



青森県商店街振興アクションプラン

平成 2 9 年 3 月

青森県商工労働部商工政策課

目次

第1章 アクションプラン策定の目的	1
第2章 商店街の現状と課題	1
(1) 商店街を取り巻く環境	1
(2) 商店街に関する消費者ニーズと経営者意識調査結果	2
(3) 商店街活性化に向けて必要な取組	3
第3章 商店街類型	3
(1) 類型にあたっての考え方	3
(2) 商店街類型	4
(3) 商店街類型ごとのターゲット	6
(4) 商店街類型ごとに想定される具体的な取組	7
(5) 既存の取組事例	8
第4章 商店街振興マニュアル	14
(1) 実践ステップ	14
(2) 商店街の現状把握の手法	16
(3) 各商店街の活性化プランの立案	21
(4) 取組評価の手法	25
第5章 商店街実証調査の進行過程・とりまとめ結果	26
(1) ワークショップの実施方法	26
(2) きづくり商店街振興会のワークショップ及び活性化プラン	30
(3) 七戸中央商店街協同組合のワークショップ及び活性化プラン	34
第6章 関係団体との連携	38
(1) 買物機能再生型商店街の連携想定先	38
(2) 福祉・コミュニティ強化型商店街の連携想定先	39
(3) 地域資源活用型商店街の連携想定先	40
第7章 支援制度一覧	41
(1) 市町村の支援制度	41
(2) 県の支援制度	42
(3) 国の支援制度	43
(4) その他の機関の支援制度	43
第8章 参考資料	45
(1) 消費者ニーズ（来街者）調査票	45
(2) 商店街実態調査票	47
(3) 通行量調査票	57
(4) 客層調査票	58
(5) 商店街方向性検討シート（現状・課題整理用／具体策設定用）	59
コラム1 ピンチをチャンスに変える地域資源のブランド化	9
コラム2 高齢者の見守り機能付きポイントカードサービス	10
コラム3 「商店街は学び・実践の場」高校生のまちづくりプロジェクト	12
コラム4 商店街と商店街以外の店舗がネットでつながる「バーチャル商店街」	13
コラム5 県内の地域づくり団体に注目	38
コラム6 地域住民、個店、大学等が連携する郊外団地のまちづくり	39
コラム7 地域の若手有志による自立的なまちづくりプロジェクト	40
コラム8 北陸新幹線新駅に誕生したコンテナ店舗群	44
青森県人口減少社会対応型商店街検討委員会委員等名簿	69
青森県商店街振興アクションプラン策定状況	69

第1章 アクションプラン策定の目的

今後、人口減少社会が進展する中で、地域の商業機能・コミュニティ機能の中核的な役割が期待されている商店街を活性化し、商業機能の維持・向上を図っていくためには、「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ていくことが肝要であると考えられる。

本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振興施策を立案・実施するための実践的な支援ツールとなることを目指して、策定するものである。

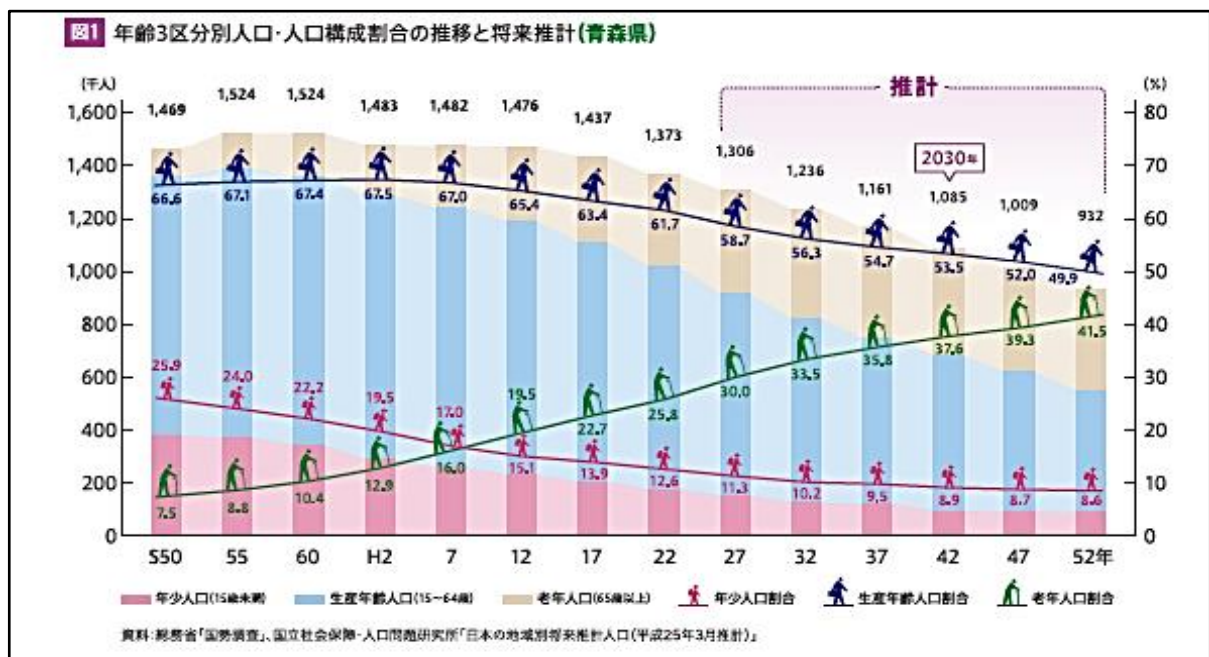
第2章 商店街の現状と課題

(1) 商店街を取り巻く環境

商店街を取り巻く環境は、大型商業施設の立地、モータリゼーションの進展、顧客ニーズの多様化等により大きく変わりつつある。

さらに、人口減少社会の進展により、商圈人口の減少、地域経済の縮小、地域コミュニティの機能低下、経営者の高齢化、後継者不足、顧客の高齢化が懸念されている。

年齢3区分別人口・人口構成割合の推移と将来推計



○人口減少率（平成22年から平成52年までの県内平均人口減少率：32.1%（※1））

○高齢化率（平成26年度の県内総人口に占める65歳以上人口の割合：28.7%（※2））

○大型店の立地状況（新設店の累計数：H16：50件、H21：98件、H26：130件（※3））

※1：国立社会保障・人口問題研究所 H25.3 発表の推計値。

※2：青森県高齢福祉保険課「平成26年度高齢者人口等調査結果」。

※3：青森県商工政策課まとめ。大規模小売店舗立地法に基づく新設件数の届出累計値。

(2) 商店街に関する消費者ニーズと経営者意識調査結果

県では、商店街に関する消費者のニーズに関する現状を把握するための基礎調査として、平成27年度に、全県を対象とした「WEBアンケート調査」、将来的な人口減少率及び地域性を勘案して選定した県内4地域（つがる市、外ヶ浜町、七戸町、大間町）の商店街利用者を対象とした「商店街来街者調査」及び「消費者グループインタビュー」を実施した。

また、経営者、店主側の現状を把握するための基礎調査として、平成26年度に、県内137の商店街を対象とした「商店街実態調査」を、平成27年度に、県内4地域（つがる市、外ヶ浜町、七戸町、大間町）での「商店街ヒアリング」を実施した。

その結果、下記のことになった。

	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している。 ・観光客等、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。
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、ホームページ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。

(3) 商店街活性化に向けて必要な取組

消費者と商店街関係者を対象としたそれぞれの調査結果を踏まえながら、商店街の活性化に向けて必要な取組の枠組みを整理すると、以下のように、7領域で14の取組が想定される。

各商店街には、下記の取組の枠組みや、次章以降で説明する「将来的な方向性」等を参考にしつつ、地域の実情に即した形で個別・具体的な取組を詰めていくことが求められる。



第3章 商店街類型

(1) 類型にあたっての考え方

商店街の傾向把握にあたり、県では、これまで、国をはじめ一般的に広く行われている、業種構成、商圈、来街頻度等により「近隣型、地域型、広域型」に分類する手法を用いてきた。

【従来の商店街類型】

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。

しかし、県内商店街は、モータリゼーションの進展や、商業の業態・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きた。

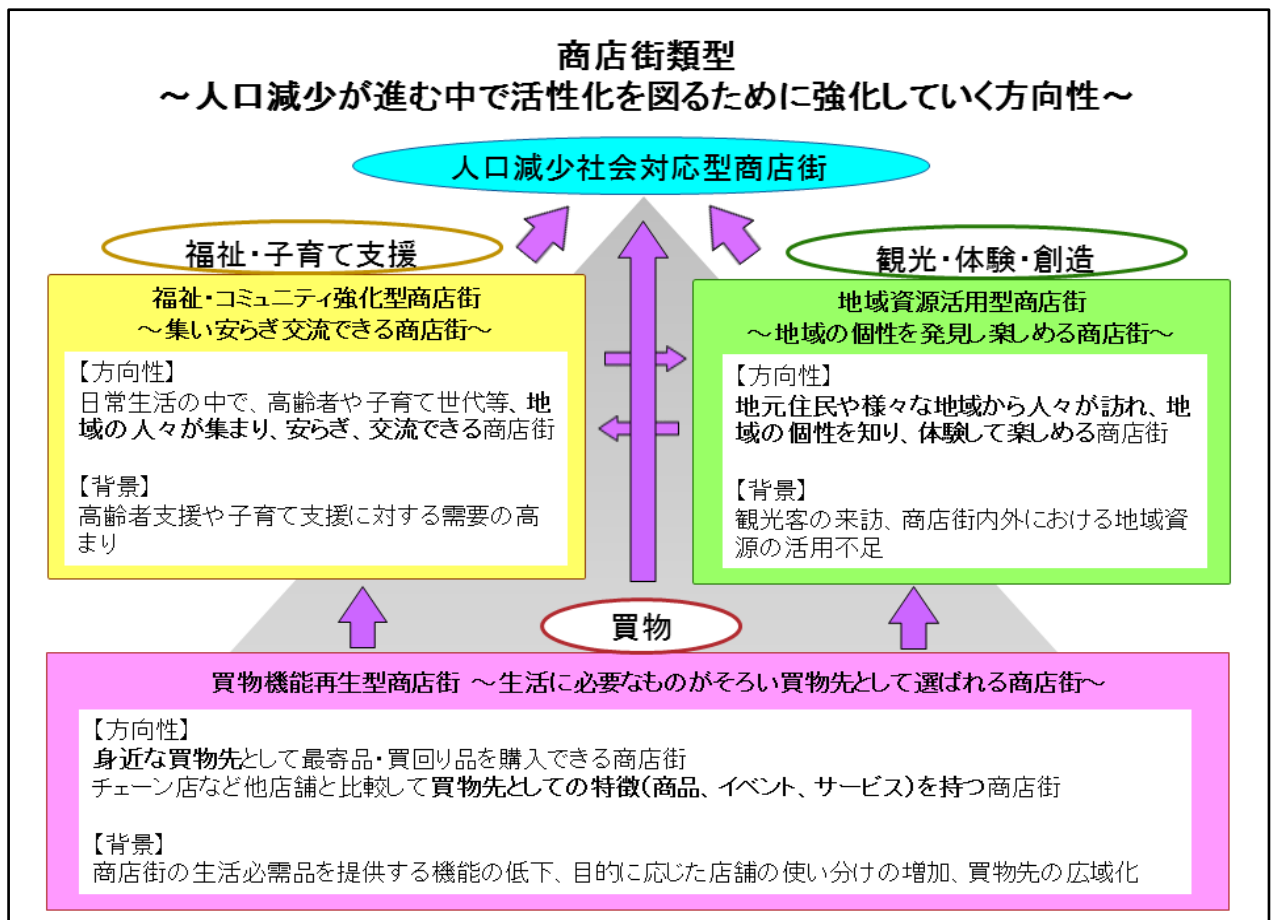
そこで、これまでの各種調査結果を踏まえ、商店街活性化に向けて必要な取組を整理しながら、人口減少が進む中で「商店街が強化していく方向性」として類型する。

(2) 商店街類型

人口減少が進む中で、地域社会における商店街の活性化に向けて必要な方向性について、その背景を踏まえながら整理すると、今後、商店街に**期待される機能・商店街が強化していく方向性**としては、「**買物機能再生型商店街**」、「**福祉・コミュニティ強化型商店街**」、「**地域資源活用型商店街**」の3類型が想定される。

各類型を図に示すと下記のとおりである。

各商店街は、まずは、自らの買物機能に着目し、地域のインフラとして、生鮮食料品をはじめとして必要とされる業種・機能を提供できる体制整備を進めながら、地域の状況や消費者のニーズ、商店街の現状等を踏まえながら、福祉・子育て的な要素や地域資源活用といった要素を加味し、強化していく方向性・取組を決定することが求められる。



以下に、3類型について、解説する。

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～

【背景】

商店街によっては、スーパーや生鮮食料品を取り扱う店舗が閉店する等、地域住民に生活必需品を提供する機能が低下している。

また、県内消費行動はスーパーやドラッグストア等の大型店利用が主流となっており、自動車を利用する行動の自由度が高い消費者は、商品の魅力や、価格の安さ、品揃えの豊富さ等に応じて店舗を使い分ける、「選択志向」の消費行動が多く、商店街を利用する理由としても、個性や特徴のある特定の商品を購入するためや、周辺にない業種の店舗を利用するため等、特定の目的を持って利用している。

【方向性】

まずは、生鮮食料品をはじめとした生活必需品を取り扱う店舗の状況に着目し、商店街としての提供機能が十分でない場合は、購入の場・機会を新たに創設することで地域住民にとっての身近な買物先としての基本的機能を再生するとともに、個性や専門性のある商品・サービスを展開し、強みを持たせることで、他の商業施設との差別化を図り、地域住民に買物先として選ばれる特徴を持った商店街を目指すものである。

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～

【背景】

本県は、人口減少と高齢化の進行等により、60歳代以上の商店街利用が多いが、食品スーパーの閉店や移転等により、最寄品の買物先としての利便性が低下している状況もあり、高齢化率の高い地域を中心に高齢者の買物支援が期待されている。

一方で、子育て中の親が悩みを相談する場がないとの意見や、自宅以外で小・中・高校生が集う場、子どもが遊ぶ場がないという意見が聞かれ、取組が求められている。

【方向性】

宅配サービスや、人々がよく訪れる場所での出張販売、人々が集う場づくり等に取組むことで、高齢者をはじめ、子育て世代等、多くの人々が集い、安らぎ、交流できる商店街を目指すものである。

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～

【背景】

本県では、地元の住民に加え、様々な地域から人々が訪れる機会が増してきているが、一方で、地域資源をうまく活用しきれず、来訪者を商店街へ誘客できていない状況が見受けられる。

また、遺跡やまつり、景勝地といった既存の観光事物以外の身近なところにも、地域の個性を感じられる風景やエピソードが多数存在しているが、「地域資源」として認識されていないことも多い。

【方向性】

新たな商品開発や体験イベントの開催を通じて既存の地域資源の魅力を増大させるとともに、地元の住民だけが知っているような地域の個性や魅力がないか、徹底的な洗い出しを行い、商品開発やイベントを通じて新たに地域資源化することで、地元住民をはじめ、観光客等、様々な地域から人々が訪れ、地域の個性を発見し体験して楽しむことができる商店街を目指すものである。

(3) 商店街類型ごとのターゲット

商店街類型ごとに想定される利用者、取組方針、連携先は以下のとおりである。

商店街類型	利用者 (誰に?)	商店街の取組方針 (何を?)	主な連携先 (誰と?)
買物機能再生型商店街	地域住民	【商品】 ・ 生鮮食料品や地産の食材等の販売 ・ 他店舗と差別化を図ることができる商品づくり 【イベント】 ・ 店舗利用を促すイベントの開催 【情報】 ・ 日常的な店舗利用を促すための情報発信 ・ 商店街や商品・品揃え、店舗を広く知ってもらうための情報発信・イベント企画	・ 農協・漁協、地域経営体 ・ 地域の商業者、道の駅 ・ 他の商店街 ・ 商工会・商工会議所等 ・ 市町村
福祉・コミュニティ強化型商店街	・ 高齢者 ・ 子育て世代	【商品】 ・ 生鮮食料品や地産の食材等の販売 【サービス】 ・ 消費者が商店街に訪れやすくなる移動手段の提供 ・ 消費者まで商品等を届けるサービスの提供 【情報】 ・ 地域内外の消費者に商店街や店舗を広く知ってもらうための情報発信・イベント企画 【場】 ・ 交流したり、くつろいだりして集うことのできる場の確保	・ 市町村 ・ 商工会・商工会議所等 ・ 地域づくり団体 ・ 地域住民 ・ 教育機関 ・ 福祉・医療機関
地域資源活用型商店街	・ 地域住民 ・ 観光客	【商品】 ・ 地域の特徴を活かした商品づくり 【店舗】 ・ 店構えの改善・向上 【情報】 ・ 地域内外の消費者に地域、地域資源、商店街や店舗を広く知ってもらうための情報発信 ・ 【イベント】 ・ 地域資源（歴史・文化・特産）等を活かしたイベントの開催 【場】 ・ 交流したり、くつろいだりして集うことのできる場の確保	・ 農業・漁業協同組合 ・ 地域の商業者、道の駅 ・ 他の商店街 ・ 地域づくり団体 ・ 地域住民 ・ 商工会・商工会議所等 ・ 市町村

※その他、「空き店舗の活用」、「商店街組織体制の整備」、「商店街振興に関わる人づくり・人材確保」の取組については、各取組を推進する中で、随時進めていく。

(4) 商店街類型ごとに想定される具体的な取組

商店街が強化していく方向性（商店街類型）を判断するための視点と、それぞれの視点の中で想定される具体的な取組は下記のとおりである。

<p>① 買物機能再生型商店街</p> <p>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</p>	<p>例えば・・・</p> <ul style="list-style-type: none"> ■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
<p>② 福祉・コミュニティ強化型商店街</p> <p>高齢者向けに商品・サービスを提供しよう</p> <p>子どもや子育て世代向けの商品・サービスを強化しよう</p>	<p>例えば・・・</p> <ul style="list-style-type: none"> ■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 <p>例えば・・・</p> <ul style="list-style-type: none"> ■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
<p>③ 地域資源活用型商店街</p> <p>景観や遺跡・歴史的建造物をPRしよう</p> <p>工芸品をPRしよう</p> <p>有名人・著名人にちなんだPRしよう</p> <p>特産品(食)の良さをPRしよう</p> <p>気候・風土をPRしよう</p>	<p>例えば・・・</p> <ul style="list-style-type: none"> ■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 <p>例えば・・・</p> <ul style="list-style-type: none"> ■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 <p>例えば・・・</p> <ul style="list-style-type: none"> ■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 <p>例えば・・・</p> <ul style="list-style-type: none"> ■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 <p>例えば・・・</p> <ul style="list-style-type: none"> ■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



