

北上市地域商業ビジョン

(平成 25 年度～平成 32 年度)

～みんなで育てる商いの花～

平成 25 年 3 月

北 上 市

ごあいさつ



北上市長
高橋 敏彦

今日、地方都市の商業を取り巻く環境は、高速交通体系の整備とモータリゼーションの進展、またインターネットや携帯電話等の情報技術の発達などライフスタイルの多様化により大きく変化しております。

このような中、北上市の商業も様々な課題を抱えており、その課題を解決するとともに更なる商業の振興を図っていくためには、地域内経済が循環するまちづくりが重要であることから、このたび、将来像を「みんなが育てる商いの花」と定めた「北上市地域商業ビジョン」を策定いたしました。

本ビジョンは、上位計画である「北上市総合計画」の目標実現向け、関連計画との整合性を図りながら、商業振興の方向性を明確にし、具体的な施策を実施するため、北上市の商業の現状と課題、ワークショップ、市内16地区との意見交換会等を踏まえて取りまとめたものです。

今後は、商業振興の将来像の実現に向けて、その基本方針として、「消費者ニーズに対応した商店・商店街の形成と賑わいづくり」「交流・連携による地域内消費の拡大」「地域課題解決に向けたコミュニティビジネスの推進」「地域における買い物環境の充実」「安全・安心な商業環境の整備」の5つを掲げ、それぞれの基本方針における具体的な実施プロジェクトに取り組んでまいりますので、市民、商業者、関係団体等の皆様方の一層の御理解と御協力を賜りますことをお願い申し上げます。

結びに、ビジョン策定にあたりまして、数多くの御意見、御提言をいただきました北上市地域商業ビジョン策定委員会委員の皆様をはじめ、ワークショップや意見交換会において貴重な御意見、御提言をお寄せいただきました市民の皆様に対しまして、心から厚くお礼申し上げます。

平成25年3月

北上市長 高橋 敏彦

北上市地域商業ビジョン目次

第1章 地域商業ビジョン策定の趣旨

- 1 計画策定の背景・目的1
- 2 計画の性格1
- 3 計画の期間1

第2章 商業振興に関するこれまでの経緯2

第3章 北上市の商業の概況

- 1 卸・小売業の状況5
 - ①商店数の推移5
 - ②商店における従業員数6
 - ③商店の年間販売額の推移6
- 2 大規模小売店舗及びコンビニエンスストアの状況7
- 3 商店街振興組合及び商店会等の組織の状況
 - ①会員数の推移10
 - ②地区内の店舗数の推移11
 - ③地区ごとの店舗のうち空き店舗数の推移12
 - ④年間商品販売額の推移13
- 4 市内購買率の状況
 - ①品目別にみた地元購買率の推移14
 - ②地元購買率の県内における他市との比較15
 - ③食料品の地元購買率の県内における他市との比較16
 - ④他市から流入してくる消費者の推移17

第4章 北上市の商業を取り巻く現状と課題

- 1 地域エリアの位置づけ18
- 2 北上市の商業を取り巻く現状と課題19
 - (1) 商業集積エリア
 - (2) 商業近郊エリア
 - (3) 郊外エリア

第5章 将来像と基本方針

1	将来像	21
2	基本方針	22
	(1) 消費者ニーズに対応した商店・商店街の形成と賑わいづくり	
	(2) 交流・連携による地域内消費の拡大	
	(3) 地域課題解決に向けたコミュニティビジネスの推進	
	(4) 地域における買い物環境の充実	
	(5) 安全・安心な商業環境の整備	
3	商業振興の指標と目標	23
4	商業振興に向けた役割分担	24
	(1) 市民への期待	
	(2) 商店・商店街（会）の役割	
	(3) 商工会議所の役割	
	(4) 行政の役割	

第6章 商業振興の実施プロジェクト

1	施策の体系	25
2	実施プロジェクト	26

第7章 計画の推進

1	推進体制	32
2	計画の進行管理	32

第1章 地域商業ビジョン策定の趣旨

1 計画策定の背景・目的

北上市では、これまで商業の振興によるまちづくりの推進を図るため、平成4年に特定商業集積整備基本構想、平成5年に北上市総合発展計画を策定し、さらに平成11年には中心市街地を商業拠点とする中心市街地活性化基本計画を策定し市街地再開発事業などの様々な事業を展開してきたところであり、その結果、中心商店街に映画館やスポーツジムなどを併設した複合ビルが建設され、市内はもちろん市外や県外からも多くの人を呼び込むことになりました。しかし、既存商店街への振興につながっておらず、空き店舗の増加や商店街の組合員の減少が進んでいます。また一方地域においては、地元商店が減少し、商店会においても空き店舗が増え、地域コミュニティの柱が失われつつあり、さらに社会的弱者等の利便性が図られなくなるなどの様々な課題が生じております。

このため、大規模小売店舗の進出、コンビニエンスストアの増加、インターネットの普及など商業を取り巻く環境が著しく変化する中で、これらの課題を解決していくためには、北上市総合計画の目標を基本とし、市民、地域、商店・商店街（会）、商業団体、行政等との協働により、地域内経済を循環することで商業の振興を図っていくことが重要であることから、「北上市地域商業ビジョン」を策定し、商業振興によるまちづくりに向けた方向性を明確化するとともに具体的な施策に取り組んでまいります。

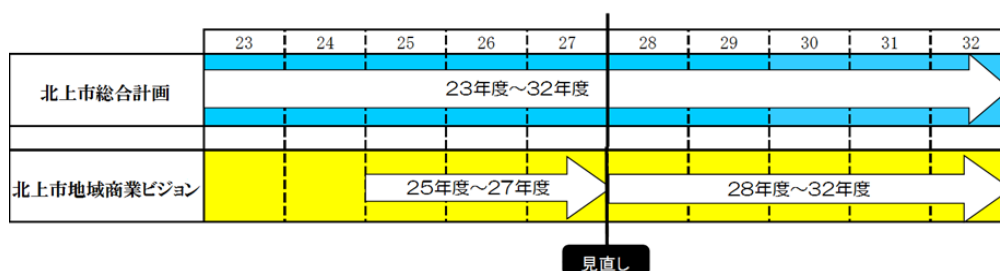
2 計画の性格

この計画は、「北上市総合計画」の目標実現に向け、北上市工業振興計画、きたかみ農業ビジョンなどの関連計画との整合性を図りながら、本市における総合的、長期的な視点から商業振興施策を推進するための具体的な方策を示すものです。

また、本市の商業振興を推進するうえで、市民への期待や、商店・商店街（会）、地域、商工会議所及び行政の役割を明確にし、それぞれが共通の認識を持つこととなります。

3 計画の期間

この計画の期間は、「北上市総合計画」の目標年次である平成32年度までを見据えた8年間とします。ただしプロジェクトの内容については、商業振興を取り巻く環境の変化に対応するため、平成27年度に評価を行い、必要に応じ見直しを行います。



第2章 商業振興に関するこれまでの経緯（商業政策関連）

■北上市特定商業集積整備基本構想（平成4年10月～平成11年3月）

当市では国の「特定商業集積の整備の促進に関する特別措置法」に基づき、基本構想を次のように定め、中心市街地の活性化に取り組みました。

(1) 商業機能の配置方針

全市的な商業機能を高めながら、市内3つの商業集積を中心に拠点形成する。

- ・ 江釣子ショッピングセンター（ロードサイド拠点商業）
- ・ 北上駅前商店街（ステーションフロント拠点商業）
- ・ 十字路商店街（アーバンコンプレックス（都市複合）拠点商業）

(2) 特定商業集積の目標

○基本目標

岩手中部地域、胆江地域の中心としての、『北上市の都心づくり』とする。

○基本方針

整備の基本方針を次の5点とする。

- ・ 都市施設の集積による拠点の集積
- ・ 核施設、核店舗の誘致による集客力の強化
- ・ 個店の感性と情報発信力の向上
- ・ 快適な都市空間の演出
- ・ 自動車客の積極的誘導と交通拠点性の具備

■北上中部地方拠点都市地域基本計画（平成5年6月～平成25年3月）

本計画は、北上市、旧花巻市及び旧水沢市（奥州市）を中心に旧東和町、旧江刺市、旧前沢町、旧胆沢町及び金ヶ崎町で構成される市町の一体的な整備を促進するとともに、産業業務施設の集積促進などによる本地域及び周辺地域の振興を図ることを目的に策定された計画です。

その中で、北上市は、機能分担として「産業中核都市の形成」を担うことと位置づけ、中心市街地の活性化を図るため「北上コア21拠点地区」を定め、広域商業機能の充実を図るとともに、都市型アミューズメント機能及び都市型居住機能の集積誘導に努め、また事務所、商業、ホテル等の集積する北上駅前を整備し、活気と賑わいのある拠点を形成するため、次の事業に取り組みました。

■「北上コア21拠点地区」

主な事業

- ・ 本通り地区市街地再開発事業（実施主体：組合）
- ・ 北上駅前地区分譲住宅等建設事業（実施主体：岩手県住宅供給公社）

■北上市中心市街地活性化基本計画（平成11年9月～平成21年3月）

平成10年に、「中心市街地における市街地整備の整備改善及び商業等の活性化の一体的推進に関する法律」（以下「中心市街地活性化法」という。）が施行され、市街地の整備改善と商業等の活性化を一体的に推進する制度が始まりました。本市では、この「中心市街地活性化法」に基づき、中心市街地の活性化と商業等の振興を図る基本方針を定め、次のような事業に取り組みました。

(1) 基本方針

- ① 北上市の中心市街地は、北上市及びその後背の地域の「歴史、文化、生活の拠点としての役割」を担う。
- ② 北上市の中心市街地は、21世紀に向けて、「人と環境にやさしい街」をめざす。
- ③ 北上市の中心市街地は、都市及び地域の特性を活かして、「北上らしい街の演出による活性化」をめざす。
- ④ 北上市の中心市街地は、「市民の共有のかけがえのない財産であることを認識して、活性化及びまちづくり」を進める。
- ⑤ 北上市の中心市街地は、活性化の推進に際して、「市民、商業者、行政の参加を前提としたまちづくり及び活性化」を推進する。

(2) 実施事業

①市街地整備改善事業

事業名	実施主体	概要
都市計画街路老松町十文字線整備事業	岩手県	中心市街地と国道107号を結ぶ幹線ルート of 拡幅及び歩道整備
都市計画街路北上駅前線整備事業	岩手県	駅前大通りの電線共同溝・融雪歩道整備
本通り新穀町市街地再開発事業	組合	百貨店を核テナントとする複合型商業ビルの整備
中心市街地都市活力再生拠点整備事業	北上市	飯豊相去線の周辺地域調査研究
本通り・新穀町市街地再開発施設公共駐車場整備事業	北上市	市営本通り駐車場の整備
都市計画街路上川原常盤台線整備事業	北上市	専北高西側市道の拡幅による一方通行から対面通行整備
広瀬川水環境創造事業	北上市	広瀬川せせらぎ緑道の整備

②商業活性化事業

事業名	事業主体	概要
本通り・新穀町市街地再開発	組合	百貨店を核テナントとする複合型商業ビルの整備
本通り・新穀町市街地再開発施設公共駐車場整備事業	組合	市営本通り駐車場の整備
多目的ホール整備事業	北上市	ツインモールプラザに設置
催事場、共用通路等整備事業	TMO	ツインモールプラザに設置
商店街駐車場事業	TMO	平面の中・小規模駐車場の整備

③その他事業

事業名	実施主体	概要
奥様モニター事業	TMO	消費者の意見集約事業
空き店舗活用事業	商工会議所	空き店舗を解消し、商店街を活性化するため家賃補助を行う
タウン誌発行业業	TMO	「みるるん」発行业業
客用無料自転車の貸出事業	商店街	無料貸出自転車を活用したりピート来街の促進

本市では商業振興を図るため、これまで上記計画に基づきハード整備を中心としたまちづくりに取り組んでまいりました、その結果、街なかに再開発ビルが建設され、さくら野百貨店を核テナントとする各種専門店の入居や、映画館やスポーツジムも併設したことで、市外や県外からも多くの来客を呼び込むことができ、中心市街地の賑わいや、利便性の向上、雇用の創出にも大きく貢献してきました。しかし、一方では周辺商店街の振興につながっていないことや、また地域の商店が減少し、地域住民が買い物の支障を来しているなどの課題が生じております。このことから、まちづくりによる商業振興を図るため、新たな計画が必要となっていました。

今後は、北上市総合計画の目標を基本としながら、北上市の商業を取り巻く課題に取り組むため、本通りを中心とした周辺商店街のまちづくりによる商業振興施策のほか、市内全体の地域商店、商店街（会）の活性化策を図ることで地域内経済が循環し、街なかも地域もお互いが相乗効果をもたらす取組みが求められています。

第3章 北上市の商業の概況

1 卸・小売業の状況

◇商店数・従業員数・年間販売額の推移

(単位 商店数:店舗 従業員数:人 年間販売額:百万円)

		H6	H9	H11	H14	H16	H19
卸売業	商店数	240	261	284	271	261	235
	従業員数	1,962	2,162	2,400	2,260	2,086	1,896
	年間販売額	109,014	134,859	138,195	117,577	121,326	121,704
小売業	商店数	1,088	1,056	962	968	949	861
	従業員数	5,137	5,370	5,289	6,049	5,917	5,823
	年間販売額	99,100	102,269	94,659	104,956	99,778	108,794
合計商店数		1,328	1,317	1,246	1,239	1,210	1,096
合計従業員数		7,099	7,532	7,689	8,309	8,003	7,719
合計年間販売額		208,114	237,128	232,854	222,533	221,104	230,498

