

香 取 市
中心市街地活性化基本計画(案)

香 取 市

目 次

第1章 香取市と中心市街地の概要	1
1. 香取市の概要.....	1
2. 香取市中心市街地の概要.....	3
第2章 中心市街地活性化に向けたこれまでの取組みと課題	16
1. 香取市中心市街地活性化基本計画（旧基本計画）.....	16
2. 佐原・戦略ビジネスプラン（TMO 構想）.....	23
3. 計画策定に向けた課題と視点の整理.....	29
第3章 中心市街地活性化の基本方針	30
1. 中心市街地の区域.....	30
2. 中心市街地活性化の基本方針.....	31
3. 数値目標の設定.....	35
第4章 中心市街地活性化事業	45
1. まちを有名にする.....	45
2. まちなかへ行きやすくする.....	46
3. 来街者・顧客へのサービスを高め、中心市街地内を回りやすくする.....	48
4. 立寄りたくなる魅力的な店舗を増やす.....	50
5. 魅力的なイベントを行い、通りに賑わいを生み出す.....	52
6. 歴史及び文化に触れる場を提供し、滞在する魅力を高める.....	53
7. 飲食の魅力を高める.....	54
8. 定期的に必要な調査を行い、まちづくりへフィードバックする.....	54
9. 美しく住みやすい環境をつくっていく.....	54
10. マネージメント体制を確立する.....	57
【資料編】	
1. 中心市街地活性化に関する市民アンケート調査	
2. 商業店舗意向調査	
3. 商店街実地調査	
4. 中心市街地のマーケティング調査	

第1章 香取市と中心市街地の概要

1. 香取市の概要

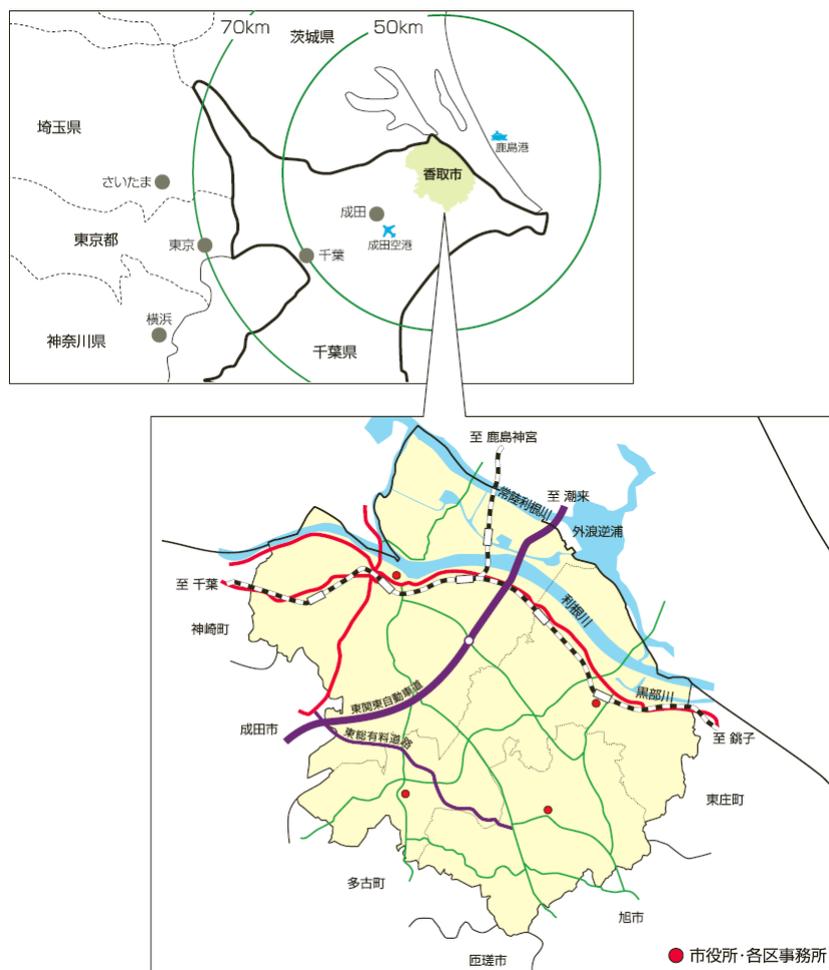
(1) 香取市の位置と地勢

香取市は千葉県の北東部に位置し、北部は茨城県と接している。東京から70km圏、千葉市から50km圏にあり、世界への玄関口となっている成田空港からは15km圏に位置している。

市の北部には水郷の風情が漂う利根川が東西に流れ、その流域には水田地帯が広がり、南部は山林と畑を中心とした平坦地で北総台地の一角を占めている。

香取市の中心部である佐原は舟運で栄えた水郷のまちとして知られており、中心部を流れる小野川沿いには「伊能忠敬」の旧宅（国史跡）や、江戸時代～昭和初期に建てられた商家や土蔵が現在も残っている。関東地方で初めての「重要伝統的建造物群保存地区」にも選定されており、自然・歴史・文化に彩られたまちである。

この市中心部は、主要な公共施設が集積しており、JR佐原駅があり公共交通基盤の中心となっている。また、伝統的な町並みや大祭の残る観光名所にもなっており、毎年多くの観光客が訪れる北総地域を代表する観光地の一つとなっている。



■香取市の位置

(2) 香取市の沿革

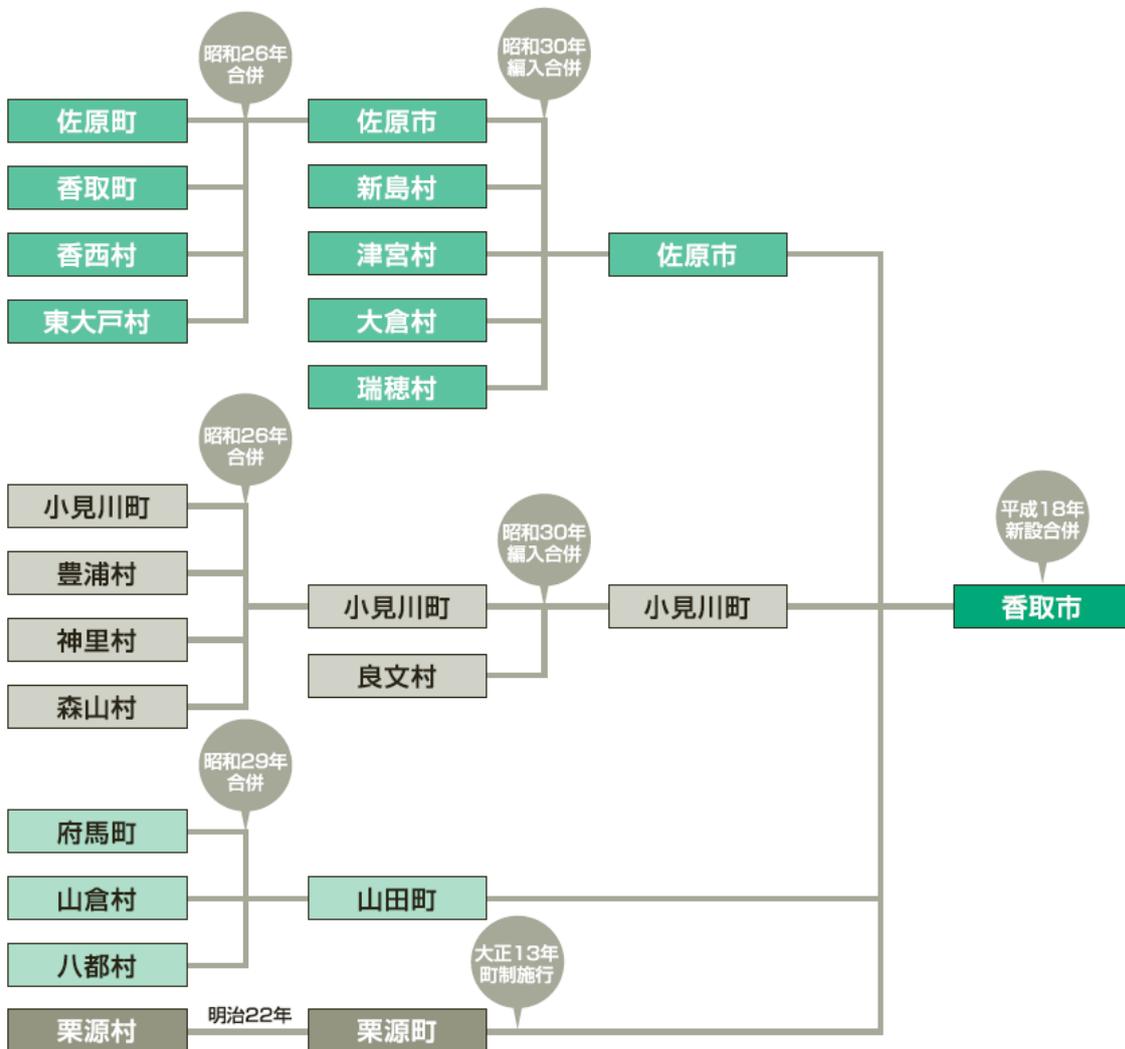
中世の下総国の一宮として、香取神宮は、その神領を香取の海周辺にも拡大し、「海夫」と呼ばれる漁民集団を支配下に置いていた。

江戸時代に入り、香取地域の多くは幕府代官支配地や旗本知行地となった。佐原区や小見川区は利根川水運の発達により、年貢米の積み出し場や物資の集散地として栄え、農村集落を背景に醸造業などの産業が発達した。

明治8年に香取市域は千葉県に属し、明治22年の町村制の施行により市域内に18の町村が成立した。この間、佐原区や小見川区は、水運による物資輸送が活発化し、米輸送の中継地点や背後に農村を抱える商業地として栄え、山田区や栗源区は養蚕業が盛んとなった。

大正13年に栗源町、昭和26年から30年にかけての合併により、佐原市、小見川町、山田町が誕生した。

平成18年3月27日、佐原市、小見川町、山田町、栗源町の1市3町が合併し、香取市が誕生した。



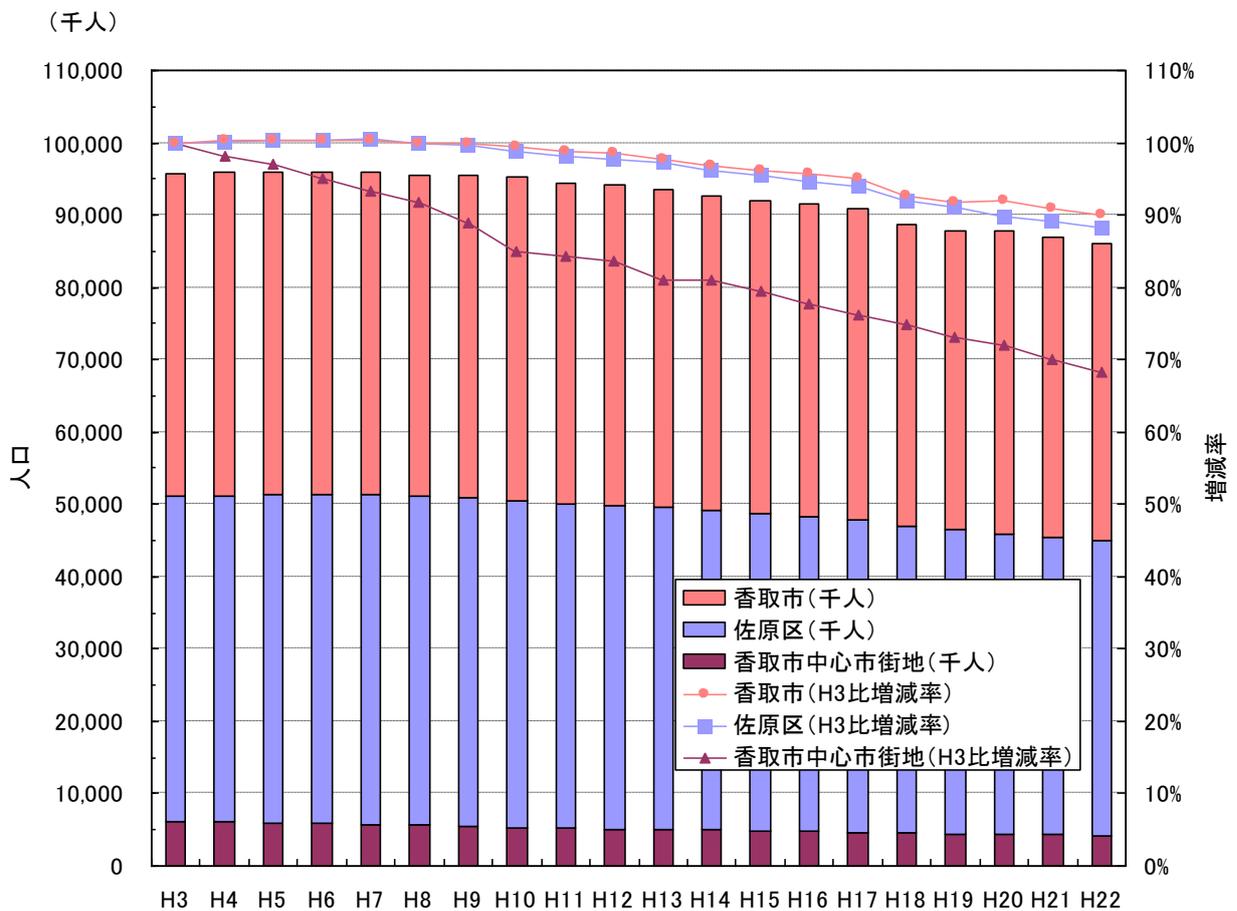
■香取市誕生までの沿革

2. 香取市中心市街地の概要

(1) 人口・世帯

① 中心市街地の人口

香取市中心市街地の人口は、平成3年から一貫して緩やかな減少傾向にある。人口減少の速度は、香取市、佐原区よりもやや早く、平成3年に対する平成22年の増減率は、佐原区では88%、香取市では90%であるのに対して中心市街地は68%であり、20年前の約7割以下まで減少している。また、10年前の平成13年に対する平成22年の増減率は、佐原区では91%、香取市では92%であるのに対して中心市街地は84%であり、同様の傾向を示している。



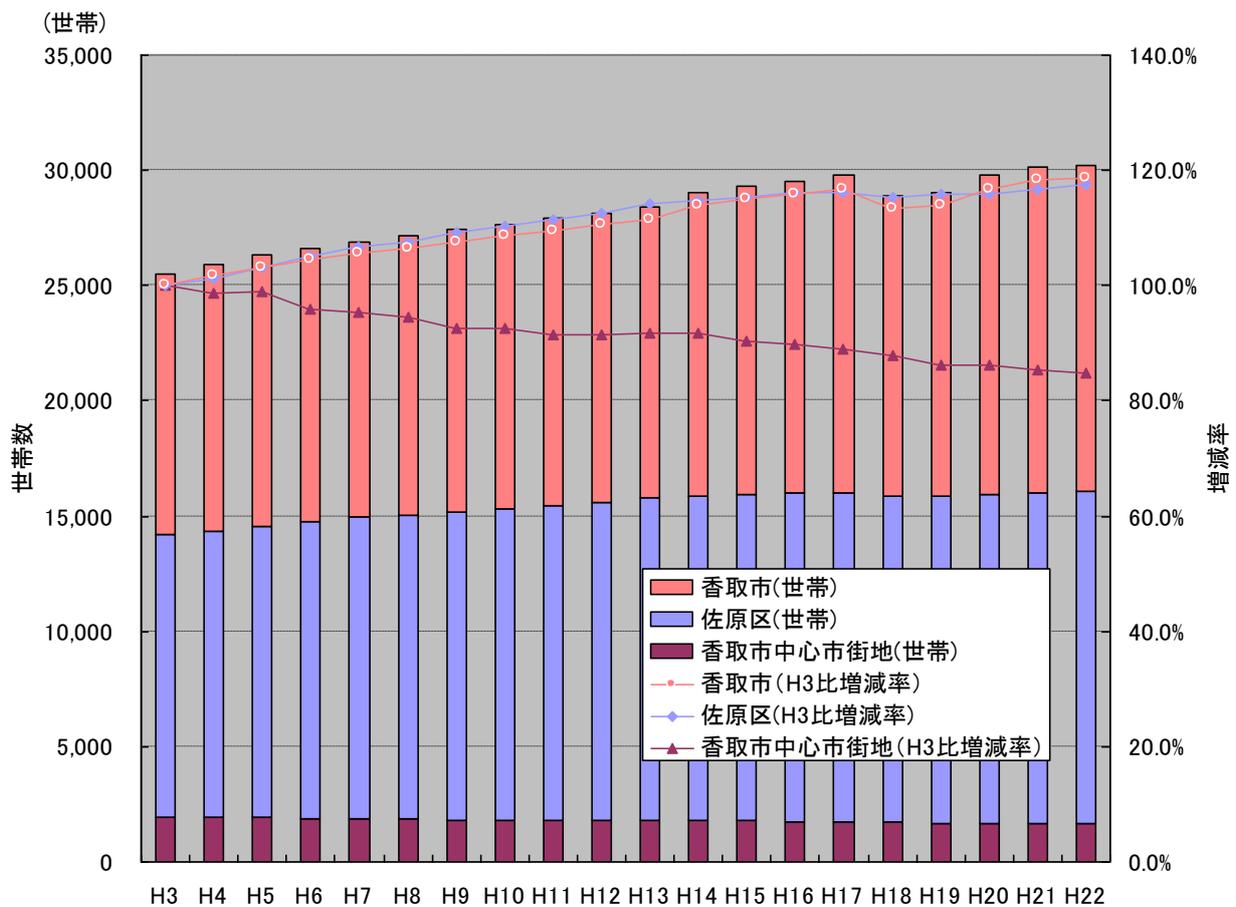
■ 人口の推移

②中心市街地の世帯数

香取市中心市街地の世帯数は平成3年から一貫して減少傾向にあり、20年前の平成3年に対する平成22年の増減率は85%であり、10年前の平成13年に対する増減率は92%である。

一方、佐原区、香取市の世帯数はともに緩やかな増加傾向にあり、平成3年に対する平成22年の増減率はそれぞれ113%、119%と大幅に増加しており、平成13年に対する平成22年の増減率はそれぞれ102%、106%であり微増している。このように、中心市街地は佐原区、香取市と比べて世帯分離が進展していることがわかる。

中心市街地の世帯あたりの人数は平成22年で2.52人/世帯であり、佐原区(2.80人/世帯)、香取市(2.85人/世帯)と比べてやや少ない。

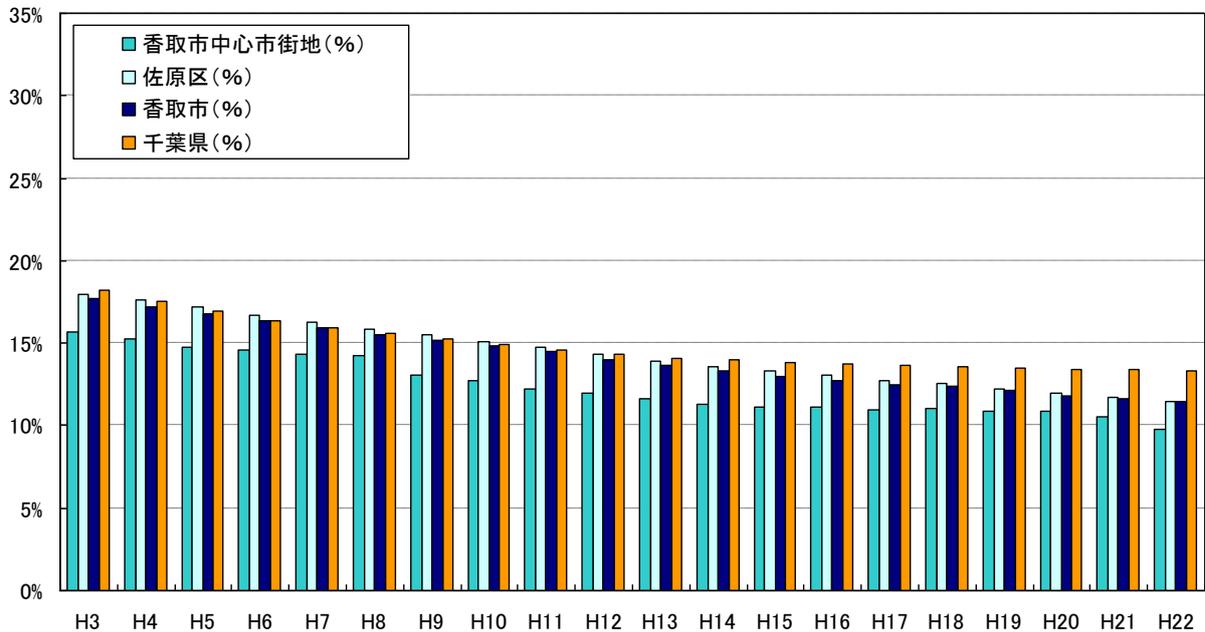


■世帯数の推移

③年少人口率

香取市中心市街地の年少人口率(15歳未満)は平成22年度で9.8%であり、佐原区(11.5%)、香取市(11.5%)、千葉県(13.3%)と比べて少子化が進展している。

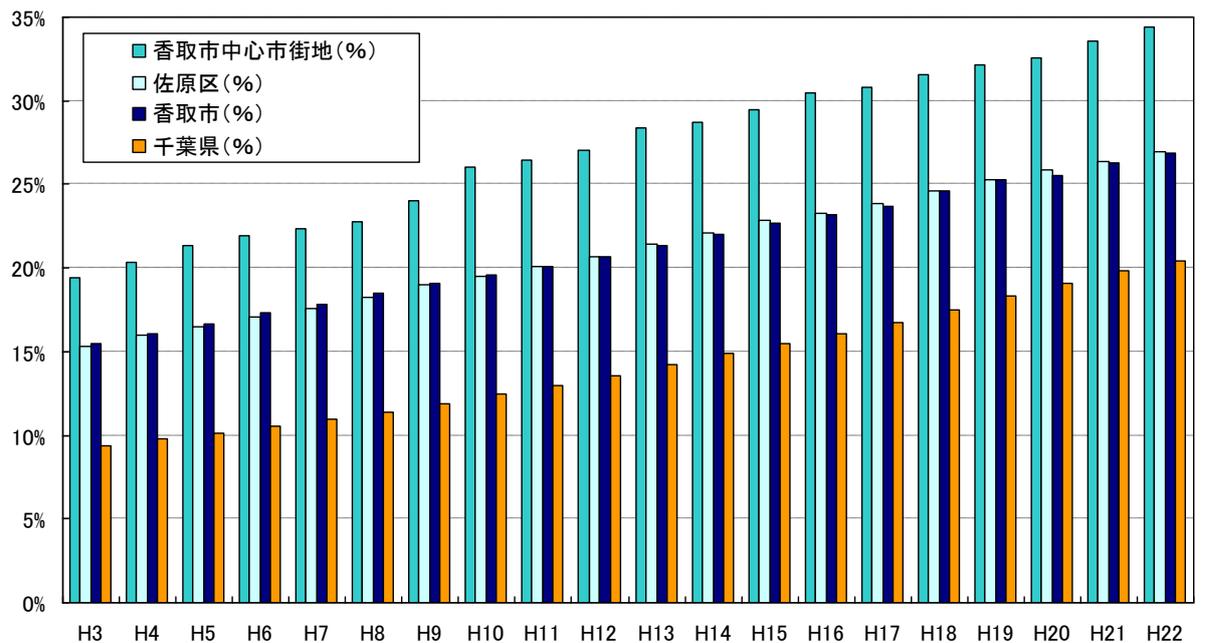
香取市中心市街地の老年人口率(65歳以上)は平成22年度で34.4%であり、佐原区(26.9%)、香取市(26.9%)、千葉県(20.5%)と比べて高齢化が進展している。



■年少人口率の推移

④老年人口率

中心市街地では高齢化率の増加と、先に示したように世帯数の増加も同時におこっており、これらをあわせて考えると、中心市街地では高齢者世帯が増加しているといえる。



■老年人口率の推移

(2) 観光入り込み客数

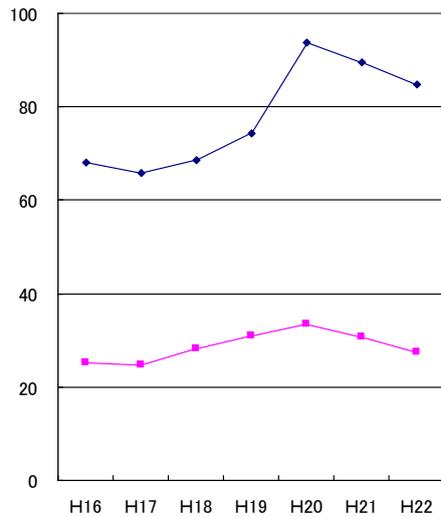
平成 22 年度の中心市街地の主要観光施設（「小野川沿い」「伊能忠敬記念館」「水郷佐原山車会館」）の入込数は、平成 16 年度比で 110～150%であり、平成 20 年度までは順調に入込数を伸ばしていたが、平成 21 年以降は微減となっている。

「佐原の大祭」は、入込数が平成 20、21 年度と 100 万人を突破しており、平成 16 年の実績と比べて倍増していたが、平成 22 年度は対前年比 77%と減少している。

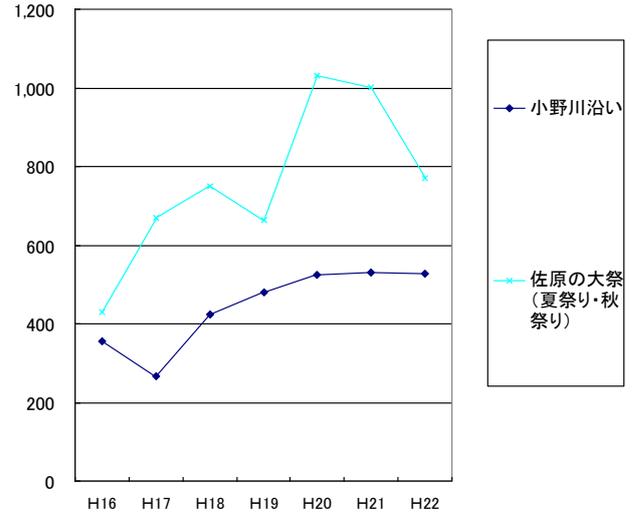
■中心市街地の主要観光施設の入込み客の推移

		H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22	増減率 (H21/H16)	
香取市 中心市街地	小野川沿い	入込数(人)	357,000	266,000	423,000	481,000	524,000	531,000	528,700	148.1%
		増減率	—	75%	159%	114%	109%	101%	100%	
	伊能忠敬記念館	入込数(人)	68,180	65,929	68,600	74,353	93,763	89,601	84,827	124.4%
		増減率	—	97%	104%	108%	126%	96%	95%	
	水郷佐原山車会館	入込数(人)	25,068	24,779	28,096	30,844	33,515	30,604	27,316	109.0%
		増減率	—	99%	113%	110%	109%	91%	89%	
	佐原の大祭(夏祭り・秋祭り)	入込数(人)	430,000	670,000	750,000	665,000	1,030,000	1,002,000	771,000	179.3%
		増減率	—	156%	112%	89%	155%	97%	77%	

(千人)



(千人)



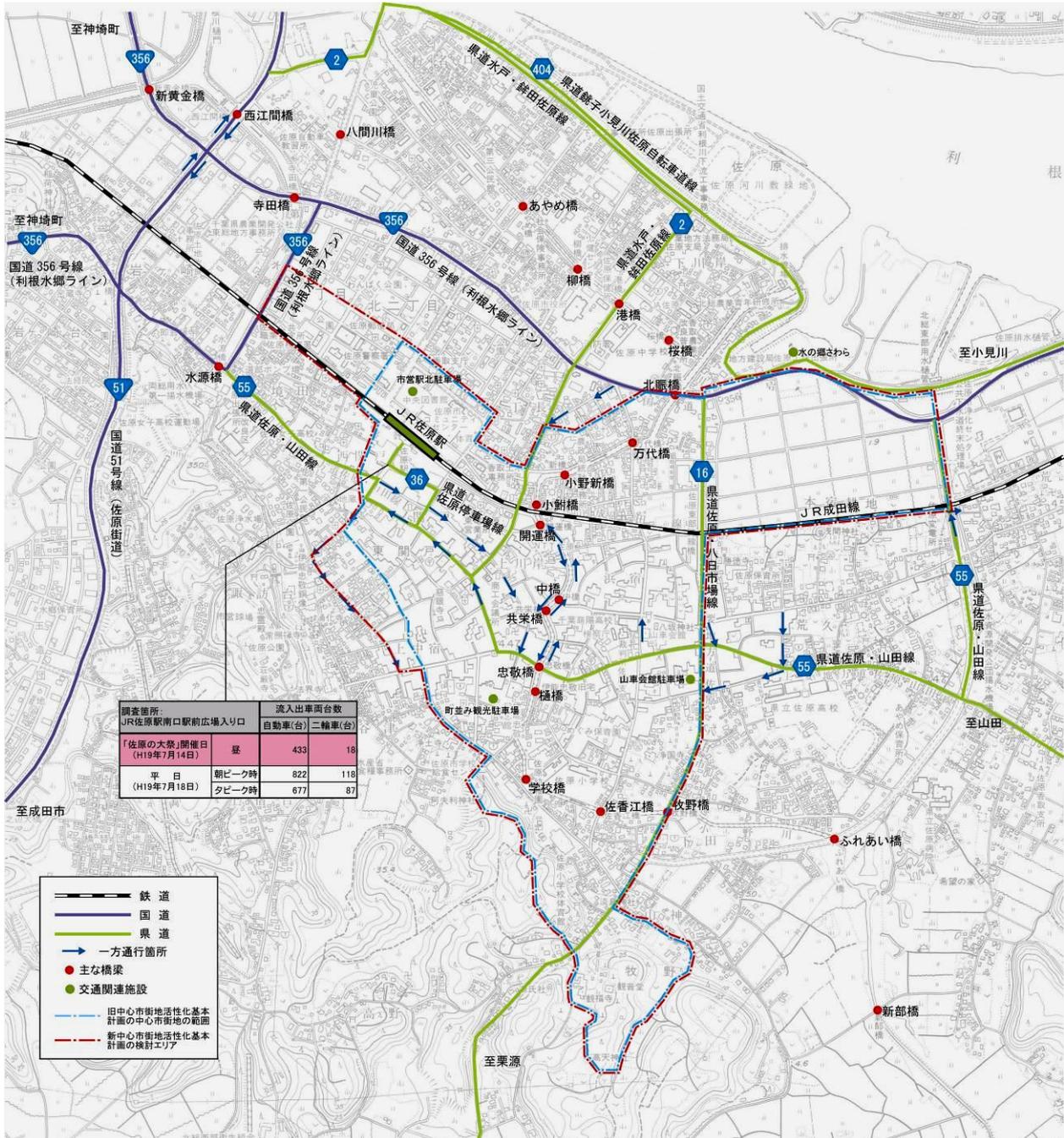
■中心市街地の主要観光施設の入込み客の推移

(4) 交通・インフラ

①交通インフラ

南北方向を連絡する国道 51 号、東西方向を連絡する国道 356 号を骨格に、主要地方道の佐原山田線、佐原八日市場線等により道路網が形成されている。骨格となる幹線道路やこれらの道路を連絡する補助幹線道路では、幅員の狭い区間や見通しの悪い区間がある。

鉄道では、J R 成田線の佐原駅が設置されている。



■中心市街地周辺の交通ネットワーク

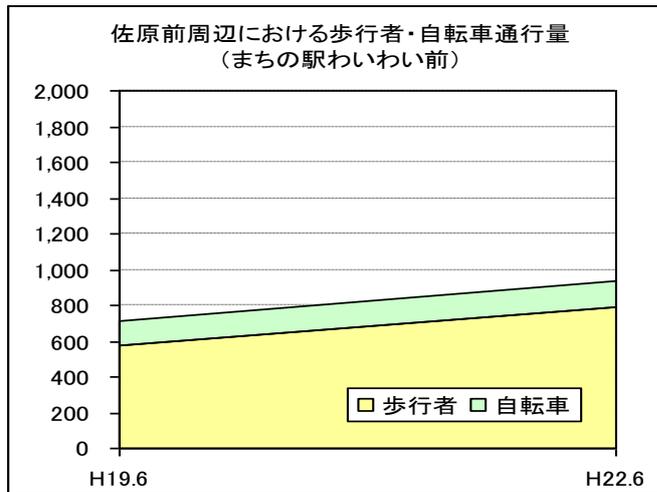
②歩行者・自転車

中心市街地を構成する「佐原駅前周辺」「小野川周辺」ともに、歩行者交通量、自転車交通量は増加傾向にあり、近年の中心市街地活性化に向けた様々な取り組みの成果が現れているものと考えられる。

また下表の調査はともに休日に実施したものであることから、これら歩行者交通量、自転車交通量の増加は、観光客の増加があらわれていると考えられる。

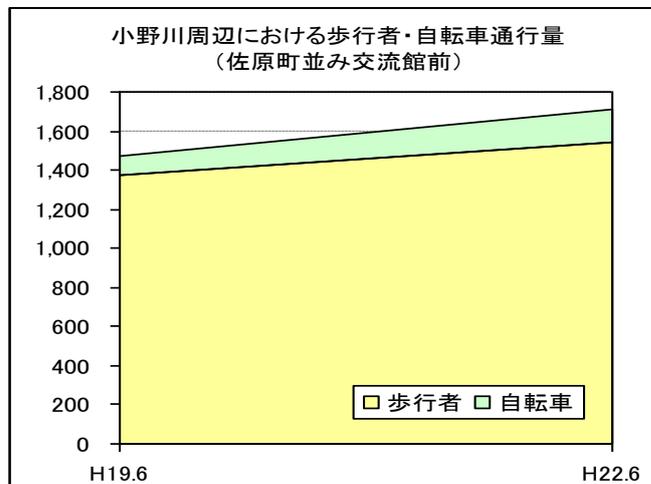
■佐原駅周辺の歩行者・自転車通行量（人/日）

まちの駅わいわい前	H19.6	H22.6
歩行者	580	792
自転車	130	146
計	710	938



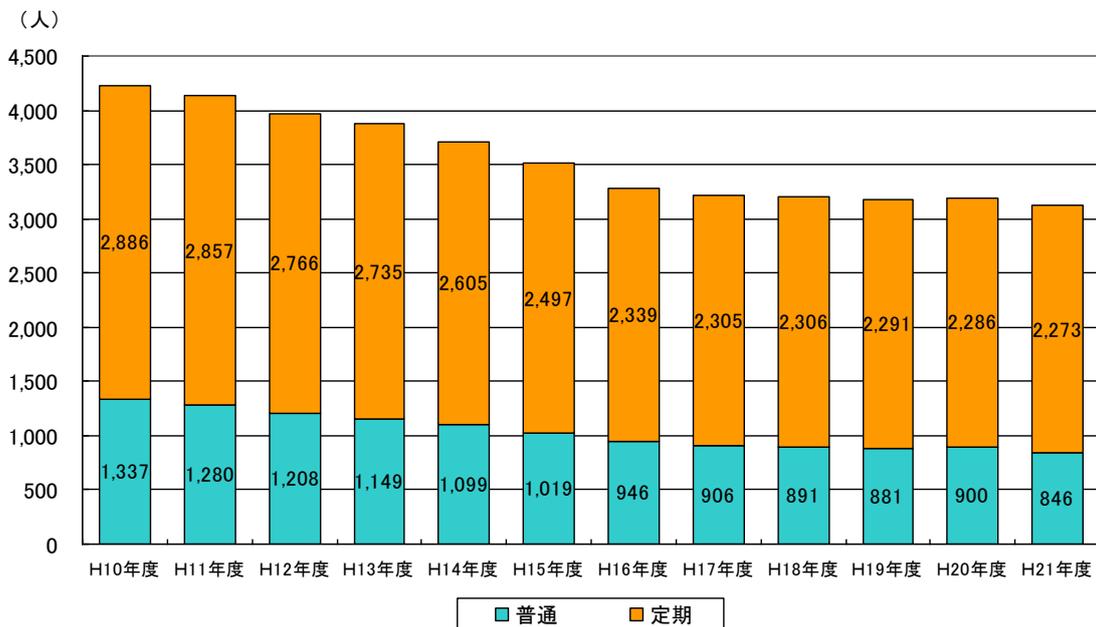
■小野川周辺の歩行者・自転車通行量（人/日）

佐原町並み交流館前	H19.6	H22.6
歩行者	1,370	1,540
自転車	102	174
計	1,472	1,714



③ JR成田線

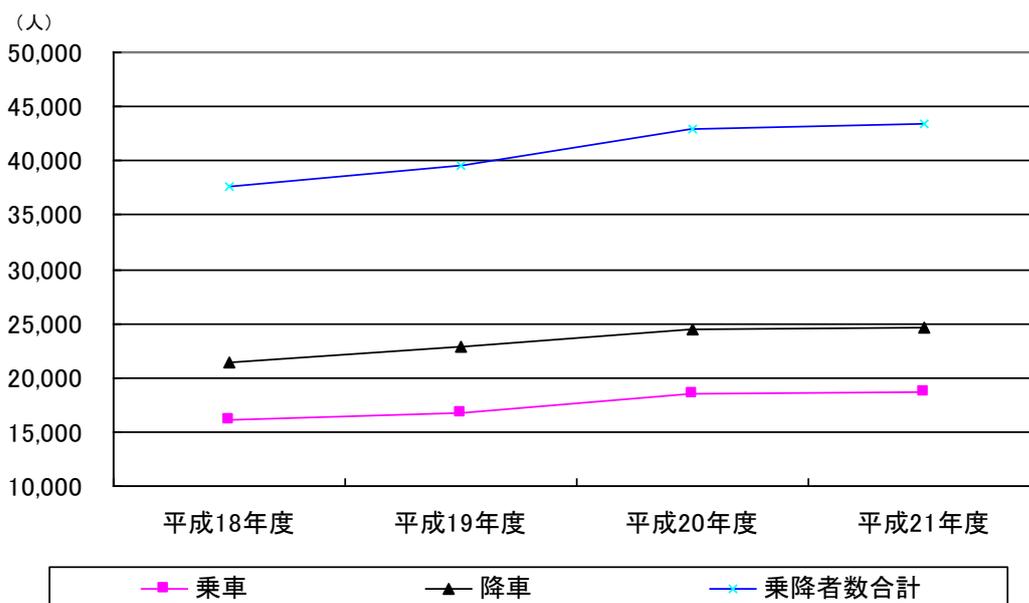
過去10年間の佐原駅の1日平均の乗車人員数の推移を見ると、平成11～21年度で約75.4%、と減少傾向となっている。しかしながら、平成16年度からは減少傾向に歯止めがかかっており、約3,200人/日でほぼ横ばいが続いている。



■佐原駅の乗車人員（1日平均）の推移

④ 高速バス

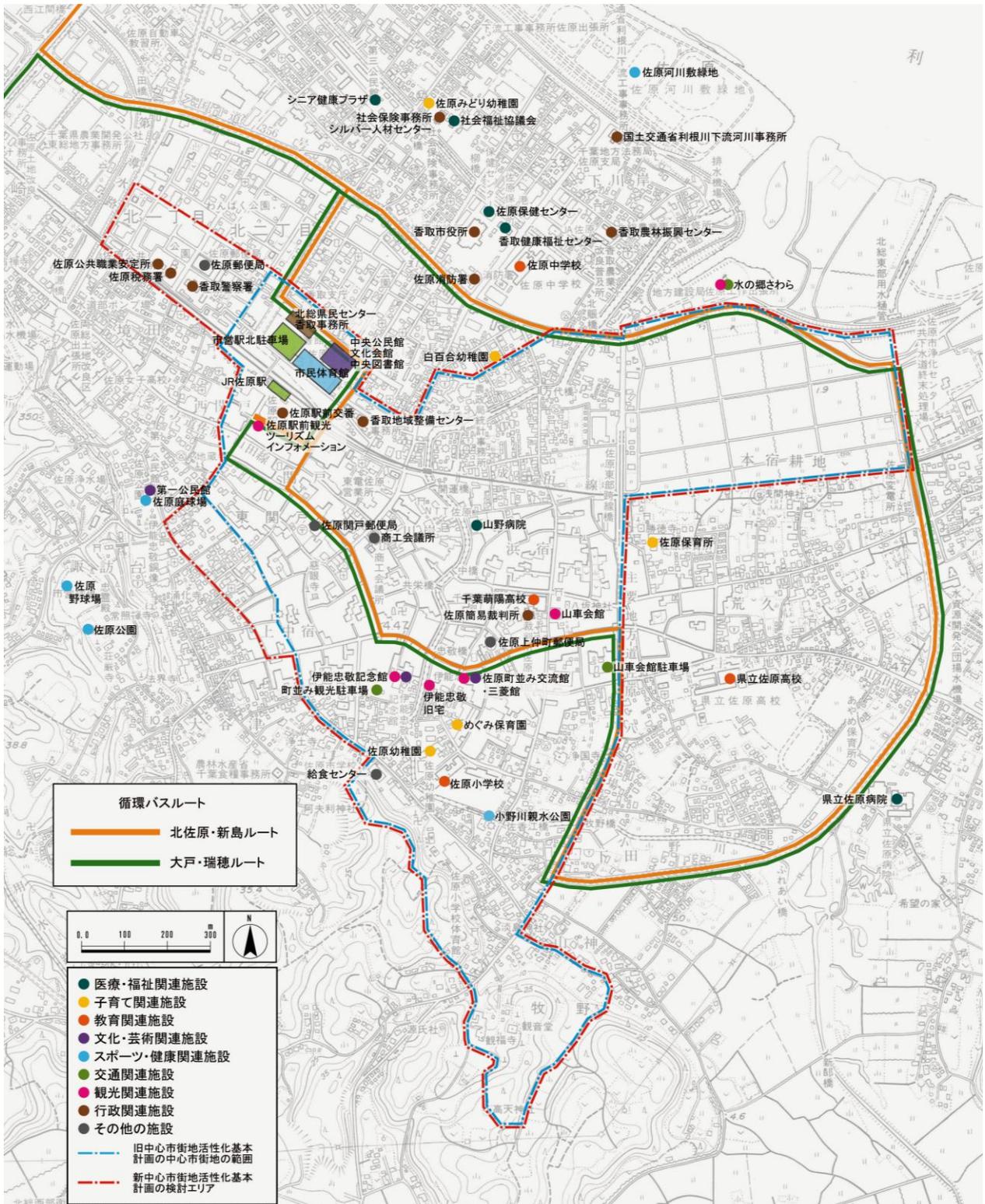
平成18～21年度の高速バスの年間乗降者数の推移を見ると、4年間で約115%と増加傾向となっている。ただし、平成20年度以降は乗降者数が安定しており、約43,000人/年でほぼ横ばいとなっている。



■高速バス（千葉交通）の「佐原駅北口」停留所の乗降客数の推移

⑤循環バス

平日は中心市街地と佐原区の郊外を結ぶ2ルートで、また、土曜日、日曜日及び祝日については、市街地を周遊するルートで、それぞれ1日5便の循環バスが運行されている。



■佐原区循環バスの路線図

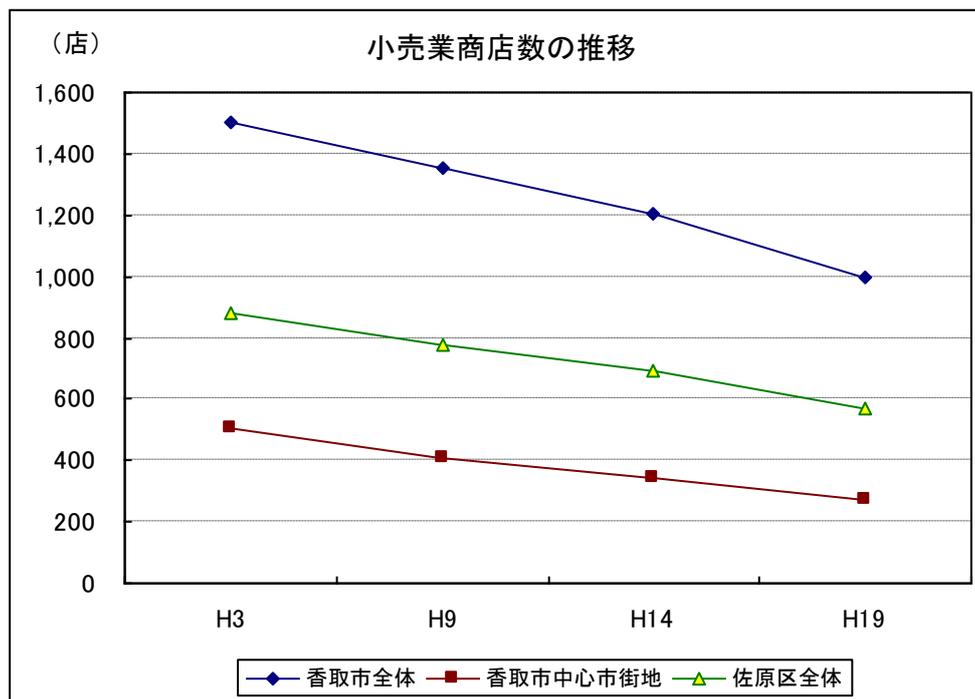
(5) 商業・業務

①小売業

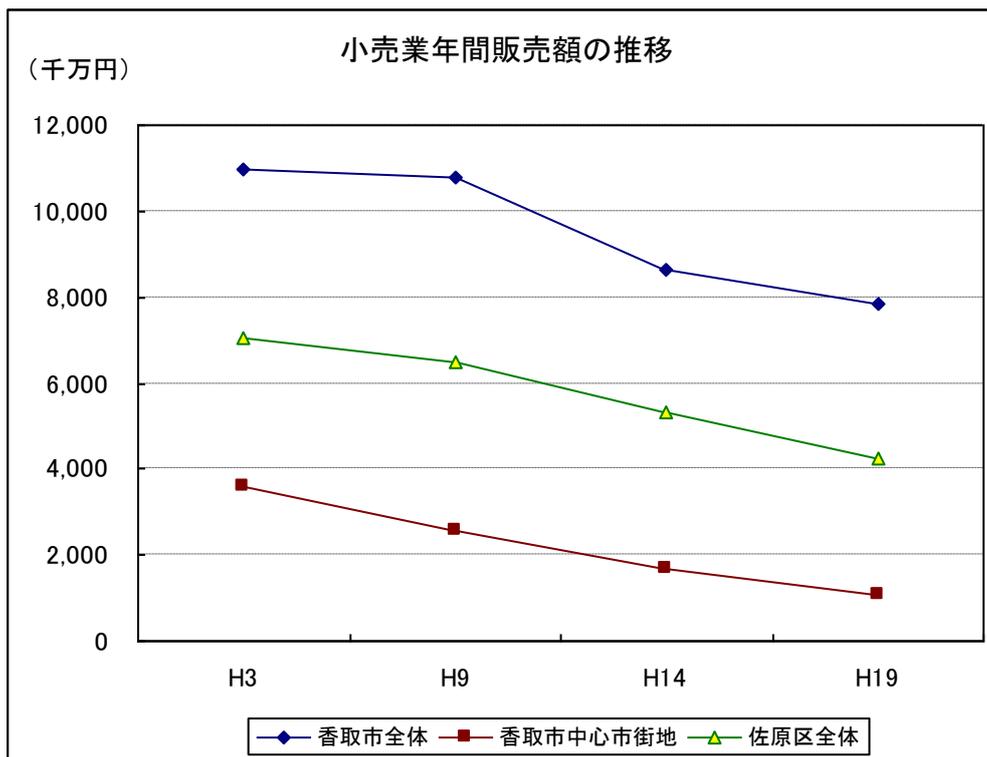
香取市中心市街地の小売業は、「商店数」「年間販売額」「売り場面積」の何れも、平成3年から一貫して減り続けており、近年その傾向が強まっている。またその減少率は何れも香取市全体、佐原区全体よりも高い傾向にある。

平成14年から平成19年の中心市街地の「商店数」「年間販売額」「売り場面積」の増減率は、それぞれ79%(商店数)、65%(年間販売額)、67%(売り場面積)であり、「商店数」に比べて「年間販売額」「売り場面積」の減少率が高いことが特徴である。また、平成3年から9年の増減率、平成9年から14年の増減率にも同様の傾向が見られる。これは、十字屋(平成9年12月閉店)、清見屋(平成16年2月閉店)等の中心市街地内の大型店が閉店した事が一要因となっているものと考えられる。

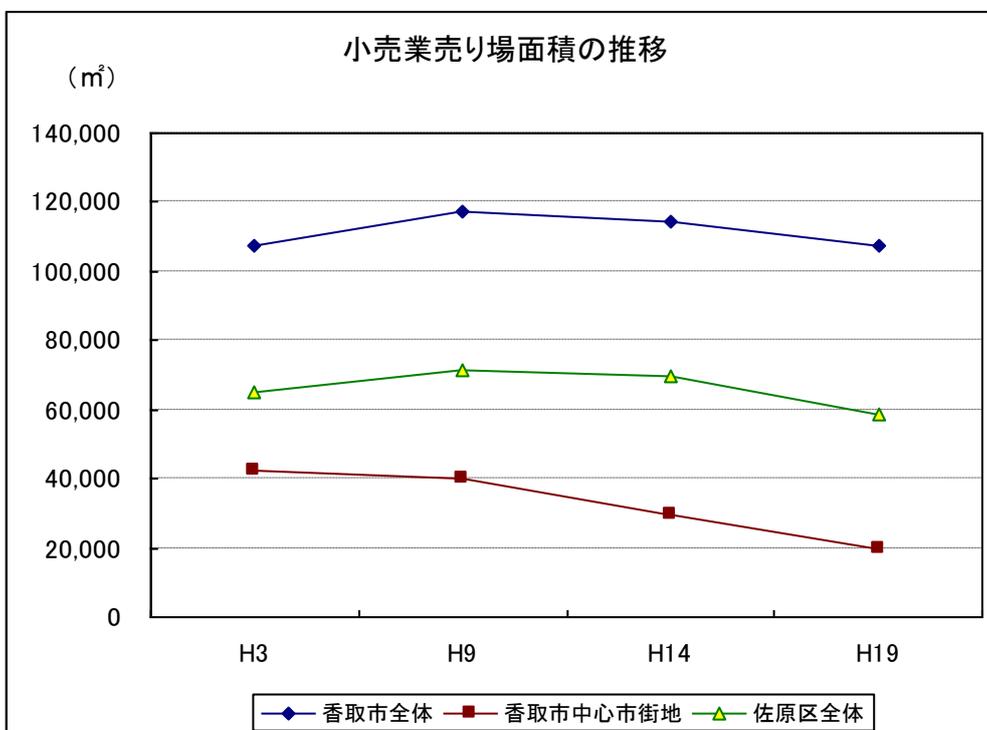
香取市全体に占める中心市街地の小売業の割合は、「商店数」「年間販売額」「売り場面積」の何れについても、年々減少傾向にあり、市全体の中での中心市街地の相対的な活力・地位の低下が今後も懸念される。特に、「年間販売額」「売り場面積」については、平成3年に比べて平成19年の市全体に対する中心市街地の割合は半減している(年間販売額:33%→14%、売り場面積:40%→18%)。



