



# 国の2012年税制改正大綱は昨年(2011年)の12月10日臨時閣議決定。また、「社会保障・税の一体改革」(消費税の見直しなど)については、年末に了解された素案を基にした大綱が、1月17日に閣議決定される!

この「社会保障・税の一体改革素案」は、平成23年12月29日の民主党税制調査会・社会保障調査会を経て、12月30日、政府税制調査会が開催され了解されたもの。(http://www.cao.go.jp/zei-cho/gijiroku/zeicho/2011/23zen30kai.html)

## 平成24年度中小小売商業関係税制改正要望・改正内容等

- 1) 消費税の安易な税率引き上げに反対**  
中小小売業者は個人消費の伸び悩み、販売額の減少等の影響を受け、未だ景気回復の実感が持てない段階で、消費税の引き上げ議論を行うこと自体を危惧している。また、中小小売業者は競争力の観点から増税分を価格転嫁できない場合が多く、仕入税額控除の計算や請求書の保存など、納税事務にかかる事務的作業はかなりの負担となっている。まずは無駄な歳出を徹底的に削減するとともに、新成長戦略に基づく経済活性化による税収増加を図るべきであり、消費税改正の見直し検討を行う際は、景気動向に十分に注意すると共に、震災等により事業存続の危機にある中小企業者の立場になって考え、中小企業者・生活者への影響を確認し慎重に検討することを要望する。  
(改正内容等)  
「消費税率を2014年(平成26年)4月1日より8%、2015年(平成27年)10月1日より10%と2段階に分けて引き上げる」とする社会保障・税の一体改革素案が決定され、3月末までに関連法案を国会に提出する予定。  
法律成立後、引上げに当たっての経済状況の判断を行う。具体的には、税率引上げ実施前に「経済状況の好転」について、名目・実質成長率、物価動向などの経済指標を確認し、経済状況等を総合的に勘案した上で、引上げの停止を含め所要の措置を講ずるものとする規定(いわゆる「景気条項」)を法案に盛り込む等
- 2) 中小法人軽減税率の引下げ**  
平成23年度税制改正大綱に示された「中小企業に対する法人税軽減税率による15%への引下げ」を平成24年度よりの確実な実施を要望する。また、さらに11%への引下げ恒久化を図り、適用所得金額(800万円)を撤廃することを要望すると共に、個人事業主に対しても類似的軽減措置を講ずることを求める。  
(改正内容等)  
中小法人の法人税軽減税率は、平成26年3月31日まで(平成23年4月1日より)の3年間の措置として18%→15%に、本則税率が22%→19%へと引き下げられた。また、震災復興財源確保の意より、平成26年3月31日まで(平成23年4月1日より)の3年間は復興特別法人税が法人税額に付加される(15%×10%)。個人事業主についての軽減措置は講じない。
- 3) 中小企業投資促進税制の拡充・恒久化**  
中小企業投資促進税制の対象設備に試験機器等の追加がなされ、適用期限2年間延長となった。  
(改正内容等)  
中小企業投資促進税制の対象設備に試験機器等の追加がなされ、適用期限2年間延長となった。
- 4) 少額減価償却資産の損金算入限度額の引上げ・恒久化**  
中小企業が償却資産を取得した場合の損金算入特別制度における損金算入対象額(30万円未満)及び限度額(300万円/年)の引上げと適用期限の恒久化を要望する。  
(改正内容等)  
損金算入対象額(30万円未満)及び限度額(300万円/年)の引上げと適用期限の恒久化は見送られた。適用期限2年間延長となった。
- 5) 事業承継税制の適用要件の緩和**  
非上場企業の株式に係る相続税・贈与税の納税猶予制度に係る適用要件において、外的要因により経営悪化に陥る可能性も考慮し、雇用8割確保要件等の見直し(現行の全額一括納付ではなく、雇用8割を下回った割合に応じた税額の納付)を要望する。  
(改正内容等)  
引き続き検討することとなった。
- 6) 交際費の全額損金算入**  
中小企業者への特別措置(600万円以下の90%相当額)を全額損金算入できるよう限度額の拡充を要望する。  
(改正内容等)  
中小企業者への特別措置(600万円以下の90%相当額)適用期限が2年間延長となった。
- 7) 中小企業等基盤強化税制の延長**  
中小企業の更なる成長力強化及び生産性の向上のため、平成24年3月31日までの適用期限の延長を要望する。  
(改正内容等)  
適用期限の延長はなされなかった。
- 8) 固定資産税の負担軽減**  
地価が相対的に高い商業地で事業を営む商店街にとって固定資産税の負担は極めて重い。税率引下げや負担調整措置の引下げ等の軽減措置を要望する。また、再建築価格方式の評価方法の見直しを求めると共に、償却資産に対する固定資産税の早急な廃止を要望する。  
(改正内容等)  
商業地等の負担調整措置は2年間継続となった。平成27年度の評価替えまでに、地価の動向等社会経済情勢の変化を踏まえ、総合的に検討を行うことになった。
- 9) 欠損金の繰越し還付・繰越期間の延長**  
欠損金の繰越し還付は直前事業年度であるが、直前3事業年度への拡充及び繰越期間については無期限化を要望する。  
(改正内容等)  
欠損金の繰越し還付の直前3事業年度への拡充及び繰越期間についての無期限化は図られなかった。
- 10) 印紙税の廃止(略)**
- 11) 事業所税の廃止(略)**
- 12) 地域振興、社会貢献に対する寄付金の全額損金算入**  
震災復興、復興等地域振興に対して、商店街振興組合が拠出する義援金等の寄付金につ

- ては全額損金算入できるよう税制措置を要望する。  
(改正内容等)  
復興・復興を支援する組合等に対する寄付金控除対象団体の適用は認められなかった。  
13) 中小企業者に適用される租税特別措置、軽減税率の適用範囲の維持(略)……………
- なお、全国商店街振興組合連合会は、平成23年9月16日中小企業関係四団体の一員として経済産業大臣に次の要望をおこないました。要望の内容は、次のとおりです。