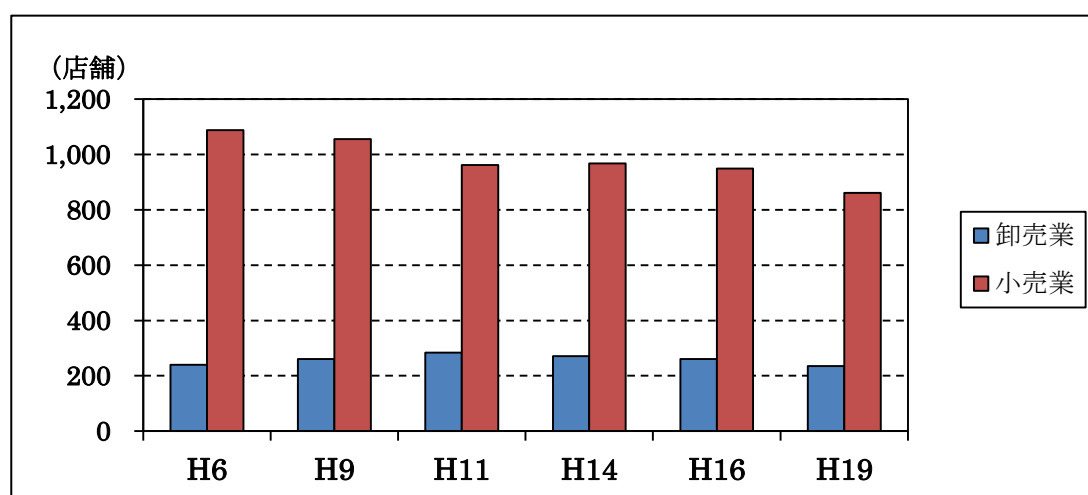
①商店数の推移

本市で営業している卸売業の商店数は、平成11年までは増加傾向にあったものの、その後は減少傾向にあります。また、小売業の商店数は、平成11年から平成14年の間は若干増加したものの、その後は年々減少しています。

全体をみると、本市における商店の店舗数は減少傾向が続いている状況となっております。

◇商店数の推移

(単位：店舗)



※資料：商業統計(経済産業省)

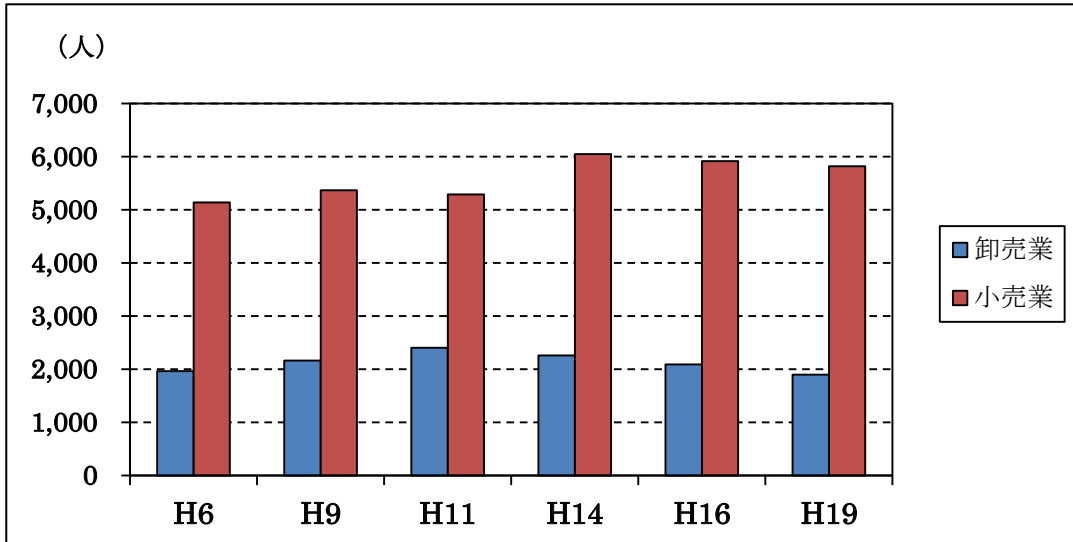
②商店における従業員数

本市で営業している商店の従業員数の増減の変化の幅は特に大きい変化はありません。

店舗数の減少に対して、従業員数がほとんど減少しないことは、大規模小売店舗の立地の影響によるものと考えられます。

◇商店における従業員数

(単位：人)



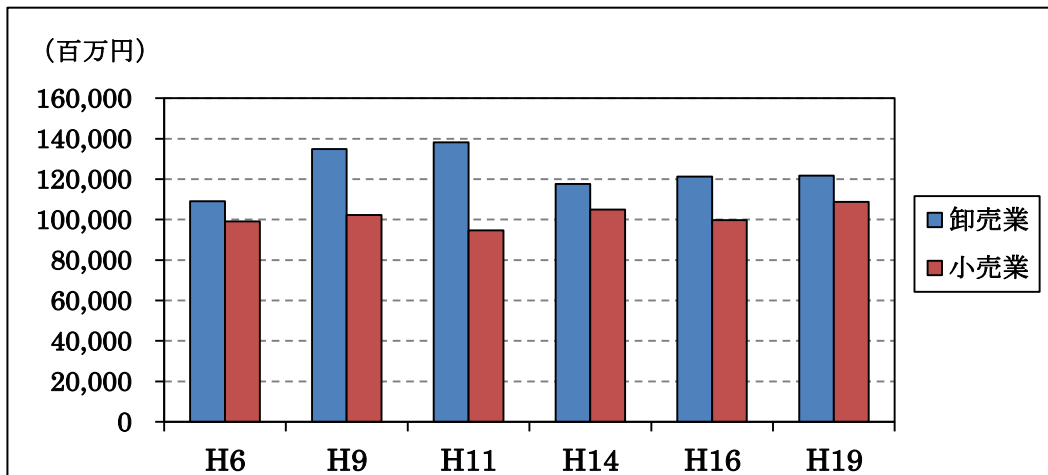
※資料：商業統計（経済産業省）

③商店の年間販売額の推移

北上市の小売業の年間販売額は増加と減少を繰り返しておりますが、大きな変動はありません。また卸売業の販売額は、平成11年までは増加しておりましたが、平成14年には減少し、その後は横ばい状態が続いています。

◇商店の年間販売額の推移

(単位：百万円)



※資料：商業統計（経済産業省）

2 大規模小売店舗及びコンビニエンスストアの状況

大規模小売店舗は、その集客力、規模、立地条件によっては、市内における人の流れに大きな影響があり、さらに周辺地域の商業活動や、既存商業集積にも大きな影響を与えています。

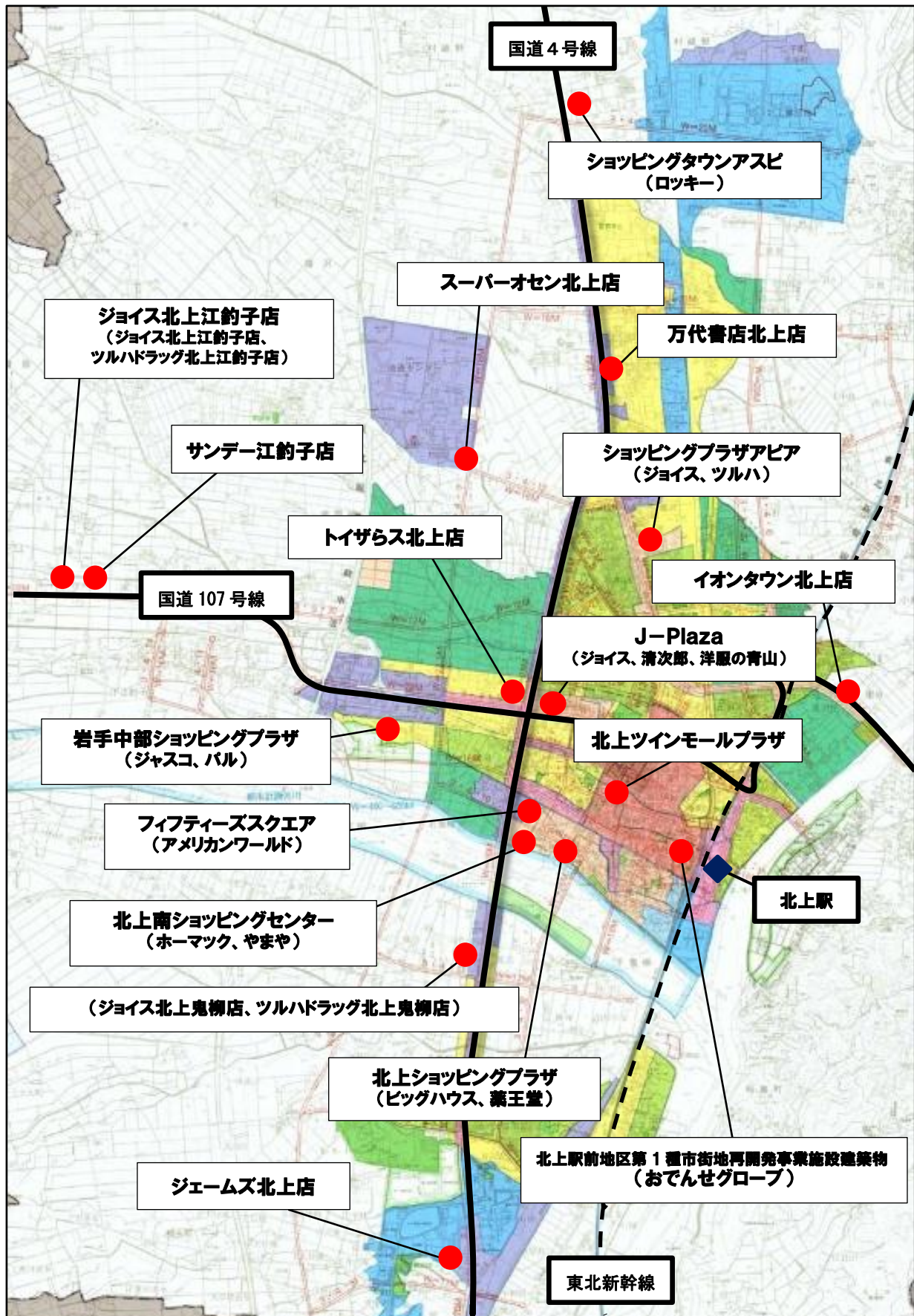
また24時間営業のコンビニエンスストアは、市内中心部と主要道路に面して立地しており、店舗によっては、立地条件の良い地元商店がコンビニを経営するなどの実態もありますが、今後も店舗数が増加することが予想され、地元小売店へ大きな影響を与えています。

◇大規模小売店舗一覧（店舗面積積1,000㎡以上）

（H25.3.1 現在）

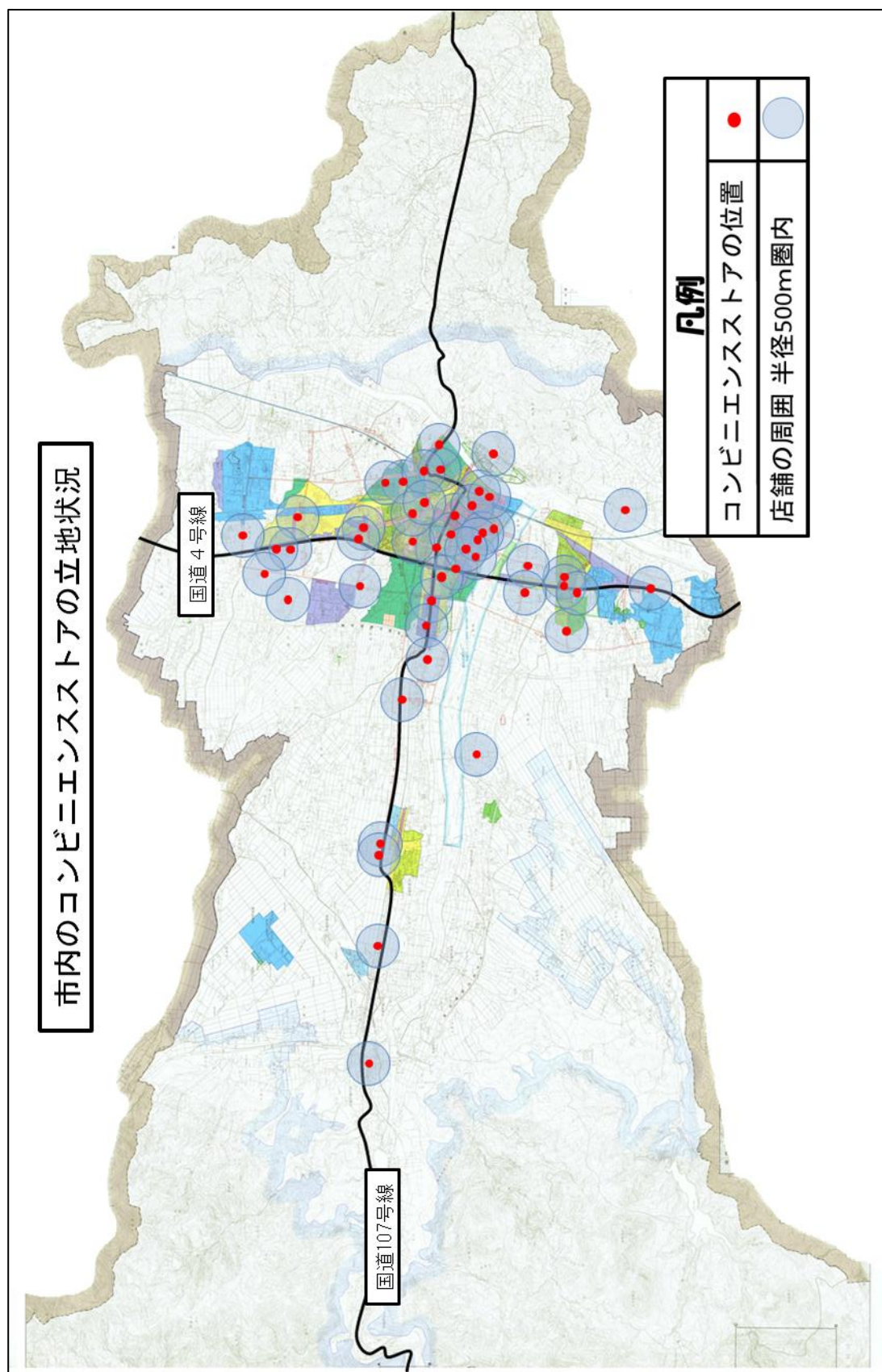
店舗名称	所在地	店舗面積	開店日
岩手中部ショッピングプラザ（ジャスコ、パル）	北鬼柳19地割71番地ほか	22,584	56.12.5
北上駅前地区第1種市街地再開発事業 施設建築物（おでんせグローブ）	大通り一丁目3番地1号	9,473	60.7.1
ショッピングプラザアピア（ジョイス、ツルハ）	藤沢19地割35番地1ほか	4,968	4.10.30
長野家具北上バイパス店	鬼柳町笹淵42番地	1,336	6.11.10
北上ショッピングプラザ（ビッグハウス、薬王堂）	九年橋三丁目13番地ほか	4,629	8.11.21
ショッピングタウンアスピ（ロッキー）	村崎野19地割162番地1	3,530	9.11.1
フィフティーズスクエア（アメリカンワールド）	北鬼柳32地割19番地ほか	2,969	11.4.
北上南ショッピングセンター （ホームック、やまや）	北鬼柳31地割3番地1ほか	5,075	11.11.
北上ツインモールプラザ	本通二丁目404番地ほか	24,795	12.3.3
J-P l a z a（ジョイス、清次郎、洋服の青山）	有田町78番地1ほか	3,367	12.6.7
サンデー江釣子店	上江釣子第7地割30番地1ほか	3,369	12.8.
うちむら家具北上店	村崎野16地割25番地1ほか	2,867	
ジョイス北上江釣子店 （ジョイス北上江釣子店・ツルハドラッグ北上江釣子店）	上江釣子第6地割33番地1ほか	3,806	12.9. (19.5.8)
トイザラス北上店	有田町9番地40ほか	2,258	13.12.7
ジェームス北上店	相去町平林21番地84	1,540	14.9.4
イオンタウン北上	里分4地割17番地2ほか	9,596	16.10.30
スーパーオセン北上店	北上市流通センター610番地	1,714	16.12.15
ヤマダ電機テックランド北上店	北上市黒沢尻西22街区5ほか	2,459	18.11.17
ホームックスーパーデポ北上藤沢店	北上市藤沢20地割36番1ほか	9,302	20.6.11
ニトリ北上店	北上市村崎野14地割476番地4	5,440	20.11.4
万代書店北上店（旧コープ花北オリザ）	村崎野14地割68番地32	2,526	20.12.16
カワチ薬品北上店	北鬼柳32地割6番地1ほか	2,331	21.5.27

