

Ⅱ. 中心市街地の活性化に向けた現状と課題

1. 中心市街地の活性化に向けた取組の経緯

中心市街地の活性化に向けた取組は、モータリゼーションの進展に伴う、住民や公共施設などの郊外への流出、街なかにおける大規模商業施設の撤退と郊外型店舗の立地を背景とし、中心市街地の求心力の低下に歯止めをかけ、長い年月の中で蓄積されてきた都市、居住、生活、経済等の機能を有効活用していくため、民間企業、商工団体、市等の連携の下、国・県等の支援策を活用しながら進められてきました。

平成 20 年 11 月に策定した「中心市街地活性化基本計画（高田地区・直江津地区）」（平成 20 年 11 月～平成 26 年 3 月）を基に、高田地区では旧高田共同ビル再生事業及び大和跡地拠点施設整備事業を完了し、2 核が再構築され、直江津地区では図書館等整備事業などを完了し、主要なハード整備が完了しました。

市では、整備されたハード施設を活かし、活性化につながる市民団体や商店街関係者等が中心となったソフト事業を推進するため、中心市街地活性化プログラム（以下、「プログラム」という。）を策定し、第 1 期（平成 26 年 4 月～平成 29 年 3 月）は、イベント開催や空き店舗活用などのソフト事業の展開を図りました。

平成 29 年 3 月には、第 1 期の成果と課題を引き継いだ第 2 期プログラム（平成 29 年 4 月～令和 2 年 3 月）を策定し、賑わい創出のためのイベント開催と人材育成を中心としたソフト事業の推進に取り組みました。

< プログラムによる取組の概要 >

	第 1 期プログラム	第 2 期プログラム
実施期間	平成 26 年 4 月～平成 29 年 3 月	平成 29 年 4 月～令和 2 年 3 月
プログラム掲載事業の実施状況	高田地区：47/55 事業 直江津地区：50/57 事業	高田地区：41/50 事業 直江津地区：33/45 事業
目 標	街のにぎわいの向上（高田・直江津両地区共通）	
事業実施による主な成果	【高田地区】 ・町家や高田世界館などの歴史的・文化的資源を積極的に活用した各種取組の展開 ・冬期間を中心に、本町商店街への外国人旅行客の来街が増加 ・来街者が個店で自ら体験できるサービスを試行 ・世代交代を見据えた若手商店主による事業参画 【直江津地区】 ・新水族博物館を核とした地域活性化事業の取組によるまちなか回遊の促進や関係者による一体感の醸成 ・若手商店主による地域活性化に向けた事業参画	

2. 第1期プログラム実施以降の主なハード整備

第1期プログラムの実施以降、中心市街地とその周辺地区において、民間、行政機関のそれぞれ、あるいは連携により、施設等の新設やリニューアルが進められており、中心市街地の活性化に向け、大きな力となっています。

< 主なハード整備の状況 >

高田地区	直江津地区
<ul style="list-style-type: none">・【新設】市民交流施設高田城址公園オーレンプラザ (H29.9 開館)・歴史博物館 (H30.7 開館)・高田まちかど交流館 (H30.4 開館)・【新設】町家交流館高田小町広場 (R2.3 供用)・小林古径記念美術館 (~R2)・街なか回遊サイン (~R2)・旧今井染物屋 (R2 整備着手)	<ul style="list-style-type: none">・水族博物館うみがたり (H30.6 開館)・ライオン像のある館 (H31.4 開館)・直江津駅前複合施設 (R2.3 竣工)・直江津ショッピングセンター (~R2)

3. 第1期プログラム実施以降のまちの変化

第1期プログラムの実施以降、プログラム掲載事業の実施やハード整備などにより、高田地区、直江津地区それぞれにまちの変化が生じています。

< 主なまちの変化 >

【高田地区】

①歴史・文化への注目度が向上

高田世界館周辺の全国的な知名度向上、市民による雁木・町家を発信するイベントの開催、町家をリノベーションした事業所の開設、高田公園の名称変更（令和2年4月）

②冬期間を中心とした外国人観光客の増加

近隣のスキー場を訪れた長期宿泊者の来街、商店街による外国人観光客対応の改善、外国人の観光ニーズ（歴史、文化、地域色等）への適合、新潟県による誘客

③若手商店主による積極的な事業参画

商店街等の役員への若手の登用、個別店舗の世代交代、若手商店主が中心となった10年先の将来を見据えたビジョンを検討する会の開催

④個別店舗の変化

キャッシュレス決済の導入促進、コト消費促進のための体験メニューの試行、店舗間の情報共有ツールの試行

【直江津地区】

①来訪者の増加

水族博物館うみがたり、ライオン像のある館、直江津ショッピングセンターなどの拠点施設の整備、新水族博物館を核とした地域活性化検討会による取組

②域内事業者の一体感が醸成

新水族博物館を核とした地域活性化検討会の取組、街なか回遊促進イベントの開催

③市民による地域資源を活かした取組

直江津の地域資源（鉄道、マゼランペンギン、水生生物、北前船、ライオン像など）をテーマやコンセプトとしたイベントや学び・体験機会の充実

④個別店舗の変化

水族博物館うみがたりの来館者等をターゲットとした飲食店によるランチ営業、キャッシュレス決済の導入促進

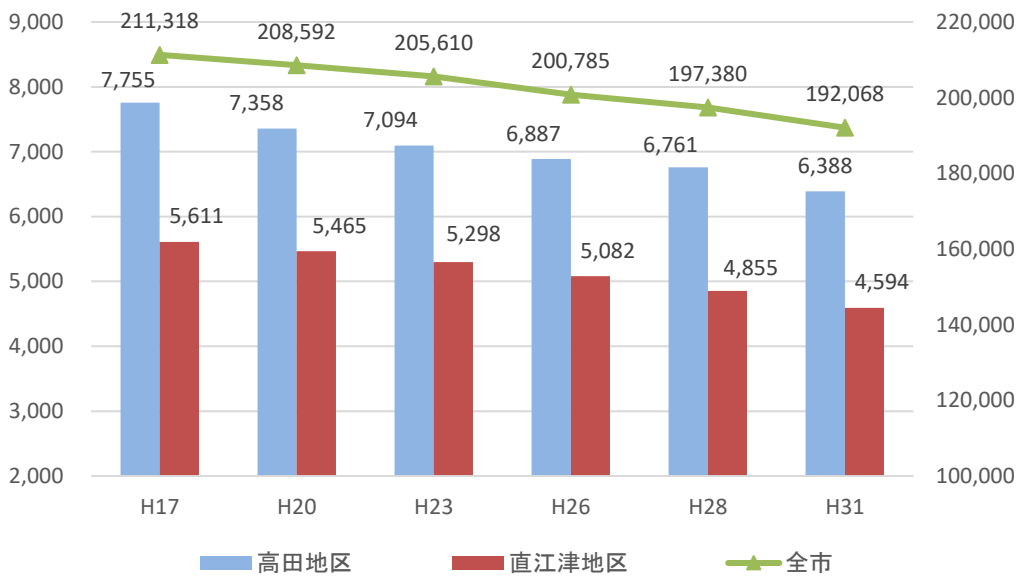
4. 統計、アンケートから見る中心市街地の現状

① 人口、世代別人口、高齢化率

全市は人口の減少傾向が続いており、高田地区及び直江津地区の中心市街地においても同様の傾向となっています（図表 1-1）。中心市街地における世代別人口を見ると、15歳から64歳までの年齢層の人口が大きく減少し、65歳以上の年齢層の人口がほぼ横ばいから増加する傾向にあります（図表 1-2、1-3）。高齢化率は、全市で上昇傾向にありますが、中心市街地では40%前後に達し、全市を大きく上回る状況です（図表 1-4）。

図表 1-1 人口の推移

(単位：人)

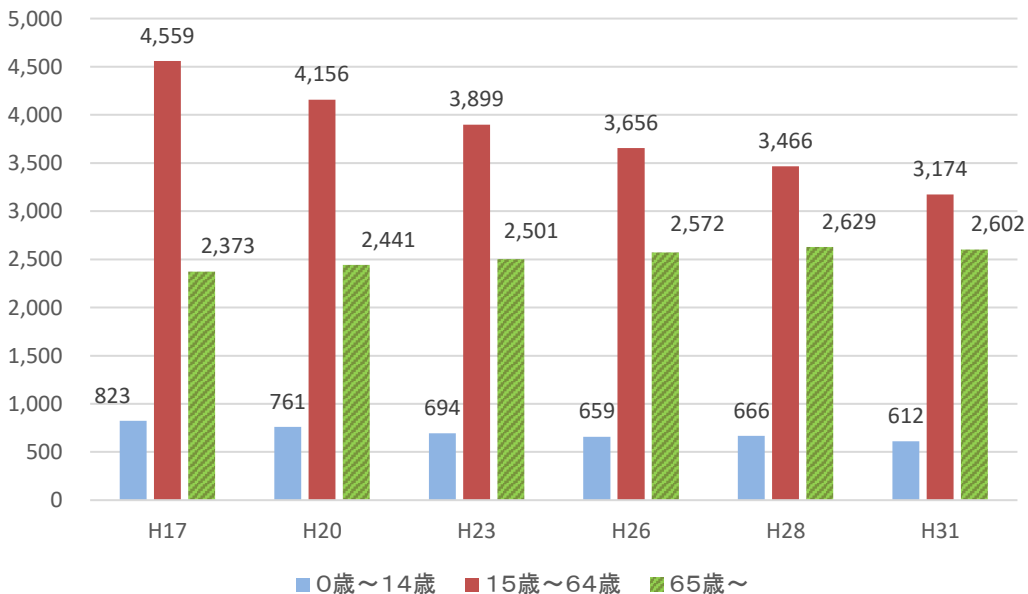


各年 3 月末時点

出典：上越市住民基本台帳

図表 1-2 世代別人口の推移（高田地区）

(単位：人)

