

安芸市中心商店街等振興計画

令和4年(2022年)5月

安芸市中心商店街等振興協議会

目 次

安芸市中心商店街等振興計画策定にあたって	1
第1章 安芸市中心商店街等の概要	
(1) 安芸市中心商店街等の位置及び範囲	2
(2) 安芸市中心商店街等の現状	3
(3) 安芸市中心商店街等の課題	11
第2章 安芸市中心商店街等振興計画の基本方針等	
(1) 計画の位置づけと計画期間	12
(2) 基本方針	13
(3) 安芸市中心商店街等振興のための基本となる取組	14
第3章 安芸市中心商店街等振興に向けた取組と数値目標の設定	
(1) 目標達成に向けた取組	15
(2) 目標達成に向けた数値目標の設定	16
(3) 振興実現に向けた推進体制	17
【参考資料編】	
参考資料 1 安芸市中心商店街等振興協議会委員名簿	18
参考資料 2 安芸市中心商店街等振興協議会設置要綱	19
参考資料 3 安芸市中心商店街等振興協議会開催状況	20
参考資料 4 安芸市中心商店街等振興協議会ワーキンググループ開催状況	21
参考資料 5 アクションプラン（行動計画）案	22
参考資料 6 アクションプランの種（取組のアイデア）	25

安芸市中心商店街等振興計画策定にあたって

安芸市では、構造的課題である人口減少、高齢化等に加え、県立安芸中学校/高等学校・安芸桜ヶ丘高等学校の統合、市役所新庁舎や統合中学校の建設進展と跡地活用の検討、高規格道路の整備進展等により、今後、人の流れや商業環境が急激に変わることが見込まれます。

こうした変化に対応するため、令和3年11月1日、中心商店街等及び周辺事業者、商工会議所、観光協会、行政等で構成される「安芸市中心商店街等振興協議会」（以下「協議会」という。）を設立し、中心商店街等振興を目的とした「安芸市中心商店街等振興計画」の策定を目指して、全3回にわたって協議・検討を重ねてきました。

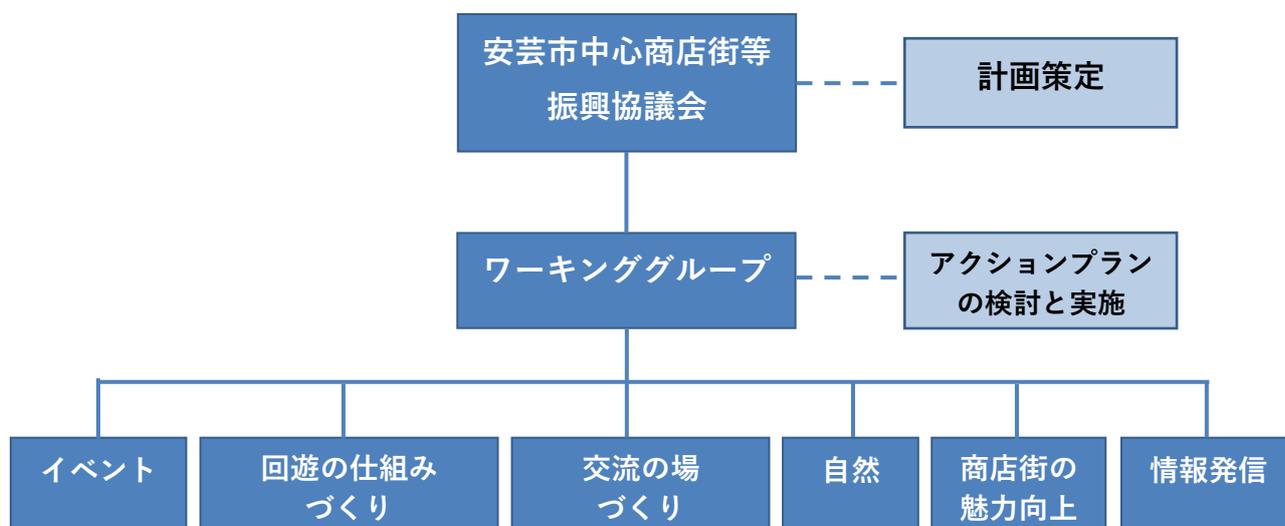
また、「安芸市中心商店街等振興協議会ワーキンググループ」（以下「ワーキンググループ」という。）を立ち上げ、中心商店街等及び周辺事業者、関係機関、地元高校生等が参加し、全6回にわたり、現状や課題、地域資源の洗い出し、振興の取組についてのアイデア出しやアクションプラン（行動計画）の検討等を実施しました。