◇大規模小売店舗の立地状況



◇市内のコンビニエンスストアの立地状況（店舗数 48店舗）

（H25.3.1 現在）



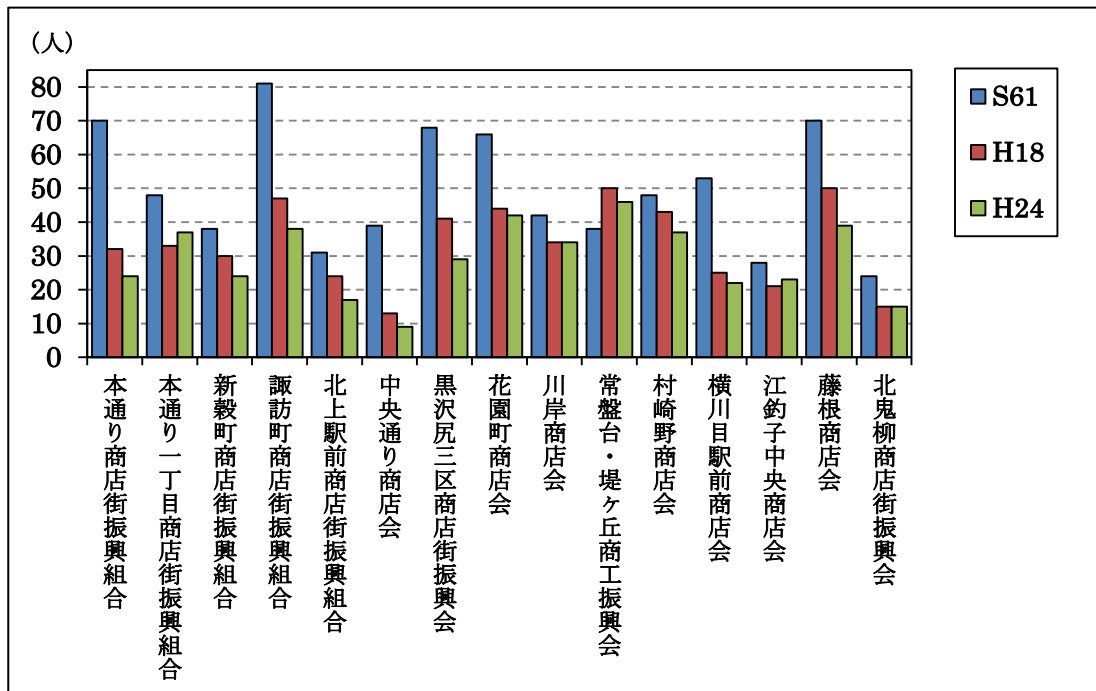
3 商店街振興組合及び商店会等組織の状況

①会員数の推移

会員数は、全体を見ると減少傾向にあり、会員離れに歯止めが掛からない状況となっており、大きな課題となっております。

◇商店街振興組合及び商店会等組織の会員数の推移 (単位：人)

団体名	年					
	S61	H15	H18	H21	H23	H24
本通り商店街振興組合	70	38	32	23	23	24
本通り一丁目商店街振興組合	48	31	33	35	34	37
新穀町商店街振興組合	38	30	30	26	24	24
諏訪町商店街振興組合	81	52	47	44	42	38
北上駅前商店街振興組合	31	33	24	22	24	17
中央通り商店会	39	24	13	6	9	9
黒沢尻三区商店街振興会	68	42	41	37	29	29
花園町商店会	66	50	44	42	43	42
川岸商店会	42	32	34	35	34	34
常盤台・堤ヶ丘商工振興会	38	50	50	46	46	46
村崎野商店会	48	44	43	42	40	37
横川目駅前商店会	53	30	25	22	23	22
江釣子中央商店会	28	46	21	24	20	23
藤根商店会	70	65	50	44	43	39
北鬼柳商店街振興会	24	24	15	15	15	15
合計	744	591	502	463	449	436



※資料：北上市商店街等現況調査

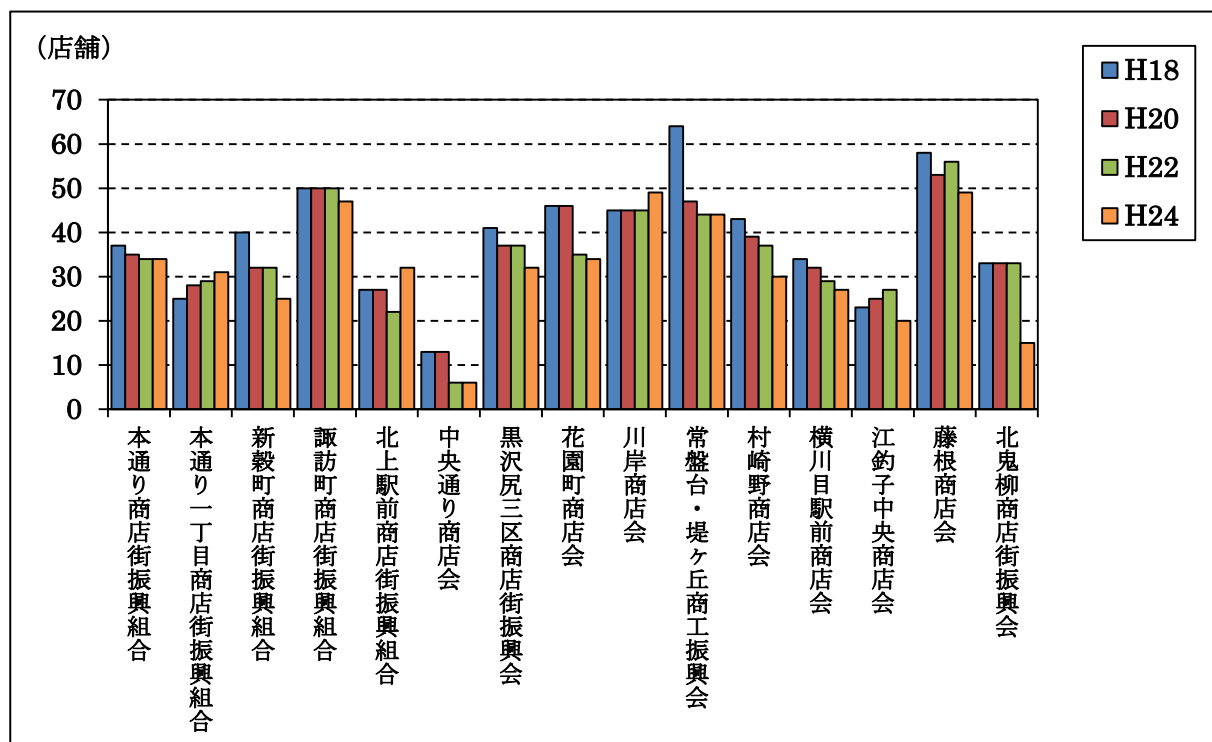
②地区内の店舗数の推移

地区内の店舗数は増加している地区も一部にはありますが、ほとんどの地区では減少傾向にあります。

◇店舗数の推移

(単位：店舗)

団体名	年						
	H18	H19	H20	H21	H22	H23	H24
本通り商店街振興組合	37	37	35	34	34	34	34
本通り一丁目商店街振興組合	25	28	28	29	29	28	31
新穀町商店街振興組合	40	40	32	32	32	25	25
諏訪町商店街振興組合	50	50	50	50	50	47	47
北上駅前商店街振興組合	27	27	27	22	22	27	32
中央通り商店会	13	13	13	6	6	6	6
黒沢尻三区商店街振興会	41	41	37	37	37	32	32
花園町商店会	46	46	46	35	35	36	34
川岸商店会	45	45	45	45	45	49	49
常盤台・堤ヶ丘商工振興会	64	50	47	46	44	44	44
村崎野商店会	43	41	39	42	37	30	30
横川目駅前商店会	34	34	32	29	29	25	27
江釣子中央商店会	23	25	25	27	27	25	20
藤根商店会	58	55	53	56	56	51	49
北鬼柳商店街振興会	33	33	33	33	33	15	15
合計	579	565	542	523	516	474	475



※資料：北上市商店街等現況調査（非組合員の店舗も含まれる。）

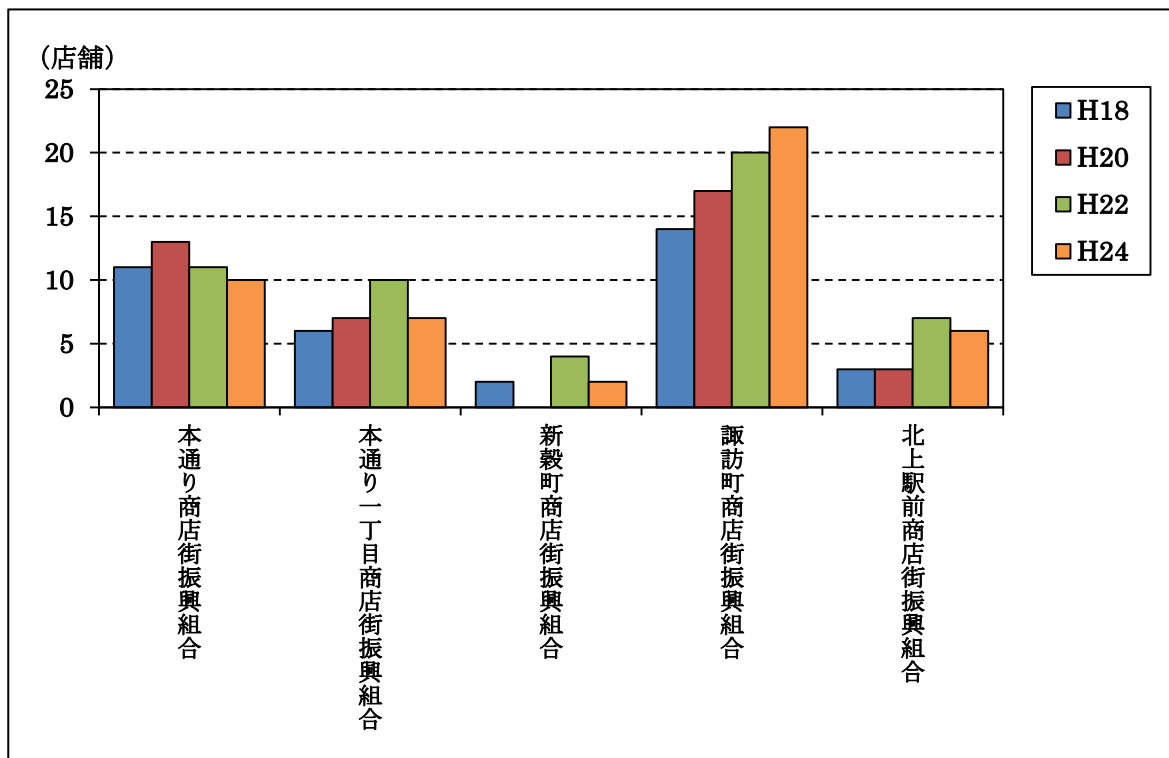
③地区ごとの店舗のうち空き店舗数の推移

空き店舗数は全体的に増加傾向にありましたが、近年になってから減少傾向、もしくは横ばい状態にあります。このことから、空き店舗対策が大きな課題となっています。

◇空き店舗数の推移

(単位：店舗)

団体名	年						
	H18	H19	H20	H21	H22	H23	H24
本通り商店街振興組合	11	14	13	11	11	11	10
本通り一丁目商店街振興組合	6	9	7	10	10	9	7
新穀町商店街振興組合	2	0	0	2	4	2	2
諏訪町商店街振興組合	14	15	17	17	20	18	22
北上駅前商店街振興組合	3	3	3	8	7	3	6
合計	36	41	40	48	52	43	47



