



青森県商店街振興アクションプラン

【概要版】

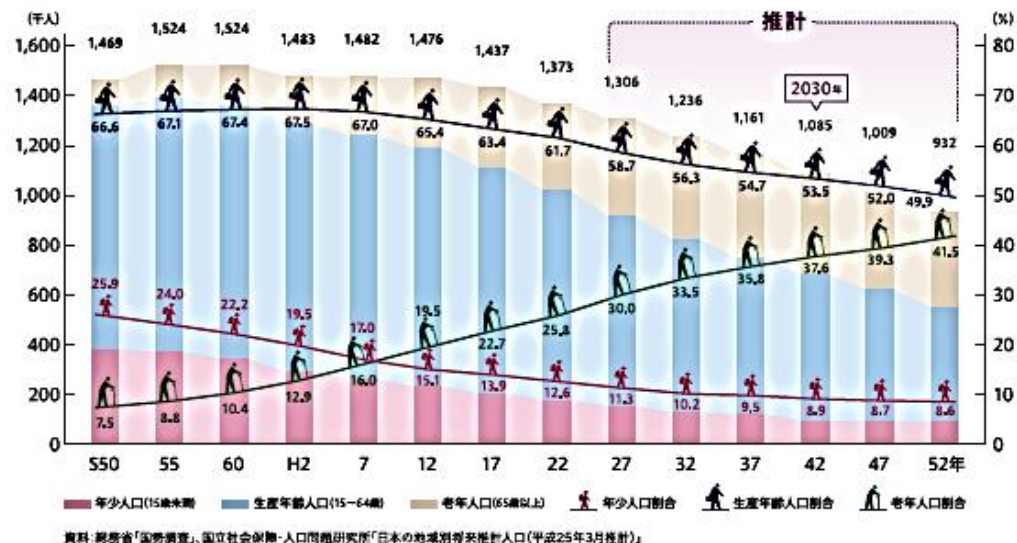
平成29年3月

青森県商工労働部商工政策課

1. 商店街の現状と課題

- 大型店出店
- 顧客ニーズの多様化
- 経営者の高齢化、後継者不足
- 空き店舗の増加

図1 年齢3区分別人口・人口構成割合の推移と将来推計(青森県)



そして、人口減少により、商圈人口、地域経済の縮小、地域コミュニティの機能低下が懸念されている。

2. 人口減少社会における「商店街振興アクションプラン」策定の目的

- ・「商店街」を活性化していくためには、「連携」をキーワードに「まちづくり」の視点に立って取組を進める必要がある。



- ・アクションプランは、まちづくり・商店街振興の主役となるべき商店街・商工団体・市町村・地域住民等が連携しながら、地域の商店街の現状を客観的に把握し、人口減少社会を生き抜く商店街施策を立案・実施するための支援ツールとして策定



3. 商店街に関する消費者ニーズと商店街実態調査結果

全県を対象としたWEBアンケート調査、人口減少率等を考慮し、つがる市、外ヶ浜町、七戸町、大間町で来街者、消費者インタビュー、商店街ヒアリングを実施するとともに、県内商店街に対するアンケート調査等を実施。

