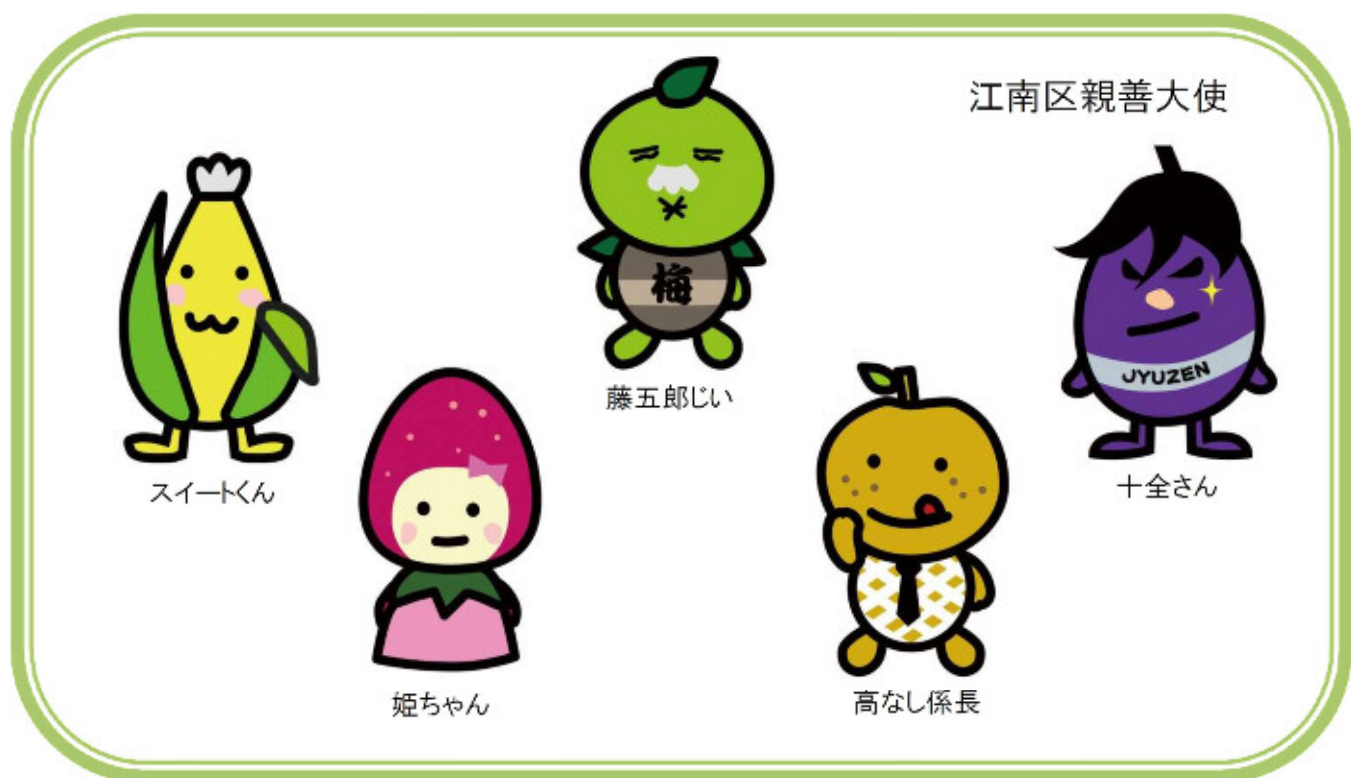


# 江南区拠点商業活性化推進事業計画 第2期



平成30年3月

# 新潟市江南区

## 目次

1 計画の概要	・・・ 1
(1) 計画策定の趣旨	
(2) 計画期間	
2 江南区の現状	・・・ 1
(1) 江南区の概要	
(2) 江南区が目指すまちづくり	
(3) 商業地の概況	
(4) 各種統計にみる江南区の商業を取り巻く状況	
3 拠点商業地活性化に向けた課題整理	・・・ 5
(1) アンケート結果から見える課題と活性化策	
(2) 第1期計画の成果検証をふまえた今後の方向性	
(3) 第2期計画に向けた活性化の方向性	
4 拠点商業地の活性化に向けた取り組み	・・・ 10
(1) 拠点商業地のエリア	
(2) 拠点商業地の活性化に向けた基本方針・目標の設定	
5 実施事業の内容とスケジュール	・・・ 12
6 拠点商業地活性化の成果指標	・・・ 15
(1) 拠点商業地活性化の成果指標の設定	
7 計画の着実な実施による商業活性化の推進	・・・ 16
江南区拠点商業地活性化推進委員会 委員名簿	・・・ 17

## 1 計画の概要

### (1) 計画策定の趣旨

この計画は、本市総合計画「にいがた未来ビジョン」におけるまちづくりの方針である「コンパクトなまちづくり」を商業分野から推進していくため、区内で拠点性を有すると認められる地域の活性化を進めることにより「個性あるまちなか」の実現を図ることを目的としています。

第1期計画は平成25年度から平成29年度までの5年計画で実施し、最終年度に成果検証を行いました。基本方針に沿って目標を定めて各種事業に取り組み、一定の成果はありましたが、掲げた目標の全てを達成することはできませんでした。

今後も江南区が目指すまちづくりを商業分野から推進するため、現状を踏まえ実施可能な事業（取り組み）による拠点商業地の活性化を図る必要があります。

このたび、第1期計画の検証結果及びまちづくりの方針を踏まえて第2期計画を策定しました。

### (2) 計画期間

平成30年度から平成34年度までの5年間とします。

## 2 江南区の現状

### (1) 江南区の概要

江南区は、政令市新潟のほぼ中心に位置し、阿賀野川・小阿賀野川・信濃川に囲まれ、田園が広がる緑豊かな地域です。JR信越線（亀田駅）、日本海東北自動車道新潟亀田IC、国道49号線に加え中央環状道路の整備が進むなど、発達した交通網を活用して流通・大型商業施設が多数立地する利便性の高い地域です。また、新潟市中心部に近いことから宅地化が進み、ベッドタウンとしての機能を担う一面もあります。

