

# 産業建設常任委員会

日 時 平成 27 年 5 月 29 日 ( 金 ) 午後 1 時 30 分 ~  
場 所 第 2 委員会室

---

## 1 開議

## 2 案件

- ( 1 ) 地方創生関連事業及び商業活性化計画について ( 行政報告 )
- ( 2 ) 行政視察の総括について
- ( 3 ) 委員会の今後の取り組みについて

## 3 その他

# 産業建設常任委員会 資料

日 時 平成27年5月29日(金)  
午後1時30分～  
場 所 第2委員会室

亀岡市産業観光部

## § 地方創生関連事業及び商業活性化計画について §

### 1. 地域住民生活等緊急支援交付金事業

#### 【消費喚起型】

#### ◎ プレミアム付商品券事業《プレミアムカード事業》

消費者の購買意欲を喚起するとともに中小商業者育成の視点から、一過性で終わることのないプレミアム付き商品券事業を関係機関が協議する中で、ご当地カード方式による事業推進を選択。

#### 《事業主体》 亀岡商工会議所

亀岡市商店街連盟

亀岡商業協同組合 … 亀岡商業協同組合が運営する「ふれあいカード」のシステムを準用

#### 《事業イメージ》 カード読取機（汎用端末機）を各店舗に設置

（カード決済によるインフラ整備・導入促進）

プリペイド・チャージ方式及びポイント還元方式（キャッシュバック）を併用

【資料『カードによる商品券（電子マネー）の流れ』を参照】

#### 《プレミアム率》 ① プリペイド・チャージ時に 10%

【大型店を含む取扱い全店で利用可能】

（10,000 円で 11,000 円分の利用、1 円単位での決済）

#### ② ポイント還元（キャッシュバック）10%

【中小小売店のみ付加】

（プリペイド分と合わせれば最大 21% のプレミアム率）

（事前にプリペイド分を入手できなかった方にも利益還元できる）

#### 【地方創生先行型】

#### ◎ 創業支援助成金制度【新設】

#### ◎ 地域商業活性化事業補助金【新設】

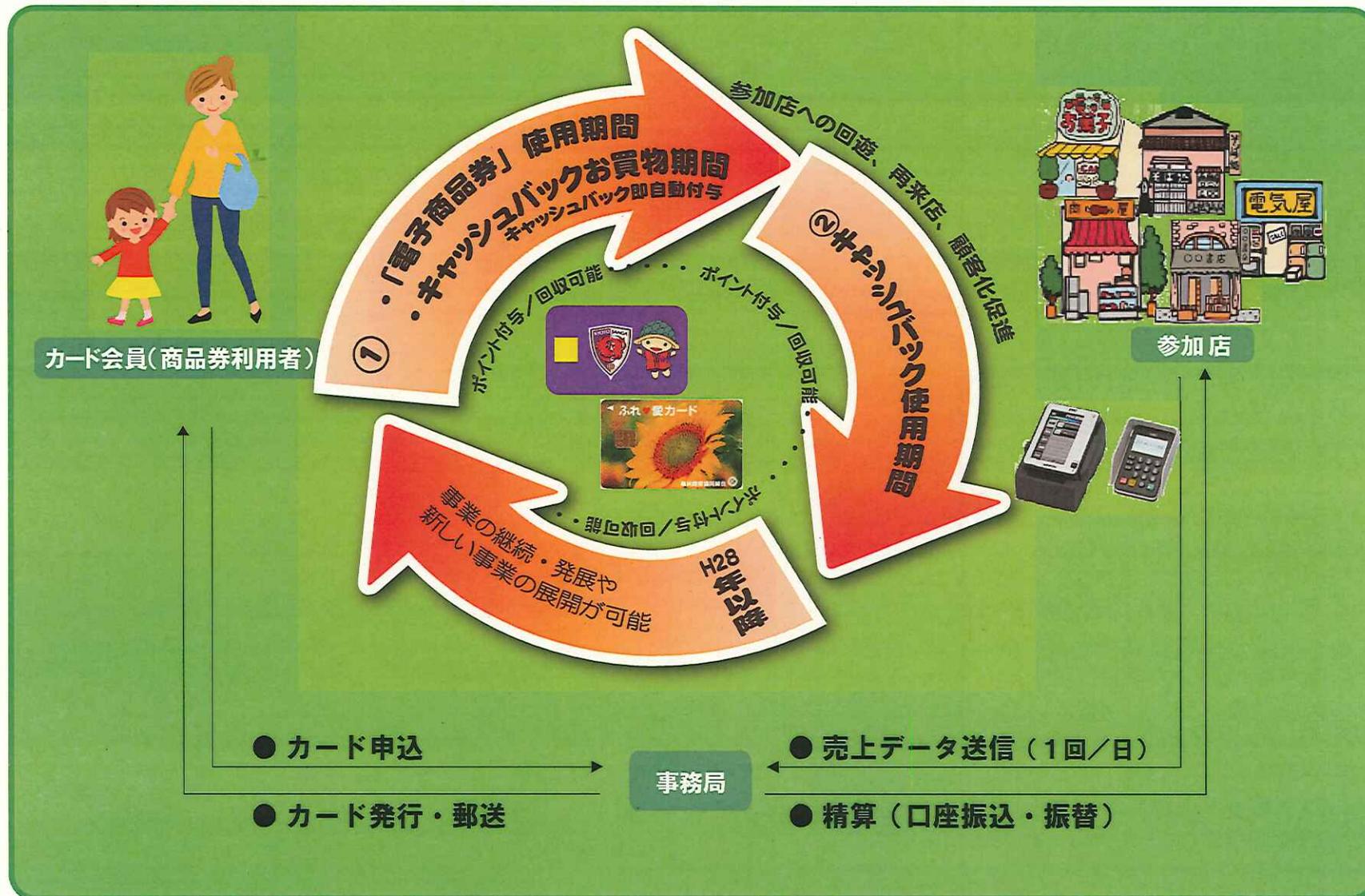
#### ◎ ものづくり産業雇用支援助成金奨励金制度【充実】

### 2. 商業活性化計画

亀岡市商店街連盟を中心に市内各商店街の商業活性化 5 箇年計画の策定に取組み、中小企業診断士のヒアリングやアドバイスを受け、地方創生に掲げる今後の各種施策と整合させながら事業推進を行う。

【別添資料を参照】

# 「サンガ・かめまるカード」及び「ふれ愛カード」による商品券(電子マネー)利用の流れ



事業所の  
皆様へ!

### <プレミアムカード事業>

亀岡商工会議所では平成27年度「地方創生・消費喚起」及び「地域振興・再生」と地域の決済インフラ整備を目的に京都府及び亀岡市より補助を受け、市内の取扱登録店でお得にお買物ができるICカードの共通商品券（電子マネー）発行と地元商店でのお買物額に応じた還元（キャッシュバック）事業を行ないます。  
お客様がご利用しやすいよう、多くのお店の応募をお願いします。

### 地方創生

10%プレミアム付で、1円単位で使える便利でお得な電子商品券

スーパー、大型店、地元商店の取扱店でご利用いただけます

発売総額：**5億円+10%上乗せプレミアム**

例：¥10,000+¥1,000（プレミアム分）= ¥11,000

- ◆「サンガかめまるカード（仮称）」か「ふれ愛カード」に電子マネーとして入金し、10%のプレミアム付額面が1円単位で利用できる「電子商品券」です
- ◆購入限度：1人様1カードで、1万円単位で最大10万円まで入金
- ◆発売日：平成27年6月25日開始（予定）\*発売総額になり次第終了（売切御免!）

### 地域振興

地元商店の取扱店でご利用いただけます

お買物総額：**5億円の10%還元（キャッシュバック）**

商品券のように先にお金を準備しなくとも、買ったその場で代金の10%をカードに還元入金。貯まった還元金でまたお買物ができ、再来店・顧客化を促す機会になります。  
10%プレミアム電子商品券と併用すれば、あわせて20%のお買い得セールで地元商店を応援!

- ◆「サンガかめまるカード（仮称）」か「ふれ愛カード」にお買物毎の支払金額に応じ10%を還元入金
- ◆お買物額限度：1人様1カードで、累計額 最大30万円まで
- ◆お買物期間：平成27年6月25日開始（予定）\*買物総額になり次第終了！早い者勝ち  
\*1円単位でご利用できます

取扱店  
募集



説明会開催

6/3<sup>①</sup>

ガレリアかめおか大広間

- ① 14:00 ~
- ② 16:00 ~
- ③ 20:00 ~

6/5<sup>②</sup>

ガレリアかめおか大広間

- ① 14:00 ~
- ② 16:00 ~

都合のいい時間帯で  
ご参加ください

### ~取扱店募集内容~

お申込は遅くとも、  
6/10 午前中までにお願します

地方創生を一過性のものに終わらせず、「種」を蒔き、地域インフラを整備し、事業終了以降も国、府、市の施策と連動しやすい環境をつくり、様々な事業、イベント、販促を商業者自らが行なうことで地域商業活性化、地域力再生に繋げる。

#### 《応募資格・条件等の要件》

- ① 亀岡市内で事業を行なっている中小零細事業者であること「中小企業基本法原則」を準用します  
（小売業：資本金の額又は出資の総額が5千万円以下の会社又は常時使用する従業員の数が50人以下の会社及び個人）  
（サービス業：資本金の額又は出資の総額が5千万円以下の会社又は常時使用する従業員の数が100人以下の会社及び個人）  
但し、スーパー、大型店で亀岡商工会議所食品部会、小売商業部会、一般商業部会に所属する事業者は例外規定とします
- ② 決済端末機は期間中1店舗1台無償でバンダーより貸出します。  
但し、事業の趣旨、目的に鑑み 長期（事業年度+3年）に渡って使用してもらえる事業所とします
- ③ システム運営費は利用額の2%で事業者負担となります
- ④ クレジット・デビット決済が可能。事業期間中のシステム使用料は無償で、クレジット各社と一括包括契約（個別契約不要）となり手数料の削減、事務処理の軽減が図れます（クレジット各社の手数料は3.7%~4.3%で事業所負担）  
\* 端末機使用・設置申込書、口座振替依頼書等必要書類の提出があります（詳しくは説明会にて案内いたします）

事業主体：亀岡商工会議所 ☎22-0053 亀岡市商店街連盟 ☎22-0053 亀岡商業協同組合 ☎22-6161

\* システムに関するお問合せ先：亀岡商業協同組合（事務局 TEL22-6161）

（京都府・亀岡市補助金事業）

■この機会に、亀岡商工会議所、亀岡市商店街連盟（地域商店街）、亀岡商業協同組合に是非ご加入下さい■

# 亀岡市商業活性化推進計画

## 5 年計画事業

～地域に根ざしつつ、多彩な来街者でにぎわう街づくりに向けて～

平成27年3月

亀岡市商業活性化推進委員会

## 目 次

I 5か年事業計画について.....	1
事業コンセプト.....	1
事業の目的.....	1
事業の期間.....	2
事業の主体.....	2
亀岡市商店街連盟全体方針.....	3
II モデル事業～商業活性化・三種の神器.....	4
1. 100円商店街.....	4
2. 街ゼミ.....	6
3. 街バル.....	8
III 中心市街地ブロック別事業の概要.....	10
1. 馬堀ブロック.....	10
①馬堀駅前商店会.....	11
②馬堀西部商店会.....	12
③同友店会アルプラザ亀岡支部.....	13
2. 亀岡中・東部ブロック.....	14
①クニッテル商店街.....	15
②H商店街.....	16
3. 亀岡駅前ブロック.....	17
①亀岡駅前商店街振興組合.....	18
②イオン亀岡店同友店会.....	19
③西友亀岡店テナント会.....	20
4. 亀岡中・西部ブロック.....	21
①北町商店街.....	22
②亀岡安町商店街振興組合.....	23
③河原町繁栄会.....	24
5. 並河ブロック.....	25
①大井町商栄会.....	26
参考資料	
1. 亀岡市の小売吸引力.....	27
2. 亀岡市の産業分類別・品目別の小売吸引力指数.....	28
3. 小売吸引力指数からみる商業活性化の課題.....	31
亀岡市商業活性化推進委員会.....	34

## I 5か年計画事業について

### 事業コンセプト

～地域に根ざしつつ、多彩な来街者でにぎわう街づくりに向けて～

#### 1. 地域に根ざした事業の推進で活性化を図ります

今回の事業計画では、亀岡市の商店街及び商業者が地域住民の生活の支えとなるよう、また、地域住民の期待に応えられるよう、**地域に根ざす事業活動を第一とした計画**としています。地域に根ざすとは、地域の基盤となる、地域に定着している、地域に根を張るという意味を持ちます。

#### 2. 多彩な来街者でにぎわう事業で活性化を図ります

多彩な来街者とは、まず地域のすべての生活者であり、子供、学生、職業人、主婦、家族、高齢者など多様な生活者が寄り合える事業、そして国内外の観光客を含む世界の人々、サッカーなどスポーツ観戦に訪れる人々などにも亀岡の良さ、楽しさを体感していただける事業、地域住民と多彩な来街者が織りなす錦のにぎわい事業を目指します。

### 事業の目的

上記のコンセプト実現に向けて、亀岡市の個々の商店街・商店が、結集力を高め、独自性を発揮し、商売の原点に立ち返ることで、地域のファン客、多彩な新規顧客を創造します。

#### 1. 商店街・商店の結集力を高めます

「凡人に非凡なことをさせる」ことが組織づくりの目的である、とドラッカー博士は提唱しています。衰退する商店街・商店に欠けているのは、結集力とされています。結集力を高めるには、共通目標が必須であり、今回の計画では、目標設定、実施と成果測定、改善の活動が容易に行えるモデル事業を共通の取り組みテーマとなるようにしています。それぞれの事業を通じて、商店街、商店主が商売の喜び、顧客づくりの実感を得ることで、非凡なことが実現できる事業を目指します。

#### 2. 商店街・商店が独自性を発揮します

結集力がある商店街・商店には、強い意志があり方向性があります。そこには他にないこだわりやノウハウがあります。また、地域の歴史や特性に応じた事業が連綿と引き継がれています。今回の5か年計画においても、そういった独自性を大切に育み、磨き上げ、他の事業との相乗効果が引き出せる仕組みづくりを志向しています。