※資料：北上市商店街等現況調査

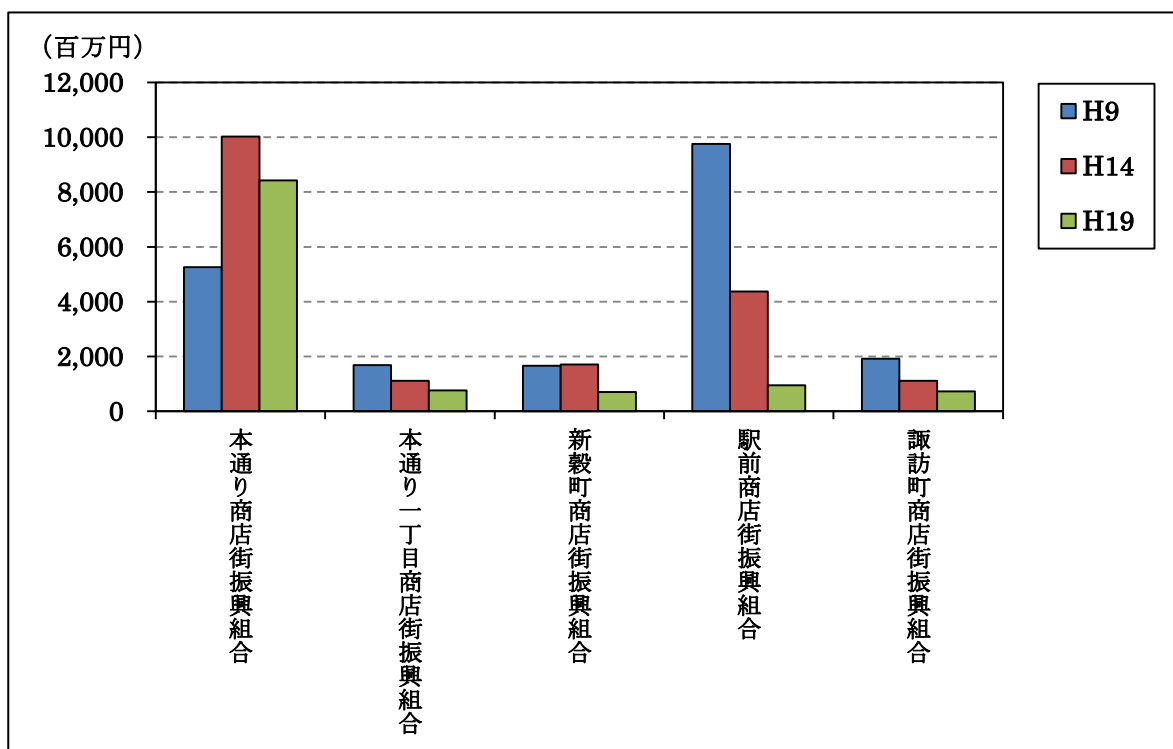
④年間商品販売額の推移

中心市街地の商店街振興組合の年間商品販売額は、ツインモールプラザの建設により、平成14年統計では本通り商店街振興組合で大幅な増加があったものの、平成19年統計では、どの商店街振興組合も減少しております。このことから、いかに消費者ニーズに対応した個店づくりや商店街づくりを行い、年間商品販売額を増やしていくかが大きな課題となっています。

◇商店街ごとの年間商品販売額

(単位：百万円)

団体名	年		
	H9	H14	H19
本通り商店街振興組合	5,255	10,024	8,422
本通り一丁目商店街振興組合	1,692	1,115	764
新穀町商店街振興組合	1,668	1,707	711
駅前商店街振興組合	9,759	4,373	948
諏訪町商店街振興組合	1,916	1,116	725



※資料：商業統計

4 市内購買率の状況

①品目別にみた地元購買率の推移

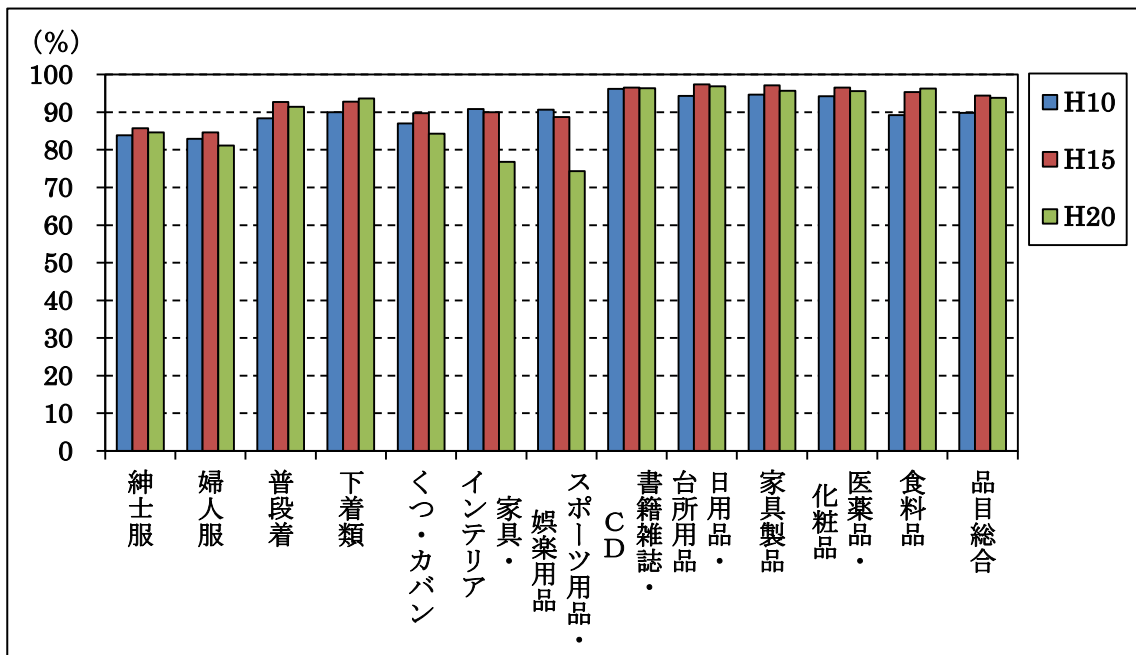
項目ごとの数字をみると、平成10年から15年の間では増加傾向、平成15年から20年の間では全体的に減少傾向にありましたが、大幅に減少している家具・インテリア、スポーツ用品・娯楽用品の項目を除けば、変化の幅はそれほど大きくありません。また、食糧品の項目だけは現在でも増加傾向が続いています。

今後は、消費者が市外に離れつつある生活必需品以外の分野で、いかにそれぞれの個店が消費者ニーズに対応した魅力ある店舗づくりに取り組み、購買層を取り戻せるかということが課題の一つとなります。

◇品目別にみた地元購買率

(単位：%)

	紳士服	婦人服	普段着	下着類	くつ・カバン	家具・インテリア	スポーツ用品・娯楽用品	書籍雑誌・CD	台所用品・日用品	家具製品	化粧品・医薬品	食料品	品目総合
H10	83.9	82.9	88.4	90.0	87.0	90.8	90.7	96.2	94.3	94.7	94.2	89.2	89.8
H15	85.7	84.6	92.7	92.8	89.7	90.0	88.7	96.5	97.4	97.1	96.5	95.3	94.4
H20	84.6	81.1	91.4	93.6	84.3	76.8	74.3	96.4	96.9	95.7	95.6	96.3	93.8



※資料：岩手県広域消費購買動向調査

②地元購買率の県内における他市との比較

本市は、平成10年の時点では他市と比較するとそれほど高い数値ではありませんでしたが、大規模小売店舗の進出によって、平成15年と20年には品目総合の値で盛岡市に次ぐ数字となり、県内でも地元購買率の高い地域となっています。

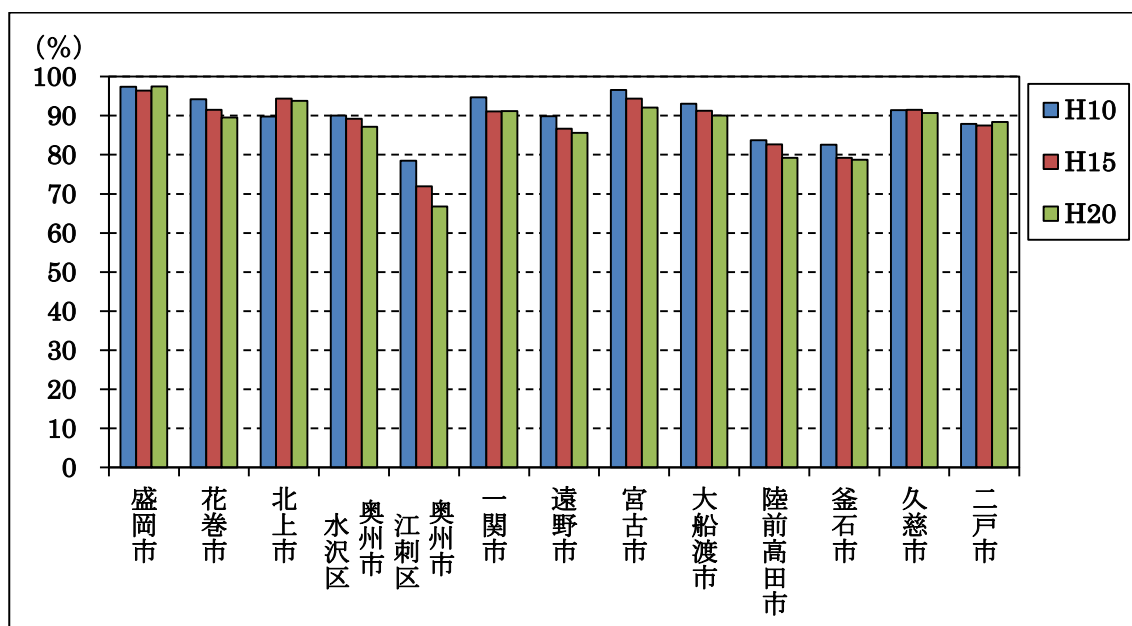
平成10年から15年の間、県内では地元購買率が全体的に減少傾向にありましたが、本市はその中でも数少ない増加傾向にあった市でもあります。平成15年から20年の間には、減少傾向になりますが、それも比較的緩やかな変化に留められています。

以上のことから、本市は地元消費者の他市、他県への流出が比較的少ない地域ではありますが、今後、地元購買率を高めていくことが重要であります。

◇県内の他市と地元購買率（品目総合）での比較

(単位：%)

	盛岡市	花巻市	北上市	奥州市 水沢区	奥州市 江刺区	一関市	遠野市	宮古市	大船渡市	陸前高田市	釜石市	久慈市	二戸市
H10	97.4	94.2	89.8	90.0	78.5	94.7	89.9	96.6	93.1	83.7	82.6	91.4	87.9
H15	96.4	91.5	94.4	89.2	71.9	91.1	86.7	94.4	91.3	82.7	79.2	91.5	87.5
H20	97.5	89.5	93.8	87.2	66.8	91.2	85.6	92.1	90.0	79.2	78.7	90.7	88.4



※資料：岩手県広域消費購買動向調査

③食料品の地元購買率の県内における他市との比較

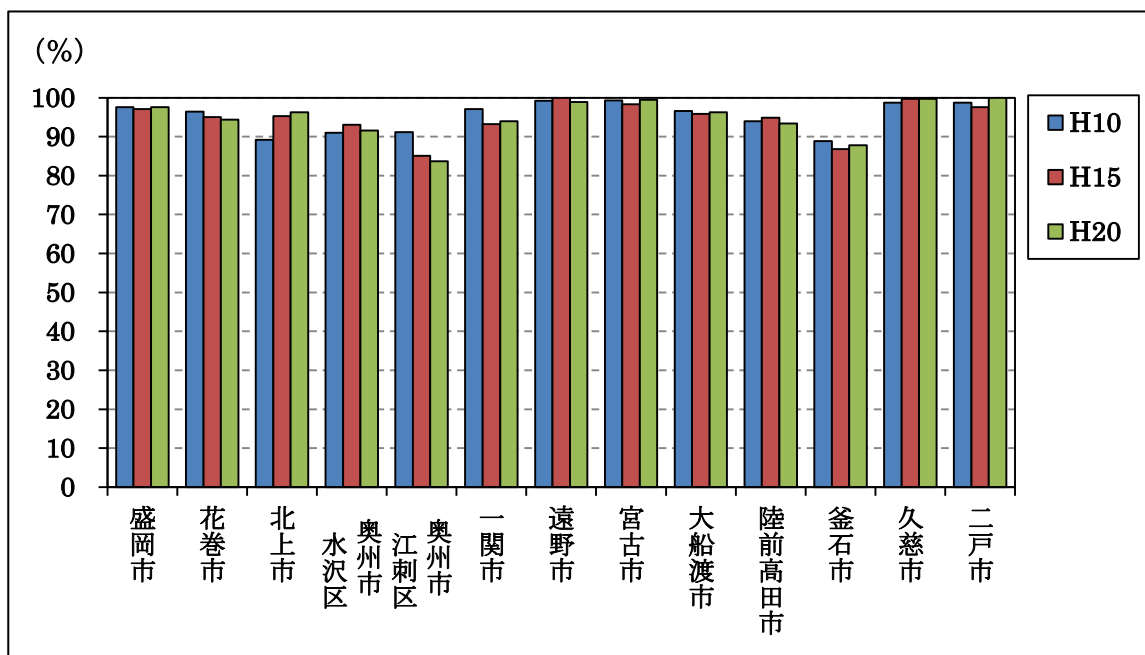
本市の食料品の地元購買率は増加傾向にあり、特に平成10年から15年の間で増加しています。これは、近年になってから市内の各地域で大規模小売店舗が立地したことが理由として考えられます。

また、平成20年の時点で本市よりも地元購買率が高い数値となっている市は数か所ありますが、本市のように平成10年から平成20年の間で、増加傾向が続いている市は少なく、今後はこの増加傾向をいかに継続させていくかが課題のひとつとなります。

◇県内の他市と地元購買率（食料品）での比較

(単位：%)

	盛岡市	花巻市	北上市	奥州市 水沢区	奥州市 江刺区	一関市	遠野市	宮古市	大船渡市	陸前高田市	釜石市	久慈市	二戸市
H10	97.6	96.4	89.2	91.0	91.2	97.1	99.2	99.3	96.6	94.0	88.9	98.7	98.7
H15	97.1	95.0	95.3	93.1	85.1	93.2	100.0	98.3	95.9	94.9	86.8	99.7	97.6
H20	97.6	94.4	96.3	91.6	83.7	94.0	98.9	99.5	96.3	93.4	87.8	99.7	100.0



