

「観光振興とまちづくり、地域交通の現状に関する実態調査」

結果報告

2025年12月18日

日本商工会議所

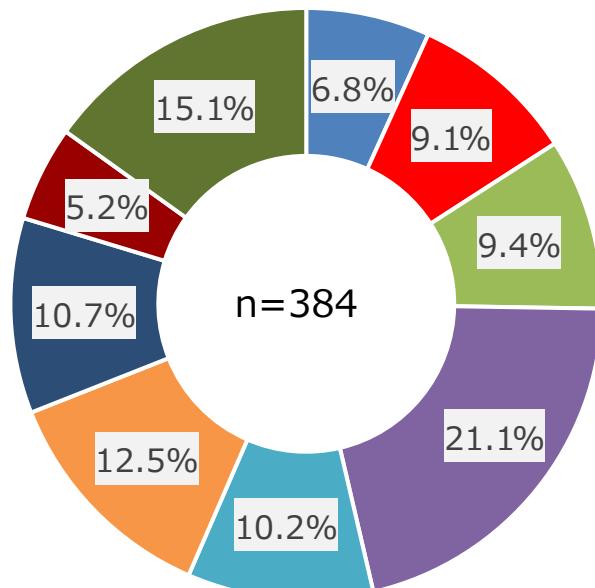
調査概要	p.2
I. まちなかの状況	p.3
II. 商工会議所の事業体制	p.12
III. 観光振興・地域交通	p.20
IV. まちづくり	p.27

調査概要

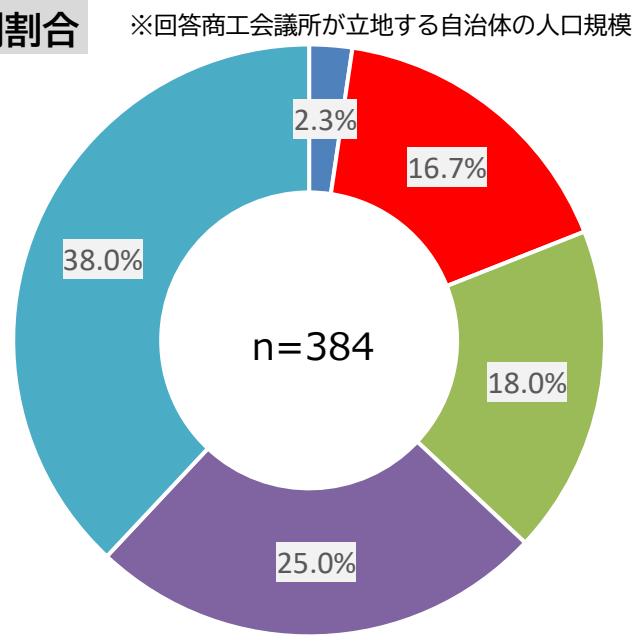
- (1) 調査対象:全国515商工会議所
- (2) 回答数:384商工会議所 (回収率74.5%)
- (3) 調査期間:2025年5月12日(月)～6月11日(水)
- (4) 調査方法:WEB形式
- (5) 調査目的:わが国では人口減少が進む中、地方都市を中心に、まちなかの商業機能の弱体化や施設・インフラの老朽化等に直面しており、都市機能の再生や地域の稼ぐ力の強化が急務となっている。このため、各地における民間主導・公民共創による観光振興やまちづくりに向けた取組みを後押しすべく、商工会議所の政策提言等における基礎資料とするため実施。

※各種データは端数処理（四捨五入）の関係で、合計値が100%とならない場合がある。

回答商工会議所の所在地別割合



人口規模別割合



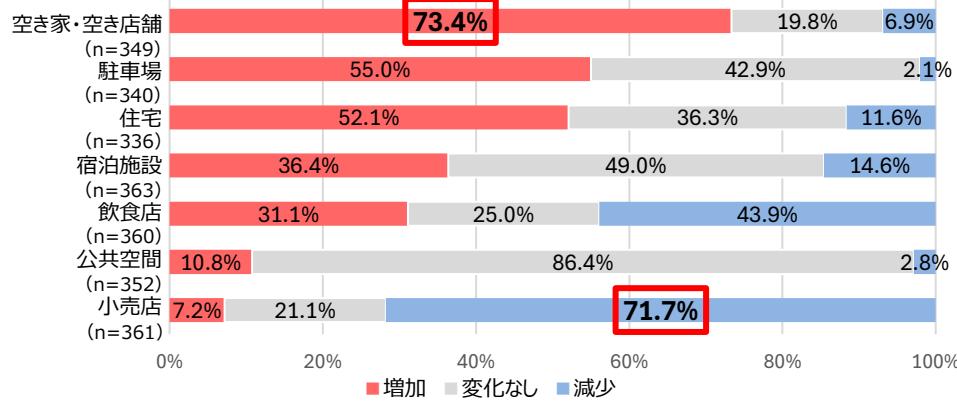
第Ⅰ章 まちなかの状況

1. まちなかの土地利用等の動向①

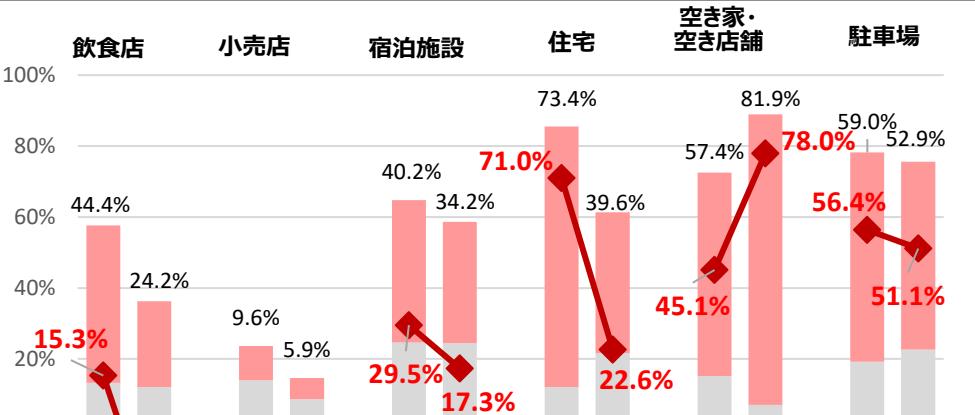
- 「空き家・空き店舗」や「駐車場」といった低未利用不動産は増加傾向。また、好立地におけるマンション建設や観光需要の拡大を背景に「住宅」、「宿泊施設」も増加。一方、商業施設は減少しており、特に小売店はEC普及等もあって大きく数を減らしている。
- まちなかの人流等の動向をみると、創業者や訪日外国人が大きく増加しているほか、日本人観光客、移住者・二地域居住者も増加傾向にある。一方で、歩行者量や地域交通の利用者数は「減少」と回答する地域が多い。
- 人口規模別では、人口10万人未満の都市において、小売店が減少する一方で、空家・空き店舗が増加するなど、まちなかの密度低下が進む。対して、10万人以上では、飲食店や宿泊施設、住宅等が増加しており、まちなかへの集積が進みつつあることがうかがえる。

まちなかの動向

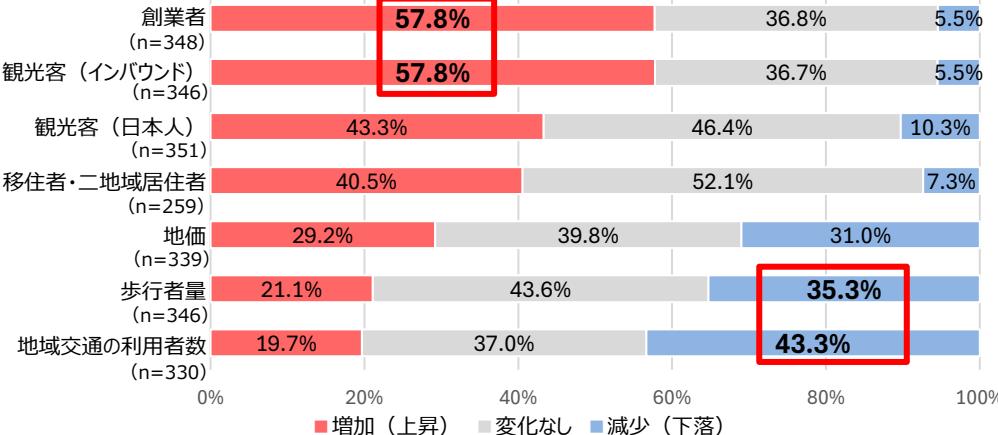
まちなかの事業形態・土地利用の状況



人口規模別にみたまちなかの動向



まちなかの人流等の状況



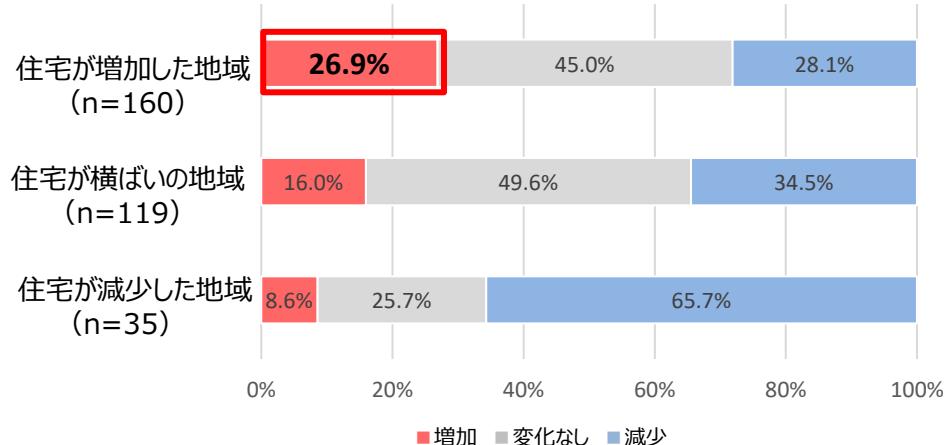
人口10万人以上 (n=142)
人口10万人未満 (n=242)

1. まちなかの土地利用等の動向②

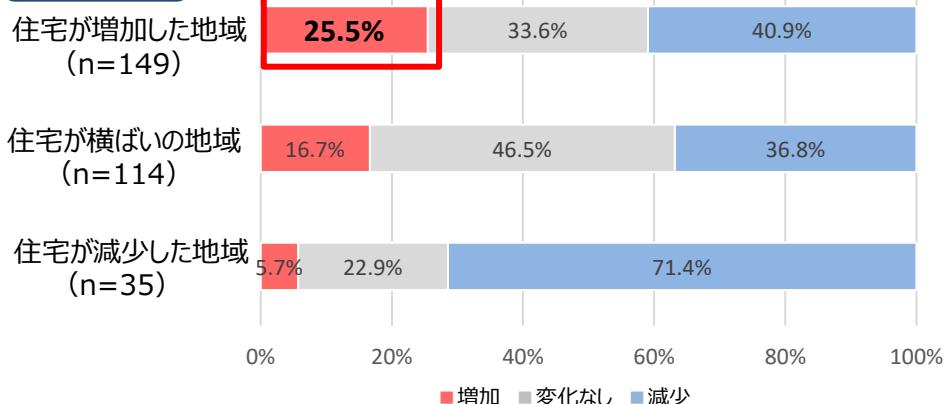
- コロナ禍以降の直近5年間において、まちなかに「住宅が増加した」と回答した地域では、「横ばい」「減少した」地域に比べて、歩行者量や地域交通の利用者数が「増加」している割合が大きく、まちなかへの集住が人流の増加に寄与していると推察される。
- また、「歩行者量が増加」した地域では、飲食店や宿泊施設が「増加」している割合が、いずれも約6割にのぼるなど、まちなかへの人流・需要密度が高まれば、ビジネスの場としてのエリア価値が向上し、創業・出店などの新たな投資が生まれることがうかがえる。

