



南区拠点商業 地活性化推進 事業計画 第2期



令和2年3月
新潟市南区

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 南区の現状	1
(1) 南区の概要	1
(2) 南区が目指すまちづくり	2
(3) 南区の商業地の概況	2
(4) 各種統計にみる南区の商業を取り巻く状況	5
3 拠点商業地活性化に向けた課題整理	7
(1) アンケート結果から見える課題と活性化策	7
(2) 第1期計画の検証結果をふまえた今後の方向性	11
(3) 第2期計画に向けた活性化の方向性	12
4 拠点商業地の活性化に向けた取り組み	13
(1) 拠点商業地のエリア	13
(2) 拠点商業地の活性化に向けた基本方針・目標の設定	15
5 実施事業の内容とスケジュール	18
(1) 拠点商業地活性化の成果指標	18
(2) 拠点商業地活性化に向けた取り組み（事業計画）	19
6 計画の着実な実施による商業地活性化の推進	26
南区拠点商業地活性化推進委員会 委員名簿	27

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、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」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27年度から令和元年度までの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、現状を踏まえ実現可能な事業（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。

この度、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

令和2年度から令和4年度までの3年間とします。

2 南区の現状

(1) 南区の概要

① 地理

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4万5千人と市内8区の中で最も人口規模の小さな区で、面積は約100km²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～R4）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、南区におけるまちづくりの具体的な取り組みを示す「南区区ビジョン・まちづくり計画」を策定し、区の状況に沿った事業を実施しています。

南区区ビジョン・まちづくり計画 基本方針（抜粋）

【区の将来像】

大地の恵みと伝統・文化にはぐくまれた

郷土愛にあふれる、いきいきと暮らせるまち

【目指す区のすがた】

○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

○誰もが快適に移動できる交通の利便性が高いまち

○農商工の連携が、新たな活力を生み出すまち

○大風が舞い、獅子が跳ね、ル レクチエが実るまち

(3) 南区の商業地の概況

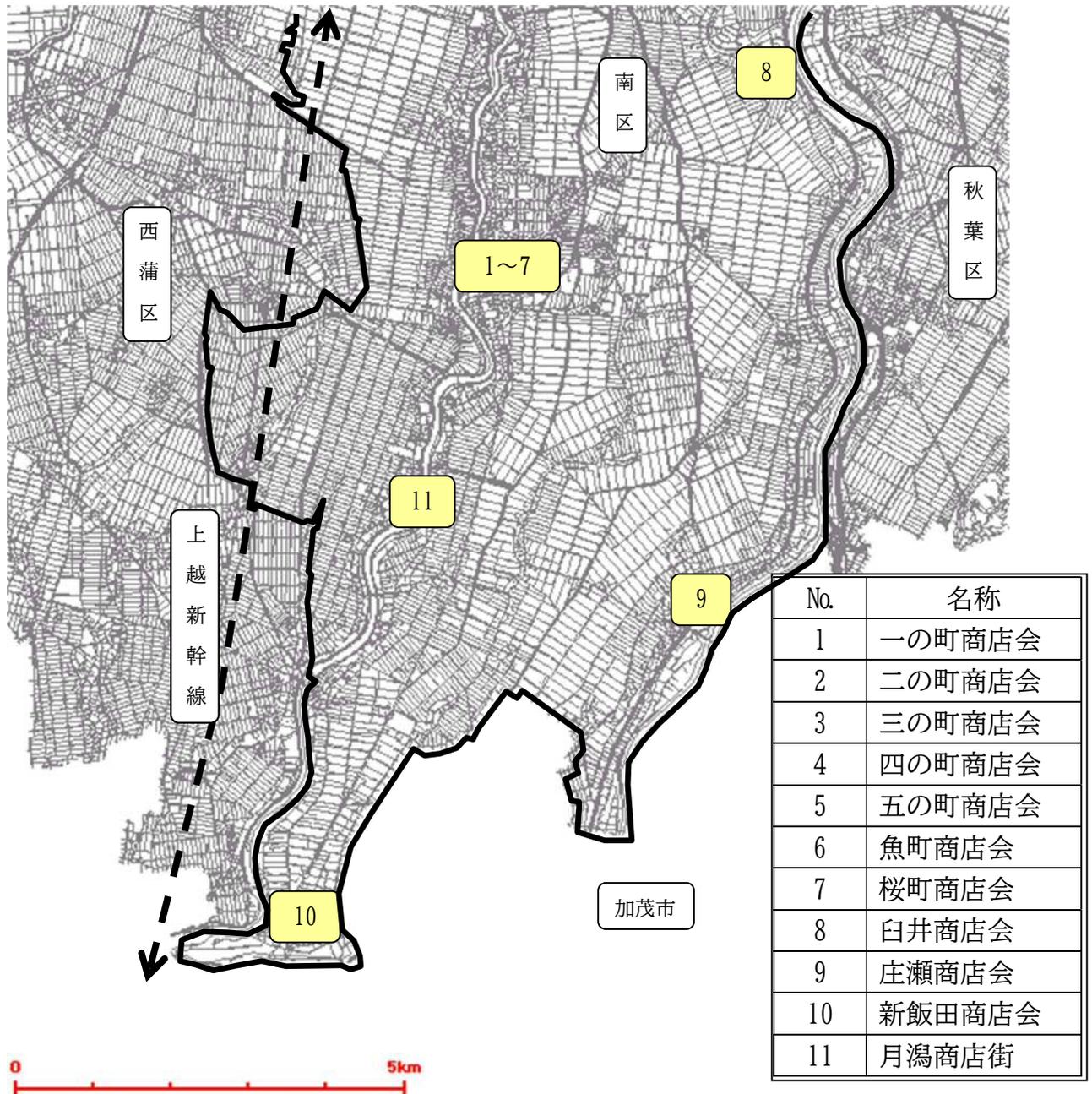
① 南区の商店街・商工団体

南区には11の商店街の中に10の商店会組織があり、いずれも白根地区の組織となっています。なお、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。

