

帯広市中小企業振興協議会 交流部会（第2回）

平成19年9月21日(金) 15:00~
帯広市役所 10階 第5会議室A

次 第

- 1 開 会
- 2 部会長挨拶
- 3 新委員紹介
- 4 交流部会のアドバイザー選任について
- 5 本日の配布資料について
 - ・観光立国推進基本計画（概要）
 - ・新しい北海道観光のくにつくり行動計画（素案）概要
 - ・新しい観光形態の解説
- 6 議 事
 - (1) 配布資料の質疑応答
 - (2) 協議項目(論点)について
 - 観光資源
 - 観光拠点施設・観光メニュー
 - イベント・コンベンション
 - (3) メーリングリスト作成による時間外討論について
 - (4) 第3回部会の開催日程について
 - (5) 次回までに用意すべき資料の要望について
- 7 その他
- 8 閉 会

交流部会アドバイザー

伏島 信治（ふせじま のぶはる）

伏島プランニングオフィス 代表

1948年生 北海道大学大学院農学研究科修士課程修了後、75年群馬県入庁。77年たくぎん総研（現北海道21世紀総合研究所）入社、主任研究員、札幌国際大学観光学部教授を経て04年伏島プランニングオフィスを設立、代表。観光をはじめ地域開発、まちづくり、文化産業振興など幅広い分野でコーディネーター、プランナーとして活躍。現在、北海道観光戦略会議 戦略推進部会長を務められている。

帯広市の主な施策と課題(総括)

部会の区分	主要施策	主な想定事業	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	
交流部会	1. 観光拠点の整備	(1) 十勝エコロジーパーク計画の推進	十勝エコロジーパーク計画の促進	十勝エコロジーパーク推進協議会の参画及び財団の支援	協議会会費負担及び財団支援	砂利活用益充実に制限があり費用負担が予想	観光課
		(2) 愛国駅・幸福駅・大正駅周辺の整備	愛国駅・幸福・大正駅周辺整備事業	愛国ふれあい広場の整備事業	整備工事	整備後の一体管理として地域の受け皿づくりが必要	観光課
		(3) 拠点施設の整備	ポロシリ自然公園の利用促進	自然体験観光推進事業	ポロシリ自然体験観光推進委員会に事業費負担・運営実施	公園全体の利活用の促進強化	観光課
交流部会	2. 参加・体験型観光の振興	(1) 参加・体験型観光の振興	コーディネート機能の充実	観光客誘致促進対策事業(体験観光の推進)	十勝観光連盟に事業費負担	人材育成。ニーズに対応した受入態勢の確保、充実。	観光課
		(2) 参加・体験型観光の振興	コーディネート機能の充実	観光客誘致促進対策事業(体験観光の推進)	十勝観光連盟に事業費負担	人材育成。ニーズに対応した受入態勢の確保、充実。	観光課
交流部会	3. 観光イベント・コンベンションの充実	(1) イベントの充実	まつり・地域イベントの支援	・帯広の三大まつり・岩内仙峡まつりの実施 ・幸福ハッピーセレモニーの実施 ・夢あかりアートの街事業	・まつり推進(実行)委員会に事業費負担 ・幸福駅でのセレモニー実施委託 ・冬の街にあかりを灯す実行委員会負担金	財源確保。まつりの担い手となる市民の発掘	観光課
		(2) コンベンションの誘致	コンベンションの誘致	・コンベンション推進事業 ・ラリージャパンの開催支援	・帯広観光コンベンション協会への補助 ・歓迎イベント・セレモニアルスタートの開催支援のための実行委員会負担金	帯広観光コンベンション協会と十勝観光連盟との連携	観光課
交流部会	4. 観光宣伝・受入環境の整備	(1) 宣伝活動の推進	観光PR刊行物の充実	観光PR刊行物の発行	観光情報誌るるぶ作成委託	行政刊行物はPR困難。るるぶの発行は他地域との連携	観光課
			フィルムコミッションの推進	フィルムコミッション推進事業	とかちフィルムコミッション連絡協議会の活動支援	受け入れ環境の整備	観光課
		(2) 受け入れ環境の整備	観光サインの充実	観光案内板整備	観光案内板の設置・修正	国、道が設置する標識を相互に補完しながら整備	観光課
			とかち観光物産情報センターの利用促進	とかち観光物産情報センターの管理・運営	エスタに設置しているセンターの管理・運営委託	職員資質向上やHPの充実、観光情報の蓄積	観光課
				ホスピタリティの向上	たびさき案内人制度	店舗・企業等の協力を得て、旅先での観光案内機能として制度化	店舗・企業の協力を得て、ホスピタリティ向上
		(3) 観光サービスの向上	ボランティアガイドの育成	観光ボランティアガイド支援事業	帯広観光・体験ボランティアガイドの会の活動支援	ボランティアガイドの資質向上	観光課
			(4) 観光客の誘致	観光客誘致促進対策事業	観光客誘致促進対策事業	十勝観光連盟に事業費負担	ニーズに応じた事業の展開
		道内外観光客の誘致		帯広・十勝エリアツアー造成促進事業	旅行エージェントを対象とした帯広空港の利用と十勝に滞在観光するツアーを造成する助成制度	滞在・周遊型のツアー作りを促進	観光課
		外国人観光客の誘致		国際チャーター便誘致促進事業	とかち国際観光推進協議会を中心としたプロモーション活動や歓迎事業を実施	台湾を始めとする東アジア諸国の観光客確保	観光課
		交流部会	5. 地域資源を生かした観光・物産振興	(1) 食を生かした観光	食を生かした観光の推進	飲食スポット情報発信事業	帯広観光コンベンション協会によるHPや飲食ガイドによる情報発信・提供
(2) 生活文化を発信する観光	帯広独自の生活文化の発信			・平原太鼓保存継承事業 ・とかち観光物産情報センターの情報発信事業	・郷土芸能「帯広平原太鼓」の保存と育成事業に補助 ・豚丼やお菓子などのマップ作成、アウトドアや農業などの体験観光の情報発信	観光客ニーズに即した情報提供	観光課
	交流観光の創造			都市間交流による観光推進	民間を主体とした都市間交流観光		観光課

部会の区分	主要施策	主な想定事業		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
		(3) 物産の振興	地域特産品の販路拡大	北海道の物産と観光展への参加	道外百貨店で北海道物産展への出展	販路拡大・販売機能は新たな市場開発など必要	観光課
		(4) 物産センター機能の充実	とかち物産センターの充実	アンテナショップ「とかち物産センター」の管理・運営	物産センターの管理・運営補助	販売品の品揃えの充実、企業や店舗との協力体制	観光課
交流部会	6. 広域観光の推進	(1) 広域観光の推進	広域観光の推進	VJC地方連携事業(ひがし北海道)	網走地域と連携した外国人誘致招聘事業	互いの長所を生かす広域連携必要。観光客誘致。	観光課
		(2) 姉妹都市との交流	姉妹都市交流の拡大(再掲5-3-1-(1))	大分市・徳島市との物産交流事業	姉妹都市物産の販売・姉妹都市物産展への参加		親善交流課 観光課 青少年課
		(3) 滞在型観光ルートづくり	滞在型観光ルートづくり(再掲2-6-4-(4))	帯広・十勝エリアツアー造成促進事業(再掲)			滞在・周遊型のツアー作り促進
交流部会	7. 観光産業の振興	(1) 観光産業の振興	観光と連携する地域産業の振興	-		観光客誘致等は長期視点で地域特性仕組みづくり	観光課
交流部会	5. 航空路線網の充実	(1) 新規航空路線の開設	国内航空路線の新規開設	国内航空路線の調査・研究	国内航空路線の調査・研究	航空業界経営状況により新規路線は厳しい状況。過去、仙台・福島線は急速な需要低下により廃止。	空港事務所
		(2) 航空路線網の充実	航空路線網の充実	航空会社へ就航を要請	ダブル化の実現	ダブル化、大阪線通年復活は、地域一丸の体制づくり必要。不採算路線の撤退、幹線集中化のため、路線拡充は難しい。	空港事務所
		(3) 空港利用の促進	空港の利用拡大促進	大阪線通年運航への復活を要望	航空会社への要望	路線独占のため運賃に割高感。大阪線は通年運航の復活が急務。商用客が頭打ち、観光客誘致が必要。	空港事務所
		(4) 地域航空ネットワークの形成	地域間航空ネットワークの形成			函館・千歳線開設後の安定的な路線運営。千歳線はH18.12.1より運休	空港事務所
交流部会	6. とかち帯広空港の国際化の環境整備	(1) 出入国管理・検疫施設の誘致	出入国管理・検疫施設の誘致	関係機関への要望	関係機関への要望	チャーター便需要に対応するため、CIQ体制整備が必要。行革等で恒久的な人員配置は難しい。	空港事務所
		(2) 国際化の可能性調査	国際化・3000m滑走路の可能性調査			国際空港要件：国際定期便の就航、各CIQ機関の法令指定。滑走路の3km化には閣議決定が必要。現状での滑走路延長は困難。	空港事務所
		(3) 国際チャーター便の促進	国際チャーター便の就航促進	台湾チャーター便の定期的な就航要望、東アジア等の国々からの就航促進	海外旅行者受入歓迎体制として、案内ガイドの配置等	台湾の北海道観光ブームは当面継続。新たな周遊ルート開発、韓国、中国からのチャーター便誘致必要。	空港事務所

(「帯広のあらし」より抜粋)

7 観光と物産展

本市には、自然景勝地岩内仙峡を初め、雄大な八千代牧場、市民の憩いの場緑ヶ丘公園と400mベンチのあるグリーンパーク、全国的にブームとなった愛国駅・幸福駅、キャンプや乗馬などのアウトドアライフを楽しめるポロシリ自然公園などの観光地がある。また、周辺観光地には、世界でも珍しいモール温泉(植物性)の十勝川温泉、神秘と自然美の糠平湖、然別湖、東大雪の秘境トムラウシ温泉、森と湖のオンネトーなどがあり、大雪山阿寒両国立公園及び日高山脈襟裳国定公園の景勝地とともに人々を魅了、楽しませている。毎年観光シーズンには、全国各地から数多くの観光客が訪れている。

(1) 帯広・十勝の観光入込客の推移

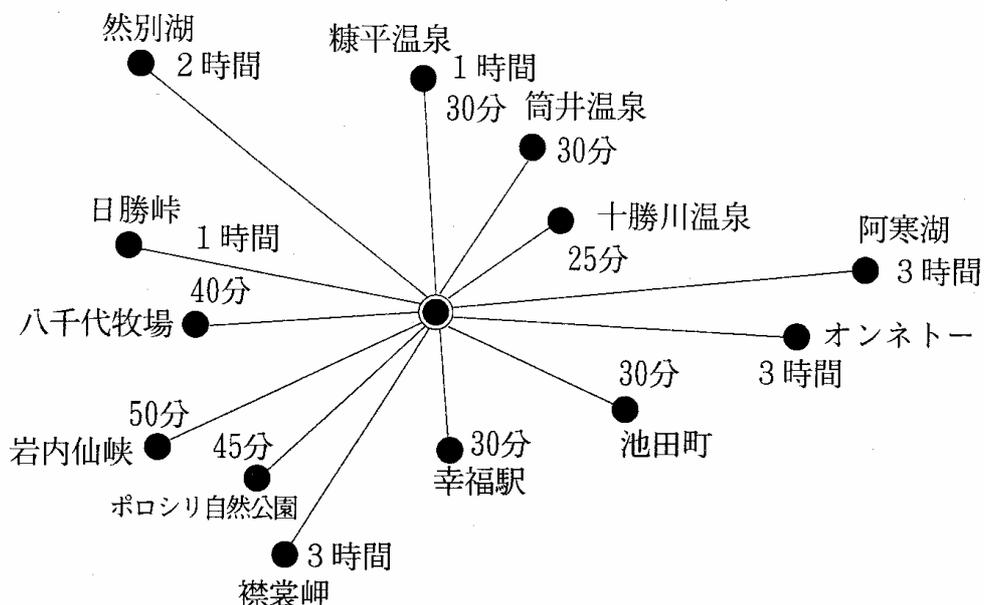
区分	年度	平成13年度 (人)	平成14年度 (人)	平成15年度 (人)	平成16年度 (人)	平成17年度 (人)	平成18年度 (人)
帯 広 市		2,240,200	2,271,700	2,113,800	2,390,500	2,406,600	2,587,700
鹿 追 町 (然 別 温 泉 等)		606,100	682,500	673,400	640,400	646,300	654,300
上 士 幌 町 (糠 平 温 泉 等)		465,100	456,700	394,100	358,700	319,100	334,400
音 更 町 (十 勝 川 温 泉 等)		1,331,000	1,263,300	1,323,900	1,398,500	1,367,300	1,391,200
足 寄 町 (オ ン ネ ト ー 等)		504,800	570,800	561,700	561,900	537,200	551,300
池 田 町		467,400	397,500	383,400	380,300	546,900	547,300
新 得 町 (ト ム ラ ウ シ ・ 狩 勝 峠)		1,247,600	1,157,300	1,135,200	1,053,500	946,100	991,100
広 尾 町		224,100	185,300	197,700	165,900	182,000	161,700
そ の 他		1,369,400	1,392,000	1,306,500	1,246,100	1,650,400	1,725,700
合 計		8,455,700	8,377,100	8,089,700	8,195,800	8,601,900	8,944,700

日帰り・宿泊別観光客入込状況(帯広市)

区分	年度	平成13年度	平成14年度	平成15年度	平成16年度	平成17年度	平成18年度
日 帰 り		1,643,200 人 (73.35 %)	1,639,300 人 (72.16 %)	1,529,200 人 (72.34 %)	1,828,000 人 (76.47 %)	1,804,000 人 (74.96 %)	1,966,500 人 (75.99 %)
宿 泊		597,000 人 (26.65 %)	632,400 人 (27.84 %)	584,600 人 (27.66 %)	562,500 人 (23.53 %)	602,600 人 (25.04 %)	621,200 人 (24.01 %)
合 計		2,240,200 人	2,271,700 人	2,113,800 人	2,390,500 人	2,406,600 人	2,587,700 人

(2) 主要観光資源の概要

ア．帯広駅からの所要時間



イ．八千代公共育成牧場

日高山系に連なる波状性丘陵地帯に位置し、乳牛の放牧・育成を目的として国営草地開発事業により草地 742ha が造成されている。総面積 976ha の雄大な牧歌的風景の眺望が楽しめ、市内から南西 35km に位置している。

ウ．岩内仙峡国民休養地

中心市街地から南 35 km に位置している。

昭和 47 年 3 月環境庁から国民休養地の指定を受け、昭和 46 年以降整備に着手している。現在、山の家、バンガロー、キャンプ場、登山道、レストハウスなどがあり、7 月にはやまべ放流式、10 月にはもみじまつりなどが開催されている。

エ．ポロシリ自然公園

清流、戸蔭別川が流れ、豊かな自然とのどかな農村地帯が広がる郊外の拓成町に、平成 14 年 7 月 6 日にオープン。53.2 ヘクタールの広大な敷地に、46 サイトのオートキャンプ場や、自然加工体験施設、自然散策路などが整備されている。平成 17 年には 36 ホールの本格的パークゴルフ場が完成し、多くの市民で賑わっている。

オ．愛国駅・幸福駅

愛国駅・幸福駅は、旧国鉄広尾線にあった駅である。昭和 49 年頃から若い旅行者などがよく訪れるようになり、同時に「愛国 - 幸福」間の切符が爆発的に売れるようになった。やがてそのブームはマスコミにとりあげられ、歌になり、テレビドラマの舞台となるほど

全国的に有名になった。昭和 62 年 2 月をもって国鉄広尾線は廃止となったが、今なお数多くの観光客が訪れている。現在はイベント「ハッピーセレモニー」が好評で、実施されている。

カ．グリーンパークと 400m ベンチ

グリーンパークは、市のほぼ中心に位置し、緑ヶ丘公園に隣接する広さ 8ha(200m×400m)の芝生のじゅうたんである。スポーツ、野外コンサート、家族レクリエーションなどの場として市民に親しまれ、昭和 56 年 7 月 19 日には、市民の手づくりにより長さ 400m ベンチが作られ、ギネス大会では、1,282 人の市民が座った。さらに、平成 6 年 5 月 29 日に再び市民の手による改修が行われている。

キ．平原太鼓

帯広の郷土芸能として昭和 45 年 7 月誕生し、各種行事、催事等に出演している。市民に密着した芸能として親しまれ、また、「帯広」を広く内外に紹介、宣伝する一翼を担いながら、打ち手の拡大と資質向上にたゆまぬ練習を続けている。

(3) 主な観光イベント(平成 18 年開催分)

1月	第43回帯広氷まつり	8月	第52回帯広七夕まつり 第59回帯広平原まつり 第9回Gビールストリート2006 「にぎわいと勝ちフェア」
5月	第21回おびひろ桜まつり	9月	世界ラリー選手権第11戦 ラリージャパン2006 帯広大正メークインまつり
6月	第27回八千代牧場まつり	10月	第51回岩内仙峡もみじまつり 第37回帯広菊まつり(～11月)
7月	岩内仙峡やまべ放流式 十勝川イカダ下り	11月	菓子大国と勝ちフェスティバル

(4) 物産展

年度	主催会場		後援会場等		計	
	会場数	取扱額(千円)	会場数	取扱額(千円)	会場数	取扱額(千円)
平成13年度	32	211,117	169	290,919	201	502,036
平成14年度	33	223,403	157	279,472	190	511,089
平成15年度	34	204,373	142	312,819	176	517,192
平成16年度	33	208,176	166	296,032	199	504,208
平成17年度	34	234,492	143	271,038	177	505,530
平成18年度	33	262,149	181	264,160	214	526,309

(物産種別売上額)

(単位;千円、%)

区分	年度	平成13年度	平成14年度	平成15年度	平成16年度	平成17年度	平成18年度
	農産	馬鈴薯・ 玉葱等	30,650 (6.1)	17,346 (3.4)	21,928 (4.2)	28,728 (5.7)	22,435 (4.4)
産	雑穀	5,688 (1.1)	4,542 (0.9)	7,257 (1.4)	8,515 (1.7)	7,823 (1.6)	8,920 (1.7)
加工品		148,958 (29.7)	151,824 (29.7)	133,274 (25.8)	133,870 (26.5)	141,739 (28.0)	142,136 (27.0)
菓子		174,487 (34.8)	215,113 (42.1)	183,528 (35.5)	167,181 (33.2)	189,324 (37.5)	212,108 (40.3)
その他		142,253 (28.3)	122,264 (23.9)	171,205 (33.1)	165,914 (32.9)	144,209 (28.5)	139,649 (26.5)
計		502,036 (100.0)	511,089 (100.0)	517,192 (100.0)	504,208 (100.0)	505,530 (100.0)	526,309 (100.0)

(5) 社団法人 帯広物産協会

十勝地域における地場産品の販路拡大と市場の確立強化のため、地場産品の紹介宣伝並びに新製品の普及指導等の事業を行うことを目的に、昭和 62 年 1 月 9 日認可を受け、帯広観光物産振興会(平成 6 年 4 月 1 日帯広物産協会に改称)が設立されている。観光物産展の開催等、地域産業の振興事業を実施している。