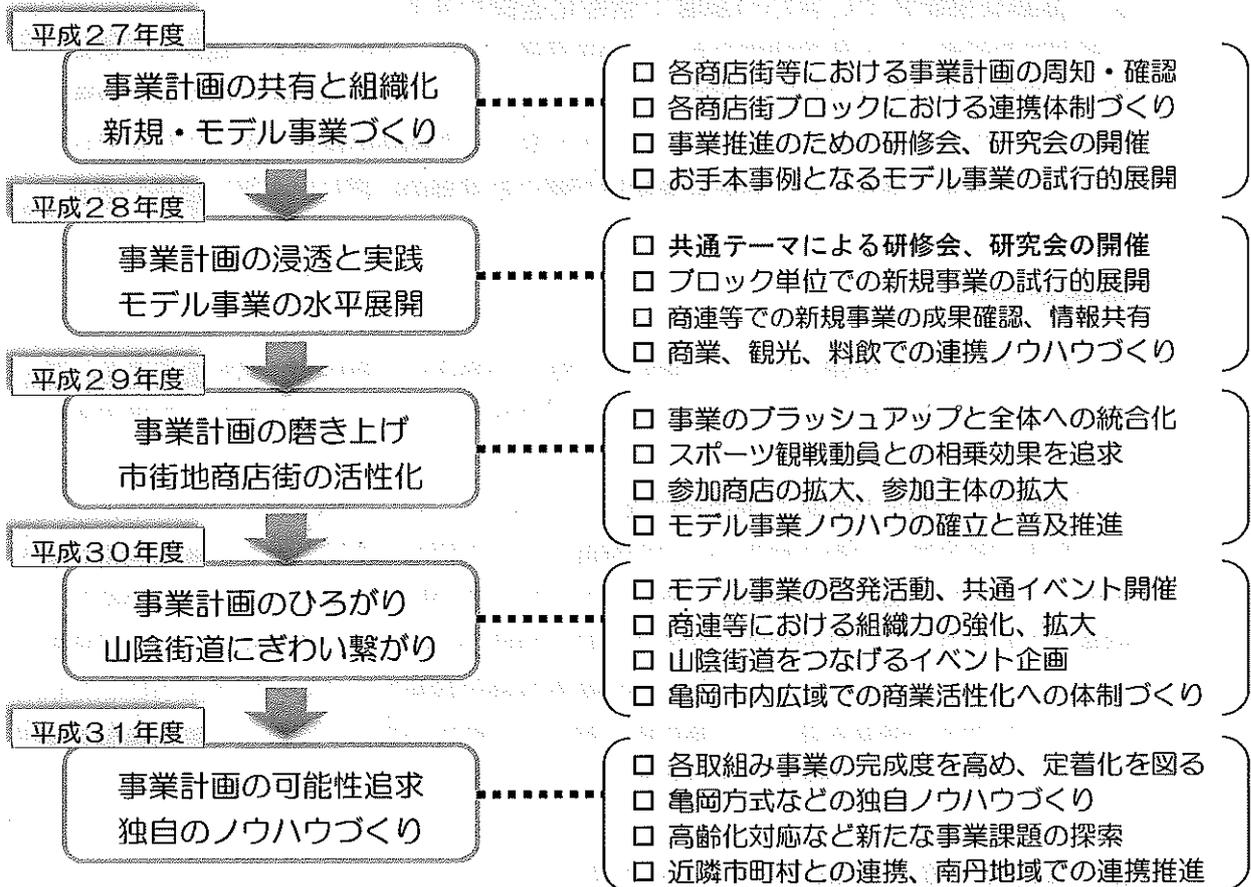
### 3. 商売の原点に立ち返ります

商売の原点とは何か、これだけで一冊の本になるような意味深い言葉ですが、今回の計画では、「お客様への感謝の気持ちと奉仕の精神」「地道な努力の積み重ねの精神」であると定義づけています。仕入れて、ならべて、待っていたら売れていた時代は遠く昔の話です。他店にないこだわり、お困りごとへのお役立ち、喜びと感動を提供できるよう、商売の原点に立ち返ることで、地域のファン客、多彩な新規顧客が創造できる事業に取り組めます。

### 事業の期間

平成27年4月～平成32年3月の5か年

5か年のロードマップの要点を図で示します。



### 事業の主体

今回の計画の事業主体は、亀岡市商店街連盟加入商店街・商店及び亀岡商業協同組合加入商店としています。相互の理解と協力体制のもと、より創造的、効率的な事業活動が展開できることが期待されます。

## 亀岡市商店街連盟全体方針

### ●亀岡市商店街連盟基本方針

亀岡市・亀岡商工会議所とともに、地域社会へ貢献し、創造的な事業展開を通じて商業発展を図る

### ●事業方針

研究と研鑽、知恵と工夫で日々実行できる取組みを通じて、商店街～個店のファン客・新規顧客開拓を図る

### ●事業内容

100円商店街・まちゼミ・まちバルの商店街活性化三種の神器を軸に、個々の商店街が地域特色を生かし、個性ある事業に取り組む

### ●全体スケジュール

	H27年度		H28年度		H29年度		H30年度		H31年度	
	上期	下期								
100円商店街	準備段階	試行段階	試行段階	本格実施	横断展開	横断展開	定着	発展	独自化	発展
	研修	研修	実績検討	改善改良						
	視察会	視察会								
街ゼミ	準備段階	試行段階	試行段階	本格実施	横断展開	横断展開	定着	発展	独自化	発展
	研修	研修	実績検討	改善改良						
	視察会	視察会								
街バル	準備段階	準備段階	準備段階	試行段階	試行段階	本格実施	準備段階	試行段階	試行段階	本格実施
			研修	研修	実績検討	改善改良	研修	研修	実績検討	改善改良
			視察会	視察会			視察会	視察会		
トロッコ連携	準備段階	準備段階	試験実施	試験実施	本格展開	本格展開	本格展開	定着	定着	発展
スタジアム		準備段階	準備段階	準備段階	試行実施	本格実施	定着	定着	定着	発展
レンタサイクル	準備段階	準備段階	試験実施	試験実施	本格展開	本格展開	本格展開	定着	定着	発展
亀岡牛カツ	本格展開	本格展開	本格展開	定着	定着	発展	発展	発展	発展	発展

## II モデル事業～商店街活性化・三種の神器

### 1. 100円商店街

#### ① 概要：

商店街を一つの「100円ショップ」に見立てて、各商店店頭で100円商品を販売するイベントです。「商店街は近寄りがたい」「どんな店があるかわからない」と言った声に対して、100円という手頃な価格の商品を売ること、そんな不安を払拭します。また、通常の営業時間内に実施し、一店一店が知恵を出し、アイデアを出し、魅力的な100円商品・サービスを考えることで、新規顧客を獲得するとともに、リピーター客増加を図ります。

全国に拡大した理由として、

- i. 初期投資が今までの活性化事業に比べて少ない
- ii. イベントが自店の商売に直結する
- iii. 工夫次第では、既存顧客以外の新規顧客開拓が可能、

などが挙げられます。地域によっては「100円縁商店街」や「100円笑店街」などのネーミングで実施されています。具体的な開催については、山形県新庄市にあるNPO法人AMP (<http://www.npo-amp.com/>) が勉強会を主催しています(図1:100円商店街開催までのスケジュール参照)。

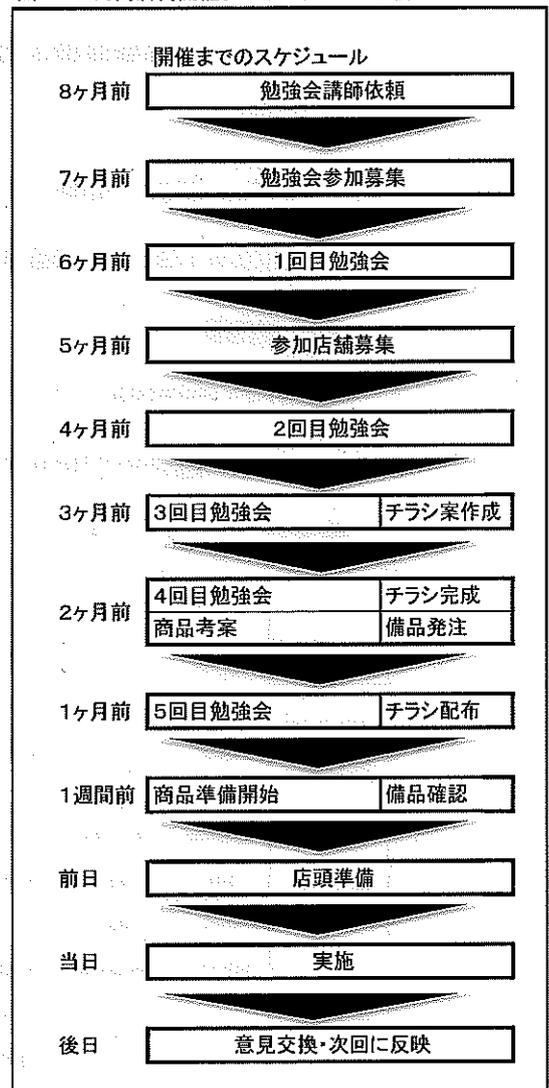
#### ② 実施商店街数

2004年7月に山形県新庄市で1回目が開催されてから、11年間で全国に広がり、北海道から九州鹿児島(2015年4月沖縄でも勉強会開始)まで350以上の商店街で実施されています。京都府では、伏見区深草、舞鶴市、井出町、長岡京市などでも開催されています。

#### ③ 100円商品例

- ・ 美容院：子供前髪カット
- ・ 工務店：木材、入浴用檜端材
- ・ 自動車販売店：10分レンタカー、販促用ポケットティッシュを傘ビニール袋、1

図1 100円商店街開催までのスケジュール例



#### 分間詰放題

- ・ 銀行：偽札 100 枚ピッタリ当てたら、おもちゃプレゼント
- ・ 和菓子店：サイコロの目の数購入できる（サイコロ目は5と6しかない）
- ・ 精肉屋：サイコロステーキ肉 20g(1サイコロ分)、コロッケ、串揚げ
- ・ 飲食店：100 円グラスビール、少量サイズ料理
- ・ 服飾ブティック：衣類端切れ、ボタン、コサージュ

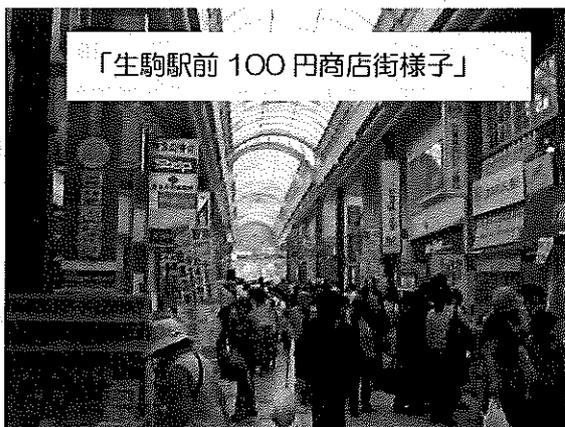
#### ④ ポイント：

- ・ 100円以上の価値のものを販売する（自社商品以外でも OK）
- ・ 店頭で販売し、会計は店内のため、お客様が自然に店内へ入る
- ・ 回遊させ、滞留時間を長くするために店舗集積密度を高める
- ・ 販売することだけが目的ではなく、まず店の存在や取扱商品の認知向上
- ・ 商品に工夫するとともに、売り方にも工夫することで、お客様とのコミュニケーションの機会を作る。
- ・ 「ただ売る」のではなく、「サイコロ」や「じゃんけん」などを取り入れて、楽しめる売り方を提供する。



#### ⑤ 効果：

- ・ 来街者に商店の存在を認識してもらう
- ・ 商店主に商売の楽しさを思い出してもらう
- ・ 商店主と地元客との交流が増える
- ・ 定期開催により、リピーター客を開拓できる



「柏原商店街 100 円笑店街チラシ」

## 2. 街ゼミ

### ① 概要

まちゼミとは、「得する街のゼミナール」の略称であり、中心市街地商店街の店主が講師となり、プロならではの専門的な知識や情報、コツを無料で受講者（お客様）にお伝えする少人数制のゼミです。お店の存在・特徴を知っていただくと共に、お店（店主やスタッフ）とお客様のコミュニケーションの場から、信頼関係を築くことを目的とする事業であり、『お客様』『お店』『地域』の「三方よし、活性化事業」です。発祥の地、岡崎市では、現在80店舗の講師店で110以上の講座が開催され、毎回1500名以上を集客しています。実施店舗は、美容・健康、飲食、物販、サービス、金融、など様々なお店で1時間～1時間30分程で、2-10名程度の少人数制ゼミを実施しています。受講料は無料（材料費のみ有料の場合もあり）とし、事前予約の上、受講します。各店の自信を持ったこだわりやお店・商品の特徴、店主のノウハウを惜しみなく体験することで、「お店」と「まち」のファンづくりを推進しています。なお、まちゼミ実施において、エリア限定（重要）、ルール等、仕組み（スケジュール、

時間配分、座席、リピート、人数設定、タイトル内容、クロスメディア、日時設定）、予算、成功のヒケツ、継続、自立には成功の秘訣が多くあり、またロゴの使用条件、チラシデザインやルール等もあるため、事前に岡崎まちゼミの会 (<http://machizemi.org/>) に問い合わせる必要があります(図2「まちゼミ開催までのスケジュール」参照)。

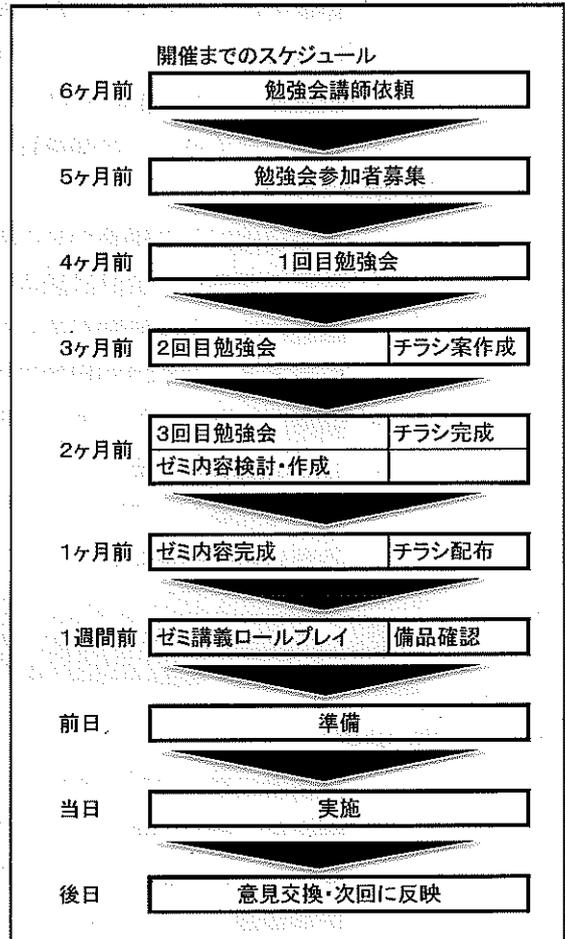
### ② 実施商店街数

2002年に愛知県岡崎市で始まったまちゼミは、13年間で、全国160以上の市町村自治体にて実施開催されています。京都府では、長岡京市、南丹市園部町で実施されています。