■小売業商店数の推移



■小売業年間販売額の推移



■小売業売場面積の推移

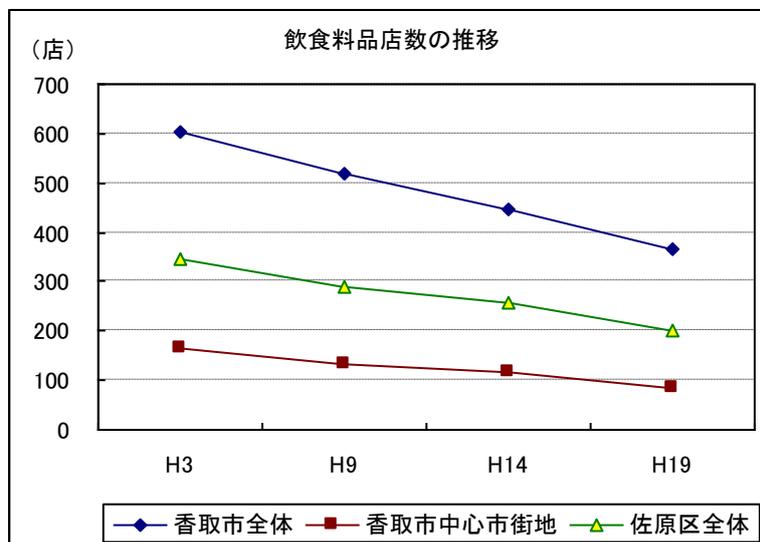
②飲食料品店、織物・衣服・身の回り品店

市民の方々にとって身近な「飲食料品店」「織物・衣類・身の回り品店」の商店数についても、中心市街地、香取市全体ともに、平成3年から一貫して減少傾向にある。

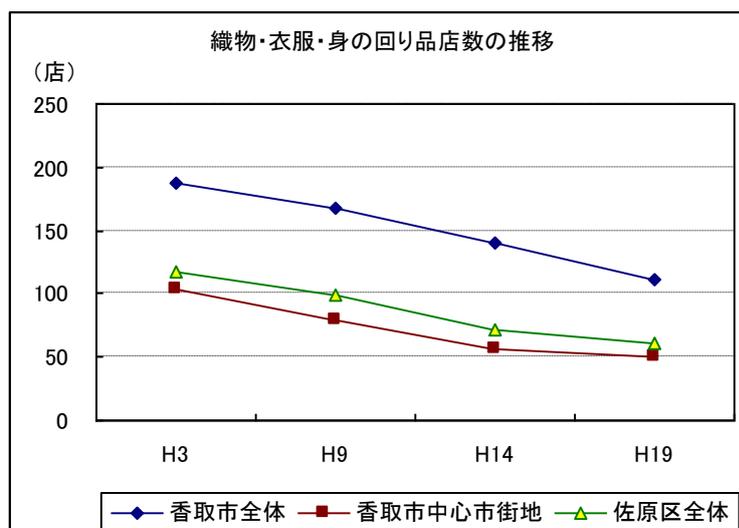
中心市街地の「飲食料品店数」の増減率は、平成9年から14年の88%に比べて、平成14年から19年は72%と減少傾向が強まっており、佐原区全体(同89%→79%)香取市全体(同86%→82%)よりもその傾向が強い。

一方、中心市街地の「織物・衣類・身の回り品店数」の増減率は、平成9年から14年の71%に比べて、平成14年から19年は88%と減少傾向がやや収束しつつある。

中心市街地の「飲食料品店数」の市全体に対する割合は、平成3年で27%、平成19年で23%であり、やや減少傾向にあるものの、大きな変化はみられない。その一方で、「織物・衣類・身の回り品店数」については、中心市街地の市全体に占める割合が平成3年で55%あったのに対して、平成19年では45%と10%減少している。



■飲食料品店数の推移

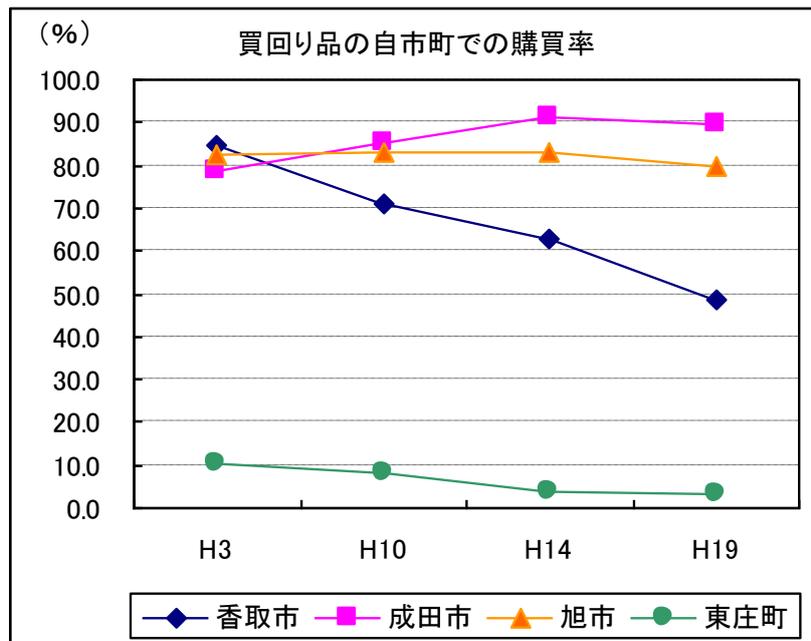


■織物・衣服・身の回り品店数の推移

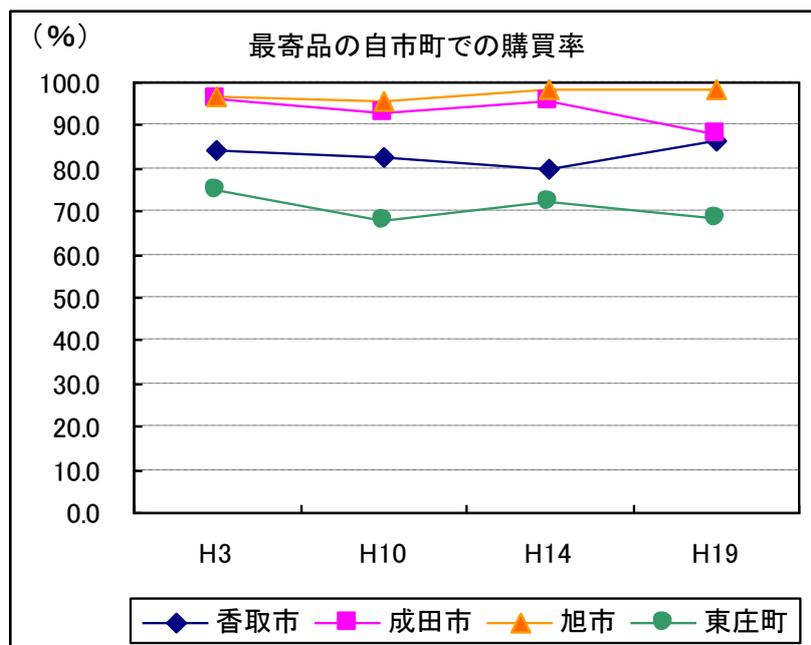
③買回り品・最寄品購買率

香取市の「買回り品」の市内購買率は、平成3年では84.9%であったのに対して、平成19年には48.6%と大幅に減少している。またこの減少傾向は、近隣他市町と比べても顕著である。これは、十字屋(平成9年12月閉店)、清見屋(平成16年2月閉店)等の中心市街地内の大型店が閉店した事が要因となっているものと考えられる。

一方、「最寄品」の市内購買率については、平成3年から19年まで概ね80~85%程度で推移しており、平成19年は86.4%と、平成14年(79.8%)に比べて増加している。このように、「最寄品」については、香取市民の多くが現在も香取市内で購入している。



■買回り品の自市町での購買率



■最寄品の自市町での購買率

第2章 中心市街地活性化に向けたこれまでの取組みと課題

香取市中心市街地では、これまで『香取市活性化基本計画』（平成13年3月策定、平成18年3月変更、以降「旧基本計画」と示す）及び『佐原・戦略ビジネスプラン（TMO構想）』（成14年3月策定、以降「TMO構想」と示す）に基づき、活性化に向けた事業が実施されている。その概要は、以下のとおりである。

1. 香取市中心市街地活性化基本計画（旧基本計画）【平成13年3月策定、平成18年3月変更】

（1）計画の概要

旧基本計画は、旧中心市街地活性化法に基づいて平成13年3月に当時の佐原市が策定した「佐原市中心市街地活性化基本計画」をベースとしており、その後平成18年3月に中心市街地活性化法の改正に伴う変更を行い、現在の計画になった。

（2）計画のテーマと基本方針

旧基本計画では、全体テーマを「水郷の小江戸 産業観光でにぎわいの再興」としており、さらに「水運と水辺の景観を活かした魅力づくり」「伝統的建造物群を活かした小江戸の雰囲気漂うまちづくり」「街に住むことの楽しさが感じられるまちづくり」という3つのサブテーマを設定している。

また上述のテーマの他に、「香取郡の中心地としての都心機能の再構築」「広域から多くの人を集める産業観光の振興」「住・商・職・文化等の融合する複合機能による活性化の促進」「訪れやすく、楽しく歩ける交通体系の構築」という4つの基本方針を設定している。

以降に、旧基本計画のテーマと基本方針を示す。

水郷の小江戸 産業観光でにぎわいの再興

I 水運と水辺の景観を活かした魅力づくり

佐原市は、北総の水郷拠点の中核として利根川や小野川といった水辺環境に囲まれ、産業面でも古くは江戸時代から水運を活用して酒、醤油、漬物等の農業加工品を生産し大消費地江戸を結ぶ生産流通の拠点商業都市として又、水郷観光の拠点として発展してきた。

これらの水辺景観や歴史的に水運で栄えてきたという特色を活かし、恵まれた水辺の景観を十二分に活用した潤いのあるまちづくりを進め、より一層魅力ある水郷空間を創出する。

II 伝統的建造物群を活かした小江戸の雰囲気漂うまちづくり

佐原市は、特に小野川沿いを中心として江戸時代からの商家をはじめとした歴史的に貴重な建造物が数多く残り、江戸情緒が色濃く残る町である。また関東地方では最初の重要伝統的建造物群保存地区の選定を受けた歴史的建造物群を有する数少ない町でもある。

このような伝統的な建造物群や小野川、利根川を活かしつつ町全体として小江戸の情緒の漂う都市空間の実現をめざすべくまちづくりを進める。

III 街に住むことの楽しさが感じられるまちづくり

本格的な少子化、高齢化社会をむかえるにあたり、都市の外延化・居住地の郊外部への拡大指向から、都市的なサービスや社会資本ストックの充実したまちなか居住への回帰の傾向が強くなりつつある。

佐原市においても、豊かな歴史的資産や商業機能の集積した市街地の活性化を一体的に推し進め、新旧の居住者にとってまちなかに住むことの楽しさが感じられるまちを実現する。

■旧基本計画のテーマ

◇香取郡の中心地としての都心機能の再構築

佐原市は古くから香取郡の中心に位置し広範な範囲から人が集まり、香取郡地域の核都市として機能してきたが、近年では成田市をはじめとした周辺地域に大規模な開発や商業核が形成されたため、中心都市としてのポジションを急速に失いつつある。

特に近年空洞化が進み商業機能の衰退が続く佐原市の中心市街地を活性化し、中心都市としての機能を回復し、佐原市民をはじめ近隣町村居住者にとっての買い物や生活サービスの場としての中心都市としての機能を再構築する。

◇広域から多くの人を集める産業観光の振興

歴史のある北総の水郷都市として、豊かな水辺環境と由緒ある歴史的建造物群に恵まれた佐原市は、川越と並ぶ、関東で貴重な伝統的建造物群を有する町という優位性を持っているが、現在のところそれらの資源を活かしきれず集客性に欠ける。

これら豊かな観光資源を活かし、首都圏 4000 万人を対象とした産業観光を推し進めていくことにより中心市街地全体を活性化する。

◇住・商・職・文化等の融合する複合機能による活性化の促進

中心市街地の魅力は、まちの中に商業機能だけでなく、住機能、働く場や文化施設等がコンパクトな範囲におさまり、居住者や訪れる人々が様々なサービスや楽しみを身近に体験できることである。

よって、商業の活性化と併せて文化、職、住機能などを整備充実させ、これらの機能が融合した活性化を促進する。

◇訪れやすく、楽しく歩ける交通体系の構築

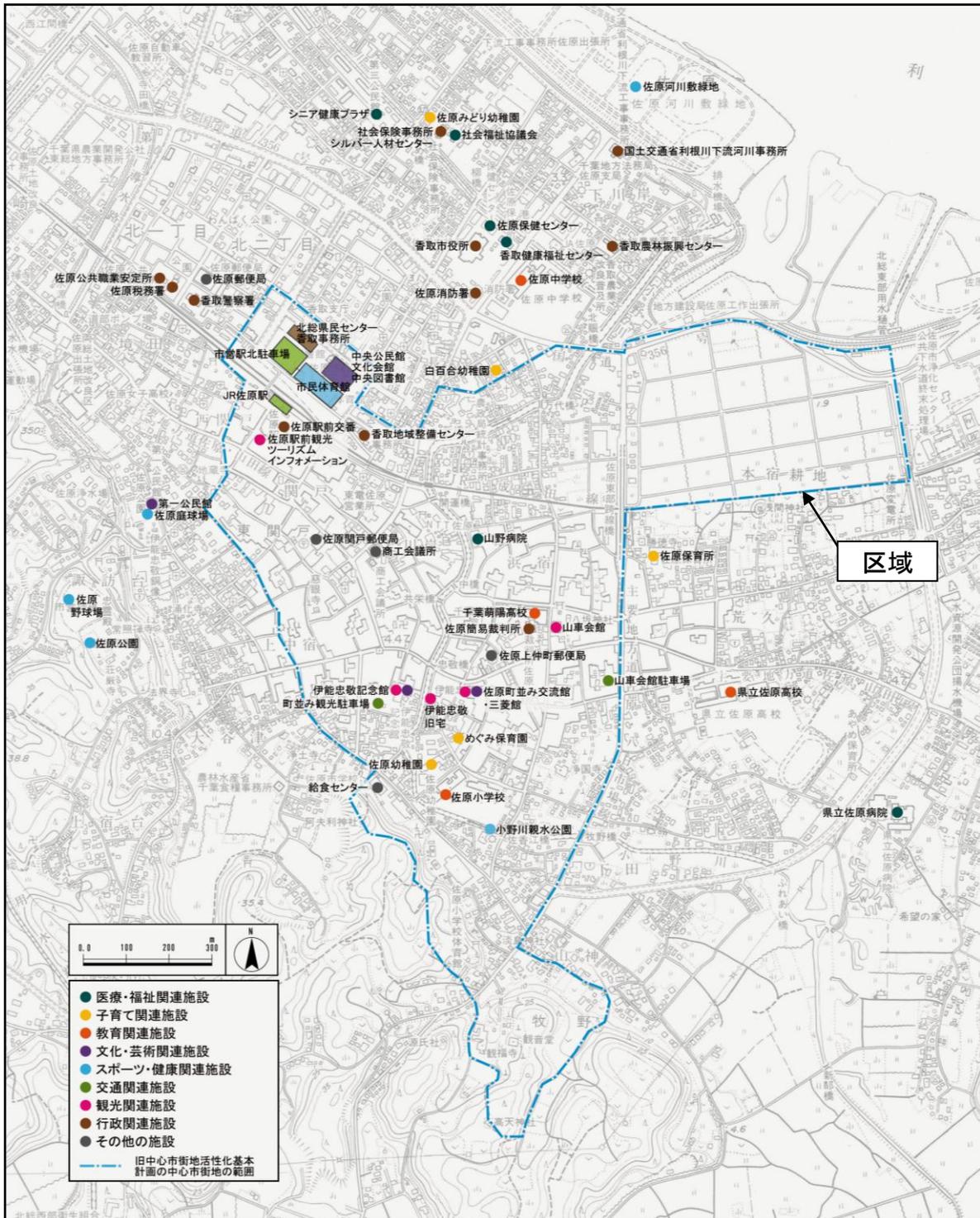
歴史的に貴重な伝統的建造物を数多く有し、小野川等の水辺空間にも恵まれた佐原市の中心市街地は、まちなか歩きを主体とした観光の高い可能性を有している。

従って、歩行者空間整備や水運の活用により、まちを訪れる人が楽しく散策できるような交通体系を構築すると同時に、駐車場等の整備をはじめとして、数多くの人々が訪れやすくするための施設整備を推進する。

■旧基本計画の基本方針

(3) 中心市街地の区域

旧基本計画（平成18年3月変更）における中心市街地の区域は以下のとおりである。



■旧基本計画（平成18年3月変更）における中心市街地の区域

(4) 旧基本計画の実施状況

旧基本計画（佐原市中心市街地活性化基本計画、平成18年3月変更）に位置づけられた事業毎に、事業の進捗状況等を整理すると以下ようになる。

■旧計画事業の進捗状況と今後の予定

現中活基本計画期間内		実施・一部実施	未実施
今後の予定			
継続	事業を継続	1.建築物の修景事業 2.重要伝統的建造物群保存地区の防災対策事業 3.車両交通規制 4.小野川舟運基盤整備事業 6.忠敬橋周辺整備事業 7.観福寺周辺整備事業 11.駅舎整備事業（～H22） 13.南口駅前広場整備事業（～H27） 16.空き店舗対策事業 18.国道356号拡幅整備事業 24.都市計画道路仁井宿与倉線整備事業（～H27） 26.歩行者空間整備事業 27.循環バス運行事業 28.空き店舗活用型テナントミックス事業 29.ウォーキングトレイル促進事業 30.情報化の推進 31.活性化イベントの実施 32.商業者の研修 33.まちなか居住促進助成事業 34.食の名物・特産品開発事業 35.賑わいの連続性回復事業	
	整備した施設等の管理・運営を継続	5.小野川観光船運航事業 8.町並み交流プラザ整備事業 17.高規格堤防整備事業、防災ステーション整備事業 20.道の駅整備事業	
	具体的な事業はないものの、方針や考え方は継続		9.まちなか居住モデル施設整備事業 15.駅西口西部ブロックまちなか居住棟整備事業 22.ファーマーズモール整備事業 23.農業公園整備事業
計画期間内に事業完了		25.東関戸踏切の歩道拡幅事業	
事業の予定なし		10.南北自由通路再整備 12.北口駅前広場整備事業	14.駅前公園整備事業 19.本宿耕地土地区画整理事業 21.公的機関整備事業

計画期間内に事業を（一部）実施、今後の事業は継続

- 小野川周辺地区での事業は、観光客の増加などの一定の効果がでており、今後は各主体（NPO 小野川と佐原の町並みを考える会、ぶれきめら、千葉県）等との協働により事業を継続・発展的に実施していくことが望まれる。
- 佐原駅周辺地区での事業（駅舎整備事業、南口駅前広場整備事業）は、まちづくり交付金を導入し、計画や事前協議が整い、今年度には駅舎整備が完了している。平成 23 年度以降に南口駅前広場整備事業に着手予定である。
- 道路整備（国道 356 号拡幅整備事業、都市計画道路仁井宿与倉線整備事業）は、関係地権者等との合意形成を図りながらの事業を継続している。
- 活性化に資するソフト事業（情報化の推進、活性化イベントの実施、食の名物・特産品開発事業、賑わいの連続性回復事業）は、様々な関係者を巻き込みながら、様々な取り組みを実施している。

計画期間内に事業を（一部）実施、今後は施設等を運営・管理

- 旧計画期間内に、小野川観光船事業の実施及び町並み交流プラザの整備が完了している。現在、それぞれ「ぶれきめら」「NPO 小野川と佐原の町並みを考える会」が運営、管理を行っている。今後も、適切な運営・管理が望まれる。
- 道の駅や高規格堤防、防災ステーションについては、平成 21 年度に整備を終え、平成 22 年 3 月にオープンした。年間 82 万人の利用者が見込まれており、佐原中心市街地に与える影響が大きいことから、その動向を注視する必要がある。

計画期間内に事業を（一部）実施、計画期間内に事業完了

- 道幅の狭い東関戸踏切は、拡幅し歩車分離が図られた。これにより、バスの運行が可能となり、今後、都市計画道路ネットワークやバスルート、バスターミナルの計画を検討する上での選択肢が広がった。

計画期間内に事業を（一部）実施、今後の事業の予定なし

- 南北自由通路再整備は、補修工事を実施した。北口駅前広場は、高速バス等の転回スペースの確保と駐輪場の整備と、当初の計画から規模・内容を縮小し事業を完了しているが佐原駅の利用者や交通需要等を勘案して費用対効果か今後の事業実施の予定ない。

計画期間内に事業を未実施、具体的な事業はないものの方針・考え方は継続

- まちなか（佐原駅周辺地区）での居住人口の増加を目的とした事業（まちなか居住モデル施設整備事業、駅西口西部ブロックまちなか居住棟整備事業）は、旧基本計画の「街に住むことの楽しさが感じられるまちづくり」実現に向けて位置づけられたが、意向がある事業者がいなかったこと、具体的な候補地区がなかったこと等もあり事業の実施には至らなかった。ただし、今後とも、街なかでの定住人口の回復は佐原中心市街地における主要課題であることから、課題解決に向けて今後とも取り組んでいくことが望まれる。
- ファーマーズモール整備事業、農業公園整備事業は、本宿耕地地区での商業施設誘致とあわせて、農業体験施設等を整備するものである。本宿耕地地区では、開発事業者が撤退したことにより商業施設の誘致が停滞している状況のため、本事業も進捗していない。

計画期間内に事業を未実施、今後の事業の予定なし

- 中活基本計画に位置づけたものの、具体的な計画がなく未実施かつ今後の予定もない事業は、地元のニーズや需要動向などから総合的に判断し、必要に応じて取り組むべきである。

■旧計画事業の概要と実施内容

分類	事業名	事業概要	実施内容	実施主体	事業期間	継続		
実施	1	建築物の修景事業	小野川周辺の景観整備	小野川周辺地区の修理修景費用の一部助成(実績:150件超)	市地権者	H12~H21以降	継続	
	2	重要伝統的建造物群保存地区の防災対策事業	重要伝統的建造物群保存地区の消火体制の充実	街なみ環境整備事業により、防火水槽を整備	市地権者	H12~H18	継続	
	3	町並み交流プラザ整備事業	旧東京三菱銀行佐原支店を取得し、多目的ホールを改修整備	経産省補助により、H17年4月開設	市	H15~H16	維持管理	
	4	駅舎整備事業	老朽化した佐原駅舎の建て替え	駅舎合築により観光交流センター整備 H23年3月末完成予定	市JR	H18~H21以降	継続	
	5	国道356号線拡幅整備事業	本宿耕地整備関連事業として広域的な都市間連携を強化	・県が事業実施中 ・用地買収難航	県	H12~H20	継続	
	6	高規格堤防整備事業・防災ステーション整備事業	本宿耕地基盤整備事業としてスーパー堤防、防災ステーション整備	道の駅整備とあわせ、国による整備完了	国土交通省	H12~H19	維持管理	
	7	道の駅整備事業	川の駅との一体的空間利用による駐車・休憩スペースの整備	PF1事業で整備、H22年3月オープン	市PF1事業者	H12~H20	維持管理	
	8	交通体系	東関戸踏切の歩道拡幅事業	歩行者の安全確保、駅南北の回遊性向上のため歩道を拡幅	市JR	H12~H20	完了	
	9	循環バス運行事業	中心市街地の主な滞留施設を巡る循環バスの運行	・2ルート、1日5便運行、年間2万人利用 ・H22から観光循環バス実証運行開始	バス会社市	H12~H21以降	継続	
一部実施	10	駅	南口駅前交通広場整備事業	バス・タクシープール等交通広場の整備	H21年駐輪場を整備、駅前広場基本構想策定、H27年度までに整備完了予定	市	H18~H21以降	継続
	11	北口駅前交通広場整備事業	北口駅前広場(約5,000m ²)整備	高速バス転回スペース、駐輪場の整備完了、事業縮小により今後の事業予定なし	市	H18~H21以降	中止	
	12	交通体系	都市計画街路仁井宿与倉線整備事業	重伝建地区の歩行安全確保のための都市計画街路整備	観福寺周辺の800m整備を残すのみで、H27年度には全区間整備完了予定	市	H12~H21以降	継続
	13	歩行者空間整備事業	景観舗装、無電柱化、街路灯や案内板設置及びホットパルク整備	街なみ環境整備事業で電線類地中化、美舗装化、新たな回遊ルートの創出等を実施	県市	H12~H18	継続	
	14	小野川	小野川舟運基盤整備事業	舟運のための川床掘削、河岸・船着場等の一体的な河川整備	H21年度「川づくり計画」策定済み 河川管理者の県が実施主体で進捗せず	県市	H13~H19	継続
	15	小野川	忠敬橋周辺整備事業	忠敬橋の修景、周辺建築物及び空き店舗の一体的整備	忠敬橋の修景計画中 香取街道の電線類地中化を県が実施予定	県・市民間事業者	H13~H18	継続
	16	観福寺	観福寺周辺整備事業	観光商業施設の整備、歩いて楽しむ観光ルート拠点形成	H17年、県による小野川親水公園の整備以降、具体的事業の予定なし	県・市民間	H14~H19	継続
	17	まちなか	まちなか居住モデル施設整備事業	都市型コミュニティ実現のための商業・交流施設、居住モデル住宅整備	計画策定時に具体的事業を想定せず、事業者や住民からのニーズがなかったため、未実施	民間事業者	H13~H18	方針
	18	南北自由	南北自由通路再整備	老朽化した駅南口・北口を結ぶ通路(跨線橋)の架け替え	H17年度に補修工事実施 費用対効果から架け替えは実施しない。	市	H12~H18	中止
未実施	19	駅	駅前公園整備事業	駅南北オープンスペースに緑あふれる公園広場を整備	・維持管理費用負担などから事業未実施 ・規模等を勘案し、必要に応じて今後実施	市	H18~H22	中止
	20	まちなか	駅南口西部ブロックまちなか居住棟整備事業	駅南口西部ブロックを整備し、快適で利便性の高い都市型居住空間の実現	人口流出抑止が目的だったが、計画策定時に具体的事業を想定せず、事業者や住民からのニーズがなかったため、未実施	市民間事業者	H18~H21以降	方針
	21	本宿耕地	本宿耕地土地地区画整理事業	車の玄関口として観光・広域商業機能になるための基盤整備事業	・土地地区画整理事業の予定なし ・進出事業者の開発支援は実施する予定	市	H12~H21以降	中止
	22	ファーマーズ	ファーマーズモール整備事業	広域レクリエーションの実現として、庭園、農園、観光、広域商業サービス機能を併せ持つ産業観光拠点施設整備	・道の駅の影響、開発事業者の有無、必要な規模などにより事業を見直す ・事業者の進出意向なし ・体験施設等の道の駅の機能拡充を検討	民間事業者	H12~H21	方針
	23	農業公園	農業公園整備事業			民間事業者	H12~H21	方針
	24	公的機関	公的機関整備事業	移転予定の公共機関の整備	公的機関の移転計画なし	市	H12~H20	中止
商業活性化	25	駅	空き店舗活用による生鮮食品等の販売、コミュニティビジネス育成	・H17ゼットやぺい社設立、まちの駅わいわい設置、コミュニティビジネス育成実施	市民間事業者	H16~H17	継続	
	26	全体	商業者の研修	活性化に係る勉強会等の定期的な実施、活動助成、人材派遣	・TMOによる観光産業フォーラム開催 ・NPO、おかみさん会による自発的研修	TMO民間事業者	H13~H21以降	継続
	27	空き店舗	空き店舗活用型テナントミックス事業	空き店舗活用による不足業種の誘致、修景物件の店舗・イベント活用	・内外装、家賃に対する助成実施 ・大学の実験店舗設置、家主への活用提案	TMO民間事業者	H13~H21以降	継続
その他ソフト事業	28	小野川	車両交通規制	エリア、時間帯限定で車の乗入れを規制	・あやめ祭り期間中、小野川沿いで規制 ・香取街道での実施は困難	市県警	H13~H21以降	継続
	29	小野川	小野川観光船運航事業	観光船の運航事業	・H15からぶれきめらにより運航 ・利用者数は増加傾向	民間事業者	H13~H21以降	継続
	30	ウォーキング	ウォーキングトレイル促進事業	歩いて楽しめる観光ルート設定観光案内人によるガイドツアー	・NPO観光協会が観光ルート設定 ・ガイドツアーはNPOが実施	市・TMO民間事業者	H13~H21以降	継続
	31	情報化	情報化の推進	インターネットやGISによる観光客誘致市街地内での情報発信機能整備	・NPOがHP作成、情報が充実 ・H21.22電子看板を設置	市・TMO民間事業者	H13~H21以降	継続
	32	活性化	活性化イベントの実施	NPO等と連携し、まちの活性化に寄与する各種イベントの開催	・佐原の大祭のほか、様々な主体が様々なイベントを開催、月1回の骨董市も好評	TMO民間事業者	H13~H21以降	継続
	33	賑わいの	賑わいの連続性回復ソフト事業	来街者の意向、回遊性調査、ソフト事業(イベント)実施	・小野川周辺の回遊性向上を東大が調査 ・活性化イベント実施は上記のとおり	市民間事業者	H16~H17	継続
	34	食の	食の好物・特産品開発事業	地元農産物等を活用した食の好物、特産品の開発	・H19地域の食を考える懇談会設立 ・農産物加工体験施設等の導入検討中	TMO民間事業者	H13~H21以降	継続
未実施	35	まちなか	まちなか居住促進助成事業	中心市街地施策に基づき、集合住宅建設費、賃料に係る適切な助成	介護保険法による住宅改修費(上限20万円)の助成は実施しているが、中心市街地施策に係る助成は未実施	地権者	H15~H21以降	継続

2. 佐原・戦略ビジネスプラン（TMO 構想） 【平成 14 年 3 月策定】

（1）佐原・戦略ビジネスプラン（TMO 構想）の 10 の目的

香取市中心市街地においては、平成 13 年 3 月に策定された「佐原市中心市街地活性化基本計画」に基づき、事業実施の構想をより具体性を持たせて描くため TMO が中心となって推進するプロジェクト構想へと再編するとともに、関係者が当事者意識を持ち、自己責任を明確にしてアクションを起こし易いようなガイドブックとなるように、「佐原・戦略ビジネスプラン（TMO 構想）」（平成 14 年 3 月）をとりまとめている。

TMO 構想では、10 つの目的を設定しており、これに沿って佐原商工会議所をはじめとする市内の各種団体が活性化に向けた事業を実施している。

目的 1：佐原を有名にする

目的 2：佐原の町中へ行きやすくする

目的 3：来街者・顧客へのサービスを高め、中心市街地内を回りやすくする

目的 4：魅力的な店舗を増やす

目的 5：魅力的なイベントを行い、通りに賑わいを生み出す

目的 6：町並みのホンモノの魅力をひきだす歴史及び文化に関する活動を展開する

目的 7：飲食の魅力を高める

目的 8：定期的に必要な調査を行い、町づくりへフィードバックする

目的 9：町並みの整備など、美しく住みやすい環境をつくっていく

目的 10：マネジメント体制を確立する

■TMO 構想の 10 の目的

(2) 佐原・戦略ビジネスプラン (TMO 構想) の実施状況と評価

TMO 構想の 10 の目的に沿って、その実施状況と評価を整理すると、以下のようになる。

目的 1 : 佐原を有名にする		
1.1 プロモーション (PR 活動)	実施主体	旧基本計画における位置づけ
1.2 フィルム・コミッション	市・会議所	○情報化の推進 (インターネットや GIS による観光客誘致、市街地内での情報発信機能整備)
1.3 マスコミ・旅行ガイドブックなどメディアへの働きかけ、情報発信する	・TMO等	
1.4 周辺観光スポットとの連携		



事業	○多様なプロモーションが実施・継続中。 ○テレビの旅行番組、旅行雑誌等に多数取りあげられる。
実施	○平成 17 年度優秀観光地づくり賞金賞 (日本観光協会) の全国表彰も知名度向上に貢献。
状況	○以下のような関連事業 (国・県等による支援) も実施 ・地域の魅力再発見事業 ~MAP・HP・DVD など~ ・成田空港周辺外客受入体制整備事業 ・水郷三都観光推進協議会事業 (広域的観光連携事業) ・産業観光フォーラム開催
評価	○佐原 (香取市中心市街地) の知名度は確実に向上

県境越え「水郷三都」連携



県境を越えた観光振興策を検討したフォーラム(佐原市香取市水郷市)の模様
佐原市、香取市、水郷市は、それぞれ独自の観光資源を有しているが、県境を越えて連携し、観光振興策を検討する。このため、3市で連携する「水郷三都」観光振興協議会が、17日(水)佐原市で第1回定例会を開き、協議会の役割や連携のあり方について話し合った。協議会会長を務める佐原市長は、3市がそれぞれ独自の観光資源を有しているが、県境を越えて連携し、観光振興策を検討する。このため、3市で連携する「水郷三都」観光振興協議会が、17日(水)佐原市で第1回定例会を開き、協議会の役割や連携のあり方について話し合った。

観光振興策を検討
佐原で産業フォーラム

佐原市観光振興協議会が、17日(水)佐原市で第1回定例会を開き、協議会の役割や連携のあり方について話し合った。

目的 2 : 佐原の町中へ行きやすくする		
2.1 ハイウェイ等のサインの整備	実施主体	旧基本計画における位置づけ
2.2 鉄道ダイヤ、長距離バスのダイヤを便利に	市・会議所	○高規格堤防整備事業・防災ステーション整備事業 ○道の駅整備事業 ○東関戸踏切の歩道拡幅事業 ○都市計画街路仁井宿与倉線整備事業
2.3 導入路の整備	・TMO等	
2.4 市内のサインの整備		
2.5 中心市街地周辺への駐車場設置		
2.6 道の駅と川の駅		



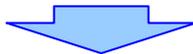
事業実施状況	○導入路の整備については、平成 21 年度末東関戸踏切改良が完了し、バスの通行が可能に ○平成 21 年度末に道の駅・水の郷さわらが開業、予想を大幅に上回る入場者数。今後中心市街地への集客のゲートウェイとして期待される。 ○道の駅・水の郷さわら、道の駅・くりもと等へのデジタル・サイネージの整備、案内サイン・誘導サイン等商店街づくり町並み公共サイン整備等を推進 (公共サインマニュアル等も整備) ○まちめぐりナビプロジェクトも実施
評価	○多くの事業が実施され、アクセス性が向上



平成 22 年 3 月道の駅・水の郷がオープン

目的3：来街者・顧客へのサービスを高め 中心市街地内を回りやすくする

3.1 タウントレイル（町めぐりルート） 3.2 ヘリテージセンター（町並み拠点施設） 3.3 ボランティアガイド 3.4 小野川舟運 3.5 交通規制 3.6 循環バス 3.7 レンタサイクル 3.8 人力車	実施主体	旧基本計画における位置づけ
	市・会議所 ・TMO・ まちづく り会社、N PO・民間 等	○町並交流プラザ整備事業 ○小野川舟運基盤整備事業 ○循環バス運行事業 ○車両交通規制 ○小野川観光船運航事業 ○ウォーキングトレイル促進事業 など



事業	○H17.4に佐原町並み交流館が開設され、ここを拠点にNPO小野川と佐原の町並みを考える会等が観光案内に取り組む。
実施	○まちづくり会社「ぶれきめら」により小野川の町並み観光の足として観光船が運航されている（H21年の入込数約24千人）
状況	○コミュニティバスを活用し、観光循環バス実証運行開始 ○以下のような関連事業（国・県等による支援）も実施 ・小野川舟運事業～小野川水上循環バス運行事業～その後観光船運航が本格的に実施 ・バイリンガル・バス～小江戸佐原お散歩バス運行（観光ルネサンス事業）
評価	○概ね事業が実施され、中心市街地の回遊性が向上



目的4：魅力的な店舗を増やす

4.1 老舗の魅力アップ 4.2 テナントリーシング （空き店舗の活用とテナントの斡旋） 4.3 モデル施設・店舗	実施主体	旧基本計画における位置づけ
	会議所・TMO ・商店街・まち づくり会社等	○空き店舗対策事業 ○空き店舗活用型テナントミックス事業 ○商業者の研修



事業	○「佐原おかみさん会」による「佐原まちぐるみ博物館」の取組み
実施	○戦略的中心市街地活性化事業で、佐原駅前の中規模空き店舗を地域の「食彩館」として整備。まちづくり会社「ゼットやっぺい社」による「街の駅わいわい」として経営
状況	○「ぶれきめら」による食事処「干与福」の経営
評価	○小野川周辺は佐原まちぐるみ博物館等の取組みで魅力向上 ○H16年に大型店清見屋が営業停止するなど、佐原駅周辺地区等で新たな空き店舗も発生。



まちづくり会社による空き店舗の活用

目的5：魅力的なイベントを行い、通りに賑わいを生み出す。

5.1 佐原の大祭 5.2 あやめ祭り 5.3 ふるさとフェスタ佐原 5.4 忠敬に関するイベント 5.5 オープンカフェ 5.6 イベントのプロデュース 5.7 縁台ギャラリー 5.8 朝市	実施主体	旧基本計画における位置づけ
	市・会議所・TMO・NPO・まちづくり会社・商店街等	○活性化イベントの実施（NPO等と連携し、まちの活性化に寄与する各種イベントを開催）



事業実施状況	○ 佐原の大祭は、年々集客数が増加 ○ その他既存イベントの継続と、魅力アップへの取組みを実施 ○ 以下のような関連事業（国・県等による支援）も実施 ・ あやめ祭り、夏の大祭・秋の大祭等への外国人観光誘客事業
評価	○小野川周辺地区においては、イベントによる賑わい創出が図られてきた。今後は佐原駅周辺地区が課題



目的6：町並みのホンモノの魅力をひきだし歴史及び文化に関する活動を展開する

6.1 町屋の公開 6.2 ミニギャラリー 6.3 名所の強化、うもれた名所の顕在化 6.4 佐原囃子 6.5 写真コンテスト 6.7 スケッチ大会	実施主体	旧基本計画における位置づけ
	市・TMO まちづくり会社、保存会等	

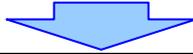


事業実施状況	○町屋の公開、ミニギャラリー等につながっている「佐原おかみさん会」による「佐原まちぐるみ博物館」の取組み ○その他既存の顕彰活動も継続実施。 ○佐原まちづくり観光アカデミー（H17～19 千葉県・佐原市事業）等実施
評価	○小野川周辺地区において活動が活性化。



佐原まちぐるみ博物館の取組み

目的7：飲食の魅力をも高める		
7.1 農と商工の連携	実施主体 市・会議所・TMO・まちづくり会社等	旧基本計画における位置づけ
7.2 味とサービスの向上運動		○食の名物・特産品開発事業（地元農産物等を活用した食の名物、木賊品の開発）
7.3 製造販売の強化		
7.4 新しいメニューの開発とモデル店舗		



事業実施状況	<p>○H19年から地域の食を考える懇談会の取組み</p> <p>○以下のような関連事業（国・県等による支援）も実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・美味しい学校事業（地産地消による食の開発と本格的和風レストランの開設による地域振興の展開） ・食と観光の連携による地域活性化のケーススタディ～蔵と商家を活用した小江戸佐原版B&B ・ニューツーリズム創出・流通促進事業 お気に召すままに～For you 着物で楽しむ佐原の町並みと食めぐり
評価	○まちづくり会社ぶれきめらによるレストラン等が開店するなど、食に関する新たな魅力がうまれつつある。

目的8：定期的に必要な調査を行い、町づくりへフィードバックする

目的8：定期的に必要な調査を行い、町づくりへフィードバックする		
8.1 町づくりに有効な調査活動	実施主体 市・会議所・TMO・商店街・ボランティア等	旧基本計画における位置づけ
8.2 総合学習との連携		○賑わいの連続性回復ソフト事業（来街者の意向・回遊性調査ソフト事業実施）
8.3 生涯学習との連携		



事業実施状況	<p>○香取市中心市街地交流人口等調査（香取市）を定期的に実施</p> <p>○まちの賑わい創出事業（佐原商工会議所）を定期的に実施</p> <p>○佐原観光の品質管理のため、「佐原おかみさん会」によるCS調査を実施</p> <p>○以下のような関連事業（国・県等による支援）も実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・佐原まちづくり観光アカデミー（H17～19千葉県・佐原市事業） ・産業観光フォーラム（H17～佐原市・佐原商工会議所） <p>○その他、大学等による調査</p>
評価	○各種調査の町づくりへのフィードバック効果については、今後の発現に期待。

目的9：町並みの整備など、美しく住みやすい環境をつくっていく

	実施主体	旧基本計画における位置づけ
9.1 町並み整備 9.2 住宅整備 9.3 小野川整備 9.4 香取街道モール化 9.5 駅周辺整備 9.6 ふるさとの緑環境をとりもどす 9.7 看板・街路灯 9.8 電線の地中化 9.9 伝統的建造物群保存地区の防災	県・市・会議所・TMO・まちづくり会社・JR・商店街・市民等	○建築物の修景事業 ○重要伝統的建造物群保存地区の防災対策事業 ○駅舎整備事業 ○南口・北口駅前交通広場整備事業 ○南北自由通路再整備 ○駅前公園整備事業 ○歩行者空間整備事業 ○忠敬橋周辺整備事業 ○観福寺周辺整備事業 ○まちなか居住モデル施設整備事業 ○駅南口西部ブロックまちなか居住棟整備事業 ○まちなか居住促進助成事業



事業実施状況	○小野川周辺地区については、修理修景が進む（工事費用の一部助成実績は150件超） ○街なみ環境整備事業により、電線地中化、舗装の美装化を実施。また防火水槽を整備 ○駅舎との合築により、H23年3月に佐原駅観光交流センターがオープン
評価	○小野川周辺地区では、より良好な歴史的町並みが形成され、観光的価値が向上 ○まちなか居住については、事業が進んでいない。



目的10：マネジメント体制を確立する

10.1 TMO設置	実施主体	旧基本計画における位置づけ
10.2 事業主体設置 10.3 タウンマネージャー	市・会議所・TMO	



事業実施状況	○佐原商工会議所がTMOとなるとともに、「佐原・戦略ビジネスプラン（TMO構想）」の実現に向けて組成された「佐原戦略ビジネス事業推進委員会」が、中核となって事業調整、事業推進を図っている。 ○まちづくり会社「ぶれきめら」「ゼットやっぺい社」が設立され、それぞれの特性に応じて事業に取り組む。
評価	○民間主導で、事業が円滑に推進

3. 計画策定に向けた課題と視点の整理

前述した、旧基本計画及び TMO 構想の進捗状況や評価を踏まえ、新たな中心市街地活性化基本計画の策定に向けた課題と視点を整理すると、以下のようになる。

全国屈指の成功例として評価の高い「観光まちづくり」の継続

- ・香取市中心市街地では、商工会議所、まちづくり会社、NPO、民間事業者、市民などの中心市街地の担い手が、大学等外部組織・人材とも連携をとりつつ、当事者意識をもって主体的に事業を実施してきている。
- ・TMO 構想の多くが円滑に実施され、実現に至っており、全国屈指の観光まちづくりの成功事例となっている（平成 17 年度優秀観光地づくり賞金賞を受賞）。行政は、このような取組みを基盤整備等で支援してきており、民官連携も図られている。
- ・具体的には、小野川周辺地区において、歴史的な町並み保存を図りつつ、電線類の地中化事業等修景事業を実施するなど観光集客の舞台を整えた上で、民間の力で小野川観光船の運航、魅力的な店舗の増加、佐原まちぐるみ博物館の展開、さらには町並み交流館を中心とした観光情報の発信やガイドツアーの提供などに取組み、賑わい創出に効果をあげている。
- ・また本宿耕地地区においても本市ならではの特性（道の駅と川の駅の一体化）を活かした道の駅・水の郷さわらが開業している。中心市街地に訴求力のある集客拠点が増加されるとともに、ゲートウェイとしての機能発揮が期待される。
- ・さらに年に 2 回開催されている佐原の大祭は、地域の歴史・文化を受け継ぐものであり、集客力も非常に高い。
- ・以上を踏まえると、新しい中心市街地活性化基本計画の策定にあたっては、全国的にも評価の高い観光まちづくりの理念や事業・活動の方向性を受け継ぎ、継続的に観光まちづくりを推進していくことが肝要である。

佐原駅周辺地区の活性化と、まちなか居住の推進

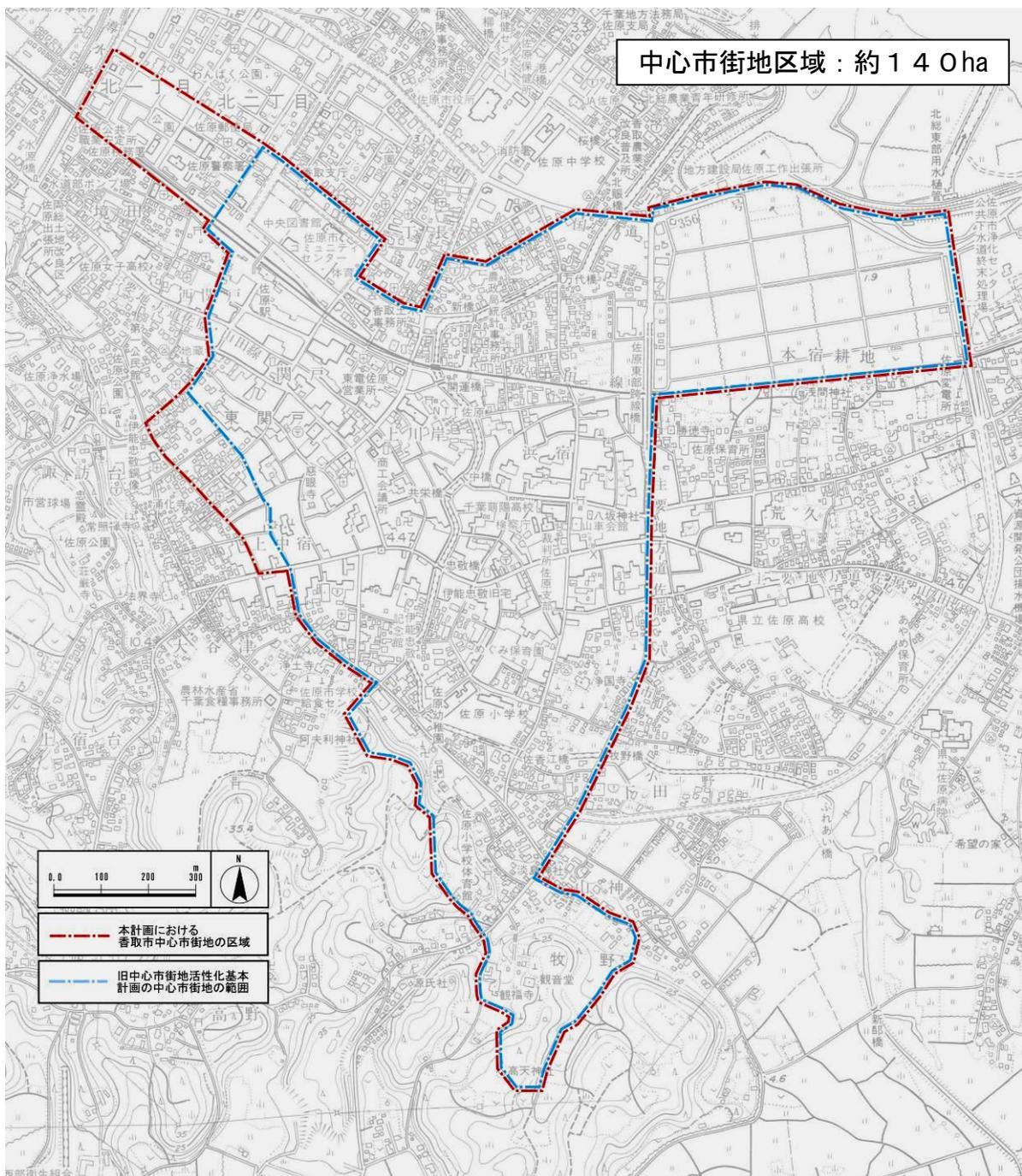
- ・小野川周辺地区の集客効果が中心市街地市全域まで波及していないことが、これまでの取り組み結果を踏まえた中心市街地活性化における課題である。特に本市の玄関口である J R 佐原駅周辺地区の活性化には至っていない。
- ・このため、新たな中心市街地活性化基本計画の策定にあたっては、J R 佐原駅周辺地区をはじめとして、中心市街地市全域に集客効果を波及させることが求められている。
- ・また、旧基本計画及び TMO 構想では、中心市街地に重点を置いた居住促進策が実施されていない。このため、まちなか居住促進に係る施策については、土地取引や民間需要動向等を勘案の上、具体的な計画を策定し推進していくことが望まれる。