## 経済産業大臣に対する要望

全国商店街振興組合連合会  
理事長 坪井 明治

- 1 復旧復興支援策の早期実施**  
大震災以前からの長期デフレによる長引く不況に加え、東日本大震災や急激な円高等により、我が国経済は差し迫った重要課題が山積みされている。その状況からの脱却には日本経済全体の回復と大震災からの復旧・復興を同時平行して、柔軟且つ迅速に取り組む必要がある。大型景気浮揚対策の実施と第3次補正予算の早期変性・早期実施を要望する。  
特に福島原子力発電所事故の早期収束は、地場に根付いた商店街にとって復旧復興の基礎的条件でもあり、徹底した除染対策等迅速かつ柔軟な支援を重ねて要望する。
- 2 地域コミュニティを担う商店街に対する支援拡充**  
地域・小売商業関係予算の拡充強化  
商店街のバリアフリー化、防犯カメラの整備、空き店舗を活用した保育施設・高齢者交流施設等の設置・運営等に対する取り組みを支援する「中小商業活力向上事業」並びに中心市街地を対象とする「戦略的中心市街地商業等活性化支援事業」の大幅な予算増額及び拡充強化を要望する。  
都道府県の商店街指導対策予算の確保  
地方自治体の財政状況が厳しい中、三位一体改革以降減少が続く都道府県の商店街指導対策予算の確保を強く要望する。また、商店街施策は地方自治体に任せざるべきとの意見もあるが、税制、融資、人材育成、情報提供等全国的観点による総合的支援は必須であること、地方財政が厳しい現状において国の商店街予算は貴重なことから、国による商店街支援の継続を要望する。
- 3 商店街を事業の場とする事業者に対して、商店街への参加促進**  
商店街が地域コミュニティの中核としての機能を十分に発揮するには、商店街を事業の場としている大型店やチェーン店等の協力も必要であり、地域経済団体への加入促進や地域貢献のあり方を定める条例等制定への、積極的な指導・助言を要望する。
- 3 中小企業に対する総合的金融支援**  
(1) 二重債務問題への早期解決  
既に様々な支援策が実施されているが、二重債務問題は被災事業者が再起に向け大きなハードルとなっており、意欲ある事業者が事業再開できるよう、債権買い取りにおいて買い取り規模を十分に確保する等、なお一層の支援を要望する。  
(2) セーフティネット保証(5号認定)の延長  
原則全業種を対象としている「セーフティネット保証(5号認定)」については、現下の厳しい経済情勢を踏まえ、引き続き全業種対象とする措置の延長を要望する。  
(3) 中小企業金融円滑化法の延長  
資金繰りに困窮している中小企業にとっては、資金繰りの安定化は必要不可欠であり、平成24年3月までの時限措置となっている「中小企業金融円滑化法」の延長を要望する。
- 4 税に関する要望**  
(1) 消費税に対する要望前掲  
(2) 震災復興増税に対する要望  
震災直後の落ち込みからようやく回復の兆しが見えてきた状況で、復興や景気回復への動きを確認し慎重に検討されると共に、中小企業者の意見を反映するよう要望する。

## 平成24年度中小商業対策予算の概要

- 1 全国商店街振興組合連合会補助金**
- 2 全国商店街振興組合連合会が行う研究会や各種研修事業等**
- 3 実践活動事業等**
- 4 中小商業活力向上事業**  
・中小商業活力向上支援事業  
3-5年後の売り上げ増が見込まれる指標を盛り込む方向で要綱策定中  
・中小商業活力向上施設整備事業
- 5 戦略的中心市街地商業等活性化支援事業費補助金**
- 6 地域商業再生事業(新規)**  
平成24年度から、商店街の地域コミュニティ機能の再生を支援する予算を新たに措置。商店街等の地域商業は、地域の暮らしと雇用の中核的存在です。このため、地域住民の規模・行動範囲や商業業、地域住民が商店街等に求める機能などを精査し、まちづくり会社等の民間企業やNPO法人等と商店街等とが一体となって、まちづくり計画と整合的な地域コミュニティの機能再生に向けた取り組みを支援します。(要綱策定中・4月以降に公募する。)(資料:平成23年度第2回都道府県振連職員講習会「平成24年度中小商業対策予算の概要」、「地域コミュニティを支える商店街への期待について」から)

講演「高齢社会における商店街の役割  
～みやのかわ商店街振興組合の取り組み～」

講師 島田 憲一氏 みやのかわ商店街振興組合 理事長  
平成23年12月7日(水) 珠洲商工会議所で

人口減少、少子高齢化や過疎化が急速にすすむなか、全国各地で買い物や交通、福祉等の日常生活に必要な「生活インフラ」が弱体化し、いわゆる「買い物弱者」が急増しており、全国的な問題としてクローズアップされています。

地域コミュニティとしての重要な役割を担っている商店街自らが、それをビジネスチャンス拡大の好機ととらえ、商店街の賑わい再生の取り組み推進していくために企画されたもの。



1 はじめに

埼玉県秩父市は、県西端、山梨、群馬両県に接する位置にある。盆地で山に囲まれ、その中央に商店街はある。約3メートルの歩道のある片側一車線のみやのかわ大通り(国道299号線)の両側200メートル程に店舗が集積。地元百貨店、専門店があり、地域住民の買い回り品を扱う。地方都市の多くの商店街が衰退していく中で、ナイトバザールで全国名を馳せ、ひとさわ輝く存在となっている。