住宅の立地状況別にみた、歩行者量・地域交通の利用者数の動向

歩行者量の動向

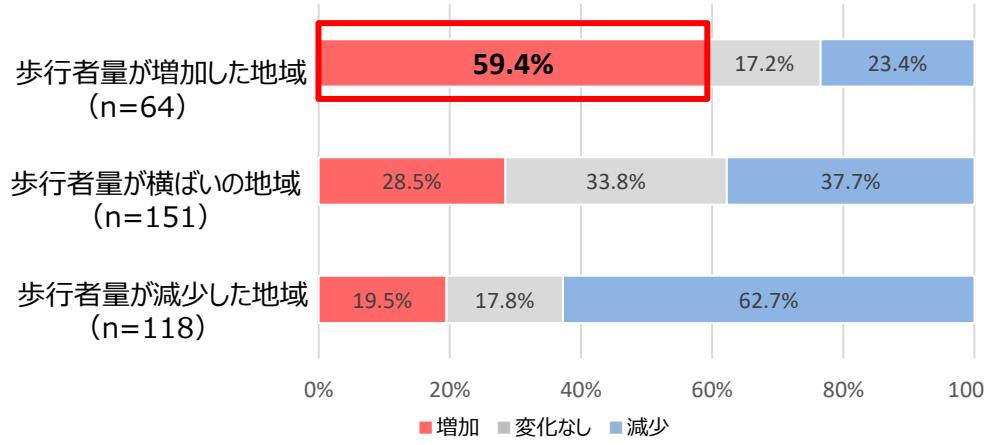


地域交通の利用者数の動向

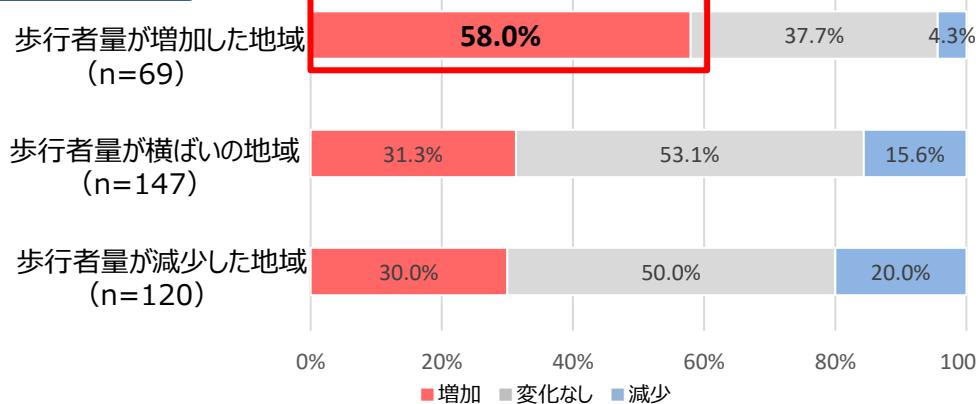


歩行者量別にみた、飲食店・宿泊施設の立地動向

飲食店の動向



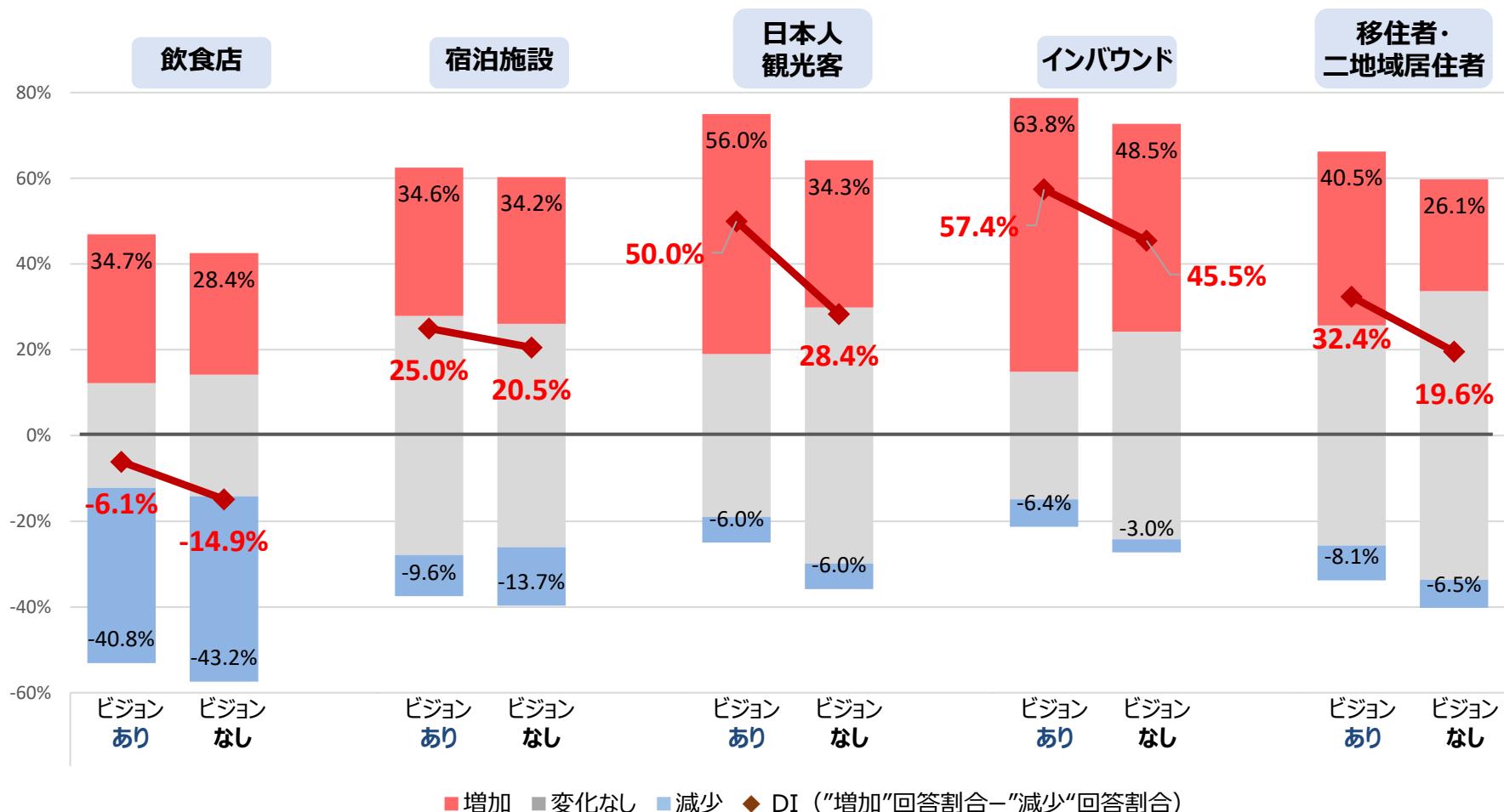
宿泊施設の動向



2. 観光振興に関するビジョンとまちなかの動向

- 直近5年間において、地方自治体において観光振興に関するビジョン等が策定されている地域では、ビジョンがない地域に比べて、飲食店や宿泊施設、観光客（日本人・インバウンド）等が「増加している」と評価する商工会議所が多い。

地域の観光施設や観光客の動向(コロナ禍以降の直近5年間)



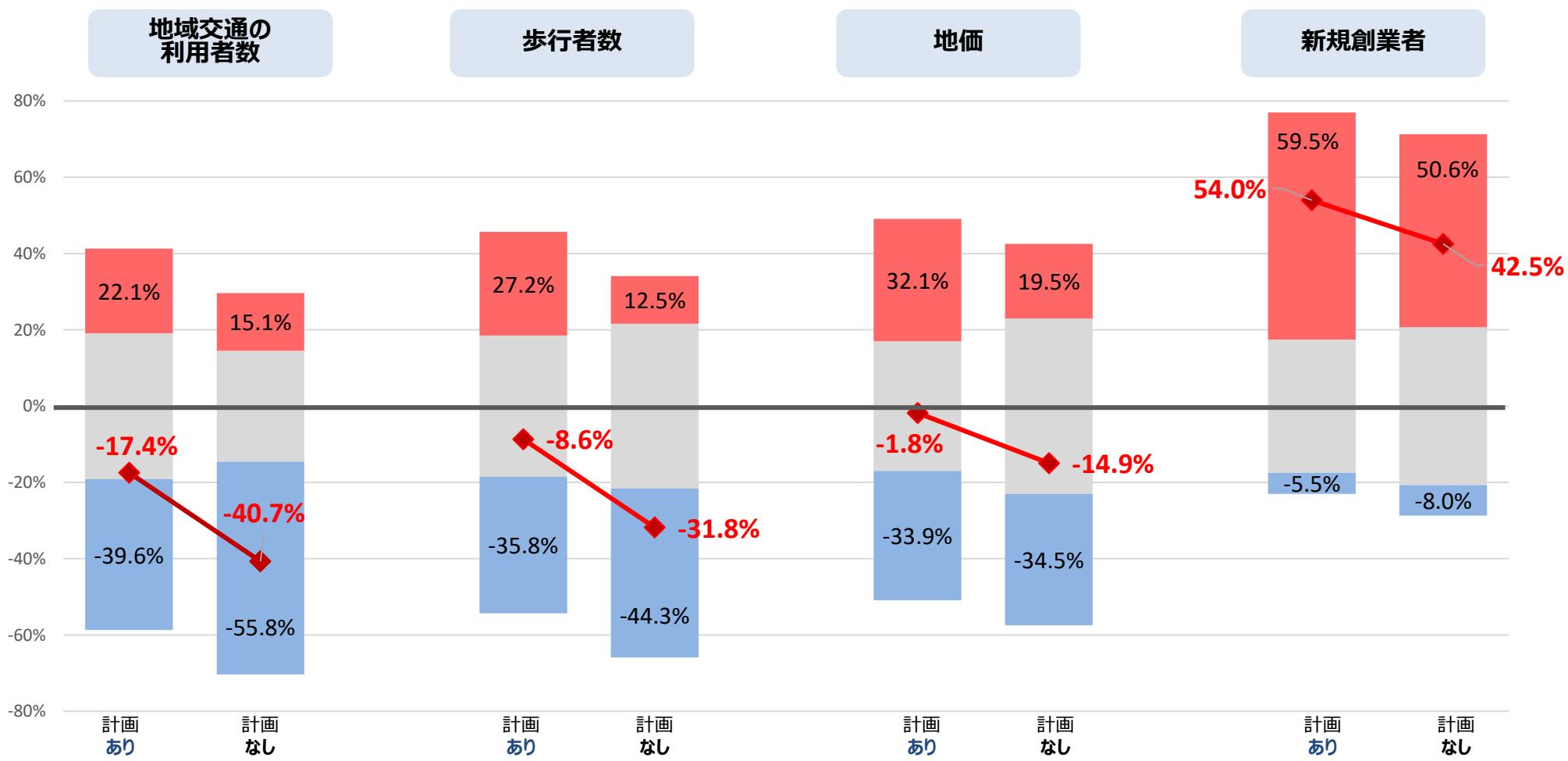
※ビジョンあり：観光振興に関するビジョンを策定している地域 (n=235)

※ビジョンなし：観光振興に関するビジョンを策定していない地域 (n=78)

3. コンパクト・プラス・ネットワークに係る計画とまちなかの動向

- 直近5年間において、立地適正化計画・地域公共交通計画の策定を通じてコンパクト・プラス・ネットワークに取組む地域では、両計画がない地域と比べて、人流や地価、創業者が「増加している」と評価する商工会議所が多い。

まちなかの人流や創業等の動向(コロナ禍以降の直近5年間)



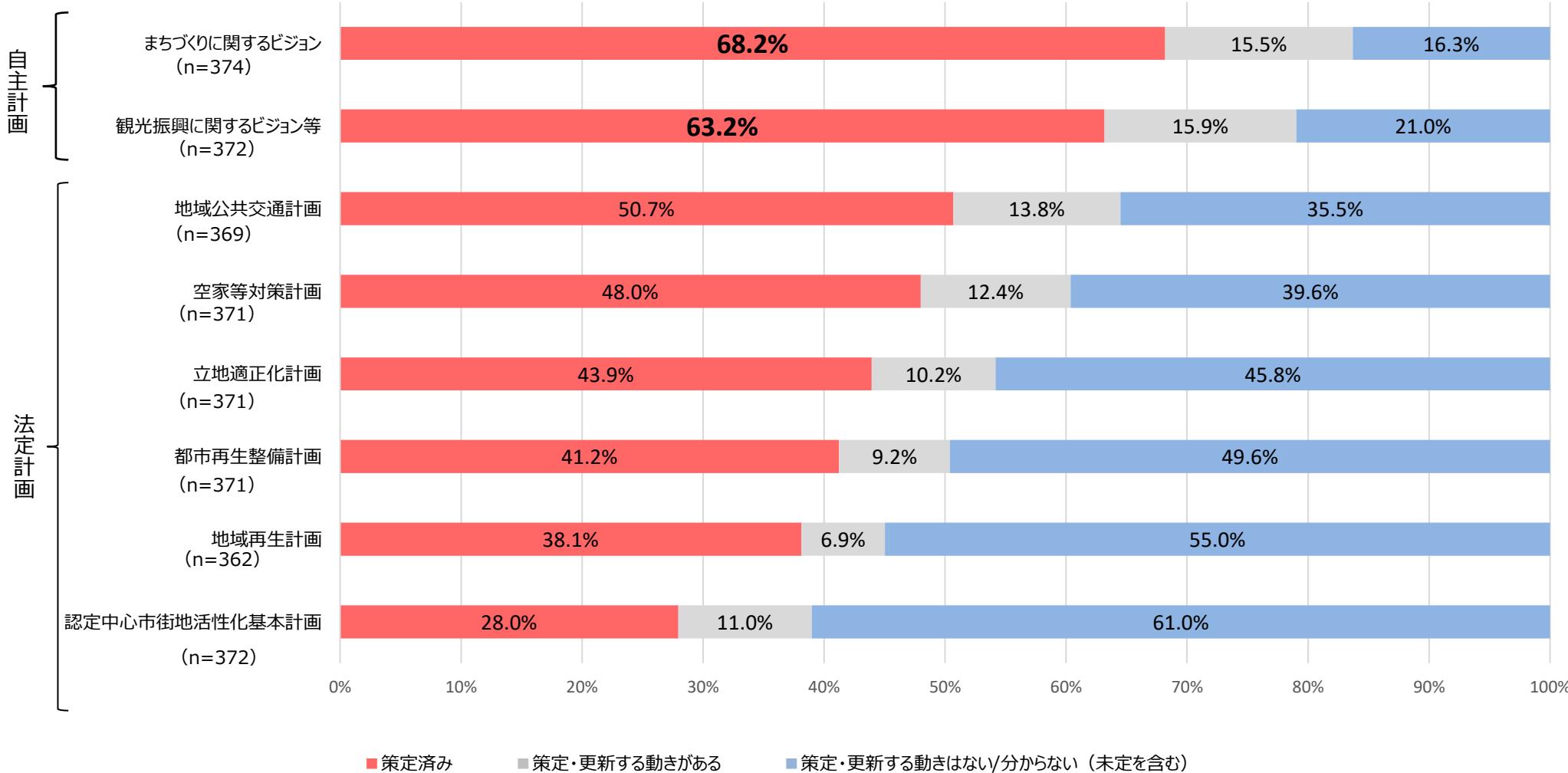
■ 増加 ■ 変化なし ■ 減少 ◆ DI ("増加"回答割合 - "減少"回答割合)

※計画あり：地域公共交通計画と立地適正化計画を共に策定している地域 (n=179)

※計画なし：地域公共交通計画と立地適正化計画を策定していない、またはいずれかのみを策定している地域（検討中を含む） (n=93)

(参考)観光振興・まちづくり・地域交通に関する行政計画の策定状況

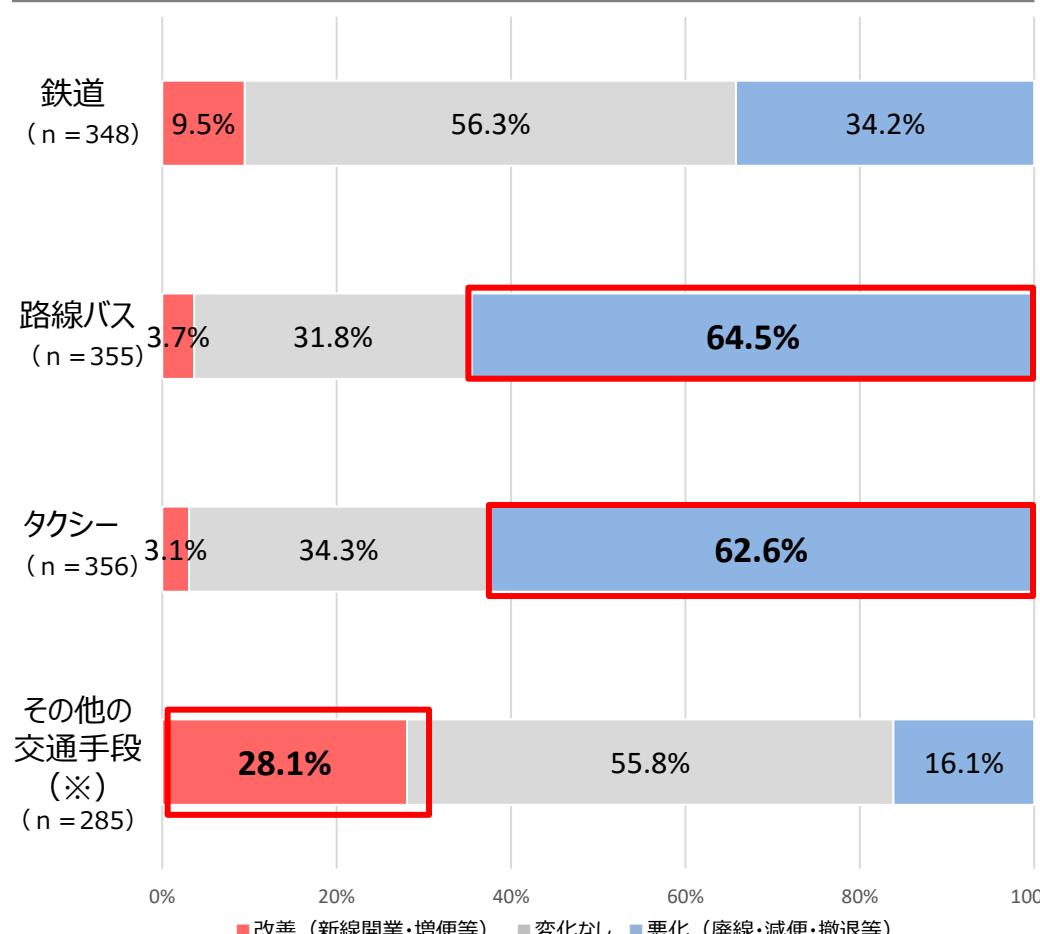
- 商工会議所の立地地域における、地方自治体による各種計画の策定状況をみると、「まちづくり」や「観光振興」に関するビジョン（自主計画）の策定率が高い。
- 一方、各法律に基づく法定計画は、地域公共交通や空家対策、都市機能の誘導など、地域課題に応じて策定されているものの、認定中心市街地活性化基本計画は約3割にとどまる。