ワーキンググループでの検討内容は、本計画の現状や課題、基本となる取組などに反映されており、多くの皆さまの安芸市への想いが詰まった計画となりました。

これから協議会を中心に、事業者、関係機関、行政の皆さまと共に、計画に基づきPDCAサイクルを回しながら取組を推進し、中心商店街等の振興を目指していきます。

令和4年5月 安芸市中心商店街等振興協議会

【安芸市中心商店街等振興協議会体制図】



第1章 安芸市中心商店街等の概要

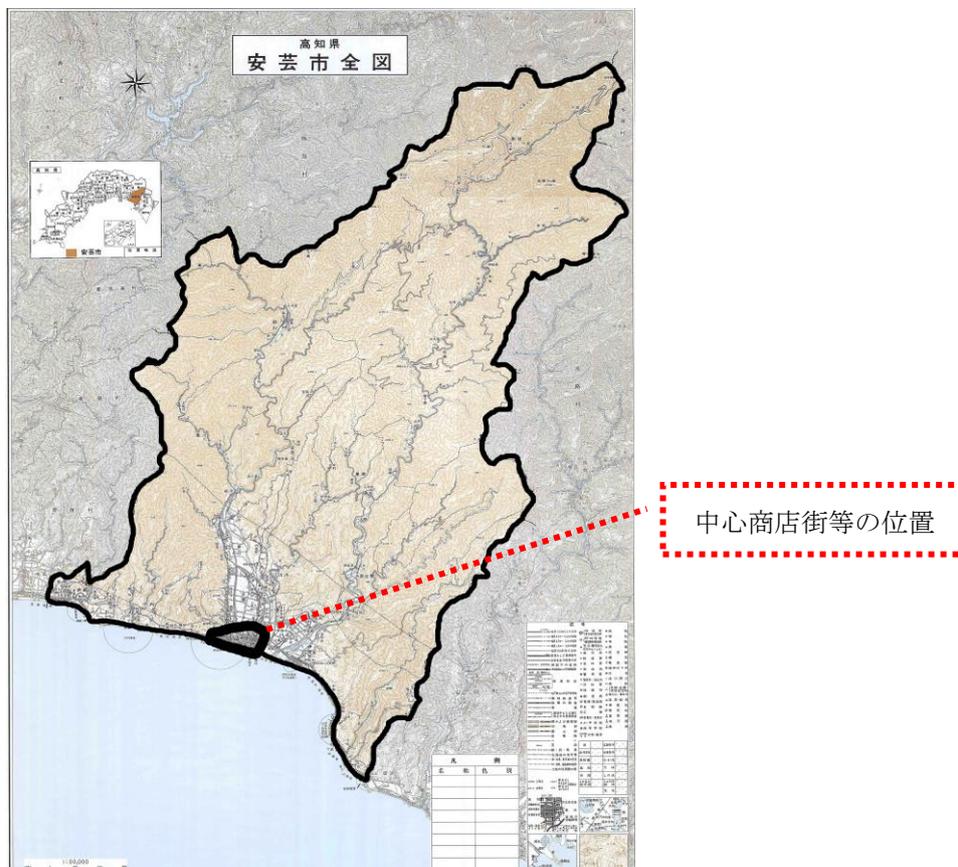
(1) 安芸市中心商店街等の位置及び範囲

安芸市は、県都・高知市から東へ約40キロに位置し、南は土佐湾に面し、北は四国山地を背にする美しい自然に囲まれた県東部の中核都市です。全国最大級の施設園芸地帯として、ナスなどの環境保全型農業に取り組んでおり、柚子、チリメンジャコの産地、明治時代の野良時計、国の重要伝統的建造物群保存地区に選定された土居廓中の武家屋敷群、岩崎彌太郎生家と三菱グループ源流の地、書道・童謡・陶芸のまち、阪神タイガース・大学・高校野球のキャンプなど、歴史と文化の香るまち、スポーツキャンプのまちとして、全国に情報発信しています。

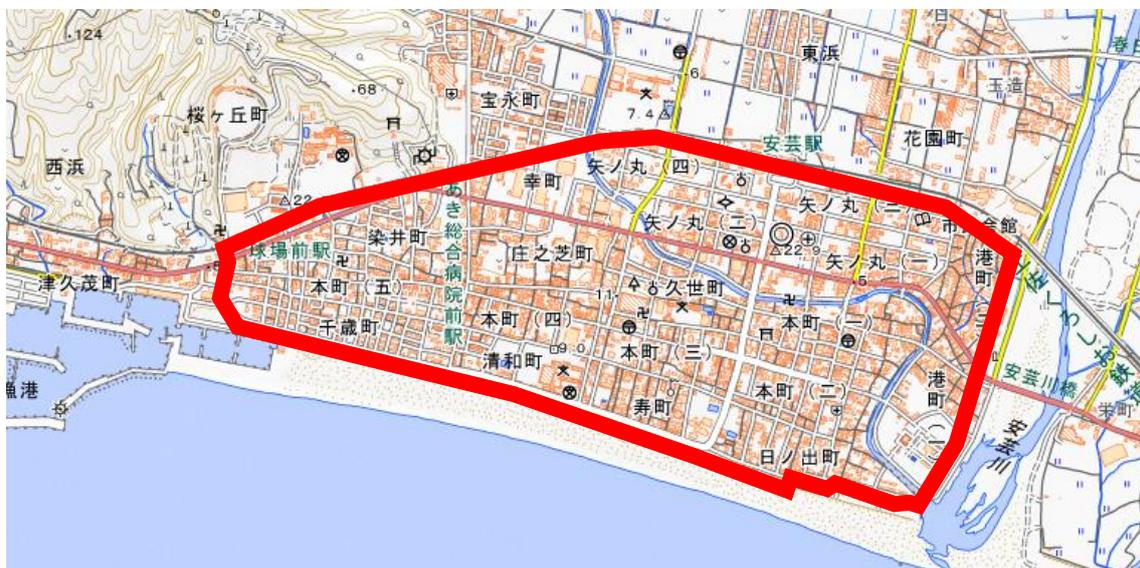
安芸市の中心商店街等は、安芸平野の中央・海岸部にあたり、駅や商業施設が集積していることから東部圏域の商業拠点となっています。