2 商店街の高齢者に「対応した活動」

弱者救済の発想ではない。高齢者相互の連携、若者とのコラボレーション、市民参加、観光客をも巻き込んだ大きな事業として展開していく。

ナイトバザールで得た信頼が、若手経営者24人が集まった勉強会をもとに取り組んだ「みやのかわ将来構想」にあるガス灯風の街路灯やカラー舗装、電線の地中化、史跡看板、通り名看板など、まちづくりハード事業に次々取り組んできたが、マンネリ打破と新たな挑戦を仕掛ける。ナイトバザールのリニューアルと商店街が取り組む高齢者向け事業(買い物代行と出張商店街の2本柱)である。

1 そのきっかけは、商店街に元気がなくなりつつある中、何か新しい事業を考えていた矢先、ある障害者のスポーツイベントを視察したとき、参加者から「弁当一つでも、タクシーを呼ばなければ買えない」という悩みを聞かされたことから。



平成18年、商店街の組合員が買い物代行する「御用聞きサービス・買い物代行」と、福祉施設に商品を持って行く「出張商店街」の事業を開始する。

埼玉県から「地域のシニアボランティアを活用できないか」との提案があり、「御用聞きサービス」を「おたすけ隊」に衣替える。

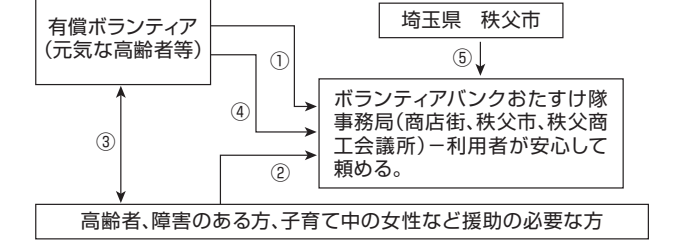
2 ボランティアバンクおたすけ隊

「買い物代行」と「出張商店街」を実施の中で、元気なお年寄りの存在に気づき、ボランティアを募集し、買い物代行以外にも庭木の剪定、草むしり、散歩・外出支援、買い物同伴(店員とおしゃべりをしながら、お買い物を楽しむことができる)、おつがい、お部屋のお掃除、家事のお手伝い、模様替え、話し相手、見守り、など困りごと相談を有償ボランティア実施(平成19年8月スタート)。

さらに、タクシー会社と連携した新しいビジネスモデルづくり「おたすけ隊貸し切りタクシー」始める。

この事業には、地域の高齢者組織である福寿会や若者の組織レッツゴーランドなども参加しており、元気な高齢者等が援助を必要としている高齢者等を地域で支え合う仕組みづくりであり、商店街はその中心的な役割を担う(商店街は商店だけのものではない)という構造。それは、まさに商店街が地域のコミュニティであることを実践している。

その仕組みは次のとおり。



- (説明)
- ①ボランティア登録
  - ②サービス申し込み、利用券購入(1時間分800円)
  - ③サービス実施、利用券を渡す
  - ④利用券持参、交換
    - ・秩父市共通商品券(1時間500円、2時間分地域通貨「和同開珎」)で受領、または
    - ・ボランティアの利用料に充当(貯蓄)
  - \*全国初「ボランティア貯蓄でまちづくり事業」
  - ⑤県・市から運営支援、補助、広報

3 出張商店街「楽楽屋」

「(楽)に楽しくお買い物・施設にしながら便利にお買い物」から命名。特別養護老人施設のヘルパーさんから「この人が一番したいこと、なんだか分かりますか?」、「本当の希望は、買い物の楽しみ、選ぶ楽しみを味わうことなんです」と言われ、商店街ごと持って行こう、と考え始めたもの。「出張商店街」には、2つのタイプがある。

- 高齢者、障害者施設向けのもの
  - ・参加店 参加店が自主的に企画、運営、現在10店舗参加(組合の事業としてしている)。資金は参加者の負担。それでもやりたい者がやる(みやのかわ商店街のビジネスモデル)。店主3、4人交代で行っている。

- ・人 人は出さなくても、商品を出すだけでもいい(これがキーポイント)
- ・店先 秩父市大滝地区(大滝国保診療所)、吉田地区5集会所 平日毎日いずれかの地区に出張販売。時間は30分から2時間程度
- ・取り扱い商品 移動販売(車)と競合しない商品、商品の注文・お取り寄せも。買い物代行もあわせて行っている。

○高齢過疎地向けのもの  
地域経営推進事業(国交省)として平成22年10月から5か月実施。毎月3の日実施。補助期間終了後も継続して行っている。  
平成23年3月から、山間地域から市街地へのデマンド「型」タクシーの運行を始めている。

3 秩父みやのかわ商店街の数人の個人が始めた事業が、社会事業として「秩父のお菓子屋さん元気」(ほかにもたくさんの事業がありますが)として見事に大輪の花を咲かせた、そんなみごとな事業を紹介します。

地域資源「カエデ」を活用した新たなビジネスに挑む!(素材を生かしたもの売り+お菓子物語を織り込む(土産話)=地域ファンを増やす+官民連携して地域貢献に発展)

- ・市内菓子屋16社でお菓子な郷(くに)推進協議会を設立(平成15年)
- ・カエデと出会い、計画を策定(平成17年2月)
- ・秩父産カエデ樹液のシロップ化に成功(同年3月)
- ・メイプルシロップは、カナダ産は有名(2種)、秩父のカエデ25種で栄養価高い。
- ・地域産業等活力強化事業費補助金事業採択(同年6月)
  - カエデの樹液を用いた秩父を代表するお菓子の創出
  - カエデ菓子26品完成、うち10品に絞る。(平成18年1月)
- ・地域産品等販路開拓等支援補助事業採択(同年5月)
- ・カエデの植林に取り組み(第1回植樹)。(同年5月)
- ・カエデを通じた秩父地域の活性化を目的とする「秩父カエデプロジェクト」発足(同年7月)
- ・秩父市第1次総合振興計画「豊かな森林と清らかな源流を保全活用し潤いある暮らしができるまちづくり」(10年間でカエデ100万本植樹構想)(同年10月)
- ・秩父森林特産品の里づくり協議会発足(平成19年1月)
- ・日本テレビ「新二ッポン探検隊!」放映
  - 「森を育ててお菓子を創る～お菓子な郷の美味しい挑戦!～」
- ・モンドセレクション・調査(同年5月)
- ・モンドセレクションにエントリー(平成20年1月)
  - 金賞2、銀賞3、銅賞1で全品入賞する。(同年4月)
- ・2度目のエントリー
  - \*強いブランド力を持ったお菓子の創出

秩父の近況・ホット情報から  
活性化に様々なヒントがちりばめられています!

