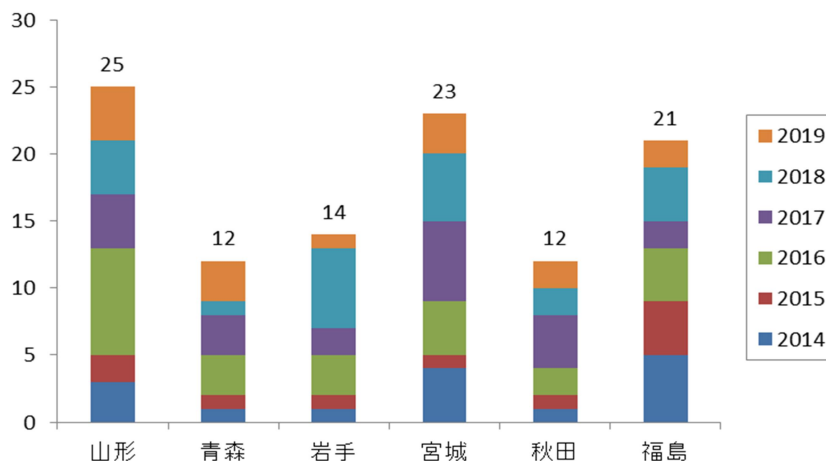


【図 26 「がんばる・はばたく中小企業・小規模事業者 300 社」選定企業数】



資料：中小企業庁「がんばる中小企業・小規模事業者300社」、「はばたく中小企業・小規模事業者300社」

本県には、試験研究機関や高等教育機関が県内各地にバランスよく配置され、本県製造業の技術力を支えている。このうち、県工業技術センターにおける技術相談・技術指導や生産現場での指導件数は延べ8,000件を超え、技術支援において中核的な役割を果たしている。

県が県内企業に対して実施したアンケートによると、県内企業が取り組みを強化したいあるいは関心がある分野として、「食品・農業」、「ロボット」、「医療・福祉・健康」分野が上位となっているほか、取引先企業に対する技術面での提案力、独自技術や自社商品の開発、既存技術の高度化について、多くの企業が今後の課題として回答している。

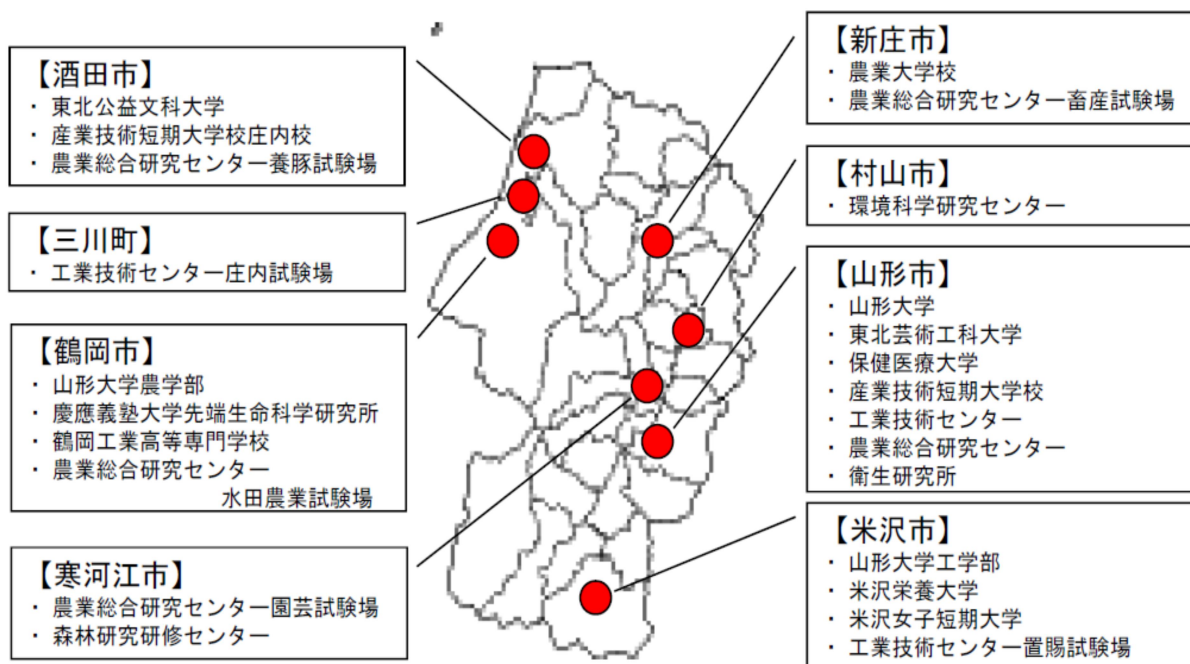
このため、県工業技術センターを中心とした技術相談機能の充実を図りながら、こうした企業の支援ニーズに的確に対応し、高付加価値分野・成長期待分野への参入や事業拡大を促進していくことが必要である。