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。

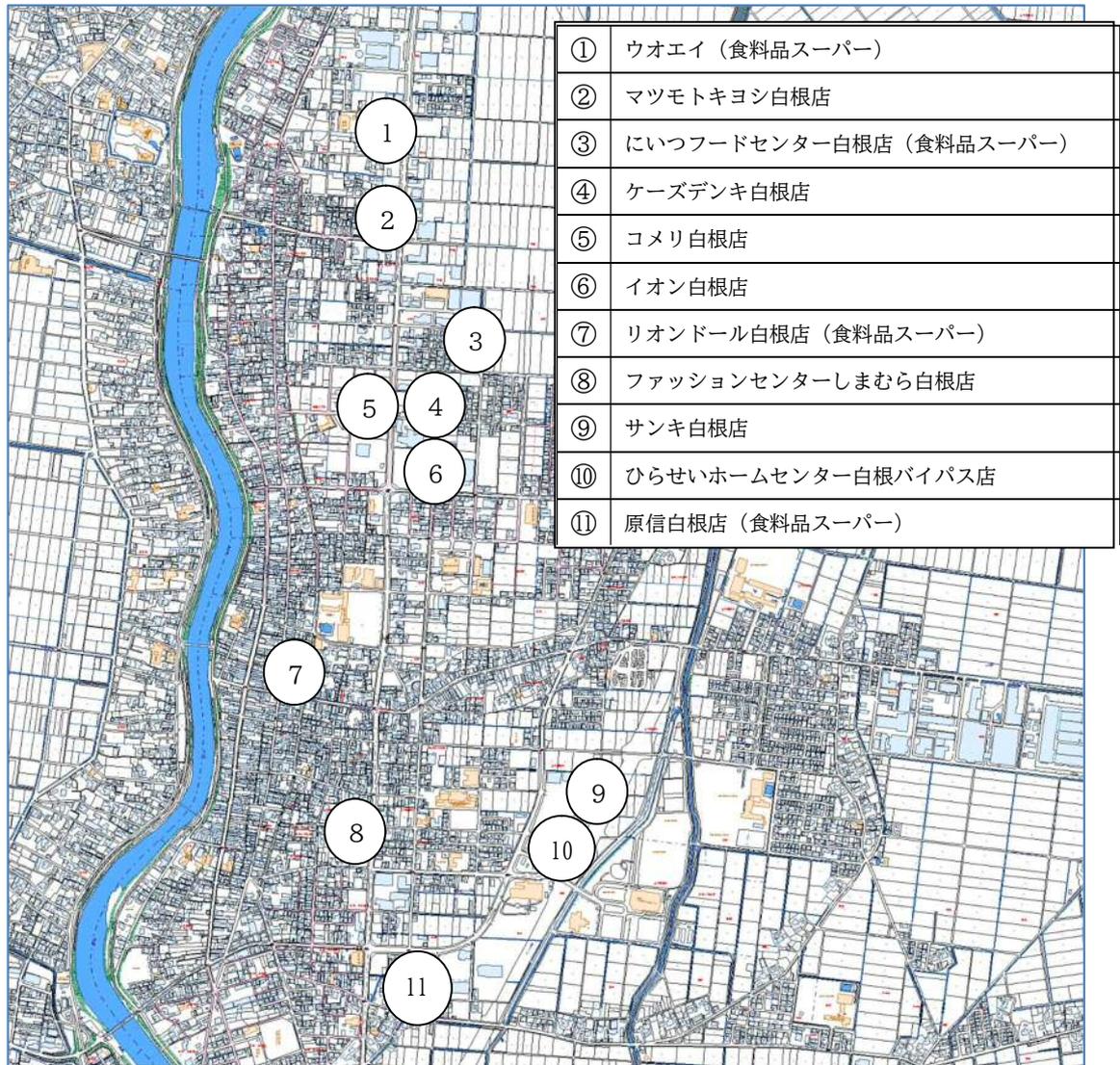
南区の商店街の位置



② 大規模小売店舗の状況

白根商店街エリア周辺の大規模小売店舗は、主に旧国道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。

白根商店街エリア周辺の大規模小売店舗の出店状況



(4) 各種統計にみる南区の商業を取り巻く状況

① 人口動態・少子高齢化

南区の人口は引き続き減少傾向にあり、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。

また、世帯数は市全体、南区とも増加傾向にあります。

人口動態（平成22年国勢調査・平成27年国勢調査）

	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
江南区	69,365	2,832	3,493	△ 661	4.1%	5.0%	68,906
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

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(k㎡)	726.10	100.83	107.92	38.77	37.42	75.46	95.38	93.81	176.51

↓

新潟市の区別人口・世帯数・面積（令和元年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	789,127	44,606	73,952	136,610	175,107	68,621	76,897	156,749	56,585
世帯数	340,894	16,155	29,295	61,366	87,273	27,252	30,131	68,882	20,540
面積(k㎡)	726.46	100.91	107.72	38.62	37.75	75.42	95.38	94.09	176.55

少子高齢化率（平成22年国勢調査・平成27年国勢調査）

	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年）	811,901	187,371	21.3%	103,346	12.8%
南区	46,949	11,228	24.0%	5,981	12.8%
新潟市（平成27年）	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%
江南区	68,906	18,897	27.4%	9,100	13.2%
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%

② 商業統計調査に見る小売業の状況（平成19年・平成26年）

平成19年と平成26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、南区とも大きく減少しています。年間商品販売額と売り場面積は、5年前の調査時では増加を示していましたが、今回はいずれも減少となり、特に南区における売り場面積の減少幅が非常に大きくなっています。

	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（%）
市全体	7,854	5,434	△30.8	52,490	42,173	△19.7
南区	528	333	△36.9	2,640	2,098	△20.5

	年間商品販売額（百万円）			売り場面積（㎡）		
	平成19年	平成26年	増加率（%）	平成19年	平成26年	増加率（%）
市全体	940,963	854,656	△9.2	1,216,226	1,063,675	△12.5
南区	49,216	44,553	△9.5	73,360	54,301	△26.0

