第２期
栗山町商店街活性化アクションプラン

令和５年度 ～ 令和８年度

栗山町

第2期 栗山町商店街活性化アクションプラン　目次

Ⅰ　商店街活性化アクションプランについて

1　策定の趣旨 …… **1**

2　計画の位置付け、計画期間 …… **1**

Ⅱ　商店街の現状

1　本町の現況 …… **2**

（1）人口の推移と将来展望

（2）商業の動向

2　商店街店舗数の推移 …… **4**

（1）開廃業の状況

（2）各商店街の現状

（3）商店街区域別店舗数の推移

Ⅲ　商店街振興の課題

1　第1期アクションプランの検証 …… **6**

2　アンケート調査から見た本町商店街の課題 …… **13**

（1）個店の売上状況等について

（2）電子マネー（キャッシュレス決済）の取り組みについて

（3）商店街組織、行政等の支援について

3　商店街振興における重点課題 …… **18**

（1）商店街活性化プロジェクト会議による課題把握

（2）重点課題の設定

Ⅳ　商店街活性化プランの目指す方向

1　商店街振興の基本理念及び基本目標 …… **20**

2　目標達成に向けたミッション …… **21**

3　アクションプラン（施策の主な取り組み） …… **22**

Ⅴ　アクションプランの推進

1　計画の推進体制 …… **28**

2　町の財政状況を踏まえた事業推進 …… **28**

3　計画の進行管理及び点検・評価 …… **28**

【参考資料】 …… **29**

1 商店街活性化アクションプラン策定に係る経過

2 商店街活性化プロジェクト会議

Ⅰ　商店街活性化アクションプランについて

1　策定の趣旨

本町では、令和元年6月に策定した「第1期栗山町商店街活性化アクションプラン」に基づき、これまで商店街振興施策に取り組んできました。

第1期における計画では、「新たな挑戦・実行により、賑わいにあふれ魅力ある商店街を創出する！」を基本理念に、5つの商店街振興の方針を掲げ、各施策を推進してきましたが、継続的な人口減少や少子高齢化の進展、消費者の買い物行動の多様化に加え、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う経済活動の停滞などにより、商店街を取り巻く環境は依然として厳しい状況におかれています。

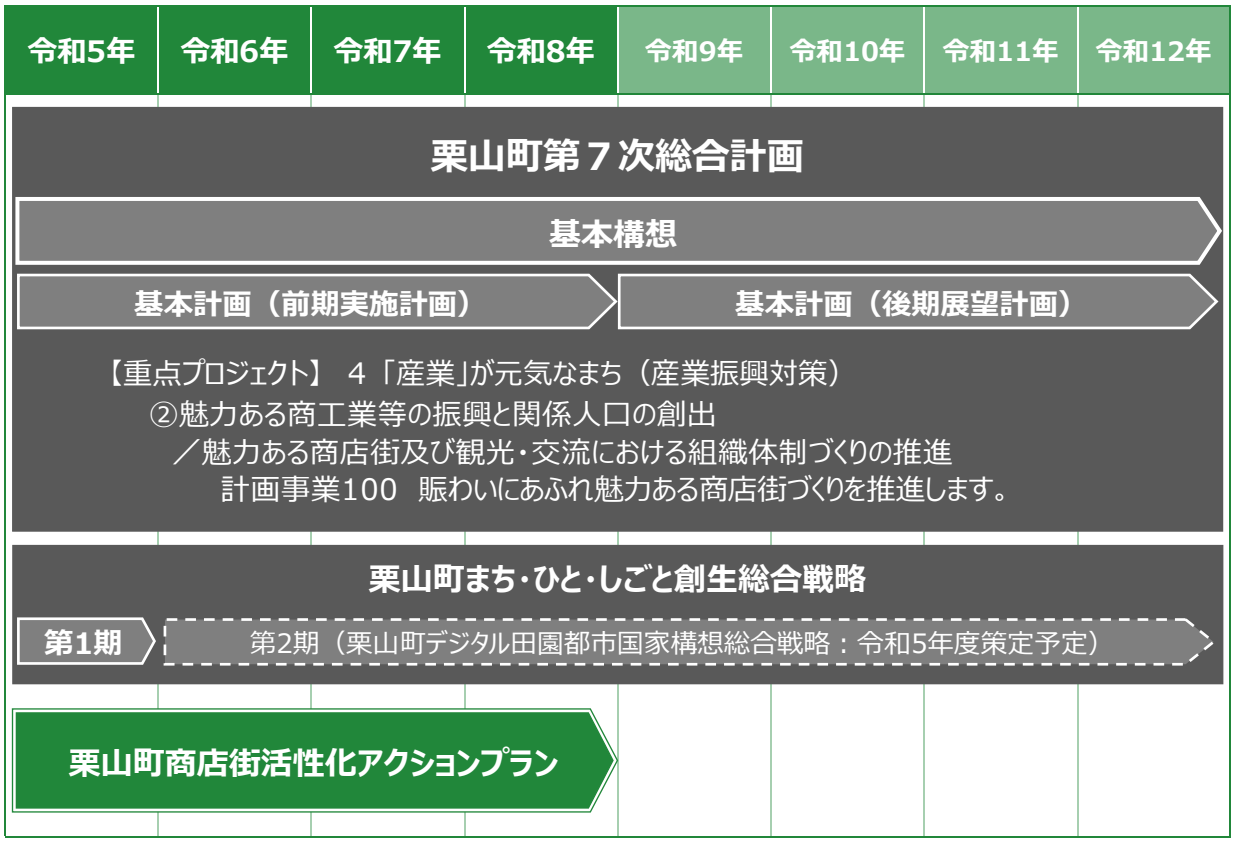
このことから、第1期計画における４年間の成果及び課題を踏まえ、商業者や消費者ニーズにあった新たな商店街活性化の基本方針を設定し、商店街活性化に向けた効果を発揮させることを目的に、「第2期栗山町商店街活性化アクションプラン」を策定しました。

2　計画の位置付け、計画期間

商店街活性化アクションプランは、町の最上位計画である「栗山町第7次総合計画（令和5年度～令和12年度）」の目標実現に向けた商店街振興に関する分野別計画です。

第7次総合計画の重点プロジェクトの一つである「産業振興対策」及び、まち・ひと・しごと創生総合戦略に掲げる「産業と雇用の場の創出」を、より具体的・戦略的に推進していくための指針として示したものであり、これに基づく具体的施策をアクションプランとして策定しています。

なお、計画期間は、令和5年度から令和8年度までの4年間とします。



Ⅱ　商店街の現状

1　本町の現況

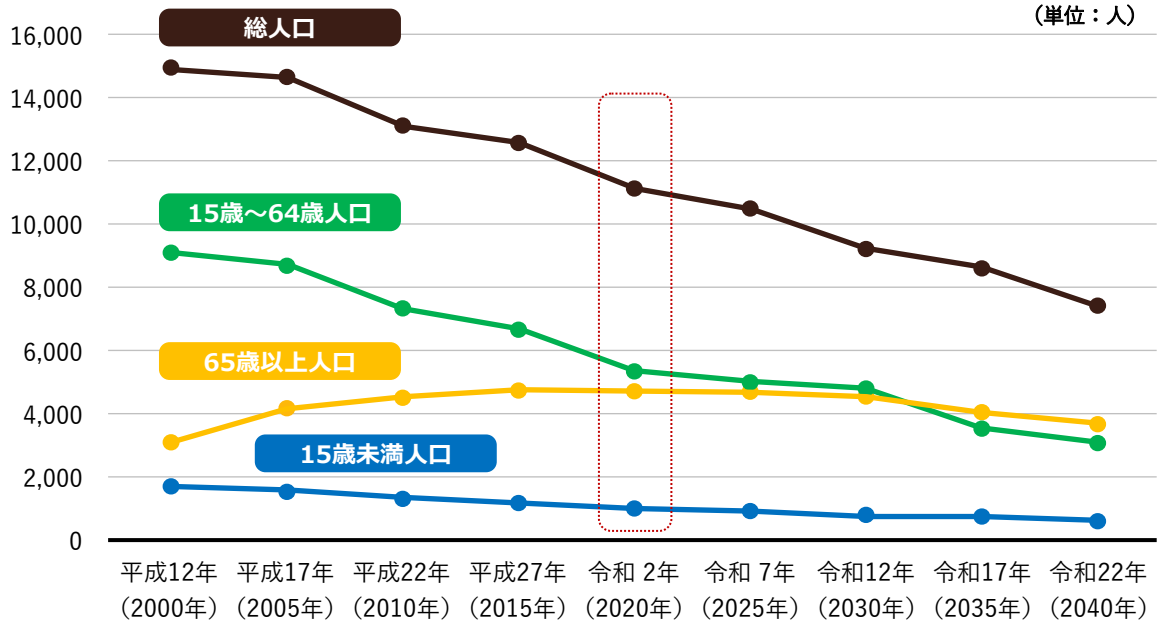
（1）人口の推移と将来展望

本町の人口は、昭和38年をピークに減少を続け、令和2年の国勢調査では11,272人と、20年前の平成12年と比較して3,575人の減、24.1％の減少率となっています。

栗山町人口ビジョン（令和3年3月改定）では、本町の総人口は今後も減少傾向が続いていくことが見込まれており、現状のまま推移した場合、本町独自の将来人口推計によると、令和12年（2030年）には人口が1万人を下回ることとなり、令和22年（2040年）には7,659人、令和42年（2060年）には4,600人と現状人口の約４割まで減少すると示されています。

なお、令和2年から令和12年までの間は、1,741人（15.4％）が減少する見込みとされ、特に15歳から64歳までの生産年齢人口の減少（▲1,044人：18.8％）が大きく示されています。