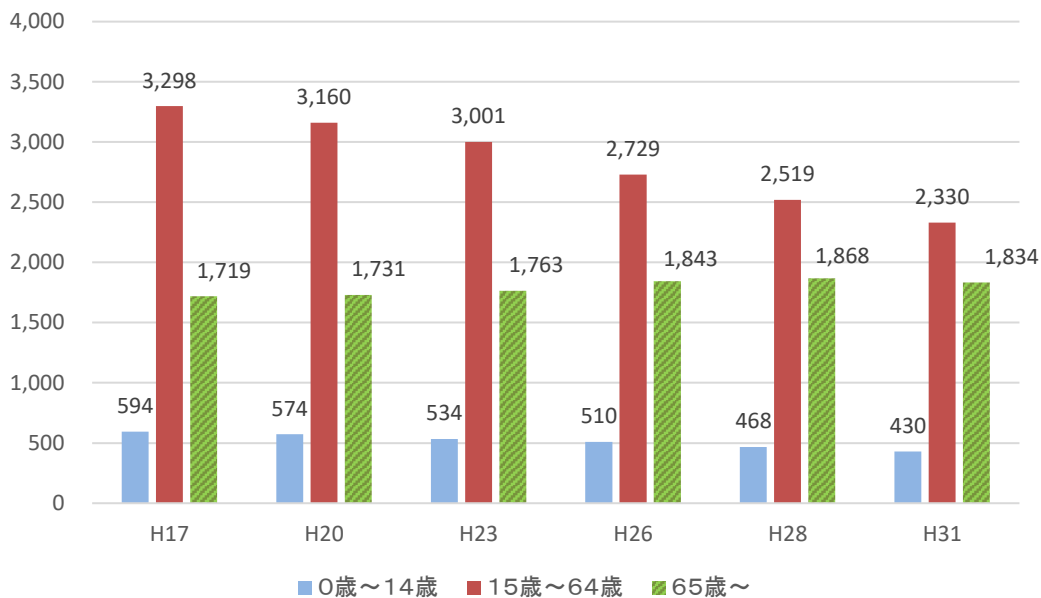


各年 3 月末時点

出典：上越市住民基本台帳

図表 1-3 世代別人口の推移（直江津地区）

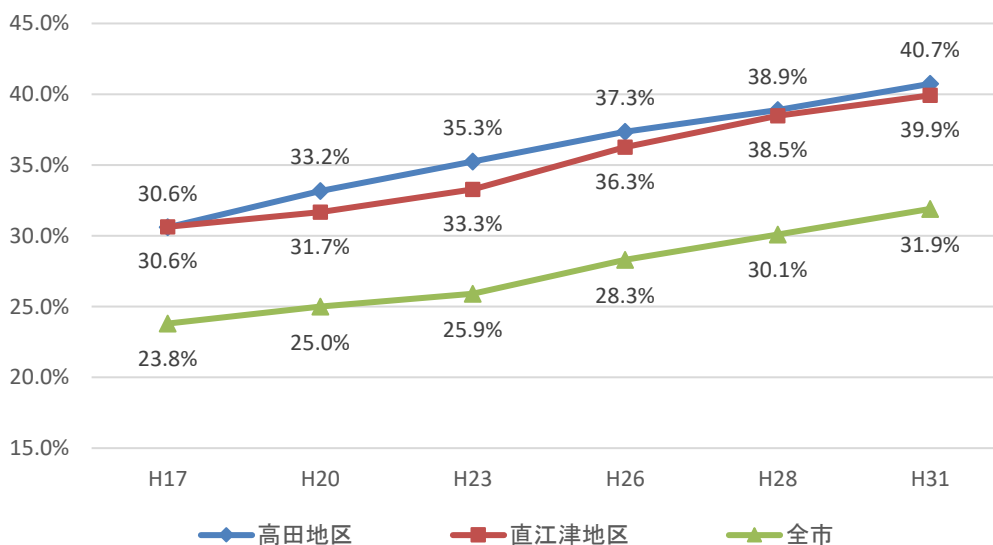
（単位：人）



各年 3 月末時点

出典：上越市住民基本台帳

図表 1-4 高齢化率の推移



各年 3 月末時点

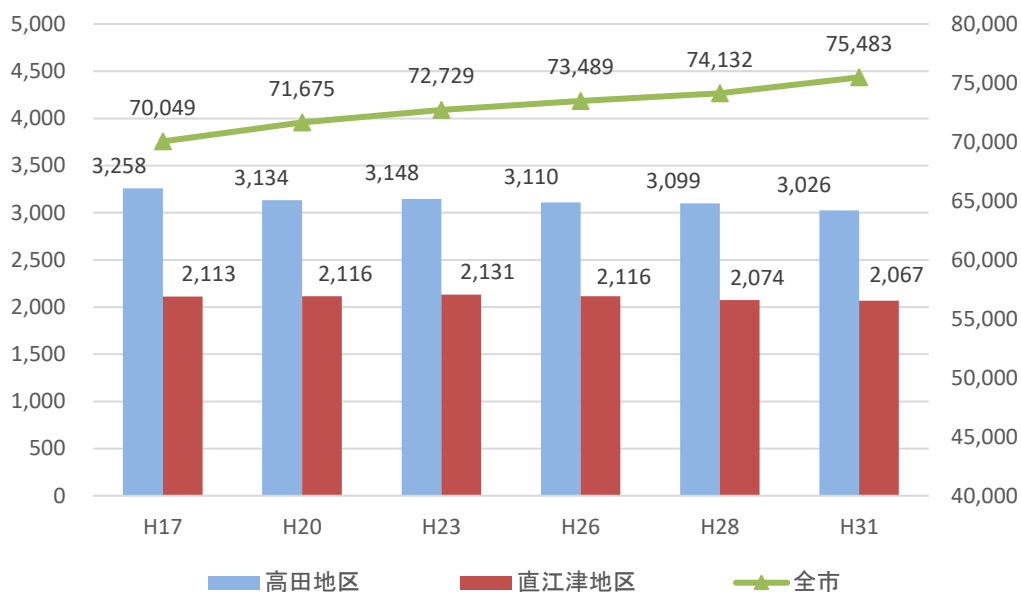
出典：上越市住民基本台帳

② 世帯数、1世帯当たり人口

全市の世帯数が増加傾向にある一方で、中心市街地の世帯数は、横ばいから減少傾向にあり、高田地区の減少が目立ちます（図表 1-5）。1世帯当たり人口は、全市で減少傾向にありますが、中心市街地においては、全市の平均を下回るとともに、15歳から64歳までの若い世代の減少が顕著なことから、高齢者のみの夫婦世帯や独居世帯が増加していると考えられます（図表 1-2、1-3、1-6）。

図表 1-5 世帯数の推移

(単位：世帯)

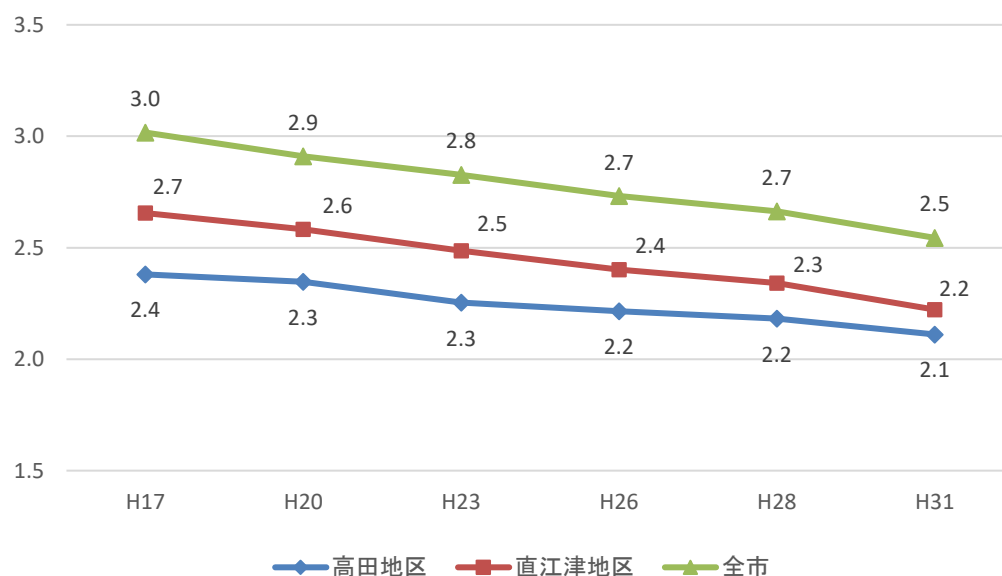


各年 3 月末時点

出典：上越市住民基本台帳

図表 1-6 1世帯当たり人口の推移

(単位：人)