3 拠点商業地活性化に向けた課題整理

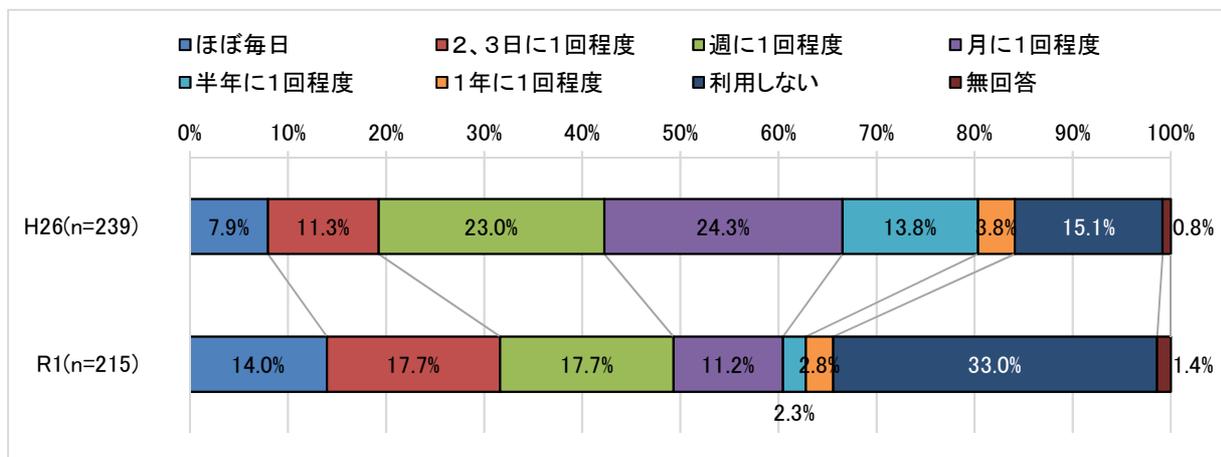
(1) アンケート結果から見える課題と活性化策

商店主、商店街等利用者、子育て世代アンケート調査の結果から、商店街を定期的に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。

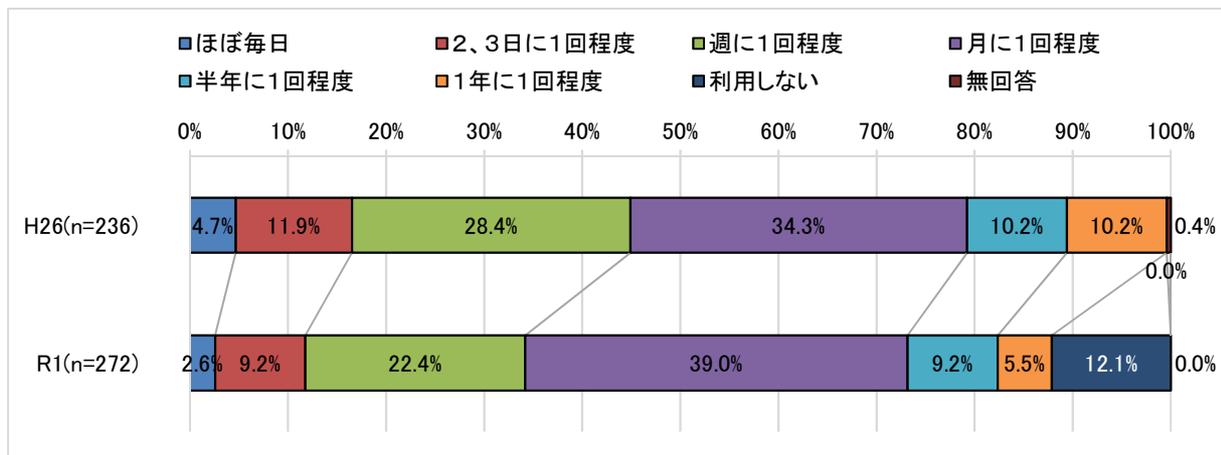
南区内では、白根商店街が含まれる白根地区に比較的住宅が集中しており、子育て世代が多く居住する地域であると考えられます。

平成26年度の調査との比較で、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、子育て世代を商店街に誘導する取り組みが必要です。

