃業や空き店舗・空き地の増加に起因する街の魅力の低下は、中心市街地だけでなく、本市全体の課題であり、市域全体を経済的に潤す方策を真剣に考える時期に来ています。

そこで、今後の10年間の方向性を明らかにし、実現性の高い商業振興施策を推進するための指針として「松本市商業ビジョン」（以下「本ビジョン」という。）を策定します。

2 ビジョンの位置付けと範囲

（1）ビジョンの位置付け

本ビジョンは、市の最上位計画である「松本市総合計画（第10次基本計画）」を上位計画とし、総合計画のリーディングプロジェクトに位置付けている「『健康寿命延伸都市・松本』地方創生総合戦略」及び関連分野の計画との整合性を確保しながら、本市の商業振興に関する分野別のビジョンとして位置付けます。

（2）ビジョンの範囲

本ビジョンの範囲は、松本市全域とします。

3 ビジョンのマネジメント

（1）ビジョンの期間

本ビジョンの期間は、令和元年度（2019年度）から令和10年度（2028年度）の10年間とし、中間年である令和5年度（2023年度）に評価検証を行い、施策を見直します。

（2）ビジョンにおける関係者の役割

本ビジョンにおける各主体の役割を以下のように定めます。本ビジョンは事業者、商工会議所・商工会、市及びその他支援機関が連携するとともに、各々が主体的な役割を果たすことにより推進するものとします。

主体	役割
① 事業者	自らの創意工夫により経営基盤の強化に努め、市民ニーズに即した事業展開や商業地のエリアマネジメントに参画するとともに、常に情報を収集し、社会情勢の変化を把握します。また、商品・サービスの提供については、常に品質の向上を図ります。
② 商工会議所・商工会	創業及び事業承継の支援を市及びその他支援機関と連携して行うとともに、小規模事業者支援法に基づく「経営発達支援計画」を策定し、国の支援施策等の活用を図りながら、事業者への伴走型支援を実施します。また、事業者、市及びその他支援機関と連携し、地域資源を活かした魅力的なまちづくりを推進します。
③ 市	松本市商工業振興条例及び各種補助制度により商業振興を図るとともに、国の支援施策等の活用を図りながら、商工会議所・商工会及びその他支援機関と連携して必要な施策を推進します。また、まちなみや交通環境の整備などにより、都市機能の充実を図ります。
④ その他支援機関	日頃の相談先として各機関の専門性を活かした支援を行うとともに、市、商工会議所・商工会等と連携を図りながら事業者を支援します。

前ビジョンの検証

1 指標による検証

前ビジョンにおいては、進捗状況を把握するために以下の指標を設定しています。

卸売業の年間商品販売額、事業所数及び従業者数は、リーマンショック発生後の事業所向け需要の減少、支社機能の統合による多段階取引の縮小、直接取引の拡大等を背景に、大きく減少した後も低迷が続いています。

また、小売業の年間商品販売額、事業所数及び従業者数は、個人消費の伸び悩みを背景に大きく減少していましたが、景気の緩やかな回復基調に合わせる形で、平成24年から平成28年にかけては増加しています。

しかし、リーマンショック発生以前の平成19年の水準まで回復するには至っていません。

そのような状況の中、周辺市町村からの流入の大きさを表す吸引力係数は0.1ポイント増加し、中心市街地の歩行者通行量、来街者の滞留時間も前ビジョン期間では増加しています。

指標名	前ビジョン策定時		中間値		現在値		考え方
		年		年		年	
年間商品販売額	1兆2,857億 8,600万円	H19	9,857億 6,900万円	H24	1兆618億 2,400万円	H28	商業の状況を表す。
事業所数	3,445事業所	H19	2,589事業所	H24	2,712事業所	H28	
従業者数	26,379人	H19	19,348人	H24	22,000人	H28	
従業員1人当たりの 年間商品販売額	4,870万円	H19	5,090万円	H24	4,820万円	H28	
吸引力係数	140.6%	H18	—	—	140.7%	H27	消費者の状況を表す。
歩行者通行量 (1日当たり)	105,798人	H20	100,152人	H24	119,647人	H28	
来街者の滞留時間 (平均)	2.96 時間	H20	—	—	4.03時間	H28	来街者の状況を表す。
商工会議所の会員数	4,817社	H21	4,464社	H24	4,379社	H28	商工会議所の取組みの成果を表す。

