

モノづくり・創業部会（第2回）

平成19年9月25日（火） 15時～

帯広市役所 10階第5会議室A

1 開会 （ 全体司会： 運営責任者 ）

2 部会長あいさつ

3 委員紹介 （前回欠席委員）

4 議事

（1） 配布した資料内容の質問

（2） 協議項目について

※ 配布資料 「協議項目（論点）について」中、（1）. ものづくり・創業

（3） 次回の論点項目について

（4） 第3回（10月5日（金） 市役所10階第2会議室）出欠の再確認

第4回、第5回部会の開催日程について

（5）

5 閉会

第五期帯広市総合計画後期推進計画(第2章産業複合都市 当部会関係部分抜粋)

節	主要施策	具体的な事業		事業概要	第5期総合計画（後期）の課題点	担当課	
第3節工業	3. 人材の育成・誘致	(1) 人材の育成	人材育成事業	中小企業が実施する研修事業に対する補助 帯商が実施する研修事業に対する補助	中小企業が利用しやすい補助制度とする必要がある。 帯商事業は参加人数の増加、満足度の向上が必要。	商業まちづくり課	
			工業ゼミナール	地元企業の技術者に専門的知識や技術の取得を目的とする人材育成事業に対する補助	企業等は人材育成や研究開発に対して、経済的・時間的・体制的制約から消極的。周知方法の検討が必要。	工業労政課	
		(3) 人材の確保・誘致	人材誘致の促進	地域に必要な人材の情報収集	企業ニーズ等の調査・検討が必要	工業労政課	
第4節商業・サービス業	1. 商店街の整備	(2) 個性ある商店街の形成	商店街活性化事業の支援	商店街が実施するイベント等のソフト事業に対する補助	自主財源の確保及び事業の活性化が必要	商業まちづくり課	
			おびひろイルミネーションプロジェクト	市民・商店街協働のイルミネーション事業に対する補助		商業まちづくり課	
			(3) 商店街の環境整備	快適な商業環境の整備	ストリートファニチャー整備事業に対する補助	維持管理修繕費・更新経費の確保。	商業まちづくり課
		市営駐車場の運営		市営駐車場（中央、中央第2、駅南、駅北）の運営		商業まちづくり課	
	2. 経営基盤の強化	(1) 人材の育成	各種研究会・講習会への支援	帯広市商店街振興組合連合会が実施する研修事業に対する補助	実践的テーマの工夫が必要。	商業まちづくり課	
		(2) 融資制度の充実	融資制度の充実	制度融資に係る金融機関への預託	制度の更なる周知・利用促進が必要。	商業まちづくり課	
		(3) 経営指導の充実	商業経営診断の充実	帯商が実施する相談事業に対する補助	多岐に渡る相談業務への対応。関係機関の制度理解。	商業まちづくり課	
		(4) 商業団体の育成	商業団体の機能充実	帯広市商店街振興組合連合会に対する運営費補助	若手商業者の育成(人材発掘)。	商業まちづくり課	
	第7節労働	1. 職業能力開発の促進	(1) 職業能力開発施設の整備	職業訓練センターの整備	(仮称) 帯広市職業能力開発センター整備補助 (平成22年オープン鉄筋2階建て1500㎡)	高等技術専門学校等との連携、建替え財源の確保。	工業労政課
			(2) 職業訓練の充実	認定職業訓練への支援	帯広地方職業能力開発協会補助 (技能者の養成と技術向上を図る認定職業訓練)	訓練コースを建設業中心から時代のニーズに応える形態にすることが必要。	工業労政課
2. 人材の確保		(1) 人材の確保	U・Iターン促進事業	帯広Uターン促進連絡協議会 (求職者及び求人企業への情報提供)	地域経済停滞による求人企業数の減少。	工業労政課	
3. 雇用の拡大・確保		(1) 雇用の拡大・確保	雇用の拡大・確保促進	地域雇用対策事業外 (パッケージ事業・高校生職場体験外)	低い有効求人倍率、高いパート求人、企業の活性化。	工業労政課	
			(2) 季節労働者の雇用	季節労働者の雇用促進	季節労働者就労対策事業外 (経常及び緊急雇用対策事業による雇用機会創出)	冬期援護制度の存続、雇用機会の確保・拡大が必要。	工業労政課
		(3) 障害者の雇用機会の拡大	障害者の雇用機会の拡大促進	身体障害者雇用促進納付金制度	法定雇用率が減少、景気回復による雇用機会の拡大	工業労政課	
		(4) 高齢者の就業支援	シルバー人材センターの機能充実	シルバー人材センター運営	軽作業中心から専門的技術を持つ高齢者に対する就業機会の増大。	工業労政課	
			高齢者の就業支援	高齢者職業相談室運営	60歳以上定年制の確立促進。	工業労政課	
4. 勤労者福祉の充実		(1) 労働環境の整備	労働環境の整備促進	労働相談員配置、特殊健康診断、労働安全啓発運動	労働災害が増加しており、労働安全衛生活動の推進が必要。	工業労政課	
		(2) 勤労者福祉の向上	福利厚生事業の充実	十勝勤労者共済センター運営、労働者貸付金	財政基盤の強化、未加入自治体等の会員拡大。	工業労政課	

平成17年度 商業経営実態調査 報告書

調査期間 平成17年10月17日～11月25日

帯広市 商工観光部 商業課・都心振興課

平成17年度商業経営実態調査報告書 目次

項目	頁
1. 調査の概要	1
2. 回答結果のまとめ	2
3. 各調査項目ごとの集約(全体編)	3
4. 各調査項目ごとの比較(中心部と郊外部)	20
5. 各調査項目ごとの比較(業態別)	27
6. 市への提案等(制度融資)	32
7. 市への提案等(まちづくり等)	33

別紙1 帯広市商業経営実態調査票

別紙2 平成17年度帯広市商業経営実態調査実施要領

1. 調査の概要

(1) 目的

長引く景気低迷や大型店の進出などにより、商店街の空洞化を始めとする厳しい経済情勢が続くなか、各商店街とも効果的な商業振興策を模索する状況が続いています。前回の経営実態調査（平成12年度実施）から5年が経過し、この間の商店・中小企業者の経営環境、課題や意識の変化を捉え、今後の本市の商業振興施策に反映するとともに、本市のまちづくりに資することを目的として実施したものです。

その中でも、特に最近の景況、商店街づくりなど商業者の生の声を聞くことに主眼を置いたものです。

(2) 実施主体 帯広市（協力：帯広市商店街振興組合連合会）

(3) 調査票 別紙のとおり

(4) 調査対象

前回の経営実態調査を踏まえ、帯広市商店街振興組合連合会加盟の商店街のうち、店舗が点在している西帯広商工振興会及び駅南地区商工振興会を除く14商店街から、ホテル、病院、金融機関、スナック、キャバレー、居酒屋（チェーン店）を除く個々の店舗を対象としましたが、各商店街の判断により調査票を配布した店舗について、後日市職員が面談のうえ直接調査票を回収したものです。

(5) 調査対象件数（調査票配布件数） 315件

(6) 回答件数（調査票回収件数） 237件 （回答率 75.2%）

(7) 調査対象の内訳

	商店街名	組合員数	調査票配布件数	調査票回収件数
中心部	平原通商店街振興組合	54	34	30
	東銀座商店街振興組合	40	31	18
	西一条中央商店街振興組合	54	28	18
	名門通商店街振興組合	57	26	20
	大通商店街振興組合	34	19	14
	広小路商店街振興組合	42	32	24
	栄通商店街振興組合	41	17	14
	駅前東商店会協同組合	33	14	9
	北平原商店会協同組合	20	6	4
	都通り振興会	24	16	9
	小計	399	223	160
郊外部	電信通り商店街振興組合	33	28	24
	緑ヶ丘商店街振興組合	28	23	21
	大空中央商店街	16	14	9
	大正商工同友会	29	27	23
	小計	106	92	77
	合計	505	315	237

(8) 調査（聞き取り）期間

平成17年10月17日（月）～11月25日（金）

(9) 聞き取りの主眼と主な内容

- ・最近の景況について
- ・魅力あるお店づくりをするための具体策と課題について
- ・中心市街地の魅力を高めるための具体策と課題について
- ・まちなか居住を目指すうえでの課題について（中心部商店街のみ）
- ・市の融資制度のPR等

(10) 調査結果報告書の構成

- ・調査結果のまとめ

調査結果をもとに特徴的なものを前段にまとめました

- ・各調査項目に対する回答（選択式）

回答を番号で選択するものについて質問ごとに件数と割合を示し、簡単なコメントを掲載しました

全体を集約して記載、一部については中心部と郊外部の比較・業態別に分けて掲載しました

前回調査（平成12年度）と比較できるものは、割合の比較と簡単なコメントを加えながら掲載しました

- ・各調査項目に対する回答（記述式）

質問ごとにある程度、内容で分類し調査票の記述表現を変えずに掲載しました

- ・市への要望、提案等

項目で分類し掲載、参考として大まかな項目ごとにその説明や市の考え方を余白に掲載しました

2. 回答結果のまとめ

項 目	回 答 結 果 の ま と め
事業主の年齢構成	「60歳代」の事業主が27.0%と多く、60歳代以上は郊外部の方が多く結果になっています。また、20歳代の事業主も現れてきています。
開業年数	「31年以上」が47.7%と多くなっていますが、前回調査と比較すると10年以内の開業者も増加、40歳以下の事業主も増加しており、若い開業者も現れてきていることを示しています。
店舗と住宅	「店舗と住宅は別」という回答が68.4%あり、前回調査より若干増加しており、中心部では80.0%が店舗と住宅が別という結果が出ています。
店舗の所有	「店舗を所有している事業主」が55.3%と半数より若干多いですが、「借家」43.0%のうち、「賃料が高いと感じている事業主」は50.0%を占め、「安いと感じている事業主」7.9%を大きく上回っており、経営上の課題あるいは空き店舗の解消における課題にも結びつくことが推測されます。
業態	「飲食業」が20.7%、「衣料品小売業」が16.9%と多く、前回調査比較では「文化品小売業」の割合が減少しています。また、郊外部では、「食料品小売業」と「サービス業」の割合が高い結果が出ました。
従業員数	「親族だけ」が35.4%と最も多く、特に郊外部では49.3%となっています。小規模企業者（従業員5名以下）のお店が全体の70.4%を占めています。前回調査と比較して、「親族だけ」の割合が大幅に増加し、雇用を控える傾向も推測されます。
後継者の状況	「後継者が決まっている」が28.3%と最も多いですが、前回調査36.1%より減少しており、「まだ決まっていない」も前回の15.3%から24.9%と増加し、「最も困っている点」の回答割合としては多くはありませんが、先行きに不透明さを感じるものが推測されます。
最近の景況	売上、利益とも減少しているという回答がほとんどで、原因として来客者の減少が最も多く聞かれ、「景況に影響を与えるものは」の質問に対し回答が多かった「消費者の購買意欲の減少」19.0%、「店舗の集客力」15.6%に関連している結果が出ています。郊外部では、「大型店との競合」が19.5%と最も多い結果となっています。
経営上最も困っている点	「売上不振」が35.7%と全体の1/3を占めており、続いて「商店街の空き店舗の増加」を挙げています。
資金の借入状況	「国」、「道及び市」、「銀行独自」の融資ともほぼ同じ割合となっています。前回の調査からは、国からの借入が減少している傾向にあります。また、借入の用途では、運転資金が64.1%と最も多く、前回調査の50.0%から増加しており経営環境が厳しい状況にあると推測されます。
魅力ある店づくりへの取り組み	「インターネットの活用」が最も多く、「接客、コミュニケーションの充実」が続いています。課題となることでは、「集客」、「人材育成」などが挙げられています。
商業・サービス業の振興に必要なもの	「商店街活性化事業」が29.3%と最も多く、続いて「空き店舗対策」が22.5%となっており、前回調査比較では、「商店街の環境整備」の割合が減少しています。
商店街のイベント、祭りへの参加状況	非常に良い参加状況の結果が出ましたが、「人手不足で協力できない」という回答も20.5%ありました。また商店街共同事業で取り組みたいこととしては、単なる一過性のイベントではなく集客力、商いに直結するイベントを望む意見が多く、また、払い戻しセール、ポイントカード、大売り出し等の回答もありました。
中心市街地の魅力を高めるため事業者としての取り組み	何よりもまず個々の事業者が魅力ある店にする努力が必要であるという回答が最も多く、大型店との差別化、専門化や話題性が必要とされ、消費者ニーズの把握や商品品質を含めたサービス向上が重要であると捉えています。また空き店舗が商店街に与える影響も大きく、事業者として協力すべきという回答も寄せられました。
中心市街地活性化のための今後の事業	「空き店舗対策」が最も多く24.8%、続いて「都心居住促進」が17.3%、「大型商業施設の誘致」が3番目に多く9.8%でした。前回調査比較では「空き店舗対策」の割合が減少しているものの、中心部の活性化には必要と捉えていることが推測されます。
人が住んでいる商店街を目指す上での課題	食料品や日用品などの品揃えがあり歩いていくことができるスーパーがあることや、歩いて通院できる病院があることなど生活環境を整え、公共施設が集約されている必要があるとの回答がありました。また、住宅スペースの狭さ、店舗と住宅のあり方など考え方も変化しているとの回答や、家賃を下げるための固定資産税の減免という回答などもありました。
帯広市融資制度への要望	審査手続きの緩和や融資制度の拡大のほか、制度がよく分からないという回答もありました。
市への提案等	中心部に対する考え方が見えないという意見や空き地、空き店舗対策や家賃を下げるための取り組みなどについて提案がありました。

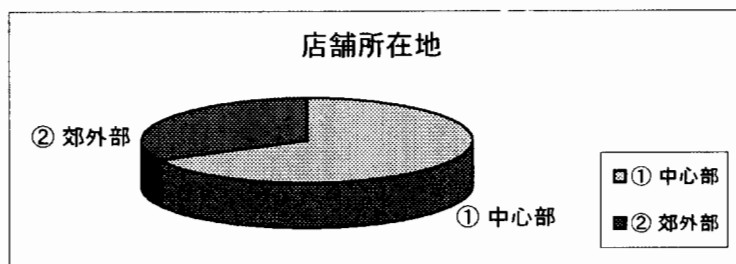
3. 各調査項目ごとの集約(全体編)

問1. お店についてお伺いします。

(1) 店舗所在地

	店舗数	割合(%)
① 中心部	160	67.5%
② 郊外部	77	32.5%
計	237	100.0%

・今回の調査対象には、前回(中心部82店、郊外部29店)に、都通り振興会と大正商工同友会の各店舗を加えています。



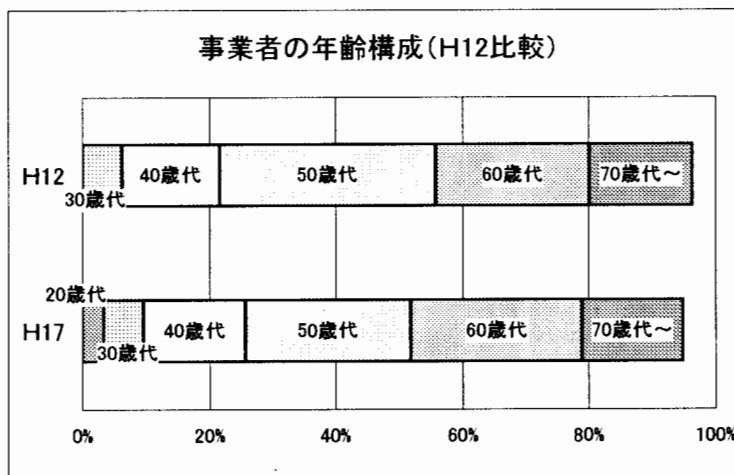
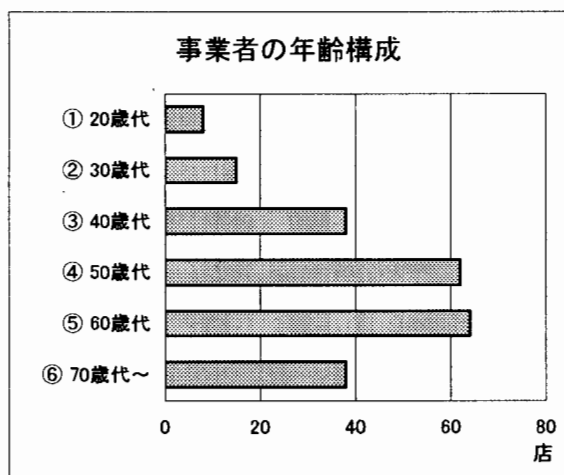
(2) 事業主の年齢構成

	店舗数	割合(%)
① 20歳代	8	3.4%
② 30歳代	15	6.3%
③ 40歳代	38	16.0%
④ 50歳代	62	26.2%
⑤ 60歳代	64	27.0%
⑥ 70歳代～	38	16.0%
無回答	12	5.1%
計	237	100.0%

H12

店舗数	割合(%)
7	6.3%
17	15.3%
38	34.3%
27	24.3%
18	16.2%
4	3.6%
111	100.0%

・事業主の年代は、50歳代、60歳代が多く、50歳代以上では全体の69.2%を占めています。
・前回調査と比較した割合では、50歳代が減少した代わりに60歳代が増加しています。
・しかしながら、20歳代の経営者も現れ、40歳代以下の割合は若干増加しています。



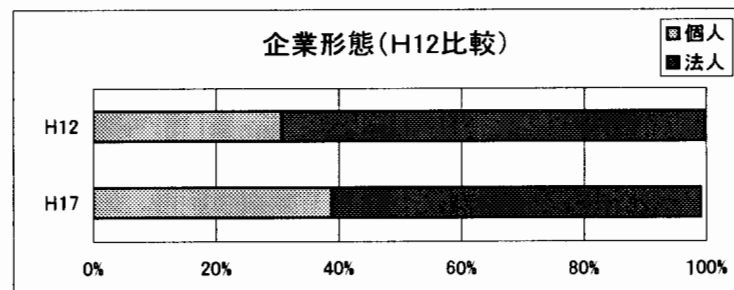
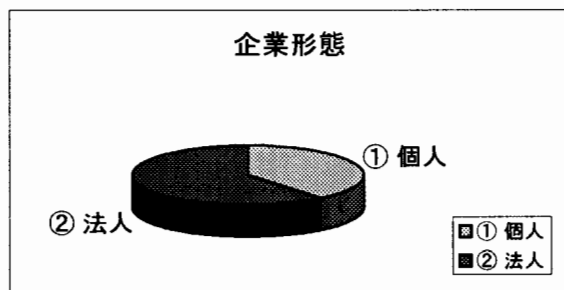
(3) 企業形態

	店舗数	割合(%)
① 個人	92	38.8%
② 法人	143	60.3%
無回答	2	0.9%
計	237	100.0%

H12

店舗数	割合(%)
34	30.6%
77	69.4%
111	100.0%

・企業形態は、法人が60%を超え、前回調査と割合を比較した場合、個人事業主が増加しています。



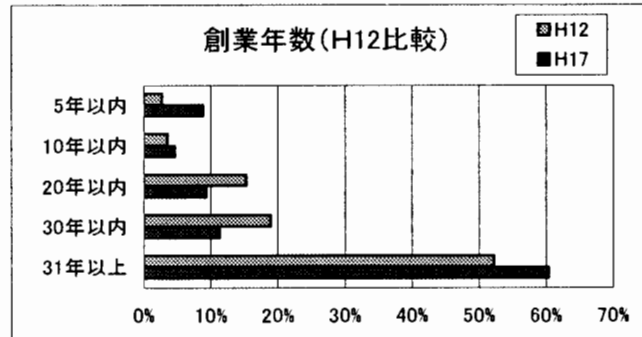
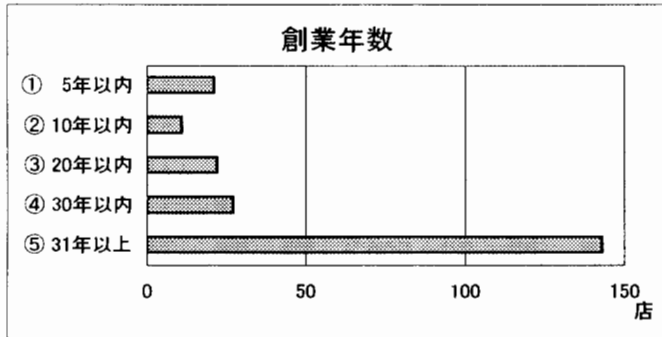
(4)創業年数

	店舗数	割合(%)
① 5年以内	21	8.9%
② 10年以内	11	4.6%
③ 20年以内	22	9.3%
④ 30年以内	27	11.4%
⑤ 31年以上	143	60.3%
無回答	13	5.5%
計	237	100.0%

H12

	店舗数	割合(%)
	3	2.7%
	4	3.6%
	17	15.3%
	21	18.9%
	58	52.3%
	8	7.2%
	111	100.0%

・創業31年以上が、全体の60.3%を占めています。
・前回調査との割合比較では、31年以上が増加している反面、10年以内の店舗も増加しており、新たな創業者も現れてきています。



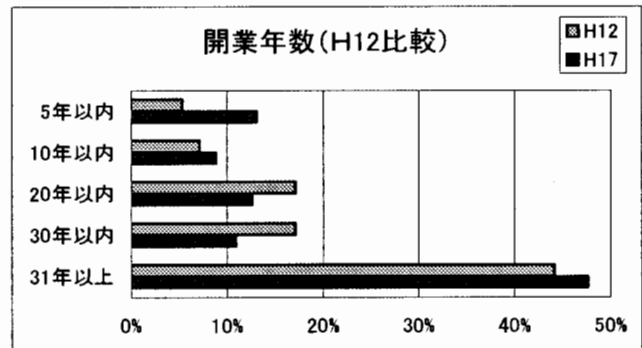
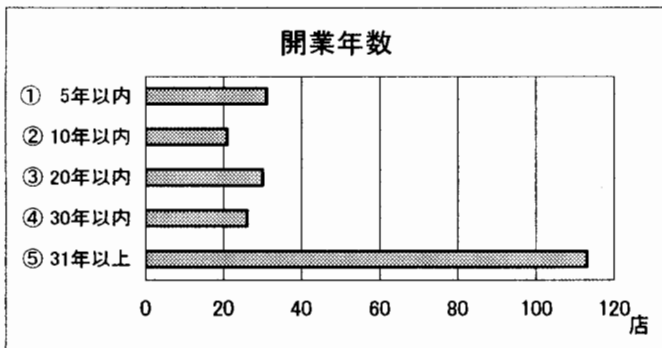
(5)開業年数

	店舗数	割合(%)
① 5年以内	31	13.1%
② 10年以内	21	8.9%
③ 20年以内	30	12.6%
④ 30年以内	26	11.0%
⑤ 31年以上	113	47.7%
無回答	16	6.7%
計	237	100.0%

H12

	店舗数	割合(%)
	6	5.4%
	8	7.2%
	19	17.1%
	19	17.1%
	49	44.2%
	10	9.0%
	111	100.0%

・開業31年以上が、全体の47.7%を占めています。
・前回調査との割合比較では、31年以上が増加している反面、10年以内の開業年数も増加しており、創業と同様の動きになっており、新規開業者も現れてきています。



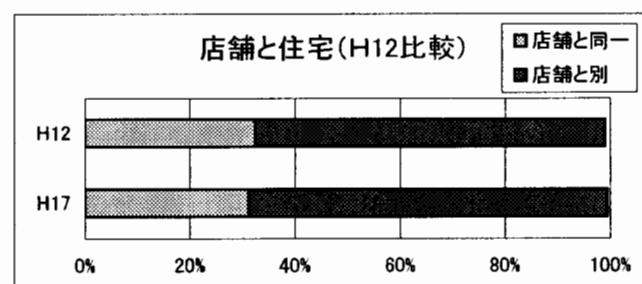
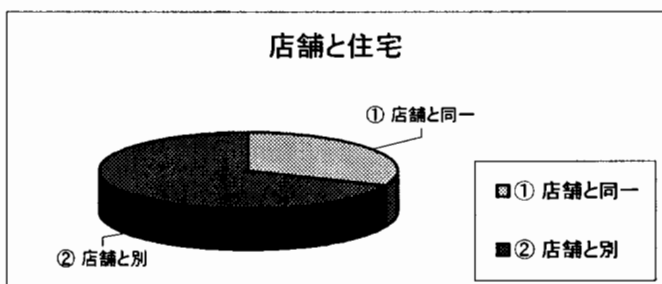
(6)店舗と住宅

	店舗数	割合(%)
① 店舗と同一	74	31.2%
② 店舗と別	162	68.4%
無回答	1	0.4%
計	237	100.0%

H12

	店舗数	割合(%)
	36	32.4%
	74	66.7%
	1	0.9%
	111	100.0%

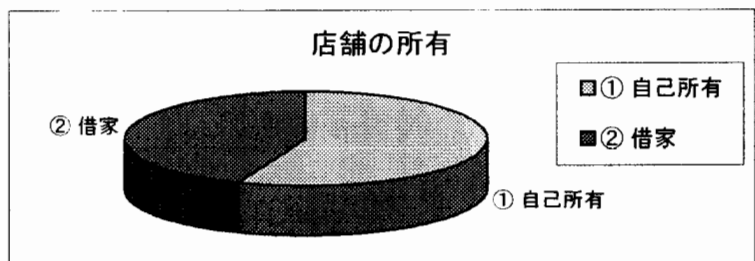
・店舗と住宅が別である割合は全体の3分の2を占めています。
・前回調査とほとんど変化は見られません。



(7) 店舗の所有

	店舗数	割合(%)
① 自己所有	131	55.3%
② 借家	102	43.0%
無回答	4	1.7%
計	237	100.0%

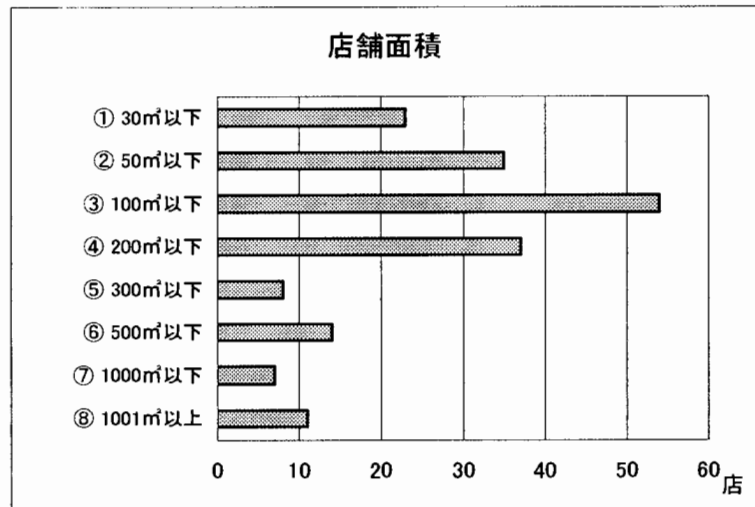
・店舗が自己所有である割合が半数以上を占めています。



(8) 店舗面積

	店舗数	割合(%)
① 30㎡以下	23	9.7%
② 50㎡以下	35	14.8%
③ 100㎡以下	54	22.8%
④ 200㎡以下	37	15.6%
⑤ 300㎡以下	8	3.4%
⑥ 500㎡以下	14	5.9%
⑦ 1000㎡以下	7	3.0%
⑧ 1001㎡以上	11	4.6%
無回答	48	20.2%
計	237	100.0%

