

平成9年度 新得町商工会地域小売商業振興推進事業

街おこし推進事業実施報告書

平成10年3月
新得町商工会

蘇聯遠東地區華商會小冊子俄文譯本附 蘇聯文法

蘇聯遠東地區華商會小冊子俄文譯本附 蘇聯文法

蘇聯遠東地區
華商會小冊子



ごあいさつ

新得町商工会
会長 北 義雄

最近の地域小売商業を取り巻く環境は、国際化の進展、消費者ニーズの多様化、大店法の規制緩和による大型店の進出などの外的要因と基幹産業の不振に伴う過疎化の進行、消費購買力の流出、後継者難、高齢者世帯の増加などの内的要因から目まぐるしい環境の変化が起きており、極めて厳しい経済経営環境下に置かれております。

本町におきましても、このような状況のもと、商店街が弱体化し、空地、空き店舗が目立ってきております。

当商工会では、現状を踏まえて地域内小売商業者の直面する諸問題の摘出やその対応策を探求するため、平成9年度北海道の補助事業として、地域小売商業振興推進事業（街おこし推進事業）を新得町の補助支援も併せて賜り、平成9年7月に委員会組織を発足し、今後の商店街づくりの指針とすべく、新得町街おこし推進研究会による各委員からの活発なる提言、意見をいただいて参りました。

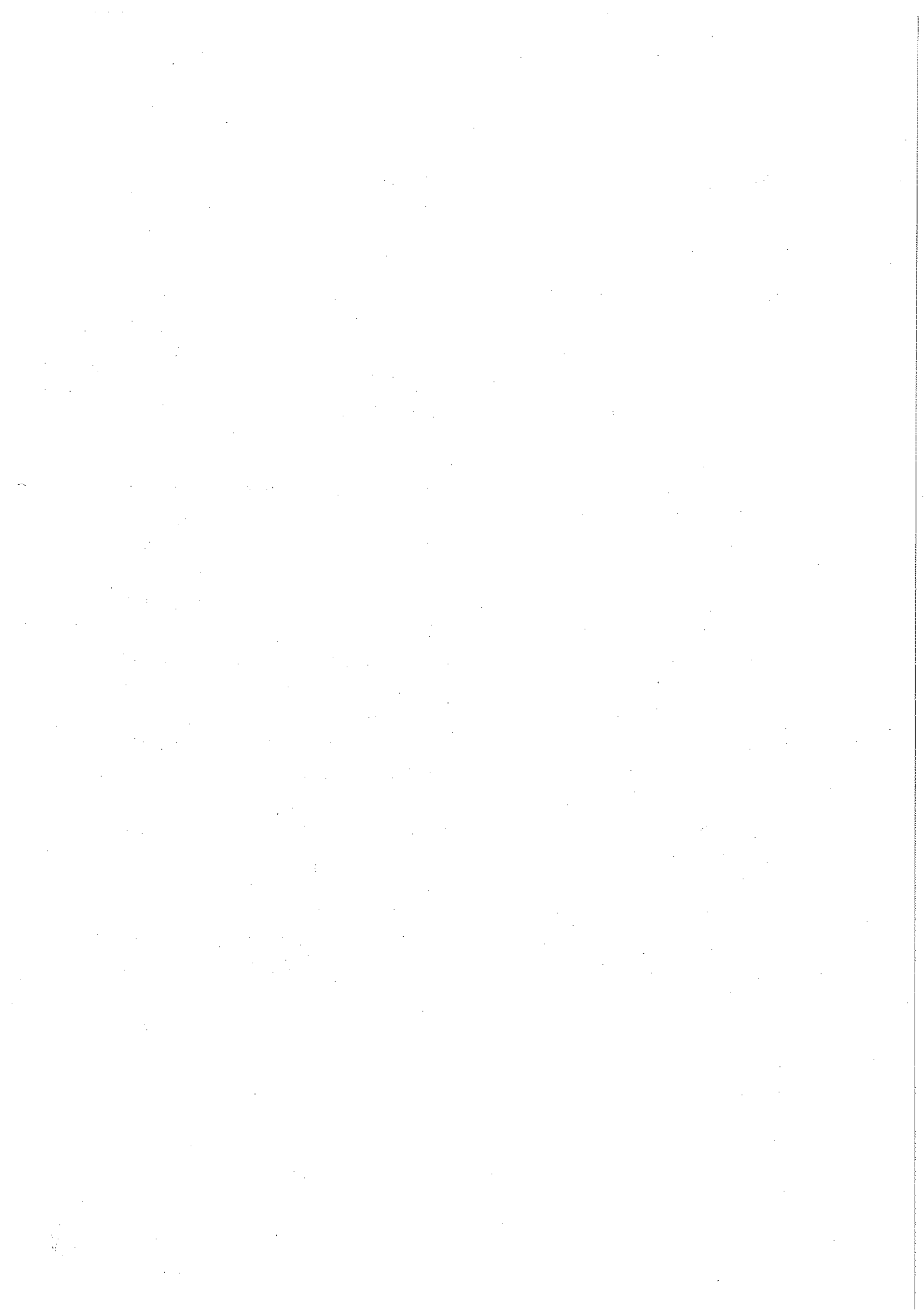
更には、消費者のお買物アンケート、町内事業所の購買調査、小売業者の現況調査の実施を経て、このたびの報告書の発刊の運びとなりました。

本事業は、商業環境と消費者の消費行動や欲求に大きな変化があることから町の商業振興、街づくりの一環として新得町第6期総合計画と魅力ある店づくりの整合性をとりながら、調査・研究、啓発活動、先進地との交流等を主なる事業とし、街づくりの視点である商業基盤施設の環境整備のハード部門の充実ばかりではなく、消費者のアンケート調査結果からも見られるとおりソフト面の充実、特に「接客態度」「商品管理」についての不満が多く取り上げられております。

本報告書が小売商業者にとって最良の書となり、内容を把握し有効に活用されることを期待し、経営の一助になれば幸いと存じます。

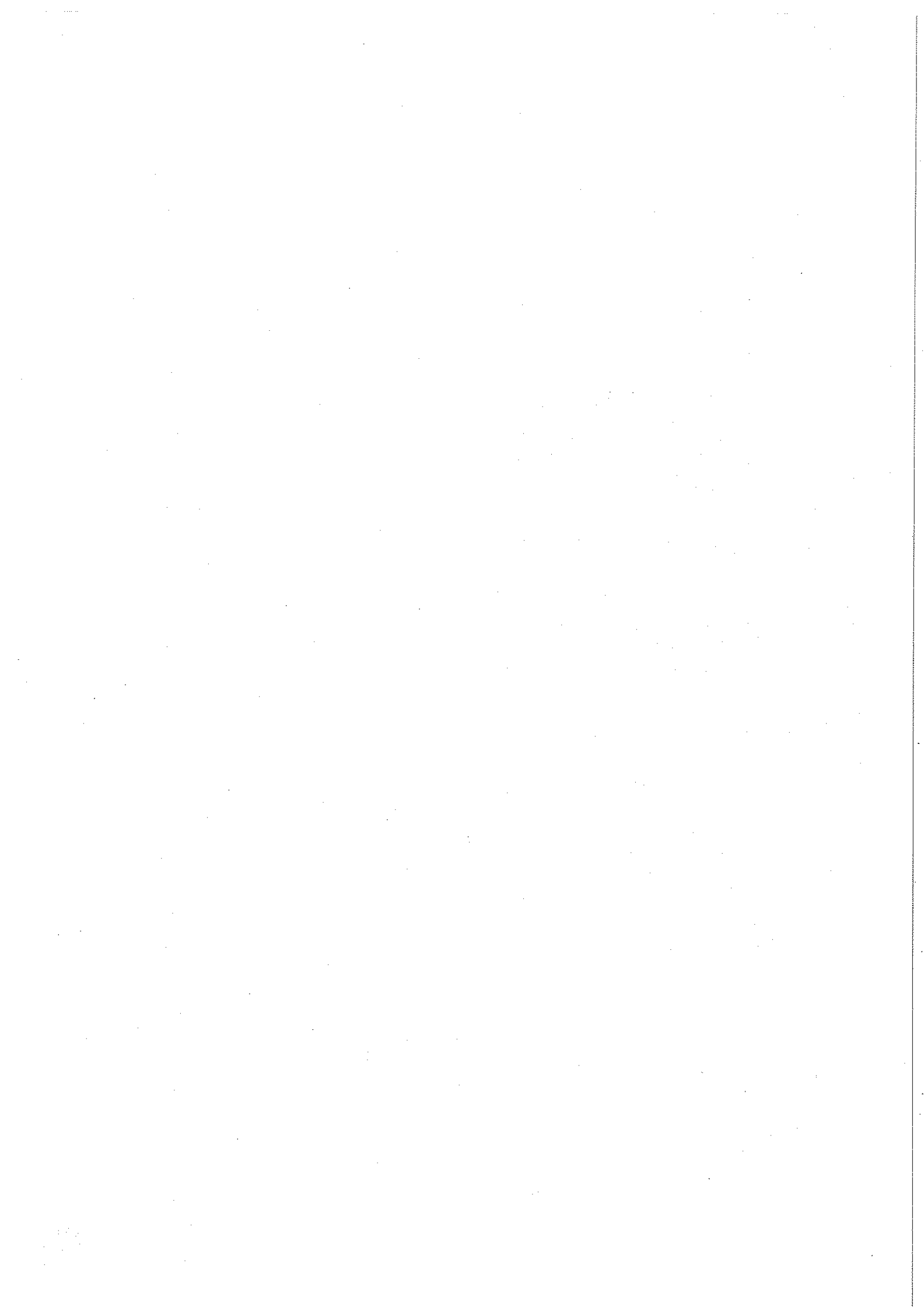
終わりに、本事業の実施にあたり、北海道、十勝支庁、新得町、北海道商工会連合会、新得高等学校他の特段のご協力とご配慮を賜り、完了できましたことに対し、衷心より感謝を申し上げますとともに、ご指導賜りました関係機関、街おこし推進委員、街おこし推進研究委員各位のご尽力のおかげと重ねて厚くお礼申し上げます、発刊にあたりましてのご挨拶といたします。

平成10年3月



目 次

I.新得町街おこし推進事業実施計画書	3
1. 委員会設置規程	
2. 委員会委員名簿	
3. 街おこし推進事業スケジュール	
II.調査・研究	13
1. 生活者（消費者）購買行動調査	
2. 小売業経営者の意識調査	
3. 事業所購買調査	
4. 商業統計に見る新得町の小売業力の動向	
5. アンケート調査資料	
III.新得町街おこし推進事業	71
1. 街おこし推進事業実施内容	
2. 街おこし推進事業専門部会報告書	
1) 専門部会の活動	
2) 新得町の現状	
3) 新得町の骨格	
4) まちづくりのニーズとアイデア	
5) 整備の役割とプログラム	
IV.先進地視察研修事例	114
1. 十勝管内視察	
1) 浦幌町商工会	
2) 音更町商工会	
2. 道外視察研修	
1) 増田町商工会	
2) 角館町商工会	
3) 秋田パティオ事業協同組合	



地域小売商業振興推進事業

「街おこし推進事業」実施計画書（案）

新得町商工会

1. 目的

新得町商工会（以下「本会」という。）は、地区内中小小売商業者の直面する諸問題の摘出やその対応策を探求するため、調査・研究、啓発活動、先進地との交流等の事業を行うことにより、地域中小小売商業の活性化と経営の高度化、近代化等に寄与することを目的として、街おこし推進事業（以下「本推進事業」という。）を実施する。

2. 実施体制

本推進事業の実施に当たっては、北海道（以下「道」という。）、町、関係団体等と十分連携を図り、協力を得る等の体制を整備するとともに、学識経験者、道・町職員、商工会役職員、商店街代表者等で構成する街おこし推進委員会（以下「委員会」という。）を設置して、本推進事業の実実施計画の策定を行い、これに基づき事業を実施する。

3. 事業内容

本推進事業の目的を達成するため、以下の事業を実施する。

(1) 地域の中小小売商業の存立基盤と問題点の調査・研究

① 小売商業を取り巻く環境に関する調査及び研究

産業構造の実態及び将来見通し、地理的条件及び交通体系の現状、人口・世帯数の動向等、地域中小小売商業を取り巻く環境に関する調査・研究を実施する。

② 小売商業の経営環境に関する調査及び研究

消費者の購買動向の実態及び将来見通し、大型店等の進出及び商業環境変化の現状とその影響都市計画等及び都市施設の整備状況と周辺地域の現状並びに今後の方向等、地域中小小売商業の経営環境に関する調査・研究を実施する。

(2) 地域の中小小売商業者及びその集積の実態と問題点の調査・研究

① 中小小売商業の現状等に関する調査及び研究

小売商業の業種構成及び業種配置状況、卸売業の分布と立地並びに小売商業との相互関係、商業集積の形成・配置状況と他の商業集積との関係、商業集積の規模、形態及び配置等の適正化、商業集積のハード面及びソフト面の対応の現状及び今後の対応の方向等、地域中小小売商業の現状等に関する調査、研究を実施する。

② 個別店舗の経営実態等に関する調査及び研究

個別店舗の経営状況、個別店舗の経営動向及び経営上の問題点、個別店舗のレイアウト、品揃え、販売技術等中小小売商業の近代化・体質強化の方向等、個別店舗の経営実態等に関する調査、

研究を実施する。

(3) 地域住民、地域商工業者、関係行政機関等との懇談会等による啓発活動

① 懇談会・講習会・研究会等の開催

ア. 地域住民・商工業者、関係行政機関等との懇談会を開催し、都市施設、商業施設等の整備及びイベント等の販促活動、個店の経営等について意見交換するとともに、適宜、指導、助言を行い、相互の啓発を図り、地域一体となった街づくりを推進する。

イ. 地域住民・商工業者等を対象とした生活改善・向上、商業近代化、中小小売商業の経営体質の強化等のための講習会、研修会（パネルディスカッション方式を含む）を開催し、両者の啓発を行う。

ウ. 地域住民・商工業者、関係行政機関等の研究会を開催し、都市施設、商業施設等の整備及びイベント等の販促活動、個店の経営等についての研究、検討を行い、具体的街づくりをする。

② 消費者相談室の開設

消費者からの商店街の買物相談、商店街情報の提供等に関する消費者相談室を設け、消費者への啓蒙普及活動を行う。

③ 消費者ニーズ調査の実施

地域の消費者ニーズに応じた商業活動を展開するため、消費者（消費者モニターを含む）を対象としたアンケート調査を実施し、地区内商業に対する消費者の意向を把握するとともに、その結果を商業活動に反映するように啓蒙活動に活用する。

④ 消費者等への啓蒙普及・PR活動の実施

中小小売商業実態調査、地域啓発活動、先進地域交流等各種街づくりのための事業及びその他商店街事業に関する情報提供、商品知識の普及等を図るため、ポスター、パンフレット並びに広報紙等による啓蒙普及、PR活動を実施する。

(4) 大型店対策等の地域小売商業活性化策についての先進的な商工会等との情報交換、ノウハウ等の交流

① 先進地域懇談会の開催

高度化事業等商業施設及び商業基盤施設の先進的地域並びにその他小売商業者活性化対策についての先進的地域の商工会等との懇談会を開催し、地域の街づくりを推進する。

② 先進地域実例研究会の開催

地域における商業施設及び商業基盤施設の整備並びにその他小売商業活性化対策についての具体的な方策を検討するため、先進地域の商工会等の実務家を招聘する等による実例研究を行い、地域の街づくり策の実現を推進する。

(5) その他

① 関係行政機関との連絡、調整

地域中小小売商業活性化の推進に関し、必要に応じて関係行政機関との連絡、調整を行う。

② 指導等報告書の作成

上記4.(1)～(4)の事業実施結果に基づき、地域中小小売商業の今後の活性化対策推進等についての具体的指導に関する基本方針等を示した報告書を作成するとともに、その研究等の成果については地域商工業者、道・町、関係団体等に普及を図り、積極的に活用する。

4. 事業計画

別紙のとおり

5. 事業の実施に要する経費

3,700,000円

6. 実施期間

事業認可を受けた日～平成10年3月31日(火)

街おこし推進事業計画(案)

事業項目等	事業内容
1. 地域中小小売商業の存立基盤と問題点の調査・研究事業	委員会の開催
2. 地域中小小売商業者及びその集積と問題点の調査・研究事業	委員会の開催
3. 地域住民・商工業者、関係行政機関等との懇談会等啓発活動	懇談会の開催、講習会の開催、研究会の開催 消費者相談室の開設、消費者調査、パンフレット(ポスター、広報紙)の作成・配布等
4. 大型店対策等の地域小売商業活性化対策先進商工会等交流事業	懇談会の開催、研究会の開催
5. その他の事業	関係行政機関との連絡調整 指導報告書の作成

街おこし推進委員会設置規程

(設置目的)

第1条 街おこし推進事業（以下「本事業」という。）を効果的、かつ効率的に推進するため、新得町商工会（以下「本会」という。）に地域小売商業振興推進委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

(委員会の任務)

第2条 委員会は、本事業に係る事業計画を策定し、これに基づき事業を実施する。

(委員)

第3条 委員会は、委員（若干名）をもって構成する。

2. 委員は、次の各号に掲げる者のうちから本会長が委嘱する。

- (1) 学識経験者
- (2) 商工会役職員
- (3) 商店街代表（調査対象等の商業者）
- (4) 地区内他団体代表（スタンプ会等）
- (5) 地区内住民代表
- (6) 商工会青年部・婦人部代表
- (7) 北海道、新得町職員
- (8) 北海道商工会連合会職員

(委員長)

第4条 委員会に委員長及び副委員長を置く。

2. 委員長は、委員会を総理し、会議の議長となる。
3. 委員長及び副委員長は、委員のうちから本会会長が指名する。
4. 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故あるときには、その職務を代理する。

(任期)

第5条 委員の任期は、委員を委嘱した日の属する事業年度が終了する日までとする。

(招集)

第6条 委員会は、次の場合において本会会長が招集する。

- (1) 本会会長が認めたとき

(2) 委員長が委員会の招集を本会会長に求めたとき

(庶務)

第7条 委員会の庶務は、本会事務局が行う。

(その他)

第8条 本規程で定めるもののほか、委員会の運営に必要な事項は、理事会の同意を得て
会長が別に定める。

付 則

この規程は、平成9年6月19日から施行する。

街おこし推進研究会設置規程

(設置目的)

第1条 地域中小小売商業の活性化等街おこし推進に係る調査・研究を行うため、新得町商工会（以下「本会」という。）に街おこし推進研究会（以下「研究会」という。）を設置する。

(研究会の任務)

第2条 研究会は、地区内商業施設及び商業基盤施設の整備等中小小売商業活性化対策について、先進地域実例に基づき調査・研究を実施する。

(委員)

第3条 研究会は、委員（若干名）をもって構成する。

2. 委員は、次の各号に掲げる者のうちから本会長が委嘱する。

- (1) 学識経験者
- (2) 商工会役職員
- (3) 商店街代表（調査対象等の商業者）
- (4) 地区内他団体代表（スタンプ会等）
- (5) 地区内住民代表
- (6) 商工会青年部・婦人部代表
- (7) 北海道、新得町職員
- (8) 北海道商工会連合会職員

(委員長)

第4条 研究会に委員長及び副委員長を置く。

2. 委員長は、研究会を総理し、会議の議長となる。
3. 委員長及び副委員長は、委員のうちから本会会長が指名する。
4. 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故あるときには、その職務を代理する。

(任期)

第5条 委員の任期は、委員を委嘱した日の属する事業年度が終了する日までとする。

(招集)

第6条 研究会は、次の場合において本会会長が招集する。

(1) 本会会長が認めたとき

(2) 委員長が委員会の招集を本会会長に求めたとき

(庶務)

第7条 研究会の庶務は、本会事務局が行う。

(その他)

第8条 本規程で定めるもののほか、研究会の運営に必要な事項は、理事会の同意を得て
会長が別に定める。

付 則

この規程は、平成9年6月19日から施行する。

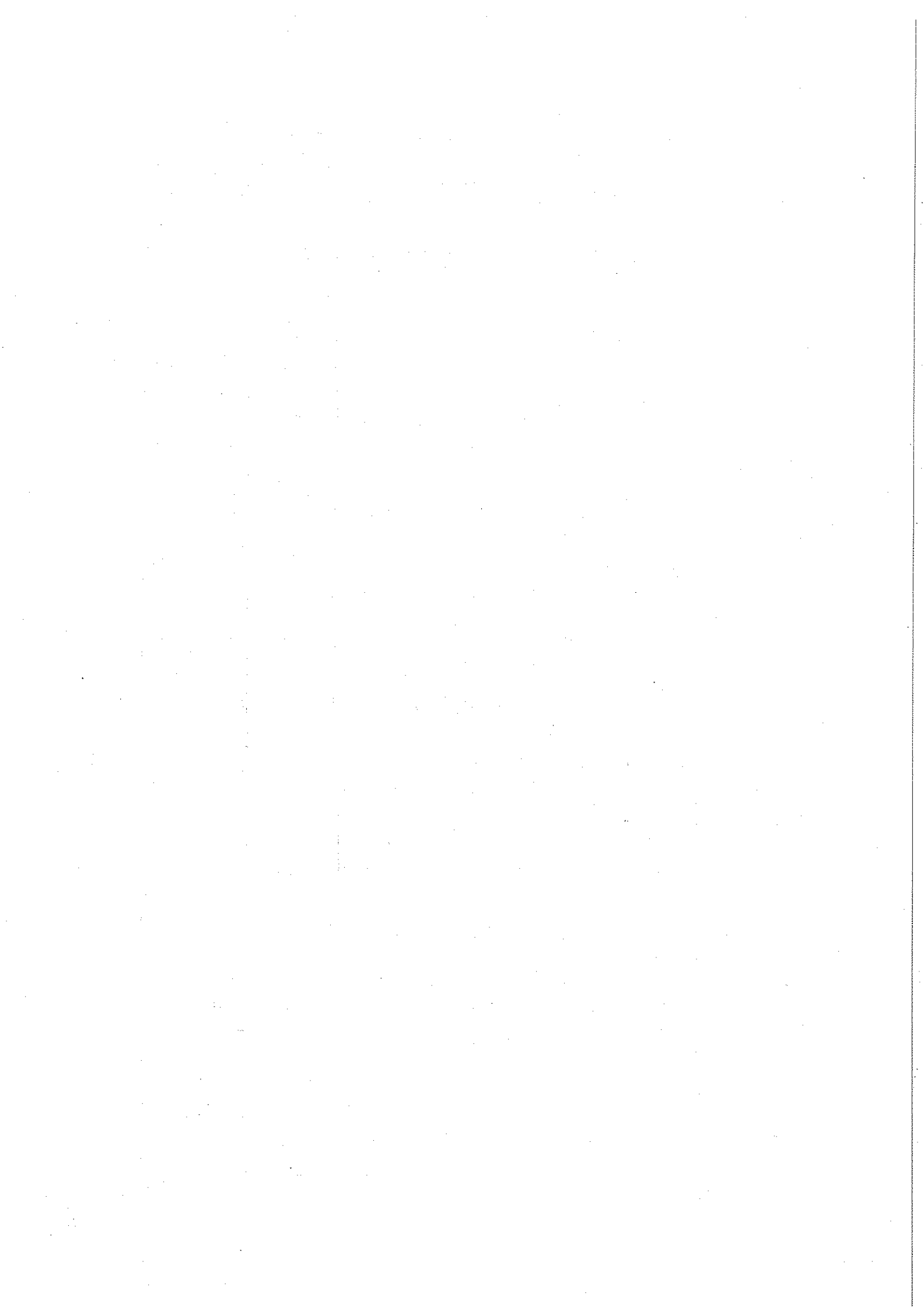
新得町街おこし推進委員会名簿

区分	氏名	摘要	住所又は勤務先	電話
商工会役員	(委員長)			
	北 義雄	商 工 会 長	新得町本通北1丁目	01566-4-5108
	(副委員長)			
	岡本 征次	商 工 会 副 会 長	新得町屈足幸町1丁目	5-2526
	古川 盛	〃	新得町4条南5丁目	4-5327
	杉本 金雄	商 工 会 理 事	新得町屈足柏町1丁目	5-2266
	東 修平	〃	新得町屈足緑町1丁目	4-2525
街区代表	福原 昭治	〃	新得町2条南1丁目	4-5567
	相馬 邦章	〃	新得町本通南1丁目	4-5055
	渡辺 貞夫	新得町サービス商店会会長	新得町本通南2丁目	4-5611
	小沢 信二	〃 監 事	新得町本通北2丁目	4-5748
	竹浦 隆	屈足商工振興協議会副会長	新得町屈足緑町2丁目	5-2446
	小田 昭彦	〃 理 事	新得町屈足旭町2丁目	5-2037
	商工会青年部代表	児玉 浩己	青 年 部 長	新得町元町66
〃 婦人部代表	斉藤美代子	婦 人 部 長	新得町本通南1丁目	4-4315
地区内住民代表	工藤 久子	消 費 者 協 会 会 長	新得町2条南4丁目	4-5610
	藤田 弓二	消費者代表(帯信支店長)	新得町本通南2丁目	4-5121
十勝支庁	須藤 学	商工労働観光課長	帯広市東3条南3丁目	0155-24-3111
新得町職員(新)	貴戸 延行	商工観光課長	新得町3条南4丁目	01566-4-5111
	(旧)清水 輝男	商工観光課長	〃	〃
	若原 俊隆	商工労働係長	〃	〃
道商工連合会職員	盛本 政勝	事務局次長兼振興部長	札幌市中央区北1条西7丁目プレスト1.7 4F	011-251-0103
	塩見 和雄	十勝支所長	帯広市西3条南9丁目帯広経済センタービル 3F	0155-22-7151
学識経験者	柳田 良造	榑野田石塚建築計画事務所	札幌市中央区南15条西17丁目4-30	011-513-0977
	西山 千秋	〃	〃	〃
	樋口 千恵	〃	〃	〃

事務局	高橋 末治	商工会事務局長	新得町本通南1丁目	01566-4-5324
	松田 啓幸	商工会経営指導員	〃	〃
	住田 正憲	〃	〃	〃

新得町街おこし推進研究会委員名簿

区 分	氏 名	摘 要	住 所 又 は 勤 務 先	電 話
商工会役員	岡本 征次	商工会副会長	新得町屈足幸町1丁目	01566-5-2526
	(委員長)			
	渡辺 貞夫	商工会理事	新得町本通南2丁目	4-5611
	東 修平	"	新得町屈足緑町1丁目	5-2525
商業部会	相馬 邦章	"	新得町本通南1丁目	4-5055
	中田 進	新得地区	新得町本通南2丁目	4-5622
	堂端 紀男	"	新得町本通北2丁目	4-5843
	小田 昭彦	屈足地区	新得町屈足旭町2丁目	5-2037
工業部会	藤井 義憲	"	新得町屈足緑町2丁目	5-2503
	古川 盛	副部会長	新得町4条南5丁目	4-5327
サービス商店会	金田 幸光	"	新得町屈足緑町3丁目	5-2501
	小沢 信二	商店会監事	新得町本通北2丁目	4-5748
屈足振興協議会	(副委員長)			
商工会青年部	竹浦 隆	副会長	新得町屈足緑町2丁目	5-2446
	石畑 政俊	新得副部会長	新得町本通北1丁目	4-5155
	岩野 光一	"	新得町3条南1丁目	4-5428
	小笹 勝己	屈足部会長	新得町屈足幸町1丁目	5-2513
商工会婦人部	安久津充政	"	新得町屈足幸町2丁目	5-2053
	斉藤美代子	新得部会長	新得町本通南1丁目	4-4315
	初山 之子	屈足部会長	新得町屈足幸町2丁目	5-2031
	藤田 弓二	帯信新得支店長	新得町本通南2丁目	4-5121
住民代表	太田 町子	消費者協会副会長	新得町西1条北3丁目	4-5933
	高田 芳恵	一般消費者	新得町屈足緑町4丁目	5-3062
	小川留里子	"	新得町屈足柏町3丁目	5-2754
	高橋 昭吾	屈足支所長	新得町屈足柏町3丁目	5-2111
新得町職員(新)	貴戸 延之	屈足支所長	"	5-2111
	山本 信夫	地域振興主幹	新得町3条南4丁目	4-5111
	若原 俊隆	商工労働係長	"	"
	北山 雀	振興課長	札幌市中央区北1条西7丁目プレスト1.7 4F	011-251-0103
道商工連合会職員	塩見 和雄	十勝支所長	帯広市西3条南9丁目帯広経済センタービル 3F	0155-22-7151
学識経験者	柳田 良造	關柳田石塚建築計画事務所	札幌市中央区南15条西17丁目4-30	011-513-0977
	西山 千秋	"	"	"
	樋口 千恵	"	"	"
	事務局	高橋 末治	商工会事務局長	新得町本通南1丁目
	松田 啓幸	商工会経営指導員	"	"
	住田 正憲	"	"	"



平成9年度新得町街おこし推進事業のスケジュール表（案）

新得町商工会

事業名	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	備考
街おこし推進委員会			第1回 委員・運営 方針・日程			第2回 (中間報告)				第3回 (本報告)		
			第1回 同上 第2回 調査対象内容	第3回 視察報告 計画方向		第4回	第5回			第6回		
研究会 (専門委員会)		準備										
調査・研究		内容検討	配布回収	集計分析	報告書作成	報告会						
啓発活動						講習会					講習会	
先進地交流会				道内実施	道外視察研修	近畿7県1泊'97						
懇談会						地域住民及び町担当者						
その他	コンピュータ講習会 (主催)						誌発行					

新得町商業近代化調査方法の内容

1 調査方法等の内容

(1) 生活者購買行動調査

実施の商工会名 : 新得町商工会
調査日 : 平成9年7月15日～8月27日
調査方法 : 留置面接調査法
抽出方法 : 無作為抽出法
調査対象者 : 新得町に居住している世帯
配布枚数 : 301枚
サンプル数 : 301世帯(有効回答数)
有効回答率 : 100.0%

(2) 小売業経営者の意識調査

調査日 : 平成9年7月15日～8月27日
調査方法 : 留置面接調査法
配布枚数 : 85枚
サンプル数 : 79店舗(有効回答数)
有効回答率 : 92.9%

(3) 事業所購買調査

調査日 : 平成9年7月15日～8月27日
調査方法 : 留置面接調査法
配布枚数 : 38枚
サンプル数 : 34事業所(有効回答数)
有効回答率 : 89.5%

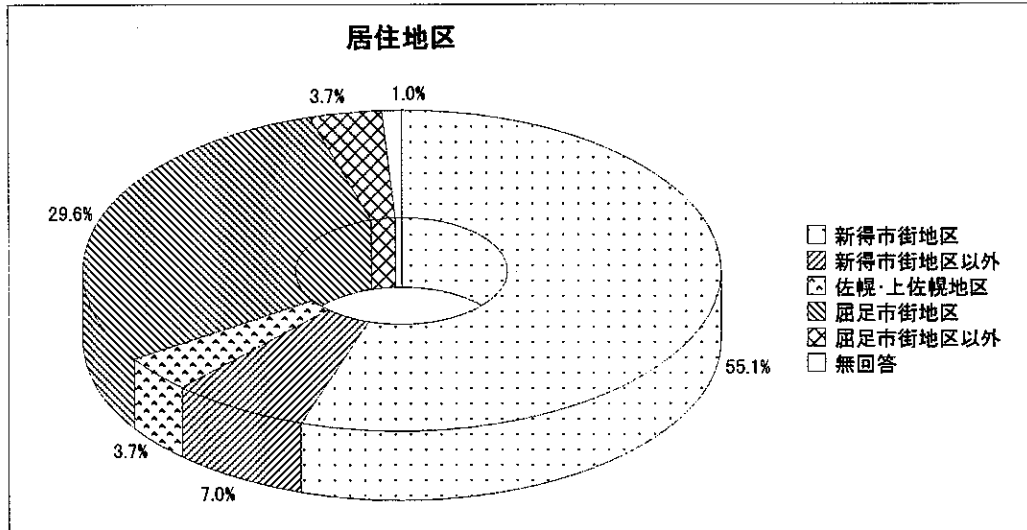
2 報告書の作成担当

新得町商工会 経営指導員 松田 啓幸
北海道商工会連合会振興部 振興課長 北山 隼

I 新得町における生活者の購買行動

1 新得町生活者(消費者)のプロフィール

(1) 居住地区

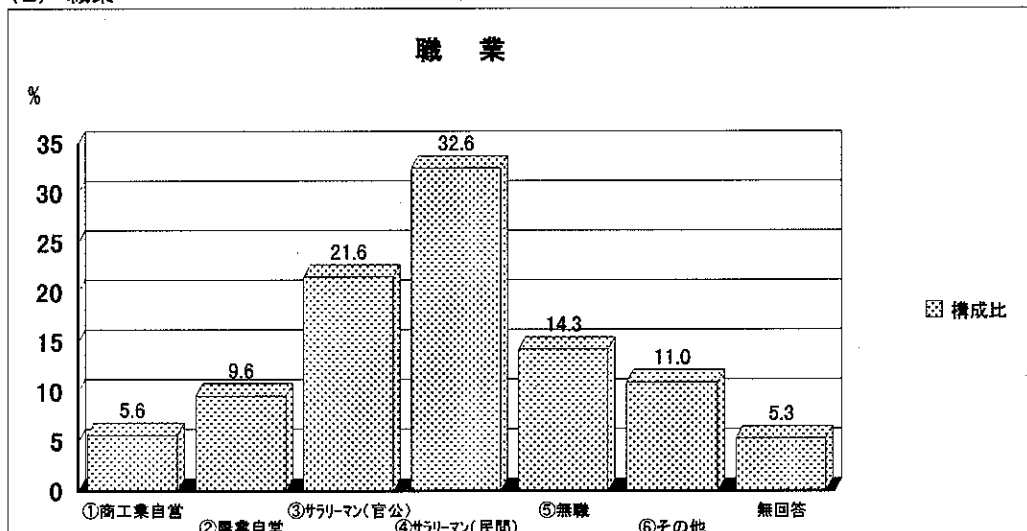


居住地区

地区名	実数	構成比
新得市街地区	166	55.1
新得市街地区以外	21	7.0
佐幌・上佐幌地区	11	3.7
屈足市街地区	89	29.6
屈足市街地区以外	11	3.7
無回答	3	1.0
合計	301	100.0

当町におけるアンケート回答者の居住地区は、「新得市街地区」が最も多く55.1%であり、次いで「屈足市街地区」の29.6%、「新得市街地区以外」の7.0%、「佐幌・上佐幌地区」と「屈足市街地区以外」の各々3.7%の順である。

(2) 職業

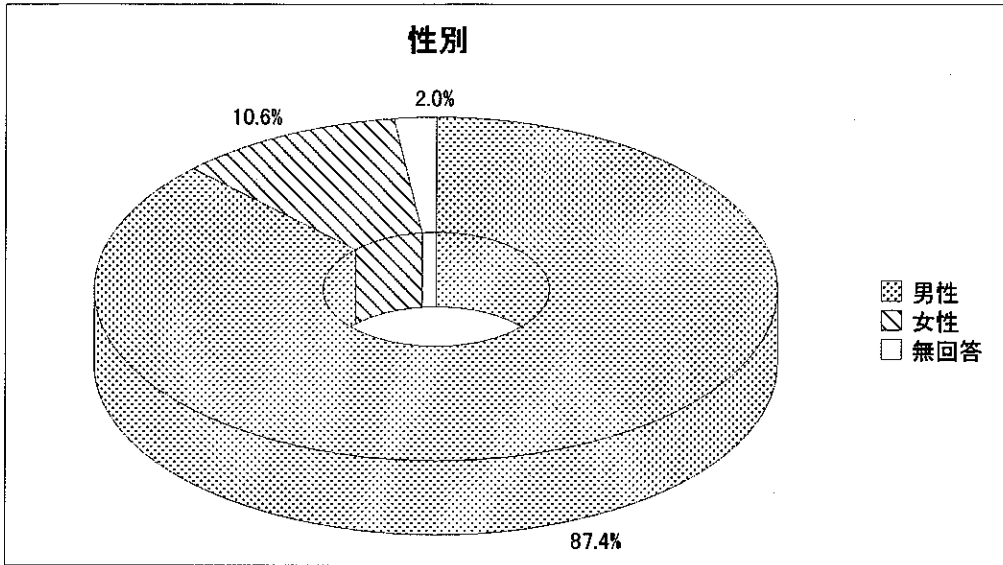


職業

項目	実数	構成比
①商工業自営	17	5.6
②農業自営	29	9.6
③サラリーマン(官公)	65	21.6
④サラリーマン(民間)	98	32.6
⑤無職	43	14.3
⑥その他	33	11.0
無回答	16	5.3
合計	301	100.0

職業は、「サラリーマン民間」が最も多く32.6%であり、次いで「サラリーマン官公」の21.6%、「無職」の14.3%、「その他」の11.0%、「農業自営」の9.6%、「商工業自営」の5.6%の順である。

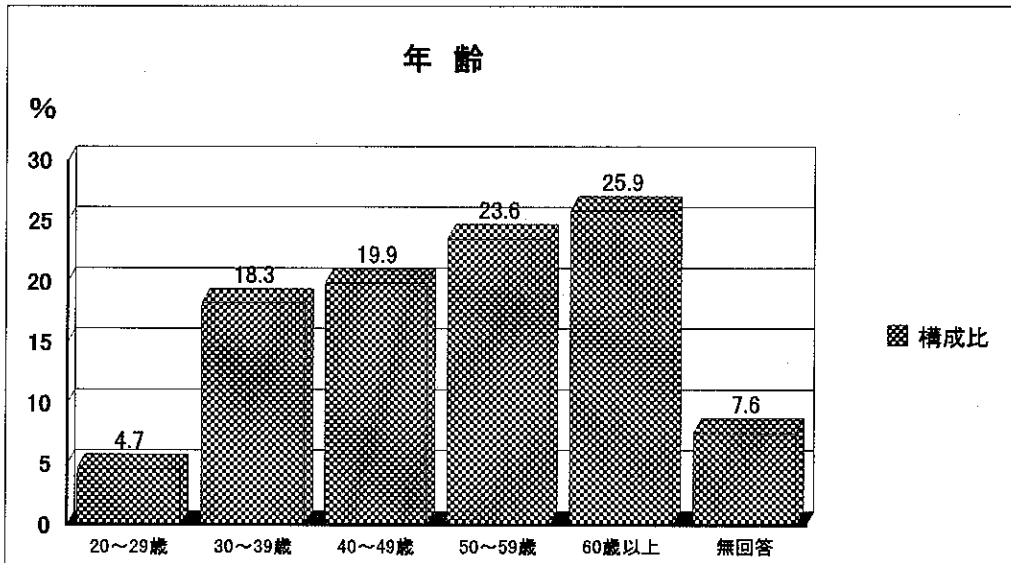
(3) 世帯主の性別



性別

性別	実数	構成比
男性	263	87.4
女性	32	10.6
無回答	6	2.0
合計	301	100.0

(4) 世帯主の年齢

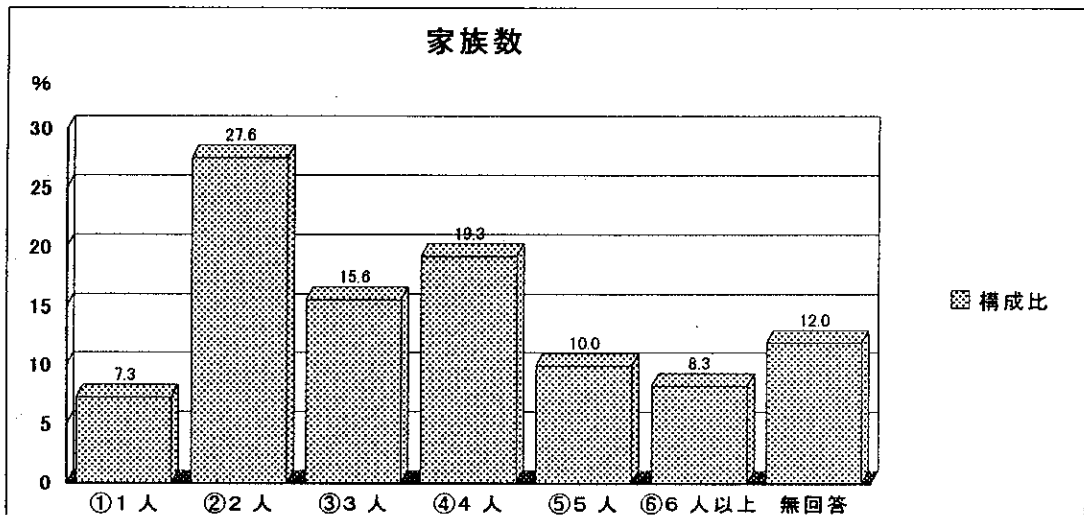


年齢

年齢	実数	構成比
10~19歳	0	0.0
20~29歳	14	4.7
30~39歳	55	18.3
40~49歳	60	19.9
50~59歳	71	23.6
60歳以上	78	25.9
無回答	23	7.6
合計	301	100.0

年齢は、「60歳以上」が最も多く25.9%であり、次いで「50代」の23.6%、「40代」の19.9%、「30代」の18.3%の順である。

(5) 家族数

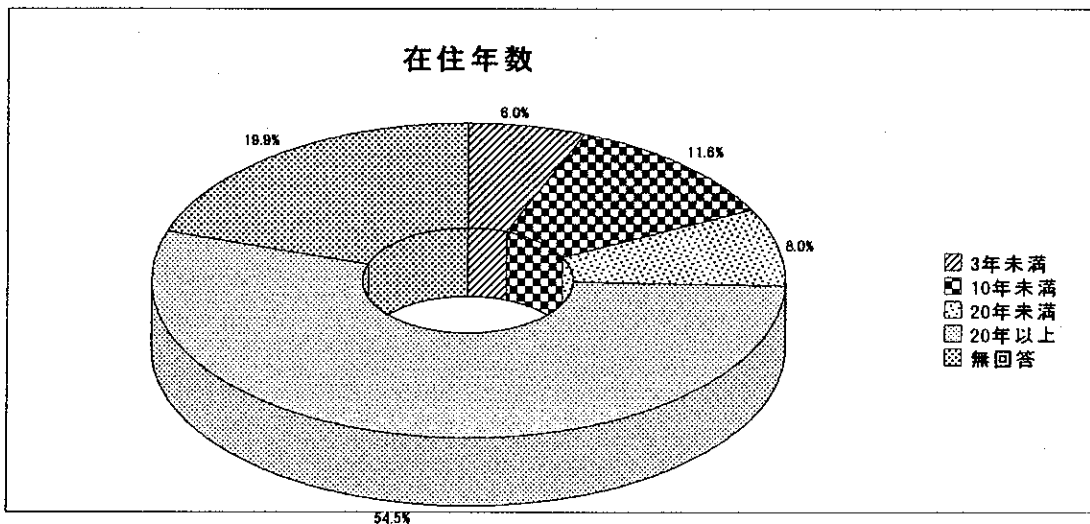


家族数

人数	実数	構成比
①1人	22	7.3
②2人	83	27.6
③3人	47	15.6
④4人	58	19.3
⑤5人	30	10.0
⑥6人以上	25	8.3
無回答	36	12.0
合計	301	100.0

家族数は、「2人」が最も多く27.6%であり、次いで「4人」の19.3%、「3人」の15.6%、「5人」の10.0%の順である。

(6) 在住年数

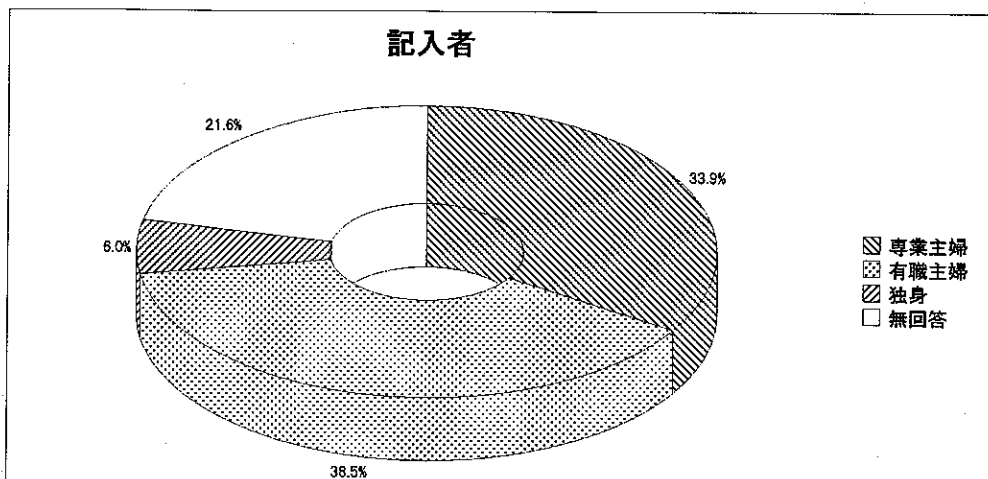


在住年数

年数	実数	構成比
3年未満	18	6.0
10年未満	35	11.6
20年未満	24	8.0
20年以上	164	54.5
無回答	60	19.9
合計	301	100.0

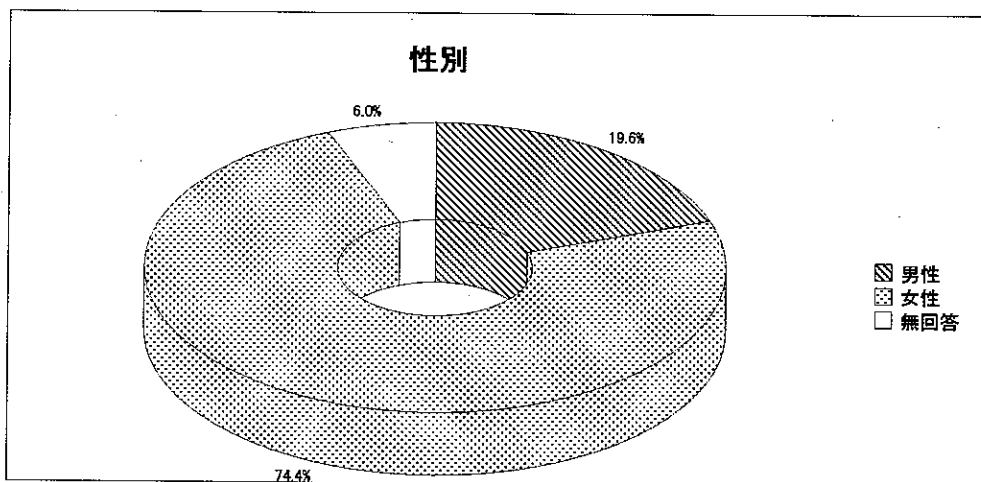
在住年数は、「20年以上」が最も多く54.5%であり、次いで「10年未満」の11.6%、「20年未満」の8.0%の順である。

(7) 記入者



記入者

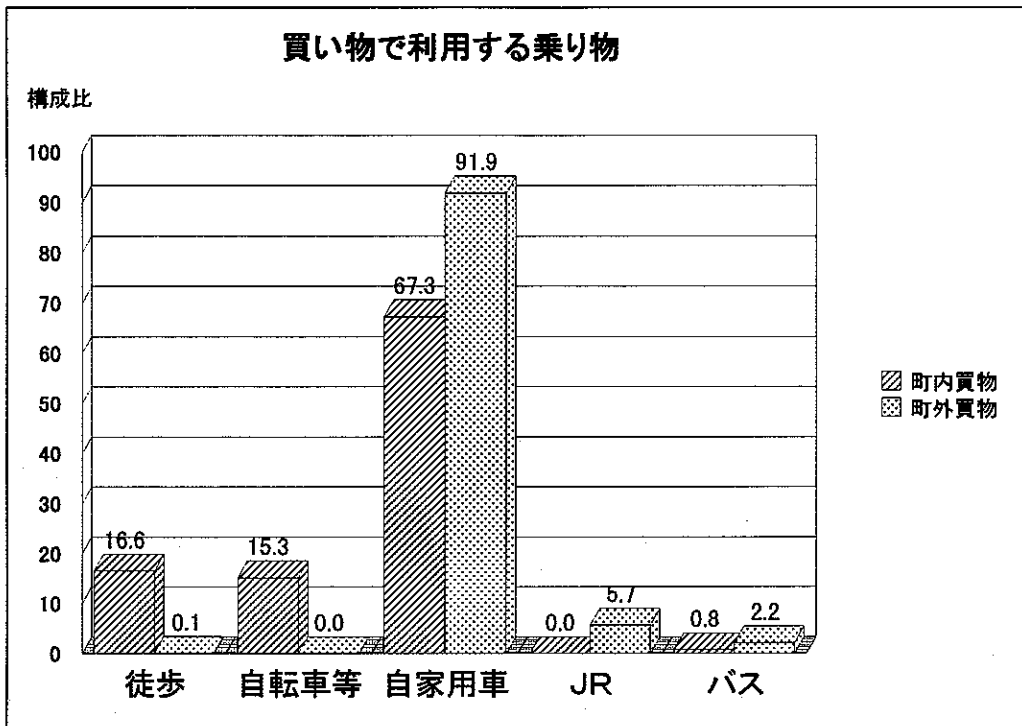
区別	実数	構成比
専業主婦	102	33.9
有職主婦	116	38.5
独身	18	6.0
無回答	65	21.6
合計	301	100.0



性別

区別	実数	構成比
男性	59	19.6
女性	224	74.4
無回答	18	6.0
合計	301	100.0

2 買い物で利用する乗り物



買い物で利用する乗り物

買い物地区	交通手段	徒歩	自転車等	自家用車	JR	バス	合計
	新得町で買い物:実数		482	443	1,953	0	23
":構成比		16.6	15.3	67.3	0.0	0.8	100.0
他町で買い物:実数		3	0	2,528	158	61	2,750
":構成比		0.1	0.0	91.9	5.7	2.2	100.0