人口はおよそ6万9千人、面積は75.42km<sup>2</sup>で、曾野木、両川、大江山、亀田、横越の5地区で構成され、地形は平坦で海拔0メートル地帯が多く、かつては曾川切れ・木津切れに代表される河川の氾濫など幾多の浸水被害があり、河川改修などの治水対策が積極的に行われました。

現在は、土地改良事業などにより、芦沼と呼ばれた湿田地帯は、広大な優良農地へと生まれ変わり、水稻をはじめとして、そ菜、果樹、花きの生産など都市近郊型農業による食糧生産地となっています。

また、区内には亀田、横越木津、両川の3地区に工業団地があるほか、印刷団地や食品工業団地など、数多くの企業・工場が進出しており、周辺住民の雇用促進とともに地域経済にも大きく貢献しています。

## (2) 江南区が目指すまちづくり

本市の目指す姿（都市像）を示す新潟市総合計画「にいがた未来ビジョン」（H27-H34）の一部として位置付けられる「区ビジョン基本方針」に基づき、江南区におけるまちづくりの具体的な取り組みを示す「江南区・区ビジョンまちづくり計画」を策定し、区の状態に沿った事業を実施しています。

## 江南区区ビジョン・まちづくり計画

**区の将来像** : 緑と調和した、賑わいと安らぎのあるまち

目指す区のすがた

- ①豊かな自然と都市機能の調和がとれたまち
- ②人と人のつながりを大切にする安心安全なまち
- ③創造的な産業を育む活力のあるまち
- ④未来に向けて人が輝き文化が育まれるまち
- ⑤区民がまちづくりの主役として輝くまち

## (3) 商業地の概況

江南区内には10の商店街があり、亀田地区には主要地方道新潟新津線（亀田本町通り）沿線を中心に6つ、このほか曾野木、両川、大江山、横越の4地区にあります。

商工団体については、商工会議所法に基づく亀田商工会議所（亀田地区）、商工会法に基づく横越商工会（横越地区）、酒屋町商工会（両川地区）の3つの団体があります。

このほか、区内にはJR亀田駅から国道49号線鶴ノ子ICに向かう主要地方道新潟亀田内野線（亀田大通り）に面して大規模小売店舗が多数出店しています。

さらに、新潟市全体の中でも店舗面積が最上位の2店舗（イオンモール新潟南・アピタ新潟亀田店）が鶴ノ子IC付近に出店しており、区内の商店街にも少なからず影響を及ぼしています。

(4) 各種統計にみる江南区の商業を取り巻く状況

①人口動態

(H22 国調・H27 国調)

区	平成 22 年 人口	自然動態(数)			自然動態(率)		平成 27 年 人口
		出生	死亡	差引	出生	死亡	
新潟市	811,901	31,702	40,329	△8,627	3.9%	5.0%	810,157
北 区	77,621	2,740	3,860	△1,120	3.5%	5.0%	76,328
東 区	138,096	5,804	6,588	△784	4.2%	4.8%	137,577
中央区	180,537	7,582	8,384	△802	4.2%	4.6%	183,767
<b>江南区</b>	<b>69,365</b>	<b>2,832</b>	<b>3,493</b>	<b>△661</b>	<b>4.1%</b>	<b>5.0%</b>	<b>68,906</b>
秋葉区	77,329	2,732	4,335	△1,603	3.5%	5.6%	76,843
南 区	46,949	1,743	2,541	△798	3.7%	5.4%	45,685
西 区	161,264	6,371	7,469	△1,098	4.0%	4.6%	162,833
西蒲区	60,740	1,898	3,659	△1,761	3.1%	6.0%	58,218

②少子・高齢化率

(H22 国調・H27 国調)

区	総人口	65 歳以上人口 (高齢者人口)		0~14 歳人口 (年少人口)	
		人	比率	人	比率
新潟市(平成 22)	811,901	187,371	23.1%	103,346	12.8%
<b>江南区</b>	<b>69,365</b>	<b>16,077</b>	<b>23.2%</b>	<b>9,584</b>	<b>13.8%</b>
新潟市(平成 27)	810,157	217,107	26.8%	98,367	12.1%
北 区	76,328	20,806	27.3%	9,270	12.1%
東 区	137,577	36,356	26.4%	17,319	12.6%
中央区	183,767	45,324	24.7%	20,886	11.4%
<b>江南区</b>	<b>68,906</b>	<b>18,897</b>	<b>27.4%</b>	<b>9,100</b>	<b>13.2%</b>
秋葉区	76,843	22,381	29.1%	9,771	12.7%
南 区	45,685	12,593	27.6%	5,493	12.0%
西 区	162,833	43,124	26.5%	20,013	12.3%
西蒲区	58,218	17,626	30.3%	6,515	11.2%

■平成 22 年及び平成 27 年国勢調査の比較で、江南区の人口は微減で、高齢者数、高齢化率ともに増加し、全国的な傾向と同様に人口が減少し、高齢化が進んでいます。

一方、年少人口の比率は 8 区中トップで市平均を大きく上回っており、区内（特に亀田地区）の住宅需要が高く、子育て世代の居住が多い傾向が続いています。

③小売業（商業統計調査）

商業統計（小売業）						
区分	事業所数			従業員数（人）		
	平成19年	平成26年	増加率（%）	平成19年	平成26年	増加率（%）
新潟市	7,854	5,434	△30.8	52,095	42,173	△19
江南区	628	522	△17.0	4,025	4,082	1.4

