

喜多方市商業振興ビジョン

(案)



令和7年 月

喜多方市

《 喜多方市商業の目指す姿（将来像） 》

**豊かな暮らしを支え 多様な交流を育む
あきないのまち喜多方**

～ ひと・地域の個性を生かした 活気あるまちづくり ～

目 次

第1章 商業振興ビジョンの改定にあたって

1 商業振興ビジョン改定の趣旨	1
2 ビジョンの位置付けと計画期間	1
(1) ビジョンの位置付け	1
(2) ビジョンの計画期間	2

第2章 喜多方市商業の現状と課題

1 喜多方市商業の現状	3
(1) 統計データから見た現状	3
(2) アンケート調査から見た現状	11
(3) 現状から見える本市商業の環境と要因	22
2 前回のビジョンの検証	23
(1) 指標による検証	23
(2) 基本方針に基づく具体的取組	24
(3) 新ビジョンに向けて	27
3 喜多方市商業の課題	28

第3章 商業振興ビジョンの方向性

1 喜多方市総合計画によるまちの目指す姿	30
2 喜多方市商業の基本目標（目指す姿）	30
3 喜多方市商業振興ビジョン（2025年度～2029年度）施策の体系	31
4 基本目標（目指す姿）に向けての3つの基本方針	33
基本方針1 魅力ある商店づくりによる消費の促進	33
基本方針2 街なかの賑わい創出	33
基本方針3 商業を活性化するための連携体制の強化	34
5 施策項目と具体的取組	35
6 商業振興ビジョンの指標と目標値	43

第4章 商業振興ビジョンの推進体制と進行管理

1 商業振興ビジョンの推進体制	44
(1) 市の役割	44
(2) 商工団体・金融機関の役割	44
(3) 商業者の役割	44
(4) 市民・企業の役割	44
2 商業振興ビジョンの進行管理	45

資料	46
----	----

第1章 商業振興ビジョンの改定にあたって

1 商業振興ビジョン改定の趣旨

本市では、喜多方市総合計画において、本市の将来の都市像である「力強い産業 人が輝く 活力満ちる安心・快適なまち」を実現するため、まちづくりの施策の基本方向のひとつとして「地域の特性を生かした力強い産業づくり」を掲げています。それに基づき、魅力ある商店づくりや賑わいの創出、中小企業の育成、起業・創業の促進による新たな活力創出など、活気ある「あきないのまちづくり」を目指すとしています。

令和5年5月に新型コロナウイルス感染症の位置づけが5類に移行したことにより、コロナ前のような社会経済活動が再開され、各種イベント等が通常開催されるなど、市内経済に活気が戻ってきていますが、令和2年から続いた新型コロナウイルス感染症の影響は大きく、市内経済は厳しい状況にあります。

さらに、人口減少や少子・高齢化が進み、消費者ニーズの多様化や客数の減少、事業主の高齢化・後継者不足等、商業を取り巻く環境は常に変化している状況にあり、人口減少に伴う人手不足の対応や、量販店の立地拡大、エネルギー価格や原材料価格の高騰の長期化等、多くの要因が市内経済に影響を与えています。

このような状況から、本市の商業振興の課題を改めて精査するとともに、目指すべき本市の商業の姿の実現へ向け、市・商工団体・商店街・事業者・関係団体が協力して取り組む商業振興施策として令和元年度に策定した喜多方市商業振興ビジョン（以下「ビジョン」と言う。）を改定するものです。

2 ビジョンの位置付けと計画期間

（1）ビジョンの位置付け

本ビジョンは、喜多方市総合計画を上位計画とし、商業部門の中長期的な視点で本市の商業振興施策の方向性・将来像を体系的に示し、計画的に推進するための指針とするものです。

本ビジョンでは「喜多方市総合計画（2017（平成29）年度から2026（令和8）年度）」の「大綱1 地域の特性を生かした力強い産業づくり」に掲げられた「第2節 商業」の目標である「経営環境を高めるとともに、多様な交流で賑わいを創出することにより、活気あるあきないのまちづくりを目指します。」との整合を図りつつ、会津北部の中核都市としての本市商業が目指す姿（将来像）を掲げ、それを具現化していくための「基本方針」、「重点施策」を示していきます。

【総合計画との関係】

喜多方市総合計画（2017年度から2026年度）

将来の都市像

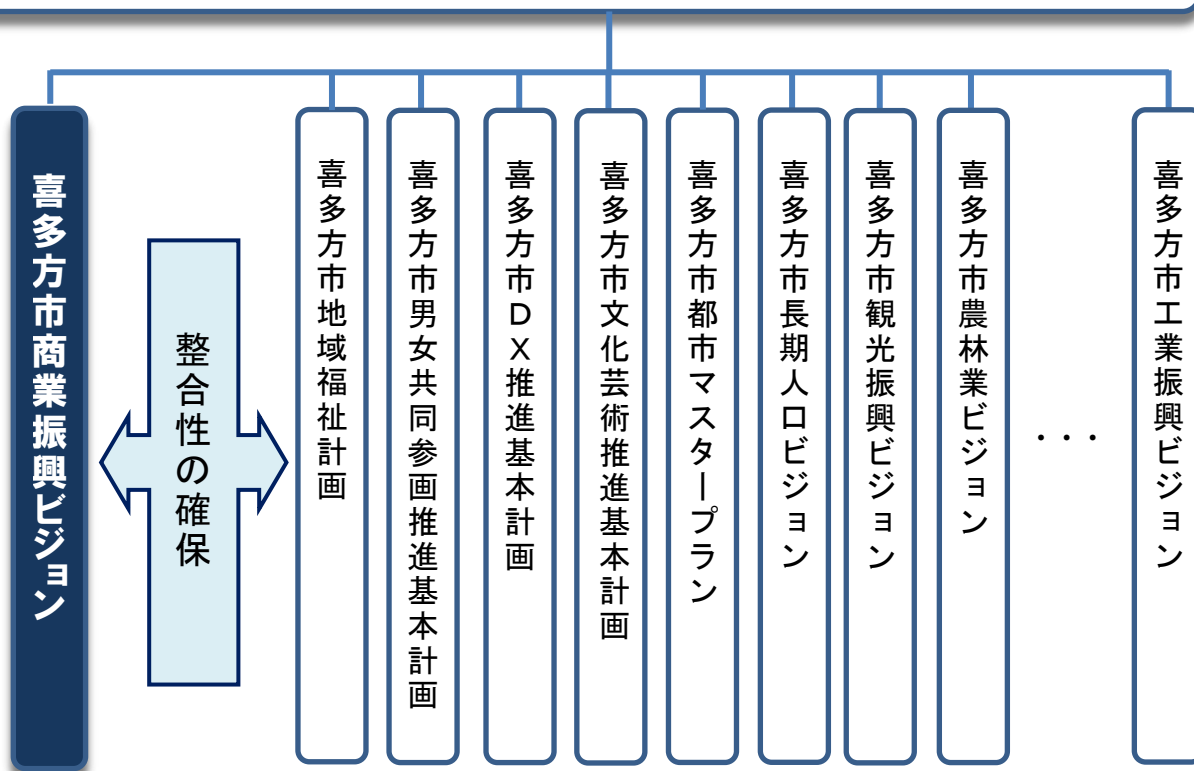
力強い産業 人が輝く 活力満ちる安心・快適なまち

基本構想 大綱1 地域の特性を生かした力強い産業づくり

基本計画 第2節 商業

施策

- (1) 魅力ある商店づくりと賑わいの創出
- (2) 中小企業の育成
- (3) 新たな活力の創出



（２）ビジョンの計画期間

本ビジョンの計画期間は、2025年度から2029年度までの5年間とします。

ただし、喜多方市総合計画（2017年度～2026年度）との整合性を保つこと、及び社会経済情勢の変化や商業振興をめぐる環境の変化等に柔軟に対応するため、必要に応じて見直しをしていくこととします。

喜多方市商業振興ビジョン（2025年度から2029年度 計画期間5年）

第2章 喜多方市商業の現状と課題

1 喜多方市商業の現状

(1) 統計データから見た現状

国勢調査をはじめとする各種統計データ及び市民・商業者を対象に実施したアンケート調査から喜多方市商業の現状を分析します。

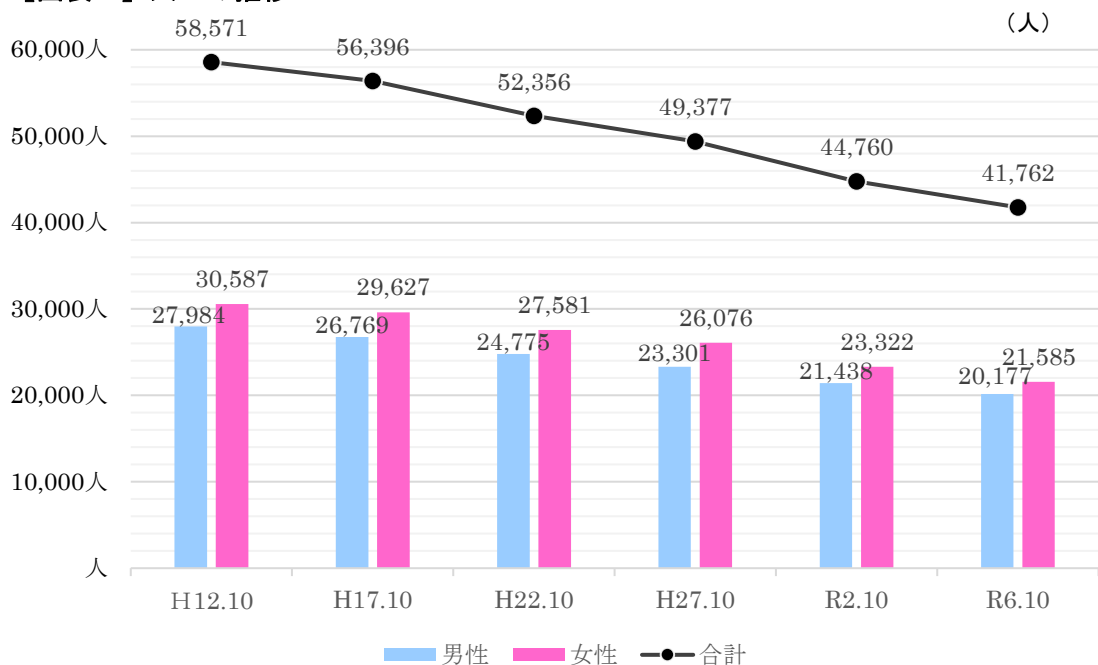
ア 喜多方市商業を取り巻く環境

①人口の推移

喜多方市の人口は男女ともに減少の一途をたどっており、令和6年10月時点の人口は41,762人と、令和2年10月時点から6.7%減少しました。

喜多方市長期人口ビジョンによる2030年の推計人口は39,620人と推測されており、ますます人口減少問題が深刻となるとともに、商業を取り巻く環境も厳しくなることが危惧されます。

【図表1】人口の推移



資料：国勢調査 (H12, H17, H22, H27, R2)、福島県の現住人口 (R6)

【図表2】 旧市町村別人口の推移（参考）

	(人)					
	R2. 4	R3. 4	R4. 4	R5. 4	R6. 4	減少率 (R2. 4→R6. 4)
市全体	46,967	46,322	45,583	44,720	43,948	6.4%
旧喜多方地区	30,165	29,816	29,367	28,820	28,421	5.8%
熱塩加納地区	2,442	2,360	2,306	2,217	2,156	11.7%
塩川地区	9,794	9,718	9,628	9,553	9,383	4.2%
山都地区	2,849	2,772	2,701	2,592	2,492	12.5%
高郷地区	1,717	1,656	1,581	1,538	1,496	12.9%

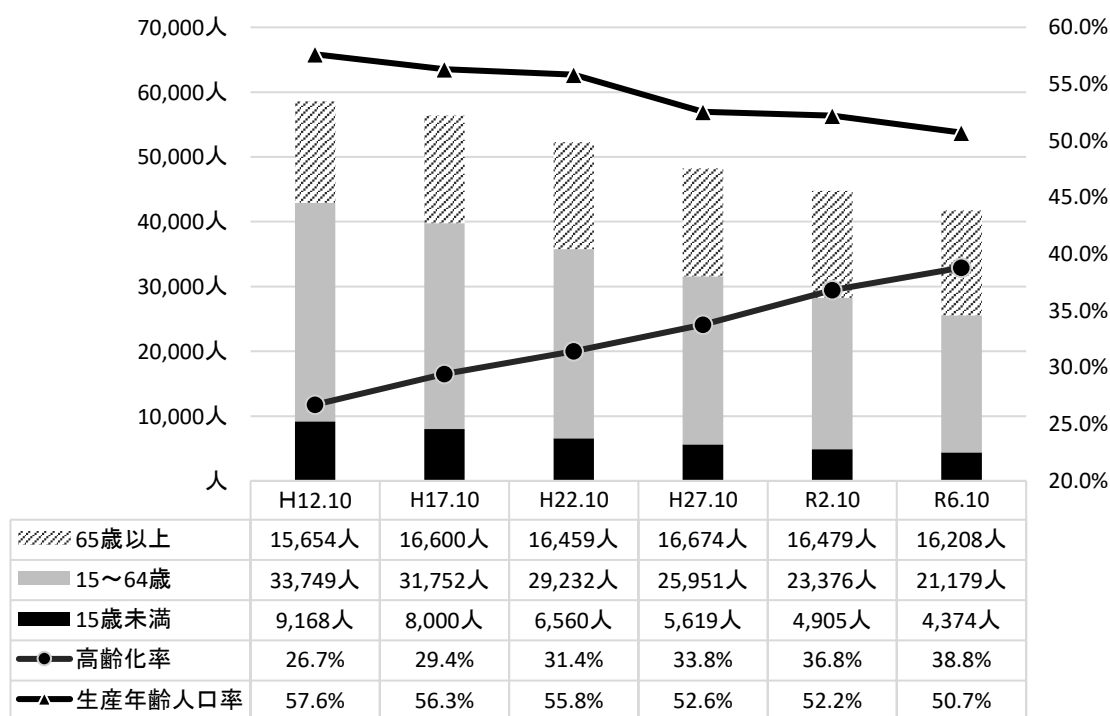
※住民基本台帳に基づく人口のため、国勢調査や推計人口（現住人口）とは数値が異なる

②年齢区分別人口

年少人口（15歳未満）と生産年齢人口（15～64歳）は減少の一途をたどっており、令和6年10月時点での年少人口は4,374人、生産年齢人口は21,179人と令和2年時点からそれぞれ10.8%、9.4%減少しています。本市の経済を支える生産年齢人口の割合も減少を続けており、令和6年10月時点で50.7%となっています。

また、老年人口（65歳以上）は、ほぼ横ばいの動きを続けており、令和6年10月時点で16,208人となっていますが、高齢化率は増加の一途をたどっており、令和6年10月時点での高齢化率は38.8%となっています。

【図表3】年齢区分別人口



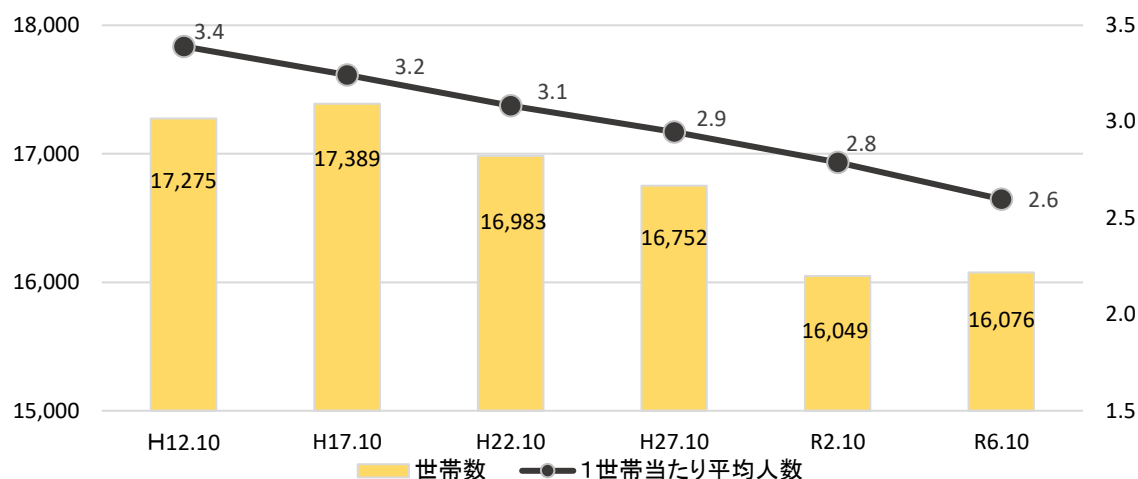
資料：国勢調査（H12, H17, H22, H27, R2）、福島県の現住人口（R6）

③世帯数

令和 6 年 10 月時点での世帯数は 16,076 世帯と令和 2 年時点から 0.2%増加しています。

しかし、平成 12 年から比較していくと、世帯数も人口と同様に減少傾向にあります。

【図表4】世帯数の推移



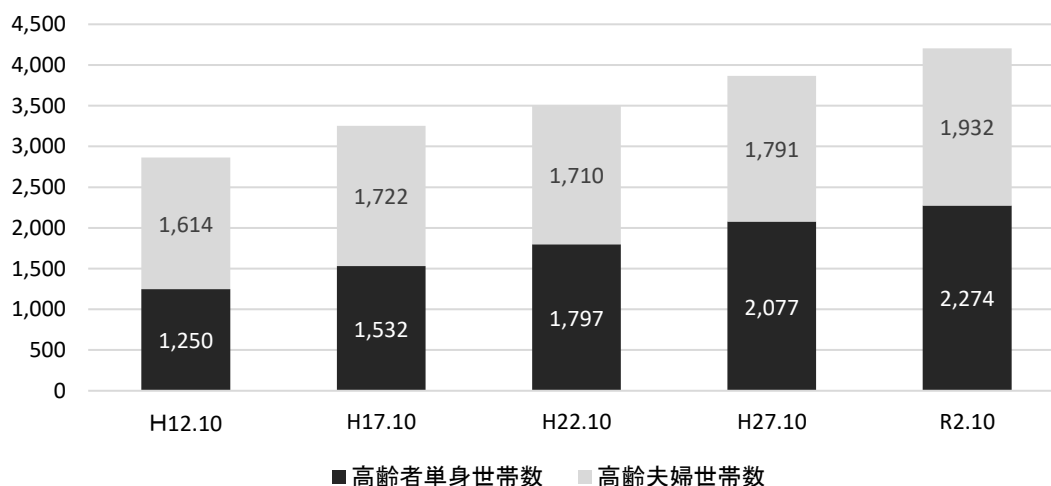
資料：国勢調査 (H12, H17, H22, H27, R2)、福島県の現住人口 (R6)

④高齢者単身世帯及び高齢夫婦世帯

高齢化の進行に伴い高齢単身世帯及び高齢夫婦世帯数は増加傾向にあり、令和 2 年時点での両世帯数の合計は 4,206 世帯と平成 27 年時点から 8.7%増加しています。

特に高齢者単身世帯数の増加が目立ち、令和 2 年時点での世帯数は平成 27 年時点と比べ 9.5%増加しています。

【図表 5】 高齢者単身世帯及び高齢夫婦世帯



資料：国勢調査

イ 喜多方市商業の状況

①小売業の動向

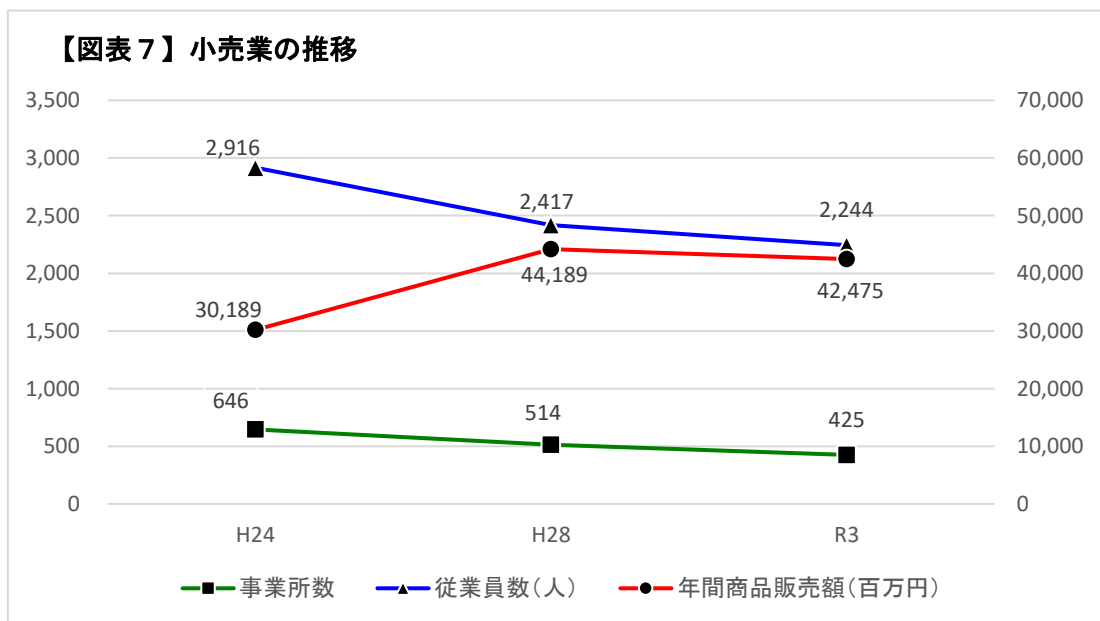
令和 3 年経済センサスによると、小売業の事業所数は 425、従業員数が 2,244 人、年間商品販売額は 424 億 7,500 万円となっています。

それぞれの数値を平成 24 年時点の経済センサスと比較すると、事業所数は 34.2%の減、従業員数は 23.0%の減、年間商品販売額は 40.7%の増となっています。

平成 24 年に比べて令和 3 年の方が年間商品販売額が大きいものの、事業所数、従業員数は減少傾向が続いています。

【図表 6】小売業の動向

	H24	H28	R3
事業所数	646	514	425
従業員数	2,916 人	2,417 人	2,244 人
年間商品販売額	301 億 8,900 万円	441 億 8,900 万円	424 億 7,500 万円



資料：経済センサス

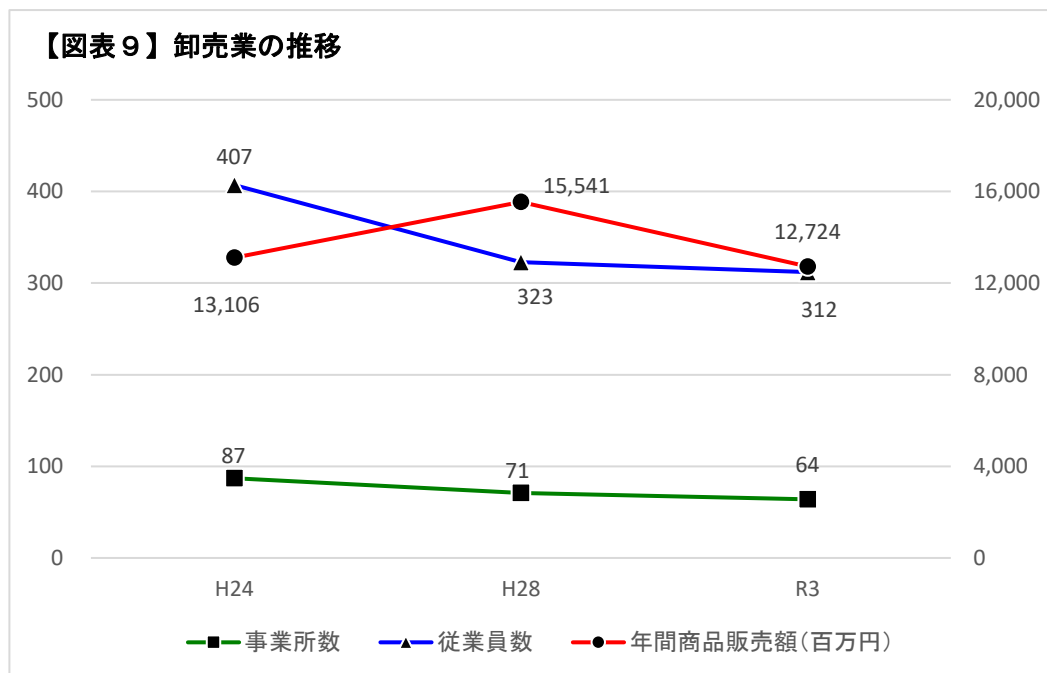
②卸売業の動向

令和 3 年経済センサスによると、卸売業の事業所数は 64、従業員数が 312 人、年間商品販売額は 127 億 2,400 万円となっています。

それぞれの数値を平成 24 年時点の経済センサスと比較すると、事業所数は 26.4%の減、従業員数は 23.3%の減、年間商品販売額は 2.9%の減となっています。

【図表 8】 卸売業の動向

	H24	H28	R3
事業所数	87	71	64
従業員数	407 人	323 人	312 人
年間商品販売額	131 億 600 万円	155 億 4,100 万円	127 億 2,400 万円



資料：経済センサス

ウ 購買の状況

①商圏構造

福島県が実施している消費購買動向調査では、県内の商圏を、高度に商業が集積し広域的に買物客を吸引する「広域型商圏都市」、地域の中核商業を担い地元購買率を一定維持しながら周りの町村から買物客を集めている「地域型商圏都市」、近隣の商業地として地元を中心に買物客を集めている「近隣型商圏都市」の3区分に分類しています。

会津地方の商圏のタイプは下表のとおりで、喜多方市は「地域型商圏都市」に分類されています。

※福島県消費購買動向調査は、令和2年度以降調査実施されていない。

【図表 10】 会津地方の商圏構造

商圏タイプ	都 市 名
広域型商圏都市	会津若松市
地域型商圏都市	喜多方市、会津坂下町、旧田島町
近隣型商圏都市	旧北会津村、旧河東町、旧熱塩加納村、旧塩川町、旧山都町、旧高郷村、北塩原村、西会津町、磐梯町、猪苗代町、湯川村、柳津町、旧会津高田町、旧会津本郷町、旧新鶴村、三島町、金山町、昭和村、旧舘岩村、旧伊南村、旧南郷村、下郷町、桧枝岐村、只見町

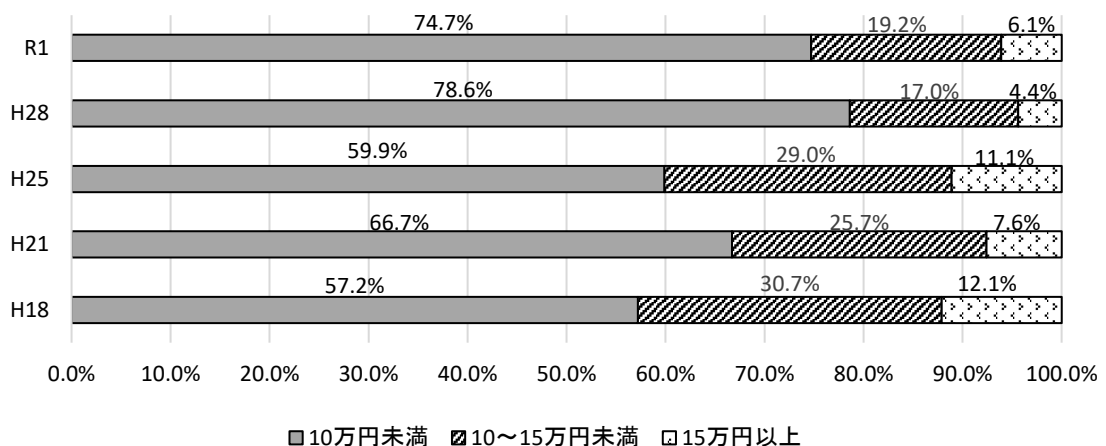
資料：福島県消費購買動向調査

②買物支出

令和元年の会津地域における月々の買物支出の割合は、10万円未満が74.7%、10万～15万円未満が19.2%、15万円以上が6.1%となっています。

これを平成28年時点と比較すると、10万円未満が3.9%の減、10万～15万円未満が2.2%の増、15万円以上が1.7%の増となっており、10万円以上の買物支出が微増加傾向にあります。

【図表11】 月々の買物支出（会津地域）

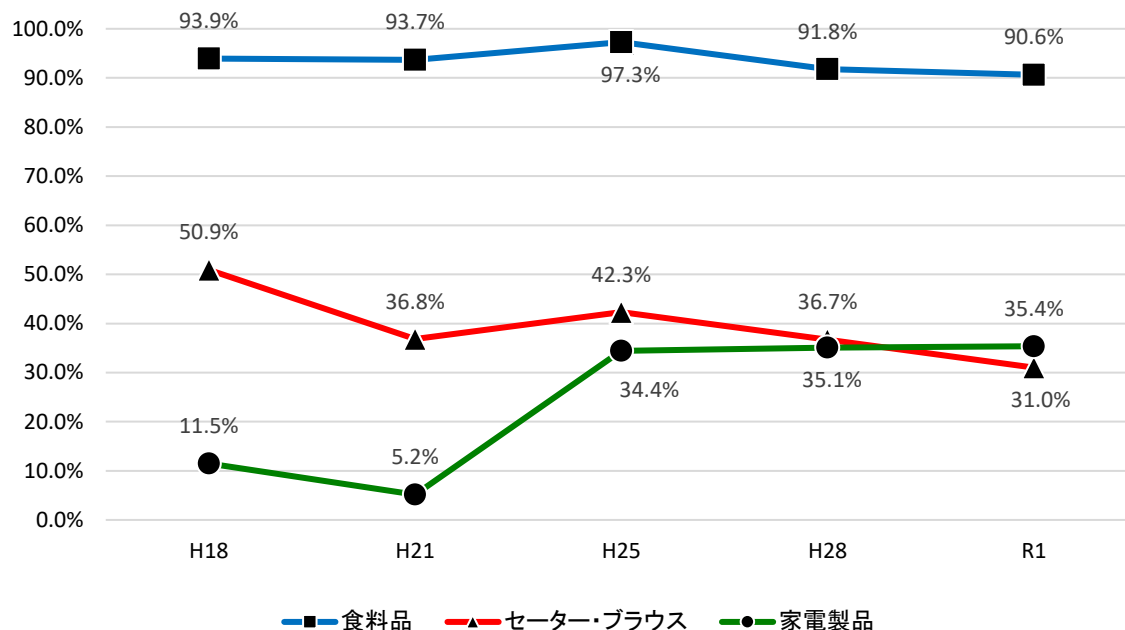


資料：福島県消費購買動向調査

③地元購買率

令和元年の喜多方市の地元購買率は、食料品が90.6%、セーター・ブラウスが31.0%、家電製品が35.4%となっており、平成28年時点と比較すると、食料品は1.2%の減、セーター・ブラウスは5.7%の減、家電製品は0.3%の増となっています。

【図表12】 地元購買率の推移（旧町村含む）



資料：福島県消費購買動向調査

④消費の流出・流入

喜多方市からの消費流出については、主に会津若松市への流出が多く、特に家電製品については6割以上の消費が会津若松市へと流出しています。

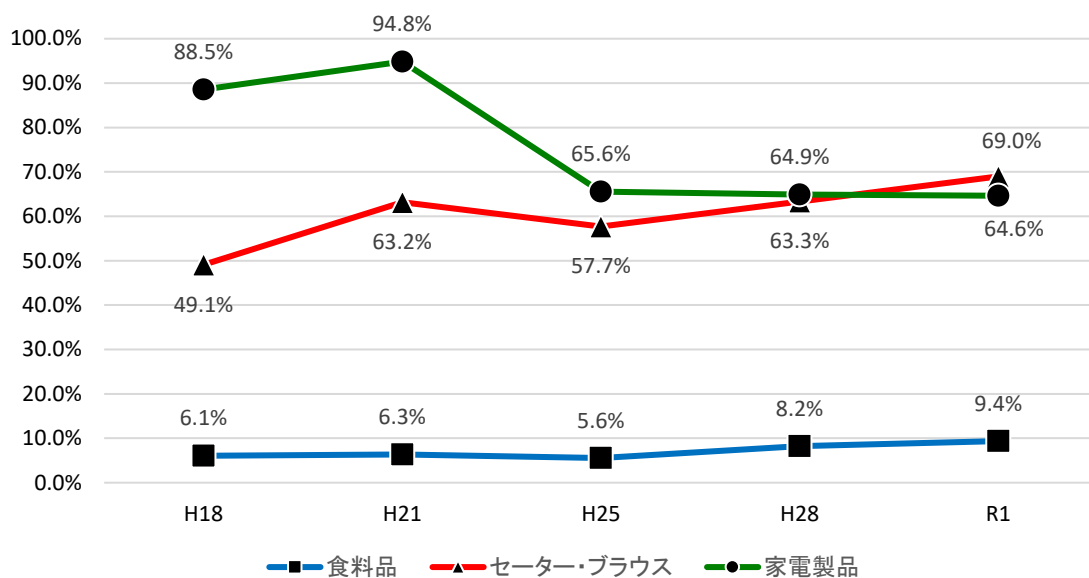
一方で、喜多方市への消費流入については、会津若松市からの流入が食料品0.14%、セーター・ブラウス0%、家電製品0.08%、他の会津町村からが食料品1.36%、セーター・ブラウス0.53%、家電製品0.45%となっており、市外からの消費吸引力は弱い状況にあります。

【図表13】 喜多方市からの消費流出割合（令和元年調査）

	会津若松市へ	他の会津地域へ	会津地域外へ
食料品	2.4%	6.3%	0.6%
セーター・ブラウス	49.1%	0.6%	19.3%
家電製品	61.9%	0.3%	2.4%

