

< 資料編 >

1. 商店街実態調査

(平成18年11月秋田市商工部商業観光課実施)

秋田市商店街連盟に加盟する35団体を対象に実態調査を実施し、33団体から回答がありました。

その集計結果は以下のとおりです。

1 貴商店街の景況についてお伺いします。

- ・約8割の商店街が、買い物客や店舗数の減少により、衰退していると考えています。

(1) 5年前と比較して商店街の景況はどうですか。

繁栄している 変わらない 衰退している わからない

0	7	26	0

(2) 5年前と比較して商店街の買い物客は増えていますか。

増えている 変わらない 減っている わからない

1	3	27	2

(3) 5年前と比較して商店街の店舗数は増えていますか。(会員以外の店舗も含みます。)

増えている 変わらない 減っている わからない

2	5	26	0

(4) 5年後の商店街はどうなっていると思いますか。

繁栄している 変わらない 衰退している わからない

1	4	21	7

2 貴商店街の環境についてお伺いします。

- ・多くの商店街で、高齢化や後継者不足を問題視しています。
- ・半数以上の商店街が、「核となる店舗あり」と回答しています。主なものは、公民館などの公共公益施設、銀行などです。

(1) 5年前と比較して商店主の平均年齢はどうなっていますか。

若返っている 変わらない 高齢化している わからない

2	1	29	1

(2) 全体として商店主の後継者はどうなっていますか。

ほとんどの店舗で後継者がいる 一部の店舗で後継者がいない
ほとんどの店舗で後継者がいない わからない

2	16	10	4

(3) 来街者が増加している客層はどれですか。(複数回答可)

学生・若者 家族連れ 主婦
ビジネスマン・OL 高齢者 觀光客
その他()

4	1	8	4	19	1	3

【その他】

- ・増加していない6団体
- ・業者1団体

(4) 商店街内の店舗の平均閉店時刻は約何時ですか。

18時頃 19時頃 20時頃
21時頃 22時頃 その他()

8	16	4	0	2	3

(5) 土日・祝祭日に営業している店舗の数は平日と比べてどうなっていますか。

多い 変わらない 少ない わからない

2	5	26

(6) 商店街の集客の核となる店舗・施設はなんですか。(公民館、病院なども含みます。)

ある(店舗・施設名) ない わからない
複数の店舗・施設がある場合は、全てお書きください。

18	14	1

【核となる施設】

回答が多い順：公共公益施設、食料品スーパー、銀行

(7) 貴商店街の売り上げ等に影響し、競争先と考える商店街・商業施設等はどこですか。

- ・ある 22団体(多くは、自分の商店街の近隣にある大型店・商業集積をあげている。)
- ・ない 11団体

3 貴商店街の大型店との関わり合いについてお伺いします。

- ・大型店を有する商店街は4割で、そのうち大型店と連携した取り組みを行っているところはほとんどありません。

(1) 商店街に大型店は何店舗ありますか。(大型店は、店舗面積が1,000m²超の物販店とします。)

3店舗以上 2店舗以上 1店舗 立地なし

5	1	8

(2) 大型店の商店街への加盟状況はどうなっていますか。

全て加盟している 一部加盟している 加盟していない

6	3	6

(3) 大型店と連携した取り組みを行っていますか。

行っている(取り組み内容)
行っていない

3	10

(4) 大型店の立地により来街者数はどうなりましたか。

増加した 変わらない 減少した わからない

3	5	4

4 今後の貴商店街の方向性等についてお伺いします。

- ・約4割の商店街が目指す方向性を個々の店舗の魅力向上・販売活動としています。
- ・商店街活性化のために、ソフト面では共同売り出しやイベント等の開催、ハード面では駐車場・駐輪場の整備や街並み統一事業が必要と考えている団体が多くなっています。

(1) 商店街の目指す方針・方向性を1つお答えください。

個々の店舗の魅力向上・販売促進 商店街全体の集客力向上 環境整備
地域社会への貢献 その他()

14	9	5	2	1

【その他】

・「若者の街をつくる」「高齢化との融合」などの回答あり。

(2) 今後重点的に取り組む必要があると考える事業はなんですか。(3つまでお答えください)

