
平成 28 年度 伴走型小規模事業者支援推進事業

沼田市東部地域における『観光』と『農業』の両面からのブランド化



平成 29 年 2 月
沼田市東部商工会

内容

1	はじめに.....	4
2	伴走型小規模事業者支援推進事業の概要.....	5
2.1	伴走型小規模事業者支援推進事業で掲げた目標.....	5
2.2	本事業の具体的な取組内容.....	6
2.3	認定された経営発達支援計画と本事業.....	6
3	経営発達支援計画の実施に関する事業.....	22
3.1	委員会.....	22
3.1.1	事業実施メンバー（委員・専門家・委託先）.....	22
3.1.2	委員会開催状況.....	22
3.2	商品・役務の需要動向、地域の経済動向等に関する調査・分析・情報提供.....	24
3.2.1	「地域内消費者意識調査」.....	24
➢	回答者の属性.....	24
➢	買い物の頻度.....	26
➢	買い物の同行者.....	27
➢	主な買い物場所.....	28
➢	主な移動手段.....	29
➢	お店選び.....	30
➢	買い物での困り毎の有無.....	32
➢	困っている理由.....	33
➢	改善するなら.....	35
➢	地域外での買い物.....	37
➢	地域外への買い物の行き先.....	38
➢	地域活性化について.....	39
➢	「地域内消費者意識調査」からの考察.....	41
3.2.2	「小規模企業景気動向調査」.....	42
3.2.2.1	製造業.....	42
3.2.2.2	建設業.....	47
3.2.2.3	小売業.....	50
3.2.2.4	サービス業.....	53
3.2.3	「決算データ分析調査」.....	57
3.2.3.1	総合工事業（業種コード 06）.....	57
3.2.3.2	職別工事業（業種コード 07）.....	58
3.2.3.3	設備工事業（業種コード 08）.....	59
3.2.3.4	金属製品製造業総合工事業（業種コード 24）.....	60
3.2.3.5	運輸に付帯するサービス業（業種コード 48）.....	61
3.2.3.6	織物・衣類・身の回り品小売業（業種コード 57）.....	62
3.2.3.7	飲食品小売業（業種コード 58）.....	63

3.2.3.8	その他の小売業（業種コード 60）	64
3.2.3.9	不動産賃貸業・管理業（業種コード 69）	65
3.2.3.10	宿泊業（業種コード 75）	66
3.2.3.11	飲食店（業種コード 76）	67
3.2.3.12	洗濯・理容・美容・浴場業（業種コード 78）	68
3.2.3.13	自動車整備業（業種コード 89）	69
3.2.3.14	全 89 社から見る総括と今後の課題	70
3.2.3.15	業種別の特徴や傾向	71
3.2.4	「各種統計資料による経済動向の情報収集と分析提供」	74
3.2.5	人口に関する分析	74
4	その他経営発達支援計画の実施に関する事業	79
4.1	計画で掲げた内容	79
4.1.1	「老神温泉」の活性化への課題	79
4.1.2	「吹割の滝」のバリアフリー化への課題	79
4.2	「老神温泉」の活性化への課題に向けた事例研究結果	79
4.2.1	「鬼怒川温泉（栃木県日光市）」の事例	79
4.2.2	「十勝川温泉（北海道河東郡音更町）」の事例	81
4.2.3	「湯本温泉（山口県長門市）」の事例	84
4.2.4	「燕温泉（新潟県妙高市）」の事例	86
4.3	「吹割の滝」の活性化への課題に向けた事例研究結果	88
4.3.1	「貧谷（ひんだん）の滝（福井県丹生郡越前町）」の事例	88
4.3.2	「華巖の滝（栃木県日光市）」の事例	89
4.3.3	「袋田の滝（茨城県久慈郡大子（だいご）町）」の事例	90
4.3.4	「秋芳洞（山口県美祢市秋芳町）」の事例	92
4.3.5	「高野山（和歌山県伊都郡高野町）」の事例	94
4.4	吹割の滝での観光客アンケート	99
4.4.1	実施概要	99
4.4.2	アンケート結果	99
	➤ 性別・年代	99
	➤ 職業	100
	➤ 居住地	100
	➤ 同行者	101
	➤ 参加形態	101
	➤ 主な経由地	102
	➤ 旅行日数	103
	➤ 宿泊場所	104
	➤ 『吹割の滝』への訪問回数	105
	➤ 吹割の滝への旅行のきっかけ	107
	➤ 一人あたりの予算（交通費）	108

>	一人あたりの予算（食事代）	109
>	一人あたりの予算（土産代）	110
>	一人あたりの予算（宿泊費）	111
>	一人あたりの予算（総額）	111
>	『吹割の滝』に対する観光面の満足度	112
>	『吹割の滝』に対する全体の満足度	114
>	『吹割の滝』へのレポートニーズ	115
>	『吹割の滝』に対する意見・要望（原文のまま）	115
4.5	先進地視察	118
5	次年度に取り組むべき経営発達支援事業の内容	122
5.1	地域の経済動向調査に関する事	122
5.1.1	経営状況の分析に関する事	122
5.1.3	事業計画策定後の実施支援に関する事	122
5.2	地域経済の活性化に資する取組	123
5.2.1	創業塾の開催	123
5.2.2	地域特産品の開発支援を通じた新規会員の獲得	123
5.3	経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組	123
5.3.1	職員の資質向上	123
6	さいごに	124
6.1	老神温泉の活性化に向けて	124
6.1.1	このまま放置した場合の未来—廃墟ホテルがもたらす老神温泉へのダメージ	124
6.1.2	廃墟ホテルを撤去するためには—あるべき姿の検討（どのような活用ができるか？）	124
6.1.3	主体(誰がリーダーをとるべきか)	124
6.1.4	費用の調達方法（補助金等の施策の活用）	124
6.2	吹割の滝の活性化に向けて	125
6.2.1	このまま放置した場合の未来—観光客の満足度を高めるためにあるべき姿	125
6.2.2	主体(誰がリーダーをとるべきか)	126
6.2.3	費用の捻出（補助金等の施策の活用）	126
6.3	沼田市東部商工会の今後の方向性	126
6.3.1	小規模企業振興基本法との関連性	126
6.3.2	沼田市東部地域の強みを活かした地域活性化	127
7	参考	128
7.1	地域内消費者意識調査の調査票	128
7.2	地域内消費者意識調査の集計結果	137
7.3	小規模企業景気動向調査の調査票	143
7.4	吹割の滝でのアンケート集計結果	151

1 はじめに

平素、当商工会の運営にご支援ご協力を厚く賜りお礼申し上げます。

当商工会の地域である、沼田市東部地域は、群馬県の北部に位置し、老神温泉を中心として、自然豊かな溪谷の吹割の滝、雄大な山々である皇海山、古民家である南郷の曲屋等と観光資源に恵まれています。白沢地域は、道の駅、果樹園、白沢温泉等の観光施設に加え、トマトやリンゴを中心とする県内有数の農産地であり、利根地域は森林資源、観光資源が豊かな山村地域です。老神温泉朝市では、季節の野菜、果物、山菜、キノコなどの山の香りが漂います。

当地域のやる気のある小規模事業者の共通課題は、「売上の向上」、「利益の確保」を図ることにあります。このためには地域資源を活用した農産物の6次産業化とブランド化、短期的には、国道に面する「道の駅・白沢」の誘客力向上、「老神温泉」に撤退し放置されている大型ホテルの敷地の再活用、「吹割の滝」の客動線のバリアフリー化を核としたサービス力の向上、長期的には、地域の恵まれた自然条件、観光資源を生かして新たな需要開拓を図り、『観光』『農業』の両面からブランド化が目指すところであり、これらを実現するために、当商工会は「経営発達支援計画」を策定し、行政や地域専門家との連携を図りながら地域ぐるみで小規模事業者を全面的に支えていく、伴走型小規模事業者支援推進事業の推進が求められます。

伴走型小規模事業者支援推進事業としては、次の5つの目標を掲げました。

- (1) 中小企業施策普及の徹底
- (2) 創業・第二創業・第三創業の推進
- (3) 地域支援機関との連携
- (4) 経営支援体制の強化
- (5) 「地域活性化研究会（仮）」の立ち上げ

そして、初年度である平成28年度は、今後5カ年に亘る経営発達支援計画を推進するための基本的項目の調査事業に注力し、現状分析を通じた今後の方向性を導出しました。

本事業活動を通じて、次年度以降、関係各位の益々のご理解とご協力をいただきつつ、中小・小規模事業者の支援を通じて地域貢献の役割を果たして生きたいと思っております。

平成29年2月

沼田市東部商工会

会長 岡村 正

2 伴走型小規模事業者支援推進事業の概要

2.1 伴走型小規模事業者支援推進事業で掲げた目標

本事業の目標
<p>沼田市東部商工会は、中期的に、当地域のやる気のある小規模事業者の共通課題である「売上の向上」、「利益の確保」を図るべく、経済や需要動向等の外部環境分析と経営分析による内部環境分析を通じて、地域資源を活用した『6次産業化』の具現化に向けた事業計画の策定支援、セミナーや講習会の開催を通じ、伴走型の計画の着実な実行支援のほか、必要に応じ、経営実態を踏まえた計画の見直しを行うなど、持続的経営に向けて経営品質を向上させることを目標とする。</p> <p>そして長期的には、地域の恵まれた自然条件、生活条件、産業条件を生かして、新たな需要開拓を図り、沼田市東部地域が『観光』『農業』の両面からブランド化され、多くの人に認知される活動を推進していく。</p>
経営発達支援事業の目標
<p>以下の5つを小規模事業者の振興目標として掲げ、群馬県商工会連合会、等との連携体制を構築し、事業を推進していく。</p> <p>(1) 中小企業施策普及の徹底</p> <p>現在、国や県を通じて、中小企業や小規模事業者に対する施策は、アベノミクス経済政策により潤沢に補完されている。多くの小規模事業者にその施策情報を届け、実践して頂くことが本会の役割として重要な課題であることから、中小企業施策をリアルタイムに入手し、いち早く事業者に届ける支援体制を構築する。</p> <p>(2) 創業・第二創業・第三創業の推進</p> <p>沼田市が推進する「ぬまた起業塾」と連携し、「観光」「農業」を中心とした創業支援を図る。創業支援の対象は新たなビジネスチャンスに果敢に取り組む若者、女性、シニアとなるが、第二創業（経営革新）や第三創業（事業承継）においては、現経営者や後継者に対して、創業前の支援から、創業後の成功確率を高めるための支援を行う。</p> <p>起業者・経営者には、中期的には新規事業者を増やし事業を安定させること、長期的には新規雇用者の創出と雇用に伴う定住促進を働きかけることで地域内人口を増加させていく。</p> <p>(3) 地域支援機関との連携</p> <p>本会では、これまでも、群馬県、沼田市といった行政、上部団体である群馬県商工会連合会、日本政策金融公庫や利根郡信用金庫等の金融機関、群馬県産業支援機構、税理士、中小企業診断士等の専門家と連携しているが、今後は、小規模事業者支援施策情報の提供や各事業計画案件の共有化並びに実行に向けた支援体制を構築する。</p> <p>(4) 経営支援体制の強化</p> <p>経営発達支援事業を推進するために本会に新たに「経営発達支援相談窓口」を設置する。また、経営指導員のスキルアップを図るために、上部団体である群馬県商工会連合会が実施する研修会等への参加、中小企業基盤整備機構等の関係機関が開催する講習会や事業説明会等へも積極的に参加し、情報収集や資質の向上・研鑽に努める。</p> <p>(5) 「地域活性化研究会(仮)」の立ち上げ</p> <p>当地域には風光明媚な自然、四季を通じて楽しめる農産物等々、魅力的な地域資源が多い。小規模事</p>

業者が持続的な経営を行うためには、これらの地域資源を活用するだけでなく、地域課題を直視し対峙することも求められる。

例えば、地域課題を個別に見ると、農産物では 6 次産業化やブランド化をいかに進めるべきかという課題があり、「道の駅・白沢」では国道に面することで誘客力を高めたい、「老神温泉」は撤退したまま放置されている大型ホテルの敷地の再活用問題、「吹割の滝」は客動線のバリアフリー化を核としたサービス力の向上等々、多くの課題・問題点がある。

これらの課題・問題点に取り組むために、小規模事業者を中心に、行政、市会議員、経営者、地域住民等を交えた「地域活性化研究会(仮)」を立ち上げ、将来の在るべき姿から、今、我々は何をすべきなのかを中長期的な視点で検討する。

2.2 本事業の具体的な取組内容

事業内容	
Ⅰ・ 全体 概要	<p>小規模事業者の喫緊の課題である「売上の向上」「利益の確保」に対応するため、これまでの経営改善普及事業と地域振興事業を発展させ、地域の課題を克服し、強みを伸ばす事業計画の策定とその着実な遂行を以下の 6 つの目標により伴走型で支援していく。</p> <ol style="list-style-type: none">(1) 地域資源を活用した 6 次産業の推進(2) 「道の駅・白沢」を拠点とした観光による地域活性化(3) 中小企業施策普及の徹底(4) 創業・第二創業・第三創業の推進(5) 地域支援機関との連携(6) 経営支援体制の強化

2.3 認定された経営発達支援計画と本事業

I. 経営発達支援事業の内容

1. 地域の経済動向調査

地区内の小規模事業者等が直面している現状の課題や問題点を把握するため、本会が実施する景気動向調査をはじめ、各種調査結果等の分析を通じて、小規模事業者の経営活動に資するデータを収集整理したデータベースを整備し活用していく。

2. 経営状況の分析

巡回指導、窓口相談、セミナーの開催を通じた経営分析により、小規模事業者の経営意識の向上を図る。

3. 事業計画策定支援

小規模事業者の経営課題を達成するための事業計画を、専門家との連携を通じて作成する。また創業、第二創業(経営革新)塾を開催し、創業希望者の知識向上を図り、計画策定を図るとともに、創業後においても継続して支援を行うための遂行状況の確認や指導・助言を行っていく。

4. 事業計画策定後の実施支援

事業計画策定後において定期的なフォローアップを実施しながら、事業の継続的発展を確かなものにするために、あらゆる関係機関を利用した伴走型の支援を実施する。

5. 需要動向調査

新たに生産・販売する商品・サービスの需要動向に関する情報の収集、整理、分析、及びその結果を提供することにより持続的発展に繋げていく。

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業

小規模事業者の営業・販路拡大の課題に対して、専門家と連携した個別相談を受け付ける。また、販路開拓先を「地域内」と「地域外」に分け、それぞれの需要特性に応じた特産品等の販路開拓や、取引先の増加、商品の認知度を向上させるための出展を支援し、さらに関係機関の広報誌、マスコミやITを利用することにより全国的な販路開拓に繋がっていく支援を実施する。

II. 地域経済の活性化に資する取り組み

平成 21 年度から本会が取り組んでいる”美と健康を提案する地域”を推進するため、新たに「地域活性化委員会(仮)」を立ち上げる。

本事業のポイント

I. 委員会等の開催

経営発達支援計画に掲げた I の「経営発達計画の内容」と II の「地域経済の活性化に資する取組」の方向性を精査し、進捗を担保するための『経営発達支援事業推進委員会』及び『地域活性化委員会』を組織する。なお、委員会は本会会長とする。

経営発達支援計画 II. 地域経済の活性化に資する取組

II. 商品・役務の需要動向、地域の経済動向等に関する調査・分析・情報提供

小規模事業者を取巻く経営環境を把握するための基礎データとなる各種調査について、どのよう

事業内容

目・委員会等の開催

①経営発達支援計画の該当箇所の記載事項

- 本計画に記載された事業の実施状況及び成果について、以下の方法により評価検証を行う。
- (ア) 群馬県商工会連合会をはじめ、外部有識者を招聘した経営発達支援事業検討委員会を設定し、事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示を行う。
 - (イ) 理事会において、評価・見直しの方針を決定する。
 - (ウ) 事業の成果・評価・見直しの結果については、理事会に報告し承認を受ける。
 - (エ) 事業の成果・評価・見直しの結果を総代会や本会ホームページにて計画期間中公表する。

②補助事業で実施する内容

本会に『経営発達支援事業推進委員会』を設置する。同委員会は、会長を委員長として、副会長、群馬県商工会連合会担当職員等の委員、及び、外部有識者として中小企業診断士を委嘱し、2回開催する。

③補助事業実施の効果

やる気のある小規模事業者が目指すべきゴールは何か、そしてそのために必要な支援は何か、これらを起点に議論することで、小規模事業者のニーズに即した補助事業の実施が具現化することが期待される。

④補助事業の予算積算

経費区分	内容	積算	金額
委員等謝金	委員への謝金	@3,000円×8名×2回	48,000
委員等旅費	委員への旅費	@500円×8名×2回	8,000
専門家謝金	専門家への謝金	@32,400円×1名×2回	64,800
専門家旅費	専門家への旅費	@10,000円×往復×2回	40,000
会議費	茶菓代	@160円×10名×2回	3,200
合計			164,000

事業内容

商品・役務の需要動向、地域の経済動向等に関する調査・分析・情報提供

① 経営発達支援計画の該当箇所の記載事項

商品・役務の需要動向

(現状と課題)

小規模事業者が商品・サービスを提供する際、「売れている」「売りたい」「作れる」「作りたい」という思いが先行するため、「顧客ニーズ」に基づく事業計画の策定という視点が欠けることが少なくなかった。また、事業計画の客観性を担保するためには、売上・利益の目標を設定し、その達成により、小規模事業者の持続的発展を促進することが求められるが、そのためにも事前の需要動向調査は不可欠である。

これまで本会においては、窓口相談や巡回指導時に、その商品やサービスの需要動向をヒアリングすることが少なく、経営者の勘や経験に対して裏付けできるデータ収集を怠ってきた。業種別・品目別の需要動向については、そもそも商工会がそのような調査を行うという認識が乏しく、その必要性と情報の集め方を理解している事業者は少ないのが現状である。

今後は、小規模事業者に対して、プロダクトアウトからマーケットインへ意識改革を図るために需要動向調査の必要性の認識を促し、その手法を理解し実施することが課題となる。

(改善方法)

経営指導員等が小規模事業者に対して、巡回や窓口相談等を通じて、販路開拓のためには需要動向調査の本質、必要性、重要性が必要であることを説いていく。需要動向調査の項目は、①市場動向、②地域住民・観光客・バイヤー等の消費者動向、③競合他社の動向という3つの動向分析を中心に年に1回以上実施する。情報収集の効率化を図るために、群馬県商工会連合会と専門家と連携しながら、行政や公的機関、各業界団体、地域の支援機関等が持つ情報を活用していく。

地域の経済動向等に関する調査・分析・情報提供

(現状と課題)

現状は、これまでに本会が独自で地域の経済動向や決算データに関して調査したことはなく、経営指導員は、専ら県商工会連合会における研修時に国や県の経済動向を把握してきた。また小規模事業者においても、経済動向を把握するための手段や経験等のノウハウが乏しいことから、自社で調査している事業者は非常に少なく、人的資源が不足している小規模事業者自ら調査を行うことは難しい。

このような現状であるため、窓口相談や巡回指導時において、小規模事業者が自社の経営状況を分析する際に、求められれば経済動向に関する情報を提供するものの軽視されることが多く、その提供先は限定的であった。

また、そもそも、本会には小規模事業者に対して地域の経済動向を踏まえた的確な経営戦略を提案できる経営支援体制が整備されていない。これらの対策整備が課題である。

(改善方法)

今後は、本会が独自に地域の経済動向に関する調査を行い全職員が能動的に収集、整理、分析し、小規模事業者を取り巻く経営環境を迅速に把握し提供できる情報共有体制を構築する。

調査結果は経営指導員等が窓口相談や巡回指導を行う際に、事業計画を策定する小規模事業者に提供するとともに、本会のホームページや会報等で広く公開する。また、経営指導員は地域経済の現状把握と将来予測、政策提案の基礎資料となるように更なる分析の徹底を図る。

②補助事業で実施する内容

商品・役務の需要動向

(1)【「地域内消費者意識調査」実施のためのシステム準備】

項目	内容
目的	地域内に居住する住民の商工業に求めるニーズを顕在化させる
対象	地域住民約100名
調査方法	調査票の郵送による調査法
実施時期	平成28年7月～10月迄:システム作成準備、10月～11月:実施
調査項目	日常の買い物行動、買物頻度、購入品目、交通手段、イベント等に対するニーズ、その他の意見・要望等
分析方法	消費者のニーズを定性的に把握し、消費者の潜在的なニーズを浮かび上がらせる。
活用方法	本会の事業活動と小規模事業者による新たな営業活動に反映
提供方法	本会が運営するホームページ、SNS、会報、回覧板、及び、行政の広報誌等

(2)【「各種統計資料による需要動向調査」実施のためのシステム準備】

項目	内容
目的	各種統計資料の情報を提供することで、小規模事業者の意思決定を支援する。
対象	総務省統計局「家計消費状況調査」「家計調査」等
調査方法	インターネットにより収集
実施時期	平成28年7月～10月迄:システム作成準備、10月～11月:実施
調査項目	主な商品・サービスへの消費者の支出動向
分析方法	家計消費の動向について、国はどのような見解を示しているのかを分析し、提供する。
活用方法	消費者の消費行動に基づいた“売れる”商品の開発に向けて活用する。
提供方法	本会が運営するホームページ、SNS、会報、回覧板、及び、行政の広報誌等

地域の経済動向等に関する調査・分析・情報提供

(1)【「小規模企業景気動向調査」実施のためのシステム準備】

項目	内容
目的	全国連による「中小企業景況調査」に項目を併せて地区内小規模企業の景気動向等についての情報を収集する。全国連と地域内の景況感にはどのような差があるのか、その結果を取りまとめ周知するとともに、本会の政策資料としていく。
対象	地域内小規模事業者25社(商業、工業、サービス、建設業)
調査方法	調査票に基づく聴取り調査法

実施時期	平成28年7月～10月迄:システム作成準備、10月～11月:実施
調査項目	「中小企業景況調査票」をベースに、一部加工した調査票を新たに作成する。
提供方法	本会が運営するホームページ、SNS、会報、回覧板、及び、行政の広報誌等
分析方法	各調査項目について、増加(好転)企業割合から減少(悪化)企業割合を差し引いた値(D.I.)を示す。
活用方法	地区内小規模企業による景況感から地域経済の現状を把握し、将来予測、政策提案の基礎資料となるように活用する。
提供方法	本会が運営するホームページ、SNS、会報、回覧板、及び、行政の広報誌等

(2) 【「決算データ分析調査」実施のためのシステム準備】

項目	内容
目的	業種毎の経済動向情報として整理し、創業や経営革新、事業承継などに関する相談等に活用していく。
対象	地域内小規模事業者から業種毎に計5社を抽出
調査方法	商工会記帳システム「ネットde記帳」から業種ごとの決算データを抽出
実施時期	平成28年7月～10月迄:システム作成準備、10月～11月:実施
調査項目	「売上」「利益」「従業員」「業績推移」
分析方法	「売上」「利益」「従業員」「業績推移」を業種毎・時系列に分析
活用方法	地区内小規模企業による決算データから業種毎の経済動向の現状を把握し、将来予測、政策提案の基礎資料となるように活用する。
提供方法	本会が運営するホームページ、SNS、会報、回覧板、及び、行政の広報誌等

(3) 【「各種統計資料による経済動向の情報収集と分析提供」実施のためのシステム準備】

項目	内容
目的	小規模事業者等の意思決定における参考資料として情報を提供する
対象	全国連が取り纏める「中小企業景況調査報告書」及び、群馬県産業政策課が取り纏める「経営環境の変化による影響調査」等
調査方法	インターネットにより収集
実施時期	平成28年7月～10月迄:システム作成準備、10月～11月:実施
調査項目	全国、及び、県の中小企業の経済動向
分析方法	県全体でどのような経済動向にあるのか、その現状と課題について、群馬県産業政策課及び県連合会がどのような見解を示しているのかを分析する。
活用方法	本会の事業活動と小規模事業者による事業計画の構築に反映
提供方法	本会が運営するホームページ、SNS、会報、回覧板、及び、行政の広報誌等

② 補助事業実施の効果

商品・役務の需要動向

項目	内容
「地域内消費者意識調査」	小規模事業者の新たな商品・サービス等の経営革新への意欲を高める。
「各種統計資料」	小規模事業者の視野を広め、新たな商品・サービス等の経営革新への意欲を高める。

地域の経済動向等に関する調査・分析・情報提供

項目	内容
「小規模企業景気動向調査」	小規模事業者を取巻く経済動向を全国と比較することで、次の政策立案の基礎とする。
「決算データ分析調査」	小規模事業者が自店の業界動向を把握することで、事業計画の基礎資料とする。
「各種統計資料」	小規模事業者の視野を広め、新たな商品・サービス等の経営革新への意欲を高める

① 補助事業の予算積算

経費区分	内容	積算	金額
委託費	調査票の作成、集計システムの作成	一式 3,240,000 円	3,240,000
委託費	調査結果の分析、報告書の作成	一式 2,376,000 円	2,376,000
印刷製本費	報告書の印刷	@1,520 円×10 部	15,200
通信運搬費	消費者意識調査のための通信費	82 円×往復×100	16,400
合計			5,647,600

事業内容

△ セミナー・講習会

② 営発達支援計画の該当箇所の記載事項

経営状況の分析に関すること【指針①】

(現状と課題)

これまでは経営指導員による巡回指導、窓口相談を中心に、各種セミナーの開催、経営革新計画やマル経融資の申請時等々において、小規模事業者に対して経営状況の分析を行っていたが、それは提出要件を満たすための形式的な分析にとどまっていた。また、小規模事業者の中には自ら専門書により経営状況の分析を行う者もいるが、その数は少なく、小規模事業者にとって難易度が高い。

今後は、売上や利益の拡大を目指す小規模事業者に対して、経営状況の分析の本質、必要性、重要性を認識させ、さらに、その中から、意欲の高い小規模事業者の掘り起こしを行うことが課題となる。

また、分析項目についても財務分析に偏るのではなく、従業員教育、後継者の有無、設備の状況、情報化への対応等、経営状況を俯瞰した分析項目を設定していくことも課題である。

(改善方法)

経営状況の分析が必要な小規模事業者に対して、経営指導員が巡回指導、窓口相談を中心に、各種セミナーの開催、経営革新計画やマル経融資の申請時等々の様々な機会において、経営状況の分析を行う。

経営状況の分析が必要と考えられる小規模事業者とは、若手の経営者や事業に対する意識が高いが売上と利益が伸び悩む小規模事業者である。リストアップし、経営指導員が中心となって経営状況の分析の必要性と重要性について意識を高めるための指導を丁寧に実践していく。

なお、経営分析という言葉に拒絶反応を示すような高齢の経営者に対しては、改善が必要なポイントを簡潔に絞る指導方法へ改善を図っていく。

また、専門性や特殊性が求められる業種業態については、県連合会と連携を図り専門的な知見を有する専門家等を招聘し、経営状況の分析を実施する。

事業計画策定支援に関すること【指針②】

(現状と課題)

これまでは経営革新計画をはじめ、持続化補助金、ものづくり補助金、マル経融資等の申請に併せて事業計画の策定を行ってきたが、小規模事業者の多くは事業計画の策定機会が少ないことから、そのスキルは乏しい。また、そもそも1の「地域の経済動向調査」、2の「経営状況の分析」、5の「需要動向調査」が不正確であったことから、的確な事業計画の策定には至っておらず、さらに、その進捗状況を把握する体制が構築されていなかった。

今後の課題は、1の「地域の経済動向調査」、2の「経営状況の分析」、5の「需要動向調査」を踏まえた最適な事業計画の策定支援をタイムリーに行うこと、そして、その事業計画に対する PDCA

を実施するための支援体制を整備していくことが課題として挙げられる。

(改善方法)

今後は、地域内の小規模事業者に対して、経営指導員が巡回指導、窓口相談を中心に、各種セミナーの開催、経営革新計画やマル経融資の申請時等々の様々な機会において、事業計画に基づいた経営の必要性と重要性について意識を高めるための指導を丁寧に実践していく。

並行して、高い事業意欲を持つ小規模事業者に対しては、「1.地域の経済動向調査」、「2.経営状況の分析」、「5.需要動向調査」を踏まえ、売上と利益の拡大に向けた実現可能性の高い事業計画の作成を伴走型で支援していく。

事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

(現状と課題)

持続化補助金等の補助金事業においては、事業に関する進捗確認を行うが、確実な事業完了を目指すために経費支出と証憑確認が主となっていた。その他の創業や経営革新においては、計画策定後、承認されたり事業が実施されたりすることで一段落という雰囲気が流れることから、特段問題がなければ進捗管理を確認することはなかった。

今後は、事業計画に沿った経営を実行していくことが持続的経営の為には有効であることを実践していくため、事業計画の進捗状況を定期的・計画的に把握し、計画に遅延が見られる場合にはタイムリーにアドバイスを提供し、確実な計画の実現を遂行できる PDCA サイクルを取り、且つ実施方法を構築していく。これらの実施体制が課題となる。

(改善方法)

今後は、事業計画を策定した小規模事業者に対して、年度当初にフォローアップ計画を策定し、その定期的な窓口相談や巡回指導により、進捗を管理していく。事業計画と比較し、計画との乖離を表面化させ、遅延が見られる場合には、その対応策を探る。専門的な課題が生じた場合には、専門家派遣や金融機関等との連携によるフォローアップの実施を行う。

②補助事業で実施する内容

今年度は準備の年とするため、実施はしない。ただし、経営状況の分析が必要な補助金の公募が行われた際には、適宜、実施する。

③補助事業実施の効果

平成 28 年度は実施せず。

④補助事業の予算

平成 28 年度は計上せず。

事業内容	
Ⅰ. 専 門 家 の 活 用	①経営発達支援計画の該当箇所の記載事項 Ⅲ.委員会、Ⅳ.需要動向等調査、Ⅴ.セミナー・講習会、Ⅶ.需要開拓、Ⅷ.その他において適宜、 専門家を招聘することを適宜分散して記載した。
	②補助事業で実施する内容 Ⅲ.委員会、Ⅳ.需要動向等調査、Ⅴ.セミナー・講習会、Ⅶ.需要開拓、Ⅷ.その他において適宜、 専門家を招聘する。
	③補助事業実施の効果 Ⅲ.委員会、Ⅳ.需要動向等調査、Ⅴ.セミナー・講習会、Ⅶ.需要開拓、Ⅷ.その他で記載する効果 と同じ。
	④補助事業の予算（下記の表については、行の追加や幅の拡大等、適宜行うこと） Ⅲ.委員会、Ⅳ.需要動向等調査、Ⅴ.セミナー・講習会、Ⅶ.需要開拓、Ⅷ.その他で計上する。

事業内容	
Ⅱ. 需 要 開 拓 支 援 （ 展 示 会 ・ 商 談 会 ・ 広 報 等 ）	①経営発達支援計画の該当箇所の記載事項 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】 （現状と課題） 多くの小規模事業者が持続的発展を目指すために売上アップを目指しているが、長引く不況や 少子高齢化による内需の減少といった経営環境の悪化により、思い描く経営が実現できていない状 況にある。このような中で、本会には、小規模事業者に対する新たな需要開拓支援がこれまで以上 に求められている。 新たな需要の開拓を図るためには、販売先を、「地域内」と「地域外」とに分けることが考えられ、 さらに、それぞれの需要特性に応じた販路開拓が求められるが、現状においてそのような活動を行 える経営支援体制は構築されていない。この点を踏まえて、需要開拓の橋頭堡を築くことが課題で ある。 （改善方法） 1 から 5 で策定した事業計画に基づき、業種別に顧客を「地域内新販路開拓」と「地域外新販路 開拓」に分け、それぞれの需要特性に応じた販路開拓を支援する。
	②補助事業で実施する内容 群馬県商工会連合会が主催する展示会事業と連動して実施するため、本事業ではなく、自主事 業にて実施する。

<p>③補助事業実施の効果</p>	<p>小規模事業者による新商品、新製品、新サービス等の認知度向上を通じた、新たな販路開拓を実現させる。またより広域的・全国的な販路開拓を目指すための後方支援として、本会のホームページ等の SNS、商工会誌、県連合会等関係機関の広報誌、マスコミへのプレスリリース等の情報提供を行う。</p>
<p>④補助事業の予算</p>	<p>群馬県商工会連合会が主催する展示会事業と連動して実施するため、本事業ではなく、自主事業にて実施する。</p>

事業内容	
<p>VIII. その他経営発達支援計画の実施に関する事業</p>	<p>①経営発達支援計画の該当箇所の記載事項</p> <p>II. 地域経済の活性化に資する取組</p> <p>(現状と課題)</p> <p>平成 20 年に農商工連携促進法の施行や六次産業化・地産地消法の交付により、地域の農産物を用いた新たな特産品開発の機運が高まるようになり、本会においても平成 21 年度から全国商工会連合会や群馬県による補助事業等を活用し、トマトやリンゴという白沢地域の農産物を活用した「白沢野菜のソース」、「白沢トマトのキーマカレー」、「白沢トマトの飲む酢」等を開発している。</p> <p>これらは”美と健康を提案する地域”をコンセプトとして掲げているが、それは野菜や果物を摂ることで健康になるという意味に加え、旬の時期に過熟、変形、変色等の理由により廃棄される農産物を活用することで地域の農家・農業者が健康になるという意味も含まれている。これらのコンセプトが支持され、「白沢野菜のソース」は平成 21 年度に全国商工会連合会から会長賞を頂いている。</p> <p>当地域には未だ多くの地域資源が埋没していることから、これらの掘り起こしを行い、小規模事業者の経営の改善発達と地域経済活性化を一体的に行っていく必要がある。</p> <p>(改善方法)</p> <p>これまでの取り組みを踏まえ、今後も本会が取り組んでいる”美と健康を提案する地域”の方向性に共鳴する、または、興味を持つ、農家、農業者、飲食、宿泊業者、サービス業者、さらには、今後起業を志す者等、幅広い地域住民を対象に、新たに「地域活性化委員会(仮)」を立ち上げる。地域活性化に対するテーマは会員等から募集し、この新たな特産品開発の具現化を図るために、全国商工会連合会の「地域力活用新事業全国展開支援事業」の活用を想定し事業を推進する。</p>

III . 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

1 . 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

(現状と課題)

現状としては、近隣商工会、及び、県連合会の経営指導員による情報交換を図るための会議を3ヶ月に一度程度開催し、経営支援に関する情報交換を行っている。

今後は、その頻度を増やすとともに、その情報交換のテーマを事前に定め、現状の取り組みと改善方法に対して棚卸しをする等、明確な意識付けを図っていくことが課題である。

(改善方法)

近隣商工会、金融機関、専門家、行政等との定期的な連絡会議は既に実施しているが、テーマは各機関の事業報告が中心であった。他の支援機関と連携して、小規模事業者の動向、支援策やノウハウ等の情報交換を行うと共に、中小企業支援施策、創業、経営革新、事業承継、金融相談、持続化やものづくり等の補助金等の支援力向上を図る為に、必要な支援機関とそれぞれの強みを提供し合うことで、地域として実質的な効果が上がる支援事業を実施する。

2 . 経営指導員等の資質向上等に関すること

(現状と課題)

時間と予算の関係で、経営指導員が参加する研修は県連合会主催が中心となっている。今後は、経営指導員の資質向上を図るために、より実践的なテーマを体系的に学ぶ人材育成環境を整備することで経営発達支援計画に適した支援能力の向上を目指すことが課題である。

(改善方法)

記帳指導・税務指導といった従来の経営指導に加え、経済動向調査、経営分析、需要動向調査、販路開拓が求められる経営発達支援においては、経営指導員をはじめとする職員全員に、これまで以上に高度な専門知識が問われることになる。

このような経営指導員等の資質向上を図るため、事務局長は人材育成計画を策定し、OJT だけでなく、県連合会及び中小企業基盤整備機構による外部研修という Off-JT への参加を促し、小規模事業者が事業計画に基づいた経営を進めることができるノウハウを習得するとともに、職員間のスキルのバラつきを極力解消し、対応の差が生じないようにする。

経営指導員は、本事業の中核的牽引者として、組織内において支援ノウハウや成功事例を共有できる仕組みを構築するとともに、施策情報、個々の事業者に対する支援状況も共有し、経営指導員等個人が有するノウハウや情報を組織の財産として保有していく体制に変革する。

これにより、小規模事業者に対する情報提供を円滑に行うとともに、職員間による支援のバラつき、異動による滞りを解消し、また、事務局長が本事業による伴走型支援を通じて得られた小規模事業者に関する個人情報・企業情報等を厳重に管理することで、小規模事業者の本会に対する満足度・信頼度を高める。

②補助事業で実施する内容

II . 地域経済の活性化に資する取組

沼田市東部地域の観光開発事業を推進するためには、以下の課題があることから、本事業により、「地域経済活性化委員会」を立ち上げ、以下の2つの課題の解決に向けて先進地視察を踏まえた調査研究を行う。

(1) 「老神温泉」の活性化への課題

老神温泉は朝市や大蛇まつり等の誘客イベントに取り組んでいる。しかし、老神温泉の一等地には撤退したまま放置されている大型ホテルがあり、いわゆる廃墟状態となっている。

今後、建物の危険性が高まってくることから、この建物を解体し、イベント会場へと転用することができれば、温泉の顔も大きく変貌する。この具体的な解決方法について、先進地視察を調査研究を行う必要がある。

(2) 「吹割の滝」のバリアフリー化への課題

東洋のナイアガラと呼ばれる「吹割の滝」には多くの観光客が来る。しかしながら、その動線の多くは狭い通路と階段であり、高齢者や車いすの方では滝の近くまで立ち寄ることが困難な状態である。

車いすのまま、滝を間近に見ることができるエレベータの設置の必要性、さらに駐車場を巡る観光客とのトラブルも生じていることから、公共の駐車場とエレベータを一体的に整備することで、観光客の満足度を高めたい。この具体的な解決方法について調査研究を行う必要がある。

III . 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

1 . 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

- ・近隣商工会や県連合会との本発達支援計画に関する情報交換会の実施

2 . 経営指導員等の資質向上等に関すること

- ・中小企業大学校が実施する研修への参加

③補助事業実施の効果

II. 地域経済の活性化に資する取組

毎年度、会長を委員長として、先進地視察を通じて、地域の魅力の創出を目指す。

III. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

小規模事業者を様々な角度から支援していくため、支援機関がそれぞれの強みを提供し合い、小規模事業者の事業計画の遂行を支援することができるよう情報交換の場を設けていく。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

商工会のスローガンでもある「商工会は行きます 聞きます 提案します」を本事業により実践するため中小・小規模事業者の売上と利益に直結するための経営指導員等の資質向上と小規模事業者の本会に対する満足度・信頼度の向上を目指す。

④補助事業の予算

経費区分	内容	積算	金額
委員旅費	視察・研修参加旅費	@100,000 円×往復	200,000
専門家謝金	視察・研修参加謝金	@32,400 円/日×2 日	64,800
専門家旅費	視察・研修参加旅費	@100,000 円×往復	200,000
職員旅費	視察・研修参加旅費	@100,000 円×往復	200,000
外注費	ホームページ更新	一式 540,000 円	540,000
合計			1,304,800

3 経営発達支援計画の実施に関する事業

3.1 委員会

3.1.1 事業実施メンバー（委員・専門家・委託先）

区分	氏名	所属
委員長	岡村 正	沼田市東部商工会 会長
委員	樋口 渉	沼田市東部商工会 副会長
委員	小林 好	沼田市東部商工会 副会長
委員	根岸 稔	群馬県商工会連合会 経営支援課
職員	遠藤 剛	沼田市東部商工会 事務局長
職員	石関 剛	沼田市東部商工会 経営指導員
職員	林 清市	沼田市東部商工会 経営指導員
専門家	玉木 欽也	青山学院大学 経営学部教授
専門家	鈴木 宏幸	青山学院大学ヒューマンイノベーション研究センター 客員研究員 中小企業診断士
専門家	小貫 直之	青山学院ヒューマン・イノベーション・コンサルティング株式会社 主任研究員
専門家	上岡 恵子	
専門家	小田 信也	中小企業診断士
委託先	長岡 力	株式会社リンクアンドイノベーション 代表取締役 中小企業診断士

3.1.2 委員会開催状況

開催日時	平成 28 年 7 月 26 日(火) 19 時 00 分 ~ 21 時 00 分
出席者	出席者氏名（出席者数 8 名） （委員）会長 岡村正、副会長 樋口渉、副会長 小林好 群馬県商工会連合会 経営支援課 羽鳥拓也 （委託先）株式会社リンクアンドイノベーション 代表取締役 中小企業診断士 長岡力 （事務局）事務局長 遠藤剛、経営指導員 林清市、経営指導員 石関剛
議題	1. 開会 2. 会長挨拶 3. 委嘱状交付 4. 委員紹介 5. 議題 ①概要について ②その他 6. 閉会

開催日時	平成 29 年 1 月 27 日(金) 17 時 00 分 ~ 19 時 00 分
出席者	出席者氏名（出席者数 7 名） （委員）会長 岡村正、副会長 樋口渉、副会長 小林好

	(委託先) 株式会社リンクアンドイノベーション 代表取締役 中小企業診断士 長岡力 (事務局) 事務局長 遠藤剛、経営指導員 林清市、経営指導員 石関剛
議題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 開会 2. 会長挨拶 3. 議題 <ol style="list-style-type: none"> ①事業報告 ②その他 4. 閉会

3.2 商品・役務の需要動向、地域の経済動向等に関する調査・分析・情報提供

3.2.1「地域内消費者意識調査」

➤ 地域内消費者意識調査実施の背景

本会の対象地域である、利根町は昭和40年に8,313人の人口が平成27年には4,248人と半減していることから、65歳以上の高齢化率は沼田市全体で27.04%であるが、利根町においては、より増加しているものと類推される。とりわけ、平成25年に椎坂トンネルが開通したことにより、市中心部へのアクセスが大幅に向上した一方で、利根町地域のヒト、モノ、カネが沼田市中心部の経済圏に吸い取られる「ストロー効果」が強まっているという声が高まっていた。そこで、このような現状である利根町において、消費者の意識について把握することを目的として、無作為抽出により調査票を郵送し、有効回答数104通を得られたことで、調査を実施した。

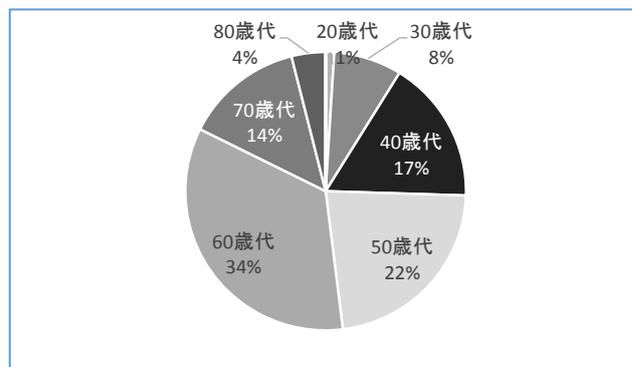
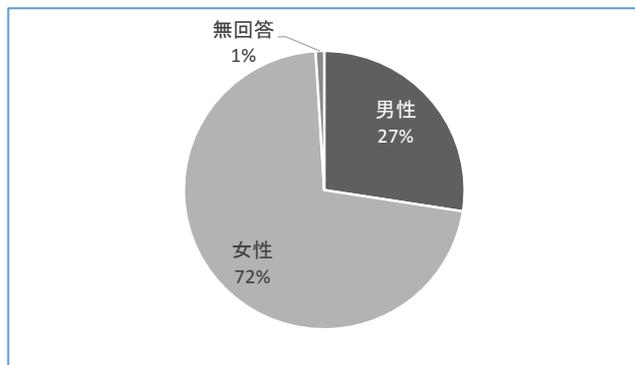
調査期間 平成28年9月上旬から9月末日まで

調査方法 郵便局「タウンプラス」により、利根町地区内500世帯へ配布。回収方法は商工会への持参とした。

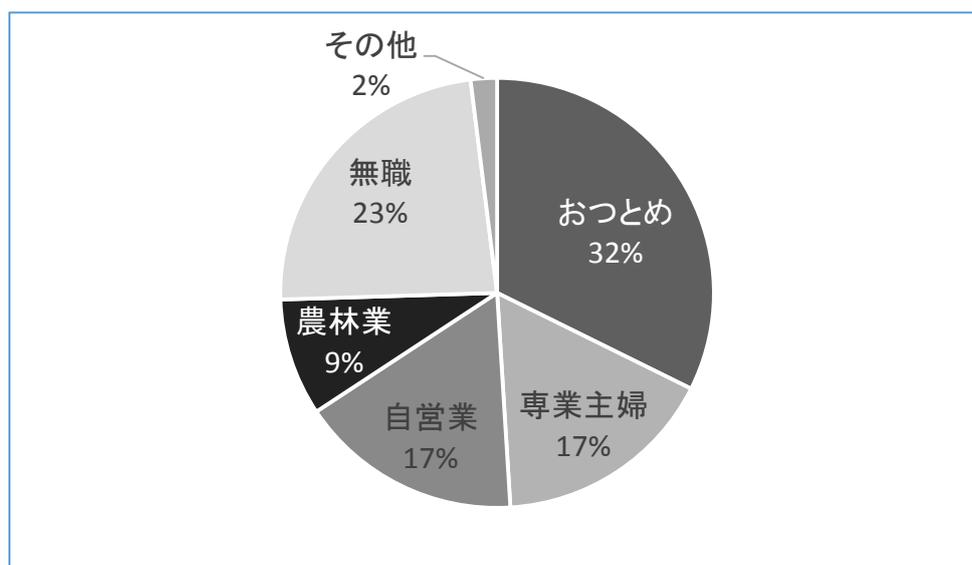
回収数 104通

➤ 回答者の属性

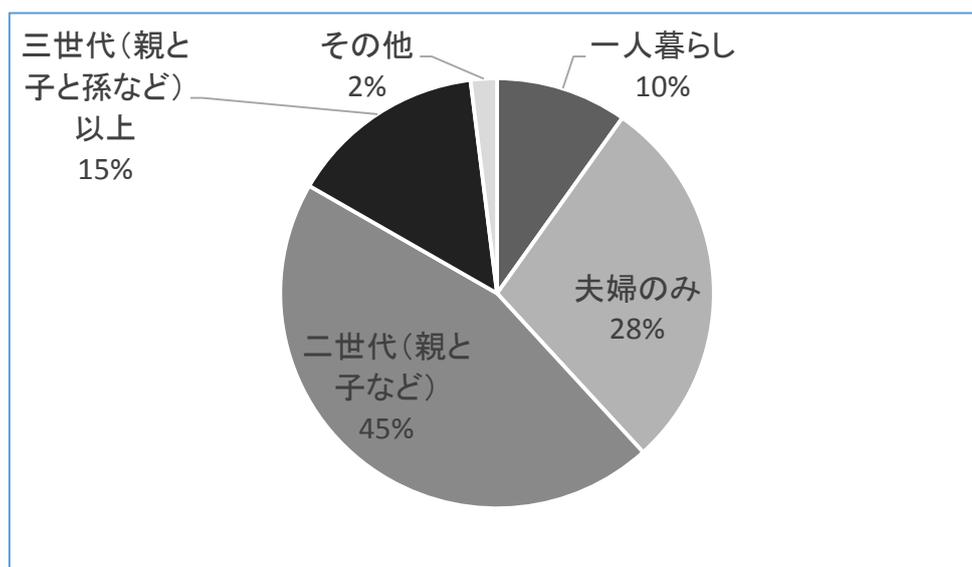
回答者の性別は、男性が27%、女性が72%であった。年代別に見ると、60歳代が34%で最多であり、次いで50歳代が22%、40歳代が17%、70歳代が14%と続いている。



職業を見ると、「おつとめ」が 32%と最多であり、以下「無職」が 23%、「専業主婦」及び「自営業」が共に 17%となっていた。

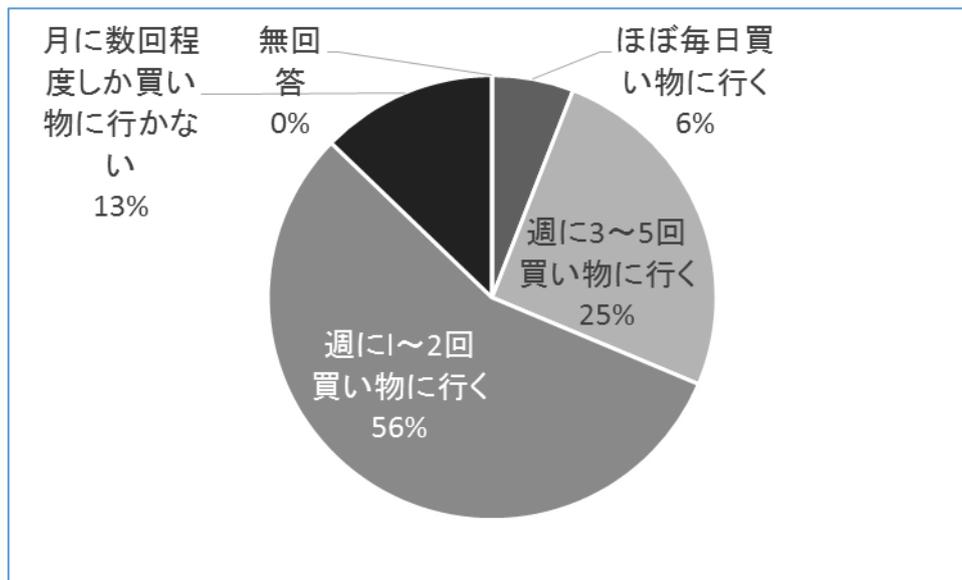


家族構成は、「二世世代（親と子など）」が 45%と半数近くを占めており、以下「夫婦のみ」が 28%、「三世代（親と子と孫など）以上」が 15%、「ひとり暮らし」が 10%と続いていた。

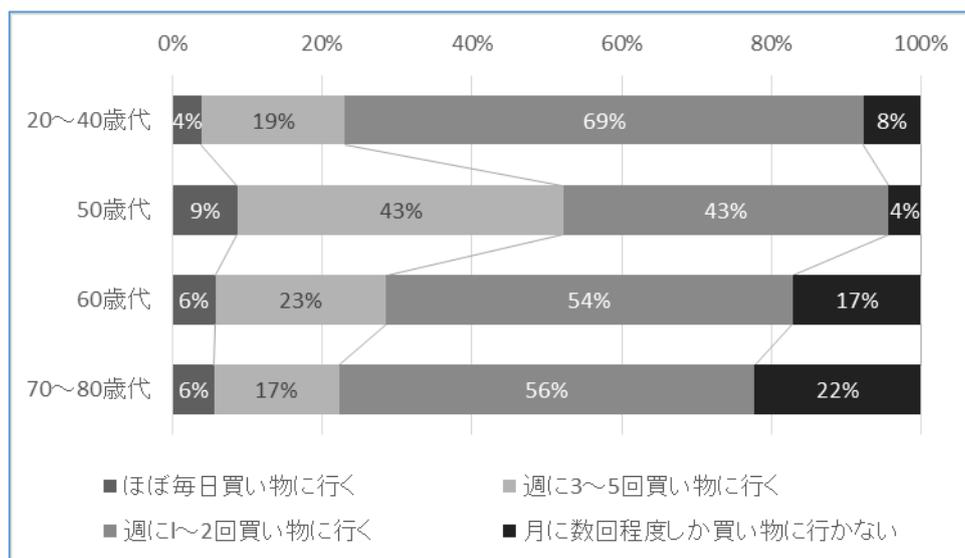


➤ 買い物の頻度

買い物の頻度を見ると、「週 1～2 回」が 56%と半数近くを占めており、次いで、「週 3～5 回」が 25%、「月に数回」が 13%と続いていた。

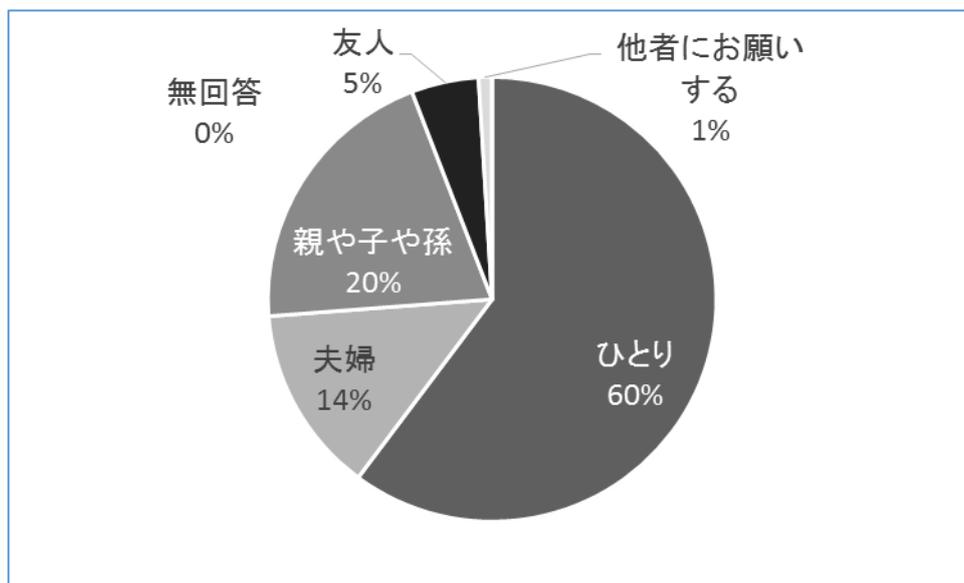


年代別では、50 歳代で「週 1～2 回」及び「週 3～5 回」を合算すると過半数を超えていた。また、60 歳以降になると、「月に数回」が増加する傾向が認められた。