(5) 既存の取組事例

ここまで商店街の新たな3類型ごとに想定されるターゲットや取組等を述べてきたが、県内外においては、すでに3類型に関連した取組と同様の取組が行われている。

以下に、既存の県内事例及び県外事例を、類型ごとに紹介する。

① 県内の取組事例



■買物機能再生に関する事例

商店街名： 百石本町商店街（上北郡おいらせ町）	
取組： おいらせ軽トラ市／100 縁笑店街	
概要： 7月から12月までの毎月第1日曜日に「百石本町商店街中央町」の道路を会場に、軽トラ市を開催し、町内外の約30者が生鮮食品や総菜等を販売している。 同時に、各商店では100円が目玉商品を販売する「100 縁笑店街」を実施し、軽トラ会場からの購買誘客を喚起している。	

おいらせ軽トラ市の様子

100 縁笑店街の様子

■福祉・コミュニティ強化に関する事例

商店街名： 剣吉商店街（三戸郡南部町）	
取組： 「町の駅おらんど館」を拠点とした宅配サービスの展開及び地域住民交流サロンの開催	
概要： 平成28年7月に、商店街の空き店舗を改修して拠点施設「町の駅おらんど館」を開設し、「達者村宅配サービス」を展開しているほか、平成28年10月以降は地域住民交流サロン「お達者サロン」を開催することとしている。 達者村宅配サービスは、南部町商工会が地域住民から注文を受け、食品・生活用品等を町内各店舗から調達し配達するものである。 また、お達者サロンは、商工会と連携協定している南部町社会福祉協議会が、おらんど館で料理教室や健康教室等を開催し、地域の高齢者等に、交流の場を提供するものである。	

町の駅おらんど館の様子

■地域資源活用に関する事例

商店街名：大町商店会、銀座商店会、大通り商店会、中央商店会（三沢市）

取組：テラヤマ ロード

概要：

平成 28 年度に、三沢市と市商工会、寺山修司記念館（三沢市）の指定管理者「テラヤマワールド」の 3 者の連携で、寺山修司記念館が所有する展示物・装飾品等計 170 点を商店街の通り約 900m に展示する「テラヤマ ロード」事業を行った。

展示は、アートディレクターの増田セバスチャン氏が監修した。



店舗への寺山修司の監督映画のスチール写真展示の様子



テラヤマ ロード
ガイドマップ

コラム 1 ～ピンチをチャンスに変える地域資源のブランド化～

温泉とスキーのまちとして知られる南津軽郡大鰐町では、町の財政危機をきっかけに町民自らの手でまちを再生しようとする機運が高まり、平成 21 年に、「プロジェクトおおわに事業協同組合」（代表：八木橋 孝男氏）が設立されました。

同組合では、地域交流センター鰐 come を拠点として、「大鰐温泉もやし」のブランド化をはじめ、地域の鉄道会社との連携による観光・買物切符「さっパス」の開発、「おもてなし世界一」をモットーとした社員教育等に取り組んでおり、将来的には、事業の一部を分社化し、大鰐産品の販売強化のための「地域商社」の立ち上げも目指しています。

付加価値の高い商品開発とその販路開拓の手法は、地域資源を活用したまちづくりの大きなヒントとなりそうです。

■複合的な取組事例

商店街名：三戸町内の中心商店街（三戸郡三戸町）

取組：「まちの楽校」を拠点とした野菜等販売、買物代行サービス、健康教室の開催ほか

概要：

空き店舗を活用して「まちの楽校(がっこう)」を開設し、野菜や惣菜等を販売しており、商工会女性部による「カツサンド」が名物となっている。

同所では、町の手仕事の達人が手芸、わら細工、織物等の技を披露し販売も行う「達人工房」事業を行っているほか、買物代行サービスや、平成28年度からは町の保健師等の協力を得て、運動や食をテーマに高齢者の健康教室を開催している。同所の販売商品、イベント等の情報はホームページの他、twitterで発信されている。

なお、毎月18日の市日には、100円商店街を開催している。

その他、夏まつりでは、三戸町出身の漫画家馬場のぼる氏の代表作である「11ぴきのねこ」に扮する仮装大会を行っているほか、商店街内のシャッターやベンチ等にも同作のモチーフが描かれており、町をあげてPRしている。



まちの楽校の様子



健康教室の様子



11ぴきのねこ仮装大会の様子

コラム2 ～高齢者の見守り機能付きポイントカードサービス～


三沢市の空街ポイントカード協同組合（代表：昆 信嗣氏）では、同市の商工会や地域包括支援センターと連携し、65歳以上の高齢者を対象に、「元気声掛けポイントサービス」を平成29年3月から始めました。

同サービスは、カードの最終利用日からの経過日数を読み取る端末を加盟店へ設置し、30日以上カード利用がなかった場合は、各店舗が「お元気にしていますか」等の声掛けやポイント割増等のサービスを行うほか、90日以上カード利用がない場合は、組合から本人や親族に連絡し、連絡が取れない場合は、地域包括支援センターに情報提供し、見守り・訪問につなげるものです。

高齢者が地域で安心して暮らしながら買物できるサービスとして期待されます。

② 県外の実績事例

■買物機能再生に関する事例

商店街名： 岩国市中通商店街（山口県岩国市） （人口：13.8万人 平成29年1月1日現在）	
取組： 中山間地域の産品を販売する軽トラ市の実施	「軽トラ新鮮組！」の様子
概要： <p>若手店主らが、新たな需要を開拓し、少子高齢化社会に向き合う具体的な施策を持ち、地域住民のニーズ及び商店街からの情報発信が必要であると判断したことをきっかけに、平成21年から中山間地域で作られた新鮮な農産物等を生産者が商店街へ軽トラックで運び、路上市場を創出する中山間地域と商店街のマッチング事業「軽トラ新鮮組！」に取り組んだ。</p> <p>軽トラ新鮮組の実施は、商店街を知って、定期的に来てもらう契機となり、来街者の増加だけでなく、来街者が何を求めているかを知る良い機会となっている。</p>	画像出典：中小企業庁「がんばる商店街30選 2015」


商店街名： 帯広電信通り商店街振興組合（北海道帯広市） （人口：16.8万人 平成28年12月末現在）	
取組： 有機野菜の定期販売・フェスの開催	有機農産物販売の様子
概要： <p>商店街では、空き店舗や空き地や散見されるようになり、活性化のためには魅力ある商品・サービスの提供が必要と考えたことから、地域住民のニーズが高い有機野菜の販売に取り組んだ。</p> <p>十勝管内の農業者が生産している無農薬・無化学肥料の野菜を販売する拠点を会員店舗の一角に作り、毎週1回試験販売を行った。また、「有機野菜&秋フェス」を開催して、商店街が販売する有機農産物販売のPRを行った。</p> <p>本事業は、有機野菜の製造・販売を行っている企業や帯広畜産大学発のベンチャー企業等の協力を得ながら、若手経営者や女性経営者で構成する成年交流会が中心となって出店を行っており、「有機農産物を買うなら電信通りで」というイメージを浸透させることにつながっている。</p>	画像出典：商店街にぎわいPLAZA「地域商店街活性化事業成果事例集」

■福祉・コミュニティ強化に関する事例

<p>商店街名：みやのかわ商店街（埼玉県秩父市） （人口：6.5万人 平成29年1月1日現在）</p>	
<p>取組：買物弱者を対象とした出張商店街の実施</p>	
<p>概要： 秩父エリアは埼玉県内で高齢化率がトップクラスの地域で、約3万人が高齢者である。そのため、高齢者施設や山間地域における買い物弱者対策として、商店街ごとに出張して商品を販売する「出張商店街 楽楽屋（らくらくや）」を実施している。 週に3度、高齢者施設や山間地域に出張し、高齢者の方々に非常によろこばれ、中には下着から衣類全てを購入する高齢者もいる。さらに、施設の備品類もみやのかわ商店街で購入され、商店・商店街のお得意先づくりにつながっている。</p>	

「出張商店街楽楽屋」の様子

画像出典：中小企業庁「がんばる商店街30選2015」

<p>商店街名：本町商店街（福岡県飯塚市） （人口：13.0万人 平成28年12月末現在）</p>	
<p>取組：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</p>	
<p>概要： 本町商店街では、来街の少ない子どもや子育て世代に商店街へ足を運び、使ってもらうことが必要だと考え、空き店舗を活用したコミュニティスペースを開設するとともに、子どもたちの作品等の「発表の場」、「学習の場」として活用した。 その結果、スペースの活用を通してつながった地域の短期大学や小学校のPTA、子供会連合会から、「商店街を活用したい」という企画が持ち込まれるようになり、子どもや子育て世代を中心に来街者が増えつつある。</p>	

子どもの学習の様子

画像出典：株式会社全国商店街支援センター「商店街チャレンジコース 平成26年度 商店街活性化アイデア集」


コラム3 ～「商店街は学び・実践の場」 高校生のまちづくりプロジェクト～

県内では、高校生によるまちづくり、商店街活動が複数展開されています。平成21年に設立された「NPO法人 あおもり若者プロジェクト クリエイト」（代表：久保田 圭祐氏）は、平成26年のNPO法人化を契機に「地域づくりを通じた教育」をテーマに掲げ、青森市の中心商店街で、高校生が少人数の「クラス」に分かれ店主による「担任」から助言を受けながら通年で活動を行う「クリエイトまち塾」を開催し、英訳商店街マップの作成や高校生による商店街ツアー等を行い、延べ80名以上の高校生が参画してきました。

その他、上北郡おいらせ町の本町商店街では県立百石高校生による「高校生レストラン」が、また、三戸郡三戸町の八日町商店街では授業の一環で、県立三戸高校生が商店経営を行う「チャレンジショップ」が期間限定で開催されました。


高校生が、商店街を学びの場・実践の場として活用し、店主や地域住民と交流し、まちに親しみながら、プレーヤーとして活躍する取組として注目されます。

■地域資源活用に関する取組

<p>商店街名：中町商店街（長野県松本市） （人口：24.1万人 平成29年1月1日現在）</p>	
<p>取組：蔵のあるまちの特徴を活かした取組の実施</p> <p>概要： 「中町（蔵のある）まちづくり基本構想」を策定、平成元年「中町（蔵のある）まちづくり協定」を締結し、まちづくり推進協議会を設立、ファサードの整備（平成元年～21年）や電柱の地中化（平成9年～13年）等、住民と行政とが協働で街並み整備を行ってきた。 街並み整備と並行して、街歩きの要素を組み込んだ街コンの開催、中町の井戸水を使ったオリジナル日本酒「中甲」の醸造、20年近く続く朝市の開催、近年増加傾向にある外国人観光客へ対応した英語版のマップ・ホームページの作成等、蔵のあるまちの特徴を活かした取組を実施している。</p>	

蔵でのイベントの様子

画像出典：中小企業庁「がんばる商店街30選 2015」

<p>商店街名：豊後高田市内8商店街（大分県豊後高田市） （人口：2.3万人 H27.7末現在）</p>	
<p>取組：「昭和」をキーワードにした街並み再生と拠点施設整備</p> <p>概要： 昭和30年代以前の建物が多く残っていることから「昭和」をテーマにしたまちづくりを行うこととして、平成13年度から、商業者・商工会議所・行政連携のもと昭和30年代の街並みの再現や、商店街に隣接する巨大な米蔵を「昭和ロマン蔵」として改修し、館内に古いおもちゃを展示する博物館や絵本美術館、和食レストランを開設した。 また、土日を中心に無料でボンネットバスを運行させ、町の周遊ができるようにしている。 商店街では、古いお宝の「一店一宝」展示や昭和から続く商品を「一店一品」として販売しており、イベントとしては、「街並みめぐり」、「おかみさん市」等を開催している。 なお、情報発信や昭和ロマン蔵の運営は、豊後高田市観光まちづくり株式会社が行っている。</p>	

豊後高田商店街の街並み

画像出典：中小企業庁「がんばる商店街77選（平成18年度）」

コラム4 ～商店街と商店街以外の店舗がネットでつながる「バーチャル商店街」～

特定の商品・サービスの買い回りや食べ歩きに関しては、ホームページやSNS等により「〇〇バーチャル商店街」といった形で、商店街内の店舗と商店街以外の場所にある店舗が協同して情報を発信することで、新たに、店舗同士の横の連携と、特定の商品・サービスに関心のある消費者の誘客につながられる可能性があります。

第4章 商店街振興マニュアル

(1) 実践ステップ

将来的に強化していく商店街の方向性（商店街類型）の実現に向けた実践ステップは下記のとおりである。

- ステップ1：商店街の現状把握
- ステップ2：活性化プランの立案（目指す方向性や、必要な取組の選択の選択）
- ステップ3：活性化プランの実施（PDCA サイクルの実施）

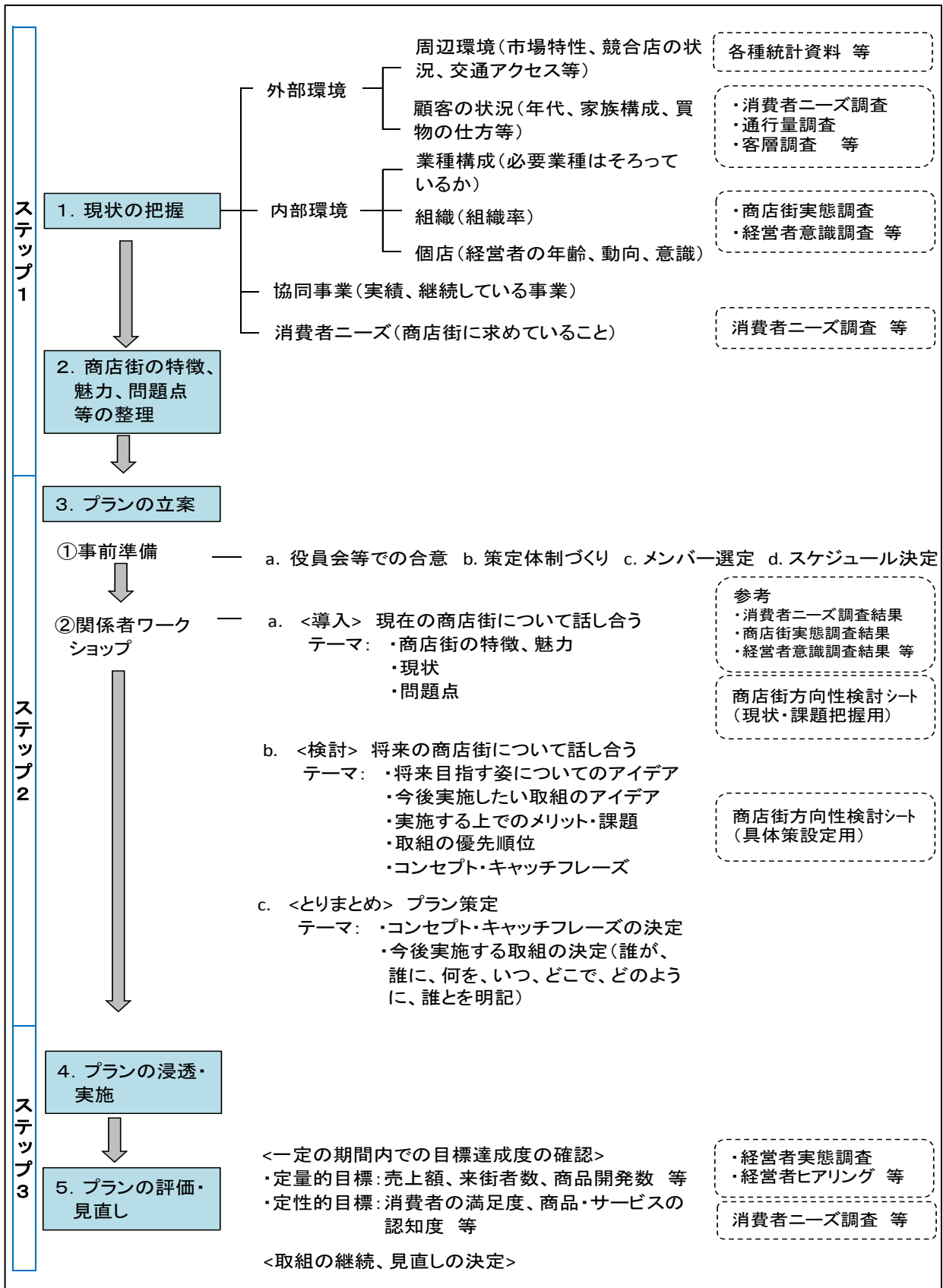
図に示すと下記のとおりである。

【実践ステップ概要】



なお、各実践ステップの作業の流れ（フロー）を詳細に示すと下記のようになる。

【実践ステップ詳細（作業フロー図）】



(2) 商店街の現状把握の手法

商店街や街の方向性を検討するためには、地域や街、地域の消費者のニーズ、商店街を構成する店舗経営者等の意識等について、把握する必要がある。

ここでは、商店街のみでできる現状把握の手法をケース1、市町村・商工団体等が商店街と連携して調査等を行う場合をケース2として、それぞれの現状把握の手法について述べる。

ケース1：商店街が自らの現状把握を行う場合

① 外部環境と内部環境の変化の把握

商店街を取り巻く環境と顧客の状況について、外部環境、内部環境を整理する。

視 点	変化したこと	
	外部環境	内部環境
商店街を取り巻く環境	<ul style="list-style-type: none"> ・マクロ環境・市場特性 ・周辺の競合店 	<ul style="list-style-type: none"> ・必要業種はそろっているか ・会員数・商店数 ・経営者及び従業員の年齢 ・参加意識 ・将来志向
顧客の状況	<ul style="list-style-type: none"> ・顧客の年代、性別、家族構成 ・買物の仕方（量、品目、頻度） 	—

② 共同事業実績の把握

上記変化に対応して実施した事業について、現在の実施状況について整理する。

変化に対応して実施した共同事業	事業区分	現在の実施状況
1	<input type="checkbox"/> ソフト <input type="checkbox"/> ハード	<input type="checkbox"/> 継続中 <input type="checkbox"/> 終了
2	<input type="checkbox"/> ソフト <input type="checkbox"/> ハード	<input type="checkbox"/> 継続中 <input type="checkbox"/> 終了

③ 継続している共同事業についての分析

②で記載した共同事業がなぜ継続しているのか、地域との関係性等の視点から分析する。

視点1 地域・顧客への還元	視点2 安全性への配慮	視点3 情報発信・集客	視点4 組織の一体感醸成

※上記にある視点の他、様々な視点から分析する。

④ 消費者が商店街に求めていることの分析

顧客の買い物の仕方等から、消費者が商店街に何を求めているのかを探る。

例) 生活必需品の購入場所、人との交流、コミュニティの場等

ケース2：市町村・商工団体が主導して現状把握を行う場合

① 商店街の外部環境を把握できる既存資料

商店街が立地している町の人口や世帯数や家計支出、事業者数等は、定期的に行政が調査を実施している。このため、商店街の外部環境等を把握する必要がある場合は、市町村・県の担当課（市民課、統計課等）の公表資料をインターネット等で探すことが考えられる。