区分	年間商品販売額（百万円）			売場面積（㎡）		
	平成19年	平成26年	増加率（%）	平成19年	平成26年	増加率（%）
新潟市	940,963	854,656	△9.2	1,216,226	1,063,675	△12.5
江南区	65,571	77,863	18.7	127,622	133,656	4.7

H19調査（基準日 H19.6.1）

H26調査（基準日 H26.7.1）

【参考1】イオン、アピタの開業年と延べ店舗面積

店舗名	店舗面積（小売部分のみ）※注1	開店年月
アピタ新潟亀田店	37,462 ㎡	平成12年10月
イオンモール新潟南	41,699 ㎡	平成19年10月 ※H19商業統計未算入

※注1 大規模小売店舗立地法による届出から

【参考2】区内各地区の小売業数

地区名	H19小売業	H26小売業	増減
亀田地区	344	331	▲13
横越地区	94	75	▲19
両川地区	87	62	▲25

■平成19年及び平成26年商業統計調査の比較では、新潟市全体の小売業は事業所数、従業員数、商品販売額、売場面積全てで減少しています。

これは、通販やインターネット販売などの影響が大きいと考えられます。

一方、江南区の状況は、区内に立地する大型店・量販店の影響により、商品販売額、売場面積ともに増加しています。

この最大の要因は平成19年10月に開業したイオンモール新潟南店で、店舗面積（小売部分）4万㎡以上の巨大店舗が平成26年調査の数字を押し上げたと考えられます。（19年調査は未算入）

しかし、区内の既存の小売業は事業所数の大幅減が示すとおり、区内に立地する大型店・専門店やインターネット販売などにより、非常に厳しい状況にあることが分かります。

### 3 拠点商業地活性化に向けた課題整理

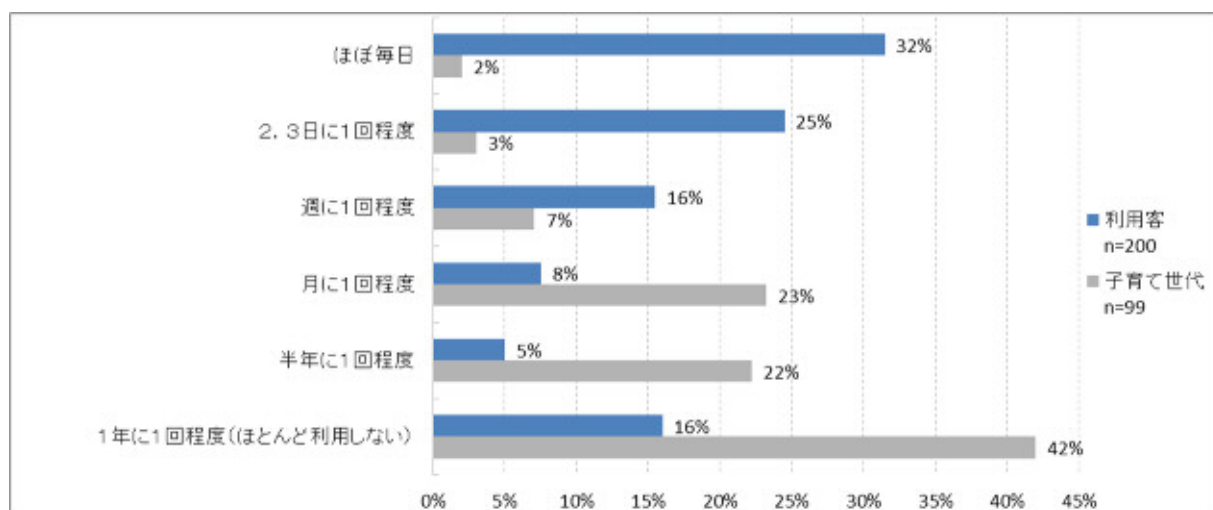
#### (1) アンケート結果から見える課題と活性化策

商店主・来街者・子育て世代アンケートの調査結果から、商店街を定期的にご利用するのは主に高齢者層であり、子育て世代は商店街をあまり利用していないことが分かります。

江南区、特に亀田地区は年少人口の割合が他区に比べ高く、このことから子育て世代が多く居住する地域であることが分かります。

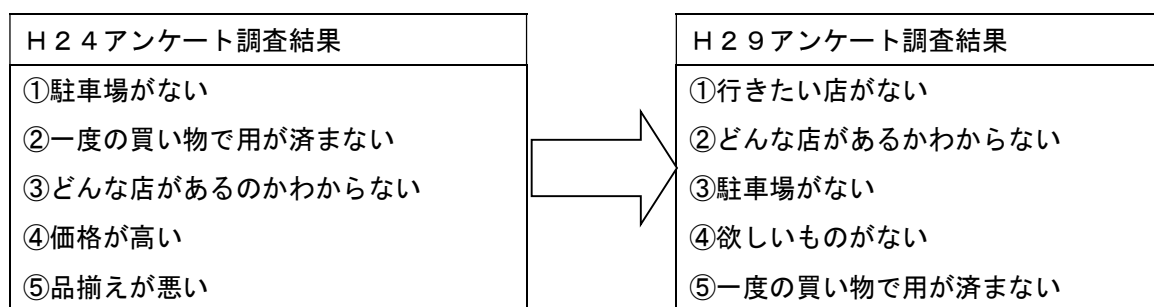
24年度調査との比較で、子育て世代の商店街利用の割合が低下していることから、今後の課題としてこの子育て世代を商店街に誘導する取り組みが必要です。

#### ○利用頻度について、来街者と子育て世代を比較（来街者・子育て世代アンケート調査結果から）



■子育て世代で週に1回以上商店街を利用する割合は12%、一方、ほとんど利用しない割合は42%です。月に1度、半年に1度程度利用する割合は計45%あり、この層の商店街利用を増やす取り組みが必要と考えます。

