

平成 21 年度マスターセンター補助事業

中心市街地の空き店舗及び 空地の活用策の調査研究

報告書

平成 22 年1月

社団法人 中小企業診断協会 青森県支部

目 次

はじめに	1
第1章 総 論	3
1 本調査研究事業の目的	3
2 青森県の商業の現状	3
3 県内8市の空き店舗調査の結果	6
4 中心市街地活性化への取り組み現況	8
第2章 各 論	11
1 青 森 市	11
2 弘 前 市	23
3 八 戸 市	30
4 黒 石 市	39
5 五所川原市	43
6 十和田市	47
7 三 沢 市	54
8 む つ 市	61
第3章 ま と め	68
おわりに	75

はじめに

平成20年度のマスターセンター補助事業として、青森県内八市の中心市街地活性化策に関する調査を行い報告書をまとめている。

この中で中心市街地の現状をみると空店舗が増え、通行量は減少傾向を示し徐々に活気が失われつつある。これに対して、行政、商工会議所、商店街団体が一体となって各種の対策を講じている。例えば一例としてあげると

- ・各種イベント特に食を中心としたイベントによる誘客。
- ・街なかの魅力づくりのために「街の楽しみづくり」「街どうし」を目標とした街づくり。
- ・「まちなか」を大切に「住人と商人と旅人がふれあう（まちなか）」をコンセプトとした「まちなかがき」を目標とした対策。
- ・まちなかに来やすくするためのバス、タクシー鉄道の利便性を高めると共に車利用者の利便性をも確保する交通手段の整備等

であり、各市の都市機能等に合ったまちづくり対策が講じられている。

特に、2010年東北新幹線の全線開通による新青森駅の開業、七戸十和田駅の開業をひかえており、観光客の誘客に力を入れての街づくり、食の開発とPR、豊かな郷土の文化、伝統、もてなしの心をも意識した街づくりに努めている。

このようなことを踏まえ、21年度は中心市街地の空店舗や空地をどのように活用して街づくりや街の賑わいづくり取り組んでいるのか、県内八市の状況を把握し、今後のまちづくりに生かしていきたいと考えている。

この調査にあたり、青森県経営支援課、各市役所、商工会議所、商工会、中小企業団体中央会等の関係者の皆様には、御協力をいただき心から感謝申し上げます。この報告書が今後のまちづくり、商店街振興の一助になれば幸いです。

なお、本報告書作成に参加した者は、下記の中小企業診断士（当支部会員）です。

平成22年1月

社団法人 中小企業診断協会青森県支部

支部長 山本達雄

調査研究委員

委員長 新見壽次

委員 半田敏久 渡辺啓三

金沢徳夫 高畑彰

米田吉宏 山本進

伊藤朗

第1章 総論

1. 本調査研究事業の目的

青森県内の各市においては中心市街地活性化事業計画や各種の事業計画に基づいて中心市街地の活性化や街づくりに取り組んでいる。この状況を調査し、平成20年度は「中心市街地活性化策に関する調査研究報告書」としてまとめている。

このなかで、商店街における通行量は年々減少傾向にあり、空き店舗は年々増している現状にある。このため、空き店舗や空地を利用して各種のイベントや顧客の利便性を図るための場として提供し賑わいづくりに努めている。これらの実態を各商工会議所、商工会へ訪問し聞き取り調査を行い報告書としてまとめることにした。

さらに街づくりの状況がどのように進んでいるのかをも併せて調査することにした。

調査対象は20年度と同様青森市、弘前市、八戸市、黒石市、五所川原市、十和田市、三沢市、むつ市とした。

2. 青森県の商業の現状

(1) 調査結果の概要

平成19年6月1日現在で実施されている「平成19年商業統計調査」速報（青森県統計分析課）によると

- ・事業所数は 18,672事業所
- ・従業者数は 119,221人
- ・年間商品販売額は3兆3,103億円である。

前回（平成16年調査）に較べると

- ・事業所数 7.6%減少（1,542事業所減）
- ・従業者数 5.2%減少（6,502人減）
- ・年間商品販売額 7.5%減少（2,674億円減）

といずれも減少している。

これらのうち、小売業の推移をみると次のとおりである。

- ・小売業事業所 15,155事業所
- ・小売業従業員 88,330人
- ・小売業年間商品販売額 1兆4,399億円

前回は（平成16年調査）に較べると

- ・事業所 7.5%減
- ・従業者数 3,323人減
- ・年間商品販売額 460億円減

といずれも減少している。

〔小売業の推移〕

	平成16年	平成19年	増 減
事業所数	16,389	15,155	△7.5%
従業者数	91,653人	88,330人	△3.6%
年間商品販売額	1兆4,860億円	1兆4,399億円	△3.1%

(2) 県内支部・郡部別の事業所数、従業員数、商品販売額の推移

県内のうち、10市が占める割合は

- ・事業所数 78.2%
- ・従業者数 84.0%
- ・年間商品販売額 90.5%

である。これらから一事業所当たりの従業者数、年間商品販売額をみると

- ・支部一事業所当たりの従業員 686人
- ・郡部一事業所当たりの従業員 467人
- ・支部一事業所当たりの年間商品販売額 20,497万円
- ・郡部一事業所当たりの年間商品販売額 7,769万円

となっている。

	事業所数	従業者数	年間商品販売額
支 部	14,610 (78.2%)	100,250 (84.0%)	299,471,872 (90.5%)
郡 部	4,062 (21.8%)	18,971 (16.0%)	31,559,188 (9.5%)
計	18,672 (100%)	119,221 (100%)	331,031,060 (100%)

(3) 県内10市の事業所数、従業員数の推移

県内10市の事業所は14,610、このうち青森市4,196、弘前市2,514、八戸市3,446と三市で10,156と69.5%を占めている。従業員数は県内10市で100,250人、このうち青森市30,052人、弘前市18,316人、八戸市24,413人とこの三市で72,781人と72.6%を占めている。

県内における事業所数の順位をみると青森市、八戸市、弘前市、黒石市、三沢市、つがる市、平川市となっている。

	19年事業所数	19年従業者数
青 森 市	4,196	30,052
弘 前 市	2,514	18,316
八 戸 市	3,446	24,413
黒 石 市	449	2,766

五 所 川 原 市	940	5,565
十 和 田 市	956	6,179
三 沢 市	444	2,858
む つ 市	875	5,113
つ が る 市	419	2,809
平 川 市	371	2,179
計	14,610	100,250

(4) 内10市の商品販売額

県内10市の平成19年の年間商品販売額は2兆9,947億円、平成16年は3兆2,518億円と2,571億円の減、率にして7.9%の減少となっている。

減少幅の大きい市は、次のとおりである。

青 森 市	△15.1
黒 石 市	△12.7
弘 前 市	△7.8
つ が る 市	△7.2
む つ 市	△6.8
五 所 川 原 市	△3.7
八 戸 市	△1.0

(単位千万円)

氏 名	年間商品販売額		増 減 率 %
	平成19年	平成16年	
青 森 市	105,287	124,076	△15.1
弘 前 市	50,236	54,508	△7.8
八 戸 市	82,542	83,349	△1.0
黒 石 市	4,912	5,627	△12.7
五 所 川 原 市	11,606	12,057	△3.7
十 和 田 市	16,691	16,454	1.4
三 沢 市	6,047	5,872	3.0
む つ 市	13,228	14,196	△6.8
つ が る 市	4,774	5,146	△7.2
平 川 市	4,149	3,900	6.4
計	299,472	325,184	△7.9

3. 商店街空き店舗調査

県においては、県内の中心商店街の商業環境は、消費者ニーズの多様化、郊外やロードサイド地域への大型店・専門店の出店増加など厳しい状況にあるため、その現状を把握し、今後の商店街振興推進を図るための基礎資料とするため、県内八市の25商店街を調査対象として空き店舗調査を実施している。

調査対象は県内八市（つがる市・平川市を除く）で平成10～16年度は30商店街を調査対象としてきたが、区画整理事業の開始に伴い、平成17年度から三沢市中央町商店街、平成18年度から三沢市大通り商店街、五所川原市大町商店街、平成19年度から五所川原市本町商店街、平成20年度から弘前市駅前商店街を調査対象外とし、25商店街を対象に調査している。

調査は県内八市に委託し、各市からそれぞれの商店街へ調査を依頼している。

(1) 調査結果

平成10年度から調査を実施してきているが平成20年度の調査結果では1,456店中空き店舗数が266店で空き店舗率は18.3%となっている。これを時系列的に空き店舗率をみると

平成10年度	11.6%
平成12年度	13.1%
平成14年度	13.1%
平成16年度	14.7%
平成17年度	15.4%
平成18年度	15.7%
平成19年度	17.3%
平成20年度	18.3%

年々上昇傾向にあり、県内商店街の空き店舗率の増加に歯止めがかかっていない状況である。

$$\text{空き店舗率} = \frac{\text{空き店舗} + \text{空き地}}{\text{全店舗数(事務所・倉庫含む)}}$$

平成	調査対象商店街数	店舗数	空き店舗数	空き店舗率
10	30	1,784	207	11.6%
12	30	1,767	231	13.1%
14	30	1,780	234	13.1%
16	30	1,793	264	14.7%
17	29	1,734	267	15.4%
18	27	1,601	252	15.7%
19	26	1,544	267	17.3%
20	25	1,456	266	18.3%

(2) 市別に見た空き店舗率

市別に平成19・20年度の状況をみると

◎空き店舗率20%を越えている市

黒石市・十和田市・三沢市

◎空き店舗率が改善されている市

青森市・弘前市

◎空き店舗率が増となっている市

黒石市・三沢市・むつ市

	20年度空き店舗率	19年度空き店舗率
青 森 市	14.0%	15.5%
弘 前 市	10.0%	13.6%
八 戸 市	13.2%	13.2%
黒 石 市	22.1%	17.1%
五 所 川 原 市	15.4%	15.4%
十 和 田 市	26.0%	26.0%
三 沢 市	38.4%	29.3%
む つ 市	17.9%	15.2%
計	18.3%	17.3%

(3) 商店街別にみた空き店舗率

① 空き店舗率の低い商店街 (20年度)

- ・八戸市十六日町 2.8%
- ・弘前市下土手町 7.1%
- ・弘前市上土手町 7.7%
- ・青森市柳町 10.1%
- ・黒石市こみせ通り 10.5%

② 空き店舗率の高い商店街 (20年度)

- ・三沢市銀座 40%
- ・三沢市大町 36.7%
- ・黒石市横町 33.3%
- ・十和田市七・八丁目 33.3%
- ・十和田市中央通り 29.2%

③ 空き店舗の改善が著しい商店街を平成16年度と平成20年度の対比でみると次のとおりです。

	平成20年度	平成16年度
・八戸市十六日町	2.8%	18.4%
・弘前市中土手町	15.3%	21.0%
・十和田市六丁目	21.1%	26.3%
・弘前市下土手	15.3%	21.0%
・青森市柳町	10.1%	13.4%

4. 中心市街地活性化への取組状況

平成20年度県内八市の中心市街地の活性化への取り組みを調査しているが、その概要は次のとおり。なお、21年度に入ってから状況は各市の項目で述べることにする。

- ・ 青森市では「コンパクトシティ構想」に基づき中心市街地の活性化を図るべく複合集客施設「アウガ」の設置運営、商業者育成のための実験店舗設置のあるパサージュ広場の開設を手がけている。

また、「街の楽しみづくり」「交流街づくり」「街ぐらし」の目標を達成するため「ウォークブルタウンの創造」を目的に事業を実施し活性化に官民一体となり取り組み成果をあげてきている。

平成17年には「まちなかしかへらあ～S」平成18年には「青森ねぶた」とよさこいを融合させた「AOMORI春フェスティバル」が開催されている。さらに広場や空き店舗を利用した「産直市」が開催され好評を得ている。また、情報技術やアートを通じ、まちの賑わいにつなげようとする挑戦が続いている商店街もあり人々がともに支え、語りあうまちづくりを目指しており期待されている。

- ・ 弘前市はTMOが中心となり各種事業が展開されてきたが、平成20年7月「弘前市中心市街地活性化計画」が認定され、この計画には「ハード事業」「ソフト事業」が盛り込まれている。この計画の基本理念は「住人と商人と旅人がふれあう「まちなか」と定めている。

そして6つの基本方針を定め、事業を進めることにしている。

- ① 暮らしの豊かさやまちの楽しみが感じられる空間と仕掛けづくり
- ② 商店街の魅力と賑わいの回復
- ③ 歴史的・文化的資源を活用した都市観光の推進
- ④ まちなかの情報発信機能の整備促進
- ⑤ 街に来やすい交通環境づくり
- ⑥ まちなかを拠点とした市民活動の促進

これら事業の一環として「まちあるきマップ」の作成があり、観光客等への街歩きガイドとして

役立てている。また、顧客の利便性を図り、ゆっくり買い物ができるよう、小さなお子さんの一時預かりのできる施設、休憩所等の設置等ソフト事業面にも力を入れてきている。

- 八戸市は東北新幹線八戸駅開業により乗降客数の増加、「八戸三社大祭」や「八戸えんり」などの伝統的な祭が観光客の入込増をもたらしている。また、屋台村「みろく横丁」や「八食センター」も観光客で賑わいをみせており、「せんべい汁」もうまいものとして全国版になりつつある。

こうしたなかで中心市街地の活性化策として、中心市街地に「交流施設」を新設し交流と賑わいを増やす、空き店舗の解消を図る、魅力ある個店が連なる回遊空間を形成するなどの基本方針を定め、平成22年度の新青森駅開業をも見定め事業をすすめている。特に、国県の「空き店舗対策モデル事業」の一環として開設した「まちの駅」は開設以来10年周年をむかえ、10年間の来場者数は10万人と中心街の通行量は減少するなかで、利用者は増えつづけており、大きな成果をあげている。

- 黒石市では中心市街地に藩政時代につくられた「こみせ」と呼ばれる木製のアーケードが残っており、こうした伝統的町並みを生かした都市観光に力を入れ街の活性化を目指している。旧正月名物の「マツコ市」や「黒石こみせまつり」のイベントの開催や「黒石よされ」「黒石ねぶた」などに代表される祭りやイベントも街の目抜き通りを舞台に開催されている。加えて、近年「つゆやきそば」がB級グルメとして人気を博し、市民に愛され、観光客の関心を集めている。
- 五所川原では中心市街地や活性化事業と「エルム」エリアがWin-Winの関係になるべく、市や商工会議所を中心に様々な取り組みが行われて来た。

平成13年度からの「中心商店街空き店舗チャレンジショップ事業」中心市街地と「エルムの街」を結ぶだけでなく住宅地や地域拠点、病院などをつなぐ路線の「商店街循環バス」による集客性の向上を目指している。

平成17年TMO構想の認定を受けTMOごしょがわらを設立している。

これからの中心的事業は「立ねぶたの館」を中心と各種の事業、「太宰治」と斜陽館など本市固有の歴史文化をテーマに観光客にも地域住民にも回遊してもらう商店街を目指している。

- 十和田市は平成11年度より「空き店舗対策事業」として出店者を募ってチャレンジショップを実施している。近年では平成19年度には少子高齢化等対策商業活性化支援事業としてワンボックスショップ事業（ボックス21区画）を複合的に組み合わせた空き店舗対策に取り組んでいる。

中心市街地の活性化にむけては「買い物が楽しめ、満ち足りた時間を過ごせる街づくり」「安全で快適な暮らしのできる、住み良い街づくり」「歴史・芸術・文化が薫り、心豊かにく

つろげる街づくり」を基本方針として各種活性化事業を展開していくことにしている。

なお、最近十和田市の「バラ焼き」が注目されており、バラ焼きで街に人をバラ焼きでまちを元気に目指している。

また、市現代美術館のにぎわいをどう商店街の活性化にむすびつけていくかも大きな課題となっている。今後とも顧客や旅行客とのふれあいを大切にした街づくりが求められている。この成果が期待されている。

- 三沢市はかつては大きな賑わいをみせたものの円安の終わりと同時に商店街の主要顧客であった米軍関係者の購入力は低下、加えてモータリゼーションの進展や大型ショッピングセンターの進出といった外部環境の変化によって後退を余儀なくされており「シャッター商店街」化している。

現在、「アメリカ村」構想による中心商店街の再生を進めている。しかし、テナント等の入居という課題があるものの、これらを完了し早期のオープンを目指している。

- むつ市では「むつ来さまい館」「むつ市下壮観光物産館（まさかりプラザ）」「むつ市イベント広場」の三施設の特徴を生かしながら各種のイベントが行われ、集客、街の賑わいづくりにつとめると共に「むつ市のうまいは日本一！」「青森ご当地グルメinむつ」「生産者による豊漁・豊作祈願祭」など食のイベントを盛り上げている。

また、むつ商工会議所では街の賑わいを取りもどす施策として「空き店舗対策助成事業」を行っている。

さらに、平成20年商工会議所が田名部駅通りの中で空き店舗となった一階部分を借りあげ、文化団体やサークルなどに展示スペースを無償で貸し出す事業を始めた。

今後の中心市街地の活性化にむけては上記の三施店の利用促進、空き店舗対策事業の推進、共通商品券発行事業、東北新幹線八戸～青森間の開業に向けての誘客促進等をすすめていくことにしている。

(執筆担当：山 本 達 雄)

第2章 各論

1. 青森市

(1) 青森市中心市街地商業の現状

① 青森市の商業の現状

県内の商業全般としては、前述されていますように、事業所数、従業員数、年間販売額などいずれも減少し、下降傾向になっているが、青森市においても同様の傾向にある。

すなわち、まず青森市の小売業の現状を商業統計から分析すると次のようになっている。

平成9年と平成19年を比較すると、小売業全般の売上は、3,850億円から3,533億円と8.2%の減少となっている。商店数は、3,642店から508店、13.9%減の3,134店に減少している。

また、中心商店街の主力商品である「各種商品」と「衣服・身の回り品」の合計でみると、売上は820億円から503億円と317億円減、38.7%減と大幅な減少となっている。商店数も、592店から434店と158店減、26.7%減と約4店舗に1店の割合で減少している。

青森市（商業統計結果）

商品分類	小売業販売額（百万円）			商店数		
	平成9年	平成14年	平成19年	平成9年	平成14年	平成19年
55 各種商品	52,933	30,119	30,547	9	9	7
56 衣服・身の回り品	29,056	31,582	19,749	502	460	434
57 飲食料品	113,516	100,471	113,941	1,544	1,220	1,131
58 自動車	55,885	49,985	46,544	184	179	201
59 家具・重機・機械器具	42,916	37,968	29,744	291	256	252
60 その他	90,791	102,168	112,768	1,112	1,108	1,109
計	385,097	352,293	353,293	3,642	3,232	3,134

青森県（商業統計結果）

商品分類	小売業販売額（百万円）			商店数		
	平成9年	平成14年	平成19年	平成9年	平成14年	平成19年
55 各種商品	184,293	137,889	99,455	54	45	42
56 衣服・身の回り品	129,486	116,157	89,870	2,366	2,131	1,942
57 飲食料品	499,021	471,635	468,457	8,255	6,868	5,643
58 自動車	222,084	188,462	169,185	1,087	1,107	1,046
59 家具・重機・機械器具	149,470	125,015	102,923	1,536	1,410	1,217
60 その他	478,537	496,849	510,069	5,864	5,732	5,265
計	1,662,891	1,536,007	1,439,959	19,162	17,293	15,155

②中心市街地（新町地区）の商業の現状

新町地区の商業統計をみると、平成9年と平成14年のデータしかないが、この5年間にあっても現在の中心商店街衰退をひき起こす急激な変化が生じている。商店数は307店から272店と35店減、11.4%減であり、従業員数は2,422人から2,116人と306人、12.6%減となっている。又、小売業の売上額は611億円から386億円、36.8%減と急激な落ち込みとなっている。

青森市全体の小売業の売上が8.5%の減少であることと比較すると新町商店街は非常に大きい落ち込みとなっている。前述した青森市の買い回り品の小売業売上額の落ち込みを考えると、この時期に新町商店街の中心商店街としての本格的な落ち込みが始まったと見ても良いだろう。この象徴として平成15年4月には松木屋が閉店し、これ以降、中新町・下新町の凋落が激しくなり、今日に至っていると言える。

新町地区商業統計 (青森市の統計No.37-2 平成9年商業統計
No.40-2 平成14年商業統計)

項 目	青 森 市		新町地区	
	平成9年	平成14年	平成9年	平成14年
商 店 数	3,642店	3,232店	307店	272店
従 業 員 数	19,070人	20,625人	2,422人	2,166人
小売業年間販売額	385,097百万円	352,293百万円	61,075百万円	38,619百万円

(2) 青森市中心商店街の状況

① 中心商店街の概況と空き店舗状況（全国的な商店街の空き店舗の動向）

全国の中心市街地・商店街は、長年にわたり地盤沈下に悩まされてきたが、近年は、特にそれが空き店舗の増加といった顕著な現象となって現れている。

全国商店街実態調査（中小企業庁）では、1970年度では、繁栄している39.5%、停滞している60.5%であったものが、年々その比率は低下し、2006年度では、繁栄しているが、わずか1.6%、上向きの兆しがある4.8%、横ばいである22.9%、衰退の恐れがある37.6%という結果から、全国的には明らかに商店街は衰退している課程にあるといえる。

1995年の空き店舗率は6.8%で、これが2006年では、約9%までと多くなっており、大きな社会問題となってきた。

② 青森市中心商店街の空き店舗の現状

青森市の中心商店街の空き店舗の状況を、青森市が実施している「中心商店街空き地・空き店舗数の推移調査」に基づいてみると次のようになる。

中心商店街全体としては、平成14年度以降、年々空き店舗・空き地数（以下空き店舗という）は、平成21年度までは、毎年増加し続け86店舗に達している。これと共に空き店舗

の割合も平成14年以降増加している。空き店舗数は、平成14年は35店舗、6.8%に対し、平成21年は86店舗、16.8%と51店舗が減少し、割合で10.0%の減少となり、大きく減少している。

さらに、新町商店街区をみてみると次のようになっている。

平成16年に空き店舗の数が、13店舗、8.2%と最も少なかったが、平成21年には33店舗、21.0%と5年間で20店舗の減少と12.8%の減少という高い比率での減少となっている。

