

# 北海道地域商業活性化方策(第2期)

## ～地域商業の活性化に向けた自主的な取組への方策～

(事務局案)

北海道地域商業活性化方策とは、「地域商業の活性化に向けた具体的な取組の方向性を示す指針」(条例第9条)として、地域のさまざまな関係者が協働のもと、地域商業の活性化に向けて積極的な取組が推進されるよう、条例の目指す3つの姿(「地域商業、地域経済の活性化」、「道民生活の安定」、「地域コミュニティの活性化」)に沿って、重点的に取り組んでいくべきテーマを設定し、具体的な取組例などについて示しています。

平成29年度で第1期の取組期間が終了するため、社会経済情勢の変化等を踏まえ内容を見直し、今後、重点的に取り組むべきテーマと具体的な取組の方向性を示す第2期方策を策定しました。  
平成30年4月1日

北海道経済部地域経済局中小企業課

### 北海道地域商業の活性化に関する条例 (H24. 4. 1施行)

○地域商業は、地域経済の発展や雇用機会の創出とともに、地域住民の消費活動を支え、人々が集い、交流する場として、道民の暮らしと密接な関わりを有しながら、地域社会の発展に寄与してきたが、その取り巻く環境は、景気の低迷や事業所数、販売額の減少、中心市街地の空洞化など厳しい状況にあり、加えて、高齢化の一層の進行や消費者の購買意識の変化に対応し得る変革が求められている。

○こうした中で、地域商業の活性化を促し、地域の実態に応じた取組の強化を図ることが、今後の地域経済や地域社会の発展にとって極めて重要。

○このため、地域商業の活性化に関する施策を総合的に推進し、地域商業がこれまで担ってきた役割の維持強化を図ることにより、安定した道民の消費生活並びに活力ある地域経済及び地域社会を次代に引き継いでいくため、この条例を制定。

### 条例の基本理念

資料3

○地域商業の役割に鑑み、活性化の取組を総合的に推進

○地域関係者の創意及び主体性が発揮され、地域の実態に応じた取組を推進

○道、市町村及び地域関係者(事業者、小売事業施設設置者、商工関係団体及び道民)の適切な役割分担による協働により取組を推進

○地域におけるまちづくりへの十分な配慮

| 地域関係者の役割 | 事業者                                    | 小売事業施設設置者                 | 商工関係団体             | 道民   |
|----------|--|---------------------------|--------------------|--|
|          | 地域商業の活性化に向けた積極的な取組                     | 地域におけるまちづくりに配慮した店舗の配置及び運営 | 地域商業の活性化に向けた積極的な取組 | 道又は市町村の施策に協力                                     |
|          | 道又は市町村の施策及び商工関係団体が行う地域商業の活性化に向けた取組への協力 |                           | 道又は市町村の施策に協力       | 事業者、小売事業施設設置者又は商工関係団体が行う地域商業の活性化に向けた取組に参画するよう努める |

| 道の役割 | 市町村に対する支援<br>(条例第11条) | 地域関係者の取組の促進<br>(条例第12条) | 調査研究の推進<br>(条例第13条) | 情報の提供<br>(条例第14条) | 優良事例の公表等<br>(条例第15条) | 推進体制の整備<br>(条例第16条) | 財政上の措置<br>(条例第17条) |
|------|-----------------------|-------------------------|---------------------|-------------------|----------------------|---------------------|--------------------|
|------|-----------------------|-------------------------|---------------------|-------------------|----------------------|---------------------|--------------------|

| 本道の地域商業等の現状 | ・小売業・卸売業  | ・商店街数  | ・商店街の空き店舗率   | ・総人口  | ・65歳以上人口  |
|-------------|---|--|--|---|---|
|             | ：小売業 (H26年 42,150事業所(▲5.4%)、従業者数335,421人(▲0.8%)、年間商品販売額58,814億円(▲4.5%)、卸売業(15,940事業所(16.5%)、従業者数136,330人(8.5%)、年間商品販売額105,738億円(▲9.3%)) カッコ内は平成19年との対比 出典：平成26年商業統計 | ：173組合 (H28年度(H12の262組合をピークに年々減少))(法人化された商店街のみ) 出典：平成28年度商店街実態調査報告書(北海道) | ：12.9% (H28年度(0.7ポイント増加)) カッコ内は平成26年度との対比 出典：平成28年度商店街実態調査報告書(北海道) | ：5,381,733人(H27年の総人口(124,686人減少、▲2.3%) カッコ内は平成22年との対比 出典：国勢調査 | ：1,558,387人(H27年の総人口に占める割合 29.1%)(4.4ポイント増加)、65歳以上の高齢単身世帯数：31万9,408世帯(5万7,855世帯増加、一般世帯に占める割合～13.1%(2.3ポイント増加)) カッコ内は平成22年との対比 出典：国勢調査 |