【ソフト】

- | | | |
|---------------|----------------------|------------|
| 共同売り出し等の販促活動 | イベントの開催 | 情報誌の発行 |
| 買い物代行・宅配事業 | webサイト開設 | 共同宣伝(チラシ等) |
| スタンプカード、サービス券 | クレジットカード・デビットカードへの対応 | |
| その他() | |) |

11	18	2	8	3	9	8	0	6	

【その他】

・地域振興券など

【ハード】

- | | | |
|------------|----------------|------------|
| 街路灯の整備 | アーケード・カラー舗装 | 駐車場・駐輪場の整備 |
| 公共公益施設等の誘致 | リサイクルボックスの設置 | 防犯設備 |
| バリアフリー対応 | 託児所等子育て関連施設の整備 | 街並み統一整備 |
| その他() | |) |

6	1	10	7	1	2	3	1	13	4

【その他】

・「公共公益施設移転に伴う跡地の整備、活用策」「道路の拡張」など

(3) 取り組みを推進するうえで行政に期待することはなんですか。(複数回答可)

- | | | |
|-----------|-------------|------------|
| イベント等への支援 | 商店街リーダー育成支援 | 各種研修会の開催 |
| ハード整備への支援 | コンサル等の派遣 | 空き店舗対策への支援 |
| 個店への支援 | 公共公益施設等の整備 | 特になし |
| その他() | |) |

19	5	7	7	1	9	9	5	0	4

【その他】

・「具体的な商店街振興策の提言、助言」「交通体系の見直し」「期待できない」など

5 商業振興ビジョンに関してお伺いします。

(1) 今後作成する商店街個別計画をどのように活用したいと考えていますか。

- ・わからない。活用できる計画なのか。
- ・イベントの実施。
- ・まちづくり、集客に活用する。
- ・商店街としてのアイデンティティの創造に向けて活用したい。
- ・地域の小さい商店街が生き延びることができる具体的な対応策として活用できる内容にしてほしい。
- ・今後の「地域の顔」「暮らしの広場」として親しまれる商店街づくりに大いに貢献したい。
- ・商店会のレベルにあった参考になる個別計画ならば、積極的に行動し、実効性のあるものにしたい。
- ・商店街ソフト事業の継続的活用、空き店舗対策事業の積極活用。
- ・未記入17団体。

など

2. 業種構成調査（秋田駅周辺）

(1) 業種構成調査について

調査の目的

秋田市商業振興ビジョンの基礎資料とするため、指定区域内の業種構成等を把握する目的としています。

調査の期日

この調査は、平成 19 年 3 月 26 日現在で実施しました。

調査の範囲

この調査は、指定区域(注 1)内に立地する日本標準産業分類上の「大分類 J 卸売・小売業」、「大分類 M 飲食店、宿泊業」、「大分類 P 複合サービス業」、「大分類 Q サービス業（他に分類されないもの）」に属する事業所を対象としています。

(注 1) 指定区域は、秋田市中通二丁目 4 ~ 8 番、中通四丁目 6 ~ 17 番、中通七丁目 1 ・ 2 番、千秋久保田町 1 ~ 4 番、東通仲町 4 とします。

(2) 用語の説明

日本標準産業分類

統計調査の対象における産業の範囲の確定および統計調査の結果を産業別に表章するために用いられるものであり、事業所において行われる経済活動すなわち産業を、生産される財貨又は提供されるサービスの種類(用途、機能など)、財貨生産又はサービス提供の方法(設備、技術など)、原材料の種類および性質・サービスの対象および取り扱われるもの(商品など)の種類などに着目して区分したものです。

具体的には、農業、建設業、製造業、卸売業、小売業、金融業、医療、福祉、教育、公務などすべての経済活動を、大分類、中分類、小分類および細分類の 4 段階に分類し、体系的に配列しています。