年齢別人口の推移と将来人口推計



	H12	H17	H22	H27	R2	R7	R12	R17	R22
総人口	14,847	14,352	13,340	12,344	11,272	10,484	9,531	8,573	7,659
15歳未満人口	1,911	1,714	1,484	1,277	1,086	911	726	623	545
15～64歳人口	9,281	8,489	7,481	6,473	5,540	5,046	4,496	3,891	3,227
65歳以上人口	3,644	4,149	4,366	4,594	4,646	4,527	4,309	4,059	3,887

（資料）
平成12年～令和2年：総務省「国勢調査」による人口数値
令和7年～令和22年：栗山町独自による人口推計数値

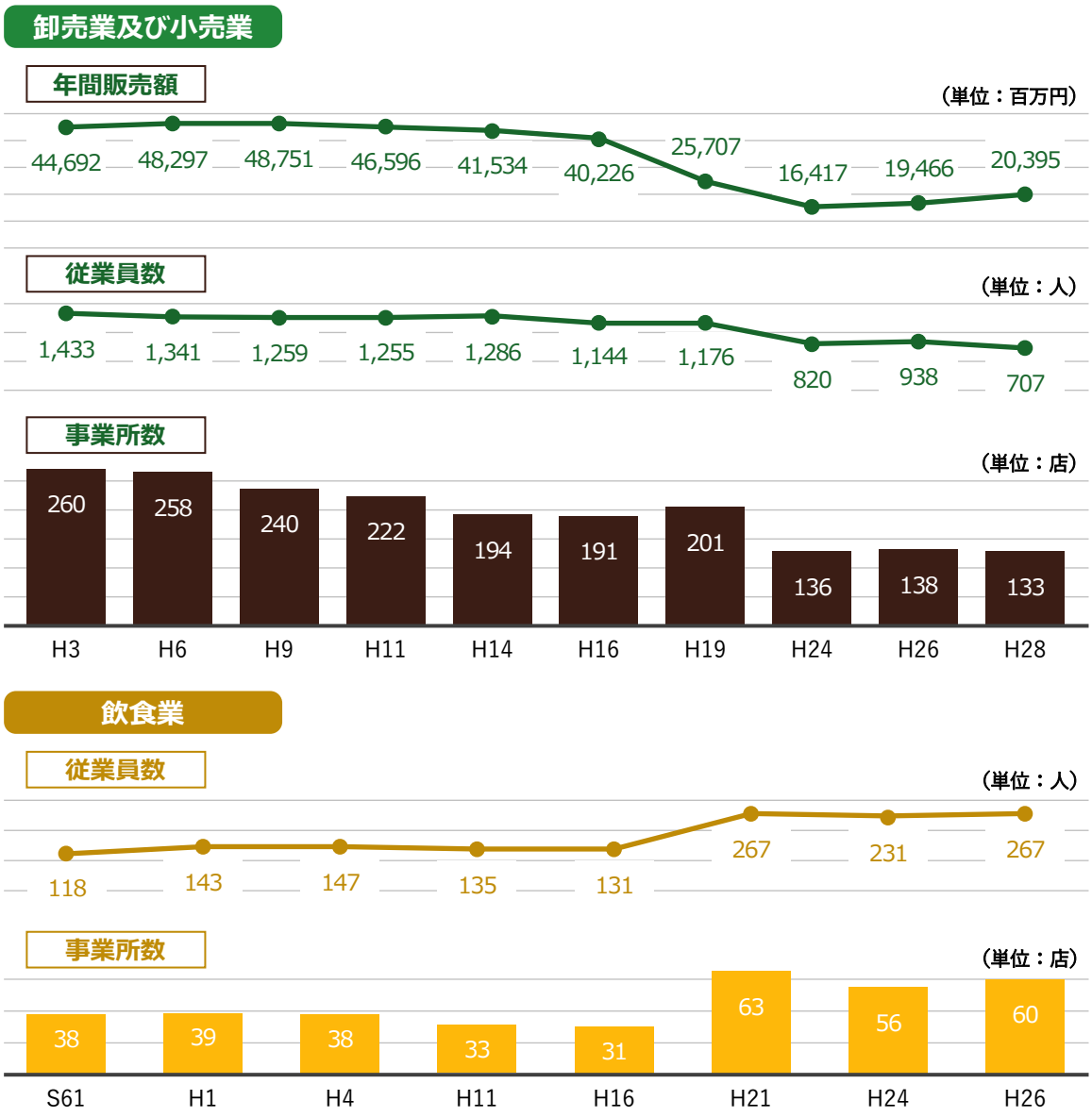
（2）商業の動向

農業を基幹産業として開拓の歴史を歩んできた本町は、その後次第に盛んになった商業や工業とともに、それぞれ調和のとれた田園都市として発展してきました。

近年においては、卸売業、小売業、飲食業、宿泊業などの第3次産業の就業人口が全体の7割以上を占めている状況です。

このうち、卸売業及び小売業においては、農業や石炭産業をはじめ、他産業とともに時代状況に応じて発展してきましたが、交通網の整備やモータリゼーションの普及、大型商業店舗の進出などにより、昭和57年以降は事業所数及び従業員数ともに減少傾向が続き、平成28年では双方ともに平成3年と比較し、半数まで減少しています。また、年間販売額も近年では減少額が大きく、経営環境は厳しい状況にあります。

商業の動向（事業所数、従事者数、商品販売額の推移）



（資料）商業統計調査、サービス業基本調査、経済センサス

2　商店街店舗数の推移

（1）開廃業の状況

平成31年3月から令和5年3月までの４年間において、15件の新規開業、27件の廃業があり、12件の減少となりました。

廃業に至った理由としては、経営者の高齢化等によるものであり、また新規開業における業種としては、15件のうち10件が飲食サービス業となっています。

【商店街開廃業店舗数（区域別）】

区　　域	開業（A）	廃業（B）	移転等（C）	増減（A-B-C）
栗山市街地	14	20		▲6
角田市街地		1		▲1
継立市街地	1	6		▲5
合　　計	15	27	0	▲12

※平成31年3月から令和5年3月までの数値
※移転等については、町外及び町内商店街区域外への移転等を含む

（2）各商店街の現状

①栗山市街地

平成31年3月から令和5年3月までの４年間において、6件減少しています。特に栄町通りにおいては、飲食サービス業（パブ、スナックなど）の廃業が見られ、新型コロナウイルス感染症の拡大による行動自粛等の影響が大きいものと推測されます。なお、新規開業を業種別で見ると、約6割が飲食サービス業となっています。

②角田市街地

経営者の高齢化に伴う廃業等により、1件減少しています。また、老朽化による空き店舗及び住宅の解体・撤去が行われ、空き地が増加している状況です。

③継立市街地

経営者の高齢化に伴う廃業等により、5件減少しています。また、空き店舗の老朽化が進んでいる状況にあります。なお、令和3年に飲食サービス業の新規開業が1件ありました。

（3）商店街区域別店舗数の推移

業　　種	平成30年度　(A)				令和４年度　(B)				増減 (B-A)
	栗山市街地	角田市街地	継立市街地	合計	栗山市街地	角田市街地	継立市街地	合計	
小売業	**55**	**5**	**10**	**70**	**55**	**4**	**6**	**65**	**▲5**
呉服・服地・寝具	2			2	2			2	
男子服、婦人服・子供服	3		1	4	3			3	▲1
靴・履物	2			2	2			2	
野菜・果実、食肉、酒	3	1	1	5	3	1		4	▲1
菓子・パン	4			4	5			5	1
各種食料品、コンビニエンスストア	2		2	4	2		1	3	▲1
自動車、自転車	1	1	1	3	1	1	1	3	
電気機械器具	5			5	5			5	
家具、宗教用具	3			3	2			2	▲1
金物	4	1		5	3	1		4	▲1
医薬品・化粧品、ドラッグストア	3			3	4			4	1
調剤薬局	6		1	7	6		1	7	
農業用機械器具、苗・種子	1		1	2	1		1	2	
ガソリンスタンド、燃料	2	1	1	4	2	1	1	4	
書籍・雑誌、新聞、紙・文房具	4			4	4			4	
楽器	1			1	1			1	
時計・眼鏡・光学機械	1			1	1			1	
花・植木	2			2	1			1	▲1
その他	6	1	2	9	7		1	8	▲1
宿泊業、飲食サービス業	**43**	**1**	**2**	**46**	**43**	**1**	**2**	**46**	
ホテル、旅館	1			1	1			1	
食堂、レストラン	4		1	5	3		2	5	
専門料理店	6			6	7			7	1
喫茶店	6			6	5			5	▲1
酒場、ビヤホール	6	1		7	9	1		10	3
バー、キャバレー、ナイトクラブ	18		1	19	15			15	▲4
持ち帰り・配達飲食サービス	2			2	3			3	1
生活関連サービス業、娯楽業	**21**		**4**	**25**	**17**		**4**	**21**	**▲4**
クリーニング、コインランドリー	3			3	3			3	
理容室、美容室	15		4	19	13		4	17	▲2
その他	3			3	1			1	▲2
その他	**31**	**1**	**9**	**41**	**29**	**1**	**8**	**38**	**▲3**
タクシー、ハイヤー	1			1					▲1
銀行	5		1	6	5		1	6	
生命保険	3			3	3			3	
不動産取引、賃貸・管理	2			2	3			3	1
レンタルビデオ	1			1	1			1	
司法書士、行政書士、税理士事務所	3			3	3			3	
写真館	1			1	1			1	
学習塾	3			3	3			3	
病院、一般診療所、歯科診療所	5		2	7	5		2	7	
あん摩、鍼灸、柔道整復　等	3			3	2			2	▲1
郵便局、簡易郵便局	2	1	1	4	1	1	1	3	▲1
自動車整備	2		5	7	2		4	6	▲1
合　　計	**150**	**7**	**25**	**182**	**144**	**6**	**20**	**170**	**▲12**