(出典) 総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」(平成24年、28年)、長野県「商圈調査」、松本商店街連盟「松本市商店街歩行者通行量調査」(独自調査)、松本市・松本商工会議所「中心市街地の来街者に対する調査」(独自調査)

(注1) 年間商品販売額/事業所数/従業者数/従業員1人当たりの年間商品販売額: 松本市の卸売業・小売業の合計。平成24年度から経済産業省「商業統計」は総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」となり、調査設計の変更等があったため、単純に比較することはできない。

(注2) 商工会議所の会員数の現在値は、平成28年度末(平成29年3月末)時点の数値

2 施策・事業の管理に関する改善点

前ビジョンにおける施策・事業の管理に関する反省点に基づき、本ビジョンに反映させるべき改善点を以下に示します。

(1) 関係者間における施策・事業の共有が必須

商工会議所・商工会、市及びその他支援機関だけでなく、商店街や個々の事業者と目標を共有することで、効果的に施策を推進することができます。

様々な機会を通じて、本ビジョンの共有を図っていきます。

(2) 施策・事業の実施主体の明確化が必須

施策、事業を確実に実施するために、事業者、商工会議所・商工会、市及びその他支援機関など関係者それぞれの役割を明確化します。

(3) 施策・事業の進捗管理が必須

本ビジョンでは、計画中間年に当たる令和5年度(2023年度)に施策の実施成果を評価検証し、全体的な見直しを行います。

日々実施する事業においては、都度、その成果や効果を検証し、必要に応じて修正していくものとします。

3 基本目標における実施事業と成果・課題

前ビジョンの6つの基本目標ごとに実施した主な施策の成果と課題について整理します。

基本目標 1 個店の魅力を向上する	
成果	課題
<ul style="list-style-type: none"> 市が行う商店等グレードアップ事業を利用して行った店舗改修工事により魅力ある店舗づくりが図られた。 (H27年度～H29年度：合計34件) 「H27年度 松本市市民満足度調査」によると、半数以上の54.5%が「個性やこだわりのある店舗が増えてきている」と回答しており、一定の評価を得た。 	<ul style="list-style-type: none"> 「H28年度中心市街地の商業者に対するアンケート調査」によると、ここ5年の経営状況は、利益は拡大傾向又は横ばいと回答が34.2%であったのに対し、利益は縮小傾向との回答は36.3%であったことから、個店の魅力を購買行動につなげる取組みが必要です。
基本目標 2 既存商業者が自らの商売の魅力を高めるための支援をする	
成果	課題
<ul style="list-style-type: none"> 商工会議所において商業者支援メニューが概ね集約されている。 個店の経営支援については、セミナー、個別相談、事業計画の策定支援などを実施した。 	<ul style="list-style-type: none"> 商業者支援のワンストップサービス窓口として商工会議所の役割を明確に位置付け、機能を強化していくことが必要です。
基本目標 3 新規創業・新事業の創出などの新しい試みを創出する	
成果	課題
<ul style="list-style-type: none"> 商工会議所の支援による新規創業件数は増加しており、新規創業者への支援の強化・充実が図られた。 (H25年度：45件 → H29年度：65件) 市において、H24年度から新規開業家賃補助事業の補助期間をそれまでの1年から2年に延長したことにより、新規創業後の事業継続率が伸びた。 (H24年度：81.0% → H29年度：93.3%) 	<ul style="list-style-type: none"> 商工会議所を創業支援事業者とする「松本地域創業者支援ネットワーク」において、創業後5年目までの伴走型支援が機能しているか検証が必要です。 事業計画作成に基づく販路拡大等にかかる経費を助成する「小規模事業者持続化補助金」の採択率は、全国的に低く、本市も同様の傾向です。