・店舗の面積では、「50㎡～100㎡」が22.8%と最も多いです。
・「100㎡(約30坪)以下」が、47.3%と全体の約半数を占めています。

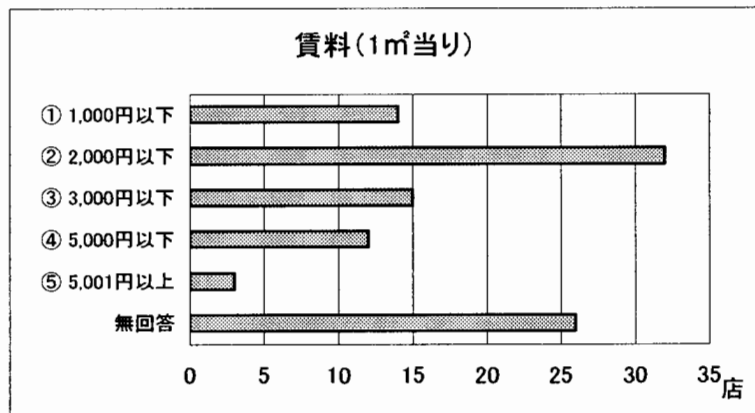


問2. お店の賃料についてお伺いします。(店子の方)

(1) 賃料(1㎡当り)

	店舗数	割合(%)
① 1,000円以下	14	13.7%
② 2,000円以下	32	31.4%
③ 3,000円以下	15	14.7%
④ 5,000円以下	12	11.8%
⑤ 5,001円以上	3	2.9%
無回答	26	25.5%
計	102	100.0%

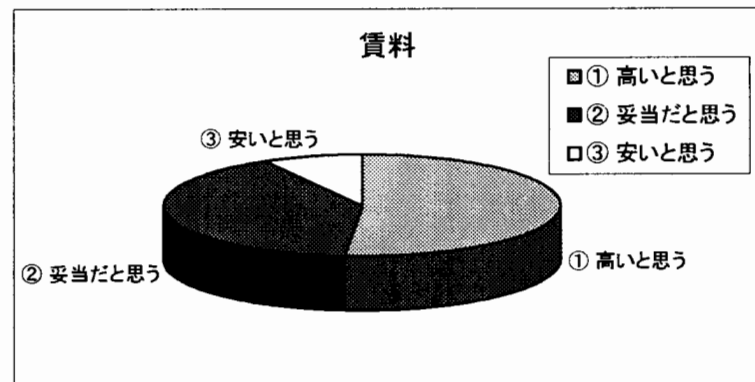
・賃料(1㎡当り)は、「1,000円～2,000円」が、31.4%と最も多く、「2,000円以下」では、45.1%と約半数を占めています。



(2) 賃料

	店舗数	割合(%)
① 高いと思う	51	50.0%
② 妥当だと思う	40	39.2%
③ 安いと思う	8	7.9%
無回答	3	2.9%
計	102	100.0%

・賃料を高いと思う事業者が半数を占め、安いと思う事業者の割合は7.9%でした。
・高いと感じている事業者の家賃(1㎡当り)の平均は、2,513円、また安いと感じている事業者の家賃(1㎡当り)の平均は、889円でした。



問3. お店で取り扱っている商品または業態は何ですか。

(1) 業態

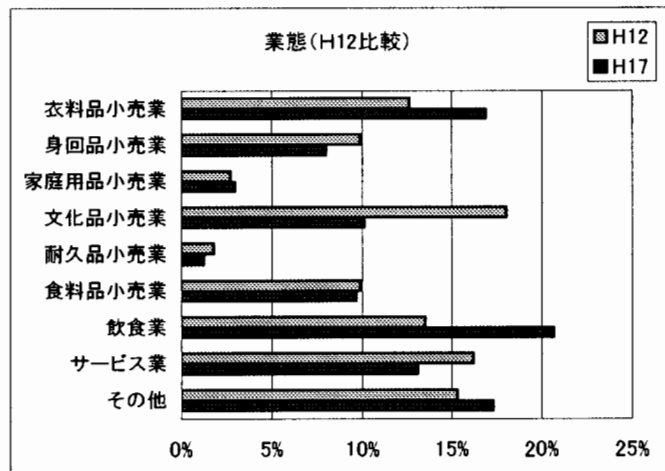
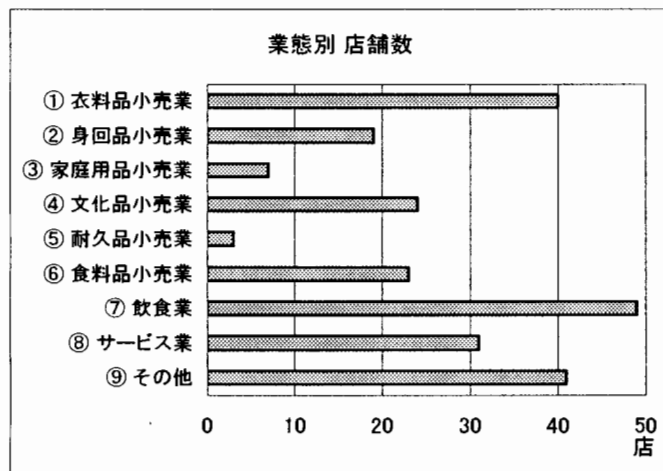
	店舗数	割合(%)
① 衣料品小売業	40	16.9%
② 身回品小売業	19	8.0%
③ 家庭用品小売業	7	2.9%
④ 文化品小売業	24	10.1%
⑤ 耐久品小売業	3	1.3%
⑥ 食料品小売業	23	9.7%
⑦ 飲食業	49	20.7%
⑧ サービス業	31	13.1%
⑨ その他	41	17.3%
無回答		
計	237	100.0%

H12

	店舗数	割合(%)
	14	12.6%
	11	9.9%
	3	2.7%
	20	18.0%
	2	1.8%
	11	9.9%
	15	13.5%
	18	16.2%
	17	15.4%
	111	100.0%

業態区分

- ①衣料品小売業
- ②身回品小売業(靴、履物、かばん、袋物、医薬品、小間物、手芸材料、アクセサリ等)
- ③家庭用品小売業(金物、荒物、陶器等)
- ④文化品小売業(書籍、文房具、玩具、カメラ、楽器、レコード、時計、眼鏡、貴金属、スポーツ用品、生花等)
- ⑤耐久品小売業
- ⑥食料品小売業
- ⑦飲食業
- ⑧サービス業(娯楽、理美容、クリーニング業、リース業、加工修理業等)
- ⑨その他



- ・業態別は、「飲食業」が20.7%と最も多く、次に「衣料品小売業」16.9%の順となっています。
- ・前回調査の割合比較では、「飲食業」と「衣料品小売業」が増加しており、「文化品小売業」の割合が減少しています。
- ・なお、業態別の割合は、調査の対象(調査票配布先)や回収割合により異なるため、単純な比較としています。

問4. お店で働いている人は何人ですか。

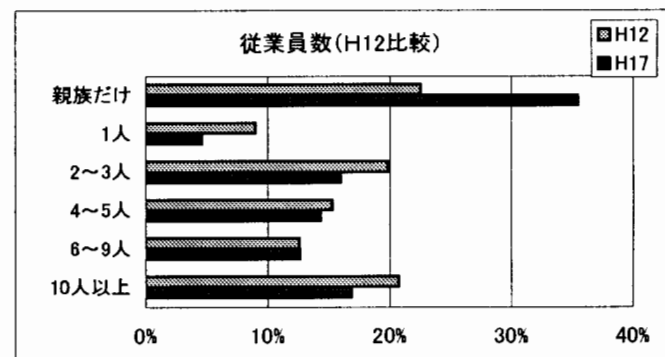
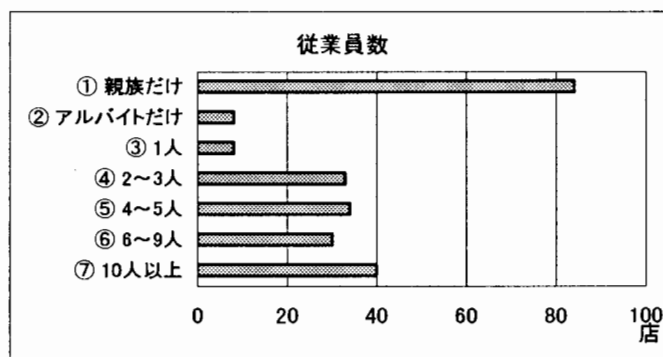
(1) 従業員数

	店舗数	割合(%)
① 親族だけ	84	35.4%
② アルバイトだけ	8	3.4%
③ 1人	8	3.4%
④ 2~3人	33	13.9%
⑤ 4~5人	34	14.3%
⑥ 6~9人	30	12.7%
⑦ 10人以上	40	16.9%
計	237	100.0%

H12

	店舗数	割合(%)
	25	22.6%
	-	-
	10	9.0%
	22	19.8%
	17	15.3%
	14	12.6%
	23	20.7%
	111	100.0%

- ・従業員は、「親族だけ」が35.4%と最も多く、小規模企業者(従業員5人以下)のお店が167店と全体の70.4%を占めています。
- ・前回調査に「アルバイトだけ」という項目がなく比較できませんが、その他の割合比較では、「親族だけ」のお店が大幅に増え、他の従業員数も全体的に減少しています。
- ・小規模企業者の前回調査割合比較についても増加しています。



問5. 後継者についてお伺いします。

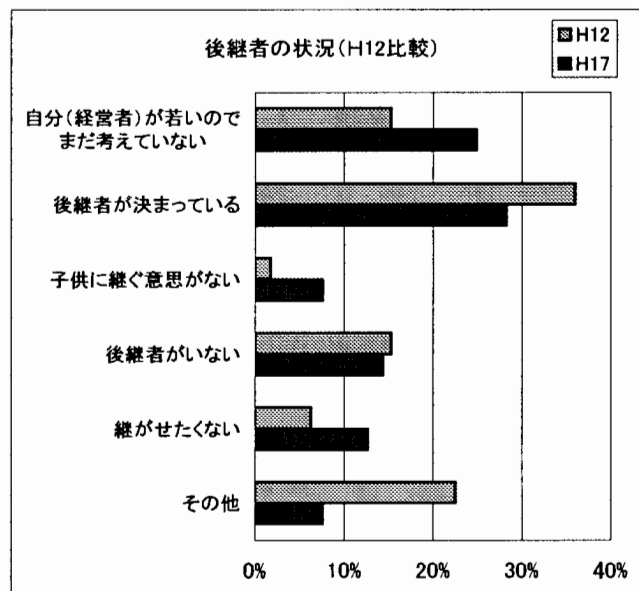
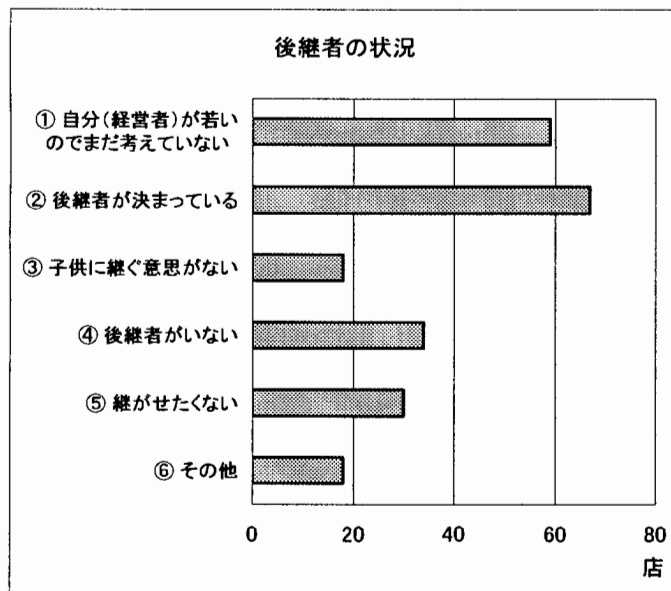
(1) 後継者の状況

	店舗数	割合(%)
① 自分(経営者)が若いのでまだ考えていない	59	24.9%
② 後継者が決まっている	67	28.3%
③ 子供に継ぐ意思がない	18	7.6%
④ 後継者がいない	34	14.3%
⑤ 継がせたくない	30	12.7%
⑥ その他	18	7.6%
無回答	11	4.6%
計	237	100.0%

H12

	店舗数	割合(%)
① 自分(経営者)が若いのでまだ考えていない	17	15.3%
② 後継者が決まっている	40	36.1%
③ 子供に継ぐ意思がない	2	1.8%
④ 後継者がいない	17	15.3%
⑤ 継がせたくない	7	6.3%
⑥ その他	25	22.5%
無回答	3	2.7%
計	111	100.0%

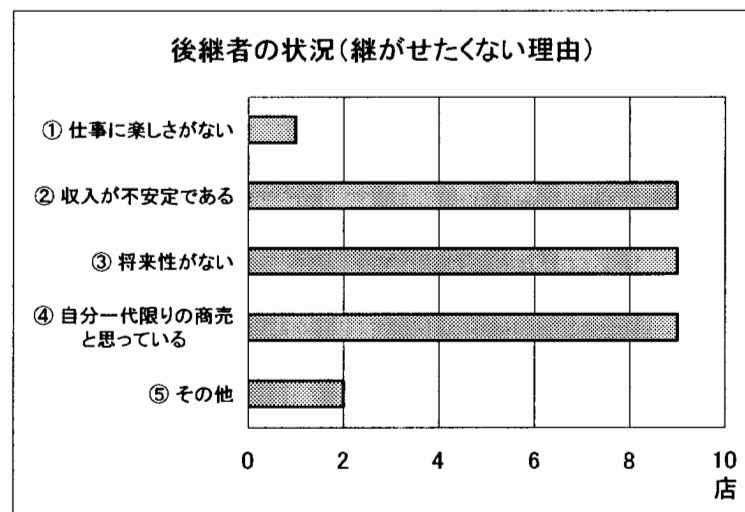
・後継者については、「後継者が決まっている」が67件28.3%で最も多いですが、「まだ考えていない」という回答も59件24.9%ありました。
 ・前回調査との割合比較では、「後継者が決まっている」が減少、「まだ考えていない」が増加しており、後継者問題には不確定要素があるようです。
 ・また、前回との比較で「子供に継ぐ意思がない」及び「継がせたくない」がともに増加し、「後継者がいない」と合わせると34.6%と、「後継者が決まっている」28.3%を上回っている状況にあります。



(2) 後継者の状況(継がせたくない理由)

	店舗数	割合(%)
① 仕事に楽しさがない	1	3.3%
② 収入が不安定である	9	30.0%
③ 将来性がない	9	30.0%
④ 自分一代限りの商売と思っている	9	30.0%
⑤ その他	2	6.7%
計	30	100.0%

・継がせたくない理由としては、「収入が不安定」、「将来性がない」などの先行き不安が反映しているものと推測されます。



問6. 最近の景況(売上、利益、来客数など)はどうか。

(1)記述式

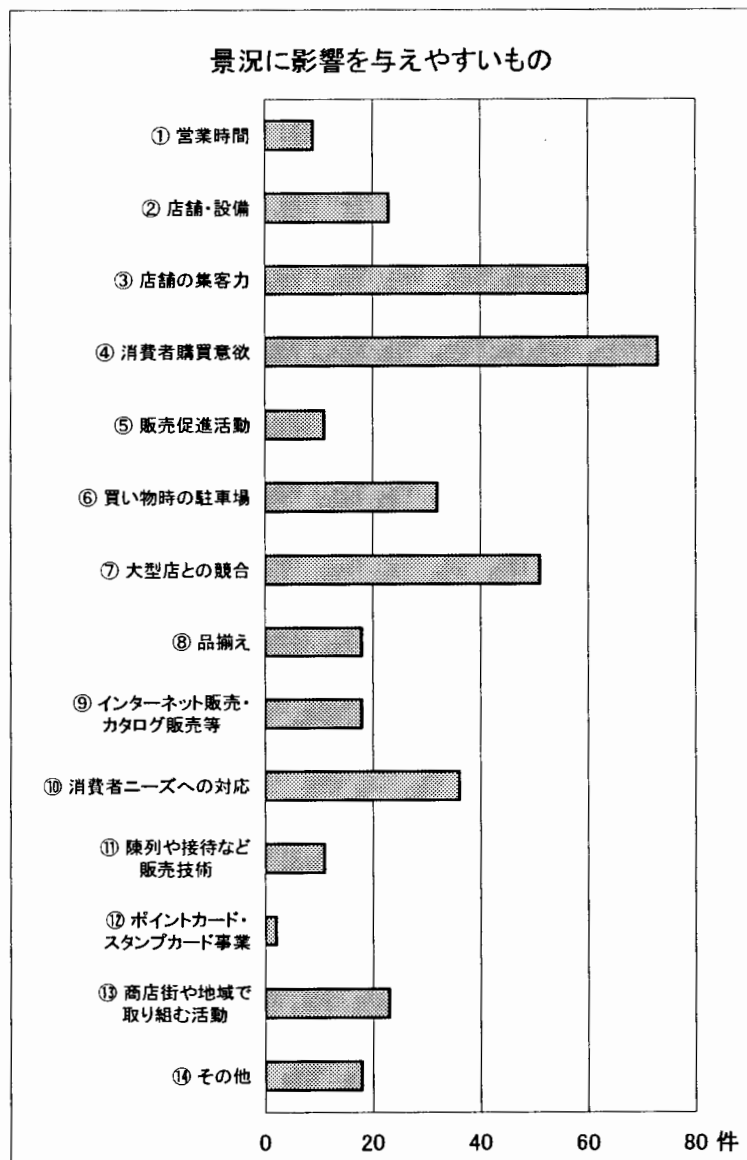
・売上、利益とも減少しているという回答がほとんどでした。
 ・原因としては来客数の減少が最も多く、高校の郊外移転、顧客の高齢化、購買意欲の減少・変化、燃料の高騰、空き店舗の増加などの回答がありました。
 ・今回は数値化していないため前回との比較はできませんが、前回より厳しさは増しているものと推測できます。

問7. 一般的に、景況に影響を与えやすいものはどういうものが考えられますか。
 複数回答(2つまで)

(1)景況に影響を与えやすいもの

	件数	割合(%)
① 営業時間	9	2.3%
② 店舗・設備	23	6.0%
③ 店舗の集客力	60	15.6%
④ 消費者購買意欲	73	19.0%
⑤ 販売促進活動	11	2.9%
⑥ 買い物時の駐車場	32	8.3%
⑦ 大型店との競合	51	13.2%
⑧ 品揃え	18	4.7%
⑨ インターネット販売・カタログ販売等	18	4.7%
⑩ 消費者ニーズへの対応	36	9.3%
⑪ 陳列や接待など販売技術	11	2.9%
⑫ ポイントカード・スタンプカード事業	2	0.5%
⑬ 商店街や地域で取り組む活動	23	6.0%
⑭ その他	18	4.6%
計	385	100.0%

・景況に影響を与えやすいものについては、「消費者の購買意欲」が73件19.0%と最も多く、次に「店舗の集客力」、「大型店との競合」が続いています。
 ・現在、モノが売れない時代になり、今後個店の集客力を高めるため消費者ニーズへの対応が必要であると認識しているように推測されます。
 ・「買い物時の駐車場」については、4番目に多い「消費者ニーズ」への対応より下回り、5番目となっています。
 ・また、その他の意見としては、技術者の高齢化、帯広市外への人口流出、市民生活の様式変化、価格競争、建設業等の不振などがありました。



問8. 経営上、最も困っている点はどれですか。

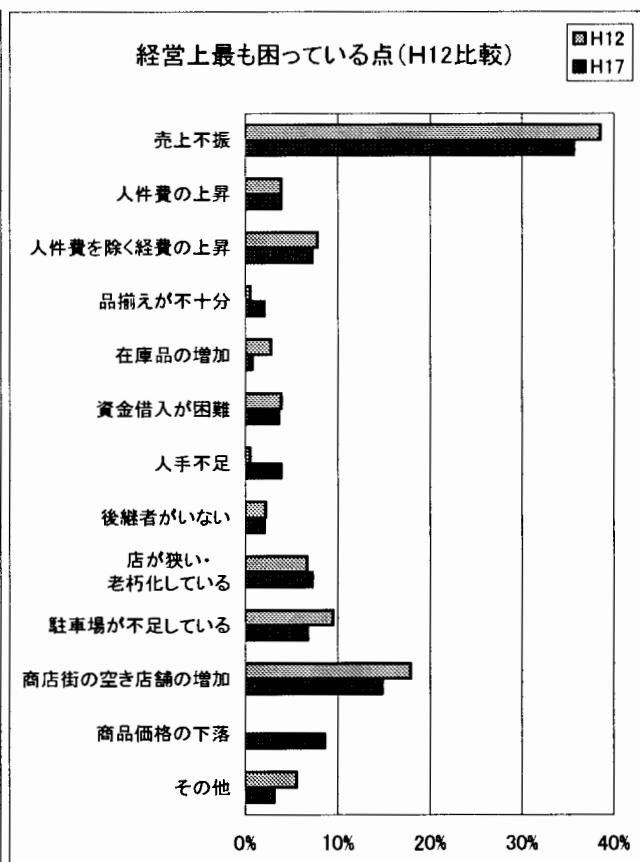
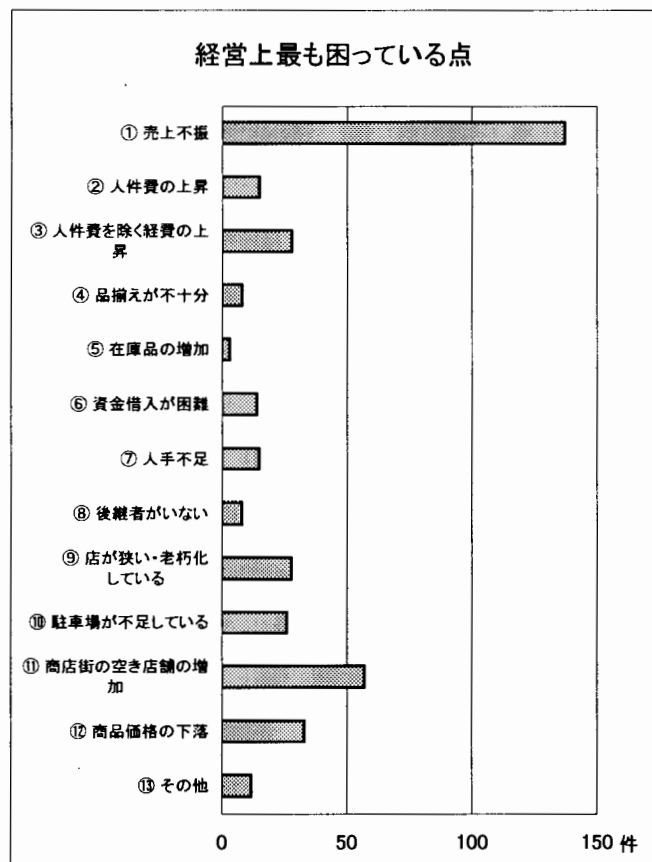
複数回答(2つまで)

(1) 経営上最も困っている点

	件数	割合(%)
① 売上不振	137	35.7%
② 人件費の上昇	15	3.9%
③ 人件費を除く経費の上昇	28	7.3%
④ 品揃えが不十分	8	2.1%
⑤ 在庫品の増加	3	0.8%
⑥ 資金借入が困難	14	3.6%
⑦ 人手不足	15	3.9%
⑧ 後継者がいない	8	2.1%
⑨ 店が狭い・老朽化している	28	7.3%
⑩ 駐車場が不足している	26	6.8%
⑪ 商店街の空き店舗の増加	57	14.8%
⑫ 商品価格の下落	33	8.6%
⑬ その他	12	3.1%
計	384	100.0%

H12

	件数	割合(%)
① 売上不振	69	38.5%
② 人件費の上昇	7	3.9%
③ 人件費を除く経費の上昇	14	7.8%
④ 品揃えが不十分	1	0.6%
⑤ 在庫品の増加	5	2.8%
⑥ 資金借入が困難	7	3.9%
⑦ 人手不足	1	0.6%
⑧ 後継者がいない	4	2.2%
⑨ 店が狭い・老朽化している	12	6.7%
⑩ 駐車場が不足している	17	9.5%
⑪ 商店街の空き店舗の増加	32	17.9%
⑫ 商品価格の下落	-	-
⑬ その他	10	5.6%
計	179	100.0%



・経営上最も困っている点は、「売上不振」137件35.7%と全体の1/3以上を占めており、続いて「商店街の空き店舗の増加」57件14.8%、「商品価格の下落」33件8.6%、「店舗が狭い・店舗の老朽化」と「人件費を除く経費の上昇」がそれぞれ28件7.3%となっています。

・前回調査との割合比較では、「駐車場の不足」や「空き店舗の増加」の項目が減少し、「人手不足」が増加しています。

・回答された店舗中には、売上不振を補うため人件費等の節減を余儀なくされ、その結果人手不足を招いている店舗も推測されます。

問9. 資金繰りについてお伺いします。

(1) 資金借入の状況

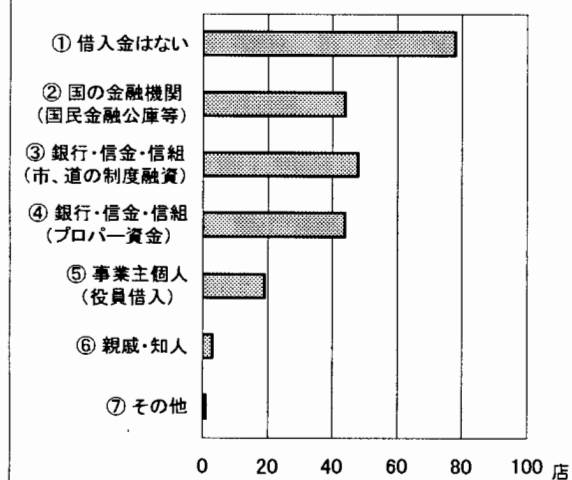
	店舗数	割合(%)
① 借入金はない	78	32.9%
② 国の金融機関 (国民金融公庫等)	44	18.6%
③ 銀行・信金・信組 (市、道の制度融資)	48	20.2%
④ 銀行・信金・信組 (プロパー資金)	44	18.6%
⑤ 事業主個人 (役員借入)	19	8.0%
⑥ 親戚・知人	3	1.3%
⑦ その他	1	0.4%
計	237	100.0%

H12

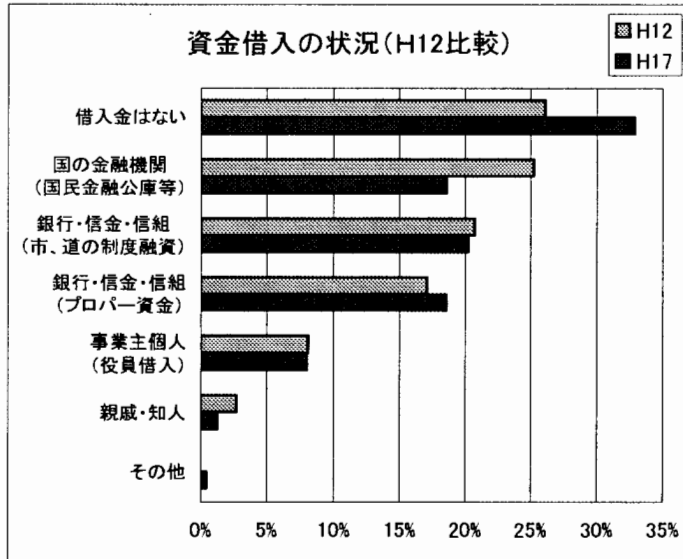
	店舗数	割合(%)
	29	26.2%
	28	25.2%
	23	20.7%
	19	17.1%
	9	8.1%
	3	2.7%
	111	100.0%