※年度末現在の数値

Ⅲ　商店街振興の課題

1　第1期アクションプランの検証

第1期計画で示した各施策に対する取組状況を調査し、次のとおり成果及び課題を整理しました。

①新たな起業に向けた仕掛けづくり（空き店舗･空き地の解消）

【商店街の空き店舗･空き地を活用した起業の場の創出】

【施策1】 町民シェフによる出店機会の創出（町民レストラン･ショップの開設）

□取組状況

商店街への新規出店や賑わい創出に繋げていく取り組みとして、「まちなかレストラン創出事業」を実施しました。町内外から23件の出店をいただき、様々なジャンルの料理が提供され、多くの方々に来店をいただきました。

【まちなかレストラン創出事業の概要】

内容：日替わりシェフ方式を採用した飲食チャレンジショップの運営

実施主体：町（業務委託）

期日：令和2年10月～令和4年12月

実績：出店者 23件（町内13件、町外10件）、営業日数 320日、来客者 4,982人

□成果・今後の課題

本事業は、新たな起業に向けた仕掛けづくりの一環、コミュニティビジネスの促進に繋げていく施策として実施。飲食経営のノウハウ習得やコミュニティの場として活用する出店者と多くの飲食店の出店を望む来客者相互のニーズに対応した取り組みとなっています。また、出店者2件が商店街空き店舗を活用し、新たに開業されるなど、一定の成果が得られました。引き続き、栗山駅南交流拠点施設にて実施する第2期まちなかレストラン創出事業では、これまでの試行実施を踏まえ、効果的かつ効率的な実施体制を構築し、展開していくこととしています。

まちなかレストラン創出事業（出店の様子）

【施策2】 外部商業者による臨時出店機会の創出（まちなか催事の開催）

□取組状況

介護福祉学校及びベルエポック製菓調理専門学校（札幌市）と連携し、学校カリキュラムや地域振興の一環として、学生たちによる料理提供や菓子販売を行いました。

□成果・今後の課題

商店街の賑わい創出と各学校における地域連携・振興を目的とした催事として実施し、多くの方々の来場をいただきました。

町外繁盛店による出張実演販売については、新型コロナウイルス感染症の影響により、未実施となりました。第2期計画では、本事業の目的を含め、再度整理していく必要があります。

介護福祉学校学生による料理提供

【商店街活性化を担うイノベーション人材の誘致】

【施策3】　空き店舗・空き地情報の発信

□取組状況

新規出店希望者からの空き店舗や空き地情報に係る照会に対し、町及び商工会議所、商店街の相互連携により、情報発信を行いました。

空き店舗・空き地情報をリスト化した新たな情報ツールの構築について、物件所有者や不動産事業者との意見交換を行いました。

□成果・今後の課題

不特定多数の方が空き店舗や空き地情報を容易に知り得ることができる情報媒体の構築は有効であり、継続した取り組みを進めていく必要があります。

【施策4】 起業に向けた試験的出店機会の創出（起業家チャレンジショップの運営）

□取組状況

まちなかレストラン創出事業（施策１）の取り組みとして、実施しました。

□成果・今後の課題

ー

【施策５】　新規開業に伴う店舗改装等の支援（空き地空き店舗活用支援事業）

□取組状況

市街地の指定区域内に点在する空き店舗や空き地を活用する新規出店者に対し、開業に係る経費の一部を支援する「空き地空き店舗活用支援事業」を実施しました。

令和31年4月から令和5年3月までの間において、新規出店者10件に対し、支援を行いました。

□成果・今後の課題

本事業については、開業に伴う初期投資費用を支援することで、新規開業を促していくとともに、開業時の円滑な事業運営に繋げていくための施策として有効であり、今後も継続して実施していく必要があります。また、現行の指定区域以外においても空き店舗や空き地が増加していることから、本事業の有効活用による新規出店を促進していくため、区域の拡大についても検討していく必要があります。

【これまでの事業実績】

年　　度	助成件数	出店業種
平成23年度 ～ 平成30年度	14	小売業：4、飲食サービス業：3 生活関連サービス業：1、学習支援業：3、その他：3
令和元年度	2	小売業：1、飲食サービス業：1
令和 2年度	1	飲食サービス業：1
令和 3年度	2	飲食サービス業：1、生活関連サービス業：1
令和 4年度	5	小売業：1、飲食サービス業：4
計	24	

②新たな集客を呼び起こす仕掛けづくり（集客活動の強化）

【地域資源や特性を活かした商店街イベントの開催】

【施策6】 幅広い地域資源を活かした商店街マルシェの開催

□取組状況

商店街の賑わい創出と地元農産物のＰＲを目的とした定期朝市イベントとして、「ファーマーズマルシェ」を開催しました。

※商店街各組織主体による取り組み

【ファーマーズマルシェの概要】

内容：町内農業者と商店街各店舗の連携による地元農産物・特産品の販売、飲食提供

期日・場所：令和元年7月～令和元年11月（毎月1回開催）、栗夢プラザ

実績：開催回数 5回、出店延件数 24件、来場者延べ人数 738人

□成果・今後の課題

地元生産者との触れ合いやまちの特産品を知ることが出来る貴重な機会となりましたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、初年度のみの開催となりました。今後も地域と連携した商店街イベントを実施していくことで、商店街の認知度向上や賑わい創出、地域資源のＰＲなど相互の連携による地域振興を図っていく必要があります。

多くの方で賑わうファーマーズマルシェ

【施策7】 子育て世帯を対象とした集客促進事業の開催（子育て応援事業）

□取組状況

子育て世帯の生活応援として、各店舗での商品購入による特典付与に加え、くりやまギフトカードや栗夢ポイントの贈呈等を行いました。また、就学前児童を対象とした商店街体験イベントとして、「商店街はじめてのおつかい」を開催しました。

※くりやまギフトカード加盟店会と栗夢カード会主催による取り組み

□成果・今後の課題

本事業は、個店の認知度に加え、売上の向上にも繋がる有効な取り組みであり、商店街への集客力向上や活性化にも大きな効果をもたらしています。今後も地域に根差した商店街イベントとして、実施していく必要があります。

【商店街の利便性や個店の魅力向上に繋がる環境構築】

【施策8】 商店街の利便性向上に繋がる環境整備（商店街振興対策事業）

□取組状況

商店街の利便性や環境向上に繋げていく取り組みとして、冬期間における除排雪の実施や、共同駐車場の設置運営を行いました。

※商店街各組織主体による取り組み

□成果・今後の課題

商店街の集客向上を図るうえで、有効な取り組みであり、引き続き実施していく必要がありますが、各組織の会員減少による個人負担が増加している状況にあります。

【施策9】 キャッシュレス化の導入と行政連携による栗夢カードの利用促進

□取組状況

商店街各店舗を対象としたキャッシュレス決済導入に向けた学習会を開催したほか、栗夢カードの機能拡大に向けた決済運用事業者との意見交換会を実施しました。

□成果・今後の課題

キャッシュレス決済の導入は、消費者の利便性向上や個店の事務簡略化などに繋がるものであり、今後も学習会等を通じて諸情報を共有していく必要があります。

栗夢カードの機能拡大については、新たな店舗の加盟や加盟店舗間の合意形成に向けた取り組みを進めていくほか、年々減少傾向にあるカード所持者の拡大に向けて、地域応援ポイント（地域内での消費を促す行政ポイントの付与）の導入など、行政との連携によるカードの普及促進、各種対策を講じていく必要があります。

【栗夢カード加盟店舗数とカード利用の推移】

	H11	H20	H23	H25	H30	R4
加盟店舗数（店舗）	55	53	51	42	35	33
ポイント所持者（人）	10,700	8,996	8,888	7,295	3,270	2,437
発行ポイント数（万Ｐ）	1,727	2,437	2,294	715	228	184
売上高（万円）	138,083	132,115	119,371	54,800	15,131	13,028

③地域コミュニティの拠点づくり（コミュニティ機能の強化）

【地域コミュニティの充実による賑わいづくりと活用機会の拡大】

【施策10】 商店街の核となる新たな「賑わい交流拠点施設」の設置（検討）

□取組状況

商店街イベント広場の有効活用について、検討を行いましたが、栗夢プラザの活用機会の拡大（施策11）を最優先するとともに、栗山駅南交流拠点施設の整備が行われたことから、新たな施設の設置は見送ることとしました。

□成果・今後の課題

商店街イベント広場は、駐車場としての機能に加え、様々な活用を通じて、商店街の賑わいを創出していく必要があります。

【施策11】 栗夢プラザの活用機会の拡大（商店街振興対策事業）

□取組状況

栗夢プラザを核とした商店街の賑わい創出を図るため、商店街ゆっくり市や商店街ガラポン抽選会などの商店街イベントを開催したほか、施設の貸出を行い、コンサートや趣味講座、作品展示会、各種サークル活動が行われました。

※商店街各組織主体による取り組み

□成果・今後の課題

商店街への集客促進や賑わい創出、地域コミュニティを促進していくうえで、栗夢プラザが持つ役割は非常に重要であり、引き続き施設の有効活用、利用促進に向けて様々な取り組みを進め、日常的に商店街に人が集まる環境を創出していく必要があります。

【施策12】 地域と連携したコミュニティイベントの開催（商店街振興対策事業）

□取組状況

商店街の賑わい創出と各地域のコミュニティ促進に繋げていくことを目的に、駅前通り商店街での冬期イルミネーション装飾、盆踊りイベント（栗山及び継立地区）、地域住民ふれあいイベント（継立地区）が行われました。