各年 3 月末時点

出典：上越市住民基本台帳

③消費動向 （出典：令和元年度上越市消費動向調査 令和元年8月実施）

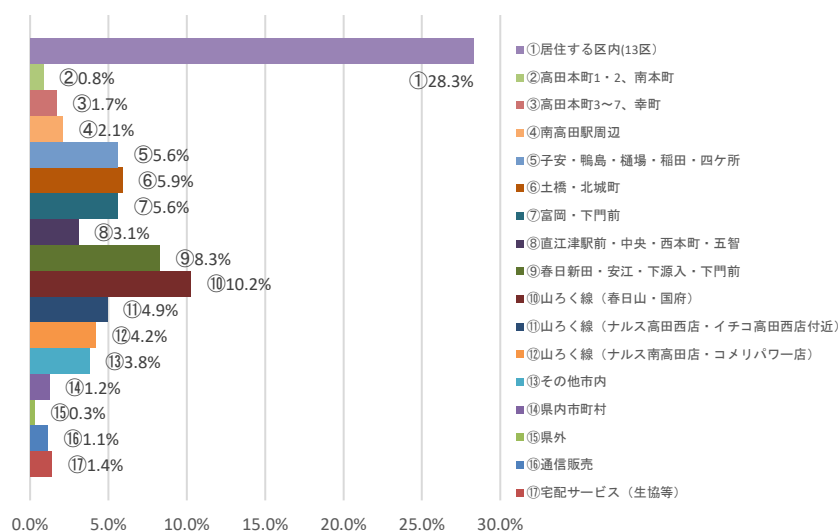
(1) 全市の動向

市民が「週に2、3回以上利用する買物先」として最も利用割合が高いのは、「居住する13区」となっています。その他の買物先の利用割合に大きな差はなく、また、「買物先ごとの最寄品の消費額の割合」もこれに近い傾向にあることから、市民は、日常の買物では居住地周辺や通勤経路上の買物先を利用する傾向にあるものと推察されます。

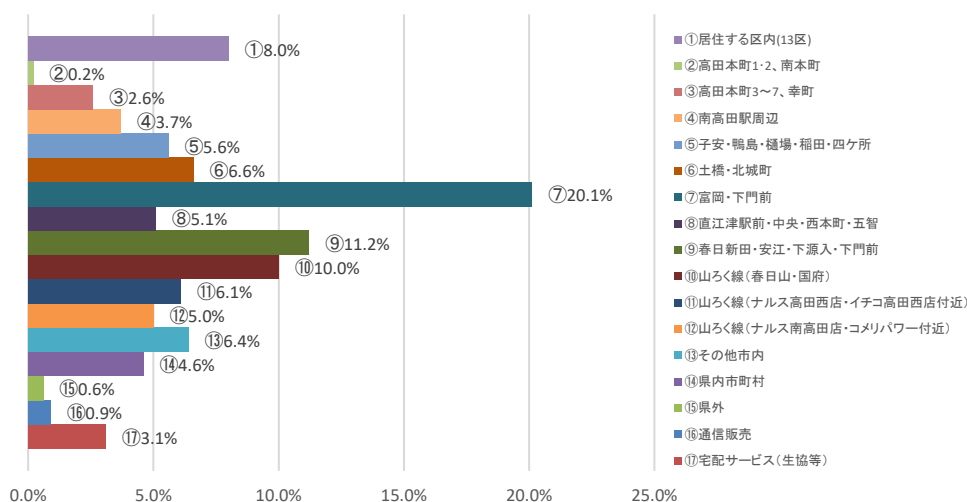
(図表1-7、図表1-8)

中心市街地については、週に2、3回以上の利用割合が、「高田本町3～7、幸町」は1.7%、「直江津駅前・中央・西本町・五智」では3.1%、最寄品消費額割合が「高田本町3～7、幸町」は2.6%、「直江津駅前・中央・西本町・五智」では5.1%にとどまり、いずれも全市の中で大きな割合を占める状況にはありません。(図表1-7、図表1-8)

図表1-7 週に2、3回以上利用する買物先（全市）



図表1-8 買物先ごとの最寄品の消費額の割合（全市）

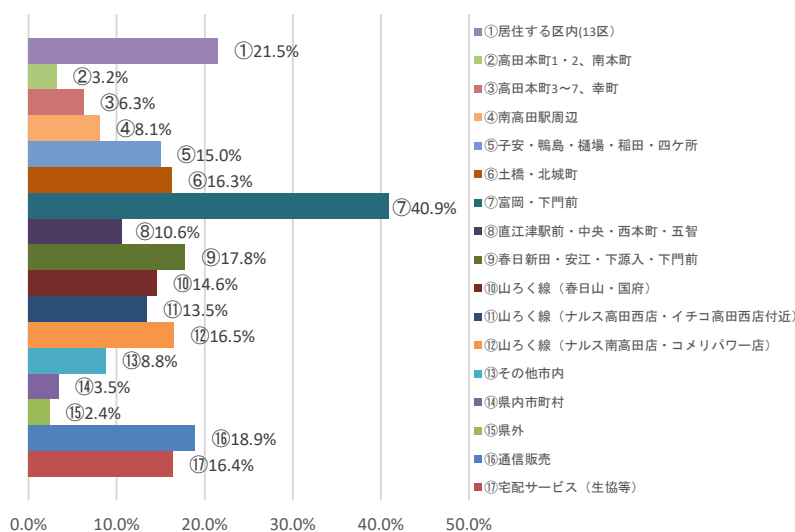


※最寄品は「日用雑貨」、「生鮮食品（肉、魚、野菜）」、「飲料及び生鮮食品以外の食料品」を集計

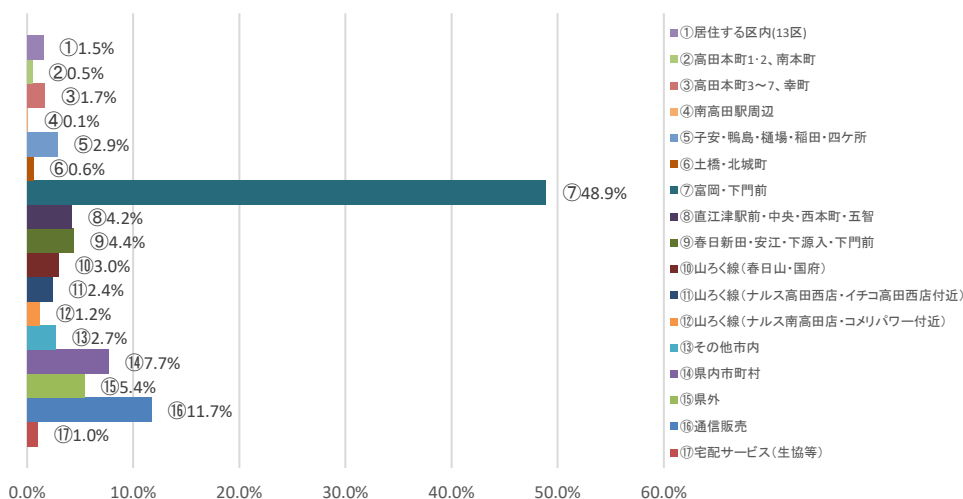
「富岡・下門前」は、市民の「月に2、3回程度利用する買物先」としての利用割合と「買物先ごとの買回品の消費額の割合」が最も高く、いずれも他の買物先を大きく上回っており、市内の買回品の買物先の中心となっています。（図表1-9、図表1-10）

中心市街地については、買回品消費額割合が、「高田本町3～7、幸町」は1.7%、「直江津駅前・中央・西本町・五智」では4.2%にとどまり、いずれも全市の中で大きな割合を占める状況にはありません。一方、「通信販売」の買回品消費額割合が全市で2番目の11.7%となっていることが目立ちます。（図表1-10）