#### ○商店街を利用しない理由（子育て世代アンケート調査結果から）

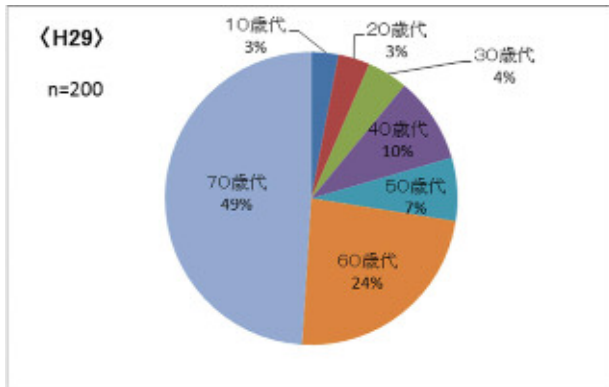


■他の区に比べ子育て世代の割合が高い江南区において、この層を商店街へ誘導することは商店街活性化のために取り組まなければならない重要な課題と言えます。

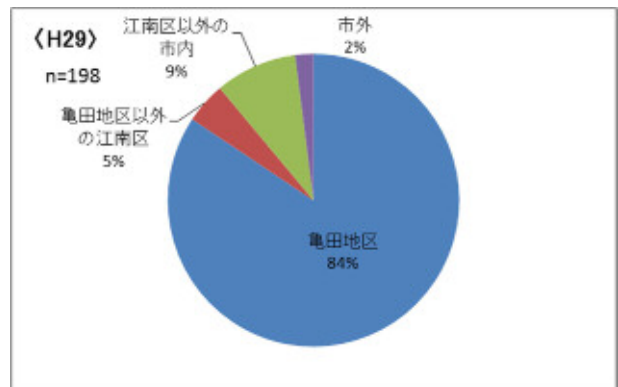
アンケート結果の変化から、そもそも商店街・商店を知らない方が増えている状況が読み取れ、この世代に商店街の存在をPRするとともに求める内容を整理・検討し、来街に向けた事業推進を図る必要があります。

○来街者の状況（来街者のアンケート調査結果から）

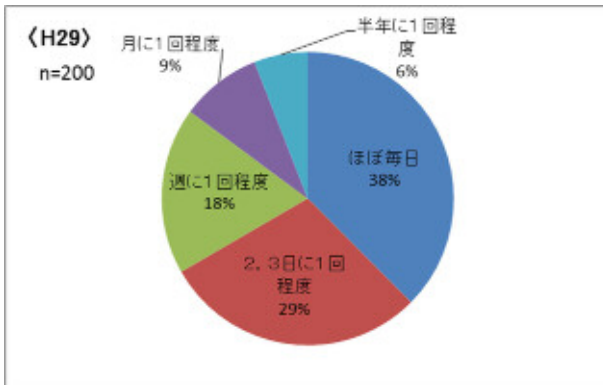
年代



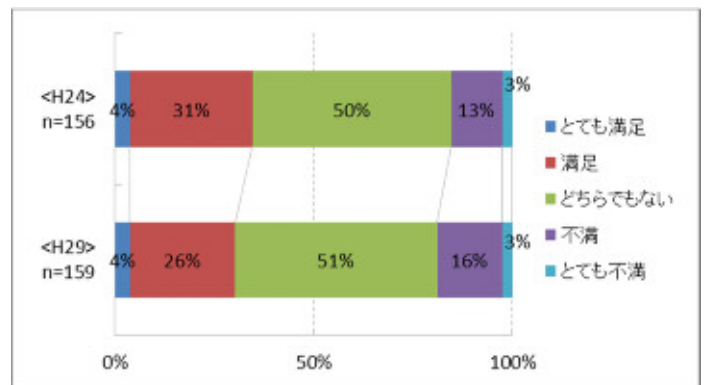
居住地



利用頻度



商店街の総合的な満足度



■来街者のアンケート調査結果から、顧客の年代が70歳代の回答が半分近くを占め60歳代と合わせると73%となり、商店街を利用する多くの顧客が高齢者であることが読み取れます。また、顧客の居住地の84%が亀田地区であり、利用頻度も高いことから、多くの顧客にとって商店街が生活圏内に位置し、日々の暮らしを支える重要な役割を担っていることがわかります。

一方、来街者の商店街への満足度が前回調査時より下がっており、主な来街者である高齢者へのサービス維持・向上、またこの層への商店街・商店の魅力を高めることが今後も非常に重要であると言えます。



○活性化のために商店街はどんなことに取り組んだら良いと思うか。

(上位回答まとめ：商店主・来街者・子育て世代アンケート調査結果から)

順位(回答者の割合が高い順)	商店主	来街者	子育て世代
1	空き店舗の活用	イベントやセールの開催	イベントやセールの開催
2	駐車場の設置	特産品や名物のPR・開発	空き店舗の活用
3	商店街の共同宣伝	空き店舗の活用	商店街の共同宣伝
4	ベンチ・トイレの設置	歩道のバリアフリー	特産品や名物のPR・開発
5	個々の店の魅力向上	商店街の共同宣伝	歩道のバリアフリー

■第1期計画結果検証のアンケート結果から、若い世代(子育て世代)が商店街をほとんど利用せず、さらに商店街や商店を知らない人が増加していることが明らかです。

「活性化策のために取り組んだら良いと思う」は、来街者・子育て世代の回答では「イベントやセールの開催」が1位となっており、3者の上位回答の中に「空き店舗の活用」と「商店街の共同宣伝」があります。空き店舗を解消・有効活用し商店街でのまとまった取り組みが求められており、同時に認知度アップが必要です。

また、「特産品や名物のPR・開発」が、来街者・子育て世代の回答で上位に挙がっており、商店主では、「個々の店の魅力向上」が上位に入っていることから、商店主・顧客共に商店街や商店の良さ、新たな魅力づくりが必要と感じており、その取り組みによって大型店・量販店との差別化を図る必要があります。