### ③ まちゼミ例（写真3「長岡京まちゼミチラシ」参照）

- ・ 薬局：「あなたの元気度チェック」講座
- ・ 宝石店：「知って得する宝石の楽しみ方」講座

図2 まちゼミ開催までのスケジュール例



- ・ ガソリンスタンド：「もしもの時の車トラブル対処法」講座
- ・ メガネ屋：「知ってナットク！遠近両用メガネ体験」講座
- ・ 接骨院：「カラダらくらく！自分でできる肩こり解消法」
- ・ 書店：「大人も読みたい絵本」講座
- ・ ブティック：「季節の装いオシャレ」講座
- ・ 金融機関：「あなたも狙われる、振込詐欺対策」講座
- ・ 証券会社：「自分の資産は自分で守る」講座
- ・ 工務店：「知って得する！リフォームの基礎（水回編）」講座

#### ④ ポイント

- ・ 同時に複数店舗が無料で実施することで安心感があり参加しやすい
- ・ 売り手の視点だけでなく、買い手の視点で物事を考える
- ・ 参加者同士のコミュニケーションを促すことで、さらに強いネットワークを構築できる

#### ⑤ 効果

- ・ お店を知ってもらえるチャンス、結果新しいお客様につながる
- ・ お店の専門性や特色をアピール、その分野についての専門性が向上する
- ・ お客様の声を直接聞き、信頼関係を築ける
- ・ 安心・信頼できる街をPR、行きたくなる街になる

「長岡京市まちゼミチラシ」



### 3. 街バル

#### ① 概要：

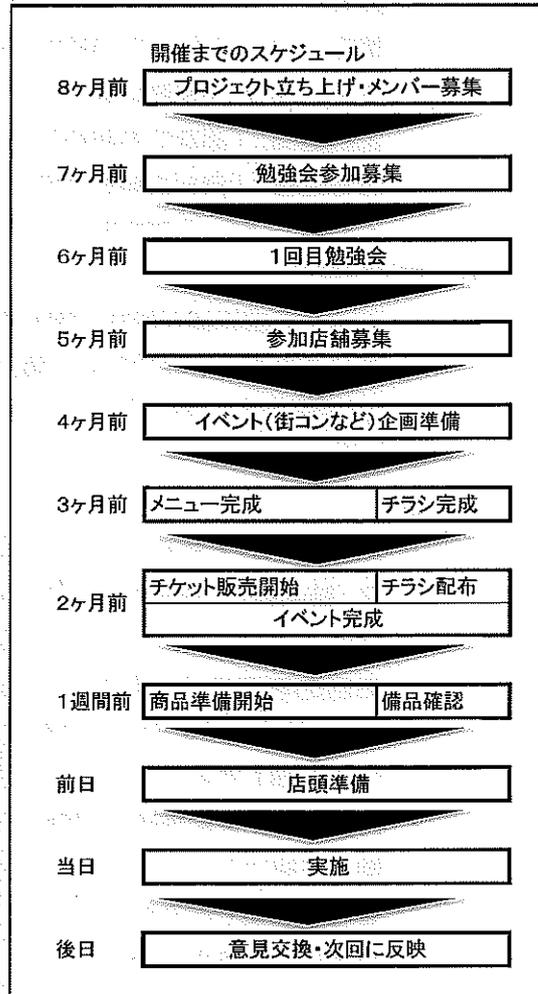
北海道函館発祥のイベントで、2004年より始まっており、名前は、まち+バル（スペイン語のBAR）という造語です。ある一定規模のエリアを、一つの「フードコート」にみたくて、エリア内の各飲食店において、一定価格で「料理+お酒」を楽しみ、複数飲食店を回遊してもらう事業です。地域・街の活性化と飲食店の集客支援を目的として、地域・街が密着して開催するバルを食べ歩き・飲み歩きするグルメイベントです。

街バルの一般的な開催形式としては、街バルのイベント参加者は、基本的に3～5枚つづりになっているチケット（一綴り3,000円から4,000円程度）を購入し、スペインバルや居酒屋などのイベント参加店舗を、食べ歩き飲み歩きます。イベント数十店舗以上のスペインバルや居酒屋などの飲食店が参加しており、参加店舗では1枚のチケットと引き換えにドリンクとタパス（前菜、お通し）が出てきます。街バルのイベント参加店舗は、イベント用に特別のメニューを用意している場合もあり、1回の参加で様々なお店と料理を食べ歩き飲み歩きます。

また様々なイベントと合わせることで、より高い効果が期待できます（図3「まちバル開催までのスケジュール」参照）。

バルとは、Bar（バー）というスペイン語であり、簡易居酒屋のことです。「街バル（<http://machi-bar.jp/>）」サイトにて、全国の街バルの実施状況が確認できます。年間100箇所以上のエリアでまちバルは行われています。京都では、舞鶴や宇治、市内であれば、木屋町や四条烏丸などでも行われています。

図3 まちバル開催までのスケジュール例



② まちバル例

- ・ 奈良県生駒駅周辺「いまこいバル」(+街コン、写真4参照)
- ・ 兵庫県伊丹駅周辺(+音楽祭)
- ・ 京都府宇治駅周辺(+スイーツ・お茶)

③ ポイント

- ・ この時だけの、ここでしか食べられないメニューも用意する
- ・ 他イベントとの相乗効果を図る
- ・ 広域から集客を図るため、広報を工夫する
- ・ 飲酒するため、公共機関との連携を考慮する

④ 効果

- ・ 新規顧客開拓が期待できる
- ・ お試しメニューに挑戦できる
- ・ 店のファンになり、リピーター客増加が期待できる

サービス業は恋愛タ...

Let's Enjoy!!  
IMA-KOI BAR!!!!

いまこいバル

10/31 (金) 11/1 (土)

生駒駅・東生駒 周辺飲食店

※一部エリア外食む

チケット (5枚入り)

9/29(月)発売

前売り 3,000円/当日 3,500円

※営業時間は店舗により異なります。

「いまこいバル」チラシ

## Ⅲ 中心市街地ブロック別事業の概要

### 1. 馬堀ブロック

#### 【対象商店街】

- 馬堀駅前商店会
- 馬堀西部商店会
- アルプラザテナント会亀岡支部

#### 【基本方針】

トロッコ列車や保津川下りへの観光客に対して、東の玄関口誘引として集客を図る。観光客が魅力を感じる商店街として、地域との関わりを大切にしながら明るく活気のある商店街を目指す。地域住民によるにぎわいが観光客を誘引するような環境づくりを目指す。

#### 【地域特性】

馬堀駅乗降客は亀岡駅に次いで9,000人/日を超え、市内で京都市に最も近く、平成22年3月のJR嵯峨野線の複線化により、更に利便性が向上した。商業・住宅などの整備が促進され、国道9号沿道には、アルプラザ亀岡やJAが運営するファーマーズマーケットたわわ朝霧が立地している。また、トロッコ亀岡駅等を利用する観光客も多く、観光ターミナル機能の充実も期待されている。



① 馬堀駅前商店会

【馬堀駅前商店会の現状】

- 加盟商店街数 18、業種構成は飲食店 5 店舗と相対的に多い。
- 夏祭り・鯉のぼり・テント村などのイベント実行力が強みである。
- トロッコ馬堀駅を中心とした観光客の誘引が活性化の促進要因となっている。
- 観光スポットとなりうる寺社仏閣・名所名跡（篠八幡・宝泉寺・如意寺・桑田神社・請田神社など）があり、集客拡大の潜在力を有している。
- 現会長及び役員等が、豊富な経験と活動力・ネットワークを有している。
- 今後トロッコ列車との連携を模索しており、誘客イベントを行う予定。

【商業活性化のための促進要因】

- ◇ イベントに積極的
- ◇ るるぶ亀岡掲載
- ◇ 篠八幡との連携（9月八幡秋祭）
- ◇ 馬車観光
- ◇ 宝泉町での座禅
- ◇ 名所名跡
- ◇ トロッコ列車との連携
- ◇ 役員の人脈・ネットワーク

【馬堀駅前商店会の今後の方向性】

- トロッコ列車との連携、篠八幡・馬堀西部商店街との連携を強めることで、寺社仏閣・名所名跡を活かしたスタンプラリーなどのイベント実施による観光客の取り込みを図る。
- 大型店に奪われている顧客に対して、身近な地域密着を意識した個店の情報発信を「街ゼミ」などで行い、新規顧客の開拓を図る。
- 若年層・高齢者層などのターゲット別の販売促進策を図る。

事業プラン名：馬堀ブロックにぎわいづくり

事業	事業内容	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度
継続事業	テナント村・マルシェ・手作り市	→	→	→	→	→
	桜並木馬車・屋台			→	→	→
	縁結びイベント（請田神社・桑田神社）		→	→	→	→
ブロック事業	100円商店街		→	→	→	→
	街ゼミ		→	→	→	→
	街バル（亀岡牛カツ）					→
	レンタサイクル周遊					→

② 馬堀西部商店会

【馬堀西部商店会の現状】

- 加盟商店街数 18、業種構成は飲食店 7 店舗と相対的に多い。
- 夏祭り・冬のイルミネーションなど、イベント会社との連携を行っている。
- 商店主の親睦は積極的に図られている。
- プレミアム商品券など販売力のある店舗がある。
- 商圏内に若い客層・子供が多く今後の購買力が期待できる。
- 各個店において、家族経営を活かした顧客獲得策を講じている。
- 会長は、会員 3 人一組でローテーションとして運営する。

【商業活性化のための促進要因】

- ◇ 夏祭りの実施
- ◇ イルミネーションの実施
- ◇ 商店が集積している
- ◇ 飲食店が多い
- ◇ 利用客層が若く・子供多い
- ◇ 個店ごとの取組積極的
- ◇ 役員は地域貢献重視
- ◇ 抜道として交通量多い
- ◇ 団塊世代の外出ニーズの高まり
- ◇ 近い将来の都市計画
- ◇ 古くからの住民と新興住民が混ざっている

【馬堀西部商店会の今後の方向性】

- 若年層をターゲット顧客としたイベントの取り組みを行うとともに、サービス・商品の開発や共同事業を行うことで、新規顧客の開拓を図る。
- 馬堀駅前・篠八幡商店街との連携を行うことで、スタジアム観戦客、観光客誘致の可能性を高め、取り込みを図る。
- 飲食店が相対的に多いため、近隣商店街等と「街バル」など回遊イベントを行い、地元食材を生かした名物料理の開発などを行う。

事業プラン名：馬堀ブロックにぎわいづくり

事業	事業内容	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度	H31 年度
継続事業	夏祭り	→			→	→
	イルミネーション					→
ブロック事業	100 円商店街		→	→	→	→
	街ゼミ	→	→	→	→	→
	街バル（亀岡牛カツ）			→	→	→

③ 同友店会アルプラザ亀岡支部

【同友店会アルプラザ亀岡支部の現状】

- 加盟商店街数 29 店舗、業種構成はテナントミックスが考慮され、バランスが良い構成となっている。
- アルプラザのテナント店として、平和堂の支援と強力な集客力のもと、商売を行っている。
- アルプラザが広域からの集客が可能であるため、商圈を広く設定した業種や、アルプラザを活用した業種は成長している。
- 地域との連携を大切にしており、イベントスペースなどでカルチャースクールの発表会などを行っている。
- 城陽のアルプラザとの繋がりで京都サンガとのつながりもある。

【商業活性化のための促進要因】

- ◇ アルプラザの集客力を活用
- ◇ 同友店会のつながり強い
- ◇ テナントのバランスが良い
- ◇ 平和堂との共同事業の実施
- ◇ 平和堂の駐車場利用
- ◇ 防犯カメラなど整備
- ◇ 広いイベントスペース
- ◇ 京都サンガとのつながり
- ◇ 京都の国際化の進展

【同友店会アルプラザ亀岡支部の今後の方向性】

- アルプラザが高速インターの出入りに近いこと、広域からの集客を行っており、まずはこの客層を自店にも立ち寄らせるために、こだわりの逸品などの品揃えや柔軟できめ細かい接客サービスを展開する。
- アルプラザの取り組みなどを活用し、販促チラシやイベントでの情報収集や情報発信を通じて、独自の魅力開発を行い、さらに IT 化を進め、リアルタイムでの情報発信を行うことで、新規顧客開拓を図る。

事業プラン名：馬堀ブロックにぎわいづくり

事業	事業内容	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度	H31 年度
継続事業	スタンプラリー		→	→	→	→
	クーポン	→	→	→	→	→
	イベントスペース活用	→	→	→	→	→
	ビンゴ大会					→
ブロック事業	100 円商店街		→	→	→	→
	街ゼミ		→	→	→	→
	街バル（亀岡牛カツ）		→	→	→	→

## 2. 亀岡中・東部ブロック

### 【対象商店街】

- クニッテル商店街
- H商店街

### 【基本方針】

サッカー京都サンガチーム応援などで地域貢献を図るとともに大型小売店との連携で、にぎわいづくりを図る。

### 【地域特性】

亀岡の中心市街地区域であり、亀岡祭りでは、鉾が最も集まる場所となる。近隣に小売店も多くひしめき合い、新しさと懐かしさが混じり合った場所である。



① クニッテル商店街

【クニッテル商店街の現状】

- 加盟商店街数 22 店、業種構成はバランス良く構成されている。ただし、チェーン店も含まれており、個人商店はその限りではない。
- 通行量が多く、主要道路を挟む形で商店が並び、商店数は増加傾向にある。
- 花壇や街路灯が整備されており、安全面や環境面でも配慮されている。
- 商店街役員は交代制であるものの、若手育成が行われている。
- 大手チェーン店、金融機関は行事への協力姿勢は高い。
- 昔からの店舗は減っており、新陳代謝が進んでいる。

【商業活性化のための促進要因】

- ◇ 花壇・街路灯が整備されている
- ◇ 金融機関を含め大手資本の会員が多い
- ◇ 商店数は増加している
- ◇ 若手役員登用
- ◇ 新店舗が多い
- ◇ メイン道路で交通量が多い
- ◇ 近い将来の都市計画
- ◇ クニッテルフェルト市との提携
- ◇ スタジアムへの抜け道の一つとなり交通量がさらに増える可能性もある。