図表1-9 月に2、3回程度利用する買物先（全市）



図表1-10 買物先ごとの買回品の消費額の割合（全市）

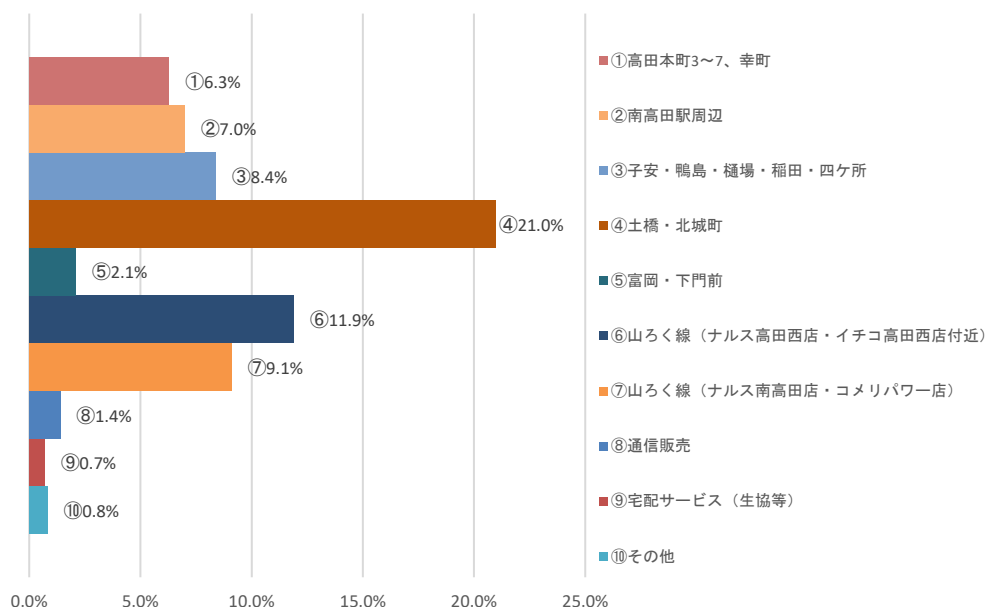


※買回品は「高級衣料」、「アクセサリ・時計・メガネ」、「靴・カバン」、「家庭用電気製品」、「家具・インテリア・寝具」、「文具・書籍」、「レジャー・スポーツ・趣味」、「贈答品」を集計

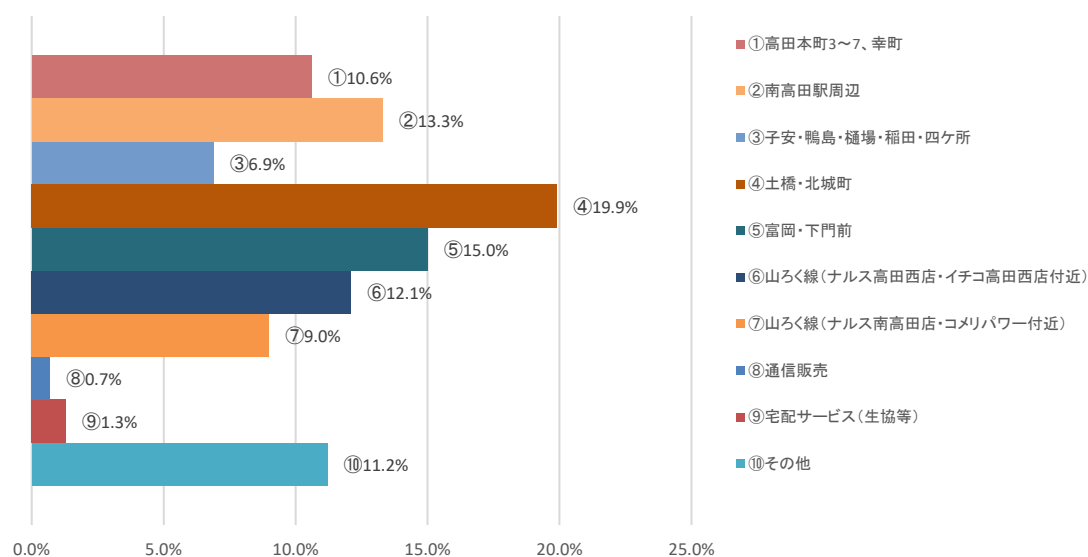
(2) 高田区居住者の動向

高田区居住者が「週に2、3回以上利用する買物先」は、「土橋・北城町」、「山ろく線（ナルス高田西店、イチコ高田西店付近）」、「山ろく線（ナルス南高田店・コメリパワー店）」の順となりました（図表 1-11）。「買物先ごとの最寄品の消費額の割合」は「土橋・北城町」、「富岡・下門前」、「南高田駅周辺」の順となり、中心市街地（一部近接含む）の「高田本町3～7、幸町」は10.6%にとどまりました（図表 1-12）。このことから、高田区居住者は、日常的な買物では、高田区内及び近郊のスーパーが立地する買物先を多く利用する傾向にあると考えられます。

図表 1-11 週に2、3回以上利用する買物先（高田区居住者）



図表 1-12 買物先ごとの最寄品の消費額の割合（高田区居住者）



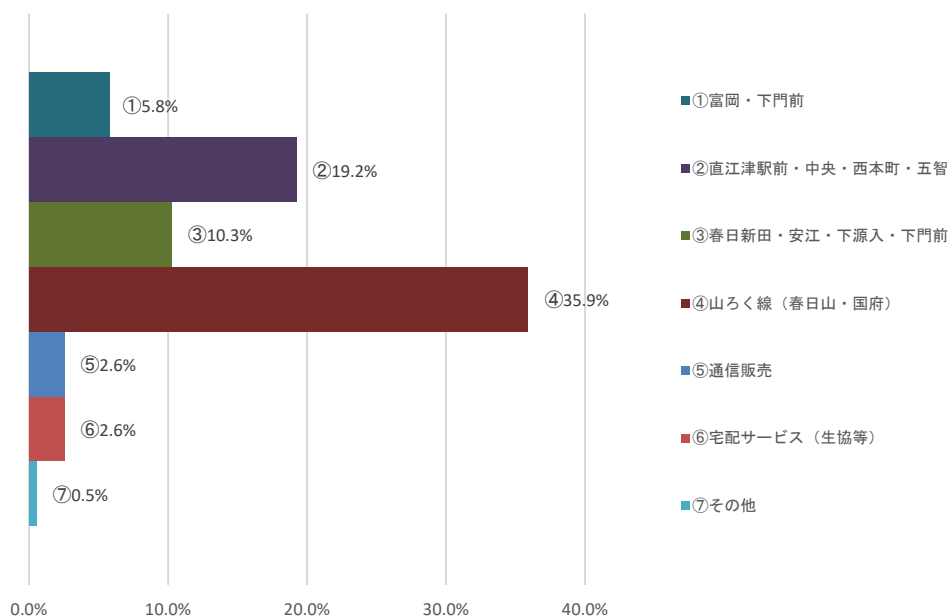
※最寄品は「日用雑貨」、「生鮮食品（肉、魚、野菜）」、「飲料及び生鮮食品以外の食料品」を集計

(3) 直江津区居住者の動向

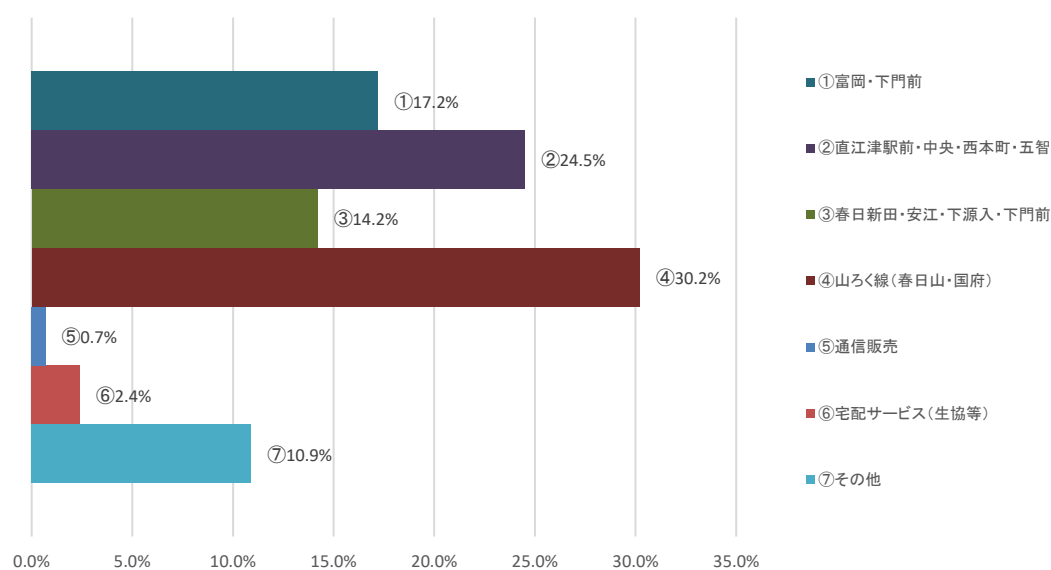
直江津区居住者が「週に2、3回以上利用する買物先」は、「山ろく線（春日山・国府）」と「直江津駅前・中央・西本町・五智」の二つで高い割合を占め（図表 1-13）、
「買物先ごとの最寄品の消費額の割合」も同様の結果となっています（図表 1-14）。