・資金の借入状況については、何らかの借入がある事業者が3分の2あり、「国の制度融資」、「道及び市の制度融資」、「銀行等の独自融資」とも同様な割合となっています。
・前回調査との割合比較では、「国の金融機関」からの借入の割合が減少しています。

資金借入の状況



資金借入の状況(H12比較)



(2) 資金借入の用途

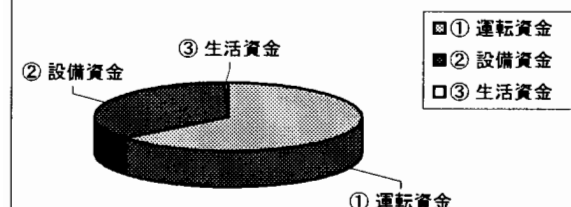
	店舗数	割合(%)
① 運転資金	107	64.1%
② 設備資金	59	35.3%
③ 生活資金	1	0.6%
計	167	100.0%

H12

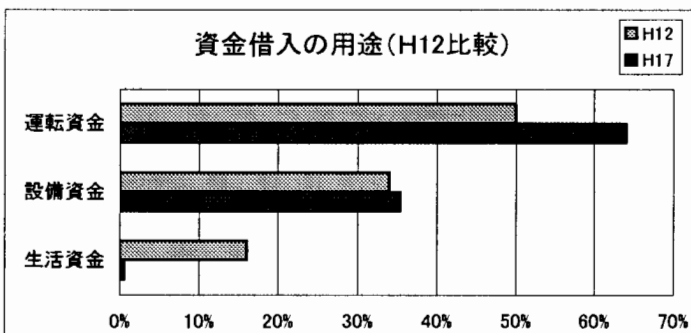
	店舗数	割合(%)
	81	50.0%
	55	34.0%
	26	16.0%
	162	100.0%

・資金借入の用途では、「運転資金」が107件64.1%と多く、前回調査の割合よりも増加しており、経営環境が厳しい状況にあると推測されます。

資金借入の用途



資金借入の用途(H12比較)

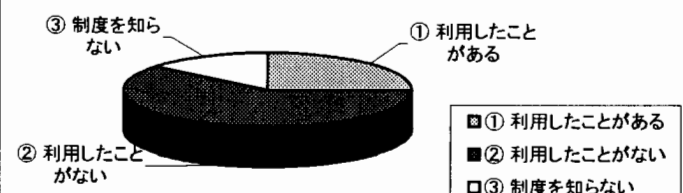


(3) 帯広市の融資制度について

	店舗数	割合(%)
① 利用したことがある	55	25.3%
② 利用したことがない	131	60.4%
③ 制度を知らない	31	14.3%
計	217	100.0%

・帯広市の融資制度については、60.4%の事業主が利用したことがなく、制度を知らない事業者も14.3%となっていることから、さらにPRを続けていくものです。

帯広市の融資制度について



問10. 今後の経営方針についてお伺いします。

(1) 魅力あるお店づくりのため今後取り組むこと(記述式)

・魅力ある店づくりをするためや消費者ニーズを把握するために今後取り組もうとされていることとして、「情報提供としてインターネットの活用」が15件、「接客、コミュニケーションの充実」が10件、「人材育成」、「消費者ニーズの把握」が7件ずつ、「品揃えの充実」、「情報収集」、「差別化やオリジナル化、専門化」が5件ずつ、「新製品開発」が4件、「サービス向上」、「商品の質向上」が3件ずつ、「他業種との連携」、「施設改修」、「ポイントカードやイベント」、「店内の美化」がそれぞれ2件ずつあり、「地産地消」という回答もありました。

(2) 店舗魅力づくりに取り組む上での課題(記述式)

・現在取り組んでいることや今後取り組もうとされていることで課題となっているキーワードとしては、「集客」9件、「人材育成」8件、「インターネットの活用」6件、「仕入れ単価や仕入れルート開発」5件、「人手不足」、「製品開発経費」、「店舗改装」が4件ずつ、「固定費の増加」、「消費者ニーズの把握」、「駐車場」、「品揃え」、「後継者」、「コミュニケーション」、「資金不足」がそれぞれ2件ずつあり、「客の高齢化」、「新規メーカーの発見」、「販促活動」という回答もありました。

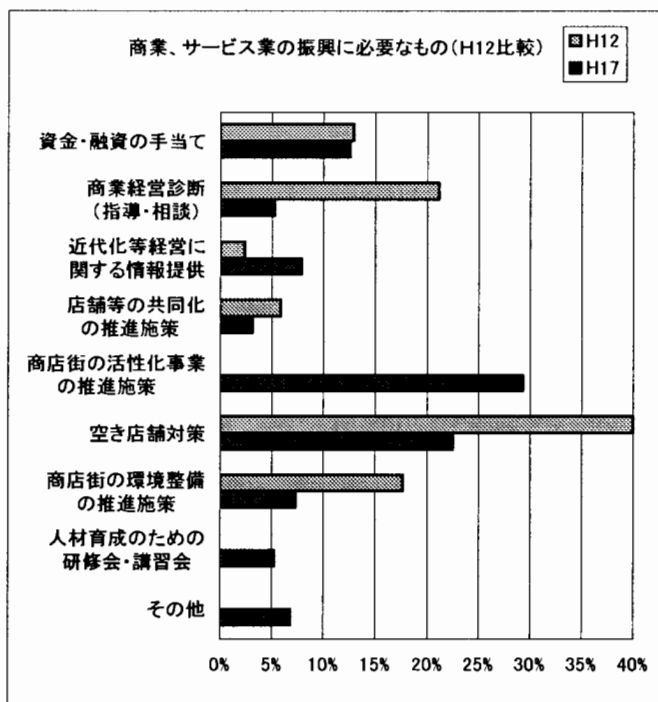
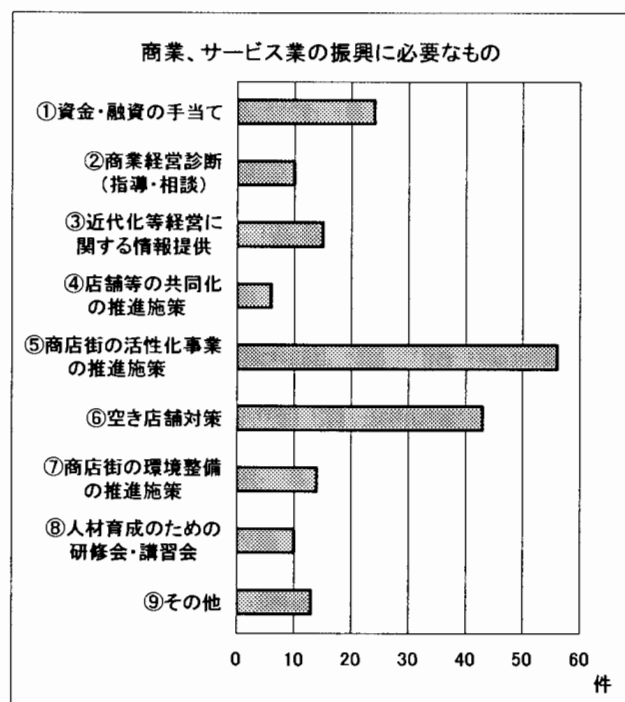
問11. 商業、サービス業の振興に必要なものはどのようなものが考えられますか。

(1) 商業、サービス業の振興に必要なもの

	件数	割合(%)
①資金・融資の手当て	24	12.6%
②商業経営診断(指導・相談)	10	5.2%
③近代化等経営に関する情報提供	15	7.9%
④店舗等の共同化の推進施策	6	3.2%
⑤商店街の活性化事業の推進施策	56	29.3%
⑥空き店舗対策	43	22.5%
⑦商店街の環境整備の推進施策	14	7.3%
⑧人材育成のための研修会・講習会	10	5.2%
⑨その他	13	6.8%
計	191	100.0%

H12

	件数	割合(%)
①資金・融資の手当て	11	12.9%
②商業経営診断(指導・相談)	18	21.2%
③近代化等経営に関する情報提供	2	2.4%
④店舗等の共同化の推進施策	5	5.9%
⑤商店街の活性化事業の推進施策	—	—
⑥空き店舗対策	34	40.0%
⑦商店街の環境整備の推進施策	15	17.6%
⑧人材育成のための研修会・講習会	—	—
⑨その他	—	—
計	85	100.0%



・商業、サービス業の振興に必要なものとしては、「商店街の活性化事業」が56件29.3%、「空き店舗対策」が43件22.5%と全体の半数以上を占めています。
 ・前回調査との割合比較では、「商店街活性化」の項目がなかったため十分な比較はできませんが、「商店街の環境整備」は減少しています。
 ・その他の回答としては、「個々の店の魅力づくり」、「経営者の熱意」、「中心街の商店街と町内会組織の一本化」、「事務局委員の常駐」、「街のセンスアップ」などがありました。

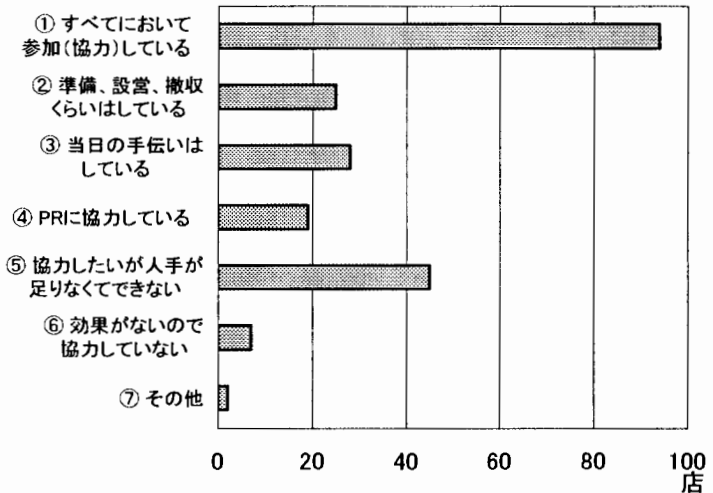
問12. 商店街のイベントや祭りについてお伺いします。

(1) 事業主(又は従業員)の商店街イベントや祭りへの参加状況

	店舗数	割合(%)
① すべてにおいて参加(協力)している	94	42.7%
② 準備、設営、撤収くらいはしている	25	11.4%
③ 当日の手伝いはしている	28	12.7%
④ PRIに協力している	19	8.6%
⑤ 協力したいが人手が足りなくてできない	45	20.5%
⑥ 効果がないので協力していない	7	3.2%
⑦ その他	2	0.9%
計	220	100.0%

・商店街イベントや祭りへの参加(協力)状況は非常に良い結果が出ましたが、人手が足りなく協力できないという回答も20.5%ありました。

商店街のイベントや祭りへの参加状況



(2) 商店街共同事業で取り組みたいこと(記述式)

集客力のあるもの	集客事業 中身の濃い集客力のあるイベント 日常的な賑わいづくりに役立つ事業の開発 商いに直結するイベントを重要視すべき 商圈をある程度限定し住民を巻き込んだイベント 商店街やテナントビルが単独で行うのではなく飲食業界の集客を目的にエリア全体で取り組むイベント その時だけで終わらないイベント
払い戻しセール、共通ポイントカード	商店街共通ポイントカード 払い戻しセール、ポイントセール スタンプ事業の充実と見直し 業種(飲食ジャンル)ごとのスタンプラリー 商品券(プレミア付)
合同売り出し	面での商店街合同イベント 商店街規模の大売り出しなど 異業種が集めた合同売り出し
歴史を感じられるもの	帯広小麦まつりのような大型イベント 故郷の雰囲気を感じられるイベント 子供たちに残してあげられる歴史あるイベントや祭り
歩行者天国	歩行者天国、空き店舗で作品発表会、まちなか迷路 通行止めにして犬のイベントを店の前でやりたい
街の景観づくり	街中を花でいっぱいにする 街の景観づくり ごみを拾わずに花で飾るのは順番が違う。まずは美化、すべて掃除してきれいにしてから。それでも汚く見えるのならそこで初めてアーケードをなんとかしようと動くべき
イベントばかりやれない	イベントではない イベントばかりやってられない 人手がいなくてできない
その他	土、日等に継続的にできること ビル管理の共同事業 平原まつり、花フェスティバル、駅前音楽広場、宝くじセール 都通り全店舗のためのまつりを都通りを会場に行う ラリージャパンを十勝のものに 若手企業者の交流 映画祭 家族向けの行事 閑散期でのイベント 氷まつり 健康と環境を考えたイベント 参加する人と見る人がいるイベント 地場産品の販売、PR

問13. 中心市街地の魅力を高めるために、商業者としてはどんなことをすべきだと考えますか。

(1) 中心市街地の魅力を高めるために商業者がすべきこと(記述式)

・中心市街地の魅力を高めるためには、何よりもまず個々の事業者が魅力ある店にする努力が必要であるという回答が多く、魅力ある店づくりには、大型店との差別化、専門化、話題性が必要とされ、消費者ニーズの把握や商品の品質を含めたサービスの向上が重要と捉えています。

・空き店舗対策も商店街全体に与える影響が大きく、商業者として協力すべきと考える回答も寄せられました。

・その他としては、学校、病院、公共施設、食料品店の郊外化に伴う中心部の空洞化には、当該施設の集約化が必要、中心部の活性化の必要性に対する疑問や個店の美化、清掃など基本的なことから行うなどの回答もありました。

○自分から魅力ある店にする努力

まずは、自らが魅力ある店をつくり消費者に必要とされる店にならなくてはダメ、人のお金をあてにして色々やるようではダメ

各店が生き残る努力をすること

個店の努力

それぞれの商業者及び店舗が接客対応の向上や魅力づくりに対する取り組みが必要

商業者一人一人が宣伝の窓口と自覚する

他者の力を借りず自力でお客様に足を運んでもらうべき

商業者自体の自省、努力

中心市街地の面的魅力の元になる線づくりが必要、そのために自ら点になる

現在営業している商業者が魅力作りに努力し「中心部で商売をしたいと思わせるに足る結果を出すこと」が最も重要でそこに行政の力を借りることが必要

単店の営業努力の集積

各個店が魅力のある店づくり、商店街、地域で協力し合えること、もっと危機感を持つこと

個店が1店ずつ集客できるよう努力する

個店の力を高める、消費者のニーズに応える、感じの良い対応

提供する商品(品質、価格)やサービス(接客、アフターケア)の信頼を日々高めるような取り組み

あくまで自己責任、ニーズをつかみきれないことがすべて

市民や来街者から評価される店づくり(商品、価格、接客など)

個店の魅力作り

個々の店の力を強化する

まじめで正直であること

安定経営としっかりした経営理念

サービス向上のため従業員のレベルアップをしてもう一度来店したいと思う店づくり

従業員の意識改革

意識改革

○専門店、話題性のある店を増やす

大型店にできないことを行う

個性的な店づくり

専門店の種類を増やす

各店が専門店としての魅力あるサービス

リピート客を増やすための特色、個性ある店づくり

個性のある店づくり

専門店化した商店を充実させ集約して無料の駐車場がほしい

○商品、サービスの質向上

中心部にしかないブランドの構築とPR

各店の自慢の商品のアピール

高齢者向けのサービスを充実させ弱者に優しい街づくり

魅力ある品揃え

魅力ある店舗づくり(接客態度、商品)

お客様が希望している商品を選ぶこと

年配者も入りやすい店構えも必要(横文字の店が多い)

○商店街、商業者の団結

活気のある商店街にする

商店街の組合員のコミュニケーション

個々が所属している商店街に多くの人が参加協力するようになればよいと思います

商業者の団結

各商店街の協力と団結

商業者、地主、市、商工会議所等は力を合わせ現時点での問題点を話し合い目標をたてる

○店に波及効果のあるイベントの実施

共同イベントの回数を増やす(店に波及効果のあるもの)

商品の特化、まつりなどの積極的な活動

イベントの回数を増やす

イベントの積極的参加

全国に向けて新しい帯広発信の事業(イベント)を考えてみてはどうか

○店舗前の清掃、美化、景観

花いっぱい運動

清掃活動

店舗前の清掃、美観づくり、看板づくり

○中心市街地での規制緩和(歩行者天国等)

中心市街地での規制緩和(歩行者天国等)

公園のような買い物ゾーン、歩行者天国、たとえば旭川の買い物公園

各月ごとの人が集中する催事、中高生によるマーチングパレード、街路樹を桜に替える

○街区、商店街の特色づくり

各通りをもっと魅力のある景観の表現を

特徴的町並み、話題性のある店づくり

各街区の特色づくり 各商店のテーマに基づく店づくり

集客

誰もが車を利用する今では「わざわざ中心部まで」という声を多く耳にします、大掛かりな環境整備が必要だと思います

子供が来たがるような遊園地(テーマパーク)の中に商店街がある

商店街には集客力の核となるものが2つ3つ必要

注目を集めること

また来たい店、来たい帯広にする

○中心部再開発、大型店誘致

中心部を再開発し、大型複合店を数棟つくる

大通側に大型店があれば藤丸との相互効果で広小路も活性化する

大型店の誘致

郊外の大型店参入を阻止し、年齢層を絞った中心街の店舗誘致またはイベント等をもっとしてはどうか

○空き店舗対策、家賃の値下げ

空き店舗があると商店街全体のイメージダウンとなるのでその対策になんらかの形で協力したい

ヨーカドー跡、空き店舗対策

空き店舗、人が集まる場所の減少、イベント時だけ人が集まるのは寂しい

空き店舗対策、家賃を下げるよう働きかけ

空き店舗を無くし専門店が数多くなるように

周囲の空き店舗をなくす努力

中心部の空き店舗をなくしていくことと同時に店舗の魅力・個性の違いを競う

空き店舗をなくす、家賃の値下げ

イベントの時だけ人がくる、ヨーカドーがあった時はまだ人があふれていた

店舗開業に向け金銭面の援助でなく店を開きやすくする

空き店舗、組合に加入していない方への情報交換

○無料駐車場

駐車場を無料にする

無料駐車場

無料の駐車場

駐車場を用意すること

○路上駐車、パーキングメーター

- 路上駐車ができるように
- パーキングメーターの設置
- 中心街の駐車禁止区域をなくす
- 違法駐車を取り締まるより交通の流れを良くし買い物をしやすくすべき

○生活空間としての中心市街地

- 空き地に共同住宅を建てる、テナント料を安くする
- 中心市街地に住宅を
- 徒歩で買い物ができる生活空間
- 高齢者の住みやすい、子育てのしやすい場所とする

○その他

- 中心部に行かなくても買い物等日常生活に不便もない、一般消費者にとっては、帯広の顔として考えている人は少ないと思う
- 実行力あるリーダーが中心に活気ある商店街づくりを考え実行する
- 職業、店舗別マップの作成
- 駅から中心街への人の流れを誘致する(地下商店街など)
- TMO事業なんて何をやっているのかわからない、5、10年先のありかたを考えて現状把握をきちんとすべき、物事を見るとき一面を見ないで、いろいろやってみる、ひとつの答え以外にある
- 中心街の活性化というが、中心街がすたれたら何が悪いのか。魅力がないからすたれるので仕方ないことではないか
- 街の機能が分散しているから歩いている人が少ないのも当たり前
- 大型店が嫌い
- 学校が郊外に散らばり学生が通らなくなった
- 空洞化は、公共施設や学校を郊外に作ったのが原因
- 商店街も食料品店がなくなったことと車社会になったことが衰退の原因だと思う
- 住んでいたら朝から水をまいたりするが、今は住んでいないし、街をきれいにしても人は来ない
- 中心部は高齢者が多くなってきたが目的を持って買い物するのみで回遊がない
- 道路が狭いので車が止めづらい
- 車道を狭くし車が止まりづらい、照明が上向きで暗い
- 店舗の窓が汚れている
- 閉店が早すぎる、防犯灯が暗い
- 観光産業振興の結果「観光地価格化」し、リピーターや都心居住者の信頼や利便性を損なわないよう注意すること
- 宝くじセールは成功。人を集めるのが大変だが、イベントをやるのが活性化につながる
- 機材を保管しておける場所が必要
- 地権者が代わるときなど賦課金の徴収もできない
- 商店街のイベントにかかる負担大きい
- 人の流れが悪い時のイベントの組み方に工夫が必要
- 世界ラリーのような大きなイベントは街の活性化には大変素晴らしい、何人もの観光客に飲み屋さんを紹介した
- 外国語メニューが少ない(ラリージャパン)
- 七夕の人手が足りない
- 各商店街のPR紙を作成してはどうか

問14. 中心市街地活性化のため今後どのような事業が必要と考えますか。
複数回答(2つまで)

(1) 中心市街地活性化のための事業

H12

	件数	割合(%)
① イベント、ポイントカード事業	22	6.3%
② 空き店舗対策事業	86	24.8%
③ 起業支援事業	21	6.0%
④ 環境整備事業	27	7.8%
⑤ コミュニティーバス	4	1.1%
⑥ 大型商業施設の誘致	34	9.8%
⑦ 再開発事業	18	5.2%
⑧ 都心居住促進	60	17.3%
⑨ 交流施設、ポケットパークや広場の整備	10	2.9%
⑩ 公共サービス機関の誘致	17	4.9%
⑪ 医療・福祉施設の誘致	10	2.9%
⑫ 活性化事業への市民参加の促進	20	5.8%
⑬ その他	18	5.2%
計	347	100.0%

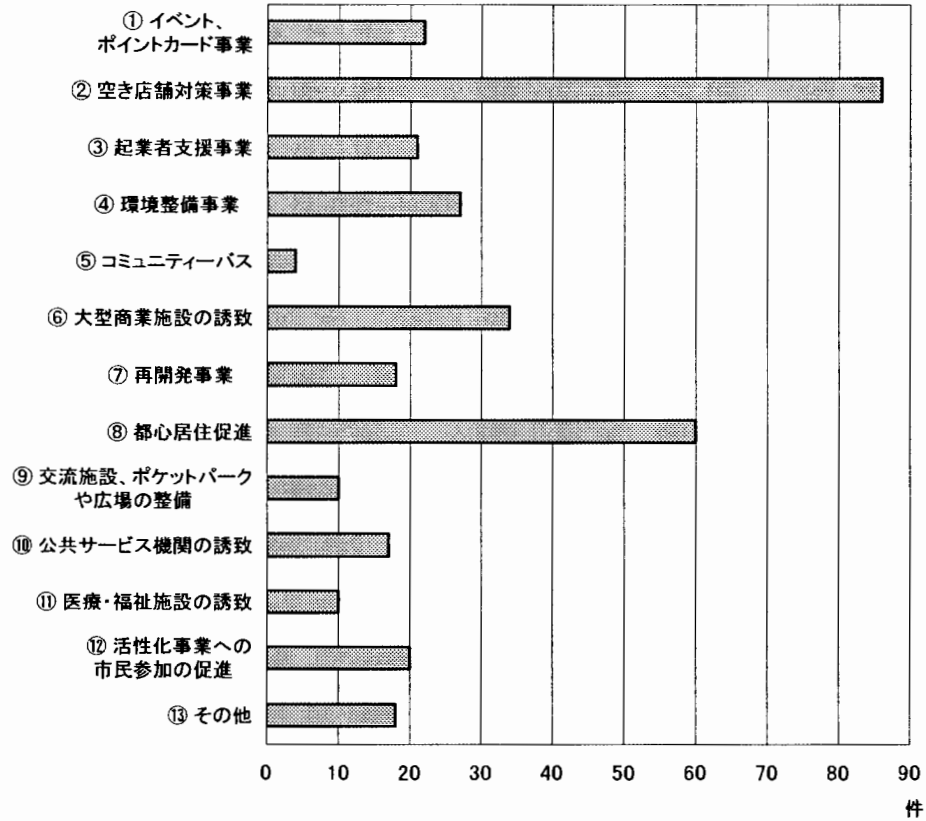
	件数	割合(%)
	8	4.9%
	28	17.3%
	25	15.4%
	40	24.7%
	-	-
	30	18.5%
	21	13.0%
	-	-
	-	-
	10	6.2%
	-	-
	162	100.0%

⑬その他の回答

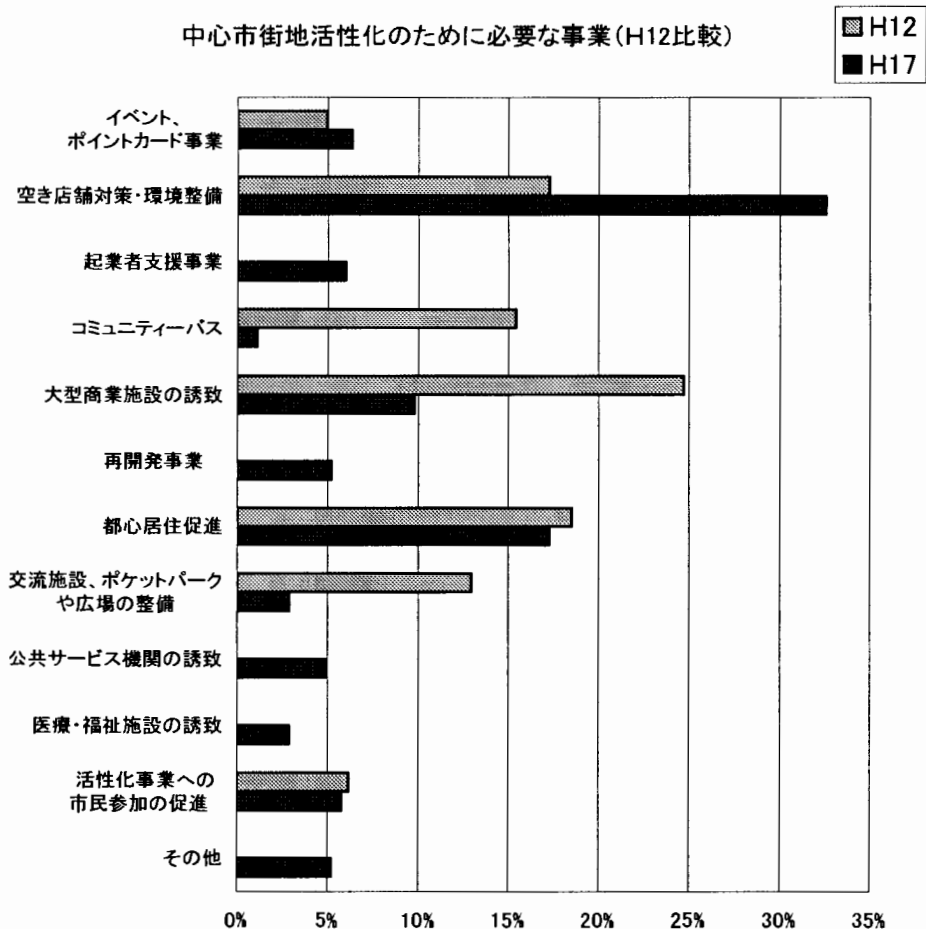
- ・中心部を統一したイメージにする(花など)
- ・無料駐車場の設置
- ・帯広市は中心市街地ばかり重要視している気がする
- ・中心市街地は時代によって移るものなので、あえて事業展開が必要なのか
- ・中心部の家賃地価等の下落の促進
- ・路面空き店舗に話題性のある店舗(サービス業含む)を誘致する
- ・空き地、空き店舗に必要な施設業種の誘致をすべき、家主、地主に街づくりの重要性を理解していただき協力体制を整える時
- ・歩いて買い物ができるミニスーパー、百貨店などの施設誘致
- ・個店の魅力づくり、中心市街地ならではの専門性、新規(話題)性
- ・中心部にスポーツ施設(フィットネスクラブなど)
- ・車を駐車しやすくする
- ・西2条を駐車場スペースに
- ・平日より土日は人が少ない、土日に人を呼ぶことが必要
- ・大型店の出店規制
- ・路面電車などのインフラ
- ・明確な将来ビジョンの策定
- ・市に関係する職員は、なるべく帯広市内の個々の店で買い物をするようにお願いします
- ・街のデパートをつぶしたら大変だ。市の職員が率先して利用すべき