卸売業

卸売業とは、主として次の業務を行う事業所をいいます。

ア 小売業又は他の卸売業に商品を販売するもの。

イ 建設業、製造業、運輸業、飲食店、宿泊業、病院、学校、官公庁等の産業用使用者に商品を大量又は多額に販売するもの。

ウ 主として業務用に使用される商品 {事務用機械および家具、病院、美容院、レストラン、ホテルなどの設備、産業用機械(農業用器具を除く)、建設材料(木材、セメント、板ガラス、かわらなど)} を販売するもの。

エ 製造業の会社が別の場所に経営している自己製品の卸売事業所(主として統括的管理的事務を行っている事務所を除く)

オ 他の事業所のために商品の売買の代理行為を行い、又は仲立人として商品の売買のあっせんをするもの。

小売業

小売業とは、主として次の業務を行う事業所をいいます。

ア 個人用又は家庭用消費のために商品を販売するもの。

イ 産業用使用者に少量又は少額に商品を販売するもの。

飲食店

飲食店とは、主として注文により直ちにその場所で料理、その他の食料品又は飲料を飲食させる事業所をいいます。

宿泊業

宿泊業とは、一般公衆、特定の会員等に対して宿泊又は宿泊と食事を提供する事業所をいいます。

複合サービス業

この大分類には、複数の大分類にわたる各種のサービスを提供する事業所であって、法的に事業の種類や範囲が決められている郵便局、農業協同組合等が分類されます。

サービス業（他に分類されないもの）

この大分類には、主として個人又は事業所に対してサービスを提供する他の大分類に分類されない生活関連サービス業、娯楽業、廃棄物処理業、自動車整備業、広告業、政治・経済・文化団体などの事業所が分類されています。

指定区域図



調査結果の概要

(1) 概要

指定区域内に存する、卸・小売業、飲食店、宿泊業、サービス業の事業所は、729 となっており、その内訳は、卸・小売業は 501、飲食店・宿泊業は 156、複合サービス業は 1、サービス業（他に分類されないもの）は、71 となっています。

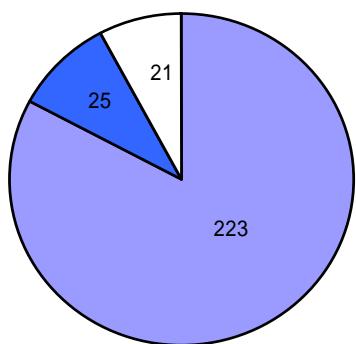
卸・小売業は大型商業施設が立地するエリアに多くあり、飲食店・宿泊業は、中通四丁目に集積しています。また、サービス業として最も多いのは、エステティックサロン、ネイルサロンなどの「その他の洗濯・理容・美容・浴場業」となっています。

秋田駅周辺住所別業種構成

(単位：事業所)

住所 / 産業分類	卸売・小売業	飲食店、宿泊業	複合サービス業	サービス業 (他に分類されないもの)	合計
秋田市中通二丁目4番	7	3	0	4	14
秋田市中通二丁目5番	1	1	0	1	3
秋田市中通二丁目6番	176	11	0	6	193
秋田市中通二丁目7番	2	1	0	2	5
秋田市中通二丁目8番	37	9	0	8	54
秋田市中通四丁目6番	2	3	0	2	7
秋田市中通四丁目7番	83	6	0	1	90
秋田市中通四丁目8番	5	1	0	0	6
秋田市中通四丁目9番	3	2	0	1	6
秋田市中通四丁目10番	0	4	0	0	4
秋田市中通四丁目11番	3	12	1	0	16
秋田市中通四丁目12番	1	0	0	3	4
秋田市中通四丁目13番	0	5	0	1	6
秋田市中通四丁目14番	8	21	0	7	36
秋田市中通四丁目15番	1	3	0	0	4
秋田市中通四丁目16番	2	28	0	2	32
秋田市中通四丁目17番	5	9	0	3	17
秋田市中通七丁目1番	36	14	0	4	54
秋田市中通七丁目2番	28	4	0	9	41
秋田市千秋久保田町1番	0	0	0	0	0
秋田市千秋久保田町2番	6	5	0	2	13
秋田市千秋久保田町3番	2	2	0	5	9
秋田市千秋久保田町4番	88	4	0	6	98
秋田市東通仲町4 - 1	5	8	0	4	17
合計	501	156	1	71	729