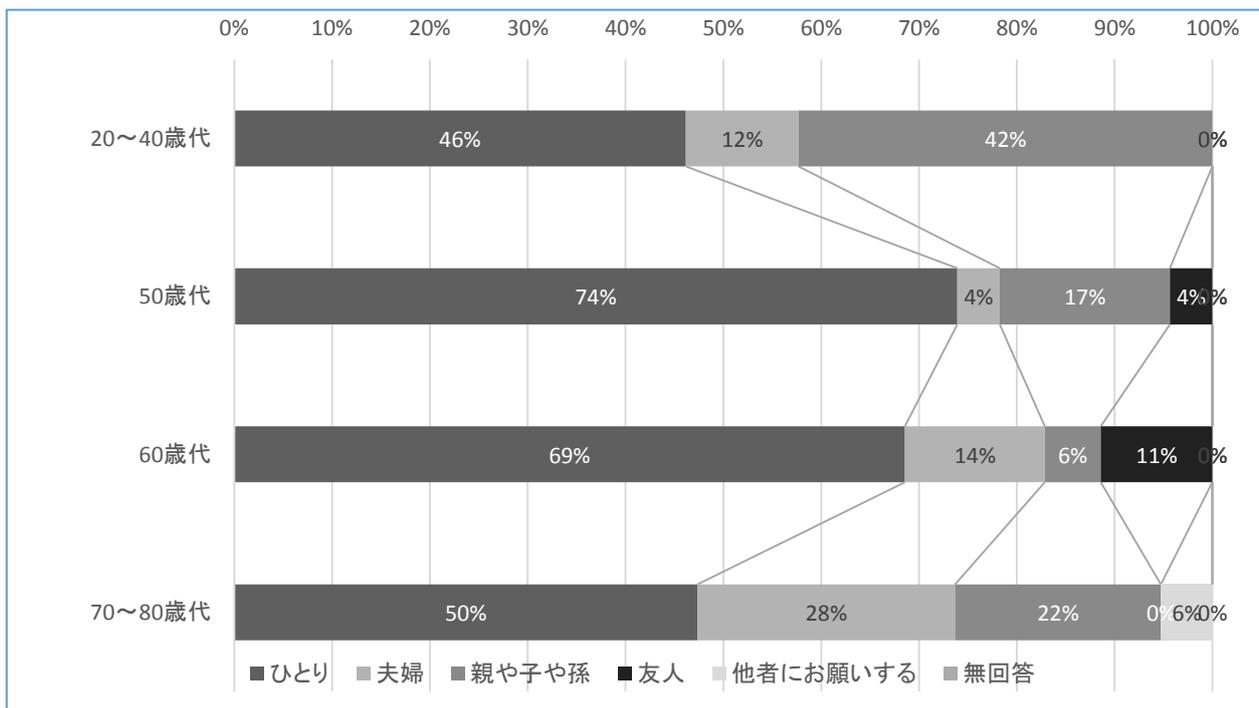


➤ 買い物の同行者

買物の同伴者について尋ねた結果を見ると、「ひとり」が60%と過半数を占めていることが分かる。

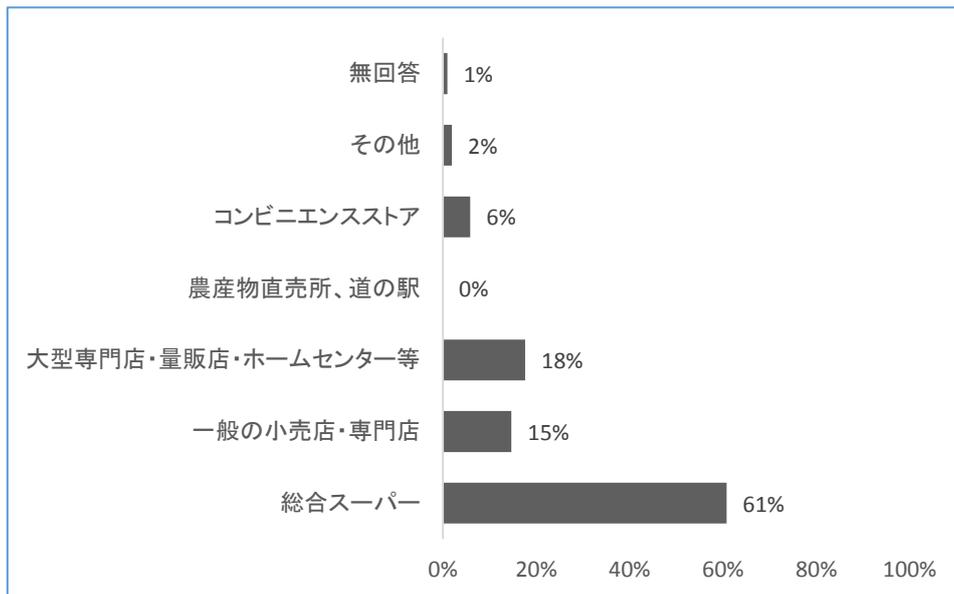


また年代別に見ても、いずれの世代でも「ひとり」が多いが、年齢が高まるにつれて、その割合は低下し、「夫婦」や「親や子や孫」が高まることが確認できる。また、「70～80歳代」においては「他者をお願いする」が6%いることが確認できる。

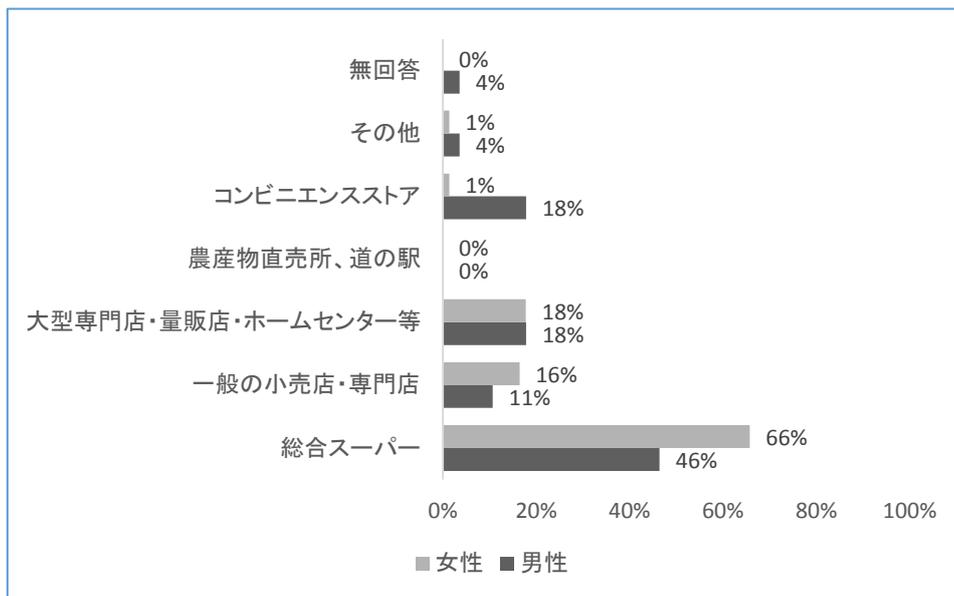


➤ 主な買い物場所

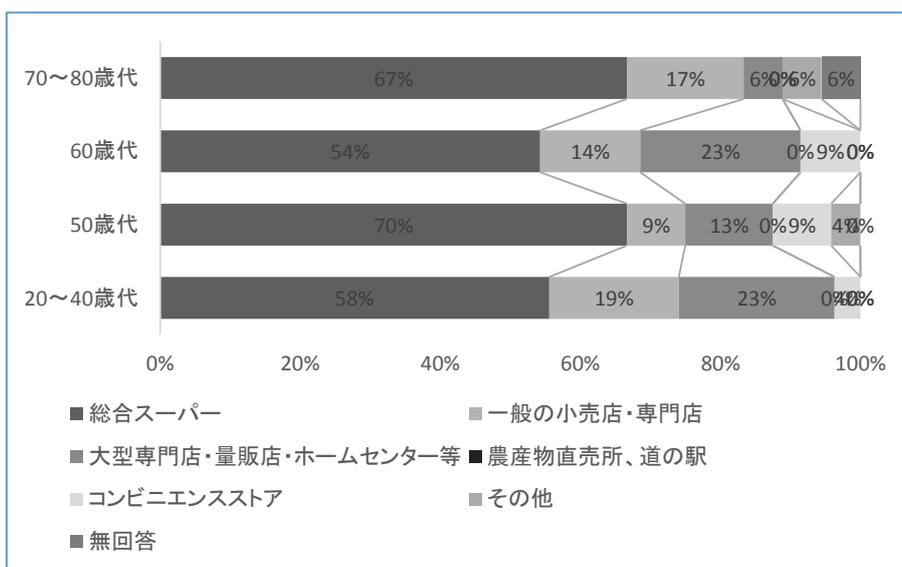
主な買い物場所について尋ねた結果を見ると、「総合スーパー」が61%で過半数を占めており、次いで、「大型専門店・量販店・ホームセンター等」が18%、「一般の小売店・専門店」が15%となっていた。



性別を見ると、女性が「総合スーパー」、男性が「コンビニエンスストア」の回答率が多いことが性差の特徴としてあげられる。



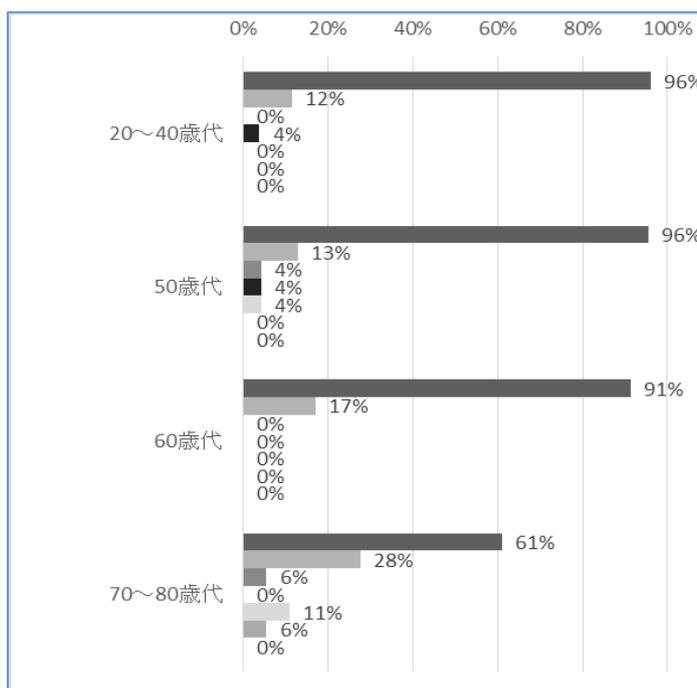
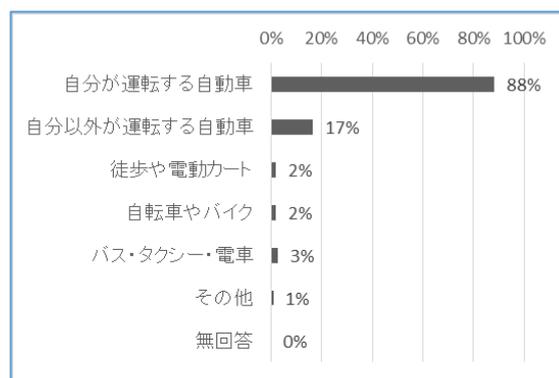
年代別に見ると、「70～80 歳代」は「大型専門店・量販店・ホームセンター等」の回答率が低くなっている。
 なお、本調査では「70～80 歳代」の「コンビニエンスストア」の利用者はいなかった。



➤ 主な移動手段

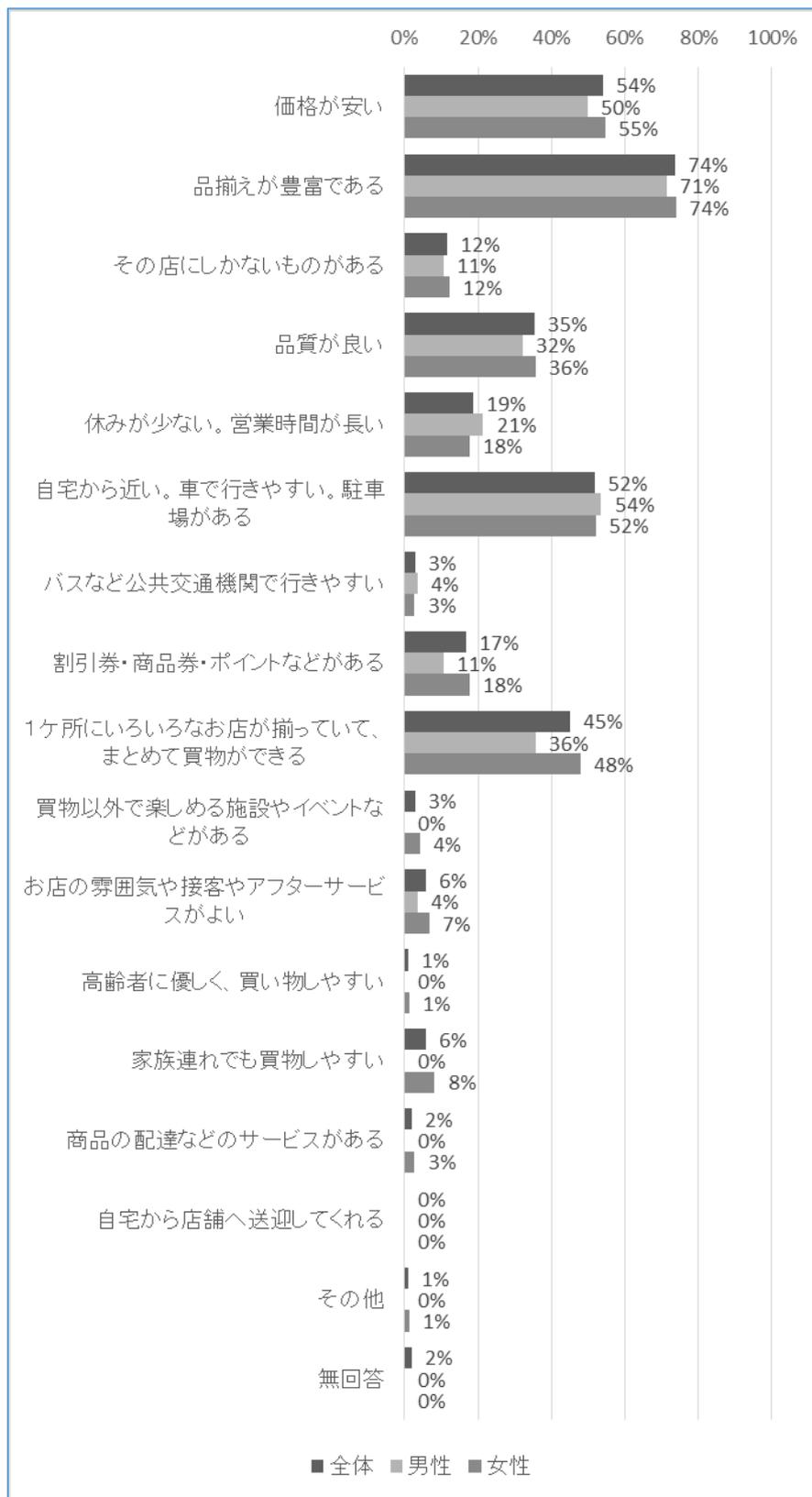
移動手段を見ると、「自分が運転する自動車」が 88%、「自分が運転する自動車」が 17%と、
 自動車による買い物行動が確認できる。

しかしながら、年代別に見ると、70～80 歳代になると「自分が運転する自動車」が大幅に低下し、
 「自分が運転する自動車」の割合が高くなり、さらに、「バス・タクシー・電車」が増加することが認められる。

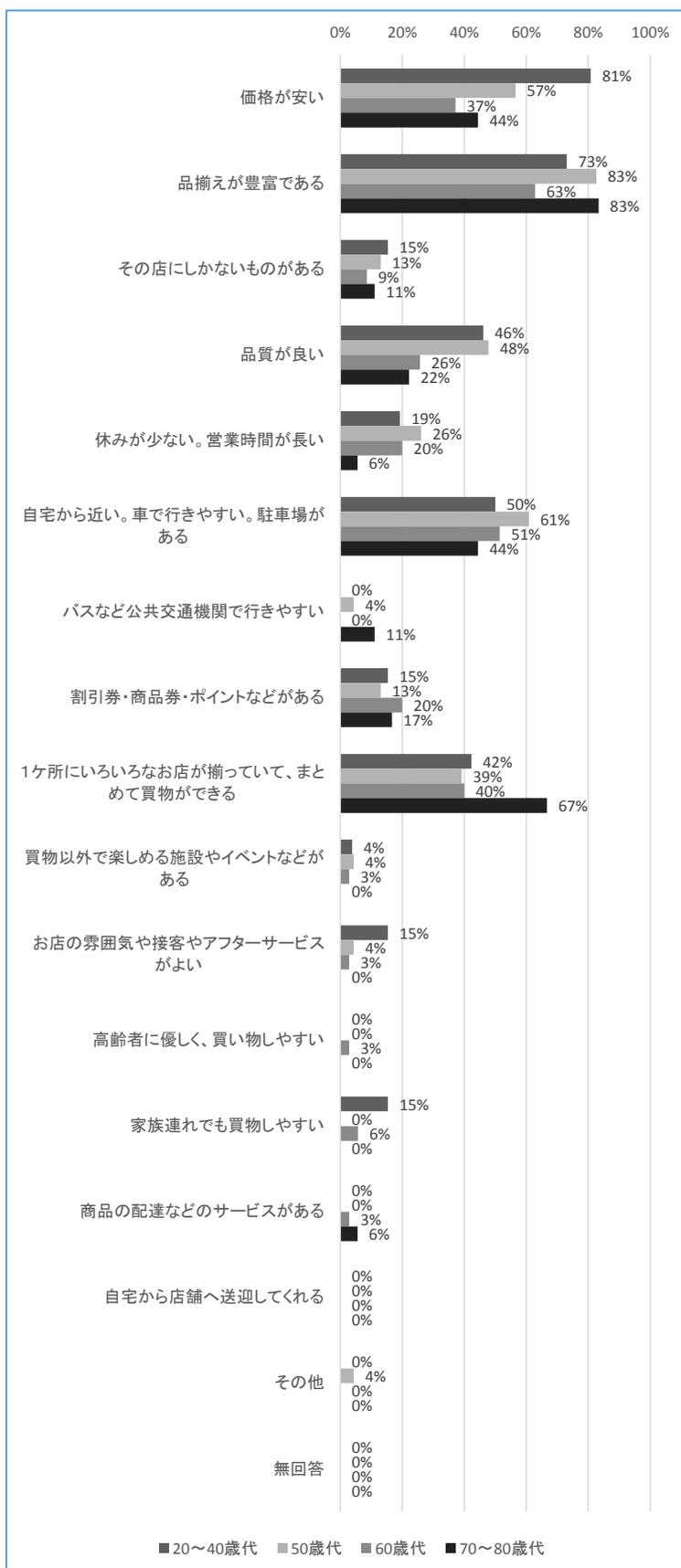


➤ お店選び

お店選びで重視することについて尋ねた結果を見ると、「品揃えが豊富である」が男女ともに高く、次いで、「価格が安い」、「自宅から近い。車で行きやすい。駐車場がある」、「1ヶ所にいろいろなお店が揃っていて、まとめて買物ができる」となっていることが分かる。

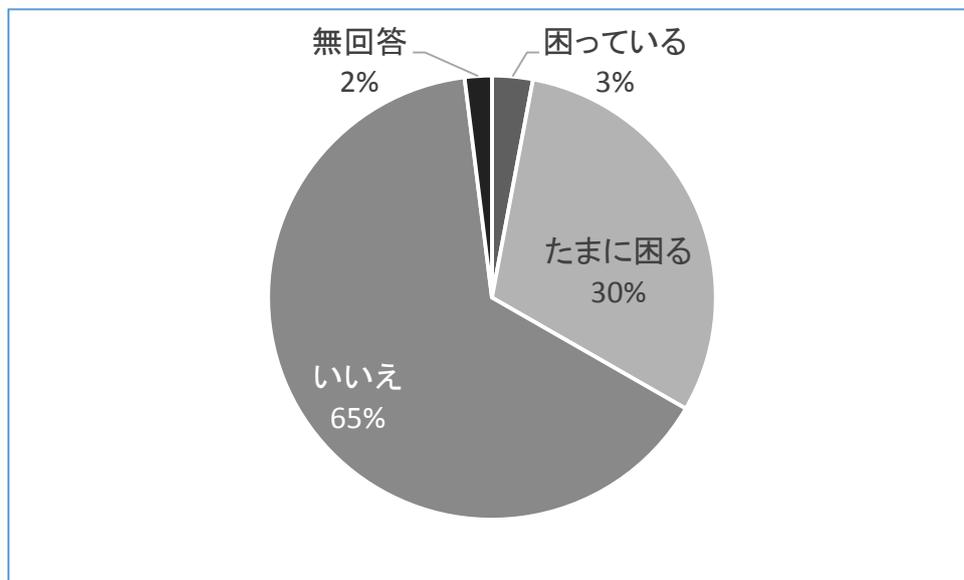


しかし、年代別に最も高い回答を見ると、50歳代と80歳代は「品揃えが豊富」が83%であるのに対して、20～40歳代は「価格が安い」が81%となっている。また、80歳代は「1ヶ所にいろいろなお店が揃っていて、まとめて買物ができる」の回答が他の年代に比べて高いことが特徴としてあげられる。

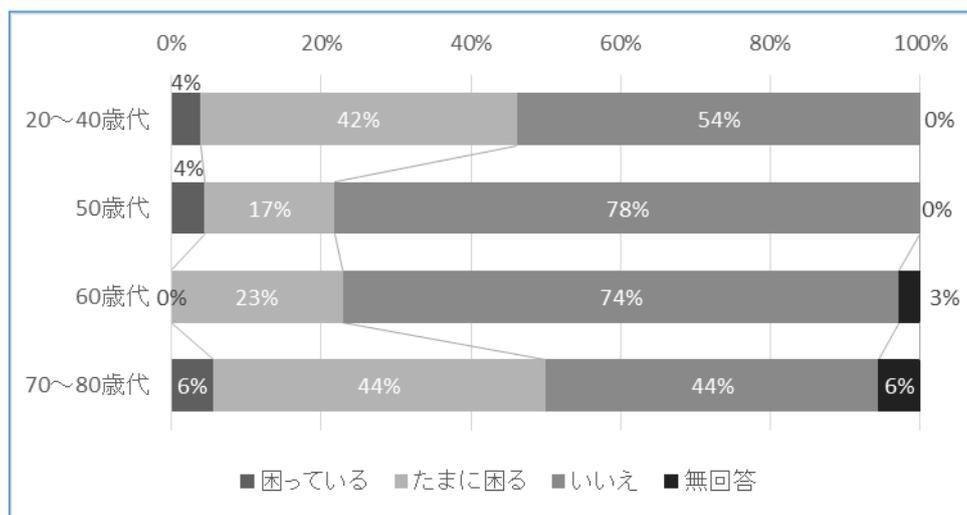


➤ 買い物での困り毎の有無

現在、買い物で困っているかを尋ねると、「いいえ。特に困っていません」が65%であった。次いで「普段は困らないが、たまに困ることがあります」が30%となっており、「困っている」が3%と少数ながら存在することが確認できる。

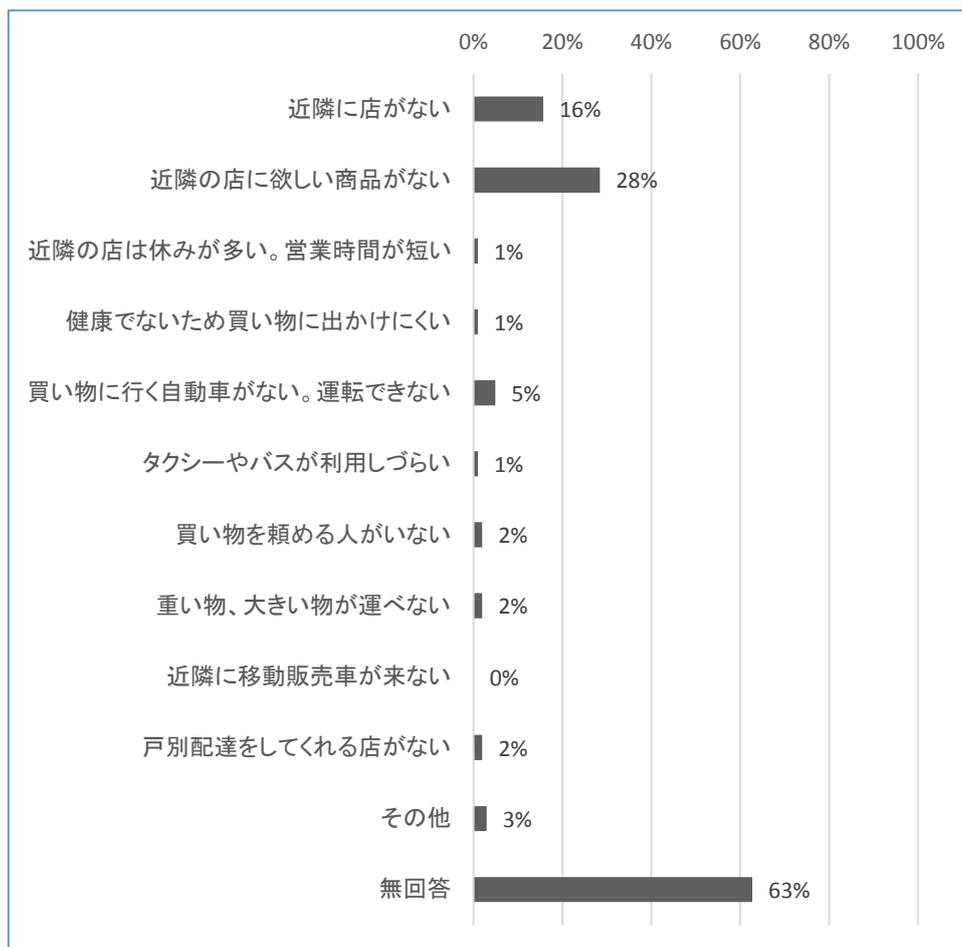


年齢層別に見ると、「20～40歳代」及び「70～80歳代」で「困っている」と「たまに困っている」の割合が、他の年代に比べて多い傾向が認められる。なお、個別に回答表を拾うと、「70歳代」「一人暮らし」の「女性」が1名、「困っている」と回答している。

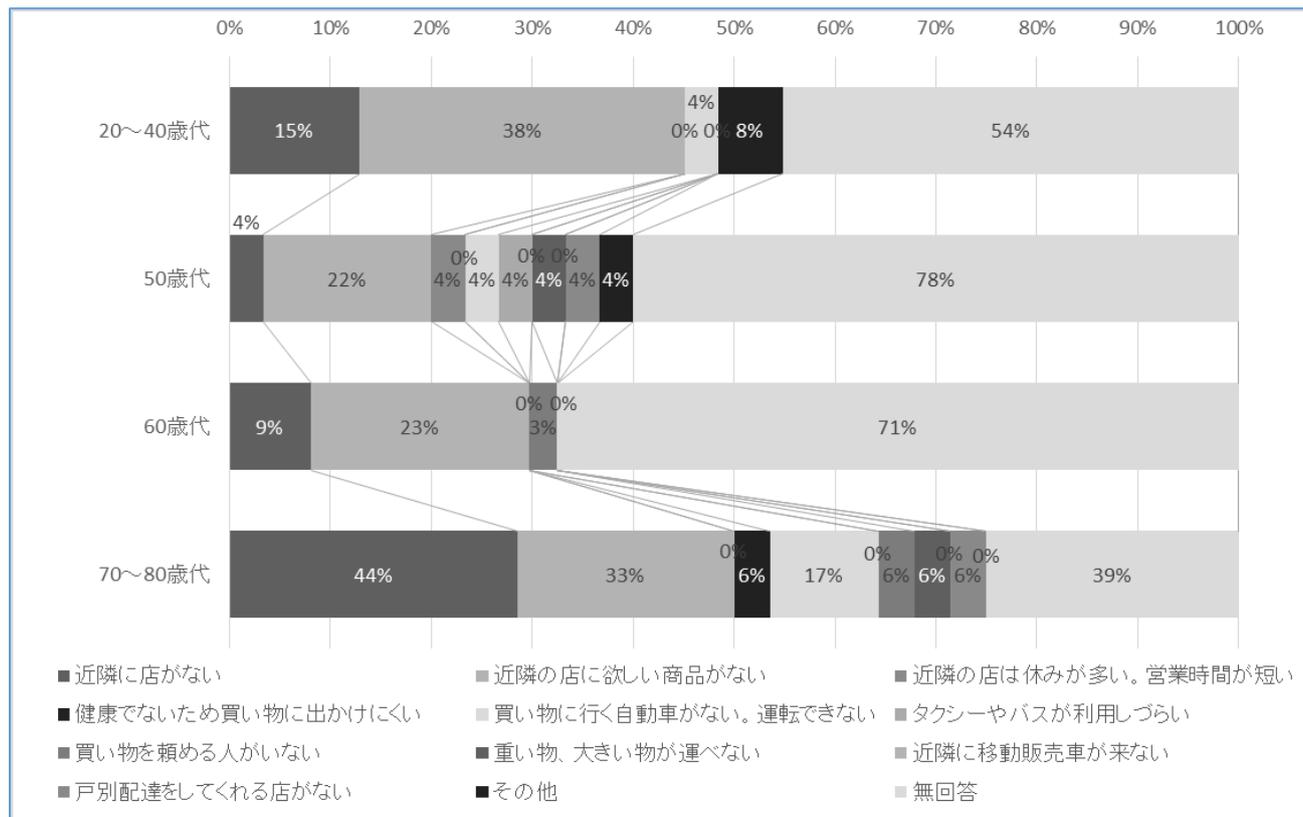


➤ 困っている理由

困っている理由を問うと、全体では「近隣の店に欲しい商品がない」が28%で最多となり、次いで「近隣の店がない」が16%と続いている。



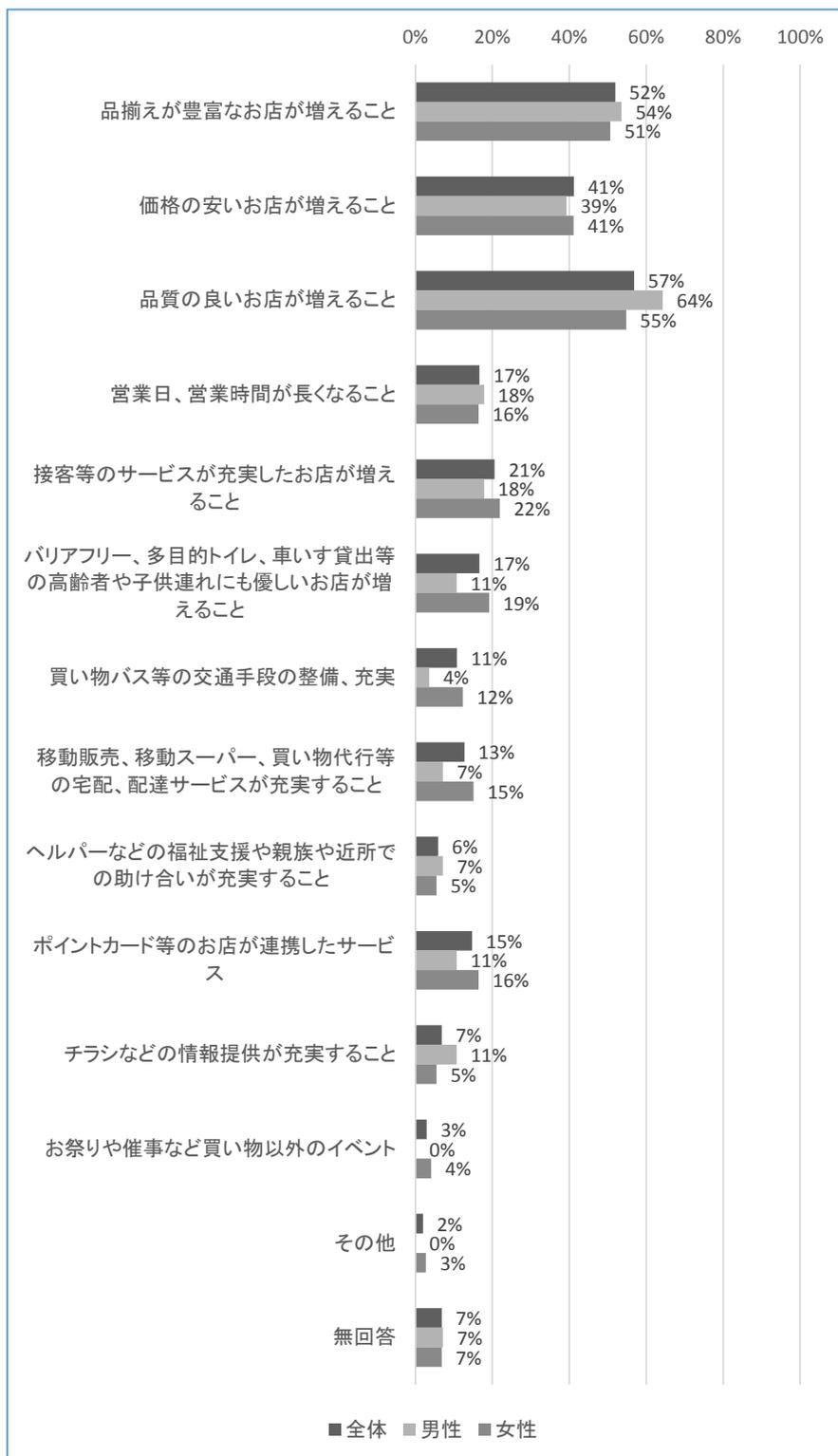
年代別に見ると、「70～80 歳代」で「近隣に店がない」、「近隣の店に欲しい商品がない」の回答が多い傾向が認められる。さらに、「買い物に行く自動車がない、運転できない」についても 17%と一定数存在することがわかる。



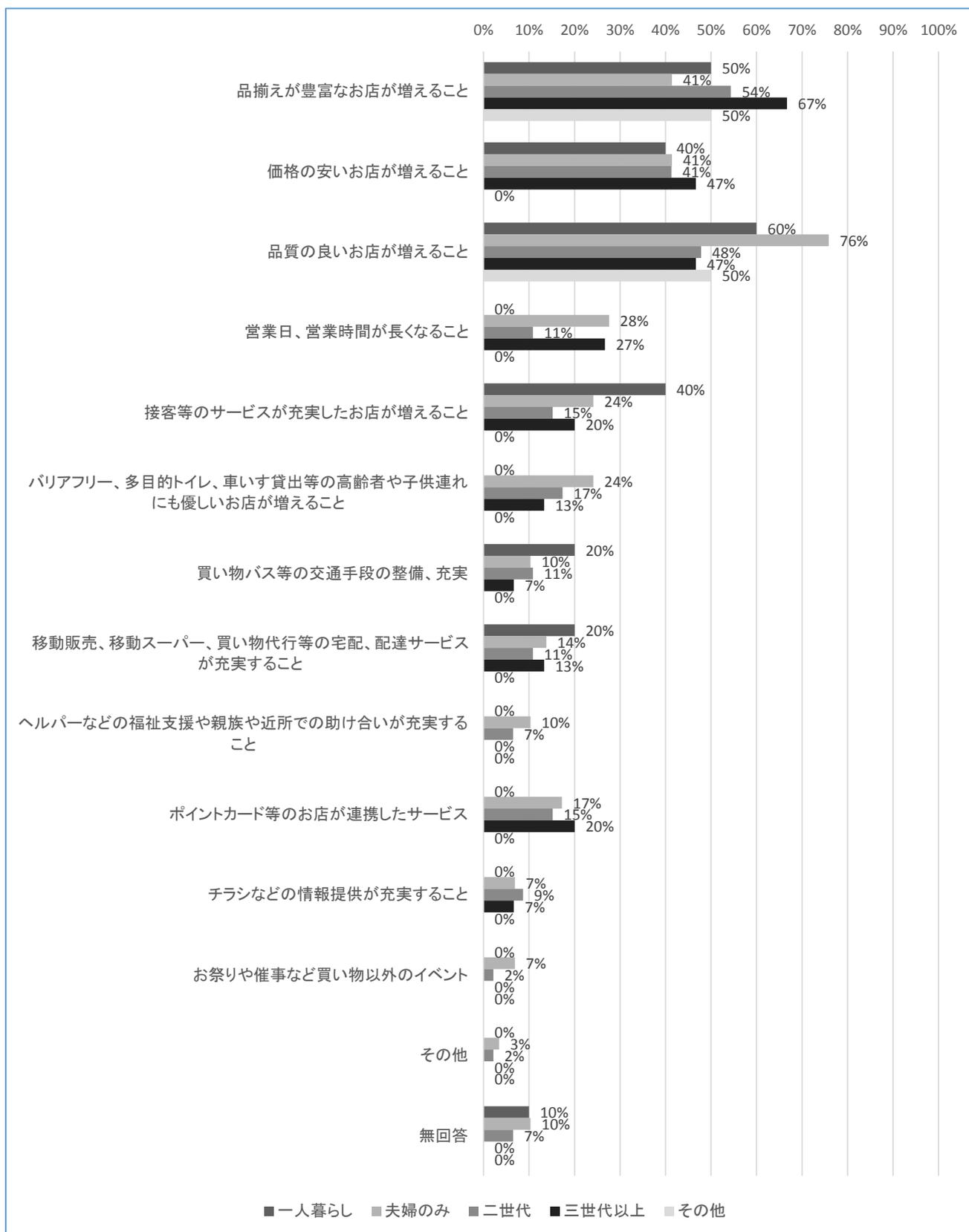
➤ 改善するなら

改善要望について尋ねた結果、「品質の良いお店が増えること」が 57%、「品揃えが豊富な店が増えること」が 52%と、「価格の安いお店が増えること」（41%）を上回っていることが分かる。

性差を見ると、男性より女性の回答率が高かった項目は「バリアフリー、多目的トイレ、車いす貸出等の高齢者や子供連れにも優しいお店が増えること」、「買い物バス等の交通手段の整備、充実」及び「移動販売、移動スーパー、買い物代行等の宅配、配達サービスが充実すること」であり、逆に女性より男性の回答率が高かった項目は「チラシなどの情報提供が充実すること」であり、性別によりバラツキがあることが確認できる。

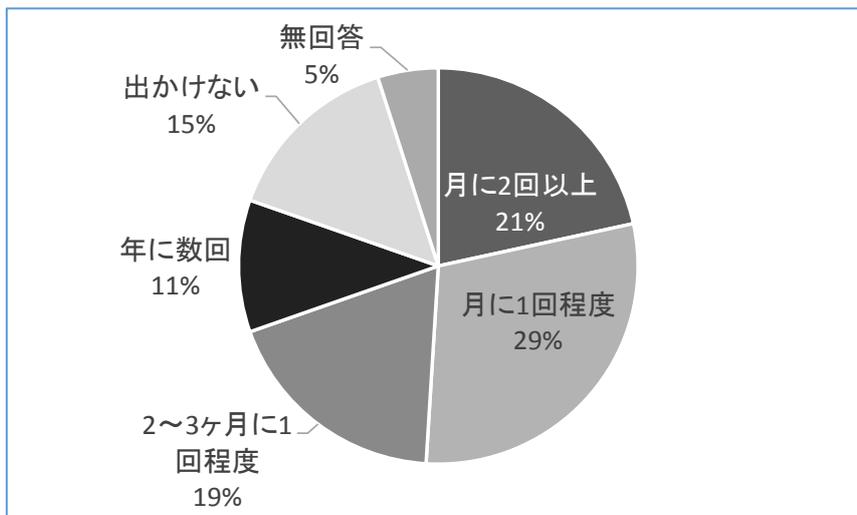


次に、家族構成別に改善要望を見ると、「品質の良いお店が増えること」は「夫婦のみ」が76%と多く、「品揃えが豊富なお店が増えること」は「三世代以上」が67%と高くなっている。また「一人暮らし」は「接客等のサービスが充実したお店が増えること」、「買い物バス等の交通手段の整備、充実」及び「移動販売、移動スーパー、買い物代行等の宅配、配達サービスが充実すること」が多い傾向が認められた。

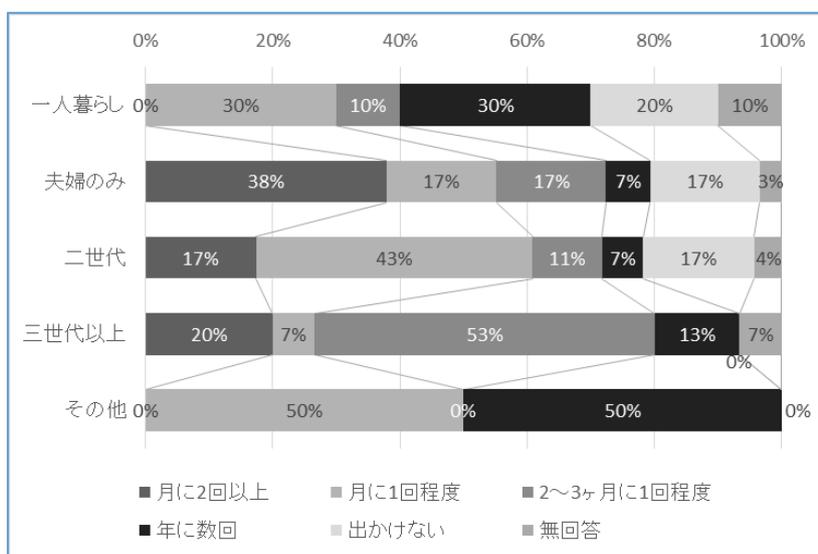
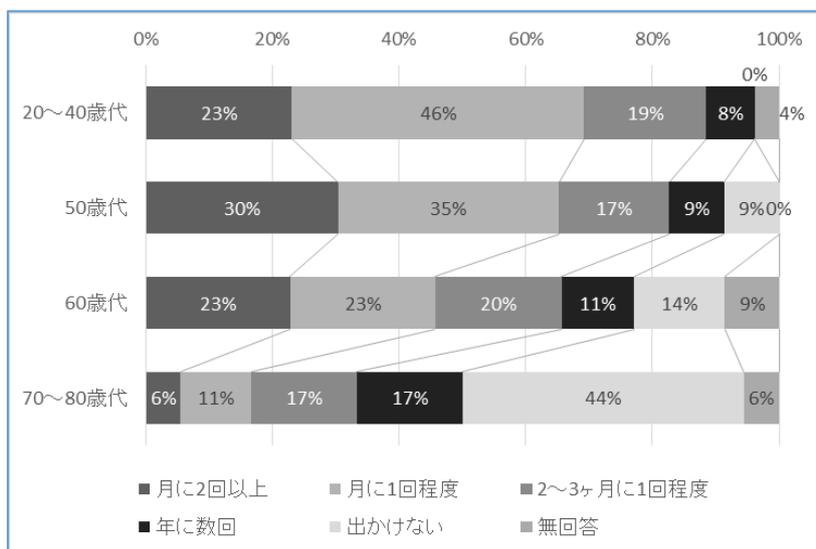


➤ 地域外での買い物

地域外への買い物の頻度についてみると、「月に1回程度」が29%と最も高く、以下「月に2回以上」が21%、「2～3ヶ月に1回程度」が19%と続いている。

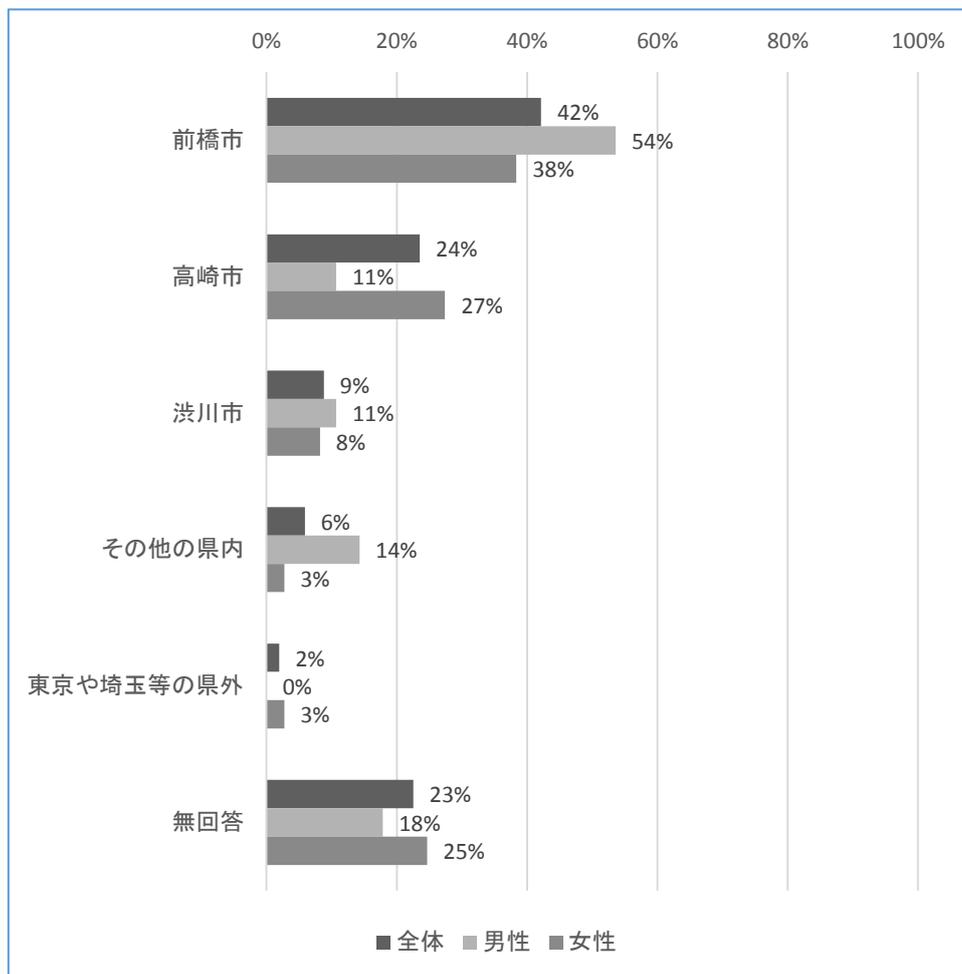


年代別には「50歳代」、世帯別では「夫婦のみ」が地域外への買い物頻度が高いことが読み取れる。



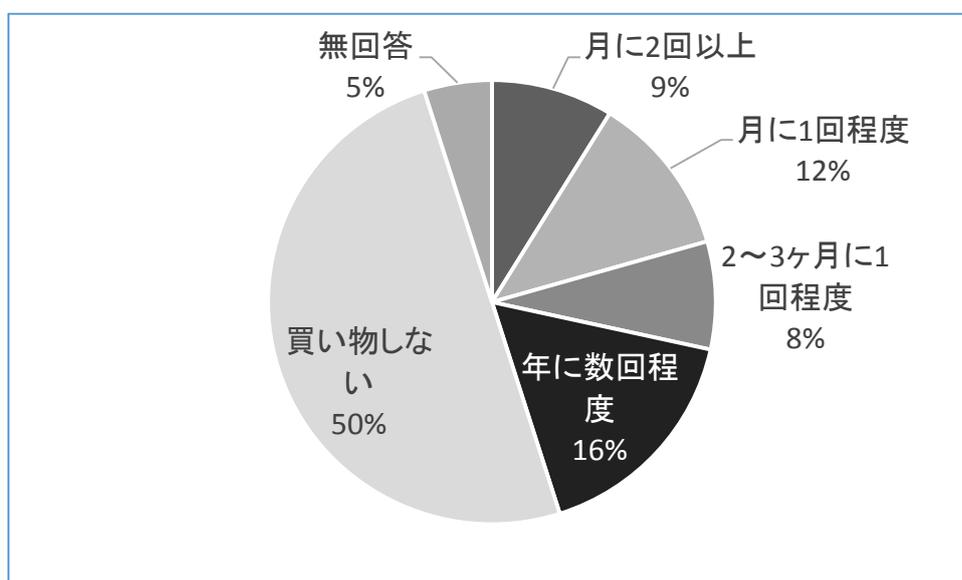
➤ 地域外への買い物の行き先

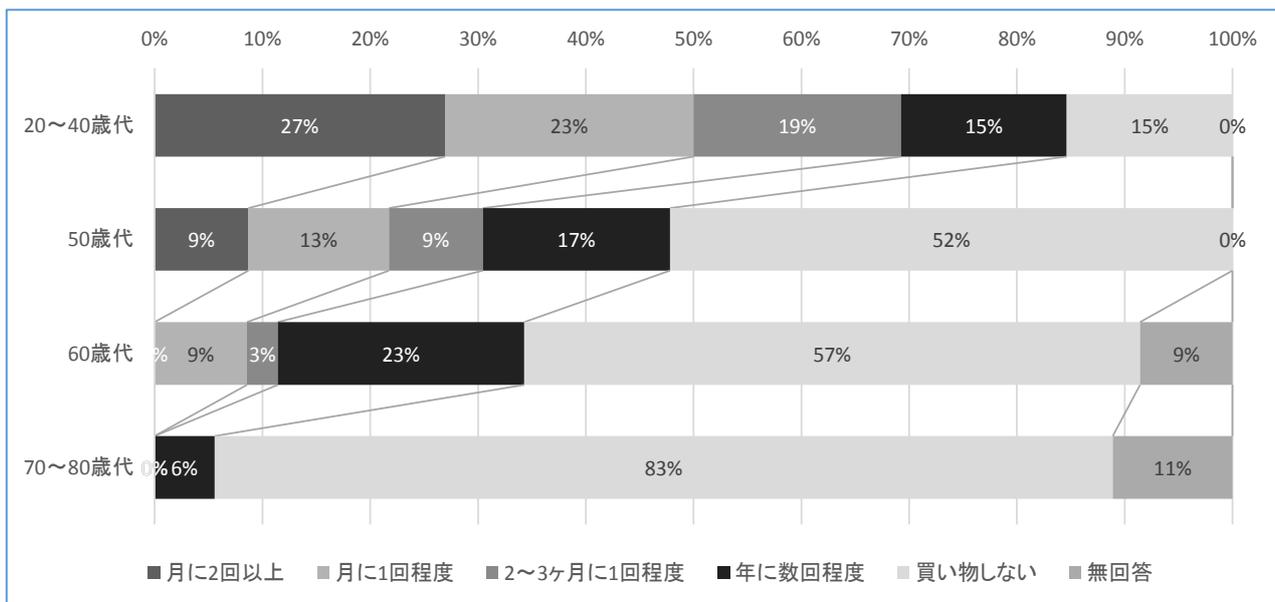
「前橋市」が42%で最多となり、次いで「高崎市」が24%、渋川市が9%と続いている。性別で見ると、男性は「前橋市」は多いが、「高崎市」は少なくなっている。