基本目標 4 ソフト・ハード両面の整備によって商業地としての魅力と機能を高める	
成果	課題
<ul style="list-style-type: none"> タウンスニーカーの拡充、レンタサイクル事業など一定の環境整備が進んだ。 ベンチ設置や女鳥羽川の有効活用、回遊コース作成など、来街者を回遊させる仕組みづくりが進んだ。 まちづくり協定を締結した地区において「まちなみ修景事業」を実施し、特性を活かした景観形成による魅力的なまちづくりが進んだ。 商店街ごとに様々な取組みが行われ、一部の先進的な取組みについては高い評価を受けた。 (中町におけるインバウンド対応の取組み) 来街者を呼び込むためのイベントは活発に開催されており、まちの賑わい（歩行者通行量）が増加した。 (H19年度：105,798人→H28年度：119,647人) 	<ul style="list-style-type: none"> 松本商店街連盟運用の共通駐車券システムは、無人駐車場の増加などにより、今後の運用に課題があります。 来街者の滞在時間を延ばす環境整備を引き続き推進し、消費に結び付ける取組みが必要です。 これまでの商店街ごとの取組みを基盤に、複数の商店街が連携し、滞留時間の延長、販売の促進につなげる仕組みづくりについて検討が必要です。 この10年間で4.7倍に増加している外国人観光客に対する受入環境の充実を図る必要があります。 イベントの開催が売上げに結び付いていないとの指摘もあり、目的と在り方を見直す必要があります。
基本目標 5 中心市街地の情報発信等によって来街者の意識と行動を変える	
成果	課題
<ul style="list-style-type: none"> 個店情報の発信については、チラシ、ホームページの整備などが実施された。 「松本まちなかゼミナール」を開催し、個店ならではの専門的知識や情報を消費者に提供した。 (H24～H29年度参加者平均人数 1,010人/回) 	<ul style="list-style-type: none"> 接客・サービスによる付加価値の創出、地元産品・地元資本の積極的な取扱いを進める必要があります。 異業種連携による特色の打ち出しなど、中心市街地全体で消費者の購買行動に訴えかける取組みが必要です。
基本目標 6 中心市街地の商業活性化のための人材・組織等を含めた推進体制をつくる	
成果	課題
<ul style="list-style-type: none"> 実行委員会形式でのイベントが数多く開催されており、イベント運営を通して、地域における求心力のある人材を輩出する素地はできつつある。 	<ul style="list-style-type: none"> 実行委員会の運営等を担っている人材には、次の段階として、中心市街地全体の商業活性化のために活躍することが期待されます。

● 商業振興を図る上での強み・課題と方向性

「松本市の商業を取り巻く現状」と「前ビジョンの検証」結果から、本市の商業の強みや商業振興を図る上での課題と方向性を整理します。

1 強みを活かした方向性

(1) 松本ならではの魅力（地域資源）がある

・これまで蓄積してきた他の商業地と差別化可能な地域資源を商業振興に活かす取組みが必要です。

(2) 新規創業が増加している

・商工会議所内に創業を支援するノウハウ・機能は既にあるため、支援機能を見える化し認知度を高めることで、より多くの創業につなげていく必要があります。

(3) 中心市街地における移動手段の充実が図られている

・中心市街地を一つのモールと捉え、今後まちなかの回遊性を高めていく必要があります。

2 課題解決に向けた方向性

(1) 消費者の減少が見込まれる

・事業者は将来を見据えた中長期的な事業計画を作成し、計画に沿った着実な事業経営が必要です。

(2) 消費者の購買行動が変化している

・実店舗における買い物の利便性向上を図るため、キャッシュレス化を推進する必要があります。
・経営基盤の弱い小規模事業者に対し、事業計画の作成支援や独自の支援制度の検討が必要です。