名 称	社団法人 帯広物産協会
設 立	昭和 62 年 1 月 23 日
法人格	民法第 35 条の規定による社団法人
役 員	理事 11 人(会長 1 人、副会長 2 人、専務理事 1 人を含む。)
事 業	ア．新製品、新技術等の研究開発及び普及指導 イ．地場産品の紹介宣伝及び取引の斡旋 ウ．観光物産展等の開催及び出品 エ．地場産品の紹介宣伝に必要な情報の収集及び提供 オ．地場産品展示即売所の運営 カ．帯広市から委託される帯広市畜産研修センターの管理運営 キ．その他目的を達成するために必要な事業

(6) 社団法人 帯広観光コンベンション協会

帯広市及び帯広市を中心とする地域の観光宣伝並びに観光客の誘致促進、コンベンション開催の誘致・支援等に努めることにより、観光産業の振興を図り、もって市民生活文化の向上及び地域経済の発展に寄与することを目的としている。昭和 24 年帯広観光協会が発足している。平成 6 年 4 月 1 日付けで社団法人化、平成 14 年 7 月に社団法人帯広観光コンベンション協会に改称し、観光振興事業を実施している。

名 称	社団法人 帯広観光コンベンション協会
設 立	平成 6 年 4 月 1 日(社団法人設立月日)
法人格	民法第 35 条の規定による社団法人
役 員	理事 19 人(会長 1 人、副会長 3 人、専務理事 1 人、常務理事 1 人を含む。)
事 業	ア．観光宣伝及び観光客・コンベンションの誘致促進 イ．観光地にふさわしい風土・文化の創造及び観光・コンベンション関係者の資質向上 ウ．観光土産品その他特産品を媒体とした観光宣伝事業 エ．観光・コンベンション意識の普及向上及び観光地美化運動の推進 オ．観光・コンベンションに関する調査研究並びに観光・コンベンション情報の収集及び提供 カ．観光及びコンベンション関係諸機関との連携並びに交流 キ．帯広市からの業務委託 ク．その他目的を達成するために必要な事業

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、商店街づくりなど事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事が推測されます。
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商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、商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。

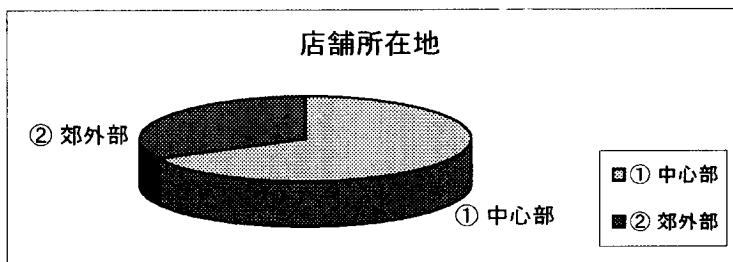
3. 各調査項目ごとの集約(全体編)

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。



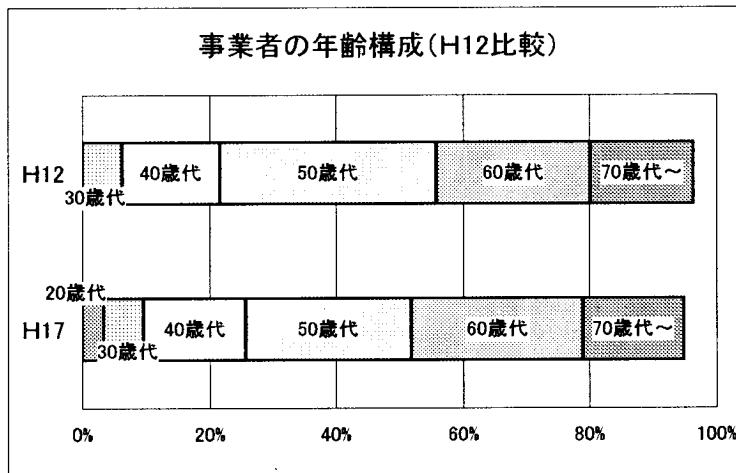
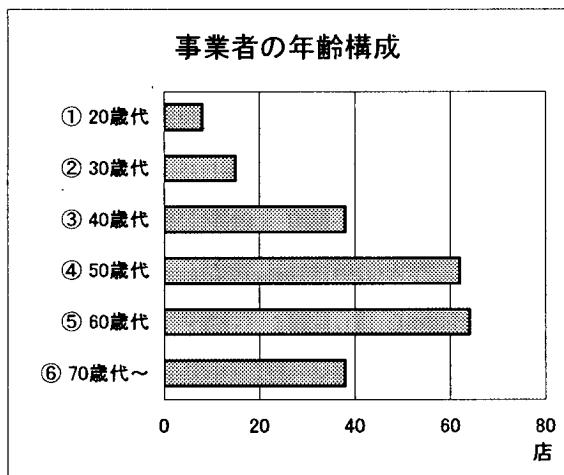
(2) 事業主の年齢構成

	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(%)
20歳代	7	6.3%
30歳代	17	15.3%
40歳代	38	34.3%
50歳代	27	24.3%
60歳代	18	16.2%
70歳代~	4	3.6%
計	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。



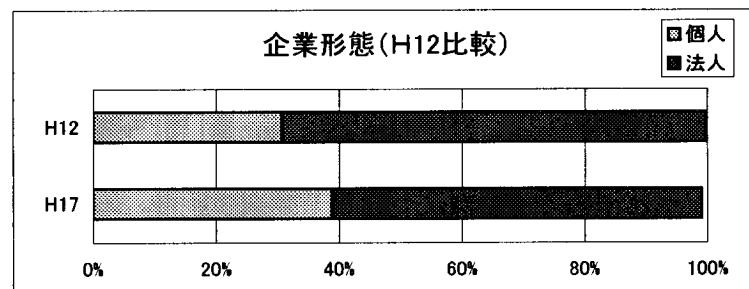
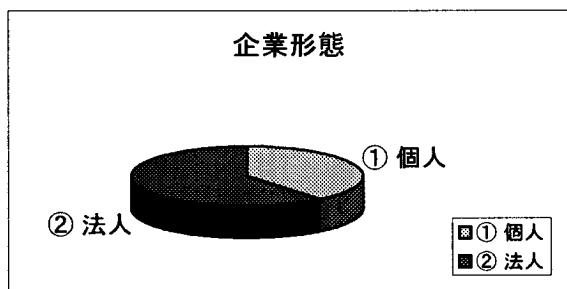
(3) 企業形態

	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(%)
個人	34	30.6%
法人	77	69.4%
計	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。



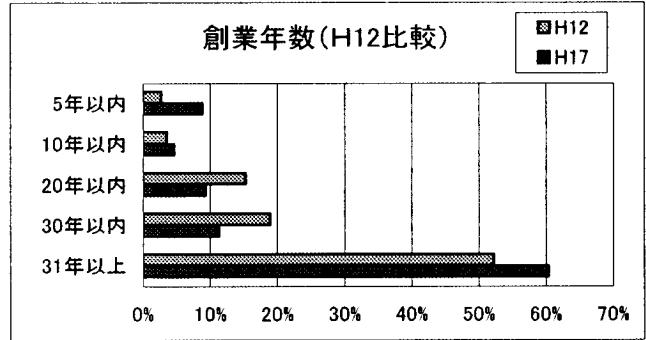
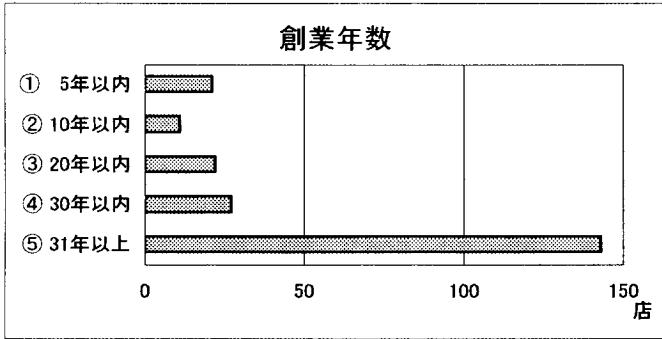
(4)創業年数

	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%
計	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。



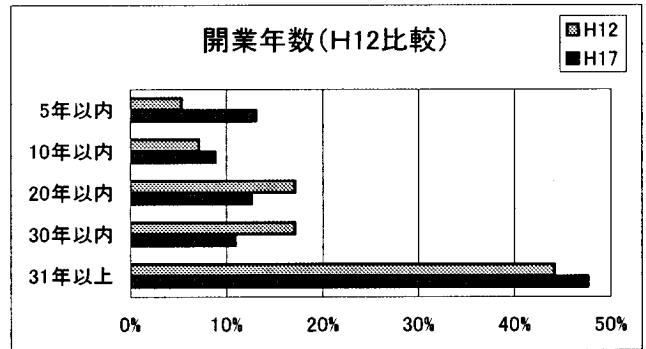
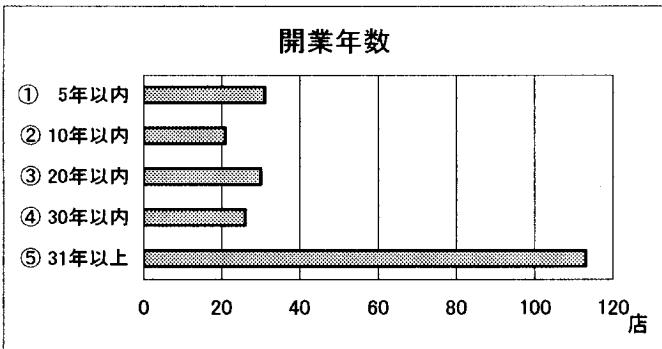
(5)開業年数

	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%
計	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。



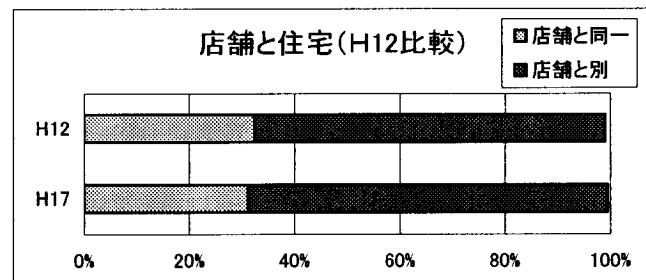
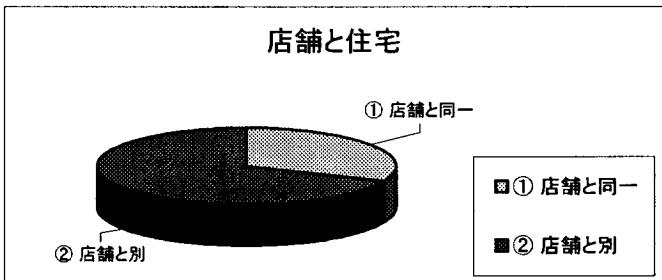
(6)店舗と住宅

	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%
計	111	100.0%

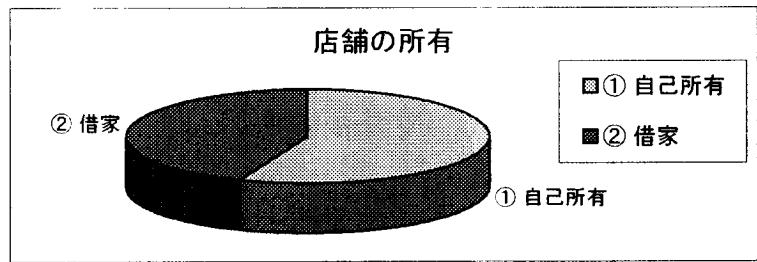
・店舗と住宅が別である割合は全体の3分の2を占めています。
 ・前回調査とほとんど変化は見られません。



(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%

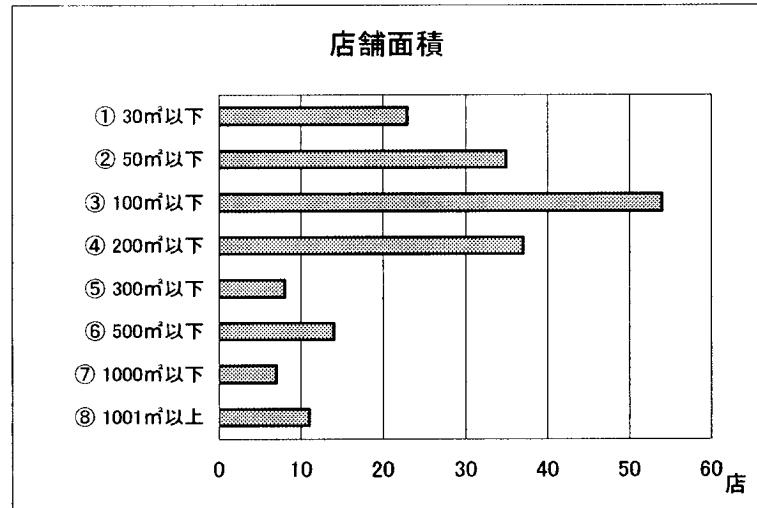
・店舗が自己所有である割合が半数以上を占めています。



(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。

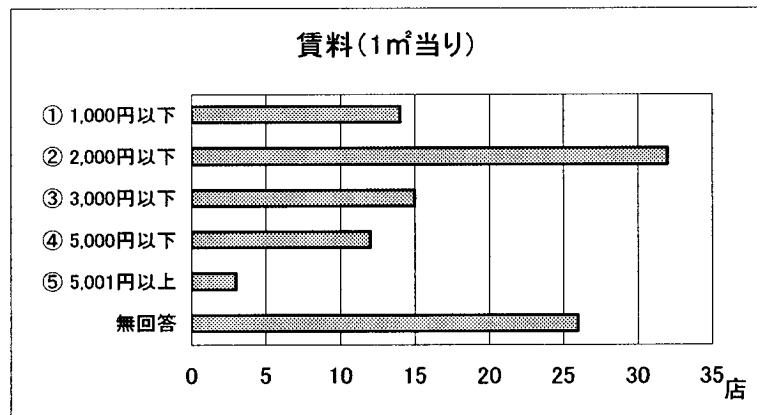


問2. お店の賃料についてお伺いします。(店子の方)

(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%

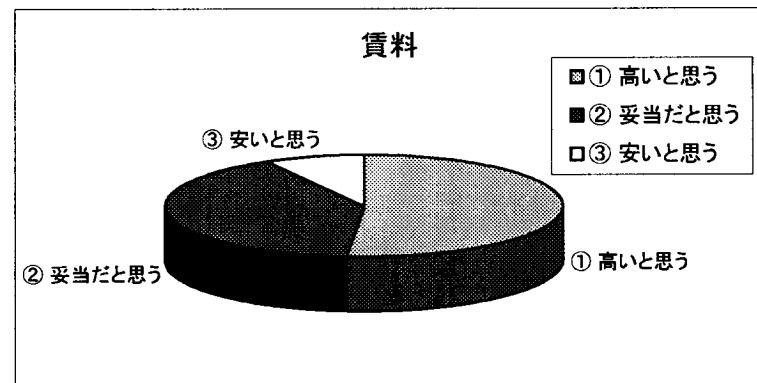
・賃料(1㎡当り)は、「1,000円～2,000円」が、31.4%と最も多く、「2,000円以下」では、45.1%と約半数を占めています。



(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

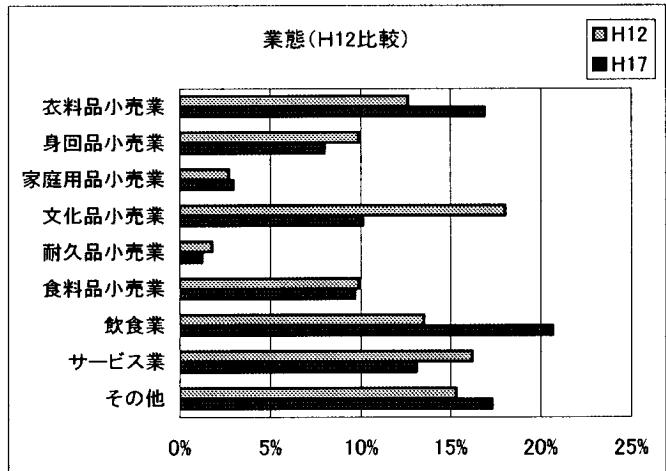
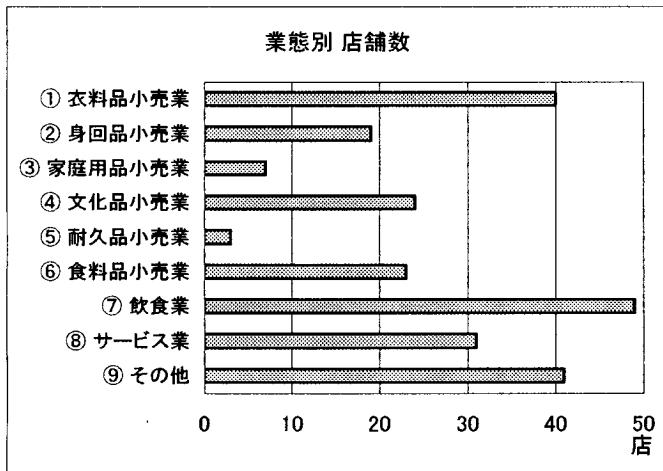
	店舗数	割合(%)
① 衣料品小売業	40	16.9%
② 身回品小売業	19	8.0%
③ 家庭用品小売業	7	2.9%
④ 文化品小売業	24	10.1%
⑤ 耐久品小売業	3	1.3%
⑥ 食料品小売業	23	9.7%
⑦ 飲食業	49	20.7%
⑧ サービス業	31	13.1%
⑨ その他	41	17.3%
無回答		
計	237	100.0%

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、アクセサリー等)
- 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。

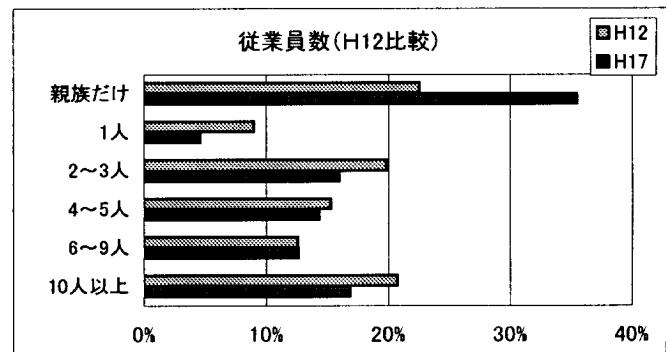
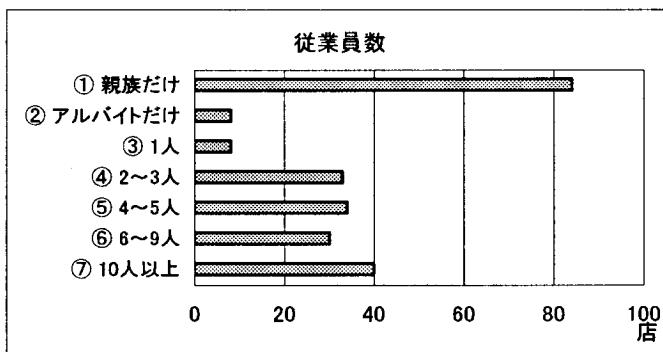
(1)従業員数