➤ インターネットでの買い物

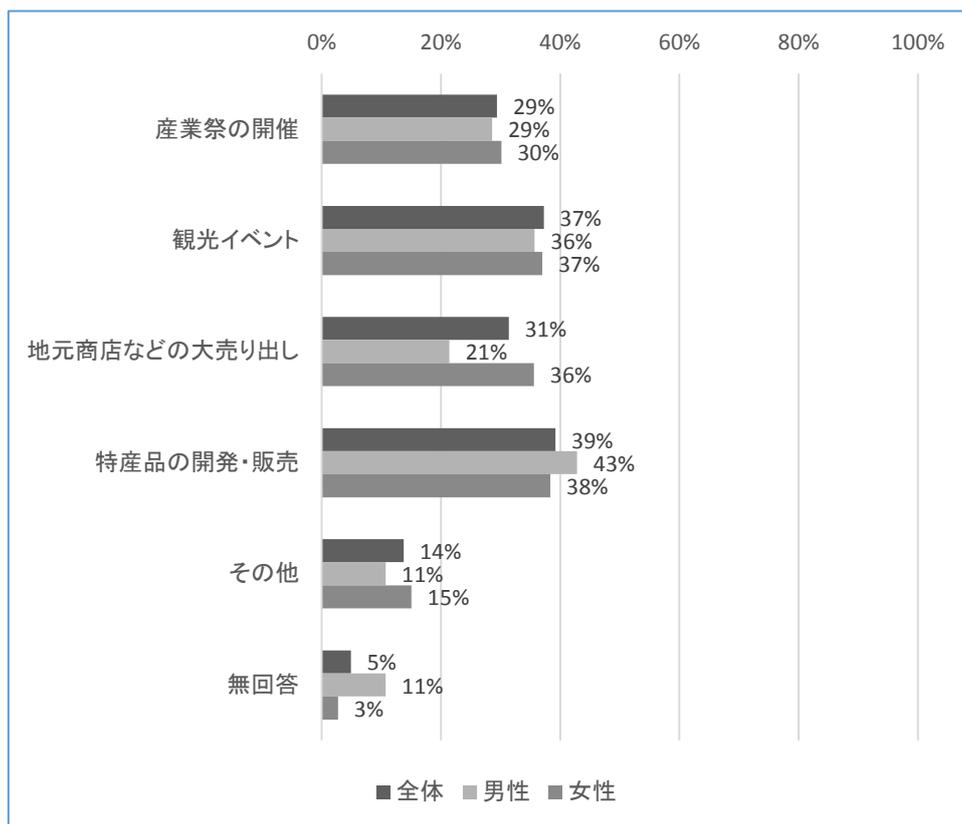
インターネットでの買い物については、「買い物しない」が半数の50%、次いで、「年に数回程度」が16%、「月に1回程度」が12%となっていることが分かる。





➤ 地域活性化について

地域活性化について意見を求めた結果、「特産品の開発・販売」が39%、「観光イベント」が37%であった。性別では、「地元商店などの大売り出し」は女性の回答率が高かった。



なお、主なコメントは以下の通り。(原文のまま)

- ✓ 動物のイベント（動物愛護週間などに）保健所収容数、里親探し、卵・牛乳販売や実態を知ってもらう。マルシェ、etc（20~40歳代・女性・夫婦のみ）
- ✓ 親子で地元産の野菜を使って食べる食事会（60歳代・女性・二世帯）
- ✓ 子供を連れて出かけられる催し物（20~40歳代・女性・三世帯以上）

- ✓ 婚活イベント（50歳代・女性・その他）
- ✓ 規模の大きめなフリーマーケット（20～40歳代・男性・夫婦のみ）
- ✓ 外来者（見物する場所及び体験出来る行える場所を工夫する観光案内所等の設置）老神温泉、吹割の滝、又は、皇海山等の自然を通しての観光マップを作成して商店などに置き、地域の案内を外来者の人たちにわかりやすくする。道路の美化などに継続的に努める。路線バスの運行（追見地区に通す。その為に千歳橋の修復等を希望する運動などお願いしたい）（70～80歳代・女性・夫婦のみ）
- ✓ プレミアム商品券をまたしてほしい（70～80歳代・女性・夫婦のみ）
- ✓ プレミアム商品券（60歳代・女性・一人暮らし）
- ✓ プレミアム商品券（50歳代・女性・二世帯）
- ✓ プレミアム商品券（20～40歳代・女性・三世帯以上）
- ✓ デイサービス先（介護施設）で買い物ができると助かります。各店舗交替で日用、食料品など定期的に出張販売していただければ高齢者も元気になるのでは。（70～80歳代・女性・二世帯）
- ✓ スターバックスを誘致してほしい（50歳代・男性・その他）
- ✓ アンテナショップを考えたら・・・（70～80歳代・男性・夫婦のみ）
- ✓ 老神をあるく観光客が少なく（通行人ゼロの日も多い！！）なんとかもう少し歩くようにして頂きたいです。ホテル⇔観光所で通るのみです。よろしくお願い致します。月に一度でも湿地公園でフリーマーケットをするなどイベントをして人が歩くように何か考えて頂きたいです！！観光客曰く誰一人と会わなかった・・・こんなにさびれた所とは・・・とよく聞きます。人が通り活気ある町になって欲しいです。老神の湿地公園と言っても・・・花も何も見るものも無く・・・グラウンドとゲートボール？と観光客を楽しませる物が何一つとありません！！外からお金を落としてもらわなければお金は動きません！！もう少しでも観光客を楽しませ歩いて頂くことを真剣に考えて頂きたいです！！観光客はよそ者です。よそ者視線でみて欲しいですね。お子様の遊ぶ所も無い・・・これが湿地公園？ひどすぎます・・・（50歳代・女性・一人暮らし）

➤ 「地域内消費者意識調査」からの考察

(1) 調査から分かったこと

アンケートの平均で見ると、買い物の傾向としては、「週 1～2 回」、「総合スーパー」購入が過半数を占めている。これは、品揃えが豊富で、価格が安い店舗で纏め買いをしていることが分かる。

平均すると地域住民の 7 割は日頃の買い物に困っていないことが確認された。しかしながら、年齢別に分析すると、70 歳以上の高齢者に絞ると、2 人に 1 人が困っている状況となっていることは看過できない結果である。高齢者の行動は広域化している中で、自らの運転による買い物が困難になると、近隣に店がない、欲しい商品がないことによる、「買い物難民」が多く発生することが危惧される。

高齢者の買い物においては、現状では 1 人で買い物に行く割合が高いが、二世帯、三世帯の家庭では、自分で運転ができなくなった高齢者を家族等がサポートしながら買い物をしている様子を感じ取れる。

(2) 商工会に求められる今後の活動

・高齢者の買い物支援

今回の調査は約 100 人の方から回答をいただくことができたが、特に、回答者の半数が 70 歳以上の高齢者であることから、高齢者の買い物に対する声を細かく拾い、それらを個店の経営力の向上につなげるための資料として活用していきたい。高齢者の 2 人に 1 人は買い物に困っているという結果を得た。高齢者等の買い物を支援することを各商店は新たなビジネスチャンスとしたいが、「豊富な品揃え」と「一店で買い物ができる」のニーズを満たす大型店にはない、差別化の知恵が求められていることから、今後、本会では、小規模事業者の各店の強みを再確認しながら、新たな経営戦略の構築を支援していきたい。

・魅力的な観光資源の活用

老神温泉、吹割の滝、皇海山といった魅力的な観光資源を有しながらも、観光地としての魅力の発信や受入体制に課題があるという指摘がある。先般実施した「吹割の滝」における観光客へのアンケートにおいても多くの課題が確認できているので、今後、商工会としての具体的な行動計画を考えていきたい。

・地域活性化に向けて

地域活性化への問に対しては新たな特産品開発への期待に最も多くの回答が寄せられた。

本会では、平成 22 年から、地域資源を活用した特産品開発を行っており、とりわけ道の駅白沢の協力を得ながら昨年度は、「白沢トマトのキーマカレー」、今年度は「白沢トマトのパスタソース」を開発している。これらの商品を踏まえて、小規模事業者の 6 次産業化の取り組みを実践的に支援していきたいと考えている。

・消費者の声を受けた経営改善を支援する

地域住民からの改善要望として、チラシやバリアフリー対応など、各商店にとっても比較的短期間で着手しやすい項目がある。これらに取り組む小規模事業者には国の施策である「持続化補助金」等の活用を進め、早期の具現化を支援していきたい。また、サービス向上などの人材育成

やプレミアム商品券の発行についても、群馬県商工会連合会をはじめとする中小企業支援機関と連携し実施することにより、商店等のレベルアップと地域住民の利便性を達成していきたい。

・今後の本会の取り組み

今回の調査では利根町のみを対象としたことから、地区による諸条件の違いによる細かい内容までは集計できなかったが、消費者の意識については何うことができたことから、本調査を参考として、今後の商業活性化策、地域振興策の策定に役立てていきたいと考えている。

(3) 次回調査への課題

・今後のデータ収集の方向性

道路交通網発達により、沼田市東部地域は地域外への買い物も少なくない。買い物での困りごとの理由として「買い物に行く自動車がない。運転できない。」「タクシーやバスが利用しづらい。」、改善要求の中に「買い物バス等の交通手段の整備、充実」があり、また、高齢化の進行に伴い、地域内での日用品等の地元供給を確保する必要もある。沼田市東部、沼田市の他の地域、前橋市、高崎市、渋川市を対象として、地図上に住居地域と小売店種別ごとの小売店のプロットを行い、居住地からどの地域の店舗での消費傾向があるのかの調査を行い、移動手段確保の検討、地域内の店舗への支援につなげたい。

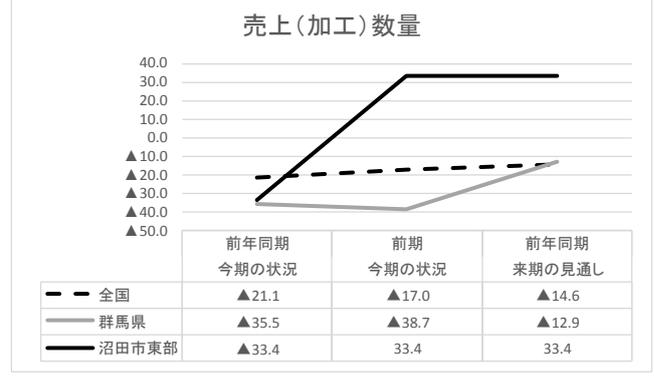
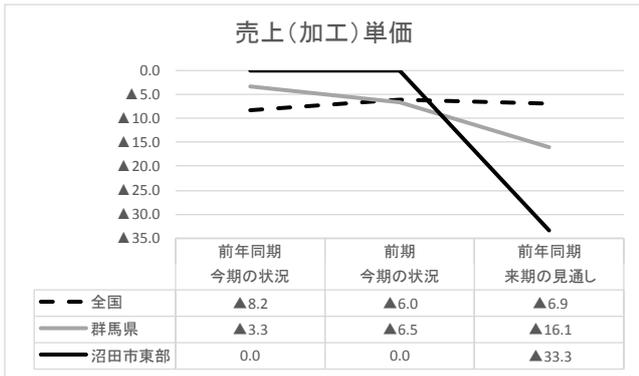
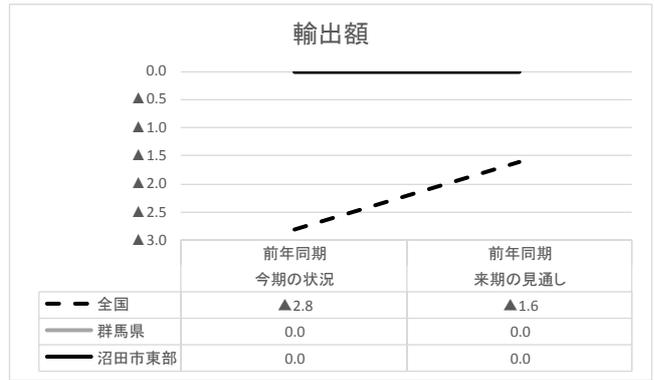
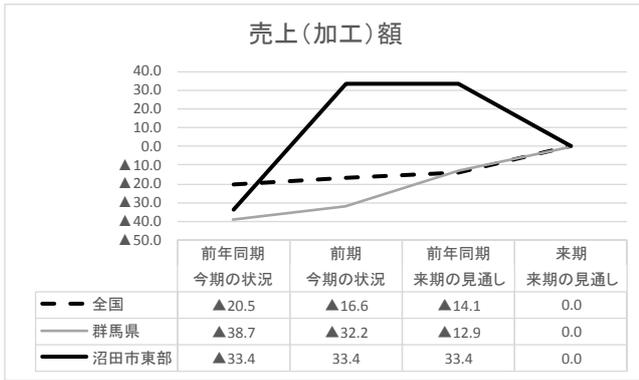
また、インターネットの利用状況では、どんな商品を買っているのかが分かれば、今後の商業誘致計画、サービス整備計画に盛り込める可能性がある。これも、次年度以降のアンケートの調査項目では検討を行いたい。

3.2.2「小規模企業景気動向調査」

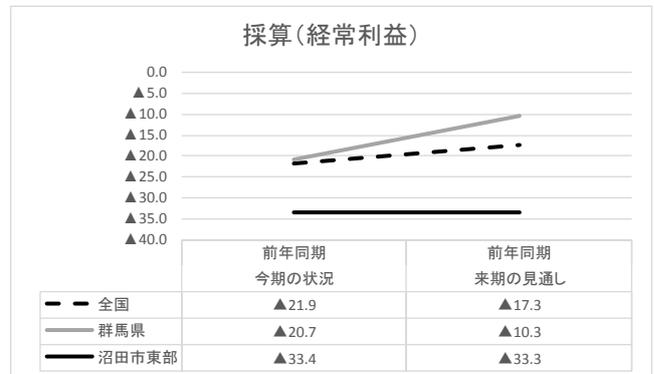
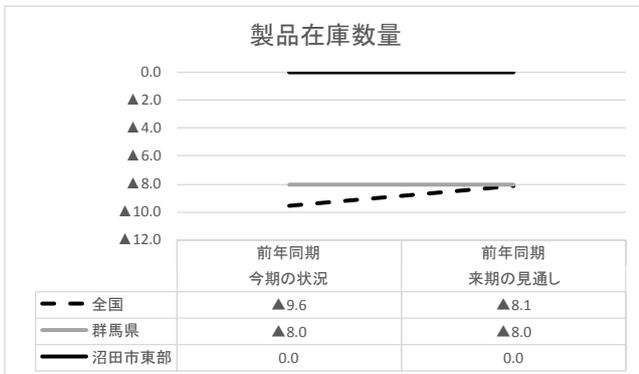
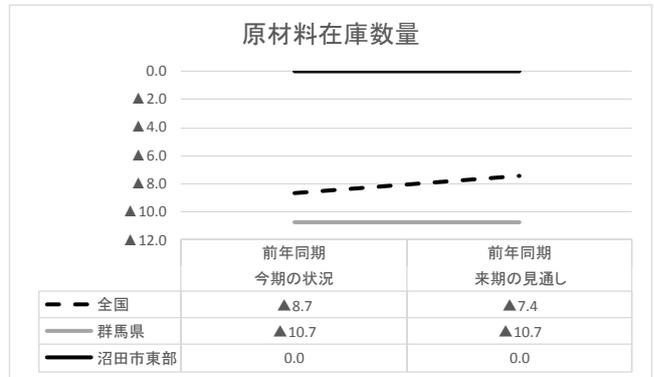
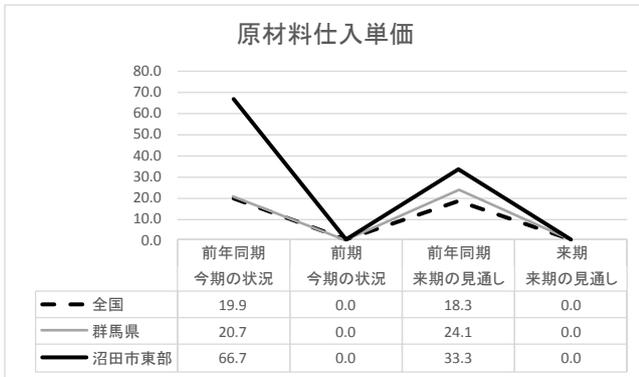
実施時期	平成 28 年 7 月～9 月
調査対象	計 15 社（内訳：製造業 3 社、建設業 2 社、小売業 4 社、サービス業 6 社）
調査方法	経営者に対する直接ヒアリング

3.2.2.1 製造業

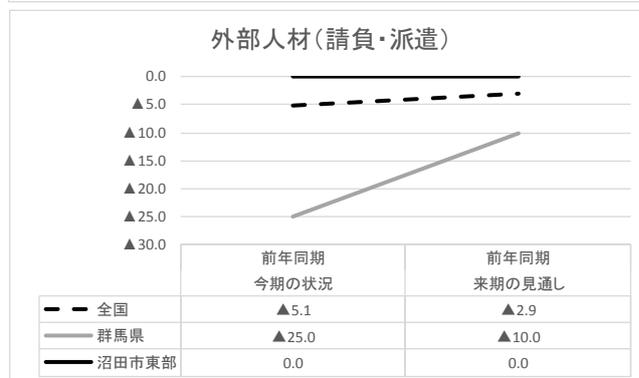
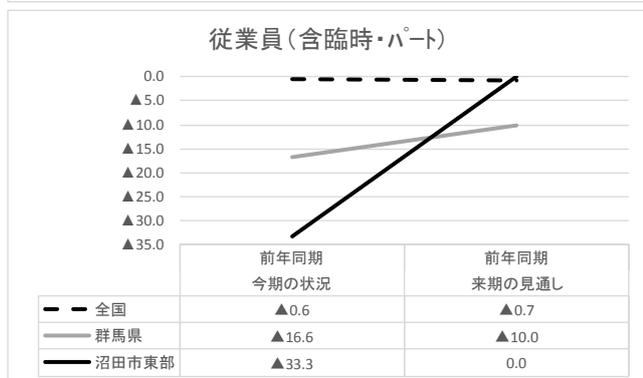
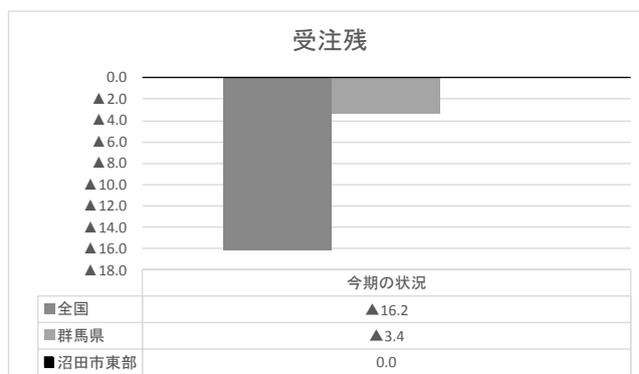
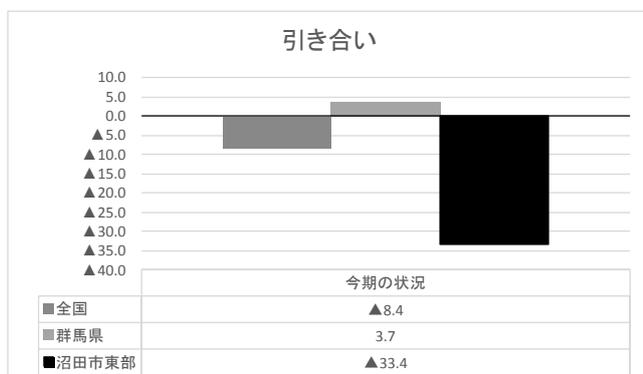
売上について、全国及び群馬県と比較すると、加工の額、加工の数量において第一四半期と比べて今期は景況感が好転、加工単価、輸出額は前年同等である。来期見通しは、加工の額と単価は悪化するも、輸出額と数量は不変の判断をしている。



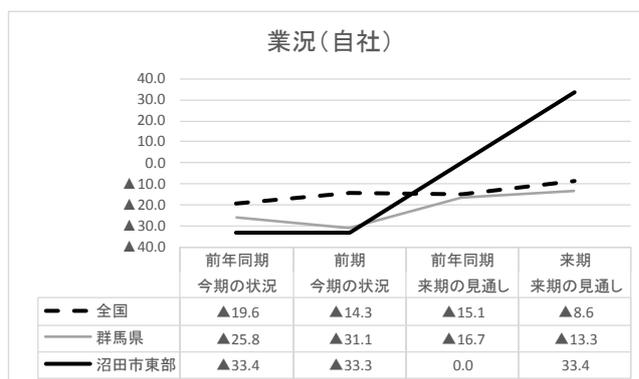
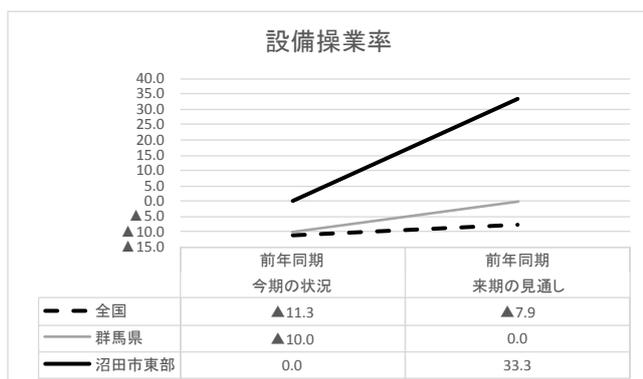
原材料について、全国及び群馬県と前年比で今期の仕入単価は増加し、原材料在庫数量と製品在庫数量は不変とみている。来期は、材料仕入単価の景況がよくなるも、原材料在庫数量と製品在庫数量、採算（経常利益）は同程度と見通している。

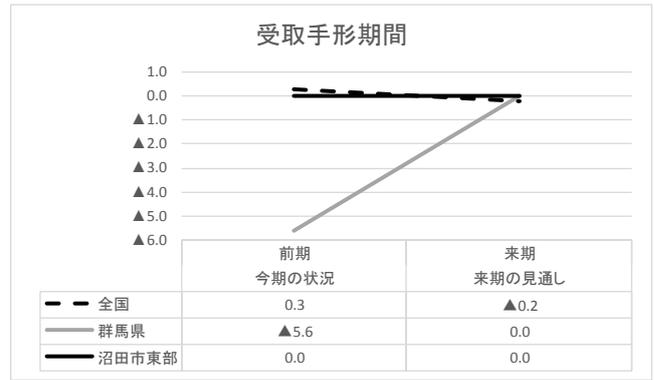
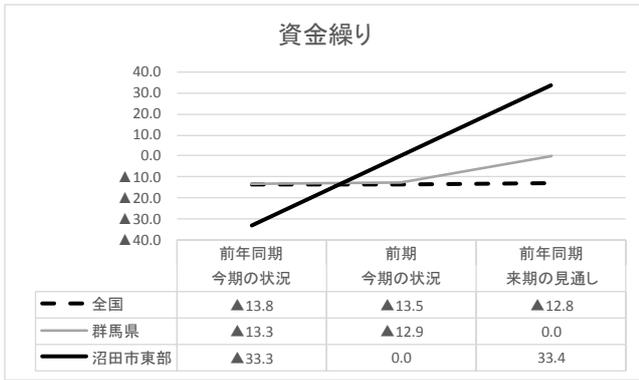


引き合いについては、全国、群馬県より低く、今期は前年より悪化の判断であり、受注残は全国及び群馬県と比べて高い。また人的資源では、従業員（含む臨時・パート）の水準は、今期は全国、群馬県より低く、来期は全国水準並みに改善の見通しである。外部人材（請負・派遣）は、今期、来期の見通しとも全国、群馬県よりも高い。

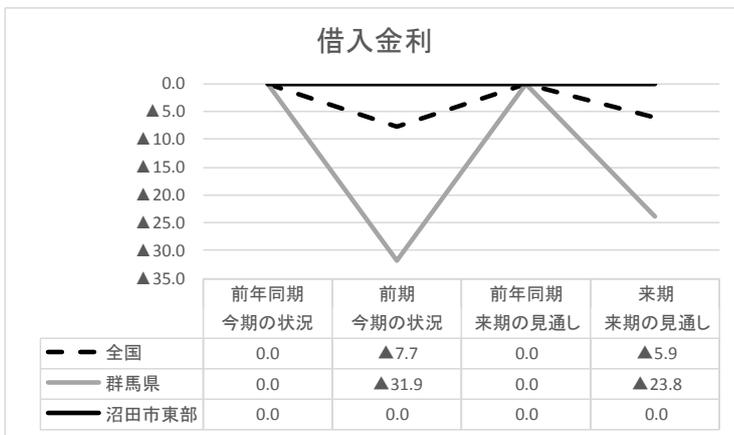
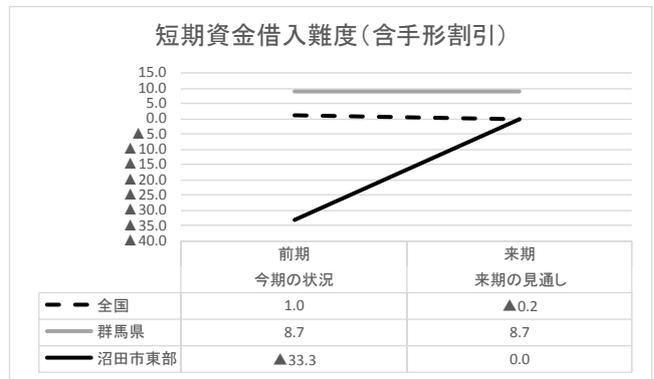
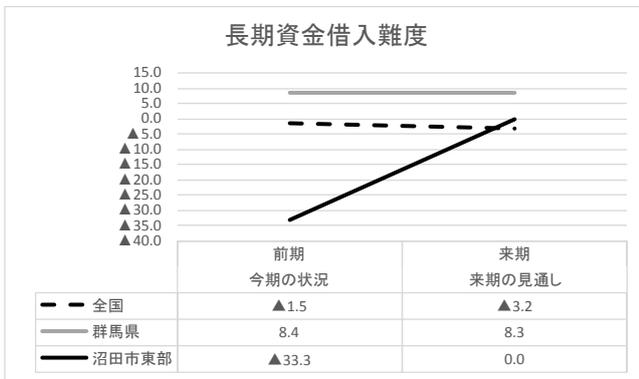


設備操業率は全国及び群馬県と比べて今期高く、来期はさらに上昇の判断である。業況について今期は低い、来期高いと判断している。資金繰りは、今期は全国、群馬県より低い、来期は、全国、群馬県を上回り、良好の見通しである。受取手形期間は今期全国に比べるとやや低く、群馬県よりは高い。来期は不変の見通しである。

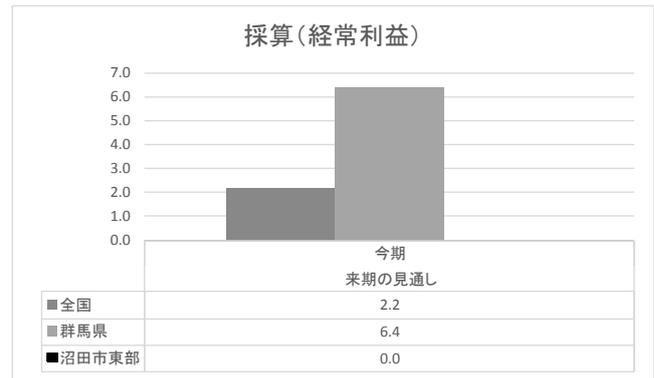
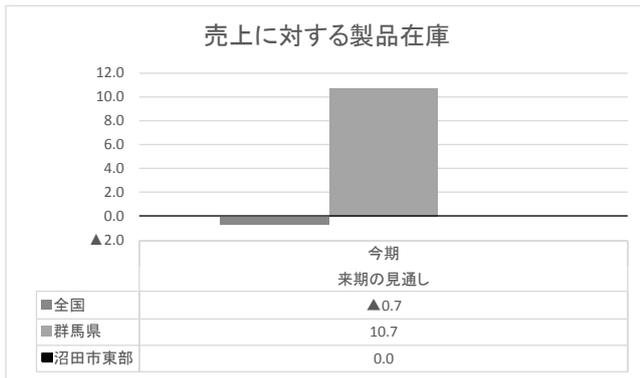
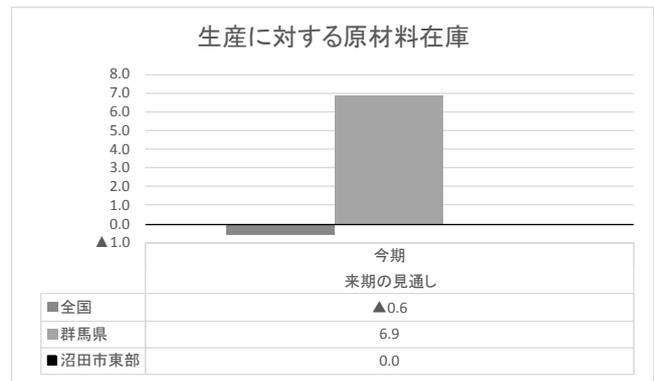
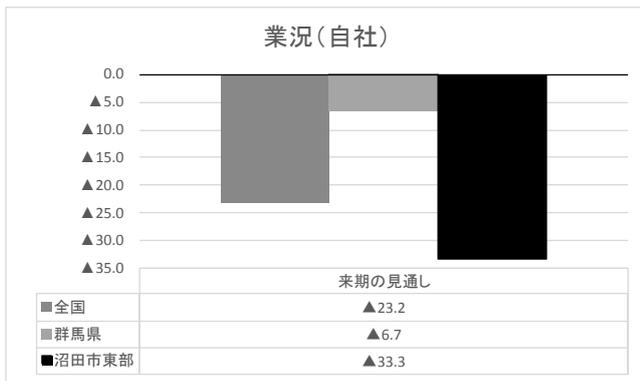




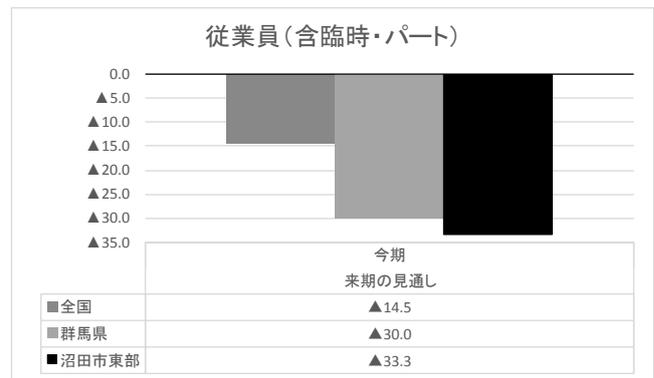
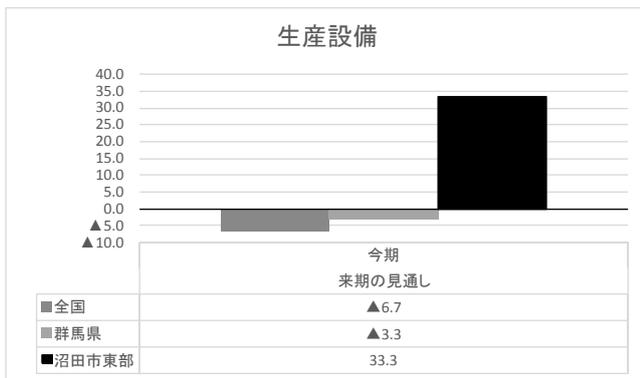
長期資金借入難度、短期資金借入難度は、今期全国、群馬県と比べると悪い。来年度は、長期資金借入難度は群馬県よりは悪いが、全国よりよい見通し、短期資金借入難度は、全国並みを見通している。借入れ金利は全国と県に比べて良好と判断している。



来期の見通しについて、業況においては全国と群馬県に比べて厳しいと判断している。生産に対する原材料在庫、売上に対する製品在庫は、全国より良いが、群馬県を下回り、また採算については、全国と群馬県に比べて低い判断である。



生産設備は全国と県に比べて良好であるが、従業員は全国と県に比べて厳しいと見通している。



新規設備投資について見ると、今期、来期とも予定はない。

		新規設備投資									なし
		投資内容									
		あり	土地	工場建物	生産設備	車両・運搬具	付帯施設	OA機器	福利厚生施設	その他	
今期実施	全国	15.7	5.3	15.0	54.7	20.6	10.5	18.6	4.0	10.5	84.3
	群馬県	22.6	14.3	14.3	42.9	42.9	14.3	0.0	0.0	14.3	77.4
	沼田市東部	0.0	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0
来期計画	全国	15.9	4.0	12.8	65.2	12.4	13.6	14.0	2.8	8.8	84.1
	群馬県	35.5	18.2	0.0	63.6	0.0	9.1	0.0	0.0	9.1	64.5
	沼田市東部	0.0	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0

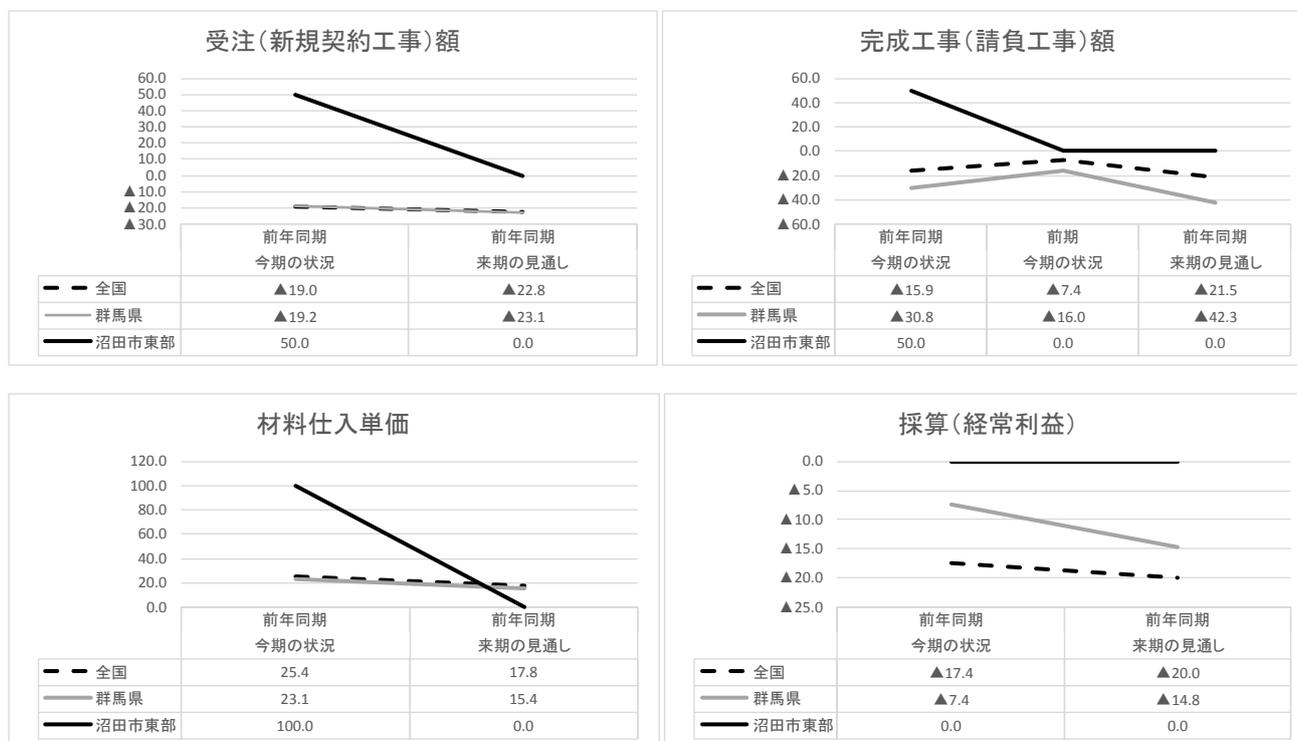
最後に、今期直面している経営上の課題を見ると、「原材料価格の上昇」「事業資金の借入難」及び「需要の停滞」が上位に上がっているが、「事業資金の借入難」は全国及び群馬県では挙げられていない項目であり、沼田市東部の特性といえる。これは、沼田市東部では、「生産設備の不足・老朽化」が上位に上がっていないこと、前項で新規設備投資が今期、来期とも予定がないことなどをあわせて、事業資金の用途の深堀りすることで経営上の課題がより明らかになる可能性がある。

今期直面している経営上の問題点

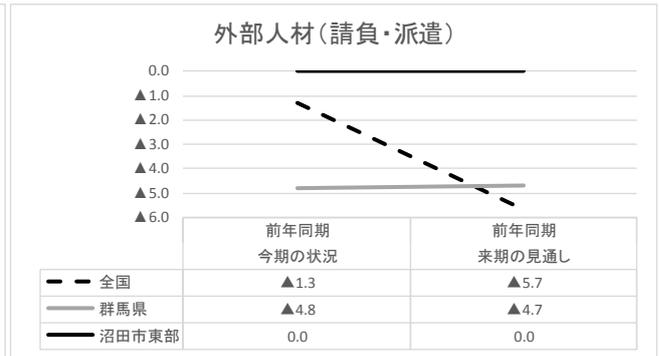
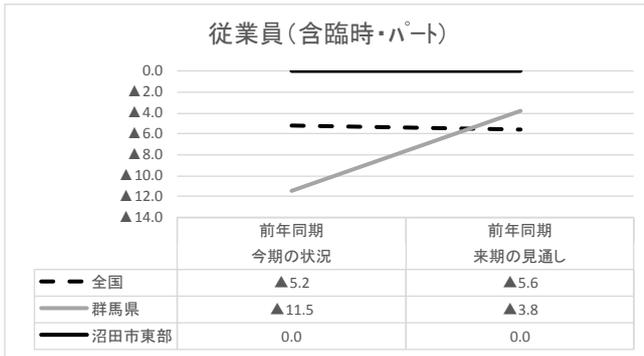
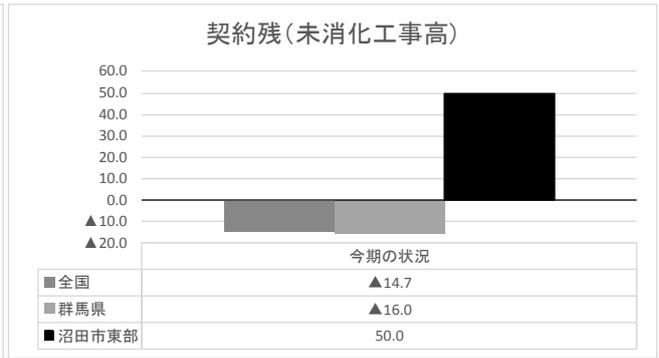
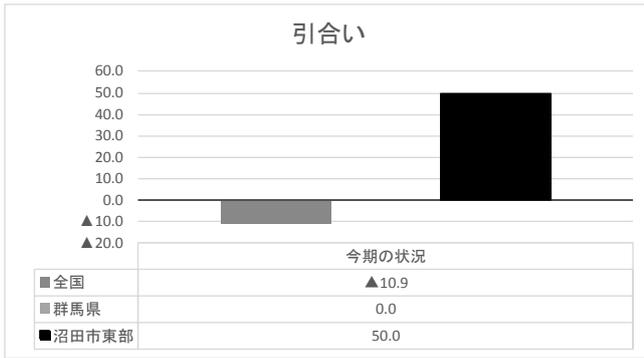
全国	1位	需要の停滞	40.4
	2位	生産設備の不足・老朽化	31.5
	3位	製品ニーズの変化	27.9
群馬県	1位	生産設備の不足・老朽化	32.1
	2位	熟練技術者の確保難	32.1
	3位	原材料価格の上昇	28.6
沼田市東部	1位	原材料価格の上昇	66.7
	2位	事業資金の借入難	33.3
	3位	需要の停滞	33.3

3.2.2.2 建設業

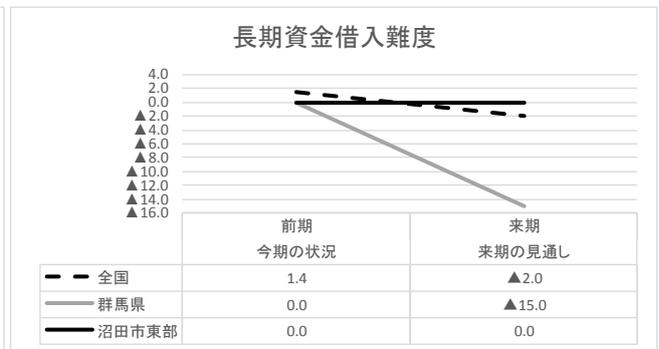
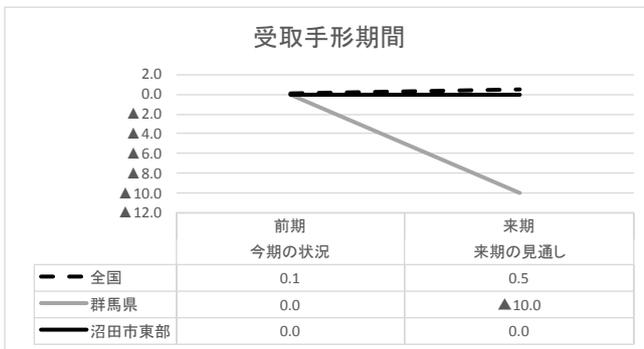
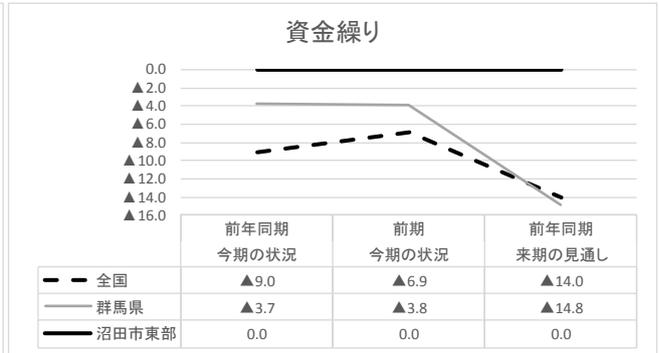
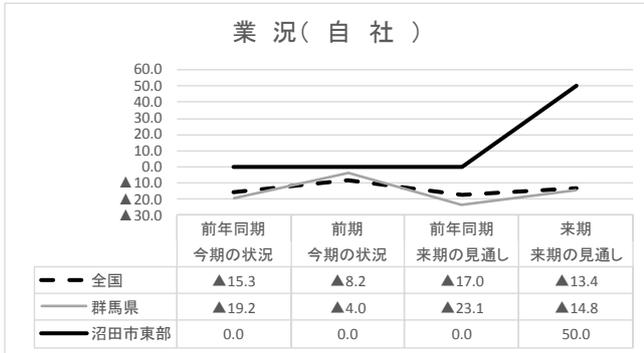
受注額は新規契約工事と請負工事ともに、全国及び群馬県と比較して、今期と来期見通しで景況が良い。材料仕入単価については、来期に大きく悪化することを見込んでいる。採算は、全国及び群馬県と比較して大きく上回り、今期、来期は不変と見通している。



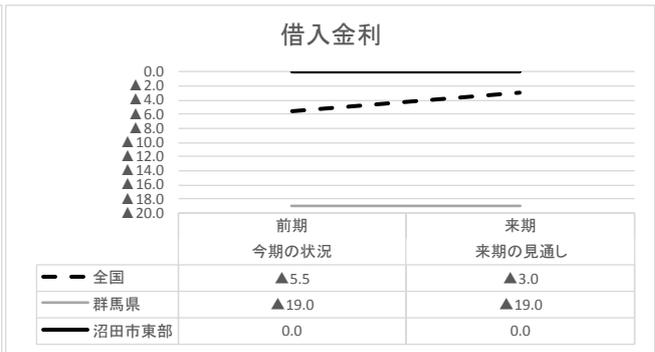
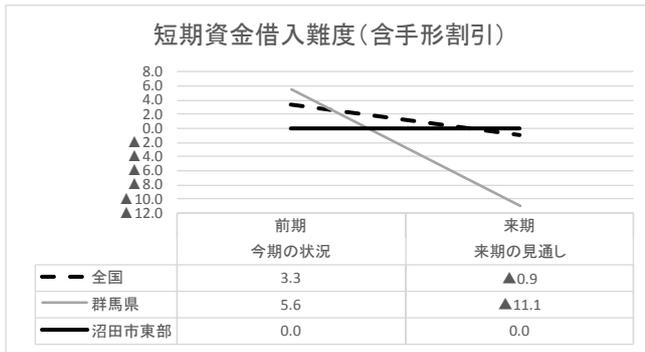
引合いと契約残について、全国及び群馬県に比べて景況が良い。従業員数、外部人材については、全国及び群馬県と比べて今期、来期見通しとも良好である。



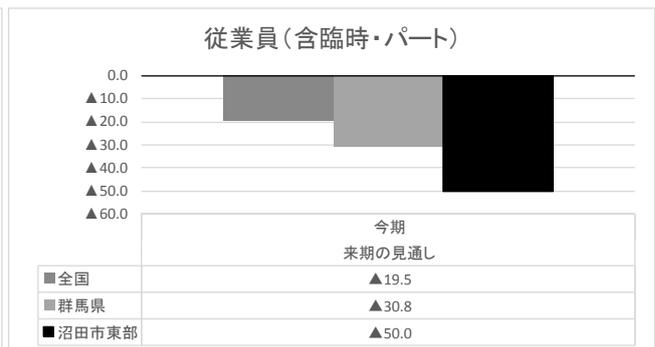
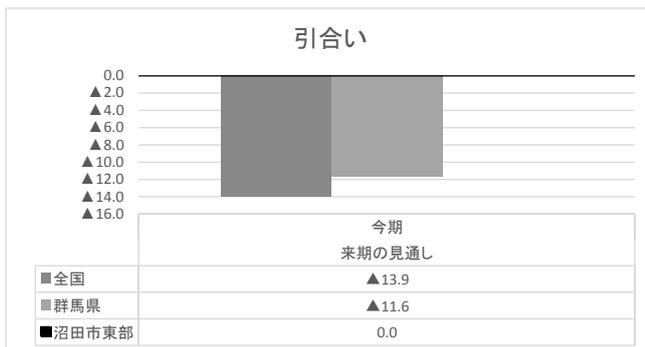
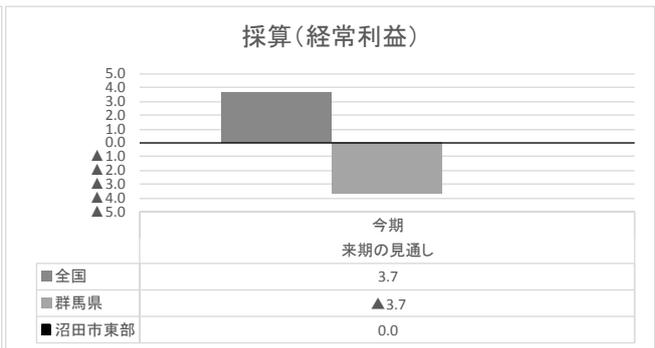
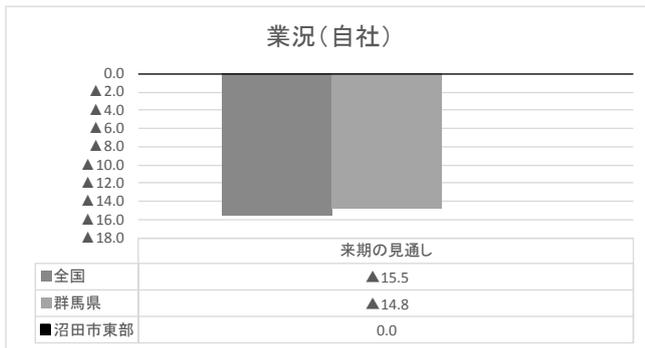
業況と資金繰りは、全国及び群馬県に比べて今期大きく上回っており、来期に向けて業況は上向き、資金繰りは全国と県を上回る見通し。また受取手形期間と長期資金借入難度は、今期全国、群馬県と同程度であるが、来期は群馬県よりも良く、全国と同水準の見通しである。



短期資金借入難度は、今期全国と県を下回るも、来期は良好な見通しで長期資金借入難度と同様の傾向にある。借入金利は全国と県比べて良好な水準にある。



業況、引合いは、全国及び群馬県に比べて、景況感が大幅に良い状況にあり、採算は全国よりは悪いが、群馬県よりは良い。従業員は全国、群馬県より悪い状況である。



新規設備投資について見ると、今期、来期とも予定がない。

		新規設備投資										
		あり	投資内容									なし
			土地	工場建物	生産設備	車両・運搬具	付帯施設	OA機器	福利厚生施設	その他		
今期実施	全国	15.4	8.2	8.2	23.1	47.8	4.9	25.8	1.6	7.7	84.6	
	群馬県	29.6	0.0	12.5	25.0	50.0	0.0	12.5	0.0	12.5	70.4	
	沼田市東部	0.0	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0	
来期計画	全国	11.9	15.6	22.7	30.5	42.6	7.1	13.5	2.1	9.9	88.1	
	群馬県	18.5	20.0	20.0	0.0	60.0	20.0	20.0	0.0	20.0	81.5	
	沼田市東部	0.0	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0	

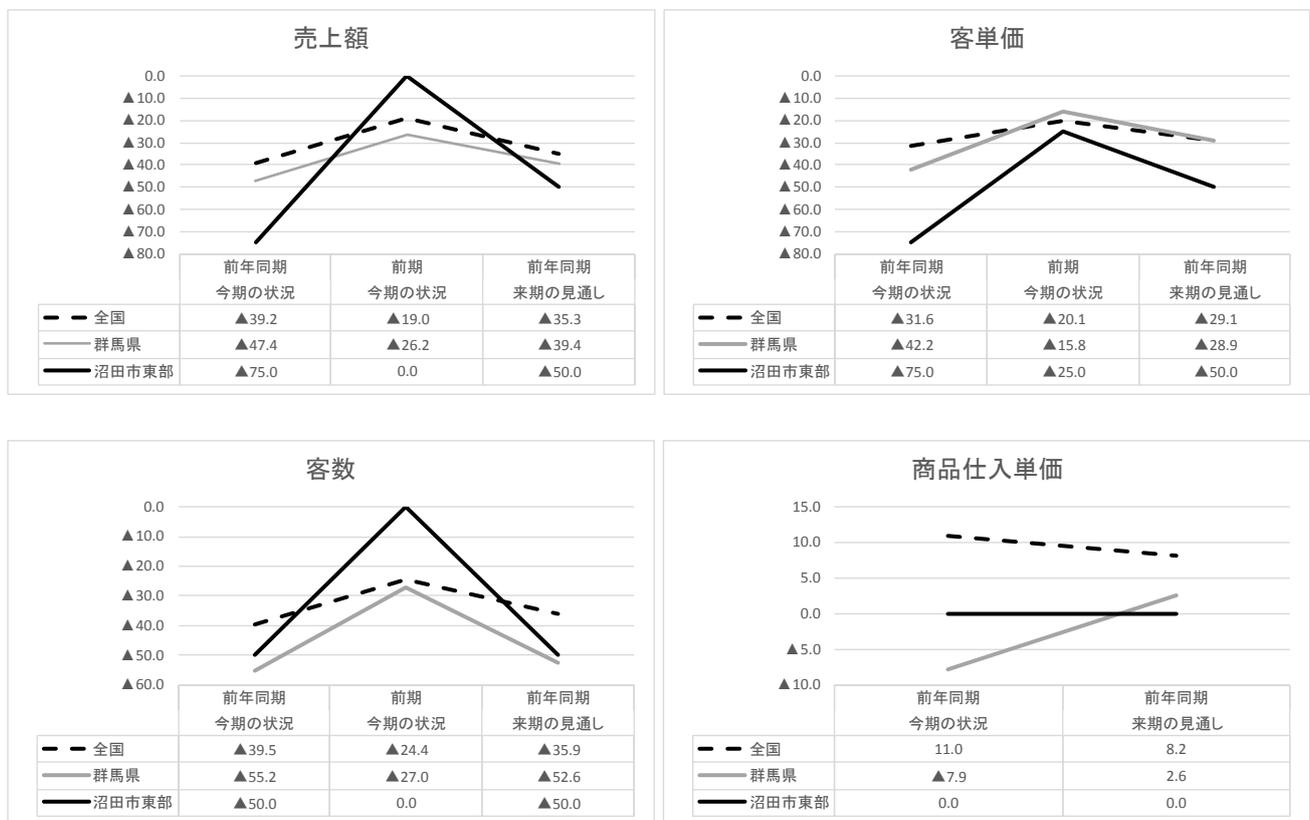
最後に、今期直面している経営上の問題点を見ると、全国では「民間需要の停滞」が最も高いが、沼田市東部地域では、「材料価格の上昇」が最も高く、次いで、「材料費・人件費以外の経費の増加」、「従業員の確保難」となっており、いずれも人材力・人材資源面での経営課題を抱えている。