高度成長期であった昭和50年代は、空き店舗は、ほとんどなかったことに比べると、格段に空き店舗は多くなっている。長年の目視調査からも、空き店舗、空き地は多くなり、寂れた印象は免れ得ない。特に松木屋閉店後の中新町、下新町の空き店舗率の増加は特に大きいものがあった。

このことは、新町福祉イラストマップ(平成11年10月)と個人調査(平成21年12月)の結果により明らかに示されている。

平成11年から21年にかけて、下新町の空き店舗率は、8.7%から34.8%と大幅に増加している。中新町は6.1%から30.3%、上新町は13.5%から18.2%とそれぞれ増加している。

これに対して駅前は、20%から14.3%と減少している。このことから10年間の新町商店街は、駅前、商店街として発展しているが、駅から遠ざかる程、急速に衰退した結果になっている。

空き店舗率	駅前通		上新町		中新町		下新町	
	11年	21年	11年	21年	11年	21年	11年	21年
	20%	14.3%	13.5%	18.5%	6.1%	30.3%	8.7%	34.8%
	+5.7%		△5.0%		△24.2%		△26.1%	

中心商店街空き地・空き店舗数の推移

最終更新 H21.10

商店街	区分	10年度	12年度	13年度	14年度	16年度	17年度	18年度	19年度	20年度	21年度
		(H11.2月)	(H12.9月)	(H14.1月)		(H17.2月)	(H17.12月)	(H18.9月)	(H19.10月)	(H20.10月)	(H21.10月)
新町	店舗数	160	160	160	160	158	158	158	158	157	157
	空き地	6	5	5	5	4	6	4	6	2	2
	空き店舗	15	10	12	11	9	14	16	20	21	31
	空き地・空き店舗率	13.1%	9.4%	10.6%	10.0%	8.2%	12.7%	12.7%	16.5%	14.6%	21.0%
いろは	店舗数			42	42	42	42	43	43	43	43
	空き地			1	1	1	0	0	0	0	0
	空き店舗			4	2	2	5	4	7	9	10
	空き地・空き店舗率	-	-	11.9%	7.1%	7.1%	11.9%	9.3%	16.3%	20.9%	23.3%
柳町	店舗数	84	84	82	82	82	82	82	80	79	79
	空き地	1	0	0	0	0	2	1	2	1	1
	空き店舗	4	4	6	6	10	8	6	7	7	9
	空き地・空き店舗率	6.0%	4.8%	7.3%	7.3%	12.2%	12.2%	8.5%	11.3%	10.1%	12.7%

アスパム	店舗数			35	35	35	35	35	34	34	34
	空き地			0	0	0	0	0	0	0	0
	空き店舗			1	0	0	0	0	3	4	2
	空き店舗率	-	-	2.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	8.8%	11.8%	5.9%
ニコニコ	店舗数	80	80	80	79	79	79	79	81	81	81
	空き地	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	空き店舗	6	7	8	5	6	11	9	9	11	10
	空き店舗率	8.8%	8.8%	10.0%	6.3%	7.6%	13.9%	11.4%	11.1%	13.6%	12.3%
夜店	店舗数	66	66	66	68	67	69	69	69	68	68
	空き地	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0
	空き店舗	4	3	5	3	8	6	5	15	12	15
	空き店舗率	9.1%	7.6%	9.1%	4.4%	11.9%	8.7%	7.2%	21.7%	17.6%	22.1%
昭和通り	店舗数			49	49	49	49	49	49	49	49
	空き地			0	0	0	0	0	0	0	0
	空き店舗			2	2	2	3	6	6	5	6
	空き店舗率	-	-	4.1%	4.1%	4.1%	6.1%	12.2%	12.2%	10.2%	12.2%
合計	店舗数	390	390	514	515	512	514	515	514	511	511
	空き地	10	7	7	6	5	8	5	8	3	3
	空き店舗	29	24	38	29	37	47	46	67	69	83
	空き店舗率	10.0%	7.9%	8.8%	6.8%	8.2%	10.7%	9.9%	14.6%	14.1%	16.8%

※10年度は、平成11年2月現在の県による平成10年度商店街空き店舗調査。

12年度は、平成12年9月現在の市の調査。

13年度は、平成14年1月現在の市の調査。

14年度は、市委託事業（緊急地域雇用特別対策事業）による調査。

16年度は、市委託事業（緊急地域雇用特別対策事業）による調査。

17年度は、平成17年12月6日現在の市の調査。

18年度は、平成18年9月26日現在の市の調査。

19年度は、平成19年10月5日現在の市の調査。

20年度は、平成20年10月2日現在の市の調査。

21年度は、平成21年10月2日現在の市の調査。

新町福祉イラストマップ（11年10月）と比較調査（21年12月）

年 度	平成11年				平成21年			
	空店舗	空地	店舗	計	空店舗	空地	店舗	計
下新町北	0	0	14	14	3	0	11	14
下新町南	0	2	7	9	3	2	4	9
計	0	2	21	23	6	2	15	23
中新町北	2	1	37	40	7	5	28	40
中新町南	0	1	25	26	6	2	18	26
計	2	2	62	66	13	7	46	66
上新町北	5	1	24	30	3	3	24	30
上新前南	0	1	21	22	4	0	21	25
計	5	2	45	52	7	3	45	55

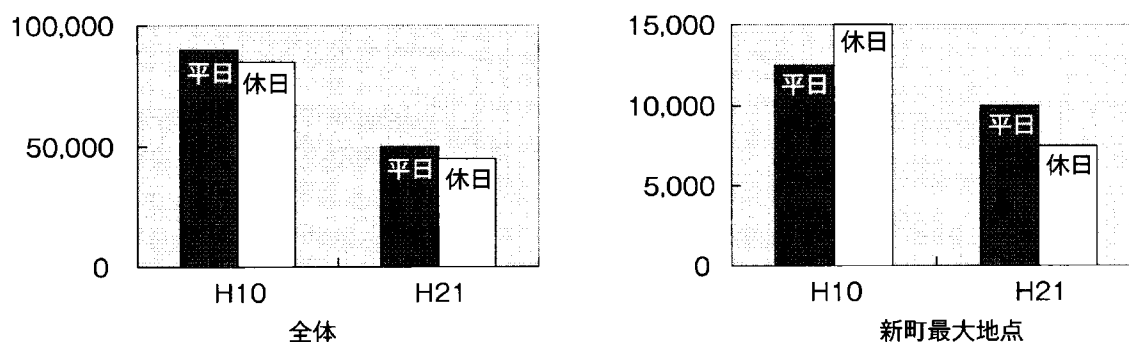
駅前北	0	1	9	10	0	1	8	9
駅前南	0	2	3	5	1	0	4	5
計	0	3	12	15	1	1	12	14
合計	7	9	140	156	27	13	118	158

③通行量調査

空き店舗が多くなり、その割合も高くなっていることを前の項で述べたが、これを補足する資料が、青森市で調査を続けてきた「歩行者通行量調査」として作成されている。

この結果を分析すると、次のようになる。

- 平成10年から平成21年の推移をみると、ほぼ着実に減少している。平成21年は、10年に比べて、中心商店街区全体で、平日の通行量は、78,934人から48,562人と△30,372人、38.5%の減となっている。休日は、70,046人から33,652人と△36,394人、52.0%減と半減している。



- 新町最大通行量地点の平成10年から平成21年までの推移をみると、平日で12,550人から8,908人と3,642人、29.0%の減となっている。休日で15,066人から6,684人と55.6%減と半減以上の減少である。ここで、注目したいのは①休日の落ち込みが平日より多い、②通行量が、休日より平日が多い、逆転したのは平成14年の調査で、以来平日と休日の通行量差の比率は、拡大してきている。③最大通行量の地点が、平日は成田本店前と変わっていないが、休日は、ホテルニュー青森館前に変わっていることである。④平成15年4月に松木屋が撤退した打撃は、大きく対前年比で中心商店街全体で平日22.4%減、休日27.4%減、下新町で半減している。
- この結果から中心商店街又は、広域型商店街と言われる一つの指標として、休日の歩行者通行量が平日より多いということがある。中心街全体では、平成10年以降年々平日の通行量の方が多くなっていることと、中心商店街の新町商店街においても平成14年に休日の人出が平日より下回ったということは、中心商店街区の認定要件としては、重大な意味がある。

歩行者通行量の推移

最終更新H21.8

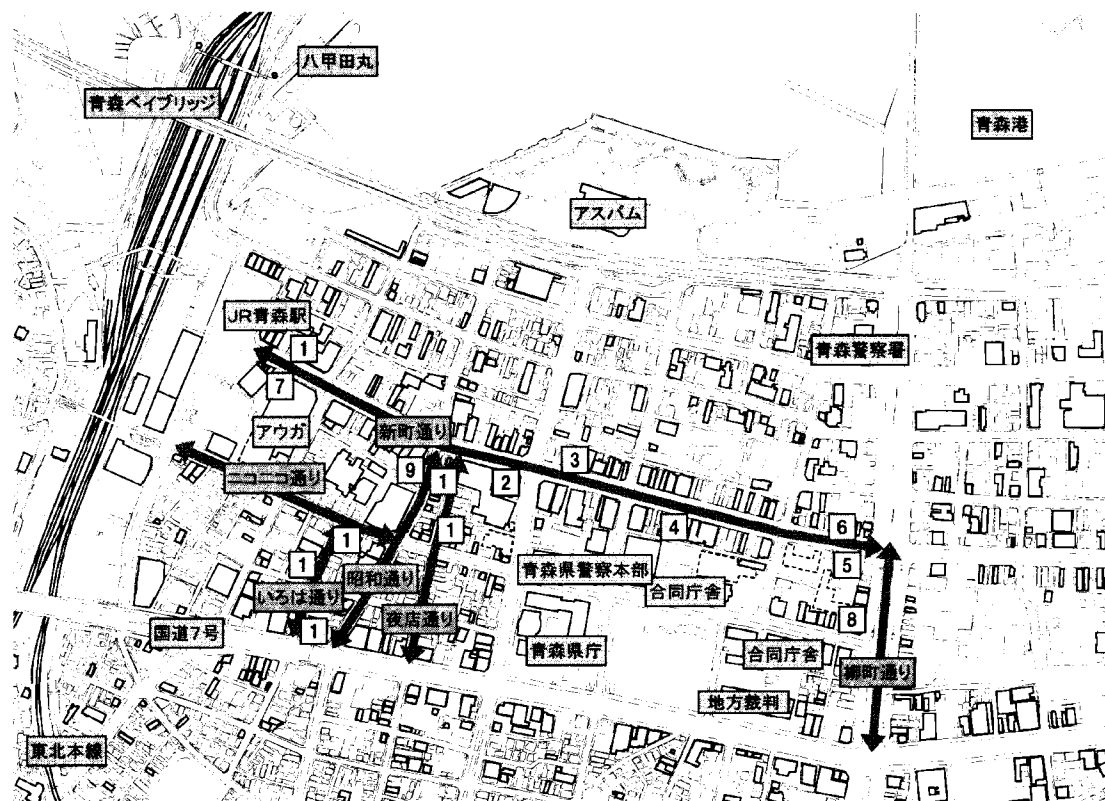
【平日】

調査地点		H10	H12	H13	H14	H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21	対H20比	対H10比	
新町通り	1 青森グランドホテル	4,794	4,854	4,454	4,426	4,094	4,162	4,004	3,962	3,894	3,962	3,586	90.5%	74.8%	
	2 成田本店	12,550	11,034	11,780	11,882	9,874	11,160	10,170	10,568	8,752	9,194	8,908	96.9%	71.0%	
	3 みずほ銀行青森支店	4,452	4,102	4,776	5,446	5,878	4,002	4,362	3,678	3,276	3,276	2,896	84.6%	65.0%	
	4 金正堂本店	6,422	6,888	6,146	6,386	4,744	5,418	5,334	4,970	4,796	4,796	4,660	83.9%	72.6%	
	5 クレオパトラ	6,058	6,760	6,044	6,278	3,692	3,782	3,542	3,650	3,254	3,254	3,264	83.2%	53.9%	
	6 日専連新町プラザ	2,132	2,526	2,824	2,560	2,306	2,318	2,148	2,100	2,072	2,072	1,672	76.3%	78.4%	
	7 ホテルニュー青森館	4,760	4,528	5,978	5,700	5,800	6,004	6,024	6,208	6,058	6,488	5,722	88.2%	120.2%	
	8 千葉室内	2,750	—	2,600	3,206	2,252	2,212	2,090	2,046	2,020	2,020	2,244	1,782	79.4%	64.8%
	9 ローソン	8,186	6,260	8,560	7,856	6,530	7,066	6,392	7,220	6,478	6,478	5,642	5,100	90.4%	62.3%
	10 アカヒラストアー	6,420	4,226	4,894	5,032	4,540	4,314	2,992	3,186	2,992	2,992	2,706	2,202	81.4%	34.3%
	11 旧亀屋古川店	9,510	5,974	6,332	6,420	5,504	2,236	4,404	4,430	3,664	3,664	3,328	2,506	75.3%	26.4%
	12 中古屋ヘブン	5,352	3,210	3,400	6,446	2,828	3,160	3,368	4,354	4,122	4,122	2,788	2,006	72.0%	37.5%
	13 奥瀬歯科	3,326	2,220	1,840	3,872	1,526	2,760	2,202	2,456	2,456	1,420	1,072	2,634	245.7%	79.2%
	14 鈴木印房	2,222	2,206	2,448	3,090	1,388	2,436	2,058	2,322	1,522	1,522	1,374	1,624	118.2%	73.1%
合計	14地点	78,934	64,788	72,076	78,600	60,956	61,030	59,090	61,150	54,320	53,890	48,562	90.1%	61.5%	
	対前年比	—	82.1%	111.2%	109.1%	77.6%	100.1%	96.8%	103.5%	88.8%	99.2%	90.1%	—	—	
	対H10比	—	82.1%	91.3%	99.6%	77.2%	77.3%	74.9%	77.5%	68.8%	68.3%	61.5%	—	—	

【休日】

調査地点		H10	H12	H13	H14	H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21	対H20比	対H10比	
新町通り	1 青森グランドホテル	4,100	4,012	3,842	3,382	3,032	2,980	3,608	2,720	2,946	3,016	2,922	96.9%	71.3%	
	2 成田本店	15,066	10,770	13,148	11,538	9,098	8,872	7,662	7,510	7,028	6,772	6,446	95.2%	42.8%	
	3 みずほ銀行青森支店	2,794	2,320	2,708	3,176	2,478	2,094	1,992	1,904	1,926	1,926	1,360	75.1%	48.7%	
	4 金正堂本店	6,156	5,120	5,544	5,918	3,056	3,504	3,488	3,052	3,154	2,968	2,764	93.1%	44.9%	
	5 クレオパトラ	4,676	4,386	4,744	4,366	2,088	2,252	2,286	2,022	2,132	1,902	1,754	92.2%	37.5%	
	6 日専連新町プラザ	1,414	1,478	1,648	1,604	1,198	1,228	1,126	1,158	1,120	1,120	1,068	902	84.5%	63.8%
	7 ホテルニュー青森館	7,824	5,544	9,002	8,118	6,664	7,896	8,364	7,154	6,960	6,960	6,796	6,684	98.4%	85.4%
	8 千葉室内	1,904	—	1,682	2,048	1,250	1,168	1,226	1,154	1,072	1,072	1,022	864	84.5%	45.4%
	9 ローソン	10,348	7,622	8,804	7,958	6,814	6,514	5,352	5,786	5,380	5,188	4,508	4,508	86.9%	43.6%
	10 アカヒラストアー	2,798	2,176	1,972	2,148	1,564	1,604	1,184	1,330	1,044	930	1,086	1,086	116.8%	38.8%
	11 旧亀屋古川店	4,366	3,430	3,882	2,476	1,964	1,350	1,554	1,782	1,350	1,298	1,348	1,348	103.9%	30.9%
	12 中古屋ヘブン	2,684	2,026	4,090	3,986	1,666	1,636	2,344	2,730	2,284	2,284	1,294	1,378	106.5%	51.9%
	13 奥瀬歯科	2,882	2,368	2,482	2,450	1,960	1,508	1,638	1,190	1,112	1,112	724	684	94.5%	23.7%
	14 鈴木印房	3,064	2,042	3,256	2,610	2,006	1,740	1,724	1,530	1,556	1,180	952	852	80.7%	31.1%
合計	14地点	70,046	53,294	66,804	61,778	44,838	44,346	43,548	41,022	39,064	35,970	33,652	93.6%	48.0%	
	対前年比	—	76.1%	125.3%	92.5%	72.6%	98.9%	98.2%	94.2%	95.2%	92.1%	93.6%	—	—	
	対H10比	—	76.1%	95.4%	88.2%	64.0%	63.3%	62.2%	58.6%	55.8%	51.4%	48.0%	—	—	

歩行者通行量 調査地点



(3) 空き店舗増加の要因

青森市の中心商店街が衰退しつつあり空き店舗が増加しているが、この要因は何かを検討してみる。

商店街が繁栄衰退するには、その要因となるものがあるが、長期的には一つだけではなく、様々な要因が重なった時にドラスチックに変動が起これると考えられる。新町商店街において、様々なデータから、平成14年前後と20年前後に商店街の衰退という意味において、非常に大きいインパクトがあったと考えられる。

その要因を、商店街の①外部環境と②内部環境に大別すると次のようになる。

① 商店街の外部環境

1) 社会・都市構造の変化→郊外型ショッピングセンターの出現

戦後から現在までの社会に大きな影響を与えてきたのは、団塊の世代を中心とした人口の増加であった。この人口増により住宅需要が大きくなり、旧市街地から郊外へと宅地化が始まった。これと共に核家族化も同時に起り、一層急速に住宅が郊外へと広く分散した。その結果、最寄品主体の近隣型商店街が、多く郊外へ立地した。このことにより、最寄品に関しては、中心商店街の1点集中型はなくなった。

これと共に、車の普及が急速に進み車社会に突入した。又、社会資本の充実により郊外のバイパス等の道路網の整備が進んだ。

これらの要因の基に、郊外型ショッピングセンター、カテゴリーキラー店（郊外型大型専門店）が出現し、中心商店街の小売業に対し、商品販売能力が大幅に上回ることとなった。これにより、商品販売面において身の回り品、最寄品共にボリュームゾーンを奪われることとなった。

青森市も長期的に例外ではなく、戦後の新町、柳町、古川、夜店通り等の中心商店街のみの発展から、周辺地区の浪打、堤、筒井、旧線路通、旭町、浪館、上古川通り、油川等の商店街がスーパーマーケットの出現と共に、地区又は最寄品商店街として栄えた。これにより、古川地区商店街を中心に食料品供給機能の確固たる地位を失い、さらに郊外型SCによって、買い回り品のボリュームゾーンも販売に強い影響を受けることとなった。

2) 構造改革による影響

構造改革、自由化により①販売価格維持規制②大型店景品提供規制③専売制度④免許制⑤系列小売店制⑥出店隔離制限等の制限が撤廃され、既存小売商店の存立基盤が脅かされた。

3) 仕入先の減少

第1次問屋から2次、3次問屋という流通経路が、大型店、チェーン店の出現により、崩れ小ロット仕入の体制が難しくなってきた。これが、小規模店舗の品揃え、販売価格等影響を及ぼしている。新規開業の妨げにもなっている。

4) 購買行動の変化、消費者のライフスタイルの変化

消費者は、高度成長期まで、同じような物を買って同じような生活スタイルを維持するという社会的行動であった。それが豊かになると共に、価格、品質、サービス、品揃え、雰囲気、楽しさ等が行き届いた大型店、特にS・Cでの買い物が多くなった。又、通販・TVショッピング、インターネット販売等の販売システムが多様化と共に、消費者の好み、購買行動も多様化し、さらにライフサイクルが短くなり、全国チェーン店に比べて、対応が遅れた。

② 商店街の内部要因

商店街の内部要因として、次のことが考えられる。

1) 商店主が高齢化し、時代変化に対応できない。

置けば、売れるといった感覚から脱皮できなかつた面も大きい。

2) 小規模経営なため、大型店に対する品揃え、価格など、又、顧客に対する買い回り利

便に対応できない。

- 3) 商店街組織も、寄り合世帯のため、動きが鈍く、利害が一致しない。又長年補助金に頼るといった体質等のため十分に、個別商店への利益還元ができなかった。
- 4) 青森市においては商店街区再生のための投資が、駅前から上新町に集中したことが、中新町、下新町が寂れる結果を招いた。

③ 駐車場への対応不足

「新町商店街、S・C比較アンケート調査」(平成18年新町商店街(新興組合)や「AOMORI春フェスティバル来街者調査(平成21年青森地域社会研究所)等によると消費者の駐車場への要望が強い。

まず、「新町商店街とS・Cの比較アンケート調査によると新町への来街手段は、自家用車が61.8%と圧倒的に多く、次いでバス12.5%、バイク・自転車12.3%徒歩10.1%である。これを反映し、施設の要望として、駐車場が23.7%と最も多い。又、不満として、「空き店舗が多い」20.1%に次いで「駐車場がない」20.0%と駐車場に関し高い不満と要望がある。

行かない理由として、「駐車場がない」が30.6%である。2位の「近くにS・Cがある」20.7%よりかなり多い。このことからS・Cより駐車場がないことの方が、S・Cよりも強敵であると言えよう。

逆にS・Cの魅力は、無料駐車場が多い(22.7%)ことが2位の商品が豊富(18.1%)より多く吸引力の源となっている。

「春フェスティバル来街者調査」でも、車での来街者が43.7%最も多く、要望も駐車場の無料化が38.0%、駐車場の増設17.4%と多い。

これらのことから、青森市中心商店街区に、お客様にとって使い易い駐車場の提供が十分にできなかったことが空き店舗増加の一大要因であったと言える。

- ④ 以上の諸々の要因により、日本全体の小売業の衰退につながったが、青森市の中心商店街区も同様の影響を受けて、空き店舗の増加といった現象に見舞われており、これが消費者にとって一層商店街の魅力の乏しさといった印象を与え、客足の遠ざかる一つの要因にもなっている。