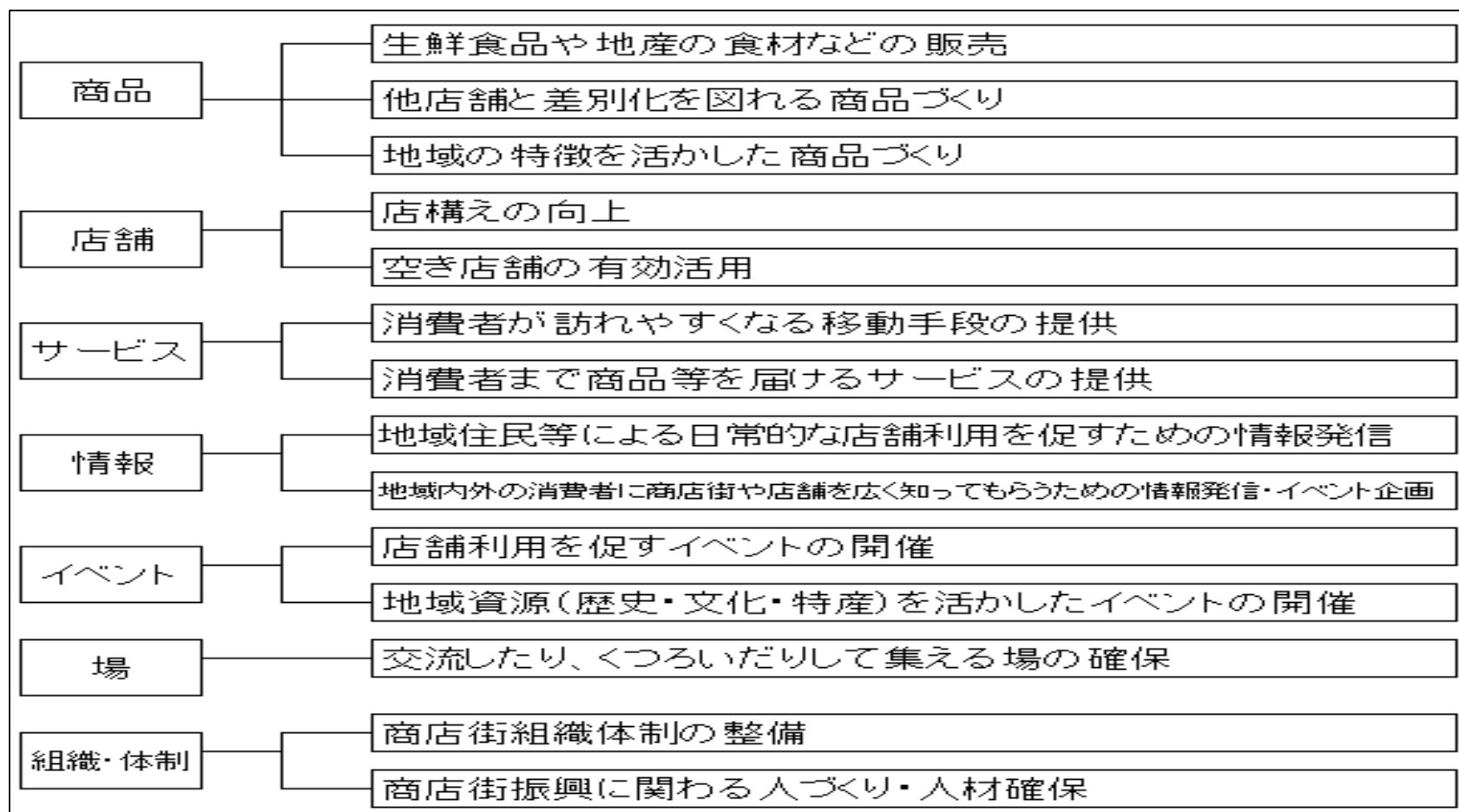
	消費者ニーズ	経営者意識
(1) 商品・店舗	<ul style="list-style-type: none">・ 商店街で最寄品を中心に購入しているが、業種不足の理由から、近隣スーパーやドラッグストア、コンビニを主に利用。・ 商店街では、特に商品に「特徴」や「個性」のある店舗を利用。	<ul style="list-style-type: none">・ 高齢化、後継者不足により、店舗が減少し、業種不足、核店舗の喪失等の問題が発生。・ 観光客など、地域外の消費者に向け、新たな商品づくり、店づくりに取り組んでいる。・ 個店の魅力向上や地域内外からの消費者の呼び込み、地域住民の生活を支える取組を推進したいと考えている。
(2) サービス・イベント	<ul style="list-style-type: none">・ 人口減少・高齢化が進む地域では、買い物支援に対するニーズが高い。・ 現状のイベント開催に対する要望があまり高くない可能性がある。	<ul style="list-style-type: none">・ 新たなイベントの開催、ポイントカードの導入、買い物支援サービスを実施している商店街もある。

	消費者ニーズ	経営者意識
(3) 情報	<ul style="list-style-type: none"> ・ 商店街の利用を促進する情報発信が少ない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 共同チラシの発行、HPやフェイスブック等による情報発信を行っている商店街もある。 ・ 商店街や店舗に関する情報を効果的に発信したいと考えている。
(4) 場づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・ 交流・くつろぎの場に対するニーズが高い。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 人々の集う場の確保に取り組んでいる商店街もある。
(5) 組織・体制		<ul style="list-style-type: none"> ・ 商店街同士、町内会、地域団体、行政等との連携を図り、組織体制の整備や人づくり、人材の確保を図る必要があると考えている。

4. 商店街活性化に向けて必要な取組

消費者及び商店街関係者を対象とした調査結果を踏まえた商店街活性化に必要な取組は、7領域で14の取組が想定される。

各商店街では、地域の実情に即した形で、個別・具体的取組を詰めていくことが求められる。



5. 商店街類型

(1) 従来の商店街類型

業種構成、商圈、来街頻度等で分類。

類型名	概要
①近隣型商店街	最寄品中心で、地元の人が食料品や日用品のために徒歩や自転車で来街する商店街。
②地域型商店街	最寄品及び買回り品店が混在し、近隣型商店街よりやや広い範囲から徒歩、自転車、バス等で来街する商店街。
③広域型商店街	百貨店、量販店等の大型店があり、最寄品店よりも買回り品店が多く、電車、バス、自動車等を利用して来街する商店街。



モータリゼーションの進展や消費行動の多様化により、従来の分類だけでは、あてはまらない状況となっており、人口減少が進む中で、「**商店街が強化していく方向性**」として新たに**類型**する。

(2) 新たな商店街類型

商店街類型 ～商店街が強化していく方向性～

人口減少社会対応型商店街

福祉・子育て支援

福祉・コミュニティ強化型
商店街

～集い安らぎ交流できる商店街～

【方向性】

日常生活の中で、高齢者や子育て世代等、地域の人々が集まり、安らぎ、交流できる商店街

【背景】

高齢者支援や子育て支援に対する需要の高まり

観光・体験・創造

地域資源活用型商店街

～地域の個性を発見し楽しめる商店街～

【方向性】

地元住民や様々な地域から人々が訪れ、地域の個性を知り、体験して楽しめる商店街

【背景】

観光客の来訪、商店街内外における地域資源の活用不足

買物

買物機能再生型商店街

～生活に必要なものがそろい買物先として選ばれる商店街～

【方向性】

身近な買物先として最寄品・買回り品を購入できる商店街
チェーン店など他店舗と比較して買物先としての特徴(商品、イベント、サービス)を持つ商店街

【背景】

商店街の生活必需品を提供する機能の低下、目的に応じた店舗の使い分けの増加、買物先の広域化

商店街の方向性と具体的な取組

① 買物機能再生型商店街

生鮮食料品をはじめ必要とされる業種・機能を提供しよう

例えば・・・

- 市日・マルシェの創設
- 空き店舗への産直誘致
- 既存店舗での地元の野菜・果物・特産品の販売
- 加工品、惣菜等を取り扱う店舗の誘致
- 不足しているサービス系業種(整骨院・マッサージ店・理美容院等)の誘致