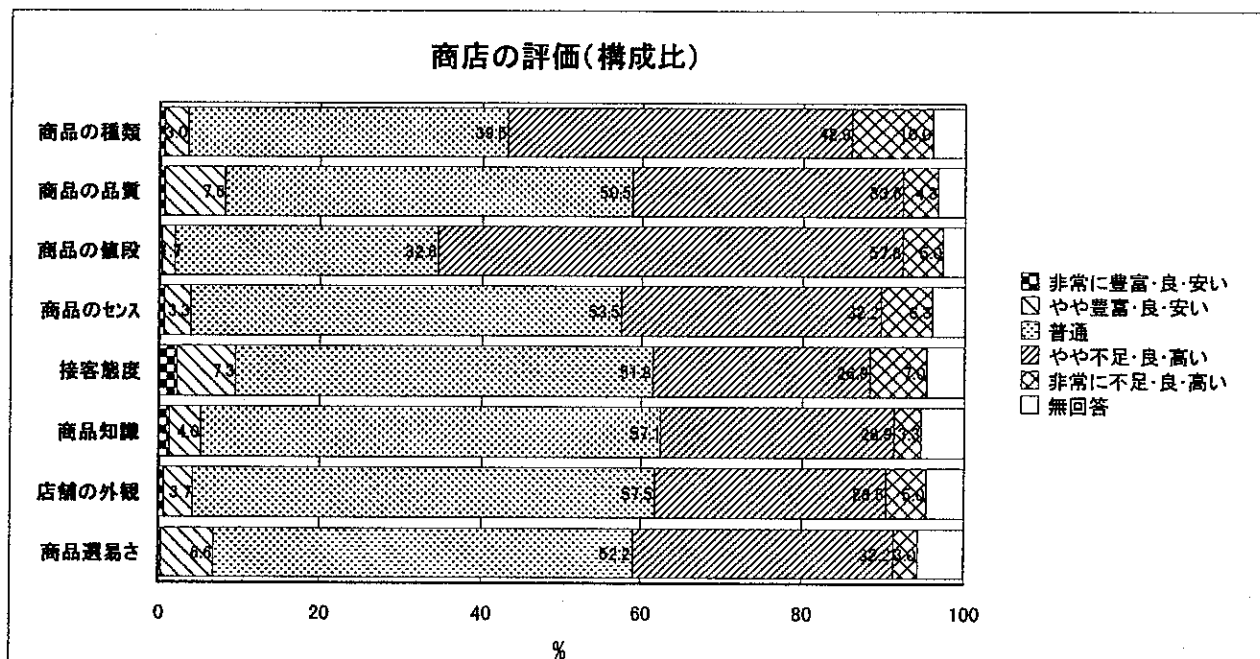
新得町で買い物する際の乗物は、自家用車が最も多く67.3%であり、自動車や徒歩は僅かに10%台となっている。他町では、自家用車の傾向がさらに強く91.9%である。

3 町内商店に対する評価
商店の評価(実数)

項 目		非常に豊富 ・安い・良	やや豊富 ・安い・良	普通	やや不足 ・高い・不良	非常不足 ・高い・不良	無回答	計
商 品	商品の種類・量	2	9	119	129	30	12	301
	商品の品質	2	23	152	101	13	10	301
	商品の値段	1	5	98	174	15	8	301
	商品のセンス	2	10	161	97	19	12	301
接 客 サービス	接客態度	7	22	156	81	21	14	301
	商品知識	4	12	172	87	10	16	301
店 舗	店舗の外観	2	11	173	86	15	14	301
	商品選易さ	1	20	157	97	9	17	301

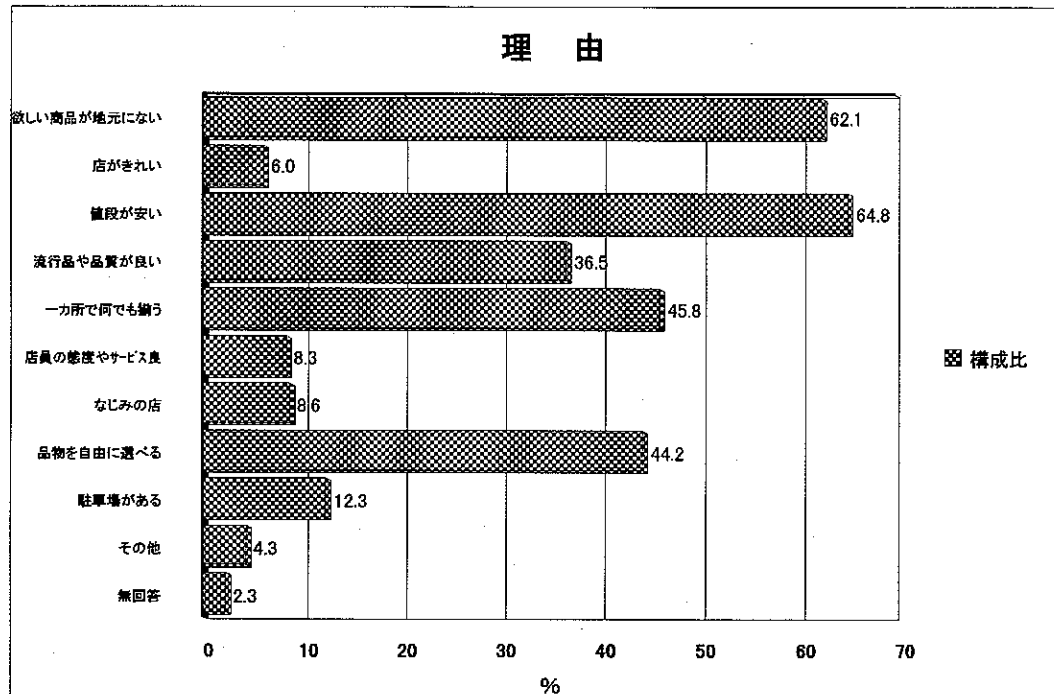
商店の評価(構成比)

項 目		非常に豊富 ・安い・良	やや豊富 ・安い・良	普通	やや不足 ・高い・不良	非常不足 ・高い・不良	無回答	計
商 品	商品の種類	0.7	3.0	39.5	42.9	10.0	4.0	100.0
	商品の品質	0.7	7.6	50.5	33.6	4.3	3.3	100.0
	商品の値段	0.3	1.7	32.6	57.8	5.0	2.7	100.0
	商品のセンス	0.7	3.3	53.5	32.2	6.3	4.0	100.0
接 客 サービス	接客態度	2.3	7.3	51.8	26.9	7.0	4.7	100.0
	商品知識	1.3	4.0	57.1	28.9	3.3	5.3	100.0
店 舗	店舗の外観	0.7	3.7	57.5	28.6	5.0	4.7	100.0
	商品選易さ	0.3	6.6	52.2	32.2	3.0	5.6	100.0



商店の評価は、全体的に良くなく「商品の価格」や「商品の種類」に対する評価が一段と厳しい。

4 買い物の理由



理 由

項目	実数	構成比
欲しい商品が地元がない	187	62.1
店がきれい	18	6.0
値段が安い	195	64.8
流行品や品質が良い	110	36.5
一カ所で何でも揃う	138	45.8
店員の態度やサービス良	25	8.3
なじみの店	26	8.6
品物を自由に選べる	133	44.2
駐車場がある	37	12.3
その他	13	4.3
無回答	7	2.3
合計	702	233.2

他のまちで買い物する理由は、「値段が安い」が最も多く64.8%であり、次いで「欲しい商品が地元がない」の62.1%、「一カ所で何でも揃う」の45.8%、「品物を自由に選べる」の44.2%、「流行品や品質が良い」の36.5%の順である。

5 商品別の買い物場所(利用)割合と傾向

(1) 全体

商品別買物場所割合<実数> 「全体」

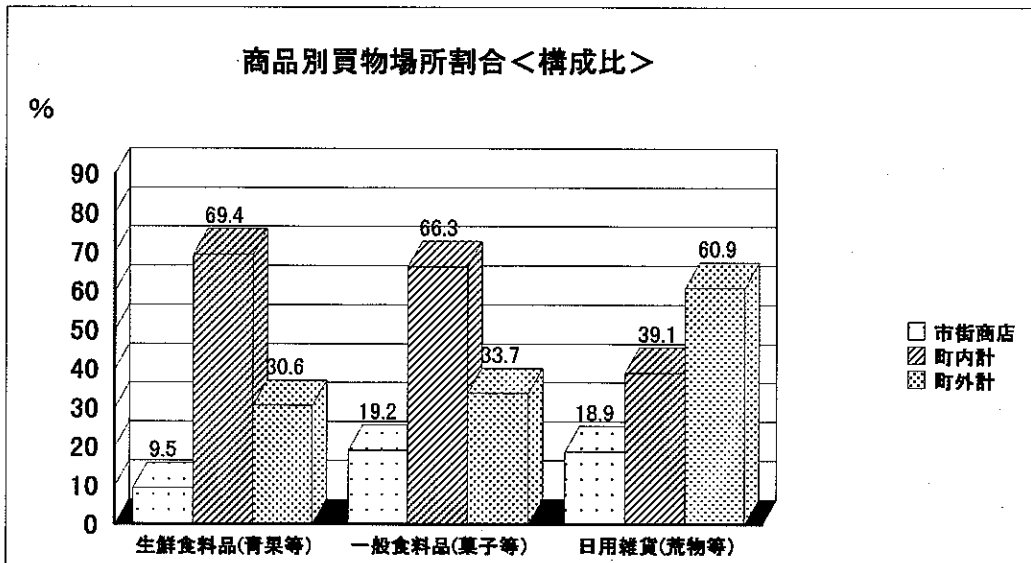
商品名	新 得 町 内						町 外						合 計	
	市街商店	新得フクハラ	町内Aコープ	屈足市街商店	屈足フクハラ	町内合計	帯広市	札幌市	清水町	市民生協	その他地域	通信販売		町外合計
生鮮食料品(青果等)	279	925	443	68	331	2,046	551	4	64	183	100	2	904	2,950
一般食料品(菓子等)	560	600	372	153	243	1,928	615	14	76	149	117	11	982	2,910
日用雑貨(荒物等)	529	116	192	221	37	1,095	1,476	26	20	73	74	36	1,705	2,800
医薬・化粧品	1,039	23	62	388	28	1,540	1,041	21	30	77	118	73	1,360	2,900
実用衣料類(シャツ等)	816	5	12	238	2	1,073	1,460	36	38	44	70	149	1,797	2,870
高級衣料類(外出着)	362	0	0	84	12	458	2,185	108	24	14	83	68	2,482	2,940
呉服・反物・寝具	454	0	26	101	2	583	1,757	20	109	59	147	105	2,197	2,780
装飾品・アクセサ	459	0	9	90	2	560	2,008	71	25	15	99	72	2,290	2,850
靴・カバン	515	0	2	60	6	583	2,035	40	19	11	61	21	2,187	2,770
時計・カネ・カマ	1,065	0	10	235	2	1,312	1,390	26	58	7	52	15	1,548	2,860
家庭電器製品	621	0	4	21	10	656	1,923	32	51	9	53	46	2,114	2,770
家具・インテリア類	1,153	5	7	244	20	1,429	1,251	17	37	10	40	26	1,381	2,810
書籍・文具類	512	0	4	72	2	590	1,984	24	38	7	57	10	2,120	2,710
楽器・CD・スポーツ	757	93	187	199	48	1,284	1,283	11	21	94	85	42	1,536	2,820
贈答品(中元・歳暮)	1,427	0	10	656	12	2,105	498	18	131	2	156	0	805	2,910
理・美容	819	0	3	204	14	1,040	1,422	28	110	6	124	0	1,690	2,730
外 飲 食	1,539	0	261	654	2	2,456	333	2	46	26	67	0	474	2,930
合計	12,906	1,767	1,604	3,688	773	20,738	23,212	498	897	786	1,503	676	27,572	48,310

商品別買物場所割合<構成比> 「全体」

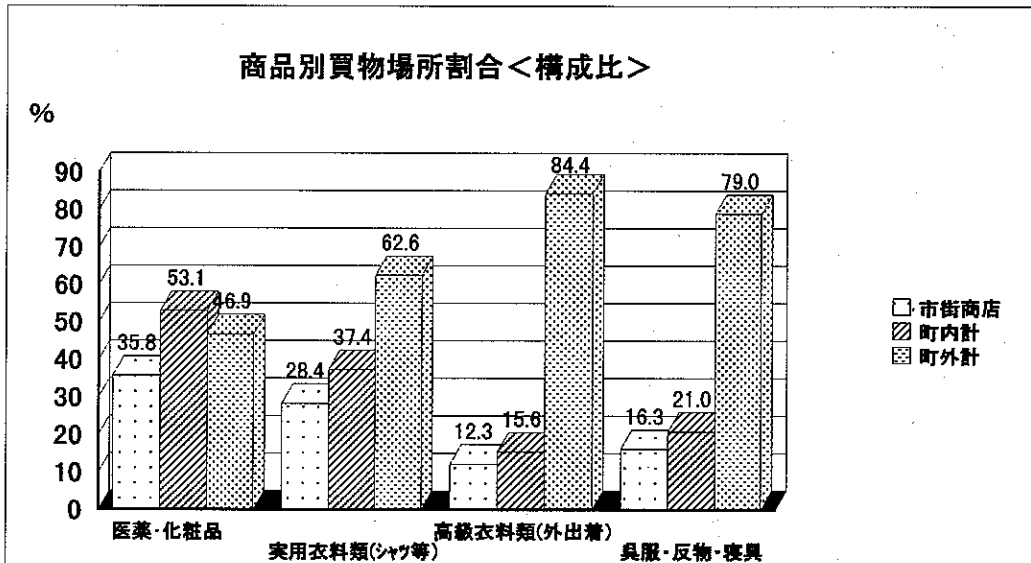
商品名	新 得 町 内						町 外						合 計	
	市街商店	新得フクハラ	町内Aコープ	屈足市街商店	屈足フクハラ	町内合計	帯広市	札幌市	清水町	市民生協	その他地域	通信販売		町外合計
生鮮食料品(青果等)	9.5	31.4	15.0	2.3	11.2	69.4	18.7	0.1	2.2	6.2	3.4	0.1	30.6	100.0
一般食料品(菓子等)	19.2	20.6	12.8	5.3	8.4	66.3	21.1	0.5	2.6	5.1	4.0	0.4	33.7	100.0
日用雑貨(荒物等)	18.9	4.1	6.9	7.9	1.3	39.1	52.7	0.9	0.7	2.6	2.6	1.3	60.9	100.0
医薬・化粧品	35.8	0.8	2.1	13.4	1.0	53.1	35.9	0.7	1.0	2.7	4.1	2.5	46.9	100.0
実用衣料類(シャツ等)	28.4	0.2	0.4	8.3	0.1	37.4	50.9	1.3	1.3	1.5	2.4	5.2	62.6	100.0
高級衣料類(外出着)	12.3	0.0	0.0	2.9	0.4	15.6	74.3	3.7	0.8	0.5	2.8	2.3	84.4	100.0
呉服・反物・寝具	16.3	0.0	0.9	3.6	0.1	21.0	63.2	0.7	3.9	2.1	5.3	3.8	79.0	100.0
装飾品・アクセサ	16.1	0.0	0.3	3.2	0.1	19.6	70.5	2.5	0.9	0.5	3.5	2.5	80.4	100.0
靴・カバン	18.6	0.0	0.1	2.2	0.2	21.0	73.5	1.4	0.7	0.4	2.2	0.8	79.0	100.0
時計・カネ・カマ	37.2	0.0	0.3	8.2	0.1	45.9	48.6	0.9	2.0	0.2	1.8	0.5	54.1	100.0
家庭電器製品	22.4	0.0	0.1	0.8	0.4	23.7	69.4	1.2	1.8	0.3	1.9	1.7	76.3	100.0
家具・インテリア類	41.0	0.2	0.2	8.7	0.7	50.9	44.5	0.6	1.3	0.4	1.4	0.9	49.1	100.0
書籍・文具類	18.9	0.0	0.1	2.7	0.1	21.8	73.2	0.9	1.4	0.3	2.1	0.4	78.2	100.0
楽器・CD・スポーツ	26.8	3.3	6.6	7.1	1.7	45.5	45.5	0.4	0.7	3.3	3.0	1.5	54.5	100.0
贈答品(中元・歳暮)	49.0	0.0	0.3	22.5	0.4	72.3	17.1	0.6	4.5	0.1	5.4	0.0	27.7	100.0
理・美容	30.0	0.0	0.1	7.5	0.5	38.1	52.1	1.0	4.0	0.2	4.5	0.0	61.9	100.0
外 飲 食	52.5	0.0	8.9	22.3	0.1	83.8	11.4	0.1	1.6	0.9	2.3	0.0	16.2	100.0
合計	26.7	3.7	3.3	7.6	1.6	42.9	48.0	1.0	1.9	1.6	3.1	1.4	57.1	100.0

(2) 商品別に見る買い物割合

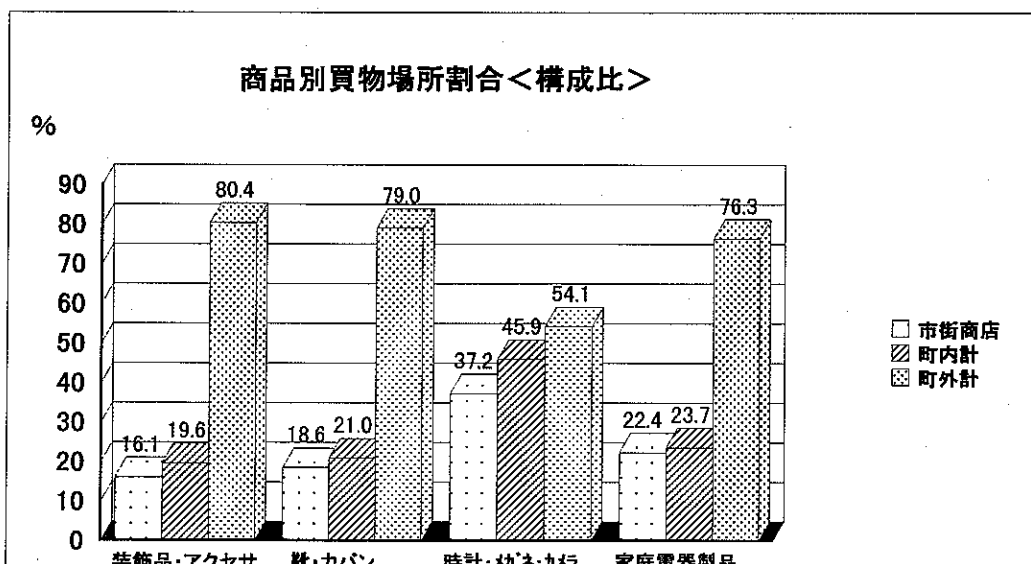
① 生鮮・一般食品・日用雑貨



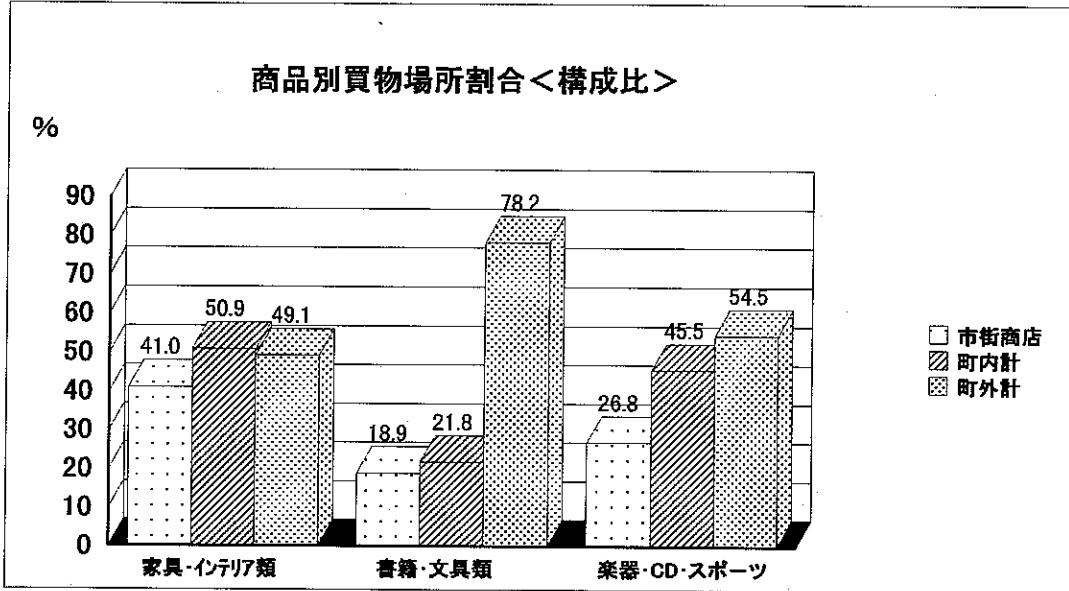
② 医薬・衣料・呉服



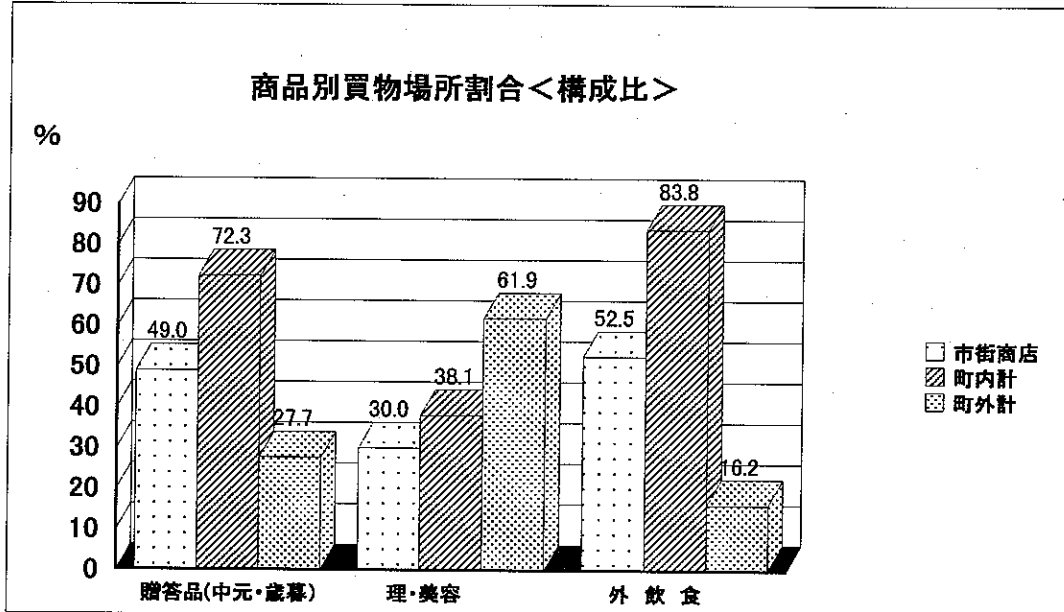
③ 装飾・靴・時計・家電



④ 家具・書籍・楽器



⑤ 贈答・理美容・外飲食



(3) 金額ベースによる買い物割合

平成8年 新得町における家計消費購買力の推計

7,822 人

3,161 戸

(基礎:H7. 10住民基本台帳)

単位:万円

商品名		項目	新得町全体		新得市街商店		新得町内合計		帯広市		町外流出合計	
			潜在購買力	滞留率	消費額	滞留率	消費額	流出率	流出額	流出率	流出額	
食料	1	生鮮食品	63,304	9.5	6,014	69.4	43,933	18.7	11,838	30.6	19,371	
	2	一般食品	143,745	19.2	27,599	66.3	95,303	21.1	30,330	33.7	48,442	
家具	3	日用雑貨	32,291	18.9	6,103	39.1	12,626	52.7	17,017	60.9	19,665	
		小計	239,341	16.6	39,716	63.5	151,862	24.7	59,186	36.5	87,479	
什器	4	家庭電器	18,410	22.4	4,124	23.7	4,363	69.4	12,777	76.3	14,047	
	5	家具インテリア	17,109	41.0	7,015	50.9	8,708	44.5	7,613	49.1	8,401	
衣料	6	実用衣料	31,455	28.4	8,933	37.4	11,764	50.9	16,011	62.6	19,691	
	7	高級衣料	26,672	12.3	3,281	15.6	4,161	74.3	19,817	84.4	22,511	
身回り品	8	呉服寝具	14,406	16.3	2,348	21.0	3,025	63.2	9,105	79.0	11,381	
	9	靴・カバン	11,004	18.6	2,047	21.0	2,311	73.5	8,088	79.0	8,693	
文品	10	装飾品	6,518	16.1	1,049	19.6	1,277	70.5	4,595	80.4	5,240	
	11	化粧医療品	31,628	35.8	11,323	53.1	16,794	35.9	11,354	46.9	14,833	
化粧品	12	時計・カネ・カメラ	7,130	37.2	2,652	45.9	3,273	48.6	3,465	54.1	3,857	
	13	書籍・文具	20,488	18.9	3,872	21.8	4,466	73.2	14,997	78.2	16,022	
	14	楽器レジャースポーツ	54,284	26.8	14,548	45.5	24,699	45.5	24,699	54.5	29,585	
		小計	239,104	25.6	61,192	35.5	84,843	55.4	132,522	64.5	154,261	
		合計	478,445	21.1	100,908	49.5	236,705	40.1	191,707	50.5	241,740	

調:総務庁統計局

注)小遣いの消費額154,961円(全体の2分の1)は、食品等の最寄品に30%、

その他の買回品に70%をそれぞれシフトして算出した。

注)自動車、ガソリン、プロパンガス、灯油、石炭、理美容、飲食、娯楽、贈答品を除く

(4) 新得市街地区
 買い物場所割合<実数>

商品名	新得町内						町外							合計
	市街商店	新得フクハラ	町内Aコープ	屈足市街商店	屈足フクハラ	町内合計	帯広市	札幌市	清水町	市民生協	その他地域	通信販売	町外合計	
生鮮食料品(青果等)	228	677	314	0	4	1,223	262	0	27	84	34	0	407	1,630
一般食料品(菓子等)	449	423	249	0	6	1,127	291	2	28	74	62	6	463	1,590
日用雑貨(荒物等)	416	94	98	0	0	608	820	4	5	33	26	24	912	1,520
医薬・化粧品	763	22	27	25	0	837	599	15	17	32	61	29	753	1,590
実用衣料類(シャツ等)	575	2	7	3	0	587	819	18	17	17	36	66	973	1,560
高級衣料類(外出着)	271	0	0	1	10	282	1,171	46	5	3	36	17	1,278	1,560
呉服・反物・寝具	327	0	5	2	0	334	928	11	49	32	87	39	1,146	1,480
装飾品・アクセサ	309	0	2	0	0	311	1,105	39	4	2	60	29	1,239	1,550
靴・カバン	374	0	0	0	0	374	1,040	20	3	0	33	10	1,106	1,480
時計・カネ・カマ	775	0	0	9	0	784	719	9	22	5	23	8	786	1,570
家庭電器製品	421	0	1	0	0	422	1,001	5	23	2	35	22	1,088	1,510
家具・インテリア類	823	4	3	8	0	838	638	9	16	5	8	26	702	1,540
書籍・文具類	364	0	0	0	0	364	1,029	15	15	5	13	9	1,086	1,450
楽器・CD・スポーツ	628	65	73	0	2	768	696	3	12	36	29	16	792	1,560
贈答品(中元・歳暮)	1,084	0	10	35	0	1,129	285	7	90	0	99	0	481	1,610
理・美容	580	0	2	11	2	595	746	12	63	2	62	0	885	1,480
外飲食	1,234	0	82	8	0	1,324	192	1	35	14	34	0	276	1,600
合計	9,621	1,287	873	102	24	11,907	12,341	216	431	346	738	301	14,373	26,280

買い物場所割合<構成比> 「新得市街地区」

商品名	新得町内						町外							合計
	市街商店	新得フクハラ	町内Aコープ	屈足市街商店	屈足フクハラ	町内合計	帯広市	札幌市	清水町	市民生協	その他地域	通信販売	町外合計	
生鮮食料品(青果等)	14.0	41.5	19.3	0.0	0.2	75.0	16.1	0.0	1.7	5.2	2.1	0.0	25.0	100.0
一般食料品(菓子等)	28.2	26.6	15.7	0.0	0.4	70.9	18.3	0.1	1.8	4.7	3.9	0.4	29.1	100.0
日用雑貨(荒物等)	27.4	6.2	6.4	0.0	0.0	40.0	53.9	0.3	0.3	2.2	1.7	1.6	60.0	100.0
医薬・化粧品	48.0	1.4	1.7	1.6	0.0	52.6	37.7	0.9	1.1	2.0	3.8	1.8	47.4	100.0
実用衣料類(シャツ等)	36.9	0.1	0.4	0.2	0.0	37.6	52.5	1.2	1.1	1.1	2.3	4.2	62.4	100.0
高級衣料類(外出着)	17.4	0.0	0.0	0.1	0.6	18.1	75.1	2.9	0.3	0.2	2.3	1.1	81.9	100.0
呉服・反物・寝具	22.1	0.0	0.3	0.1	0.0	22.6	62.7	0.7	3.3	2.2	5.9	2.6	77.4	100.0
装飾品・アクセサ	19.9	0.0	0.1	0.0	0.0	20.1	71.3	2.5	0.3	0.1	3.9	1.9	79.9	100.0
靴・カバン	25.3	0.0	0.0	0.0	0.0	25.3	70.3	1.4	0.2	0.0	2.2	0.7	74.7	100.0
時計・カネ・カマ	49.4	0.0	0.0	0.6	0.0	49.9	45.8	0.6	1.4	0.3	1.5	0.5	50.1	100.0
家庭電器製品	27.9	0.0	0.1	0.0	0.0	27.9	66.3	0.3	1.5	0.1	2.3	1.5	72.1	100.0
家具・インテリア類	53.4	0.3	0.2	0.5	0.0	54.4	41.4	0.6	1.0	0.3	0.5	1.7	45.6	100.0
書籍・文具類	25.1	0.0	0.0	0.0	0.0	25.1	71.0	1.0	1.0	0.3	0.9	0.6	74.9	100.0
楽器・CD・スポーツ	40.3	4.2	4.7	0.0	0.1	49.2	44.6	0.2	0.8	2.3	1.9	1.0	50.8	100.0
贈答品(中元・歳暮)	67.3	0.0	0.6	2.2	0.0	70.1	17.7	0.4	5.6	0.0	6.1	0.0	29.9	100.0
理・美容	39.2	0.0	0.1	0.7	0.1	40.2	50.4	0.8	4.3	0.1	4.2	0.0	59.8	100.0
外飲食	77.1	0.0	5.1	0.5	0.0	82.8	12.0	0.1	2.2	0.9	2.1	0.0	17.3	100.0
合計	36.6	4.9	3.3	0.4	0.1	45.3	47.0	0.8	1.6	1.3	2.8	1.1	54.7	100.0

(5) 新得市街地区以外
買い物場所割合<実数>

「新得市街地区以外」

商品名	新得町内						町外							合計
	市街商店	新得フクハラ	町内Aコープ	屈足市街商店	屈足フクハラ	町内合計	帯広市	札幌市	清水町	市民生協	その他地域	通信販売	町外合計	
生鮮食料品(青果等)	19	74	48	0	0	141	26	0	5	31	7	0	69	210
一般食料品(菓子等)	32	62	35	0	5	134	27	2	16	15	4	2	66	200
日用雑貨(荒物等)	29	8	21	0	0	58	83	7	3	13	5	1	112	170
医薬・化粧品	123	1	0	0	0	124	46	6	0	10	7	17	86	210
実用衣料類(シャツ等)	70	0	0	0	0	70	93	5	2	8	6	26	140	210
高級衣料類(外出着)	18	0	0	0	0	18	147	10	0	0	5	10	172	190
呉服・反物・寝具	52	0	0	0	0	52	126	0	2	12	3	15	158	210
装飾品・アクセサ	37	0	0	0	0	37	155	8	2	0	3	5	173	210
靴・カバン	32	0	0	0	0	32	156	12	0	0	0	0	168	200
時計・カネ・カフ	90	0	0	0	0	90	101	2	1	0	0	6	110	200
家庭電器製品	26	0	0	0	0	26	142	2	3	5	1	11	164	190
家具・インテリア類	73	0	0	0	0	73	110	2	2	0	3	0	117	190
書籍・文具類	24	0	0	0	0	24	161	2	2	0	1	0	166	190
楽器・CD・スポーツ	45	9	32	0	0	86	63	2	0	25	1	3	94	180
贈答品(中元・歳暮)	131	0	0	0	0	131	44	0	11	2	12	0	69	200
理・美容	63	0	1	0	0	64	105	10	7	0	4	0	126	190
外 飲 食	126	0	44	1	0	171	26	0	8	0	5	0	39	210
合計	990	154	181	1	5	1,331	1,611	70	64	121	67	96	2,029	3,360

買い物場所割合<構成比>

「新得市街地区以外」

商品名	新得町内						町外							合計
	市街商店	新得フクハラ	町内Aコープ	屈足市街商店	屈足フクハラ	町内合計	帯広市	札幌市	清水町	市民生協	その他地域	通信販売	町外合計	
生鮮食料品(青果等)	9.0	35.2	22.9	0.0	0.0	67.1	12.4	0.0	2.4	14.8	3.3	0.0	32.9	100.0
一般食料品(菓子等)	16.0	31.0	17.5	0.0	2.5	67.0	13.5	1.0	8.0	7.5	2.0	1.0	33.0	100.0
日用雑貨(荒物等)	17.1	4.7	12.4	0.0	0.0	34.1	48.8	4.1	1.8	7.6	2.9	0.6	65.9	100.0
医薬・化粧品	58.6	0.5	0.0	0.0	0.0	59.0	21.9	2.9	0.0	4.8	3.3	8.1	41.0	100.0
実用衣料類(シャツ等)	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	44.3	2.4	1.0	3.8	2.9	12.4	66.7	100.0
高級衣料類(外出着)	9.5	0.0	0.0	0.0	0.0	9.5	77.4	5.3	0.0	0.0	2.6	5.3	90.5	100.0
呉服・反物・寝具	24.8	0.0	0.0	0.0	0.0	24.8	60.0	0.0	1.0	5.7	1.4	7.1	75.2	100.0
装飾品・アクセサ	17.6	0.0	0.0	0.0	0.0	17.6	73.8	3.8	1.0	0.0	1.4	2.4	82.4	100.0
靴・カバン	16.0	0.0	0.0	0.0	0.0	16.0	78.0	6.0	0.0	0.0	0.0	0.0	84.0	100.0
時計・カネ・カフ	45.0	0.0	0.0	0.0	0.0	45.0	50.5	1.0	0.5	0.0	0.0	3.0	55.0	100.0
家庭電器製品	13.7	0.0	0.0	0.0	0.0	13.7	74.7	1.1	1.6	2.6	0.5	5.8	86.3	100.0
家具・インテリア類	38.4	0.0	0.0	0.0	0.0	38.4	57.9	1.1	1.1	0.0	1.6	0.0	61.6	100.0
書籍・文具類	12.6	0.0	0.0	0.0	0.0	12.6	84.7	1.1	1.1	0.0	0.5	0.0	87.4	100.0
楽器・CD・スポーツ	25.0	5.0	17.8	0.0	0.0	47.8	35.0	1.1	0.0	13.9	0.6	1.7	52.2	100.0
贈答品(中元・歳暮)	65.5	0.0	0.0	0.0	0.0	65.5	22.0	0.0	5.5	1.0	6.0	0.0	34.5	100.0
理・美容	33.2	0.0	0.5	0.0	0.0	33.7	55.3	5.3	3.7	0.0	2.1	0.0	66.3	100.0
外 飲 食	60.0	0.0	21.0	0.5	0.0	81.4	12.4	0.0	3.8	0.0	2.4	0.0	18.6	100.0
合計	29.5	4.6	5.4	0.0	0.1	39.6	47.9	2.1	1.9	3.6	2.0	2.9	60.4	100.0

(6) 佐幌・上佐幌地区
 買い物場所割合<実数>

「佐幌・上佐幌地区」

買い物場所 商品名	新 得 町 内						町 外						合 計	
	市街商店	新得フクハラ	町内Aコープ	屈足市街商店	屈足フクハラ	町内合計	帯広市	札幌市	清水町	市民生協	その他地域	通信販売		町外合計
生鮮食料品(青果等)	13	37	36	2	2	90	17	0	1	0	2	0	20	110
一般食料品(菓子等)	19	33	32	9	0	93	16	0	1	0	0	0	17	110
日用雑貨(荒物等)	19	4	38	1	5	67	37	0	6	0	0	0	43	110
医薬・化粧品	66	0	11	3	0	80	26	0	4	0	0	0	30	110
実用衣料類(シャツ等)	60	0	4	0	0	64	38	0	7	0	1	0	46	110
高級衣料類(外出着)	18	0	0	0	0	18	87	1	0	0	4	0	92	110
呉服・反物・寝具	27	0	17	0	0	44	60	0	6	0	0	0	66	110
装飾品・アクセサ	38	0	4	0	0	42	59	0	9	0	0	0	68	110
靴・カバン	35	0	2	0	4	41	67	2	0	0	0	0	69	110
時計・カネ・カマ	40	0	4	0	0	44	54	0	12	0	0	0	66	110
家庭電器製品	16	0	2	0	0	18	80	0	12	0	0	0	92	110
家具・インテリア類	67	1	3	5	0	76	30	0	4	0	0	0	34	110
書籍・文具類	43	0	1	0	0	44	63	0	3	0	0	0	66	110
楽器・CD・スポーツ	19	7	41	1	3	71	30	0	9	0	0	0	39	110
贈答品(中元・歳暮)	88	0	0	7	0	95	4	0	10	0	1	0	15	110
理・美容	49	0	0	4	0	53	42	2	2	0	1	0	47	100
外 飲 食	54	0	54	0	0	108	0	0	2	0	0	0	2	110
合 計	671	82	249	32	14	1,048	710	5	88	0	9	0	812	1,860

買い物場所割合<構成比>

「佐幌・上佐幌地区」

買い物場所 商品名	新 得 町 内						町 外						合 計	
	市街商店	新得フクハラ	町内Aコープ	屈足市街商店	屈足フクハラ	町内合計	帯広市	札幌市	清水町	市民生協	その他地域	通信販売		町外合計
生鮮食料品(青果等)	11.8	33.6	32.7	1.8	1.8	81.8	15.5	0.0	0.9	0.0	1.8	0.0	18.2	100.0
一般食料品(菓子等)	17.3	30.0	29.1	8.2	0.0	84.5	14.5	0.0	0.9	0.0	0.0	0.0	15.5	100.0
日用雑貨(荒物等)	17.3	3.6	34.5	0.9	4.5	60.9	33.6	0.0	5.5	0.0	0.0	0.0	39.1	100.0
医薬・化粧品	60.0	0.0	10.0	2.7	0.0	72.7	23.6	0.0	3.6	0.0	0.0	0.0	27.3	100.0
実用衣料類(シャツ等)	54.5	0.0	3.6	0.0	0.0	58.2	34.5	0.0	6.4	0.0	0.9	0.0	41.8	100.0
高級衣料類(外出着)	16.4	0.0	0.0	0.0	0.0	16.4	79.1	0.9	0.0	0.0	3.6	0.0	83.6	100.0
呉服・反物・寝具	24.5	0.0	15.5	0.0	0.0	40.0	54.5	0.0	5.5	0.0	0.0	0.0	60.0	100.0
装飾品・アクセサ	34.5	0.0	3.6	0.0	0.0	38.2	53.6	0.0	8.2	0.0	0.0	0.0	61.8	100.0
靴・カバン	31.8	0.0	1.8	0.0	3.6	37.3	60.9	1.8	0.0	0.0	0.0	0.0	62.7	100.0
時計・カネ・カマ	36.4	0.0	3.6	0.0	0.0	40.0	49.1	0.0	10.9	0.0	0.0	0.0	60.0	100.0
家庭電器製品	14.5	0.0	1.8	0.0	0.0	16.4	72.7	0.0	10.9	0.0	0.0	0.0	83.6	100.0
家具・インテリア類	60.9	0.9	2.7	4.5	0.0	69.1	27.3	0.0	3.6	0.0	0.0	0.0	30.9	100.0
書籍・文具類	39.1	0.0	0.9	0.0	0.0	40.0	57.3	0.0	2.7	0.0	0.0	0.0	60.0	100.0
楽器・CD・スポーツ	17.3	6.4	37.3	0.9	2.7	64.5	27.3	0.0	8.2	0.0	0.0	0.0	35.5	100.0
贈答品(中元・歳暮)	80.0	0.0	0.0	6.4	0.0	86.4	3.6	0.0	9.1	0.0	0.9	0.0	13.6	100.0
理・美容	49.0	0.0	0.0	4.0	0.0	53.0	42.0	2.0	2.0	0.0	1.0	0.0	47.0	100.0
外 飲 食	49.1	0.0	49.1	0.0	0.0	98.2	0.0	0.0	1.8	0.0	0.0	0.0	1.8	100.0
合 計	36.1	4.4	13.4	1.7	0.8	56.3	38.2	0.3	4.7	0.0	0.5	0.0	43.7	100.0

(7) 屈足市街地区

買い物場所割合<実数>

「屈足市街地区」

買い物場所 商品名	新 得 町 内					町 外							合 計	
	市街商店	新得フクハラ	町内Aコープ	屈足市街商店	屈足フクハラ	町内合計	帯広市	札幌市	清水町	市民生協	その他地域	通信販売		町外合計
生鮮食料品(青果等)	11	118	28	61	288	506	207	4	29	58	54	2	354	860
一般食料品(菓子等)	48	71	22	129	215	485	244	10	26	52	50	3	385	870
日用雑貨(荒物等)	48	9	20	196	23	296	470	15	3	22	43	11	564	860
医薬・化粧品	66	0	12	307	26	411	333	0	8	23	48	27	439	850
実用衣料類(シャツ等)	85	3	0	204	2	294	450	13	10	14	25	54	566	860
高級衣料類(外出着)	42	0	0	61	2	105	595	51	15	7	37	40	745	850
呉服・反物・寝具	36	0	1	90	2	129	556	6	40	13	57	49	721	850
装飾品・アクセサリー	61	0	3	73	2	139	613	24	1	7	29	37	711	850
靴・カバン	68	0	0	49	2	119	664	6	12	7	21	11	721	840
時計・カネカマ	124	0	0	198	2	324	467	14	16	0	29	0	526	850
家庭電器製品	146	0	0	14	2	162	614	24	10	0	17	13	678	840
家具・インテリア類	168	0	1	199	20	388	401	6	15	4	26	0	452	840
書籍・文具類	71	0	3	66	2	142	631	7	17	2	40	1	698	840
楽器・CD・スポーツ	51	10	17	175	31	284	453	2	0	26	52	23	556	840
贈答品(中元・歳暮)	107	0	0	511	12	630	165	11	20	0	24	0	220	850
理・美容	117	0	0	160	12	289	473	3	26	0	49	0	551	840
外 飲 食	100	0	30	604	2	736	97	1	1	7	28	0	134	870
合計	1,349	211	137	3,097	645	5,439	7,433	197	249	242	629	271	9,021	14,460

買い物場所割合<構成比>

「屈足市街地区」

買い物場所 商品名	新 得 町 内					町 外							合 計	
	市街商店	新得フクハラ	町内Aコープ	屈足市街商店	屈足フクハラ	町内合計	帯広市	札幌市	清水町	市民生協	その他地域	通信販売		町外合計
生鮮食料品(青果等)	1.3	13.7	3.3	7.1	33.5	58.8	24.1	0.5	3.4	6.7	6.3	0.2	41.2	100.0
一般食料品(菓子等)	5.5	8.2	2.5	14.8	24.7	55.7	28.0	1.1	3.0	6.0	5.7	0.3	44.3	100.0
日用雑貨(荒物等)	5.6	1.0	2.3	22.8	2.7	34.4	54.7	1.7	0.3	2.6	5.0	1.3	65.6	100.0
医薬・化粧品	7.8	0.0	1.4	36.1	3.1	48.4	39.2	0.0	0.9	2.7	5.6	3.2	51.6	100.0
実用衣料類(シャツ等)	9.9	0.3	0.0	23.7	0.2	34.2	52.3	1.5	1.2	1.6	2.9	6.3	65.8	100.0
高級衣料類(外出着)	4.9	0.0	0.0	7.2	0.2	12.4	70.0	6.0	1.8	0.8	4.4	4.7	87.6	100.0
呉服・反物・寝具	4.2	0.0	0.1	10.6	0.2	15.2	65.4	0.7	4.7	1.5	6.7	5.8	84.8	100.0
装飾品・アクセサリー	7.2	0.0	0.4	8.6	0.2	16.4	72.1	2.8	0.1	0.8	3.4	4.4	83.6	100.0
靴・カバン	8.1	0.0	0.0	5.8	0.2	14.2	79.0	0.7	1.4	0.8	2.5	1.3	85.8	100.0
時計・カネカマ	14.6	0.0	0.0	23.3	0.2	38.1	54.9	1.6	1.9	0.0	3.4	0.0	61.9	100.0
家庭電器製品	17.4	0.0	0.0	1.7	0.2	19.3	73.1	2.9	1.2	0.0	2.0	1.5	80.7	100.0
家具・インテリア類	20.0	0.0	0.1	23.7	2.4	46.2	47.7	0.7	1.8	0.5	3.1	0.0	53.8	100.0
書籍・文具類	8.5	0.0	0.4	7.9	0.2	16.9	75.1	0.8	2.0	0.2	4.8	0.1	83.1	100.0
楽器・CD・スポーツ	6.1	1.2	2.0	20.8	3.7	33.8	53.9	0.2	0.0	3.1	6.2	2.7	66.2	100.0
贈答品(中元・歳暮)	12.6	0.0	0.0	60.1	1.4	74.1	19.4	1.3	2.4	0.0	2.8	0.0	25.9	100.0
理・美容	13.9	0.0	0.0	19.0	1.4	34.4	56.3	0.4	3.1	0.0	5.8	0.0	65.6	100.0
外 飲 食	11.5	0.0	3.4	69.4	0.2	84.6	11.1	0.1	0.1	0.8	3.2	0.0	15.4	100.0
合計	9.3	1.5	0.9	21.4	4.5	37.6	51.4	1.4	1.7	1.7	4.3	1.9	62.4	100.0

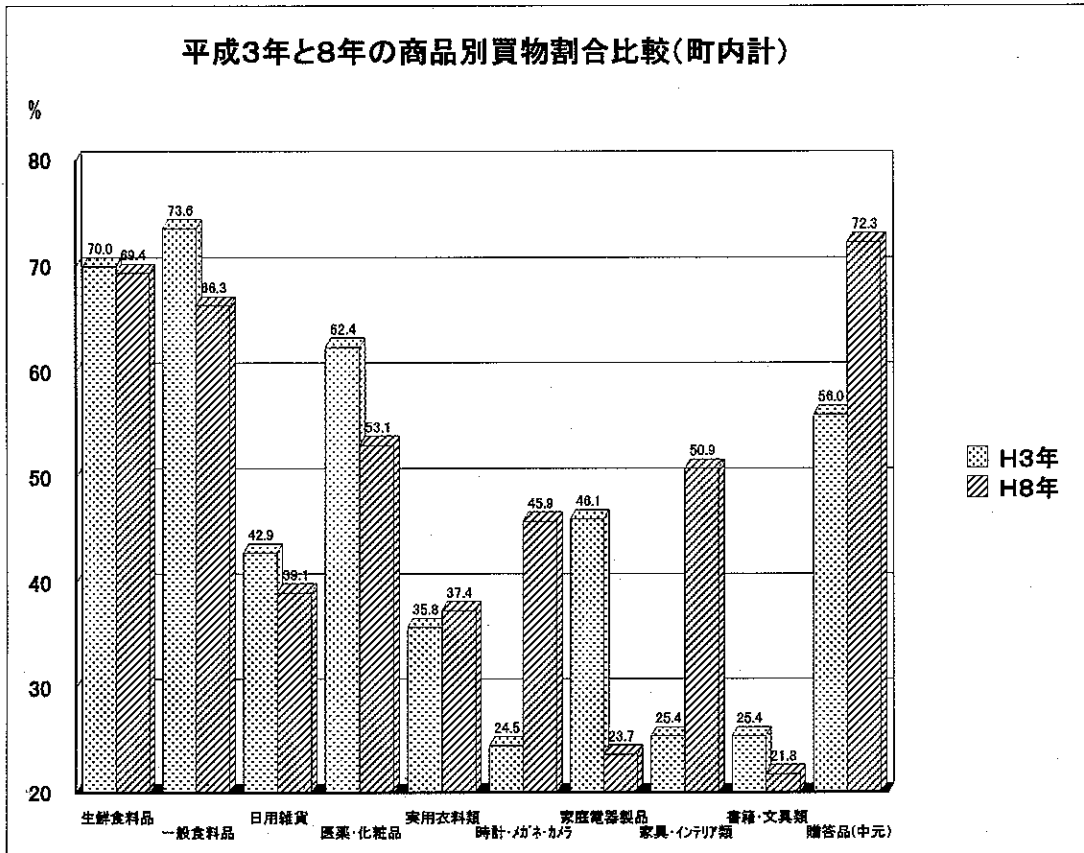
(8) 屈足市街地区以外
買い物場所割合<実数>

買い物場所 商品名	「屈足市街地区以外」 新 得 町 内						町 外						合 計	
	市街商店	新得フクハラ	町内Aコープ	屈足市街商店	屈足フクハラ	町内合計	帯広市	札幌市	清水町	市民生協	その他地域	通信販売		町外合計
生鮮食料品(青果等)	5	7	17	3	34	66	31	0	1	10	2	0	44	110
一般食料品(菓子等)	2	4	34	14	16	70	28	0	4	8	0	0	40	110
日用雑貨(荒物等)	7	1	15	19	9	51	51	0	3	5	0	0	59	110
医薬・化粧品	3	0	12	43	2	60	37	0	1	12	0	0	50	110
実用衣料類(シャツ等)	24	0	1	26	0	51	48	0	2	5	1	3	59	110
高級衣料類(外出着)	13	0	0	22	0	35	65	0	4	4	1	1	75	110
呉服・反物・寝具	12	0	3	9	0	24	67	3	12	2	0	2	86	110
装飾品・アクセサ	13	0	0	17	0	30	64	0	9	6	0	1	80	110
靴・カバン	6	0	0	11	0	17	78	0	4	4	7	0	93	110
時計・カネ・カフ	26	0	6	23	0	55	34	1	7	2	0	1	45	100
家庭電器製品	12	0	1	7	8	28	66	1	3	2	0	0	72	100
家具・インテリア類	15	0	0	32	0	47	61	0	0	1	1	0	63	110
書籍・文具類	9	0	0	6	0	15	82	0	1	0	2	0	85	100
楽器・CD・スポーツ	13	2	24	18	12	69	27	4	0	7	3	0	41	110
贈答品(中元・歳暮)	7	0	0	93	0	100	0	0	0	0	10	0	10	110
理・美容	10	0	0	24	0	34	43	1	12	4	6	0	66	100
外 飲 食	5	0	51	41	0	97	8	0	0	5	0	0	13	110
合 計	182	14	164	408	81	849	790	10	63	77	33	8	981	1,830