また、「歩道のバリアフリー」「ベンチ・トイレの設置」などハード面の整備も求められています。

(2) 第1期計画の成果検証をふまえた今後の方向性

第1期計画で実施した事業（一部未実施含む）の結果から見える課題や有効性をふまえ、今後の取り組みの方向性を検討する必要があります。

【第1期計画における事業実施状況（抜すい）】

①「地域の良さが感じられるまちなか」をめざして、「亀田」の財産・魅力を活用した活性化の取り組み

事業名	実施状況	実施時期	実施主体
わく灯籠のPRと活用	○	H28～	亀田商工会議所青年部
亀田三・九の市との連携	○	H28～	亀田郷商盛会
まち歩きへの協力	○	H26～	かめだ梅の陣実行委員会
アート亀田 亀田ストリート写真展	○	H26～	かめだ梅の陣実行委員会
商店街のPRマップなどの作成	○	H26	亀田商店会連合会
商店街の良さをPRするための取り組み	○	H27	亀田商工会議所
美味・名物発見・発信事業	○	H26～	かめだ梅の陣実行委員会

(取り組み結果)

「わく灯籠」の認知度は年々上がっており、「わく灯籠」が地域らしさを感じるものとなっている。亀田三・九（サンキュー）マルシェの実施で、商店街と市が連携する仕組み作りができた。

(今後の方向性)

基本方針の「地域の良さが感じられるまちなか」を目指して、地域資源を生かした取り組みを今後も継続して、地域の良さを発信していく必要がある。

②「地域に密着し、地域と一体となったまちなか」をめざして、地域の方と連携して地域に愛される取り組み

事業名	実施状況	実施時期	実施主体
イルミネーションの点灯	○	H26	本町商店会
ミュージックフェスティバル	○	H25	本町商店会
よりなせ家の有効活用	○	H28	かめだ梅の陣実行委員会
児童・生徒の学習・体験研修への協力	○		個店
飲食店を活用したまち歩き	○	H26	かめだ梅の陣実行委員会
個店の魅力アップのための検討・研究	○	H25・H26	会議所・各商店会など
共通セール開催	×		

(取り組み結果)

「イルミネーションの点灯」「ミュージックフェスティバル」などは一部または一過性のイベントで終わった。新潟市内で初となる『まちゼミ』を開催し、個店・商店街の継続したPR、ファンづくりに繋がった。コミ協が運営する「よりなせ家」は市との連携など、商店街における来街者の居場所として機能した。

(今後の方向性)

今後も地域と密着した来街者を大切にす取り組みを行い、商店街の魅力を高める必要がある。

③「利用しやすく安心して買い物できるまちなか」をめざして、高齢者や障がい者の利用しやすさ向上、若い世代が来街する取り組み

事業名	実施状況	実施時期	実施主体
飲食店を活用したまち歩き	○	H26	かめだ梅の陣実行委員会
商店街の空き店舗活用	○	H25～	民間（ねこい、がっど、トラベ、ふれ〜る）
商店街内の休憩・休息スペースの確保	○	H27～	民間（トラベリンクス）
ふれジョブ事業への協力	○	H27～	個店
高齢者や障がいのある方などへのサービスの拡充	×		
既存駐車場の活用	×		
歩行者や自転車でも利用しやすい商店街づくり	×		

**（取り組み結果）**

空き店舗活用・休憩スペースの確保は、補助事業を活用してコミュニティ活動や商店街の休憩所の役割を担ったが、補助期間の終了と共に閉店を余儀なくされた店舗もあり、収益確保が課題として残った。

商店街の中のコミュニティ活動の場、休憩・休息スペースの確保は今も継続した課題である。

駐車場や段差のない歩道整備などハード事業の必要性はあるが、事業化には至っていない。

**（今後の方向性）**

大型店や量販店にはない地域商店街としての価値として、安心安全なモノやサービスを、高齢者や障がい者のほか子育て世代にもアピールできるような取り組みが必要である。

**（3）第2期計画に向けた活性化の方向性**

検討委員会の中で示された本計画に対する提案・提言

- ①空き店舗・活用可能な店舗の把握
- ②新規顧客（特に若い世代）が来街する取り組み
- ③商店街の固定客（高齢者）を大切にする取り組み
- ④第1期計画で実施した事業を深化させた実施事業の設定
- ⑤新規実施事業について、実行可能な現実的な事業の設定
- ⑥各分野（学校・コミュニティ協議会・福祉など）との連携