(4) 空き店舗対策事業と中心商店街の活性化対策

① 中心商店街の活性化対策

青森市、商工会議所、新町商店街振興組合等が長年行ってきた商店街の活性化対策と空き店舗対策を箇条書きにすると次のようになる。

1. 新町商店街振興組合が昭和51年に設立された。

1. 昭和52年現在のアーケード建設した。
1. 昭和53年に青森地域商業近代化実施計画を策定した。
1. 昭和54年青森駅前地区市街地再開発事業基本計画を策定した。
 - 平成14年にコンパクトシティ構想と、しんまち街づくり計画を策定した。
 - さらに中心商店街懇話会ができ、スタンプ事業、宅配事業、共通駐車券事業、光のプロムナード事業、大地の感謝等のイベント事業を始めた。
1. 平成9年
 1. 平成10年青森市中心市街地再活性化基本計画を策定した。
 1. 平成11年に空き店舗利用のまちまちプラザを開設した。このプラザにおいて全国初の事業であるタウンモビリティ事業を行った。
 1. 平成11年にコンパクトシティの形成のための青森市都市マスタ、プラン策定した。
 1. 平成12年商工会議所がTMO青森を設立した。
 1. 平成12年パサージュ広場オープンした。
 1. 平成13年駅前再開発ビル「アウガ」が開店した。
 1. 平成15年1店逸品運動を開始した。
 1. 平成15年まちなかレンタルサイクル、まちなかマーケットスクウェア事業を開始した。
 1. 平成17年アウガにさんぽぼ(子育て情報交換会)まちなかしかへらあ〜s事業を開始した。
 1. 平成18年AOMORI春フェスティバルを開始した。空き店舗利用の「産直市」を開催。
 1. 平成18年青森市中心市街地活性化協議会設立した。
 1. 平成19年新中心市街地活性化基本計画第1号認定される。

このように、長年にわたり多大な努力を傾注し、中心商店街の活性化対策を推進した。

(5) まとめと今後の対策

平成19年に、今後の振興策の基本になる新青森市中心市街地活性化基本計画が策定され、その数値目標が示された意味は大きい。しかしながら、この目標が仮に達成されない場合は、中心商店街機能が損なわれることを認識し、目標の達成に努力する必要がある。

新中心市街地活性化基本計画				
(目 標)	ウォークブルタウンの創造			
(方 針)	街のたのしみづくりの推進 交流街づくりの推進 街なか居住の推進			
(計画期間)	平成19年2月～平成24年3月			
(目 標 値)				
区分	方針	評価指標	現況値 (平成17年)	目標値 (平成23年)
目標1	街の楽しみづくり	歩行者通行量	59,090人	76,000人
2	交流街づくり	観光人顧客数(3施設)	696,312人	1,305,005人
3	街ぐらし	夜間入り口	3,346人	3,868人
4-1	商業の活性化	空き地・空店舗率	10.7%	8.8%
4-2	商業の活性化	小売商業年間商品販売額	68,553百万円	68,553百万円
(主な事業)	①文化観光交流施設整備事業 ②青森駅周辺整備事業(総合交通ターミナル) ③パサージュ周辺地区活性化事業 ④青森食文化再活性化事業 ⑤まちなかネット・ぶらっと推進事業 ⑥中心商店街活動拠点施設設置事業 ⑦街なか住み替え支援事業			

青森市の商業と空き店舗の状況を分析した結果をまとめると、次のようになる。

1. 平成14年～15年にかけて、新町商店街は、広域買い回り品商店街としての機能を失っている可能性がある。
2. この10年間は、徐々に中心商店街は衰退してきており、平成15年の松木屋閉店後は、さらに加速し、空き店舗調査結果からみて平成21年に新町商店街は中心商店街区として、極めて重いダメージを受けている可能性がある。
3. 長年、種々の中心商店街の活性化対策を行ってきたが、結果は、空き店舗率が新町商店街において20%を越える等施策の効果が出ていないとも言える。
4. 商店街として、駅前と上新町に投資が集中した結果、空き店舗率と通行量調査に見られるように中新町と下新町が逆に衰退し、不均衡のものとなった。又、商業重心も成田本店前から、駅前方面へ移動のきざしも見られる。しかしながら、駅前上新町も空

き店舗がみられ商店街として発展しているとは言い難い。駅前は飲食業中心であり、物品機能は弱い。

5. 以上の結果より、今後の中心商店街の活性化対策は、従前通りで良いのか十分に検討する必要がある。また、空き店舗対策と言えば、空き店舗をなくし、物販店、飲食店にすることを目標としているが、そのようなことで良いのか、十分な検討が必要であろう。

商店街を取り巻く、外部環境、内部環境を見ると、空き店舗を埋めることは、なかなか難しい状況と思われる。また、単に物販店舗により、集積をしていくことは、機能的に郊外型S・Cの方が優れており、競合上からも難しい。中心街区または中心商店街が、形成され発展した背景には、それがその時代に人々に必要とされる財やサービスを、人々の都合の良い場所で提供することができた結果である。決して、売主に都合の良い財やサービスを売主に都合の良い場所で売ってやる、といったことではなかったはずである。再度、商店街の存在する意義を新しい発想の元に根本から検討していくことが必要であろう。市民がライフスタイルの一環として、ゆったりと豊かさを感じる場としての商店街づくり、商店づくり、サービスづくりを目指すことが、中心商店街再生として必要である。

(青森市 執筆担当：渡 邊 啓 三)

2. 弘前市

(1) 中心市街地の空き店舗及び空地の現状

全国各地の中心街にとって、空き店舗は共通の悩みになっている。郊外への大型店の立地の増加とともに、中心商店街では小売店舗の減少、空き店舗の増加などの問題が生じている。弘前市が実施したアンケート調査では、中心市街地に「魅力的な店が多く集まってほしい」「街並みや景観が整備されてほしい」など、商店街にかつての賑わいを取り戻して欲しいとの期待があるようだ。また、中心商店街の周辺地域の高齢化に伴う消費者ニーズの変化への対応など、社会動向を踏まえた活性化の必要性も明らかになってきている。

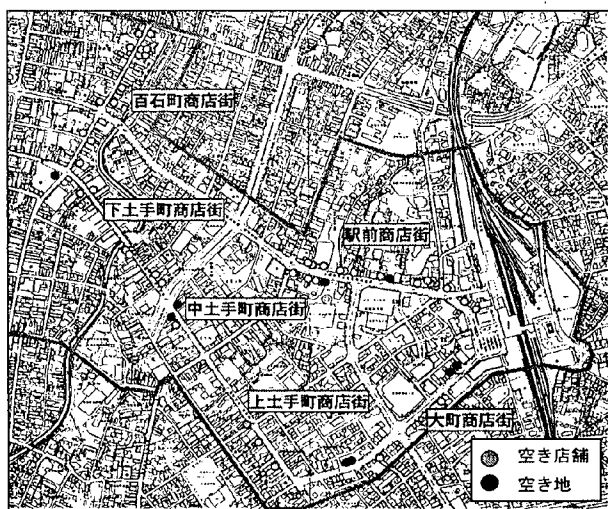
① 弘前市中心市街地形成の概要

弘前市の市街地は、約400年前に築かれた城下町の町割りを原型として形づくられている。特に、旧城下町の区域は、自然地形を巧みに取り込みながら計画的に建設されており道路網や町割り、あるいは今日の歴史資源となっている多くの社寺の配置なども含めて、当市の都市個性を印象づけている。

この城下町の区域をベースに、明治27年の奥羽本線開通（弘前～青森間）により現在のJR弘前駅に向かって市街地が拡大し、明治30年の陸軍第八師団司令部設置による軍施設が整備されたことにより南部に市街地が拡大した。

明治40年以降は、土地区画整理事業等による計画的な宅地開発が進み、土手町十文字を中心とした半径0.3～3.5kmの範囲にまとまりのある市街地が形成されている。特に、弘前公園からJR弘前駅前までの中心市街地は、多様な機能が集積されている。このことから、中心市街地は「弘前市中心市街地活性化基本計画」（平成20年7月9日認定）において、旧中心市街地活性化基本計画のエリアに加え、弘前公園及びその周辺地域（伝建地区等）を含めたエリア（約230ha）としている。

中心商店街（6商店街）の空き店舗及び未利用地の状況（平成18年）

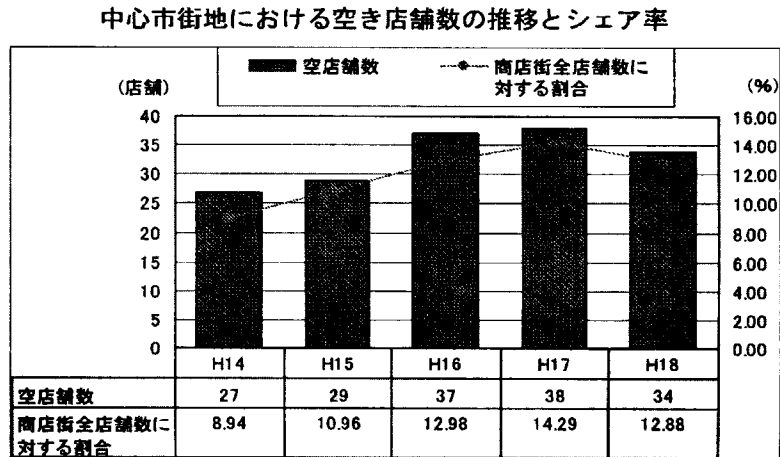


その中で土手町は、JR弘前駅前につながる上土手町から弘前公園に向かい、中土手町・下土手町と続く、歴史ある弘前市の中心市街地である。

中心市街地の4商店街（上土手町・中土手町・下土手町・駅前商店街）における空き店舗補数は、地価が下がる中で、賃貸料の調整や優遇をしたり、市が二分の一の支援をする県の中小小売振興資金制度である空き店舗活用チャレンジ融資を活用するなど地道な取り組みが実ってきている。

② 空き店舗数

中心市街地の4商店街（上土手町・中土手町・下土手町・駅前商店街）における空き店舗数は、平成14年の調査開始以来増加傾向にあるが、平成18年に初めて減少傾向に転じ、商店街全店舗数に対する割合は12.88%となっている。



(資料：青森県中心商店街空き店舗調査)

平成18年に調査した結果では、駅前商店街と百石町商店街において約20%前後の空き店舗率となっており、対策が必要な状況となっている。一方、大町商店街や上土手町商店街、下土手町商店街は比較的少なく、4%前後の割合となっている。

また、空地（未利用地）については、大部分の商店街に存在しているものの、全体で3%弱にとどまっている。

中心商店街（6商店街）の空き店舗及び未利用地の状況（平成18年）

	店舗数	営業店舗	空き店舗	空地
駅前	88	68	77.3%	2
大町	63	57	90.5%	4
上土手町	77	74	96.1%	0
中土手町	57	49	86.0%	4
下土手町	42	39	92.9%	1
百石町	81	65	80.2%	1
計	408	352	86.3%	12

(資料：市独自調査)

旧中心市街地活性化基本計画における商店街空き店舗調査

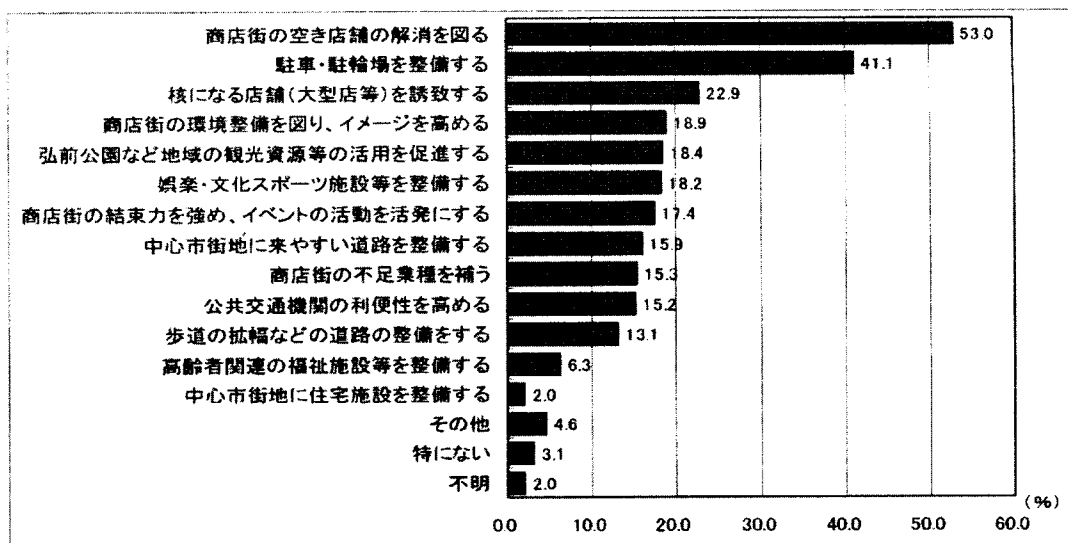
空き店舗数	H7年度(A)	H10年度(B)	(A)-(B)
上土手町	4	8	4
中土手町	5	5	0
下土手町	2	5	3
駅前	1	9	8
計	12	27	15

(2) 活用策として実施した事業

① 空き店舗対策事業（弘前市中心市街地活性化基本計画）

郊外への大型店の立地の増加とともに、中心商店街では小売店舗の減少、空き店舗の増加等の問題が生じている。このことについて、中心市街地発展のため必要と思うことについてのアンケート調査結果では（弘前市中心市街地活性化基本計画）、最も多かった回答が「商店街の空き店舗の解消を図る（53.0%）」となっている。このことから、次の事業を推進することとしている。

中心市街地発展のために必要と思うこと



1) 空き店舗解消数値目標の設定

空き店舗（空地も含む）の増加は、来街者の立場から見て、商店街に対するイメージの低下につながる要因となる。

- ・商店街の連続性が低下することにより、商店街全体の魅力も低下すると考えられる
- ・アンケート調査から、空き店舗の解消を図ることが中心市街地発展のためには必要であるとの回答は 53%に達していることから。市民の目からは、空き店舗の存在が商店街のイメージ低下につながっていると考えられる。

このことから、「弘前市中心市街地活性化基本計画」の目標年度である平成 24 年度には、弘前駅前北地区土地区画整理事業が整備中であるので、駅前商店街の同事業施行地区部分の空き店舗（13 店舗）については、解消する対象から除外して考えることとし、目標年度である平成 24 年度においては、5.2%減の 8.5%とする。



2) 「空き店舗・空地地権者意向調査」の実施

弘前市中心市街地活性化協議会が実施する「空き店舗・空地地権者意向調査」により、空き店舗や未利用地の活用の意向を地権者や不動産業者から聞き取り、有効な活用策を検討する。

3) 「テナントミックス・商店街コーディネート事業」の実施

「空き店舗・空地地権者意向調査」を基に、専門家による事業アドバイスや誘致活動を行う「テナントミックス・商店街コーディネート事業」を展開する。これらの事業及び融資制度の組み合わせなどにより、空き店舗・空地への最適な業種・業態の店舗が誘致され、商店街等の商業環境の向上が見込まれるものと考えられる。

4) 融資制度の活用

a. 「空き店舗活用チャレンジ融資」の利子補給の拡充による誘導

空き店舗解消を目的とした青森県融資制度である「中小小売業等振興資金特別保証融資制度（空き店舗活用チャレンジ融資）」の平成11年度～平成18年度における弘前市内の融資実績は12件であり、年平均で1.5件であり活用実績が少ないものとなっている。

中小小売業等振興資金特別保証融資実績

年	11年	12年	13年	14年	15年	16年	17年	18年
件数(件)	1	1	5	2	2	0	0	1

しかし、空き店舗活用チャレンジ融資の利用者のほとんどが、市の窓口や商工会議所、商店街との相談により入店を決定していることから、今後、空き店舗情報の提供や相談窓口の強化を図るとともに、現行2分の1の「空き店舗活用チャレンジ融資利子補給事業」の補給率を拡充することにより、事業者がより空き店舗活用に魅力を感じる制度とし、新規事業を誘導する。

$$\underline{\triangle 2 \text{店舗/年} \times 4 \text{年間} = \triangle 8 \text{店舗}}$$

b. 「商業近代化資金融資」の特例条件の（空地対応）拡充による誘導

弘前市の融資制度である「商業近代化資金融資」は、主に店舗の新築や増改築（これに伴う土地購入費も含む）のための資金を事業者に融資するものとなっている。平成18年度には、弘前商工会議所（旧 TMO）が行う旧中心市街地活性化区域のテナントミックス事業に協調し、利子を市が全額補給する特例措置を設けているが、今後、土地購入時については限度額を引き上げるなど内容を拡充することにより空地、空き店舗への新規事業を誘導する。

$$\underline{\triangle 2 \text{店舗/年} \times 4 \text{年間} = \triangle 8 \text{店舗}}$$

5) 取り組み全般による変化

テナントミックス・商店街コーディネート事業の取り組みにより誘致されたものであっても、

例えば、平成 19 年度に下土手町商店街に開店した全国展開している美容院などのように、融資制度を活用せずに空き店舗に入居する店舗を見込む。

$$\underline{\triangle 1 \text{ 店舗/年} \times 5 \text{ 年間} = \triangle 5 \text{ 店舗}}$$

総 括 表

項 目	店 舗 数
1) 融資制度の活用による変化	▲ 16 店舗
① 「空き店舗活用チャレンジ融資」の利子補給拡充による誘導	▲ 8 店舗
① 「商業近代化資金融資」の特例条件の（空き地対応）拡充による誘導	▲ 8 店舗
2) 取り組み全般による変化	▲ 5 店舗
平成 24 年度までの空き店舗減少数	▲ 21 店舗

② イベント事業及び各種集客事業

中心市街地の商業の現状は、平成 3 年から平成 16 年の間に小売店舗数が約 29.4%、小売販売額が約 35.1%減少し、空き店舗数は平成 14 年から平成 18 年の間に 7 店舗増加している。これは、中心市街地の大型店撤退や郊外ショッピングセンター等の立地が要因となっていると考えられる。

アンケート調査の結果からも、大部分の市民は中心市街地に対して「店舗の魅力向上」や「景観整備」を望む意見が比較的多い傾向にある。また、「観光客が多く訪れる街」を望む意見も多い。加えて、NPO や民間企業などの「子育て」、「情報・技術」、「芸術」、「観光」、「仕事・就業」、「学習」といった幅広い分野での取り組みが活発化しており、様々なサービスの構築など商店街との連携が求められている。

このような状況を踏まえ、事業者や市民など多様な主体により、店舗及び商店街の魅力やイベント、その他ソフト事業などを実施することが必要となっている。このため、「歩いて出かけたくなる賑わいのあるまち」を実現するために、以下のような事業を推進することが求められる。

- 中心市街地観光施設間回遊推進事業
- 「弘前感交劇場推進プロジェクト」実施
- 大規模小売店舗立地法特例措置
- 中土手町商店街環境整備事業
- 中土手町来街者サービス等拠点施設整備・運営事業
- 土手町コミュニティパーク整備事業
- 都市計画道路 3・4・7 号弘前宮地線整備事業
- 弘前中央食品市場再生事業
- 津軽弘前屋台村整備・運営事業

- お買いもの回数券発券事業
- お買いもの自転車貸出事業
- 歩行者天国定期開催事業
- 空き店舗、空き地地権者意向調査事業
- テナントミックス・商店街コーディネート事業
- 空き店舗活用チャレンジ融資利子補給措置
- 商業近代化資金融資の特例措置
- 中心商店街各種イベント開催事業
- 中心商店街サービス構築事業
- 中心商店街ぶらっと散策ガイド事業
- 都市と農村交流事業
- 商店街等近代化促進補助
- アドバンス商店街支援診断事業

③ 空き店舗・空きビルの活用事例

弘前商工会議所が窓口（会議所コーディネータ）となっている、「商業近代化資金融資（市の融資制度）」を活用し、空き店舗に入居している。

<ストリートダンススタジオ>

中土手町の交差点角。店舗の修理・造作はスタジオの仲間で完成させた。子供から大人まで通うダンススクール会員約 300 名。65 歳から 3 歳まで祖母、両親その孫と多彩なメンバーが参加している。



<Pasta Ya>

シティホテルのシェフ等を経て、レストランから引き抜かれ、その開業に参加。ここで営業及び経営について勉強し、自分の店造りへの思いが強くなった。パスタとラザーニャを主力としており、女性カップルに人気がある。

<キャンデイスパイス>



ルネスアベニュー 1 階弘南電鉄側正面。カレー味を基調とした「スープカレー専門店」。札幌に本社がある(株)たまきの店長を経て独立。



(3) 中心市街地活性化に向けての対応

① 東北新幹線完成への対応

東北新幹線開業で東京～青森間は3時間20分、仙台～青森間は約2時間で結ばれる。その結果大都市との交流人口が増え、その影響は弘前市商店街にプラス・マイナス両面で作用してくる。

このことを踏まえ、平成22年の東北新幹線新青森駅開業や平成23年の弘前築城400年を睨みながら、弘前公園及び周辺の歴史的景観の保全や施設整備を進めるとともに、市内中心部に点在する歴史景観や和菓子、和料理、洋食等の食文化との連携、街歩きガイドブックの作成などを行い、観光客をまちなかへ誘導する取り組みを行っている。

② 集客、誘客への対応

平成20年1月30日に弘前市中心市街地活性化協議会は設立された。なお、事務局は弘前商工会議所が担っている。これにより、弘前商工会議所は、「弘前市中心市街地における地権者意向調査」((財)21あおり産業総合支援センター「平成20年度中心市街地商業活性化推進事業助成金交付事業」)を実施し、その中で、「物件活用を促すパンフレット(資料-1)」を掲示して空き店舗入居者の集客・誘客を図っている。

中心市街地を活性化するためには、街を元気にすることが必要です!! 街を元気にするためには、空き店舗をなくすることが第一です!!



2010年12月に東北新幹線新青森駅が開業します!! 弘前の中心市街地も注目されています!!

今、弘前市にとって、中心市街地の活性化が緊急の課題となっています。そこで、昨年、中心市街地活性化協議会を組織し、新しい活性化基本計画を策定し、JR弘前駅から弘前公園までのエリアを中心市街地と位置付けました。

魅力ある中心市街地とは、「さまざまなお店がたくさん集まっていて、歩くだけでも楽しい元気な街」です。そのような街にするためには、意欲のある出店希望者を中心市街地の空き店舗に呼び込むことが必要となります。

中心市街地に不動産をお持ちの皆様、今一度資産の活用について、一緒に考えませんか?