○商店街等利用者の商店街利用頻度



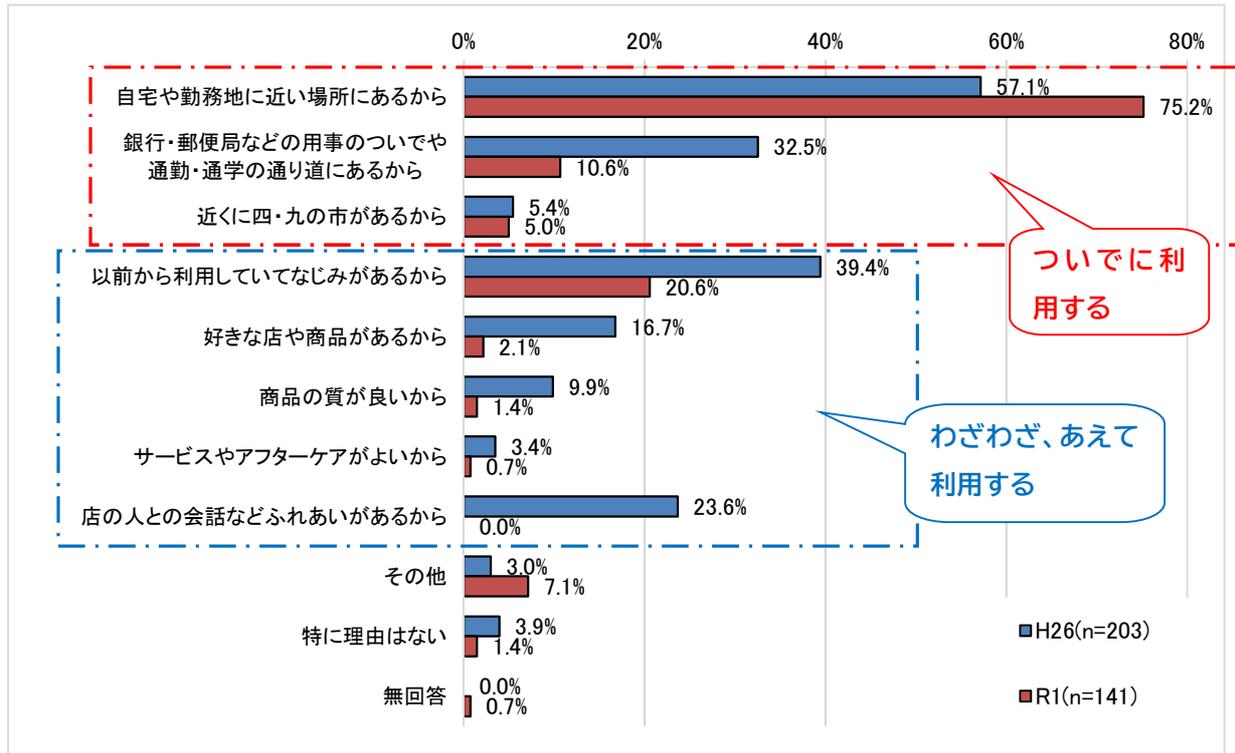
○子育て世代の商店街利用頻度



子育て世代で週に1回以上商店街を利用する割合は34.2%（商店街等利用者は49.4%）です。

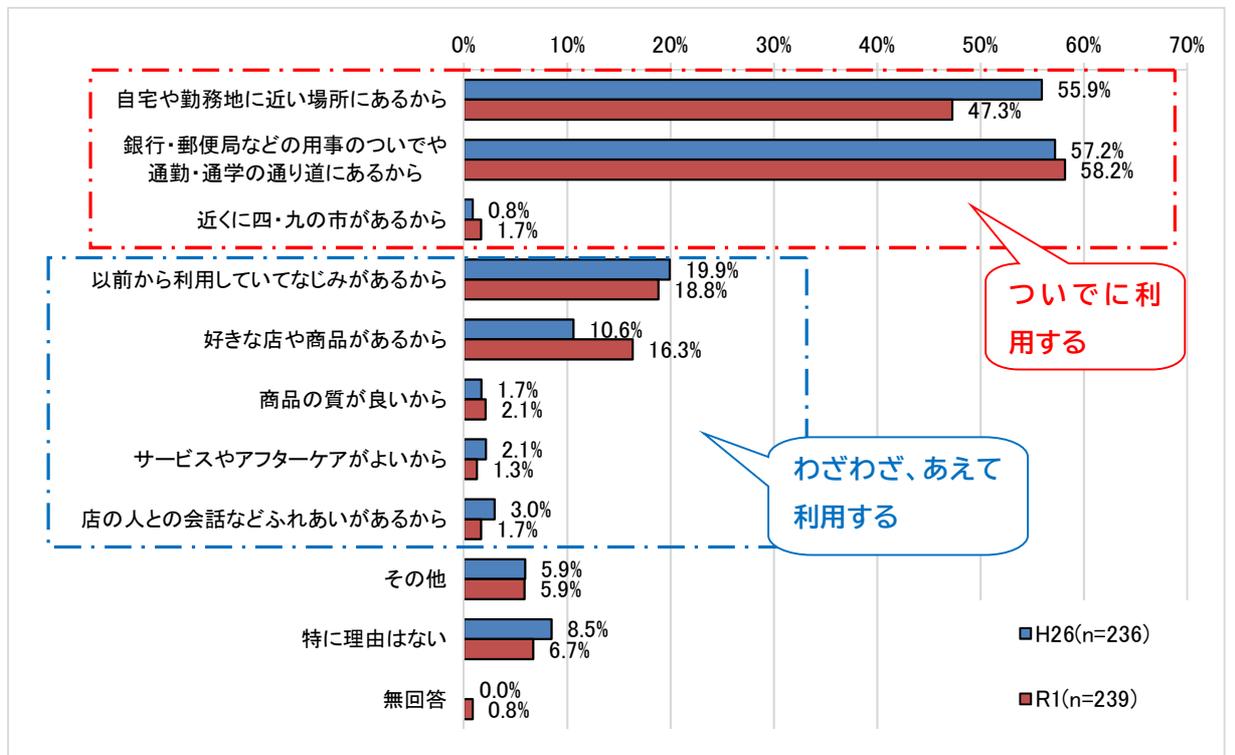
一方、ほとんど利用しない割合は17.6%、月に1回、半年に1回程度利用する割合は48.2%、合わせて65.8%（商店街等利用者は50.7%）あり、この層の商店街利用を増やす取り組みが必要と考えます。

○商店街を利用する理由（商店街等利用者）



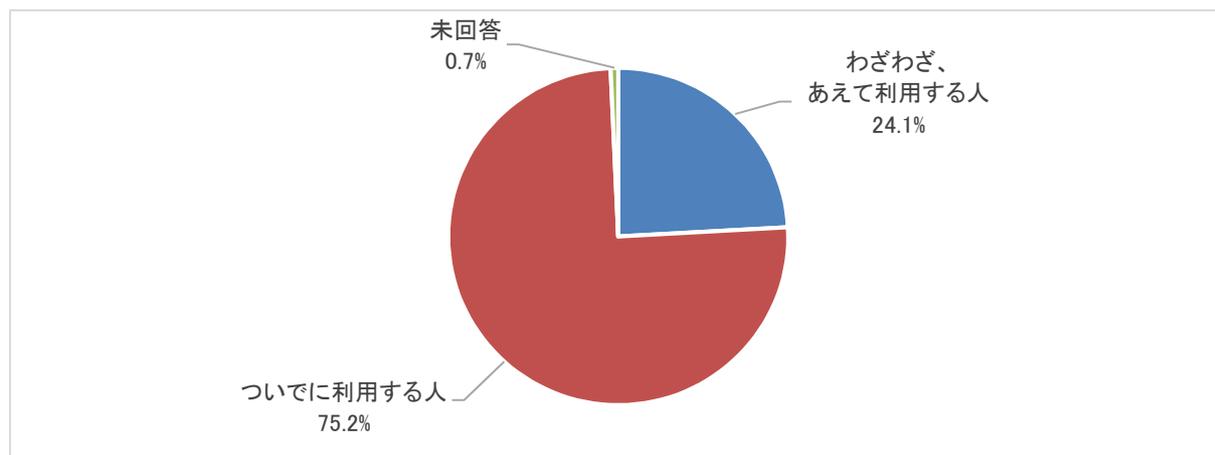
※H26年度は回答数で算出していたため、R1年度に合わせ回答者数で再集計してある。