本計画における中心商店街等は、球場前駅以東、安芸橋以西、ごめん・なはり線以南の範囲とします。

【中心商店街等の位置】



【中心商店街等の範囲】



(2) 安芸市中心商店街等の現状

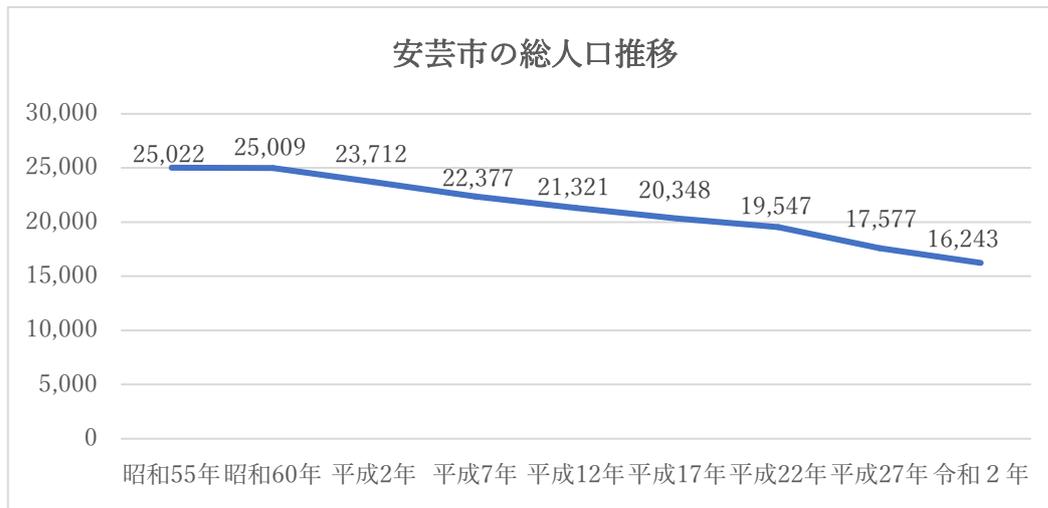
○歴史・文化・自然

安芸平野は古代から農業地帯として開けていました。以来、この地域で発達してきた安芸市は、明治29年、安芸村が町制を敷き、その後、穴内村が安芸町と合併したのち、昭和29年8月、安芸郡安芸町を中心に土居・川北・伊尾木・東川・井ノ口・畑山・赤野の8町村が合併して安芸市となり、同30年4月、香美郡西川村舞川・轟を吸収合併し、現在に至っています。中心市街地である商店街・国道55号沿道には、商業、医療・福祉、教育、文化・交流や公共サービスなどの様々な広域的な都市機能が集積しており、東部圏域内の「圏域拠点」及び安芸市の経済文化の中心地となっています。

安芸市は安芸城跡・土居廓中・野良時計周辺、岩崎彌太郎生家などの歴史文化資源を有しており、国指定文化財2件、県指定文化財5件、市指定文化財20件、国登録有形文化財11件、国選定重要伝統的建造物群保存地区1地区が指定されています。また、四国山地を背にする山々や安芸川、伊尾木川などの河川、海岸等のほか、伊尾木洞のシダ群落、内原野公園など多くの自然資源を有しています。

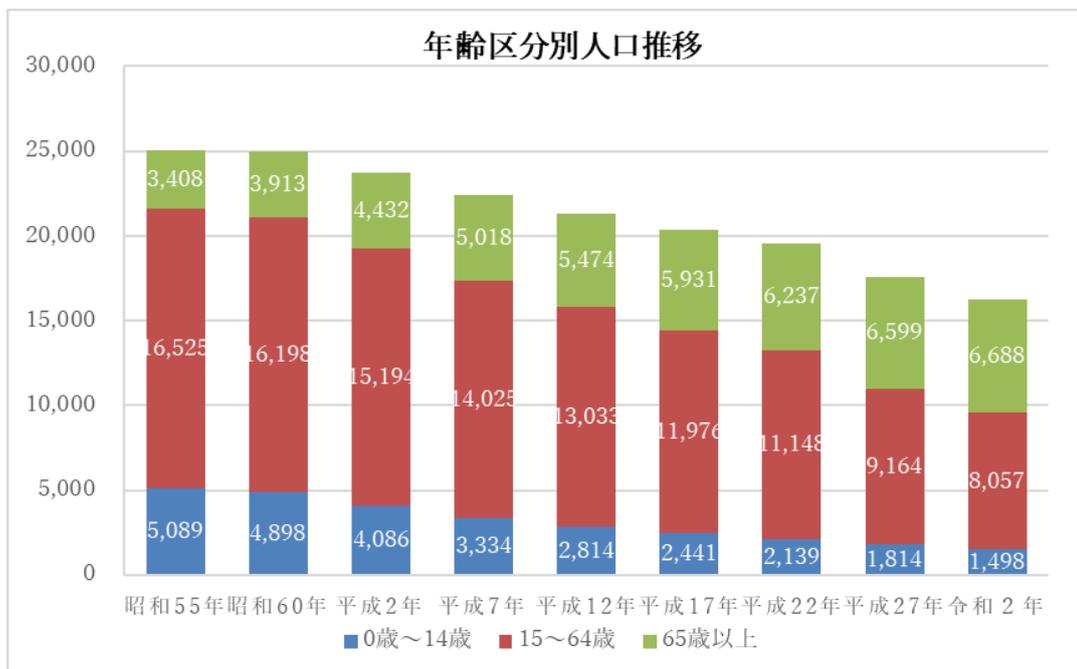
○人口推移等

安芸市は昭和35年までは、人口3万人台を維持していましたが、その後高度経済成長期を通じて、人口が急減しています。昭和45年から昭和60年には、戦前の人口規模である2.5万人程度で安定していたものの、バブル経済期に再び減少に転じ、以降一貫して減少し、令和2年にはピーク時の50%にあたる、16,243人となっています。