- ・中心市街地活性化のための事業としては、「空き店舗対策事業」が86件24.8%、「都心居住促進」が60件17.3%、「大型商業施設の誘致」が34件9.8%と多く、合わせると50%を超え、中心部の空洞化対策が重要であることを示しているようです。
- ・前回調査との割合比較では、「交流施設、ポケットパークや広場の整備」が減少し、「空き店舗対策事業」の割合が増加していることや、今回の調査でも「環境整備」の割合が7.8%、一定の環境整備が終了し具体的な空き店舗対策を必要としている声が強く表れています。
- ・また、中心市街地の活性化は本当に必要かという回答もありました。

中心市街地活性化に必要な事業



中心市街地活性化のために必要な事業(H12比較)



問15. 人が住んでいる商店街を目指す上での課題は何ですか。

(1) 人が住んでいる中心部商店街を目指す上での課題(記述式、中心部の商店街加入の方のみ)

・人が住んでいる商店街を目指すには、食料品や日用品などの品揃えがあり歩いていくことができるスーパーがあることや、歩いて通院できる病院があるなど生活環境を整え、公共施設が集約されている必要があるとの回答がありました。
・また、空き店舗等が街のイメージダウンにつながり、居住が進まないなどの回答や固定資産税の減免や駐車場の確保が課題という回答もありました。
・住宅スペースの狭さ、あるいは、店舗と住宅の考え方が時代とともに変わってきているので、中心部での居住は難しいという回答もありました。

○中心部で生活する上での環境

住環境の利便性の向上(買い物、病院等)

利便性の追求

高齢者が生活しやすいこと(日用品が身近に入手できる環境)

中心街に病院が少なくなってきた、食料品の店が少ない

スーパー、日用品店が少なく生活しづらい

中心街で必要なものを購入するのが難しくなりつつある

全般的に日用品等価格が高く居住者には不利

中心部に電気屋さん、本屋さんがいない、食の店(カルチャー通りの奥様たちが食事やお茶のできるような)

木や土いじりができる環境の不足

子供が安心して遊べるスペース

住みたくなるような魅力づくり

コミュニティの再構築、生活の場としての道、広場の活用

若い人が住みたくなるような環境整備

最低限の施設が必要、街中に住んでよかったと思える状況をつくる

○魅力ある施設の誘致

数多くあった店がだんだん減っていること

根付く店の誘致

農産物販売所を中心に市場を作る

多種多様な魅力ある品揃え

数十店舗規模で統一ある通りにする

都心居住促進と平行してブランド店の誘致

人情味のある対面接客の市場、個人の集まる販売など

空き店舗をなくす、若い人から年配者まで気軽に入れたりする場所や施設が必要

中心部に大学や専門学校を誘致し若者の往来を多くする

中心部に住宅や病院を作る

公共機関への利便性

娯楽施設がない

○住宅建設の促進

マンションの建設

中心街に市営住宅を増やす

市営、道営住宅の誘致

店舗兼住宅を増やす、マンションも良いと思う

隣同士のコミュニケーションの不足、店舗と住宅の併設

商店街用の共同店舗共同住宅

市営住宅を建て1階を商店、2階を病院など。駐車場は多少つぶしてもいい

空き地にはマンションを建てるべき

○固定資産税の減免

固定資産税等の見直し

居住者の固定資産税の減税

中心部生活者特別優遇制度(ごみの無料化、固定資産税の減免)

税金等の問題

固定資産税を安くする

固定資産税等税制の優遇措置

中心部は税が高い、中心部に定住させるためには、優遇が必要

○駐車場の確保

無料の駐車場

駐車場がない

駐車スペースの確保

駐車場の確保

駐車スペースの確保と効率的運用

駐車場の確保、路上パーキング

駐車場スペースがない

雑踏の効用、規制の柔軟性

住む人の街への理解と警察のありかた

西二条通に面する部分に駐車場を作らないこと(作るなら裏側)

西二条の通りに駐車場を作るのは誤り。商店街を破壊している。

○高家賃

中心部の家賃が高すぎる

家賃が高いので居住が進まない、地権者に対する固定資産税の減免

地代が高い

中心部の地価、家賃

家賃が高い、うるさい

家、マンションを借りる場合賃借料が高いのではないか

駐車場、家賃など経費が高いのでその対策を考えるべき

○中心部での居住は難しい

無理(商業者自身が中心部に住みたがらないのになぜ他の人が住むのでしょうか)

無理

中心部での人と人との結びつきは弱く協力体制は取りづらいのではないか

若い方が少ない帯広ではなかなか集まりにくいのでは

○店舗と住宅は別に

今は店は店、家は家と考え方が変わってきている

家と店を分けるのはストレス解消

住宅は住宅、店舗は店舗、仕事とプライベートは区別する

以前は店舗は1階、住宅は2階の形が多かった、2階の住まいは不便

住宅スペースが狭い

○その他

若い人の意見を大きく取り入れる

車社会への対応

営業時間の延長

中心部の居住人口の増加

もう少し多くの方が街の中で家族で生活するようになればよいと思います

帯広市内から他町村への流出を止める

改築資金

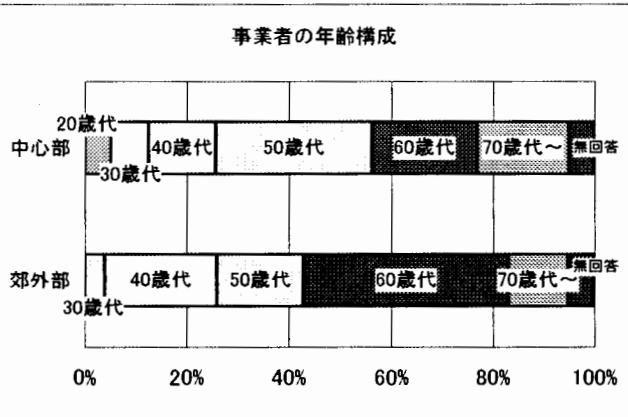
イベントの効果はない

4. 各調査項目ごとの比較(中心部と郊外部)

(1) 事業者の年齢構成

	中心部		郊外部	
	店舗数	割合(%)	店舗数	割合(%)
① 20歳代	8	5.0%		
② 30歳代	12	7.5%	3	3.9%
③ 40歳代	21	13.1%	17	22.1%
④ 50歳代	49	30.7%	13	16.9%
⑤ 60歳代	33	20.6%	31	40.2%
⑥ 70歳代～	29	18.1%	9	11.7%
無回答	8	5.0%	4	5.2%
計	160	100.0%	77	100.0%

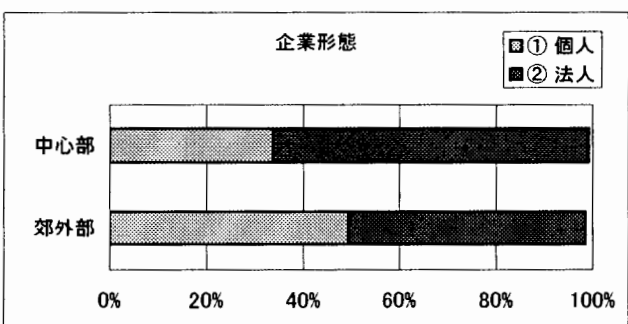
・事業者の年齢構成では、中心部が50歳代の割合が高いのに対し、郊外部は60歳代の割合が高くなっています。



(2) 企業形態

	中心部		郊外部	
	店舗数	割合(%)	店舗数	割合(%)
① 個人	54	33.8%	38	49.4%
② 法人	105	65.6%	38	49.4%
無回答	1	0.6%	1	1.2%
計	160	100.0%	77	100.0%

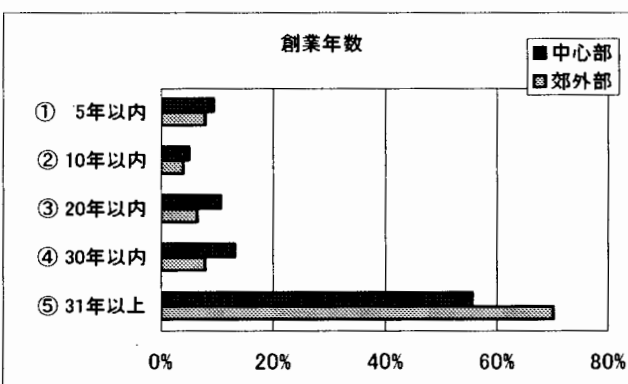
・企業形態では、郊外部の個人・法人の割合が同程度に対し、中心部は法人事業主が多いです。



(3) 創業年数

	中心部		郊外部	
	店舗数	割合(%)	店舗数	割合(%)
① 5年以内	15	9.4%	6	7.8%
② 10年以内	8	5.0%	3	3.9%
③ 20年以内	17	10.6%	5	6.5%
④ 30年以内	21	13.1%	6	7.8%
⑤ 31年以上	89	55.6%	54	70.1%
無回答	10	6.3%	3	3.9%
計	160	100.0%	77	100.0%

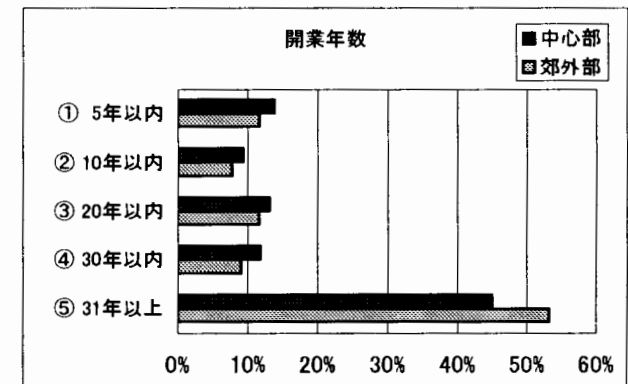
・郊外部の方が、創業年数が長いという結果が出ています。



(4) 開業年数

	中心部		郊外部	
	店舗数	割合(%)	店舗数	割合(%)
① 5年以内	22	13.7%	9	11.7%
② 10年以内	15	9.4%	6	7.8%
③ 20年以内	21	13.1%	9	11.7%
④ 30年以内	19	11.9%	7	9.1%
⑤ 31年以上	72	45.0%	41	53.2%
無回答	11	6.9%	5	6.5%
計	160	100.0%	77	100.0%

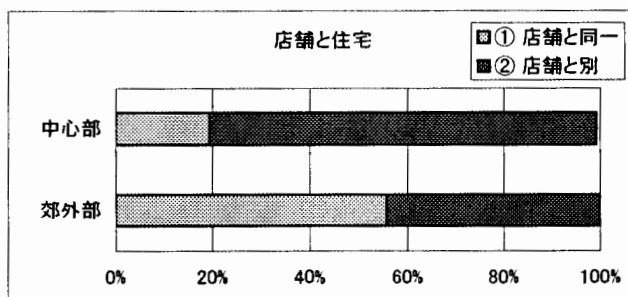
・郊外部の方が、開業してからの年数が長いという結果が出ています。



(5) 店舗と住宅

	中心部		郊外部	
	店舗数	割合(%)	店舗数	割合(%)
① 店舗と同一	31	19.4%	43	55.8%
② 店舗と別	128	80.0%	34	44.2%
無回答	1	0.6%		
計	160	100.0%	77	100.0%

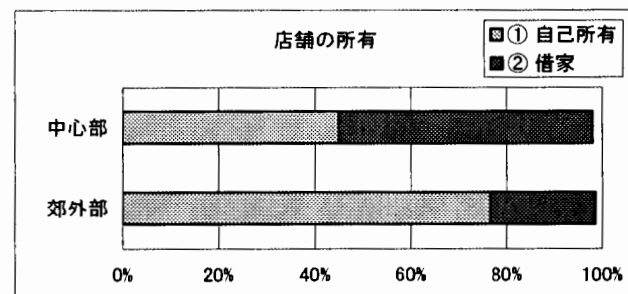
・郊外部では店舗と住宅が同一である割合が半数を超えているのに対し、中心部は8割が店舗と住宅が別になっています。



(6) 店舗の所有

	中心部		郊外部	
	店舗数	割合(%)	店舗数	割合(%)
① 自己所有	72	45.0%	59	76.6%
② 借家	85	53.1%	17	22.1%
無回答	3	1.9%	1	1.3%
計	160	100.0%	77	100.0%

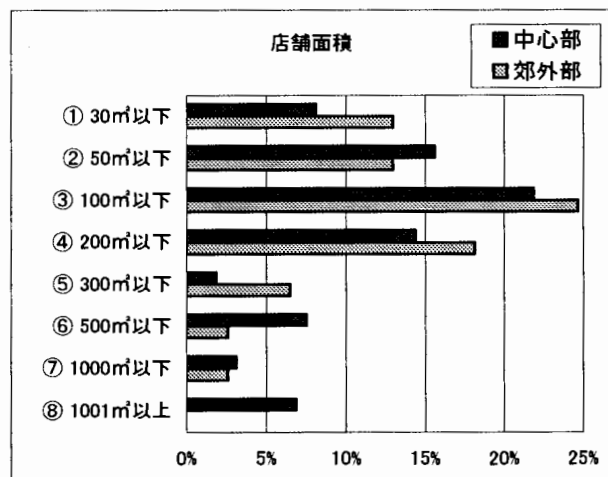
・郊外部の方が、店舗の自己所有率が高いです。



(7) 店舗面積

	中心部		郊外部	
	店舗数	割合(%)	店舗数	割合(%)
① 30㎡以下	13	8.1%	10	13.0%
② 50㎡以下	25	15.6%	10	13.0%
③ 100㎡以下	35	21.9%	19	24.6%
④ 200㎡以下	23	14.4%	14	18.2%
⑤ 300㎡以下	3	1.9%	5	6.5%
⑥ 500㎡以下	12	7.5%	2	2.6%
⑦ 1000㎡以下	5	3.1%	2	2.6%
⑧ 1001㎡以上	11	6.9%		
無回答	33	20.6%	15	19.5%
計	160	100.0%	77	100.0%

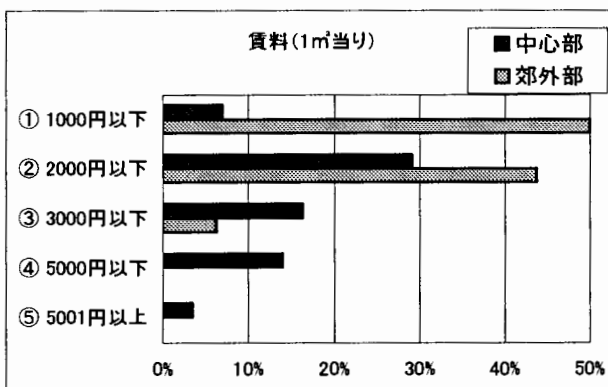
・中心部に比べ郊外部では、「店舗面積が30㎡以下」の割合が高いです。



(8) 賃料(1㎡当り)

	中心部		郊外部	
	店舗数	割合(%)	店舗数	割合(%)
① 1000円以下	6	7.0%	8	50.0%
② 2000円以下	25	29.1%	7	43.8%
③ 3000円以下	14	16.3%	1	6.3%
④ 5000円以下	12	13.9%		
⑤ 5001円以上	3	3.5%		
無回答	26	30.2%		
計	86	100.0%	16	100.0%

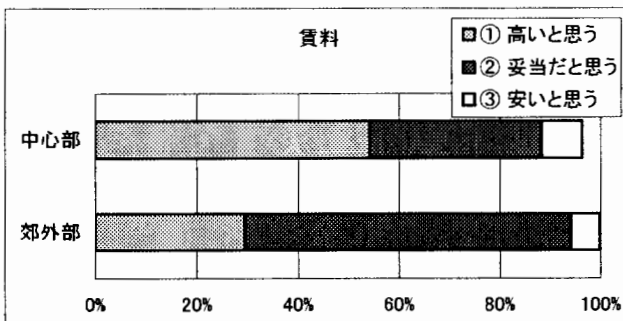
・郊外部の賃料は、「1㎡当り2000円以下」が90%以上を占めており、中心部より安いと推測されます。



(9) 賃料

	中心部		郊外部	
	店舗数	割合(%)	店舗数	割合(%)
① 高いと思う	46	54.1%	5	29.4%
② 妥当だと思う	29	34.1%	11	64.7%
③ 安いと思う	7	8.2%	1	5.9%
無回答	3	3.6%		
計	85	100.0%	17	100.0%

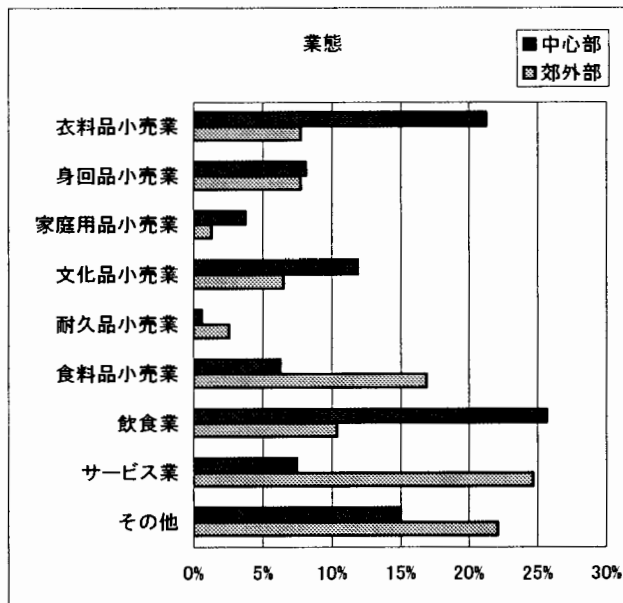
・中心部の方が賃料は高いと感じています。



(10) 業態

	中心部		郊外部	
	店舗数	割合(%)	店舗数	割合(%)
① 衣料品小売業	34	21.3%	6	7.8%
② 身回品小売業	13	8.1%	6	7.8%
③ 家庭用品小売業	6	3.7%	1	1.3%
④ 文化品小売業	19	11.9%	5	6.5%
⑤ 耐久品小売業	1	0.6%	2	2.6%
⑥ 食料品小売業	10	6.3%	13	16.9%
⑦ 飲食業	41	25.6%	8	10.4%
⑧ サービス業	12	7.5%	19	24.6%
⑨ その他	24	15.0%	17	22.1%
無回答				
計	160	100.0%	77	100.0%

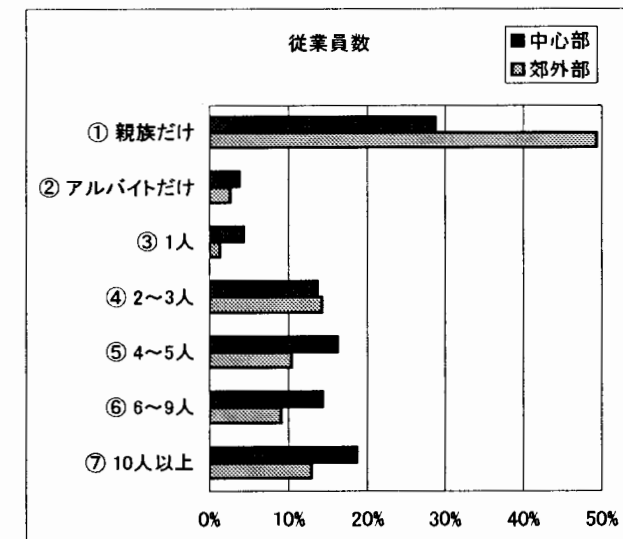
・郊外部の方が「食料品小売業」と「サービス業」の割合が高く、「飲食業」と「衣料品小売業」、「文化品小売業」については、中心部の方が高い割合を示しています。



(11) 従業員数

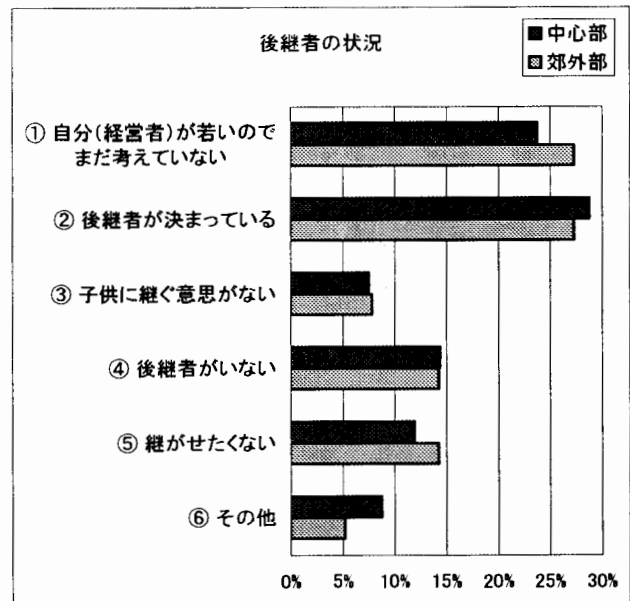
	中心部		郊外部	
	店舗数	割合(%)	店舗数	割合(%)
① 親族だけ	46	28.8%	38	49.3%
② アルバイトだけ	6	3.7%	2	2.6%
③ 1人	7	4.4%	1	1.3%
④ 2~3人	22	13.8%	11	14.3%
⑤ 4~5人	26	16.3%	8	10.4%
⑥ 6~9人	23	14.3%	7	9.1%
⑦ 10人以上	30	18.7%	10	13.0%
計	160	100.0%	77	100.0%

・郊外部の方が親族だけで営業している割合が高く、約半数を占めています。



(12)後継者の状況

	中心部		郊外部	
	店舗数	割合(%)	店舗数	割合(%)
① 自分(経営者)が若いのでまだ考えていない	38	23.8%	21	27.3%
② 後継者が決まっている	46	28.7%	21	27.3%
③ 子供に継ぐ意思がない	12	7.5%	6	7.8%
④ 後継者がいない	23	14.4%	11	14.3%
⑤ 継がせたくない	19	11.9%	11	14.3%
⑥ その他	14	8.7%	4	5.2%
無回答	8	5.0%	3	3.8%
計	160	100.0%	77	100.0%

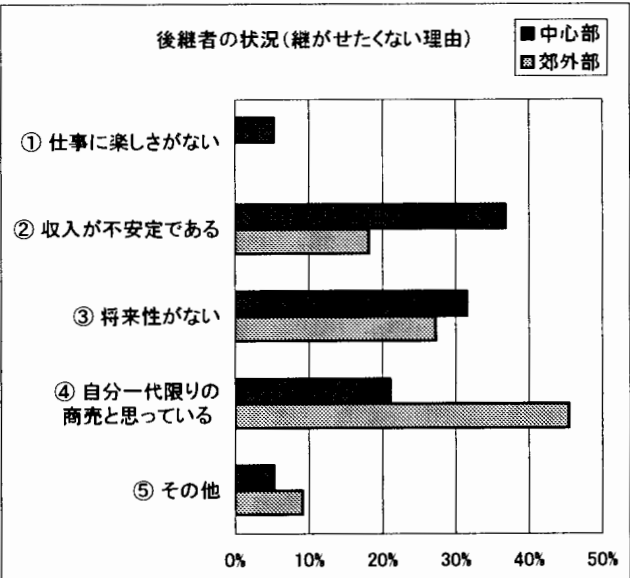


・後継者の状況は、中心部、郊外部とも大きな差は見られませんでした。

(13)後継者の状況(継がせたくない理由)

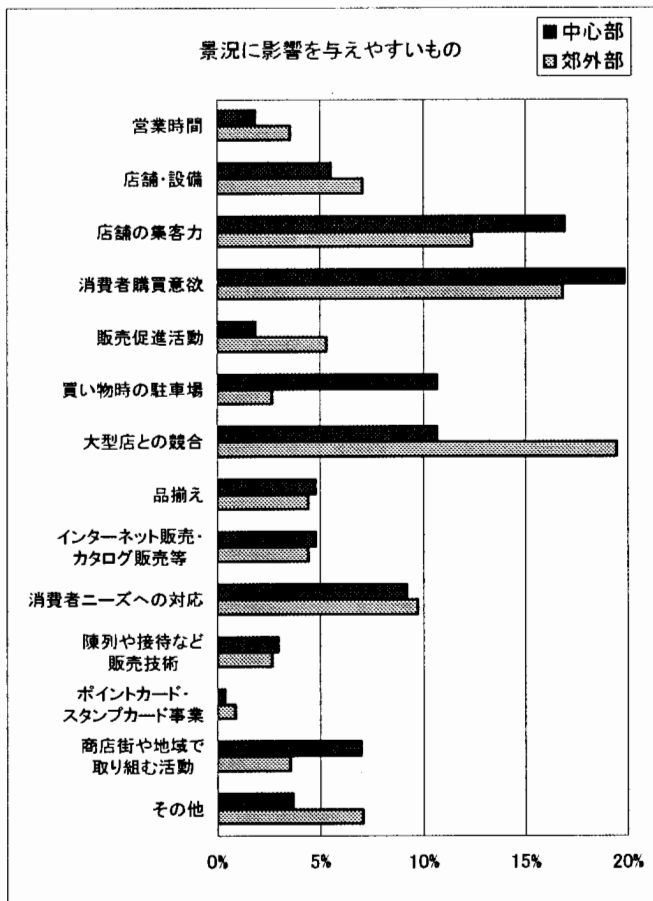
	中心部		郊外部	
	店舗数	割合(%)	店舗数	割合(%)
① 仕事に楽しさが無い	1	5.3%		
② 収入が不安定である	7	36.8%	2	18.2%
③ 将来性がない	6	31.6%	3	27.3%
④ 自分一代限りの商売と思っている	4	21.0%	5	45.4%
⑤ その他	1	5.3%	1	9.1%
計	19	100.0%	11	100.0%

・後継者の状況で継がせたくない理由では、郊外部で「自分一代限りの商売」と思っている割合が高いようです。
 ・中心部では、「収入が不安定である」との回答が郊外部より高い割合を示しています。



(14) 景況に影響を与えやすいもの

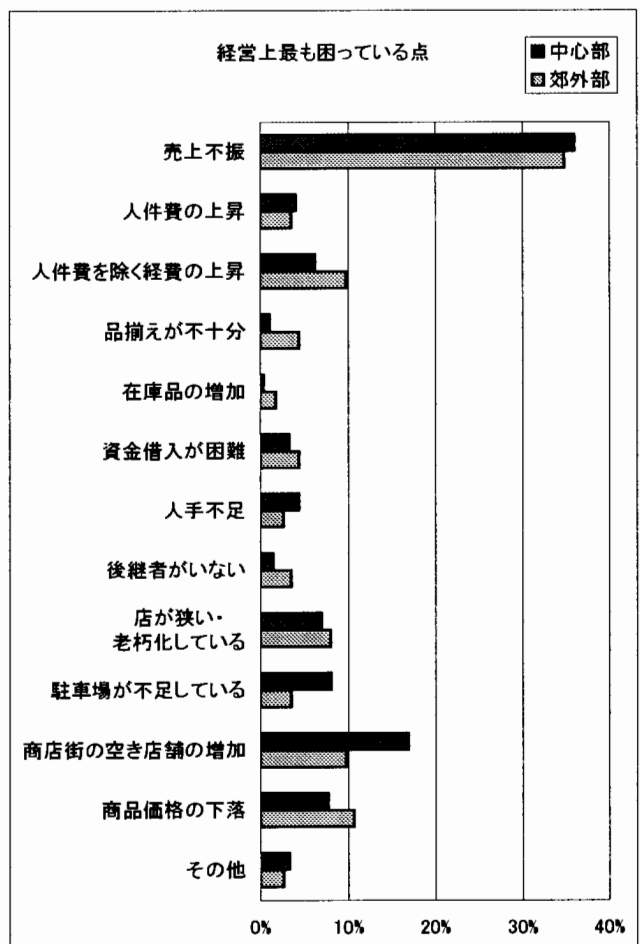
	中心部		郊外部	
	件数	割合(%)	件数	割合(%)
① 営業時間	5	1.8%	4	3.5%
② 店舗・設備	15	5.5%	8	7.1%
③ 店舗の集客力	46	16.9%	14	12.4%
④ 消費者購買意欲	54	19.9%	19	16.8%
⑤ 販売促進活動	5	1.8%	6	5.3%
⑥ 買い物時の駐車場	29	10.7%	3	2.7%
⑦ 大型店との競合	29	10.7%	22	19.5%
⑧ 品揃え	13	4.8%	5	4.4%
⑨ インターネット販売・カタログ販売等	13	4.8%	5	4.4%
⑩ 消費者ニーズへの対応	25	9.2%	11	9.7%
⑪ 陳列や接待など販売技術	8	2.9%	3	2.7%
⑫ ポイントカード・スタンプカード事業	1	0.4%	1	0.9%
⑬ 商店街や地域で取り組む活動	19	7.0%	4	3.5%
⑭ その他	10	3.6%	8	7.1%
計	272	100.0%	113	100.0%



