

**ちば**

# **事業者の地域貢献に関する ガイドライン**

平成20年3月

千葉県商工労働部経営支援課

## 目次

1 策定の背景	1
2 策定の趣旨	1
3 まちづくりにおける現状認識と地域貢献のあり方	1
(1)まちづくりにおける現状認識	1
(2)地域貢献のあり方	2
4 関係者に期待される役割	2
(1)中小企業者の役割(地域商業者、商店街)	2
(2)大企業者の役割(大型店、チェーン店)	3
(3)大型店と地域商業者・商店街との協働	3
(4)市町村・支援機関の役割	4
(5)地域住民・団体の理解と協力	4
5 商業者の地域貢献とガイドラインで求める手続	4
6 商業者に求める具体的な地域貢献策(具体例)	7
7 地域の関係者による「協議の場」づくりの提案	8
(1)「協議の場」づくり	8
(2)「協議の場」の役割と活用	8
(3)「協議の場」の立ち上げと運営	9
(4)運営上の留意点	9
(5)協議状況に関する情報の提供及び県による情報の公表	9
8 県の取組	10
(1)制度の周知と協力要請	10
(2)計画書又は報告書の公表	10
(3)「地域振興・地域貢献に関する包括協定」の締結	11
(4)大型店等との懇談会の設置	11
9 その他	12
(1)市町村の独自の取組との調整	12
(2)千葉市内の商業者について	12
(3)ガイドラインの見直しについて	12
(4)ガイドラインの施行について	12
別紙一覧表(具体的な貢献策の例)	13
参考資料	17

## 1 策定の背景

県内企業の大多数を占める中小企業は、本県経済の成長を支える存在として、また、地域社会の担い手として、県民生活の向上に大きく寄与してきました。

しかし、近年、中小企業を取り巻く環境は大きく変化しています。

規制緩和による国内外の企業間競争が激化しつつある中、急速な少子高齢化の進展と人口減少社会の到来は、消費の減少を招き、中小企業の事業活動を一層厳しいものとし、地域活力の低下が懸念される状況が生まれています。

こうした中、地域商業の現状は、既存大型店の撤退・閉鎖や経営不振・後継者難による空き店舗の増加、郊外部への大型店の出店等から、消費者の商店街離れが進み、地方の中心的な都市でさえ、中心市街地から活気が失われつつあります。

## 2 策定の趣旨

平成18年12月に策定した「ちば中小企業元気戦略」では、中小企業の活性化を図るためには、「個々の企業による経営努力に加え、人口減少社会の下での地域の市場の動向を踏まえた、より抜本的な地域需要創出に向けた対応が必要」であるとし、中小企業の事業展開の基盤となる地域の活性化と中小企業の活性化の相乗効果を生み出していくことを基本理念として掲げました。

極めて地域に密着した産業である小売商業においては、中小企業者で構成される商店街はもとより、大企業者である大型店にとっても、事業活動を展開する上で、地域の経済活力の向上は必要不可欠の条件となります。

商店街は、買い物場であるだけでなく、まちの賑わいと交流の場でもあり、地域コミュニティの顔として重要な役割を果たしてきました。

一方、大型店も、地域の買い物場として重要な位置を占めるとともに、従業員（パートタイマー等）の多くを地域から雇用するなど、商店街と同様に地域において欠くことのできない存在となっています。

県では、地域商業者と大型店がどのように地域と関わり、どのような貢献が求められているのか、共に地域の活性化に取り組み、共に繁栄していくためにはどうしたらいいかについて、9地区で地域意見交換会を行ってきました。意見交換会には、商店街、大型店等の商業者だけでなく、地域の住民、NPO、大学、市町村、商工会・商工会議所など様々な立場の皆様にご出席いただき、それぞれの立場から貴重な御意見を伺うことができました。

この意見交換を通じて皆様からいただいた御意見を踏まえながら、ガイドラインとして取りまとめました。このガイドラインは、同じ地域で事業を展開する大型店、地域商業者が、協働して地域に貢献するための環境づくりを推進しようとするものです。