第3章 中心市街地活性化の基本方針

1. 中心市街地の区域

旧佐原市の中心市街地活性化基本計画（平成13年3月策定）では、既存の商業施設が集積する「JR佐原駅周辺地区」、伝統的町並みの保存活用を進める「小野川周辺地区」、新たな交流拠点として位置づけ開発を進める「本宿耕地地区」の3地区をあわせた約130haを対象区域としていた。

今回の新たな中心市街地活性化基本計画では、旧計画の範囲を基に、警察署や郵便局などの公共施設が立地する北1～2丁目と、市営球場や第一公民館に至る西側の一部を追加した約140haを対象区域に設定する。



2. 中心市街地活性化の基本方針

前述のように、香取市中心市街地においては、平成 13 年から旧基本計画に基づいて、活性化に向けた事業や取り組みが継続的に実施されてきた。

このため、新たな中心市街地活性化基本計画の基本方針では、事業や取り組みの継続性担保の観点から、旧基本計画のテーマ、基本方針を受け継ぐことを基本とし、以降のようなテーマ及び基本方針を設定する。

(1) 中心市街地活性化のテーマ

江戸優り “心の観光” でにぎわいの再興 ～住む人・訪れる人みんなが快適に過ごせるまちづくり～

テーマ 1 人々が集い、暮らし、交流する、にぎわいのあるまちづくり

香取市中心市街地は、古くは江戸時代から水運を活用して酒、醤油、漬物等の農業加工品を生産し、またそれらを大消費地・江戸へと運ぶ生産・流通の拠点商業都市であり、多くの人々や物資が行き交うまちとして発展してきた。また、香取市中心市街地は水郷観光の拠点として発展してきたまちでもあり、近年は“おもてなしの心”を持って観光客を迎え、市民と観光客との心の触れ合い・交流をテーマとした“心の観光”を推進している。

一方、中心市街地は、平成 18 年 3 月に佐原市、小見川町、山田町、栗源町が合併して誕生した香取市の「顔」として、香取市全体の社会・経済の発展を支えていくことが求められている。

以上を踏まえ、香取市の「顔」となるよう、人々が集い、暮らし、交流することで、にぎわいを創出し、住む人も訪れる人も魅力を感じ、住民自らが誇りを持てるまちづくりを進め、中心市街地のみならず、市全体の活性化を図る。

テーマ 2 伝統的建造物群と水辺景観を活かした歴史的情緒の漂うまちづくり

香取市中心市街地は、北総の水郷拠点の中核として利根川や小野川といった水辺環境に囲まれ、特に小野川沿いを中心として、江戸時代からの商家をはじめとした歴史的に貴重な建造物が数多く残っている。これらは江戸期以降の拠点商業都市としての繁栄の履歴を色濃く残すものであり、かつて「お江戸みたけりや佐原にござれ佐原本町江戸優り」といわれた江戸情緒を現代に伝えるものである。また建造物については、関東地方で最初の重要伝統的建造物群保存地区の選定を受けており、歴史的な水辺景観と歴史的建造物群の両方を有する数少ないまちでもある。さらに古くからの伝統行事である「佐原の山車行事」は、国の重要無形民俗文化財に指定されており、先述の歴史的建造物群や水辺景観とともに、この地域ならではの質の高い、本物の伝統・文化である。

このような伝統的建造物群や魅力ある水辺景観を有する小野川、伝統行事を活かしつつ、まち全体として“江戸優り”と謳われた歴史的情緒の漂う都市空間の実現をめざすべくまちづくりを進める。

テーマ3 まちに住むことの楽しさが感じられるまちづくり

本格的な少子・高齢社会をむかえ、都市の外延化・居住地の郊外部への拡大指向から、都市的なサービスや社会資本ストックの充実したまちなか居住への回帰の傾向が強くなりつつある。

香取市中心市街地においても、豊かな歴史的資産や商業機能、公共・公益施設等の生活サービス機能の集積した市街地の活性化を一体的に推し進め、高齢者から子ども達までが、まちなかに安心して楽しく住み続けることのできるまちを実現する。

(2) 中心市街地活性化の基本方針

前述のテーマを踏まえて、香取市中心市街地において目指すべきまちの姿として、以下のような基本方針を設定する。

基本方針1 広域から多くの人を集める“心の観光”の振興 ～歴史・伝統を活かした中心市街地ならではの観光振興～

歴史のある北総の水郷都市として栄えてきた香取市は、豊かな水辺環境と由緒ある建造物群の両者を有する全国的にも貴重な歴史的環境を有している。特に小野川の歴史的な水辺環境が存在し、伝統的建築物群が集積している中心市街地では、近年、市民・行政が一体となった“おもてなしの心”をテーマとした様々な取り組みにより、多くの観光客が訪れるようになり、全国的にも注目される観光地としての地位を獲得しつつある。また中心市街地の周辺には、香取神宮、近年整備された「川の駅・道の駅 水の郷さわら」をはじめとする魅力的な観光資源が点在している。

中心市街地の活性化にあたっては、これら中心市街地の豊かな観光資源を活かすとともに、これまでの市民・行政が一体となった様々な活動を更に充実させ、来街者の方々を“おもてなしの心”を持って迎えることにより、日本全国のみならず海外からの観光客も対象とした“心の観光”をより一層推し進め、もって中心市街地の活性化を図る。またさらに、中心市街地と周辺地域との連携・ネットワーク化を推進することで香取市全体の活性化・観光振興を図る。

基本方針2 住・商・職・文化等の融合する複合機能の集約化とサービス水準の向上 ～安心して住み続けられるまちづくり～

香取市中心市街地は近年、人口減少と少子高齢化の進展が著しく、まちの活力の低下がまちづくりの大きな課題となっている。一方、中心市街地の魅力は、まちの中に商業機能だけでなく、住機能、働く場や文化施設、福祉施設等がコンパクトな範囲におさまり、居住者や訪れる人々が様々なサービスや楽しみを身近に体験できることである。

中心市街地の活性化にあたっては、商業の活性化と併せて、まちなか居住の推進、雇用の場の

確保、文化・福祉等の生活サービスの充実などを図ることにより、住・商・職・文化機能が融合した活性化を促進し、子どもから高齢者までが安心して住み続けられるまちを目指す。

基本方針 3

訪れやすく、楽しく歩ける交通体系の構築 ～安全・安心で快適な交通環境の充実～

歴史的に貴重な伝統的建造物を数多く有し、小野川等の水辺空間にも恵まれた香取市の中心市街地では、多くの観光客が、まち歩きを主体とした観光を楽しんでいる。また、中心市街地の魅力は、様々な施設や生活サービスが徒歩圏内に充実していることにある。

中心市街地の活性化にあたっては、歩行者空間整備や水運の活用により、居住者やまちを訪れる人が安心して、楽しく歩けるような交通体系を構築すると同時に、駅前等の玄関口の魅力向上、駐車場等の整備をはじめとして、数多くの人々が訪れやすくするための施設整備を推進する。

基本方針 4

香取市の中心地としての都心機能の再構築 ～商業・生活サービス機能の充実～

香取市中心市街地は古くから広範な範囲から人が集まり、周辺地域の核都市として機能してきたが、近年では成田市をはじめとした周辺地域に大規模な開発や商業核が形成されたため、中心都市としてのポジションを急速に失いつつある。特に JR 佐原駅周辺では大規模店舗の閉店などにより、商店街の活力低下がまちづくりにおける大きな課題となっている。

近年、JR 佐原駅周辺をはじめとして商業機能の衰退が続く香取市の中心市街地を活性化し、中心都市としての機能を回復し、香取市民をはじめ近隣市町居住者にとっての買い物や生活サービスの場としての中心都市としての機能を再構築する。

(3) 中心市街地活性化事業の体系

先に示した4つの基本方針に基づき、中心市街地活性化事業として以下の42事業を位置づける。

テーマ	江戸優り “心の観光” でにぎわいの再興 ～住む人・訪れる人みんなが快適に過ごせるまちづくり～
	テーマ1 人々が集い、暮らし、交流する、にぎわいのあるまちづくり テーマ2 伝統的建造物群と水辺景観を活かした歴史的情緒の漂うまちづくり テーマ3 まちに住むことの楽しさが感じられるまちづくり

基本方針	基本方針1 広域から多くの人を集める“心の観光”の振興 ～歴史・伝統を活かした中心市街地ならではの観光振興～
	基本方針2 住・商・職・文化等の融合する複合機能の集約化とサービス水準の向上 ～安心して住み続けられるまちづくり～
	基本方針3 訪れやすく、楽しく歩ける交通体系の構築 ～安全・安心で快適な交通環境の充実～
	基本方針4 香取市の中心地としての都心機能の再構築 ～商業・生活サービス機能の充実～



中心市街地活性化事業

1 まちを有名にする 1.1 戦略プロモーション事業 1.3 観光情報発信事業 1.2 フィルムコミッション事業 1.4 広域連携事業	5 魅力的なイベントを行い、通りに賑わいを生み出す 5.1 活性化イベントの実施 5.2 連携イベントプロジェクト
2 まちなかへ行きやすくする 2.1 都市計画街路に井宿と倉線整備事業 2.2 大型バス等駐車場プロジェクト 2.3 既設駐車場の利便性向上プロジェクト 2.4 高速バス利便性向上プロジェクト 2.5 南口駅前広場整備事業 2.6 国道51号と中心市街地を結ぶアクセス道路改良プロジェクト	6 歴史及び文化に触れる場を提供し、潜在する魅力を高める 6.1 文化活動実施プロジェクト 6.2 町屋ステイプロジェクト
3 まちなかへ行きやすくする来街者・顧客へのサービスを高め、中心市街地内を回りをやすくする 3.1 まちなか路地活用プロジェクト 3.2 ウォーキングトレイル促進事業 3.3 小野川観光船運航事業 3.4 車両交通規制 3.5 循環バス運行事業 3.6 レンタサイクル事業 3.7 観光案内機能強化プロジェクト 3.8 観光案内サイン整備プロジェクト 3.9 市民ガイド事業	7 飲食の魅力を高める 7.1 食の名物・特産品開発、食文化体験受入れプロジェクト
4 立寄りたくなる魅力的な店舗を増やす 4.1 空き店舗対策事業 4.2 コミュニティ（まちなか）カフェプロジェクト 4.3 まちなか活性化市民アイデアプロジェクト 4.4 コミュニティビジネス支援プロジェクト 4.5 商店街利用促進プロジェクト 4.6 商業者の研修 4.7 （仮称）まちおこしセンター整備事業	8 定期的に必要な調査を行い、まちづくりへフィードバックする 8.1 町づくりに有効な調査活動の実施
	9 美しく住みやすい環境をつくっていく 9.1 町並み整備事業 9.2 重要伝統的建造物群保存地区の防災対策事業 9.3 小野川舟運基盤整備事業 9.4 歩行者空間整備事業 9.5 遊休施設等の活用による3世代交流プロジェクト 9.6 買い物支援サービスプロジェクト 9.7 空き家住宅活用プロジェクト 9.8 まちなかトイレ機能充実プロジェクト 9.9 既存公園の利用快適性改善プロジェクト
	10 マネージメント体制を確立する 10.1 事業推進体制の構築

3. 数値目標の設定

香取市の中心市街地の現状と中心市街地活性化の基本方針に基づき、次の4つを中心市街地活性化の目標として設定した。

目標1：歴史・伝統を活かした中心市街地ならではの観光振興

目標に基づく主な施策：

- ・小野川観光船運航事業
- ・小野川舟運基盤整備事業
- ・町屋ステイプロジェクト
- ・町並み整備事業

目標2：安心して住み続けられるまちづくり

目標に基づく主な施策：

- ・(仮称) まちおこしセンター整備事業
- ・遊休施設等を用いた3世代交流の場プロジェクト
- ・コミュニティ(まちなか)カフェプロジェクト
- ・空き家住宅活用プロジェクト

目標3：安全・安心で快適な交通環境の充実

目標に基づく主な施策：

- ・南口駅前広場整備事業
- ・南口駅前駅前駐輪場整備事業
- ・循環バス運行事業
- ・循環バス(周遊ルート)運行事業

目標4：商業・生活サービス機能の充実

目標に基づく主な施策：

- ・空き店舗対策事業
- ・まちなか活性化市民アイデアプロジェクト
- ・コミュニティビジネス支援プロジェクト
- ・商店街利用促進プロジェクト

(1) 「歴史・伝統を活かした中心市街地ならではの観光振興」に対応する数値目標

①数値目標の設定

指標1：主要観光施設・イベントの年間観光客入込み数

活性化の目標として掲げた「歴史・伝統を活かした中心市街地ならではの観光振興」の実態を把握する指標として、主要観光施設・イベントの年間観光客入込み数を設定する。

指標は以下の合計値を用いることとする。

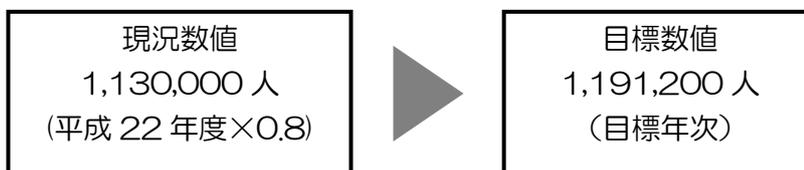
- 伝統的な町並みが残る「小野川沿い」の観光客入込み数
- 主要観光施設である「伊能忠敬記念館」「水郷佐原山車会館」の入館者数
- 水郷の町ならではの観光が楽しめる「小野川観光船」の利用者数
- 香取市の代表的なイベント「佐原の大祭（夏祭り・秋祭り）」の観光客入込み数

主要観光施設などの入込み数については、これまでも継続的に調査されており、最近7年間の主要施設・イベントの入込み客数の推移は以下のようになっている。全体として増加傾向にはあるものの、平成20年から22年にかけては入込み数が微減している。

■中心市街地の主要観光施設の入込客の推移

		H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22	増減率 (H21/H16)	
香取市中心市街地	小野川沿い	入込数(人)	357,000	266,000	423,000	481,000	524,000	531,000	528,700	148.1%
		増減率	—	75%	159%	114%	109%	101%	100%	
	伊能忠敬記念館	入込数(人)	68,180	65,929	68,600	74,353	93,763	89,601	84,827	124.4%
		増減率	—	97%	104%	108%	126%	96%	95%	
	水郷佐原山車会館	入込数(人)	25,068	24,779	28,096	30,844	33,515	30,604	27,316	109.0%
		増減率	—	99%	113%	110%	109%	91%	89%	
	佐原の大祭(夏祭り・秋祭り)	入込数(人)	430,000	670,000	750,000	665,000	1,030,000	1,002,000	771,000	179.3%
		増減率	—	156%	112%	89%	155%	97%	77%	

計画期間の5年間において、小野川観光船運航事業、町並み整備事業等による観光振興を図り、観光客入込み数の増加を見込む。



②数値目標設定の考え方

(ア) 小野川観光船運行事業・小野川舟運基盤整備事業

市の中心部を流れる小野川では、観光船の運航事業を今後も継続することとしており、その基盤整備として河岸・船着場の河川整備を一体的に行うことを計画している。これらの事業により、小野川観光船の利用者数が20%増加することを想定する。

$$23,526 \text{ 人} \times 20\% = \text{（ア）による増加人数 } 4,700 \text{ 人}$$

小野川観光船
利用者数(H21)

(イ) その他の事業による波及効果

中心市街地で実施が計画されている、「連携イベントプロジェクト」や「観光情報発信事業」、「食の名物・特産品開発事業」などの各種事業を展開することにより、年間観光入込み客数の現状値の5%を増加分として見込む。

$$1,130,000 \text{ 人} \times 5\% = \text{（ウ）による増加人数 } 56,500 \text{ 人}$$

主要観光施設・イベントの
年間観光客入込み数(H22) × 0.8
(東日本大震災の影響から2割減と想定)

以上の想定から、年間観光入込み客数の目標値を設定する。

現況数値 1,130,000 人 (平成 22 年度の約 8 割)	+	(ア)～(ウ)による 増加人数 61,200 人	=	目標数値 1,191,200 人 (目標年次)
---	---	--------------------------------	---	-------------------------------

(2)「安心して住み続けられるまちづくり」に対応する数値目標

①数値目標の設定

指標2：中心市街地の歩行者・自転車の1日通行量

活性化の目標として掲げた「住・商・職・文化等の融合する複合機能の集約化とサービス水準の向上～安心して住み続けられるまちづくり～」の実態を把握する指標として、中心市街地の歩行者・自転車の1日通行量を設定する。

具体的には、平成19年と平成22年に調査された10地点における歩行者・自転車通行量の合計値を用いる。なお、これまでの調査によると休日と平日では1日の通行量が大きく違うことから、休日・平日の通行量をそれぞれ指標として用いる。



■通行量調査の調査地点

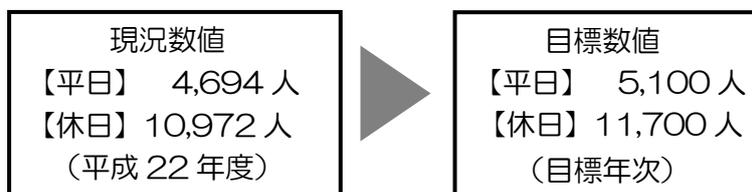
平成19年と平成22年の通行量調査の結果は以下の通りとなっている。平日の通行量は減少傾向にあるが、休日の通行量は観光客の増加に伴い2,000人以上増加している。

■香取市佐原中心市街地における1日(10:00～16:00の6時間)の通行量(各地点両方向・歩行者自転車合計)
(1時間ごとに2階の15分間調査を行っているため、カウント結果を2倍して1日通行量に換算)

(人/日、両方向)

	平日				休日			
	平成19年6月		平成22年6月		平成19年6月		平成22年6月	
	通行量	割合	通行量	割合	通行量	割合	通行量	割合
1 まちの駅わいわい前	962	0.14	606	0.13	710	0.08	938	0.09
2 関戸郵便局付近	830	0.12	820	0.17	546	0.06	630	0.06
3 佐原信金の駅寄り付近	532	0.08	230	0.05	386	0.05	292	0.03
4 線路沿い遊歩道	418	0.06	248	0.05	492	0.06	404	0.04
5 山野医院付近小野川沿い	784	0.12	312	0.07	888	0.10	616	0.06
6 夢時庵付近	702	0.11	492	0.10	1008	0.12	1596	0.15
7 じゃーじゃー橋付近	580	0.09	700	0.15	782	0.09	2648	0.24
8 馬場酒造付近	888	0.13	340	0.07	1526	0.18	1118	0.10
9 佐原町並み交流館付近	626	0.09	632	0.13	1472	0.17	1714	0.16
10 裁判所入口付近	344	0.05	314	0.07	762	0.09	1016	0.09
計	6666	1.00	4694	1.00	8572	1.00	10972	1.00

計画期間の5年間において、(仮称)まちおこしセンターの整備やコミュニティカフェの開設により、市街地活性化を図り、通行量の増加を見込む。



②数値目標設定の考え方

(ア) (仮称) まちおこしセンター整備事業

観光客等の来街者を集め、集まった来街者により中心市街地に人の流れを生み出すことができ、また、「小野川周辺地区」及び「本宿耕地地区」との相互の関わりを強めていくことができる施設の整備を図ることにより、施設の利用者による通行量の増加が見込まれる。

$$\sum \left(\text{各施設の集客数} \right) \times \text{想定される通過地点数} \times 2 = \text{(ア)による増加人数}$$

(往復分)

なお、各施設の集客数は施設の用途別に推計して合計する。

<飲食店の集客数>

$$\text{座席数} \times \text{回転数} (\ast 1) = \text{飲食店の集客数}$$

(※1) 回転数は、類似施設の実績値を参考に設定する。

<商業施設の集客数>

$$\text{売り場面積} \times \text{1坪1日あたりの来客数} (\ast 2) = \text{商業施設の集客数}$$

(※2) 1坪1日あたりの来客数は、類似施設の実績値を参考に設定

<公共施設等の集客数>

$$\text{施設面積} \times \text{1坪1日あたりの利用者数} (\ast 3) = \text{公共施設等の集客数}$$

(※3) 1坪1日あたりの利用者数は、類似施設の実績値を参考に設定

(イ) 遊休施設等を用いた3世代交流の場プロジェクト

空き店舗、空き家など様々な場所を活用して、託児施設や様々な世代の交流施設の提供を図ることで、それらの施設の利用者による通行量の増加が見込まれる。これらの施設は、空き店舗等に設けられることが想定されており、本事業の増分は「(仮称)まちおこしセンター整備事業」の増分にも寄与すると考えられるため、直接的には加算しないこととする。

(ウ) コミュニティ(まちなか)カフェプロジェクト

来訪者と地域住民が憩い、交流できるカフェをまちなかに設置することを計画しており、カフェの利用者による通行量の増加が見込まれる。

$$\underbrace{20 \text{ 座席数} \times 4.0 \text{ 回転数}}_{\text{コミュニティカフェの集客}} \times 2 = \text{(ウ)による増加人数}$$

(往復分)

160人

(エ) 空き家住宅活用プロジェクト

中心市街地に発生している空き店舗を中心市街地に住まいを求める人の住宅として活用することで、現在確認されている空き店舗のうち1割が住宅として活用され、新しい居住者が1日に1度は駅までの道を往復する事を想定すると、以下の通行量の増加が見込まれる。

$$52 \text{ 件} \times 10\% \times 2.52 \times 2 =$$

現在の
空き家件数
 1世帯あたりの
平均人数 (※5)
 往復分

**(エ) による増加人数
26人**

(※5) 1世帯あたりの平均人数は、
(H22年・中心市街地の人口) ÷ (H22年・中心市街地の世帯数) により算出。

(オ) その他の事業による波及効果

中心市街地で実施が計画されている、「地域文化の体験・交流プロジェクト」や「既設駐車場の利便性向上プロジェクト」、「まちなか路地活用事業」などの各種事業を展開することにより、通行量の現状値の5%を増加分として見込む。

歩行者・自転車 通行量【平日】 4,694人	× 5% =	(オ) による増加人数【平日】 235人
------------------------------	--------	---------------------------------

歩行者・自転車 通行量【休日】 10,972人	× 5% =	(オ) による増加人数【休日】 549人
-------------------------------	--------	---------------------------------

以上の想定から、年間観光入込み客数の目標値を設定する。

現況数値【平日】 4,694人 (平成22年)	+	(イ)～(オ) による 増加人数【平日】 421人	≒	目標数値【平日】 5,100人 (目標年次)
-------------------------------	---	--	---	------------------------------

現況数値【休日】 10,972人 (平成22年)	+	(イ)～(オ) による 増加人数【休日】 735人	≒	目標数値【休日】 11,700人 (目標年次)
--------------------------------	---	--	---	-------------------------------

※(ア)は、現時点では整備内容・規模が決まっていないため、足し合わせていない。

(3) 「安全・安心で快適な交通環境の充実」に対応する数値目標

①数値目標の設定

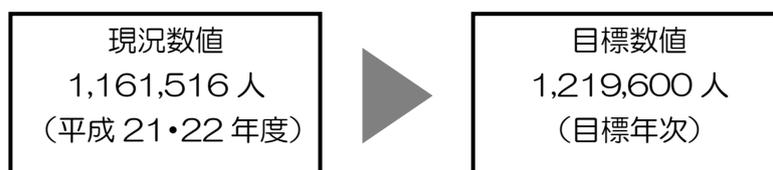
指標3：公共交通（鉄道・循環バス）の年間利用者数

活性化の目標として掲げた「訪れやすく、楽しく歩ける交通体系の構築～安全・安心で快適な交通環境の充実～」の実態を把握する指標として、公共交通（鉄道・循環バス）の年間利用者数を設定する。

指標は以下の合計値を用いることとする。

- J R 佐原駅の年間乗車人員数
- 佐原区循環バスの年間利用者数

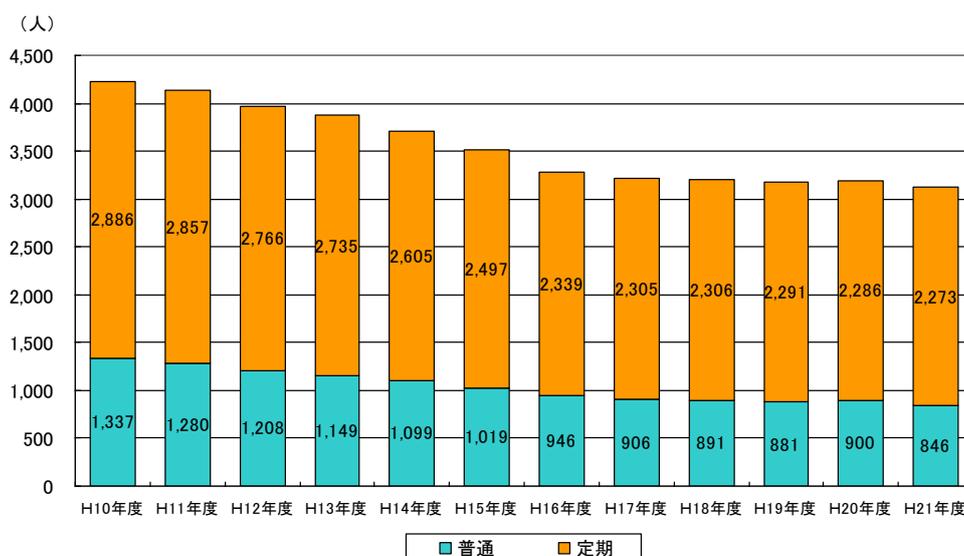
計画期間の5年間に於いて、「南口駅前広場整備事業」「循環バス運行事業」などにより、公共交通（鉄道・循環バス）の利便性向上を図り、利用者数の増加を見込む。



<参考>公共交通の状況

鉄道（J R 佐原駅）の利用者数の推移は以下の通りである。

J R 佐原駅の乗車人員数は減少傾向にあったが、平成 16 年度からは減少傾向に歯止めがかかっており、約 3,200 人／日で横ばいの状態が続いている。また、高速バスの利用者数は、平成 18 年度から 21 年度の 4 年間で約 1.2 倍となっており、増加傾向にある。



■佐原駅の乗車人員（1日平均）の推移

②数値目標設定の考え方

(ア) 南口駅前広場整備事業、南口駅前駅前駐輪場整備事業など

旧計画に位置づけられている佐原駅南口の駅前広場整備は継続して行われ、平成 27 年度に完了予定である。またこれとあわせて駐輪場整備を実施する計画である。この駅前広場・駐輪場の完成により佐原駅の利便性が向上するとともに、中心市街地における来街者獲得のための様々な事業を実施することにより、J R 佐原駅の乗降者数の 5% の増加が見込まれる。

$$\begin{array}{|l} \text{JR 佐原駅の1日平} \\ \text{均利用者数} \\ \text{3,119 人/日} \\ \text{(平成 21 年)} \end{array} \times 365 \text{ 日} \times 5\% = \begin{array}{|l} \text{(ア) による増加人数} \\ \text{56,921 人} \end{array}$$

(イ) 循環バス運行事業、循環バス運行事業

現在運行されている「佐原区循環バス」の利便性の向上を図り、自家用車に頼らない交通環境の充実を目指すことで、循環バス利用者数の 5% の増加が見込まれる。

以上の想定から、公共交通の年間利用者数の目標値を設定する。

$$\begin{array}{|l} \text{佐原区循環バスの} \\ \text{年間利用者数} \\ \text{23,081 人} \\ \text{(平成 22 年)} \end{array} \times 5\% = \begin{array}{|l} \text{(イ) による増加人数} \\ \text{1,154 人} \end{array}$$

以上の想定から、公共交通（鉄道・循環バス）の目標値を設定する。

$$\begin{array}{|l} \text{現況数値} \\ \text{1,161,516 人} \\ \text{(平成 21・22 年度)} \end{array} + \begin{array}{|l} \text{(ア) ~ (イ) による} \\ \text{増加人数} \\ \text{58,075 人} \end{array} \doteq \begin{array}{|l} \text{目標数値} \\ \text{1,219,600 人} \\ \text{(目標年次)} \end{array}$$

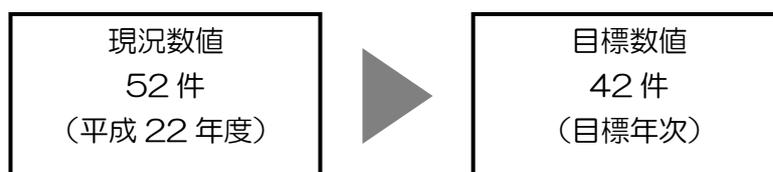
(4)「商業・生活サービス機能の充実」に対応する数値目標

①数値目標の設定

指標4：空き店舗数

活性化の目標として掲げた「香取市の中心地としての都市機能の再構築～商業・生活サービス機能の充実～」の実態を把握する指標として、空き店舗数を設定する。

計画期間の5年間において、「空き店舗対策事業」や「コミュニティビジネス支援プロジェクト」などにより、商店街の活性化や空き店舗の活用を図り、空き店舗数の減少を見込む。



②数値目標設定の考え方

(ア) 空き店舗対策事業

補助金制度の拡充、空き店舗バンクなどにより、空き店舗の活用と新規出店支援を同時に行い、年に2件の空き店舗減少を見込む。

$$2 \text{ 件} \times 5 \text{ 年} = \text{ (ア) による減少件数 } 10 \text{ 件}$$

(イ) その他の事業による波及効果

中心市街地で実施が計画されている、「まちなか活性化市民アイデアプロジェクト」や「コミュニティビジネス支援プロジェクト」、「商店街利用促進プロジェクト」などの各種事業を展開することにより、商店街の活性化が図られ、空き店舗の減少にもつながるものと考えられるが、これらの増分は「空き店舗対策事業」の増分にも寄与すると考えられるため、直接的には加算しないこととする。

以上の想定から、空き店舗数の目標値を設定する。



(5) フォローアップの考え方

先に設定した目標の達成度の把握するために、以下の調査を継続的に実施する。

目標1：歴史・伝統を活かした中心市街地ならではの観光振興

調査①：伝統的な町並みが残る「小野川沿い」の観光客入込み数

調査②：主要観光施設である「伊能忠敬記念館」「水郷佐原山車会館」の入館者数

調査③：水郷の町ならではの観光が楽しめる「小野川観光船」の利用者数

調査④：香取市の代表的なイベント「佐原の大祭（夏祭り・秋祭り）」の観光客入込み数

目標2：安心して住み続けられるまちづくり

調査：中心市街地内の歩行者・自転車の1日通行量（平日・休日の各1日）

※調査地点の詳細は、P38に示した中心市街地内の10地点とする。

目標3：安全・安心で快適な交通環境の充実

調査①：JR佐原駅の年間乗車人員数

調査②：佐原区循環バスの年間利用者数

目標4：商業・生活サービス機能の充実

調査：中心市街地内の空き店舗数

第4章 中心市街地活性化事業

1. まちを有名にする

1.1 戦略プロモーション事業【継続事業】

■想定される実施主体：市、観光協会、商工会議所

■事業内容

- ・香取市への来訪者の誘致を進めていくため、市内で最も知名度が高い「佐原」の魅力を国内外に発信していく。
- ・首都圏へのメディアを通じた情報発信や、成田空港等を利用するインバウンドに対するツアー情報の提供など、ターゲットに応じた戦略的なプロモーション活動を展開し、「佐原」の魅力を発信していく。

■事業の必要性

- ・中心市街地の観光振興を図るため、これまで実施してきたプロモーション活動を継続的に実施し、香取市の玄関口である佐原の知名度を高めていく必要がある。中心市街地の来訪者数は近年減少傾向にあるため、市内で最も知名度が高い「佐原」を積極的にPRしていくことは、「歴史・伝統を活かした中心市街地ならではの観光振興」に不可欠な事業である。

1.2 フィルムコミッション事業【継続事業】

■想定される実施主体：市、NPO

■事業内容

- ・プロモーション活動の一環として、映像作品を通じて佐原の魅力を発信できるように、ロケ地情報の提供や現地での撮影協力など、フィルムコミッションに求められる機能を強化していく。
- ・香取市の知名度の向上や地域活性化への効果が期待できる撮影が行なわれるように、映像制作者に対して企画提案していく。

■事業の必要性

- ・映画やテレビ等の映像作品は観光客誘致に効果が大きく、プロモーション活動の一つの手段としてフィルムコミッションを継続的に実施することで、佐原及び香取市の知名度を高めていくことが期待される。本事業は「歴史・伝統を活かした中心市街地ならではの観光振興」に資する事業として必要である。

1.3 観光情報発信事業【継続事業】

■想定される実施主体：市、観光協会、商工会議所、NPO、民間事業者

■事業内容

- ・中心市街地及び市内の観光周遊や滞在を促進するため、来訪者にニーズに応じた観光情報を提供していく。
- ・市内各地の観光情報やイベント、体験プログラム等の情報を収集・共有するシステムを構築し、年齢等の属性に応じた情報媒体等の発信方法を研究し、実践していく。

- ・記者クラブ等を通じたマスコミへの情報発信(イベント情報等)も積極的に行う。

■事業の必要性

- ・来訪者のニーズに応じた効果的な情報発信を行うことで、中心市街地内及び市内の周遊を促すとともに、再来訪を促すことも期待できるため、本事業は「歴史・伝統を活かした中心市街地ならではの観光振興」に資する事業として必要である。

1.4 広域連携事業【継続事業】

■想定される実施主体：市、観光協会、NPO

■事業内容

- ・国内外からの観光客の誘致を図るため、水郷三都観光推進協議会(佐原・潮来・鹿嶋)等の広域連携によるプロモーション活動を継続的に実施する。

■事業の必要性

- ・広域連携を進めることで、観光エリアとしての魅力を高め、国内外からの観光客の誘致を図ることができることから、「歴史・伝統を活かした中心市街地ならではの観光振興」に資する事業として必要である。

2. まちなかへ行きやすくする

2.1 都市計画街路仁井宿与倉線整備事業【継続事業】

■想定される実施主体：市

■事業内容

- ・中心市街地内の通過交通を排除し、歩行者の安全性を確保していくため、都市計画街路仁井宿与倉線の整備を引き続き事業として位置づけ、継続的に事業を実施する。

■事業の必要性

- ・中心市街地の道路は歩道の幅員が狭く、通過交通が多いため、歩行者の安全性の確保が観光周遊を促進する上で課題となっている。本事業は通過交通を排除する効果が期待できることから、「安心・安全で快適な交通環境」に資する事業として必要である。

2.2 大型バス等駐車場プロジェクト【新規事業】

■想定される実施主体：市

■事業内容

- ・中心市街地における安全で快適な歩行環境の実現と、まちなかの回遊性の向上を図るため、大型バスにも対応した駐車場を整備する。
- ・既往の各種調査結果等を基に大型バス駐車場に関するニーズや課題を把握するとともに、小野川周辺地区、本宿耕地地区、駅前周辺地区の3地区連携による回遊システムを検討し、整備候補地の調査を行う。

■事業の必要性

- ・大型バスの駐車場整備によって歩道が狭い道路の進入を抑制したり、整備される場所によってはバスで訪れた観光客のまちなかへの回遊を促すことも期待できるため、「安心・安全で快適な交通環境」及び「歴史・伝統を活かした中心市街地ならではの観光振興」に資する事

業として必要である。

2.3 既設駐車場の利便性向上プロジェクト【新規事業】

■想定される実施主体：市、観光協会、NPO、民間事業者

■事業内容

- ・自動車利用の来訪者の利便性向上と既設駐車場の適正利用を促進するため、案内マップやサイン類（各駐車場に設置された名称看板を含む）、各種団体ホームページに記載されている駐車場の名称を統一する。
- ・統一した名称については、観光客のみならず、まちなかの商店主や観光事業者、交通事業者（観光バスなど）、一般市民の方々にも周知を図り、適切な駐車場利用を促進する。

■事業の必要性

- ・中心市街地内の既設駐車場の名称が統一されていないことや、場所・台数等の情報が周知されていないことで、自家用車で来訪する観光客利用者の観光回遊の妨げとなっており、本事業は「安心・安全で快適な交通環境」及び「歴史・伝統を活かした中心市街地ならではの観光振興」に資する事業として必要である。

2.4 高速バス利便性向上プロジェクト【新規事業】

■想定される実施主体：バス会社、市

■事業内容

- ・通勤や通学にも便利な、新たな高速バス路線新設に向けた調査・検討を行う。

■事業の必要性

- ・高速バスは、中心市街地と他地域を結ぶ重要な交通手段であり、多くの市民、来街者が利用しているため、本事業は「安心・安全で快適な交通環境」に資する事業として必要である。

2.5 南口駅前広場整備事業【継続事業】

■想定される実施主体：市

■事業内容

- ・佐原駅南口の交通広場を整備する。将来の交通需要を検討した上で、バス乗降場、タクシー乗降場、タクシープール、一般車乗降場を整備する。

■事業の必要性

- ・佐原駅南口周辺の商店街活性化や駅利用者の利便性向上を図るため、佐原駅南口の駅前広場整備が進められており、「安心・安全で快適な交通環境」に資する事業として、継続実施していく必要がある。

2.6 国道 51 号と中心市街地を結ぶアクセス道路改良プロジェクト【新規事業】

■想定される実施主体：市

■事業内容

- ・歩行者の安全性確保と広域から中心市街地へのアクセス性の向上を図るため、国道 51 号と中心市街地を結ぶアクセス道路の改良を行う。
- ・沿道には地域にとって重要な諏訪神社が立地しており、また大規模な道路改修には時間とコ

ストがかかることから、現道拡幅、部分的な線形改良など軽微な改良を実施し、歩行者の安全性確保と国道 51 号から中心市街地へのアクセス性を改善する。

■事業の必要性

- ・中心市街地への来街者の増加を図る上では、歩行者、車両の双方が安全、快適に中心市街地へアクセスすることができるような環境・基盤を整えることが求められており、本事業は「安心・安全で快適な交通環境」に資する事業として必要である。

3. 来街者・顧客へのサービスを高め、中心市街地内を回りやすくする

3.1 まちなか路地活用プロジェクト【新規事業】

■想定される実施主体：市、観光協会、NPO

■事業内容

- ・まちなかを安全に楽しく散策できるように、中心市街地のある幅員の狭い街路を歩行空間（ウォーキングトレイル）として活用し、ルート開発とマップ等のツールの作成を行う。必要に応じて、安全・快適な歩行空間の実現に向けた整備を行う。
- ・路地裏の稲荷神やかつての通りの名称等を調査してルートを設定し、路地裏マップを作成して観光案内所やホームページ等で情報発信していく。
- ・必要に応じて、舗装の改良工事や簡易な案内サイン（例えば木製標柱等）の設置を行う。
- ・沿道建物所有者の協力を仰ぎ、軒先における花壇や鉢植えの設置等の“おもてなし”のための修景などを実施する。

■事業の必要性

- ・中心市街地には細い路地が多く、佐原に魅力を実感できる新たな観光資源として、また中心市街地を回遊するルートとして有効活用することができることから、本事業は「歴史・伝統を活かした中心市街地ならではの観光振興」に資する事業として必要である。

3.2 ウォーキングトレイル促進事業【継続事業】

■想定される実施主体：市、観光協会、NPO

■事業内容

- ・歩いて楽しめる観光ルートを設定し、観光案内人によるガイドツアーを実施していく。
- ・「観福寺⇄重伝建地区（石尊山ルートと小野川沿いルート）」、「まちなか路地活用（路地裏ルート）」等のルート設定について検討し、案内していく観光ルートを更新していく。

■事業の必要性

- ・忠敬橋周辺に限られていた観光行動を拡大し、中心市街地での滞在化を促すことが期待できるため、本事業は「歴史・伝統を活かした中心市街地ならではの観光振興」に資する事業として必要である。

3.3 小野川観光船運航事業【継続事業】

■想定される実施主体：民間事業者

■事業内容

- ・小野川における観光船の運航事業を継続的に実施する。
- ・広報・PRの充実や他の活性化事業(イベント等)との連携等により、さらなる利用者の獲得を目指す。

■事業の必要性

- ・観光・交流拠点として整備された「水の郷さわら」と「小野川周辺地区」が結び、観光周遊を促すことが可能となるため、「歴史・伝統を活かした中心市街地ならではの観光振興」に資する事業として継続的に実施する必要がある。

3.4 車両交通規制【継続事業】

■想定される実施主体：市、商工会議所、実行委員会

■事業内容

- ・歩行環境の安全性を確保するため、小野川両岸を中心とするエリアにおいて、車両の乗り入れ規制を継続的に実施する。
- ・現在は「あやめ祭り」期間中の土日のみ実施しているが、規制するエリアや実施期間の拡大について検討する。
- ・通年の車両交通規制の実施や、他の活性化事業(各種イベント等)と連携した実施についても検討する。

■事業の必要性

- ・中心市街地には幅員の狭い道も多く、あやめ祭りなどのイベント時や土日祝日には歩行者と車両で混雑し、危険であることから、本事業は「安心・安全で快適な交通環境」に資する事業として必要である。

3.5 循環バス運行事業【継続事業】

■想定される実施主体：バス会社、市

■事業内容

- ・利用者ニーズ調査や、調査結果に基づく中心市街地内の主要施設等を結ぶ循環バスの運行(新規路線)や、既往路線の改善(時間帯、本数、ルート)など、これまでの成果を踏まえた更なる利便性の向上を図る。

■事業の必要性

- ・中心市街地の回遊の利便性を向上させるためには、主要施設をめぐるための交通手段を強化する必要があり、本事業は「安心・安全で快適な交通環境」及び「歴史・伝統を活かした中心市街地ならではの観光振興」に資する事業として必要である。

3.6 レンタサイクル事業【継続事業】

■想定される実施主体：観光協会、民間事業者

■事業内容

- ・レンタサイクルの利用を促進するため、来訪者の行動特性やニーズを踏まえ、乗り捨てシステムの構築など事業者間の連携について検討する。

■事業の必要性

- ・本事業は、観光行動の広域化・周遊化を促進することができ、「安心・安全で快適な交通環

境」及び「歴史・伝統を活かした中心市街地ならではの観光振興」に資する事業として必要である。

3.7 観光案内機能強化プロジェクト【継続事業】

■想定される実施主体：市、観光協会、NPO、民間事業者

■事業内容

- ・既存の観光案内所の情報収集・発信機能を強化するとともに、町並み交流館や宿泊施設、飲食店、物販店、ガソリンスタンド等においても観光・交流情報を提供できるようにする。
- ・一元化した観光情報をもとに、観光案内所等がワンストップ窓口となり、来訪者の要望にきめ細かく対応・支援する「観光コンシェルジュ」の機能を強化する。

■事業の必要性

- ・本事業は、観光客の立ち寄り施設において適切な情報提供を行い、観光周遊を促進することができ、「歴史・伝統を活かした中心市街地ならではの観光振興」に資する事業として必要である。

3.8 観光案内サイン整備プロジェクト【継続事業】

■想定される実施主体：市

■事業内容

- ・来訪者が迷わずに目的地に向かえるように、案内サインや誘導サインを整備する。
- ・新たな観光ルートや施設の整備に伴う観光エリアの面的拡大にも対応できるように、サイン類の整備を行う。

■事業の必要性

- ・心市街地には伝統的建造物や神社仏閣をはじめとて様々な観光資源が立地しているが、道路網が複雑であるため、観光客にとっては観光資源までのルートが分かり難い状況となっている。このため、本事業は「歴史・伝統を活かした中心市街地ならではの観光振興」に資する事業として必要である。

3.9 市民ガイド事業【継続事業】

■想定される実施主体：NPO

■事業内容

- ・市民ガイドを充実させるため、テキスト作成や登録制度など、スキルアップを図る仕組みを導入する。

■事業の必要性

- ・本事業によるガイドサービスの充実によって、顧客満足度を高め、再来訪を促すことができ、「歴史・伝統を活かした中心市街地ならではの観光振興」に資する事業として必要である。

4. 立寄りたくなる魅力的な店舗を増やす

4.1 空き店舗対策事業【継続事業】

■想定される実施主体：市、商工会議所、民間事業者

■事業内容

- ・市が実施している空き店舗対策事業の検証と有効策の研究を行う。
- ・市内不動産業者等の連携による空き店舗バンク設置、新規出店者公募制度等導入を図る。

■事業の必要性

- ・出店支援の拡充によって空き店舗を減少させることができ、「商業・生活サービス機能の充実」に資する事業として必要である。

4.2 コミュニティ（まちなか）カフェプロジェクト【新規事業】

■想定される実施主体：民間事業者

■事業内容

- ・来訪者と地域住民が憩い、交流できるカフェをまちなかに増やしていくため、既存住宅・店舗の一部にカフェスペースを設置し、充実を図る。

■事業の必要性

- ・本事業は、来訪者と地域住民との交流を促進するとともに、来訪者の周遊化を促進することができることから、「安心して住み続けられるまちづくり」及び「歴史・伝統を活かした中心市街地ならではの観光振興」に資する事業として必要である。

4.3 まちなか活性化市民アイデアプロジェクト【新規事業】

■想定される実施主体：市、市民

■事業内容

- ・まちなか活性化の促進に関する市民のアイデアを募集する。
- ・商いの町ならではの新たな発想が生まれることが期待できることから、市民から様々な意見を募集し、意見の提案者を巻き込みつつ、有力なアイデアには積極的に取り組んでいく。

■事業の必要性

- ・本事業は、商いの町ならではの新たな発想が生まれることが期待できることや、市民が中心市街地に関心を寄せる機会にもなり、「商業・生活サービス機能の充実」に資する事業として必要である。

4.4 コミュニティビジネス支援プロジェクト【新規事業】

■想定される実施主体：市、商工会議所、民間事業者

■事業内容

- ・中心市街地における市民活動を支援し、新たなコミュニティビジネスとして育成するための仕組みを構築していく。
- ・大学との連携等によって若者の視点を取り入れながら、生活サービスを含む様々な事業展開を図ることにより、空き店舗対策にも結びつけていく。

■事業の必要性

- ・本事業は、生活サービスを含む様々な事業展開が期待でき、また空き店舗の活用にも結びつくことから、「商業・生活サービス機能の充実」に資する事業として必要である。

4.5 商店街利用促進プロジェクト【新規事業】

■想定される実施主体：民間事業者

■事業内容

- ・商店街の利用を促進するため、買物客に対するサービスを充実させる。
- ・商店街のリピーターを増やしていくため、商店街等が実施するポイントカードシステムを活用し、一定の期間でのポイントアップやポイントカード情報と連動したサービスの提供を検討する。

■事業の必要性

- ・サービスの向上によって中心市街地への来街者が増え、商店街全体の空き店舗の活用も期待できることから、本事業は「商業・生活サービス機能の充実」に資する事業として必要である。

4.6 商業者の研修【継続事業】

■想定される実施主体：市、商工会議所、NPO

■事業内容

- ・行政と商業者がともに参加する勉強会、視察会等を開催する。研修活動に対する助成や人材派遣などの行政支援を行う。
- ・観光産業フォーラムの開催や、NPO、佐原おかみさん会による自発的研修を継続する。

■事業の必要性

- ・本事業は、事業者の意欲を喚起することや、接客サービスの向上が期待できることから、「商業・生活サービス機能の充実」に資する事業として必要である。

4.7 (仮称) まちおこしセンター整備事業【新規事業】

■想定される実施主体：市

■事業内容

- ・観光客等の来街者を集め、集まった来街者により中心市街地に人の流れを生み出すことができ、また、「小野川周辺地区」及び「本宿耕地地区」との相互の関わりを強めていくことができる施設を整備する。

■事業の必要性

- ・本事業は、まちなか居住の快適性を高めるとともに、来訪者の回遊性を誘発させることができることから、「安心して住み続けられるまちづくり」及び「歴史・伝統を活かした中心市街地ならではの観光振興」に資する事業として必要である。

5. 魅力的なイベントを行い、通りに賑わいを生み出す

5.1 活性化イベントの実施【継続事業】

■想定される実施主体：市、商工会議所、NPO

■事業内容

- ・多くの来訪者が期待できる佐原の大祭、あやめ祭り、ふるさとフェスタさわらなどを継続実施し、来訪者に対する情報発信を行う。
- ・イベント開催を通じて、中心市街地以外の地域との情報の相互発信を進め、市全域の活性化をめざす。

■事業の必要性

- ・本事業は、イベントを目的に訪れた観光客の商店街への立ち寄りや香取市への再来訪を促すことができることから、「歴史・伝統を活かした中心市街地ならではの観光振興」に資する事業として必要である。

5.2 連携イベントプロジェクト【新規事業】

■想定される実施主体：市、民間事業者

■事業内容

- ・商店街全体での賑わいを創出し、商店街への立ち寄りを促すため、各種団体との連携による中心市街地全体でのイベント開催を推進する。

■事業の必要性

- ・本事業では、商店街への立ち寄りを促すことが期待できることから、「歴史・伝統を活かした中心市街地ならではの観光振興」に資する事業として必要である。

6. 歴史及び文化に触れる場を提供し、滞在する魅力を高める

6.1 文化活動実施プロジェクト【継続事業】

■想定される実施主体：市、商工会議所、NPO、市民

■事業内容

- ・TMO構想に位置づけられている文化活動に関連する事業（町屋の公開、ミニギャラリー、佐原雛子、写真コンテスト、スケッチ大会）を継続的に実施する。
- ・衣食住に関わる生活文化の体験（草木染め、着物でまち歩き、和菓子づくり等）及び創作体験（切り絵、佐原張子等）のプログラム化、商品化を推進する。
- ・文化・芸能に関わる各種活動を市民が気兼ねなくできる場所として、既存施設の活用を検討する。

■事業の必要性

- ・本事業は、歴史的な町並みを活かした市民の文化活動の場を提供し、来訪者に体験の場を提供できることから、「中心市街地ならではの観光振興」に資する事業として必要である。

6.2 町屋ステイプロジェクト【新規事業】

■想定される実施主体：民間事業者

■事業内容

- ・空き家となった町屋を活用し、地域の伝統的な暮らしを体験できる宿泊施設を検討する。
- ・宿泊滞在自体が旅の目的となり、宿泊することがステイタスになるような長期滞在も可能な宿泊サービスの提供を検討する。

