

# 美 深 町

## 【A群】 町内消費減少に歯止め。プレミアム商品券発行事業継続発行の効果あり。

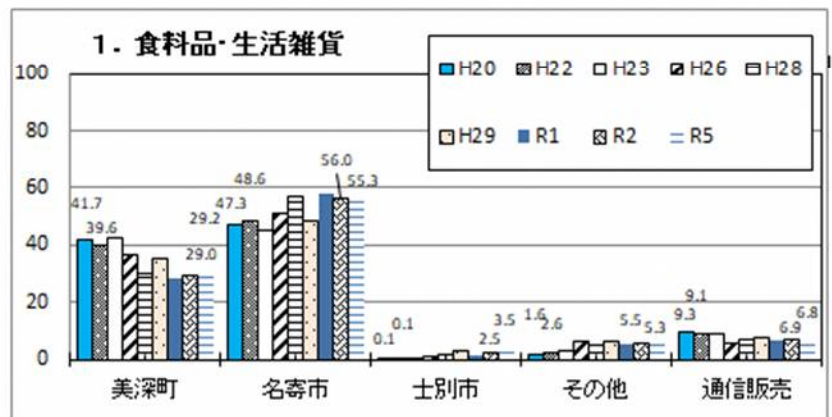
### ■ 「食料品」「生活雑貨」

A群は、町内における消費が横ばいとなった。

この部門は食料品や日用品など最寄り品という性質がある部門であるが、美深町内には大型スーパー2社がありながら、平成20年4月に名寄市徳田地区へイオン名寄ショッピングセンターが進出してから減少傾向が続いており、近年は流出の進行が緩やかになっているものの、厳しい状況であることが伺える。

過去のデータとの対比では、おおむね30%～35%台の幅で推移しており、流出に歯止めをかけているのは、プレミアム商品券の発行事業が流出防止対策として有効であることが大きな要因として考えられることから、継続して実施する必要があると考える。

1. 食料品・生活雑貨	H20	H22	H23	H26	H28	H29	R1	R2	R5
美深町	41.7	39.6	42.4	36.4	30.0	35.3	28.2	29.0	29.2
名寄市	47.3	48.6	45.0	51.0	57.1	48.2	57.8	56.0	55.3
士別市	0.1	0.1	0.4	1.2	1.5	3.3	1.6	2.5	3.5
その他	1.6	2.6	3.3	6.0	4.8	6.0	5.5	5.5	5.3
通信販売	9.3	9.1	8.9	5.4	6.7	7.3	6.8	6.9	6.8



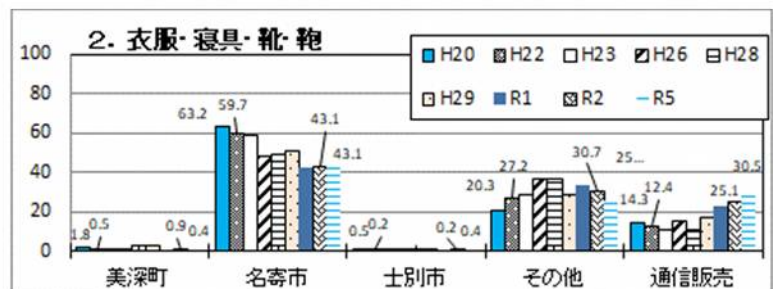
## 【B・C群】 通信販売が増加傾向。インターネットを活用した購買の影響が大きい。

### ■ 「衣服」「寝具」「靴」「鞆」

B・C群の町内合計及び名寄市が横ばい、その他の地域が減少となった。そのダウン分が通信販売のアップとなっている。インターネットやスマートフォンの普及による通信手段の多様化や利用者の増加、それによる購買流出の伸びが顕著に現れた結果となった。

新型コロナウイルス感染防止対策により非対面である通信を活用したネット販売が定着してきており、今後も伸びると予想され、消費動向を大きく左右する可能性があることから、更なる購買流出の伸びに注目していかなければならない。

2. 衣服・寝具・靴・鞆	H20	H22	H23	H26	H28	H29	R1	R2	R5
美深町	1.8	0.5	0.8	0.5	3.2	2.5	0.7	0.9	0.4
名寄市	63.2	59.7	59.2	48.0	49.4	51.0	42.8	43.1	43.1
士別市	0.5	0.2	0.3	0.1	0.3	0.4	0.1	0.2	0.4
その他	20.3	27.2	28.6	36.3	36.3	29.1	33.4	30.7	25.6
通信販売	14.3	12.4	11.1	15.0	10.7	17.1	23.0	25.1	30.5