資料：福島県消費購買動向調査

【図表14】喜多方市からの消費流出率の推移



資料：福島県消費購買動向調査

【図表 15】喜多方市への消費流入割合（令和元年調査）

	会津若松市から	他の会津から	会津全体から
食料品	0.14%	1.36%	1.50%
セーター・ブラウス	0.00%	0.53%	0.53%
家電製品	0.08%	0.45%	0.53%

資料：福島県消費購買動向調査

(2) アンケート調査から見た現状

ア 市民向けアンケート

①概要

市民向けアンケートは、住民基本台帳より無作為に抽出した 20 歳以上の 1,200 名を対象に実施し、そのうち 459 人 (38.3%) から回答が得られました。

②買い物動向（利用頻度）

「食料品」の買い物頻度は「週に数日」という傾向が大きく、利用するお店としては「市内のスーパー・量販店」が目立ち、「近所の個人商店・商店街の店」については「年に数日の利用」又は「利用しない」という回答が多くみられます。

また、「日用雑貨」については「月に数日」、「衣類や家電」は「年に数日」という買い物頻度の傾向が大きく、利用するお店としては「市内の量販店」や「市外の店」の利用が目立ち、「近所の個人商店・商店街の店」については「年に数日の利用」又は「利用しない」という回答が多くみられます。

「飲食（外食）」の利用頻度については「月に数日」、「年に数日」の傾向が大きく、お店の利用割合は、「市内の飲食チェーン店」が最も多く、「近所や商店街の飲食店」や「市外の飲食店」は同程度利用されています。

③交通手段

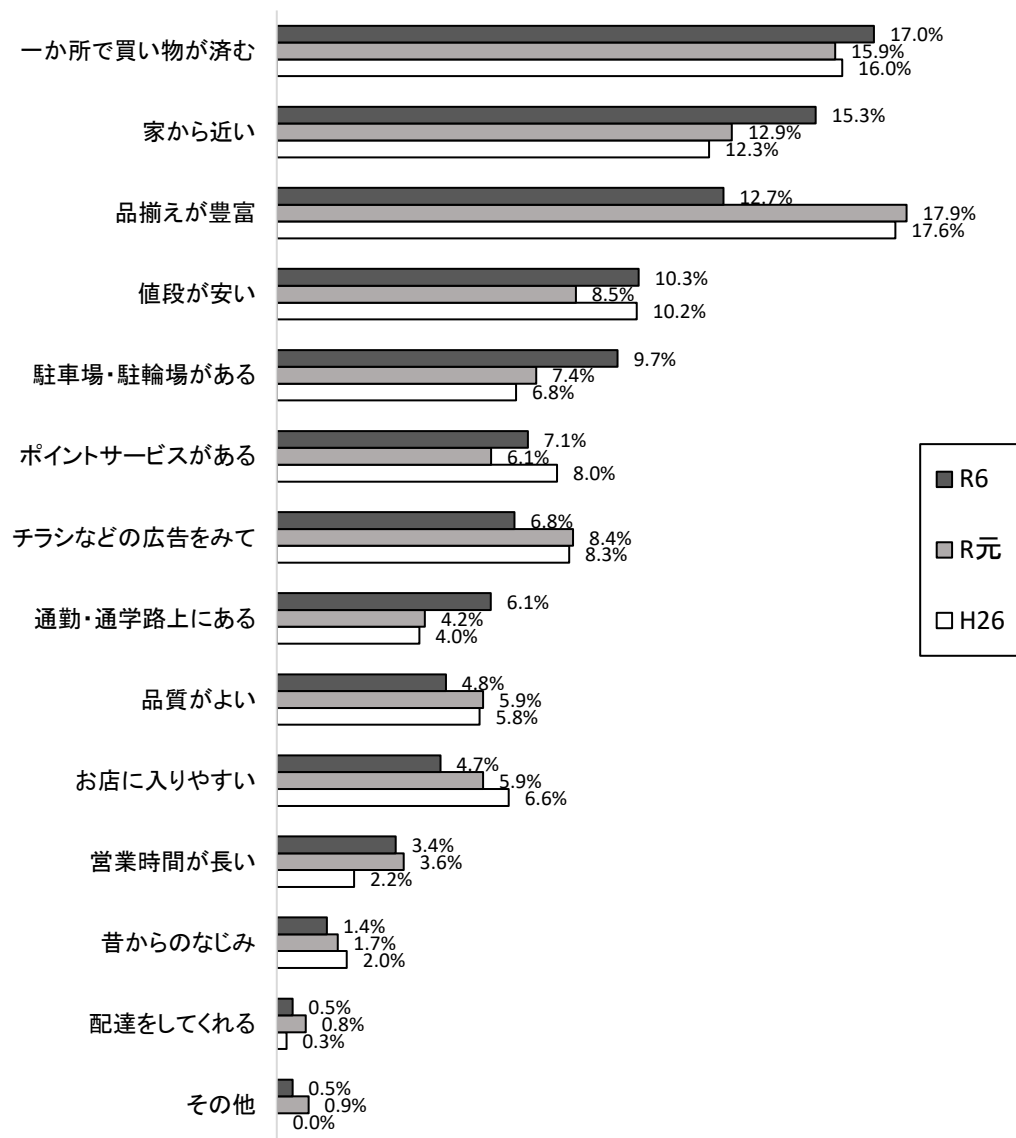
買い物の際の交通手段については「自動車・バイク」と回答した人が 9 割近くを占めており、次に「自転車」と回答した人が 6%程度、バス・タクシー、デマンド交通、鉄道などの公共交通機関の利用は 1%程度にとどまっています。

④店を選ぶ理由

買い物の際に店を選ぶ理由については、「一か所で買い物が済む」、「家から近い」、「品揃えが豊富」など、効率性を重視している傾向にあります。

また、前回調査と比べて「駐車場・駐輪場がある」の回答率が上がっており、利便性も重視されていることがうかがえます。

【図表16】 店を選ぶ理由



※複数回答による

⑤店に対する印象

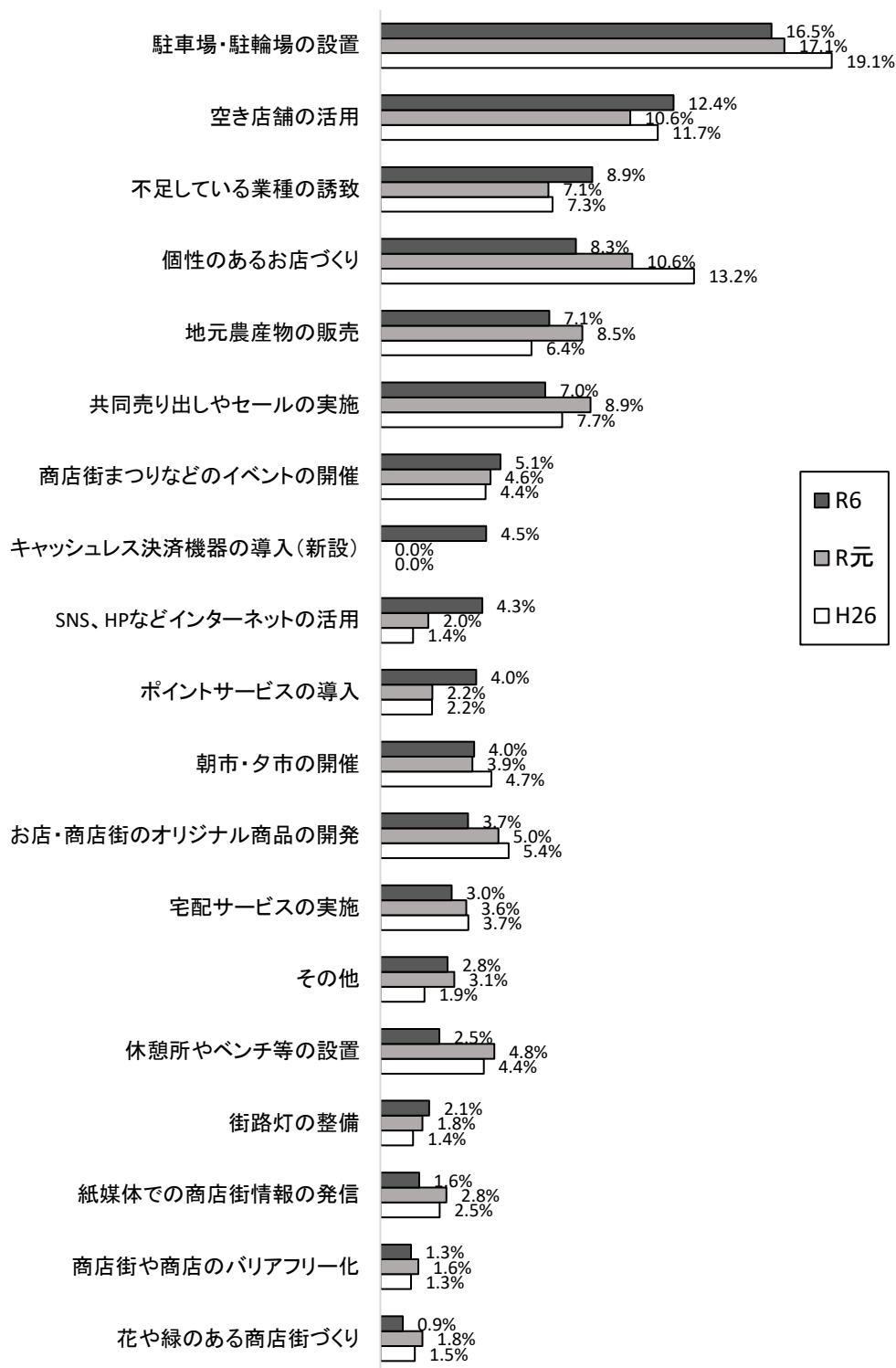
店に対する印象として、「個人商店や商店街」に対しては、好感が持てる点について「接客・サービスが良い」、「店に入りやすい」「相談してアドバイスをもらえる」などの親しみやすさを理由とする声が多い一方で、不満な点については「一か所で買い物が済まない」、「駐車場・駐輪場がない」、「値段が高い」が理由として上位に来ています。

「市内の大規模店」に対しては、好感が持てる点について「駐車場が広い」、「一か所で買い物が済む」、「品揃えが良い」、などを理由とする声が多い一方で、不満な点については「混み合う」、「商品がみつけない」が理由として上位に来ています。

⑥個人商店や商店街の利用が増えるために必要な取組

「駐車場・駐輪場の設置」、「空き店舗の活用」といった回答が上位にきています。前回調査と比べ、「不足している業種の誘致」を望む声が増えています。

【図表17】 個人商店や商店街の利用が増えるために必要な取組

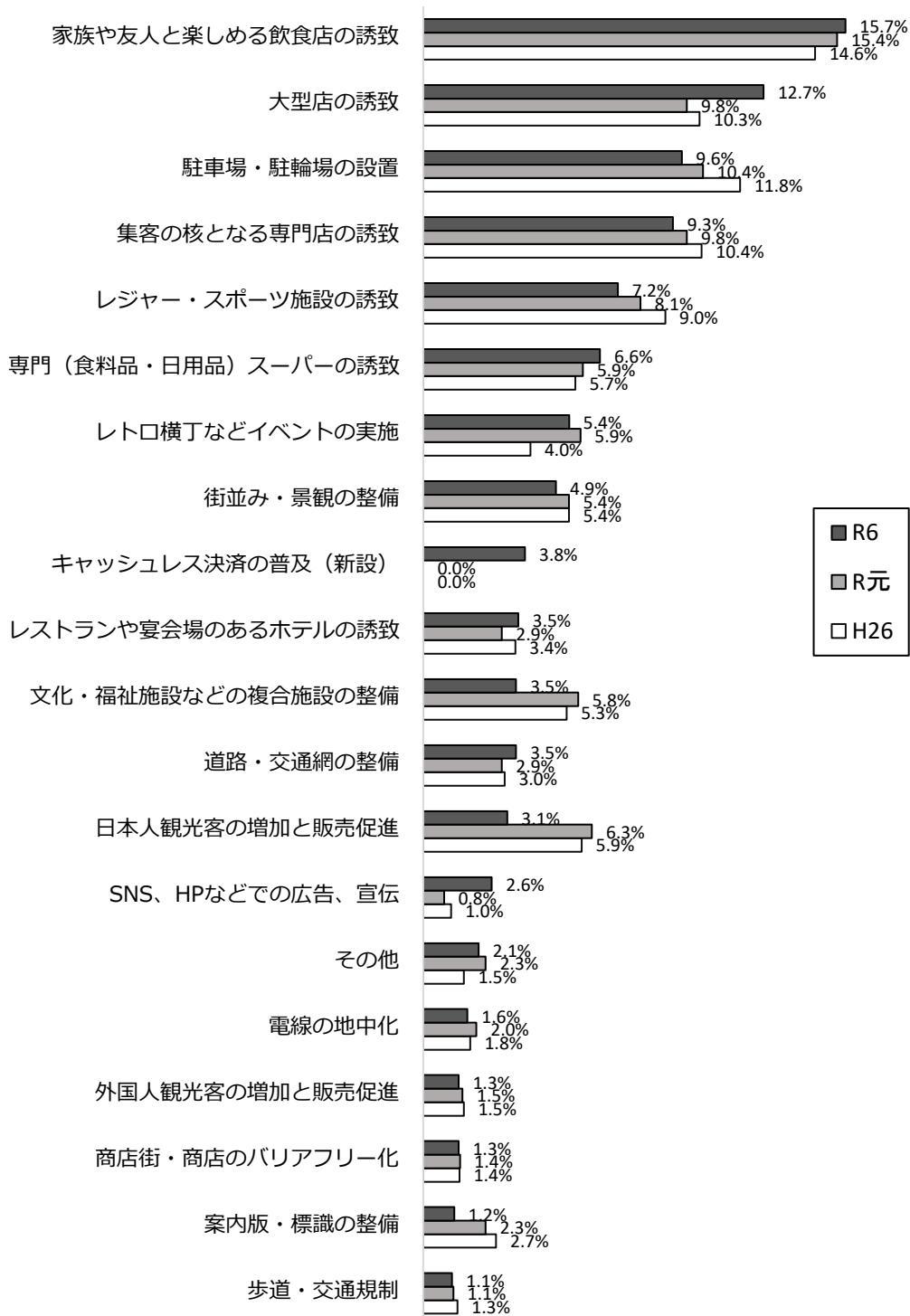


※複数回答による

⑦商業活性化のために必要な取組

前回調査同様、「家族や友人と楽しめる飲食店の誘致」が最も多く、ほかにも「大型店の誘致」、「駐車場・駐輪場の整備」など、利便的かつ楽しい時間を過ごすことのできる施設の設置を望む意見が多く見受けられました。

【図表18】商業活性化のために必要な取組



※複数回答による

イ 商業者向けアンケート

①概要

商業者向けアンケートは、会津喜多方商工会議所及びきたかた商工会の会員のうち、商業関係部会の会員 601 事業所を対象に実施し、そのうち 214 事業所（35.6%）から回答が得られました。

②経営者年齢・後継者

アンケートの回答者の中に 40 歳未満の経営者は約 4%に留まっている一方、60 歳代以上の回答が約 6 割を占めており経営者の高齢化が懸念されます。

また、「後継者がいる」と回答した割合はいずれの業種も約 2 割であり、経営者の高齢化に加え後継者が不足することによる市内商業の衰退が懸念されます。

③客層

来店する客層は男女とも同じくらいという回答が 4 割、年齢別でみると 50 歳代以上が約 5 割を占め、若い人が商店や商店街をあまり利用していないことがうかがえます。

また、飲食業・宿泊業で 8 割以上、小売業でも 5 割以上が「観光客の来店がある」と回答しています。その内、飲食業・宿泊業で 5 割、小売業で 3 割が「外国人の来店がある」と回答しています。

④経営実績

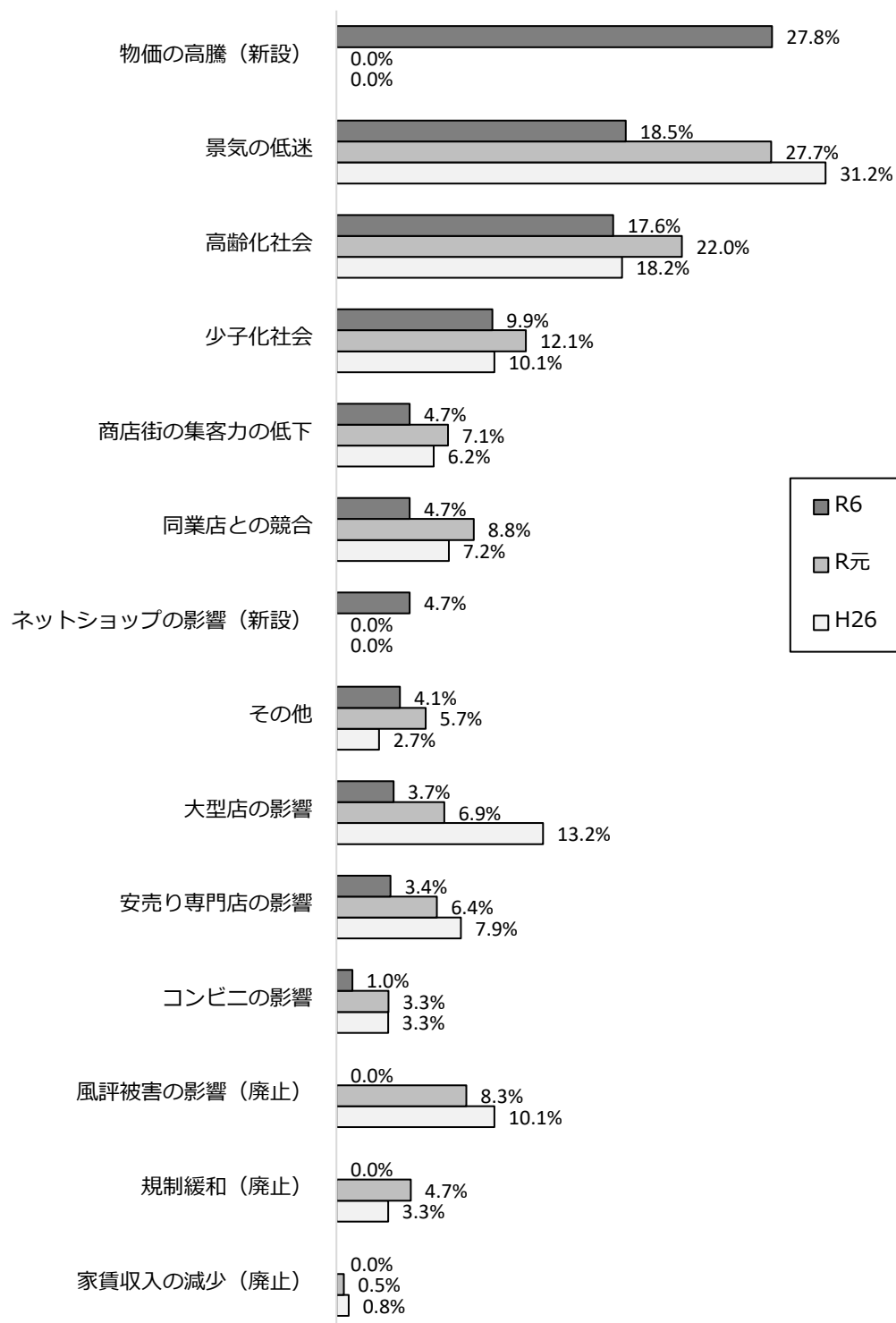
令和 5 年の経営実績について、令和元年と比較した場合は、多くの業種で 4～6 割が売上高は減少、3～6 割が客数は減少、5 割が客単価は横ばいと回答しています。令和 4 年と比較した場合は、2～4 割が売上高は減少、2～4 割が客数は減少、5 割が客単価は横ばいと回答しています。また、経費については、令和元年、令和 4 年のいずれと比較しても、全業種で 5 割以上が増加したと回答しています。コロナ禍より売上高や客数は若干の回復が見られるものの、最近の物価高騰や景気の低迷による厳しい状況がうかがえます。

⑤経営上の問題点

外部環境に起因する経営上の問題点としては、「物価の高騰」との回答が最も多く、前回調査同様に「景気の低迷」「高齢化社会」といった回答も多く見られました。

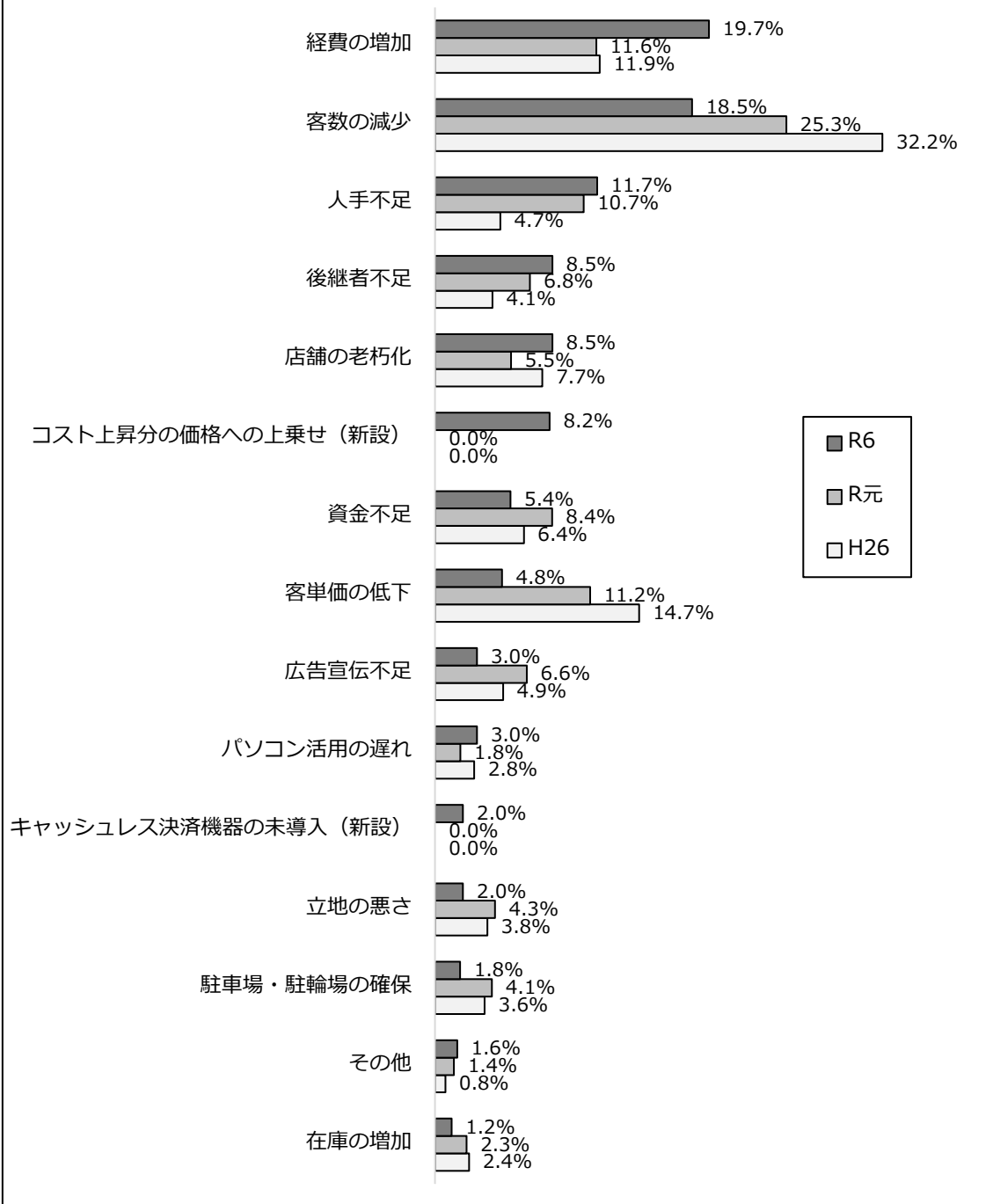
内部環境に起因する経営上の問題点については、「経費の増加」との回答が前回調査よりも多く、前回調査同様に「客数の減少」「人手不足」といった回答も多く見られました。

【図表19】経営上の問題点（外部環境）



※複数回答による

【図表20】経営上の問題点（内部環境）

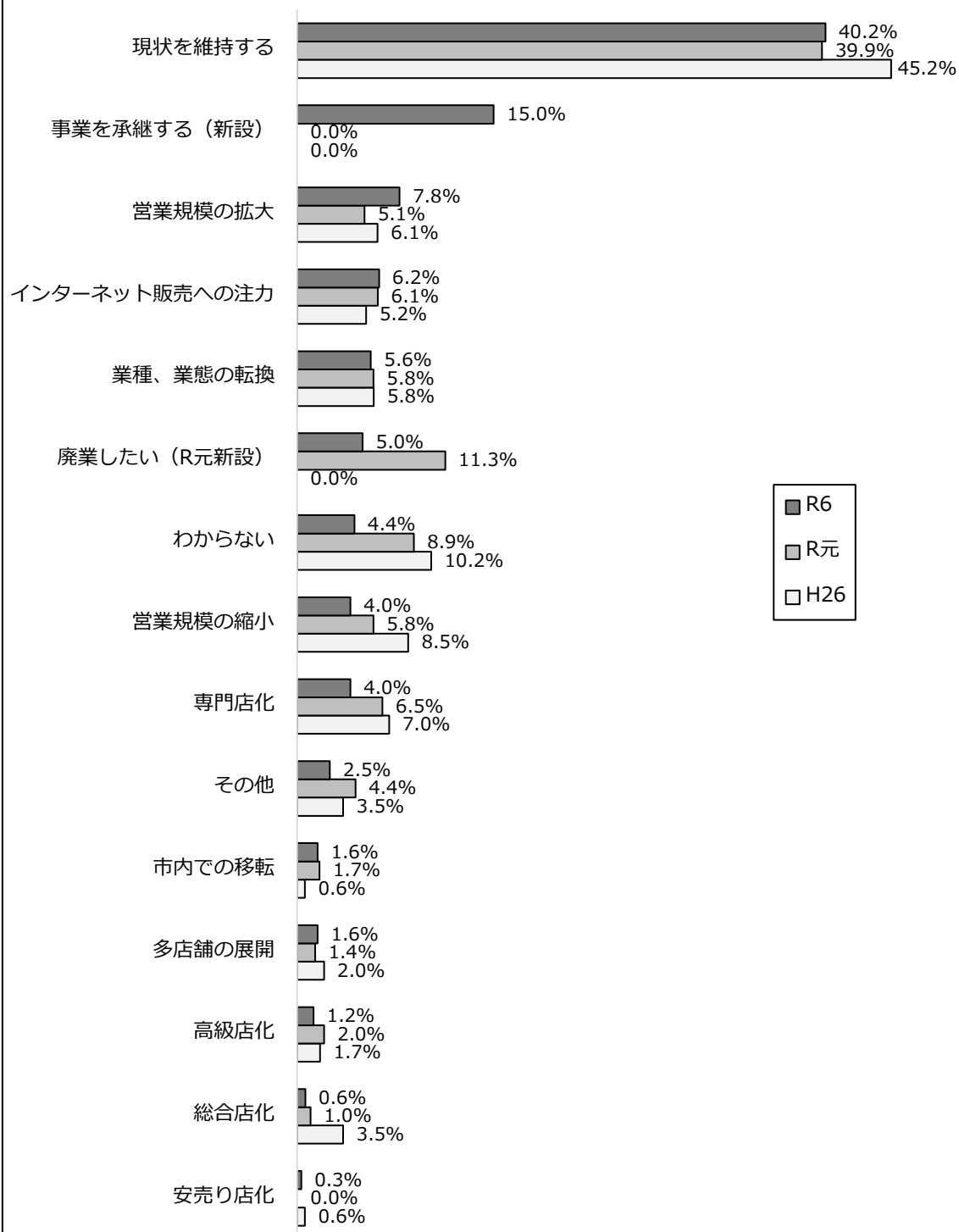


※複数回答による

⑥今後の経営方針

4割が「現状維持」と回答し、今回調査で新たに選択肢に加えた「事業を承継する」との回答も1割以上を占めました。また、前回調査よりも「分からない」の回答が減少し、「営業規模の拡大」「インターネット販売への注力」など経営方針が少なからず明らかになっている割合が増えたことがうかがえます。

