

第1項

商業・サービス業の振興



目標	だれもが、見て・歩いて・楽しめるまち	
数値目標	小売業年間商品販売額	2004年 5,137億円
		2011年 5,500億円
	卸売業年間商品販売額	2004年 9,369億円
		2011年 10,000億円

取り巻く環境(現状と課題)

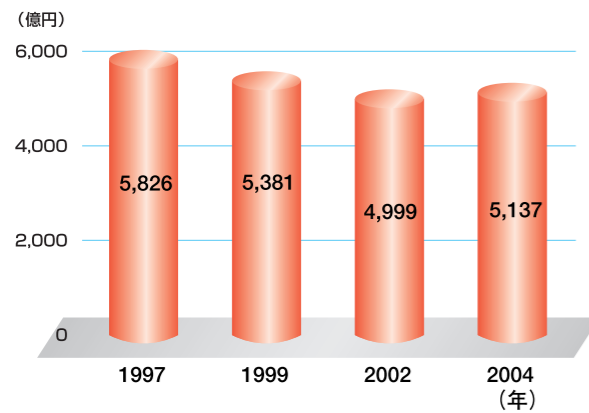
中小小売・サービス業の活力向上

消費者のライフスタイルの変化などにより、消費生活行動が多様化する中で、中小小売・サービス業の活力が失われています。そのため、それぞれの店の特徴を活かした魅力ある店舗づくりが必要です。

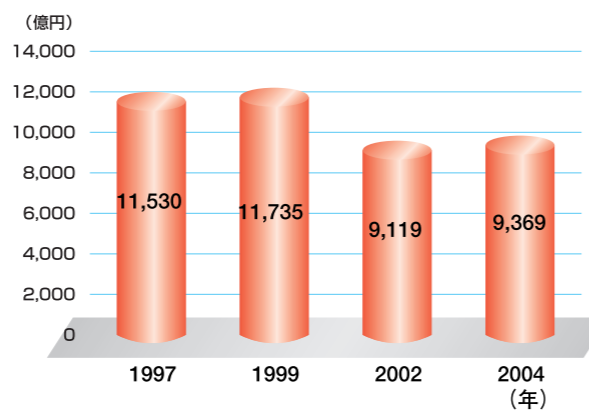
卸売機能の強化

様々な消費者ニーズや産業構造の変化により、本市の卸売業は落ち込みが大きくなっています。取引の簡素化など流通の効率化に努め、卸売機能を高める必要があります。

小売業の年間商品販売額の推移



卸売業の年間商品販売額の推移



(資料) 商業統計調査報告書

「目標」を達成するための取組

小売・サービス業の振興

多様なライフスタイルにこたえられるよう、コミュニティ機能を導入するなど地域の特性に応じた特色ある店舗づくりを進めます。

- 中小小売・サービス機能の強化

卸売業の振興

物流の効率化や広域的な商取引を拡大するための見本市、展示会への出展などを促進します。また、地域の特性に合った卸売機能の充実に努めます。

- 卸売業の高度化・活性化

経営基盤強化の支援【再掲】 4-1-2

中小企業の経営基盤を強化するため、製品開発能力の向上や取引機会の拡充、新規販路の開拓など、経営戦略から資金調達、人材育成まで様々な面から総合的に支援します。

- 製品開発・販路開拓の強化
- 人材育成機能の強化
- 伝統的な地場産業の振興
- 中小企業融資制度の充実



商店街(久松通り)



びんご産業市場

市民として



地元の商店を利用しましょう。