また、本県の公設試験研究機関や高等教育機関では他に先駆けた先導的な研究開発が行われており、山形大学においては有機エレクトロニクス⁷分野、慶應義塾大学先端生命科学研究所においてはバイオテクノロジー⁸分野において世界最先端の技術が生み出され、ベンチャー企業も創出されている。このような、本県の強みとする技術を活かした事業化の流れを更に加速し、産業集積へとつなげていくことが求められる。

⁷ 有機エレクトロニクス：有機化合物を材料とする、半導体などの電子デバイスに関する工学・工業技術。有機EL（発光体）、有機トランジスタ、有機太陽電池が代表的。

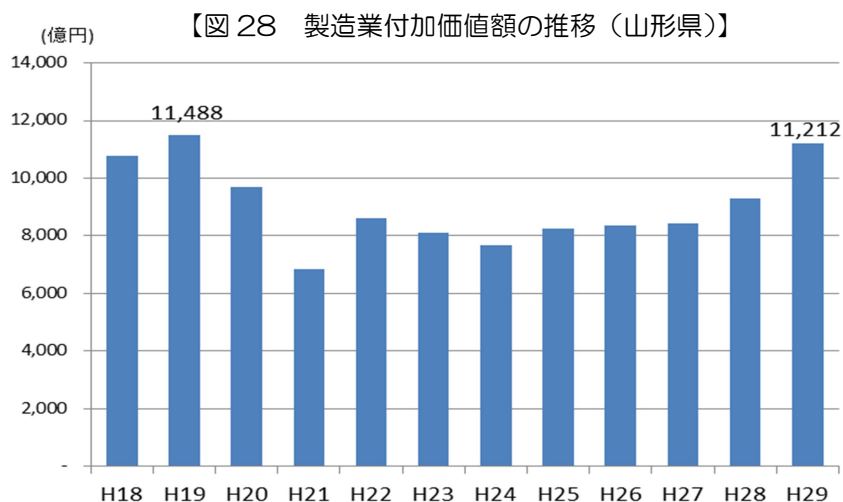
⁸ バイオテクノロジー：バイオロジー（生物学）とテクノロジー（技術）を組み合わせた合成語で、生命工学、生物工学とも訳される。生物そのもの、あるいは生物の構成成分の機能を利用、応用、模倣する幅広い範囲の技術のこと。

【図27 県内の主な試験研究機関及び高等教育機関の状況】



(ウ) 付加価値額等の状況

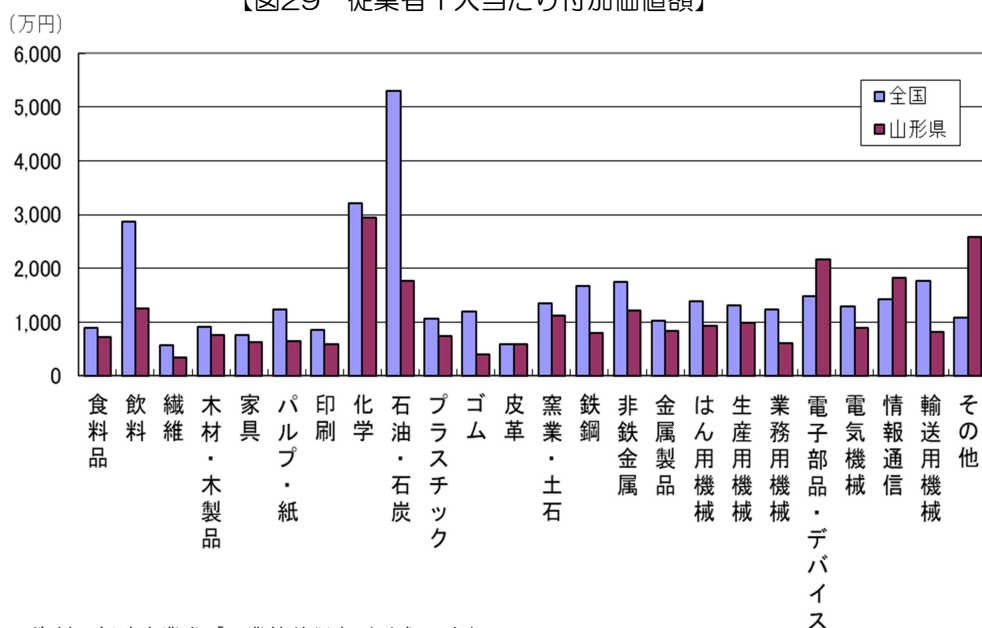
本県製造業の付加価値額は、平成19年に過去最高の1兆1,488億円となったが、その後はリーマン・ショックや東日本大震災の影響などから1兆円を下回る水準で推移してきたが、平成29年に1兆1,212億円まで回復してきている。また、平成29年の従業者1人当たりの付加価値額⁹は、全国平均の1,218万円と比較して、1,133万円となっている。業種別に見てもほとんどの業種で全国平均を下回っていることから、ものづくり企業の技術力向上と生産効率化を併せて促進し付加価値生産性を高めるとともに、本県独自の先導的プロジェクトの事業化、業種を超えた技術融合による新技術・新製品の開発、デザインの活用やブランド化の促進など、付加価値額の拡大に向けた多様な取組みを進めていくことが必要である。



