

宮古市商業振興ビジョン

平成 28 年 3 月

宮古市

ごあいさつ



宮古市は、宮古の商業振興を目的として、平成23年度から平成27年度までを計画期間とする宮古市商業・観光振興ビジョンの策定を進めておりました。

しかし、平成23年3月11日に東日本大震災が発生し、宮古の商業を取り巻く状況は一変いたしました。

市は、宮古市東日本大震災復興計画等に基づき、「産業・経済復興」を都市基盤づくりの柱の1つに掲げ、多岐にわたる対策事業を迅速かつ着実に実施し、商業の早期の復興・再生に取り組んでまいりました。

東日本大震災の甚大な被害を乗り越え、地域経済を復興させていくためには、市民生活を支える商業の復興が重要であり、宮古市総合計画においては「活力に満ちた産業振興都市づくり」のため、魅力ある商業活動の推進と経営基盤の強化に取り組み、商業・サービス業の振興を図ってまいります。

今回、策定しました商業振興ビジョンを指針として、商業関係団体や市民の皆様と行政が協力して計画を進めることが重要となりますので、皆様の積極的な参画・協働をお願いいたします。

終わりに、計画の策定にあたり、ご審議いただきました宮古市商業振興ビジョン策定委員の皆様をはじめ、貴重なご意見、ご提言をお寄せいただきました市民等の皆様に心から感謝申し上げます。

平成28年3月

宮古市長 山本正徳

<< 目 次 >>

第1章 策定の趣旨

1. ビジョン策定の目的	1
2. ビジョンの性格	1
3. 上位計画・関連計画	1
(1) 宮古市総合計画	1
(2) 宮古市東日本大震災復興計画	4
4. ビジョンの目標年次	5

第2章 市の特性

1. 位置・自然条件	6
2. 気候	7
3. 人口	7

第3章 現状と課題

1. 宮古市の商業の動向	9
(1) 商圏構造	9
(2) 卸売業・小売業およびサービス業の状況	11
(3) 大型店の状況	14
(4) アンケート調査などから見る消費の動向	15
2. 従来からの商業地域である中心市街地の状況	20
(1) 中心市街地の位置と区域	20
(2) 中心市街地の人口	21
(3) 中心市街地の歩行者交通量等	22
(4) 商業団体	27
3. 高齢化と買い物弱者の状況	28
4. 東日本大震災からの復興	30
(1) 中心市街地商店街の復興状況	30
(2) その他の地区の復興状況	30
5. 商業の課題	32

第4章 商業を取り巻く環境の変化

1. 消費者の購買動向の多様化	34
2. 食料品・日用品小売店舗の大型化とチェーン店の進出	34

第5章 商業振興ビジョン

1. 基本方向	35
2. 施策の体系	36
3. 市、商業者、商業団体等の役割	36
(1) 市の役割	37
(2) 商業者の役割	38
(3) 商業団体等の役割	38
(4) 商工会議所の役割	38
4. 事業の概要	39
(1) 魅力ある商業活動の推進	39
(2) 経営基盤の強化	40
5. ビジョン推進のスケジュール等	41
(1) 施策の目標	41
(2) 具体的な施策の推進方策（工程表）	42

第1章 策定の趣旨

1. ビジョン策定の目的

宮古市が活気に満ちた産業振興都市として継続的に発展していくためには、市民の生活に直接かかわる商業の発展が不可欠です。

少子高齢化や地域人口の減少などに伴う購買力の低下や、景気低迷が続き買い控えや購買意欲の低下による需要の冷え込み、インターネットや通信販売の普及による生活様式の多様化、震災後さらに増えた郊外型大型店・チェーン店等の開店など、地元の商業者を取り巻く環境が厳しさを増しています。

また、事業者の高齢化や震災被害により閉店した店舗もあり、身近な食料品や日用品の店舗が減少するなどしたため、各地域や街なかにも買い物弱者が増加し、全国的にも大きな社会問題となっています。

本市の商業・サービス業の事業所数は全体の半数以上、従業者数は、全体の4割を占め、水産業や観光など他の産業や市民生活と密接に結びつく重要な産業の一つです。

本ビジョンは、東日本大震災後の状況の変化と震災復興・再生を加え商業が目指すべき方向を明確にし、官民が連携して活気に満ちた宮古市をつくるため策定するものです。

2. ビジョンの性格

本ビジョンは、新たな宮古市総合計画並びに宮古市産業立市ビジョンにおける商業分野の個別計画に位置付けられるもので、卸売業・小売業およびサービス業の振興のための取り組みの基本的な方針を示すものです。

3. 上位計画・関連計画

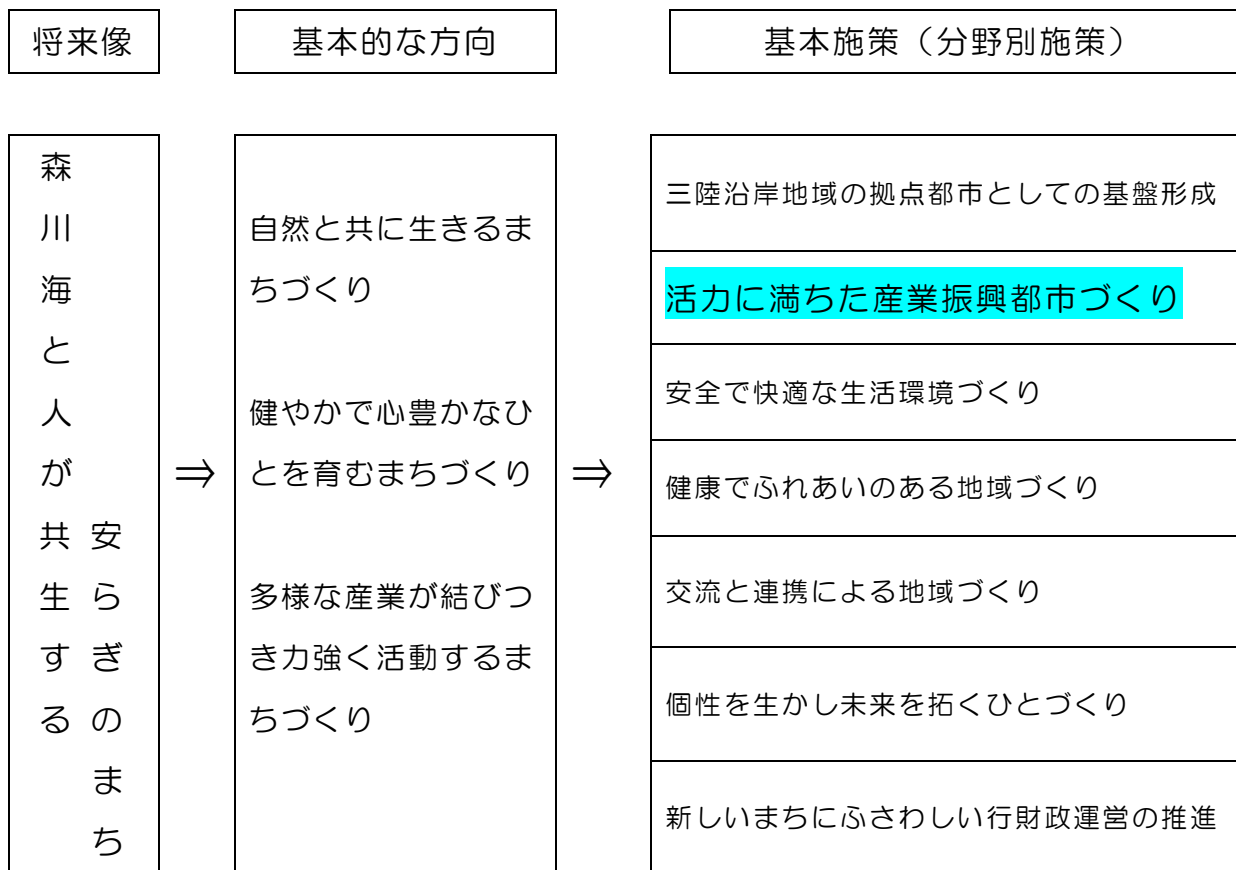
(1) 宮古市総合計画

宮古市総合計画は、市政運営の指針となる基本構想とその実現を図るための計画として、宮古市自治基本条例に基づき策定された市の最上位計画です。市の将来像、まちづくりの基本的な方向、これを具現化するための施策などが示

されており、計画期間は、平成23年度から平成31年度までの9年間となっています。

商業・サービス業の振興については、「活力に満ちた産業振興都市づくり」を推進するための施策として位置づけられており、施策の方向として「魅力ある商業活動の推進」、「経営基盤の強化」を掲げています。

【 基本構想 】



【 後期基本計画 】

基本施策	施 策	基本事業
活力に満ちた産業振興都市づくり	商業・サービス業の振興	1 魅力ある商業活動の推進 2 経営基盤の強化

《 基本事業 1 》 魅力ある商業活動の推進

○地域密着型の商業の振興と消費者のニーズに配慮した買物環境の整備を図るため、商店街の連携を図り、商店街の振興活動を支援します。

○地域コミュニティの核としての機能整備を図り、市民の参画などにより活力と賑わいのある商店街づくりを推進します。

○国等が実施する賑わいの創出事業や活性化事業等の補助金制度を活用し、市民も観光客も楽しめる賑わいのあるまちづくりと「まちなか観光プログラム」の開発に取り組みます。

○地域住民の生活にねざした商業活動を支援することにより、買い物弱者などへの対応に取り組みます。

○新規創業者に対する情報提供と創業への支援を行います。

《 基本事業 2 》 経営基盤の強化

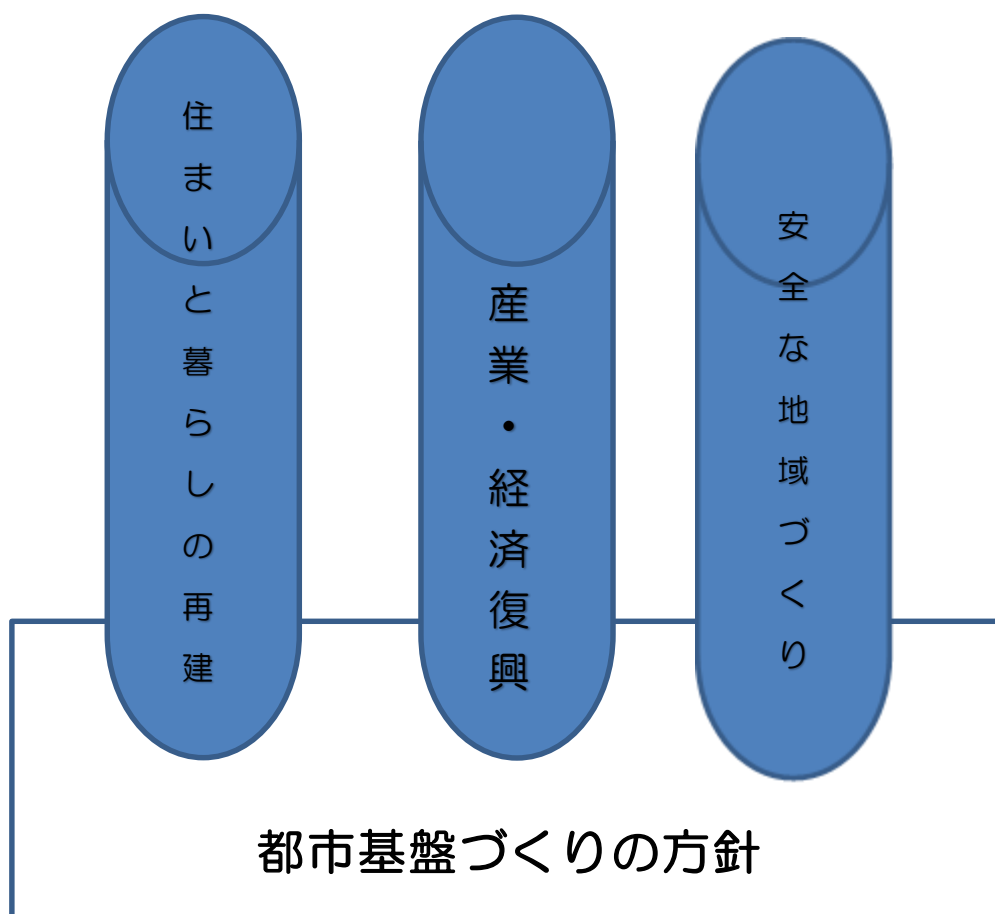
○関係機関と連携し、事業者の経営の安定・強化のための融資制度や経営に対する指導・相談の充実を図ります。

○商業事業者の意識改革を促し、個店の魅力を強化する事業を実施します。

(2) 宮古市東日本大震災復興計画

宮古市東日本大震災復興計画は、災害からの復興に向けた取り組みの指針を示し、『多岐にわたる復興対策を迅速かつ着実に実施することにより復興を成し遂げ共生する安らぎのまち』の実現を図ろうとするもので、復興に向けた3つの柱とそれを支える都市基盤づくりの方針、3つの柱に掲げた狙いを達成するための取り組みの方向などが示されており、計画期間は、平成23年度から平成31年度までの9年間となっています。

商業については、復興の柱においては、「産業・経済復興」を達成するための取り組みの方向として「商業の復興・再生」を定め、①中心市街地の復興・再生、②沿岸部被災商業地の再生・復興、③後継者や新規創業者の確保・育成に取り組むことを掲げています。



本市の被災した事業所のうち、グループ補助金（岩手県中小企業等復旧・復興支援事業費補助金）では、平成25年度までに中心市街地の商店を含む225の事業者が採択され、約95%の事業者が復旧し、事業を再開しています。

また、平成27年の13次公募では、田老地区と鍬ヶ崎地区の2つのグループが採択され、土地整備後に店舗等の建設が予定されています。その他、県と市が実施する中小企業被災資産復旧費補助金（修繕・取得）により平成26年度までに158の事業者が復旧しています。

市単独の事業としては、復旧のために借り入れた資金の利子と保証料を補助する「被災中小企業対策資金利子等補助金制度」を平成23年5月に制定し、平成27年4月現在、460の事業者が活用しています。