下記は、想定される収集項目と収集場所である。

収集項目	既存資料	収集場所
人口動向 地域の人口・世帯数、世帯構成、町丁別人口、昼間・夜間人口の量的質的变化を探る	国勢調査、人口移動統計調査等	インターネット、国（統計局）、県、市町村、商工団体等
市場・消費者動向 品目別の消費動向、ライフステージ別家計収支、生活消費者意識・価値観	家計調査年報、消費動向調査、商店街実態調査、商業統計、国民生活に関する世論調査、国民生活選好度調査等各種統計調査、白書等	インターネット、国（内閣府、中小企業庁）、県、市町村等
消費の状況 小売店の品の別売上高	家計消費状況調査、家計調査年報、全国消費実態調査、商業統計等	インターネット、TV、新聞、雑誌、国（統計局、経済産業省）等
業界動向 小売物価、卸売物価等	消費者物価指数年報、全国物価統計調査、業種別貸出審査事典等	インターネット、調査機関等
大型店、競合店出店状況 対象地域の総合・専門量販店の出店、販売動向	地図、大規模小売店舗立地法届出状況、百貨店・スーパー販売動向等	インターネット、県、市町村、商工団体等
地域情報 地勢、産業構造、主要産業の概況、観光資源、地域資源の状況	都市計画、市街地地図、地域経済総覧、経済センサス、地域産業資源一覧、地価情報等	インターネット、県、市町村、商工団体等
交通アクセス 交通手段、道路整備状況、航空機・鉄道・バスの路線、利用者の推移、交通量	地図、路線図、道路交通センサス、一般交通量調査等	インターネット、国（国土交通省）、県、市町村、交通機関等
経済動向・景気動向 国内外の経済の動き、景気、県民所得	経済報告、景気動向指数、社会経済白書等	インターネット、国（内閣府）、県等

② 商店街や地域の現状を把握する各種調査

対象商店街の現時点の来街者や経営者の意識、来街者数や客層を知るためには、現地あるいは郵送、インターネット等によるアンケート、現地でのヒアリング、カウンター利用による数取調査等を実施する。

a 消費者ニーズ（来街者）調査（調査票 P. 45 参照）

【調査目的】

- ア 調査結果から、地域の消費動向、商品に対する意識や志向等を把握し、商店街の活性化の方向性を検討する材料とする。
- イ 商店街内の個店の品揃え、売り場づくり、販売促進の改善を図る。

【活用方法】

- ア 商圏設定を行うために利用する。
- イ 来街者のニーズを踏まえた商店街の方向性を検討するのに活用する。
- ウ 商店街内の店舗の経営改善に活用する。

【調査項目】

ア フェイスシート（性別・年齢・職業・住所・居住年数・家族構成・調査日）

イ 調査項目

来街者の来街交通手段、所要時間、来街頻度、来街目的、当該商店街内店舗の認知度・利用の有無・取扱商品の消費動向（商品購入有無・購入の際のポイント・購入動機・購入頻度・価格・購入場所・要望）等

【調査方法】

準備物	<input type="checkbox"/> 調査票 <input type="checkbox"/> 回答者用筆記用具 <input type="checkbox"/> 回答者用クリップボード <input type="checkbox"/> 粗品 <input type="checkbox"/> 椅子・テーブル
調査日時	平日と休日の2日間 商店街内店舗の営業時間内で実施
サンプル数	通行量の2～3%程度の回収が望ましい。通行量が少ない場合でも100～150件を目標とする
調査場所	商店街内でのインタビューによる記入回収方式
調査方法	1件3～5分以内、アンケート実施後チェックし不備のないようにする。回収率をあげるため、粗品を進呈する。
集計分析	集計により、来街者の買い物動向の特徴、商店街の評価、要望を捉える。 ①単純集計を実施。②性別・年代・居住地区でそれぞれクロス集計
その他	・アンケートでは、対象を選定して調査票を郵送するほか、インターネットを利用して不特定多数を対象とする場合がある。 ・補足調査として、数名の来街者や地域住民を対象としたグループインタビューを実施し、街頭調査で把握できない生の声を捉える方法もある。

b 商店街経営者意識調査**【調査目的】**

ア 調査結果から、商店街の組織状況、商店街内店舗の経営状況、販促、商店街に対する意識等を把握し、商店街の活性化の方向性を検討する材料とする。

イ 商店街内の個店の品揃え、売り場づくり、販売促進の改善を図る。

【活用方法】

ア 来街者調査と合わせて実施し、消費者と経営者の意識の違い等を明らかにする。

イ 来街者のニーズを踏まえた商店街の方向性を検討するのに活用する。

ウ 商店街内の店舗の経営改善に活用する。

【調査項目】

ア フェイスシート（企業名・設立年・業種・代表名・従業員数・取扱商品・調査日等）

イ 調査項目

経営状況（来客数・売上の推移）、顧客の状況、店舗の認知度、店舗利用の有無、取扱商品の消費動向、後継者の有無、商店街活動等

【調査方法】

ア アンケート票を郵送する場合とヒアリングする場合がある。

イ 来街者調査を実施している場合は、その結果を踏まえて調査を行うと比較検討しやすく、経営者にとっては、新たな気づきの機会になる場合がある。

c 通行量調査（調査票 P. 57 参照）

人の流れと溜まりは商店街や小売業の立地条件として重要である。通行量は商店街の「商業的な利用価値」「商業力、街の魅力のパロメータ」を示すと言われており、通行量調査を定期的に行うことで、その地域の魅力・商業力の状況が明らかとなる。

【調査目的】

対象商店街の立地における「歩行者」「自転車」「バイク」の量と実態、立地特性を明らかにし、商店街活性化の方向性検討の資料とする。

【活用方法】

- ア 客足の流れを量的・質的に分析し、立地の性格を把握するための1つの資料として活用する。
- イ 平日・休日の量的変化を分析し、商店街の立地周辺の賑わい度合いの現状を把握する。
- ウ 時間帯別・曜日別通行量の量的変化を分析し、商店街の立地特性を把握する。
- エ 商店街の活性化の方向性の検討を行うための資料とする。

【調査項目】

- ア 歩行者・自転車・バイク等に区分する。
- イ 歩行者は、男性・女性、年代別に区分し、量的・質的特性を把握する。

【調査方法】

- ア 商店街に調査地点を数か所決め、調査員を配置する。
- イ 地点を通過する通行者を調査項目アで区分し、区分したものをさらに調査項目イで区分し計測する。

準備物	<input type="checkbox"/> 数取器（3連式・5連式がある。数取器を固定し集計する区分を決める） <input type="checkbox"/> 集計表 <input type="checkbox"/> クリップボード
調査日	通行量調査は年間で平均的な通行量を示す時期を選び、近接した平日と休日の2日間実施する。
調査時間	調査時間は商店街内の店舗営業時間とし、各時間とも30分調査しこれを2倍してその時間の通行量とする。
調査場所	商店街の出入口等数か所を調査地点とし、方向別に計測する。角地の場合はメインとなる道路を測定する。
調査対象	商店街を通行する中学生以上。通行者の特徴等質的な把握を行い、特記する。
集計分析	時間帯別、曜日別に集計し、そのデータを比較し通行者の特徴とその変化を捉える。

d 来街客層調査（調査票 P. 58 参照）

【目的】

商店街の来街者の客層の実態（どの時間帯にどのような客層が多いか等）を把握し、商店街の活性化の方向性を検討する資料とする。

【活用内容】

- ア 来街者の現在の客層を把握し、今後の商店街活性化の方策検討の資料とする。
- イ 商店街内の店舗の経営改善に活用する。

【調査項目】

- ア 来街者を、主婦、夫婦、家族連れ等に区分してカウントする。
- イ 商店街内の店の業種・業態によっては、ビジネスマン・学生等の職業区分を加える。

【調査方法】

- ア 商店街に調査地点を数か所決め、調査員を配置する。
- イ 地点を通過する通行者を調査項目に基づき区分し計測する。調査する各時間帯において 30 分調査した得られた値を 2 倍してその時間帯の来街者数とするのが一般的である。

準備物	<input type="checkbox"/> 数取器（3連式・5連式がある。数取器を固定し集計する区分を決める。各数取器には調査項目に記載の各層等がわかるようにする） <input type="checkbox"/> 集計表 <input type="checkbox"/> クリップボード
調査日	通行量調査を実施する平日と休日の 2 日間で実施
調査時間	店舗の営業時間「1 時間毎」または「10 時台・14 時台・17 時台」とする。
調査場所	商店街の出入口、各店舗の出入口付近
調査対象	来街する中学生以上とする。
集計分析	地点毎、時間毎、客層、方向毎で集計し、時間帯毎の客層等の特徴を把握する。

③ 内部環境の現状把握（調査票 P. 47 参照）

商店街の活性化の方向性を検討する場合、外部環境とともに、内部環境、いわゆる対象商店街そのものの現状を把握し、関係者で情報共有を行う必要がある。

収集項目	既存資料	収集場所
商店街組織の動向 商店街の活動状況 経費の推移 空き店舗の状況等	総会資料 収支予算・決算書 事業概要、会員一覧、組織図 空き店舗調査	商店街、市町村・県（※） ※市町村・県で空き店舗調査を実施している場合があるので事前に確認する。
商店街内経営者の意識 経営者の状況 課題 要望等	商店街実態調査 経営者意識調査	商店街、市町村・県（※） ※市町村・県で空き店舗調査を実施している場合があるので事前に確認する。

④ 商店街の中の店舗の現状把握の方法

商店街全体の活性化を検討する上では、商店街を構成する個店についての現状把握、問題点の洗い出しや課題整理、改善を行っていく必要がある。各個店の現状については、商店街の現状把握の過程で実施する「経営者意識調査」により確認し、商店街の方向性を検討すると同時に、店の改善を行っていくのが望ましい。その他下記の方法がある。

- a 業界動向の把握
- b 自社経営内部分析（売上状況・仕入れ状況・販売促進・財務・組織・顧客管理）
- c 来店客調査
- d 来店客数調査
- e 来店客層調査
- f 客導線調査

(3) 各商店街の活性化プランの立案

① 各商店街の活性化プラン立案の流れ

各商店街の活性化プランの立案に向けては、下記の流れで進めていく。

- a 事前準備（体制づくり、メンバー選定等）
- b プラン策定のための関係者会議
- c プランのとりまとめ
- d プラン・コンセプトの浸透

② 事前準備（体制づくり、メンバー選定等）

a プランを策定することを役員会等で合意する

プラン策定を、商店街の取組として実施するために、役員会等で合意を得る。

b プラン策定のための体制づくり

委員会、検討会等、商店街個別プランを策定するための組織を設立して、商店街関係者がプラン策定のために定期的に出会うことができる体制を作る。

c プラン策定のためのメンバー選定

プランを策定するために設立した組織のメンバーを選定する。

d プラン策定のスケジュール決定

プランを策定するにあたり、策定期間や、策定するための関係者ワークショップ数とその議題等、スケジュールを決定する。

下記は、3回関係者ワークショップを開催することを想定した場合の開催内容の例である。

第1回（導入～検討）

テーマ	①商店街の特徴や魅力、現状、課題の把握 ②商店街における取組の検討・アイデア出し
目標	・商店街関係者が考える商店街の特徴や魅力、現状・課題の整理 ・課題解決等を踏まえた今後の取組の方向性の検討

第2回（検討）

テーマ	①商店街における将来目指す姿の検討・アイデア出し ②商店街における取組の具体化
目標	・商店街における将来目指す姿のイメージ・方向性の抽出 ・今後の取組案の整理（取組のターゲット、内容、実施場所、連携先等）

第3回（とりまとめ）

テーマ	①商店街における将来目指す姿の具体化 ②商店街における取組の精査
目標	・将来目指す姿の合意、次年度以降優先的に進めていく取組の決定

③ プラン策定のためのワークショップ

プラン策定にあたっては「導入⇒検討⇒とりまとめ」の流れで関係者ワークショップを開催する。

【関係者ワークショップの流れ】

<導入>

商店街について、どのような特徴や魅力があるのか、商店街の状況はどのように変化しているのか、商店街としてどのような問題点を抱えているのかについて、話し合う。

<検討>

これからの商店街について、どのような商店街にしていきたいか、どのような取組を実施していきたいかについて、話し合う。

商店街の将来目指す姿のイメージを、コンセプトやキャッチフレーズのようにして、まとめる。

<とりまとめ>

これから商店街で重視していく取組をまとめる。その際には、「誰が・誰に・何を・いつ・どこで・どのように」等取組を具体的に整理する。

商店街個別プランの策定

- ・ 商店街の将来目指す姿
- ・ 商店街における今後の取組

a 現在の商店街について話し合う

(P. 59 商店街方向性検討シート (現状・課題整理用) 参照)

まず、現在の商店街について、どのような特徴があるのか、状況はどのように変化しているのか、どのような問題点を抱えているのかについて、意見交換しながら整理する。整理の流れは以下のとおりである。

ア 商店街の特徴や魅力の整理

商店街としてどのような強みがあり、それをどう伸ばし活かすことができるかを考えるため、商店街の特徴や魅力について整理する。

イ 商店街の状況の整理

商店街の外部環境及び内部環境はどのような状況にあり、どのように変化しているか、また、現在はどのような事業を実施しているか等を整理する。

ウ 商店街の問題点・課題の整理

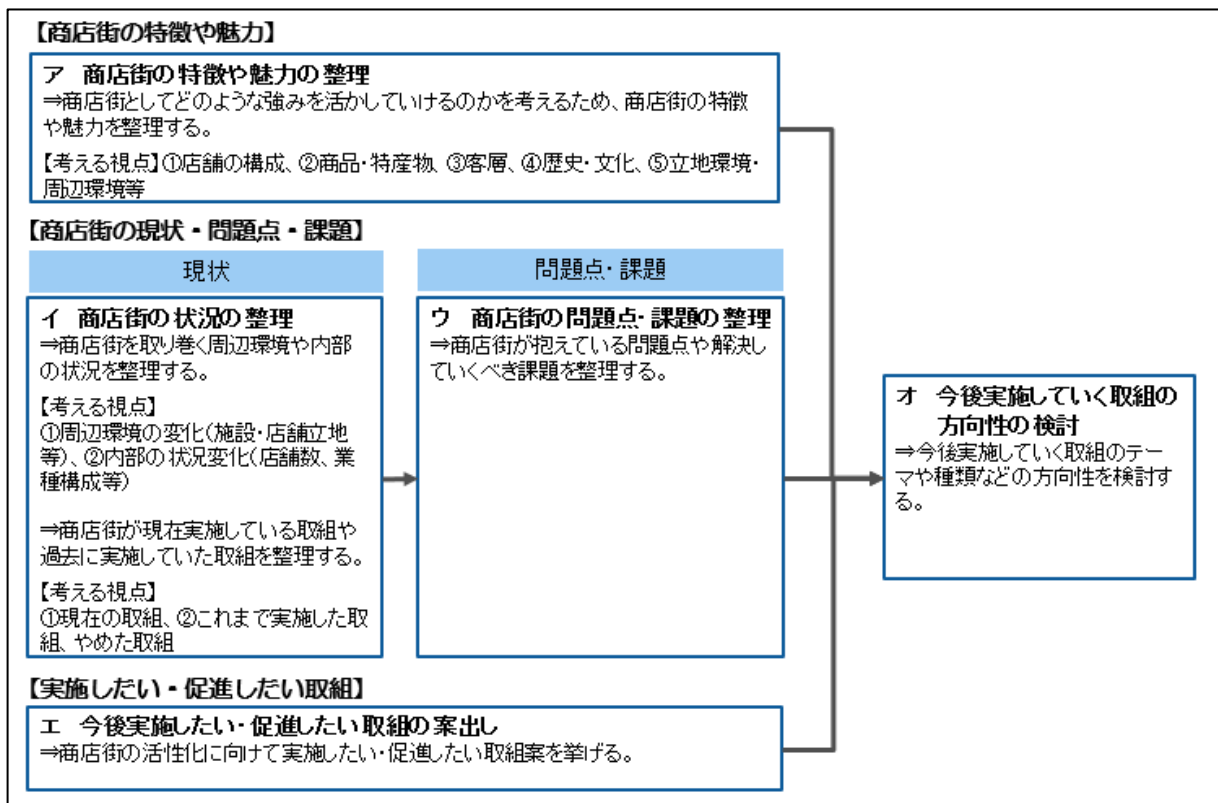
イで整理した状況も踏まえながら、商店街が抱えている問題点は何か、活性化に向けて解決すべき課題は何かを整理する。

エ 今後実施したい・促進したい取組の案出し

商店街の活性化に向けて今後どのような取組を実施したいか、または促進したいか、取組案を挙げる。

オ 今後実施していく取組の方向性の検討

ア～エの情報を踏まえながら、商店街として今後どのようなテーマや種類の取組を実施していくのか、取組の方向性を検討する。



b 将来の商店街について話し合う

(P. 63商店街方向性検討シート（具体策設定用）参照）

現在の商店街について整理した内容を踏まえながら、将来的にどのような商店街にしていきたいか、また、どのような取組を実施していきたいかについて、意見交換しながら整理する。整理の流れは以下のとおりである。

ア 商店街の将来目指す姿の検討・アイデア出し

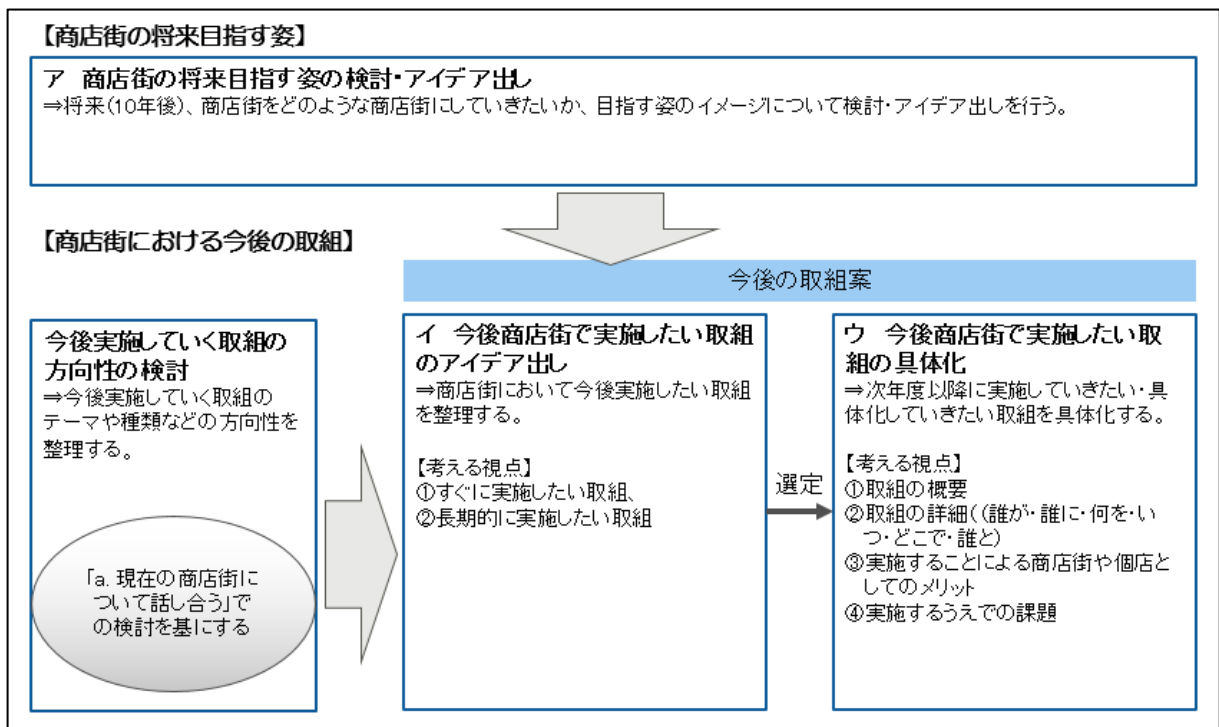
現在の商店街について整理した情報も踏まえながら、将来（10年後）、どのような商店街にしていきたいか、目指す姿のイメージについて、アイデアを出し合う。