資料：経済産業省「工業統計調査」

⁹ 従業者1人当たりの付加価値額：その年に創出された付加価値額をその年の従業者数で除したもの（＝労働生産性）。
 (H29付加価値額÷H29従業者数(H29.6.1現在数))

【図29 従業者1人当たり付加価値額】



資料：経済産業省「工業統計調査（平成29年）」

③ 商業・サービス業

(7) 商業の現状

県内の商業の状況は、平成28年で、商店数が14,496店、従業者数が91,602人、販売額が2兆5,881億円となっている。年間商品販売額は、平成26年より増加したものの、商店数、従業者数は減少傾向にある。人口減少によるマーケットの縮小、インターネット販売の普及など販売手法の多様化、高速交通網の発達による県外への商圈拡大などが要因として考えられることから、これらに対応し、商業の活性化を図っていく必要がある。

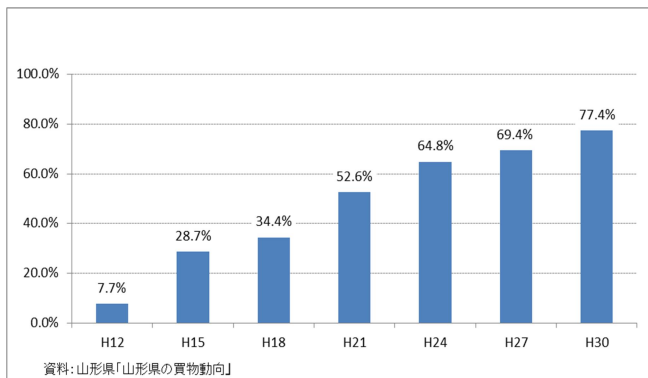
【表4 商業規模の推移（山形県）】

(単位：店、人、億円、%)

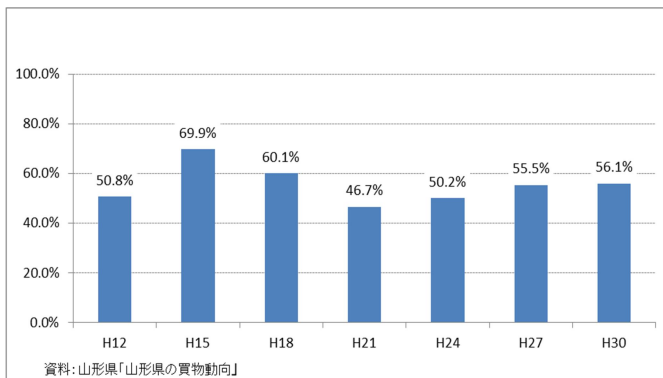
	H14		H16		H19		H24		H26		H28	
	実数	増加率	実数	増加率	実数	増加率	実数	増加率	実数	増加率	実数	増加率
商店数	19,121	▲ 7.6	18,592	▲ 2.8	16,906	▲ 9.1	15,281	▲ 9.6	14,982	▲ 2.0	14,496	▲ 3.2
卸売業	3,477	▲ 12.6	3,551	2.1	3,196	▲ 10.0	3,234	1.2	3,282	1.5	3,153	▲ 3.9
小売業	15,644	▲ 6.3	15,041	▲ 3.9	13,710	▲ 8.8	12,047	▲ 12.1	11,700	▲ 2.9	11,343	▲ 3.1
従業者数	107,842	▲ 2.3	105,549	▲ 2.3	99,082	▲ 2.1	92,687	▲ 6.5	93,732	1.1	91,602	▲ 2.3
卸売業	27,934	▲ 11.7	27,468	▲ 1.7	24,681	▲ 10.1	23,769	▲ 3.7	24,143	1.6	24,335	0.8
小売業	79,908	1.5	78,081	▲ 2.3	74,401	▲ 4.7	68,918	▲ 7.4	69,589	1.0	67,267	▲ 3.3
年間商品販売額	29,686	▲ 9.8	28,332	▲ 9.8	27,027	▲ 4.6	22,105	▲ 18.2	23,600	6.8	25,881	9.7
卸売業	16,687	▲ 13.9	15,987	▲ 4.2	14,805	▲ 7.4	11,330	▲ 23.5	12,175	7.5	13,902	14.2
小売業	12,999	▲ 3.8	12,345	▲ 5.0	12,222	▲ 1.0	10,775	▲ 11.8	11,425	6.0	11,979	4.8