【図表21】 今後の経営方針

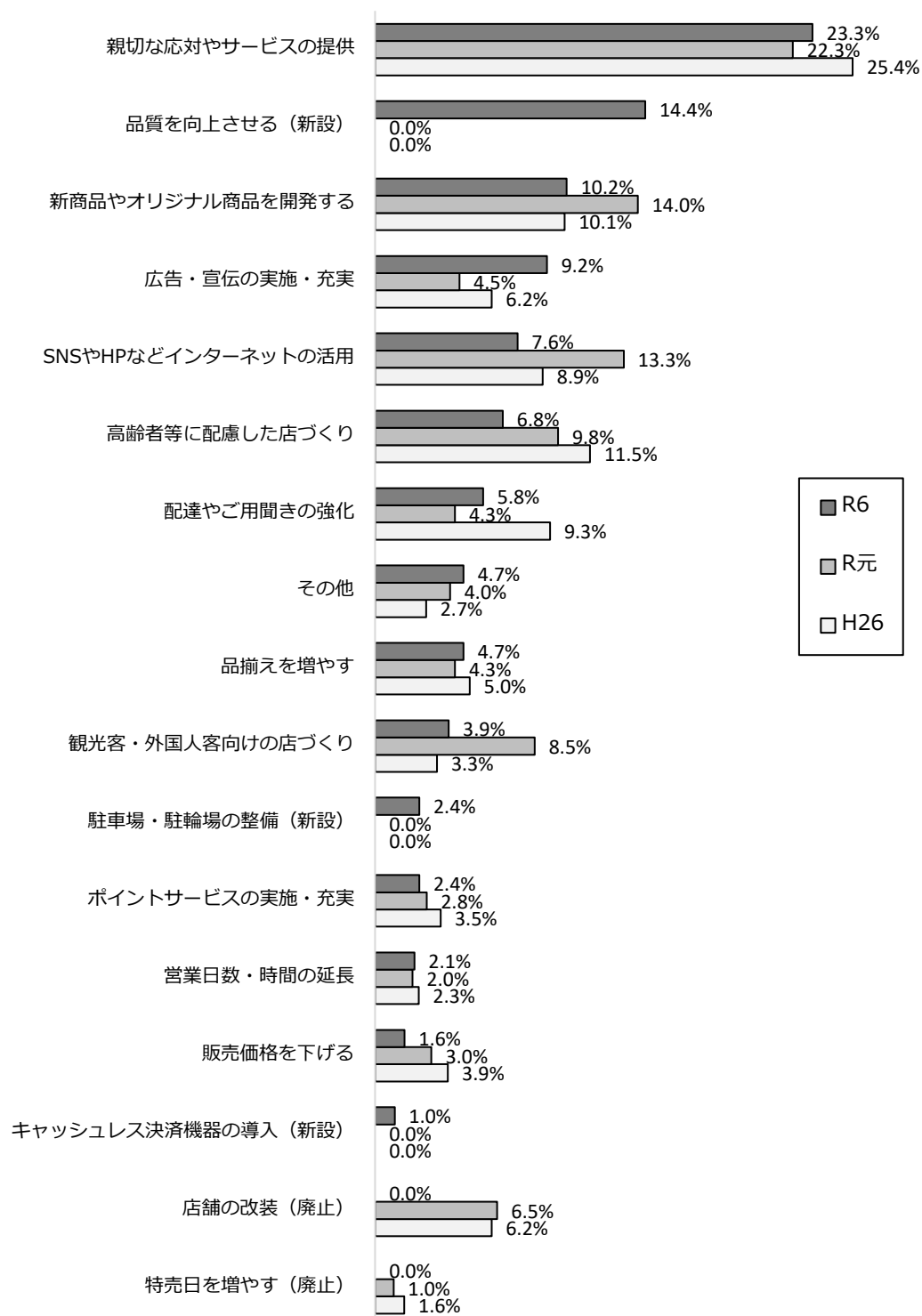


※複数回答による

⑦販売促進の手段

「親切な応対やサービスの提供」に加え、新設した選択肢の「品質を向上させる」との回答が多くありました。

【図表22】販売促進に必要なこと



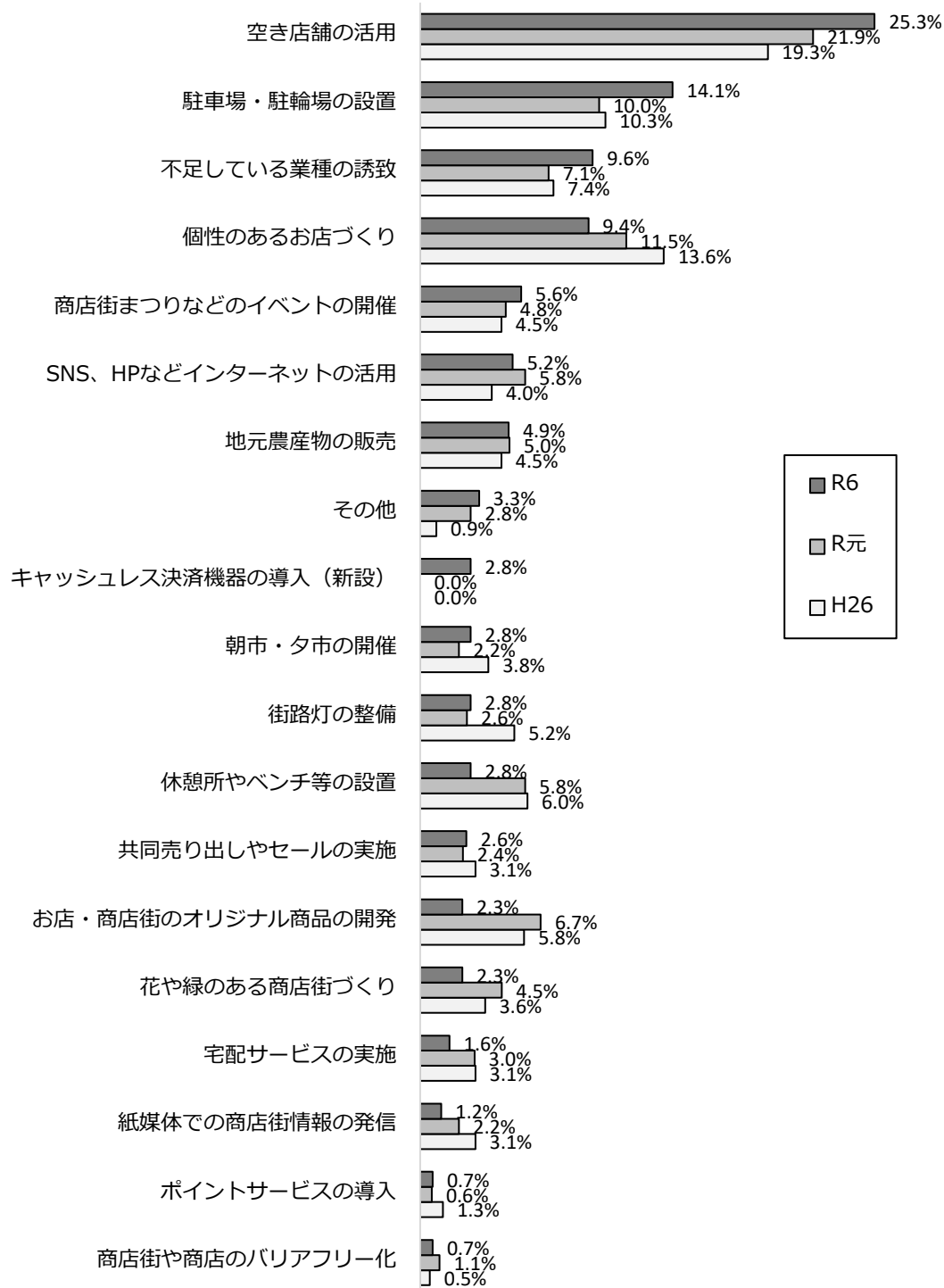
※複数回答による

⑧商店街が実施すると良い取組

「空き店舗の活用」や「不足している業種の誘致」といった商店街の魅力向上や賑わい創出につながる取組が重視されています。

また、「駐車・駐輪場の設置」など利便性向上についても重視されています。

【図表23】 商店街で実施すると良い取組

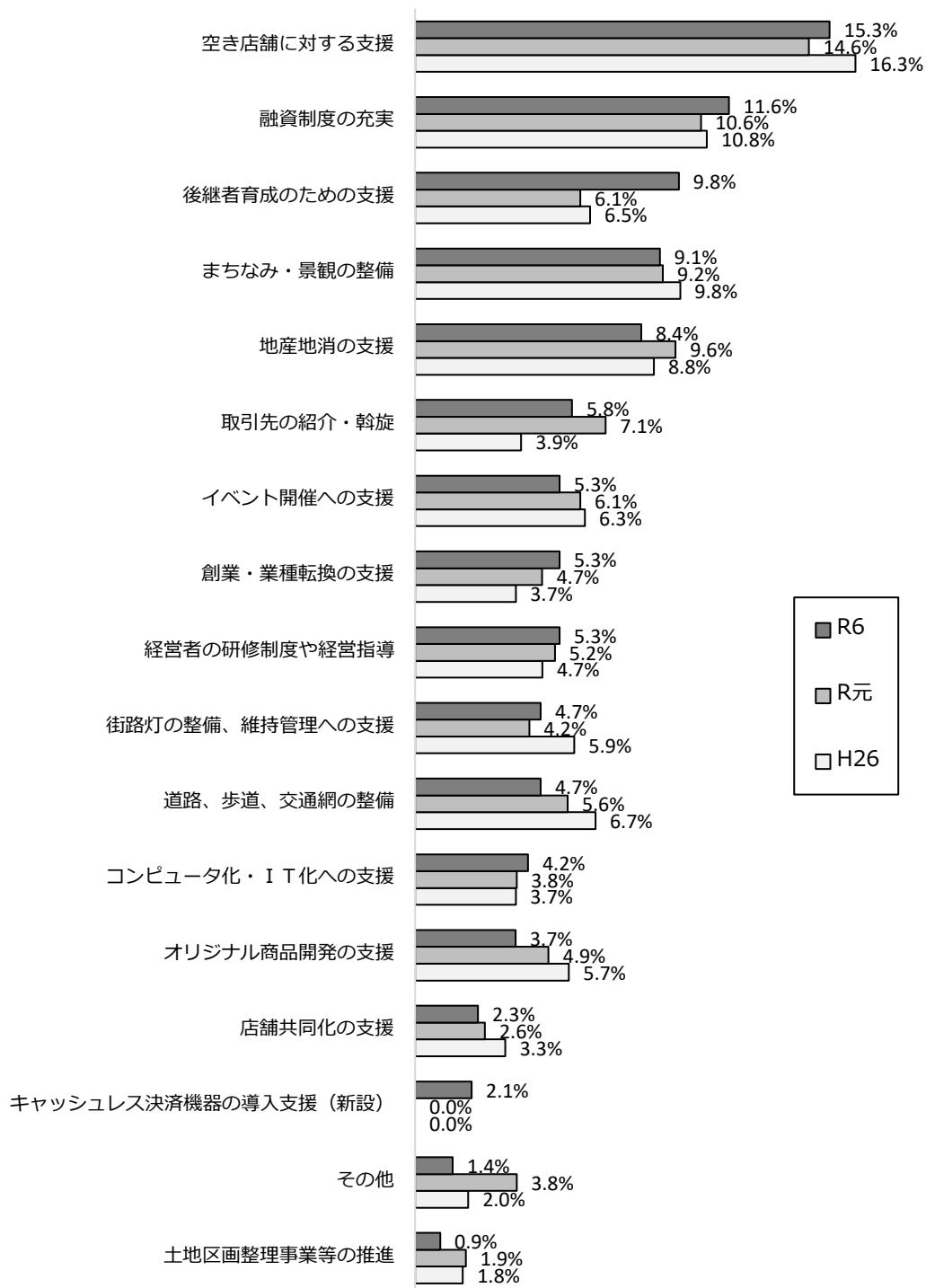


※複数回答による

⑨行政等に期待する施策

行政や商工会議所・商工会に対して期待する施策として、「空き店舗に対する支援」や「融資制度の充実」、「後継者育成のための支援」などが挙げられており、幅広い施策が期待されていることがうかがえます。

【図表24】 行政等に期待すること



※複数回答による

(3) 現状から見える本市商業の環境と要因

喜多方市の商業を取り巻く社会経済状況、統計データから見る現状、商業者及び市民のアンケート調査の結果を踏まえ、プラス要因とマイナス要因を内部環境、外部環境それぞれから分析したものが下の図になります。

	プラス要因	マイナス要因
内部環境	【積極的に活用できる要素】 - 接客、サービスの良さ - 専門性のある個店 - 歴史を感じる店舗づくり - 創業の活性化 - 事業者同士の連携による賑わい創出	【改善を必要とする要素】 - 人手不足 - 後継者不足 - 店舗の老朽化 - 駐車場不足 - 空家・空き店舗の増加 - 商店街会員の減少
外部環境	【追い風となる要素】 - 観光都市であること - 買物支出の増加 - 食・文化資源が豊富 - 中心市街地の賑わい - デマンド交通の利便性向上	【向かい風となる要素】 - 生産人口の減少 - 消費人口の減少 - 物価高騰による経費の増加 - 地域ニーズの多様化 - キャッシュレスへの対応

本市商業の課題を整理し、積極的に活用できる要素と追い風になる要素を最大限に活かしながら、改善を必要とする要素と向かい風となる要素に対する支援に取り組むことで、本市商業の目指す姿の実現を目指します。

なお、市では、旧福島県立高等学校利活用検討協議会を設置し、市内に所在する閉校となった高等学校の土地、建物等の利活用についての検討及び協議を行っており、旧県立喜多方東高校の利活用については、商業施設を中心とした複合施設を公民連携により整備する方針です。

2 前回のビジョンの検証

(1) 指標による検証

前回のビジョンで設定した指標の目標値について、令和6年度の改定時点における最新値は以下のとおりです。

コロナ禍の影響を強く受けた時期でもあり、事業所数は大きく減少していますが、売上額は目標を達成しています。更に新設事業所数や起業・創業件数、空き店舗活用数も目標を達成しています。

一方で、後継者数や観光客入込数、宿泊者数は減少しており、目標を達成できていません。

指標名	前回の現状値	前回の目標値	直近の値	
事業所数と増減率 (小売業・卸売業) (経済センサス)	585事業所 (H28)	532事業所 (R6)	489事業所 (R3)	
	-20.2% (H24→H28)	-9.1% (H28→R6)	-16.4% (H28→R3)	
売上額と増減率 (小売業・卸売業) (経済センサス)	597億円 (H28)	543億円 (R6)	552億円 (R3)	達成
	+38.0% (H24→H28)	-9.1% (H28→R6)	-7.6% (H28→R3)	達成
新設事業所数 (小売業・卸売業) (経済センサス)	27事業所 (H26→H28)	36事業所 (R4→R6)	62事業所 (R元→R3)	達成
起業・創業件数(累計) (総合戦略KPI)	77件 (H30)	137件 (R6)	144件 (R5)	達成
空き店舗活用数(累計) (総合戦略KPI)	18件 (H30)	43件 (R6)	45件 (R5)	達成
後継者数 (総合戦略KPI)	38人 (H30)	57人 (R6)	31人 (R5)	
観光客入込数 (総合戦略KPI)	186万人 (H30)	225万人 (R6)	156万人 (R5)	
宿泊者数 (総合戦略KPI)	6.3万人 (H30)	7.1万人 (R6)	5.0万人 (R5)	

(2) 基本方針に基づく具体的取組

前回のビジョンにおける基本方針ごとに実施した具体的取組の内容について整理します。

基本方針1 魅力ある商店づくりによる消費の促進
(1) 魅力ある店舗づくり (2) 後継者確保・事業承継のための人材育成 (3) 経営力強化による新たな活力の創出 (4) 市内消費及び消費流入の促進・消費流出の抑制
主な取組
・ 経営力向上支援事業補助金の実施により、個店の販売力、集客力、魅力向上を図っている。 ・ 商工団体においては、個別相談や研修事業、専門家派遣等により中小規模事業者の経営支援に取り組んでいる。 ・ 事業承継については商工団体による支援のほか、市においても事業承継支援ネットワーク会議を組織し、セミナーを開催するなどして事業者が相談しやすい環境を作っている。 ・ 「きたかた おしごと広場」や「きたかた産業フェア」は将来を担う若い世代が市内の商業について知る良い機会となっている。 ・ 利子補給や信用保証料補助により中小企業者の設備資金や事業資金の融資への支援をしている。 ・ 創業支援セミナーは市内での新規創業に有効に繋がっている。 ・ 会津喜多方商工会議所による「メイドイン喜多方」事業で地場製品のブランド力向上を図っている。 ・ 市内産小麦を製麺に利用してラーメン店等で消費する農商工連携事業が進められている。

基本方針2 商店街機能の向上と街なかの賑わい創出

(1) 賑わいの創出による商店街の活性化

(2) コミュニティ機能や利便性の向上

(3) 商店街の環境やまちなみ景観の整備

主な取組

- ・おはようマルシェや歩行者天国、「レトロ横丁」などのまちなか活性化イベントを実施している。商工会地区においても川の祭典や初市、舟引祭りなどの活性化イベントを実施している。
- ・商工団体と連携して空き店舗情報の提供を行い、空き店舗利活用支援事業や中心市街地商業活性化事業補助金を交付するなどして空き店舗の有効活用を推進している。
- ・中心市街地にあるラーメン神社や塩川地区の川番所が地域のコミュニティ施設として機能している。
- ・会津西北部経済振興協議会が「足を延ばしてもひとつ思い出マップ」を作成し、商業及び観光の総合情報を発信している。
- ・レトロ横丁商店街では、外観整備の統一イメージを団体内において共有している。
- ・塩川地区においては、塩川地域観光まちづくり推進事業補助金を活用して「のれんの街」としての統一感の形成を推進している。
- ・中心市街地のボラードへの植栽、商工会4地区での花いっぱい運動により環境美化を図っている。
- ・中心市街地では歩道を広げることにより通行車両のスピード抑制を図り、歩行者の安全を図っている。
- ・各商店街と市（都市整備課）が景観住民協定を結び、良好な景観形成を図っている。

基本方針3 商業者間の連携強化と商業を活性化するための体制の強化

(1) 商工団体・商店街・商業者間の連携強化

(2) 買い物弱者への連携した対応

(3) ICT社会に対応した商業活動の推進

(4) 総合産業である観光との積極的な連携

主な取組

- ・市と商工団体等は定期的に開催される地域経済対策懇談会により定期的に情報交換を図っているほか、商工業地域振興等事業補助金や商店街連合会地域活動事業補助金により各団体が実施する地域振興事業や経営改善普及事業等への支援を実施している。
- ・商工団体等において先進地視察や各種研修を実施している。また、協同組合米沢商店街連盟との交流を継続し、連携を図っている。
- ・コープベスタひがし店内に市内事業者のテナントが2店舗あり、連携している。
- ・令和4年度からAIオンデマンドバス「のるーと喜多方」が運用開始され、令和6年10月から市内全域で利用可能となるなど、地域公共交通の利便性向上に取り組んでいる。
- ・高齢者向け生活支援ガイドを毎年更新し、配達対応可能な店舗等の新しい情報を提供している。
- ・商工団体においてSNSの活用やホームページの作成の研修や個別相談を実施し、事業者のICT活用による経営力向上を支援している。
- ・福島県商工会連合会が令和3年にECサイト「シオクリビト」の運用を開始し、中小規模事業者の商品開発や販路開拓を支援している。
- ・「レトロ横丁」では、会津大学や会津大学短期大学部等と連携し、イベントの分析等を実施している。
- ・市内小中学校では、喜多方産の食材を使った弁当の開発・販売を通して、児童生徒の起業家体験学習を実施した。
- ・「喜多方ラーメンの日」を制定し、全国的に本市ブランドである「喜多方ラーメン」の発信を強化している。
- ・インバウンド受入体制整備支援事業により、個店のホームページやパンフレットの多言語化や外国人用のキャッシュレス決済機器導入等に対する補助に取り組んでいる。
- ・グリーン・ツーリズム交流人口は増加傾向にあるほか、グリーン・ツーリズム参加者には市内提携店で使用できるチケットを交付することにより、受入れの拡大及び市内消費の促進を図っている。
- ・喜多方観光物産協会と事業者（商工団体）が連携し、全国各地の物産展に積極的に参加している。

(3) 新ビジョンに向けて

指標による検証で見られたとおり、事業所数や後継者数は減少が見られる一方、新設事業所数や起業・創業件数、空き店舗活用数などは上昇しており、新しい動きが活発に行われていることが伺えます。

また、基本方針に基づく具体的取組では、コロナ禍という特殊事情の中にあっても、イベントの継続はもとより経営力の向上や事業承継へ向けた取組、まちなかの景観形成、農商工連携など、喜多方ブランドの維持・発信へ向け、多くの事業が行われてきたことが確認できます。

しかしながら、人口減少や多様化する消費者ニーズ、地域経済の低迷など、商業を取り巻く環境はコロナ禍を経て一段と大きく変化してきており、時代の変化に対応した新規事業に取り組みつつも、前期ビジョンに掲げた課題の多くは引き続き対応すべきものと考えます。

3 喜多方市商業の課題

商業振興を図っていくうえで、喜多方市の商業を取り巻く社会経済状況、統計データから見る現状、商業者及び市民のアンケート調査の結果を踏まえ、喜多方市の商業活性化のための課題を整理します。

ア 後継者不足への対応

商業者向けアンケートの調査結果では、「今後の経営方針」において、40.2%が「現状を維持する」と回答したのに次いで、15%が「事業を承継する」と回答しています。「経営者の高齢化」や「後継者不足」による廃業を減らすためにも、支援体制の整備や支援策の検討など事業承継への対応が必要です。

イ 個店の魅力向上による集客力の強化

市民向けアンケート調査結果では、個人商店や商店街の良いところとして「接客・サービスが良い」、「店に入りやすい」、「相談してアドバイスがもらえる」、「品質がよい」が上位に入っている一方、買い物動向では半数以上が「近所の個人商店・商店街の店を全く利用しない」と回答しています。また、商業活性化に必要な取組として「家族や友人と楽しめる飲食店の誘致」が最上位であり、体験に重きを置いた「コト消費」の重要性が伺えます。個人商店が集客力を向上させるためには、個人商店ならではの強みを生かした魅力向上や、「コト消費」を意識した付加価値の創出が必要です。

ウ 個店の経営力強化

商業者向けアンケートの調査結果では、令和5年の経営実績（売上高）について、コロナ禍前まで回復している事業所は少ないものの、徐々に売上高を回復している事業所が多い状況です。一方、経営上の問題点では「物価の高騰」、「経費の増加」の割合が最も高く、経営力を強化し、厳しい社会情勢へ対応していくことが必要です。そのためには、商工団体・行政・金融機関等が連携し、商業者の課題解決に向けた経営相談や制度資金融資等の支援を継続することが必要です。

エ 商店街等の活性化、商業者間・組織などの連携強化

市民向けアンケート調査結果では、個人商店や商店街の良くないところでは「一か所で買い物が済まない」、「駐車場・駐輪場がない」、「活気や魅力に乏しい」などの回答が多くありました。また、個人商店や商店街の利用が増えるために必要なこととして、「駐車場・駐輪場の設置」、「空き店舗の活用」、「個性のあるお店づくり」などの回答が多く、商業者向けアンケート調査における、「商店街で実施すると良いと思う取組」の設問に対する回答と同様の傾向となっています。

商店街等の活性化は、個々の商業者だけの力では限界があり、商業者同士や各関係団体が一致協力して取り組むことが必要です。特に、地域活性化イベントは市内外からヒトを呼び込み、市内消費の拡大に大きな効果があることから、商業者・商工団体・行政等が知恵を出し合い、魅力あるイベントを展開していくことが必要です。

オ 地域資源、喜多方ブランドを生かした観光消費の拡大

農商工や産学官の連携により、豊富な地域資源を生かした商品等の開発に取り組むことで、新たな需要と消費の拡大を図る必要があります。

また、本市が誇る文化財や伝統工芸等を活用した新たな商品開発や知名度向上など、喜多方ならではの特色を生かした産業振興を図ります。

さらには、本市には多くの観光客が国内外から訪れていることから、(一社)喜多方観光物産協会や関係機関との連携を強化し、観光客による市内消費の拡大を図る必要があります。

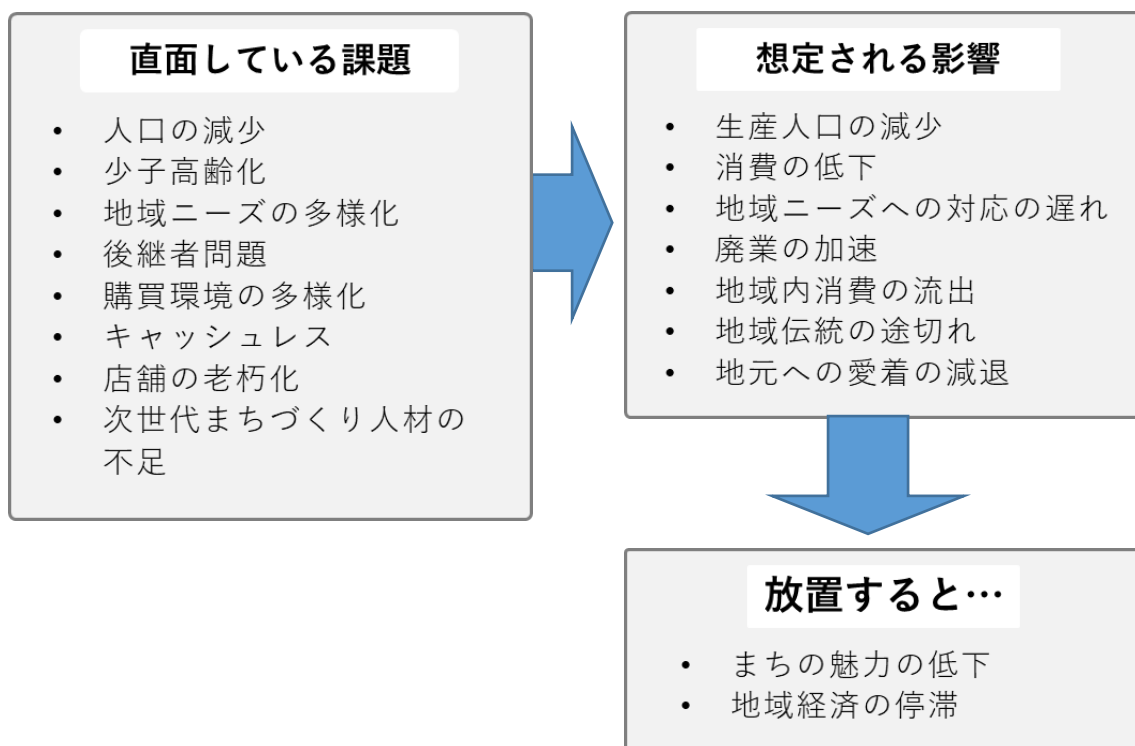
カ 少子高齢化社会への対応

本市の高齢化率は38.7%（令和6年6月1日時点）であり、今後も高齢化が進んでいくことが予想されます。逆に年少人口（14歳以下）は年々減少しております。このような状況の中、高齢者などの外出が困難で日常の買い物に苦勞する市民への支援だけでなく、人口減少に伴う事業所での人手不足などへの対応を図るため、若者が市内に定着しやすい環境づくりが必要です。

キ ネットワーク社会におけるニーズへの対応

インターネットショッピング、SNSによる情報発信、キャッシュレス決済など、ネットワーク社会におけるニーズを的確に捉えていくことが大切です。

特に外国人をはじめとした観光客に対して消費の機会を喪失することのないよう多言語化表記等の受入体制を整備し、消費の機会を拡大していくことが重要です。



第3章 商業振興ビジョンの方向性

1 喜多方市総合計画によるまちの目指す姿

本市では、美しく豊かな郷土を大切にし、自然景観、農林産物、地場産品など様々な資源を一体的に生かして各種産業の活性化を図り、就労の場の創出と若者の定住化を促進するとともに、人々が安心して生き生きと暮らすことができ、にぎやかで子ども達の笑顔があふれる新しいまちを目指すこととしており、市の将来の都市像を「力強い産業 人が輝く 活力満ちる 安心・快適なまち」としています。この将来の都市像は、豊かな自然がもたらす安らぎや潤いが、快適で安全な住環境や活力ある各種産業と有機的に連携することにより、将来に向けて、新しい時代にふさわしいまちづくりを目指すものです。

2 喜多方市商業の基本目標（目指す姿）

本市商業の目指す姿（将来像）を下記のとおり定め、この姿の実現を基本目標として、基本方針に基づく施策の展開を図っていきます。

喜多方市商業の基本目標（目指す姿）

豊かな暮らしを支え 多様な交流を育む あきないのまち喜多方

～ ひと・地域の個性を生かした 活気あるまちづくり ～

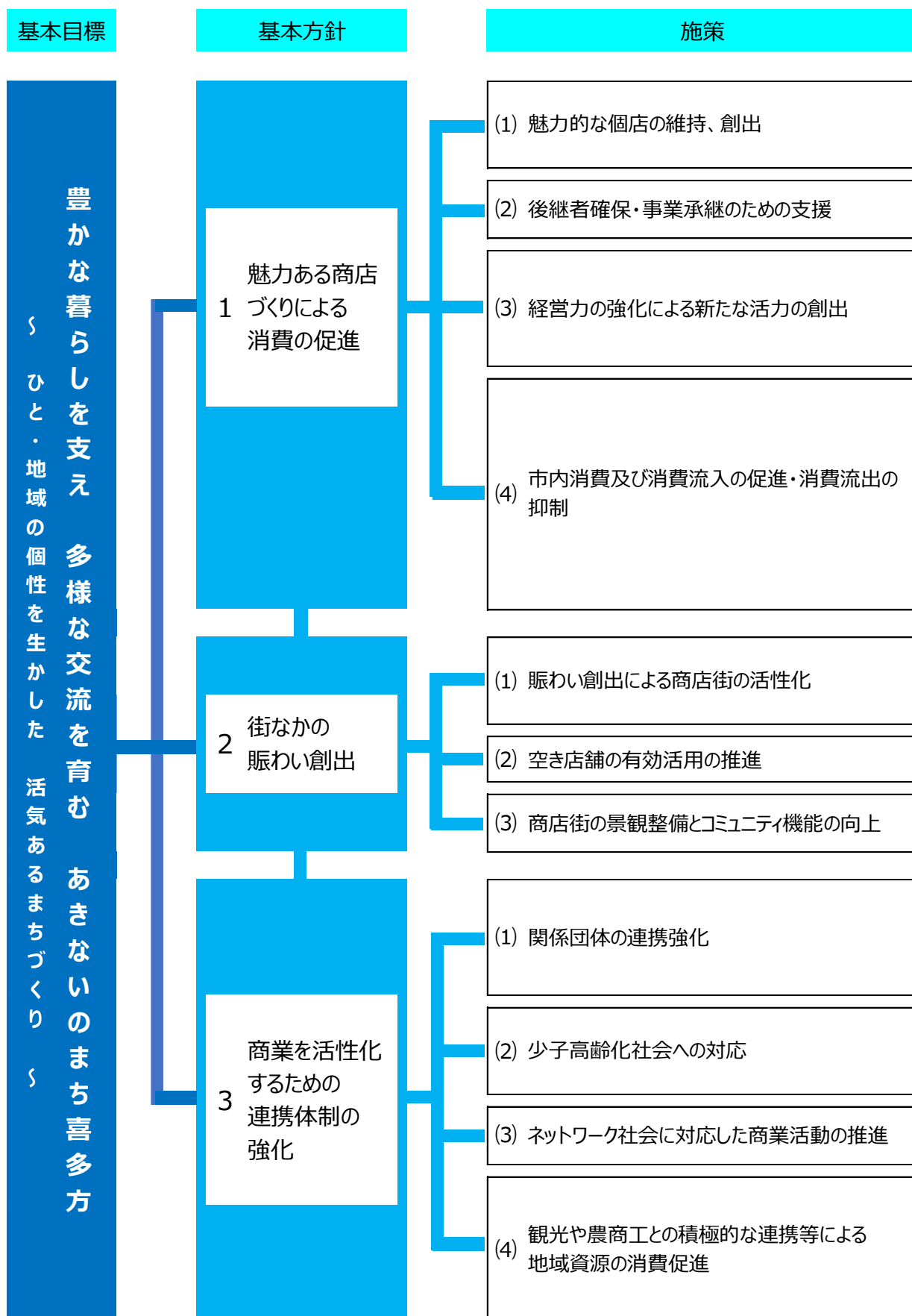
暮らしや事業活動等において、商業が提供する商品やサービスの利用は欠かせないものです。このため、商業は、市民の暮らしや事業活動等を支える大切な産業です。

また、あきない（＝売買）を通して、市民同士あるいは市民と観光客などの人々の交流、事業所間あるいは団体間などの組織の交流、市内の地域間あるいは市内と市外の地域間の交流など様々な交流が生み出されます。

商業は、その取り巻く社会経済情勢から様々な影響を受けますが、一方で、市民の暮らしや交流などに大きな影響を与えます。例えば、活気ある商業がまちを元気づけ、さらに市民の暮らしや交流などを生き生きとさせます。

現在の様々な課題の下で、本市の商業は大変厳しい状況にありますが、市民の豊かな暮らしを支え、多様な交流を創出し、それらを市の発展につなげていくことを目指し、喜多方市商業の基本目標（目指す姿）を上記のとおりとし、その実現に向けて様々な施策を展開していきます。

3 喜多方市商業振興ビジョン（2025年度～2029年度）施策の体系



具体的取組

→	(1)-① 個店の魅力を高める「経営力向上」の実施 (1)-② 「おもてなしの心」による個店ならではの魅力の向上 ----- 1-(4)-① 付加価値のある商品・サービスの提供（再掲）
→	(2)-① 【重点】事業承継に対する支援【拡充】 (2)-② 次世代に向けた市内商業への関心を高めるための体験イベントの実施
→	(3)-① 【重点】経営者の意識改革と資質向上のための支援 (3)-② 関係団体の連携による創業支援とフォローアップ (3)-③ 制度資金融資、利子や信用保証料の助成 ----- 1-(1)-① 個店の魅力を高める「経営力向上」の実施（再掲）
→	(4)-① 【重点】付加価値のある商品・サービスの提供 (4)-② 購買意欲やリピート率を高める仕組みづくり (4)-③ 中心市街地等における駐車場等の確保 ----- 2-(1)-① 商店街・商工団体・市等が連携した地域活性化イベント等の実施（再掲） 3-(2)-② 若者の市内定着の促進（再掲） 3-(4)-① ブランド力を生かした地域資源の発信による消費の促進（再掲） 3-(4)-② 農商工連携による地域資源を生かした新商品開発（再掲） 3-(4)-④ グリーン・ツーリズムや教育旅行の受入れ促進（再掲）
→	(1)-① 【重点】商店街・商工団体・市等が連携した地域活性化イベント等の実施 ----- 1-(3)-② 関係団体の連携による創業支援とフォローアップ（再掲） 2-(2)-① 空き店舗利活用に対する支援（再掲）
→	(2)-① 【重点】空き店舗利活用に対する支援
→	(3)-① 特色や一体感のある商店街づくりの推進 (3)-② コミュニティ機能を有する施設の活用による地域活性化の推進
→	(1)-① 商工団体等と市の連携体制の強化 (1)-② 商店街間における交流や大型店との連携の実施 (1)-③ 教育機関との連携による商業振興の推進 ----- 2-(1)-① 商店街・商工団体・市等が連携した地域活性化イベント等の実施（再掲）
→	(2)-① 【重点】買い物弱者への連携した対応 (2)-② 【重点】若者の市内定着の促進 ----- 1-(2)-② 次世代に向けた市内商業への関心を高めるための体験イベントの実施（再掲）
→	(3)-① ショッピングサイトの充実やホームページ開設等による店舗情報の発信 (3)-② 【重点】観光客の受入体制の整備による消費機会の拡大【拡充】
→	(4)-① 【重点】ブランド力を生かした地域資源の発信による消費の促進 (4)-② 農商工連携による地域資源を生かした新商品開発 (4)-③ 伝統文化や地域産業の振興 (4)-④ グリーン・ツーリズムや教育旅行の受入れ促進 ----- 3-(3)-② 観光客の受入体制の整備による消費機会の拡大（再掲）

4 基本目標（目指す姿）に向けての3つの基本方針

本市商業の目指す姿を達成するためには、事業者や商工団体と市民や行政が連携を図りながら、既存の地域資源、商業施設等を最大限活用し、これまでの事業の継続・充実や新たな事業等による商業活動の展開を推進していくことにより、市内消費の向上を図っていくことが重要であると考えます。

このため、目指す姿に向けた商業振興を図るために、以下の3つの基本方針を掲げ、各施策に取り組んでいきます。

基本方針1 魅力ある商店づくりによる消費の促進

市内消費を促進していくためには、それぞれの事業者（個店）が消費者のニーズに対応した魅力ある店舗でなければ、消費者は足を運びません。そのため、各個店が創意工夫を凝らし、立ち寄ってみたいと感じる店舗づくりに取り組むとともに、付加価値のある商品・サービスの提供や購買意欲を高める工夫など、市内消費の促進を図る取組を進めます。

また、事業主の高齢化・後継者問題や、商業活動の継続、新規創業など、商工団体・行政・関係団体の連携により、事業者に寄り添った支援を行います。

基本方針2 街なかの賑わい創出

特色や一体感のある商店街（まち）づくりを進め、安心して快適に買い物ができるような環境を整備します。

また、増加傾向にある空き店舗活用への支援を行い、新たな活力による賑わいを創出します。

さらに、商店街や地元住民と密着したイベントなど商業を通じたまちづくりを推進して、地域の活力やコミュニティなどの持続・向上を図り、商店街機能の向上と街なかの賑わい創出を目指します。

基本方針 3 商業を活性化するための連携体制の強化

商工団体等との連携強化や市内大規模店との連携による市外消費流出の抑制、教育機関との連携による地域資源を生かした商品開発等を進め、市内商業の活性化を目指します。

また、高齢者や外国人が安心して買い物ができる取り組みを進めるとともに、若者の市内定着の促進により、市内消費の拡大を目指します。

さらに、SNSによる店舗情報の発信やキャッシュレス決済の導入など、ネットワーク社会に対応した商業活動について推進するとともに、農商工連携や伝統文化の活用、観光誘客の推進など、本市が誇る喜多方ブランドを生かした産業振興へ向け、他分野との連携を積極的に進めます。