■事業の必要性

- ・本事業は、これまでの客層とは異なる滞在客を誘致することが期待できることから、「歴史・伝統を活かした中心市街地ならではの観光振興」に資する事業として必要である。

7. 飲食の魅力を高める

7.1 食の名物・特産品開発、食文化体験受入れプロジェクト【継続事業】

■想定される実施主体：市民、民間事業者、NPO、商工会議所、市

■事業内容

- ・地元農産物等を活用した食の名物、特産品の開発の継続・拡充及び食と地域文化をテーマにしたプログラムづくりを推進する。
- ・飲食の魅力を高め、地域を訪れる契機となる取組を支援する。

■事業の必要性

- ・本事業は、山田、栗源の農産物を利用して香取市全体の食文化の魅力を高め、体験プログラムとして来訪者を誘致できることから、「歴史・伝統を活かした中心市街地ならではの観光振興」に資する事業として必要である。

8. 定期的に必要な調査を行い、まちづくりへフィードバックする

8.1 町づくりに有効な調査活動の実施【継続事業】

■想定される実施主体：民間事業者、NPO、市

■事業内容

- ・来訪者の評価などまちづくりの品質管理に関わる調査や、観光入込み客数、滞在時間等に関わる調査を実施し、その結果をフィードバックできるようにする。

■事業の必要性

- ・各種調査を継続実施することで、まちづくりに関わる変化を把握することは事業を検討する上で重要であり、中心市街地活性化に関わる全ての取組に必要な事業である。

9. 美しく住みやすい環境をつくっていく

9.1 町並み整備事業【継続事業】

■想定される実施主体：市

■事業内容

- ・伝統的建造物群保存地区及び景観形成地区における建造物の修理や修景に対する支援を実施し、小野川周辺の景観整備を進める。

■事業の必要性

- ・伝統的建造物群は、中心市街地の歴史・文化を現在に伝える極めて重要な資産であるとともに

に、観光資源でもあることから、本事業は「中心市街地ならではの観光振興」に資する事業として必要である。

9.2 重要伝統的建造物群保存地区の防災対策事業

■想定される実施主体：市

■事業内容

・重要伝統的建造物群保存地区の消火計画に基づき、消火設備の配置や消火体制の充実化を図ることで、地区内の防災体制を強化する。

■事業の必要性

・重要伝統的建造物群保存地区内には木造の建造物も多く、火災時の対策を講じる必要があることから、本事業は「安心して住み続けられるまちづくり」に資する事業として必要である。

9.3 小野川舟運基盤整備事業【継続事業】

■想定される実施主体：市

■事業内容

・小野川舟運の利便性・快適性の向上、中心市街地内の観光客の回遊性の向上を図るため、被災箇所の早期復旧を図る。

■事業の必要性

・小野川舟運は地区の歴史・文化を伝える地域の資産であり、観光資源にもなっていることから、本事業は「歴史・伝統を活かした中心市街地ならではの観光振興」に資する事業として必要である。

9.4 歩行者空間整備事業【継続事業】

■想定される実施主体：市

■事業内容

・歩行者が楽しく快適にまちを回遊できるように、歩行空間の美舗装化、電線地中化、街路灯や案内板設置、ポケットパーク設置等の整備を行う。

■事業の必要性

・中心市街地の道路は舗装の老朽化が進んでおり、休憩する場所も少ない。また電線・電柱類もあり、歩行者が安全・快適に歩くことができない状況となっていることから、本事業は「安全・安心で快適な交通環境の充実」に資する事業として必要である。

9.5 遊休施設等の活用による3世代交流プロジェクト【新規事業】

■想定される実施主体：市、NPO、民間事業者

■事業内容

・空き家、空き店舗、お寺や企業空きフロアを活用し、家族のライフステージに応じた託児施設や様々な世代の交流施設を提供し、NPO等の活動を支援する。

■事業の必要性

・本事業は、市民ニーズの高い子育て支援サービスであり、また高齢者の生甲斐の場にもなることから、「安心して住み続けられるまちづくり」に資する事業として必要である。

9.6 買い物支援サービスプロジェクト【新規事業】

■想定される実施主体：民間事業者

■事業内容

- ・各商店が連携・協力して、高齢者に対する買い物支援サービスを提供する。
- ・高齢者に商品を届ける移動販売車や宅配サービス、商店街への来訪を促す送迎サービス等について検討する。

■事業の必要性

- ・本事業で試行的に実施することで、高齢者向けの新たな事業として、新規事業者の参入や事業拡大が期待できることから、「商業・生活サービス機能の充実」に資する事業として必要である。

9.7 空き家住宅活用プロジェクト【新規事業】

■想定される実施主体：市、NPO、民間事業者

■事業内容

- ・中心市街地に住まいを求める人の住宅として空き家の活用を促進するため、市内不動産取引事業者と連携して空き家バンクを設置し、利用希望者に対して情報提供を行う。

■事業の必要性

- ・本事業は、中心市街地の暮らしやすさを求めている市民や、伝統的な町屋等への居住希望者に対して情報発信することで、まちなか居住を促進できることから、「安心して住み続けられるまちづくり」に資する事業として必要である。

9.8 まちなかトイレ機能充実プロジェクト【新規事業】

■想定される実施主体：市

■事業内容

- ・公衆トイレを快適に利用できるように改修を進め、快適なトイレが複数設置されていることを来街者等に積極的に情報発信していく。
- ・他の観光情報とともにトイレ機能の情報について、観光案内所や市及び観光協会等のホームページを通じて情報発信を行う。

■事業の必要性

- ・快適なトイレは観光地や商店街の評価を左右する重要な要素となっているが、改修が行われても情報発信が不十分なため、本事業は「安心して住み続けられるまちづくり」及び「歴史・伝統を活かした中心市街地ならではの観光振興」に資する事業として必要である。

9.9 既存公園の利用快適性改善プロジェクト【新規事業】

■想定される実施主体：市

■事業内容

- ・佐原公園、北1丁目公園等を中心に、既存公園の遊具のリニューアル等を行い、利用者の快適性向上を図る。

■事業の必要性

- ・中心市街地内の公園は遊具の老朽化が進んでおり、子供を中心とした利用者の安全性確保の観点から、これら老朽化した遊具等のリニューアルが課題となっている。一方、中心市街地の定住促進にあたっては、子育て世代の定住化に向けた取り組みが重要であることから、本事業は「安心して住み続けられるまちづくり」に資する事業として必要である。

10. マネージメント体制を確立する

10.1 事業推進体制の構築【継続事業】

■想定される実施主体：民間事業者、NPO、市

■事業内容

- ・まちづくりの品質の維持・向上を図るため、中心市街地活性化の取り組みをマネジメントする体制を構築する。
- ・市民活動団体や民間事業者、行政機関等が連携し、外部のまちづくり専門家などから助言を受け、事業を推進していく仕組みづくりを構築していく。

■事業の必要性

- ・「江戸優り “心の観光” で賑わいの再興」の実現に向けて、品質管理を行い、事業の効果を高めていくことにつながるため、中心市街地活性化に関わる全ての取り組みに必要な事業である。

□□ 資料編 □□

1. 中心市街地活性化に関する市民アンケート調査

[1]実施概要

化と尻の中心市街地である、佐原市街地の活性化にとってどのような機能が必要か、地域住民の意見やニーズを幅広く把握するため、中心市街地に在住の市民にアンケート調査を実施した。調査の実施概要は以下のとおりである。

(1) 調査日程

配布日：平成23年8月19日

回収期限：平成23年9月5日

(2) 調査対象

本宿地域、新宿地域在住の15歳以上（層化無作為抽出）

(4) 調査の方法

郵送配布、郵送回収

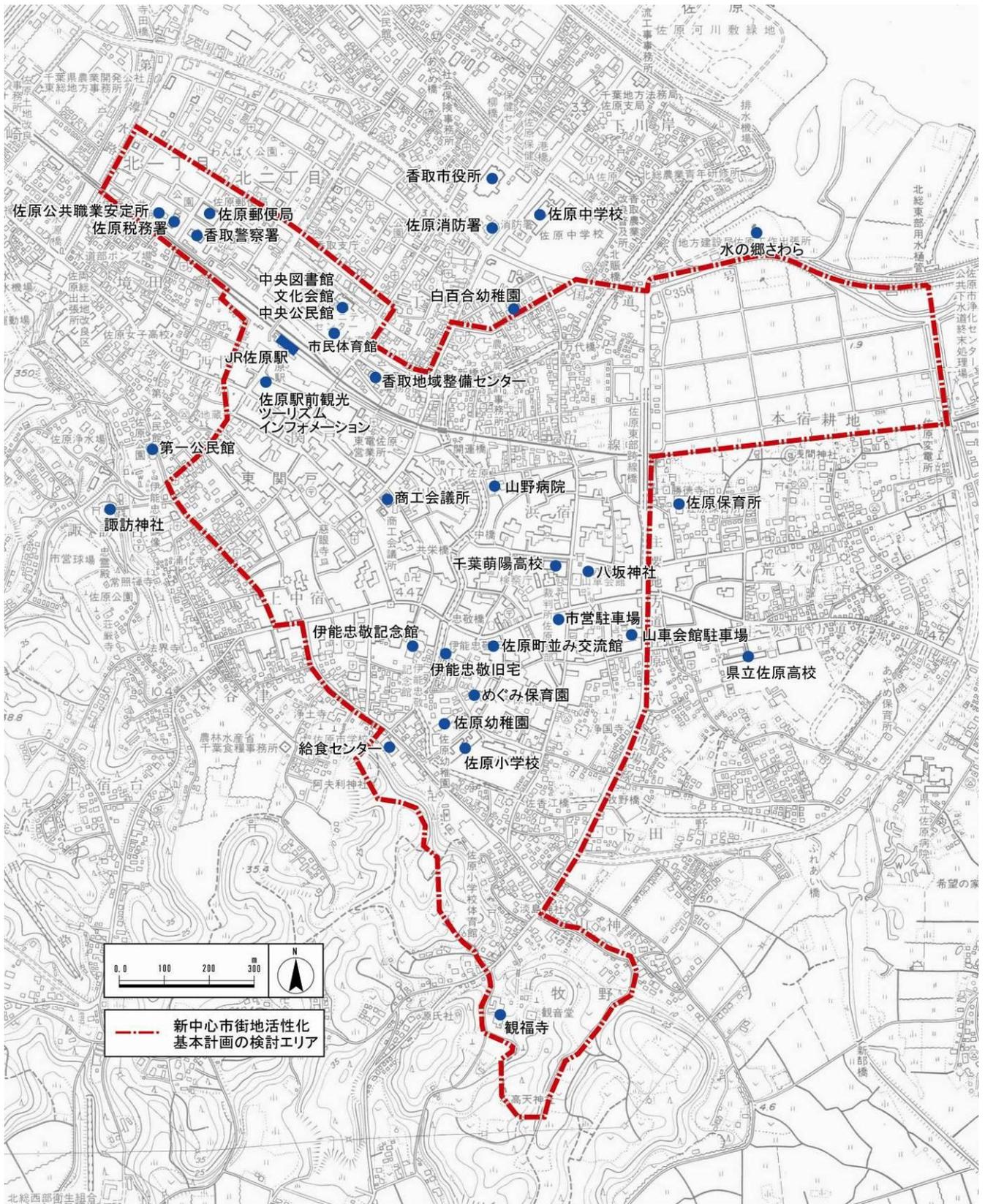
(5) 配布数

2000票

(6) 回収数

847票（回収率：42.35%）

(参考) 新中心市街地活性化基本計画の検討エリア (案)



問2-③ 佐原駅周辺等に出かけた場合(仕事以外)の平均的な滞在時間について、あてはまるものを 1つだけ選んでください。

- | | |
|------------|------------|
| 1. 1時間程度 | 2. 2～3時間程度 |
| 3. 4～5時間程度 | 4. 5時間以上 |

問2-④ 以前に比べて、去年は佐原駅周辺等に出かける機会は増えましたか。

- | | | |
|----------|----------|----------|
| 1. 増えた | 2. やや増えた | 3. 変わらない |
| 4. やや減った | 5. 減った | |

<問3と問3-①は、問2で「年に5～6回」、「ほとんど行かない」と回答した方がお答えください。>

問3 その理由について、あてはまるものをすべて選んでください。

- | | | |
|----------------------------|-----------------|------------|
| 1. 買いたい商品がない | 2. 行きたい飲食店がない | 3. 活気がない |
| 4. 駐車場や駐輪場が不便 | 5. 駐車場が有料 | 6. 駐車料金が高い |
| 7. 公共交通手段(電車、バス、タクシーなど)が不便 | 8. 歩きにくい | |
| 9. 自転車で走りにくい | 10. 文化・芸術施設が少ない | |
| 11. 公園が少ない | 12. 娯楽施設が少ない | |
| 13. バリアフリーが進んでいない | 14. 休憩するところがない | |
| 15. 治安が悪い | 16. 行く用事がない | |
| 17. その他(| |) |

問3-① 佐原駅周辺等以外での買い物や飲食はどこでしていますか。
あてはまるものを 3つまで選んでください。

- | | |
|------------------------------------|------------------|
| 1. 自宅近くの店 | 2. 郊外のショッピングセンター |
| 3. 幹線道路沿いの店 | 4. 市外(県内) |
| 5. 県外(茨城) | 6. その他の県外 |
| 7. 通信販売(インターネット・テレビ・カタログショッピングなど。) | |
| 8. その他(|) |

<ここからは再び、すべての方がお答えください。>

問4 佐原駅周辺等は、活性化していると思いますか。

次の中からあなたの考えに最も近いものを 1つだけ選んでください。

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. 活性化していると思う 2. やや活性化していると思う 3. どちらともいえない 4. そんなに活性化しているとは思わない 5. 活性化しているとは思わない |
|--|

問5 佐原駅周辺等の活性化を図るにおいて、施策を進めるにあたり、次の中からあなたの考えに最も近いものを 1つだけ選んでください。

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. 商業の活性化施策をもっと進めるべき。 2. 観光客等を増加させるため、観光振興施策をもっと進めるべき。 3. 住環境の向上施策をもっと進めるべき。 4. 活性化しているので、これ以上の事業を行う必要はない。 |
|---|

問6 以下の項目のうち、佐原駅周辺等にあれば、「観光客や一般の方の来訪によりまちの賑わいにつながると思うもの」と「あなたご自身がぜひ活用したいと思うもの」について、あなたの考えに最も近いものをそれぞれ 1つだけ選んでください。

項目	観光客や一般の方の来訪によりまちの賑わいにつながると思うもの					あなたご自身がぜひ活用したいと思うもの				
	思う	やや思う	どちらともいえない	そんなに思わない	思わない	思う	やや思う	どちらともいえない	そんなに思わない	思わない
(記入例) 市全体の紹介（特に観光資源等）	①	2	3	4	5	①	2	3	4	5

観光客や一般の方の来訪によりまちの賑わいにつながると思うもの

あなたご自身がぜひ活用したいと思うもの

項目	観光客や一般の方の来訪によりまちの賑わいにつながると思うもの					あなたご自身がぜひ活用したいと思うもの				
	思う	やや思う	どちらともいえない	そんなに思わない	思わない	思う	やや思う	どちらともいえない	そんなに思わない	思わない
1. 市全体の紹介（特に観光資源等）	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2. 山車や神輿など地域祭礼・行事・イベント関係の紹介・展示	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3. 土産品・地場産品の物販所	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
4. 大型バス駐車場	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
5. 文化・芸術施設・多目的ホール	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
6. 娯楽・教養施設	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
7. 各種サークルの活動・展示場所	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
8. 日用品等の買い物ができる施設	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
9. 飲食施設	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
10. インターネットカフェ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
11. 託児所	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
12. 親子ふれあいコーナー・スペース（親子で過ごす室内遊び場）	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
13. その他 ()	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

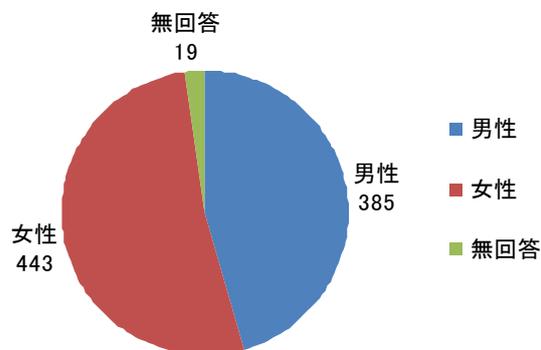
[3]調査結果取りまとめ

アンケート調査の結果について取りまとめる。

(1) 回答者属性

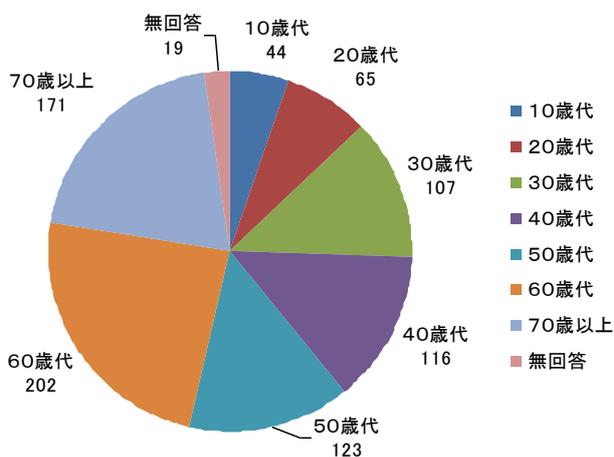
①性別

	回答数	構成比
男性	385	45.5%
女性	443	52.3%
無回答	19	2.2%
計	847	100.0%



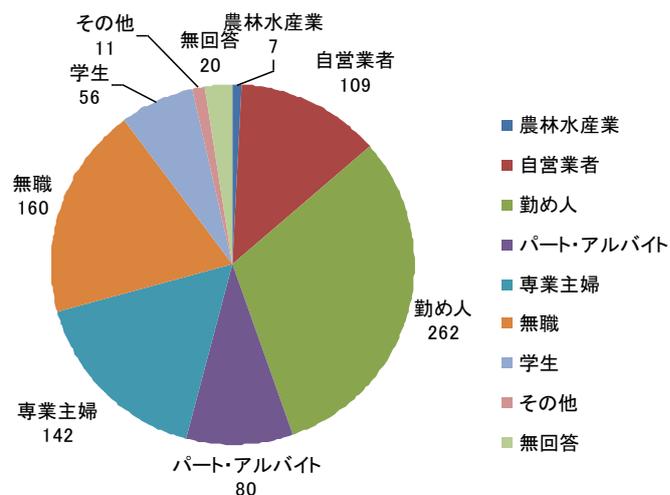
②年齢

	回答数	構成比
10歳代	44	5.2%
20歳代	65	7.7%
30歳代	107	12.6%
40歳代	116	13.7%
50歳代	123	14.5%
60歳代	202	23.8%
70歳以上	171	20.2%
無回答	19	2.2%
計	847	100.0%



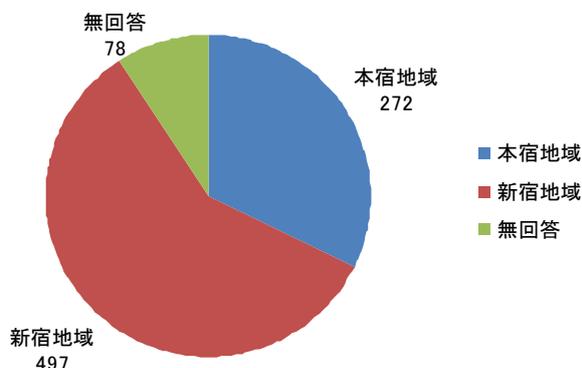
③職業

	回答数	構成比
農林水産業	7	0.8%
自営業者	109	12.9%
勤め人	262	30.9%
パート・アルバイト	80	9.4%
専業主婦	142	16.8%
無職	160	18.9%
学生	56	6.6%
その他	11	1.3%
無回答	20	2.4%
計	847	100.0%



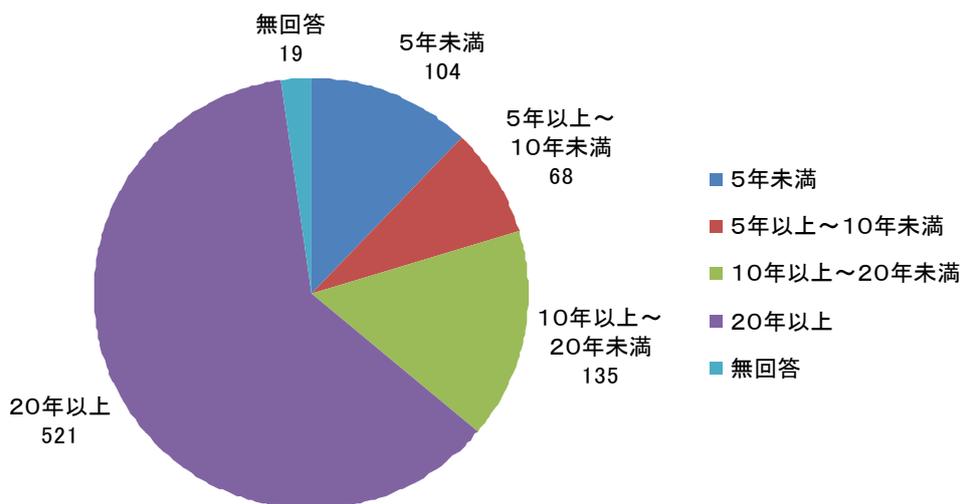
④居住地域

	回答数	構成比
本宿地域	272	32.1%
新宿地域	497	58.7%
無回答	78	9.2%
計	847	100.0%



⑤居住年数

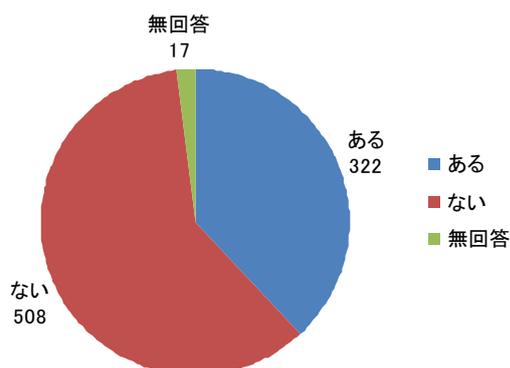
	回答数	構成比
5年未満	104	12.3%
5年以上～10年未満	68	8.0%
10年以上～20年未満	135	15.9%
20年以上	521	61.5%
無回答	19	2.2%
計	847	100.0%



(2) 中心市街地活性化に関する質問 (単純集計)

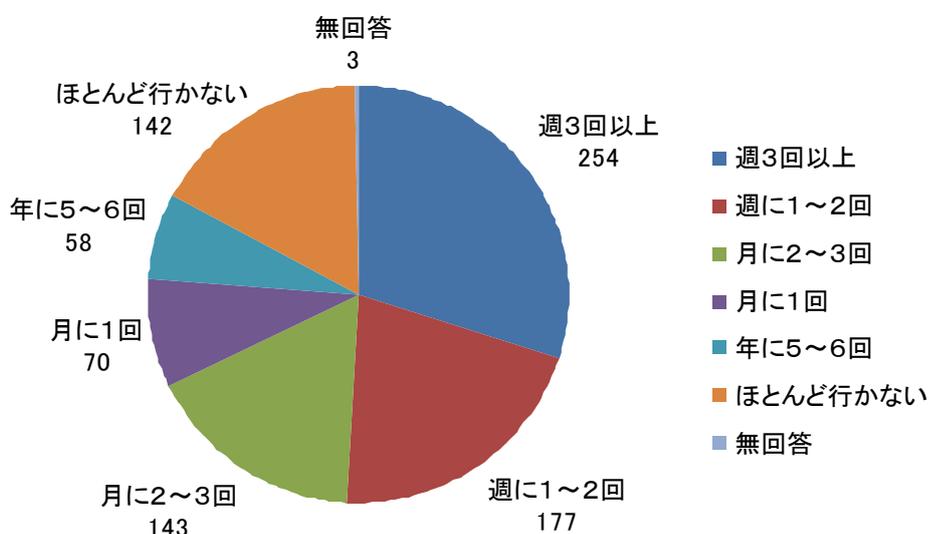
Q1 あなたのお住まいは、JR佐原駅周辺地区、小野川周辺地区等（前ページの図の点線内。以下「佐原駅周辺等」といいます。）にありますか。

	回答数	構成比
ある	322	38.0%
ない	508	60.0%
無回答	17	2.0%
計	847	100.0%



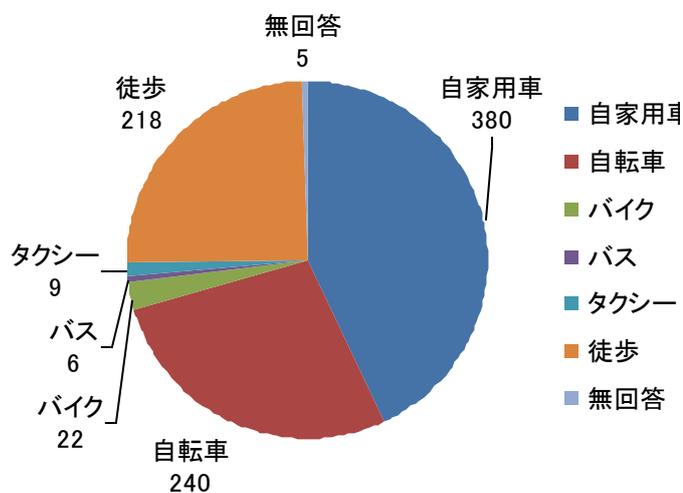
Q 2 佐原駅周辺等に出かける回数について、あてはまるものを 1つだけ選んでください。(佐原駅周辺等にお住まいの方は、佐原駅周辺等の区域内のどこかに出かける場合を想定してお答えください。)

	回答数	構成比
週3回以上	254	30.0%
週に1~2回	177	20.9%
月に2~3回	143	16.9%
月に1回	70	8.3%
年に5~6回	58	6.8%
ほとんど行かない	142	16.8%
無回答	3	0.4%
計	847	100.0%



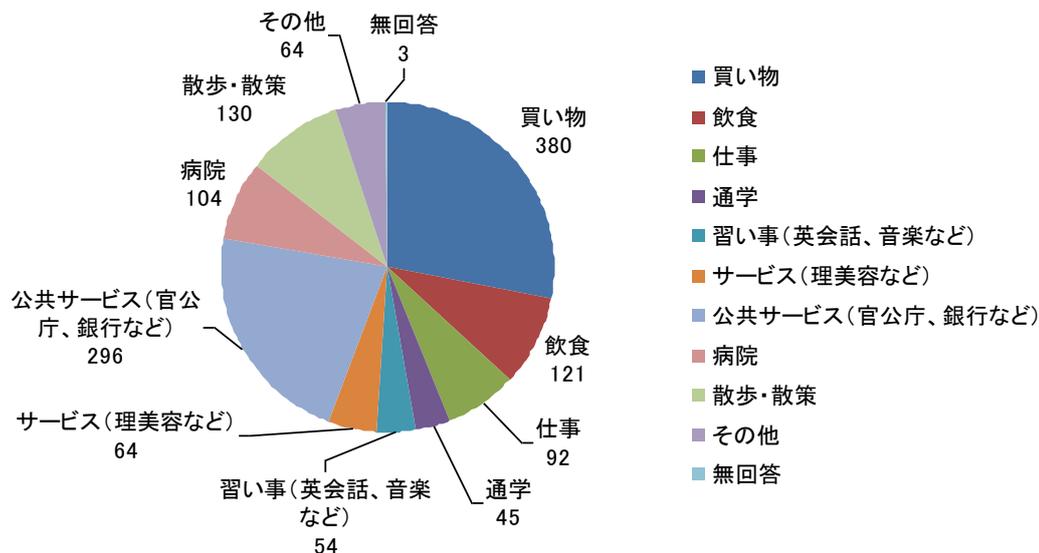
Q 2 - 1 佐原駅周辺等に出かける交通手段として、主に何を利用されますか。あてはまるものを 2つまで選んでください。

	回答数	構成比
自家用車	380	43.2%
自転車	240	27.3%
バイク	22	2.5%
バス	6	0.7%
タクシー	9	1.0%
徒歩	218	24.8%
無回答	5	0.6%
計	880	100.0%



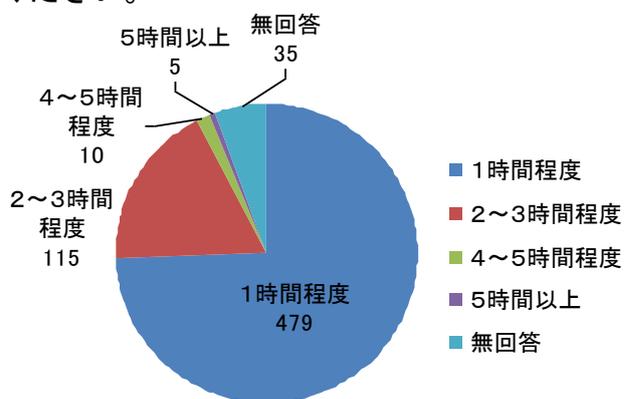
Q 2 - 2 佐原駅周辺等に出かける目的は、主にどのようなことが多いですか。あてはまるものを3つまで選んでください。

	回答数	構成比
買い物	380	28.1%
飲食	121	8.9%
仕事	92	6.8%
通学	45	3.3%
習い事(英会話、音楽など)	54	4.0%
サービス(理美容など)	64	4.7%
公共サービス(官公庁、銀行など)	296	21.9%
病院	104	7.7%
散歩・散策	130	9.6%
その他	64	4.7%
無回答	3	0.2%
計	1,353	100.0%



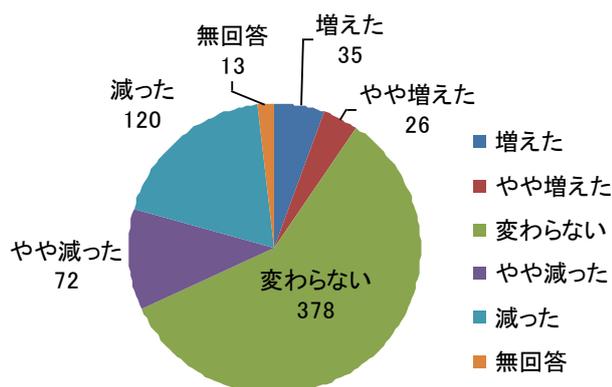
Q 2 - 3 佐原駅周辺等に出かけた場合（仕事以外）の平均的な滞在時間について、あてはまるものを1つだけ選んでください。

	回答数	構成比
1時間程度	479	74.4%
2～3時間程度	115	17.9%
4～5時間程度	10	1.6%
5時間以上	5	0.8%
無回答	35	5.4%
計	644	100.0%



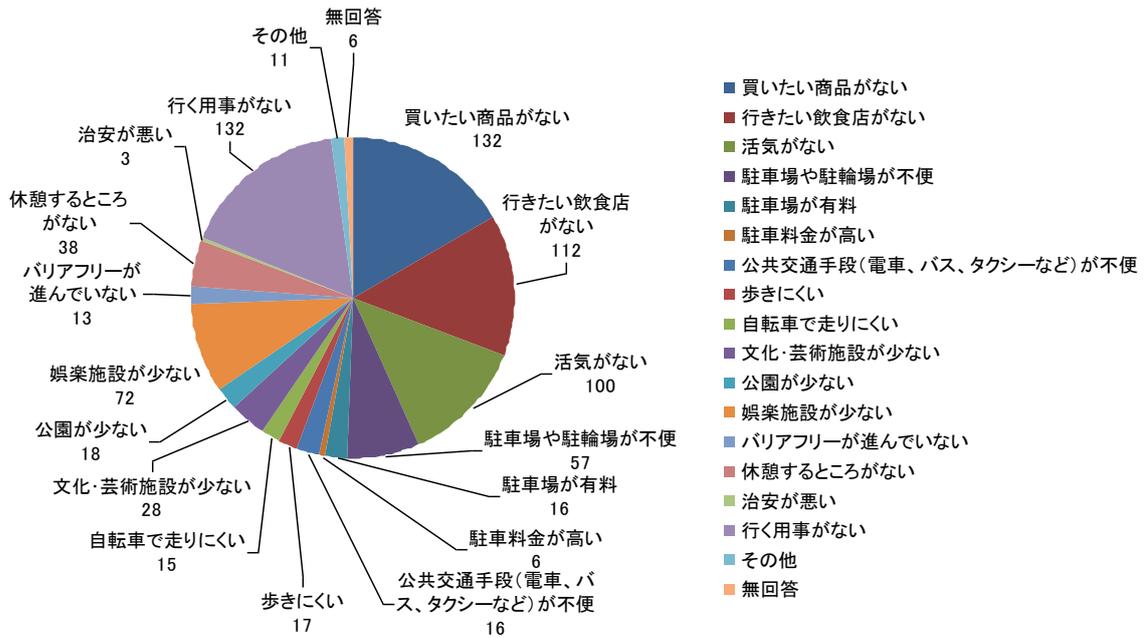
Q 2-4 以前に比べて、去年は佐原駅周辺等に出かける機会は増えましたか。

	回答数	構成比
増えた	35	5.4%
やや増えた	26	4.0%
変わらない	378	58.7%
やや減った	72	11.2%
減った	120	18.6%
無回答	13	2.0%
計	644	100.0%



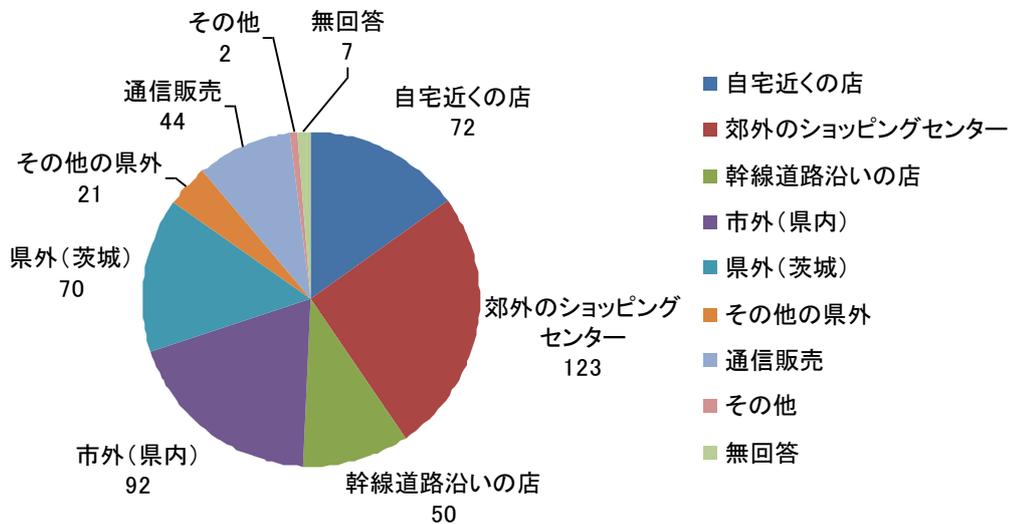
Q 3 (佐原駅周辺等に出かける回数が少ない) その理由について、あてはまるものをすべて選んでください。

	回答数	構成比
買いたい商品がない	132	16.7%
行きたい飲食店がない	112	14.1%
活気がない	100	12.6%
駐車場や駐輪場が不便	57	7.2%
駐車場が有料	16	2.0%
駐車料金が高い	6	0.8%
公共交通手段(電車、バス、タクシーなど)が不便	16	2.0%
歩きにくい	17	2.1%
自転車で走りにくい	15	1.9%
文化・芸術施設が少ない	28	3.5%
公園が少ない	18	2.3%
娯楽施設が少ない	72	9.1%
バリアフリーが進んでいない	13	1.6%
休憩するところがない	38	4.8%
治安が悪い	3	0.4%
行く用事がない	132	16.7%
その他	11	1.4%
無回答	6	0.8%
計	792	100.0%



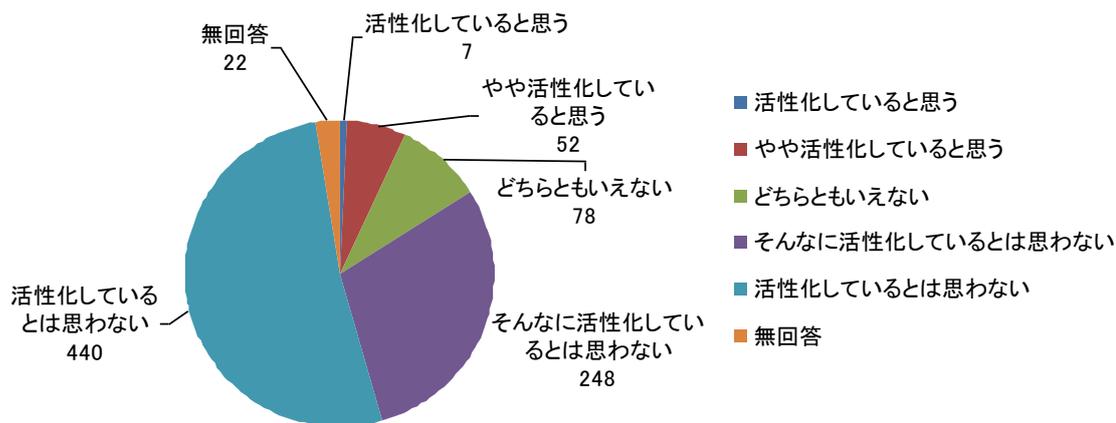
Q3-1 佐原駅周辺等以外での買い物や飲食はどこでしていますか。あてはまるものを3つまで選んでください。

	回答数	構成比
自宅近くの店	72	15.0%
郊外のショッピングセンター	123	25.6%
幹線道路沿いの店	50	10.4%
市外(県内)	92	19.1%
県外(茨城)	70	14.6%
その他の県外	21	4.4%
通信販売	44	9.1%
その他	2	0.4%
無回答	7	1.5%
計	481	100.0%



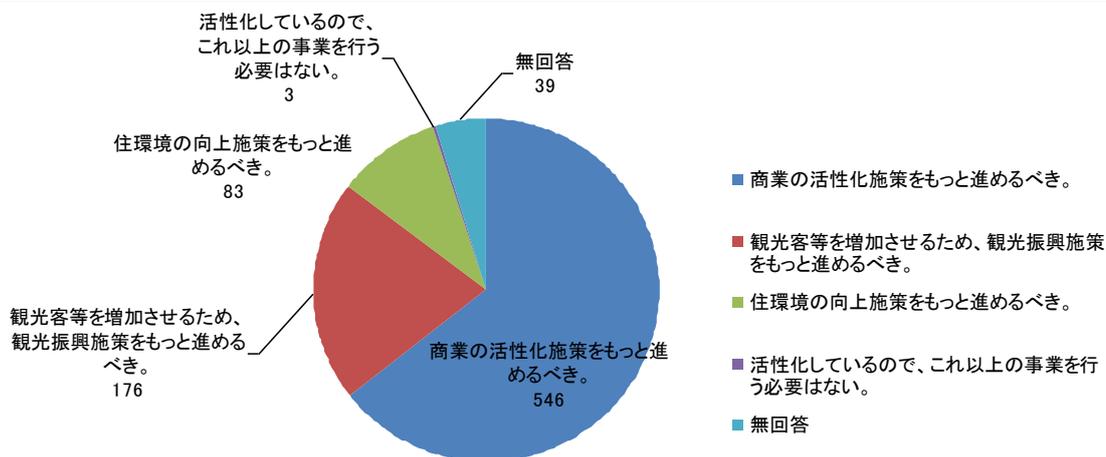
Q 4 佐原駅周辺等は、活性化していると思いますか。次の中からあなたの考えに最も近いものを1つだけ選んでください。

	回答数	構成比
活性化していると思う	7	0.8%
やや活性化していると思う	52	6.1%
どちらともいえない	78	9.2%
そんなに活性化しているとは思わない	248	29.3%
活性化しているとは思わない	440	51.9%
無回答	22	2.6%
計	847	100.0%



Q 5 佐原駅周辺等の活性化を図るにおいて、施策を進めるにあたり、次の中からあなたの考えに最も近いものを1つだけ選んでください。

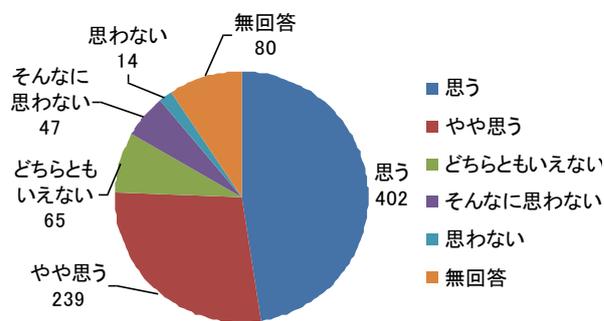
	回答数	構成比
商業の活性化施策をもっと進めるべき。	546	64.5%
観光客等を増加させるため、観光振興施策をもっと進めるべき。	176	20.8%
住環境の向上施策をもっと進めるべき。	83	9.8%
活性化しているので、これ以上の事業を行う必要はない。	3	0.4%
無回答	39	4.6%
計	847	100.0%



Q6-1 佐原駅周辺等であれば、「観光客や一般の方の来訪によりまちの賑わいにつながると思うもの」について、あなたの考えに最も近いものをそれぞれ1つだけ選んでください。

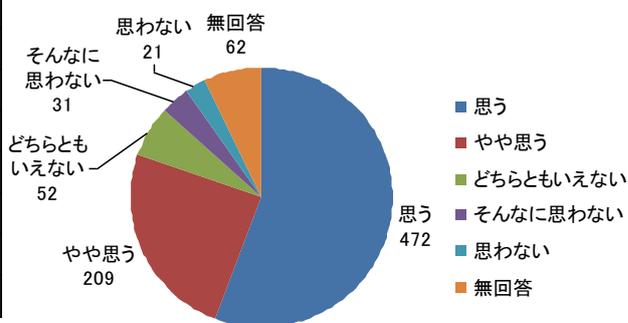
1. 市全体の紹介（特に観光資源等）

	回答数	構成比
思う	402	47.5%
やや思う	239	28.2%
どちらともいえない	65	7.7%
そんなに思わない	47	5.5%
思わない	14	1.7%
無回答	80	9.4%
計	847	100.0%



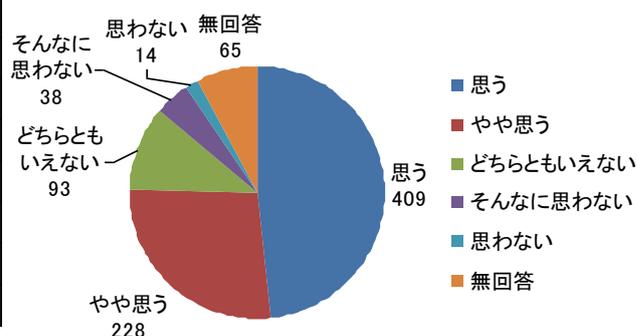
2. 山車や神輿など地域祭礼・行事・イベント関係の紹介・展示

	回答数	構成比
思う	472	55.7%
やや思う	209	24.7%
どちらともいえない	52	6.1%
そんなに思わない	31	3.7%
思わない	21	2.5%
無回答	62	7.3%
計	847	100.0%



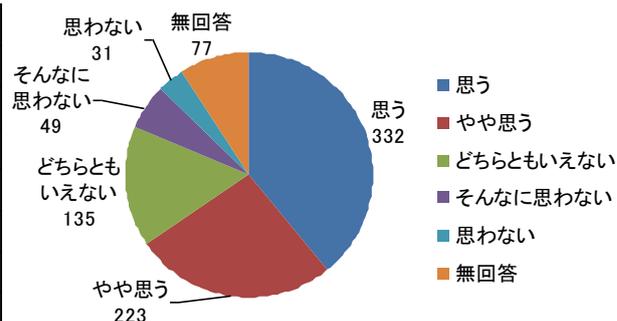
3. 土産品・地場産品の物販所

	回答数	構成比
思う	409	48.3%
やや思う	228	26.9%
どちらともいえない	93	11.0%
そんなに思わない	38	4.5%
思わない	14	1.7%
無回答	65	7.7%
計	847	100.0%



4. 大型バス駐車場

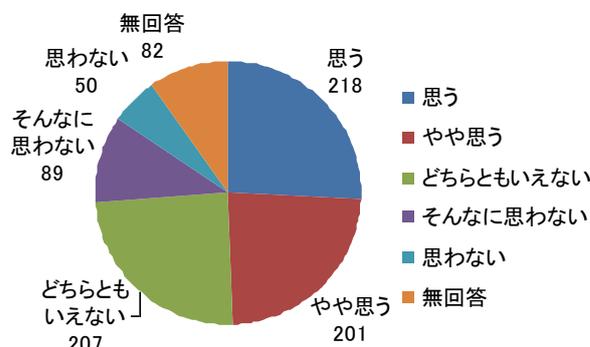
	回答数	構成比
思う	332	39.2%
やや思う	223	26.3%
どちらともいえない	135	15.9%
そんなに思わない	49	5.8%
思わない	31	3.7%
無回答	77	9.1%
計	847	100.0%



Q6-1 佐原駅周辺等であれば、「観光客や一般の方の来訪によりまちの賑わいにつながると思うもの」について、あなたの考えに最も近いものをそれぞれ1つだけ選んでください。

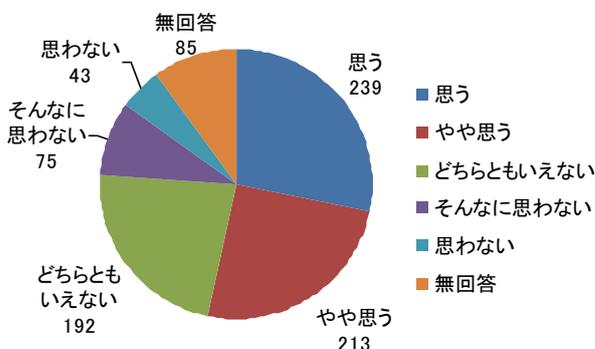
5. 文化・芸術施設・多目的ホール

	回答数	構成比
思う	218	25.7%
やや思う	201	23.7%
どちらともいえない	207	24.4%
そんなに思わない	89	10.5%
思わない	50	5.9%
無回答	82	9.7%
計	847	100.0%



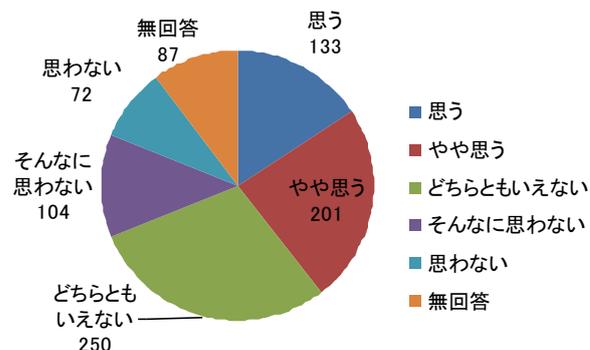
6. 娯楽・教養施設

	回答数	構成比
思う	239	28.2%
やや思う	213	25.1%
どちらともいえない	192	22.7%
そんなに思わない	75	8.9%
思わない	43	5.1%
無回答	85	10.0%
計	847	100.0%



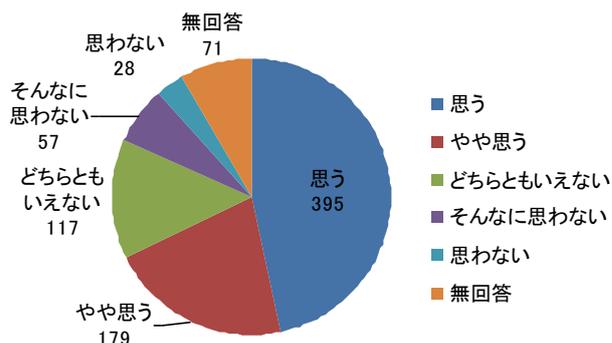
7. 各種サークルの活動・展示場所

	回答数	構成比
思う	133	15.7%
やや思う	201	23.7%
どちらともいえない	250	29.5%
そんなに思わない	104	12.3%
思わない	72	8.5%
無回答	87	10.3%
計	847	100.0%



8. 日用品等の買い物ができる施設

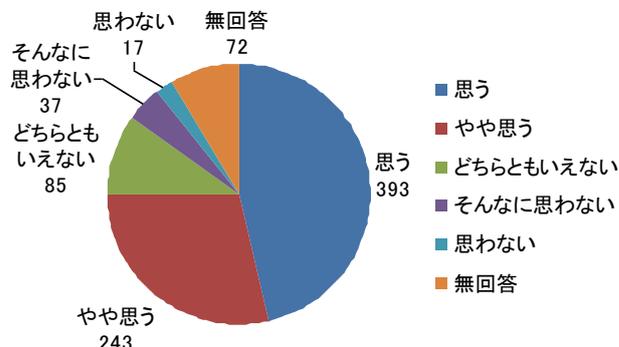
	回答数	構成比
思う	395	46.6%
やや思う	179	21.1%
どちらともいえない	117	13.8%
そんなに思わない	57	6.7%
思わない	28	3.3%
無回答	71	8.4%
計	847	100.0%



Q6-1 佐原駅周辺等であれば、「観光客や一般の方の来訪によりまちの賑わいにつながると思うもの」について、あなたの考えに最も近いものをそれぞれ1つだけ選んでください。

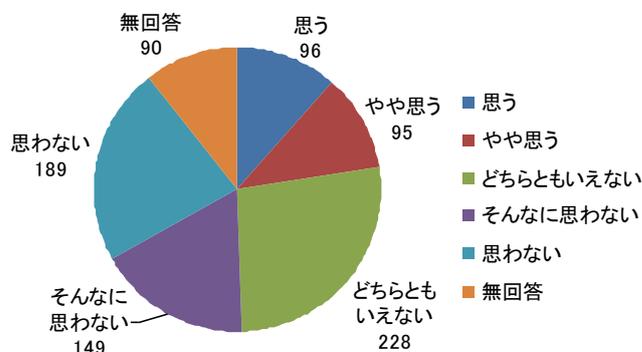
9. 飲食施設

	回答数	構成比
思う	393	46.4%
やや思う	243	28.7%
どちらともいえない	85	10.0%
そんなに思わない	37	4.4%
思わない	17	2.0%
無回答	72	8.5%
計	847	100.0%