**【D群】 美深町内が横ばいで、名寄市が微増。**

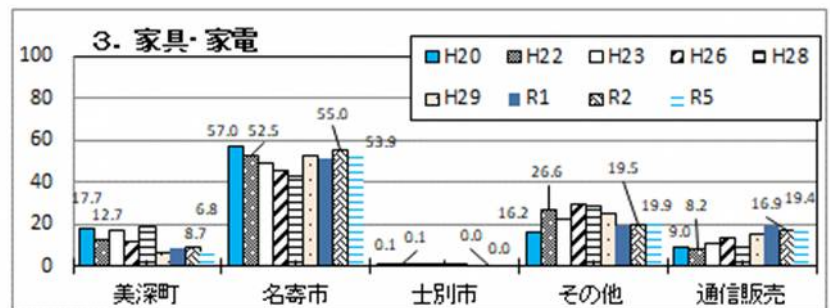
**■ 「家具」「家電」**

D群の家具家電関連は、B・C群と同じく町内では厳しい商品群となっており、小幅な減少ではあるものの流出が続いている。

名寄市の数値が微減ではあるものの、大手量販店に出店した家具販売全国チェーン店及び大手ホームセンターの影響が大きいと考えられる。

また、B・C群同様インターネットを活用した通信販売が増加傾向であることから、今後も引き続き通信販売の動向及び大手家具量販店や家電量販店の利用に伴う近隣町村売上比率等の動向を注視したい。

3. 家具・家電	H20	H22	H23	H26	H28	H29	R1	R2	R5
美深町	17.7	12.7	17.5	11.9	18.6	6.6	9.1	8.7	6.8
名寄市	57.0	52.5	48.8	45.2	43.1	52.9	51.7	55.0	53.9
士別市	0.1	0.1	0.2	0.1	0.3	0.1	0.1	0.0	0.0
その他	16.2	26.6	22.8	29.3	29.0	24.7	19.5	19.5	19.9
通信販売	9.0	8.2	10.7	13.5	9.1	15.6	19.6	16.9	19.4



**【E群】 全体的に横ばい傾向。町内では厳しい状況が継続。**

**■ 「時計」「医薬品など」**

E群の時計・医薬品等関連は、前述の各群と同様に町内では減少となった。これはこの商品群での事業所の廃業の影響があるものと考えられる。

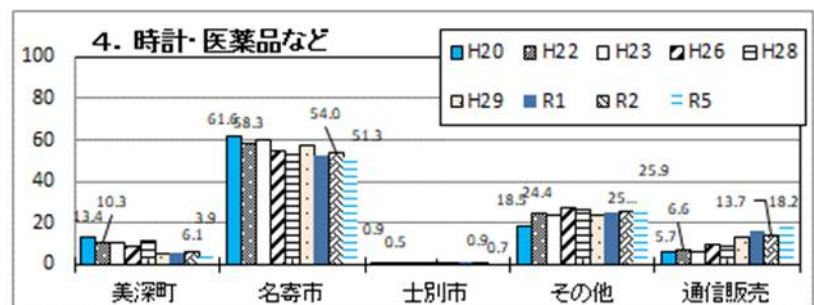
名寄市での数値は各群と同じく高止まりしており、進出が加速している大型店に顧客を奪われている結果となった。

全体的に町外への流出比率が高い部門であるが、今後もこの商品群での町内における廃業予定の事業所も考えられること

ことから、更なる購買力減少となることが予想され、厳しい状況が続く見込みである。

また、インターネットを活用した通信販売が増加傾向であることから、今後の動向を注視したい。

4. 時計・医薬品など	H20	H22	H23	H26	H28	H29	R1	R2	R5
美深町	13.4	10.3	10.0	8.4	11.2	5.1	5.5	6.1	3.9
名寄市	61.6	58.3	60.1	54.3	53.0	57.2	52.7	54.0	51.3
士別市	0.9	0.5	0.9	0.5	0.4	0.6	0.5	0.9	0.7
その他	18.5	24.4	23.3	27.2	26.4	24.0	25.4	25.3	25.9
通信販売	5.7	6.6	5.7	9.6	9.0	13.2	16.0	13.7	18.2



**【F群】その他近隣市町村と通信販売が増加。流行の取り入れは様々な手段により可能。**

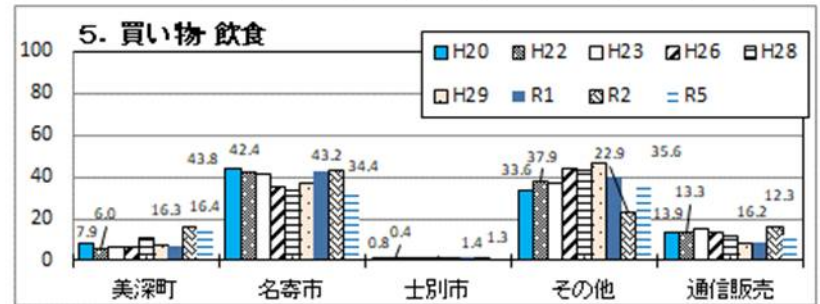
**■ 「買い物」「飲食」**

新型コロナウイルス感染が落ち着いてきた影響か、札幌及び旭川方面への流出が大幅な増加に転じた。

飲食に関しては近年新規開業した事業所が多数あることから、町外へ行かずに地元で飲食等を行う消費者が増加したと思われる。

通信販売が減少気味であるものの、情報の入手先としては、インターネット、SNSなどを活用したが方法が主流となっており、通信販売が定着している傾向の表れではないかと考えられる。