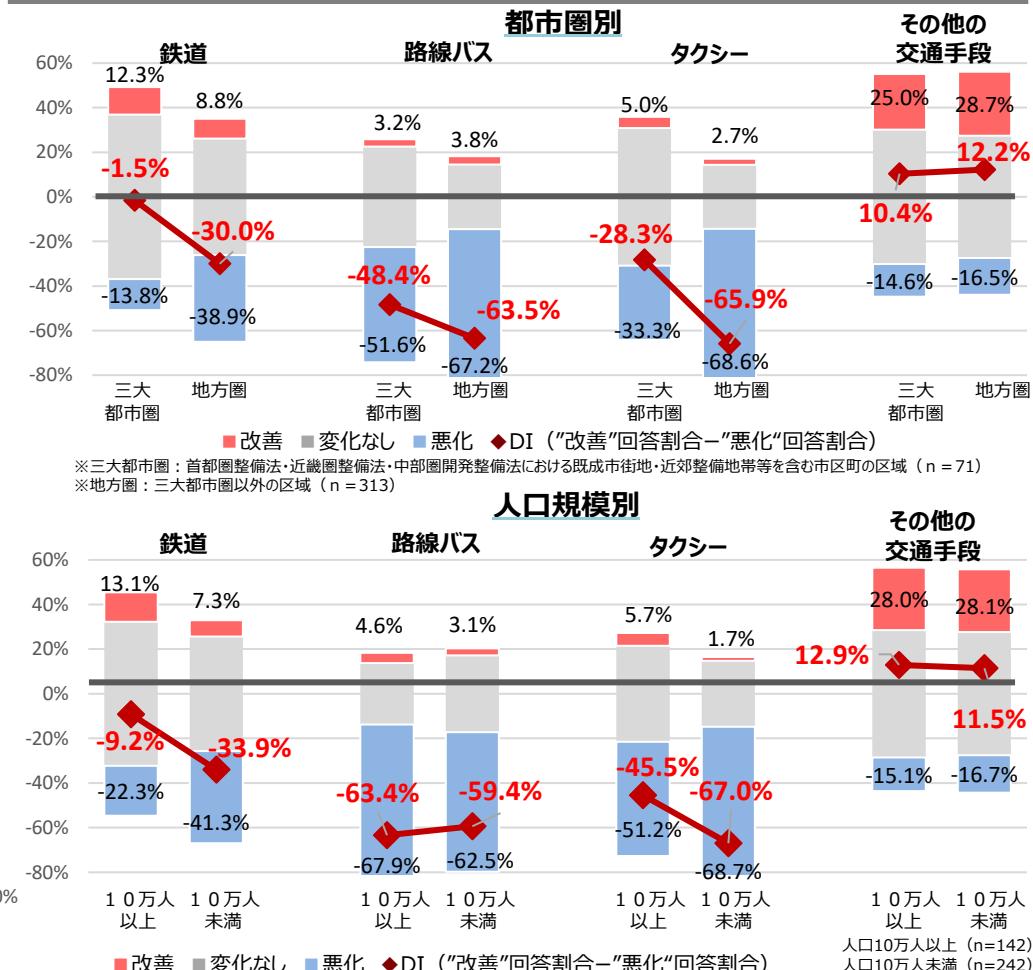
4. 地域交通の状況

- 直近5年間における地域交通の状況について、鉄道・路線バス・タクシーは「改善」と回答する地域に比べて、「悪化」している地域が上回っており、特に路線バス、タクシーは6割を超える。一方、その他の交通手段（コミュニティバス、乗合タクシー等）は、既存地域交通に代替する形で、約3割の地域が「改善」と回答。
- 都市圏別・人口規模別にみると、総じて地方圏、人口10万人未満の都市における鉄道・路線バス・タクシーは厳しい状況。特にタクシーはドライバーの高齢化等に伴う廃業もあって、悪化傾向が顕著。一方、路線バスはドライバー不足や交通事業者による路線再編等の影響から、人口10万人以上の都市でも「悪化」の割合が高い。

地域交通の状況(全国)



地域交通の状況(都市圏別、人口規模別)



5. まちなかの都市機能における課題

- 都市機能別にまちなかの課題をみると、エッセンシャルサービス（生活必需品を扱う小売）を含む小売機能に課題を有する地域は約8割にのぼる。また、地域住民の生活の質やウェルビーイングに寄与する文化・娯楽機能、飲食機能でも約7割が課題に感じている。立地適正化計画では誘導施設が規定されているが、総じて非誘導施設の方が「課題あり」の割合は高い。
- 民間が担う都市機能について都市圏別にみると、三大都市圏では、インバウンドを含む観光需要が拡大する中で、ホテル不足を指摘する声が聞かれるなど、「宿泊機能」を課題に挙げる地域が多くみられる。

都市機能別にみた課題(※1)

※1 各都市機能別に「課題がある」と回答した商工会議所の割合

類型(※2)

誘導施設

小売機能（食料品・日用品等）
(n=372) 78.5%

非誘導施設

文化・娯楽機能（劇場・映画館等）
(n=361) 71.2%

非誘導施設

飲食機能（レストラン、カフェ等）
(n=366) 70.5%

非誘導施設

宿泊機能（ホテル、ゲストハウス等）
(n=367) 69.2%

誘導施設

教育機能（小・中・高校、大学等）
(n=365) 63.6%

非誘導施設

産業振興拠点（インキュベーション施設等）
(n=358) 61.7%

非誘導施設

ビジネス機能（オフィス等）
(n=364) 59.6%

誘導施設

医療・福祉機能（病院、介護施設等）
(n=365) 59.5%

誘導施設

社会教育機能（図書館、公民館等）
(n=370) 55.7%

誘導施設

子育て支援機能（交流・相談拠点等）
(n=363) 53.4%

非誘導施設

居住機能（集合住宅、シェアオフィス等）
(n=367) 51.2%

非誘導施設

公共空間（公園、広場等）
(n=366) 48.9%

都市圏別にみた民間が担う都市機能における課題

小売機能
(食料品、日用品等)

81.0%
66.7%

文化・娯楽機能
(劇場、映画館等)

74.2%
57.6%

飲食機能
(レストラン、カフェ等)

71.5%
65.6%

宿泊機能
(ホテル、ゲストハウス等)

68.7%
71.6%

ビジネス機能
(オフィス等)

60.2%
56.9%

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80%

0% 20% 40% 60% 80% 100%

■地方圏 (n = 313) ■三大都市圏 (n = 71)

※2 都市再生特別措置法に定める「都市機能誘導区域ごとにその立地を誘導すべき都市機能増進施設」について、立地適正化計画で示される拠点のイメージをもとに、誘導施設、被誘導施設で類型化したもの

6. 都市機能・地域交通に関する各地商工会議所からの声

都市機能の課題

<機能の衰退・弱体化>

- 中心市街地における大型店の閉店が相次ぎ、地域の消費が都市圏やインターネット等へ流出している。（北海道）
- 20年近く前まちなかの映画館が閉館して以降、新たな娯楽施設の立地がない。（静岡県）
- 2年前にホテルが閉館し、MICE機能と宿泊機能の両方を失った。（大阪府）
- まちなかの診療所は医師の高齢化・後継者不在によって閉院が相次ぐ。また、飲食店の立地が多い反面、小売店が激減している。（島根県）

<供給制約等>

- 宿泊施設は需要に対して供給不足。今後、新たなホテルの進出が予定されている。一方、オフィスビルは開発が続き、結果的に空室率が増加。（北海道）
- 需要はあるものの、オフィスやコワーキングスペース、インキュベーション施設が不足している。（埼玉県）
- インバウンド、特に富裕層向けのラグジュアリーホテルがないため、地域内に取り込めない。（静岡県）
- 好調なインバウンドをターゲットとした観光関連の店舗が増加。市外資本の飲食や小売、宿泊施設が増えているが、特に簡易宿泊所が乱立している。（岐阜県）

地域交通の状況

<地域の状況>

- まちなか・郊外を問わず、マイカー利用が大半を占めており、地域公共交通の脆弱さが課題。（長野県）
- 市内に5つの駅が存在しているため、中心部の利便性は高いが、高齢化が進む郊外の住宅地から中心部へのアクセス性が乏しい。（奈良県）
- 市では駅前広場の再整備やデマンド交通の導入を進めているが、持続性確保に向けて、バス路線の再構築やドライバー確保、利便性向上に向けた取組み等も必要。（広島県）

<交通モードを巡る状況>

- ドライバー不足により、市内で営業するほぼ全てのタクシー事業者が夜間運行を取り止めた。（山形県）
- 地域の鉄道会社では、担い手不足に対応するため、若手の乗務員育成に取組んでいるほか、市の支援を受けて、観光事業による集客や物販等を通じたファンづくりを推進。（静岡県）
- 地元鉄道の一部区間にについて、廃線議論が開始。（広島県）
- 路線バスは、ドライバー不足の影響から都心部でも利便性が損なわれる事例が出ている。（愛知県）
- 行政主導によるコミュニティバスやデマンド交通の整備が進められてはいるが、以前の交通網と比較すると利便性が低下しており、十分とはいえない。（福岡県）

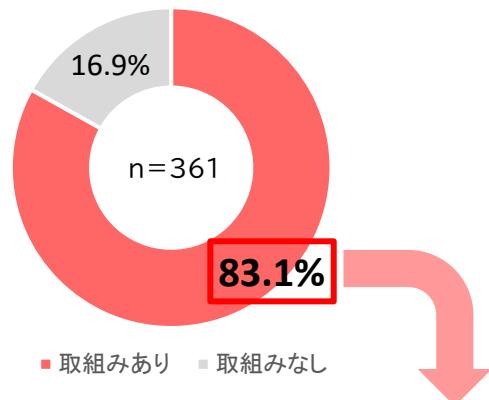
第Ⅱ章 商工会議所の事業体制

1. 観光振興・まちづくり・地域交通に関する商工会議所の取組み

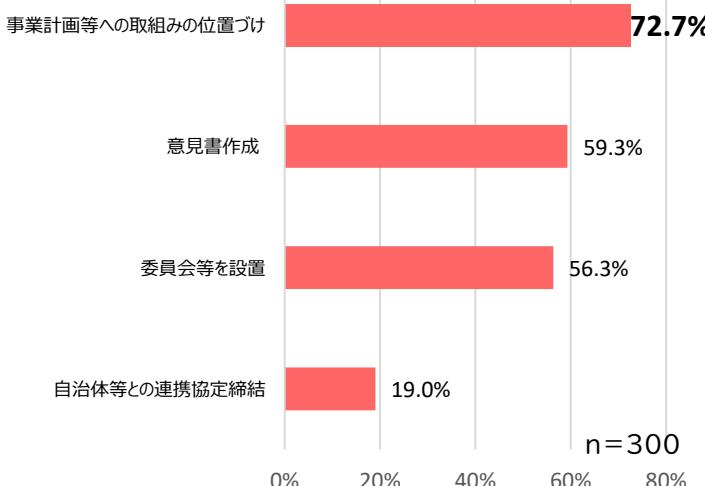
- 観光振興やまちづくりに関する取組みを実施している商工会議所は8割超にのぼる。地域交通についても、約7割の商工会議所が意見書作成等に取組んでいる。
- 取組内容をみると、観光振興およびまちづくりでは、7割超の商工会議所が、自所の事業計画等に取組みを位置づけていると回答。意見書作成や専門の委員会等を設置している商工会議所も多い。一方、地域交通では「意見書作成」が約8割と最多。