このことから、直江津区居住者は、日常的な買物では、直江津区内の買物先を利用する傾向にあり、中心市街地（一部近接含む）の「直江津駅前・中央・西本町・五智」も比較的多く利用されています。

図表 1-13 週に2、3回以上利用する買物先（直江津区居住者）



図表 1-14 買物先ごとの最寄品の消費額の割合（直江津区居住者）



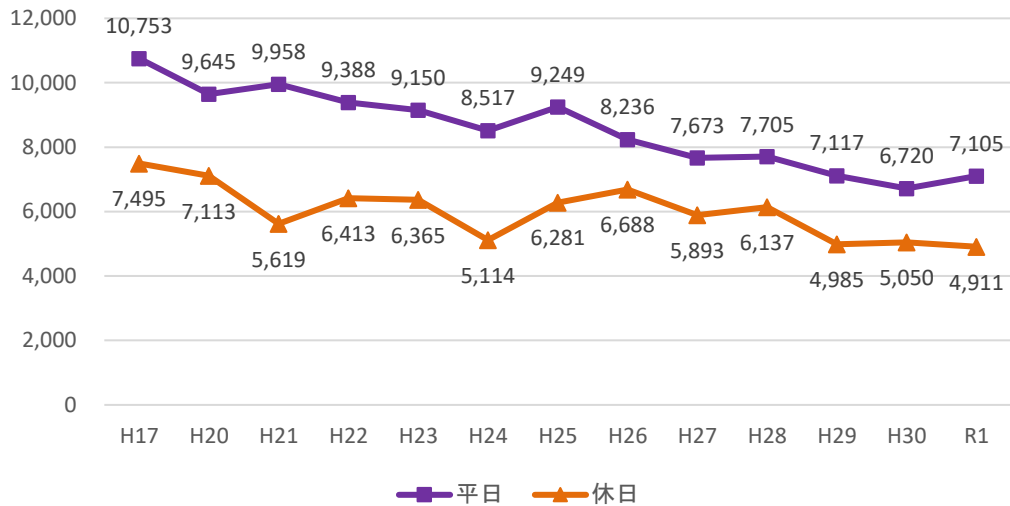
※最寄品は「日用雑貨」、「生鮮食品（肉、魚、野菜）」、「飲料及び生鮮食品以外の食料品」を集計

④ 中心市街地における平日・休日の歩行者交通量（出典：上越市中心市街地交通量調査）

【高田地区】

高田地区の歩行者交通量は、H25年度の「イレブンプラザ」と「あすとびあ高田」の整備後、平日、休日ともに増加しましたが、H26年度以降は再び減少傾向に転じ、休日の減少が顕著となりました。平成29年度以降は平日、休日ともに横ばいの状況で推移しています。

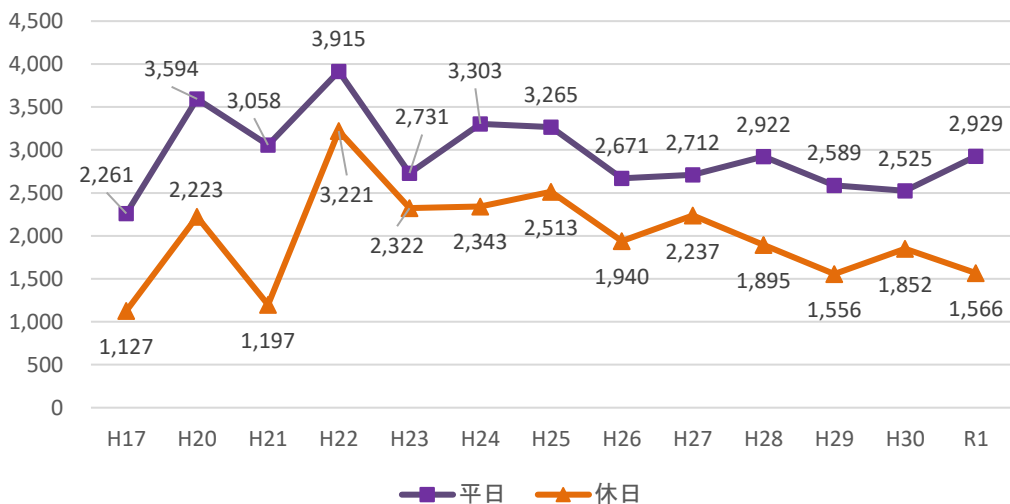
図表 1-15 高田地区の平日・休日歩行者交通量の推移（単位：人）



【直江津地区】

直江津地区の歩行者交通量は、H22年度以降、平日は減少から横ばい、休日は減少の傾向で推移してきました。H30年度の「水族博物館うみがたり」のリニューアルオープン後は、平日に増加傾向が表れました。

図表 1-16 直江津地区の平日・休日歩行者交通量の推移（単位：人）

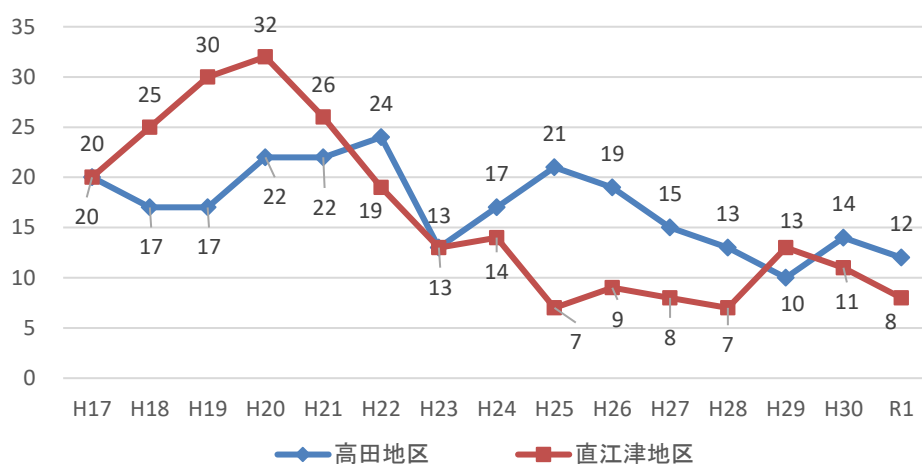


⑤ 中心市街地における空き店舗数（出典：商業・中心市街地活性化推進室調査）

中心市街地における空き店舗数は、高田地区では、H25年度以降は減少傾向で推移し、R1年度は12件、直江津地区では、H25年度に大きく減少して以降、ほぼ横ばいで推移していましたが、H29年度に増加し、R1年度は8件となっています。

図表 1-17 中心市街地における空き店舗数の推移

（単位：件）



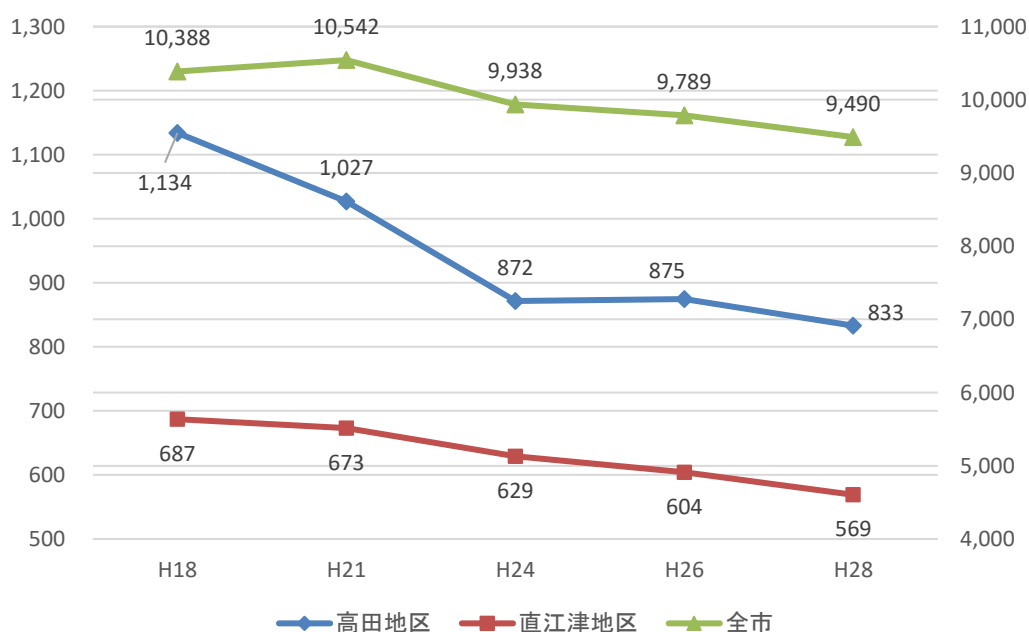
※R1年度は12月末時点の実績

⑥ 事業所数（出典：事業所・企業統計調査（H18）、経済センサス（H21～））

全市の事業所数は減少傾向が続いており、H26年度とH28年度の比較では3.1%の減少となりました。中心市街地において、同期間で比較すると、高田地区では4.8%、直江津地区は5.8%、それぞれ減少しており、減少率が全市を上回りました。