	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。

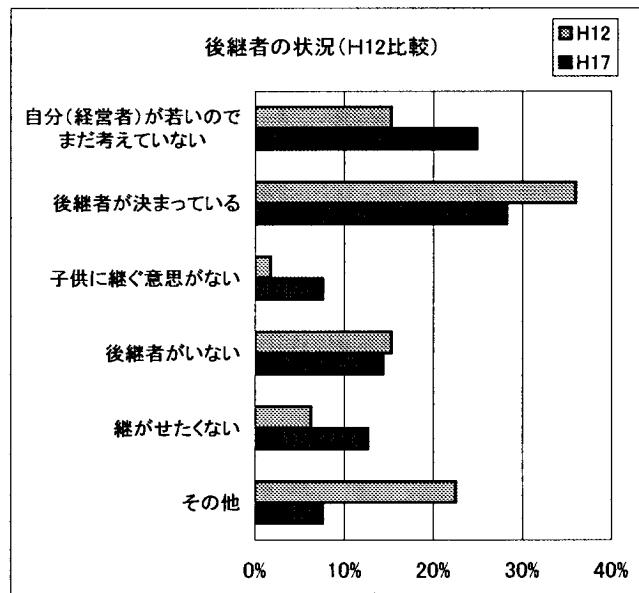
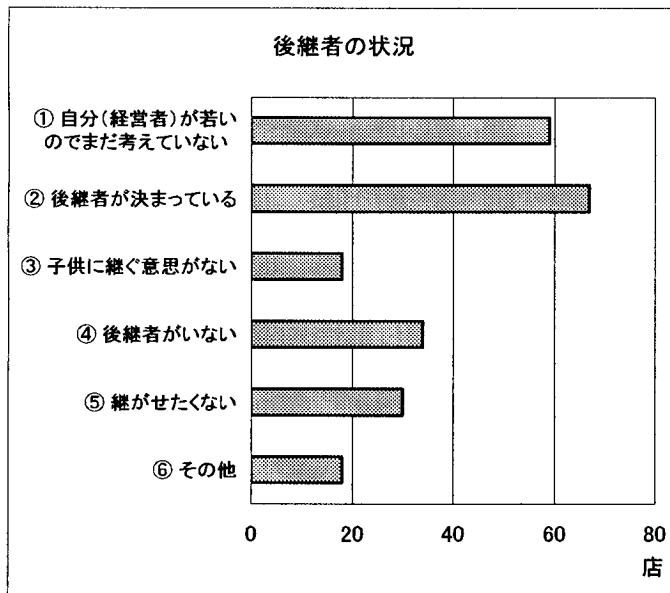
(1) 後継者の状況

	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%

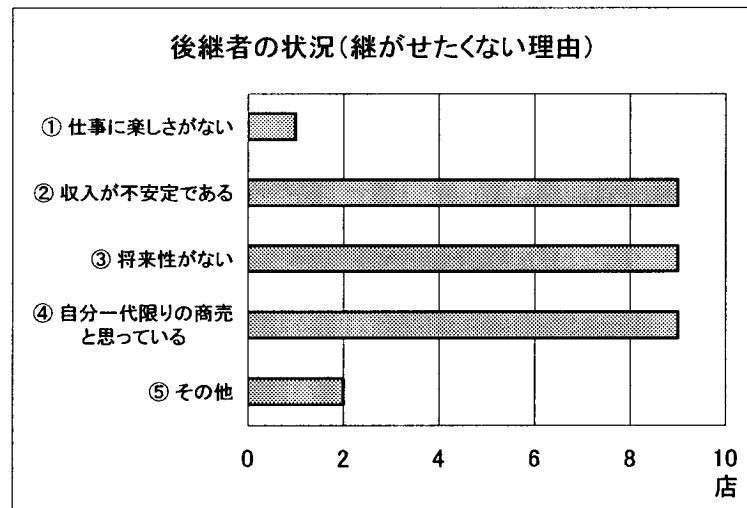
・後継者については、「後継者が決まっている」が67件28.3%で最も多いですが、「まだ考えていない」という回答も59件24.9%ありました。
 ・前回調査との割合比較では、「後継者が決まっている」が減少、「まだ考えていない」が増加しており、後継者問題には不確定要素があるようです。
 ・また、前回との比較で「子供に継ぐ意思がない」及び「継がせたくない」がともに増加し、「後継者がいない」と合わせると34.6%と、「後継者が決まっている」28.3%を上回っている状況にあります。



(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

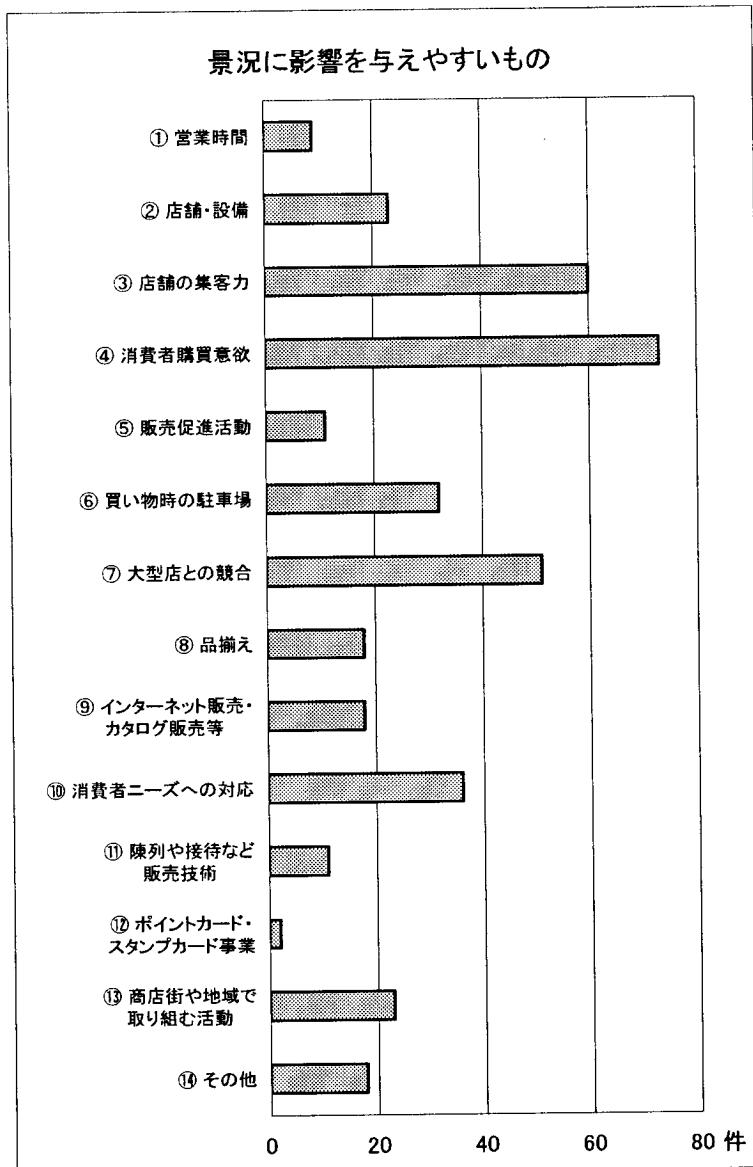
・売上、利益とも減少しているという回答がほとんどでした。
 ・原因としては来客数の減少が最も多く、高校の郊外移転、顧客の高齢化、購買意欲の減少・変化、燃料の高騰、空き店舗の増加などの回答がありました。
 ・今回は数値化していないため前回との比較はできませんが、前回より厳しさは増しているものと推測できます。

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。

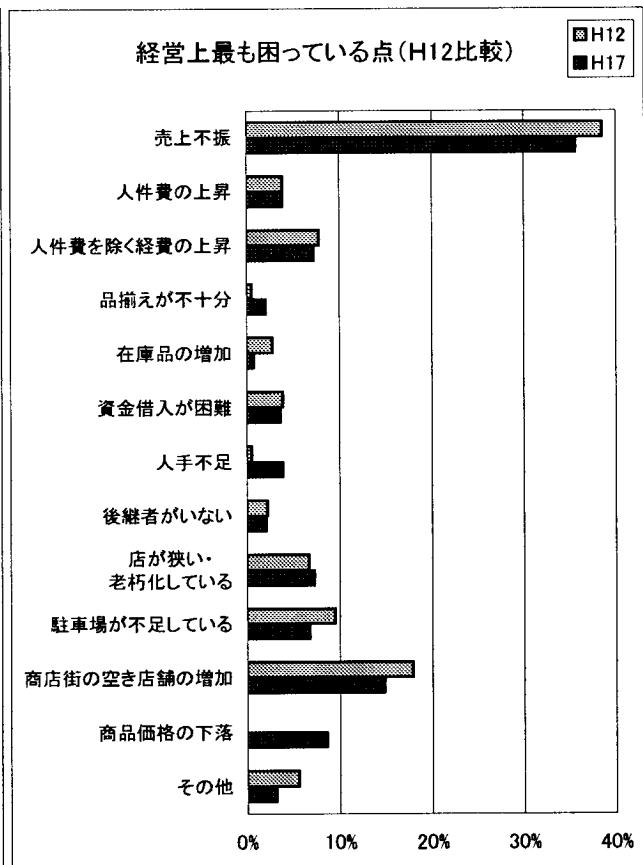
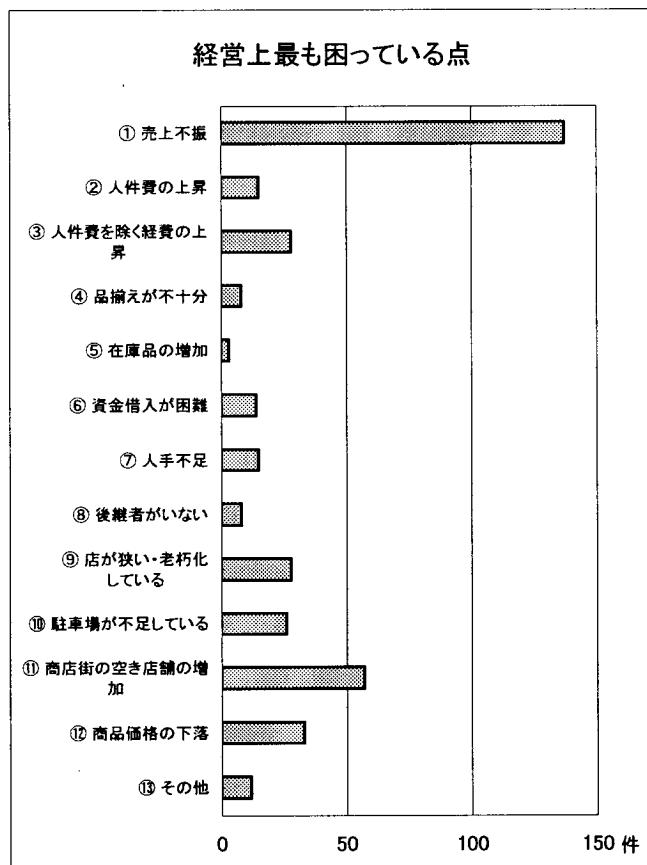
問8. 経営上、最も困っている点はどれですか。
複数回答(2つまで)

(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(%)
	69	38.5%
	7	3.9%
	14	7.8%
	1	0.6%
	5	2.8%
	7	3.9%
	1	0.6%
	4	2.2%
	12	6.7%
	17	9.5%
	32	17.9%
	-	-
	10	5.6%
	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。

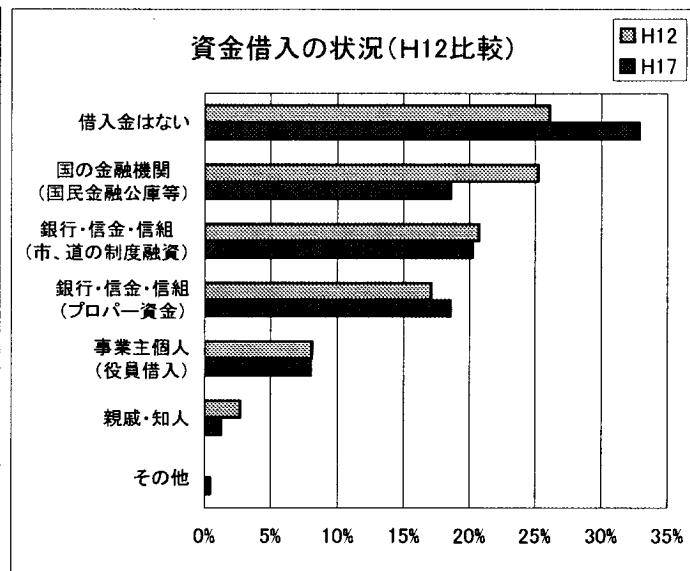
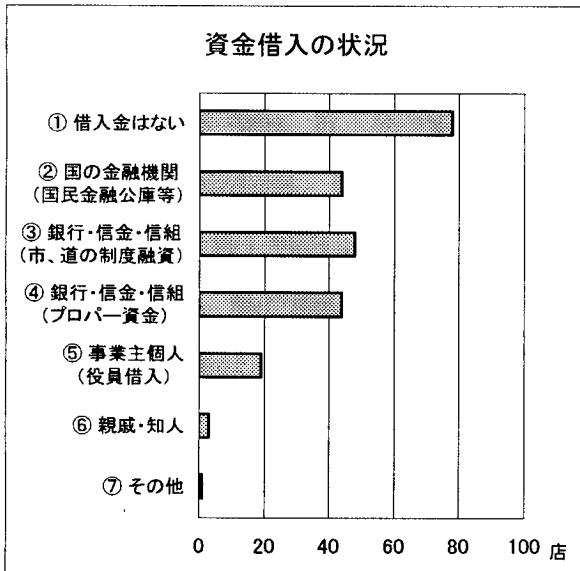
(1) 資金借入の状況

	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%
計	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」とも同じよう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。



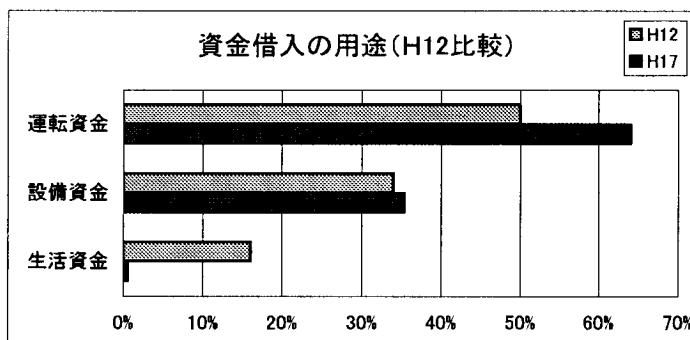
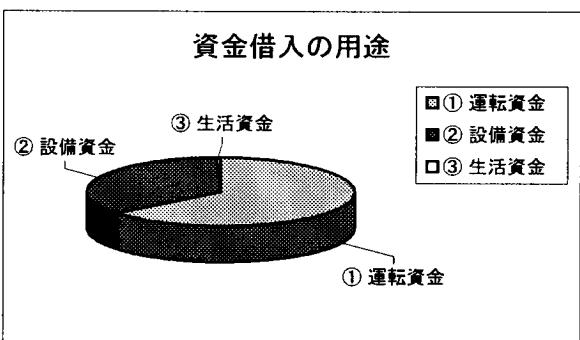
(2) 資金借入の用途

	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%
計	162	100.0%

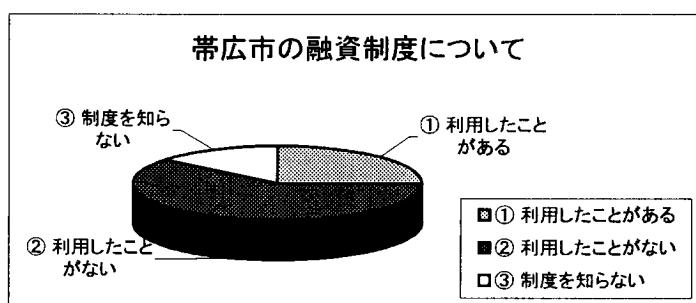
・資金借入の用途では、「運転資金」が107件64.1%と多く、前回調査の割合よりも増加しており、経営環境が厳しい状況にあると推測されます。



(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。



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。

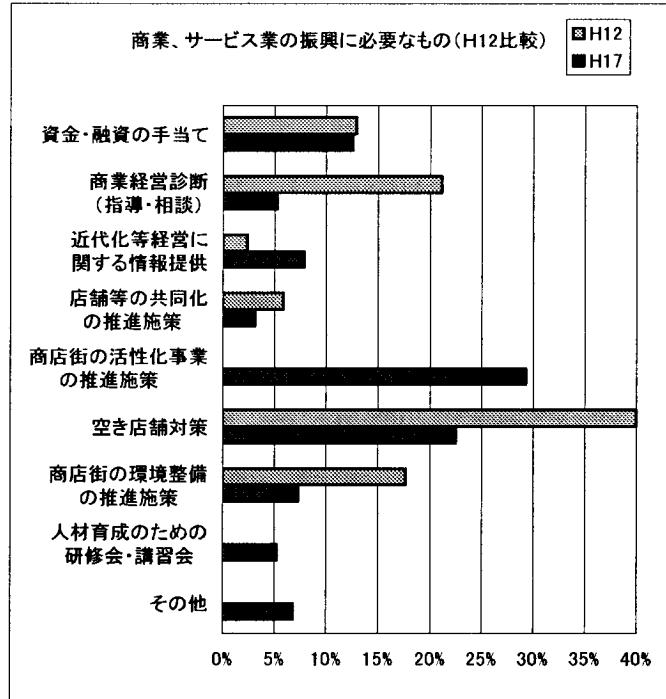
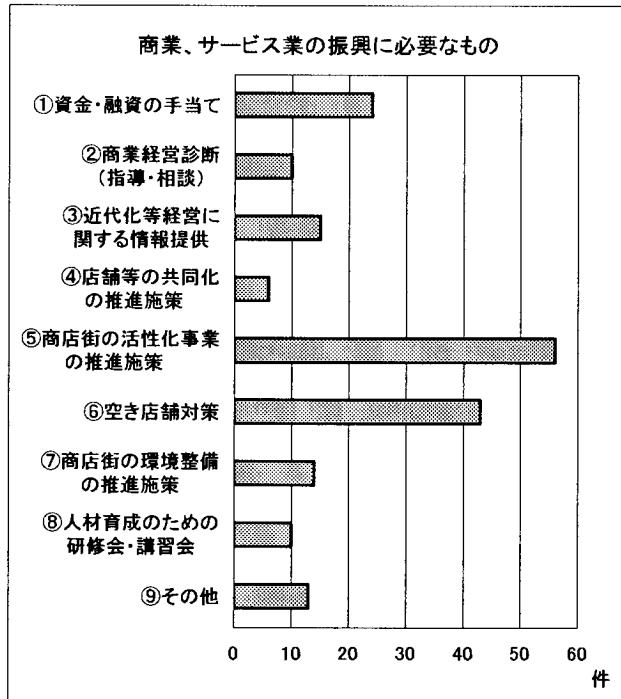
問11. 商業、サービス業の振興に必要なものはどのようなものが考えられますか。