中心市街地への出店を応援しています!!

弘前商工会議所では、経営全般の相談を承っています。とりわけ、新規開業については、専門の相談員を配置しており、中心市街地への出店については、特例措置である無利子融資制度の利用などをお勧めし、開業のお手伝いをしています。

新規開業希望者は増加傾向です!!



制度を活用して オープンした、かだれ横丁

以 上

(弘前市 執筆担当：新 見 壽 次)

3. 八戸市

八戸市商業の現状

八戸市の商業は、青森県南及び岩手県北を含む北奥羽地域の中心として発展を遂げ、平成18年度調査（青森県商工会議所連合会調査・八戸商工会議所及び岩手県北11会議所・商工会簡易調査）では約67万人の商圏人口を有している。

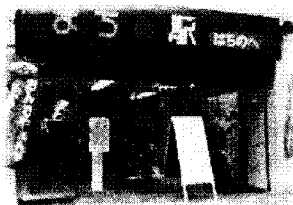
近年の商業統計調査によれば、年間販売額は減少傾向にあるが、商店数が減少し店舗面積が増加するという業態の大型化の傾向がみられる。

市内では平成2年に長崎屋を核とするショッピングセンター「ラピア」が江陽地区に、また平成10年にイトーヨーカドーを核とするショッピングセンター「ピアドウ」が沼館地区にオープンし、ショッピングセンター周辺にも商業施設の開発が進んでいる。一方で、中心商店街をはじめとする市内の既存商店街においては、長引く景気の低迷に加え、これら市内外の大型商業施設との競争激化、多様化する消費者ニーズに対応しきれない店舗の廃業・撤退による空き店舗増加など、多くの課題を抱えより厳しい状況におかれている。

このような状況は全国の地方都市においても同様であり、国においては中心市街地活性化法をはじめとする「まちづくり三法」の制度が見直され、また一方では市内に新たな大規模ショッピングセンターの立地構想が浮上するなど、当市の商業は大きな転換期を迎えることとなり、当市では平成18年度に有識者からなる「八戸市商業アドバイザー会議」を設置し、商業と密接に関連するまちづくりを踏まえた市全体の商業のあり方について検討を行った。

同年12月にとりまとめられた検討結果も踏まえ、今後、当市は改正都市計画法により立地規制が強化されたショッピングセンター等の商業施設については、法改正の趣旨に則った立地の規制と誘導を進めるとともに、中心市街地については、より魅力のある商業拠点としてその機能を高めていくために、改正中心市街地活性化法に基づく新たな中心市街地活性化基本計画の策定に向けて取り組むこととし、平成20年6月3日に国へ認定申請を行い、同年7月9日に認定をうけた。

なお、立地規制等に関しては、大規模集客施設の立地を制限する特別用途地区を平成19年11月30日に都市計画決定し、八戸市特別用途地区内における建築物の制限に関する条例が平成20年2月1日に施行されている。



(まちの駅)



(はちのへホコテン)



(空地にビル)

商業の推移

区分	商店数			従業員 (人)	年間商品販売 額(万円)	その他の 収入額	売場面積 m ²
	総数	法人	個人				
平成3年	4,612	2,078	2,534	25,350	95,530,651	1,565,066	275,574
平成16年	3,627	2,073	1,554	25,239	83,112,339	1,910,831	326,504

上の表から、年間販売額は減少傾向にあるが、商店数が減少し売場面積が増加するという業態の大型化の傾向が読み取れる。

中心市街地の空店舗及び空地の現状

現在、中心市街地では空店舗や空地が増加している。空店舗となった後に取り壊され、空地や駐車場となっている場所が多数見受けられる状況である。

そのようななかで、三日町、六日町、十三日町、十六日町の中心街区は、空き店舗化してもすぐに新たな店舗が開業し、空き店舗自体はそれほど目立たなかった。

しかし、平成19年度にファッションビルとして若年層を中心に支持のあったRec.(レック)が閉店し、現在も空き店舗となっているほか、一階路面店がすべて埋まっていた十三日町でも空き店舗が発生し、その増加傾向に歯止めが掛からない状況である。

このままでは、平成24年度までに、現在20箇所の空き店舗が更に10箇所増えて30箇所になり、中心街区全体で、商店街の約2割が空いている状況になるものと予測される。

一方、八戸市の中心市街地は、みろく横丁をはじめとした横丁が多数そんざいする他、建物と建物が通路で繋がっていたり、建物と建物の背割り部分が小路として通り抜けできるようにになっていることが特徴として挙げられる。来街者の多くはメインストリートから建物内通路や抜け道、小路を通り抜けて連続性のある町中を回遊しながら、ウインドウショッピングや飲食などを楽しんでいる。

そのため、中心街区の一階路面店部分に相当する空地や空き店舗を解消することは、街の賑わいと回遊性を回復し、来街者に楽しい時間をすごしてもらうために欠かせないものである。

空き店舗・空地の活用対策

(1) 考え方

空き店舗及び空地数について、増加傾向を解消し、さらに魅力的な商業空間形成に向け、減少に転ずることを目標とする。

空き店舗及び空地数の目標

現状：20 箇所

目標値：17 箇所

空き店舗率 13.9%

空き店舗率 11.8%(減少へ)

うち、空きビル 3 棟

うち空きビル 2 棟(1 棟解消)

(H19 年度)

(H24 年度)

現状のままでは

H24 年度：30 箇所

空き店舗率：20.8%

うち空きビル 3 棟(解消なし)

目標値設定の考え方

空きビルの再整備や新規出店の促進などを通して、平成 29 年度までに空きビルすべての解消を目指す。

目標年次である平成 24 年時点では、中心市街地の状況が大きく変化したものの、ここ 10 年で一番空き店舗の少なかった平成 15 年当時の水準まで回復させるため、空きビル 1 棟の解消と、空き店舗・空き地数の増加傾向を解消し、減少に転じさせることを目標とする。

(2) 5 年後の空き店舗及び空き地数の見通し

① 現状趨勢によるマイナス効果

三日町・六日町・十三日町・十六日町の中心街区では、平成 14 年以降、空き店舗・空き地が増加に転じ、年間 2 店ずつ増加している状況にある。

このままの状況では、平成 19 年から目標年次の平成 24 年度までに、さらに 10 軒の空き店舗が発生することになる。

また、平成 19 年時点で、核的商業施設の閉店に伴い発生した空きビルが 3 箇所あり、対策を打たなければ、空きビルは解消されないまま目標年次まで残ることになる。

現状趨勢によるマイナス効果 空き店舗及び空き地増加数：10

② (仮称)八戸市中心市街地地域観光交流施設整備の効果

三日町にある空き店舗 2 店、空き地 1 箇所は、市が整備を進めている(仮称)八戸市中心市街地地域観光交流施設の建設予定地であることから、当該施設の整備によって、これらが解消される。

(仮称)八戸市中心市街地地域観光交流施設整備の効果 空き店舗及び空き地解消数：3

③ まちなかホテル建設事業の効果

三日町交差点・八日町角地の空き地には、平成 20 年度から「まちなかホテル建設事業」によって、ビジネスホテルの建設が進められている。この事業により、中心市街地の宿泊受け入れ態勢強化につながる施設が出来ると共に、空き地 1 箇所が解消される。

まちなかホテル建設事業の効果 空き店舗及び空き地解消数：1

④ 空き店舗再生事業の効果

この事業は、三日町交差点・八日町角地の旧長崎屋の空きビルを再整備する事業である。
この事業により、空き店舗1件を解消する。

空き店舗再生事業の効果 空き店舗及び空き地解消数：1 (空きビル)

⑤ 会所場づくり事業の効果

回遊に際しての休息・滞留空間となり、イベント・市民空間スペースなど回遊の仕掛けを組み込んだ会所場を、空き店舗及び空き地を活用して展開する。

さくら野百貨店改築事業に伴い、中心市街地内での再配置が求められる現行の会所場「まちなかの駅はちのへ」の設置によって、空き店舗及び空き地1箇所を解消する。

会所場づくり事業の効果 空き店舗及び空き地解消数：1

⑥ まちなか生業応援事業・アントレプレナー情報ステーション事業の効果

前述の取り組みにあわせ、中心市街地内での新規出店・改装等に対する支援や、新規出店に係る融資制度等の利用促進等「まちなか生業応援事業」と、創業支援の拠点として経営サポート等を行う「アントレプレナー情報ステーション事業」を実施し、出店ニーズを新規出店へとつなげることにより、空き店舗の解消を目指す。

計画期間中、各種支援制度の利用による新規出店件数を中心市街地全体で、年間7件程度、5年間で35件を見込む。

そのうち、中心市街地(三日町・六日町・十三日町・十六日町)で実施されるものを4割(中心市街地全体に占める中心市街地の店舗数の割合)さらにその中で空き店舗の解消につながるものを半数と見込み、7店が解消できるものと見込む。

まちなか生業応援事業・アントレプレナー情報ステーション事業の効果

空き店舗及び空き地解消数：7

以上の結果から、5年後の空き店舗及び空き地数を、数値を加算して推定する。

平成19年 20箇所

現状趨勢による増加数 10

各種事業による減少数 13

従って、5年後の空き店舗及び空き地数は、現在(平成19年)の20箇所に対して3箇所減少して17箇所、空きビル1棟を解消と推定し、これを当面の目標値とする。

(3) 中心商店街対策

空き店舗及び空き地対策として、八戸市、八戸商工会議所を中心に目標値達成のための対策がとられている。

① 新中心市街地活性化基本計画の策定

八戸市では、平成18年度に設置した商業アドバイザー会議の検討結果報告を受け、中心市街地については、より魅力のある商業拠点として、その機能を高めていくために、

改正中心市街地活性化法に基づく新たな活性化基本計画を策定することとしている。

庁内においては、市長を本部長として各部長で構成される「中心市街地活性化対策本部」を設置するとともに、関係 21 課で「中心市街地活性化基本計画策定庁内連絡会議」を設置、また、学識経験者、商業関係者、地域の関係者、市民の代表等から構成される「八戸市中心市街地活性化基本計画策定委員会」（事務局：都市開発部都市政策課）を設置し、活性化基本計画の策定に取り組んでいる。

また、八戸商工会議所においては「まちづくり推進室」が設置され、法定中心市街地活性化協議会の組織化、まちづくり会社の設立等、活性化基本計画の策定・推進のため、必要な体制づくりの準備が進められている。

② まちの駅はちのへ運営事業への助成

平成 11 年度に八戸商工会議所が事業主体となり、国の商店街等活性化先進事業(空き店舗対策)を活用し、中心商店街の空き店舗(三日町)で、まちの総合インフォメーションセンター「まちの駅はちのへ」を設置した。翌年廿三日町の空き店舗に移転、事業運営を継続したが、廿三日町キャブ事業実施により移転することとなったため、既存の総合インフォメーション機能に市民交流機能を統合した新たな拠点施設として、平成 15 年 6 月に三日町の空き店舗を活用した。市では運営費の一部助成を実施している。

③ 中心市街地商業等活性化事業への助成

中心市街地商業の活性化に資すると認められる事業を行う商店街振興組合等に対して自己負担額の一部助成を実施している。

例として、八戸中心商業街区活性化協議会が平成 20 年度まで行った「にぎわいストリートフェスティバル」平成 21 年度から「はちのへホコテン」として実施されている「歩行者天国」が助成の対象になっている。

④ 起業家育成事業

「まちの駅」の 2 階を活用し、起業を目指す人達のために相談等を実施する市民起業塾「これからセンター」を設置、起業家のシーズを見つけその育成を行うなど、新しいビジネスを生み出す仕組みを作り出し、中心市街地はもとよりまち全体の活性化につなげていく事業を実施している。



にぎわいストリートフェスティバル（歩行者天国）



市日



市日



はちのへホコテン
(歩行者天国)

市日について

中心市街地の町名に基づき、該当する日を「市日」として各種イベントを行っている。

六日町「六の市」(六日町)

はちのへ八の市(八日町・十八日町・柏崎(旧廿八日町))

十三日の市(十三日町)

(4) 中心市街地の主なイベント

中心市街地への観光入込みに大きく貢献している八戸三社大祭など、祭りの他、中心市街地では商店街の取り組みにより、年間を通じて多くのイベントを開催している。

- 4月 市民と花のカーニバル(実行委:会議所) 横丁飲み倒れラリー(横丁連合会)
- 5月
- 6月 ナイトオリエンテーリング(六日町・鷹匠小路)
にぎわいストリートフェスティバル(商業街区活性化協議会)
- 7月 八戸七夕祭り(八戸商店街連盟) 街路樹イルミネーション(三日町・十三日町)
- 8月 八戸三社大祭(八戸三社大祭実行委員会) 街路樹イルミネーション(三日町・十三日町)
長横町のんべ祭(長横町・鷹匠小路)
- 9月 にぎわいストリートフェスティバル(商業街区活性化協議会)
南部道楽フェスティバル(実行委:会議所)
- 10月 ハロウィーンツアー(国際交流協会)
ランチオリエンテーリング(六日町) 横丁飲み倒れラリー(横丁連合会)
- 11月 まちなか講座(商業街区活性化協議会)
- 12月 ナイトオリエンテーリング(六日町・鷹匠小路) 街路樹イルミネーション(三日町・十三日町)
- 1月 中心商店街初売り事業(商業街区活性化協議会) 街路樹イルミネーション(三日町・十三日町)
- 2月 八戸えんぶり(八戸観光協会ほか)
- 3月 まちなか講座(商業街区活性化協議会)

観光についての考察

中心市街地の観光入込みの多くは、八戸三社大祭など、祭りに集中している状況であり、まちなか観光の促進にあたって、祭り以外の時期の誘客に取り組んでいくことが求められる。

現状で、観光には結びついていないものの、年間を通して商店街では様々なイベントが開催されており、これをまちなか観光の誘客に活かしていくことが考えられる。

はちのへ観光誘客推進事業や各種コンベンション誘致は、全市的な取り組みであるものの、まちなか観光を誘客・誘致の魅力とし、全市的な観光施策の中で、まちなか観光を促進し、中心市街地の活性化に活かしていくことが求められる。

(5) 東北新幹線完成に伴う誘客・誘致への対応

東北新幹線新青森駅開業に伴い、八戸は単なる通過駅になってしまうことを懸念することなく、これを第二の新幹線八戸駅開業と前向きにとらえ、開業効果を楽しむことを目的に八戸市、八戸商工会議所、関係団体による「はちのへ観光誘客推進委員会」が発足した。

その内容は次の通りである。

構成	八戸市 八戸商工会議所 関係団体
代表者等	委員長：八戸商工会議所観光振興委員長 副委員長：八戸商工会議所専務理事 副委員長：八戸市産業振興部長
事務局	八戸商工会議所
設立	平成17年4月1日
目的	東北新幹線新青森駅開業を第2次の八戸駅開業と位置づけ、開業効果を楽しむ今後の八戸観光施策の検討、構築を図る。

下部組織 観光部会、受入れ推進部会、事業開発部会

平成20年度の主な取組み状況

(1) キャンペーンPR事業

- ① 世田谷区民まつり ふるさと物産展
- ② おんでやあんせ八戸キャンペーン(JR大宮駅)

(2) 関係観光団体との意見交換

- ① 久慈広域観光協議会との意見交換
- ② 南郷区との意見交換を交えた現地観光資源調査

(3) 旅行商品造成事業

- ① はやてで行く！八戸スペシャル+北三陸・久慈エリア
- ② 神秘の八甲田樹氷と津軽地吹雪体験 勇壮の舞八戸伝統の祭り「お庭えんぶり」
- ③ リアス式海岸縦断とさいはて下北半島 等々

(4) 地域ブランド化事業

- ① 八戸前沖さばブランド推進協議会設立
- ② 地域ブランドセミナー開催

(5) 観光客受入れ体制の見直し

- ① 道路標識・観光交通案内標識の見直し及び提言
- ② おもてなしセミナー開催

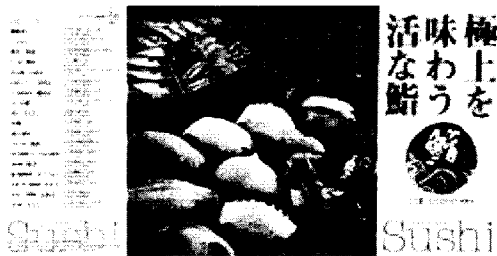
平成21年度以降の主な取組み予定

(1) 観光部会

- ① 観光PRキャンペーン 首都圏での実施
- ② 八戸滞在型旅行商品造成
- ③ 観光ルート開発 地域の魅力を再度見直す。

(2) 受入れ推進部会

- ① 観光客受入体制の見直し及び提言
- ② おもてなしの心の啓発(セミナー開催等)
- ③ (仮称) 八戸寿司の形成と展開



11/1 発売の「はちのへ鮓」

(3) 事業開発部会

- ① 食文化創造によるまちおこし形成事業
 - 1) 既存料理のアレンジや新名物料理創造
 - 2) 八戸前沖さばブランド化の推進
 - 3) 八戸ラーメン新メニュー開発
 - 4) 八戸駄菓子への復刻に向けた市場調査・商品開発

(4) 広域観光推進

久慈広域観光協議会、南郷観光協会等周辺の関係団体との連携を持ち、食・産業観光等地域内観光資源を広く発掘するとともにそれらを活かした観光振興策を検討・実践する。

(5) いわて平泉観光キャンペーンへの協力

平泉の世界遺産登録を目指す岩手県・JR東日本が実施するキャンペーンにおいて八戸地域も含めた誘客宣伝を行う。

(6) 地域的取組み

- ① はちのへ検定の企画・実施及び八戸あさぐるの継続実施
- ② 市制施工 80 周年記念 小林伸一郎写真集「HACHINOHE CITY」出版

(八戸市 執筆担当：半 田 敏 久)

4. 黒石市

黒石市の中心市街地は、津軽藩枝藩の黒石藩として古くから商業が集積し、人々の生活、娯楽、交流の場として栄えてきた。また、長い歴史の中で独自の文化や伝統を育み、その町の活力や個性を代表する「顔」として発展してきた。しかしながら昨今は、ロードサイド店や郊外への大型店の進出、都市間競争が激しく、時代の波に飲み込まれようとしている。

近年の黒石市においても、長年親しまれてきた老舗の閉店が多くみられ、厳しい状況におかれているが、平成21年度より、「くろいし みんなかたり プロジェクト」に取り組み、こみせと温泉郷の新しい再生事業が進められている。

(1) 中心市街地の空店舗及び空地の現状

① 店舗の閉店、撤退、空き店舗の状況

黒石市にみる店舗の閉店は、平成17年6月の大黒デパートを始め、平成20年の七兵衛サマ薬局、本屋の老舗であるソフニ書店が5月に倒産し、中心市街地はシャッターを閉ざした店が疎らな状態となっている。

店舗の撤退では、ジャスコ黒石店が平成20年4月に撤退、ハッピー・ドラッグ黒石店が平成19年6月に開店したもののその後に撤退している。

② その他

商業統計によると、黒石市における小売業事業所数は、平成16年431社から平成19年は381社と50社の減少、従業者数では2,556人（平成16年）から2,317人（平成19年）と239人の減少となっている。

年間商品販売額では、平成16年34,696百万円から平成19年32,368百万円と2,328百万円の減少、売場面積では16年度52,694㎡から52,349㎡と若干の減少となっている。

	事業所数 (社)	従業者数 (人)	年間商品 販売額 (百万円)	売場面積 (㎡)
平成16年	431	2,556	34,696	52,694
平成19年	381	2,317	32,368	52,349
増 減	△ 50	△ 239	△ 2,328	△ 345

商業統計にみる黒石市の状況

(2) 活性化策として実施した事業

黒石商工会議所がこれまで実施した商工振興事業、観光対策事業では、歴史的価値が高い「こみせ」の再生修復の事業、豊富な観光資源としての温泉を取り上げた事業が多い状況となっている。

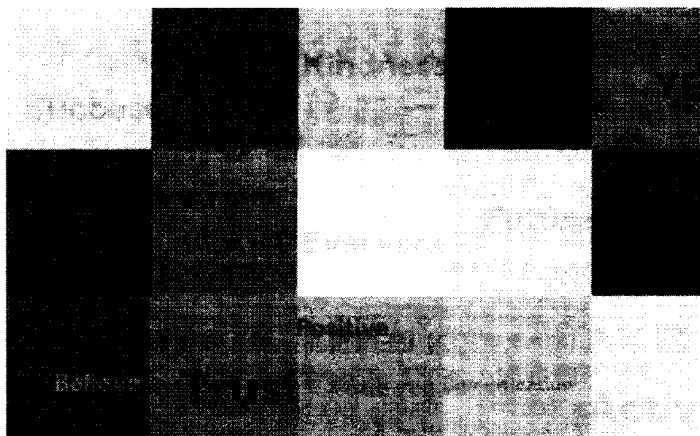
① 空店舗対策事業

空店舗対策の事業では、平成10年度より実施されている空店舗出店促進事業がある。この事業は、空店舗に新たに出店した場合、家賃6ヶ月分を助成する事業で、これまで30件ほどの実績がある。

また、今年度の空店舗事業として新たに、近隣の高校生を対象に募集した「高校生ビジネスプランコンテスト」がある。これは、高校生から提案のあったビジネスプランをもとに、8月10日から16日にかけて市内横町に店舗をオープンしたものである。

黒石商業高校では、お菓子を使ったおかしな弁当販売「満開屋」や、来店客が独自にトッピングするオリジナル焼きそば「笑龍亭」、お菓子の家を意識したスイーツ販売が実施された。

黒石高校では、黒石市への来訪者を対象に、市内のいいお店をピックアップし、その中でツアーやスタンプラリー方式によるサービス・仲介を手掛けた「Stroller」、柏木農業高校では自分たちで手作りした生鮮食品・加工食品販売した、その名も「百笑」というユニークな事業が実施された。



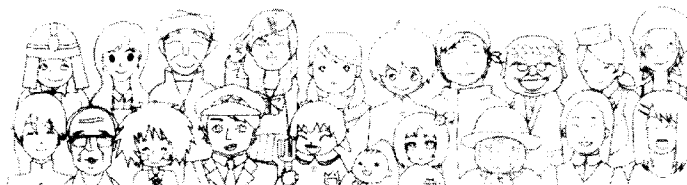
高校生 ビジネスプランコンテスト ショップ いよいよ OPEN!!!