・景況に影響を与えやすいものとして、郊外部の方が大型店との競合と回答した割合が高いです。

(15) 経営上最も困っている点

	中心部		郊外部	
	件数	割合(%)	件数	割合(%)
① 売上不振	98	36.0%	39	34.8%
② 人件費の上昇	11	4.0%	4	3.6%
③ 人件費を除く経費の上昇	17	6.3%	11	9.8%
④ 品揃えが不十分	3	1.1%	5	4.5%
⑤ 在庫品の増加	1	0.4%	2	1.8%
⑥ 資金借入が困難	9	3.3%	5	4.5%
⑦ 人手不足	12	4.4%	3	2.7%
⑧ 後継者がいない	4	1.5%	4	3.6%
⑨ 店が狭い・老朽化している	19	7.0%	9	8.0%
⑩ 駐車場が不足している	22	8.1%	4	3.6%
⑪ 商店街の空き店舗の増加	46	16.9%	11	9.8%
⑫ 商品価格の下落	21	7.7%	12	10.7%
⑬ その他	9	3.3%	3	2.6%
計	272	100.0%	112	100.0%

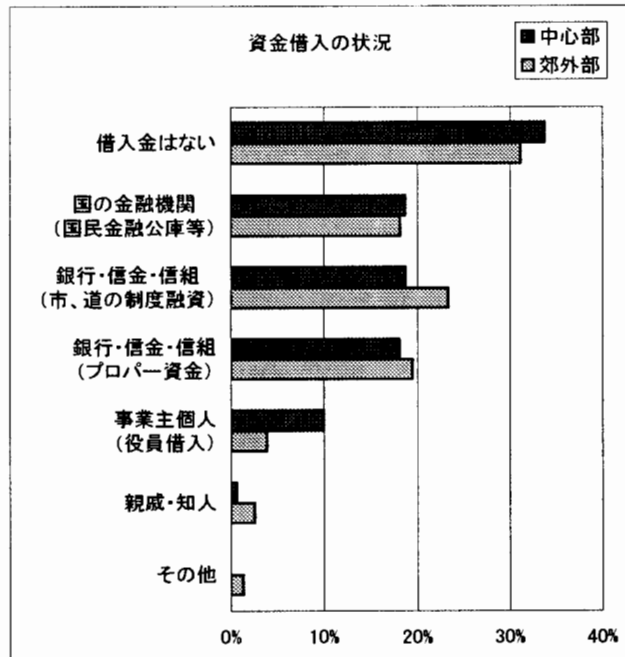


・経営上最も困っている点では、中心部では「空き店舗」の増加を挙げていますが、郊外部では「商品価格の下落」、「人件費を除く経費の上昇」と回答している割合が高いです。

(16) 資金借入の状況

	中心部		郊外部	
	店舗数	割合 (%)	店舗数	割合 (%)
① 借入金はない	54	33.7%	24	31.1%
② 国の金融機関(国民金融公庫等)	30	18.8%	14	18.2%
③ 銀行・信金・信組(市、道の制度融資)	30	18.8%	18	23.4%
④ 銀行・信金・信組(プロパー資金)	29	18.1%	15	19.5%
⑤ 事業主個人(役員借入)	16	10.0%	3	3.9%
⑥ 親戚・知人	1	0.6%	2	2.6%
⑦ その他			1	1.3%
計	160	100.0%	77	100.0%

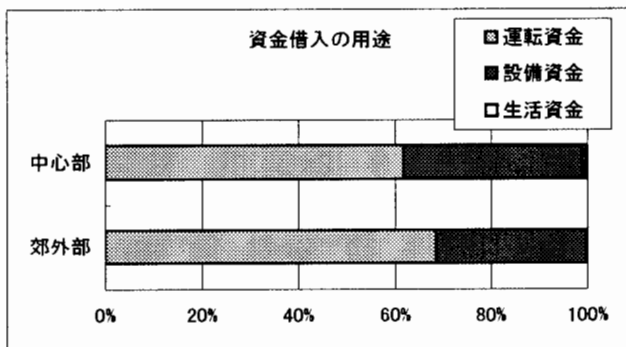
・資金借入の状況では、中心部、郊外部に大きな差は見られませんでした。



(17) 資金借入の用途

	中心部		郊外部	
	店舗数	割合 (%)	店舗数	割合 (%)
① 運転資金	68	61.8%	39	68.4%
② 設備資金	41	37.3%	18	31.6%
③ 生活資金	1	0.9%		
計	110	100.0%	57	100.0%

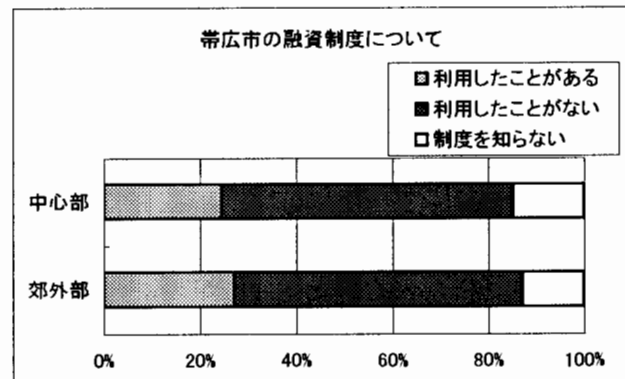
・資金借入の用途において、中心部、郊外部に大きな差は見られませんでした。



(18) 帯広市の融資制度について

	中心部		郊外部	
	店舗数	割合 (%)	店舗数	割合 (%)
① 利用したことがある	36	24.5%	19	27.1%
② 利用したことがない	89	60.5%	42	60.0%
③ 制度を知らない	22	15.0%	9	12.9%
計	147	100.0%	70	100.0%

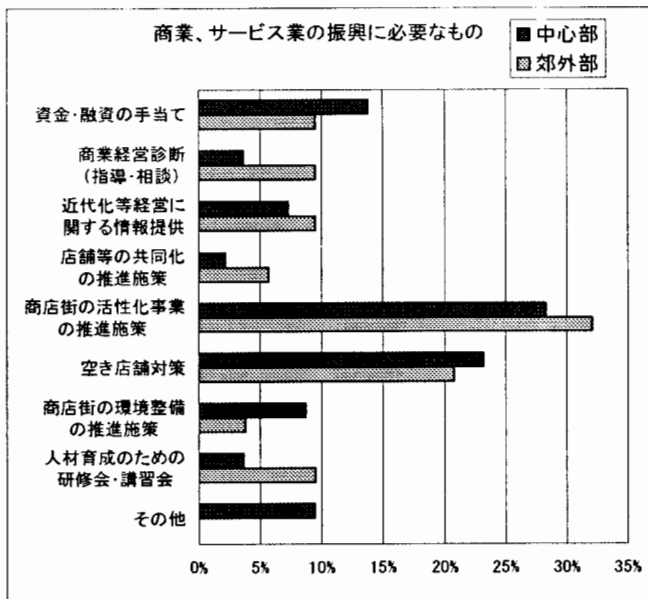
・帯広市の融資制度の利用状況については、中心部、郊外部に大きな差は見られませんでした。



(19) 商業、サービス業の振興に必要なもの

	中心部		郊外部	
	件数	割合(%)	件数	割合(%)
① 資金・融資の手当て	19	13.8%	5	9.4%
② 商業経営診断(指導・相談)	5	3.6%	5	9.4%
③ 近代化等経営に関する情報提供	10	7.2%	5	9.4%
④ 店舗等の共同化の推進施策	3	2.2%	3	5.7%
⑤ 商店街の活性化事業の推進施策	39	28.3%	17	32.1%
⑥ 空き店舗対策	32	23.2%	11	20.8%
⑦ 商店街の環境整備の推進施策	12	8.7%	2	3.8%
⑧ 人材育成のための研修会・講習会	5	3.6%	5	9.4%
⑨ その他	13	9.4%		
計	138	100.0%	53	100.0%

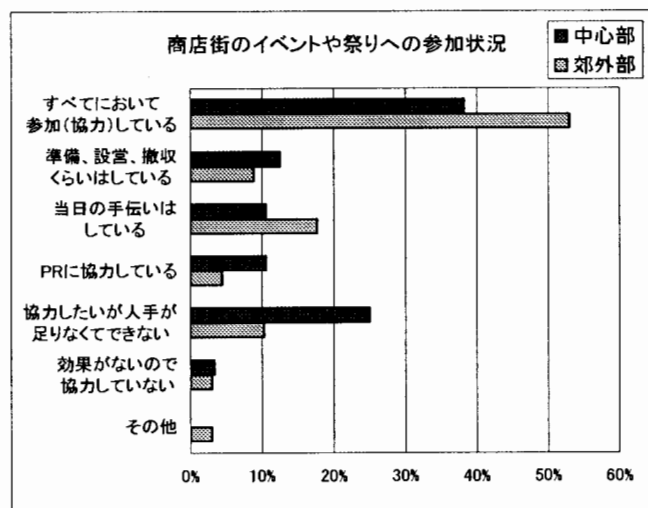
・いずれも空き店舗対策、商店街の活性化の回答が多いですが、郊外部において、商店街活性化を1番に挙げる店舗の割合が多いです。



(20) 商店街のイベントや祭りへの参加状況

	中心部		郊外部	
	店舗数	割合(%)	店舗数	割合(%)
① すべてにおいて参加(協力)している	58	38.2%	36	53.0%
② 準備、設営、撤収くらいはしている	19	12.5%	6	8.8%
③ 当日の手伝いはしている	16	10.5%	12	17.7%
④ PRに協力している	16	10.5%	3	4.4%
⑤ 協力したいが人手が足りなくてできない	38	25.0%	7	10.3%
⑥ 効果がないので協力していない	5	3.3%	2	2.9%
⑦ その他			2	2.9%
計	152	100.0%	68	100.0%

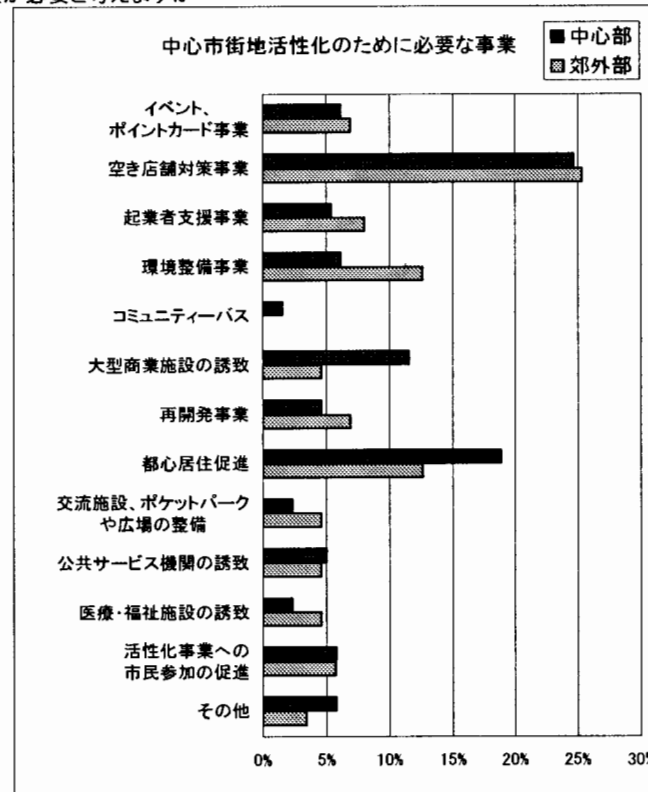
・中心部の方が、協力したいが人手が足りないという回答の割合が高いです。



(21) 中心市街地活性化のため商業者として今後どのような事業が必要と考えますか

	中心部		郊外部	
	件数	割合(%)	件数	割合(%)
① イベント、ポイントカード事業	16	6.2%	6	6.9%
② 空き店舗対策事業	64	24.6%	22	25.3%
③ 起業家支援事業	14	5.4%	7	8.1%
④ 環境整備事業	16	6.2%	11	12.6%
⑤ コミュニティーバス	4	1.5%		
⑥ 大型商業施設の誘致	30	11.5%	4	4.6%
⑦ 再開発事業	12	4.6%	6	6.9%
⑧ 都心居住促進	49	18.8%	11	12.6%
⑨ 交流施設、ポケットパークや広場の整備	6	2.3%	4	4.6%
⑩ 公共サービス機関の誘致	13	5.0%	4	4.6%
⑪ 医療・福祉施設の誘致	6	2.3%	4	4.6%
⑫ 活性化事業への市民参加の促進	15	5.8%	5	5.7%
⑬ その他	15	5.8%	3	3.5%
計	260	100.0%	87	100.0%

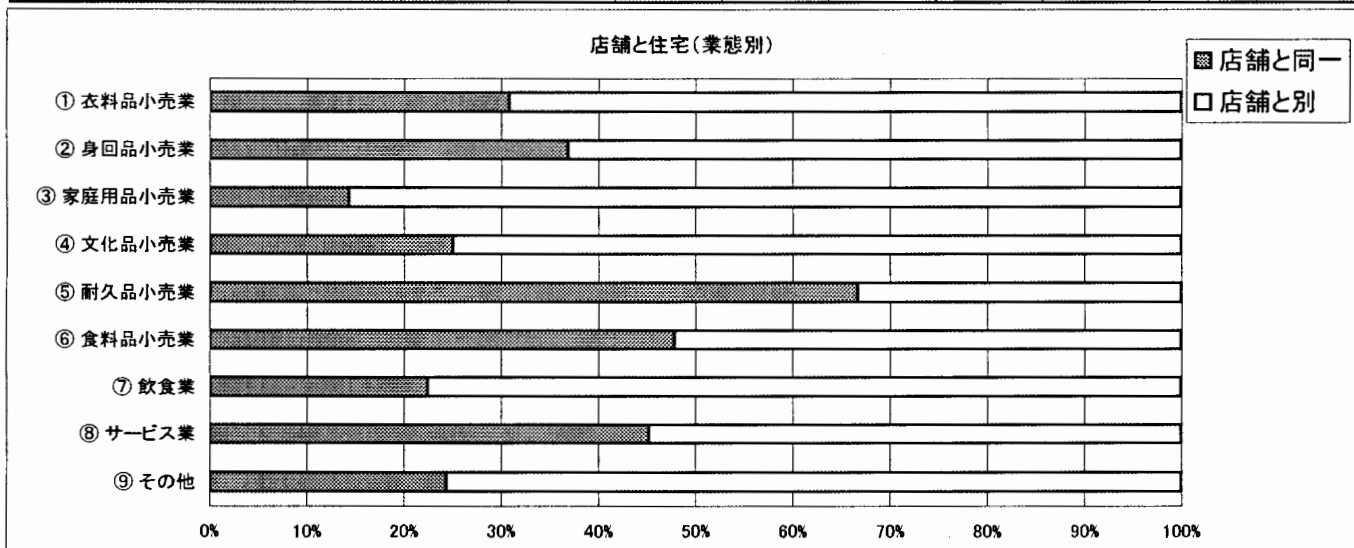
・いずれも「都心居住促進」と「空き店舗対策」に対する割合が高いですが、郊外部に比べて、中心部の方が「都心居住促進」、「大型商業施設の誘致」に対する割合が大きく、「環境整備事業」の割合が低い結果となりました。



5. 各調査項目ごとの比較(業態別)

(1) 店舗と住宅

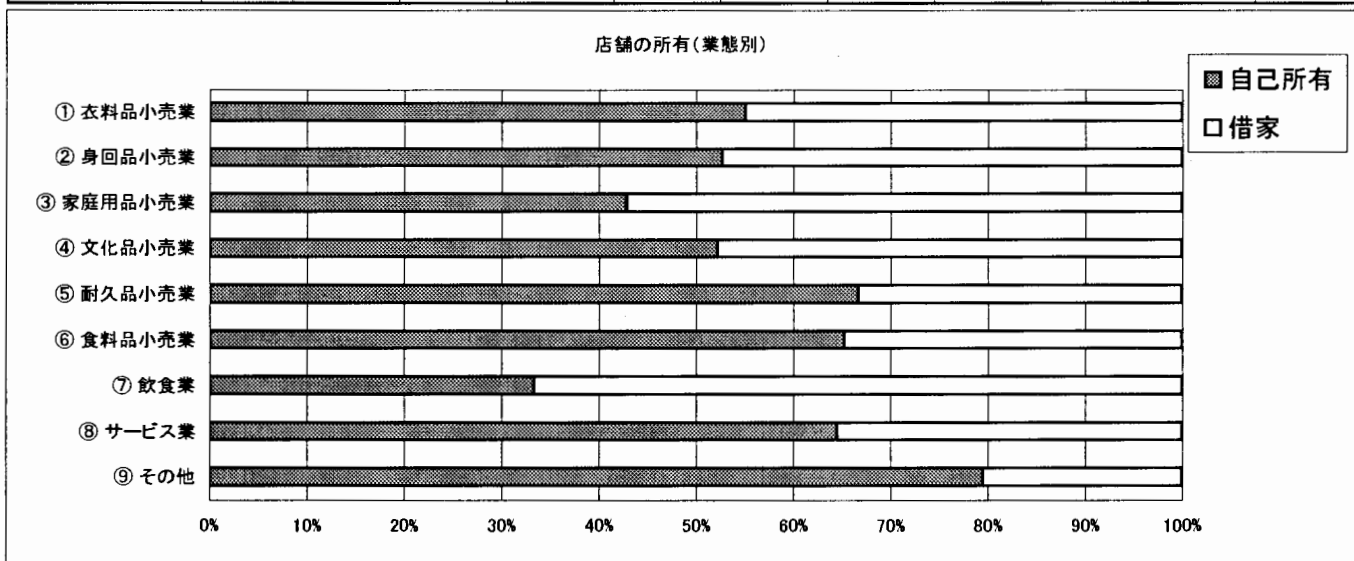
		① 衣料品 小売業	② 身回品 小売業	③ 家庭用 品小売業	④ 文化品 小売業	⑤ 耐久品 小売業	⑥ 食料品 小売業	⑦ 飲食業	⑧ サービス 業	⑨ その他	合計
① 店舗と同一	店舗数	12	7	1	6	2	11	11	14	10	74
	割合(%)	30.0%	36.8%	14.3%	25.0%	66.7%	47.8%	22.4%	45.2%	24.4%	31.2%
② 店舗と別	店舗数	27	12	6	18	1	12	38	17	31	162
	割合(%)	67.5%	63.2%	85.7%	75.0%	33.3%	52.2%	77.6%	54.8%	75.6%	68.4%
無回答	店舗数	1									1
	割合(%)	2.5%									0.4%
計	店舗数	40	19	7	24	3	23	49	31	41	237
	割合(%)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



・店舗と住居が同一である割合が高いのは、「耐久品小売業」66.7%、「食料品小売業」47.8%で、低いのは、「家庭用品小売業」14.3%と「飲食業」22.4%でした。

(2) 店舗の所有

		① 衣料品 小売業	② 身回品 小売業	③ 家庭用 品小売業	④ 文化品 小売業	⑤ 耐久品 小売業	⑥ 食料品 小売業	⑦ 飲食業	⑧ サービス 業	⑨ その他	合計
① 自己所有	店舗数	22	10	3	12	2	15	16	20	31	131
	割合(%)	55.0%	52.6%	42.9%	50.0%	66.7%	65.2%	32.7%	64.5%	75.6%	55.3%
② 借家	店舗数	18	9	4	11	1	8	32	11	8	102
	割合(%)	45.0%	47.4%	57.1%	45.8%	33.3%	34.8%	65.3%	35.5%	19.5%	43.0%
無回答	店舗数				1			1		2	4
	割合(%)				4.2%			2.0%		4.9%	1.7%
計	店舗数	40	19	7	24	3	23	49	31	41	237
	割合(%)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

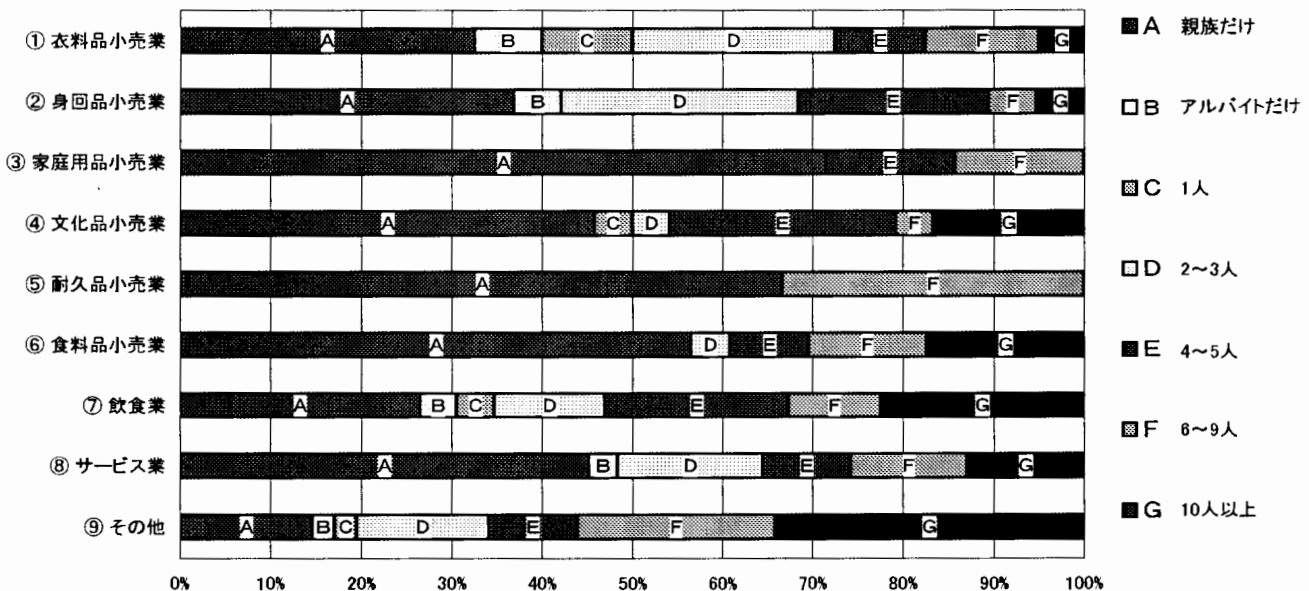


・店舗を所有している割合の高い業態は、「食料品小売業」65.2%、「サービス業」64.5%、「耐久品小売業」66.7%で、自己所有率が低い業態は、「飲食業」と「家庭用品小売業」でした。

(3)従業員数

		① 衣料品 小売業	② 身回品 小売業	③ 家庭用 品小売業	④ 文化品 小売業	⑤ 耐久品 小売業	⑥ 食料品 小売業	⑦ 飲食業	⑧ サービス 業	⑨ その他	合計
① 親族だけ	店舗数	13	7	5	11	2	13	13	14	6	84
	割合(%)	32.5%	36.8%	71.4%	45.8%	66.7%	56.5%	26.5%	45.2%	14.6%	35.4%
② アルバイトだけ	店舗数	3	1					2	1	1	8
	割合(%)	7.5%	5.3%					4.1%	3.2%	2.4%	3.4%
③ 1人	店舗数	4			1			2		1	8
	割合(%)	10.0%			4.2%			4.1%		2.4%	3.4%
④ 2～3人	店舗数	9	5		1		1	6	5	6	33
	割合(%)	22.5%	26.3%		4.2%		4.3%	12.3%	16.1%	14.6%	13.9%
⑤ 4～5人	店舗数	4	4	1	6		2	10	3	4	34
	割合(%)	10.0%	21.0%	14.3%	25.0%		8.6%	20.4%	9.7%	9.8%	14.3%
⑥ 6～9人	店舗数	5	1	1	1	1	3	5	4	9	30
	割合(%)	12.5%	5.3%	14.3%	4.2%	33.3%	13.0%	10.2%	12.9%	22.0%	12.7%
⑦ 10人以上	店舗数	2	1		4		4	11	4	14	40
	割合(%)	5.0%	5.3%		16.6%		17.4%	22.4%	12.9%	34.2%	16.9%
無回答	店舗数										0
	割合(%)										0
計	店舗数	40	19	7	24	3	23	49	31	41	237
	割合(%)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

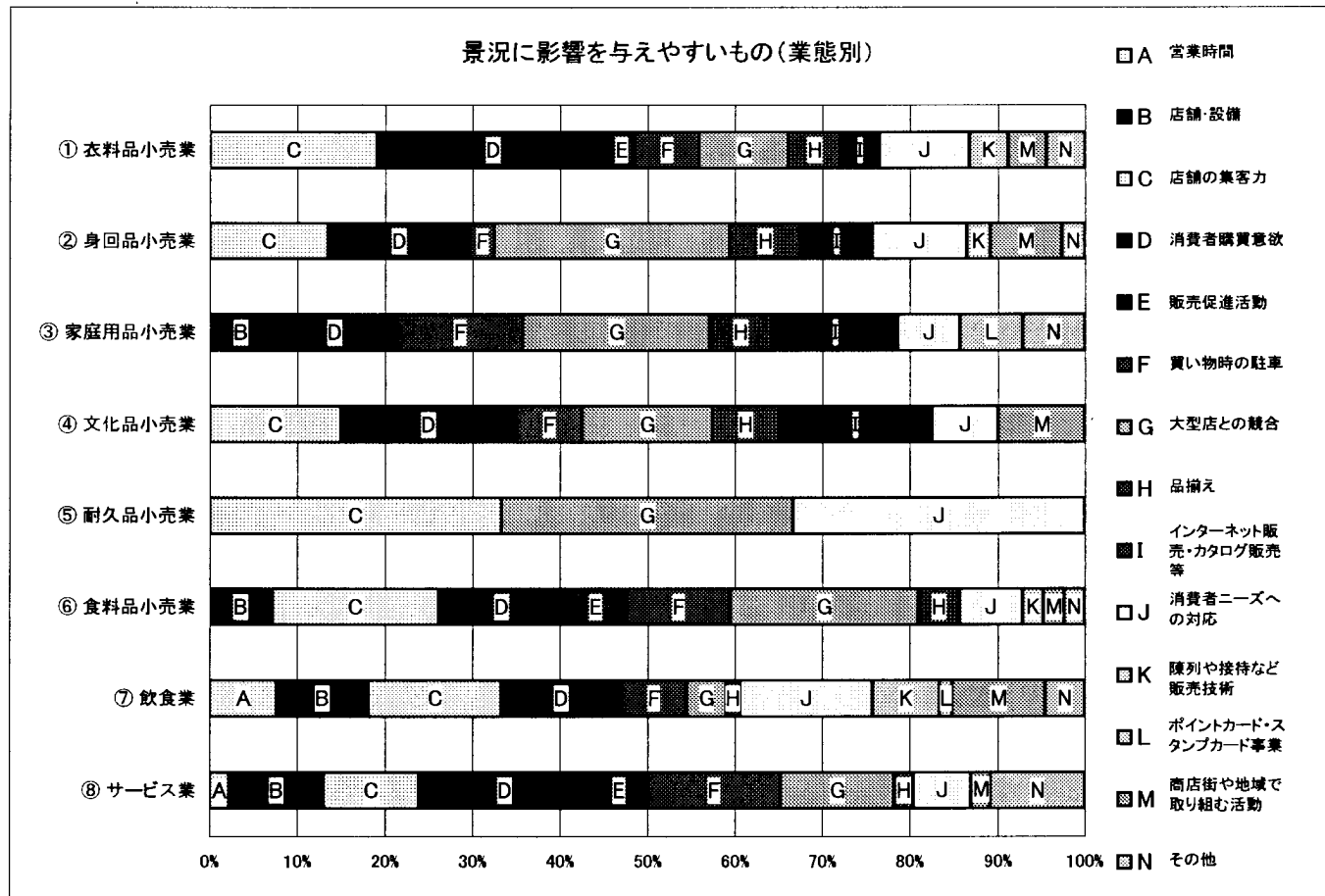
従業員数(業態別)