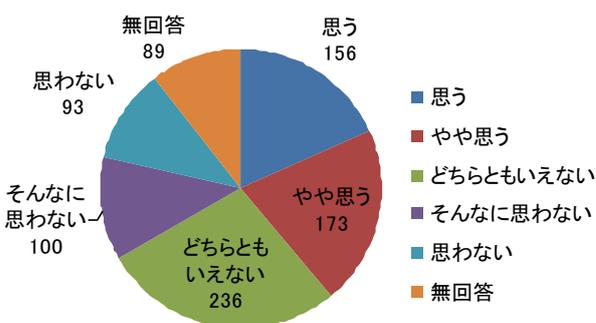
10. インターネットカフェ

	回答数	構成比
思う	96	11.3%
やや思う	95	11.2%
どちらともいえない	228	26.9%
そんなに思わない	149	17.6%
思わない	189	22.3%
無回答	90	10.6%
計	847	100.0%



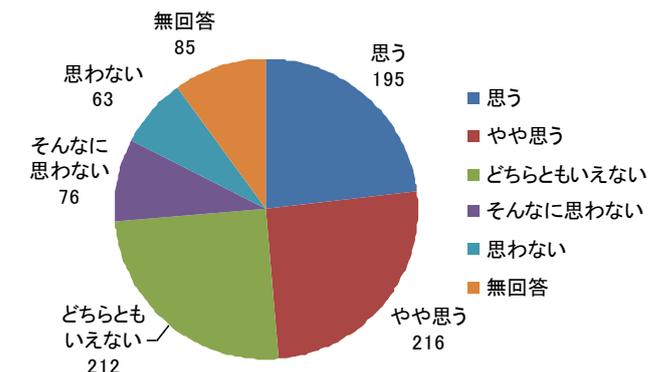
11. 託児所

	回答数	構成比
思う	156	18.4%
やや思う	173	20.4%
どちらともいえない	236	27.9%
そんなに思わない	100	11.8%
思わない	93	11.0%
無回答	89	10.5%
計	847	100.0%



12. 親子ふれあいコーナー・スペース（親子で過ごす室内遊び場）

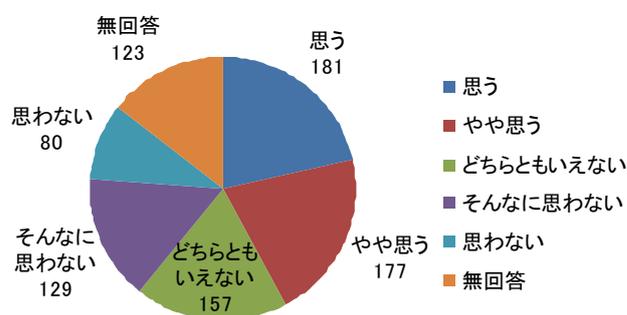
	回答数	構成比
思う	195	23.0%
やや思う	216	25.5%
どちらともいえない	212	25.0%
そんなに思わない	76	9.0%
思わない	63	7.4%
無回答	85	10.0%
計	847	100.0%



Q6-2 佐原駅周辺等であれば、「あなたご自身がぜひ活用したいと思うもの」について、あなたの考えに最も近いものをそれぞれ1つだけ選んでください。

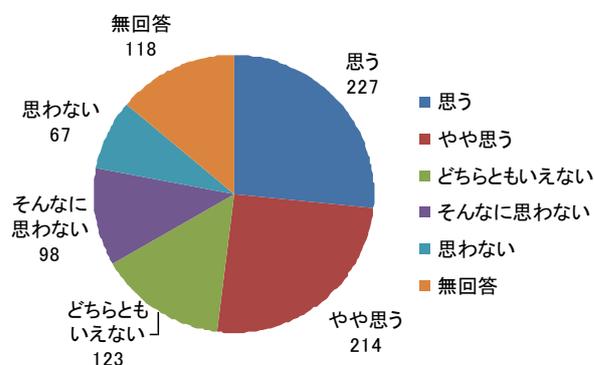
1. 市全体の紹介（特に観光資源等）

	回答数	構成比
思う	181	21.4%
やや思う	177	20.9%
どちらともいえない	157	18.5%
そんなに思わない	129	15.2%
思わない	80	9.4%
無回答	123	14.5%
計	847	100.0%



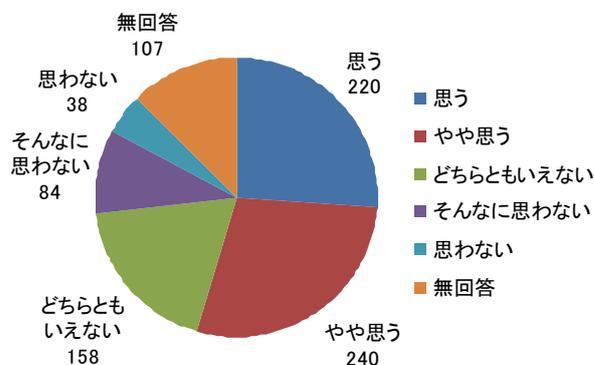
2. 山車や神輿など地域祭礼・行事・イベント関係の紹介・展示

	回答数	構成比
思う	227	26.8%
やや思う	214	25.3%
どちらともいえない	123	14.5%
そんなに思わない	98	11.6%
思わない	67	7.9%
無回答	118	13.9%
計	847	100.0%



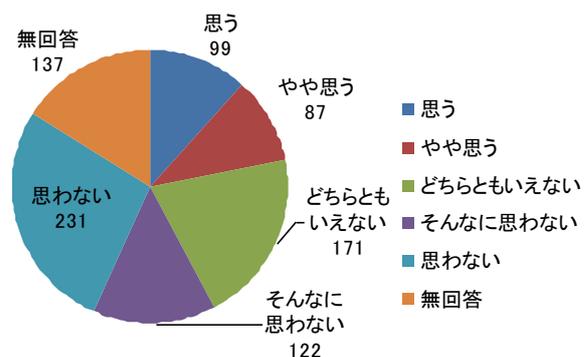
3. 土産品・地場産品の物販所

	回答数	構成比
思う	220	26.0%
やや思う	240	28.3%
どちらともいえない	158	18.7%
そんなに思わない	84	9.9%
思わない	38	4.5%
無回答	107	12.6%
計	847	100.0%



4. 大型バス駐車場

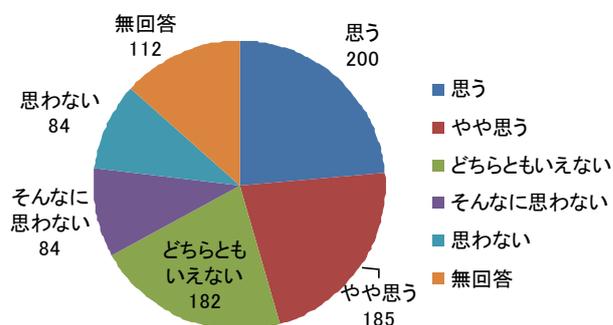
	回答数	構成比
思う	99	11.7%
やや思う	87	10.3%
どちらともいえない	171	20.2%
そんなに思わない	122	14.4%
思わない	231	27.3%
無回答	137	16.2%
計	847	100.0%



Q6-2 佐原駅周辺等であれば、「あなたご自身がぜひ活用したいと思うもの」について、あなたの考えに最も近いものをそれぞれ1つだけ選んでください。

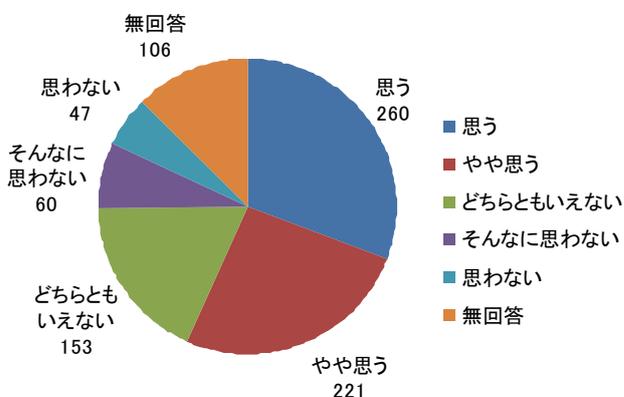
5. 文化・芸術施設・多目的ホール

	回答数	構成比
思う	200	23.6%
やや思う	185	21.8%
どちらともいえない	182	21.5%
そんなに思わない	84	9.9%
思わない	84	9.9%
無回答	112	13.2%
計	847	100.0%



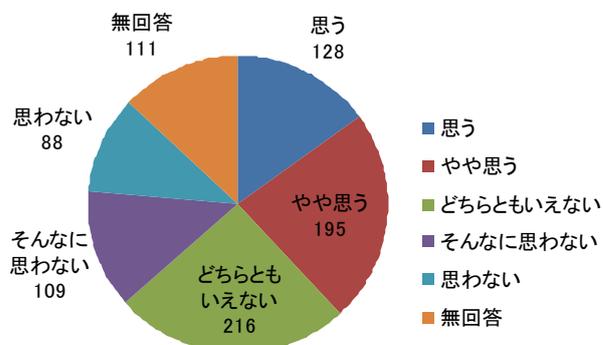
6. 娯楽・教養施設

	回答数	構成比
思う	260	30.7%
やや思う	221	26.1%
どちらともいえない	153	18.1%
そんなに思わない	60	7.1%
思わない	47	5.5%
無回答	106	12.5%
計	847	100.0%



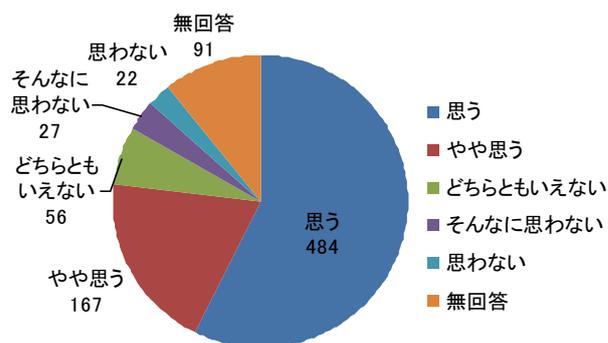
7. 各種サークルの活動・展示場所

	回答数	構成比
思う	128	15.1%
やや思う	195	23.0%
どちらともいえない	216	25.5%
そんなに思わない	109	12.9%
思わない	88	10.4%
無回答	111	13.1%
計	847	100.0%



8. 日用品等の買い物ができる施設

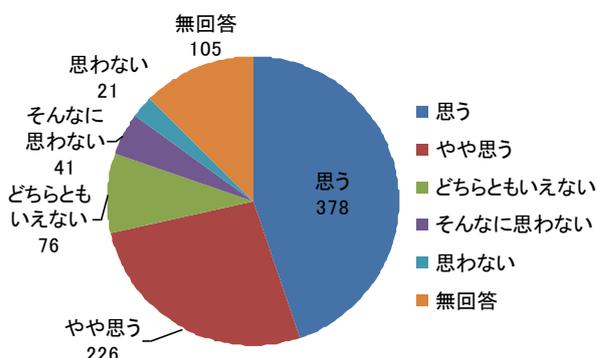
	回答数	構成比
思う	484	57.1%
やや思う	167	19.7%
どちらともいえない	56	6.6%
そんなに思わない	27	3.2%
思わない	22	2.6%
無回答	91	10.7%
計	847	100.0%



Q6-2 佐原駅周辺等であれば、「あなたご自身がぜひ活用したいと思うもの」について、あなたの考えに最も近いものをそれぞれ1つだけ選んでください。

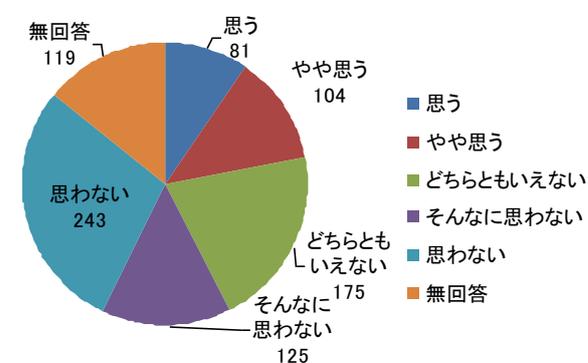
9. 飲食施設

	回答数	構成比
思う	378	44.6%
やや思う	226	26.7%
どちらともいえない	76	9.0%
そんなに思わない	41	4.8%
思わない	21	2.5%
無回答	105	12.4%
計	847	100.0%



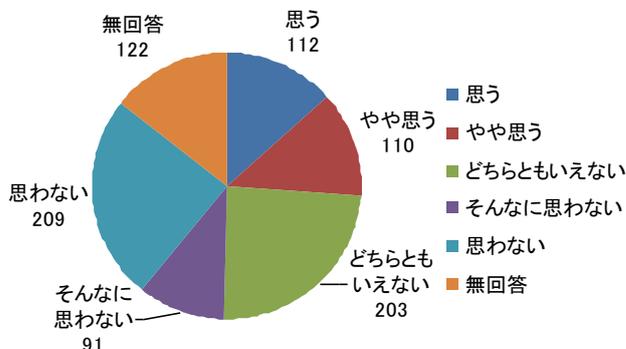
10. インターネットカフェ

	回答数	構成比
思う	81	9.6%
やや思う	104	12.3%
どちらともいえない	175	20.7%
そんなに思わない	125	14.8%
思わない	243	28.7%
無回答	119	14.0%
計	847	100.0%



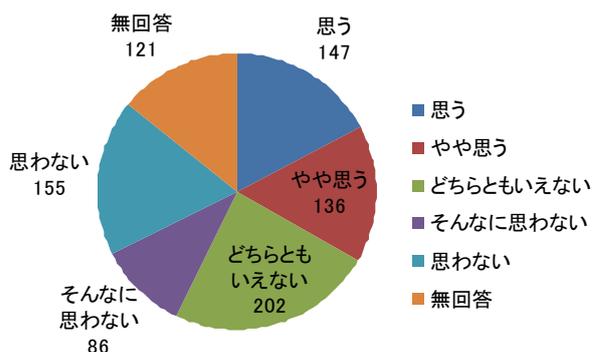
11. 託児所

	回答数	構成比
思う	112	13.2%
やや思う	110	13.0%
どちらともいえない	203	24.0%
そんなに思わない	91	10.7%
思わない	209	24.7%
無回答	122	14.4%
計	847	100.0%



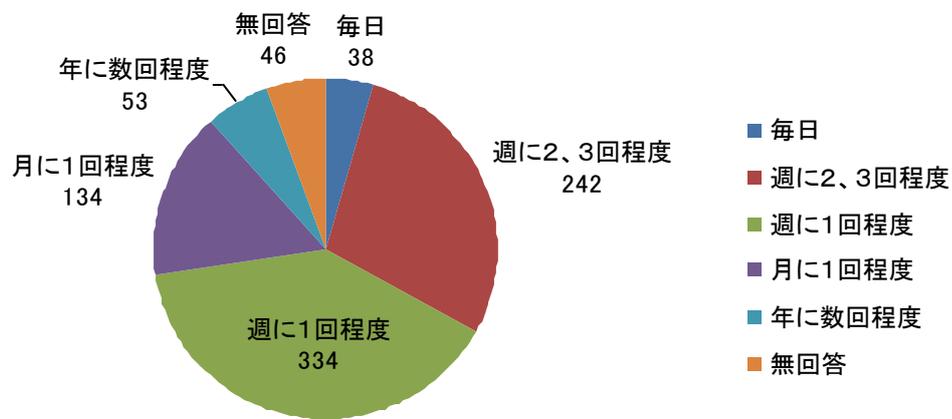
12. 親子ふれあいコーナー・スペース（親子で過ごす室内遊び場）

	回答数	構成比
思う	147	17.4%
やや思う	136	16.1%
どちらともいえない	202	23.8%
そんなに思わない	86	10.2%
思わない	155	18.3%
無回答	121	14.3%
計	847	100.0%



Q7 「あなたご自身がぜひ活用したいと思うもの」について、関係施設が整備された場合にご自身はどの程度活用しますか。次の中からあなたの考えに最も近いものを1つだけ選んでください。

	回答数	構成比
毎日	38	4.5%
週に2、3回程度	242	28.6%
週に1回程度	334	39.4%
月に1回程度	134	15.8%
年に数回程度	53	6.3%
無回答	46	5.4%
計	847	100.0%



(3) 中心市街地活性化に関する質問（クロス集計）

「佐原駅周辺等に出かける回数（利用頻度）」を以下のように集約し、アンケートの各設問についてクロス集計を行った。

出かける回数 (アンケートの選択肢)	集計上の分類
① 週3回以上	週1回以上
② 週に1～2回	
③ 月に2～3回	年5回～月3回程度
④ 月に1回	
⑤ 年に5～6回	
⑥ ほとんど行かない	ほとんど行かない

【性別】

- ・性別で大きな違いはみられないが、利用頻度が高い人は「女性」、ほとんど行かない人は「男性」の方が多い。

性別 \ 利用頻度	週1回以上		年5回～ 月3回程度		ほとんど 行かない		無回答		総計	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
男性	191	44.3%	118	43.5%	75	52.8%	1	33.3%	385	45.5%
女性	235	54.5%	144	53.1%	64	45.1%	0	0.0%	443	52.3%
無回答	5	1.2%	9	3.3%	3	2.1%	2	66.7%	19	2.2%
合計	431	100.0%	271	100.0%	142	100.0%	3	100.0%	847	100.0%

【年齢別】

- ・利用頻度が高い人は60代以上で、ほとんど行かない人は30代、60代の順で多い。

年齢 \ 利用頻度	週1回以上		年5回～ 月3回程度		ほとんど 行かない		無回答		総計	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
10歳代	31	7.2%	9	3.3%	4	2.8%	0	0.0%	44	5.2%
20歳代	27	6.3%	16	5.9%	22	15.5%	0	0.0%	65	7.7%
30歳代	47	10.9%	29	10.7%	31	21.8%	0	0.0%	107	12.6%
40歳代	54	12.5%	41	15.1%	21	14.8%	0	0.0%	116	13.7%
50歳代	66	15.3%	40	14.8%	17	12.0%	0	0.0%	123	14.5%
60歳代	116	26.9%	58	21.4%	27	19.0%	1	33.3%	202	23.8%
70歳以上	84	19.5%	69	25.5%	18	12.7%	0	0.0%	171	20.2%
無回答	6	1.4%	9	3.3%	2	1.4%	2	66.7%	19	2.2%
合計	431	100.0%	271	100.0%	142	100.0%	3	100.0%	847	100.0%

【交通手段別】

- ・利用している人の半数が自家用車を利用している。

・利用頻度が高い人は、自転車、徒歩の割合も約4割と高い。

交通手段【2つまで選択可】	利用頻度		年5回～ 月3回程度		総計	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
自家用車	241	55.9%	139	51.3%	380	43.2%
自転車	173	40.1%	67	24.7%	240	27.3%
バイク	18	4.2%	4	1.5%	22	2.5%
バス	3	0.7%	3	1.1%	6	0.7%
タクシー	5	1.2%	4	1.5%	9	1.0%
徒歩	165	38.3%	53	19.6%	218	24.8%
無回答	3	0.7%	2	0.7%	5	0.6%
回答者数合計	431	100.0%	271	100.0%	847	100.0%

【利用目的別】

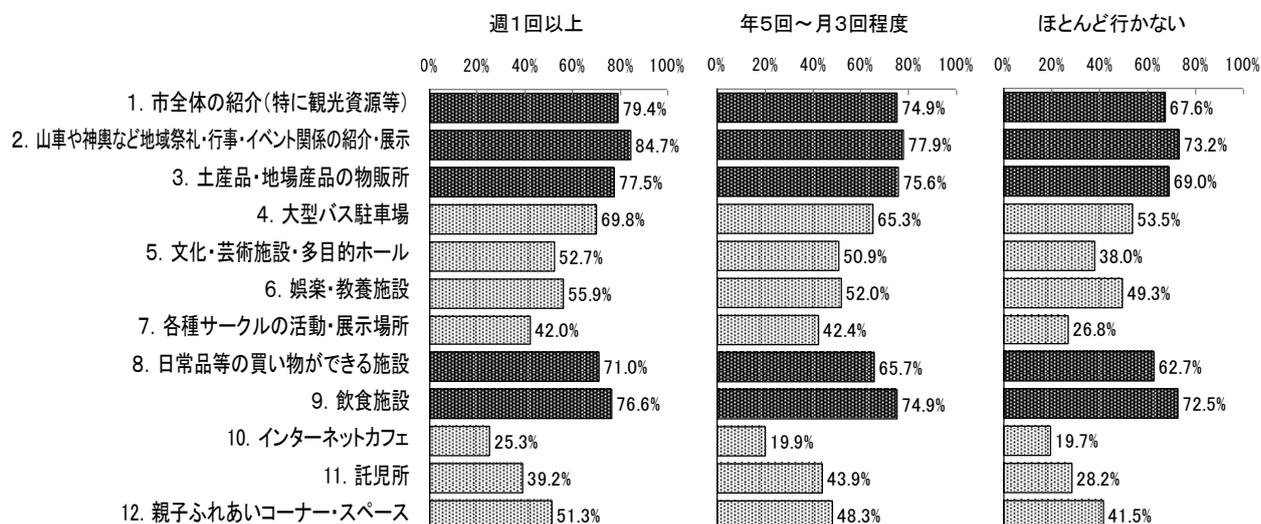
・「週1回以上」の利用頻度が高い人は「買い物」が最も高く、「年5回～月3回程度」の利用頻度が低い人は「公共サービス（官公庁、銀行など）」の割合が最も高い。

利用目的【3つまで選択可】	利用頻度		年5回～ 月3回程度		総計	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
買い物	279	64.7%	101	37.3%	380	28.1%
飲食	91	21.1%	30	11.1%	121	8.9%
仕事	78	18.1%	14	5.2%	92	6.8%
通勤・通学	42	9.7%	3	1.1%	45	3.3%
習い事(英会話、音楽など)	39	9.0%	15	5.5%	54	4.0%
サービス(理美容など)	41	9.5%	23	8.5%	64	4.7%
公共サービス(官公庁、銀行など)	185	42.9%	111	41.0%	296	21.9%
病院	66	15.3%	38	14.0%	104	7.7%
散歩・散策	96	22.3%	34	12.5%	130	9.6%
その他	45	10.4%	19	7.0%	64	4.7%
無回答	1	0.2%	2	0.7%	3	0.2%
回答者数合計	431	100.0%	271	100.0%	847	100.0%

【賑わいにつながると思うもの】

- ・佐原駅周辺等に出かける回数（利用頻度）別に、佐原駅周辺等があれば賑わいにつながると思うものに関して、「思う」または「やや思う」と回答した人の割合をみると、利用頻度に関わらず、「2. 山車や神輿など地域祭礼・行事・イベント関係の紹介・展示」が最も割合が高い。
- ・「2. 山車や神輿など地域祭礼・行事・イベント関係の紹介・展示」に加えて、「1. 市全体の紹介（特に観光資源等）」、「3. 土産品・地場産品の物販所」、「8. 日用品等の買い物ができる施設」、「9. 飲食施設」が利用頻度にかかわらず上位5項目となっている。

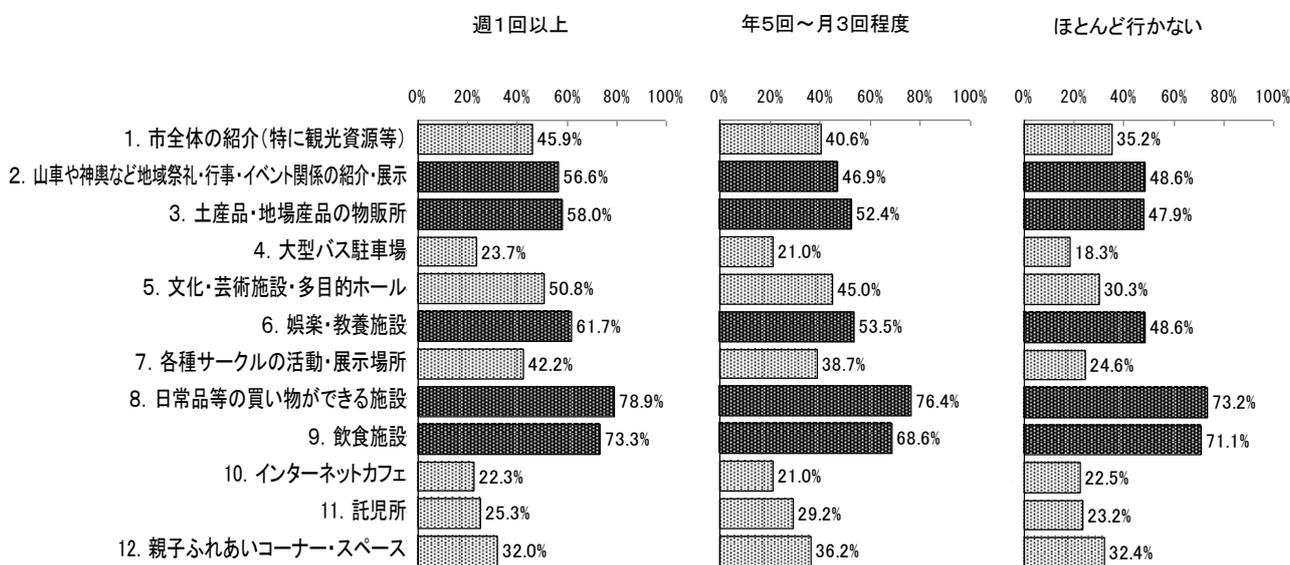
賑わいにつながると思うもの	利用頻度		週1回以上		年5回～月3回程度		ほとんど行かない		無回答		合計	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
1. 市全体の紹介(特に観光資源等)	342	79.4%	203	74.9%	96	67.6%	0	0.0%	641	75.7%		
2. 山車や神輿など地域祭礼・行事・イベント関係の紹介・展示	365	84.7%	211	77.9%	104	73.2%	1	33.3%	681	80.4%		
3. 土産品・地場産品の物販所	334	77.5%	205	75.6%	98	69.0%	0	0.0%	637	75.2%		
4. 大型バス駐車場	301	69.8%	177	65.3%	76	53.5%	1	33.3%	555	65.5%		
5. 文化・芸術施設・多目的ホール	227	52.7%	138	50.9%	54	38.0%	0	0.0%	419	49.5%		
6. 娯楽・教養施設	241	55.9%	141	52.0%	70	49.3%	0	0.0%	452	53.4%		
7. 各種サークルの活動・展示場所	181	42.0%	115	42.4%	38	26.8%	0	0.0%	334	39.4%		
8. 日用品等の買い物ができる施設	306	71.0%	178	65.7%	89	62.7%	1	33.3%	574	67.8%		
9. 飲食施設	330	76.6%	203	74.9%	103	72.5%	0	0.0%	636	75.1%		
10. インターネットカフェ	109	25.3%	54	19.9%	28	19.7%	0	0.0%	191	22.6%		
11. 託児所	169	39.2%	119	43.9%	40	28.2%	1	33.3%	329	38.8%		
12. 親子ふれあいコーナー・スペース(親子で過ごす室内遊び場)	221	51.3%	131	48.3%	59	41.5%	0	0.0%	411	48.5%		
回答者数合計	431	100.0%	271	100.0%	142	100.0%	3	100.0%	847	100.0%		



【活用したいと思うもの】

- ・佐原駅周辺等に出かける回数（利用頻度）別に、佐原駅周辺等にあればぜひ活用したいと思うものに関して、「思う」または「やや思う」と回答した人の割合をみると、利用頻度に関わらず、「8. 日用品等の買い物ができる施設」が最も割合が高い。
- ・「8. 日用品等の買い物ができる施設」に加えて、「2. 山車や神輿など地域祭礼・行事・イベント関係の紹介・展示」、「3. 土産品・地場産品の物販所」、「6. 娯楽・教養施設」、「9. 飲食施設」が利用頻度にかかわらず上位5項目となっている。

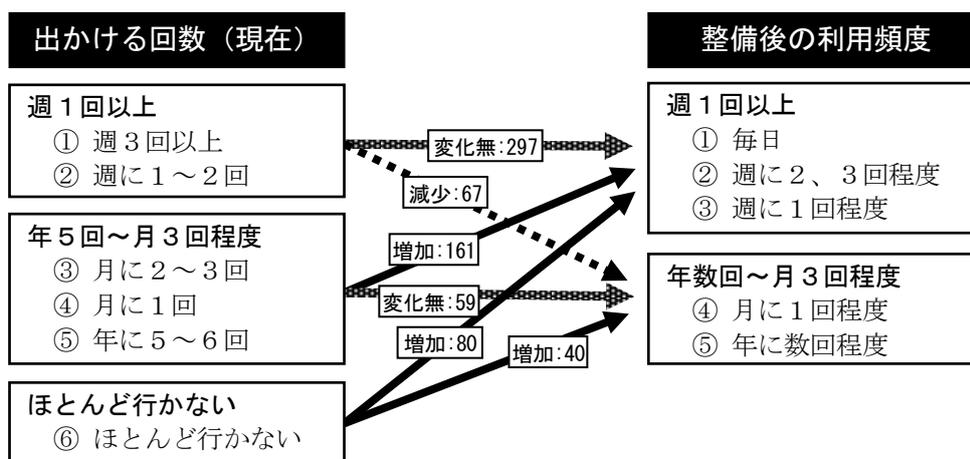
活用したいと思うもの	利用頻度		週1回以上		年5回～月3回程度		ほとんど行かない		無回答		合計	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
1. 市全体の紹介(特に観光資源等)	198	45.9%	110	40.6%	50	35.2%	0	0.0%	358	42.3%		
2. 山車や神輿など地域祭礼・行事・イベント関係の紹介・展示	244	56.6%	127	46.9%	69	48.6%	1	0.2%	441	52.1%		
3. 土産品・地場産品の物販所	250	58.0%	142	52.4%	68	47.9%	0	0.0%	460	54.3%		
4. 大型バス駐車場	102	23.7%	57	21.0%	26	18.3%	1	0.5%	186	22.0%		
5. 文化・芸術施設・多目的ホール	219	50.8%	122	45.0%	43	30.3%	1	0.3%	385	45.5%		
6. 娯楽・教養施設	266	61.7%	145	53.5%	69	48.6%	1	0.2%	481	56.8%		
7. 各種サークルの活動・展示場所	182	42.2%	105	38.7%	35	24.6%	1	0.3%	323	38.1%		
8. 日用品等の買い物ができる施設	340	78.9%	207	76.4%	104	73.2%	0	0.0%	651	76.9%		
9. 飲食施設	316	73.3%	186	68.6%	101	71.1%	1	0.2%	604	71.3%		
10. インターネットカフェ	96	22.3%	57	21.0%	32	22.5%	0	0.0%	185	21.8%		
11. 託児所	109	25.3%	79	29.2%	33	23.2%	1	0.5%	222	26.2%		
12. 親子ふれあいコーナー・スペース(親子で過ごす室内遊び場)	138	32.0%	98	36.2%	46	32.4%	1	0.4%	283	33.4%		
回答者数合計	431	100.0%	271	100.0%	142	100.0%	3	0.4%	847	100.0%		



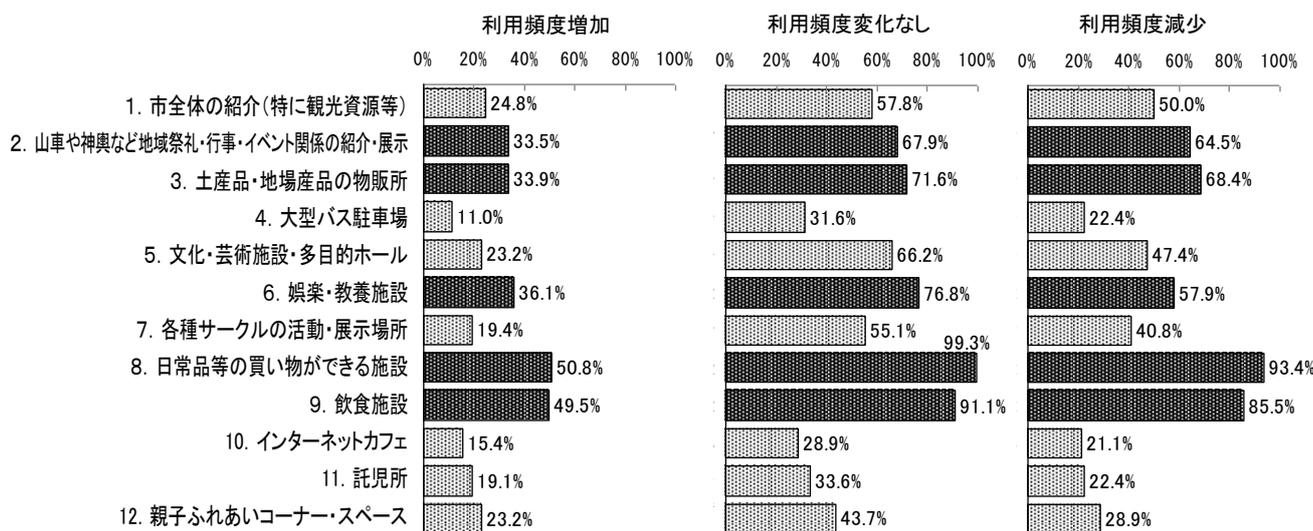
【活用したいと思うもの×利用頻度の変化】

- ・現在の佐原駅周辺等に出かける回数と、「活用したいと思うもの」に関連する施設が整備された場合の利用頻度を比較した「利用頻度の変化」（下図参照）別に、「活用したいと思うもの」を整理すると、利用頻度が増加した人が求めているのは「8. 日用品等の買い物ができる施設」及び「9. 飲食施設」が最も割合が高く、約5割が指摘している。
- ・また、利用頻度の変化に関わらず、「8. 日用品等の買い物ができる施設」及び「9. 飲食施設」に加えて、「2. 山車や神輿など地域祭礼・行事・イベント関係の紹介・展示」、「3. 土産品・地場産品の物販所」、「6. 娯楽・教養施設」が上位5項目となっている。

■利用頻度の変化について



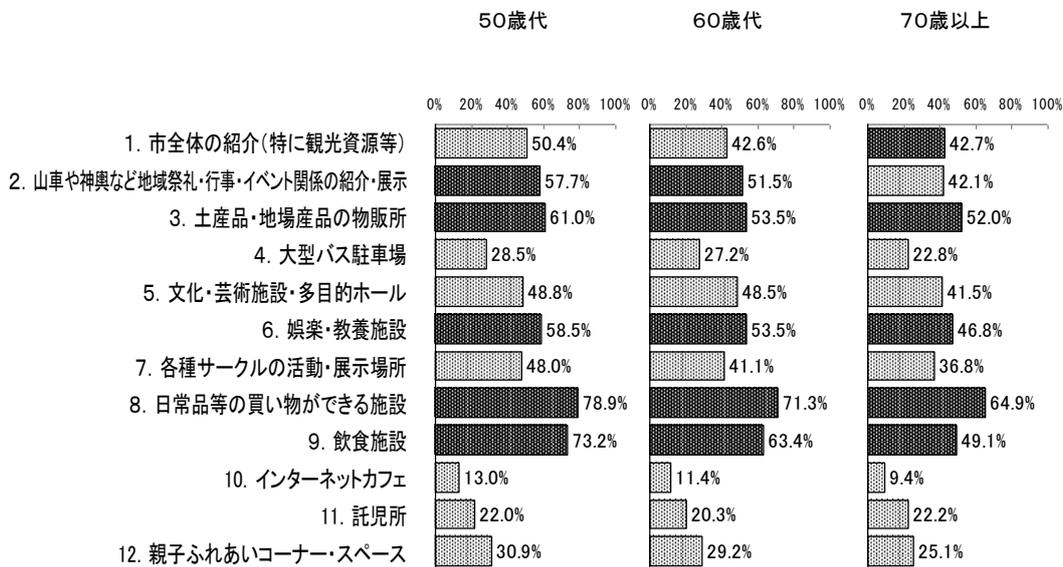
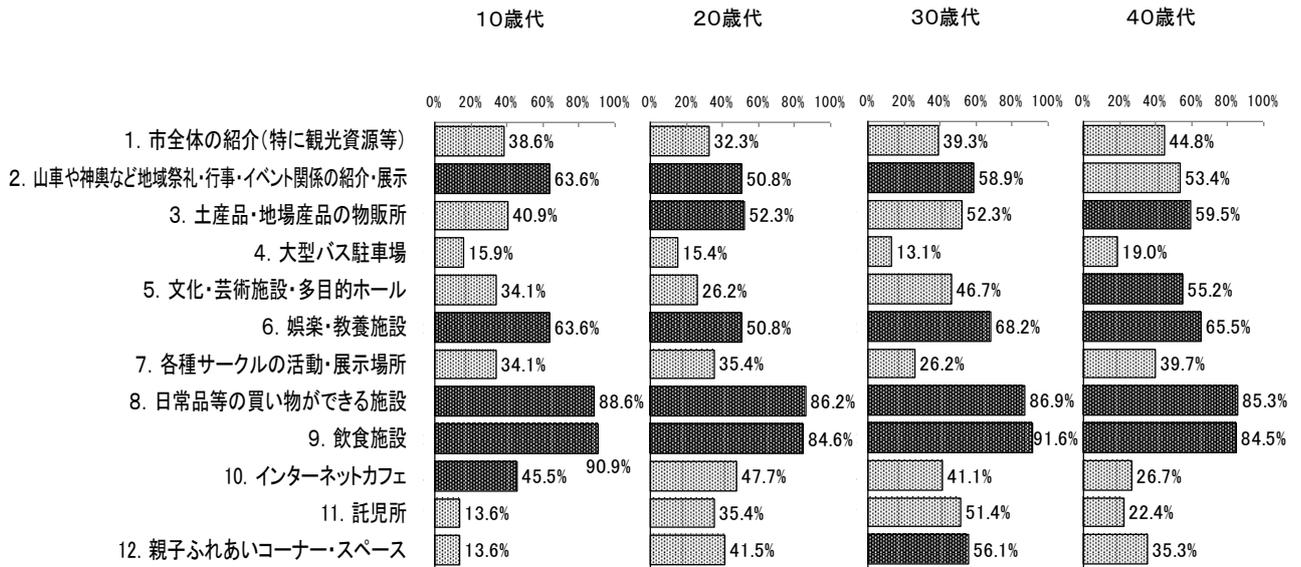
活用したいと思うもの 利用頻度の変化	増加		変化なし		減少		無回答		合計	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
1. 市全体の紹介(特に観光資源等)	79	24.8%	234	57.8%	38	50.0%	7	14.9%	358	100.0%
2. 山車や神輿など地域祭礼・行事・イベント関係の紹介・展示	107	33.5%	275	67.9%	49	64.5%	10	21.3%	441	100.0%
3. 土産品・地場産品の物販所	108	33.9%	290	71.6%	52	68.4%	10	21.3%	460	100.0%
4. 大型バス駐車場	35	11.0%	128	31.6%	17	22.4%	6	12.8%	186	100.0%
5. 文化・芸術施設・多目的ホール	74	23.2%	268	66.2%	36	47.4%	7	14.9%	385	100.0%
6. 娯楽・教養施設	115	36.1%	311	76.8%	44	57.9%	11	23.4%	481	100.0%
7. 各種サークルの活動・展示場所	62	19.4%	223	55.1%	31	40.8%	7	14.9%	323	100.0%
8. 日用品等の買い物ができる施設	162	50.8%	402	99.3%	71	93.4%	16	34.0%	651	100.0%
9. 飲食施設	158	49.5%	369	91.1%	65	85.5%	12	25.5%	604	100.0%
10. インターネットカフェ	49	15.4%	117	28.9%	16	21.1%	3	6.4%	185	100.0%
11. 託児所	61	19.1%	136	33.6%	17	22.4%	8	17.0%	222	100.0%
12. 親子ふれあいコーナー・スペース(親子で過ごす室内遊び場)	74	23.2%	177	43.7%	22	28.9%	10	21.3%	283	100.0%
回答者数合計	319	100.0%	405	100.0%	76	100.0%	47	100.0%	847	100.0%



【活用したいと思うもの×年齢】

- ・年齢別に「活用したいと思うもの」の割合で各年代上位5項目をみると、各年代共通で上位に挙げられているのは「6. 娯楽・教養施設」「8. 日常品等の買い物ができる施設」「9. 飲食施設」である。
- ・10代では「10. インターネットカフェ」、30代では「12. 親子ふれあいコーナー・スペース（親子で過ごす室内遊び場）」、40代では「5. 文化・芸術施設・多目的ホール」、70歳以上では「1. 市全体の紹介（特に観光資源等）」の割合が高い。

活用したいと思うもの	年齢							
	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	総計
	人(%)	人(%)	人(%)	人(%)	人(%)	人(%)	人(%)	人(%)
1. 市全体の紹介(特に観光資源等)	17 (38.6%)	21 (32.3%)	42 (39.3%)	52 (44.8%)	62 (50.4%)	86 (42.6%)	73 (42.7%)	358 (42.3%)
2. 山車や神輿など地域祭礼・行事・イベント関係の紹介・展示	28 (63.6%)	33 (50.8%)	63 (58.9%)	62 (53.4%)	71 (57.7%)	104 (51.5%)	72 (42.1%)	441 (52.1%)
3. 土産品・地場産品の物販所	18 (40.9%)	34 (52.3%)	56 (52.3%)	69 (59.5%)	75 (61.0%)	108 (53.5%)	89 (52.0%)	460 (54.3%)
4. 大型バス駐車場	7 (15.9%)	10 (15.4%)	14 (13.1%)	22 (19.0%)	35 (28.5%)	55 (27.2%)	39 (22.8%)	186 (22.0%)
5. 文化・芸術施設・多目的ホール	15 (34.1%)	17 (26.2%)	50 (46.7%)	64 (55.2%)	60 (48.8%)	98 (48.5%)	71 (41.5%)	385 (45.5%)
6. 娯楽・教養施設	28 (63.6%)	33 (50.8%)	73 (68.2%)	76 (65.5%)	72 (58.5%)	108 (53.5%)	80 (46.8%)	481 (56.8%)
7. 各種サークルの活動・展示場所	15 (34.1%)	23 (35.4%)	28 (26.2%)	46 (39.7%)	59 (48.0%)	83 (41.1%)	63 (36.8%)	323 (38.1%)
8. 日常品等の買い物ができる施設	39 (88.6%)	56 (86.2%)	93 (86.9%)	99 (85.3%)	97 (78.9%)	144 (71.3%)	111 (64.9%)	651 (76.9%)
9. 飲食施設	40 (90.9%)	55 (84.6%)	98 (91.6%)	98 (84.5%)	90 (73.2%)	128 (63.4%)	84 (49.1%)	604 (71.3%)
10. インターネットカフェ	20 (45.5%)	31 (47.7%)	44 (41.1%)	31 (26.7%)	16 (13.0%)	23 (11.4%)	16 (9.4%)	185 (21.8%)
11. 託児所	6 (13.6%)	23 (35.4%)	55 (51.4%)	26 (22.4%)	27 (22.0%)	41 (20.3%)	38 (22.2%)	222 (26.2%)
12. 親子ふれあいコーナー・スペース(親子で過ごす室内遊び場)	6 (13.6%)	27 (41.5%)	60 (56.1%)	41 (35.3%)	38 (30.9%)	59 (29.2%)	43 (25.1%)	283 (33.4%)
13. その他	6 (13.6%)	11 (16.9%)	16 (15.0%)	16 (13.8%)	8 (6.5%)	17 (8.4%)	17 (9.9%)	92 (10.9%)
回答者数合計	44 (100.0%)	65 (100.0%)	107 (100.0%)	116 (100.0%)	123 (100.0%)	202 (100.0%)	171 (100.0%)	847 (100.0%)



2. 商業店舗意向調査

[1]実施概要

香取市中心市街地(下図参照)に立地する商店の基本情報(業種・業態等)、主な顧客層等を把握するため、商店主へのアンケート調査を実施した。調査の実施概要は以下のとおりである。

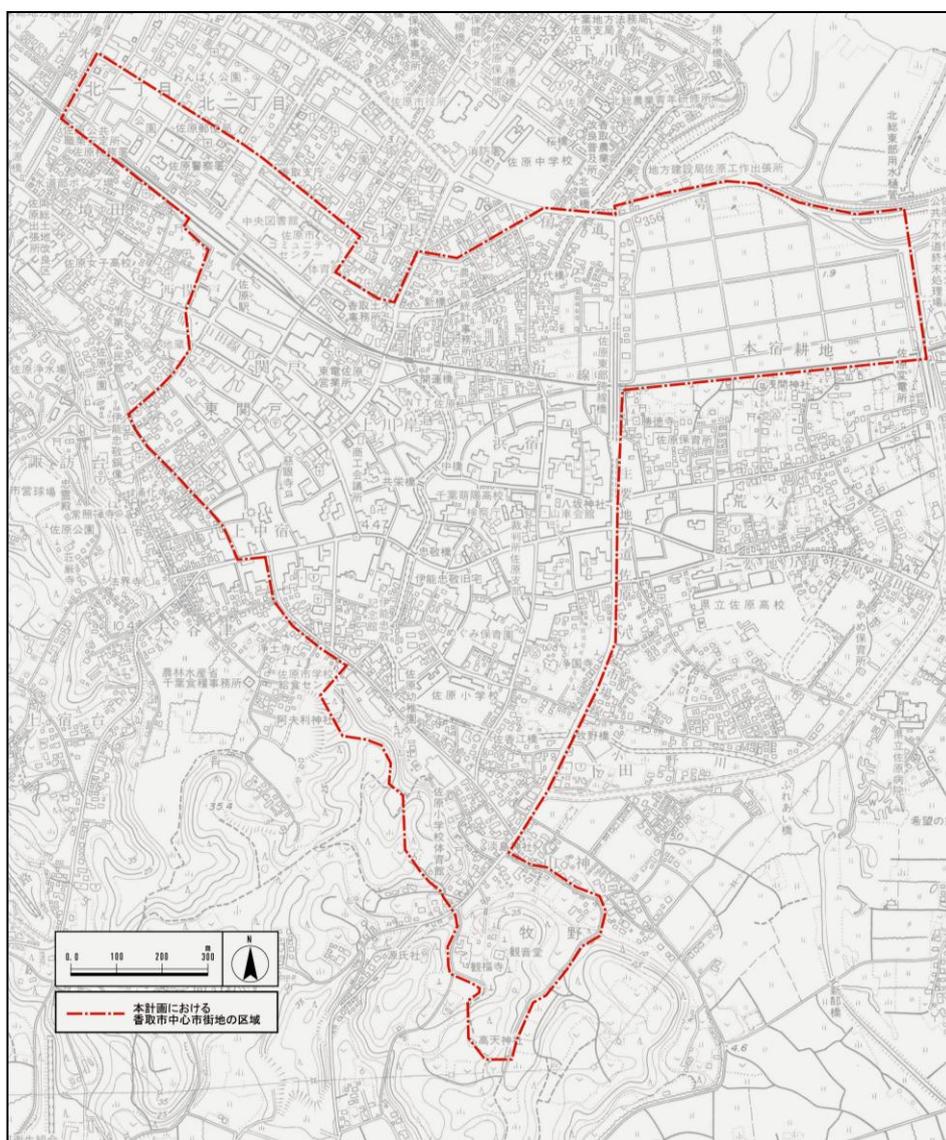
(1) 調査日程 (計4日間)

配布日：平成22年11月11日・12日

回収日：平成22年11月17日・18日

(2) 調査範囲

下図に示す香取市中心市街地の範囲



(3) 調査対象

調査範囲内に立地する下表に示す業態の商店。製造業(各種工場)、建設業、金融業(銀行、保険など)、医療・福祉業(病院、老人ホーム等)、教育業(予備校、塾、そろばん教室、英会話教室、ピアノ教室等)、運輸業(宅配便、郵便局等)は調査の対象としない。

■調査対象とする商店の業態

業 態		扱っている商品、サービス
卸売り・小売業	各種商品小売業	スーパー、百貨店など、多品種を扱っている店舗
	織物・衣服・身の回り品小売業	呉服、洋服、下着、寝具、くつ、カバン、手芸用品
	飲食料品小売業	野菜、果物、食肉、鮮魚、酒、菓子、パン、牛乳、茶類、米穀、食料加工品(豆腐・かまぼこ等)、乾物、コンビニ
	機械器具小売業	自動車、バイク、自転車、電気器具(家電製品、パソコン等)、機械器具
	その他の小売業	家具、建具、畳、仏壇、金物、食器、医薬品、化粧品、農耕用品、燃料、ガソリンスタンド、書籍(本・雑誌)、文具、ハンコ、スポーツ用品、おもちゃ、レジャー用品、楽器、レコード・CD、時計、カメラ、眼鏡、たばこ、花、植木、各種インテリア、貴金属、ペット、骨董品
宿泊業、飲食サービス業	宿泊業	ホテル、旅館、民宿
	飲食店	食堂、レストラン、専門料理店、そば・うどん、すし、居酒屋、バー、キャバレー、喫茶店、ファストフード
	持ち帰り・配達飲食サービス業	弁当、各種デリバリー(ピザ、すし等)
生活関連サービス業、娯楽業	洗濯、理容・美容・浴場業	クリーニング、床屋、美容室、浴場(銭湯等)、エステ
	その他の生活関連サービス業	旅行代理店、衣服修繕(洋服直し等)、冠婚葬祭(葬式など)、写真現像・焼付
	娯楽業	映画館、劇場、スポーツ施設(ゴルフ・テニス練習場など)、遊戯場(囲碁・将棋、マージャン、パチンコ、ゲームセンター等)、カラオケボックス
空き店舗		—

※業態分類は日本標準産業分類(H19年11月改定)による

(4) 調査の方法

各商店にアンケート票を調査員が手渡しで配布し、後日回収する。

(5) 配布数

274 票

(6) 回収数

268 票 (回収率 : 97.8%)

設問 2-5 主な業種をお答えください。 (あてはまるものを1つだけに○印をつけて下さい)