| 主な課題   | 商業活性化の視点  |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>・廃業の増加</li> <li>・後継者不足</li> <li>・空き店舗の増加</li> <li>・店舗の老朽化</li> <li>・商圈人口の減少</li> <li>・来街者の減少</li> <li>・売上減少</li> <li>・大型店との競合</li> <li>・人手不足</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・新規出店等による商業機能の再生</li> <li>・リノベーションによる商業地区の活性化</li> <li>・地域資源や新技術の活用と外国人観光客を含めた集客の促進</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>・廃業の増加</li> <li>・不足業種の増加</li> <li>・高齢化の進行</li> <li>・「買い物弱者」の増加</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域に必要な買い物ができる商業機能の確保</li> <li>・誰もが利用しやすい買い物環境の整備</li> </ul>                                   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>・人口減少</li> <li>・高齢化の進行</li> <li>・地域コミュニティの機能低下</li> <li>・地域リーダーや活動の担い手の不足</li> <li>・後継者不足</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・多世代が集まるコミュニティ機能の整備</li> <li>・地域のまちづくりの担い手の育成・確保</li> </ul>                                    |

### 条例の目指す姿と具体的な取組の展開方策 (取組期間 平成30年4月1日～)

#### 1 地域商業、地域経済の活性化 ⇒ 収益力を高める、来街者を増やす

- 新規創業の促進
  - ・地域の空き店舗や空きビル等を活用した海外投資を含めた不足業種の出店誘致と商工団体など支援機関による創業支援
  - ・若者・女性・シニア・移住者など創業希望者を出店に結びつける定期市の開催やチャレンジショップの設置
  - ・「商店街事業承継セミナー」や相談会の開催、起業希望者へのマッチング
  - ・商店街、商工団体、行政、金融機関等の連携による後継者不在事業者の早期把握と事業承継者の確保
- 商店街のリノベーション
  - ・地域の建築・商業・まちづくり関係者と不動産所有者が連携した空き店舗等の改修や活用策の検討
  - ・中心市街地の公共空間や遊休ストックを活用した商業地区の活性化の取組
  - ・まちづくり会社などによる商業地区におけるB I D制度の導入検討などエリアマネジメントの取組促進
- 稼げる商店街づくり
  - ・地場産品などの地域資源を活かした商品・食事の提供による、集客の促進や地域経済循環の活性化
  - ・個店の魅力アップ、インターネットを活用した販路拡大、人手不足に対応した働き方改革や、AIやIoTの導入など生産性向上の取組
  - ・外国人など観光客やビジネス客に対応(免税手続カウンター、電子決済、ネット環境、土産品・特産品開発など)した商店街づくり

#### <取組例>

#### 2 道民生活の安定 ⇒ 消費・購買の場と機会を守る

- 地域の買い物環境を守る
  - ・買い物が困難な地域への宅配や移動販売、定期市の開催など、広域連携を視野に入れた商業機能の維持
  - ・農漁業団体、卸売市場等と商店街の連携による生鮮品の販売
  - ・コミュニティバスやライドシェアなど、地域公共交通や新たな移動手段の導入による買い物利便性の確保
- 商店街のユニバーサル化
  - ・高齢者等に対する生活支援サービス(電球の交換、重い商品の運搬等)の提供
  - ・市町村の高齢者見守り対策や福祉事業者との連携による御用聞きの実施
  - ・高齢者や障がい者など、誰もが安心して買い物ができる空間づくり

#### <進捗管理>

■PDCAサイクルによる施策の推進・見直し

#### 3 地域コミュニティの活性化 ⇒ 活力ある地域社会を実現する

- 住民が集うまちの拠点づくり
  - ・商店街の空き店舗や共同施設を活用した、高齢者サロンや子ども食堂、オープンギャラリー(住民の趣味の発表の場)の開設
  - ・多世代が交流するコミュニティ機能を持ったカフェや休憩スポットの設置、花壇や駐車場整備など、住民が集える商店街の環境づくり
  - ・地域の大型店や商店街、商工関係団体、町内会など地域関係者による協働のまちづくり
  - ・高齢者福祉サービス、子育て支援施設などと連携したコンパクトなまちづくりに資する複合型の商店街づくり
- まちを楽しむ人を育てる
  - ・地域のお祭りや、「まちゼミ」、「子供商店街(商店街で職業体験)」など多世代が集まるイベントを活用したコミュニティづくり
  - ・商店街と大学等が連携した学生の就業体験やチャレンジショップの展開など、若者による地域活動の促進
  - ・地域の商店街を担うマネジメント人材や、地域で活躍するまちづくりリーダーの育成・確保

#### <進捗管理>

■PDCAサイクルによる施策の推進・見直し

地域商業の活性化