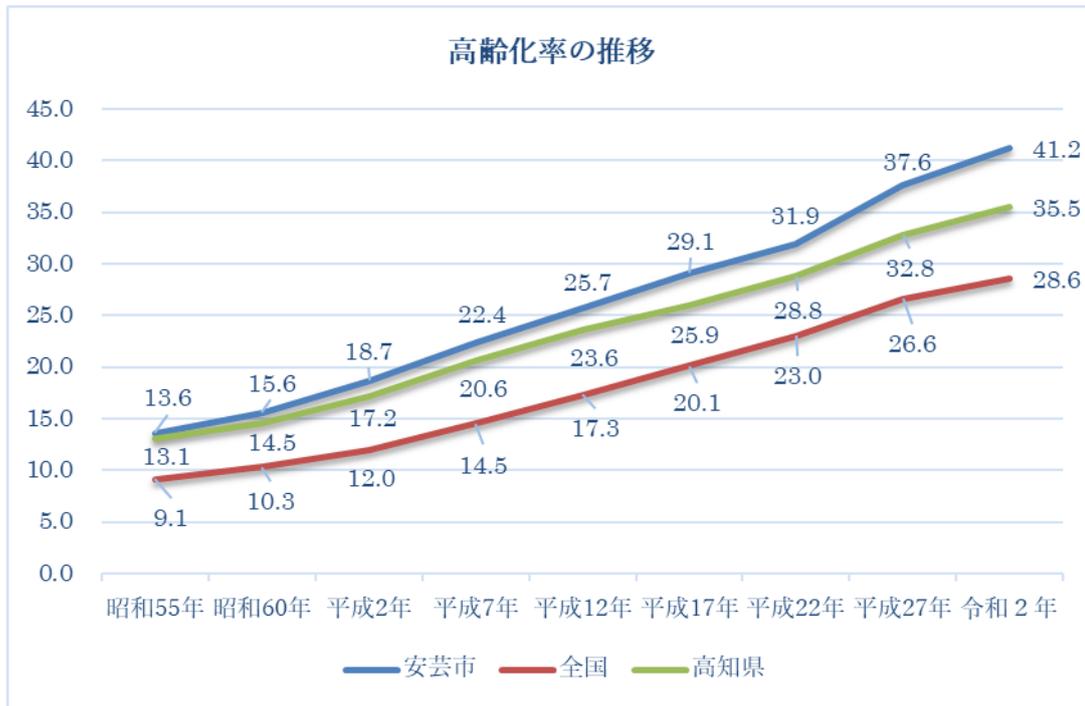


(出典：総務省「国勢調査」)

生産年齢人口は、昭和55年以降一貫して減少し、総人口に占める割合も昭和55年の66.0%から令和2年の49.6%へと40年間で16.4%低下しています。この間に、年少人口の割合が20.3%から9.2%へと半減する一方で老年人口は絶対数で96%増加し、総人口に占める割合も13.6%から41.2%へと増え、高齢化が進みました。年少人口と老年人口との逆転は、平成2年より前に発生し、令和2年では老年人口が年少人口の4.5倍に達しています。令和2年には生産年齢人口が老年人口の1.2倍程度にまで減少しました。



(出典：総務省「国勢調査」)



(出典：総務省「国勢調査」)

○交通環境特性

安芸市は、土佐くろしお鉄道ごめん・なはり線（阿佐線）が通っており、通勤・通学路線、生活路線、観光鉄道として安芸市内7駅合計で延べ約1,100人/日（令和2年度）の利用があります。

路線バスの運行は、高知から安芸間をとさでん交通、安芸から室戸・甲浦間及び馬路間を高知東部交通が運行しています。また、土佐くろしお鉄道ごめん・なはり線の開業にあわせて平成14年7月に運行を開始した元気バスは、東川・畑山など7路線で運行しており、市街地や中山間地域の足として延べ約1.5万人（令和2年度）の利用があります。

安芸市の利用交通手段（「15歳以上通勤・通学者の利用交通手段」）は、自家用車が67.0%を占めて最も多く、次いで、自転車（16.4%）、徒歩だけ（7.2%）となっています。公共交通機関である鉄道・電車は5.5%、乗合バスは0.8%となっています。

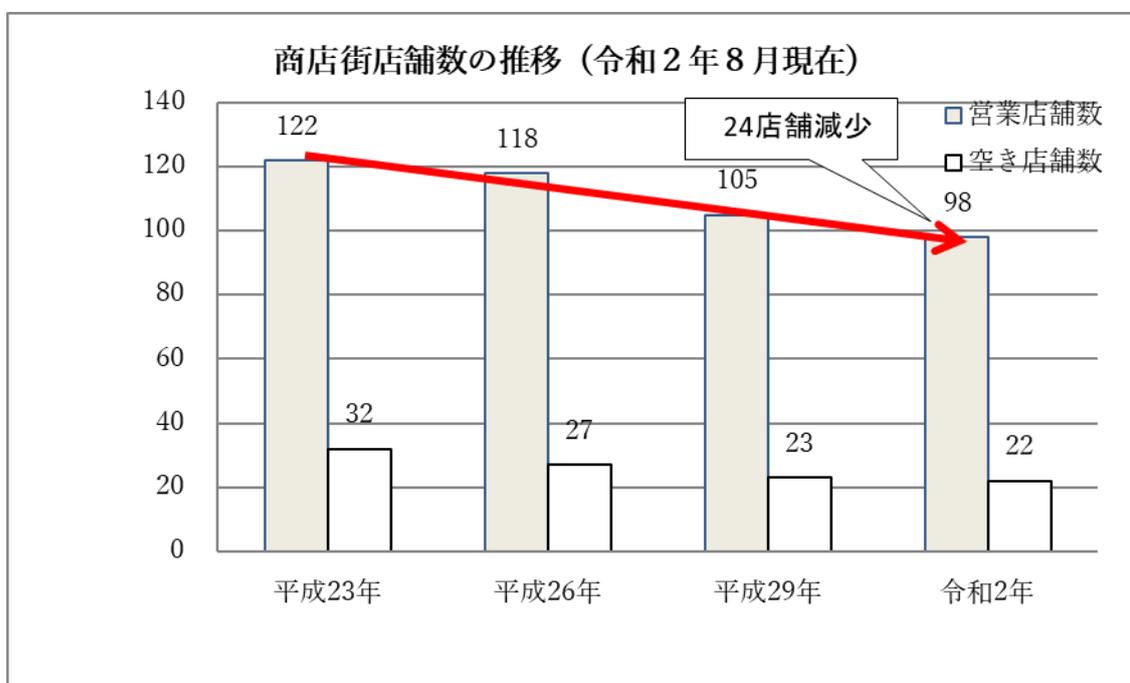
○商店街の現状

① 営業店舗数等

中心商店街の営業店舗数は、平成 23 年の 122 店舗から令和 2 年の 98 店舗へと減少傾向にあります。また、空き店舗も 32 店舗から 22 店舗に減少しており、空き店舗率は 20% 前後で推移しています。

空き店舗数の減少については、空き店舗の活用が促進された結果ではなく、調査時点で老朽化、住居専用使用等により店舗としての使用が不可能とみなし、空き店舗としてカウントしなかったことが影響しているものと考えられます。