## 4 拠点商業地の活性化に向けた取り組み

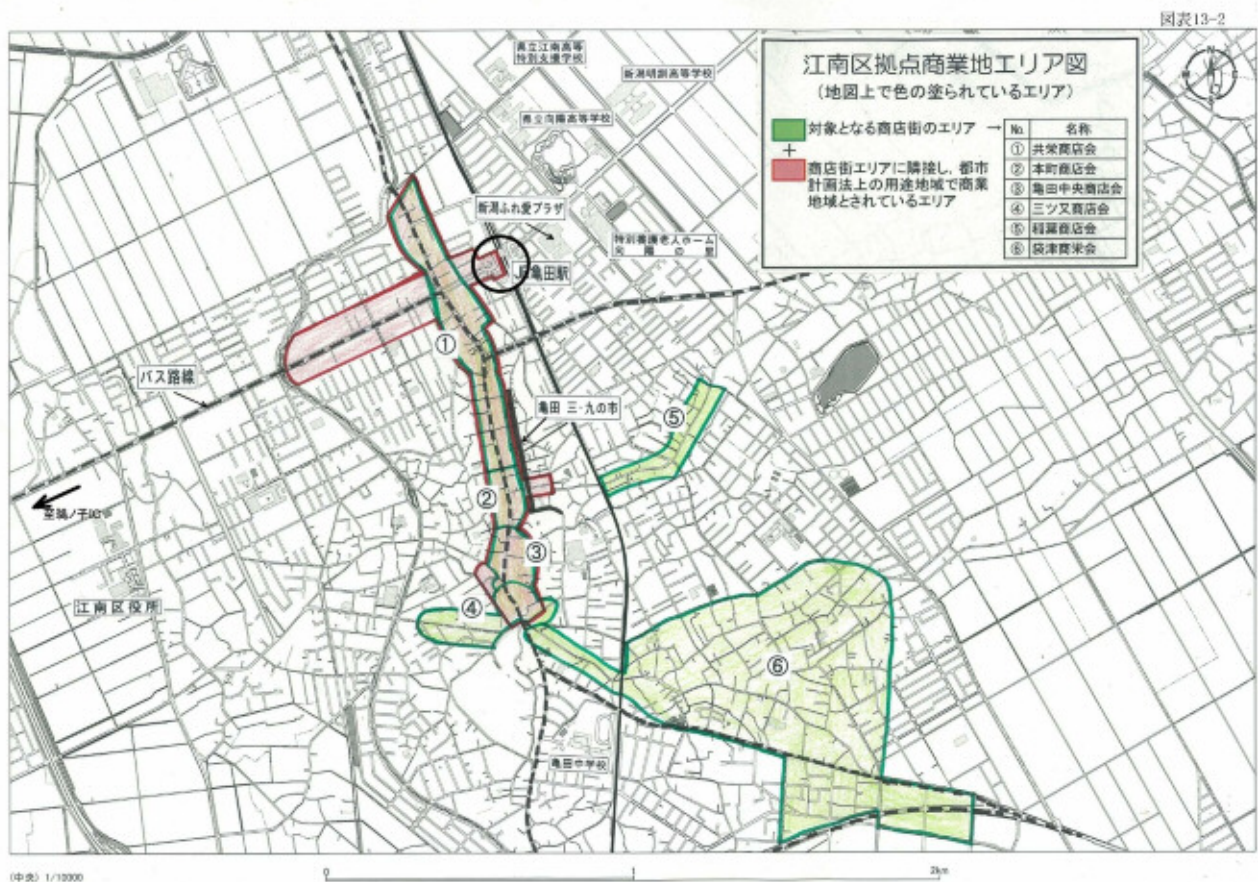
### (1) 拠点商業地のエリア

前計画で拠点商業地として選定した区域は、亀田三・九の市も含めて長い歴史がある商業地です。J R 亀田駅に近くバス路線もあり交通の利便性がよく、J R 亀田駅の東口近くには、高等学校、高等特別支援学校、福祉施設があります。人口・商業集積の規模が大きいとともに、区のほぼ中心に位置しています。

また、江南区役所を中心としてJ R 亀田駅を含むエリアは、総合計画・都市計画基本方針で地域拠点（地域の核）としても位置付けられています。このように中心となっている地域であることと、第1期計画の結果を踏まえ更なる拠点活性化が必要と考えられることから、第2期計画でも第1期計画区域を拠点地域として継承します。

第2期計画における拠点商業地は以下のとおりです。

亀田本町地区周辺の商店街	共栄商店会	本町商店会	亀田中央商店会
	三ツ又商店会	稲葉商店会	袋津商店会
隣接する用途地域上の商業地域	亀田駅周辺及び亀田大通りに沿った地域の一部		



## (2) 拠点商業地の活性化に向けた基本方針・目標の設定

商店街にとって影響があり全国的にも課題となっている大型店・量販店との競合は、江南区拠点商業地でも影響を受けており、大型店の出店により売り上げ・来街者の減少につながっています。

このような状況の中、商店主・顧客も第1期計画検証のアンケート調査から、商店街の活性化のためには大型店との差別化、その地域・商店街の魅力を活用した取り組みが必要とされていることを認識している状況が読み取れ、商店街・商店の魅力である顔の見える関係性や安心・安全で消費者により近い、地元の商店街にしかできないきめ細かなサービスなどの取り組みを進めていく必要があります。

また、一定の固定客はいますが、商店主・顧客共に高齢化が進んでおり、拠点商業地の活性化には新規来街者、特に若い世代の獲得が課題となっています。

以上の状況を踏まえ、基本方針・目標は前計画の方針を引き継ぎます。

### 【基本方針】

#### ① 「地域の良さが感じられるまちなか」

(目標) 名物や特産品、歴史ある建物や小路(街並み)、亀田三・九の市やわく灯籠など地域の財産・魅力を活用した活性化への取り組みを進め、亀田らしさが感じられるまちなかを目指します。

(取り組みの方向性) ・歴史ある地域の魅力の活用・新たな地域の誇れる宝の活用

(来街者・子育て世代のニーズ) ・特産品や名物のPR

#### ② 「地域に密着し、地域と一体となったまちなか」

(目標) 商店街の統一感やイメージアップのための取り組みや、地域住民や団体と連携した活性化への取り組みを推進します。また、ここにしかない商品や店、きめ細かなサービスなど、大型店とは違う魅力を持った、地域密着型の商店街を目指します。

