

南区拠点商業地活性化推進事業計画



新潟市南区

平成27年2月

南区拠点商業地活性化推進事業計画

目 次

1	計画の概要	1
	(1) 計画策定の趣旨	1
	(2) 計画期間	1
2	南区の概要と人口・商業の状況	1
	(1) 南区の概要とまちづくり	1
	(2) 南区の人口の状況	2
	(3) 南区の商店街・商業の現状と課題	3
	(4) アンケート調査結果からみる商業者・利用客の意識	6
3	南区の特性と商業地活性化の基本方針	20
4	拠点商業地の位置及び区域	21
	(1) 位置の根拠	21
	(2) 範囲の根拠	21
5	拠点商業地活性化の目標	23
	(1) 商店街の強みと弱み	23
	(2) 拠点商業地の課題と取り組みの方向性	24
	(3) 拠点商業地活性化の目標	25
6	拠点商業地活性化に向けた取り組み（事業計画）	26
7	計画の進行管理・推進体制	33
	(1) 南区商業活性化推進委員会（仮称）	33
	(2) 庁内連携体制	33
	新潟市南区拠点商業地活性化推進事業計画検討委員会委員名簿	34
	新潟市南区拠点商業地活性化推進事業計画策定の経過	34

1 計画の概要

(1) 計画策定の趣旨

この計画は、本市のまちづくりの指針である「にいがた未来ビジョン」におけるまちづくりの基本方針「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、南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」を実現し、区内の商業の活性化を図るため策定しました。

(2) 計画期間

平成 27 年度から平成 31 年度までの 5 年間とします。

2 南区の概要と人口・商業の状況

(1) 南区の概要とまちづくり

① 位置づけ

南区は新潟平野のほぼ中央、新潟市の南部に位置し、区の東側には信濃川が、中央には中ノロ川が流れ、色鮮やかな花々、一面の稲穂、芳醇な香りと甘さの果実と、一年を通じて自然の恵みを体感できる緑豊かな田園地帯です。

人口は約 4 万 6 千人と市内 8 区の中で最も人口規模の小さな区で、面積は約 100 km^2 と市内では 3 番目に広い区です。

主要道として、国道 8 号が南北に縦貫し、国道 460 号が東西に横断していますが、鉄道の空白地帯となっており、公共交通はバス路線に頼らざるを得ず、大きな課題となっています。

② 地域の歴史

南区の区域は、新潟市に合併した旧白根市、旧味方村、旧月潟村で構成され、新潟市の政令指定都市移行と同時に南区が誕生しました。

信濃川と中ノロ川に囲まれた旧白根市と、中ノロ川に接する旧味方村と旧月潟村は、いずれも洪水の常襲地帯でしたが、その中で農民は新田開発に取り組み、大河津分水路の通水により洪水の危機も去り、用排水改良事業が進み、広大で肥沃な田園地帯へと生まれ変わりました。

河川が交通の中心であった時代から、川沿いにまちが開け、上流から新飯田、月潟、白根と一定の間隔で商店街が形成されてきました。

また、伝統ある白根大風合戦や国重要文化財旧笹川家住宅、旧新潟交通電車線の懐かしい駅舎と車両を残す旧月潟駅など、歴史や文化に親しめる場が数多く存在しています。

③ 地域の産業

南区は、肥沃で広大な農地と水利条件に恵まれ、農業が基幹産業となっており、稲作を中心に、果樹、野菜、球根、切花、花木等の園芸作物の栽培が盛んで、県内でもトップクラスの農業産出額を誇っています。

工業部門では、工業団地に県内有数の大企業が進出しており、市内8区の中では3番目の工業出荷額を誇り、雇用の促進と地域経済に大きく貢献しています。また、伝統的工芸品としての白根仏壇や手打鍛造による月潟鎌が古くから生産されてきており、その職人技は現在に受け継がれています。

商業については、近年は、交通網の整備もあり大型商業施設の進出が進み、消費者が大型商業施設に流れ、中心商店街の商店が立ち行かなくなり衰退してきているのが現状です。

(2) 南区の人口の状況

新潟市の人口等の現況は図表1のとおりです。

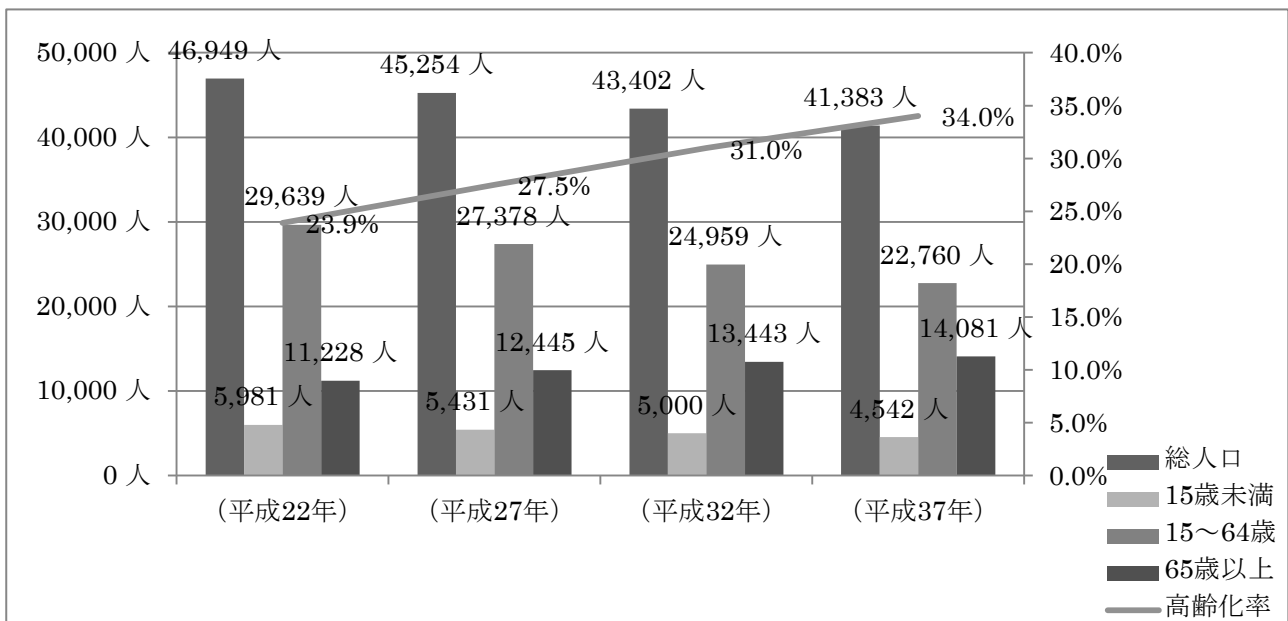
人口推計によると、南区の人口は今後減少し、平成37年には約4万1千人まで減少するとされています。また、高齢化率は、平成37年には34%に達するとされ、超高齢社会への対応が一層必要となります(図表2)。

図表1 新潟市の区別人口・世帯数・面積(平成26年10月末日現在 住民基本台帳人口)

	新潟市	南区	北区	東区	中央区	江南区	秋葉区	西区	西蒲区
人口	804,570	46,519	76,816	139,006	176,693	69,374	78,141	157,920	60,101
世帯数	327,564	15,368	28,075	59,131	84,388	25,839	28,700	66,047	20,016
面積(km ²)	726.10	100.83	107.92	38.77	37.42	75.46	95.38	93.81	176.51

図表2 南区の高齢化率と将来人口推計

(平成22年国勢調査結果からコーホート要因法により推計したもの)



(3) 南区の商店街・商業の現状と課題

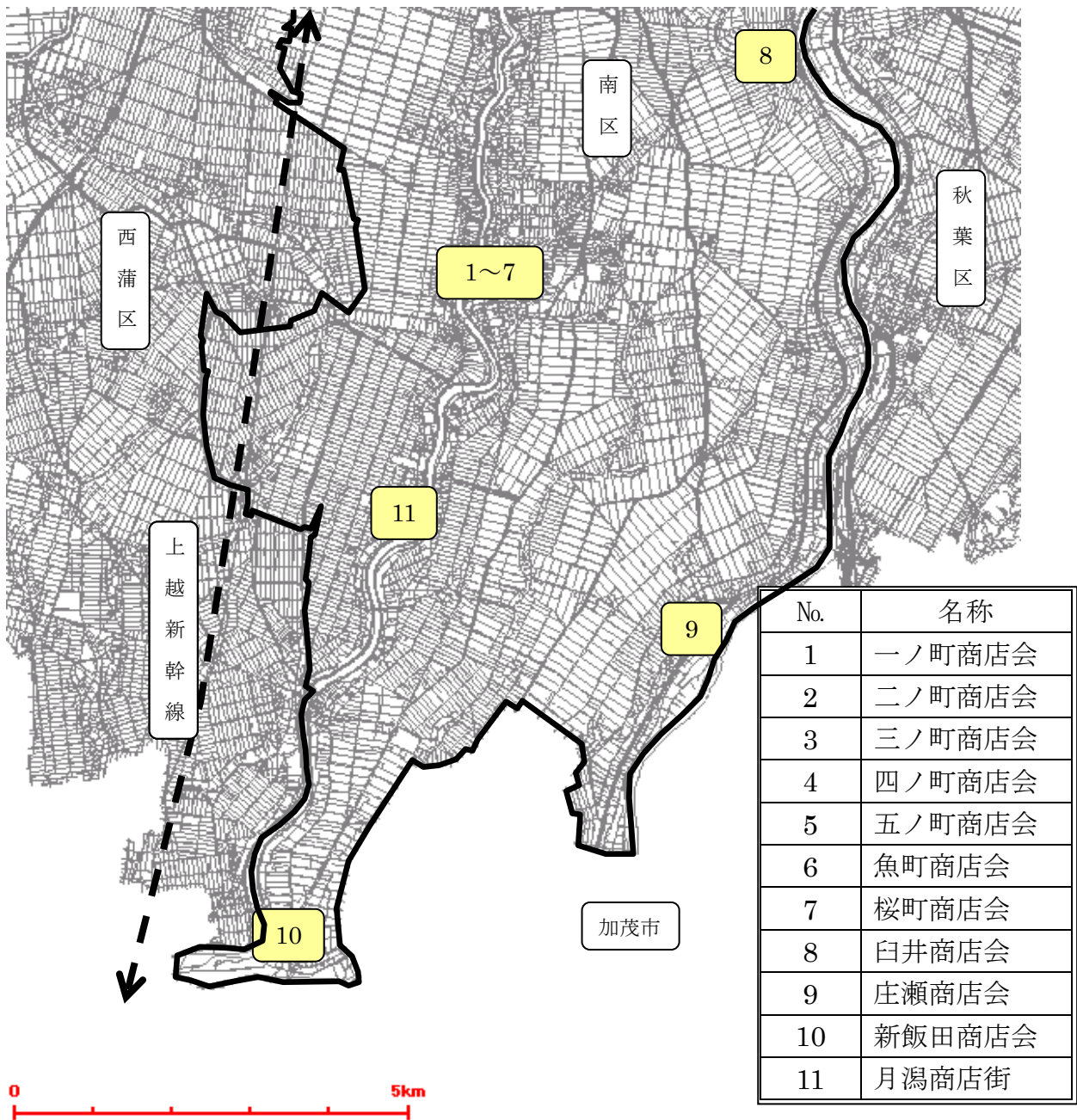
① 南区の商店街・商工団体の概要

南区には11の商店街の中に10の商店会組織があり、商店会組織はいずれも白根地区の組織となっています。月潟地区には商店会はありませんが、月潟商店街があります(図表3)。

このほかに、白根地区7つの商店会で組織する白根商店会連盟と、商店街の組織を越えた白根ポイントカード会が組織されています。

また、商工団体については、合併前の市町村単位で、白根商工会(白根地区)、味方商工会(味方地区)、月潟商工会(月潟地区)の3つの団体があります。

図表3 南区の商店街の位置



② 事業所数・商品販売額などの推移

平成14年と平成19年の商業統計の小売業を比較すると、事業所数と従業員数は市全体でも減少していますが、従業員数の減少が市全体と比較して大きくなっています。年間商品販売額と売り場面積はそれぞれ増加しています（図表4）。

また、店舗数そのものの減少もあることから、空き店舗率は減少している状況となっています（図表5）。

図表4 商業統計の小売業の状況（平成14年・平成19年）

	事業所数			従業員数（人）		
	平成14年	平成19年	増加率（%）	平成14年	平成19年	増加率（%）
市全体	8,691	7,854	△9.6	52,490	52,095	△0.8
南区	585	528	△9.7	2,746	2,640	△3.9

	年間商品販売額（百万円）			売り場面積（㎡）		
	平成14年	平成19年	増加率（%）	平成14年	平成19年	増加率（%）
市全体	907,842	940,963	3.6	1,045,456	1,216,226	16.3
南区	42,311	49,216	16.3	68,843	73,360	6.6