※資料：岩手県広域消費購買動向調査

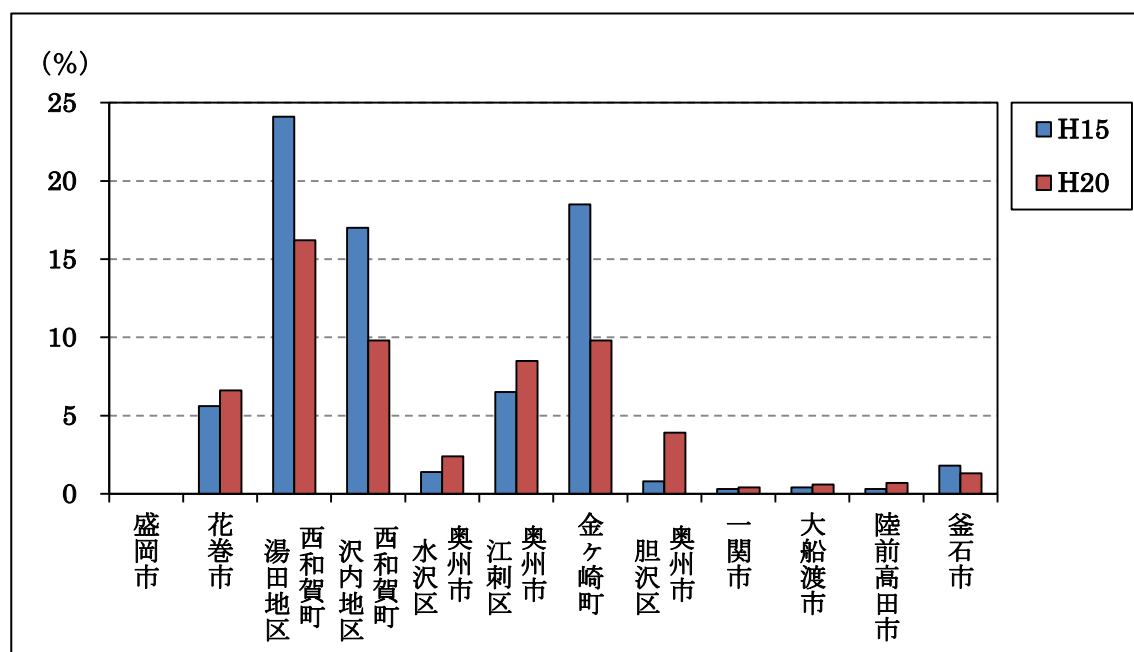
④他市から流入してくる消費者の推移

県内の他市から本市への消費者の流入は、平成15年の時点では西和賀町や金ヶ崎町から特に多く、距離が開くにつれてその割合は減っていく傾向にありましたが、大規模小売店舗が各地域に進出したことなどにより、平成20年には、距離の近い地域であっても流入率が大きく下がっている地域もあります。しかし、流入の無い盛岡市に対し、ほぼ同じ距離にある沿岸の一部の市からは流入があり、その割合も少数ながら増加しています。これらの結果は、都市の規模や位置関係、商業施設の数等に加え、交通機関の基盤整備によっても変化していると考えられます。

◇他市の消費者のうち、北上市で買い物をする人口の割合

(単位：%)

	盛岡市	花巻市	湯田地区 西和賀町	沢内地区 西和賀町	水沢区 奥州市	江刺区 奥州市	金ヶ崎町	胆沢区 奥州市	一関市	大船渡市	陸前高田市	釜石市
H15	0.0	5.6	24.1	17.0	1.4	6.5	18.5	0.8	0.3	0.4	0.3	1.8
H20	0.0	6.6	16.2	9.8	2.4	8.5	9.8	3.9	0.4	0.6	0.7	1.3

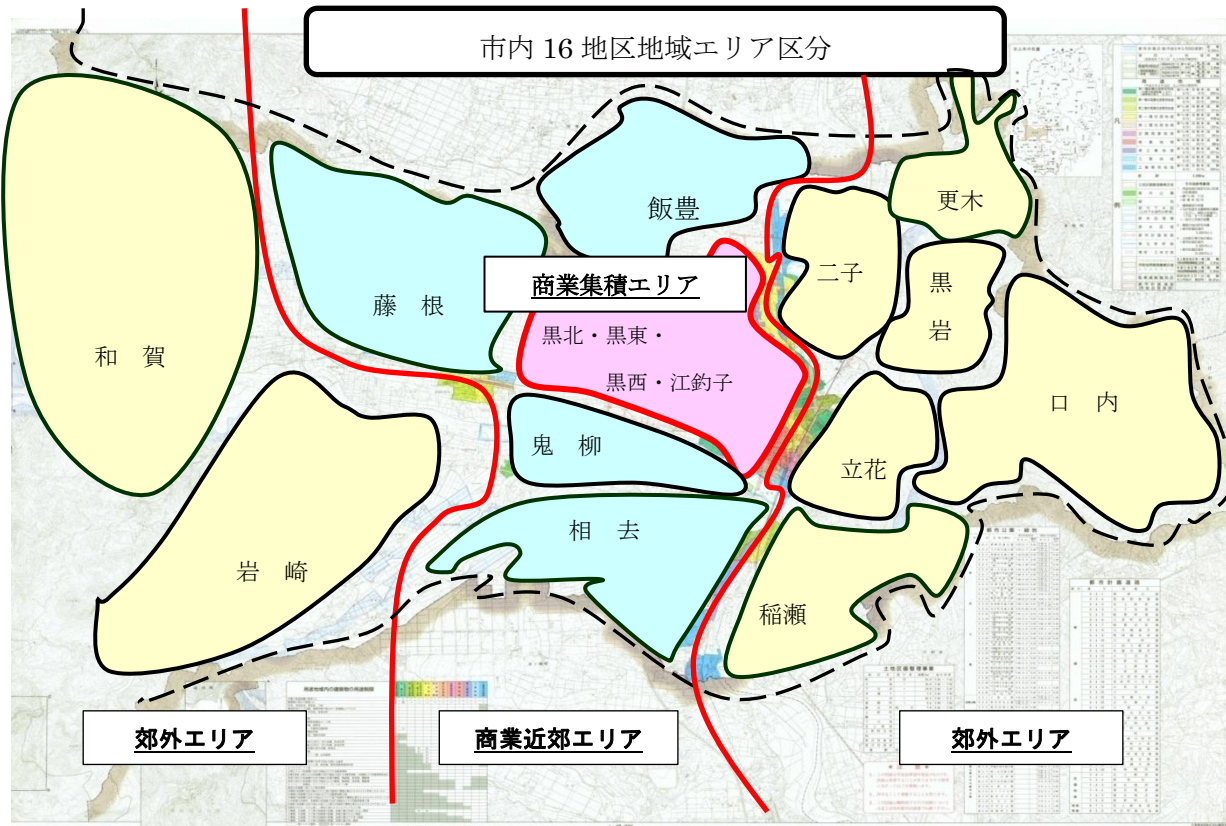


※資料：岩手県広域消費購買動向調査

第4章 北上市の商業を取り巻く現状と課題

市民とのワークショップ、市内16地区との意見交換会、商店街実態調査及び各種統計調査結果を踏まえ、北上市のエリアを次のとおり3つに分類し、商業を取り巻く現状と課題を整理しました。

1 地域エリアの位置づけ



(1) 商業集積エリア（黒沢尻北、黒沢尻東、黒沢尻西、江釣子地区）

ツインモールプラザ、江釣子ショッピングセンターパルを中心とした商業集積地であり、このエリア内には、5つの商店街振興組合と7つの商店会があります。日常生活用品を中心とした店舗や飲食店に加え、専門性の高い店舗などの郊外型商業施設が増加しており、市外からも多くの来街者が来ているエリアです。しかし既存の商店街（会）の振興につながっておらず、様々な課題が生じていることから、その対応が必要なエリアです。

(2) 商業近郊エリア（飯豊、相去、鬼柳、藤根地区）

ロードサイドを中心に郊外型大型小売店舗が点在し、また藤根地区や飯豊地区には地元商店会もあり、消費者が、徒歩、自転車、又は自動車を利用して買い物しているエリアです。しかし、地元商店数は、大型小売店舗の進出などにより減少しており、近くで買い物できる場所が少なくなっています。また自動車を利用できない高齢者にとっては買い物に不便を生じており、その対応が必要なエリアです。

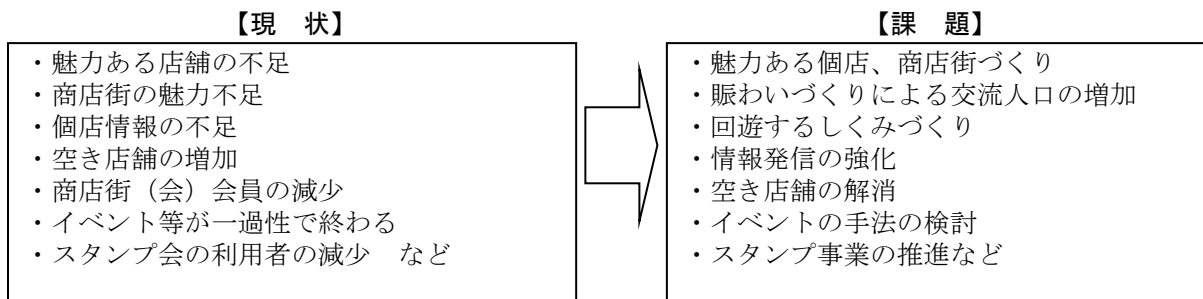
(3) 郊外エリア（立花、二子、更木、黒岩、口内、稲瀬、和賀、岩崎地区）

地域密着型の顧客を持つ地元商店がなくなりつつあるエリアで、消費者が、主に自動車やバス、タクシー電車などの交通機関を利用して、日常生活用品などを商業集積エリアや商業近郊エリアまで買い物しています。しかし公共交通であるバスの本数も少なくなり、人口の減少、高齢化が進んでいるこのエリアでは、買い物に不便をきたしている方が多く、行政、地域、民間等の協働による取組みが必要なエリアです。

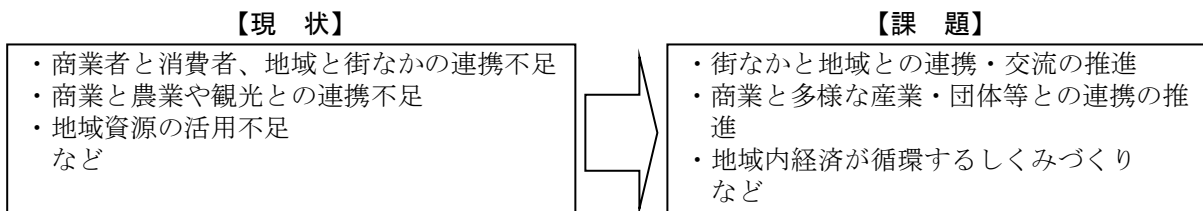
2 北上市の商業を取り巻く現状と課題

(1) 商業集積エリア（黒沢尻北、黒沢尻東、黒沢尻西、江釣子地区）

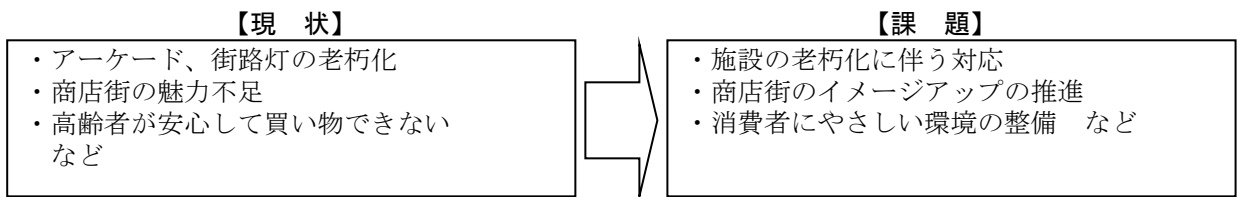
①商店街・商店会に関する現状と課題



②地域・団体等との連携に関する現状と課題

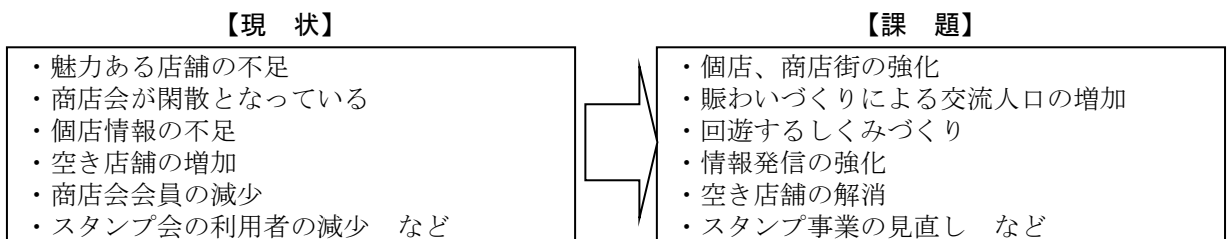


③商業環境に関する現状と課題

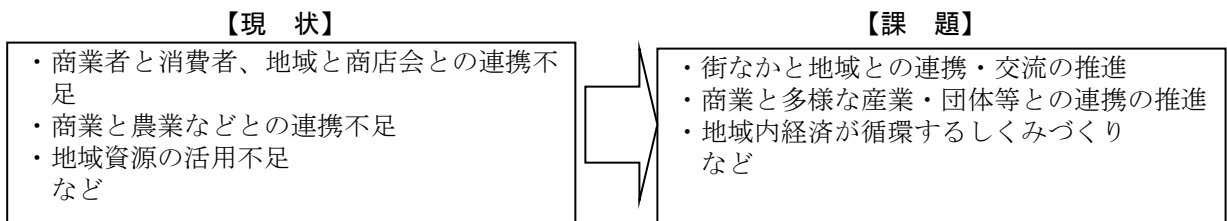


(2) 商業近郊エリア（飯豊、相去、鬼柳、藤根地区）

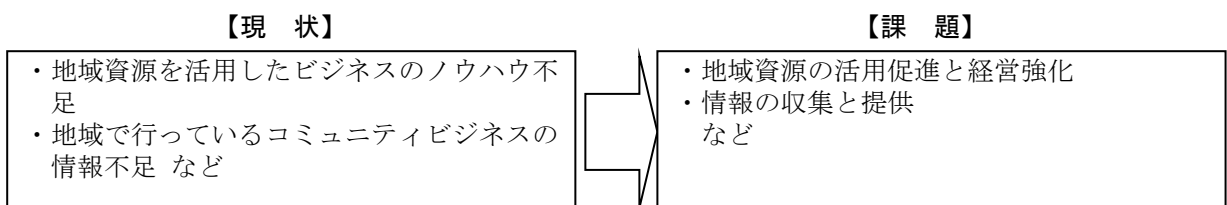
①商店会に関する現状と課題



②地域・団体等との連携に関する現状と課題



③コミュニティビジネスに関する現状と課題



(3) 郊外エリア（立花、二子、更木、黒岩、口内、稲瀬、和賀、岩崎地区）

①地域・団体等との連携に関する現状と課題

【現状】

- ・ 商業者と消費者、地域と商店会との連携不足
- ・ 商業と農業などとの連携不足
- ・ 地域資源の活用不足など

【課題】

- ・ 街なかと地域との連携・交流の推進
- ・ 商業と多様な産業・団体等との連携の推進
- ・ 地域内経済が循環するしくみづくりなど

②コミュニティビジネスに関する現状と課題

【現状】

- ・ 地域資源を活用したビジネスのノウハウ不足
- ・ 地域で行っているコミュニティビジネスの情報不足など

【課題】

- ・ 地域資源の活用促進と経営強化
- ・ 情報の収集と提供など

③買い物環境に関する現状と課題

【現状】

- ・ 地元商店の減少
- ・ コミュニティの場がなくなっている。
- ・ 高齢者等が買い物に不便を生じている。
- ・ 公共交通機関が減っている。
- ・ 企業等が行っている宅配サービス等の情報提供不足
- ・ 移動販売車が来なくなったなど