【クニッテル商店街の今後の方向性】

- 商圏を広域に設定することで、車で立ち寄り客を誘引できる商品・サービスを開発・提供する。
- 近隣商店街との連携を意識し、「街ゼミ」「100円商店街」など新規顧客開拓につながるイベントや集客を行う。
- オーストリアにある姉妹都市クニッテル市との交流を深める取り組みを通じて情報発信などを行う。
- 不足する業種の誘致を図り、テナントミックスを意識した業種構成を目指す。

事業プラン名・亀岡中・東部ブロックにぎわいづくり事業

事業	事業内容	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度
ブロック事業	100円商店街	→	→	→	→	→
	街ゼミ		→	→	→	→

② H商店街

【H商店街の現状】

- 加盟商店街数 30 店舗であり、業種構成では、生鮮三品を扱っている店舗は加入していない。非加入店舗を考慮すると、美容院などのサービス業が多く、加入店舗では、飲食店・日用品店などで構成されている。
- 市街地の中心に位置し、チェーン店、公共施設、大型店などと共存している。
- 歴史文化を感じさせる名跡があり、地域のイベントなどで活用されている。
- 商店街の両端に、神社・稲荷があり、その有効活用を模索中。

【商業活性化の促進要因】

- ◇ 五節句などイベントに積極的
- ◇ アミティ・マツモトと協力関係を活かした独自の販促企画展開
- ◇ かめまるせんべいなど、特産品の開発に取り組んでいる
- ◇ 京都学園大学とのコラボレーション
- ◇ 若手役員の登用
- ◇ ふれあいカードの活用ノウハウ
- ◇ 負け嫌い稲荷など地域名跡
- ◇ 近い将来の都市開発
- ◇ 京都サンガのホームタウン
- ◇ 京都観光の国際化
- ◇ 消費の個性化・多様化

【H商店街の今後の方向性】

- ファミリー層から高齢者まで対応できるサービス・商品を提供し、隣接大型店と共存しながら独自の販促イベントで集客を図る。
- 負け嫌い稲荷やかめまるせんべいなどの名跡・特産品を活かして、スポーツの聖地化などで広域からの集客を図る。
- ふれあいカードや京都学園大との連携事業などへの積極的な取り組みを継続する。

事業プラン名・亀岡中・東部ブロックにぎわいづくり事業

事業	事業内容	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度
継続事業	サンガ応援商店街					
	プレミアム商品券	→	→	→	→	→
	負け嫌い神社					
ブロック事業	100円商店街	→	→	→	→	→
	街ゼミ	→	→	→	→	→
	街ハル		→	→	→	→

### 3. 亀岡駅前ブロック

#### 【対象商店街】

- 亀岡駅前商店街振興組合
- イオン亀岡店同友店会
- 西友亀岡店テナント会

#### 【基本方針】

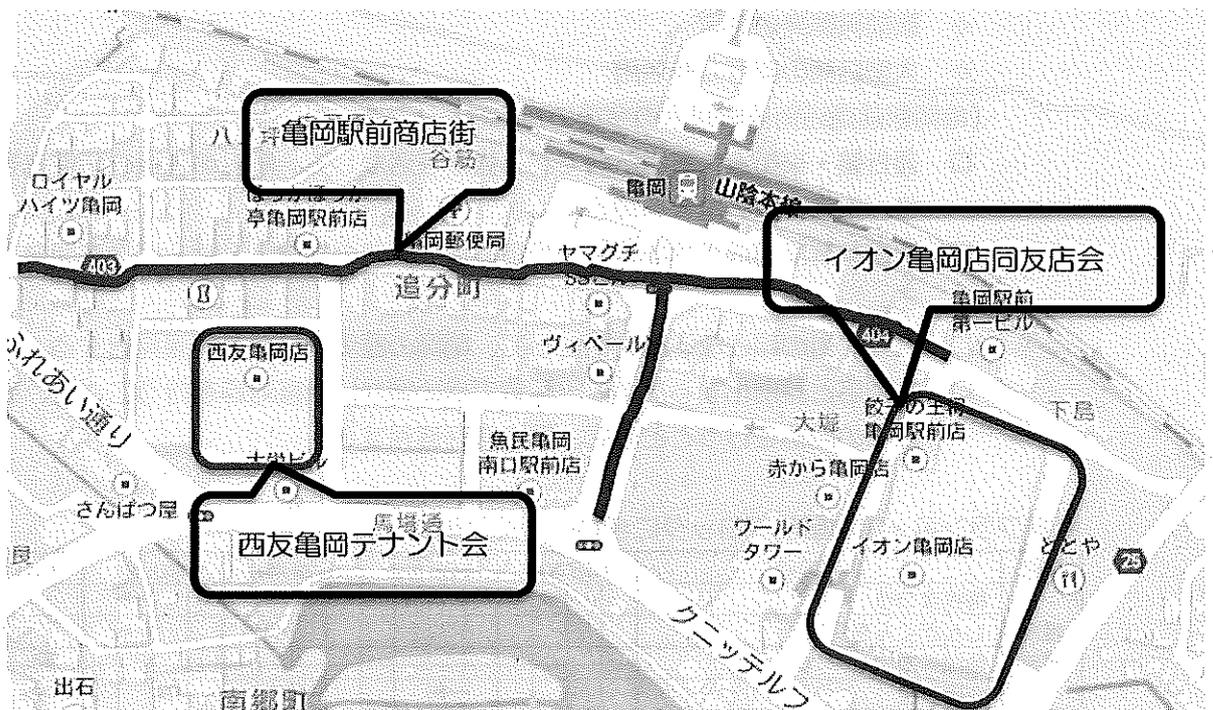
亀岡の正面玄関として、四季を通じて亀岡の顔として、祭りやイベントでにぎわいづくりを図る。

ブロックの結集力を高め、モデル事業の先進事例づくりを通じて、亀岡商業活性化の牽引役を担う。

#### 【地域特性】

JR 亀岡駅の 1 日乗降客数は 20,000 人近くを数えている。平成 20 年春に JR 亀岡駅舎の改築、平成 22 年 3 月には、JR 山陰本線（嵯峨野線）の複線化や駅前広場整備が完了するなど、周辺の都市基盤整備が進められてきた。

イオン・西友など大手量販店がある亀岡駅前エリアであり、3 年後には駅北側にサッカースタジアムもでき、今後発展が期待されるエリアである。



① 亀岡駅前商店街振興組合

【亀岡駅前商店街振興組合の現状】

- 加盟商店街数 47 店舗と多く、業種構成も豊富であり、サービス業が 20 店舗と割合が高い。
- 梅岩祭・花火などのイベントも積極的に展開している。
- 西友・イオンの集客力を活用している店舗、影響を受ける店舗と状況にもバラツキがある。
- 賃料が比較的高く、空地・空き店舗に新規店舗を誘致することができていない。

【商業活性化の促進要因】

- ◇ 花火・梅岩祭などイベントに積極的
- ◇ 亀岡牛カツなどの町おこしに積極的
- ◇ 街路整備が進んでいる
- ◇ 商店組合加入率が高い
- ◇ 業種構成が豊富である
- ◇ 特急停車駅前メインストリートにある
- ◇ コスモス祭など観光客が訪れる
- ◇ 駅前再開発の影響
- ◇ 大型店舗の集客力を活用

【亀岡駅前商店街振興組合の今後の方向性】

- 通行量・来街者の多い駅前である強みを活かして、個店の店頭の活性化を図り、入店者数の増大を図る。
- 豊富な業種構成を活かして、多種多様な個店の品揃え・サービスを開発する。
- 亀岡の街の顔となる商店街として、亀岡の歴史や特徴を情報発信する。
- 大型店と差別化するために、柔軟できめ細かい顧客対応を行うことで、新規顧客の開拓を行うとともに、固定客を確保する。

事業プラン名・亀岡駅前ブロックにぎわいづくり事業

事業	事業内容	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度
継続事業	梅岩まつり	→	→	→	→	→
	しんがくんを探せ			→	→	→
	亀岡牛カツ					→
	一店一宝		→	→	→	→
ブロック事業	100円商店街	→	→	→	→	→
	街ゼミ			→	→	→
	街バル	→	→	→	→	→
	レンタサイクル周遊					→

② イオン亀岡店同友店会

【イオン亀岡店同友店会の現状】

- 加盟商店街数 20 店、業種構成はテナントミックスが考慮されておりバランスよく構成されている。
- 花火大会観覧やイルミネーションは地域の名物として定着している。
- イオンの取り組みや販促チラシなどを活用し、効果的な集客を行うよう各商店が創意工夫を行っている。
- イオンの集客力は強いが、西友やマツモトの影響も大きく受けている。
- ネット販売の影響は、大規模店舗ほど影響を受けやすく、地域との連携を模索している。

【商業活性化の促進要因】

- ◇ イオンの集客力が活用できる
- ◇ テナントミックスが考慮
- ◇ 花火大会・イルミネーションなどイベントは集客力強い
- ◇ イオンのチラシを活用できる
- ◇ イオンの駐車場を活用できる
- ◇ 防犯カメラなど整備
- ◇ 共同トイレも整備
- ◇ 近い将来の都市計画
- ◇ スタジアムへの通り道の一つに隣接している

【イオン亀岡店同友店会の今後の方向性】

- イオンが集客する車で移動する高齢者・ファミリー層・学生・カップルなどを意識した商品の品ぞろえ、接客サービスを意識することで、既存顧客・新規顧客開拓を図る。
- イオン発行のチラシと独自チラシに加え、フェイスブックなどリアルタイム性の高い情報発信を行うことで、イオンへ貢献するテナントとしての位置を確立し、相乗効果を図る。

事業プラン名・亀岡駅前ブロックにぎわいづくり事業

事業	事業内容	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度	H31 年度
継続事業	屋上花火鑑賞会		→	→	→	→
	クリスマスちびっ子発表会	→	→	→	→	→
	クリスマスイルミネーション	→	→	→	→	→
ブロック事業	100円商店街	→	→	→	→	→
	街ゼミ	→	→	→	→	→
	街バル		→	→	→	→

③ 西友亀岡店テナント会

【西友亀岡店テナント会の現状】

- 加盟商店街数 15 店、業種構成はテナントミックスが考慮されておりバランスが良い構成となっており、西友の集客力は現状では強い。
- 西友亀岡店の浮き沈みに影響を受け、経営が西武からウォルマートに代わり、ビジネスライクな付き合いに変わったことにより、西友頼みではなく、個々の店舗が営業努力を始める必要がある。
- 最上階の飲食店は、すべて撤退しており、西友とのコミュニケーションも必要となる。

【商業活性化の促進要因】

- ◇ バランス良い業種構成
- ◇ 西友集客力の活用
- ◇ ハード面の整備は万全
- ◇ 大規模駐車場がある
- ◇ 役員平均年齢 55 歳と若い
- ◇ 駅前立地の良さ
- ◇ 空き店舗が多く、新陳代謝を促せる状況にはある
- ◇ 西友の集客力

【西友亀岡店テナント会の今後の方向性】

- 西友とのコミュニケーションを増やすとともに、各個店が魅力を情報発信し、営業努力をする必要がある。
- 既存の顧客を大事にするとともに、対話を通じた情報発信やコミュニケーションを意識することで、固定客を確保するとともに、新規顧客を開拓する。
- 西友の集客力を活かしながら、他商店街との連携を模索し、具体的にできることから取組む。

事業プラン名・亀岡駅前ブロックにぎわいづくり事業

事業	事業内容	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度
継続事業	サマーフェスタ	→	→	→	→	→
	花火鑑賞	→	→	→	→	→
	イベントスペース活用	→	→	→	→	→
ブロック事業	100円商店街	→	→	→	→	→
	街ゼミ	→	→	→	→	→
	街バル（亀岡牛カツ）	→	→	→	→	→

#### 4. 亀岡中・西部ブロック

##### 【対象商店街】

- 北町商店街
- 亀岡安町商店街振興組合
- 河原町繁栄会

##### 【基本方針】

亀岡銀座としての風格、歴史ある店、歴史ある街並みを大切にし、地域貢献を図るとともに、地域との交流機会となるイベントなどを通じてにぎわいづくりを図る。

##### 【地域特性】

亀岡銀座と呼ばれた場所であり、老舗企業も多くあり、また地域の語り部的存在も多く、掘り返すと、様々な資源が見つかるエリアである。



① 北町商店街

【北町商店街の現状】

- 加盟商店街数 25 店、業種構成は、主に雑貨・衣料品・飲食店・サービス業が2～3軒ずつで構成されている。
- アーティストやイベント、それに絡んだ販促グッズなど、一貫性ある取り組みを積極的に行っている。
- 駐車場を運営し、財政基盤が安定し、新しい取り組みが可能である。
- イベントなどを実施する際に、場所として活用しやすい地形となっている。

【商業活性化の促進要因】

- ◇ ホームページ・フェイスブックなど活用した情報発信
- ◇ アーティストとコラボレーションしたミュージム商店街構想
- ◇ うさぎをテーマにしたイベントを企画し、グッズなどの販売も計画
- ◇ 集客力のある個店が残っている
- ◇ イベント常設スペースがある

【北町商店街の今後の方向性】

- アートミュージアム商店街として認知度を向上させ広域からの集客を図る。
- ホームページやフェイスブックなどITを活用した情報発信を活発に行い、新たな事業文化を産み出す場を目指す。
- アートミュージアムのキャラクターの販促グッズ販売を行う。

事業プラン名・亀岡中・西部ブロックにぎわいづくり事業

事業	事業内容	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度	H31 年度
光秀祭り	にぎわい茶屋・屋台	→	→	→	→	→
	街なかざり(提灯・花・お宝品)	→	→	→	→	→
	五月の茶会	→	→	→	→	→
桑山の街北町を知ろう	スタンプラリー	→	→	→	→	→
	ライトアップ、お宝展示	→	→	→	→	→
	ストリート音楽会	→	→	→	→	→
	にぎわい茶屋、屋台	→	→	→	→	→
一商一特事業アートミュージアム北町商店街Ⅲ	拠点づくり、街中ギャラリー	→				
	アートフェア、アート教室開催	→	3,4 事業の統合充実			
	城下町のお祭り開催	→				
	新資源発掘にぎわい創出		→	子安地藏	→	他
観光客誘致、ミュージアム商店街づくりⅡ	三大観光との広報活動コラボ	トロッコ	拡大	拡大	拡大	拡大
	お客様共有化インフラ確立		導入	→	増台	→
	マンスリーミュージアム開催	→	→	→	→	→
	文化の祭典(秋の狂言、ライブ)	→	→	→	→	→
地域力強化事業	全域へのにぎわい貢献事業		→	→	→	→
	青少年育成事業(ミュージアム絵画展)	→	→	→	→	→
ブロック事業	100円商店街		→	→	→	→
	街ゼミ	→	→	→	→	→