買い物場所割合<構成比> 「屈足市街地区以外」

買い物場所 商品名	「屈足市街地区以外」 新 得 町 内						町 外						合 計	
	市街商店	新得フクハラ	町内Aコープ	屈足市街商店	屈足フクハラ	町内合計	帯広市	札幌市	清水町	市民生協	その他地域	通信販売		町外合計
生鮮食料品(青果等)	4.5	6.4	15.5	2.7	30.9	60.0	28.2	0.0	0.9	9.1	1.8	0.0	40.0	100.0
一般食料品(菓子等)	1.8	3.6	30.9	12.7	14.5	63.6	25.5	0.0	3.6	7.3	0.0	0.0	36.4	100.0
日用雑貨(荒物等)	6.4	0.9	13.6	17.3	8.2	46.4	46.4	0.0	2.7	4.5	0.0	0.0	53.6	100.0
医薬・化粧品	2.7	0.0	10.9	39.1	1.8	54.5	33.6	0.0	0.9	10.9	0.0	0.0	45.5	100.0
実用衣料類(シャツ等)	21.8	0.0	0.9	23.6	0.0	46.4	43.6	0.0	1.8	4.5	0.9	2.7	53.6	100.0
高級衣料類(外出着)	11.8	0.0	0.0	20.0	0.0	31.8	59.1	0.0	3.6	3.6	0.9	0.9	68.2	100.0
呉服・反物・寝具	10.9	0.0	2.7	8.2	0.0	21.8	60.9	2.7	10.9	1.8	0.0	1.8	78.2	100.0
装飾品・アクセサ	11.8	0.0	0.0	15.5	0.0	27.3	58.2	0.0	8.2	5.5	0.0	0.9	72.7	100.0
靴・カバン	5.5	0.0	0.0	10.0	0.0	15.5	70.9	0.0	3.6	3.6	6.4	0.0	84.5	100.0
時計・カネ・カフ	26.0	0.0	6.0	23.0	0.0	55.0	34.0	1.0	7.0	2.0	0.0	1.0	45.0	100.0
家庭電器製品	12.0	0.0	1.0	7.0	8.0	28.0	66.0	1.0	3.0	2.0	0.0	0.0	72.0	100.0
家具・インテリア類	13.6	0.0	0.0	29.1	0.0	42.7	55.5	0.0	0.0	0.9	0.9	0.0	57.3	100.0
書籍・文具類	9.0	0.0	0.0	6.0	0.0	15.0	82.0	0.0	1.0	0.0	2.0	0.0	85.0	100.0
楽器・CD・スポーツ	11.8	1.8	21.8	16.4	10.9	62.7	24.5	3.6	0.0	6.4	2.7	0.0	37.3	100.0
贈答品(中元・歳暮)	6.4	0.0	0.0	84.5	0.0	90.9	0.0	0.0	0.0	0.0	9.1	0.0	9.1	100.0
理・美容	10.0	0.0	0.0	24.0	0.0	34.0	43.0	1.0	12.0	4.0	6.0	0.0	66.0	100.0
外 飲 食	4.5	0.0	46.4	37.3	0.0	88.2	7.3	0.0	0.0	4.5	0.0	0.0	11.8	100.0
合 計	9.9	0.8	9.0	22.3	4.4	46.4	43.2	0.5	3.4	4.2	1.8	0.4	53.6	100.0

(9) 町内における平成3年と8年の商品別買い物割合の比較



平成3年と8年の商品別買物割合比較(町内計)

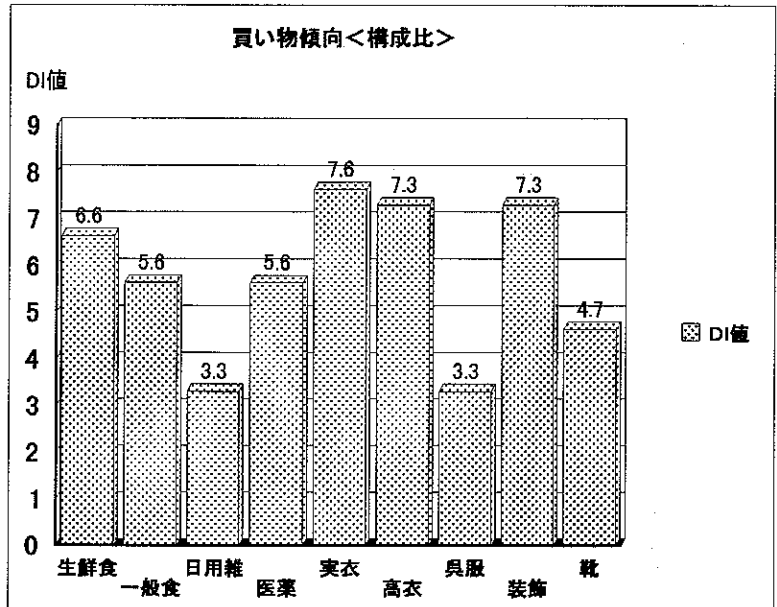
主な商品名	H3年	H8年	比較
生鮮食料品	70.0	69.4	-0.6
一般食料品	73.6	66.3	-7.3
日用雑貨	42.9	39.1	-3.8
医薬・化粧品	62.4	53.1	-9.3
実用衣料類	35.8	37.4	1.6
時計・カメラ	24.5	45.9	21.4
家庭電器製品	46.1	23.7	-22.4
家具・インテリア類	25.4	50.9	25.5
書籍・文具類	25.4	21.8	-3.6
贈答品(中元)	56.0	72.3	16.3

5年前の平成3年との比較では、食料品や日用雑貨等の最寄品の町外流出が拡大し、さらに医薬・化粧品や家電製品の流出も多くなっている。

一部の実用衣料や家具インテリア類、時計・カメラ等の商品に町外流出の減少傾向が見られる。

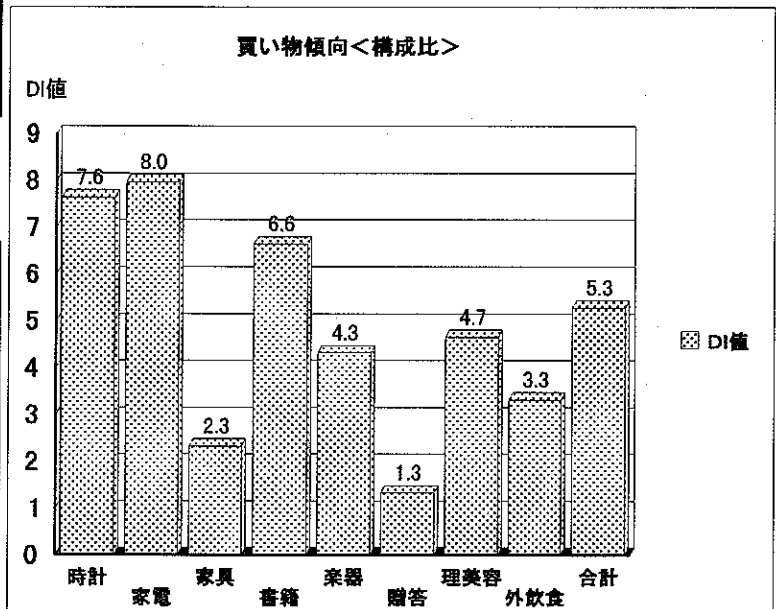
(10) 商品別の買い物傾向
買い物傾向<実数>

傾向	今後当町以外の 買い物は				合計
	多くなる	変わらない	少なくなる	無回答	
商品名					
生鮮食	33	188	13	67	301
一般食	25	190	8	78	301
日用雑	23	181	13	84	301
医薬	26	188	9	78	301
実衣	31	184	8	78	301
高衣	34	176	12	79	301
呉服	23	182	13	83	301
装飾	33	175	11	82	301
靴	22	184	8	87	301
時計	30	183	7	81	301
家電	33	174	9	85	301
家具	18	193	11	79	301
書籍	28	178	8	87	301
楽器	23	186	10	82	301
贈答	12	203	8	78	301
理美容	23	187	9	82	301
外飲食	16	203	6	76	301
合計	433	3,155	163	1,366	5,117



買い物傾向<構成比>

傾向	今後当町以外の 買い物は				D I 値
	多くなる	変わらない	少なくなる	無回答	
商品名					
生鮮食	11.0	62.5	4.3	22.3	6.6
一般食	8.3	63.1	2.7	25.9	5.6
日用雑	7.6	60.1	4.3	27.9	3.3
医薬	8.6	62.5	3.0	25.9	5.6
実衣	10.3	61.1	2.7	25.9	7.6
高衣	11.3	58.5	4.0	26.2	7.3
呉服	7.6	60.5	4.3	27.6	3.3
装飾	11.0	58.1	3.7	27.2	7.3
靴	7.3	61.1	2.7	28.9	4.7
時計	10.0	60.8	2.3	26.9	7.6
家電	11.0	57.8	3.0	28.2	8.0
家具	6.0	64.1	3.7	26.2	2.3
書籍	9.3	59.1	2.7	28.9	6.6
楽器	7.6	61.8	3.3	27.2	4.3
贈答	4.0	67.4	2.7	25.9	1.3
理美容	7.6	62.1	3.0	27.2	4.7
外飲食	5.3	67.4	2.0	25.2	3.3
合計	8.5	61.7	3.2	26.7	5.3



今後の当町以外の買い物傾向は、DI値で見ると「家電製品」の町外流出が拡大し、次いで「実用衣料」と「時計・メガネ」の順で流出拡大が予想される。

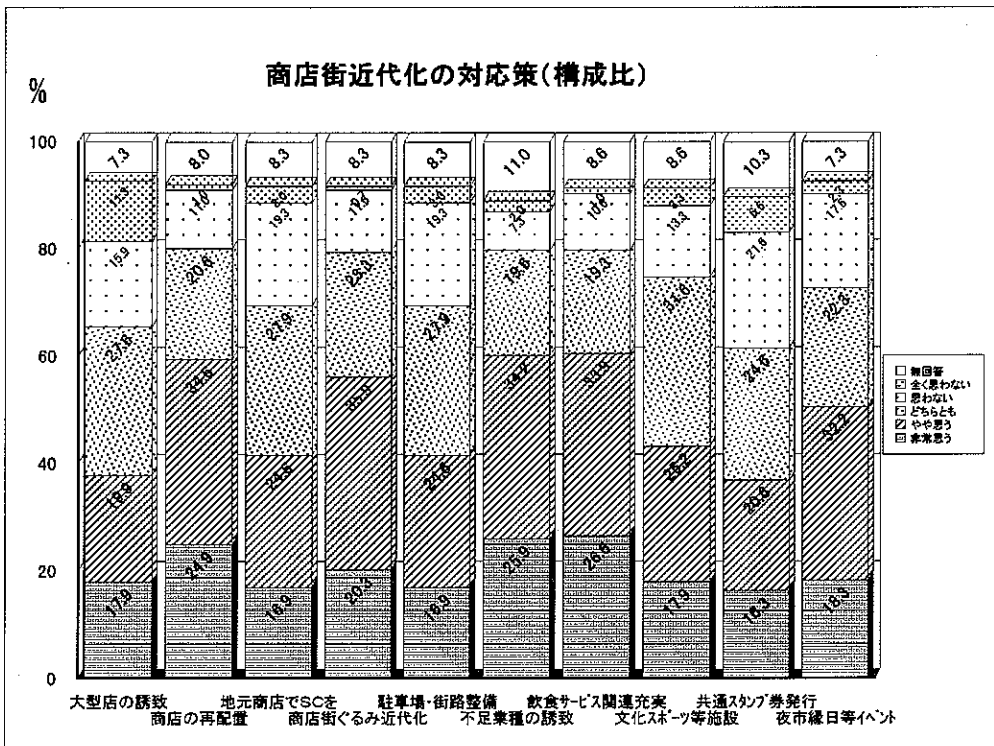
注: DI値が大きくなれば、今後の町外流出も多くなる。

6 商店街をより近代的、魅力的にする対応策
商店街近代化の対応策(実数)

項目	非常そう思う	ややそう思う	どちらとも	あまりそう思わない	全く思わない	無回答	計
大型店の誘致	54	60	83	48	34	22	301
商店の再配置	75	104	62	33	3	24	301
地元商店でSCを	51	74	84	58	9	25	301
商店街ぐるみ近代化	61	108	70	35	2	25	301
駐車場・街路整備	80	90	56	39	6	30	301
不足業種の誘致	78	103	59	22	6	33	301
飲食サービス関連充実	80	102	58	32	3	26	301
文化スポーツ等施設	54	76	95	40	10	26	301
共通スタンプ券発行	49	62	74	65	20	31	301
夜市緑日等イベント	55	97	67	53	7	22	301

商店街近代化の対応策(構成比)

項目	非常そう思う	ややそう思う	どちらとも	あまりそう思わない	全く思わない	無回答	計
大型店の誘致	17.9	19.9	27.6	15.9	11.3	7.3	100.0
商店の再配置	24.9	34.6	20.6	11.0	1.0	8.0	100.0
地元商店でSCを	16.9	24.6	27.9	19.3	3.0	8.3	100.0
商店街ぐるみ近代化	20.3	35.9	23.3	11.6	0.7	8.3	100.0
駐車場・街路整備	16.9	24.6	27.9	19.3	3.0	8.3	100.0
不足業種の誘致	25.9	34.2	19.6	7.3	2.0	11.0	100.0
飲食サービス関連充実	26.6	33.9	19.3	10.6	1.0	8.6	100.0
文化スポーツ等施設	17.9	25.2	31.6	13.3	3.3	8.6	100.0
共通スタンプ券発行	16.3	20.6	24.6	21.6	6.6	10.3	100.0
夜市緑日等イベント	18.3	32.2	22.3	17.6	2.3	7.3	100.0



近代化の対応策として、住民の高い要望は「商店を再配置し、にぎわいの商店街に」とか「商店街ぐるみで近代化を」「不足業種を誘致し、充実を」「飲食店やサービス関連業種を充実し、楽しさを」「夜市・緑日・はだか市等イベントの強化」等である。

7 消費者からのまちづくりに対する要望や意見の内容

- ・ 車で1時間も行けば安くて良い物がそろうのでどうしても帯広で買い物します。もっとみんなが行きたくなるような店づくり、そして駐車場をなんとかしてほしい。冬あんなツルツルの駐車場じゃ子供も年寄りもキケンです。
- ・ 市街に活気がない。今の時代は量より質 安かろう悪かろうでは余り手が出ない。お客さんのニーズに応えられる商店で有ってほしい。
 - 外部の人達が入りやすい町づくりをしてほしい。
 - 横のつながりを強化してほしい。
 - もっと今ある観光資源を利用してほしい。
- ・ 理・美容の店や、写真館など、ある業種はたくさん店数があるが、例えば、クリーニング・お菓子・スポーツ店・酒・ガソリン・などほとんどの業種で、店が各1から2軒づつしかなく、値段・サービス等で選べない。
- ・ サービスシールは、値引き商品にも発行を考えてほしいと思います。
- ・ 町内の商店は資産家が多く別に頭を下げて売るという気持がない様に思います。大型店の場合は店員にこの点を徹底しているように思います。別にこの様な事を書かなければ良いのですが・・・
- ・ 生鮮食料品など（特に果物）買っていて思う事、新鮮な物を買うのはむずかしい。平気で古い物を置いてある事がある。
- ・ 客が来るのを待っているだけでなく客が来るようにがんばってほしい。
- ・ 他町の方が駅前を歩いている姿を良く見かけます。商工会の建物を喫茶店にしてはどうですか。本通りに空き店舗が目立つので何かお酒落な店が出来るといいですね。
- ・ 品質（鮮度）の良い食品を揃えて欲しい。
- ・ 私は某市から単身で来ていますが不便な所は日曜・祭日が飲食・商店街が休みが多く買い物が出来ないのが残念です。新得町に一括で買い物が出来る様な大型店が欲しい。
- ・ もうすこし活気のある商店街だとうれしいな
- ・ 食料品店の果物類に必ず賞味期限の表示を。特に林檎・みかん類がボケていたりカスカスだったりしているのがままあります。ネットに3コ～4コ入りみかん等購入後すぐまたは2～3日して1コのみいたむのは何故でしょうか、不思議な感じが致します。どうぞよろしくお願い致します。

- ・ 元気な高齢者が多くなる時代が来ます。お年寄りが集う軽食喫茶があればと思います。
商品管理が悪く贈答したものが大ボケリングで大変恥ずかしい思いをいたしました。野菜・果実はきっちり管理して下さい。（特に表面から見て鮮度が判らないもの）
売ってやるの態度はやめて下さい。他町村からすぐにでも態度良く来てくれます。義理でしかたなく買うこともあるんですヨ。
- ・ お客様に対してのサービス精神に欠けていると思います。他町村に買い物行かないように商品のあり方など再度検討して努力してほしい（生鮮食料品などは日数が「たっているものが多い）
- ・ 地元の商品が一般の人に手軽に買い物ができる物産館などを駅の近くに建てて、もらえればなあと思います。
- ・ カラオケボックスがほしい
- ・ 街路樹の下の花に水をやりましょう
- ・ 飲食店等日曜毎に休むので客が来た時非常に困る。
- ・ 赤ちゃんやお年寄りを抱えている家庭へのご用聞きなど地元でしかできないサービス。北電さんのように電気製品、ストーブなどの無料点検サービス等、地元商工業者の暖かい気持が伝わるサービスが購買力のアップにもつながるのではないかと？
日付の古いのは早めに値引きするようにして下さい。（鮮度の目安にもなります）
腐っているものも平気で売るなどもってのほかです。
- ・ ○ 店周辺の衛生管理（空き箱・袋類などのゴミが整理されていないので各店の責任ある管理を）
○ 高齢化社会に向け移動店舗や配達サービスの充実を
○ 商店街の中にちょっと休める木かげのベンチや語らいの場があると良いのでは
○ 各商店が商店としての意識を高め自らのアイディアや工夫を打ち出してほしい
- ・ 食料品店特にお弁当・総菜などを置く店の営業時間をよる8時頃までにして欲しい。独身者・単身赴任者・共働きの人が仕事を終えてからの食事が不都合です。
お弁当屋さん（温かい品を出す）があると良いです。
- ・ 接客態度を考えて欲しい。品質が悪い。どちらが客かわからない時がある。顔見知りなため、買わずらい時がある（家庭内の事まで聞かれる）。商品がどこにあるかわからない（せまかったら、せまいなりにできるのでは？）もっと

商品に対して知識をもってほしい（テレビ等で見てもよくわかっていない）衣料類等流行的な物をおいてほしい

- ・ あまり多くのイベントが必要ない気がします。商店の内容でいつも思うことはパン屋さんがないこと、文具店が少なくなっていること、スポーツ用品、くつ類が少なく不満です。
- ・ 子供を遊ばせながら軽食をとれたり買い物ができたりするお店があるといい。
- ・ 品種を豊富に取り扱って新鮮な品を求める。
- ・ 客は商品につくのではなく人につくのだと思います気がするに見てかいものができる様な雰囲気のある商店主でなければ入らなくなるので商店主も、もっともっと研究勉強してほしいです。
- ・ 見た感じ明るい店舗、色、明るさ、入口付近に物を積まない。コンビニの様に入りやすい店に。
- ・ 日曜日でも店をあけてほしいです。
- ・ 駅前のとてもよい場所が空き店舗などになっていて、もったいないです。特に人の集まる駅周辺を見直して、コンビニや遊興施設があってもよいのでは？駐車がしづらいし、閉店が早すぎるので、夜間の買物等が限られてしまいます。
- ・ もっと商品についての知識を勉強したり売る為の努力をするべきではないでしょうか（消費者のニーズ、動向、サービス含めて）例 夕食のおかずを何にしたらよいかと悩んでいる時今日の夕食のメニュー紹介などのサービスあればそこで材料そろえたりヒントになるのではないかとお話ししたことあったが実現しませんでした。
- ・ 私は時々清水町まで買物に行きます。それはビール等安く売っているのです。新得にも安く売ってお店があっても良いと思います。
- ・ 少しでも安い物がほしいです。
- ・ 日曜日に営業しているお店が少ない日は人通りも少なく活気がない。新得町へ観光客が来ても時間つぶしをする所がないしこれといって買って帰る土産物が少ないように思います。
- ・ 日曜日になるとほとんどの商店が休みで不便を感じるので営業して欲しいと思う。
- ・ 駅前の〇〇〇など空き店舗が何年たってもそのままの状態ですが、とくに駅前なので何とかならないかと気になります。

- ・ 無農薬、低農薬の野菜や添加物の少ない加工品、石鹸類等が買えると良い。ゴミの出ないような買いものができるとうよい。
- ・ ハブセブンの中にある某店の品物（衣類）がとてもセンスがよく新得にもこういうお店があって良かったと思う。
- ・ 簡易包装や容器回収（トレイ）（ペットボトル）買物袋（ポリ袋）の使用を減らすという努力を商店の方にもしていただきたい。魚介類、野菜はあまり品数がなく鮮度も悪い。
無農薬野菜、無添加食品の販売にも力を入れてほしい。
- ・ ○ 日曜日営業してほしい
○ ファミリー食堂がほしい
- ・ 駅前がもっとすっきりするとよいと思う。
- ・ 商店が散在していて買物しづらい。
- ・ 屈足地域にもコンビニエンスストアがあると助かると思う。その他、不足業種の誘致に力を入れて欲しい。
- ・ いくら地元の人材を採用しているとはいえ、屈足の某店の店員の態度の悪さにはあきれてしまいます。ああいう人をうまく教育したり、思いきってやめさせるなどできる上に立つ人間がいなければ、お客は遠のくばかりだと思ふ。
できれば利用したくないが、しょうがなく今は利用しています。
- ・ 接客態度が非常に悪すぎる。店員の私語が多すぎる。客に対しての言葉使いサービスがなっていない。
- ・ 屈足某店の接客態度が非常に悪い
- ・ 商品の日付チェック等鮮度の良い物を。
- ・ 中味の濃いものであってほしいものです。
- ・ お店の中を明るくしてほしい。薄暗いとはいりづらい。価格に敏感であってほしい。帯広や他店が値段を下げたら合わせたほうがよいのでは・・・屈足市街の商店の生鮮の鮮度が悪い。
- ・ お店が少ないためお店も選べないし、お店側も売ってやってるって感じ、あまり売れないためくさっていても売っている。今0-157とか流行しているのに・・・あまり売れないものはくさる前に安く売るとか新鮮で安いとかだったら他市町に買いに行かないと思う。あとホームックみたいのが近くにあれば・・・

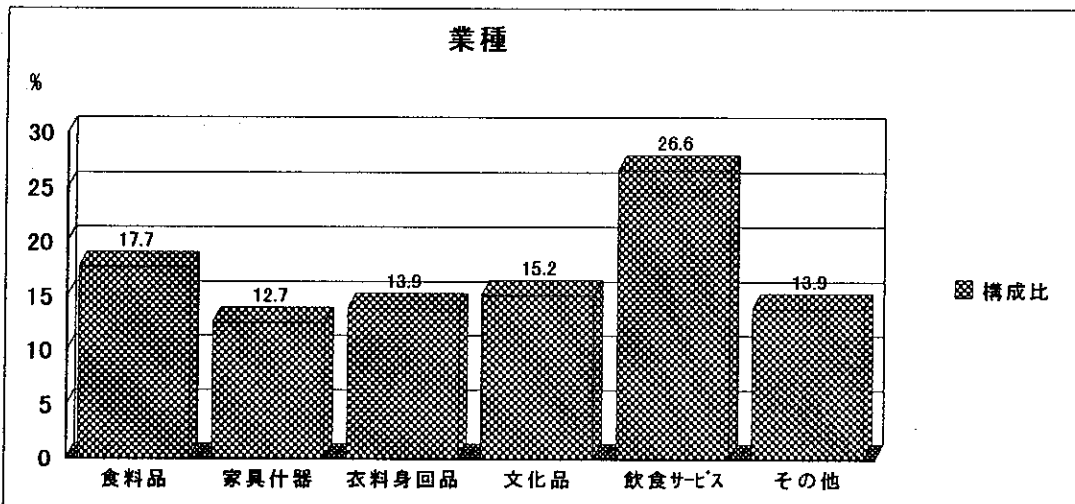
- ・ 屈足にコンビニを入れてほしい。
- ・ 常に思うのは地元で物を買うとどうしても値段が高いのだが特に屈足地区に於いては尚更である此の点考えてほしいと思う。センターやスーパーでも古いものを何でも置きすぎるこの様な事を何度もしていたら客は必ず他に行ってしまうと思う。
- ・ なるべく地元で買い物をしたいとは思いますが、やはり、帯広との値段の差（特に薬、酒類）がありすぎる為、帯広での買い物が多くなってしまい申しわけなく思っております
- ・ 地元の店舗は、ディスカウント、大型ショッピングセンターにおかれて、大変だと思いますが「売れない」という前に、まず企業努力もしてほしい。たとえば在庫一掃セールとか、とにかくどんな物を扱ってるかとか、店内がよく見える様にするとかきれいにしてほしい。
- ・ 営業していない商店が多くさびれたシャッター等がさびしい商店街を強調しているような気がします。使っていない店舗を（特に駅近辺）もう少し整備するとよいのではと思います。
- ・ 冬、駐車場の雪かきを、徹底してほしい。屈足地区の住宅街にミニ運動公園の設置。
新得某店の駐車場側の入口付近（外）の舗装。雪解け時とか雨期、水たまりがひどくて、歩きずらいです。
- ・ 個人の店舗は小さくて品物をゆっくり見る事が出来にくい、入ったら必ずなにか物をおかわなくてはならない。もっとゆっくり楽しんで買物が出来る店があると良いですね。
- ・ 商店の中に整理整頓がされてない店があります。私はちかごろいきません。きれいに出来ない店は客はよらなくなると思います。外から見てもすごいです。
- ・ 商店街の近代化と書きましたがやがて10年後は農家の戸数も半減するであろう事を考えると、投資効果の方も考えたらと思います。朝の開店9時30分は私達の生活上のバランスが悪い。
- ・ 今の「ライフスタイル」は車社会で車の利便性が消費者を捕らえているが高齢化社会を観点にまちの在り方を考えた商店街対策が問われると思う。
- ・ 人口の減少が一番の問題と思うので企業の誘致などで人口の増加を考えては・・・と思います。
- ・ 人に優しい商店街・その他歩道などが必要で有ると思います。又商店で働く人の活気・気力がなく来たい人がくれば・・・という感じがします。（売る気がない）

- ・ 新得町民だけでなく近隣の町からも、人が来て買い物をしていく様な、魅力ある商店街づくりや、町内イベントへの参加も積極的に行って、他町村の見本となる様なイベント造り方をしてほしいです。
- ・ 他町からでも良いから、リーダーに成る人3人ぐらいいても良いと思います。
- ・ 個性のある店がない。活気がない。休む所がない。サービス悪い。
- ・ サービス及び接客態度が良くない。
- ・ 個人商店の接客態度が悪いと思います。(全部とは言いません)気分を悪くして帰ってきた話を何回か聞いた事が有ります。引越して始めてお店に買い物に行った印象は最悪との事です。
- ・ やはり専門店の品揃えが豊富になるのが一番の要望です。欲しい物があればわざわざ他の所で買う必要もない訳です。ただ私は専業主婦でしかも小さい子供がいるので、平日は遠出が出来ないので、休みの日位、ドライブがてら帯広へ・・・という事が多いです。
- ・ 某店に活気がありませんし各商店も「売りたい」という努力と工夫がもう少しあっても・・・ 某店の独壇場という感じを受けますが・・・偏見でしょうか？
- ・ 公共建築物のセンスなどがあまりよくないと思う。
- ・ 全商店とは言えませんが買って頂いていると云うより売って上げていると云う考えの様に思える事が多くに感じられます。
- ・ 新得の商店街はねむっている。各種イベントもいいけど内容に検討してみれば、このままでは他の町に客をとられてしまう。もっと真剣に革新的な考えで取り組んでほしい。
- ・ グループ(2~3人)でお茶する所が欲しい。
- ・ 空店舗が多く見られるので改善方ご考慮願いたい。

Ⅱ 新得町における小売業経営者の現況

1 小売経営者のプロフィール

(1) 業種

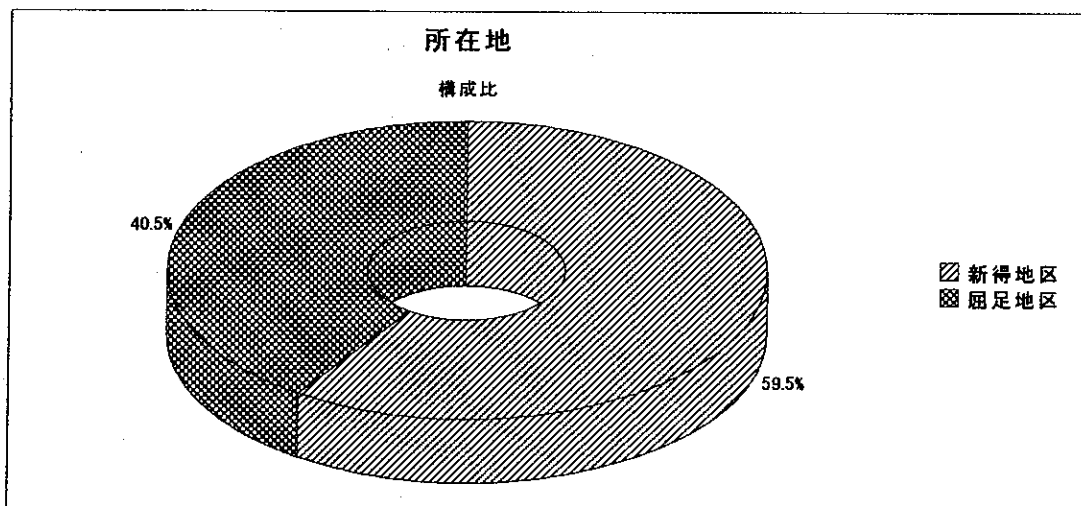


業種

項目	実数	構成比
食料品	14	17.7
家具什器	10	12.7
衣料身回品	11	13.9
文化品	12	15.2
飲食サービス	21	26.6
その他	11	13.9
無回答	0	0.0
合計	79	100

「飲食サービス」が最も多く26.6%であり、次いで「食料品」の17.7%、「文化品」の15.2%、「衣料身回品」と「その他」の13.9%、「家具什器」の12.7%の順である。

(2) 所在地

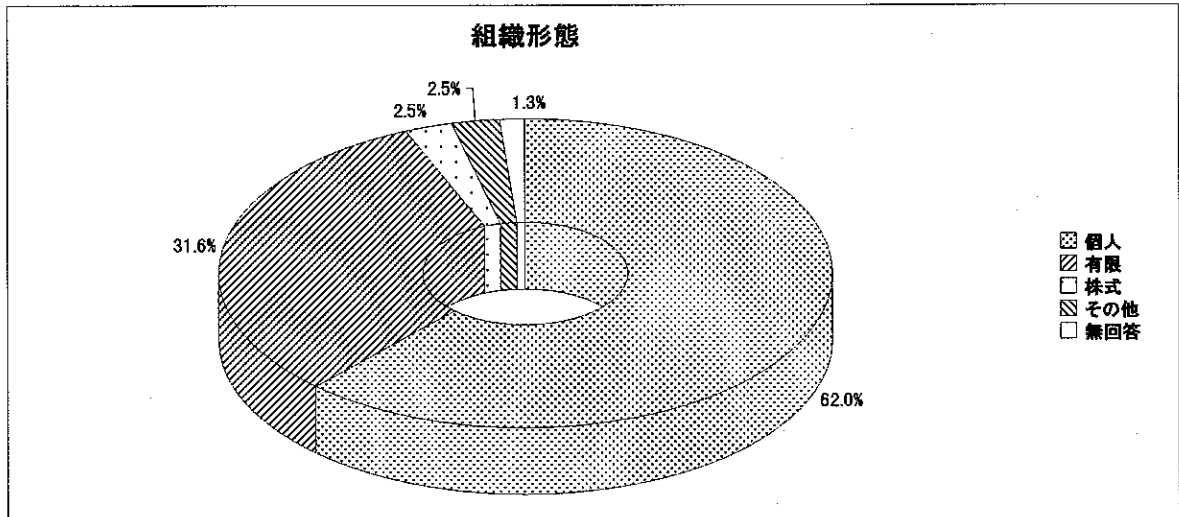


所在地

項目	実数	構成比
新得地区	47	59.5
屈足地区	32	40.5
その他	0	0.0
無回答	0	0.0
合計	79	100.0

「新得地区」が約6割の47店舗である。

(3) 組織形態

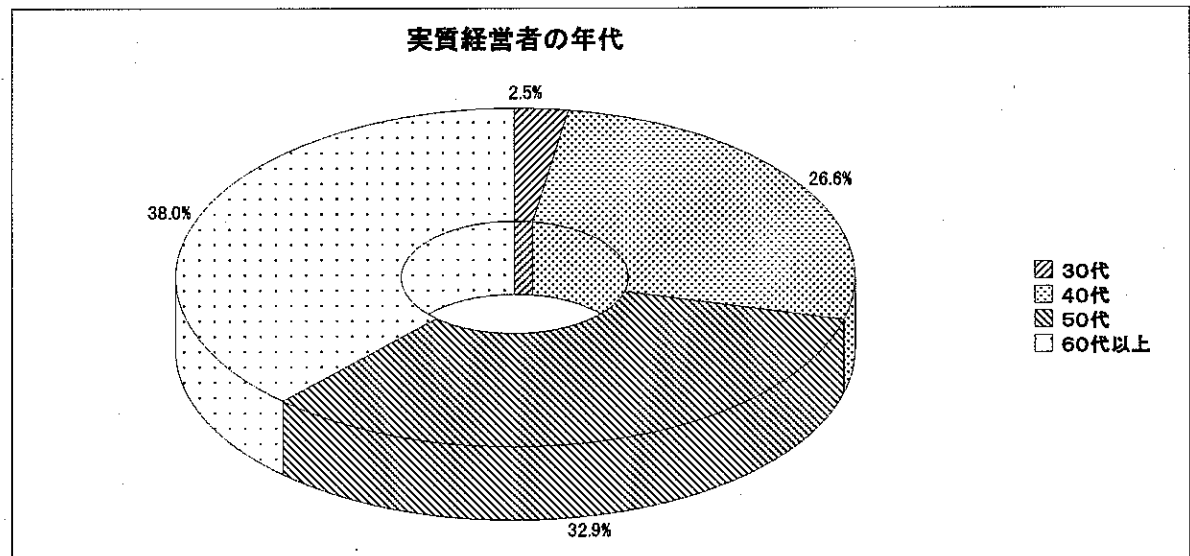


組織形態

項目	実数	構成比
個人	49	62.0
有限	25	31.6
株式	2	2.5
その他	2	2.5
無回答	1	1.3
合計	79	100.0

「個人」が最も多く62.0%であり、次いで「有限会社」の31.6%である。

(4) 実質経営者の年代

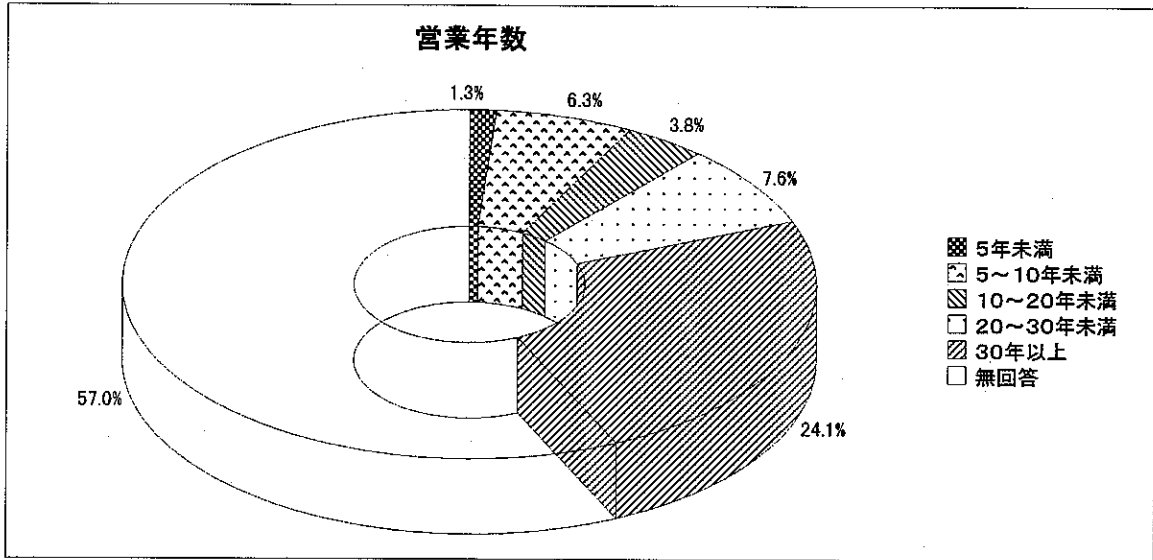


実質経営者の年代

年代	実数	構成比
20代	0	0.0
30代	2	2.5
40代	21	26.6
50代	26	32.9
60代以上	30	38.0
無回答	0	0.0
合計	79	100.0

「60代以上」が最も多く38.0%であり、次いで「50代」の32.9%、「40代」の26.6%の順で、高齢化傾向にある。

(5) 営業年数

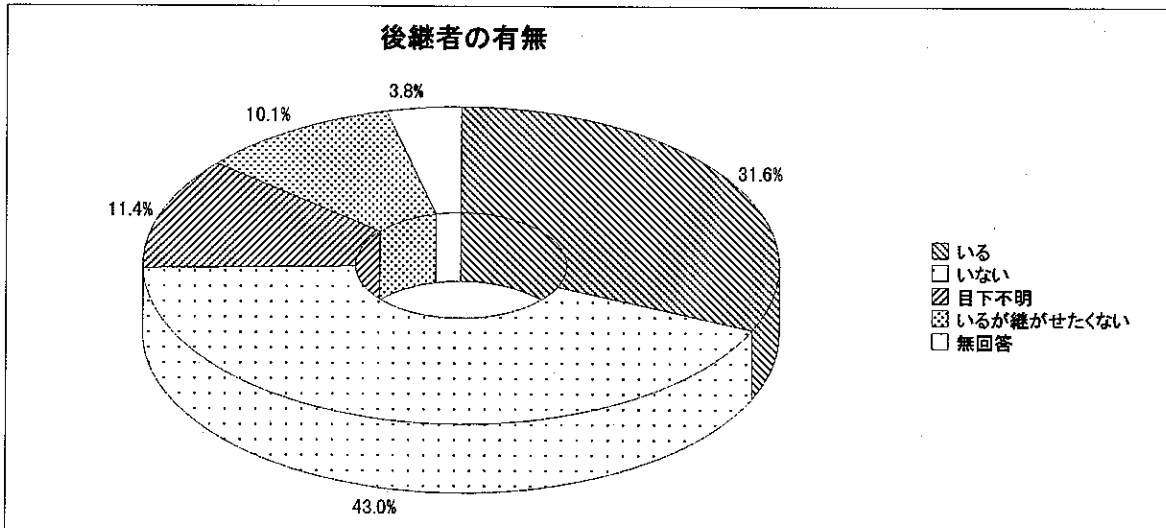


営業年数

年数	実数	構成比
5年未満	1	1.3
5~10年未満	5	6.3
10~20年未満	3	3.8
20~30年未満	6	7.6
30年以上	19	24.1
無回答	45	57.0
合計	79	100

「無回答」を除くと、「30年以上」が最も多く24.1%であり、次いで「20~30年未満」の7.6%、「5~10年未満」の6.3%の順である。

(6) 後継者の有無

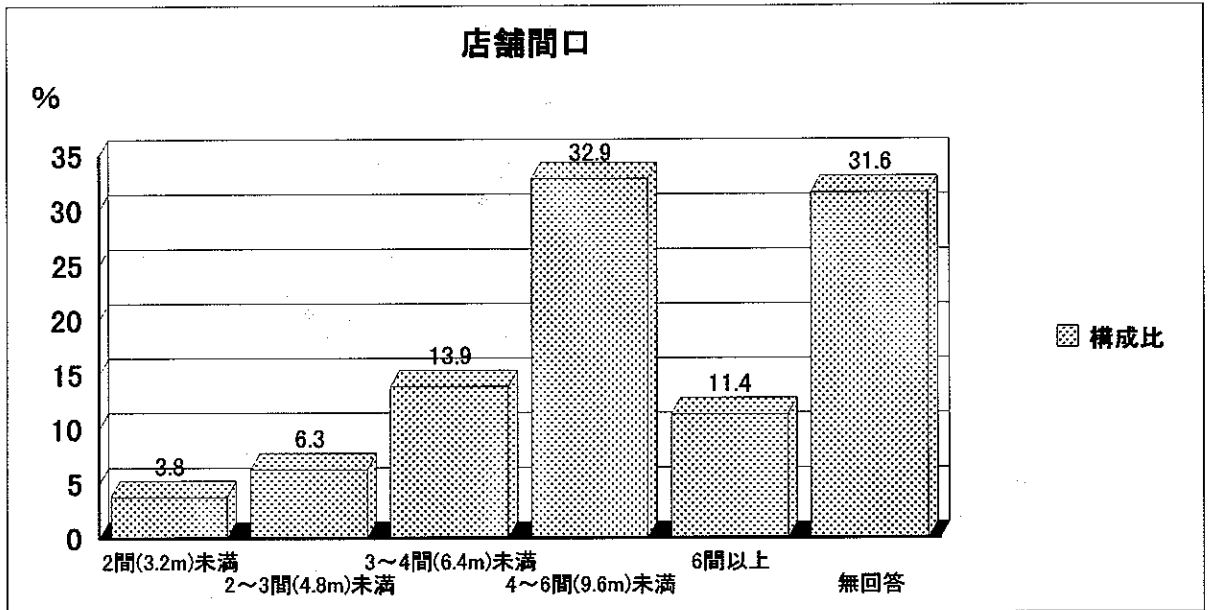


後継者の有無

後継者	実数	構成比
いる	25	31.6
いない	34	43.0
目下不明	9	11.4
いるが継がせたくない	8	10.1
無回答	3	3.8
合計	79	100.0

「いない」が最も多く43.0%であり、次いで「いる」の31.6%、「目下不明」の11.4%、「いるが継がせたくない」の10.1%の順である。

(7) 店舗間口



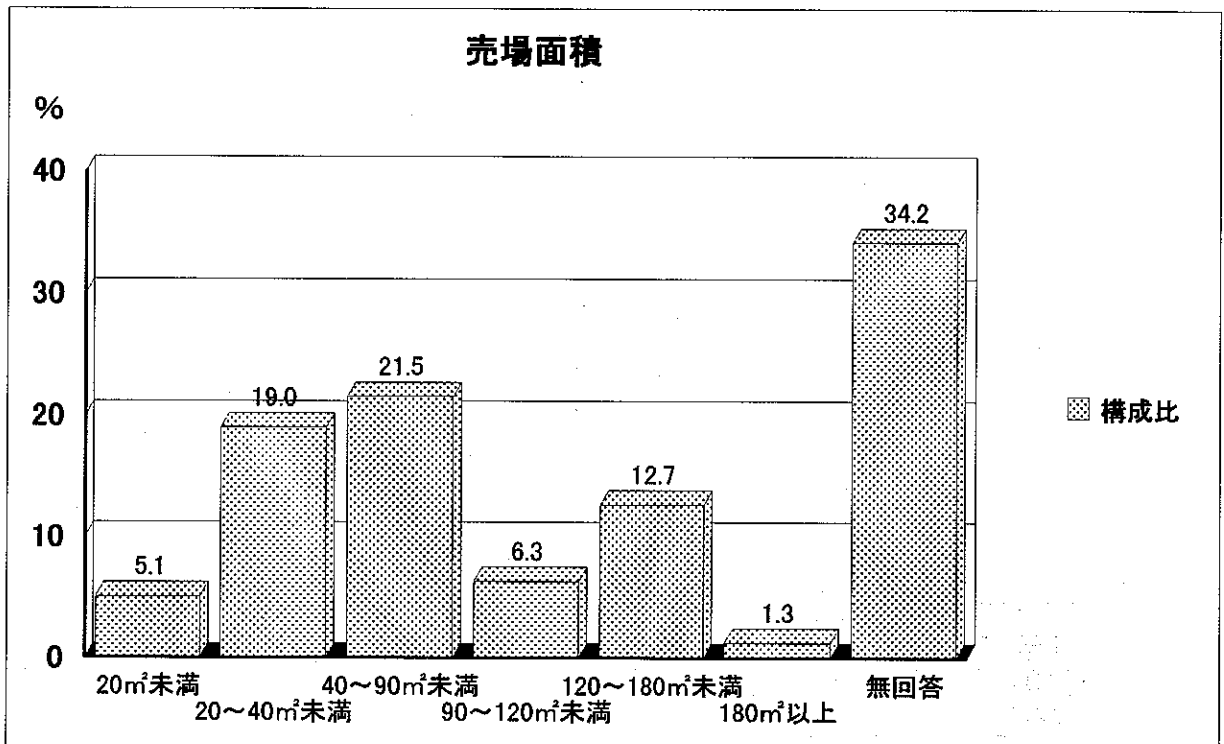
店舗間口

間口 m	実数	1店平均
m	751.8	13.9
間	227.8	4.2

店舗間口

間口 m	実数	構成比
2間(3.2m)未満	3	3.8
2~3間(4.8m)未満	5	6.3
3~4間(6.4m)未満	11	13.9
4~6間(9.6m)未満	26	32.9
6間以上	9	11.4
無回答	25	31.6
合計	79	100

(8) 売場面積



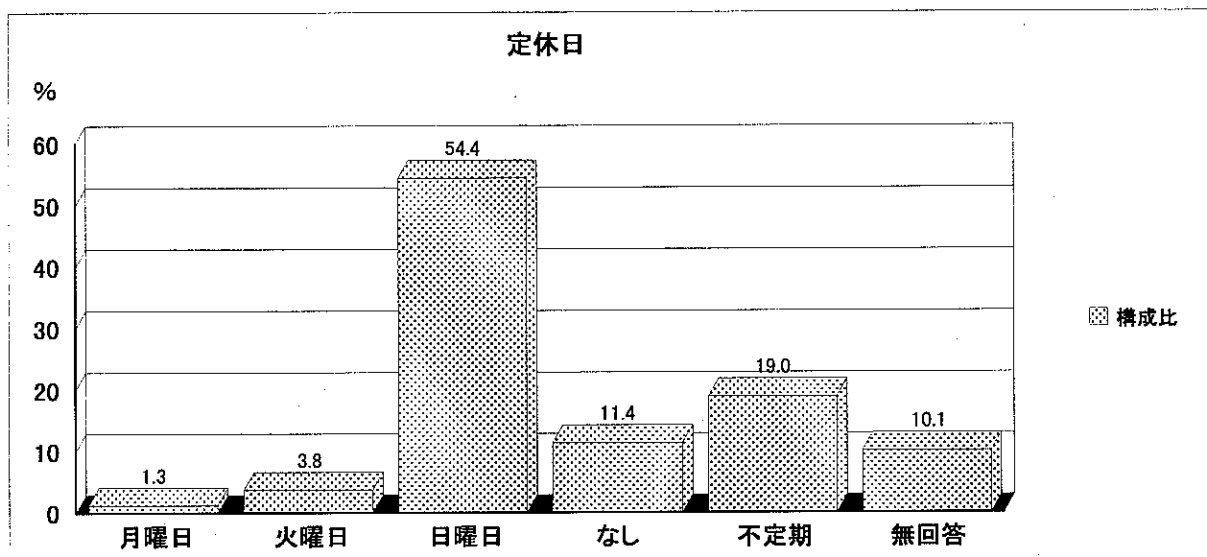
売場面積

面積 m ²	実数	1店平均
m ²	3,636.9	69.9
坪	1,102.1	21.2

売場面積

面積 m ²	実数	構成比
20m ² (6.1坪)未満	4	5.1
20~40m ² (12.1坪)未満	15	19.0
40~90m ² (27.3坪)未満	17	21.5
90~120m ² (36.4坪)未満	5	6.3
120~180m ² (54.5坪)未満	10	12.7
180m ² 以上	1	1.3
無回答	27	34.2
合計	79	100