2009年8月10日(月)～16日(日)

開催場所/黒石市横町・上町商店街(空き店舗利用)

主催/黒石商工会議所 主管/黒石商工会議所青年部

協賛/黒石商工会議所 黒石市 黒石市観光協会
協賛/黒石市 黒石市観光協会 黒石市観光協会 黒石市観光協会
協賛/黒石市 黒石市観光協会 黒石市観光協会 黒石市観光協会



② イベント事業、各種集客事業

イベント事業として、今年9月12日から13日に行われた「第24回秋のこみせまつり」が実施された。これは、黒石市内のこみせの核である中町の他、前町、横町で行われたもので、津軽民謡、吹奏楽、よさこい演舞、やきそばサミットなどが催された。



③ その他

黒石よされのメインとなる8月15日と16日の2日間、特設会場である上町の路上と、青森銀行黒石支店隣接の駐車スペースに、企業の事例紹介や商品のアンテナショップとして、「黒石お宝じまん市2009」が開催された。当日は上町を歩行者天国として開放され、多数の来客があった。

(3) 中心市街地活性化に向けての対応

平成21年度に内閣府の事業である地方の元気再生事業として、「くろいし みんなかたりプロジェクト～こみせと温泉郷が奏でる新しいハーモニー～」が採択された。

これは、①「こみせで紡ぐ音の風景づくり」、②「夜のまちと温泉郷をつなぐ泊食分離の滞在・飲食サービス提供」の2つの取り組みからなり、黒石市、黒石商工会議所、黒石観光協会、小嵐山・黒石温泉郷活性化協議会、黒石こみせ保存会、地元教育機関などで構成される「黒石ものがたり紡ぐ協議会」が、それぞれ連携しながらプロジェクトを推進することとなっている。

①の「こみせで紡ぐ音の風景づくり」では、中町こみせ通りの旧家の座敷を活用して郷土芸能のライブを実施するとともに、黒石駅からこみせ通りまでの観光客を誘導する音の出る案内サインの検討・設置を実施する。

②の「夜のまちと温泉郷をつなぐ泊食分離の滞在・飲食サービス提供」では、黒石温泉郷の旅館と市内飲食店に参加を呼びかけて受入店を募集し、市内と温泉郷を結ぶ無料バスや無料タクシーを走らせ、郷土料理の新たな開発や、おもてなしの検討会を実施する。

それぞれ“音”や“食”に関わる黒石らしさとはなにかを検討しながら、いまある観光資源を結びつけるためのアイデアや改善点を探り、平成22年度から自立した事業運営するための調査・実験を実施する。予算は1,550万円、全額国の支援を受け、年度内に終了する計画となっている。

① 東北新幹線完成への対応

東北新幹線が青森県に乗り入れてから7年が過ぎ、日本の道百選に選ばれた「こみせ」を訪れる県外の観光客も増加している。また、周辺の温泉地や、「中野もみじ山」、「津軽伝承工芸館」、「津軽こけし館」も賑わいをみせている。

東北新幹線新青森駅の開業には、観光都市黒石の発展に大きな期待がもたれている。

② 集客、誘客への対応

新幹線新青森駅開業に向け、具体的な対応策はまだ不明だが、今年度の「くろいし みんなかたり プロジェクト」により、対応策の検討が期待される。

(黒石市 執筆担当：高 畑 彰)

5. 五所川原市

進む中心街区画整理事業。着実な新幹線対策。

(1) 中心市街地の空き店舗及び空地の現状

① 市の概況

五所川原市は平成 17 年に北西部の旧金木町と旧市浦村と合併し、人口は約 6 万 2 千人。青森県西北五地域の中心として発展してきた歴史や津軽鉄道と JR 五能線との乗り換え地点、国道 101 号・339 号線により道路交通ネットワークの中心地となっていることから商圏人口が大きい地域である。(商圏人口：平成 15 年で約 20 万人)

2010 年の東北新幹線新青森駅開業の際は県内では新たな観光客が増えると予想される地域であり、今年には当市金木地区の生まれの太宰治生誕 100 年記念事業が行われるなど注目を浴びている。



② 中心市街地の状況

中心市街地内はこの周辺地域の拠点病院があり、また五所川原駅もあるが他の中心市街地地域同様通行量が平日・休日ともに減少し、空洞化している傾向が続いている。

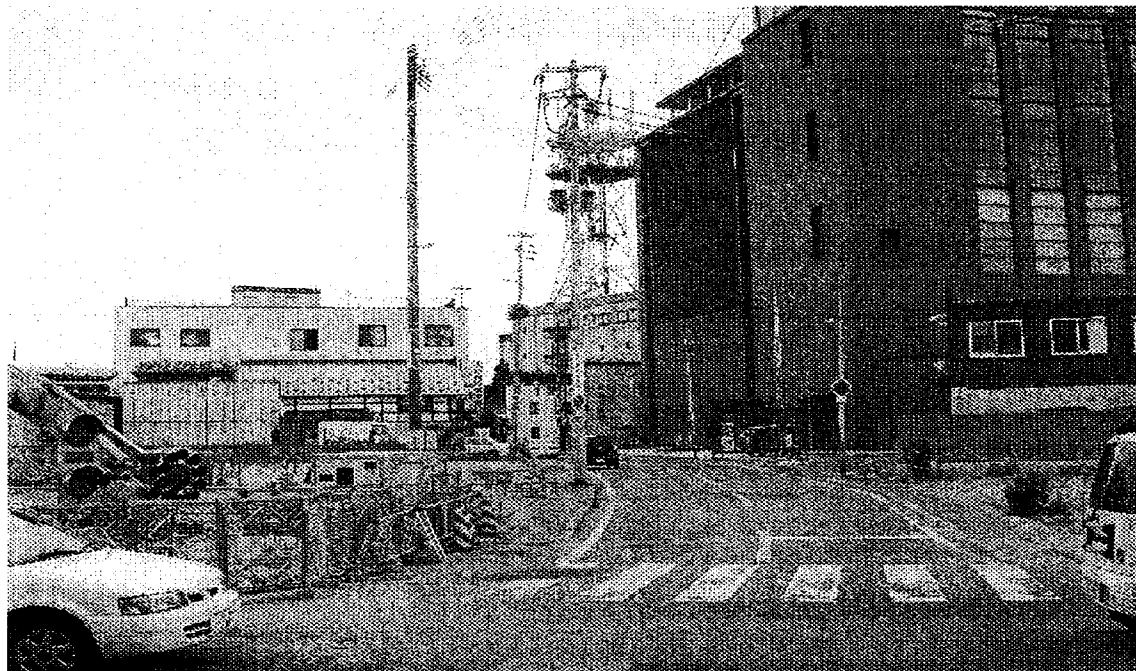
観光資源を見ると「立佞武多の館」があり多くの観光客の集客機能となっている。

【中心市街地商店街空き店舗の状況】

	H18 年 区画数	空 店 舗※2	H19 年 区 画 数	空 店 舗※2	H20 年 区画数	空 店 舗 数 ※2	18⇒19⇒20 年
							空店舗率(%)
※1 本町商店街	57	15	50	11	50	14	26⇒22⇒28
中央通り商店街	50	5	49	6	50	8	10⇒12⇒16
※1 大町商店街	90	20	37	4	37	7	22⇒11⇒19
布屋町商店街	28	6	28	6	28	6	21⇒21⇒21
計	225	46	164	27	165	35	20⇒16.5⇒21.21

※1 区画整理事業対象商店街 ※2 空き店舗数には空地も含む

中心市街地では現在、平成 12 年の活性化基本計画で設定された計画区域 84ha の内「立佞武多の館」を中心とした大町二丁目地区 4.4ha のエリアで「大町二丁目地区中心市街地商業活性化推進事業」が行われている。その南東部＝第 2 集客施設プロジェクトエリアでは平成 17 年認定の TMO 構想をもとに行われた活性化設備整備事業に続き平成 19 年度から都市再生土地地区画整理事業を実施している。（※1 の商店街の一部エリア）



この区画整理対象エリアには空き店舗等がない。一方で、平成 20 年においても商店街全体の空店舗（空地含む）は増えており、現状ではこの区画整理事業を見込んだ中心市街地周辺への積極的な出店の動きはない模様である。

このことは区画整理事業だけではまだまだ中心市街地周辺へ出店するメリットを感じさせることができていない状況であることが推測される。区画整理事業後に店舗構成等を含め、生まれ変わった街がどこまで事業者に対し「魅力ある街」「集客力ある街」を実感させられるかが空店舗解消・活性化のカギを握ることになっていくと思われる。

区画整理事業そのものは順調に進んでいる。時期的に新幹線新青森駅開業対策としての作業も求められるだろうが、新青森駅開業と新函館駅開業の間が約 5 年というメリット享受期間の短いことを考えるとハード建設的な目立った事業投資は費用対効果や最近の財政状況の面からみて厳しいと感じている。その点からみてもこの事業はあくまで中心市街地活性化策として本来の「中心街づくり」「街の魅力づくり」に着実に取り組んでいくべきであると感じている。

この事業が進むにつれて、新たな課題も見えてきているようであり、事業体側も空き店舗解消に向けた取り組みを加速させていこうとしている。

(2)五所川原市・商工会議所の空き店舗対策、取組

① 中心商店街空き店舗チャレンジショップ事業

平成 13 年度から商工会議所が中心となり商店街振興組合とともに年に 2 店舗を対象に家賃の半年分（10 万円上限）を助成し、新規創業の機会を作るとともに中心商店街の空き店舗対策として現在も行っている。

平成 13 年から事業を続け助成対象事業所は 21 社（名）現在も営業を続けているものは 11 店舗。そのうち 9 店は今でも中心商店街で営業をしている。

② 商店街循環型バス

中心市街地における公共交通機関の機能強化や「エルムの街」との連携による集客性の向上を目指し商工会議所等が中心となって行っている。中心市街地と「エルムの街」を結ぶだけでなく住宅地や地域拠点病院などをつなぐ 3 路線を設定。昨年まで乗車料金は 100 円であったが今年度 120 円（平成 20 年 12 月）に改定している。利用者数は昨年から約 9,000 人減少の約 250,000 人であった（平成 20 年 4 月-21 年 3 月）

(3)空き店舗対策事業の採択企業の傾向と今後の課題

① 空き店舗チャレンジショップ事業採択企業の傾向

今回、事例として具体的な企業名の掲載が難しいため、前記（2）①チャレンジショップ採択事業社約 20 社に共通的な傾向を探っていく。

（i）小売業より飲食・サービス業が継続される

採択され家賃補助期間が終了しても続く業種は飲食業・サービス業が多いようだ。味やサービス・技術が伴えば中心市街地でなくとも成立する業種が多く、またリピーターを確実に作ってきた店舗が多いと思われる。

（ii）情報処理やNPO法人の進出

当初、このような家賃補助的な事業は個人の小売業や飲食業などの「創業支援」的側面があったと思われるが、後述する課題のように出店希望者の意欲や動機付けの変化によって希望者の業種に変化が出ている。中心市街地の活性化を目的としたNPO法人の出店希望も出てきているようで今後事業内容の再構築の必要性も出てきそうである。

② 課題

（i）出店希望者の意識の変化

（ii）家賃補助対象期間終了時の退店

（iii）出店物件のミスマッチ

（iv）出店物件の家賃

(v) 駐車場不足 などが挙げられる。

例えば元々小売店舗が多かった物件に対し飲食業といった一部手直しの必要な業態が進出してくる。その業態は定着率が高いのでさらにこのような業態の出店希望者が続いていくとどうしても物件が不足してくる。

またどうしても中心市街地での空き店舗ということで金融機関の担保物件であるという制約から家賃設定が比較的高い傾向にあったり、出店者側にも補助制度ありきで自己資金不足や経営意欲・ノウハウ不足の状況で応募してくる人もいるそうだ。さらにここでもやはり駐車場不足という課題も浮かび上がってくる。

この制度は単に中心市街地の「穴埋め」ではない。新たな経営人材育成や新事業創出の「芽」をつくる目的もあるはずである。その点では情報サービス業やNPO法人のこの制度による進出は今後の可能性を見させてくれるものでもある。単純な家賃補助ではなく、区画整理における「街」としてのテナントミックスや集客力強化のための出店者選定が求められており、この補助制度の制度設計の見直しも必要な時期になってきているのではないかと思う。

(4) 東北新幹線新青森駅開業へ向けての対応

五所川原市を中心としたこの地域は東北新幹線新青森駅開業時には「青森らしさ」を残した県内随一の伸びしろのある観光地域であると感じている。

その対策として新駅設置の当事者である青森市以外を除く地域は大型投資を伴うハード整備には向かっていないようで、この地域も例外ではないようだ。五所川原市にはすでに「立佞武多の館」があり観光拠点としての地位を確立しているし、「太宰治」や「津軽鉄道」といった文化や生活に密着した観光資源の活用・PRに重点を置いている。

新幹線開業対策について見た目には動きが鈍いように見え、盛り上がり欠けるといわれるが、この地域では最近開業後を見越した多くのフォーラムや取り組みがマスコミに取り上げられており、今はその地ならしを行っている状況のようである。その中心的な役割をしていく機関として「つがる西北五広域観光推進委員会」が設置されている。

「つがる西北五広域観光推進委員会」の設置

2010年12月の東北新幹線新青森駅開業にむけてぐっと近くなる西北五地域の観光を考えようと五所川原商工会議所会頭を委員長に行政・観光・商工関係団体81名の委員で構成。つがる西北五広域観光推進委員会を2009年5月設置されている。

(五所川原市 執筆担当：米田吉宏)

6. 十和田市

テーマ) ご当地グルメとアートで活性化

(1) 中心市街地の空き店舗及び空地の現状

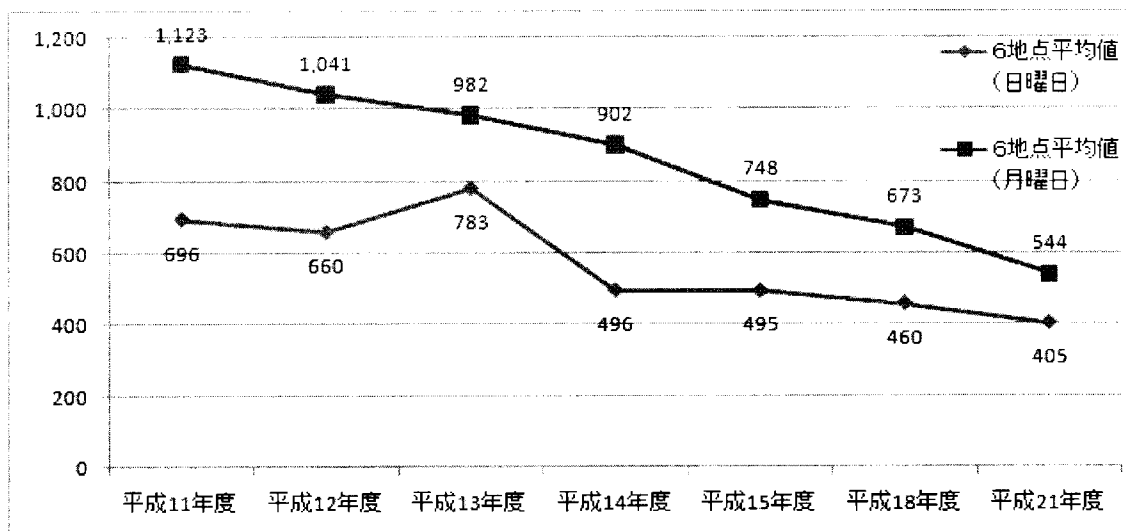
当市の中心市街地は、行政・金融・商業・医療等の生活に欠かせない様々な機能が集積し、国道、主要地方道が交差する交通の要衝として発展してきた。

近年は、官公庁の出先機関の統廃合や転居などにより官庁街通り沿道に空き地が目立ち、隣接する中心商店街においても車社会の進展や郊外型店舗(ショッピング・モール等)の相次ぐ出店により市街地内の大型店舗や小規模零細小売店の閉鎖が進み、空き店舗が目立ち中心市街地の空洞化が顕著となっている。

① 店舗の閉店、撤退状況

かつては、中心商店街に2つのデパートが立ち並び賑わいを見せていたが、おいらせ町に大型ショッピング・モールが開店したことや不況の煽りから客足が次第に減り、平成11年8月に十和田松木屋(現在、まちなかの駅)、平成12年3月ジョイフルシティ十和田亀屋が相次いで閉店。また、平成13年12月に国道4号十和田バイパスが完成(昭和57年着工)したことにより車の流れが中心部から郊外へ移行、それに伴うかのように歩行者の通行量の減少が進んでいる。南北を貫く旧国道4号線沿いに中心商店街区を形成する当市街地の通行量(村木薬局前～大七書店前までの6地点平均値)を見てみると、中心商店街区の衰退が始まりつつある平成11年度をピークとして、減少傾向の一途を辿っている。

【十和田市中心商店街区歩行者通行量調査表】



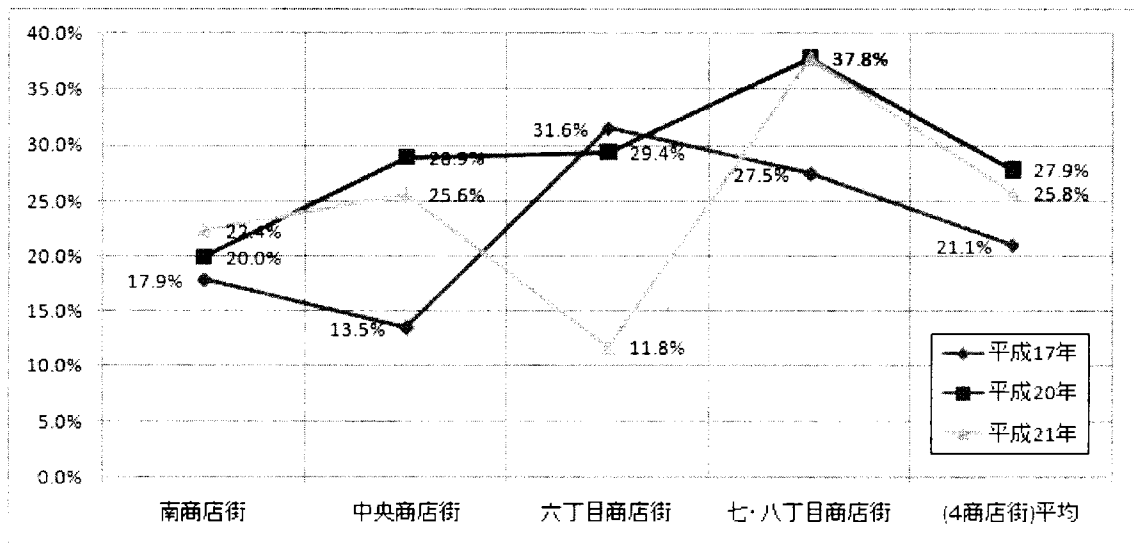
(資料提供：十和田商工会議所)

中心市街地の衰退を尻目に、平成 14 年 7 月、相坂地区に十和田南ショッピングセンター（サンデー、マックスバリュー、ユニクロ等）の開店を皮切りに郊外には大型店の新設ラッシュが始まり、平成 17 年 9 月十和田バイパス沿いにイオン十和田ショッピングセンター、更に平成 18 年 3 月には十和田観光電鉄跡地に十和田元町ショッピングセンター（ケーズデンキ、ホームック等）が開店。中心市街地を取り囲むような形状でショッピング・モールが形成されているため、人と車の流れは必然的に郊外へと移行している。

② 空き店舗の状況

中心市街地の 4 商店街（南、中央、六丁目、七・八丁目商店街）の空き店舗率の推移を見ると、平成 17 年 12 月調査で空き店舗率 21.1%（空き店舗 32 店/店舗数 152 店）、平成 20 年 1 月調査では空き店舗率 27.9%（空き店舗 41 店/店舗数 147 店）、平成 21 年 1 月調査の空き店舗率 25.8%（空き店舗 39 店/店舗数 151 店）では若干の改善がみられるものの空き店舗の割合は 4 店舗に 1 店と空洞化に歯止めがかかってないのが現状である。しかし、その中において六丁目商店街では一時 31.6%まで空き店舗の増加があったが、平成 21 年には 11.8%（空き店舗 2 店/店舗数 19 店）にまで改善され関係機関の努力の跡がうかがわれる。

【十和田市中心市街地 4 商店街の空き店舗率】



(資料提供：十和田商工会議所)

(2) 活用策として実施した事業

① 空き店舗対策事業

大型店が撤退を始めた平成 11 年度より、国・県の補助による商店街等活性化先進事業「空き店舗対策事業」として、既存中心商店街に散在する空き店舗 7 ヶ所に出店者を募ってチャ

レンジショップを実施。その翌年（平成 12 年度）は、同事業の継続により駐車場（51 台収容可）を併設して立地する旧十和田松木屋ビル 1 階を「とわだまちの駅」の名称とし、12 店舗の出店により開始された。

近年では、平成 19 年度に国の補助による少子高齢化等対応商業活性化支援事業として、ワンボックスショップ事業（ボックス 21 区画）



とチャレンジショップ事業（2 店舗）を複合的に組み合わせて空き店舗対策に取り組んでいる。また、平成 21 年度では「ふるさと雇用再生特別交付金」の活用による十和田まちづくり事業として、駐車場調査・運営事業、空き店舗等調査情報提供事業、タウン情報発信事業等を実施し、今後に向けた空き店舗の活用について模索を始めている。

② イベント事業

これまでは、商店街活性化事業として単発の各種イベントを行ってきたが、平成 17 年 3 月に構造改革特別区域計画として「十和田市中心市街地にぎわい特区」で認定を受けることにより、年間を通して道路を使用したイベント事業「とわだストリートフェスタ」の開催が可能となった。特に、特区認定を受けることにより、祭りやイベントにおける道路使用許可手続きが円滑化され、旧国道 4 号線を歩行者天国にして各種イベントの開催が可能になったことは商店街活性化の一助となっている。

平成 21 年度に行われた代表イベントとして、4 月「とわだ Yosakoi 夢まつり」、6 月～8 月の期間に商店街ごとの「十和田ストリートフェスタ」、10 月「駒フェスタ十和田」「ハロウィン（仮装コンテスト）」などがある。年間を通じて、中心市街地の道路を活用したイベントを実施している商店街は全国的にも珍しいケースである。