1 東北大震災・陸前高田市へ応援  
現地で被災者の声を聞く。「ほしいものが手に入らない」の声に、「物」を売って応える。電機、水道の復旧にあわせ、電器製品とか洗濯機の低価格販売に喜ばれる。今月行われるナイトバザールでは、気仙沼市の商品販売をおこない、その売上金で現地の「欲しい物」を届けることにしている。

2 秩父の街の newName 紹介・ほっとすぽと「秩父館」から  
かつて「秩父活選」と呼ばれた通りにある「秩父館」は、築128年、明治の商人宿として活躍したところ。  
平成19年みやのかわ商店街が再生、復活、運営を委ねられ、新たな地域情報の発信地として誕生した。  
・無料休憩所 土間の囲炉裏を囲んで、インターネットが無料で使えるフリースポットを設ける。  
・その日の朝届く地場の新鮮野菜販売・大好評  
・チャレンジボックス 70を超えるボックスに地元のアンテナショップとして、色々な種類の商品が展示・販売  
・喫茶・軽食コーナー 大きな古時計、金庫などにぬくもりと懐かしさの空間があります。  
・多目的スペース 会議、宴会、コンサートなど

3 「秩父巡礼」アニメ放映で全国から若者が集まる。(北国新聞にも記事掲載・平成23年9月28日朝刊)

「あの目見た花の名前を僕たちはまだ知らない」(あの花)。秩父を舞台のモデルにしたアニメがフジテレビ、関西テレビ、東海テレビで4月から6月の深夜放送されたもの。疎遠になっていた幼なじみの男女6人が再会するという、青春の物語。舞台が秩父市だという情報で放映前からネットでひろがり、作品に登場する場所を訪れる若者が急増する。コスプレ姿で観光に来る人も。7月から9月の夏休み期間は毎日2、3千人の若者(しかも礼儀正しい!)が秩父の背景を、あちこち見て回る光景が。大阪から来たという、ファン、2時間余りのまち案内のあと商店街に戻ってきて、行きたいところ行くことができた、感謝感激とともに沢山の土産を買って帰る。

「芝桜」時期にさっそく商店街では街路灯のアニメ・フラッグを取り替えたり(秩父の人も反応・夜中の視聴率が7パーセントに)、秩父市でも、作品の舞台を探索するマップ(「めんまのおねがいさがし舞台探訪・幼なじみ6人」の紹介と1話から11話の舞台をアニメ画で紹介、舞台には「あの花コーナー」を設け演出効果高めていた)を配布するなど。  
ナイトバザール250回も行ってきたが、多数の「若い人」がまちなかを歩き回ってもらうことは実現できていなかった。「アニメ」だけでこんなに人が集まるのか(アニメと情報発信・放映の効果)、驚きです。熱が冷めないよう仕掛けをしていきたい。  
機会をチャンスととらえ、即行動する心構えには感服脱帽しました。

4 秩父・羊山公園「秩父芝桜の丘」(17,600㎡・9種40万本)の芝桜  
ゴールデンウィーク、「芝桜祭」。丘がピンクの絨毯に染まり、100万人の人出で賑わう。当地にはレストランがないこと、芝生、ベンチいるんなところにあることから、14、15軒の飲食店がネットワーク化し、「秩父のお食事・お弁当仕出しマップ」でPRし、同じ弁当を提供している。1日3千食を売り上げる。機会をチャンスととらえ逃さない、そんな秩父の気構えがここでも息づいている。

# 平成23年度 第2回全国商店街青年部指導者研修会に参加して

## 「スカイツリーが来た！」

今回、青年部指導者研修会が開催された場所は、東京、錦糸町。視察先は「砂町銀座商店街」。この名前は度々メディアに取り上げられているので、お聞きになったことがある人も多いかもしれない。そう、今年5月に開業する東京スカイツリーの足元に位置する、昔からの商店街である。砂町銀座のある、墨田区について、簡単に説明すると、戦後「ものづくりの街」として工場が集積し発展、しかし近年、工場の閉鎖が相次ぎ、高齢化が進んでいる区である。ただし、南部にはマンションが乱立することで、人口は増えているらしい。今回訪れた砂町は、北部である。昔ながらの生鮮食品中心の商店街。最新のスカイツリーの足元とは思えないくらいに「昔から」感の漂った商店街。しかも、スカイツリー開業が3カ月後に迫っているにも関わらず、「ス」の字も見えない。こちらとしては、スカイツリーグッズであるとか、何かしらのイベントなりを期待していたのだが、全くの肩すかし。いや、決してスカイツリーを嫌悪しているわけではない。スカイツリーに感嘆されることなくコツコツと自分の仕事をするだけ、そういうスタンスなのだろう。確かに、よく見ると、多くの人が、商店街のあちこちに足を止めて商品を吟味し買っていく。アーケードも何も、目新しいものは何もない。にも関わらずしっかりと近隣住民の生活に溶け込んでいる。

スカイツリーは5月オープン。今年、2500万人、経済効果は880億円を見込んでいる。しかし、だからと言って、自分のスタイルを変えたりはしない。それどころか、観光客があふれて、普段のお客様のお買い物に支障がないという観点で準備を進めている。