(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%

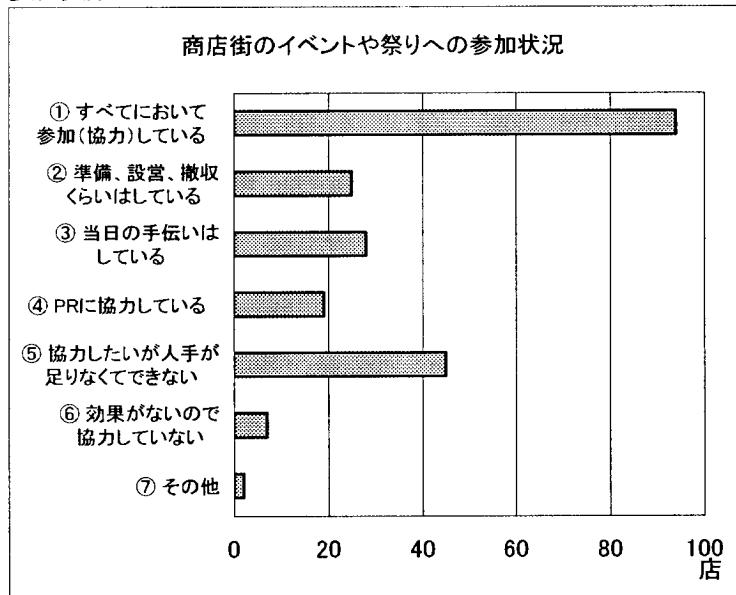


・商業、サービス業の振興に必要なものとしては、「商店街の活性化事業」が56件29.3%、「空き店舗対策」が43件22.5%と全体の半数以上を占めています。
 ・前回調査との割合比較では、「商店街活性化」の項目がなかったため十分な比較はできませんが、「商店街の環境整備」は減少しています。
 ・その他の回答としては、「個々の店の魅力づくり」、「経営者の熱意」、「中心街の商店街と町内会組織の一本化」、「事務局要員の常駐」、「街のセンスアップ」などがありました。

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。

(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 異業種が集合した合同売り出し
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

郊外的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、常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が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
大型店が憎い
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すばらしい、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

	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%

H12

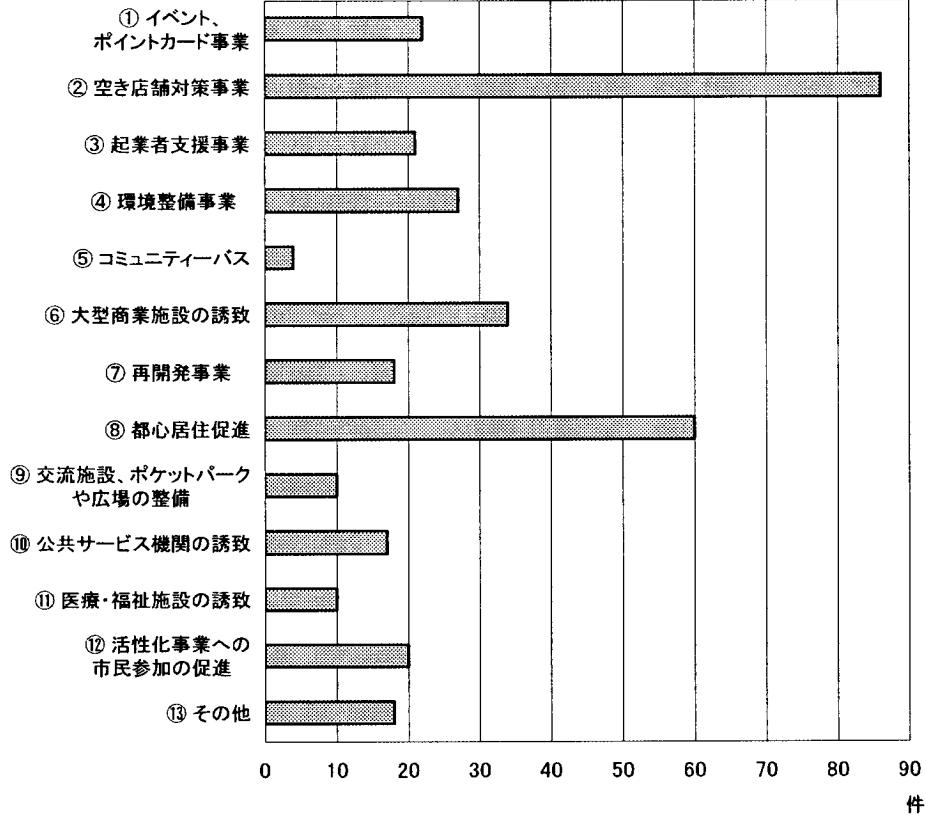
	件数	割合(%)
	8	4.9%
	28	17.3%
	25	15.4%
	40	24.7%
	-	-
	30	18.5%
	21	13.0%
	-	-
	-	-
	10	6.2%
	-	-
計	162	100.0%

⑬その他の回答

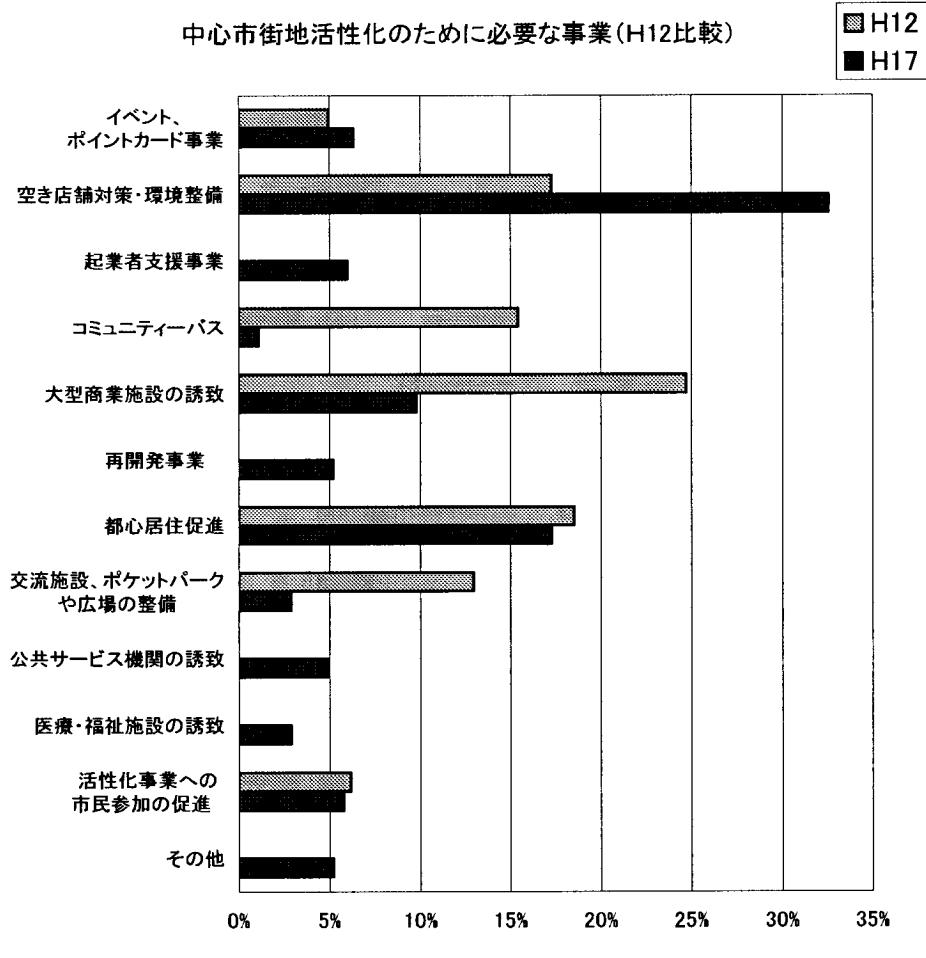
- ・中心部を統一したイメージにする(花など)
- ・無料駐車場の設置
- ・帯広市は中心市街地ばかり重要視している気がする
- ・中心市街地は時代によって移るものなので、あえて事業展開が必要なのか
- ・中心部の家賃地価等の下落の促進
- ・路面空き店舗に話題性のある店舗(サービス業含む)を誘致する
- ・空き地、空き店舗に必要な施設業種の誘致をすべき、家主、地主に街づくりの重要性を理解していただき協力体制を整える時
- ・歩いて買い物ができるミニスーパー、百均などの施設誘致
- ・個店の魅力づくり、中心市街地ならではの専門性、新規(話題)性
- ・中心部にスポーツ施設(フィットネスクラブなど)
- ・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しようお願いします
- ・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なっています。
- ・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け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

一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、本屋さんがない、食の店(カルチャー帰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

コミュニティーの再構築、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、個人の集まる廉売など

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

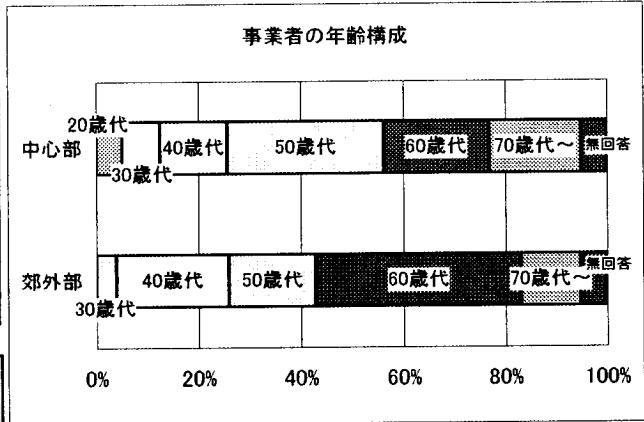
- 若い人の意見を大きく取り入れる
- 車社会への対応
- 営業時間の延長
- 中心部の居住人口の増加
- もう少し多くの方が街の中で家族で生活するようになればよいと思います
- 帯広市内から他町村への流出を止める
- 改築資金
- イベントの効果はない

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%

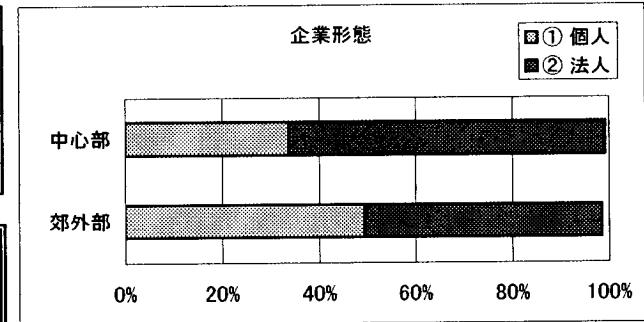
・事業者の年齢構成では、中心部が50歳代の割合が高いのに対し、郊外部は60歳代の割合が高くなっています。



(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%

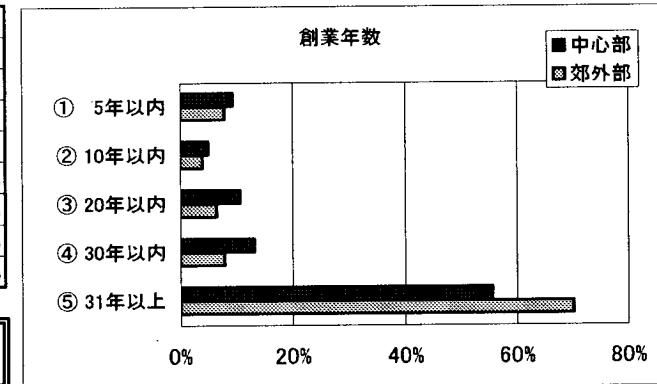
・企業形態では、郊外部の個人・法人の割合が同程度に対し、中心部は法人事業主が多いです。



(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%

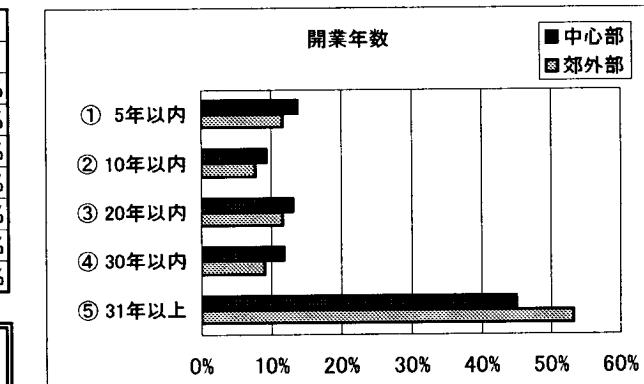
・郊外部の方が、創業年数が長いという結果が出ています。



(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%

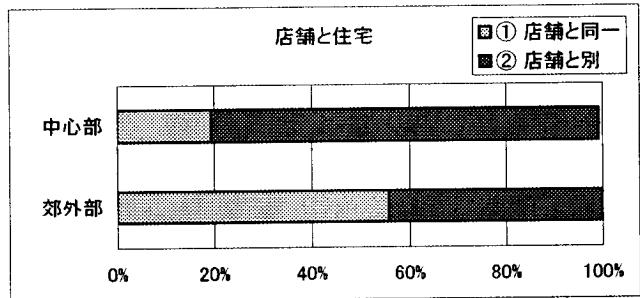
・郊外部の方が、開業してからの年数が長いという結果が出ています。



(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%

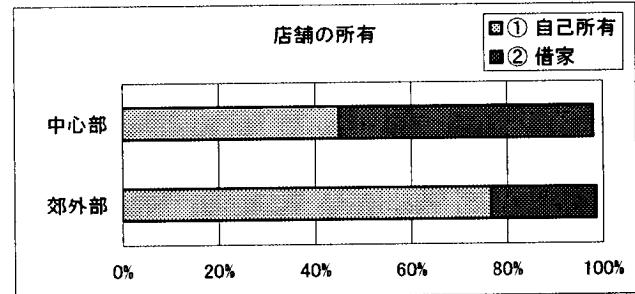
・郊外部では店舗と住宅が同一である割合が半数を超えているのに対し、中心部は8割が店舗と住宅が別になっています。



(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%

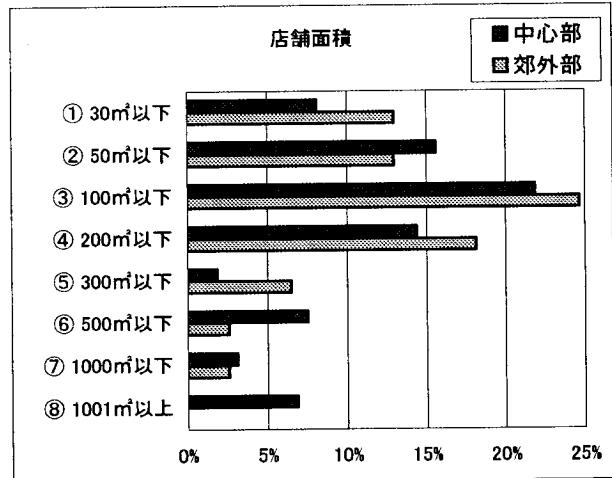
・郊外部の方が、店舗の自己所有率が高いです。



(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%

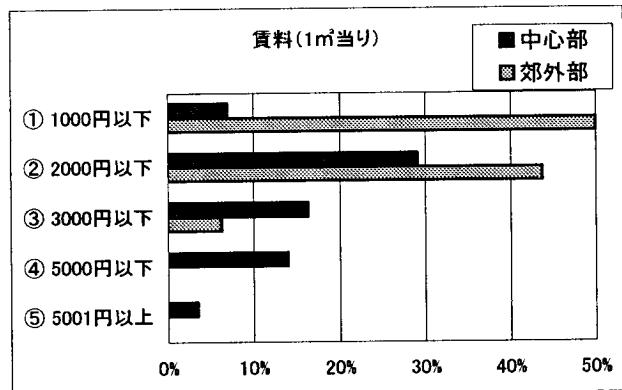
・中心部に比べ郊外部では、「店舗面積が30㎡以下」の割合が高いです。



(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%

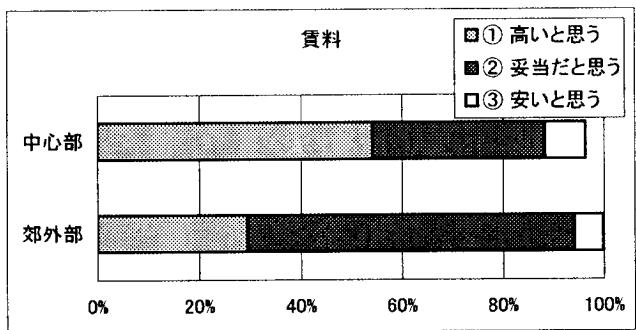
・郊外部の賃料は、「1㎡当り2000円以下」が90%以上を占めており、中心部より安いと推測されます。



(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%

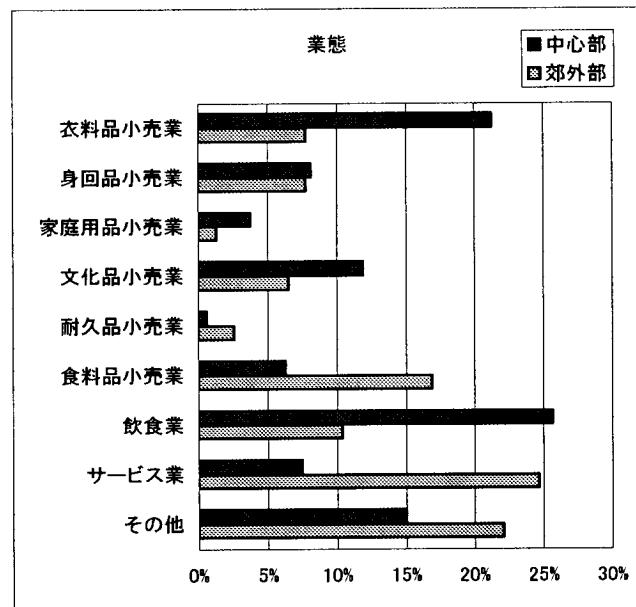
・中心部の方が賃料は高いと感じています。



(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%

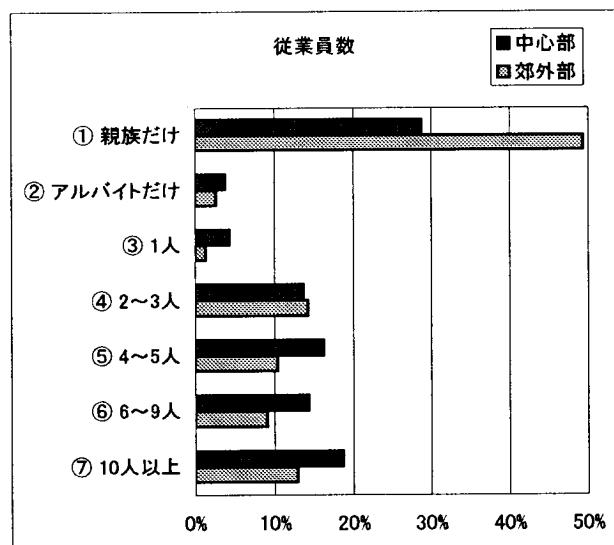
・郊外部の方が「食料品小売業」と「サービス業」の割合が高く、「飲食業」と「衣料品小売業」、「文化品小売業」については、中心部の方が高い割合を示しています。