4. ビジョンの目標年次

宮古市商業振興ビジョンは、平成28年度を初年度とし、平成31年度を目標年次とする4ヶ年計画とします。

第2章 市の特性

1. 位置・自然条件

宮古市は岩手県沿岸部のほぼ中央に位置し、西側は盛岡市に、南側は花巻市、遠野市、山田町に、北側は岩泉町にそれぞれ接しています。

市の東部は太平洋に面し、当市より北は、典型的な隆起海岸で、海食崖や海岸段丘が発達しています。

南側は北上高地の裾野が沈水してできたりアス式海岸で、南北で対照的な景観をみせ、入江と岬が交互に続く起伏に富んだ美しく壮大な景観は、三陸復興 国立公園に指定され多くの観光客が訪れます。

沖合は、南からの黒潮と北からの親潮、そして津軽海峡から沿岸を南下してくる津軽暖流の三つの海流が複雑に交じり合う海域が広がっています。

1年を通じて豊富な魚種に恵まれることから、世界有数の漁場のひとつに数えられ、「三陸漁場」と呼ばれています。

陸地に目を向けると、東は本州最東端の地「鮭ヶ崎」を有する重茂半島があり、くさび形に切り込んだ宮古湾に閉伊川が流れ込み、下流部一帯は市の中心地として市街地を形成しています。この平地を囲むように標高1千メートルを超える急峻な山々と丘陵地からなる広大な北上山地が北、西、南の三方に広がっています。

北上山地の最高峰である早池峰山とその一帯は、高山植物の宝庫として国定公園に指定されています。

区界高原と早池峰を水源の一つとする閉伊川は、深山から流れ出す清水と養分を集めて宮古湾へと流れ下ります。

市の総面積は、約1,260平方キロメートルで、岩手県の総面積の約8.2%を占めています。そのうちの約92%は森林で、平地は閉伊川などの河口付近と各河川流域の一部に点在しています。

【面積】

単位：km²

総面積	宮古地区	田老地区	新里地区	川井地区
1,259.89	339.48	101.05	256.29	563.07

資料：宮古市の統計

2. 気候

市の東側、沿岸部は東北太平洋沿岸特有の気候で、夏は冷涼な北東風（やませ）の影響を受けやすく、冬は北上山地が雪雲を遮るため日照時間が長く温暖で乾燥します。

西側は標高が高く内陸性気候を帯び、1年を通じて冷涼で、冬は積雪が多くなります。

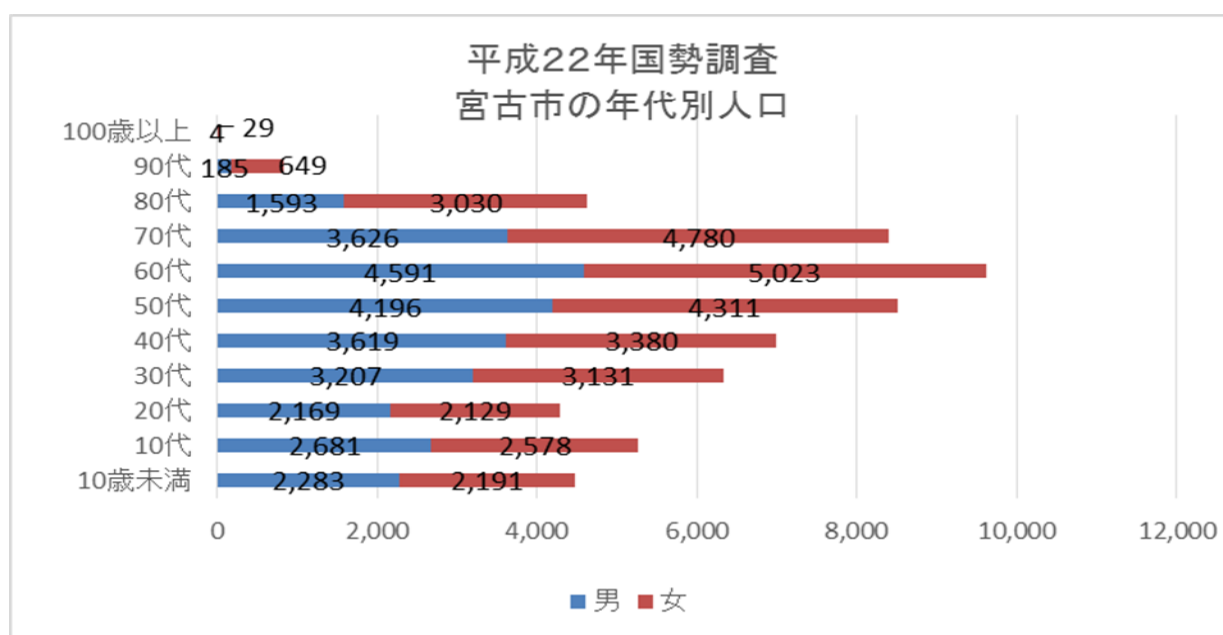
3. 人口

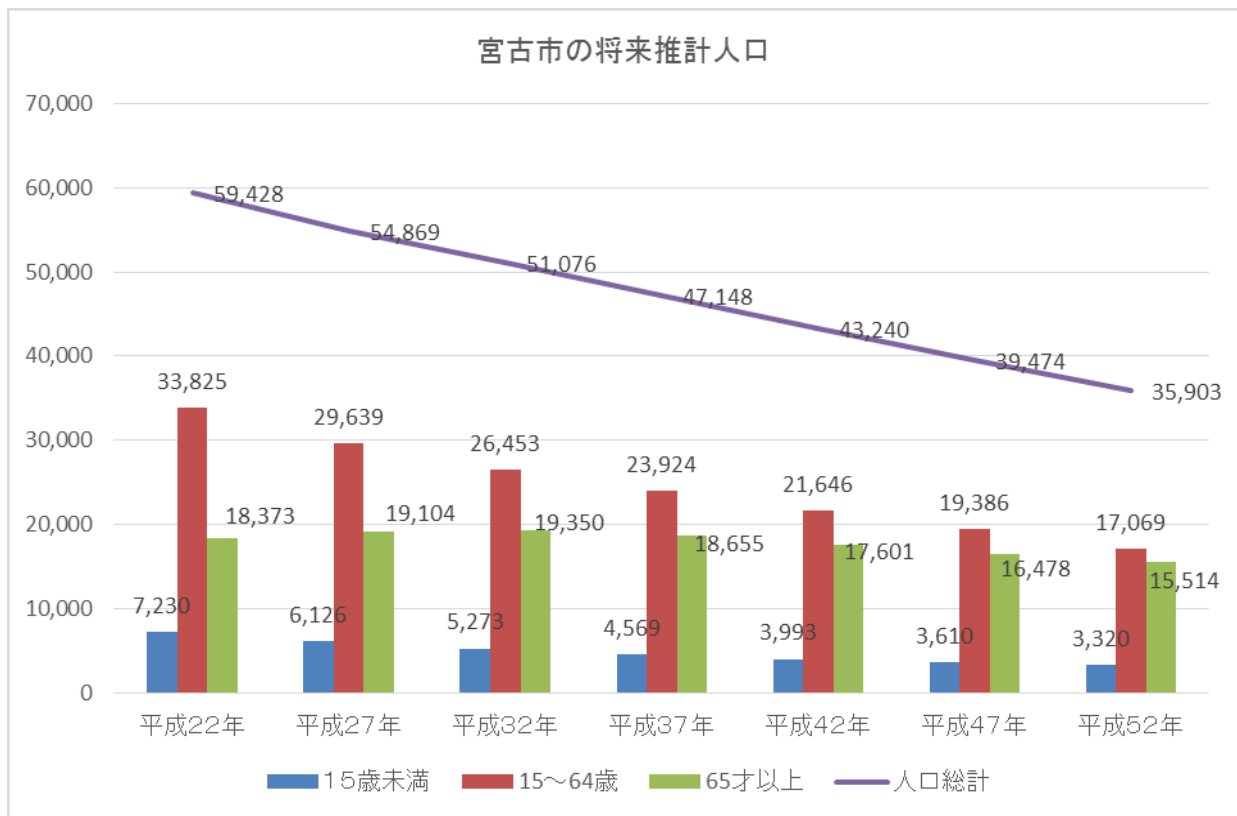
市の人口は、平成22年の国勢調査で59,430人（平成27年国勢調査速報値56,569人）、地区ごとの内訳では、宮古地区49,145人、田老地区4,302人、新里地区3,073人、川井地区2,910人となっています。

世帯数は22,509世帯（平成27年国勢調査速報値23,365世帯）で、地区ごとの内訳では、宮古地区18,806世帯、田老地区1,467世帯、新里地区1,105世帯、川井地区1,131世帯となっています。

年齢別割合では15歳未満の年少人口は12.2%、15歳から64歳までの生産年齢人口は56.9%、65歳以上の老年人口は30.9%となっています。

人口動態は、自然動態（出生と死亡）、社会動態（転入と転出）ともに、それぞれ死亡が出生を、転出が転入を上回り、減少となっています。





資料：国立社会保障・人口問題研究所

第3章 現状と課題

1. 宮古市の商業の動向

(1) 商圈構造

市内の店舗に来店する消費者の居住範囲を示す商圈の構成は、宮古ブロックの4つの市町村がすべて市の商圈に含まれていますが、年々その割合は下がってきています。

岩手県が実施した岩手県広域消費購買動向調査によると、県内の地元購買率は、平成15年との比較では、平成20年で上昇している地区が17地区、低下している地区が41地区となっています。

平成10年の調査から引き続き低下している地区は30地区で、この中に宮古市も含まれており全体的に低下傾向が続いています。この地元購買率の低下の要因は、周辺都市部の商業集積や道路整備の進展などが考えられ、震災後、被災した店舗等の休業や廃業によりさらに低下しています。

注釈) 岩手県広域消費購買動向調査

県内の公立小学校5年生の児童をもつ世帯に、その世帯の購買動向をアンケート調査したもので、5年ごとに平成20年まで行われた。

【 平成27年6月1日現在の沿岸都市の広域圏の市町村人口 】

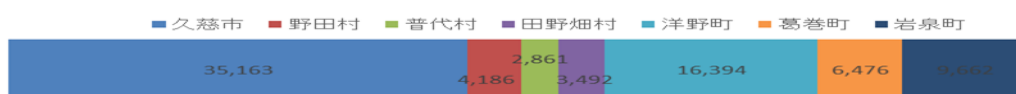
宮古の商圈人口: 83,926人

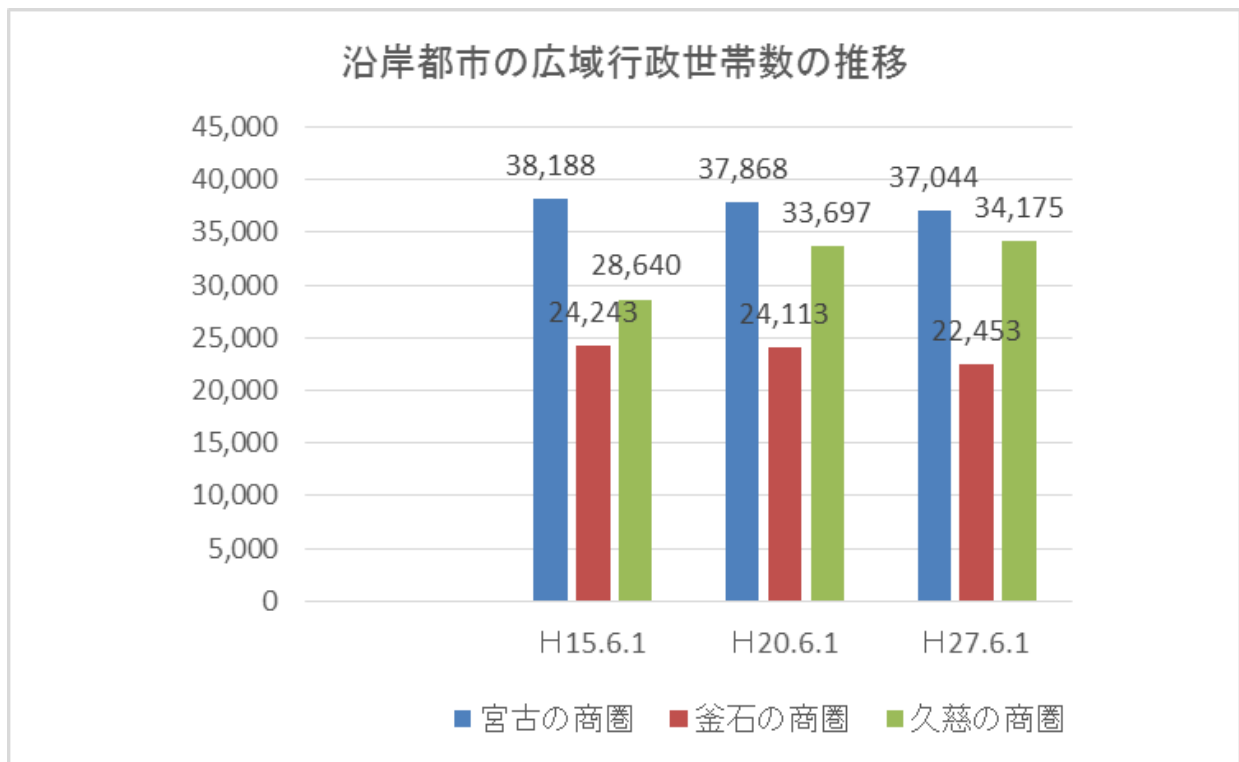
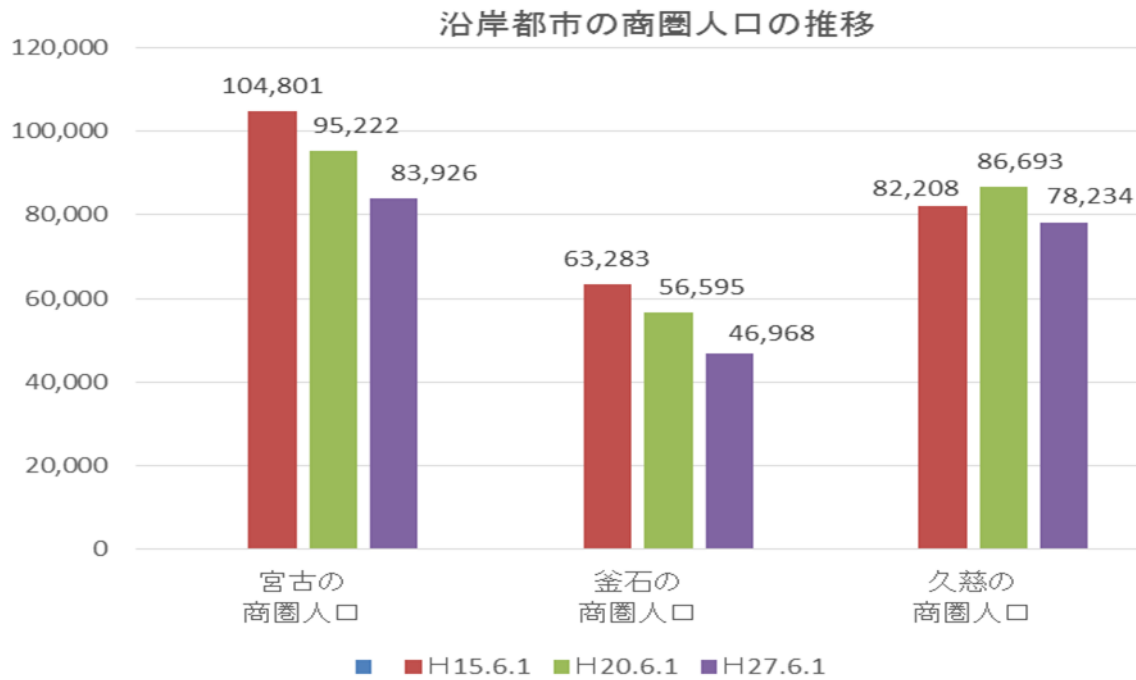