1. 食料品	2. 薬・化粧品	3. 書籍・CD・文房具	4. 生花
5. 衣料品	6. 日用雑貨	7. スポーツ用品	8. 写真・時計・眼鏡等
9. インテリア・家具	10. 電化製品	11. 自転車・自動車	12. 貴金属類
13. クリーニング	14. 理髪店・美容院・エステ		
15. 喫茶店	16. レストラン・食堂(麺類、寿司等の専門料理店を含む)		
17. 居酒屋	18. スナック・バー	19. 仕出し・デリバリー	20. ホテル・旅館
21. 娯楽(パチンコ、ゲームセンター、スポーツ施設、カラオケ等)			22. スーパー・百貨店
23. その他 ()

設問 2-6 来客用駐車場の有無を教えてください。

(あてはまるものを1つだけに○印をつけて下さい。また、駐車場がある場合には台数をご記入下さい)

1. 駐車場なし	2. 駐車場あり (大型車: _____ 台、乗用車: _____ 台)
----------	--------------------------------------

3. あなたのお店の経営について

設問 3-1 従業員数をお答えください(経営者ご自身、パート・アルバイトの方を含めてお答え下さい)。

(あてはまるものを1つだけに○印をつけて下さい)

1. 1人～2人	2. 3人～5人	3. 6人～10人	4. 11人～20人	5. 20人以上
----------	----------	-----------	------------	----------

設問 3-2 従業員のうち、経営者ご自身、家族従業員以外の人数をお答え下さい。

(あてはまるものを1つだけに○印をつけて下さい)

1. 0人	2. 1人～2人	3. 3人～5人	4. 6人～10人
5. 11人～20人	6. 20人以上		

設問 3-3 営業形態をお答えください。 (あてはまるものを1つだけに○印をつけて下さい)

1. 個人	2. 法人(会社組織)
-------	-------------

設問 3-4 経営年数をお答えください。当地で創業して何年になりますか？

(あてはまるものを1つだけに○印をつけて下さい)

1. 5年未満	2. 5年以上10年未満	3. 10年以上20年未満	4. 20年以上
---------	--------------	---------------	----------

設問 3-5 土地建物所有関係をお答えください。 (あてはまるものを1つだけに○印をつけて下さい)

1. 土地・建物とも自己所有 2. 建物のみ自己所有 3. 土地・建物とも借地借家

設問 3-6 過去数年の売り上げは、如何ですか？ (あてはまるものを1つだけに○印をつけて下さい)

1. 増加傾向 2. 横ばい 3. 減少傾向

設問 3-7 今後の経営状況についてどのようにお考えですか？

(あてはまるものを1つだけに○印をつけて下さい)

1. 現状よりも厳しくなると思う 2. 現状とほぼ変わらないと思う
3. 現状よりも良くなると思う 4. よく分からない

4. 商店会等への所属状況について

設問 4-1 商店会等の組織に所属していますか？ (あてはまるものを1つだけに○印をつけて下さい)

1. 所属している (所属している商店会等の名称：)
2. 所属していたが、退会した (所属していた商店会等の名称：)
3. 所属したことがない

<設問 4-1 で「1. 所属している」と回答した方のみ設問 4-2 にお答え下さい>

設問 4-2 商店会等の活動に積極的ですか？

(あてはまるものを1つだけに○印をつけて下さい)

1. とても積極的 2. 積極的 3. ふつう 4. あまり積極的でない
5. まったく積極的でない

5. あなたのお店の顧客層について

設問 5-1 あなたのお店のお客さんの主な年代を教えてください。

(あてはまるものを3つ以内に○印をつけて下さい)

1. 10歳代 2. 20歳代 3. 30歳代 4. 40歳代
5. 50歳代 6. 60歳代 7. 70歳以上

設問 5-2 あなたのお店のお客さんの主な居住地を教えてください。

(あてはまるものを2つを多い順に、記入欄に記入してください)

- | | |
|-------------------|--------------|
| 1. あなたのお店の近隣町内に在住 | 2. 佐原区に在住 |
| 3. 佐原区以外の香取市内に在住 | 4. 近隣の市町村に在住 |
| 5. 上記1～4以外(観光客など) | |

<記 入 欄>

1 番目に多い	2 番目に多い
※番号を1つだけ記入	※番号を1つだけ記入

6. 商業の活性化について

設問 6-1 あなたのお店、及びお店が所属する商店会を活性化するためには、どのような事が必要と
思いますか？

以下の1～11の中からあてはまるもの5つ以内に○印をつけて下さい。さらに、その中で
必要性の高い上位3つを順番に記入してください。

※あてはまるもの、5つ以内に○印をつけてください。

- | | | |
|--------------------|--------------------|------------------|
| 1. 後継者の育成 | 2. 新規出店者への支援 | 3. 商店会組織の活性化 |
| 4. お店や商店街の雰囲気づくり | 5. 商品、サービスの品揃えを増やす | |
| 6. 商品、サービスの質の一層の向上 | 7. 接客・サービスの一層の向上 | |
| 8. 商品、サービスの低価格化 | 9. 宣伝・広報 | 10. 営業日・営業時間を増やす |
| 11. その他 () | | |

※上で○印をつけた選択肢の中から、特に必要性の高い上位3つを選び、必要性の高い順にその番号を記
入してください。

1 番目に必要	2 番目に必要	3 番目に必要
※番号を1つだけ記入	※番号を1つだけ記入	※番号を1つだけ記入

設問 6-2 香取市中心市街地の商業全体を活性化するためには、どのような事が必要と思いますか？

以下の1～18の中からあてはまるもの5つ以内に○印をつけて下さい。さらに、その中で必要性の高い上位3つを順番に記入してください。

※あてはまるもの、5つ以内に○印をつけてください。

1. 最寄品の充実	2. 生鮮品の充実	3. 買回り品の充実
4. お土産物の充実	5. 飲食の充実	6. 来街者用の駐車場の拡充
7. 公共交通の利便性の向上（バス増便・コースの多様化など）	8. 歩行空間の充実	
9. 車の交通量の減少	10. 集客の核となる大型店の誘致	11. 空き店舗対策の実施
12. 起業支援・人材育成	13. 宣伝・広報の充実	14. 集客イベントの開催
15. 中心市街地の居住環境の向上	16. 中心市街地の公共公益サービスの充実	
17. 中心市街地全体の雰囲気・イメージの向上		
18. その他（		）

※上で○印をつけた選択肢の中から、特に必要性の高い上位3つを選び、必要性の高い順にその番号を記入してください。

1 番目に必要	2 番目に必要	3 番目に必要
※番号を1つだけ記入	※番号を1つだけ記入	※番号を1つだけ記入

7. 中心市街地活性化のための取り組みについて

設問 7-1 平成 13 年(2001 年)3 月に旧佐原市が中心市街地活性化基本計画を策定し、その後、中心市街地活性化のための様々な事業を実施してきました。平成 13 年当時(約 9 年前)と比べて、香取市中心市街地の魅力は向上したと思いますか？

下表の(1)～(4)について、それぞれお答え下さい(あてはまる数字に○印をつけて下さい)。

評価項目	向上 ←←←←			→→→→ 低下	
	大きく 向上した	やや 向上した	変わらない	やや 下がった	大きく 下がった
(1) まちの印象・イメージ	1	2	3	4	5
(2) 利便性	1	2	3	4	5
(3) まちの賑わい・活気	1	2	3	4	5
(4) 中心市街地への来街者数	1	2	3	4	5

設問 7-2 中心市街地活性化のための様々な取り組みや活動に対して、参加・協力したいとお考えですか？
(あてはまるものを1つだけに○印をつけて下さい)

- | | |
|------------------|----------------------|
| 1. 積極的に参加・協力したい | 2. 無理のない範囲内で参加・協力したい |
| 3. どちらともいえない | |
| 4. あまり参加・協力したくない | 5. まったく参加・協力したくない |

★★今後の香取市中心市街地のまちづくりに対するご意見などがございましたら、以下にご記入下さい★★

アンケートは以上です。御協力ありがとうございました。

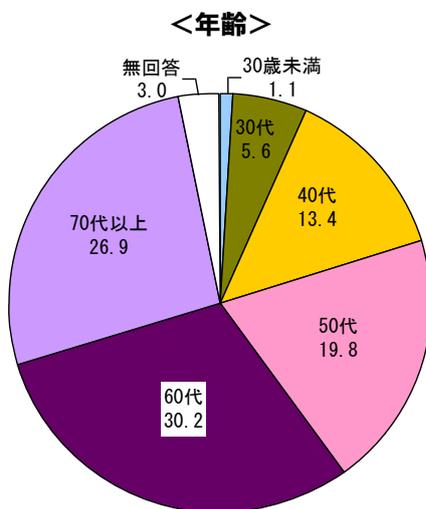
[3]調査結果取りまとめ

商店街アンケート調査の結果について取りまとめる。

(1) 回答者属性

①年 齢

・回答者の年齢は、60代が30.2%と最も多く、60代以上が半数以上(57.1%)を占めている。

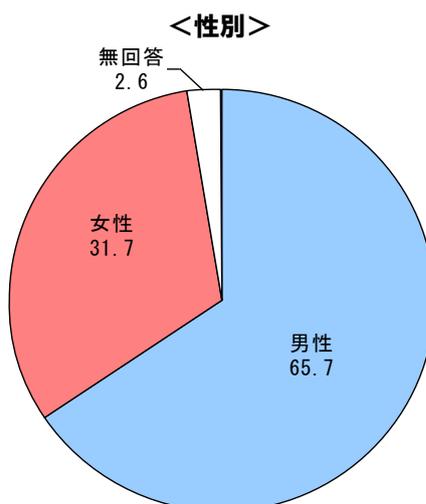


年齢

	30歳未満	30代	40代	50代	60代	70代以上	無回答	合計
人	3	15	36	53	81	72	8	268
割合 (%)	1.1	5.6	13.4	19.8	30.2	26.9	3.0	100.0

②性 別

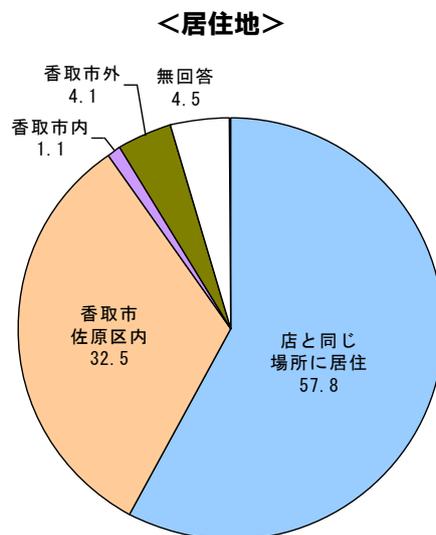
・回答者の性別は男性が65.1%、女性が31.7%である。



性別	男性	女性	無回答	合計
人	176	85	7	268
割合 (%)	65.7	31.7	2.6	100.0

③居住地

- ・回答者の居住地は、「店と同じ場所に居住」が57.8%と最も多く、「香取市佐原区内」と合わせると90.3%となり、全体の約9割が佐原区内に居住していることがわかる。
- ・「香取市外」は4.1%で、いずれも千葉県・茨城県内にある近隣市町村の居住者である。



居住地

	店と同じ場所に居住	香取市佐原区内	香取市内	香取市外	無回答	合計
人	155	87	3	11	12	268
割合 (%)	57.8	32.5	1.1	4.1	4.5	100.0

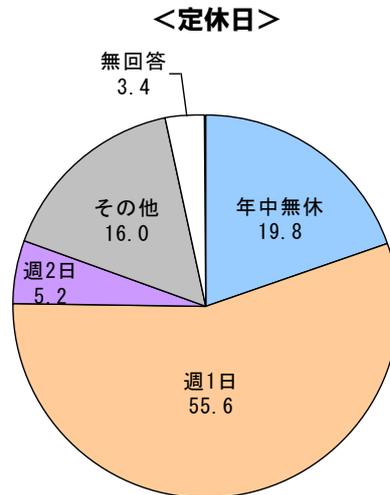
香取市外の内訳

千葉県	成田市	3
	旭市	1
	芝山町	1
	匝瑳市	1
	栄町	1
	東金市	1
	茨城県	行方市
	潮来市	1
	稲敷市	1

(2) 店の営業状況

①定休日

- ・定休日は「週1日」が55.6%と最も多く、過半数を占めている。次いで多いのは「年中無休」で、全体の約2割を占めている。
- ・「その他」では、「不定休」との回答が多く、回答者全体の4.1%を占めている。



定休日

(重複回答=1)

	年中無休	週1日	週2日	その他	無回答	合計
人	53	149	14	43	9	268
割合 (%)	19.8	55.6	5.2	16.0	3.4	100.0

その他の内訳

不定休	11
隔週2日	5
月2日	4
正月のみ	4
週4日	2
隔週1日	1
月1日	1
月1～2日	1
週1日+祭日休	1
週1日+月2日	1
週1日+月2回の連休	1
週1日+月1日	1
第1第2月火曜日	1
週1日2時より	1
店舗により異なる	1

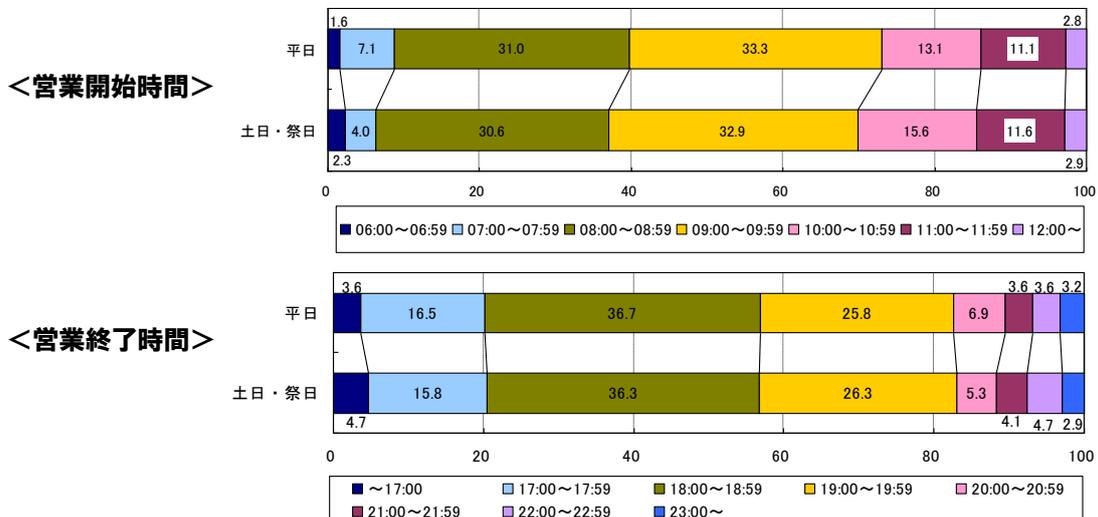
②営業時間

- ・営業開始時間は、平日・休日ともに「9:00～9:59」、「8:00～8:59」が多く、8時から10時までの間に全体の約7割の店が開店する。
- ・平日と休日の営業開始時間を比較すると、10時以降に始業する店は平日27.0%、休日30.1%となっており、休日は平日よりも営業開始時間が遅い傾向が読み取れる。
- ・営業終了時間は、平日・休日ともに「18:00～18:59」、「19:00～19:59」が多く、18時から20時までの間に全体の6割以上の店が閉店する。
- ・平日と休日の営業終了時間を比較すると、どの時間帯も割合に大きな変化は無く、平日と休日で就業時間はほとんど変わらないことが読み取れる。
- ・アンケートは日中に各店舗へ手渡しで配布したため、深夜営業の店舗については十分に抽出されていない可能性も考えられる。

営業時間

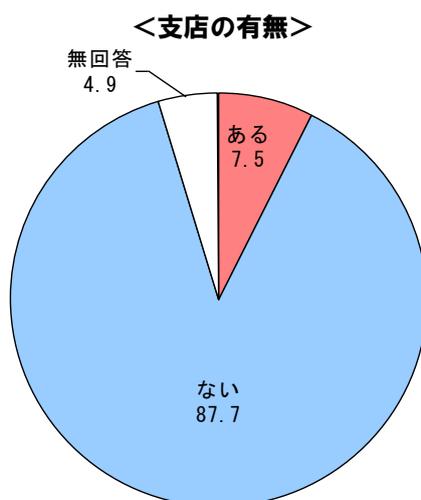
	平日				土日・祭日			
	営業開始		営業終了		営業開始		営業終了	
	人	割合 (%)	人	割合 (%)	人	割合 (%)	人	割合 (%)
06:00～06:59	4	1.6			4	2.3		
07:00～07:59	18	7.1			7	4.0		
08:00～08:59	78	31.0			53	30.6		
09:00～09:59	84	33.3			57	32.9		
10:00～10:59	33	13.1			27	15.6		
11:00～11:59	28	11.1			20	11.6		
12:00～12:59								
13:00～13:59	1	0.4						
14:00～14:59			2	0.8				
15:00～15:59	2	0.8			1	0.6	1	0.6
16:00～16:59	1	0.4	7	2.8	2	1.2	7	4.1
17:00～17:59	3	1.2	41	16.5	2	1.2	27	15.8
18:00～18:59			91	36.7			62	36.3
19:00～19:59			64	25.8			45	26.3
20:00～20:59			17	6.9			9	5.3
21:00～21:59			9	3.6			7	4.1
22:00～22:59			9	3.6			8	4.7
23:00～23:59			2	0.8				
00:00～00:59			3	1.2			2	1.2
01:00～01:59								
02:00～02:59			2	0.8			2	1.2
03:00～03:59								
04:00～04:59								
05:00～05:59			1	0.4			1	0.6
合計	252	100.0	248	100.0	173	100.0	171	100.0

※割合は、無回答の数を含めず算出



③支店の有無

- ・支店については「ない」が87.7%を占め、9割近くの店が支店を持っていない。

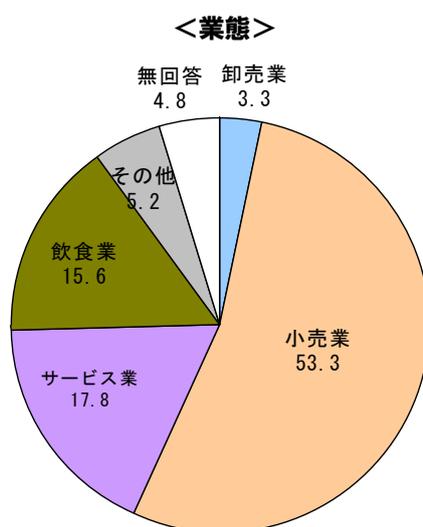


支店の有無

	ある	ない	無回答	合計
人	20	235	13	268
割合 (%)	7.5	87.7	4.9	100.0

④業態

- ・業態は、「小売業」が53.3%と最も多く、次いで「サービス業」(17.8%)、「飲食業」(15.6%)が多い。
- ・「その他」には、製造業が多くみられた。



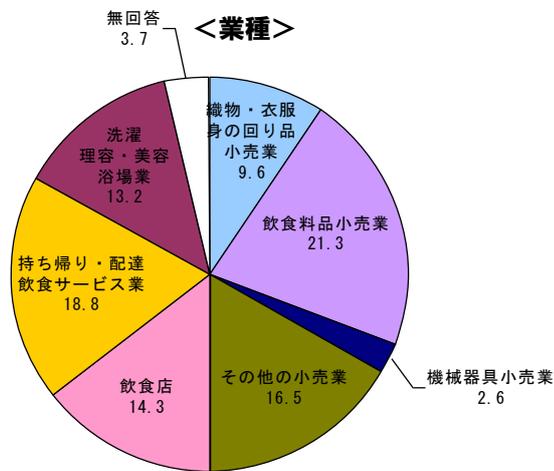
業態

(重複回答=2)

	卸売業	小売業	サービス業	飲食業	その他	無回答	合計
人	9	144	48	42	14	13	270
割合 (%)	3.3	53.3	17.8	15.6	5.2	4.8	100.0

⑤業種

- ・業種としては「飲食料品小売業」が21.3%と最も多く、次いで「持ち帰り・配達飲食サービス業」(18.8%)、「その他の小売業」(16.5%)が多い。



業種

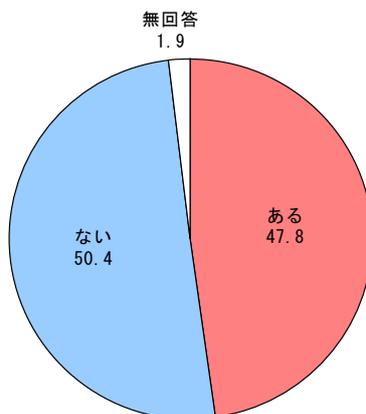
(重複回答=4)

	人	割合 (%)
各種商品小売業	0	0.0
織物・衣服・身の回り品小売業	26	9.6
飲食料品小売業	58	21.3
機械器具小売業	7	2.6
その他の小売業	45	16.5
宿泊業	0	0.0
飲食店	39	14.3
持ち帰り・配達飲食サービス業	51	18.8
洗濯、理容・美容・浴場業	36	13.2
その他の生活関連サービス業	0	0.0
その他	0	0.0
無回答	10	3.7
合計	272	100.0

⑥ 来客用駐車場の有無

- ・ 来客用の駐車場は、47.8%が「ある」と回答しており、「ない」の50.7%を若干下回るものの、約半数の店舗に駐車場が付いていることがわかる。
- ・ 来客用駐車場の乗用車の駐車台数については、「2台」、「1台」、「3台」の順に多く、駐車場台数について回答があった108店舗のうち57.4%が3台以下である。
- ・ 7軒の店舗が大型車用の駐車スペースを有していた。

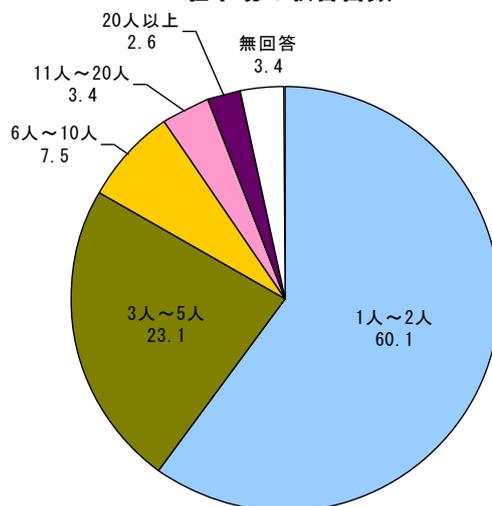
<駐車場の有無>



駐車場の有無

	ある	ない	無回答	合計
人	128	135	5	268
割合 (%)	47.8	50.4	1.9	100.0

<駐車場の収容台数>



駐車場の収容台数（乗用車）

	1台	2台	3台	4台	5~9台	10~19台	20~49台	50台以上	合計
人	22	27	13	11	23	8	2	2	108
割合 (%)	20.4	25.0	12.0	10.2	21.3	7.4	1.9	1.9	100.0

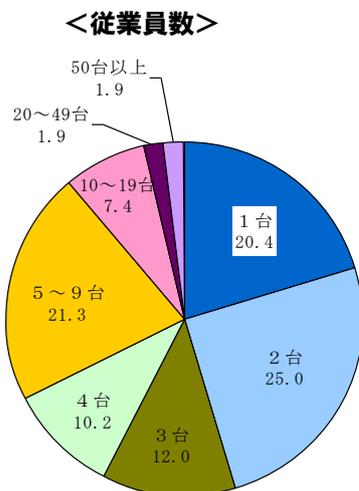
駐車場の収容台数（大型車）

	1台	2台	3台	4台	5台	合計
人	2	3	0	1	1	7
割合 (%)	28.6	42.9	0.0	14.3	14.3	100.0

(3) 店の経営状況

①従業員数

- ・従業員数は「1～2人」が約6割で最も多く、次いで「3～5人」が 23.1%となっており、全体の8割以上の店が従業員数5人以下で経営している。

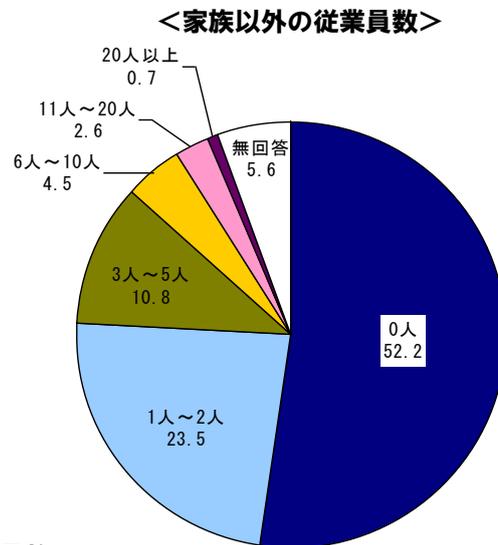


従業員数

	1人～2人	3人～5人	6人～10人	11人～20人	20人以上	無回答	合計
人	161	62	20	9	7	9	268
割合 (%)	60.1	23.1	7.5	3.4	2.6	3.4	100.0

②家族以外の従業員数

- ・家族以外の従業員数は、「0人」が 52.2%と最も多く、半数以上の店が家族のみで経営している。
- ・家族以外の従業員が10人以上いるとの回答があった店の業種は「飲食料品小売業」「飲食店」「持ち帰り・配達飲食サービス業」「洗濯・理容・美容・浴場業」であった。



家族以外の従業員数

	0人	1人~2人	3人~5人	6人~10人	11人~20人	20人以上	無回答	合計
人	140	63	29	12	7	2	15	268
割合 (%)	52.2	23.5	10.8	4.5	2.6	0.7	5.6	100.0

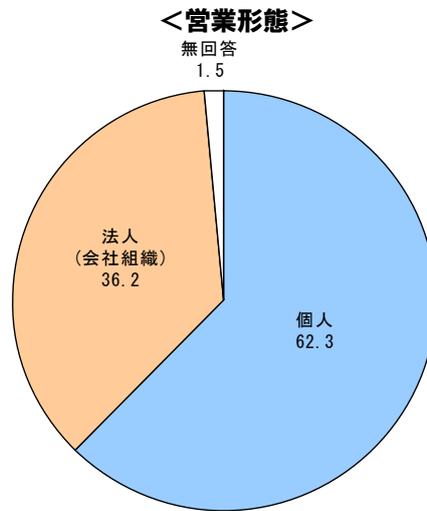
[クロス集計]業種別にみる家族以外の従業員数

(人)

	0人	1人~2人	3人~5人	6人~10人	11人~20人	20人以上	合計
各種商品小売業	0	0	0	0	0	0	0
織物・衣服・身の回り品小売業	14	8	1	3	0	0	26
飲食料品小売業	34	12	6	3	2	1	58
機械器具小売業	5	1	1	0	0	0	7
その他の小売業	26	10	4	2	0	0	42
宿泊業	0	0	0	0	0	0	0
飲食店	10	13	9	3	2	0	37
持ち帰り・配達飲食サービス業	25	13	6	1	2	0	47
洗濯・理容・美容・浴場業	23	7	1	0	1	1	33
その他の生活関連サービス業	0	0	0	0	0	0	0
その他	0	0	0	0	0	0	0
合計	137	64	28	12	7	2	250

③営業形態

- ・営業形態は、個人経営が約6割、法人が約4割となっており、個人経営の店舗の方が多い。

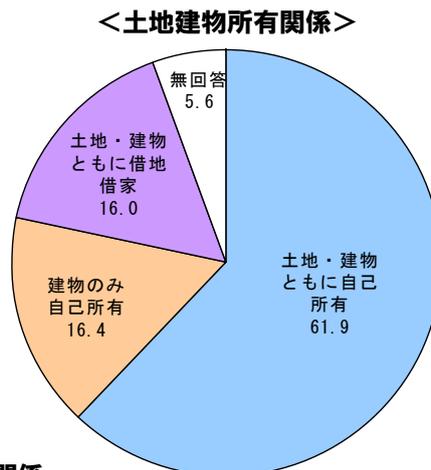


営業形態

	個人	法人 (会社組織)	無回答	合計
人	167	97	4	268
割合 (%)	62.3	36.2	1.5	100.0

④土地建物所有関係

- ・土地、建物の所有関係をみると、「土地・建物ともに自己所有」が61.9%と最も多く、「建物のみ自己所有」(16.4%)、「土地・建物ともに借地借家」(16.0%) はほぼ同数であった。

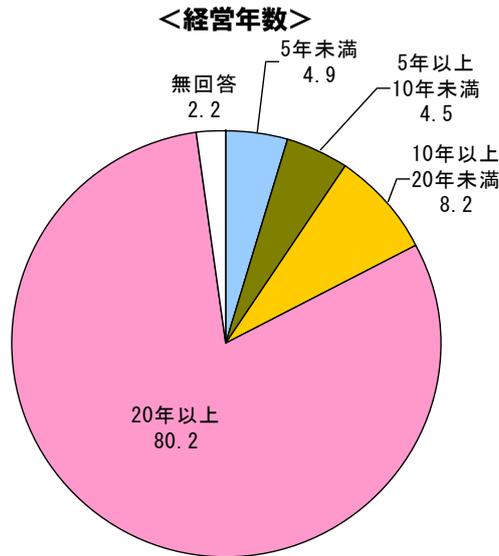


土地建物所有関係

	土地・建物 ともに自己所有	建物のみ 自己所有	土地・建物 ともに借地借家	無回答	合計
人	166	44	43	15	268
割合 (%)	61.9	16.4	16.0	5.6	100.0

⑤経営年数

- ・経営年数は、「20年以上」が最も多く、全体の約8割を占めており、経営年数10年未満の店は、全体の約1割であった。
- ・経営年数を土地建物の所有関係別にみると、経営年数20年未満の店は借地借家が4割以上と多いが、20年以上の店は73.8%が土地・建物ともに自己所有である。
- ・経営年数を経営者の年齢別にみると、経営年数10年以上の店は60代以上が過半数を占めているが、経営年数5年未満の店では30代が、5～10年の店では40代が最も多く、若い世代の新規参入も少数ながらいることが読み取れる。



経営年数

	5年未満	5年以上 10年未満	10年以上 20年未満	20年以上	無回答	合計
人	13	12	22	215	6	268
割合 (%)	4.9	4.5	8.2	80.2	2.2	100.0

[クロス集計]土地建物所有関係別にみる経営年数

	土地・建物 ともに自己所有	建物のみ 自己所有	土地・建物 ともに借地借家	合計	
5年未満	38.5	15.4	46.2	100.0	N=13
5年以上 10年未満	20.0	0.0	80.0	100.0	N=10
10年以上 20年未満	28.6	9.5	61.9	100.0	N=21
20年以上	73.8	18.4	7.8	100.0	N=206

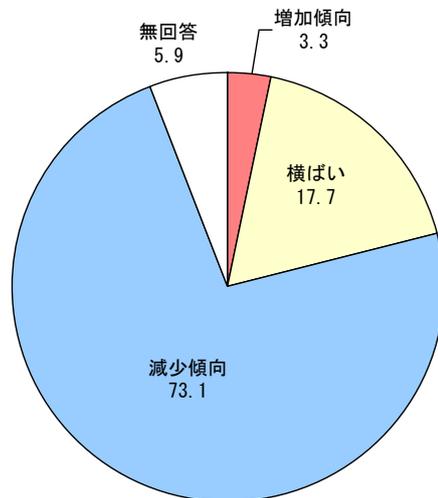
[クロス集計]年齢別にみる経営年数

	30歳未満	30代	40代	50代	60代	70代以上	合計	
5年未満	0.0	38.5	15.4	23.1	23.1	0.0	100.0	N=13
5年以上 10年未満	9.1	9.1	36.4	27.3	18.2	0.0	100.0	N=11
10年以上 20年未満	4.8	0.0	23.8	19.0	33.3	19.0	100.0	N=21
20年以上	0.5	3.8	11.9	20.0	32.4	31.4	100.0	N=210

⑥売り上げ傾向

- ・売り上げは、7割以上が「減少傾向」と回答している。
- ・売り上げ傾向を業種別にみると、「飲食店」「持ち帰り・配達飲食サービス業」は「増加傾向」が5%以上、「横ばい」が20%以上であり、飲食関連業種が他の業種よりも売り上げ傾向が上向きである。

<売り上げ傾向>



売り上げ傾向

(重複回答=3)

	増加傾向	横ばい	減少傾向	無回答	合計
人	9	48	198	16	271
割合 (%)	3.3	17.7	73.1	5.9	100.0

[クロス集計]業種別にみる売り上げ傾向

(%)

	増加傾向	横ばい	減少傾向	合計
各種商品小売業	0.0	0.0	0.0	—
織物・衣服・身の回り品小売業	4.0	16.0	80.0	100.0
飲食料品小売業	3.6	12.5	83.9	100.0
機械器具小売業	0.0	16.7	83.3	100.0
その他の小売業	0.0	20.0	80.0	100.0
宿泊業	0.0	0.0	0.0	—
飲食店	5.4	21.6	73.0	100.0
持ち帰り・配達飲食サービス業	6.1	28.6	65.3	100.0
洗濯、理容・美容・浴場業	0.0	18.2	81.8	100.0
その他の生活関連サービス業	0.0	0.0	0.0	—
その他	0.0	0.0	0.0	—

N=25

N=56

N=6

N=45

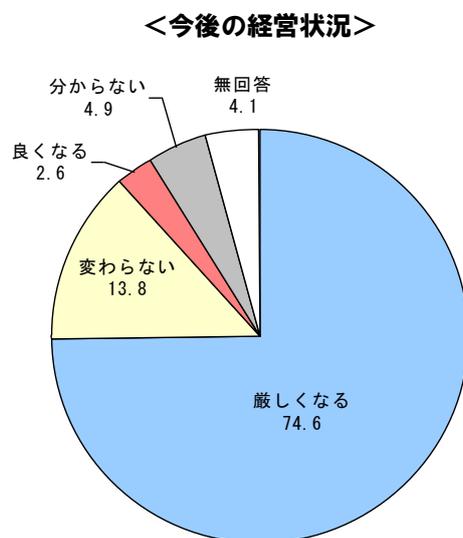
N=37

N=49

N=33

⑦今後の経営状況

- ・今後の経営状況の見通しについては、「厳しくなる」が74.8%と最も多く、「良くなる」は2.8%となっている。



今後の経営状況

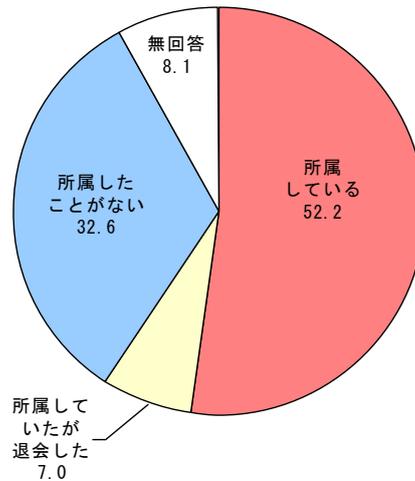
	厳しくなる	変わらない	良くなる	分からない	無回答	合計
人	200	37	7	13	11	268
割合 (%)	74.6	13.8	2.6	4.9	4.1	100.0

(4) 商店会等への所属状況

①所属の有無

- ・商店会等の組織には、半数以上が「所属している」と回答している。
- ・一方で、「所属したことがない」も全体の3割以上を占めている。
- ・商店会等への所属状況を年齢別にみると、40代以上では半数以上の人々が「所属している」との回答をしているが、30代では「所属したことがない」が58.3%で過半数を占めており、若年層に未所属の傾向が強い。

<商店会等への所属>



商店会等への所属

(重複回答=2)

	所属している	所属していたが退会した	所属したことがない	無回答	合計
人	141	19	88	22	270
割合 (%)	52.2	7.0	32.6	8.1	100.0

[クロス集計]年齢別にみる商店会等への所属

(%)

	30歳未満	30代	40代	50代	60代	70代以上
所属している	100.0	41.7	65.7	62.0	52.6	52.2
所属していたが退会した	0.0	0.0	2.9	8.0	9.2	10.1
所属したことがない	0.0	58.3	31.4	30.0	38.2	37.7
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

N=3

N=12

N=35

N=50

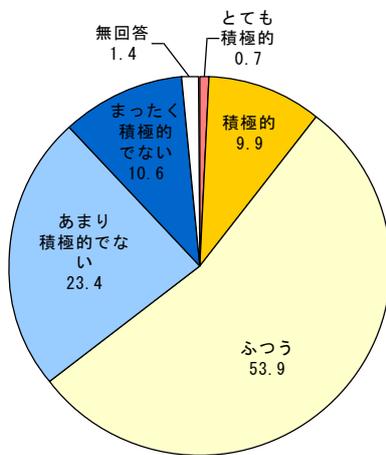
N=76

N=69

②活動への参加

- ・商店会等の組織に参加している人のうち半数以上の人、商店会等の活動への参加意欲は「ふつう」と回答している。
- ・商店会等の活動に積極的な人は全体の約1割を占めているが、反対に積極的でない人は34.0%を占め、活動に対して積極的でない人のほうが多いことがわかる。
- ・商店会等の活動への参加を業種別にみると、活動への参加に積極的なのは「飲食料品小売業」「飲食店」で、「積極的」が15%以上を占めている。「飲食料品小売業」「飲食店」は他業態に比べて近年売上げが順調な業態であり、この事が影響している可能性が考えられる。
- ・反対に「織物・衣服・身の回り品小売業」「その他小売業」「洗濯・理容・美容・浴場業」は「あまり積極的でない」と「まったく積極的でない」を合わせると4割を超え、活動への参加に消極的な姿勢がうかがえる。

<商店会等の活動への参加>



商店会等の活動への参加

	とても積極的	積極的	ふつう	あまり積極的でない	まったく積極的でない	無回答	合計
人	1	14	76	33	15	2	141
割合 (%)	0.7	9.9	53.9	23.4	10.6	1.4	100.0

[クロス集計]経営年数別にみる商店会活動への参加

	(%)	
	10年未満	10年以上
とても積極的	0.0	0.7
積極的	11.8	9.0
ふつう	35.3	52.4
あまり積極的でない	41.2	23.4
まったく積極的でない	11.8	14.5
合計	100.0	100.0

N=17 N=145

[クロス集計]業種別にみる商店会活動への参加

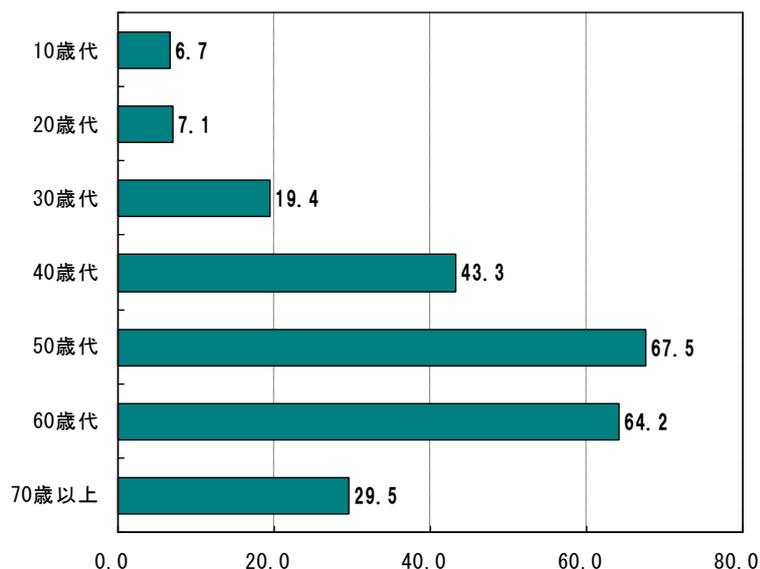
	(%)					
	とても積極的	積極的	ふつう	あまり積極的でない	まったく積極的でない	合計
各種商品小売業	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	—
織物・衣服・身の回り品小売業	0.0	10.0	45.0	30.0	15.0	100.0
飲食料品小売業	0.0	18.2	54.5	18.2	9.1	100.0
機械器具小売業	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	100.0
その他の小売業	0.0	5.9	52.9	35.3	5.9	100.0
宿泊業	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	—
飲食店	0.0	16.7	45.8	20.8	16.7	100.0
持ち帰り・配達飲食サービス業	3.3	6.7	60.0	20.0	10.0	100.0
洗濯・理容・美容・浴場業	0.0	0.0	35.7	28.6	35.7	100.0
その他の生活関連サービス業	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	—
その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	—

(5) 顧客層

①顧客の年齢層（複数回答）

- ・顧客の年齢層は「50歳代」が67.5%と最も多く、次いで「60歳代」(64.2%)、「40歳代」(43.3%)が多い。
- ・顧客の年齢層を業種別にみると、「持ち帰り・配達飲食サービス業」は、20歳代が13.7%、30歳代が23.5%と多く、若い年代の顧客も多いことがうかがえる。

<顧客の年齢層>



顧客の年齢層

(N=268)

	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	無回答
人	18	19	52	116	181	172	79	19
割合 (%)	6.7	7.1	19.4	43.3	67.5	64.2	29.5	7.1

[クロス集計]業種別にみる顧客の年齢層

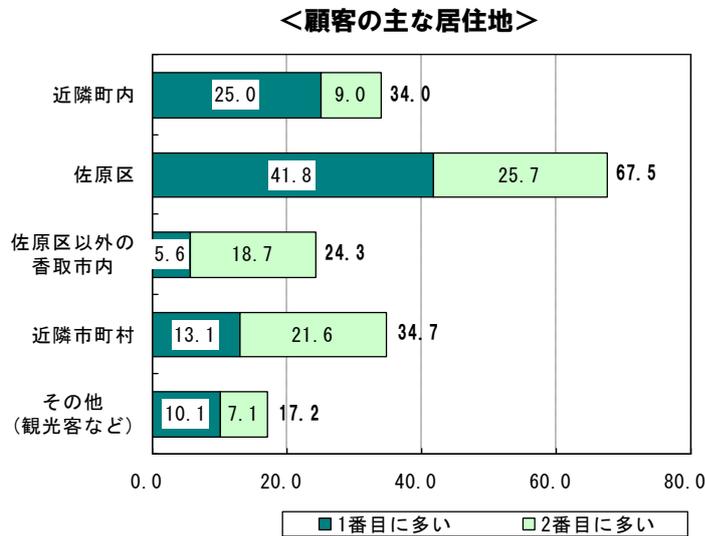
(%)

	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	
各種商品小売業	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	N=0
織物・衣服・身の回り品小売業	7.7	7.7	11.5	26.9	57.7	80.8	53.8	N=26
飲食物品小売業	8.6	5.2	5.2	50.0	74.1	67.2	20.7	N=58
機械器具小売業	28.6	0.0	14.3	42.9	42.9	42.9	71.4	N=7
その他の小売業	8.9	8.9	20.0	26.7	64.4	64.4	40.0	N=45
宿泊業	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	N=0
飲食店	0.0	5.1	43.6	51.3	74.4	53.8	20.5	N=39
持ち帰り・配達飲食サービス業	7.8	13.7	23.5	43.1	62.7	62.7	21.6	N=51
洗濯、理容・美容・浴場業	2.8	8.3	19.4	55.6	69.4	66.7	27.8	N=36
その他の生活関連サービス業	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	N=0
その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	N=0

※業種別店舗数で割った割合

②顧客の主な居住地（複数回答）

- ・顧客の主な居住地については「佐原区」が67.5%と最も多く、次いで「近隣市町村」(34.7%)、「近隣町内」(34.0%)の順に多かった。
- ・顧客の主な居住地を業種別に見ると、「織物・衣服・身の回り品小売業」では「近隣市町村」との回答が26.9%となっており、市外から買いに来る人も多いことがわかる。



顧客の主な居住地

(N=268)

		近隣町内	佐原区	佐原区以外の香取市内	近隣市町村	その他(観光客など)
1番多い	人	67	112	15	35	27
	割合(%)	25.0	41.8	5.6	13.1	10.1
2番目に多い	人	24	69	50	58	19
	割合(%)	9.0	25.7	18.7	21.6	7.1
合計	人	91	181	65	93	46
	割合(%)	34.0	67.5	24.3	34.7	17.2

[クロス集計]業種別にみる顧客の主な居住地

(%)

	近隣町内	佐原区	佐原区以外の香取市内	近隣市町村	その他(観光客など)	
各種商品小売業	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	N=0
織物・衣服・身の回り品小売業	15.4	15.4	23.1	26.9	0.0	N=26
飲食料品小売業	12.1	12.1	5.2	6.9	0.0	N=58
機械器具小売業	57.1	57.1	0.0	14.3	0.0	N=7
その他の小売業	22.2	22.2	13.3	6.7	0.0	N=45
宿泊業	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	N=0
飲食店	2.6	2.6	2.6	2.6	17.9	N=39
持ち帰り・配達飲食サービス業	0.0	0.0	5.9	15.7	7.8	N=51
洗濯、理容・美容・浴場業	8.3	8.3	8.3	13.9	0.0	N=36
その他の生活関連サービス業	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	N=0
その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	N=0

※業種別店舗数で割った割合

(6) 商業の活性化についての考え

①店・商店会の活性化に必要なこと（複数回答）

- ・自分の店や、所属する商店会の活性化に必要なこととしては、「お店や商店街の雰囲気づくり」が57.1%と最も多く、次いで「商品、サービスの質の一層の向上」「宣伝・広報」「接客、サービスの一層の向上」がそれぞれ約4割を占めた。
- ・活性化のために1番必要なこととしては「お店や商店街の雰囲気づくり」が16.4%と最も多く、次いで「後継者の育成」(16.0%)が多かった。

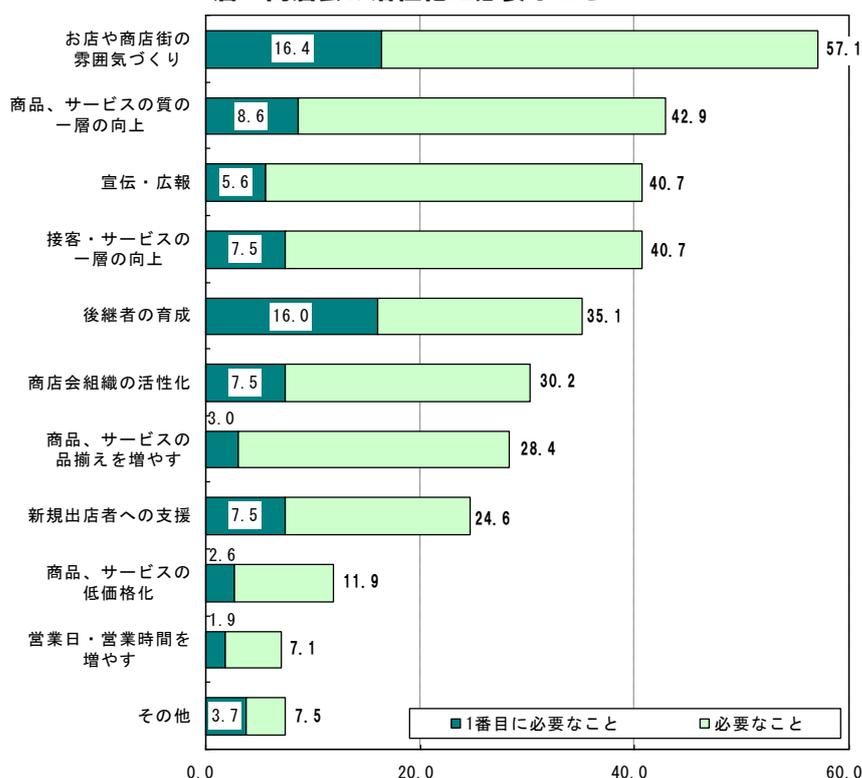
<店・商店会の活性化に必要なこと>

(N=268)

	1番必要なこと		必要なこと	
	人	割合 (%)	人	割合 (%)
お店や商店街の雰囲気づくり	44	16.4	153	57.1
商品、サービスの質の一層の向上	23	8.6	115	42.9
接客・サービスの一層の向上	20	7.5	109	40.7
宣伝・広報	15	5.6	109	40.7
後継者の育成	43	16.0	94	35.1
商店会組織の活性化	20	7.5	81	30.2
商品、サービスの品揃えを増やす	8	3.0	76	28.4
新規出店者への支援	20	7.5	66	24.6
商品、サービスの低価格化	7	2.6	32	11.9
営業日・営業時間を増やす	5	1.9	19	7.1
その他	10	3.7	20	7.5
無回答	6	2.2	38	14.2

※「必要なこと」は「一番必要なこと」を含めて、最大で3つまで回答可としている

店・商店会の活性化に必要なこと



②中心市街地活性化に必要なこと（複数回答）

- 香取市中心市街地の商業全体を活性化するために必要なこととしては、「空き店舗対策の実施」が44.4%と最も多く、次いで「来街者用の駐車場の拡充」(39.2%)、「中心市街地全体の雰囲気・イメージの向上」(35.1%)、「集客の核となる大型店の誘致」(34.3%)、「集客の核となる大型店の誘致」(34.3%)の順に多かった。
- 1番必要なこととしては、「集客の核となる大型店の誘致」が17.5%で最も多かった。