※平成14年の南区は旧白根市，旧味方村，旧月潟村を合計した数値。

図表5 南区内の空き店舗率（平成21年，平成26年）

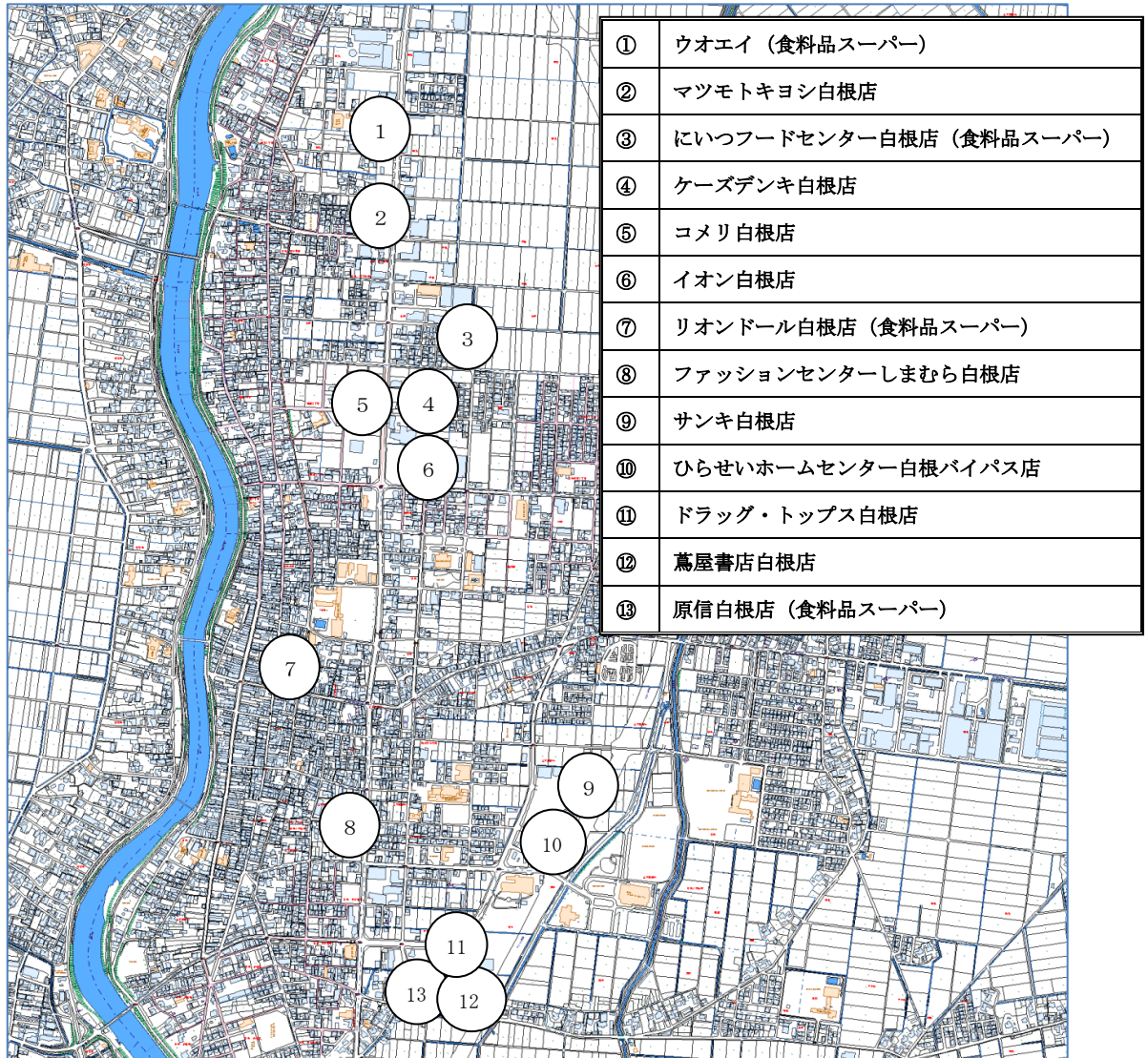
	平成21年	平成26年
南区内の店舗数	357店	342店
南区内の空き店舗数	31店	20店
南区内の空き店舗率	8.7%	6.1%

※各年とも商店街組織報告による10月現在の数値。

③ 区内の大規模小売店舗の状況

南区内の大規模小売店舗は図表 6 のとおりです。主に国道 8 号と国道 460 号沿いに多数の出店があり，区内の商店街に大きな影響を与えていると考えられます。

図表 6 南区大規模小売店舗の出店状況



(4) アンケート調査結果からみる商業者・利用客の意識

商店街の現状を確認するため、平成26年11月にアンケート調査を実施しました。

① アンケート調査の概要

ア 商店経営者

調査対象	白根商店街の店主
回答者数	配布 99人 回答 84人 (回答率 84.8%)

イ 商店街等の利用者

調査対象	白根商店街，周辺大規模店舗の利用者
回答者数	配布 約400人 回答 239人 (回答率 59.8%)

ウ 子育て世代

調査対象	白根地域の近隣保育園と幼稚園の保護者
回答者数	配布 472人 回答 236人 (回答率 50.0%)

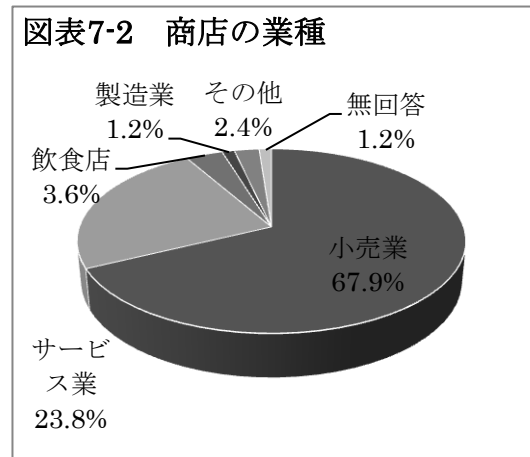
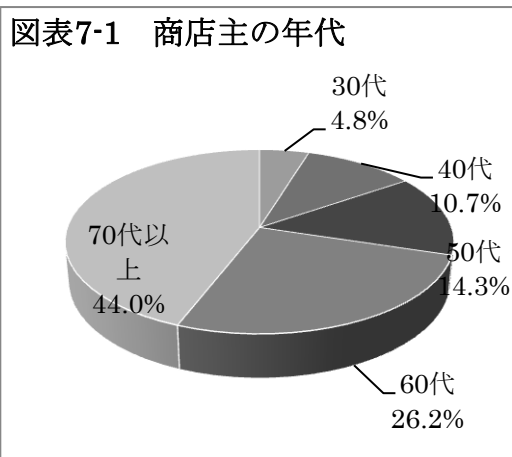
② アンケート調査の結果について

ア 商店経営者に対するアンケート結果 ~~~~~

白根商店街の店主を対象にアンケート調査を実施しました。商店会組織に加入する店主には商店会組織を通じて配布・回収を行い，商店会組織に加入していない店主に対しては直接アンケート用紙を配布・回収を行い，対象者99人中84人(84.8%)から回答がありました。

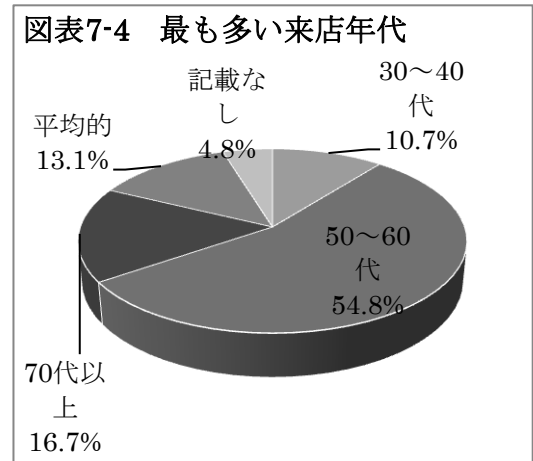
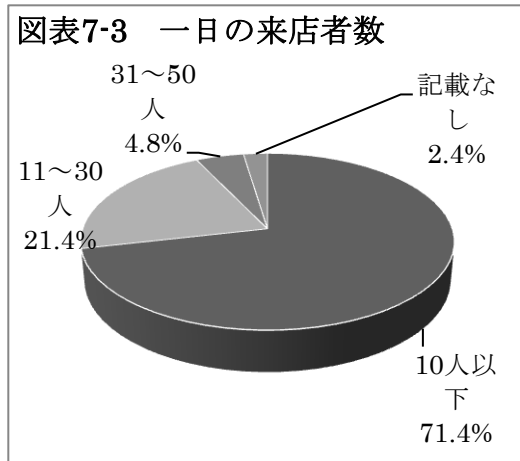
店主の年代は、「70歳以上」が44.0%と最も多く，続いて「60歳代」が26.2%と高齢者の割合が高くなっており(図表7-1)，60歳以上の店主が実に70.2%を占めています。

また，業種では「小売業」が67.9%と7割近くを占め，「サービス業」の23.8%を合わせると91.7%と9割以上を占めています(図表7-2)。

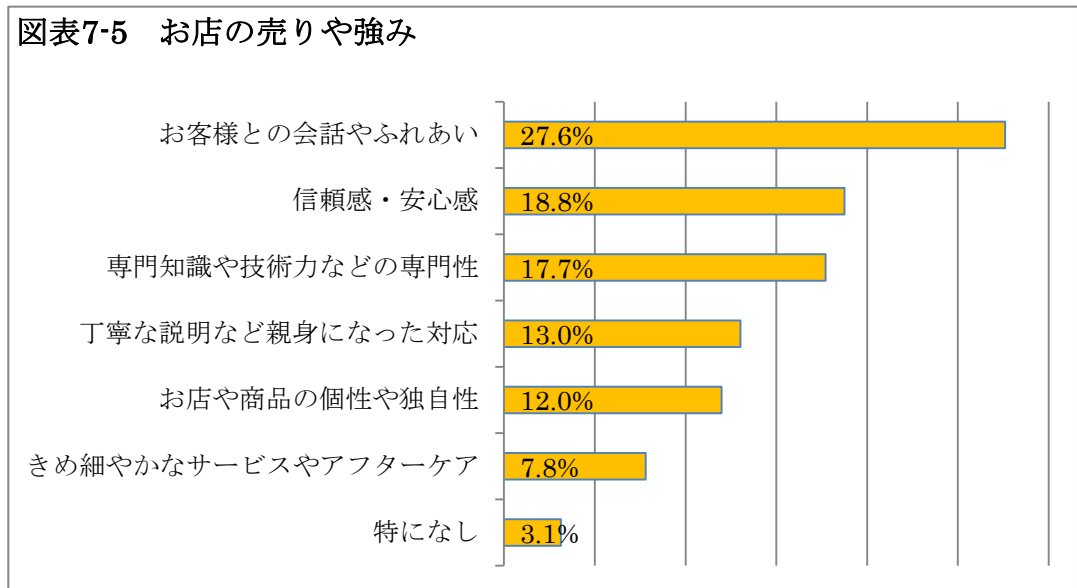


一日あたりの来店者数は、「10人以下」が最も多く71.4%となっており、続いて「11～30人」、「31～50人」と続いています（図表7-3）。

また、来店者で最も多い年代は「50～60歳代」が最も多く54.8%で、比較的現役世代が来店していることが伺えます。続いては「70歳以上」が続いていますが、「0～20歳代」の年代が0%となっており（図表7-4）、高校生や中学生が来店する商店が少ないことも伺えます。

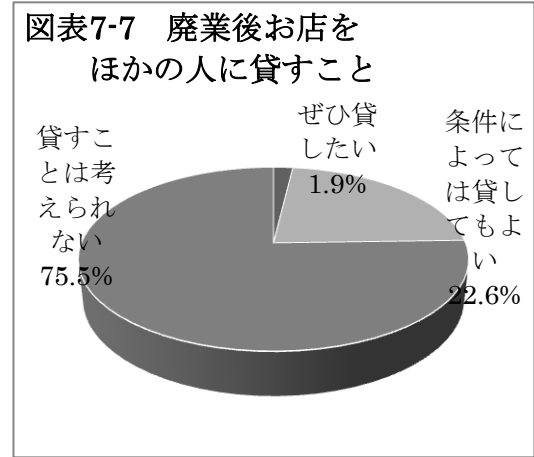
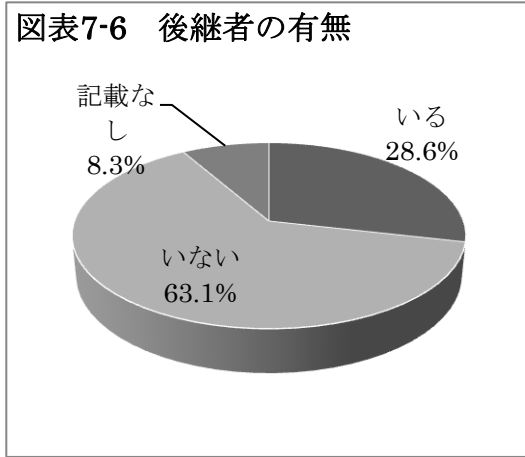


商店主が考える自店舗の売りや強みについては、「お客様との会話やふれあい」と答えた商店主が最も多く、27.6%となっており、引き続き「信頼感・安心感」「専門知識や技術力などの専門性」と続いています（図表7-5）。