釜石の商圈人口: 46,968人



久慈の商圈人口: 78,234人





(2) 卸売業・小売業およびサービス業の状況

平成24年の経済センサス・基礎調査による卸売業と小売業の事業所数は、平成21年と比較すると県内では9.8%の事業所が閉店し、従業者数は6.6%減少しています。

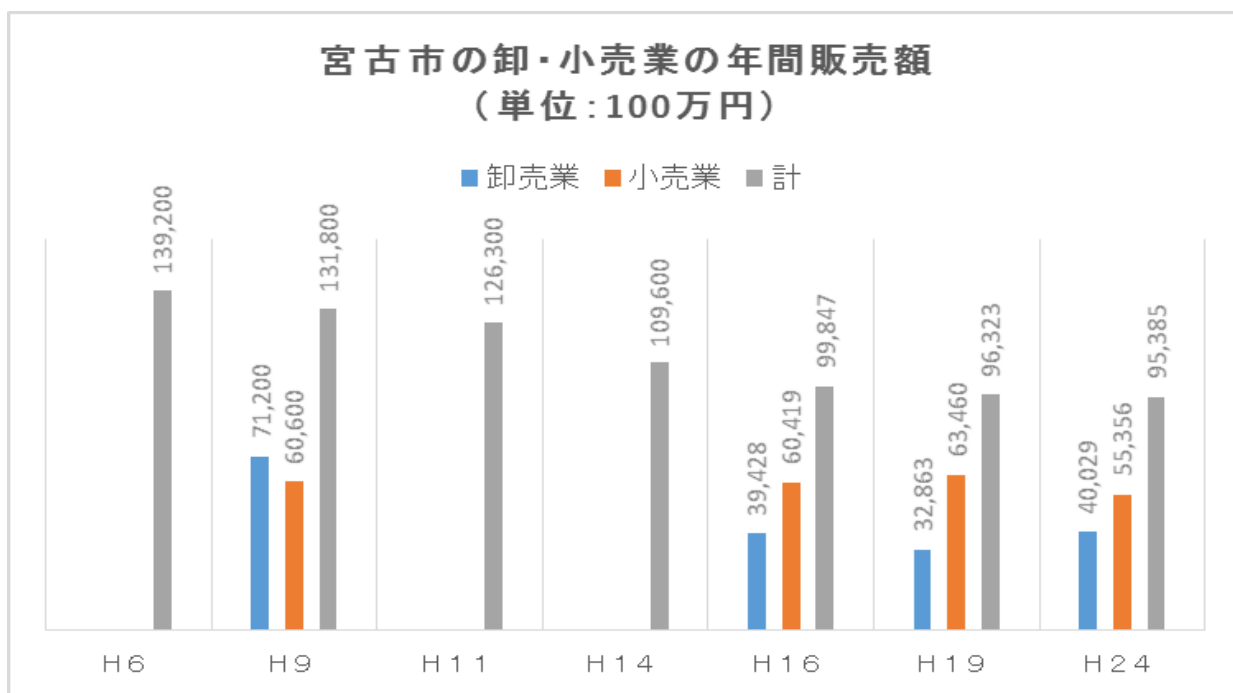
市では震災の影響が著しく、震災前の平成21年に961あった事業所が21.7%減の752事業所、5,139人いた従業者数が13.4%減の4,451人となっています。

年々、人口の減少や少子高齢化が進んだこと、近隣市町村への大型店の出店やインターネット、通信販売の普及による購買の流出や集客の減少が著しく、収入の減少や後継者問題などもあり、事業を継続できず閉店・廃業した事業所が増えていたところに、東日本大震災の被災によりやむを得ずに廃業や事業縮小をはかる事業者が多くあり、事業所と従業者数の減少がさらに進んだと考えられます。

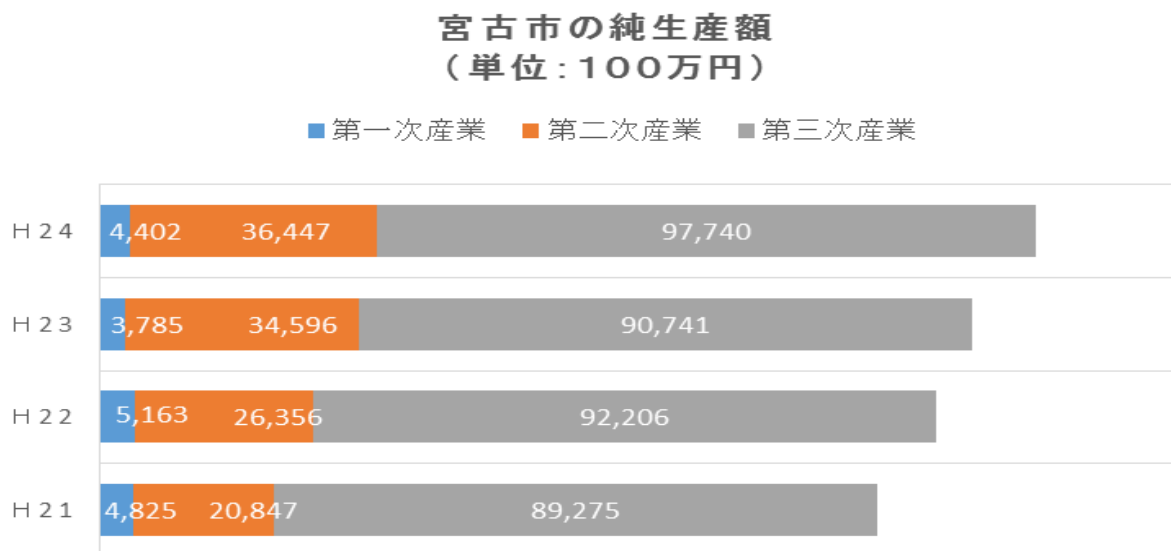
また年間商品販売額も、市ではこの10年で約13%の142億円の減少となっています。しかし、建設材料等卸売業などは平成19年度の商業統計調査と比較すると平成24年は3.7倍になるなど、一部の業種で復興需要による増となっていますが、小売業は、震災支援物資により売り上げは減となっています。

【商業統計調査と経済センサス活動基本調査で見る
市の商業事業所数・従業者数・年間商品販売額の推移】



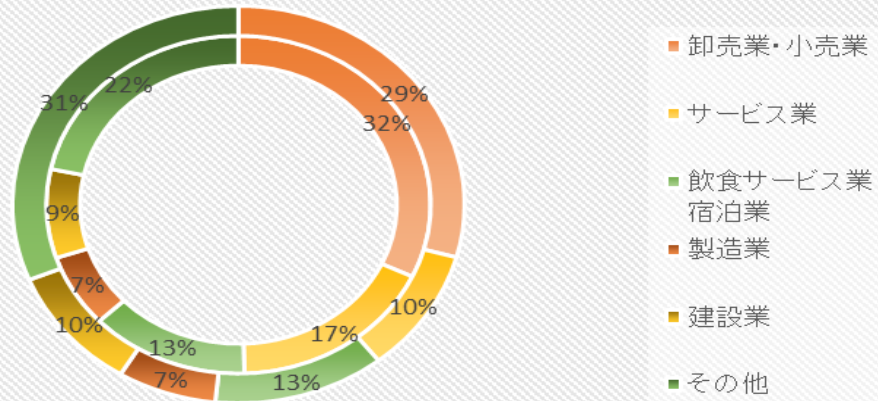


資料:「宮古市の統計」参照

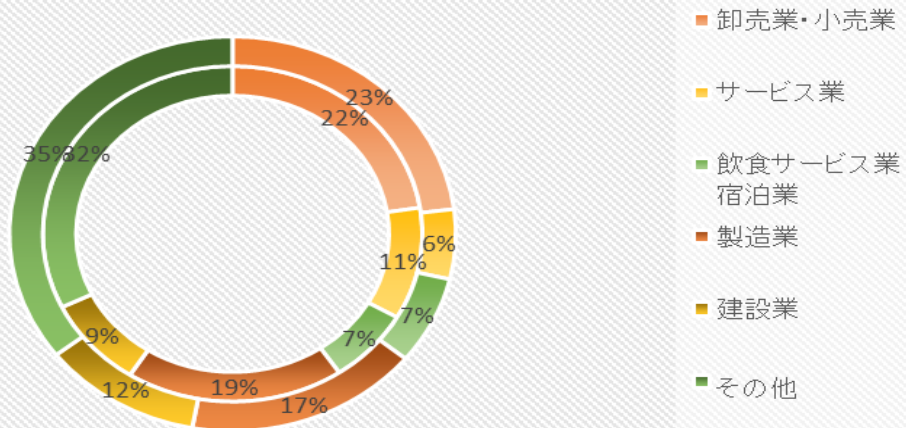


資料:岩手県の市町村所得

宮古市の事業所数(産業大分類別)
(内-H18・外-H24)



宮古市の従業者数(産業大分類別)
(内-H18・外-H24)



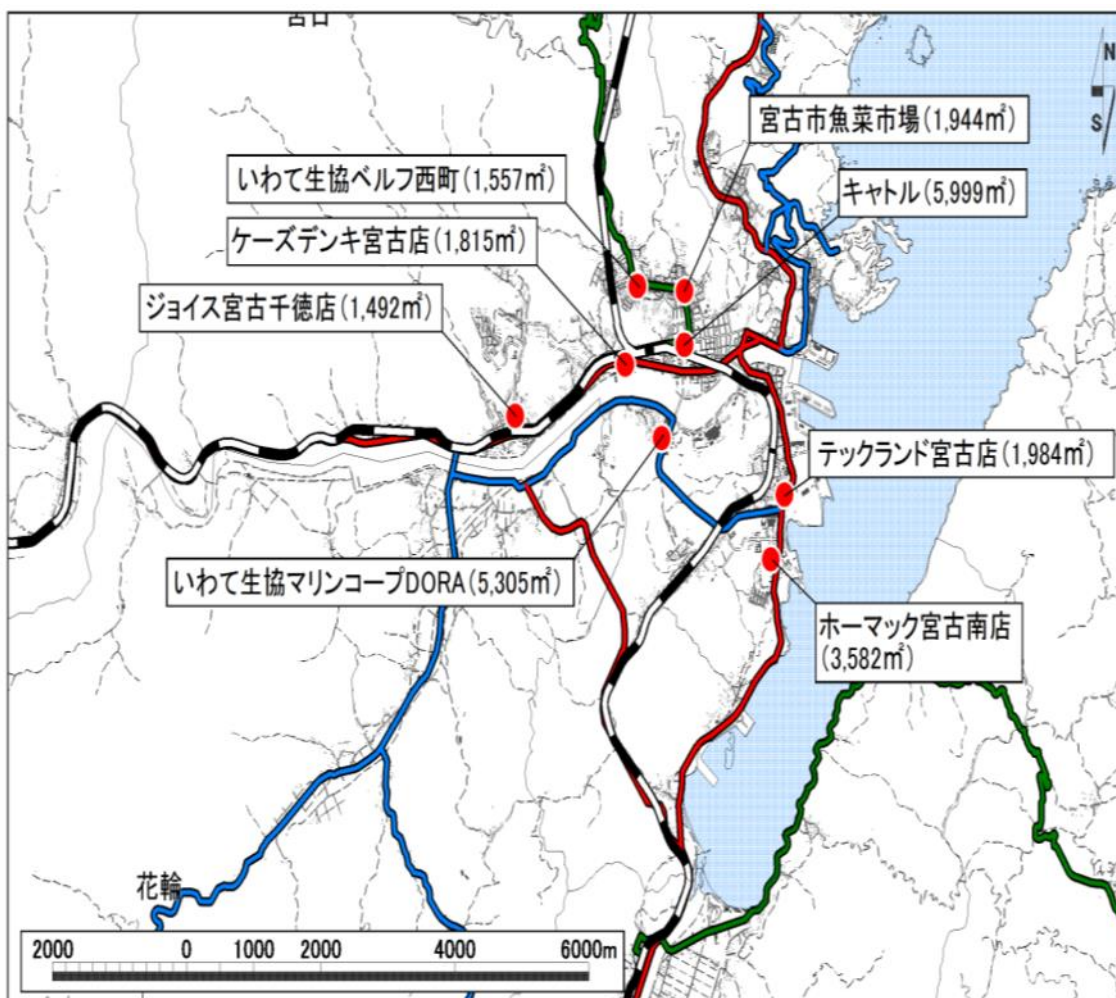
資料：「宮古市の統計」参照

(3) 大型店の状況

近年、店舗面積 1,000 m²以上の大規模小売店が増え、市でも小売店面積の約45%を占めています。

これらの店舗の多くは駐車場を備えており、車社会の忙しい現代生活の中で、豊富な品ぞろえとまとめ買いができ、便利なうえ価格も安いなど、若者を中心に売り上げを伸ばしており、従来から市内にある商店を脅かしています。