(3) 支援機関における支援内容が十分に周知されていない

・事業者の日頃の相談先になっている事業者や情報のハブとなっている卸売業者などと定期的に情報交換を行い、支援内容を伝えることで、情報の拡散を図る必要があります。

(4) 事業承継に対する取組みが必要

・事業承継には5年から10年程度の期間を要することから、50歳代経営者への早期啓発が必要です。

(5) 個店の魅力を高めることで購買につなげる取組みが必要

・地域住民に愛される個店になることで、観光客にも利用され、評価が高まれば、更に地域住民にも利用してもらえるという循環を生む出すことが重要です。

(6) 外国人観光客の受入環境の充実が必要

・外国人観光客のインバウンド消費を取り込むため、事業者のホスピタリティの向上やキャッシュレス化、免税店化の取組みを推進する必要があります。

(7) 来街者の増加が購買につながっていない

・開催趣旨、ターゲットを明確化し、地元の個店の販売促進につながるイベントとする必要があります。

(8) まちづくりの視点から見た有効な土地利用が必要

・店舗機能を維持し商業地としての魅力を低下させないためには、事業者だけでなく土地の所有者や不動産業者を含む関係者により将来像を共有し、まちのマネジメント機能を育てていく必要があります。

(9) 大型店の進出により中心市街地の環境が変化している

・地域住民の来街動機を高め、まちの魅力を高めるためには、中心市街地の均衡ある発展が必要です。

(10) 個店・商店街を越えた取組みが必要

・開設が予定されているICT拠点などを活用し、次世代を担う事業者が他分野の担い手と協力し合いながら将来像を描き、商業振興につなげるアイデアを生み出すことができる仕組みづくりが必要です。

(11) 中心市街地に来街・回遊しやすい環境の整備が必要

・中心市街地で使用できる駐車券について、ICTを活用した共通化に向けた検討が必要です。

(12) データの収集・分析が必要

・ICTを活用し、来街者の動きを把握できるデータを収集する仕組みづくりを検討する必要があります。

●松本市商業ビジョン

1 目指す商業地の姿

挑戦する商業者が創る、地域に愛される商業地

2 基本方針

目指す商業地の姿を実現するため、以下の3つの基本方針を設定します。

(1) 挑戦する商業者を支援します〔主な関連施策：基本目標1 施策①②④〕

多くの商業者が積極的に挑戦し、切磋琢磨し、お互いを高め合うことで、より良い商品やサービスが提供される魅力的な商業地を目指します。

本ビジョンでは、商工会議所・商工会、市及びその他支援機関によって、挑戦する商業者を支援します。

(2) 地域に愛される個店をつくります〔主な関連施策：基本目標2 施策①〕

魅力的な商業地を維持していくためには、それぞれの個店が地域住民に支持されていることが何よりも重要です。

そのためには、エリアごとに違う消費者ニーズに対応した商品やサービスの提供を通して、個店と地域住民の間の信頼関係を深めていく取り組みが必要です。

地域住民が魅力を感じ、足を運ぶ商業地は、国内外の観光客にも魅力的に映ります。

本ビジョンでは、商業者が商工会議所・商工会、市及び関係機関と一体となって、地域住民に愛され、何度も足を運びたい個店づくりを進めます。

(3) 多様な主体が連携し、商業地の将来像を描く仕組みづくりに取り組みます

〔主な関連施策：基本目標2 施策③、基本目標3 施策②〕

商業者の努力だけで商業地の魅力向上を図ることは困難です。

人口や消費者の購買行動が変化する中でも、足を運んでもらえる付加価値を創出し、魅力的な商業地として維持されるためには、その将来像を、商業者を中心に関係者が共有し、適切にマネジメントしていく仕組みが必要です。