② 福祉・コミュニティ強化型商店街

高齢者向けに商品・サービスを提供しよう

例えば・・・

- 雑談スペース・交流の場の開設
- 高齢者向け商品(ファッション、メニュー)・サービスの充実
- 年金支給日(偶数月15日)のセール
- 宅配サービス
- 病院や公共施設等の近隣での出張販売
- 運動や健康に関する業種の誘致、イベントの開催
- お参りできるような寺社、地蔵、観音等の設定

子どもや子育て世代向けの商品・サービスを強化しよう

例えば・・・

- Facebook、Twitter等SNSでの情報発信
- ミルク用のお湯、食器・椅子・おもちゃ等の整備
- 子どもの職業体験イベントの開催
- 絵本読み聞かせ会・育児相談会の開催
- 子どもの絵・写真の展示
- 授乳スペース、キッズスペースの整備

③ 地域資源活用型商店街

景観や遺跡・歴史的建造物をPRしよう

例えば・・・

- 商店街マップ・まち歩きマップの作成
- まち歩きイベントの開催
- 観察会(花、朝焼け、夕景・夜景、月見等)の開催
- 体験イベント(座禅・ヨガ・写経等)の開催
- 景観・建造物にちなむメニュー・商品の開発
- 着物・洋服の貸出し、着付け、写真撮影

工芸品をPRしよう

例えば・・・

- 体験イベント(カゴ編み、刺し子、刃研ぎ等)の開催
- 工芸品にちなむ商品(柄・プリントの活用等)の開発

有名人・著名人にちなんだPRしよう

例えば・・・

- 有名人・著名人(絵・音楽・書・小説・詩歌・映画・演劇・スポーツ)にちなむ場所めぐりイベントの開催
- 有名人・著名人の業績にちなむコンテストの開催
- 有名人・著名人にちなむメニュー・商品の開発

特産品(食)の良さをPRしよう

例えば・・・

- 特産品を使ったメニュー・商品の開発
- 食べ歩きマップの作成
- 食べ歩きツアー、収穫・調理ツアーの開催

気候・風土をPRしよう

例えば・・・

- 雪かき体験・地吹雪体験ツアーの開催
- 雪灯籠・雪だるま・かまくら作りイベントの開催

(3) 既存の取組事例

【県内の事例】

■ 買物機能再生に関する事例

おいらせ町百石本町商店街：おいらせ軽トラ市及び100縁笑店街

■ 福祉・コミュニティ強化に関する事例

南部町剣吉商店街：町の駅おらんど館での宅配サービス及び高齢者向け交流サロン

■ 地域資源活用に関する事例

三沢市内4商店街（大町商店会、銀座商店会、大通り商店会、中央商店会）等：テラヤマ ロード

■ 複合的な取組事例

三戸町内の中心商店街：「まちの楽校」を拠点とした野菜・惣菜等販売、買物代行サービス、健康教室の開催ほか

【県外の事例】

■ 買物機能再生に関する事例

- ① 山口県岩国市中通商店街：中山間地域の産品を販売する軽トラ市の実施
- ② 北海道帯広市 帯広電信通り商店街振興組合：有機野菜の定期販売・フェスの開催

■ 福祉・コミュニティ強化に関する事例

- ① 埼玉県秩父市 みやのかわ商店街：買物弱者を対象とした出張商店街の実施
- ② 福岡県飯塚市 本町商店街：子どもたちの発表・学習の場としてのコミュニティスペースの活用