(11) 従業員数

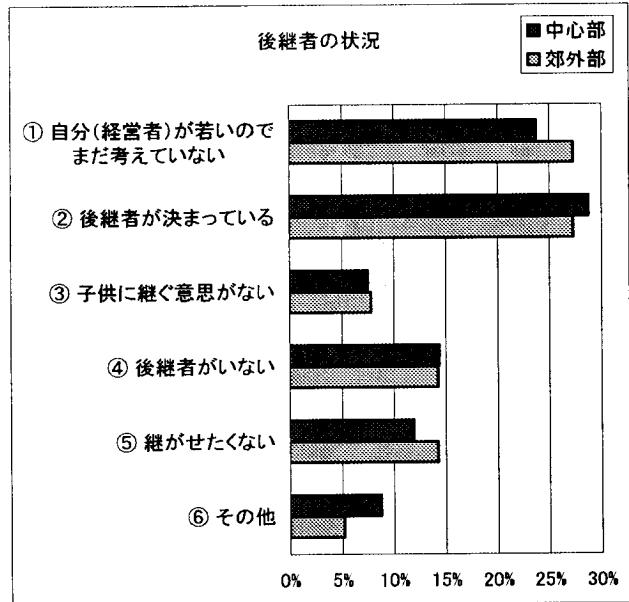
	中心部		郊外部	
	店舗数	割合(%)	店舗数	割合(%)
① 親族だけ	46	28.8%	38	49.3%
② アルバイトだけ	6	3.7%	2	2.6%
③ 1人	7	4.4%	1	1.3%
④ 2~3人	22	13.8%	11	14.3%
⑤ 4~5人	26	16.3%	8	10.4%
⑥ 6~9人	23	14.3%	7	9.1%
⑦ 10人以上	30	18.7%	10	13.0%
計	160	100.0%	77	100.0%

・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

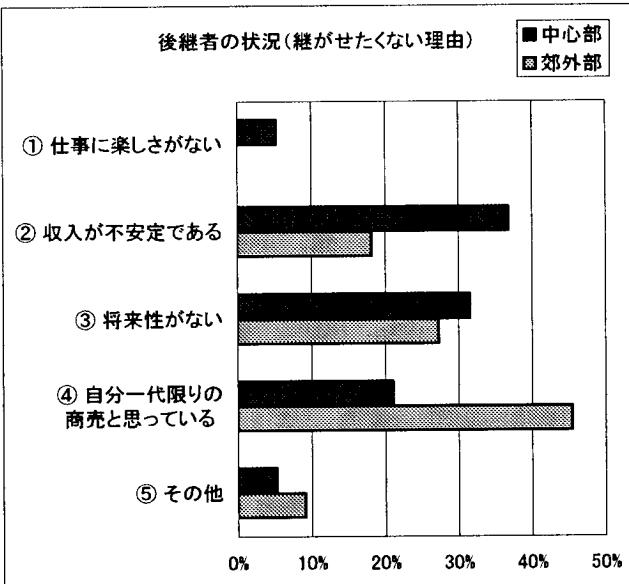
	中心部		郊外部	
	店舗数	割合(%)	店舗数	割合(%)
① 自分(経営者)が若いのでまだ考えていない	38	23.8%	21	27.3%
② 後継者が決まっている	46	28.7%	21	27.3%
③ 子供に継ぐ意思がない	12	7.5%	6	7.8%
④ 後継者がいない	23	14.4%	11	14.3%
⑤ 継がせたくない	19	11.9%	11	14.3%
⑥ その他	14	8.7%	4	5.2%
無回答	8	5.0%	3	3.8%
計	160	100.0%	77	100.0%



・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)

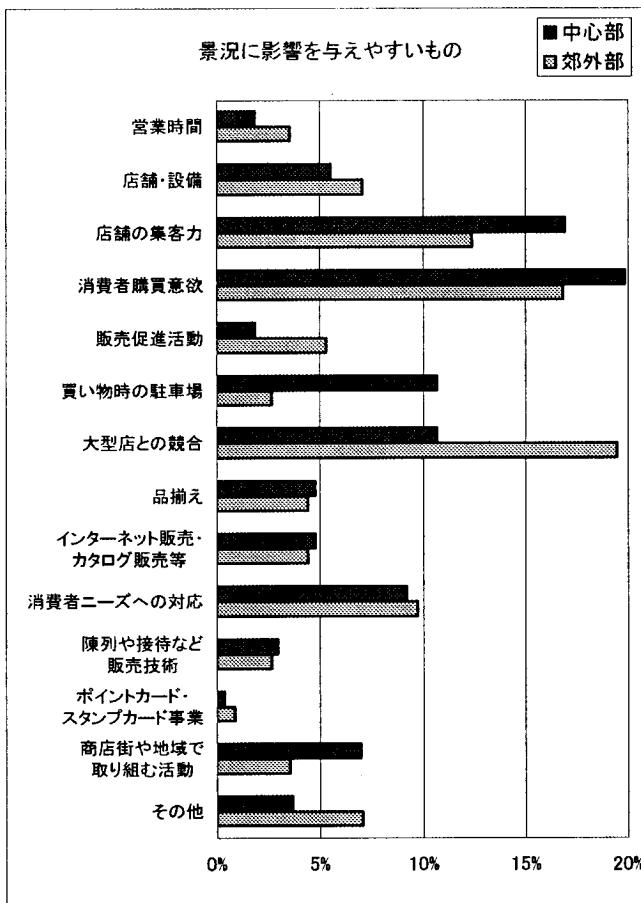
	中心部		郊外部	
	店舗数	割合(%)	店舗数	割合(%)
① 仕事に楽しさがない	1	5.3%		
② 収入が不安定である	7	36.8%	2	18.2%
③ 将来性がない	6	31.6%	3	27.3%
④ 自分一代限りの商売と思っている	4	21.0%	5	45.4%
⑤ その他	1	5.3%	1	9.1%
計	19	100.0%	11	100.0%



・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

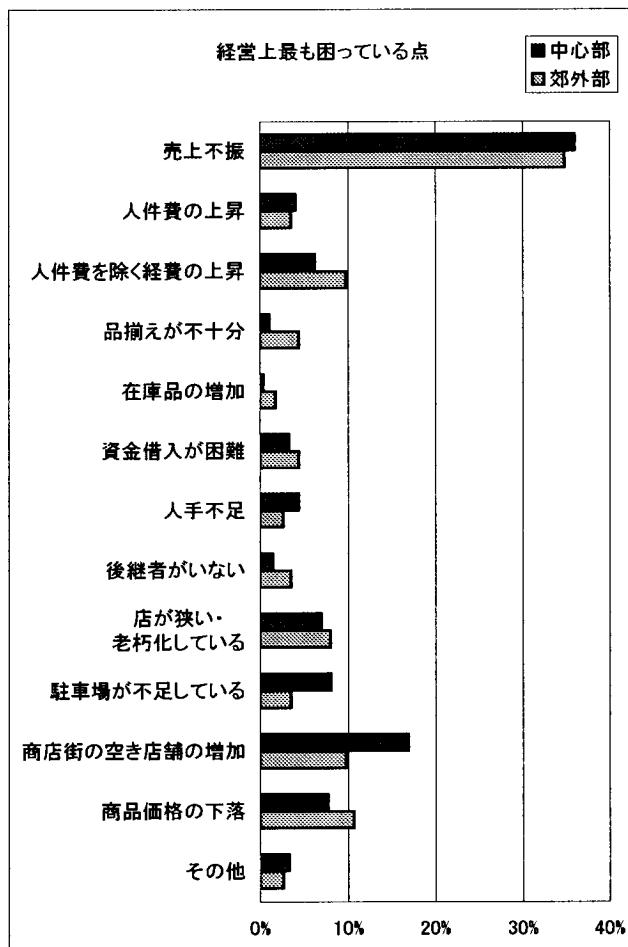
	中心部		郊外部	
	件数	割合(%)	件数	割合(%)
① 営業時間	5	1.8%	4	3.5%
② 店舗・設備	15	5.5%	8	7.1%
③ 店舗の集客力	46	16.9%	14	12.4%
④ 消費者購買意欲	54	19.9%	19	16.8%
⑤ 販売促進活動	5	1.8%	6	5.3%
⑥ 買い物時の駐車場	29	10.7%	3	2.7%
⑦ 大型店との競合	29	10.7%	22	19.5%
⑧ 品揃え	13	4.8%	5	4.4%
⑨ インターネット販売・カタログ販売等	13	4.8%	5	4.4%
⑩ 消費者ニーズへの対応	25	9.2%	11	9.7%
⑪ 陳列や接待など販売技術	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%

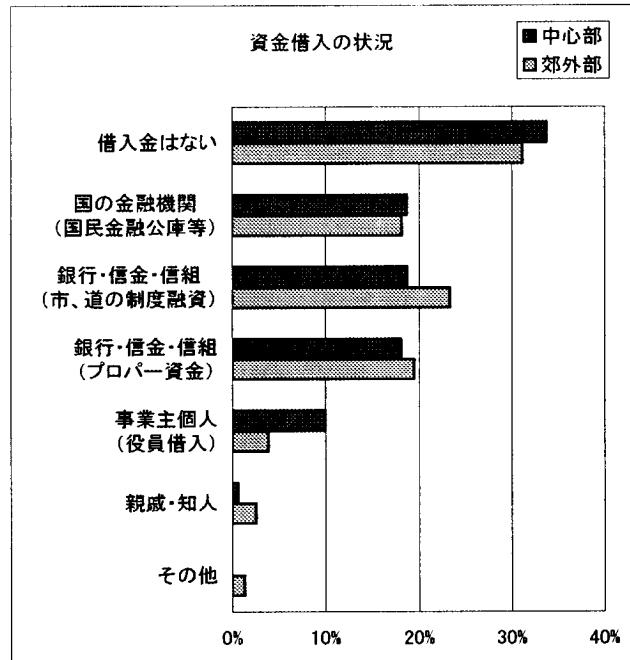


・経営上最も困っている点では、中心部では「空き店舗」の増加を挙げていますが、郊外部では「商品価格の下落」、「人件費を除く経費の上昇」と回答している割合が高いです。

(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%

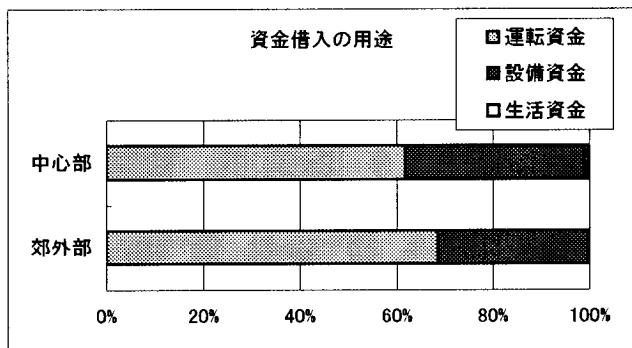
・資金借入の状況では、中心部、郊外部に大きな差は見られませんでした。



(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%

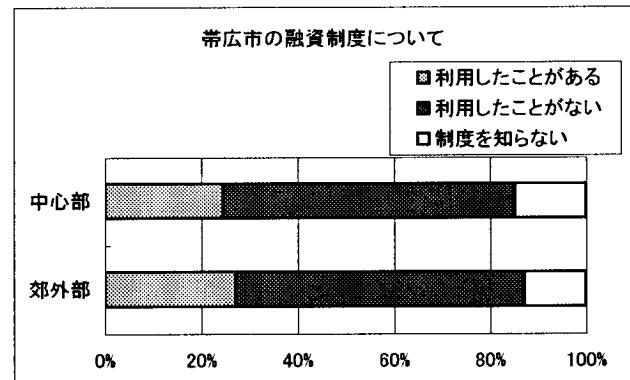
・資金借入の用途において、中心部、郊外部に大きな差は見られませんでした。



(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%

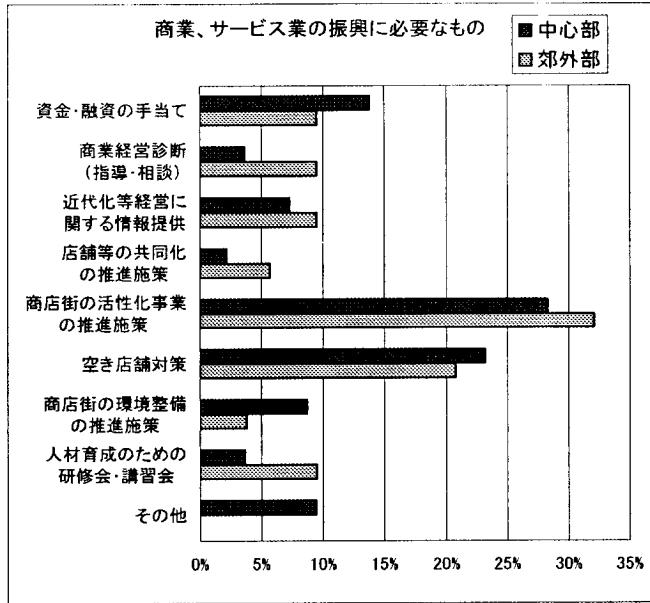
・帯広市の融資制度の利用状況については、中心部、郊外部に大きな差は見られませんでした。



(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%

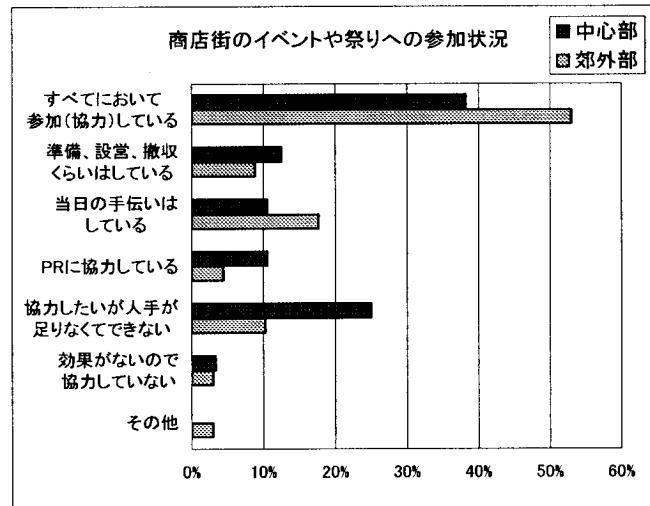
・いずれも空き店舗対策、商店街の活性化の回答が多いですが、郊外部において、商店街活性化を1番に挙げる店舗の割合が多いです。



(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%

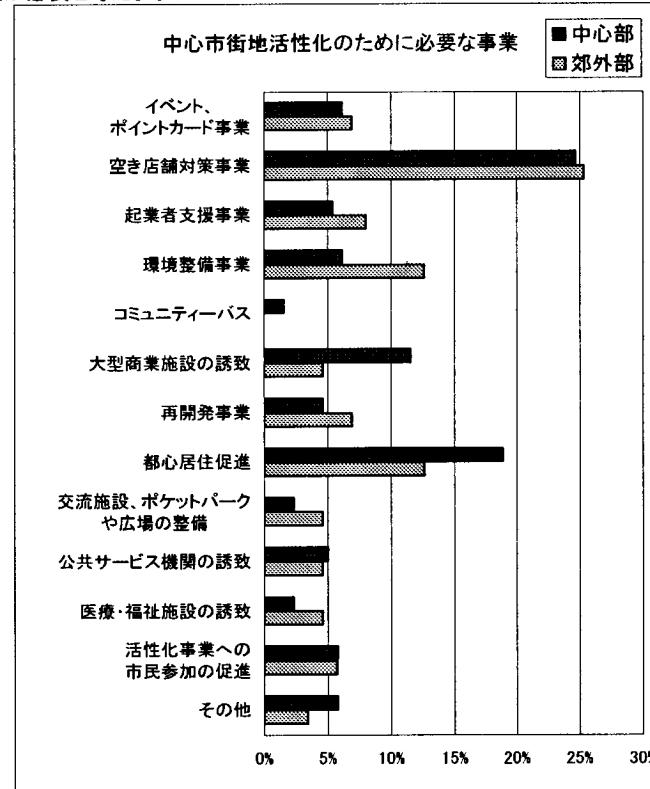
・中心部の方が、協力したいが人手が足りないという回答の割合が高いです。



(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%

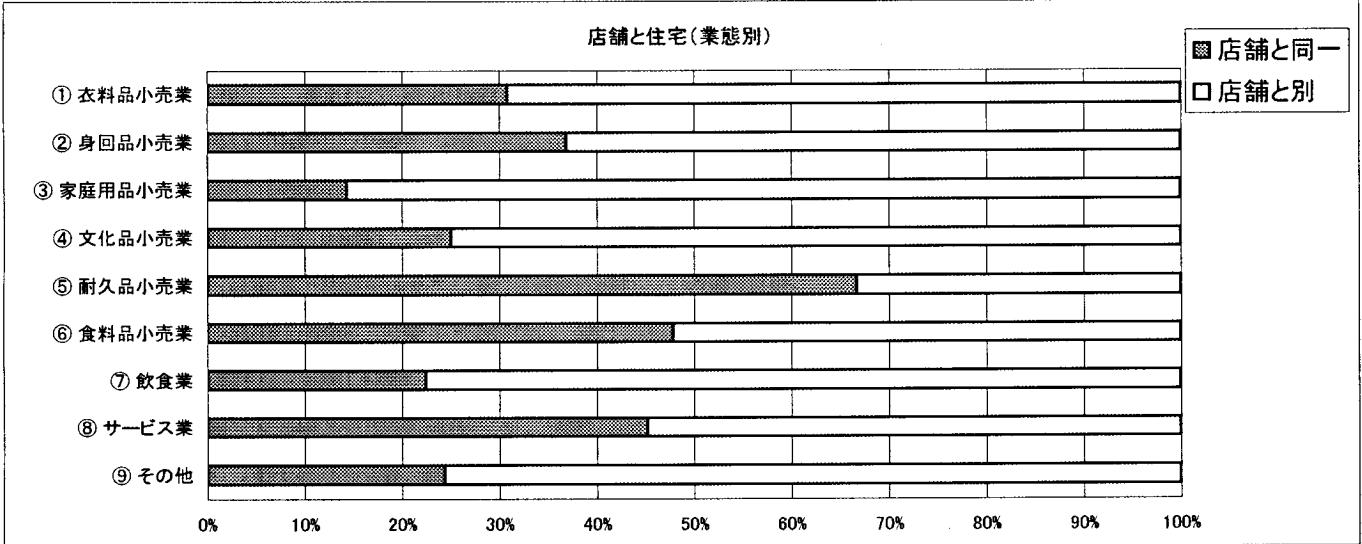
・いずれも「都心居住促進」と「空き店舗対策」に対する割合が高いですが、郊外部に比べて、中心部の方が「都心居住促進」、「大型商業施設の誘致」に対する割合が大きく、「環境整備事業」の割合が低い結果となりました。



5. 各調査項目ごとの比較(業態別)