(9) 定休日

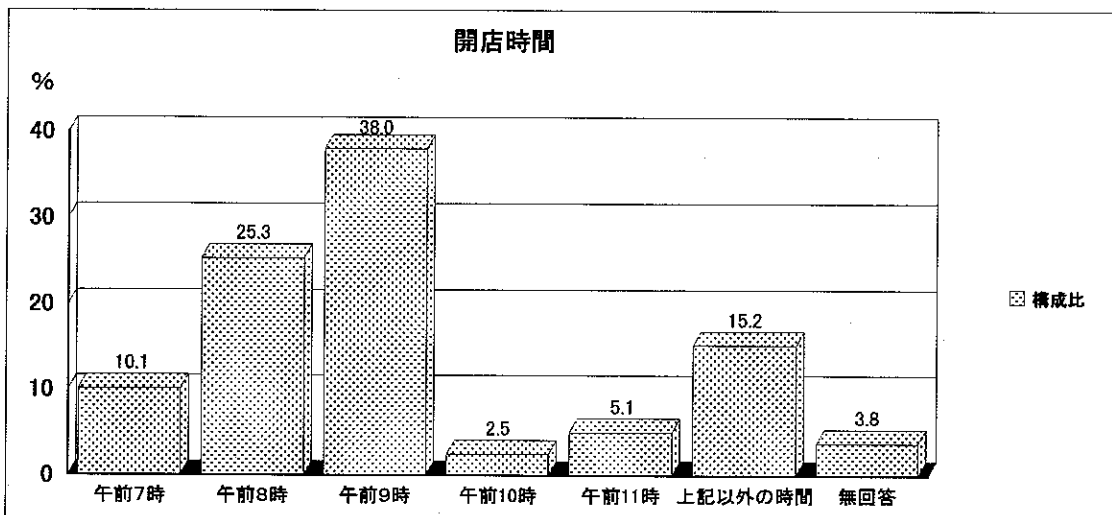


定休日

ある	実数	構成比
月曜日	1	1.3
火曜日	3	3.8
日曜日	43	54.4
なし	9	11.4
不定期	15	19.0
無回答	8	10.1
合計	79	100.0
月の定休日数	121	3.3

定休日の「ある」店が多く、「日曜日」が43店舗と54.4%を占め、「不定期」の店も19.0%ある。

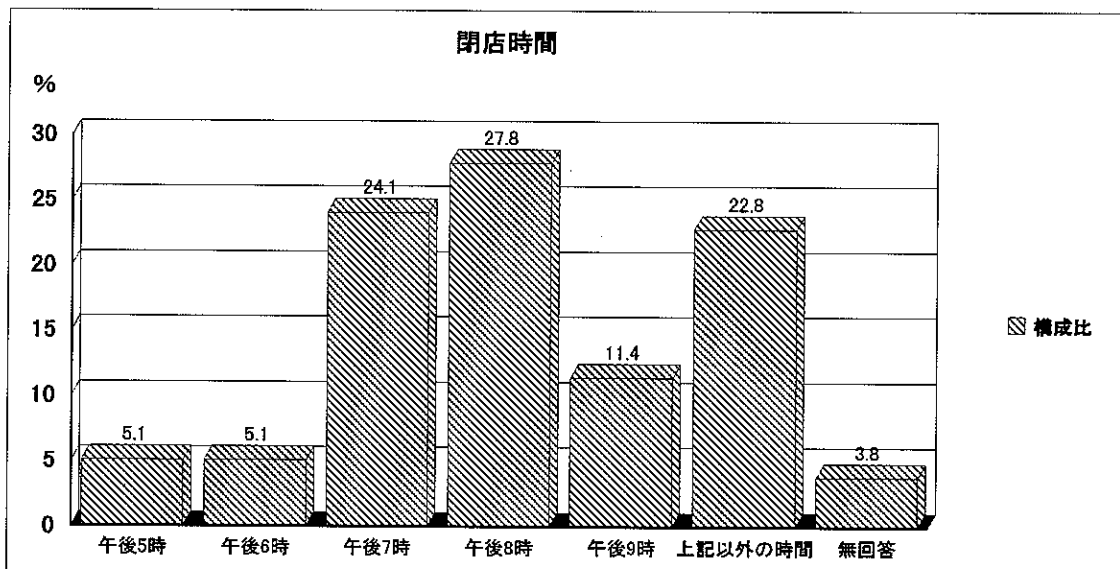
(10) 営業時間



開店時間

開店時間	実数	構成比
午前7時	8	10.1
午前8時	20	25.3
午前9時	30	38.0
午前10時	2	2.5
午前11時	4	5.1
上記以外の時間	12	15.2
無回答	3	3.8
合計	79	100.0

「午前9時」が最も多く38.0%であり、次いで「午前8時」の25.3%の順である。

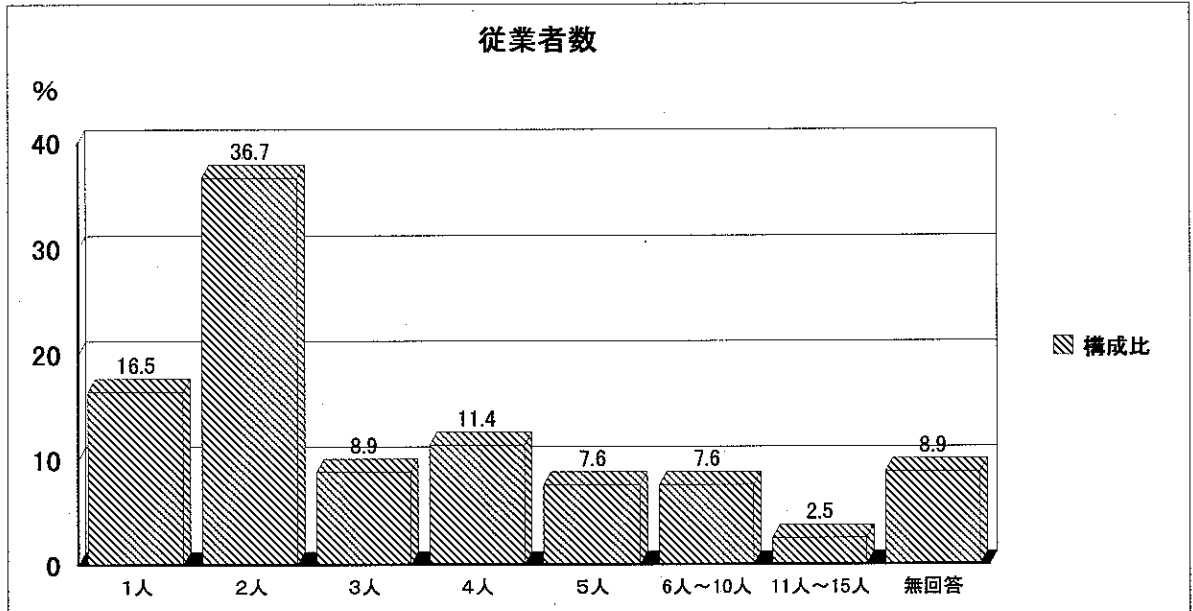


閉店時間

閉店時間	実数	構成比
午後5時	4	5.1
午後6時	4	5.1
午後7時	19	24.1
午後8時	22	27.8
午後9時	9	11.4
上記以外の時間	18	22.8
無回答	3	3.8
合計	79	100.0

「午後8時」が最も多く27.8%であり、次いで「午後7時」24.1%の順である。

(11) 従業者数(経営者含む)

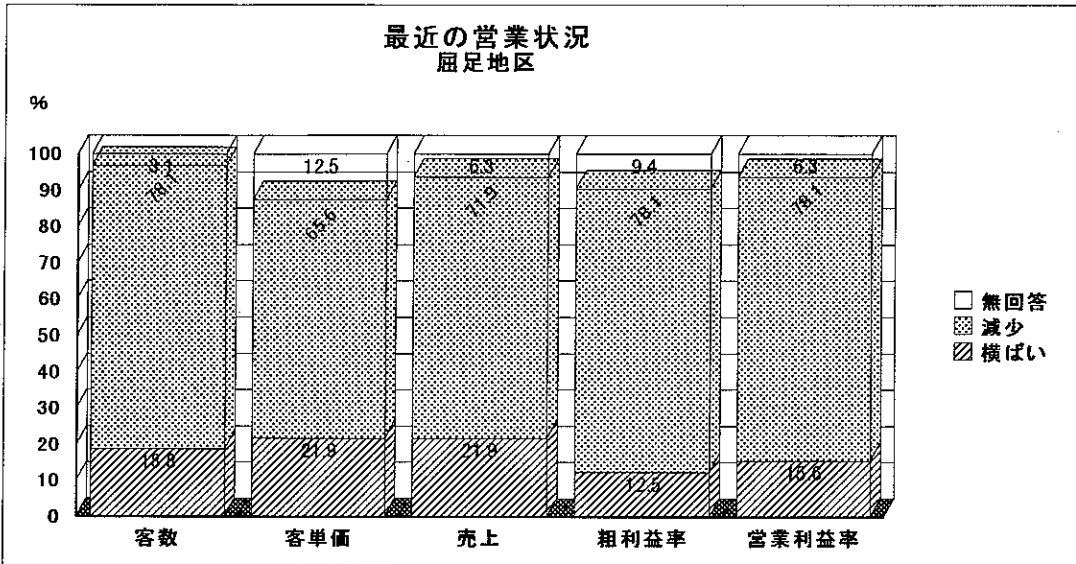


従業者数

項目	実数	構成比
1人	13	16.5
2人	29	36.7
3人	7	8.9
4人	9	11.4
5人	6	7.6
6人~10人	6	7.6
11人~15人	2	2.5
無回答	7	8.9
合計	79	100.0

「2人」が最も多く36.7%であり、次いで「1人」の16.5%、「4人」の11.4%、「3人」の8.9%の順である。

2 最近の営業状況（地区別）

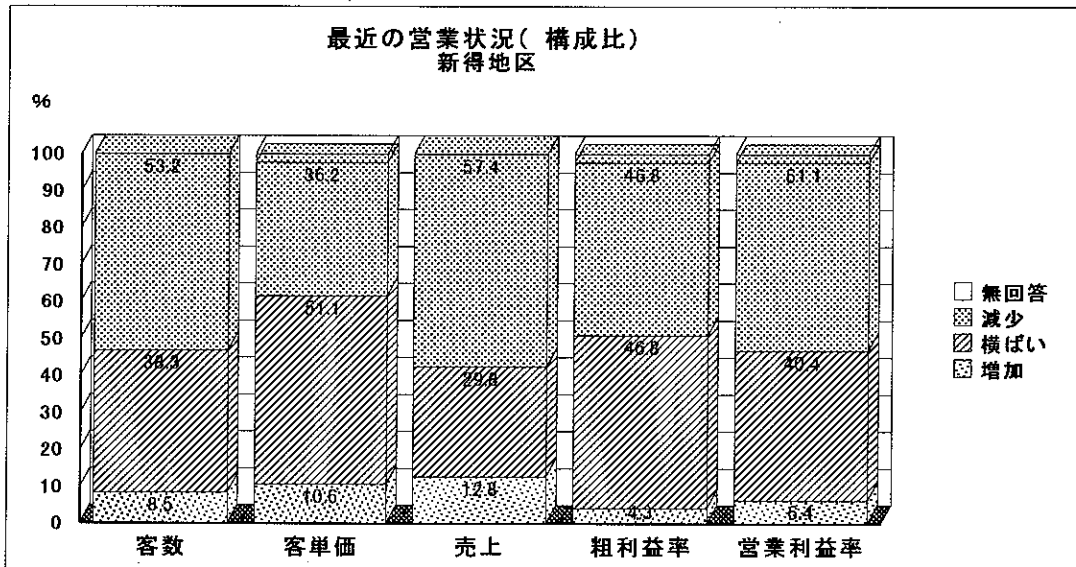


最近の営業状況（実数）

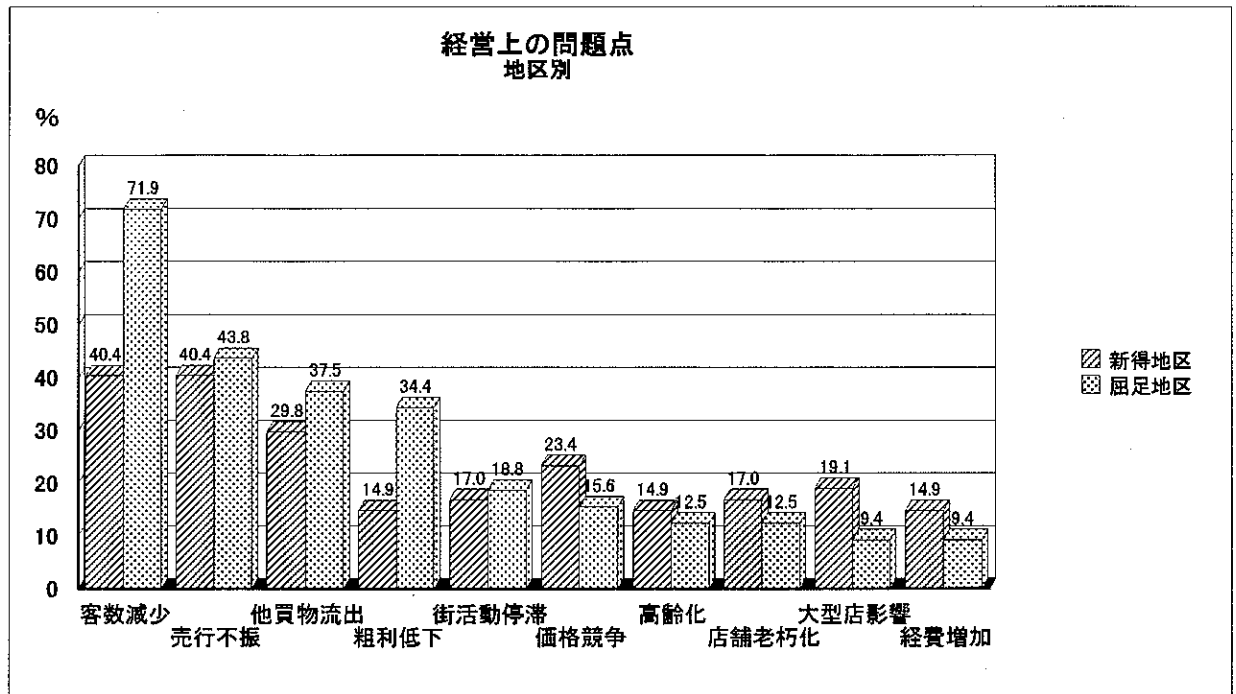
項目	増加(収)		横ばい		減少(益)		無回答		合計	
	新得	屈足	新得	屈足	新得	屈足	新得	屈足	新得	屈足
客数	4	0	18	6	25	25	0	1	47	32
客単価	5	0	24	7	17	21	1	4	47	32
売上	6	0	14	7	27	23	0	2	47	32
粗利益率	2	0	22	4	22	25	1	3	47	32
営業利益率	3	0	19	5	24	25	1	2	47	32
合計	20	0	97	29	115	119	3	12	235	160

最近の営業状況（構成比）

項目	増加(収)		横ばい		減少(益)		無回答		合計	
	新得	屈足	新得	屈足	新得	屈足	新得	屈足	新得	屈足
客数	8.5	0.0	38.3	18.8	53.2	78.1	0.0	3.1	100.0	100.0
客単価	10.6	0.0	51.1	21.9	36.2	65.6	2.1	12.5	100.0	100.0
売上	12.8	0.0	29.8	21.9	57.4	71.9	0.0	6.3	100.0	100.0
粗利益率	4.3	0.0	46.8	12.5	46.8	78.1	2.1	9.4	100.0	100.0
営業利益率	6.4	0.0	40.4	15.6	51.1	78.1	2.1	6.3	100.0	100.0
合計	8.5	0.0	41.3	18.1	48.9	74.4	1.3	7.5	100.0	100.0



3 経営上の問題点（地区別）

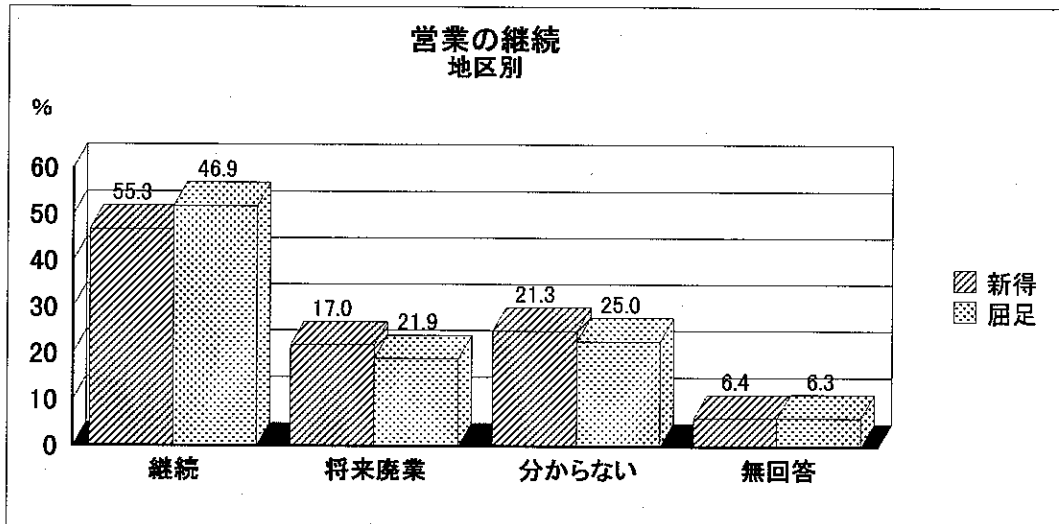


経営上の問題点

項目	新得地区		屈足地区		合計	
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比
売れ行き不振	19	40.4	14	43.8	33	41.8
顧客数の減少	19	40.4	23	71.9	42	53.2
粗利益率の低下	7	14.9	11	34.4	18	22.8
経費の増加	7	14.9	3	9.4	10	12.7
人件費の増加	4	8.5	2	6.3	6	7.6
従業員不足	1	2.1	1	3.1	2	2.5
売掛金の回収長期化	1	2.1	2	6.3	3	3.8
資金調達難	1	2.1	2	6.3	3	3.8
資金繰りの悪化	3	6.4	2	6.3	5	6.3
他への買い物流出	14	29.8	12	37.5	26	32.9
大型店の影響	9	19.1	3	9.4	12	15.2
Aコープの影響	2	4.3	0	0.0	2	2.5
駐車場不足	8	17.0	1	3.1	9	11.4
店舗の老朽化	8	17.0	4	12.5	12	15.2
店舗の狭隘	4	8.5	1	3.1	5	6.3
価格競争	11	23.4	5	15.6	16	20.3
後継者問題	5	10.6	1	3.1	6	7.6
経営者の高齢化	7	14.9	4	12.5	11	13.9
商店街活動の停滞	8	17.0	6	18.8	14	17.7
観光客減の影響	6	12.8	0	0.0	6	7.6
その他	2	4.3	1	3.1	3	3.8
無回答	0	0.0	0	0.0	0	0.0
合計	146	310.6	98	306.3	244	308.9

4 今後の経営方針(地区別)

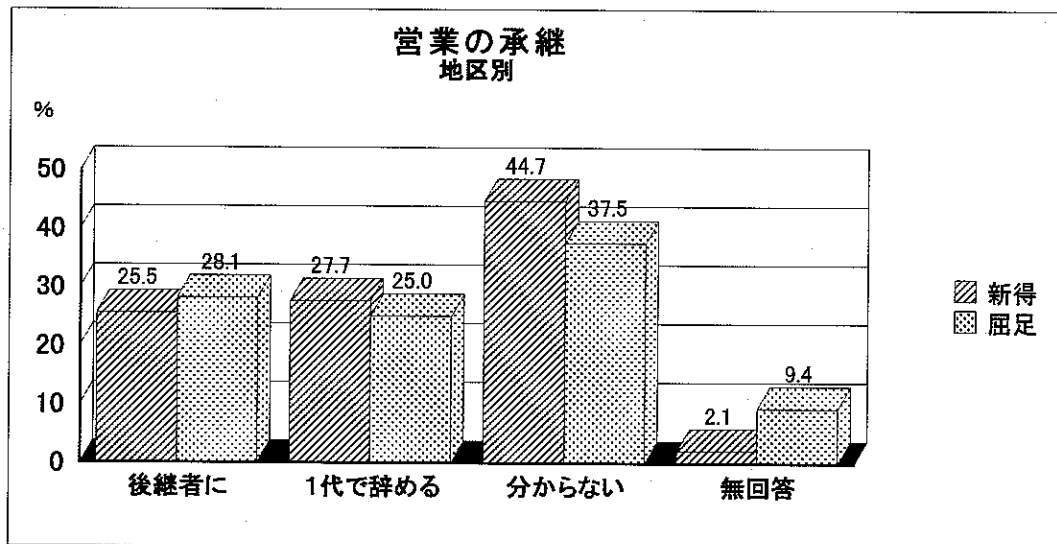
(1) 営業の継続



営業の継続

項目		継続	将来廃業	分からない	無回答	合計
地区	新得	26	8	10	3	47
	構成比	55.3	17.0	21.3	6.4	100.0
地区	屈足	15	7	8	2	32
	構成比	46.9	21.9	25.0	6.3	100.0
合計	実数	41	15	18	5	79
	構成比	51.9	19.0	22.8	6.3	100.0

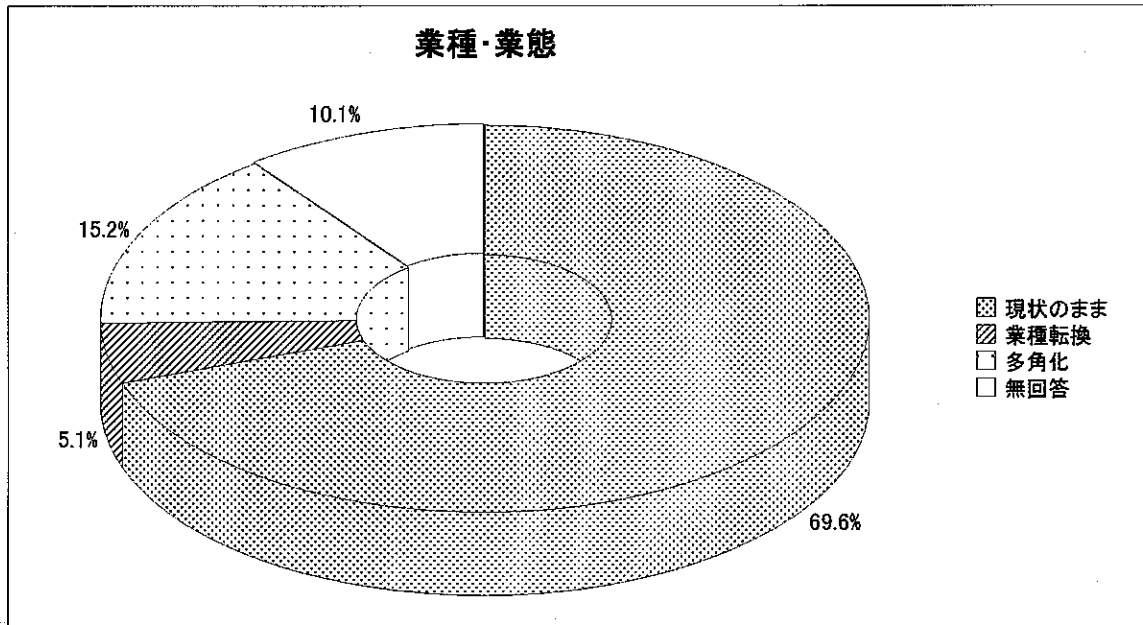
(2) 営業の承継



営業の承継

項目		後継者に	1代で辞める	分からない	無回答	合計
地区	新得	12	13	21	1	47
	構成比	25.5	27.7	44.7	2.1	100.0
地区	屈足	9	8	12	3	32
	構成比	28.1	25.0	37.5	9.4	100.0
合計	実数	21	21	33	4	79
	構成比	26.6	26.6	41.8	5.1	100.0

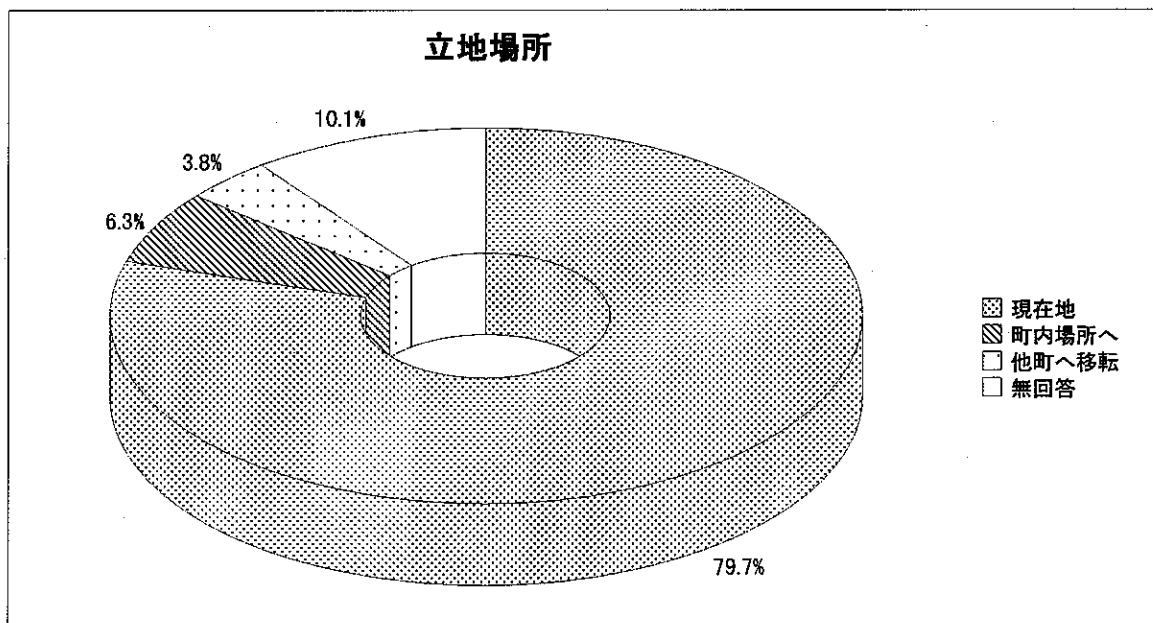
(3) 業種・業態



業種・業態

項目	現状のまま	業種転換	多角化	無回答	合計
実数	55	4	12	8	79
構成比	69.6	5.1	15.2	10.1	100.0

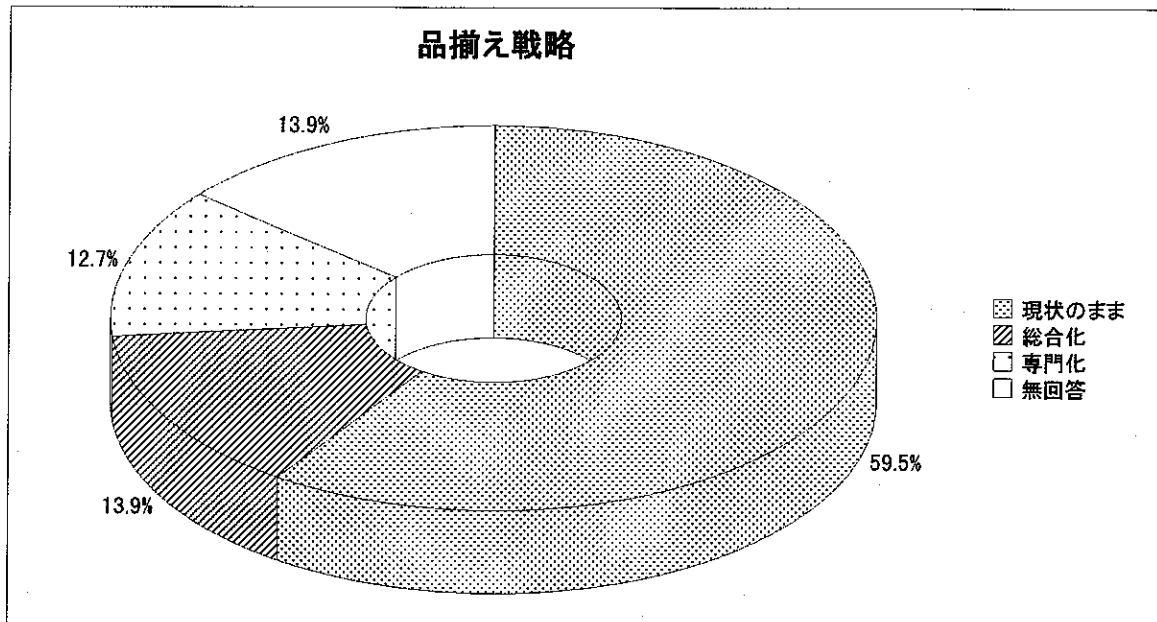
(4) 立地場所



立地場所

項目	現在地	町内場所へ	他町へ移転	無回答	合計
実数	63	5	3	8	79
構成比	79.7	6.3	3.8	10.1	100.0

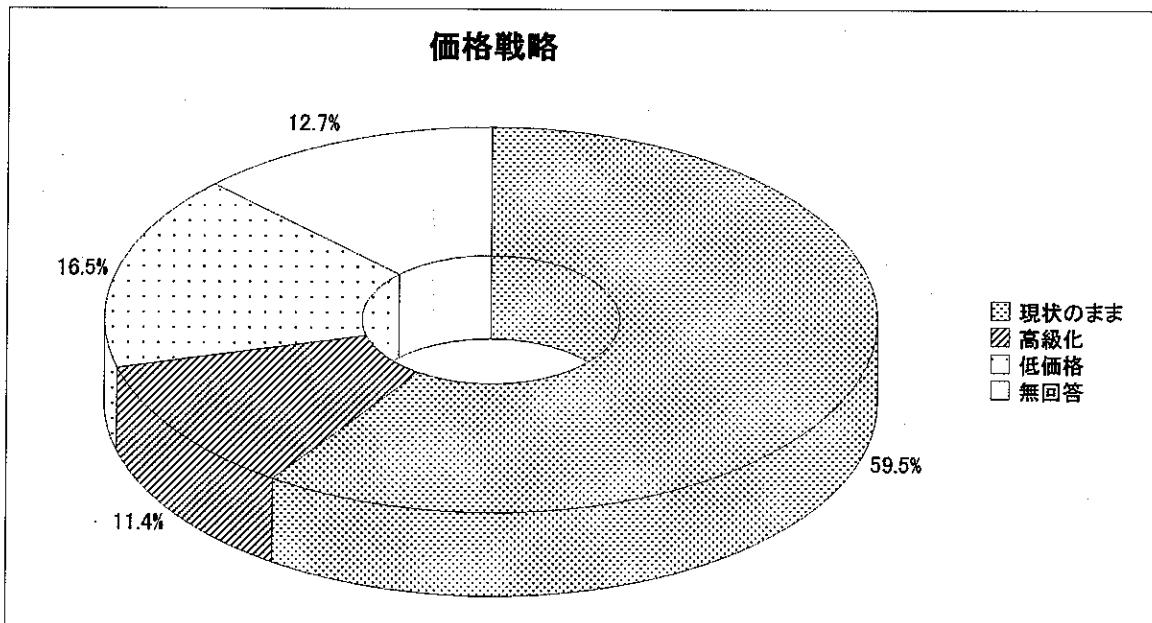
(5) 品揃え戦略



品揃え戦略

項目	現状のまま	総合化	専門化	無回答	合計
実数	47	11	10	11	79
構成比	59.5	13.9	12.7	13.9	100.0

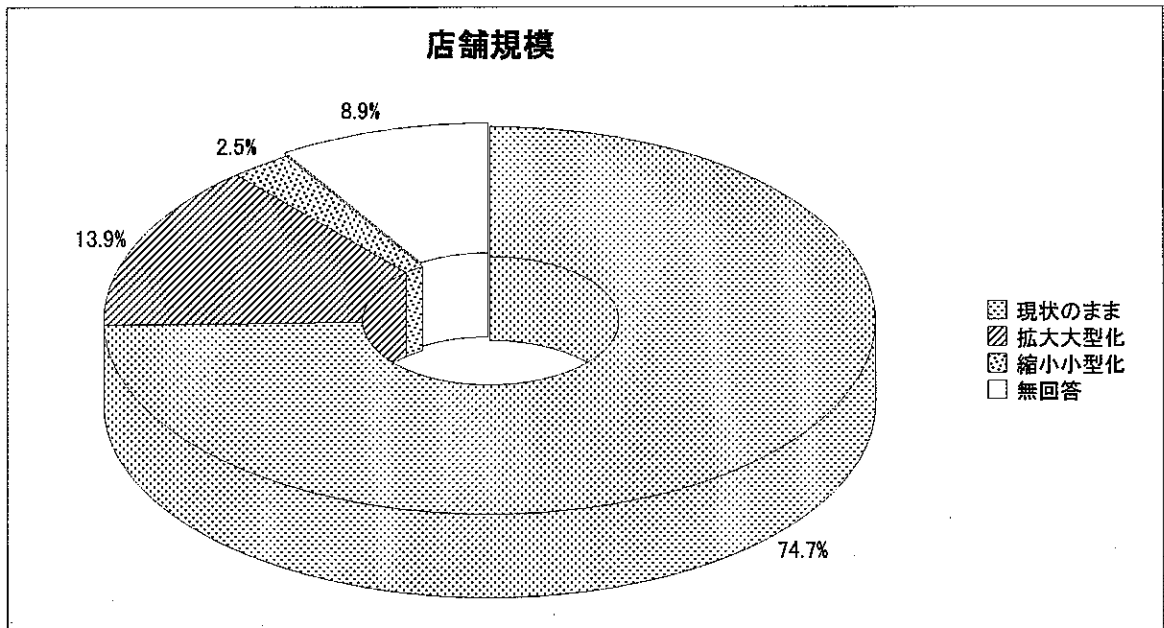
(6) 価格戦略



価格戦略

項目	現状のまま	高級化	低価格	無回答	合計
実数	47	9	13	10	79
構成比	59.5	11.4	16.5	12.7	100.0

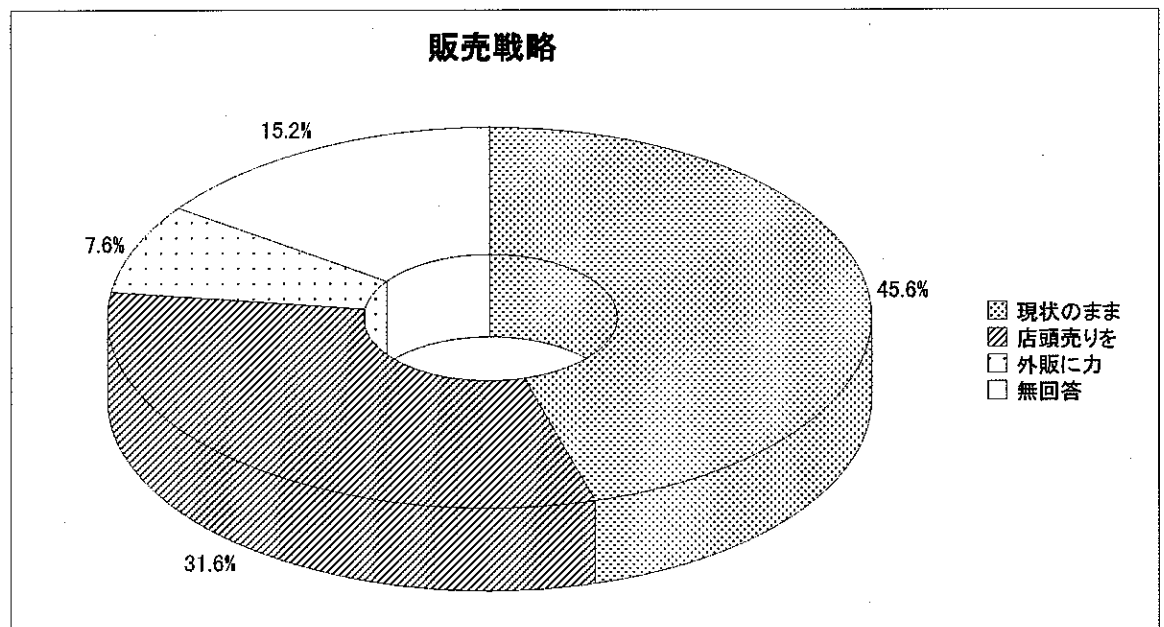
(7) 店舗規模



店舗規模

項目	現状のまま	拡大大型化	縮小小型化	無回答	合計
実数	59	11	2	7	79
構成比	74.7	13.9	2.5	8.9	100.0

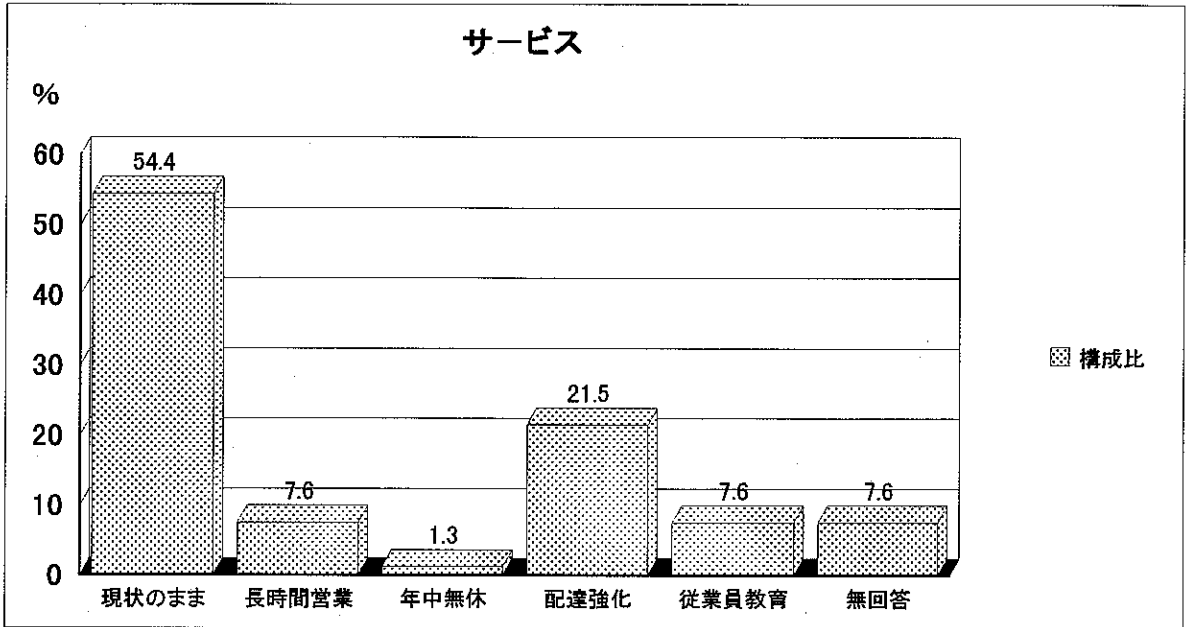
(8) 販売戦略



販売戦略

項目	現状のまま	店頭売りを	外販に力	無回答	合計
実数	36	25	6	12	79
構成比	45.6	31.6	7.6	15.2	100.0

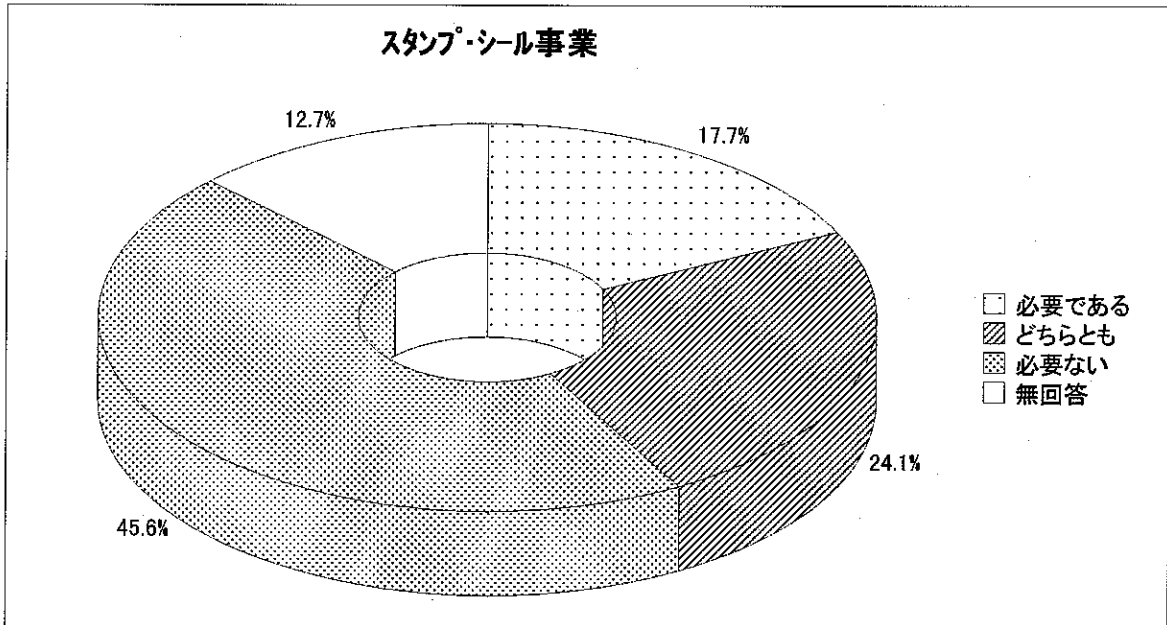
(9) サービス



サービス

項目	現状のまま	長時間営業	年中無休	配達強化	従業員教育	無回答	合計
実数	43	6	1	17	6	6	79
構成比	54.4	7.6	1.3	21.5	7.6	7.6	100.0

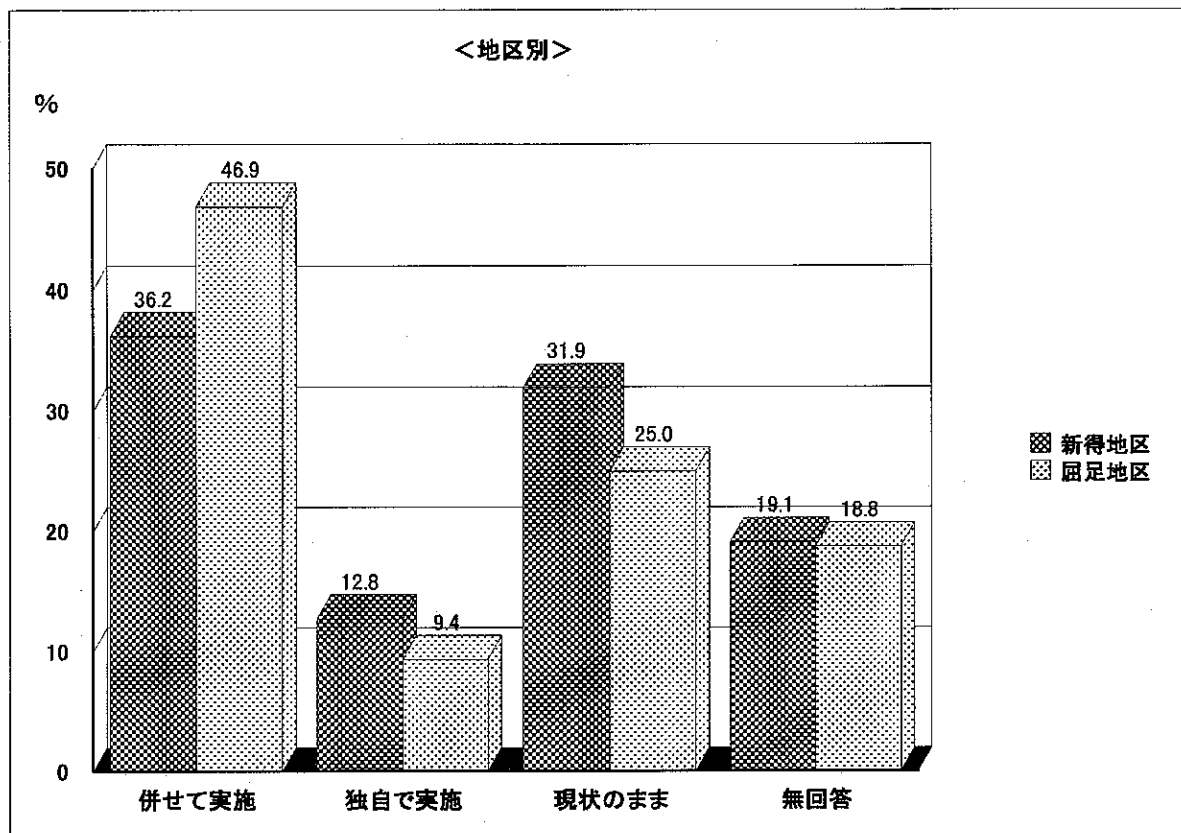
(10) スタッフ・シール事業



スタッフ・シール事業

項目	必要である	どちらとも	必要ない	無回答	合計
実数	14	19	36	10	79
構成比	17.7	24.1	45.6	12.7	100.0

(11) 商店街の近代化(地区別)



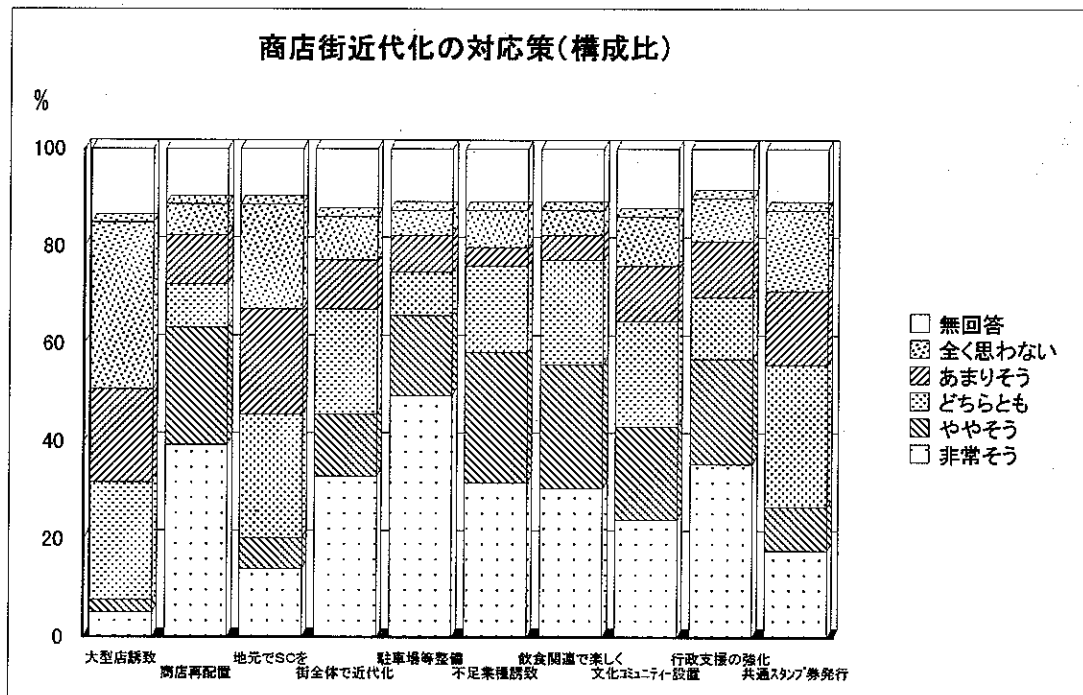
項目	新得地区		屈足地区		合計	
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比
併せて実施	17	36.2	15	46.9	32	40.5
独自で実施	6	12.8	3	9.4	9	11.4
現状のまま	15	31.9	8	25.0	23	29.1
無回答	9	19.1	6	18.8	15	19.0
合計	47	100.0	32	100.0	79	100.0

5 商店街をより近代化・魅力的にする対応策
商店街近代化の対応策(実数)

項目	非常そう	ややそう	どちらとも	あまりそう	全く思わない	無回答	計
大型店誘致	4	2	19	15	27	12	79
商店再配置	31	19	7	8	5	9	79
地元でSCを	11	5	20	17	17	9	79
街全体で近代化	26	10	17	8	7	11	79
駐車場等整備	39	13	7	6	4	10	79
不足業種誘致	25	21	14	3	6	10	79
飲食関連で楽しく	24	20	17	4	4	10	79
文化コミュニティー設置	19	15	17	9	8	11	79
行政支援の強化	28	17	10	9	7	8	79
共通スタンプ券発行	14	7	23	12	13	10	79
合計	221	129	151	91	98	100	790

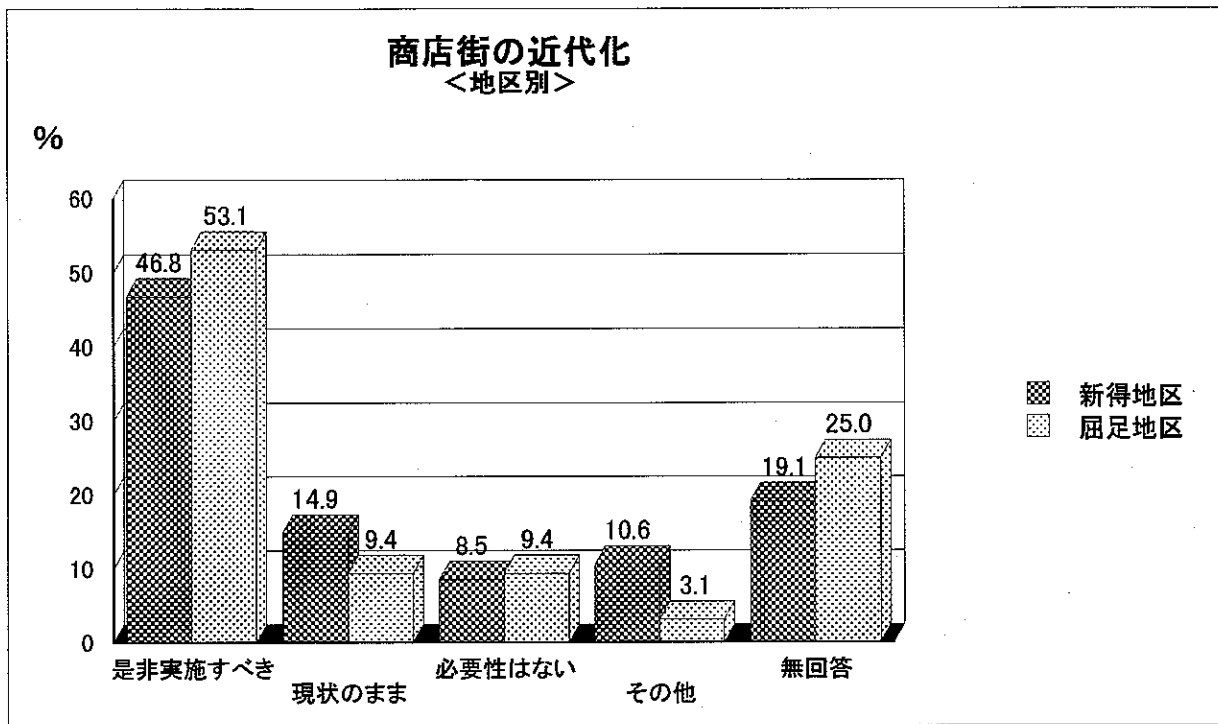
商店街近代化の対応策(構成比)