5. 買い物・飲食	H20	H22	H23	H26	H28	H29	R1	R2	R5
美深町	7.9	6.0	6.3	6.1	10.9	7.7	7.3	16.3	16.4
名寄市	43.8	42.4	41.3	35.5	33.5	36.9	42.6	43.2	34.4
士別市	0.8	0.4	0.4	0.4	0.6	1.0	1.4	1.4	1.3
その他	33.6	37.9	36.6	44.2	43.5	46.2	39.7	22.9	35.6
通信販売	13.9	13.3	15.4	13.7	11.5	8.2	9.0	16.2	12.3



**【総括】プレミアム商品券発行事業が重要であり今後も継続実施が望ましい状況。**

平成20年に名寄市へ「イオン名寄ショッピングセンター」が進出し、その後徳田地区には家電量販店や家具販売全国チェーン店をはじめとした大型店が集積し、名寄市を核とした商圏が形成された。平成30年度には、大規模ホームセンターが出店し、今後更なる購買力の流出が懸念されている。

その現況の中で、天塩川中部商工会広域連携協議会の3町村の商工会が連携して調査を行い、平成23年度と平成26年度及び平成29年度には9市町村が消費動向調査を実施、再び令和2年度及び令和5年度に9市町村の商工会が連携して調査を実施することとなった。

美深町全体としては、ここ数年間における町外流出は全体的に一段落した傾向ではあるものの、一部の部門ではさらに進行している。流出に一定の歯止めがかかっているのは、平成20年度より継続して実施しているプレミアム商品券の発行事業が功を奏していることが考えられるが、新型コロナウイルス感染症の拡大時に起こった行動様式の変化により、非対面である通信を活用したネット販売が定着してきており今後も伸びると予想される。

このデータを基にして行政や地域の会員事業所と連携した経済対策を講じ、厳しい経済状況を打破する必要があると考える。

# 音威子府村

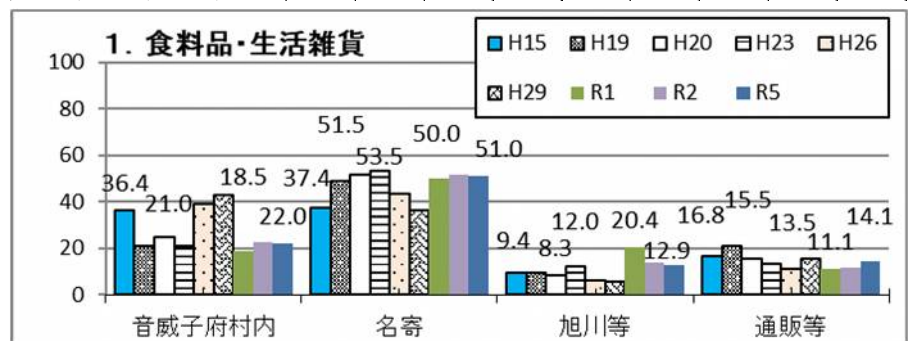
【A群】プレミアム商品券により村内の購買率をキープ。依然として村外の購買率は7割強と高い。

## ■「食料品」「生活雑貨」

村内の食料品・生活雑貨の購入について、平成29年度以降、大幅に減少していたが、前回の調査からは購買率をキープしている。名寄での購入は変わらず5割以上を占めているが、都市部での購入は減少傾向にある。かわりに通販等が増加しており、コロナ禍における生活様式の変化やスマートフォンの普及によりネットショッピングの利用者が増加、年齢問わず利便性が求められていることが伺える。

いずれにせよ村外への消費流出の傾向は高く、消費喚起支援事業のプレミアム商品券販売事業の継続は必要であり、村内の購買率を今後も維持しなくてはならない。

1.食料品・生活雑貨	H15	H19	H20	H23	H26	H29	R1	R2	R5
音威子府村内	36.4	21.0	24.7	21.0	39.2	42.6	18.5	22.8	22.0
名寄	37.4	48.9	51.5	53.5	43.5	36.2	50.0	51.8	51.0
旭川等	9.4	9.4	8.3	12.0	6.1	5.5	20.4	13.8	12.9
通販等	16.8	20.7	15.5	13.5	11.2	15.7	11.1	11.6	14.1