(1) 店舗と住宅

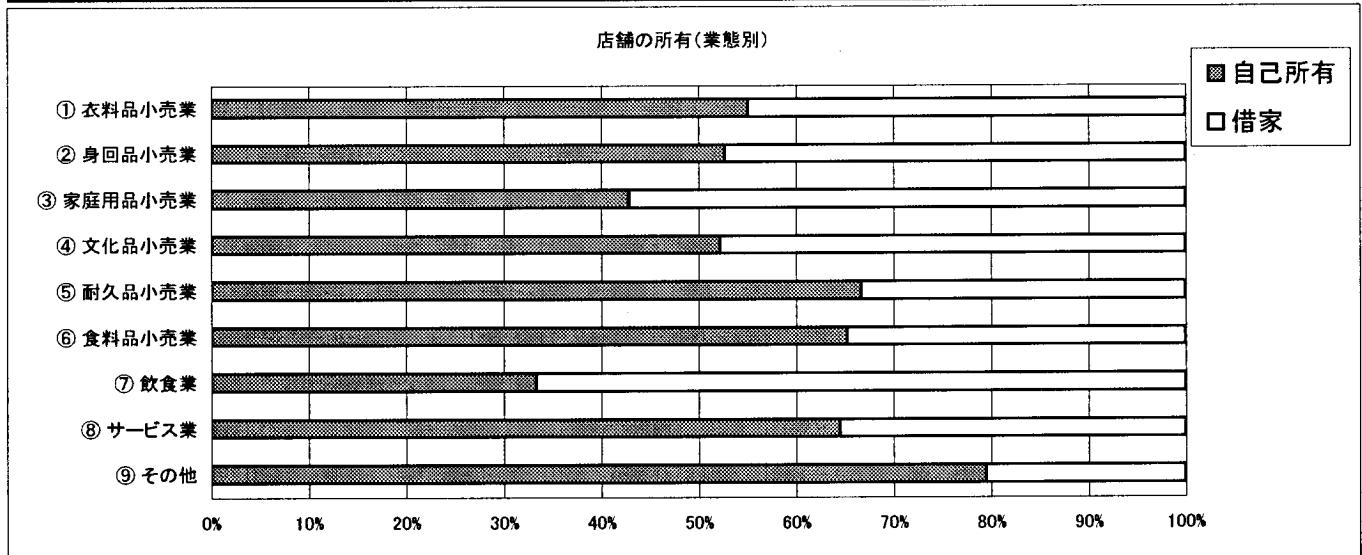
		① 衣料品小売業	② 身回品小売業	③ 家庭用品小売業	④ 文化品小売業	⑤ 耐久品小売業	⑥ 食料品小売業	⑦ 飲食業	⑧ サービス業	⑨ その他	合計
		① 店舗と同一	店舗数	12	7	1	6	2	11	11	14
	割合(%)	30.0%	36.8%	14.3%	25.0%	66.7%	47.8%	22.4%	45.2%	24.4%	31.2%
② 店舗と別	店舗数	27	12	6	18	1	12	38	17	31	162
	割合(%)	67.5%	63.2%	85.7%	75.0%	33.3%	52.2%	77.6%	54.8%	75.6%	68.4%
無回答	店舗数	1					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

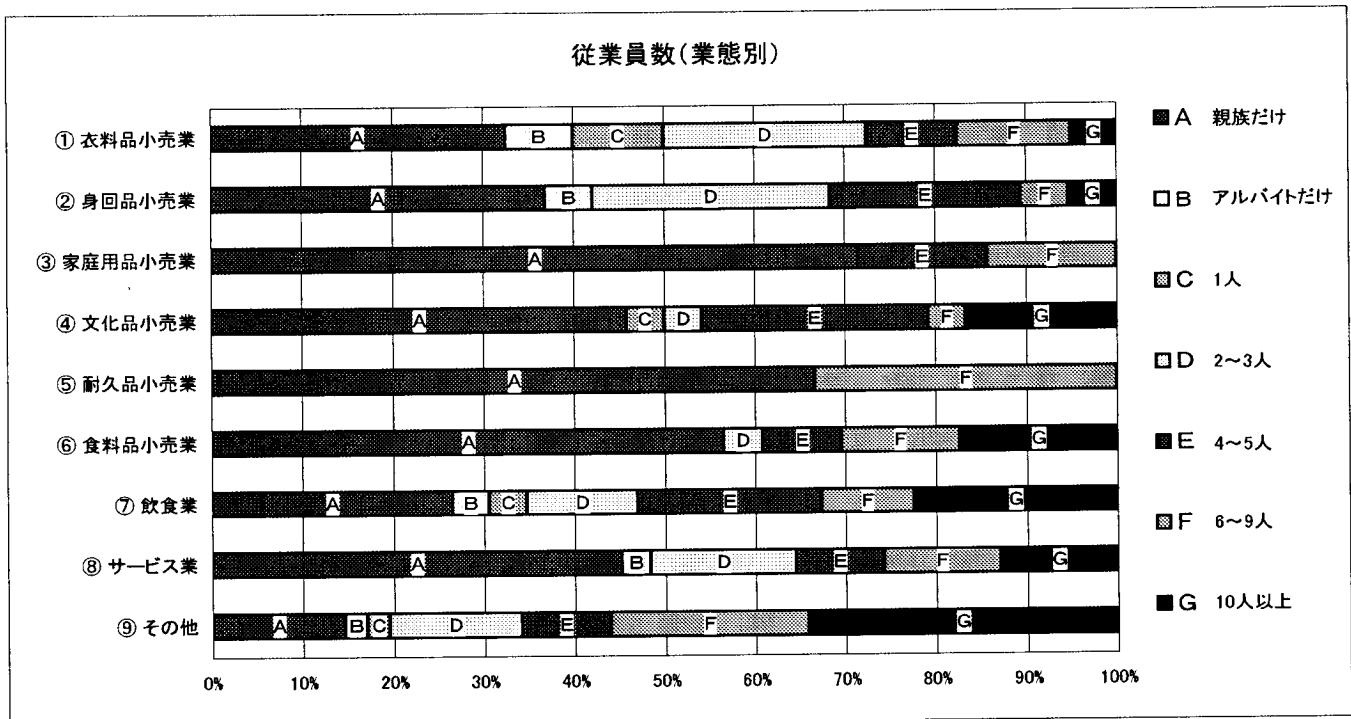
		① 衣料品小売業	② 身回品小売業	③ 家庭用品小売業	④ 文化品小売業	⑤ 耐久品小売業	⑥ 食料品小売業	⑦ 飲食業	⑧ サービス業	⑨ その他	合計
		① 自己所有	店舗数	22	10	3	12	2	15	16	20
	割合(%)	55.0%	52.6%	42.9%	50.0%	66.7%	65.2%	32.7%	64.5%	75.6%	55.3%
② 借家	店舗数	18	9	4	11	1	8	32	11	8	102
	割合(%)	45.0%	47.4%	57.1%	45.8%	33.3%	34.8%	65.3%	35.5%	19.5%	43.0%
無回答	店舗数				1			1		2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

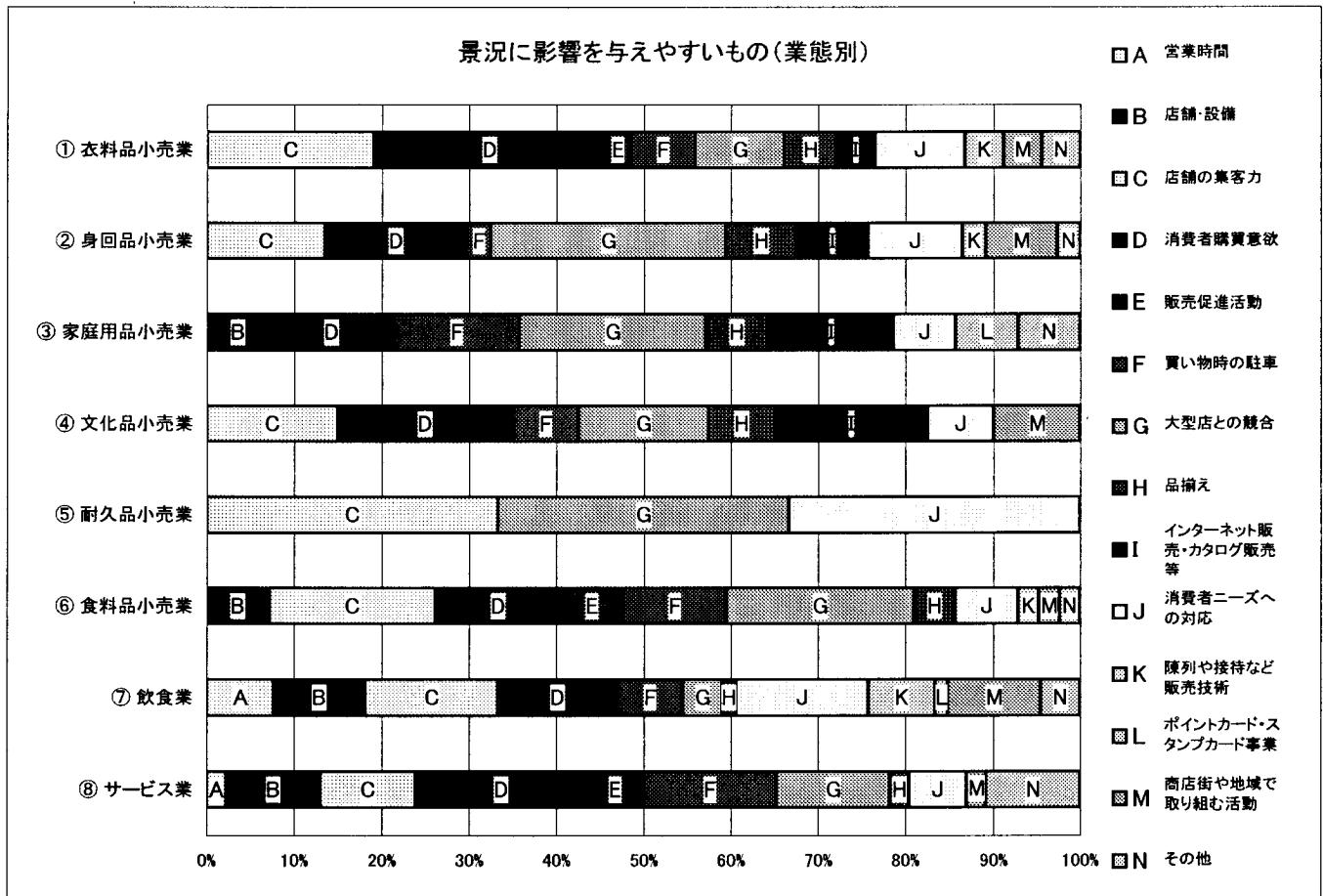
		① 衣料品 小売業	② 身回品 小売業	③ 家庭用 品小売業	④ 文化品 小売業	⑤ 耐久品 小売業	⑥ 食料品 小売業	⑦ 飲食業	⑧ サービス 業	⑨ その他	合計
		① 親族だけ	店舗数	13	7	5	11	2	13	13	14
	割合(%)	32.5%	36.8%	71.4%	45.8%	66.7%	56.5%	26.5%	45.2%	14.6%	35.4%
② アルバイトだけ	店舗数	3	1					2	1	1	8
	割合(%)	7.5%	5.3%					4.1%	3.2%	2.4%	3.4%
③ 1人	店舗数	4			1			2		1	8
	割合(%)	10.0%			4.2%			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%



・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

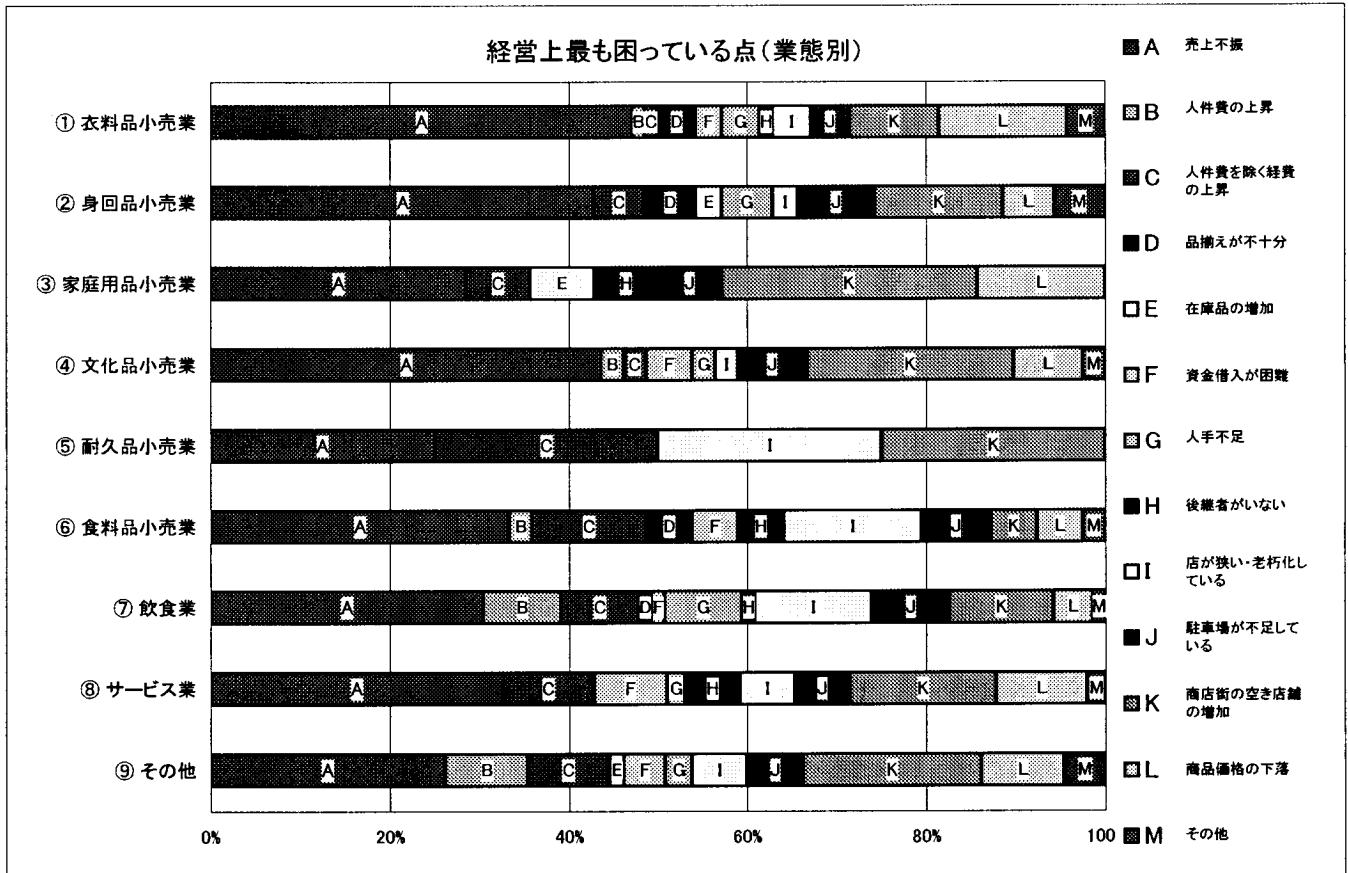
		① 衣料品 小売業	② 身回品 小売業	③ 家庭用 品小売業	④ 文化品 小売業	⑤ 耐久品 小売業	⑥ 食料品 小売業	⑦ 飲食業	⑧ サービス 業	⑨ その他	合計
① 営業時間	件数							5	1	3	9
	割合(%)							7.6%	2.2%	4.3%	2.3%
② 店舗・設備	件数			1			3	7	5	7	23
	割合(%)			7.1%			7.1%	10.6%	10.9%	10.2%	6.0%
③ 店舗の集客力	件数	13	5		6	1	8	10	5	12	60
	割合(%)	19.1%	13.5%		15.0%	33.3%	19.1%	15.2%	10.9%	17.4%	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 駐車場が不足している	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%

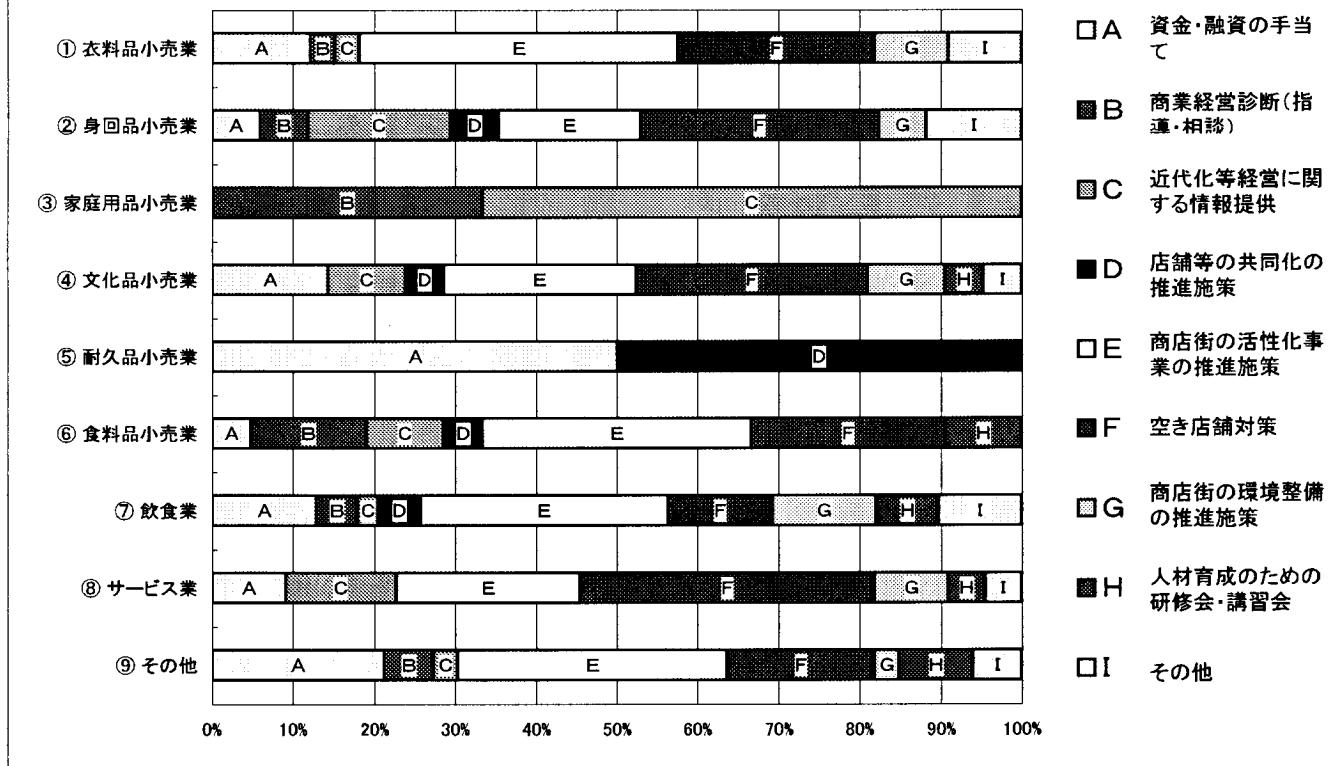


・どの業態においても、売上不振を第1位に挙げています。特に「衣料品小売業」、「身回品小売業」、「文化品小売業」で割合が高いです。
 ・2番目として、店の老朽化を挙げているのが「食料品小売業」と「飲食業」です。商店街の空き店舗の増加を挙げているのが「身回品小売業」と「家庭用品小売業」、「文化品小売業」です。
 ・「衣料品小売業」は、2番目に商品価格の下落を挙げています。