※商店街各組織主体による取り組み

夏をひとときを彩る「くりやま盆踊り」

□成果・今後の課題

商店街への集客向上に波及する有効な取り組みであり、引き続き地域と連携のうえ、展開していく必要があります。

④商店街の知名度づくり（地域ブランドの構築）

【地域の食･観光資源を活かした商店街ブランドの創出】

【施策13】 北海道日本ハムファイターズと連携した商店街の観光地づくり

□取組状況

北海道日本ハムファイターズをコンテンツとした商店街ブランドの創出と観光地づくりに繋げていく取り組みとして、栗夢プラザ内にファイターズ応援ボードを設置しました。町内外から多くの方々が訪れ、応援メッセージを発信することができました。

※商店街各組織主体による取り組み

□成果・今後の課題

北海道日本ハムファイターズの本拠地が北広島市に移転したことで、本町への来訪機会が増え、その波及効果は高いものと想定されます。より一層身近な存在となるこの資源を有効に活用し、取り組みを展開していくことで、新たな商店街ブランドの創出や知名度向上に繋げていく必要があります。

商店街お客様感謝イベント（栗山監督トークショー）

【施策14】 地元特産品を活用した商店街ご当地グルメの開発

□取組状況

商店街来訪に繋げていくためのコンテンツとして挙げられた商店街ご当地グルメの開発に向けて、企画検討を行いましたが、具体的な商品開発までには至りませんでした。

□成果・今後の課題

地域資源の付加価値を高め、商店街への来訪機会創出に繋げていくための有効な取り組みであり、実施手法も含め、引き続き取り組みを進めていく必要があります。

【施策15】 観光的要素を取り入れた誘客促進メニューの構築

□取組状況

本町来訪者を商店街に誘導する誘客促進メニューの構築に向けて、企画検討を行いましたが、具体的な取組実施までには至りませんでした。

□成果・今後の課題

商店街の集客向上を図るうえで、町内観光施設と連携し、相乗効果を高めていくことは重要であり、引き続き取り組みを進めていく必要があります。

⑤実行･挑戦の基盤づくり（後継者･リーダーの育成）

【次代の商店街を担う後継者･リーダーの育成】

【施策16】 商店街アドバイザー等を活用した繁盛店づくりセミナーの開催

□取組状況

次代の商店街を担う後継者・リーダー等を対象に、商店街活性化施策を学ぶセミナーを開催したほか、事業継承やインボイス制度をテーマに、その仕組みや手法等を知る学習会を開催しました。

※栗山商工会議所、商店街各組織主体による取り組み

□成果・今後の課題

次代の商店街を担う後継者やリーダーの育成は、商店街活性化施策を推進していくうえで、根幹を成すものであり、今後も継続して取り組みを進め、個々の意識改革や新たな取り組みにチャレンジしていく機運を醸成していく必要があります。

【施策17】 商店街活性化プロジェクト会議メンバーによる事業推進

□取組状況

商店街活性化プロジェクトメンバーを中心に、本アクションプランに掲げる諸施策を展開しました。また、アクションプランの推進にあたり、商店街活性化支援を担う地域おこし協力隊を採用し、共に取り組みを展開していくことで、商店街との連携構築、関係者の機運醸成を図りました。

□成果・今後の課題

行政と商工会議所、そして商店街が連携・協力を図りながら、取り組みを推進してきたことで、後継者やリーダーのスキルアップに繋がり、また、新たな人脈形成に繋げていくことができました。今後も継続した活動展開に加え、若手経営者や後継者の事業参画を促すための組織体制の強化など、円滑な世代交代に繋げていくための基盤づくりを進めていく必要があります。

数値目標及び評価指標（KPI）の実績

第1期商店街活性化アクションプランにおいて、基本目標の実現に向け、成果に係る数値目標と各施策の効果を客観的に検証できる評価指標を設定し、各施策を推進しました。

数値目標としていた商店街での新規開業件数は、達成することができましたが、商店街への来訪割合及び個店の売上割合については、平成30年度の基準値を下回る結果となりました。

【数値目標】

目標指標

商店街での新規開業（出店件数）

⇒商店街での新規開業件数について、令和元年度から4年度までの間で、12件の新規開業を目指します。
※各年3件

平成30年度	
基準値	―

↓

令和4年度	
目標値	12件
実績値	**15件**

目標指標

商店街の利用頻度（来訪割合）

⇒週に1回以上、商店街に訪れる方の割合について、平成30年度の21.0%から、上昇を目指します。
※栗山町7次総合計画町民アンケート結果より

平成30年度	
基準値	21.0%

↓

令和4年度	
目標値	上昇
実績値	**18.3%**

目標指標

商店街の利用頻度（売上割合）

⇒3年前と比較し、売上が増加した個店の割合について、平成30年度の20.4％から、上昇を目指します。
※令和４年度栗山町商店街基礎調査より

平成30年度	
基準値	20.4%

↓

令和4年度	
目標値	上昇
実績値	**6.8%**

【KPI（重点業績評価指標）】

指標項目	基準値（平成30年度）	目標値（令和4年度）	実績値（令和4年度）
空き地・空き店舗活用支援事業認定件数（累計）	1件	8件	11件
栗夢プラザ来場者数（各年度）	22,966人	25,000人	15,713人
商店街イベント来場者数（各年度）	－人	5,000人	2,335人
栗夢カード加盟店数（年度末）	35店舗	45店舗	33店舗
栗夢カードポイント所持者数（年度末）	3,270人	5,000人	2,437人
子育て応援栗夢カード発行枚数（年度末）	936枚	1,000枚	1,031枚

2　アンケート調査から見た本町商店街の課題

第2期商店街活性化アクションプランの策定にあたり、市街地商店街に所在する個店経営者を対象に、アンケート調査を実施し、商店街の現状やニーズなどを把握しました。

【調査概要】

調 査 名：令和4年度栗山町商店街基礎調査（個店実態調査）
対 象 者：市街地商店街に所在する個店経営者（82件）
調査方法：アンケート調査（記名調査）
調査項目：①個店の売上状況等について
②電子マネー（キャッシュレス決済）の取り組みについて
③商店街組織、行政等の支援について

【調査結果】

回 答 数：61件（回答率：74.4%）

地　　区	対 象 数	回 答 数	回 答 率
栗 山 市 街 地	69	55	79.7%
角 田 市 街 地	3	2	66.7%
継 立 市 街 地	10	4	40.0%
合　　計	82	61	74.4%

※業種別回答件数

区　　分	回 答 数	構 成 比
1：小売業	28	45.9%
2：飲食業	21	34.4%
3：サービス業	11	18.0%
4：その他	1	1.7%
合　　計	61	100.0%

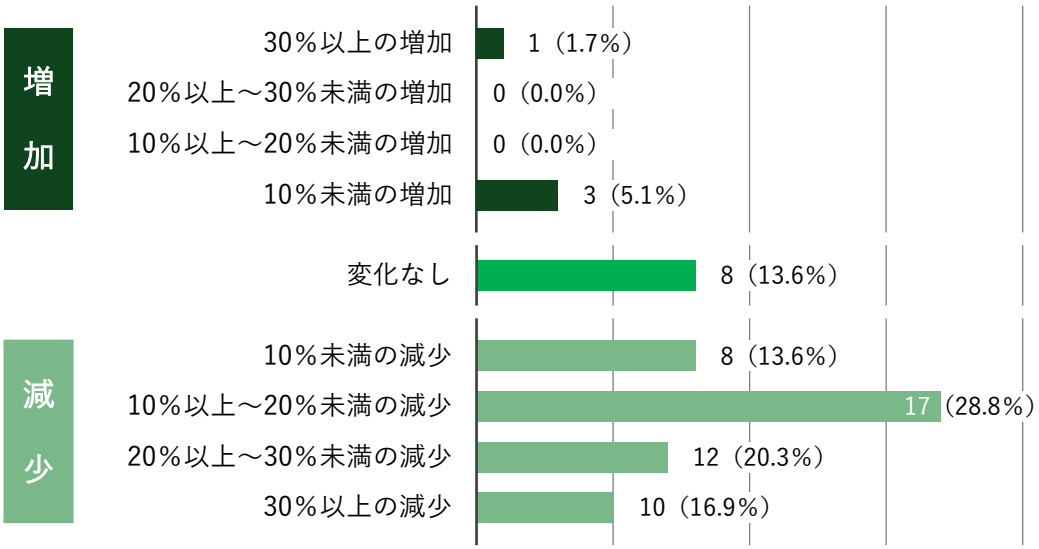
（1）個店の売上状況等について

■自社の売上を令和元年と比較すると、「10%以上～20%未満の減少」が17件（28.8%）と最も多く、減少と回答したのは47件で全体の79.6%にあたります。
一方、「売上が増加した」は、4件（6.8%）、「変化なし」は8件（13.6%）となっています。

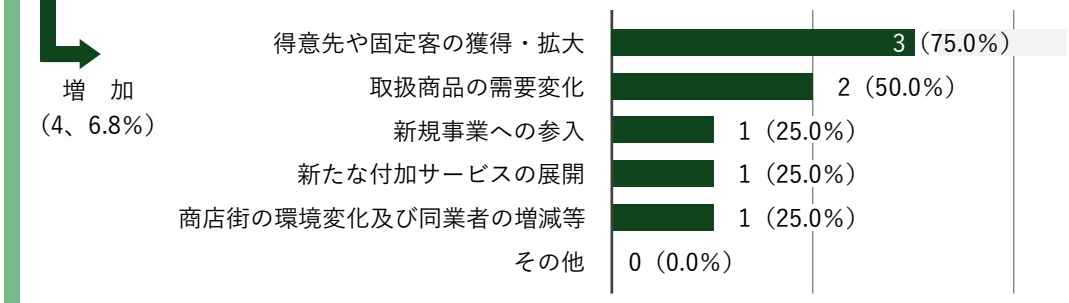
■売上の増加に影響した要因は、「得意先や固定客の獲得・拡大」が3件（75.0%）と最も多く、次いで「取扱商品の需要変化」が2件（50.0%）となりました。また、「新規事業への参入」や「新たな付加サービスの展開」などの回答も見られ、新型コロナウイルス感染症の影響による経済低迷に対応した事業展開が図られたものと推測されます。