② 亀岡安町商店街振興組合

【亀岡安町商店街振興組合の現状】

- 加盟商店街店舗はかつて70店舗あったが、現在は24店舗である（非会員は8店舗）。業種構成は、少ないながらもバランスよく構成されている。
- 駐車場を運営し、街路灯などハード面を整備するなど、地域に密着するとともに安全安心な商店街である。
- 歴史遺産が商店街に点在しており、街並み・景観も整備されている
- 川と池が近くにあり、水災害の問題がある。
- 役員の人脈やネットワーク、積極的な若手もいる

【商業活性化の促進要因】

- ◇ 古くからの商店と街並み・景観
- ◇ 駐車場を運営している
- ◇ コミュニティマート構想があった
- ◇ 歴史遺産が各所に点在している
- ◇ 地域住民との交流が深い
- ◇ 安全で安心できる商店街
- ◇ 法人組織としての体制が整備されている
- ◇ 役員の人脈・ネットワーク
- ◇ 積極的な青年会の存在
- ◇ 比較的集積密度は高い

【亀岡安町商店街振興組合の今後の方向性】

- 地元高齢者が、引き続き安心して買い物できる場として、商品・サービスを開発し、提供する。
- 街並み・景観を楽しめる回遊動線を活用したスタンプラリーなどの販促イベントを企画する。
- バランスよい業種構成を活かした魅力的な個店の情報発信を行う。

事業プラン名・亀岡中・西部ブロックにぎわいづくり事業

事業	事業内容	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度
継続事業	100年企業展示					→
	梅岩祭り	→	→	→	→	→
	夏祭り	→	→	→	→	→
	スタンプラリー		→	→	→	→
ブロック事業	100円商店街		→	→	→	→
	街ゼミ		→	→	→	→
	街バル		→	→	→	→

### ③ 河原町繁栄会

#### 【河原町繁栄会の現状】

- 加盟商店街数 22 店（非会員展は 8 店舗）、業種構成としては、サービス業と駐車場やマンションなどが残っており、偏っている。
- 役員平均年齢 52 歳と若く、夏祭りなどのイベントへも積極的に関わっており、また街路灯設置など、地域密着を意識した取り組みを行っている。
- 小売商店が少なく、サービス業やマンション・駐車場など不動産業が多いため、空き店舗対策などが必要である。
- 商店が広範囲に広がっており、商店街としてのイベントが物理的に行いにくい。

#### 【商業活性化の促進要因】

- ◇ 夏祭りなどイベントへも積極的
- ◇ 役員平均年齢 52 歳と若い
- ◇ 地元密着で街路灯など整備している
- ◇ 茶屋や愛宕光などの名所名跡
- ◇ 安町・北町との連携
- ◇ 近い将来の都市開発
- ◇ スタジアム開発による人の流れ変化と、大規模住宅地の開発
- ◇ 団地など集合住宅地と近く、今後高齢化の問題など取り組むことで機会がある

#### 【河原町繁栄会の今後の方向性】

- 近隣の生鮮スーパーを利用するお客様へのついで買いを誘うために、IT の導入やふれあいカードの活用を行う。
- 既存固定客に対しては、対話を行うことで、顧客離れを防ぐとともに、地域色を感じることができる商品・サービスの開発・提供を行う。
- 空き店舗を活用し、商店街の業種構成を意識した「来てほしい業種」への貸し出しを行う。

#### 事業プラン名・亀岡中・西部ブロックにぎわいづくり事業

事業	事業内容	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度	H31 年度
ブロック事業	100 円商店街		→	→	→	→
	街ゼミ		→	→	→	→

## 5. 並河ブロック

### 【対象商店街】

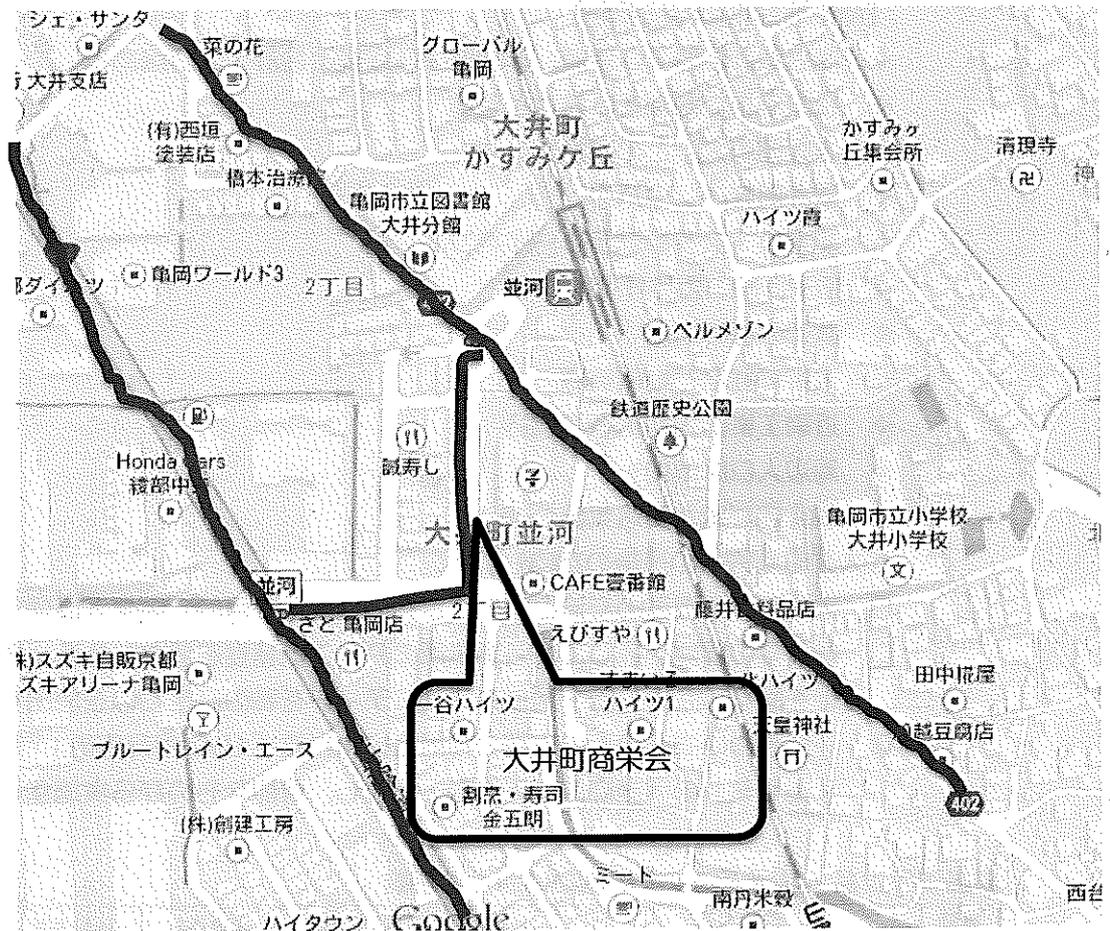
- 大井町商栄会

### 【基本方針】

亀岡の西の入口として、四季を通じたイベントで地域貢献を図り、個店の魅力で、にぎわいづくりを図る。

### 【地域特性】

JR並河駅の1日の乗降客数は約6,000を超える状況にある。工業団地や主要幹線道路に面した場所であり、新興住宅地もある。現在も商業開発エリアがあり、今後さらなる発展が見込まれる。



① 大井町商栄会

【大井町商栄会の現状】

- 加盟商店街数 40 店、非加入店 30 店、業種構成は飲食店 16 店舗と加入店舗の 4 割を占めている。
- 夏祭り・スタンプラリー・イルミネーションなどのイベント実行力が強みである。
- 大阪国際大学との連携など取り組んでおり、また FB や HP を活用しており、IT 導入など先進的な取り組みに積極的である。
- 鉄道公園を現状では、活用できているといい難い。
- 大井神社、工業団地などの地域資源がある。

【商業活性化の促進要因】

- ◇ 商店数が加盟 40 店舗、非加盟 30 店舗と合計 70 店舗ある
- ◇ 役員平均年齢が 50 歳代と若い
- ◇ 大阪国際大学との連携
- ◇ 駅弁開発のノウハウ
- ◇ 夏祭り・スタンプラリーイベント
- ◇ FB や HP など IT 活用
- ◇ 鉄道公園の活用
- ◇ 大井神社など地域資源
- ◇ 近隣工業団地利用者の取込
- ◇ 周辺人口は増加
- ◇ 飲食店が増えて活気出た

【大井町商栄会の今後の方向性】

- 大井町商工業者の交流と町のにぎわいづくりを目的に事業を展開する。
- 各事業の展開を通じて、各事業所の PR また特性を活かした産業振興・活性化を図り、会員交流・地域コミュニティを軸のにぎわいを創出する。
- 「にぎわいづくり」の三種の神器といわれる「100 円商店街」「街バル」「街ゼミ」の実施に向けて調査・検討し、可能なものから実施する。

事業プラン名・並河ブロックにぎわいづくり事業

事業	事業内容	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度	H31 年度
継続事業	夏祭りのタベ	→	→	→	→	→
	並河イルミネーション	→	→	→	→	→
	スタンプラリー	→	→	→	→	→
プロック事業	軽トラ市	→	→	→	→	→
	ワンコイン商店街	→	→	→	→	→
	街ゼミ	→	→	→	→	→
	街バル	→	→	→	→	→

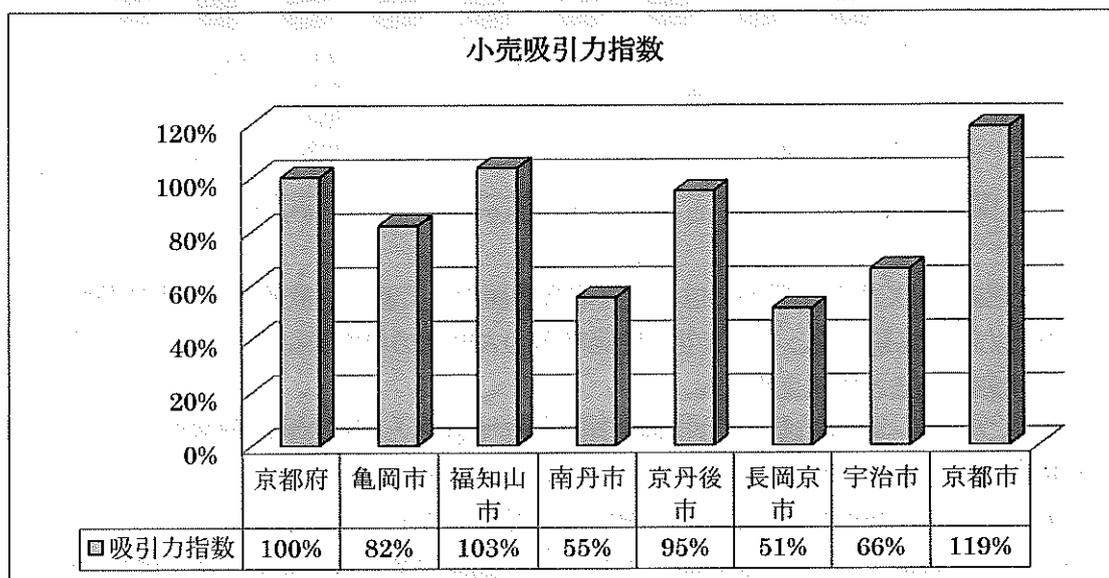
## 参考資料

### 1. 亀岡市の小売吸引力

地域の商業の活性度を測定する指数の一つに「小売吸引力指数」があります。「小売吸引力指数とは」、各市（亀岡市）の人口1人あたりの小売販売額を都道府県（京都府）の1人あたりの小売販売額で除したもので、地域が買物客を引き付ける力を表す指標です。

$$\text{小売吸引力指数} = \frac{\text{亀岡市の人口一人当たりの小売販売額}}{\text{京都府の人口一人当たりの小売販売額}}$$

指数が1.00以上の場合は、買物客を外部から引き付け、1.00未満の場合は、外部に流出していると見ることができます。



グラフに示すように、亀岡市の小売吸引力指数は82%であり、他市、他府県に消費支出が流出しています。京都市は、119%と吸引力が高く、区別に算出すると、下京区が522%と相当高くなっています。下京区は四条通北側までが含まれ、京都市内の主要な百貨店の売上が含まれています。

京都市以外で100%を超えるのは、福知山市のみであり、郡部では旧峰山町、久御山町、宇治田原町となっています。大型商業都市と隣接していない地域では、100%を超えるか、近い数値になる傾向にあります。

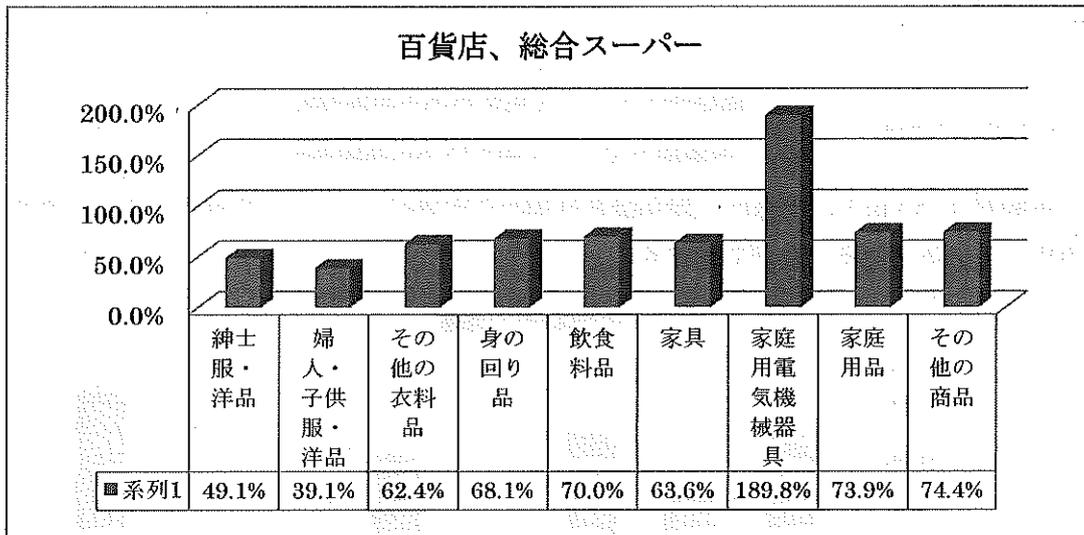
なお、南丹市の指数が低いのは、亀岡市や京都市に消費支出が流出しているものと推定されます。後述する、亀岡市の自動車販売の吸引指数が高いのは、南丹市エリア等から流入している可能性が高いと推定できます。