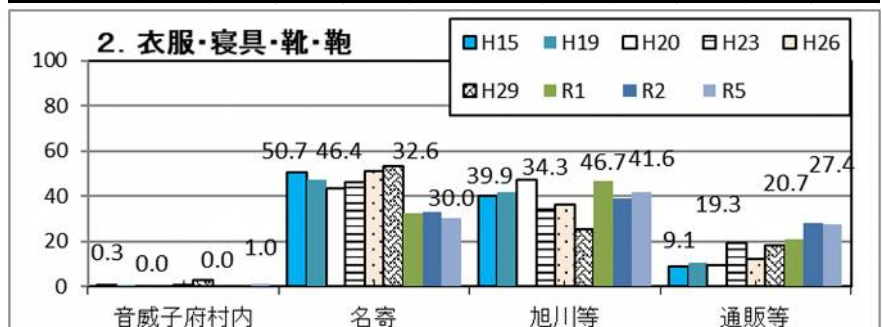
【B・C群】ほぼすべてが村外で購買。名寄が減少し、旭川等が増加している。

## ■「衣服」「寝具」「靴」「鞄」

村内に衣類・寝具等の取扱店はなく、村外での購入がほぼ100%となっている。名寄で購入がわずかに減少し、その分旭川等が増加している。要因としては、コロナ禍が収束に向かい、経済活動が活発になったことで、旭川等の都市部での購入が増加したことがあげられる。

今回の調査では、通販等については横ばいとなったが、全体通しては増加傾向にあり、A群と同様に今後は通販等の割合が多くなっていくことが予想される。

2.衣服、寝具、靴、鞄	H15	H19	H20	H23	H26	H29	R1	R2	R5
音威子府村内	0.3	0.5	0.0	0.0	0.3	2.7	0.0	0.0	1.0
名寄	50.7	47.3	43.5	46.4	51.2	53.5	32.6	32.9	30.0
旭川等	39.9	41.5	47.2	34.3	36.3	25.6	46.7	39.1	41.6
通販等	9.1	10.7	9.3	19.3	12.2	18.2	20.7	28.1	27.4



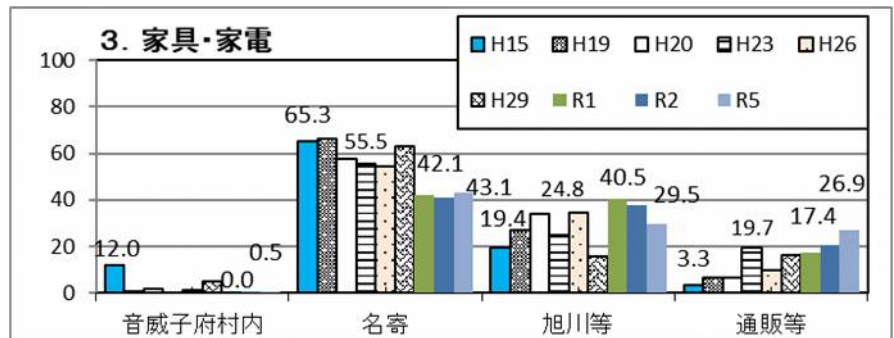
**【D 群】家具・家電は名寄・旭川等が大半であり、通販等が伸長している。**

■ 「家具」「家電」

村内に家具・家電を専門に扱っている店舗がなく、B・C群同様に村外での購入がほぼ100%となっている。平成29年度までは名寄市が全体の半数以上を占めていたが、近年は40%台を推移している。旭川等での購入が令和元年度に急激に増加するも、今回の調査では大幅に減少している。通販等が平成29年度から増加傾向にあり、今回は25%を超え、購入の主流になりつつある。

近年のスマートフォンの普及によりネット購入者が増加していることも要因と思われる。

3.家具・家電	H15	H19	H20	H23	H26	H29	R1	R2	R5
音威子府村内	12.0	0.5	1.9		1.4	4.9	0.0	0.5	0.5
名寄	65.3	66.2	57.4	55.5	54.6	62.8	42.1	40.8	43.1
旭川等	19.4	26.8	34.2	24.8	34.3	15.8	40.5	38.0	29.5
通販等	3.3	6.5	6.5	19.7	9.7	16.5	17.4	20.7	26.9

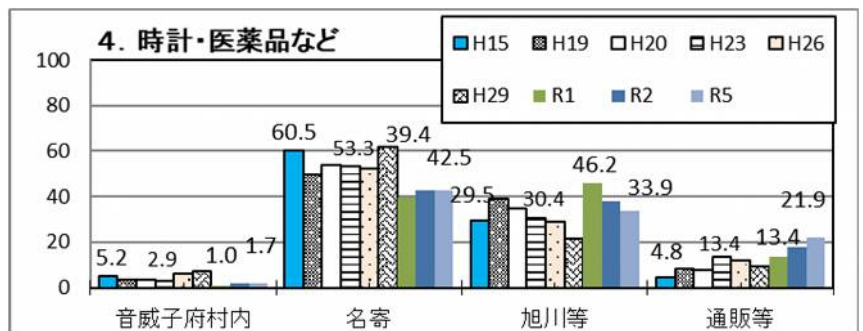


**【E 群】村内の購買率は全体の2%、村外での購入がほとんどを占めている。**

■ 「時計」「医薬品など」

薬局は村内に1件あるが、令和元年以降は1%台を推移している。前回と比較し、旭川等は減少しているが、そのかわり通販の利用が伸長している。平成29年の調査では全体の6割を占めていた名寄市が、今年度の調査結果では20%減と急激に減少し、旭川等が12%、通販等も12%増加となっている。時計や医薬品等については、都市部のドラッグストアや専門店での購入が主流であるが、他の群と同様に通販等が増加傾向にあることが伺える。