【課題】

- ・ 買い物場所や買い物手段の確保
- ・ 買い物困難者への対応
- ・ 買い物ニーズに対応した情報提供など

第5章 将来像と基本方針

将来像

みんなで育てる商いの花

本市の商業振興よるまちづくりは、これまでは中心市街地を中心とし、再開発ビルの建設や道路の拡幅などの都市整備と合わせて振興を図る施策を行い、街なかの地元商店、商店街（会）の活性化に取り組んできたところであります。その結果、再開発ビルには市内はもちろん、市外や県外からも客を呼び込むことに成功し、利便性の向上や雇用の創出などにも大きく貢献してきたところであります。

しかし一方では、周辺商店街の振興につながっておらず、街なかの賑わいが図られていないことや、空き店舗の増加などにより商店街振興組合の運営にも影響を来しております。また地域の商店、商店会は、大型小売店舗の進出やコンビニエンスストアの影響により、売上が減少し、地域から商店がなくなるなど厳しい状況になっており、商業者、商店街（会）だけの取組みでは、難しい状況であり、大きな転換期に来ております。

今後、本市のまちづくりにおいて、地元商店、商店街（会）が地域コミュニティの核として賑わうとともに、子供からお年寄りまで安心して買い物ができる商業の振興を図っていくためには、消費者ニーズに対応した地元商店、商店街（会）の魅力づくりとやる気が重要であり、また消費者も地元で買い物する意識を高めていくことや、コミュニティビジネスの推進、地域と街なかとの連携・交流や市民との協働による取組みなどにより地域内経済が循環することで、商業の振興による大きな花が咲き開くまちづくりが必要です。

このことから商業の振興には、市民や商店・商店街（会）、地域、商工会議所、市等がみんなで一緒に商いという花を育てていくことが重要であるという観点から、この将来像を掲げ、その実現を図ってまいります。

基本方針

北上市の商業の将来像を実現していくためには、これまでのような大掛かりなハード整備中心の振興策ではなく、既存の商業施設を有効活用し、個々の商業者、商店街（会）の意欲的な販促活動とともに、消費者、地域、行政、商業団体等を巻き込んだ新たな商業活動の推進し、地元購買率を高めていくことが重要であると考えます。このため将来像に向かった商業振興を図るために以下の5つの基本方針に基づき、重点強化エリアを設定し、その実現を目指します。

1 消費者ニーズに対応した商店・商店街の形成と賑わいづくり

《重点強化エリア：商業集積エリア・商業近郊エリア》

商いの原点に立ち返り、顧客のニーズに対応した魅力ある店舗、商店街がお客様の満足度を高めることから、商業集積エリアと商業近郊エリアを重点強化エリアとし、組織の経営強化や人材育成を行い、何度も足を運びたくなる、立ち寄ってみたいと感じるような魅力ある商店、商店街（会）づくりに取り組むとともに、地域、地元住民と密着したイベント等により賑わいによるまちづくりを行い、持続可能な地元商いの活性化を図ります。

2 交流・連携による地域内消費の拡大

《重点強化エリア：市内全域エリア》

地域内循環による商業の振興を図るためには、消費者を巻き込んだ交流や連携が重要です。このため、市内全エリアを対象とし、街なかにおいては、消費者との協働による取組みや中心市街地活性化の役割を担っている北上都心開発㈱と商店街の連携強化、さらには産業や民間企業等と商店街との交流・連携を積極的に推進し、一方地域においては、地元消費者と商店会との交流や連携を行い、安全・安心な地元資源を市民に広く情報提供することで地域内経済が循環し、活性化する仕組みを形成します。

3 地域課題の解決に向けたコミュニティビジネスの推進

《重点強化エリア：商業近郊エリア・郊外エリア》

地域内で生産者、商業者、消費者へと流通が循環することは、お互いの利益を創造し、地域経済全体の発展に寄与するものであります。さらに、地域の安全な資源で生産され、消費される循環型のしくみは、話題性も高く、地域の活性化にもつながります。このようなことから、商業近郊エリアと郊外エリアを重点強化エリアとし、新たな産業活動の取組みの支援や組織体制の強化、経営者の育成、販路拡大の推進を図り、地元資源を有効に活用したコミュニティビジネスによる地域経済の活性化を図ります。

4 地域における買い物環境の充実

《重点強化エリア：郊外エリア》

車を運転できない高齢者や交通機関等がなく遠くまで買い物できない方などが安定的に日用品等を購入できる買い物環境を維持するため、郊外エリアを重点強化エリアとし、地域、各種団体、事業者等との連携や支援を行い、さらに市民への情報発信などを行いながら、商業サイドの視点で地域における買い物環境の充実を図ります。

5 安全・安心な商業環境の整備

《重点強化エリア：商業集積エリア》

市内商店街（会）で市民が安心して買い物ができるよう、商業集積エリアを重点強化エリアとし、商業施設の維持管理、改修等の支援を行い、安全確保を図るとともに、市民の利便性の向上に向けた商業環境の充実に取組みます。

商業振興の指標と目標

項目	現状値	中間目標値 平成 27 年度	目標値 平成 32 年度
地元購買率 (消費購買動向調査)	93.8% (H20 年度)	95.0%	97.0%
中心市街地の平日歩行者 数(自転車含む) (北上市交通量調査)	1,805 人 (H23 年度)	2,300 人	2,500 人
市内 5 商店街振興組合の 年間商品販売額 (商業統計調査)	116 億円 (H20 年度)	120 億円	125 億円
市内卸・小売業の年間商品 販売額 (商業統計調査)	2,305 億円 (H20 年度)	2,400 億円	2,500 億円

※①「中心市街地歩行者数」は北上市が毎年行う交通量調査で、本通り二丁目(岩銀北上支店前)、新穀町一丁目(旧菊池屋旅館前)、芳町1番(北上市役所東側)の3地点の上下平均値です。

※②「消費購買動向調査」は岩手県が5年に1回実施しているものです。

※③「商業統計調査」は経済産業省が実施するもので、次回調査は平成26年に実施する予定です。

商業振興に向けた役割分担

市民・地域への期待

まちづくりの主体である市民・地域は、商業の振興が市民生活の向上と地域の活性につながることへの理解を深め、地元事業者や事業者が提供する良質な商品を積極的に購入していただくとともに、商店街（会）・事業者等が行う賑わいづくりや、市・地域経済団体が行う商業振興に関する施策に積極的に参加や協力をしていただくことを期待します。

商店・商店街（会）の役割

商店・商店街（会）は、地域商業ビジョンの実施事業を積極的に活用し、自らの総意工夫により経営基盤の強化に努め、多様化する消費者ニーズに対応し、多くの市民が安心して買い物に来てもらうような魅力ある個店づくり、商店街（会）づくりを行うとともに、積極的に消費者との交流・連携を図りながら商店街（会）を中心とする賑わいのある地域コミュニティの形成とまちづくりに努める役割を担います。

商工会議所の役割

商工会議所は、地域の総合経済団体として、地域経済の活性化を図るため、地元小売店や商店街の経営基盤の強化支援や人材育成支援など、これまで担ってきた役割を更に強化するとともに、行政と協力し、商業の活性化に関する様々な主体のパイプ役としての役割を担います。

行政の役割

行政は、地域住民の日常生活を支え、コミュニティ空間としても機能してきた既存商業地を維持発展させるため、多様な連携や交流による魅力ある商店街（会）づくりやまちづくりと一体となった商業空間の形成に自発的に取り組む商店・商店街（会）等に対して積極的な支援を行うとともに、地域資源の活用推進や日常の買い物に支障をきたしているなどの地域課題を解決するため、商業サイドからの支援を行い、生活利便性の高い良好な商業環境の創出を図る役割を担います。

第6章 商業振興の実施プロジェクト

北上市総合計画の基本方針の実現に向け、前章で示した商業振興の基本方針に基づき、行政、事業者、商工会議所、市民との連携のほか、他市町村との広域連携を図りながら、厳しい財政状況の中で、実施主体の熟度や地域の実情に応じて優先順位を適切に判断し、実施プロジェクトを着実に推進します。

1 施策の体系

基本方針	実施プロジェクト
【方針1】 消費者ニーズに対応した商店・商店街の形成と賑わいづくり	① 商店街強化プロジェクト
	② 個店経営強化プロジェクト
	③ 賑わいづくり促進プロジェクト
【方針2】 交流・連携による地域内消費の拡大	① 地域連携推進プロジェクト
	② 産業連携推進プロジェクト
	③ 団体等連携推進プロジェクト
【方針3】 地域課題解決に向けたコミュニティビジネスの推進	① 組織体制強化プロジェクト
	② 販路拡大推進プロジェクト
【方針4】 地域における買い物環境の充実	① 地域応援プロジェクト
	② 情報発信プロジェクト
【方針5】 安全・安心な商業環境の整備	① 商業環境整備プロジェクト

2 実施プロジェクト

北上市では、第5章で掲げた将来像を実現するため、今後5つの基本方針に基づき、取り組んでいく実施プロジェクトは、次のような施策が考えられますが、実施していく中で、このほかにも基本方針に基づき必要に応じた施策を検討し展開していきます。

【方針1】 消費者ニーズに対応した商店・商店街の形成と賑わいづくり

【重点強化エリア：商業集積エリア、商業近郊エリア】

①商店街強化プロジェクト

■実施内容

- 何度も訪れたいと思う商店街（会）をつくるため、時代の変化や消費者ニーズを把握し、それらに対応した商業展開ができるよう、商店街再生計画策定の支援や商店街（会）組織の強化と魅力創出に向けた支援を行います。
- 消費者が今地元商店街（会）や商店に望むもの、買い物の実態など把握するため、情報収集を行うとともに、あらゆる媒体等を活用し、地元商店、商店街（会）の情報を生活者や市民に伝え、地域内消費の拡大に取り組みます。
- 商店、商店街に対して、国や商店街支援団体等の事業を情報収集し積極的に情報提供し、市や商工会議所と連携しながら事業の推進を図ります。

～主な取り組み～

◇商店街巡回アドバイス事業（●実施主体：市・商工会議所）

商店街（会）が抱える課題は、個々に異なることから、市と商工会議所が連携し、定期的な市内商店街（会）の巡回相談や理事会等の会議に参加し、組合が抱えている課題の解決方法や支援制度などのアドバイスをを行います。

◇商店街再生計画支援事業（●実施主体：商店街（会） ★支援：市・商工会議所）

住民ニーズに対応した、魅力ある商店街（会）を創出するため、新たに商店街（会）が自ら取り組む再生計画の策定に対して支援します。

◇やる気ある商店街応援事業（●実施主体：商店街（会） ★支援：市・商工会議所）

商店街の魅力創出や組織の強化を図るため、商店街（会）が創意工夫し計画した実施事業について、事業内容を精査した上で支援を行い、商店街（会）を応援します。

◇地域空き店舗応援事業（●実施主体：商店街（会） ★支援：市・商工会議所）

商店街（会）の空き店舗の解消を図るため、空き店舗支援範囲を拡大し、地域のコミュニティや商い等を行う為の改修費用や家賃支援制度を検討し支援を行います。

◇空き店舗情報バンク事業（●実施主体：商工会議所 ★支援：市）

市内商店街（会）エリアにあり空き店舗の情報をホームページなどに紹介するとともに、経営相談等のアドバイスをを行い、空き店舗の解消を図ります。

◇グループインタビュー調査事業（●実施主体：市・商工会議所）

これまでのような不特定多数からの消費者ニーズ調査ではなく、消費者の形態（グループ）ごとに調査を行い、その結果を商店街（会）や商業者へ情報提供します。

②個店経営強化プロジェクト

■実施内容

- 商店街（会）の賑わいの創出には、イベントやハード整備だけでなく、恒常的に顧客を惹きつけるマグネットのような魅力ある個店が必要なことから、市民が何回でも買い物に来たくなる魅力的な店づくりや個店の経営強化を図ります。
- 市内個店の経営基盤強化図るため、利子補給、保証料補給を行い、事業資金の円滑な確保を図るとともに、金融機関と連携し支援を行います。

～主な取組み～

◇商い訪問応援事業（●実施主体：市、商工会議所）

地元商店は、それぞれ異なる悩みを抱えていることから、市と商工会議所が、定期的に市内の地元商店を訪問し、経営実態や今後の取組みなどの聴き取り調査を行い、データベース化を図り、支援制度などのアドバイスを行い、個店の強化を図ります。

◇経営相談強化事業（●実施主体：商工会議所）

商工会議所が、経営の安定化や新事業に意欲的に取り組む事業者に対し、各分野の専門家の派遣、経営相談、経営指導を行います。

◇中小企業融資利子補給事業（●実施主体：市）

市内個店の経営基盤の強化を図るため、市及び県の融資制度を積極的に情報提供するとともに、その融資に係る貸付利息に対して、その一部を市が負担することにより、事業資金のより円滑な確保を図ります。

◇中小企業融資保証料補給事業（●実施主体：市）

市内個店の経営基盤の強化を図るため、市融資制度を積極的に情報提供するとともに、その融資に付される信用保証について、それに係る保証料の一部を市が負担することにより、事業資金のより円滑な確保を図ります。