商店街の店舗の減少は、消費者にとって商店街の買い物の場としての魅力が薄れていき、市外への消費の流出が懸念されます。



(出典：安芸商工会議所調査)

営業店舗数、空き店舗数の推移

	平成 23 年	平成 26 年	平成 29 年	令和 2 年
営業店舗数 A	122	118	105	98
空き店舗数 B	32	27	23	22
空き店舗率 B/(A+B)	20.7%	18.6%	18.0%	18.3%

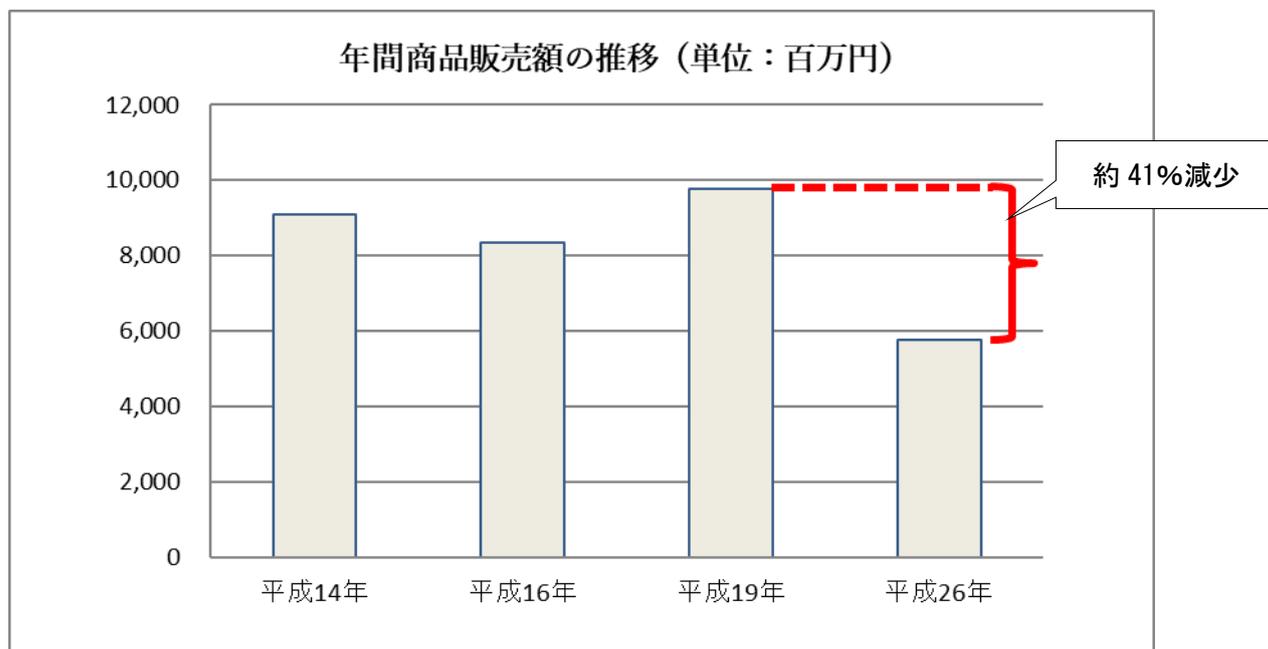
(出典：安芸商工会議所調査)

※調査対象:元町商店街、本町商店街、すまいる通り商店街、中央町商店街(令和 2 年は対象外)、西八幡商店街

②個店の売上減少

中心商店街は、人口減少や少子高齢化による需要の縮小に加え、業種業態間の競争やインターネット通販の発展による影響を受けるなど厳しい経営環境下にあります。

商店街の年間商品販売額は、平成 19 年には約 9,766 百万円でしたが、平成 26 年は 5,753 百万円となり、この間で約 41%減少しています。



年間商品販売額の推移

(単位：百万円)

	平成 14 年	平成 16 年	平成 19 年	平成 26 年
年間商品販売額	9,084	8,328	9,766	5,753

(出典：経済産業省「商業統計」)

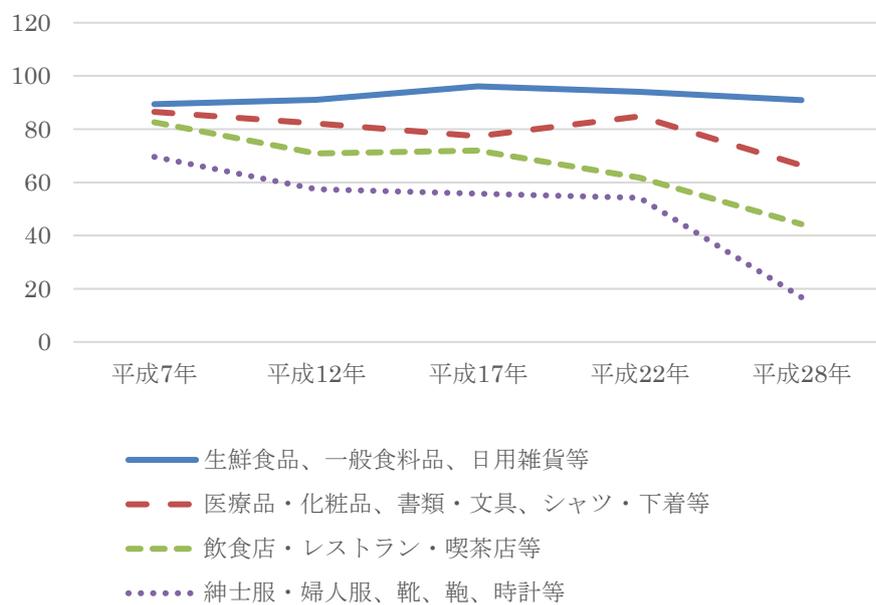
※調査対象:元町商店街、本町商店街、中央町商店街、国道沿商店街

③安芸市の消費動向

当市の地元購買率を見ると、生鮮食品等は平成 28 年で 90.9%と地元での購買率が高くなっており、地域にある量販店(6 店舗)やコンビニエンスストア(5 店舗)などの利便性の高い店舗により、生鮮食品等を中心とする日々の買い物需要の多くは一定満たされていると考えられます。