4.時計、医薬品など	H15	H19	H20	H23	H26	H29	R1	R2	R5
音威子府村内	5.2	3.3	3.4	2.9	6.3	7.0	1.0	1.8	1.7
名寄	60.5	49.5	54.1	53.3	52.5	62.0	39.4	42.5	42.5
旭川等	29.5	39.0	34.9	30.4	29.0	21.7	46.2	37.8	33.9
通販等	4.8	8.2	7.6	13.4	12.2	9.4	13.4	17.9	21.9

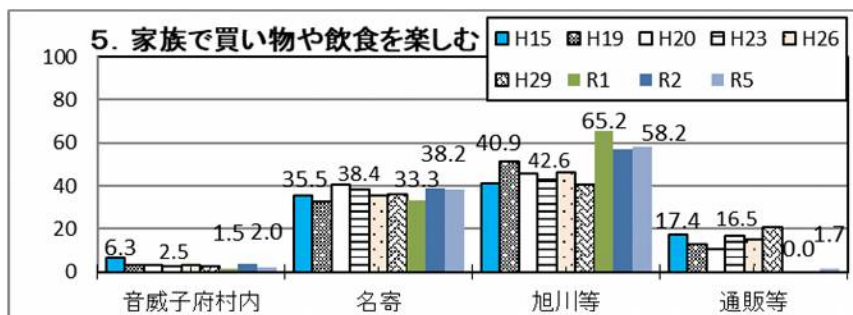


**【F群】村内飲食店の減少により依然、名寄・旭川等の割合が大きい状況。**

■ 「買い物」「飲食」

近年2～3%で推移しているが、令和2年以降、飲食店の廃業などの影響により、村内での飲食は減少。飲食店の利用促進のためのプレミアム商品券や新春ビンゴ抽選会などの消費喚起事業の効果で、村内利用を留めている状況である。コロナ禍の収束や社会経済活動の活発化により、村外の消費流出に歯止めがかからない状況にあり、村内の飲食店の減少が響いていることも要因にあげられる。

5.買い物、飲食	H15	H19	H20	H23	H26	H29	R1	R2	R5
音威子府村内	6.3	3.4	3.3	2.5	3.1	2.6	1.5	3.9	2.0
名寄	35.5	32.8	40.4	38.4	35.6	36.0	33.3	38.8	38.2
旭川等	40.9	51.4	45.7	42.6	46.3	40.5	65.2	57.2	58.2
通販等	17.4	12.5	10.7	16.5	15.0	20.8	0.0	0.1	1.7



**【総括】コロナ禍の収束に伴う経済活動活発化による村外流出の増加に対し、プレミアム商品券事業等の消費喚起対策事業の継続実施は必須。**

令和5年度は、長いコロナ禍が収束に向かい、各方面での経済活動が活発化しており回復基調となっているが、物価高騰や深刻化する人手不足など依然として地域経済は厳しい状況に置かれており、今後も消費活動に影響を及ぼすことが懸念されている。

今年度の調査では、全体の86%が年齢60歳以下を占め、調査した全ての方が買い物への交通手段は車であると回答している。キャッシュレス決済をする方は、全体の9割を占めており、スマートフォンでインターネットを頻繁に利用、クレジットカードに続きQRコード決済にて購入する方が多く、近年全体（A～F群）の通信販売等を利用する割合が高くなっている。

また、コロナ禍が収束に向かい、名寄市や旭川市等の都心部へ移動して購買するなど、多くの人々が村外で購買しており、消費流出は顕著である。村外への消費流出に歯止めをかけるため、プレミアム商品券事業などの消費喚起対策事業については、村内消費による事業者の経営持続を図るために継続して実施していかなければならない。

本調査はコロナ禍による地域住民の消費行動の変化による消費動向を捉え、ネット購入の定着がすすんでいる状況を改めて目の当たりにした貴重なデータとなった。このデータを基に行政や地域事業所と連携した新たな経済対策を講じ、引き続き厳しい経済状況を打破する必要がある。

# 中川町

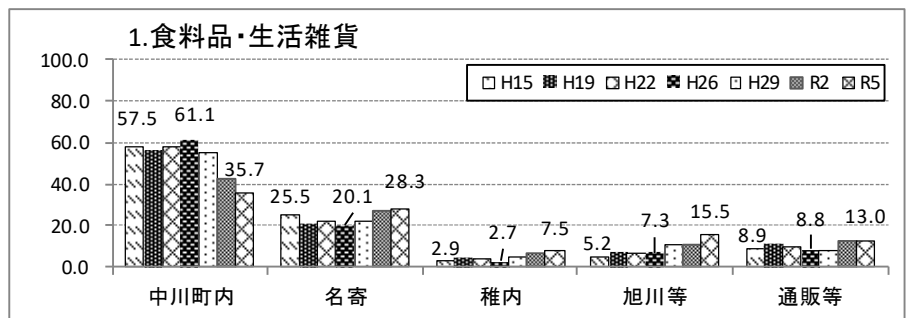
**【A群】中川町内購買率が35.7%となり、前回と比較して6.8%も減少し、過去最低となる。**