本ビジョンでは、商業者、関係機関及び地域住民が一体となって、商業地の将来像を描く仕組みづくりに取り組みます。

3 成果指標

成果指標		基本目標			基準値		目標値	
		1	2	3	実績	年	2023年度	2028年度
年間商品販売額	小売業・卸売業	○	○		1兆618億 2,400万円	H28	1兆1,542億 9,300万円	1兆2,252億 3,300万円
事業収入	宿泊業・飲食店	○	○		832億 300万円	H28	904億 4,900万円	960億 700万円
事業所数	小売業・卸売業	○	○		2,712事業所	H28	2,712事業所	2,712事業所
	宿泊業・飲食店	○	○		1,411事業所	H28	1,411事業所	1,411事業所
商業の従業者数	小売業・卸売業	○	○		22,000人	H28	22,000人	22,000人
	宿泊業・飲食店	○	○		9,494人	H28	9,494人	9,494人
新規創業者の5年後事業継続率		○			93.3%	H29	95.0%	95.0%
吸引力係数			○	○	140.7%	H27	142%	143%
中心市街地の歩行者通行量（1日当たり）				○	119,647人	H28	130,000人	138,000人
中心市街地の市営駐車場の平均駐車時間				○	1.55時間	H29	1.75時間	2時間

4 施策体系

目指す商業地の姿を実現するため、以下の施策体系に基づき取り組んでいきます。
また、本ビジョンの成果指標の達成に向け、推進事業ごとに活動指標を設定します。

基本目標	施策	推進事業	重点事業	
【基本目標 1】 商業を支える個店の 経営力強化と創出	① 新たな挑戦をする事業者の経営力強化	推進事業 1 事業者に対する学びの機会の提供や事業計画の作成支援		
		推進事業 2 販路拡大・生産性の向上に取り組む小規模事業者に対する支援	★	
	② 創業者に対する支援	推進事業 1 松本商工会議所創業サポート窓口による創業支援機能の拡充		
		推進事業 2 創業に関する情報収集・共有及び伴走型支援の実施	★	
		推進事業 3 創業セミナー・創業スクールの開催		
	③ 円滑な事業承継を実現する支援体制の構築	推進事業 1 事業承継に関する情報収集と共有		
		推進事業 2 事業承継に対する経営者の意識啓発	★	
		推進事業 3 事業承継支援体制の構築		
	④ 事業者が抱える課題に対する解決機能の強化	推進事業 1 商業アドバイザーによる課題解決力の向上		
		推進事業 2 商工会議所経営指導員のスキルアップ・有資格化		
	【基本目標 2】 魅力的な個店が集積する 商業地の形成	① 地域に愛される魅力的な個店づくり	推進事業 1 まちゼミを活用した個店の魅力向上	
			推進事業 2 キャッシュレス化の推進	★
推進事業 3 (仮称) think local, buy local 運動の展開 ～地域の魅力を地域で支える～			★	
推進事業 4 個店・商業地の魅力発信				
推進事業 5 外国人観光客の受入環境の充実				
② 地域内の経済循環を生み出すイベントの開催		推進事業 1 来街機会の創出や経済効果を生み出すイベントの実施		
③ エリアとして楽しめる商業地の持続		推進事業 1 事業者による将来像の共有		
		推進事業 2 個店の集積の維持		
【基本目標 3】 中心市街地の商業地 としての魅力を 高めるまちづくり		① 回遊しながら買物を楽しめる中心市街地の形成	推進事業 1 アプリなどを活用した商業空間を回遊する楽しみの創出	
			推進事業 2 滞留・休憩できる環境づくり	
	② 未来を見据えた協力体制の構築	推進事業 1 (仮称) まちなか未来Talkの開催	★	
		推進事業 2 商業以外の分野の担い手との連携		
	③ 多様な移動手段による来街・回遊環境の充実	推進事業 1 中心市街地までの来街環境の充実	★	
		推進事業 2 中心市街地における移動手段の充実		
	④ データの収集と活用	推進事業 1 ICTを活用したマーケティングの推進		
		推進事業 2 中心市街地の商業環境の把握		