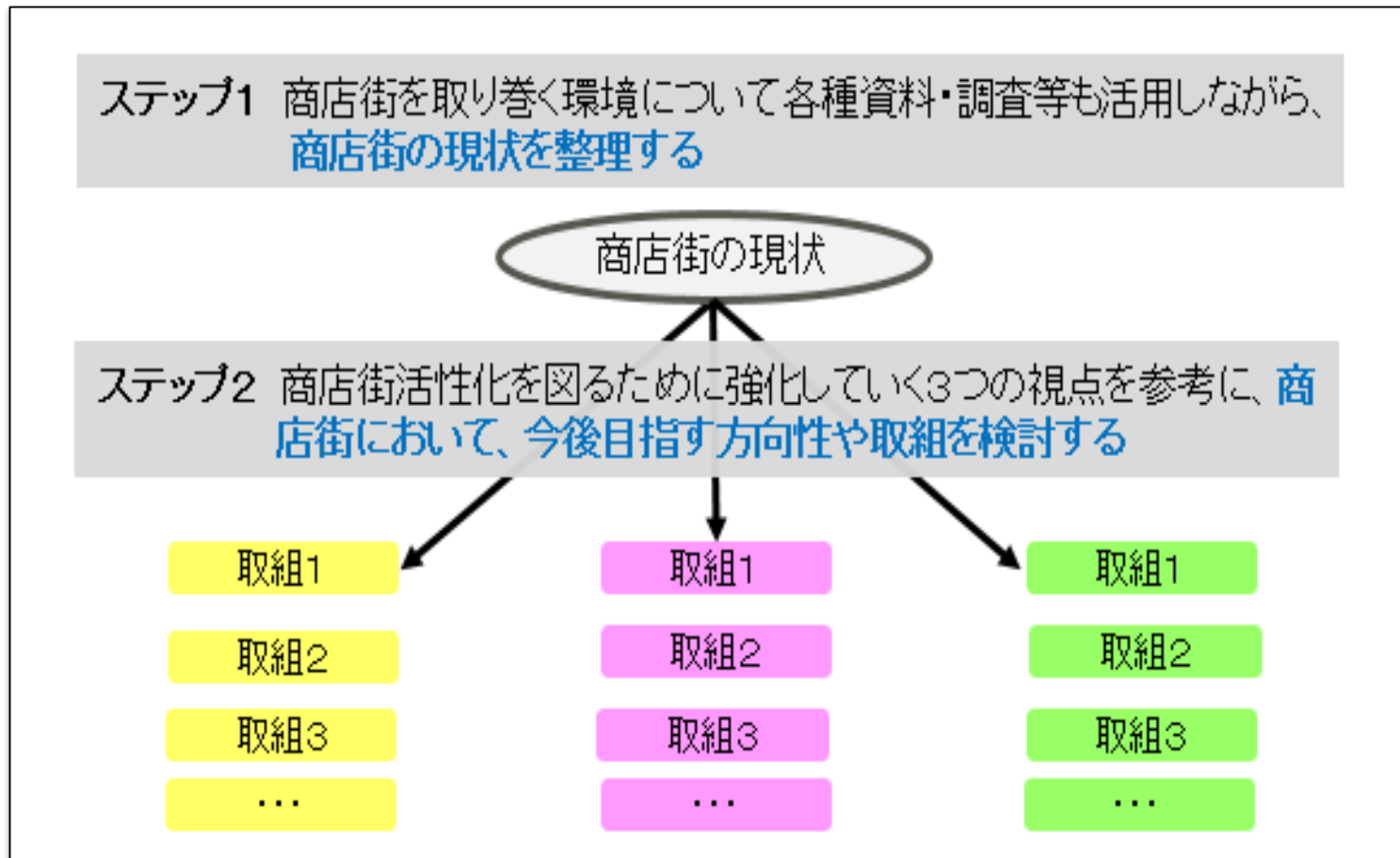
■ 地域資源活用に関する取組

- ① 長野県松本市 中町商店街：蔵のあるまちの特徴を活かした取組
- ② 大分県豊後高田市 市内8商店街：「昭和」をキーワードにした街並み再生と拠点施設整備

6. 商店街振興マニュアル

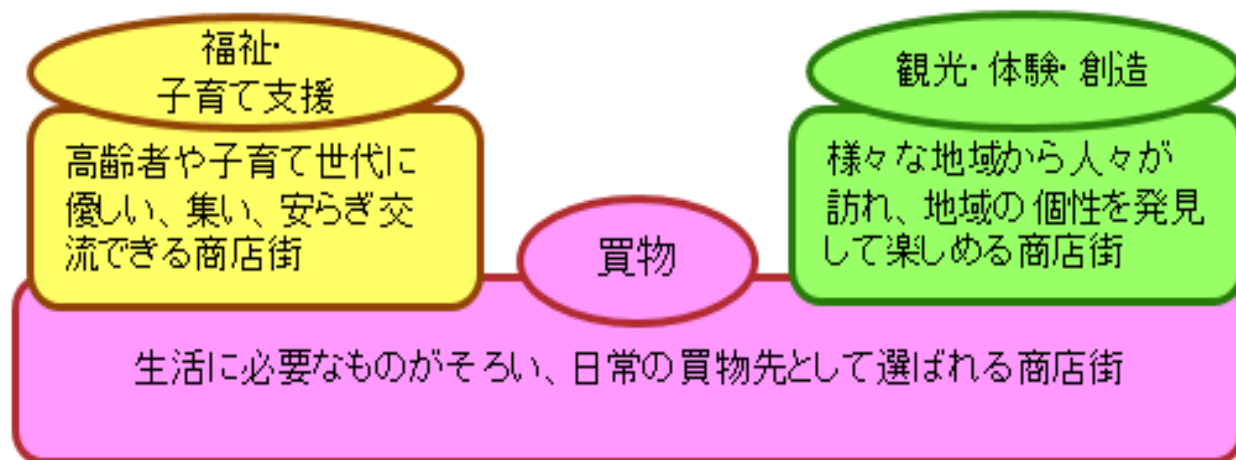
(1) 実践ステップ概要

商店街が強化していく方向性（商店街類型）の実現に向けた実践ステップの概要は下記のとおりである。



(1) 実践ステップ概要

【(参考)商店街活性化を図るために強化していく方向性】

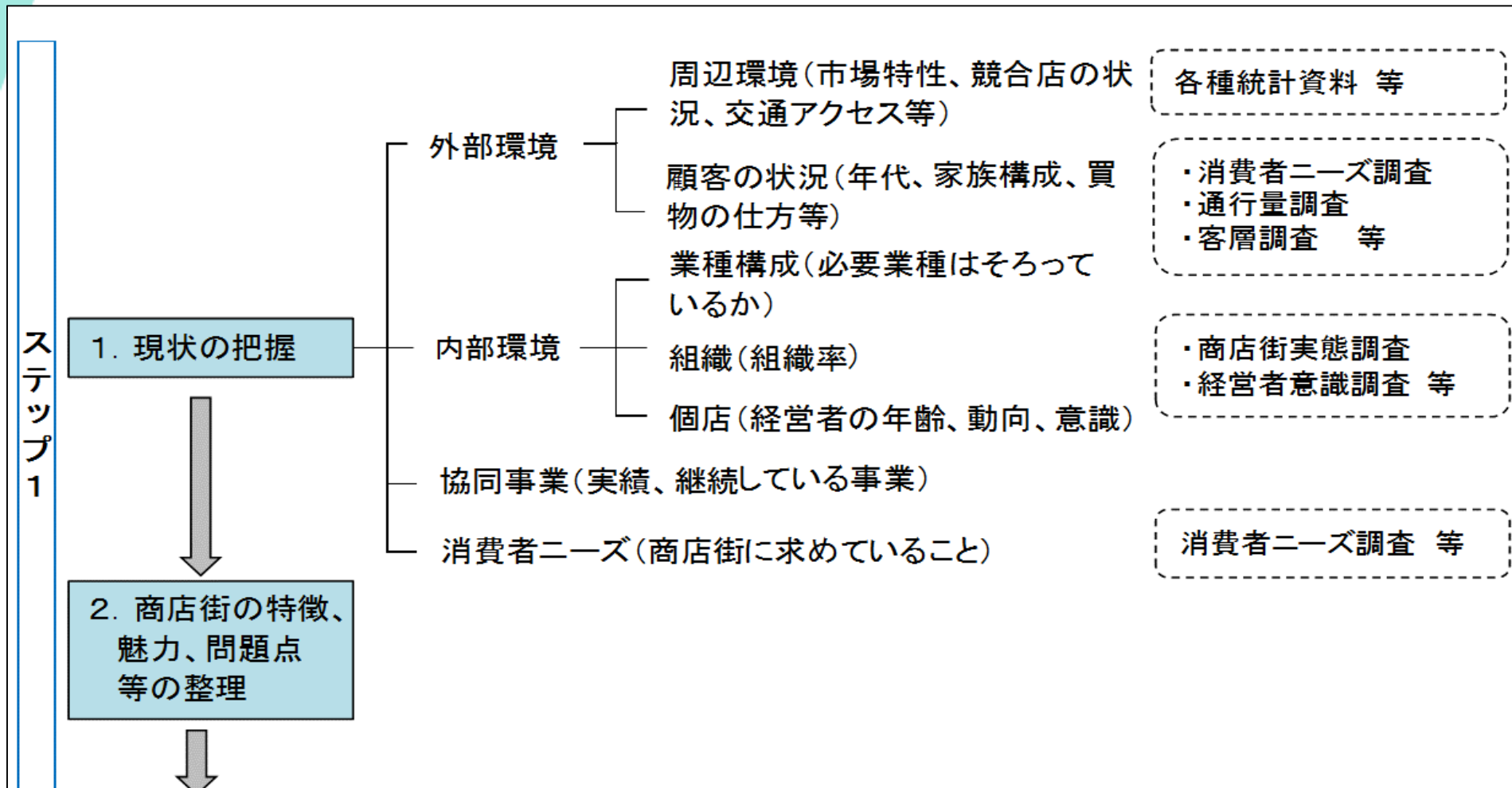


ステップ3 商店街として目指す姿・方向性の実現に向けた取組を推進していく

人口減少社会対応型商店街

(2) 実践ステップ詳細

実践ステップの詳細（作業フロー）は下記のとおり。



(2) 実践ステップ詳細

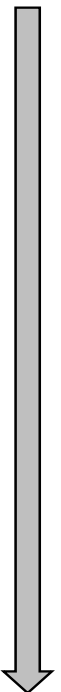
3. プランの立案

①事前準備



- a. 役員会等での合意 b. 策定体制づくり c. メンバー選定 d. スケジュール決定

②関係者ワークショップ



- a. <導入> 現在の商店街について話し合う
テーマ：
・商店街の特徴、魅力
・現状
・問題点
- b. <検討> 将来の商店街について話し合う
テーマ：
・将来目指す姿についてのアイデア
・今後実施したい取組のアイデア
・実施する上でのメリット・課題
・取組の優先順位
・コンセプト・キャッチフレーズ
- c. <とりまとめ> プラン策定
テーマ：
・コンセプト・キャッチフレーズの決定
・今後実施する取組の決定（誰が、誰に、何を、いつ、どこで、どのように、誰とを明記）

参考

- ・消費者ニーズ調査結果
- ・商店街実態調査結果
- ・経営者意識調査結果 等

商店街方向性検討シート
(現状・課題把握用)

商店街方向性検討シート
(具体策設定用)