今期直面している経営上の問題点

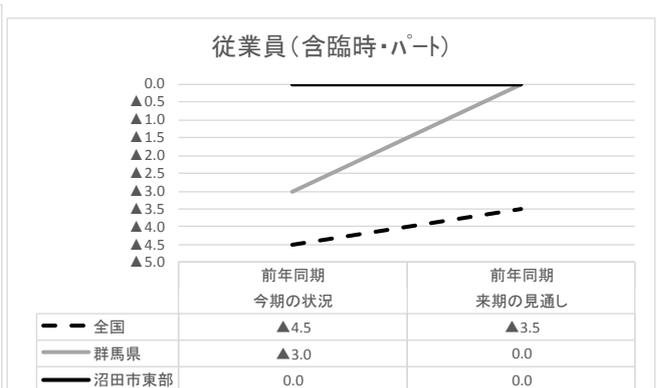
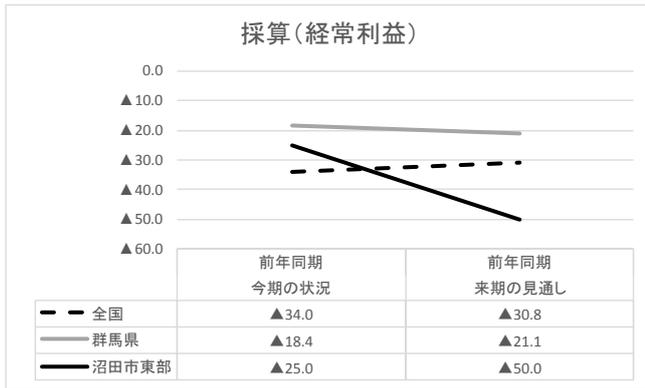
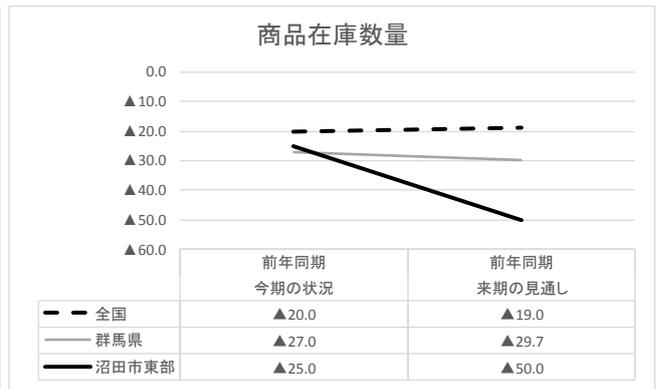
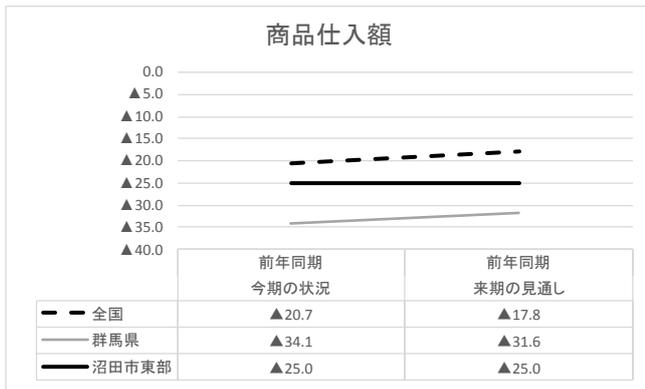
全国	1位	民間需要の停滞	40.6
	2位	官公需要の停滞	36.7
	3位	熟練技術者の確保難	27.2
群馬県	1位	従業員の確保難	37.5
	2位	材料価格の上昇	33.3
	3位	官公需要の停滞	33.3
沼田市東部	1位	材料価格の上昇	40.0
	2位	材料費・人件費以外の経費の増加	20.0
	3位	従業員の確保難	20.0

3.2.2.3 小売業

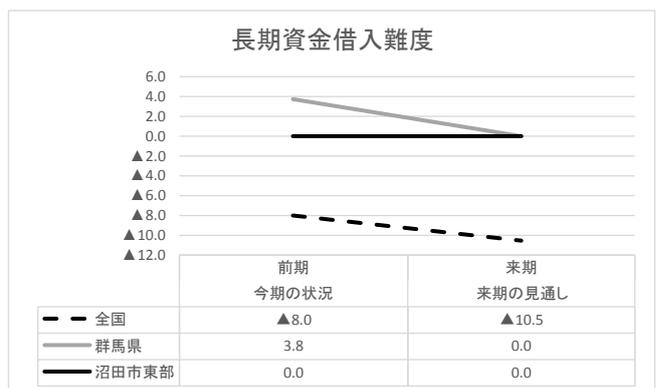
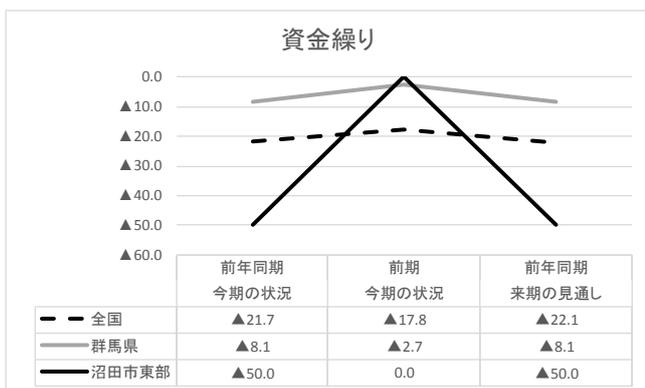
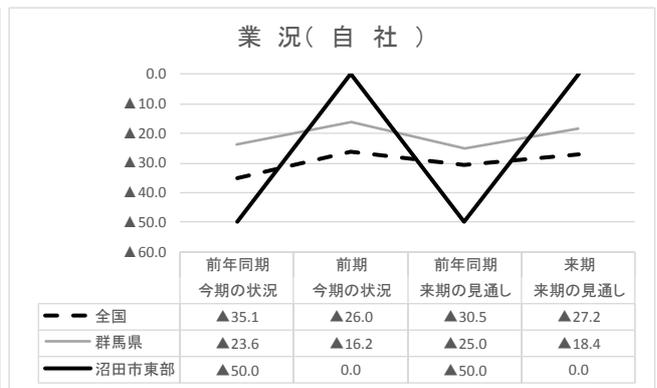
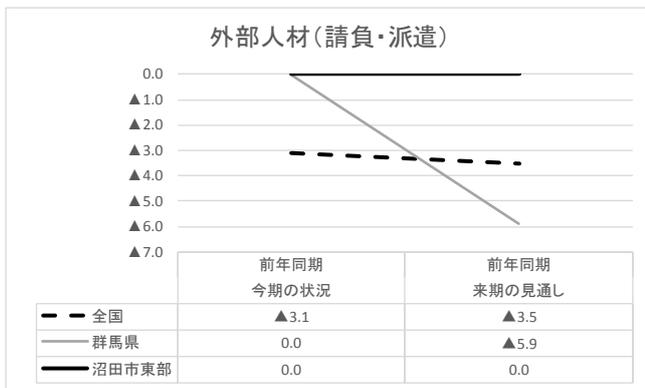
国及び群馬県に比べて、今期の売上額、客単価、客数は改善傾向である。商品仕入れ単価は、全国より悪く、群馬県より良い。ただし、来期については、商品仕入れ単価は横ばいの見通し、それ以外は悪化の景況を見通している。



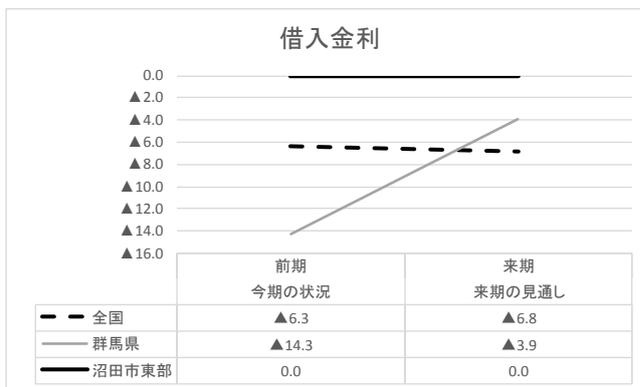
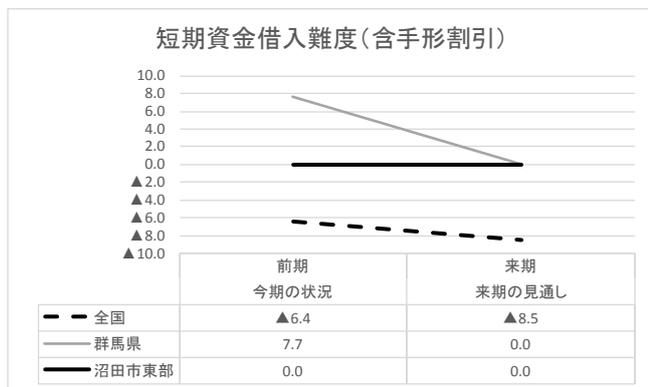
今期商品仕入れ額は、全国に比べて悪く、群馬県を上回る。商品在庫数量は、全国より悪く、群馬県よりは若干良好である。採算は、全国を上まわるも群馬県より低い。従業員は、全国と群馬県に比べ良好。来期は、商品仕入れ額は同等であり、在庫数量は減少する見通し。採算について全国及び県より大幅に悪化、従業員については、全国や県を上回る良好な景況を見通している。



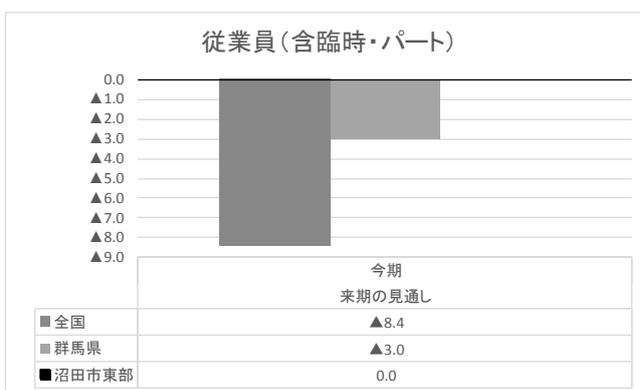
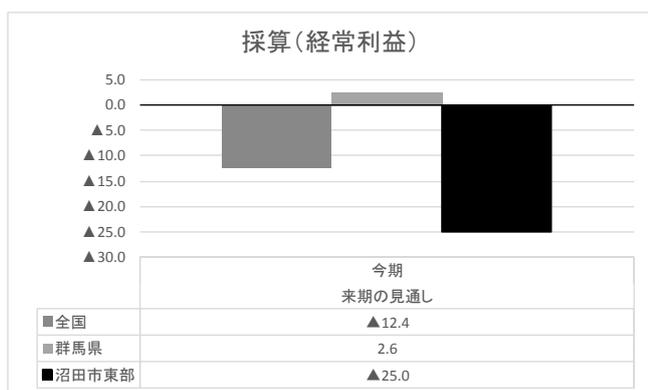
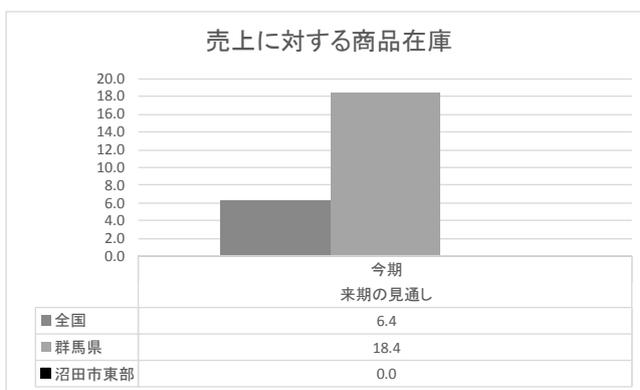
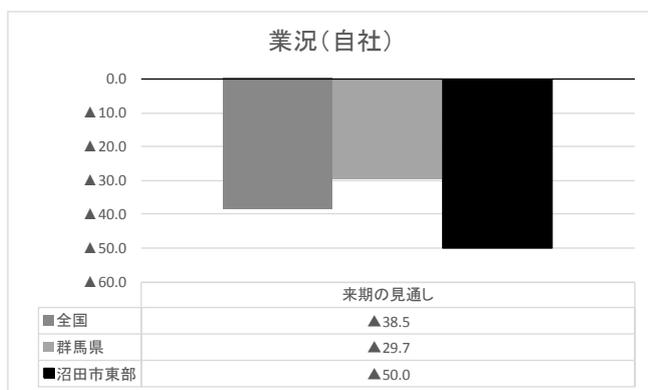
今期、外部人材の景況は、群馬県と同水準、全国より大きく上回っている。業況は全国及び群馬県を大きく上回り、資金繰りは良好、長期資金借入難度は、群馬県と同水準である。来期見通しでは、資金繰りに悪化の判断があり、外部人材、長期資金借入難易度は、維持の景況感である。



短期資金借入難度は全国と比べて良いが、群馬県に比べると悪化している。借入金利は全国と群馬県に比べて良好な状態である。



業況、売上に対する製品在庫および採算は全国と群馬県に比べて大きく悪化し、従業員は良好な見通しである。



新規設備投資は今期、来期とも予定されていない。

		新規設備投資									なし
		あり	投資内容								
			土地	工場建物	生産設備	車両・運搬具	付帯施設	OA機器	福利厚生施設	その他	
今期実施	全国	10.7	3.1	19.7	30.7	27.6	11.8	18.4	1.8	14.5	89.3
	群馬県	10.5	0.0	25.0	25.0	50.0	0.0	0.0	0.0	25.0	89.5
	沼田市東部	0.0	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0
来期計画	全国	11.9	5.5	24.5	28.9	24.1	19.0	17.0	1.6	12.3	88.1
	群馬県	13.2	0.0	40.0	0.0	20.0	60.0	20.0	0.0	0.0	86.8
	沼田市東部	0.0	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0

最後に、今期直面している経営上の問題点を見ると、全国と群馬県では「購買力の他地域への流出」、「消費者ニーズの変化」が高いが、沼田市東部地域では、全国や群馬県では上位

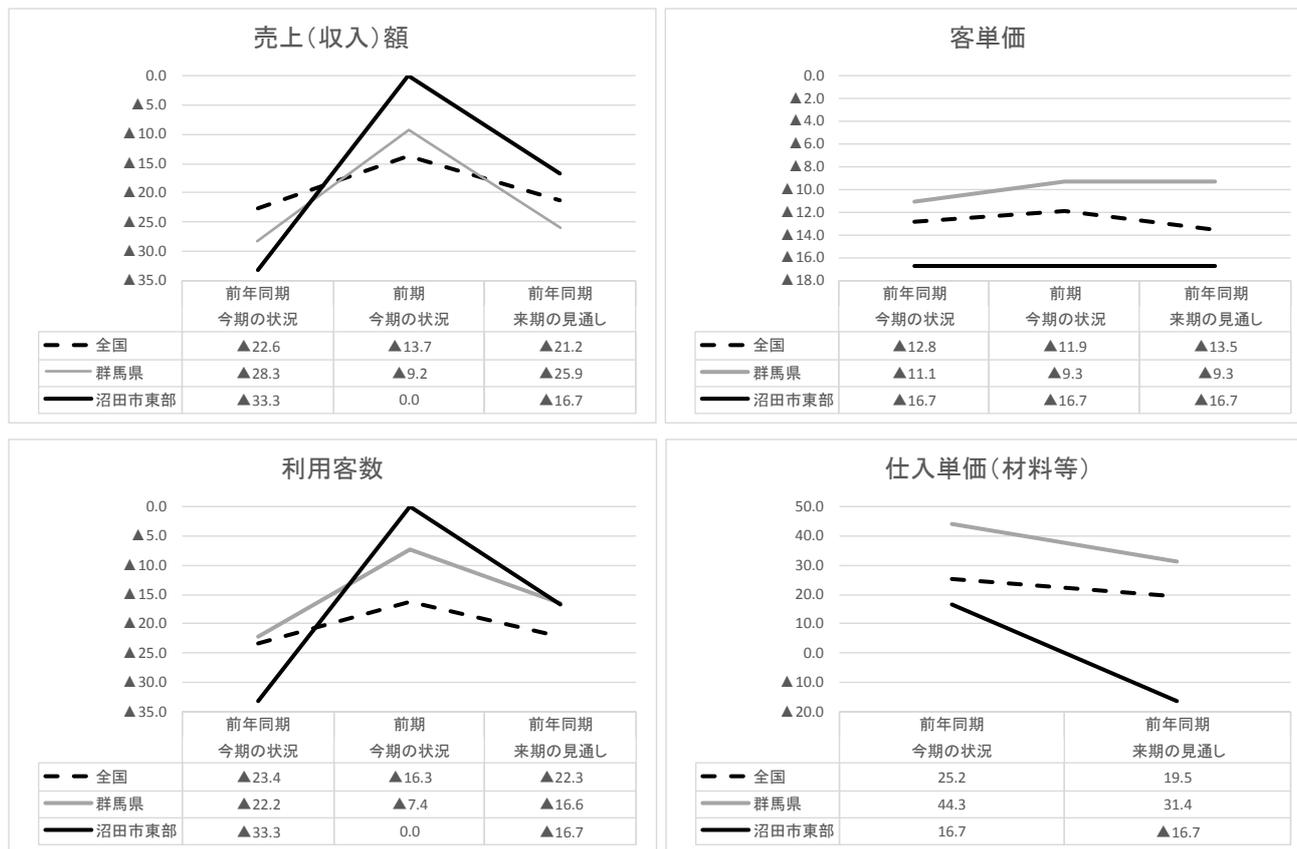
に上がっていない「大型店・中型店の進出による競争の激化」が上位に入っている点が特徴的である。

今期直面している経営上の問題点

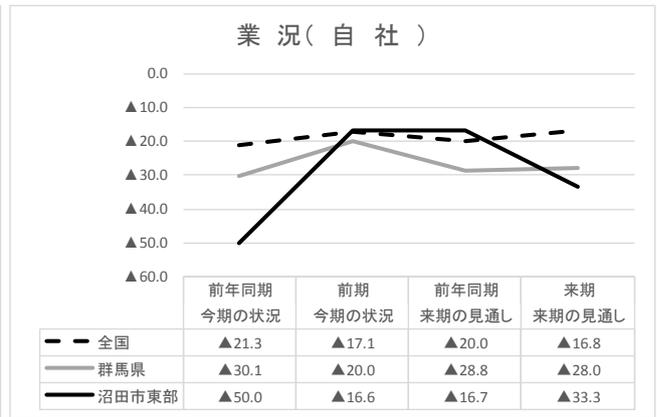
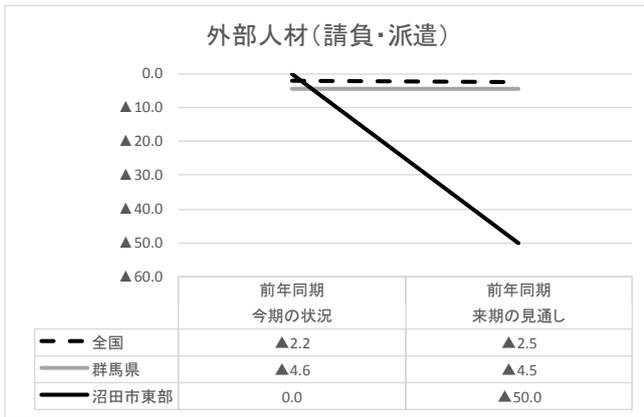
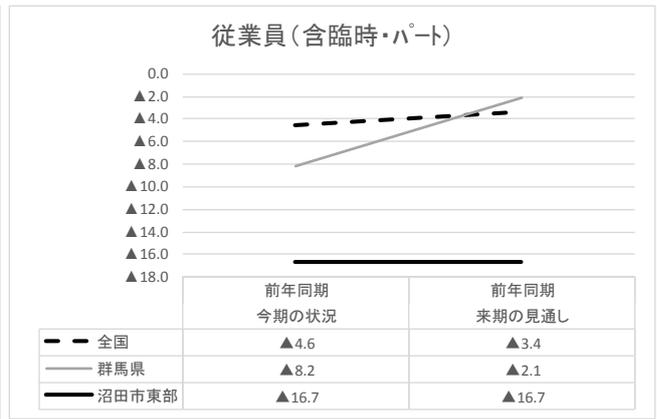
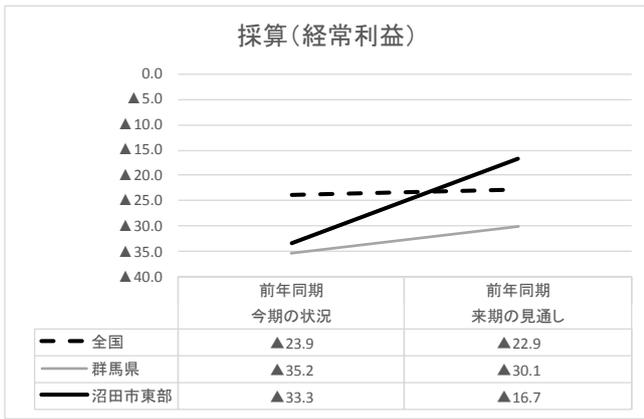
全国	1位	購買力の他地域への流出	46.3
	2位	消費者ニーズの変化	41.4
	3位	需要の停滞	40.8
群馬県	1位	消費者ニーズの変化	56.8
	2位	購買力の他地域への流出	37.8
	3位	販売単価の低下、上昇難	35.1
沼田市東部	1位	購買力の他地域への流出	75.0
	2位	大型店・中型店の進出による競争の激化	50.0
	3位	消費者ニーズの変化	25.0

3.2.2.4 サービス業

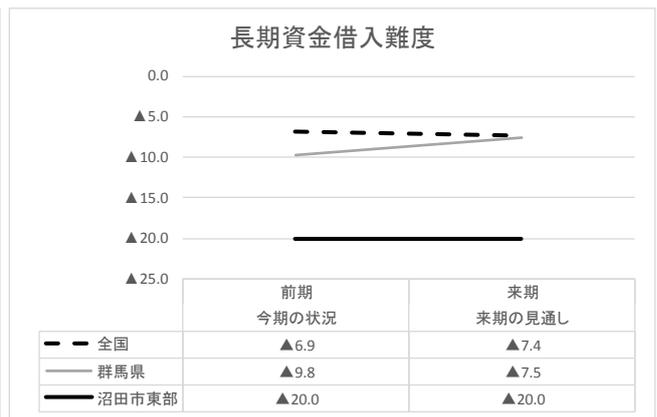
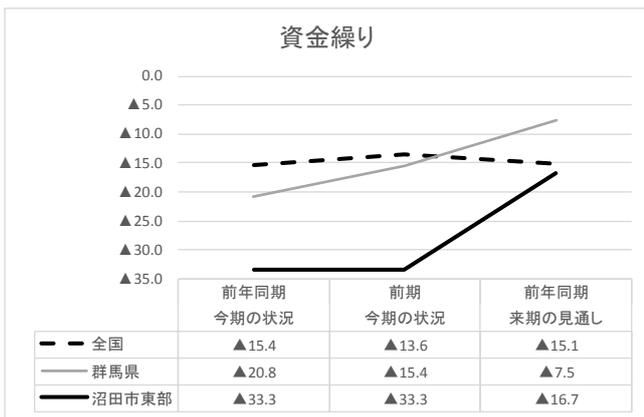
売上額、利用客数は全国、群馬県に比べて、今期景況感はやいが、客単価と仕入単価は全国と群馬県に比べて下回っている。来期売上額と利用者数の見通しは悪化、全国及び群馬県との比較では、上回るか同等の見通しと判断している。客単価と仕入単価は、全国、群馬県と比べて下回ると見通している。

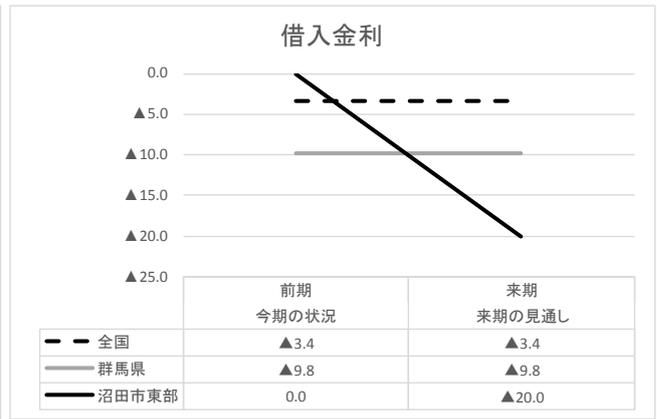
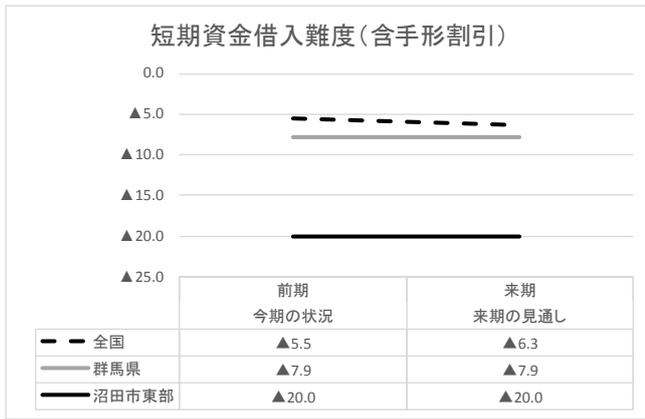


今期採算の景況感は、群馬県より良く全国より低い。従業員は全国と群馬県より低く、外部人材と業況は、全国と群馬より高い。来期は、採算、業況は全国と群馬県に比べて良好、従業員、外部人材は大きく下回る見通しである。

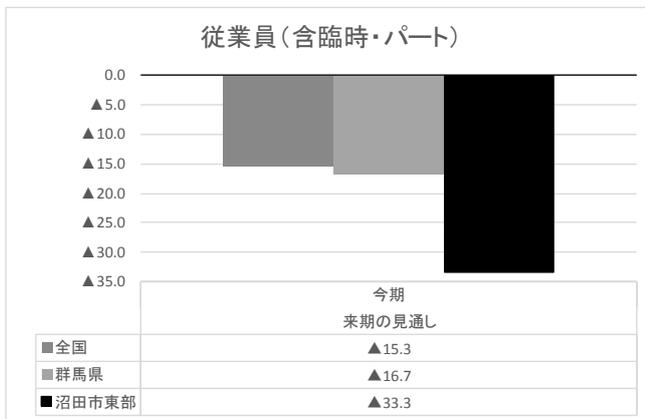
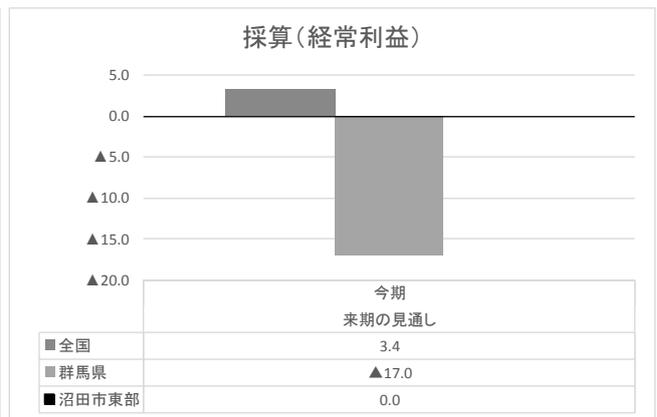
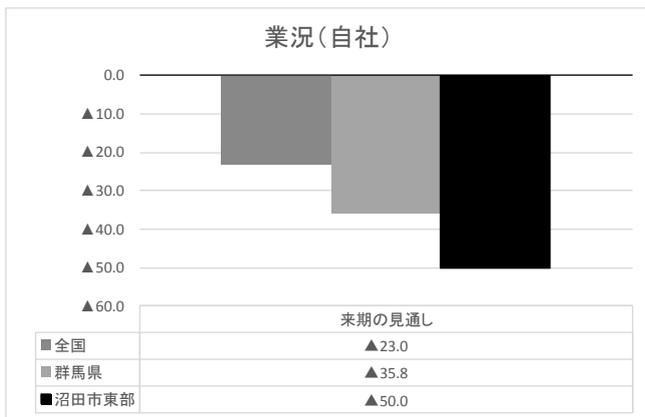


長期・短期資金借入難度は、今期、全国と群馬県よりも景況感悪化しているが、借入金利は良好である。来期は、長期・短期資金借入難度は同水準を維持、借入金利は悪化の見通しである。資金繰りについては、今期は全国、群馬県を大きく下回るが、来期は全国水準に回復を見通している。





業況、従業員は、全国及び群馬県に比べて悪い状況、採算は全国よりは悪いが、群馬県より良好である。



新規設備投資について見ると、今期、来期とも予定されていない。

		新規設備投資									なし
		あり	投資内容								
			土地	工場建物	生産設備	車両・運搬具	付帯施設	OA機器	福利厚生施設	その他	
今期実施	全国	13.8	4.4	14.1	30.5	24.8	20.1	14.4	3.1	15.9	86.2
	群馬県	14.8	0.0	37.5	12.5	25.0	12.5	12.5	12.5	12.5	85.2
	沼田市東部	0.0	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0
来期計画	全国	13.2	6.6	21.7	34.3	23.9	14.8	12.1	2.5	15.9	86.8
	群馬県	18.9	20.0	30.0	40.0	10.0	10.0	10.0	0.0	20.0	81.1
	沼田市東部	0.0	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0

最後に、今期直面している経営上の問題点を見ると、沼田市東部地域で上位にあがっている「店舗施設の狭隘・老朽化」「大企業進出による競争の激化」「従業員の確保難」は、全国と群馬県で上位にあがっておらず、沼田市東部地域の特性といえる。

今期直面している経営上の問題点

全国	1位	利用者ニーズの変化	44.3
	2位	需要の停滞	39.9
	3位	材料等仕入単価の上昇	29.3
群馬県	1位	材料等仕入単価の上昇	43.1
	2位	利用者ニーズの変化	41.2
	3位	需要の停滞	27.5
沼田市東部	1位	店舗施設の狭隘・老朽化	50.0
	2位	大企業の進出による競争の激化	33.3
	3位	従業員の確保難	33.3

考察

製造業に関しては、若者は就職先が少ないことから、高校や大学を卒業と同時に転出し、青年層の人口が減少、出生数も減少するという悪循環となっている。雇用の場の確保と定住を狙い、地域資源を活用した企業誘致と地場産業の振興を図る環境整備が期待される。

サービス業に関しては、高齢化が進む中、介護や買い物代行などの福祉部門のビジネスニーズが高まり、起業の促進が求められると考えられる。これらの領域での需要動向、国や県の動向との比較分析するために、景況調査では、サービス業の下位の産業分類でデータ収集を行うことも考えたい。

農業においては、第1次産業の比率が年々少なくなり、これが第2次産業や第3次産業に移行している。農業後継者やU・J・Iリターン者の受入環境を整備するとともに、グリーン・ツーリズム活用と農産物のブランド化が望まれる。

3.2.3「決算データ分析調査」

出所	商工会に保存された「平成 27 年分所得税青色申告決算書」による
調査数	計 89 社
業界平均	「中小企業実態基本調査」平成 27 年速報（平成 26 年度決算実績）に記載された「2）個人企業」

3.2.3.1 総合工事業（業種コード 06）

売上高は地域平均 16.8 百万円で業界平均と比べると 69.1%、営業利益は 1.7 百万円と業界平均と比べると 52%、従業員数は地域平均 1 名で業界平均と比べると▲2 名と規模は小さくなっている。一方営業利益率は 10.68%で業界平均と比べると 3.51 ポイント低く、一人当たりの売上高は 16.8 百万円と業界平均と比べると 207%、一人当たりの営業利益は 1.8 百万円と業界平均と比べると 156%と高くなっている。総合工事業においては、規模は小さいながらもしっかり稼いでいる。

	06総合工事業			
	業界平均		地域平均値	
従業者数（人）	3		1	
売上（収入）金額	24,326,735		16,774,078	
売上原価	11,913,649	48.97%	3,453,832	20.59%
売上総利益	12,413,087	51.03%	13,320,245	79.41%
経費	8,962,068	36.84%	11,529,300	68.73%
給料賃金（専従者給与除く）	1,883,068	7.74%	1,962,775	11.70%
地代家賃	247,229	1.02%	18,520	0.11%
水道光熱費	…	…	…	…
運賃荷造費	…	…	…	…
販売手数料	…	…	…	…
広告宣伝費	…	…	…	…
交際費	…	…	…	…
減価償却費	462,942	1.90%	531,251	3.17%
従業員教育費	…	…	…	…
租税公課	438,380	1.80%	464,712	2.77%
その他の経費	5,930,449	24.38%	8,552,042	50.98%
営業利益	3,451,019	14.19%	1,790,946	10.68%

3.2.3.2 職別工事業（業種コード 07）

売上高は地域平均 9.9 百万円で業界平均と比べると 65%、営業利益は 2.54 百万円と業界平均と比べると 69%、従業員数は地域平均 0 名で業界平均と比べる▲3 名と規模は小さくなっている。一方営業利益率は 25.7%で業界平均と比べると 1.61 ポイント高い。職別工事業においては、規模は小さいながらもしっかり稼いでいる。

	07職別工事業（設備工事業を除く）			
	業界平均		地域平均	
従業者数（人）	3		0	
売上（収入）金額	15,310,713		9,893,289	
売上原価	6,629,520	43.30%	1,875,306	18.96%
売上総利益	8,681,193	56.70%	8,017,983	81.04%
経費	4,992,559	32.61%	5,471,011	55.30%
給料賃金（専従者給与除く）	1,314,219	8.58%	758,833	7.67%
地代家賃	70,565	0.46%	0	0.00%
水道光熱費
運賃荷造費
販売手数料
広告宣伝費
交際費
減価償却費	300,584	1.96%	369,446	3.73%
従業員教育費
租税公課	271,254	1.77%	146,200	1.48%
その他の経費	3,035,937	19.83%	4,196,531	42.42%
営業利益	3,688,633	24.09%	2,546,972	25.74%

3.2.3.3 設備工事業（業種コード 08）

売上高は地域平均 11.1 百万円で業界平均と比べると 75%、営業利益は 2.0 百万円と業界平均と比べると 61%、従業員数は地域平均 0 名で業界平均と比べる▲2 名と規模は小さくなっている。営業利益率は 18.16%で業界平均と比べると 4.2 ポイント低い。設備工事業においては、規模も小さく、営業利益率も低くなっている。

	08設備工事業			
	業界平均		地域平均	
従業者数（人）	2		0	
売上（収入）金額	14,853,801		11,181,862	
売上原価	6,707,619	45.16%	4,303,275	38.48%
売上総利益	8,146,182	54.84%	6,878,586	61.52%
経費	4,821,291	32.46%	4,847,481	43.35%
給料賃金（専従者給与除く）	828,998	5.58%	1,141,400	10.21%
地代家賃	113,859	0.77%	119,000	1.06%
水道光熱費
運賃荷造費
販売手数料
広告宣伝費
交際費
減価償却費	437,980	2.95%	135,057	1.21%
従業員教育費
租税公課	271,668	1.83%	305,666	2.73%
その他の経費	3,168,787	21.33%	3,146,358	28.14%
営業利益	3,324,890	22.38%	2,031,106	18.16%

3.2.3.4 金属製品製造業総合工事業（業種コード 24）

売上高は地域平均 27.2 百万円で業界平均と比べると 194.3%、営業利益は 6.7 百万円と業界平均と比べると 186.9%、従業員数は地域平均 2 名で業界平均と同じである。営業利益率は 24.61%で業界平均と比べると 0.9 ポイント低い。金属製品製造業においては、規模は業界平均に対して大きく売上高も高いが、売上原価の割合が多いため、営業利益率がやや低くなっている。

	24金属製品製造業			
	業界平均		地域平均	
従業者数（人）	2		2	
売上（収入）金額	14,010,968		27,207,363	
売上原価	4,854,431	34.65%	14,351,006	52.75%
売上総利益	9,156,538	65.35%	12,856,357	47.25%
経費	5,581,804	39.84%	6,159,323	22.64%
給料賃金（専従者給与除く）	1,650,801	11.78%	0	0.00%
地代家賃	312,619	2.23%	75,000	0.28%
水道光熱費
運賃荷造費
販売手数料
広告宣伝費
交際費
減価償却費	437,111	3.12%	645,875	2.37%
従業員教育費
租税公課	321,258	2.29%	595,750	2.19%
その他の経費	2,860,014	20.41%	4,842,699	17.80%
営業利益	3,574,734	25.51%	6,697,034	24.61%

3.2.3.5 運輸に付帯するサービス業（業種コード48）

売上高は地域平均 2.7 百万円で業界平均と比べると 18.1%、営業利益は 1.8 百万円と業界平均と比べると 43.3%、従業員数は地域平均 0 名で業界平均と比べると▲3 名と規模は小さくなっている。営業利益率は 65.56%で業界平均と比べると 38.16 ポイント高い。運輸に付帯するサービス業においては、規模は小さいながらもしっかり稼いでいる。

	48運輸に付帯するサービス業			
	業界平均		地域平均	
従業者数（人）	3		0	
売上（収入）金額	15,025,669		2,717,428	
売上原価	2,870,104	19.10%	0	0.00%
売上総利益	12,155,565	80.90%	2,717,428	100.00%
経費	8,038,599	53.50%	935,916	34.44%
給料賃金（専従者給与除く）	2,152,643	14.33%	0	0.00%
地代家賃	318,514	2.12%	0	0.00%
水道光熱費
運賃荷造費
販売手数料
広告宣伝費
交際費
減価償却費	470,208	3.13%	0	0.00%
従業員教育費
租税公課	366,774	2.44%	6,300	0.23%
その他の経費	4,730,460	31.48%	929,616	34.21%
営業利益	4,116,966	27.40%	1,781,512	65.56%

3.2.3.6 織物・衣類・身の回り品小売業（業種コード 57）

売上高は地域平均 7.5 百万円で業界平均と比べると 60.5%、営業利益は 1.1 百万円と業界平均と比べると 96.8%、従業員数は地域平均 1 名で業界平均と比べると▲1 名と規模は小さくなっている。営業利益率は 15.01%で業界平均と比べると 5.63 ポイント高く、一人当たりの売上高は 7.5 百万円と業界平均と比べると 125%、一人当たりの営業利益は 1.1 百万円と業界平均と比べると 194%と大きくなっている。織物・衣類・身の回り品小売業においては、規模は小さいながらもしっかり稼いでいる。

	57織物・衣服・身の回り品小売業			
	業界平均		地域平均	
従業者数（人）	2		1	
売上（収入）金額	12,359,104		7,476,039	
売上原価	7,420,052	60.04%	2,392,005	32.00%
売上総利益	4,939,051	39.96%	5,084,034	68.00%
経費	3,779,268	30.58%	3,961,730	52.99%
給料賃金（専従者給与除く）	585,029	4.73%	1,470,000	19.66%
地代家賃	554,740	4.49%	20,000	0.27%
水道光熱費
運賃荷造費
販売手数料
広告宣伝費
交際費
減価償却費	228,282	1.85%	367,000	4.91%
従業員教育費
租税公課	147,213	1.19%	49,870	0.67%
その他の経費	2,264,004	18.32%	2,054,860	27.49%
営業利益	1,159,784	9.38%	1,122,304	15.01%

3.2.3.7 飲食品小売業（業種コード 58）

売上高は地域平均 34.5 百万円で業界平均と比べると 129.4%、従業員数は地域平均 0 名で業界平均と比べると▲3 名と規模は小さくなっている。一方営業利益は 0.759 百万円と業界平均と比べると 47.2%、営業利益率は 2.20%で業界平均と比べると 3.83ポイント低い。飲食品小売業においては、規模は大きい、経費の中の給料賃金（専従者給与除く）とその他経費が高く、収益性は悪くなっている。その他経費の内訳が不明なため改善施策の立案がむずかしい。今後、その他経費の内訳が分かる情報の添付や保存が望まれる。

	58飲食料品小売業			
	業界平均		地域平均	
従業者数（人）	3		0	
売上（収入）金額	26,644,795		34,484,172	
売上原価	19,002,666	71.32%	23,876,933	69.24%
売上総利益	7,642,129	28.68%	10,607,238	30.76%
経費	6,036,583	22.66%	9,847,801	28.56%
給料賃金（専従者給与除く）	1,348,101	5.06%	2,222,640	6.45%
地代家賃	294,757	1.11%	2,857	0.01%
水道光熱費
運賃荷造費
販売手数料
広告宣伝費
交際費
減価償却費	327,603	1.23%	441,666	1.28%
従業員教育費
租税公課	207,641	0.78%	296,239	0.86%
その他の経費	3,858,481	14.48%	6,884,398	19.96%
営業利益	1,605,545	6.03%	759,437	2.20%

3.2.3.8 その他の小売業（業種コード 60）

売上高は地域平均 24.4 百万円で業界平均と比べると 132.2%、営業利益は 1.1 百万円と業界平均と比べると 47%、従業員数は地域平均 1 名で業界平均と比べると▲2 名と規模は小さくなっている。また一人当たりの売上高は 24.4 百万円と業界平均と比べると 396.7%、一人当たりの営業利益は 2.6 百万円と業界平均と比べると 141%と大幅に大きくなっている。その他の小売業においては、少人数で売上をしっかりと上げているが、売上原価が大きく、売上総利益、営業利益は悪くなっている。売上原価の明細がないために、改善施策の立案がむずかしい。今後、売上原価の内訳の情報の添付や保存が望まれる。

	60その他の小売業			
	業界平均		地域平均	
従業者数（人）	3		1	
売上（収入）金額	18,474,891		24,426,068	
売上原価	12,199,066	66.03%	19,709,590	80.69%
商品仕入原価
材料費
労務費
外注費
減価償却費
その他の売上原価
売上総利益	6,275,825	33.97%	4,716,478	19.31%
経費	3,987,561	21.58%	3,639,132	14.90%
給料賃金（専従者給与除く）	990,321	5.36%	536,333	2.20%
地代家賃	327,727	1.77%	28,539	0.12%
水道光熱費
運賃荷造費
販売手数料
広告宣伝費
交際費
減価償却費	354,546	1.92%	433,755	1.78%
従業員教育費
租税公課	208,947	1.13%	311,747	1.28%
その他の経費	2,106,020	11.40%	2,328,758	9.53%
営業利益	2,288,264	12.39%	1,077,347	4.41%

3.2.3.9 不動産賃貸業・管理業（業種コード 69）

売上高は地域平均 2.3 百万円で業界平均と比べると 24%、営業利益は -0.41 百万円と業界平均と比べると 50.2%、従業員数は地域平均 0 名で業界平均と比べると▲2 名と規模は小さくなっている。売上に対する売上原価と経費の割合が高く、営業利益がマイナスになっているが、売上原価の内訳、経費の中でコストの割合が高い「その他経費」の明細が不明のため、改善施策を立案することがむずかしい。今後、売上原価、「その他経費」の内訳の情報の添付や保存が望まれる。

	69不動産賃貸業・管理業			
	業界平均		地域平均	
従業者数（人）	2		0	
売上（収入）金額	9,578,418		2,279,872	
売上原価	544,633	5.69%	385,286	16.90%
商品仕入原価
材料費
労務費
外注費
減価償却費
その他の売上原価
売上総利益	9,033,785	94.31%	1,894,587	83.10%
経費	5,584,616	58.30%	2,308,565	101.26%
給料賃金（専従者給与除く）	192,795	2.01%	0	0.00%
地代家賃	71,013	0.74%	0	0.00%
水道光熱費
運賃荷造費
販売手数料
広告宣伝費
交際費
減価償却費	1,887,768	19.71%	286,000	12.54%
従業員教育費
租税公課	863,748	9.02%	611,400	26.82%
その他の経費	2,569,291	26.82%	1,411,165	61.90%
営業利益	3,449,169	36.01%	-413,978	-18.16%

3.2.3.10 宿泊業（業種コード75）

売上高は地域平均 4.5 百万円で業界平均と比べると 50%、営業利益は -0.43 百万円、従業員数は地域平均 1 名で業界平均と比べると ▲2 名と規模は小さくなっている。売上に対する売上原価と経費の割合が高く、営業利益がマイナスになっているが、売上原価の内訳、経費の中でコストの割合が高い「その他経費」の明細が不明のため、改善施策を立案することがむずかしい。今後、売上原価、「その他経費」の内訳の情報の添付や保存が望まれる。

	75宿泊業			
	業界平均		地域平均	
従業者数（人）	3		1	
売上（収入）金額	8,991,096		4,457,543	
売上原価	2,030,384	22.58%	1,446,632	32.45%
商品仕入原価
材料費
労務費
外注費
減価償却費
その他の売上原価
売上総利益	6,960,713	77.42%	3,010,912	67.55%
経費	5,464,970	60.78%	3,444,705	77.28%
給料賃金（専従者給与除く）	611,540	6.80%	118,667	2.66%
地代家賃	83,981	0.93%	0	0.00%
水道光熱費
運賃荷造費
販売手数料
広告宣伝費
交際費
減価償却費	1,097,974	12.21%	742,232	16.65%
従業員教育費
租税公課	346,255	3.85%	229,087	5.14%
その他の経費	3,325,219	36.98%	2,354,720	52.83%
営業利益	1,495,743	16.64%	-433,793	-9.73%

3.2.3.11 飲食店（業種コード76）

売上高は地域平均 10 百万円で業界平均と比べると 90%、営業利益は -0.21 百万円、従業員数は地域平均 2 名で業界平均と比べると▲1 名と規模は小さくなっている。売上に対する売上原価と経費の割合が高く、営業利益がマイナスになっているが、売上原価は低く抑えられているが、経費の割合が高く、特に給料賃金（専従者給与除く）、その他の経費が高いことが、営業利益を低くしている。「その他経費」の明細が不明のため、改善施策を立案することがむずかしい。今後、売上原価、「その他経費」の内訳の情報の添付や保存が望まれる。

	76飲食店			
	業界平均		地域平均	
従業者数（人）	3		2	
売上（収入）金額	11,290,120		10,207,273	
売上原価	4,843,774	42.90%	3,271,774	32.05%
商品仕入原価
材料費
労務費
外注費
減価償却費
その他の売上原価
売上総利益	6,446,346	57.10%	6,935,499	67.95%
経費	5,191,931	45.99%	7,151,156	70.06%
給料賃金（専従者給与除く）	1,333,144	11.81%	1,901,005	18.62%
地代家賃	747,762	6.62%	198,260	1.94%
水道光熱費
運賃荷造費
広告宣伝費
交際費
減価償却費	491,871	4.36%	1,360,493	13.33%
従業員教育費
租税公課	215,690	1.91%	409,870	4.02%
	2,403,464	21.29%	3,281,527	32.15%
営業利益	1,254,415	11.11%	-215,656	-2.11%

3.2.3.12 洗濯・理容・美容・浴場業（業種コード78）

売上高は地域平均 5.3 百万円で業界平均と比べると 100.3%、営業利益は 1.5 百万円と業界平均と比べると 95.4%、従業員数は地域平均 2 名で業界平均と同じである。一方営業利益率は 29.38%で業界平均と比べると 1.52 ポイント低く、一人当たりの売上高は 2.7 百万円と業界平均と比べると 100.3%、一人当たりの営業利益は 0.78 百万円と業界平均の 95.4%である。洗濯・理容・美容・浴場業においては、規模は業界平均と同等であるが、給料賃金（専従者給与除く）やその他経費などの経費の割合が高く、営業利益を低くしている。

	78洗濯・理容・美容・浴場業			
	業界平均		地域平均	
従業者数（人）	2		2	
売上（収入）金額	5,285,961		5,302,226	
売上原価	730,462	13.82%	387,399	7.31%
商品仕入原価
材料費
労務費
外注費
減価償却費
その他の売上原価
売上総利益	4,555,500	86.18%	4,914,827	92.69%
経費	2,922,164	55.28%	3,357,105	63.32%
給料賃金（専従者給与除く）	778,871	14.73%	936,748	17.67%
地代家賃	388,983	7.36%	39,900	0.75%
水道光熱費
運賃荷造費
販売手数料
広告宣伝費
交際費
減価償却費	239,982	4.54%	498,103	9.39%
従業員教育費
租税公課	109,674	2.07%	219,590	4.14%
その他の経費	1,404,653	26.57%	1,662,764	31.36%
営業利益	1,633,336	30.90%	1,557,722	29.38%

3.2.3.13 自動車整備業（業種コード 89）

売上高は地域平均 19.8 百万円で業界平均と比べると 113%、営業利益は 3.4 百万円と業界平均と比べると 108%と大きく、また一人当たりの売上高は 19.8 百万円と業界平均と比べると 338%、一人当たりの営業利益は 3.4 百万円と業界平均と比べると 324%と大幅に大きくなっている。一方従業員数は地域平均 1 名で業界平均と比べる▲2 名と少なく、営業利益率は 16.9%で業界平均と比べると 0.73 ポイント低い。自動車整備業においては、少人数で売上・利益額を上げているが、収益性は悪くなっている。

	89自動車整備業			
	業界平均		地域平均	
従業者数（人）	3		1	
売上（収入）金額	17,606,698		19,846,018	
売上原価	7,483,668	42.50%	8,965,218	45.17%
商品仕入原価
材料費
労務費
外注費
減価償却費
その他の売上原価
売上総利益	10,123,031	57.50%	10,880,800	54.83%
経費	7,018,853	39.86%	7,525,494	37.92%
給料賃金（専従者給与除く）	1,823,036	10.35%	540,000	2.72%
地代家賃	433,628	2.46%	215,833	1.09%
水道光熱費
運賃荷造費
販売手数料
広告宣伝費
交際費
減価償却費	475,884	2.70%	742,597	3.74%
従業員教育費
租税公課	375,127	2.13%	723,485	3.65%
その他の経費	3,911,178	22.21%	5,303,578	26.72%
営業利益	3,104,178	17.63%	3,355,307	16.91%

3.2.3.14 全 89 社から見る総括と今後の課題

	全体			
	業界平均		地域平均	
従業者数 (人)	3		1	
売上 (収入) 金額	15,818,935		15,313,817	
売上原価	8,046,601	50.87%	8,269,403	54.00%
商品仕入原価
材料費
労務費
外注費
減価償却費
その他の売上原価
売上総利益	7,772,334	49.13%	7,044,414	46.00%
経費	5,390,140	34.07%	5,753,722	37.57%
給料賃金 (専従者給与除く)	1,210,140	7.65%	1,007,467	6.58%
地代家賃	350,035	2.21%	76,375	0.50%
水道光熱費
運賃荷造費
販売手数料
広告宣伝費
交際費
減価償却費	472,329	2.99%	594,042	3.88%
従業員教育費
租税公課	277,576	1.75%	341,748	2.23%
その他の経費	3,080,060	19.47%	3,734,090	24.38%
営業利益	2,382,193	15.06%	1,290,691	8.43%

	06総合工事業	07職別工事業 (設	08設備工事業	24金属製品製造業	48運輸に付帯する	57織物・衣服・身の	58飲食品小売業
売上 (収入) 金額	16,774,078	9,893,289	11,181,862	27,207,363	2,717,428	7,476,039	34,484,172
売上総利益	13,320,245 79.41%	8,017,983 81.04%	6,878,586 61.52%	12,856,357 47.25%	2,717,428 100.00%	5,084,034 68.00%	10,607,238 30.76%
営業利益	1,790,946 10.68%	2,546,972 25.74%	2,031,106 18.16%	6,697,034 24.61%	1,781,512 65.56%	1,122,304 15.01%	759,437 2.20%