項目	非常そう	ややそう	どちらとも	あまりそう	全く思わない	無回答	計
大型店誘致	5.1	2.5	24.1	19.0	34.2	15.2	100.0
商店再配置	39.2	24.1	8.9	10.1	6.3	11.4	100.0
地元でSCを	13.9	6.3	25.3	21.5	21.5	11.4	100.0
街全体で近代化	32.9	12.7	21.5	10.1	8.9	13.9	100.0
駐車場等整備	49.4	16.5	8.9	7.6	5.1	12.7	100.0
不足業種誘致	31.6	26.6	17.7	3.8	7.6	12.7	100.0
飲食関連で楽しく	30.4	25.3	21.5	5.1	5.1	12.7	100.0
文化コミュニティー設置	24.1	19.0	21.5	11.4	10.1	13.9	100.0
行政支援の強化	35.4	21.5	12.7	11.4	8.9	10.1	100.0
共通スタンプ券発行	17.7	8.9	29.1	15.2	16.5	12.7	100.0
合計	28.0	16.3	19.1	11.5	12.4	12.7	100.0



経営者の近代化の対応策としては、「駐車場・街路整備」が最も高く、次いで「商店の再配置」「行政面からの支援強化」「商店街ぐるみの近代化」の順であり、「大型店の誘致」とか「共同店舗の建設」が比較的低い。

6 商店街の近代化(地区別)



商店街の近代化

項目	新得地区		屈足地区		合計	
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比
是非実施すべき	22	46.8	17	53.1	39	49.4
現状のまま	7	14.9	3	9.4	10	12.7
必要性はない	4	8.5	3	9.4	7	8.9
その他	5	10.6	1	3.1	6	7.6
無回答	9	19.1	8	25.0	17	21.5
合計	47	100.0	32	100.0	79	100.0

地区別に見ると、両地区とも「是非実施すべき」が最も多いが、屈足地区の近代化意識は新得地区に比べ若干高い。

7 商店街近代化に関する理由の具体的内容（経営者）

- ・ 明るく生活が出来ること。今は死んでいる。（食料品・60代以上）
- ・ 街並みの老朽化が目立つ。（食料品・60代以上）
- ・ 商店を再配置し、歯ぬけ状態を解消して欲しい。（食料品・40代）
- ・ 人の増加見込み無し。（食料品・60代以上）
- ・ お客さんが町内で買い物したくない以上、お金をかけても無駄でないですか。（食料品・50代）
- ・ 近代化。即、時代の早い流れにのった商店街作り。（食料品・60代以上）
- ・ 他市町への買い物客流出を止めるために、各商店のサービス強化。接客・品揃えの充実と店舗の近代化。（家具・什器・40代）
- ・ 空き店舗が多く目立っている。街並みの整理、駐車場の確保を。（家具・什器・60代以上）
- ・ 空き地や閉店している場所を何とか再利用。（家具・什器・40代）
- ・ 問5の②～⑩の理由から。（家具・什器・60代以上）
- ・ にぎわいのある商店街にしたい。（家具・什器・40代）
- ・ 商店街から離れていっている消費者の目を、近代化によって呼び戻す。（もちろん接客態度・品揃えの見直し・商店街活動のPRなど、サービスの向上が必要）（衣服・身の回り品・30代）
- ・ 「近代化」の内容が不明で判断できません。（衣服・身の回り品・50代）
- ・ そのお店に合うやり方があって近代化対応できる所はぜひ行くと良いと思います。（衣服・身の回り品・50代）
- ・ 近代化の意味がよく分からない。売れる店・活気のある店作りを言うのか。見た目きれいな店並みを作るのか。（衣服・身の回り品・40代）
- ・ 商店の空き店舗を無くして両向かい明かりが付く様にすること。（衣服・身の回り品・50代）
- ・ 経営者と住民の高齢化が進み、若者が住居を望んでいない。屈足市街メイン通りには空家が15軒もあり一考すべき？。（文化品・60代以上）
- ・ 古い空き店舗が増えているため。（文化品・50代）
- ・ 閉店舗が多い。空き地が多い。（文化品・60代以上）
- ・ 商店街を近代化する事によって、お客様が地元に残ってくれると思う。

(特に若い人)まばらに空き地のある駅前も華やかに、きれいなお店が密集すると魅力のある街並みになるのでは。期待しています。(文化品・50代)

- ・ 商店街の店主の高齢化、後継者不足、商店にかかる負担増、やる気にさせるための経営指導など難しい問題をクリアすることが先決。(文化品・40代)
- ・ 地域商店の協業で消費者が一カ所で買物出来る。(飲食・娯楽・60代以上)
- ・ 現在では各個人が自家用車を有し、まとまった買い物は帯広の土日セールスパーに出かける為、無理な計画を立てても実効性が無い。(飲食・サービス・娯楽・60代以上)
- ・ 道路幅の拡張と明るい街並みを希望する。(飲食・サービス・娯楽・40代)
- ・ 今の現状では、ますます大型店へ流れます。屈足の人口、働く場、増やして欲しい。(飲食・サービス・娯楽・50代)
- ・ 商店近代化といっても、まず各商店の力不足はいなめない。まず、各々が力を付ける事だと思う。(飲食・サービス・娯楽・60代以上)
- ・ 町そのものを見て現状で良いと思う。(飲食・サービス・娯楽・60代以上)
- ・ 今の現状で借り入れをして、支払いしてけるのでしょうか。(飲食・サービス・娯楽・60代以上)
- ・ 今のままで良いとは思わないので、もう少し何とかして欲しい。(飲食・サービス・娯楽・50代)
- ・ 自己中心的な商工業者が多いと思う。(飲食・サービス・娯楽・50代)
- ・ 近代化というより、客の入りやすい、親しみのある店並みを作るべきだと思う。(飲食・サービス・娯楽・40代)
- ・ 後継者に魅力の有る商店街にして欲しい。(飲食・サービス・娯楽・40代)
- ・ 現状では対策の立てようが無い。(その他・60代以上)
- ・ シャッターの閉じている店が多すぎる。観光客や車で通りすがりの客でも車を止めて、ちょっと店をのぞいてみたくなる様な土産店とか特産物店等、特徴の有る小売店をならべたら?・・・。(その他・60代以上)
- ・ だんだん人口も減少してくるし、大型店への流出をなくすため。(その他・60代以上)
- ・ 行政に頼らず民間指導で行うべきである。(その他・50代)
- ・ あまり成功している所が少ないので。(その他・60代以上)
- ・ 新得駅は観光客にも喜ばれるが、周囲の商店街が不釣り合いに思われる。(その他・40代)

8 経営者の要望や意見の内容

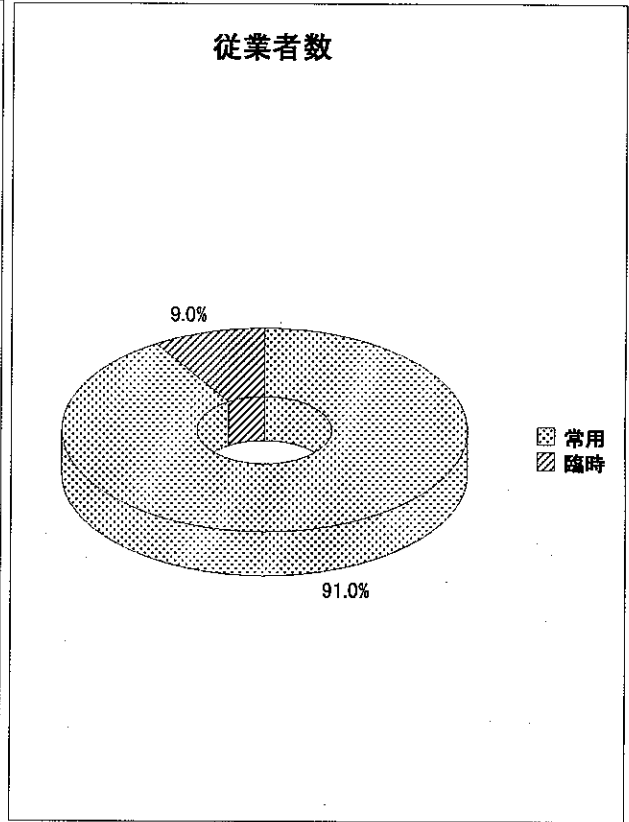
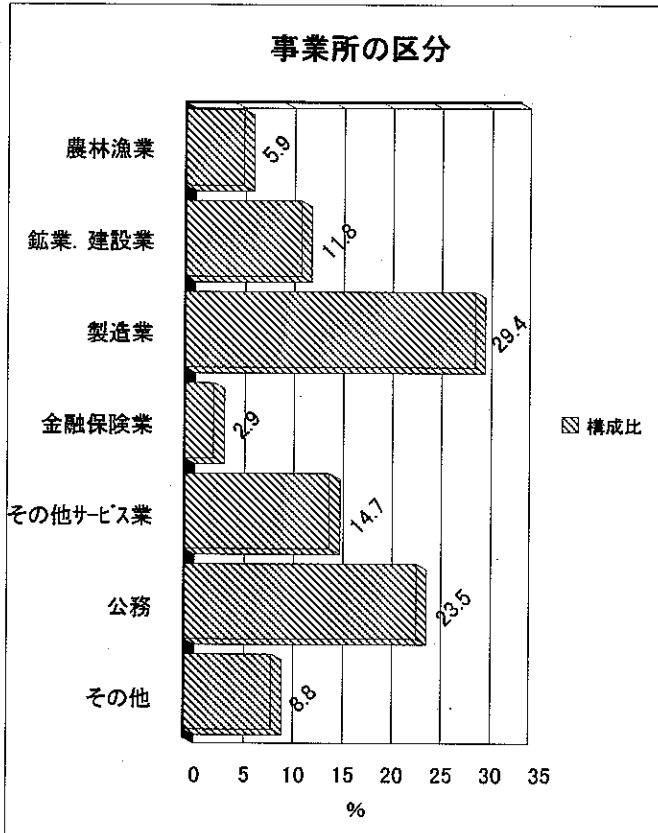
- ・ 我が町の位置、地形を充分にいかした商店街作り。（食料品・60代以上）
- ・ 出来ることなら他町村へ出向くことのない様な商店街になると良いと思います。（家具・什器・50代）
- ・ 町内商店街の共通の商品券を発行し、お祝いや、お返しに主に商品券を使ってもらい、外部にお客が流れないようにする。（家具・什器・60代以上）
- ・ 店の並びをそろえて、あいていない店がない様にしたい。旧来の商店街にとらわれないMSC式の再開発が必要と思う。ソフト面で小規模経営に合った情報処理機能（パソコン等）が必要。そのための支援が必要。（家具・什器・40代）
- ・ 人的には我田引水のない公正なリーダーに5年、10年先を見据えた仕事をして頂きたい。店舗的には、色・形等のバランスをとって「街」としてのテーマを打ち出す。電線の地中埋没化も実施すべき。もっと、「街」に公金を掛けるべき。他にしても恵まれなさ過ぎます。（衣服・身の回り品・50代）
- ・ 楽しんでやっていますので、お客様にも楽しんでいってもらえる様努力しております。（衣服・身の回り品・50代）
- ・ お客様の喜ぶことを沢山することだと思う。（衣服・身の回り品・40代）
- ・ 新得町の商店は、空き店舗が多い。何とかしてはどうでしょうか。（衣服・身の回り品・50代）
- ・ 1. 町自身が地元小売業者の身になって人口増に強い行政力を生かし、企業の望む様な地盤作りが必要と思う。2. 屈足地区農村地等を上記に結び付けて考えて頂きたい。（文化品・60代以上）
- ・ 不足業種を入れて、まとまりのある活性化作りをして欲しい。（文化品・50代）
- ・ にぎわいのある商店街になって欲しいです。ただ現状は明かりが見えず、頑張ろうを通りすぎ、あきらめの気持ちになりつつある。個店の努力はもちろんだが、商工会の力をどれだけ発揮できるか期待しています。（文化品・40代）
- ・ 屈足市街歩道の拡幅と商店の集約、近代化店舗を。（飲食・サービス・娯楽・60代以上）
- ・ 問6の（2）にある理由が現状でいたずらに各店舗の拡大を図るのではなく一層進む過疎・高齢化対策を進めるべきで、発想の転換を図っては。石川県等の他各地方のあり方を充分検討し取り入れるべきと思います。この先、屈

足本通りの商店でも営業不振、後継者難で10件近くの商店でも年寄りの一代限りで廃業予定者がいるのが現実です。(飲食・サービス・娯楽・60代以上)

- ・ 商店街は、観光地又は温泉の行き帰りに寄ってみたくなるような街並み・商店街を作るべきである。(飲食・サービス・娯楽・40代)
- ・ とっても難しい問題で、業種ごとに今お客様は何を求めているのかを考え、大型化ばかりが良いわけではないと思います。(飲食・サービス・娯楽・50代)
- ・ 1. 日曜営業して欲しい。 2. 本通り北3・北4丁目の道路を拡幅整備して欲しい。(飲食・サービス・娯楽・40代)
- ・ 新得・占冠間のクシナイ線を一日も早く着工させる事が一番の活性化につながると思います。現在、トナムに従業員が800人からいるので、この人達が流れると思うから。(飲食・サービス・娯楽・60代以上)
- ・ 観光客や若者が立ち寄りやすい、何か目玉になるものをもっと作っていかないと過疎化が進んでいる中で、近代化をはかるのはちょっと無理があると思います。(飲食・サービス・娯楽・50代)
- ・ 人口減少に伴い、町全体に目新しい魅力的な動きがなく、今後の見通しもあまり期待できないと思う。(飲食・サービス・娯楽・50代)
- ・ 天気の良い日にフラリと小さな子供を連れて行きたくなる様な公園(もしくはコミュニティー施設)の周りに、うるさくない程度の店並みがあるという様な商店街が田舎的で理想的。(飲食・サービス・娯楽・40代)
- ・ 核となる店を本通りの空き地に誘致し、旅行者のくつろげる公園等を作り(散策路・水路)、心のくつろげる町にして欲しい。(飲食・サービス・娯楽・40代)
- ・ 1. 過疎化の防止 2. 各商店が住民のニーズに敏速に答えてサービスを高める 3. 公務員は地元商店の活用をしていない (その他・40代)
- ・ 人口減少を極力防止する対策が目下の急務である。(その他・60代以上)
- ・ 商店街の美化、新得町内で買い物をすると商店街共通の商品券がもらえるようにしたら良い。(その他・60代以上)
- ・ 他町村に研修旅行に行く若い人を育て、地域に合った商店街を作る事例：リトル軽井沢と言われるような商店街作り(その他・50代)
- ・ 町民は近隣の大型店を利用する傾向が多くなってきている。これは、ガソリン代をかけても良い品が安く入手できるためで、それに対抗できる商品、価格、店内の環境の整備が必要ではないでしょうか。(その他・40代)

Ⅲ 新得町における事業所購買の実態と推計

1 事業所の区分及び従業者数



事業所の区分

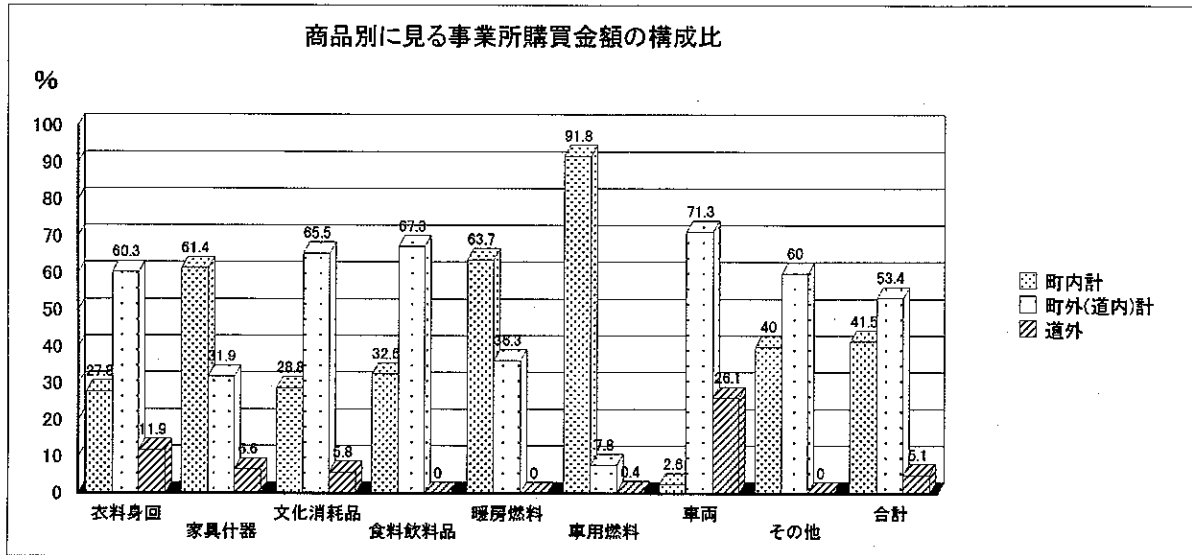
業種	企業数	構成比
農林漁業	2	5.9
鉱業・建設業	4	11.8
製造業	10	29.4
卸小売業	0	0.0
飲食店	0	0.0
金融保険業	1	2.9
運輸通信業	0	0.0
電気ガス水道業	0	0.0
ホテル・旅館	0	0.0
その他サービス業	5	14.7
公務	8	23.5
その他	3	8.8
無回答	1	2.9
合計	34	100.0

従業者数

種類	人数	構成比
常用	1,039	120.7
臨時	103	12.0
合計	1,142	132.6

平均従業者数 45.7 人

2 事業所調査結果における購買実態



商品別購買金額(実数)

単位: 万円

商品名	新得町内				新得町以外の道内			道外	購買金額 合計
	小売店	農協	その他	町内計	帯広市	他市町村	道内計		
衣料・身回品	682	27	3	712	353	940	1,293	241	2,246
家具什器備品	2,721	34	13	2,768	982	318	1,300	252	4,320
文化品・消耗品	3,001	62	694	3,757	2,028	5,410	7,438	643	11,838
食料品・飲料品	8,678	225	429	9,332	7,499	8,050	15,549	33	24,914
暖房・厨房燃料	8,107	162	36	8,305	467	3,603	4,070	0	12,375
車用燃料(ガソリン)	11,554	391	63	12,008	201	4,234	4,435	30	16,473
車両	133	2	120	255	7,606	605	8,211	2,500	10,966
その他	1,506	109	1,100	2,715	1,280	2,878	4,158	0	6,873
合計	36,382	1,011	2,458	39,851	20,416	26,038	46,454	3,699	90,004

調査企業従業者数 1,142 人

@ 78.8 万円

@ 43.9 万円(燃料・ガソリン・車両除く)

商品別購買金額(構成比)

単位: %

商品名	新得町内				新得町以外の道内			道外	購買金額 合計
	小売店	農協	その他	町内計	帯広市	他市町村	道内計		
衣料・身回品	30.4	1.2	0.1	31.7	15.7	41.9	57.6	10.7	100.0
家具什器備品	63.0	0.8	0.3	64.1	22.7	7.4	30.1	5.8	100.0
文化品・消耗品	25.4	0.5	5.9	31.7	17.1	45.7	62.8	5.4	100.0
食料品・飲料品	34.8	0.9	1.7	37.5	30.1	32.3	62.4	0.1	100.0
暖房・厨房燃料	65.5	1.3	0.3	67.1	3.8	29.1	32.9	0.0	100.0
車用燃料(ガソリン)	70.1	2.4	0.4	72.9	1.2	25.7	26.9	0.2	100.0
車両	1.2	0.0	1.1	2.3	69.4	5.5	74.9	22.8	100.0
その他	21.9	1.6	16.0	39.5	18.6	41.9	60.5	0.0	100.0
合計	40.4	1.1	2.7	44.3	22.7	28.9	51.6	4.1	100.0

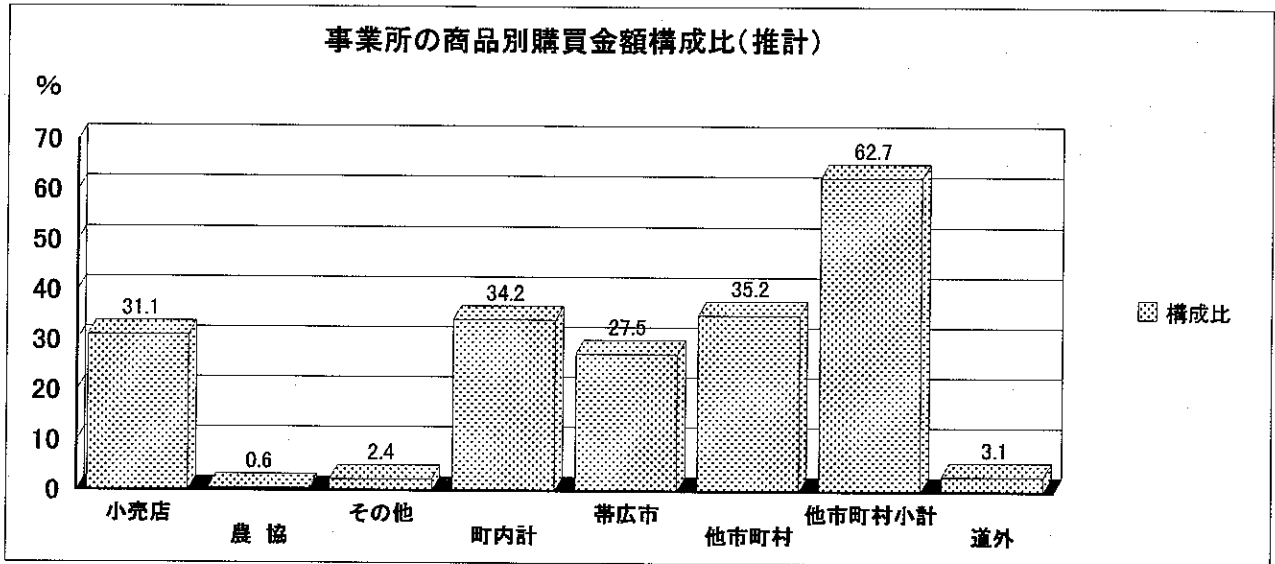
従業者1人当たりの商品別購買金額(実数)

単位: 万円

商品名	新得町内				新得町以外の道内			道外	購買金額 合計
	小売店	農協	その他	町内計	帯広市	他市町村	道内計		
衣料・身回品	0.6	0.0	0.0	0.6	0.3	0.8	1.1	0.2	2.0
家具什器備品	2.4	0.0	0.0	2.4	0.9	0.3	1.1	0.2	3.8
文化品・消耗品	2.6	0.1	0.6	3.3	1.8	4.7	6.5	0.6	10.4
食料品・飲料品	7.6	0.2	0.4	8.2	6.6	7.0	13.6	0.0	21.8
暖房・厨房燃料	7.1	0.1	0.0	7.3	0.4	3.2	3.6	0.0	10.8
車用燃料(ガソリン)	10.1	0.3	0.1	10.5	0.2	3.7	3.9	0.0	14.4
車両	0.1	0.0	0.1	0.2	6.7	0.5	7.2	2.2	9.6
その他	1.3	0.1	1.0	2.4	1.1	2.5	3.6	0.0	6.0
合計	31.9	0.9	2.2	34.9	17.9	22.8	40.7	3.2	78.8

調査企業従業者数 1,142 人

3 新得町における事業所購買力の推計



注: 暖房・車両用燃料・車両を除く

単位: 万円

新得町事業所の商品別購買金額(推計)

商品名	新得町内				新得町以外の道内			道外	購買金額 合計
	小売店	農協	その他	町内計	帯広市	他市町村	道内計		
衣料・身回品	2,425	96	11	2,532	1,255	3,343	4,598	857	7,987
家具什器備品	9,676	121	46	9,843	3,492	1,131	4,623	896	15,362
文化品・消耗品	10,672	219	2,468	13,358	7,212	19,238	26,450	2,287	42,095
食料品・飲料品	30,859	800	1,526	33,185	26,667	28,626	55,293	117	88,595
小計	53,632	1,236	4,050	58,918	38,626	52,338	90,964	4,157	154,039
暖房・厨房燃料	28,829	576	128	29,533	1,661	12,812	14,473	0	44,006
車両用燃料(ガソリン)	41,087	1,390	224	42,701	715	15,056	15,771	107	58,579
車両	473	5	427	905	27,047	2,151	29,199	8,890	38,994
その他	5,355	388	3,912	9,655	4,552	10,234	14,786	0	24,441
合計	129,376	3,595	8,741	141,712	72,600	92,592	165,192	13,154	320,058

町内企業従業者数 4,061 人(H9.7.1)

新得町事業所の商品別購買金額構成比(推計)

単位: %

商品名	新得町内				新得町以外の道内			道外	購買金額 合計
	小売店	農協	その他	町内計	帯広市	他市町村	道内計		
衣料・身回品	30.4	1.2	0.1	31.7	15.7	41.9	57.6	10.7	100.0
家具什器備品	63.0	0.8	0.3	64.1	22.7	7.4	30.1	5.8	100.0
文化品・消耗品	25.4	0.5	5.9	31.7	17.1	45.7	62.8	5.4	100.0
食料品・飲料品	34.8	0.9	1.7	37.5	30.1	32.3	62.4	0.1	100.0
小計	34.8	0.8	2.6	38.2	25.1	34.0	59.1	2.7	100.0
暖房・厨房燃料	65.5	1.3	0.3	67.1	3.8	29.1	32.9	0.0	100.0
車両用燃料(ガソリン)	70.1	2.4	0.4	72.9	1.2	25.7	26.9	0.2	100.0
車両	1.2	0.0	1.1	2.3	69.4	5.5	74.9	22.8	100.0
その他	21.9	1.6	16.0	39.5	18.6	41.9	60.5	0.0	100.0
合計	40.4	1.1	2.7	44.3	22.7	28.9	51.6	4.1	100.0

町内企業従業者数 4,061 人(H9.7.1)

4 地元小売店に対する苦情や要望等（事業所購買調査）

- ・ 商品の品揃えを増やす。価格の面でも帯広などの量販店並の価格までは、出来なくても、各商店の販売努力やサービスの向上、地元の活性化になる様な事を考えてほしいです。
- ・ この地域で製造業を営ませてもらっている以上、できるだけ地元小売業を活用してもらおうと思います。ただ、特殊な業種であるために、当社にしても小売店にしてもなやなや対応できない面もあります。
- ・ 日曜日の営業をする店がすくない。注文した物がない時、帯広や札幌から取り寄せてもらうが、日数がかかりすぎる。各事業所へ営業にこないため、取扱い商品がわからない。
- ・ 品数が少ない。値引きが少ない。
地元で調達できない物品については、他市町村より購入している場合もある
- ・ 一部、特殊な教材等が入手しにくい。無理に通せば高くなる→税金の無駄遣い。燃料価格が高い。どしどし買ってもらえるような商品構成や企業努力が必要。
- ・ 文具、燃料、車両ガソリン等以外は上部機関からの現物供与のため地元小売店からの購入が少ない。
- ・ 品数、価格がやはり多少高いように思います。接客、態度は良いので買いやすいと思います。（付かず離れず）
- ・ 町民の施設であり地元調達可能な限り取り引きさせて頂きます。

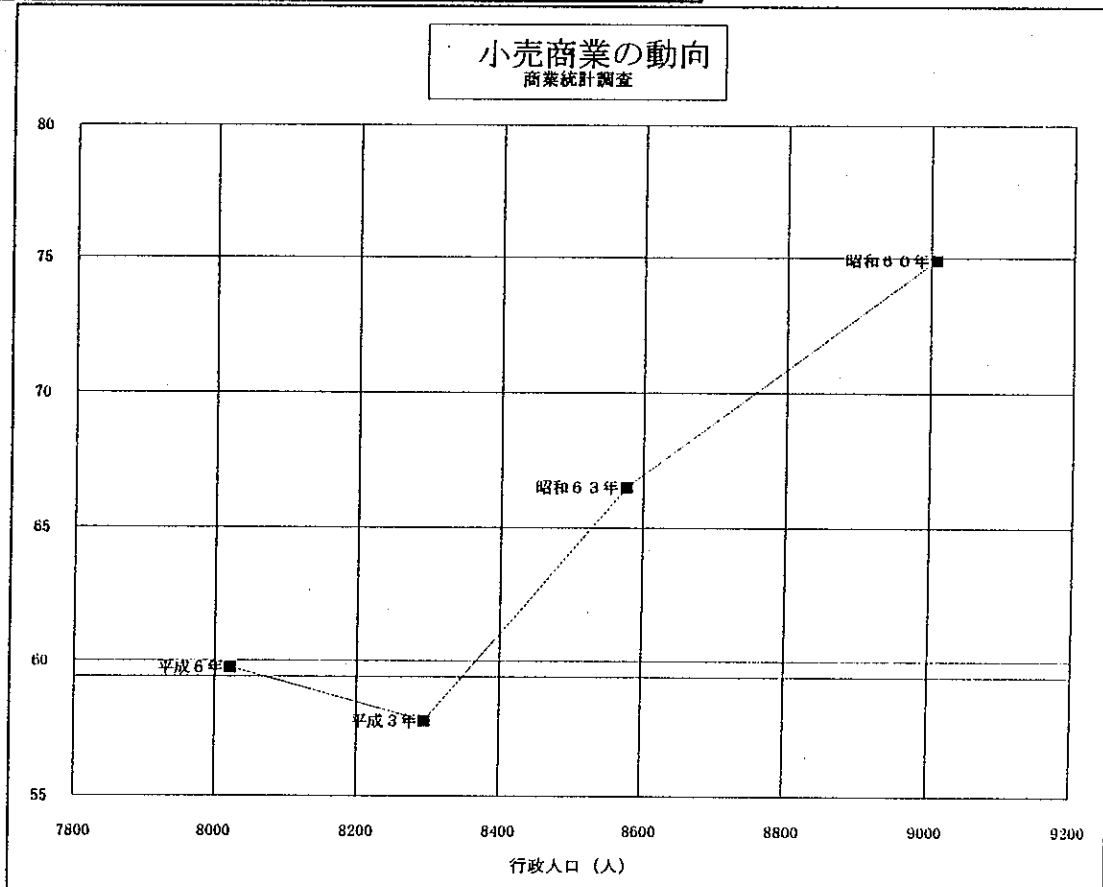
IV 商業統計に見る新得町小売業力の動向

調査年 (比較)	行政人口		商店数			年間販売額			売場面積		
	実数 (人)	構成比	実数 (店)	構成比	商店 充足率	実数 (万円)	構成比	販売 充足率	実数 (㎡)	構成比	売場 充足率
昭和60年	9,008	0.16	113	0.20	129.0	457,964	0.12	74.9	8,215	0.17	108.5
昭和63年	8,577	0.15	104	0.19	124.2	426,634	0.10	66.5	7,310	0.14	93.5
平成3年	8,294	0.15	96	0.17	118.5	432,284	0.08	57.8	7,721	0.14	95.9
平成6年	8,022	0.14	84	0.16	115.7	437,012	0.08	59.8	7,016	0.12	86.4
S60/S63比	-431	-0.01	-9	-0.02	-4.9	-31,330	-0.02	-8.4	-905	-0.03	-15.0
S60/H3比	-714	-0.01	-17	-0.03	-10.6	-25,680	-0.03	-17.2	-494	-0.03	-12.6
S60/H6比	-986	-0.02	-29	-0.04	-13.3	-20,952	-0.03	-15.2	-1,199	-0.05	-22.1
H6町村部	8,154	25.74	83	28.83	112.0	509,889	17.66	68.6	7,397	23.06	89.6
H6全道平均	26,900		243			2,452,055			27,235		

注：車両・燃料・農耕用品を除く。

従業者数 (人)	1店当 り年販 売額	1㎡当 り年販 売額	人口1 人当 年販 売額	従業者 1人当 販売額	商業人口 (人)	小売業 支持人 口(人)	備 考			
							前回流 出入率	前回と の対比	当年の潜在 購買力万円	当年の流出 入額：万円
	4,053	55.7	50.8		6,749	0.82			611,218	-153,254
323	4,102	58.4	49.7	1,321	5,705	0.78	74.9	-8.4	641,423	-214,789
327	4,503	56.0	52.1	1,322	4,791	0.62	66.5	-8.7	748,312	-316,028
302	5,203	62.3	54.5	1,447	4,794	0.68	57.8	2.0	731,232	-294,220
	49	2.6	-1.1		-1,045	-0.04			30,205	-61,535
	450	0.2	1.3		-1,958	-0.20			137,094	-162,774
	1,150	6.5	3.6		-1,955	-0.14			120,015	-140,967
349	6,170	68.9	62.5	1,459	5,594	0.76				
1,411	10,075	90.0	91.2	1,737	26,900	0.99				

資料提供：北海道商工会連合会



問5 お宅では、次の商品を主にどこでお買いになりますか。

最近1年間の買物について、商品毎の買物金額割合の合計が10割になるよう記入して下さい。

買物場所 商品名	新 得 町				新 得 町 以 外					合 計	今後当町以外の買物は				
	新得市街の商店	新得フクハラ	町内Aコープ	屈足市街の商店	屈足フクハラ	帯広市	札幌市	清水町	市民生協		その他地域	通信販売	多くなる	変わらない	少なくなる
< 記 入 例 >	2	1		1		3		1	2			10		○	
生鮮食料品(青果・精肉・鮮魚)												10			
一般食料品(酒・米・菓子・パン)												10			
日用雑貨(荒物・金物・陶器)												10			
医薬・化粧品												10			
実用衣料類(シャツ・下着・洋品)												10			
高級衣料類(外出着・流行品)												10			
呉服・反物・寝具												10			
靴・鞆・装飾品・アクセサリ												10			
時計・メガネ・カメラ												10			
家庭電器製品												10			
家具・インテリア類												10			
書籍・文具類												10			
楽器・CD・スポーツ用品												10			
贈答品(中元・歳暮)												10			
理・美容												10			
外飲食												10			
ガソリン・軽油・灯油・プロパン												10			

問6 新得町内の商店街(商業集積)をより近代的、魅力的にするために、あなたが希望する対応策について、次の該当するところにそれぞれ○印を付けて下さい。

商店街(商業集積)近代化対応策	非常にそう 思う	ややそう 思う	どちらとも 言えない	あまりそう 思わない	全くそう 思わない
①大型店を誘致して欲しい					
②商店を再配置し、にぎわいのある商店街にして欲しい					
③地元商店で共同店舗(ショッピングセンター)を建設して欲しい					
④商店街ぐるみでの近代化を実施して欲しい					
⑤駐車場・街路整備等の環境整備をして欲しい					
⑥不足業種を誘致し、商店街の充実を図って欲しい					
⑦飲食店やサービス関連業種を充実し、楽しい商店街にして欲しい					
⑧文化・スポーツ等のコミュニティー施設を設置して欲しい					
⑨商店街全店共通のスタンプ券を発行して欲しい					
⑩夜市・縁日・はだか市等イベントの強化を図って欲しい					

問7 新得町の商店及びまちづくりについて、ご要望やご意見がございましたらご記入願います。

ご協力大変ありがとうございました。

(秘)

小売業経営の現況調査票

新得町・新得町商工会

<調査の目的とお願い>

- 1 この調査は、地域内の小売業者の経営実態、個々の抱えている問題点等の実態を把握し、今後の商業活性化の参考資料とするものです。
- 2 この調査票は、個票のままでは公表しませんので、率直なご意見をお寄せ下さい。
- 3 なお、不明な点がありましたら、商工会（TEL 4-5324）までお問い合わせ下さい。

問1 あなたのお店のことについて、ご記入下さい。各項目毎に1つ選んで○印又は記入して下さい。

(1)業種 (注を参考)	①食料品 ②家具・什器 ③衣服・身の回り品 ④文化品 ⑤飲食・サービス・娯楽 ⑥その他 ()
(2)店の所在地	①新得地区 ②屈足地区 ③その他
(3)組織形態	①個人 ②有限 ③株式 ④その他
(4)実質経営者の年代	①20代 ②30代 ③40代 ④50代 ⑤60代以上
(5)創業年月	①明治 ②大正 ③昭和 ④平成 年 月
(6)後継者	①いる ②いない ③目下不明 ④いるが継がせたくない
(7)店舗間口	M (間)
(8)売場面積	m ² (坪)
(9)定休日	①ある (曜日・月 回) ②なし ③不定期
(10)営業時間	開店 時-閉店 時 (計 時間)
(11)従業者数(経営者含)	名

注. ①食料品～生鮮・一般食料品 ②家具・什器～日用雑貨品・家庭電気製品・家具・インテリア類
③衣服・身の回り品～実用衣料・高級衣料・呉服・反物・寝具類・靴・履き物・鞆類 ④文化品～
化粧・医薬品・時計・眼鏡・カメラ・書籍・文具・楽器・レコード・スポーツ用品類 ⑤飲食・サ
ービス・娯楽～理美容・外飲食・パチンコ

問2 最近の営業状況について、各項目毎に当てはまるところに○印を付けて下さい。

- | | | | |
|----------|-----|------|-----|
| (1)客数 | ①増加 | ②横ばい | ③減少 |
| (2)客単価 | ①増加 | ②横ばい | ③減少 |
| (3)売上 | ①増収 | ②横ばい | ③減収 |
| (4)荒利益率 | ①増益 | ②横ばい | ③減益 |
| (5)営業利益率 | ①増益 | ②横ばい | ③減益 |

問3 現在、あなたが当面している経営上の問題について、次の項目から3つ選んで○印を付けて下さい。

1. 売れ行き不振	8. 資金の調達難	15. 店舗の狭隘
2. 顧客数の減少	9. 資金繰りの悪化	16. 価格競争
3. 荒利益率の低下	10. 他市町への買物客の流出	17. 後継者問題
4. 経費の増加	11. 大型店の影響	18. 経営者の高齢化
5. 人件費の増加	12. Aコープの影響	19. 商店街活動の停滞
6. 従業員の不足	13. 駐車場の不足	20. 観光・リゾート客減少の影響
7. 売掛金の回収長期化	14. 店舗の老朽化	21. その他 ()

問4 あなたのお店の今後の経営方針について、各項目毎に当てはまるところに○印を付けて下さい。

項目	今後の経営方針		
1. 営業の継続	①営業を継続する	②近い将来廃業したい	③分からない
2. 営業の継承	①後継者に承継したい	②1代限りでやめたい	③分からない
3. 業種・業態	①現状のまま	②業種転換したい	③多角化で事業拡大を進めたい
4. 立地場所	①現在地で継続	②町内の良い場所に移転したい	③他市町村に移転したい
5. 品揃え戦略	①現状のまま	②総合化したい	③専門化したい
6. 価格戦略	①現状のまま	②高級化戦略	③低価格戦略
7. 店舗規模	①現状のまま	②拡大・大型化したい	③縮小・小型化したい
8. 販売戦略	①現状のまま	②店頭売りに力を入れたい	③外販(卸売を含む)に力を入れたい
9. サービス	①現状のまま	②長時間営業にする	③年中無休にする
	④配達等サービスの強化	⑤従業員教育を徹底する	
10. スタンプ・シール事業	①必要である	②どちらともいえない	③必要ない
11. 商店街の近代化	①併せて実施したい	②独自で実施する	③現状のまま

問5 新得町の商店街(商業集積)をより近代的、魅力的にするために、あなたが希望する対応策について、次の該当するところにそれぞれ○印を付けて下さい。

商店街(商業集積)近代化対応策	非常にそう 思う	ややそう思 う	どちらとも 言えない	あまりそう 思わない	全くそう 思わない
①大型店を誘致して欲しい					
②商店を再配置し、にぎわいのある商店街にして欲しい					
③地元商店で共同店舗(ショッピングセンター)を建設して欲しい					
④商店街ぐるみでの近代化を実施して欲しい					
⑤駐車場・街路整備等の環境整備をして欲しい					
⑥不足業種を誘致し、商店街の充実を図って欲しい					
⑦飲食店やサービス関連業種を充実し、楽しい商店街にして欲しい					
⑧文化・スポーツ等のコミュニティー施設を設置して欲しい					
⑨商店街に対し行政面からの指導援助を強化して欲しい					
⑩商店街全店共通のスタンプ券を発行して欲しい					

問6 新得町の商店街近代化を実施することについて、次の当てはまるものを1つ選ぶとともに、その理由の具体的な内容をご記入下さい。

(1) 商店街を近代化することは

- ①是非実施すべきである ②現状のままでよい ③必要性はない
④その他 ()

(2) 理由の具体的な内容

問7 新得町の商店街の活性化に向けて、あなたのご意見やご要望をお聞かせ下さい。

ご協力大変ありがとうございました。

(秘)

事業所購買調査票

<ご協力のお願い>

新得町・新得町商工会

この調査は、新得町の商業近代化をはかるための基礎資料を得るため、あなたの事業所において過去1年間に購買された実績等の事項を調査させていただくものです。

ご多忙のところ恐縮ですが、格別のご協力をお願いいたします。(調査結果は個別に公表したり他の目的に利用したりしません)なお、不明な点がありましたら商工会(4-5324)へ連絡願います。

1. あなたの事業所についてご記入下さい。(本支店・営業所等であっても、町内に設置されている法人・個人の事業所を含む)

(1) 事業所名「 _____ 」(事業所名は差し支えなかったらご記入下さい)

(2) 事業所の区分 ①農林漁業 ②鉱業・建設業 ③製造業 ④卸小売業 ⑤飲食店
(0印を付けて下さい) ⑥金融保険業 ⑦運輸通信業 ⑧電気・ガス・水道業 ⑨ホテル・旅館
⑩その他サービス業 ⑪公務 ⑫その他(_____)

(3) 従事者数 常用 _____ 人(うち常勤役員 _____ 人)・臨時 _____ 人
(役員も含) (注)支店・出張所等の場合は、新得町の事業所に従事している人数のみを記入して下さい。

2. あなたの事業所で最近1年間に購買した下記商品の購買金額等について記入して下さい。

商 品	項 目	内 訳							購買金額 合 計
		道 内						道 外	
		新 得 町 内				新得町以外			
		小売店	農 協	その他	町内計	帯広市	他市町村		
衣 料	事務服・作業服・寝具・椅子カバー・	万円	万円	万円	万円	万円	万円	万円	万円
身の回品	スリッパ・作業靴・カバン等								
家具什器	机・椅子・ロッカー・事務機器・								
備 品	電気器具・暖冷房器具・金物等								
文化品	書籍・紙・文具・運動具・時計・								
消耗品	植木・医療具・医薬品・娯楽品等								
食 料 品	生鮮食品・酒類・菓子・青果・								
	飲料・お茶等								
燃 料	暖房・暖房用燃料等(プロパン・灯油)								
	車輛用ガソリン・軽油								
車 両	(トラック・乗用車等)								
そ の 他									
	計								

- (注) 1. お歳暮等の贈答品購入代金は商品別に配分して下さい。
 2. 小売店が通常取扱わない商品及び小売店が販売用に仕入れる商品は除いて下さい。
 3. 飲食店、旅館等で営業用に購入する飲食料品は記入して下さい。
 4. 住込み従業員の膳費は食料品に含めないで下さい。

3. 地元小売店に対する苦情や要望、あるいは取引のできない理由等について率直なご意見をご記入下さい。

— ご協力ありがとうございました —

平成9年度 地域小売商業振興推進事業
「街おこし推進事業」実施内容一覧

日時	事業名	内容
平成9年7月7日	第1回街おこし推進委員会及 第1回街おこし研究会	1) 推進委員及び研究委員の委任状の交付 2) 街おこし推進事業の概要について 3) 街おこし事業の計画スケジュールについて
平成9年7月8日	第2回街おこし研究会	1) 街おこし研究会事業について 2) アンケート調査内容について 3) アンケート調査配布回収について 4) 視察内容の検討について 5) 第1回ワークショップ 「新得に託す夢」
平成9年7月15日 ～8月27日	アンケート調査の実施	1) 生活者（消費者）購買行動調査 301世帯 2) 小売業経営者の意識調査 75店舗 3) 事業所購買調査 34事業所
平成9年8月4日	管内先進地視察研修	1) 浦幌町商工会 イ) 商店街近代化事業について ロ) 複合施設「コスミックホール」について 2) 音更町商工会 イ) 大型店出店による商店街への影響について ロ) 大型店対策と近代化事業について
平成9年8月8日	第3回街おこし研究会	1) 管内視察研修報告 2) アンケート調査回収状況について 3) 道外視察研修について 4) 第2回ワークショップ「オリジナリティづくり」
平成9年9月11日	ミニ近代化による商店街活性化 化研修会	1) 「今なぜミニ近代化か」 2) ミニ近代化の事業制度について
平成9年9月24日	第4回街おこし研究会	第3回ワークショップ「春夏秋冬ストーリー」
平成9年10月3日	'97商店街近代化フォーラム 参加	1) 21世紀へ革新する近代化事業と商店街活動 2) 分科会
平成9年10月14日	道外先進地視察研修	1) 増田町商工会 イ) 平成6年度街おこし推進事業内容について ロ) カード化事業とスタンプ事業について ハ) 商業振興について 2) 角館町商工会 イ) コミュニティホール施設設置経過について ロ) コミュニティホールの運営と利用状況について ハ) 商業振興について 3) 秋田パティオ事業協同組合 イ) サンパティオ事業の経過と概要について

平成9年10月18日	第1回新得高校土曜講座	まちづくりワークショップ「新得ってどんなまち？」
平成9年10月22日	第2回街おこし推進委員会及 第5回街おこし研究会	1) 街おこし事業中間報告会 2) 講演会 「暮らしが絵になる街まち～ヨーロッパ・アメリカ～」 (株)柳田石塚建築計画事務所 柳田良造氏
平成9年11月1日	第2回新得高校土曜講座	まちづくりワークショップ「まちを歩いてみよう」 1) スライド上映～ヨーロッパの街～ 2) まち歩きと写真撮影
平成9年11月16日	第27回 新得町まちづくり大会参加	まちおこし展示
平成9年11月28日	第6回街おこし研究会	第4回ワークショップ「テーマごとに考えよう」
平成9年12月20日	第3回新得高校土曜講座	まちづくりワークショップ「新得のまち大変身」 1) まち歩き写真の発表 2) イメージ写真を評価しよう
平成10年1月29日	第7回街おこし研究会	第5回ワークショップ「整備の方向性と役割」
平成10年3月 9日	第3回街おこし推進委員会	街おこし事業最終報告の提案について
平成10年3月30日	第4回街おこし推進委員会及 第8回街おこし研究会	街おこし事業最終報告会

1. 専門部会の活動

ワークショップを進めるに当たって3つのことを柱にしました。

基本的な考え方

●『新得地区』と『屈足地区』は一緒に進める

新得町の特徴はふたつの地区に分かれていることです。歴史の流れの中で分かれてしまったふたつの地区はイベントも施設も別々ですがこのワークショップの中では地区を分けずに一緒に考えることにしました。

●色々な立場の人の意見を聞く

ワークショップのメンバーは、行政、商工会、商店主、住民などで構成されていますが、商店街を利用するのは若者や高齢者など様々な立場の人たちです。より多くの利用者の声を聞き入れるために、新得高校土曜講座でのワークショップやまちづくり大会への出店を行いました。

●『小さなまちづくり』と『大きなまちづくり』を見つける

まちづくりは息の長い仕事です。大きな目標を行政、商店街、住民が築き、それに向かってそれぞれが小さな活動を積み重ねることで少しずつまちが成長していくのです。それぞれの立場で、大きな目標像を考え、自分たちにできることを見つけていきましょう。



専門部会の活動内容

- まちおこしワークショップ全5回
- 新得高校土曜講座ワークショップ全3回
- まちづくり大会への出店

『まちおこし WORK SHOP』

●第1回 7/8 『新得に託す夢』

初めてのワークショップでは、自己紹介を兼ねて新得の好きなところと嫌いなところ、新得に託す一人一人の夢を発表してもらいました。

●第2回 8/8 『オリジナルマップづくり』

新得1グループ、屈足2グループに分かれて、まちの良いところやもっとこうしたいと思うことの提案や、あまり利用されていない場所のプロットなどで賑やかなオリジナルマップをつくりました。