### 3 まちづくりにおける現状認識と地域貢献のあり方

#### (1) まちづくりにおける現状認識

「大規模小売店舗を設置する者が配慮すべき事項に関する指針」(平成 19 年 2 月 1 日経済産業省告示第 16 号)の前文では、「大型店の社会的責任の一環として、大型店がまちづくりに自ら積極的に対応すべき」ことや、「関係業界団体において、まちづくりへの貢献に関する自主ガイドラインの策定に取り組んできたところであるが、個々の事業者においても自主的な取組を積極的に行うことが強く期待される」こと、さらには、「大型店だけでなく、法運用主体、立地市町村、地域の住民等その他の関係者が連携し、それぞれの立場から積極的に貢献を行い、まちづくりのための多面的、総合的、継続的な取組が推進されることを強く期待する」ことが明記されています。

千葉県が平成 14 年 3 月に公表した「千葉県中小小売商業活性化ビジョン」においては、都市の郊外部への拡散と中心市街地の空洞化の進行という現状を踏まえ、今後の中小小売商業の活性化は、事業者の自立的・自主的な取組と同時に、地域住民(住民・NPO・ボランティア等)、行政と連携したまちづくり、地域づくりとして、三位一体となって取り組んでいく必要があることを提示しました。

#### (2) 地域貢献のあり方

もとより地域貢献は、事業者の自主的な取組として期待されるものであり、県として対応を強制するものではありません。また、地域貢献のあり方については、地域の環境・立地条件や、事業者の業種、業態、事業規模によって、様々です。

本ガイドラインは、地域が期待する様々な貢献項目を事例として提示しますが、これは、事業者には自ら取り組めるものから始めてもらうよう、協力を要請する趣旨で行うものです。

以下に記載する役割や諸手続も、県として期待する内容を提示するものであり、事業者の自主的な取組として行われるべきものであることは言うまでもありません。

**【意見】**地域貢献は法律で強制するのではなく、事業者が参加するような空気を地域で作っていくことが大事。

**【意見】**地域貢献、社会貢献は自主的、主体的に行うもので、他人から言われて行うものではない。

注)【意見】は地域意見交換会において参加者から出された御意見です。以下同様。

### 4 関係者に期待される役割

#### (1) 中小企業者の役割 (地域事業者、商店街)

「千葉県中小企業の振興に関する条例(以下「条例」という。)」第5条(中小企業者等の努力)第3項で、「中小企業者及び共同化のための組織は、基本理念にのっとり、地域づくりに取り組むことにより、地域の活性化に資するように努める」旨規定しています。

地域事業者は、事業者であるだけでなく、自治会の役員であったり、消防団員であったりするなど多様な役割を兼ねており、商店街が存在することにより地域に貢献してきたともいえますが、今後も自らの事業基盤である地域の活性化に

向けた貢献が期待されます。

住民にとって商店街は、地域の財産です。商業者が事業を継続できなくなった場合は、商店街組織等と連携しながら空き店舗の解消に積極的に努めるなど、有効活用を図ることが望まれます。

【意見】大型店に頼るだけではダメ、地域の商店も自立しないといけない。

【意見】商店街は、地域に存在し続けることが、地域貢献の第一歩である。

## (2) 大企業者の役割 (大型店、チェーン店)

条例第7条(大企業者の役割)で、「大企業者は、基本理念にのっとり、地域づくりに取り組むことにより、地域の活性化に資するように努める」旨規定しています。

大企業者は、中小企業と比較して、企業数こそ少ないものの、多くの従業員を雇用し、事業活動の範囲も広域にわたり、地域社会や中小企業に対し大きな影響力を有しています。大型店等の大企業者は、その充実した組織体制等を背景に、既に多方面で地域貢献に取り組んでいるところですが、企業の社会的責任として、さらに積極的な貢献が期待されているところです。

## (3) 大型店と地域商業者・商店街との協働

地域密着型産業である小売商業においては、事業規模の大小を問わず、事業を展開する上で、店舗の立地する地域の活力が低下することは大きなマイナスであり、地域の活性化が、事業活動の活性化につながるという点では、中小小売商業者も大型店等の大企業者も同等の立場にあります。

したがって、商店街や大型店がそれぞれに、又は協働して、地域と関わりその活性化に貢献することは、当該地域内での商業上の競争関係とも十分に両立しうるものと考えます。

県内でも、首都圏のターミナル駅周辺地域において、大型店と商店街、市町村を構成員とする協議組織が結成され、協働して活性化に取り組む動きが出てきています。

県では、平成17年度に、こうした大型店と商店街が同一地域に混在する中心市街地での取組例を「共棲モデル研究会報告書」として取りまとめたところであり、本ガイドラインでも、大型店と商店街が共同事業の実施を通じて、地域の活性化に共に取り組むことを期待しているところです。