イ 今後商店街で実施したい取組のアイデア出し

前記「a 現在の商店街のことを話し合う」で検討した取組の方向性を踏まえながら、「商店街の将来目指す姿」の実現に向け、今後、具体的にどのような取組を実施していきたいか、実施時期（すぐに実施／中長期的に実施）と併せて、取組アイデアを出し合う。

ウ 今後商店街で実施したい取組の具体化

前記イで挙げた取組アイデアの中から、今後実施、具体化していきたい取組について、概要及び詳細な内容（誰が・誰に・何を・いつ・どこで・誰と）、実施することによる商店街や個店としてのメリット、実施するうえでの課題等を具体化する。



また、ワークショップにおいて参加者からの意見が出にくいことが想定される場合は、事前に「商店街方向性検討シート」を配布・回収して、意見をある程度集約しておくことが有効と思われる。

④ プランのとりまとめ

a 商店街の目指す将来像のイメージを決定する

プラン策定メンバーによる話し合いの結果をもとに、商店街の将来目指す姿を文章化する。文章はコンセプトやキャッチフレーズのように簡潔にまとめる。

b 重視していく取組を決定する

これから商店街で重視し、実施していく取組を文章化する。その際は、「誰が・誰に・何を・いつ・どこで・どのように」等取組を具体的にイメージしながらまとめる。整理のイメージは以下のとおり。

〇〇〇商店街活性化プラン	
商店街の将来目指す姿	
〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇	
⇒関係者ワークショップ参加者間での意見交換を通じて検討した、商店街として将来目指す姿のコンセプトやキャッチフレーズを記載。	
.....	
⇒コンセプトやキャッチフレーズの説明文として、商店街の特徴や魅力、問題点・課題、将来目指す姿とその実現に向けて実施する取組の方向性等について記載。	
将来目指す姿の実現に向けて今後実施する取組	
取組名	取組内容
.....
⇒取組名を記載。	⇒関係者会議参加者間での意見交換を通じて検討した取組内容について、「誰が、誰に、何を、いつ、どこで、誰と」の視点から記載。
.....
.....
.....
.....

⑤ プラン・コンセプトの浸透・実施

商店街の執行部として担うべきこと、各会員が担うべきことを整理した上で、会員へのプラン・コンセプトの浸透を図っていく。また、同時に実施すべき事項について順次実施していく。

(4) 取組評価の手法

商店街振興プランの実施にあたっては、PDCA (Plan (計画) -Do (実施) -Check (成果検証) -Action (改善検討)) サイクルの手法により、計画、実施だけにとどまらず、成果検証及び改善検討の過程を取り入れる必要がある。

成果検証、改善検討の過程においては、下記の事項を設定し、随時進捗管理することが望ましい。

- ① 取組期間の設定 (3 か月間、6 か月間、1 年間、3 年間、5 年間)
- ② 定量的な目標値の設定 (売上額、来街者数、商品開発数、空き店舗率)
- ③ 定性的な目標値の設定 (消費者の満足度、商品の認知度等)

なお、「福祉・コミュニティ強化型商店街」を目指し、行政との連携を重視した取組を行う場合は、売上や来街者数といった、商業的な指標に加え、将来的な人口減少率、高齢化率、出生率等をも勘案する必要がある。その場合は、市町村が策定する「地方版人口ビジョン」や「地方版総合戦略」が参考になるものと思われる。

第5章 商店街実証調査の進行過程・とりまとめ結果

前章の商店街振興マニュアルをもとに、平成28年度に「商店街実証調査」として、つがる市及び七戸町で、商店街関係者（商店主、商工会、市町職員、県、アドバイザー）によるワークショップを開催し、各商店街の特徴や魅力、課題、今後の方向性や取組等について検討した。

その過程及びとりまとめ結果については下記のとおりである。

(1) ワークショップの実施方法

① 第1回ワークショップの実施方法

a ワークショップ開催前の事前準備

ア 事前アンケートの実施

商店街の課題整理や今後の方向性を考えるための基礎情報を収集するため、本プラン第8章の「方向性検討シート（現状・課題把握用）」を用いて、商店街関係者から、商店街の特徴や魅力、商店街の状況、商店街における取組、商店街の問題点、今後実施したい・促進したい取組等を事前に聞き取った。

イ 事前アンケート結果のとりまとめ

ワークショップの際に参加者で情報共有するため、前記aで行った事前アンケートの結果を質問項目ごとにとりまとめた。

【事前アンケートのとりまとめ例】

1. 商店街の特徴や魅力について	
店舗構成	<ul style="list-style-type: none"> ・店舗構成のバランスが良い。 ・商品の種類はひと通り揃っている。食料品、雑貨、衣料など全て揃う。 ・おいしい飲食店が多い。
商品・特産物	<ul style="list-style-type: none"> ・農産物、農産物加工品がある。お米やスイカ、メロンなどの農産物が特産品になっている。 ・7-8月は市外からもスイカやメロンを買いに来る。 ・清酒「縄文つがる」がある（容器が土偶の形をしている）。
客層	<ul style="list-style-type: none"> ・地域住民（特に交通弱者）。周辺で暮らす人の利用が多い。 ・自店では、他市町村の顧客が多い。（土日祝日は観光客を含む遠方からの客が多数を占める） ・高齢者（70才以上）や病児に来院する人が多い。 ・子ども。
歴史・文化	<ul style="list-style-type: none"> ・三新田神社（まつり）、夜店まつりがある。 ・馬市まつり発祥の地であり、現在も行われている。 ・ネブタまつりが開催されている。 ・縄文文化と関わりがある。亀ヶ岡遺跡（遮光器土偶）が出土し、世界遺産登録を目指している。
立地環境・周辺環境	<ul style="list-style-type: none"> ・遮光器土偶をモチーフにしたJR木造駅（土偶の駅）がある（観光スポットになっている）。 ・商店街はJR木造駅から北へ数百m続いている。 ・役所、銀行、医療機関、半径500m位に集約している。 ・津軽平野の中心地。 ・古田川沿いの歩道がきれい。 ・岩木山の景観が見える。津軽平野を望むきれいな風景が見える。
上記以外	<ul style="list-style-type: none"> ・アーケードで安心して回遊できる。 ・休日、交通量が極端に減るので、車道を歩ける。 ・6~7月にかけてベンセ湿原が見所になっている。 ・出来島埋没林がある。

b ワークショップの開催

ア 参加者への商店街に関する各種調査結果・事前アンケート結果の共有

まずは、商店街の特徴や魅力、商店街の状況に関する意見を参加者から収集するための基礎情報として、対象商店街において平成27年度に実施した「商店街実態調査（経営者意識調査）」及び「消費者ニーズ調査（来街者調査）」の結果を情報共

有した。次に、事前アンケート結果のとりまとめを情報共有した。

【商店街に関する各種調査結果例】

平成27年度商店街に関する消費者ニーズ調査結果（七戸町抜粋）

1. 商店街来街者調査（実施：平成27年11月）

(1) 調査項目

①近隣の商店街利用について
交通手段、所要時間、同行者、利用目的、購入商品・利用サービス、利用する理由、利用頻度、3年前と比べた利用頻度の変化とその理由、印象

②近隣の商店街以外の店舗利用について
利用頻度、利用用途、利用する理由

③近隣の商店街の活性化について
実施してほしいこと、欲しい業種、商店街の魅力や利用者を増やすためのアイデア

④基本属性
性別、年齢、職業、居住地、居住年数、家族構成、車の運転

(2) 調査仕様

①調査方法 調査対象商店街での聞き取りによるアンケート方式

②回答者数 (単位：サンプル)

平日	休日	合計
84	75	159

(3) 調査結果

① 商店街の利用目的
商店街の利用目的は、すべての地域で「買物」が40%以上と最も多い。次いでつがる市では「通院・見舞い」、「サービス利用」、外ヶ浜町では「通院・見舞い」、「業務」、七戸町では「サービス利用」、「飲食・飲酒」、大間町では「サービス利用」、「散歩」となっている。

七戸中央商店街協同組合 商店街カルテ

1. 基本情報

所在地	上北郡七戸町字七戸48-3
商店街タイプ	地域型商店街
立地タイプ	一般商店街

2. 商店街の特徴
<業種構成>

<核店舗>

<商店街の活動状況(事業)>

【ソフト事業】

【ハード事業】

<活動トピック>

- ・レシートラリー（7月5～15日）
- ・フラワーマーケット（5月中旬）
- ・商店街ぐるっとまわって運だめし（9月）

※この他、商店街を会場とした行事として、サマーフェスティバル（6月、職工祭開催）、七戸まちのなび大納言祭（9月、職工祭/まちづくりチャレンジ事業実行委員開催）、町正夜行祭（2月、実行委員開催）あり。

イ 参加者からの情報収集・意見交換

共有した情報を引き合いにしながら、参加者に対し、今後伸ばしていきたい商店街の特徴や魅力、解決したい課題等について意見交換するとともに、意見交換の内容をふせんにメモし、模造紙に整理した。そして、商店街における今後の取組に関する意見を抽出した。

② 第2回ワークショップの実施方法

a ワークショップ開催前の事前準備

ア 事前アンケートの実施

商店街の将来目指す姿や今後実施していく取組を考える基礎情報を収集するため、本プラン第8章の「方向性検討シート（具体策設定用）」を用いて、商店街関係者から、将来どのような商店街にしていきたいか、今後どのような取組をしていきたいか等を聞き取った。

イ 事前アンケート結果のとりまとめ

ワークショップの際に情報共有するため、前記aで行った事前アンケートの結果を質問項目ごとにとりまとめた。

【事前アンケートの取りまとめ例】

3. 今後商店街で実施したい取組について		※未記載の項目は省略
①取組タイトル	しゃこちゃんを集めろプロジェクト	
②取組内容(概要)	商店街振興会の参加者から500円買上で2ポイント(ハンコ)、市内のしゃこちゃん(駅、看板、掲示板、マンホールetc)写真(プリントして貼りつける)で1ポイント、などスタンプラリー-&街歩きで景品(商品券)を渡す	
③取組内容(詳細)	誰が	商店街振興会の中の実行委員会(参加店から)
	誰に	一般の顧客及び市外からの参加者
	何を	スタンプカードの印刷、チラシの配布、SNSなど発信
	いつ	春・秋(年2回)
	どこで	特になし(事務局をどこかに設置)
	誰と	NPO法人元気おたすけ隊
④商店街 個店としてのメリット	<ul style="list-style-type: none"> ・有楽町・千代町以外の商店と連携できる ・街を歩いてもらえる 	
実施するうえでの課題	<ul style="list-style-type: none"> ・まず、定期的な話し合いの場、意見、アイデアを整理して確認させる工夫が必要 ・今年度中に「小さくても良い」から何かを始動すべき 	

b ワークショップの開催

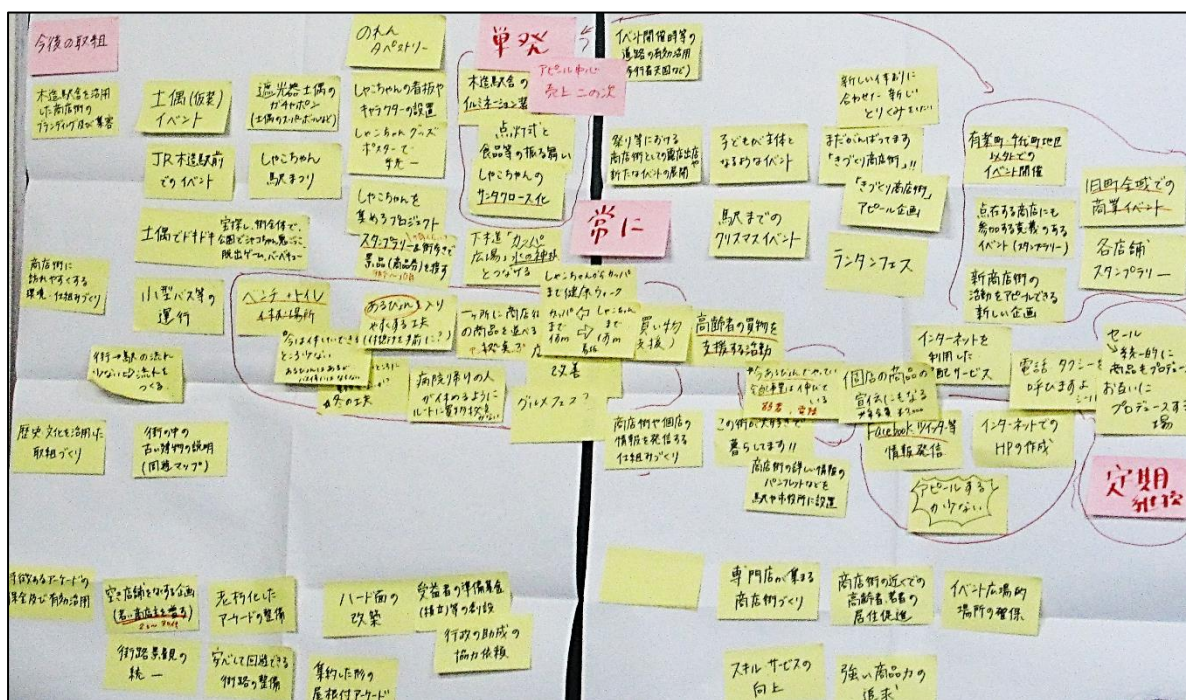
ア 第1回ワークショップの振り返り、事前アンケート結果の共有

まずは、第1回ワークショップの振り返りを、議事録をもとに行った。次に商店街の将来目指す姿や今後実施していく取組に関する意見を参加者から収集するための基礎情報として、事前アンケート結果のとりまとめを情報共有した。

イ 参加者からの情報収集・意見交換

共有した情報を引き合いにしながら、参加者に対して、将来どのような商店街にしていきたいか、今後どのような取組をしていきたいかを尋ねて、意見交換をするとともに、ふせんに意見交換の内容をメモして、模造紙に整理した。そして、第3回に詳細を検討する取組の方向性を4～5案選定した。

【今後の取組に関する意見交換メモの例】



③ 第3回ワークショップの実施方法

a ワークショップ開催前の事前準備

ア 商店街活性化プラン素案の作成、事前アンケートの実施

まず、第2回までの検討を踏まえ、事務局にて「商店街個別プラン」の素案を作成した。次に、本プラン素案について意見を収集するために、商店街関係者を対象として、プラン素案を配布し事前アンケートを実施した。アンケートでは、プラン素案に記載した商店街の将来目指す姿や、各取組案等について追加・変更したい事項や、第3回ワークショップで意見交換したい事項等を質問項目として設定した。

イ 事前アンケート結果のとりまとめ

ワークショップの際に情報共有するため、前記 a で行った事前アンケートの結果を質問項目ごとにとりまとめた。

b ワークショップの開催

ア 参加者への商店街に関する各種調査結果・事前アンケート結果の共有

まずは、第2回ワークショップの振り返りを行い、作成した商店街活性化プランの素案の記載内容について説明をした。次に、事前アンケートの結果を情報共有した。

イ 参加者からの情報収集・意見交換

共有した情報を引き合いにしながら、参加者に対して、商店街活性化プランに記載した商店街の将来目指す姿と今後の取組案について意見交換をするとともに、ふせんに意見交換の内容をメモして、模造紙に整理した。ここではおもに、提示した取組案のうち、取組内容や実施主体、連携先、実施場所等について修正・変更点を確認した。

【ワークショップの様子】



(2) きづくり商店街振興会のワークショップ及び活性化プラン

① 第1回ワークショップ

■日時：平成28年7月12日（火）18：30～20：30

■場所：つがる市商工会

■参加者：13名

- ・きづくり商店街振興会6名
- ・つがる市商工会2名
- ・つがる市1名
- ・アドバイザー2名
- ・事務局（県）2名

■意見交換内容

a 商店街の特徴・魅力

- ・食料品、雑貨、衣料品店、飲食店がある。
- ・コメ、スイカ、メロン等の農産物が特産品である。
- ・地域住民、特に高齢者の利用が多い。
- ・周辺に亀ヶ岡遺跡があり、JR木造駅舎外壁も出土した遮光器土偶がモチーフになっている。駅舎には、写真を撮りに観光客が来ている。
- ・市役所、銀行、医療機関が周辺に集中している。
- ・商店街内に扉付きのアーケード（こみせ）がある。

b 商店街の外部環境

- ・柏地区には大型商業施設、スーパーが出店、木造地区にはスーパー、ドラッグストア、コンビニが出店した。
- ・五所川原市の大型商業施設にもお客様が流出している。
- ・バイパスが開通し、商店街への車の流入が減少した。
- ・高齢者が増加し、子どもが少なくなっている。

c 商店街の内部環境

- ・核店舗（ラ・プラザ木造フーズ）が閉店した。
- ・経営者・従業員の高齢化が進んでいる。
- ・活動内容が固定化している。
- ・平成28年度から新たな商店街組織（当組織）が設立された。

d 商店街のこれまでの取組

- ・三新田まつり（夜店まつり）（7月）、灯籠流し（7月）、馬市まつり（8月）

e 商店街における今後の取組案

- ・JR木造駅舎を活用した商店街のブランディング及び集客
- ・商店街に訪れやすくする環境・仕組みづくり
- ・歴史・文化を活用した取組づくり
- ・特徴あるアーケード（こみせ）の保全及び有効活用
- ・イベント開催時等の道路の有効活用（歩行者天国等）
- ・まつり等における商店街としての露店出店や新たなイベントの展開
- ・高齢者の買物を支援する活動
- ・商店街や個店の情報を発信する仕組みづくり

f 商店街における今後の課題

- ・若い人材等による活動の促進及び連携
- ・イベントを開催する際の商店街や個店としてのメリットの検討

② 第2回ワークショップ

■日時：平成28年9月12日（月）18：30～20：30

■場所：つがる市商工会

■参加者：14名

- ・きづくり商店街振興会6名
- ・つがる市商工会1名
- ・つがる市1名
- ・アドバイザー3名
- ・事務局（県）3名

■意見交換内容

a 商店街における今後の取組案

- ・遮光器土偶に関する取組、イベント
- ・宅配サービスの充実
- ・高齢者等の休憩場所の設置
- ・買い物拠点の整備
- ・商品・サービスのプロデュース
- ・まち歩きに関する取組
- ・商店街の売り上げに直結するような売出しイベント

b 商店街の目指す将来像

- ・県が示した商店街類型を見ると、本商店街では一番の土台である買物機能の部分が揺らいできていると思う。若手と高齢者が協力していけばいいと思う。
- ・日常、楽しく暮らせるような環境が理想だと思う。
- ・商店街内での商売で生計を立てていける人を少しでも増えるようになればよい。
- ・若い店主が新規で出てきてくれるようになればよい。
- ・高齢者以外に、高校生も意識した方が良いと感じた。高校生は、まち歩きツアーも企画している。高校生にアピールできれば将来的な可能性が広がるのではないかな。