③ 各種集客事業

市民や観光客を街なかに呼び戻そうと十和田市現代美術館による企画展が実施されている。平成 21 年 4 月～8 月にかけて十和田市現代美術館の常設展示作家の一人である「チェ・ジョンファ（韓国のアーティスト）」を起用した、美術館の開館一周年を記念



する展覧会として「チェ・ジョンファ OK!」展を商店街含めた16か所で展示会を開催。全国的にもユニークな取り組みであり、商店街丸ごと芸術・文化の発信ゾーンとして今後の活性化に向けた新たな牽引役として継続的な実施が望まれている。

(3) 中心市街地活性化に向けての対応

① 中心市街地活性化に向けた取り組み

当市では、平成12年度策定の旧計画を大幅に見直し、十和田市の特徴である良好に整備された中心市街地の都市基盤を活かしながらコンパクトで賑わいのあるまちづくり、高齢者に優しいまちづくりを推進するため新たに中心市街地活性化基本計画(第5次素案)を策定し、平成22年度初旬を目途に改正中心市街地活性化法の認定に向けて申請することを目指している。中心市街地活性化に向けての方向性として、以下のような項目を掲げている。

1) 基本理念

「アート感動を共有する賑わいの街とわだ」

～人々が集い、暮らし、活動する中心市街地を目指して～

2) 基本方針

■歴史・芸術・文化が薫り、心豊かにくつろげる街づくり

■買い物を楽しめ、安全安心な暮らしがのびのびできる、住みよい街づくり

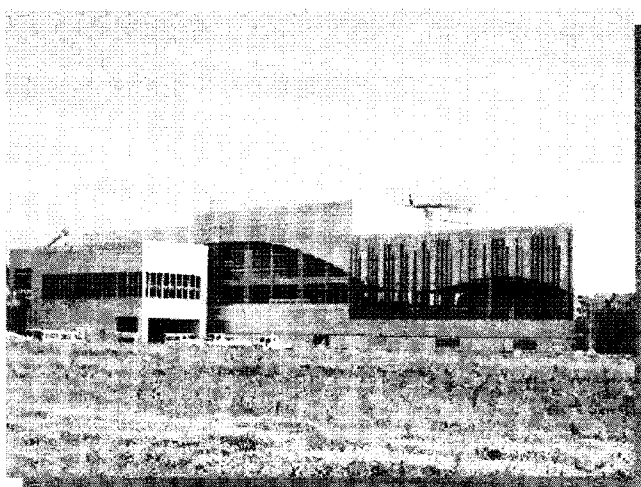
また、計画認定後の概ね5年間で実施可能なハード、ソフト事業として、以下5分野について提示されている。

	項 目	事 業	例
1	市街地の整備改善	道路、歩行空間、公園緑地整備ほか	
2	都市福利施設の整備	芸術文化施設、観光交流施設、都市機能導入施設の整備ほか	
3	まちなか居住の推進	共同住宅の整備、街なか居住支援ほか	
4	商業の活性化	商業機能の集積整備、商業振興支援、街なか賑わい創出ほか	
5	上記4分野の一体的推進	公共交通活性化再生事業ほか	

なお、商業活性化の柱の一つ「商業機能の集積整備」として、稲生プラザ・ウエスト&イースト整備事業(観光物産交流施設、共同住宅を併設した商業施設)、(仮称)駒っこモール整備事業(ポケットパーク、医療モール整備)の実施が、当市の中心市街地活性化の起爆剤として有効に機能するのではないかと期待が寄せられている。

② 東北新幹線への対応

東北新幹線の八戸～青森間は、2010年12月開業を目指して工事が進行中である。当市から、北へ約14km離れた七戸町に新幹線駅舎【七戸・十和田駅】が開業することから当市としても観光客の誘客の仕掛け作りに力を入れ始めている。



青森県内屈指の観光スポットを保有する当市としては新幹線開業をチャンスとして活かすために、平成19年7月に地域の商工団体や農業団体、観光協会、民間公共交通機関が中心となって「十和田市新幹線開業効果活用推進協議会」を設立。下部組織として3部会（食品開発、グリーンツーリズム、2次交通検討）を設置。以下のような活動をしている。

【専門部会の活動内容】

	平成20年度の活動予定	平成21年度以降の活動予定
食品開発 専門部会	地元食材を使った料理開発 ⇒ 郷土料理のブラッシュアップ ⇒ 試作品でのイベント参加 ⇒ 市場調査、テスト販売の実施	「十和田バラ焼き」のPR ⇒バラ焼きマップの作成 ⇒Webサイトの立ち上げ ⇒(仮称)バラ焼き店主会の設立
グリーンツーリズム 推進専門部会	旅行代理店や学校へのPR活動 ⇒ 台湾訪問&韓国へのPR	「アジアからの観光客誘致推進協議会」による誘致活動
2次交通検討 専門部会	新幹線駅舎からの交通アクセス調査 ⇒奥入瀬・十和田湖へのアクセス調査 ⇒実証運行に向けた計画策定	新幹線駅舎からの交通アクセス調査
新たな 専門部会	「さけ釣り」を観光資源とする部会 観光情報発信をするための部会	おもてなしのエキスパート育成事業 観光PRを担う人材育成事業

③ 集客、誘客への対応

市民や観光客の中心市街地の回遊性を高め、文化芸術活動の支援や交流を促進する拠点として、平成20年4月に十和田市現代美術館を開設。アートを通じた新しい体験を提供する開か

れた施設として、国内外で活躍する 21 人のアーティストによるコミッションワークの展示のほか、館内には、休憩スペース、市民活動スペース、屋外イベントスペースなどの多様な機能を内包、文化の情報発信拠点として他地域からの誘客に奏功している。

また、東北新幹線全線開通を見据えて観光客への情報提供を充実させようと十和田市観光協会では、平成 20 年 10 月に十和田市の飲食店や温泉旅館などの宿泊施設を紹介した「とわだ飲食泊マップ」を作製。市街地と焼山地区、十和田湖畔地域の計 119 カ所の店舗と施設が一目で分かる内容に工夫されている。マップは 25,000 部作製され、掲載店のほか観光施設などで無料配布されている。

最近では、郷土料理とは違って歴史の浅い町おこし的手段として広まった「ご当地ぐるめ(B 級グルメ)」を、十和田商工会議所青年部が先頭に立って「十和田バラ焼き」として周知活動を続けている。市内で提供できる店舗は 60 軒以上まで拡大し「バラ焼きラリー」を展開するまでに至っており、新たな地域おこし(産業おこし)としての可能性が非常に高まっている。



(4) 今後に向けて

かつては、青森県内の中でもアーケードを保有する商店街として先駆的な役割を果たしていたが、時代の環境変化に対応できなかった大型小売店等の撤退により商店街全体の集客力が衰退、それに伴い空き店舗が増加、結果、更に低迷するといった負のスパイラルに巻き込まれている。

しかし、当市においては中心市街地を形成する基本的都市機能(行政・金融・医療等)が集積しているため、まだまだ歯止めをかける余地は残されている。その中において、現在、当市で進めている「まちなか定住支援」の推進は、成果が出るまで長期間要する地道な施策であるが確実に中心市街地の衰退に歯止めをかけるサプリメントだと思える。

また、市民が中心となって盛り上げている「十和田バラ焼き」や「とわだ雪見ラリー」等のイベント開催は、飲食店を刺激し次なる創業者の土壌づくりとして機能する可能性が高い。更に、

美術館が中心となって「街なか」をアートで楽しむ企画は、中心市街地を1つのテーマパークとして見た場合、来客数を増やす手段としては効果的である。少しずつではあるが、産官民が一体となった企画やイベント等が効果として表れており、この動きに更なる拍車をかけるためにも「中心市街地活性化基本計画」の早期の認定及び実施が望まれる。

以上

(十和田市 執筆担当：山 本 進)

7. 三沢市

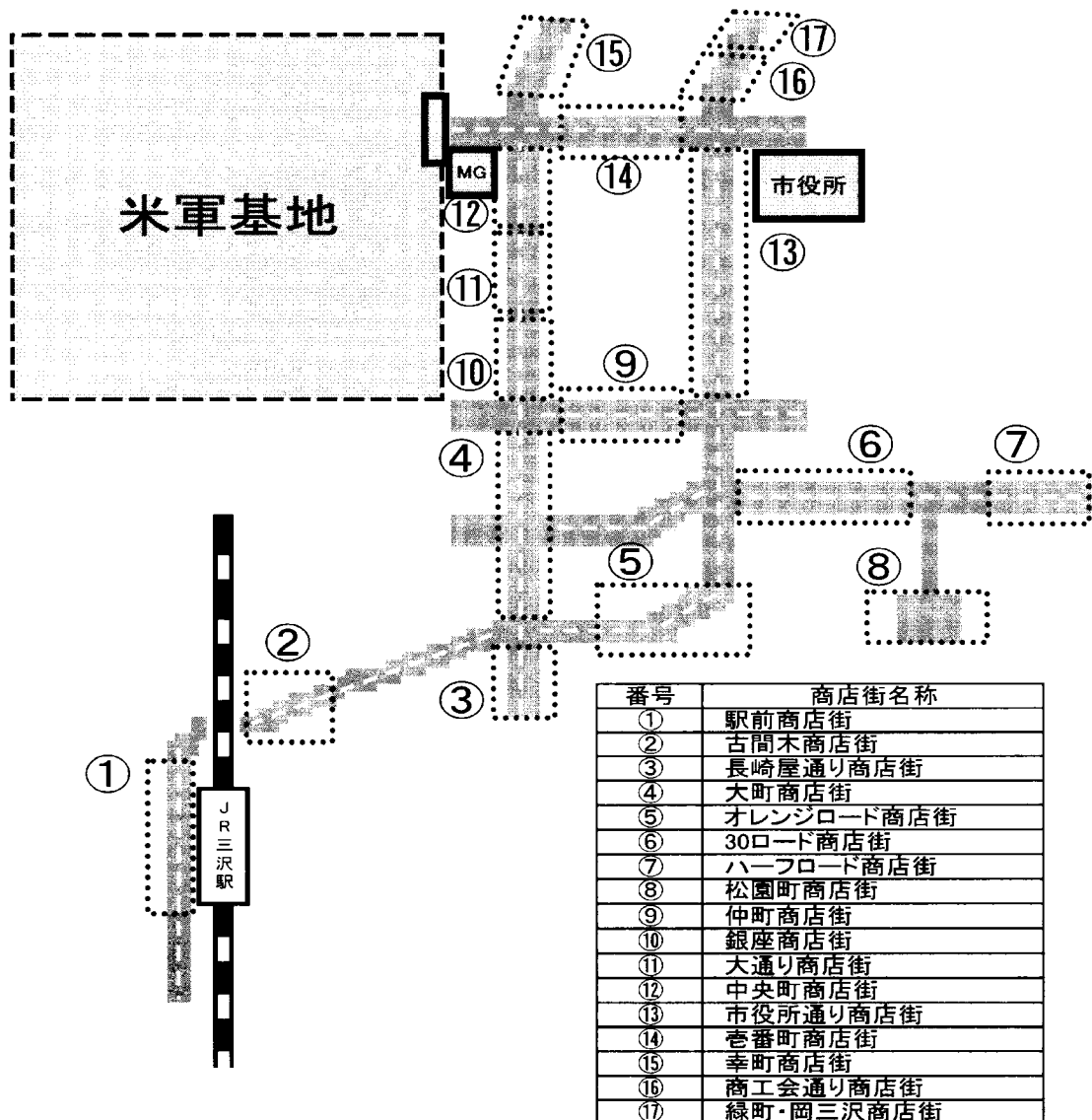
～ 異国情緒を活かした活性化の取り組み ～

(1) 三沢市の特徴、商店街の特徴

三沢市は、青森県の東南部に位置する人口約5万3千人（うち米国人関係者約1万人）の都市であり、昨年、市制50周年を迎えた。東に太平洋、西に小川原湖を臨み、東西11km、南北25kmの縦長の長方形の形をしている。市の北部に、市の半分近い面積を占める米軍三沢基地が立地している。

特徴的なことは、そういった土地利用上の制約もあり、他の地域のような駅を中心とした市街地形成ではなく、米軍基地に隣接する形で市街地が形成されている点である。

1ドル＝360円時代の全盛期には、米軍関係者の利便性を向上させるべく、どんどん商店街群が拡大していき、下図に示す通り、大小合わせて17つの商店街（グループ）が形成されている。

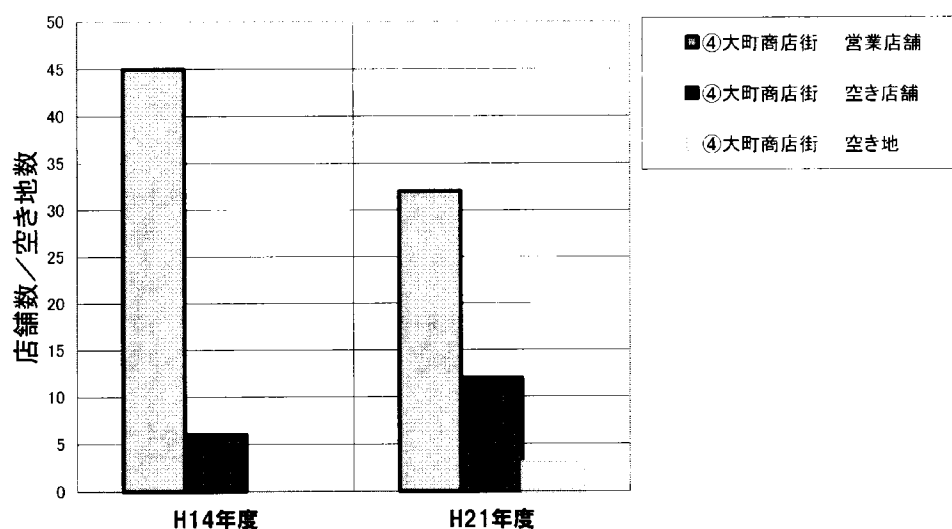


固定相場の恩恵により発展・拡大してきた経緯もあり、変動相場性へ移行されて以降、当てにしていた米国人の購買力も減退していった。これにより、各商店街やTMOである商工会が様々な策を施したものの、空き店舗の数は増加し全国の商店街同様、『シャッター商店街』へと退化していった。

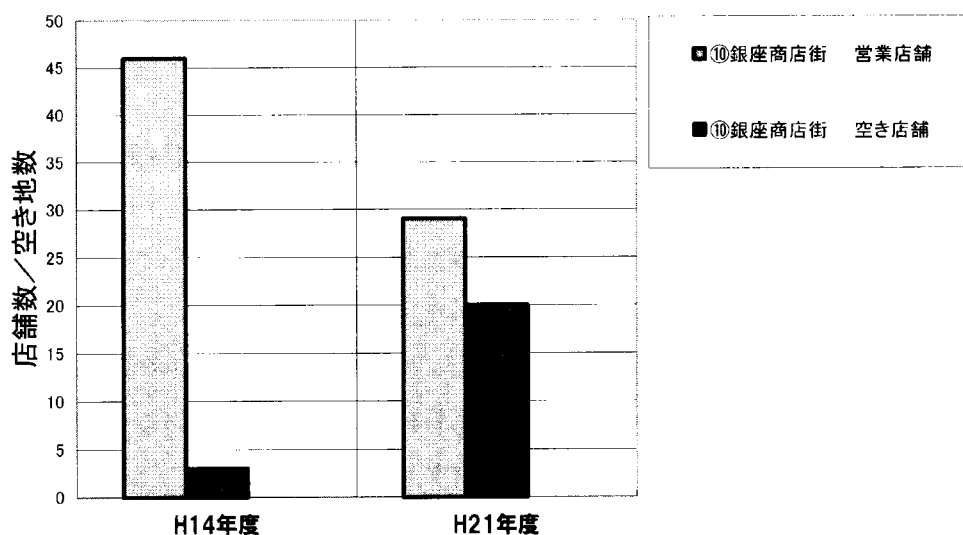
(2) 空き店舗の状況

17のすべての商店街で継続的に空き店舗数を調査したデータは存在しない。よって比較可能な2つの商店街群について、H14年度とH21年度のデータを比較してみた。

空き店舗数の推移 ～サンプル1：大町商店街～



空き店舗数の推移 ～サンプル2：銀座商店街～

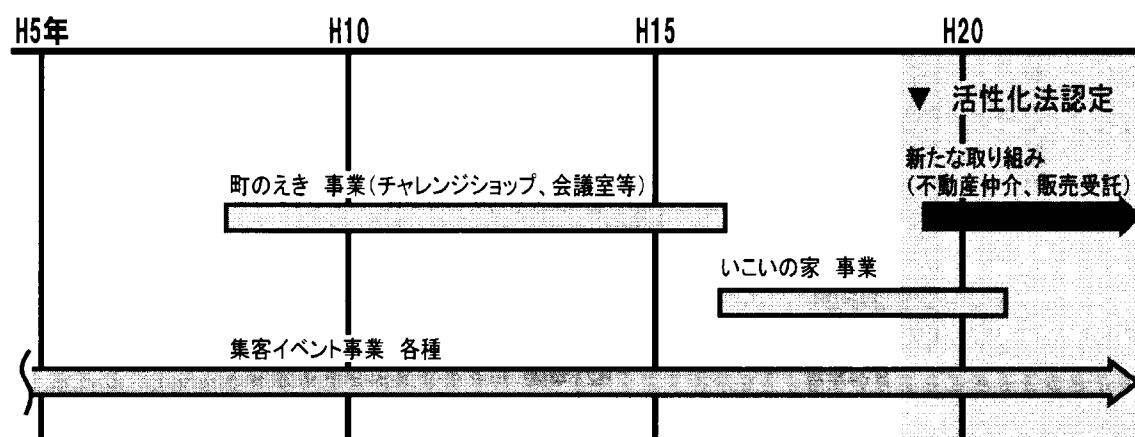


これらのデータは、米軍基地の入口（ゲート）の近くに立地しており、人通りが比較的多い商店街のデータである。これらのデータだけで商店街全体の傾向を判断することは難しいが、比較的人通りがある地区でこれだけ空き店舗が増加していることを踏まえると、7年の間に17の商店街ではこれ以上空き店舗数が増加している可能性がある。

(3) 空き店舗対策として実施した事業、現在進行中の事業

こういった状況を打破するため、既に三沢市TMOは改正中心市街地活性化法の認定を受けて『アメリカ村構想』プロジェクトを実施中である。ここでは、同法の認定に前後して行った対策や今後行おうとしている事業のうち、特に空き店舗対策や集客イベント事業等を紹介する。特に現在進行中の新たなプランは革新的な発想であり、ターゲットとしている地域内外の創業者にとっては活用しやすい制度となるような工夫が盛り込まれている。

空き店舗対策、集客のための実施事業



【活性化法認定前の事業】

◆町のえき事業

町のえき事業と称して、大きく2つの事業を行った。ひとつは、空き店舗となった場所を地主からTMOが一旦借り上げ、新規創業や第二創業を考える経営者に貸し出すチャレンジショップ事業である。これにより、利用する経営者側にとっては、試しに売ってみてから出店を決めるといふ、いわば『お試し出店』が可能となった。

二つ目の事業は、会議室や集会場としての貸し出し事業である。スペースの有効活用、集客への一助を狙って行った。どちらの事業も一定の効果が確認されたが、それ以上に空き店舗数が増加したことで、すべてを借り上げるには至らなかった。

◆いこいの家事業

町のえき事業に地域コミュニティ性を加えて、公民館、休憩場など共同利用もできるように

した事業が『いこいの家 事業』である。町のえき 事業で一定の効果があつたことを踏まえて、共同利用、無人運用という新たな試みも盛り込んだ。こちらも一定の効果はあつたものの、限定的であつたようである。

【活性化法認定前・後の集客イベント事業】

三沢市の場合、商店街への集客を狙ったイベントとして大きく2種類のイベントを実施している。ひとつは、他の商店街と同様の季節感のあるイベントである。(桜の時期、七夕等) もうひとつは、三沢市独自の資源を活用したイベントである。以下に主要なイベントと実施時期の一覧を示す。

No.	イベント名称	開催時期
1	みさわ桜まつり	4月中旬～5月上旬
2	アメリカンデー	6月上旬
3	みさわ七夕まつり	7月下旬
4	三沢まつり	8月下旬
5	マラソン大会	9月下旬
6	航空祭	10月中旬
7	ハロウィンフェスタ IN MISAWA	10月中旬
8	クリスマスフェスタ	11月下旬～12月下旬

ハロウィンやクリスマスといったイベントは、前述の『どこの地域でもやっている』イベントに属する。ただ、ナメてかかっちゃいけない。三沢市においては、これらが他との大きな違いを誇る独自色を活かしたイベントなのである。

一言で言うと、『本場指向』。見に来る観光客や参加者の大半は本場のハロウィンやクリスマスを知る米国人である。中途半端なモノマネでは通用しない。このため、商店街をあげて飾り付けを行う。それぞれのイベントごとに店舗ディスプレイコンテストがあるくらいである。

それらの米国人が参加するイベントの冠たるものとして、名前のとおり『アメリカンデー』というものも行っている。文字通りアメリカン(心がアメリカ人、体がアメリカ人)が一日中歌って踊りまくるイベントである。