	60その他の小売業	69不動産賃貸業・	75宿泊業	76飲食店	78洗濯・理容・美容・	89自動車整備業
売上 (収入) 金額	24,426,068	2,279,872	4,457,543	10,207,273	5,302,226	19,846,018
売上総利益	4,716,478 19.31%	1,894,587 83.10%	3,010,912 67.55%	6,935,499 67.95%	4,914,827 92.69%	10,880,800 54.83%
営業利益	1,077,347 4.41%	-413,978 -18.16%	-433,793 -9.73%	-215,656 -2.11%	1,557,722 29.38%	3,355,307 16.91%

売上高と営業利益をしてみると、売上高が高い業種は 58 飲食品小売業の 34.5 百万円、24 金属製品製造業の 27.2 百万円、60 その他の小売業 24.4 百万円などであり、小さい業種は、48 運輸に付帯するサービス業は 2.7 百万円、69 不動産賃貸業は 2.3 百万円である。一方、営業利益を見ると、営業利益が高い業種は、24 金属製品製造業の 6.7 百万円、89 自動車整備業の 3.4 百万円などであり、低い業種は、76 飲食店は -0.2 百万円、69 不動産賃貸業は -0.41 百万円、75 宿泊業は -0.43 百万円である。このように売上高と営業利益は業種別に傾向が大きく異なるため、内容をしっかり分析したうえで、一律ではなく業種ごとに適切な支援策が必要である。

また、今回の調査に関しては、売上原価、費用の内訳が明記されていないため、利益悪化の原因を見つけて対策を立案することが困難である。決算書を作成するのは 1 年間の成績を明らかにすることとともに、次に向けての対策や手当てを考える気付きになる。売上原価、費用の内訳の資料を保存し、添付するようしたい。

さらに、調査対象、業界平均も個人企業を対象にしているため、事業主の所得に含まれる事業主の人件費は売上原価や経費から除外されているため企業の指標と比べて比較しにくい。今後、経営成績を業界平均値と比較評価するため、節税を図るためにも役員報酬を売上原価に計上する必要がある。

3.2.3.15 業種別の特徴や傾向

・総合工事業（業種コード 06）

業界平均に比して売上生産性が高い企業と、売上生産性が低い企業に大きく分かれている。一部の企業では業界標準を上回る収益を上げている一方で、個人業的な企業は厳しい状況を抱えている。一律の支援ではなく、個々の企業にあった助言、アドバイスが必要である。決算書作成においては、事業主の所得に含まれる事業主の人件費は売上原価や経費から除外せず、役員報酬として売上原価に計上することで、業界平均値と比較評価しやすくなる。

・職別工事業（業種コード 07）

当会地区は 2 社あり、一人当たり売上高は業界平均より低いが、売上高営業利益率は業界平均より高い企業、一人当たり売上高、売上高総利益率、売上高営業利益率とも業界平均より上回っている企業があり、いずれも、堅実に収益を上げている。

・設備工事業（業種コード 08）

一人当たり売上高は業界平均より高い企業が多いが、売上高営業利益率は業界平均を上回る企業と下回る企業があり、一律に助言、アドバイスをするのではなく、事業規模、取引先との関係などを勘案し、個別に改善策を考えていく必要がある。

・金属製品製造業総合工事業（業種コード 24）

当会地区は 1 社で、事業主だけで事業を行っており、業界平均と比べて小規模であるが、一人当たり売上高は業界平均を大幅に上回っている。一方、売上高総利益率、売上高営業利益率は業界平均をかなり下回っているが、売上高経費を抑えることで利益を支えている。

・運輸に付帯するサービス業（業種コード 48）

当会地区は 2 社で、当事業者の従業員は事業主含めて 1 人であり、業界平均と比べて少ない。また一人当たり売上高は業界平均を大幅に下回っている。売上原価は計上が無いため、売上高総利益率は業界平均をかなり上回る。売上高経費を抑えることで売上高営業利益率も業界平均と比べてかなり上回っている。

・織物・衣類・身の回り小売業（業種コード 57）

当会地区は 2 社で、一人当たり売上高は業界平均を下回っているが、売上高経費率を抑えることで、売上高営業利益率は業界平均を上回っている。

・飲食品小売業（業種コード 58）

1 人あたり売上高が業界平均を大きく上回る企業、業界平均の数%しかない企業と事業規模が大きく 2

分している。一人当たり売上高、売上高総利益率は業界平均を上回り、売上高経費が高いために売上高営業利益率が低い企業、売上高に対する売上高経費や売上原価を抑えることで利益を支えている企業など、収益性、売上生産性にばらつきが大きい。特徴的なのは、酒類小売企業は、売上高が業界平均を大きく下回っており、コンビニエンスストアの売上高は業界標準を大きく上回っているのが目立っている点である。

・その他小売業（業種 60）

多様な小売業をまとめたカテゴリーであるため、企業ごとに収益性、売上高生産性にばらつきがあり、一律に助言、アドバイスをするよりも、個別に改善対応を支援することが求められる。決算書データからは、少人数で売上をしっかりと上げているが、売上原価が大きく、売上総利益、営業利益は悪くなっている傾向が見られる。また、売上原価の明細がないために、改善施策の立案がむずかしい。今後、売上原価の内訳の情報の添付や保存が望まれる。

・不動産賃貸業・管理業（業種コード 69）

当会地区は 2 企業で、売上に対する売上原価と経費の割合が高く、営業利益がマイナスになっている。1 社は、減価償却期間は、一定に経費負担が発生するが、経費を抑えることで黒字化を実現しており、もう 1 社は、売上原価、経費ともに業界平均を大きく上回り、営業赤字になっているので、原価と経費の両面から早急な出費削減が急務である。

・宿泊業（業種コード 75）

売上に対する売上原価と経費の割合が高く、営業利益がマイナスになっている傾向がある。商品仕入れの見直し、光熱費や消耗品、接待交際費の節約やコストの見直し、光熱費、修繕費、車両関係費といった各費目の販管費の見直し、リピート顧客の維持や売上高の確保による経営の建て直し等を検討することが求められる。

・飲食店（業種コード 76）

売上高に占める原価、販管費をいかに抑えるかが経営健全化のポイントであり、赤字経営か黒字経営の分かれ目である。改善のためには、経費、販管費の内訳ごとの支出を管理し、経費の内訳ごとに改善や低減できるものをしっかり行っていくことが求められる。

・洗濯・理容・美容・浴場業（業種コード 78）

規模は業界平均と同等であるが、給料賃金（専従者給与除く）やその他経費などの経費の割合が高く、営業利益を低くしている傾向が見受けられる。売上高に占める原価、経費をいかに抑えるかが経営健全化のポイントであり、赤字経営か黒字経営の分かれ目である。原価や経費の内訳を管理し、可能なものは改善、低減を行っていくことがポイントである。また、クリーニング業は、サービス業と製造業の両方の性格を持つので製造業における収益性改善、売上向上のアイデアを流用できる。たとえば、工場燃料費、消耗品等を見直すことで利益を創出したり、新たなクリーニング技術の開発による差別化による売上高向上も考えられる。

・自動車整備業（業種コード 89）

当会地区の企業では、少人数で売上・利益額を上げているが、収益性は悪くなっている傾向が見られる。

3.2.4「各種統計資料による経済動向の情報収集と分析提供」

本事業では、本会地域の産業別人口動向、人口や世帯数の動向の情報を収集し、その傾向や課題などの分析を行った。

3.2.5 人口に関する分析

白沢管内は平成2年から平成22年にかけて、平成17年には人口が微減したが、全体的に微増傾向にある。一方、利根管内は、同期間、人口、世帯数とも減少傾向にある。

	白沢管内(旧村)		利根管内(旧村)	
	人口	世帯数	人口	世帯数
平成2年	3,370	943	5,875	2,983
平成7年	3,534	1,053	5,606	2,809
平成12年	3,665	1,163	5,274	2,659
平成17年	3,640	1,212	4,865	1,696
平成22年	3,645	1,277	4,337	1,563
平成27年	3,778	1,388	4,248	1,732

国勢調査地区別人口および世帯数（各年10月1日現在）

旧利根村の人口の推移を見ると、人口数、世帯数とも減少傾向にあり、特に、15歳～29歳の若年層の流出が多く、生産年齢人口が少ない。

人口の推移 旧利根村

区分	平成2年		平成7年		平成12年		平成17年		平成22年	
	実数	増減率	実数	増減率	実数	増減率	実数	増減率	実数	増減率
総数	5,875	-5.5%	5,606	-4.6%	5,274	-5.9%	4,865	-7.8%	4,328	-11.0%
0歳～14歳	1,057	-18.3%	873	-17.4%	713	-18.3%	624	-12.5%	516	-17.3%
15歳～64歳	3,778	-6.0%	3,425	-9.3%	3,096	-9.6%	2,799	-9.6%	2,396	-14.4%
うち15歳～29歳(a)	901	-11.1%	849	-5.8%	832	-2.0%	666	-20.0%	466	-30.0%
65歳以上(b)	1,040	14.8%	1,306	25.6%	1,465	12.2%	1,442	-1.6%	1,416	-1.8%
(a)/総数	15.3%	-	15.1%	-	15.8%	-	13.7%	-	10.8%	-
(b)/総数	98.4%	-	149.6%	-	27.8%	-	29.6%	-	32.7%	-

出所 国勢調査 平成2年～平成22年分、住民基本台帳人口(外国人含む) (市民課) 平成27年分

出所 国勢調査 (平成28年3月群馬県沼田市 沼田市過疎地域自律促進計画より)

※データの出所は、いずれも国勢調査であるが、平成22年の利根管内・利根村の人口に差があるのは調査タイミングのずれではないかと思われる。

3.2.6 産業別人口に関する分析

(1) 産業別人口動向

産業別の人口動向では、旧利根町では、平成2年から平成22年にかけて、人口は10%減少、第1次産業の比率は、平成17年までは減少し平成22年に微増となった。第2次産業から第3次産業への移行が起きていると考えられる。

旧白沢村では、平成2年から平成12年にかけて、人口は8.7%増加、第1次産業の比率は減少傾向、その代わり第3次産業の比率が増加している。第2次産業はほぼ横ばいである。第1次産業から第3次産業への移行が起きていると考えられる。

旧利根町の産業構造

区分	平成2年		平成7年		平成12年		平成17年		平成22年	
	実数	増減率	実数	増減率	実数	増減率	実数	増減率	実数	増減率
総数	2,977	-5.4%	3,043	2.2%	2,784	-8.5%	2,484	-10.8%	2,236	-10.0%
第1次産業就業人口比率	31.60%	-	29.40%	-	29.20%	-	28.10%	-	28.60%	-
第2次産業就業人口比率	26.30%	-	25.60%	-	25.40%	-	24.40%	-	22.10%	-
第3次産業就業人口比率	42.10%	-	45.00%	-	45.40%	-	47.50%	-	47.90%	-

出所：国勢調査（平成28年3月群馬県沼田市 沼田市過疎地域自律促進計画より）

旧白沢村の産業構造

調査年	平成2年	平成7年	平成12年
人口	3,370	3,534	3,665
男	1,691	1,748	1,849
女	1,679	1,786	1,816
世帯	943	1,053	1,163
人口増加率	6.2	4.9	3.7
世帯増加率		11.7	0.9
就業人口総数	1,713	1,898	2,013
第1次産業	493	471	466
第2次産業	566	594	680
第3次産業	652	833	867
分類不能産業	2	0	0

区分	平成2年		平成7年		平成12年		平成17年		平成22年	
	実数	増減率	実数	増減率	実数	増減率	実数	増減率	実数	増減率
総数	3426	-	3796	10.8%	4026	6.1%	-	-	-	-
第1次産業就業人口比率	14.39%	-	12.41%	-	11.57%	-	-	-	-	-
第2次産業就業人口比率	16.52%	-	15.65%	-	16.89%	-	-	-	-	-
第3次産業就業人口比率	19.03%	-	21.94%	-	21.54%	-	-	-	-	-

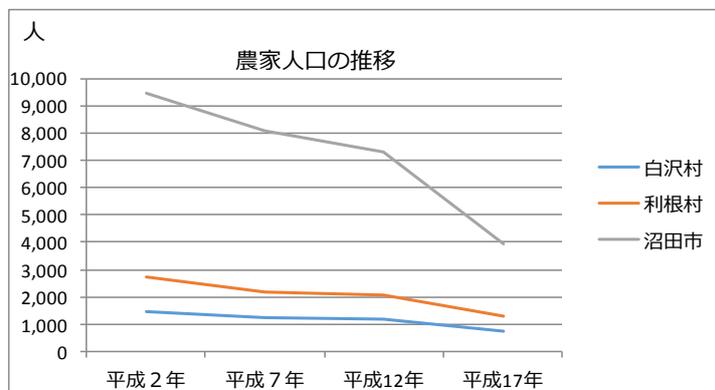
出所：沼田市ホームページ

<http://www.city.numata.gunma.jp/shisei/shirasawa/gaiyo/1002823.html> より作成

(2) 農業人口

農業人口、農業従業者数は、旧白沢村、旧利根村、沼田市とも減少傾向を示している。

農業人口の推移

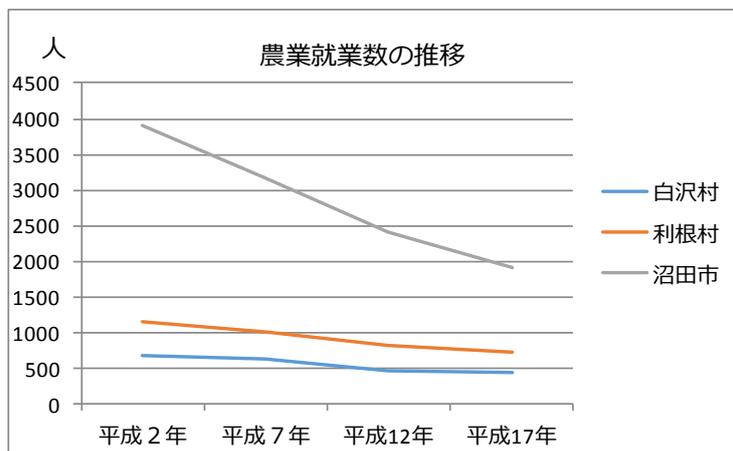


市町村	平成2年	平成7年	平成12年	平成17年
沼田市	9,440	8,066	7,327	3,918
白沢村	1,448	1,238	1,176	763
利根村	2,712	2,203	2,079	1,321
計	13,600	11,507	10,582	6,002

※平成22年のデータは沼田市として合算されたデータのため除外している

出所：農林業センサス

農業就業数



市町村	平成2年	平成7年	平成12年	平成17年
沼田市	3,901	3,173	2,402	1,900
白沢村	677	639	474	431
利根村	1,147	1,015	820	719
計	5,725	4,827	3,696	3,050

※平成22年のデータは沼田市として合算されたデータのため除外している

出所：農林業センサス

(3) 工業

工業事業所数（4人以上の事業所）は、利根管内では減少傾向、白沢村では、平成14年に増加したが、その後減少している。工業従業者数では、利根管内では平成14年に減少したが、その後は微増し、白沢管内では、増加傾向である。

工業 事業所数

	平成13年	平成14年	平成15年	平成16年
沼田市	132	119	132	115
白沢村	16	18	17	15
利根村	9	8	7	6

※平成17年以降のデータは沼田市として合算データのため表から除外している

出所：工業統計調査、平成24年経済センサス活動調査

工業従業者数

	平成13年	平成14年	平成15年	平成16年
沼田市	2,968	2,827	2,855	2,734
白沢村	468	495	509	549
利根村	118	111	114	124

※平成17年以降のデータは沼田市として合算データのため表から除外している

出所：工業統計調査、平成24年経済センサス活動調査

(4) 商業

旧利根村において、商店数(小売・卸の商店数)、従業者数(小売・卸従業者)を見ると、平成6年から平成16年の間では、減少傾向を示している。このことは、第1次産業から第3次産業へ移行は、旧利根村以外の地域での就業が増えていることを示唆している。また、人口の減少とあいまって、年間商品の販売額の減少傾向にある。

総計 商店数

年次	沼田市	白沢村	利根村
平成6年	928	52	114
平成9年	862	49	111
平成11年	869	47	111
平成14年	817	54	99
平成16年	773	52	93
平成19年	857	—	—
平成24年	636	—	—
平成26年	633	—	—

※平成 19 年以降の白沢村、利根村データは沼田市として合算されている

出所：商業統計調査、平成 24 年経済センサス活動調査

総計 従業者数

年次	沼田市	白沢村	利根村
平成6年	4,919	194	357
平成9年	4,771	192	354
平成11年	4,944	179	357
平成14年	4,669	218	348
平成16年	4,317	229	315
平成19年	4,745	—	—
平成24年	3,680	—	—
平成26年	3,778	—	—

※平成 19 年以降の白沢村、利根村データは沼田市として合算されている

出所：商業統計調査、平成 24 年経済センサス活動調査

総計 年間商品販売額（万円）

年次	沼田市	白沢村	利根村
平成6年	11,713,056	254,696	676,483
平成9年	10,972,318	306,125	646,823
平成11年	10,958,301	342,983	632,640
平成14年	9,087,223	284,622	518,197
平成16年	8,281,081	269,577	533,877
平成19年	8,633,018	—	—
平成24年	7,300,400	—	—
平成26年	7,473,500	—	—

※平成 19 年以降の白沢村、利根村データは沼田市として合算されている

出所：商業統計調査、平成 24 年経済センサス活動調査

3.2.7 人口・産業別人口に関する分析からみた課題への対処

人口・産業別人口のデータからみた本地区が取り組むべき課題は、安定した雇用の創出、新しい人の流れを作ることによる、人口の増加、当会の会員の増加であると考えられる。

そのためには、工業事業所、製造業企業の誘致を誘致し、就労先を増加することで地域外への人口の流出の歯止めをかけること、地域資源を活用した農産物ブランド化・6次産業化推進による産業の育成、高齢化傾向にあることや安全な生活をもとめる高齢者のニーズ、既存のストックである住居・建物の利用可能性から福祉や介護関連の創業とその支援などが考えられる。

また、日用品、高齢者が使用するものなどを中心に、地域での購入ができる品揃えの店舗を増加し、就労先の確保もある。

また、当地域は、吹割の滝や老神温泉など優れた自然や観光資源を有している。観光資源の有効活用と

して、沼田市東部地域全体を回遊・滞在性を高め、自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動です。グリーン・ツーリズムを、観光関連事業者と連携して開発する案も考えられる。

4 その他経営発達支援計画の実施に関する事業

4.1 計画で掲げた内容

4.1.1 「老神温泉」の活性化への課題

老神温泉は朝市や大蛇まつり等の誘客イベントに取り組んでいる。しかし、老神温泉の一等地には撤退したまま放置されている大型ホテルがあり、いわゆる廃墟状態となっている。

今後、建物の危険性が高まってくることから、この建物を解体し、イベント会場へと転用することができれば、温泉の顔も大きく変貌する。この具体的な解決方法について、先進地視察による調査研究を行う。

4.1.2 「吹割の滝」のバリアフリー化への課題

東洋のナイアガラと呼ばれる「吹割の滝」には多くの観光客が来る。しかしながら、その動線の多くは狭い通路と階段であり、高齢者や車いすの方では滝の近くまで立ち寄ることが困難な状態である。車いすのまま、滝を間近に見ることができるエレベータの設置の必要性がある。

さらに駐車場を巡る観光客とのトラブルも生じていることから、公共の駐車場とエレベータを一体的に整備することで、観光客の満足度を高めたい。この具体的な解決方法について調査研究を行う。

4.2 「老神温泉」の活性化への課題に向けた事例研究結果

4.2.1 「鬼怒川温泉（栃木県日光市）」の事例

(1) 概要

鬼怒川温泉は栃木県日光市にあり、我が国屈指の温泉地のひとつである。江戸時代は江戸と会津若松を結ぶ会津西街道の宿場町で、1691年に温泉が発見され、長らく日光詣での大名や東照宮の僧侶の湯治場として、火傷に効く温泉として知られていた。1920年代に鉄道が開設されると、鬼怒川温泉と命名され、湯治場から行楽地へと発展し、「東京の奥座敷」と呼ばれるようになった。

1960年のロープウェイ開設、鬼怒川ライン下り開始、1980年代以降のテーマパーク開設など、レジャー施設の整備が進められた。

1980～90年代の景気高揚とともに、旅館ホテルの大型化や新規立地が進み、1993年のピーク時には年間観光客 341 万人を数えた。しかしその後は、景気の低迷や団体旅行の衰退などの影響で減少に転じ、その傾向が続いている。

(2) 温泉旅館の破綻と再生

バブル期に鬼怒川温泉の多くの旅館、ホテルは多額の銀行融資を受けて、大型化、新規設備建設に走った。その膨大な借入金は、宿泊客が年々減少する平成不況下では返済困難となり、既存借入を新規融資で肩代わりし、借換えさせる自転車操業策によって延命されてきた。

多くの旅館・ホテルのメインバンクであり、多額の融資残高があった足利銀行が、2003年に破綻し、一時国有化された時には、旅館・ホテルの資金繰りが悪化するとともに、債務超過状態で債権回収が行われるとつぶれてしまう状況となっていた。

このような苦境を乗り越えるため、鬼怒川温泉街は、当初、「地域まるごと支援」、「地域一体での再生」を

目指した。しかし、実際問題として、百軒を超える旅館・ホテルのすべてを救済・再生させることは困難であったため、資産査定といった客観基準だけではなく、経営者の意欲等も基準に含めて厳しい選別が行われた。

この結果、比較的規模が大きい「あさやホテル」や「鬼怒川グランドホテル」等は、産業再生機構の支援を受けることができたが、旧経営陣は経営責任を問われ退陣させられることとなった。とはいえ、債権放棄を受けて身軽となったことで、更に新たな設備投資や各種支援を受けることが可能となり、再出発している。

なお、産業再生機構の支援は、とちぎ地域企業再生ファンドと共同出資で行われ、事業再生支援も共同で進められたが、一方で、体力のない中小の旅館・ホテルは廃業や閉鎖を余儀なくされ、鬼怒川溪谷の両岸に、再生がなかった「あさやホテル」などの大型ホテル群と、廃業ホテル群が向かい合う構図となっている。

(3) まちづくり交付金を利用した再生計画

2014年度、国の「まちづくり交付金」¹などを財源として32億6400万円を投じた再生計画がたてられ、広場・遊歩道の整備が着手された。

すべて「歩いて楽しめる」という理念を貫くため、駅前広場に足湯が設けられ、遊歩道と鬼怒楯岩大吊橋が一体で整備された。また廃業したまま放置されていたホテルの一部が取り壊され、アート広場やイベント公園に姿を変えた。

(4) 温泉街の魅力を高める取り組み（景観計画）

日光市は、平成16年6月の景観法制定を受け、平成17年1月に「景観行政団体」となり、市内全域を対象に良好な景観形成の基本となる『日光市景観計画』を策定した。

基本法的な部分では、良好な景観の形成に関する基本理念を定めるとともに、国、地方公共団体、事業者および住民の責務を明らかにしている。

具体的な規制などに関する部分では、景観計画の策定、景観計画区域、景観地区などにおける行為規制、景観重要公共施設の整備、景観協定の締結、景観整備機構による良好な景観形成に関する事業等の支援などについて定めて、公共団体、事業者および住民の責務を明らかにしている。

鬼怒川温泉エリアでは、溪谷や背景の山並みと調和し、「にぎわいのある温泉地景観の創出」、「自然の力と人の手による造形が融合した水辺景観」の方針が立てられた。

(5) 温泉街の魅力を高める取り組み（特例による公費でのゴミ撤去）

鬼怒川温泉メイン通り沿いの廃墟となった旅館敷地内に、大量の廃家電などが10年以上にわたり放置されていたが、2012年11月、日光市が撤去に着手した。

大量のごみが放置されている廃旅館は、1999年に閉館。その後、徐々に敷地内に廃家電やマットレスなどが不法投棄されるようになってから数年間で急激に増え、道路にあふれ出す寸前となっていた。

道路は温泉街のメイン通りの一つで、通行する歩行者、車両が多いほか、廃旅館は東武鬼怒川線の車

¹ 「まちづくり交付金」は、地域の歴史・文化・自然環境等の特性を活かした個性あふれるまちづくりを実施し、全国の都市の再生を効率的に推進することにより、地域住民の生活の質の向上と地域経済・社会の活性化を図るため、国土交通省の所管で2004年度に創設された制度である。2010年度からは、社会資本整備総合交付金に統合され、同交付金の基幹事業である都市再生整備計画事業として位置付けられている。

両から間近に見える位置にあり、市議会の一般質問でも取り上げられるなど、たびたび景観上の問題が指摘されてきた。

しかし、民有地のごみの撤去を公的負担で行うことは難しく、市側も長年対応に苦慮。鬼怒川・川治温泉観光協会がごみを遮蔽するための防護柵設置などの対策を講じようと、所有者と連絡を取ったが、承諾が得られないまま連絡も途絶え、民間での対策は暗礁に乗り上げた。このため、市は長期間、観光地の景観に重大な支障を生じさせ、近隣住民の生活環境も脅かしているとして、10月から本格的な対応に乗り出した。同月下旬には、所有者と連絡が付き、敷地内への立ち入り、廃棄物の撤去、防護策の設置について了解を得た上で、撤去を決めた。撤去費用総額は作業してみないと分からないという。

民有地に放置された廃棄物を市が撤去するのは異例だが、国際観光都市の景観を著しく損ねている点を重視した。大半は不法投棄されたものとみられ、撤去には1カ月を要するとみられる。

【出典】

温泉街の事業再生と地域金融機関—鬼怒川温泉と足利銀行の関係を中心に—

http://www.ndl.go.jp/jp/diet/publication/refer/200606_665/066501.pdf

鬼怒川温泉の現状と課題

http://www.mlit.go.jp/kokudokeikaku/souhatu/h16seika/06jyuurai/06_fuji_hon1.pdf

事業再生の具体的な取組みの状況

<http://www8.cao.go.jp/sangyo/hontai2.pdf>

株式会社鬼怒川温泉山水閣(支援企業について)

<http://www8.cao.go.jp/sangyo/ircj/ja/plaza.html>

株式会社産業再生機構の支援を受けた栃木県内温泉旅館に関連する株式取得について

<http://www.dpipartners.co.jp/news/060428/060428.html>

国土交通省都市再生整備計画事業

http://www.mlit.go.jp/toshi/crd_machi_tk_000013.html

内閣官房地域再生推進室 SAISEI ニュース (平成 17 年 8 月 31 日)

<http://www.zofrex.co.jp/report/news.pdf>

日光市景観計画の策定

<http://www.city.nikko.lg.jp/toshikeikaku/gyousei/shisei/keikankeikaku/>

47News

<http://www.47news.jp/photo/534555.php>

廃棄物管理の実務 (下野新聞 2012 年 11 月 14 日よりの引用)

<http://www.ace-compliance.com/blog/news/121114nikkou-city.html>

日経テレコン (2010/03/29 日経MJ)

4.2.2「十勝川温泉 (北海道河東郡音更町)」の事例

(1) 概要

十勝川温泉は 110 年の歴史と北海道遺産「モール温泉」のある北海道十勝を代表する温泉地であり、周囲を都市公園や十勝川河川緑地に囲まれ、緑豊かな環境と広大な十勝平野や日高山脈を一望できる景観など、十勝の観光を代表する地域である。

当該地区は、温泉地としての良好な市街地形成を図るため平成 18 年 3 月に市街化区域に編入され、観光入込客数は平成 19 年度の 141 万人をピークに年間ほぼ 130 万人台を維持しているものの、経済波及効果の大きい宿泊客延数は平成 8 年度の 70 万人をピークに減少傾向が続き、平成 24 年度には 45 万人まで落ち込んでいる状況となっている。

経済の悪化や大型ホテルによる館内完結型の経営形態により温泉街には倒産後廃墟化したホテルや、空き店舗、空地が目立ち、温泉街を歩く観光客が無く、賑わいのある温泉市街地のイメージとは逆行する寂れた印象の街並みとなっている。

旅行の形態が団体型から個人型へと変化し、顧客のニーズに見合った地域性のある観光サービスが求められていることから、地域資源や地域特性を活かした新たな観光素材の開発や地域住民とのふれあい等の充実を図るべく、音更町第 5 期総合計画(平成 23 年～平成 32 年)において、「モール温泉」や十勝川温泉の知名度向上の取り組みを強化し、「また来なくなる温泉」「滞在したくなる温泉」「住みたくなる温泉」への地域イメージ作りを推進することとしている。

また、地元の十勝川温泉旅館組合では、温泉街に賑わいと活気を取り戻すために、地元コンサルタントや地元住民、行政などの連携のもと、平成 18 年から約 3 年間にわたり温泉市街地周辺のランドデザインの検討を重ね、フットパス²コースの整備や足湯めぐりのための施設増設、十勝帯広空港や音更帯広 I C からの統一デザイン誘導案内看板の設置や各種イベントの開催等、様々な取り組みを行っている。

こうした活動と持続的な検討を経た中で、温泉市街地中心部の賑わいと活力を取り戻すため、官民一体となった十勝川温泉観光振興協議会を組織し十勝川温泉地区の再生に向け取り組んでいる。

(2) 十勝川温泉の課題

温泉街中心部に廃墟化したホテルが存在し、温泉地としてのイメージダウンと都市環境の悪化が進んでおり、以下のような課題が挙げられている。

- 館内完結型の観光スタイルを進めてきたことにより、既存商店等が閉店し温泉街としての賑わいが失われている。
- 温泉街周辺には広域公園や都市公園、河川緑地があるが、温泉街に入ると一転して緑のない無機質な空間が広がるなど周辺環境との一体感がなく、温泉街周辺の豊かな緑を活用できていない。
- 温泉街周辺及び中心部にはフットパスが整備されているが、中心部には散策時の休憩場所もなく、温泉街を歩いて楽しむことができない。
- 温泉街には観光客と地域住民が交流できるスペースがなく、住民との交流を通じて地域の文化を体験したいという観光客のニーズに対応できない。

(3) 十勝川温泉の中長期計画

このような地域課題を踏まえ、以下のような中長期計画を検討している。

- 官民一体型の都市再生事業の実施により、観光資源を活かした賑わいと活力のある温泉街を創出する。

² 「フットパス」とは、イギリスを発祥とする『森林や田園地帯、古い街並みなど地域に昔からあるありのままの風景を楽しみながら歩くこと【Foot】ができる小径(こみち)【Path】』のこと。出所：日本フットパス協会

- ホテルから出て歩いてみたくなる魅力的な温泉街への転換を図り、賑わいを創出する。
- 温泉街自体の魅力を向上させることで、周辺の広域公園や都市公園、緑地などの相乗効果を高め、観光客の満足度向上を図る。
- 「また来たくなる温泉」、「滞在したくなる温泉」、「住みたくなる温泉」という地域イメージを確立する。
- 温泉街の入口と中心部に緑あふれる空間を創出し、温泉街周辺の公園、緑地、フットパスとの自然ネットワークを構築して緑をテーマに回遊できる温泉街をつくる。
- 温泉街中心部に北海道遺産であるモール温泉を満喫することのできる空間を整備し、観光客はもとより地域住民へモール温泉の魅力を発信する。
- 温泉や農産物といった地域資源を活かした健康増進・体験観光プログラム等を展開し、観光客と地域住民の交流促進による温泉街の活性化を図る。
- 自然エネルギーを積極的に活用し、環境に配慮した温泉街をつくる。

(4) グランドホテル雨宮館について

グランドホテル雨宮館は平成 21 年 3 月、親会社の自己破産を受け連鎖倒産により閉館した。以降、破産管財人の処理（不調）を経て、2 度の競売も不調となり、競売事件を取り下げ、現在は任意売却処理又は公売対象物件。（※町が税債券により平成 24 年 5 月 1 日から差押えの状態となっている。）

破産後 4 年が経過し、温泉街中心部に位置する旧雨宮館が賑わいのあるまちづくりの大きな阻害要因となっている。防犯上からも景観上からも対策を図ることが望まれていた。

十勝川温泉旅館協同組合、勝川温泉旅館協同組合（※温泉を集中管理する大手ホテルが構成員となる協同組合法人）が問題解決に向け当該土地等の買収の意志表示もなされている状況。

町と旅館協同組合では、官民一体型の都市再生事業の実施により、廃虚化したホテルを解体し都市環境の悪化を防止するとともに、十勝川温泉における観光振興の拠点施設整備を図るべく、検討作業等を進めてきた。

既存ホテル棟はアスベストが使われており、解体撤去費用が高む。またホテル関連施設である既存イベントホールは、規模が大きく活用法が限定されるため利用頻度を高く保つことが困難で、運営や維持管理が難しい。

既存温浴施設は地下機械室が水没しており、機械設備類の更新が必要。建物は比較的損傷の程度は低いですが、費用を低く抑えた改修では新たな特色をつけて観光客に訴求するようなものにするのは難しく、大規模な投資によって高級志向等の特色を持たせることは、現状の旅館協同組合の体力ではリスクが大きく難しい。

(5) グランドホテル雨宮館の解体・撤去

地域創造支援事業³として、平成 25 年度に解体撤去を実施予定で計画作成。全体事業費は 1 億 5

³国土交通省所管の「都市再生整備計画事業（まちづくり交付金）」を活用したまちづくり。平成 22 年度より、まちづくり交付金は社会資本整備総合交付金に統合され、社会資本整備総合交付金の基幹事業（市街地整備分野）に「都市再生整備計画事業」として位置づけられている。市町村の提案に基づく地域の創意工夫を活かしたハード事業（従来の補助事業の採択条件にあてはまらないもの等）や、住民の主体的な取り組みのもとで行われるまちづくり活動、整備した施設を利用する住民活動の誘発等のためのソフト事業のことをいい、「事業活用調査」、「まちづくり活動推進事業」、「地域創造支援事業」が設けられ

千百万円。うち、官負担分 7 千 5 百 5 十万円、民負担分 7 千 5 百 5 十万円。民負担分については、商工中金、帯広信用金庫、北海道銀行の 3 者が協調し、十勝川温泉中心市街地再生に取り組む十勝川温泉旅館協同組合に対して合計 7 千 5 百万円を融資し、平成 26 年グランドホテル雨宮館を解体・撤去している。

【出典】

写真 : <http://haikyo.crap.jp/s/2322.html>

・十勝川温泉地区 都市再生整備計画

<http://www.town.otofuke.hokkaido.jp/town/sonota/sonota/syakais-ihonnsou-gouseibi-keikakut-osisaise-iseibike-ikaku.data/toshisaiseiseibikeikaku.pdf>

・商工中金 NEWS

http://www.shokochukin.co.jp/newsrelease/pdf/nr_140724_01.pdf

・十勝川温泉旅館協同組合

<http://tokachigawaonsen.jimdo.com/>

・北海道建設新聞社記事

<http://e-kensin.net/news/article/7895.html>

4.2.3「湯本温泉（山口県長門市）」の事例

(1) 概要

長門の湯本温泉は今からおよそ 600 年前に発見された、山口県ではもっとも古い歴史をもつ温泉と知られている。泉質はアルカリ性単純温泉で、無色透明。アルカリ度はかなり高く、肌にやわらかな湯で、化粧水成分に近く「美肌の湯」ともよばれており、神経痛、筋肉痛、関節痛、疲労回復、健康増進などの効果があると云われている。

まちの中ほどに架かる、朱塗りの擬宝珠（ぎぼし、橋や寺社の欄干に取り付けられたネギの花に似た飾り）の八千代橋を入口に持つ音信川沿いの「恩湯（おんとう）」は寺院構えの赤い瓦屋根と「湯本温泉」のネオンはレトロで、なつかしさが漂う建物である。

ここが温泉湧出の原点で『元湯』といわれ、源泉は、湯口付近の地下から湧出する。源泉 100%で加温も加水もなし。特に男湯は「奇跡」と言われる足元湧出に近い状況で、浴槽の底からも一部湧出している。

そして、住吉大明神湧出の温泉ということで男女浴場ともに、壁に古風住吉大明神のレリーフの石像が祀ってある。

湯本温泉は山口県を代表する温泉地の一つだが宿泊客数が減少し、2013 年は 21 万人だった。

(2) 白木屋グランドホテルの概要

白木屋グランドホテルは 1865 年に創業した老舗であり、湯本温泉の中心部に位置していたが、団体旅行者の減少などにより、2014 年 1 月 30 日、破産手続き開始決定を受けた。

負債総額は約 22 億 7200 万円。売

ています。



上高の減少などで赤字経営が続いており、存続を断念し、150年の歴史に幕を下ろした。

同ホテルは1865年の創業で地上7階建て、延べ床面積は1万4000平方メートル。客室数は118室。1991年12月期には19億3100万円の売上があったが、団体客の減少などで2012年12月期は6億6000万円に減っていた。

(3) 白木屋グランドホテルの撤去計画

山口県長門市は白木屋グランドホテルの建物を解体し、土地を取得する方針を決めた。抵当権者らと売却先を探していたが、ホテルとして存続するには耐震化改修などに多額の費用が要するため断念した。

取得するのはホテルの敷地や駐車場など。建物は湯本温泉旅館協同組合が国の「商店街まちづくり事業⁴」を活用して解体撤去することを目指す。国への申請が採択されれば、費用の3分の2は国、残りの3分の1は組合が負担する。市は組合の負担分を補助金で肩代わりし、議会の承認を得た上で土地を取得する方針。地域を活性化する施設の誘致を検討している。

湯本温泉の中心部にあり、閉鎖した姿で放置されれば温泉のイメージダウンにつながりかねないとして市や組合などが対策を検討していた。

(4) 星野リゾートを誘致

山口県長門市は、2015年、白木屋グランドホテルの跡地に旅館・ホテル運営を手掛ける星野リゾート（長野県軽井沢町）の施設の誘致を目指すとして発表し、「進出に向けた検討をお願いし、調整を重ねている」と説明した。

誘致する跡地の敷地面積は約5550平方メートル。市は同ホテルの破綻後に跡地を取得、活用策を探ってきた。地域の特性を生かした施設運営を手掛ける星野リゾートの進出が地域の活性化につながると判断した。

その後、星野リゾートは長門市から温泉街の再生計画である「長門湯本温泉マスタープラン」の策定を受託した。2016年6月中にプランをまとめる。

星野リゾートも、閉鎖された白木屋グランドホテルの跡地に新しい温泉旅館「界」を開く。跡地は市から借り、新しい温泉旅館を数年後に開業する予定だ。施設の詳細は今後詰める。

これまで経営難に陥った旅館の再生を手掛けたことはあるが、街全体の再生に取り組むのは今回が初めてとなる。

市が保有する「旧堂上福永旅館」や「旧白木屋旅館」の跡地の活用策や、回遊性を高める施策などを計画に盛り込む。跡地の活用は、星野リゾート以外の企業が担うことになるもようだ。

「界」は客室50室以下の温泉旅館で、青森県から大分県まで全国13カ所にある。星野リゾートの星野佳路代表は「街全体を魅力的にして、人が歩いて楽しめる街にする」と説明する。「界に閉じた空間にするのではなく、長門湯本温泉全体に貢献できる計画をめざす」と話していた。

⁴「商店街まちづくり事業」とは、中小企業庁による中心市街地活性化事業のこと。【補助率】は2/3以内、【補助額】上限：1億5,000万円。【補助対象者】○商店街組織(1)商店街振興組合、事業協同組合等において組織される法人格を持った商店街組織(2)法人化されていない任意の商店街組織であって、規約等により代表者の定めがあり、財産の管理等を適正に行うことができるもの○民間事業者：定款等に代表者の定めがある等、財産の管理等を適正に行うことができるもの。

【出典】

写真：<http://news-everyday-tech.seesaa.net/article/386663526.html>

・日経テレコン

<https://t21.nikkei.co.jp/g3/ATCD017.do?keyPdf=20140911NKLLC00A02F36F%5CNKL%5C11%5C11%5C001%5C%5C369%5CY%5C%5C2014%2F0911%2F20140911NKLLC00A02F36F.pdf%5CPDF%5C20140911%5C3bd216f0&analysisIdentifer=&analysisPrevActionId=JSONM01>

・日経テレコン

<https://t21.nikkei.co.jp/g3/ATCD017.do?keyPdf=20151017NKLL3160110194%5CNKL%5C3%5C3%5C001%5C%5C365%5CY%5C%5C2015%2F1017%2F20151017NKLL3160110194.pdf%5CPDF%5C20151017%5C64d1baf2&analysisIdentifer=&analysisPrevActionId=CMNUF10>

・日経テレコン

<https://t21.nikkei.co.jp/g3/ATCD017.do?keyPdf=20140201NKLLC00V032F53%5CNKL%5C11%5C11%5C001%5C%5C451%5CY%5C%5C2014%2F0201%2F20140201NKLLC00V032F53.pdf%5CPDF%5C20140201%5C8a85a4ea&analysisIdentifer=&analysisPrevActionId=CMNUF10>

・湯本温泉旅館協同組合

<http://yumotoonsen.com/>

・長門市

<https://www.city.nagato.yamaguchi.jp/wadairoot/wadai/20160425hoshino.html>

4.2.4「燕温泉（新潟県妙高市）」の事例

(1) 概要

妙高市は新潟県南西部の長野県との県境にある。市内の燕（つばめ）温泉は妙高山の東麓、妙高戸隠連山国立公園区域内にあり、妙高山周辺では最も高所にある温泉である。白い濁り湯が特徴の秘湯と言われている。標高約 1,100m の斜面に旅館や土産物屋が並んでいて、妙高山登山の東側の入り口になっている。近くには、西武系列の燕温泉スキー場があったが、2006 年に閉鎖された。

温泉街から歩いて 15 分ほどの溪谷沿いに造られた「河原の湯」と、秋になると一面黄金色の葉が舞い落ちることから名付けられた「黄金の湯」は野天風呂のため、冬期は利用できないが、新緑香る季節と紅葉シーズンは、野趣あふれる温泉と自然を堪能できるという評判である。

(2) 温泉旅館の破綻

温泉旅館「有限会社燕温泉ホテル朝日屋」（資本金 900 万円）が 2012 年 6 月 13 日、新潟地裁高田支部から破産手続き開始の決定を受けた。営業はすでに 2010 年 7 月から停止していた。東京商工リサーチ高田支店によると、負債総額は約 2,010 万円が見込まれる。

創業が 1892 年（明治 25 年）という老舗旅館で、100%かけ流しの天然温泉のほか、スキーや妙高登山口の宿として親しまれてきた。近年は利用客が少なく、2010 年 4 月期には年売上高が 1,200 万円まで

低下していた。同年 7 月に温泉旅館を廃業したが、旅館の建物が国有地に建っていたために返還問題が生じ、自力での解決に至らなかった。

(3) 特措法による取り壊し

旅館の建物は鉄筋コンクリート 4 階建て、延べ床面積約 1,080 平方メートル。経営者は破産。敷地は国有地となっていた。

妙高市は 2013 年に施行した「妙高市空き家等の適正管理に関する条例」と「空き家等対策の推進に関する特別措置法」に基づき、破産した旅館経営者に建物の処分を指導、勧告してきた。

しかし、燕温泉のある関山地区は豪雪地で、廃業後の旅館は雪の重みで屋根の一部が崩壊するなど痛みが激しく、地元からは早期の取り壊しと撤去を求める声が上がっていた。

2016 年 6 月の妙高市議会にて、放置すれば倒壊の恐れがあり、隣接する建物や登山者・観光客などへの影響が懸念されるため、条例と特措法の規定に基づき、市が代執行により除却を行うことが決議された。

通常の行政代執行では、費用は所有者に請求するが、今回のケースは、旅館経営者が破産して建物の持ち主がいなかったため、費用の約 4,880 万円は市と国が負担することとなった。妙高市議会総務文教委員会にて以下の質疑応答があった。

質問：「除却工事費の回収見込みはどうか。」

総務課長：「法的に除却すべき所有者がいない状態であり所有者に代わり、市が自ら措置を行うこととなるため、費用を請求する相手がないこととなる。」

執行は 8 月の予定。2015 年 5 月施行の特措法に基づく取り壊しは新潟県内初となる見通し。旅館の隣で土産物店を営む女性は「取り壊しが決まり安心した」と語っている。

(4) 空き家等対策の推進に関する特別措置法

「倒壊の恐れがある」、「周囲の生活環境が守れない」などの要件に当てはまる空き家を「特定空き家」と認定し、特定空き家の所有者に対して、撤去や修繕を勧告・命令できる。

命令に違反したら 50 万円以下の過料に処せられる。さらに命令を無視し続けると「行政代執行」で強制的に解体工事を執行されることになる。

【出典】

妙高市観光協会

<http://www.myoko.tv/fascination/sekionsen-tsubameonsen>

上越タウンジャーナル 2012 年 6 月 25 日

<https://www.joetsutj.com/articles/51932953>

妙高市議会だより No.46

<http://www.city.myoko.niigata.jp/gikaidayori/image/22153download.pdf>

新潟日報 2016 年 07 月 01 日

<http://www.niigata-nippo.co.jp/news/national/20160701264559.html>

空き家等対策の推進に関する特別措置法及び妙高市空き家等の適正管理に関する条例に基づく代執行
(平成 28 年 5 月 13 日公告)

<http://www.city.myoko.niigata.jp/bousaiosirase/image/20087download.pdf>

4.3 「吹割の滝」の活性化への課題に向けた事例研究結果

4.3.1「貧谷（ひんだん）の滝（福井県丹生郡越前町）」の事例

(1) 概要

貧谷の滝は、福井県越前町血ヶ平の山中、標高 240 メートルにある。玉川の支川の水が広がるように流れ落ちる高さ約 30 メートルの雄滝（おだき）、霧状にしとやかに落ちる約 50 メートルの雌滝（めだき）からなる。

同町越知山（おちさん）で修行した泰澄（たいちょう）大師も訪れたとされ、登山愛好者の間では隠れた名スポットとして知られている。越前町の観光客数は約 141 万人（平成 26 年度推計）。

(2) 駐車場の状況

車でアクセスは北陸自動車道鯖江 I.C から国道 8 号・365 号・305 号線経由で約 50 分、または、敦賀 I.C から国道 8 号・305 号線経由で約 60 分。駐車場から滝への遊歩道入り口までは 5 分ほど。

(3) 観瀑施設

山の中腹から滝まで約 270 メートルの道のりは、一般観光客が容易に足を踏み入れられないような状態で、付近に駐車場もなかったが、2015 年 3 月に「越前水仙を活かしたまちづくり事業」の一環で周辺が整備された。

滝への山道の地面に砂利が引かれ、崖側にパイプの手すりが要所に設けられるなどして、遊歩道としての安全性が高められた。案内看板が地域内に設置されたほか、駐車スペースが 5 台分整備された。雄滝の滝つぼには、大きなブロックが等間隔に設置された。ブロックを渡りきった先の滝つぼの一部が埋め立てられ、ベンチと説明看板が置かれた。埋め立てられた場所からは、雌滝も間近で観られる。



総事業費は約 1,295 万円。「越前水仙を活かしたまちづくり事業」には、国からの過疎地域等自立活性化推進交付金⁵1,000 万円が出ている。

(4) 地域活性化の取組（越前町ビューティフル 3 セット観光プロジェクト）

今回の整備は、県の「ふるさと創造プロジェクト」の助成を受け、上岬地域の活性化、通年の観光客誘致

⁵過疎地域等自立活性化推進交付金は、総務省が行う過疎地域等自立活性化推進事業 によるものである。これは、過疎地域市町村等が行う先進的で創造性の高いソフト事業を幅広く支援するために交付金を交付するものであり、具体的には、産業振興（スモールビジネス振興）、生活の安心・安全確保対策、集落の維持・活性化対策、移住・交流・若者の定住促進対策、地域文化伝承対策、環境貢献施策の推進等のソフト事業を対象としている。平成 27 年度は、本件を含めて 19 件の応募があり、8 件の交付対象に選ばれた。

を目指す「越前町ビューティフル 3 セット観光プロジェクト」の一環として行われた。

同町の観光資源「越前水仙」「絶景」「夕日」を生かし、地域の若者や地域おこし協力隊、上岬地区の水仙農家等が中心となり、ビューポイントのルート整備や情報発信、イベントの企画やレストランの誘致等を実施し、観光客の増加につなげようとするものである。

事業期間は平成 25 年度～平成 28 年度、総事業費約 1 億 7 千万円、うち県補助額約 1 億円。

【出典】

北陸・信越観光ナビ

<http://www.hokurikushinkansen-navi.jp/pc/news/article.php?id=NEWS0000002863>

えちぜん観光ナビ

<http://www.town-echizen.jp/spot/spot01Detail.php?278>

福井県観光客入込数（推計）

http://www.pref.fukui.lg.jp/doc/kankou/fukuiken-kankoukyakusu_d/fil/013.pdf

平成 27 年度過疎地域等自立活性化推進交付金の交付決定

http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01gyosei10_02000029.html

平成 27 年度過疎地域等自立活性化推進交付金過疎地域等自立活性化推進事業概要一覧

http://www.soumu.go.jp/main_content/000423887.pdf

越前町ビューティフル 3 セット観光プロジェクト

http://www.pref.fukui.lg.jp/doc/sityousinkou/hurusatosouzou_d/fil/090.pdf

4.3.2「華厳の滝（栃木県日光市）」の事例

(1) 概要

華厳の滝は栃木県日光市に位置し、中禅寺湖から流れ出した湖水が、高さ 97m の断崖を一気に落下する日本三大名瀑の一つである。昭和 6 年には、「国指定名勝」に指定され、平成 19 年には「日本地質百選」に選定されている。周辺には、世界遺産「日光の社寺」に指定された日光東照宮、中禅寺湖、戦場ヶ原など見どころがいくつも点在し、周遊観光が定着している。

日光地区の平成 26 年の観光客数は 619 万人（東照宮、中禅寺湖畔含む）。紅葉の季節（10,11 月）が特に多い。

(2) 駐車場の状況

車でのアクセスは、日光宇都宮道路清滝 IC をおりて 20 分ほどで、華厳の滝まで徒歩 5 分以内に約 200 台分の駐車場がある。

・華厳の滝第 1 駐車場（7,444 m²）普通自動車 138 台、大型バス 12 台

・華厳の滝第 2 駐車場（4,960 m²）普通自動車 62 台、大型バス 19 台

徒歩 15 分ほどの中禅寺湖畔にはさらに 2 つの駐車場があり、合計 270 台ほど駐車できる。

いずれも栃木県営で、料金は、普通 310 円、大型 2,190 円（5 回券 9,250 円）、二輪車 100 円。クレジットカード不可となっている。

(3) 観瀑施設

間近に滝を観るビューポイントは 2 か所ある。①滝上の無料の観瀑台へは、駐車場から売店の前を通って、緩いスロープを下ってバリアフリーでアクセスできる。②滝壺近くの観瀑台へは有料のエレベータでアクセスする。

若干距離はあるが、第二いろは坂（日光市街と中禅寺湖・奥日光を結ぶ観光道路の登り車線）の中腹からロープウェイが通じている明智平から、中禅寺湖や男体山とともに一望することもできる。

駐車場からロープウェイ乗車口、ロープウェイから展望台へは階段があってバリアフリーにはなっていない。営業時間は 9:00～16:00。料金は往復大人 730 円、子供 370 円。

(4) エレベータの状況

滝壺近くの観瀑台へ降りる目的で、堅い岩盤をくり抜いてシャフトを通し、昭和 5 年（1930 年）に開業した。現在、株式会社丸沼が営業している。エレベータを降りた地点からは滝は全く見えず、観瀑台までには約 70 段の階段がある。往復大人 550 円、小学生 330 円（H28.8.1 現在）。営業時間は 3 月～11 月が 8:00～17:00、12 月～2 月が 9:00～16:30。入場受付は運行終了時間 10 分前まで。