③ 第3回ワークショップ

■日時：平成28年11月29日（火）18：30～20：30

■場所：つがる市商工会

■参加者：14名

- ・きづくり商店街振興会6名
- ・つがる市商工会2名
- ・つがる市1名
- ・アドバイザー2名
- ・事務局（県）3名

■意見交換内容：

今後の取組案及び商店街の目指す将来像について（案の精査）。

きづくり商店街振興会 活性化プラン

商店街の将来目指す姿

楽しさや優しさを感じられる人の行きかう商店街

きづくり商店街振興会は、JR 木造駅に近く、つがる市役所、生涯学習交流センター・松の館、つがる市民診療所、つがる警察署等公共施設が集積する市内中心地にある商店街です。

商店街には、食料品や雑貨店、衣料品店、菓子店、飲食店等があり、主に仕事帰りの主婦や、通院の行き帰りの高齢者が商店街を利用する傾向があります。

商店街の外部環境として、周辺の居住者減少や大型店出店が進行しており、商店街内部では、経営者の高齢化、店舗の減少が進んでいます。さらに、核店舗であったラ・プラザ木造フーズが平成28年1月に閉店し、消費者にとって、買物環境が不十分な状況にあります。

地域資源として、商店街内には、風雪をしのぐための扉付きアーケード「こみせ」が現存しているほか、日蓮宗実相寺を中心に、河童の姿とされる水の神「水虎様（すいこさま）」を祀る寺社等が点在し、毎年7月には、水難よけを祈願する灯籠流しが行われています。

また、市内には亀ヶ岡遺跡があり、出土した遮光器土偶は「しゃこちゃん」の愛称で親しまれ、JR 木造駅の外壁のモチーフともなっています。JR木造駅舎には、観光バス等で多くの観光客が訪れていますが、駅舎だけを見て商店街での買物等をすることなく帰る傾向にあり、いかに駅から商店街へ誘客するかが課題となっています。

そのため、きづくり商店街振興会では、高齢者を中心とした地域住民や観光客が買物しやすい拠点づくりに取り組むとともに、地域の高齢者の買物を支えるサービスを展開していきます。

また、こみせや遮光器土偶、水神信仰等の地域資源を生かして、地域の若い世代や、観光客を駅及び商店街に呼び込むための取組を推進していきます。

将来目指す姿の実現に向けて今後実施する取組

取組名	取組内容（誰が、誰に、何を、いつ、どこで、誰と）
<p>商店街における商品・サービス提供の拠点づくり （日常的な買い物の場づくり、観光拠点づくり）</p> <p>【買物機能再生】</p>	<p>商店街が、<u>地域住民や観光客</u>に対して、商店街の商品やサービスをワンストップで販売・提供できる<u>拠点づくり</u>を行います。</p> <p>拠点づくりは、<u>街の駅あるびよんや地域の商業者</u>と連携しながら、まずは、試験的に、<u>既存店舗内</u>に商店街加盟店舗の商品を扱うコーナーを設けたり、地域のイベント等に<u>仮設店舗形式で出店</u>したりしながら、中長期的には商店街内の空き店舗等での展開を目指します。</p> <p>なお、拠点で提供する商品やサービスは、店舗同士がお互いにプロデュースしながら充実させていきます。</p>
<p>高齢者を支援するサービスの強化 （高齢者の商店街利用の促進）</p> <p>【福祉・コミュニティ強化】</p>	<p>商店街加盟店舗が、<u>地域の高齢者等</u>をターゲットに、<u>宅配サービスや、お休み処の提供・困りごとの手助け</u>を行う「お助け店」の登録・店頭ステッカーでのアピールを行います。</p> <p>宅配サービスは、既に多くの商店街加盟店舗が提供していることを周知するため、宅配可能な店舗の一覧をチラシ・ポスター形式で作成します。加えて <u>NPO 法人元気おたすけ隊</u>が提供している宅配サービスに加盟店として参加し、新規顧客への店舗PR 機会の創出や、個店でカバーできないエリアへの宅配範囲の拡大を図ります。</p>
<p>商店街内における休憩場所や案内表示の設置 （高齢者、観光客の商店街内での回遊の促進）</p> <p>【福祉・コミュニティ強化】</p>	<p>商店街が、<u>地域の高齢者等</u>をターゲットに、買物中やバスの待合時間に利用できる<u>休憩場所を設置</u>します。休憩場所は、商店街内の空き地を活用してプレハブ式で設置すること等が考えられ、商店街の各種チラシや商品を置くことも検討します。あわせて、高齢者、観光客等が商店街を歩きやすくなるよう、JR木造駅や地域の診療所までの方向や距離を示した<u>案内板・ポスター</u>を設置します。</p> <p>休憩場所や案内表示は、<u>商店街の主要な通り</u>を中心に設置します。設置する際には、<u>行政、商工会等</u>と連携して行います。</p>
<p>こみせ、遮光器土偶、河童をテーマとした情報発信、イベントの開催 （商店街のPR、訪れる機会づくり）</p> <p>【地域資源活用】</p>	<p>商店街が、<u>地域の若者や観光客</u>をターゲットに、こみせや、遮光器土偶、河童をテーマとする<u>情報発信やイベントを実施</u>します。</p> <p>具体的には、こみせや水虎様の祠等の位置情報も含む商店街マップの作成や、遮光器土偶をモチーフとしたグッズを各店舗に設置するとともに、日中は、各店舗を回るラリーイベントや街歩きイベントを開催します。また、夕方にはJR木造駅舎前でのライティングイベントを行い、あわせて商品販売、サービス提供等を通じて商店街のPRに取り組みます。</p> <p>イベントの開催にあたっては、<u>行政、商工会、町内会、周辺の学校、JR、寺社等</u>と連携して実施します。</p>

(3) 七戸中央商店街協同組合のワークショップ及び活性化プラン

① 第1回ワークショップ

■日時：平成28年7月5日（火）18：00～20：00

■場所：まちなかフリーコミュニティスペース（インテリアユニオン石源内）

■参加者：13名

- ・七戸中央商店街協同組合4名
- ・七戸町商工会2名
- ・七戸町1名
- ・アドバイザー3名
- ・事務局（県）3名

■意見交換内容：

a 商店街の特徴・魅力

- ・老舗が多い。食料品店、野菜直売所は少ない。
- ・消費者ニーズ調査で、商店街の購入品目のうち、一般食料品が39.6%もあるのは、市日（八日市）に調査したためだと思う。食料品に対するニーズがあるのではないか。
- ・お客様は地元の中高年層が多い。若い世代は少ない。
- ・城下町、旧門前町であり、古い建物や街並み、蛇行した道路が残っている。
- ・伝統行事「まける日」が行われている。
- ・商店街周辺にバス停、金融機関が集中しており、役場にも近い。
- ・イベントが多い。

b 商店街の外部環境

- ・七戸十和田駅周辺やバイパス沿いに大型店（スーパー、ホームセンター）ができた。
- ・東北新幹線七戸十和田駅が開業した。また、国道4号バイパスが開通した。
- ・居住者については、若者が減少し、高齢者が増加した。
- ・買物客については、客数の減少及び高齢化が進行している。
- ・高校生の来街者が増えた。まちなかコミュニティフリースペースの影響か。
- ・まける日やひなまつり開催時は町外からのお客様もいる。

c 商店街の内部環境

- ・空き店舗が増加している。
- ・休憩スペースとしてまちなかコミュニティフリースペースができた。
- ・経営者の高齢化が顕著である。
- ・会員数、参加率とも減少している。
- ・イベントが多く、会員一人が担当する業務量が多い。

d 商店街のこれまでの取組

- ・フラワーマーケット（5月）、レシートラリー（7月）、大芸術祭（9月）、まける日（2月）、ひなまつり（3月）

e 商店街における今後の取組

- ・城下町ならではの景観や雰囲気の保全、活用
- ・商店街に関する日常的な情報発信
- ・観光客を呼び込むための情報発信

- ・まちなかフリーコミュニティスペースの活用
- ・高校生との連携
- ・ひな祭りイベントの強化

f 商店街における今後の課題

- ・開催イベント及び組織の整理
- ・次世代を担う人材の確保

② 第2回ワークショップ

■日時：平成28年8月19日（金）18：30～20：30

■場所：七戸町商工会

■参加者：9名

- ・七戸中央商店街協同組合3名
- ・七戸町商工会1名
- ・七戸町1名
- ・アドバイザー2名
- ・事務局（県）2名

■意見交換内容：

a 商店街における今後の取組案

- ・八日市（市日）のリニューアル開催
- ・外部人材の活用
- ・七戸中央商店街のウラ巡りツアーの実施、空き家を活用したアート作品の展示
- ・各店舗共同でのシーズンごとのハガキ・チラシの発信
- ・店主が講師になり消費者に教える取組（まちゼミ）
- ・複数の取組案の中で優先的にした方がいいと考えられる取組

b 商店街の目指す将来像に関する意見

- ・十代以上続く店もある。ルーツにちなむ商品等を売っていきたい。
- ・オリジナルを作らないといけないと思う。
- ・顧客、店主とも高齢化している。若い人達が集まるようにしないと、5年後10年後厳しい。
- ・これから新たなお客様を呼び込むなら、ターゲットは、地域外と地域内の若い方だと思う。

③ 第3回ワークショップ

■日時：平成28年11月18日（金）18：30～20：30

■場所：七戸町商工会

■参加者：11名

- ・七戸中央商店街協同組合3名
- ・七戸町商工会2名
- ・七戸町1名
- ・アドバイザー2名
- ・事務局（県）3名

■意見交換内容：

今後の取組案及び商店街の目指す将来像について（案の精査）。

商店街の将来目指す姿

城下町の趣きが残る 暮らす人や訪れる人が集う商店街

七戸町中央商店街は、馬産地・宿場町として栄えた七戸町の中心地にある商店街で、まちなかには、城下町の趣きが残る木造店舗や蔵、蛇行した道路、路地などがあります。

商店街には、衣料品店、理髪店、菓子店など様々な業種があり、老舗が多いことに特徴があり、地域の中高年層や、最近では学校帰りの高校生等が訪れています。

また、商店街では、毎年2月に開催される「まける日」などの伝統的な売出し行事をはじめ、年間を通して多くのイベントが開催され、開催時には賑わいをみせています。

一方で、商店街では、周辺での大型店出店の影響や、経営者の高齢化等により、店舗数が減少しており、生鮮食料品などの日常的な買い物がしにくくなってきています。また、イベントを開催する際の負担感が大きくなっている状況が見られます。

この他にも、まちなかの魅力のひとつである趣きが残る木造店舗等が解体され少なくなっている中で、城下町としての雰囲気や景観を活かしたまちづくりが求められています。

そのため、七戸町中央商店街では、既存のイベントの見直しも行いながら、若い世代を含め地域住民が買い物をしたくなる環境づくりに取り組むとともに、木造建築物や蔵などの城下町の趣きを残す地域資源を活かして、地域住民や、観光客などが集う仕組みづくりに取り組みます。

将来目指す姿の実現に向けて今後実施する取組

取組名	取組内容（誰が、誰に、何を、いつ、どこで、誰と）
<p>生鮮品・日用品の購入の場の充実</p> <p>（日常的な買い物の場づくり）</p> <p>【買物機能再生】</p>	<p>商店街が、子育て世代や高齢者等の<u>地域住民</u>をターゲットとして、生鮮食品等を購入しながら、料理方法を学んだり、飲食を楽しんだりできる<u>軽トラ市やマルシェを開催</u>し、生鮮品・日用品の購入の場を充実させます。</p> <p>実施にあたっては、<u>地元農家や道の駅、営農大学校、飲食店、</u>等と連携しながら、商店街内にある<u>イベント広場や民間の駐車場、歩行者天国となった路上等</u>で開催します。</p>
<p>まちゼミの開催</p> <p>（商店街利用の機会づくり、商品・サービスのPR）</p> <p>【買物機能再生】</p>	<p>専門的な知識やスキルを持っている<u>店員</u>や、郷土料理・生活雑貨の作り方を教えられる<u>地域の住民</u>等が、<u>地域の主婦層</u>をターゲットに、生活に役立つ知識や情報を提供する「<u>まちゼミ</u>」を開催します。</p> <p>ゼミは、<u>年2～4回</u>のペースで、商店街の<u>まちなかコミュニティフリースペースや各店舗</u>で開催します。開催にあたっては、<u>七戸町及び七戸町商工会</u>と連携して行います。</p>
<p>子ども・子育て世代を呼び込む体験イベントの開催</p> <p>（商店街に訪れる機会づくり）</p> <p>【福祉・コミュニティ強化】</p>	<p>商店街が、<u>地域の子ども・子育て世代</u>をターゲットに、おもちゃ等の<u>ものづくり体験教室やお絵書きイベント、昔遊び（おはじき、お手玉など）イベント</u>を開催します。開催は<u>年に1～2回</u>のペースで、夜市まつり等の歩行者天国となるイベントに併せ、商店街内にある<u>空き店舗</u>等を活用して行います。</p> <p>開催にあたっては、<u>七戸町商工会や地域の小学校・幼稚園・保育園等</u>と連携して行います。</p>
<p>七戸中央商店街のウラ巡り企画の実施</p> <p>（商店街内の資源のPR、回遊促進）</p> <p>【地域資源活用】</p>	<p>商店街が、<u>地域住民や観光客</u>をターゲットに、趣きのある木造建築物や蔵、路地を楽しんでもらうとともに、店舗や商品・サービスを紹介してアピールする<u>ツアーや街歩きラリー、宝探しを企画</u>します。なお、宝探しを企画する場合には、七戸町と関わりのある馬や絵馬、PRキャラクター等の活用を検討します。</p> <p>企画は、秋季を中心に<u>年1～2回</u>のペースで、<u>七戸町商工会や七戸町観光協会</u>と連携して実施します。</p>
<p>SNS を活用した商店街店舗情報の発信</p> <p>（店舗・商店街情報の発信の充実）</p> <p>【その他】</p>	<p>チラシ・DM 等従来の情報発信ツールに加え、<u>商店街各店舗が地域の若い世代やファミリー層、観光客</u>等をターゲットとして、SNS (Facebook や Twitter) を活用して、店舗や商店街での情報を発信します。</p> <p>実施に向けては、SNS 等講習会を開催し、店舗が自由に発信できる体制づくりを進めます。</p> <p>また、観光協会や商工会のホームページや SNS とも連携し、情報の充実を図ります。</p>

第6章 関係団体との連携

人口減少社会の中で、各商店街が本アクションプランに基づき、現状把握や課題整理を行い、これからの方向性及び取組を検討・実施していくにあたっては、他団体との連携が非常に重要になってくる。特に市町村、商工会・商工会議所においては、まちづくりの視点に立ち、自らが中心となりつつ、いかに他団体と連携し、支援を行っていくか、その施策と体制づくりが求められている。

商店街の連携先として想定される団体は下記のとおりである。

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
--------------------	-----	-----------------	----------	--------------------	-----------	-------------------------	-----------------	------------	---	---

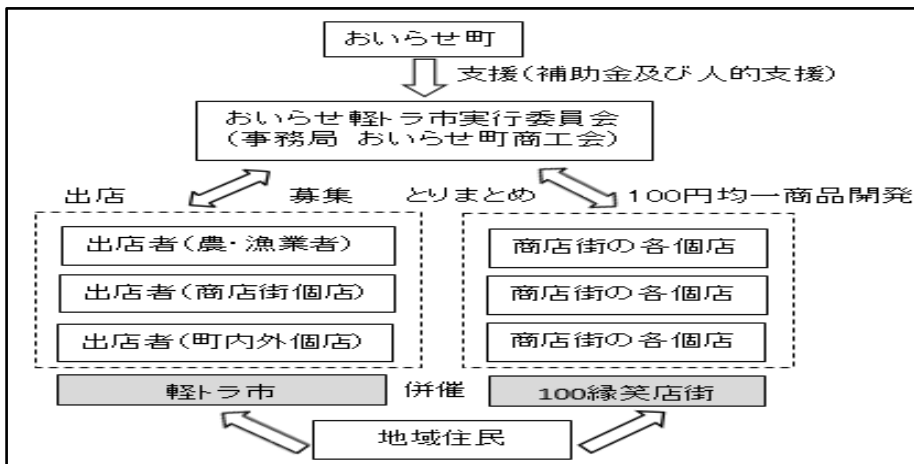
また、本アクションプラン第3章で述べた新たな商店街類型毎に想定される連携先は下記のとおりである。

(1) 買物機能再生型商店街の連携想定先

買物機能再生型商店街を目指すためには、まずは、日々の暮らしを支える生鮮食料品や日用品（最寄品）を提供する機能について検討する必要がある。

とりわけ、商店街内に食品スーパーや産直施設がない場合は、他の商店街や農山漁村の地域経営体等と連携・協力して、商店街の空き店舗等を活用し、新たに市やマルシェを開催することが考えられる。

(例) おいらせ町「おいらせ軽トラ市」／「100 縁笑店街」の実施体制及び連携状況



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 営体	福祉・ 医療機 関	高校、 大学等	県	国
--------------------	-----	-----------------	----------	--------------------	-----------	-------------------------	-----------------	------------	---	---

コラム5 ～県内の地域づくり団体に注目～

県では、平成26年度に商店街活性化の有力なパートナーとなる可能性のある地域づくり団体について調査し、117の地域団体について報告書にとりまとめています。
※県ホームページ（下記）よりダウンロード可能ですので参考になさってください。
<http://www.pref.aomori.lg.jp/sangyo/shoko/aomoriken-no-svoutengai2.html>