## 2. 亀岡市の産業分類別・品目別の小売吸引力指数

ここでは、亀岡市の小売業の産業分類別の吸引力指数を示します。

亀岡市の百貨店・スーパーに該当する店舗数は3店舗です。

3店舗合計の小売売上高は、約110億円で、亀岡市の小売売上高約860億円の12%を占めています。

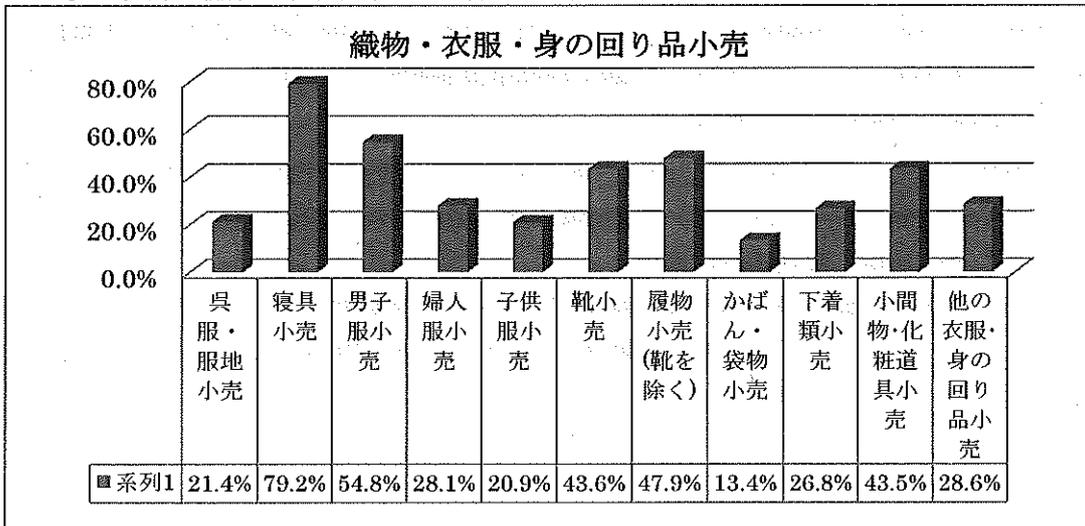


品目別に100%を上回るのは、家庭電気機器のみであり、飲食料品、家庭用品、その他商品が70%を上回っています。亀岡市内の大型店の小売吸引力そのものも、相対的に高い状態にあるとは言えません。

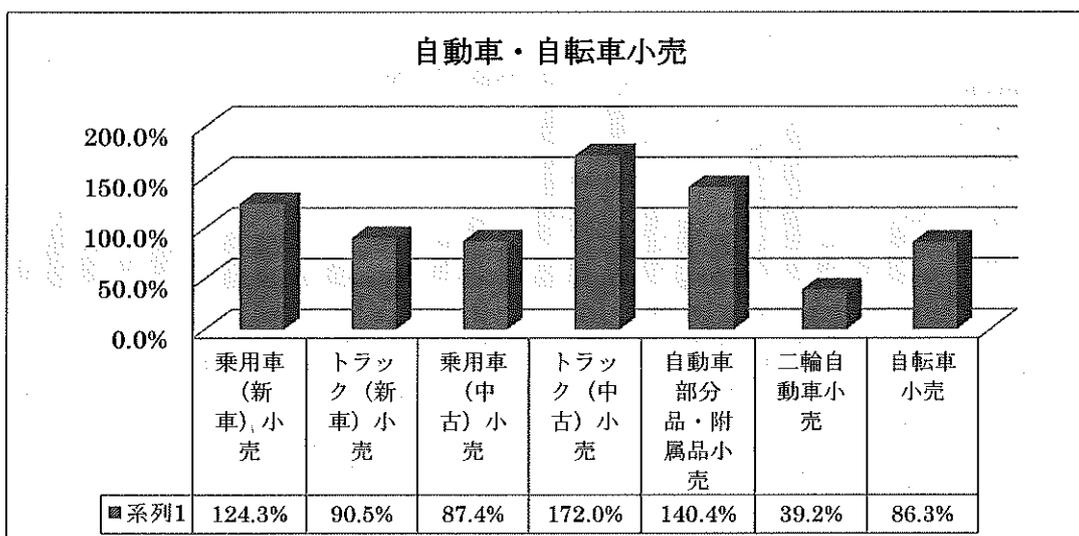
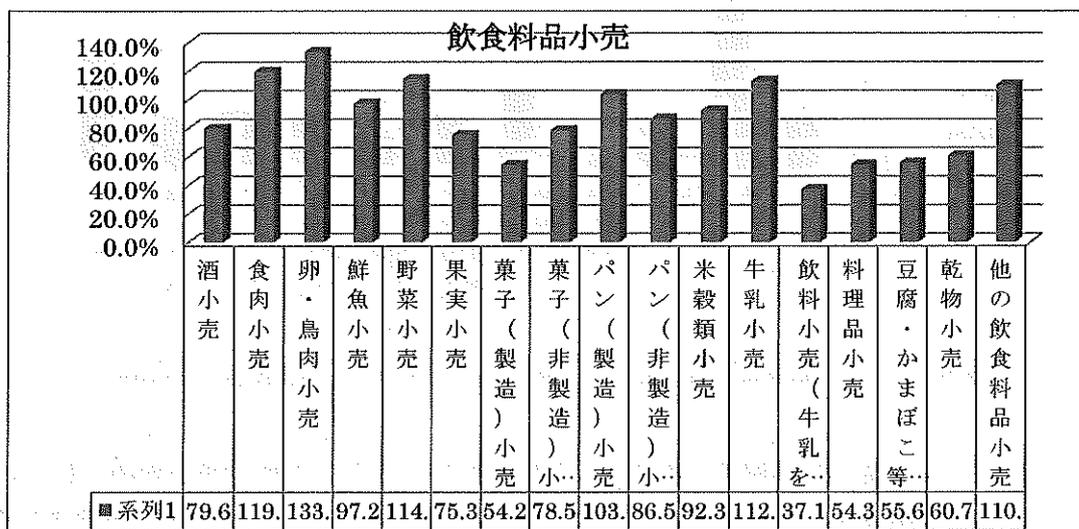
※食品スーパー等の数値データは事業所が特定できると判断され、商業統計表では、非公開となっております。吸引指数を出すことはできませんでした。

以降は、専門小売店等の品目別の小売吸引力指数を示します。

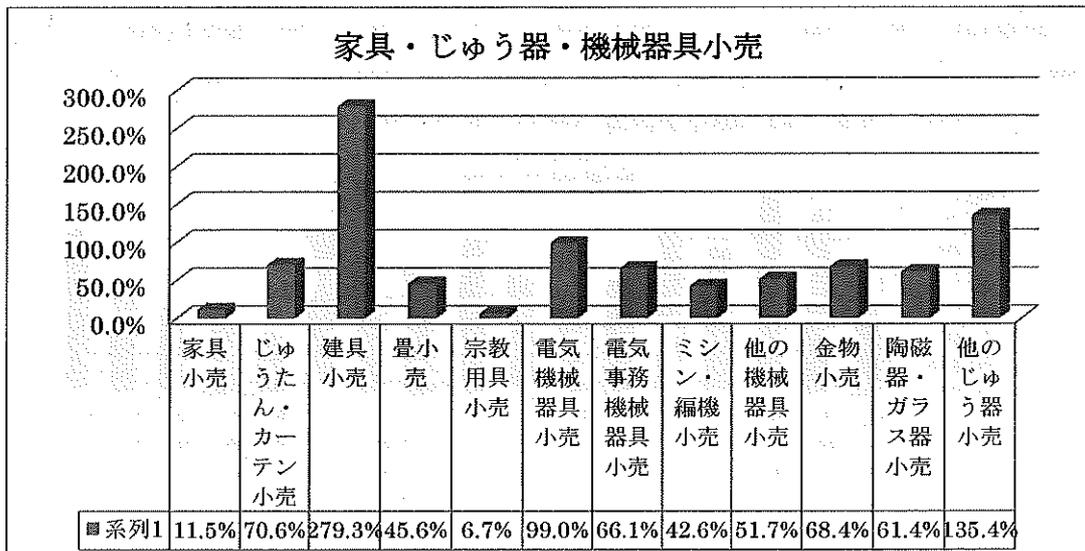
「織物・衣服・身の回り品小売」分類では、寝具が相対的に高く、靴・履物が継いでいますが、婦人服、子供服小売りの吸引力は低くなっています。



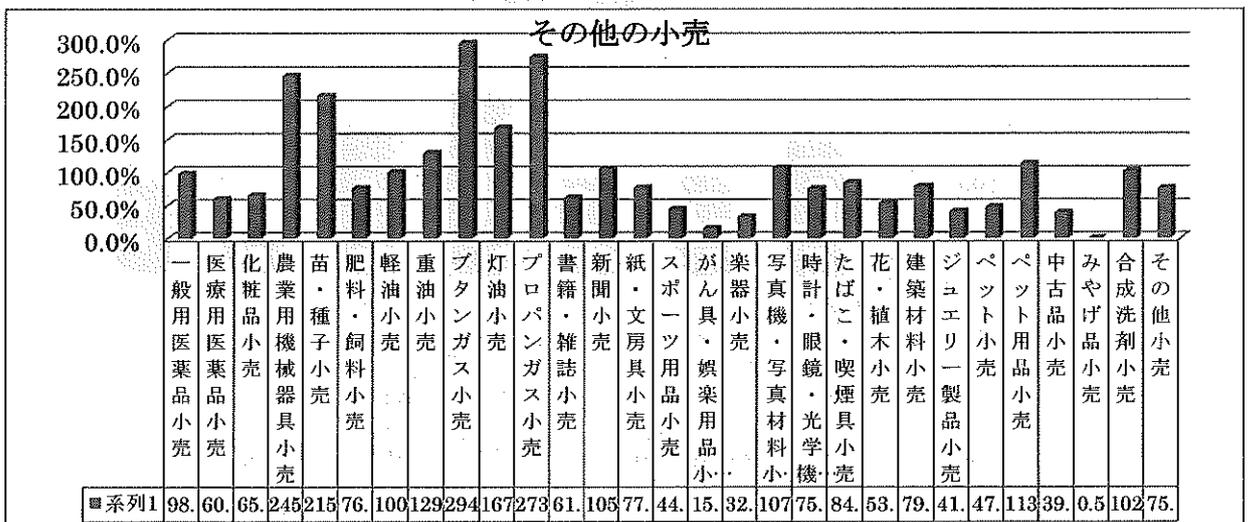
飲食料品小売の分類では、卵・鶏肉小売が133%と高く、次に食肉小売の119%、野菜が114%、牛乳が112%、パンが103%となっています。鮮魚も97%となっていることから、生鮮3品の吸引力は高い状況にあります。



自動車・自転車小売の分類では、トラック（中古車）が172%、乗用車（新車）が124%、自動車部品・付属品が140%と高くなっています。自動車関連の需要については、隣接市町村を含めた広域から吸引しているものと推定できます。



家具・じゅう器・機械器具小売では、建具小売が279%と非常に高い数値になっています。特定の事業者に広域の需要が集中していると推定できます。電気機械器具も99%となっています。一方で、家具は11%とかなり低い数値になっています。



その他の小売分野では、農業用機械器具が245%、苗・種子が215%、ブタンガスが294%、プロパンガスが273%となっています。これは、京都府の小売販売額の平均に対しての数値であり、亀岡が農業関係の需要が高く、また、大半が都市ガスエリアではないからだと推定でき、実質的な小売吸引とはいえません。

なお一般医薬品が98%、写真機写真材料が107%、ペット用品が113%と相対的に高い数値となっています。

### 3. 小売吸引力指数からみる商業活性化の課題

今回の小売吸引力指数のデータは平成19年度の商業統計調査から抽出したものです。本来、商業統計調査は5年ごとに行われ、平成24年度に実施される予定でしたが、平成24年度に経済センサス活動調査が新たに実施され、商業統計調査は平成26年度に実施されることになりました。統計結果は平成27年11月に確報が発表される予定であり、今回のデータは、7年前の数値に基づくものです。

この間、京都市内での大型ショッピングモールの開設、インターネット販売の広がり、更なる高齢化の伸展などがあり、そういった趨勢を読み込む必要はありますが、相対的な亀岡市の商業の活性度としては、参考指標となると考え、以下に商業活性化の課題を示します。

#### ① 大型店との協働で、他市地域への消費の流出を抑える

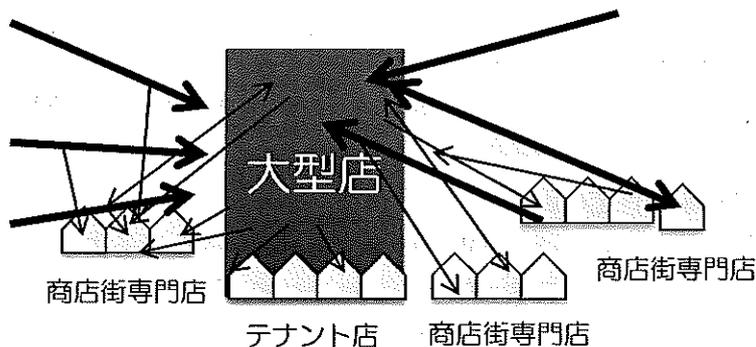
統計では、大型店3店舗の小売吸引力も相対的に低い状況にあります。従って市内大型店も、地域の需要を喚起する共通課題を持っています。生鮮3品については、市内小売店も健闘しており、最寄品は相対的に強い状況にあります。一方で、衣料品などの買回り品は他市エリアでの消費となっている傾向が強く、市内専門店の吸引力が低い状況にあります。

市内大型店は、集客力があり、テナント店及び周辺の専門店においては、集客マグネットとしての機能を活用し、協働してのイベントや商品企画を行うことで、他市地域への消費の流出を抑えることができると思われます。