【出典】

平成 26 年版(2014)「日光市統計書」

<http://www.city.nikko.lg.jp/seisaku/profile/data/index.html>

奥日光地区駐車場のご案内

<http://www.nikko-nsm.co.jp/contents/sisetu/tyusya/tyuusya.html>

華厳滝エレベーター オフィシャルページ <http://kegon.jp/>

明智平からロープウェイ <http://www.nikko-kotsu.co.jp/ropeway.html#ropeway>

4.3.3「袋田の滝（茨城県久慈郡大子（だいご）町）」の事例

(1) 概要

袋田の滝は茨城県北西部の大子町に位置し、日本三大名瀑に数えられている。久慈川の支流滝川に架かり、高さ 120 メートル、幅 73 メートルの大きさを誇る。

滝の流れが大岩壁を四段に落下することから、別名「四度（よど）の滝」とも呼ばれている。その昔、西行法師がこの地を訪れた際、「この滝は四季に一度ずつ来てみなければ真の風趣は味わえない」と絶賛したことからとも伝えられている。

寒さが厳しい冬には滝全体が真っ白に凍結し、その神秘的な風景は「氷瀑」と呼ばれ親しまれている。例年 11 月から 2 月にかけてライトアップが行われる。

来客数は平成 7 年度の約 107 万人をピークに減少傾向が続いていたが、平成 20 年 9 月に新観瀑台ができてからの 1 年間で 96 万人まで回復した。

(2) 駐車場の状況

車でのアクセスは、常磐自動車道那珂 IC より約 50 分。滝の入口近くには民間の飲食店、土産店などの駐車場がいくつかあり、料金は 1 回 300 円から 500 円ほどである。店舗を利用すると駐車料金が無料になるところもある。町営の無料駐車場が 2 か所にあるが、滝入口まで若干の距離がある。

- ・町営第 1 駐車場・滝入口まで 1.25 キロ(50 台)
- ・町営第 2 駐車場・滝入口まで 1.45 キロ(220 台)

(3) 観瀑施設

正面から滝の全景を觀賞するためには、昭和 54 年 12 月に完成した観瀑トンネル（長さ 276m、高さ 3m、幅員 4m）を通過して第 1・第 2 観瀑台へ行く。2 つの観瀑台ともにバリアフリーでアクセス可能である。但し、トンネル入口手前 50m に急なスロープがある。

入場料は、大人 300 円、中学生以下 150 円。団体（30 名以上）は大人 250 円、中学生以下 100 円。営業時間は、5 月～10 月が午前 8 時～午後 6 時、11～4 月が午前 9 時～午後 5 時。年中無休。ライトアップ期間には夜間営業される。

トンネルの中はイルミネーションで飾られ、途中から通路（階段あり）を通過して吊橋とその先に続く遊歩道にも出られる。

観瀑施設の運営、管理は一般財団法人 大子町振興公社によって行われている。

(4) 新たな観瀑施設の状況

観瀑トンネルを通過して滝を觀る第 1・第 2 観瀑台は滝に近すぎて、迫力はあるが、カメラのファインダーにも滝全体が収まりきれない難点があった。

そこで、平成 20 年 9 月、トンネル奥から 2 台のエレベータで昇る新観瀑台が設置され、3 つのデッキから袋田の滝の全景を楽しめるようになった。

従来の第 1 観瀑台よりも、第 1 デッキは約 44 メートル、第 2 デッキは約 48 メートル、第 3 デッキは約 51 メートル上にある。第 1 デッキまではバリアフリーでアクセスできる。

大子町が鴻池・岡部・藤田特定建設共同企業体に発注し、工期は平成 18 年 6 月～平成 20 年 3 月。建設費約 5 億 2,000 万円は補助金なしにすべて利用料収入から賄った。（2001 年にトンネル入場料が大人 100 円から 300 円に引き上げられている。）

エレベータと新観瀑台の建設にあたっては、以下の難点があった。

- ① 建設場所が急峻な山上であり、山上まで人道以外に搬路がない。
- ② 建設場所は県立自然公園内で、設置場所以外の樹木はすべて保存のため、索道、仮設ヤード等が設置できない。
- ③ 周囲の壁面が垂直に近く、乱気流が発生するため、ヘリコプター等での資材運搬は不可。
- ④ 既設トンネルの使用は、観光客が通行しない夜間（19：00～7：00）のみである。

そのため、地中から地表面に向けて上向き掘削機で垂直な導坑を掘った後、地上から導坑を拡幅していく工法が採用された。

【出典】

大子町観光協会 <http://www.daigo-kanko.jp/>

袋田の滝のバリアフリー情報 <http://barrier-free-map.com/8099.php>

上向き掘削機による立坑施工（鴻池組）

<http://www.konoike.co.jp/et/detail/000086.html>

一般財団法人 大子町振興公社

<http://koueki.learning-with.us/ibaraki/455/20262/3176/>

2009/09/19 日本経済新聞 地方経済面

4.3.4「秋芳洞（山口県美祢市秋芳町）」の事例

(1) 概要

国の特別天然記念物に指定されている東洋最大規模の鍾乳洞である山口県美祢市秋芳町の秋芳洞が一部バリアフリー化され、車椅子での見学が容易になった。

洞口の高さ 24m、横巾 8mに達し、洞内の最も広いところが 200m、天井の高いところが 40m、最も高いところは 80mである。延長は約 10km、一般観光ルートは約 1km までである。

入り口は以下の 3 カ所。

- ・秋芳洞正面入口（秋芳洞案内所）
- ・秋芳洞黒谷入口（黒谷案内所）
- ・エレベータ入口（秋吉台案内所）

コースの真ん中ほどに、秋吉台と秋芳洞を結ぶ「エレベータ」がある。そこから秋芳洞へ入ると、秋芳洞正面入口から 700m、黒谷口から 300m の地点に下りる。秋芳洞からエレベータで上がると、秋吉台に出ることができる。（秋吉台カルスト展望台まで徒歩 5 分）

(2) バリアフリー化の事業概要

落石防止のため、秋芳町は 2002 年 11 月、入り口の栈橋改良に着工した。これに併せて、遊歩道のスロープ化や歩道拡幅のバリアフリー化にも取り組み、2004 年 1 月末に完成した。

総工事費は約 1 億 4,000 万円。

秋芳町は 2008 年に美祢市、美東町合併し、現在は美祢市となっている。そのため、工事費は市が全て負担したのか、国の補助金等が投入されたかどうかは不明。

バリアフリー化以前は、4、5 人がかりで車椅子を持ち上げるか、洞の途中のエレベータで洞内に降り、その周囲を見る程度しかできなかった。

スロープ等の改良で、入り口から約 400 メートル先の「広庭(洞内富士)」まで楽に行け、世界一の石灰華段丘で人気スポットの「百枚 皿」も見ることができるようになった。

秋芳町観光商工課によると「エレベータと併用すれば、観光ルートの約半分は見えていただける」とのこと。

(3) バリアフリー化への経緯

特別天然記念物の指定により、自然保護法並びに文化財保護法等の規制があり、変更が難しく、以前はバリアフリー工事の実現には至らなかった。

しかし、2002 年、学術会議⁶等での許可を得て、栈橋架け替え工事を行い、バリアフリー化が実現した。これにより、緩い勾配により観光しやすい洞窟に生まれかわった。

⁶ 「秋芳町観光商工課」のホームページに記載あり。現在は合併された為、【学術会議等での許可】の詳細は不明のため詳細は、合併後の美祢市に問い合わせる必要がある。なお、通常、特別天然記念物の滅失・既存・現状変更に関しては、市区町村・都道府県教育委員会を経由して、文化庁に届け出をする。その後、届出の受理・指導、助言又は勧告がなされる。

(4) エレベータの状況

エレベータ完成は昭和 31 年と古いものの、着工に関する美祢市総合観光部観光総務課から回答は以下の通り。

- ① エレベータの着工時期：昭和 31 年 3 月
- ② 工事を推進した組織：秋吉村 観光課（昭和 31 年合併により 秋芳町
- ③ 費用および費用の出所：費用：約 50,000,000 円、J A 県信連で借入
- ④ バリアフリー化工事に関する補助金の有無：無
- ⑤ 工事の際の自然保護とのバランスについて：文部省文化財保護委員会許可
- ⑥ 許可条件
 - ・工事にダイナマイトを使用して洞内を傷つけないこと。
 - ・取り付けの立坑は、洞内から掘上げ、洞内を荒らさないこと。
 - ・掘削した岩石は東京の専門委員に送り学術研究に使用する。

平成 26 年度美祢市観光事業特別会計補正予算によると、秋芳洞内と秋吉台を結ぶエレベータの改修費等として 8,840 万円を計上している。この改修については、近年故障修理等の費用がかさみ、平成 26 年度では、ゴールデンウィーク・お盆等、煩雑時にトラブルを起こすなど、観光客の安全対策上極めて危惧される状況であり、管理会社の診断においても、同様の判断であったことから、老朽化施設の改修の最優先として工事することを決定した。

(5) 今後の秋吉台の取り組み

平成 28 年度事業として、「秋吉台ゲートウェイ整備事業」に係る予算が計上されている。

秋吉台は、特別天然記念物の特別保護区であり、施設整備には厳しい条件がつく。文化庁において厳しい制約があるため、秋吉台に新たな施設を建立することは難しい。従って、既存の施設を利用する予定で計画中である。

【出典】

・秋芳洞観光サイト

<http://www.karusuto.com/html/01-play/02-akiyoshido.html>

(社) 全国肢体不自由児・者父母の会連合会 全肢連情報

http://www.zenshiren.or.jp/system/dnlpdf/32_1.pdf

朝日新聞

<http://www.geocities.co.jp/Stylish/3791/asahi20040210.htm>

秋吉台 魅力度アップ戦略報告書

<http://www.pref.yamaguchi.jp/gyosei/kanko/pdf/akiyosidai.pdf>

美祢市教育経済委員会会議録

<http://www2.city.mine.lg.jp/www/contents/1432170794740/files/kyouikukeizai20150313.pdf>

特別天然記念物の工事について

http://www1.plala.or.jp/CUE/cave_akiyosi.html

国立公園における届出・申請

http://www.env.go.jp/park/apply/park_apply.html

文化庁記念物について

<http://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkazai/shokai/kinenbutsu/>

・平成 28 年第 1 回美祢市議会定例会会議録

<http://www2.city.mine.lg.jp/www/contents/1461202943996/files/honkaigi20160315.pdf>

4.3.5「高野山（和歌山県伊都郡高野町）」の事例

(1) 概要

明治以前は高野山全体を総本山金剛峯寺（こんごうぶじ）といい、「一山（いっさん）境内地」とされていた。山内は「奥之院」と「壇上伽藍（だんじょうがらん）」を二大聖地とし、今も人々の信仰を集めている。

奥之院には、墓石群のほか慰霊碑や供養塔なども数多くあり、民族や宗教の違いに関わらず全てを受け入れる寛容さは、高野山が 1,200 年継承してきた精神であり、その魅力となっている。

高野山地区バリアフリー基本構想を作成し、山間地の地形的の困難性を有しながらも、地域内外の利用者の意見を踏まえつつ、ケーブルカー特有の階段状の乗降場のバリアフリー化、景観に配慮した新たなエレベータ塔や多機能トイレの設置、ノンステップバスの配備等、世界遺産を抱える観光地として、多くの様々な利用者を想定したバリアフリー化整備を行った。その結果、第 3 回国土交通省バリアフリー化推進功労者大臣表彰している。

(2) バリアフリーに向けた特定事業の概要

【公共交通特定事業】

・高齢者、障害者等に対応したノンステップバスの導入

【道路特定事業】

・生活関連経路である国道（県管理）及び町道について、既設歩道の改良・部分改修、誘導ブロックの改善、舗道上の障害物の移設

・歩道未設置区間の歩道設置については、地区内交通システムの検討と並行して中期・長期的な整備。

【建築物特定事業】

・高野山町役場・・・高野町町役場については、点字ブロック、点字表示、車いす使用者駐車場、多目的トイレのドアの改善を行った。エレベータについては建物の構造の検討と併せて中期的な整備。

・高野山病院・・・点字ブロック、車いす使用者駐車場、敷地内通路の安全性の確保。

・高野山大学松下講堂黎明館・・・新築建物であるので、将来的に関係者と協議の上さらに利用しやすい施設とする。

・公衆トイレ・・・生活関連経路に沿って公衆トイレは量的には十分整備されているが、案内標識や点字表示の整備を行う。また、身体障害者用便房未設置の公衆トイレについては中期的な整備。

【交通安全特定事業】

・身体障害者対応の信号機の設置を行う。

【その他事業】

- ・旅客施設ゾーン・・・駅の段差の解消、多目的便所の設置、通路や階段の手すりの改善、誘導ブロック・点字案内表示の整備。

- ・駐車場整備・・・車いす使用者用駐車区画未確保の駐車場については確保するとともに、駐車施設の案内表示の整備。

- ・サイン整備・・・点字表記や外国語表記を含めたサインの整備。

- ・情報システムの構築・・・バリアフリー情報マップの作成を推進するとともに、地域外利用者のための情報の一元化を目指した情報システムの構築。

(3) 利用者の意見の反映

高野町交通バリアフリー基本構想検討委員会策定に、高野町老人クラブ、高野町身体障害者会、高野町連合町内会、高野町商工会といった団体メンバーが参加し、4回にわたる委員会とアンケートの実施、パブリックコメントにより協議を行った。

(4) (交通バリアフリー) 法第6条第4項に定められている関係する機関との協議

公共交通事業者等・・・南海電気鉄道

道路特定事業・・・和歌山県伊都振興局建設部

交通安全事業者・・・和歌山県警察交通規制課

その他・・・金剛峯寺、高野山大学

(5) その他に行った動き

- ・委員及び町民によるまちなか歩き調査:基本構想策定協議会委員のほか、町民にも呼びかけ、まちなか歩き調査及び意見交換を行った。

- ・地域外利用者によるまちなか歩き調査:地域外利用者によるまちなか歩き調査を実施し、協議会委員及び町民とともにまちなか歩き調査と併せて意見交換会を行った。

(6) 改修概要

- ・高野山駅・・・駅ホームにエレベータと連絡通路を設置。高齢者、障害者だけでなく、大きな荷物を持つ観光客にも対応できる改札口までのバリアフリー化ルートを確認。

- ・エレベータ:1基、

- ・多機能トイレ 1ヶ所

- ・誘導警告ブロック、手すり

- ・点字案内板、案内サイン

- ・景観にも配慮したエレベータ等の設置:主に、色や形などを工夫し、自然との調和を配慮。



・極楽橋駅・・・階段昇降機を設置し、乗降用渡し板を使用することにより車椅子利用者等のケーブルカーへの乗降を容易にした。

- ・階段昇降機 1 基
- ・スロープ 1 ヶ所
- ・多目的トイレ 1 ヶ所
- ・誘導警告ブロック、手すり、点字案内板、案内サイン

・両駅のエレベータ供用開始 平成 21 年 3 月 26 日（木）16 時

・両駅のバリアフリー化 事業費 3 億円弱（南海電鉄、国と和歌山県、高野町の補助を含む）

詳細は以下のとおり -

※高野山地区バリアフリー基本構想（高野山駅・極楽橋駅のバリアフリー化）

・総事業費：274,648,401 円（内 高野山駅：232,571,515 円・極楽橋駅：42,076,886 円）

・補助金あり 国：86,400,000 円 町：93,790,000 円 事業者：94,458,401 円

・両駅のエレベータ関連のみの設置費用：155,390,000 円

・エレベータ設置推進組織：高野町交通バリアフリー基本構想検討委員会

※エレベータ設置およびバリアフリー化後の集客・収益

・集客数は大きくは変わらないが増加。収益についても同様。

【参考】バリアフリー工事に使える補助金・・・高野山のバリアフリー化工事に使用したか否かは不明。

・都市再生整備計画事業（補助金） ※旧名称「まちづくり交付金」

支援策の概要 地域の歴史・文化・自然環境等の特性を活かした個性あふれるまちづくりを実施し、全国の都市の再生を効率的に推進することにより、地域住民の生活の質の向上と地域経済・社会の活性化を図る。

支援策の内容

対象者 市町村又は都市再生法第 117 条の規定に基づく市町村都市再生協議会

対象事業 都市再生整備計画に基づき実施される事業

- 1) 基幹事業：道路、公園、地域生活基盤施設、地域交流センター、高質空間形成施設など
- 2) 提案事業：まちづくり活動支援事業、地域創造支援事業など 対象地域 都市再生整備計画の
区域内

交付率 概ね 4 割

問い合わせ先 国土交通省 都市局 市街地整備課 TEL 03-5253-8111

⑦ 今後の事業計画等

[和歌山県 予算]

- ・(新) 世界遺産関連観光施設等整備 (環境生活総務課、観光振興課) 1 億 4 千 320 万円
世界遺産を訪れる観光客等に、高野・熊野地方の豊かで優れた自然を紹介するための案内板・解説板
や、利便性を図るための沿道における観光案内板、道標、バリアフリートイレ及び休憩所等の整備

- ・(新) 高野山参詣道整備 (道路保全課) 2 千 720 万円
世界遺産登録に向け、県道高野橋本線の南海極楽橋駅から女人堂間 (不動坂道：約 2 km、幅員
2m) を歩行者専用道路 (「高野山への参詣道」) として整備

【出典】

- ・第 3 回国土交通省バリアフリー化推進功労者大臣表彰について
http://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/barrierfree/sosei_barrierfree_tk_000008.html
- ・ケーブルカー駅にエレベータを設置
<http://www.nankai.co.jp/library/company/news/pdf/090319.pdf>
- ・国土交通省 高野山地区バリアフリー基本構想
<http://www.mlit.go.jp/common/001003694.pdf>
- ・ケーブルカー駅にエレベータを設置
http://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/barrierfree/sosei_barrierfree_fr_000034.html
- ・バリアフリー新法の仕組み
<http://www.mlit.go.jp/barrierfree/transport-bf/shinpou/scheme.pdf>
- ・国土交通省 バリアフリー関連補助金
バリアフリー化推進に関する支援制度の紹介 (概要版)
http://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/barrierfree/sosei_barrierfree_fr_000034.html
- ・バリアフリー化推進に関する支援制度の紹介 (詳細版)
<http://www.mlit.go.jp/common/001140090.pdf>

- ・第 3 回国土交通省バリアフリー化推進功労者大臣表彰について
http://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/barrierfree/sosei_barrierfree_tk_000008.html
- ・和歌山県福祉のまちづくり条例施行規則改正案の概要
<http://www.pref.wakayama.lg.jp/prefg/040400/ikenboshu09/machigaiyo.html>

・和歌山県 主要施策の内容

<http://www.pref.wakayama.lg.jp/prefg/010400/yosan/h16tosyo/pdf/16kihon2.pdf>

・基本構想の提出手続

http://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/barrierfree/sosei_barrierfree_fr_000029.html

・高野山

<https://www.wakayama-kanko.or.jp/worldheritage/koyasan1200/contents/midokoro.html>

4.4 吹割の滝での観光客アンケート

4.4.1 実施概要

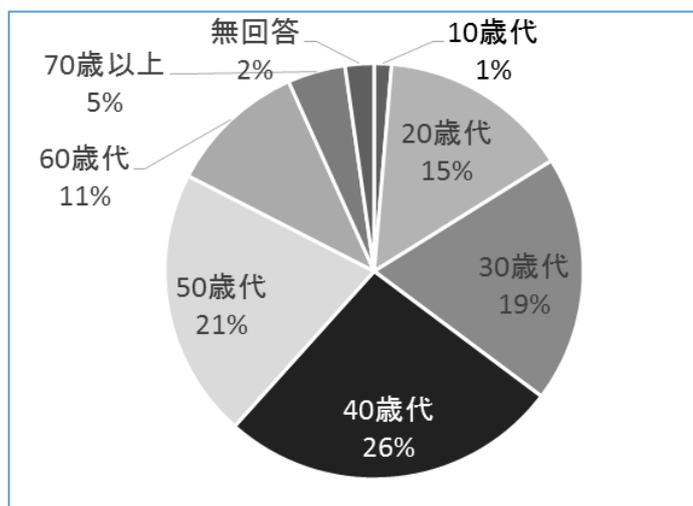
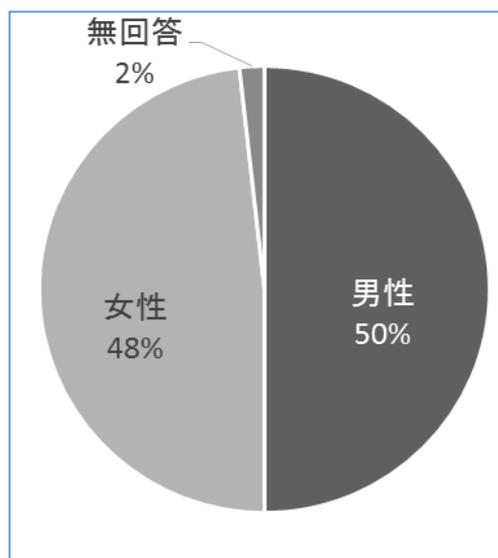
目的	当地に内在する課題や問題点について、観光客から直接声を聞くことで、今後の方向性を探る。
場所	吹割の滝
日時	平成 28 年 9 月 10 日(土)~11 日(日) 10 時から 16 時
天候	二日間ともに曇り時々晴れ
回収数	224 名



4.4.2 アンケート結果

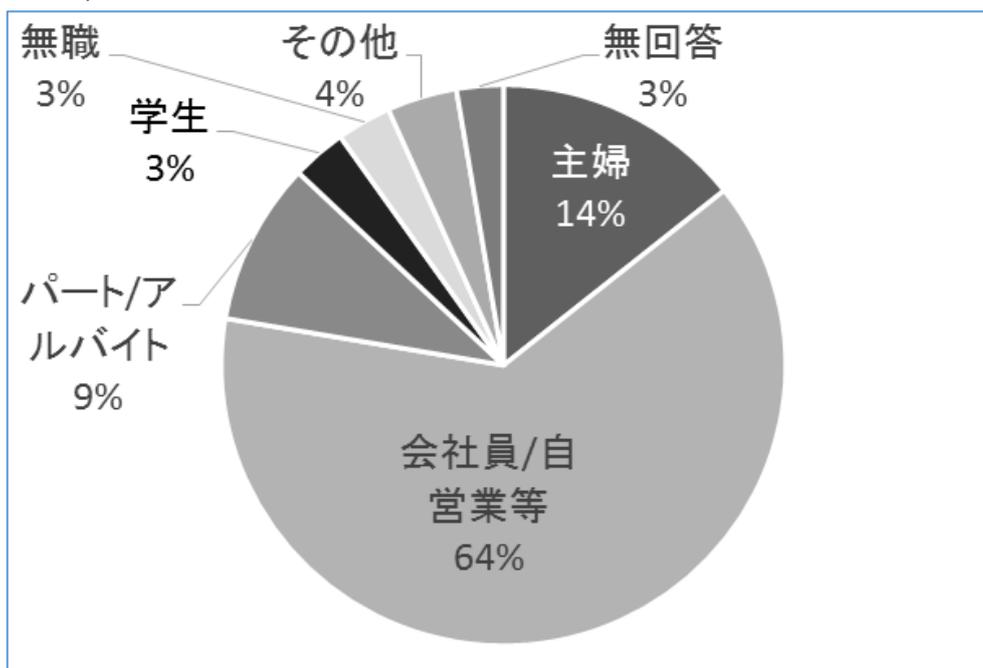
➤ 性別・年代

参加者の性別は男性 50%、女性 48%であり、男女比はほぼ 1 : 1 であった。参加者の年代は 40 歳代が 26%と最多であり、50 歳代が 21%、30 歳代が 19%であった。



➤ 職業

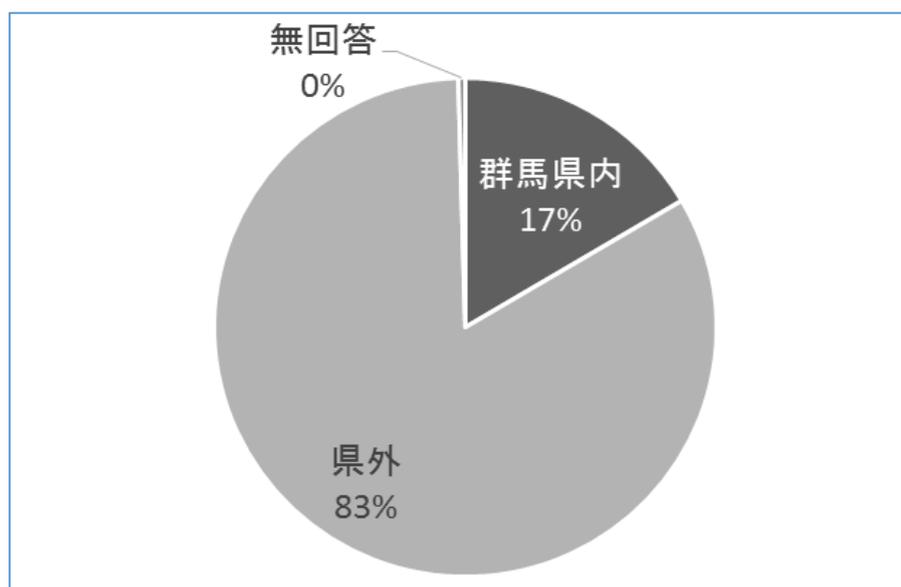
参加者の職業を尋ねた結果、会社員/自営業等が 64%と過半数を占めた。次いで主婦が 14%、パート/アルバイトが 9%であった。



➤ 居住地域

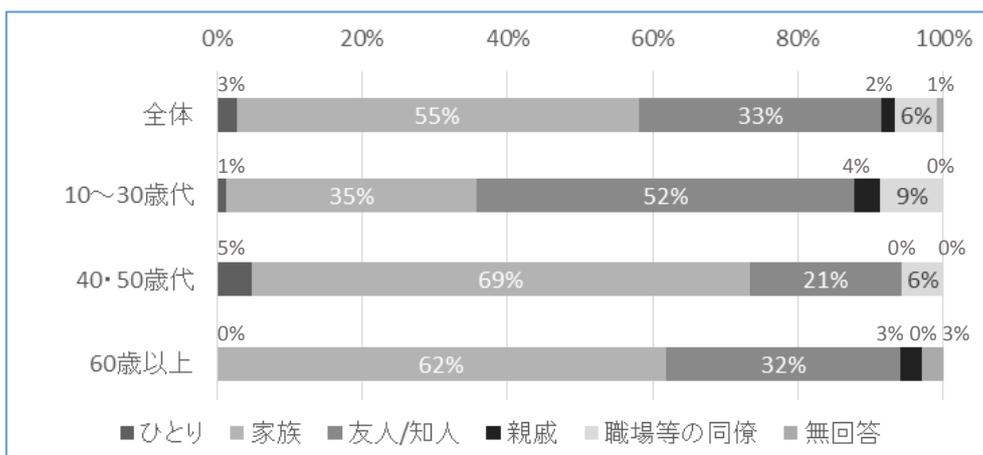
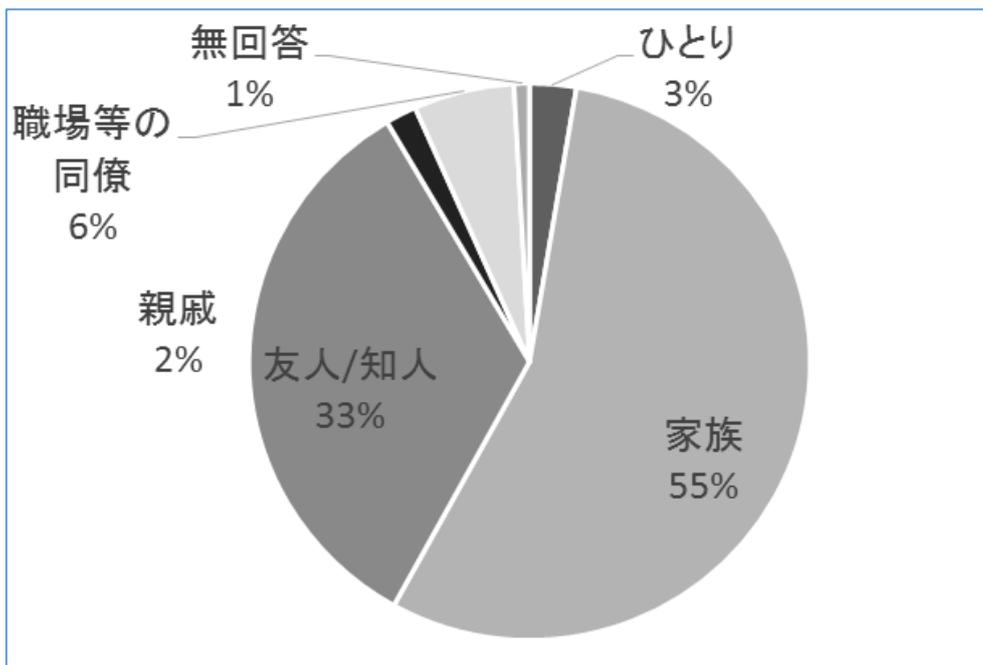
居住地域について尋ねた結果、県外からの来訪者が 83%と大半を占めていた。県外については埼玉県（46 名）、東京都（42 名）、神奈川県（25 名）、千葉県（16 名）、茨城県（15 名）、栃木県（12 名）、新潟県（7 名）、長野県（6 名）、大阪府（3 名）、石川県/富山県/福島県（各 2 名）、愛知県、埼玉県・東京都、静岡県、中国、福岡県、宮城県、山形県（各 1 名）であった。

また群馬県内は 17%であるが、高崎市（10 名）、沼田市（5 名）、渋川市/前橋市（各 4 名）、太田市/館林市（各 3 名）、伊勢崎市、板倉市、桐生市、藤岡市、みどり市、吉岡町、富岡市（各 1 名）からの訪問が確認できた。



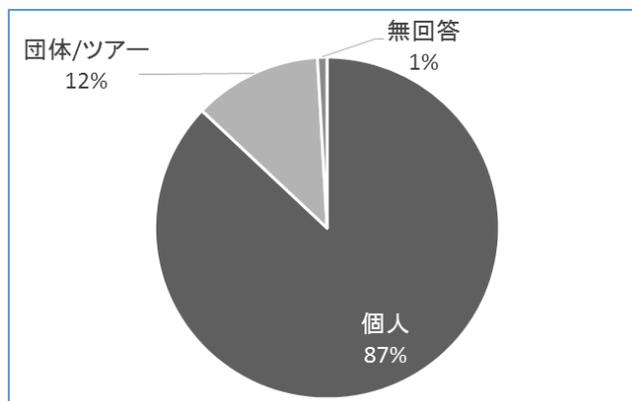
➤ 同行者

今回の旅行の同行者について尋ねた結果、「家族」が 55%と過半数を占めた。続いて「友人/知人」(33%)、「職場等の同僚」(6%)となった。また、年代別では、「10～30 歳代」については「友人/知人」が 52%と過半数を占めたが、他の年代については「家族」が過半数を占めた。



➤ 参加形態

旅行の参加形態について尋ねた結果、個人が 87%と大多数を占めていた。



➤ 主な経由地

経由地については下表の通りである。なお、吹割の滝より以前に経由した場所については“行き”、吹割の滝以降に訪れる予定の経由地は“帰り”として示した。

行きの経由地（原文のまま）	（名）
沼田、沼田グリーンパーク、沼田真田丸、沼田城跡、沼田花火大会、沼田ぶどう狩り	17
川場、川場温泉、川場田園プラザ、川場村	17
日光	11
赤城、赤城神社、赤城高原 PA、赤城フーズ、赤城山	10
水上、水上温泉、水上高原、水上美術館	8
道の駅、道の駅川場、道の駅黒保根、道の駅白沢、道の駅川場田園プラザ	8
丸沼、丸沼高原	7
老神温泉	6
尾瀬	5
草津、草津温泉	5
白根温泉、白根山、白根山ロープウェイ	5
花火	4
原田農園	4
片品	3
新潟、新潟駅、新潟花火	3
榛名山、榛名神社	3
ロックハート城、伊香保、片貝、鬼怒川、キャンプ場、埼玉、塩沢、そば、水沢	2
伊東園ホテル、越後湯沢、太田、奥日光、小田代、加作、カリカリ梅見学、軽井沢、関越道(特に予定決めずに…)、吉祥寺、グリーンパーク吹割、ぐんま天文台、華厳の滝、酒蔵、さるが京、静岡、洗川、首都高、菅沼、皇海山キャンプフォレスト、正楽園、菌原ダム、高崎、高山村コテージ、滝、中善寺湖、珍宝館、東京、富岡製紙工場、八王子、東秀館、ぶどう、ほたか、ホテル、まるきちブランドもち豚とんかつ、悠湯里あん温泉、湯沢、湯滝、湯松曾温泉、リージェントハウス、竜頭の滝、りんご狩り	1
帰りの経由地（原文のまま）	（名）
日光	13
沼田、沼田駅、沼田城跡、沼田田園プラザ、沼田花火大会	13
川場、川場田園プラザ、田園プラザ	10
草津、草津温泉	9
伊香保	6
老神、老神温泉	5
温泉、温泉(いこい)、しゃくなげの湯	5
ロックハート城	4
水上	4
富岡、富岡製紙工場	3
丸沼、丸沼高原	3

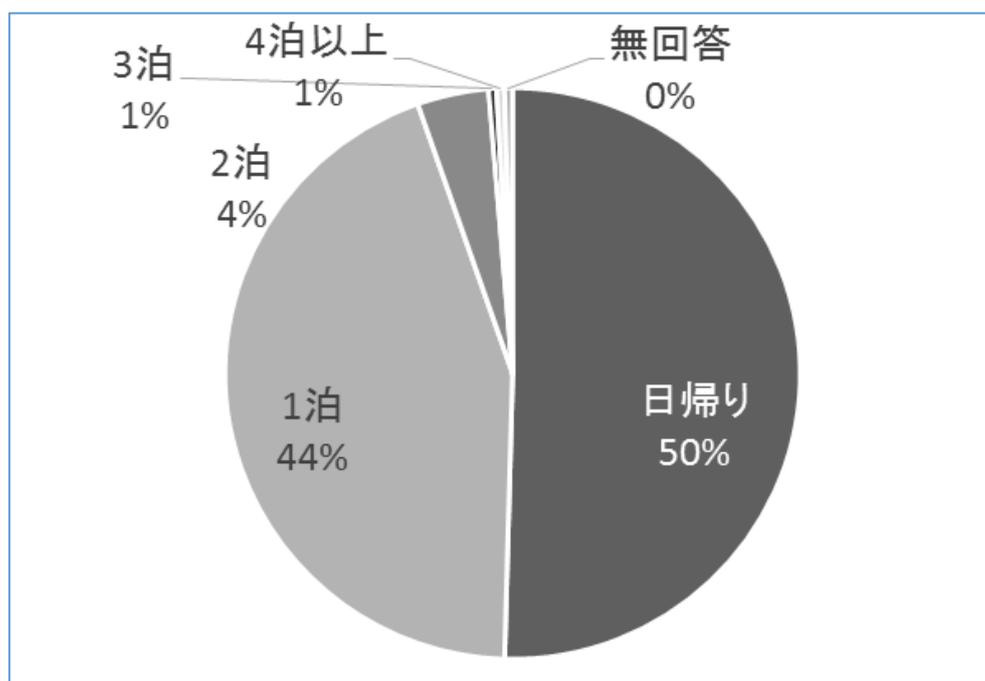
伊勢崎、伊勢崎花火	2
奥日光	2
鬼怒川	2
華厳の滝	2
こんにやくパーク	2
真田の里、真田丸展	2
渋川	2
白根、白根山	2
花園、花園スイーツ、花園フォレスト	2
花火	2
原田農園	2
榛名、榛名山	2
りんご農園	2
赤城、いわびつ城、尾瀬、片品村、金精峠、小谷、佐野アウトレット、猿ヶ京、玉原高原、中禅寺湖、 トマト狩り、長とう、能生にいかた、発知、ビードロパーク、ぶどう狩り、吹割、ぼうきょう温泉、ほたか、 道の駅、谷川、湯沢、四万温泉	1

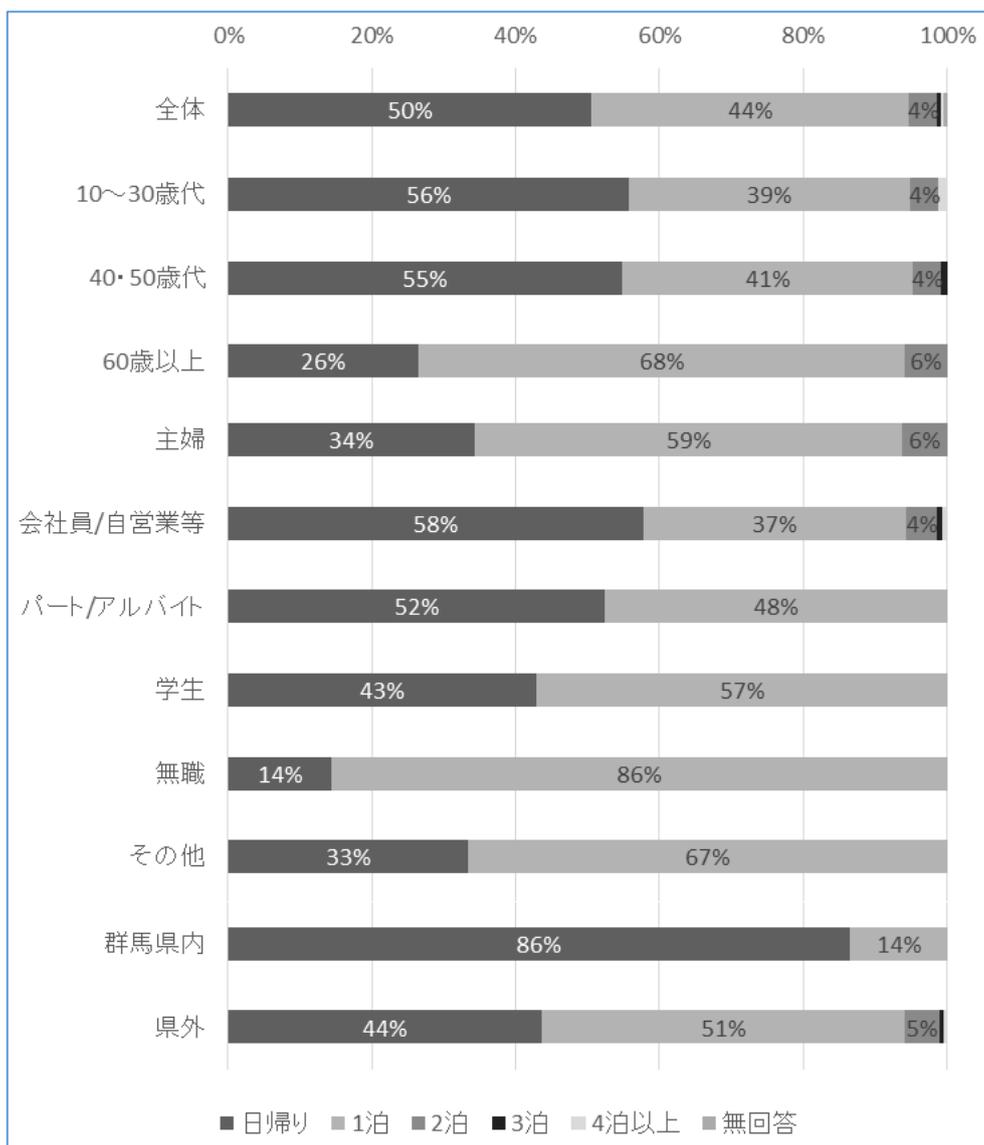
➤ 旅行日数

旅行の日数について尋ねたところ、「日帰り」が 50%、次いで「1泊」が 44%であり、9割以上が 1泊以下の日程であることが分かった。

年代別では、「60歳以上」で 1泊が 68%と多く、職業別でみると、「無職」の回答者は 1泊が 86%と明らかに多かった。また「主婦」、「学生」においても 1泊が多い傾向が認められた。

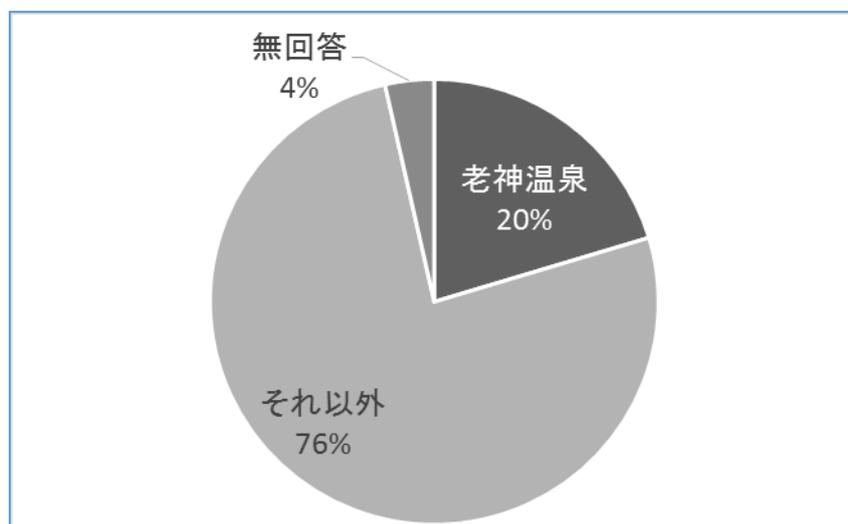
居住地域別で抽出すると、「群馬県内」の「日帰り」が 86%と多いものの、「県外」では宿泊している割合が 51%と半数を超えている。





➤ 宿泊場所

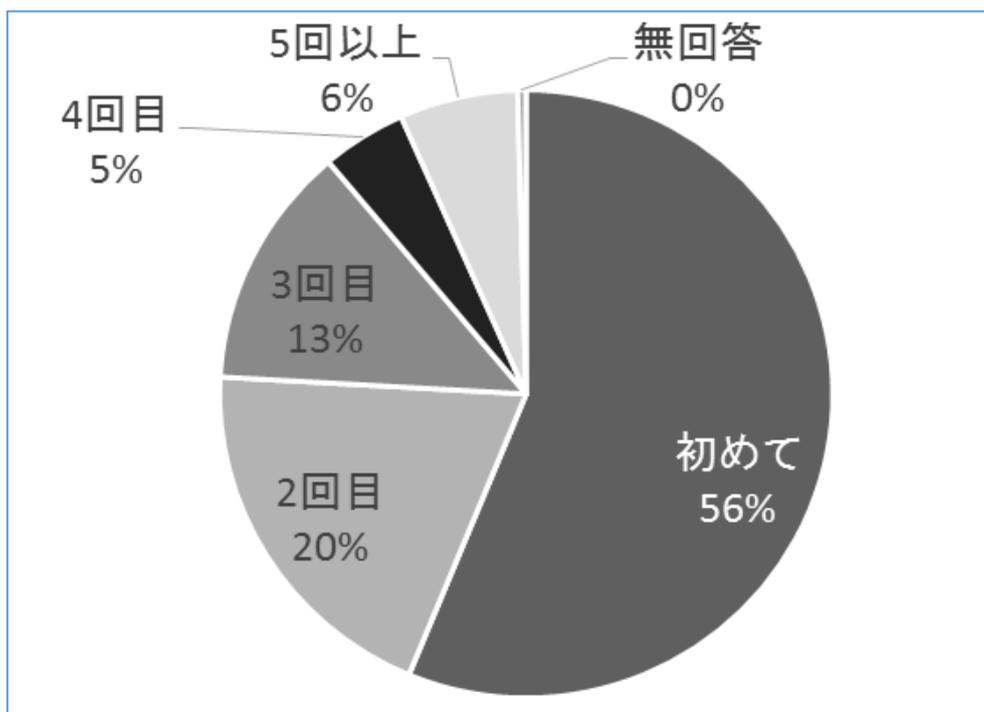
1泊以上の回答者について宿泊地を尋ねた結果、老神温泉が20%であり、それ以外が76%と大半を占めた。それ以外の宿泊地については以下の通りである。



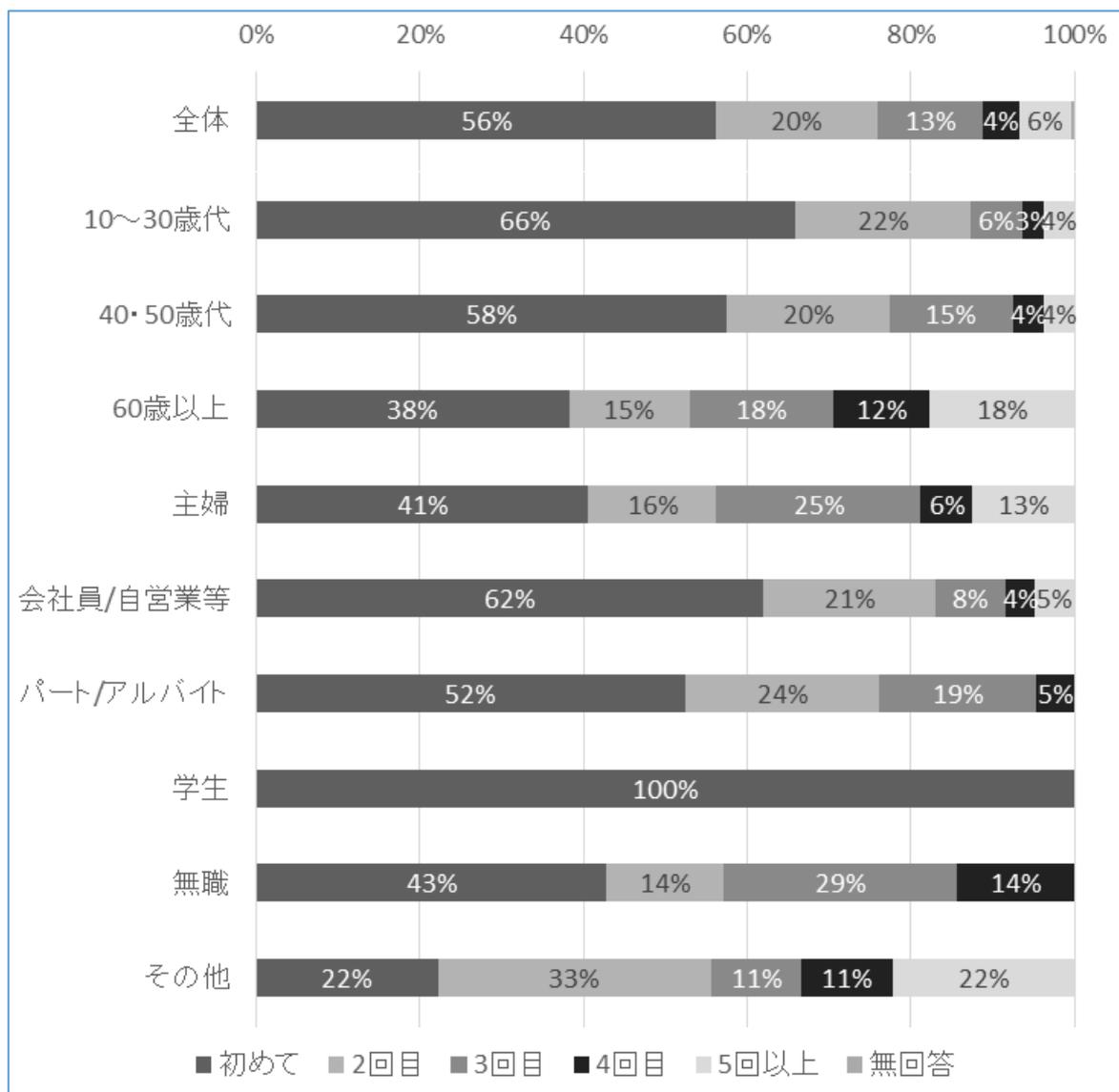
宿泊場所（原文のまま）	（名）
草津	（7名）
伊香保、水上	（各6名）
鬼怒川	（3名）
片品、キャンプ場、草津温泉、猿ヶ京、四万温泉	（各2名）
伊豆・箱根、上越国際、奥日光、尾瀬、片品温泉、合宿所、軽井沢、川場、塩沢、車中泊、シャ レープ丸沼、上越、高崎、高山村、新潟、日光、沼田、はたや温泉、松乃井、水上・越後湯沢、 水上温泉、水上高原、湯沢、湯沢温泉、湯脛曾温泉、ゆらの里、四悠、龍言(新潟)、龍湯言	（各1名）

➤ 『吹割の滝』への訪問回数

『吹割の滝』への訪問回数を尋ねた結果、初めてが56%と過半数を占めた。次いで2回目（20%）、3回目（13%）となった。他方、3回以上訪問するリピータ観光客が全体の四分の一存在することも確認できる。

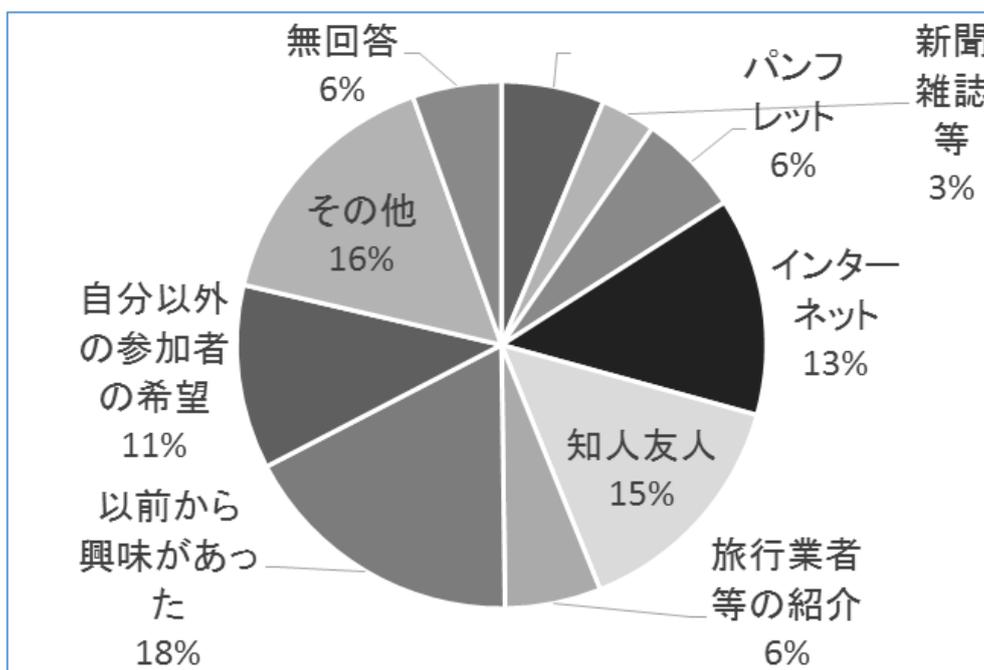


年代別では若年層ほど初めての訪問である傾向があった。また職業では会社員/自営業等、学生で初めての訪問との回答が多い傾向が認められた。

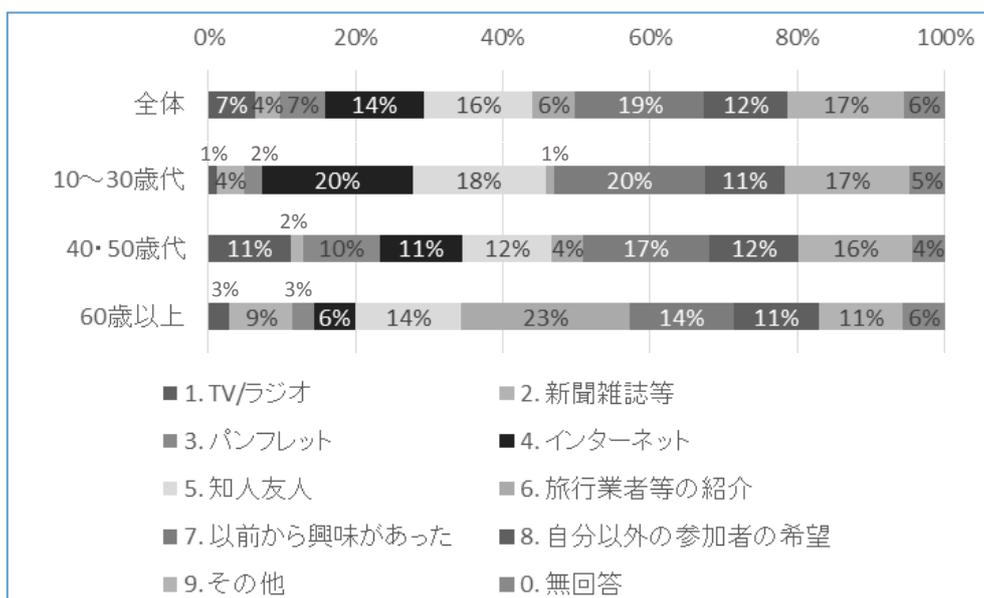


➤ 吹割の滝への旅行のきっかけ

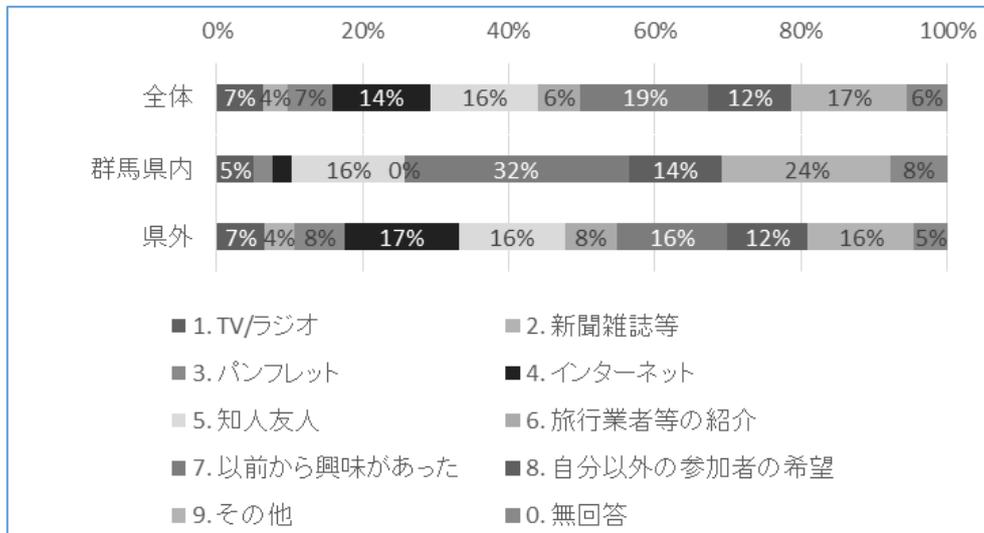
旅行のきっかけについて尋ねた結果、「以前から興味があった」が最多で 18%、次いで「その他」（16%）、「インターネット」（13%）、「自分以外の参加者の希望」（11%）となった。特に多い回答が見られないことから、様々な手段で当地の情報を得ていたことが分かる。