(2) 福祉・コミュニティ強化型商店街の連携想定先

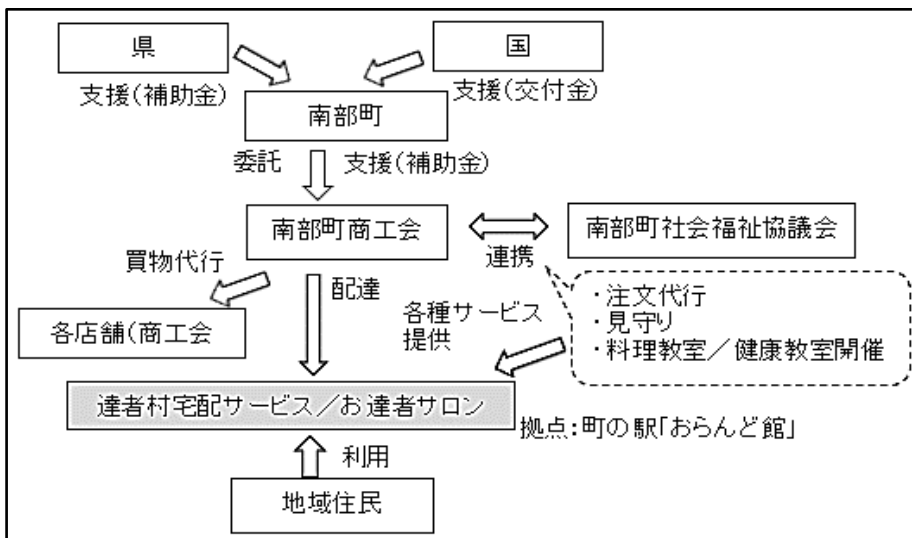
福祉・コミュニティ強化型商店街を目指すためには、高齢者や子育て世代への対応が必要である。

高齢者対応としては、年金支給日（偶数月 15 日）のセール、高齢者向け商品の充実といった取組の他、自動車の運転が難しい高齢者に向けては、宅配サービスやデマンド型乗合タクシー、バス等の交通手段の確保といった取組も考えられる。

交通手段の確保については、商店街単独での取組が難しいため、市町村の福祉関係部署や交通政策部署、バス・タクシー会社、社会福祉協議会等の協力も得ながら進めることが求められる。

また、子育て世代の支援策としては、各個店における食器・椅子・おもちゃ等の整備といった取組の他、子どもたちの職業体験イベント、絵本の読み聞かせ会、育児相談会の開催、学習塾の誘致といった取組が考えられる。商店街単独での実施が難しいものについては、市町村の教育・生涯学習関係部署、PTA、子育て支援に関するNPO、生涯学習関連の地域団体等との連携が想定される。

(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 営体	福祉・ 医療機 関	高校、 大学等	県	国
--------------------	-----	-----------------	----------	--------------------	-----------	-------------------------	-----------------	------------	---	---

コラム6 ～地域住民、個店、大学等が連携する郊外団地のまちづくり～

青森市郊外の幸畑団地では、平成 26 年に地域住民、団体の相互交流・連携・協働によるまちづくりを目指し、「幸畑団地地区まちづくり協議会」が設立されました。

同協議会では、「克雪・利雪」をテーマにした除雪隊の結成やスノーフェスティバルの開催、雪室研究の他、地元の青森大学と連携したねぶたパレードやスマホ教室の開催、日本酒「幸畑」の販売、金融機関と連携した特殊詐欺未遂事件の舞台化など、多様な取組を行っています。

地域課題解決に向け様々なパートナーと連携する取組は、集い・安らぎ・交流する場を目指す「福祉・コミュニティ強化型商店街」の参考になるかもしれません。

(3) 地域資源活用型商店街の連携想定先

地域資源活用型商店街を目指すためには、さまざまな地域資源を発見し、その個性を活かしてPRしていく必要がある。

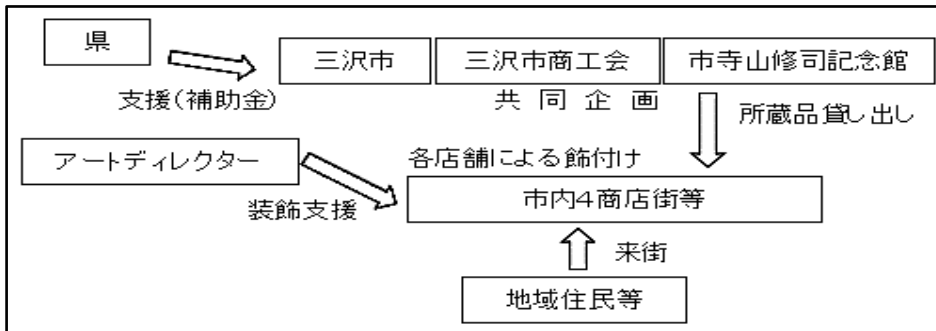
地域資源の掘り起こしにあたっては、商店街だけでなく、市町村や商工団体、地域住民等とも連携し、幅広い視点から地域の魅力・個性を見直す作業が想定される。

また、まちあるき等の体験型のイベントを実施する場合は、市町村や商工団体、NPO等の地域団体との連携が想定される。特に新たな視点での地域資源活用に取り組む場合は、商工会青年部等の商業に関わる若手人材や、中学・高校生・大学生といった新たな外部人材を活用する方法も考えられる。

また、特産品等を活かしたメニュー・商品開発においては、農協や漁協のほか、製造事業者、デザイナー等の商店街未加盟事業者との連携も想定される。

なお、商店街において昔の面影を残す趣ある個店や家屋等は、地域資源として様々な活用が期待されるものの、個人の所有である場合が多いため、商店街の意志とは関係なく、取り壊されることもある。景観・まちなみをどう守り、どう活用していくのか、市町村・地域のまちづくりに対する姿勢が問われる。

(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 事業者、 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
--------------------	-----	-----------------	----------	--------------------	-----------	-------------------------	-----------------	------------	---	---

コラム7 ～地域の若手有志による自立的なまちづくりプロジェクト～

北津軽郡鶴田町では、平成24年に町内の20代・30代の有志を中心に「つるた街プロジェクト」(代表:岡 詩子氏)が結成されました。同団体では、Facebookによる情報発信のほか、フリーペーパーの発行、町内のハンドメイド作家による商店街でのクラフトイベント、街歩きツアー、キャンドルナイトの開催など、同町で自らがさらに楽しく暮らすための様々な取組を展開しています。

自分が生まれ育った地域を大切にしたいと思う若手有志が、まちづくりのプレーヤーとして自立的に活躍している例として、注目されます。

第7章 支援制度一覧

以下に平成29年度の各機関の支援制度を紹介する。

(1) 市町村の支援制度（平成29年度事業）

	空き店舗 補助金	イベント 開催関連 補助金	共通商品 券発行支 援補助金	交流の場、 サロン等の 運営	その他 事業	担当部署、連絡先	
青森市	○	○		○	○	経済政策課	017-734-1111
弘前市	○	○			○	商工政策課	0172-35-1135
八戸市					○	商工課	0178-43-9242
	○					まちづくり文 化推進室	0178-43-9426
黒石市	○	○	○		○	商工観光課	0172-52-2111 (内線405)
五所川原市	○					商工労政課	0173-35-2111 (内線2554)
十和田市	○				○	商工労政課	0176-51-6773
むつ市		○				産業振興課	0175-22-1111 (内線2653)
つがる市	○	○	○			商工観光課	0173-42-2111 (内線433)
平川市	○	○				商工観光課	0172-44-1111 (内線2182)
平内町		○			○	水産商工観 光課	017-755-2118
今別町		○	○		○	企画課	0174-35-3012
外ヶ浜町		○			○	産業観光課	0174-31-1228
鱒ヶ沢町	○		○		○	観光商工課	0173-72-2111
深浦町					○	観光課	0173-74-4412
藤崎町		○	○		○	企画財政課	0172-75-3111
大鱈町		○				企画観光課	0172-48-2111
田舎館村		○				企画観光課	0172-58-2111 (内線242)
板柳町	○	○	○		○	産業振興課	0172-73-2111
鶴田町		○	○			企画観光課	0173-22-2111 (内線264)
中泊町		○			○	水産商工観 光課	0173-57-2111

	空き店舗補助金	イベント開催関連補助金	共通商品券発行支援補助金	交流の場、サロン等の運営	その他事業	担当部署、連絡先	
野辺地町	○				○	地域戦略課	0175-64-2111 (内線266)
七戸町	○			○		商工観光課	0176-62-2137
横浜町		○	○		○	産業振興課	0175-78-2111 (内線350)
東北町		○	○			商工観光課	0176-56-4148
六ヶ所村			○			商工観光課	0175-72-2111
おいらせ町	○	○		○		商工観光課	0178-56-4703
大間町			○		○	産業振興課	0175-37-2111
佐井村		○	○			総合戦略課	0175-38-2111
三戸町	○	○		○	○	まちづくり推進課	0179-20-1117
五戸町		○	○			企画振興課	0178-62-2111 (内線235)
南部町			○	○	○	商工観光交流課	0178-84-2119
新郷村		○	○			産業建設課	0178-78-2025

※平成 29 年 3 月 15 日時点で判明した内容を掲載。支援制度の活用にあたっては、それぞれ要件等があるため、詳細は各市町村の担当部署へお問い合わせください。

(2) 県の支援制度

① 商店街を中心とした課題解決型街づくり支援事業（商工政策課）

a アドバイザー派遣

商店街の賑わい創出や、地域課題の解決に向けた取組に対し、県が派遣に係る謝金、旅費を負担してアドバイザーを派遣。

b 商店街を中心とした課題解決型街づくり支援事業費補助金

商店街が抱える課題解決の取組に対する補助。

- ・従来型：補助率 1 / 2（県 1 / 4、市町村 1 / 4 以上）
上限額：50 万円（県負担分）
- ・拡充型：補助率 2 / 3（県 1 / 3、市町村 1 / 3 以上）
上限額：60 万円（県負担分）

※拡充型は、商店街振興アクションプランを活用して新たに商店街活性化プランを作成・実施しようとする場合、適用。

c 商店街振興アクションプラン活用研修会の開催

商店街、市町村、商工団体の担当者向けに、本「商店街振興アクションプラン」の活用方法についてレクチャーする。

② あおもり型商店街活用買物環境向上モデル策定事業

県内の高齢化率・商業分布・交通手段等から買物困難者の現状分析と将来推計を行うとともに、地域の課題や特性に合った対策及びコスト検討を行い、商店街と様々な団体が連携した採算性・継続性がある買物環境向上ビジネスモデルを策定する。

③ 青森県未来を変える元気事業費補助金（地域活力振興課（※申請先は各地域県民局））

市町村の自発的・主体的に取り組む地域特性を活かした地域づくりに対し補助する。

※申請主体は市町村

a 通常事業

補助率：財政力指数が0.2未満の市町村 2 / 3

財政力指数が0.2以上0.5未満の市町村 1 / 2

財政力指数が0.5以上の市町村 1 / 3

上限額：500万円（県負担分）

b 総合戦略推進事業

補助率：2 / 3

上限額：1市町村が単独で行う事業 500万円（県負担分）

2以上の市町村が連携して行う事業 1000万円（県負担分）

（3）国の支援制度

地域・まちなか商業活性化支援事業（中小企業庁（※申請先は東北経済産業局））

a まちなか機能集約型支援型

補助率：2 / 3以内

b 公共的機能、買物機能の維持・強化を図る全国モデル型

補助率：2 / 3以内

c 個店連携モデル支援型

補助率：1 / 2以内

（4）その他の機関の支援制度

① 青森県商工会連合会

人口減少社会対応型商店街活性化プラン策定支援事業

県内2地域を目途に商店街活性化プランの策定支援及び個店指導を行う。

② 株式会社全国商店街支援センター

a トータルプラン作成支援事業

b 地域商店街活性化法認定支援事業

c 商店街よろず相談アドバイザー派遣事業

d 繁盛店づくり支援事業

e まちゼミ研修事業

f 商人塾支援事業

g トライアル実行支援事業

③ 東北電力株式会社

東北・新潟の活性化応援プログラム

地域産業の振興、地域コミュニティの再生・活性化、交流人口の拡大等の地域課題解決のための自主的な活用を行っている団体の活動実績や今後の活動計画に関する応募に基づき、東北6県・新潟県の団体から各県1団体を選定し、助成する。

- ・特別助成金（1件） 100万円
- ・助成金（6件） 30万円

コラム8 ～北陸新幹線新駅に誕生したコンテナ店舗群～

上越市の上越妙見高原駅前では、平成28年6月に、扇状にコンテナを配置し、各コンテナ同士を、上越地方で発達した昔ながらのアーケードである雁木をイメージした通路で連結した店舗群「フルサット」が誕生しました。

テナントとして、土産品店、地元の飲食店、カフェ等が入居していますが、同施設は、買物の場だけではなく、地元の魅力的なヒト・モノ・情報・体験などの地域資源を魅せるショールーム的な存在を目指し、様々なイベントが開催されています。

商店街を観光・体験・創造の場として楽しむ「地域資源活用型商店街」の参考として、また、初期投資を抑えた小回りの効くまちづくりの新たなパッケージモデルとして、今後の活動が注目されます。

第8章 参考資料

(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. 待ち合わせ 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. 園芸・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. コミュニティスペースが充実している
 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. 施設が新しい
 10. 無料Wi-Fiが使える 11. ポイント制度がある 12. 電子マネーが使える
 13. クレジットカードが使える 14. 弁当等を配っている 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. 閉店時間が遅い 23. その他（ ）

問4. この商店街には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 駐車場等の施設	1. 満足	2. やや満足	3. 普通	4. やや不満	5. 不満
⑦ 業種の多様さ	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. 変わらない]を選択した方は問7へ、 3以外を選択した方は問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. この商店街以外ではどこのお店を利用しますか？（該当するもの全て選択可）

()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。

	利用頻度					生鮮食品・惣菜	一般食料品	酒類・飲料	日用品・雑貨・薬等	インテリア・日曜大工・家電等	衣料品・靴・鞆等	飲食	サービス
	ほぼ毎日	週2～3回	週1回	月1～2回	年3～4回								
近隣のコンビニ()													
近隣スーパー()													
ドラッグストア、ホームセンター()													
周辺の大型店()													
百貨店()													
通販：TV/インターネット等()													
その他()													

問7-1. 問7でお答えいただいたお店を利用する理由を教えてください。(3つまで選択可)

- | | | |
|------------------|-----------------|----------------------|
| 1. 自宅から近い | 2. 所要のついでに行きやすい | 3. コミュニティスペースが充実している |
| 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. 施設が新しい |
| 10. 無料Wi-Fiが使える | 11. ポイント制度がある | 12. 電子マネーが使える |
| 13. クレジットカードが使える | 14. フリ等を配っている | 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. 閉店時間が遅い | 23. その他 () | |

問8. この商店街に実施してほしいことをお知らせください(3つまで選択可)

- | | | | |
|-------------------|----------------|---------------|---------------|
| 1. 品質・鮮度の向上 | 2. 品揃えの充実 | 3. 低価格商品の充実 | 4. 接客態度の改善 |
| 5. 閉店時間の延長 | 6. 個店の魅力充実 | 7. 清掃の徹底 | 8. 不足業種の補充 |
| 9. 特産品開発 | 10. 地域資源の活用 | 11. 宅配サービス | 12. 買い物代行サービス |
| 13. 魅力あるイベントの実施 | 14. 商店街マップの作成 | 15. 自治会との連携 | 16. 行政との連携 |
| 17. 地域振興活動との連携 | 18. 街づくり活動との連携 | 19. 教育機関との連携 | |
| 20. HP等による情報発信 | 21. くつろげる場所の設置 | 22. 無料WiFiの設置 | 23. 託児所 |
| 24. コミュニティスペースの設置 | 25. 医療機関との連携 | 26. 駐車場の利便性向上 | |
| 27. その他 () | | | |

問9. この商店街にあればよいと思う業種があれば、お知らせください。(自由記入)

※施設名・店名でも構いません

()

問10. お客様が知っている「この商店街の魅力」や、この商店街がより多くの方に利用いただけるようになるためのアイデアがありましたら、お知らせください。(自由記入)

()

■ 最後に、お客様ご自身についてお聞きします。(各項目について1つ選択)

F1 性別	1. 女性 2. 男性
F2 年齢	1. 10代 2. 20代 3. 30代 4. 40代 5. 50代 6. 60代 7. 70代以上
F3 職業	1. 専業主婦 2. パート・アルバイト 3. 会社員・公務員 4. 自営業 5. 学生 6. その他()
F4 住所(自由記入)	〒 - 市町村 大字 字
F5 居住年数	1. 5年未満 2. 5～10年未満 3. 10～20年未満 4. 20～30年未満 5. 30年以上
F6 家族構成	1. 1人 2. 2人 3. 3人 4. 4人 5. 5人以上
F7 普段、車の運転をしますか?	1. する 2. しない
F8 今日は何なたといらっしゃいましたか?	1. 一人 2. 家族 3. 友人 4. その他 ()
F9 この商店街へはどのような交通手段で来ましたか?	1. 徒歩 2. 自転車・バイク 3. 自家用車 4. バス・鉄道 5. その他()
F10 ご自宅からここまでの片道所要時間は、どれくらいですか?	1. 5分未満 2. 5～10分 3. 10～20分 4. 20～30分 5. 30～60分 6. 60分以上

----- 御協力ありがとうございました。-----

[調査日] ___月 ___日()天気 [調査地域] _____ [調査員名] _____

(2) 商店街実態調査票

商店街・記入者	
商工会議所・商工会名	

1. 貴商店街の概要についておたずねします。

該当欄に必要な事項を記入し、該当する番号に○を付けて下さい。(年 月 日現在)

1-(1) 商店街組織の名称		1-(2) 代表者氏名	
1-(3) 事務所の有無 1. 有 2. 無		1-(4) 専従職員の有無 1. 有(人) 2. 無	
1-(5) 商店街組織の事務所の所在地 (ない場合の連絡先)		TEL FAX	
1-(6) 組織の形態 1. 商店街振興組合 2. 事業協同組合 3. 任意組合(NPO含) 4. 未組織		1-(7) 組合員(会員)数 正組合員(会員)数 人 準・賛助組合員(会員)数 人 合 計 人	
		1-(8) 組織発足時期(組織化されている場合) 発 足 S・H 年 法人化 S・H 年	
1-(9) 商店街の総延長 約 m			
1-(10) 商店街区内の業種別店舗数(業種は下記を参考にして下さい。)			
	区分	組合員(会員)店舗数 (準・賛助組合員店舗含む)	非組合員(非会員)店舗数
業種別			街区内店舗数 (計)
A. 買回品小売業			
B. 最寄品小売業			
C. 特殊専門店			
D. 飲食・サービス業			
E. その他			
	計		

注：1. 魚菜市场等の共同店舗の場合は主な業種で1店舗としてカウントして下さい。
2. 1F小売店、2F喫茶店等の場合は、それぞれの業種でカウントして下さい。
3. 同一業種で構成されている雑居ビルは、ビル全体を1店舗としてカウントして下さい。
4. 異なった業種で構成されている雑居ビルは、主な業種で1カウントして下さい。
5. 雑居ビルについては、出店者、オーナーどちらかが組合員の場合、組合員店舗としてカウントして下さい。
6. 買回品とは、呉服・耐久消費財のように品質・価格などが顧客が十分に比較・検討して買い求める商品。
7. 最寄品とは、消費者が品質・価格をあまり比較・検討せず、最寄の店で買うことが多い日用品などの商品。