(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
	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ました。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		
	・無担保無保証	・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、租税の完納、決算における利益の確保等が要件となっています。
利率の軽減	・保証人制度はやめてほしい	・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。
	・利率を下げてほしい	・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。
	・無利子なら借りたい		
審査・手続きの緩和	・銀行などの調査が厳しすぎる	・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。
	・審査の緩和		
	・手続きが面倒	・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確な対応に努めていきます。
融資制度の拡大	・融資枠の増、制度の制約緩和	・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。
	・風俗営業にも厳格な審査のもと融資の道を開くべき	・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。
	・融資施設設置資金貸付を受けたい	・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ほかで、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様々な支援に努めていきます。
PR活動	・中心街活性化特別融資の創設	・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。
	・後継者が新しいことに挑戦する時などに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	・広報おひひる、市のホームページ、事業団体に对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や方針について参考として追記したものです。

市への提案等		市の考え方や方針について参考として追記したものです。	
項目	内容	基本的な考え方や現在の経過(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	<ul style="list-style-type: none"> 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な 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設、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 17万市民への行政で考えないで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 駅前の土地利用、都市計画の方向性が理解できない 現状の街をどうするかの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が、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節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でほしい 中心部に人を集めることが重要 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 社会の進展とそれら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、基盤整備等の社会資源を生かしてその整備を進めつつ、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とす。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重層的な整備が求められてきたましたが、今後は、一定の水準に整っ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とする。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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と併せて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とする。 ・ 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、市民協働の理念に基づいて「まちづくり」の取り組みを積極的に実施していくことが必要と考えます。
大型店関連	<ul style="list-style-type: none"> これ以上の大型商業施設はほしくない 大型店や本州資本の大型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 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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」の格別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	<ul style="list-style-type: none"> ヨーカー跡へのテナント誘致(人が集まる施設、2階がジムなど) ヨーカー跡をうめてほしい ヨーカー跡、かじのビル、テミス、ホジビルなどをきめた空き店舗対策 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 食料品店がつかなくなったような市場的な店が少なくなりました 旧ヨーカービルがうまってくれれば ヨーカー跡に店舗がはいれほしいと思う ヨーカー跡をなんとかしてほしい 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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業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あります。 ・ ヨーカー跡一跡の活用は中心市街地における重要な課題と認識しております。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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支援や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。 ・ ヨーカー跡一跡ビルについては、TMO事業による再開店への取り組みを支援してまいります。
	<ul style="list-style-type: none"> ・ テナントの入居者にとどって家賃の負担は大きなものがあることが、今回の家賃調査でも顕著として出ており、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。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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。基本的な考え方や方針については市の考え方等については市の考え方等として追記したものです。

市八の提案等		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
商店街等の環境	<ul style="list-style-type: none"> ・ 広小路をもっと明るくきれいに ・ アークードは古いだけでなく危険なのが問題 	<ul style="list-style-type: none"> ・ アークードは老朽化し、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クードの劣化度調査を実施しました。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 劣化度調査結果を踏まえ、今後商店街でアークードの維持管理やあり方について検討されていますので、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。
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 駅周辺の照明が暗い 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 駅周辺の照明については、絵画的な景色を昇せることをコンセプトに、不快なまぶしさや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。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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はあります。
商店街等の環境	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 本格化する高齢化社会に向けて、中心市街地のなお一層のバリアフリー化が必要と考えています。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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られますので、今後商店街の皆様と共に都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えます。
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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力除雪に力を入れていきます。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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も検討していきます。また、今後も現状の除雪、排雪方針を継続していくほか、国で実施していきますポランテニ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。
商店街等の環境	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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) ・ 回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) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 大空団地南側出入口については、新設予定箇所を平成17年度に現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、接續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て事業化を進めなければならぬことから、早期の事業化は非常に厳しい状況にあります。 ・ 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。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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を得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から計画的に再整備していくこととしていきます。 ・ 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まいります。
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 郊外の商店街へも目を向けるように 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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500千円を限度に一俵補助を行ってまいりました。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まいります。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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、既存事業に対して支援を行っていただ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、これか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
	<ul style="list-style-type: none"> ・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もいわれるので規制又は指導してほしい 	<ul style="list-style-type: none"> ・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確認する必要があると考えています。 ・ポイ捨て禁止についても、上記同様の考え方でです。 	<ul style="list-style-type: none"> ・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。
少子化対策	<ul style="list-style-type: none"> ・人口増加(少子化対策) ・少子化対策及び人口増への施策 	<ul style="list-style-type: none"> ・「安心して子供を産み育てやすい環境づくり」として保育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保育センターを設置するなど、地域商業者の皆様と連携した取り組みを進めております。 	<ul style="list-style-type: none"> ・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を進めていきます。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お願いいたします。 ・なお、子どもプランにつきましては、本市ホームページに掲載しているほか、ご要望に応じて資料の配布、説明会の開催等をさせていただきます。
大学誘致	<ul style="list-style-type: none"> ・大学の誘致 	<ul style="list-style-type: none"> ・18歳人口の減少や大学間競争など厳しい状況の中で、各大学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。 	<ul style="list-style-type: none"> ・左記のとおり、今後も引き続き、新大学の実現を目指し取り組んでいきます。
観光	<ul style="list-style-type: none"> ・氷まつりを十勝川の河川敷でも実施してはどうか 	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 	<ul style="list-style-type: none"> ・十勝川の河川敷は、雪像や氷像の作成から展示まで長期間の2-4週間準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。
道路・交通	<ul style="list-style-type: none"> ・駐輪場等に防犯カメラ設置できないか ・バス交通の利便性 	<ul style="list-style-type: none"> ・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し、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ています。 	<ul style="list-style-type: none"> ・市が、防犯カメラを設置することについては、設置・維持費面、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ヘルムアップさせることは困難であり、今後は、既存のバス路線を可能な限り契約し、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。
市の予算及び職員関連	<ul style="list-style-type: none"> ・人件費を抑えて民間なみに、民間へもっと仕事を ・役所の人を減らしてください ・税金の使い方(歳出の内容)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ています ・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 	<ul style="list-style-type: none"> ・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総額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5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、これまで職員研修計画を定めるなかで取り組んでまいりましたが、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ため、「人材育成基本方針」を策定しているところであります。 	<ul style="list-style-type: none"> ・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として、またこの施設については、今後とも指定管理者の導入を図るとともに、こみ収業業務など、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、成果要項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()

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。

--

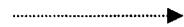
13. 都市の顔としての中心市街地の魅力を高めるために、商業者としては、どんなことをすべきだと考えますか。

--

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、調査の実施に当たっては、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フォ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

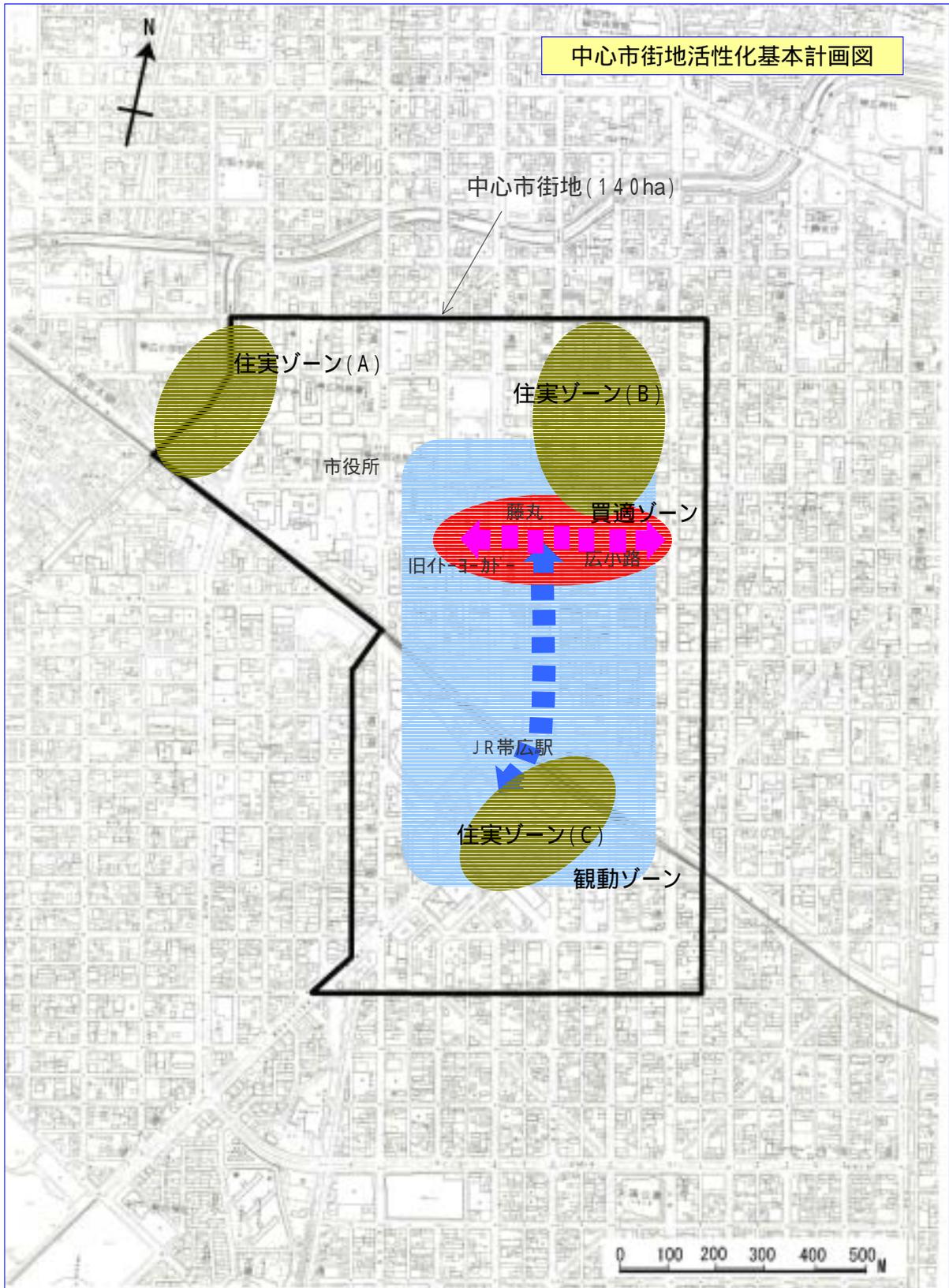
旧基本計画から継承する“界隈性を醸成”するための強化策として、界隈性を的確に言い表した“そぞろ歩き”を楽しめる商店街を実現し、都心性商業の復権を目指すために、大規模空き店舗の再生、既存商店街の機能整備など、先人が遺した多様なストックを活用し、中心市街地の賑わいづくりと商業の活性化を目指す。

「**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だす。



凡例 ←■ 連携軸

←■ そぞろ歩き軸

平成 18 年度 製造業実態調査 報告書

調査期間 平成 18 年 12 月 1 日～平成 19 年 3 月 31 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

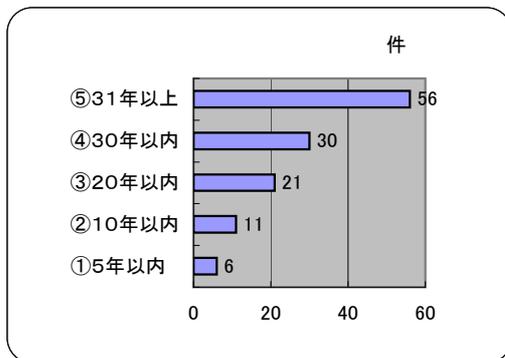
○ 工場等について

(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

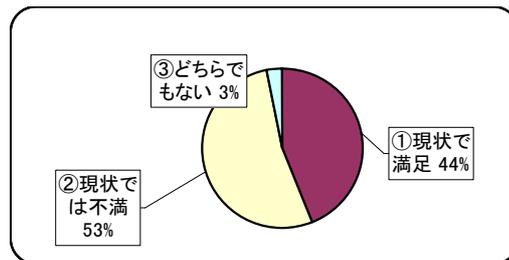


■現在地で操業し31年以上経過している割合は42%を占める一方、10年以内は13%となっている。

(3) 工場の建替え、増築の有無 (件)

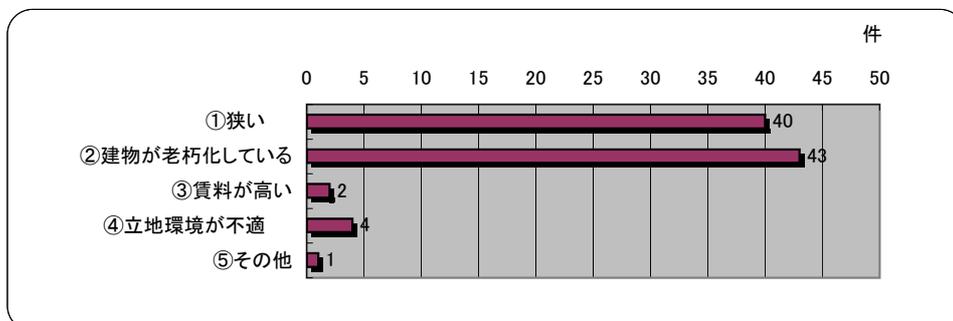
①有	②無
38	29

(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



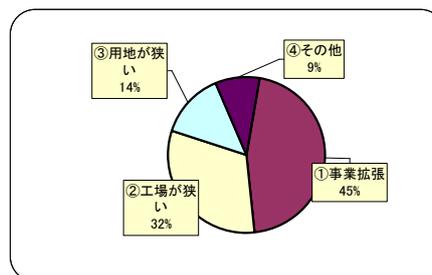
■現工場に不満と答えた理由で多いのは「老朽化」「狭あい化」が大半を占めている。

(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



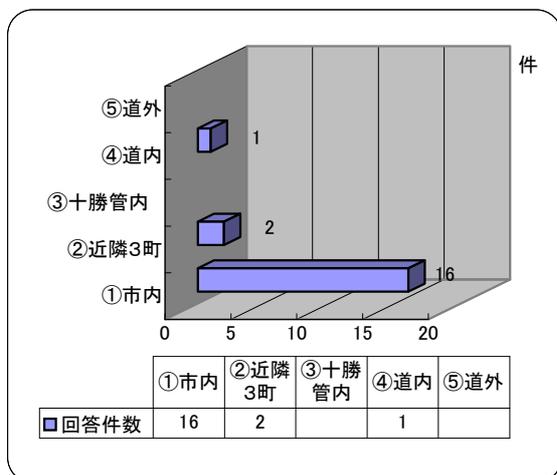
(8) その時期は

(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「有り」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	

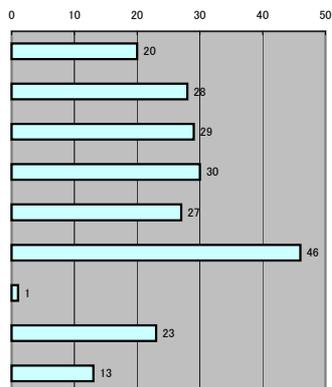
■ここ5年間で、生産ライン等の設備投資をしたのは44社、回答企業の4割に上り、理由としては「設備の老朽化による更新」、「生産の量産化」、「商品の付加価値化」、「生産コストの軽減」が主な理由となっている。

○ 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、「限界がきている」「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

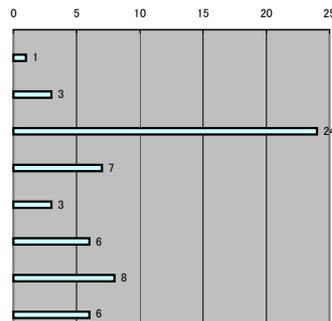
(件)	
①製品研究開発部門の強化	27
②製品研究開発部門の整理・統合	0
③営業販売部門の強化	49
④徹底したコストダウン	45
⑤生産設備の強化	24
⑥人材の育成・確保	31
⑦市場開拓	30

■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

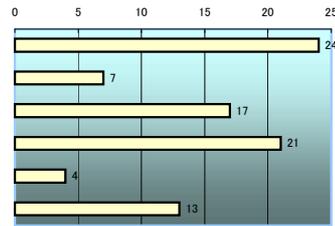
(件)	
①経営相談	1
②商工観光基金（派遣研修事業、自主研修事業）	3
③帯広市中小企業振興融資	24
④帯広市企業立地補助金	7
⑤帯広市工業団地立地奨励金	3
⑥産学官連携事業	6
⑦試験研究検査機器、測定機器等の提供サービス	8
⑧特許（知的財産権）等の無料相談等	6



■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有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)

①50万円以内	5
②100万円以内	0
③150万円以内	0
④200万円以内	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ときに行う	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ない制度がないか。
- ・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、売り上げがぼったり止まった。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。
- ・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。
- ・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。

・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。

観光立国推進基本計画 (案)

概要版

平成19年6月

第1 観光立国の実現に関する施策についての基本的な方針

基本的な方針

観光が有する意義を最大のものとするため、国民の国内旅行及び外国人の訪日旅行を拡大。また、国際相互理解の増進や諸外国の期待に応えるため、国民の海外旅行を発展。

将来にわたる豊かな国民生活の実現のため、観光の持続的な発展を推進。地域住民が誇りと愛着を持つことのできる活力に満ちた地域社会を実現。国際社会における名誉ある地位の確立を図るため、観光の発展により、平和国家日本のソフトパワーの強化に貢献。

計画期間

5年間

第2 観光立国の実現に関する目標

1. 観光立国の実現のための基本的な目標

訪日外国人旅行者数を平成22年までに1,000万人にすることを目標とし、将来的には、日本人の海外旅行者数と同程度にすることを旨とする。

【平成18年：733万人】

我が国における国際会議の開催件数を平成23年までに5割以上増やすことを目標とし、アジアにおける最大の開催国を目指す。

【平成17年：168件】

日本人の国内観光旅行による1人当たりの宿泊数を平成22年度までにもう1泊増やし、年間4泊にすることを目標とする。

【平成18年度：2.77泊】

日本人の海外旅行者数を平成22年までに2,000万人にすることを目標とし、国際相互交流を拡大させる。

【平成18年：1,753万人】

旅行を促す環境整備や観光産業の生産性向上による多様なサービスの提供を通じた新たな需要の創出等を通じ、国内における観光旅行消費額を平成22年度までに30兆円にすることを目標とする。

【平成17年度：24.4兆円】

2. 「国際競争力の高い魅力ある観光地の形成」に関する目標

国際競争力の高い魅力ある観光地づくりの取組を奨励するとともに、他の参考となるよう、一年に一度、優れた事例を選定し、内外に発信する。

良好な景観の形成について、景観法に基づき、市町村の景観行政団体への移行、景観計画の策定等を推進し、社会資本整備重点計画に目標が掲げられた場合、それを達成する。また、重要文化的景観の保全に関する活動を奨励する。さらに、道路の無電柱化率を平成 19 年度までに 15% に高めることを目標とし、電線類の地中化等を進める。