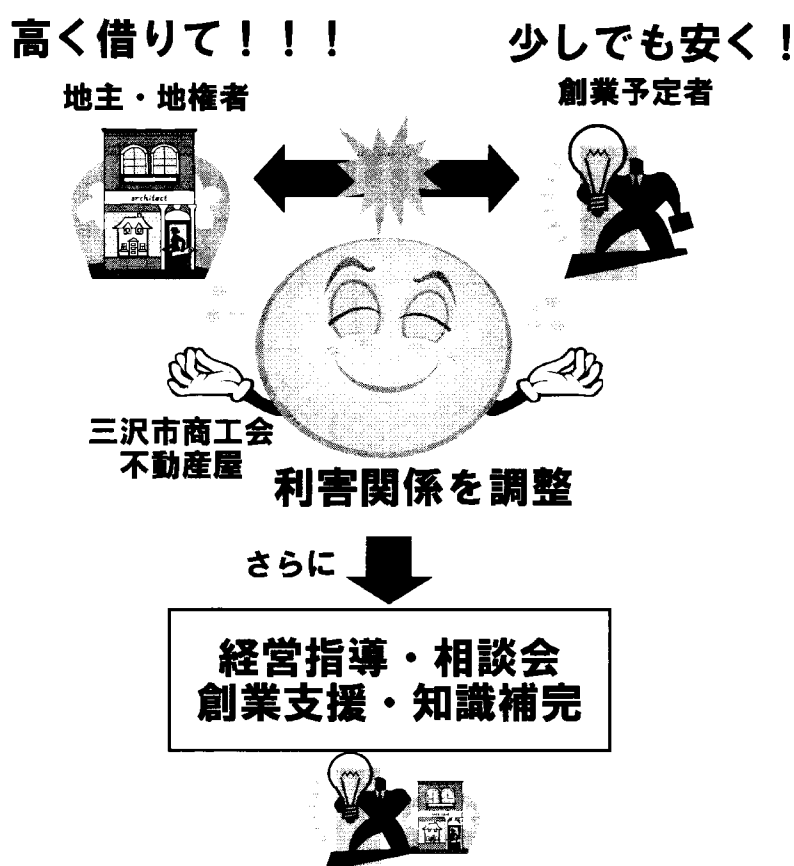
県内外の米国人好みの若い女性にとっては、『婚活(結婚のための活動)』と位置付けられていることもあり、多数の集客がある。

【活性化法認定後から現在に至る事業】

店舗のハード面は活性化法の認定事業により、そのほとんどが新築になった。しかし前述のように、他の地区以上にイベントを行ってもなかなか空き店舗の解消は進まない。商工会ではこの原因をあらゆる面から調査を行った。その結果、やはりお金・リスクに関することが要因として挙げたのである。このため、その対策を織り込んだ試みとして、新たに2つの事業を展開しようとしている。

◆不動産仲介・あっせん・調整事業（仮称）

以下に概略図を示す。



今までは地権者の目先だけの利益が先行し、高いテナント料を徴収していた。このため、ただでさえ創業したてで財務体質が不安定な参加者にとっては、重しとなっていた。せっかく賃貸契約を結んでも、長くは続かず、結果、空き店舗に戻ってしまうことが多かった。また、高いテナント料にせっきくの創業気運が薄れて、二の足を踏んでいるケースも多かった。

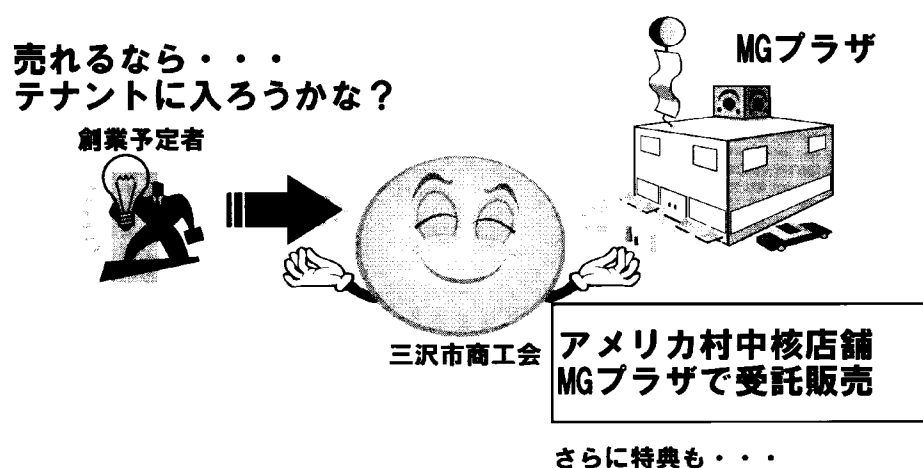
この『高く借りてほしい』という地権者と『少しでも安く貸してほしい』という参加者との利害の解消を図り、空き店舗解消につなげるために、商工会が率先して交渉・調整役的な役割を担うことを実施し始めている。不動産会社との提携を密にし、必要に応じて商工会自らが不動産仲介の免許取得も検討しているとのことである。

また、せっかく参入したとしても、事業そのものが儲からないのでは話にならない。このため、創業のための勉強会をはじめ、様々な経営支援を行っている。もちろん、『アメリカ村』であることから、米国人、日本人問わず参入することが可能となっている。

◆受託販売事業（仮称）

やはり、新規の参入者にとっては『この商店街で商いが成り立つか?』というのも、二の足を踏む理由である。このため、以前まで行っていたチャレンジショップ事業を発展的に継承したこの事業が考案された。簡単に言えば、お金を掛けずに売れるか売れないかをまずモニタできる事業である。

以下に概略図を示す。



希望者が商工会と委託契約を交わし、商工会がアメリカ村の中核店舗で受託販売を行う。商工会は、受託した商品の売れ行きや客層データなどの情報を参入予定者にフィードバックして、参入の意思決定や新商品の改良などに役立てる。創業予定者にとっては、テナント代や販売員の人件費などを掛けずにテストマーケティングできる仕組みである。

(4) 今後の商店街活性化に向けての対応

ちょうど来年の3月には、アメリカ村の中核店舗であるMGプラザの整備が完了する。前述の新しい2事業はまだ始まったばかりであり、MGプラザの整備完了を機に本格始動する。よって今後はこれらの事業を軌道に乗せることを最優先するようである。

また、外部環境の追い風として青森新幹線の本格開業が県内を賑わしているが、三沢市の場合、原子力研究施設（イーターの研究施設）が六ヶ所村に建設されることの方がむしろ恩恵が大きいと判断している。これはアメリカ人だけではなく、フランス人やイギリス人の常駐者が三沢市の商圏に多数移住してくることを意味するからである。よって、今後は『アメリカ村』からさらに

視野を拓けた『異国村』へとイベントなども拡大させる構想もあるようである。

ここまでくるのにも相当な苦勞があったと思われるが、これからも、TMOである商工会のホームページに載っている『冷めない熱意』と『諦めない行動』で頑張ってもらいたい。

今後の関係者の活躍と市街地の発展を期待したい。

(三沢市 執筆担当：伊 藤 朗)

8. むつ市

(1) 中心市街地の空店舗及び空地の現状

① 店舗の閉店、撤退状況

平成13年3月に本州最北の鉄路「下北交通大畑線」が廃止されてから中心市街地の商業地図が大きく変貌している。以前鉄道駅があったむつ市の代表的商店街「田名部駅前通り」の通行量調査によると「徒歩」が大幅に減少しており、空店舗が増えた大きな要因になっている。店舗閉店・撤退の象徴的な動きとして、平成17年の「(株)むつショッピングセンター」(アークスプラザ)、平成18年の「家具のキノシタ」のケースがあげられる。

一方、既存商店街の西部方面には、ヤマダ電機、サンデー、マックスバリュ、ケーズデンキなどの大型店が軒を並べており、人や車の流れが増えている。

② 空店舗等の状況

平成13年に県経営振興課が県内8市を対象に行った中心市街地空店舗調査によると、むつ市の平成12年の空店舗率は6.8%で、県内平均13.1%に比べると低かった。その後、長引く不況によって田名部駅通りや小川町などを中心にして空店舗が目立っているが、現在のところ詳細調査は行われていない。

大型店撤退による空店舗活用例として話題を呼んだものに、平成21年9月に旧アークスプラザへむつ市が庁舎移転したケースがあげられる。土地・建物が広大な大型物件を取得するには多額の経費が必要だが、電力会社からの寄付金を財源に最小限の負担額で済んだといわれ各界から注目された。広い庁舎内には、市民が気軽に利用できる交流広場やレストラン、物産展示コーナー、直売コーナーなどが設けられているが、余裕スペースについては現在、商業系テナントの募集が行われている。

また、公共的機関が主導する街中の空店舗活用例として、平成20年2月から稼働した「スペース2008in田名部駅通り」がある。これは、商工会議所が田名部駅通りで空店舗になった店の一階部分を借り上げて、文化団体やサークルなどに絵画、写真、陶芸、趣味などの展示スペースを無料で貸し出すというもので、開催スタッフの努力があって年間企画数25件、来場者約3千人の実績を上げて一年間の事業を終えた。

この事業は、街中活性化のため一定の成果を上げたが、管理・運営している田名部駅通り商店街振興組合の人手や時間的負担などの課題も残ったといわれる。

民間事業者による空店舗の活用は、知人情報や不動産業者の紹介等により行なわれるが、不況の折り件数は少ない。しかし、商工会議所による空店舗助成金制度は普及しており、制度を利用して開業するケースが多い。なお、中心市街地通りの商業空地については、比較的少なく、現在のところ街の景観を大きく損ねる状態に至ってはいない。

(2) 活用策として実施した事業

① 空店舗対策事業

1) 空店舗と営業環境

中心市街地活性化事業のまとめ役である「むつ商工会議所」の事業計画では、毎年「商店街空店舗出店者への支援」を重点事業に掲げている。商売が難しくなった営業環境の中で閉店を余儀なくされた事情が多いため、その跡に新店舗を立ち上げる業者も甘い考え方で対応できない。このため、支援事業の目玉である助成金の交付申請にあたっては、営業方針や収支見通しを記載した事業計画書を添付することになっている。

商工会議所では、空き舗を埋めて元通りの商店街へ修復するという後追い対策も必要だが、まずは中心市街地のあり方や街全体の活性化を考える「空店舗の増加を防ぐための環境づくり」が何よりも重要と考えている。

2) 商工会議所による空店舗助成制度

むつ商工会議所は「商店街空店舗助成事業」として、店舗利用者に対して一定の補助金を交付する支援を行なっている。

平成 21 年度商店街空店舗助成要綱(要約)

空き店舗の定義	中心市街地の主要道路に面した1階部分で、従前店舗として使用されていたこと。 ※中心市街地は田名部地区、大湊地区で指定されている区域
申込対象者	平成 21 年 1 月～10 月までの間で、創業した者及び予定している者 むつ市内に本店があり支店開設又は予定していること等
助成対象費用	店舗内装経費、什器、備品の購入費用、賃貸料
採 択 基 準	夜間だけの営業店舗は対象外、月 20 日以上営業であること等
助 成 期 間	月額 5 万円を限度とし営業開始から 6 ヶ月間
助 成 金 額	1 業者 30 万円以内（但し、本制度全体で 90 万円に達したときは助成終了）
募 集 期 間	平成 21 年 5 月 11 日～9 月 25 日

3) 空店舗の利用状況

最近 3 年間で助成を受けた店舗は各年度 3 件で次の表のとおりである。該当店舗は、むつ市中心市街地の小川町や柳町周辺が多く、この地域での閉店・新規開店が目立っている現状が窺える。新規開店の業種は生活用品が中心だが、周辺の商店としては正直なところ同業のライバル店が進出してくるよりも、異業種の店に来てもらった方が街全体の活気を取り戻す意味からも歓迎されるだろう。

空店舗助成制度関係資料により前店舗が閉店した理由を調べると、営業不振が大半だが、後継者がいないために閉店したケースもみられる。

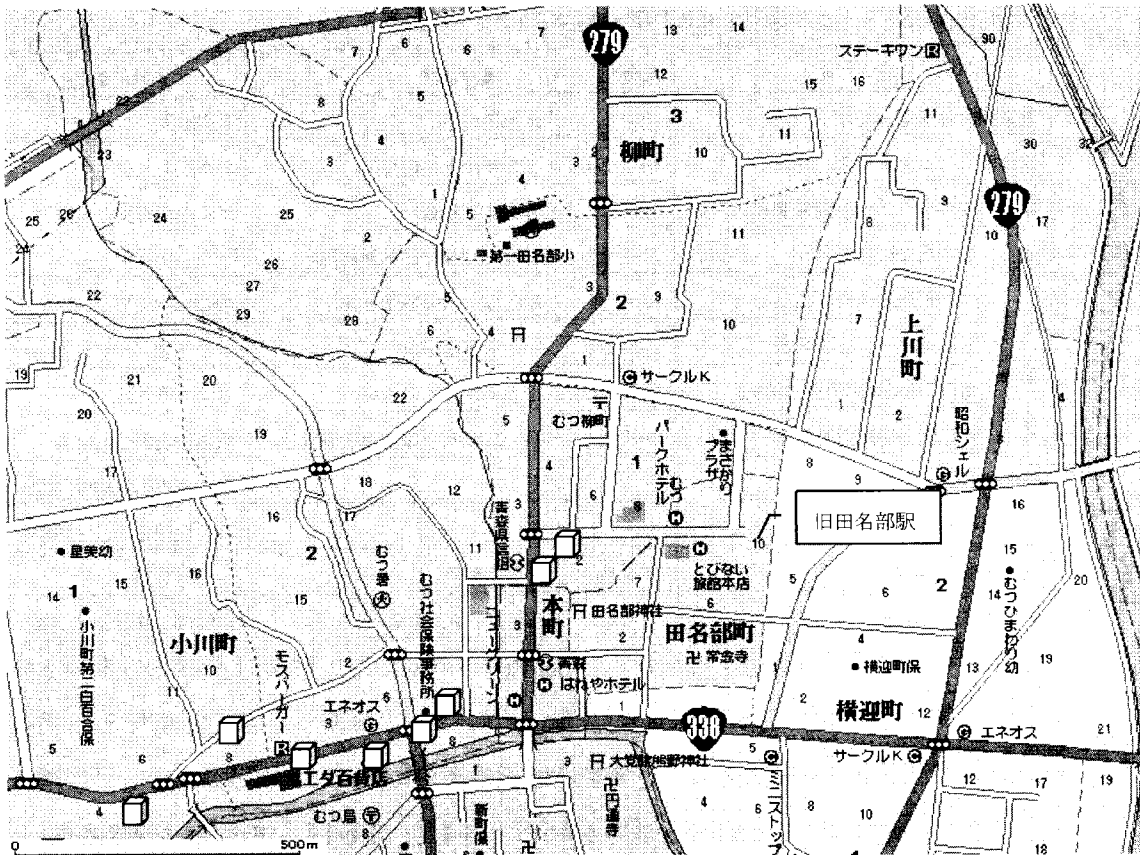
空き店舗助成金交付店舗一覧表


※むつ商工会議所調べ

年 度	事業者名	場所	業種	従前の店舗		
				業種	閉店理由	
					営業不振	後継者
H18	はんこ村むつ店	柳町	印章店	薬局		○
"	りとる みい	小川町	衣類雑貨	ゲームソフト	○	
"	りんごやさん	柳町	青果販売	携帯電話	○	
H19	マザーキキくずの	小川町	洋服直し	印章店	○	
"	フローリストモントヴェル	小川町	生花店	衣類販売	○	
"	(有)サクラ	大湊浜町	薬局	飲食店	○	
H20	呑んべえ Taro	小川町	飲食店	パック、カバン	○	
"	パブ&ブティック山路	小川町	飲食、ブティック	洋菓子店		○
"	お食事処まごころ	小川町	飲食店	うどんや	○	

※飲食店は夜間だけの営業は不可

助成金制度を利用して新店舗に生まれ変わった場所のデータのみであるが、地図にプロットしてみると、以前賑わいをみせた旧田名部駅から小川町周辺にかけてのストリートに集中していることが分かる。



※  印が空店舗利用場所(大湊地区を除く)

② 空店舗対策の問題と今後の方向

空店舗の発生要因について全国的な例としては、大型店の撤退、公共施設の移転、歩道・駐輪場の未整備による街自体の衰退、大型店進出による影響、店主高齢化による後継者不足などがあげられる。なお、空店舗が発生しても、所有者の事情によっては閉店のまま生活等の場として利用したり、積極的に空店舗情報を開示したくないというケースもあるため、すべてが新店舗として復活できるわけではない。

しかし、空店舗による商店街の空洞化は周囲にとって大きなダメージとなるだけに行政等との協力も得ながら賑わいを取り戻していきたいものである。近年、商店同士の話し合いが少なくなりお互いに干渉しないという風潮がみられる中であって、空店舗を防ぎ、また発生したときに代替りの店舗を見つけるために、地元商店会が関係者とのコミュニケーションを取る仲立ちとなって解決の糸口をつかむ役割が、今後ますます求められる。

(3) イベント事業及び各種集客事業

① 地域活性化のための実施事業

商工会議所が関った平成20年度の主な各種集客事業は次のとおりである。この中で、商店街空店舗対策事業では、初の試みとして“ｽﾊﾟｰｽ2008in 田名部駅通り”と名づけて各種展示スペースを提供するサービスを行い商店街の集客効果を高めた。

事業名	開催期	実施場所	参加数その他	
第8回大湊海軍まつり	3月	水源池公園	3,230人	
第8回冬の下半島食の祭典	1月	プラザホテルむつ	7,042人	
M T O 事 業	フラワーポット設置事業	5月	各商店街歩道	200個、固定式6基
	むつ市合同盆祭り	7~8月	新町、小川町、田名部神社	
	むつ市連合大売り出し	12~1月	田名部、大湊地区一円	参加店数130店
	イルミネーション事業	11~1月	中心市街地沿道	大形5基、ツリー70基
	金運万来「真夏のｽｶﾝﾌﾟﾗｰ」	8月	田名部地区4商店会	参加店数123店
	商店街空店舗対策事業	2~1月	ｽﾊﾟｰｽ2008in 田名部駅通り	来客数合計3,014名
観光総合対策事業			むつ市みち案内マップ	
みそ貝焼きPR事業			みそ貝焼きマップ、のぼり	
空店舗助成事業	5~9月	中心市街地	小川町3店	
むつ市共通商品券	20年度	田名部、大湊地区一円	加盟店339店、6千万円	

各商店の販売促進を支援する「むつ市共通商品券事業」では、平成21年度から5,000円券新たにを発行して幅広く購入し易い工夫を行った。これと関連して商工会議所では、地球温暖化防止や経済活性化対策として、省エネ性能の高いエアコン、冷蔵庫、テレビの購入者へ一定のエコポイントを提供する「エコポイント制度」を設け、「むつ市共通商品券」とも交換できて様々な買い物に使える仕組みづくりを始めた。

② むつ来さまい館等の集客状況

むつ商工会議所が実施している指定管理者事業に、「むつ来さまい館」、「むつ市下北観光物産館」、「むつ市イベント広場」があり、これら3施設の自主事業として次のような催事が行われている。

- ・産業まつり ・フリーマーケット ・各種展示 ・体験館(夏期間) ・緑と花の市
(下北物産フェア同時開催) ・イルミネーション ・各種コンサート その他

上記施設は、田名部駅が廃止された後の街の顔として、集客効果を上げる役割を担いながら繁華街の衰退に歯止めを掛ける役割を果たしている。今後の方向としては、田名部駅に代わる拠点施設の設置や車輛や歩行に循環性を持たせた道路整備などの環境づくりをすると共に、自助努力により中心市街地にふさわしい商品・サービスを提供できる「魅力ある商店機能」が望まれている。

(4) 中心市街地活性化にむけての対応

① 東北新幹線完成への対応

1) むつまでの交通アクセス

下北半島の拠点むつ市までの八戸・青森方面からの交通アクセスは、次のように概ね1時間30分～2時間以内の所要時間となっている。

J	R	所要時間	車 輛	所要時間 (距離)
八戸⇒下北		1時間30分	八戸⇒むつ	2時間10分 (111km)
青森⇒下北		1時間30分	青森⇒むつ	2時間 (100km)
三沢⇒下北		1時間30分	三沢⇒むつ	1時間45分 (86km)
野辺地⇒下北		1時間	大間⇒むつ	1時間 (48km)

このうちJRは、現在は、普通列車の他「快速下北」や季節限定の快速「きららみちのく号」が走っているが、大湊～八戸間や大湊～青森間の鉄道便数が少なく、また地形的にも陸奥湾からの強風に弱く運休になりやすいという難点がある。このため、関係団体と連携して鉄道の強風対策を講じるようJR東日本盛岡支社へ働きかけを続けているが、予算的な問題もあってまだ目立った前進はない。

また、車輛を利用すると八戸、青森からむつ市までの移動に約2時間かかり、半島を横切るには時間・距離共にやや負担が多い。なお、青森からむつ市までの下北交通バスは現在1日2往復で便数は少ないため、利用客は少ない。

2) 交通アクセスへの対応

今年12月の東北新幹線全面開通に伴い、下北観光のキャンペーンに力を注いでいるが、新青森・七戸十和田・八戸の各駅から下北までの交通政策が当地域の顧客吸引力に大きな影響を及ぼす。特に、距離的に最も近い新幹線七戸十和田駅から野辺地駅までは鉄路がなく、

バス等を利用した二次交通の乗り継ぎが必要になるため、むつ市への直行便等がなければ誘客効果はあまりない。

また、下北半島を「行き詰まりの半島」とせず、圏外地域への循環性を持たせるための海上航路の確保は、生活や観光にとって重要な施策となる。現在、津軽半島への渡航コースは脇野沢からの「むつ湾フェリー」（1日2往復）しかなく、しかも冬場は運休になる。

北海道へ渡る大間・函館間の「東日本フェリー」（1日2往復）にしても、赤字航路のため県等からの補助金交付を受けないと経営を維持できない状態にあり、今後の航路継続も保証されていない。このため、下北地区としては、魅力ある街づくりと特産品の開発を進めながらも、関係機関による交通政策待ちという歯がゆい立場にある。

② 集客、誘客への対応等

1) 観光ルートバスの運行

観光客の利便性を高めるため今年7月から約3か月間の限定で、むつ市を基点とする下北観光バスが運行された。これは、JRバスと下北交通の共同運行によるもので、「ぐるりんしもきた279号」は、むつ来さまい館⇒大間崎⇒佐井アルサス(観光遊覧船)⇒恐山⇒大湊⇒むつグランドホテルのコース、「ぐるりんしもきた338号」は、脇野沢(観光遊覧船)、恐山、尻屋などを回るコースで、手軽に下北半島周遊の旅を満喫できる。

また、お土産店用10%引きサービスや抽選により特産品のプレゼントも用意されている。

2) むらおこし総合活性化事業

観光客が旅行するときの楽しみの一つに、地元特産の食材を使った食文化との出会いがある。ここ数年、当地の文化伝承料理「みそ貝焼き」のPRに力を注いできたが、最近では旧海軍の伝統的レシピ「大湊海軍コロッケ」の普及を図っている。