また、年代別にみると、10～30歳代の若年層は「インターネット」、「以前から興味があった」がともに20%でとなっている。他方、60歳以上は「旅行業者等の紹介」が23%で最も多くなっている。



居住地域別で見ると、群馬県内に住む方は「以前から興味があった」との回答が多い傾向が認められ、県外においては、その理由にバラツキが見られた。

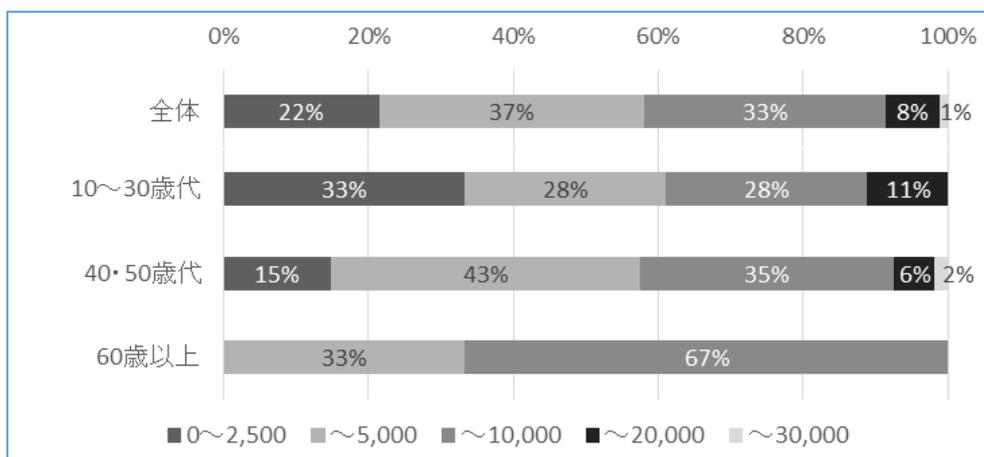


その他については以下の通り。(原文のまま)

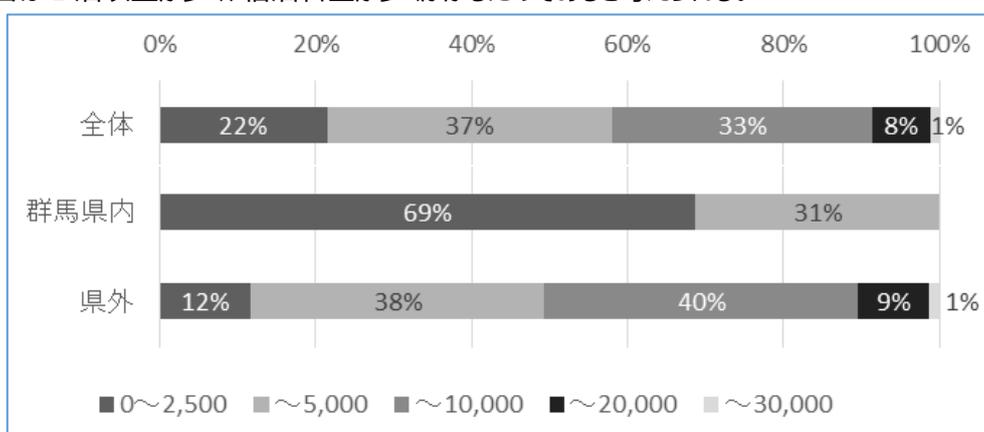
- 以前来てよかったから (50 歳代・女性)
- 看板 (30 歳代・男性)
- 吟行旅行 (60 歳代・男性)
- 車の試運転 (50 歳代・女性)
- 群馬一の観光地だから (60 歳代・女性)
- 自治会の旅行 (30 歳代・男性)
- 近くに来たので (30 歳代・女性)
- ツアー (30 歳代・男性)
- とうもろこしが食べたくて。ふきわりのたきごうりに設定 (40 歳代・女性)
- 道路沿いの看板 (20 歳代・女性)
- 通りすがり (50 歳代・男性)
- 中野英司 (40 歳代・男性)
- 沼田花火大会 (30 歳代・女性)
- ぶどう狩り (30 歳代・男性)
- 本(名所紹介) (50 歳代・女性)
- 前にきたことがあったから (40 歳代・男性)
- 昔から (50 歳代・男性)
- 山関係 (無回答・男性)
- 有志「登ろう会」のメンバーにて山登り (50 歳代・女性)

➤ 一人あたりの予算 (交通費)

全体では「2,501～5,000 円」の範囲が 37%で最も多く、次いで「5,001～10,000 円」(33%)、「0～2,500 円」(22%) となっている。最低は 932 円、最大は 25,000 円、平均は 6,389 円となった。また、年代別では、年齢が高まるにつれて、交通費が大きくなる傾向が認められた。

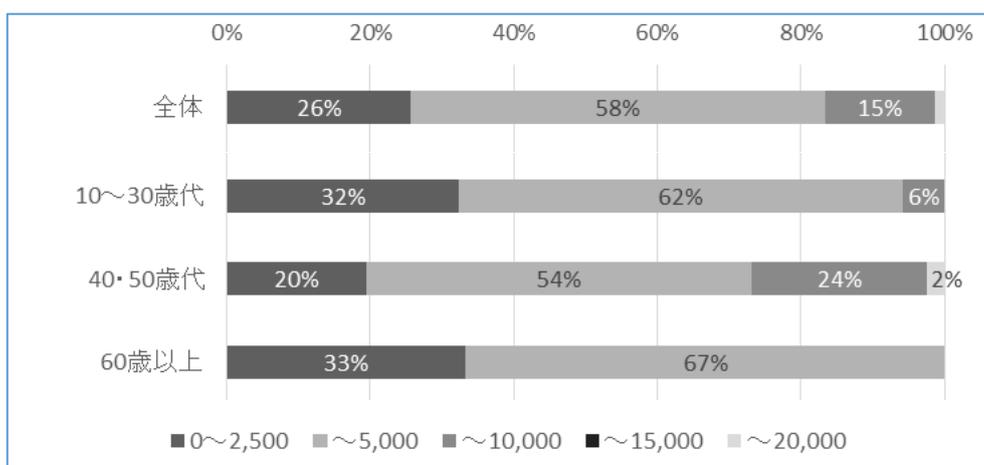


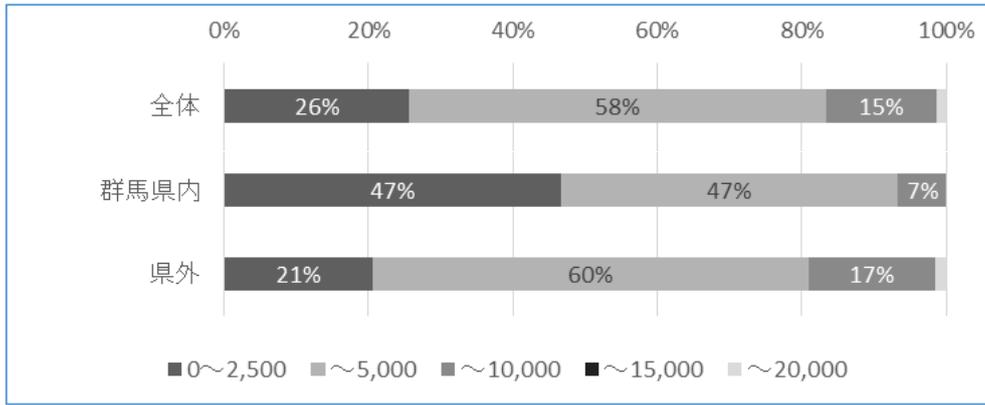
居住地域別で見ると、群馬県内と比較して県外居住者のほうが高額となっているが、この理由は、県外居住者は1泊以上が多く、宿泊料金が多くなるためであると考えられる。



➤ 一人あたりの予算（食事代）

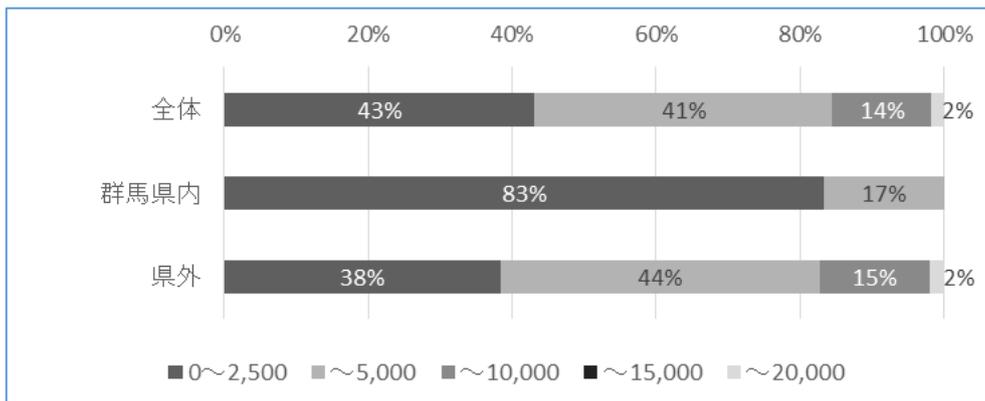
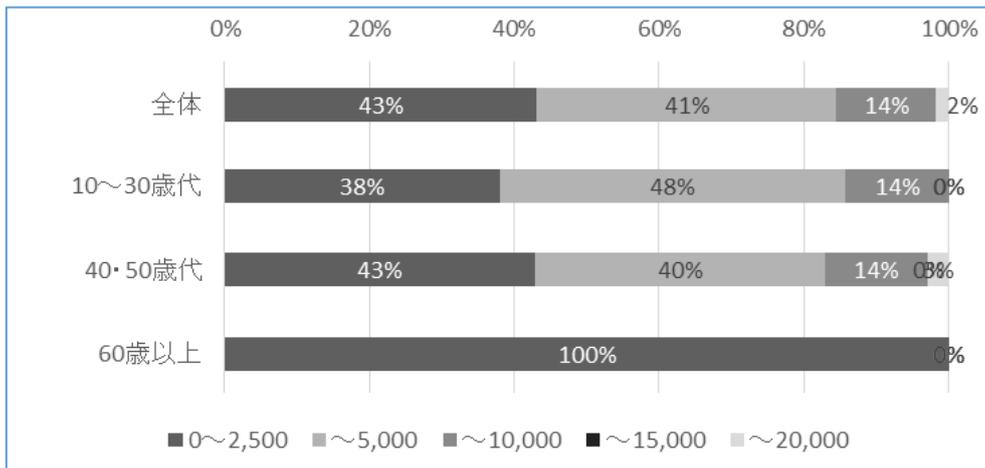
全体では「2,051～5,000 円」が最も多く、58%と過半数を占めていた。最小は 500 円、最大は 20,000 円、平均は 4,481 円であった。年代別では、40・50 歳代において支出が多い傾向が認められ、居住地域別では、県外居住者の方が支出は多いことが認められた。





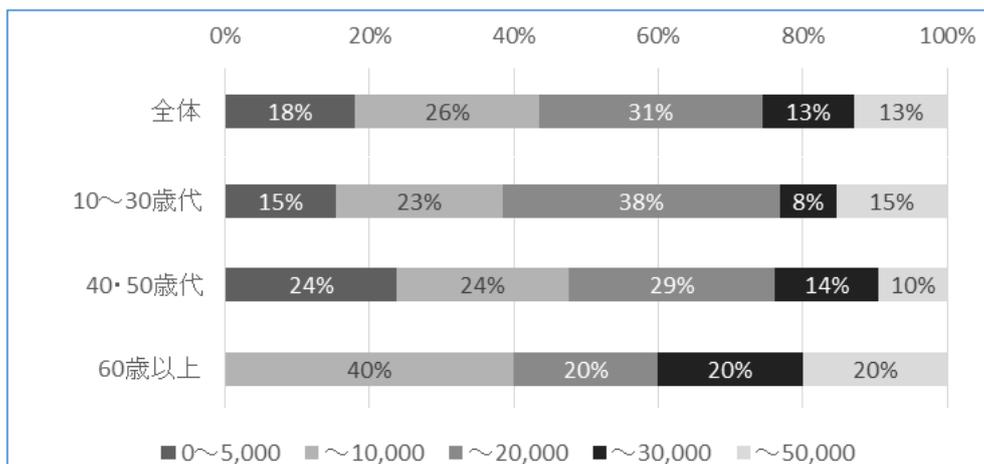
➤ 一人あたりの予算（土産代）

「0~2,500 円」が 43%、「2,501~5,000 円」が 41%と拮抗していた。最小は 500 円、最大は 20,000 円、平均は 4,047 円であった。年代別では 60 歳以上の支出が低く、居住地域別では、群馬県内居住者のほうが少なかった。



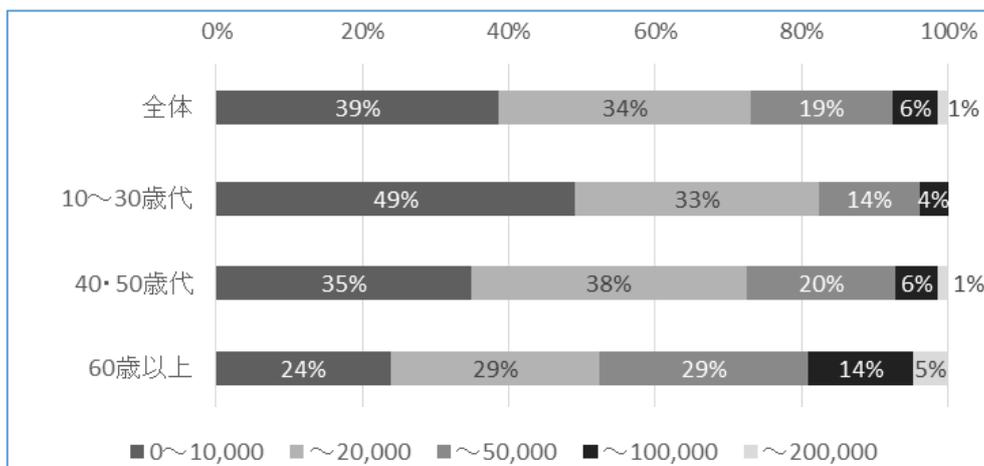
➤ 一人あたりの予算（宿泊費）

全体では「10,001～20,000 円」が最も多く 31%であった。続いて「5,001～10,000 円」（26%）、「0～5,000 円」（18%）となった。最小は 300 円、最大は 50,000 円、平均は 17,092 円であった。また、年代別では、例数が少ないものの 60 歳以上において支出の増加が認められた。また、居住地域別では、県外居住者において総額が高まる傾向が見られたが、これは宿泊の有無によるものと考えられる。

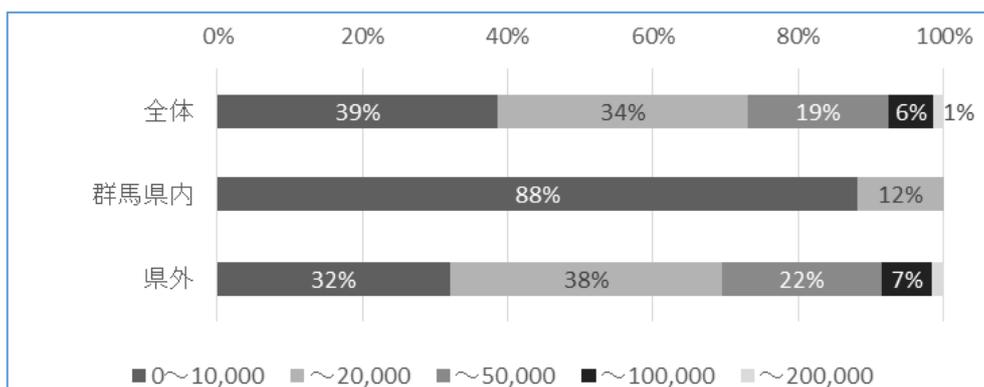


➤ 一人あたりの予算（総額）

全体では 0～10,000 円が最も多く 39%、続いて 10,001～20,000 円（34%）、20,001～50,000 円（19%）となった。最小は 2,000 円、最大は 200,000 円、平均は 23,418 円であった。年代別では、年齢層が上がるにつれて総額が増加する傾向が認められた。

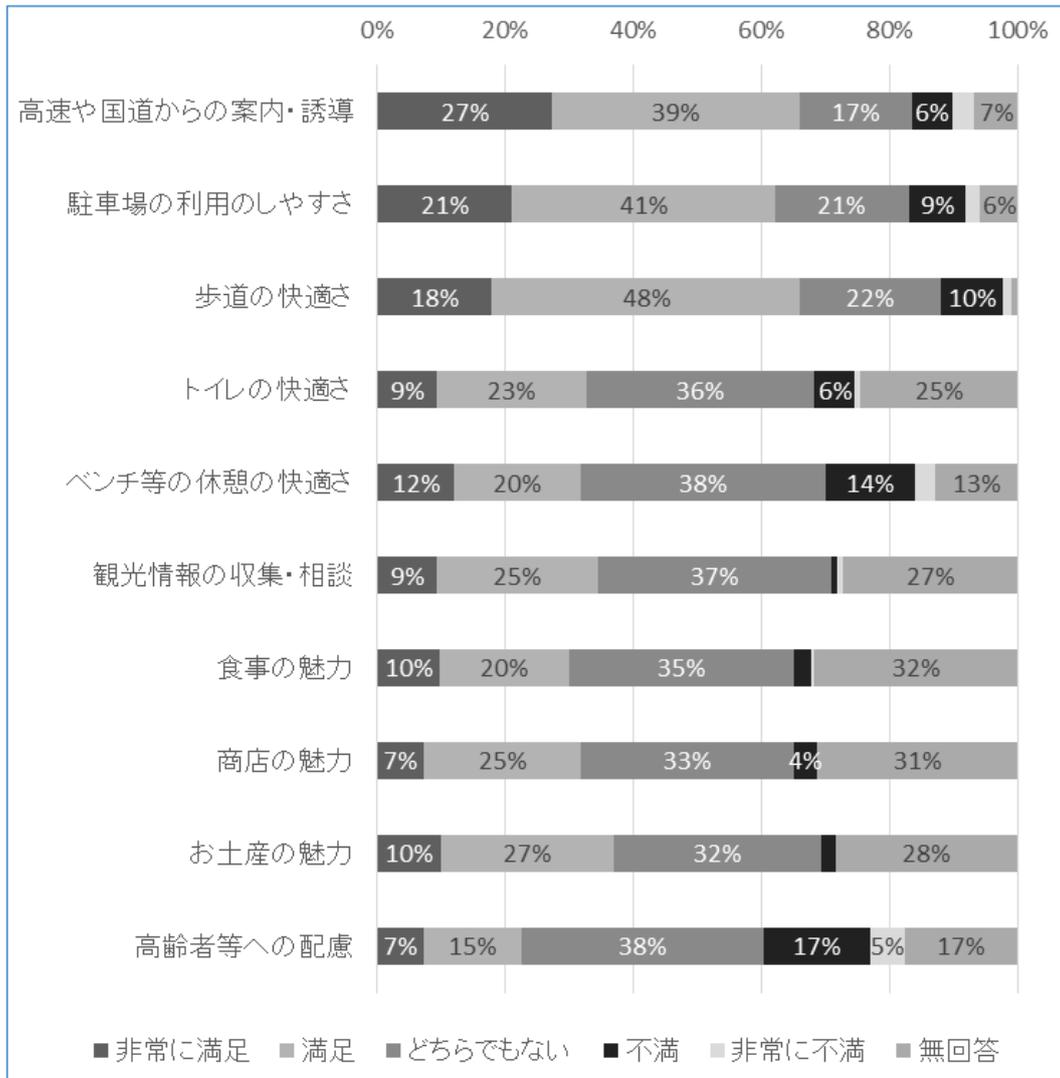


居住地域別では、県外居住者において総額がより多かったが、これは宿泊の有無によるものと考えられる。

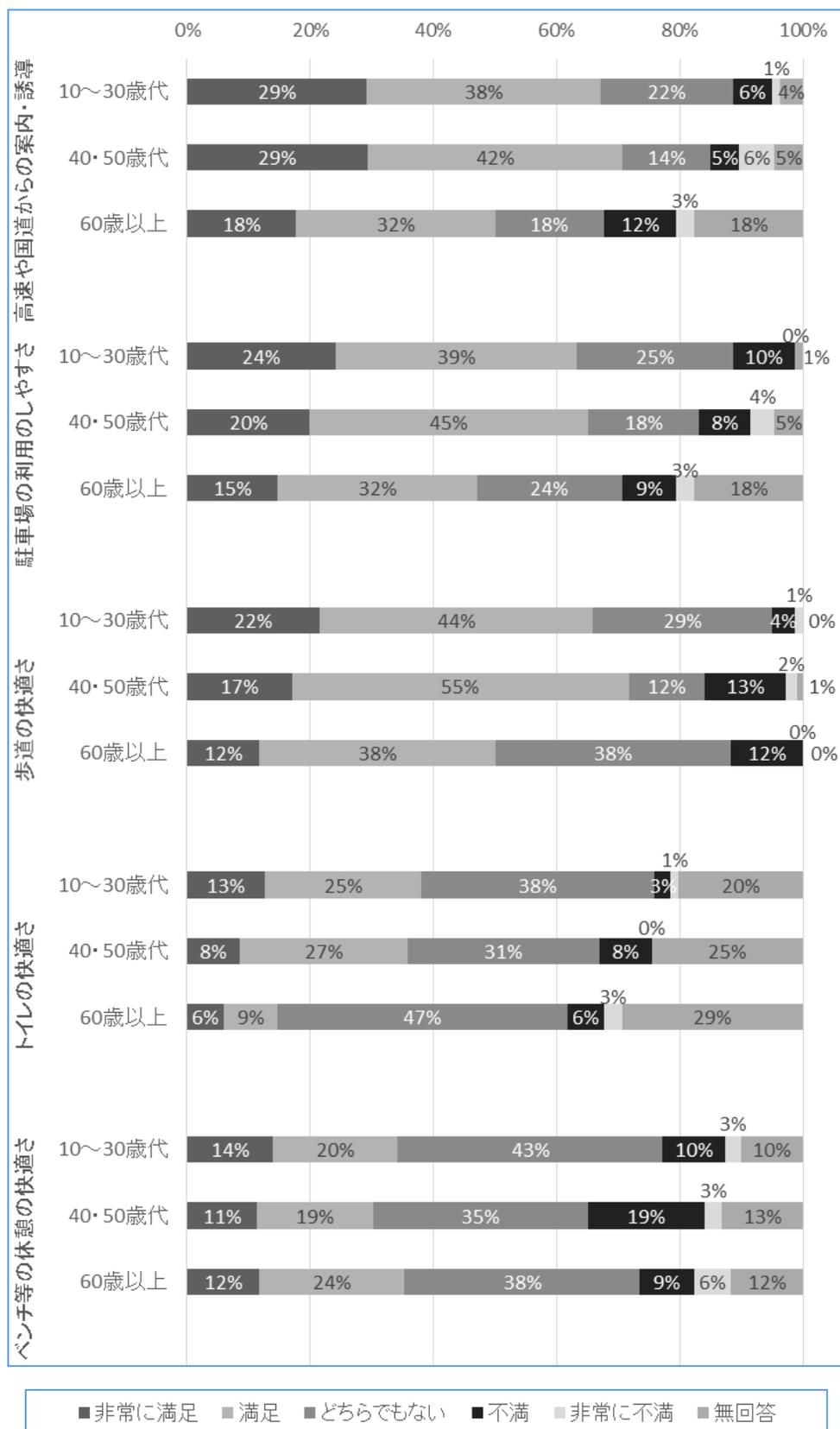


➤ 『吹割の滝』に対する観光面の満足度

観光面の満足度を尋ねた結果、「高速や国道からの案内・誘導」、「駐車場の利用のしやすさ」及び「歩道の快適さ」といったインフラに関する項目は「非常に満足」と「満足」を合計すると過半数を超え、満足度が高かったことが分かる。一方「ベンチ等の休憩の快適さ」及び「高齢者等への配慮」については20%前後が「不満」もしくは「非常に不満」を回答しており、改善を検討すべき項目となっていた。

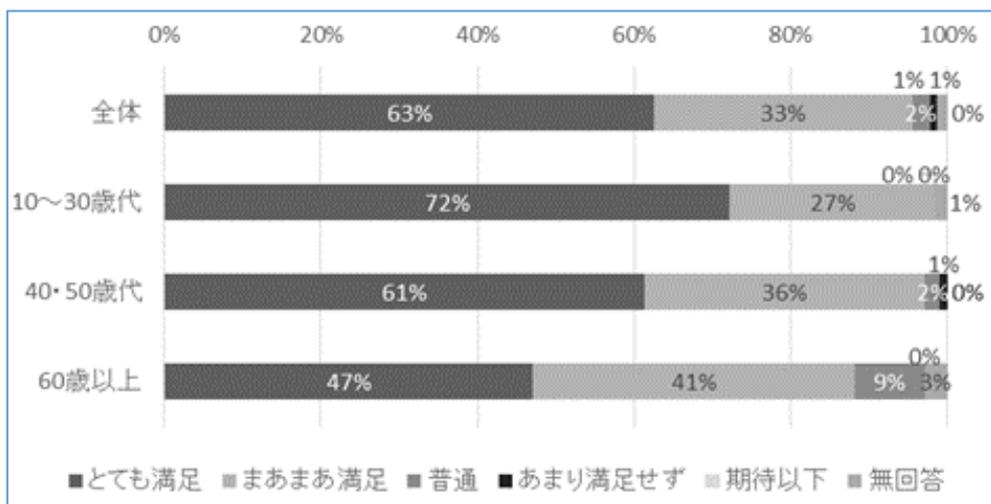
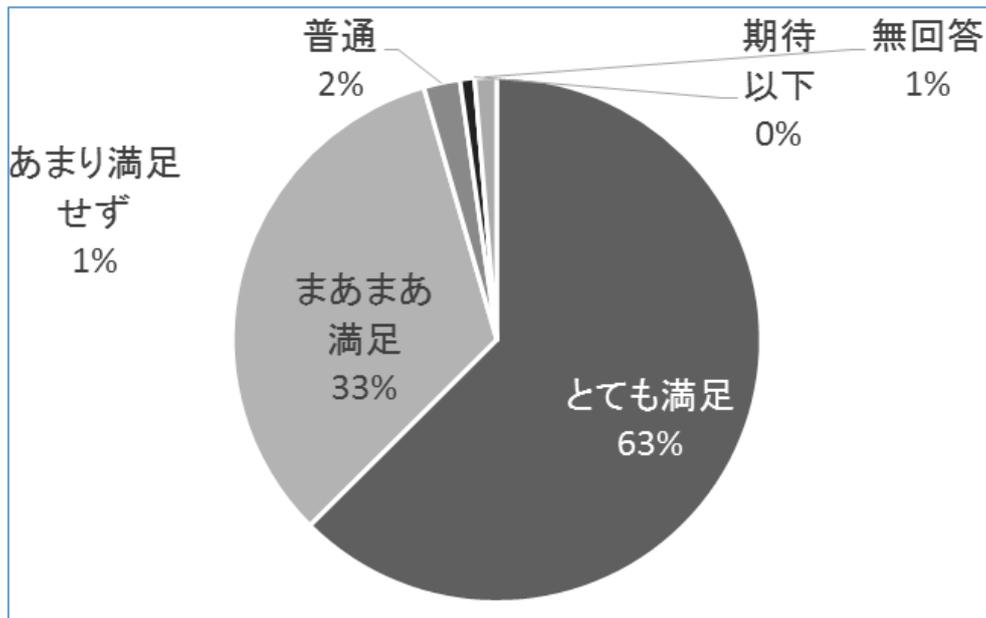


年代別では、「ベンチ等の休憩の快適さ」については年代間の明らかな差は認められなかった。その他の項目では年代の上昇に従って満足度が低下する傾向が認められた。特に満足度の低下が著しい項目は「トイレの快適さ」、「観光情報の収集・相談」、「食事の魅力」、「商店の魅力」、「お土産の魅力」、「高齢者等への配慮」であった。



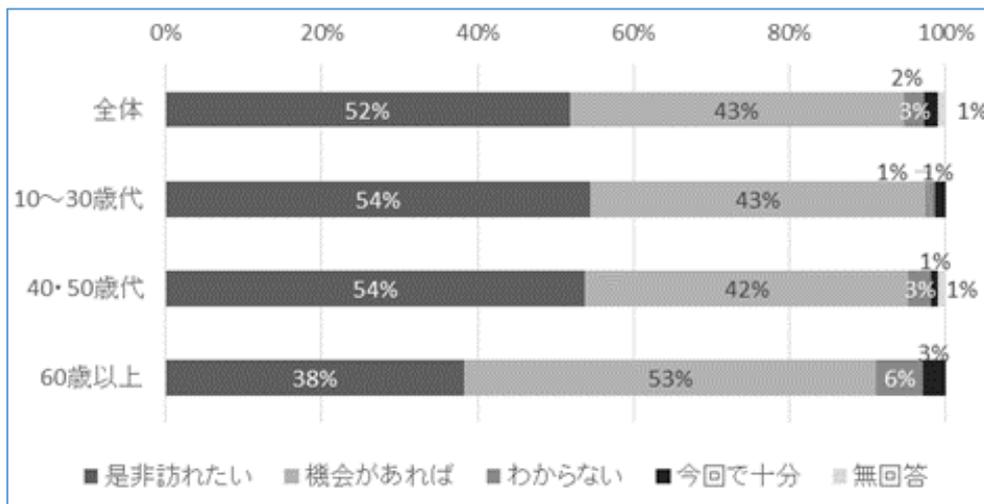
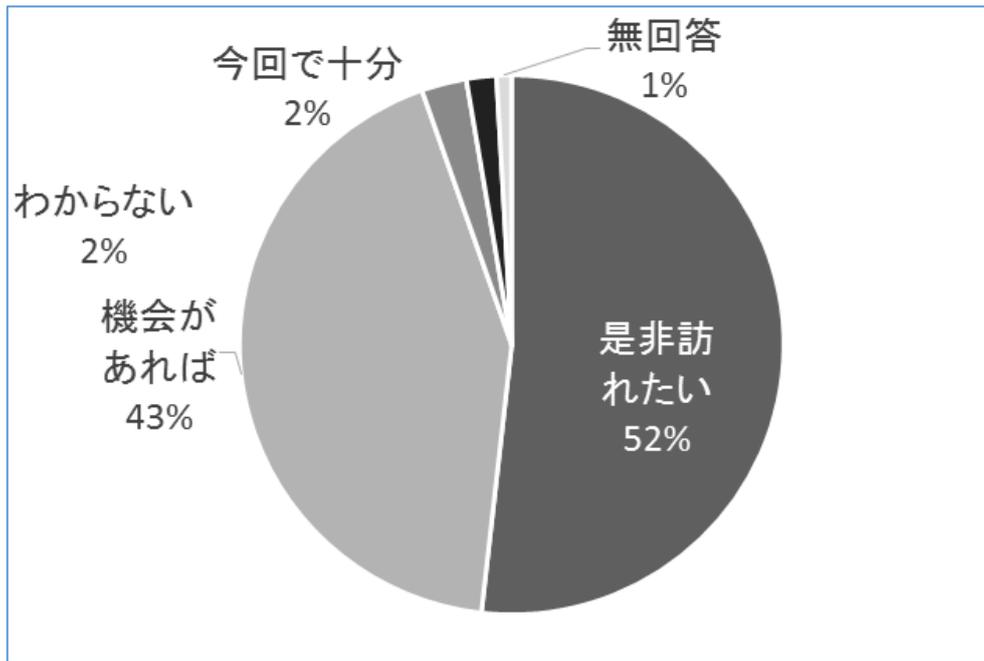
➤ 『吹割の滝』に対する全体の満足度

『吹割の滝』の満足度について尋ねた結果、「とても満足」及び「まあまあ満足」の合計が 96%となった。これは大部分の回答者が『吹割の滝』におおむね満足したということである。ただし、年代別でみると、年代の上昇に従って満足度が低下する傾向が認められた。



➤ 『吹割の滝』へのリピートニーズ

「是非訪れたい」が 52%と最多であり、「機会があれば」（43%）と続いた。年代別では、60 歳以上では他の年代と比較して「是非訪れたい」が低く、「機会があれば」が高い割合を示していた。



➤ 『吹割の滝』に対する意見・要望（原文のまま）

- スケールが大きくてびっくりしました。（30 歳代・女性）
- キレイで見所が多い（30 歳代・男性）
- 最高!!（20 歳代・男性）
- ありがとう!!（50 歳代・男性）
- 初めて来ましたが、大変気に入りました。（30 歳代・男性）
- とてもきれいです。（50 歳代・女性）
- とても素晴らしいです。（40 歳代・女性）
- 心が癒されました。岩の形が色々あっておもしろい。（40 歳代・女性）
- いつ来てもすばらしい所です。（60 歳代・男性）
- 安全だと思いました。（20 歳代・女性）

- 浮島先の遊歩道が開通できれば嬉しいです。（40 歳代・男性）
- 内側からの滝は初めてだったし、水が7ゾーンですごくキレイだった。警備員の方もいて安心できた。（40 歳代・女性）
- 警備員さんの対応が大変良かった。（50 歳代・男性）
- 思ったよりスケールが大きかった。来てよかった！（20 歳代・女性）
- 天気が良かったので、見晴らしもよく良かったです。雨だったら少し足元が怖いだろうなと思いました。もう少し看板がないと分からない。（40 歳代・女性）
- 何故かナビで検索できなかったです。（40 歳代・男性）
- 「吹割の滝」がカーナビに出ない。（30 歳代・女性）
- 腐ったベンチを新しくした方が良い。（50 歳代・女性）
- ベンチはなしでよかった。ベンチなど置くとゴミが増える。高速おりてからすぐに絵付きの看板があれば良いと思う。（30 歳代・女性）
- 暑い時期にはとても涼しいので良いと思う。小さい子供と一緒に来るのはまだ早い。（30 歳代・女性）
- 階段の手すりが両側にあるといいと思いました。（10 歳代・男性）
- 年寄り用にもっと歩きやすくしてほしい。（40 歳代・男性）
- 高齢者、子供を考えると手摺が少ないかな？（40 歳代・男性）
- 看板が少なくて道を間違えた。吹割の滝までの看板もあると良い。（40 歳代・女性）
- きれいに見られてよかった。危険区域への配慮があつてとても良かった。音声での外国語アナウンスが親切でした。（30 歳代・女性）
- 子供と高齢者に対する手摺などをもっと整えるべきです。（40 歳代・男性）
- 手摺が片側にしかないので両側につけてほしい。（70 歳以上・女性）
- 歩道に柵があつた方が良い。（50 歳代・女性）
- 歩道に柵がないとよろけた時に危ない。（60 歳代・女性）
- 歩道に柵がほしい！（20 歳代・女性）
- 歩道に柵を作つた方が良い。夜花火を上げればどうか。（60 歳代・女性）
- 柵が必要。（40 歳代・女性）
- 道がもっと通りやすければ、子供も安心して来やすいと思います。（30 歳代・女性）
- 遊歩道に手摺がほしい（60 歳代・女性）
- 自然の形を活かせば良い。（60 歳代・男性）
- 下から見たい。（40 歳代・男性）
- スロープ(車いすが通れる)があつたら良い。（20 歳代・男性）
- 座れるベンチ、日陰がほしい。（40 歳代・男性）
- 滝壺を見たい。（40 歳代・男性）
- 滝の入口がわかりにくいです。（30 歳代・女性）
- 滝の全体がもう少し見えると良いかな。（30 歳代・女性）
- 下の滝のところに大きな案内図があるといいなあ。（50 歳代・女性）
- 水量の情報が欲しい（40 歳代・男性）
- 滝への案内が欲しい（40 歳代・男性）
- ロープが邪魔で中が見られない駐車場代が高い（無回答・無回答）

- 駐車場が広いほうがイイナ!! (40 歳代・女性)
- 駐車場から吹割の路までの看板(近道の)をもっと多くしてほしい。(40 歳代・男性)
- 整備するため、駐車場を有料にして保金した方が良いのでは。(50 歳代・男性)
- テレビで見るより迫力あっていい滝の音にいやされる。見る価値あり!! (50 歳代・女性)
- お金をとつても良い。(50 歳代・女性)
- 東京のナイアガラ言葉の通りコンパクトにとても美しくまとめられていて感動しました。(60 歳代・女性)
- フェンス等を設置して、ギリギリまで近づける様にしてほしい。(30 歳代・女性)
- 飛び込みたい!!癒されます。(30 歳代・男性)
- 入れる場所があるといいなあ。(30 歳代・女性)
- もっと水際に寄れるとよかった。自己責任で水に入ると幸せ。(50 歳代・男性)
- ナビできました。ロープが途中ない。(40 歳代・女性)
- 歩道をもう少し広げてほしい (50 歳代・男性)
- また来ます。(30 歳代・男性)
- 特になし (50 歳代・男性)
- 特になし 地元野菜良かった! (30 歳代・女性)

4.5 先進地視察

日時	平成 28 年 10 月 4 日（火）～10 月 5 日（水）
視察場所	福井県丹生郡越前町『貧伝の滝』
視察者	岡村委員長、樋口委員、小林委員、林職員、石関職員、長岡氏（以上 6 名）
対応者	越前町商工観光課、越前町観光協会
考察	1. 貧伝の滝とは

『貧伝（ひんでん）の滝』とは、福井県の武生（たけふ）駅から北西に約 30 キロメートルの場所に位置する、日本海に面する越前町血ヶ平（ちがだいら）地区の高さ約 20 メートル、幅数メートルの小さな滝である。

2. 駐車場整備の経緯

平成 25 年に福井県は、各市町がオンリーワン、ナンバーワンのふるさとづくりを行うため、歴史や文化などの地域資源を積極的に活用し発展させ、若者の視点も取り入れながら、全国に誇りを持って発信していくことを目的とした「ふるさと創造プロジェクト」が実施した。

このプロジェクトの推進に当たっては、地元住民や若者が参加した委員会を設けて、あらかじめその意見を反映した実施計画を策定することとしており、委員会には 18 歳から 39 歳までの若い世代がメンバーの 40%以上参加し、計画を策定することとなっており、以下を要件としている。

次の要件のすべてを満たすプロジェクトを支援します。

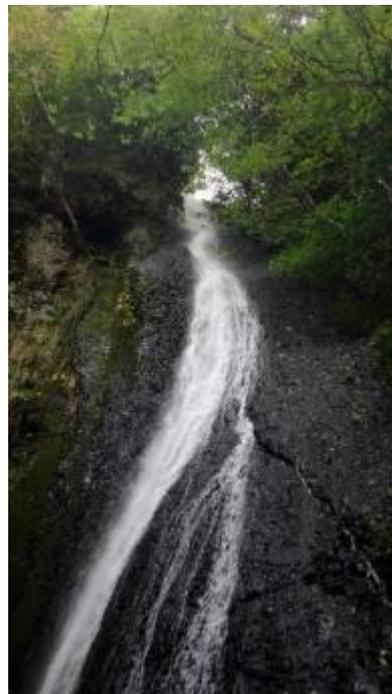
- 1 歴史や文化、つながりや交流などの地域資源を積極的に活用し発展させ、全国に誇りを持って発信し得るもの
- 2 事業効果が地区や集落にとどまらず、広く市町全体に波及するもの
- 3 財政面の課題等からこれまで取り組めなかったような、先駆的・先導的なもの
- 4 計画策定に地域の若者や大学生などを一定割合関与させるとともに、実施・運営の全部または一部を若者が参画する住民組織などに委ねるもの

※ ただし、他の国・県補助事業の対象となるものや一過性のイベント、既存事業への財源取込みなどについては、支援対象外とします。

また補助内容については以下の通りである。

補助限度額 1 市町当たり 1 億円まで（うちハード事業は 7 千万円まで）

補助率 ソフト事業 10 分の 10 ハード事業 2 分の 1



Language English | 中文 | Português | 音声読み上げ | 配色 | 黒 | 白 | 黄 | 文字サイズ | 標準 | 拡大 | 表示 | テキスト版 | スマートフォン版 | パソコン版

福井県 距離・部署から探す | サイトマップ | サイト内検索 検索したいキーワードを入力してください | 検索

くらし・環境 | 医療・福祉 | しごと・産業 | 観光・文化 | 教育・子育て | 県政情報

ホーム > 観光・文化 > ブランド推進 > ふるさと振興 > ふるさと創造プロジェクト

いいね! 11 | ツイートする

ふるさと創造プロジェクト

最終更新日 2016年4月26日 | ページID 017738 | 印刷

1 趣旨

各市町がオンリーワン、ナンバーワンのふるさとづくりを行うため、歴史や文化などの地域資源を積極的に活用し発信させ、若者の視点も取り入れながら、全国に誇りを持って発信していくことを目的とします。

2 実施計画の策定

プロジェクトの推進に当たっては、地元住民や若者が参加した委員会を設けて、あらかじめその意見を反映した実施計画を策定することとしています。なお、委員会には18歳から39歳までの若い世代がメンバーの40%以上参加します。




ブランド推進

- 福井ブランド
- 新交通交通の活用推進
- 考標学
- 定住促進
- 初めよく
- ふるさと振興
- 旬の素材

新着情報 1/5

2016年10月07日
▶ 県有自動車の売却のお知らせ

2016年10月06日
▶ 福井県内水面総合センター イベント情報

2016年10月06日
▶ 県のテレビ・ラジオ広報番組のご案内です。今週の情報キャッチアップ(19日)

この事業に対して、越前町は、「ビューティフル 3 (サン) セット (越前水仙・絶景・夕日) 観光プロジェクト」で申請し、採択されたことから、貧伝の滝の整備が始まる。

実行に際して求められている組織体制については、40歳以下の若者を中心に、漁業、区長、商工会等の関係者約30名を招聘した協議会を設立し、意見を求めたが、この時点ではプロジェクトの名前の通り、「越前水仙」を中心としたものであり、貧伝の滝は想定していなかったという。

そこで、協議会委員に意見を求める中で、地元の人でさえ知る者が少ない、まさに知る人ぞ知る『貧伝の滝』を活用した「ふるさと創造プロジェクト」の声が上がってきたという。

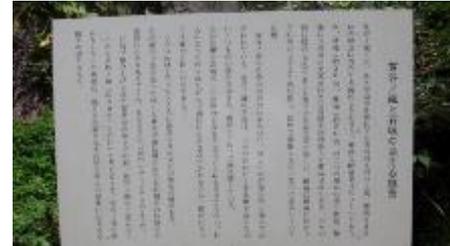
地域住民からの具体的な声としては、夏場になると観光客が滝を見に来る観光客が増える。しかし、その入り口は行き止まりで、駐車場どころか U ターンするのがやっとという状況であったことから、観光客を受け入れる整備を進めたらどうかという意見が起こる。



また、その討論の中で、入り口から滝までは約300メートルあるが、その道中は狭く険しい山道の連続であり、観光客を迎えるための歩道の整備を求める声も上がる。

これらを踏まえ、山を切り拓いて5台分の駐車場の整備、国道から複数箇所に設置された標識、歩道の整備、単管パイプを用いた手すり、滝を渡るブロック、貧伝の滝の由来を伝える看板等が整備された。





3. 駐車場整備の効果

平成 25 年に計画の構築に着手し、平成 27 年 3 月には完成する。完成に併せて、テレビ、ラジオ、新聞に「知る人ぞ知る滝」というキャッチでパブリシティを行ったことで、観光入込客数の集計地点ではないことから定量的な効果を測定することは難しいが、福井ナンバーだけでなく中京地区の他県ナンバーが見られるようになったという。

また、駐車場の整備に伴い、地域住民からは、滝までの道路が狭く、車でのすれ違いが難しいことから、観光バスが通行可能な迄の道路幅の拡張、トイレの整備などを求める声が上がっているといい、これまでにはない視点で観光客を見るようになったことは一つの効果であるといえよう。

4. 考察

『貧伝の滝』迄の交通アクセスは最寄りのバス停の時刻表を見る限り、一日数便しかないので、公共交通機関の利用は難しく、また、武生駅からは距離があるのでタクシーを利用することも難しい。よって、観光客の多くは自家用車やレンタカーを利用すると思うが、視察日の時点で、グーグルマップで検索しても『貧伝の滝』ではヒットしなかった。途中、何度も迷いながら『貧伝の滝』の駐車場に到達するが、そこはクマやイノシシが出そうな山道を登らなくてはならず、断崖絶壁の狭い道を歩くと靴は泥だらけになる。『貧伝の滝』の水しぶきを浴びた時に観光客はホッとするのはないだろうか。

駐車場等の整備の際に、高齢者等を念頭に置いて人に優しい道路にすべきか検討したかと問うと、それは検討しなかったとのことであったが、当初、急な勾配は坂ではなく階段にしようと思ったが、滝マニアからは整備しすぎると面白くないという意見があったことが耳に残っていたという。

今回視察した『貧伝の滝』のような観光地を、我々は、“埋没している地域資源”と呼び、掘り起こすことを一つの成果とするが、短期間で実績を残すには、地域住民からの声を収集する組織づくり、そして、本事業のような手厚いながらも自由度の高い補助制度の存在が鍵を握ることを再確認した視察であった。



5 次年度に取り組むべき経営発達支援事業の内容

5.1 地域の経済動向調査に関すること

5.1.1 経営状況の分析に関すること

5.1.1.1 地域の現状把握の必要性

「各種統計資料による経済動向の情報収集と分析提供」を見ると、沼田市東部地域は平成 27 年 2 月 13 日の合併後、旧白沢村地区と旧利根村地区の一部データが発表されていないために、地域の現状が把握できない状況にある。

例えば、経営発達支援計画では、「産業別従事者数」をはじめ、商業では、「年間商品販売高」、「商店数」、工業では「製造品出荷額」、「事業者数」、農業では「総農家数」等を記載したが、このような基本的な数字を、沼田市全体ではなく沼田市東部地区で把握する必要がある。

そして、合併前と今とはどのように変化しているのかを適宜発信することで、地域に対して危機感だけでなく、新たなビジネスシーズを与えることができると考える。

よって、次年度においては、この基本的な数値を整理し、合併以降の推移がどのようになっているのか、調査することを考えている。

5.1.1.2 会員名簿の更新

本会の会員数は平成 24 年の 313 人から平成 27 年には 292 人へと減少しているが、では、5 年度、10 年後にはどうなっているのだろうか？名簿作成時と今では異なる経営者であったり、異なる事業活動を行っていたりする可能性があるが、タイムリーな会員情報を職員全員が共有することは難しい。

この状況を脱するために、現状の会員名簿の調査項目に加え、経営者の年齢や後継者の有無、設備投資の状況、事業継承への課題等に関する情報を収集できるよう、会員名簿の見直しを図っていきたい。

5.1.2 事業計画策定支援に関すること

5.1.2.1 法人決算書の分析

決算書分析を行ったが、本会に保存された決算書のすべてが青色申告を行う個人事業主であり、個人事業主は貸借対照表の意識が乏しいことから、適切な経営分析が行えたのか疑問を感じている。そのため、今回の分析結果が地域経済を反映しているとは言い難いように感じる。

一方で、例えば、小規模事業者持続化補助金の作成・提出には、決算書の添付が必須である。よって、申請書作成時に決算書を分析し、その分析の観点から申請書の中身をブラッシュアップできるよう、法人決算書の分析と蓄積を行う必要性を感じている。

5.1.3 事業計画策定後の実施支援に関すること

5.1.3.1 景気動向調査対象企業の見直し

現在、本会は、全国連からの協力依頼に基づき、15 社に対して中小企業景気動向調査を行っている。本事業においては、この 15 社から沼田市東部地域の景気動向の分析を行うため

に、群馬県と全国との比較を行った。

総括にあるとおり、対象企業数が少ないために、地域経済を十分に反映しているとは言い難いが、そもそも、分析結果を見る中で、この業種構成が最適なのかという疑問を感じている。

つまり、業種構成が地域の経済構造に対応していないと、分析結果に違和感が生じてしまい、活用されなくなってしまう恐れがある。よって、調査企業数の拡大だけでなく、業種構成の見直しを行うことを検討したい。

5.2 地域経済の活性化に資する取組

5.2.1 創業塾の開催

これまで地域における創業支援は沼田市が行ってきたが、次年度からは、本会が中心となって創業塾を開催する。対象は、農家・農業者等に対する特産品開発や 6 次産業化支援とする。日本全国の農家・農業者等が実施している農家レストランや特産品開発の事例を調査し、その地域へ赴き、中心となる牽引者から、きっかけ、目標、さらには取り組みの課題や問題点をヒアリングし、具体的な農家・農業者のモチベーションアップを図っていくことを目的とする。

5.2.2 地域特産品の開発支援を通じた新規会員の獲得

本会はこれまで白沢地域において、トマトやリンゴ等の農産物を活用した 6 次産業化特産品の開発を通じて農業者等の新規加入を行ってきた。

これに対して、利根地域は老神温泉、吹割の滝という地域資源が中核であることから、観光振興を図ってきたが、利根町地域の農業者やサービス業から特産品の開発をはじめとする地域活性化の要望が出てきている。

次年度は、白沢地域に加え、利根地域にも地域活性化委員会を設立し、委員会や視察等の活動を通じて新規会員の獲得を図っていきたい。

5.3 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

5.3.1 職員の資質向上

本会の機能をさらに向上させ、会員拡大を図るためには、職員の資質向上が不可欠である。会員に対して、売上と利益を高める経営指導を行うためには、経営環境の把握、経営戦略の構築という基本的な指導支援能力が必要である。