また、店舗面積が 1,000 m²に満たないながらもチェーン店や量販店が相次いで出店しています。

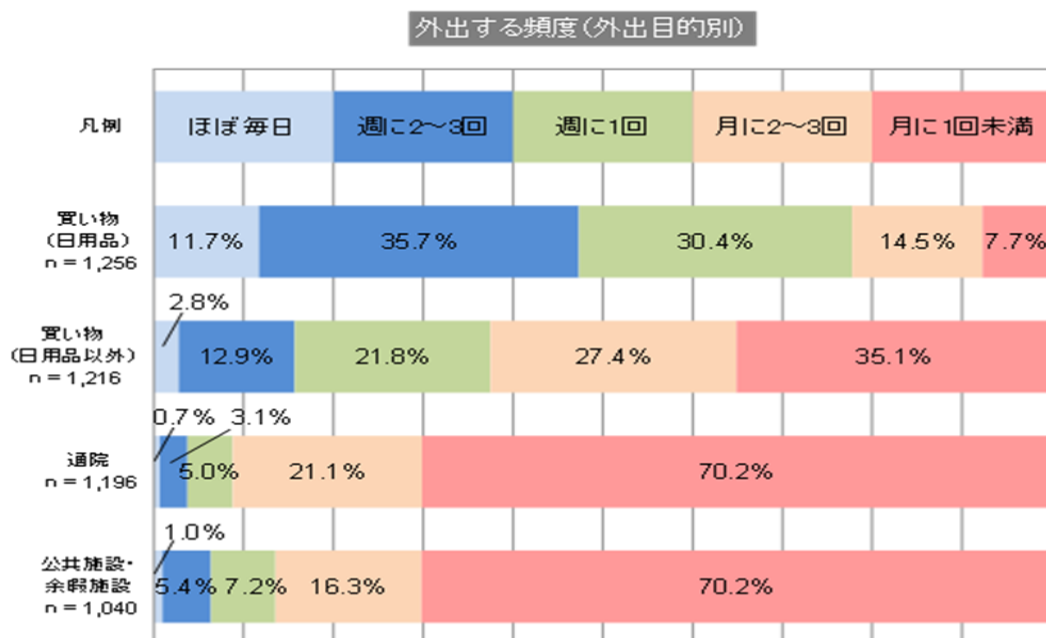
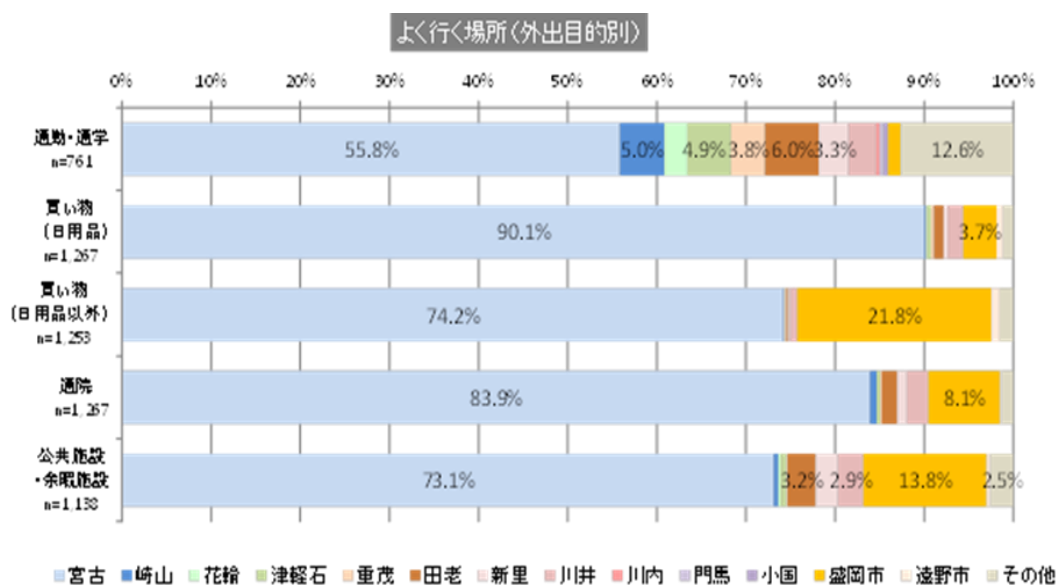


参考資料:「全国大規模小売店舗総覧」(H25.7 東洋経済新報社)

面積の数値は岩手県大規模小売店舗一覧から(宮古市)

(4) アンケート調査などからみる消費の動向

平成25年11月に市が実施した「公共交通に関するアンケート調査」では、日用品は、9割以上が市内で購入し、日用品以外の物は、7割以上が市内で、2割が盛岡市でよく購入すると答えています。



注釈) 公共交通に関するアンケート調査

市民の移動実態及び公共交通のニーズを把握するため市が実施。

調査票 3,000 枚配布し、1,304 枚回収、回収率 43.5%。

一方、平成 27 年に市内の小学校 5 年生の児童をもつ世帯を対象に市が行った「消費購買動向調査」では、「衣料品」などの買回り品を購入するときは、よく行く地域として、市内が 49%、盛岡が 41%。店舗を選択する理由は、「車で行きやすい」、「価格が安い」を重要視、次に「商品のセンス・デザインがよい」、「品ぞろえが豊富」が多く、お店のタイプは、デパート・ショッピングセンターが「婦人服・普段着・下着」は 68.7%、紳士服は 53%で、購入の頻度は、「年に数回」が 63%、「月に 1 回 18%、「何年かに 1 回」8%「月に 2、3 回」6%となっています。

「食料品」などの最寄り品は、市内が 95%、そのうち 2 割が中心市街地の商店、8 割が郊外の店舗で、購入の頻度は、「ほぼ毎日」が 29%、「週に 2、3 回」が 54%、「週 1 回」が 14%、と回数が多く、店舗を選択する理由として「車で行きやすい」、「価格が安い」の次に「一度で買い物が済む」、「なじみ・行きつけ」、「近い」、「商品の品質、鮮度が良い」「ポイントカード・スタンプ」と続き、スーパーマーケット・生協で購入するが 87%となっています。

「医薬品・化粧品」はドラッグストアでよく買うが 83%で、「月に 1 回」が 35%、「月に 2、3 回」25%、「年に数回」24%となっています。

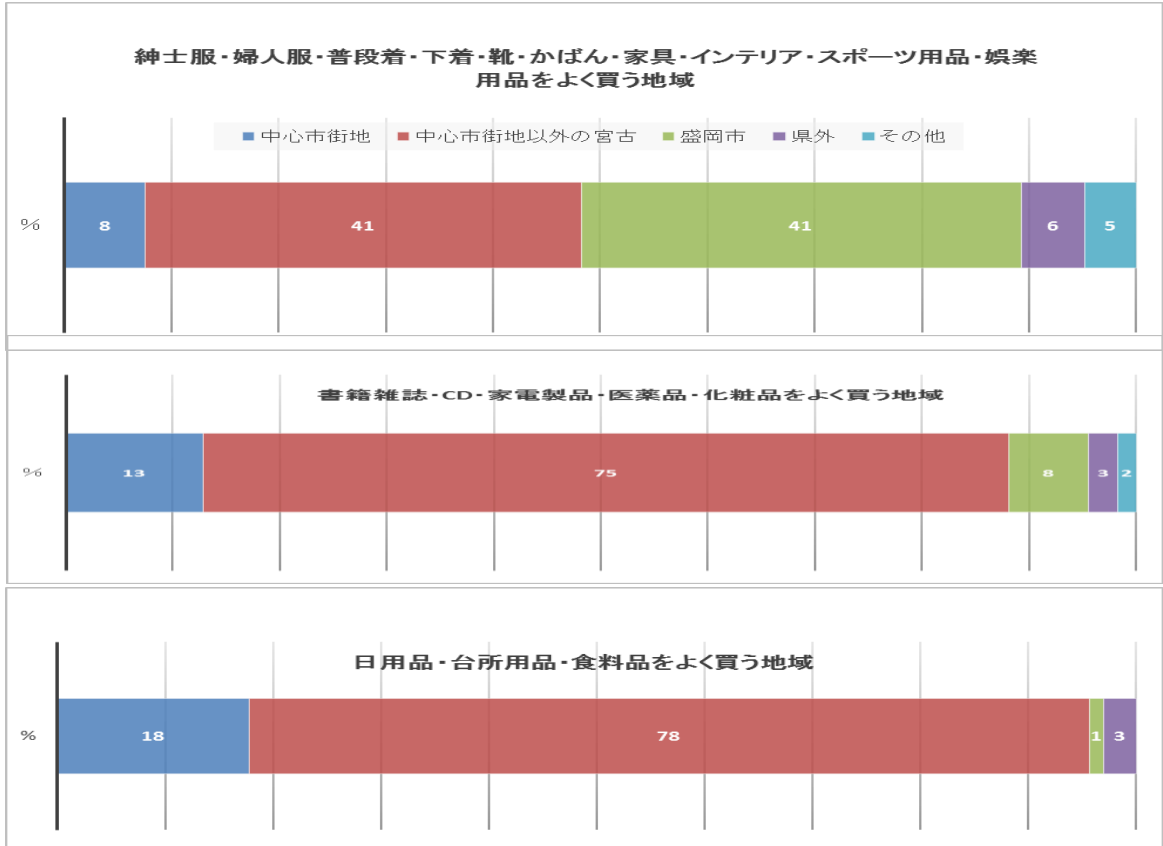
「日用品・台所用品」は、ドラッグストアが 63%、ホームセンターが 21%で、「月に 2、3 回」が 36%、「週に 1 回」30%、「週に 2、3 回」が 19%となっています。

注釈) 消費購買動向調査

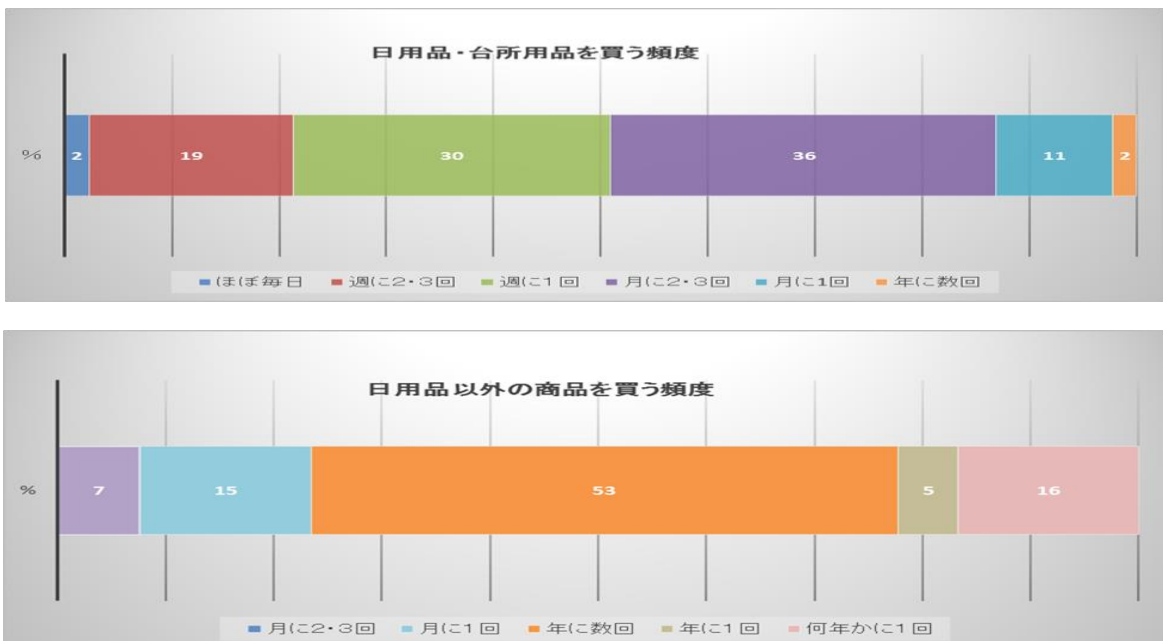
県で公立小学校の 5 年生の児童をもつ世帯に、世帯の購買動向のアンケート調査を 5 年ごとに平成 20 年まで行っていた。しかし、その後は、実施されていないため、市が独自に平成 27 年 8 月、市内の 20 校の小学校 5 年生の児童をもつ 393 世帯を対象に、実施した。(回収枚数 351 枚、回収率 89.3%)

平成 27 年に市が実施した消費購買動向調査から

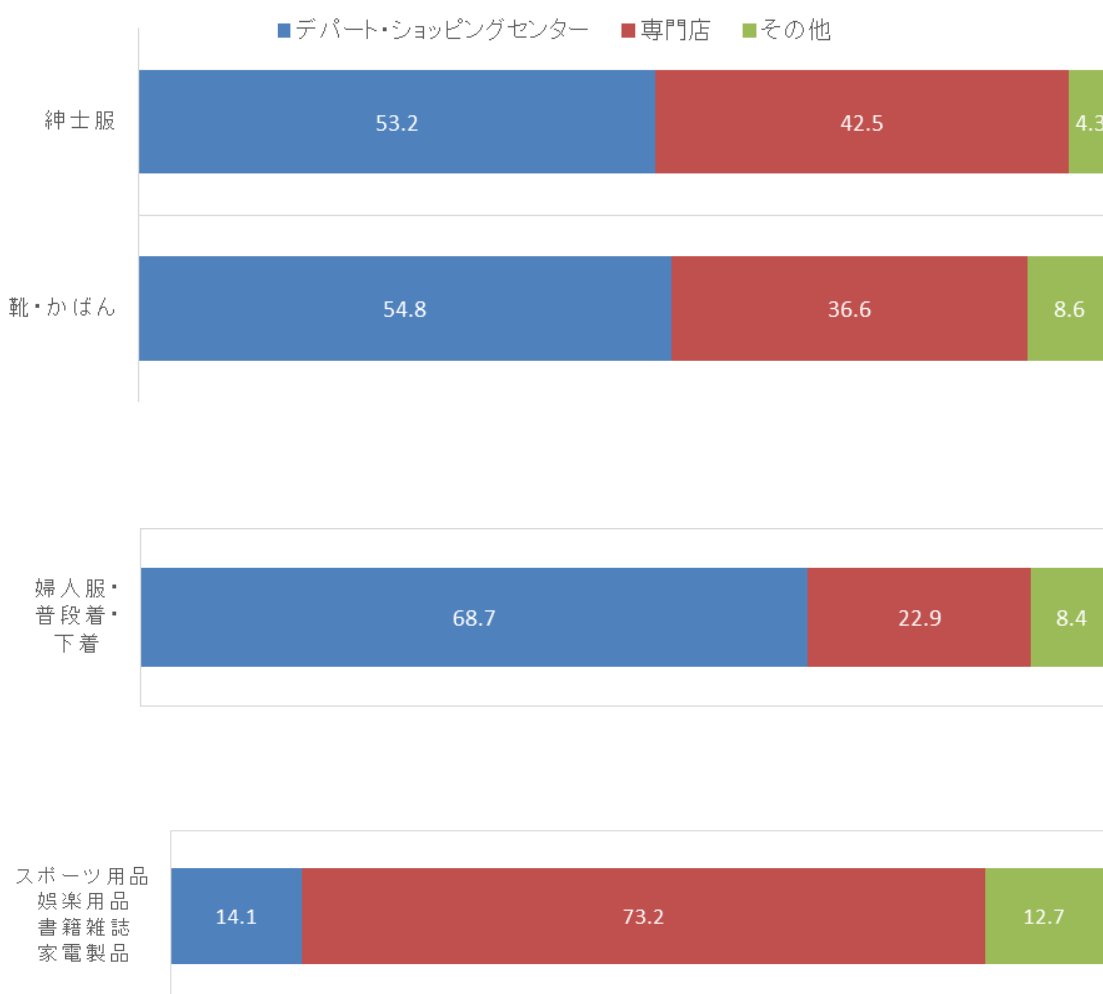
【 買い物によく行く地域 】



【 買い物の頻度 】



よく買物をするお店のタイプ



消費者庁が平成 25 年度に実施した「消費者意識基本調査」では、商品やサービスを選ぶときに何をよく意識するかでは、「価格」が 93%、「機能」91%、「安全性」82%の順となっており、消費者の日常生活においては、「自分で料理を作る」57%、「人と話すのが好き」53%、「活動的である」47%となっています。