## ■「食料品」「生活雑貨」

A群は、前回に引き続いて町内が減少し、過去最低の購買率を更新した。大幅に減少した分、旭川等が4.5%と大きく増加しており、その他も名寄1.1%、稚内0.7%、通販等0.7%と微増している。

中川町内の最大値はH26年の61.1%だったが、R5年と比較すると25.4%も落ち込んでいる。今年にはコロナ禍の影響も落ち着いて以前のような行動環境になっているが、町内で一番大きな食料品スーパーが廃業したこともあり、町内消費はさらに減少している。この傾向は、他の商品群についても同様の傾向となっていて、残念ながら中川町内の「お金」が町外へ大きく流出していることがわかる結果となった。

1.食料品・生活雑貨	H15	H19	H22	H26	H29	R2	R5
中川町内	57.5	56.1	57.7	61.1	55.0	42.5	35.7
名寄	25.5	20.8	22.0	20.1	22.4	27.4	28.3
稚内	2.9	4.3	3.9	2.7	4.5	6.8	7.5
旭川等	5.2	7.4	7.1	7.3	10.3	11.0	15.5
通販等	8.9	11.4	9.3	8.8	7.8	12.3	13.0



**【B・C群】中川町内や名寄が減少し、通販等が3.5%増加。**

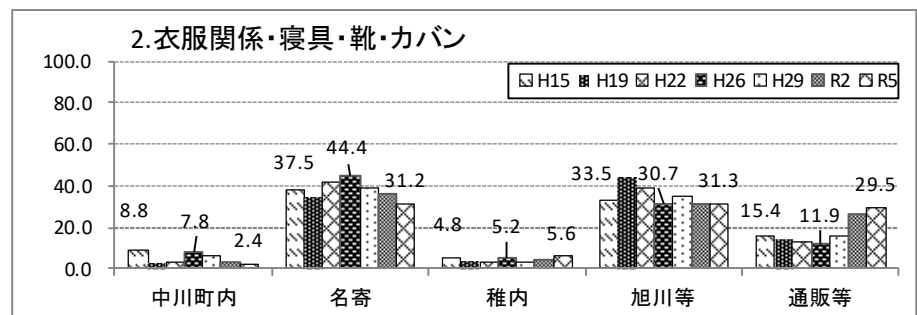
## ■「衣服」「寝具」「靴」「鞄」

町内での購買割合が微減し、名寄は4.7%と大きく減少したが、稚内は1.3%、旭川等は0.3%と微増に留まり、通販等が3.5%も増加している。

通販等では、H26年と比較すると、17.6%も増加しており、衣服、靴類は旭川等や通信販売で合計60.8%となっている。

また、名寄はH26年にピークに減少傾向にあり、通販等の増加率が急激であり、コロナ禍の影響により、インターネット等を利用した形に購買行動が変化していることがわかる。

2.衣服、寝具、靴	H15	H19	H22	H26	H29	R2	R5
中川町内	8.8	3.0	3.4	7.8	6.1	2.8	2.4
名寄	37.5	34.4	41.9	44.4	39.3	35.9	31.2
稚内	4.8	4.0	3.2	5.2	3.4	4.3	5.6
旭川等	33.5	44.5	38.5	30.7	35.1	31.0	31.3
通販等	15.4	14.1	12.9	11.9	16.1	26.0	29.5



**【D群】中川町内は3%減少、通販等が5.5%と大きく増加。**

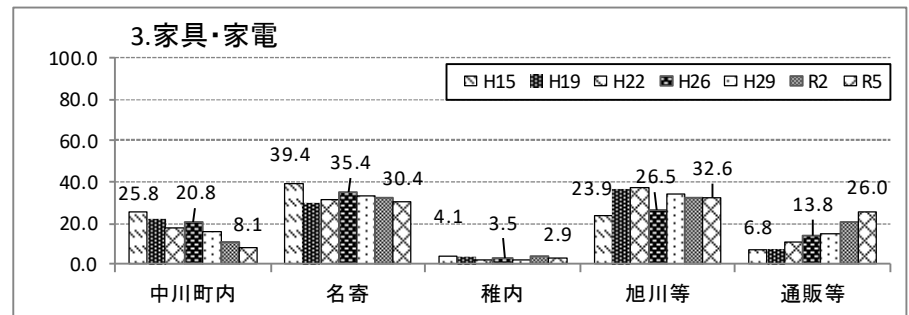
**■「家具」「家電」**

中川町には家電販売店が1件のみで減少傾向あり、今回も3.0%減少となった。通販等は5.5%も増加しており、今後はさらにこの傾向が継続すると予想できる、厳しい結果となった。

また、名寄と稚内は微減、旭川は微増となった。過去の調査結果と比較すると、通販等について、H15年は6.8%だったが、R5年は、26.0%となっていて、21年間で19.2%も増加している。