観光振興に関する商工会議所の取組み

観光振興に関する商工会議所の取組み有無

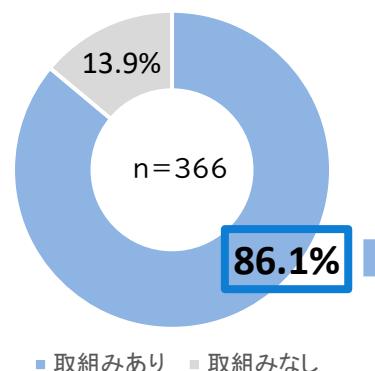


観光振興に関する商工会議所の取組み【複数回答】

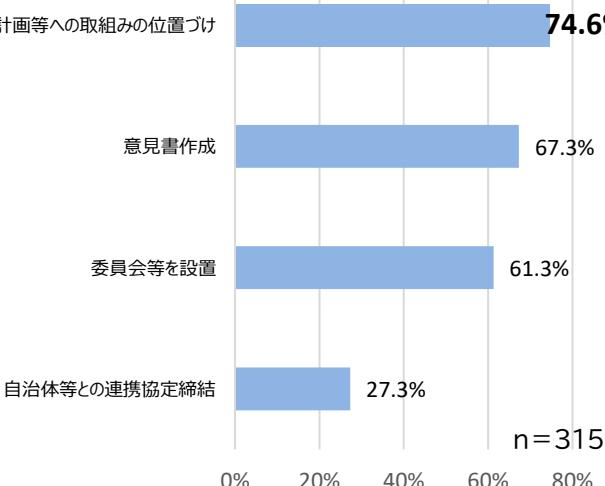


まちづくりに関する取組み

まちづくりに関する商工会議所の取組み有無

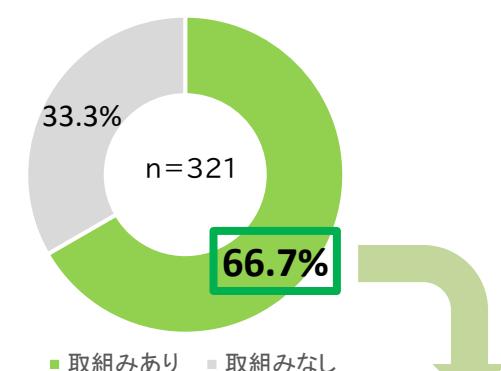


まちづくりに関する商工会議所の取組み【複数回答】

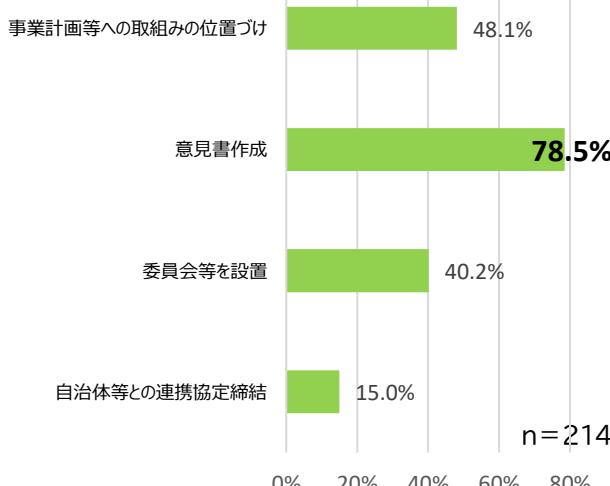


地域交通に関する取組み

地域交通に関する商工会議所の取組み有無



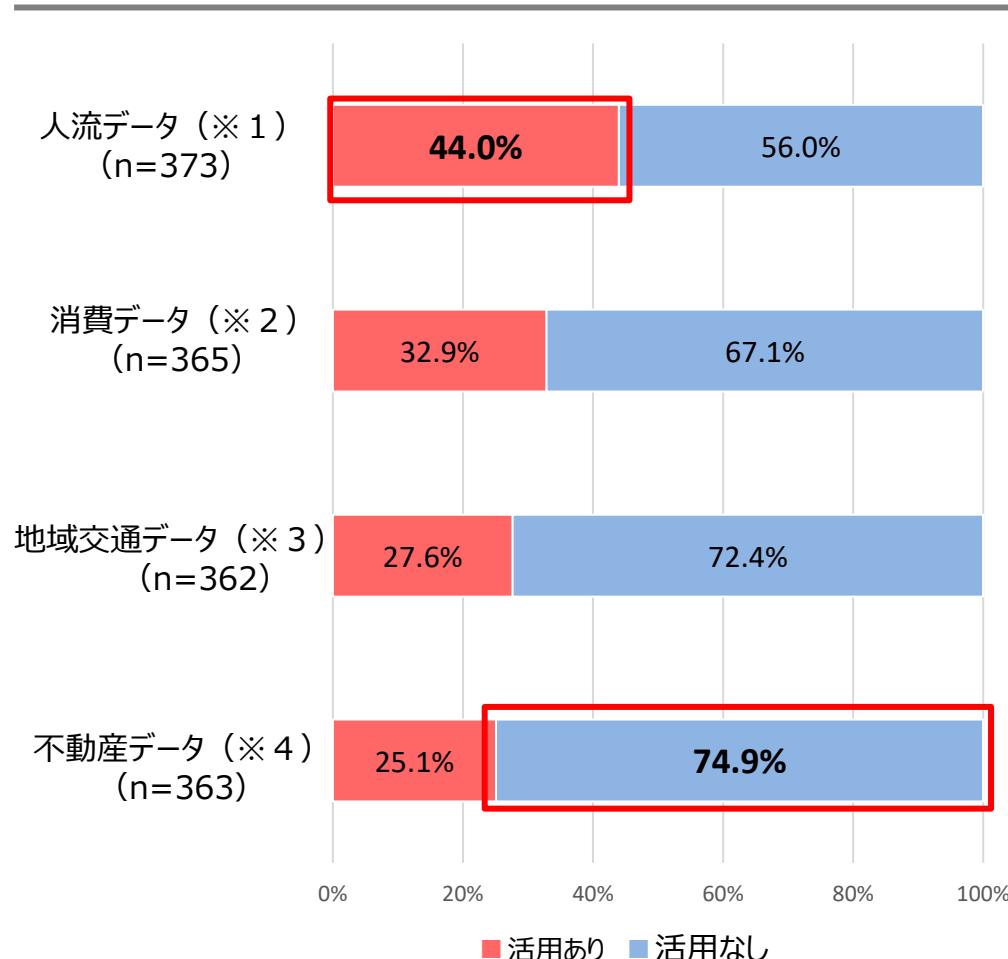
地域交通に関する商工会議所の取組み【複数回答】



2. 商工会議所の事業活動におけるビッグデータの活用状況

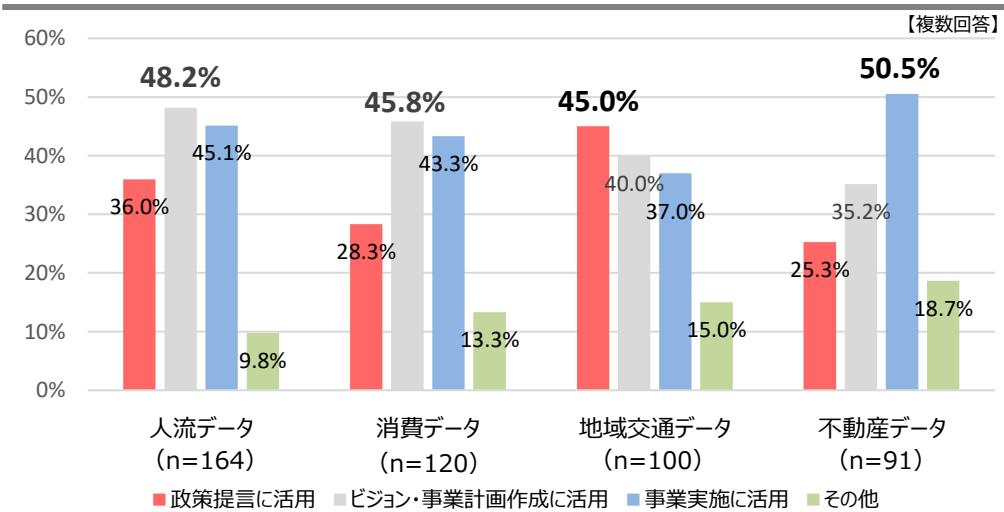
- ・商工会議所の事業活動において、4割超が人流データを活用しているものの、まちづくり等において使われる空き店舗情報（用途・築年数・賃料等）をはじめとした不動産データは、7割超が活用できていない。
- ・活用内容別にみると、人流データや消費データは、約5割がビジョン・事業計画の作成に活用している。一方で、各地商工会議所からは、データ活用のノウハウや人材、データ収集に係るコストを課題に挙げる声も聞かれる。

ビッグデータの活用状況



※1 観光入込客数、滞留・通過人口データ、宿泊者数等 ※3 乗降客数、利用頻度、乗客特性等
 ※2 旅行消費額、POSデータ等 ※4 空き店舗情報、GISデータ等

ビッグデータの活用シーン



各地からの声

【活用内容】

- ✓ 観光客の動向分析や、創業希望者の出店候補地の検討、地域交通の利用状況の把握にRESAS等のデータを活用【富山県】
- ✓ 地域商品券の消費データの分析をしており、この結果を踏まえて、商品券の一部キャッシュレス化や発行額を検討している【福岡県】

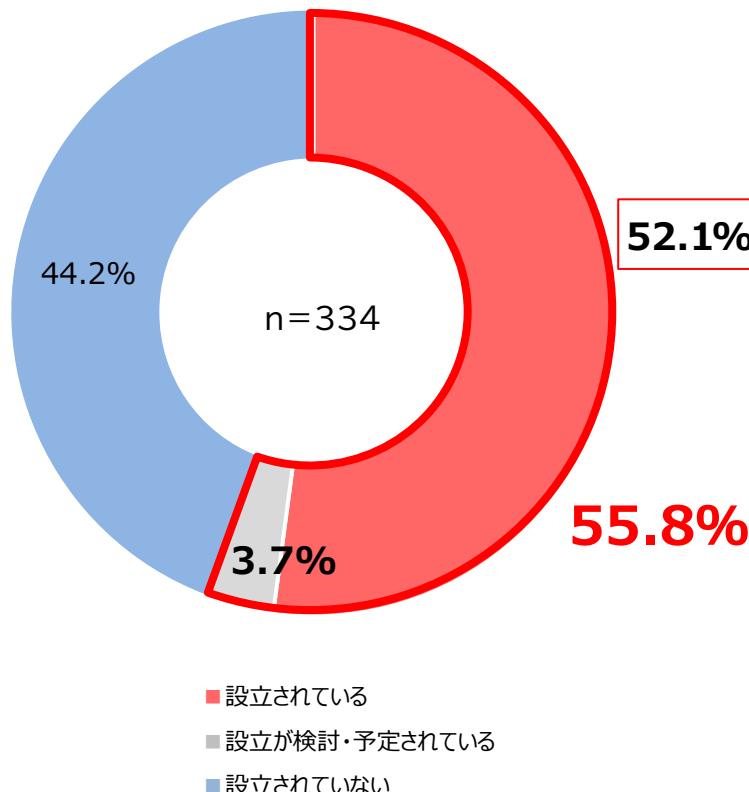
【課題】

- ✓ データの収集・分析に係るコスト負担が大きい【滋賀県】
- ✓ RESAS等のビッグデータの分析ノウハウや人材が足りず、思うように活用できていない【福岡県】

3. まちづくり会社に対する商工会議所の関与

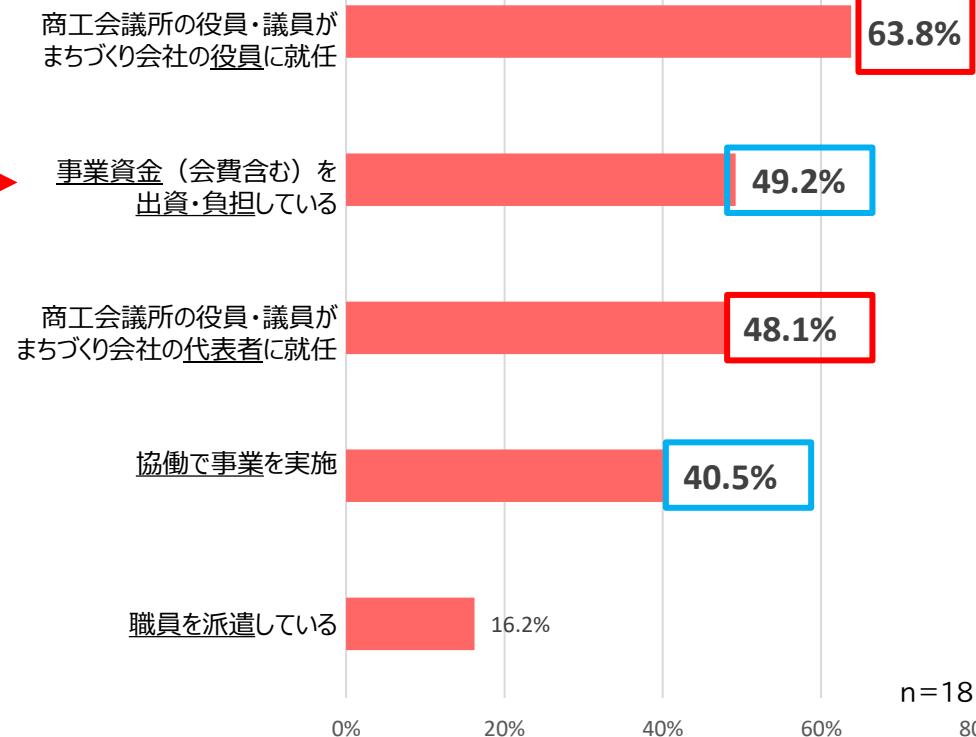
- 商工会議所の立地地域において、まちづくり会社が「設立されている」または「検討・予定されている」と回答した商工会議所は過半数を占める。
- まちづくり会社に対する商工会議所の関与状況をみると、6割超が「商工会議所の役員・議員がまちづくり会社の役員に就任」しているほか、代表者に就任している地域も約5割にのぼる。
- また、まちづくり会社への出資など、事業資金を提供している商工会議所は約半数、協働で事業を実施している商工会議所は約4割と、まちづくり会社の運営・資金・事業活動の各方面から商工会議所がバックアップしている状況がうかがえる。

各地域におけるまちづくり会社の設置状況



まちづくり会社に対する商工会議所の関与

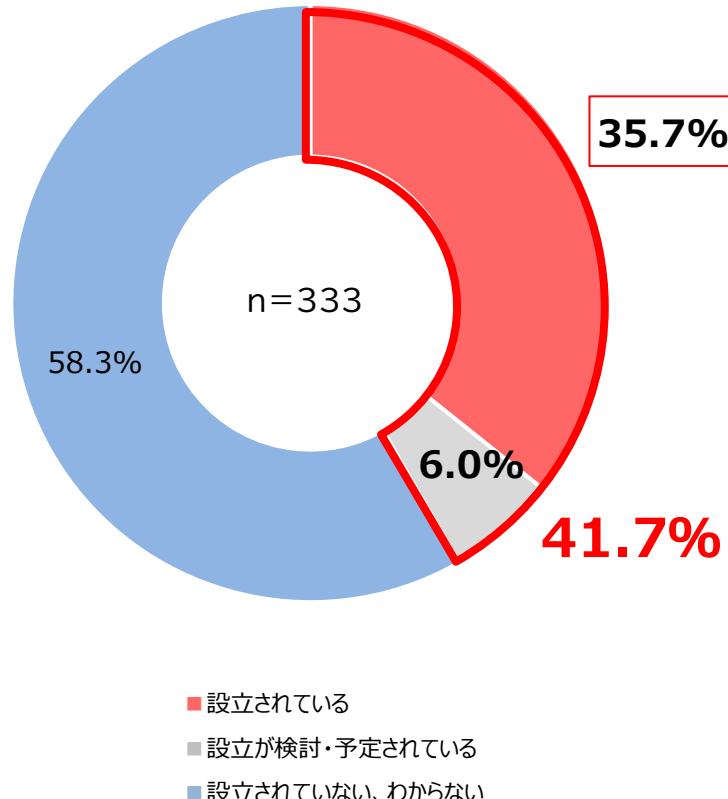
※まちづくり会社が設立されている商工会議所が対象。複数回答



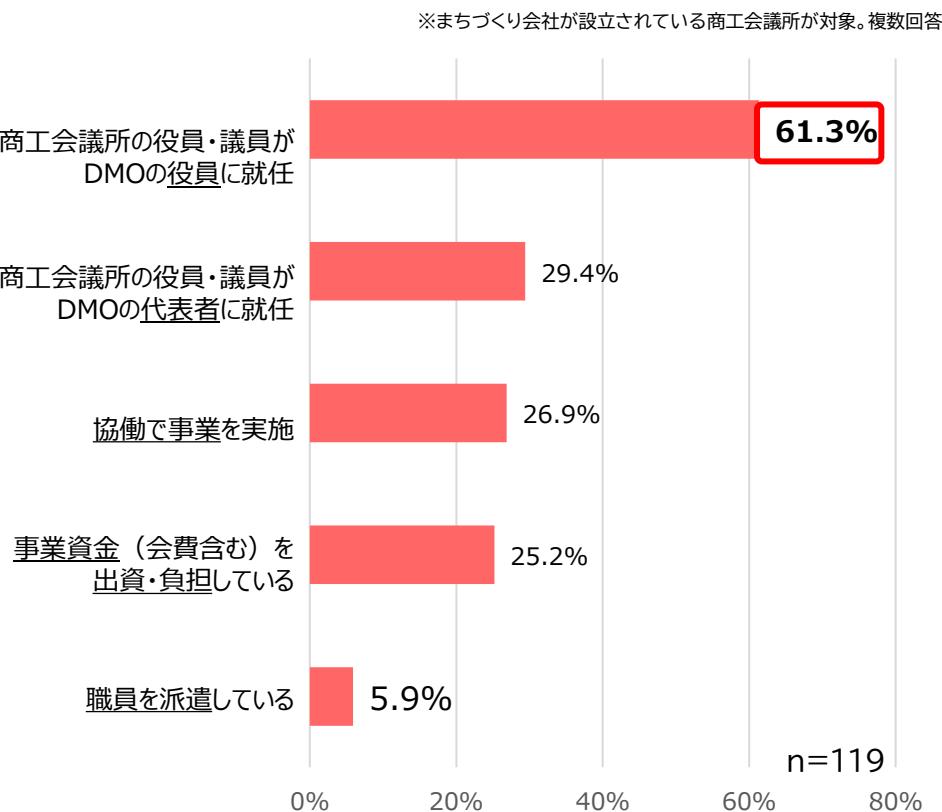
4. DMOに対する商工会議所の関与

- 商工会議所の立地地域において、DMO（観光地域づくり法人）が「設立されている」または「検討・予定されている」と回答した商工会議所は4割超。
- DMOに対する商工会議所の関与状況をみると、6割超が「商工会議所の役員・議員がDMOの役員に就任」している。このほか、DMOの代表者を務めている商工会議所や、協働による事業展開や資金提供をしている商工会議所など、各地のDMOの運営・事業活動に多くの商工会議所が貢献している。

各地域におけるDMOの設立状況



商工会議所によるDMOの活動への関与



5. まちづくり会社・DMOに関する商工会議所の声

◆商工会議所が関与しているまちづくり会社の活動内容・評価(自由記述例)

- 商工会議所が事務局を担うまちづくり会社では、観光商業施設の管理・運営を担っており、同施設の広場を活用したイベント開催など、エリアマネジメント活動を行っている。(熊本県)
- 重要伝統的建造物群保存地区を活動エリアとしたまちづくり会社があり、同地区のまちづくり計画の策定やイベント開催、歴史的な価値を有する古民家の利活用など、ソフト・ハード両面の事業活動において協働している。(兵庫県)
- 商工会議所や地域企業、市が出資し、まちづくり会社を設立。駅前広場などの公共空間や商店街の空き店舗等を活用した交流・賑わいづくり事業を展開。また、活動エリア内へのテナント誘致も実施している。(大阪府)

◆商工会議所が関与しているDMOの活動内容・評価(自由記述例)

- 商工会議所の副会頭をはじめ多くの役員企業がDMOに参画。商品開発や市内事業者への啓発、サービスの付加価値向上など、多方面の事業において協働して事業を行っている。(新潟県)
- DMOでは、商工会議所とも連携しながら、観光マーケティングからツアー造成まで行っており、より多くの旅行代理店やネット事業者を介した露出強化、販売促進を通じて、観光地域づくりを推進。(熊本県)
- DMOや商工会議所が実施している事業における組織間の連携を図っているほか、DMOの会員として商工会議所も加入し、会費を拠出するなど、運営面でも協力している。(徳島県)

◆まちづくり会社・DMOの活動における課題(自由記述例)