一方、紳士服・婦人服などの品は 16.8%と低くなっており、市外への流出が顕著になっています。

地元購買率の推移



地元購買率

(単位：%)

	平成7年	平成12年	平成17年	平成22年	平成28年
生鮮食品、一般食料品、 日用雑貨等	89.4	91.1	96.1	94.0	90.9
医療品・化粧品、書類・ 文具、シャツ・下着等	86.5	82.2	77.3	84.8	66.4
飲食店・レストラン・喫 茶店等	82.6	70.9	72.0	61.8	44.3
紳士服・婦人服、靴、鞆、 時計等	69.6	57.4	55.7	54.2	16.8

(出典:高知県経営支援課「県民消費動向調査」)

④近年の商店街における取組

(i) 商い甲子園大会

平成 20 年から毎夏、安芸本町商店街に全国の高校生が集合し、テーマに沿って工夫を凝らした売り方、商品の展示などを競い合う「商い甲子園大会」が開催されています。

「商い甲子園大会」は、安芸市の真夏の一大イベントとして育ってきており、安芸市の交流人口の増加(観光を含む)、情報発信、人材育成等に寄与しているものの、個別商店への誘客効果が出ていないことが課題として挙げられます。また、コロナ禍で 2 年連続中止を余儀なくされており、大会内容の見直しも今後の課題となっています。



販売の様子



店構え



表彰式後の集合写真

(ii) 農福連携

安芸市では、障害やひきこもりなど、生きづらさを抱える人の就農を支援する「農福連携」が県内の先進地として取り組まれています。令和 2 年 4 月、安芸市本町の空き店舗を活用して就労継続支援 B 型事業所が開設され、協力農家から集めたナス、オクラなどの袋詰めが行われています。今後、中心商店街等を舞台に業種業態を越えた新たな展開(農福商連携など)が期待されます。



オクラを袋詰めする様子

○観光に関する状況

安芸市には、武家屋敷の面影が残る土居廓中（重要伝統的建造物群保存地区選定）や野良時計、三菱創業者の岩崎彌太郎生家（登録有形文化財）など、歴史と文化を感じさせるものが多くあります。

また、“童謡・書道・陶芸のまち”としても知られ、市内 10ヶ所に童謡曲碑が建立されているほか、安芸城跡には公設として全国初の書道美術館があります。

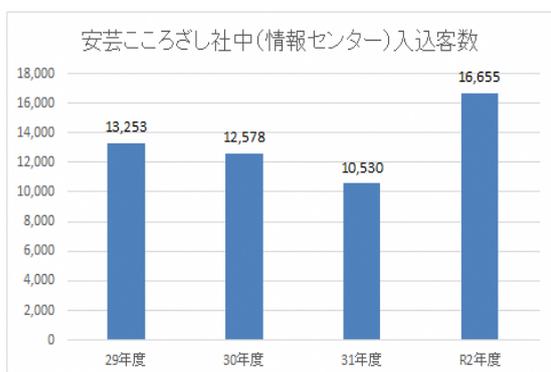
そして、200余年の歴史を誇る陶芸の里・内原野には、陶芸館、ガラス工房、阪神タイガースがキャンプを行う市営球場、さらに、近年人気を集めている国の天然記念物のシダが多く群生する伊尾木洞などの優れた観光資源を目当てに、毎年 27 万人前後の観光客が訪れています。

NHK大河ドラマ「龍馬伝」を契機に岩崎彌太郎の知名度が高まり、平成 22 年度には観光客入込数が過去最高の 62 万人となり、岩崎彌太郎生家が全国区の観光地として認知されました。「安芸市観光ボランティアガイドの会」が安芸市の観光案内の主役となり、県内外から多くの観光客を受け入れてきており、現在も日々、おもてなしの心を持って観光客の満足度の向上に努めています。

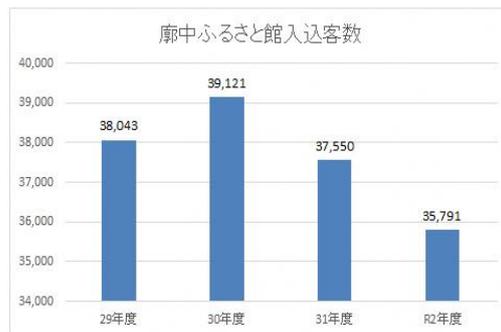
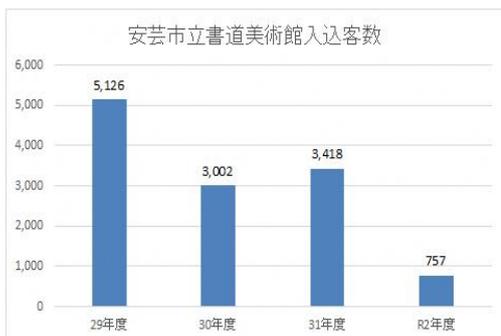
観光客に好評の「食」として平成 17 年に「釜あげちりめん丼」が開発され、平成 22 年には食による地域づくり団体として「安芸『釜あげちりめん丼』楽会」が発足しました。安芸市の水産業の要である「ちりめんじゃこ」を使ったご当地グルメを県内外へ広く PR し、令和元年には市内 16 店舗で提供されるほどになり、観光客からも好評を得ています。

上記のとおり、中心商店街等の周辺に多様な観光資源が存在しており、中心商店街等で開催される土佐の町家ひなまつり、商い甲子園大会等のイベントで連携が見られるものの、年間を通じて中心商店街等へ観光客の誘引が出来ているとは言い難い状況にあります。

また、令和 2 年に発生した新型コロナウイルス感染症の影響により、観光業や飲食業は大きな打撃を受けているのが現状です。



出典：安芸市商工観光水産課調査



出典：安芸市商工観光水産課調査

(3) 安芸市中心商店街等の課題

(1) から (2) までの現状をふまえ、協議会やワーキンググループでの現状の共有や、中心商店街等における問題点などを洗い出し、活性化について検討していく中で、次の課題が浮かび上がりました。