実施区分			実施時期			実施主体	活動指標	実績値 2017年度	中間年目標 2023年度	最終年目標 2028年度
新規	拡充	実施中	短期	中期	長期					
		●	●			商工会議所、商工会、その他支援機関	経営力向上に向けたセミナーの延べ参加者数（商工会議所）	55人/年	65人/年	75人/年
							商業者に対する個別相談の実施件数（商工会議所）	36件/年	45件/年	55件/年
							商業者における事業計画作成事業者数（商工会議所）	138件/年	150件/年	165件/年
●			●			商工会議所、商工会、市	小規模事業者持続化補助金の利用件数	40件/年	45件/年	50件/年
	●		●			商工会議所、市 （仮称）松本地域事業者支援ネットワーク	商業に関する創業相談者数（商工会議所）	196人/年	200人/年	200人/年
							商業者に対する創業支援件数（商工会議所）	65件/年	70件/年	70件/年
							週末相談窓口が受けた相談件数	-	10件/年	15件/年
	●		●			商工会議所、その他支援機関、市	（仮称）松本地域事業者支援ネットワークの定期的な開催	-	2回/年	2回/年
							創業後のフォローアップ支援件数（訪問件数）	80件/年	90件/年	100件/年
							新規開業家賃補助事業の利用件数	45件/年	48件/年	48件/年
		●	●			商工会議所	松本地域創業セミナーの延べ参加者数	29人/年	30人/年	30人/年
							松本地域創業スクール受講者数	30人/年	30人/年	30人/年
							松本地域創業スクール受講者による創業件数	19件/年	20件/年	20件/年
●			●			商工会議所、市、その他支援機関	（仮称）松本地域事業者支援ネットワークの定期的な開催	-	2回/年	2回/年
●			●			商工会議所、商工会、その他支援機関	事業承継セミナーの延べ参加者数（商工会議所）	103人/年	120人/年	140人/年
							個別訪問件数（50歳代の経営者対象）	-	70件/年	70件/年
●			●			商工会議所	長野県事業承継ネットワークへの引継件数	-	10件/年	15件/年
●			●			商工会議所	商業アドバイザー登録者数	-	5人	10人
							商業アドバイザーによる延べ相談対応件数	-	15件/年	30件/年
	●		●	●		商工会議所	商工会議所内の中小企業診断士数	-	1人	1人
	●		●	●		商業者、商工会議所、商店街連盟	まちゼミの結果を活用した個別支援件数	-	5件/年	8件/年
●			●			商業者、商店街連盟、商工親和会連合会 商工会議所、商工会、市、その他支援機関	新たなキャッシュレス決済に対応した店舗比率（商店街 連盟・商工親和会連合会・商工会の加盟事業者）	-	+20% (2019年度比)	+40% (2019年度比)
●			●	●	●	商店街連盟、商工親和会連合会 商工会、商工会議所、市、商業者	（仮称）think local, buy local 運動協賛会員数	-	70件	100件
	●		●			商業者、商店街、商店街連盟 商工会議所、市	情報発信媒体活用セミナーの延べ参加者数（商工会議所）	-	80人/年	80人/年
							松本市商店街活動振興事業補助金の利用件数	2件/年	4件/年	4件/年
	●		●	●		市、観光コンパニオン協会、商工会議所 その他支援機関、商店街連盟、商業者	外国人観光客受入セミナーの延べ参加者数	60人/年	100人/年	100人/年
	●		●			商業者、商店街、商店街連盟 市、商工会議所	イベントの把握・整理・共有の実施	-	1回/年	1回/年
	●		●	●	●	商店街、商工会議所、市、住民 商業者、関係者	将来像を共有する検討会の延べ開催エリア数	-	3カ所	5カ所
	●		●	●		商工会議所、市、その他支援機関	空き店舗率	8.4%	8.2%	8.0%
●			●			商業者、市、商工会議所、商店街連盟 その他支援機関	回遊性向上につながるアプリの延べ開発数	-	3個	5個
	●		●	●		市、商店街、商業者、商工会議所 関係団体	（仮）松本城大手門枳形跡広場のイベント等利用日数	-	52日/年	52日/年
●			●	●	●	商業者、商工会議所、市、関係者など	（仮称）まちなか未来Talkの開催	-	5回/年	5回/年
●			●			商業者、商工会議所、市、関係者など	（仮称）まちなか未来Talkの開催	-	5回/年	5回/年
	●		●			商店街連盟、商工会議所、市、商業者 駐車場事業協同組合、交通事業者	公共交通利用者数	25,800人/日	26,800人/日	27,400人/日
		●	●			交通事業者、市	タウンズニーカー北・東コース利用者数	510人/日	700人/日	700人/日
●			●	●		商業者、市、商工会議所	回遊性向上につながるアプリの延べ開発数	-	3個	5個
	●		●			商工会議所、市、商店街連盟	既存調査手法の延べ見直し件数	-	2件	3件