資料：経済産業省「商業統計」、総務省・経済産業省「平成28年経済センサス活動調査」 ※増加率は前回との比較である

【図30 県民のインターネットショッピング利用率】



【図31 買物目的で県外に外出する県民の割合】

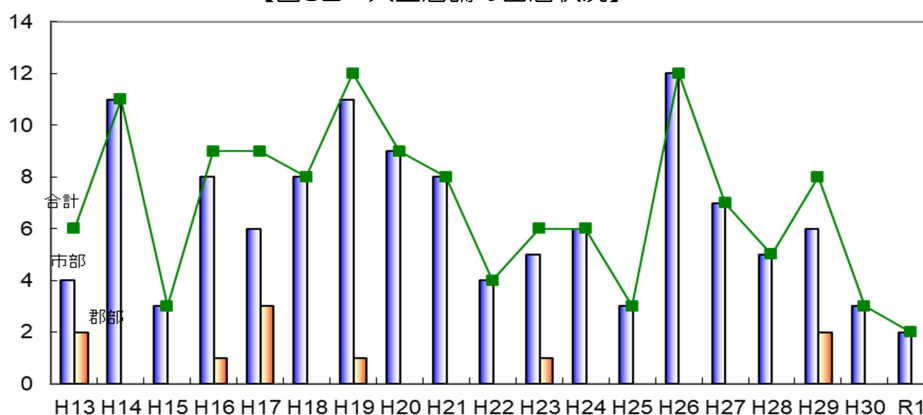


(イ) 小売店舗の減少等による生活利便性の低下

品物が豊富にあり利便性の高い大型店の出店は、買物客の減少など既存の個店や商店街に大きな影響を与えている。大型店や、自家用車等でのアクセスが容易な郊外店の増加によって、中山間部のみならず中心市街地においても、買物人口や居住人口の流出により小売店舗等が減少し、少子高齢化に伴うコミュニティ機能の低下とも相まって、そこに暮らす住民の生活環境に不便が生じている。

このような地域のニーズに対応したサービスを生み出し、商業機能と併せて提供していくことにより、誰もが暮らしやすいまちをつくっていくことが課題となっている。

(店) 【図32 大型店舗の出店状況】



【表5 市部・郡部別小売業商店数の推移】

		H14	H16	H19	H24	H26	H28	減少率				
								H14~28	H16~28	H19~28	H24~28	H26~28
村山地域	市部	5,997	5,729	5,278	4,742	4,691	4,547	▲24.2%	▲20.6%	▲13.8%	▲4.1%	▲3.1%
	郡部	1,061	1,005	907	738	725	699	▲34.1%	▲30.4%	▲22.9%	▲5.3%	▲3.6%
最上地域	市部	630	639	578	495	484	471	▲25.2%	▲26.3%	▲18.5%	▲4.8%	▲2.7%
	郡部	602	581	545	435	416	389	▲35.4%	▲33.0%	▲28.6%	▲10.6%	▲6.5%
置賜地域	市部	2,109	2,053	1,865	1,665	1,576	1,549	▲26.6%	▲24.5%	▲16.9%	▲7.0%	▲1.7%
	郡部	989	939	831	712	677	650	▲34.3%	▲30.8%	▲21.8%	▲8.7%	▲4.0%
庄内地域	市部	2,844	2,755	3,155	2,794	2,680	2,607	▲8.3%	▲5.4%	▲17.4%	▲6.7%	▲2.0%
	郡部	1,412	1,340	551	466	451	431	▲69.5%	▲67.8%	▲21.8%	▲7.5%	▲4.4%
合計		15,644	15,041	13,710	12,047	11,700	11,343	▲27.5%	▲24.6%	▲17.3%	▲5.8%	▲3.1%

資料：経済産業省「商業統計」、総務省・経済産業省「平成28年経済センサス活動調査」

※ 庄内地域において、市町村合併により単純比較できない年度間は、全体の減少率を示している