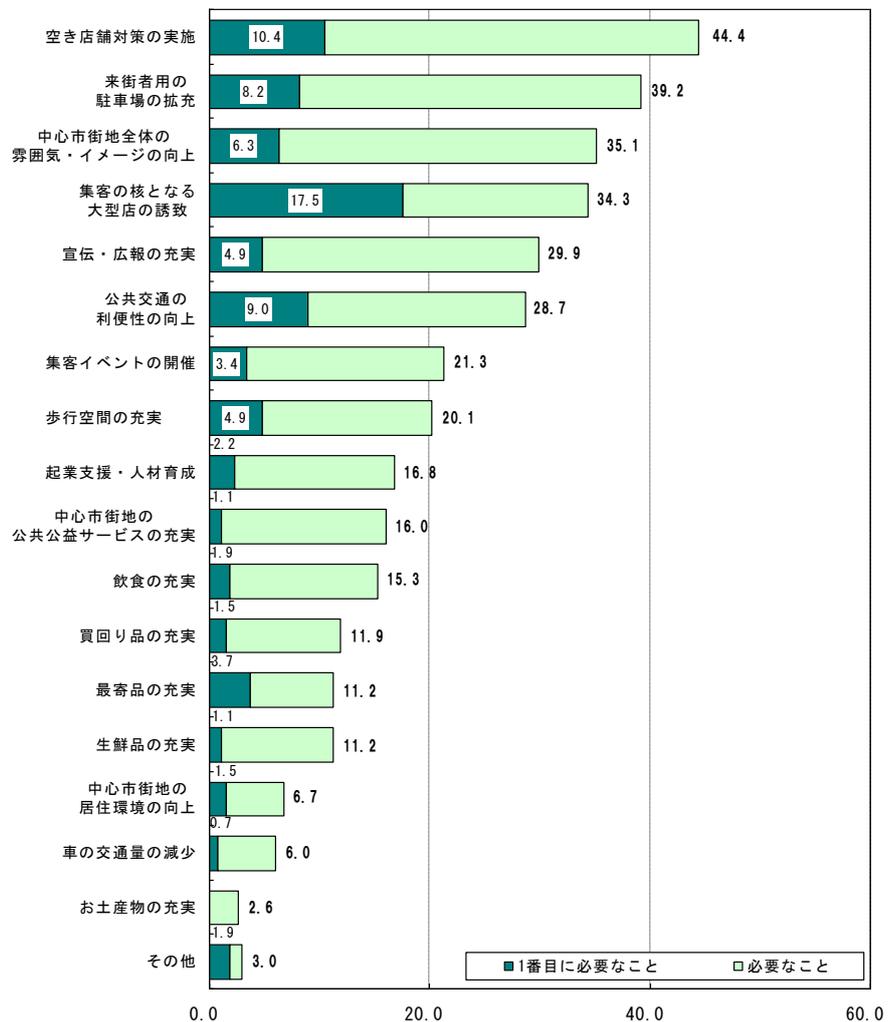
※「必要なこと」は「1番必要なこと」を含めて、最大で3つまで回答可としている

＜中心市街地活性化に必要なこと＞

(N=268)

	1番必要なこと		必要なこと	
	人	割合 (%)	人	割合 (%)
空き店舗対策の実施	28	10.4	119	44.4
来街者用の駐車場の拡充	22	8.2	105	39.2
中心市街地全体の雰囲気・イメージの向上	17	6.3	94	35.1
集客の核となる大型店の誘致	47	17.5	92	34.3
宣伝・広報の充実	13	4.9	80	29.9
公共交通の利便性の向上	24	9.0	77	28.7
集客イベントの開催	9	3.4	57	21.3
歩行空間の充実	13	4.9	54	20.1
起業支援・人材育成	6	2.2	45	16.8
中心市街地の公共公益サービスの充実	3	1.1	43	16.0
飲食の充実	5	1.9	41	15.3
買回り品の充実	4	1.5	32	11.9
最寄品の充実	10	3.7	30	11.2
生鮮品の充実	3	1.1	30	11.2
中心市街地の居住環境の向上	4	1.5	18	6.7
車の交通量の減少	2	0.7	16	6.0
お土産物の充実	0	0.0	7	2.6
その他	5	1.9	8	3.0
無回答	6	2.2	42	15.7

中心市街地活性化に必要なこと



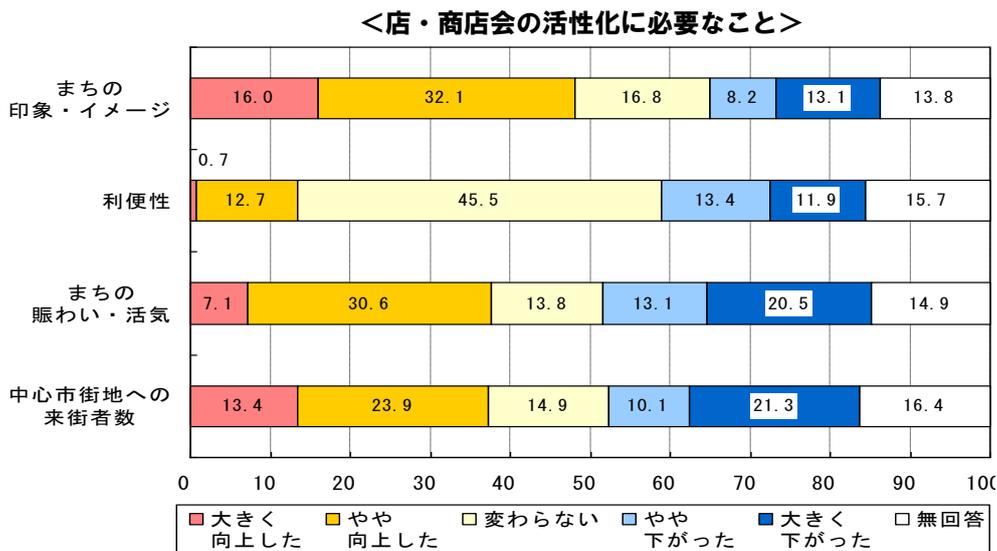
(7) 中心市街地活性化のための取り組み

①中心市街地の魅力向上について

- ・「まちの印象・イメージ」については「向上した(※1)」が48.1%、「下がった(※2)」が21.3%となっており、半数近くの人が中心市街地のイメージは向上したと回答している。
- ・「利便性」については、「変わらない」が45.5%と最も多い。また、「向上した」が13.4%であるのに対し、「下がった」は25.3%で、9年前に比べて利便性は下がったと思っている人のほうが多い。
- ・「まちの賑わい・活気」「中心市街地への来街者数」については、「変わらない」との回答が13~14%台と少なく、「向上した」が37%台、「下がった」が31~34%台で、「向上した」が若干多いものの、人によって感じ方が分かれる結果となっている。これは自由回答でも指摘のあるように、地域間・業種間で賑わいに偏りがある現状が影響しているものと考えられる。
- ・全般的に見れば、中心市街地活性化等に関わる近年の様々な取り組みによって、「まちの印象・イメージ」は向上したものの、それらが実質的な利便性や賑わい、来客数の向上にまで至っていないと考えている店主が多いといえる。

(※1)「向上した」は「大きく向上した」「やや向上した」の合計。

(※2)「下がった」は「やや下がった」「大きく下がった」の合計。



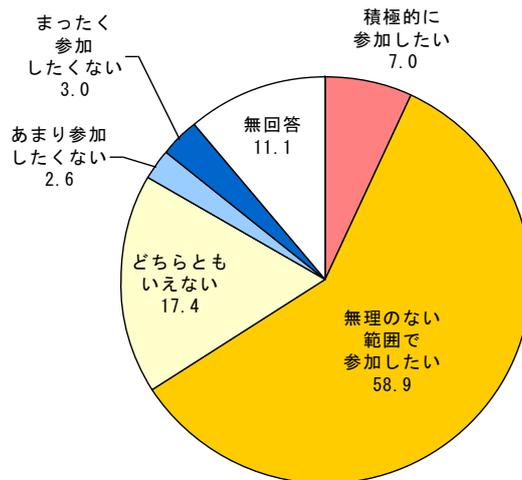
店・商店会の活性化に必要なこと

		大きく向上した	やや向上した	変わらない	やや下がった	大きく下がった	無回答	合計
まちの印象・イメージ	人	43	86	45	22	35	37	268
	割合(%)	16.0	32.1	16.8	8.2	13.1	13.8	100.0
利便性	人	2	34	122	36	32	42	268
	割合(%)	0.7	12.7	45.5	13.4	11.9	15.7	100.0
まちの賑わい・活気	人	19	82	37	35	55	40	268
	割合(%)	7.1	30.6	13.8	13.1	20.5	14.9	100.0
中心市街地への来街者数	人	36	64	40	27	57	44	268
	割合(%)	13.4	23.9	14.9	10.1	21.3	16.4	100.0

②取り組み・活動への参加意欲

- ・ 中心市街地活性化のための様々な取り組みや活動への参加については、「無理のない範囲で参加したい」が 58.9%と最も多く、「積極的に参加したい」(7.0%) と合わせると約 3分の2 の回答者が参加には意欲的な姿勢を見せている。
- ・ 取り組みや活動への参加意欲を年齢別にみると、40代以下の若い世代では「参加したい」が8割を超えているが、世代が上がるにつれ「参加したい」人の割合は減少している。
- ・ 取り組みや活動への参加意欲を経営年数別にみると、経営年数10年未満では95.2%の人が「参加したい」と答えているのに対し、経営年数10年以上では「参加したい」は73.0%で、「参加したくない」も7.0%みられた。

<取り組み・活動への参加意欲>



取り組み・活動への参加意欲

(重複回答=2)

	積極的に参加したい	無理のない範囲で参加したい	どちらともいえない	あまり参加したくない	まったく参加したくない	無回答	合計
人	19	159	47	7	8	30	270
割合 (%)	7.0	58.9	17.4	2.6	3.0	11.1	100.0

[クロス集計]年齢別にみる取り組み・活動への参加意欲 (%)

	30歳未満	30~40代	50~60代	70代以上
参加したい	100.0	83.3	72.5	67.2
どちらともいえない	0.0	12.5	20.0	26.6
参加したくない	0.0	4.2	7.5	6.3
合計	100.0	100.0	100.0	100.0

※「参加したい」は、「積極的に参加したい」と「無理のない範囲で参加したい」の合計
 ※「参加したくない」は、「あまり参加したくない」と「まったく参加したくない」の合計

[クロス集計]経営年数別にみる

取り組み・活動への参加意欲 (%)

	10年未満	10年以上
参加したい	95.2	73.0
どちらともいえない	4.8	20.0
参加したくない	0.0	7.0
合計	100.0	100.0

(8) 自由記入

意見	<p>昔の雰囲気が残っている佐原に対して、年配の方は懐かしい気持ちになり、若者は物珍しい新鮮さを感じる様だ。 小野川の舟も人気があるので、ずっと残したいものだ。 観光客にしる一般客にしる、絶対数が少ないのが活性化しない最大の要因だと思う。 どんな形でも良いから集客を全体で考えねばならない。 歩行者はもちろん、車さえ市街地に入って来なくなってしまった。 街中央に魅力的な所が出来れば、なんとか人が入ってきて街が賑やかになってくれると思うが、魅力的な所が何もない。 観光客はマスコミなどの情報イメージのみで来客され、イメージから大きくはずれる店があると、町全体のクレームになる。 足並みを揃えるのは難しいにしても、そのことに対する注意を誰かがしないと大きなダメージになっていく。 先日川越の街に遊びに行った。佐原と同じ様な町並みと話を聞いていたが、町全体が一体となり、とても賑わっていた。 佐原も川越の街の様に繁盛する様に各々努力していければと思う。 テレビ、雑誌等では過剰に良いイメージで映っているが、観光地としては中途半端で不満を残して帰られる方が多いと感じる。 外国人観光客に対応する為の語学が欲しい。 「弁当などを買って外で食事したいが、売っている場所が分からないし、食べる場所もない」と、観光客から言われた。 休憩ができ、楽しく買物が出来る街。また来たい街にしたい。 これからの観光は、街全体に観光客が足を運べる様に考えた方が良くと思う。</p>
	<p>駅から伊能忠敬までの間に平成～江戸までの時代をめぐってゆくとリアルな町並み作りや小さな発見ができる文化的な遊び心のあるまちづくりをする。 市民の文化や芸術を生かした商店街を作り、佐原でしか味わえない面白さを出すようにする。 ドラマのロケ地であることをアピールする。 B級グルメの開発、大会への参加。 せつかくの観光資源や祭りがあがりながら、中心市街地の活性にはなっていないと思う。 例えば京都のように、ゆかたを着ることでサービスがあるとか、もっと舟で町を回覧できるようにするなど、この地域ならではの楽しみ方を商店会としてお客様に発信することができないか。 観光に関しては、日帰りツアーなどの短時間滞在が大半を占めているので、宿泊してもいいと思わせるまちづくりをするべき。 公共機関の施設などは閉館時間が早すぎるし、町中の店も営業時間を考慮するべきだ。 観光客に対して優しい街にする。 例えば写生などで訪れる団体がかなりいるが、どのような対応を欲しているか要望を聞き、無理のない範囲で答える。 観光で全国的に名を上げるのであれば、まず香取市の名を改めて佐原市にする。 伝建地区になって観光客も増えているので、街中の商店街全部で派手な照明・看板を撤去し建物も国の支援を受けて伝建地区の形態にする。(横濱商店街等は簡単に出来るような気がする。) 大連れの観光客がかなり多く、本屋の店先で犬本を売り出したら少し売れた。歩きの観光客の犬好き度高いと思うので、これを何かに生かせないか。 活性化のためには交流人口を増やす必要がある。人が来なくなる様な町にするために、いまある資源を活用して町づくりをするべき。 例えば駅から小野川までの動線は町の中(銀座通りや、横宿通り)を歩いてもらいたい。 昔の商店街、新しい現代的な街、石ただみの道など、地域にテーマ性をもたせてはどうか。 ここでしか買えない物の発掘、全国版になるような土産品の開発が必要。 通年を通じた活性現象を創生していくことが最重要。特に夜の街が楽しめる環境づくりはキーポイントではないかと思う。 これが醸成できれば近隣の集客が回れ、結果として絶え間のない賑わいの街が生まれる。</p>
	<p>中心市街地の中でも古い町並みのエリアとそれ以外のエリアで状況が大きく違うため、設問6～7については返答しづらい。 古い町並みに人が多く集まっている現状はすばらしいことだと思うが、それ以外のエリアには全く異なった再生の方法が必要だと思う。 市や商工会などが、もっと積極的に町おこしをするべき。 ジャージー橋のところが観光地になっていて、少しはなれた商店街には客が来ない。 観光客の来る場所は、一定の小野川沿いの限られた場所だけだ。 観光スポットだけでなく中心市街地全体の宣伝広報を計って欲しい。 小野川下流域の充実が必要。忠敬橋付近だけの賑わいではなく、佐原市全体での賑わいを考えて欲しい。 小野川の付近のみ観光客は増えたが、その他駅前・周辺はさびれ、昔発展した所は寂しい限り。 元奈良屋の周りばかりに集中しているのでなんとかしてもらいたい。 9年前に比べ忠敬橋を中心とした半径80m位は、飛躍的に向上した。 反面それ以外の地域(酒蔵を除く)は9年前とあまり変わらない。 この地域の遺産を今少し発展に充て、忠敬橋界隈同様活性化させる必要がある。 商工会議所等が思っている「香取市中心市街地」とは忠敬橋を中心とする地区の事か。 現在、佐原駅のなす役割は「カメラP」によって変わっているようだ。佐原駅の周りには人通りもまばらだが、忠敬橋の方へ行くと人があふれている。 ジュハリさんに不動産を世話してもらわなければ、佐原では残れないようだ。</p>
	<p>観光客用の店ばかり力を入れている様に見える。行政は一般の生活に必要な店の活性化にも力を入れて欲しい。 「観光」偏重のまちづくりが今後どのような利益をもたらすか、十分に検討の上、計画的な未来設計の出来る街づくりをお願いします。 まちのイメージは以前より向上し、観光立県千葉の一躍を狙っていると思うが、その活力の一部であることは否めない。 街中居住者が生活用品をわざわざ車で買に出る現状や、街の玄関である佐原駅周辺の整備を急がねば真の活性化は成されない。 観光での誘致が成功している印象はあるが、一部の店舗のみしか恩恵がない。 もっと地域ぐるみでのイメージづくり、サービス、質を目指さなければ、その地域全体の魅力はうすれてしまうと思う。 商工会議所、商店会連合会等が観光に注力しすぎ、空き店舗の減少等に僅かしか注力していないように見える。 集客力の落ちた商店会では個人の努力にも限界がある。良き指導者に恵まれているとは思えない。 観光に力を入れるのも結構だが、小野川沿い数軒の賑わいではないか。 他の商店はどうなっているのか。観光でない人集めも考えたい。 街の活性化は、観光だけでは駄目だと思う。 街の中心は今死んでいる。ここにメスを入れないといけない。 中心市街地が活性化することは良いことと思うが、それが市民全体の利益につながるようにならなければ、意味が少ないと思う。 人口減少が続く中、観光客頼りのまちづくりではなく、もっと大局的な計画を立てるべきと思う。 観光商業者以外の施策を考えて頂きたい。</p>
	<p>観光以外の施策の強化</p>
	<p>地域間の差</p>
	<p>提案</p>
	<p>意見</p>

交通	道路	香取街道は道が狭いうえに往来も激しいので危ない。 「歩道が無くて危ない」と観光客がボヤいている。
		佐原駅周辺の道路拡張及び町並の整備をして欲しい。
		佐原の町内は一方通行が多くて不便。車での買い物不自由なので解除して欲しい。
		他の市町村からの来町があっても教えてあげることも難しいし、人を呼ぶには、まず交通規制を解くべきだ。
		駐車場も大切だが、アクセスを考えなければ全体的に歩きにくい。
	忠敬通り、小野川兩岸の自動車の通行を規制したらいいと思う。	
	都市計画、道路整備の推進ならびに駐車場の拡充することで、車の流れを確保し、行政の力を借りて商店街の充実（大型店の誘致）を図る。	
	「〇〇の道」のような歩きの人間のルートが、いくつかあると楽しいかもしれない。	
	香取街道がなかなか横断できない。（と、観光客から言われた。）	
	公共交通	公共交通を便利に。 市街地への無料バスの運行。 集客力を高めるバスターミナルが必要。
案内	佐原駅の改良工事完成に合わせて、小野川地区へのお客様の指導、特に駅前にわかりやすいルート図の掲出をして欲しい。 駅からのアクセスを聞かれることが多い。駅と忠敬橋あたりで迷うらしい。 トイレや駐車場の場所がわかりにくい。（と、観光客から言われた。） 道、特に路地などが分かりにくい。表通り以外の小さな店を回るのには楽しいが、迷うと困る。（と、観光客から言われた。）	
駐車場	駐車場の増設・整備が必要。 小野川沿いの店だと駐車場のスペースが難しい。 いつもお客様から駐車場が無いと言われるので、今後の課題にしていきたい。 店の駐車場が観光客に使われたり、他店へ行く為に使われたりして困っている。	
道の駅	駅前から川岸まで年毎にさびれていくのに、誰が何のために「道の駅」なんて中途半端なものをつくったのか。以前よりも街中に人が来なくなってしまった。そんな予算があったなら街をきれいにしてもらいたかった。 佐原駅へ降り立った来街者が皆驚いているのをご存知ないのか。 道の駅、川の駅が出来たので町の小さな食料品店が辞めていく。家賃、地代を払っている店は苦しい。 中心街も道の駅も繁栄する良い意見を出し合って考えたい。	
駅前の活性化	観光客しかあてにならないから、駅前を中心とした活性化は無理。 佐原駅前周辺空気を市の対策でどうにかして欲しい。駅前のイメージが悪い。 佐原駅駅舎新築に伴い、駅前を香取市の核として周辺から再開発が必要。 駅前の活性化、テレビの利用。 中心市街地（駅周辺）に観光物産館とお祭り会館を設置して、隣接に大型バスの駐車スペースを設ける。 ここを起点に来街者に町並を散策して頂く。 駅前をどうにかして欲しい。 小野川から駅前通りのゴーストタウン化を何とかした方がいい。メイン通りに行くまでに観光客が不安を感じると思う。	
市街地	「中心市街地」という区域の特定が、よくわからない。 中心市街地とは、どの場所・どの範囲なのか、いまいち解らない。第三者的にも理解できるようにしてほしい。 協力したくとも、場所によっては取り組み方が全く違ってくる。	
まちの衰退	佐原の町は昔から何も変わっていない。このままではさびれて行くだけだ。 店が点在してる為に全体として活気が感じられない。 なぜ東町との合併を断ったのか。廃れていくのを年々感じるの、市議員や役所の方々にもっと考えていただきたい。 現状では中心市街地といいながらも、どんどん空洞化が進んでしまうような気がする。 古く汚い個人店のイメージは消していけないとシャッター通りの町になってしまうのではないか。	
大型集客施設	肯定	中型店でもいいのかは中心街に1店舗位ないと集客数は見込めないと思う。 大型デパートの出店を願う。 佐原駅中心に人が集まる施設を作してほしい。 スーパー銭湯などのスパ施設があれば、市内外からのお客様も増えると思う。 （観光客の方に二、三度言われた事がある） もし、建物を建てるとしたら、佐原囃子や手踊りの体験が出来るような施設、または中規模の催しができる多目的ホールがあると良い。 年間のイベント情報なども周知して、できれば若者にも楽しめる工夫があると良い。
	否定	大型店の誘致は難しいので、市の窓口業務を町の中に開設したらどうか。 景気の低迷で消費が落ち込んでいる中で、商店街に大きなディスカウントショップを誘致しても大型店が前向きではないと思う。
大型店舗跡地	大型空店舗（危険建築物）の撤去をして欲しい。 十字屋、清見屋の跡地の利用を活性化の基本とし、観光の方々や市民の足を呼び寄せたい。 旧十字屋、清宮、フジビルなど大型店跡地を活用して欲しい。 外灯の数を増やして夕方から夜をもっと明るくし、子供連れの家族などが過ごしやすい地にして欲しい。 駅前の十字屋と清宮の跡地をどうにかしてもらいたい。 清見屋（跡地）を早く、開発してもらいたい。 駅前の十字屋や清見屋の跡地をなんとかして、人を呼び込んで欲しい。まず、駅前の活性化から手がけないと、人の流れが出来ないのではないかと。 駅前をどうにかしてもらいたい、見た目にも良くない（清見屋・空地の建物など） 駅前周辺商業活性化を計るには、旧十字屋ボ跡地を市で安価で買取り、集客の核となる大型店（又は場外馬券売場等）の誘致の方策を検討すべき。 観光客は来ても、その割に経済効果は弱い。旧清見屋ショッピング、富士ビルの活性化になる早期対策をするべき。	

高齢者	<p>高齢者が増え、車に乗れなくなる方も多くなると思うので、高齢者が自分で買物出来る様な対策が必要。</p> <p>大型店が無い為、必要なものの買物が出来ないと言う不便さがある。</p> <p>特に電車、バス利用のお年寄りは困っているようだ。駅周辺の住民にも同じことが言えると思う。</p> <p>香取市は若い人より老人の方が多く、若い人は他の町へ買物をしに行ってしまう。</p> <p>駅前に老人が買物、病院等広くない範囲で全部出来るようにして欲しい。</p> <p>観光振興だけではなく商業振興事業等にも期待。高齢者にやさしい商業ゾーンを中活の中心にして欲しい。</p> <p>老人医療について香取市独自方式はないのか。例えば高齢者は無料とか、窓口医療負担50%枠は出来ないのか。</p>
若者	<p>若年層の来店・利用するきっかけがなすぎる。</p> <p>古きイメージに固執せず各店ごとに徐々に変化をしていかなければ、大型店に対し、対抗もできなければ利用する必要も感じない。</p> <p>若者が少ないため町並みそのものに活気が無い。</p> <p>観光客誘致の施策も大事だが、香取市全体の人口増加策が必要だ。</p> <p>例えば大学、短大、専門学校等の誘致策を積極化することにより、若年人口が増えると思う。</p> <p>1番の問題は、人口の減少・若者の流出ではないか。卒業後の就職先の確保のため、企業や専門学校等の誘致など、人口が増加する施策を考えて欲しい。</p>
雇用促進	<p>若い人が働ける住みやすい町にしてほしい。</p> <p>香取市には仕事場がない為、子供達は外へ働きに行ってしまう。</p> <p>観光に力を入れるのも良いかもしれないが、香取市民が市内で働き、市内にお金が落ちるような方法を考えて欲しい。</p> <p>働く場所が無い。今までどうして誘致出来なかったのか。</p> <p>観光だけに特化するのではなく、企業誘致などに力を入れ雇用促進しなかり、いくら住居環境を整えても中心市街地での需要にはつながらないと思う。</p> <p>住みたい理由として「職場に近いから」と答える人は少なくないと思う。</p>
後継者	<p>住民の心が狭い。店の老人が頑張りすぎる。世代交代しなれない。</p> <p>70代なので、先のことはわからない。店を辞めた場合には収入もなくなるので、どうしたらいいか考えている。</p> <p>商売が燃料店では後継者育成はなかなか難しい。</p>
祭り	<p>観光客誘致の為に祭礼以外によく山車が引廻されるが、国指定重要文化財に指定を受けているので、軽々しく山車を引廻すと、価値がなくなると思う。</p> <p>そのせいで一般の車が混雑し迷惑であり、市内に買い物に来たお客は駐車場がないからそのまま通過してしまう。</p> <p>観光客は自然の落ち着いた町並み風景が目的だと思う。</p> <p>お祭りや町並みだけでは過疎化していく。10年～20年後には、お祭りを維持していくことも難しい。</p> <p>お祭りも大事だが、伊能忠敬でまちづくりができないか。</p> <p>祭礼時の今現在の山車の場所がわかる様な携帯を利用したしくみがあるといい(成田で行っている)。</p> <p>町内ごとの山車や祭り商品を作る。普段でも祭りを味わえるまちづくりをする。</p>
イベントの開催	<p>色々なイベントが市内で行われているが、一時的なもの。</p> <p>空き店舗に力を入れて商店街の充実を図ることが必要だ。</p> <p>意欲を無くしている事業者をまとめるのは大変だろうか。</p> <p>イベントをやっても、ただやっているだけで何の意味もない。</p> <p>伝統景観地区内の住民のイベントを開催したらいい。(商店街組織とは別な共同体を設立する)</p>
美化・清掃	<p>美化運動が廃止になり街がきれいでない。やはり皆で一斉に掃除をする日があっても良いと思う。</p> <p>町が活性化しても汚くは意味がない。強風の後、お祭りの後は特にそう思う。</p> <p>香取市内で、カン・ビン等ゴミ捨て条例等できないか。</p> <p>小野川をもっときれいにしたい。</p>
連携・協働	<p>一部観光客相手の業種は良くても、一般の物販店は売上が減少しているのではないかと。</p> <p>各団体・グループが観光客目当てでバラバラに行動しているので、まちづくりを行う時に全商店が参加出来る様な企画が欲しい。</p> <p>店主達の協力が必要だと思う。</p> <p>各店舗なかなか意見が合わない。駅前と小野川沿いでは大きく状況が違う為、とても難しいと思う。</p> <p>行政と商店街の協力が必要。</p> <p>行政、地域、会議所、NPO等々の協力が大切。</p> <p>まちづくりだけでなく人づくりにも積極的に取り組むことが必要。</p> <p>中心市街地の要所とそれを繋ぐしくみも考える必要があると思う。</p>
各店舗の意識向上	<p>それぞれの商店街ごとに少しずつでも人を集められるように個人個人が努力する。</p> <p>各店舗のしっかりした店作りが必要。</p> <p>販売店の意識向上。</p>
その他	<p>活動している様に思えない。</p> <p>商店会が無い為、個店で努力している。</p> <p>市街地活性化基本計画は、NPO、商店会などには目を向けているが個店に対する施策は皆無で、何の基本計画か解らない。</p> <p>病院や銀行、図書館など、人の集まりやすい拠点を中心にして、周辺の農家のお客様をもう一度市街地に呼び戻す事が大事。</p> <p>また、農家の所得が増加しなければ良いお客様にはなりえないので、市街地に使う予算があるなら商品券でもいいから農家に振り分けて、もう一度街中までお買い物に来てもらう。</p> <p>空き店舗の活用・出店者の募集。</p> <p>茨城の霞ヶ浦ふれあいランド・神栖の公園など大きな公園がない。</p> <p>町内会費の支払いを拒否されているので、行政のご協力をお願いしたい。</p> <p>香取市のお米販売状況はどうなっているのか。</p> <p>個人情報の定義を説明されたい。</p>

3. 商店街実地調査

[1] 調査実施概要

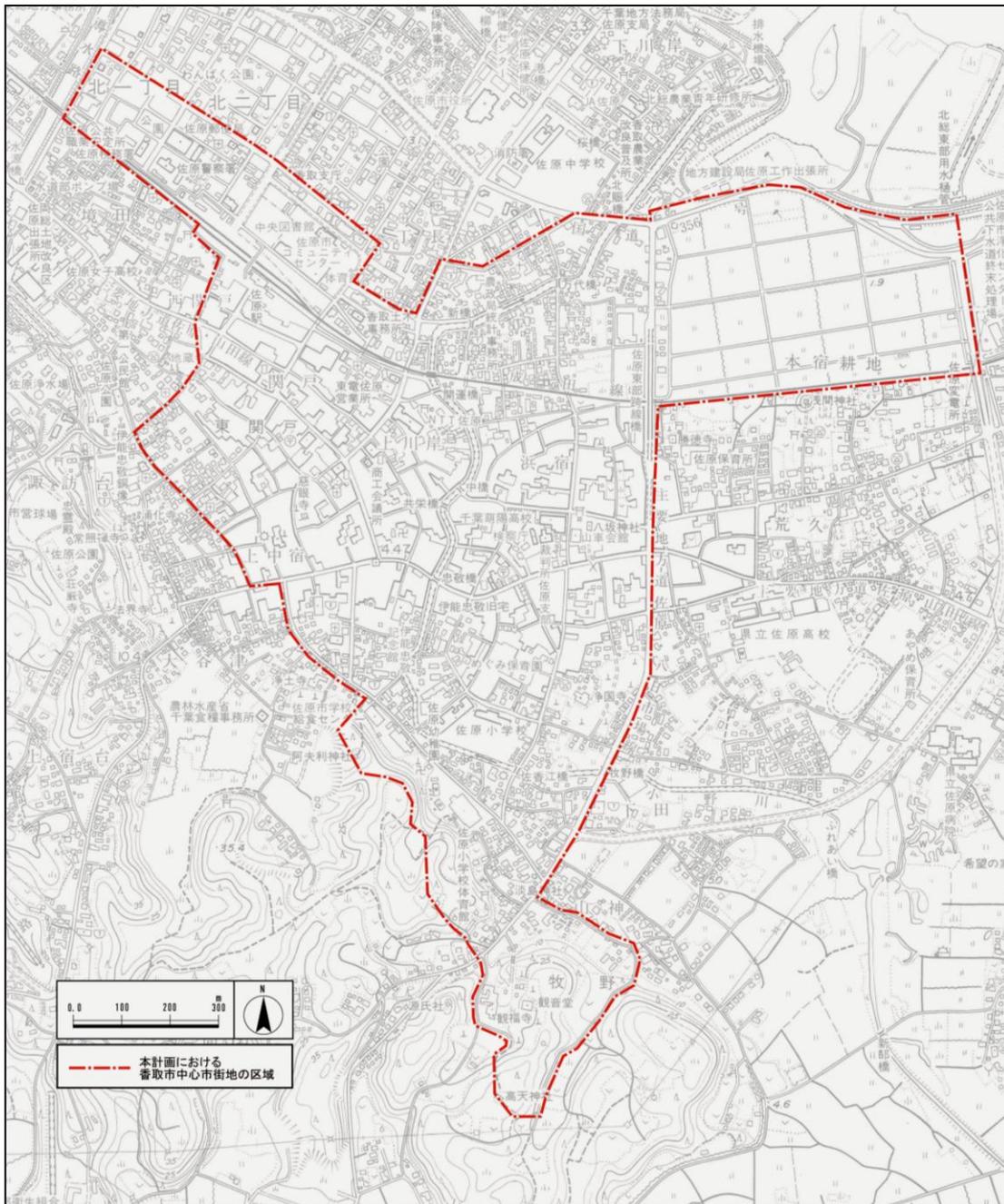
香取市中心市街地(下図)に立地する商店の立地状況(場所)と業態を調査し、商店マップを作成した。調査の実施概要は以下のとおりである。

(1) 調査日

平成22年11月

(2) 調査範囲

下図に示す香取市中心市街地の範囲



(3) 調査対象

下表に示す業態の商店や施設等を対象に調査を実施した。製造業(各種工場)、建設業、運輸業(宅配便、倉庫、バス・鉄道、郵便局等)は調査の対象としない。

■対象とする商店の業態

※業態分類は日本標準産業分類(H19年11月改定)による

業 態		扱っている商品、サービス
卸売り・小売業	各種商品小売業	スーパー、百貨店など、多品種を扱っている店舗
	織物・衣服・身の回り品小売業	呉服、洋服、下着、寝具、くつ、カバン、手芸用品
	飲食物品小売業	野菜、果物、食肉、鮮魚、酒、菓子、パン、牛乳、茶類、米穀、食料加工品(豆腐・かまぼこ等)、乾物、コンビニ
	機械器具小売業	自動車、バイク、自転車、電気器具(家電製品、パソコン等)、機械器具
	その他の小売業	家具、建具、畳、仏壇、金物、食器、医薬品、化粧品、農耕用品、燃料、ガソリンスタンド、書籍(本・雑誌)、文具、ハンコ、スポーツ用品、おもちゃ、レジャー用品、楽器、レコード・CD、時計、カメラ、眼鏡、たばこ、花、植木、各種インテリア、貴金属、ペット、骨董品
宿泊業、飲食サービス業	宿泊業	ホテル、旅館、民宿
	飲食店	食堂、レストラン、専門料理店、そば・うどん、すし、居酒屋、バー、キャバレー、喫茶店、ファストフード
	持ち帰り・配達飲食サービス業	弁当、各種デリバリー(ピザ、すし等)
生活関連サービス業、娯楽業	洗濯、理容・美容・浴場業	クリーニング、床屋、美容室、浴場(銭湯等)、エステ
	その他の生活関連サービス業	旅行代理店、衣服修繕(洋服直し等)、冠婚葬祭(葬式など)、写真現像・焼付
	娯楽業	映画館、劇場、スポーツ施設(ゴルフ・テニス練習場など)、遊戯場(囲碁・将棋、マージャン、パチンコ、ゲームセンター等)、カラオケボックス
金融・保険業		銀行、信用金庫、農林水産金融、消費者金融業(サラ金)、質屋、クレジットカード、保険サービス
教育・学習支援業	学校教育	小・中・高校、幼稚園、各種専門学校
	その他教育、学習支援業	学習塾・予備校、音楽・書道・生花・茶道・そろばん・外国語会話・スポーツ等の各教室
医療、福祉	医療業	病院、診療所、歯科診療所、助産・看護業、療術業(マッサージ、指圧、はり、きょう)
	社会保険・社会福祉・介護業	児童福祉事業(保育所・保育園、託児所等)、老人福祉・介護事業(特別養護老人ホーム、介護老人保健施設、訪問介護業、デイサービス等)
空き店舗		—

(4) 調査・マップ作成方法

調査員が現地で各商店の業態を調査し、住宅地図上に業態分類記号を記入。調査結果を元に、住宅地図をベースとして各業態別の色分けを行い、商店マップを作成した。業態分類記号とマップの色分けは下表の通りである。

■業態分類と分類記号・色分け

業 態		扱っている商品、サービス	分類記号	色分け
卸売り・小売業	各種商品小売業	スーパー、百貨店など、多品種を扱っている店舗	A	赤色
	織物・衣服・身の回り品小売業	呉服、洋服、下着、寝具、くつ、カバン、手芸用品	B	オレンジ色
	飲食料品小売業	野菜、果物、食肉、鮮魚、酒、菓子、パン、牛乳、茶類、米穀、食料加工品(豆腐・かまぼこ等)、乾物、コンビニ	C	ピンク色
	機械器具小売業	自動車、バイク、自転車、電気器具(家電製品、パソコン等)、機械器具	D	紫色
	その他の小売業	家具、建具、畳、仏壇、金物、食器、医薬品、化粧品、農耕用品、燃料、ガソリンスタンド、書籍(本・雑誌)、文具、ハンコ、スポーツ用品、おもちゃ、レジャー用品、楽器、レコード・CD、時計、カメラ、眼鏡、たばこ、花、植木、各種インテリア、貴金属、ペット、骨董品	E	黄色
宿泊業、飲食サービス業	宿泊業	ホテル、旅館、民宿	F	紺色(濃青)
	飲食店	食堂、レストラン、専門料理店、そば・うどん、すし、居酒屋、バー、キャバレー、喫茶店、ファストフード	G	青色
	持ち帰り・配達飲食サービス業	弁当、各種デリバリー(ピザ、すし等)	H	水色(薄青)
生活関連サービス業、娯楽業	洗濯、理容・美容・浴場業	クリーニング、床屋、美容室、浴場(銭湯等)、エステ	I	緑色
	その他の生活関連サービス業	旅行代理店、衣服修繕(洋服直し等)、冠婚葬祭(葬式など)、写真現像・焼付	J	黄緑色
	娯楽業	映画館、劇場、スポーツ施設(ゴルフ・テニス練習場など)、遊戯場(囲碁・将棋、マージャン、パチンコ、ゲームセンター等)、カラオケボックス	K	深緑色(濃緑)
金融・保険業		銀行、信用金庫、農林水産金融、消費者金融業(サラ金)、質屋、クレジットカード、保険サービス	L	赤色斜線
教育・学習支援業	学校教育	小・中・高校、幼稚園、各種専門学校	M	青色斜線
	その他教育、学習支援業	学習塾・予備校、音楽・書道・生花・茶道・そろばん・外国語会話・スポーツ等の各教室	N	水色斜線
医療、福祉	医療業	病院、診療所、歯科診療所、助産・看護業、療術業(マッサージ、指圧、はり、きょう)	O	黄緑色斜線
	社会保険・社会福祉・介護業	児童福祉事業(保育所・保育園、託児所等)、老人福祉・介護事業(特別養護老人ホーム、介護老人保健施設、訪問介護業、デイサービス等)	P	深緑色斜線
空き店舗		—	Q	黒色

[2]調査結果

(1) 商店数

業態別の商店数は以下の通りである。

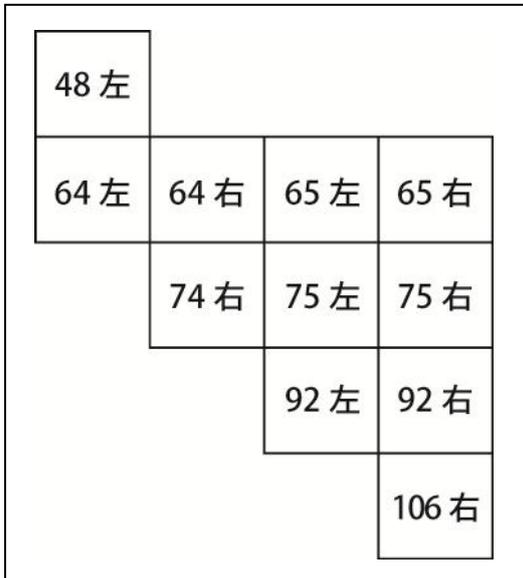
(件)

業 態		商店数	小計	合計
卸売り・小売業	各種商品小売業	5	240	512
	織物・衣服・身の回り品小売業	42		
	飲食料品小売業	77		
	機械器具小売業	8		
	その他の小売業	108		
宿泊業、飲食サービス業	宿泊業	8	89	
	飲食店	81		
	持ち帰り・配達飲食サービス業	0		
生活関連サービス業、娯楽業	洗濯、理容・美容・浴場業	52	67	
	その他の生活関連サービス業	11		
	娯楽業	4		
金融・保険業		12	12	
教育・学習支援業	学校教育	4	23	
	その他教育、学習支援業	19		
医療、福祉	医療業	26	29	
	社会保険・社会福祉・介護業	3		
空き店舗		52	52	

(2) 商店マップの作成

住宅地図をベースとして業態別に色を塗って作成した商店マップを、次ページに掲載する。なお、各マップの配置順と、各業態の色分けは、以下の通りである。

■商店マップの配置順

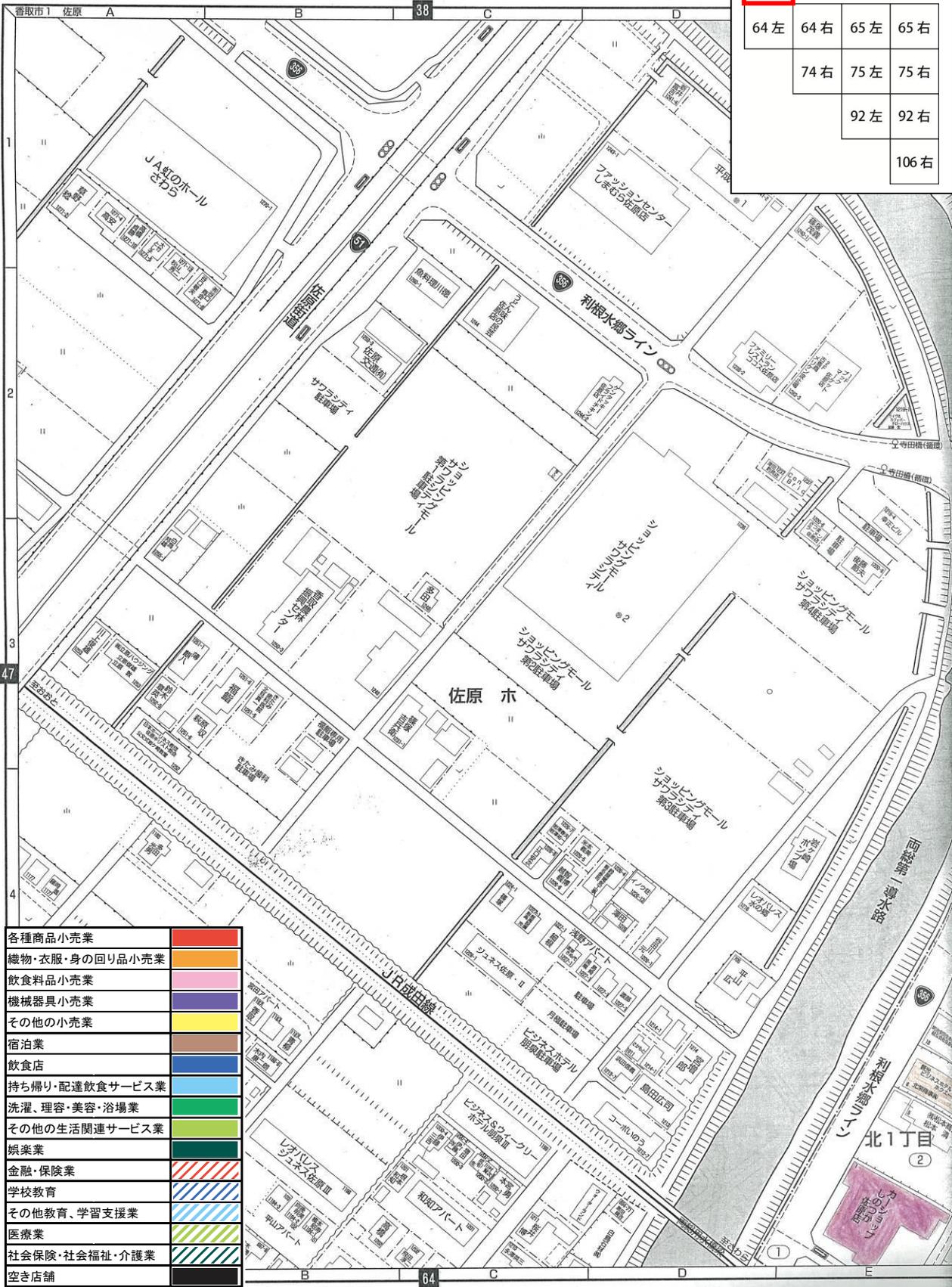


■商店マップの色分け

各種商品小売業	赤色	
織物・衣服・身の回り品小売業	オレンジ色	
飲食料品小売業	ピンク色	
機械器具小売業	紫色	
その他の小売業	黄色	
宿泊業	茶色	
飲食店	青色	
持ち帰り・配達飲食サービス業	水色(薄青)	
洗濯、理容・美容・浴場業	緑色	
その他の生活関連サービス業	黄緑色	
娯楽業	深緑色(濃緑)	
金融・保険業	赤色斜線	
学校教育	青色斜線	
その他教育、学習支援業	水色斜線	
医療業	黄緑色斜線	
社会保険・社会福祉・介護業	深緑色斜線	
空き店舗	黒色	

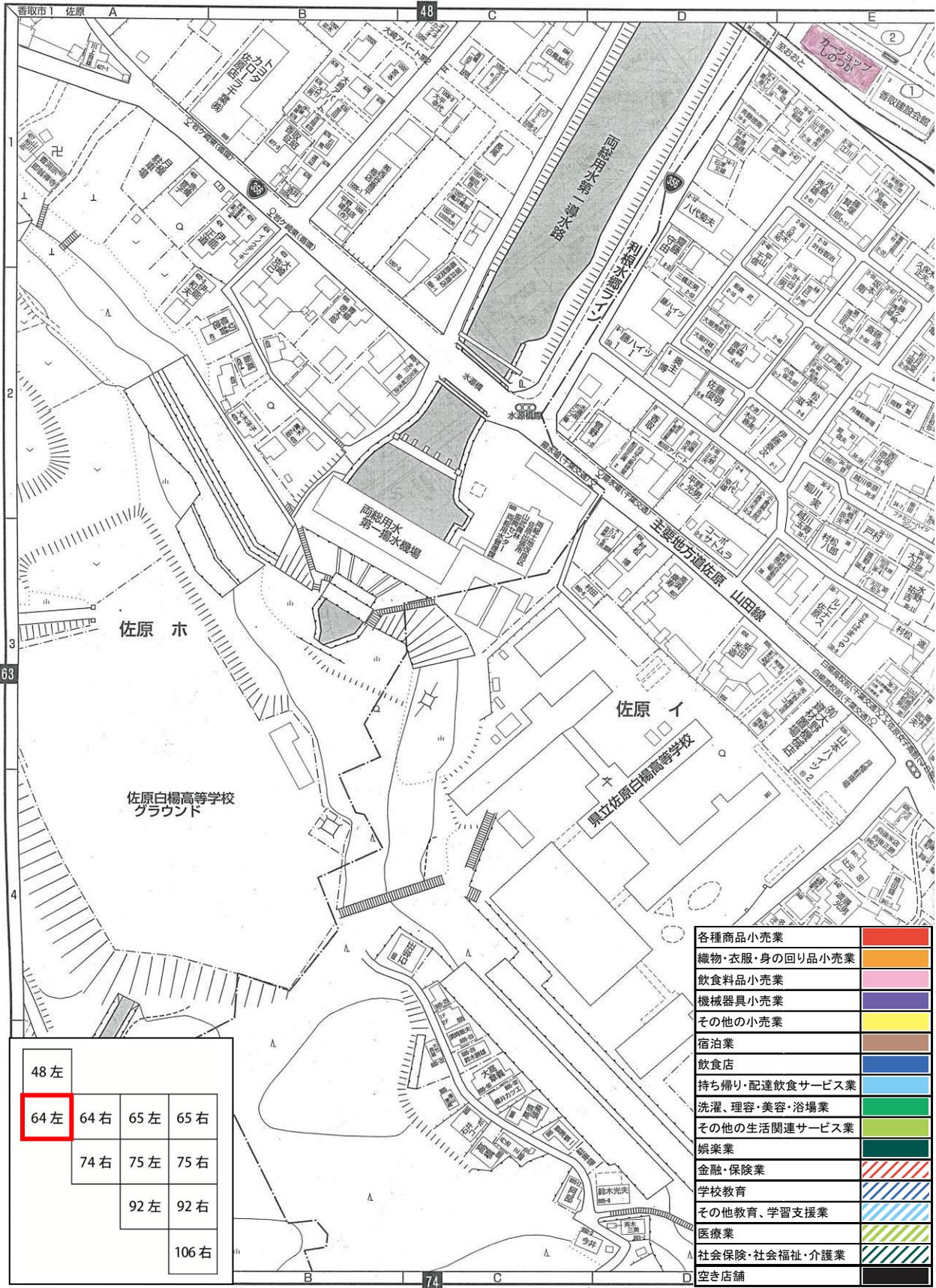
48 左

48 左			
64 左	64 右	65 左	65 右
	74 右	75 左	75 右
		92 左	92 右
			106 右

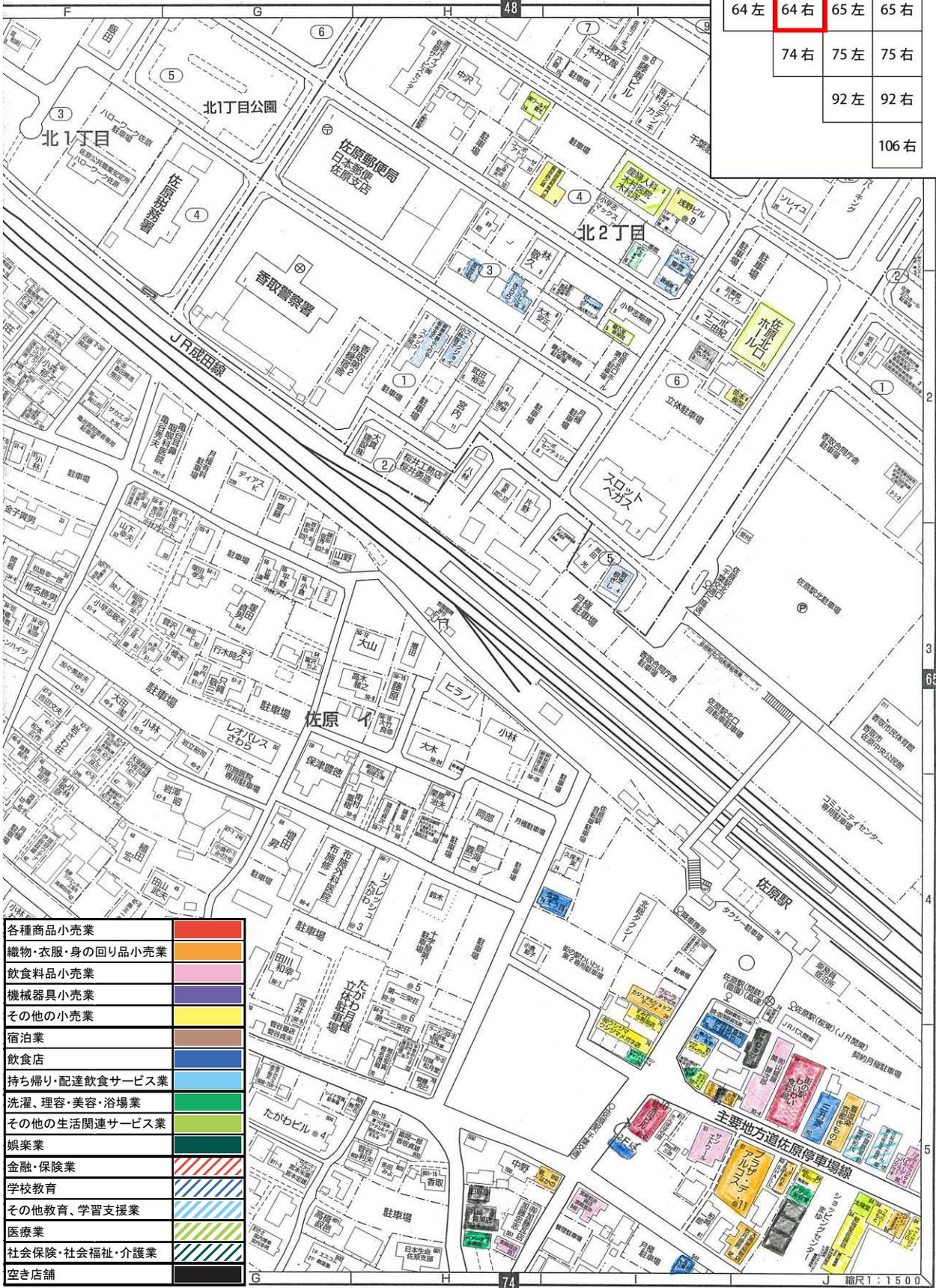


各種商品小売業	
織物・衣服・身の回り品小売業	
飲食物品小売業	
機械器具小売業	
その他の小売業	
宿泊業	
飲食店	
持ち帰り・配達飲食サービス業	
洗濯・理容・美容・浴場業	
その他の生活関連サービス業	
娯楽業	
金融・保険業	
学校教育	
その他教育、学習支援業	
医療業	
社会保険・社会福祉・介護業	
空き店舗	