(取り組みの方向性) ・地域住民や団体との連携・学校や福祉との連携

・地域密着型のきめ細かいサービスの提供

(来街者・子育て世代のニーズ) ・イベントやセールスの開催・商店街の共同宣伝

#### ③ 「利用しやすく安心して買物できるまちなか」

(目標) 高齢者や障がいのある方の買物しやすさの向上を図ります。また、子育て世代や若い人に商店街に気軽に来てもらえるような活性化への取り組みを推進します。

(取り組みの方向性) ・商店街の利便性向上・顧客目線の徹底・若い世代の来街促進策

・空き店舗活用に向けた取り組み

(来街者・子育て世代のニーズ) ・空き店舗の活用・歩道のバリアフリー

## 5 実施事業の内容とスケジュール

### ①「地域の良さが感じられるまちなか」

事業名	取組内容	実施主体	実施時期	予定支援制度 (H29事業)
わく灯籠のPRと活用	認知度が上がってきた「わく灯籠」をさらに活用し、商店街と連携してPRし、地域らしさを創出する。	亀田商工会議所青年部	継続	
亀田三・九の市との連携	亀田三・九（サンキュー）マルシェで商店街と市と連携した販促、売り出しなどを実施。	亀田三・九の市及び本町商店街誘客推進協議会	継続	
商店街のPRマップ作成	商店街のマップやパンフレットを作り、どこにどんなお店があるのか知ってもらおう取り組み。 駐車場の位置も表示し、駐車場のPRも行う。	各商店会など	H30～	ステップアップ事業（来街・消費促進）
梅の加工品のPR	特産品の梅を使ったスイーツなどをPRする。	各商店会など	H30～	地域資源活用・農商工連携事業
かめだ梅の陣	ストリートギャラリー・まち歩きなど。	かめだ梅の陣実行委員会	継続	
かめだウマイもの祭り	テーマ（パンフェス・梅のお菓子・農産物など）を決めて、亀田の美味しいものを集めて提供する機会を作る。	各商店会など	H30～	ステップアップ事業（にぎわい創出）
高校生アイデア名物コンテスト	高校生が放課後などに気軽・手軽に食べられるもの（～焼き・アイス・おやつ系）を開発する。	各商店会など	H30～	ステップアップ事業（研究・研修事業）

## ②「地域に密着し、地域と一体となったまちなか」

事業名	取組内容	実施主体	実施時期	予定支援制度 (H29事業)
ふれジョブへの協力	ふれジョブ（障がいのある子どもたちの仕事体験プログラム）への協力により、商店街と地域住民の交流及び障がい者への理解を深める。	各商店会など	継続	
よりなせ家の有効活用	よりなせ家が利用しやすくなるように（入りやすくなるように）、子どもたちがプロデュースする。	小学校・亀田小学校区コミュニティ協議会	継続	
商店街での子どもの健全育成事業の実施	商店街の空き店舗等を活用して、子どもの健全育成と商店街の活性化につながる事業を展開する。	小学校・亀田小学校区コミュニティ協議会など	H30～	
児童・生徒の学習・体験研修への協力	小中学校の児童生徒による学習・職場体験などに協力することで、将来のまちを担う子どもたちに商店街を知ってもらい、訪れてもらう機会を増やす。	小学校・各商店会など	継続	
子どもプロデュース「私の店」	小学生が個店を訪れ、店のPRを考え、取り組む。	各商店会・小学校など	H30～	
あきんど体験	商店・亀田三・九の市などで子どもが仕入れから販売までを体験し、お金の流れなど含めた商人体験をする。	小学校・亀田商工会議所・各商店会・亀田郷商盛会など	H30～	
まちゼミ	得する街のゼミナールを開催する。	亀田商工会議所	継続	ステップアップ事業（にぎわい創出）
共通セールの開催	個店で開催しているセールを共通日などを設けて開催し、一体となっていく。	各商店会など	H30～	ステップアップ事業（にぎわい創出）
ハロウィンイベント	10月に仮装して来店した客に参加店から特典を付与する。	共栄会など	H30～	ステップアップ事業（にぎわい創出）

### ③「利用しやすく安心して買物できるまちなか」

事業名	取組内容	実施主体	実施時期	予定支援制度 (H29事業)
商店街のPRマップ作成	商店街のマップやパンフレットを作り、どこにどんなお店があるのか知ってもらい取り組み。 駐車場の位置も表示し、駐車場のPRも行う。	各商店会など	H30～	ステップアップ事業（来街・消費促進） （再掲）
歩行者や自転車でも利用しやすい商店街づくり	駐輪場設置の検討など	会議所・各商店会など	H30～	商店街環境整備事業
高齢者や障がいのある方などへのサービスの拡充	高齢者や障がいのある方、子ども連れの方にやさしいサービスを拡充する。	会議所・各商店会など	H30～	ステップアップ事業（来街・消費促進）
商店街での子どもの健全育成事業の実施	商店街の空き店舗等を活用して、子どもの健全育成と商店街の活性化につながる事業を展開する。	小学校・亀田小学校区コミュニティ協議会など	H30～	（再掲）
児童・生徒の学習・体験研修への協力	小中学校の児童生徒による学習・職場体験などに協力することで、将来のまちを担う子どもたちに商店街を知ってもらい、訪れてもらう機会を増やす。	小学校・各商店会など	継続	（再掲）
子どもプロデュース「私の店」	小学生が個店を訪れ、店のPRを考え、取り組む。	各商店会・小学校など	H30～	（再掲）
あきんど体験	商店・亀田三・九の市などで子どもが仕入れから販売までを体験し、お金の流れなど含めた商人体験をする。	小学校・亀田商工会議所・各商店会・亀田郷商盛会など	H30～	（再掲）
空き店舗・利用可能店舗の調査	拠点商業地で出店希望があった場合に備え、調査する。	各商店会など	H30～	ステップアップ事業（研究・研修事業）
開業者サポート	亀田商店街で出店したいと考えている方へ店舗斡旋から支援事業・融資情報提供などサポートする。	亀田商工会議所	H30～	



## 6 拠点商業地活性化の成果指標

### (1) 拠点商業地活性化の成果指標の設定

基本方針に基づく拠点商業地活性化の成果指標は以下のとおりです。

#### ① 「地域の良さが感じられるまちなか」

成果指標
商店街の「名物」があると答えた人（来街者アンケートにより調査） 平成29年度 41% → 平成34年度 50% (参考：無回答者抜きの割合48%)
亀田の財産・魅力を活用した事業の取り組み 平成29年度 3件 → 平成34年度 5件