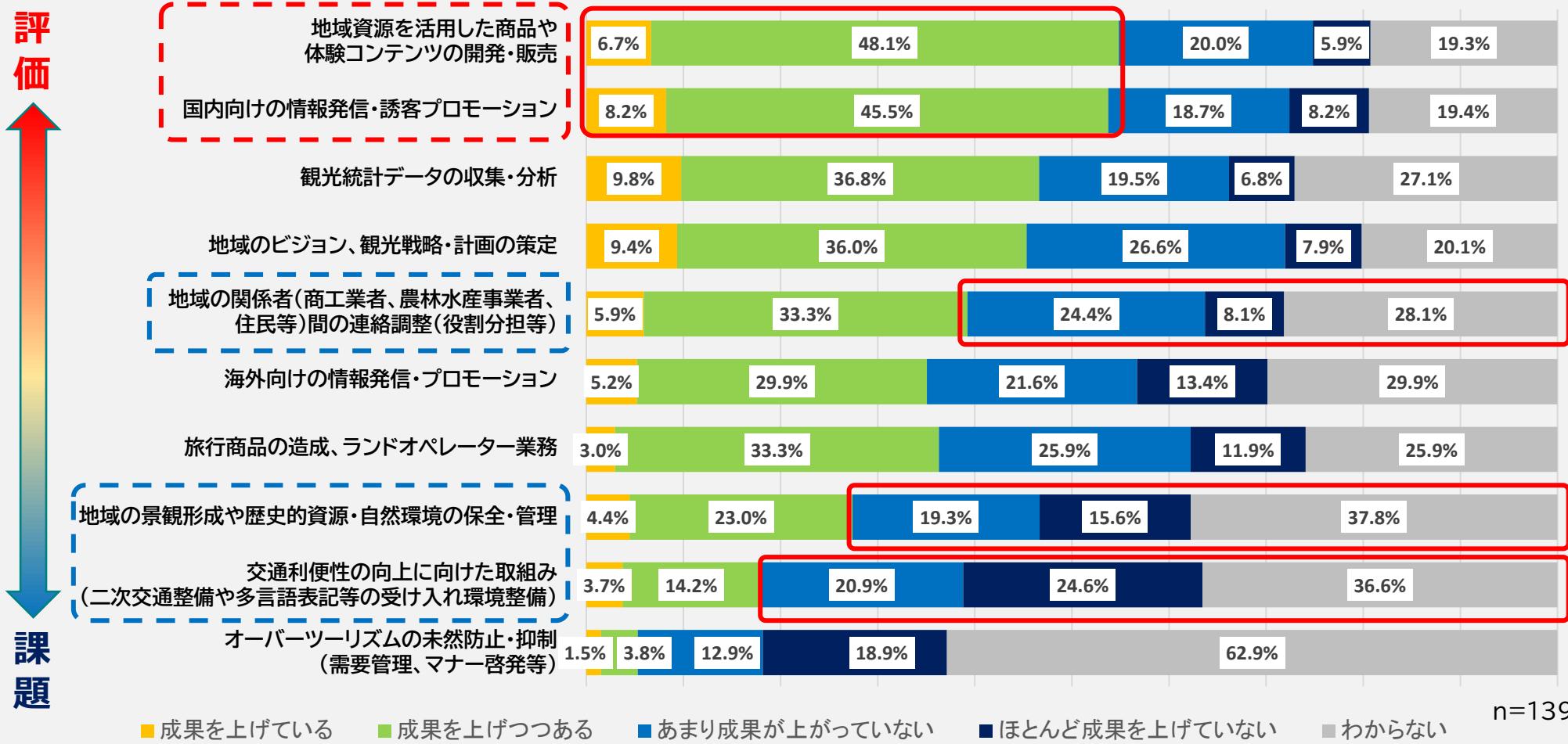
- DMOの出資金の多くが市から拠出されており、行政の政策方針が色濃く反映される影響もあって、地域事業者への波及効果がなかなか広がらない。(山形県)
- 実証実験等の事業は多いものの、コンテンツとしての商品販売・サービス展開等の事業化が遅れている。(埼玉県)
- 行政を含めた関係者間の連携が乏しく、商工会議所も参画しているが、やや名義貸しのような状況。(大阪府)

6. DMOの観光地域づくり活動に対する商工会議所の評価

- DMOの活動内容について、「地域資源を活用した商品や体験コンテンツの開発・販売」「国内向けの情報発信・誘客プロモーション」に対して、過半数の商工会議所が「成果を上げている」、「成果を上げつつある」と評価している。
- 一方、「地域の関係者間の連絡調整」や、「地域の景観形成、歴史的資源・自然環境保全」、「交通の利便性向上」といった面的な視点を求められる活動に対しては、その成果・実績に課題を指摘する声が多い。

DMOの活動内容と商工会議所からみた評価

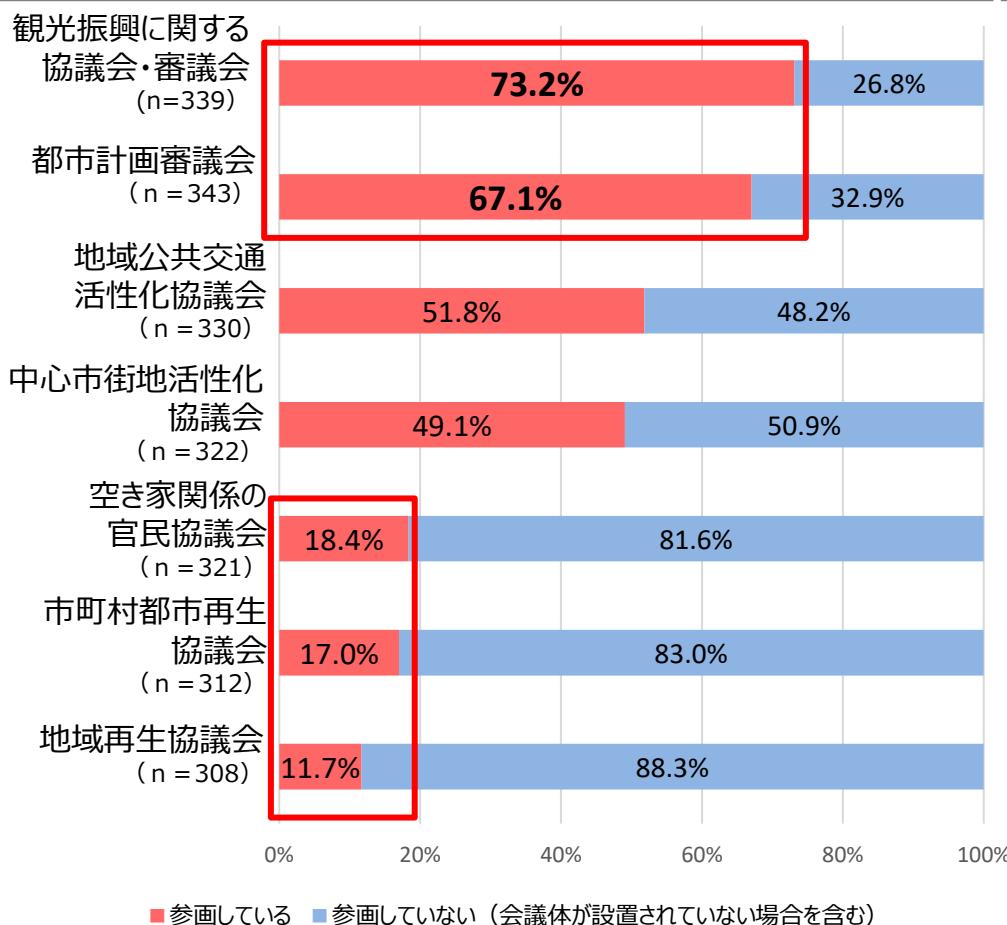
※「成果を上げている」「成果を上げつつある」の合計順



7. 地域の協議体における商工会議所の参画状況

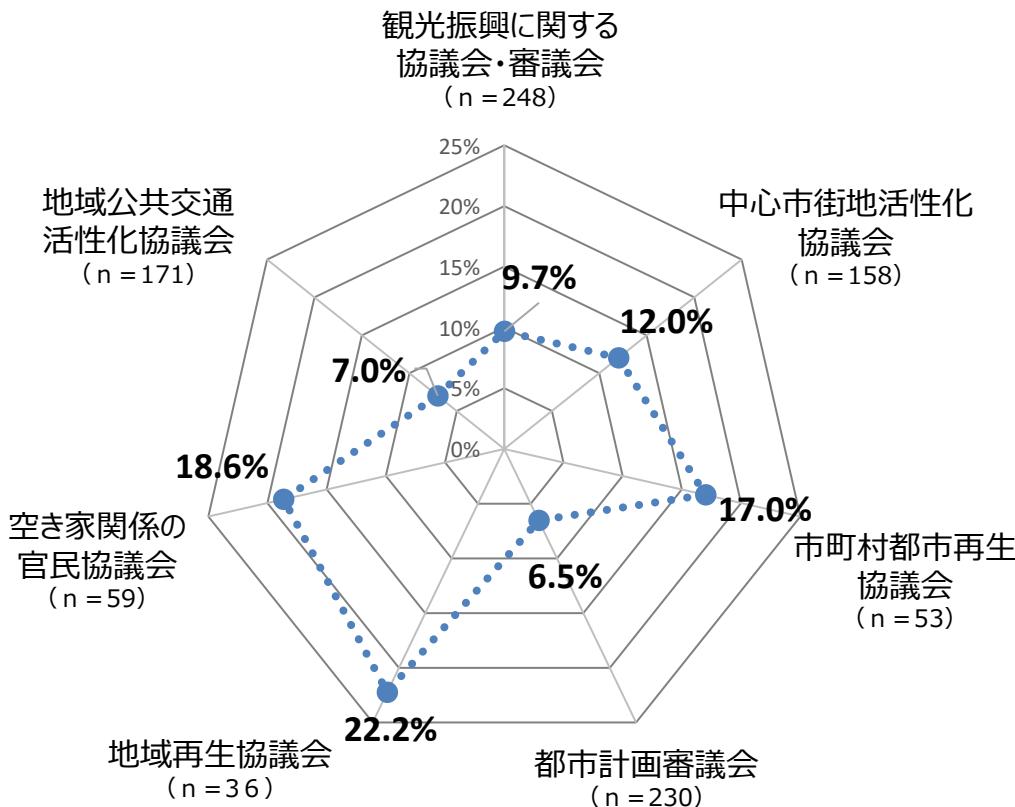
- 観光やまちづくり等に関する公民連携の場として、各地域には、国の法律に基づく法定協議会や地方自治体が独自に設置する審議会等が存在し、商工会議所が構成メンバーとして参画するケースも多い。特に観光振興や都市計画では、約7割の商工会議所が参画している。一方で、空家対策や都市再生、地域再生等に関する協議会への参画は2割に満たないなど、十分に活用されていない状況もうかがえる。
- 一方、協議体における議論・検討をもとに策定される行政計画や予算等においては、参画する商工会議所等の民間からの提案・提言が「反映」、「一部反映」されたとする商工会議所は一部にとどまっており、実効性を高めるための民間提案力の強化に課題。

地域の協議体における商工会議所の参画状況



行政計画・予算における協議体を通じた民間提案の反映状況(※)

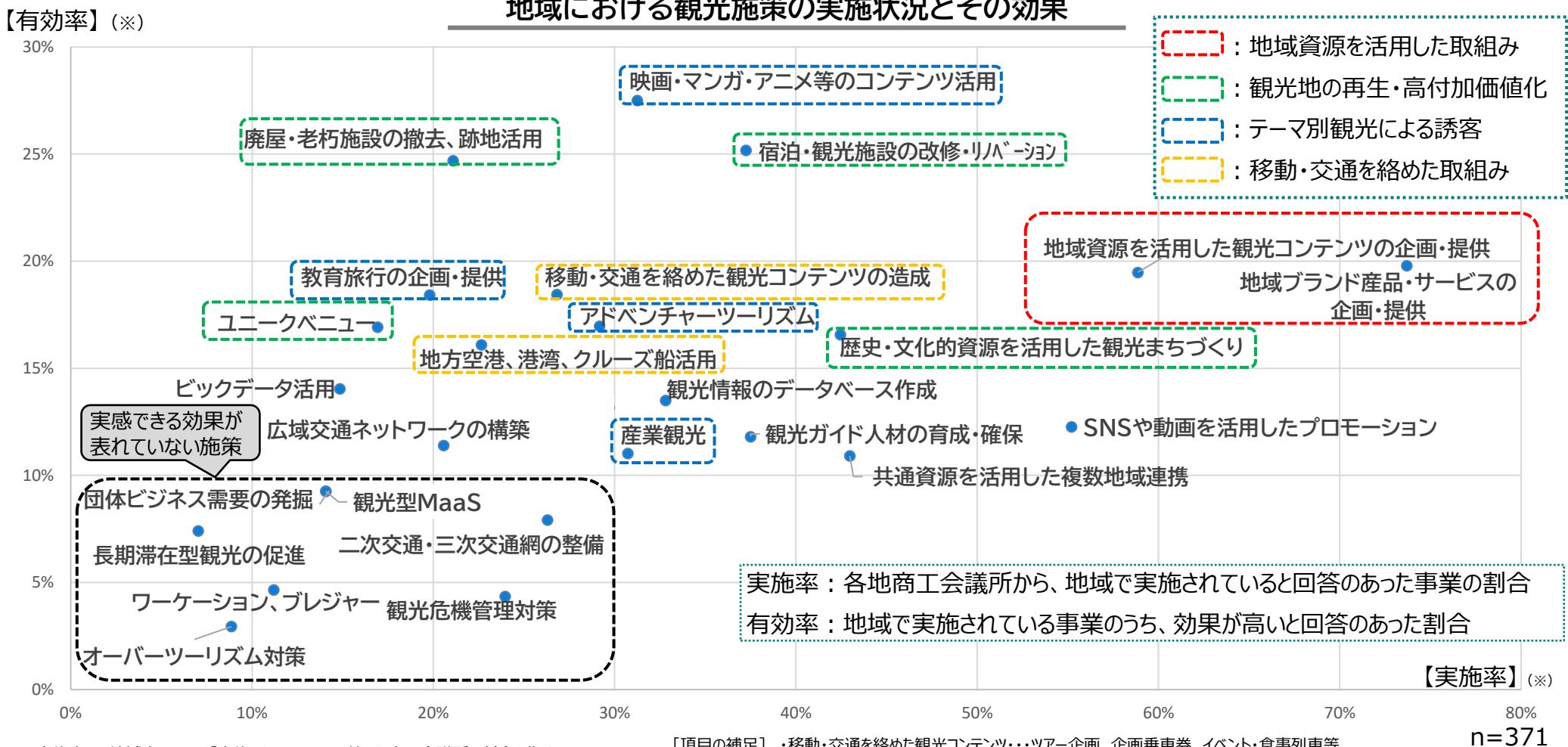
※各協議会・審議会に「参画している」と回答した商工会議所のうち、民間による提案が行政計画等に「反映された」または「一部反映された」と回答した商工会議所の割合



第Ⅲ章 觀光振興・地域交通

1. 地域における観光施策の実施状況とその効果

- 歴史・文化や食等の地域資源を活用した観光コンテンツの造成や地域ブランディングに取組む地域が多くみられるほか、その効果も比較的高く評価されている。
- また、観光需要の受け皿となるような「宿泊・観光施設の改修・リノベーション」、良好な景観形成にも資する「老朽施設の除却」、国内外で人気が高く集客力を有する「映画・マンガ等のコンテンツ活用」は、実施率こそ低いものの、その有効性が評価されている。