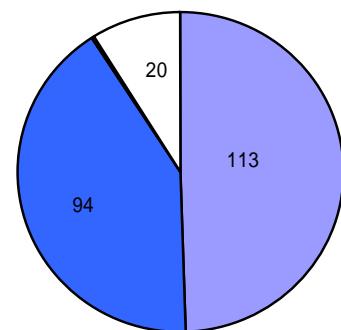
中通二丁目



■J 卸売・小売業
□P 複合サービス業

■M 飲食店、宿泊業
□Q サービス業(他に分類されないもの)

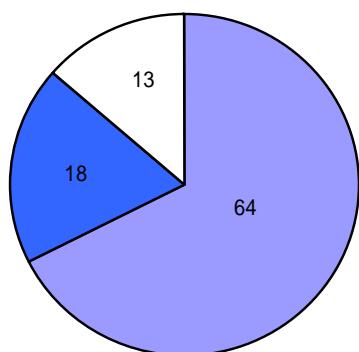
中通四丁目



■J 卸売・小売業
□P 複合サービス業

■M 飲食店、宿泊業
□Q サービス業(他に分類されないもの)

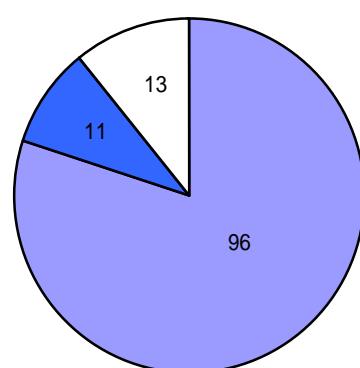
中通七丁目



■J 卸売・小売業
□P 複合サービス業

■M 飲食店、宿泊業
□Q サービス業(他に分類されないもの)

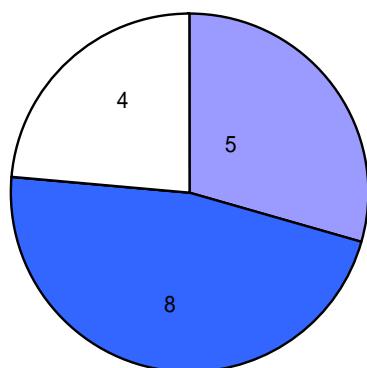
千秋久保田町



■J 卸売・小売業
□P 複合サービス業

■M 飲食店、宿泊業
□Q サービス業(他に分類されないもの)

東通仲町



■J 卸売・小売業

□P 複合サービス業

■M 飲食店、宿泊業

□Q サービス業(他に分類されないもの)

3. 秋田市商業振興ビジョン策定委員会設置要綱

(設置)

第1条 本市商業の今後のあり方や施策の方向性等について明らかにすることを目的とした秋田市商業振興ビジョン(以下「ビジョン」という。)を策定するため、秋田市商業振興ビジョン策定委員会(以下「委員会」という。)を設置する。

(所掌事務)

第2条 委員会は、次に掲げる事項を所掌する。

- (1) ビジョンの内容の審議に関すること。
- (2) その他目的達成上必要な事項に関すること。

(組織)

第3条 委員会は、委員11名以内をもって組織する。

2 委員会は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱する。

- (1) 消費者
- (2) 商業者
- (3) 行政機関の職員
- (4) 学識経験者

(委員の任期)

第4条 委員の任期は、1年とする。ただし、ビジョンが策定されたときは、解嘱されたものとみなす。

2 前項の委員に欠員が生じた場合は、補欠の委員を委嘱できるものとする。

(委員長)

第5条 委員会に委員長および副委員長を置く。

- 2 委員長および副委員長は、委員の互選によって定める。
- 3 委員長は、委員会の会務を総理し、会議の議長となる。
- 4 委員長に事故があるときは、副委員長がその職務を代理する。

(会議)

第6条 会議は、必要に応じ委員長が招集する。

- 2 委員会は、委員の過半数が出席しなければ、議事を開くことができないものとする。
- 3 委員会の議事は、出席した委員の過半数で決し、可否同数のときは、委員長の決するところとする。

(専門部会)