#### ② 「地域に密着し、地域と一体となったまちなか」

成果指標
イベント運営に参加していると答えた人（商店主アンケートにより調査） 平成29年度 40% → 平成34年度 50%
商店街が一体（有志少人数も可）となって統一感・イメージアップする取り組み（事業）を行う 平成29年度 4件 → 平成34年度 5件

#### ③ 「利用しやすく安心して買物できるまちなか」

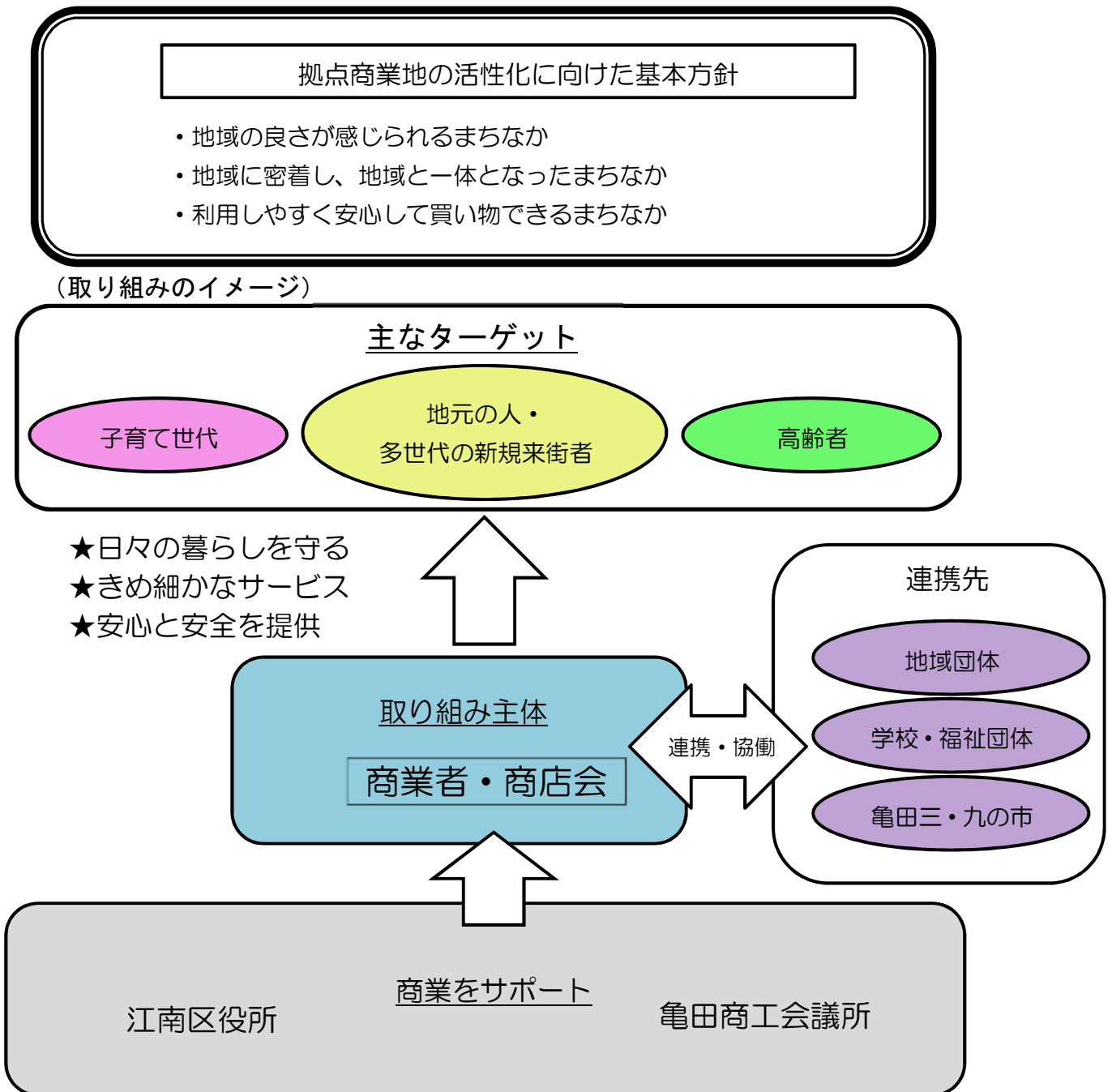
成果指標
高齢者・障がい者に対するサービスをしていると答えた人（商店主アンケートにより調査） 平成29年度 72% → 平成34年度 80% (参考：無回答者抜きの割合81%)
商店街を週1回以上利用している人（子育て世代アンケートにより調査） 平成29年度 12% → 平成34年度 20%
商店街の空き店舗・スペースの活用の取り組み件数を増やす 平成29年度 4件 → 平成34年度 5件

## 7 計画の着実な実施による商業活性化の推進

本計画を着実に進め、実効性あるものにしていくためには、江南区、商業者、商業団体、関係団体等、各団体がそれぞれ役割を果たしつつ、連携・協働していくことが重要であり、実施していくうえでは支援体制も必要です。

また、計画事業の実施状況の点検・評価を行い、そのうえで、商業活性化に係る問題、事業を巡る状況や社会的動向などを加味しながら見直しを行い、新たな課題等に対応していかなければなりません。

本計画推進のために計画の進行管理を行い、必要に応じ関係機関等と連携を図りながら江南区の商業活性化を目指します。



江南区拠点商業地活性化推進委員会 委員名簿

分野	氏名	備考
経済関係者	田村 敏郎	亀田商工会議所 専務理事
	立川 義浩	共栄会 会長
	吉田 修	亀田郷商盛会 会長
地域 コミュニティ	広島 勇	亀田小学校区コミュニティ協議会
	田辺 貴子	消費者

事務局

江南区役所 産業振興課	課長	神田 武行
	課長補佐	小戸田 明
	商工観光係	笹谷 龍也
		三間 可奈恵
亀田商工会議所	事務局長	山本 譲治

平成30年3月

新潟市江南区役所 産業振興課