【課題①】 市民が集える場、地域コミュニティの場の形成

安芸市は地域に対する熱い思いを持った方々がそれぞれの分野で活動、活躍しているものの、異業種・異分野・世代間の交流が少なく、連携の弱いことが指摘されています。そのため、気軽に人が集い交流するコミュニティの場の形成と連携の仕組みづくりが課題となっています。

【課題②】 中心商店街等の魅力的な個店づくり

中心商店街等には、魅力的な店舗が多くありますが、情報発信力が弱く、駐車場情報や店舗の開店時間・休業日などが分からずに訪れにくいということが課題にあげられます。

また、店舗部分と住宅が一体となっているなど貸すことのできる空き店舗が少なく、新規の開業希望者からの問い合わせに対して、新規出店のチャンスを逃がしています。

中心商店街等に魅力的な個店を増やし、商店街等の魅力を向上するためには、個店からの積極的な情報発信や貸し出し可能な空き店舗の発掘が課題となっています。

【課題③】 魅力ある地域資源を活かした回遊性の向上

安芸市には非常に多くの地域資源(強み)が存在していますが、中心商店街等がそれを活かしてきていないことがワークショップ等で指摘されています。

中心商店街等にある自然、街並みなどの地域資源を活かし、市民や市外から訪れる人の滞在時間の延長や回遊性を向上させて、中心商店街等での消費の増加や交流人口拡大へ繋げていくことが課題となっています。

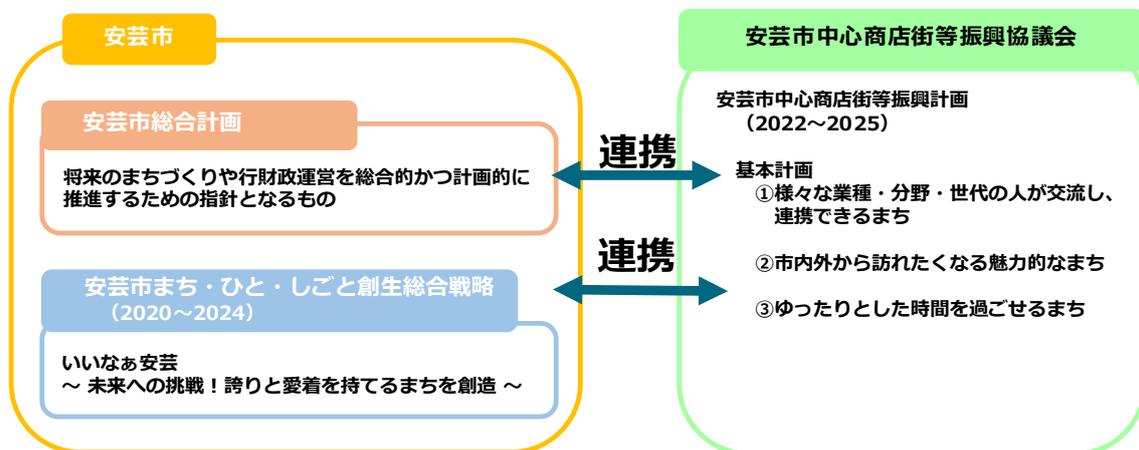
第2章 安芸市中心商店街等振興計画の基本方針等

(1) 計画の位置づけと計画期間

本計画は、安芸市の策定する「安芸市総合計画」及び「安芸市まち・ひと・しごと創生総合戦略」など関連する計画と連携をとりながら計画を実施していきます。

計画期間は、令和4年4月から、主要な事業への着手及び事業実施効果が表れると考えられる令和7年3月までの3年間とします。

○計画期間：令和4年4月 ～ 令和7年3月 （3年間）



(2) 基本方針

第1章(1)から(3)の現状や課題、協議会及びワーキンググループでの中心商店街等の目指す姿等の検討内容を踏まえて、地域資源等を活かしたにぎわいと活気ある暮らしやすいまちの実現を目指すため、中心商店街等振興計画の基本方針を次のとおり定めます。

【基本方針①】 様々な業種・分野・世代の人が交流し、連携できるまち

中心商店街等における集いの場や人と人とのふれあいを大切にした地域コミュニティの充実などを通じて、市民が盛り上がり、助け合い、楽しく過ごせるまちを目指します。

中心商店街等での異業種・異分野・世代間の交流を進めるために、気軽に人が集い交流するコミュニティの場の形成と連携の仕組みをつくり、中心商店街等のにぎわいづくりや新たな取組の創出へと繋がります。

【基本方針②】 市内外から訪れたい魅力的なまち

魅力的な個店や飲食店の充実を図り、多くの人を訪れるにぎわいのあるまちを目指します。

情報発信により商店街の認知度・利便性を向上させることで、誰もが気軽に立ち寄り、情報の出来る基盤を形成します。

貸出可能な空き家、空き店舗の発掘・確保に力を入れ、中心商店街等での新規出店を進めます。

【基本方針③】 ゆったりとした時間を過ごせるまち

安芸市民に馴染みの深い浜辺や江の川、街並みなどを活かし、回遊環境を向上させることで、ゆったりとした時間を過ごせるまちづくりを進めます。

(3) 安芸市中心商店街等振興のための基本となる取組

中心商店街等の現状・課題を踏まえ、基本方針に基づいた基本となる取組みを設定し、実行することによって、中心商店街等活性化を目指します。

【基本方針】

- ① 様々な業種・分野・世代の人が交流し、連携できるまち
- ② 市内外から訪れたいくなる魅力的なまち
- ③ ゆったりとした時間を過ごせるまち



基本方針の柱

【基本となる取組】

- ①
 - －Ⅰ 市民が集える場の提供
 - －Ⅱ 食や特産品を通じて市内外の人が交流できる場の提供
- ②
 - －Ⅰ 魅力的な個店や飲食店の充実
 - －Ⅱ 商店街の人やモノ・サービスの魅力や情報の発信
 - －Ⅲ 空き家・空き店舗の利活用
- ③
 - －Ⅰ 海、川を活用した回遊環境の整備
 - －Ⅱ 街並みを活かした回遊の仕組みの開発