参考-1

業 種 別 店 舗 類	例	示
A. 買回品小売業	1. 買回総合店 2. 衣料品店 3. 身の回り品店 4. 文化品店 5. 耐久消費財店	百貨店、ショッピングセンター、大型店〔売場1,000㎡超〕 総合衣料品店、高級衣料品店、実用衣料品店、寝具店 靴、履物店、カバン・袋物店、時計・メガネ店、服飾品店 書籍・文具店、運動具店、玩具店、楽器店 家具店、電化製品店、自転車・自動車店、ミシン店
B. 最寄品小売業	1. 最寄品総合店 2. 生鮮食料品店 3. 保存食料品店 4. 菓子・パン店 5. 家庭用品店	スーパーマーケット、総合食料品店、コンビニエンスストア 精肉店、鮮魚店、青果店、以上の組み合わせ 加工食品店、酒調味料店、米店、茶、乾物店 菓子店、パン店 台所用品店、雑貨店、燃料店、薬局、ホームセンター
C. 特殊専門店	1. 特殊小売店 2. 卸売店 3. その他特殊専門店	土産品店 一般卸売店、原材料店 建材店、ガソリンスタンド
D. 飲食・サービス業	1. サービス総合店 2. 飲食店 3. サービス店	総合飲食センター、総合娯楽センター 食堂、レストラン、喫茶店、そばや、寿司、うなぎ 美容、理容、クリーニング、旅館・ホテル、遊技場、映画館
E. その他		病院、製造業、銀行、保険会社等

2. 商店街の立地環境についておたずねします。

2-(1) 貴商店街の性格は、どのタイプですか。次の中からあてはまるものを1つだけ選んで○をつけてください。

1. 近隣型商店街 2. 地域型商店街 3. 広域型商店街 4. 超広域型商店街

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買い物のために、徒歩や自転車で来街する商店街
 地域型商店街……最寄品店及び買回品店が混在し、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
 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
 超広域型商店街……百貨店、量販店等の大型店の他、有名専門店等を中心に構成され、遠方からも電車、自動車等を利用して来街する商店街

2-(2) 貴商店街の立地は、どのタイプですか。次からあてはまるものを1つだけ選んで○をつけてください。

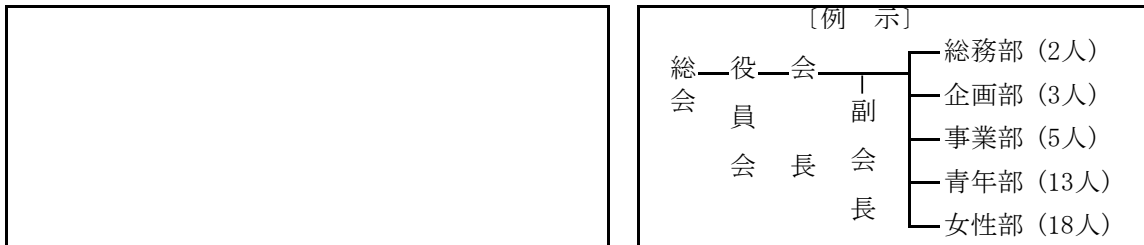
1. 繁華街 2. 駅前 3. 一般商店街(1,2以外の) 4. 一般住宅街
 5. 住宅団地(ニュータウン等) 6. ロードサイド型 7. その他(具体的に_____)

3. 商店街の運営組織についておたずねします。

3-(1) 総会(臨時総会を含む)、役員会はどのくらい開催していますか。平成25年度の開催回数をご記入ください。

① 総会	1. 年 回	2. な し
② 役員会、理事会	1. 年 回	2. な し

3-(2) 組織はどのようになっていますか。



3-(3) 組織に対する会員の協力状況はいかがでしょう。次の中からあてはまるものを1つだけ選んで○をつけてください。

1. 非常に協力的である 2. どちらかというと協力的である 3. どちらともいえない
 4. どちらかというとな非協力的である 5. 非協力的である

3-(4) 3-(3)で「4. どちらかというとな非協力的である」、「5. 非協力的である」を選択された方へお伺いします。連携・協力が良好でない要因は何だとお考えですか。2つまで○をつけてください。

1. 商店街組織のリーダーがない 2. 組合員同士が連携・協力する場が少ない
 3. 商店街活動に対し組合員が無関心 4. 組合員間の世代格差による認識の違い
 5. 組合員間の競合など利害関係がある 6. 各組合員が商店街活動に割く時間的余裕がない
 7. 商店街活動に理念、目標がない 8. チェーン店等が商店街活動に協力してくれない
 9. その他 (_____)

3-(5) 組織の会員数は、3年前と比べてどうですか。次の中から、あてはまるものを一つ選んで○をつけてください。

1. 増えた 2. 減った 3. 変わらない

3-(6) 組織の平成25年度の運営資金についておたずねします。

① 会員一人当たりの平均月額会費（運営費）はどれくらいですか。

約 円/月

② 上記以外に特別事業（〇〇周年記念事業、△△祭り等）のための特別会費がありましたらご記入ください。

約 円 × 回

(特別会費の具体的目的、事業)

③ 年間の事業費はどれくらいですか。

約 万円

4. 最近（3ヶ年程度）の商店街の変化についておたずねします。

4-(1) 新規出店した店は主にどのような業種ですか。（1ページの参考-1から選択してください）

4-(2) 閉店した店は主にどのような業種ですか。（1ページの参考-1から選択してください）

4-(3) 商店街に集客力、アピールの面で核となる店舗はありますか。ありましたら記入してください。

店名	業種	規模(店舗面積)	開店年度	営業時間	商店街での役割(役員等)

5. 最近の来街者の動向についておたずねします。

5-(1) 商店街の最も多い顧客層はどれですか。次の中からあてはまるものを1つだけ選んで○をつけてください。

1. 主婦 2. OL、ビジネスマン 3. 家族連れ 4. 高齢者 5. 学生、若者
6. 把握していない 7. その他(具体的に)

5-(2) 商店街への来街者の最も多い交通手段はどれですか。次の中からあてはまるものを1つだけ選んで○をつけてください。

1. 自動車 2. 自転車、バイク 3. バス 4. 鉄道 5. 徒歩
6. 把握していない 7. その他(具体的に)

5-(3) 商店街にみえるお客様は、3年前と比べてどうですか。次の中からあてはまるものを1つだけ選んで○をつけてください。

1. 増えた 2. 減った 3. 変わらない

5-(4) 5-(3)で「1. 増えた」とお答えになった方におたずねします。客数が増えた理由は次のどれだと思われますか。主なものを3つに○を、また、その中で最も大きな理由と思われるものに◎をつけてください。

1. 大型店進出による集客力の上昇
2. 周辺人口の増加
3. 商店街の個店の努力結果（品揃え、サービスの向上）
4. 商店街の業種構成の充実
5. 商店街の環境整備の充実
6. 交通の便による商圈の拡大
7. 商店街の共同事業（イベント、売出し等）の活性化
8. 情報化社会への対応強化（インターネット通販・情報収集能力の向上）
9. その他（具体的に)

5-(5) 5-(3)で「2. 減った」とお答えになった方におたずねします。客数が減った理由は次のどれだと思われますか。主なもの3つに○を、また、その中で最も大きな理由と思われるものに◎をつけてください。

- | |
|---|
| 1. 大型店進出による集客力の低下
2. 近隣商店街への客の流出
3. 周辺人口の減少
4. 商店街の個店の努力不足（品揃え、サービス）
5. 商店街の業種構成の不足
6. 商店街の環境整備の遅れ
7. 交通条件の悪化による商圈の縮小
8. 商店街の共同事業（イベント、売出し等）の不足、マンネリ化
9. 他市町村の商店街への流出
10. 情報化社会への対応不足（パソコン未設置、情報収集能力の不足）
11. その他（具体的に_____） |
|---|

6. 商店街の魅力についておたずねします。

6-(1) 自分の商店街に魅力を感じますか。

①感じている ②感じていない
(その理由)

6-(2) 今後、商店街の魅力となりうる資源はありますか。

(例えば、神社・仏閣、温泉、何かの発祥地、歴史的な街並みなど)

--

6-(3) 5年後自分の商店街はどうなっていると思いますか。

1. 繁盛している 2. 現状のまま 3. 衰退している
(その理由について、「1. 繁盛している」を選んだ方はP3の5-(4)から、「3. 衰退している」を選んだ方はP4の5-(5)から番号を選んで記入してください。)

7. 商店街の問題についておたずねします。

7-(1) 商店街においては、どのような役割が期待されていると思いますか。3つまで○をつけてください。

- | | |
|----------------------------------|---------------------|
| 1. 地域住民への身近な購買機会の提供 | 2. 地域情報発信の担い手 |
| 3. 創業機会の提供 | 4. 治安や防犯への寄与 |
| 5. 地域の賑わいの創出 | 6. 町並みや歴史的資産の保存 |
| 7. 他の公共機能と相まった利便性の提供 | 8. まちの中心となる顔としての役割 |
| 9. 一人暮らし高齢者への宅配サービス/子育て支援などのサービス | 10. 自治会活動など地域活動の担い手 |
| 12. 特に期待されていることはない | 11. 地域の歴史・文化の担い手 |
| | 13. その他 (_____) |

7-(2) 以下の項目の中で、商店街で大きな問題となっているものはどれですか。3つまで○をつけてください。

- | | | |
|--------------------------------|--------------------|---------------------------|
| 1. 商圈人口の減少 | 2. 大型店との競合 | 3. 店舗の老朽化 |
| 4. 空き店舗の増加 | 5. 駐車場・駐輪場の不足 | 6. 業種構成に問題がある |
| 7. 集客力が高い・話題性のある店舗/業種が少ない又ははない | 8. 経営者の高齢化による後継者問題 | 9. チェーン店等が商店街の組織化や活動に非協力的 |
| 10. その他 (_____) | | |

8. 7-(2)で「6. 業種構成に問題がある」「7. 集客力が高い・話題性のある店舗/業種が少ない又はない」を選択された方におたずねします。

8-(1) 業種構成の問題はどのようなことですか、又は今後どのような業種の店舗を増やすことができれば、現在よりも活性化すると思いませんか。該当するものに○をつけてください。

1. 特定の業種に偏っている	2. 衣料品店が少ない又はそろっていない
3. 飲食店・喫茶店が少ない又はそろっていない	4. 菓子店、ゲーム・玩具店などの店舗が少ない
5. 日曜雑貨店が少ない又はそろっていない	6. 生鮮製品の店舗や惣菜店が少ない又はそろっていない
7. 娯楽施設がない	8. チェーン店、コンビニ、ミニスーパーがない
9. その他 ()	

8-(2) 商店街の個店の改善・活性化策についておたずねします。下記の1.～7.の項目について貴商店街の個店の取組状況をお答えください。

1. 店舗改装、店内レイアウトの変更	<input type="checkbox"/> 一部でも行った	<input type="checkbox"/> 行っていない	<input type="checkbox"/> わからない
2. 業種転換・業態変更	<input type="checkbox"/> 一部でも行った	<input type="checkbox"/> 行っていない	<input type="checkbox"/> わからない
3. 商品構成の見直し・変更	<input type="checkbox"/> 一部でも行った	<input type="checkbox"/> 行っていない	<input type="checkbox"/> わからない
4. 販売促進（POP・ディスプレイ・チラシ等）の強化	<input type="checkbox"/> 一部でも行った	<input type="checkbox"/> 行っていない	<input type="checkbox"/> わからない
5. 各種サービスの改善	<input type="checkbox"/> 一部でも行った	<input type="checkbox"/> 行っていない	<input type="checkbox"/> わからない
6. 営業時間の延長または営業日の拡大	<input type="checkbox"/> 一部でも行った	<input type="checkbox"/> 行っていない	<input type="checkbox"/> わからない
7. パソコン・ITの活用	<input type="checkbox"/> 一部でも行った	<input type="checkbox"/> 行っていない	<input type="checkbox"/> わからない

9. 7-(2)で「8. 経営者の高齢化による後継者問題」を選択された方におたずねします。

9-(1) 後継者問題について、どのような対策を講じていますか。

1. 研修を実施	2. 外部から後継者を募集	3. 策は講じていない
----------	---------------	-------------

9-(2) 後継者のいない店の割合はどのくらいですか。

後継者のいない店/商店街の店舗数=◎◎%	/	=	%
----------------------	---	---	---

9-(3) 若手経営者の商店街活動について該当するものに○をつけてください。

1. 実質リーダーとして企画段階から活躍している
2. 実行グループの一員として活躍している
3. あまり積極的に参加していない

10. 商店街を取り巻く環境等について、おたずねします。

10-(1) 商店街活動における「リーダー」又は「仕掛け人」について、御紹介ください。

① 氏名	② 事業所名
------	--------

10-(2) 商店街の自慢のサービスや企画、ユニークな商品について御紹介ください。

① サービスや企画	
-----------	--

② ユニークな商品	
-----------	--

11. 商店街の活性化のための事業についておたずねします。

11-(1) 地域活動・ソフト事業等の取組についてお答えください。

※過去実施していたが現在は実施していない活動・事業については「□予定なし」を選択してください。

①地域活動	1	環境美化、エコ活動	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
	2	防災・防犯	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
	3	祭り・イベント	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
	4	勉強会・学習会	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
	5	高齢者向けサービス	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
	6	子育て支援サービス	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
	7	電話・FAXによる商品の宅配、買い物代行	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
	8	有償ボランティアなどのコミュニティビジネス（5～7を除く。） 具体的に（ ）	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
②共同売り出し等の販売促進活動	9	共同宣伝（マップ、チラシ等）	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
	10	サービス券・スタンプ・ポイントカード	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
	11	共通商品券（飲み歩き券・食べ歩き券等を含む）	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
	12	定期バザール	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
	13	地域ブランド （地域資源利用商品） （B級グルメ）	<input type="checkbox"/> 取組中 <input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中 <input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし <input type="checkbox"/> 予定なし
③情報関連	14	ダイレクトメール・葉書等を活用した情報発信	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
	15	電話等を活用した情報発信	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
	16	HP・SNS（Facebook等）・メールを活用した情報発信	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
	17	携帯電話等を活用した情報発信	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
④その他	18	具体的に（ ）			

11-(2) 11-(1)で、取組中と御回答された方におたずねします。

それは、どのような事業ですか。

1. 事業名	2. 実施時期	3. 内容	4. 主催・共催の別	5. 共催の場合の参加形態	6. 効果

上記表の4、5、6の欄の選択項目

上記4の欄

1. 商店街のみで実施
2. 近隣商店街と共同で実施
3. 大型店と共同で実施
4. 市町村・商工会議所・商工会と共同で実施
5. 各種団体（P7 11-(3)に例示）と連携して実施
6. その他（具体的に_____）

上記5の欄

1. 参加費用の負担
2. 統一装飾する
3. 人員（会員）を派遣
4. 営業時間を延長する
5. その他（具体的に_____）

上記6の欄

1. 盛況だが、人出は当日だけである
2. 盛況で、人出は当日以後も多少増えている
3. マンネリ化して、以前ほど人出は少なくなっている
4. 商店街の結束力が強化された
5. 経費の割に効果がない
6. その他（具体的に_____）

11-(3) 11-(2)で「5. 各種団体と連携して実施」を選択された方におたずねします。
 連携して活動を行っている地域活動団体等は以下のどれに該当しますか。あてはまるもの
 すべてに○をつけてください。

1. 自治会・町内会・婦人会	2. 老人クラブ	3. NPO
4. ボランティア団体	5. 託児所・幼稚園・保育所	6. 教育機関(学校・大学等)
7. PTA	8. 商工会・商工会議所	9. まちづくり協議会
10. 警察・消防団	11. 市町村等の行政機関	12. 他の商店街
13. 民間企業等	14. その他 ()	

● 差支えなければ、団体名をお知らせください。

① 団体名		② 代表者名	
③ 住所		④ 電話番号	

11-(4) ハード事業等の取組についてお答えください。
 ※「実施済」：設置・工事完了したもの、「取組中」：設計・工事中のもの、
 「検討中」：基本構想中のものとしします。

①街路設備等	1 街路灯の設置 (LED化を含む)	<input type="checkbox"/> 実施済	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし	
	2 アークード	新設 (省エネ化含む)	<input type="checkbox"/> 実施済	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
		改修 (省エネ化含む)	<input type="checkbox"/> 実施済	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
		撤去	<input type="checkbox"/> 実施済	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
	3 カラー舗装など歩行空間の整備	<input type="checkbox"/> 実施済	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし	
②店舗施設	4 商店街組織による店舗の設営	<input type="checkbox"/> 実施済	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし	
	5 商店街の外観統一	<input type="checkbox"/> 実施済	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし	
③来街者用 施設	6 休憩所・ベンチ・トイレ	<input type="checkbox"/> 実施済	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし	
	7 駐輪場	<input type="checkbox"/> 実施済	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし	
	8 駐車場	<input type="checkbox"/> 実施済	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし	
	9 案内板、統一看板	<input type="checkbox"/> 実施済	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし	
	10 新規観光施設	<input type="checkbox"/> 実施済	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし	
④高齢者/環境・ 犯対応設備	11 バリアフリー	<input type="checkbox"/> 実施済	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし	
	12 防犯設備(カメラ等)の設置	<input type="checkbox"/> 実施済	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし	
⑤コミュニティ施設	13 多目的ホール(交流施設含む)	<input type="checkbox"/> 実施済	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし	
⑥情報関連設備	14 Wi-Fi基地局(公衆無線LANスポット)の設置	<input type="checkbox"/> 実施済	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし	
⑦その他	15 具体的に ()					

12. 商店街の空き店舗の状況についておたずねします。

12-(1) 商店街に空き店舗は何店ありますか。 店

12-(2) 主たる発生原因について2つまで○をつけてください。

1. 大型店の影響による経営悪化	2. 店舗の移転、テナント退店による空き店舗化
3. 同業者との競争激化による経営悪化	4. 後継者がいないための廃業
5. 店舗の老朽化	6. 駐車場不足
7. 大型店の撤退	8. 不明・その他(具体的に_____)

12-(3) 空き店舗が埋まらない理由は何だと思えますか。2つまで○をつけてください。

1. 家賃が高い	2. 業種が合わない	3. 商店街に活気がない
4. 他の地域への移転	5. 立地条件・交通環境の悪化	6. 大型店の進出
7. 大型店の撤退	8. 公共施設の撤退	9. その他 ()

12-(4) 商店街の全空き店舗のうち、地権者に賃貸等の意思がないものほどの程度あると思われますか。次の中から一つ選んで○をつけてください。

- | | | |
|-------------|------------|-------------|
| 1. 空き店舗等はない | 2. 1～30%未満 | 3. 30～50%未満 |
| 4. 50～80%未満 | 5. 80%以上 | |

12-(5) 今後、貴商店街における空き店舗はどのようになると思われますか。次の中から一つ選んで○をつけてください。

- | | | |
|---------|----------|---------|
| 1. 増加する | 2. 変わらない | 3. 減少する |
|---------|----------|---------|