5 施策項目と具体的取組

本市商業の基本目標（目指す姿）に向けて、3つの基本方針における施策項目ごとに、下記の具体的な取組を進めていきます。

なお、これらの取組は、市、商業者、商工団体及び金融機関等が連携・協力しながら推進していく必要があります。

基本方針１ 魅力ある商店づくりによる消費の促進

施策項目

（１）魅力的な個店の維持、創出

具体的取組	①個店の魅力を高める「経営力向上」の実施
推進主体	各個店の販売力、集客力、店舗の魅力向上のための店舗の改装や商品宣伝のための広報、新商品の開発など、自店での課題解決に取り組む商業者を支援し、経営基盤の強化と市内消費の促進を図ります。
商業者、市	
関連する施策項目	基本方針１（３）経営力の強化による新たな活力の創出

具体的取組	②「おもてなしの心」による個店ならではの魅力の向上
推進主体	市民向けアンケートによると、個人商店や商店街の良いところとして「接客・サービスが良い」、「相談してアドバイスをもらえる」等が挙がっています。顧客満足度をアップさせるために、これらの個店ならではの魅力を生かせるよう、接客意識の醸成と接客力の向上を図ります。 また、要望に応じて商品を直接配達するなど、消費者に寄り添った接客に努めます。
商業者	

施策項目**(2) 後継者確保・事業承継のための支援**

具体的取組	①事業承継に対する支援【重点】【拡充】
推進主体	商工団体、市、関係機関が連携し、事業承継に課題を持っている事業者へのヒアリングや個別相談を行うなど、事業者に寄り添った伴走支援を実施します。 また、事業承継セミナーの開催やマッチングサービスの利用により、円滑な事業承継が図れるよう支援するとともに、事業承継に対するイメージの向上を図ります。
市、商工団体、金融機関等	

具体的取組	②次世代に向けた市内商業への関心を高めるための体験イベントの実施
推進主体	市内商業への関心を高めるとともに、将来の市内商業の担い手の育成を図るため、次世代を担う小・中・高校生を対象とした職業体験等を実施します。
商工団体、市、商業者	
関連する施策項目	基本方針3 (2) 少子高齢化社会への対応

施策項目**(3) 経営力の強化による新たな活力の創出**

具体的取組	①経営者の意識改革と資質向上のための支援【重点】
推進主体	商工団体による経営相談の実施や経営セミナーの開催など、経営者の意識と資質を高める取組を行います。また、多様化する課題解決にあたり、外部機関や専門家活用による経営支援を展開します。 併せて、経営基盤の弱い小規模事業者を支援するため、商工会議所・商工会が「経営発達支援計画」を策定し、個店の事業計画の作成やフォローアップ支援を行います。
商工団体、商業者	

具体的取組	②関係団体の連携による創業支援とフォローアップ
推進主体	創業支援事業等計画に基づき、関係団体が連携して創業希望者を支援するとともに、経営者に必要なスキルを身に付けることのできる創業支援セミナーを開催し、創業希望者が円滑に創業するための支援や開業後のフォローアップなどを行います。 また、移住希望者による創業を支援するため、関係部署との連携を図り、情報把握に努めます。
市、商工団体、金融機関等	
関連する施策項目	基本方針２（１）賑わいの創出による商店街の活性化

具体的取組	③制度資金融資、利子や信用保証料の助成
推進主体	関係機関と連携した制度資金融資のあっせんや利子、信用保証料の助成により、商業者の健全な経営を促します。
市、金融機関、商工団体	

施策項目
（４）市内消費及び消費流入の促進・消費流出の抑制

具体的取組	①付加価値のある商品・サービスの提供【重点】
推進主体	消費者、特に学生や子育て世代の消費者に選ばれる店舗となるためには、モノ消費だけでなくコト消費（体験に重きを置いた消費形態）を意識する必要があります。現在の商品やサービスに付加価値を創出し、良質で魅力ある商品・サービスの提供を促進します。
商業者	
関連する施策項目	基本方針１（１）魅力的な個店の維持、創出

具体的取組	②購買意欲やリピート率を高める仕組みづくり
推進主体	商業者間や商店街との連携による共同セールの実施や共同のポイントサービスなど、購買意欲やリピート率を高める仕組みづくり工夫に取り組み、サービス力や集客力の向上を図ります。 また、市や商工団体は地元商店や商店街の利用が促進されるよう、市民に向けて働きかけます。
商業者、商工団体、市	

具体的取組	③中心市街地等における駐車場等の確保
推進主体	市民向けアンケートでは、個人商店や商店街の利用が増えるために必要な取組として「駐車場・駐輪場の設置」が求められているため、各店舗だけでなく、商店街等が連携して駐車場等の確保や利用可能な駐車場等の案内表示などに取り組みます。 また、市は本庁舎駐車場を土日祝日に開放し、市民や観光客が中心市街地の商店を利用しやすい環境づくりを図ります。
商業者、商工団体、市	

基本方針２ 街なかの賑わい創出

施策項目

（１）賑わいの創出による商店街の活性化

具体的取組	①商店街・商工団体・市等が連携した地域活性化イベント等の実施【重点】
推進主体	経済循環を生み出すイベントの実施により、中心市街地の活性化、街なかの賑わいの創出を図ります。また、地域の特色を生かしたイベント等の実施により市外からの来訪者の促進を図り、消費を促進することで地域商業の賑わいと活性化を図ります。
商工団体、商業者、市	
関連する施策項目	基本方針１（４）市内消費及び消費流入の促進・消費流出の抑制 基本方針３（１）関係団体の連携強化

施策項目

（２）空き店舗の有効活用の推進

具体的取組	①空き店舗利活用に対する支援【重点】
推進主体	中心市街地や商店街等の空洞化を抑制し、活力と魅力ある商店街とするため、空き店舗の実態の把握に努め、助成制度などにより空き店舗等を有効活用する創業者等を支援し、新たな活力による商店街等の活性化を図ります。
市、商工団体	
関連する施策項目	基本方針２（１）賑わいの創出による商店街の活性化

施策項目**(3) 商店街の景観整備とコミュニティ機能の向上**

具体的取組	①特色や一体感のある商店街づくりの推進
推進主体	各商業者が環境美化と景観の向上を意識するとともに、「花いっぱい運動」や「小田付伝統的建造物群保存地区整備」、塩川地区の「のれんのまち」の推進等により、特色や一体感のある商店街（まち）づくりに取り組めます。 また、景観住民協定に基づく、商店街等での外観整備への支援により、まちなみ景観の向上を図ります。
商業者、商工団体、市	
具体的取組	②コミュニティ機能を有する施設の活用による地域活性化の推進
推進主体	中心市街地等にあるコミュニティ機能を有する施設の有効活用により、消費者と事業者等との交流を促進し、地域の活性化を図ります。
商工団体、市	

基本方針３ 商業を活性化するための連携体制の強化

施策項目

（１）関係団体の連携強化

具体的取組	①商工団体等と市の連携体制の強化
推進主体	商工会議所や商工会、商店街等と市が定期的に情報交換する機会を設け、地域経済の活性化に取り組む体制の強化を図ります。 また、各団体が実施する地域振興等事業に対し支援を行います。
商工団体、市、金融機関等	

具体的取組	②商店街間における交流や大型店との連携の実施
推進主体	市内外の商店街間における交流や研修事業の実施により、市内商店街の連携強化や、販路拡大や新事業の展開等による商業活動の活性化を図ります。 また、市内大型店との連携により、市外への消費流出の抑制に取り組めます
商工団体、商業者	

具体的取組	③教育機関との連携による商業振興の推進
推進主体	市内小中学校や高等学校と連携して児童・生徒による地域資源を生かした商品開発や商業体験に取り組むことにより、子どもたちの地元への愛着を高めるとともに、市内消費の促進を図ります。
市、教育機関	
関連する施策項目	基本方針３（２）少子高齢化社会への対応

施策項目

(2) 少子高齢化社会への対応

具体的取組	①買い物弱者への連携した対応【重点】
推進主体	高齢者等が利用しやすいデマンド交通の利便性向上等による交通手段の確保や、配達に対応できる商店などが掲載された「高齢者向け生活支援ガイド」を活用し、高齢者等の日常の買い物を支援します。
市、商業者	また、外国人の方でも安心して市内で買い物ができるよう、商店等における多言語化標記を促進します。

具体的取組	②若者の市内定着の促進【重点】
推進主体	奨学金償還支援事業によるUターン者の市内企業への就職促進や、市内企業の求人情報等の積極的発信による若者の市内定着の促進など、人口減少の抑制、地域の活性化・市内消費の拡大を図ります。
市	
関連する施策項目	基本方針1（4）市内消費及び消費流入の促進・消費流出の抑制

施策項目

(3) ネットワーク社会に対応した商業活動の推進

具体的取組	①ショッピングサイトの充実やホームページ開設等による店舗情報の発信
推進主体	新たな消費機会の拡大のためのショッピングサイトの活用やホームページ、SNS等、ネットワーク社会に対応した店舗情報の発信を促進します。
商業者、商工団体	

具体的取組	②観光客の受入体制の整備による消費機会の拡大【重点】【拡充】
推進主体	ネットワーク社会への対応や消費機会の拡大のため、キャッシュレス決済の導入を促進します。また、ホームページやパンフレット等の多言語化表記など、外国人観光客の受入体制を整備し、外国人観光客の積極的な誘客を図ります。
商業者、商工団体、市	
関連する施策項目	基本方針3（4）観光、農商工との積極的な連携

施策項目**（４）観光・農商工との積極的な連携等による地域資源の消費促進**

具体的取組	①ブランド力を生かした地域資源の発信による消費の促進 【重点】
推進主体	観光物産協会や商工団体、喜多方市ふるさと振興株式会社と連携し、地域資源のブランド力強化や本市の特色ある商品（喜多方ブランド）の情報発信と販売促進活動などの取組を積極的に進め、市内消費の拡大や観光客の誘客による消費流入の促進を図ります。
商工団体、 農商工業者、市、 観光物産協会、 ふるさと振興（株）	
関連する施策項目	基本方針１（４）市内消費及び消費流入の促進・消費流出の抑制

具体的取組	②農商工連携による地域資源を生かした新商品開発
推進主体	喜多方市６次産業化等推進戦略に基づき、農商工連携による地元食材や地域資源を生かした商品やサービスの開発に取り組むことで、新たな需要を創造し、地域内循環と消費の流入を促進します。
農商工業者、 商工団体、市	
関連する施策項目	基本方針１（４）消費及び消費流入の促進・消費流出の抑制

具体的取組	③伝統文化や地域産業の振興
推進主体	喜多方の指定文化財である「会津型」を活用した新たな商品開発や、伝統産業である「会津喜多方漆器」の知名度向上など、他分野との連携により、本市が誇る伝統文化や地域産業の振興を図ります。
市、商工団体、 商工業者	

具体的取組	④グリーン・ツーリズムや教育旅行の受入れの促進
推進主体	グリーン・ツーリズムの誘客の促進や、小中学校等の教育旅行の受入れ拡大により交流人口の増加を図り、消費流入の促進を図ります。
市、グリーン・ツーリズムサポートセンター、観光物産協会	
関連する施策項目	基本方針１（４）消費及び消費流入の促進・消費流出の抑制

6 商業振興ビジョンの指標及び目標値

商業振興ビジョンの施策の成果を客観的に測るための指標について、直近の値と目標値を下記のとおり設定します。

指標 番号	指標名		出典	直近の値		目標値	
				値	年度	値	年度
1	卸売業・小売業	事業所数	経済センサス活動調査 ※	520事業所	R5 (R3調査)	476事業所	R11 (R8調査)
2		売上額		649億2200万円	R5 (R3調査)	647億2723万円	R11 (R8調査)
3	飲食業・宿泊業	事業所数		262事業所	R5 (R3調査)	240事業所	R11 (R8調査)
4		売上額		45億800万円	R5 (R3調査)	44億9448万円	R11 (R8調査)
5	起業・創業件数(累計)		総合戦略	144件	R5	204件	R11
6	空き店舗活用数(累計)		—	45件	R5	75件	R11
7	地元(会津地域)就職率		総合計画	63%	R5	80%	R11
8	観光客入込数		総合戦略	156万人	R5	203万人	R11

※ 本ビジョンでは、卸売・小売と飲食・宿泊の2つの職業分類で指標を設定するにあたり、「経済センサス活動調査—産業横断的集計」の値を用いる。前回のビジョンでは「経済センサス活動調査—産業別集計—卸売業・小売業」の値を用いており、集計方法の違いから、令和3年の卸売・小売の事業所数と売上額は前回ビジョンの値と一致しない。また、経済センサス活動調査の実施年に合わせ、直近の値はR3調査、目標値はR8調査の結果を用いる。

第4章 商業振興ビジョンの推進体制と進行管理

1 商業振興ビジョンの推進体制

本ビジョンに掲げる各種取組を着実に実行し、喜多方市商業の目指す姿の実現を図るためには、商業にかかわる各主体が目標を共有するとともに、それぞれの役割を認識し、連携して取り組んでいくことが必要です。

そのため、市、商工団体・金融機関、商業者、市民・企業の各主体が担う役割を次のとおりとし、それぞれの役割の下、本ビジョンの効果的な推進を図ります。

(1) 市の役割

市は、商工団体や商業者との連携を図りながら、本ビジョンに掲げた事項に取り組みます。

施策の実施にあたっては、庁内の関係各課との情報交換や連携を十分に図りつつ、効率的に計画を推進していくよう調整に努め、社会変化の動向も勘案し、必要に応じて施策の見直しを行います。

また、各主体の総合的な調整役として、商業分野に関する情報提供を積極的に行うとともに、少子高齢化社会に対応し、社会経済情勢の変化や本市商業の実態を的確に把握しながら、商業者の支援を行っていきます。

(2) 商工団体・金融機関の役割

商工団体・金融機関は、市や商業者と連携を図りながら、商業振興と地域社会発展のための取組を推進します。

会津喜多方商工会議所及びきたかた商工会は、市内商業者の実状を把握できる強みを生かし、役員や経営指導員を中心に、商業者に対する効果的な支援策を立案、実施するとともに、地域の振興と経済の活性化に資する独自の事業を通じて、経営の充実や支援などの役割を強化していきます。

また、市内の金融機関は、地域の事業者の強みや課題を把握し、経営改善や事業展開などのコンサルティングや金融支援により、商業者の経営向上を図る役割を担うことで、地域の経済の体力強化につなげます。

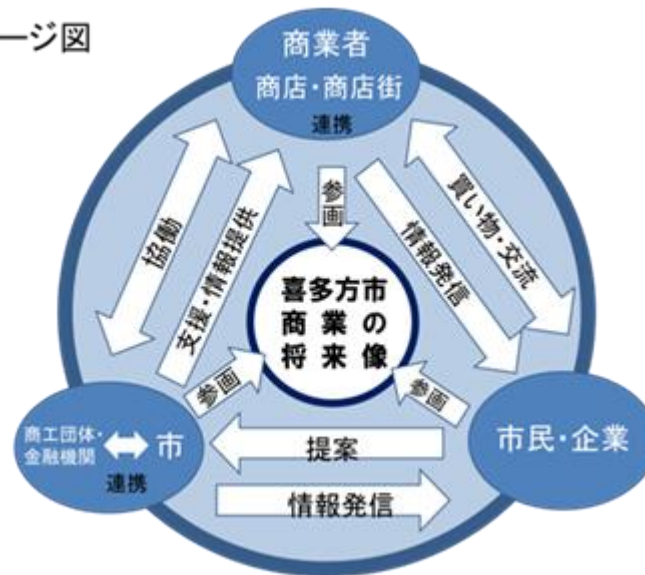
(3) 農商工業者の役割

農商工業者は、自らが産業振興の主役であり、市民の豊かな暮らしを支え、魅力あるまちづくりの推進につながることを認識し、本ビジョンの推進を図ります。特に商業者は、市、商工団体等の支援機関を最大限に活用しながら、個店や商店街等の魅力向上などを通して、商業振興に主体的・自主的に取組を行います。

(4) 市民・企業の役割

市民・企業は、地域における消費活動が商業のみならず地域全体の活性化につながることを認識し、主体的に行動します。

イメージ図

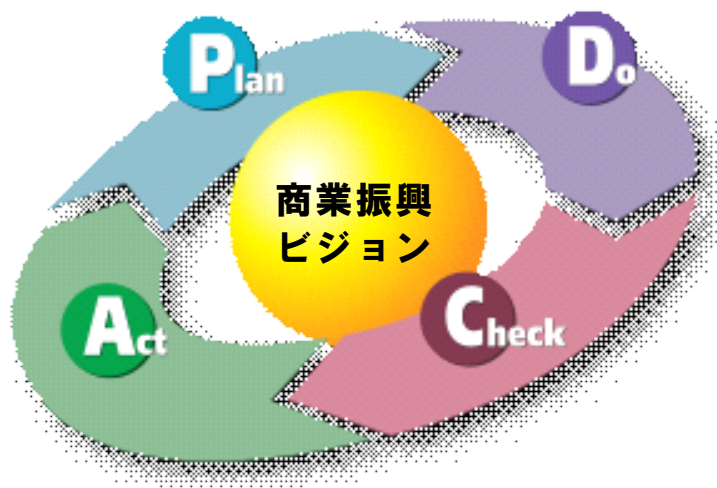


2 商業振興ビジョンの進行管理

本ビジョンの推進にあたっては、限られた資源（ヒト・モノ・カネ・情報）を効率的・効果的に活用し、成果を上げることが求められます。

また、目まぐるしく変化する最近の社会・経済情勢に迅速かつ柔軟に対応していくため、本ビジョンでは、従来から本市が取り入れている「計画を立てて（Plan）、それを実行し（Do）、計画どおりに実行できたかどうかの評価を行い（Check）、改善策を実施する（Action）」というPDCAの行程を継続的に繰り返す「マネジメントサイクル」の手法により、ビジョンを推進していきます。

【マネジメントサイクルのイメージ図】



また、具体的取組の状況や成果については、社会情勢の変化を勘案し、適切な時期に評価・見直しを行うなど、効率的かつ効果的な展開を図っていきます。

ビジョンの評価・見直しにあっては、各種事業の点検時や総合計画の評価・見直しと一体的に進めていきます。

～ 資 料 ～

喜多方市商業振興ビジョン策定アンケート調査結果

1 アンケート調査概要

(1) 調査目的

市内商業の現状を消費者・商業者両方の視点から把握するとともに、これからの市内商業のあり方や、商業振興施策の方向性について意見を集約した。

(2) 調査期間

令和6年6月1日～28日

(3) 調査対象

市 民 1,200 名

※市民は住民基本台帳より無作為抽出

商業者 601 名

商業者は会津喜多方商工会議所及びきたかた商工会の会員

計 1,801 名

のうち、商業関係部会の会員を対象とした。

(4) 回答率

	市民	商業者	合計
発送数	1,200	601	1,801
回答数	459	214	673
回収率	38.3%	35.6%	37.4%

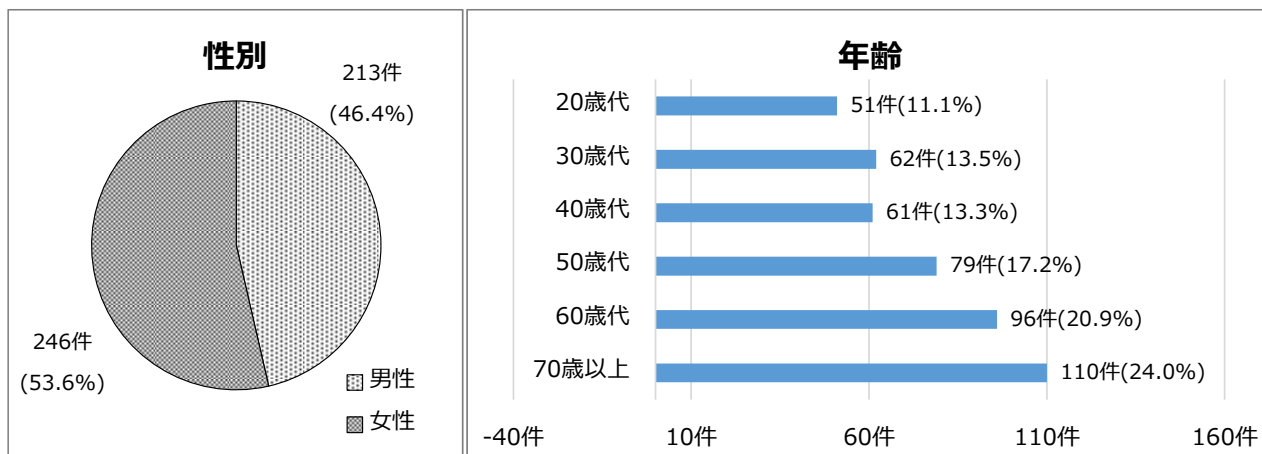
※市民5件、商業者2件、宛所不明で返送

2 アンケート調査結果

(1) 市民アンケート調査結果

ア 回答者の性別及び年齢

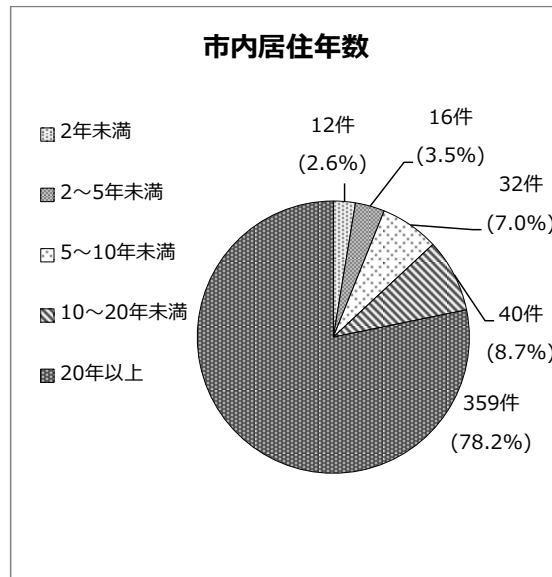
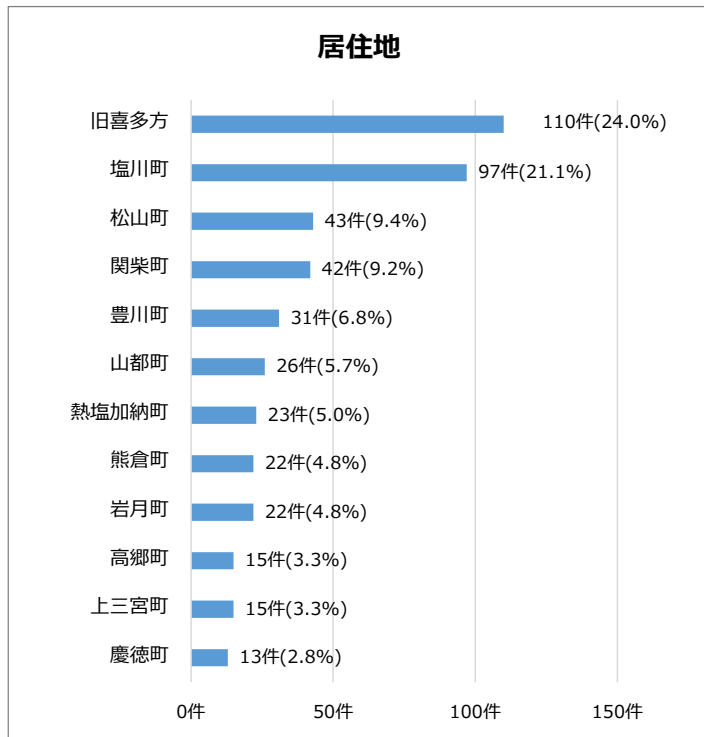
「女性」の回答が53.6%と「男性」の回答よりやや多くなっている。「70歳以上」、「60歳代」の回答がそれぞれ20%以上となっている。「20歳代」が11.1%と最も少ないが前回のアンケート結果より7.2%増加した。



イ 回答者の居住地及び居住年数

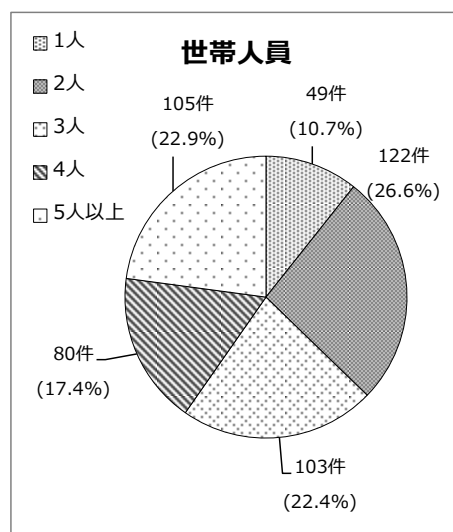
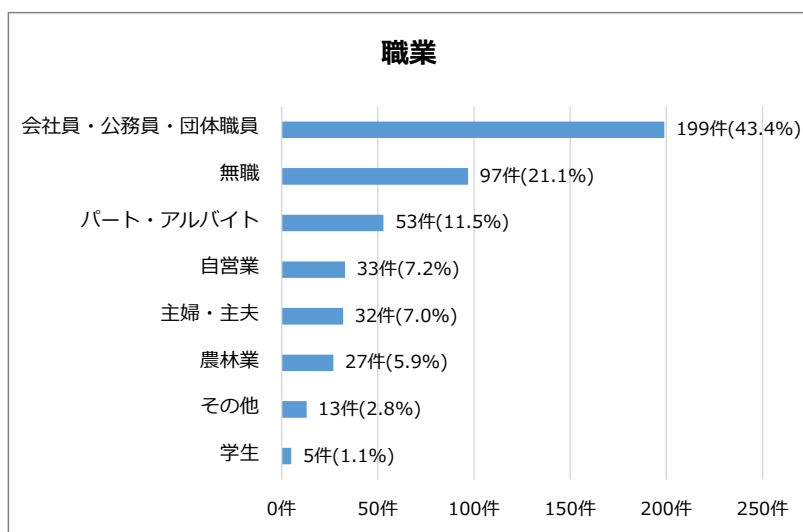
居住地については、「旧喜多方市(旧市内、松山町、関柴町、豊川町、熊倉町、岩月町、上三宮町、慶徳町)」が 65.1%、「塩川町」が 21.1%、「熱塩加納町」が 5.0%、「山都町」が 5.7%、「高郷町」が 3.3%となっている。

居住年数については、「20 年以上」市内に居住している市民からの回答が約 8 割を占めていた。



ウ 職業及び世帯人数

「会社員・公務員・団体職員」からの回答が 43.4%と最も多く、次いで「無職」、「パート・アルバイト」となっている。世帯人数については、「2 人世帯」が 26.6%と最も多かった一方で、「3 人」が 22.4%、「5 人以上」が 22.9%とほぼ同じ割合となっている。



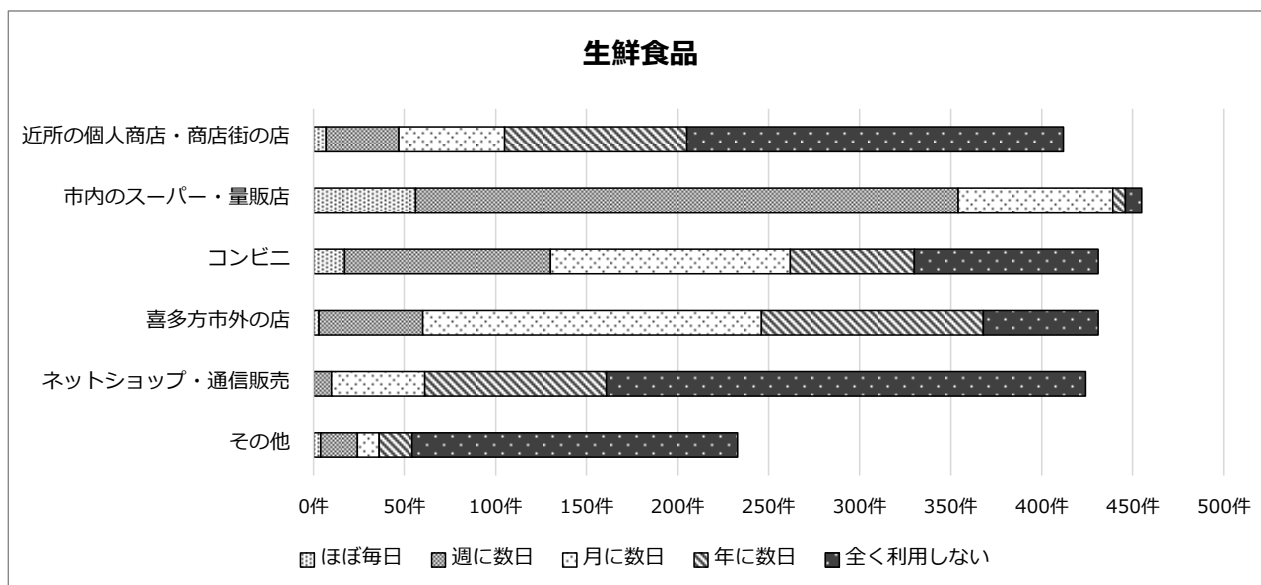
エ 買い物動向（利用頻度）

【生鮮食品（野菜、果物、肉、魚）】

「市内のスーパー・量販店」は週に数日での利用が目立つ。

「喜多方市外の店」は月に数日、年に数日の頻度での利用が見受けられる。

「近所の個人商店・商店街の店」は、全く利用しないとの回答が約半分を占めた。



（その他）直売所、移動販売、漁港、生協（生活クラブ）、JA、朝市

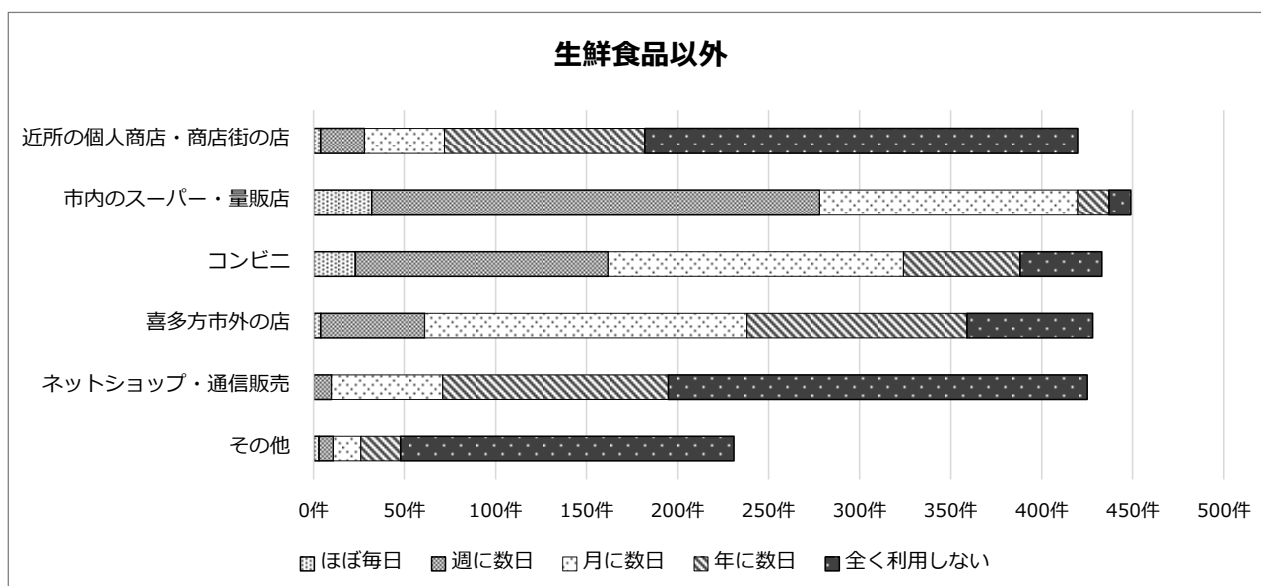
【生鮮食品以外の食料品】

生鮮食品と同様の結果となった。

「市内のスーパー・量販店」は週に数日の利用が目立つ。

「喜多方市外の店」は月に数日、年に数日の頻度での利用が見受けられる。

「近所の個人商店・商店街の店」は全く利用しないとの回答が多かった。

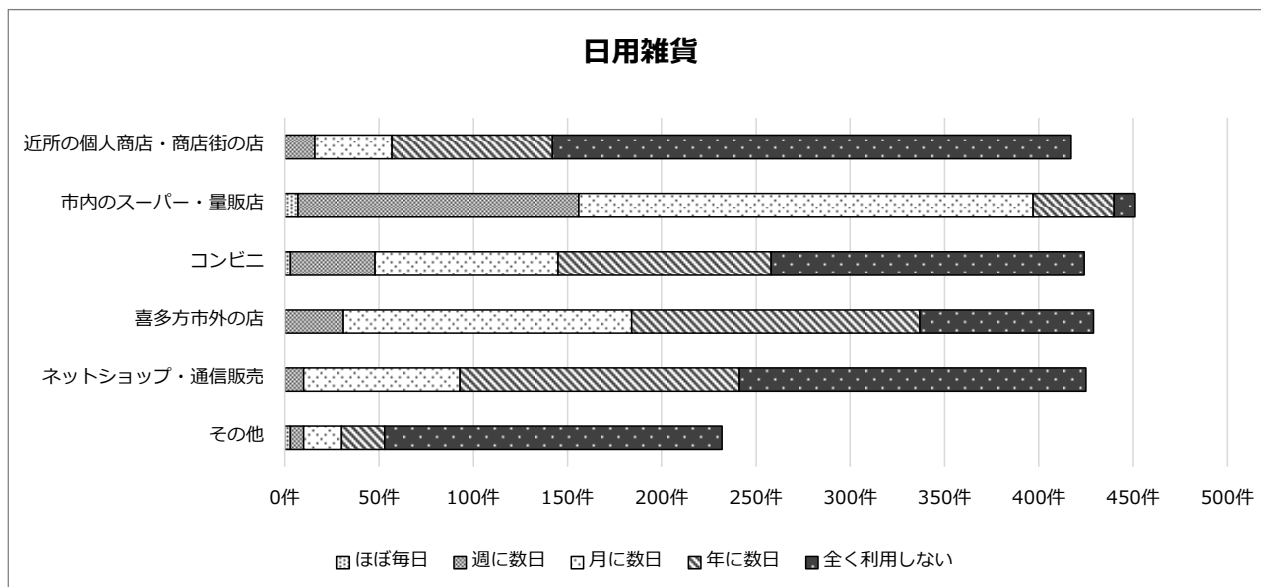


（その他）旅行先・露店、宅配、生協（生活クラブ）、ドラッグストア、直販

【日用雑貨】

月に数日、「市内のスーパー・量販店」での利用が目立ち、「近所の個人商店・商店街の店」においては、半数以上が全く利用しないと回答している。

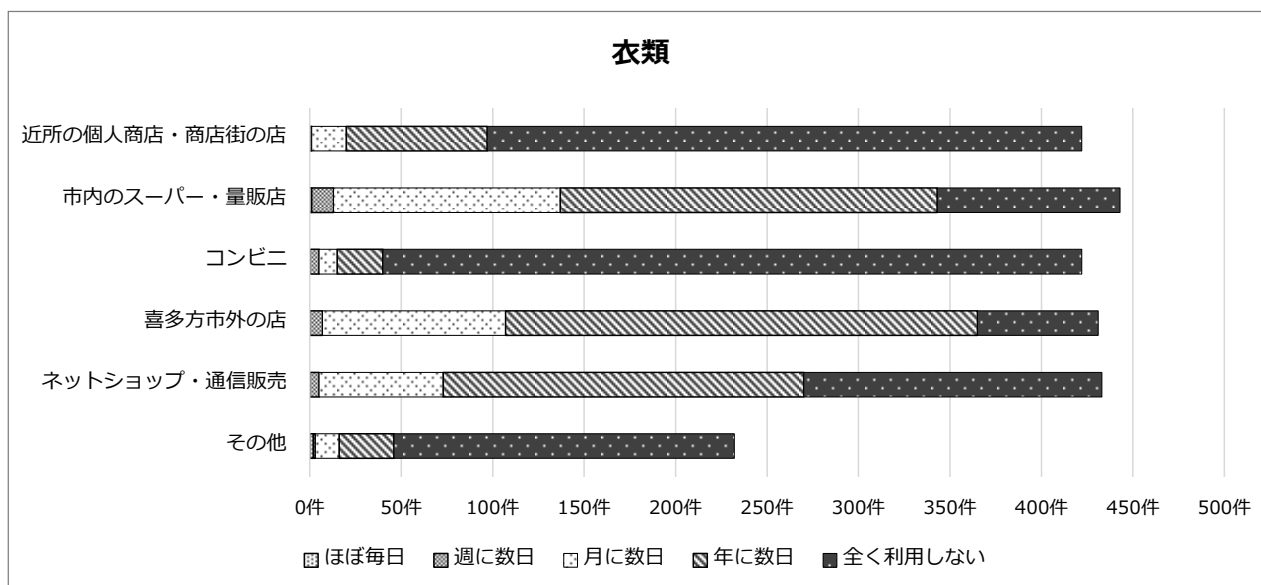
「喜多方市外の店」や「ネットショップ・通信販売」においても月に数日、年に数日の頻度で利用が見受けられる。