③賑わいづくり促進プロジェクト

■実施内容

- まちの魅力を創造し、高めていくことは、来街者の増加や商店街の集客数の向上につながることから、商店街（会）、北上都心開発(株)等が行う、地元住民などを巻き込んだ、「楽しい場所」「うれしい場所」といった消費者ニーズに対応した賑わいづくりを推進するとともに、イベント等の取組みに対して支援します。

～主な取組み～

◇商店街賑わいづくり支援事業（●実施主体：商店街（会） ★支援：市）

商店街（会）が、地域や市民に親しまれる賑わいづくりや誘客につながるイベントなどを行い、街なかや地域が活性化する事業に対して支援を行います。

◇出会い・ふれあい交流事業（●実施主体：商工会議所） ★計画主体：市）

「街コン」、「企業間交流」、「婚活イベント」など様々な市民や企業等の交流の場を作ることで、市内小売店や飲食店等の活性化と認知度の向上、街なかの賑わいづくりを図ります。

◇商店街イメージアップ支援事業（●実施主体：商店街（会）、★支援：市）

商店街（会）に花と緑の空間を創出し、訪れる人に安らぎを与え、商店街（会）の回遊が図られるよう花壇整備やハンギングバスケットなど緑化推進事業に取り組み、商店街（会）のイメージアップを図る取組みに対して支援を行います。

【方針2】 交流・連携による地域内消費の拡大

【重点強化エリア:市内全域エリア】

①地域連携推進プロジェクト

■実施内容

- 地元商店・商店街（会）の活性化を図るため、地域住民との協働による取り組みにより、地域内経済の循環を推進していきます。
- 地域資源を活用し、地域と街なかや地域と地元商店会との交流・連携により、地産地消の促進、流通ルートの確立などによりお互いの利益を創造していくような、地域内経済が循環していく取り組みを推進します。

～主な取り組み～

◇産直交流支援事業（●実施主体：商店街（会）・地域 ★支援：市、商工会議所）

商店街（会）等と地域が連携し、商店街（会）の賑わいや地元農産物等の地産地消を図るため、空き店舗やせせらぎ緑道を活用した産直交流を推進するとともに、様々な交流事業に対して支援をします。

◇地域連携推進支援事業（●実施主体：商店街（会）・地域 ★支援：市）

地域と地元商店街（会）が連携し、地域活性化と商業振興を図るために行う事業に対して、支援を行います

②産業連携推進プロジェクト

■実施内容

- 農業、工業、観光、商業等の各産業が保有する様々な資源を有機的に連携させ、新たな付加価値の創造や、マーケットの掘り起し等を促進し、地域内消費を拡大するとともに、各団体との連携により商業の活性化を図ります。

～主な取り組み～

◇北上ニューツーリズム推進協議会連携事業（●実施主体：市）

観光客を呼び込んだ商業振興を図るためには、あらゆる情報を収集し、観光イベントや物産PR事業などと連携した取り組みが必要であることから、北上ニューツーリズム推進協議会と連携した商業振興を推進します。

◇農商工連携推進事業（●実施主体：市）

農家等農商工連携や6次産業化に係る相談・情報提供等の側面支援を実施するとともに、6次産業化や農商工連携を推進するための市内の農業者、商工業者等による協議会組織を立ち上げ、情報の共有や事業化に向けた研修会等を行い、事業の推進を図ります。

◇観光イベント連携支援事業（●実施主体：商店街（会）等、★支援：市・商工会議所・観光協会）

商店街（会）等が、さくら祭りや芸能まつり等の観光イベントと連携し、観光客を地元商店、商店街（会）に呼び込むことで、地域内消費の拡大や地元商店の活性化に取り組む事業に対して支援を行います。

◇産直交流支援事業【再掲】（●実施主体：商店街（会）・地域 ★支援：市、商工会議所）

商店街（会）等と地域が連携し、商店街（会）の賑わいや地元農産物等の地産地消を図るため、空き店舗やせせらぎ緑道を活用した産直交流を推進するとともに、交流事業に対して支援をします。

③ 団体等連携推進プロジェクト

■ 実施内容

- 地元商店・商店街（会）や地域の活性化を図るため、他市町村との連携、商店、商店街（会）同士の連携や、第三セクターやNPO等との連携により、地域内経済の循環を推進していきます。

～主な取組み～

◇ がんばるグループ支援事業（●実施主体：商業者・地域・NPO等 ★支援：市）

商店街（会）の枠を越えた商業者同士、地域の有志、第三セクター、及びNPO等が連携し、商いにより中心市街地や地域の商業の活性化や地域課題の解決等に取り組む事業に対して支援を行います。

◇ 地元消費拡大支援事業（●実施主体：商工会議所・商店街（会） ★支援：市）

商業会議所、地元商店等が連携し、地域内経済を活性化するため、地域商品券の発行など、地域通貨を活用した地元消費拡大の推進する取組みに対して支援を行います。

【方針3】 地域課題解決に向けたコミュニティビジネスの推進

【重点強化エリア：商業近郊エリア、郊外エリア】

① 組織体制強化支援プロジェクト

■ 実施内容

- 地域が抱える課題を解決するため、地域やNPO等が地域資源を活用したコミュニティビジネスに対して、その基盤体制の強化を支援します。
- 消費者ニーズが多様化している中で、そのニーズに対応したコミュニティビジネスの推進を図るため、経営者の育成を図ります。

～主な取組み～

◇ 組織強化応援事業（●実施主体：地域・NPO等 ★支援：市）

既存制度「地域資源活用施設設置支援補助金」を拡充し、地域資源を活用したコミュニティビジネスを行う団体等の運営が安定的に行われるよう支援を行います。

◇ 経営者育成強化事業（●実施主体：市、商工会議所）

地域やNPO等がコミュニティビジネスに取り組むためには、その経営力の強化が重要であることから、各種団体等の派遣事業を活用し、相談会やセミナー等を行い、経営者の育成・強化に取り組みます。

◇ 経営相談強化事業【再掲】（●実施主体：商工会議所）

商工会議所が、経営の安定化や新事業に意欲的に取り組む商業者に対し、各分野の専門家の派遣、経営相談、経営指導を行います。

② 販路拡大推進プロジェクト

■ 実施内容

- 地域課題解決に向けたコミュニティビジネスにおいて、様々な連携とPRを支援し販路拡大を推進します。

～主な取組み～

◇ 販路拡大応援事業（●実施主体：商業者・地域・商工会議所 ★支援：市）

地元消費の拡大と販路拡大を図るため、様々な団体等との連携市内外のイベント等の出店、ブランド化の推進、情報発信等の支援を行います。

【方針4】 地域における買い物環境の充実
【重点強化エリア：郊外エリア】

①地域応援プロジェクト

■実施内容

●買い物困難地域の解消を図るため、地域、企業、商店、NPO等が新たに取り組む宅配サービスや買い物支援ビジネスについて取り組む事業に対して支援します。

～主な取り組み～

◇買い物困難地域支援事業（●実施主体：地域・商店街（会）・NPO等 ★支援：市）

身近な商店街の減少や高齢化により、日常の買い物が困難な状況におかれた人に、地域やNPO、商店街（会）等が行う買い物支援サービス事業について、関係機関と連携を図りながら支援を行います。

◇がんばるグループ支援事業【再掲】（●実施主体：商業者・地域・NPO等 ★支援：市）

商店街（会）の枠を越えた商業者同士、地域の有志、任意団体、及びNPO等が連携し、商いにより中心市街地や地域の商業の活性化や地域課題の解決等に取り組む事業に対して支援を行います。

◇経営相談強化事業【再掲】（●実施主体：商工会議所）

商工会議所が、経営の安定化や新事業に意欲的に取り組む商業者に対し、各分野の専門家の派遣、経営相談、経営指導を行います。

②情報発信プロジェクト

■実施内容

●地域や企業、地元商店・商店街等が行う、買い物困難者への宅配サービスなどの情報を広く発信します。

～主な取り組み～

◇買い物応援情報発信事業（●実施主体：市・商工会議所・NPO等）

市内で宅配サービス等を行う企業、地元商店等の実体調査を行い、地元商店が減少し日常の買い物に不便をきたしている地域に、情報提供を行います。

【方針5】 安全・安心な商業環境の整備
【重点強化エリア:商業集積エリア】

①商業環境整備プロジェクト

■実施内容

- 環境への配慮と、市民の安全安心を図り、顧客や来街者に気持ちよく利用していただくため、商店街（会）等が行う、商業環境の整備の取り組みを支援します。
- また、市民が望む商業環境の形成（平面駐車場の充実、公共交通との連携等）について、公共交通や官民駐車場等の利用実態を調査しながら、安全性や利便性の向上に向けて、関係団体等と検討します。

～主な取組み～

- ◇商店街施設整備改修等支援事業（●実施主体：商店街（会） ★支援：市）
商店街（会）等が所有するアーケード、照明灯などの商業機能を高める施設を整備、改修、撤去等を行う経費について、支援を行います。
- ◇商店街照明灯支援事業（●実施主体：商店街（会） ★支援：市）
安全・安心な商店街（会）環境の維持を図るため、商店街（会）等が維持管理している照明灯に係る電気料や維持管理費用について、支援を行います。
- ◇照明灯LED化推進事業（●実施主体：商店街（会） ★支援：市）
地球温暖化防止、CO₂削減などのため、商店街等が所有する照明灯のLED化を推進し、省電力化による電気料金の軽減や保守点検の軽減を図ります。

第7章 計画の推進

1 推進体制

北上市地域商業ビジョンの計画的な推進を図るため、庁内関係課との連携を密にし、さらに市民、商業者、商工会議所等との協働により取り組みます。

(1) 庁内連絡会議の設置

商業振興における関係課が集まり情報交換を行いながら必要に応じた施策を検討します。

(2) 市と商工会議所との連携強化

商業振興の推進を図るため、市と商工会議所の連携強化を図ります。

2 計画の進行管理

外部組織による進行管理

北上市地域商業ビジョン策定委員会委員を中心とした委員で構成した新たな委員会を組織し、計画の進行管理に努めるとともに、効果を検証します。

資料編

1 北上市の概要

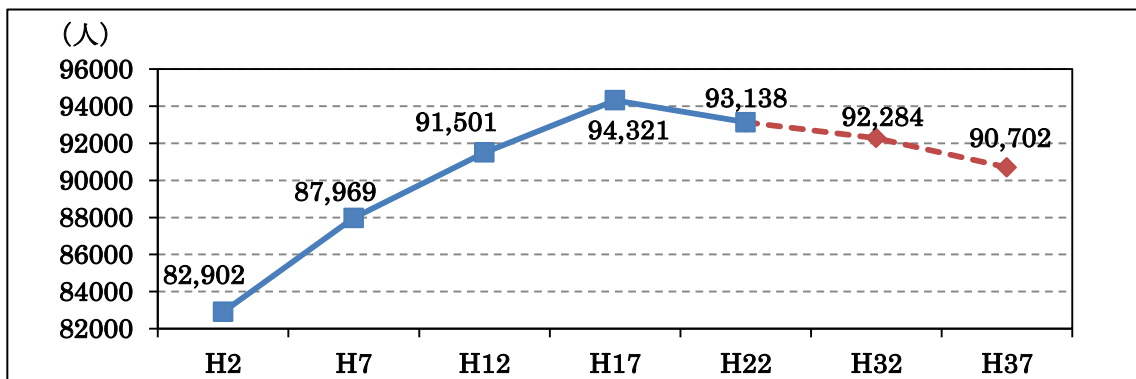
人口の現況と概要

①総人口の推移

本市の人口は平成3年の3市町村で合併後社会増（転入）を主要因として順調に増加し、平成17年には94,321人となりました。しかし、企業の業績不振等の影響を受け、平成20年度に初めて減少し、21年度も引き続き減少したものの、22、23年度は再び増加に転じました。また、国立社会保障・人口問題研究所によると、本市の人口は今後徐々に減少していくことが予想されています。

◇人口の推移

(単位：人)



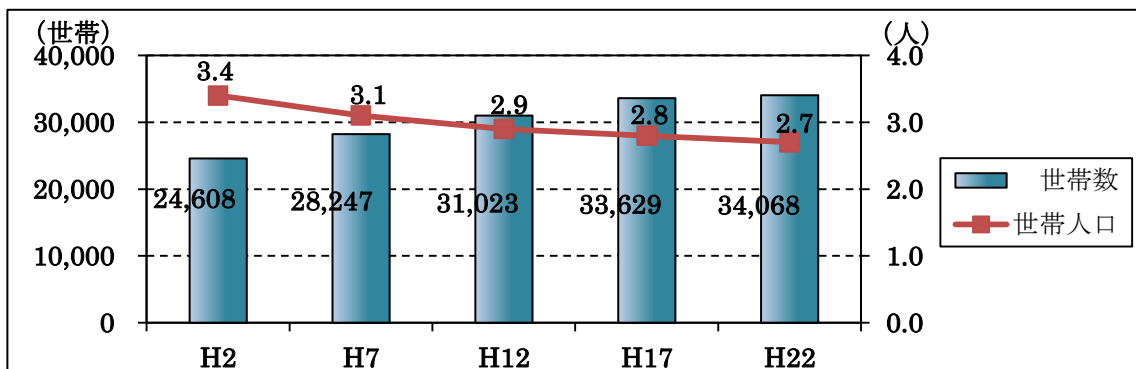
※H2～H22までは国勢調査、H32以降は国立社会保障・人口問題研究所による予測値。

②世帯数・世帯員数の推移

世帯数は増加傾向にあるものの、一世帯当たりの人口は減りつつあり、核家族化や小規模化が進んでいます。

◇世帯数と一世帯あたりの平均人口の推移

(世帯数単位：世帯 世帯人口：人)



※資料：国勢調査

③年齢別人口の推移、割合

総人口に対する年少人口（14歳以下）と生産年齢人口（15～64歳）の割合は年々減少し、逆に老年人口（65歳以上）の割合は増加しています。現在では既に老年人口の割合が年少人口の割合を上回っている状態です。

国立社会保障・人口問題研究所によると、平成32年の時点で老年人口が占める割合は27%となっており、市民の4人に1人以上が65歳以上の高齢者になると予測されています。