消費者行動については、「実際に現物を見て商品を確認してから購入する」が 71%で、「同じ店舗・事業者を利用することが多い」67%、「多少高くても品質の良いものを選ぶ」60%、「買う前に機能・品質・価格等を十分に調べる」59%、「買い物好き」57%となっています。

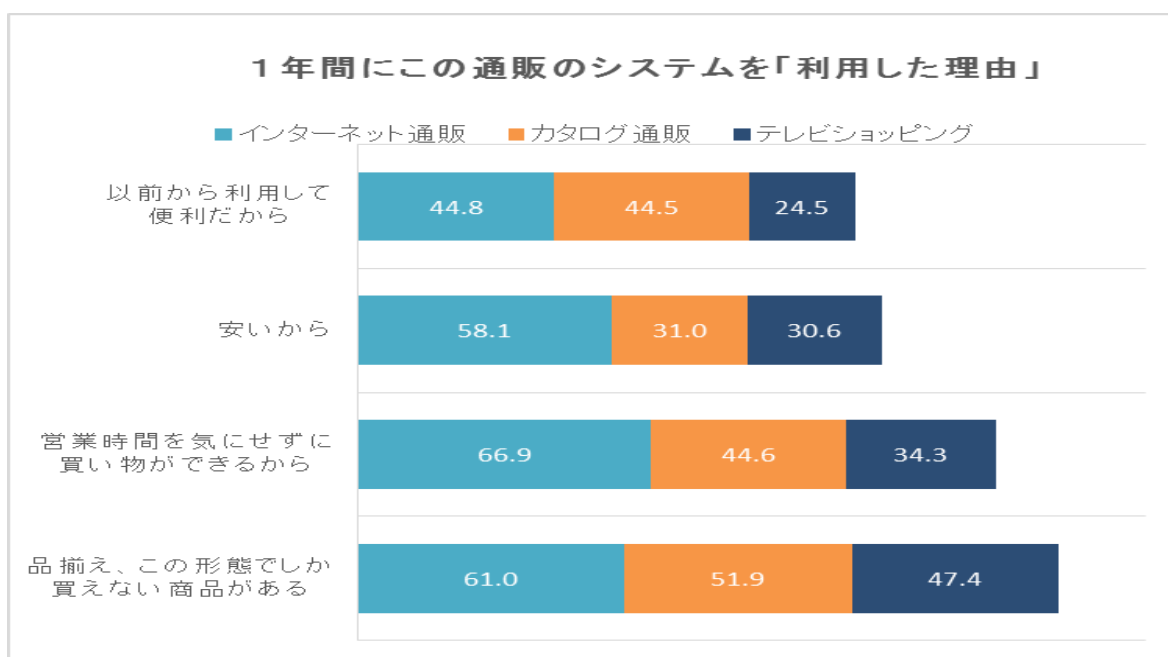
年齢別にみると、大差は見られませんが、「新し物好き」、「衝動買いを

する」は若年層の割合が高く、「買い物好き」は、女性が71.5%で、20代が70%、30代が67%、15歳から19歳も67%と高く、年代が上がるとともに低下し、20代は70代以上の2倍以上となっています。

販売形態と利用回数については、「店舗」は「週に3回以上」が32%、「週に1～2回程度」が34%、「月に1～2回程度」が20%。通信販売は、少ない利用回数ですが、1年に1回以上利用した形態は、「インターネット」45%、「カタログ通販」37%、「広告・チラシ、ダイレクトメール等の通販」22%、「テレビショッピング」13%の順となっています。

性別にみると、「カタログ通販を利用した」と回答した男性が25%で、女性は49%と大幅に女性が利用する割合が大きくなっています。

年代別にみると、「インターネット通販」については、年代別の差が大きく、20代から30代は7割を超えているものの高年齢層ほど小さくなり、70代以上では、1割となっています。一方、「広告、チラシ、ダイレクトメール等による通信販売」は、高年齢層ほど大きくなっています。



平成 27 年に市が行った消費購買動向調査では、「インターネットショッピング」を「時々利用している」が 39%、「よく利用している」21%で全体の6割以上が利用しています。続いて全体の4割以上が「カタログショッピング」を利用しており、「カタログショッピングを時々利用している」が26%、テレビショッピングは、1割弱の利用となっています。

平成20年の県の調査では、「婦人服」と「普段着」「下着」で「カタログショッピング」が旧宮古市で5割以上、川井地区で4割以上の利用率であったのが、平成27年の市の調査では、「インターネットショッピング」が衣料品では6割以上の利用率で大きく「カタログショッピング」を上回り、手軽なインターネットの普及がここ数年でさらに進んだことがうかがえます。

2. 従来からの商業地域である中心市街地の状況

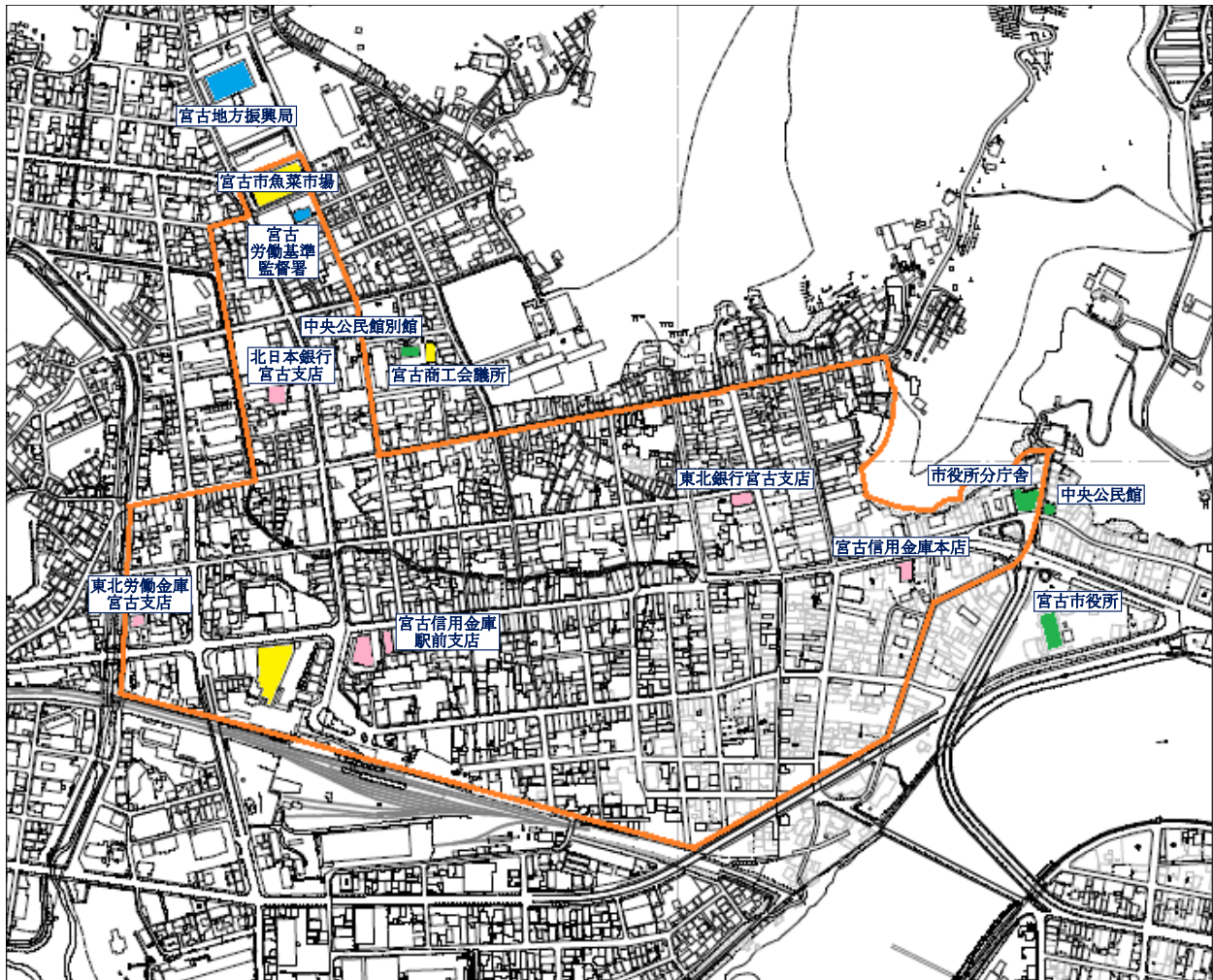
(1) 中心市街地の位置と区域

本ビジョン中でいう「中心市街地」とは、JR宮古駅北側の商業地域及び近隣商業地域が連続する範囲の48.6ヘクタールを示します。

これは、平成10年に「中心市街地における市街地の整備改善及び商業等の活性化の一体的推進に関する法律」が制定され、平成13年3月に市は、「宮古市中心市街地活性化基本計画」を策定し、その基本計画の中で、市の中心市街地として位置と区域を決定したものです。

平成14年1月「TMO構想」を宮古商工会議所が策定し、市は会議所を認定構想推進事業者とし平成18年6月に「中心市街地の活性化に化する法律」と改正されるまでの6年にわたり「お買い物循環バス導入検討事業」や「テナントミックス事業」を実施、平成14年8月に閉店した「旧宮古サティ再活用計画」の策定を指導し、平成15年12月「キャトル宮古」オープンを支援した。

しかし、その後まちづくり三法が改正され、市は、新たな計画策定は行わないこととし、商業の活性化のための事業は、「商業振興対策事業費補助金」を平成19年3月に新設しました。その他、成功店モデル創出波及事業「ウルトラD」を平成20年から継続して実施しています。



(2) 中心市街地の人口

市の中心市街地の人口は、昭和53年のピーク時 6,783 人が、平成 26 年にはその 36% の 2,507 人まで減少しています。

また、中心市街地の人口が宮古地区の人口に占める割合も年々減少しており、郊外へ人口が流出（ドーナツ化現象）しています。

これらの現象はさらに続くと考えられ、身近な消費者の減少が中心市街地における購買力の低下に拍車をかけています。

東日本大震災の津波被害が大きかった向町や大通については、新しいアパートや店舗等がいくつか建設されましたが、空き地の解消には至っていません。平成 27 年に、黒田町と本町に災害公営住宅が建設され入居が始まり今後の中心市街地の人口増が期待されています。

【中心市街地の人口の推移】

項目	昭和 53年	昭和 63年	平成 10年	平成 20年	平成 26年
中心市街地の人口(人)	6,783	4,843	3,671	2,923	2,507
旧宮古市の人口(人)	62,914	60,247	56,161	50,610	47,910
占有率(%) [中心市街地人口]	10.8	8.0	6.5	5.8	5.2

資料：住民基本台帳（各年10月1日現在）

※この表の「中心市街地の人口」とは、新川町、向町、大通、末広町、栄町、和見町、保久田、黒田町、新町、本町の人口の合計です。

(3) 中心市街地の歩行者交通量等

宮古商工会議所が毎年実施している市街地交通量調査では、中心市街地の代表的な通りである末広町では、昭和63年と平成26年を比較すると平日の歩行者が3,500人の減で15%、休日の歩行者が4,800人の減で12%まで激減しています。中央通でも同じように平日で2,800人の減で19%、休日で2,500人の減で14%まで減少しています。