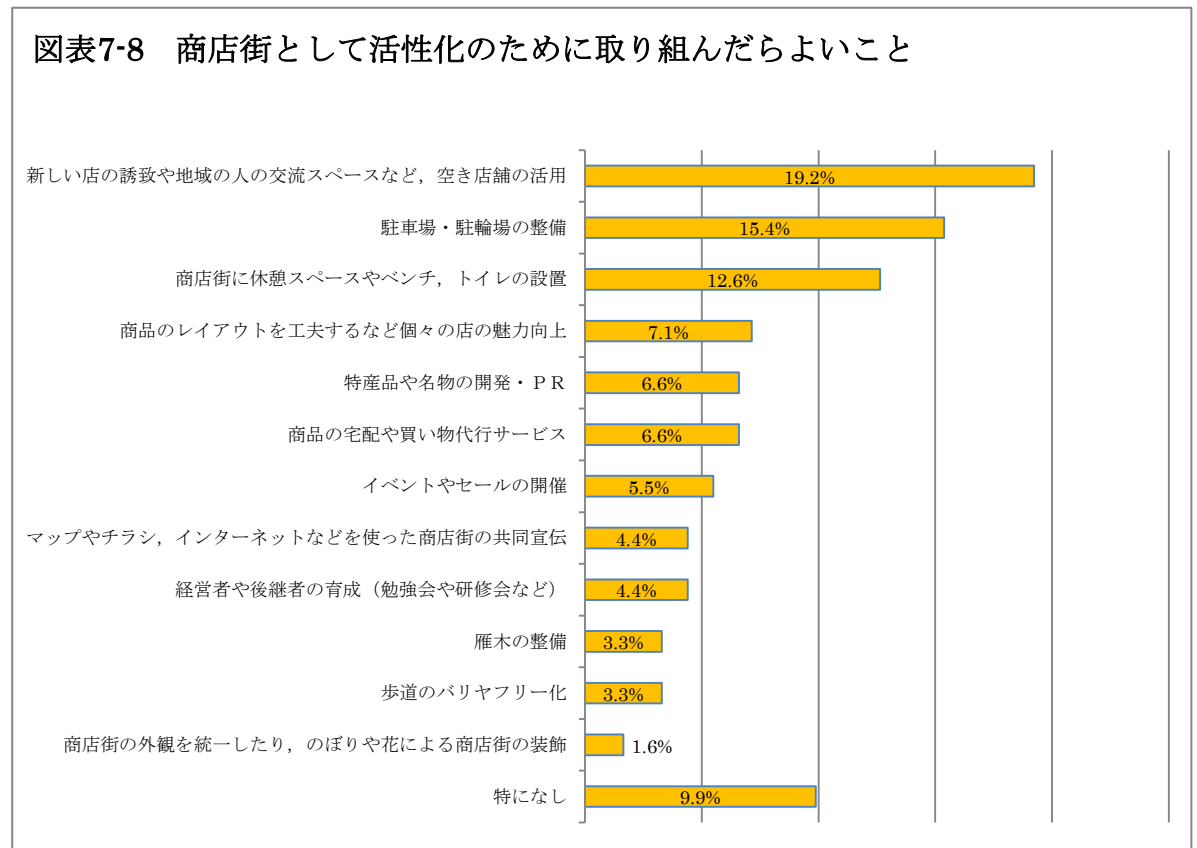


後継者の有無については、28.6%の商店主が「いる」と答えたものの、「いない」とした商店主は63.1%でした（図表7-6）。

また、後継者がいないとした商店主に、商売をやめた後にお店を貸す意思を尋ねたところ、24.5%の商店主は「貸してもよい」としており、一部は空き店舗の活用に期待できる結果となっています（図表7-7）。



商店街として活性化のために取り組んだらよいと考えることは、「新しい店の誘致や地域の人との交流スペースの設置など、空き店舗の活用」が最も多く19.2%となっており、空き店舗への出店や空き店舗スペースの利用についての意識が高く、続いて「駐車場・駐輪場の整備」が15.4%となっています（図表7-8）。

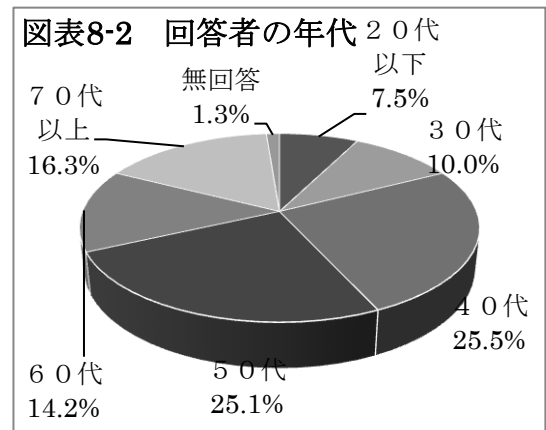
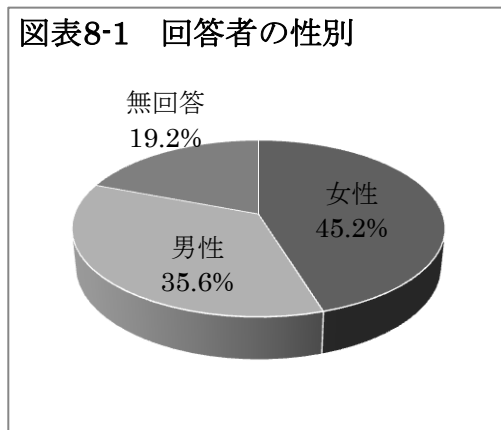


イ 商店街等の利用者に対するアンケート結果 ~~~~~

白根商店街や周辺の大規模小売店舗等の利用者を対象にアンケート調査を実施しました。商店会組織に加入する商店にアンケートを備え付け、来店者からアンケートを記入してもらするなどして、約 400 人にアンケートを配布又は留め置きし 239 人から回答がありました。

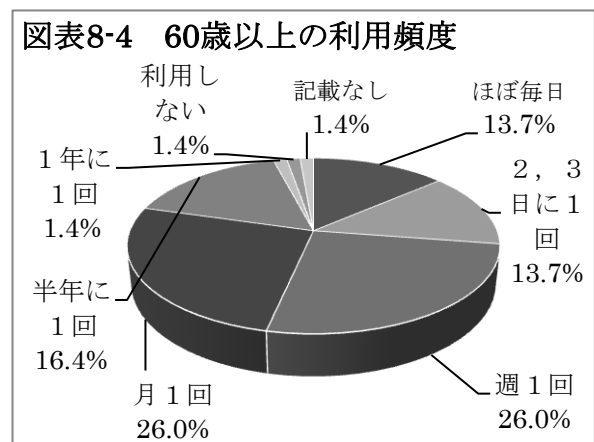
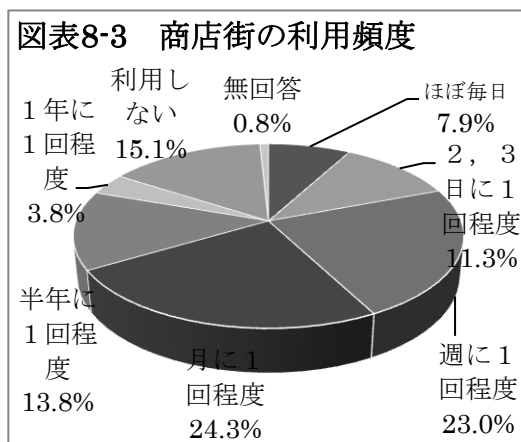
商店街利用者の性別は、「女性」が 45.2%、「男性」が 35.6%、「無回答」19.2%という結果でした（図表 8-1）。

また、回答者の年代は「40代」が最も多く 25.5%、「50代」が 25.1%と続きます（図表 8-2）が、おおむねすべての年代から平均的に回答を得ることができました。

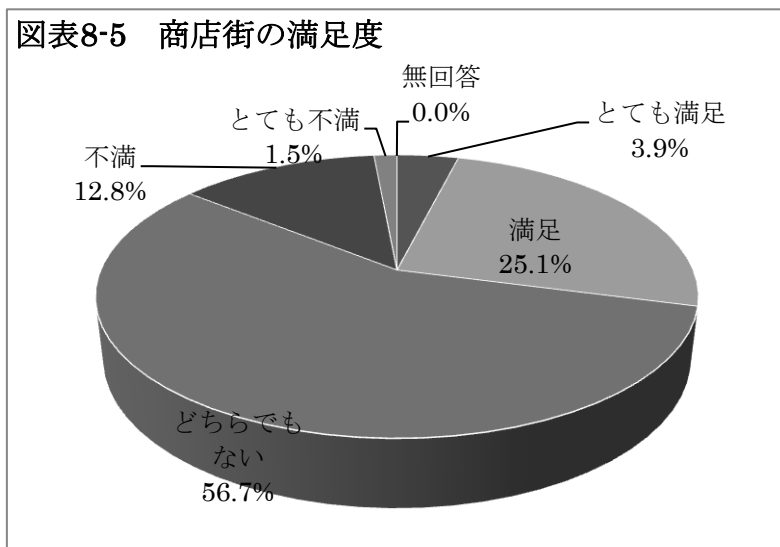


商店街の利用頻度は、月 1 回程度が最も多く 24.3%、続いて週 1 回程度と続いています（図表 8-3）が、大規模小売店の利用者を中心に「利用しない」とした人も 15.1%となっています。

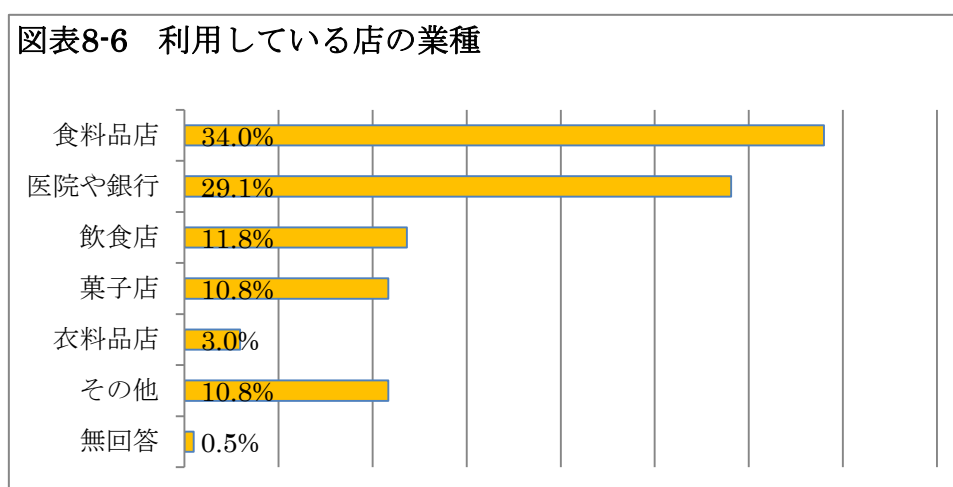
また、利用者のうち 60 歳以上の利用者からの回答は 73 人でしたが、その利用頻度は「週 1 回以上」の利用者が 53.4%となっており（図表 8-4）、高齢者の利用頻度が高い状況が伺えます。



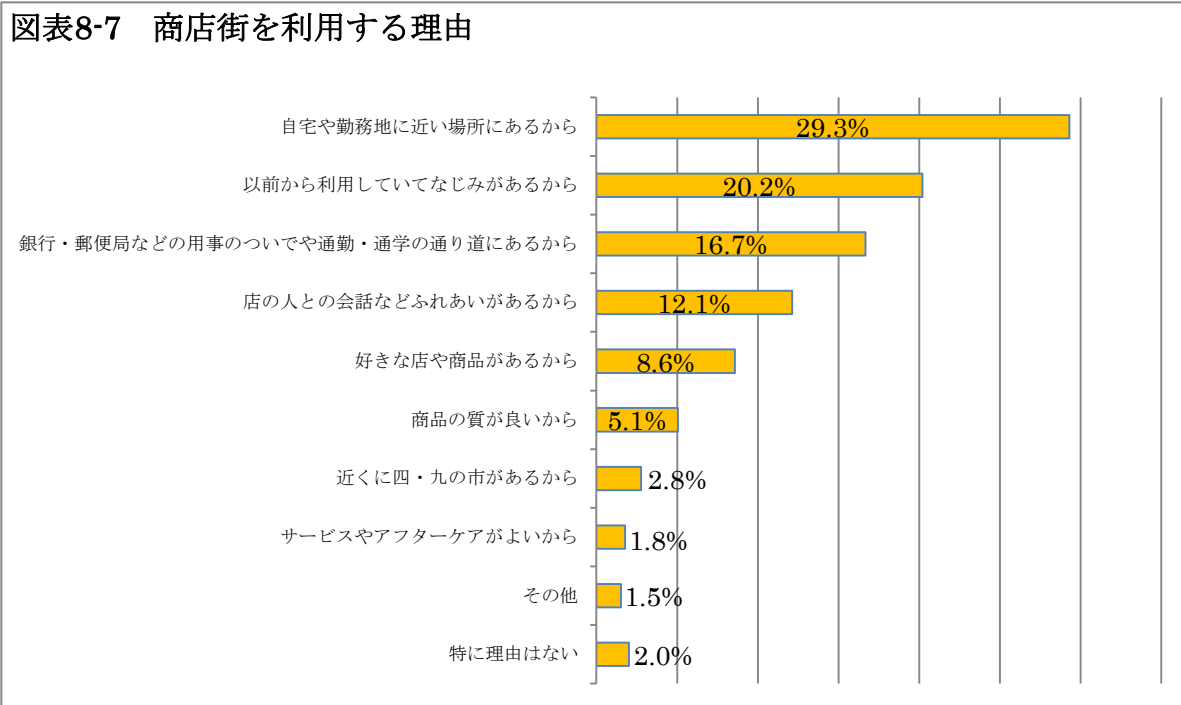
商店街の満足度については、「どちらでもない」が半数以上を占めました。また、「不満・とても不満」より「満足・とても満足」の割合が高い（図表 8-5）結果となっています。



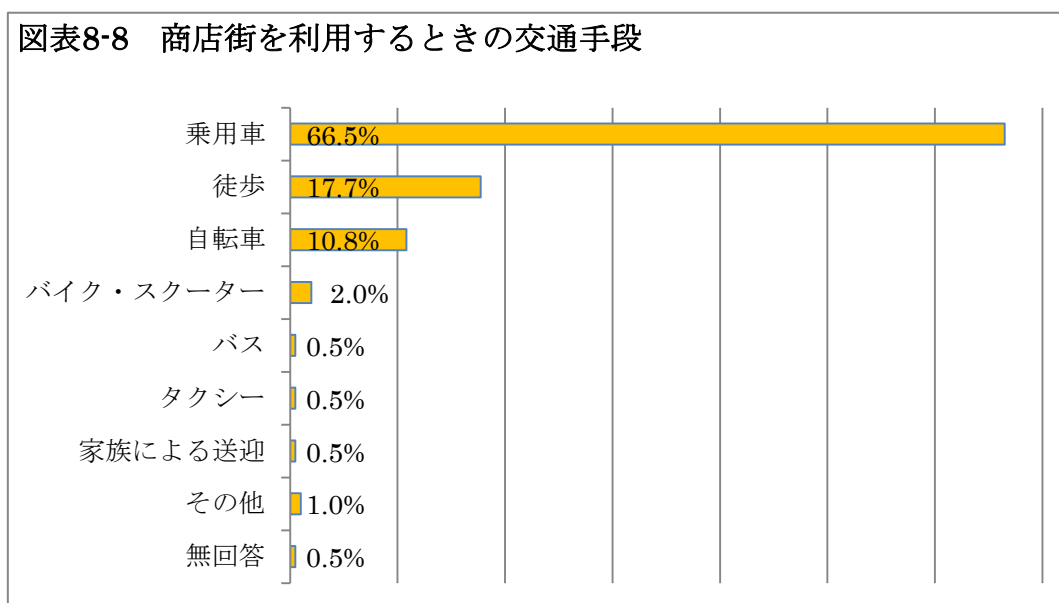
利用している商店街の業種としては、「食料品店」が最も多く 34.0%、続いて「医院や銀行」 29.1%となっており、この 2 つで 63.1%を占めています（図表 8-6）。