金沢にも新幹線が来る。スカイツリーと比較することはナンセンスかもしれないが、「何がきても自分が続けてきたスタンスは何も変えない」。ある意味、「これが正解なのかも」と考えさせられる視察でありました。

武蔵商店街振興組合 副理事長 太田 有彦



# 平成23年度 全国商店街女性部セミナーからの報告

- 1 日時 ▶ 平成23年11月14日(月)
- 2 場所 ▶ 東京都墨田区 東武ホテルレパント東京
- 3 内容

## 1) 講演「元氣なお店、元氣な商店街」女性診断士から見たハッピーリタイアメントの成功のポイント

講師 本 由美子氏 きずなコンサルティング

- ① 最近の個店の悩み
  - ・そのまま商売を続けるのか？
  - ・どうやったら儲かるのか？(30代、40代)
- ② 個店の対応
  - ・販促活動など部分的に変える→効果持続しないことが多い
  - ・根こそぎ変える(ネット進出、業種替)
  - ・商業は製造業より変えやすいこと、小さな店は身軽に転身できる、など
  - \*ポイント：上手な「引き継ぎ」
- ③ ハッピーリタイアメント(子ども、親族へ、社員へ、他の会社へ、清算)
- ④ リタイア期の成功ポイント
  - ・後継者が主役
  - ・根こそぎ見直す(経営革新)(環境整備、現状把握、事業戦略構築)
- ⑤ 最近の商店街の悩み
  - ・アーケード、街路灯等の設備の老朽化
  - ・ソフト事業のマンネリ化
  - \*やっぱり、根こそぎ変えるとおもしろくなる！

- ⑥ 最後に  
商店街は魅力的な個店をつなぐという大きな役割があります。「酔う喰うい」(欲張る・飲食店のはしごイベント)、ころっけア7で街づくりなどで元氣な商店街活動が始まっています！  
一番大事なのは「元氣なおかみさん」です。「元氣なおかみさん」が「元氣なお店」を作り、「元氣な商店街」を支えます。

## 2) 講演「東京スカイツリーと墨田区の商店街」～スカイツリーを契機に地域を元気に～

- 講師 鹿島田和宏氏 墨田区産業経済課長
- ① 墨田区の産業の特色
    - ・住商混在のまち、従業員4人以下の零細企業が多い、日用消費財中心とした業種の多彩さ
  - ② 産業振興策
    - ・産業振興会議の設置
    - ・3M運動～まちあるき観光(小さな博物館、工房ショップ、マイスター)
    - ・工業振興マスタープランと「イーストサイド」
  - ③ ものづくりと観光(来街者の増加)の融合
    - ・商業活性化プログラム(別紙)
    - ・3M運動
    - ・すみだ地域ブランド戦略事業
    - ・産業観光プラザ「すみだ まち処」の設置
  - ④ 東京スカイツリー開業による経済波及効果  
(石引商店街振興組合)



# 平成23年度商店街リーダー養成塾(能登地区) ケーススタディから

平成23年10月5日(水)  
会場・穴水町商工会

## 演題

「人・商店街・地域を生かしたにぎわいづくり」  
～富山県八尾・上新町商工振興協同組合の取り組み～  
講師 井山 泰樹氏  
上新町商工振興協同組合理事長  
川倉 敏信氏  
なりひら風の市実行委員長  
(前協同組合理事長)



## はじめに

八尾町は、「風の盆恋歌」(作家高橋治民の小説・昭和60年出版)で一躍有名となった「おわら風の盆」のまち。富山市中心部から15km余り、富山平野から飛騨山脈に入る街道筋にある人口2万人余りのまち。平成17年4月、富山市と合併現在に至る。

富山商圏とは異なる八尾商圏を形成、町人文化・商業のまちとして栄え、上新町商店街はその中心にあった。

しかし、富山都市圏の拡大とともに商圏を分断していた平地に住宅が増え、そこにイオン、平和堂といった大型店が進出。また道路が整備されるにいたり商圏が狭められていく。そんな環境変化に対応するため、昭和52年9月、上新町商工振興協同組合として法人化し、高度化事業による共同駐車場を設置(45台収容)するも、伝統的なまちなみが残る旧町には人口増加の余地無き商圏の縮小が続く。

昭和60年「風の盆恋歌」が映画化されるや、八尾「おわら風の盆」一躍有名になり、3日間で25万人のひとがまちなみにかかるといわれる。しかし、上新町商店街を中心とする八尾町の中心市街地商業は、郊外の商業施設に日常の買い物客をも吸引されておき、地元商業は依然として非常に厳しい状況のままであった。

- ・昭和63年4月 広域商業診断実施
- ・平成2年8月 観光物産館「なりひら」開館
- ・平成4年7月 商店街にぎわい創出事業「おわらナイト」
- ・平成7年7月 協同組合おわらスタンプ会(ポイントカード)
- ・平成9年10月 ショッピングセンター風の街モア

## 八尾町中心市街地活性化基本計画、八尾町TMO構想の策定(平成10年)、翌年3月八尾町商工会TMOとして認定され、商店街、旧町全体の事業者や住民、観光協会、商工会、行政等が一体となって通年型観光商業に取り組み。

「観光商業の推進」をテーマとして、年間を通したイベント開催による交流人口の増加を図る。秋の風物詩「坂のまちアート」や冬のイベント「越中民謡セッション」「食談義」の定着が図られる。毎月のイベント一坪テントを利用した「なりひら風の市」も盛況である。年間観光客数も40万人程度から70万人を超えるにいたる。