今回のモデル事業等においても、ブロック単位で、大型店、スーパー等を巻き込んだ地域ぐるみの活動として発展を志向することが望まれます。

#### 【マグネット効果】

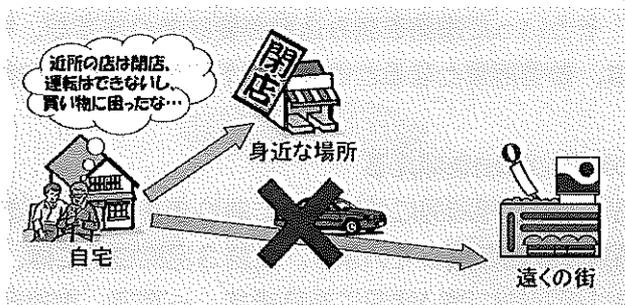
マグネット効果とは、強力な商品や店舗による集客増加効果のことです。例えば、集客力のある大型のショップが近隣にあることで、近隣の店舗の集客力も高まる効果や、特定の商品の集客力により、店舗全体の集客力が高まる効果のことです。



その場合、専門店としての魅力を、品揃え・商品知識・接客技術の面で高めることが条件となります。

## ② “買い物弱者” 対策としての地域密着サービスの強化

平成19年度調査ではありますが、最寄品の市内での消費割合は相対的に高くなっています。地域の住民は、近くの小売店で購入する利便性を求めています。調査時点から7年経過し、地域の高齢化はより進展していると思われます。そういった高齢者が気軽に立ち寄り、対話を通じて気持ち良く買い物ができるようなアプローチが必要です。潜在的な“買い物弱者”は、現時点でも多数存在すると思われます。しかも旧市街地に多数の“買い物弱者”があると推定でき、商店街から徒歩5分以内の難民需要は今後も増加するのは間違いありません。そういった、生活者の需要を取り込めるような地域密着型のサービスを企画、試行していくことが望まれます。



経済産業省 買い物弱者応援マニュアル ver.2.0より抜粋編集

## ③ 若年層、ファミリー層とのコミュニケーションパイプをつくる

亀岡と同規模の福知山市の小売吸引力は100%を超えています。隣接する商業都市の影響が少ないこともありますが、消費支出が旺盛な若年層、ファミリー層の消費流出を抑えることが亀岡商業活性化の起爆剤となります。顔の見える関係づくり、商店、店主の魅力の発信、ファミリー層の地域への溶け込みの触媒となるような機能が商店街に求められます。そのためのコミュニケーションパイプを今回のモデル事業を通じて、強く、太く、広くつくっていくことが望まれます。

## 100円商店街

- 商品は店頭
- 会計は店内
- 次も入りやすく
- 次第にファン客に

- ① 100円を手にした子供たち、家族連れでにぎわいます
- ② お店スタッフとの会話が弾み、気軽に来店できる関係ができます
- ③ フリーマーケット、農産物販売など、地域ぐるみでにぎわいます

## 街ゼミ

- 無料・予約制
- 少人数開催
- 店主のノウハウが売り
- 普段のお悩み解決に

- 📖 店主のこだわり、ウンチクに、『お宝発見』の喜びが湧いてきます
- 📖 老若男女、色々な人へのお役立ち情報で元気いっぱいの街づくり
- 📖 聞けば聞くほど知りたくなる、好奇心いっぱいの仲間のにぎわいます

## 街バル

- 食べ歩き、飲み歩き
- お好きな店で“はしご”を
- 友達、彼・彼女の組合せ
- 工夫された特別メニュー

- ♥ グルメ・クーポンで、楽しく街のおいしさ発見を楽しみます
- ♥ 出会い、巡り会い、そんな場面も、あちこちのお店で沸き起こります
- ♥ 多くの人がやってくる、亀岡観光の楽しみがふくらみます

亀岡の街中が、商店街、商店、飲食店、NPO団体、ボランティアグループなど、地域ぐるみでにぎわいます。そんな街に魅力を感じる観光客が、亀岡で買い物や飲食を楽しみます。

“多彩な来街者が織りなす錦のにぎわい”、亀岡商業の活性化は、参加する全ての人たちによって、楽しみながらつくられていくものです。

## 亀岡市商業活性化推進委員会

南 秀雄	馬堀駅前商店会
湯浅正利	亀岡駅前商店街振興組合
青木 智	//
松本光雄	亀岡安町商店街振興組合
佐々木弘明	北町商店街
井尻清行	H商店街
上羽弘治	クニッテル商店街
三宅一宏	大井町商栄会
片山宏司	//
松山 茂	亀岡商工会議所
谷田幸泰	//
吉岡利昌	//
福井 進	亀岡商業協同組合
田中英也	//
野々村淳美	亀岡市産業観光部ものづくり産業課
三宅敦史	//
八木和則	京都府南丹広域振興局
川島弘義	亀岡市商店街連盟
木曾則雄	//
畑 忠夫	//
茅嵩誠二	//
仲井資具	//
大西政弘	//
松野修典	中小企業診断士
坂本 洋	//
清水浩司	亀岡市商店街連盟 事務局

■亀岡市商業活性化推進計画書■

～地域に根ざしつつ、多彩な来街者でにぎわう街づくりにむけて～

平成27年3月31日

発行 亀岡市商業活性化推進委員会

(事務局：亀岡市商店街連盟)

# 亀岡市創業支援助成金

(平成27年4月1日施行)

本制度は、亀岡市民の創業支援施策として、創業によって雇用の創出及び地域経済活力の向上を図ることを目的に、亀岡市内で新たに創業した方に対し、亀岡市創業支援助成金を交付します。

※このパンフレットの内容は、平成27年4月1日以後に創業した方を対象とします。

## <助成金の概要>

創業とは	<p>「創業」とは、次の(1)～(2)のいずれかに該当することをいいます。</p> <p>(1)事業を営んでいない個人が新たに事業を開始すること</p> <p>(2)事業を営んでいない個人が新たに法人を設立し、当該法人が事業を開始すること</p>
助成金交付対象者	<p>亀岡市創業支援助成金(以下、「助成金」)は、次の(1)～(4)のいずれにも該当する事業者が対象となります。</p> <p>(1)亀岡市内に住所を有する方で、市内において平成27年4月1日以後に創業し、かつ、当該創業に係る事業が継続されていること</p> <p>(2)京都府中小企業融資制度又は日本政策金融公庫が取り扱う創業支援融資制度(以下、「融資制度」)を利用された方</p> <p>(3)過去に助成金の交付を受けていない方</p> <p>(4)現に市税を滞納していない方</p>
助成金	<p>助成金は、次に掲げる額を合算した額を助成します。ただし、算出された額に千円未満の端数が生じた場合は、これを切り捨てた額を交付いたします。</p> <p>(1)融資制度の利用に係る融資額に100分の3を乗じた額 (限度額30万円)</p> <p>(2)創業時における広告宣伝等に要した経費(消費税及び地方消費税を含む)に2分の1を乗じた額 (限度額20万円)</p>

<p>申請時期</p>	<p>創業した日から起算して3ヶ月を経過した日から6ヶ月以内に申請してください。</p> <p>(例)平成27年4月1日に創業した場合、平成27年7月1日から同年12月末日までが申請期間です。</p>
<p>申請に必要な書類</p>	<p>(1) 亀岡市創業支援助成金交付申請書</p> <p>(2) 融資制度の利用を証明できる書類</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・京都府中小企業融資制度利用の方は、金銭消費貸借契約証書等の写し及び京都信用保証協会が発行した信用保証決定のお知らせ(お客様用)の写しなど</li> <li>・日本政策金融公庫が取り扱う創業支援融資制度利用の方は、貸付実行日以降に日本政策金融公庫が発行した支払明細書の写しなど</li> </ul> <p>(3) 税務署受付印のある所得税法(昭和40年法律第33号)第229条に規定する個人事業の開業届出書控えの写し又は法人税法(昭和40年法律第34号)第148条に規定する法人設立届出書控えの写し</p> <p>(4) 官公署が発行する許可証、認可証、登録証等の写し</p> <p>(5) 住民票の写し</p> <p>(6) 市税の完納証明書</p> <p>(7) 創業時における広告宣伝等に要した経費(※)が証明できる書類</p> <p>(8) その他市長が必要と認める書類</p> <p>※不特定多数の方に対する宣伝的効果を意図した費用で、テレビ・新聞等の広告費用、チラシ・ポスター・看板などの作成費用のことをいいます。</p>
<p>申請・問い合わせ先</p>	<p>亀岡市役所産業観光部ものづくり産業課(市役所3階6番窓口)</p> <p>住所 亀岡市安町野々神8番地</p> <p>電話 0771-25-5033</p> <p>FAX 0771-25-4400</p> <p>※亀岡市ホームページでも公開しています</p>

1 神奈川県小田原市（人口196千人、面積114㎡）

視察項目	中心市街地活性化基本計画について
視察の目的 （本市の現状と課題）	<p>人口減少や超高齢化社会の転換期において、都市機能の集約拠点として中心市街地を整備することは大きな課題であり、中心都市拠点であるJR亀岡駅周辺は、今後新たに市街化を図る亀岡駅北地区を含め、商業や居住等の多様な都市機能の集積と高度化を推進していく必要がある。</p> <p>小田原市では、駅・城下町を中心とした市街地の商業の停滞、にぎわいの喪失を分析し、地域資源を生かした機能的なまちなか再生に向け、計画的に事業展開が図られていることから、その事例をまちづくりの参考とするため視察調査を行った。</p>
視察項目の概要	<p>小田原市では、中心市街地活性化法に基づき作成した「小田原市中心市街地活性化基本計画」について、平成25年3月29日に国の認定を受け、本計画に基づき中心市街地活性化施策を推進している。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●計画期間：平成25年度～平成29年度（5年間）</li> <li>●対象区域：小田原駅周辺とその南側を中心とした約170ha</li> <li>●テーマ：フローからストックによる中心市街地の再生 （一過性の活性化策から蓄積性のある活性化策へ）</li> <li>●基本方針・数値目標・施策             <ul style="list-style-type: none"> <li>①交流人口の減少 ⇒ 訪れたいくなる・歩きたいくなるまちづくり                 <ul style="list-style-type: none"> <li>【目標指標】中心市街地の歩行者及び自転車通行者数（1日あたり）</li> <li>・平成23年度の実績値：62,123人</li> <li>・平成29年度予測値：54,976人</li> <li>・計画事業の実施による平成29年度の目標値：68,069人</li> </ul> </li> <li>【目標達成に寄与する主要施策】                 <ul style="list-style-type: none"> <li>・小田原地下街再生事業（「HaRuNe小田原」H26.11開業）</li> <li>・街かど博物館活用事業</li> <li>・芸術文化創造センター（市民ホール）整備事業（H29）</li> <li>・お城通り地区再開発事業（駐車場施設及び広域交流施設）等</li> </ul> </li> <li>②定住人口の減少 ⇒ 住みたいくなる・暮らしやすいまちづくり                 <ul style="list-style-type: none"> <li>【目標指標】中心市街地の居住人口</li> <li>・平成24年度の実績値：10,841人</li> <li>・平成29年度予測値：10,831人</li> <li>・計画事業の実施による平成29年度の目標値：11,054人</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>

	<p>【目標達成に寄与する主要事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 中心市街地における優良建築物等の整備事業</li> <li>・ 都市廊「住みよい居住空間づくり事業」（街なか居住の推進）</li> <li>・ 空き店舗活用事業等</li> </ul>
<p>考察</p>	
<p>各委員の意見等</p>	<p>&lt;小島副委員長&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 恵まれた立地条件のもと、既存の建築物（小田原城）等、有効に保存活用されている点、回遊するというスポットづくりにより、訪れたい・歩きたいまちづくりがとても参考になった。</li> </ul> <p>&lt;菱田委員&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 街かど博物館の取り組みが素晴らしい。亀岡市でも直ぐに取り組みると感じた。</li> </ul> <p>&lt;並河委員&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 小田原駅周辺は、富士、箱根、伊豆交流圏の玄関口である小田原駅を中心に商業、観光、交通、情報などの拠点としての機能を集中的に配置し、広域交流を促進するとしている。小田原駅周辺に地下街があり、24店舗が入り広大な地下商店街となっている。平日であり、混雑するほどの来客ではなかったが、農産物直売所や小田原かまぼこ・梅干・佃煮・惣菜・和洋菓子などの専門店もあり、地元の名産も並んでいた。人口規模も本市とは比較にならない大都市の為、同じようにはいれないが地元名産品を販売することは可能である。亀岡駅を中心に既存の商店街、城下町の良さをアピールすることで観光客も増えるのではないかと。駅を中心に一つのエリアとして活性化を図るべきである。</li> </ul> <p>&lt;福井委員&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 小田原駅と小田原城を囲む地域の様々な観光資源を組み合わせで取り組まれているのは素晴らしい。民間の力を合わせてそれを体系化して、年中中心地に人を寄せる工夫をしていた。本市においては、本当の中心市街が明確でない部分があり、取り組みにくい。</li> </ul>

<齊藤委員>

- ・何処のまちもそうであるが、郊外型大型店舗に打ち勝つためには、人が一日遊べる(定住できる)場所づくりが必要と感じた。

<藤本委員>

- ・人口は年々、徐々に減少しているが、中心市街地の人口は平成16年を境に増加をしている。中心市街地の再生に向け、①交流人口の減少、②定住人口の減少、③地域経済の低迷の3点の課題に取り組んできた。これに対し①訪れたいくなる・歩きたいくなるまちづくり、②住みたいくなる・暮らしやすいまちづくり、③持続可能な地域経済の再構築。平成23年に総合計画を策定し、平成25年に5年計画の基本計画を策定。小田原駅東口お城通り地区の再開発、市民会館大ホールに代わる建物の整備、駅前地下街の再生について取り組んでいる。特に市民会館の大ホール建て替えについては、駅のどこからもお城が見え天守閣より高い建物は建てないよう規制したところ、中心市街地にマンションが駆け込み林立し、空き店舗も商工会議所がネットで紹介するなどして活気がよみがえってきた。小田原駅前には立派な北条早雲の銅像が立ち、歴史と景観を大切にしたいまちづくりに感動した。また、産業の礎を築いた「北条五代の戦国武将の祭り」を行い、今もその功績をたたえている。人口も20万人近くあり、そのまま本市に適用はできないが、今後、JR亀岡駅北の市街化と中心市街地の活性化が人口減少に歯止めをかけ、次代の亀岡市を築けるかのポイントとなる。共通点も多いので今後のまちづくりに生かしていきたい。