図表 1-18 事業所数の推移

（単位：件）



5. 現状と課題

この間のプログラムによる取組やハード整備の状況、まちの変化、統計とアンケートの結果から、高田地区、直江津地区それぞれの現状と課題が見えてきました。

【高田地区】

○プラスの現状

- ・歴史や文化を活かした話題性のある情報発信により、高田のまちを「見る人」が増加傾向にあります。
- ・本町商店街は、近代的なアーケードをはじめ買物環境が整備されているとともに、様々な業種の店舗が営業を続けており、商店街周辺の区域（以下「街区」という。）における商業集積が維持されていることは大きな強みと考えます。

○マイナスの現状

- ・高田地区における居住人口は減少傾向が続いており、また、地区内の居住者全体に占める高齢者の割合（以下「高齢化率」という。）が市全体の31.9%を大きく上回る40.7%となっています（図表 1-1、1-4）。
- ・令和元年度に実施した上越市消費動向調査において、高田本町3～7丁目及び幸町地内の店舗で週2、3回以上買物する市民の割合が1.7%（高田区居住者は6.3%）にとどまるなど、買物利用は低迷しています（図表 1-7、図表 1-11）。
- ・高田地区において、買物利用が低迷する状況の中で、居住人口の減少と高齢化率の上昇が続くことにより、強みである街区としての商業集積をいかすことがますます難しくなっていると考えます。

○当面の課題

現状を踏まえ、当面は、以下の課題に取り組む必要があると考えます。

- ・長い年月をかけ、蓄積してきた都市、居住、生活、経済等の機能の有効活用
- ・外国人をはじめとする観光客の誘客促進
- ・高田世界館周辺、本町商店街、高田城址公園、寺町などの地区および周辺地区における集客
- ・エリア間の連携強化
- ・民間事業者による歴史的・文化的資源活用への投資の誘発
- ・商店街活動の活性化

【直江津地区】

○プラスの現状

- ・直江津地区では、水族博物館うみがたり（以下、「うみがたり」という。）や直江津ショッピングセンターなど集客が期待できる施設の整備が進んでおり、地区内外の皆さんの来訪を動機づける環境が整いつつあります。
- ・うみがたりのオープンを契機とし、地元商店街、教育機関、交通事業者等が一丸となって地域活性化に取り組んだ経験を通して関係者の一体感が醸成されてきたことは、今後の取組に向けた大きな強みと考えます。
- ・令和元年度に実施した上越市消費動向調査において、直江津区居住者の直江津駅前、中央、西本町、五智地内の店舗で週2、3回以上買物する割合は19.2%となり、日常的な買物は、一定程度地区内で行われています（図表1-13）。

○マイナスの現状

- ・直江津地区の居住人口は減少傾向が続いており、また、高齢化率が市全体の31.9%を大きく上回る39.9%となっています（図表1-1、1-4）。
- ・直江津地区では、直江津ショッピングセンター内に地元の商業店舗が集積されている一方で、既存の商店街では、店主の高齢化や後継者の不在による廃業等の影響により、街区の商業集積を欠く状況にあります。

○当面の課題

現状を踏まえ、当面は、以下の課題に取り組む必要があると考えます。

- ・街区の商業機能の確保
- ・まちなか散策の目玉づくり（人気店、名物、名所・旧跡等）と情報発信
- ・港町、鉄道の町、北前船、マゼランペンギンなどの多くの特色の中からテーマを絞ったまちのイメージ戦略
- ・一過性のイベントではなく、日常の来街につながる継続的な取組の実施

【長期的課題（高田地区・直江津地区共通）】

高田、直江津両地区に共通する長期的課題として、以下に取り組む必要があると考えます。

- ・地区内居住人口の維持・増加
- ・空き家、空き店舗、空き地の解消
- ・消費者の多様なニーズを満たす商業店舗を集積した街区の形成
- ・徒歩移動と公共交通の利便性の確保
- ・事業所（事務所、工房、作業所等）の集積 など

6. 第2期プログラムの検証

【高田地区】

(1) 第2期プログラムの概要

基本方針	①商店街の維持・活性化 ②地域資源を活かしたまちづくりの推進 ③次代につなぐ担い手の育成
目標	街のにぎわいの向上
掲載事業	25 団体 50 事業



(2) 概況及び目標達成の見通し

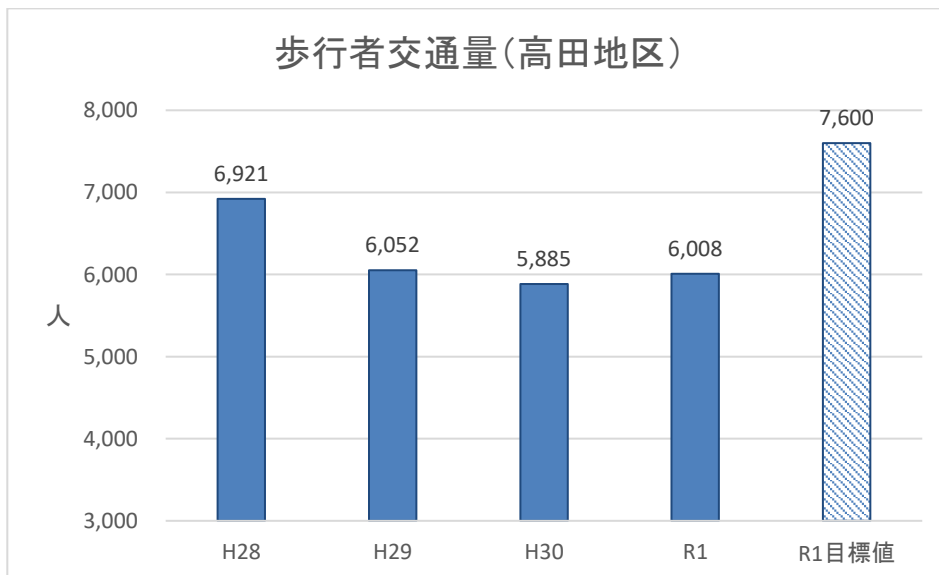
第2期プログラムに掲げた取組について、50事業のうち41事業、約80%の事業が実施されており、概ね順調に進捗が図られました。

また、各実施団体において、事業の目的や現状を踏まえた内容の見直しの動きが見られるほか、若手人材が中心となった将来を見据えた事業展開の検討も始まっており、担い手の育成につながることを期待されます。

目標指標については、「空き店舗数の減少」が目標値に近い状態にあるものの、「歩行者交通量の増加」、「イベントの集客人数の増加」は、いずれも目標値を下回る見通しであり、達成が困難と考えられます。

目標指標	第2期P策定時 (H28)	目標値 (R1)	最新値 (R1)
歩行者交通量の増加 (人/日)	6,923	7,600 (3年間で10%増加)	6,008
空き店舗数の減少 (件/年)	14	11 (3年間で20%減少)	12 (R1.12月末)
イベントの集客人数の増加 (人)	189,288	208,000 (3年間で10%増加)	111,000

(3) 目標指標の推移：「歩行者交通量の増加」



調査名 : 中心市街地交通量調査
 調査月 : 各年5月～6月に実施
 調査主体 : 上越市
 調査対象 : 小学生以上の歩行者数
 及び自転車通過台数、
 平日及び休日の平均
 調査地点 : 6地点