- ・平成11年「風まかせ」オープン  
商店街等活性化先進事業の一環として、空き店舗を借り上げ、小規模店舗の新規創業者へ貸し出しする事業
- ・同年8月「なりひら風の館」オープン
- ・平成15年9月(8月台風で中止)に地産地消をテーマとした「なりひら風の市」オープン(4月から11月の毎月第2土曜日の定期開催+ホコ天)
- 年末年始大売り出しや夏の夜市(8月2日から同月4日)をやってみたが、人は集まるが、それも2日目から人が出てこなくなる。名古屋でやっている一坪テント市でまわおこしている先進事例を聞き「八尾には「市」がなかった」はじめる。

商店街、事業者、一般市民、主婦(供女)による一坪テント村。ちょっと一服かふえて、有機野菜等の農産物、アンティーク・骨董品、こだわりの味・自慢の味の食べ物、めずらしい雑貨、衣料、自作のアート作品やクラフト作品、いろんな修理屋さん、ユニークなモノ・コト、大道芸などのパフォーマンス・アトラクション等々、なるべく出展者には、商店街にない、業種のもの、めずらしいもの、ちょっと一服——(「なりひら風の市」プロダクト参照)。座下の若い人に坂の上の商店街を知ってもらおう、商店街に上がってきてもらおう、とはじめる。

「慣れ」はどうしようもない。「ピンゴゲーム」はじめる。  
ぜひ切れたかった券は？その月の商店街での買い物に使えんとした。効果有り。ピンゴ外れた人は、「アメのしゃもじすくい」がきイベント終了時までまちなみが賑わい集う集客効果あり。

オープンして7、8年が経過したが、「テント」だけでなく、「車」(ホットドッグ、ジェラードなどの移動販売車)を導入、若者の来街効果出る。

- ・平成8年から(10月8日から10日)町屋や通りを会場とした美術展、「坂のまちアート」なつお○○○○年開催
- ・平成11年から「アートタウン八尾」開始。地元商店街と一体となって盛り上げる。お店のウィンドーに「お宝」や昔懐かしい「商品」や「道具」、また「お花」や「絵画」など自主的に展示する「ウィンドーアート」。イベントにあわせて通常より少しだけ観光商業に即した取り組みを試してもらおう「10日商い」をおこなう。「坂のまちアート」のなかに定着している。
- ・その他、通年観光の環境づくりとして  
毎月第2、第4土曜日「風の盆フェスティバル」開催：本物の雰囲気味わうことができる。(観光協会)
- 平成10年から「越中八尾冬浪漫」：雪に埋もれる冬の観光イベント(2月1日から29日)。
- 社会福祉法人「フォーレスト八尾会」と商店街が連携したコミュニティ施設「工房風のたより」オープン(平成16年3月)(障がい者更生体験型施設)

## かんばる商店街補助事業

- 「のれん」実施(平成20年度)  
理事長の店舗改装時、書道家の先生に依頼したところ、お店に「のれん」(ローケツ染め)をつくってみたいかと助言を受けたことから、43店舗がお店の意向に沿ったデザインでのれんづくり始める。
- のれんまつり：焼きそば店(コテ)、理容店(ハサミ)、電器店(電球)、喫茶店(カップ)など
- \*「のれん」をマスコミに発表するだけでなく、もっと人呼び込もうと、「模擬結婚式」(八尾は和紙で財をなしたところから、和紙を使った十二単、に人力車)でお披露目する。
- 「音響設備整備」実施(平成21年度)
- 「模擬結婚式」が好評であったことから、旧いまちなみを「きもの」散策に、放送を流そう、(既存設備あり)から、まちの防災にも使用可能な設備に。
- ・休憩処・木製ベンチの設置(平成22年度)  
間伐材を使った長椅子(テント市出店女性店主に発注)
- 町並み景観修景整備と一体の「越中おわら風の盆」が映えるまちづくり事業(国交省が選定したコミュニティ創生支援モデル事業)(平成19年度)に選定される。(越中八尾観光協会)景観整備に一層の進展。

## 最後に

- この先進事例から、まちなみが整備されるにつれて状況の変化が現れてきていることに注目したい。
- 一般住宅：まちなみに合わせた改装、再建がおこなわれている。(風の盆見学用に2階に手すり設置、坂のまちアートにあわせ展示しやすいように改装する、など)
- 美容器設置：まちに明るさを。夜灯り点灯
- 日用品のほかに店舗の一角に観光に合わせた商品を取りそろえ販売するお店も現れる。
- \*商店街は地域住民をどくらくらい巻き込めるかがポイントとなる。  
(富山市では、観光推進に八尾、岩瀬地区を拠点に予算化するという)
- 八尾のまちとしての魅力が高まってきた。(業態の変化)

ビストロ館：意識して町外の人、通りすがりの人をターゲットにした格調高い食事処と変える。  
ガレッジ2階を改装した雑貨カフェ  
\*出店者少しずつ出現。もっと集積できれば。  
しかし、商店街の個店レベルでは、まだ観光商業だけに徹するまでの需要はなく、依然として厳しい環境にある。商店街は、通年観光商業によって少しずつではあるが、賑わいを取り戻しているが、観光、文化、アート等をどう個店の売り上げ増加に結びつけるか、が課題となっている。  
ただそこから見えてくるものがある。平成11年に作成された基本構想実現に一途に取り組んでおられるその情熱がひとを動かす、まちを動かす、また個店をも動かしていく。好循環が好循環を呼び、拡大再生産していく。まち・商店街・個店がどんどん良くなっていく様が手に取るように理解できる好事例。

郊外に機能流出する厳しい状況に、「買い物難民」も話題になっているなか、コンパクトなまちづくりとして中心市街地が再び注目されている。

## 1 基調講演

「地域資源を生かした中心市街地活性化への視点」

講師 足立基浩氏 和歌山大学経済学部教授  
「雑草とは何か?」その美点がまだ発見されていない植物である(19世紀アメリカ思想家 ラルフ・ワルド・エマソン)を引用。全国300か所、シャッター通りを歩いたが、まちの個性を取り戻したところから元気を取り戻している。まちづくりは、まちの個性探し!まちの個性をいかにして取り戻すのか、にある。

全国で1万2千あるといわれている商店街が、毎年200程消え、事実上機能しなくなった中心市街地もおい。マーケットがまかせていたら自然淘汰されていく。日本にやや欠けている都市再生の視点。それは、「街の個性」。この10年は、失われた個性の10年ともいえる。では、どうしたらよいのか?