商店街を利用する理由としては、「自宅や勤務地に近い場所にあるから」が29.3%を占め、続いて「以前から利用していてなじみがあるから」「銀行・郵便局などの用事のついでや通勤・通学の通り道にあるから」という回答も高くなっています（図表 8-7）。また、商店街の個性でもある「店の人との会話などふれあいがあるから」と回答した人も上位にきています。

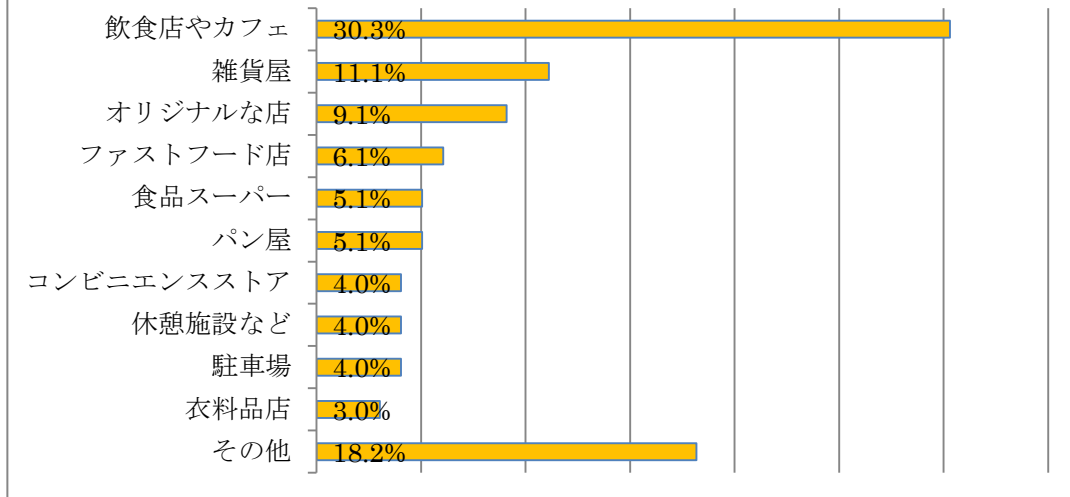


商店街を利用するときの交通手段は、圧倒的に「乗用車」が多く、66.5%と7割近くを占めるとともに、地元の利用者を中心に「徒歩」「自転車」も併せて28.5%と3割近くを占めています（図表 8-8）が、公共交通で商店街を利用する人はほとんどいない状況となっています。



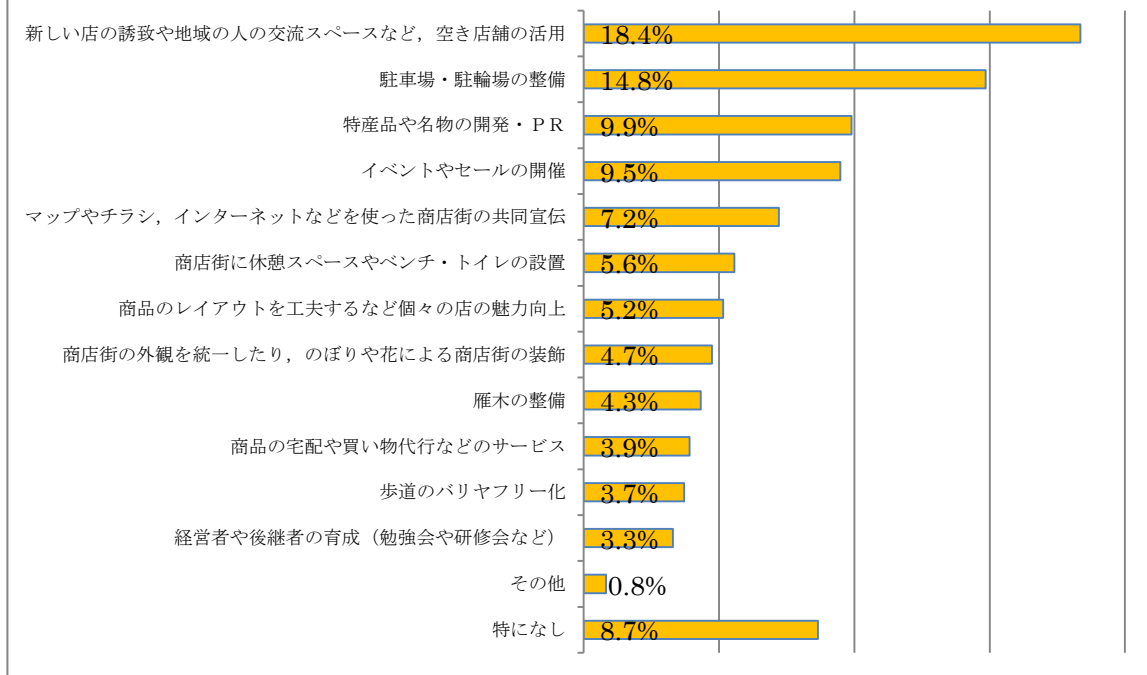
商店街にあったらよいと思うお店や施設では、多くの人が飲食店やカフェと答えており（図表 8-9）、特に「名物が食べられるお店」や「古民家を利用したおしゃれな店」など「ここにしかない」オリジナリティを求めていることが伺えます。また、少数意見ですが、「貸し店舗で常設のフリーマーケット」や「農産物の直売所」という意見もありました。

図表8-9 商店街にあったらよいと思うお店（施設）



商店街に取り組んでほしいことでは、「新しい店の誘致や地域の人の交流スペースなど、空き店舗の活用」が18.4%、「駐車場・駐輪場整備」が14.8%で、以下「特産品や名物の開発・PR」が9.9%、「イベントやセール開催」が9.5%と続いています（図表 8-10）。

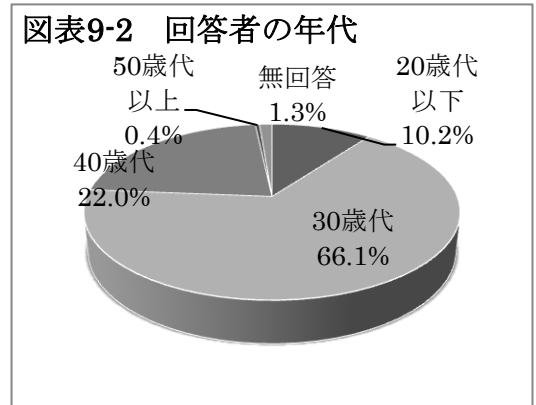
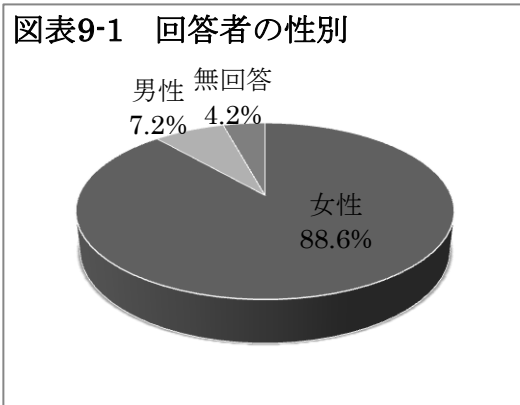
図表8-10 商店街に取り組んでほしいこと



ウ 子育て世代に対するアンケート結果 ~~~~~

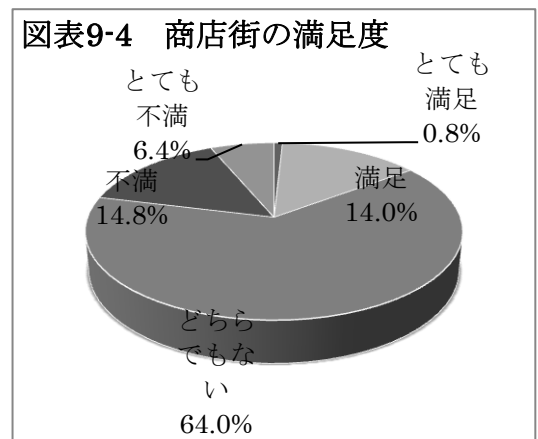
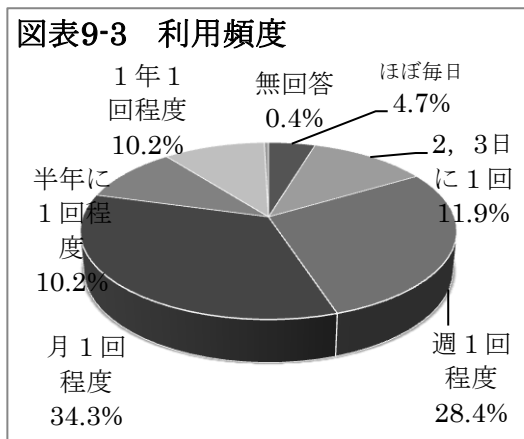
子育て世代の商店街の利用状況などを把握するため、白根商店街周辺の保育園、幼稚園の保護者を対象にアンケートを実施しました。各保育園、幼稚園を通じて配布・回収を行い、対象保護者 472 人中 236 人（50.0%）から回答がありました。

回答者の性別は女性が 88.6%，男性が 7.2%と女性が 9 割近くを占めました（図表 9-1）。年代は 30 歳代 66.1%，40 歳代が 22.0%と続いています（図表 9-2）。



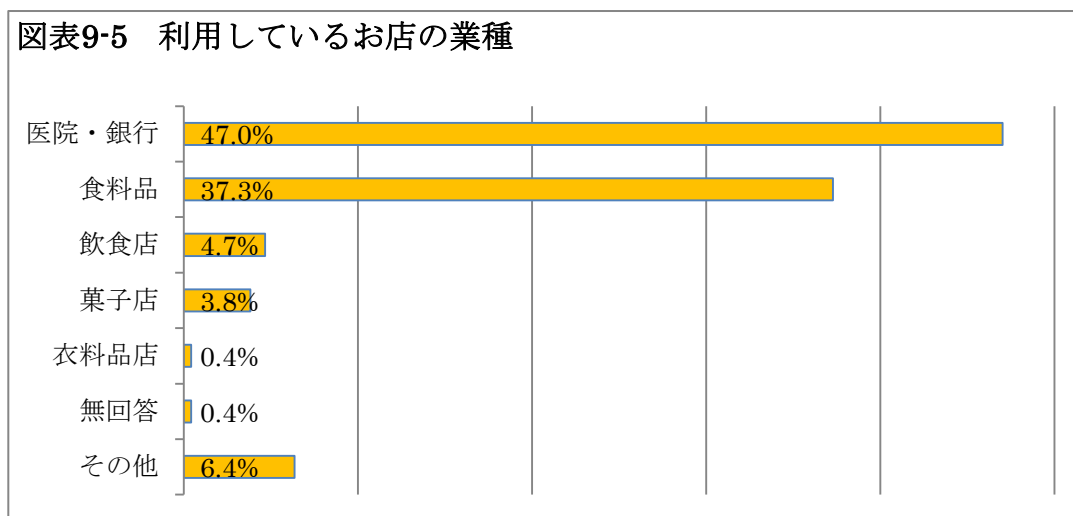
利用頻度は、「月 1 回程度」とする人が最も多く 34.3%を占め、続いて「週 1 回程度」，「2，3 日に 1 回」と続いています（図表 9-3）。商店街居住者を中心に「ほぼ毎日」利用している人も 4.7%ありました。

商店街の満足度については、「とても満足」「満足」を合わせると 14.8%，「とても不満」「不満」は 21.2%となっていますが、大多数は「どちらでもない」と答えており（図表 9-4），商店街への関心度が低いことが伺えます。



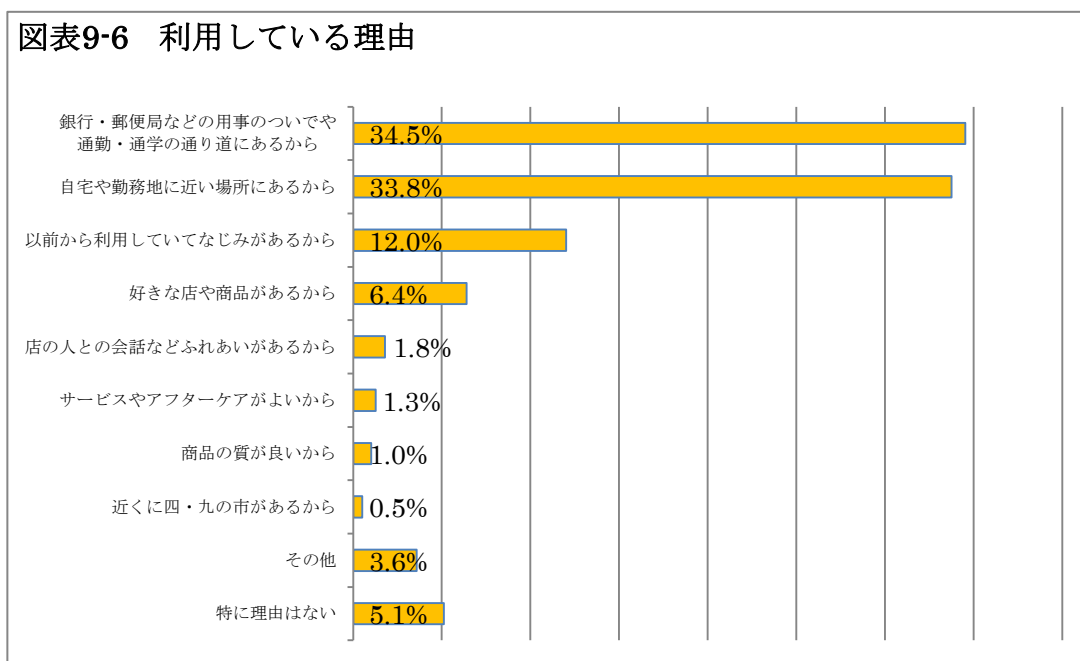
利用しているお店の業種では、「医院・銀行」が47.0%、「食料品」が37.3%となっており、全体の85%を占めています（図表9-5）。食料品もその多くは商店街の中にある大規模小売食品スーパーと考えられ、医院や銀行とも併せて考えると、商店街の個人の商店はほとんど利用されていない実態が伺えます。