コロナ禍の後遺症として、インターネット販売はさらに増加傾向にあり、今後も町内の数字は減少傾向になると推測できる。

3.家具・家電	H15	H19	H22	H26	H29	R2	R5
中川町内	25.8	21.9	17.5	20.8	15.7	11.1	8.1
名寄	39.4	29.8	31.5	35.4	33.1	32.3	30.4
稚内	4.1	4.0	2.6	3.5	2.6	4.1	2.9
旭川等	23.9	36.9	37.0	26.5	34.0	32.0	32.6
通販等	6.8	7.5	11.3	13.8	14.6	20.5	26.0



**【E群】H15年と比較すると、中川町内は半減し、通販等が約4倍に増加。**

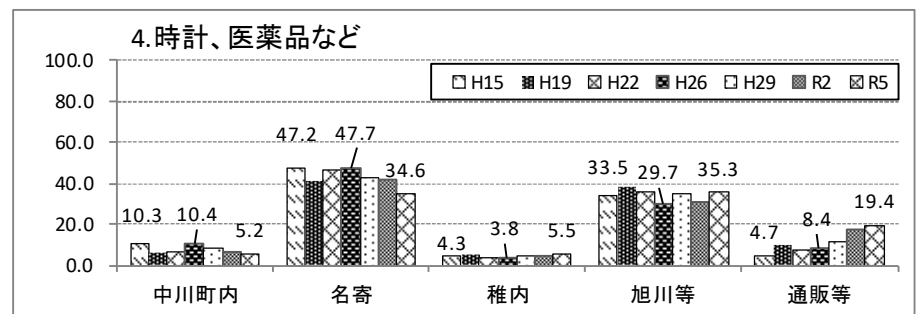
**■「時計」「医薬品など」**

時計販売は、前回同様にスーパーに格安の商品が並ぶ程度であり、専門店はない。また診療所に隣接して、薬局が数年前に出来たものの、取り扱っている商品は少ないため、町内では購買困難な商品群であるため、前回から0.9%減少した。

また、名寄は6.7%減少しているが、稚内が0.6%、旭川等が4.6%、通販等が2.4%と増加しており、名寄以外の地域が伸びている状況にある。特に近隣の天塩町に薬のツルハが出店したことも影響していることが推測できる。

さらに、他の商品群にも言えることだが、H15年と比較すると、通販等が14.7%も増加しており、この分野においても通販等は大きく数字を伸ばしていることがわかる。

4.時計、医薬品など	H15	H19	H22	H26	H29	R2	R5
中川町内	10.3	6.3	6.8	10.4	8.1	6.1	5.2
名寄	47.2	40.8	46.1	47.7	42.1	41.3	34.6
稚内	4.3	5.1	3.5	3.8	4.3	4.9	5.5
旭川等	33.5	38.3	35.8	29.7	34.4	30.7	35.3
通販等	4.7	9.5	7.8	8.4	11.2	17.0	19.4



**【F群】近年は新規出店もあり地元は横ばい、名寄は減少傾向で、稚内、旭川等は微増。**

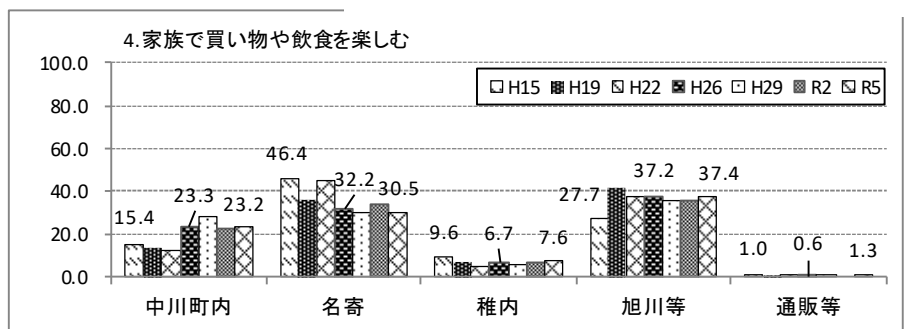
**■「買い物」「飲食」**

前回と比較して、町内は0.3%減少しているが、ほぼ横ばいとなっている。これは、コロナ禍の影響が少しずつ緩和されていることもあるが、ここ最近の飲食店新規開店が大きな理由として考えられることから、検討している数字であると言える。

また、飲食店に特化した地域応援商品券やポイントカード事業を使用したイベント等を行っていることも、購買力の流出に歯止めをかけている要因のひとつであると考えられる。

しかし、コロナ禍の影響も落ち着き、家族で楽しむために都市部へ出かけて飲食を行う傾向にあり、旭川等が1.5%程増加し、コロナ禍以前の数値に戻っている。

5.買い物、飲食	H15	H19	H22	H26	H29	R2	R5
中川町内	15.4	13.9	12.2	23.3	28.1	23.0	23.2
名寄	46.4	36.7	45.3	32.2	30.3	33.9	30.5
稚内	9.6	7.4	4.9	6.7	5.5	7.2	7.6
旭川等	27.7	41.9	37.4	37.2	35.9	35.9	37.4
通販等	1.0	0.3	0.2	0.6	0.1	0.0	1.3