(その他) 生協、ドラッグストア、ふるさと納税、100 円ショップ

【衣類】

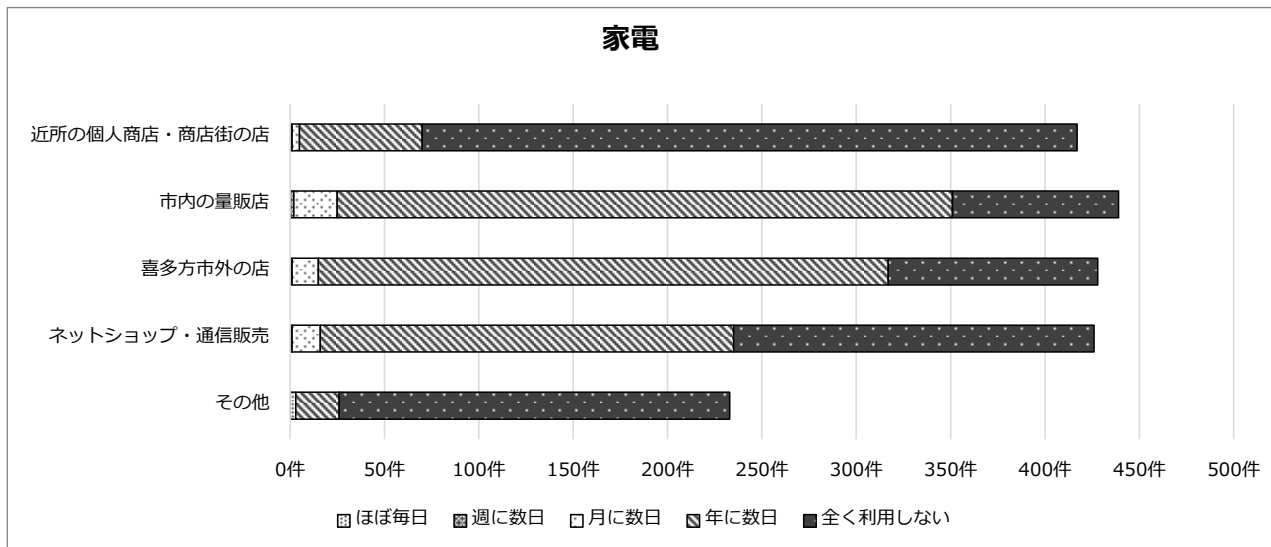
「市内のスーパー・量販店」「喜多方市外の店」「ネットショップ・通信販売」にて年に数日の利用が多く、「近所の個人商店・商店街の店」については、約 8 割が全く利用しないという結果になった。



(その他) 生協、専門店、フリマ、自分で作る、リサイクルショップ

【家電】

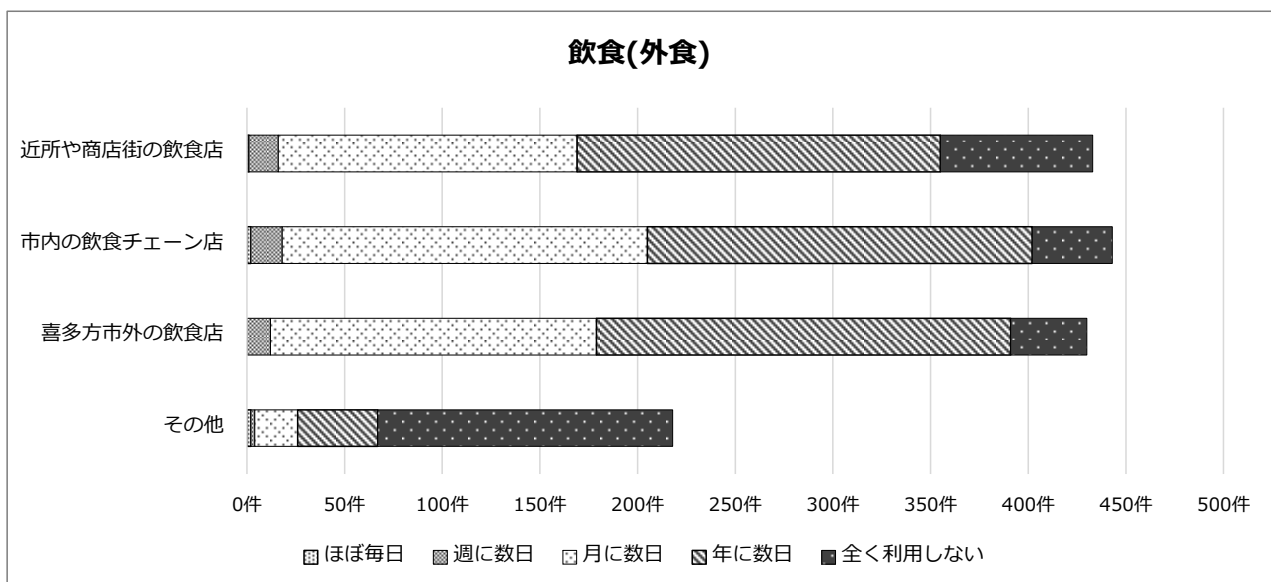
「市内の量販店」及び「喜多方市外の店」にて年に数日の利用が多く、「ネットショップ・通信販売」での利用も多く見受けられた。「近所の個人商店・商店街の店」については、約8割が全く利用しないとの回答であった。



(その他) テレビショップ、子供に買ってもらう

【飲食（外食）】

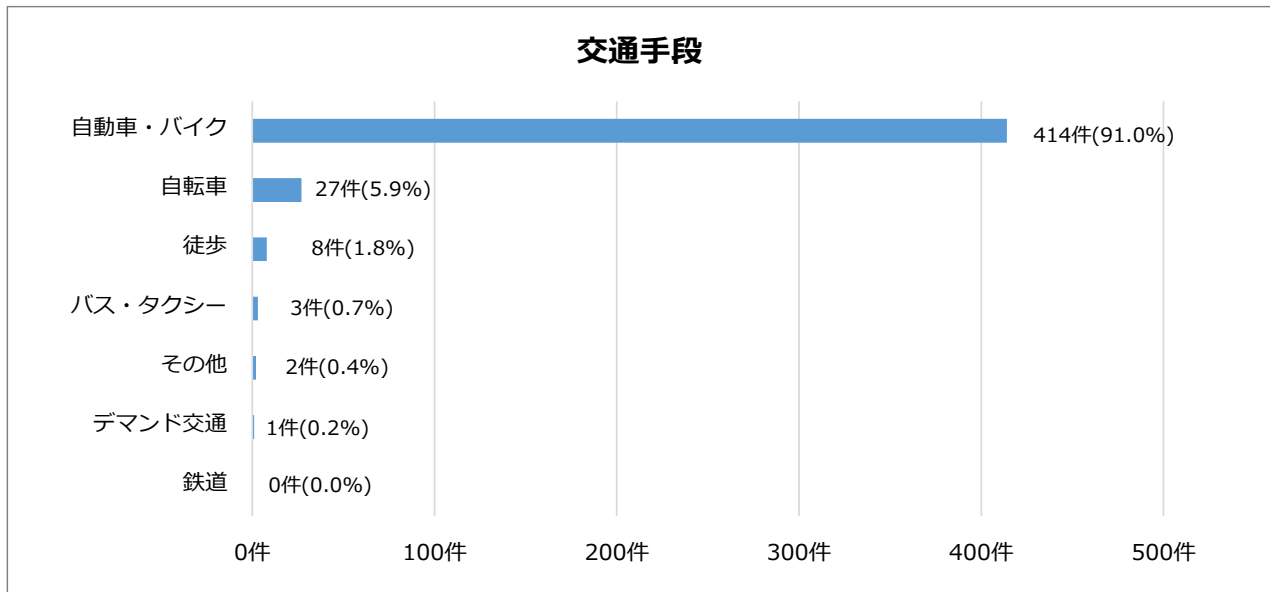
年に数日の利用が多く、「近所や商店街の飲食店」、「市内の飲食チェーン店」、「喜多方市外の飲食店」それぞれ5割程度が利用している結果となった。



(その他) 旅行先

オ 交通手段

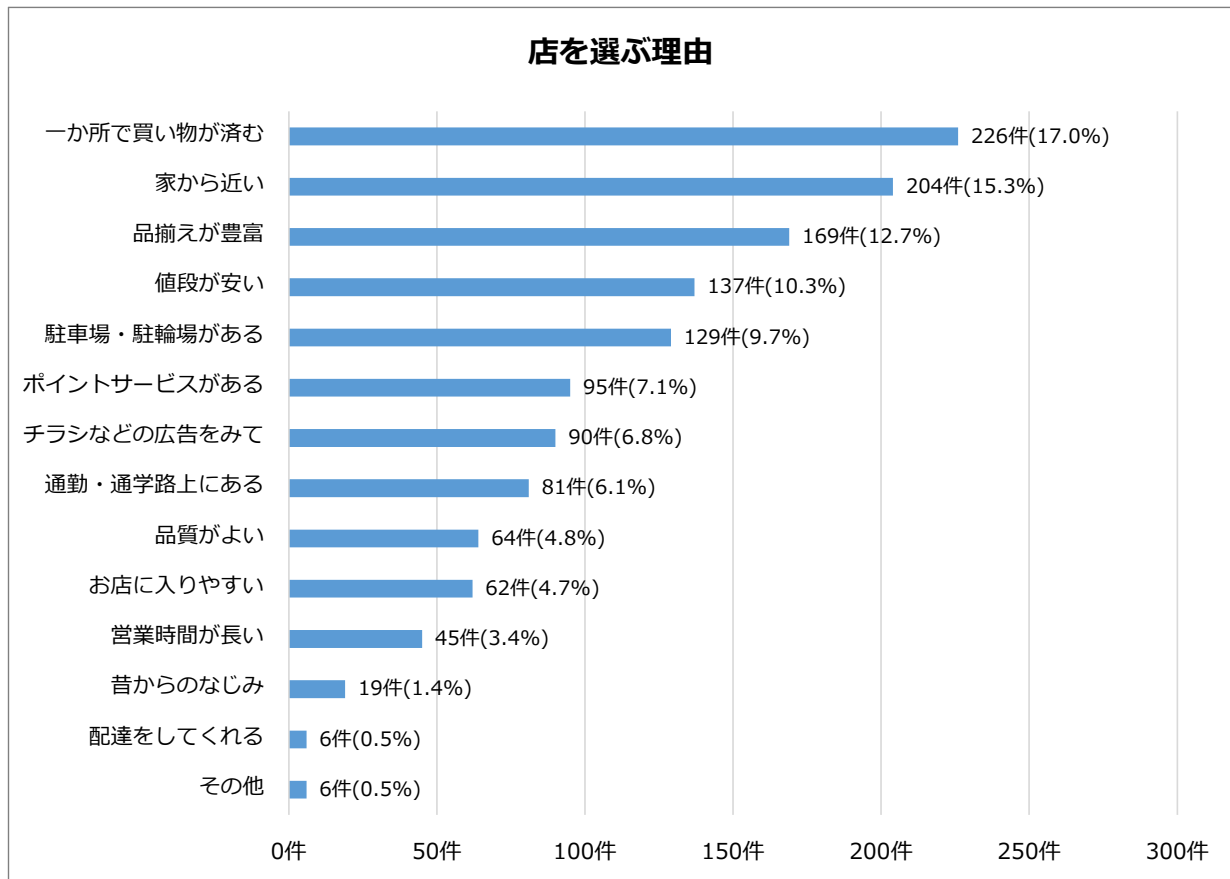
買い物の際の交通手段については、「自動車・バイク」が9割を占めており、公共交通機関の利用は1割にも満たなかった。



(その他) 家族の車

カ 店を選ぶ理由 ※複数回答

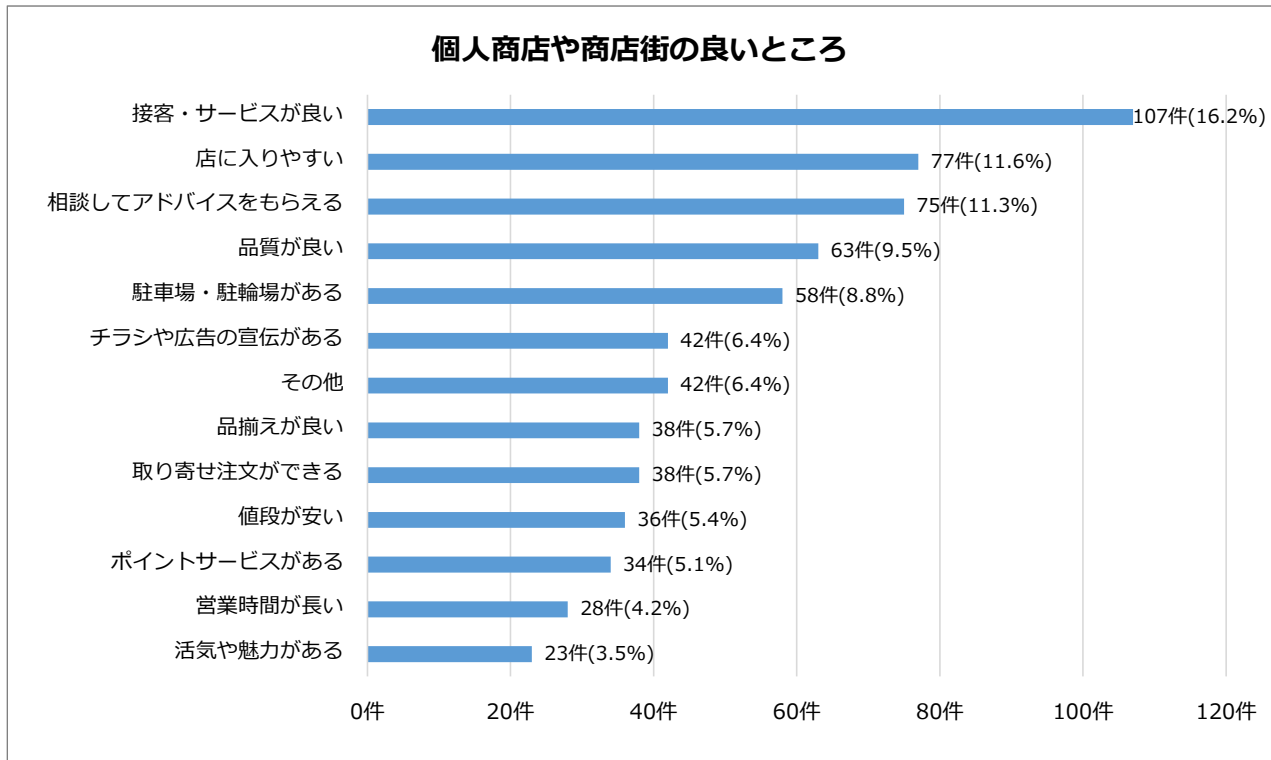
「一か所で買い物が済む」「家から近い」「品揃えが豊富」などの理由が多く、利便性を重視している傾向が見られる。また、「値段が安い」「チラシなどの広告を見て」といった意見から、価格も注視していると思われる。「駐車場・駐輪場がある」も価格と同程度に回答があり、駐車・駐輪スペースの必要性も求められている傾向にある。



キ 個人商店や商店街について感じていること

【個人商店や商店街の良いところ】 ※複数回答

「接客・サービスが良い」「相談してアドバイスをもらえる」との回答が多く、接遇の良さに関する項目の回答が多かった。また、「取り寄せ注文ができる」など専門性のあるサービスに一定の需要があるように見受けられた。



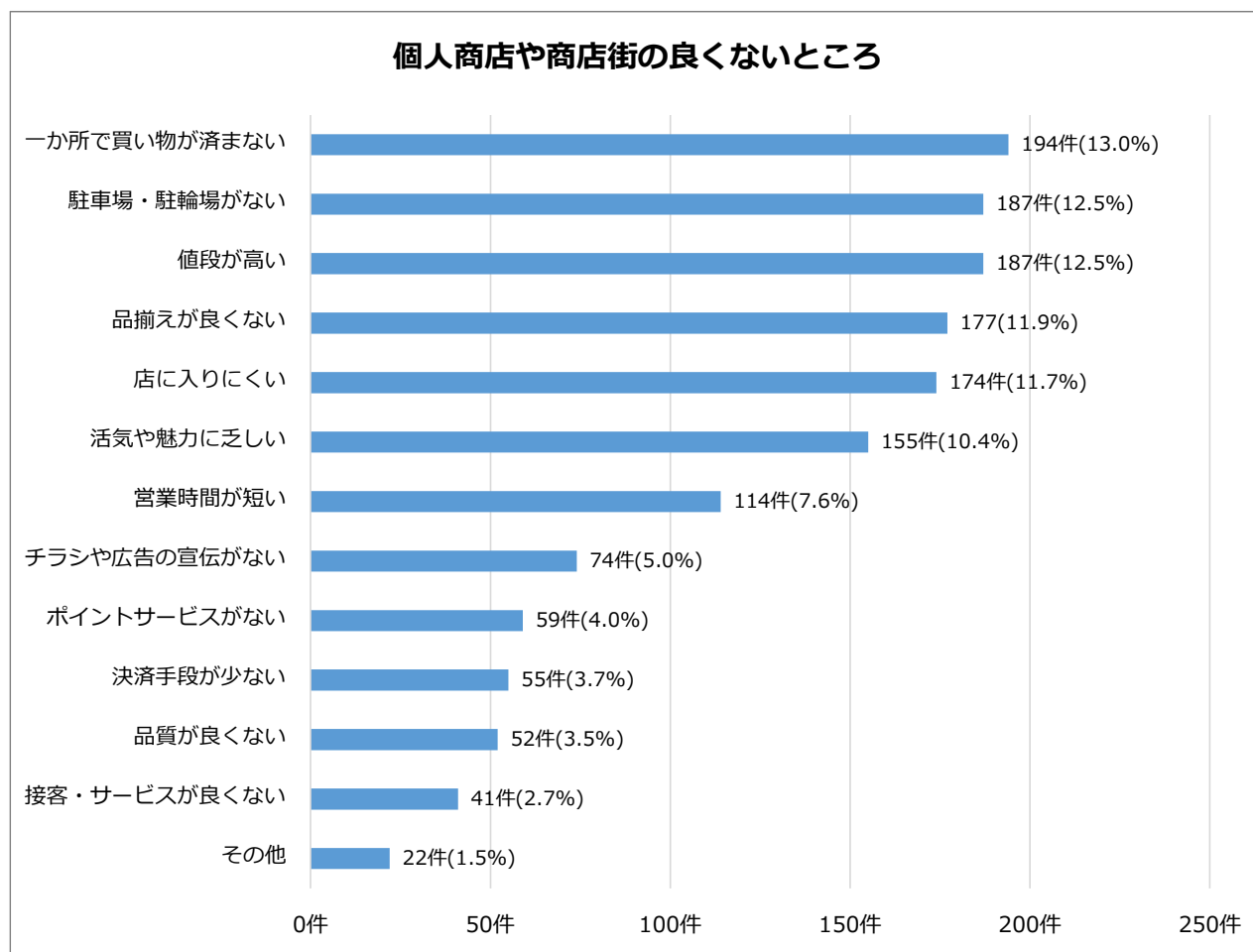
(その他) 利用しないため分からない、昔からのなじみ、近い、配達してくれる、顔見知りになれる、学校指定、温かみを感じる

【個人商店や商店街の良くないところ】 ※複数回答

「一か所で買い物が済まない」「駐車場・駐輪場がない」の回答が多く、利便性について満足度が低いことが伺える。

「値段が高い」「品揃えが良くない」など、価格や質も求められているように思われる。

「店に入りにくい」「活気や魅力に乏しい」の回答も多く、店の雰囲気づくりも注視されている。

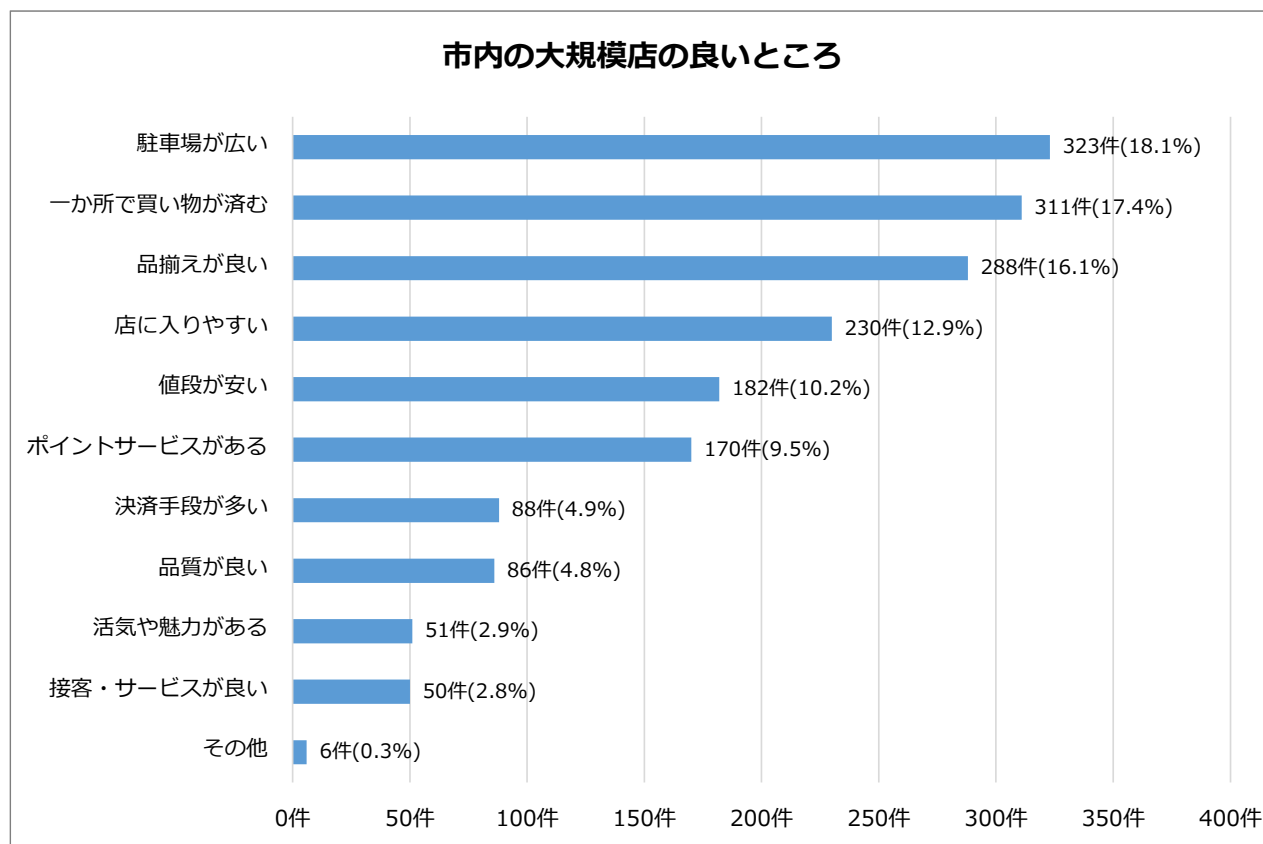


(その他) 近所にない、利用しないため分からない、店を知らない、応援したいがニーズに合っていない

ク 市内の大規模店について感じていること

【市内の大規模店の良いところ】 ※複数回答

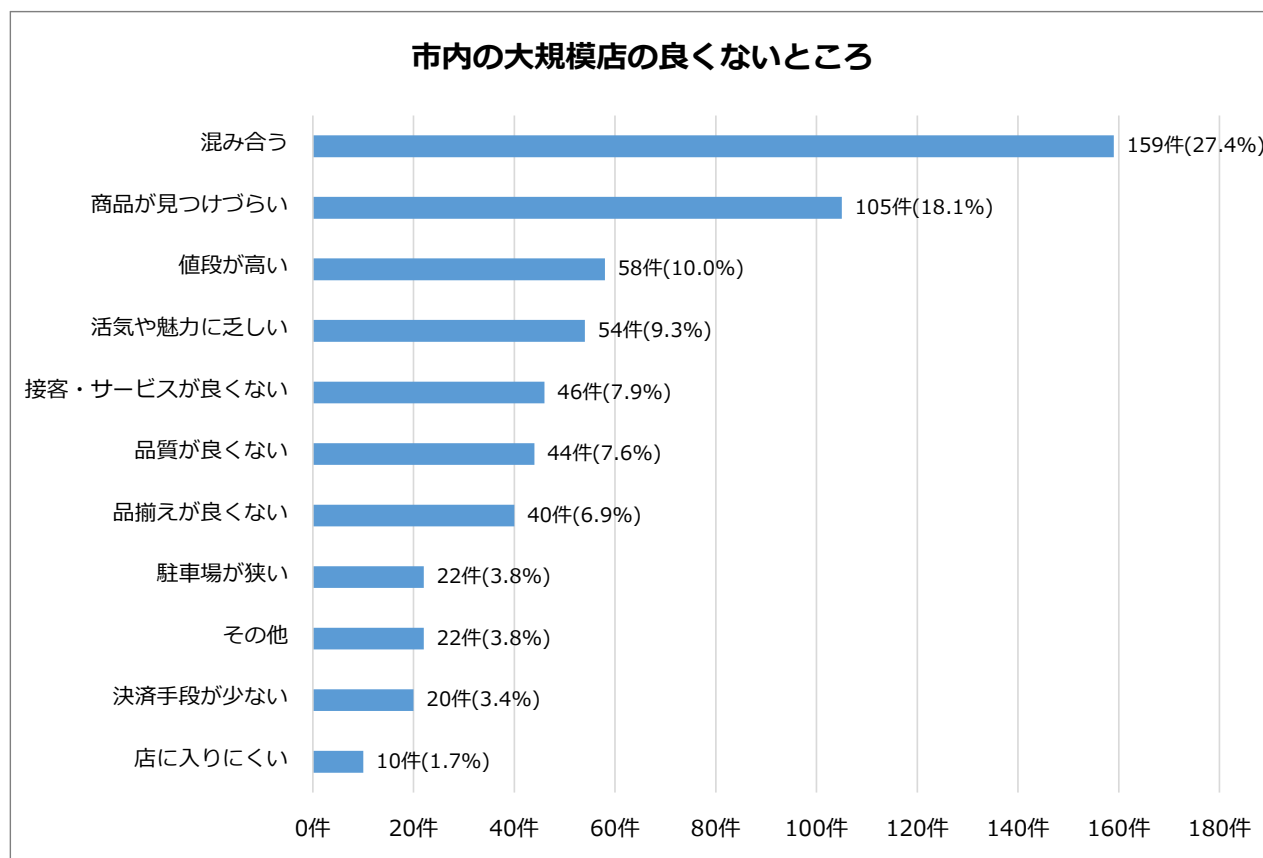
「駐車場が広い」「一か所で買い物が済む」「品揃えが良い」「店に入りやすい」など大規模店ならではの利便性に好感を抱いていることが伺える。



(その他) 特になし

【市内の大規模店の良くないところ】 ※複数回答

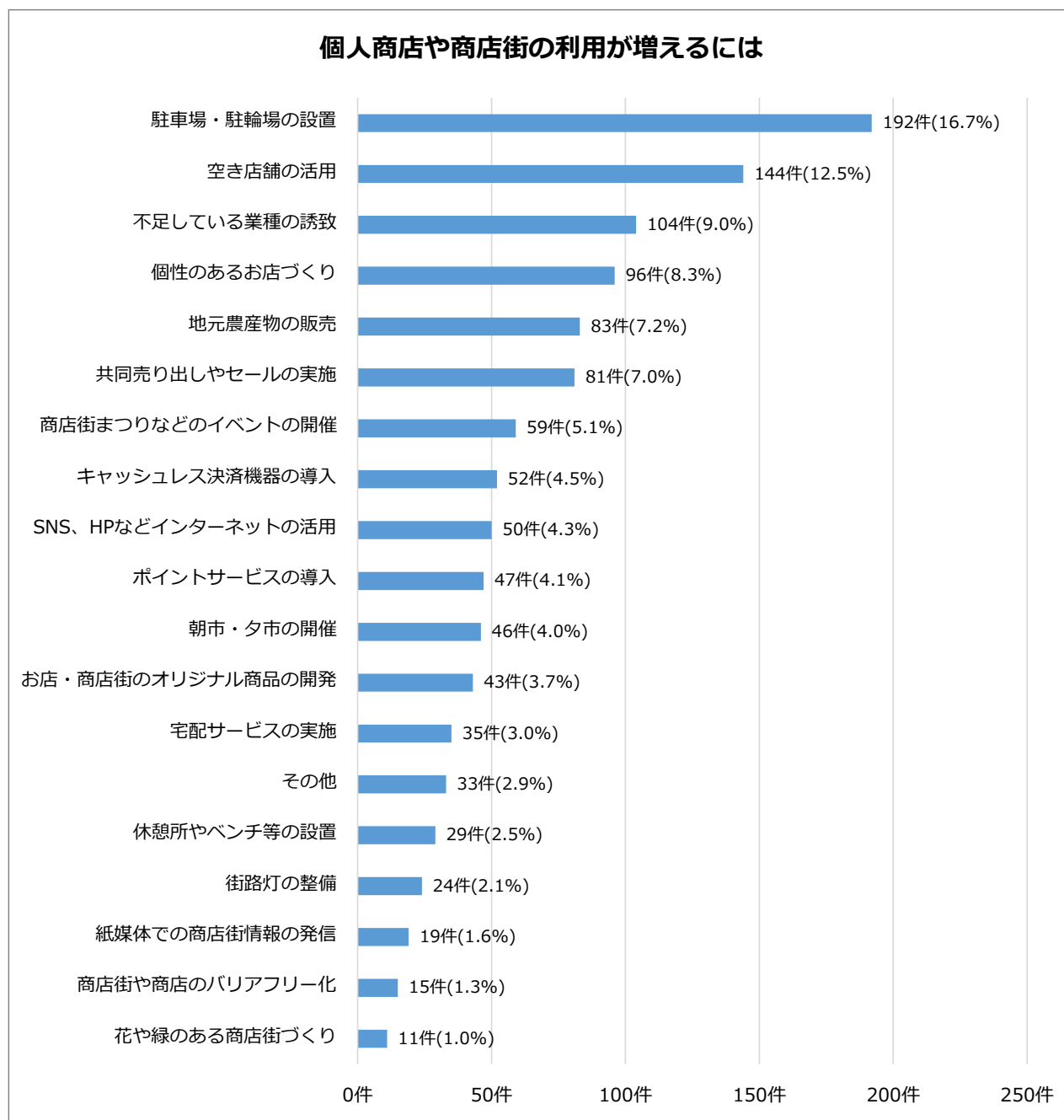
「混み合う」「商品がみつげづらい」との回答が多く、来客が多く、豊富な品揃えの大規模店ならではのデメリットに不満を抱いていることが伺える。