【平成 17 年度：道路の無電柱化率 11%】

(参考) 平成 19 年度当初：景観計画を策定している景観行政団体数 44

東京国際空港（以下「羽田空港」）について、新たに四本目の滑走路を平成 22 年 10 月末までに整備する。成田国際空港（以下「成田空港」）について、平行滑走路を平成 21 年度末までに延伸する。関西国際空港について、二本目の滑走路を整備し、完全 24 時間空港として活用を図る。また、すべての国際拠点空港と都心部の間のアクセス所要時間を平成 22 年度までに 30 分台にすることを目指し、鉄道の整備を進める。さらに、平成 19 年度までに拠点的な空港・港湾への道路アクセス率を 68% とし、隣接する地域の中心の都市間が改良済みの国道で連絡されている割合を 77% とし、道路渋滞による損失時間を 38.1 億人時間から約 1 割削減することをそれぞれ目標とし、道路の整備を進める。

【平成 17 年度：アクセス率 66%、改良済みの国道 74%、損失時間約 8% 削減】

3. 「観光産業の国際競争力の強化及び観光の振興に寄与する人材の育成」に関する目標

[再掲]

旅行を促す環境整備や観光産業の生産性向上による多様なサービスの提供を通じた新たな需要の創出等を通じ、国内における観光旅行消費額を平成 22 年度までに 30 兆円にすることを目標とする。

【平成 17 年度：24.4 兆円】

観光産業の高度化を図るため、観光関係学会等の活動の充実を奨励するとともに、高等教育段階において観光の振興に寄与する人材の育成を促進する。

(参考) 平成 18 年度：大学の観光関係学部・学科の定員：約 3,000 人

観光マネジメントの強化を図るため、関係業界と連携しつつ、観光関係業種における技能評価・資格制度の導入を奨励することにより、観光事業従事者のインセンティブの向上等を図る。

【平成 18 年度：4 業種 8 件】

通訳案内士の登録人数を平成 23 年までに概ね 5 割増やして 15,000 人（地域限定通訳案内士を含む）とすることを目標とする。また、ボランティアガイドの数を平成 23 年までに概ね 5 割増やして 47,000 人とすることを目標とする。

【平成 18 年：通訳案内士 10,241 人、ボランティアガイド 31,301 人】

4. 「国際観光の振興」に関する目標

[一部再掲]

訪日外国人旅行者数を平成 22 年までに 1,000 万人にすることを目標とし、将来的には、日本人の海外旅行者数と同程度にすることを旨とする。

そのため、ビジット・ジャパン・キャンペーンの強化・高度化を図ることとし、その際、市場のニーズに的確に対応して、我が国の自然、歴史、伝統、食文化、ポップカルチャー、産業等の豊かな観光資源の発信を強力に展開する。

【平成 18 年：733 万人】

[再掲]

我が国における国際会議の開催件数を平成 23 年までに 5 割以上増やすことを目標とし、アジアにおける最大の開催国を目指す。

【平成 17 年：168 件】

我が国の学校等を訪れ児童生徒と交流するフレンドシップ・ジャパン・プラン等による外国人青少年の受入者数の倍増を目指すなど、我が国青少年の国際交流を推進する。

【平成 16 年度：4 万人】

出入国手続の迅速化・円滑化を図り、外国人の入国審査について、全空港での最長審査待ち時間を 20 分以下にすることを目標とする。

【平成 18 年 10 月：成田空港では約 28 分】

注) 出入国管理及び難民認定法に基づき、平成 19 年秋に、外国人が上陸審査を受ける際に指紋等の個人識別情報を電磁的方式によって提供することが義務づけられることとなっている。

外国語での対応が可能な「ビジットジャパン案内所」を平成 23 年度までに 300 ヶ所に倍増することを目標とする。

【平成 18 年度末：155 ヶ所】

博物館、美術館、国立公園のビジターセンター等の主要な観光施設のうち、国・独立行政法人が設置したものの全てについて案内・表示を複数言語で行うこととし、その他の主体が設置したものについても複数言語化を奨励する。

【平成 17 年度：39%】

[再掲]

日本人の海外旅行者数を平成 22 年までに 2,000 万人にすることを目標とし、国際相互交流を拡大させる。

【平成 18 年：1,753 万人】

発展途上国等の観光振興に協力する観点から、日本人海外旅行者の戦略的なディステーション開発を奨励する。

諸外国との観光交流年等を毎年 2 件程度設定することを目標とし、諸外国との相互交流の拡大を目指す。

【平成 17 年度：1 件、平成 18 年度：3 件】

航空自由化（アジア・オープンスカイ）による戦略的な国際航空ネットワークの構築を図るとともに、羽田空港の更なる国際化、大都市圏国際空港の 24 時間化を図る。

5. 「観光旅行の促進のための環境の整備」に関する目標

有給休暇の取得を促進し、取得率の向上を目指すとともに、企業等の優れた取組の紹介等を行う。

【平成 17 年：47.1%】

小・中学校の秋休みや二学期制、地域行事に連動した学校休業など、学校休業の多様化と柔軟化を進める。

【三学期制以外の学期制を採用している学校の割合
平成 16 年度：小学校 9.5%、中学校 10.5%
平成 17 年度：小学校 14.0%、中学校 15.3%】

国民の観光に関する意義、マナーの普及や観光資源の保全等を図るための広報活動を行って、国民全体の意識喚起を図るとともに、地域の魅力や観光の意義に関する子供たちの理解を増進するための活動を奨励する。

【平成 18 年度：必要な教材を作成している事例 2 件（宮崎県、沖縄県）】

観光関係功労者を表彰する制度について、平成 20 年度までに対象を拡大する。

高齢者、障害者等の移動等の円滑化の促進に関する法律の規定に基づき、旅客施設・車両等、道路、都市公園、建築物等の一体的・総合的なバリアフリー化を以下のとおり計画的に推進する。

- ・ 原則として1日当たりの平均的な利用者数が5,000人以上である旅客施設のすべてについて平成22年までにバリアフリー化。また、これ以外の旅客施設についても、地域の実情にかんがみ、高齢者、障害者等の利用の実態等を踏まえて可能な限りバリアフリー化。
- ・ 鉄道車両及び軌道車両の約50%、バス車両の約30%、船舶の約50%、航空機の約65%について平成22年までにバリアフリー化。
- ・ 原則として重点整備地区内の主要な生活関連経路を構成するすべての道路及びすべての当該道路における信号機等について平成22年までにバリアフリー化。
- ・ 都市公園における園路及び広場の約45%、駐車場の約35%、便所の約30%について平成22年までにバリアフリー化。
- ・ 特定路外駐車場の約40%について平成22年までにバリアフリー化。
- ・ 不特定多数の者等が利用する一定の建築物の約50%について平成22年までにバリアフリー化。

体験型、交流型等の特色を有する新たな形態の旅行の開拓とその普及を進めるため、平成19年度に旅行商品の創出と流通を促進するデータベースを構築するとともに、円滑化のための方策を講じる。

屋外広告物法の活用により各地方公共団体による違反屋外広告物の一斉パトロール等違反屋外広告物の是正対策を促進する。

第3 観光立国の実現に関し、政府が総合的かつ計画的に講ずべき施策

1. 国際競争力の高い魅力ある観光地の形成

国際競争力の高い魅力ある観光地の創出（10頁参照）

収益事業との一体的な展開などによる持続可能な観光まちづくりの推進主体の立ち上げの支援。

広域連携による観光振興の促進（10頁参照）

東北・中部・九州の各観光推進機構等広域で観光を推進する体制を整備。

テーマ型広域観光モデルルートの開発や広域連携による広報活動等の取組の促進。

観光地域づくり人材の発掘と活用（11 頁参照）

地域の取組を企画・演出し合意形成を図る「観光地域プロデューサー」などの人材の発掘と活用の推進。

構造改革特区、地域再生の活用（12 頁参照）

地域の自立・活性化の総合的支援（12 頁参照）

広域的な地域活性化のための基盤整備に関する法律に基づき、広域的な地域活性化基盤整備計画に基づく取組の支援。

2. 観光産業の国際競争力の強化及び観光の振興に寄与する人材の育成

地域独自の魅力を生かした旅行商品の創出（25 頁参照）

着地型旅行商品の創出・流通のための取組の支援。

宿泊産業の国際競争力の強化（26 頁参照）

「泊食分離」等の新たなビジネスモデルの構築促進。

新たな旅行者ニーズに対応した設備投資の資金の確保等。

インターンシップの活用（27 頁参照）

実践的で観光産業の中核を担いうる人材の育成。

3. 国際観光の振興

我が国の観光魅力の海外発信等（29 頁参照）

リピーター対策や個人旅行者対策を強化する観点も含め、新たなマーケット戦略の策定。

多様な旅行形態を支える真にフレンドリーでオープンなハード及びソフトインフラの整備の推進。

大使・総領事の公邸等を活用した観光プロモーションの実施（30 頁参照）

大使・総領事の公邸、広報文化センター等の活用。

日本食・日本食材等の海外への情報発信（31 頁参照）

「WASHOKU-Try Japan's Good Food」事業などの実施。

国際放送による情報発信の強化（32 頁参照）

新たに開始される外国人向けの映像国際放送の活用。

日本人の海外旅行の促進（39 頁参照）

ミッションの派遣による戦略的なディステーションの開発、地方空港発の国際チャーター便の活性化。

4．観光旅行の促進のための環境の整備

休暇取得の分散化（41 頁参照）

「秋休み」の普及促進など学校休業の多様化と柔軟化の促進。

ユニバーサルデザインの考え方に基づく観光の促進（45 頁参照）

ICカード・乗車船券の導入・共通化支援（48 頁参照）

多様な施設で利用可能な共通 IC カードシステムの広域的な導入等の促進。

第 4 観光立国の実現に関する施策を総合的かつ計画的に推進するために必要な事項

1．多様な関係者の適切な役割分担と連携・協力の強化

観光立国の実現のため、

国は、施策を総合的に策定・実施し、全体的な立場から民間等の取組を支援するトータルコーディネート役を担うとともに、我が国の魅力を発信して外国人を我が国に惹きつける。

地方公共団体は、地域の特性を生かした施策を策定・実施し、魅力ある観光地の形成を進める民間の活動の支援とそれと一体となったまちづくりを推進するほか、その魅力を発信して訪日外国人や国民の観光旅行を促進する。

住民は、「もてなしの心」を持って、観光旅行者を迎え、ホスピタリティーあふれる魅力ある観光地の形成に努力する。

観光事業者は、良質なサービスを提供して人々を観光旅行に誘ない、その満足度を高める。また、持続的な観光の発展のため、住民の福祉に配慮しつつ、魅力ある観光地の形成に貢献するよう努力する。

そして観光旅行者は、訪れる地の文化・歴史等に対する理解を深めるよう努め、それらを尊重する。また、持続的な観光の発展のため、観光資源・観光施設等や観光地の魅力を永く保つよう努める。

また、観光振興によるまちづくりを進めるため、その担い手である地方公共団体、住民、観光事業者、観光協会、NPO等は相互に密接に連携・協力する。

2．政府が一体となった施策の推進

関係省庁や政府関係機関は緊密な連携・協働を図る。また、観光立国推進基本法制定時の国会における決議及び附帯決議と、政府を挙げた行政改革の取組の趣旨を踏まえつつ、観光立国推進施策の推進体制の強化について検討

することとする。

3．施策の推進状況の点検と計画の見直し

基本計画に定められた目標の達成状況及び施策の推進状況について、毎年度その点検を行うとともに、基本計画について、おおむね3年後を目途に見直しを行う。

4．地域単位の計画の策定

この基本計画を踏まえ、観光振興についての基本的な方針や目標等を定めた、行政区域を越えた広域的なものを含む様々なレベルの地域単位の計画の策定が望まれる。この地域単位の計画については、関係する国の地方支分部局は積極的に支援・協力を行う。

新しい北海道観光のくにづくり行動計画（素案）概要

1 計画の基本的な考え方

- (1) 計画の位置づけ・性格
 - ・ 「北海道観光のくにづくり条例」第8条に基づく観光振興に関する基本的な計画
 - ・ 道の観光に関する個別の計画等は、この計画との整合を図り、策定、推進される。
 - ・ 平成20年度からの道の新しい総合計画における観光の特定分野別計画としての性格を有する。
 - ・ 観光にかかわる各主体や地域等が、観光戦略や観光振興ビジョン、観光振興計画などを新たに策定・推進する際の指針となることをめざす。
- (2) 計画期間
平成20年度から平成24年度までの5年間
- (3) 計画の構成（略）
- (4) 計画の推進
 - ・ 市町村、観光関係団体、観光事業者との連携はもとより、幅広い経済団体、市民団体や道民の協力が不可欠であり、協働して推進を図ることが重要。
- (5) 計画の点検・見直し
 - ・ 社会経済情勢の変化に対応し、随時点検し、必要により見直し。

2 北海道観光を取り巻く状況と課題

- (1) 国の動向
 - ・ 「観光立国推進基本法」の制定（平成19年1月）
 - ・ 「観光立国推進基本計画」の策定（平成19年6月）
- (2) 北海道観光の現状
 - ・ 個人・グループ旅行の増大、新たなツーリズムの登場、旅行目的の多様化など、従来の観光形態が大きく変化
 - ・ オール北海道による「北海道観光戦略」の策定・推進
 - ・ 「新時代における自立型産業としての観光の展開について」北海道観光審議会から答申（H19.6）
 - ・ 平成20年7月に「環境との共生」をコンセプトのひとつとする「北海道洞爺湖サミット」が開催
 - ・ 人口減少時代の到来による定住人口の減少
 - ・ 平成14年度以降、観光入込客数は減少傾向
 - ・ 東アジアやオーストラリアなどからの外国人観光客が急増
 - ・ 平成16～17年の観光総消費額は、12,946億円と前回調査より増加
- (3) 北海道観光の課題
 - ・ 人口減少が進む北海道においては、観光による交流人口の拡大により地域の活性化を図っていくことが必要
 - ・ 滞在型の観光メニューの充実、あたたかいおもてなし、情報案内機能などの受入体制の整備などにより、観光客の満足度を高め、リピーターを増やしていくことなどが必要
 - ・ 「北海道洞爺湖サミット」を北海道を国内外にPRする絶好の機会と捉える
 - ・ 観光振興により地域経済の活性化を図っていくためには、観光消費を地域内でしっかり受け止めて、域内循環を高め、経済効果を地域全体に波及させていくことが必要
 - ・ 時代の潮流や観光客のニーズ、満足度などを的確に把握・分析するための観光統計の充実が求められている。

3 計画の目標

自然、食、文化など、北海道ならではの魅力を再発見し、みんなで磨き、育み、訪れる人に感動を与え続けられる北海道をめざす

観光交流の輪を拡げ、地域の魅力で、みんなの潤いと地域経済の活性化をめざす

【 目標数値（平成24年度）】

観光入込客数（実人数）	6,500 万人	うち道内観光客	5,600 万人
		うち道外観光客	900 万人
外国人の来道者数（実人数）	110 万人		
観光消費額			
道内客 1 世帯当たり	9,200 円		
道外客 1 人当たり	68,000 円		
道外観光客が道内観光に際し食事において満足したとする割合			80%
道外観光客が道内観光に際し受けたサービスに対し満足したとする割合			80%
体験型観光を目的として訪れる道外観光客の割合			8%

- ・ 国の観光統計の整備等の動向を踏まえるとともに、時代の潮流や観光客のニーズなどを的確に把握・分析し、質の高い観光地づくりを進めていくため、観光統計について必要な検討を行い、次期計画における目標設定などに反映させていく。

4 観光振興に向けた行動指針

道民、観光事業者及び観光関係団体などの観光振興に向けた5つの行動指針を記載

地域にこだわる おもてなしの心で迎える みんながつながる

自分や地域を磨く 地域経営を意識する

5 道が実施する主な施策

条例に掲げる8つの「施策の基本方針」に基づき、計画期間内に道が進める施策を記載

環境を保全し、活用する取組を促進する
 食の魅力を生かした取組を促進する
 観光客が安心して快適に観光を行うことができる環境づくりを促進する
 国内及び海外からの観光客の誘致を促進する
 道民、観光事業者、観光関係団体及び行政機関が協働して行う取組を促進する
 観光にかかわる産業の発展のための取組を促進する
 観光に関する普及啓発及び学習機会の確保する
 観光に関する基礎的データの収集及び調査を実施する

6 推進体制

観光にかかわる事業者、団体等で構成される組織などと連携・協働して地域の観光地づくりや観光振興の推進を図る。

新しい観光形態の解説

グリーンツーリズム

グリーンツーリズムとは、農山漁村地域において自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動であり、農作業体験や農産物加工体験、農林漁家民宿、さらには食育などがこれに当たる。

国では、グリーンツーリズムの提案・普及を図るため、良好な景観や歴史的風土に恵まれた農山漁村において、都市との交流の取組の中心となる人材育成を支援するとともに、都市住民の農山漁村情報に接する機会の拡大、都市と農山漁村の出会いの場の設定や市民農園、交流拠点施設等の整備を促進する。

エコツーリズム

エコツーリズムとは、自然環境や歴史文化を対象とし、それらを損なうことなく、それらを体験し学ぶ観光のあり方であり、地域の自然環境やそれと密接に関連する風俗慣習等の生活文化に係る資源を持続的に保全しつつ、新たな観光需要を掘り起こすことにより、地域の社会・経済の健全な発展に寄与し、ひいては環境と経済を持続的に両立させていくことにつながるものである。ホエールウォッチングなど野生生物を観察するツアーや植林や清掃などが環境保全のために実際に貢献をするボランティア的なツアーなどがこれに当たる。

国では、エコツーリズムの普及・定着を図るため、エコツーリズムを推進するセミナーや特に優れた事例の表彰を行い、さらに自然学校のインストラクターやエコツアーガイドといった人材を育成するとともに、各地域においてエコツーリズムに取り組む体制づくりを支援する。

ヘルスツーリズム

ヘルスツーリズムとは、自然豊かな地域を訪れ、そこにある自然、温泉や身体に優しい料理を味わい、心身ともに癒され、健康を回復・増進・保持する新しい観光形態であり、医療に近いものからレジャーに近いものまで様々なものが含まれる。

国では、ヘルスツーリズムの推進のため、旅行の健康への効果・影響の医学的かつ実証的な解明を進めるとともに、それらを含めた旅行中の感染症等への医学的な対応等について、一般旅行者や旅行業者の知識を向上させる。

産業観光

産業観光とは、歴史的・文化的価値のある工場等やその遺構、機械器具、先端の技術を備えた工場等を対象とした観光で、学びや体験を伴うものである。産業や技術の歴史を伝承することや現場の技術に触れることは当該産業等を生んだ文化を学ぶことであり、将来的な産業発展のためにも重要な要素である。

国では、産業観光の推進のため、地域における産業観光資源を巡るツアーの造成や遺構の優れた価値の普及等の取組のほか、全国レベルでも産業観光推進懇談会や全国産業観光推進協議会において、これらの取組を推進する活動が行なわれている。今後、特色のある地域の産業や工場、商店街、異業種等の幅広い事業者の連携など、個別の事業者では対応が困難な立ち上がり期における共通基盤づくりを支援するなどにより、こうした動きを一段と加速する。

ニューツーリズム

ニューツーリズムの種類には、フラワーツーリズム(花観光)やフィルムツーリズム(映画等ロケ地観光)、文化観光(日本の歴史、伝統といった文化的な要素に対する知的欲求を満たすことを目的とする観光)などもあり、以上のものに限定されるものではないとの認識のもと、地域特性を生かした参加型・体験型・学習型等のその他のニューツーリズムも考えられる。