*実施率…地域内において「実施されている」と回答した商工会議所の割合を指す。

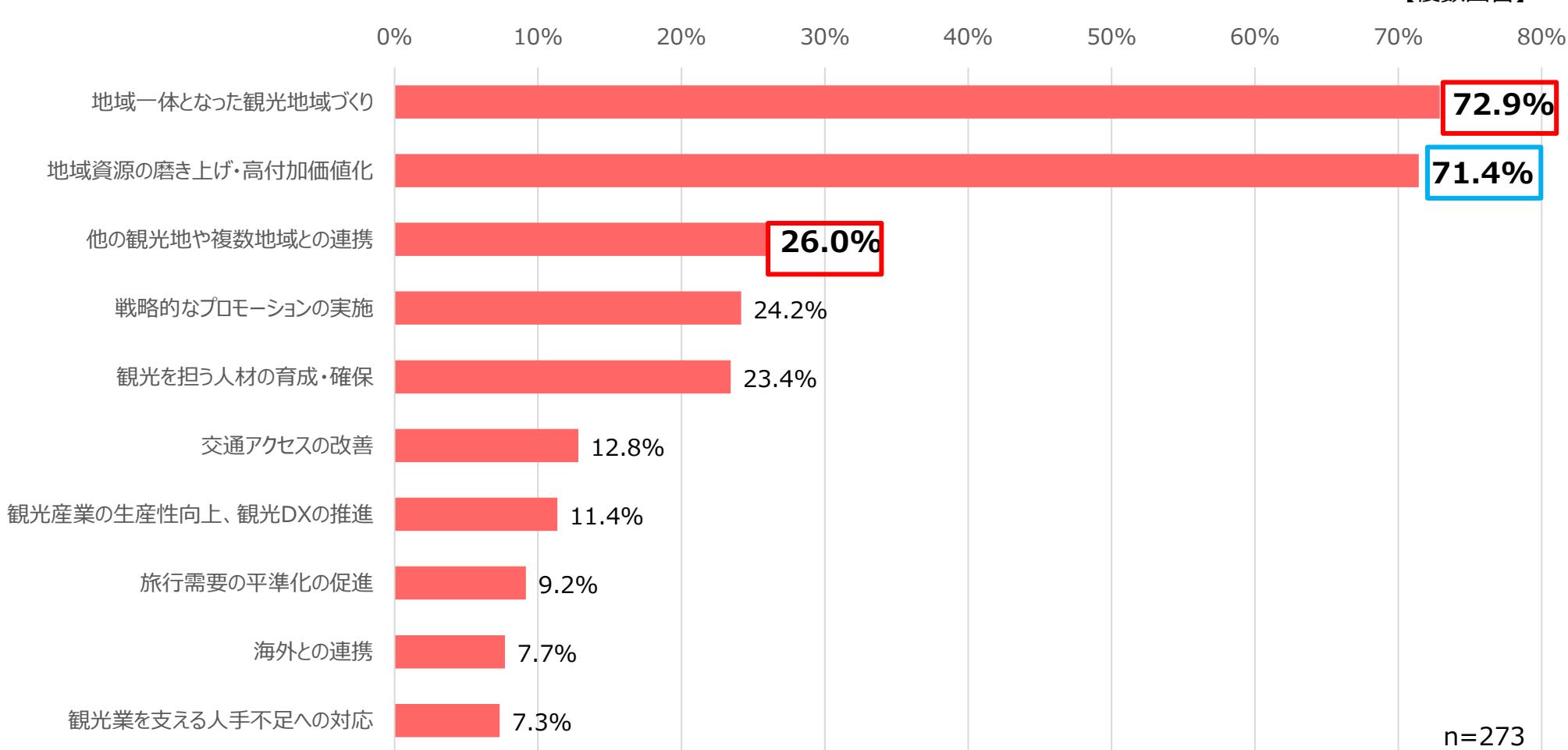
有効率…各施策について、地域内で「実施されている」と回答した商工会議所のうち、その取組みの「効果が高い」と回答した商工会議所の割合を指す。

2. 商工会議所における観光振興の取組み①

- ・商工会議所による観光振興に関する事業の実施目的について、7割超が「地域一体となった観光地域づくり」と回答しているほか、「他の観光地や複数地域との連携」も約3割にのぼるなど、地域内外における多様な主体との連携のハブとして商工会議所が取組んでいる様子がうかがえる。
- ・また、「地域資源の磨き上げ・高付加価値化」も7割超と、観光による稼ぐ力の強化に向けた取組み多くの地域で行われている。

商工会議所による観光振興事業の実施目的

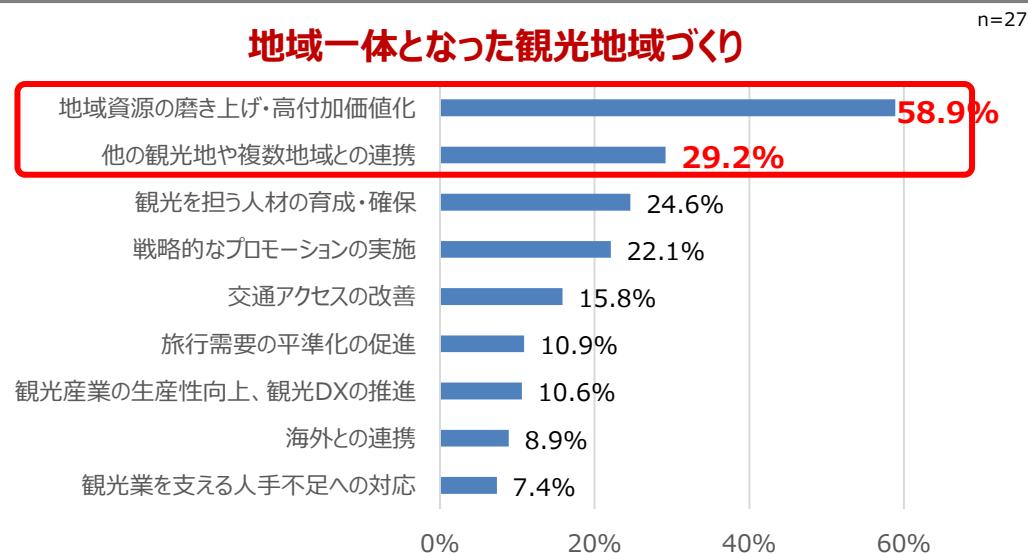
【複数回答】



2. 商工会議所における観光振興の取組み②

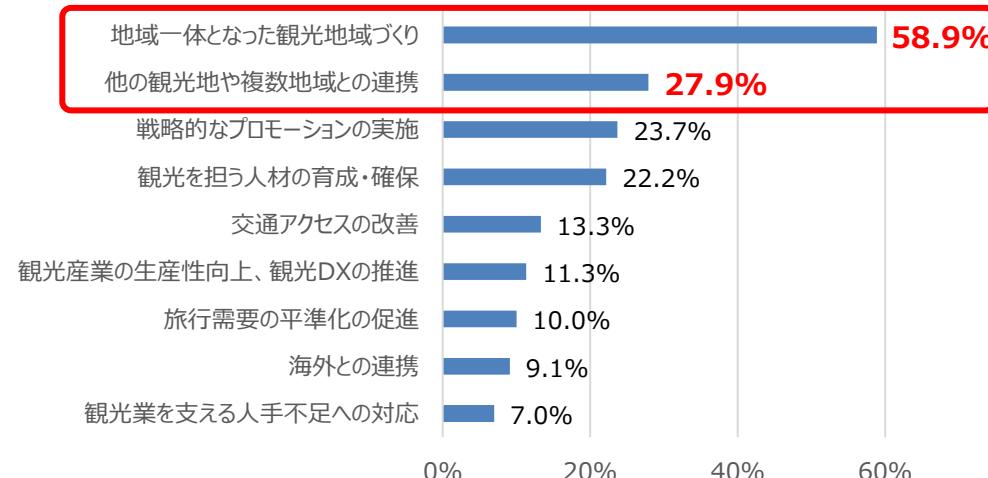
- 商工会議所が取組む観光振興に関する事業について、その実施目的別にみると、「地域一体となった観光地域づくり」と「地域資源の磨き上げ・高付加価値化」の双方を目的とした商工会議所は約6割にのぼる。また、「交通アクセスの改善」は観光産業の生産性向上や他地域との連携等の課題と一体的に取組んでいる様子もうかがえる。

観光振興に関する事業の実施目的間の親和性^(※)

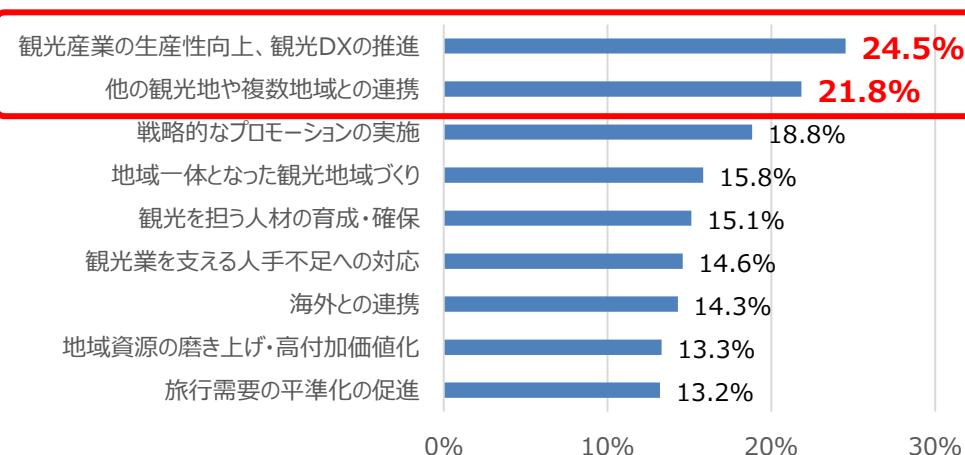


※観光振興に関する事業において複数の実施目的がある商工会議所を対象に、主たる実施目的に対して、それ以外の実施目的を回答した商工会議所の割合を指す

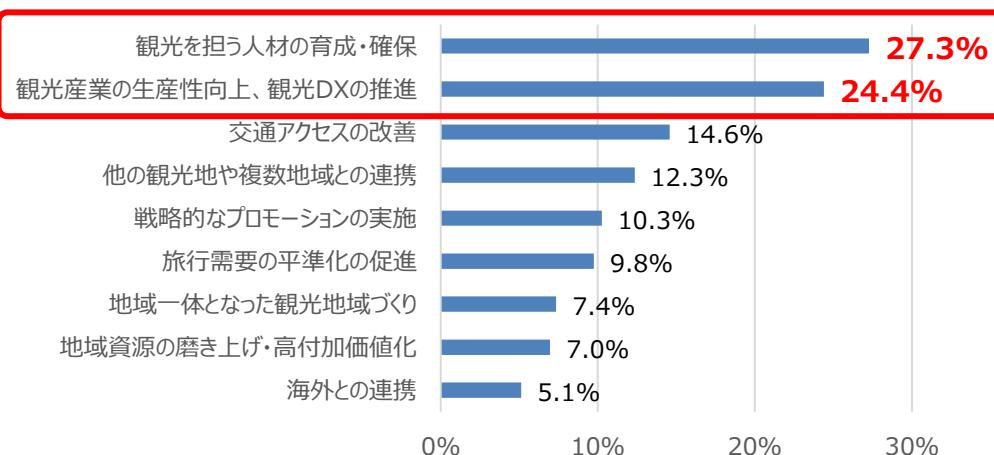
地域資源の磨き上げ・高付加価値化



交通アクセスの改善



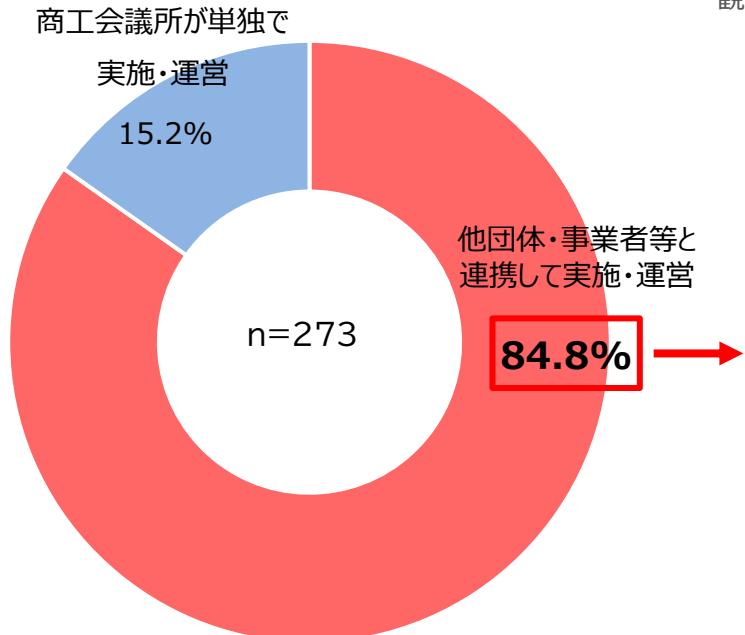
観光業を支える人手不足への対応



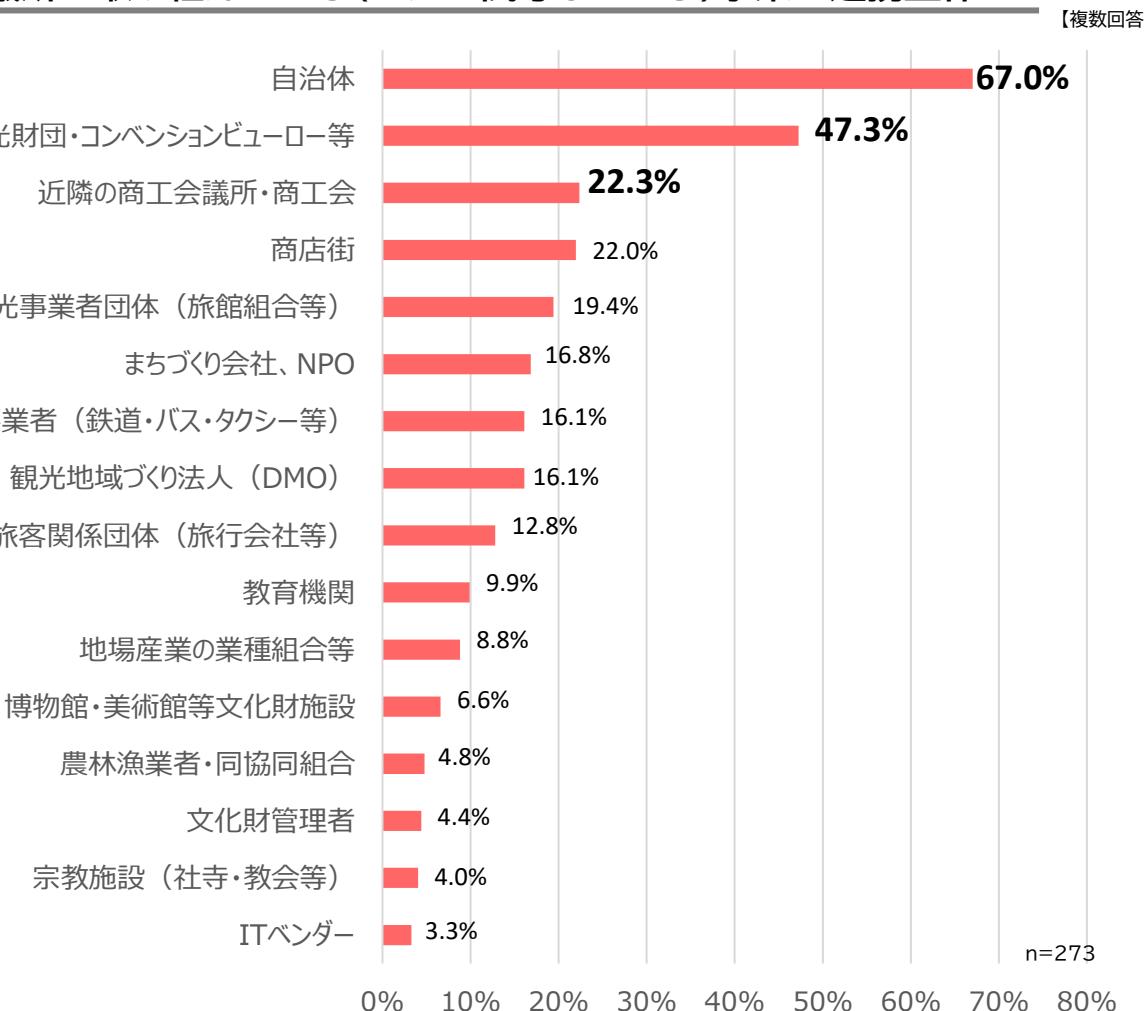
3. 観光振興に関する取組みの実施主体と商工会議所の連携先

- 観光振興に関する取組みの実施主体をみると、8割超の商工会議所が「他団体・事業者等と連携」している。
- 連携先では、「自治体」が約7割と最も多く、次いで、商工会議所の役員・議員等が役員等を務めている地域も多い「観光協会・観光財団、コンベンションビューロー等」が約5割。また、「近隣の商工会議所・商工会」が2割超と、市町村や都道府県の境界を跨ぎ、広域的に活動している商工会議所もみられる。