○商店街を利用する理由（子育て世代）

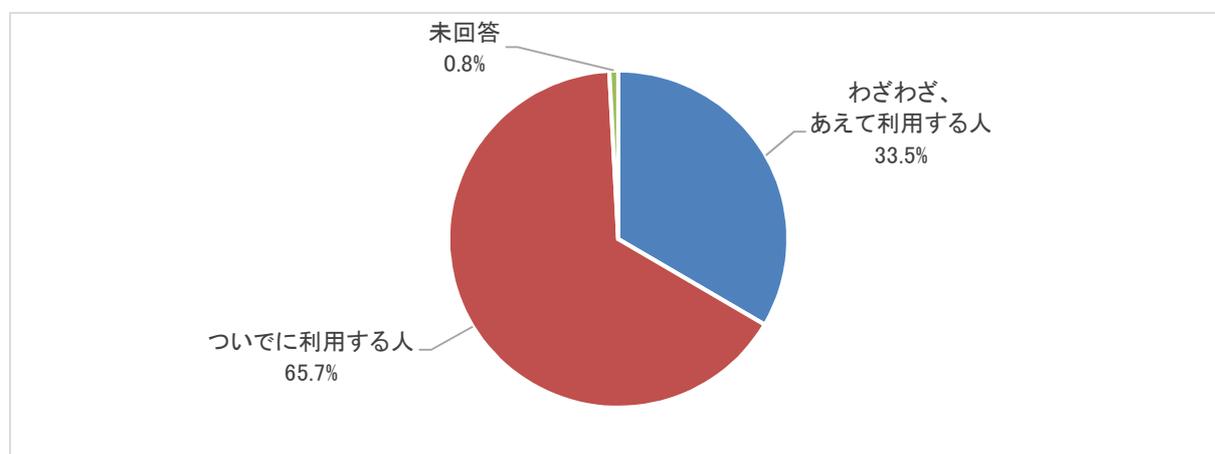


※H26年度は回答数で算出していたため、R1年度に合わせ回答者数で再集計してある。

○商店街利用動機別の割合(商店街等利用者)



○商店街利用動機別の割合(子育て世代)



「自宅や勤務地に近い場所にあるから」など、商店街・商店を“ついでに”利用する人の割合は、商店街等利用者で75.2%、子育て世代で65.7%です。

一方、「以前から利用していてなじみがあるから」など、商店街・商店を“わざわざ”“あえて”利用する指数の合計は、商店街等利用者で24.1%、子育て世代で33.5%です。

商店の経営努力などを要因とする『商店街・商店を“わざわざ”“あえて”利用する』割合を増やす取り組みが必要です。

○商店街に取り組んでほしいこと

(上位回答まとめ)

回答割合 の順位	店主	商店街等利用者	子育て世代
1	空き店舗の活用	駐車場・駐輪場の整備	駐車場・駐輪場の整備
2	駐車場・駐輪場の整備	空き店舗の活用	空き店舗の活用
3	休憩スペースの設置	イベントやセール開催 休憩スペースの設置	イベントやセール開催
4	外観の統一、装飾	マップやチラシなど共同宣伝	休憩スペースの設置
5	イベントやセール開催 雁木の整備	歩道のバリアフリー化	特産品や名物の開発・PR

第1期計画成果検証のアンケートから、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。

「商店街に取り組んでほしいこと」は、商店街等利用者・子育て世代の回答では、「駐車場・駐輪場の整備」が1位、「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」が2位となっており、店主の回答でも同様に上位となっています。また、商店街等利用者・子育て世代では「イベントやセール開催」が3位となっており、「商店街に休憩スペースやベンチ・トイレの設置」も共通で上位に挙がっています。

これらのことから、新しい店の誘致やイベント・セール開催による『人を集めるための環境づくり』とともに、駐車場・駐輪場の整備、休憩スペースやベンチ・トイレの設置といった『集まった人が滞留できる環境づくり』が求められています。

子育て世代からの「特産品や名物の開発・PR」への取り組みも、若い世代の来街促進に効果があると考えられます。

(2) 第1期計画の検証結果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（抜粋）】

①「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

（実施状況）

「花いっぱい運動」等16事業の内、14事業を実施

（取り組み結果）

商店街の環境整備として、街路灯のLED化、防犯カメラの設置、アーケードの改修がなされ、また、休憩用ベンチの設置やシャッター・花壇の装飾が行われた。

まちあるきイベントも多く開催されるようになってきており、歩いて楽しめるよう商店街内のサイン（看板表示）の整備も検討されている。

空き店舗については、5年間で12件の新規活用があり、カフェ・飲食店や交流スペース、ゲストハウスなどがオープンした。

「天昌堂」や「心の居場所ぱるのにわ」といった交流スペースは、商店街の賑わいや交流の拡大に効果を与えている。

（今後の方向性）

引き続き、高齢者や子育て世代が利用しやすく、憩える商店街を目指していく必要がある。

また、個店ならではの特徴ある品揃え、大型店・量販店にないきめ細かなサービスなどの魅力ある店舗づくりや新規出店、創業の促進に向けた取り組みを進めていかなければならない。

②「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

（実施状況）

「北風まつり」等25事業の内、21事業を実施

（取り組み結果）

恒例となっているスタンプラリーや地域限定商品券の発売、白根大凧合戦にあわせた「お祭り広場」「しろねまちなかミュージアム」、しろね祭りなどのイベントは、賑わい創出、集客に大きな効果をもたらしている。

空き店舗活用によるカフェや飲食店、交流スペースは、顧客、リピーターの獲得に効果が感じられる。

まちあるきガイドが結成され、まちあるきを楽しむ来街者も増えてきた。町屋や凧合戦、食べ歩きなどの地域の情報発信を行いながら、来街者に白根商店街を楽しんでもいただける取り組みが行われた。

令和元年度に開催された仮装イベント「白根子行進曲」は、高校生と商店がコラボした新商品開発が行われるなど市民協働での成功事例であり、内外多方面からの反響も大きく、今後の展開も期待される。

(今後の方向性)