(3)ー1 「歩行者交通量の増加」に寄与する主要事業の実施状況

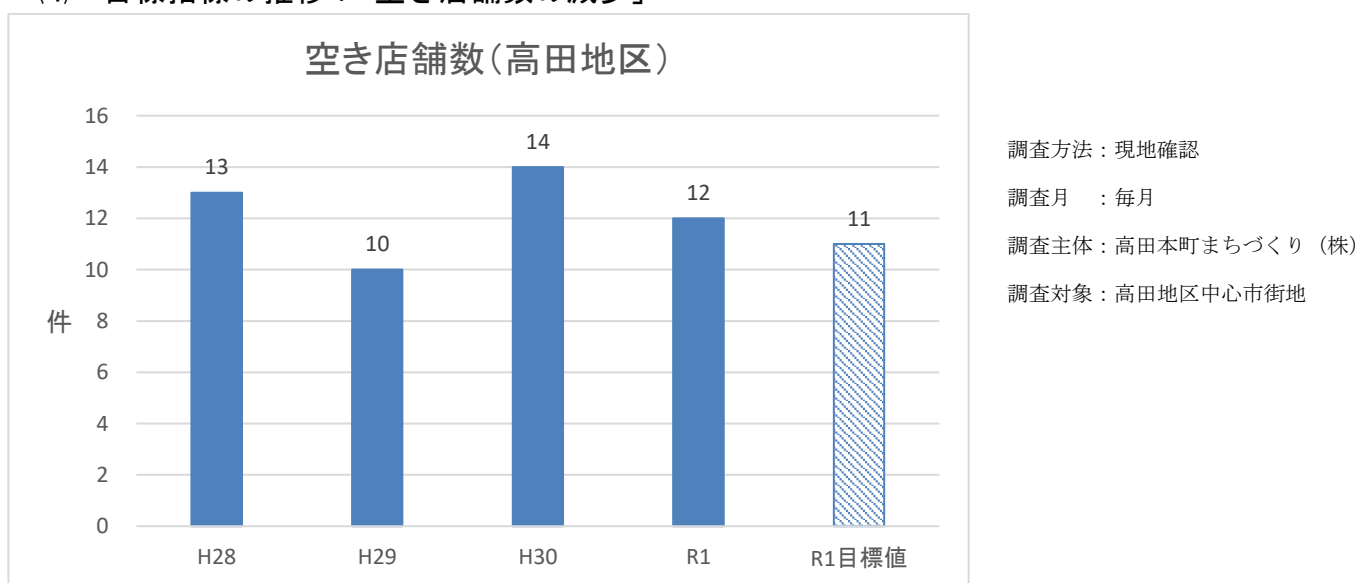
工夫を凝らした作品の展示で高田地区が彩られる「城下町・高田花ロード」や商店街の個別店舗ごとに表情の違うお雛様をめぐる「城下町高田・本町ひなめぐり」など、街なかを楽しく散策できる取組が一定期間実施されていることに加え、日本最古級の映画館である高田世界館やその周辺の街並みを活かした取組が活発に展開されています。

(3)ー2 目標指標「歩行者交通量の増加」の成果と課題

商店街による各種事業や市民団体等が開催する街なかの散策を促すイベントには多くの皆さんが訪れていますが、日常的な来街にはつながっていないと考えます。なお、本町6丁目の調査地点においては、休日の歩行者の人数や年代等に変化が見られることから、各種事業の効果が表われてきているものと考えられます。

近年、歩行者交通量は目標値を大きく下回って横ばい傾向で推移しており、現状の人口減少や主要な交通手段が自動車であることなどを考慮すると、今後も目標指標の達成は困難と考えられ、見直す時期にきているものと考えます。

(4) 目標指標の推移：「空き店舗数の減少」



(4)ー1 「空き店舗数の減少」に寄与する主要事業の実施状況

○ 空き店舗等への円滑な出店に資する推進体制の整備

- ・ 空き店舗調査の実施（毎月）

【実施主体：高田本町まちづくり(株)】

- ・ 「上越市中心商店街空き店舗物件情報」ホームページによる情報発信

【実施主体：中心市街地活性化協議会】

- ・ 空き店舗等利用促進補助金による店舗等改装費等の支援

【実施主体：上越市産業政策課商業・中心市街地活性化推進室】

(4)ー2 目標指標「空き店舗数の減少」の成果と課題

第1期プログラムでは目標を達成し、第2期プログラムでも目標値前後で推移しています。出店と廃業が同程度で繰り返されており、当面は大幅な増減が生じる状況にはないものと考えます。

高田地区の空き店舗の解消に向けては、引き続き、高田本町まちづくり(株)、地元の不動産会社や店舗オーナー等と連携し、行政機関の支援策を活用しながら、店舗、事業所等の誘致に取り組むとともに、出店場所としての地区の魅力を高める取組を推進していく必要があります。

なお、空き店舗の調査方法については、現状、貸出募集中の空き店舗の把握にとどまり、実態との乖離が見られることから、今後見直しを行います。

(5) 目標指標の推移：「イベントの集客人数の増加」

	H29 実績	H30 実績	R1 実績	R1 目標
本町春フェスタ	31,000	21,000	17,000	33,000
城下町高田花ロード	38,000	40,000	12,000	42,000
越後・謙信 SAKE まつり	96,000	122,000	82,000	133,000
合計	165,000	183,000	111,000	208,000

(5)ー1 目標指標「イベントの集客人数の増加」の成果と課題

雁木や町家、高田世界館などの地域資源を活かし、外国人を含む観光客を対象としたイベントが多数開催され、街のにぎわいが創出されるとともに、「城下町・高田」の歴史・文化を発信し、認知度の向上につなげることができました。

本町商店街を会場としたイベントも多数開催され、来場者の客層に合わせた工夫により商機をつかもうとする積極的な商業活動も取り組まれましたが、日常的な来街にはつながっていないため、若手の参画を促し、その視点や発想を事業に取り入れていくなど、新たな試みや工夫も必要と考えます。

目標指標については、実施団体がイベントの内容を見直したことやイベント実施日の悪天候の影響などもあり、令和元年度は、大幅に目標を下回る結果となりました。賑わい創出に向け、イベントで一定の集客を確保する必要性は認められますが、イベントの集客が恒常的な地区の活性化に結び付いてこなかった実態を踏まえ、目標指標としての有効性を検証する必要があります。

【直江津地区】

(1) 第2期プログラムの概要

基本方針	①商店街の維持・活性化 ②地域資源を活かしたまちづくりの推進 ③次代につなぐ担い手の育成
目標	街のにぎわいの向上
搭載事業	28団体 45事業



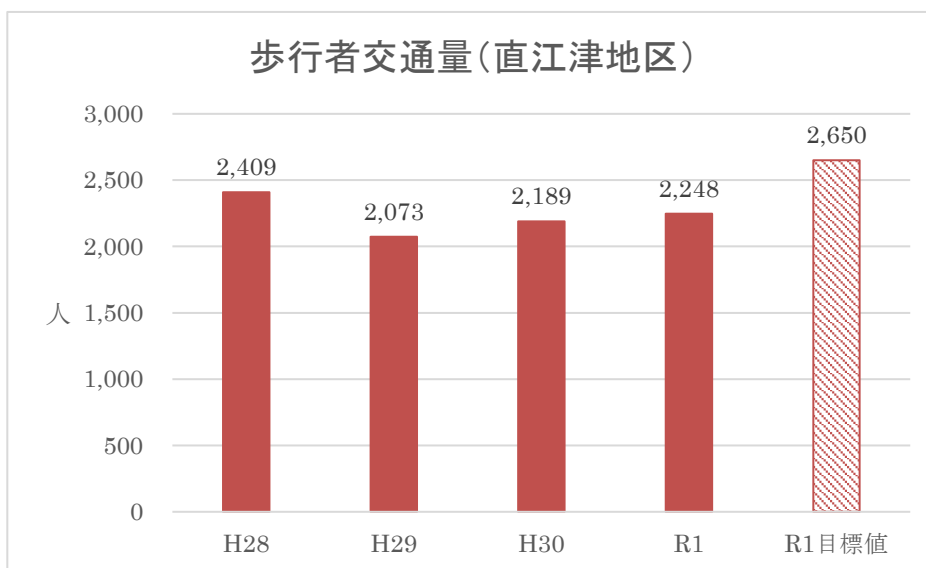
(2) 概況及び目標達成の見通し

第2期プログラムに掲げた取組について、45事業のうち33事業が実施されています。一部実施に至らなかった事業に関しては、事業主体と関係者の間で調整が整わなかったことや事業の採算性や内容に課題が生じたことなどが理由として挙げられました。

目標指標に関しては、「イベントの集客人数の増加」は、平成30年度に目標値を上回る227,200人となりましたが、「歩行者交通量の増加」及び「空き店舗数の減少」に関してはいずれも目標値の達成が難しい見通しです。

目標指標	第2期P策定時 (H28)	目標値 (R1)	最新値 (R1)
歩行者交通量の増加 (人/日)	2,409	2,650 (3年間で10%増加)	2,248
空き店舗数の減少 (件/年)	8	6 (3年間で20%減少)	8 (R1.12月末)
イベントの集客人数の増加 (人)	205,800	226,100 (3年間で10%増加)	197,500

(3) 目標指標の推移：「歩行者交通量の増加」



調査名 : 中心市街地交通量調査
 調査月 : 各年5月～6月に実施
 調査主体 : 上越市
 調査対象 : 小学生以上の歩行者数
 及び自転車通過台数、
 平日及び休日の平均
 調査地点 : 5地点