重点事業

目指す商業地の姿を実現するため、特に重点的に取り組む必要がある事項として、以下の7つの事業を設定します。

1 販路拡大・生産性の向上に取り組む小規模事業者に対する支援

- 経営基盤が弱い小規模事業者の持続的な経営を後押しするため、販路拡大等に取り組む小規模事業者に対し、商工会議所・商工会が事業計画の作成を支援し、国の小規模事業者持続化補助金の活用を図るとともに、市において独自の支援策を制度化します。

2 創業に関する情報収集・共有及び伴走型支援の実施

- 関係機関で構成されている松本地域創業者支援ネットワークを事業承継の意識啓発などを行うネットワークとして発展させた（仮称）松本地域事業者支援ネットワークにおいて、日頃の相談先や情報のハブとなっている卸売業者などから創業者の情報を収集し、創業者に対して必要な支援が実施できる環境を構築します。
- 松本商工会議所創業サポート窓口の支援を受けた創業者に対しては、伴走型支援を実施するとともに、市は「新規開業家賃補助事業」などにより、新規開業者の創業を支援します。

3 事業承継に対する経営者の意識啓発

- 商工会議所や商工会、その他支援機関において事業承継セミナーを開催し、経営者に対する意識啓発を行います。
- 事業承継には5年から10年程度の期間を要することから、今後、事業承継が必要となりうる50歳代の経営者に対し、（仮称）松本地域事業者支援ネットワークを活用して意識啓発を行います。

4 キャッシュレス化の推進

- キャッシュレス決済は、インターネットやアプリを活用した形態が登場し、今後も様々な形態で新たなキャッシュレス化を実現するサービスの登場が予想されていることから、商工会議所と市は、その他支援機関と連携を図りながら逐次情報提供を行います。
- 個店だけでなく公共交通機関や駐車場などとの互換性を含めて、キャッシュレス化に向けた新たな取組みを推進します。

5 （仮称）think local, buy local 運動の展開 ～地域の魅力を地域で支える～

- 地域のものに誇りを持って売る個店を増やし、消費者が地域の魅力を知ることにより個店での買物体験に付加価値を見出し、地域の魅力を地域で支えていく機運を醸成する必要があります。
- 地元の個店で買物をする楽しさを広め、更にその行為が地域社会の形成にも意義があるということを訴求する「（仮称）think local, buy local 運動」を企画、展開します。

6 （仮称）まちなか未来Talkの開催

- 次世代を担う商業者と関係者が協働する場として「（仮称）まちなか未来Talk」を開催し、様々な課題設定の下、解決に向けたアイデアを検討します。
- アイデアに基づき、将来的にはアクションプランの作成や中心市街地の将来像の構想につなげていくため、アクションプランの実行に際しては、商店街連盟などとともにその実施に当たることとします。

7 中心市街地までの来街環境の充実

- 多様な来街手段により来街者の利便性を高めるため、公共交通の電子決済システムの導入を検討すると同時に、利用促進を図ります。
- ICTを活用した駐車券の共通化や事業者負担の公平化について検討します。

問い合わせ先

松本市 商工観光部 商工課

〒390-0874 松本市大手3丁目8番13号
電話：0263-34-3110

松本商工会議所 地域振興部

〒390-0811 長野県松本市中央1丁目23番1号
電話：0263-32-5345