第7条 委員長は、第2条に係わる事項に関して、必要に応じて専門部会を設置することができる。

(事務局)

第8条 委員会の事務局は、秋田市商工部商業観光課に置く。

(委任)

第9条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営その他に関し必要な事項は、委員長が別に定める。

附 則

この要綱は、平成18年9月7日から施行する。

4. 秋田市商業振興ビジョン策定委員会、専門部会委員名簿

< 順不同、敬称略 >

秋田市商業振興ビジョン策定委員会

区分	氏名	所属団体	役職等
消費者	土田 正	秋田市老人クラブ連合会	常務理事事務局長
	千葉 陽子	秋田市消費者協会	会員
学識経験者	鈴木 彪四郎	秋田市民生児童委員協議会	会長
商業団体	一ノ関 勝義	秋田市商店街連盟	会長
	青山 鈞	秋田商工会議所	専務理事
	畠山 千萬城	河辺雄和商工会	事務局長
経営者	斎藤 一郎	株式会社ナイス	代表取締役社長
	川村 忠	協同組合秋田市民市場	理事長
行政	関根 浩一	秋田県産業経済労働部商工業振興課商業貿易室	室長
	中澤 篤志	秋田市都市整備部	部長
	佐藤 英實	秋田市商工部	部長

秋田市商業振興ビジョン専門部会

区分	氏名	所属団体	役職等
商店街	平澤 孝夫	秋田市駅前広小路商店街振興組合	理事長
	最上 真	土崎港元町商店会	会長
	伊藤 専司	大住地区商工振興会	副会長
	齊藤 育雄	川反外町振興会	代表幹事
商業団体	近江谷 功	秋田商工会議所	商業振興課長
	岡部 守	河辺雄和商工会	経営課長
行政	田口 光宏	秋田市商工部	商業観光課長

事務局

田口 光宏	秋田市商工部商業観光課長
福田 徳行	" 商業観光課課長補佐
堀 辰生	" 商業観光課商業政策担当主査
原田 浩	" 商業観光課商業政策担当主査
佐々木 克也	" 商業観光課商業政策担当主事

5. 秋田市商業振興ビジョン(本編) 策定経過

年月日	策定委員会	専門部会	調査等
平成 18 年 11 月			商店街実態調査 商店街説明会
12 月	第 1 回委員会(4 日) 策定趣旨、スケジュール、商 業の現状を協議		
平成 19 年 1 月		第 1 回部会(17 日) 商業の方向性を協議	
2 月		第 2 回部会(21 日) 商業エリア、個店の方向性 を協議、部会案とりまとめ	
3 月	第 2 回委員会(22 日) 部会案を協議、承認		業種構成調査 (秋田駅周辺)

6 . 関連用語の説明

あ行

アウトソーシング…業務を外注すること。特に、情報通信システムの設計・運用・保守を企業外の専門業者へ全面的に委託すること。資源の有効活用、費用の削減を目指して行われます。

アミューズメント…娯楽、遊戯のこと。

インフレ(インフレーション)…広範な超過需要の存在する状態であり、物価騰貴をもたらします。

NPO…政府・自治体や私企業とは独立した存在として、市民・民間の支援のもとで社会的な公益活動を行う組織・団体。特定非営利活動法人、非営利組織、非営利団体、市民活動法人、市民事業体。

大屋根下…秋田駅再開発事業区域内の市道である仲小路を駅舎から延びてきたぼぼろーどの受け皿として、快適な歩行者空間の連続性を創出することを目指し設置した大屋根の下のこと。

か行

CS(カスタマー・サティスファクション)…顧客満足。お客様の求めるものを可能な限り提供し、商品やサービスに対するお客様の満足の度合いを高めること。又はそのための活動をいいます。

QRコード…二次元コード(マトリックス型)の方式の一つ。製造・流通などの分野で使用されているほか、カメラ付き携帯電話による読み取り環境も普及しています。

CI(コミュニティ・アイデンティティ)…企業では、個性を明確にして企業イメージの統一を図り社内外に認識させる corporate identity(コーポレート・アイデンティティ)として進められていましたが、商店街の場合は、コミュニティ・アイデンティティであり、地域(商店街)のイメージをロゴやデザイン、カラーなどでビジュアル化し、個性や特徴づくりを行うことをいいます。