図表9-5 利用しているお店の業種



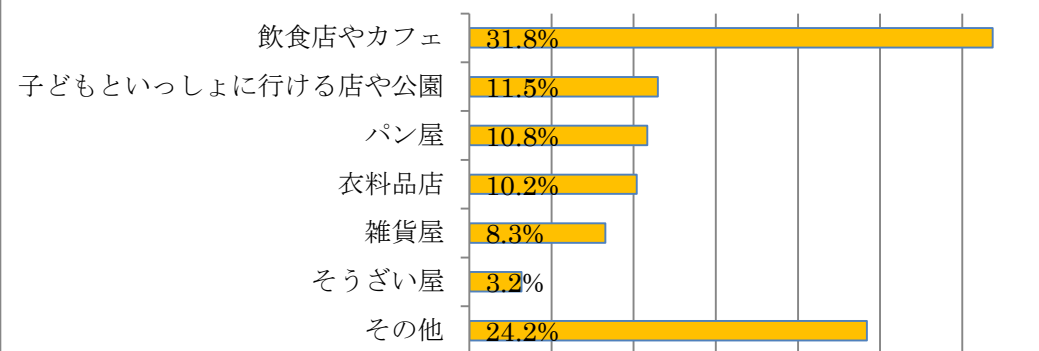
白根商店街を利用している理由は、「銀行・郵便局などの用事のついでや通勤・通学の通り道にあるから」というのが34.5%、「自宅や勤務地に近い場所にあるから」が33.8%と続いています（図表9-6）。

図表9-6 利用している理由



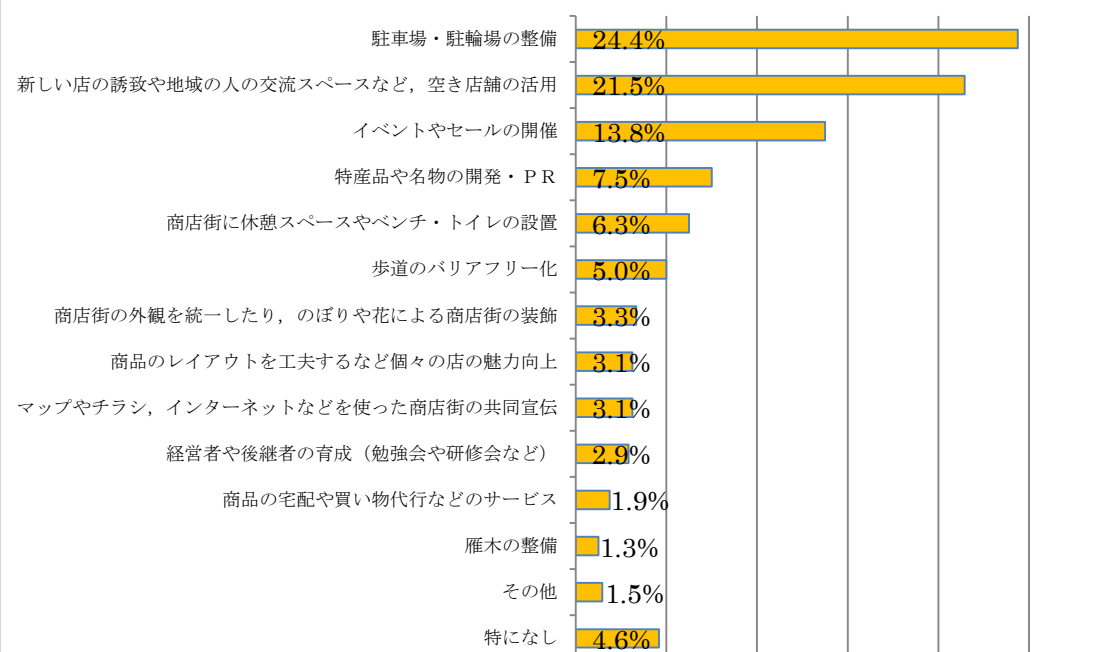
商店街にあったらよいと思うお店では、圧倒的に飲食店やカフェという意見が多く（図表 9-7）、子育て世代ということもあり「子どもと行ける」「子どもを遊ばせられる」飲食店など、子育てにやさしいお店を望んでいることが伺えます。また、少数意見ですが「レンタルボックス」など、空き店舗などの多様な利用方策についての意見もありました。

図表9-7 商店街にあったらよいと思うお店



商店街に取り組んでほしいことは、「駐車場・駐輪場の整備」24.4%、「新しい店の誘致や地域の人の交流スペースの設置など、空き店舗の活用」が21.5%となっており（図表 9-8）、商店主のアンケート結果とともに空き店舗の活用が上位を占め、空き店舗スペースの利用についての意識が高いことが伺えます。

図表9-8 商店街に取り組んでほしいこと



③ アンケート調査のまとめ

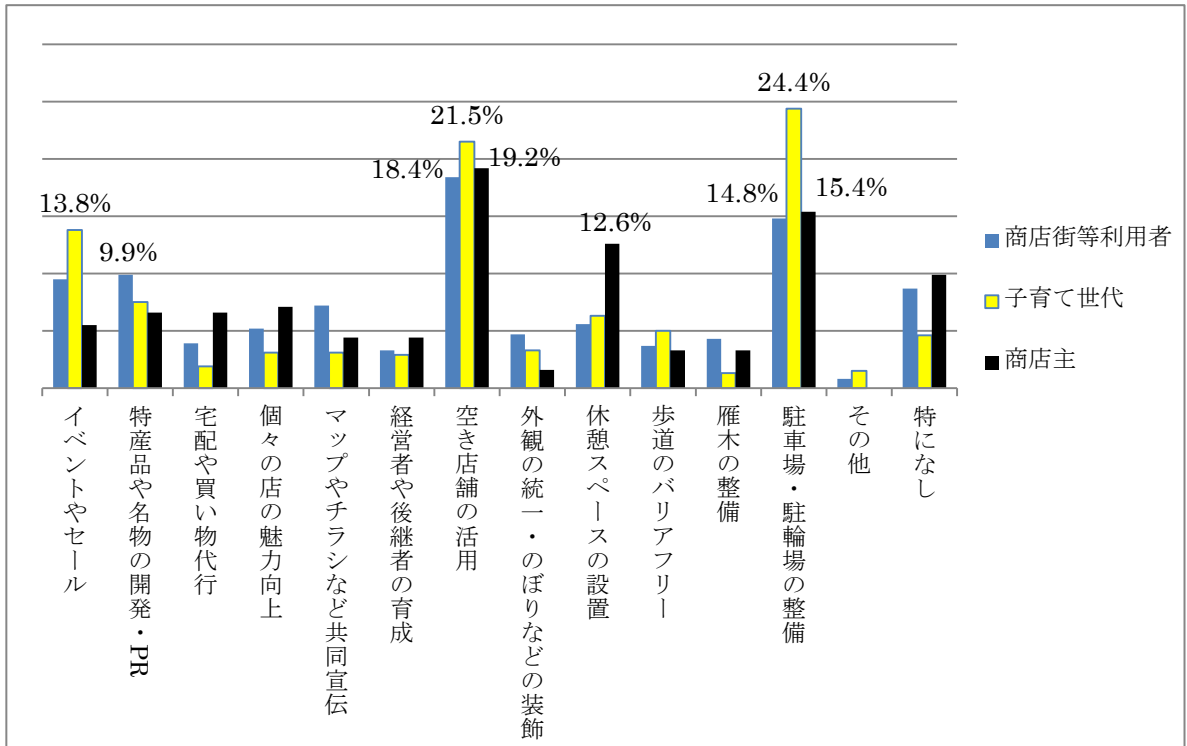
3つのアンケートで共通する設問「活性化のために商店街が取り組むべきこと」の上位の回答をまとめると図表 10-1, 10-2 のとおりで、上位 2 つはいずれも「新しい店の誘致や地域の人との交流スペースなど、空き店舗の活用」「駐車場・駐輪場の整備」となっています。そのほかで共通して上位に入った項目は「特産品や名物の開発・PR」で、その商店街にしかない特産品の開発が求められているという共通認識があることがわかります。また、「商店街に休憩スペースやベンチ・トイレの設置」は商店主 3 位、子育て世代で 5 位、利用者でも 6 位に入っておりいずれにも共通認識があると考えられます。

利用者、子育て世代ともに「イベントやセールの開催」が上位に入っていますが、商店主は 7 位となっており利用者と商店主の認識に違いがあると言えます。また、利用者からのアンケートは周辺大規模小売店舗の利用者からも意見を聴いているため、「どこにどんなお店があるかわからない」という記載があるように、商店街をよく知らない方々の結果として「マップやチラシ、インターネットなどを使った商店街の共同宣伝」の項目が上位に入ってきていますが、子育て世代は商店街周辺の人々のアンケートであったため、ほとんどの人が商店街をよく知っていると思われ 9 位となっています。また、商店主では 4 位となった「商品のレイアウトを工夫するなど個々の店の魅力向上」ですが、利用者、子育て世代はそれぞれ 7 位、8 位となっており、商店主と利用者の認識の違いがあると思われれます。

図表 10-1 活性化のために商店街が取り組むべきこと その 1

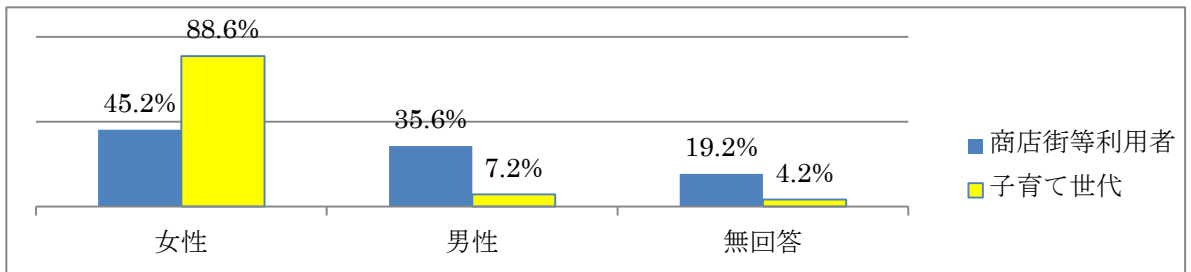
回答割合の順位	商店主	利用者	子育て世代
1	空き店舗の活用	空き店舗の活用	駐車場の整備
2	駐車場の整備	駐車場の整備	空き店舗の活用
3	休憩スペースの設置	特産品の開発	イベントやセール
4	個々の店の魅力向上	イベントやセール	特産品の開発
5	特産品の開発	商店街の共同宣伝	休憩スペースの設置