観光振興に関する取組みの実施主体



商工会議所が取り組んでいる(または関与している)事業の連携主体



4. 商工会議所による観光振興に関する取組み事例①

<地域一体となった観光地域づくり>

- オーバーツーリズム対策として、地域住民と観光客、事業者が豊かになる観光のあり方を模索。観光地へのスマートごみ箱の設置や、駐車場の満空情報の発信強化、中心観光地の実験的交通規制を実施。(川越／埼玉県)
- 日本遺産に認定された「北前船寄港地」であった当地の再活性化に向けて、港町の中心にある閉店した銭湯の再利用を検討中。地元高校や若手経営者と連携し、「サードプレイス」の創出策を練っている。(玉島／岡山県)

<地域資源の磨き上げ・高付加価値化>

- 白石市の特産品である「うめん」、「白石和紙」、「葛」という「白石三白」をはじめ、「白」をテーマとした地元産品を「白石三白ブランド認証品」にする地域ブランド事業を創設。(白石／宮城県)
- 2023年に完成した、地元Bリーグチームのホームとなる「オープンハウスアリーナ太田」を新たな観光資源と位置づけ、「ホームアリーナ周辺飲食・小売店ガイドブック」を作成・配布。また、スポーツを通じたまちづくりの一環として、アリーナ周辺の一部歩道を市や群馬プロバスケットボールコミュニケーションと共同で整備する予定。(太田／群馬県)

<戦略的なプロモーションの実施>

- 来街者の観光プラン等の計画に役立てるため、市内震災後の観光資源を調査し、マップ化。また、営業を再開したお店の営業時間等の情報提供や、市内の観光資源の魅力をSNSを利用して積極的に発信。(珠洲／石川県)
- 市内に所在する、全国規模で事業を展開する企業・団体の支社・支店・支部等の長(責任者)を「さいたまPR大使」に任命。さいたま市の店舗・観光情報を掲載したウェブサイトの二次元コード等を載せた名刺を作成し、配布してもらっている。(さいたま／埼玉県)

<他の観光地や複数地域との連携>

- 三陸沿岸道沿線の5市(八戸市、久慈市、宮古市、釜石市、大船渡市)の商工会議所等が連携し、三陸グルメマンガプロジェクト実行委員会を設立。各地域のグルメをマンガで紹介するガイドブックを作成した。第一弾はラーメン、第二弾は海の幸、第三弾はご当地グルメと3年にわたり発行。
- 東北中央道の開通を契機に、利用促進を通じた福島市・相馬市・米沢市の交流人口増加に向けて、同エリアの3商工会議所が連携。道の駅を始めとする観光施設を掲載した「観光ドライブMAP」を作成している。

4. 商工会議所による観光振興に関する取組み事例②

<交通アクセスの改善>

- 当所が事務局を担う「稚内空港高度利用協議会」において、市と連携し、定期便就航・夏季チャーター便就航に関する誘客支援事業を実施。(稚内／北海道)
- 大型クルーズ船の乗客に対して、米子市内・大山方面への誘客・消費促進を図るための実証実験を実施。境港市にあるターミナル港から、皆生温泉や米子城跡をつなぐ無料のシャトルバスとジャンボタクシーを運行。(米子／鳥取県)

<観光産業の生産性向上、観光DXの推進>

- SNS等で地域の飲食店情報を得る来街者が多いため、2025年4月から新たに、SNS上で展開する街ナカ飲食店デジタルマップを運用開始。街中に掲出したポスターやホテル・飲食店等に設置したカードのQRコードを読み込むと利用できる。(高松／香川県)
- 東九州自動車道の延伸を契機に、日南の食と観光地を巡るスタンプラリーイベントをデジタル化し、実施。宮崎市以北をはじめとする域外からの観光誘客や消費喚起を図っている。(日南／宮崎県)

<旅行需要の平準化の促進>

- 雪まつりのある冬季等に偏重する観光需要の分散を図るため、すすきのから徒歩5分に位置する「中島公園」を舞台に、紅葉のライトアップイベントを2024年から実施するなど、閑散期の新コンテンツ創出、夜間観光の推進を行っている。(札幌／北海道)
- 鹿児島は県外への就職者が多く、「帰省」が文化の一つとして根付いていることから、県外に居住する鹿児島出身者を対象に、「かごしま里帰りキャンペーン」を実施。里帰りも一つの観光振興と位置づけ、航空会社や宿泊施設等の協力のもと、里帰りの特典や抽選会事業を実施。また、全国の県人会会員には里帰り助成も行っている。(鹿児島／鹿児島県)

<海外との連携>

- 訪日外国人を当地に呼び込むため、「須賀川商工会議所インバウンド体験型観光推進協議会」を設置し、須賀川ならではの文化や伝統などを活かした体験型観光商品(染物体験、絵付け体験等)を開発。海外向けのオンライン旅行代理店(Get Your Guide)に登録し、販売を開始した。(須賀川／福島県)

第IV章 まちづくり

1. まちづくりにおける中心市街地(まちなか)の課題

- 各地域のまちづくりにおける中心市街地(まちなか)の課題について、約6割が「老朽化施設の新陳代謝が進まない」と回答したほか、「低未利用不動産の活用が進まない」も約半数にのぼるなど、新たなまちなか投資が生まれにくい状況を指摘する声が多い。
- 都市圏別、人口規模別にみると、三大都市圏や人口10万人以上の都市は、ウォーカブル空間やパブリックスペースへの課題感も強い。

まちづくりにおけるまちなかの課題

【複数回答】

老朽化施設(※1)の新陳代謝が進まない 56.0%

低未利用不動産(※2)の活用が進まない 47.7%

地元企業の出店や創業者が少ない、出店しても長続きしない 34.9%

ウォーカブルな空間やパブリックスペースが少ない・活用できていない 31.5%

エリア内・同一施設内のミクストユースが進まない 14.8%

需要に対して不動産が足りない 14.3%

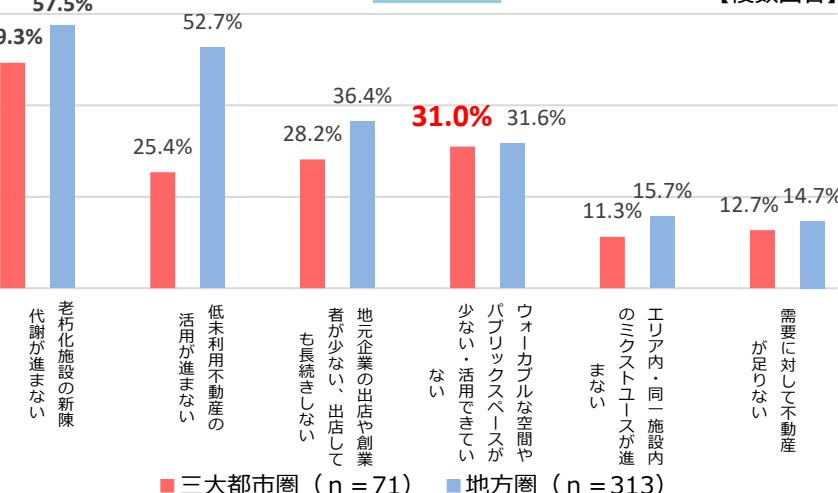
n=384

※1：老朽化した商業ビル、オフィスビル、宿泊施設等

※2：空き家・空き店舗・空き地・青空駐車場等

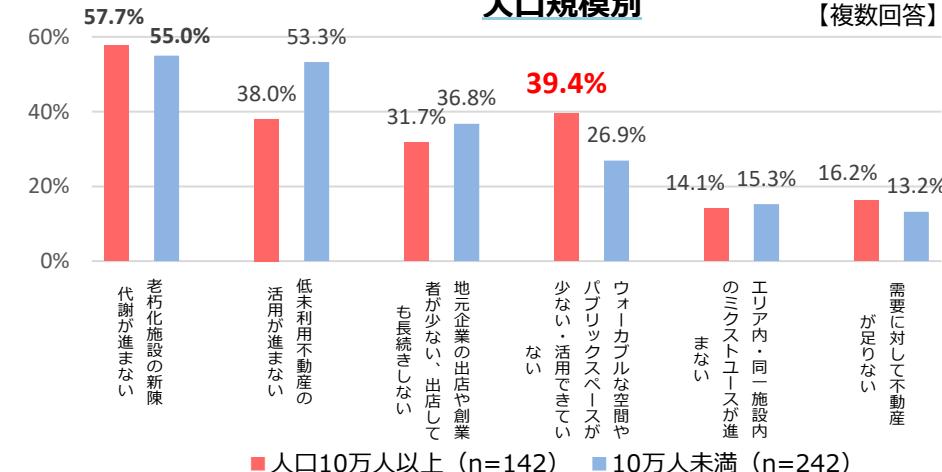
都市圏別・人口規模別にみたまちなかの課題

【複数回答】



人口規模別

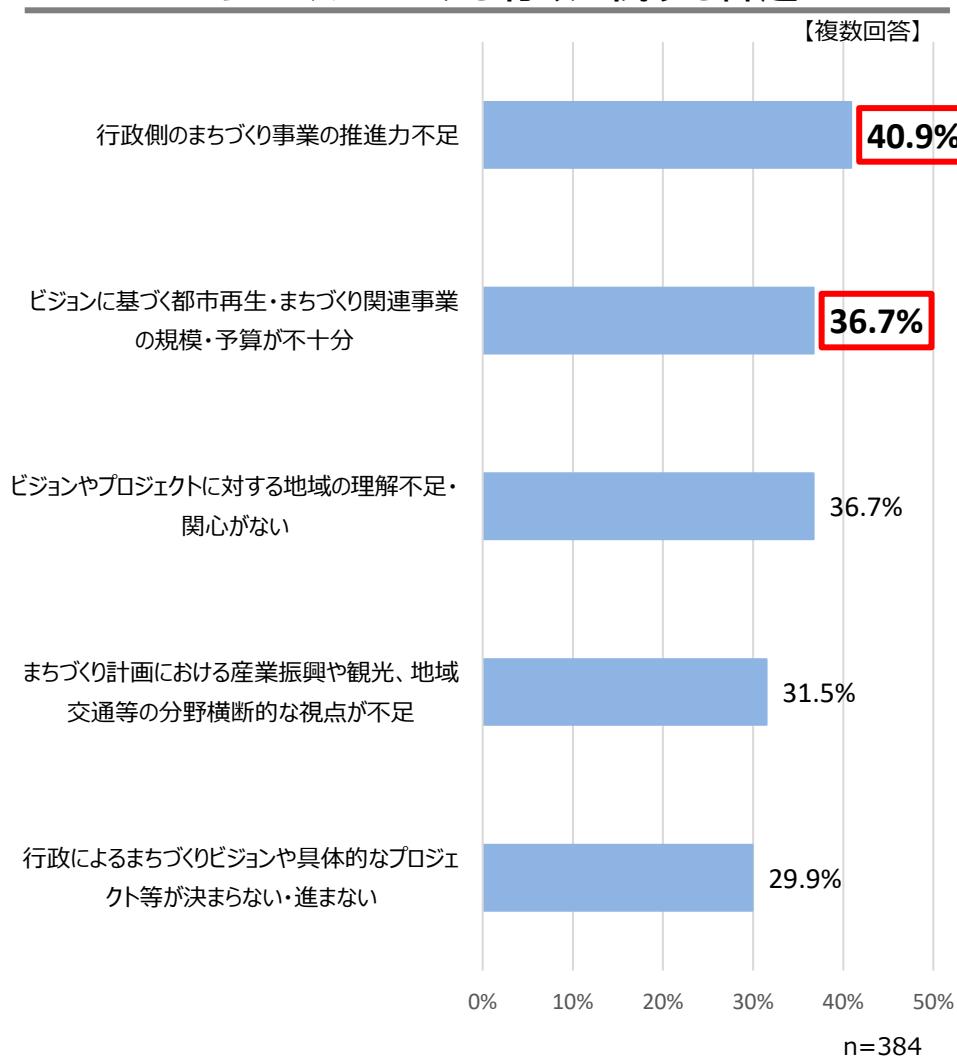
【複数回答】



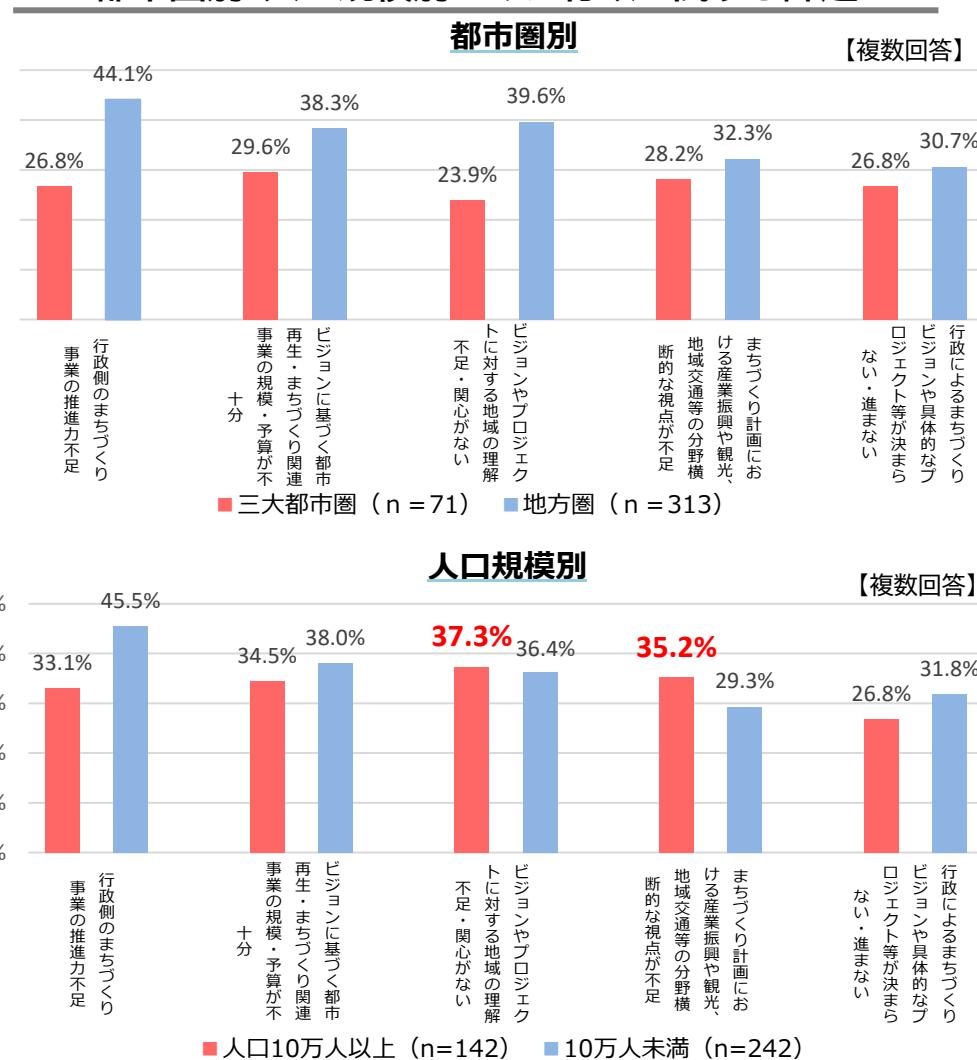
2. まちづくりにおける行政に関する課題

- まちづくりにおける行政に関する課題について、「行政側のまちづくり事業の推進力不足」が4割超となったほか、ビジョンに基づく事業の規模・予算や、地域への理解の浸透が不十分であると感じる商工会議所も多い。
- 一方で、人口10万人以上の都市では、地域の理解不足・無関心や行政における政策横断的な視点の不足への指摘が多くみられる。