魅力ある満足度の高い商店街を目指し、アンケート調査結果にある「駐車場・駐輪場の整備」「休憩スペースの設置」「空き店舗の活用」など、より積極的に、継続的に取り組む必要がある。

③「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

(実施状況)

「まちなかミュージアム」等 11 事業の内、11 事業を実施

(取り組み結果)

白根大凧合戦にあわせ、地域食材を使ったオリジナルメニューを提供する「南区“食”合戦」、複数店舗において地元出身画家の絵画作品や写真の展示を行う「しろねまちなかミュージアム」が恒例事業として行われた。

しろね祭りなどイベントにおいては、地元B級グルメ「でんぶ焼き」の復活や白根仏壇蒔絵製造体験など地域ならではの取り組みが行われた。

しろね大凧タウンガイドによるまちあるきでは、全国有数の保存率を誇る白根商店街の町屋を紹介、発信している。

平成30年度には、旧白根配水塔が登録有形文化財に登録された。

(今後の方向性)

今後も、地域と密着しながら、愛着と誇りが感じられる、伝統を受け継ぐ商店街として、継続的かつ積極的に取り組んでいく必要がある。

(3) 第2期計画に向けた活性化の方向性

拠点商業地活性化推進委員会の中で示された本計画に対する提案・提言

- ① 若い世代、子育て世代（新規、リピート）が来街する取り組み
- ② 商店街の固定客（高齢者）を大切にする取り組み
- ③ アンケート結果を踏まえた取り組み
- ④ 実情・実態に沿った成果指標の設定
- ⑤ 各分野（学校、コミュニティ協議会、福祉など）との連携
- ⑥ 空き店舗・空きスペースの活用促進

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

第1期計画で拠点商業地として選定した区域は、南区の中で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近く、年に一度は大きな賑わいを見せています。

また、白根商店会連盟は区内の商店街組織の中でも会員数が最も多く、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5割強を占める商店から形成された商店街となっています。あわせて、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ており、引き続き一体感を持った取り組みが期待されます。

これらのことから、第2期計画においても第1期計画区域を拠点商業地エリアとして継承します。

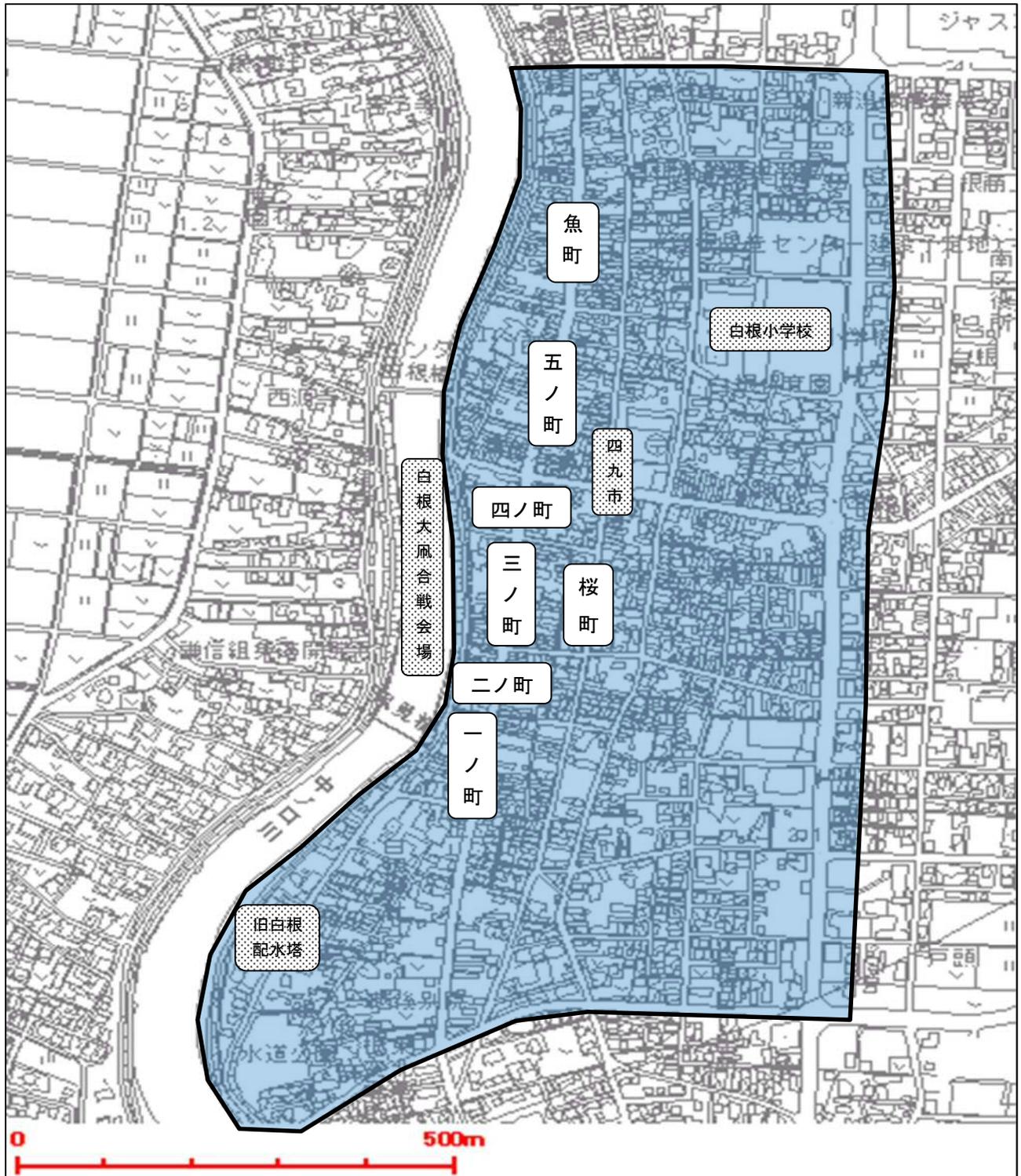
南区の商店街組織会員数（各組織とも令和元年9月1日現在）

商店街名	会員数	割合
白根商店会連盟	41名	54.0%
白井商店会	14名	18.4%
庄瀬商店会	8名	10.5%
新飯田商店会	13名	17.1%
白根ポイントカード会	(30名)	(再掲)
計	76名	100%