図表 10-2 活性化のために商店街が取り組むべきこと その2

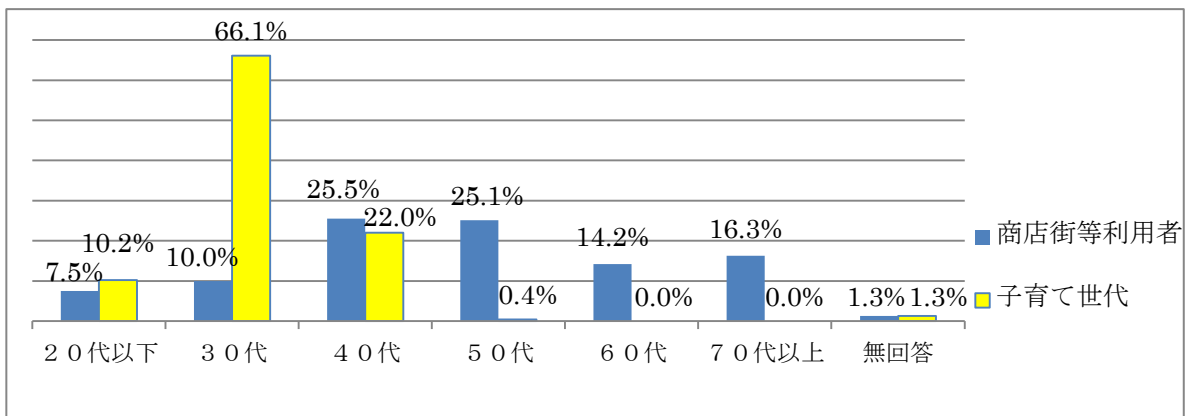


また、商店街等利用者と子育て世代のアンケートで同じ内容に対する回答を比較すると次のとおりでした（図表 11-1～11-5）。

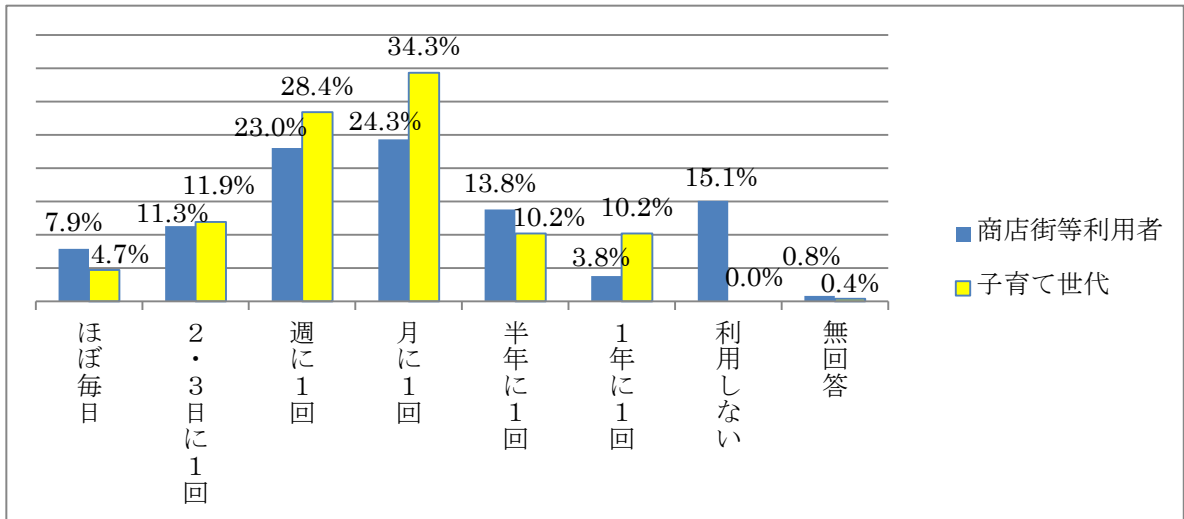
図表 11-1 回答者の性別



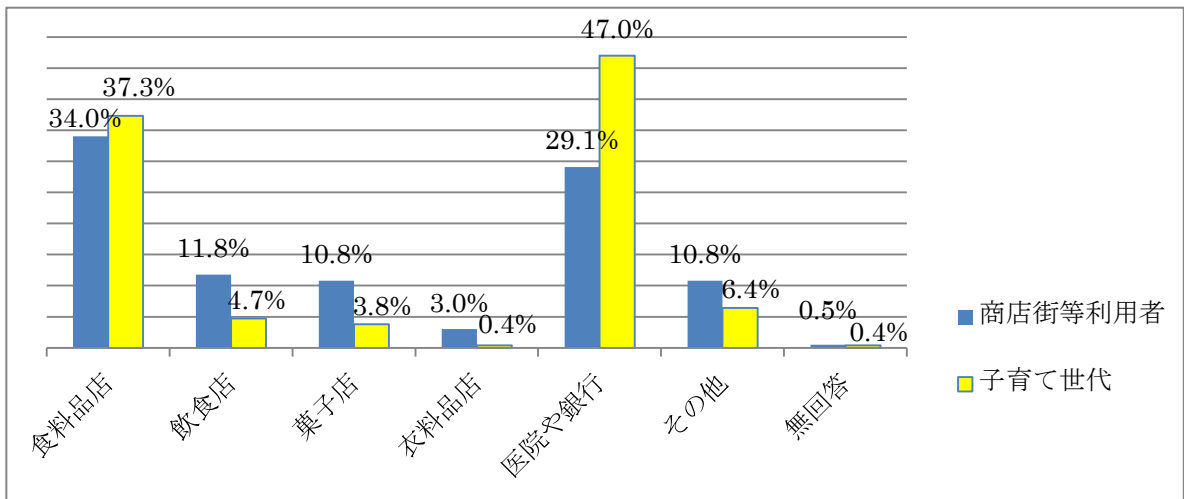
図表 11-2 回答者の年代



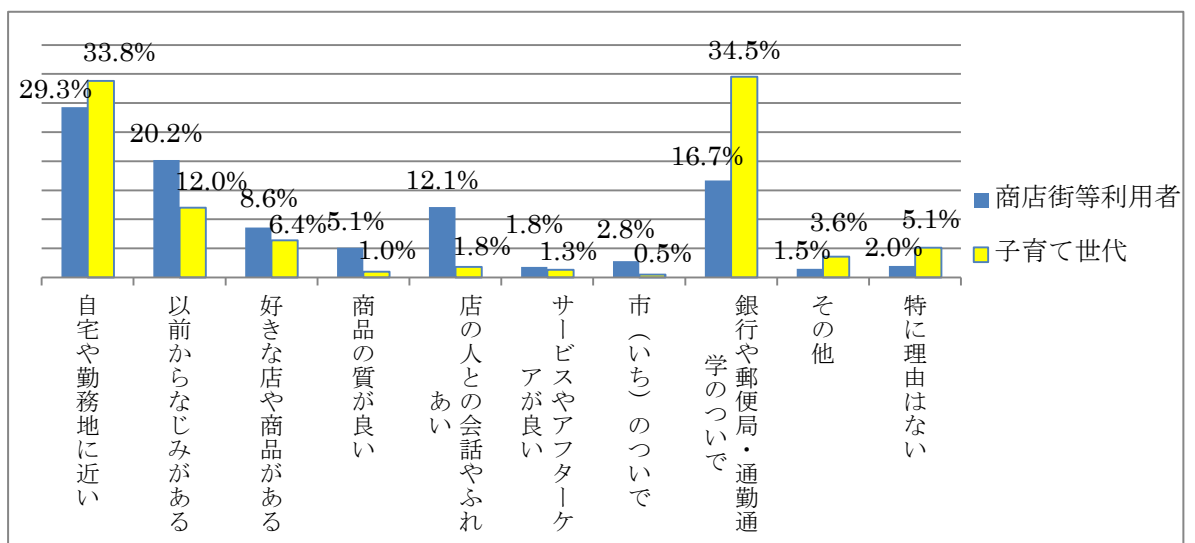
図表 11-3 商店街を利用する頻度



図表 11-4 商店街で利用する業種（複数回答）



図表 11-5 商店街を利用する理由

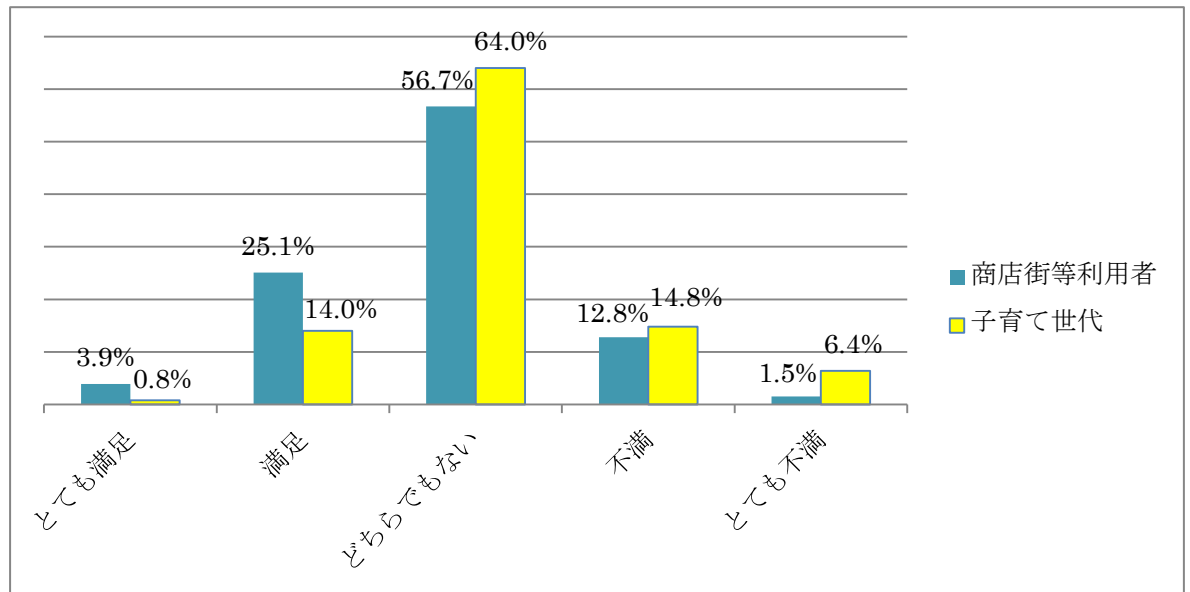


また、商店街に対する総合的な満足度を比較すると図表 12 のとおりであり、中間評価の「どちらでもない」を除き、「とても満足」「満足」のプラスの評価割合と、「とても不満」「不満」のマイナスの評価割合の差を求めると次のようになります。

- ・ 商店街利用者 (3.9%+25.1%) - (12.8%+1.5%) =14.7%
- ・ 子育て世代 (0.8%+14.0%) - (14.8%+6.4%) =▲6.4%

商店街等の利用者は商店街に対して満足と感じている人の割合が多いが、子育て世代では不満と感じている人の割合が多いことが読み取れます。

図表 12 商店街に対する総合的な満足度の比較



商店街の周辺では国道 8 号や 460 号沿いなどに便利な大規模店舗などが進出し、市の中心部には大規模な商業施設が数多く出店しています。自家用車を中心とする生活様式に変化したこともあり、商店街からそういった大規模店舗に利用者が流れており、商店街の経営を圧迫している要因になっています。

このような状況の中、商店経営者の高齢化や後継者不足により店舗を閉める方が増え、さらに商店街組織の活動の停滞もあることから商店街の賑わいや魅力を感じることができず、子育て世代を中心とした若い人が商店街を利用しない状況になっています。

また、利用者も高齢化が進んでおり、若い人を含めて地域の人たちを中心に多くの人から安心して利用してもらうため、個々の商店の魅力の向上を図っていくとともに、空き店舗を活用した新たな業種の誘致など、商店街として空き店舗を利用していく方策を検討していく必要があります。さらに、白根大凧合戦など地域が一体となって各年代層が集えるイベントの開催や地域の特産物の開発などの個性を出しながら、商店街の強みであるお客様との会話やふれあい、きめ細やかなサービスなどに努めることで、商店街全体の活性化と賑わいを創出する必要があります。

3 南区の特性と商業地活性化の基本方針

2の現状を踏まえてどのような特性があるのかを探ったうえで、南区の商店街の特性を活かしながらか課題の解決に向け、商業地の活性化を図り商業分野における南区の目指すべき方向性を定めます。

(1) 基本方針1

商店街利用者の購買行動が、郊外や市中心部の大型ショッピングセンターに移行する中であっても、地元での買い物場としての役割だけでなく、地域の文化や安心安全を支える担い手として地域コミュニティの形成を担う地元商店街は重要な存在です。

これから迎える超高齢社会や子育て世代にやさしいまちづくりのためには、従来からある顔のつながりや会話、信頼のおける店の存在など、商店街の良さを活かしながら、それぞれのニーズを的確に捉えて対応し、継続できる商店街の形成が必要となります。

このような特性と南区ビジョン基本方針である「ひととひとがふれあい、安心していつまでも暮らせるまち」をふまえ、1つ目の基本方針を

「利用しやすく、安心できる商店街」とします。

(2) 基本方針2

商店街の空き店舗や空き地が増加する中で、利用者に来てもらう商店街にするためには、新しい商店の誘致による利便性の向上や、その街にしかない特産品の開発など、他との違いを明確にして個性のあるまちなかにすることが重要です。

商店街の賑わいは、イベントなどごく一部の時期に限定されており、普段から一つのテーマを持って商店街を運営し、他区からも訪れる利用者を増やすなど、商店街を訪れる人の増加に取り組むことが重要です。

このような特性と南区ビジョン基本方針である「農商工の連携が、新たな活力を生み出すまち」をふまえ、2つ目の基本方針を

「人々が集う、にぎわいのある商店街」とします。

(3) 基本方針3

商店街を継続するためには、既存の町屋造りの建物などや商店街の持つ個性や特性を発掘し、そこに光を当てながら、統一性を持った景観の形成や生活する者の愛着と誇りを持てるようにすることが必要です。

南区に古くから息づく仏壇工芸の職人技や白根の大凧、定期市などは、地域に根付いた宝物として後世に引き継ぐべき大切な財産であり、これらの継続と発展を視野に入れながら取り組むことも重要です。

このような特性と南区ビジョン基本方針である「大凧が舞い、獅子が跳ね、ルレクチェが実るまち」をふまえ、3つ目の基本方針を

「愛着と誇りを持てる宝物のある商店街」とします。

4 拠点商業地の位置及び区域

3の基本方針を実現していくため、区内で拠点性のある商業地であり、そこでの集中的な取り組みが、ひいては区全体の活性化にも有効であると認められる地域を拠点商業地として選定します。

南区では以下の理由から、白根地区商店街とこれに隣接した国道8号線沿線を拠点商業地として選定します。

(1) 位置の根拠

本市の「にいがた未来ビジョン」及び「都市計画マスタープラン」では、まちなかを中心としたまとまりのある（コンパクトな）まちを形成し、それぞれの地域での市民生活の要として、地域の核となる地域拠点の形成を図ることとしています。

白根地域は南区の中の地域拠点として位置づけられており、旧白根市の中心地でもあり白根の定期市「四・九の市」が立つなど歴史の古い商業地で、白根大凧合戦の会場にもほど近く、年に一度は大きな賑わいを呈しています。

また、区内の商店街組織の中でも会員数がいちばん多く（図表13）、7つの商店会で商店会連盟を組織しており、区内での会員数の占める割合もその6割を占める商店から形成された商店街となっています。