まちづくりにおける行政に関する課題



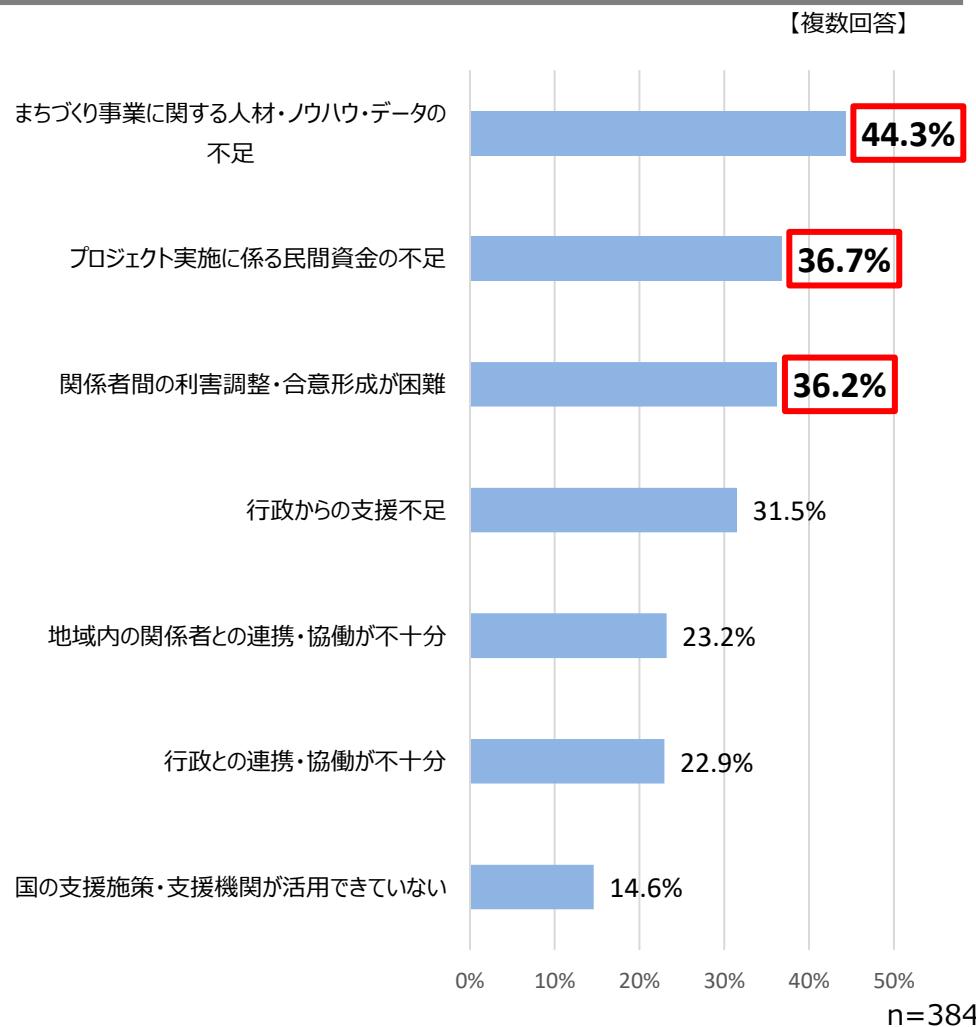
都市圏別・人口規模別にみた行政に関する課題



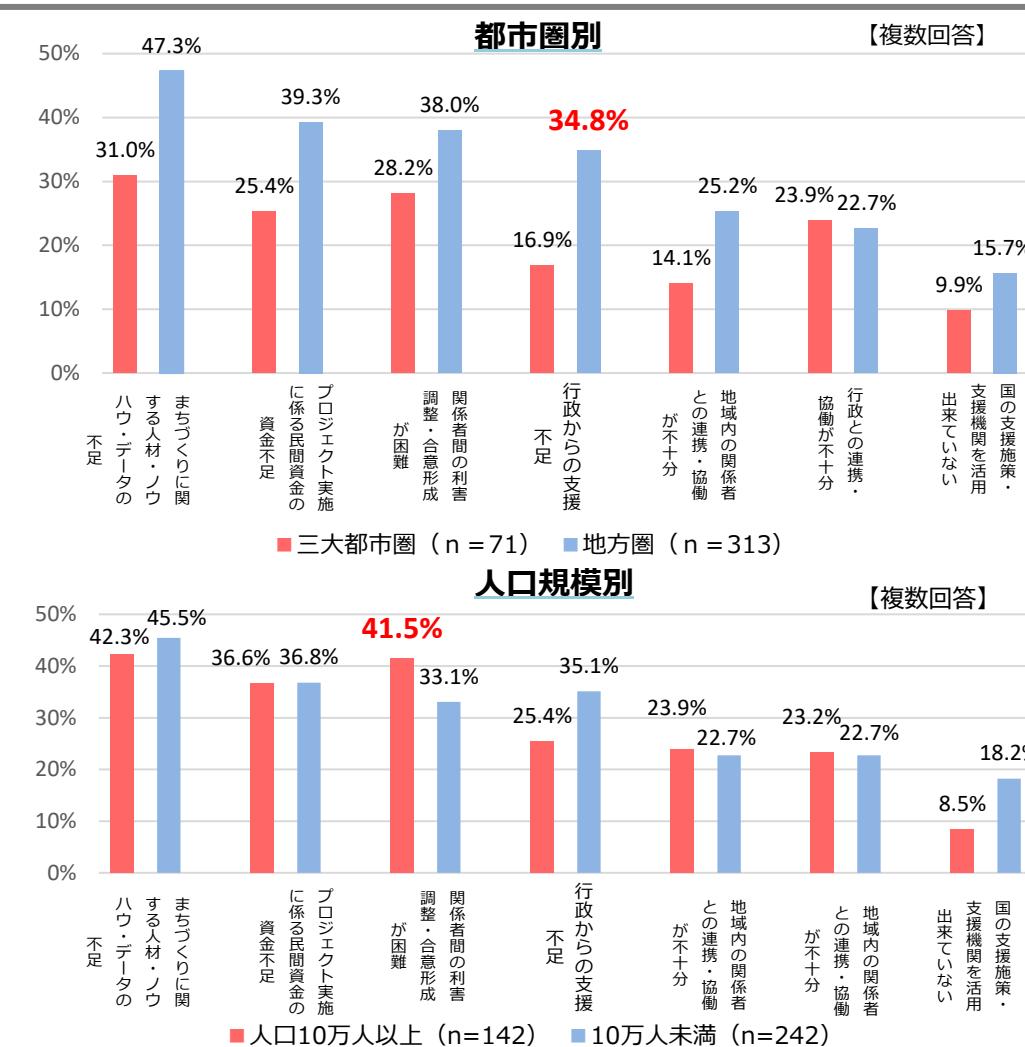
3. まちづくりにおける民間のまちづくり関係者に関する課題

- まちづくりにおける民間のまちづくり関係者に関する課題について、4割超の商工会議所が「人材・ノウハウ・データの不足」を挙げる。また、プロジェクト実施に係る資金不足や関係者間の利害調整・合意形成に苦慮している状況もみられる。
- また、地方圏では「行政からの支援不足」も多く、民間の力のみでのまちづくりの厳しさがうかがえる。さらに、人口10万人以上の都市においては、関係者間の利害調整・合意形成がスピード感のあるまちづくりを阻害していると推察される。

まちづくりにおける民間のまちづくり関係者に関する課題



都市圏別・人口規模別にみた民間のまちづくり関係者に関する課題

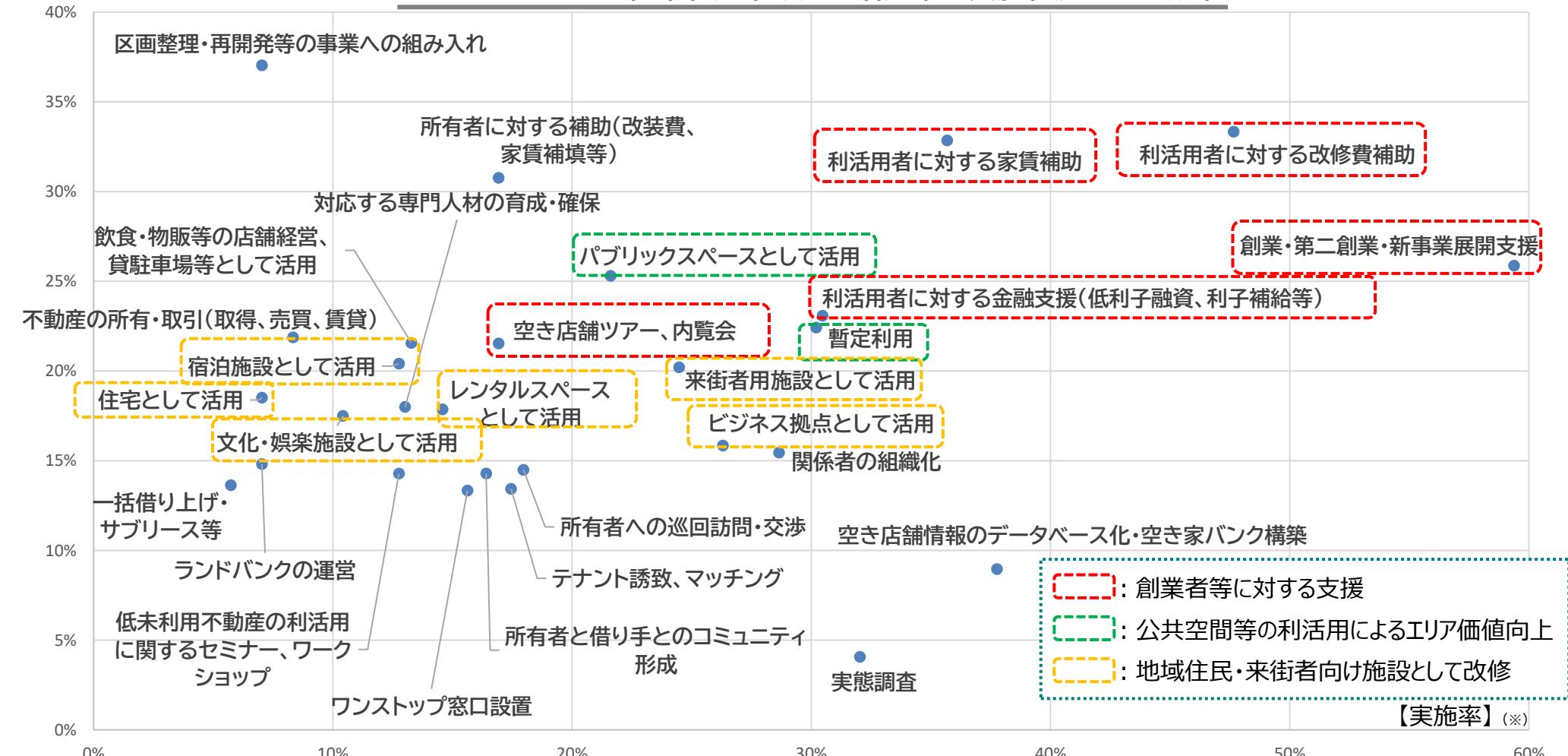


4. まちなかにおける低未利用不動産の活用策

- 低未利用不動産（空き家、空き店舗、空き地、青空駐車場等）の活用策について、商工会議所の主な事業である創業・第二創業・新事業展開支援と組み合わせて実施する地域が多い。その際、空き店舗等に出店する創業者に対し、初期投資コストを低減を図る家賃補助や改修費補助、地域金融機関等と連携した低利子融資を行うケースが多く、比較的効果が高いと評価。
- また、空き地・青空駐車場は、公共空間としてイベント開催等に活用するなど、エリア価値の向上に向けた取組みも行われている。

【有効率】(※)

まちなかにおける低未利用不動産の活用策の実施状況とその効果



※実施率…地域内において「実施されている」と回答した商工会議所の割合を指す。

有効率…各施策について、地域内で「実施されている」と回答した商工会議所のうち、その取組みの「効果が高い」と回答した商工会議所の割合を指す。

まちづくりの課題

<まちなかにおける課題>

- まちなかは老朽化ビルが多く、耐震性や機能性の問題もあって、出店・創業等の新たな投資が進みにくい状況。また、点在する空き家・空き店舗は、景観悪化や治安上の懸念も生じている。(富山県)
- 以前から再開発の話があるものの、関係者間の調整や自治体の財政負担等も問題もあって進捗が遅い。(大阪府)
- 行政の補助によって、まちなかにあった耐震基準を満たしていない建物の解体がある程度進んだが、跡地が駐車場に置き換わるなど、エリア内の賑わい創出に繋がっていない。(佐賀県)

<行政に関する課題>

- 縦割りによる庁内の連携不足の影響もあって、分野横断的なまちづくりを阻害している。(富山県)
- 行政と民間でまちづくりにおける課題認識や考え方の相違があり、具体的に話が進まない。(岡山県)

<民間のまちづくり関係者に関する課題>

- 専門的な知識や経験を持つ人材が不足しており、事業推進のボトルネックとなっている。(富山県)

まちなかにおける低未利用不動産の活用策

<低未利用不動産の活用に関する課題>

- 空き家・空き店舗の所有者は、建物に昔と同じような価値があると考えているケース多く、実際の価値と大きな乖離が生じている。そういう考え方を地道に変えないと地方都市は改善しない。(富山県)
- 行政による空き家バンク制度はあるものの、個人情報の外部提供には本人同意を要することから制度活用のハードルが高く、不動産業界との連携が進まない。(山形県)

<低未利用不動産の活用に関する取組み>

- 創業支援の一環として、空き店舗を活用し、1日～数日の短期限定で仮出店を体験するイベントを実施。(岡山県)
- 観光スポット前の空き店舗をリノベーションした観光案内所を運営しており、周辺エリアの飲食店等の利用促進や滞在時間の拡大に繋げている。(長野県)
- 商工会議所が毎年開催している創業ゼミのカリキュラムの1コマに空き店舗ツアーを組み込み、受講者に具体的な出店イメージを描いてもらっている。(和歌山県)
- 商店街の空き店舗に出店する場合に市の補助制度(改装費・家賃)があり、商工会議所主催の創業塾を受講した創業希望者等が活用している。(岡山県)

6. 歴史的建造物等における民間の活用状況

- まちなかにある歴史的建造物等の活用状況について所有者別にみると、地域資源の中核となるような重要伝統的建造物を活用している地域は、行政所有・民間所有とも5割超。また、歴史的価値を有する建造物では、特に民間所有の物件が多く活用されている。
- 商工会議所の関与状況をみると、低未利用不動産の活用では4割に達するものの、重要伝統的建造物や歴史的価値を有する建造物への関与は約2割にとどまり、こうした地域資源活用への商工会議所の参画が課題。

歴史的建造物等の活用に関する官民の連携の状況(※1)

【複数回答】