◎南区拠点商業地エリア

白根商店街とこれに隣接した旧国道8号沿線

南区拠点商業地区域図



(2) 拠点商業地の活性化に向けた基本方針・目標の設定

① 商店街の強みと弱み

第1期検討委員会において、商店街の強みと弱みについて検討した主な内容は次のとおりです。

地域商店街の強みを活かし、弱みを補いながら、一体となって取り組んでいく必要があります。

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 拠点商業地の活性化に向けた基本方針

大型店・量販店との競合は、商店街に影響を及ぼし、全国的にも課題となっています。南区拠点商業地でも大きな影響を受けており、大型店の出店が売り上げ・来街者の減少につながっています。

このような状況の中、店主、利用者とも第1期計画の成果検証に向けた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・商店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、一定の固定客はあるものの、店主・利用者とも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重要な課題となっています。

地域商店街の強みを活かし、弱みを補いながら、一体となって取り組んでいく必要があります。

以上の状況を踏まえ、基本方針は第1期計画の方針を引き継ぎます。

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

高齢者や子育て世代が利用しやすく、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あり、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、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。

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、白根大凧合戦やしろね祭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・九の定期市などとの連携のほか、対話やサービス、

オリジナリティなど既存の商店街・商店の強み・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、「風のまち白根」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取り組みが必要です。

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登録有形文化財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」などを実施するとともに、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を行い、新しい宝物の発掘に取り組み、地域の誇りにつなげていくことが必要です。

5 実施事業の内容とスケジュール

(1) 拠点商業地活性化の成果指標

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令和4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。

※成果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 高齢者や子育て世代が利用しやすく、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。

【成果指標】

- ・ 商店街等利用者の“わざわざ”“あえて”商店街を利用する割合
24.1% ⇒ 30%以上
- ・ 子育て世代の“わざわざ”“あえて”商店街を利用する割合
33.5% ⇒ 40%以上
- ・ 60歳以上の利用頻度 週1回以上 55.4% ⇒ 60%以上
- ・ 子育て世代の利用頻度 週1回以上 34.2% ⇒ 45%以上

※“わざわざ”“あえて”商店街を利用する要因は、商店会及び商店の努力による。

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。

【成果指標】

- ・ 空き店舗を活用した交流スペースの整備や新規出店数
年2.4か所 ⇒ 年3か所以上
- ・ 商店街等利用者の満足度 とても満足・満足 36.9% ⇒ 40%以上
- ・ 子育て世代の満足度 とても満足・満足 10.5% ⇒ 15%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。

【成果指標】

- ・ 歴史や文化、工芸にちなんだイベント数 5件 ⇒ 5件以上
- ・ 地域の宝物を利用した商品の開発 4件 ⇒ 4件以上

(2) 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

① 「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		活用可能 支援制度	備考
1	花いっぱい運動	白根商店街に花を飾る	商工会	R2～	短期		
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	R2～	短期	ステップ アップ	
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	R2 検討 R2 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	R2～	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	R2～	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	R2 検討 R3 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	R2 検討 R3 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	R2 検討 R3 以降 実施	長期	環境整備 ステップ アップ 次世代店 舗支援	
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	R2 検討 R3 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	R2～	短期	環境整備	

No.	事業名	取組内容	実施主体・ 関係団体	実施時期 (予定) ※1		活用可能 支援制度	備考
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	R2 検討 R2 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	R2 検討 R3 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	R2 検討 R2 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	R2～	短期	ステップ アップ	
15	商店の魅力向 上	独自性・新規性を兼ね備 えた魅力的な店舗への 改装等を実施する	各商店	R2～	短期	次世代店 舗支援	
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	R2 検討 R3 以降 実施	中期	次世代店 舗支援 創業サポ ート	

② 「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		活用可能 支援制度	備考
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	R2～	短期		
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	R2～	短期	ステップ アップ	
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	R2～	短期	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		活用可能 支援制度	備考
4	南区“食”合戦	地域の食材を使った限定オリジナルメニューの提供・販売	南区おもてなし実行委員会	R2～	短期	地域資源活用・農工商連携	
5	白根子行進曲	約90年振りに復活した仮装イベントを定番イベント化し、賑わいを創出する	商工会 商店会連盟等	R2～	短期	地域資源活用・農工商連携	
6	ポイントカードの充実	白根地区共通のポイントカードの利用促進を図り、もって商店街利用も促進する	ポイントカード会	R2～	短期	ステップアップ	
7	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	R2～	短期		
8	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	R2～	短期	ステップアップ	
9	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	R2～	短期		
10	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	R2 検討 R3 以降 実施	長期	環境整備 ステップアップ 次世代店舗支援	再掲
11	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	R2 検討 R3 以降 実施	中期	ステップアップ	
12	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	R2～	短期	環境整備	再掲
13	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	R2 検討 R2 以降 実施	長期		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	活用可能 支援制度	備考	
14	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	R2 検討 R2 以降 実施	中期	再掲	
15	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	R2 検討 R2 以降 実施	長期	再掲	
16	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	R2～	短期	ステップ アップ	再掲
17	商店の魅力向上	独自性・新規性を兼ね備えた魅力的な店舗への改装等を実施する	各商店	R2～	短期	次世代店 舗支援	再掲
18	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	R2 検討 R3 以降 実施	中期	次世代店 舗支援 創業サポ ート	再掲
19	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	R2 検討 R3 以降 実施	中期	地域資源 活用・農 商工連携	
20	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	R2 以降 通年	中期		
21	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	R2 以降 実施	長期	地域資源 活用・農 商工連携	
22	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	R2 以降 実施	中期		
23	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	R2 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		活用可能 支援制度	備考
24	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	R2 検討 R3 以降 実施	中期	ステップ アップ 環境整備	
25	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	R2 以降 実施	短期		
26	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	R2 以降 実施	長期		