(2) 実践ステップ詳細

ステップ3

4. プランの浸透・
実施



5. プランの評価・
見直し

<一定の期間内での目標達成度の確認>

- ・定量的目標:売上額、来街者数、商品開発数 等
- ・定性的目標:消費者の満足度、商品・サービスの認知度 等

<取組の継続、見直しの決定>

- ・経営者実態調査
- ・経営者ヒアリング 等

消費者ニーズ調査 等

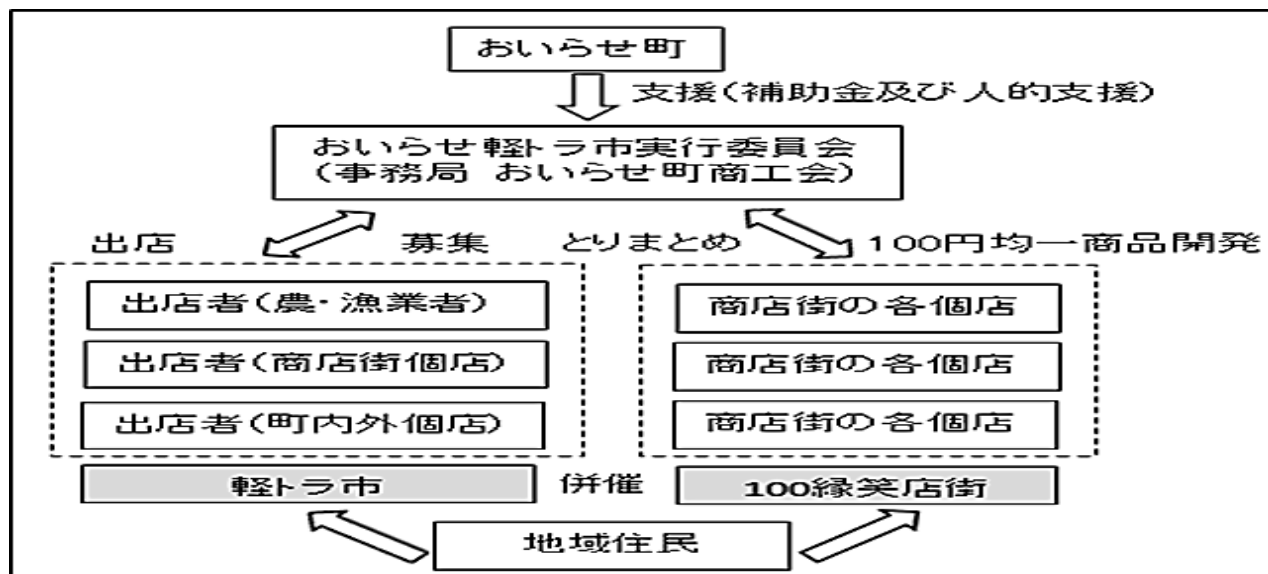
8. 関係団体との連携

想定される連携先

商工会・ 商工会議 所等	市町村	地域 づくり 団体	地域 住民	地域の 商業者、 道の駅	他の 商店街	農協・ 漁協、地 域経営体	福祉・ 医療機関	高校、 大学等	県	国
--------------------	-----	-----------------	----------	--------------------	-----------	---------------------	-------------	------------	---	---

(1) 買物機能再生型商店街の連携想定先

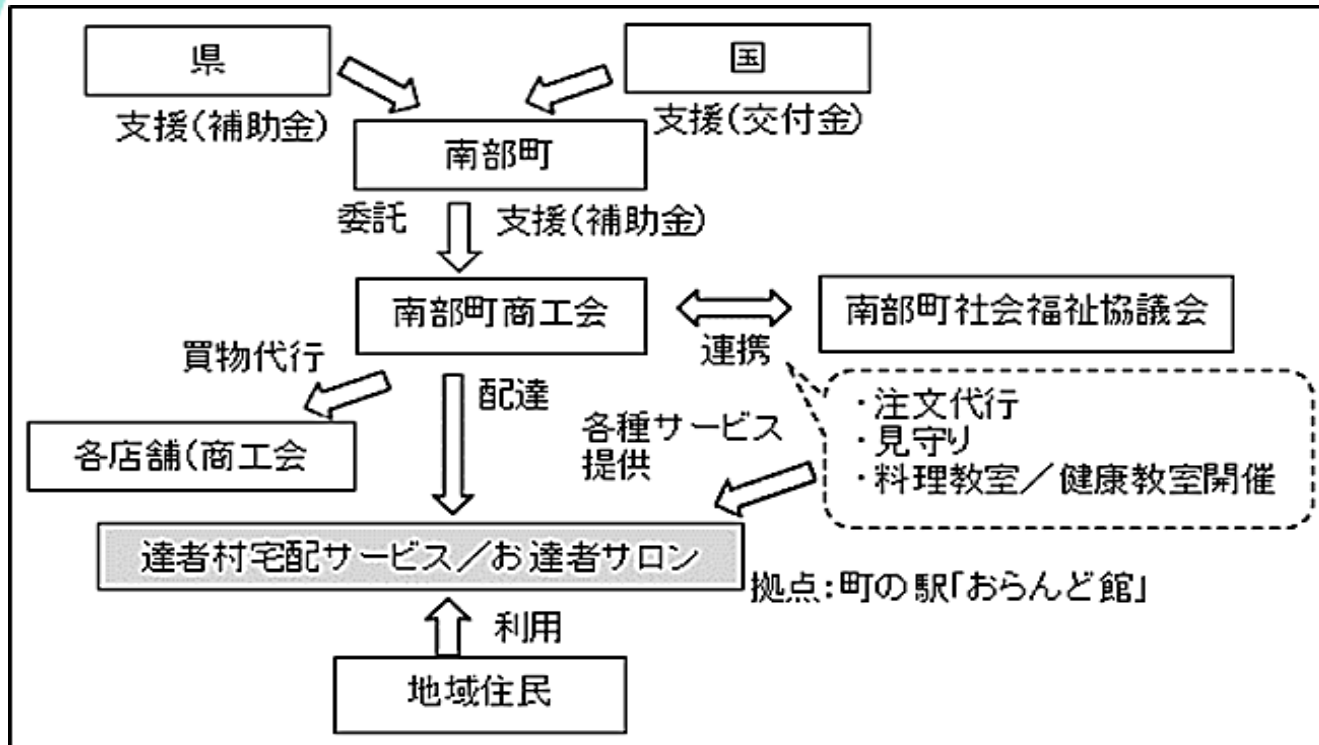
(例) おいらせ町「おいらせ軽トラ市」 / 「100縁笑店街」の実施状況と連携先等