(3)ー1 「歩行者交通量の増加」に寄与する主要事業の実施状況

○ 新水族博物館を核とした地域活性化事業

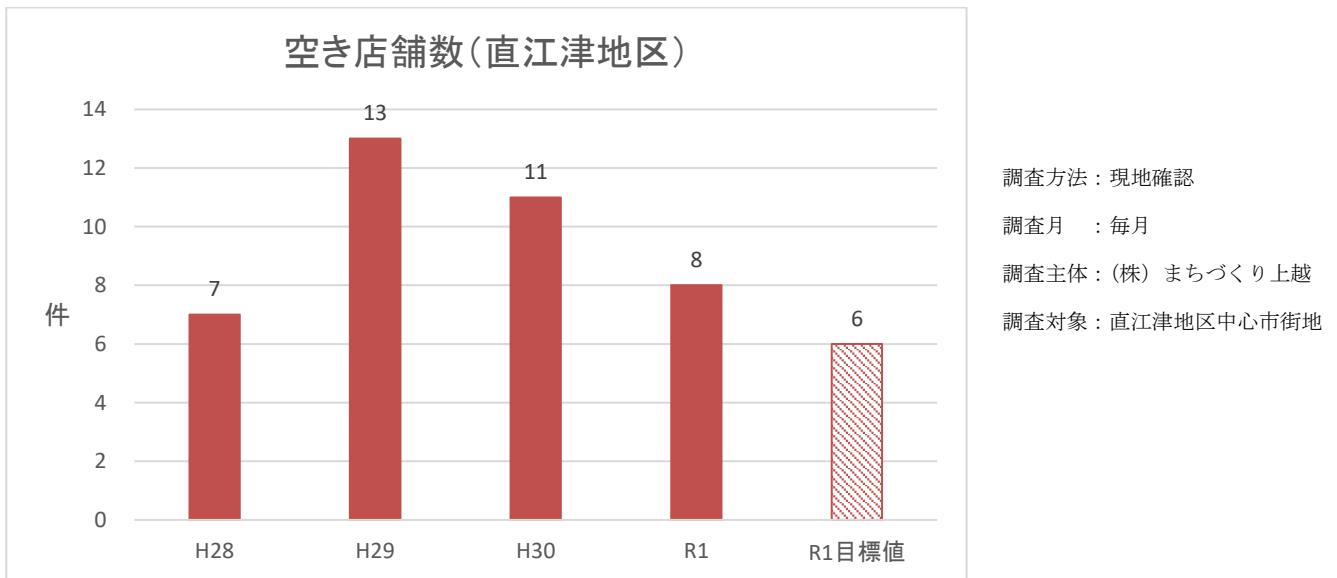
- ・新水族博物館を核とした地域活性化検討会が、うみがたりの整備を地域活性化につなげるため、街なかの店舗や公共施設などに水槽を設置する「まちなか水族館」、地元小学生がデザインした「おもてなしベンチ」の設置、商店街等で割引などの特典が受けられるクーポン券の発行などに取り組みました。

(3)ー2 目標指標「歩行者交通量の増加」の成果と課題

平成 30 年 6 月に、うみがたり、平成 31 年 4 月には、ライオン像のある館がグランドオープンし、市内外から多くの皆さんが訪れ、街なかでランチ営業をしている飲食店では行列ができるなど、賑わいが創出されました。しかし、うみがたりの来館者の約 85%が自動車による移動であったことから、街なかを歩いて散策する動機付けとなる各種取組に一定の効果は認められるものの、第 2 期プログラムで掲載されている数値目標の達成は難しい状況です。

直江津駅前で建設されている民間の複合施設や直江津ショッピングセンターのリニューアルなどの施設整備の効果は期待されるものの、人口減少や自動車が主要な交通手段となっている現状を考慮すると、今後も目標指標を達成していくことは困難であり、見直しの時期がきているものと考えます。

(4) 目標指標の推移：「空き店舗数の減少」



(4)ー1 「空き店舗数の減少」に寄与する主要事業の実施状況

○ 空き店舗等への円滑な出店に資する推進体制の整備

- ・ 空き店舗調査の実施（毎月）
【実施主体：㈱まちづくり上越】
- ・ 「上越市中心商店街空き店舗物件情報」ホームページによる情報発信
【実施主体：中心市街地活性化協議会】
- ・ 空き店舗等利用促進補助金による店舗等改装費等の支援
【実施主体：上越市産業政策課商業・中心市街地活性化推進室】

(4)ー2 目標指標「空き店舗数の減少」の成果と課題

空き店舗数に関しては、平成 29 年度以降は減少傾向にあるものの、後継者不足等を理由とする廃業、店舗物件の老朽化や来店者用駐車場の確保などが懸念材料となっています。

直江津地区の空き店舗の解消に向けては、引き続き、㈱まちづくり上越、地元の不動産会社や店舗オーナー等と連携し、行政機関の支援策を活用しながら、店舗、事業所等の誘致に取り組むとともに、出店場所としての地区の魅力を高める取組を推進していく必要があります。

なお、高田地区と同様に空き店舗の調査方法については、今後見直しを行います。

(5) 目標指標の推移：「イベントの集客人数の増加」

	H29 実績	H30 実績	R1 実績	R1 目標
三八朝市まつり	3,300	700	1,500	1,100
直江津祇園祭	200,000	202,000	196,000	201,000
なおえつ鉄道まつり	21,100	24,500	0 (台風により中止)	24,000
合計	224,400	227,200	197,500	226,100

(5)ー1 目標指標「イベントの集客人数の増加」の成果と課題

直江津地区における最大のイベントである「直江津祇園祭」や新潟県鉄道発祥の地として「鉄道のまち直江津」を発信する「なおえつ鉄道まつり」をはじめとする各種イベントが開催され、多くの皆さんが訪れており、平成 30 年度は目標指標を上回る実績となりました。

しかし、イベント開催による賑わい創出の効果は一過性にとどまっており、日常的な商店街への来街に結び付けていくための工夫や新たな試みにも取り組む必要があります。また、イベント運営に携わる人材の重複や後継者不足などへの対応も喫緊の課題と考えます。

なお、高田地区と同様に本目標指標についての検証が必要と考えます。

7. 第2期プログラムの課題と第3期プログラムにおける見直しの方向性

中心市街地の「現状と課題」及び第2期プログラムの掲載事業への取組、目標指標の達成状況を踏まえ、第2期プログラムの課題と第3期プログラムにおける見直しの方向性を整理します。

(1) 第2期プログラムの課題

① 目標「街のにぎわいの向上」について

- ・第2期プログラムの目標として、「街のにぎわいの向上」を目指してきましたが、「にぎわい」の状態の捉え方は個人差があり、目標として共有しづらい面があったと考えます。
- ・イベント開催時の一過性の賑わいは生まれたものの、高田地区、直江津地区ともに取組の成果が街の恒常的な賑わいや商店街等の顧客、売上にはつながっていないという課題が生じています。
- ・拠点施設等の整備状況をはじめ、まちの姿が異なる高田地区と直江津地区が共通の目標を掲げて取り組むことは難しいと考えます。

② 目標指標について

- ・まちの姿が異なる高田地区と直江津地区が目標指標を共通のものとして、達成を目指すことは難しいと考えます。
- ・「歩行者交通量の増加」については、人口減少、高齢化、車社会等の地域の実情及び計測方法に起因する数値の信頼性、比較的短期間のプログラムであることなどを考慮し、指標として有効に機能していないものと考えます。
- ・「イベントの集客人数の増加」については、実績が天候に大きく影響されること、街の恒常的な賑わいへの効果などを考慮すると、指標として有効に機能していないものと考えられます。
- ・「空き店舗数の減少」については、現状は貸出募集中の空き店舗の把握にとどまり、住宅化や解体による物件総数の減少などの実態を反映していないため、指標としての信頼性を欠くものと考えられます。

③ 人材育成について

- ・プログラム掲載事業の取組を継続・拡充するため、支援機関を活用した研修会の開催をはじめ、売上向上に向けた支援制度の紹介等に取り組みましたが、商店主が求める支援とのミスマッチが生じており、支援機関の活用を中心とした担い手の育成は難しい状況となっています。
- ・世代交代が進む一方で、商店街活動に意義を見出せない若手商店主の増加が懸念されます。

(2) 第3期プログラムにおける見直しの方向性

① 目標、目標指標について

- ・目標は、各種取組の実施主体である商店街、商工団体、市民団体等と支援機関、行政機関が一層共有しやすいものに見直します。
- ・目標は、高田地区、直江津地区それぞれの地域の実情に合わせ、具体的な取組や成果をイメージしやすいものとしします。
- ・目標指標は、人口減少、高齢化、車社会などの社会経済情勢とプログラムの実施期間を考慮した上で、達成可能なものとしします。
- ・目標指標は、高田地区、直江津地区それぞれの目標に合わせて設定します。

② 人材育成について

- ・若手店主が商店街活動のメリットを考える話し合いの場づくりから始め、自ら取り組みたいと思う活動を商店街、まちづくり会社、支援機関、行政機関等の関係者が役割に応じて支援していく姿勢に転換する必要があります。
- ・市民団体等の人材育成にも同様に取り組む必要があります。

③ 取組、事業について

- ・イベント中心から、課題対応型のプログラムへと転換することとしします。
- ・上記に伴い、個別具体的な事業の掲載を改め、課題対応に有効と考えられる取組の例示に変更します。
- ・支援機関、行政機関による支援は、イベントも含め課題対応に有効な事業を中心に検討・実施します。