

唐津市中心市街地商業活性化アクションプランの概要 (平成29年3月30日策定)

策定の経緯

唐津市中心市街地活性化基本計画(新計画)の認定 (H28.3.15付け)

中心市街地における商業活性化のための実行計画(アクションプラン)を作成

基本計画の事業が高い成果へと着実に繋がるようにする必要があり、また、本市の地方創生に向けた取り組みがスタートし、基本計画に関連した新たな展開も見えてきたことから、計画の目標を達成するためにも、新たな展開も含め、計画的かつ一体的に展開させる必要があるため、商業活性化に関する主にソフト事業について、具体的な取り組み内容等をまとめた実行計画を策定。

中心市街地の商業活性化に対する課題

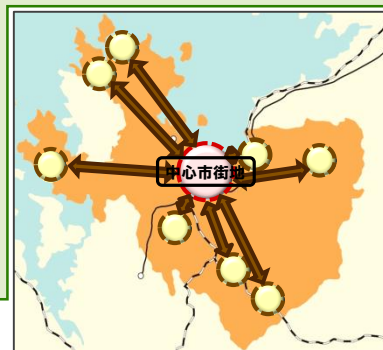
計画策定にあたり、関係者の意見集約を図るため、中心市街地活性化協議会に依頼し、中心市街地の商業活性化に関する意見取りまとめを行った。
その他、特に次世代を担う商店街青年部を中心に意見の聞き取りを行い、次のとおり課題を整理した。

- ① 多様な顧客のニーズに応じたサービスや店舗展開
- ② 郊外大型店と差別化された、商店街独自のサービスや魅力の不足
- ③ ニーズに即した情報発信など、売上増加に繋がる販売促進
- ④ 商業についての現状把握や消費者のニーズを分析するための調査やマーケティングの不足
- ⑤ 商業活性化を担っていく人材育成の必要性
- ⑥ 景観や通信環境などの商業活性化を支える環境づくり

目指すべき姿

- ◎ 個店事業者、商工会議所、まちづくり会社など関係団体の果たすべき役割が果たされ、多様な顧客のニーズを捉えた魅力ある商業を創出すること。
- ◎ 中心市街地に加え周辺の地域住民にしっかり支持され、それによって観光客からも魅力を感じられる商業集積地となることで、個店事業者の方々の持続ある経営安定化が図られること。

取り組みを実施する中で培った成功事例のノウハウは、周辺地域の商業活性化策など、市内全域における地域産業の成長に活用していく。



取組み内容

- ① オンリーワンの商品、サービスの造成
- ② 集客、売上増につながる情報発信・プロモーション
- ③ 商業の担い手育成
- ④ 多様な消費者のニーズに応じた操業展開
- ⑤ 活性化を支える環境づくり

計画期間

平成29年度～平成32年度

計画区域

約154ha <基本計画>

計画目標

目標1 賑わいあふれる魅力ある商業の創出<基本計画>

中央商店街空き店舗率		来街者満足度	
基準値 22.77% (H26年)	目標値 16.69% (H32年)	基準値 19.43% (H27年)	目標値 32.53% (H32年)

目標2 訪れたい魅力ある観光の創出<基本計画>

中活エリア内の観光施設入り込み客数	
基準値 314,130人 (H26年)	目標値 339,551人 (H32年)

※対象となる観光施設
旧高取邸、唐津城、曳山展示場、埋門ノ館、西ノ門館、旧唐津銀行、旧大島邸

(新たに設定)

目標3 中央商店街の企業数の増加

目標4 中央商店街全体の小売業及び飲食業の売上増加

※ 具体的な目標値は、平成29年度中に現状を踏まえ設定

実施体制

関係者が役割を明確にし、互いに連携を図りながら、事業の実現に向け取り組んでいく。

個店事業者	消費者から信頼・支持される魅力ある個店づくりに主体的に取り組む。
(中心市街地活性化協議会)	
まちづくり会社	協議会において、都市機能の増進の総合調整を図る機能を担い、良好な市街地を形成するためのまちづくり事業を推進する。
商工会議所	協議会において 経済活力の向上の総合調整を図る機能を担い、地域経済活力の向上を目指す取り組みを推進する。
商店街	商店街の賑わい創出や販売促進の取り組み等を、個店事業者等と連携して行う。
観光協会、交通事業者ほか	観光振興のための取り組みを推進するほか、交通利便性の確保などに努める。
市(自治体)	都市機能の適正立地や中心市街地への集中投資を図るとともに、個店事業者の新たな事業展開などに支援する。

市(自治体)
まちづくり会社
商工会議所
個店事業者
商店街
観光協会、交通事業者ほか

重点取組内容

重点取組1
オンリーワンの商品、サービスの造成

重点取組2
集客、売上増につながる情報発信・プロモーション

重点取組3
商業の担い手育成

重点取組4
多様な消費者のニーズに応じた操業展開

重点取組5
活性化を支える環境づくり(活性化のための再開発)

具体的な取組内容	実施主体					実施時期			
	個店 事業者	まちづ り会社	商工 会議所	商店街	その他	H29	H30	H31	H32
1-1 商品、サービスの魅力向上、ターゲットを捉えた商業の展開	◎		○	○		→			
1-2 文化的資源も活用し、観光客にも魅力的な商業を創出する取り組み	◎			○	(市) ○	→			
1-3 個店による体験型の商業サービスの促進	◎	○				→			
2-1 多業種の店舗の協働による商店間を回遊、促進させる取り組み	◎		○	○		→			
2-2 インターネットを活用した中心市街地の商業活性化のための情報発信	◎	○		○		→			
2-3 まちの情報発信拠点、コンシェルジュ機能の整備	◎	○		○			→		
2-4 観光と連携した、まちなか回遊の促進	○	○			(観光協会) ◎	→			
3-1 創業支援、商業改善等の相談窓口の設置			○		(市) ◎	→			
3-2 販促全般に関するスキルアップのための講座		○	○		(市) ◎	→			
3-3 インキュベーション拠点の整備		◎	○				→		
3-4 インバウンドに関するサービス向上のための講座		○			(市) ◎	→			
4-1 ワゴンマルシェなどチャレンジショップの設置	◎	○		○		→			
4-2 期間限定の空き店舗を利用した出店体験	◎			○		→			
4-3 空き店舗への出店の斡旋支援			○		(市) ◎	→			
5-1 商業活性化のための再開発		◎		○		→			
5-2 ポイント付電子マネー設置店舗の促進	◎			○			→		
5-3 フリーWi-Fi整備	○			◎	(交通事業者など) ○		→		
5-4 インバウンド対応の多言語対応サイン	○				(市) ◎	→			

※ 実施主体について ◎ 中心的な事業主体
○ 協力、関連する事業主体