・業態別の従業員の状況については、親族だけの割合が高いのは、家庭用品小売業、耐久品小売業、低いのは飲食業で、小規模企業(従業員5人以下)が多いのは、身回品小売業でした。

(4) 景況に影響を与えやすいもの

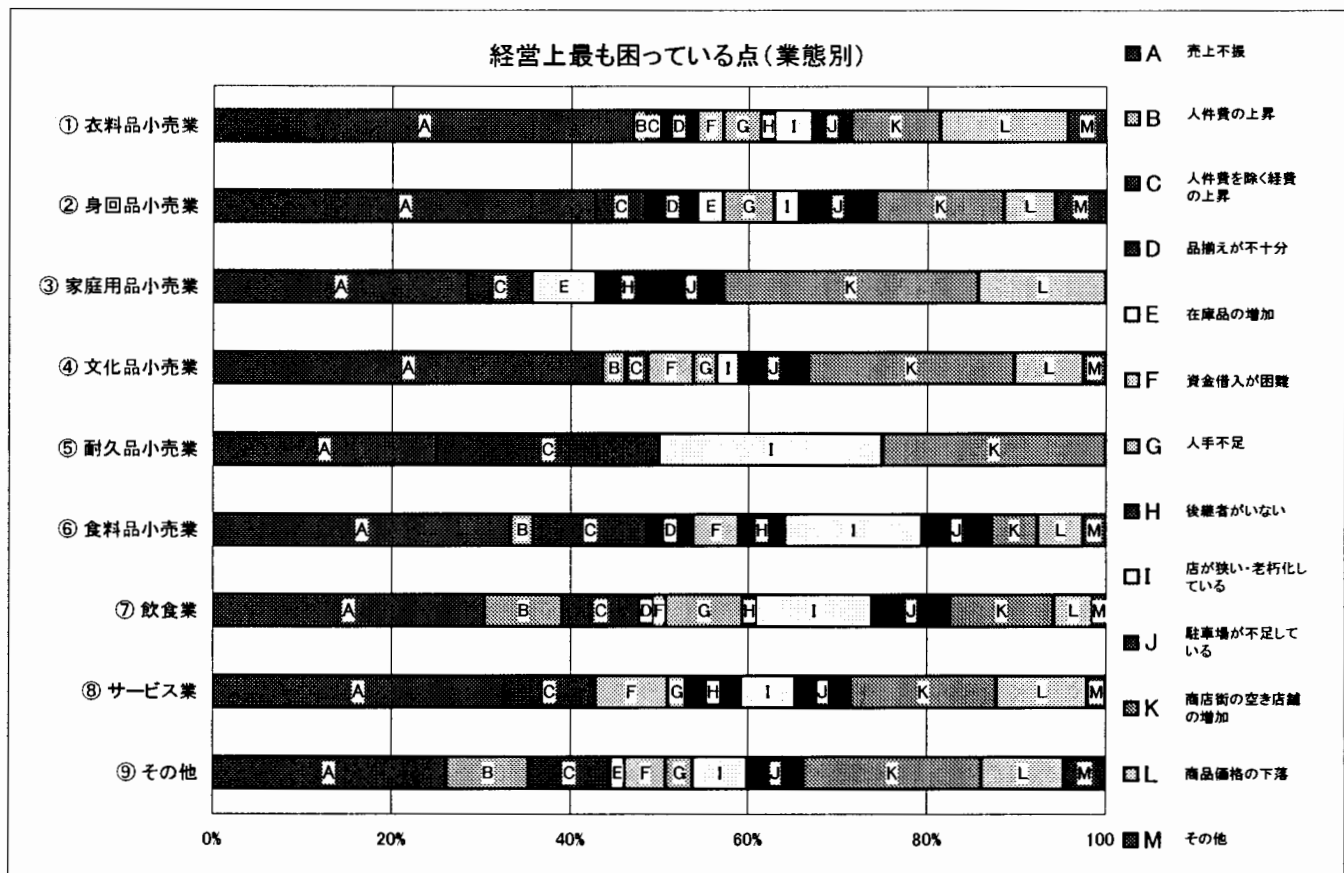
		① 衣料品 小売業	② 身回品 小売業	③ 家庭用 品小売業	④ 文化品 小売業	⑤ 耐久品 小売業	⑥ 食料品 小売業	⑦ 飲食業	⑧ サービス 業	⑨ その他	合計
① 営業時間	件数							5	1	3	9
	割合(%)							7.6%	2.2%	4.3%	2.3%
② 店舗・設備	件数			1			3	7	5	7	23
	割合(%)			7.1%			7.1%	10.6%	10.9%	10.2%	6.0%
③ 店舗の集客力	件数	13	5		6	1	8	10	5	12	60
	割合(%)	19.1%	13.5%		15.0%	33.3%	19.1%	15.2%	10.9%	17.4%	15.6%
④ 消費者購買意欲	件数	18	6	2	8		6	9	9	15	73
	割合(%)	26.5%	16.2%	14.3%	20.0%		14.3%	13.6%	19.5%	21.8%	19.0%
⑤ 販売促進活動	件数	2					3		3	3	11
	割合(%)	2.9%					7.1%		6.5%	4.3%	2.9%
⑥ 買い物時の駐車場	件数	5	1	2	3		5	5	7	4	32
	割合(%)	7.4%	2.7%	14.3%	7.5%		11.9%	7.6%	15.2%	5.8%	8.3%
⑦ 大型店との競合	件数	7	10	3	6	1	9	3	6	6	51
	割合(%)	10.3%	27.1%	21.5%	15.0%	33.3%	21.4%	4.5%	13.0%	8.7%	13.2%
⑧ 品揃え	件数	4	3	1	3		2	1	1	3	18
	割合(%)	5.9%	8.1%	7.1%	7.5%		4.8%	1.5%	2.2%	4.3%	4.7%
⑨ インターネット販売・ カタログ販売等	件数	3	3	2	7					3	18
	割合(%)	4.4%	8.1%	14.3%	17.5%					4.3%	4.7%
⑩ 消費者ニーズへの 対応	件数	7	4	1	3	1	3	10	3	4	36
	割合(%)	10.3%	10.8%	7.1%	7.5%	33.4%	7.1%	15.2%	6.5%	5.8%	9.4%
⑪ 陳列や接待など販 売技術	件数	3	1				1	5		1	11
	割合(%)	4.4%	2.7%				2.4%	7.6%		1.5%	2.9%
⑫ ポイントカード・スタ ンプカード事業	件数			1				1			2
	割合(%)			7.1%				1.5%			0.5%
⑬ 商店街や地域で取 り組む活動	件数	3	3		4		1	7	1	4	23
	割合(%)	4.4%	8.1%		10.0%		2.4%	10.6%	2.2%	5.8%	6.0%
⑭ その他	件数	3	1	1			1	3	5	4	18
	割合(%)	4.4%	2.7%	7.2%			2.4%	4.5%	10.9%	5.8%	4.7%
計	件数	68	37	14	40	3	42	66	46	69	385
	割合(%)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



・景況に影響を与えやすいものについて、消費者購買意欲を挙げていますが、「衣料品小売業」、「サービス業」で、大型店との競合を挙げているのが「身回品小売業」、「家庭用品小売業」、「食料品小売業」です。また、「飲食業」では、店舗の集客力と消費者ニーズへの対応を挙げています。

(5) 経営上最も困っている点

		① 衣料品 小売業	② 身回品 小売業	③ 家庭用 品小売業	④ 文化品 小売業	⑤ 耐久品 小売業	⑥ 食料品 小売業	⑦ 飲食業	⑧ サービス 業	⑨ その他	合計
① 売上不振	件数	33	15	4	17	1	13	21	16	17	137
	割合(%)	47.1%	42.9%	28.6%	43.5%	25.0%	33.4%	30.4%	32.7%	26.2%	35.7%
② 人件費の上昇	件数	1			1		1	6		6	15
	割合(%)	1.4%			2.6%		2.6%	8.7%		9.2%	3.9%
③ 人件費を除く経費の上昇	件数	1	2	1	1	1	5	6	5	6	28
	割合(%)	1.4%	5.7%	7.1%	2.6%	25.0%	12.8%	8.7%	10.2%	9.2%	7.3%
④ 品揃えが不十分	件数	3	2				2	1			8
	割合(%)	4.3%	5.7%				5.1%	1.4%			2.1%
⑤ 在庫品の増加	件数		1	1						1	3
	割合(%)		2.9%	7.1%						1.5%	0.8%
⑥ 資金借入が困難	件数	2			2		2	1	4	3	14
	割合(%)	2.9%			5.1%		5.1%	1.5%	8.2%	4.6%	3.6%
⑦ 人手不足	件数	3	2		1			6	1	2	15
	割合(%)	4.3%	5.7%		2.6%			8.7%	2.0%	3.1%	3.9%
⑧ 後継者がいない	件数	1		1			2	1	3		8
	割合(%)	1.4%		7.1%			5.1%	1.5%	6.1%		2.1%
⑨ 店が狭い・老朽化している	件数	3	1		1	1	6	9	3	4	28
	割合(%)	4.3%	2.8%		2.6%	25.0%	15.4%	13.0%	6.1%	6.2%	7.3%
⑩ 駐車場の不足している	件数	3	3	1	3		3	6	3	4	26
	割合(%)	4.3%	8.6%	7.2%	7.7%		7.7%	8.7%	6.1%	6.2%	6.8%
⑪ 商店街の空き店舗の増加	件数	7	5	4	9	1	2	8	8	13	57
	割合(%)	10.0%	14.3%	28.6%	23.0%	25.0%	5.1%	11.6%	16.3%	20.0%	14.8%
⑫ 商品価格の下落	件数	10	2	2	3		2	3	5	6	33
	割合(%)	14.3%	5.7%	14.3%	7.7%		5.1%	4.3%	10.2%	9.2%	8.6%
⑬ その他	件数	3	2		1		1	1	1	3	12
	割合(%)	4.3%	5.7%		2.6%		2.6%	1.5%	2.1%	4.6%	3.1%
計	件数	70	35	14	39	4	39	69	49	65	384
	割合(%)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

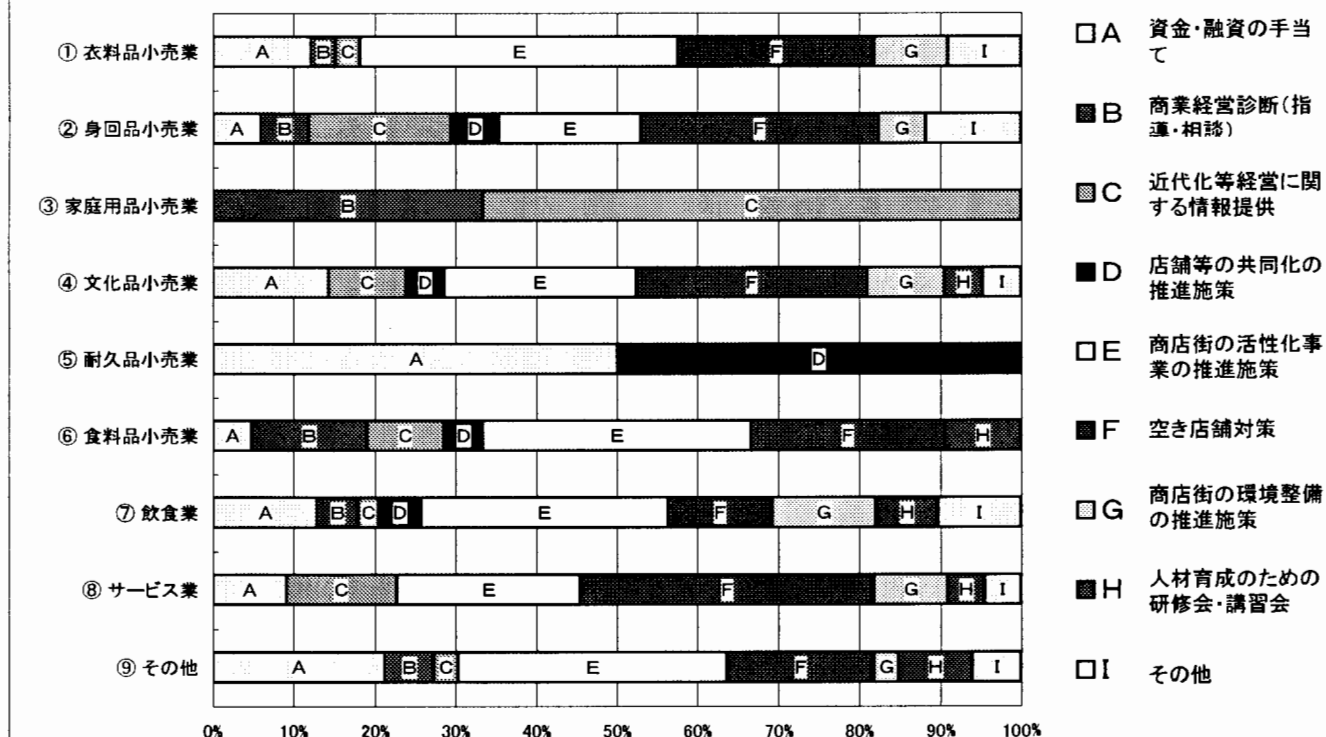


・どの業態においても、売上不振を第1位に挙げています。特に「衣料品小売業」、「身回品小売業」、「文化品小売業」で割合が高いです。
 ・2番目として、店の老朽化を挙げているのが「食料品小売業」と「飲食業」です。商店街の空き店舗の増加を挙げているのが「身回品小売業」と「家庭用品小売業」、「文化品小売業」です。
 ・「衣料品小売業」は、2番目に商品価格の下落を挙げています。

(6) 商業、サービス業の振興に必要なもの

		① 衣料品 小売業	② 身回品 小売業	③ 家庭用 品小売業	④ 文化品 小売業	⑤ 耐久品 小売業	⑥ 食料品 小売業	⑦ 飲食業	⑧ サービス 業	⑨ その他	合計
① 資金・融資の手当て	件数	4	1		3	1	1	5	2	7	24
	割合(%)	12.1%	5.9%		14.3%	50.0%	4.8%	12.8%	9.1%	21.2%	12.6%
② 商業経営診断(指導・相談)	件数	1	1	1			3	2		2	10
	割合(%)	3.0%	5.9%	33.3%			14.3%	5.1%		6.1%	5.2%
③ 近代化等経営に関する情報提供	件数	1	3	2	2		2	1	3	1	15
	割合(%)	3.0%	17.6%	66.7%	9.5%		9.5%	2.6%	13.7%	3.0%	7.9%
④ 店舗等の共同化の推進施策	件数		1		1	1	1	2			6
	割合(%)		5.9%		4.8%	50.0%	4.8%	5.1%			3.1%
⑤ 商店街の活性化事業の推進施策	件数	13	3		5		7	12	5	11	56
	割合(%)	39.4%	17.6%		23.8%		33.3%	30.8%	22.7%	33.3%	29.3%
⑥ 空き店舗対策	件数	8	5		6		5	5	8	6	43
	割合(%)	24.3%	29.4%		28.5%		23.8%	12.8%	36.4%	18.2%	22.5%
⑦ 商店街の環境整備の推進施策	件数	3	1		2			5	2	1	14
	割合(%)	9.1%	5.9%		9.5%			12.8%	9.1%	3.0%	7.3%
⑧ 人材育成のための研修会・講習会	件数				1		2	3	1	3	10
	割合(%)				4.8%		9.5%	7.7%	4.5%	9.1%	5.2%
⑨ その他	件数	3	2		1			4	1	2	13
	割合(%)	9.1%	11.8%		4.8%			10.3%	4.5%	6.1%	6.8%
計	件数	33	17	3	21	2	21	39	22	33	191
	割合(%)	100.1%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

商業、サービス業の振興に必要なもの(業態別)



・商業、サービス業の振興に必要なものとして、1番に商店街活性化を挙げたのは、「衣料品小売業」、「食料品小売業」、「飲食業」です。1番に空き店舗対策を挙げたのは「身回品小売業」、「文化品小売業」、「サービス業」です。

6. 市への提案等(制度融資)

問9-D. 帯広市の融資制度への希望がありましたらご記入ください。

下記の内容については、調査票に記載されていた事項を項目ごとに分類しまとめたものです。基本的考え方や今後の方針については市の考え方等について参考として追記したものです。

項目	内容	基本的な考え方と現在までの経過(現状)	今後の方針や具体的計画等
保証制度	・国、道、市が保証協会的なものを作りそこを通じて融資してもらおうと借りやすい	・新たな枠組み、関係機関との連携は様々な機会を通して検討を続けていきます。	・市の制度融資には、一部の資金において保証料の補給により利用促進を図っております。単独の保証制度の創設については、厳しい環境でありますが様々な角度から検討を続けています。
	・中小企業が現況でも借りやすくなる保証制度を考えてほしい	・一定要件に基づき、無担保無保証人制度による融資が可能です。	・保証残高なし、租税の売却、決算における利益の確保等が要件となっています。
	・無担保無保証	・一定の認定要件のもと信用保証協会の活用により対応が可能です。	・市の小企業資金等一部の資金で保証料の補給を行っています。
	・保証人制度はやめてほしい	・現行金利については、固定金利1%台で推移しており、資金によっては1%の政策金利もあります。他の公的融資より低利となっております。	・利用される事業者のニーズ把握に努めながら、引き続き低利で利用しやすい制度の運営を図っていきます。
利率の軽減	・利率を下げてほしい		
	・無利子なら借りたい		
	・銀行などの調査が厳しすぎる		
審査・手続きの緩和	・審査の緩和	・制度融資利用にかかる申請手続きについては、簡素化に努めているところですが、一定の融資内容の確認は必要でありご理解をお願いします。	・引き続き、関係機関との連携を図りながら、その合理性について見直しを行い利便性向上に努めていきます。
	・手続きが面倒		
	・融資枠の増、制度の制約緩和	・時代と共に変遷する事業者のニーズを把握しながら、効果的資金となるよう資金の見直しを行っています。	・関係機関との連携・情報交換を密にしの的確な対応に努めていきます。
融資制度の拡大	・風俗営業にも厳格な審査のもと融資の道を開くべき	・公的融資資金のため、運用にあたっては広く理解の得られる内容が求められています。	・信用保証協会の保証対象企業との整合性を勘案しつつ、慎重に考えていきたいと考えています。
	・融資施設設置資金貸付を受けたい	・中小企業者の事業活動にかかる設備として、設備資金での対応が可能です。	・店舗環境の改善は効果的投資であると考えており、活用をお勧めします。
	・中心街活性化特別融資の創設	・設備、運転資金のほか、新製品開発資金、新事業進出資金等資金のなかで、支援に努めているところです。	・融資制度にとどまらず、TMO事業にかかる補助金の活用を含め複合的支援に努めていきます。
	・後継者が新しいことに挑戦する時など特に夢と希望がかなえられるように後押しをお願いしたい	・今年度より新たに、新事業に進出しようとする事業者やベンチャー企業に対する支援制度を創設しました。	・事業計画等にかかる補助や事業展開にかかる融資が可能となりますので、積極的な挑戦を期待しています。
PR活動	・よくわからない 宣伝してほしい	・広報おびひろ、市のホームページ、事業団体に対するダイレクトメール、金融機関にパンフレットの設置等周知に努めております。	・引き続き、様々な機会を通し広く周知に努めてまいります。

7. 市への提案等(まちづくり等)

問16. その他市に対する提案等がありましたらご記入ください

下記の内容については、調査票に記載されている事項を項目ごとに分類しまとめたものです。基本的な考え方方や方針については市の考え方等について参考として追記したものです。

市への提案等		市の考え方等(参考)	
項目	内容	基本的な考え方と現在までの経過(現状)	今後の方針や具体的計画等
中心市街地に対する考え方	・中心市街地はどうかあるべきか大きな基準になるものが定まってい ・中心市街地の未来像を言葉にすべき ・近い将来の人口減も含めた市の商業施策、中心街のあり方に対する姿勢を早く示してほしい ・街の将来を考える ・まちづくりに対して未来の姿が全くイメージできない ・17万市民への行政と考える5〜6万の3ブロックがあり、そのブロックへの対応という形で対処してほしい ・駅前、土地利用、都市計画の方向性が理解できない ・現状の街をどのような街にするのか行政が街づくりの基本を示すべき時 ・魅力ある街並みの形成 ・中心部の商店街に魅力がありますか、本音で中心部の方々と語ってください ・高齢化社会、人口減少を考えると、分散の方向ではなく集中することで利便性の向上や経費の削減などが図られると思います ・中心部活性化対策にはなるべく時間をかけないほしい ・中心部に人を集めることが重要	・車社会の進展とそれに伴う大型商業施設の郊外展開等により、中心市街地の空洞化が深刻な状況にあります。 ・こうした背景のなかで、中心市街地の再生を図るため、施設整備等の社会資源を生かしての整備を進めつつ、商業等の活性化を図り、効果的な中心市街地活性化を目指すため、平成12年に「帯広市中心市街地活性化基本計画」を策定しました。 ・また、平成15年には、帯広市が目指すまちづくりの将来像、基本方向など都市計画に関する基本的な方針を示すことを目的に「帯広市都市計画マスタープラン」を策定しております。 ・これまで、都市化の進展による市街地の拡大を背景に、行政が主体となった都市施設の量的な整備が求められてきましたが、今後は、一定の水準に達した市街地環境を基本に、身近な生活環境の質的向上を目指したまちづくりや地域コミュニティづくりを市民と行政が協働して進めるもの	・市街地における都市機能の集約いわゆるコンパクトなまちづくりや快適な空間づくりを進めるのと併せ商業の活性化の観点から中心市街地を総合的に捉え全体として賑わいをもたらすための魅力向上を図るものです。 ・「均一型の都市づくり」から「メリハリのあるまちづくり」への転換、「拡大型の都市づくり」から「既存活用型のまちづくり」へ転換するとともに、地域特性を高めるものです。 ・中心市街地の活性化を図るためには、商業の活性化は、もちろん、高齢者向けの施設やコミュニティ施設をはじめ福祉機能や生涯学習機能など多様な機能の参入を促進し賑わいを生み出すことが必要と考えます。そのためには、市民協働の理念によって「まちづくり」の取り組みを継続的に実施していくことが必要と考えます。
大型店関連	・これ以上の大型商業施設は設けられない ・大型店や本州資本の出店を抑制してほしい ・人口減なのに郊外に大型店が出すぎ ・大企業を帯広に留めておくこと	・「まちづくり三法(「中心市街地活性化法」・「改正都市計画法」・「大規模小売店舗立地法」)が平成10年から12年にかけて整備され、中心市街地の衰退に歯止めをかけることが期待されましたが、現実的には十分な成果を上げることができず、全国から見直しに關しての要望が出されております。	・国において、中心市街地の再生に向けた「都市計画法」の改正案を検討しているほか、市街地の空洞化を防ぎ、商業活性化を促す「中心市街地活性化法」の改正案及び「大規模小売店舗立地法」の特例について検討しておりますので、この動向を見ながら地方自治体としてできることを検討していきたいと考えています。
空き地・空き店舗対策	・ヨーカーロードへのテナント誘致(人が集まる施設、2階がジムなど) ・ヨーカーロードをうまく活用してほしい ・ヨーカーロード、かじのビル、テミス、ホシビルなどを含めた空き店舗対策 ・旧ヨーカービルを定期的にイベントで利用しては ・中心街に近い空き地などの利用 ・行政が積極的に空き地・空き店舗対策に取り組んでほしい ・食料品店がなくなったような市街地の空き店舗が少なくなった ・旧ヨーカービルがうまくなってほしい ・ヨーカーロードに店舗がいればいいと思う ・ヨーカーロードをなんとかしてほしい	・空き店舗、空き地等は、商業地としての魅力を低下や来客数を減少させ、そのことが他の店舗の経営を悪化させ、空き店舗が空き店舗を呼ぶ悪循環を生じるものにもなっています。現在まで、空き店舗に新たな店舗が開設するなど入れ替わりはありますが、新たな空き店舗が生まれるなど、空き店舗は減少傾向にありません。 ・市としては、これまでも、商店街が実施する空き店舗対策への支援、TMOが行う空き店舗対策に支援を行っております。 ・ヨーカーロードの活用は中心市街地における重要な課題と認識しています。	・空き地、空き店舗対策については、今後も商店街として継続した取り組み、活性化へ効果などを見極めながら支援していくとともに、空き地における開発やTMO事業として空き店舗における新規開業を支援してきます。また、町屋居住事業等TMO事業における支援も行います。 ・ヨーカーロードビルについては、TMO事業による再開店への取り組みを支援していきます。
	・ビルの家賃を行政が仲介し、下げるべき。空きビルにしておくのがちつたない。家賃が下がればすぐ入居する ・テナント料を安くするために行政側も協力を	・テナントの入居者によって家賃の負担は大きなものがあることが、今回の実態調査でも意見として出ており、空き店舗解消のため地権者の方々の協力を得ることが重要と考えております。	・空き店舗、空き地の現状についての調査と併せて、今後、地権者、所有者への意向調査も実施したいと考えております。

下記の内容については、調査票に記載されていた事項を項目ごとに分類しまとめたものです。基本的な考え方の方針については市の考え方等については参考として追記したものです。

市への提案等	
項目	内容
商店街等の環境	・広小路をもっと明るくきれいに ・アーケードは古いだけでなく危険なのが問題
	・駅周辺の照明が暗い
	・中心部のバリアフリー化 ・老夫婦が生活できる環境作り（車が運転できなくなっても買い物ができる）
	・ロードヒーティング費用の無料化 ・除雪の配慮 ・街中、仲通等の排雪をお願いします
	・大空の南側出入口早く開けてほしい ・大空公営住宅の整備（居住人口の促進） ・団地の活性化のためにも大空小中学校の存続を望む（なくなる話がある）
	・郊外の商店街へ目をつけるように