### ① シャッター通りの再生の考え方

- ・基礎概念:住民満足度+訪問満足度最大化
- ・次の3つの視点が大前提
  - 個性の増大(第1のS・愛着が個性を生む)
  - 現状分析(第2のS・SWOT分析)
  - リスク管理(第3のS・少しずつ逃げ道を設け、リスクコントロールする)
- 手法(ではどうやってするのか?)
  - コンバージョン:まちなみがきれい! (再開発でない)
  - 現状維持:お金はない。とりあえず現状維持のイベントし、それに関心を持つ人を増やしていく。
  - 再開発:リスクは高くなるが(慎重に、綿密な計画を)、根こそぎやる。

### ② 持続可能な中心市街地政策とは何か。

- ・3つのSを意識した上で、「訪問客」を呼べる町へ。これが持続可能な中心市街地活性化の最終目標。
- ・個性的な市街地を創造するために「空間戦略」(街並みのおしゃれ)、「回遊性」(まちなかを歩こうよ)に注目して成功商店街の特徴を探っていく。

### ③ 最近、あることをやって注目されるシャッター通り再生の事例紹介(空間戦略)

○別府市  
空き店舗8か所が新規魅力創出するために全国からアーティストや職人さんを誘致し、アート空間創出

○大分市  
まちなか倶楽部が中心となり、テナントミックスのマーケティング手法を活用、街の目標を「売上げの増加」に設定し、「街路」を創出。空き店舗50店舗、わずか1年半で開業させる。

○福井市(新米商店街)  
まちづくり福井が地権者から無償提供された10店舗を1年間限定(低家賃)で募集→8店舗入居。2店舗:駄菓子屋、キッズルーム

○奈良市  
餅飯殿(もちいどの)センター街の一角にインキュベーター施設「もちいどの夢Cube」を設ける(ミニ開発)。店舗はガラス張りのデザイン、(シャッターできない構造)。空き店舗が無くなり、通行人も回復。

(回遊性戦略)  
○滋賀県長浜市黒壁の商店街 観光客9万人→200万人  
・まちに4つの魅力に気づき 湖畔の町、城下町、門前町(大通寺)、街道筋(北国街道)

・有機的に連動させ、中心市街地観光回遊3時間(日帰り観光の条件)実現  
○川越市 蔵の街づくり回遊(回遊を促す仕組みは駅前から)  
・クレアモール、大正浪漫夢通り(大正時代イメージ)、蔵を活かした川越一番街(江戸時代イメージ)、菓子屋横町へと続く6商店街を回遊

○大阪市中央区心斎橋商店街  
・大阪ミナミおいでやすプロジェクト  
(関空イン→成田アウト)から(成田イン→関空アウト)で訪日観光客1.5倍

④ ところで、活性化の基本とは?  
○活性化の方程式:「魅力」-「コスト」=「リピーター度」(逆はシャッター通り)  
「コスト」:交通コスト、欲しいものを探る探索コスト、価格など  
「魅力」:「買い物の魅力」+「何も買わなくても楽しい魅力」

○「カフェWith」  
2005年から2010年まで、街づくり組織HCAと和歌山立足ゼミ生20人で毎年春に4回、秋に20回程度、中心市街地の空きスペースを活用(橋の上でテーブル、イスを置いて)地元料理とイベントからなるオープンカフェをおこなう。

衰退中心市街地において、学生を中心に活性化を行うのは、学生にとっても都市にとっても魅力的。要は、「持続性」と「話題性」。

初回には、地元高校生の吹奏楽団や合唱団が飛び入り参加。2008年には、裁判員制度を前にした裁判員も参加。2010年には、連携をコードネームに、大手企業と地元小学校とのコラボレーション実現。「心も体も、町もおしゃれをしようという機運」が生まれた。

(おわりに)  
「できること」からまず実践!メンバーが「一人」だけからでもやりましょう。世界交流の時代。訪問客に魅力ある街づくりを。そして、そのための地域資源・個性探しを!そのためには、まず「勉強会」をやりましょう。

## 2 パネルディスカッション

「一歩踏み出すには?」続けていくには?どうする まちづくりの進め方」

○現代版家守の実践と創造～神田エリアの不動産活用とエリアイメージづくり～

清水 義次氏 株式会社アフターマーン  
ソサエティ代表取締役

江戸の町人によるまちのマネジメントの仕組み「家守」(大家さんのこと)を現代に取り入れて、空き室の多いビルの店舗集めから、地元の職人、企業との交流による起業支援などを手がけまちを再生しようという実践的な試み。

家守が目指すものは、遊休不動産活用×エリアイメージづくり→良質の雇用創出・産業振興・コミュニティ再生。

### ○千葉県柏市中心市街地活性化への取り組み10年

藤田 とし子氏 株式会社全国商店街支援センター事業統括役  
観光資源もない柏市でインフォメーション協会のメンバーになり、隠れた魅力を掘り起こして賑わいをつくりだした10年を振り返る。資源がないということであきらめ



ムードのまちでは、見栄を張る必要がないため、まちをよそ者に開くことができた。それをやりながら小さな達成感を感じるようになったところで、それがつぶやきとなり、つぶやきが口コミになり拡がっていった。(口コミの活用・市民力はすごい)。継続するには達成感が必要。

・平成10年 柏駅周辺イメージアップ推進協議会立ち上げる(戦略部隊)

・平成12年 ストリートプレイヤーの誕生(実戦部隊)