12-(6) 空き店舗の発生に対して、貴商店街ではどのような取組を行っていますか。または行ってみたいですか。3つまで○をつけてください。

- | |
|---|
| 1. 家主に対して賃貸の要請を行う |
| 2. 家賃補助、改装費などの補助 |
| 3. 業種・業態を考慮したうえで積極的に店舗を誘致する |
| 4. 商店街にとってマイナスとなる店舗の進出（出店）の抑制 |
| 5. 駐車場または駐輪場として活用・利用 |
| 6. コミュニティ施設（イベント・交流サロン・子育て支援・休憩所など）として活用 |
| 7. NPO、産学官連携などの活動の場として提供 |
| 8. 創業者支援（小売未経験者のチャレンジショップ等による店舗開業）の場として活用 |
| 9. 空き店舗情報の積極的な発信による新規出店の促進 |
| 10. 家主と協力し、住居賃借向けに改装 |
| 11. その他（) |
| 12. 特に関与していない |

12-(7) 空き店舗問題に取り組む際に必要だと思われる行政等の支援はどんなことだと思いますか。2つまで○をつけてください。

- | |
|--|
| 1. 一時的な穴埋めではなく、商店街を含む「まちづくり」計画の立案情報の提供 |
| 2. 空き店舗情報を迅速に収集し、広報すること |
| 3. 新規出店者等の誘致 |
| 4. 家賃補助、改装補助などの支援措置 |
| 5. 公共施設の誘致・立地 |
| 6. 家主・地主・地権者との話し合いによる調停 |
| 7. 専門アドバイザー等による適切な指導 |
| 8. その他（) |
| 9. 特にない |

13. 情報化への対応についておたずねします。

13-(1) 商業関係に対する情報入手の方法について、頻度の高いと思われる2つまで○をつけてください。

- | | | | |
|---------------|-------------------|--------------|----------------|
| 1. 専門雑誌 | 2. 専門新聞 | 3. 問屋・メーカー関係 | 4. 同業小売業者からの情報 |
| 5. 小売商業支援センター | 6. その他（具体的に_____） | | |

13-(2) 得た情報は各個店でどの程度活用していると思われますか。該当するものに○をつけてください。

- | | | |
|--------------|-------------|---------------|
| 1. 大いに活用している | 2. 時々活用している | 3. あまり活用していない |
|--------------|-------------|---------------|

13-(3) 今後、取り組みたい情報化への対応策について記入してください。

- | |
|-----------------------------------|
| イ) 商店街として（例：ホームページの作成、情報のネットワーク化） |
| ロ) 個店として（例：ホームページの作成、インターネット販売） |

14. 商店街を活性化するために、どのような方策が有効だと思いますか。次の中から、主なもの5つまで○をつけてください。

- | |
|------------------------------|
| 1. 価格サービスを目的にした販売促進事業の強化 |
| 2. 共同仕入れなど仕入合理化の研究、促進 |
| 3. 情報収集（消費者ニーズ、競合大型店動向）活動の強化 |
| 4. 経営研究会など研究活動の推進 |
| 5. 品揃えなど、各商店の経営改善 |
| 6. 共同店舗建設、大型店誘致など各店舗の強化 |
| 7. 店舗以外の核となる集客施設の整備 |
| 8. 商店街組織体制の強化 |
| 9. 商店街組織資金力の強化 |
| 10. 駐車場、買い物公園など共同施設設置事業の推進 |
| 11. 縁日、ちびっ子まつりなどの催し物の開催 |
| 12. 消費者懇談会など地域コミュニティ活動の活性化 |
| 13. その他（具体的に_____） |

15. 今後の商店街の発展のために必要なことについておたずねします。主なもの3つまで○をつけてください。

- | | |
|-----------------------|----------------------|
| 1. 地域住民とのコミュニケーションの強化 | 2. 地域の特色を活かしたイベントの開催 |
| 3. 楽しく買い物ができる環境づくり | 4. 高齢者とのふれあいづくり |
| 5. 高齢者に配慮した環境づくり | 6. 高齢者向けのイベント |
| 7. 子供や若者が楽しめる環境づくり | 8. 地域ぐるみの環境対策への取組み |
| 9. リサイクル等を通じた地域への貢献 | 10. 新しい情報の受発信の強化 |
| 11. 個別店舗の魅力の向上 | 12. その他（具体的に_____） |

16. 商店街活性化のために行政等に期待する支援策について、主なもの3つまで○をつけてください。

- | | |
|------------------------|--------------------|
| 1. 行政の実施する福祉サービス事業との連携 | 2. 商店街環境整備への支援策 |
| 3. 活性化計画策定への支援 | 4. イベント事業への支援 |
| 5. 商店街診断等の指導の充実 | 6. 法人組織化への支援 |
| 7. 空き店舗対策への支援 | 8. 個店への支援 |
| 9. 駐車場整備への支援 | 10. 行政による駐車場整備 |
| 11. 街路整備への支援 | 12. 行政による街路整備 |
| 13. 商店街カード等ソフト上への支援 | 14. 人づくりへの支援 |
| 15. 各種活性化情報の支援 | 16. その他（具体的に_____） |

17. 県内の各商店街では、店主の高齢化や後継者不足により商店街活性化に取り組む人材が不足してきていることから、町内会や老人クラブ等の地域団体と連携した商店街活性化方策について検討しています。今後、各地域団体と連携して商店街の活性化に取り組みたいと思いますか。

【取組例】町内会と連携した商店街美化運動、健康づくり団体と連携した商店街ウォークラリー等

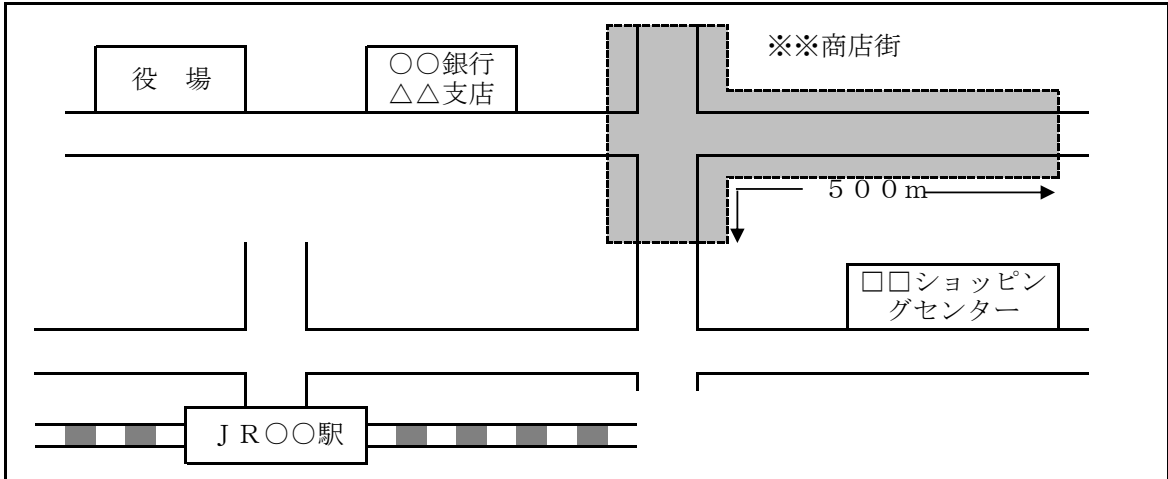
- | | | |
|-------------|--------------------|----------|
| 1. 取り組みたい | 2. 機会があったら取り組んでみたい | 3. 興味がない |
| 4. 取り組みたくない | 5. わからない | |

18. 今回の調査結果については、年度末に報告書を作成し、関係者に配布する予定です。報告書には、商店街名・代表者名・連絡先・地域団体との連携意向について掲載予定ですが、掲載の意向について、いずれかに○をつけてください。

- | | |
|---------------------------|------------------------|
| 1. 商店街名及び連携意向のみ掲載可 | 2. 商店街名・代表者名・連携意向まで掲載可 |
| 3. 商店街名・代表者名・連絡先・連携意向を掲載可 | |
| 4. 掲載不可 | |

19. その他、意見・要望がありましたら何でもご記入ください。

20. 街区図 (例)



【 街路図 】 (パンフレット・住宅地図などを添付してもよろしいです。)

ご協力ありがとうございました。

◎本調査に関するお問い合わせは下記のとおりです。

住所
TEL
FAX
MAIL

(3) 通行量調査票

調査者氏名 _____

調査日： 年 月 日 (曜日)	天候： 晴 ・ 曇 ・ 雨 (○で囲む)
調査地点番号： 1 ・ 2 ・ 3 ・ 4 (○で囲む)	調査地点名： _____ 前
通行方向： ← → (○で囲む)	

時間帯	通行者									車両		合計	
	歩行者									自転車	ミニバイク・スクーター		自動車・自動二輪
	女性					男性							
	中高生・大学生	30歳未満	30～59歳	60歳以上	計	40歳未満	40歳以上	計					
10:00～10:30													
11:00～11:30													
12:00～12:30													
13:00～13:30													
14:00～14:30													
15:00～15:30													
16:00～16:30													
17:00～17:30													
18:00～18:30													
合計													

- ※1 歩行者は中学生以上を対象とする。
- ※2 ミニバイク、スクーター以外の二輪車は自動二輪にカウントする。
- ※3 自動車・自動二輪は、タクシー・バス・トラック・営業車の業務用車両は除く。

(4)客層調査票

担当者氏名

調査日： 年 月 日(曜日)	天候：	時間： 時 分 ~ 時 分(30分間)
調査地点番号： 1 ・ 2 ・ 3 ・ 4	調査地点名：	

年代 \ 客層	主婦	会社員 (女性)	会社員 (男性)	中高生・ 大学生	夫婦・カップル	家族連れ
30歳未満						
30~59歳				/		
60歳以上				/		
備 考						

(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、食料品店：●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、●●が特産商品、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) ●●として栄えた歴史がある、伝統行事の●●がある、●●発祥の地、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) ●●に大型店が出店した、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。

3. 商店街の状況（内部の状況変化）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商店街内部の変化についてご記入ください。

①店舗の数・構成の変化は？ 例) ●●(商品・サービス等)を扱う店舗が減った、核店舗だった●●が閉店した、など

②店舗経営者・従業員の変化は？ 例) 経営者が高齢化している、チェーン店の経営者が増えた、など

③商店街活動の変化は？ 例) 会員の行事への参加意識が低下している、役員が高齢化している、など

④上記以外の変化があればご記入ください。

4. 商店街が現在実施している取組について

現在の商店街が実施している代表的な取組についてご記入ください。(複数可)

※取組名を記入して、取組の内容や魅力、実施するうえでの問題点などを教えてください。

5. 商店街が過去に実施していた取組について

商店街が過去に実施していた代表的な取組についてご記入ください。(複数可)

※取組名を記入して、取組の内容や魅力、やめた理由などを教えてください。

6. 商店街における問題点

ご自身が感じている現在の商店街における問題点があればご記入ください。

7. 商店街で今後実施したい・促進したい取組

商店街活性化に向けて今後実施したい、または促進したい取組があればご記入ください。
(複数可)

8. その他自由欄

上記1～7に関連する事項やその他事項など、ご自由にご記入ください。

最後に、ご自身についてお聞きします。(各項目について1つ選択)

F1 ご自身の性別	1. 男性 2. 女性
F2 ご自身の年齢	1. 10代 3. 30代 5. 50代 7. 70代以上 2. 20代 4. 40代 6. 60代
F3 店舗・事業所 経営者の年代 ※ご自身以外の場合に ご回答ください。	1. 10代 3. 30代 5. 50代 7. 70代以上 2. 20代 4. 40代 6. 60代
F4 店舗・事業所の 業種	1. 生鮮三品 8. 医薬品 15. 理容・美容 2. 飲食 9. 化粧品 16. 教育・学習支援 3. 弁当・惣菜 10. 趣味・本・スポーツ 17. 不動産 4. 酒類・飲料 11. 家電・家具等 18. 金融・保険 5. 日用雑貨 12. かばん・靴 19. その他 6. 普段着・寝具 13. 贈答品 () 7. 高級衣料 14. 医療・福祉
F5 店舗・事業所の 経営形態	1. 個人 2. 法人(本店) 3. 法人(支店) 4. その他()
F6 店舗・事業所の 後継者の有無	1. 事業主の親族を後継者にする予定である 2. 親族以外の従業員を登用する予定である 3. 親族等に適当な人がいないため廃業する予定である 4. 後継者の有無に関らず廃業する予定である 5. 支店・営業所等のため関係ない 6. その他 ()

(5) 商店街方向性検討シート（具体策設定用）

(1) 商店街の将来目指す姿について

現在の商店街の状況や前回のワークショップの結果等も踏まえながら、将来（10年後）、この商店街をどのような商店街にしていきたいかイメージをお聞かせください。

※複数の視点からご希望を記入していただいても構いません。

例) 高齢者が触れ合いを楽しみに訪れる商店街、豊富な自然（海・山・川）と気軽に接することができる商店街、高い専門性で地域住民の要望に応える商店街

(2) 将来目指す姿の実現に向けた取組について（取組のアイデア出し）

上記（1）で考えていただいた将来の姿の実現に向けて、今後、商店街でどのような取組を実施していきたいかアイデアをお考えください。

※すぐ実現したいことや中長期的に実現したいことなど、様々な視点から複数挙げてください。

例) すぐ実現したいこと…各店の一押しメニューの紹介、活動メンバーの拡充、売出イベントの見直し

中長期的に実現したいこと…高齢者に対応した買物サービスの提供、レジャー・観光客向けのサービスの提供

<取組1>

<取組2>

<取組3>

(3) 今後商店街で実施したい取組について (取組の具体化)

上記(2)で考えていただいた取組のうち、今後実施していきたい・具体化していきたい取組を選び、以下のシートを利用して内容をお聞かせください。

※取組を記載する枠を3つ用意しておりますので、複数あればお書きください。

<取組1>

①取組タイトル	
※取組を表すキャッチコピーやコンセプトがあれば記入してください。	
②取組内容 (概要)	
※どのような取組を実施するのかを簡単に記入してください。	
③取組内容 (詳細)	
誰が	※取組を実施する主体として想定される人材や組織を具体的に記入してください。
誰に	※取組のターゲット (顧客) を記入してください。例) 年齢・性別は?、どこから来る人か?、どんな人か?
何を	※ターゲットに対して実施・提供すること (商品、サービス、イベントなど) を具体的に記入してください。
いつ	※取組を実施する時期、期間、時間帯などを記入してください。
どこで	※取組を実施する場所を記入してください。例) ●●広場、●●駅の駐車場、●●にあるコミュニティスペース、●●神社の空地など
誰と	※取組を実施する際に連携が望まれる組織や人材があれば記入してください。
④商店街・個店としてのメリット	
※取組を実施することで、商店街や個店にどのようなメリットがあるかを記入してください。	

<取組2>

①取組タイトル	
※取組を表すキャッチコピーやコンセプトがあれば記入してください。	
②取組内容（概要）	
※どのような取組を実施するのかを簡単に記入してください。	
③取組内容（詳細）	
誰が	※取組を実施する主体として想定される人材や組織を具体的に記入してください。
誰に	※取組のターゲット（顧客）を記入してください。例）年齢・性別は？、どこから来る人か？、どんな人か？
何を	※ターゲットに対して実施・提供すること（商品、サービス、イベントなど）を具体的に記入してください。
いつ	※取組を実施する時期、期間、時間帯などを記入してください。
どこで	※取組を実施する場所を記入してください。例）●●広場、●●駅の駐車場、●●にあるコミュニティスペース、●●商店前の空地など
誰と	※取組を実施する際に連携が望まれる組織や人材があれば記入してください。
④商店街・個店としてのメリット	
※取組を実施することで、商店街や個店にどのようなメリットがあるかを記入してください。	

<取組3>

①取組タイトル	
※取組を表すキャッチコピーやコンセプトがあれば記入してください。	
②取組内容（概要）	
※どのような取組を実施するのかを簡単に記入してください。	
③取組内容（詳細）	
誰が	※取組を実施する主体として想定される人材や組織を具体的に記入してください。
誰に	※取組のターゲット（顧客）を記入してください。例）年齢・性別は？、どこから来る人か？、どんな人か？
何を	※ターゲットに対して実施・提供すること（商品、サービス、イベントなど）を具体的に記入してください。
いつ	※取組を実施する時期、期間、時間帯などを記入してください。
どこで	※取組を実施する場所を記入してください。例）●●広場、●●駅の駐車場、●●にあるコミュニティスペース、●●商店前の空地など
誰と	※取組を実施する際に連携が望まれる組織や人材があれば記入してください。
④商店街・個店としてのメリット	
※取組を実施することで、商店街や個店にどのようなメリットがあるかを記入してください。	

(4) 取組を実施するうえでの課題

(3) で考えていただいた取組を実施するうえで、商店街として対応が必要になると思う課題についてご記入ください。

例) 注力するイベントの見直し

若い人材や商店街関係者以外の人材に参加してもらえるきっかけを作る必要がある。
行政や商工会が取り組む事業（どのような取組かも記載）と連携を図る必要がある。 など

(5) その他自由欄

上記1~4に関連する事項やその他事項など、ご自由にご記入ください。

青森県人口減少社会対応型商店街検討委員会委員等名簿

委 員				
学 識 経 験 者	企業診断・ 個店支援	中小企業診断士		新倉 勇
	街づくり・ 人口減少	東北学院大学	経済学部 教授	千葉 昭彦
		青森大学	社会学部 教授	櫛引 素夫
地域情報化		特定非営利活動法人地域情報化 モデル研究会	代表理事	米田 剛
商工関係団体	青森県商工会議所連合会			橋本 寛行
	青森県商工会連合会		事務局長	苫米地 勝
	青森県商店街振興組合連合会		事務局長	加川 正宏
支援機関	公益財団法人21あおもり産業 総合支援センター		総合支援課長	出崎 和夫
アドバイザー				
株式会社富士通総研 第一コンサルティング本部 金融・地域事業部				
事務局				
青森県商工労働部商工政策課				

青森県商店街振興アクションプラン策定作業状況

時 期	内 容	
平 成 27 年 度	7月3日	第1回検討委員会（事業の進め方について）
	11月～2月	商店街基礎調査（WEBアンケート調査、消費者ニーズ（来街者）調査、 消費者グループインタビュー、商店街ヒアリング）
	12月21日	第2回検討委員会（アクションプランの構成について）
	3月25日	第3回検討委員会（アクションプラン骨子案について）
平 成 28 年 度	6月22日	第4回検討委員会（アクションプラン骨子案（修正）について）
	9月1日	第5回検討委員会（アクションプラン骨子案（修正）について）
	10月17日～ 10月31日	市町村、商工団体へのアクションプラン素案説明
	7月～11月	商店街実証調査（つがる市、七戸町）
	1月16日	第6回検討委員会（アクションプラン最終案について）
	3月22日	アクションプラン説明会