市の考え方等（参考）	
基本的な考え方と現在までの経過（現状）	今後の方針や具体的計画等
・アーケードは老朽化し、錆びや破損が見られます。平成17年度に商店街が市の補助を受けてアーケードの劣化度調査を実施しました。	・劣化度調査結果を踏まえ、今後商店街でアーケードの維持管理やあり方について検討されますので、当面は商店街の動きを注視していきたいと考えています。
・駅周辺の照明については、絵画的な景色を具せることをコンセプトに、不快なまぶしさを全く与えない安全で優しい照明を意図としてデザインされたものです。	・バリアフリーの観点から公共空間の照度指針（道路の移動円滑化整備ガイドライン）が示されており、平成17年度市において南北交通広場の照度測定を行い、今後の対応を検討しているところです。
・本格化する高齢化社会に向けて、中心市街地のなご一層のバリアフリー化が必要と考えています。	・西二条通や地下駐車場、バス待合所など新たな施設はバリアフリー化されていますが、中心市街地のバリアフリー化は行政だけではなく地域全体の取り組みが必要と考えておりますので、今後商店街の皆様と共に中心部のバリアフリーのあり方について考えていきたいと思います。
・ロードヒーティングについては、設置当初から設置者である商店街の負担としてきましたが、平成11年度から維持費の1/3を市が補助しています。 ・従来から、街中及び仲通等の除排雪には、十分留意しながら進めており、また交差点や横断歩道につきましても人除雪に力を入れています。	・ロードヒーティングについては、商店街活性化にかかわる総合的な支援のなかでそのありかたを今後検討していきます。また、今後の現状の除雪、排雪方針を継続していくほか、国で実施していますボランティアサポート事業や将来的には、町内会を対象とした除雪パートナーシップなども参考にしながら進めてまいります。
・大空団地南側出入口については、新設予定箇所を平成17年度に状況調査を行い開口部新設について検討していますが、橋梁の架け替え、接続道路の整備等で多大な費用を必要とし、関係する町内会に対して理解を得る事業化を進めなければなりません。 ・大空団地内の市営住宅は、昭和40年代に建設したものが多く老朽化が進んでいます。平成13年度から建て替え整備に着手しており、大空公園北側の街区に6棟72戸の整備を実施しました。 ・現段階において市内小中学校の具体的な統廃合の話はありません。	・大空団地南側出入口については、次期総合計画（平成22年度～）を目前に財源確保の検討をし、地域住民の皆様のご意見を伺いながら事業化に向けていきたいと考えています。 ・大空団地の整備については、平成15年度に策定した「帯広市公共賃貸住宅ストック総合活用計画」に基づき建て替えと改修を組み合わせた計画を再整備していくこととしています。 ・今後、小中学校の配置につきましては、適正配置等の基本方針を策定し、その方針の基本的な考え方に則って市内の学校の適正配置を行っていきます。
・商店街の活性化への取り組みについては、帯広市商店街振興組合連合会に加盟されている各商店街へ1箇所500円を限度に一律補助を行ってきました。平成17年度には、中心部において実施している合同事業などの取り組みに対し支援を行っております。	・既存の事業にとらわれず、商店街の活性化につながるような事業に対して支援を行ってきたいと考えておりますので、中心部あるいは郊外部にかかわらず、これらも既存事業の見直しや新たな事業の検討等、各商店街の積極的な取り組みを期待しております。

下記の内容については、調査票に記載されていた事項を項目ごとに分類しまとめたものです。基本的な考え方や方針については市の考え方等について参考として追記したものです。

市への提案等		市の方針や具体的計画等	
項目	内容	市での考え方等 (参考)	今後の方針や具体的計画等
駐車場関連	・市営中央駐車場の無料化 ・中心部駐車場の無料化 ・既存の駐車場も最初の30分無料化に	・市営駐車場では、利用者の平等な利用が前提でありますことから無料化については難しいと考えております。なお、これまで、24時間ごとの料金上限設定や最初の30分無料化など利用しやすい料金体系等の改正を行ってきた。 ・中心部の民間駐車場においては、共通駐車券事業への参加など来街者へのサービスも実施してきたところでありますが、無料化については経費負担の面から厳しい環境にあると思われれます。	・市営駐車場においては、道路交通の円滑化と来街者の利便を図ることを目的としており、無料化以外の料金体系について中心市街地の活性化と駐車場の収益性の両方の観点から検討していくものです。
	・店舗前駐車を可としてほしい ・店舗前に駐車場があればいい ・土、日の駐車禁止をはずす ・現在の駐車禁止の取り締まりは不公平さを感じる ・通行量の少ないところなどにパーキングメーターの設置 ・パーキングメーターを作る	・例えば駐車禁止にかかわることであれば、その場所、規制あるいは緩和の方法等具体的な提案ではないので一概には考え方を示すことは難しいですが、規制においても緩和においても道路構造上の問題やまた人の立場によって異解がある場合もあり、その必要性や多くの住民が望んでいることかどうかを判断しなければならぬと考えております。	・中心市街地の活性化には、今回の実態調査で出されまして多くの商業者の生の声からすると駐車場の確保よりも商店街活性化事業や空き店舗対策を優先に考えられていると判断しております。 ・公共性や必要性、その効果等を検討し具体的なものについて、関係機関と協議を行っていきたいと考えております。
税・公共料金	・平日の市役所南側駐車場の開放	・中心市街地の活性化策支援として、平成11年度から土日祝日において一般開放を行ってきたところで、駐車可能台数は220台ですが、平日の利用実態は1日1000台程度あり、繁忙期には駐車待ちが発生しています。	・利用実態を増えた場合、実行されるお客様のご迷惑になる可能性が高いことから従来どおりの利用形態を継続していく考えです。
	・市の固定資産評価を下げて、貸店舗を借りやすくしてほしい ・固定資産税が高いから家賃も高い ・固定資産税の軽減 ・固定資産税の軽減 ・固定資産税が高すぎる ・市として固定資産税を安くして家賃を下げさせてほしい、市として商業者を保護する手立てができないか ・駐車場の枠は住宅なみに	・固定資産税の評価面は地方税法によりましますことから、市独自の手法はありません。 ・商業地等の負担水準が7割～6割の土地につきましては条例化を行うことにより減額は可能ですが、この制度は、平成16、17年度の期限立法のため、今後の税制改正の行方を見極める必要があります。	・今後の税制改正により、現在の商業地域等の条例減額制度が今年度同様継続した場合、本市財政状況から条例化は極めて困難であると考えています。
規制の強化と緩和	・水道料を下げてほしい	・上下水道料金については、使用水量にかかわらず負担していただく基本料金と使用量に応じて負担していただく従量料金からなっています。 ・比較的上下水道の使用の多い飲食店で2ヶ月で150㎡の上下水道を使用した場合、基本料金(20㎡/2ヶ月)6,720円、基本水量を超えた従量料金では65,205円の料金がかかります。	・皆様の負担を少しでも軽減するため、事務の買直しによる経費の節減や低金利への借換え等も行っていきます。 ・今後も安面度安心して上下水道をご利用いただけるよう努力してまいりますのでご理解をお願いいたします。
	・多目的広場のテナントは金がかかる	・大型テナントの設置には、車両や多数の人員が必要であり、設置委託費用も安くない現状にあり、商店街からは大型テナント常設の要望があります。	・安全面や多目的広場で実施されるイベントの多様性から大型テナントの常設は困難とされており、商店街のイベントの開催方法やテナントの設置方法の効率化によって、少しでも商店街の負担が軽くなるよう配慮してきたいと考えています。
	・商店街として歩道を使わせてほしい ・地域ごとの個性化や役割分担を考えた対応が必要、規制の緩和と強化を適切に行う	・国土交通省では、地域の活性化や都市における賑わいの創出等の観点から弾力的な判断を行うため、道路占用の許可基準が設けられ、道路管理者として路上イベント等の支援を行っています。 ・警察庁においても民間事業者等による経済活動に伴う道路使用許可の取り扱いとしては、直ちに否定的な判断をすることなく、交通への影響度合い、公益性の程度、地域住民や道路利用者等の合意形成の状況等を総合的に判断し判断することになっております。	・今年、平原通において、中心部活性化協議会が主体となり、土木現業所、警察署との協議の結果、テーブル、イスの設置に対し許可が出て、賑わいつくりの一つのケースが誕生しました。 ・今後も等々の商業活動や車両や歩行者の通行に支障が生じる場合は許可の対象とはなりません、道路を利用した地域活動に対しては、各関係機関と具体的な協議を行い、賑わいつくりに、活性化を目的に実施するためのお手伝いをしたいと考えています。

下記の内容については、調査票に記載されていた事項を項目ごとに分類しまとめたものです。基本的な考え方や方針については市の考え方等について参考として追記したものです。

市への提案等	
項目	内容
	・チェーン店は商店街に加入しない（負担金を払わない）東京都のように条例で規制してほしい ・ポイ捨てされたままの吸殻について観光客からいわれるので規制又は指導してほしい
少子化対策	・人口増加（少子化対策） ・少子化対策及び人口増への施策
大学誘致	・大学の誘致
観光	・氷まつりを十勝川の河川敷でも実施してはどうか
	・駐輪場等に防犯カメラ設置できないか
道路・交通	・バス交通の利便性
	・人件費を抑えて民間なりに、民間へもっと仕事を ・役所の人を減らしてください
市の予算及び職員関連	・税金の使い方（歳入の内容）が長期的視野を持ち、哲学を持ち、時代に合致した内容になることを期待します
	・市や市民のために考えて、即行動できる人材づくりが一番大切 ・中心的人物が必要 ・市職員の能力向上

市の考え方等（参考）	
基本的な考え方と現在までの経過（現状）	今後の方針や具体的計画等
・商店街事業の運営には自主財源の確保が大前提であると考えます。地元商店街組織への加入促進の取り組みは世田谷区をはじめ東京都内の各自治体では取り組みが進められています。また、条例の制定でどの程度効果があるかについて他の自治体の状況を把握する必要がありと考えています。 ・ポイ捨て禁止についても、上記同様の考え方です。 ・「安心して子供を産み育てやすい環境づくり」として保幼施設の拡充等の施策を進めてきました。平成17年度からは、緑ヶ丘商店街の空き店舗を活用して児童発達センターを設置するなど、地域事業者の皆様と連携した取り組みを進めております。 ・18歳人口の減少や大学間競争など厳しい状況の中で、皆大との連携を考慮しながら、公私協力方式（大学誘致）による新大学の実現を目指し取り組んでおります。 ・雪像づくりに必要な雪の堆積場所の確保、氷作りに必要な水道利用が可能であること、イベントに必要な会場の確保、市内中心部から移動に時間を要しないことなどから緑ヶ丘公園一体を会場として開催しております。 ・市管理駐輪場でも盗難届けがあり、警察署と協議し、警察官のパトロールを強化していただいております。市職員もパトロールを行っています。また警察署と防犯協会で作成したシールを駐輪場の柱などに貼付しています。 ・公共交通を取り巻く環境は利用者数の大幅な減少など非常に厳しい状況にあります。市民の円滑な社会活動をサポートするには、今後も乗り合いバス事業を中心とした公共交通がその役割を担っていく必要があるものと考えます。 ・しかし、公共交通利用の中心的存在である高齢者や学生等のニーズにきめ細かく対応するには、これまでの路線バスだけではなくそれを補完する新たな公共交通システムが必要であると考えます。 ・第2次行財政改革の基本的な視点として、「効率的な行政運営」を掲げており、民間活力の導入や人件費の抑制の抑制に取り組んでいます。 ・本市では、現在、平成12～21年度の10年間を期間とする第五期総合計画を策定し計画的なまちづくりを進めてきております。 ・職員の資質向上については、これまでも職員研修計画を定めるなかで取り組んできましたが、地方分権の進展や市民協働のまちづくりの要請などを踏まえ、より主体的な取り組みとするため、「人材育成基本方針」を策定しているところです。	・今後、条例を制定した自治体における商店街の環境等に差があると思われることから、その効果等について研究したいと考えています。 ・今年度からスタートした「帯広市子どもプラン」に基づき環境づくりに取り組んでいきます。育児休業制度等子どもをもつ家庭が働きやすい環境づくりにご協力を願っています。 ・なお、子どもプランにつきましても、本市ホームページに掲載しているほか、ご要望に応じ資料の配布、説明会の開催等をさせていただきます。 ・左記のとおり、今後引き続き、新大学の実現を目指し取り組んでいきます。 ・十勝川の河川敷は、雪像や氷像の作成から展示まで長期の24時間警備体制が必要なこと、バスによる輸送路の確保などの問題から現在地での開催を継続していきたいと考えています。 ・市が、防犯カメラを設置することについては、設置、維持経費面、プライバシー保護などの面から現在のところ考えていません。 ・本市の財政状況、交通事業者の厳しい経営状況等を考えると全体的に公共交通のサービスをレベルアップさせることは困難であり、今後のバス路線を可能な限り集約し、需要と供給のバランスを考慮しながらサービスレベルの向上を図ることを基本として全体的な公共交通の再編を進めていくものです。 ・人件費については、平成18年度も本給の独自削減を実施するとともに、引き続き職員給与の適正化を図るものであります。また公の施設については、今後とも指定管理者の導入を図るとともに、ごみ収集業務など、公共性の確保に配慮しながら民間活力の導入拡大を推進するものです。 ・毎年、市民意向調査を実施し、総合計画事業の政策・施策評価を行いながら、成果重視による事業の選択と集中を行い、効率的・効果的な行政運営に努めてまいります。 ・左記「人材育成基本方針」に基づき、職員研修、職場環境整備、人事管理の各分野において連携した取り組みを進めるものです。



帯広市商業経営実態調査票

帯 広 市

1. お店についてお伺いします。(下記に記入をお願いします。)

屋 号		店 舗 所 在 地			
事業主(店長)名		年 齢	歳		
企 業 形 態	① 個人 ② 法人	所属商店街名			
創 業 年	明・大・昭・平 年	現在地開業年	明・大・昭・平 年		
店 舗 と 住 宅	① 同一である ② 住宅は他所にある				
店 舗 の 所 有	自己所有・借家(店子)	店舗面積(坪、畳、㎡どれでも結構です)			

2. お店の賃料についてお伺いします。(店子の方)

A 賃料はいくらですか

月 円

B 賃料は、どうですか

①高いと思う ②妥当だと思う ③安いと思う 番号を記入

3. お店で取り扱っている商品または業態はなんですか

衣料品、靴、医薬品、書籍、セトモノ、金物など記入してください。また、サービス業については、理美容業、クリーニング業などと記入して下さい。

4. お店で働いている人は何人ですか。

親族

人

従業員

人

アルバイト

人

5. 後継者についてお伺いします。 番号を記入

- ① 自分(経営者)が若いのでまだ考えていない
② 後継者が決まっている
③ 子供に継ぐ意思がない
④ 後継者がいない
⑤ 継がせたくない ----- その理由は(いずれかに○印)
⑥ その他 ()

- ・ 仕事に楽しさがない
- ・ 収入が不安定である
- ・ 将来性がない
- ・ 自分一代限りの商売と思っている
- ・ その他 ()

6. 最近の景況（売上、利益、来客数など）はどうですか。

--

7. 一般的に、景況に影響を与えやすいものにはどのようなものが考えられますか。

番号を記入（2 つまで）

- | | |
|---------------------|---------------------|
| ① 営業時間 | ② 店舗・設備 |
| ③ 店舗の集客力 | ④ 消費者購買意欲 |
| ⑤ 販売促進活動 | ⑥ 買い物時の駐車場 |
| ⑦ 大型店との競合 | ⑧ 品揃え |
| ⑨ インターネット販売・カタログ販売等 | ⑩ 消費者ニーズへの対応 |
| ⑪ 陳列や接待など販売技術 | ⑫ ポイントカード・スタンプカード事業 |
| ⑬ 商店街や地域で取り組む活動 | |
| ⑭ その他（ | ） |

8. 経営上、もっとも困っている点はどれですか。 番号を記入（2 つまで）

- | | | | |
|--------------|----------------|---------------|--------|
| ① 売上不振 | ② 人件費の上昇 | ③ 人件費を除く経費の上昇 | |
| ④ 品揃えが不十分 | ⑤ 在庫品の増加 | ⑥ 資金借入が困難 | ⑦ 人手不足 |
| ⑧ 後継者がいない | ⑨ 店が狭い・老朽化している | ⑩ 駐車場が不足している | |
| ⑪ 商店街の空店舗の増加 | ⑫ 商品価格の下落 | | |
| ⑬ その他（ | ） | | |

9. 資金繰りについてお伺いします。

A 資金の借入について

番号を記入

--

- ① 借入金はない

・ 借入をしている

- | |
|----------------------|
| ② 国の金融機関（国民金融公庫等） |
| ③ 銀行・信金・信組（市、道の制度融資） |
| ④ 銀行・信金・信組（プロパー資金） |
| ⑤ 事業主個人（役員借入） |
| ⑥ 親戚・知人 |
| ⑦ その他（ |

B 資金の主な用途はなんですか。

番号を記入

--

- | | | |
|--------|--------|--------|
| ① 運転資金 | ② 設備資金 | ③ 生活資金 |
|--------|--------|--------|

C 帯広市の融資制度についてお伺いします。

番号を記入

--

- | | | |
|-------------|-------------|-----------|
| ① 利用したことがある | ② 利用したことがない | ③ 制度を知らない |
|-------------|-------------|-----------|

D 帯広市の融資制度への希望がありましたらご記入ください。

--

10. 今後の経営方針についてお伺いします。

A お店の自慢の品（サービス）などがありましたら自由にご記入ください。

B 魅力あるお店づくりをするため、または消費者ニーズを把握するために、今後取り組もうとされていることがありましたらご記入ください。

C 現在取り組んでいることや今後取り組もうとされていることで課題となっていることは何ですか。

11. 商業、サービス業の振興に必要なものには

どのようなものが考えられますか。

番号を記入

- | | |
|------------------|-------------------|
| ① 資金・融資の手当て | ② 商業経営診断（指導・相談） |
| ③ 近代化等経営に関する情報提供 | ④ 店舗等の共同化の推進施策 |
| ⑤ 商店街の活性化事業の推進施策 | ⑥ 空店舗対策 |
| ⑦ 商店街の環境整備の推進施策 | ⑧ 人材育成のための研修会・講習会 |

⑨（その他）

12. 商店街のイベントや祭りについてお伺いします。

A あなた（又は従業員）は、組合の共同事業に参加していますか。

番号を記入

- | | |
|----------------------|--------------------|
| ① すべてにおいて参加（協力）している | ② 準備、設営、撤収くらいはしている |
| ③ 当日の手伝いはしている | ④ PRに協力している |
| ⑤ 協力したいが人手が足りなくてできない | ⑥ 効果がないので協力していない |

⑦（その他）

B あなた（又は従業員）が、取り組みたい共同事業（イベント等）を記入してください。

--

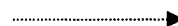
13. 都市の顔としての中心市街地の魅力を高めるために、商業者としては、どんなことをすべきだと思いますか。

--

14. 中心市街地活性化のため、今後どのような事業が必要と考えますか。

- | | |
|----------------------|--------------|
| ① イベント、ポイントカード事業 | ② 空店舗対策事業 |
| ③ 起業者支援事業 | ④ 環境整備事業 |
| ⑤ コミュニティーバス | ⑥ 大型商業施設の誘致 |
| ⑦ 再開発事業 | ⑧ 都心居住促進 |
| ⑨ 交流施設、ポケットパークや広場の整備 | |
| ⑩ 公共サービス機関の誘致 | ⑪ 医療・福祉施設の誘致 |
| ⑫ 活性化事業への市民参加の促進 | |

番号を記入
(2 つまで)



⑬ その他

--

15. 中心部活性化には、街なかの共同住宅や店舗兼住宅などが必要といわれていますが、昔のような「人が住んでいる商店街」を目指すうえでの課題は何ですか。
(中心部の商店街加入の方のみ お伺いします)

--

16. その他、市に対する提案等がありましたらご記入ください。

--

ご協力ありがとうございました。

この調査票は、個人情報保護法に基づき目的外に使用及び公開することなく適正に管理します。

帯広市 商工観光部 商業課・都心振興課 24-4111 内線 2315

平成17年度 帯広市商業経営実態調査 実施要領

1. 目 的
長引く景気低迷や大型店の進出などにより、商店街の空洞化をはじめとする厳しい経済情勢が続くなか。各商店街とも効果的な商業振興策を模索する状況が続いている。
前回の経営実態調査から5年が経過し、この間の商店・中小企業者の経営環境、課題や意識の変化を捉え、今後の本市の商業振興施策に反映するとともに、本市のまちづくりに資することを目的とするものである。
なお、調査の実施に当っては、帯広市商店街振興組合連合会の協力を得て実施するものである。
2. 調査票 別紙のとおり
3. 調査対象 前回の経営実態調査（平成12年度実施）を踏まえ帯広市商店街振興組合連合会加盟の商店街の属する店舗のうちホテル、病院、金融機関、スナック、キャバレー居酒屋（チェーン店）を除くことを基本とするが、各商店街の判断により調査票を配布していただく。
 - ・ 帯広平原通商店街振興組合
 - ・ 帯広東銀座商店街振興組合
 - ・ 帯広西1条中央商店街振興組合
 - ・ 帯広名門通商店街振興組合
 - ・ 帯広大通商店街振興組合
 - ・ 帯広広小路商店街振興組合
 - ・ 帯広栄通商店街振興組合
 - ・ 帯広駅前東商店会協同組合
 - ・ 帯広北平原通商店会協同組合
 - ・ 都通り振興会 （前回対象外）
 - ・ 帯広電信通り商店街振興組合
 - ・ 帯広緑ヶ丘商店街振興組合
 - ・ 帯広大空中央商店街
 - ・ 大正商工同友会 （前回対象外）組合員数 505 配布予定 約400
4. 調査票配布 9月27日開催の市振連理事・実務者会議において概略を説明済み、後日商店街を通じて配布願う。なお、配布先について、後日直接回収を行うため配布先名簿により各商店街から報告をいただく。
5. 調査票回収 10月14日より市職員が商業者と面談のうえ、直接回収する。

**帯広市中心市街地活性化基本計画
(概要版)**

北海道帯広市

平成19年8月

■基本計画のコンセプト（**商****住****文**の総合力による活性化を目指す）

現状の中心市街地では商業のみを即効的に再生することは極めて困難であることから、本計画では、中心市街地に賦存する「**商**（商店）・**住**（住人）・**文**（文化）」の多様なストックを活用して、中心市街地の活性化の取り組みを粘り強く進める。



住実・**買**適・**観**動を実現する

○「**住**実（充実）ゾーン」の形成

旧基本計画から継承する「街なか居住」を基本としつつ、多様な市民ニーズに対応するために、3つのゾーンを設定し、市街地再開発事業、優良建築物整備事業のほか、街なか居住プラットホームなどの取り組みで、より多機能・多様性を確保した住宅を供給するとともに新たな土地利用の広がりを図る。また、街なか居住者が増加することによるコミュニティの再生を目指す。

○「**買**適（快適）ゾーン」の形成

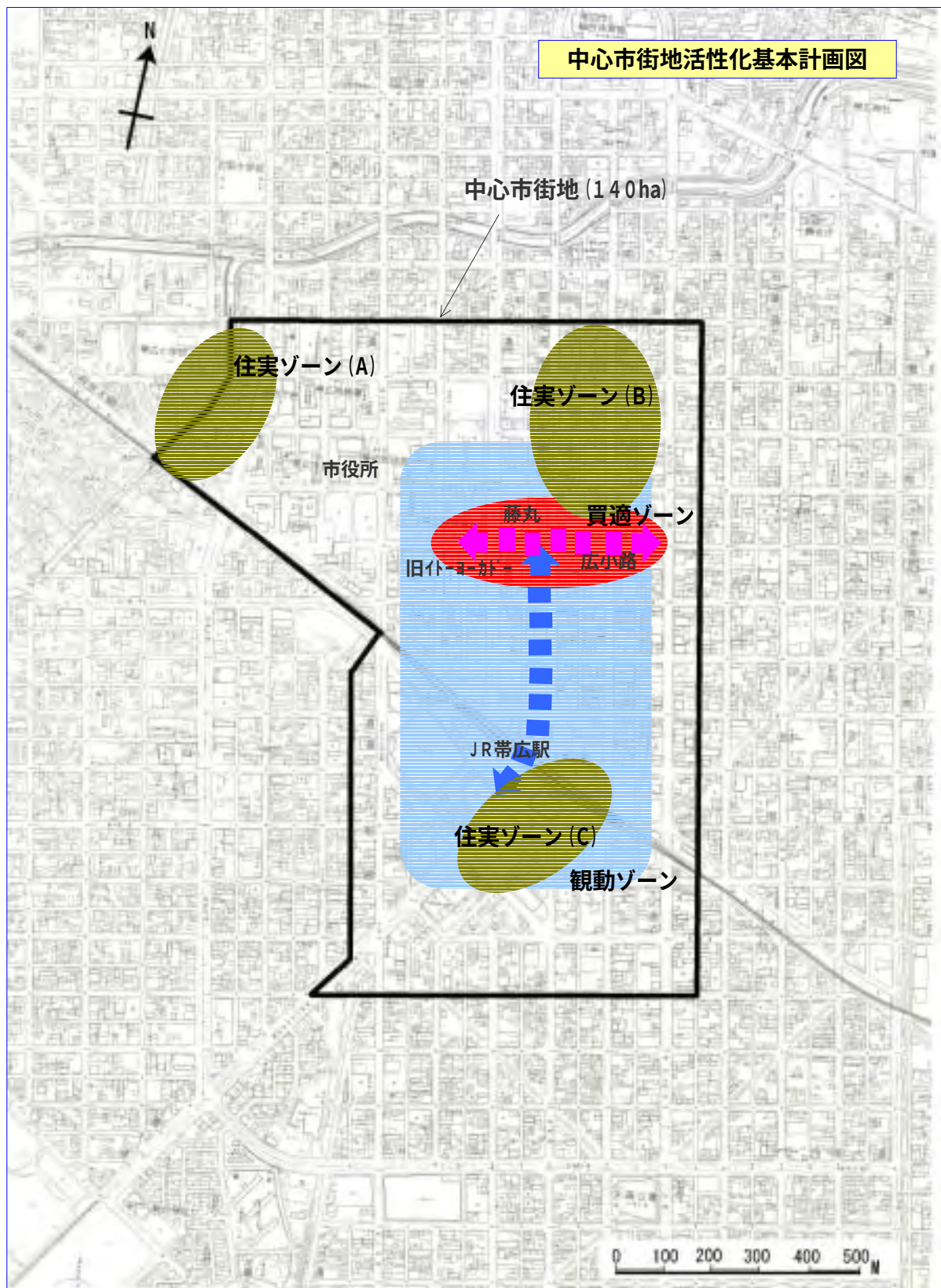
旧基本計画から継承する「界隈性を醸成、するための強化策として、界隈性を的確に言い表した「そぞろ歩き」を楽しめる商店街を実現し、都心性商業の復権を目指すために、大規模空き店舗の再生、既存商店街の機能整備など、先人が遺した多様なストックを活用し、中心市街地の賑わいづくりと商業の活性化を目指す。

○「**観**動（感動）ゾーン」の形成

旧基本計画から継承する「文化に接する機会や場の提供」を、ストック活用や都市機能の集約と併せて実現するものである。芸術・文化団体の活動の場として市民ギャラリーを整備し、近傍の文化・交流施設との相乗効果とともに、中心市街地に点在する芸術・文化関連施設や地域の歴史等との連携により新たな人の流れを生み出す取り組みを進める。