また、末広町の休日の歩行者数は、平成17年までは平日の歩行者数を上回っていましたが、平成18年からは平日の歩行者数が休日の歩行者数を上回っています。

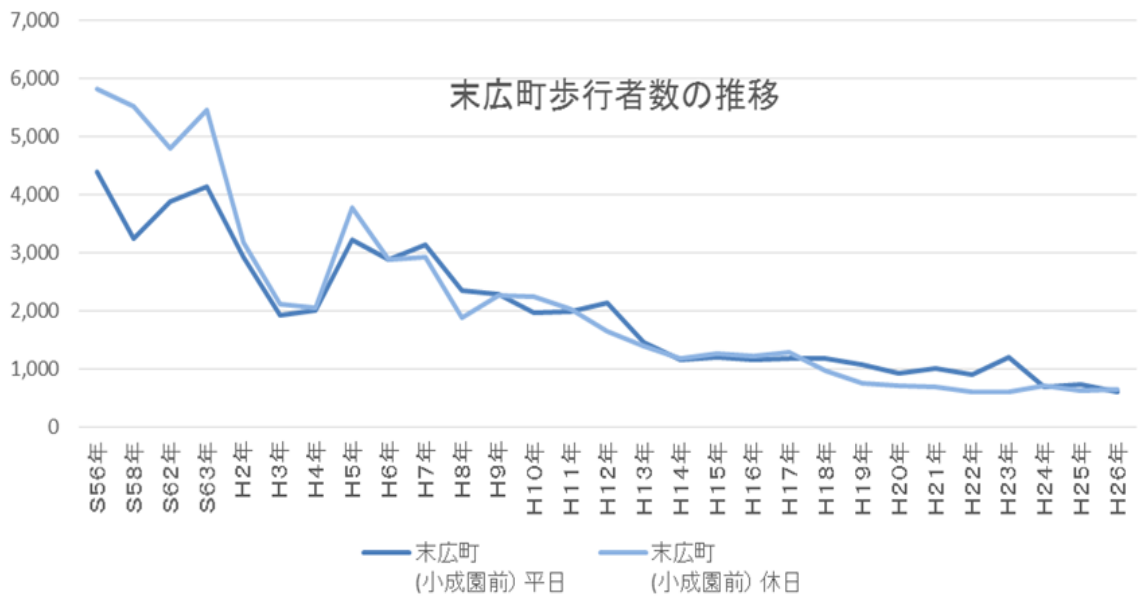
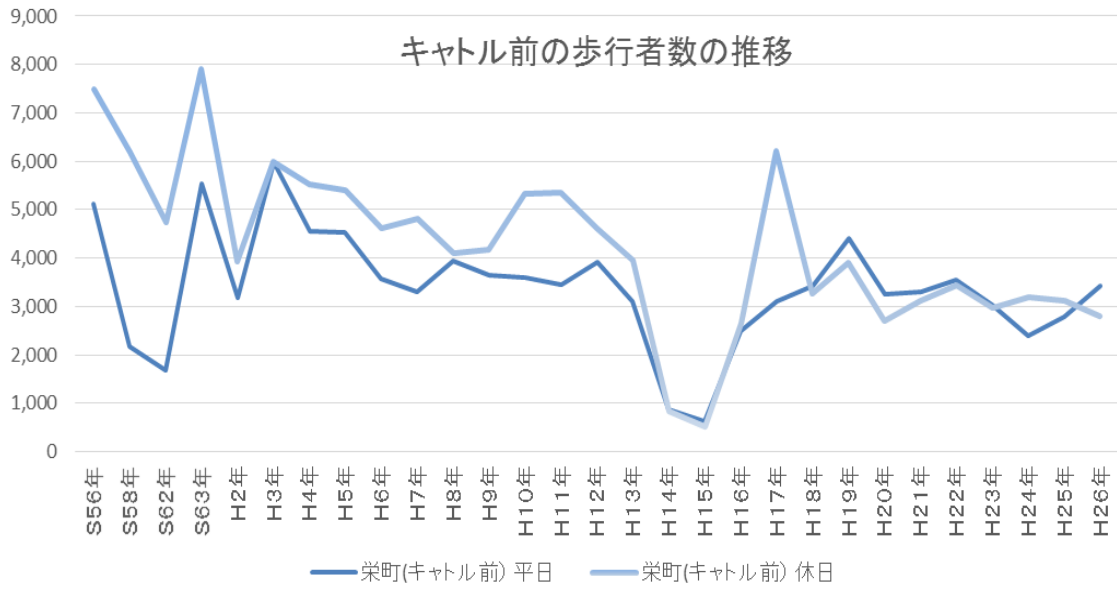
大通は平成15年に、中央通は平成16年に、栄町は平成18年に平日の歩行者数が休日の歩行者数を上回りました。

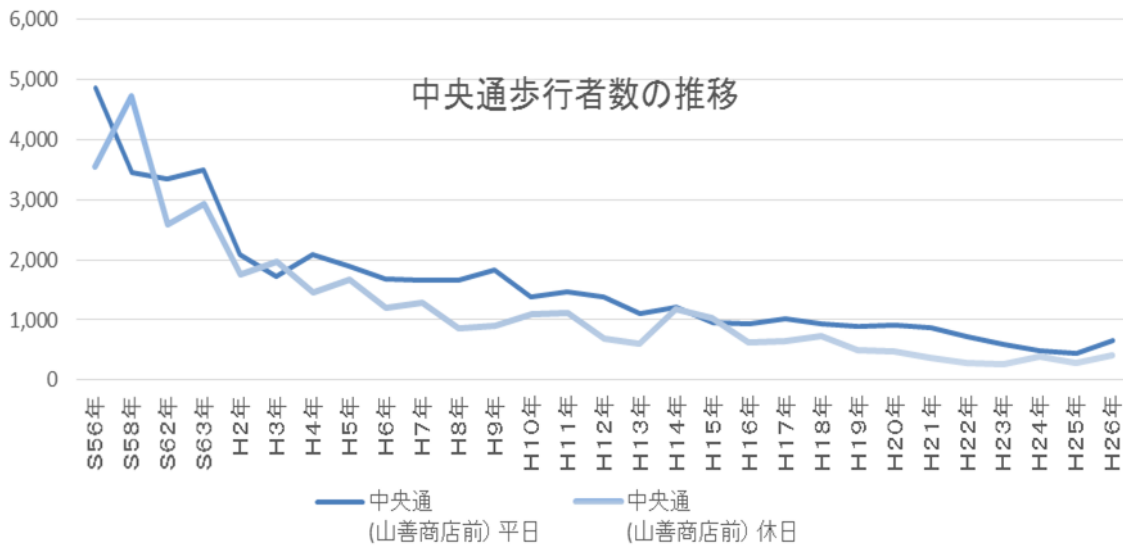
歩行者が減少した大きな要因は、1日あたりの通院・見舞客が2,000人から3,000人あった県立宮古病院が平成4年に崎山へ移転したことが主な理由と考えられます。

また、消費者の買い物手段として手軽な通信販売やネット販売が増加していることや、景気の低迷による消費の冷え込み等による買い物客の減少等が歩行者数の減少の一因と考えられます。

一方、キャトル前では、平成14年8月から平成15年11月の間、閉鎖していた期間は歩行者数が落ち込みましたが、その後は3,000人前後で推移しています。

宮古商工会議所交通量調査報告書データより作成





【中心市街地の乗用車交通量の推移】

単位：台

調査地点		昭和 63年	平成 10年	平成 20年	平成 26年	指数 (%)	
						26/63	26/10
末広町 (小成園茶舗前付近)	平日	3,489	4,682	4,037	3,967	113.7	84.7
	休日	4,339	4,582	3,351	3,236	74.5	70.6
中央通 (山善商店前付近)	平日	9,759	9,963	7,974	8,840	90.6	88.7
	休日	9,822	8,601	6,775	6,722	68.4	78.2

資料：宮古商工会議所（市街地交通量調査）

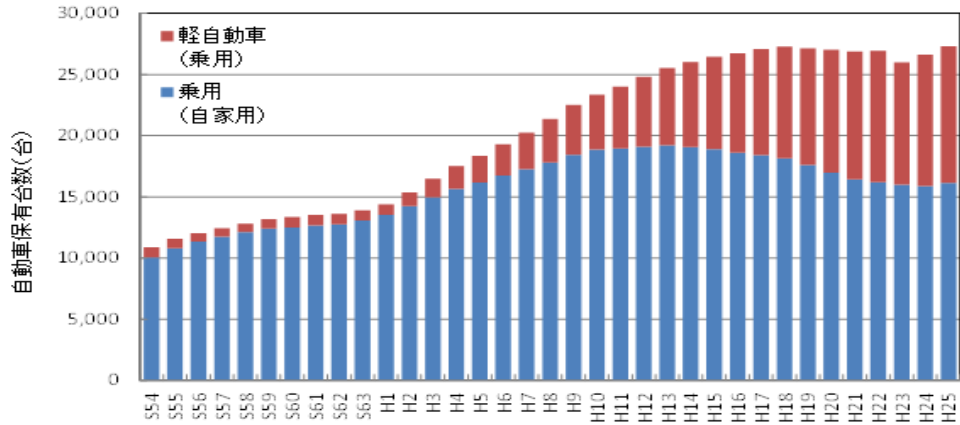
平成21年に総務省統計局で実施した全国消費実態調査では、2人以上の世帯での自動車普及率は85.5%となっています。

年齢階層別では50代世帯が最も多く、軽自動車の保有台数は数年後に「2世帯に1台以上」の状態になるといわれています。

市では、平成23年の震災の年に一時減少したものの、乗用車と軽自動車の登録台数は共に前年を上回り、平成26年には回復し、1世帯あたりの自動車保有台数は1.2台となっています。

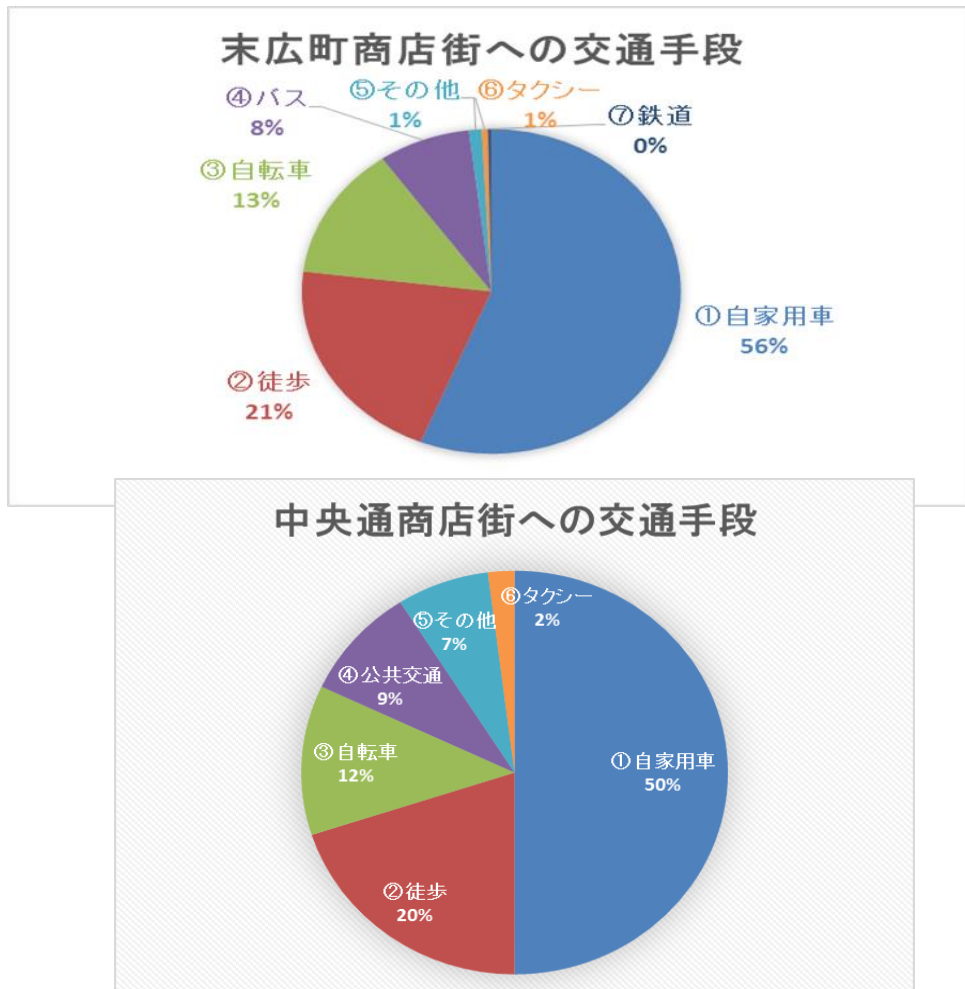
軽自動車の普及に伴い、購買力のある40代から50代の女性ドライバーが増加し、盛岡市や遠野市、大槌町などの近隣市町村まで行動範囲を広げています。

【 宮古市の乗用車と軽自動車の保有台数の推移】

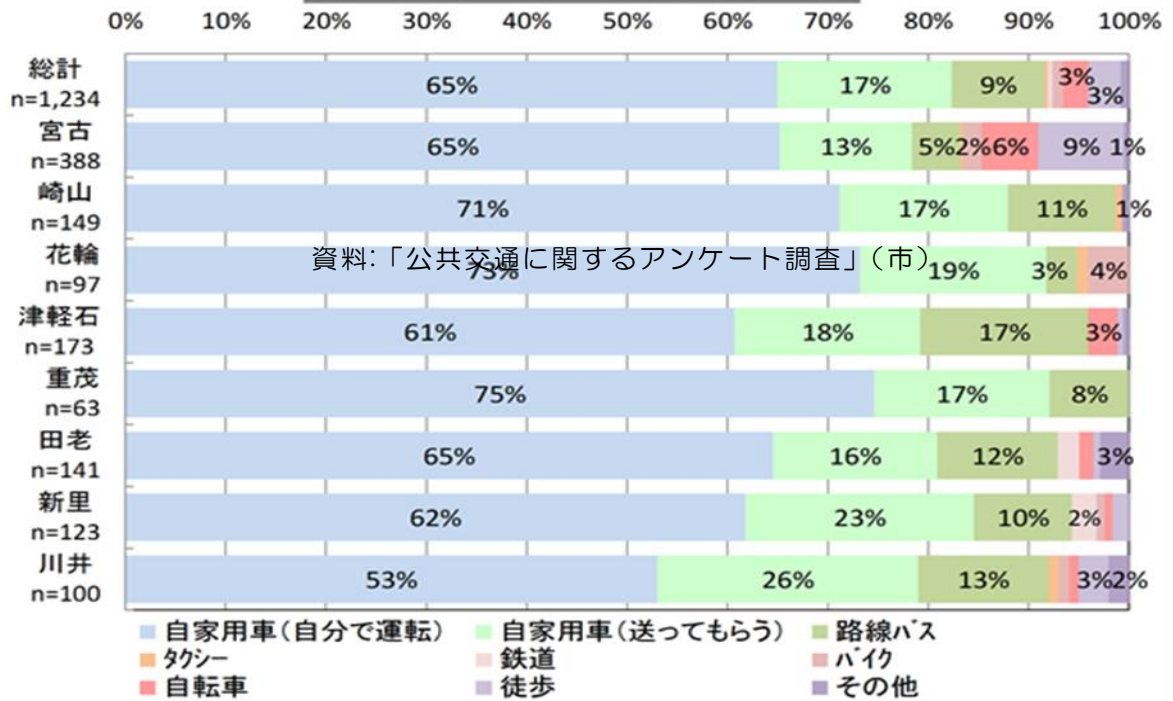


資料：「宮古市の統計」から

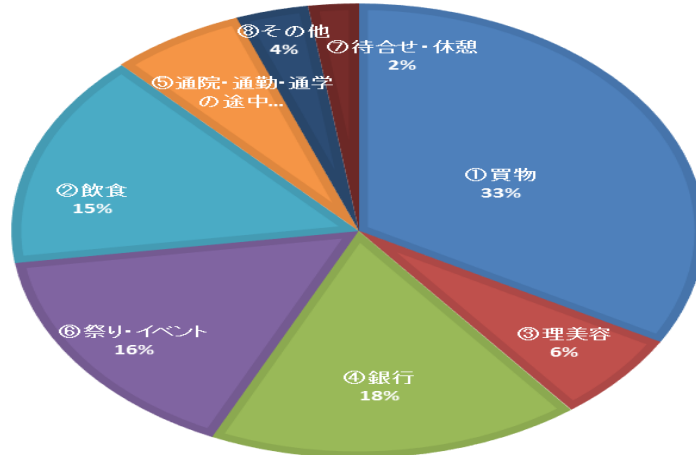
平成26年、末広町商店街振興組合・中央通商店街振興組合調べ



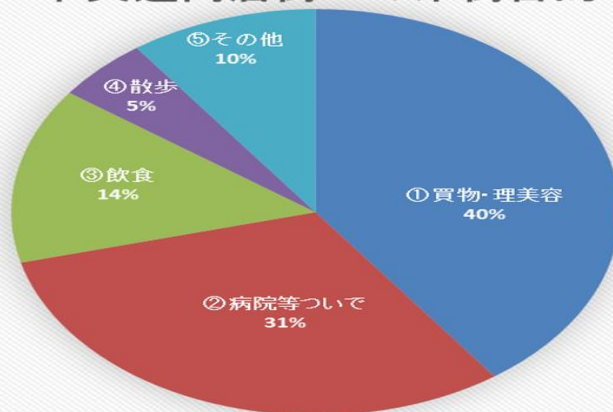
[地域別分析]主に利用する交通機関(買い物)