■売上の減少に影響した要因は、「新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う行動自粛」が40件（85.1%）と最も多く、「商圏内の人口、少子高齢化の進展」が19件（40.1%）、「インターネット通販の拡がり」が13件（27.7%）の順となっています。

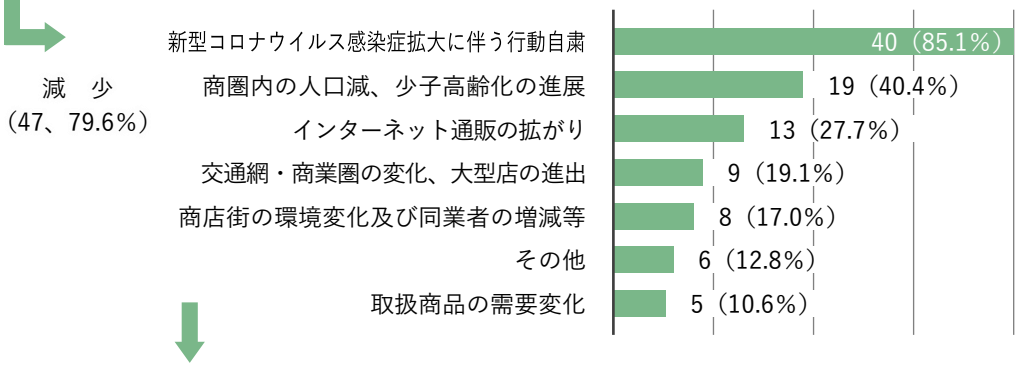
問　新型コロナウイルス感染症が流行する前の令和元年と比較し、お店の売上は変わりましたか？（n=59）



【売上の増加に影響した要因】（n=4、複数回答）

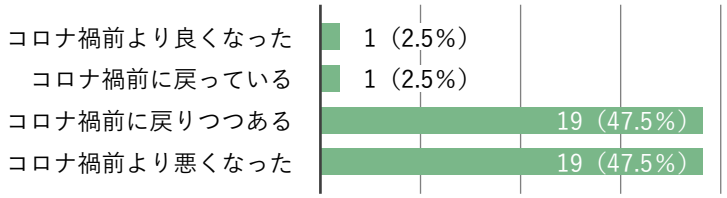


【売上の減少に影響した要因】（n=47、複数回答）



【コロナ禍前と比較し、現在の景気（売上等）は回復されていると実感されますか？】

「新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う行動自粛」が、要因と回答された方（n=40、複数回答）

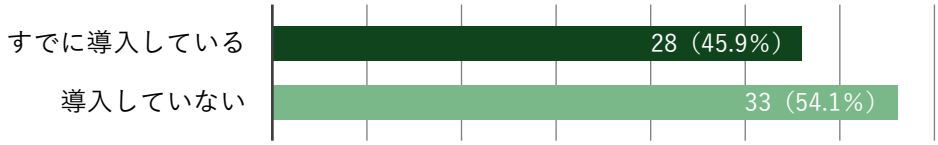


（2）電子マネー（キャッシュレス決済）の取り組みについて

■キャッシュレス決済を導入している個店は、28件（45.9%）となっています。
導入している決済種類としては、「クレジットカード」による決済と、「QR/バーコード」による決済が共に、23件（82.1%）となっており、個店の売上増加や消費者の利便性向上に繋げていくための、一つの手法として採用されています。

■Wi-Fiの導入状況は、レジ・クレジット決済を目的としている方、来客者の公共利用を目的とされている方の割合を合わせると、26件（44.1%）となっています。

問　電子マネー（キャッシュレス決済）の導入状況について、お答えください（n=61）



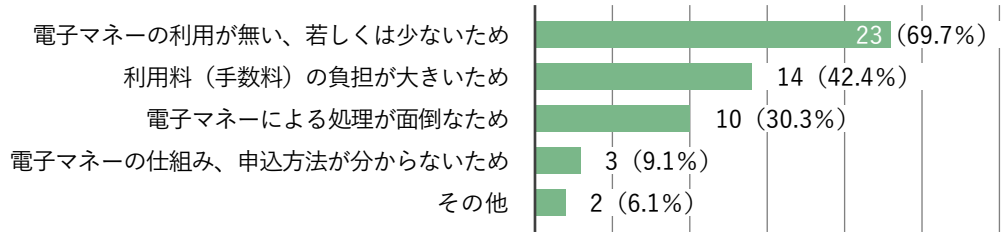
【導入済のキャッシュレス決済種類】

「すでに導入している」と回答された方（n=28、複数回答）

決　済　種　類	件　数	割　合
クレジットカード決済 （Visa、Mastercard、JCBなど）	23	82.1%
電子マネー決済 （Kitacaなどの交通系、waon、nanaco、楽天Edy、iD、QUICPayなど）	7	25.0%
QR／バーコード決済 （PayPay、LINEPay、auPAY、メルペイ、d払い、楽天ペイ、Jcoinなど）	23	82.1%

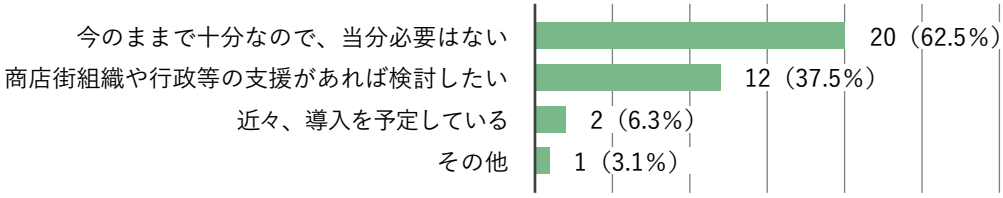
【導入されていない理由】

「導入していない」と回答された方（n=33、複数回答）

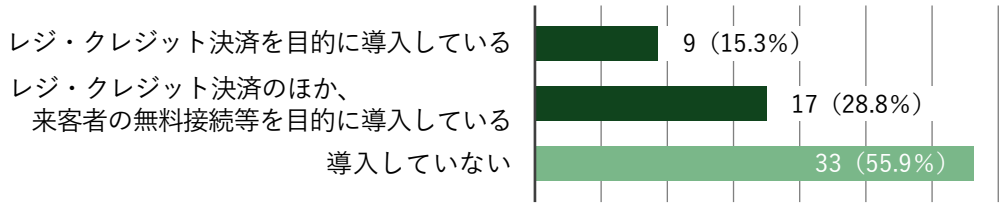


【今後の導入意向】

「導入していない」と回答された方（n=32、複数回答）

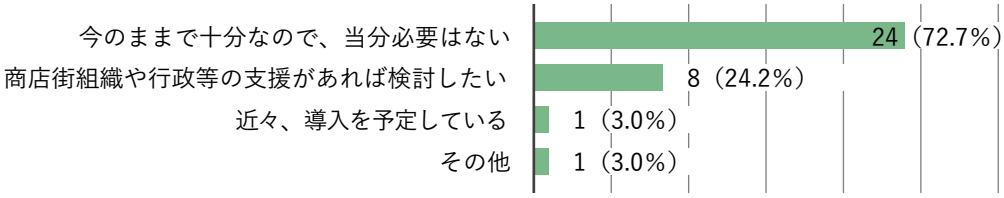


問　Wi-Fiの導入状況について、お答えください？（n=59）



【今後の導入意向】

「導入していない」と回答された方（n=33、複数回答）



（3）商店街組織、行政等の支援について

【商店街組織に望む取り組み】

■上位の結果として、「空き店舗、空き地対策の推進（誘致活動の展開等）」が148ポイント（29.7%）で最も高く、次いで「集客イベントの充実（お祭り、催事等）」が100ポイント（20.1%）、「ポイントカード、共通商品券事業の充実」が59ポイント（11.9%）の順となりました。

商店街としての機能性確保や賑わい創出に直結する空き店舗対策、集客対策が上位に位置しており、これらの取り組みを共同組織体において実施することで、より一層の効果が期待できる施策であるものと推測されます。

■上位2位までの結果は、平成30年度に実施した前回調査と同じ結果となりましたが、前回3位の「情報発信の充実（ホームページや商店街マップ等による個店紹介）」に代わり、「ポイントカード、共通商品券事業の充実」が3位となりました。また、「利便性の向上に繋がるサービスの充実」や「商店街共同施設の整備」など、共同で取り組むことにより、個店の費用負担軽減が図られる取り組みも上位に位置しています。