●第3回 9/24 『春夏秋冬ストーリー』

4つのグループに分かれて主人公を決め、春夏秋冬それぞれの新得での1日の過ごし方をストーリーに仕立てるという作業を通してまちづくりテーマを考えました。

●第4回 11/28 『テーマごとに考えよう』

今までのワークショップで話し合ったことを、まちづくりの「課題」「ニーズ」「アイデア」に分けてまとめ、実現へ向けてのテーマをグループごとに話し合いました。

●第5回 1/29 『整備の方向性と役割』

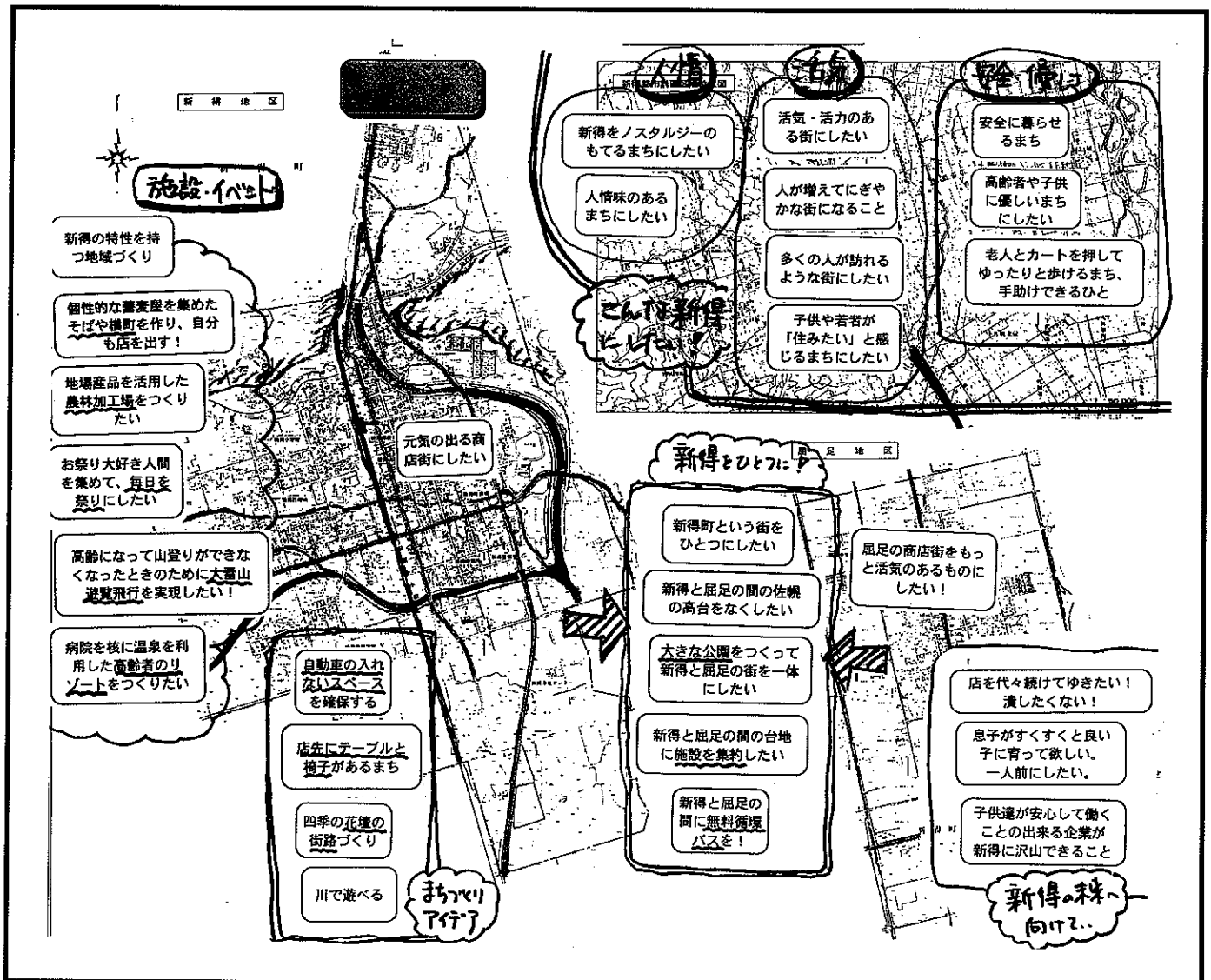
まちづくりの大きな方向性を確認し、商店街を元気づけるために手がける目標を選んで「行政」「商工会」「商店主」「住民」それぞれがどんな役割を担うのかを考えました。

第1回ワークショップ 『新得に託す夢』

専門部会は、住民、商業者、商工会、行政などいろいろな立場の方々に構成されています。まずは、それぞれのまちづくりへの想いを確認するために、新得の好きなところ、嫌いなところ、そして夢を発表しました。内容は自分自身の夢から大きなまちづくりのアイデアまで様々ですが、新得のまちを元気付けたいという強い願いが根底に流れています。

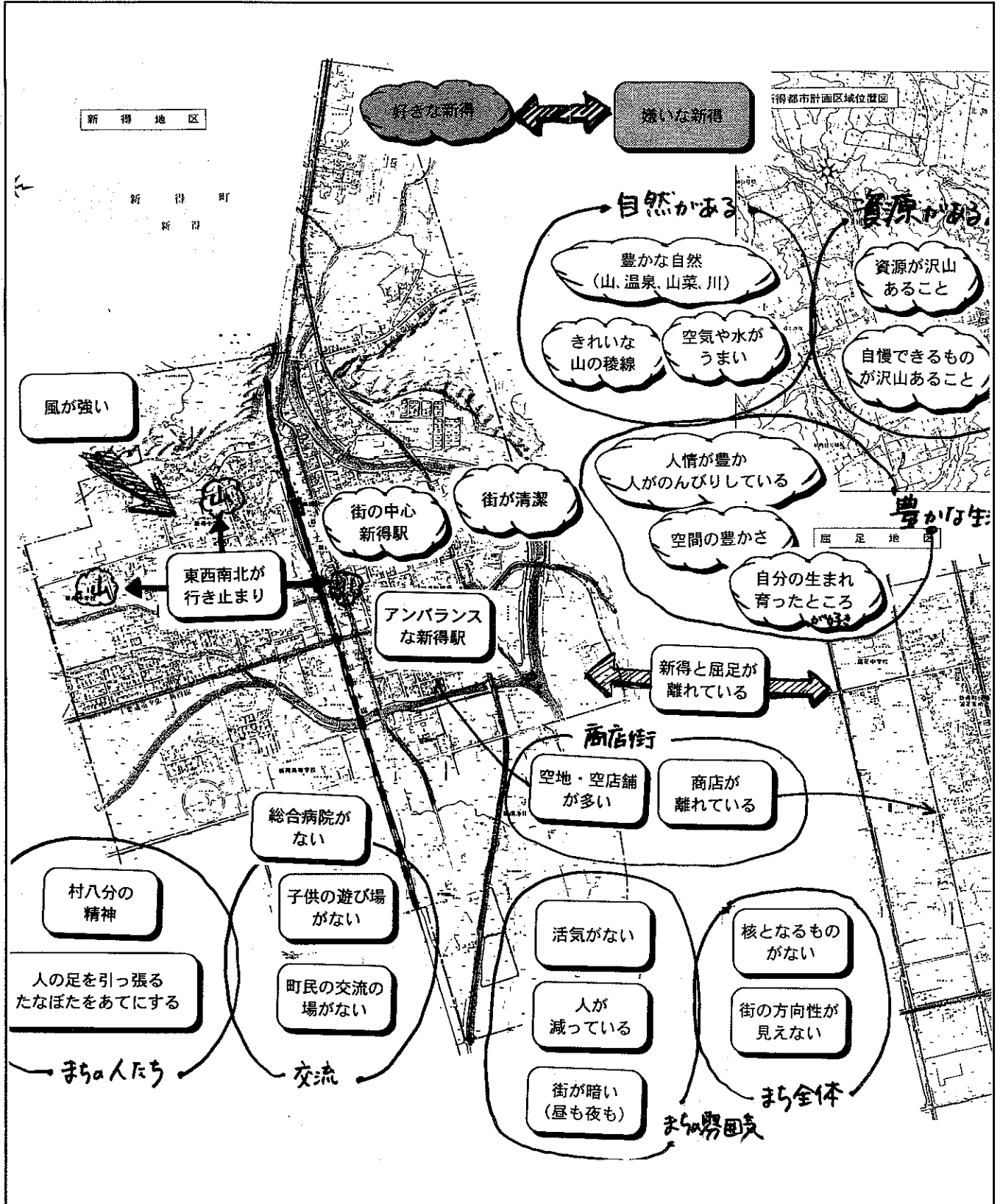


新得に託す夢



好きな新得 嫌いな新得

新得の街が自然に囲まれ、住民が豊かな生活を送っていることがわかります。しかし、まちの中心である市街地には核となるものがなく、人々が交流する場もないため、全体として活気がなくなっています。これは物理的な要因だけではなく、まちに住む人々の意識の中にも原因となるものが潜んでいるという指摘もありました。



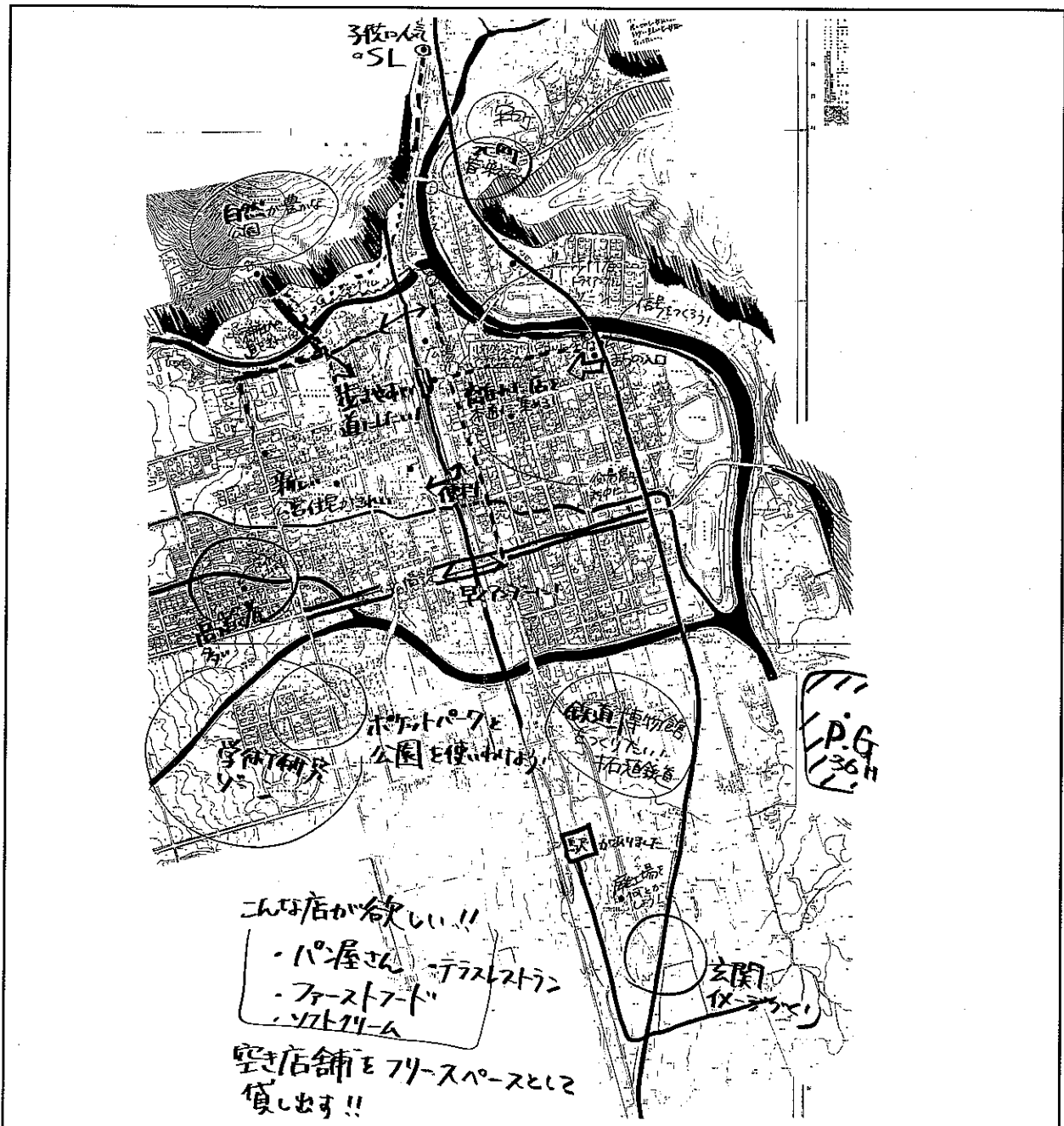
第2回ワークショップ

『オリジナルマップづくり』

このワークショップでは、グループに分かれてそれぞれの地図を元に、資源や課題、提案などを盛り込んだオリジナルマップづくりをしました。

新得地区のオリジナルマップ

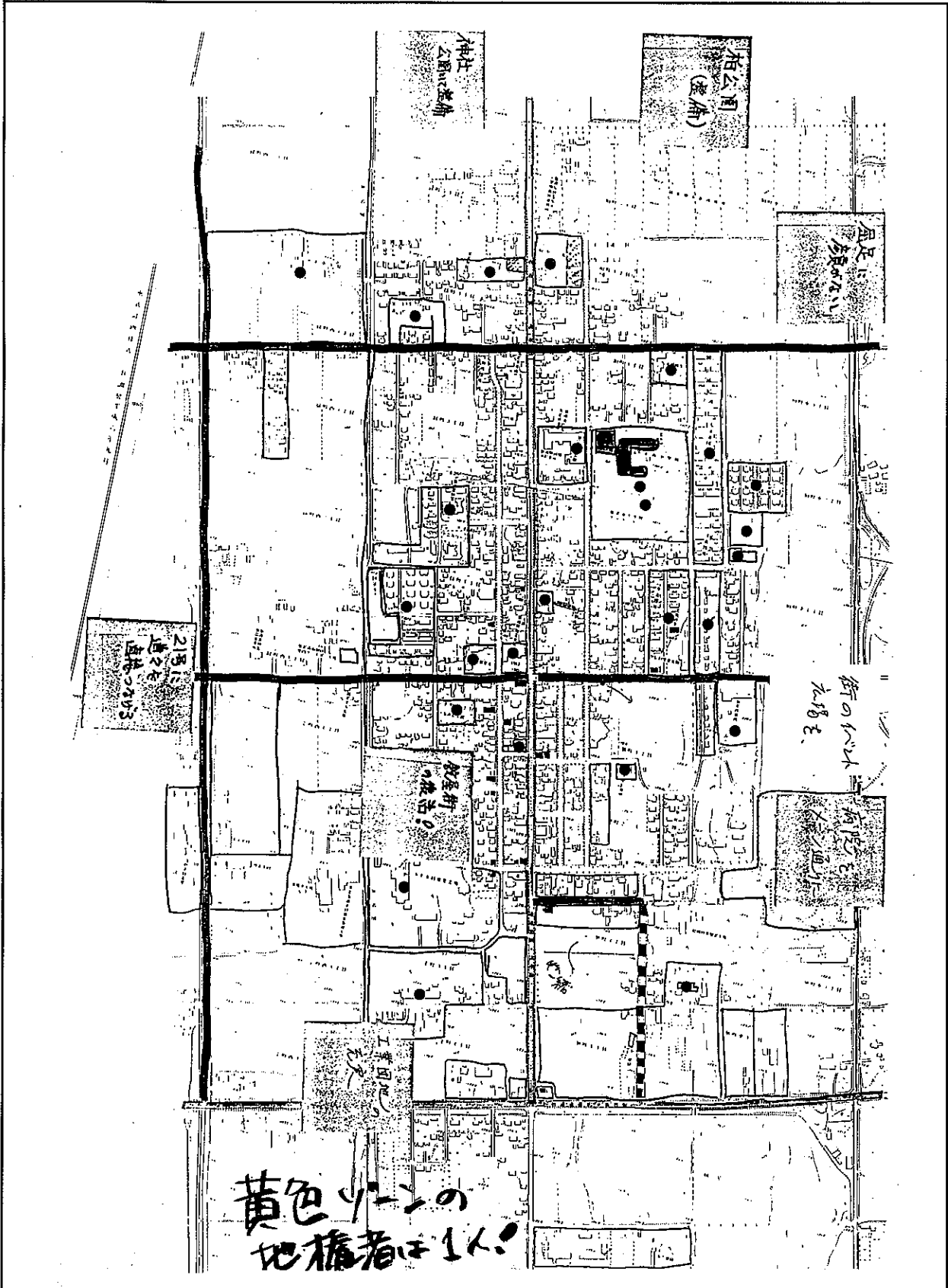
道路・鉄道・河川などを塗り分けてみると、改めて旧国道（現本通り）と現在の38号線との間に商店街・公官庁施設が集まり、JR線の西側に住宅街・福祉・教育施設が広がっていて、地形的にもさらにこれから南西へ広がる可能性があることがわかります。



屈足地区のオリジナルマップ

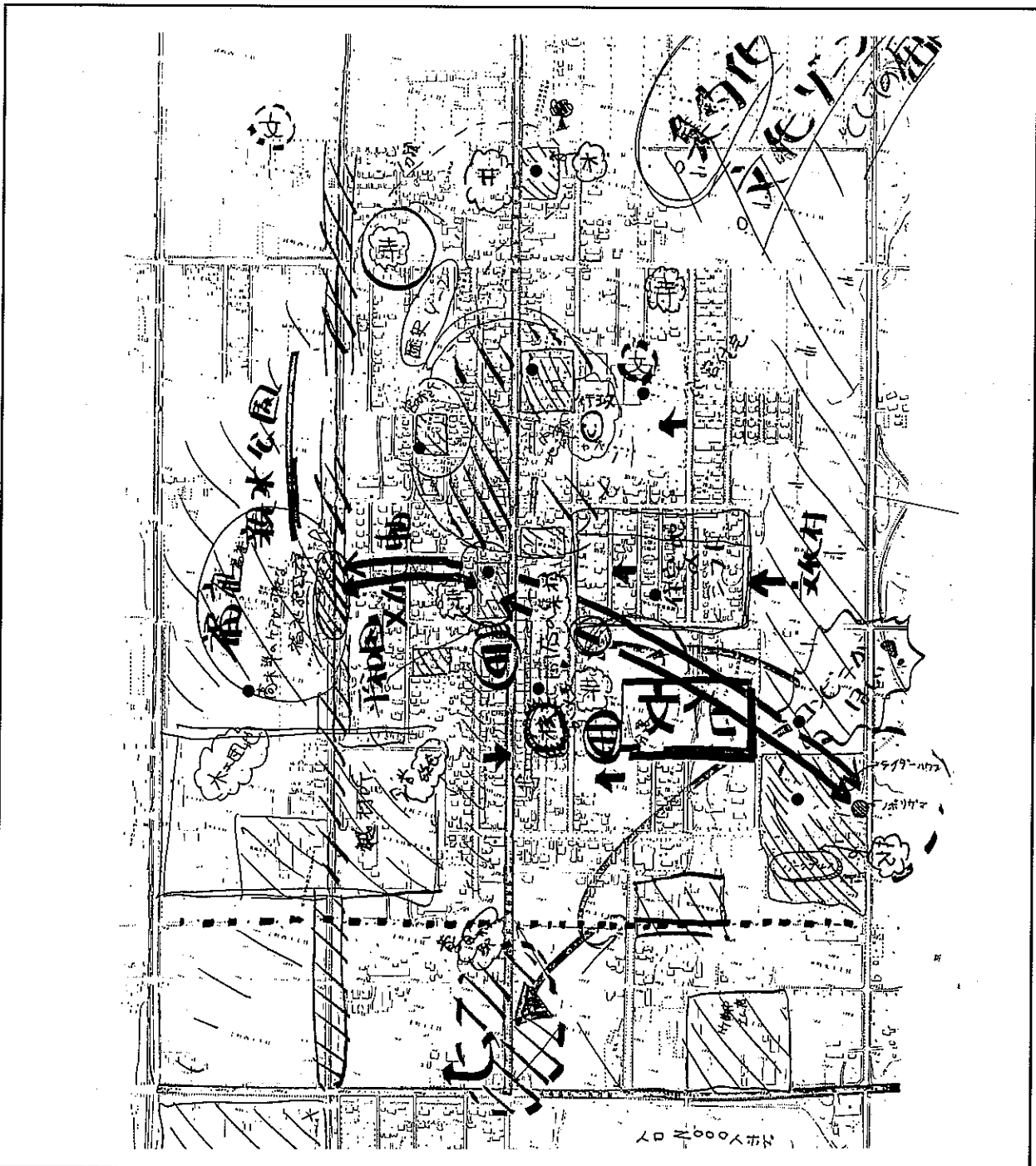
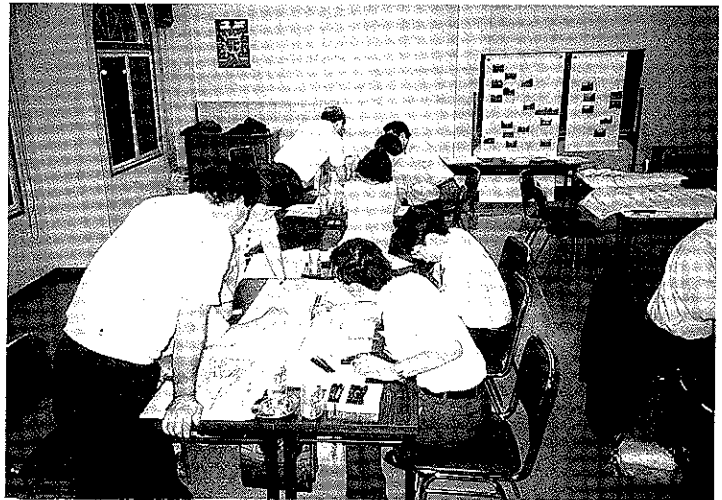
屈足地区は2つのグループに分かれて
マップづくりを行いました。

屈足に住む人たちが作ったマップでは、ま
ちの現状がよくわかります。特に、商店街部
分では小さな空き地が多く、それ以外では大
きな空き地が多いことや、土地の一筆あたり
の面積が大きいことがわかります。



明確なイメージづくりによって「新得地区」と「屈足地区」をつなぎたい！ということが提案の根底に流れています。

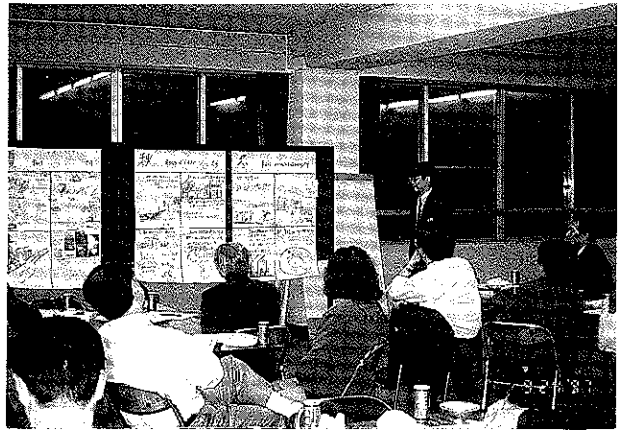
屈足地区は、林業で発展し、今でも製材工場が残っています。また、道内でも数少ない登り窯が緑豊かな公園の一角にあります。そこで、木工芸や陶芸などのアートを柱に若いアーティストたちを呼び込みアトリエ村を形成してはどうだろうか、という提案です。



第3回ワークショップ

『春夏秋冬ストーリー』

新得の街でどんな暮らしや時間の過ごし方をしたいかを考えるきっかけとして、主人公と季節を決めて1日のストーリーを考えました。



春

春のグループ（定年後の老夫妻）

朝は少し早起きし、新得山の桜が満開なので、お花見がてら散歩を楽しんでから「朝市」へ向かいます。新鮮で体によい地元の農産物を買って家へ戻り、その素材を使っておいしい朝食を作ります。

午後には、そばの体験学習をしたり、陶芸を作ったり、パークゴルフをしたり・・・新得にはカルチャーとスポーツを楽しむところがたくさんあるので、夫婦揃って楽しむことも、別々に仲間同士で楽しむこともできます。何もせずに二人で語り合いたい時は、のんびりと散策をしたり、まちにあるサロンで時間を過ごしたりします。

夜は、カラオケ大会や麻雀、ダンスなど仲間と一緒に楽しみ、最後は露天風呂で一日を締めくくります。

夏

夏のグループ（札幌からやってきた女子大生二人組）

朝、列車で新得駅にやってきました。駅に近づくると列車の中から新得山が見えてきて、「ようこそ しんとく」という花文字が歓迎してくれて大感激！

駅を降りると駅前の広場ではハイヤーや登山客がお弁当を広げています。友達のお兄さんが迎えにきていて、早速車に乗って町内巡りへ出発です。まずは畜産試験場へ。初めてみた放牧風景は、とにかく広くて空気がおいしくてまたまた感激！

昼食はそばや横町で手打ちそばに挑戦。初めて体験した打ち立てのそばを食べます。午後は陶芸センターで世界に一つしかないコーヒーカップを作ります。これは、公園にある登り釜で焼き上げて後日札幌へ送ってくれるので、帰ってからの楽しみです。陶芸センターが面している屈足のメインロードには、木の煉瓦が敷き詰められていて、暖かい感じがします。車を駐車場において少しまちを散策します。道路を北上していくと柏町公園にやってきました。公園では大きな柏の木の下で親子連れが遊んでいます。周りにはそばの花、芋の花、小麦やビートの緑など色とりどりです。のどかな農村風景から山に分け入り、ヌプン温泉へ向かいます。鹿やキツネに出会いながら砂利道を進むと、川辺にある天然露天風呂に辿り着き小さな東屋で服を脱いで温泉へ・・・

今夜の宿泊はトムラウシ温泉。仕切のない露天風呂に驚きながらのんびりつかって鹿肉料理や山菜、新鮮牛乳などを堪能した後はそば焼酎カクテルを片手にカラオケを楽しみました。・・・この旅ですっかり新得のまちと友人の兄に魅了され、新得の住民になってしまったのです。

秋

秋のグループ（定年を迎えた夫婦）

朝、早起きをして夫婦で散歩しながら、公園のパークゴルフ場へ向かいます。途中の散歩道や公園では紅葉が美しく、足元には美味しそうなシメジが顔を出しています。一時間ほどゴルフを楽しみ、しめじをハンカチに包んで家に戻ります。

お昼は採ってきたシメジをお味噌汁にして、ご飯をいただきます。食後は、洗濯や掃除、庭の草取りや野菜作りなど、夫婦それぞれの家事をこなしてから、暖かい日差しの中で少しお昼寝。

その後は、まちへショッピングに出かけます。犬の散歩も兼ねて一緒に連れていき、まちなかの小さな公園のベンチにつないでおきます。ひと通りの買い物を済ませたら、公園でひと休み。ちょうど高校生の下校時刻なので、小さな公園では高校生がソフトクリームを食べながら犬と遊んでいます。

今晚のおかずは旬のさんまと大根おろし、そしてお父さんのためにワンカップも買いました。

夕食が終わると、仲間に声をかけて、家に集まりカラオケ大会&お酒を片手におしゃべり大会です。四方山話をしながらのお酒はあっというまに美味しく、いつのまにか夜が更けてきます。

冬

冬のグループ（20代の子持ち主婦）

なんといっても、朝はまず雪かきから始まります。お父さんを送り出して、家のまわりの雪かきが終わらせた後は、子どもと一緒に散歩しながら、近くのコミュニティハウスへ行きます。ここは、まちの人が自由に使える会館のようなもので、建物の中からよく見える庭が子ども達の遊び場になっています。ハウスの中にはキッチンや趣味講座の教室、テレビやビデオがあって、お母さんたちの仲間同士でおしゃべりをしながら料理を作ったり一緒に食事をしたりすることもできます。趣味の講座は、リースづくりやパッチワーク、ステンシルなど、ちょっとお洒落な教室です。このコミュニティハウスのおかげで、家にもりがちな冬でも親子そろって楽しく出かけることができるようになりました。

お昼からは美容と健康のために、友達と一緒に託児所付きジム&プールへ向かいます。子どもを預けてジムで体を磨いたり、子どもと一緒に温泉プールに入ったりした後、すぐ近くのレストランでちょっと遅めのランチを楽しみます。午後は、子供を遊ばせながら買い物ができるショッピングモールでゆっくりとショッピングをしてから、家へ帰ります。

今日はたくさん雪が降ったので、夜になるとまちの中にかまくら村ができています。中は屋台村のようになっていて、カラオケボックスや焼き鳥屋として営業しています。子ども達は新しいかまくらを作って遊び、大人達は屋台村でお酒と歌を楽しんでいます。

夏

札幌の女子大学生二人組

私は リツコとノリコ です

To-SHINTAKU

列車の新橋駅
 ・新橋山麓の「おれんち」
 ・新橋の土地
 ・新橋の歴史

友人の足跡
 夏に札幌に来た人
 3人は足跡の車子
 (152xト) 1979.11.17

香取式校場・港田山
 ・水...
 ・放牧風景
 ・道が広い
 ・新橋山麓の水を飲んだ

水が...

屋敷 せせらび
 ・おれんちのそば

簡易センター
 ・自由開放
 ・世界で唯一の「コトコト」
 ・道産で読んでいる

木匠の日記

夏の思い出
 ・毎朝、歩道は冬
 人にやさしい道路
 があつた。
 車は歩道の歩道を歩く

夏山日記
 ・バカバカ
 ・カヌー
 ・フリーマーケット

そばの花・花のそば
 小まごのそば...

畑のお花畑

梅田公園
 ・大の梅田公園の歴史

又つて...
 ・おれんち
 ・おれんちのそば
 ・おれんちのそば

くたりの温泉
 1530-0242

トムラビ温泉 北海道
 ・湯の口 (湯の口)
 ・湯の口 (湯の口)
 ・山菜、新鮮の牛乳
 ・ユートピアのせせらび

カクテルバー
 ・2,000円のカクテル
 ・7/7 札幌のカクテル
 ・札幌のカクテル

深夜
 新橋のそばと...
 新橋のそばと...

秋

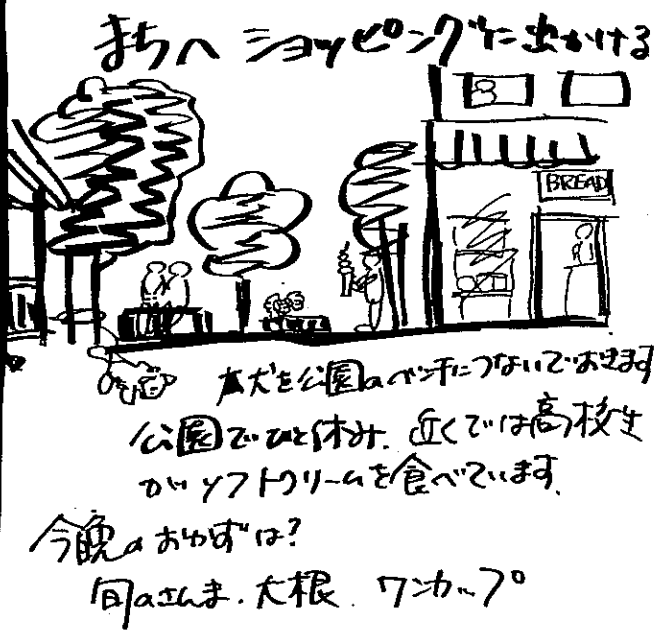
私は定年を向か夫婦です

朝夫婦で散歩してから紅葉を見ながら公園の方向へ
公園
(時折から公園で果て)

あ! 素敵な子!!
心が広い子!!

いじを待てる家へ帰る

折ハ 30分ほど先かける



本日は公園のイベントはないです。公園で休憩。近くでは高校生がピクニックを食べています。

今夜のおかずは?
同aさま. 大根. 7か〜?

夫婦で朝の散歩
街の中のベンチでしばし
IoTの面白い

妻は洗い物と洗濯機を回す
夫は少魚寝 Go...

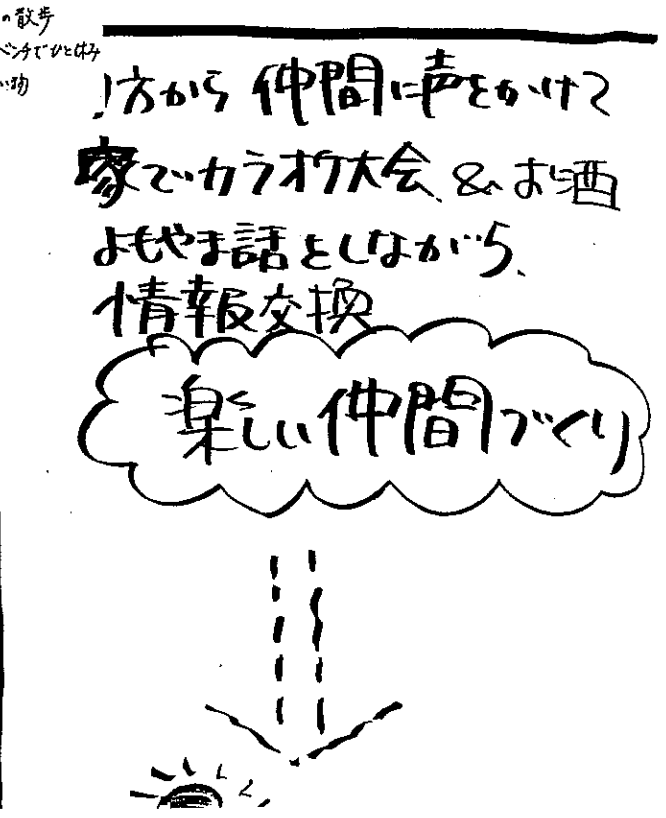
おひるのあひる

庭の草刈り 野菜作り



1方から仲間へ声をかけ
家でカラオケ大会 & お酒
おしゃべりとしながら
情報交換

楽しい仲間づくり



冬

私は20代の子持ち主婦です

朝、お雪かき

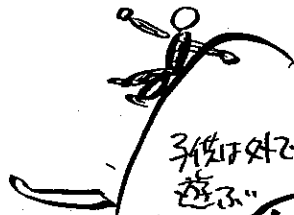
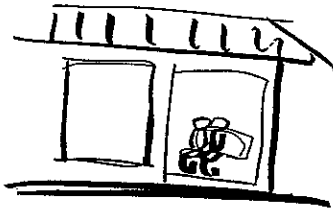
子供と能登の道のアインズ
(4000の距離)に家族2人で
遊びに来た。お雪かきで
時間もある。このお雪かき、
お雪かき。お雪かき。
お雪かき。

子供と一緒に
会館へ行く。

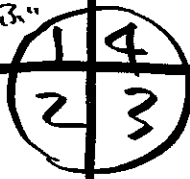
雪遊びの場所
元々ある

趣味の読者の交流
がある

パブ
スタジオ エンターハウス



子供は外で
遊ぶ



雪を溶かす遊びを
考える。(利用)

例: お雪かき村とかいって
もりのあそび場とかいって

屋台村
(一定期間)



カラオケBOX
カラオケボックス
12...

託見所付ジム
一緒に温泉・プール
に入浴遊べる

親の健康のために
ジムとプールへ

子供を預けられる 身近にレストラン街
お友達と一緒に 遊ぶ
ファーストフード店

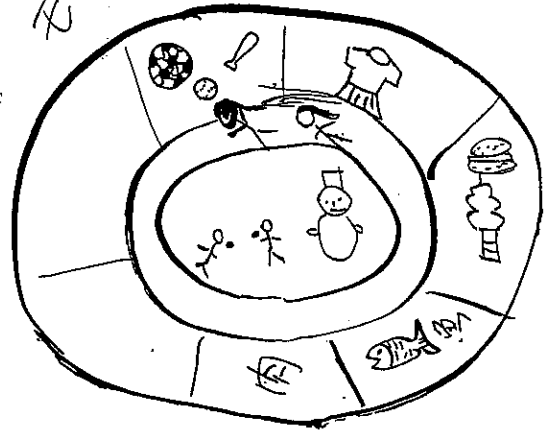
午後は SHOPPING

子供を遊ばせながら
買物もできる

子供が安心して屋外で
遊べる場所がある
(どうしても屋内に遊び場が
ない場合は屋外で遊ぶ)

ジムの近くのレストラン街

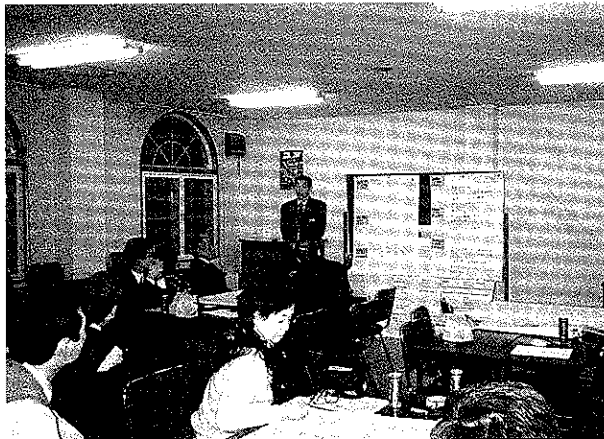
ランチ



第4回ワークショップ

『テーマごとに考えよう』

このワークショップでは、今までに考えてきた内容を「課題」「ニーズ」「アイデア」に整理して確認し、これらの中で議論を行う必要性の高いテーマを3つ選んでグループディスカッションを行いました。



●個人努力をどうやって喚起するのか

- ・ 個店診断の実施
- ・ 無記名アンケートの実施
- ・ 後継者の育成
(成功している店に弟子入り研修!)
- ・ やる気のない人、店は無視して意欲のある人だけでプロジェクトを作る

●冬でも買い物しやすくするにはどうすればいい?

- ・ 駐車場の整備
- ・ 各商店の前に駐車場を整備する
- ・ 個店の中に休憩スペースを設置する
- ・ 人集めのイベントを実施する
- ・ ご用聞きの復活

●新業種店はどうすれば新得にやってくる?

- ・ 新業種要望についてのアンケートの実施
- ・ 空き店舗を町が買い取り、開業者に資金とともに貸し付ける
- ・ やる気のある異業種の若者を自店に受け入れ、複合経営化を図る
- ・ 後継者による多角経営
- ・ 主婦による日替わりの出店
- ・ メディアPR
(インターネットのホームページ開設)
- ・ 受け皿の一元化
- ・ 支援
(心の支援とインフラ整備)
- ・ 地域住民との関わりづくり

●地域住民とのコミュニケーションに必要なものは何だろう?

- ・ 既存のイベントを見直し、町民参加型のイベントを増やす
- ・ ホスピタリティーの推進

●商店街の集約化は必要か?

- ・ 観光の町としても中心商店街づくりが必要
- ・ 回遊性のある集約化が必要

●まちの将来像を考えた上で、商店街の中心はどこだろう?

- ・ 新得地区 中央通りの駅と国道の間道の駅をつくろう!
- ・ 屈足地区 陶芸センターを中心として商業の集積を図る

●定期的な朝市などの開催には何が必要か?

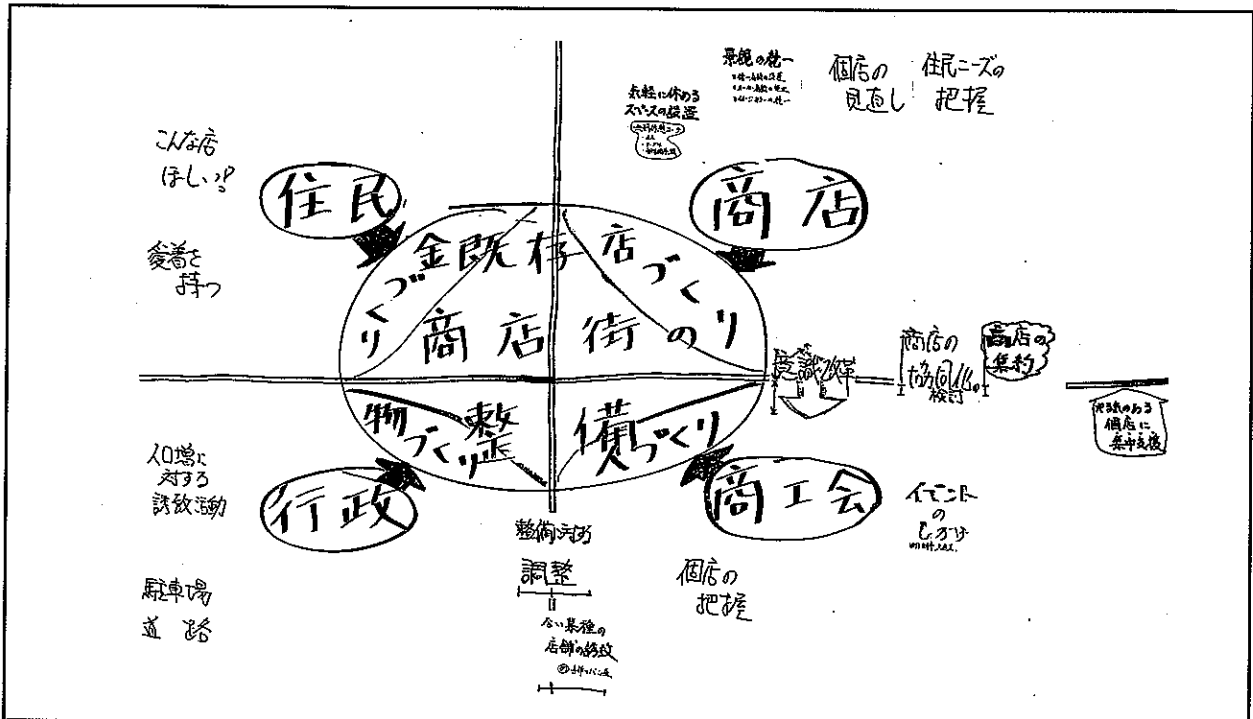
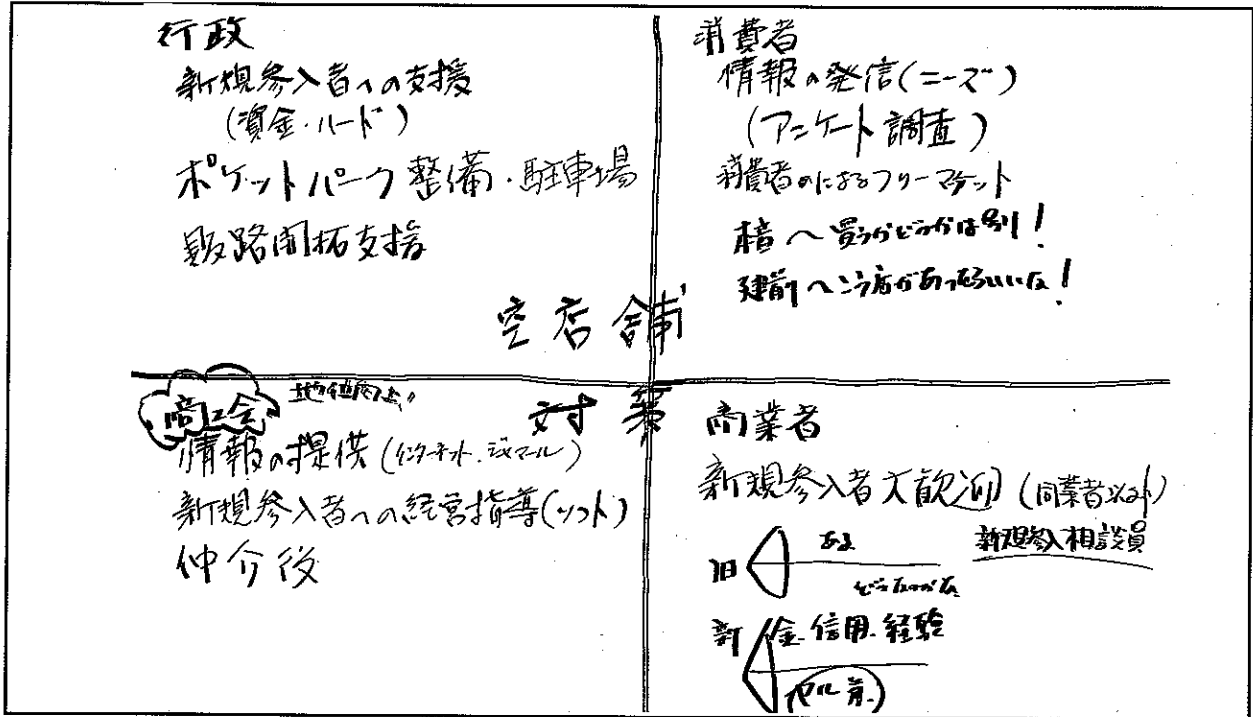
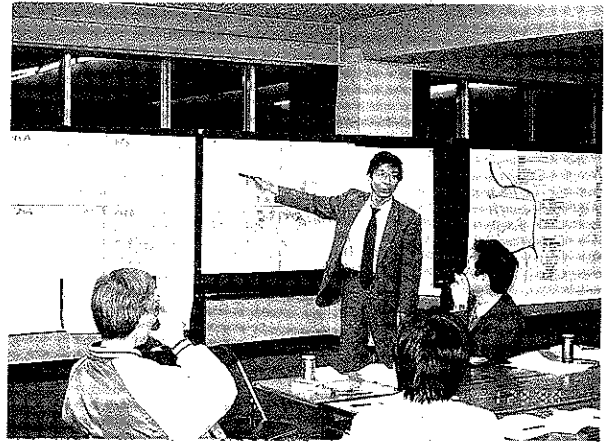
- ・ 広場と駐車場
- ・ 集まりやすい場所
- ・ 多くの出店者(生産者)

●新得らしさって何だろう?