第3章 安芸市中心商店街等振興に向けた取組と数値目標の設定

(1) 目標達成に向けた取組

ワーキンググループでの中心商店街等振興のための取組内容の洗い出し、検討内容の結果をふまえ、下記のとおり具体的な取組を設定します。

基本方針	基本となる取組	内 容
①様々な業種・分野・世代の人が交流し、連携できるまち	①ーⅠ 市民が集える場の提供	<p>中心商店街等での異業種・異分野・世代間の交流を進めるために、気軽に人が集い交流するコミュニティの場の形成と連携の仕組みをつくる。</p> <p>※取組の源流:交流の場づくり</p> <p>ひと、まち、しごとなどを知る場として、誰でも気軽に参加できる交流会を定期的開催する。</p>
	①ーⅡ 食や特産品を通じて市内外の人が交流できる場の提供	<p>中心商店街等における集いの場や人と人とのふれあいを大切にしたい地域コミュニティの充実を図る。</p> <p>※取組の源流:軽トラマルシェの開催</p> <p>農林水福連携に商店街が加わり、商店街で軽トラマルシェを年2回(ナス、ユズの収穫時期)開催する。</p>
①様々な業種・分野・世代の人が交流し、連携できるまち ③ゆったりとした時間を過ごせるまち	①ーⅡ 食や特産品を通じて市内外の人が交流できる場の提供 ③ーⅠ 海、川を活用した回遊環境の整備	<p>安芸市民に馴染みの深い浜辺や江の川、街並みなどを活かし、回遊環境を向上させることで、ゆったりとした時間を過ごせるまちづくりを進める。</p> <p>※取組の源流:浜弁当の復活・定着</p> <p>浜辺でお弁当を食べる「浜弁当」という地域の風習を復活させるべく、浜辺の清掃活動と浜弁当を軸に、地域に関する魅力的なコンテンツを加えたイベントを定期的実施する。</p>
②市内外から訪れたいくなる魅力的なまち	②ーⅠ 魅力的な個店や飲食店の充実 ②ーⅢ 空き家・空き店舗の利活用	<p>魅力的な個店や飲食店の充実を図り、多くの人々が訪れるにぎわいのあるまちを目指す。貸出可能な空き家、空き店舗の発掘・確保に力を入れ、中心商店街等での新規出店を進める。</p> <p>※取組の源流:若者が集まる魅力的な店作り</p> <p>空き店舗を活用し、高校生が運営するマルシェを開催する。</p>
②市内外から訪れたいくなる魅力的なまち ③ゆったりとした時間を過ごせるまち	②ーⅡ 商店街の人やモノ・サービスの魅力や情報の発信 ③ーⅡ 街並みを活かした回遊の仕組みの開発	<p>情報発信により商店街の認知度・利便性を向上させることで、誰もが気軽に立ち寄ることの出来る基盤を形成する。</p> <p>※取組の源流:MAPづくり</p> <p>住民目線で商店街等にあるお店等(飲食店、買い物できる店舗、レトロな街並み)を紹介したMAPを作成するとともに、安芸の商店街等の情報発信サイトで発信する。</p> <p>※取組の源流:店舗情報の発信</p> <p>市内の店舗情報を取りまとめ、安芸市の各観光地と特産品をコラボしたスタンプラリーを開催する。</p>

※「取組の源流」とは、多数の取組のアイデア(種)のなかから、はじめの一歩として位置付けた取組

(2) 中心商店街等振興に向けた数値目標の設定

本計画で設定した基本的な取組の推進による中心商店街等振興を目指して、下記の通り数値目標を設定し、基本的な取組内容の達成状況の把握及び定期的な進捗管理を実施します。

指 標	実 績	目標値（令和 6 年度）
交流会の実施回数 及び 参加者数	—	12 回 延べ 300 人 (R6 年度)
中心商店街等での イベント集客数	約 2,400 人 (R 元年度:高い甲子園 約 1,200 人 きさらぎ市 約 1,200 人)	3,500 人 (R6 年度:高い甲子園 1,500 人 軽トラマルシェ 2,000 人)
イベント等で活用した 空き店舗数	—	3 店舗 (R4～6 年度累計)
歩行者通行量(休日)	310 人/日 (安芸本町商店街振興組合調査: H27～31 年度平均)	400 人/日 (R6 年度)
中心商店街等への 新規出店者数	1 店舗 (R3 年度)	5 店舗 (R4～6 年度累計)
グーグルマップ店舗登録数	—	15 店舗 (R6 年度末)
安芸本町商店街振興組合の Instagram フォロワー数	196 人 (R3 年度末)	1,500 人 (R6 年度末)

(3) 振興実現に向けた推進体制

「安芸市中心商店街等振興協議会」において、年に1回、PDCAサイクルにより取組状況を点検・検証し、必要な対策の追加・見直しを実施していきます。定期的な検証以外にも、必要に応じて適宜協議会を開き、対策の追加や見直しを行っていきます。それぞれの基本的な取組に応じた数値目標を設定することで、PDCAサイクルによる計画の進捗管理・バージョンアップを行なっていきます。

本計画の基本となる取組の詳細については、アクションプラン（行動計画）を定め、取組を進めていきます(参考資料5)。また、ワーキンググループではアクションプランの種となる多数の取組のアイデアを提案いただきました(参考資料6)。

アクションプランを推進するなかで、これらの種をブラッシュアップし、事業の追加・見直しの必要が生じましたら、「安芸市中心商店街等振興協議会ワーキンググループ」を開催し、商店街事業者、関係事業者、地元住民等の意見を抽出し、計画へ反映させていくことで、実効性のある計画となるよう進めていきます。

計画全体の進捗管理については、安芸商工会議所、安芸市（商工観光水産課）、高知県（安芸地域本部）が四半期ごとに進捗状況を確認し、実効性を担保していきます。

【推進体制】