さ行

市街地再開発…都市計画法および都市再開発法に基づき、建築物や建築敷地の整備、公共施設の整備を行う事業のこと。

循環型社会…大量生産・消費・破棄の社会に代わり、製品の再生利用や再資源化などを進めて新たな資源投入を抑え、廃棄物ゼロを目指す社会。2000年(平成12)生産者に廃棄物の最終責任を求める循環型社会形成推進基本法が制定されました。

SWOT(strengths(強み)weaknesses(弱み)opportunities(機会)threats(脅威)の頭文字)分析…ある事柄について、強み・弱み・機会・脅威を判定し、課題

を導き出す事業分析法で、事業が市場に与える影響（強み・弱み）と、市場が事業に与える影響（機会・脅威）とで構成されます。

総合スーパー…衣食住に関連する幅広い商品を、総合的に取り扱っているセルフ方式の小売店のことをいいます。

損益分岐点…売上高と総費用が等しくなる点で、すべての費用を回収するために必要な売上高もしくは生産量を指します。売上高がこの点を超えると利益が生まれます。

た行

チャレンジショップ…商店の起業を希望する者が、商店街などから安価な小舗を（期間限定で）提供してもらい開設する店舗のことで、地方自治体・商工会議所・商店街などが、空き店舗対策や新規事業者の育成などを目的に行います。

デジタルコンテンツ…電子化された文章、音楽、画像、映像、データベース、又はそれらを組み合わせた情報の集合のこと。流通にかかる費用が少ないので複製が容易であるなどの特徴を持ちます。

デフレ（デフレーション）…広範な超過供給の存在する状態をいい、継続的な物価下落をもたらします。

電子商取引（E C / e - コマース）…インターネットなどのネットワークを利用して契約や決済などを行うことをいい、インターネットの一般消費者への普及により急激に成長しています。電子商取引は大きく3つに分けられ、企業同士の取引を「B to B(B2B)」(Business to Business)、企業・消費者間の取引を「B to C(B2C)」(Business to Consumer)、消費者同士の取引を「C to C(C2C)」(Consumer to Consumer)と呼びます。

B to B…企業間あるいは特定系列企業間での固定された取り引きの場合と、不特定多数の企業がマーケットプレイスなどを通じて取り引きごとに相手を探して行う場合があります。

B to C…消費者向けの小売を意味し、インターネット上のオンライン店舗などによる様々なサービスや物品の販売を示します。

C to C…消費者同士の電子商取引であり、代表的な例として、Webサイト上でオークションを行うオンラインオークションなどがあります。

は行

パワーセンター…専門化された安売り店が集まったショッピングセンターのことをいい、売り場面積が3万m²超で、核となる店舗がそのうちの70%を占めるものというのがおよそその目安となっています。

BSE（牛海绵状脑症）…1986年英国で初めて確認された牛の致死的な神経病で、その症状から狂牛病ともいわれています。我が国では2001年9月に初めて確認され、消費者に牛肉購買の低迷といった状況が生じ、畜産農家を含めた食肉業界に混乱が広

がりました。

プロードバンド…大量のデータを一度に高速で送受信できるインターネット通信のことをいいます。

ま行

モバイル…移動性・携帯性・機動性などがあることを意味し、小型・軽量化、高性能化された情報通信機器やコンピューターなどの情報端末を形容する言葉として使われます。

ら行

リテールサポート…製造業者や卸売業者が取引先の小売店の経営効率向上のために実施する経営支援のことをいい、売り場作りや品揃え、経営のアドバイスなど多岐にわたります。

流通チャネル…標的市場に到達するためのチャネルのうちの一つで、購買者に製品の実物やサービスを見せたり届けたりするチャネルのことです。そのほか、コミュニケーション・チャネル、販売チャネルがあります。

ロードサイド型商業施設…幹線道路沿いに、自家用車での来店を前提として立地する店舗のことをいいます。かつては、自動車関連用品店・飲食店が多くかったのですが、現在はあらゆる業種が見られます。