- ・ 自然 木→木目の歩道
川→親しむ場所づくり
景勝地→自然体験場
- ・ 農畜産 そば、牧場→観光牧場
- ・ 鉄道→鉄道資料館

第5回ワークショップ
『整備の方向性と役割』

まちづくりを進めるには、商業者、商工会、行政、住民それぞれが大きな目標に向かって協力し合うことが大切です。では、それぞれがどんな役割を担うのでしょうか？
一番重要なテーマを決めて議論しました。



まちづくりの流れと役割～ワークショップでのアイデアより～

START

商店街を元気にしたい！
でも、高齢化や後継者不足でなかなかやる気がおこらない。私たちの代でお店も終わりかな・・・

いや待てよ・・・今は全国的に脱サラ→自営業または農業がブーム！風光明媚な新得町だったら、きっと新天地として選ばれるはず！
まちづくりはひとづくり。
まずはやる気のある人を集めよう！

集約・協同化コース

そんなことはありません！私たちにもやる気はあります。でも個店の力は限界があるし、活性化のためには何店舗かがまとまって整備する方が資金的にも有利。やる気のある人集合！

私も賛成です。是非参加したいです。でも、プラン作りは専門家の力も必要だし、費用もかかる。どうすればいいのかな？

商工会にお任せ下さい！行政と協力して補助事業を取り入れましょう。全面的にバックアップしていきます。

人を集めるには新得町の窓口をしっかりとすることが必要。でも、私たち商業者はなかなか時間がとれません。商工会にお願いしてみましょう。

ふむふむ。利用者の目から見た商店街はこうなのか・・・。商工会の方で、専門的な観点から分析してみましょう。

既存商店改善コース

既存商店に対する評価も厳しいですね。商業者の方々にも状況を理解してもらわないと・・・

商業者のみなさんと勉強会を開催します。消費者の声に耳を傾けて、それぞれの店を活性化しましょう。

新しい事業者を呼び込むためにインターネットやマスメディアを駆使して、全道・全国的に呼びかけてみよう！

新規事業者呼び込みコース

ワークショップでは、個々のアイデアと、それらを実現化するための流れや様々な立場にある人たちの役割について議論が行われました。これらの内容を時間軸で組み合わせてみたときのイメージをまとめてみましょう。

こんな商店街になって欲しいな。こんな店も欲しいな。私たち消費者はこんなことを求めているのです！商店街をあまり利用しないのはこんな理由があるのですよ。

そういうことでしたら、商工会も支援しましょう。

まずは住民がどんな商店街を望んでいるのか把握するために商工会がアンケート調査をしてみましょう。本音の意見を聞き入れるためには、無記名アンケートが有効ですね。

私は新得で商売を初めて3代目になりますが、後継者がいなくて困っています。子供達に継承するのはかわいそうだし・・・良かったら、うちの店に弟子入りしませんか？

起業資金も少なく開業できて、ノウハウも学べて、心強いですね。是非検討させて下さい。

個店後継ぎ育成コース

4代目店主誕生！

脱サラして地方のまちで自分の店を持つのが夢なんです。新得は自然も豊かでイメージにピッタリ。是非検討してみたいなあ。どんな店を開くといいのかな？

私たち商工会がお力になりましょう。今、新得では手作りパン・ケーキ屋さんがないので、住民の要望は高いですね。商店街には空き地や空き店舗があるので、ご案内いたします。

心強いですね。なかなか良い立地に用地がありますね。でも私たちには資金が限られています。融資を受けることはできるのでしょうか？

これなら問題ないでしょう。行政としても積極的に融資を行います。

行政としては、事業の経験がない方にご融資するのは難しいですね。商工会と相談して経営指導者の視点を加味して判断しましょう。

経営診断は商工会にお任せ下さい。今後の事業計画はこのようになっています。

『新得高校土曜講座まちづくりワークショップ』

第1回 10/18 『新得ってどんなまち？』

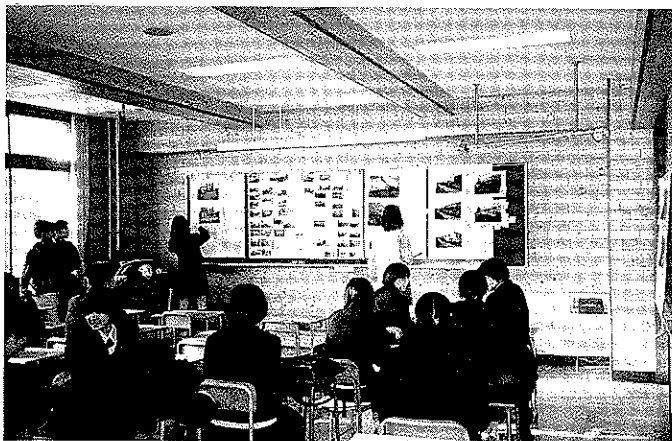
新得地区・屈足地区各3グループずつに分かれて、地図の中に好きなところや嫌いなところ、商店や街並みへの要望などを描き込みました。

第2回 11/1 『まちを歩いてみよう』

海外のまちってどんな感じなのだろう？ヨーロッパの街並みのスライド上映会を行いました。その後、高校を出発してまちの中を好きなように歩きながらJR新得駅で集合。途中で、好きなところや気になるところ、変身させたいところなどを「写るんです！」で撮影しました。

第3回 12/20 『新得のまち大変身！』

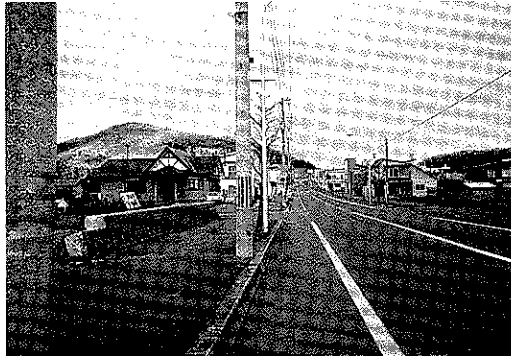
前回のまち歩きの写真をもとに、新得のまちをコンピュータグラフィックで変身させたイメージ写真を用意しました。できあがったイメージ写真をみんなで見ながら、それぞれの内容を評価。



まち歩きマップ

6つのグループに分かれて、新得高校からJR新得駅まで好きなルートで歩き、気になる風景を写真に収めました。

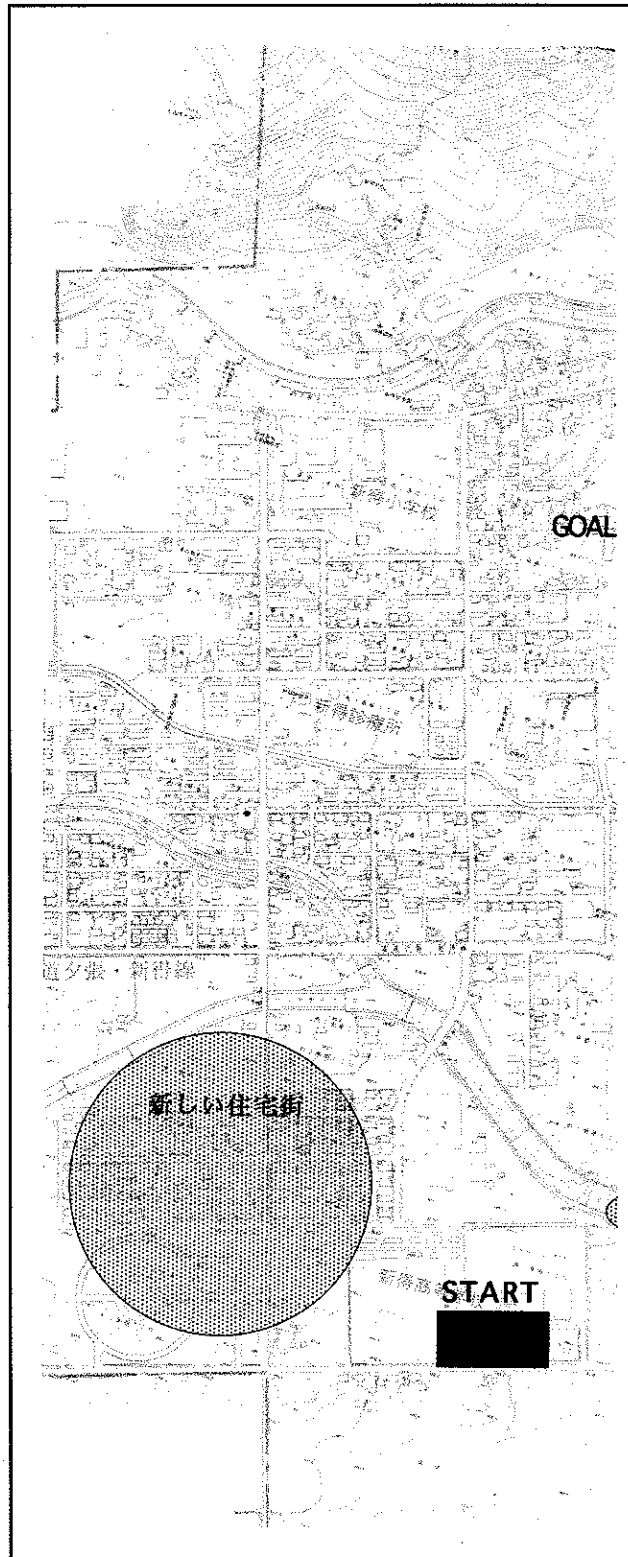
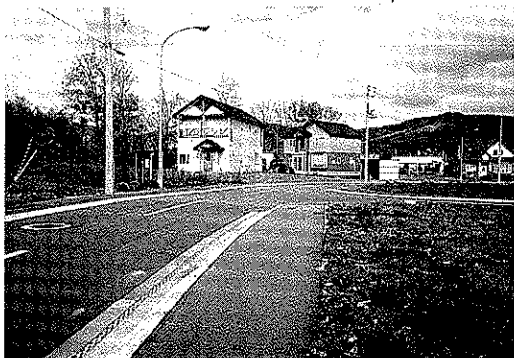
交差点の大きな空き地を緑豊かなサファリゾーンにしてみたい
本通りの道を石畳にして欲しい



川辺をきれいにして人が歩いたり魚を捕まえたりできるようにしたい



新しい住宅街はおしゃれな建物が多くて良い雰囲気

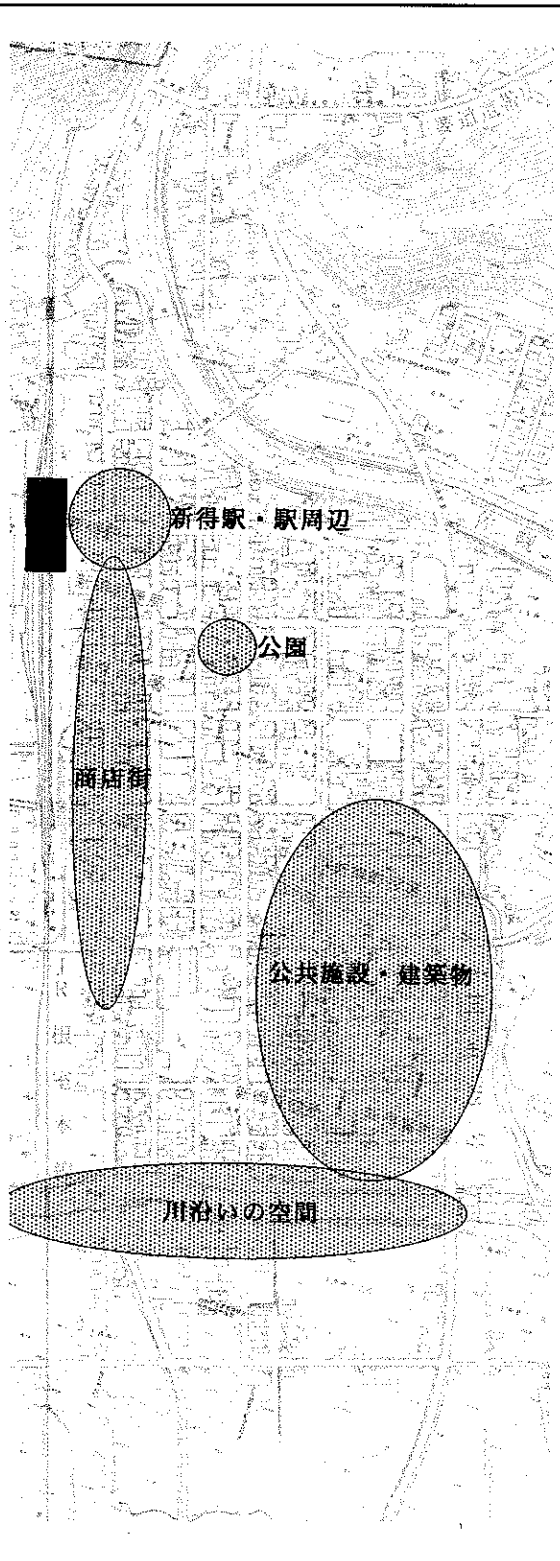
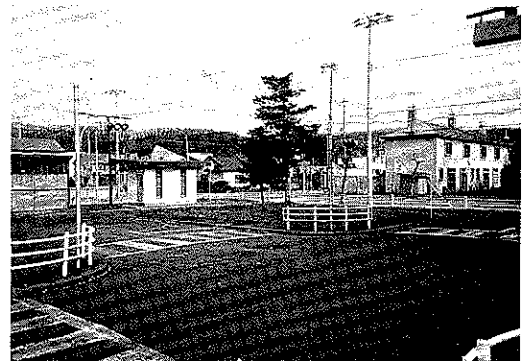


- ・図書館、公民館、町役場、警察署等の建物をもっときれいにして欲しい
- ・図書館を使いやすくして欲しい

新得駅をもっとかっこよくして欲しい
人がたまる場所が欲しい



中央公園をもっと楽しく使えるように
遊具を増やして欲しい



店員の態度が悪い店がある
品物が腐っていたり、賞味期限を
過ぎていたりする

道路に沿って店がはりついている
感じで奥行きがない

古い店舗や空き家をきれいに
して欲しい

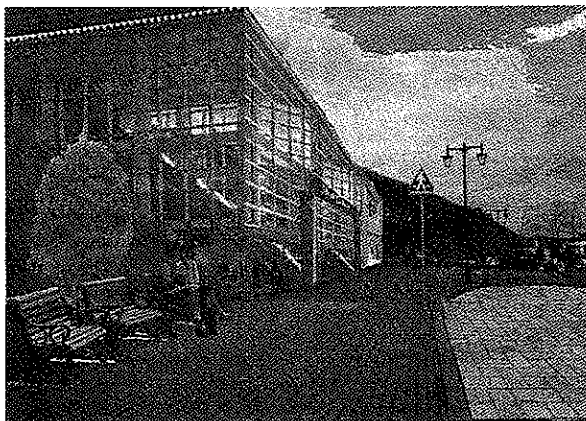
新得にはお蕎麦やさんが多いけれど、
学校帰りに立ち寄れるような団子屋さ
んや売店も作って欲しい



まちなみイメージ写真と生徒の評価

まち歩きをしながら撮影した写真と生徒たちのコメントや要望をもとにしてコンピューターグラフィックにて作成したまちなみイメージ写真を、みんなで評価をしました。

イメージ写真



生徒の評価

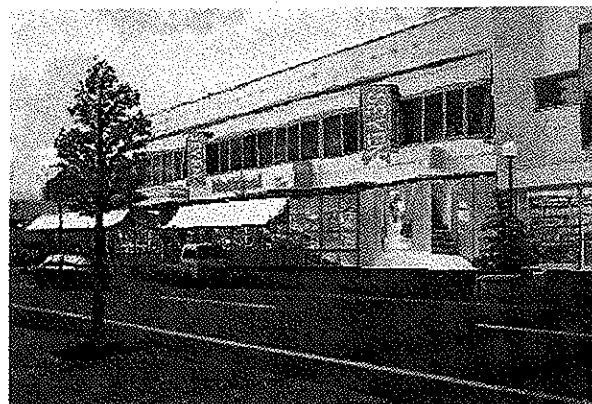
●新得駅

- ・ガラス張りの駅はとてもきれいでかっこいい
- ・将来こんな駅につくり直してくれればいいな
- ・鳥がぶつかって死なないように
- ・かっこいいけれど新得には似合わない
- ・まち全体が変わらないと浮いてしまう
- ・駅を煉瓦で作りたい



●駅近くの店舗

- ・せっかく店をお洒落にしても隣と分離しているみたい
- ・ひとつだけ変わっても隣とのギャップが激しいのでおかしい
- ・全体をきれいにしたい



●本通りの店舗

- ・かっこよく変身しました
明るくてとても良いです
- ・店自体が子供じみている
- ・食べ物屋（ハンバーガー、タコス等）を入れて欲しい
- ・食べ物屋の外にテラスを造って欲しい
- ・もう少し店を長くして欲しい

全体的な感想としては、個々の店を整備では周辺との相違が目立ち逆効果になってしまうので、全体的な統一感を持たせたいという気持ちが強いようです。

店舗については、ゆっくりと時間を過ごしながら軽食やおやつを食べられるハンバーガーショップや団子屋などを求める声が多く、店舗前をオープンエアテラスなどの空間として開放的にして欲しいというイメージも伝わってきました。

イメージ写真



生徒の評価

●本通りの街路

- ・歩道がきれいで広いと良い
- ・冬に学校まで歩くのが大変なのでロードヒーティングにして欲しい



●国道38号線沿いの店舗

- ・明るくて、蕎麦屋という雰囲気が醸し出されていてとても良い
- ・団子屋さんもつけて欲しい
- ・学校帰りに食べていけるようにならないかな？
- ・こんなにきれいになったら感動です
- ・新得にはもったいない



●河畔

- ・こんな風になって欲しい
- ・魚を捕まえに行きたい
- ・川は、草などをとって整備した方が見栄えがよい
- ・もう少し草を減らさないとすぐにボウボウになってしまう
- ・岸边は石畳の方がいいかな？

普段は関心を持って見ていないまちも、「こんなまちになって欲しい」という気持ちを抱きながら歩くと、新しい発見があったようです。

特に店舗の種類やサービス、景観を含めた魅力的な沿道空間づくり、新得らしさの表現方法などについて声があがりました。自分たちの声は何年後かの新得のまちに生かされるかもしれない、という思いはまちへの愛着を深めるのではないのでしょうか。

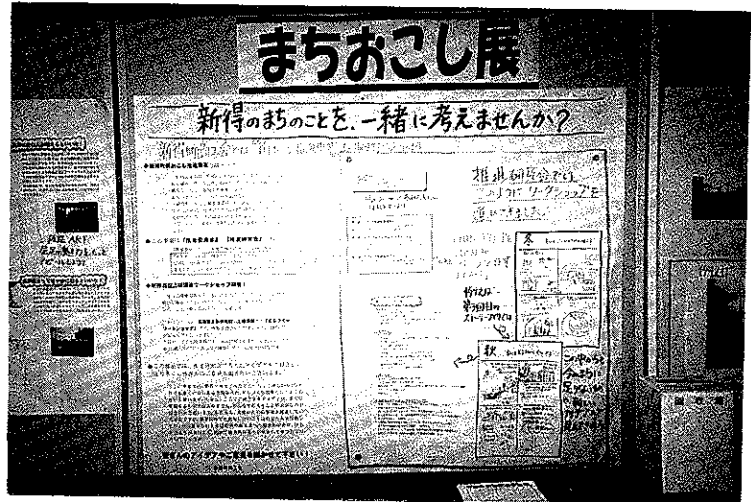
「福祉のまち新得」の一環として、商店街全体のバリアフリー化の提案もあり、これからのまちづくりの大きな参考になりそうです。

まちを歩いた感想は？

- ・見慣れていたはずのまちも、ゆっくりと写真を撮りながら歩くと、新しい発見があって良かった
- ・おもしろい建物があつたりして意外な新得町を知ることが出来た
- ・これからも新得のいろいろな文化に触れていきたい
- ・住宅街にいろいろな建物があると感じた
- ・まちに人が歩いていない
- ・店が少なくて空き地が多い
- ・空き地がもったいない
- ・店が少なく、よいものがない
- ・店がアンバランス
- ・店を変えて欲しい
- ・一直線の道路に店が集中していて、奥行きがない
- ・障害者の多いまちなので、店にスロープをつけてまちに気軽にこれるようにして、特徴のあるおもしろいまちにして欲しい
- ・新得の町を何かで統一して店を建てるといい
- ・いろいろなお店が欲しい
(マクドナルド、レストラン、ミスタードーナツなど)
- ・映画館が欲しい
- ・もっと駅の近くに図書館があるといい
- ・自然がいっぱいあっていい感じだと思う
- ・改めていなかだなと感じた
- ・歩道がつるつるで危ないのでロードヒーティングを入れて欲しい
- ・駅と学校が遠い

新得町に住む多くの人が集まるまちづくり大会の会場で「まちおこし推進事業」の活動をアピール。さらに、ワークショップでのアイデアに対する意見を頂きました。

特に「朝市などのイベントの開催」と「街中のくつろぎスペース」の提案に対し賛成の意見が多く寄せられました。



アイデアに対する意見

まちの中で朝市やフリーマーケットを開きたい!

- ・賛成!
- ・大賛成! くじ引きやヨーヨー釣りもやって欲しい
- ・賛成! 毎週じゃなくても月1回とかイベントのある時に是非!
- ・大いに賛成!
ものを大切に作る心と産直野菜で新得の良さを再発見できるようにしたい

まちの中にくつろげるスペースが欲しい!

- ・小さな子供たちからお年寄りまでのんびりくつろげる公園が欲しいな(今、公園はパークゴルフに占拠されています)
- ・春、夏、秋にゆくり座ってくつろげるベンチを沢山おいて欲しい
- ・木も沢山残しておいて下さい

新しい意見

- ・もっと店の種類が増えるといいな
コンビニ、おもちゃやさん、ゲームセンター、レンタルビデオ、デパート、カラオケボックス
- ・こんな施設も欲しい
新得動物園
遊園地
ミニフライト
- ・最近38号線を迂回する車が多いので、まちに立ち寄ってもらうのは難しいのでは?
- ・電柱をなくして欲しい
- ・神社への道を歩きやすくして欲しい
- ・屈足の展望台をもっと立派にして欲しい
- ・住民が協力しないとまちの活性化はできない
- ・保健所を廃止しないで!
- ・障害者の就労の場が増えるといいな
- ・川をきれいにして魚を増やして欲しい
- ・最近、車が交通ルールを守らないので気をつけて欲しい

2. 新得町の現状

新得町の課題

街おこし推進事業で実施したアンケート調査やワークショップなどから、様々な新得町の現状の課題が指摘されました。これらの課題は複合的に関係しているものですが、大きく「まち全体の課題」「商店街の課題」「商店の課題」の3つに分類することができます。

1. まち全体について

- 人口の減少と購買力の低下
- まちの中心がない
- 新得と屈足の分断、農家と商店の分断
- JR線路による住宅街と商店街の分断

小売商業力動向からも読みとれるように、昭和60年から平成6年の間に人口の減少とこれに伴う町内住民の購買力の低下は進行を続けています。平成6年以降は、周辺市町村での大型店舗の出店による購買力の流出も重なり、さらに悪化しているものと見込まれます。

市街地の商店街活性化のためには、基礎的な購買力増強のための人口増加と、現在の住民が楽しんで過ごすことの出来る中心市街地づくりが必要です。

中心市街地づくりの課題として、新得のまちを分断している2つのことが指摘されています。ひとつめは、農家と商店の分断、そしてもうひとつは新得地区と屈足地区の分断です。また、新得地区については、JR新得駅東側の市街地商店街と西側の住宅街が線路によって分断され、東西をつなぐ歩行者空間が整備されていません。

このような、目に見える分断・見えない分断によってまちが全体として活気を失い、人口の減少に拍車をかけています。

大型小売店舗開店状況(第1・2種)

	行政人口	商店数	年間販売額(円)
昭和60年	9,008	113	457,964
平成6年	8,002	84	427,012

平成	6年	7年	8年	9年	10年
帯広	1	2	5	5	1
音更	4	-	-	-	-

買い物で利用する乗り物

徒歩	16.6%
自転車	15.3%
車	67.3%

他町への流出により車による購買行動が2/3を占めていますが、必ずしも車を利用することを必要としているのではないことから(次ページ・他町で買い物する理由参照)、歩行者空間と商店街の再構築によって町内の販売額を増加させることは可能であるといえます。

II. 商店街について

- 店舗の種類が揃っていない
- アメニティ空間がない
- 空地、空店舗による商店街の分断
- 商店に関する情報の発信がない
- 冬季間の駐車場が足りない

ワークショップの中で見いだされた商店街の魅力は、散策する感覚で買い物を楽しみ、同時に友人や仲間とのコミュニケーションを図ることができる、というものでした。現在の新得町では、空店舗によって連続性が失われていることや店舗の種類が揃っていないことなどから、消費者は車で商店へ乗り付けて買い物を済ませるという行動が多いようです。

大型店舗とは異なる形での時間の過ごし方（ポケットパーク、コミュニティスペースでの趣味講座、沿道のオープンテラスなど）ができるような整備が必要とされています。

また、全体としては、小売業経営者の意識調査アンケートの結果からも読みとれるように、将来は商店数が現状の約1/3になることを踏まえ、未来の商店街の姿を構築しなければなりません。

III. 商店について

- 後継者がいない
- 店の商品管理が不十分
- 商品価格が高い
- 営業時間、定休日
- 接客態度、サービス、店構え

まちおこしワークショップや新得高校土曜講座ワークショップの中でも指摘がありましたが、商店の品揃えや食品の鮮度、接客態度や購買需要の高い日曜日を定休日とする店舗が多いことなど、サービス全般に渡っての生活者と事業者との間の認識に大きな壁があることがわかります。街おこし推進事業の中で実施した「生活者購買行動調査」のデータを参照してみましょう。

他町で買い物する理由

新得に商品がない	62.1%
商品が安い	64.8%
一カ所で揃う	45.8%
品物を選べる	44.2%
駐車場がある	12.3%

一方、各商店に目を向けると「小売業経営者の意識調査」からも読みとれるように、経営者の高齢化の進行と後継者の不在という背景のもとに、生活者が求めるサービスの向上には力を注いでいないことがわかります。

経営者の年代

30代	2.5%
40代	26.6%
50代	32.9%
60代以上	38.0%

後継者の有無

いる	31.6%
いない	43.0%
継がせたくない	10.1%
不明	3.8%

サービスについて

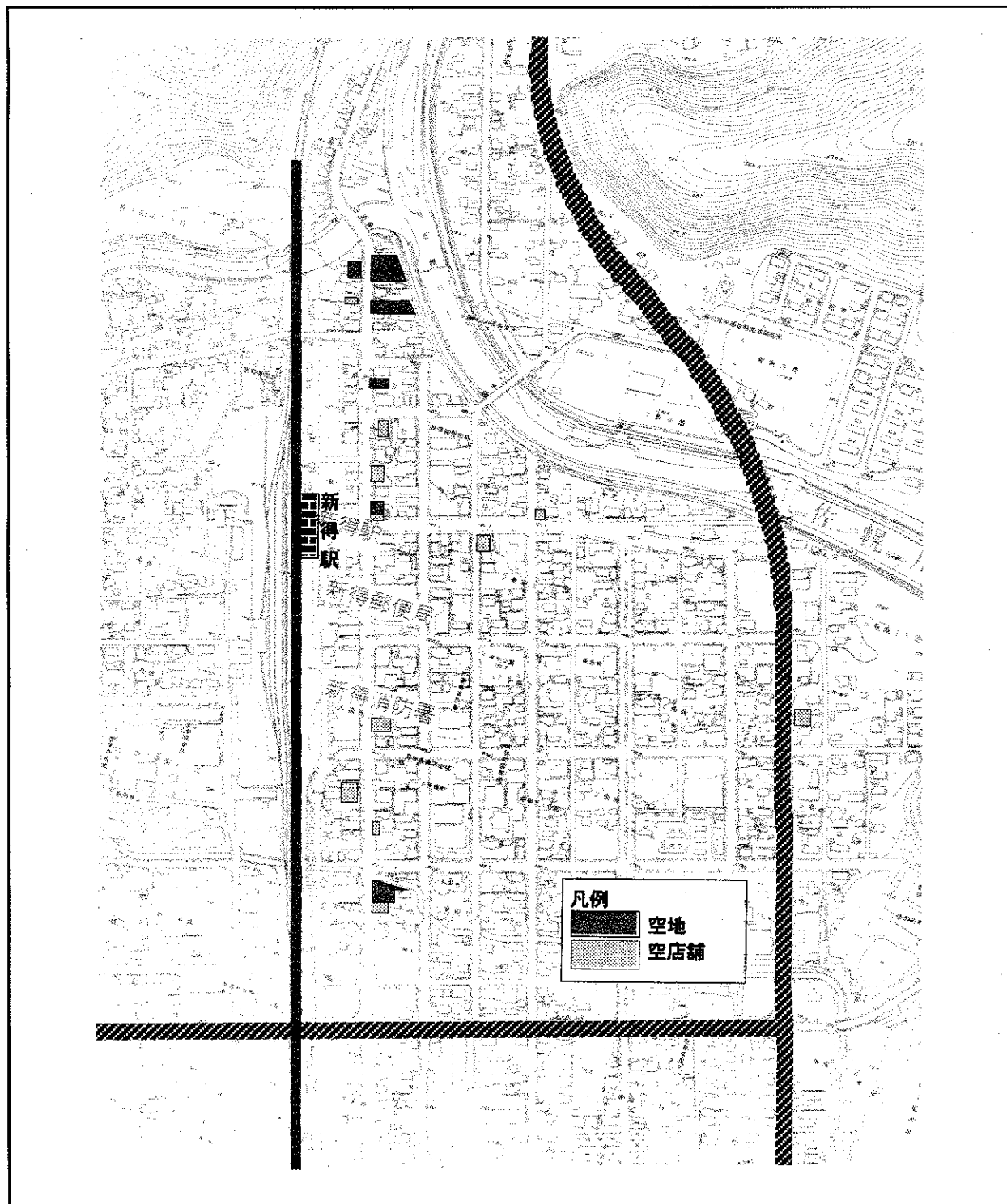
現状のまま	54.4%
配達強化	21.5%
社員教育	7.6%
長時間営業	7.6%

空地・空き店舗の現状

新得地区

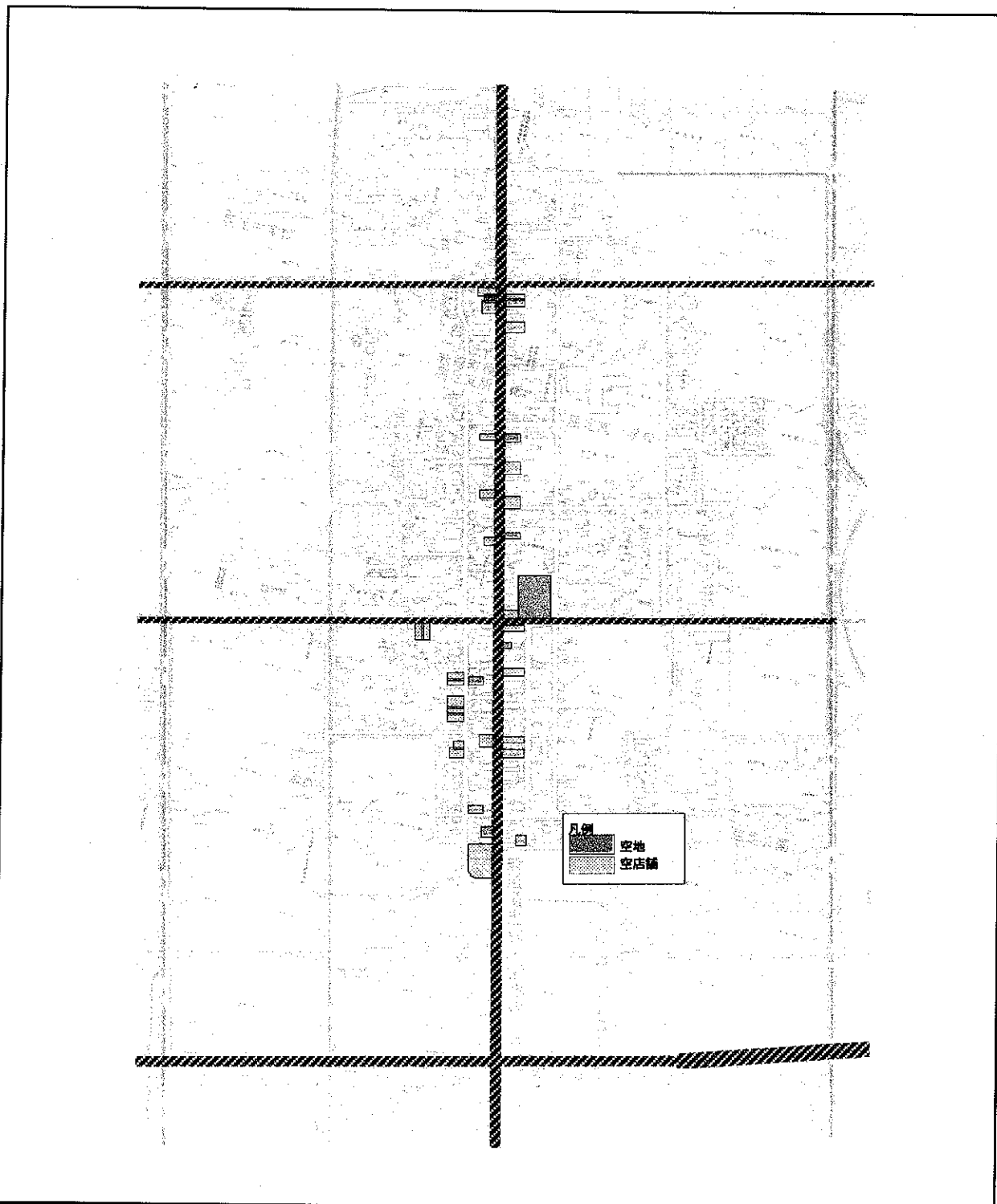
本通りと中央通りの商店街の中の空き地と空き店舗の配置

特に本通り沿いの空き地と空き店舗が目立ちます。JR新得駅前には来訪者が最初に眼にする新得町の玄関ですが、目前に常時シャッターの閉まった老朽空き店舗が構えています。また、商店街の連続性が分断されていることがわかります。



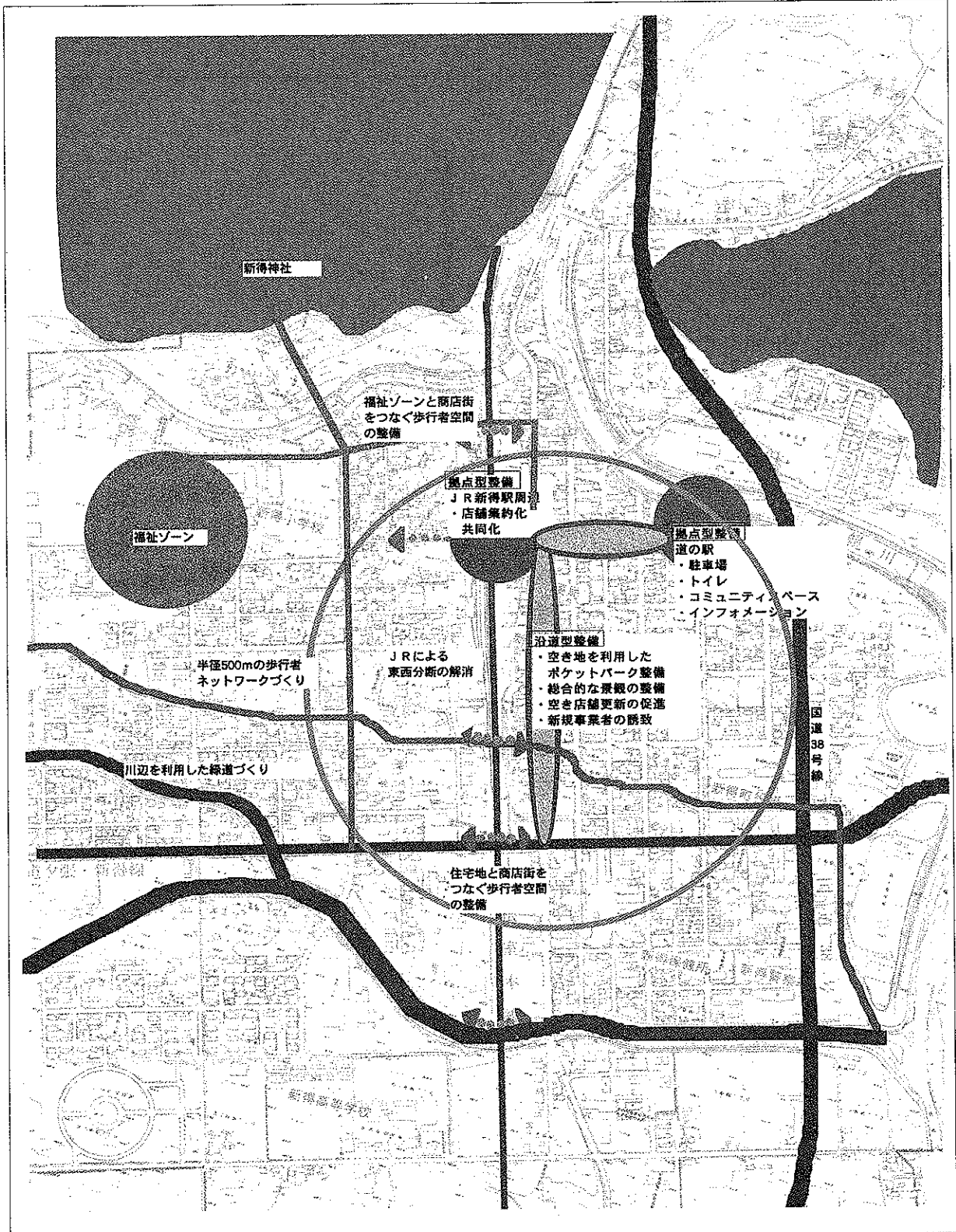
屈足地区

道道沿いの商店街と旧拓殖鉄道駅周辺の飲み屋街の中の空き地と空き店舗の配置



3. 新得町の骨格

新得地区のまちづくりイメージ



まちの変革と東西の分断

新得のまちの歴史を振り返ると、中心が徐々に南へ西へと移動していることがわかります。現在の中心地である新得駅より北東寄りの栄町や元町と呼ばれている地域は、大正時代の雑穀景気や木材業の繁栄によって屈足や鹿追の生産物検査所があり、集まる農家の人々を目当てに様々な商店が軒を連ねました。今は駅東側出口周辺が中心となっています。住宅街の広がりを考慮すると中心位置はさらに南西へと延びる可能性を秘めています。

現在、JRの線路によって住宅地が広がる西側と商店街のある東側は分断されています。駅の東西人の流れを活発にするためには歩行者ネットワークづくりが必要です。

商店街での時間消費の空間

住民が集まる憩いの場づくり

商店街のにぎわいを生み出すのは、なんと言っても人の動きです。

現在の新得のまちの中心部には、人々が集まって色々な活動をしたり、ただ時間を過ごして楽しめるような自由な空間がありません。このため、目的の店に入り必要な品物を買って求め勘定を済ませると、もうまちにいる必要はなくなってしまいます。人の気配がなく、閑散とした雰囲気を出している原因のひとつは、ここににあります。屋外空間と屋内空間があり、四季折々のイベントや遊びができる自由な場所があると、自然に住民が集まり、にぎわいが生まれます。そのにぎわいが観光客や周辺の住民を呼び、商店街に人が行き交うようになるでしょう。

商店街の連続性の回復

今、空き地や空店舗によって商店街は空間的なつながりがなくなっています。商業者の高齢化や後継者不足を考えると、潜在的な空店舗は相当数あると思われます。これらは未使用で放置されている限り負の財産でしかありませんが、ポケットパークづくりや新業種誘致のためには大切な種地となります。

『道の駅』の設置による通過交通の吸引

重心のまちと言われているように、新得のまちは多くの都市を結ぶ線上にあります。国道にも近く、近郊市町村の住民や観光客、出張中のサラリーマン、運送関係者など色々な目的を持った人が通過します。幸い、国道38号線沿いの新得町周辺にはコンビニエンスストアや大規模商業施設が少なく、道の駅もありません。ドライバーは休憩やトイレや買い物の場所を求めているはずですが、しかし、新得は国道からの入口の顔がないために、どこにまちがあるのか解らず、誰もが通過してしまうのではないのでしょうか。

そこで、JR新得駅から延びる中央通と国道の交差する部分に道の駅を設置することを提案します。道の駅といっても、すべての便利施設を設けたものではなく、新得のまちの玄関となるように、大きな駐車場とトイレと休憩スペースに留めます。立ち寄った人は駐車場に車を止め、歩いて散策したり買い物したりできるのです。

休憩スペースは地域の住民が自由に使えるコミュニティスペースを兼ねて、にぎわいを作り出します。『線路の駅』と『道の駅』この2つの集客力の磁石効果で、活気のあるまちの中心が見えてきます。

商店街から半径500m以内の歩行者ネットワーク・緑のネットワーク

消費者アンケートの結果から、買い物客の3割強が徒歩または自転車によって商店街を利用していることがわかります。さらに、今後の中心部近くの公営住宅整備を考慮すると、商店街から徒歩圏内の消費者の数は増加することが見込まれます。また、現在も加速を続ける高齢化や、様々な障害をもつ人々のことを考えると、福祉という観点からもまちなかの歩行者空間の整備(お年寄りや子供にも歩きやすい道づくり)や道のネットワークづくりが大切です。

さらに、少し遠くに住むお年寄りや冬場の買い物には、巡回バスがあると良いでしょう。

また、まちの資源である川や緑道を生かした緑のネットワークづくりも歩行者空間を豊かにします。

明確なゾーニング・東西をつなぐ軸づくり

屈足のまちにはかつて昭和初期に開設した新得と上士幌を結ぶ拓殖鉄道が走っていて、昭和43年に営業廃止となるまで木材輸送を賄っていました。現在の屈足のまちの北西寄りに鉄道の駅があり、これを中心に商業施設が広がっており、今でもその痕跡が感じられます。

現在の新得は様々な施設や資源がバラバラに点在しています。大きなゾーニング（行政、商業、歴史、文化、福祉）を明確にして、さらにそれぞれのゾーンをつなぐ軸づくりが必要です。

商業ゾーンづくり

現在の屈足は、陶芸センターのある交差点付近が中心地としてイメージ付けられています。ここは、地区全体の物理的な中心地でもあり、どの住宅地からでも徒歩でアクセスできる位置にありますので、商業ゾーンとして店舗の集約化・情報発信・地域のコミュニティスペース等の機能を持つ拠点整備を提案いたします。

歩行者空間のネットワークと整備

ゾーニングとも密接に関わることですが、屈足はまち中どこへでも歩いてアクセス出来る規模のまちです。例えば、西側の『水辺と福祉のゾーン』と屈足公園側の『文化のゾーン』をつなぐ歩行者空間やまちの中心となる『商業ゾーン』の中の歩行者空間のネットワーク化、歩きやすい道づくり、などによって人の行き交うまちがイメージできます。

道づくりは、子供やお年寄りにも優しく、わかりやすいものにしたいです。

定住人口増加の仕掛けづくり

全国の地方市町村で過疎の悩みは尽きません。

屈足の住宅地を見てみると、公営住宅の空室が目立ちます。これには、住宅施策の誘導もあるようですが、単なる住宅の建て替えだけでなく、新しい住民が訪れてくれるような仕掛けがあると、もっと良い住環境更新につながりそうです。

近年は、全国的な動きとして北海道農村部への移住や、都心居住者のセカンドライフとしての農業への関心の高まりなどが大きく、これらのニーズに答えるために北海道や十勝支庁、あるいは農協育成担い手センターなどの機関によって推進活動が繰り広げられています。農村部と市街地とでは居住者のニーズは異なりますが、行政として町が積極的に新規住民呼び込みのバックアップをすると効果があるでしょう。

屈足には、木材加工業という産業があります。一方で、道内でも数少ない登り窯があります。例えば、これらの資源を生かしてウッドクラフトとセラミックアートの若き芸術家たちのアトリエ村つくる、という新しいまちのイメージづくりを取り入れると付加価値としても高まりそうです。

4. まちづくりのニーズとアイデア

ワークショップで得られた様々な意見をもとに、望まれている商店街のイメージや具体的なアイデア、そのイメージづくりに必要なものをまとめました。

こんなまち
になって欲しい！

- ・新得と屈足をひとつにしたい
- ・恵まれた資源を生かしたまちにしたい

こんなアイデア
はどう？

- ・「新得地区」「屈足地区」それぞれの特徴をもっと明確に
例えば「文化の屈足」のイメージづくりなど
- ・新得と屈足のイベントを一緒に行う
- ・温泉を利用した高齢者用のリゾート施設
- ・鉄道のまちとしてSL博物館やSL公園の整備
や鉄道部品をまちなかデザインのモチーフにするなど

商店街については、多くの生活者が望むイメージとして大きく3つにニーズとアイデアをまとめることができます。

1. だれでも気持ちよく買い物できる商店街
2. ゆっくりと買い物ができる商店街
3. 人が集まる楽しい商店街

だれでも気持ちよく買い物できる商店街

こんな商店街
になって欲しい！

- ・心地よい接客態度
- ・充実した商品と品質
- ・高齢者や障害者にやさしい道と店
- ・魅力的な店構え

こんなアイデア
はどう？

- ・商店街まるごとバリアフリー
- ・ご用聞きの復活
- ・四季折々の花壇を街角につくる

そのためには
何が必要？

個人努力

- ・店構えをきれいに開放的にする
- ・衛生管理、商品品質管理を改善する
- ・気持ちの良い接客態度を心がける

公共空間の整備

- ・歩行者ネットワークづくりと歩行者空間の整備
- ・沿道空間の景観整備

ゆっくりと買い物ができる商店街

こんな商店街
になって欲しい！

- ・滞在できる店がある
- ・子供やペットを預けておける
- ・買い物途中でひとやすみできる

こんなアイデア
はどう？

- ・ポケットパークをつくる
- ・カフェやファーストフードなどの店舗を誘致する
- ・店に休憩スペースをつくる
- ・自動車が入れないスペースをつくる

そのためには
何が必要？

- ・新業種の誘致
- ・空き地空き店舗の活用

人が集まる楽しい商店街

こんな商店街
になって欲しい！

- ・楽しい参加型イベント
- ・住民同士のコミュニケーションの場
- ・観光客が立ち寄りやすい
- ・店舗の種類が充実している

こんなアイデア
はどう？

- ・商店街の中にフリースペースをつくる
コミュニティハウス
レンタルスペース
ミニ美術館等
- ・まちの入口をつくる
- ・商業者、農産者、住民が共同で朝市やフリーマーケットを開催する
- ・既存イベントを見直し住民参加型イベントを増やす

そのためには
何が必要？

- ・住民のニーズを聞き入れる窓口
- ・情報発信源の明確化とメディアの拡充
- ・道の駅設置による観光客の誘致
- ・駐車場の整備

まちづくりの第一歩

- J R 新得駅前空地及び空店舗活用のご提案 -

頭で考えているだけでは、まちづくりはなかなか進みません。小さなことでも、目に見える形で街角が変化すると、それをきっかけに少しずつまちづくりのイメージが生まれてきたり、個々の人々の間に新しい意欲やネットワークが生まれてくるものです。

ここでは、新得町の顔ともいえるJ R 駅前の空地と空店舗を取り上げ、具体的な活用のイメージをご提案いたします。

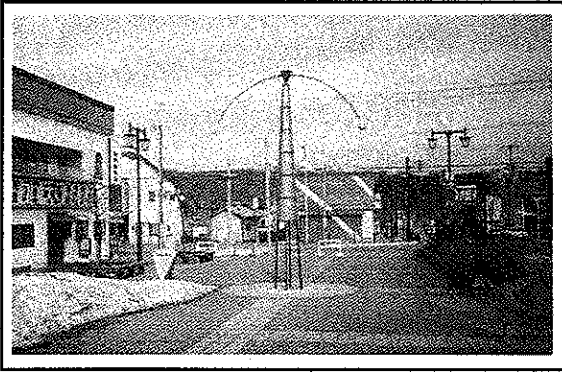
新得駅に降り立ち、一番最初に目に飛び込んでくるまちの姿はどんなものでしょうか。まちに住んでいる人にとっても、観光などで訪れた人にとっても、駅はとても大切なまちの顔です。

しかし、今の駅の正面には常にシャッターで閉ざされた空店舗とそれに続く空地が、まちの寂しげなイメージを作っています。空店舗は老朽化が進み、シャッターには何よりも目立つ「売店舗」のチラシが貼られています。

いま、まちの中心市街地に求められているのは、ゆとりのある空間です。20年前に先駆けて実施された道路整備事業によって、新得の市街地は基盤整備の行き届いた清潔感のある街並みになっています。その反面、計画的に作られたために、ゆとりや遊びの空間がなく、人だまりが生まれる場所がありません。ワークショップで四季折々の新得の一日の過ごし方を考えたとき、まちなかでの楽しい過ごし方には、親子連れ、お年寄り、そして動物など、誰もが気軽に立ち寄ってコミュニケーションをとれる小さな公園やコミュニティハウスが登場しました。

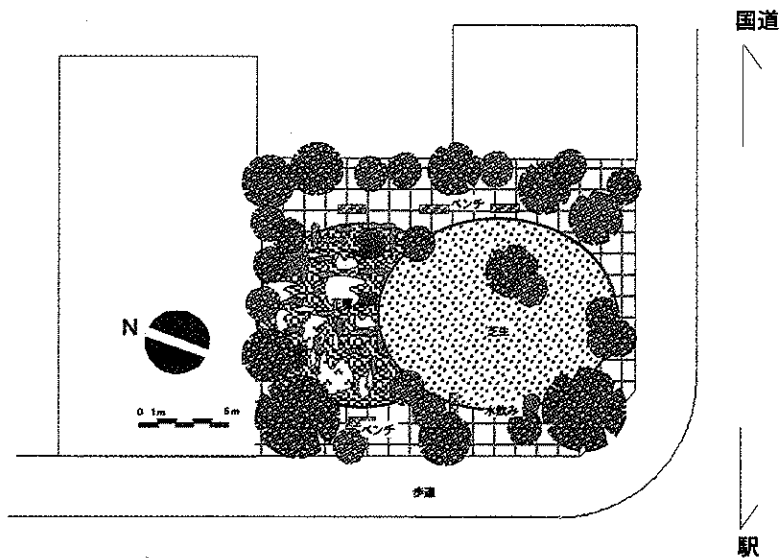
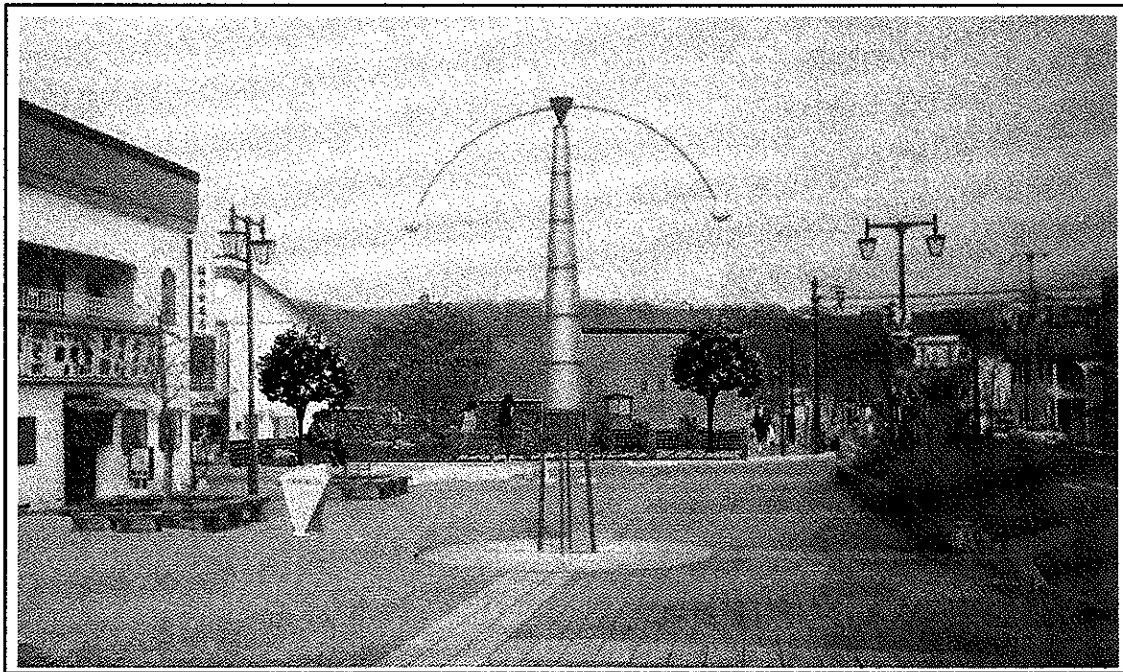
まちづくりや市街地の整備では、何か特定の目的や機能をもつ設備を設置することが中心になってしまいます。しかし、来訪者が求めているのは遊びとゆとりのある自由な空間なのです。夏には木陰と潤いを作ってくれる樹木、四季の花を楽しめる花壇やフラワーポット、誰もがくつろげるベンチなどを配置し、朝市やフリーマーケットなどのイベントを開催するときには広い空間がとれるように計画します。

この空間は、まちの住民にとっても商店街にとっても大切なものなので、整備を行うときには、商店街の方々が中心となり、住民の間から有志の参加者を募ったり、新得高校の土曜講座の中で作業を行ったり、老人福祉センターの方々と一緒に進めるなど、「住民の手作りパーク」として愛着の深まるものにしていくことをご提案いたします。