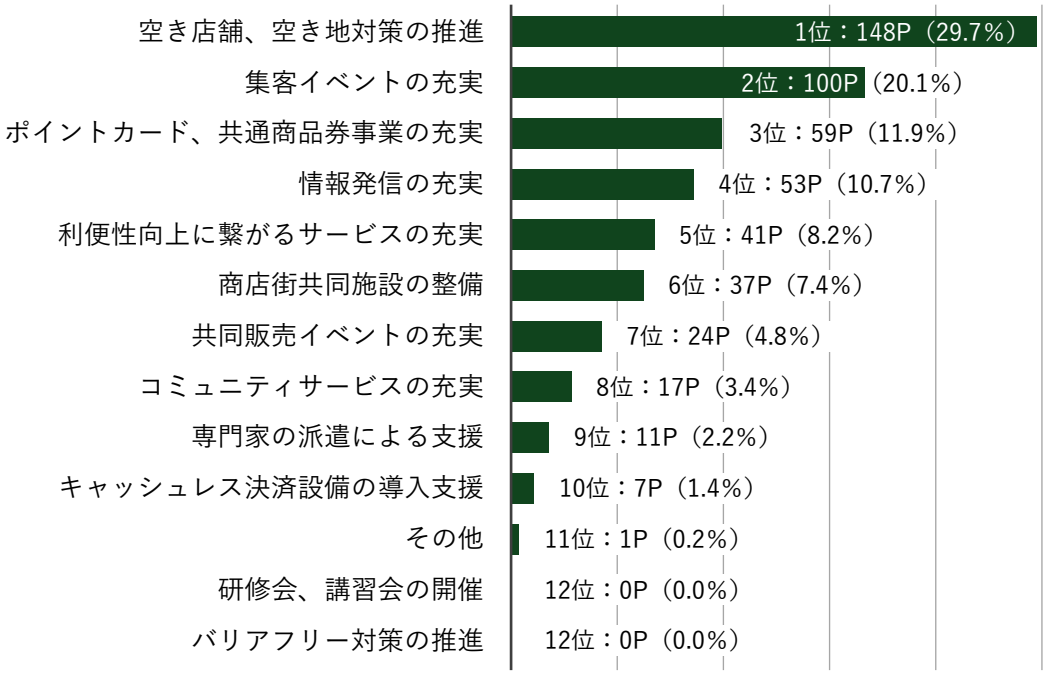
【行政に望む取り組み】

■「空き店舗、空き地対策の推進（誘致活動の展開、新規開業に対する支援等）」が147ポイント（29.2%）で最も高く、次いで「商店街イベント事業の推進（お祭り、催事などへの協力・支援）」が87ポイント（17.3%）、「ポイントカード、共通商品券事業の充実（行政サービスでの利用等）」が47ポイント（9.3%）の順となっています。

■上位2位までの結果は、平成30年度に実施した前回調査と同じ結果となりましたが、「ポイントカード、共通商品券事業の充実」が前回の5位から3位に上昇しています。また、「個店の改装や設備改修等に対する支援」や「商店街共同施設の整備に対する支援」など、個店や商店街組織が行う取り組みに対する支援が上位に位置しています。

問　商店街を活性化していくため、商店街組織にどのような取り組みを望みますか？

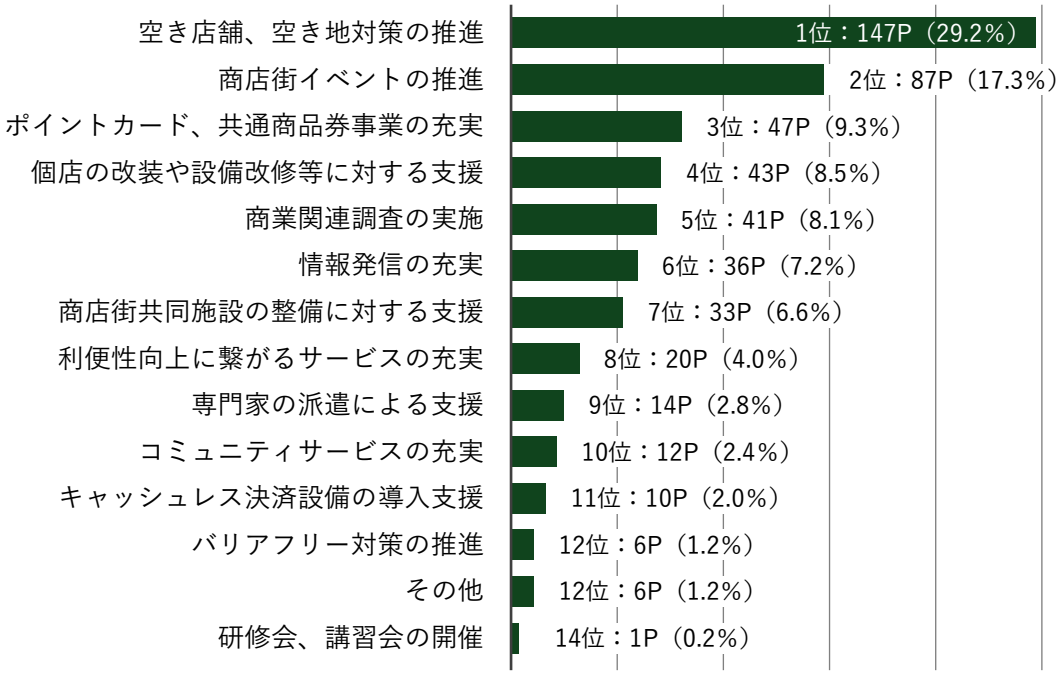
（n=57、ポイント合計：498P）



※個人集計（1～3位）に、ポイントを付与し、順位を決定。【1位：5P、2位：3P、3位：1P】

問　商店街を活性化していくため、行政にどのような取り組みを望みますか？

（n=57、ポイント合計：503P）



※個人集計（1～3位）に、ポイントを付与し、順位を決定。【1位：5P、2位：3P、3位：1P】

3　商店街振興における重点課題

（1）商店街活性化プロジェクト会議による課題把握

個店経営者との協働による計画策定を行うため、「商店街活性化プロジェクト会議」を開催し、商店街振興に向けた課題の共有と、今後の目指す方向、具体的施策について検討を行いました。

【商店街活性化プロジェクト会議の概要】

■目　的

商店街振興に向けた課題把握・共有、今後の目指す方向と具体的施策の検討

■メンバー構成

個店経営者及び後継者（11人）、商工会議所・行政担当者（4人）

■開催日程

令和4年6月～令和5年4月　計6回開催

【商店街活性化を図るための意見･施策アイデアなど（協議結果）】

1．空き店舗･空き地の解消について

○行政や商工会議所、商店街が各々役割を持って対応していく必要がある。

○空き店舗情報の発信に加え、今後も新規出店に繋げていくためのソフト事業の展開が必要である。

○新規出店後も、事業継続に繋がる情報発信（店舗営業等）を行うなど、商店街の魅力向上に努めていくことも必要である。

2．集客活動の強化について

○コロナ禍の影響で、栗夢プラザの来館者が大きく減少し、計画していたイベント等も中止になるなど、アクションプランの推進に大きな影響を受けたと思われる。今後も、栗夢プラザを中心に事業を展開していく必要があるとともに、施設の機能強化も進めていかなければならない。

○人を動かすイベントは重要であり、次期アクションプランを策定する中で、集客強化に繋がるイベントの実施は、大きな柱になる。今後も商店街の核となる栗夢プラザを中心に、これまで実施してきた取り組みの改善・充実を図りながら、実施していく必要がある。

○過去に実施していた飲食店周遊イベント（街バル）の再開など、食をキーワードとしたイベント実施も商店街の賑わい創出に有効な手段である。

○商店街単独の取り組み以外にも、栗山駅南交流拠点施設や栗山公園、小林酒造北の錦記念館などの観光施設と連携した取り組みを実施していくことで、商店街への波及効果を高めていくことが必要である。

○新たな客層の獲得や売上増に繋げていくためには、電子マネーの導入は現在の電子化の流れを踏まえると、非常に重要である。個店を対象とした学習会や情報共有などの取り組みを進めていくとともに、利用者に向けても普及促進に向けたサービス展開を検討していく必要がある。

○栗夢カードのリニューアルにあたり、地域共通カードとしての認知度向上、利用率の拡大を図るためには、行政との連携・支援を視野に検討していく必要がある。

（2）重点課題の設定

これまでの商店街振興施策や商店街基礎調査の検証結果、商店街活性化プロジェクト会議での協議を踏まえ、商店街振興における今後の重点課題を次のとおり整理します。

【空き店舗・空き地の解消と有効活用】

①新たな起業を創出するための仕掛けづくり

○商店街組織及び行政に求める取り組みとして、「空き店舗、空き地対策の推進」が最上位に位置しており、空き店舗の解消は最も大きな課題となっています。

○空き店舗の老朽化に加え、所有者が特定されていない物件や店舗兼住宅のため貸出不可としている物件などが増加しており、その対策が必要となっています。

【集客活動の強化と個店の魅力向上】

②新たな集客を呼び起こすための仕掛けづくり

○空き店舗対策の次に望む取り組みとして、集客イベントや共同販売イベントなどの「商店街イベントの充実」が挙げられています。買物行動の経済的要素に加え、社会的・文化的な要素も含め商店街・個店の魅力を訴求していく必要があります。

○個店の魅力を伝えていくうえで、個店経営の優位性を活かしたサービスや商品を提供していくことが重要であり、あわせて、商店街の利便性向上となる商店街環境の基盤構築を進めていく必要があります。

【地域コミュニティの強化】

③町民が集う地域コミュニティの拠点づくり

○地域住民は商店街に商品・サービスの提供以外に「地域コミュニティの担い手」としての役割を期待しているものの、そのニーズに対応しきれていないのが現状であり、コミュニティ機能の強化・充実に取り組んでいくことが重要な課題となっています。

○商店街を地域コミュニティの拠点として、その活用機会の拡大を図り、日常的に商店街に集まる環境を創出していく必要があります。

【地域ブランドの構築】

④商店街の知名度向上に向けた仕掛けづくり

○地域住民に加え、町外からの誘客促進も重要な課題となっています。「まちの顔」となる商店街として、観光的要素を含む商店街ブランドを創出し、知名度を向上させることも重要な視点の一つとなっています。

○自然や歴史、文化、地域産品などの地域資源を活用した商品・サービスの開発や、地域イメージのブランドを構築し、商店街運営と結び付けていくことも必要です。

【後継者・リーダーの育成】

⑤実行・挑戦する基盤づくり

○今後、商店街の再生を進めていくためには、商店街活性化を動かす機動力のある後継者・リーダーの育成が急務となっています。個々の経営者が危機意識を共有するとともに、次代を担う後継者・リーダーを中心に、取り組みを進めていくことが必要です。