**【総括】コロナ禍の終息により、町外への購買力流出が増大、通販等が大きく増加。**

令和5年5月から行動制限の緩和により、コロナ禍以前の状況に戻りつつある現状において、今年の調査結果は、どのような変化になっているか注目していたが、町外への購買力流出が増加しているものとなっており、厳しいものとなった。飲食店に特化した地域応援商品券の効果により、ピンポイントの事業としては効果があったと考えられるものの、全体的な町内の消費動向を見ると減少傾向にある。一方で、近隣の大型ショッピングセンターを有する稚内や名寄が微増微減しており、旭川等の大きな都市が増加している状況から、コロナ禍の影響が落ち着き、町外への行楽が増えていることがわかる。

また、前回に引き続きインターネットや通販等は大きく伸びている。令和2年度から日本経済に大きな影を落としたコロナ禍の影響と、昨今のキャッシュレス対応や、インボイス制度スタート等が重なり、高齢の事業者には対応が難しく、町内の商店街に対しては悪い結果となった可能性がある。特に今回は、全体的に地元での購買割合が減少しており、高規格道路建設の工事関係者の撤退とキャッシュレスやICTの普及等、さらにはコロナ禍の終息により、今後も地域経済にとっては相当厳しい経済状況が推測できるため、本データを活用して伴走型の持続的な経営支援を行いながら、行政等と連携し、地域の経済対策を考えていかななくてはならない。

なお、中川町の商工会員は令和4年度は6件、令和5年度は7件と、ここ2年で13件の新規加入があり、移住者を中心とした開業が増加している。今後は、移住者の増加や人口流出に歯止めをかけるためにも、新規開業者への支援と、既存の事業者へのキャッシュレス化やインボイス制度などの対応に対する支援が必要であり、官民共に地域全体が一体となってDX化を進めるなどの対策を取らなければ、中川町の将来は大変厳しいものになると予想出来る。

## 【総括】

本消費動向調査は、天塩川中部商工会広域連携協議会が平成15年度から継続して実施している事業で20年が経過しました。平成20年には、「イオン名寄ショッピングセンター」が進出し、その後徳田地区にも大型店が集積、平成30年には「コメリパワー名寄店」がオープンするなど名寄市の商圈拡大が続いていますが、本調査により購買力流出の傾向が明らかにされ、その対策のために役立てられてきました。今回は、前述した大型店の進出による購買力流出が懸念される状況に加え、コロナ禍の収束に伴う経済活動の再開により、人流再開と個人消費の復調を背景に経済は緩やかに回復基調にあり、コロナ禍での新しい生活・行動様式への変化の中、過去のデータとの比較により地域の消費動向がどのように変化したかを明らかにすることができました。

全体の傾向として、地元での消費は減少傾向にあり、札幌や旭川など都市部での消費割合が増加、名寄での消費割合は微増、通信販売の利用割合が近年急激に増加しているということがわかりました。これは、長期にわたる新型コロナウイルス感染症拡大の抑制から社会経済活動の正常化が進み、個人消費の回復が進んだ消費行動と読み取れますが、地元での消費が伸びておらず、多くの調査群において減少しています。コロナ禍の新しい生活・行動様式の変化においても、依然として名寄や都市部、通販等への消費流出の顕著化が続いており、加えてエネルギー価格や原材料等の物価高騰など、地域経済が大変厳しい状況であることが再確認させられました。

しかしながら、多くの調査群において地域消費割合が減少しているものの、食料品や生活雑貨などの項目については横ばいに維持できており、プレミアム商品券やポイントカード事業といった、継続して取り組んでいる消費喚起施策をはじめ、各自治体で実施しているコロナ対策支援・経済支援施策が有効に作用したためと考えられます。

地域経済は深刻な高齢化や人口減少に加え、上記のとおり物価高騰や人手不足の影響により危機的な状況にあります。このような中、当地域でも高齢による廃業などが相次いでおり、事業承継問題が社会的問題となっています。また、国のデジタル化の推進によりICTの活用が進んでいる中で、利便性を求めインターネットを活用した通信販売を利用する消費者はますます多くなると推測されます。さらに地域の環境においては、中川・音威子府間のバイパス工事が終了し、令和7年度には開通見込みで地域外への消費流出に拍車をかける要因であると考えられます。

わたしたちは、高齢化による廃業や今後の社会変容・地域動向による消費流出、それに続く地域コミュニティ持続の危機といった難題を抱えています。アフターコロナに地域経済を維持していくためには、この難題に同時に取り組み、乗り越えていく必要があります。そのためには有効な地域経済対策・支援を継続的に実施することが必要不可欠であります。各自治体の条例等による継続的な支援の重要性はより一層強まっていることから、行政と連携・協力し一丸となって取り組んでいくとともに、事業者に対しては、社会の変容に対応できるよう伴走型の経営支援に努めてまいります。