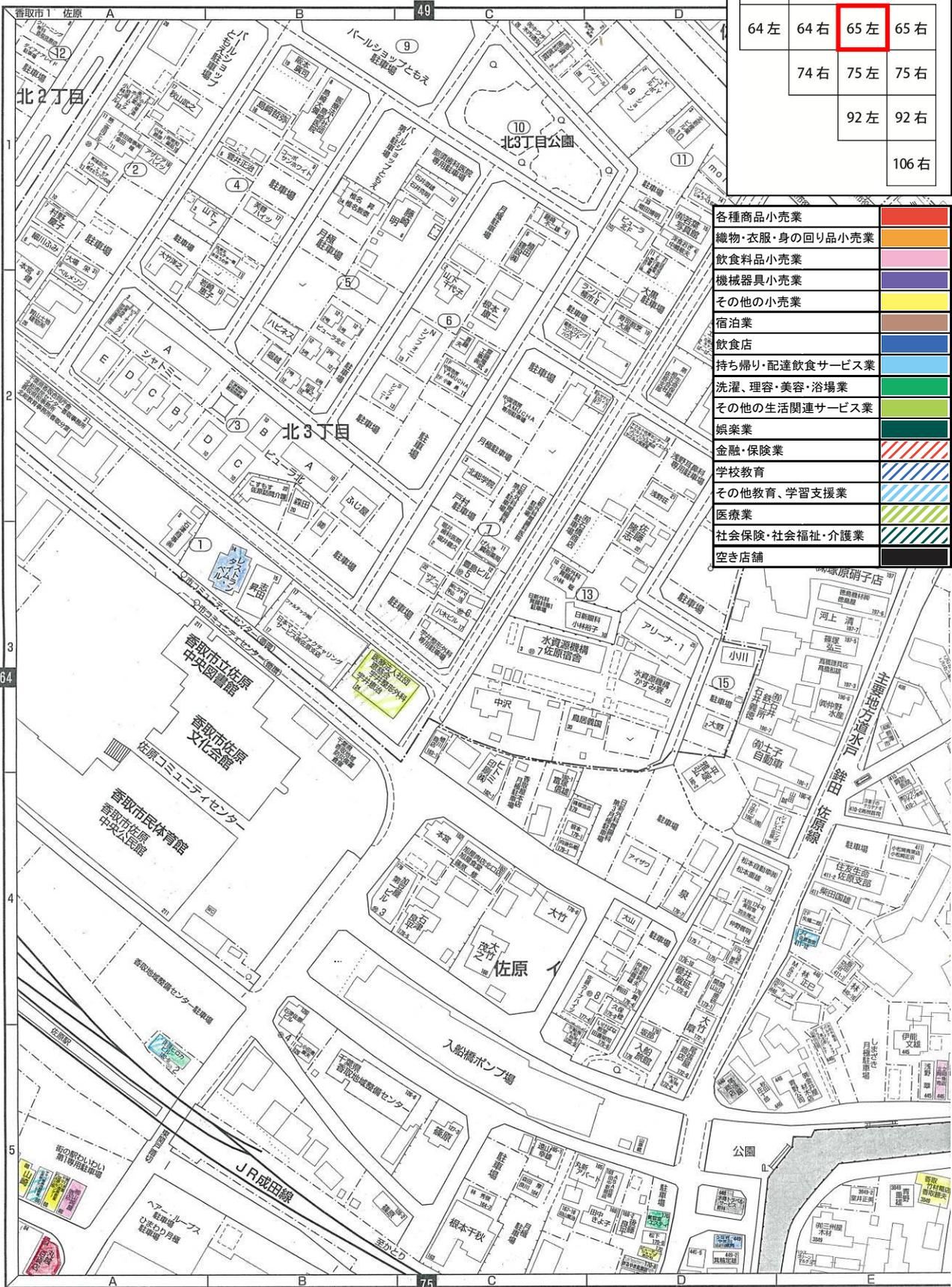
64 左



48 左			
64 左	64 右	65 左	65 右
	74 右	75 左	75 右
		92 左	92 右
			106 右



各種商品小売業	
織物・衣服・身の回り品小売業	
飲食料品小売業	
機械器具小売業	
その他の小売業	
宿泊業	
飲食店	
持ち帰り・配達飲食サービス業	
洗濯・理容・美容・浴場業	
その他の生活関連サービス業	
娯楽業	
金融・保険業	
学校教育	
その他教育・学習支援業	
医療業	
社会保険・社会福祉・介護業	
空き店舗	



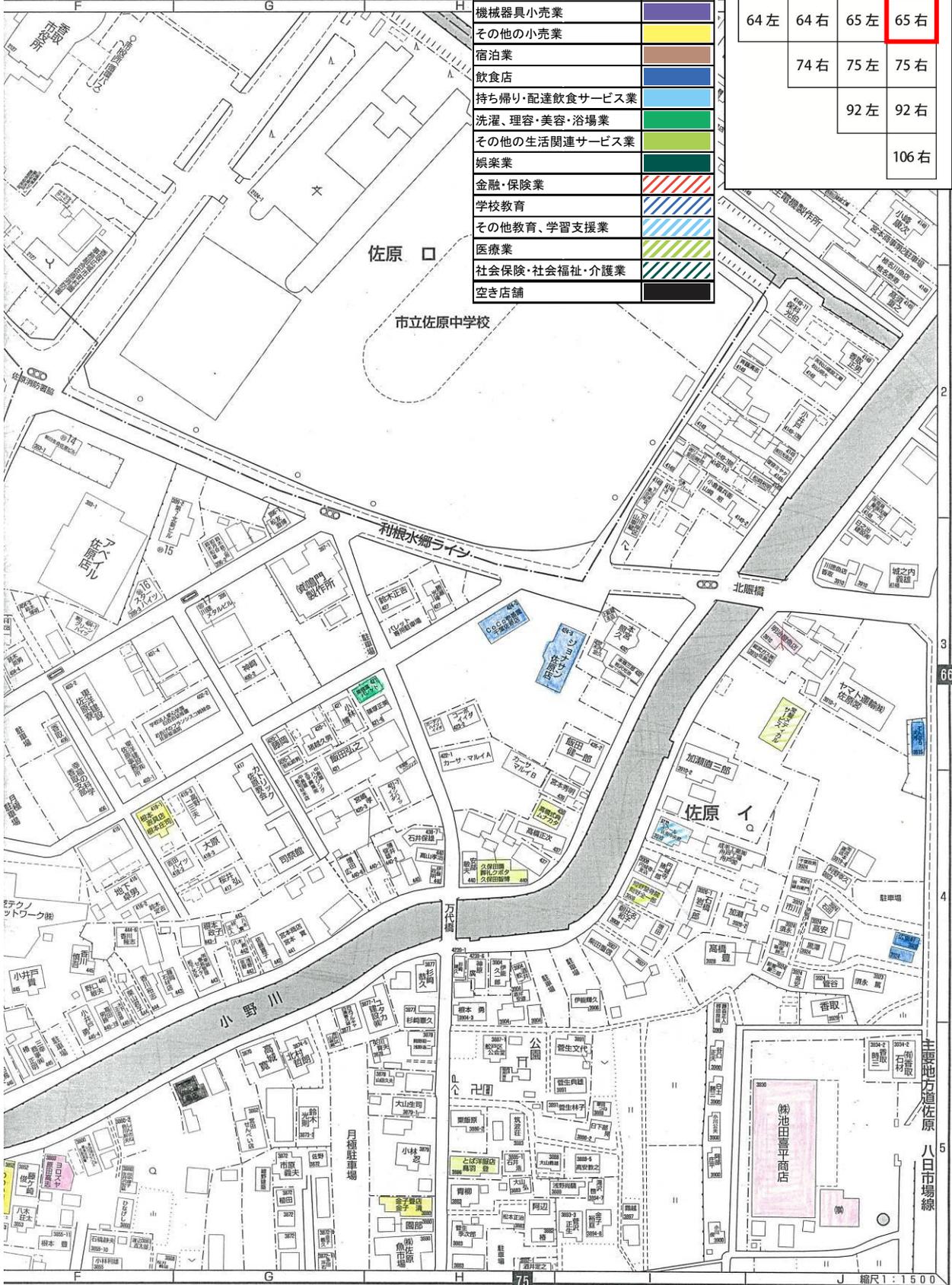
48 左	64 左	64 右	65 左	65 右
		74 右	75 左	75 右
			92 左	92 右
				106 右

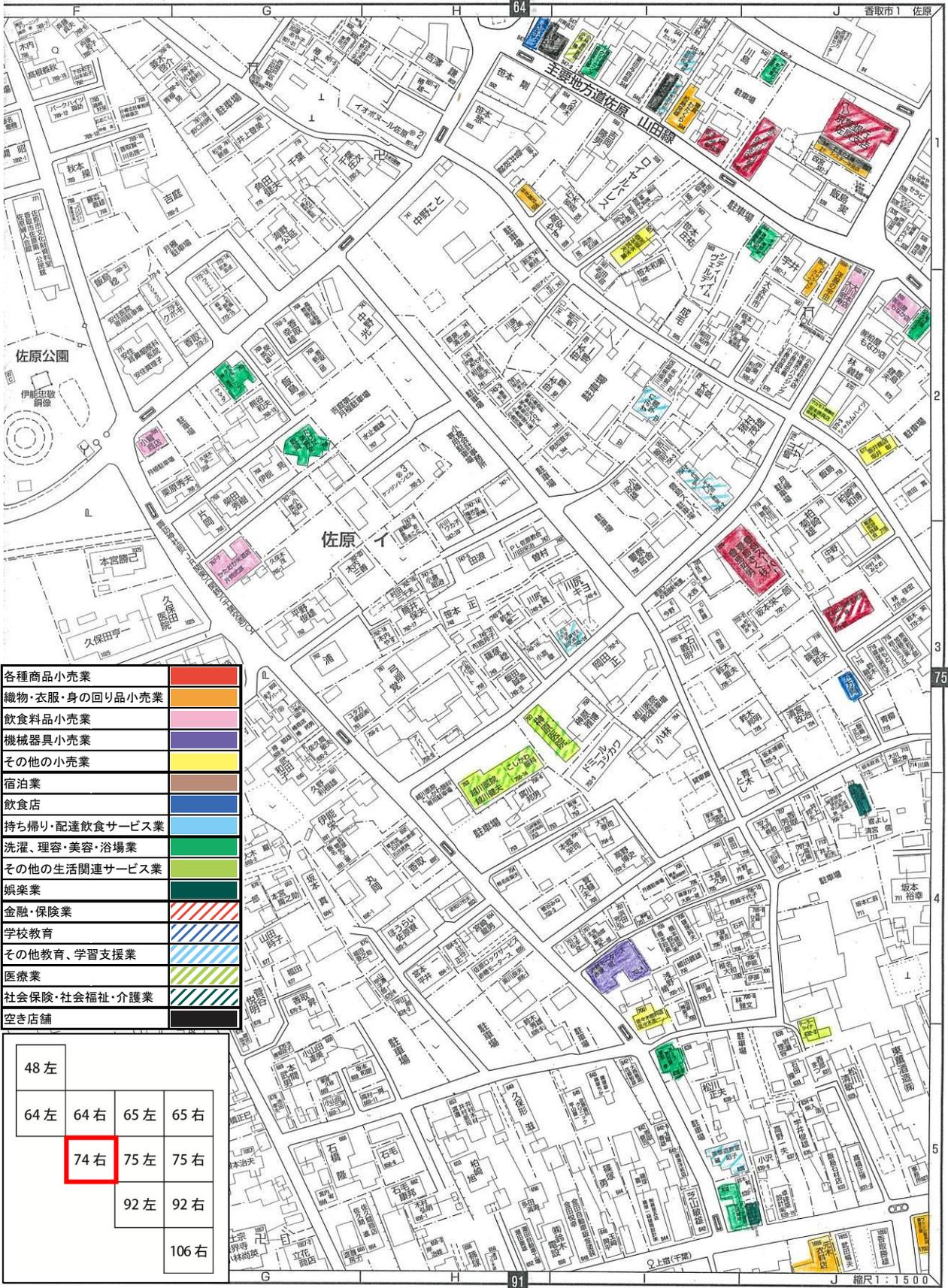
各種商品小売業	[Red]
繊維・衣服・身の回り品小売業	[Orange]
飲食料品小売業	[Pink]
機械器具小売業	[Purple]
その他の小売業	[Yellow]
宿泊業	[Brown]
飲食店	[Blue]
持ち帰り・配達飲食サービス業	[Light Blue]
洗濯・理容・美容・浴場業	[Cyan]
その他の生活関連サービス業	[Green]
娯楽業	[Dark Green]
金融・保険業	[Red/White Stripes]
学校教育	[Blue/White Stripes]
その他教育・学習支援業	[Light Blue/White Stripes]
医療業	[Green/White Stripes]
社会保険・社会福祉・介護業	[Blue/White Stripes]
空き店舗	[Black]

65 右

各種商品小売業	
織物・衣服・身の回り品小売業	
飲食料品小売業	
機械器具小売業	
その他の小売業	
宿泊業	
飲食店	
持ち帰り・配達飲食サービス業	
洗濯、理容・美容・浴場業	
その他の生活関連サービス業	
娯楽業	
金融・保険業	
学校教育	
その他教育、学習支援業	
医療業	
社会保険・社会福祉・介護業	
空き店舗	

48 左			
64 左	64 右	65 左	65 右
	74 右	75 左	75 右
		92 左	92 右
			106 右



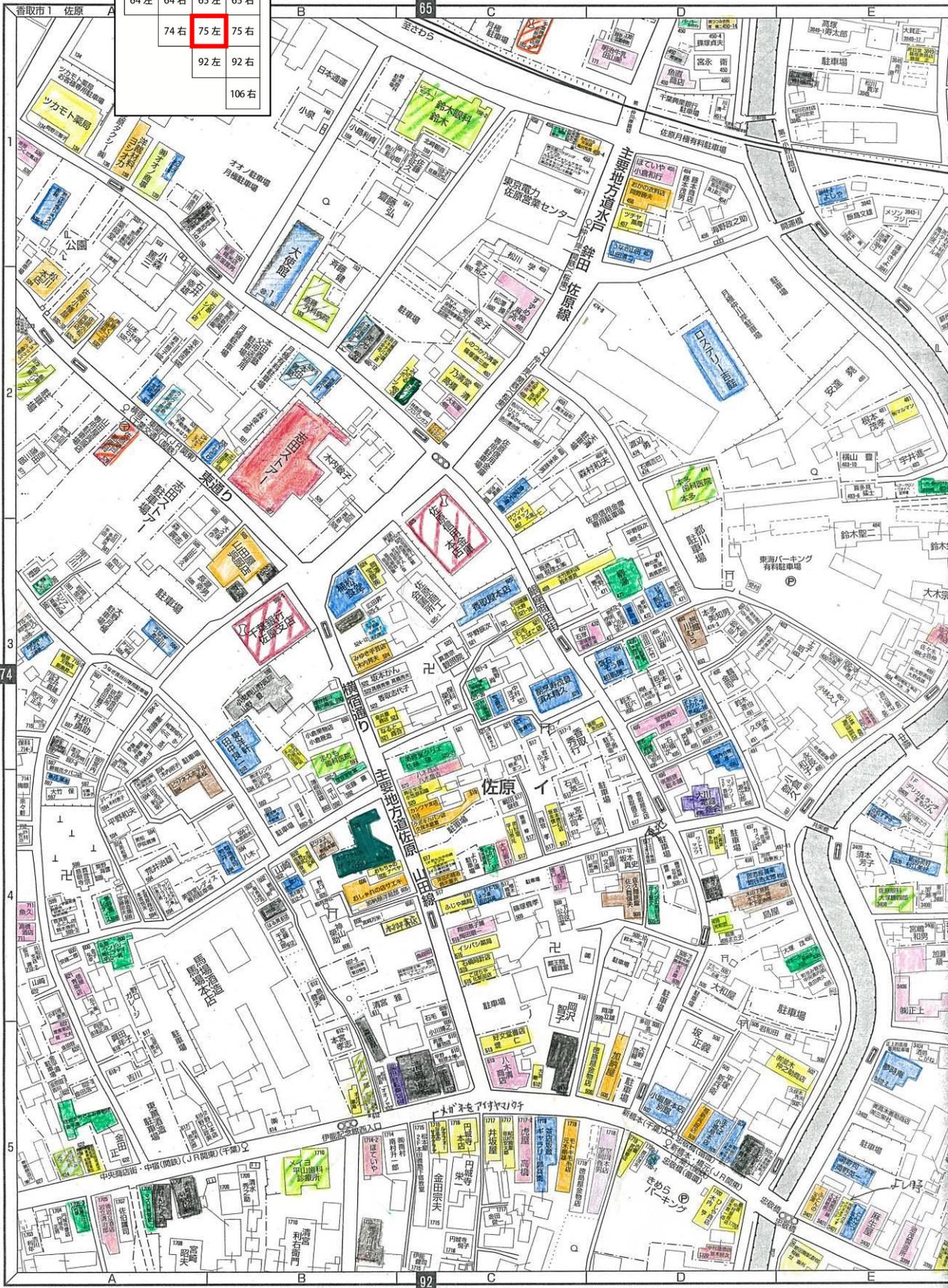


各種商品小売業	[Red]
織物・衣服・身の回り品小売業	[Orange]
飲食料品小売業	[Pink]
機械器具小売業	[Purple]
その他の小売業	[Yellow]
宿泊業	[Brown]
飲食店	[Blue]
持ち帰り・配達飲食サービス業	[Light Blue]
洗濯・理容・美容・浴場業	[Green]
その他の生活関連サービス業	[Light Green]
娯楽業	[Dark Green]
金融・保険業	[Red/White Stripes]
学校教育	[Blue/White Stripes]
その他教育・学習支援業	[Light Blue/White Stripes]
医療業	[Green/White Stripes]
社会保険・社会福祉・介護業	[Light Green/White Stripes]
空き店舗	[Black]

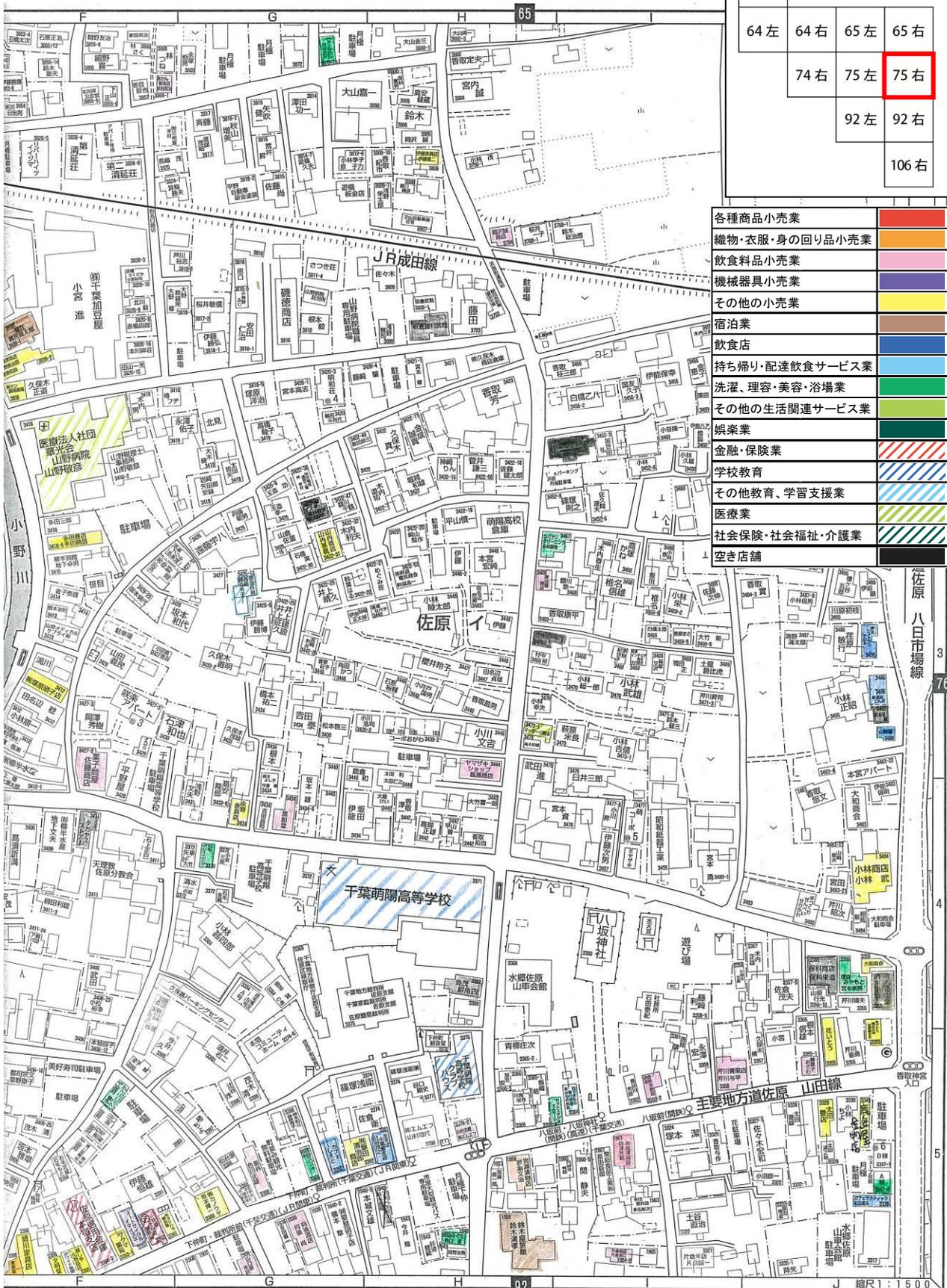
48 左				
64 左	64 右	65 左	65 右	
	74 右	75 左	75 右	
		92 左	92 右	
			106 右	

75 左

48 左			
64 左	64 右	65 左	65 右
		75 左	75 右
		92 左	92 右
			106 右

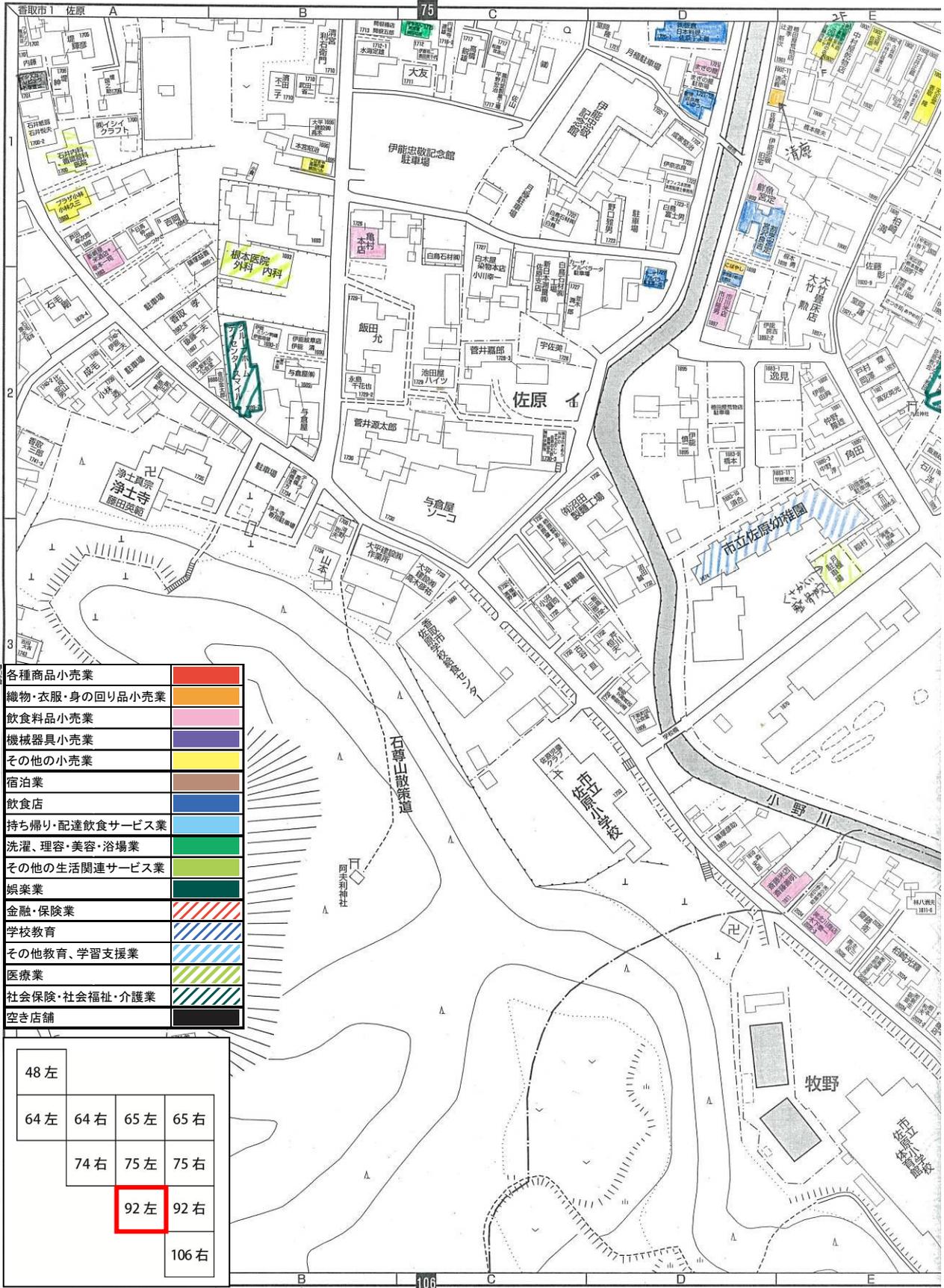


75 右



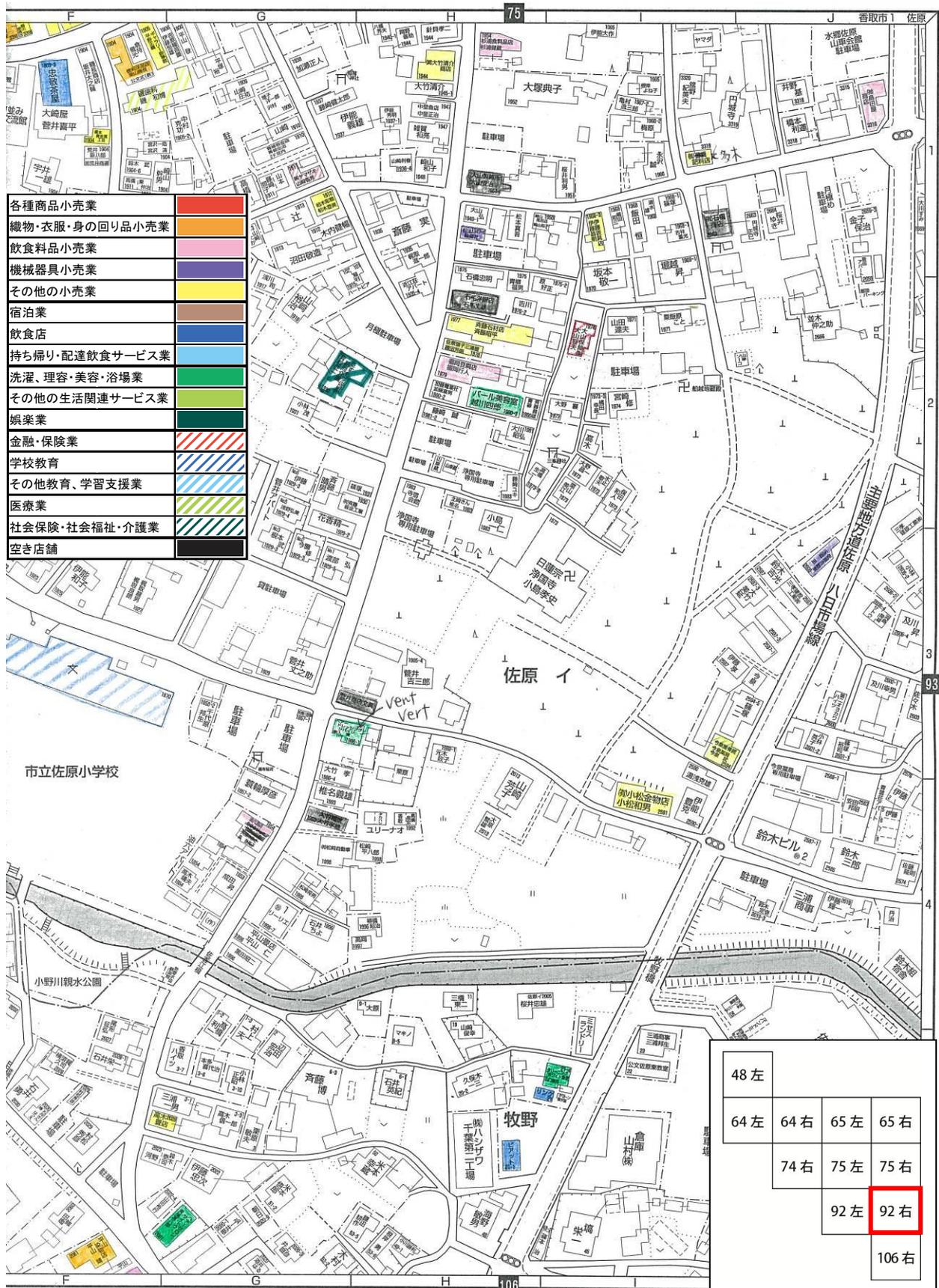
48 左			
64 左	64 右	65 左	65 右
		74 右	75 左
			75 右
		92 左	92 右
			106 右

各種商品小売業	
織物・衣服・身の回り品小売業	
飲食品小売業	
機械器具小売業	
その他の小売業	
宿泊業	
飲食店	
持ち帰り・配達飲食サービス業	
洗濯・理容・美容・浴場業	
その他の生活関連サービス業	
娯楽業	
金融・保険業	
学校教育	
その他教育、学習支援業	
医療業	
社会保険・社会福祉・介護業	
空き店舗	

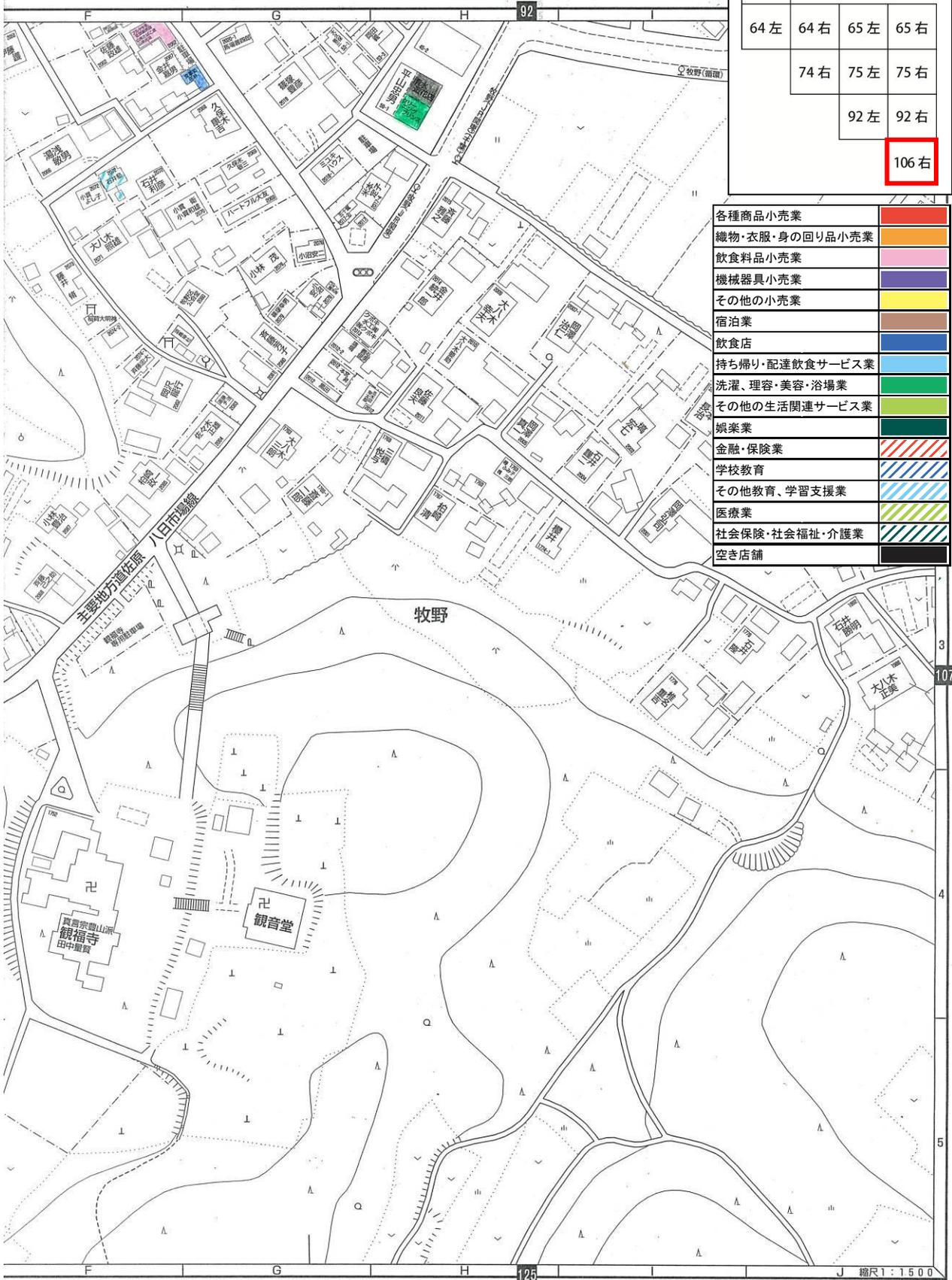


各種商品小売業	[Red]
織物・衣服・身の回り品小売業	[Orange]
飲食料品小売業	[Pink]
機械器具小売業	[Purple]
その他の小売業	[Yellow]
宿泊業	[Brown]
飲食店	[Blue]
持ち帰り・配達飲食サービス業	[Light Blue]
洗濯・理容・美容・浴場業	[Green]
その他の生活関連サービス業	[Light Green]
娯楽業	[Dark Green]
金融・保険業	[Red/White Stripes]
学校教育	[Blue/White Stripes]
その他教育、学習支援業	[Light Blue/White Stripes]
医療業	[Green/White Stripes]
社会保険・社会福祉・介護業	[Dark Green/White Stripes]
空き店舗	[Black]

48 左				
64 左	64 右	65 左	65 右	
	74 右	75 左	75 右	
		92 左	92 右	
			106 右	



106 右



48 左			
64 左	64 右	65 左	65 右
	74 右	75 左	75 右
		92 左	92 右
			106 右

各種商品小売業	
織物・衣服・身の回り品小売業	
飲食料品小売業	
機械器具小売業	
その他の小売業	
宿泊業	
飲食店	
持ち帰り・配達飲食サービス業	
洗濯、理容・美容・浴場業	
その他の生活関連サービス業	
娯楽業	
金融・保険業	
学校教育	
その他教育、学習支援業	
医療業	
社会保険・社会福祉・介護業	
空き店舗	

4. 中心市街地のマーケティング調査

[1] 調査の概要

東京都内の主要地点、および佐原と同様に歴史的町並みを有する川越において、香取市や香取市の観光資源に対する認知度、来訪経験、来訪意向等を把握するアンケート調査（聞き取り調査）を実施した。

調査の実施概要は以下のとおりである。

調査日：[平日調査]平成22年10月15日（金）・22日（金）

[休日調査]平成22年10月16日（土）・23日（土）

調査場所：巢鴨地藏通り商店街

代々木公園

川越（歴史的町並みエリア）

上野公園

調査対象：各調査場所を訪れている来訪者

調査方法：各調査場所に配置した調査員による聞き取り調査

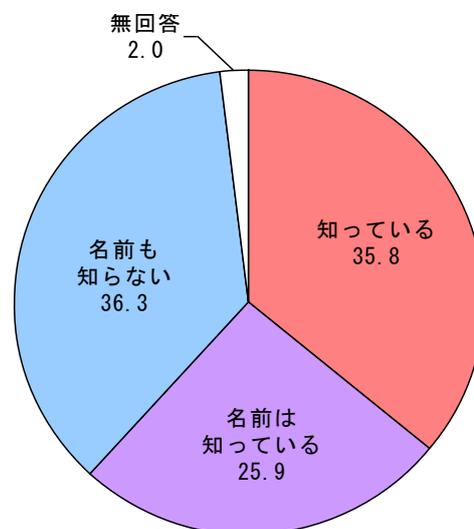
回収数：以下の通り

調査地点	回収数
i) 巢鴨地藏通り商店街	92 票
ii) 代々木公園	149 票
iii) 上野公園	84 票
iv) 川越（歴史的町並みエリア）	127 票
合計	452 票

[2] 調査結果

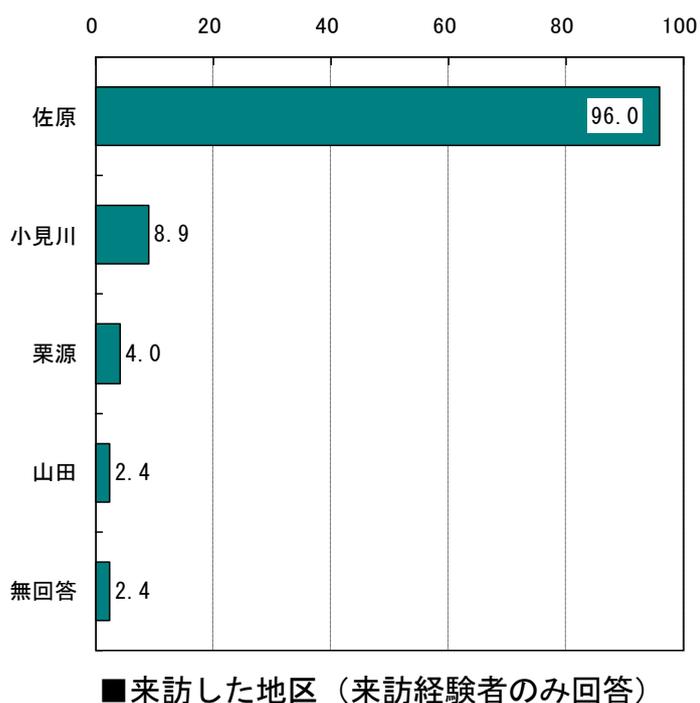
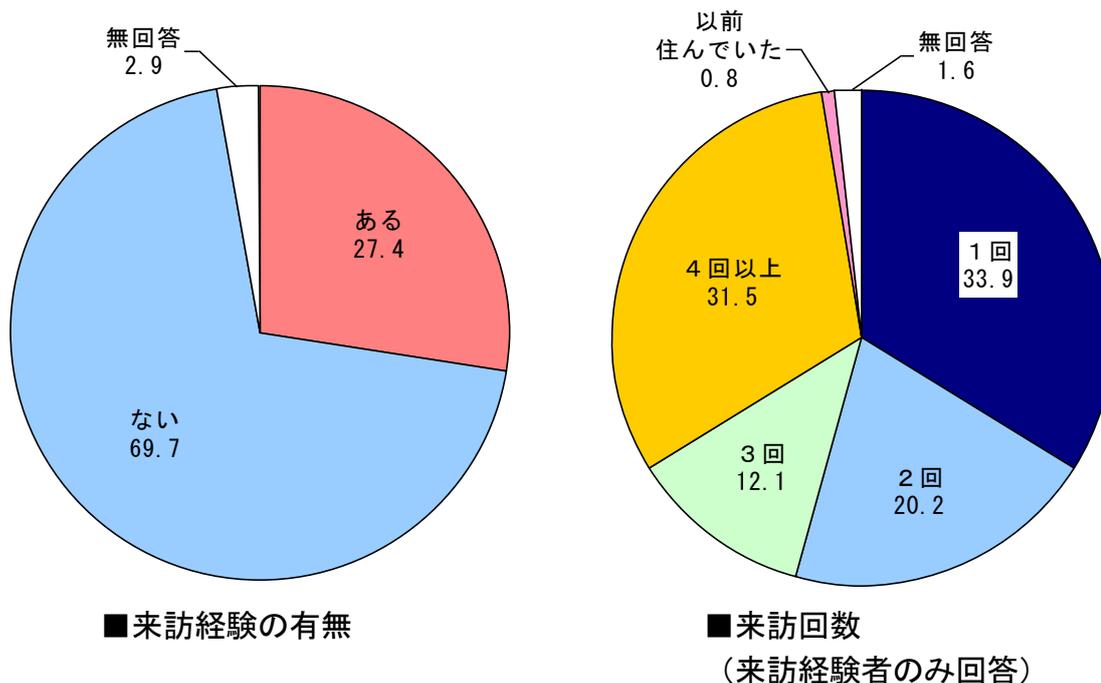
(1) 香取市の認知度

- ・香取市のことを「知っている」と回答した人は、全体の35.8%で、「名前は知っている」も含めると、全体の6割以上の人に認知されているという結果であった。
- ・年齢別の認知度を見ると、40代以下は「名前も知らない」が最も多いのに対し、50代以上では「知っている」が最も多く、年齢が高い人ほど認知度が高くなっている。



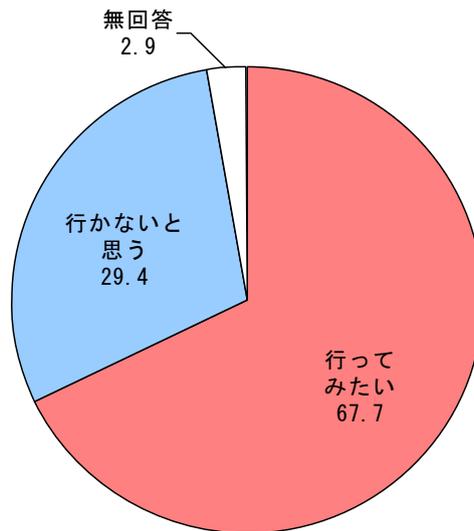
(2) 香取市への来訪経験

- ・香取市への来訪経験は、全体の3割近くが「ある」と回答している。
- ・来訪経験がある人のこれまでの来訪回数は、「1回」が33.9%と最も多い一方で、「4回以上」との回答も3割以上となっており、比較的リピーターが多いことがうかがえる。
- ・年齢別に見ると、50代以上の方は「ある」との回答が比較的多く、70代以上では4割以上となっているが、40代以下になると「ない」との回答が8割以上となっており、年齢が高い人ほど来訪経験者が多くなっている。
- ・来訪経験者が来訪したことのある地区は、佐原区が96.0%と圧倒的に多く、香取市への来訪者のほとんどは、中心市街地のある佐原区へ来訪している。



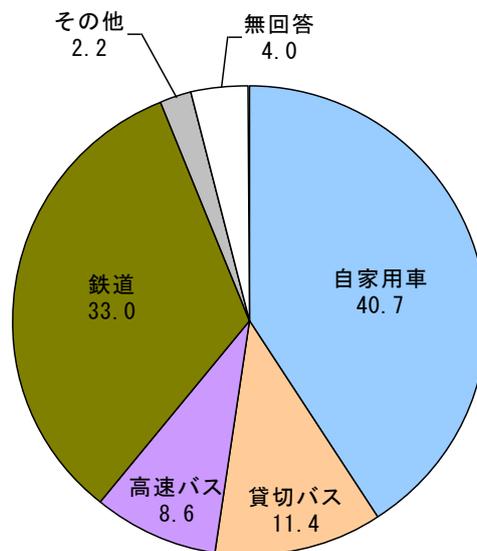
(3) 香取市への来訪希望

- ・全体の7割近い人が「行ってみたい」と回答している。
- ・「行かないと思う」と回答した人の内、6割以上の方が「どんな所か良く分からない」ことを理由として挙げており、香取市の魅力を知ってもらうことで潜在需要を十分掘り起こせる可能性がある。
- ・来訪希望を年齢別に見ると、来訪経験が年齢が上がるにつれ高くなったのとは逆に、若い世代のほうが来訪希望が高くなっており、「行ったことはないが興味がある」といった若い世代が比較的多いことが読み取れる。



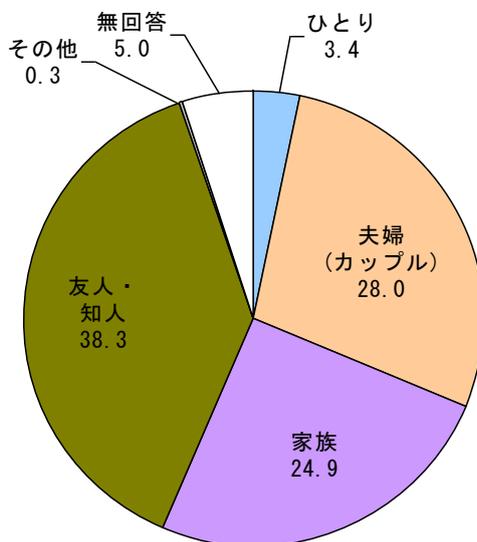
(4) 利用したい交通機関

- ・香取市へ来訪する際に利用したい交通機関は、「自家用車」との回答が約4割と最も多いが、「鉄道」との回答も3割以上みられる。現状（小野川周辺で行った調査）では、自家用車利用が5割以上、鉄道利用が約2割であるが、需要としては鉄道も比較的多い結果となっている。
- ・年齢別にみると「自家用車」との回答がどの年代も最も多いが30～40代のファミリー世代が比較的多くなっている。また、「鉄道」との回答は10～20代の若い世代で比較的多く、年齢が上がるにつれ「貸切バス」との回答が多くなる傾向がある。



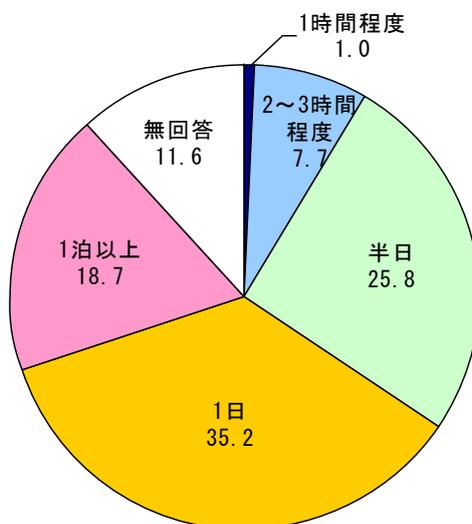
(5) 希望同行者タイプ（誰と一緒にいきたいか）

- ・希望同行者タイプは「友人・知人」の回答が約4割と最も多く、次いで「夫婦（カップル）」（28.0%）、「家族」（24.9%）となっている。
- ・年齢別に見ると、30～40代は「家族」との回答が最も多く、それ以外の世代では「友人・知人」との回答が多いが、50～60代では「夫婦（カップル）」との回答も比較的多い。



(6) 希望滞在時間

- ・香取市へ訪れる場合の希望旅行行程（滞在時間）については、「1日」との回答が35.2%と最も多く、次いで「半日」（25.8%）となっている。また、「1泊以上」との回答も2割近くあり、行くのであればゆっくり滞在したいという希望が読み取れる。
- ・現状（小野川周辺で行った調査）では、「2～3時間」との回答が41.2%と最も多く、次いで「半日」が36.8%、「1日」との回答は約6%のみとなっており、往復の移動時間の制約等もあり、希望と現実の間にギャップがみられる。
- ・年齢別に見ると、どの年代も「1日」との回答が最も多く。より滞在時間の長い「1泊以上」との回答は10～20代の若い世代、滞在時間の短い「2～3時間程度」との回答は70代以上に比較的多くなっている。



(7) 観光施設・イベントごとの来訪経験・認知度・来訪希望

- ・市内に存在する観光施設・イベントの認知度については、「香取神宮」が38.5%と最も高く、次いで「水生植物園・あやめ祭り」(30.1%)、「佐原の歴史的町並み」(25.7%)となっている。
- ・来訪経験・来訪希望についても認知度同様、「香取神宮」、「水生植物園・あやめ祭り」、「佐原の歴史的町並み」が多くなっている。
- ・認知度・来訪希望が低い「水郷おみがわ花火大会」「栗源のふるさととも祭」「農業体験」についても、1割以上の来訪希望があり、特に「水郷おみがわ花火大会」については、認知度の割に来訪希望が高く、イベントの認知度を上げることで誘客力が高まる可能性が高いと考えられる。