○また、商店街としての一体感を醸成していくためには、組織体制を強化していくことも求められています。

Ⅳ 商店街活性化プランの目指す方向

1　商店街振興の基本理念及び基本目標

基本理念

商店街をもっと元気に。
賑わいにあふれ魅力ある商店街の創出

基本理念の実現に向けて、５項目の基本目標（方針）を掲げ、具体的な実践活動の中から商店街が抱える課題解決に向けて取り組みを推進し、商店街に賑わいをもたらすとともに、好循環のサイクルを創ります。

基本目標（方針）

①新たな起業に向けた仕掛けづくり（空き店舗・空き地の解消）

【基本施策】

■商店街空き店舗の解消に繋げていくための人材誘致

②新たな集客を呼び起こす仕掛けづくり（集客活動の強化）

【基本施策】

■地域資源や特性を活かした商店街イベントの開催
■商店街の利便性や個店の魅力向上に繋がる環境構築

③地域コミュニティの拠点づくり（コミュニティ機能の強化）

【基本施策】

■地域コミュニティの充実による賑わいづくりの推進

④商店街の知名度づくり（地域ブランドの構築）

【基本施策】

■地域の食・観光資源を活かした商店街ブランドの創出

⑤実行・挑戦の基盤づくり（後継者の育成・組織強化）

【基本施策】

■次代の商店街を担う後継者・リーダーの育成と組織力の強化

2　目標達成に向けたミッション

①新たな起業に向けた仕掛けづくり（空き店舗・空き地の解消）

■商店街空き店舗の解消に繋げていくための人材誘致

- 施策１　起業に向けた飲食ビジネスチャレンジの支援（くりふとキッチンチャレンジ事業）　充実
- 施策２　新規開業に伴う店舗改装等の支援（空き地空き店舗活用支援事業）　充実
- 施策３　空き店舗・空き地情報の発信（空き店舗情報発信事業）

②新たな集客を呼び起こす仕掛けづくり（集客活動の強化）

■地域資源や特性を活かした商店街イベントの開催

- 施策４　多様な地域資源を活用した商店街イベントの開催　充実
- 施策５　子育て世帯を対象とした集客促進事業の開催（子育て応援事業）

■商店街の利便性や個店の魅力向上に繋がる環境構築

- 施策６　商店街の利便性向上に繋がる環境整備（商店街振興対策事業）
- 施策７　商店街DXの普及促進（商店街デジタル化推進事業）　NEW
- 施策８　栗夢カードの電子化と行政連携による基盤構築（商店街デジタル化推進事業）　充実

③地域コミュニティの拠点づくり（コミュニティ機能の強化）

■地域コミュニティの充実による賑わいづくりの推進

- 施策９　栗夢プラザの活用機会の拡大（商店街振興対策事業）
- 施策10　地域コミュニティイベントの開催（商店街振興対策事業）
- 施策11　商店街と地域を繋ぐコミュニティＦＭ放送の活用　NEW

④商店街の知名度づくり（地域ブランドの構築）

■地域の食・観光資源を活かした商店街ブランドの創出

- 施策12　商店街の観光地づくりとご当地グルメの開発
- 施策13　町内各施設と連携した商店街来訪機会の創出

⑤実行・挑戦の基盤づくり（後継者の育成、組織強化）

■次代の商店街を担う後継者・リーダーの育成と組織力の強化

- 施策14　スキルアップや実践力向上に繋がる多様な学習機会の提供
- 施策15　共に行動する仲間・担い手づくりの推進

3　アクションプラン（施策の主な取り組み）

①新たな起業に向けた仕掛けづくり（空き店舗・空き地の解消）

■商店街空き店舗の解消に繋げていくための人材誘致

施策1　**起業に向けた飲食ビジネスチャレンジの支援**　充実
（くりふとキッチンチャレンジ事業）

創業希望者の本格出店に至るまでの準備期間として、開業に向けた顧客のニーズ把握やテストマーケティングに加え、店舗運営のノウハウを習得する実践演習の場となるチャレンジショップの運営を展開します。また、飲食営業に限らず加工や製造、試作の場としての活用機会を提供することで、新規創業や新たな事業展開を支援するとともに、コミュニティビジネスによるまちの賑わいと雇用機会を創出します。

【事業実施主体（◎所管、○連携）】

商店街	商工会議所	その他	行政
○	○	○	◎

【事業実施年度（予定）】

令和5年	令和6年	令和7年	令和8年
●	●	●	●

施策2　**新規開業に伴う店舗改装等の支援**（空き地空き店舗活用支援事業）　充実

商店街に点在する空き店舗や空き地を活用した新規出店の促進と開業後の経営安定及び健全化を図るため、新規出店者に対し、開業に伴う初期投資経費の一部を支援します。
※令和5年度より、事業対象となる指定区域を拡大

【事業実施主体（◎所管、○連携）】

商店街	商工会議所	その他	行政
○	◎	○	◎

【事業実施年度（予定）】

令和5年	令和6年	令和7年	令和8年
●	●	●	●

施策3　**空き店舗・空き地情報の発信**（空き店舗情報発信事業）

商店街に点在する空き店舗や空き地情報をリスト化した新たな情報ツールを構築し、広く効果的に発信していくとともに、町及び商工会議所、商店街の連携・共有により、円滑な新規開業に繋げていきます。

【事業実施主体（◎所管、○連携）】

商店街	商工会議所	その他	行政
○	◎	○	◎

【事業実施年度（予定）】

令和5年	令和6年	令和7年	令和8年
	●	●	●

②新たな集客を呼び起こす仕掛けづくり（集客活動の強化）

■地域資源や特性を活かした商店街イベントの開催

施策4　多様な地域資源を活用した商店街イベントの開催　充実

町内事業者や農業者等と連携し、商店街の賑わい創出、満足度の向上に繋げていく商店街イベントを行います。地元飲食店を巡る街バル（食べ歩き・飲み歩きイベント）や地元農産物・特産品の販売、飲食サービスを提供するマルシェなどのイベント開催を通じて、事業の定着と認知度向上を目指します。

【事業実施主体（◎所管、○連携）】

商店街	商工会議所	その他	行政
◎	○	○	○

【事業実施年度（予定）】

令和5年	令和6年	令和7年	令和8年
●	●	●	●

施策5　子育て世帯を対象とした集客促進事業の開催（子育て応援事業）

子育て世帯の生活応援や就学前児童を対象とした商店街体験イベントなどを通じて、商店街への集客を促進し、個店の認知度向上や利用拡大を図ります。

【事業実施主体（◎所管、○連携）】

商店街	商工会議所	その他	行政
◎	○	○	○

【事業実施年度（予定）】

令和5年	令和6年	令和7年	令和8年
●	●	●	●

■商店街の利便性や個店の魅力向上に繋がる環境構築

施策6　商店街の利便性向上に繋がる環境整備（商店街振興対策事業）

冬期間の除排雪推進による道路環境の維持管理や共同駐車場の確保など、商店街の利用環境の向上を図り、誘客を促進します。

【事業実施主体（◎所管、○連携）】

商店街	商工会議所	その他	行政
◎	○	○	○

【事業実施年度（予定）】

令和5年	令和6年	令和7年	令和8年
●	●	●	●

施策7　商店街DXの普及促進（商店街デジタル化推進事業）　NEW

キャッシュレス決済の普及促進やWi-Fi環境の構築、SNSなどによる情報発信など、デジタル技術を活用した新たなサービス展開を通じて、商店街の利便性や魅力向上を図り、誘客を促進します。

【事業実施主体（◎所管、○連携）】

商店街	商工会議所	その他	行政
◎	○	○	◎

【事業実施年度（予定）】

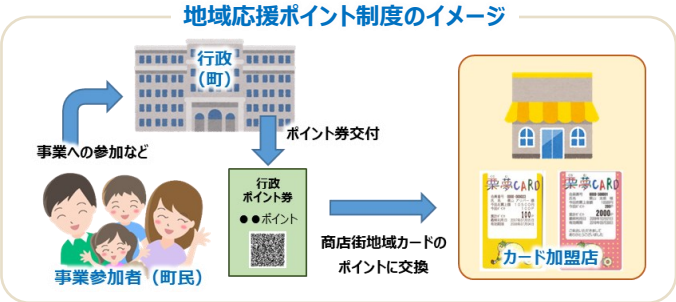
令和5年	令和6年	令和7年	令和8年
	●	●	●

施策8　栗夢カードの電子化と行政連携による基盤構築（商店街デジタル化推進事業）

充実

栗夢カードの利便性向上による個店の利用拡大や商店街の賑わいを創出するため、電子マネー機能（現金チャージなど）等を付加したキャッシュレス化の導入を進めます。

また、栗夢カードが地域カードとして認知され、さらなる利用拡大を図るため、地域応援ポイント（地域内での消費を促す行政ポイント）の導入など、行政との連携によるカード普及促進の取り組みもあわせて検討します。