商工会・ 商工会議 所等	市町村	地域 づくり 団体	地域 住民	地域の 商業者、 道の駅	他の 商店街	農協・ 漁協、地 域経営体	福祉・ 医療機関	高校、 大学等	県	国
--------------------	-----	-----------------	----------	--------------------	-----------	---------------------	-------------	------------	---	---

(2) 福祉・コミュニティ強化型商店街の連携想定先

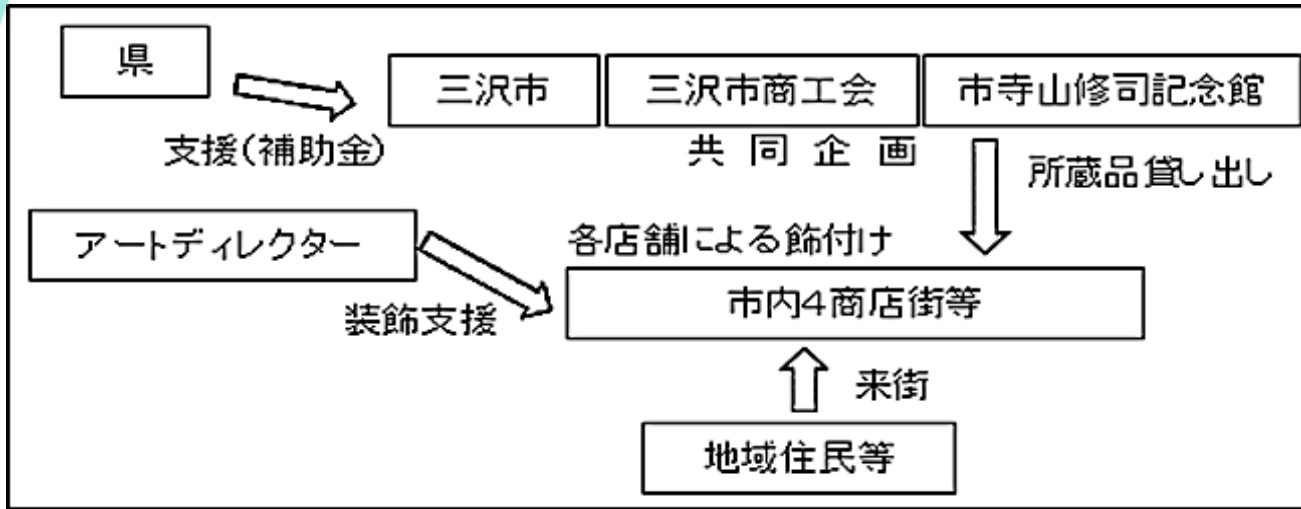
(例) 南部町「達者村宅配サービス」／「お達者サロン」の実施体制と連携先



商工会・ 商工会議 所等	市町村	地域 づくり 団体	地域 住民	地域の 商業者、 道の駅	他の 商店街	農協・ 漁協、地 域経営体	福祉・ 医療機関	高校、 大学等	県	国
--------------------	-----	-----------------	----------	--------------------	-----------	---------------------	-------------	------------	---	---

(3) 地域資源活用型商店街の連携想定先

(例) 三沢市「テラヤマロード」の実施体制と連携状況



商工会・ 商工会議 所等	市町村	地域 づくり 団体	地域 住民	地域の 商業者、 道の駅	他の 商店街	農協・ 漁協、 地域 経営	福祉・ 医療機関	高校、 大学等	県	国
--------------------	-----	-----------------	----------	--------------------	-----------	------------------------	-------------	------------	---	---

9. 支援制度一覧

市町村、県、国、その他の支援制度を記載

10. 参考資料

各種調査票を記載

消費者ニーズ調査票

(1) 消費者ニーズ調査(来街者調査)票

問1. 今日はこの商店街にどのような目的で来ましたか？(該当するものを全て選択可)

1. 買物 2. 飲食・飲酒 3. サービス利用(理美容・クリーニング・銀行・行政等)
 4. 通院・見舞い 5. スポーツ 6. 持ち合わせ 7. 業務(営業等) 8. 通勤・通学路
 9. 散歩 10. なんとなく 11. その他()

問2. この商店街で普段買うもの、利用するサービスを教えてください。(該当するものを全て選択可)

1. 生鮮食品・惣菜 2. 一般食料品 3. 酒・飲料 4. 日用品・雑貨 5. 薬・化粧品
 6. 農業・ペット用品 7. インテリア・日曜大工・家電 8. 車・自転車用品 9. 衣料品
 10. 靴・カバン・アクセサリー等 11. 文房具 12. 理美容・エステ等 13. 銀行等
 14. 病院 15. 映画 16. その他()