中心市街地に人を呼び込み、新たな人の流れを創り出す。

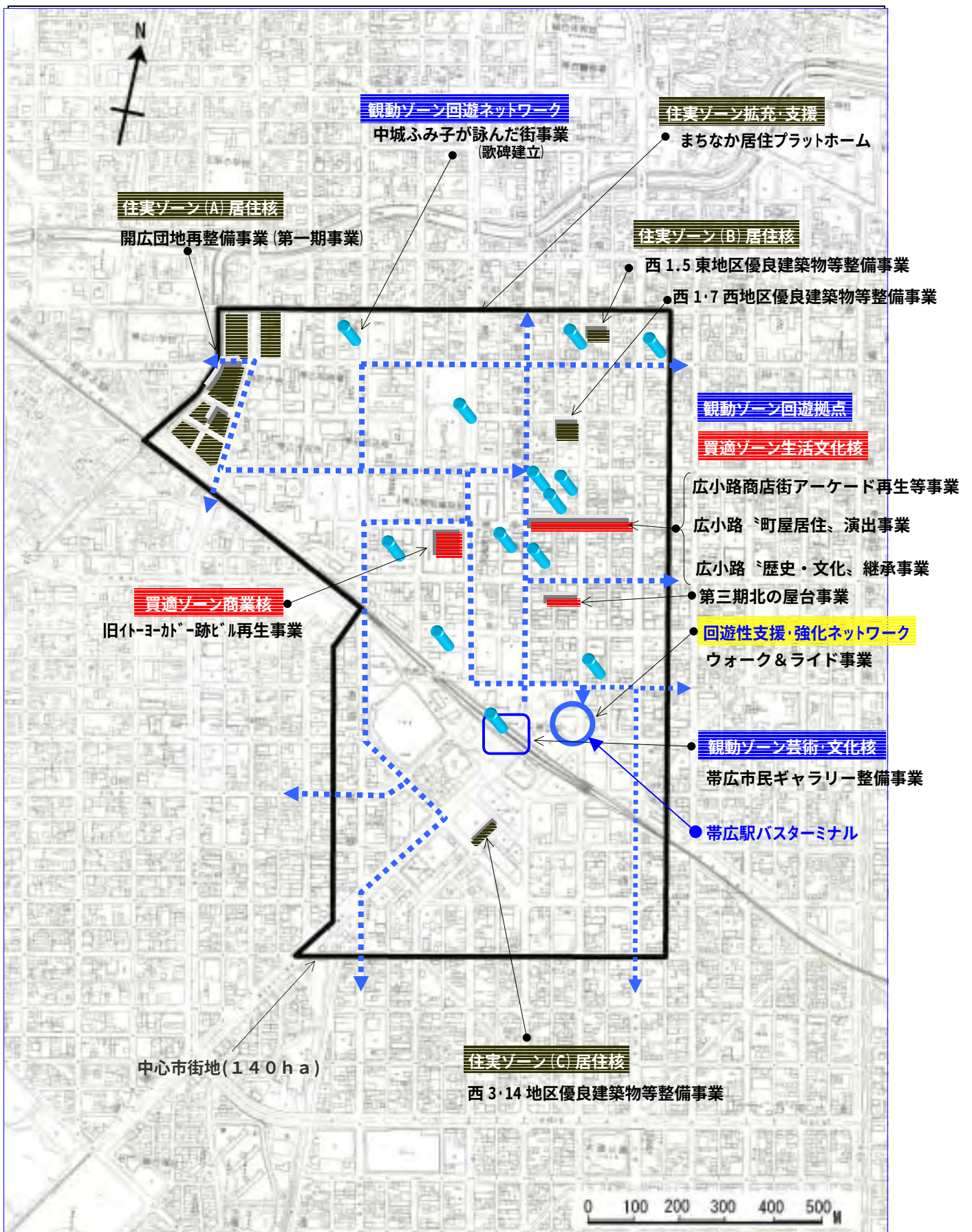


凡 例

←■ 連携軸

←■ そぞろ歩き軸

◇事業及び措置の実施箇所



平成 18 年度 製造業実態調査 報告書

調査期間 平成 1 8 年 1 2 月 1 日～平成 1 9 年 3 月 3 1 日

帯広市商工観光部工業課

平成 18 年度 製造業実態調査 報告書 目次

項目

○調査の概要

・ 工場等について	1
・ 経営上の課題等について	3
・ 本市の産業施策について	4
・ 産学官連携について	5
・ 企業から寄せられた主な声・要望・意見等	7

○別紙 帯広市製造業実態調査票

【調査の概要】

(1) 調査の目的

長引く景気の低迷や公共事業の減少、原油の高騰など企業を取り巻く環境は依然厳しいものとなっております。また、帯広の基幹産業である農業においても、WTO農業交渉や品目横断など経営安定化対策の導入に伴う経営環境の変化、生乳の生産調整などの影響が、農業機械をはじめ関連業界にも広く及んでおります。

こうした地域の厳しい経済環境を踏まえ、帯広市内の製造業者を対象に企業の持つ技術や取り組み、現況の課題等を把握することにより、今後の工業振興施策に資することを目的とします。

(2) 実施主体 帯広市

(3) 調査票 別紙のとおり

(4) 調査期間 平成18年12月1日～平成19年3月31日

(5) 調査対象

平成16年工業統計調査（従業者数4人以上の事業所）の対象と想定される企業に調査票を郵送配布。後日、市職員が直接訪問し、聴き取りのうえ調査票を回収したものです。

(6) 調査対象件数 154件 （161件中 休業・廃業等を除く）

(7) 回答件数（調査票回答件数） 132件 （回答率 85.7%）

(8) 調査対象業種別内訳

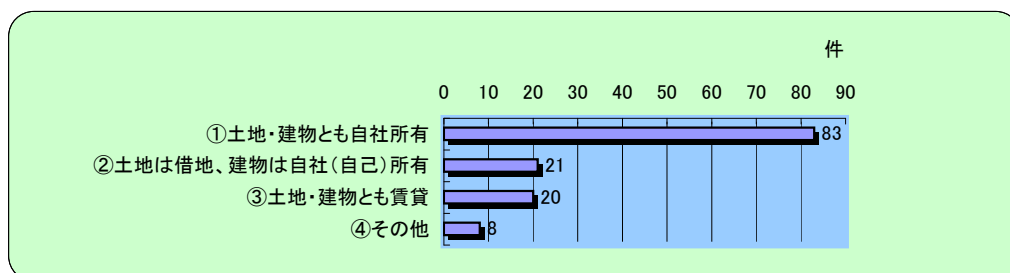
業種	企業数	回答件数	回答率	回答構成比
食料品製造業	34	33	97.1%	25.0%
飲料・たばこ・飼料製造業	2	2	100.0%	1.5%
衣服その他の繊維製品製造業	6	4	66.7%	3.0%
木材・木製品製造業	7	6	85.7%	4.5%
家具装備品製造業	17	15	88.2%	11.4%
パルプ・紙・紙加工製造業	2	2	100.0%	1.5%
印刷・同関連産業	23	19	82.6%	14.4%
化学工業	1	1	100.0%	0.8%
プラスチック製品製造業	1	1	100.0%	0.8%
なめし革・同製品・毛皮製造業	1	1	100.0%	0.8%
窯業・土石製品製造業	11	8	72.7%	6.1%
鉄鋼業	1	1	100.0%	0.8%
金属製品製造業	19	15	78.9%	11.4%
一般機械器具製造業	10	7	70.0%	5.3%
電気機械器具製造業	3	3	100.0%	2.3%
電子部品・デバイス製造業	2	2	100.0%	1.5%
輸送用機械器具製造業	4	3	75.0%	2.3%
その他の製造業	10	9	90.0%	6.8%
計	154	132	85.7%	100.0%

【総括表】

回答企業数 132社

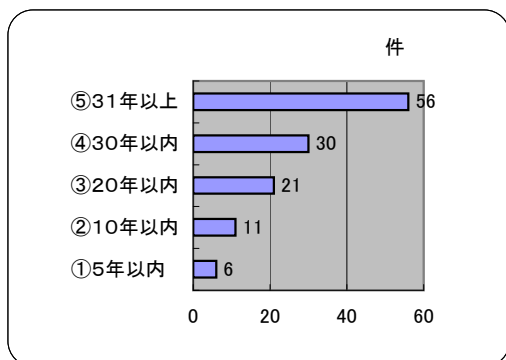
○ 工場等について

(1) 事業所の工場の所有者



■土地・建物とも自社所有の割合は63% (83件) に上り、建物のみ所有が16%、土地・建物とも賃貸は15%となっている。

(2) 現在地での操業開始

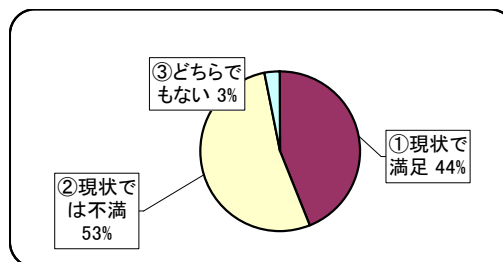


■現在地で操業し31年以上経過している割合は42%を占める一方、10年以内は13%となっている。

(3) 工場の建替え、増築の有無 (件)

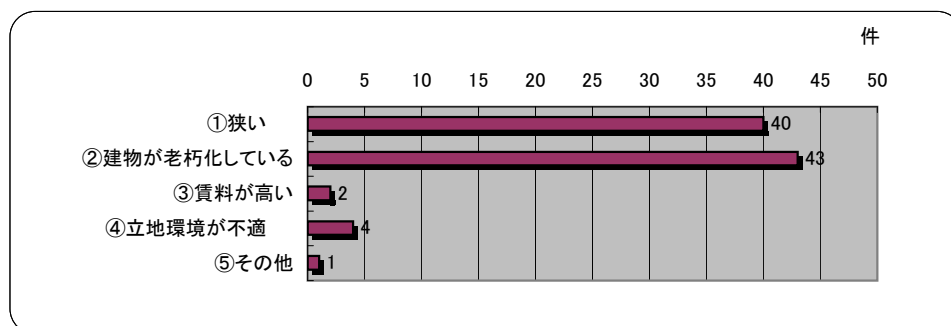
①有	②無
38	29

(4) 現工場について



■現工場については、58社(44%)が「現状で満足」70社(53%)が「現状で不満」と回答している。

(5) (4)で②不満と答えた方



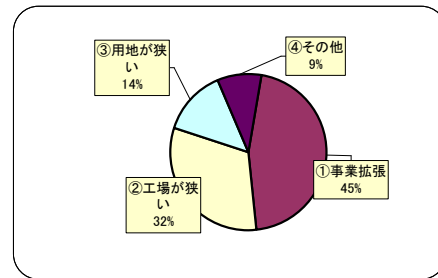
■現工場に不満と答えた理由で多いのは「老朽化」「狭あい化」が大半を占めている。

(6) 移転又は増築の計画

(件)

①有	②無
19	103

(7) (6)有と答えた方 その理由は



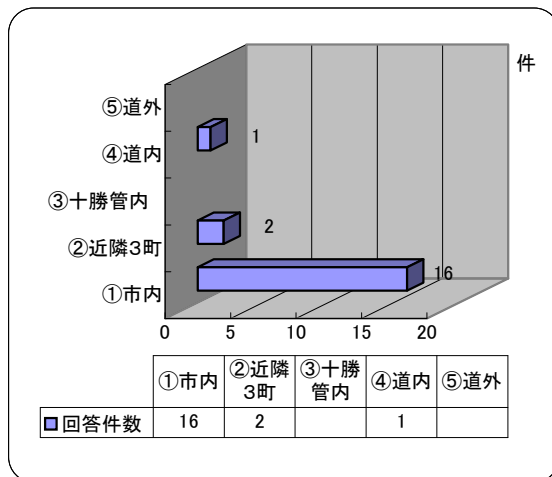
(8) その時期は

(件)

①3年以内	②4～6年以内	③7～10年以内	④未定
9	3	0	7

■移転又は増築計画が「有」と答えた企業は19社にとどまり、103社が「無し」と回答している。移転増築の計画があるとした企業の理由としては事業拡張が45%とトップで 工場及び用地の狭あい化を上回った。

(9) 移転・増築先



■移転増築予定先では「市内」が84% (15件)で最も多く、その理由として「現在の事業所・取引先に隣接」、「用地取得が容易」であることを理由に挙げている。

(10) (9)の場所の理由は

(件)

①現在の事業所(工場)に隣接している	9
②取引先に隣接している	5
③交通アクセスが良い	0
④用地取得が容易	3
⑤その他	4

(11) ここ5年間で生産ライン等の設備投資をした

(件)

①有	②無
44	64

(12) (11)で設備投資をした方、その目的は

(件)

①新規事業の準備	7
②設備の老朽化による更新	26
③商品の高付加価値化	17
④生産の量産化	18
⑤多品種少量化	4
⑥生産コストの軽減	14
⑦その他	1

(13) 投資の際、優遇制度を利用しましたか

(件)

①国	②北海道	③帯広市	④その他
1	5	4	

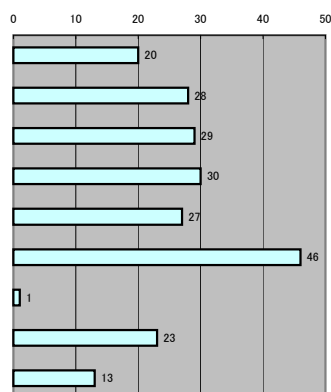
■ここ5年間で、生産ライン等の設備投資をしたのは44社、回答企業の4割に上り、理由としては「設備の老朽化による更新」、「生産の量産化」、「商品の付加価値化」、「生産コストの軽減」が主な理由となっている。

○ 経営上の課題について

(1) 現在、課題と考えていることは

(件)

①後継者がいないため、今後に不安を抱えている	20
②人材の確保が難しい	28
③社員の技術・能力向上のための人材育成が難しい	29
④設備機器の更新をしたいが、資金調達が困難	30
⑤新製品・新商品の開発が困難	27
⑥利益率を上げるためのコストダウンが進まない	46
⑦必要な情報の入手方法が分からない	1
⑧産業廃棄物の処理が負担	23
⑨その他	13



■最も課題となっているのは「利益率を上げるためのコストダウンが進まない」が46件で最も多く、次いで「設備機器の更新をしたいが資金調達が困難」が続き、「人材育成」「人材確保」の困難も課題と回答する企業も多かった。「産業廃棄物の処理が負担」は23件、「後継者がいなく今後に不安」は20件であった。

(2) (1)で②と答えた方、必要としている人材は

(件)

①特殊な加工技術	5
②工場を管理・改善する生産管理部門	8
③サービスや市場開拓の営業部門	9
④製品開発のための設計・管理	2
⑤経理・事務	
⑥経営管理(経営者をサポート)	3
⑦その他	

(2)-1 人材の確保が難しい理由は

(件)

①従業員教育をする時間や資金がない	12
②研修を行う施設・設備がない	1
③研修方法がわからない	3
④新規の雇用が困難	15
⑤その他	2

■必要としている人材は「営業部門」「生産管理部門」「特殊加工技術」が上位を占め、理由として「新規の雇用が困難」、「従業員教育をする時間や資金がない」と答える企業が目立った。

(3) 資格や技術取得のための通信教育等の受講制度

①有	②無
18	102

(4) (1)の質問で⑤と答えた方、その理由は

(件)

①時間的余裕がない	4
②資金的な余裕がない	6
③技術力が不足	8
④設備機器・施設がない	1

(5) (1)の質問で⑥と答えた方は、その理由

(件)

①生産体制に課題があるが、有効な改善方法がない	4
②管理・改善する人材がいない	2
③個別受注生産であり、コストダウンが困難	10
④資材や原油等の高騰など価格動向に左右される	23
⑤コストダウンには限界がきている	13
⑥その他	1

■経営上の課題で、「利益率を上げるためのコストダウンが進まない」理由のトップは「資材や原油等の高騰」と外的要因を挙げており、「限界が来ている」「個別受注生産のため困難」を含めると回答の86%を占めている。

(6) 現在、必要としている情報は

(件)

①U・Iターンなど人材に関する情報	10
②本州や海外の市場に関する情報	17
③知的財産権に関する情報	1
④先端技術に関する情報	11
⑤補助金や融資などの支援制度	29
⑥地域の企業に関する情報	17
⑦その他	4

■現在必要としている情報は「補助金や融資などの支援制度」と答えた企業が最も多く、「本州や海外の市場に関する情報」「地域企業に関する情報」が続いた。

(7) 今後、5年間の経営方向は

(件)

①規模拡大	29	22.8%
②規模縮小	13	10.2%
③現状維持	83	65.4%
④その他	2	1.6%

■今後5年間の経営方向は回答企業の65%が「現状維持」と答えているが、「規模拡大」も23%を占めた。

(8) 今後の経営戦略は

(件)

①製品研究開発部門の強化	27
②製品研究開発部門の整理・統合	0
③営業販売部門の強化	49
④徹底したコストダウン	45
⑤生産設備の強化	24
⑥人材の育成・確保	31
⑦市場開拓	30

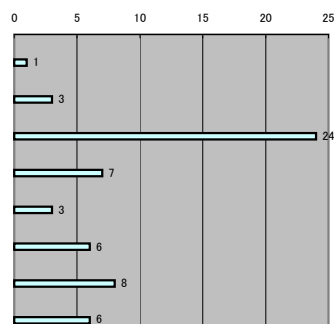
■今後の経営戦略として多かった回答は「営業販売部門の強化」「徹底したコストダウン」の2項目で、次いで「人材の育成確保」「市場開拓」「製品研究開発部門の強化」と続いた。

○本市の産業施策について

(1) 本市の支援制度の利用について

(件)

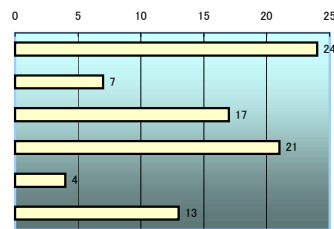
①経営相談	1
②商工観光基金（派遣研修事業、自主研修事業）	3
③帯広市中小企業振興融資	24
④帯広市企業立地補助金	7
⑤帯広市工業団地立地奨励金	3
⑥産学官連携事業	6
⑦試験研究検査機器、測定機器等の提供サービス	8
⑧特許（知的財産権）等の無料相談等	6



■本市の支援制度の利用については、「帯広市中小企業振興融資」が24件と最も多く、「試験研究検査機器・測定機器等の提供サービス」「帯広市企業立地補助金」などが続いている。

(2) (1) で利用しなかった場合の理由

	(件)
①支援制度を知らなかった	24
②相談や手続きに行く暇がない	7
③利用の手続きがわずらわしい	17
④情報が入ってこない	21
⑤費用がかかりそうだから	4
⑥その他	13



■利用しなかった理由について、「支援制度を知らなかった」「情報が入ってこなかった」とPR不足が指摘された。

(3) 次の施設を利用したことがありますか

	(件)
①十勝圏地域食品加工技術センター	19
②十勝産業振興センター	20

(4) 今後どのような産業振興施策を強化・充実すべきか

	(件)
①製品開発や高付加価値化を促進する技術支援事業	28
②公的試験研究機関、大学等と企業の連携支援事業	21
③営業活動の支援事業（取引交流会や企業の技術情報のインターネット発信等）	27
④経営情報や施策情報の提供	12
⑤経営相談・経営診断事業	3
⑥公的融資制度の充実	30
⑦公的賃貸工場、インキュベーション機能	4
⑧異業種交流支援事業	11
⑨経営セミナー	8
⑩その他	8

■今後の産業振興施策で強化・充実すべき事項としては「公的融資制度の充実」「製品開発や高付加価値化を促進する技術支援事業」「営業活動の支援事業」などが上位を占めた。

○ 産学官連携について

(1) これまで産学官等による連携事業、共同開発研究を実施について

①有	②無
13	102

■産学官連携を実施したことのある企業は回答企業全体の11%で、13社にとどまった。

(2) 実施年はいつ頃でしたか

	(件)
①3年前	7
②4～6年前	2
③7～10年前	3

(2)-1 産学官の形態は

	(件)
①大学	4
②試験研究機関	3
③大学、試験研究機関	6
④その他	0

(2)-2 連携事業の事業費は

(件)

① 50万円以内	5
② 100万円以内	0
③ 150万円以内	0
④ 200万円以内	1

(3) (1)でないと答えた方、その理由は

(件)

①連携する事業がない。自社で完結できる。	51
②連携する技術水準にない	17
③連携事業費の予算措置が困難	9

■連携事業を実施していない理由は「連携する事業がない・自社で完結できる」と回答した企業が51社と大半を占めた。

(3)-1 今後、連携する予定はありますか

(件)

①事業があれば行う。	37
②技術水準に達したときに行う	2
③事業費の予算措置が出来た時に行う	4
④予定はない	51

■今後の連携の予定は「事業があれば行う」とした回答が37社あったが、「予定はない」と答えた企業が51社と最も多かった。

■企業から寄せられた主な声・要望・意見等

（食料品・飲料・たばこ・飼料製造業）

- ・従業員は季節雇用となっている。しかし、最近人が集まりにくくなっていると感じている。取扱いで競合する中国の安い人件費に太刀打ちが難しいことを実感している。
- ・早朝からの仕事で水を扱うきつい仕事のため、若年層の人材が集まらず、人手の確保に困難さを感じている。
- ・いわゆる2007年問題が2年前にピークが来て、年に7～8人程度の熟練従業員が退職した。管内新卒者の応募も昨年度は募集定員に満たない状況も発生するなど、人材確保の難しさを感じている。
- ・本州方面等で人材採用時期が早まる傾向にあり、必要な人材の確保に困難さを感じている。
- ・体調不良等で閉店も考えている。しかし、当店で確立した職人技は伝承してもらいたい。跡を継ぐ人を紹介してもらえる制度がないか。
- ・現状の機械設備では、小ロットでの対応が難しい。したがって、少ない量でも同じ時間がかかり、コスト面で課題を抱えている。
- ・価格競争が一段と過熱していると感じている。コストダウンを図っても、札幌のメーカーには太刀打ちできない。ガソリン、石油製品が高騰、人を減らし、ボーナスをカットするなどせざるを得ない。
- ・作業工程で手作業が残っているため、コストダウンが進まないが、一方で顧客の評価も高い。近年は同業者の競争も激しく、嗜好の変化もあいまって厳しい状況だ。
- ・営業部門は札幌に本部を構え、北見、釧路の支店を営業所に組織替えするなど、札幌へのシフトを強めている。
- ・規格うんぬんよりも「食の安全、安心」を考え、地場産を使いたい。
- ・流通の再編の影響を受け、規格が変わったり、利幅が薄くなるなどの影響を受けている。このため、卸売りよりは、店舗での販売を高めたいと考えている。
- ・製造工程で排出される紙袋であるとか、プラスチック、缶などの廃棄物処理が負担になっている。
- ・地場産に取り組んだ経緯があるが同じ量で3割程度料金を高くしたら、地場産に切り替えて店先に並べたところ、売り上げがばったり止まった。地場産食材に対する意識より、値段の問題の方が十勝の消費者は敏感である。
- ・市一丸となった物産展の開催で盛り上げてほしい。
- ・知床、旭山動物園に比べれば、十勝には売り込むものがなく、お土産用物産販売が厳しいので、観光の活性化を希望している。
- ・業者間取引促進のための、業者を対象にした商品展示会などの開催を企画してほしい。
- ・十勝は農産物の規格外品をうまく加工して、大消費地に送るというシステムを作っていかなければならない。冷凍食品ではなく、ジャガイモ、ニンジン、タマネギなどの皮をむいてカットした真空パックの製品があってもいいのではないか。
- ・産学連携については、実際に過去、大学に話をして取り組んだことあるが、時間と費用がかかった。

（木材・木製品、家具装備品製造業）

- ・従業員の人数、技術も充実しているのだが、高齢になってきているので今後の技術継承が不安である。
- ・少人数でやっているのに、大量の注文がきたとき、ロットが追いつかない。
- ・ある意味職人の業界なので、10年で1人前になる。最近の採用する人たちは、すぐに辞めてしまう。長続きしない。
- ・輸入製品や既製品が主流になり、本来の技術を活かす作業及び仕事が減っている。

- ・住宅会社からの受注も減っていることに加え、和室が減っているため更に仕事は減った。
- ・建具業界は、安価な既製品が主流になり、我々もその価格に合わせて建具製作をして競争しなければならないので正直きつい。
- ・建物関係は建築主体、設計の大手のつながりから札幌方面の業者が仕事を受注するケースが多く、下請けに入った場合は安く買い叩かれている。
- ・補助金や共同研究にしても、自己資金がかかることなので簡単に進まない。
- ・一人親方で従業員5人以下くらいの少人数でやっているのが大半なので、セミナーや研修会等に参加したくても参加できないのが現実である。
- ・石油が高騰し、その影響で原材料が上がっているため、コスト縮減も限界にきている。また、公共事業等の設計単価も地域の実情に応じた単価設定を考慮してもらいたい。
- ・かつて産学官連携で相談したことがあるが、良く調べてくれるのだが、時間がかかりすぎる（遅い）。営利に関わることなので、素早く対応してもらいたい。

（パルプ・紙・紙加工、印刷・同関連産業製造業）

- ・原木は、原油高騰に伴い、輸入材より道産材の需要が多くなっている。木は今後も需要がゼロにはならないと思うが保障されているわけではないので不安である。
- ・工場は老朽化し狭いが、従業員の通勤や仕入れ納品を考慮すると立地条件が整っているので、移転は考えていない。
- ・設備機器を更新したいが、投資を行ってもそれに見合うだけの売り上げにつながるか難しい。
- ・パソコン等の普及で、仕事量が激減した。

（窯業・土石製品、鉄鋼業、金属製品製造業）

- ・公共事業の削減により、従前の3分の1程度になった。また、コンクリート業界は、廃コンクリートの処理費用に苦慮している。
- ・精度の高い高度な設備を導入しているので更新における資金面での不安がある。
- ・原油高が影響したり、鉄、ステンレス関係の高騰で材料費が30%程度値上がりしているが、一方で製品価格は低く抑えられ、受注量が減っている。
- ・工場の移転を勧められているが、売上高等を考えると踏み切れない。
- ・3Kの業界であるためか、若い人の就業が定着しない。
- ・新規採用したが、定着しない。簡単に辞めて楽な仕事に就く。働いて食べていかなければならないという意識が希薄である。
- ・中小企業では、ものづくりの研究開発には時間がかかり、資金的にも大変で限界がある。
- ・工業専用地域に立地しているので物販が規制されている。これを緩和できるようになれば、もっと活性化できるのではないかと。
- ・十勝産業振興センターの機器使用料は、高いので、もっと安くなれば活用されるのではないかと。
- ・十勝産業振興センターの設備機器は、私たちのような零細企業が使用できるものがない。
- ・研究開発等の補助金は、単年度ものが殆どなので複数年度継続できるものがあればもっと活用されるのではないかと。

・ 帯広・十勝は食品製造業は多いが、製造機械を作る企業が少ない。製造機械業界も行政も機械製造ラインが生産できる地場企業の技術向上や関係する企業の誘致をする必要がある。

・ 市の職員は、もっと企業を訪問して地域業界の現状を把握することが必要だ。

・ 公共工事を増やして欲しい。

（一般機械器具、電気機械器具、電子・デバイス、輸送用機械器具、その他の製造業）

・ 人材の育成・確保は重要な課題。熟練者から若い人への技術継承や新たな人材が欲しい。

・ 工場は老朽化して狭いが、移転することにより、パート従業員の通勤や確保ができるかが心配である。

・ 技術を移転できる企業が少ない。

・ 高等技術専門学院などの人材養成機関との連携の必要性を訴えており、どういった技術を教えているのか、共通の認識が必要である。

・ 市は技術面での支援を考える前に、企業が活路を見出すために、今後、実際に何に取り組むべきかという方向性を示してもらうことが先であるような気がする。