【事業実施主体（◎所管、○連携）】

商店街	商工会議所	その他	行政
◎	○	○	◎

【事業実施年度（予定）】

令和5年	令和6年	令和7年	令和8年
		●	●

③地域コミュニティの拠点づくり（コミュニティ機能の強化）

■地域コミュニティの充実による賑わいづくりの推進

施策9　栗夢プラザの活用機会の拡大（商店街振興対策事業）

商店街への集客促進や賑わい創出、地域コミュニティを促進するため、栗夢プラザを中心とした各種サービスの提供や賑わいイベントを開催します。

また、施設の機能強化に加え、さらなる活用機会の拡大を図るため、今後の在り方、事業推進について、検討していきます。

【事業実施主体（◎所管、○連携）】

商店街	商工会議所	その他	行政
◎	○	○	○

【事業実施年度（予定）】

令和5年	令和6年	令和7年	令和8年
●	●	●	●

施策10　地域コミュニティイベントの開催（商店街振興対策事業）

町民が参加する地域盆踊りやコミュニティ行事などの地域ふれあいイベントの開催を通じて、地域振興や地域コミュニティを促進し、商店街への波及効果を高めていきます。

【事業実施主体（◎所管、○連携）】

商店街	商工会議所	その他	行政
◎	○	○	○

【事業実施年度（予定）】

令和5年	令和6年	令和7年	令和8年
●	●	●	●

施策11　商店街と地域を繋ぐコミュニティFM放送の活用　NEW

商店街の振興や賑わい創出、地域コミュニティの増進を図るため、コミュニティＦＭ放送を活用した商店街と地域を繋ぐ賑わいづくりを行います。

コミュニティＦＭ放送局（令和6年開局予定）と連携した商店街サテライトスタジオの設置や、商店街のイベント情報、個店の販促情報などの番組放送を通じて、リスナーが商店街に足を運ぶ契機をつくります。

【事業実施主体（◎所管、○連携）】

商店街	商工会議所	その他	行政
◎	○	○	◎

【事業実施年度（予定）】

令和5年	令和6年	令和7年	令和8年
	●	●	●

④商店街の知名度づくり（地域ブランドの構築）

■地域の食･観光資源を活かした商店街ブランドの創出

施策12　商店街の観光地づくりとご当地グルメの開発

商店街の知名度向上、来訪促進に繋がる地域ブランドを構築するため、北海道日本ハムファイターズをコンテンツとした新たな観光地を創出していくための取り組みを展開します。また、地元農産物や特産品を活用したご当地グルメの開発を通じて、地域資源の付加価値を高め、他地域との差別化による商店街ブランドを創出します。

【事業実施主体（◎所管、○連携）】

商店街	商工会議所	その他	行政
◎	○	○	○

【事業実施年度（予定）】

令和5年	令和6年	令和7年	令和8年
●	●	●	●

施策13　町内各施設と連携した商店街来訪機会の創出

まちの知名度向上や賑わい創出に繋げていくため、栗山駅南交流拠点施設や栗山公園、小林酒造北の錦記念館など、町内の観光施設等と連携した取り組みを展開していくことにより、本町に訪れる観光客を商店街へと誘導します。

【事業実施主体（◎所管、○連携）】

商店街	商工会議所	その他	行政
◎	○	○	◎

【事業実施年度（予定）】

令和5年	令和6年	令和7年	令和8年
●	●	●	●

⑤実行・挑戦の基盤づくり（後継者の育成、組織強化）

■次代の商店街を担う後継者・リーダーの育成と組織力の強化

施策14　スキルアップや実践力向上に繋がる多様な学習機会の提供

後継者やリーダーとしてのスキルアップやノウハウの習得、新たな人脈形成に繋げていくため、商店街アドバイザー等を活用した多様な学習機会を提供します。商店街活動の優良事例を学ぶセミナーや個店の経営支援に加え、商店街活動の推進等を通じて、個々の意識改革や新たな取り組みにチャレンジしていく機運を醸成していきます。

【事業実施主体（◎所管、○連携）】

商店街	商工会議所	その他	行政
◎	◎	○	○

【事業実施年度（予定）】

令和5年	令和6年	令和7年	令和8年
●	●	●	●

施策15　共に行動する仲間・担い手づくりの推進

若手経営者や後継者の事業参画を促していくため、商店街活性化プロジェクト会議メンバーを中心に多くの人が携わり共に行動していく仲間づくりを進めます。事業参画を促すための基盤構築や活動展開を通じて、共に行動する仲間・担い手を増やし、円滑な世代交代に繋げていきます。

【事業実施主体（◎所管、○連携）】

商店街	商工会議所	その他	行政
◎	◎	○	○

【事業実施年度（予定）】

令和5年	令和6年	令和7年	令和8年
●	●	●	●

多くの来場者で賑わう「商店街イベント」

【上段】
商店街お客様感謝イベント（栗夢プラザゆっくり市）

【下段】
左：商店街お客様感謝イベント（ガラポン抽選会）
右：商店街体験イベント（はじめてのおつかい）

数値目標及び評価指標（KPI）

商店街活性化アクションプランに掲げる基本目標（方針）の実現に向け、次のとおり実現すべき成果に係る数値目標を設定するとともに、各施策の効果を客観的に検証できる評価指標（KPI:重要業績評価指標）を設定します。

【数値目標】

目標指標
商店街での新規開業（出店件数）

令和5年度～令和8年度
4件

商店街での新規開業件数について、令和5年度から令和8年度までの間で、4件の新規開業を目指します。（各年1件）

目標指標
商店街の利用頻度（来訪割合）

令和3年度		令和8年度
18.3%	→	20.0%

週に1回以上、商店街に訪れる方の割合について、令和3年度の18.3%から、20.0%を目指します。
※第7次総合計画町民アンケートより

目標指標
商店街の利用頻度（売上割合）

令和4年度		令和8年度
6.8%	→	上昇

3年前と比較して、売上が増加した個店の方の割合について、令和4年度の6.8%から、上昇を目指します。
※令和4年度商店街基礎調査より

【KPI（重点業績評価指標）】

指標項目	基準値（令和4年度）	目標値（令和8年度）	指標設定の考え方
栗夢プラザ来場者数	15,713人	23,000人	各年度の実績
商店街イベントの来場者数	2,335人	5,000人	各年度の実績
栗夢カードの加盟店数	33店舗	45店舗	年度末の加盟店数
栗夢カードポイント所持者数	2,437人	5,000人	年度末の所持者数
子育て応援栗夢カードの発行枚数	1,031枚	1,200枚	年度末の発行枚数

V　アクションプランの推進

1　計画の推進体制

アクションプランを推進していくには、商店街組織や個店の自助努力は必須ですが、商工関係機関や行政の応援のほか、その他関係機関とも連携し、町全体で商店街振興に対する機運を高めていく必要があります。

行政としても継続して商店街が行う取り組みを支援していくとともに、まちづくりに関わる全ての方が関わり、それぞれの立場で同じ目的に向かって、行動力・実行力を発揮できる体制を構築しながら、各施策を推進していきます。

2　町の財政状況を踏まえた事業推進

アクションプランに掲げる各施策の推進にあたっては、町の財政状況や行財政推進計画に基づく改革の推進状況を踏まえ、効果的・効率的に遂行していくとともに、実施年度や事業内容等について柔軟に対応していくこととします。また、国や道、関係機関の補助事業等を活用しながら各事業を推進していくものとします。

3　計画の進行管理及び点検･評価

アクションプランの進行管理については、上位計画である第７次総合計画の進行管理にあわせ、毎年度、商店街組織や関係機関と各施策の点検・評価を行うとともに、数値目標の達成に向けて、継続的な改善を図りながら、計画を実効的に推進します。

多くの来場者で賑わう「駅前通り商店街」

【上段】
くりやま夏まつり（傘踊りパレード）

【下段】
左：くりやま秋まつり
右：くりやま田舎まつり

【参考資料】

1　商店街活性化アクションプラン策定に係る経過

期　　日	内　　容
令和 3年11月	栗山町第7次総合計画策定に向けた意見交換会の開催 □商店街施策の現状と課題共有、意見交換
令和 3年12月	栗山町第7次総合計画策定に向けた分野別懇談会の開催 □商工業分野の現状と課題共有、意見交換
令和 4年　6月～ 令和 5年　4月	商店街活性化プロジェクト会議の開催 □第2期商店街アクションプランの策定について（計6回開催）
令和 5年　2月	令和4年度栗山町商店街基礎調査の実施 □個店実態調査

2　商店街活性化プロジェクト会議

①会議開催経過

回	期日	会議テーマ
第１回	令和 4年　6月	商店街施策推進に向けた現状と課題把握・共有
第２回	令和 4年 10月	第2期アクションプラン策定に伴う方法等の協議
第３回	令和 4年 12月	第1期アクションプランの検証
第４回	令和 5年　1月	第2期アクションプラン方策・施策案の検討
第５回	令和 5年　2月	第2期アクションプラン方策・施策案の検討
第６回	令和 5年　4月	第2期アクションプランの策定（まとめ）

②プロジェクト会議委員

企業・個店	所　　属	氏　　名
㈲そらち	栗夢カード会会長	木 藤　浩 二
㈱高橋ダリア	栗夢カード会副会長	高 橋　和 則
河合商店	くりやま駅前通り商店街協同組合副理事長	河 合　修 一
フルーツ仲井	くりやま駅前通り商店街協同組合副理事長	仲 井　浩 祐
山東印刷㈱	くりやま駅前通り商店街協同組合理事	成 田　　学
くりやま旅館	くりやま駅前通り商店街協同組合理事	池 渕　雄 介
豚丼まぜそばMoro	くりやま駅前通り商店街協同組合理事	諸 橋　輝 之
空知日石㈱	くりやま駅前通り商店街協同組合理事	古 林　義 弘
いとう靴店	くりやま駅前通り商店街協同組合専務理事	伊 藤　信 之
㈲丸小旗矢金物店	－	端　　師 孝
弘愛鍼灸院	－	瓢 子　知 宏
－	栗山商工会議所事務局次長	牧 野　明 美
－	栗山町ブランド推進課主幹	石 森　和 幸
－	栗山町ブランド推進課主査	武 岡　真 吾
－	栗山町ブランド推進課主事	田 中　成 明

第2期 栗山町商店街活性化アクションプラン
令和　5年　4月

発行：北海道栗山町ブランド推進課