(その他) スタッフによって態度が違う、笑顔がない、どこも同じで専門的なものは少ない、特になし

ケ 個人商店や商店街の利用が増えるためには ※複数回答

「駐車場・駐車場の設置」「空き店舗の活用」との回答が多く、利便性が求められていることが伺える。また、「不足している業種の誘致」「個性のあるお店づくり」など専門的な魅力あるお店を期待しているように見受けられた。

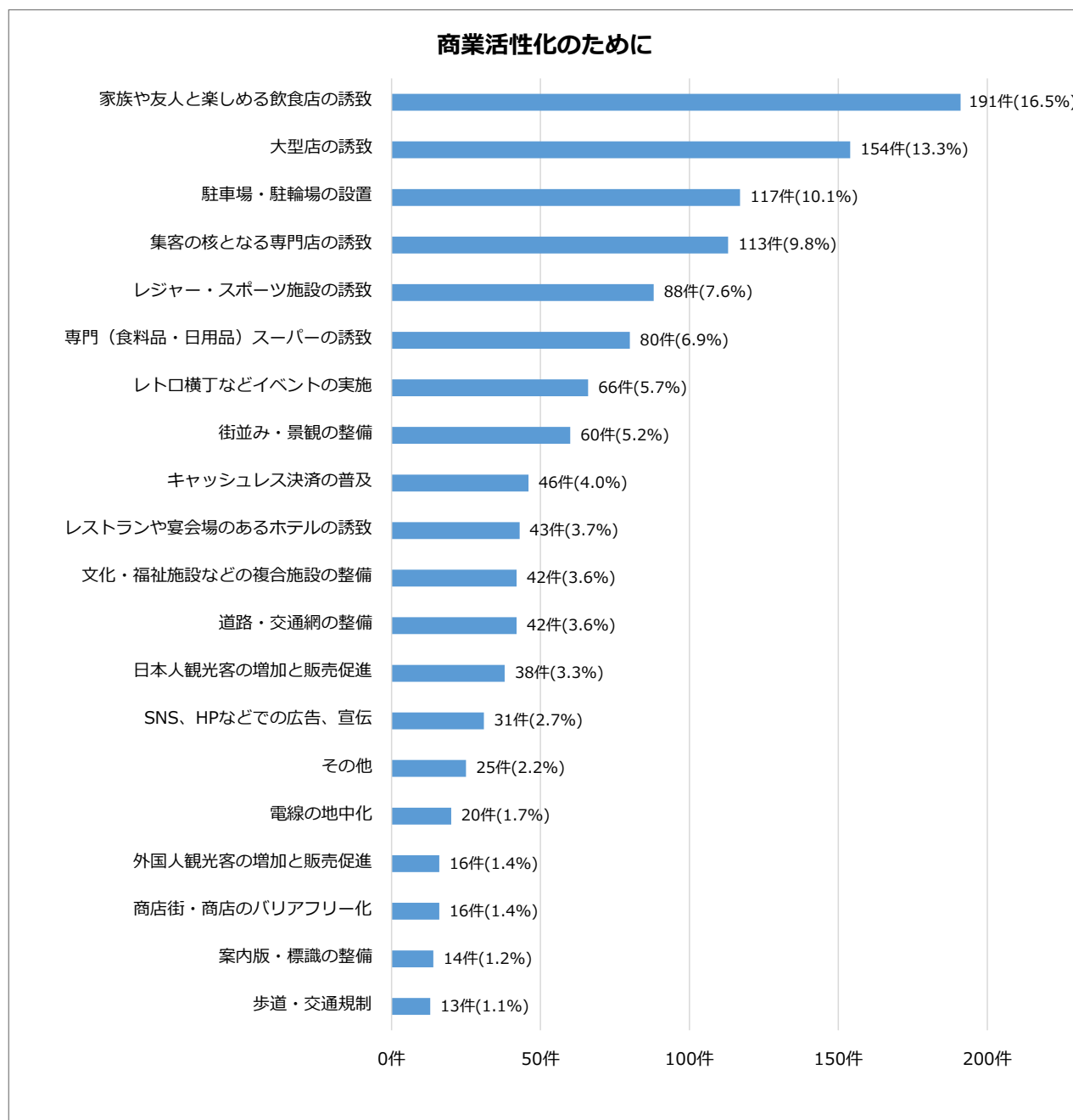


(その他)

どこにどんな店があるのか・何を売っているのか周知する、やる気・エネルギーを持つ、店内無人化してロボットを置く、お客がリピートする店づくり、心と心がつながる接客、集合して貰い近くで品物・用事が揃うようにする、観光客に特化したお店にする、商店街に乗り入れる路線バスの乗降場所・本数を増やす、定休日をずらす（木曜日が休みの店が多い）

コ 喜多方市の商業活性化のための取組について ※複数回答

「家族や友人と楽しめる飲食店の誘致」「大型店の誘致」など、現在、市内に不足している施設が必要との回答が多くあった。また、「駐車場・駐車場の設置」の回答も多く、利便性の向上も必要と考えられる。



（その他）

レトロ横丁以外のイベントの実施、夜間のタクシーや運転代行の充実、市内の人口を増やす、空き家・空き店舗の活用等による人の誘致、出産・子育てへの支援拡充、住宅・アパート補助で人口流入を進める、魅力的な通販の拠点にする、トイレの整備

サ 喜多方市の商業振興策について（自由記述より抜粋）

- 農産物直売所と連携した商業施設や、喜多方の特産品を展示販売するブランド館の設置
- 大型店を誘致して商店街の商店を入れ、市民の集まる場所を増やし活性化を図る
- 個人店や商店街を活かすことも必要だが、若者が住みやすいと感じる店舗がないと寂れて行く
- 駅周辺にカフェなどの休憩ができる店が無く、電車時間まで待っている場所がない
- 喜多方の街中ばかりではなく塩川、加納等のことも考えてほしい
- ロックタウンの中で買い物が済ませられるようにしてほしい
- 高齢者が買い物できるよう公民館などで週1回くらい生活必需品を販売して欲しい
- 農村地域にマンション、駅、ショッピングタウン、最低限の医療機関、郵便局を集めて整備するなど早目にニュータウンづくりに着手した方が良いと思う
- 大きな体育館やアリーナを作ってプロスポーツの大会を開催してほしい
- 図書館、映画館などの文化施設を作って欲しい
- 家族向けレジャースポットが欲しい
- 小規模店で使えるクーポン券を市で発行するなど、消費拡大振興策の実施
- 屋主の考えもあり難しい事も多いと思うが、空き店舗の思い切った活用の方法を考えたらどうか
- 引っ越してきた者にとっては個人商店が何屋だかわからない
- 観光地化が進み、地元民にはお得感が無い。商店街の人と市民の横の繋がりを作ってほしい
- 商店街の店の定休日を同じ日にしないでほしい
- 小田付は蔵をメインとするならそれに適した店舗を集結する構想があっても良いのではないか
- 若者にチャレンジしやすいよう、親族だけでなく他者に事業承継を橋渡しする人も必要
- 景観は大事だが蔵のまちというイメージが強いため若者向けの出店がしづらいイメージがある
- 商店街があまり賑わっていないのは駐車場がないからだと思う。個人商店の中にはいい店もあるが、品数が少ないため大型店やネットで買ってしまう
- 各町の公民館駐車場等を利用して週末に定期的イベントを開催する
- 人口も若者も減り、これまでの振興策では活性化は無理だと思う
- 市内にもっとビジネスホテルがあると良い
- スマホで見られるラーメンマップがあれば良い
- 観光客がラーメンだけを食べに寄って別な場所へ行ってしまう通過点になってしまっているため、喜多方にしかない何か通年的なものがあれば良いのではないか
- ラーメン、お土産、せんべい、ソフトクリームなど一か所に集め、ラーメン店街のような食べ歩きができる通りがあると良い
- ラーメン店街にフリーの店を作り月ごとに営業する店をかえるなどしたら良いのではないか
- 飲食店は14時までの店が多くゆっくりとランチが楽しめない
- 夜に営業しているラーメン屋がない
- 20～40歳位までの若者が市外に買い物に行かずとも市内で充実できる店があれば集客できる
- 子供が遊べるような無料施設、広々とした公園があれば子供も増えるのではないか
- いろんな商業施設が入っている複合施設があれば遠くまで行く必要がなく便利だと思う

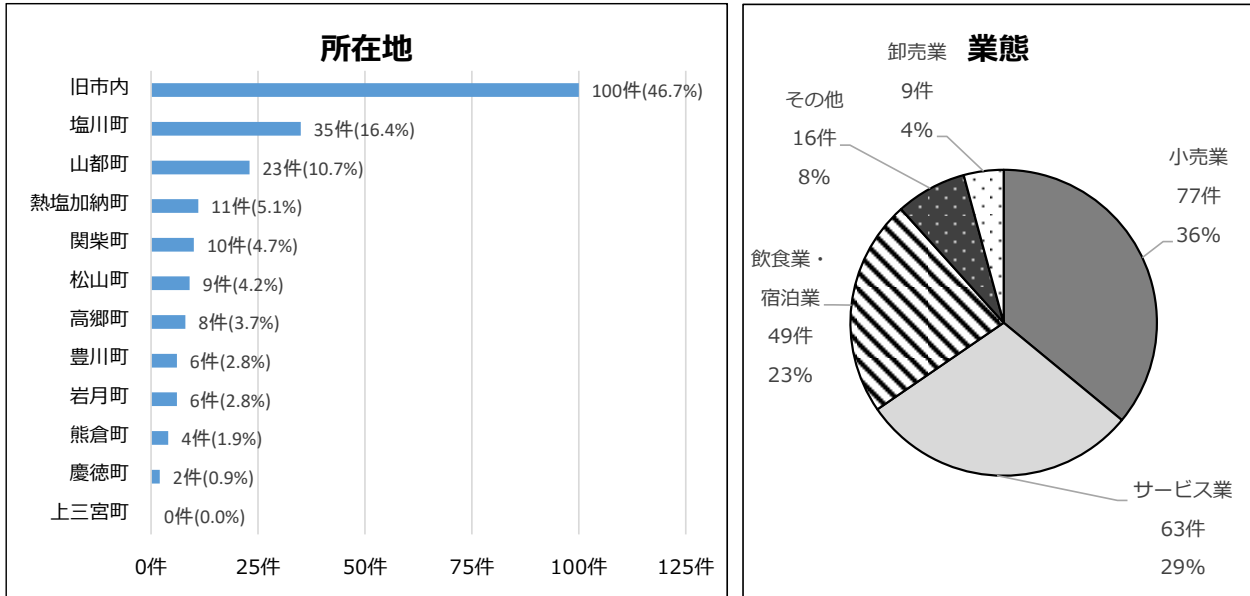
- 働き口があれば人は集まるため、若い人が来られるように整備してはどうか
- 喜多方に住み続けたいと思わせる発信力が必要だと思う
- 高齢者に優しいまちづくりも必要だが、これからを支える未来の子供達にも優しくあってほしい
- 少ない人口でも生活が立ち行く方法を今から構築していくことが重要と考える
- 買い物難民が出ないような対応策、万が一買い物難民が出た場合の対策も検討すべきではないか
- 若い人の心を動かせる物やイベントでUターンやIターンによって定住する人が増えてほしい
- 人口が少なければ店を誘致する意味がないため、人口を増やすことを念頭に考えてほしい
- 喜多方の季節ごとの見どころを季節別にマップ化し、そのマップをHPやSNSでPRしてはどうか
- 魅力のある店はたくさんあると思うが、知らない人が多いので、店をもっとオープンにする工夫が必要ではないか
- 学校（喜多方東高校）の跡地を活用してほしい
- 街の中心に近い場所が廃墟になっているのはイメージも悪く、何よりさみしい気持ちになる
- 時期によって観光客の量の差が激しいと感じる
- イベントがなくてもまた訪れたい環境が整うとより良いのではないか
- 商店街の振興は難しく、観光に特化するのも一つではないか
- 全方位で対策するのではなく、市のテーマを絞って誘客等ができれば良いのではないか
- 予算がないからと中途半端な対策はせず、やるなら思い切った対策をしてほしい
- 人が集まれば自然と商業も活気づくため、核となる産業育成と大規模な雇用創出が必要ではないか

(2) 商業者アンケート調査結果

ア 回答店の所在地及び業態

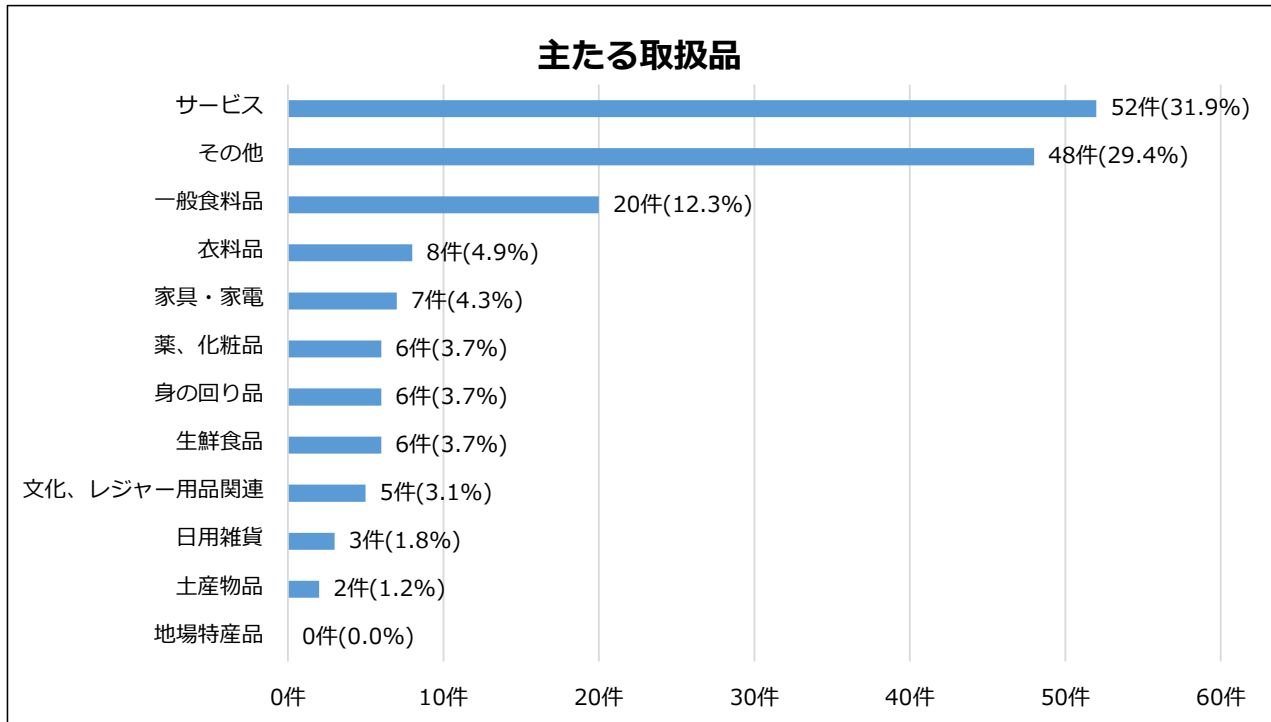
所在地は「旧喜多方市(旧喜多方、松山町、岩月町、豊川町、関柴町、熊倉町、慶徳町、上三宮町)」が 64.0%を占めており、「塩川町」が 16.4%、「山都町」が 10.7%、「熱塩加納町」が 5.1%、「高郷町」が 3.7%の割合である。

業態は「小売業」が 36.0%、「サービス業」が 29.4%、「飲食業・宿泊業」が 22.9%の割合となっている。



イ 主たる取扱品

「サービス」が 31.9%、「その他」が 29.4%、「一般食料品」が 12.3%となっている。

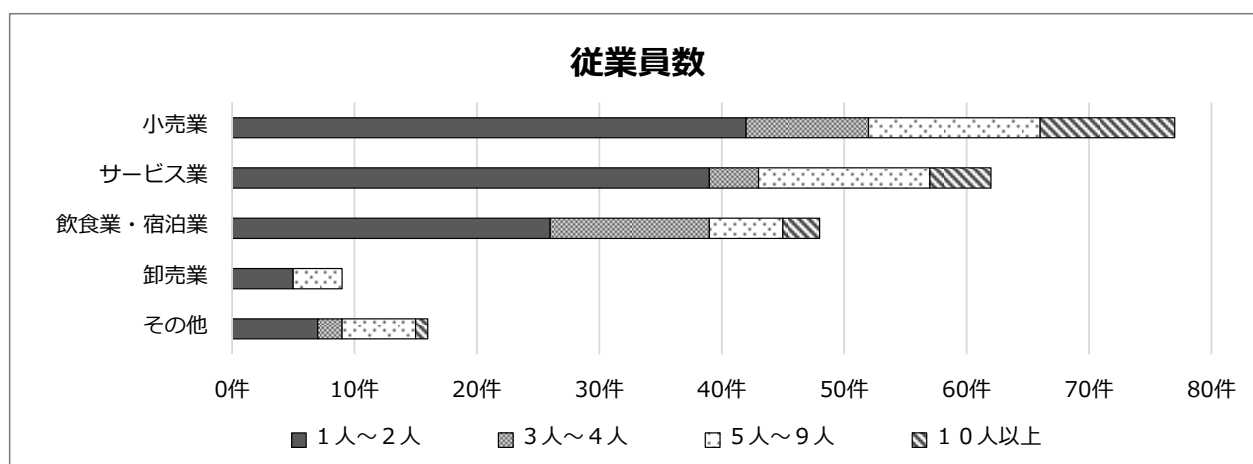


(その他)

酒類、たばこ、種子・生花、ソフトウェア開発、精米、健康食品、畜産、保険商品、コンビニ経営、電設資材、建築資材、映像、砕石、不動産、新聞、ガス・電気、民宿

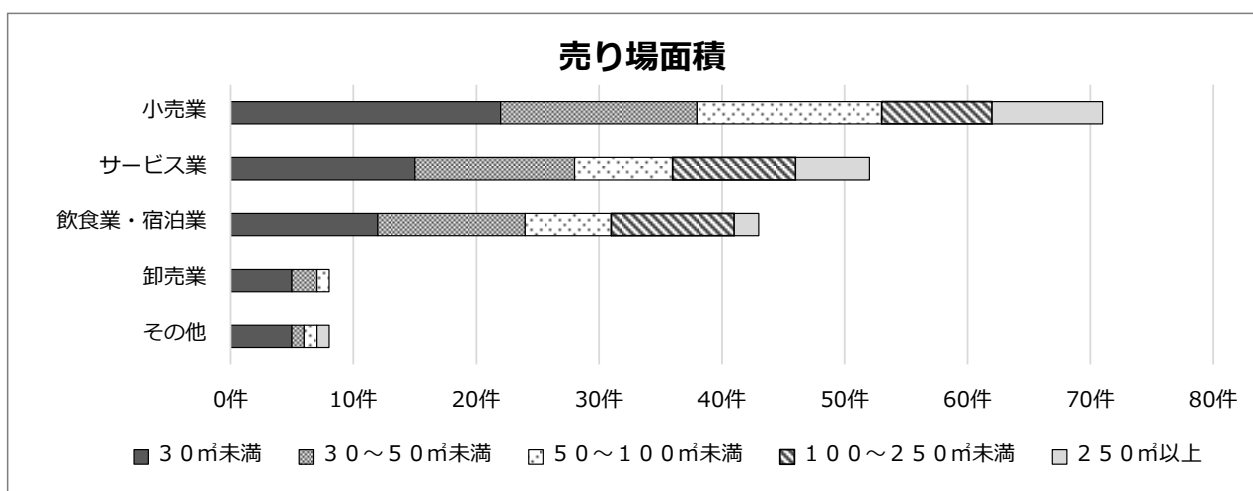
ウ 従業員数

「その他」を除いたすべての業種で、「1人～2人」が半分を超えている。全業種についても、「1人～2人」が56.1%、「3人～4人」が13.7%と合計すると約70%となっている。



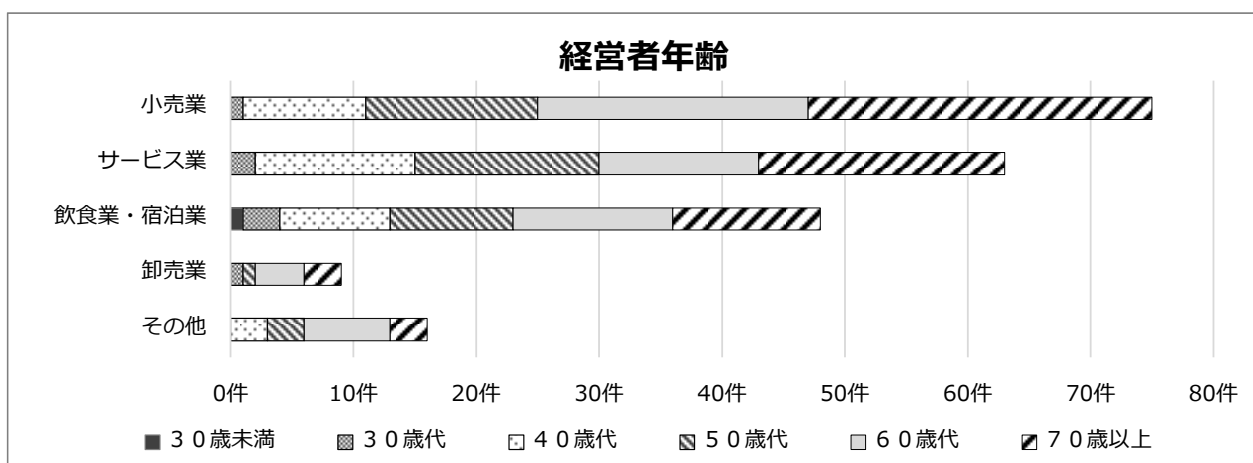
エ 売り場面積

「卸売業」では30㎡未満が約6割を占める。全体では、30㎡未満が32.4%、30～50㎡未満が24.2%と合計で5割を超えている。



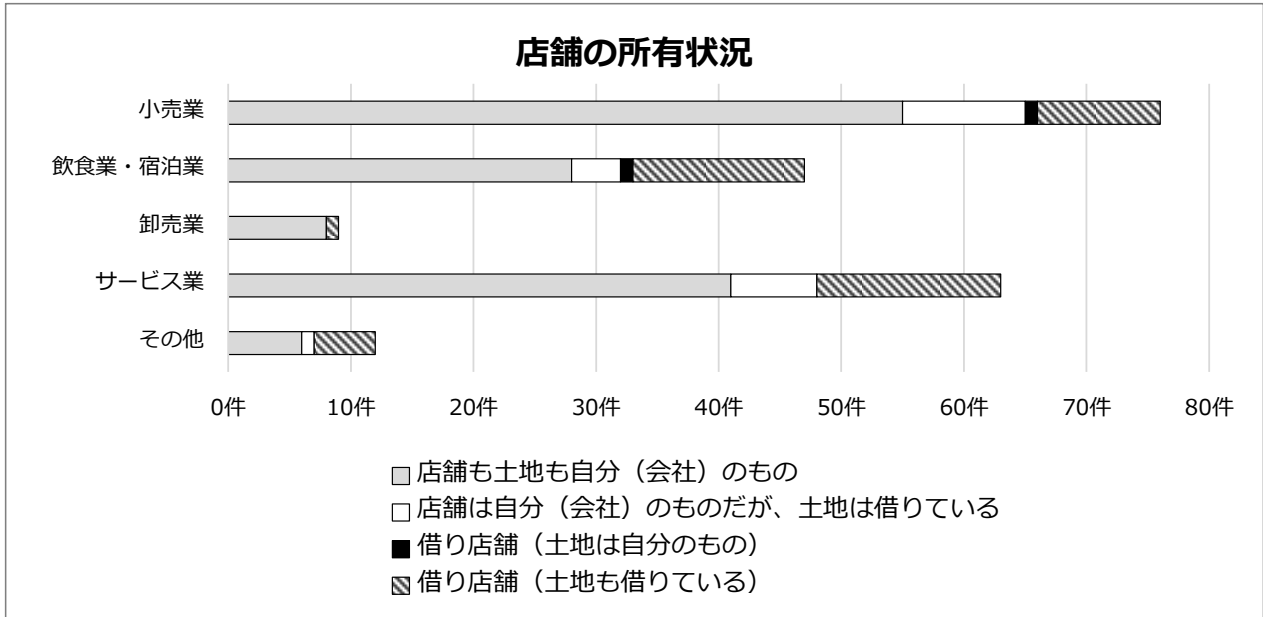
オ 経営者年齢

全体でみると、40歳未満の経営者が3.8%に留まっている一方、60歳以上が59.3%と、高齢化が見られる。



カ 店舗の所有状況

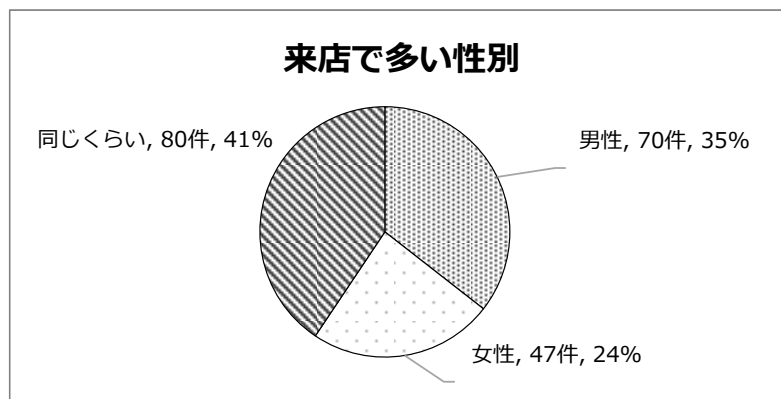
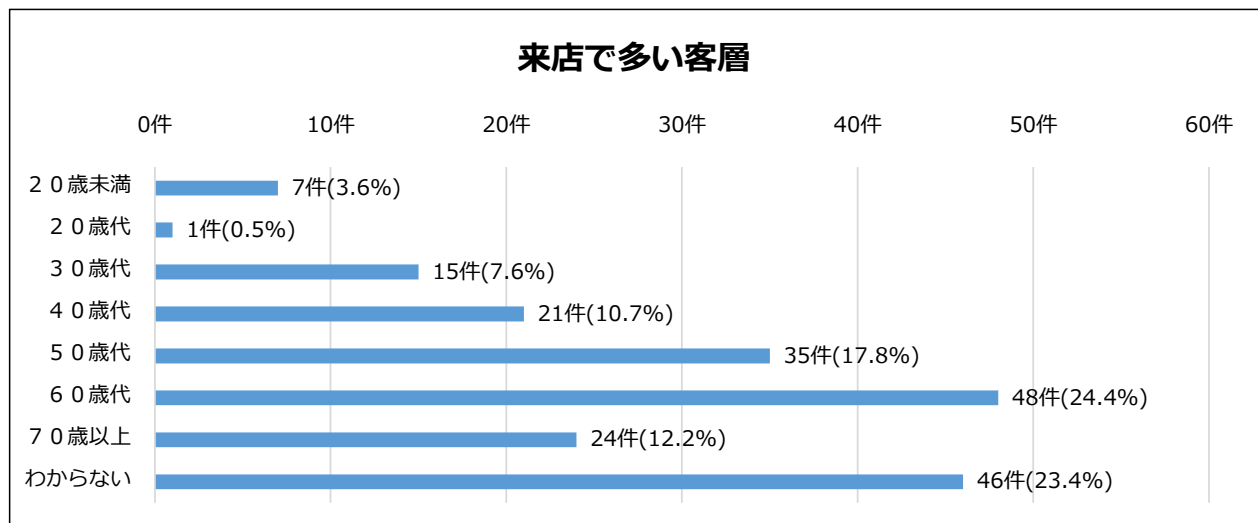
「その他」を除く業種では、概ね 6 割以上が「店舗も土地も自分(会社)のもの」である。



キ 来店が多い客層及び性別

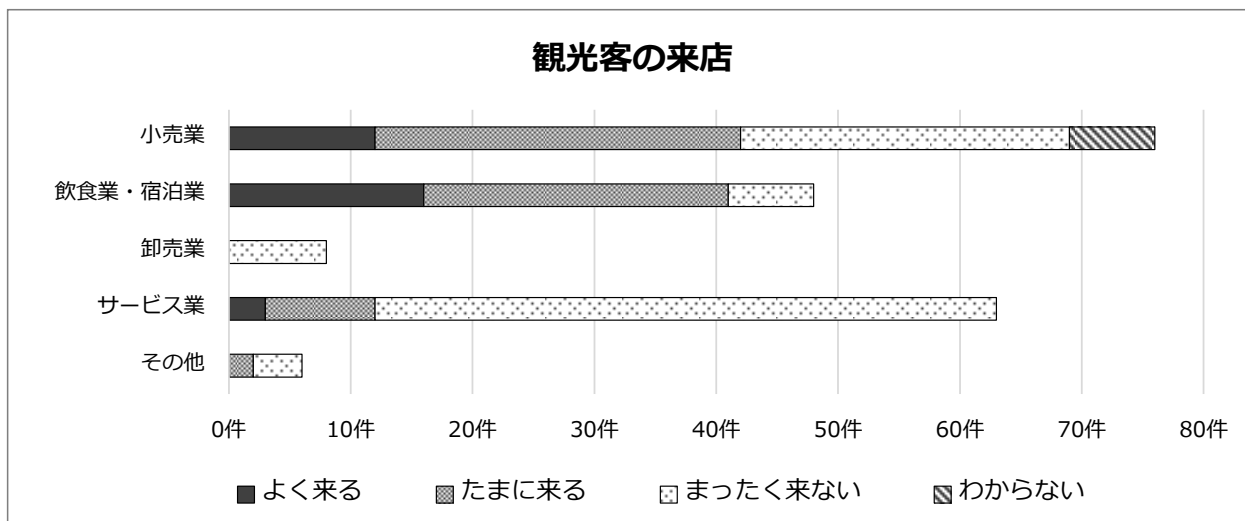
年齢では、40 歳未満が合計 11.7%に留まっている一方、60 歳以上が 36.5%を占めている。

性別では、男性が 1 割ほど多いものの、「同じくらい」の回答が 4 割を占めて差はあまりない。



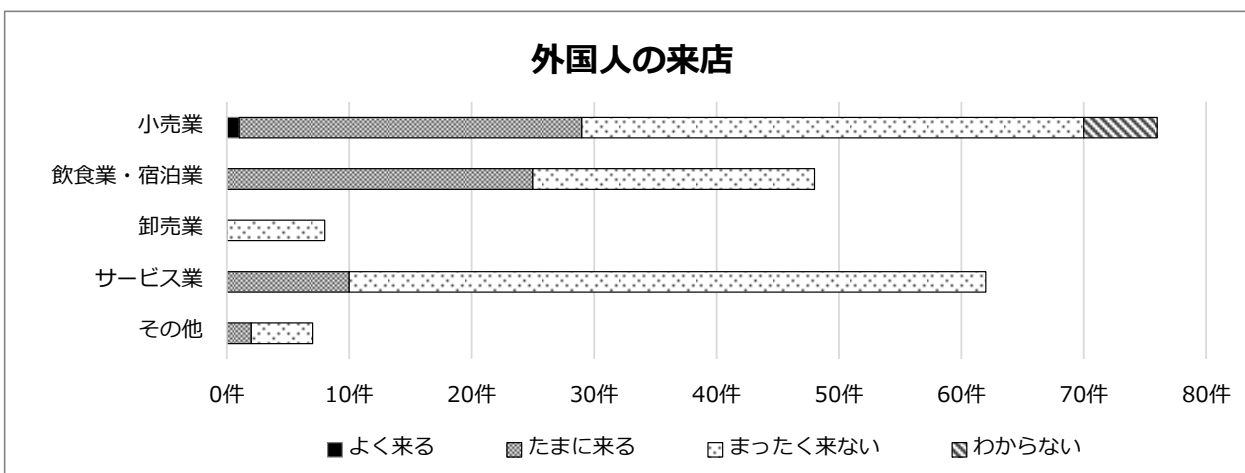
ク 観光客の来店

飲食業・宿泊業において「よく来る」が 33.3%、「たまに来る」が 52.1%と、8 割以上のお店に観光客が来店している。小売業においても、「よく来る」が 15.8%、「たまに来る」が 39.5%と、5 割以上のお店に観光客が来店している。