問3. この商店街を利用する理由を教えてください。(該当するものを全て選択可)

1. 自宅から近い 2. 所要のついでに行きやすい 3. コミュニティが充実している
 4. 駐車場が利用しやすい 5. 業種が揃っている 6. 魅力のある売出・イベントがある
 7. 活気がある 8. サービスが充実している 9. 海産物が多い
 10. 無料Wi-Fiが使える 11. ぶらり制度がある 12. 電子マネーが使える
 13. カフェ・レストランが使える 14. 子供等を飽かせている 15. HP・SNSで情報発信している
 16. 接客態度が良い 17. 価格が安い 18. 気に入った店・商品がある
 19. 品揃えが豊富である 20. 品質・鮮度が良い 21. 雰囲気が良い
 22. 開店時間が長い 23. その他()

問4. この商店街にどのくらいの頻度でおいでになりますか？(1つ選択)

1. ほぼ毎日 2. 週2~3回 3. 週1回 4. 月に1~2回 5. 3ヶ月に1回程度
 6. ほとんど来ない

問5. この商店街の印象をお知らせください。(それぞれ1つ選択)

① 価格(値ごろ感) 1. 満足 2. やや満足 3. 普通 4. やや不満 5. 不満
 ② 品揃えの豊富さ 1. 満足 2. やや満足 3. 普通 4. やや不満 5. 不満
 ③ 品質・鮮度の良さ 1. 満足 2. やや満足 3. 普通 4. やや不満 5. 不満
 ④ 接客サービスの良さ 1. 満足 2. やや満足 3. 普通 4. やや不満 5. 不満
 ⑤ 商店街・店の雰囲気 1. 満足 2. やや満足 3. 普通 4. やや不満 5. 不満
 ⑥ 駐車場の確保 1. 満足 2. やや満足 3. 普通 4. やや不満 5. 不満
 ⑦ 業種の多様性 1. 満足 2. やや満足 3. 普通 4. やや不満 5. 不満
 ⑧ 共同売出イベント等 1. 満足 2. やや満足 3. 普通 4. やや不満 5. 不満

問6. 3年前と比べて、この商店街の利用頻度は変わりましたか？(1つ選択)

1. 大幅に増えた 2. やや増えた 3. 変わらない 4. やや減った 5. 大幅に減った
 ※ 3以外を選択した方は問7へ、 3以外を減った方は問6-1へ

問6-1. 利用頻度が変化した理由を教えてください。(1つ選択)

1. 商店街以外の店で買うようになった。 2. ネット通販を利用するようになった。
 3. 宅配サービスを利用するようになった。 4. 節約するようになった。
 5. 家族構成・消費量が変わった。 6. 収入が減った。 7. 収入が増えた。 8. その他()

問7. この商店街以外でどこのお店を利用しますか？(該当するものを全て選択可)

()に店名をご記入ください。利用頻度については当てはまるものに○を1つお付けください。

店名	利用頻度		利用頻度	利用頻度	利用頻度	利用頻度	利用頻度	利用頻度	利用頻度	利用頻度	利用頻度	利用頻度	利用頻度	利用頻度	利用頻度	利用頻度	利用頻度	利用頻度	
	頻度	頻度																	頻度
近隣のコンビニ																			
近隣のスーパー																			
ネット通販(ネットスーパー)																			
近隣の大型店																			
近隣の百貨店																			
近隣のデパート/センター/ショップ																			
その他																			

商店街方向性検討シート(現状・課題整理用)

(5) 商店街方向性検討シート(現状・課題整理用)

1. 商店街の特徴や魅力について

ご自身が感じる商店街の特徴や魅力についてご記入ください。

①店舗構成の特徴や魅力は？ 例) ●●(商品・サービス等)を扱う店舗が多い、●●の飲食店が多い、など。または、支店品店・●店舗、物販の店舗・●店舗、物販の中で食品を扱う店舗・●店舗、など

②商品・特産物の特徴や魅力は？ 例) ●●(商品・サービス等)が人気・魅力がある、●●が特産品、など

③客層の特徴は？ 例) 周辺で働く人の利用が多い、観光客など遠方からの来訪者の利用が多い、など

④歴史・文化の特徴や魅力は？ 例) ●●として来たと歴史がある、伝統行事の●●がある、●●祭りの地、など

⑤立地環境・周辺環境の特徴や魅力は？ 例) まちの市街地、周辺に●●が立地している、●●が近い、など

⑥上記以外の特徴や魅力があればご記入ください。

2. 商店街の状況(周辺環境の変化)について

現在の商店街の状況に影響を与えていると思う周辺環境の変化についてご記入ください。

①施設・店舗の立地状況の変化は？ 例) ●●に大店が出店した、施設が撤退した、事業所が減少した、など

②交通インフラの変化は？ 例) ●●にバイパスが開通した、新幹線が開通した、●●のバス路線が撤退した、など

③居住者や来訪者の変化は？ 例) 居住者が減少した、高齢者が増加した、観光客が増加した、など

④顧客の変化は？ 例) 高齢者が増加した、買い物の頻度が減った、●●を買いにくる客が増えた、など

⑤上記以外の変化があればご記入ください。