③ 「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		活用可能 支援制度	備考
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	R2～	短期		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	R2～	短期	ステップ アップ	再掲
3	商店の魅力向上	独自性・新規性を兼ね備えた魅力的な店舗への改装等を実施する	各商店	R2～	短期	次世代店舗 支援	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	R2 検討 R3 以降 実施	中期	次世代店舗 支援 創業サポ ート	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	R2 以降 通年	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		活用可能 支援制度	備考
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	R2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	R2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	R2以降実 施	中期		再掲
9	凧の街PR	シャッター、ショーウイ ンドーなどに凧の絵柄 を掲示	商店会連盟 等	R2検討 R3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	R2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	R2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	12 憩いのスペース設置	
	14 商店街活性化研究事業	16 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	17 商店の魅力向上	3 商店の魅力向上
		1 北風まつり	
		2 白根大凧合戦お祭り広場	
		3 しろね祭り	
		4 南区“食”合戦	
		5 白根子行進曲	
		6 ポイントカードの充実	
		7 地域振興券の販売	
	8 マップ作成		
	9 まちなかミュージアム	1 まちなかミュージアム	
	25 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	11 公共交通との連携事業	
	12 みせなかカフェ	14 みせなかカフェ	
	16 空き店舗活用事業	18 空き店舗活用事業	4 空き店舗活用事業
		19 白根市場との連携	
		20 まちあるき開催	5 まちあるき開催
		22 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
		23 まちなかギャラリー	8 まちなかギャラリー
	24 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	10 来街者の利便性向上	
	11 商店街コンシェルジュ設置	13 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	15 ガンギ・ウォーキングロード整備	
		21 名物開発	6 名物開発
	26 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。

6 計画の着実な実施による商業地活性化の推進

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、南区、商業者、商業団体、関係団体等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、実施していく上では支援体制も必要です。

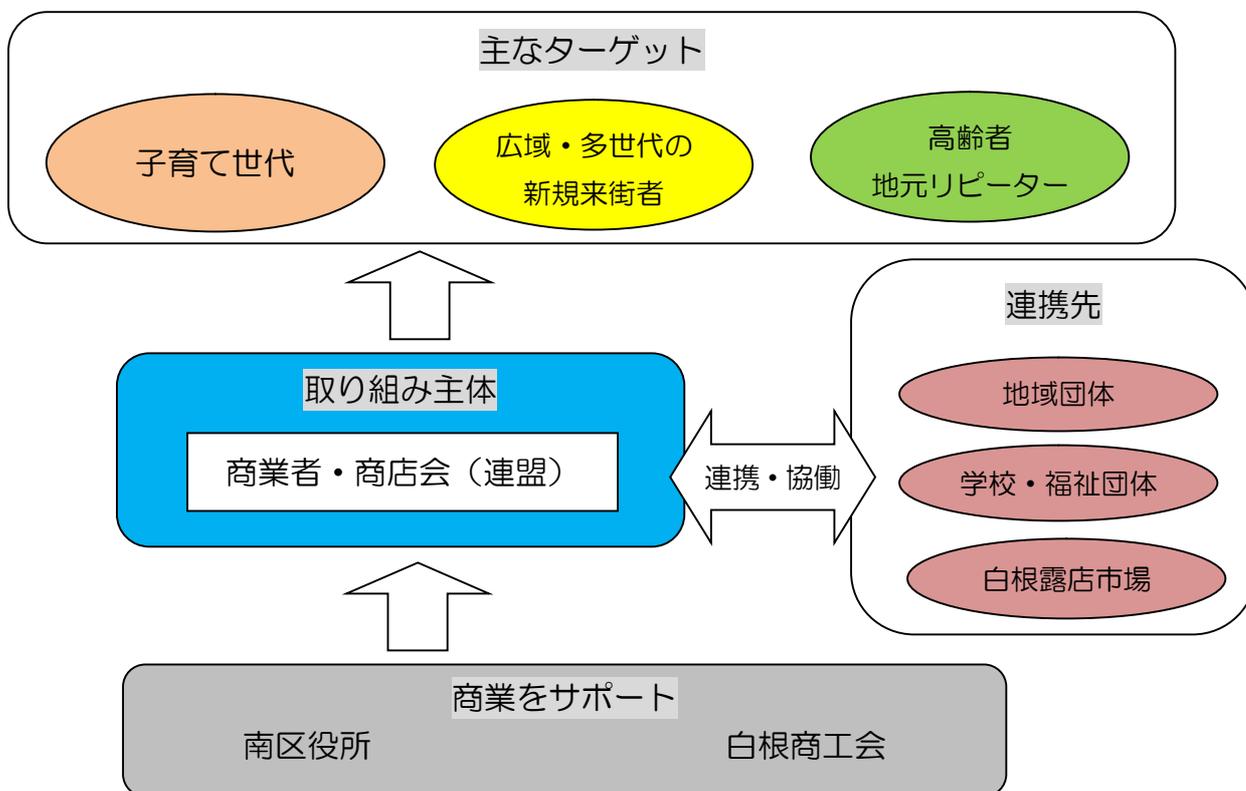
また、計画事業の実施状況の点検・評価を行い、その上で、商業地活性化に係る問題、事業をめぐる状況や社会的動向などを加味しながら見直しを行い、新たな課題等に対応していかなければなりません。

本計画の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、南区の商業地活性化を目指します。

拠点商業地活性化に向けた基本方針

- ・「利用しやすく、安心できる商店街」
⇒ 高齢者や子育て世代が利用しやすく、憩える商店街
- ・「人々が集う、にぎわいのある商店街」
⇒ 魅力にあふれ、何度でも行きたくなる商店街
- ・「愛着と誇りを持てる宝物のある商店街」
⇒ 地域の宝に愛着と誇りを持ち、伝統を受け継ぐ商店街

〈取り組みのイメージ〉



南区拠点商業地活性化推進委員会 委員名簿

区 分	所属・職名	氏 名	備 考
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
経済関係者	白根商店会連盟会長	中村 宏太	
	白根商工会商業部副部長	織原 輝文	
	前白根青年会議所理事長	杉山 聖奈	
地域コミュニティ	白根コミュニティ協議会会長	和 田 進	
	新潟市消費者協会白根支部	藤本 基美	

事務局

新潟市南区役所 産業振興課

オブザーバー

白根商工会 経営支援室