末広町商店街への来街目的



中央通商店街への来街目的



(4) 商業団体

中心市街地には、末広町と中央通の二つの商店街振興組合と、魚菜市場、日専連宮古、宮古スタンプ会、宮古クーポン店会の四つの協同組合があります。各団体とも組合員数は、減少しています。

宮古スタンプ会の退会理由は、組合員の高齢化や後継者問題等で9割、震災のための退会が1割となっています。日専連宮古では、震災によるものが6割を占め、その他、業績不振や高齢化などが退会理由となっています。

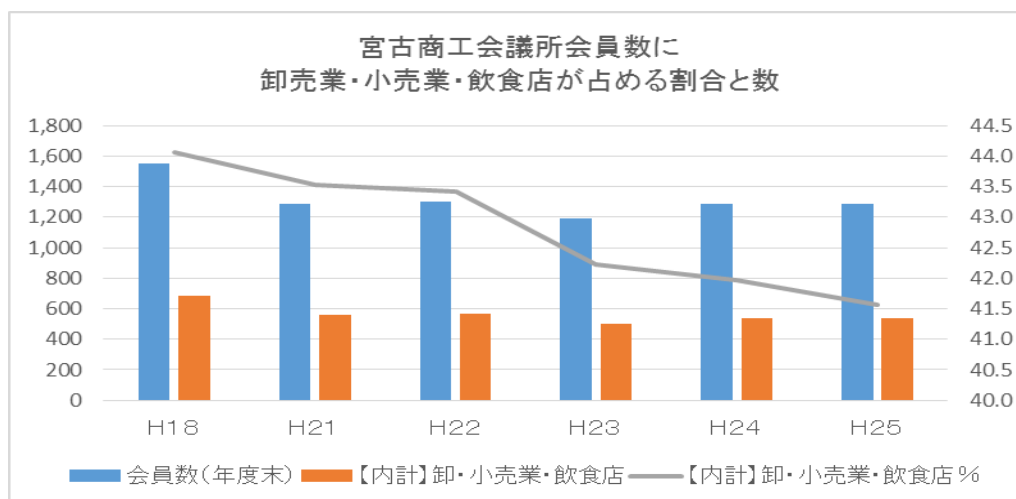
その他、大通振興会や大通一丁目商店会、あいさつ通商店会、駅前親和会などの団体は任意団体で地域の自治会組織に近い運営状況です。

【市内の法人格の商業団体の状況】

団体名	形態	組合員数(人)		
		平成22年	平成26年	増減
末広町商店街振興組合	法人	71	63	△8
中央通商店街振興組合	法人	52	44	△8
協同組合 宮古市魚菜市場	法人	27	25	△2
協同組合 日専連宮古	法人	76	55	△21
協同組合 宮古スタンプ会	法人	177	134	△43
協同組合 宮古クーポン店会	法人	43	35	△8
たろちゃん協同組合	法人	※ 25	23	△2

資料：市商業観光課調べ

※たろちゃん協同組合(平成23年8月設立)は平成23年の組合員数



3. 高齢化と買い物弱者の状況

近年、買い物弱者と呼ばれる食料品など日常の買い物が困難な状況の人々が増加しており、全国の60歳以上の高齢者のうち、約600万人が買い物弱者の状態にあると推測されます。

買い物弱者は、過疎地域のほか市街地周辺部でも増加しており、人口の都市への集中、少子高齢化や核家族化による高齢者世帯の増加と、市場の縮小などに伴う小売店舗の減少により、その数が増加しているといわれています。

市においても高齢化が著しく平成26年の調査では、65歳以上の高齢者が占める割合は地区住民の人口のうち川井地区と新里地区ではすでに4割を超え、田老地区でも37.3%と高く、宮古地区では32.4%と激増しています

市内の全高齢者 19,303 人のうち8,332人の34.3%が高齢者だけで生活していて、近い将来、車の運転ができなくなり、買物や通院のための交通手段などに不安を持っています。

また、市街地周辺の八木沢団地、佐原団地、宮園団地などに加えて、中心市街地でも食料品などの小売店やスーパーマーケットが閉店し、日常の買物に不便を感じている住民が増えています。

【高齢者（65歳以上）の地域別人口の状況】

	平成26年 65歳以上 (人)	地区の高齢化率(%)			
		平成26年	平成25年	平成24年	平成23年
宮古地区	15,504	32.4	31.6	30.2	29.3
田老地区	1,239	37.3	35.4	33.8	31.7
新里地区	1,269	42.9	41.2	40.3	39.7
川井地区	1,291	47.4	46.1	44.5	43.9
合計	19,303	34.0	33.0	31.7	30.7

【地区別高齢者（65歳以上）の世帯の状況】

単位：人

	1人暮らし 老人	本人が高齢者で 配偶者のみ	本人とその他の 高齢者のみ	合 計
宮古地区	2,380	3,790	583	6,753
田老地区	158	230	48	436
新里地区	178	276	68	522
川井地区	218	328	75	621
26年計	2,934	4,624	774	8,332
25年	2,926	4,603	692	8,221
24年	2,750	4,334	622	7,706
23年	2,491	4,220	491	7,202
22年	2,647	4,998	569	8,214

資料：介護保険課調

この調査では、どのように高齢者が生活しているかも調査しています。近年、特に「就労している高齢者」が増え、震災前の数に回復しつつあります。また、川井地区での老人クラブの加入率は3割、他の地域では、1割前後となっています。

【高齢者（65歳以上）の状況】

単位：人

	老人クラブに 加入している	就業している	入院・入所して いる	その他
宮古地区	1,117	2,490	880	777
田老地区	99	232	78	71
新里地区	177	166	110	49
川井地区	375	228	108	101
26年計	1,768	3,116	1,176	998
25年	1,783	2,632	1,104	1,046
24年	1,799	2,326	1,052	1,012
23年	1,809	2,008	1,035	1,081
22年	2,479	3,308	962	1,186

資料：介護保険課調

4. 東日本大震災からの復興

(1) 中心市街地商店街の復興状況

宮古駅付近まで達した津波により、中心商店街のほとんどの店舗が被災しました。駅寄りの末広町商店街では建物の多くは残り、翌日から各店舗のヘドロのかき出しや片付けが自力で始まり、翌々日から一部営業を開始した店舗もありました。

一方、海に近い中央通商店街や向町、大通の店舗は被害が大きく解体する店舗や家屋が多く、店舗等の駐車場として整備したところもありますが、4年が経過した現在も空き地が点在しています。

国や県等をはじめ全国の企業や個人の方々から多くの支援を受けました。特に、全国商店街支援センターの復興支援マネージャー派遣事業が平成23年5月からスタートし、「朝会議」や阪神・淡路大震災の復興の経験に基づく講演会を開催しました。平成24年には現地復興マネージャーが1名配置され、中心商店街の復旧・復興活動の支援を受けています。

また、震災3ヶ月後の6月には、中心商店街で構成する実行委員会が中心となり「宮古あきんど復興市」を開催し、その後は、6月・10月の年2回、福祉団体や商業高校、JR等と連携し「復興市」を開催しています。この2日間は、30代から40代の家族連れのみならず近隣の町村の住民、観光客などで16,000人の来街者で商店街が賑わっています。

平成24年には、104事業者で構成する「いわて宮古街なか商人グループ」として4次公募のグループ補助金の採択を受け、同年11月には、緊急雇用対策事業を活用し、2名の職員を配置し、グループの事業として、復興市の開催や地域通貨「リアス」の発行、イベントや100円商店街や街ゼミなどの販促活動、研修事業等を行っています。

(2) その他の地区の復興状況

田老地区や鍬ヶ崎地区、津軽石地区などは、特に被害が大きく、ほとんどの建物が全壊・流出の壊滅的な被害状況でした。

平成23年8月、田老地区の被災した事業者が中心になって「たろちゃ

ん協同組合」を設立、9月には、グリーンピア三陸みやこの敷地内に中小企業基盤整備機構により仮設店舗「たろちゃんハウス」が建設されました。この施設には、小売業と理美容、食堂、学習塾等の22店舗が、隣接する400戸の仮設住宅の入居者の生活を支えるため仮再開しました。現在は、廃業等のため3店舗退去、新たに1店舗が入居し、20店舗が営業しています。

組合事務局には、平成24年10月から緊急雇用対策事業を活用し2名の職員を配置し、協同組合が中心となって「たろちゃんハウス」の管理・運営とスプリングセールなどの販促活動や仮設入居者のための盆踊り大会などのイベント等の企画、全国からの視察や支援事業の受け入れ等を行っています。

平成27年度から防災集団移転事業及び土地区画整理事業の土地整備後、地権者に土地が引き渡しとなり、それぞれの事業者が乙部高台と田老一中前のかさ上げ地、田老総合事務所前等に分散して、店舗または、店舗兼住宅を本設する予定です。

鍬ヶ崎地区では、グループ補助金や復旧費補助金を活用してすでに復旧した約20以上の店舗等がありますが、その中には、道路工事や区画整理事業のため、再度、移転が必要なところもあり、多くの事業者が土地整備後の本設を予定しています。

田老地区と鍬ヶ崎地区では、2つのグループが平成27年の13次グループ補助金の公募で採択され、土地の引き渡し後に本設を予定しています。

現在、数カ所の災害公営住宅の入居が始まり、平成27年度中には全部完成する予定ですが、平成27年5月現在で60カ所にある1,208戸の仮設住宅で長期にわたる避難生活を送る被災者がいます。

被災地域の住民は、仮設の店舗をはじめ移動販売やネット販売等を利用したり、中心市街地や郊外の大型店舗等を利用しています。また、震災後特に、地域人口の流出や高齢化が進んでおり、どのくらいの住民が地域に戻ってくるのか、整備された新たな土地で地域コミュニティを新たに構築しながら今後、事業継続ができるのかなど、予想もつかない不安な状況の中で事業者は営業を再開しなければなりません。

その他の築地や藤原、高浜、金浜、津軽石、赤前などの地域では、グループ補助金の採択を受けた事業者や修繕費補助金や復旧費補助金を活用して100を超える事業者が復旧しています。

5. 商業の課題

宮古市の商業振興を推進していくためには解決すべき課題があります。

- 少子高齢化や人口減少、それらと合わせ被災等に伴う店舗の減少、消費者の購買動向の変化など、様々な影響により商店街の歩行者が激減しており、まちなかの賑わいを取り戻す必要があります。
- 災害公営住宅の建設などによるまちなか居住が推進され、市民が集うコミュニティ施設や空き地などを有効活用する必要があります。
- 「宮古市中心市街地拠点施設整備事業」により、宮古駅の南側に市庁舎の移転が予定されており、移転後の庁舎の跡地の活用も含めた活力と賑わいのある商店街づくりを推進する必要があります。
- 新たな消費購買を喚起するため、観光客をもっと街なかに呼び寄せ、回遊させるような、まちなか観光などの商業と観光が一体化した施策を展開する必要があります。
- 店舗や商店街、駐車場等の情報や案内が不十分で、家族連れでの買い物は注意が必要なところもあり、来街者の安心・安全と利便性を確保するなど買物環境を整備する必要があります。
- 震災後、特に田老・鍬ヶ崎地区の事業者は、地域人口の流出や高齢化が著しく、また土地区画整理等により震災以前とは別の場所へ移転し、新たなコミュニティの再構築や数年後の復興需要終了後、営業継続が

可能かなど多くの不安や課題が山積しています。

- 新里・川井地区でも、少子高齢化や過疎化が著しく、現在、行われている復興道路の完成後、近隣の都市などへの購買の流出や地域購買力の低下がさらに進むことを想定した事業に取り組む必要があります。
- 地域人口や商店の減少に重ね、高齢化や過疎化等により市街地周辺部やそれぞれの地域に買い物弱者が急増しており、今後もこの状況は続くものと考えられ、地域を支える商業の振興を図る必要があります。
- 消費者のニーズが多様化し新たな問題を解決するため、商店街の枠を超えた柔軟性のある事業者のネットワークを構築する必要があります。
- 事業者の高齢化や経営不振等による廃業を防ぐため後継者の育成と事業承継について支援する必要があります。
- 今後も店舗の減少傾向が続くと予想されることから新規創業者を支援する必要があります。
- 売上の減少等さまざまな困難を抱える事業者の経営不安を和らげ、事業者が意欲的に事業展開できるよう支援する必要があります。
- 失われつつある商店街の魅力や機能を回復させるためには、消費者にとって魅力的な個店の創出と集積により、その活力を他の店舗や商店街に波及させる取り組みを実施する必要があります。

第4章 商業を取り巻く環境の変化

1. 消費者の購買行動の多様化

世界的な経済不況と震災や過疎化が進み地域人口の流出と少子高齢化、自家用車の普及など生活形態の変化により消費者の購買行動が多様化しています。

平成9年以降、高年齢者雇用安定法の改正もあり60歳以上の勤労者世帯数は、上昇する傾向にあり、平成26年に市が実施した調査でも65才以上の就業者は、16.1%の3,116人で毎年3~400人ずつ増加しており、シニア世代の生活様式も変化しています