図表13 南区の商店街組織会員数（各組織とも平成25年9月1日現在）

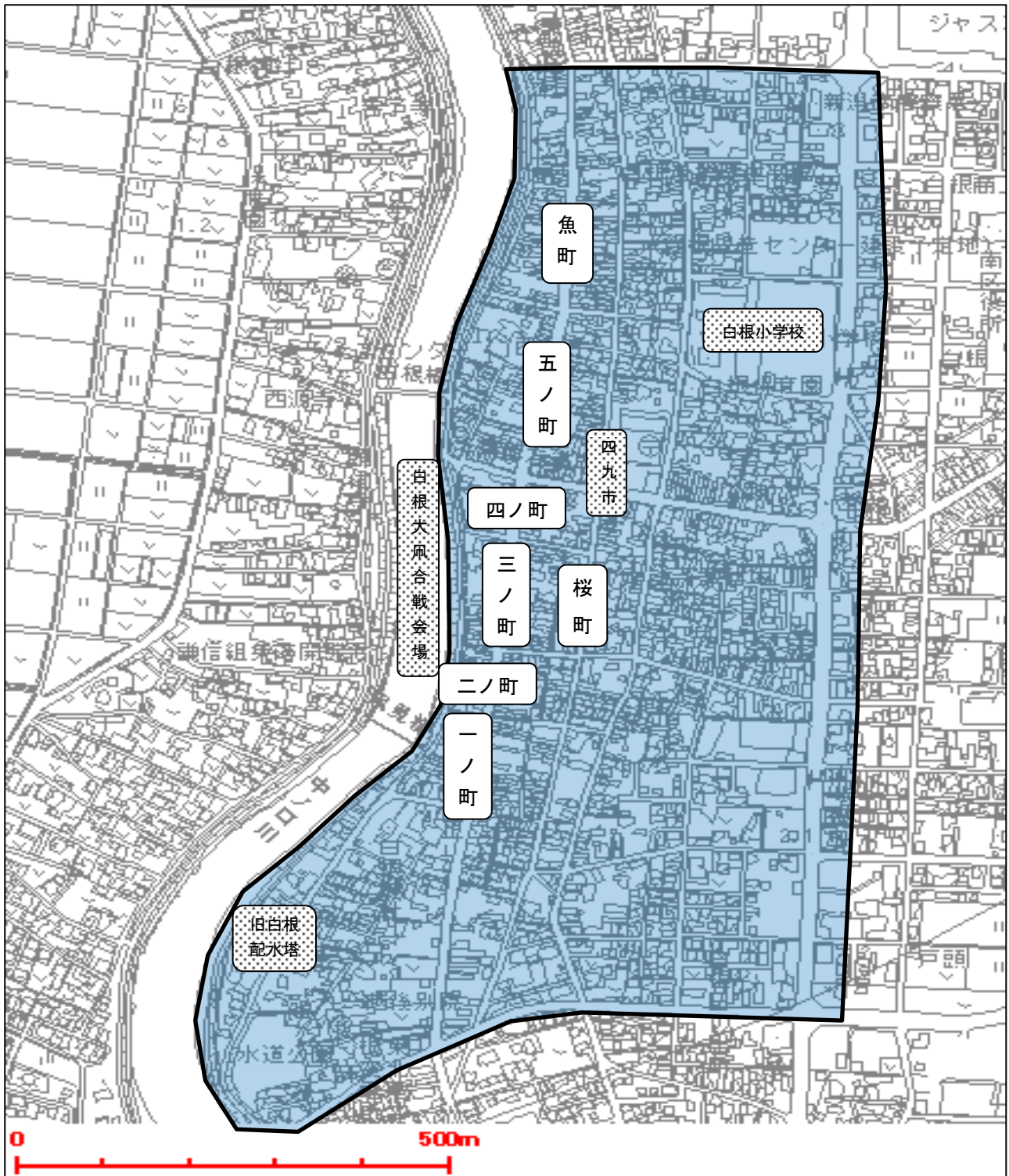
商店街名	会員数	割合
白根商店会連盟	53名	59.6%
白井商店街	14名	15.7%
庄瀬商店会	9名	10.1%
新飯田商店会	13名	14.6%
白根ポイントカード会	(44名)	(再掲)
計	89名	100%

(2) 範囲の根拠

白根商店街を中心として、すでに7つの商店会で白根商店会連盟を組織しているほか、商店会の会員を中心に白根ポイントカード会や商品券発行事業など一体的な事業を実施し、一体感を持った取り組みが期待される区域を範囲としています。

また、都市計画マスタープランでは白根地域が南区の地域拠点として設定されており、拠点区域の範囲には白根地域の商業地域とされた区域がすべて含まれています。一部には第一種中高層住居専用地域、第二種低層住居専用地域が含まれるものの、近隣商業地域、第一種低層住居専用地域で構成される範囲となっています。

図表 14 南区拠点商業地区域図



5 拠点商業地活性化の目標

拠点商業地活性化の基本方針を実現するために、拠点商業地の現状と課題を踏まえ、商店街の強みを活かしながら、目標を定めて各種事業に取り組みます。

(1) 商店街の強みと弱み

拠点商業地活性化推進事業計画策定委員会において、商店街の強みと弱みについて検討した主な内容は図表 15 のとおりです。

図表 15 白根商店街の強みと弱み

強み	項目区分	弱み
<ul style="list-style-type: none"> ・ 凧合戦会場に近い ・ 地域内に小学校がある 	地理的環境	<ul style="list-style-type: none"> ・ 公共交通がバスしかない ・ 大学，専門学校がない
<ul style="list-style-type: none"> ・ 凧合戦会場が近い ・ 風情を残す建物がある ・ 旧配水塔，凧見橋がある ・ 長い雁木がある 	地域の財産 (人や建物等)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 代表的な建物， 史跡がない
<ul style="list-style-type: none"> ・ 昔からの店が多く， 信頼関係がある ・ お客様との会話や ふれあいがある ・ きめ細かな サービスができる ・ こだわりのある店がある 	大型店との違い	<ul style="list-style-type: none"> ・ 一つの店では買い物が できない ・ どんな店があるか わからない ・ 品揃えや価格に差がある ・ 知らない人は入りにくい
	商店街を 取り巻く環境	<ul style="list-style-type: none"> ・ 店舗の老朽化， 経営者の高齢化 ・ 空き店舗の増加 ・ 後継者不足 ・ 歩道の段差 ・ 駐車場不足 ・ 飲食店が少ない， わかりにくい
<ul style="list-style-type: none"> ・ 近くに四・九の市がある 	その他	<ul style="list-style-type: none"> ・ 商店街と子どもの 交流がない

(2) 拠点商業地の課題と取り組みの方向性

① 基本方針1 「利用しやすく、安心できる商店街」の実現のために 高齢者や子ども連れが利用しやすく、憩える商店街を目指します。

商店街の利用者の多くは周辺の住民で、商店街を地域の拠点として機能させるためには、高齢者や障がいのある人、子育て中の親子などさまざまな利用者が安心して利用できる環境整備が必要で、従来から商店街にある「会話やふれあい」や「信頼感・安心感」を活かしながら、入りやすくわかりやすい店にして利用しやすく、憩いのある商店街にしていくことが重要です。

利用者のほとんどは乗用車を利用して訪れており、「駐車場の整備」はアンケートでも活性化のために取り組むべき項目の上位となっています。また、アンケートでは少数意見ですが、雁木の整備や歩道のバリアフリー化は高齢者や障がい者、子育て中の親子が利用することを考えるとぜひ整備していきたい項目です。敷地や費用の問題があり、駐車場や雁木、歩道をすぐに整備することは難しい問題ですが、既存の駐車場の活用などを含め、商店街の利用しやすさの向上を図る方策を検討する必要があります。

② 基本方針2 「人々が集う、にぎわいのある商店街」の実現のために 魅力にあふれ、何度でも行きたくなる商店街を目指します。

商店街での人の往来がにぎわい創出の鍵となりますが、白根大凧合戦や白根まつりなどをはじめとした既存の地域のイベントは一時期に限られ、継続してにぎわいを創出するには、白根四・九の定期市との連携など普段からある既存の商店街の強み・特性を活かし、新しい個性を発揮しながらリピーターを増やすことが重要です。

空き店舗を利用して新たな業種や個性ある店の誘致、休憩スペースの設置など、魅力のある空き店舗の利用方法を検討することで、にぎわいの創出を図る必要があります。また、「凧のまち白根」を前面に出すなど、商店街が一体となって一つのテーマを売りにするなど、地元の利用者だけでなく他区からの利用者を増やす方策も検討する必要があります。

③ 基本方針3 「愛着と誇りを持てる宝物のある商店街」の実現のために 地域の宝に愛着と誇りを持ち、伝統を受け継ぐ商店街を目指します。

昔ながらの町屋造りの建物や市民文化遺産に指定された旧白根配水塔、古くから地域に伝わる仏壇工芸の職人技、白根の大凧など地域に根付いた宝物は随所に残っています。それらの宝物に愛着と誇りを持ち、伝統を引き継ぐことは商店街にとっても大きな財産であり、それを商店街の活性化につなげていくことが重要です。

このため、商店街に残る特徴ある建造物の保全や、職人技を利用した「まちなかカルチャースクール」などの実施を検討するとともに、歴史や食など、新たに商店街が誇れる独自の商品開発や開発の支援も行い、新しい宝物の発掘にも取り組み地域の誇りにつなげていくことが必要です。

(3) 拠点商業地活性化の目標

拠点商業地活性化の基本方針を実現するためには、拠点商業地において次に掲げる3つの目標を達成していくことが必要です。

取り組み期間の最終年度である平成31年度に、それぞれの目標の中で示した指標※で目標数値を達成することを目指します。

※達成指標の現況のパーセントの数値は、アンケート調査の結果に基づくものです。

① 高齢者や子ども連れが利用しやすく、憩える商店街を目指して

高齢者や障がい者、子育て世代の若い人に商店街に気軽に来てもらえるような活性化の取り組みを推進します。

【達成指標】

- ・ 1日平均来店者数の割合の増加 11人以上 26.2% ⇒ 30%以上
- ・ 60歳以上の利用頻度 週1回以上 53.4% ⇒ 60%以上
- ・ 子育て世代の利用頻度 週1回以上 45.0% ⇒ 50%以上

② 魅力にあふれ、何度でも行きたくなる商店街を目指して

継続したにぎわいを創出するため、商店街の人の往来を増やし、空き店舗の活用を推進してリピーターを増やす取り組みを推進します。

【達成指標】

- ・ 空き店舗の交流スペースの整備や新規出店数 1か所 ⇒ 3か所以上
- ・ 商店街利用者の満足度 とても満足・満足 29.0% ⇒ 35%以上
- ・ 子育て世代の満足度 とても満足・満足 14.8% ⇒ 20%以上

③ 地域の宝に愛着と誇りを持ち、伝統を受け継ぐ商店街を目指して

地域の宝物を商店街の活性化につなげるため、歴史や文化、工芸などを活用した事業の取り組みを推進します。

【達成指標】

- ・ 歴史や文化、工芸にちなんだイベント数 1件 ⇒ 3件以上
- ・ 地域の宝物を利用した商品やサービス数 0回 ⇒ 3回以上

6 拠点商業地活性化に向けた取り組み（事業計画）

※1 短期，中期，長期は，取組時期のイメージ

※2 従前，一部従前は，従前（一部従前）から実施している事業

「利用しやすく，安心できる商店街」の実現のための取り組み

No	事業名	取組内容	実施主体・ 関係団体	実施時期 (予定) ※1		予定支援 制度	備考 ※2
1	花いっぱい運動	白根商店街に花を飾る	商工会	H27～	短期		従前
2	マップ作成	商店街マップを作成し， 商店街利用を促進する	商店会連盟 等	H27～	短期	ステップ アップ	一部 従前
3	駐車場等整備	商店街駐車場等を整備 し，利用しやすい環境を 整備する	商店会連盟 等	H27 検 討 H28 以 降実施	長期		
4	街路灯等の整備	街路灯等を改修し，安 心・安全な環境整備を図 る	各商店会等	H27～	短期	環境整備	
5	商店街案内看板設置	案内看板を設置し，商店 街の利用促進を図る	商店会連盟 等	H27～	短期	環境整備	
6	雁木改修・整備	雁木の改修・整備によ り，雁木を連ね利便性向 上を図る	商店会連盟 等	H28 検 討 H29 以 降実施	長期	環境整備	
7	配達サービス	買い物が困難な人のた め，配達サービスを実施 する	商店会連盟 等	H27 検 討 H28 以 降実施	中期	ステップ アップ	
8	来街者の利便 性向上	商店街中心部のバス停 相互の導線，空き店舗活 用による待合所整備など によりバス利用による来 街者増を図る	区役所 商工会 商店会連盟 等	H27 検 討 H28 以 降実施	長期	環境整備 ステップ アップ がんばる まちなか	
9	公共交通との 連携事業	公共交通と連携した事業 を行い，相互の利用促進 を図る	区役所 商工会 商店会連盟 等	H27 検 討 H28 以 降実施	中期	ステップ アップ	

No	事業名	取組内容	実施主体・関係団体	実施時期 (予定) ※1		予定支援 制度	備考 ※2
10	憩いのスペース設置	商店街内にベンチ等の休憩スペースを設置し、まちあるき・たべあるき等の促進を図る	各商店会等	H27～	短期	環境整備	
11	商店街コンシェルジュ設置	お店の紹介・案内、空き店舗の仲介・斡旋等	商店会連盟等	H27 検討 H28 以降実施	長期		
12	みせなかカフェ	個々の商店内に休憩スペースを設ける	各商店会等	H27 検討 H28 以降実施	中期		
13	ガンギ・ウォーキングロード整備	歩道を整備し、歩くことが楽しくなる仕掛けをつくる	観光協会 商工会 商店会連盟等	H27 検討 H28 以降実施	長期		
14	商店街活性化研究事業	アドバイザー等を活用し、今後の進むべき方向や活性化の方策を研究・検討する	商店会連盟等	H28～	短期	ステップアップ	
15	商店の魅力向上	個店の魅力を向上させるために、経営・販売の専門家を招へいし研修等を実施する	商店会連盟等	H28～	短期	商店街イノベーション	
16	空き店舗活用事業	空き店舗を活用し、交流スペース整備、伝統技術の体験などできる機会を創出、観光資源として活用を図る	商店会連盟等	H27 検討 H28 以降実施	中期	がんばるまちなか	