・平成13年 かしわインフォメーションセンター開設(情報戦略部隊)  
まちづくりの楽しさを伝え、担い手育成、話題性の喚起にぎわいと回遊の演出、イベント・プロセスの見える化、若者の街・かしわのイメージ定着(もうひとつのイメージアップ戦略)

かしわハート大使プロジェクト、カシワニ傘☆貸すワニプロジェクト(柏のまちづくり・イメージアップ戦略)  
地域イメージの共有化→推進母体となる組織づくり→既成事実の積み重ね→コミュニケーション先約→その街らしさの創造→(繰り返し)

・平成18年 JOBANアートラインプロジェクト柏実行委員会設立(実戦部隊)  
常磐線沿線1都2県(4市4区)の同時多発型アートイベントを開催

・平成19、20年 千葉県地域活性化プラットフォーム事業 - 柏「アートでつなぐ、まちづくり」をテーマに様々な市民団体による地域連携プラットフォーム構築事業

・平成22年 柏駅周辺ブランドینگ委員会設立(戦略部隊)

○「ルーバン・フラノ構想」と「フラノ・マルシェ」  
西本 伸顕氏 ぶらのまちづくり株式会社代表取締役

富良野市は北海道を代表する人気観光地であるが、その賑わいは「北の国から」のロケ地、ランダー畑など郊外の観光スポットに限られ、中心市街地の商店街はご多分に洩れず衰退の一途をたどる。ただ「北の国から」から「きれいなまちだね」の表現から「うつくしいまち」に「気づき」がある。

まちづくり三法の改正を機に中心市街地活性化基本計画(ルーバン・フラノ構想)を策定。

富良野の最大の資源「食文化」をテーマとする施設を立ち上げ、食の魅力から、まちなかに市民、観光客、商店街と連動することで観光客のまちなか回遊を促進し、経済のパイを拡大させると共に中心市街地全体ににぎわいと活気を取り戻そうとするもの。

「ルーバン・フラノ構想」第一期事業として「フラノ・マルシェ構想」が誕生。  
・「まちの縁側」(出会いもてなしの快適空間)づくり  
・「まちの縁側」のにぎわいを商店街の活性化につなげる。

まちづくり会社では、「ルーバン・フラノ構想」第二期事業として、「コンパクトシティ」の核となる、まちなか居住への誘導(ネーブルタウン構想)事業も同時にすすめている。

○「地域の元気の種を育てる点から面へ 松江の魅力へ」  
久保 里砂子氏 松江市中心市街地活性化協議会タウンマネージャー

松江市は、城下町として、また水の都として地域資源豊富な地。平成12年、TMO事業としていち早く日銀跡を再生するなど積極的に活動展開してきた。しかし、次第に都市機能は衰退していく。平日は誰もいないとはいえないだろう。賑わい創出に未来はない。個店をみがくことが大切。

平成20年7月松江市中心市街地活性化基本計画認定される。60の事業が計画されているが、地元の人自ら推進していくのでなければまちなかの活性化はできない。おととしの勉強会で、「こんな風になつたらいいなあ」イメージから、各商店街で強みを活かしたまちづくりがはじまる。

・新大橋商店街「伊勢宮元気プロジェクト」=ほんの小さな小さなことを一つ一つやることで商店街の人に自信がでてくる。やるのは「人」。第一歩を踏み出すタイミング。ここ1年のなかで動いてきた。

アーケード撤去、新設 LED化  
神話を題材としたシャッターアートの展開←お店は昼夜半々やっている。やっているのにシャッターはどうかな?

シジミ汁屋台本舗←若い女性にも来て欲しい!他の人の協力でやってみよう!  
縁側ギャラリーとしたら!←空き店舗は? 魅惑の古いイベント

商店街のクリーン作戦←話の場ができ、声掛け(20人以上の人集まる)。  
・堅町商店街

一点逸品運動に取り組み←自分のお店がやる(自店の改善)  
商店街事業として、イベントから個店の魅力アップ支援へ

・中心市街地の他の中央通り商店街、白湯本町商店街、天神町商店街に新たな商店街活性化はじまる。

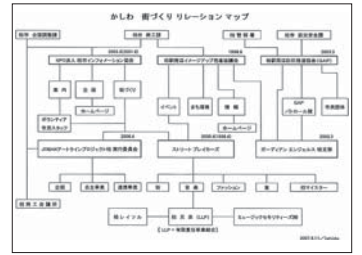
(パネルから) まちを元気にしたい一言アドバイス  
F氏から。この指しまれ方式(やる気のある人とおし)での活性化の推進  
K氏から。自分のまちにプライドをもつ。そして子どもに伝えていく。

小さな芽を育てていく。ちょっと伸びる。水を注ぐ。ちょっとした動きを後押しする。伸び始めるとぐんぐん成長していく。

S氏から。個店の改善が最も重要。やれば生き返るところがかなりある。やればできる。まず儲けよう。そしてまちをよく歩こう。歩いて観察。小さな変化に気づく敏感な自分をつくろう。それが自分を作り上げる一歩でもある。


(総括)  
「地域資源の掘り出し」が一つのテーマとなっているが、基本は、「行動する」こと。そのための環境づくり-地域に人材を送り込み、アクションしていく。

その前提となるのが「地域に対する愛着」。実は、これが地域再生のキーワード。それが魅力・再生につながっていく。



「フラノ・マルシェ」は食文化の「いいとこどり」まちなか回遊につなぐしかけとしての食空間

【構成要素】  
①ファーマーズマーケット(オガール)JAふらの  
②スーベニアショップ(アルジャン)富良野物産公社  
③テイクアウト主体の飲食モール(フラディッシュ)有志5店  
④スイーツカフェ(サポール)  
⑤イベント広場  
⑥タウン情報センター  
⑦大型駐車場



中心市街地における新たな動き