しかしながら、職員は日々、多忙な業務の中、なかなか必要とされる新しいスキルを体系的に学ぶ機会が乏しい。小規模事業者が求める経営支援は、時代の移り変わりとともに変化してきており、その変化スピードは非常に速い。そこで、次年度以降は、職員の能力向上のための人材育成・研修等の実施を充実させたい。以下は、職員の能力向上としての対象になりうるスキルの候補である。

- 中小企業基盤整備機構、県商工会連合会、民間企業等が開催する研修会への参加
- 中小企業者に対する「事業承継」「後継者育成」の指導を高めるための研修会への参加
- その他、今年度、専門家として招聘している青山学院大学をはじめ、高等教育で開催される先端スキルを学ぶための勉強会や研修への参加

6 さいごに

6.1 老神温泉の活性化に向けて

6.1.1 このまま放置した場合の未来—廃墟ホテルがもたらす老神温泉へのダメージ

廃墟のホテルや商店などがあると、建物内を荒らされる、落書き、ガラスを割られるなどの建物への損害が発生したり、自殺や犯罪の場となったり、放火、廃家電・産業廃棄物・古タイヤなどの不法投棄が発生する可能性がある。

また、怪奇現象や心霊スポットなどの風評、廃墟マニアによる SNS（Social Network site）への書き込みなど廃墟を放置すると老神温泉のイメージを毀損する可能性が高い。

特に、老神温泉の一等地に放置されたままの大型ホテルは、温泉街のメイン通りに面し、川沿いに出ようとすると歩行者の目に入る位置にあるため、この地域全体がさびれた印象を与えてしまい、老神温泉に近い宿泊施設が集まるこの地域の景観上問題がある。

6.1.2 廃墟ホテルを撤去するためには—あるべき姿の検討（どのような活用ができるか？）

高速道路等の整備と長引く景気低迷により観光客も宿泊型から日帰り型へ変わり、日帰り客の割合が増加することで観光による収益が減る一方、旅行形態も団体型から個人型への変化しており、個人のニーズにあった地域性ある観光サービスが求められている。

観光資源の活用による地域活性化事例を見ると、周遊性・滞在性の向上、地域とのふれあいを図る観光施策の検討と取り組みが有効と考えられるため、廃墟ホテルの撤去後、イベント会場へ転用し、地域の食文化（地元食材を用いた料理の提供やジャムや漬物など料理教室の開催など）体験ができるようにすることで、老神温泉に来た観光客と地域住民の交流を通じた地域とのふれあいが可能になる。

また、温泉街パスをつくり、そのパスを購入すると浴衣姿のまま温泉街の宿泊施設のどの温泉も入湯できるようにし、温泉街を散策する中での立ち寄りスポットとして、飲み物や軽食が提供される場になると周遊性・滞在性の向上が図れる。

イベント開催以外では、地元の食材を用いた 6 次産業品（りんごやイチゴ、ブルーベリーなどのジャムやケーキなど）の販売を行うなどが考えられる。

老神温泉地域の旧利根村区域においては、昭和 31 年 9 月 30 日利根村発足当時 10,415 人であった人口が、平成 22 年 4,328 人と減少の一途をたどり、年齢構成から見ると特に 15 歳未満、15 歳～29 歳以下の若年者人口が大幅に減少しているため、地域住民が地域活性化に関わる機会を持つことで、地域を担うという意欲を高めていくことも必要である。例えば、中学、高校などで地域活性化の授業を取り入れ、学修成果をイベント会場で実演するなど有効である。

6.1.3 主体(誰がリーダーをとるべきか)

沼田市では、平成 19 年より目指す街づくりのテーマを「大自然と人々が共生する『うるおい』、『ゆとり』、『やすらぎ』の交流拠点『水と緑の大地 田園空間都市』として、市や市民とともにまちづくりを進めてきている背景がある。このため、老神温泉地域の整備においても上位計画等と相互に連携をにらみつつ、廃墟ホテルの撤去では、まちづくり計画、景観計画の上、官民一体型の地域再生事業を行い、観光資源と地域資源の融合を図った賑わいと活力がある温泉街を目指した活動の中で、行うことがよいと考えられる。

6.1.4 費用の調達方法（補助金等の施策の活用）

廃墟ホテルの撤廃にむけて、当商工会では、次年度にまちづくり計画、景観計画などの計画策定の検討を行いたいと考えている。

6.2 吹割の滝の活性化に向けて

6.2.1 このまま放置した場合の未来—観光客の満足度を高めるためにあるべき姿

観光スポットで、まず考える必要があることは安全性の確保である。『吹割の滝』での観光客アンケートで見られるように、歩道の手摺・柵・フェンスの設置、階段の両側手摺を設置、道を歩きやすくする・歩道の整備（雨が降っても足元が汚れないように）・道幅を広くするなど重要である。

また、高齢者や障害者などへの対処であるバリアフリーの取り組みとして、車いすが通れるスロープ、エレベータの設置が考えられる。特に公共の駐車場とエレベータを一体的に整備することは観光客の満足につながり、集客力向上になると考えられる。

さらに、滝のビューポイントへのルートの整備や情報発信（滝の推量や天気・気温、景色の状況、イベント情報などをリアルタイムで提供）や滝の由来などの観光情報の提供、滝を下から眺められる観瀑トンネルのような観瀑施設は観光客の訪問動機を高める。

観光客への利便性の提供としては、駐車場からの案内板設置やナビへの登録は効果がある。再び訪れたいと思ってもらうためには、トイレの快適さの確保（清潔・衛生的・快適・その維持）ベンチの新設や売店・レストランの誘致等も重要である。

情報発信については、できるだけ、適時性や臨場感がある情報を提供し、その情報鮮度を維持するほうが利用者の満足度を高め、発信された情報からのアクション誘発が高い。例えば、沼田市東部商工会のホームページを見ると、「管内タウン情報」→祭・イベントでは、次のような画面が表示される。写真にリンクが貼られているのは2つであり、他はこのページの文字情報のみである。文字情報のみのイベントも、「老神・赤城神社例祭（蛇祭り）」「老神温泉朝市」のように写真、または動画をリンクし、臨場感あふれる情報提供をすることで観光客の興味を高めることができる。

また、周遊性・滞在性の向上を、吹割の滝だけに限定せず、近くの地域まで広げて検討してみると、『吹割の滝』での観光客アンケートでは宿泊先の

祭り・イベント

沼田市利根町・白沢町・老神温泉の祭り・イベントカレンダー

表の中のリンクをクリックすると、詳しい情報がご覧いただけます。

1月14日	どんど焼き
3月29日	道具・大国神社春祭り(獅子舞)
4月28日	平川古滝庵不動縁日
5月11・12日	老神・赤城神社例祭(蛇祭り)
5月上旬～11月中旬	老神温泉・朝市
8月18日	風の祭り(老神・花火大会)
9月28・29日	老神温泉そば祭り
10月16日(予定)	ふきわれ俳句大会

お祭り・イベントマップ

沼田市東部商工会

とねおち

沼田市東部商工会のホームページの「管内タウン情報」→祭・イベントのスクリーンショット。写真にリンクが貼られているのは2つであり、他はこのページの文字情報のみである。

20%が老神温泉である。吹割の滝と老神温泉の間を誘導し、滞在させることができる観光情報の提供がよいと考えられる。

例えば、前述の沼田市東部商工会のホームページでは右のような地図が表示されるが、これは吹割の滝と老神温泉の個々の位置を示すが、その間を誘導するような情報がほとんどない。

国道 120 号線沿い、もしくはその周辺で、観光客の導線をリードするような観光スポット、地域特産品販売、農園、酒造などの立ち寄りスポットの追加が求められる。

6.2.2 主体(誰がリーダーをとるべきか)

『貧伝(ひんでん)の滝』の事例でみるように、若者を中心に、観光資源のある区長、商工会等の関係者などを招聘した協議会やプロジェクトを設立し、官民一体型の地域再生事業などの一環として行うことを、次年度検討したい。

6.2.3 費用の捻出(補助金等の施策の活用)

当商工会では、次年度に、福井県の事例の「ふるさと創造プロジェクト」に対応する事業、または地域再生事業などの事業計画立案を検討することを考えている。

6.3 沼田市東部商工会の今後の方向性

6.3.1 小規模企業振興基本法との関連性

沼田市東部地域においては、吹割の滝や老神温泉などの観光資源をはじめ、商工農業という地域資源を有するが、少子高齢化が深刻な過疎化地域となっており、産業振興の課題も多い。

今回の調査結果を見ても、商工会の構成メンバーである中小・小規模事業者にとってはまだまだ経済的な発展や事業の成長は実感できるものではなく、むしろ、不安定な要素を多く抱えた厳しい環境におかれていることが感じ取れる。

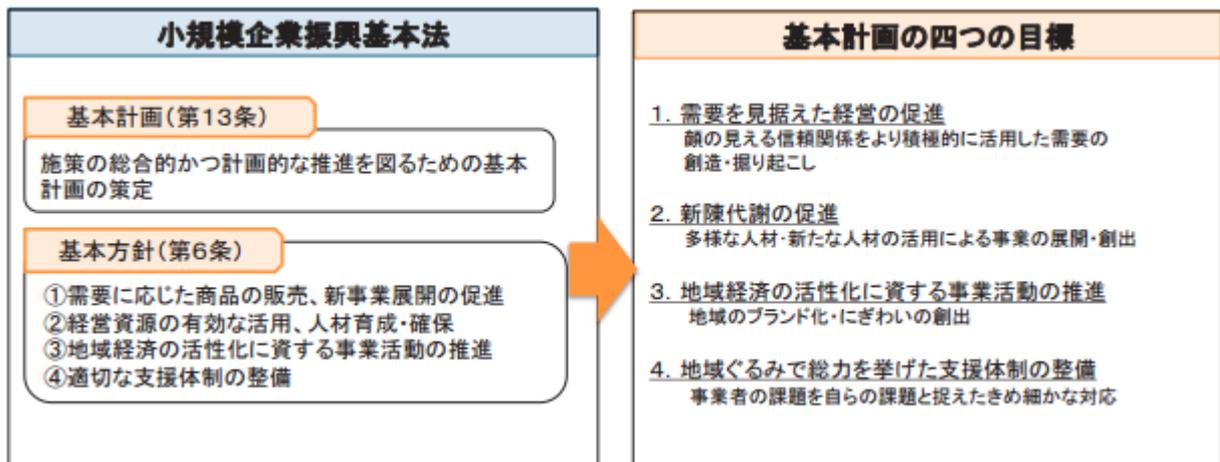
小規模事業者は、地域の経済社会・雇用を支える存在として重要な役割を果たしており、また、イノベーションの担い手として、居住者・雇用を支える大きな存在である。

他方、沼田市東部地域の小規模事業者は事業内容や商圈がやや狭いことから、人口減少・高齢化やITの進化、グローバル化の進展、国内競争の激化など、経済社会の構造的変化の影響を受けやすく、事業者数の減少、売上の低迷、経営者の高齢化等の様々な課題に直面している。

地域の経済社会・雇用を支える小規模事業者が、構造的変化に適応していかなければ、沼田市東部地域で進む需要の減少、企業数・雇用数の減少、地域経済の疲弊に歯止めをかけることは難しい。

このため、本会が率先して、この地域特性を踏まえた地域全体の産業振興を促進する役割を果たしつつ、個々の小規模事業者の経営発達支援を具体的に実行することが求められている。

なお、本会として基本活動の指針となる「小規模企業振興基本法」とその基本計画は以下の通りである。



改めて、沼田市東部商工会として、当該地域特性と地域における小規模事業者の特性を十分に踏まえて、優先順位をつけながら、小規模事業者の経営発達計画支援や伴走型小規模事業者支援について、具体的に取り組んでいくことが求められている。

6.3.2 沼田市東部地域の強みを活かした地域活性化

沼田市東部地域は、自然豊かな渓谷の吹割の滝、雄大な山々である皇海山、老神温泉、古民家である南郷の曲屋等と観光資源に恵まれている。白沢地域は、道の駅、果樹園、白沢温泉等の観光施設に加え、トマトやリンゴを中心とする県内有数の農産地であり、利根地域は森林資源が豊かで、老神温泉朝市では、季節の野菜、果物、山菜、キノコなどの山の香りが漂う地域資源が豊富である。

地域資源としては、自然豊かな渓谷の吹割の滝、雄大な山々である皇海山、老神温泉、古民家である南郷の曲屋等に加え、観光資源として、「老神温泉」、「吹割の滝」をはじめ、果樹園、森林資源、トマトやリンゴを中心とする県内有数の農産地も有する。

よって、これらの地域資源、観光資源の強みを最大限にいかし、特産品のブランド化、特産品での第6次産業化、国道に面する「道の駅・白沢」の誘客力向上を目指し、また、観光資源では「老神温泉」に撤退し放置されている大型ホテルの敷地の再活用、「吹割の滝」の客動線のバリアフリー化を核としたサービス力の向上を目指す。

また、平成22年度から白沢地域を中心に取り組んでいる特産品開発を利根町にも拡大していくことが求められている。地域住民で組織化されている「利根町ふるさと活性化委員会」と連携し、地域資源を掘り起こした上で、新たな特産品開発に取り組んでいく必要がある。

これらを通じて、長期的には、地域の恵まれた自然条件、観光資源を生かして新たな需要開拓を図り、『観光』『農業』の両面からブランド化が目指すところであり、これらを実現するための事業計画の検討を行いたい。

7 参考

7.1 地域内消費者意識調査の調査票

お買い物に関する調査協力をお願い

— あなたのご意見をお聞かせください —

日頃より、沼田市東部商工会へご協力いただき、ありがとうございます。

現在、沼田市東部商工会は群馬県商工会連合会と連携し、平成 28 年度からスタートした小規模事業者の売上と利益の向上を目的とした『経営発達支援計画』の推進に向けた準備を進めております。

これからの地域内の小規模事業者の起業や創業、事業計画を策定する上での参考にしたいと考えておりますので、是非、日頃のお買い物についてアンケートへの回答をお願い致します。

内容はすべてを統計的に処理し、プライバシーの保護に配慮します。皆さまのご意見を伺い、今後の商工業の発展のために傾注して参りますので、ご多忙とは存じますが、調査にご協力くださいますよう、よろしくお願い申し上げます。

平成 28 年 9 月
沼田市東部商工会

〔ご記入にあたってのお願い〕

1. ご回答は、10 代以上であれば、どなたがご回答いただいても構いません。
2. ご記入が終わりましたら、この封筒にお戻しいただき、
9月30日(金)迄に沼田市東部商工会窓口までご持参ください。
(受付時間:平日午前8時30分～午後5時15分迄)
3. アンケートについてのお問い合わせは、下記担当までご連絡ください。

沼田市東部商工会 担当: 林、石関
〒378-0121 群馬県沼田市白沢町高平153-1
Tel:0278(53)2978 Fax:0278(53)3451

お買い物に関するアンケート

問1 あなたのことを教えてください。

①性別 【一つだけ○】	1. 男性 2. 女性
②年齢 【一つだけ○】	1. 10代 2. 20代 3. 30代 4. 40代 5. 50代 6. 60代 7. 70代 8. 80代 9. 90歳以上
③職業 【一つだけ○】	1. おつとめ 2. 専業主婦 3. 自営業 4. 農林業 5. 無職 6. その他

お買い物に関するアンケート

④家族構成 【一つだけ○】	<ol style="list-style-type: none"> 1. 一人暮らし 2. 夫婦のみ 3. 二世帯（親と子など） 4. 三世帯（親と子と孫など）以上 5. その他
⑤居住地域 【一つだけ○】	<ol style="list-style-type: none"> 1. 白沢町地区 2. 利根町地区

問2 日頃のお買い物について教えてください。

①お買い物の頻度は？ 【一つだけ○】	<ol style="list-style-type: none"> 1. ほぼ毎日買い物に行く 2. 週に3～5回買い物に行く 3. 週に1～2回買い物に行く 4. 月に数回程度しか買い物に行かない
②日頃のお買い物、主に誰と行きますか？ 【一つだけ○】	<ol style="list-style-type: none"> 1. ひとり 2. 夫婦 3. 親や子や孫 4. 友人 5. 他者をお願いする 6. その他

お買い物に関するアンケート

③主な買い物 場所は どこですか？ 【一つだけ○】	1. 総合スーパー 2. 一般の小売店・専門店 3. 大型専門店・量販店・ホームセンター等 4. 農産物直売所、道の駅 5. コンビニエンスストア 6. その他
④主な移動 手段は？ 【複数回答可】	1. 自分が運転する自動車 2. 自分以外が運転する自動車 3. 徒歩や電動カート 4. 自転車やバイク 5. バス・タクシー・電車 6. その他

お買い物に関するアンケート

<p>⑤お店選び で重視するこ とは？ 【複数回答可】</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 価格が安い 2. 品揃えが豊富である 3. その店にしかないものがある 4. 品質が良い 5. 休みが少ない。営業時間が長い 6. 自宅から近い。車で行きやすい。駐車場がある 7. バスなど公共交通機関で行きやすい 8. 割引券・商品券・ポイントなどがある 9. 1ヶ所にいろいろなお店が揃っていて、まとめて買物ができる 10. 買物以外で楽しめる施設やイベントなどがある 11. お店の雰囲気や接客やアフターサービスがよい 12. 高齢者に優しく、買い物しやすい 13. 家族連れでも買物しやすい 14. 商品の配達などのサービスがある 15. 自宅から店舗へ送迎してくれる 16. その他 <p>()</p>
---	---

お買い物に関するアンケート

問3 お買い物のお困りごとについて教えてください。

<p>①現在、お買い物で困っていますか？ 【一つだけ○】</p>	<p>1. はい。困っています。 2. 普段は困らないが、たまに困ることがあります。 3. いいえ。特に困っていません。</p>
<p>②困っている理由は？ 【複数回答可】</p>	<p>1. 近隣に店がない 2. 近隣の店に欲しい商品がない 3. 近隣の店は休みが多い。営業時間が短い 4. 健康でないため買い物に出かけにくい 5. 買い物に行く自動車がない。運転できない 6. タクシーやバスが利用しづらい 7. 買い物を頼める人がいない 8. 重い物、大きい物が運べない 9. 近隣に移動販売車が来ない 10. 戸別配達をしてくれる店がない 11. その他 ()</p>

お買い物に関するアンケート

<p>③改善する なら？ 【複数回答可】</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 品揃えが豊富なお店が増えること 2. 価格の安いお店が増えること 3. 品質の良いお店が増えること 4. 営業日、営業時間が長くなること 5. 接客等のサービスが充実したお店が増えること 6. バリアフリー、多目的トイレ、車いす貸出等の高齢者や子供連れにも優しいお店が増えること 7. 買い物バス等の交通手段の整備、充実 8. 移動販売、移動スーパー、買い物代行等の宅配、配達サービスが充実すること 9. ヘルパーなどの福祉支援や親族や近所での助け合いが充実すること 10. ポイントカード等のお店が連携したサービス 11. チラシなどの情報提供が充実すること 12. お祭りや催事など買い物以外のイベント 13. その他 <p>()</p>
----------------------------------	---

お買い物に関するアンケート

問4 地域外でのお買い物について教えてください。

<p>①地域外へ買物を目的に出かけますか？ 【一つだけ○】</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 月に2回以上出かける 2. 月に1回程度出かける 3. 2～3ヶ月に1回程度出かける 4. 年に数回程度出かける 5. 出かけない
<p>②地域外へ買い物に行く場合、主な行き先はどこですか？ 【一つだけ○】</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 前橋市 2. 高崎市 3. 渋川市 4. その他の県内→_____市町村 5. 東京や埼玉等の県外
<p>③インターネットで買い物をしますか？ 【一つだけ○】</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 月に2回以上 2. 月に1回程度 3. 2～3ヶ月に1回程度 4. 年に数回程度 5. 買い物しない

お買い物に関するアンケート

問5 地域活性化に向けて教えてください。

地域を活性化させるイベントとして、商工会に実施して欲しいのはどれですか？ 【複数回答可】	1. 産業祭の開催 2. 観光イベント 3. 地元商店などの大売り出し 4. 特産品の開発・販売 5. その他 ()
---	--

以上です。ご協力ありがとうございました。9月30日(金)迄に、沼田市東部商工会までご持参いただけますよう
よろしく願い申し上げます。

『吹割の滝』に関するアンケート

問1 あなたのことを教えてください。

性別

1.男性 2.女性

年齢

1.10歳代 2.20代 3.30代 4.40代 5.50代 6.60代 7.70歳以上

職業

1.主婦 2.会社員/自営業等 3.パート/アルバイト 4.学生 5.無職 6.その他

居住地域

1.群馬県内()市・町・村) 2.県外()都道府県)

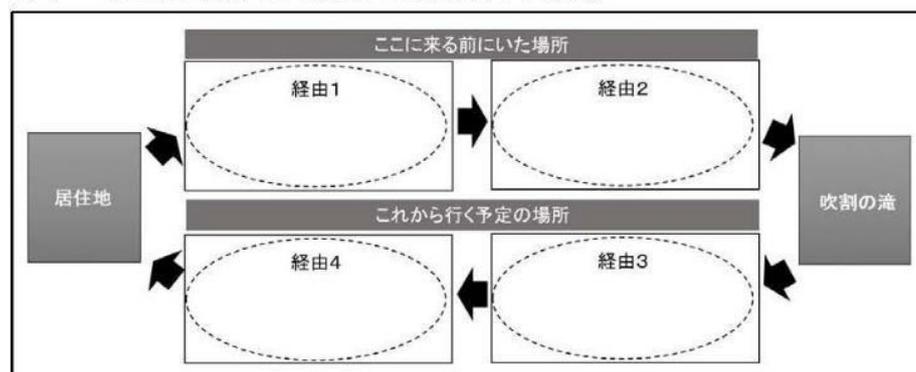
問2 今回はどなたと来ましたか?

1.ひとり 2.家族 3.友人/知人 4.親戚 5.職場等の同僚 6.その他

問3 今回のご旅行の参加形態は次のどれですか?

1.個人 2.団体/ツアー

問4 今回のご旅行の主な経由地を教えてください。



問5 今回のご旅行の日数は何日ですか?

1.日帰り 2.1泊 3.2泊 4.3泊 5.4泊以上

問6 ご宿泊される場所はどこですか?

1.老神温泉 2.それ以外()

問7 『吹割の滝』には今回で何回目ですか?

1.初めて 2.2回目 3.3回目 4.4回目 5.5回以上

問8 今回のご旅行のきっかけは何ですか?【複数回答可】

1.TV/ラジオ 2.新聞雑誌等 3.パンフレット 4.インターネット 5.知人友人
6.旅行者等の紹介 7.以前から興味があった 8.自分以外の参加者の希望
9.その他()

『吹割の滝』に関するアンケート

問9 今回のご旅行、一人当たり予算はいくらですか？

交通費：	円
食事代：	円
土産代：	円
宿泊代：	円
総 額：	万円

問10 『吹割の滝』に対する観光面の満足度をお聞かせ下さい？【○印】

	非常に満足	満足	どちらでもない	不満	非常に不満
高速や国道からの案内・誘導	<input type="radio"/>				
駐車場の利用しやすさ	<input type="radio"/>				
歩道の快適さ	<input type="radio"/>				
トイレの快適さ	<input type="radio"/>				
ベンチ等の休憩の快適さ	<input type="radio"/>				
観光情報の収集・相談	<input type="radio"/>				
食事の魅力	<input type="radio"/>				
商店の魅力	<input type="radio"/>				
お土産の魅力	<input type="radio"/>				
高齢者等への配慮	<input type="radio"/>				

問11 今回の『吹割の滝』は満足しましたか？

1.とても満足 2.まあまあ満足 3.普通 4.あまり満足せず 5.期待以下

問12 また『吹割の滝』へ旅行したいですか？

1.是非訪れたい 2.機会があれば 3.分からない 4.今回で十分

問13 『吹割の滝』に対するご意見・ご要望等をお聞かせください。

以上です。ご協力ありがとうございました。

平成28年度 沼田市東部商工会

7.4 吹割の滝でのアンケート集計結果

図1 あぶたのことを覚えてください。
1-1.性別

性別	1-1.性別		1-2.年齢		1-3.職業							1-4.居住地域						
	1.男性	2.女性	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	1.主婦	2.会社員/公務員	3.学生	4.無職	5.その他	1.市内	2.県外		
全体	274	112	108	3	33	43	59	47	24	10	32	142	21	7	9	37	168	
1.男性	n=274	n=112	n=108	n=3	n=33	n=43	n=59	n=47	n=24	n=10	n=32	n=142	n=21	n=7	n=9	n=37	n=168	
2.女性	50.0%	100.0%	0.0%	33.3%	39.4%	55.8%	50.8%	57.4%	41.7%	60.0%	0.0%	64.1%	4.8%	57.1%	100.0%	66.7%	54.1%	
10歳代	112	0	1	13	24	30	27	10	6	0	91	1	4	7	6	20	92	
20歳代	46.2%	0.0%	100.0%	66.7%	60.6%	44.2%	42.6%	56.3%	40.0%	96.3%	35.9%	95.2%	0.0%	33.3%	0.0%	33.3%	46.9%	
30歳代	108	0	108	2	20	19	29	20	14	4	31	51	20	3	0	3	17	
40歳代	1.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.6%	
50歳代	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	3	
60歳代	n=274	n=112	n=108	n=3	n=33	n=43	n=59	n=47	n=24	n=10	n=32	n=142	n=21	n=7	n=9	n=37	n=168	
70歳以上	1.3%	0.9%	1.5%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	42.9%	0.0%	0.0%	1.6%	
無回答	3	1	2	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	
1.主婦	14.7%	11.6%	18.5%	30.8%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.1%	17.8%	4.8%	57.1%	0.0%	22.2%	21.6%	13.4%	
2.会社員/公務員	16.2%	21.4%	17.6%	30.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	21.0%	17.7%		
3.学生	4.3%	24.1%	19.0%	0	0	4.3%	0	0	0	4	32	3	0	0	3	10	33	
4.無職	26.3%	26.8%	25.8%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	15.8%	30.3%	42.9%	0.0%	0.0%	22.2%	32.4%	25.3%		
5.その他	21.0%	24.1%	18.5%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	21.9%	23.8%	26.6%	0.0%	0.0%	0.0%	8.1%	23.7%		
1.市内	47	27	20	0	0	0	47	0	7	34	6	0	0	0	3	44		
2.県外	10.7%	8.9%	13.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	31.3%	4.8%	9.5%	0.0%	42.9%	0.0%	22.2%	10.8%	10.8%		
無回答	24	10	14	0	0	0	0	24	0	10	7	2	0	3	2	4		
1.男性	4.5%	5.4%	3.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	12.5%	0.7%	0.0%	0.0%	57.1%	0.0%	0.0%	5.4%		
2.女性	10	6	4	0	0	0	0	0	10	4	1	0	0	4	0	10		
無回答	2.2%	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.2%		

図2 今回のはじめて来ましたか
1-1.性別

性別	1-1.性別		1-2.年齢		1-3.職業							1-4.居住地域						
	1.男性	2.女性	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	1.主婦	2.会社員/公務員	3.学生	4.無職	5.その他	1.市内	2.県外		
全体	274	112	108	3	33	43	59	47	24	10	32	142	21	7	9	37	168	
1.男性	n=274	n=112	n=108	n=3	n=33	n=43	n=59	n=47	n=24	n=10	n=32	n=142	n=21	n=7	n=9	n=37	n=168	
2.女性	27.7%	3.6%	1.5%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
10歳代	83.0%	82.1%	84.3%	100.0%	75.8%	75.7%	79.7%	83.6%	83.3%	100.0%	90.5%	82.4%	76.7%	100.0%	85.7%	77.6%	80.0%	
20歳代	166	92	51	3	25	33	47	44	20	10	29	117	16	7	6	7	0	
30歳代	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
40歳代	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
50歳代	n=274	n=112	n=108	n=3	n=33	n=43	n=59	n=47	n=24	n=10	n=32	n=142	n=21	n=7	n=9	n=37	n=168	
60歳代	16.5%	17.9%	15.7%	0.0%	24.2%	23.3%	20.3%	6.4%	16.7%	0.0%	3.4%	17.8%	23.8%	0.0%	14.3%	22.2%	100.0%	
70歳以上	37	20	17	0	8	10	12	3	4	0	3	25	5	0	1	2	37	
無回答	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
1.市内	55.4%	49.1%	61.1%	66.7%	15.2%	48.8%	71.2%	63.8%	60.0%	81.3%	45.8%	81.0%	42.3%	57.1%	66.7%	62.2%	54.3%	
2.県外	12.4%	5.0%	6.6%	0	2	2	4	3	6	0	6	5	17	3	4	6	43	
無回答	33.5%	35.7%	32.4%	0.0%	75.8%	35.5%	18.6%	23.4%	28.7%	40.0%	18.8%	14.3%	42.3%	42.9%	44.4%	24.3%	35.5%	

4. 親戚	1.8%	18%	1.5%	33.3%	6.1%	0.0%	0.0%	0.0%	4.2%	0.0%	3.1%	0.7%	14.3%	0.0%	11.1%	2.7%	1.6%
5. 職場等の同僚	5.8%	8.9%	2.8%	0.0%	6.1%	11.6%	5.1%	6.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	8.1%
0. 無回答	13%	10%	3%	0%	5%	3%	3%	0%	0%	0%	0%	13%	0%	0%	0%	0%	10%
0. 無回答	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	4.2%	0.0%	3.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%

図3. 今回の二旅行の参加形態は次のどれですか？

1. 一人	87.1%	88.4%	86.1%	83.3%	83.0%	83.0%	83.3%	83.3%	50.0%	78.1%	85.4%	85.2%	86.7%	97.1%	100.0%	100.0%	84.9%
2. 団体/ツア-	12.1%	11.6%	13.0%	0.0%	6.1%	7.0%	6.8%	17.0%	16.7%	50.0%	21.5%	10.6%	4.8%	0.0%	0.0%	0.0%	14.5%
0. 無回答	0.6%	0.0%	0.8%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%

図4. 今回の二旅行の日程は何日ですか？

1. 1日帰り	50.4%	54.5%	46.3%	0.0%	63.6%	53.3%	59.3%	48.9%	33.3%	10.0%	34.4%	57.4%	52.4%	42.9%	14.3%	33.3%	85.5%
2. 1泊	44.2%	41.1%	48.1%	100.0%	36.4%	37.2%	35.6%	46.8%	62.0%	80.0%	56.4%	38.6%	47.6%	57.1%	85.7%	13.3%	50.5%
3. 2泊	4.0%	2.7%	5.6%	0.0%	0.0%	7.0%	5.1%	2.1%	4.2%	10.0%	5.3%	4.2%	0.0%	0.0%	0.0%	4.8%	0.0%
4. 3泊	0.4%	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%
5. 4泊以上	0.4%	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%	2.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%
0. 無回答	1%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

図5. 二箇近される場所はどこですか？

1. 老神温泉	20.4%	18.9%	20.7%	0.0%	38.5%	10.0%	20.8%	8.0%	43.8%	11.1%	23.8%	18.7%	9.1%	0.0%	16.7%	50.0%	33.3%
2. その他	76.1%	79.2%	75.9%	66.7%	61.6%	85.0%	75.0%	92.0%	56.3%	88.9%	76.2%	77.0%	90.9%	75.0%	83.3%	50.0%	66.7%
0. 無回答	3.0%	1.9%	3.4%	33.3%	0.0%	5.0%	4.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.9%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	26.9%

図6. 二箇近の業種には今回で何回目ですか？

1. 初めて	59.4%	51.2%	59.6%	100.0%	51.2%	59.3%	55.3%	55.3%	23.3%	60.6%	40.3%	52.4%	52.4%	42.9%	22.2%	25.3%	61.6%
2. 2回目	19.8%	17.9%	21.3%	0.0%	15.2%	20.3%	19.1%	20.8%	0.0%	15.8%	16.3%	11.1%	10.0%	14.3%	33.3%	32.4%	17.2%
3. 3回目	12.9%	10.7%	13.8%	0.0%	11.6%	10.2%	21.3%	16.7%	20.0%	26.0%	8.5%	19.0%	0.0%	28.6%	11.1%	18.9%	11.8%
4. 4回目	4.5%	6.3%	2.8%	0.0%	4.7%	5.1%	2.1%	12.5%	10.0%	6.9%	3.9%	4.8%	0.0%	14.3%	11.1%	8.1%	3.8%
5. 5回目以上	6.8%	7.1%	5.8%	0.0%	3.0%	4.7%	5.1%	2.1%	20.8%	10.0%	12.5%	4.9%	0.0%	0.0%	0.0%	10.8%	5.4%
0. 無回答	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

図7. 二箇近の業種には今回で何回目ですか？

1. TV/ラジオ	67%	80%	56%	30%	30%	11.9%	12.8%	4.2%	0.0%	0.0%	7.7%	14.3%	14.3%	3.0%	0.0%	5.4%	7.0%
2. 新聞雑誌等	36%	27%	46%	0.0%	6.1%	2.3%	1.7%	2.1%	8.3%	10.0%	6.3%	2.8%	0.0%	14.3%	11.1%	0.0%	4.3%
3. パンフレット	67%	4.5%	9.3%	0.0%	2.3%	18.6%	2.1%	0.8%	10.0%	6.3%	7.7%	9.6%	0.0%	0.0%	2.7%	7.5%	1.4%

図8. 今回の二旅行のきっかけは何ですか？【複数回答可】

1. 1-1.性別	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1-2.年齢	1	2	1	2	3	4	5	6	6	7	1	2	3	4	5	6	1
1-3.職業	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
1-4.居住地域	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
1-5.無回答	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17

4. インターネット	1-1. 性別		1-2. 年齢															
	男性	女性	1	2	3	4	5	6	7	1-3. 回答	1	2	3	4	5	6	1-4. 居住地域	
5. 知人友人	14.3%	13.1%	15.1%	0%	33.3%	14.0%	8.5%	17.0%	4.2%	10.0%	5.3%	18.3%	9.5%	14.3%	14.3%	0.0%	2.7%	16.7%
6. 旅行業者等の紹介	16.8%	15.2%	15.7%	0%	21.2%	18.6%	16.9%	8.5%	16.7%	10.4%	15.6%	17.6%	14.3%	0.0%	0.0%	11.1%	12.2%	15.6%
7. 以前から関係があった	6.3%	5.4%	7.4%	0%	0.0%	2.3%	3.4%	6.4%	12.5%	50.0%	18.8%	4.2%	0.0%	0.0%	28.6%	0.0%	0.0%	7.3%
8. 自身の知人の紹介	18.3%	19.6%	18.3%	0%	0.0%	18.2%	25.6%	17.0%	12.5%	20.0%	18.8%	19.0%	14.3%	14.3%	22.2%	0.0%	1.2%	16.7%
9. その他	12.1%	15.2%	9.3%	33.3%	9.1%	11.5%	15.8%	10.8%	16.7%	0.0%	0.0%	14.8%	9.5%	14.3%	28.6%	11.1%	15.3%	11.8%
0. 無回答	17.0%	16.1%	17.5%	66.7%	6.1%	23.3%	10.2%	25.5%	16.7%	0.0%	21.5%	12.3%	19.0%	42.9%	14.3%	44.4%	24.3%	15.6%
	5.8%	5.1%	4.5%	0.0%	3.0%	7.0%	3.4%	6.4%	8.3%	0.0%	6.3%	4.9%	0.0%	0.0%	0.0%	8.1%	4.8%	4.8%
	13	6	5	0	1	3	2	3	2	0	2	7	2	0	0	0	3	9

問9. 今回の二旅行、一人当たり予算はいくらですか？

交通費	1-1. 性別		1-2. 年齢															
	男性	女性	1	2	3	4	5	6	7	1-3. 回答	1	2	3	4	5	6		
0~2,500	20	13	7	0	7	5	5	3	0	0	0	13	4	1	0	2	11	9
~5,000	34	20	14	0	2	8	17	6	2	0	2	29	3	0	0	5	29	0
~10,000	31	16	15	0	4	6	11	8	2	0	2	21	4	1	0	3	0	31
~20,000	7	5	2	0	0	4	2	1	0	0	0	7	0	0	0	0	0	7
~30,000	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
最小(円)<	592	1,000	952	-	592	1,000	1,000	5,000	8,000	-	3,000	592	1,500	2,000	-	1,000	1,200	592
最大	25,000	20,000	25,000	-	10,000	20,000	20,000	25,000	8,000	-	25,000	20,000	10,000	10,000	-	10,000	4,000	25,000
平均	6,359	6,376	6,407	-	4,510	6,846	6,235	7,253	6,833	-	5,700	6,374	5,465	5,600	-	5,500	2,113	7,278

食事代	1-1. 性別		1-2. 年齢															
	男性	女性	1	2	3	4	5	6	7	1-3. 回答	1	2	3	4	5	6		
0~2,500	20	12	8	0	6	5	5	3	1	0	1	14	1	2	0	2	7	13
~5,000	45	24	21	0	5	16	14	6	2	0	2	37	4	0	0	2	7	36
~10,000	12	6	4	0	1	9	1	0	0	0	1	7	3	0	0	0	1	11
~15,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
~20,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
最小(円)<	500	1,000	500	-	1,900	2,000	500	1,300	1,000	-	2,000	500	2,000	1,500	-	2,000	1,000	500
最大	20,000	20,000	10,000	-	10,000	10,000	20,000	7,500	5,000	-	10,000	20,000	10,000	2,000	-	10,000	5,000	20,000
平均	4,481	4,100	4,182	-	3,292	3,765	5,793	4,125	3,000	-	5,000	4,339	5,598	1,750	-	4,500	3,167	4,794

宿泊代	1-1. 性別		1-2. 年齢															
	男性	女性	1	2	3	4	5	6	7	1-3. 回答	1	2	3	4	5	6		
0~5,000	7	4	3	0	0	2	3	2	0	0	1	20	1	1	0	2	5	20
~10,000	10	3	7	0	3	7	10	4	0	0	1	19	4	0	0	1	23	0
~15,000	8	6	2	0	0	3	4	1	0	0	1	6	1	0	0	0	8	0
~20,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
~30,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
最小(円)<	500	1,000	500	-	1,000	1,000	500	2,000	2,000	-	2,000	500	2,500	1,500	-	2,000	1,000	500
最大	20,000	10,000	20,000	-	5,000	10,000	20,000	4,269	2,269	-	10,000	10,000	1,500	1,500	-	2,500	5,000	20,000
平均	4,047	3,852	4,195	-	2,500	4,571	4,236	4,269	2,269	-	5,867	4,026	4,417	1,500	-	2,250	2,333	4,244

総額	1-1. 性別		1-2. 年齢															
	男性	女性	1	2	3	4	5	6	7	1-3. 回答	1	2	3	4	5	6		
0~10,000	26	28	0	12	13	16	6	4	1	0	5	42	3	1	0	3	15	41
~20,000	50	23	0	9	6	17	11	4	2	0	7	26	6	2	1	0	4	18
~30,000	28	14	15	0	6	2	4	3	0	0	4	18	3	0	0	0	0	26
~40,000	2	2	0	0	0	0	0	1	1	0	3	0	0	0	0	0	0	0
~50,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
最小(円)<	2,000	3,300	2,900	-	3,300	3,000	3,300	5,000	2,000	-	2,000	3,000	10,000	6,000	-	3,000	20,000	3,000
最大	10,000	10,000	20,000	-	10,000	10,000	20,000	5,000	2,000	-	10,000	10,000	10,000	20,000	-	10,000	10,000	20,000
平均	7,092	15,975	16,374	-	11,950	20,500	15,395	21,000	7,000	-	24,600	17,935	9,325	-	-	10,000	10,000	17,779

項目	1-1.性別		1-2.年齢		2.性別		3.職業		4.学生		5.無職		6.その他		1-4.居住地域		
	男	女	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	1.専ら	2.一部	3.無職	4.その他	1.都市部内	2.県外		
	n=112	n=108	n=53	n=53	n=43	n=59	n=47	n=24	n=10	n=42	n=142	n=21	n=7	n=9	n=37	n=186	
最大	200,000	200,000	100,000	100,000	30,000	80,000	120,000	250,000	100,000	100,000	120,000	50,000	15,000	200,000	25,000	200,000	200,000
平均	23,416	24,573	22,365	22,365	12,942	20,207	21,006	26,353	35,765	44,460	27,650	22,775	12,000	61,533	15,057	7,466	25,334
1.1.性別	21.2%	23.2%	31.5%	66.7%	24.2%	30.2%	36.6%	21.3%	25.0%	0.0%	15.6%	30.3%	33.3%	14.3%	33.3%	25.7%	26.9%
1.1.男性	61	76	34	2	8	13	21	10	6	0	5	43	7	2	1	3	11
1.1.女性	38.8%	39.5%	38.5%	33.3%	48.5%	40.7%	42.6%	37.0%	20.0%	30.3%	38.1%	14.3%	44.4%	35.1%	38.8%	35.1%	38.8%
2.満足	87	44	42	1	16	13	24	20	9	2	13	54	6	4	1	4	13
3.どちらでもない	17.4%	20.5%	13.9%	0.0%	18.2%	25.6%	10.2%	16.1%	16.7%	20.0%	17.6%	9.5%	14.3%	20.6%	11.1%	16.9%	17.2%
4.不満	39	23	15	0	6	11	6	9	4	2	6	25	2	1	2	1	7
5.非常に不満	14	9	5	0	2	3	3	2	3	1	1	8	2	0	2	1	13
0.無回答	8	4	4	0	0	1	4	2	1	0	2	5	1	0	0	4	4
1.非常に満足	21.0%	17.9%	25.1%	33.3%	18.2%	27.9%	22.0%	17.0%	20.8%	0.0%	6.3%	21.1%	32.3%	26.5%	14.3%	33.3%	24.3%
2.満足	47	20	25	1	6	12	13	8	5	0	2	30	7	1	3	9	36
3.どちらでもない	41.1%	42.9%	39.8%	33.3%	45.9%	34.9%	47.9%	42.6%	41.7%	10.0%	50.0%	40.8%	47.6%	42.3%	14.3%	33.3%	27.7%
4.不満	92	48	43	1	19	15	28	20	10	1	16	58	10	3	1	3	11
5.非常に不満	21.0%	22.3%	20.4%	0.0%	27.3%	25.9%	13.6%	23.4%	20.8%	30.0%	18.8%	22.9%	14.3%	28.6%	11.1%	21.6%	21.0%
0.無回答	8.6%	9.8%	8.5%	33.3%	6.1%	11.8%	8.5%	8.5%	8.3%	2	3	16	3	0	0	8	9
1.非常に満足	20	11	11	0	2	2	8	3	2	0	1	13	1	0	1	1	1
2.満足	2.2%	2.7%	1.9%	0.0%	0.0%	0.8%	5.1%	2.1%	0.0%	10.0%	3.1%	2.1%	0.0%	14.3%	0.0%	6.1%	11.1%
3.どちらでもない	5	3	2	0	0	3	1	0	1	1	3	0	0	1	0	3	2
4.不満	5.8%	4.5%	6.5%	0.0%	3.0%	0.0%	3.4%	6.4%	8.3%	40.0%	12.5%	4.2%	4.8%	0.0%	14.3%	0.0%	6.5%
5.非常に不満	13	5	7	0	1	0	2	2	4	4	6	1	0	1	0	0	12
0.無回答	17.9%	15.2%	20.4%	0.0%	21.2%	23.3%	18.6%	14.9%	12.5%	10.0%	6.3%	19.3%	23.8%	14.3%	28.6%	33.3%	24.3%
1.非常に満足	40	17	22	0	7	10	11	7	3	1	2	26	5	1	2	3	9
2.満足	48.2%	50.9%	46.3%	100.0%	36.4%	46.5%	55.9%	53.2%	37.5%	40.0%	53.1%	47.6%	71.4%	42.9%	44.4%	40.5%	50.0%
3.どちらでもない	108	57	50	3	12	20	33	25	9	4	17	67	10	5	3	4	15
4.不満	21.8%	25.8%	18.5%	0.0%	33.3%	27.8%	8.5%	17.0%	33.3%	50.0%	18.8%	23.9%	14.3%	28.6%	11.1%	18.9%	22.6%
5.非常に不満	49	29	20	0	11	12	5	8	8	5	6	34	3	1	2	7	42
0.無回答	9.8%	7.1%	12.0%	0.0%	6.1%	2.3%	13.6%	16.7%	0.0%	18.8%	9.2%	9.5%	0.0%	3.0%	11.1%	10.8%	9.7%
1.非常に満足	22	8	13	0	2	1	8	6	4	0	6	13	2	0	0	1	4
2.満足	1.3%	0.9%	1.9%	0.0%	3.0%	0.0%	3.4%	0.0%	0.0%	3.0%	1.4%	0.0%	0.0%	3.0%	0.0%	5.4%	0.5%
3.どちらでもない	3	1	2	0	1	0	2	0	0	0	1	2	0	0	0	2	1
4.不満	0.9%	0.0%	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%
5.非常に不満	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
0.無回答	9.4%	8.9%	10.2%	0.0%	12.1%	14.0%	13.6%	2.1%	4.2%	10.0%	6.3%	9.2%	14.3%	0.0%	28.6%	11.1%	13.5%
1.非常に満足	23.2%	29.1%	17.5%	0.0%	24.2%	27.9%	21.8%	27.7%	4.3%	20.0%	25.0%	25.4%	14.3%	0.0%	22.2%	25.7%	22.0%
2.満足	60	33	31	0	16	12	18	11	4	2	8	36	5	3	2	11	16
3.どちらでもない	35.7%	39.3%	32.4%	0.0%	42.4%	37.2%	27.1%	38.2%	50.0%	40.0%	31.9%	41.5%	19.0%	28.6%	28.6%	11.1%	21.6%
4.不満	6.3%	4.5%	7.4%	0.0%	6.1%	0.0%	8.5%	8.5%	0.0%	0.0%	9.4%	5.6%	4.8%	0.0%	14.3%	11.1%	5.4%
5.非常に不満	0.8%	0.0%	1.9%	0.0%	3.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%	4.8%	0.0%	0.0%	2.7%	
0.無回答	24.6%	17.8%	30.5%	100.0%	12.1%	20.8%	23.7%	25.5%	28.2%	30.0%	28.1%	17.6%	38.1%	57.1%	28.6%	44.4%	27.0%
1-1.性別	1	1	2	1	2	3	4	6	6	7	1	2	3	4	5	6	1
1-2.年齢	1	2	1	2	3	4	6	6	7	1	2	3	4	5	6	1	2
2.性別	1	2	1	2	3	4	6	6	7	1	2	3	4	5	6	1	2
3.職業	1	2	1	2	3	4	6	6	7	1	2	3	4	5	6	1	2
4.学生	1	2	1	2	3	4	6	6	7	1	2	3	4	5	6	1	2
5.無職	1	2	1	2	3	4	6	6	7	1	2	3	4	5	6	1	2
6.その他	1	2	1	2	3	4	6	6	7	1	2	3	4	5	6	1	2
1-4.居住地域	1	2	1	2	3	4	6	6	7	1	2	3	4	5	6	1	2

図10. 吹雪の来日に対する観光地の満足度を問うた結果

3. どちらでもない	60	36	25	1	7	15	20	14	2	1	6	46	6	2	0	0	0	7	53
4. 不満	72	43	27	0	10	14	14	20	9	3	10	48	4	1	3	4	4	8	64
5. 非常に不満	5	3	2	0	2	0	3	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	2	3
0. 無回答	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	281%	168%	370%	323%	212%	140%	288%	265%	45.8%	60.0%	46.5%	18.3%	42.0%	42.0%	57.1%	33.3%	37.0%	26.0%	48
	63	21	40	1	7	5	17	12	11	6	15	26	9	3	4	3	14	14	48

高齢者等への配慮

1. 非常に満足	71%	71%	74%	333%	91%	93%	102%	43%	0%	0%	0%	65%	9.6%	14.3%	0%	11.1%	13.5%	5.9%
2. 満足	16	8	1	3	4	6	6	2	0	0	0	12	2	1	0	1	5	11
3. どちらでもない	15.2%	19.6%	10.2%	0.0%	6.1%	14.0%	23.7%	14.9%	8.3%	20.0%	9.4%	16.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.9%	14.5%
4. 不満	34	22	11	0	2	6	14	7	2	2	3	27	0	0	0	0	27	27
5. 非常に不満	37.3%	39.3%	36.1%	0.0%	42.4%	34.9%	33.9%	40.4%	41.7%	50.0%	43.0%	37.9%	38.1%	28.6%	71.4%	11.1%	21.6%	40.5%
0. 無回答	16.3%	17.0%	15.7%	66.7%	18.2%	15.3%	8.9%	21.3%	20.0%	10.0%	18.8%	19.9%	4.8%	42.8%	14.3%	33.3%	13.5%	17.7%
	54	37	19	6	11	16	17	10	5	1	12	22	1	1	1	1	10	22
	54%	27%	8.3%	0.0%	61%	4.7%	51%	43%	8.3%	100%	15.6%	4.2%	4.8%	0.0%	0.0%	0.0%	10.9%	4.5%
	12	12	8	0	2	2	3	2	2	1	5	6	0	0	0	0	8	8
	17.4%	14.3%	20.4%	0.0%	18.2%	18.6%	16.8%	14.9%	20.8%	100%	9.4%	14.8%	33.2%	14.3%	44.4%	21.6%	16.1%	30

図11. 今回の旅費の支払いは満足しましたか？

1. とても満足	n=24	n=112	n=106	n=3	n=23	n=43	n=59	n=47	n=24	n=10	n=22	n=142	n=21	n=7	n=7	n=9	n=57	n=108
2. まあまあ満足	62.5%	57.1%	68.5%	66.7%	75.8%	69.8%	67.8%	63.2%	41.7%	60.0%	59.4%	61.3%	86.7%	71.4%	29.6%	66.7%	64.0%	62.4%
3. 普通	140	64	74	2	25	30	40	25	10	6	15	87	18	5	2	6	24	116
4. あまり満足せず	33.0%	38.4%	28.7%	33.3%	24.2%	27.9%	28.8%	44.1%	46.8%	30.0%	31.3%	38.2%	14.3%	28.6%	71.4%	22.2%	25.7%	33.0%
5. 期待以下	2.2%	3.6%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	1.7%	2.1%	12.5%	0.0%	3.1%	2.1%	0.0%	0.0%	11.1%	2.7%	2.2%	6.3
0. 無回答	5	4	1	0	0	0	1	1	3	0	1	3	0	0	0	1	1	4
	0.9%	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	4
	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	2	2
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	1.3%	0.0%	1.5%	0.0%	0.0%	2.3%	0.0%	0.0%	0.0%	10.0%	3.1%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.7%	0.5%
	3	0	2	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1

図12. また旅費の支払いへ旅行したいですか？

1. 是非訪れたい	n=224	n=112	n=108	n=3	n=33	n=43	n=59	n=47	n=24	n=10	n=32	n=142	n=21	n=7	n=7	n=9	n=37	n=108
2. 機会があれば	51.8%	45.5%	56.3%	33.3%	48.5%	60.3%	59.3%	46.8%	37.5%	40.0%	65.6%	49.3%	66.7%	57.1%	28.6%	22.2%	59.5%	50.5%
3. わからない	118	51	63	1	16	26	35	22	9	4	21	70	14	4	2	2	22	94
4. 今回で十分	42.9%	47.3%	39.6%	33.3%	48.5%	39.5%	37.3%	46.8%	54.2%	50.0%	31.3%	47.2%	28.6%	14.3%	42.9%	77.8%	40.5%	43.5%
0. 無回答	2.7%	4.5%	0.9%	0.0%	3.0%	0.0%	3.4%	2.1%	8.3%	0.0%	0.0%	2.8%	0.0%	14.3%	14.3%	0.0%	0.0%	3.2%
	6	5	1	0	1	0	2	1	2	0	4	4	0	1	1	0	0	6
	1.8%	2.7%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	2.1%	0.0%	0.0%	10.0%	3.1%	0.7%	0.0%	14.3%	14.3%	0.0%	0.0%	2.2%
	4	3	0	1	0	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	0	0	4
	0.9%	0.0%	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%	2.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%
	2	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1

本書に関するご意見やお問い合わせがございましたら、以下の連絡先までお寄せ下さい。

沼田市東部商工会

〒378-0121 群馬県沼田市白沢町高平 153-1

Tel:0278(53)2978 Fax:0278(53)3451

tonesyok@mint.ocn.ne.jp