「人々が集う、にぎわいのある商店街」の実現のための取り組み

No	事業名	取組内容	実施主体・関係団体	実施時期 (予定) ※1		予定支援 制度	備考 ※2
1	北風まつり	白根大凧合戦における好風を祈念しイベント開催	白根地区コミュニティ協議会等	H27～	短期		従前

No	事業名	取組内容	実施主体・関係団体	実施時期 (予定) ※1		予定支援 制度	備考 ※2
2	白根大凧合戦 お祭り広場	白根大凧合戦を盛り上げるため、イベント開催	お祭り広場 実行委員会	H27～	短期		従前
3	しろね祭り	しろね祭りにお楽しみ広場等開催し、賑わいを創出する	しろね祭り実行委員会	H27～	短期	にぎわい 創出	従前
4	ポイントカード の充実	白根地区共通のポイントカードを利用促進を図り、もって商店街利用も促進する。また、機器の更新等も検討	ポイントカード会	H27～	短期	ステップ アップ	従前
5	地域振興券の 販売	白根地区共通のお得な商品券を販売し、商店街の利用を促進する	商店会連盟 等	H27～	短期		従前
6	マップ作成	商店街マップを作成し、商店街利用を促進する	商店会連盟 等	H27～	短期	ステップ アップ	一部 従前
7	まちなかミュージアム	商店街の懐かしい写真等を展示し、時代の変遷等を紹介する	各商店会等	H27～	短期		一部 従前
8	来街者の利便 性向上	商店街中心部のバス停相互の導線、空き店舗活用による待合所整備などによりバス利用による来街者増を図る	区役所 商工会 商店会連盟 等	H27 検討 H28以降 実施	長期	環境整備 ステップ アップ がんばる まちなか	再掲
9	公共交通との 連携事業	公共交通と連携した事業を行い、相互の利用促進を図る	区役所 商工会 商店会連盟 等	H27 検討 H28以降 実施	中期	ステップ アップ	
10	憩いのスペース 設置	商店街内にベンチ等の休憩スペースを設置し、まちあるき・たべあるき等の促進を図る	各商店会等	H27～	短期	環境整備	再掲
11	商店街コンシェルジュ設置	お店の紹介・案内、空き店舗の仲介・斡旋等	商店会連盟 等	H27 検討 H28以降 実施	長期		再掲
12	みせなかカフェ	個々の商店内に休憩スペースを設ける	各商店会等	H27 検討 H28以降 実施	中期		再掲

No	事業名	取組内容	実施主体・ 関係団体	実施時期 (予定) ※1		予定支援 制度	備考 ※2
13	ガンギ・ウォー キングロード整備	歩道を整備し、歩くことが 楽しくなる仕掛けをつくる	観光協会 商工会 商店会連盟 等	H27 検討 H28 以降 実施	長期		再掲
14	商店街活性化 研究事業	アドバイザー等を活用し、 今後の進むべき方向や 活性化の方策を研究・検 討する	商店会連盟 等	H28～	短期	ステップ アップ	再掲
15	商店の魅力向 上	個店の魅力を向上させる ために、経営・販売の専 門家を招へいし研修等を 実施する	商店会連盟 等	H28～	短期	商店街イ ノベーション	再掲
16	空き店舗活用 事業	空き店舗を活用し、交流 スペース整備、伝統技術 の体験などできる機会を 創出、観光資源として活 用を図る	商店会連盟 等	H27 検討 H28 以降 実施	中期	がんばる まちなか	再掲
17	大凧と歴史の 館との連携	大凧と歴史の館と連携し た事業を行い、相互の利 用促進を図る	大凧と歴史 の館商店会 連盟等	H27 検討 H28 以降 実施	中期		
18	白根市場との 連携	白根市場と連携した事業 を行い、相互の利用促進 を図る	白根市場 商店会連盟 等	H27 検討 H28 以降 実施	中期	地域資源 活用・農 商工連携	
19	まちあるき開催	商店街内をまちあるき・た べあるきできる環境を整 備し、滞在時間の拡張を 図る	観光協会 商店会連盟 等	H27 試行 H28 以降 通年	中期	にぎわい 創出	
20	名物開発	白根商店街の独自の商 品開発を支援し、名物と して発信する。	商工会等	H27 検討 H28 以降 実施	長期	地域資源 活用・農 商工連携	
21	まちなかカルチ ャースクール	ちょっとした知恵・技術を 習得できる市民講座を開 催	商店会連盟 等	H27 検討 H28 以降 実施	中期		
22	まちなかギャラ リー	子どもの絵、市民画家の 絵画、書などを展示	商店会連盟 等	H27 検討 H28 以降 実施	中期		

No	事業名	取組内容	実施主体・関係団体	実施時期 (予定) ※1		予定支援制度	備考 ※2
23	風の街PR	シャッター、ショーウィンドーなどに風の絵柄を掲示	商店会連盟等	H27 検討 H28 以降 実施	中期	ステップアップ 環境整備	
24	新規出店サポート事業	新規出店者の相談・支援を行い、事業継続をサポートする	商店会連盟、商工会等	H27 検討 H28 以降 実施	短期		
25	特徴ある建造物等の保全	ユニークなもの、歴史を感じさせるものなどの保全を図り、商店街の名物とする	各商店会等	H27 検討 H28 以降 実施	長期		

「愛着と誇りを持てる宝物のある商店街」の実現のための取り組み

No	事業名	取組内容	実施主体・関係団体	実施時期 (予定) ※1		予定支援制度	備考 ※2
1	まちなかミュージアム	商店街の懐かしい写真等を展示し、時代の変遷等を紹介する	各商店会等	H27～	短期		一部 従前 再掲
2	商店街活性化研究事業	アドバイザー等を活用し、今後の進むべき方向や活性化の方策を研究・検討する	商店会連盟等	H28～	短期	ステップアップ	再掲
3	商店の魅力向上	個店の魅力を向上させるために、経営・販売の専門家を招へいし研修等を実施する	商店会連盟等	H28～	短期	商店街イノベーション	再掲
4	空き店舗活用事業	空き店舗を活用し、交流スペース整備、伝統技術の体験などできる機会を創出、観光資源として活用を図る	商店会連盟等	H27 検討 H28 以降 実施	中期	がんばるまちなか	再掲
5	まちあるき開催	商店街内をまちあるき・たべあるきできる環境を整備し、滞在時間の拡張を図る	観光協会 商店会連盟等	H27 試行 H28 以降 通年	中期	にぎわい創出	再掲

№	事業名	取組内容	実施主体・ 関係団体	実施時期 (予定) ※1		予定支 援制度	備考 ※2
6	名物開発	白根商店街の独自の商 品開発を支援し、名物と して発信する。	商工会等	H27 検討 H28 以降 実施	長期	地域資 源活用・ 農商工 連携	再掲
7	まちなかカルチ ャースクール	ちょっとした知恵・技術を 習得できる市民講座を開 催	商店会連盟 等	H27 検討 H28 以降 実施	中期		再掲
8	まちなかギャラ リー	子どもの絵、市民画家の 絵画、書などを展示	商店会連盟 等	H27 検討 H28 以降 実施	中期		再掲
9	風の街PR	シャッター、ショーウインド ーなどに風の絵柄を掲示	商店会連盟 等	H27 検討 H28 以降 実施	中期	ステップ アップ 環境整 備	再掲
10	新規出店サポ ート事業	新規出店者の相談・支援 を行い、事業継続をサポ ートする	商店会連 盟、商工会 等	H27 検討 H28 以降 実施	短期		再掲
11	特徴ある建造 物等の保全	ユニークなもの、歴史を 感じさせるものなどの保 全を図り、商店街の名物 とする	各商店会等	H27 検討 H28 以降 実施	長期		再掲

以上の事業名を基本方針と実施時期に分けて一覧表にすると次のとおりになります。

	利用しやすく、安心できる商店街 の実現のために	人々が集う、にぎわいのある商店街 の実現のために	愛着と誇りを持てる宝物のある商店街 の実現のために	
短期	1 花いっぱい運動			
	2 マップ作成			
	4 街路灯等の整備			
	5 商店街案内看板設置			
	10 憩いのスペース設置	10 憩いのスペース設置		
	14 商店街活性化研究事業	14 商店街活性化研究事業	2 商店街活性化研究事業	
	15 商店の魅力向上	15 商店の魅力向上	15 商店の魅力向上	3 商店の魅力向上
		1 北風まつり	1 北風まつり	
		2 白根大凧合戦お祭り広場	2 白根大凧合戦お祭り広場	
		3 しろね祭り	3 しろね祭り	
4 ポイントカードの充実		4 ポイントカードの充実		
5 地域振興券の販売		5 地域振興券の販売		
6 マップ作成		6 マップ作成		
7 まちなかミュージアム		7 まちなかミュージアム	1 まちなかミュージアム	
24 新規出店サポート事業	24 新規出店サポート事業	10 新規出店サポート事業		
中期	7 配達サービス			
	9 公共交通との連携事業			
	12 みせなかカフェ	12 みせなかカフェ		
	16 空き店舗活用事業	16 空き店舗活用事業	4 空き店舗活用事業	
		9 公共交通との連携事業	9 公共交通との連携事業	
		17 大凧と歴史の館との連携	17 大凧と歴史の館との連携	
		18 白根市場との連携	18 白根市場との連携	
		19 まちあるき開催	19 まちあるき開催	5 まちあるき開催
		21 まちなかカルチャースクール	21 まちなかカルチャースクール	7 まちなかカルチャースクール
		22 まちなかギャラリー	22 まちなかギャラリー	8 まちなかギャラリー
23 凧の街PR	23 凧の街PR	9 凧の街PR		
長期	3 駐車場等整備			
	6 雁木改修・整備			
	8 来街者の利便性向上	8 来街者の利便性向上		
	11 商店街コンシェルジュ設置	11 商店街コンシェルジュ設置		
	13 ガンギ・ウォーキングロード整備	13 ガンギ・ウォーキングロード整備		
		20 名物開発	6 名物開発	
		25 特徴ある建造物等の保全	11 特徴ある建造物等の保全	

※ 短期，中期，長期は事業実施時期のイメージを示す。

7 計画の進行管理・推進体制

この計画に載っている事業は、商店街などが事業主体となって実施されるもので、計画を着実に実行していくためには、事業主体が事業を実施しやすくするための支援や協力が必要です。

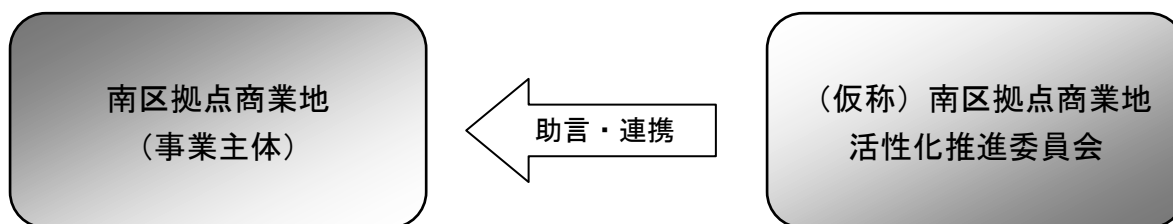
また、計画を着実に実行できているかを検証し、実施状況や目標の達成状況を把握し、事業内容などの改善、見直しを図っていくことが必要であり、以下の体制で進行管理を行います。

(1) 南区拠点商業地活性化推進委員会（仮称）

この計画を推進するため、地域経済に関する有識者や拠点商業地の商店街、商工関係などの関係団体及び市民代表、行政などで組織する「(仮称) 南区拠点商業地活性化推進委員会」を設置し、計画の進行管理を行いながら計画推進のために事業主体などに助言を行いながら南区の商業の活性化を目指します。

<主な役割>

- ・ 計画の評価，進行管理
- ・ 計画推進のための関係団体の連絡調整
- ・ 事業主体への助言 など



(2) 庁内連携体制

まちづくりや福祉，地域コミュニティなど，計画を推進するうえで必要な庁内の関係部署との連携を図ります。

新潟市南区拠点商業地活性化推進事業計画検討委員会 委員名簿

(氏名敬称略)

No.	区 分	所属・職名	氏 名	備 考
1	学識経験者	長岡大学経済経営学部教授 中小企業診断士	小松 俊樹	委員長
2	経済関係者	白根商工会商業部部会長 白根商店会連盟会長	斎藤 廣資	副委員長
3	〃	白根商工会商業部副部会長	河野 良輔	
4	〃	白根商工会商業部副部会長	白根 昭男	
5	〃	前白根商工会事務局長	石黒 哲嗣	
6	〃	白根商工会女性部長	和田恵美子	
7	〃	白根商工会女性部副部長	小柳 安子	
8	〃	前白根商工会青年部長	中村 宏太	
9	〃	白根青年会議所	海津 悠平	
10	地域コミュニティ	白根コミュニティ協議会会長	池田 謙治	
11	消費者	新潟市消費者協会白根支部	藤本 基美	
12	公募委員		金子摩由実	

事務局

所 属	職 名	氏 名	備 考
南区役所産業振興課	課 長	野内 弘	
南区役所産業振興課商工観光推進室	室 長	島倉 仁志	
〃	主 幹	村山 昭博	H26.11 から
〃	係 長	長谷川一栄	H26.10 まで
〃	主 査	伊藤 隆一	

新潟市南区拠点商業地活性化推進事業計画策定の経過

年月日	内 容	備 考
H26.7.2	第1回南区拠点商業地活性化推進事業計画検討委員会	
H26.8.7	第2回南区拠点商業地活性化推進事業計画検討委員会	
H26.9.30	第3回南区拠点商業地活性化推進事業計画検討委員会	
H26.11.6	第4回南区拠点商業地活性化推進事業計画検討委員会	
H26.11.12 ~ H26.11.30	商店街アンケートの実施	
H26.12.22	第5回南区拠点商業地活性化推進事業計画検討委員会	
H26.12.23	計画案の商業振興課等への協議	
H27.2.23	第6回南区拠点商業地活性化推進事業計画検討委員会	