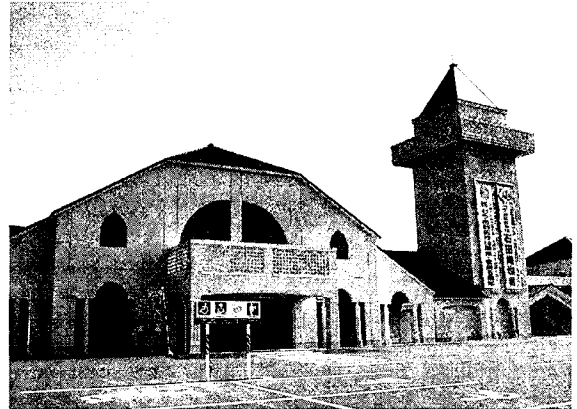
「海軍グルメシリーズ」は、「よこすか海軍カレー」（神奈川県横須賀市）、「くれ肉じゃが」（広島市呉市）、「佐世保バーガー」（長崎県佐世保市）などが有名だが、ご当地グルメ「大湊海軍コロッケ」を県内外に広くPRしながら集客・誘客商品として成長するように期待が寄せられている。

3) 新下北駅による表玄関の整備

下北半島の表玄関・JR大湊線「下北駅」は駅前広場が手狭であったが、平成21年1月に駅舎を線路側にバックして新築された。こじんまりとした駅舎だが、駐車場、バス・タクシー発着所の整備が完了すると、利用客にとって中心市街地や下北観光地へのアクセスが一層便利になる。一方、この事業によって下北駅から市役所新庁舎にかけての大型店を含む商業拠点の形成が進むものと思われ、中心市街地の商店街にとっては新たな課題が生じている。



空き店舗助成金を活用して現在も順調に営業中の
「キクチクリーニング新町店」



旧大型店舗を改築して業務を開始した「むつ
市役所新庁舎ビル」



移転新築して下北地域の表玄関として活用が期待
される「JR下北駅」



繁華街として復活を目指している「田名部駅
通り」の街並み

(むつ市 執筆担当：金 沢 徳 夫)

第3章 まとめ (財団法人青森地域社会研究所 地域振興部長 竹内慎司 担当執筆分)

1. 全国的に歯止めのかからない空き店舗問題

車社会の進展にマッチした商業空間を現出させた郊外部は、一部、郊外型店舗同士の過当競争などは生じているものの、概して隆盛を持続している。

一方、中心市街地にある商店街は、来街者数の減少による消費購買力の低下が進んで売上が減少し、結果として事業継続を断念する店舗が続出している。駐車場問題の抜本的な解決もないままに、映画館や各種レジャー施設などの集客施設も郊外部に移転し、来街する要因の減少が、来街者数の減少、売上の減少となって現れている。

このように、かつて大勢の来街者で賑わった商店街では、櫛の歯が抜けるように、空き店舗が目立つようになってきた。こうした状況は、年々強まっている感がある。

商店街は、30店舗以上の個店の集積を持ち、消費者のワンストップショッピング性、気の置けない店主とのやりとり、そぞろ歩きしながら買い物ができる楽しさなどの理由で、長らく消費者の支持を保持してきた。

空き店舗の増加は、商店街の大きな特長であるワンストップショッピング性に黄色信号を灯らせると共に、商店街の沈滞ムードを顕在化させ、「ハレ」の気分で行う買い物行動の楽しさを半減させてしまう。この結果、客足は益々遠のき、店主の高齢化や後継者難といった問題も相まって空き店舗がさらに増加し続けるという悪循環に陥っている。

2. 「平成18年度 商店街実態調査報告書」に見る空き店舗の状況と対策

平成18年度の商店街実態調査報告書(中小企業庁委託調査事業)に掲載されているアンケート結果(発送数8,000、サンプル数2,644、商店街振興組合821、事業協同組合205、任意団体1,618)には、空き店舗に関する興味深い調査結果が掲載されている。以下、その主要な部分の概要を掲載した。

一商店街における空き店舗数は平均5.33店である。これは、「空き店舗ゼロ」との回答商店街が、前回の23.9%から20.2%に減少、「10店～19店」の層が5.5%増加し、その結果、空き店舗数が1.43店増加の5.33店になったという。

また、空き店舗率(%)は、商店街の空き店舗数の総合計を商店街の全店舗数の総合計で除したもののだが、平成18年度は、同調査で空き店舗率を求めることになってから最高値の8.98%となった。なお前回調査の平成15年度調査の7.31%からは1.67%の増となった。

退店(廃業)した店舗数は、商店街平均で3.98店だった。なお退店がなかった割合は、商圈が広まるにつれて増加していく傾向が見られた。また、比較的店舗数の少ない商店街において退店

率が高くなっている。

退店（廃業）した理由は、「店主の高齢化、後継者の不在」が圧倒的に多く60.6%を占め、以下、「他地域への移転」が20.2%、「同業種との競合」が17.4%と続いた。人材育成の重要性が再認識されるが、後継者難の理由が個人経営による事業リスクを敬遠したものだとするならば、会社組織化への支援も求められる。個店を束ねての会社組織化も一案であろう。

空き店舗が埋まらない要因は、最多が「商店街に活気がない」で28.9%、以下、「所有者に貸す意思がない」が27.6%、「賃貸条件が厳しい」が19.8%だった。

今後の空き店舗の増減動向予測は、最多が「増加」で37.5%を占め、次いで「変わらない」が26.3%、「わからない」が24.2%、「減少する」は11.2%と最も低かった。

空き店舗を発生させないために必要なこととしては、最多が「魅力のある個店づくり」で47.5%、次いで「商店街全体で空き店舗の発生に対して危機意識を持つ」が31.1%、「後継者を育成する」が21.6%、「商店街の美化・環境整備」が15.6%、「商店街のPR活動」が12.2%、「イベント等による集客」が11.6%などとなった。「魅力のある個店づくり」が第一義であり、次に商店街全体で対応しようという内容だった。つまり、まずは商店街を構成する個店一つ一つの魅力の向上を実現した上で、商店街全体での魅力の向上をさらに図るべきだということが読み取れる。

3. 県内8市における空き店舗の状況

県内8市は、車社会の進展のなか、いずれも中心商店街の衰退、空き店舗の増加、郊外における大型小売店舗の展開、隆盛といった状況を呈している。

県内8市の現地調査から、各市中心商店街の空き店舗の状況を今一度振り返ってみる。

青森市の場合、中心商店街である新町通りは、空き店舗が年々増加している。青森駅から離れるに従い、空き店舗が目立つようになってきた。ここ数年、青森市では郊外型大型店を核店舗とする商業施設が各地区に整備されてきたが、特に市南部・浜田地区の商業集積の度合いが著しい。今や中心商店街は、東部、南部、西部の各郊外地区の商業集積に包囲される状況にあり、退潮に拍車がかかっている。

また新町通りに隣接し、一時期、ヤングカジュアルショップの集積が進み隆盛だった夜店通り商店街は、取扱商品で競合する後発の「アウガ」にお株を取られる形で退潮を余儀なくされ、空き店舗が増加した。ただし新町通り、夜店通りともに空き店舗がまったく埋まらないという状況ではなく、新規出店も散見されている。

三沢市の場合、為替の変動相場制の導入により米軍関係者の購買力が低下し、各個店の売上減少に結びつき、その結果空き店舗の数は増加して「シャッター商店街」へと退化していった。米軍基地のゲート近くの人通りが多い、大町商店街、銀座商店街でさえこうした状況であり、他の商

店街は推して知るべしだという。

十和田市の場合、官公庁の出先機関の統廃合や転居により空き地が目立ち、隣接する中心商店街でも郊外型大型店の相次ぐ出店により空き店舗が目立っている。

五所川原市の場合、市東部郊外の巨大なＳＣと、市西方のＳＣとにより地域の消費購買力が分割吸収されている。中心商店街からは、平成18年、老舗百貨店が撤退し核店舗が無い状況で、通行量が平日・休日ともに減少し、空き店舗率も高水準で推移している。

黒石市の場合、老舗デパートの閉鎖につづき、老舗の書店や薬局の廃業などがあり、中心市街地は、シャッターを閉ざした空き店舗が散在する状況である。

むつ市の場合、平成13年の下北交通大畑線の廃止が、中心市街地の商業にマイナスの影響を与えているという。代表的商店街だった田名部駅前通りの歩行者通行量は大幅に減少しており、空き店舗増加の大きな要因になっている。

弘前市の場合、郊外部への大型店の立地が増加し、中心商店街の小売店舗の減少や、空き店舗の増加などの問題が生じている。しかし他市とは異なった動きがみられ、これまで増加傾向だった中心市街地の4商店街における空き店舗数は、平成18年に減少に転じた。現在、商店街ごとに好不調の明暗が分かれ、空き店舗率に格差が見られるという。

八戸市の場合、長引く景気低迷下、市内外の大型商業施設との競争激化、多様化する消費者ニーズへの対応の遅れなどから空き店舗は増加傾向にある。

4. 県内8市における空き店舗解消のための取組事例

空き店舗の有無は、商店街が繁盛しているか否かを判断する有効なバロメーターである。空き店舗が目立つということは、商店街の衰退を示すシグナルであり、社会経済構造や現代の消費者ニーズの変化に、その商店街が上手く対応できていない、マッチしていないということを物語っている。また、空き店舗が醸し出す寂寥感、マイナスイメージは、ハレの時の行動特性を持つショッピングの楽しさ、精神的な高揚感に対してもマイナスの影響を与えており、衰退が衰退を呼ぶ悪循環に陥る危険性が高い。

ところで商店街の衰退は、個店各自の経済問題に加え、街の魅力の減少や地域社会の存続にも関わる問題でもある。高齢化が進む状況のなかで、暮らしやすいまちを維持、継続させるためには、居住地区に隣接した商店街の維持活性化が強く求められる。

こうした忌々しき状況を打破すべく、全国各地で官民が一体となって商店街の再生に向けて、様々な取組が行われており、既に一定の実績を挙げている商店街も散見される。

本県の8市においても、様々な中心市街地活性化の取組のなかで、空き店舗対策が実施されている。それらは、①空き店舗を実際に使用してもらうための優遇奨励制度などと、②店舗経営の

維持継続を図るべく経営環境の向上改善を狙った中心市街地活性化策の大きく二つに分けられる。そのうち中心市街地活性化策については、昨年度の調査で検証済みであり、ここでは前者の①空き店舗を実際に使用してもらうための優遇奨励制度などについて、実施概要を以下掲載する。

青森市の場合、中心商店街等の空き店舗を賃貸して出店する中小企業者等に対して、店舗賃料の一部を補助している。空き店舗が目立つ夜店通りを市の担当課が訪問し、地権者と話し合い、この補助制度の適用先を2件見つけたという。

また新町通りには、県、市、商工会議所、まちづくり関係者、農業関係者の協力の下、空き店舗を借り上げて産直施設「まちの駅」を開設した。なお有名なバサージュ広場は、全国に先駆けて商業ベンチャー支援事業を実施しており、いわばチャレンジショップの先駆け的な存在である。

弘前市の場合、空き店舗対策事業として、①空き店舗解消数値目標の設定、②「空き店舗・空き地地権者意向調査」の実施、③「テナントミックス・商店街コーディネート事業」の実施、④融資制度の活用などを実施している。また、中心市街地の魅力を高めるための様々なハード・ソフト事業の実施も行われている。空き店舗・空きビルの活用事例としては、ストリートダンススタジオ、スープカレー専門店、パスタ専門店などの開業がある。

八戸市の場合、空き店舗対策事業として、空き店舗の増加に歯止めをかけ、減少に転ずるために目標値を定めた。また空きビルの再整備、新規出店を通じて、平成29年度までに空きビルすべての解消を目指すという。具体的な方策として、①観光交流施設整備、②まちなかホテル建設事業、③空き店舗再生事業、④会場所づくり事業、⑤まちなか正業応援事業・アントレプレナー情報ステーション事業などが取り組まれている。

五所川原市の場合、①中心商店街空き店舗チャレンジショップ事業、②商店街循環型バスの運行などが取り組まれている。

黒石市の場合、①空き店舗出店促進事業、②高校生ビジネスプランコンテストの実施などが挙げられる。

三沢市の場合、TMOが空き店舗を所有者から一旦借り上げ、貸し出す事業を行った。それらは、町のえき事業中の①チャレンジショップ事業、②会議室や集会場としての貸し出し事業、いこいの家事業中の③公民館、休憩場など共同利用貸し出し事業などであった。

むつ市の場合、むつ商工会議所が、商店街空き店舗助成事業として、店舗利用者に対して一定の補助金を交付する支援を行っている。

十和田市の場合、空き店舗対策事業として、①既存中心商店街区に散在する空き店舗7ヶ所に出店者を募ったチャレンジショップの実施、②旧十和田松木屋ビル1階を「とわだまちの駅」の名称にし12店舗の出店事業の実施などを行い、少子高齢化等対応商業活性化支援事業として③ワンボックスショップ事業（ボックス21区画）と、④チャレンジショップ事業（2店舗）を複合的に

組み合わせで実施している。また関連事業として、⑤駐車場調査・運営事業、⑥空き店舗等調査情報提供事業、⑦タウン情報発信事業等も実施している。

5. 空き店舗解消に対する追い風

景気の低迷が続き、小売業を取り巻く経済状況は非常に厳しいものがあるが、それでも空き店舗の増加に対して、ただ悲観的な気持ちに陥っていった頃とは、また違った状況が生じつつある。

まず一つ目は、各地区において、TMO機関の積極的な活動により、チャレンジショップ事業などが取り組まれており、大型店などの経験を持つ人材やコンサルタントなどが、TMOのリーダーやアドバイザーとして送り込まれ、一定の成果を挙げていることがある。

二つ目は、総務省の「就業構造基本調査」によると、小売業の創業希望者は趨勢として増加傾向にある。これは、特に中高年や若者の間で商店開業熱が高まっており、チャレンジショップ制度などを活用し、空き店舗を利用して開店するケースが目立つという。

中高年では、リストラにより商店経営へ転身する場合も多いと見られるが、自己の裁量で事業展開できるという、従来から持っていた夢の実現、自己実現というケースもかなり多いという。若者の場合は、自己の裁量で事業展開できるという自営業の魅力に基づくものが多いと思われる。こうした商店開業熱の背景には、「中小企業創造活動促進法」や「中小企業挑戦支援法」など、国などによる創業支援の強化がある。

三つ目は、消費者の高齢化の問題である。増加した高齢者が、移動に手間隙のかかる郊外店舗の利用よりも、近場での買い物を優先する傾向が強まることが挙げられる。実際、こうした動向を捉えて、ドラッグストア業界では、郊外での展開よりも、住宅地にあるコンビニとの提携や合併の動きに注力し、高齢化社会の薬と食料品のワンストップショッピング拠点を住宅街に構築しようとしてきている。

ところで50歳以上のシニア層は、個人金融資産約1400兆円の大部分を保有し、65歳以上の高齢者は十分な年金を受給しており、昔のシニア層のイメージと異なって、消費意欲も旺盛なものがある。つましく清貧に甘んじるかつてのお年寄りの姿とは明らかに違った様相を呈しており、この変化も営業上重視する必要がある。

四つ目は、前段にも関係するが、高齢化により消費者の生活圏が狭くなる傾向にあり、日常生活における近隣商店街の機能・役割のウエートが高まる可能性がある。単なる物販だけではない、生活上の問題解決のための情報提供など、プラスアルファの機能・役割が商店街には求められる。高齢者を中心市街地においても孤立させず、同時に商売もするといったスタンスが求められよう。なお商店街の潜在的な機能・役割を再認識させるきっかけとして、産直施設などのまちなかでの開設が挙げられる。遠出しなければ買うことのできなかつた、新鮮で低価格な農産物や漬物など

の加工品を家の近くで買えるようになれば、地元商店街の利用回数も増えて、結果としてついで買いの機会も増え、商店街全体の売上増加にも寄与することになる。

以上、地域に根をおろし、地元消費者の日々の消費ニーズに対応してきた商店街には、営業展開する上での追い風も想定される。

6. 空き店舗ゼロの商店街実現のために

県内各市の中心商店街においても、チャレンジショップの開設、中心市街地の産直施設である「まちの駅」の開設、観光交流施設やホテルの建設などの空き店舗対策が、各地区商店街の置かれた状況を勘案しながら積極的に取り組まれている。行政の指導の下、TMO機関である商工会議所や商業者が連携しながら進めてきた結果だと思われる。

こうした状況にある、県内各市の中心商店街だが、前述した追い風の効果を捉えるには、それぞれ次のようなことに留意する必要がある。

まず、一つ目のチャレンジショップ事業では、個店をそのまま貸す場合や、いくつかのブースに分けて貸す場合、あるいはワンボックスで貸す場合など、規模的に大から小まで様々なケースで実施されていることが特筆される。チャレンジショップ事業のマンネリ化を回避し、商業者育成の裾野を広げる意味からも、他市の異なった規模での取組・実施は参考になり、規模的にバリエーションを持ったきめの細かい取組が求められよう。

二つ目の商店開業熱の高まりについては、青森市の場合などは、空き店舗を利用した出店は散見されているが、新規出店より閉鎖する店舗の数が多いために、空き店舗が解消されない状況になっている。今後は、前述したように、事業規模を段階的に分けたチャレンジショップの実施により、これまで以上に潜在的な出店希望の具現化に努めると共に、開業から商売が軌道になるまでのフォローに注力するほか、廃業を回避するような経営指導の強化や、中心商店街の活性化に資する集客事業の一層の実施が求められよう。

三つ目の消費者の高齢化に関しては、青森市の場合でも、昼時のホテルの和食レストランなどは、昼食としては価格がやや高めにもかかわらず高齢者でいっぱいである。

今後しばらく増加する高齢者ニーズをどのように上手く捉えるかが、中心商店街の活性化、空き店舗解消の大きなポイントになることに留意して事業展開を考える必要があろう。

店舗設計におけるバリアフリー、落ち着いた店構え、品揃え、応対マナーなど高齢者を意識した対応が求められよう。概して経営者の対応は良いが、従業員の応対マナーに問題がある場合が多いと思われ、従業員教育に注力する必要がある。郊外の大型店では、この点がしっかりと指導・教育されている。

四つ目の、住居から最寄の商店街の機能・役割のウエートの高まりに関しては、高齢化した消

費者の生活圏が狭くなる傾向と連動し、高齢者のニーズに積極的に対応すべく、宅配サービスやよろず相談機能も兼ね備えた、高齢者とのコミュニケーションを大切にする商店（街）に変わっていく必要が考えられる。かつての福祉商業の考えが参考になる。

このように、県内8市の空き店舗対策事業に対しては、これまで積み重ねてきた実績の上に、以上の4つの追い風への対応を加え、更に空き店舗解消事業の盛り上がりを期待するものである。

ただし、空き店舗解消のために実施される行政やTMOなどによる一連の支援事業は、あくまでも商業者の育成や自立化を手助けするためのものである。継続的な空き店舗の解消のためには、チャレンジショップなどの営業を軌道に乗せ、商店街における商業活動の常態化を図る必要がある。そのためには、行政やTMOなどによるフォローアップも必要だが、なんといっても重要なのは、開店営業する商業者自身の自助努力であり、たゆまぬ研究、工夫、精進などが求められる。つまり開業の導入部分は、行政やTMOによる支援が期待できるが、それ以降の事業の成否は、すべて商業者自身の才覚、取組如何にかかっているのである。

また本稿ではあまり言及しなかった中心市街地活性化策も、実は空き店舗の解消策として、大きなウェイトを占めているのは言うまでもない。

本章の冒頭でも若干触れたが、車社会の本格的な到来に関し、駐車場問題などへの中心商店街の対応が遅れて客足が遠のき、そのうちに集客施設である映画館、レジャー施設、スポーツ施設なども閉鎖に追い込まれたり郊外部に移転したりして、来街者数が更に減少した経緯がある。

郊外部の大型店では、無料の広い駐車場を備え、全天候型の快適な商業空間で、最新流行の「旬」の品揃いの商品をリーズナブルな価格で購入できる。つまり中心商店街は、消費者への商品販売という「コア」の部分で劣化したばかりか、ついで買いの機会を生み出す集客施設も失い、状況はさらに厳しいものとなっている。

いわば、消費者の来街する理由がどんどん無くなっていったわけである。換言すれば中心商店街の魅力が衰退を招いたともいえよう。

中心商店街は、このように社会構造的な問題を抱えており、散発的に実施される祭やイベントによる集客効果も限定的であり、空き店舗の増加に歯止めがかからない。

一朝一夕では、こうした状況は改善できないと思われる。今一度、消費者のライフスタイルを分析し、来街する理由の創出・動機付けを生み出す工夫、仕組みを考える必要がある。街を利用して楽しみ、滞在するという、一般消費者の街づかいの機会を多くする取組みが求められよう。

おわりに

本報告書は9人の会員が委員会をつくり、新見常任理事が委員長となりとりまとめることにした。各担当が一市ずつ担当し、各種の資料を分析し、さらに現地を訪問し聞き取り調査を行い執筆している。

調査研究テーマは20年度の調査結果を受けて空き店舗の活用策等の調査研究とした。この事業をすすめるにあたっては青森県庁及び各商工団体への協力依頼を行い関係者の協力をいただきました。厚く御礼申しあげます。

報告書作成にあたっては読みやすく、わかりやすく、見やすいを念頭に写真、図表を入れることにした。文体は調査員によって異なることになりましたが、各人の文章表現を尊重することにしました。

最後の“まとめ”の項目につきましては(財)青森地域社会研究所の竹内慎司地域振興部長に執筆をお願いし、お陰様で当支部会員も大変勉強になり感謝申しあげます。

さらに、青森県経営支援課 伊藤一雄 街づくり商業振興グループマネージャーに御助言をいただきました。

なお、11月25日に担当者が集まり経過報告を行い、その結果、1月下旬に報告書完成ということになりました。

これを受けて商工団体等への報告書の送付さらに各種助言をいただいた方々をまじえての研究会、意見交換会を1月下旬～2月にかけて行うことにしております。この八市以外でも空き店舗の活用が多く行われており、研究会の場で意見交換をしたいと考えております。

おわりに当調査研究に御協力いただきました関係者の皆様に重ねて御礼申しあげます。

青森県支部長 山 本 達 雄