## 2 静岡県御殿場市（人口89千人、面積195㎡）

視察項目	観光ハブ都市づくり推進事業
視察の目的 （本市の現状と課題）	<p>京都市や大阪府など大都市圏から近接する本市においては、交通アクセスの飛躍的な向上等により、交流人口の増加が見込まれている中、本年の京都縦貫道全線開通による南北軸強化、名神や舞鶴若狭自動車道を結ぶ広域高速ネットワークの形成等により、海外旅行客を含めた中で京都府の南と北のゲートウェイとしての位置付けも今後期待されている。</p> <p>また本市は、京料理・京菓子等の食材の主要生産地であり、保津川下り、トロッコ電車、湯の花温泉等の3大観光をはじめ、城下町の文化や自然景観等、魅力的な観光資源を多く有している。</p> <p>これら本市のもつポテンシャルを高め、主要エリアへの観光客を如何に多く本市へ取り込み、観光消費の拡大につなげることができるかが大きな課題であり、観光資源のネットワーク化による滞留型観光や広域連携の推進等、積極的な施策展開が必要である。</p> <p>そこで、人口規模や地理的要件等が本市と類似し、滞留型観光をめざす取り組みを行っている御殿場市の事例を参考とするため、視察調査を行った。</p>
視察項目の概要	<p>御殿場市は、箱根・富士五湖等の全国的に有名な観光エリアに隣接し、東名・新東名など主要道路が交差する交通の要所に位置し、国内最大規模の御殿場プレミアムアウトレット等の大型集客施設が立地している。</p> <p>また、富士山世界文化遺産登録や東京オリンピック開催決定に加え、新東名高速御殿場インターチェンジ開設等の交通インフラ整備が進んでいることから、観光交流客の一層の増加への期待と市外流出増加への懸念がある。</p> <p>御殿場市の観光動態として、富士・箱根・伊豆への観光の行き帰りに郊外のアウトレット等の集客施設に立ち寄り、通過するだけで滞留しないスタイルとなっていることから、滞留型観光都市づくりを進めるため、観光ハブ都市づくり推進構想を策定し、観光客の滞留化、回遊性創出を図る取り組みを推進している。</p> <p>●取り組みの方向性</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①通過型観光から滞留型観光への転換</li> <li>②他地域との広域連携による観光ハブ都市化の推進</li> </ul> <p>●推進体制</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○民・官の役割分担と連携・協働</li> <li>○テーマ別プロジェクトチームによる企画立案、チーム間の連携</li> </ul>

●観光協定の締結

①富士箱根伊豆交流圏への観光誘客共同推進

⇒熱海市・伊豆市との観光交流協定

②静岡県の東西の玄関口として相互の送客や周遊観光の推進

⇒浜松市と観光連携協定

●観光拠点施設の整備

・御殿場市富士山交流センター「富士山樹空の森」整備

(平成 23 年 4 月 27 日オープン)

既存の観光資源とのネットワーク形成による滞留観光の推進を図る。富士山情報発信、自衛隊との交流、地域活性の役割を担う御殿場市の新たな観光拠点として、様々な魅力を持ち合わせた新しい形の公園施設として整備。

・樹空の森パークゴルフ場整備

(平成 24 年 10 月オープン)

財産区所有地の土地利用として、「富士山樹空の森」の隣接地に整備。新たな交流集客施設として、またパークゴルフ公式大会の開催等によるさらなる相乗効果を期待。

●御殿場プレミアム・アウトレット

御殿場市への観光交流客数約 1 3 0 0 万人中、約 1 千万人が来客。

その半数は、中国、タイ、インドネシア、台湾等、東・東南アジアからの来客であり、欧米からの来客は少ない。

ほぼ毎年、前年比アップで売り上げを伸ばしており、国内一の売り上げ規模である。(以下、支配人との意見交換より)

・進出する決め手は。

御殿場の例として、①都心から気軽に来れること、②成田～関空のゴールデンルートの中に位置し、③車でのアクセスがしっかりしていることなどが挙げられる。競合の問題に関しては、日本では他国ほど立地が進んでいないため、まだ販売規模を拡大できるものと考えている。やはり海外からの来客を呼び込むためには、魅力的なものがあることが重要である。

・御殿場市民の雇用状況は。

2 千数百名の従業員中、御殿場市内からの雇用はその 6 割以上、その他近隣市町村からの雇用が大半である。

・地元企業等の出店・関わりは。

	<p>地元企業からは参加したい希望が多くあったが、ブランドビジネスであるので、そこを崩すと地元商店街との区分けができない。ただし飲食関係については、ご当地としての地元人気店を入れる傾向にある。地元との共生に関しては、色々なイベントや観光PRを施設内で行っており、御殿場市のコミュニケーションコーナーを設置し、地元の情報発信を行っている。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・出店に対する賃料は、商業施設における賃料は、売り上げに応じた設定とするのが主流であり、施設側・出店側とも共存共栄のために努力するしくみとなっている。</li> </ul>
<p>考察</p>	
<p>各委員の意見等</p>	<p>&lt;小島副委員長&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・富士山周辺の恵まれた観光資源、関東方面の大都市圏から近く、海外からも好んで訪れられる御殿場プレミアムアウトレットなど、観光ハブ都市にふさわしい立地、それを最大限生かしたまちづくりであった。本市においても、京都市に近いという立地条件を生かし、小規模ながら京都府中心地としてのハブ都市をめざす取り組みが必要と感じた。</li> </ul> <p>&lt;菱田委員&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・他市との観光連携による情報共有は素晴らしいことだ。本市も明智光秀、ガラシャ等によるNHK大河ドラマに取り組んでいるがこれをきっかけとして関係市の観光連携に取り組めれば素晴らしい。</li> </ul> <p>&lt;並河委員&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・御殿場市は、富士五湖、伊豆、箱根、西湘エリア、中京、首都圏と各方面から近距離となっており、立地条件も良好である。「富士山樹空の森」整備で新たな観光拠点となっている。御殿場市への観光交流客数は平成24年度128万5139人、宿泊客数は87万8546人である。平成25年度の観光客数は約1330万余、宿泊客数は90万余で年々増加している。市担当者の説明で、副市長は平成25年度に60社、平成26年</li> </ul>

度 40 社と企業誘致に力を入れ、工業団地も完売されるなど、観光ハブ都市づくりに一役買っている。本市より人口は少ないが、スケールが大きい。本市において何が宝か。亀岡市でしか味わえない「おもてなし」は何か。身の丈に合った街づくりで交流人口を増やす努力が求められる。

<福井委員>

- ・観光ハブ都市を目指して、近隣自治体とも富士山という大資源によって結び付けられる工夫をされている。また、静岡県の西と東、浜松市と、そして、伊豆半島の都市とも観光協定を結び、お互い広域の発信はもとより、それぞれがPRできる体制をとっている。本市においても、そのような工夫や戦略が必要。観光に戦略がない。(福井)

<齊藤委員>

- ・スポーツ観光の指定管理者の柔軟性はやはり必要と感じた。アウトレットの集客力の素晴らしさに羨ましさがあり、改めて本市に誘致したいと思った。
- ・海岸線沿いに多くある企業を内陸地へ誘導する補助事業があるが、副市長のトップセールスで企業誘致に成功している所は見習いたい。

<藤本委員>

- ・東京からも近く、富士山も世界遺産に認定され、東京オリンピック開催に向け交通のインフラ整備も進んでいる。近隣には箱根・伊豆の観光名所を控え、年間交流人口は1,300万人。市内に御殿場プレミアムアウトレットができ、訪日外国人の観光客で賑わう。国内30カ所あるアウトレットの中では売上日本1位。交流観光人口に対し宿泊人口が90万人と少ないので、滞留型観光を目指し、都市のハブ化を目指す。その割にホテルの進出も弱く、充実に欠ける。課題。人口は9万人弱と亀岡市と変わらないが、観光資源、交流人口を考えた場合、比較にならない。唯一、考えられるとしたら、交通インフラ整備による亀岡市の京都・大阪へのハブ化。

### 3 静岡県熱海市（人口39千人、面積62㎡）

視察項目	「営業する市役所」
視察の目的 (本市の現状と課題)	<p>本市においては、活力あるにぎわいのまちづくりの基本方針として、「企業誘致の推進」「産学官連携及び農商工観連携の推進」「新産業の創造」「付加価値の高い産業の振興」を掲げ、ものづくり産業振興ビジョンに基づき、既存商店街や中小企業の振興・活性化並びに新たな企業誘致、起業支援及び雇用創出を図る取り組みを推進している。</p> <p>その中で、農商工観が連携した有効な産業振興策として「食」をテーマとした取り組みに注目し、平成26年度からは「かめおか食産業振興プロジェクト」により、生産者と企業が連携して事業展開することで、それぞれの経営資源を有効に活用し、新商品の開発・生産・販売等を行い、需要の開拓と地域経済の活性化をめざす取り組みが進んでいる。</p> <p>企業誘致をはじめこれらの取り組みを効果的に推進するためには、事業者との相互利益を図り民間投資を促進していくこと、そのための行政の発信力が必要である。</p> <p>熱海市では、「営業する市役所」を内外に標榜し、魅力の発信と民間投資の呼び込みに積極的な展開が図られていることから、その事例を参考とするため、視察調査を行う。</p>
視察項目の概要	<p>熱海市は、政財界の要人の保養地として発展した明治・大正の第1の成長期、新婚旅行や社員旅行で賑わう観光地として発展した昭和の第2の成長期があり、そのピークであった昭和40年代以降の大きな傾向として、人口も宿泊客も約50年間減少し続けてきた。</p> <p>こうした中、第3の成長期をつくるべく、新しく生まれ変わる熱海「新生熱海」の実現をめざし、シティプロモーションの強化や観光まちづくりの推進等に積極的に取り組み、平成25年の宿泊客数、入湯税申告人員は前年比7.4%増となるなど回復傾向を示し、熱海の活気は上向きつつある状況である。</p> <p>●「営業する市役所」の活動</p> <p>①民間投資の促進による産業振興プロジェクト ⇒熱海市が所有する遊休資産（遊休土地等）について、民間事業者に情報提供し、営業、折衝を通じて熱海市の活性化につながる具体的な活用を促進する。</p> <p>②民間企業とのパートナーシップ協定</p>

	<p>(株式会社静岡銀行、株式会社ぐるなび、三島信用金庫と協定締結)  ⇒民間企業と相互に効果的な連携体制を構築し、市内の観光客及び定住人口の増加、経済の活性化、産業振興等について対等な立場で、効率的な事業の展開を行うことを目的とした協定を締結。  民間企業が持つネットワークやノウハウを活用し、熱海市と協定締結先企業の相互利益を図るとともに、地域経済の活性化を図る。</p> <p>③A-b iz (熱海市チャレンジ応援センター)  ⇒熱海市観光経済課産業振興室と熱海商工会議所が連携し、「売上増加に向けて事業者と一緒に考え、コストをかけずに知恵を出す。そして結果を出す。」ことにこだわった、あらたな個店支援事業</p>
<p>考察</p>	
<p>各委員の意見等</p>	<p>&lt;小島副委員長&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光客が激減、高齢化等で財政難、市民サービスの低下に歯止めをかけるべく市のトップが自ら動き、職員、住民の意識改革をされている点は、素晴らしいものである。また、新幹線駅があるという点を有効に活用し、さらに活性化していかれる街であると感じた。</li> <li>・担当者の熱意も感じられた。</li> </ul> <p>&lt;菱田委員&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・視察後、熱海市の取り組みを東京勤務の経験がある知人に話したところ「値段が高い、料理が不味い、サービスがなっていない」というイメージを今も持っていて、行きたくないエリアの一つだと言われた。観光入込客の回復に向け取り組まれている努力は素晴らしいが、こう言ったイメージを拭い去るのは一朝一夕ではなし得ないと感じた。他山の石ではない！</li> <li>・担当職員の熱意がまちを変える良いきっかけになっていることは素晴</li> </ul>

らしい。

- ・やる気のある個店への支援は大事であると感じた。

<並河委員>

- ・熱海市は、全国でも有数の観光地、政財界の要人の保養地として発展した明治、大正時代。新婚旅行や社員旅行が盛んだった昭和の時代。ところが昭和40年代以降、人口も宿泊客も約50年の間減少してきている。主な職種は宿泊業、飲食サービス、卸売業、小売業で全体の半分という構成である。東日本大震災による低迷を脱し、回復基調が続いている。逆に宿泊施設で働く人が集まらず、人手不足から繁忙期は予約を断る施設もある。全国ネットのテレビで取り上げられる頻度が増え、若い観光客が増えたと分析している。熱海駅前に足湯があり、商店街は観光客で賑わっていた。平日でも電車が着く度に宿泊地のバスが迎えに来ていた。熱海市は2006年、熱海市財政再建スタート宣言をして財政再建に取り組む。新生（リニューアル）熱海で①行財政改革（H19年～H23年）②3大建設プロジェクト（H24年～）③営業する市役所（H24年～）を掲げて取り組みを進めている。今回の視察は営業する市役所を勉強させていただく。「コストをかけずに知恵を出す」をテーマに市の職員が、中小企業や商店の相談を受け、各店の「本当の強み」を見つけた上で、新商品に向けた情報収集をし、売り出し方法を一緒に考える活動などしている。熱海市の副市長は、本事業を産業振興のためだけではないと説明する。「市役所は以前、公平性や法令に基づいて、という言葉の下、仕事を事務作業だと考えていた。市職員の本当の仕事は熱海の街の強みを知り、熱海を売り出すことだと意識してほしかった」と述べている。強いリーダーの下、「小規模な自治体が金やハコモノを用意しなくても知恵と頑張りで出来ることを示した」と言える。本市においても事業者の相談窓口を作り、専任の職員配置を行い、お互いの専門性を生かして知恵を出せば、波及効果は広がり街の活性化にも繋がる。街の魅力も広がる。大いに参考になった。

<福井委員>

- ・担当者の本気度と熱意が目立った。行政が各お店と知恵を出し合うという手法は、行政としてある意味画期的だが、実は、本市に強く求められるところ。今後、参考に委員会に臨みたい。

<齊藤委員>

- ・グローバルに社会を覗かれている市長の強い想いが職員に伝わっている様に感じて非常に好感を持った。シティプロモーションと民間ランキングで全て上昇しており、素晴らしい取り組みである。これからの

行政は税金の使い道ばかりでなく、税収を増やす取り組みを市民と共に行う事が進む道であるというモデルと思った。

<藤本委員>

人口3万8千人。放っておけば夕張のような破綻都市。平成18年に市長が代わり、平成23年に36歳の副市長を迎え、要はマンパワーによる活性化。(藤本)