ケ 外国人の来店

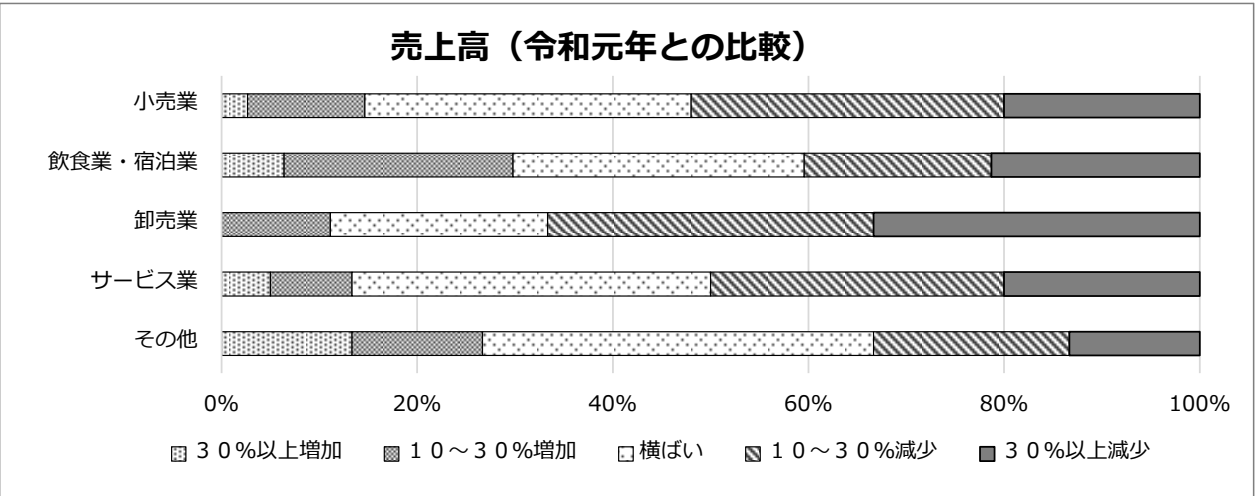
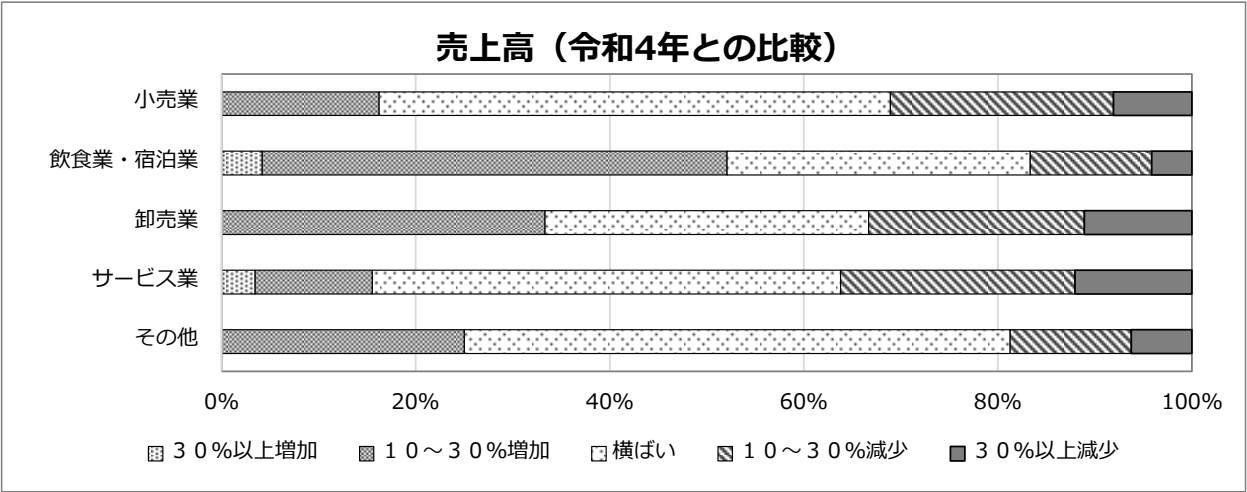
「よく来る」という回答は 1 件のみであるが、「たまに来る」が飲食業・宿泊業で 52.1%、小売業で「36.8%と」なっており、少なからず外国人が来店している。



コ 令和5年の経営実績について(令和4年、令和元年との比較)

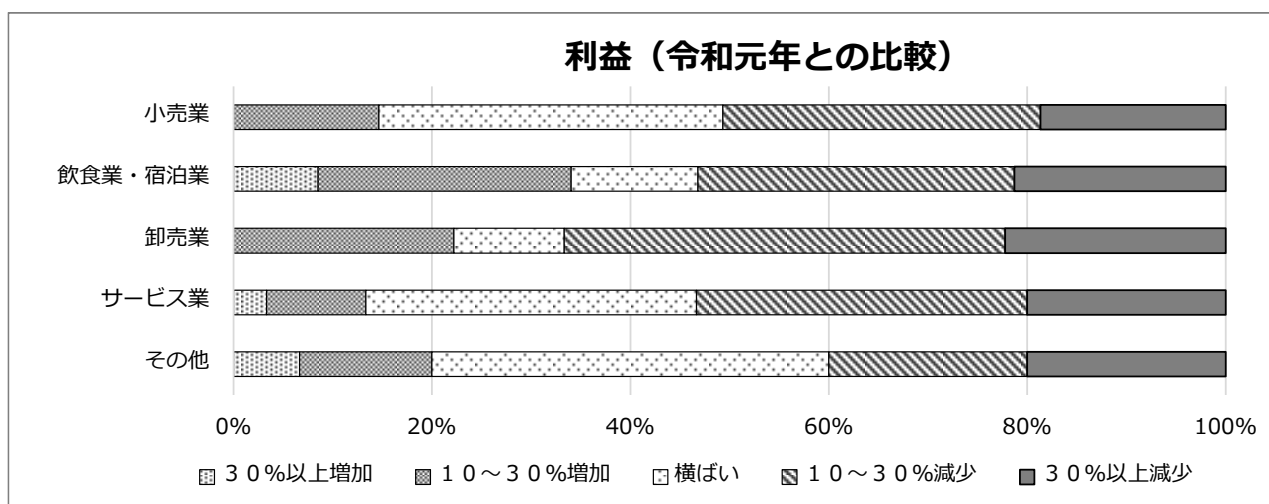
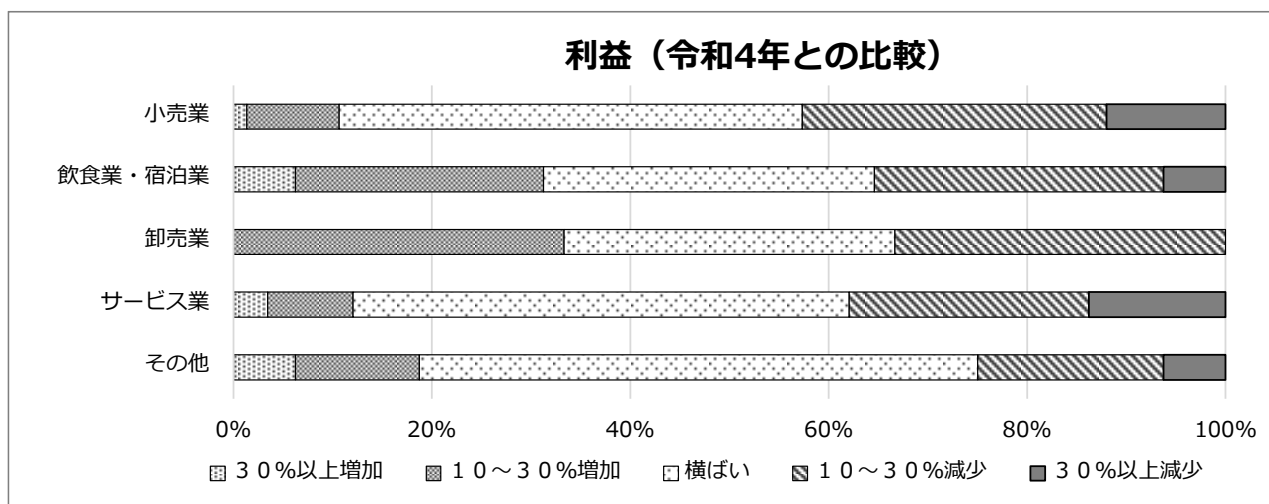
【売上高】

令和元年との比較では、多くの業種で4～6割程度が「減少」を選択していたが、令和4年との比較では「減少」の割合が減り、「増加」の割合が増えている。コロナ前ほどには回復していないが、コロナ禍から徐々に売上高は回復している事業所が多いと考えられる。特に、飲食業・宿泊業、卸売業で回復が大きい。



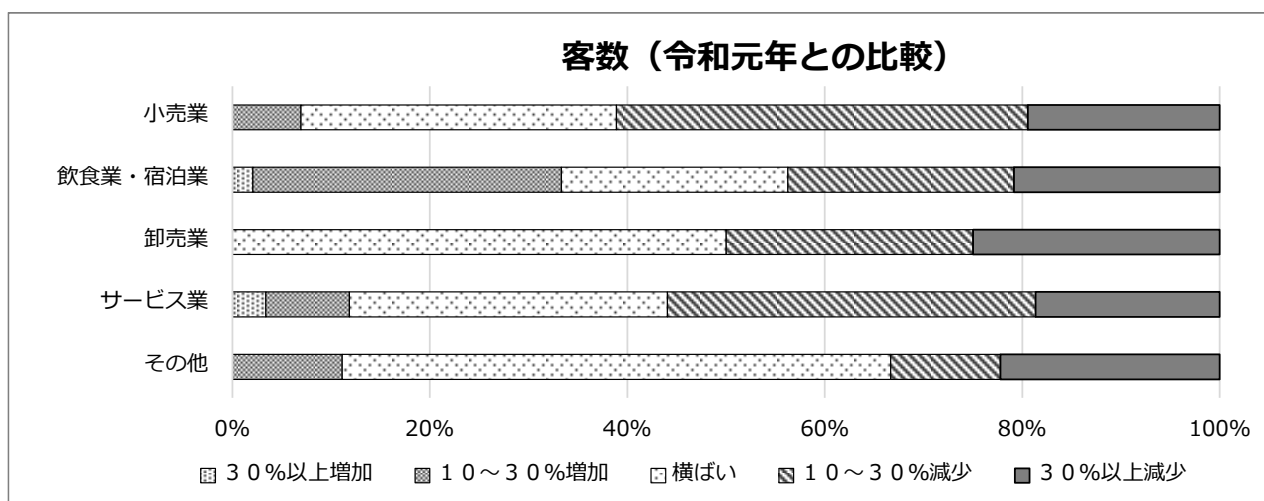
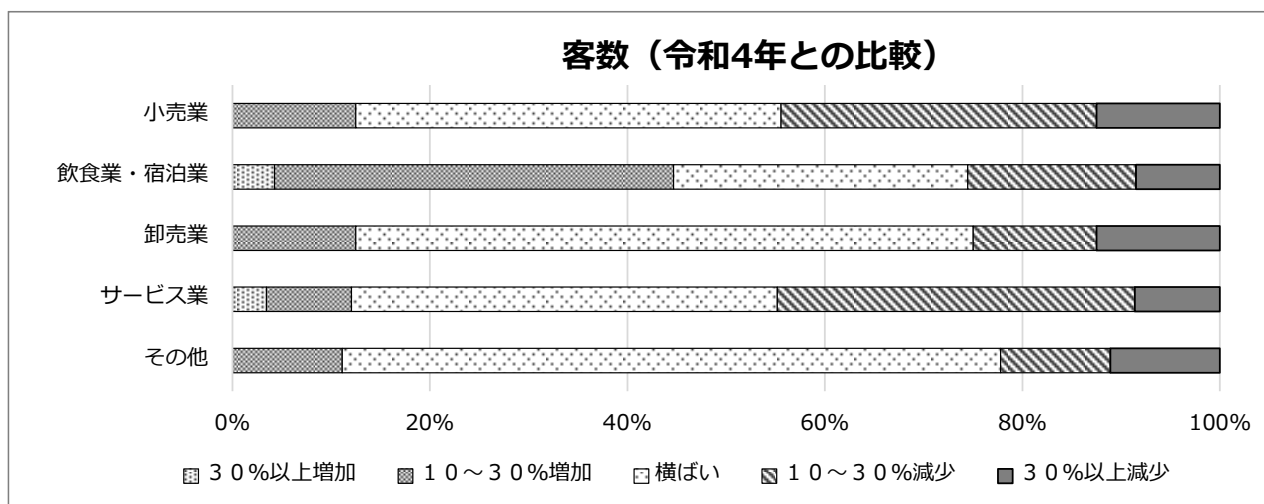
【利益】

令和元年との比較では、その他を除く業種で5割以上が「減少」を選択していた。令和4年との比較では、多くの業種で「減少」の割合が減っているものの、特に卸売業において顕著であるが、「増加」ではなく「横ばい」の割合が増えており、売上高ほどは好転していない。



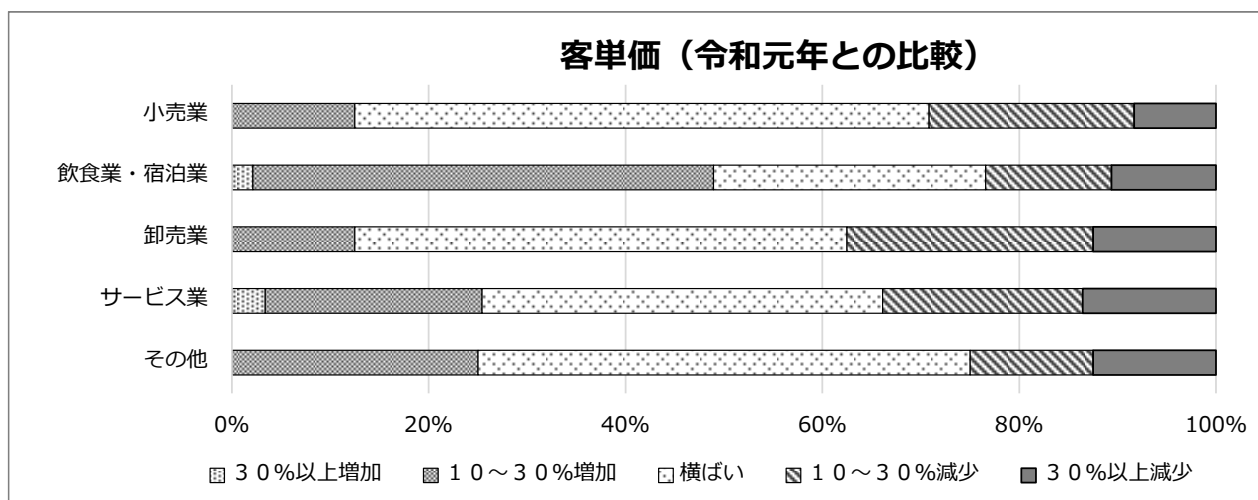
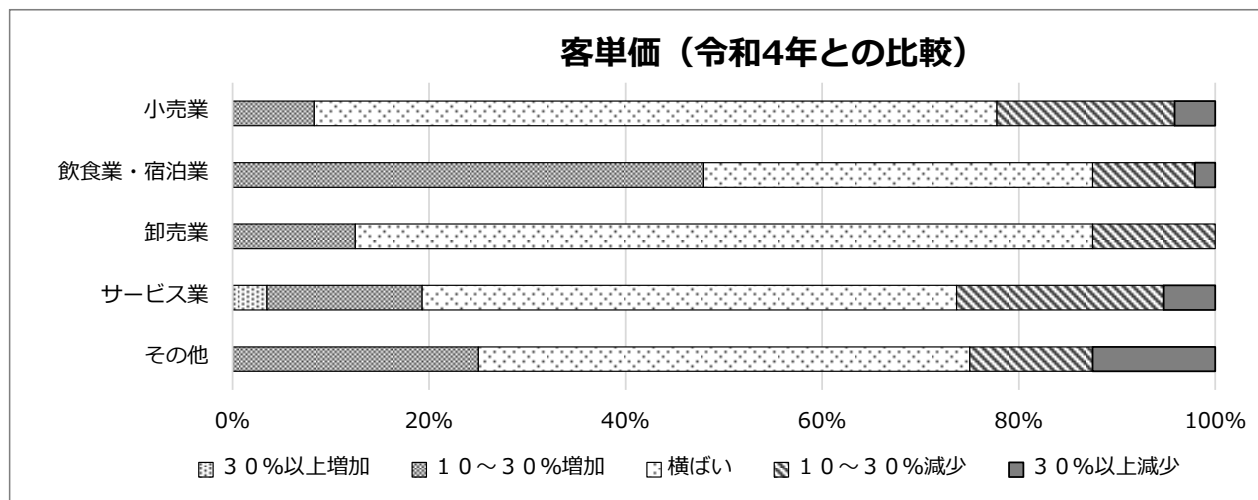
【客数】

令和元年との比較では、すべての業種で約2割が「30%以上減少」であったが、令和4年との比較では1割程度とやや好転している。ただし、「横ばい」の割合が全体的に増加しており、「増加」を選択した割合はあまり変わっていない。



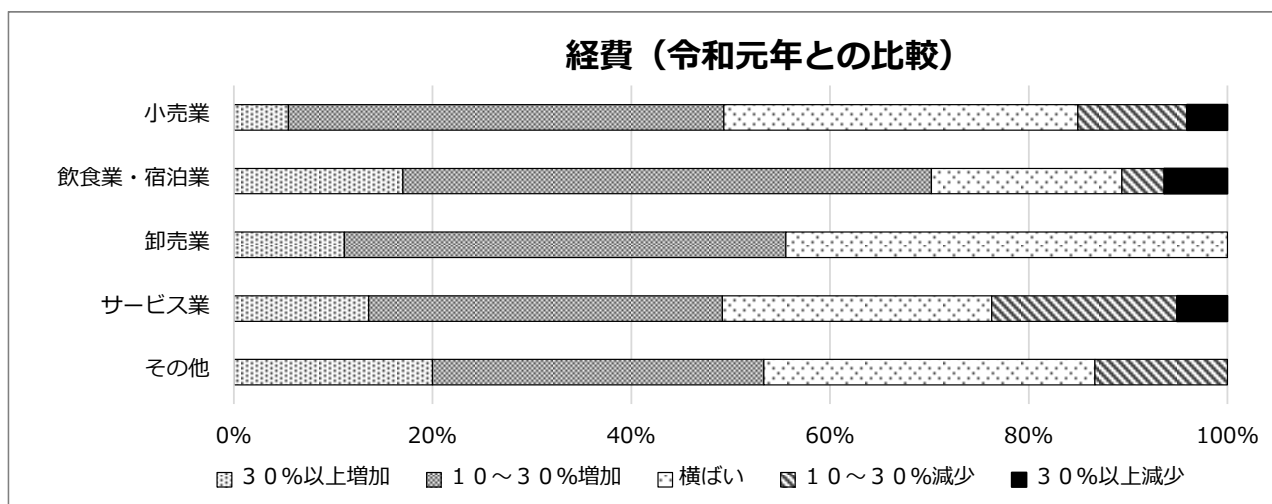
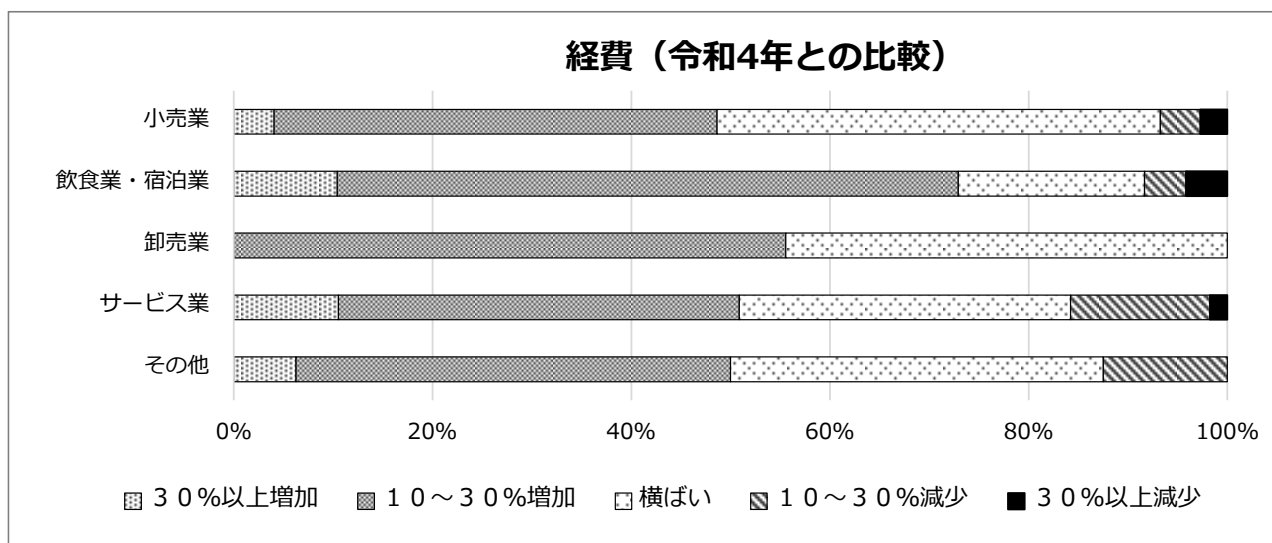
【客単価】

令和元年、令和4年との比較では、卸売業において「減少」の割合が減り「横ばい」が増えた点を除いて、大きな変化は見られない。飲食業・宿泊業では令和元年、令和4年いずれとの比較でも「10～30%の増加」の割合が多く、最近の物価高騰による値上げを反映していると考えられるが、それ以外の業種では5割以上が「横ばい」となっており、値上げが波及していないと考えられる。



【経費】

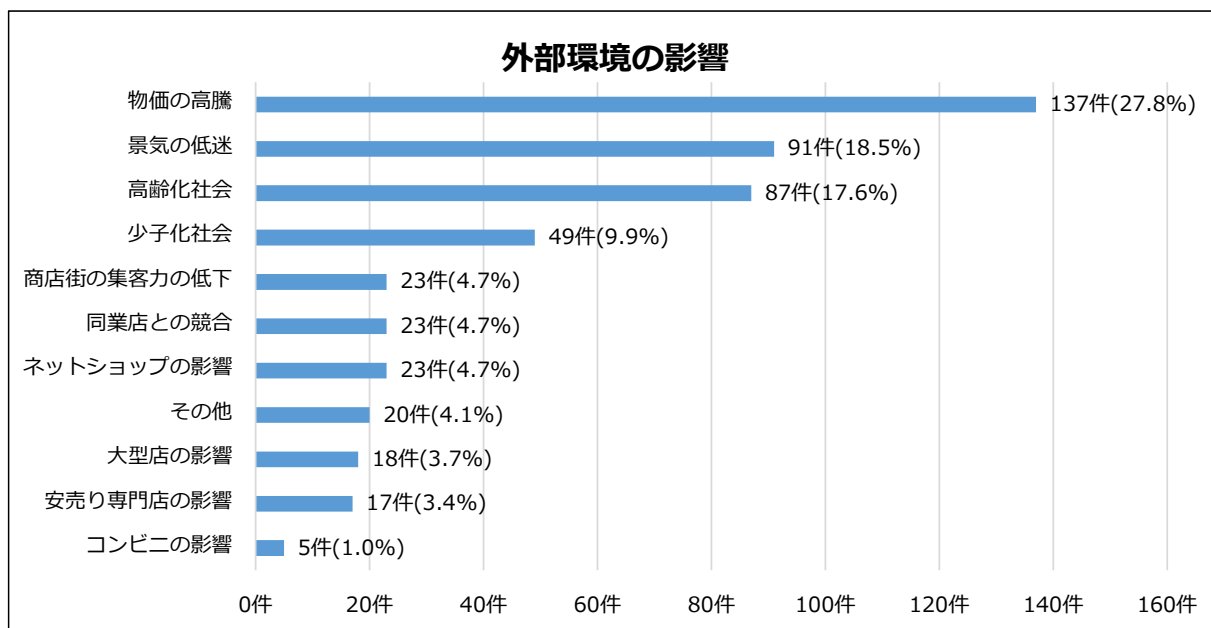
令和元年、令和４年との比較で大きな変化はないが、いずれの業種においても５割以上が「増加」を選択しており、最近の物価高騰を反映していると考えられる。客単価とは異なり、飲食業・宿泊業以外の業種でも「増加」の割合が高い。



サ 経営上の問題点について

【外部環境】

「物価の高騰」が27.8%と最も多く、次いで「景気の低迷」18.5%、「高齢化社会」17.6%が続く。社会環境が上位を占める一方、他店の影響に関するものは5%程度に留まっている。

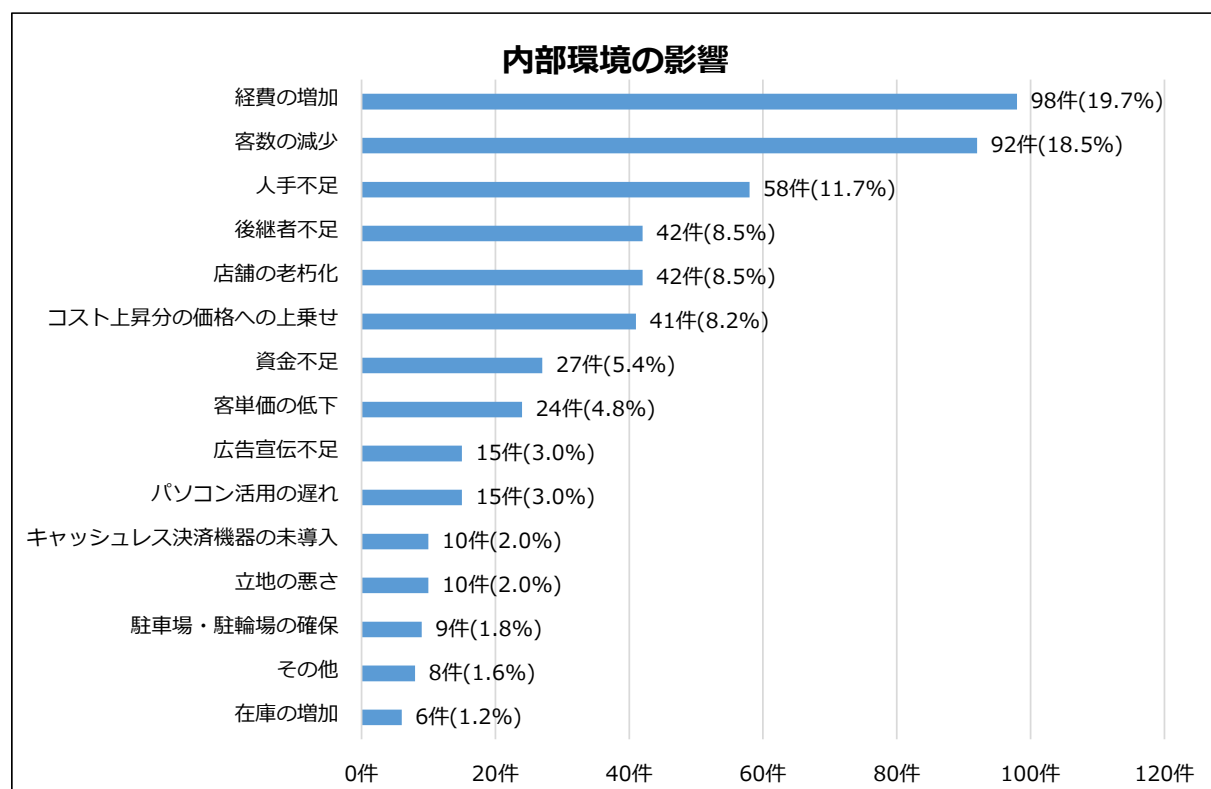


(その他)

人手不足、人口減少、コロナによる外食の減少、市民の知的水準の低さ、気温の上昇、仕入れ先の減少

【内部環境】

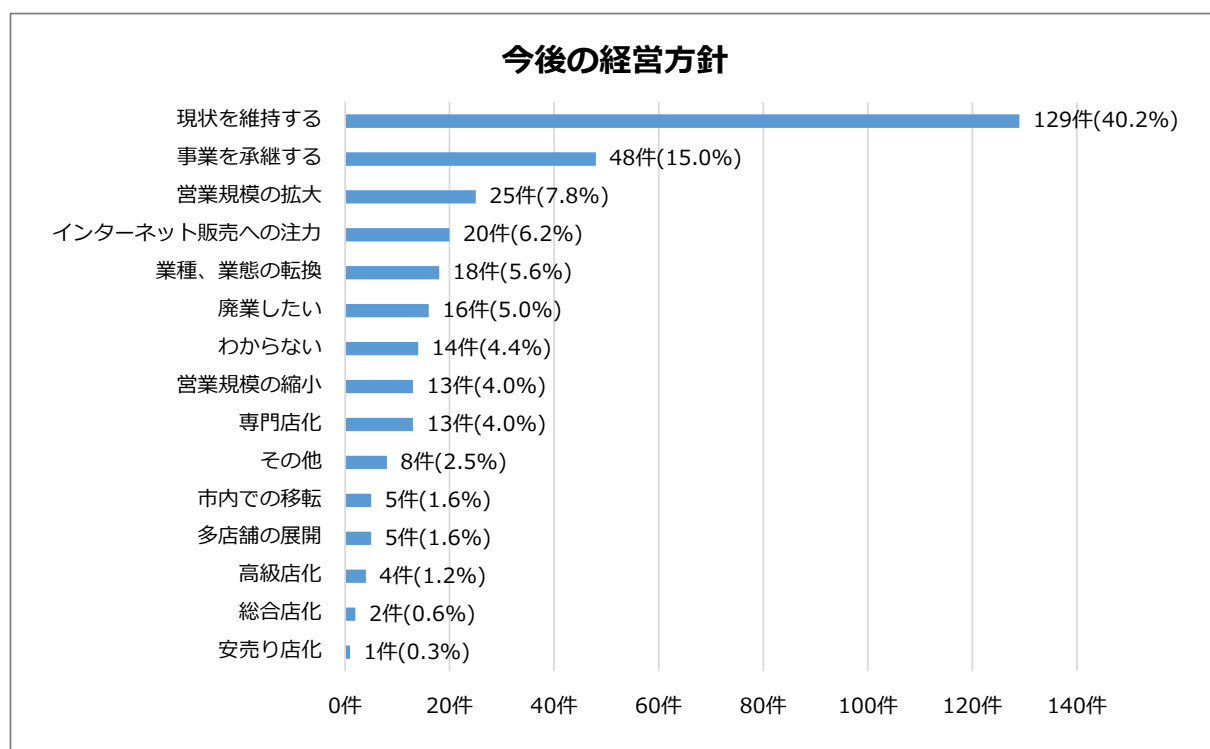
「経費の増加」が19.7%と最も多く、次いで「客数の減少」18.5%、「人手不足」11.7%が続く。物価高騰による影響、地域の人口減少による影響が上位を占めている。



(その他) 人手不足による負担増、エアコンがない、スタッフの高齢化

シ 今後の経営方針について

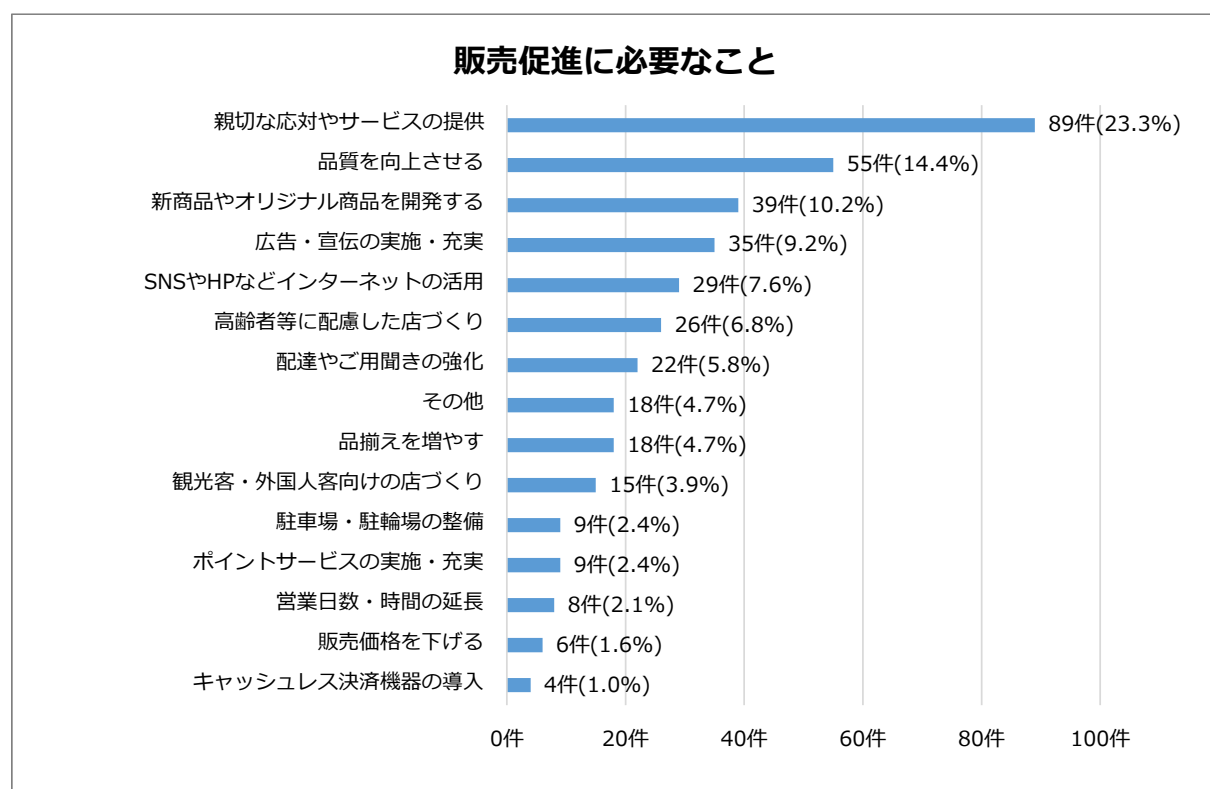
「現状を維持する」が40.2%と最も多く、次いで「事業を承継する」15.0%、「営業規模の拡大」7.8%と続く。「廃業したい」は16件あった。