◇年齢別人口の推移

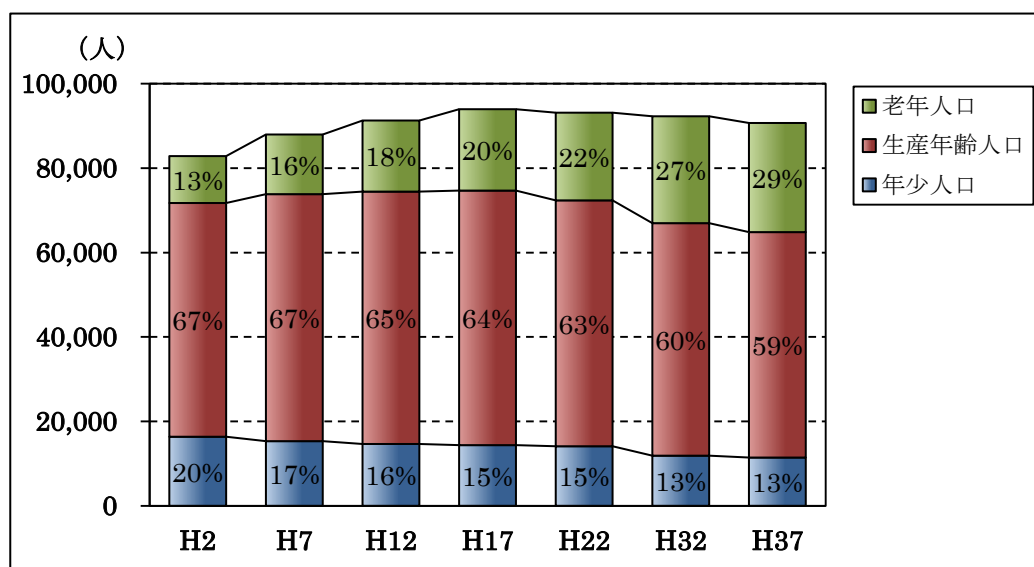
(単位：人)

	H2	H7	H12	H17	H22	H32	H37
老年人口	11,113	14,132	16,838	19,274	20,771	25,314	25,852
生産年齢人口	55,363	58,509	59,786	60,303	58,248	55,078	53,402
年少人口	16,375	15,328	14,657	14,384	14,119	11,892	11,446

※年齢不詳は除く。

◇年齢別人口の構成比

(単位：人)



※H2～H22は国勢調査、H32以降は国立社会保障・人口問題研究所による予測値。

④地域別人口

街なかに近い地域、宅地開発の進んでいる地域では人口は増加傾向にありますが、北上川東部地域や和賀、岩崎地域では減少傾向にあり、今後もこの傾向が続くものと見込まれます。

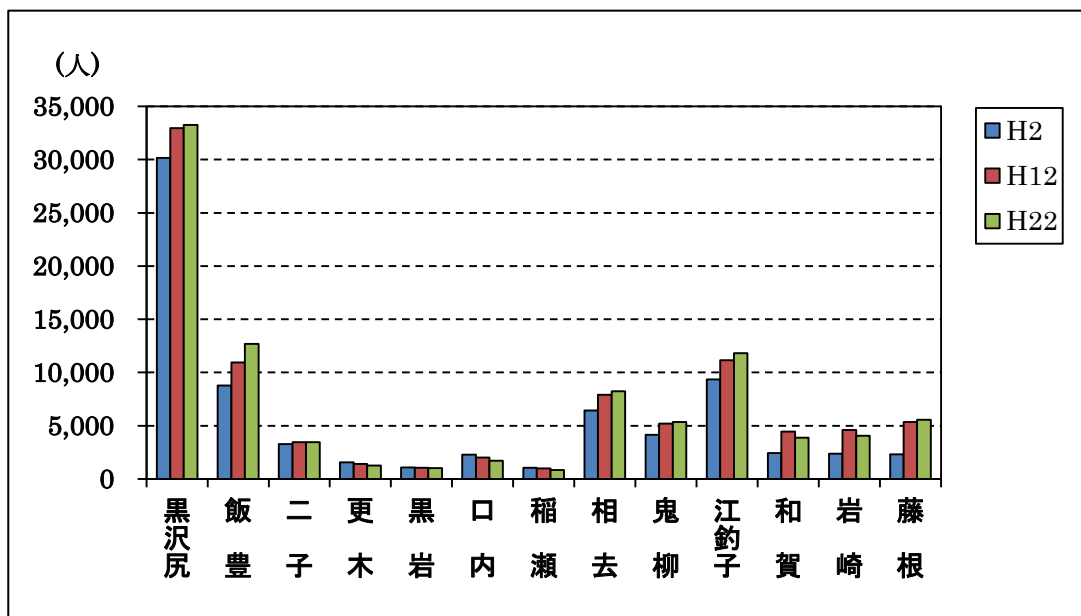
◇地域人口の推移

(単位：人)

地区	H2	H7	H12	H17	H22
黒沢尻	30,150	32,296	32,974	33,578	33,266
飯 豊	8,792	9,915	10,943	12,429	12,699
二 子	3,292	3,318	3,453	3,533	3,451
更 木	1,550	1,498	1,412	1,340	1,256
黒 岩	1,093	1,045	1,046	1,044	1,020
口 内	2,280	2,203	2,018	1,925	1,703
稲 瀬	1,044	1,015	984	911	854
相 去	6,436	6,973	7,907	8,463	8,247
鬼 柳	4,142	4,683	5,206	5,281	5,356
江釣子	9,346	10,433	11,161	11,741	11,809
和 賀	4,862	4,637	4,441	4,195	3,876
岩 崎	5,091	4,859	4,610	4,361	4,046
藤 根	4,824	5,094	5,348	5,520	5,555

◇10年ごとの地域人口の推移

(単位：人)



※資料：北上市統計書

⑤産業別就業者人口

北上市の就業者人口は平成12年を境に減少傾向にあります。

各産業別の就業人口を見ますと、平成2年では第一次産業が最も少なく、第二次産業と第三次産業はほぼ同じ割合でありましたが、年々第一次産業と第二次産業の減少が進み、現在は第三次産業が5割以上を占めており、その構成比が増加しています。

◇産業別就業者の推移

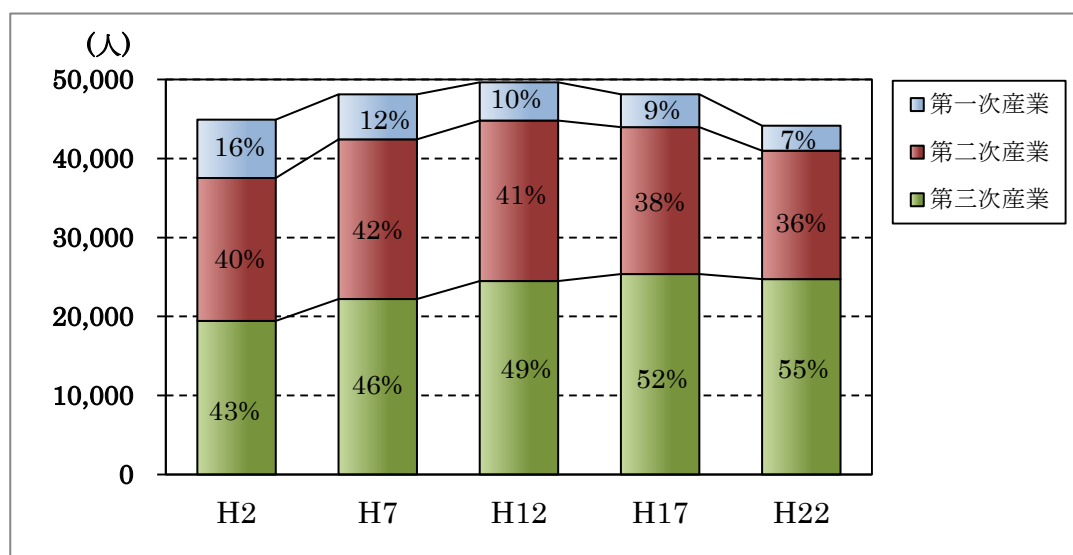
(単位：人)

	H2	H7	H12	H17	H22
第一次産業	7,385	5,695	4,840	4,162	3,165
第二次産業	18,091	20,212	20,316	18,595	16,253
第三次産業	19,435	22,208	24,482	25,367	24,727
総数	44,943	48,145	49,651	48,495	44,759

※総数には分類不能も含まれる。

◇産業別就業者割合

(単位：人)



※資料：国勢調査

第一次産業：農業、林業、漁業

第二次産業：鉱業、建設業、製造業

第三次産業：電気・ガス・熱供給・水道業、運輸・通信業、卸売・小売業、飲食店、金融・保険業、不動産、サービス業、公務ほか。

2 策定の経過

年 月 日	内 容
平成24年 1 月10日	(仮称) 北上市地域商業ビジョン策定指針：庁議決定
2 月22日	検討委員会作業部会（1回目） ・ 策定指針について ・ 策定スケジュールについて
2 月24日	第 1 回策定委員会 ・ 委嘱状の交付 ・ 商業の現状と課題について ・ 今後のスケジュールについて
4 月 2 日～ 6 月30日	ワークショップ運営業務委託：受託者 NPO法人きたかみ観光NEXT 第 1 回（5/17） 「商店街・商業環境の現状共有と問題を探る」 ・ 5グループが「北上の消費機会・場」を共通テーマとして検討。 第 2 回（5/24） 「商業環境の問題から課題を明確にし、取組みのヒントを探る」 ・ 1回目の検討をベースに、6分野のグループごとに検討。 第 3 回（6/6） 「参加者全体による課題共有と解決策の具現化のための討論会」 ・ 6分野について更に議論を深め、全体での討論会を行い、提言の骨格を検討。 第 4 回（6/20） 「ワークショップとしての提言事項の取りまとめ」 ・ 6分野において内容の補足、提言内容の確認を行う。 ※参加者25名、延べ人数69名（市民、青年会議所、商工会議所青年部・女性部、NPO、商店街（会）、市職員等）
7 月 3 日～ 7 月17日	地域との意見交換会（市内16地区） ※16地区合計：237人 対象者：自治協議会会長、副会長、行政区長、交流センター長、民生児童委員、商店会代表等
8 月 1 日	検討委員会作業部会（2回目） ・ ワークショップ、地域との意見交換会実施報告 ・ 北上市の商業における課題の整理と方向性について
8 月 9 日～ 8 月21日	北上市内商店街等実態調査（アンケート）

8月28日	検討委員会作業部会（3回目） <ul style="list-style-type: none"> ・今後の進め方について ・地域商業ビジョン構成のイメージについて ・北上市の商業における課題の整理と方向性について
9月25日	第1回検討委員会 <ul style="list-style-type: none"> ・地域商業ビジョンにおける現況・課題の整理 ・基本方針について
10月5日	第2回策定委員会 <ul style="list-style-type: none"> ・ビジョンの構成について ・ビジョンの将来像について ・ビジョンの基本方針について
10月19日	検討委員会作業部会（4回目） <ul style="list-style-type: none"> ・実施プロジェクトの検討
11月22日	検討委員会作業部会（5回目） <ul style="list-style-type: none"> ・実施プロジェクトの検討
11月28日	第2回検討委員会 <ul style="list-style-type: none"> ・地域商業ビジョンの検討
12月12日	北上商工会議所との意見交換会 <ul style="list-style-type: none"> ・北上市地域商業ビジョン（素案）について
12月17日	市内商店街（会）との意見交換会 <ul style="list-style-type: none"> ・北上市地域商業ビジョン（素案）について
12月26日	市長、副市長へ中間報告
平成25年1月11日	第3回策定委員会 <ul style="list-style-type: none"> ・北上市地域商業ビジョン（素案）について <ul style="list-style-type: none"> (1) ビジョンの構成について (2) ビジョンの将来像について (3) 実施プロジェクトについて
2月15日	議会全員協議会にて、市議会議員に対して、北上市地域商業ビジョンについて説明
2月20日～ 3月11日	パブリックコメントの募集
3月12日	北上商工会議所との協議
3月18日	第4回策定委員会 <ul style="list-style-type: none"> ・北上市地域商業ビジョン（最終案）について承認
3月21日	市長、副市長へ最終報告
3月25日	庁議決定

3 本計画策定に係る委員会委員等名簿

北上市地域商業ビジョン策定委員会委員

区分	職名	氏名	備考
委員長	富士大学経済学部教授	中村 良則	
委員	北上商工会議所小売商業部会長	吉田 建彦	
〃	岩手県中小企業団体中央会事務局次長	畠 潤一	平成 23 年度
	岩手県中小企業団体中央会連携支援部部長	佐々木 修	平成 24 年度
〃	北上市十字路商店街振興組合連合会会長	小野寺 勉	
〃	協同組合江釣子ショッピングセンター事務局長	高橋 義直	
〃	藤根商店会会長	小原 光宏	
〃	きたかみ市各種女性団体協議会理事	高橋 悦子	
〃	北上市自治組織連絡協議会代表 立花自治協会会長	三浦 啓一	
〃	和賀地区自治協議会代表 横川目 2 区自治会長	高橋 政良	
〃	北上市産地直売所連絡協議会会長	昆野 将元	
〃	北上地方生活研究グループ連絡協議会会長	小笠原キヨ	
〃	株式会社更木ふるさと興社代表取締役	小原 孝也	

北上市地域商業ビジョン検討委員会委員

区分	職名	氏名	備考
委員長	商工部長	斉藤 泰男	
副委員長	商工部商業観光課長	高橋 善孝	
委員	企画部政策企画課長	菊池 和俊	
〃	企画部地域づくり課長	佐々木 忠則	
〃	財務部財政課長	佐藤 秀城	
〃	生活環境部生活環境課長	及川 清孝	
〃	農林部農政課長	高橋 利明	
〃	商工部工業振興課長	石川 明広	
〃	建設部都市計画課長	太田 孝一	

北上市地域商業ビジョン検討委員会作業部会員

区分	職名	氏名	備考
部会長	商業観光課商業係長	小笠原 達也	
部会員	政策企画科政策推進係長	阿部 英志 金田 明	平成 23 年度 平成 24 年度
〃	地域づくり課地域支援係長	鈴木 善一	
〃	地域づくり課協働推進係長	高橋 英樹	
〃	財政課財政係長	八重樫 義正 小原 義幸	平成 23 年度 平成 24 年度
〃	生活環境課市民生活係長	高橋 礼司	
〃	農政課農政企画係長	阿部 秀樹	
〃	工業振興課工業係長	芳野 重樹	
〃	都市計画課都市計画係長	高橋 昌弘 高橋 敦史	平成 23 年度 平成 24 年度