

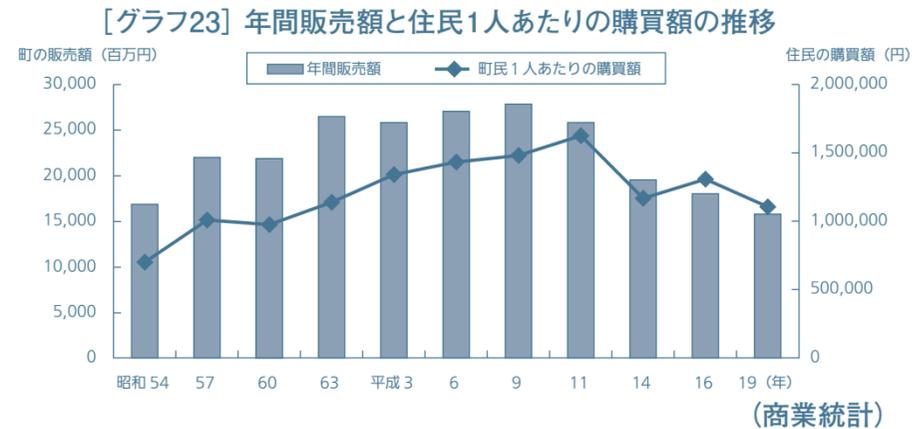
4 商業

現状

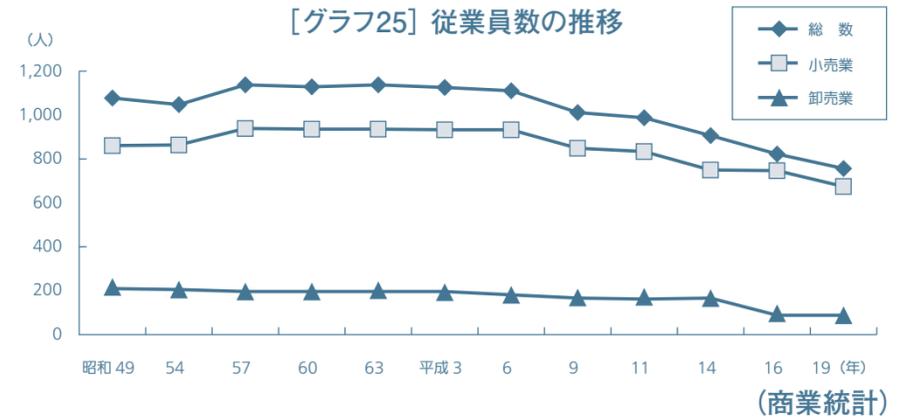
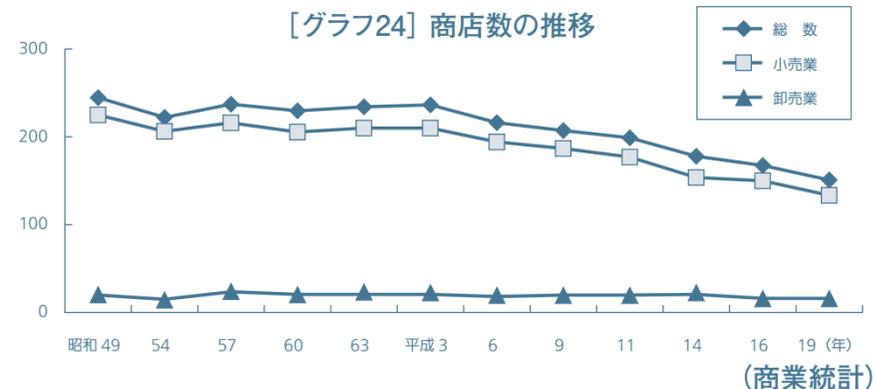
- 平成19年の商業販売額は約157億円(商業統計)で、従業員数は748人です。小売業のウエイトが高く、販売額の約7割を小売業が占めています。
- 上町商店街は昭和50年代から道道整備事業と合わせて商店街の近代化事業に取り組み、管内ではいち早く、店舗の改造、カラー舗装、共同駐車場の整備など商店街の整備を街区ぐるみで進めてきました。下町地区は、平成9年からの歴まち事業の推進と連動し、歴まち商店街協同組合が設立され、近代化事業に取り組んできました。
- 地域雇用創造推進事業の一環として、平成22年に空き店舗を活用したアンテナショップをオープンし、地場製品の販売を行っています。

課題

- 人口減少・高齢化に伴い消費が落ち込んでいるうえ、相次ぐ大型店舗の閉鎖により中心市街地の空洞化が進み、町全体の購買力が低下しています。



- 商店数は平成3年以降減少傾向が続いており、従業員数も減少し、担い手も不足しています。また、大型空き店舗の建物・跡地対策も大きな課題となっており、町のにぎわい再生のためには、市街地の活性化が重要な課題となっています。



- 近隣型スーパーの撤退は、買い物の利便性が低下し、高齢者など交通弱者の買い物困難者の発生が懸念されています。
- 下町ゾーンと上町ゾーンによる2階建て構造により市街地を形成しているため、それぞれの市街地の特色を生かした活性化が重要な要素となっています。
- 地元の商店街として、地域資源活用型の商品開発や直販の場の拡大などが期待されています。

課題解決に向けた基本方針

- ・空き店舗を増加させないために、商店街の魅力向上対策を進めます。
- ・商店街のにぎわいを再生し、空洞化を抑制します。
- ・商業者の担い手の育成を進めます。(新たな事業者、経営者が起業・開店しやすい条件づくりなど)
- ・農商工の連携を深めます。(地場製品のブランド化、連携による企画イベントなど)
- ・直販で地域の住民や観光客に地場産品を提供できる場をつくります。
- ・買い物が困難な高齢者等への対策を進めます。

具体的な施策

快適な買い物環境の整備	・買い物しやすい環境づくり(景観形成、花いっぱい運動、バリアフリー対策等)の推進
商店街活性化の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街の魅力を高めるための取り組みの推進(商店街のリフレッシュ、個店の魅力向上対策) ・空き店舗対策の推進 ・空洞化が進む中心市街地及び商店街の活性化 ・江差商工会との連携による商業振興の取り組みの推進 ・官民連携による買い物の利便性向上対策の推進 ・住民が地元で買い物をする意識の向上
担い手の育成	・サービスの質の向上に向けた人材育成等研修の推進