(その他) M&A、営業時間を早める、他社との共配、市外への移転

ス 販売促進に必要なこと

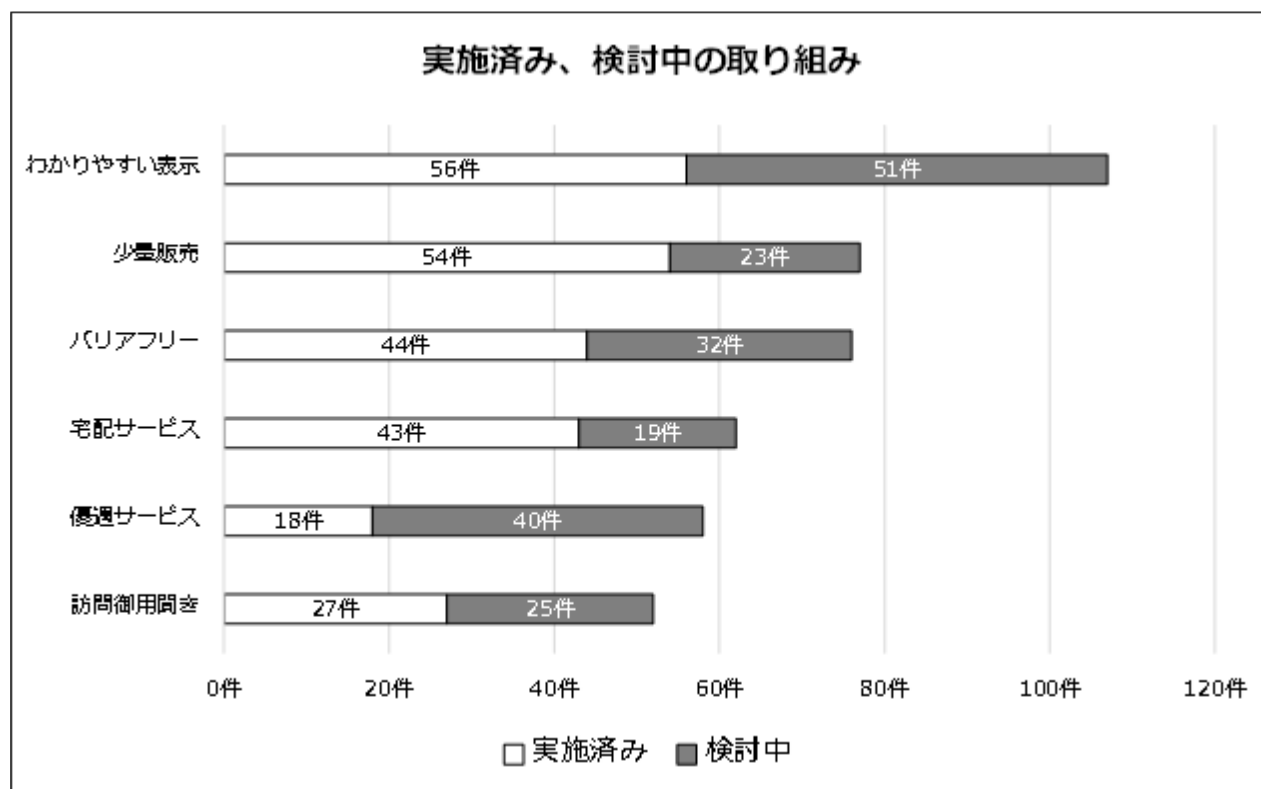
「親切な対応やサービスの提供」が23.3%と最も多く、「品質を向上させる」14.4%、「新商品やオリジナル商品を開発する」10.2%、「広告・宣伝の実施・充実」9.2%と続く。



(その他) 体力、24 時間営業、年中無休

セ 高齢者・障がい者対策の実施状況

実施済みの対策では、「わかりやすい表示」が最も多く、「少量販売」、「バリアフリー」、「宅配サービス」も比較的高い水準だった。

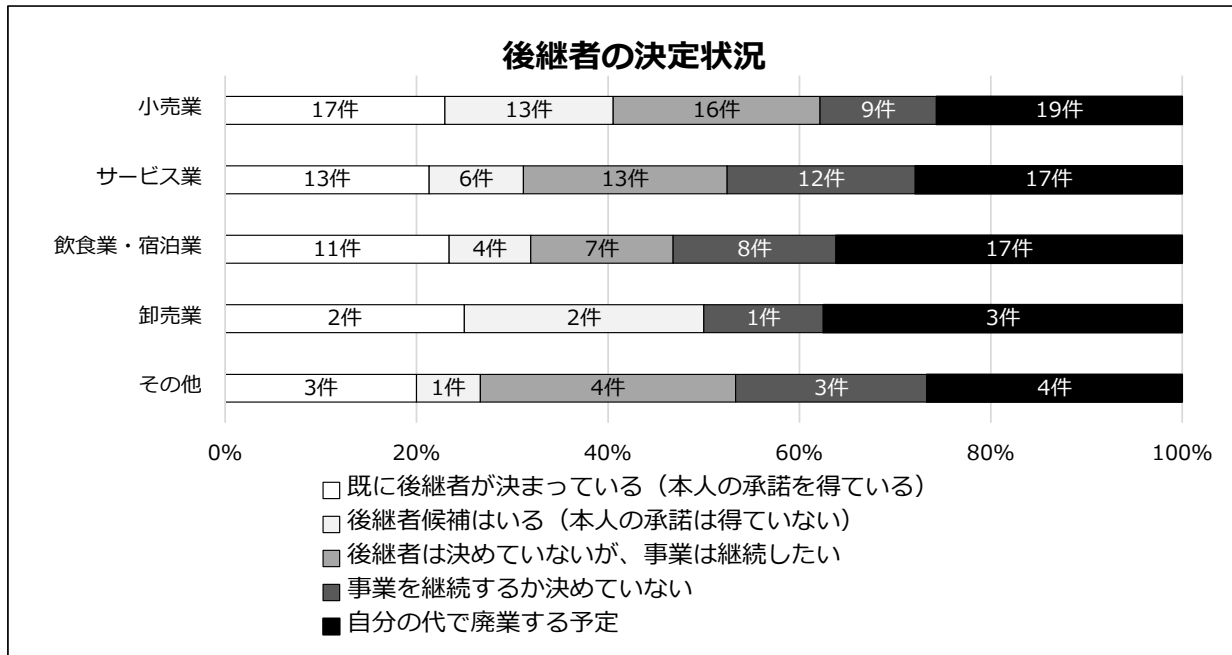


(その他) 障害者施設への発注、地元高齢者の送迎、出張サービス

ソ 事業承継

【後継者の決定状況】

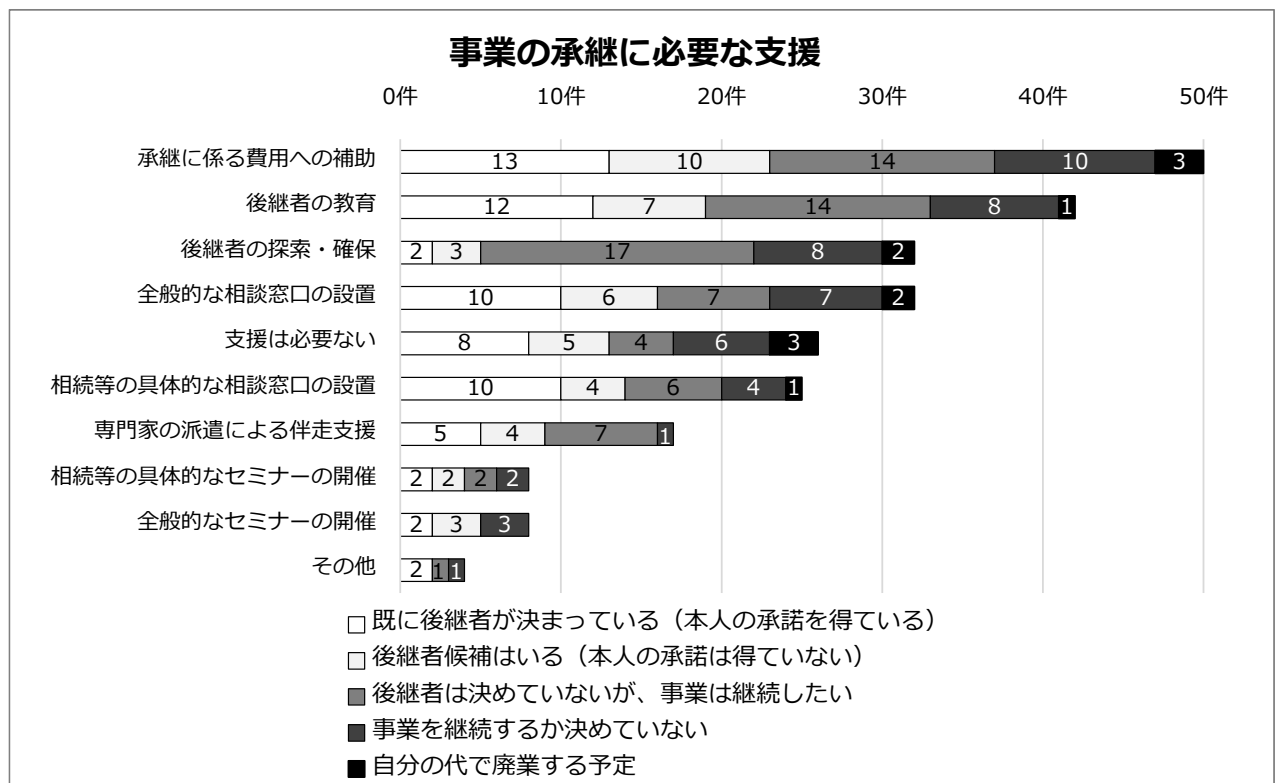
すべての業種で「自分の代で廃業する予定」が最も多く、特に飲食業・宿泊業、卸売業では4割近くが廃業予定であった。「既に後継者が決まっている」事業所はいずれの業種でも約2割であった。



【事業の承継に必要な支援】

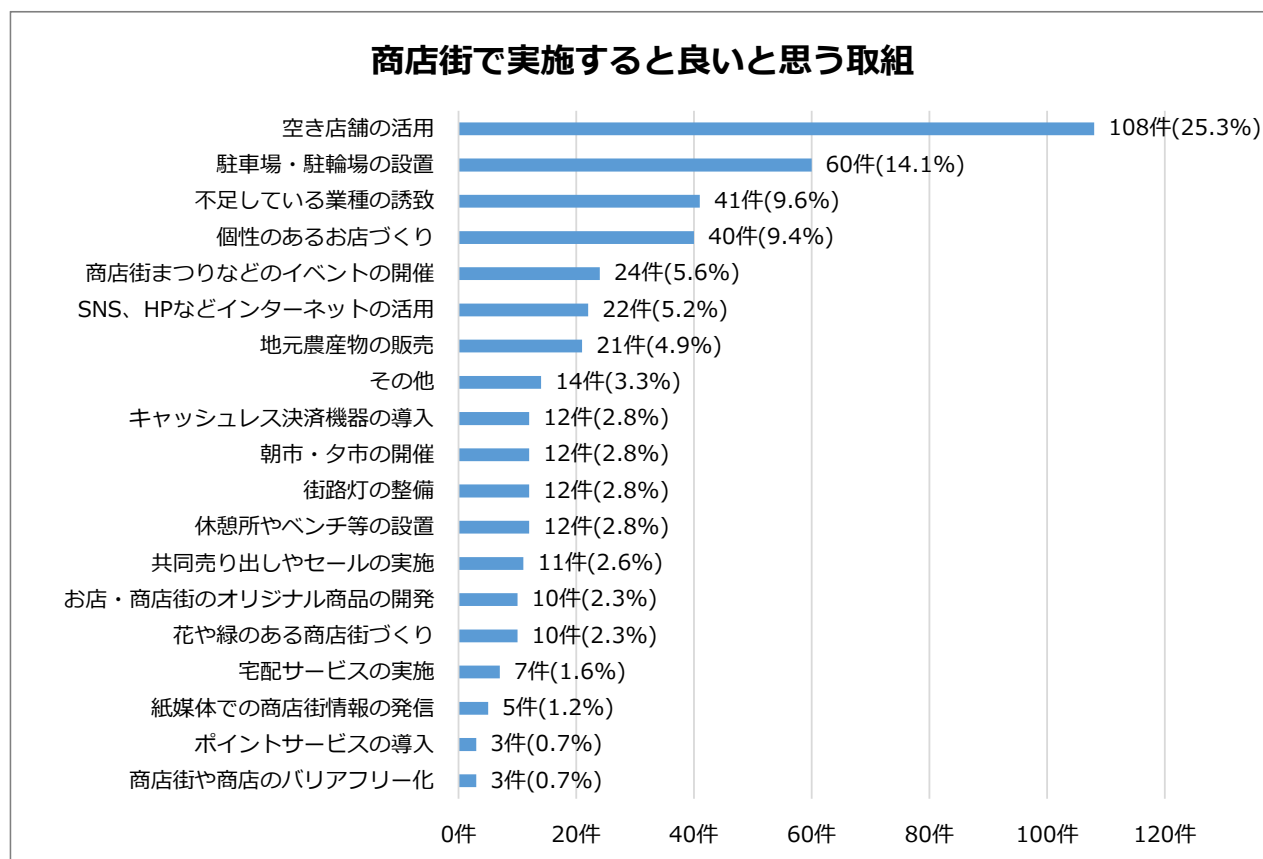
「費用への補助」が50件と最も多く、次いで「後継者の教育」42件、「後継者の探索・確保」と「全般的な相談窓口の設置」が32件と続く。

事業承継予定の人については、セミナーの開催よりも相談窓口の設置を必要とする回答が多かった。



タ 商店街で実施すると良いと思う取組

「空き店舗の活用」が25.3%と最も多く、「駐車場・駐輪場の設置」14.1%、「不足している業種の誘致」9.6%、「個性あるお店づくり」9.4%と続く。

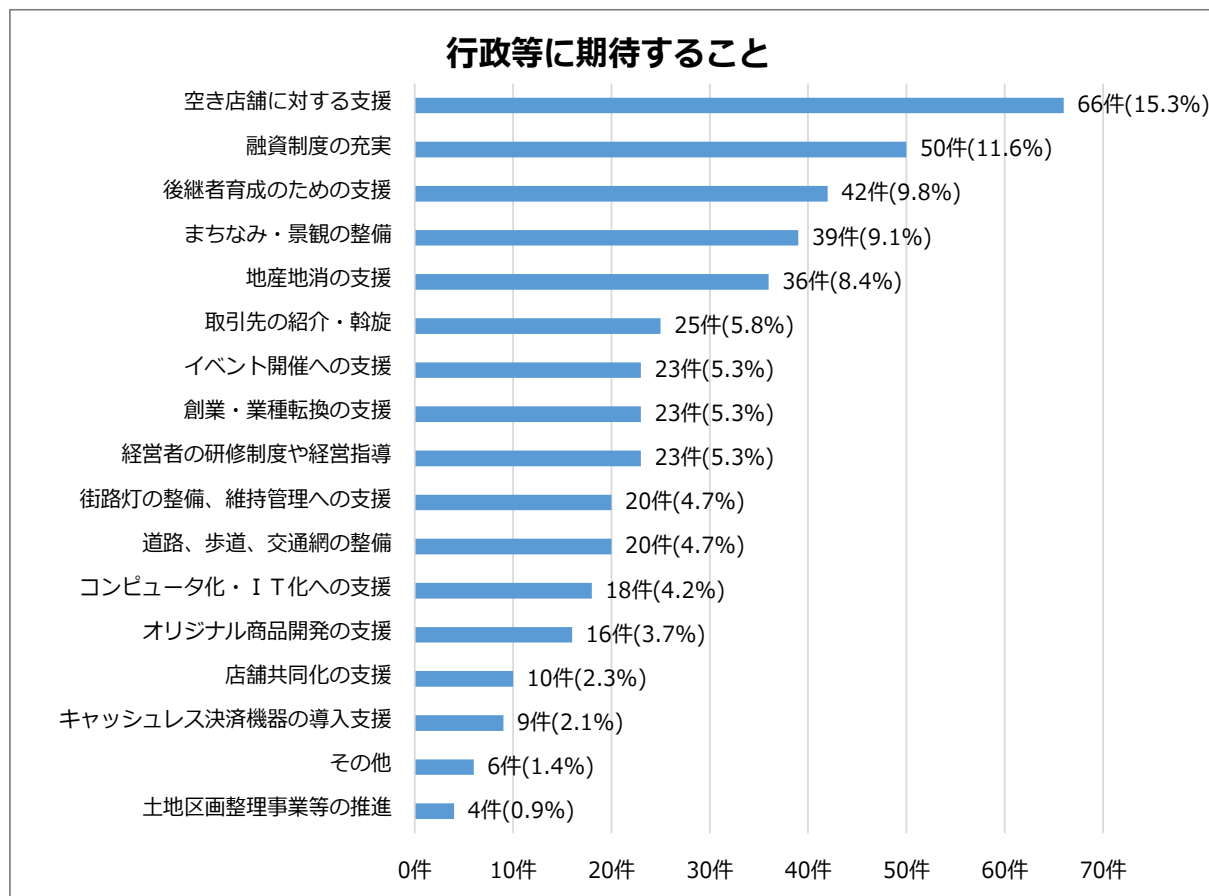


（その他）

観光中心の街並みづくり、プレミアム商品券、タクシー・代行、大手企業の誘致、飲食店の昼夜の営業、新しい商店街を作る、百貨店のように業種ごとにお店を一か所・一エリアにまとめる、区長会等の連携

チ 行政等に期待すること

「空き店舗に対する支援」が15.3%と最も多く、「融資制度の充実」が11.6%、「後継者育成のための支援」9.8%、「まちなみ・景観の整備」9.1%、「地産地消の支援」8.4%と続く。



(その他) プレミアム商品券、居心地の良い場所の設置、タクシー・代行

ツ 喜多方市の商業振興策について（自由記述より抜粋）

- 市内在住の若者たちが開業して事業を行うための支援が必要
- 移住者が中心となって商売をはじめられる環境、支援対策をしてほしい
- センスが良いお店、店舗が増えれば若者たちも開業したいと思える街になると思う
- チャレンジショップなどへの支援、レトロ横丁商店街と名に則した提案、助成などあれば良い
- 空き店舗情報が共有化されたらよい
- 他地域からの起業家を募集する
- 市で土地を借りるか購入し、市営の無料駐車場を作り、祭りなどで自由に使用できるようにする
- メインストリートの夜がさびしいので、一つの物件を昼と夜で2者が利用できる所があればよい
- 行ってみたい店が少なく、あってもそれぞれが離れているため、観光や買い回りがしにくい
- 旧東高校の再利用は観光施設との話があるが、若者の働く企業が必要
- 桜の時期の駐車場の料金はもっと上げてほしい
- 一目で分かる市内の商業マップ（web・紙ベース両方）があると嬉しい
- ラーメン、そばだけでなく、観光全般のPRをネットやSNSで全国や世界に向けて発信して欲しい
- 外国語表記の看板の設置
- 温泉などを活用した宿泊施設の充実
- ペット同伴可能な飲食店や宿泊施設があると、観光客や地元の人でも利用したいと思うのでは
- ホテルや宿ではなく、キャンプ場などがあると若い人に受け入れられるのでは
- 観光客を足止めできる政策を考えて欲しい
- レトロ商店街の特色をもっと常設的な形でやった方がよい
- 祭りやイベントを開催する上で、もっと地元の商店街の売上や活性化に目を向けてほしい。新潟市のイベントでは露天商を禁止して地元の商店や保護者会、婦人会が出店している
- イベントの実施で煽りを受ける業種があることも理解して欲しい
- 観光客サービスばかりでなく第1次産業（農業・林業等）が伸びるような施策をとって欲しい
- 市内ばかりに力を入れすぎで、塩川・熱塩・山都・高郷のことを考えた施策の考案を
- 姉妹都市、友好都市でのイベントに声がかかっていないように思う
- 蔵はあるが人、店、活気がないので、店を開け続けることが大切
- 市役所職員、県職員、団体職員、銀行員等々出向している人が街へ出る
- 「ラーメン課」と「そば課」に期待する
- 農産物のブランド化
- プレミアム商品券は有効
- 地元の小売業者の減少と高齢化で、流通が大手に占められており、卸売業が成り立たなくなっている
- コンビニや大型店の安売りで売上げは落ち、私達も高齢になったので店を閉めようと考えている
- 喜多方市で個人的に商売をするのは無理だと感じる
- 現状、危機感を持つ者がいない

商業振興ビジョン策定に係る商業者懇談会における主な意見

商業振興ビジョンの策定にあたり、本市商業の現状や課題について、より広く商業者のご意見を伺うことで、アンケート調査の補完とニーズの把握を行った。

(1) 日 時 令和6年9月18日(水) 9時30分

(2) 場 所 喜多方市役所 庁議室

(3) 参加者

【商業者】

○会津喜多方商工会議所

サービス業部会 山中 宏行 様 ((株) プロジェクト会津)

商業部会 板橋 真仁 様 ((有) 真美商)

飲食業部会 渡邊 眞悟 様 (nichi nichi coffee)

○きたかた商工会

サービス業部会 星 彰雄 様 (会津コンピュータシステム)

サービス業部会 渡部 正弘 様 (NABEトラベル)

商業部会 菅谷 英彦 様 (スガデン)

商業部会 山口 謙太郎 様 (山口酒店)

○会津喜多方商店街連合会

副会長 阿部 浩一 様 ((有) 冠木薬店)

【オブザーバー】

○会津喜多方商工会議所

参事兼相談所長 高久 大志 様

○きたかた商工会

経営指導員 大武 拓路 様

(4) 懇談会における主な意見

- ・市内の商業発展には観光誘客による外貨の獲得が必要。福島空港には結構人が来ているようなので、そこから喜多方に来るような取組はできないか。
- ・市内に宿泊施設(ホテルに限らず民泊なども)を増やすような取組や宿泊施設をまとめたPRを商工会議所や観光交流課にしてほしい。
- ・事業承継について、正直言って儲けが出ないような事業を引き継ぐわけで、承継したけど続かなかつたとならないように、承継したあとのフォローも重要なのではないか。
- ・ターゲットを誰にするのか、具体的に煮詰めた方が対策や個店での活動に活かせるのではないか。
- ・事業承継せずに廃業する予定のお店は、その後どうするのか。商店や事業所を減らさないようにどうサポートしていくのか。
- ・各事業は本当に市にとって必要なのか、市民にとって必要なのか、観光客にとって必要な

のかを考えていく必要がある。

- ・無料で提供することだけがおもてなしではない。対価に見合うものであれば、観光客もお金を払ってくれて、観光客・商店・地域活性化と三方よしになると思う。
- ・レトロ横丁商店街に出店するにあたって、お客様から駐車場を心配される声が多い。商店街の中に駐車場があると活性化に繋がるのではないか。
- ・レトロ横丁や喝采きたかたなど大きなイベントは集客力が強いが、日常的なイベント（マルシェなど）を実施できれば街なかの回遊性があがるのではないか。
- ・市でやっているデマンド交通のるーとを使って買い物に来るのもいいが、買い物弱者と言われる方々に商品を直接配達するようなサービスがあればなおよいと思う。
- ・塩川町について、空き店舗とかシャッターが閉まっているとかを見ると寂しいと感じる。
- ・買い物に出たい、外出したいと思えるような街にしたい。
- ・最近の気候変動で、暑い日が多い。暑いと外出を渋ってしまう。環境対策も必要なのだと思う。
- ・人口減少が続いていく中で、商業を活性化させるには観光とリンクさせることが重要。DCも始まるし、観光課の方と連携して商店街が発展するようにやっていただきたい。
- ・人口が減っている中で、売上を維持しようと思うと去年以上の努力が必要。私のような小売業では、高齢者への丁寧な対応だったり、迅速な動きだったり、そんなことぐらいしかできない。
- ・プレミアム商品券事業は助かった。
- ・消費者の需要は変わらずにあると思うが、事業を続けていける人が少ないのが問題。町が持っている機能、サービスが相当落ちていると感じる。
- ・お店が減れば住む人も減るの悪循環になるので、事業承継へのサポートを一番の喫緊の課題として取り組んでほしい。
- ・事業承継については、市が持っている情報を最大限に活用して、事業を引き継ぎたい人とやりたい人とのマッチングを支援してほしい。
- ・物価高騰の影響が強い。こんなに店内の値札を何回も変えたことは経験がない。物価高騰対策補助金や融資制度、利子補給などの支援を継続してほしい。
- ・一番困っているのは跡取り問題と空き店舗が増えていること。
- ・空き店舗については、実際にまだそこに住んでいる方は、貸しづらいし貸したくない。生活の場と商業の場を分けられるような動きが商工課であったと思うが、そのところをよろしく願いたい。
- ・私は市内で買える物はできるだけ市内の個人商店を利用している。市役所からも市民や職員に向けて「地元の店を利用しましょう」と呼びかけをするだけでも地元にお金が落ちるのではないか。強制はできないが、呼びかけだけでもいいのかなと思う。
- ・事業承継については、どうしてもマイナスのイメージが先行しやすい。マイナスではなくて、地域にとってプラスになるんだという雰囲気醸成していくことが必要。

県立喜多方桐桜高校生徒との懇談会における主な意見

商業振興ビジョンの策定にあたり、次代を担う高校生に本市商業との関りや感じていること等を伺った。

- (1) 日 時 令和6年9月24日(火) 16時00分
- (2) 場 所 県立喜多方桐桜高等学校
- (3) 参加者 県立喜多方桐桜高校 経営マネジメント科3年生 5名
- (4) 懇談会における主な意見
 - (ア) 普段の買い物場所について
 - ・ コープ、アオキ、ダイソー、リオンドール、ツルハドラッグ、ウェルシアなど。
 - ・ リオンドール喜多方西店は、ツルハ、ダイソーも併設され、利用が多い。
 - ・ 休日の買い物先はドン・キホーテなど会津若松の店舗によく行く。
 - ・ ネットショッピングは日常的に利用している。
 - (イ) 商店街の利用について
 - ・ クレープ&カフェくるくるは友達とも家族ともよく利用する。
 - ・ 花束が必要な際に生花店を利用する。
 - (ウ) 商店街について思うこと、あればいいなと思うお店や機能
 - ・ 若者向けの洋服店。大型店ではなく、個人のセレクトショップ。
 - ・ カフェや雑貨屋。コックツリーのような明るく映えるお店。小さなお店でよい。
 - ・ セルフの写真館が商店街にあると、観光客も記念写真が撮れていいのでは。
 - ・ 商店街は雰囲気が暗い。明るい雰囲気のお店が欲しい。
 - (エ) 喜多方市に住んでいて感じる良い点
 - ・ 四季がよく分かり、自然豊かで景観のよい場所も近くにある。
 - ・ お祭りなどのイベントが多くある。
 - ・ 普段の買い物には特に困っていない。
 - ・ ラーメンが美味しい。
 - (オ) 喜多方市に住んでいて感じる悪い点
 - ・ 駅前が寂しい。人気のお店、商店街も駅から遠い。
 - ・ 以前、駅前のイルミネーションがあったが復活して欲しい。
 - ・ 賑やかな場所がバラバラに点在している。
 - ・ 交通手段が少なく、雨が降ると出かけられなくなる
 - ・ 街灯が少なく、夜間暗い。
 - ・ 休日に友達と遊ぶところがない。具体的にはショッピングモールが欲しい。
 - ・ 映画館がない。ただし、行く頻度が少ないので、あまり困ってはいない。
 - (カ) 喜多方市に住み続けたい、将来戻ってきたいと思うために必要なこと
 - ・ 結婚や住宅に関するサポートや補助がしっかりしていること。
 - ・ お祭りなどのイベントが多いこと。戻ってきて友達と会ったりする機会になる。
 - ・ 自然の豊かさと日常生活の利便性の両立。
 - ・ 結婚して子供ができたとき、親子で色々体験できるお店やイベントがあること。
 - ・ 子供と散歩できる環境、自然のある場所があること。

策定の経過

令和6年

6月 1日 アンケート調査の実施

- ・市民向けアンケート

20歳以上無作為抽出 1,200名に送付

- ・商業者向けアンケート

商工会議所、きたかた商工会の商業関係部会員 601名に送付

9月18日 商業振興ビジョン策定に係る商業者懇談会

- ・会津喜多方商工会議所及びきたかた商工会商業関係部会

9月24日 県立喜多方桐桜高等学校生徒との懇談会

- ・経営マネジメント科3年生 5名

10月21日 商業振興ビジョン策定検討会議（第1回）

（1）商業振興ビジョンの改定にあたって

（2）商業振興ビジョン（R2～R6）の実績について

（3）喜多方市商業の現状と課題及び方向性について

12月13日 商業振興ビジョン策定検討会議（第2回）

（1）第1回検討会議 委員意見等に対する対応について

（2）事前配付資料からの修正点について

（3）喜多方市商業振興ビジョン（案）について

令和7年

1月20日～ 庁内関係課へ意見照会

1月31日 庁議

- ・商業振興ビジョン原案の概要について

2月14日 市議会全員協議会

- ・商業振興ビジョン原案の概要について

2月21日～3月7日 パブリックコメントの実施

月 日 決定

喜多方市商業振興ビジョン策定検討会議の構成

喜多方市商業振興ビジョン策定検討会議委員

(順不同・敬称略)

	団 体 等 名	氏 名	職 名
1	会津喜多方商工会議所	星 宏一	副会頭
2	きたかた商工会	鈴木 洋一	事務局長
3	一般社団法人喜多方観光物産協会	樟山 敬一	会長
4	独立行政法人中小企業基盤整備機構 東北本部	高橋 哲	地域・連携支援部長
5	会津地方振興局	鶴巻 貴司	企画商工部長
6	会津喜多方商店街連合会	長島 慶司	会長
7	山都町スタンプ会	渡部 和昭	会長
8	生活協同組合コープあいづ	皆川 一郎	専務理事
9	公立大学法人会津大学短期大学部	八木橋 彰	産業情報学科 准教授
10	喜多方市金融団	村上 将臣	代表 (東邦銀行喜多方支店長)
11	公募	石田 俊輔	
12	公募	土手 恵	
13	喜多方市	都倉 浩二	産業部長

事 務 局

1	産業部 商工課	鈴木 美智子	課長
2	産業部 商工課	齋藤 哲	課長補佐
3	産業部 商工課 商工業・雇用・創業支援班	三浦 大典	副主任主査
4	産業部 商工課 商工業・雇用・創業支援班	渡部 裕樹	主査
5	産業部 商工課 企業立地・企業支援推進班	唐橋 尚史	主査
6	産業部 商工課 商工業・雇用・創業支援班	渡部 千咲	副主任主査

策定検討会議設置要綱

喜多方市商業振興ビジョン策定検討会議設置要綱

(設置)

第1条 本市商業振興の方向性及び将来像を体系的に示し、計画的に推進するための指針となる喜多方市商業振興ビジョン（以下「ビジョン」という。）の策定について検討を行うため、喜多方市商業振興ビジョン策定検討会議（以下「検討会議」という。）を設置する。

(所掌事項)

第2条 検討会議は、次に掲げる事項を所掌する。

- (1) ビジョンの策定等に関する事
- (2) ビジョンの策定等のために必要な事項に関する事
- (3) その他検討会議が必要と認める事項に関する事

(組織)

第3条 検討会議は、別表に掲げる者（以下「委員」という。）をもって組織する。

(会長及び副会長)

第4条 検討会議に会長及び副会長をそれぞれ1名置き、委員の互選によりこれを定める。

2 会長は、検討会議を代表し、会務を総理する。

3 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。

(任期)

第5条 委員の任期は、委嘱の日からビジョンが決定される日までとする。ただし、委員が欠けたときは、必要に応じて委員を補充するものとし、その任期は前任者の残任期間とする。

(会議)

第6条 検討会議の会議は、会長が招集し、会長が議長となる。ただし、最初にかれる会議は市長が招集する。

2 会長は必要があると認めるときは、委員以外の者の出席を求め、その意見を聴くことができる。

(庶務)

第7条 検討会議の庶務は、産業部商工課 商工業・雇用・創業支援班において処理する。

(補則)

第8条 この要綱に定めるもののほか、検討会議の運営に関し必要な事項は、会長が別に定める。

附 則

1 この要綱は、令和6年5月1日から施行する。

2 この要綱は、ビジョンの策定が終了した時をもって廃止する。

別表（第3条関係）

No.	団体等名	摘 要
1	会津喜多方商工会議所	商工関係団体
2	きたかた商工会	商工関係団体
3	喜多方観光物産協会	観光・物産関係団体
4	中小企業基盤整備機構	行政機関
5	会津地方振興局	行政機関
6	会津喜多方商店街連合会	小規模事業者
7	山都町スタンプ事業協同組合	小規模事業者
8	生活協同組合 コープあいづ	大規模事業者
9	公立大学法人 会津大学短期大学部	学術研究機関
10	喜多方市金融団	金融機関
11	公募	消費者
12	公募	消費者
13	喜多方市産業部	市職員



〒966-8601

福島県喜多方市字御清水東 7244 番地 2

産業部商工課 商工業・雇用・創業支援班

電話 (0241) 24-5233

FAX (0241) 25-7073

令和7年 月