現況

ポケットパークイメージ

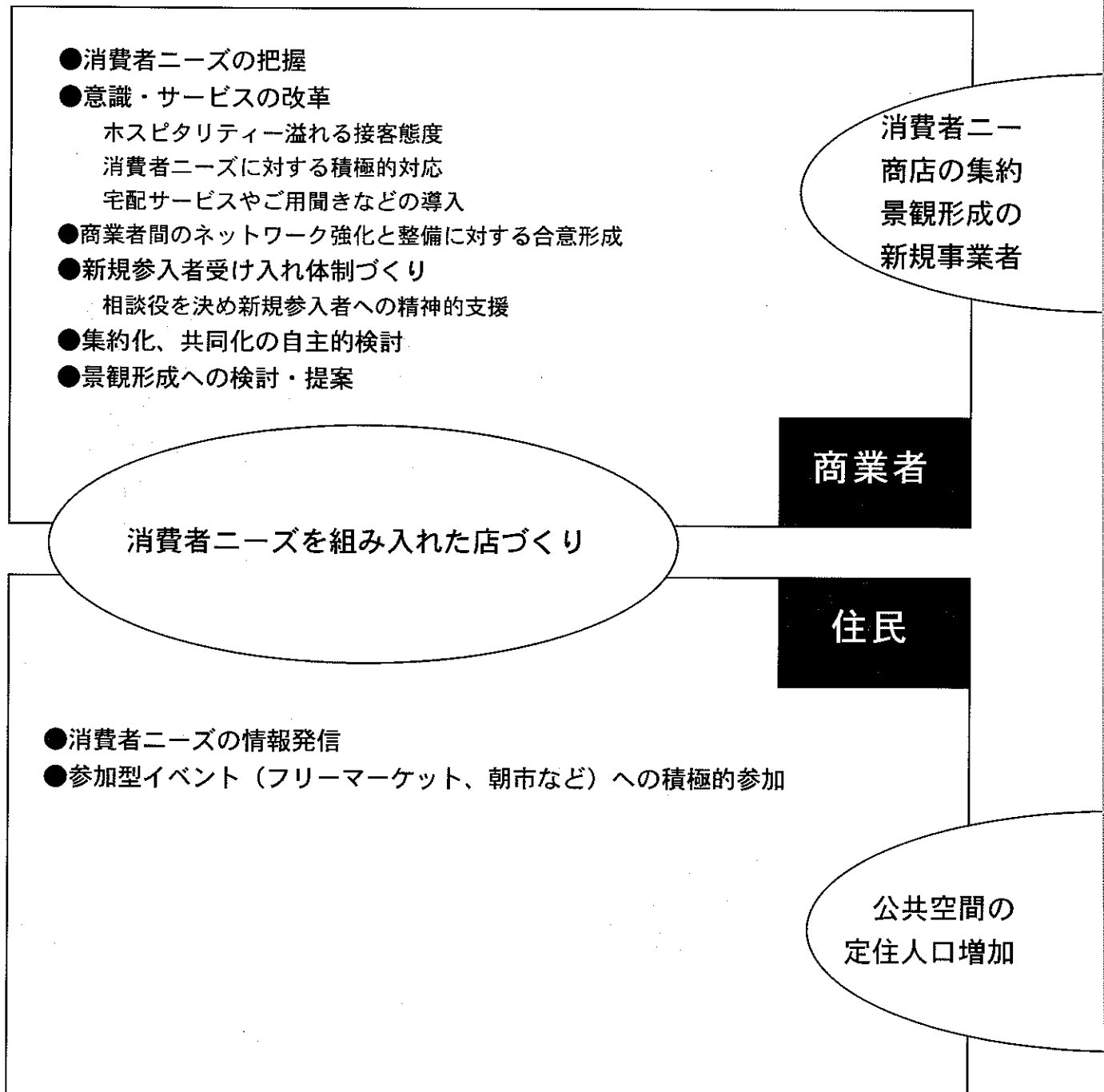


プラン

5. 整備の役割とプログラム

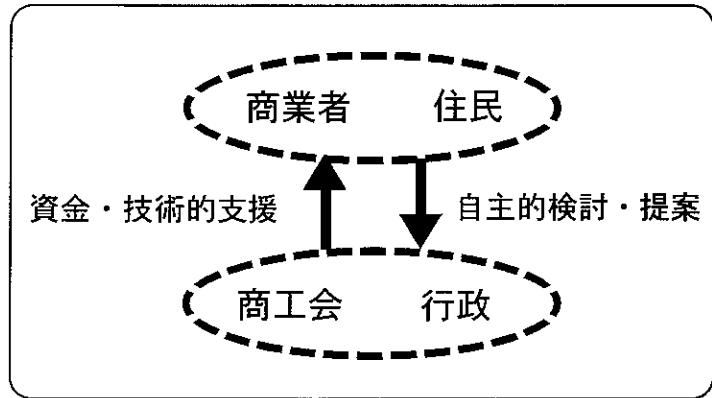
まちづくりは、そこに住む人々が望んでいるイメージを明確にすることと、そのイメージの実現へ向かっているいろいろな立場の人が協力し連携をとることによって、少しずつ進むものです。では、新得のまちづくりイメージを実現へ向けるには、誰がどのような役割を担い、どのように連動していけば良いのでしょうか。

整備へ向けての役割分担



基本的な考え方

都市基盤整備においては行政や商工会が主導して実施してきましたが、現在おかれている状況は既存市街地の再整備です。主役となるのは商店や住民など実際に活動する人々であり、行政や商工会はまちづくりのために必要とされるさまざまな支援を行う、ということが役割分担の基本です。



ニーズの把握
化・協同化
検討・提案
の誘致

- 消費者ニーズのとりまとめ
色々な立場の消費者を対象とした定期的なヒアリング
内容の分析、商業者へのアドバイス
- 新規商業者を呼び込む総合的窓口
マスメディアなどを利用した情報発信
新規事業者への事業用地の仲介、融資の斡旋
- 統一的な景観形成へ向けての商業者の合意形成の場の設置、運営
- 商業者の意識改革
消費者アンケートにもとづく商業者へのアドバイス、
勉強会の開催
- 既存イベントの見直し
フリーマーケット、朝市など

商工会

住民・農業者参加型イベントづくり
各種整備に関する技術・資金的支援

行政

- 公共空間の整備
JR線によるまちの東西分断の対策
住宅地と商業地をつなぐ歩行者空間の改善
電柱埋設などによる商店街の歩道空間の拡幅
冬場の来客や観光客のための駐車場の整備
- 商店街の中のポケットパークの整備
- 新規事業者への援助
起業のための費用に対する支援
- 商店街の景観形成に対する資金的援助
- 自然環境や特産物を生かしたイベントの主催
- 人口増加の仕掛け作り

整備
のしかけづくり

整備へ向けてのプログラム

商店街及び商工会

平成9年度
●街おこし推進事業
課題の整理、大きな目標像づくり

平成10年度
●地域支援事業

- ・拠点型整備（商店街集約、観光客向け店舗の整備、駐車場整備）の具体的検討
- ・沿道型整備（空き地空き店舗の対策、景観整備）の具体的検討
- ・新規事業者誘致（町内情報の集約および発信、仲介業務）の実施

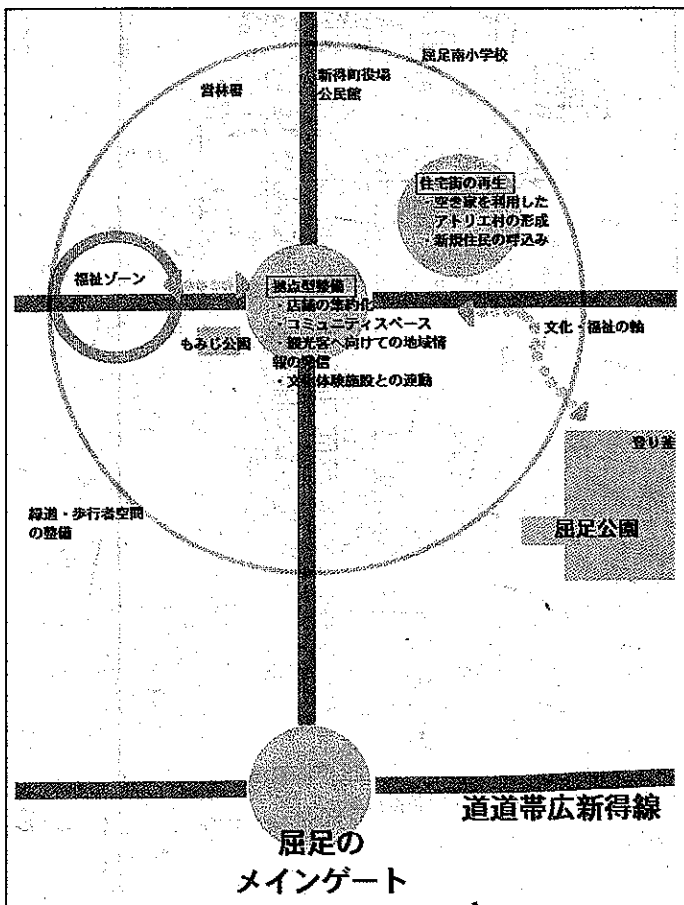
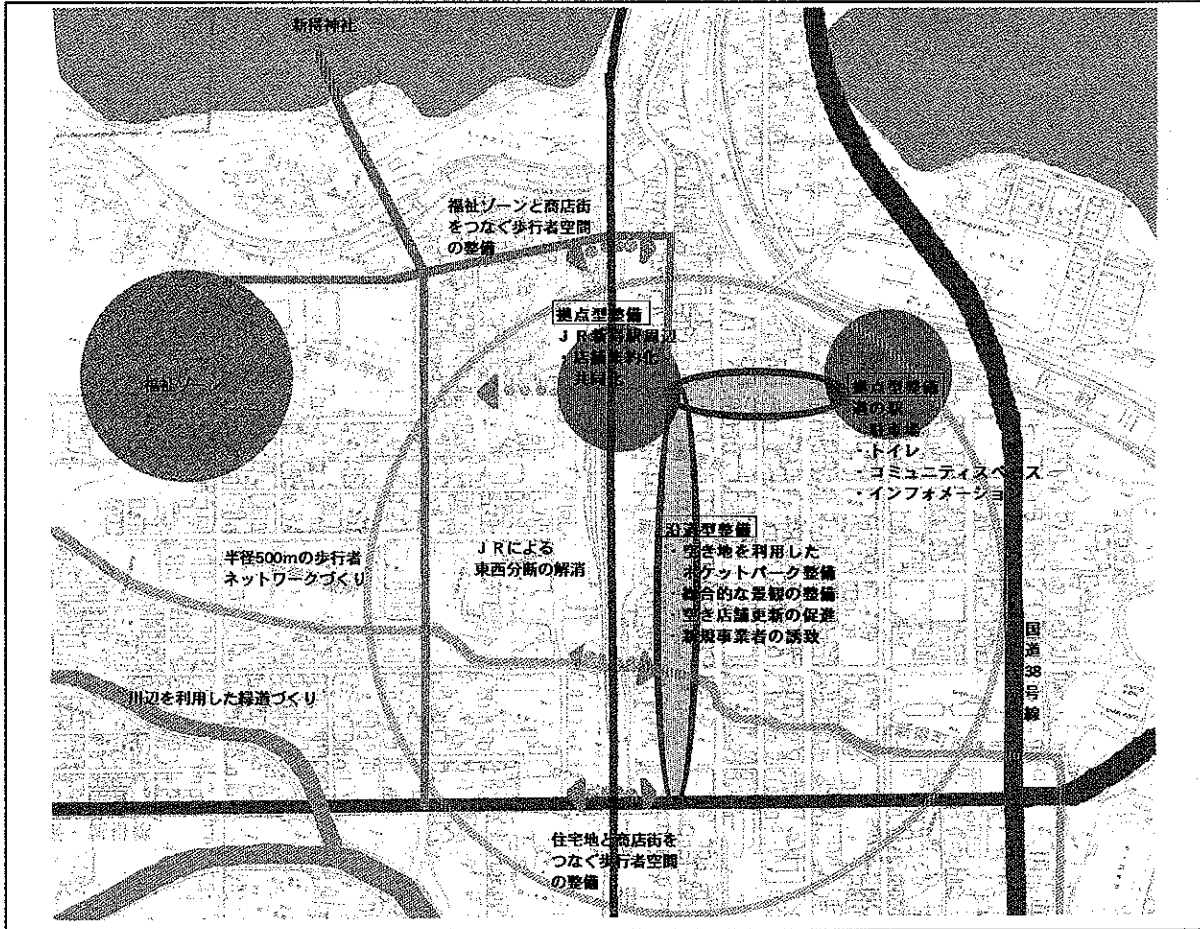
平成11年度
●拠点型整備実行委員会の立ち上げと基本計画の策定
●沿道型整備の実施

行政

平成10年度
公共空間整備の検討

- まちの東西をつなぐ軸づくり（新得駅西口の検討、線路と交差する道路の歩行者空間の整備）
- 歩行者ネットワークづくり（住宅街や福祉ゾーンと商店街をつなぐ道路の歩行者空間の整備）
- 商店街空地、空店舗の整備検討（ポケットパーク、コミュニティスペース）

平成11年度
公共空間整備の実施



ソフトの整備

- 意識改革
住民アンケートをもとにした勉強会の開催
- イベントの見直し
- 新規事業者の呼び込み
情報の発信と総合的窓口業務

街おこし推進事業道内視察研修報告書

1. 日 程 平成9年8月4日（月曜日）
2. 視察地 浦幌町商工会・音更町商工会
3. 参加者 渡辺貞夫・竹浦 隆・岡本征次・古川 盛・小沢信二
藤田弓二・若原俊隆・塩見和雄・高橋末治・松田啓幸
住田正憲

I 浦幌町商工会

- 研修内容
- (1) 商店街近代化事業への取り組み経過について
 - (2) 商店街近代化事業内容について
 - (3) 複合型施設「コスミックホール」について
 - (4) 都市計画街路事業について

応 接 者 浦幌町商工会副会長 石田武一 氏・竹田悦郎 氏
事務局長 杉本勝茂 氏
主席経営指導員 古山秀明 氏
須藤富康 氏

コスミック商店街協同組合事務長 田中重雄 氏

〈浦幌町の概要〉

浦幌町は、十勝支庁管内の東端に位置し、帯広市から50km（所要時間1時間）、釧路市から72km（所要時間1時間30分）の距離にあり、農業、林業、漁業が基幹産業の町です。平成9年3月末現在人口7,495人、世帯数2,641世帯の町です。

(1) 商店街近代化事業への取り組み経過について

中心商店街は、幹線道路に自然発生的に出来た商店街で、この中を通っていた国道38号線は、昭和45年に街の東側500mにバイパス化し移動した。中心商店街は名門、三桜、駅前通りの、三商店街からなっている。近代化前は、昭和27年の十勝沖地震以来の店舗の老朽化が進み、これに伴い帯広市方面への購買力流出が進行し、商業力の地盤低下を招いた。昭和58年商工会理事会において、近代化の必要性が唱えられ、昭和60年に「浦幌町商業近

代化推進協議会」が設置され、平成3年から具体的事業実施に取り組み、平成5年から平成8年までの間において、店舗改装を実施しながら、商店街集客施設である「浦幌町コスミックホール」も平成8年度に完成しました。

(2) 商店街近代化事業内容について

【テーマ】 森・水・土そして宇宙からの贈りものうらほろ

—— 音と光の冴えるまちコスミック・タウン ——

語源⇒ここにスミックと称します。

道道浦幌線拡幅事業 —

—	・道路事業	41億円
	・ポケットパーク	8億円
	・商店街近代化事業	15億円

【店舗等改造事業】

- ・コスミックタウン町並み景観及び建築の基準を作成しました。
- ・融資の斡旋及び利子補給の特例を浦幌町が制定しました。

【優良広告景観形成推進事業】

- ・北海道の優良広告景観形成推進補助を受け、統一看板を作成しました。設置数41店(53店)費用は、一基134,000円(内半額を北海道及び浦幌町が補助)

【キャラクターマーク】

- ・コスミックタウンのキャラクターマークを作成し、愛称を「シングル」としました。

【フラッグ】

- ・フラッグデザインを募集し、二つのデザインを採用しました。費用は、924,000円(110枚)

【ストリートファニチャー】

- ・バス停留所表示版デザインを作成しました。
- ・停留所用スツールを作成しました

(3) 複合型施設「コスミックホール」について

【商店街整備等支援事業】

- ・コスミックホール⇒コミュニティー施設と商工会館との複合施設の整備により、商店街としての環境づくりと住民、消費者の集客性を

高める効果を作る目的で事業を実施した。

① 施設の概要と資金調達について

構造及び面積 鉄骨造2階建・1,636㎡

施設内容	コミュニティ施設
	・調理室 / ・研修室(和室) ・会議室1・2 / ・パントリー ・多目的ホール / ・ホワイエ
	商工会館
	・事務室 / ・電算室 ・相談室1・2 / ・研修室1・2

- ・街区の集客力を高める。
- ・スタンプ事業「協同組合はまなす商店会」⇒独自に個店がイベントに利用し販促活動に結び付ける。
- ・商店街近代化事業の流れの中で商工会館を併設した。
 - ・一階⇒コミュニティ広場
 - ・二階⇒稼働式208席(結婚式160名～200名収容可能なホールを備えている)
- ・土地は、町からの借地(無料)で、面積1,056.09㎡を有する。
- ・旧商工会館は、帯広信用金庫へ売却。

② 施設の運営について

- ・年間約20,000人の利用を見込んでいる。
- ・浦幌企画⇒結婚祝賀会、各種パーティー(案内状から一切の業務を引き受けている)8件で組織を運営しています。

(4) 都市計画街路事業について

【道路拡幅整備事業】

- ・歩道舗装・街路灯設置・植樹柵・街路樹・ボラード・ライトアップ

〈総評と意見交換〉

- ・空き地、空き店舗対策と外部からの集客力については、高齢化、後

継者がいない等により、空き地空き店舗の対策は考えているが難しい状況にある。

- ・地理的に、帯広市と釧路市のほぼ中間地点に位置していることから会議や打ち合わせ等に浦幌町（コミュニティ施設）を利用してもらい、商店街への集客性を高める努力をする。

- ・ハード・ソフト部門

- └（部門から進めていったので空き地、空き店舗が出てきた）

- ・事業と一緒に進めていかなければならない。
- ・年度毎の補助金に区切れてくるので代替地の問題が難しい。
- ・浦幌町には観光資源がないので、何か吸引する要素が欲しい。
- ・組合⇒高度化貸金導入～3年以内にしなければならぬので、計画から導入実施までに相当期間を要する。

- ・工業と商業

- └受け身である（積極的な仕掛けやアプローチが必要）

- ・フクハラが進出した事によって、食料品関係の購買流出が減少したと同時に他業種の売上げが増加した。
- ・平成11年度の事業完成時には、益々空き店舗、空き地が出て来ることが予想される。
- ・空き地対策としてポケットパークをつくりたい。
- ・お菓子の製造小売がないので地元には是非欲しい業種である。
- ・コスミックホール建設のいきさつとして、500m程の距離に町の中央公民館があるが、コスミックホールは商店街近代化事業の流れの中で商店ではなく、街の顔づくりだとして、この場所に建設した。
- ・行政の、第一次産業に対する支援よりも商店街に対する支援が薄く思え、商工関係町議会議員が半数いて、農業関係議員の理解を得た。

II 音更町商工会

研修内容 (1) 平成6年から木野地区への大型店出店による音更本町商店街への影響について

(2) 音更町商店街の大型店対策と現状について

応接者 音更町商工会長 塚本 勸 氏

事務局 長 土田八郎 氏

主席経営指導員 松岡俊弘 氏

〈音更町の概要〉

音更町は、十勝平野のほぼ中央部に位置し、概ね平たん地で音更川を中央に土幌川、然別川がそれぞれ十勝川に注ぎ、水利の便に恵まれ、地味もよく各種農作物に適して、全道でも指おりの穀倉地帯で、帯広市に隣接し十勝川温泉郷を抱え十勝管内19町村のなかで最も規模の大きな自治体でもあり、人口38,829人で全道市町村の中で16番目に位置し、世帯数14,146世帯、農業戸数は約1,000戸・農業収入200～230億円、商店数243店・販売額260億円、商工会員数536件で、物販会員数が減少傾向にある。

(1) 平成6年から木野地区への大型店出店による音更本町商店街への影響について

【大型店出店に対する影響度調査実施】

大型店と商品、サービス部門に競合する町内48店の地元小売店などを対象に、平成6年9月に木野地区の大型店の商業集積による影響調査を実施したところ、8月の売上げが前年を下回ったところは27店で、15%～20%の減少幅が最も多く7店（構成比14.6%）、5%～10%の比較的軽微な減少は4店（構成比8.3%）だったが35%以上の大幅減少も3店（構成比6.2%）あった。

これらに対して、売上げが伸びた店は8店（構成比16.6%）あり、25%以上の増収も1店みられ、横ばいは13店（構成比27.1%）あった。影響度合いについて、大型店が食品を主体にしていることもあり、競合する品物を取り扱う木野地区の小売店舗の売り上げ減小が大きくなった。総じて、15%～20%の売上げダウンとなった。

【個店の今後の大型店対策】

- ・品揃えの充実を図る・注文品の配達をこまめにする・新業種の導入を図る・価格の値引きを行う・店舗の新改築等をする・開店、閉店時間を延長する・その他（技術の向上を図る／買上げ客に対して誠心誠意感謝の心で対応する／サービス、修理部門の充実／ハード商品の品揃え／従業員教育、接客マナーに気をつける／新店舗を出店する）

(2) 音更町商店街の大型店対策と現況について

① 商店街スタンプ事業について

- ・平成3年スタンプ会設立58店加盟⇒平成6年法人成「協同組合」を設立した。(回収率85%)
- ・商業者が真剣に取り組むことが重要な「カギ」であり、事業の成功へ結び付く大きな要因となる。
- ・3地区(本町・木野・駒場)の売上高に応じて配分(イベント等)
- ・スタンプ会の加盟⇒やる気のある人(年間最低5万円は購入してもらう)
- ・権利を主張するが義務は果たさないというのは、組織(商店街)の構成員としてふさわしくない。
- ・スタンプ事業で地区の連携協調を計る。

② 夜更市について

- ・商店街近代化事業に取り組んでおり、新たな試みでソフト充実を図っていく。
- ・夜間の商店街の魅力づくりを重視し、地域住民の間に定着させたい。
- ・中央通商店街「ソフト面で継続性のあるものを思考」
- ・最低の準備で最高の効率を上げることを考えた。
- ・土曜日⇒イベントの計画(継続性)には難しさがある。
- ・月に1回⇒土曜日に開催/参加店20店/参加料5,000円
- ・本業に関係ないものでの出店歓迎。
- ・継続の積み重ねが歴史をつくり、地域に定着し根ざしていく。

③ 商店街近代化事業への取り組みについて

【商工会の商店街近代化への取り組み経過】

平成2年3月	商工会地域ビジョン策定
4月	商業振興対策特別委員会設置
3年4月	商業活性化推進協議会発足
4月	音更町に市街地開発推進室設置 同時に商工会に職員1人派遣
4年1月	音更商店街活性化協議会発足＝中央協組前身

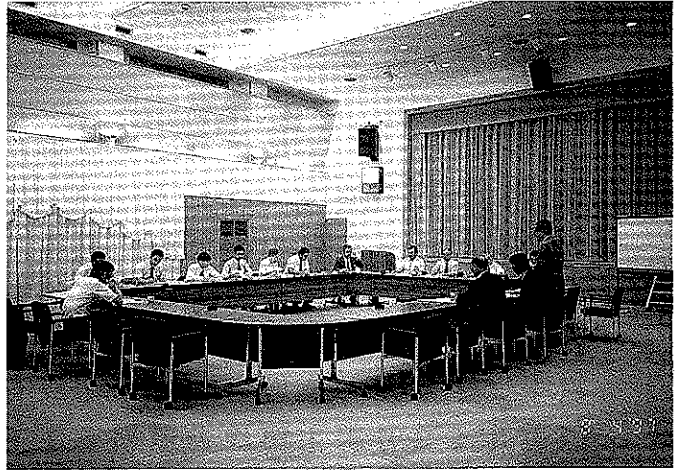
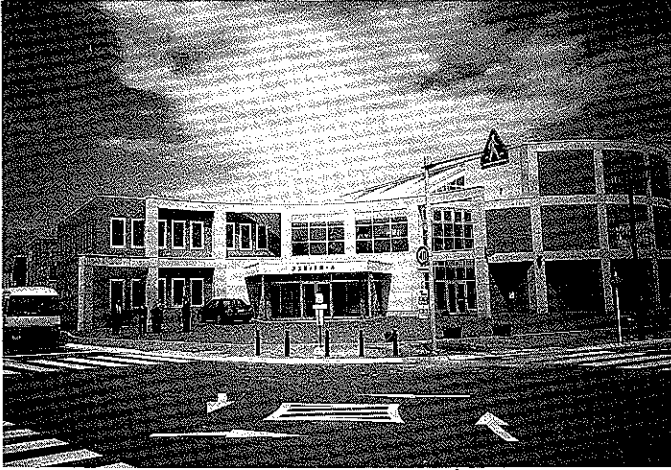
3月 音更商店街活性化基本計画 策定
 5年3月 音更町特定商業集積基本構想 作成
 7月 音更町まちなみデザイン協議会 設立
 6年3月 音更地区まちなみデザイン推進報告書 作成
 音更地区市街地総合再生基本計画書 作成
 9年7月 中小小売商業振興法の認定

- ・近代化⇨生まれ変わること
- ・ハード面（店舗、道路、歩道）が出来ても商店主、従業員が新たな気持ちでやらないと駄目である。
- ・俺さえ良ければ良いという考えは捨ててもらう。「隣りの店が良くなれば自己の店も良くなる」
- ・ソフト面からの取り組み手法が大切なことである。
- ・コンビニエンスストアが11店舗あり、競争が激化しつつある。
- ・大変な時代、経営環境だからこそ経営者自身も大きく変わらなければならぬものである。
- ・3街区に分けて、毎週水曜日に定例会議を開催している。
- ・大通4～5丁目／パティオ協同組合（5名）

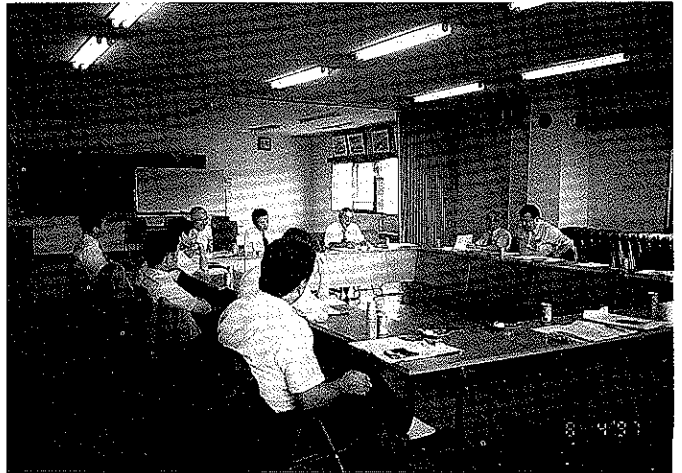
④ 商店街近代化事業の資金調達と利子補給制度について

- ・高度化事業を取り入れないで実施する。（制約を受けるとやりづらい面がある）
- ・利子補給（10年間）の上限を3%に設定するとほぼ無利子で借りられる。（現状の金利は3%以内であるため）
- ・設備資金5,000万円以内／運転資金1,000万円以内（どの金融機関でもよい）
- ・協同組合
- ・ポケットパーク構想
- ・街づくり委員会
- ・街並み協定

十勝管内視察研修



平成9年8月4日 浦幌町商工会



平成9年8月4日 音更町商工会

街おこし推進事業道外先進地視察研修報告書

- 1 日 程 平成9年10月14日～16日
- 2 視察地 秋田県増田町商工会・角館町商工会・秋田パティオ協同組合
- 3 参加者 北 義雄 岡本征次 古川 盛 渡辺貞夫 竹浦 隆
高橋末治 若原俊隆 松田啓幸

I 増田町商工会

- 研修内容
- 1) 平成6年度街おこし推進事業実施の背景と内容について
 - 2) 東北において最初にカード化事業を実施された経過と事業内容及びスタンプとの併用について
 - 3) 商業振興について

応 接 者 増田町商工会副会長・増田商業振興事業協同組合理事長
内藤憲一氏

増田町商工会事務局長 伊藤雄司氏

<増田町の概要>

増田町は秋田県の南東部に位置し、地形的には東の奥羽山脈、西の出羽丘陵に挟まれた横手盆地の南東部を占める雄物川水系の成瀬川、皆瀬川が西部で合流している。道路交通は、南北に走る国道13号線とJR奥羽本線十文字駅から東に3km、車で約5分で町の中心地に到着する位置にあり国道342号線主要地方道横手住田線を通じ、岩手県水沢市と約70kmで結ばれ東北自動車道水沢インターへ車で1時間半で通じる。

東南一帯の山地は奥羽山脈につながり、成瀬川の流れに沿い、東北の山麓には「平鹿りんご」発祥の地にふさわしい広大なりんご園が開けている。

町の誕生は、明治28年町制を施行し、その後昭和30年西成瀬村と合併、つづいて同32年には駒形村の一部を編入し現在の増田町となっている。人口は約9,600人で350年の歴史のある朝市があり、経済の活発化していた商業のマチで、現在は鉄道の通っていない過疎のマチである。

1) 平成6年度街おこし推進事業実施の背景と内容について

商業者を取り巻く経営環境は、大店法の規制緩和に伴う大型店の著しい地方進出や情報化及び国際化といった経済的環境の変化に対応して、内外価格差を是正する「価格破壊」と称する流通革命の波が押し寄せ、小規模商業者にとって大変な状況を迎えその対応に苦慮しており、地域の顔である商業の振興を如何にするかを目的に実施。

平成元年から地域商工業振興対策事業を5年計画で実施しており、横手市、湯沢市、十文字町の商圈に入っており、地元購買力は平成3年、平成6年対比で、最寄品45.4%から31.1%、買回品が30.9%から21.9%と大きく流出している背景がある。街おこし推進事業は情報研

究委員会、計画活動委員会、先進地事業研究委員会の3委員会（分科会）を設置し、それぞれの委員会のテーマ毎に活動し、合同委員会で意見調整を計りながら進める。

情報研究委員会	商店後継者実態調査（後継者の実態把握） 外食消費者意識アンケート（「食」をテーマの街づくり） 通行量調査（八木バイパス開通後の実態把握）
計画活動委員会	商店街の活性化、閉店時間の延長、資源の有効活用 農山菜業者との連携、楽しい買物雰囲気演出
先進地事業研究委員会	ハード／ソフト面での調整（各委員会とのテーマ調整） 先進地の候補（先進地事例資料の収集分析）

以上の委員会から次の策定計画（提言）が出された。

1. 「やる金市」を利用した商店街活性化対策
2. 商店街組織の強化策
3. コミュニティーラウンジの活用
4. 特産品の流通拡大、加工品の研究
5. 「ふれあいプラザ」の活用
6. 後継者対策
7. 食文化への対応
8. 観光対策
9. 交通網の変化への対応
10. 高齢化社会と商店経営
11. 商店街賑わい対策
12. ハード事業による活性化対策
13. まとめ（商店街活性化のために）

以上13項目の計画策定（提言）が出されているが、経営者の意識の改革の実行は難しい現況にあり、店舗への過大な設備投資は逆に危険であり投資をしないソフト面での対応は不況においても対応できる強い面もある。しかしながら商店にとっての魅力が欠けている。親切、ふれあい、もてなしのキャッチフレーズのパンフを各商店に提示している。

規制緩和等の外部環境の変化の速さに商店街として、ついていけない現況にもある。

2) 東北において最初にカード化事業を実施された経過と事業内容及びスタンプとの併用について

名 称	増田商業協同組合
システム	ポイント単機能・オフライン・マーク式
事業運営	増田町商工会へ委託（委託料年90万円）
カード導入	平成3年7月カード素材紙（一層）ポイント単価2円（2%）

消費者還元	1. 33円 加盟店35店 初期投資1,000万円 端末機単価25万円
特 徴 問 題 点	初期投資が少なく加盟店が参加しやすい。 顧客情報がとれない加盟店はマスターカードを購入する 必要があり、紙カードで破損しやすい。

スタンプ事業20年、シール事業10年間の実績があった。買回品についてサービス提供していたが出さない弊害があった。最寄品については売上高に応じて提供しているので組合として統制がとれていなかった。カード化することによって買回品についてもサービスせざるを得ない状況をつくった。又、子供にもテレフォンカードと同じ感覚で楽しみを与えることに成功している。

スタンプ事業の成熟の問題として、グリーンスタンプは上部組織がかってに2倍セールを打ち出し地域での反発があった。

あくまでもシール・カード事業については個店の販促手段として利用するのが原則であり、協同組合として上からの指導は一切していない、個店によっては2～5倍セール、土・日は3倍セールを実施しているところがある。

シールとカードの併用について（増田町方式）

高齢者には機械操作が出来ない又、零細商店としては加盟出来ないなどの問題があるため、シールとカードを併用することにした。カードは受益者負担（30円）として自店が買うことにより負担の公平化を持たせた。カード化事業を検討する段階で後継者の意向を聴いてスタートさせたが、当初は20店の加盟であったが組合としては、消費者のニーズから徐々に増えて来ることを予測しており、現在は35店が加盟しカード売上も60%から95%へと増加（シール売上5%）している。

イベント事業は地元商店街の販促活動の一環として還元する。他町村への流出は組合活動としてメリットがないのでカード利用者には生活必需品との交換会、子供にもポイントカードを持たせソフトクリーム交換会、中元売出しではカード400円分で1回抽せんをし、更に外れても500円の商品券の提供をしている。又、中心商店街から外れた商店にも配慮して実施している。（現在シール取扱加盟は16店）

3) 商業振興について

増田町商工会として、近代化はマチを新しくすることではなく古いマチの良さを活かすことを考えている。秋田県全体として田沢湖や角館町など交流人口が増えており、当町においても350年の歴史をもつ朝市など古いものに触れる良さを取り入れた近代化を考えていきたいと説明。

朝市は毎月9回、2日・5日・9日のつく日に実施しており、多いときで180店もの出店があり、80店は軒先、農家は路地に出店し、町外か

らも出店している。時間は午前6時から12時迄で、市場商店会組織をつくり、町には道路使用料を納めている。

この朝市は情報の発信基地とともにコミュニケーションの場ともなっている。

商品券事業について、500円で発券しているが手数料は一切取らないで等価としている。事務局から490円で購入し500円で利用していただいている。当初組合員で不正があるのではと心配していたがその問題はなかった。差額の10円の負担はカード事業からの補助であり、商品券の単独事業では難しい。現行30万円程度の助成で流通させるのは高負担とは考えていない。商品券の売上は年間600万円程度でその内3分の2は役場で利用いただいている。

空店舗対策については、現在後継者がいない1店舗あるだけで問題となっていない。

部会活動について、商業部会、製造業部会、建設業部会、飲食業部会、サービス部会の5部会であったのを、平成9年から商業部会、工業部会の2部会に統合する。

II 角館町商工会

- 研修内容
- 1) コミュニティーホール施設設置経過について
 - 2) コミュニティーホールの運営と利用状況について
 - 3) 商業振興について

応接者 角館町商工会事務局長 戸澤正隆氏
角館町商工会経営指導員 門脇重氏

<角館町の概要>

角館町は秋田市（空港）と盛岡市（新幹線、東北自動車道）との中心に位置している。藩政時代に都市計画形成され武家屋敷と商家（地主）や寺などが計画的に配置され、これらをとりにまわす樹木、枝垂れ桜などが有名である。武家屋敷地内が昭和51年に国の伝統的建造物群保存地区指定を受けている。

桧木内川堤のそめい吉野、武家屋敷地内の枝垂れ桜が「桜名所百選」に選ばれる。伝統工芸品として樺細工、イタヤ細工、白岩焼があり、第三セクターの角館温泉花葉館がある。

平成7年の国勢調査で人口15,223人、年間140万人の観光客の入り込みがある。

1) コミュニティーホール施設設置経過について

年間140万人の観光客が来町しているが商店街への波及効果はなく、又、商店街に入りにくい状況にあった。また昭和55年から大型店の出店が始まり、年間販売額220億円のうち中心商店街の売上は、80億～85億円であり、郊外大型店や町外に流出している。表町の武家屋敷に一極

集中する観光客を中心商店街まで誘導するため、商店街に近い田町の武家屋敷の一角に「西宮家の蔵」があり、これを修復して観光案内を兼ねた休憩所、ミニコンサート、特産品製作の実演、講談などの各種イベント会場として活用し、二階は西宮家が所蔵する掛軸、漆器、陶器などの生活民具が展示されている。

2) コミュニティーホールの運営と利用状況について

田町地区活性化整備事業として、平成5年に秋田県315万円、町650万円、商工会50万円で西宮家の蔵を修理修復をする。平成6年4月21日にコミュニティーホールとしてオープンする。入館者数24,000人でミニコンサート、押花展を実施している。運営費は、町から200万円、商工会で200万円負担していることになるが、一部商店街の会員から批判もあるが物品の販売により収益をあげて実質の負担を軽くしている。

開館2年目以降は90%が観光客が利用しており、新幹線で来町される観光客の95%が来館している。

平成10年から第三セクターとして、(株)西宮家(仮称)を設立し、角館町の商業振興と積極的に営利活動を行い、利益を追及することを目的とし商業活動を活発に行うことにより、人(観光客、近隣地域の客、地元客)の集積を図り、周辺商店街の拡散を実現することにより所期の目的を達成する。

<事業目的、内容>

1. 角館町から委託を受けて行う食事施設、集会施設、展示施設の管理運営業務
 2. 食堂、喫茶店を経営
 3. 酒類、清涼飲料水、たばこ、食料品、観光土産物、日用雑貨の販売
 4. 前記各号に付帯する一切の業務
- 資本金5,000万円(うち町出資3,000万円)

3) 商業振興について

樺細工約15億円の売上があり、江戸期の武家の内職として始まった。職人の育成のため行政が3年間に亘り、月額8万円を助成し、育成にとめているが一人前になるには相当の経験が必要とされる。

山桜の苗木は北海道から取り寄せており、今後40万本植栽する予定。

観光客140万人のうち33,000人が宿泊。田沢湖には270~280万人が宿泊しており、町の宿泊収客は600人の施設があるが不足している。

観光は、本来のまちづくりをすれば自然と観光となり、観光のための施設づくりではない。観光客のうちリピーターの割合が多い。

空店舗対策として特産品の販売をしているが、増加傾向にあり、一方では他町からの出店希望もある。

Ⅲ 秋田パティオ協同組合

研修内容 1) サンパティオ事業の経過概要について
応接者 秋田パティオ協同組合理事長 竹屋直太郎氏
秋田パティオ協同組合事務局長 畑中洋治氏

<秋田市の商業概況>

秋田市は人口31万人、商業人口は38万人で大型店の占有率が60.6%を占めており、モータリゼーションの発達により郊外ロードサイドに大型店が相次いで進出し、中心市街商店街の地盤沈下が余儀なくされている。

秋田駅から西（日本海側）へ街がひらけており、河川（旭川）をはさんで、広小路、仲小路、中央通りの3本の道路がそれぞれの商店街を形成している。

寛永6年（1629年）佐竹藩主が町割り（町づくり）をして、川より駅側を武家の町（内町）、大町、通町のある川の西側を商人たちの町（外町）として栄えてきた。昭和30年代に入ると、火災等により、行政の中心である県庁等が内町より外町へ集団移動し、その跡地及び周辺に商店街が形成され、本来商人の町である外町よりも栄えてきた。

しかし、駐車場等が少ないこともあり、郊外の大型店により、空洞化が進んでいる。

<大町地区の概況>

大町商店街振興組合は昭和50年に再開発を展望し、その受け皿として(株)秋田大町ニューシティーが設立され、昭和56年にダイエーと辻兵（地元店）を核テナントとする秋田ニューシティービルがオープンし、これらを核に大町1丁目、2丁目の路面店が加入し、組織を拡大、商店街としての形成を整えた。

商業地として栄え、趣のある老舗のならば町であったが、昭和60年に町づくりに力を注ぎ、コミュニティ・マート構想モデル事業地域の指定を受ける。

この構想は、道路にたよらない人の行きき、敷地内の土地をある程度共有する道路をかいさないでブロック及び敷地内に散歩道等の公共的な空間を持つことによって行き来できる。この小さなコミュニティのかたわら店舗を配置する構想。

この事業の一環として、昭和62年駅前からの消費者導線として「大町公園橋」地下イベント広場を建設し、またADビルや秋田ワシントンホテルの誘致を行い、近代的ビルが建ち並ぶ町に変貌した。その後コミュニティ・マート事業の継続として、日銀跡地の活用について策定したが経済情勢の悪化、ハード部分の補助がなくトーンダウンしたが、秋田魁新報社の移転が決定し、跡地の有効活用と大町通りの整備も含め、人にやさしい町

づくりを目指し、協議検討をはじめた。隣接する通町商店街振興組合は街路事業で道路拡幅と商店街近代化事業を導入し、個店の立て替えと道路（歩道）整備を実施（平成9年度完了）しており、この動きに併せ大町商店街も建設省のまちなみデザイン推進事業の補助を得て、この事業を実施していたところ通産省のパティオ事業が打ち出されてきたのである。

<商店街パティオ事業（店舗等集団化事業）>

5人以上の中小小売商業者等が集まって事業協同組合等を組織し、商店街区域内もしくは、その隣接地で敷地面積500㎡以上の用地内に一定のオープンスペース＝「共同施設としての広場（敷地面積の3分の1以上）」を持った中核的商業集積を形成し、組合員の近代化と商店街の活性化に寄与する事業である。

1. 組合の概要

組合名	秋田パティオ協同組合
理事長	竹屋直太郎
組合員	9名
出資金	総額315,220千円 払込済44,290千円
事務局	秋田市大町1丁目2番7号 ㈱竹半 内Tel0188-66-8810
事務局長	畑中洋治
出店業種	スポーツ店、時計宝石、衣料品、理美容、学習塾、飲食店
オープン	平成9年4月5日

2. 施設概要および事業費

敷地面積	2,252.82㎡ (6.81.48坪)
建築面積	1,640.28㎡
延床面積	4,742.46㎡
階・構造	鉄骨耐火構造B1・F3
共同駐車場	1,045.90㎡ (40台)
パティオ施設	573.65㎡
デッキ	211.09㎡
組合事業費	1,026,759千円
土地購入費	728,284千円
調査費	9,666千円
駐車場	131,994千円
パティオ施設	78,929千円
その他	77,886千円
資金調達内訳	
自己資金	193,662千円
高度化資金	642,620千円

補助金	190,477千円
組合員事業費	806,534千円
総事業費合計	1,833,293千円
導入補助制度	優良建築等整備事業 商業基盤施設等整備事業

3. 集団化計画の概要

計画の動機及び将来目標

①地方中小都市における商店街（小売商業）の再生は、早急に回答をせまられている重要課題の一つです。異様な速さで変化する、予測のつかない時代、規制緩和、価格破壊の大合唱の中、中小小売業者もまた、生き残りをかけて主体的にこの課題の回答をみいだす必要があります。商業者の問題は商業者自らが責任を持って解決するしかありません。

②大町2丁目には大型店（ダイエー）、ホテルなどがあり、最寄品を主とする近隣型の通町商店街の整備も進んでおり、大町1丁目（計画地）は地価（坪）100万円であったがカルチャースクール、秋田伝承館、複合的都心型コミュニティセンターなど大町街区の基本的ポテンシャルが高く、パティオ事業が周辺の再開発の誘因となり、秋田市として若しくは特化された区域として、市民の支持を得られる状態であり、秋田商人の気概を示すチャンスと考えて渾身の力を振りたいとの動機である。

③コンセプトづくり“変化への対応力”（Changing Power）“コンセプト”については組合員間で幾度となく討論を重ねてきた。

1. 都会的な新しいセンスを取り入れながらも秋田の伝統的な歴史を感じることでできる街。
2. 通町、伝承館、AD（ショッピングモール）と周りの環境を考えながらzoneで捕らえる。
3. 自転車や徒歩で「ちょっと買物に」と気軽に行けるような街でありながら、どこかに心のgrade up＝高級感を感じられる街。
4. ほっとするような空間で、それはやすらぎを感じ、また大型店の広さとは反対に小さい店の特徴を生かす。
5. 「健康」（肉体的・精神的）と「昔の懐かしさ」に重きを置くなどの意見も出たが、異様な速さで変化する時代状況のもとで陳腐化するおそれがあり、それで基本コンセプトは弾力性をもたせて“変化への対応力”とした。パティオはある時は“にぎわいの場”であり“出会いの回廊”であり、“くつろぎの場”であり、“デートスポット”であり、“十分な変化への対応力”を持っている。昼の顔、夜の顔、また、四季の変化を映し出せるようにしている。

“パティオ”周辺部は、個店への動線として、個性的であり来町者を自然に“パティオ”から店内に誘導し、個性を主張しながら全体の調和を創り出す。個店内部にはスパイスニングスペースを設け、流行や季節の変化へ

対応する。

また、パティオは（伸縮自在の売場として）時にはワゴンセール売場として、屋外での飲食スペースとして個店の売場を補強する。また、パティオは立地条件として大町2丁目と通町をつなぎ、街区としての一体感を形成する連結点であり、市が隣接地を先行取得したことにより、ブロックとしての回遊性向上に大きな可能性がある。課題は山積みしているが、“再生する街”を目標に努力を重ねている。

4. 竹屋理事長の説明概要（ビデオ説明会）

サンパティオ大町は平成9年4月5日全国で2番目のパティオ事業としてオープン。これからの小売業者の生き残り策として大型店の中に入るのではなく、小は小なりの個々の特色を出していかなければならない。パティオのオープンスペースを有効に利用して集客力を高める。リピーターが多くなっているが秋田市民がパティオを理解しているかが心配であるが、単独店では出来ない良さがある。時間をつぶしながら相互にプラス効果が生まれ、一等地（坪100万円）であり採算面で心配したが各店とも当初予定の売上予想を超えている現況にある。郊外型大型店等の影響により商店街が衰退しており、大型店は量販競争であるが、個店は質で対抗することになるがそこには核となる店舗が必要であり、個店の魅力を出して相乗効果を高めることであり、パティオがオープンしてから、商店街の回遊性も高まり、大型店のダイエーが撤退を取り止めて改装したことからも効果があったことがわかる。

<立地の背景>

大町1～2丁目は最寄品の雑貨商店と御用商人の呉服店があり、住み分けをしてかつては賑わいのある商店街として展開していた。秋田魁新報社の建物が老朽化により移転し、跡地利用について協議検討、過去の賑わいのある商店街に出来るかが心配であった。建物が新しくなっても中身が同じでは意味がなく衰退の可能性があり郊外型大型店と中心商店街では力関係からかなわないことから両者の「住み分け」が出来ないか。2000年以降秋田県は高齢者全国一が予想され郊外とマチの中の住み分けによる高齢化社会に対応する総合的なゾーン展開に目を向けたのが理由である。

<事業の取組>

理事長自身としては、高度化資金の借入れは出来るが目玉になる地元の資本（外資ではなく）を導入したいと考えていた。テナントは入るのも簡単であるが、又、出るのも簡単であり、店の独自性を持たせる為にも個店にする方がよい。役所はハード事業（アーケード、カラー歩道）だけでなく、ソフト面への理解度が弱く、商業者自身の意識の欠如もまた大きい問題点である。商売は自分のためであり人をあてにする商売は長続きはしな

い。自分自身が守らなければ誰も助けてくれないのが商売である。

<組合の運営>

組合員の負担は均等割20%・容積割40%・面積割40%となっており、気がつけば理事長の負担が一番重たい内容となっている。定休日、営業時間についてはフリーとなっており、組合としては夜間の照明を一部暗くするだけである。イベントは年3回計画しているが組合員はイベント屋ではないので外部に利用してもらう方向でいる。

<総評>

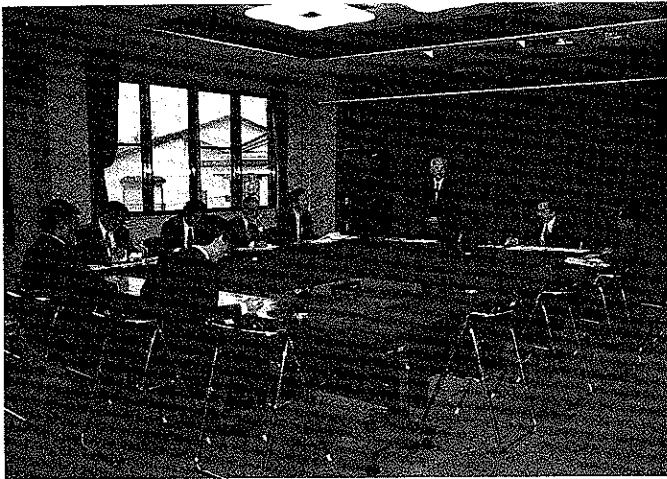
視察当日は、定休日ということで全店休業と思っていたら理美容店と喫茶店が営業していたのでフリーである意味が理解できた。竹屋理事長は市議会議員としても活躍しておられるが、商店街の顔として強力なリーダーシップを発揮しており、独自のポリシーを持っており、行政依存タイプではなく、自分たちの行動を起こすことによって行政が後からついて来る民主導型の行動派でもあると見受けられた。

このパティオ事業についても理事長の発想していた寄り合い店舗が通産省のメニューにあることを知らなかったことがうまくマッチングしたのとパティオ事業の拡大解釈によるオープンスペース（広場）の有効利用についても中小企業事業団が積極的に支援があったとの説明があった。

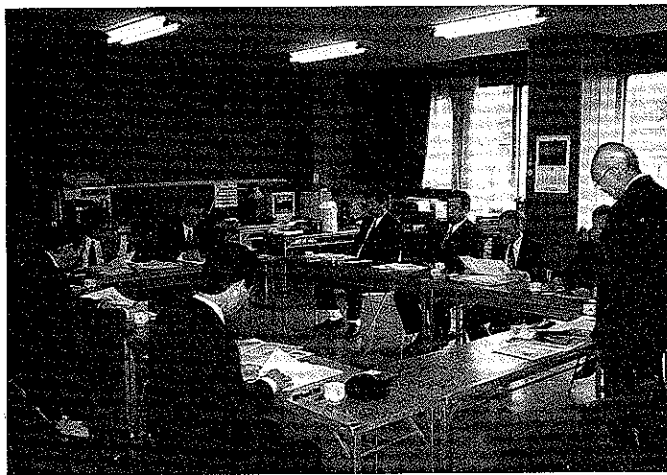
又、この事業については多数の出店希望者があり、選別基準として地元資本であることと、自己資本が投資額の20%所有が絶対条件として附した経緯がある。

オープン前から色々地元の事業者から非難もあったがオープン後、近隣商店への波及効果から、今迄来客したことのない人がかなり回遊することにより近隣商店街からも色々協力申し出があるとの説明があり、オープンして半年しか経過していないが、コンセプト“変化への対応力”を基本理念として持っている限り、地域の核店舗として、大型店との住み分けがなされることは、間違いないであろう。

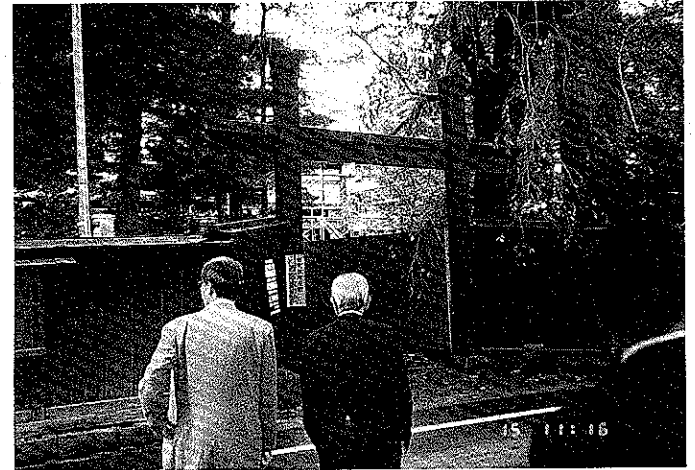
道外先進地視察研修



平成9年10月14日 増田町商工会



平成9年10月15日 角館町商工会



平成9年10月15日 秋田パティオ協同組合