また、長引く不況やリーマンショックの影響による景気の低迷、最近では毎年、国民年金や厚生年金の保険料が引き上げられ、平成26年4月からは消費税の引上げや国民年金年金支給額の引下げなどの影響もあり、国が実施した平成26年の家計調査の消費支出は、3年ぶりに減少となりました。これらの平成不況の影響を受けてか、若者の消費行動の減退が問題になっています。

一方で、ネット市場の拡大は進み、商店がネット業者のショールーム化し、商店で商品の下見をしてネットで買うといった消費者が増えています。最近ではインターネットを中心とする店舗以外の販売形態の比重も高くなっており、その結果、店舗での販売需要が低迷し、小売業者の減少を招いている一因と考えられます。

2. 食料品・日用品小売店舗の大型化とチェーン店の進出

中小規模の小売業者が減少する一方、大型食料品店や家電量販店といった売り場面積の大きい店舗が増加し、それら大規模店は大量の仕入れによる低価格と豊富な品揃えによる商品の提供や駐車場等の施設の整備により集客力を高めてきました。

市においても、家電小売店や食料品小売店の大型化や全国規模のチェーン店が進出するとともに、コンビニエンスストアが食料品等小売店のなかった地域に開店するなど店舗の分布状況にも変化が見られます。震災後も家電や薬等のチェーン店が新たにオープンしています。

第5章 商業振興ビジョン

1. 基本方向

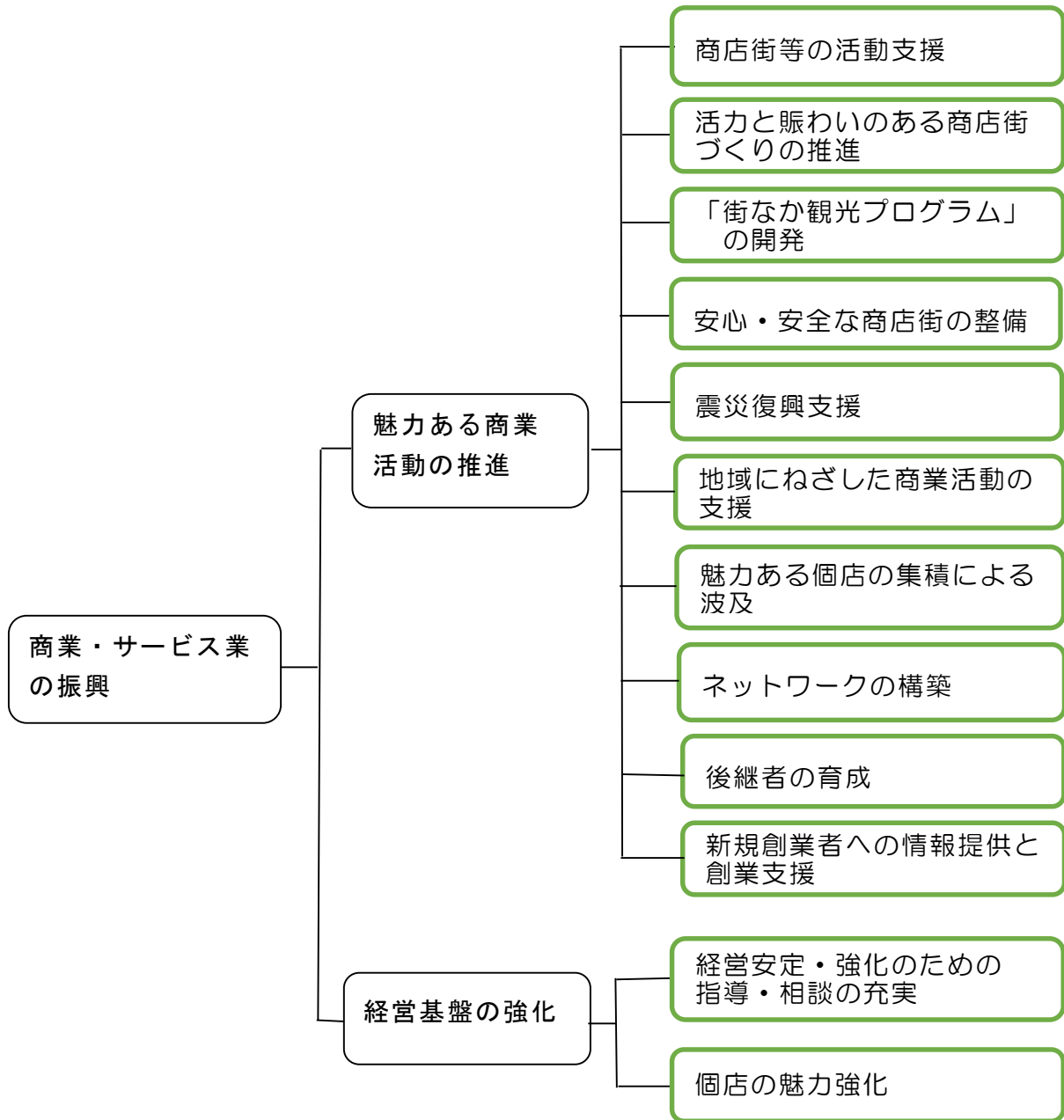
「宮古市総合計画」の中で、「まちづくりの基本的な方向」の一つに「多様な産業が結びつき力強く活動するまちづくり」の実現を目指し、さらに、「基本施策」として、豊かな自然資源・地域資源を活用した農林水商工観連携による高付加価値型産業が躍動する「活力に満ちた産業振興都市づくり」を進めることとしています。

すべての産業とかがかわる重要な役割を持つ商業・サービス業の振興を推進していくためには、その施策の基本的な方向を明確に定めて実施していくことが大切です。

また、施策の推進にあたっては、国や県の事業を活用するなど効果的に実施できるよう努めます。

- ① 商店街、商工会議所、観光事業者等や業種を超えた事業者と連携して、中心市街地をはじめ地域の商業活動の活性化とまちづくりに関する事業を推進します。
- ② 魅力ある商店(個店)の創出と商業集積や買い物環境の整備などにより、商業活動の活性化を図ります。
- ③ 商業・サービス業の事業者の経営基盤の安定・強化を図ります。

2. 施策の体系



3. 市、商業者、商業団体等の役割

市はこれまでに、宮古商工会議所をはじめ商店街等の商業関係団体で組織する実行委員会とともに「プレミアム商品券発行事業」を平成 22 年と 23 年、27 年の 3 回実施しました。また平成 26 年には「地元のがんばる商店街応援キャンペーン事業」を行い、各事業に市内の 200 ～300 店舗以上の参加により実施してきました。

また、商店街や商業団体に対しては、各団体や共同で行うイベントや研修事業、商店街マップ作りなどの情報提供事業、防犯カメラや街路灯の低炭素化のための施設整備事業、震災復旧事業、国等の補助金を活用して実施する事業に対する支援等も継続して行ってきました。

今後も商業・サービス業の事業者をはじめ商業団体と連携し、現在の活動を引き続き進めながら、それぞれの商業振興における役割を明確にし、地域住民や各種団体等との協働により、新たな活動を進めていくことが重要です。

(1) 市の役割

① 魅力ある商業活動の推進

- 商店街等の連携を図り、イベント等の商店街の活動を支援します。
- 地域コミュニティの核としての機能整備を図り、市民の参画などにより活力と賑わいのある商店街づくりの推進に努めます。
- 市民も観光客も楽しんで街歩きができるような「まちなか観光」の開発に取り組みます。
- 魅力ある個店の創出と集積を図り、商店街の活性化に取り組みます。
- 被災した田老・鍬ヶ崎地区の事業者に対しては、事業の本復旧が速やかに実施できるよう支援を行います。
- 地域にねざした商業活動を支援し、買い物弱者などへの対応に取り組みます。
- 若手後継者を育成し、事業承継の支援を行います。
- 新規創業者に対する情報提供と創業への支援を行います。

② 経営基盤の強化

- 関係機関と連携し、事業者の経営の安定・強化を図ります。
- 事業者の意識改革を促し、個店の魅力を強化する事業を実施します。

(2) 商業者の役割

- ① 商品の磨きこみやサービスの充実とその情報発信
- ② 消費者のニーズに対応した適切な商業活動やサービスの提供
- ③ 快適な店舗で買物環境の整備と接客などサービス水準の向上
- ④ 経営の安定・強化
- ⑤ 地域コミュニティとしての重要な社会的役割の自覚と後継者問題への取組
- ⑥ 地域経済循環等を目的とする商業団体が実施する事業への積極的な参加

(3) 商店街等の商業団体等の役割

- ① 消費者の各種ニーズや商業活動など情報の収集・発信
- ② 商店街等の活性化のための事業実施
- ③ 商業団体や地域の各団体との情報交換と連携

(4) 商工会議所の役割

- ① 各事業者及び各団体と連携を図り地域経済循環を促進する事業の実施
- ② 関係機関と連携し、事業者の経営の安定・強化のための指導・相談の実施
- ③ 各産業の若手後継者の育成と経営力強化を図る事業を実施する。

4. 事業の概要

商業振興の推進のために、「活力のあるまちづくり」を施策の中心に定めて取り組みます。

また、個別施策に対応した事業を次のように定めます。

(1) 魅力ある商業活動の推進

■ 商店街等の活動支援事業

消費者を誘引することを目的とした商店街などが連携して行うイベント等の実施や、商店街マップや商業団体等のホームページの開設等の情報発信等の活動に対し支援します。

■ 活力と賑わいのある商店街づくり推進事業

消費者に魅力ある商店街づくりのために商店街等が行う調査研究や研修会、講習会の実施に対し商業団体等が行う活動を支援します。

■ 「街なか観光プログラム」開発事業

観光客や来街者などがJRや三鉄、バス等の待ち時間などを活用して、気軽に短時間で宮古駅や商店街周辺の探索や街歩きができるようなプログラムの開発に観光業団体や飲食店、商店街や地域住民と協働で取り組みます。

■ 安心・安全な商店街整備事業

来街した観光客をはじめとした消費者の安全・安心を確保し利便性を高めるため案内板や駐車場などの設置や、街なかトイレや買い物カート等を安全で気軽に利用できるサービスの提供など買物の環境整備を目的とする事業に店舗や商店街と連携して取り組みます。

■ 震災復興支援事業

本格的な復旧が予定される田老・鍬ヶ崎地区については、個別相談等を実施し、支援制度の活用や情報提供を行い、速やかに店舗等の本復旧ができるよう事業者の支援に取り組みます。

また、地域コミュニティの核となるそれぞれの店舗が、住民と共にグループ等で実施する活動に対して支援します。

■ 地域にねざした商業活動支援事業

各地域の現状を把握し、生活基盤としての特色ある地域の産業や資源を

活用した商品やサービス等の情報発信に取り組み、それぞれの地域住民の生活にねざした商業活動を支援し、買い物弱者などへの対応のため関係機関と連携し、持続可能な地域が維持できるよう取り組みます。

■魅力ある個店の集積による波及事業

商店街への来街者を増やすため、専門家による消費者にとって魅力ある店舗づくりを進め、魅力ある個店を集積させその波及効果により商店街の活性化を推進する事業に取り組みます。

■ネットワーク構築事業

多様化する問題解決のため、商店街や業種などの枠を超えた事業者間の情報交換と交流の場の充実を図り事業者や各種団体とのネットワークを構築する事業に取り組みます。

■後継者育成事業

事業者の高齢化による廃業を防ぐため、若手後継者や商店街活動の中心となる次世代のリーダーの育成に取り組み、スムーズな事業承継の支援に取り組みます。

■新規創業者支援事業

新規創業者に対する国等の支援制度や商店街等の情報提供と創業への支援に取り組みます。

(2) 経営基盤の強化

■経営安定・強化支援事業

事業者の経営の安定・強化のため信用保証協会や各金融機関と連携し、事業者に対し融資制度や支援制度の情報を提供し制度の活用推進を図り、専門家や商工会議所と協働により経営に対する指導・相談の充実に取り組みます。

■個店の魅力強化事業

専門家を派遣し、個店の魅力強化と売上やサービスの向上を図ることに より事業の活性化を体験することで事業者の意識改革を促し、強い個店の創出と集積に取り組みます。

5. ビジョン推進のスケジュール等

本ビジョンの推進のために、市総合計画の実施計画との整合性を図りながら、施策の目標とスケジュールを定めて進めていきます。

(1) 施策の目標

消費が落ち込むなか商工会議所及び地域の商業関係団体と連携し、経営力の向上や魅力ある店舗・商店街づくりを図ります。

施策の目標		参考値 (H19)	現状値 (H26)	目標値 (H31)
卸売業・小売業の 事業所数、就業者数	事業所数	989	678	680
	就業者数	4,983 人	4,064 人	4,000 人
卸売業・小売業の 年間商品販売額	1 事業者当り	9,700 万円	1 億 7 千万円	1 億 4 千万円
	就業者 1 人当り	1,932 万円	2,822 万円	2,375 万円
商工会議所会員数 (卸・小売・飲食・サービス業)		1,015 人	810 人	800 人

※H19年の商工会議所会員数には、川井村商工会の会員数は含まれていません。

※「現状値」は平成26年商業統計調査（確報）結果概要の数値です。

「目標値の考え方」

●事業所数

店主の高齢化、消費購買の流出などのため閉鎖する事業者が増加していることから、事業所数の減少に歯止めをかけるもの。

●従業者数

事業所の収入減による店舗の合理化、店舗の閉鎖が増え従業者数が減少していることから、従業者数の減少に歯止めをかけるもの。

●年間商品販売額

人口減少、高齢化による購買意欲の低下、大型店の出店、インターネットや通信販売の普及などによる売上が減少していることから、年間商品販売額の減少に歯止めをかけるもの。

●商工会議所会員数

消費購買の流出及び人口減少による収入の減少等のため閉鎖する事業者が増加していることから、会員数の減少に歯止めをかけるもの。

(2) 具体的な施策の推進方策（工程表）

商業振興の推進のための具体的な施策の推進方策を次のように定めます。

施策の体系	工程表（4年間を中心とした取り組み）				
	～H27	H28	H29	H30	H31
① 魅力ある商業活動の推進	商店街等の活動支援事業				
	活気と賑わいのある商店街づくり推進事業				
			「街なか観光プログラム」 開発事業		
		安心・安全な商店街整備事業			
		震災復興支援事業			
			地域にねざした 商業活動支援事業		
	魅力ある個店の集積による波及事業				
		ネットワークの構築事業			
		後継者育成事業			
		新規創業者支援事業			
② 経営基盤の強化	経営安定・強化支援事業				
	個店の魅力強化事業				