一方、距離の離れた郊外店と中心市街地の商店街との間においては、協働して事業に取り組む条件が整いにくいものと思われませんが、協働の第一歩として、7で提案する「協議の場」に郊外店も参加することのほか、地域情報ホームページの活用や中心市街地と郊外部の回遊性を高めるような取組など工夫次第で様々な取組が可能であると考えます。

商店会・商工会・商工会議所等の地域経済団体への個店(大型店、中小店)の加入は、連携・協働の重要なきっかけになりますが、それ自体で完結する

ものではありません。地域の活性化のためにも大型店と地域商業者が連携・協働して地域の活性化に取り組むことが重要であると考えます。

#### 《コラム 大型店の商店会への加入》

大型店の商店会等への加入問題について、チェーンストア協会が公表したガイドラインでは、加入の判断の視点として、商店街の多くの事業者が一体となって「まちづくり」や「商店街活性化」等の活動について取り組んでいること、活動内容や効果等の情報の透明化が図られていること、会費基準等が店舗の規模のみに拠ることなく適正な水準にあることなどが示されています。

千葉県が平成 17 年度「大型店と商店街が共棲を目指すモデル事業報告書」を取りまとめた際に、大型店関係者から、「商店会の会費は交際費的な支出で、高額の会費は出しにくい。むしろ販売に係る事業費として扱える経費であれば、店長にかなり広い権限がある。」との話がありました。

#### (4) 市町村・支援機関の役割

地域づくり、まちづくりは、一部の企業や団体のみが努力するものではなく、地域住民を含む様々なステークホルダー(利害関係者)がそれぞれの立場から参画し、地域ぐるみで主体的に取り組むことが望まれます。

様々な関係者が参画した「協議の場」づくりなど、地域活性化に向けた取組を調整する役割は、市町村や商工会・商工会議所等の支援機関に期待されているところです。

また、支援機関には、地域商業者と大型店との協働の取組の橋渡し役としての役割や、個々の商店街の地域貢献に関する取組を地域ぐるみの取組に発展させ、地域に向かって情報発信をしていく役割が求められています。

【意見】地域の活性化には調整役・コーディネーターの存在が重要

#### (5) 地域住民・団体の理解と協力

地域住民や地域で活動しているNPO、自治会その他の団体の関係者が、商業者や市町村等による「協議の場」に参加したり、商業者との協働の取組を積極的に進めることが、地域の活性化やまちづくりにつながります。

地域ぐるみの活動を盛り上げていくためには、地域住民や地域団体の皆様の理解と協力が欠かせません。

NPOは、地域の課題解決に向けて、多くの分野にわたって柔軟な活動を展開しており、これらNPOと企業が適切に役割分担しながら連携・協働して地域の課題解決に取り組むことが重要となってきています。

【意見】商業者と地域住民の意識にずれがある。住民の方もイベント実施の際などには地域の商業者に貢献して欲しい。

#### 5 商業者の地域貢献とガイドラインで求める手続

商業者による地域貢献の取組は、事業規模の大小にかかわらず、これまでも自発

的に行われてきたところですが、その実績ほどには地域の住民や関係者に知られていません。そこで、商業者の取組を地域に知ってもらい、地域との協働を一層促進するため、「地域貢献計画書」(以下「計画書」と言う。)または「取組実績報告書」(以下、「報告書」と言う。)を作成し、公表する仕組みを作っていきたいと考えます。

さらには、地域の関係者が一堂に会した「協議の場」で、この報告書等について意見交換を行うことにより、地域での連携・協働を促進することを期待しています。

計画書又は報告書の作成については、本来、自主的に行われるべきものであり、また、事業規模の大小にかかわらず取り組んでいただくことが理想ですが、規模の小さい事業者にとっては負担であることも事実です。そこで、全ての商業者の自発的な取組を呼びかけつつも、一定規模以上の大型店(以下「特定大型店」という。)には、企業の社会的責任として、また「地域貢献ガイドライン」の趣旨を普及していく上からも、計画書又は報告書の作成・提出を特にお願いすることとしました。

## 計画書又は報告書の提出

### 特定大型店

特定大型店の設置者は、実際に事業を行う小売業者(テナント)と協議の上、又は共同して、計画書又は報告書を提出してください。

特定大型店とは、店舗面積 1 万㎡超の大規模小売店舗(増床により店舗面積 1 万㎡超となる変更を行う場合を含む)を言い、設置者は大規模小売店舗立地法(以下「立地法」という。)の届出者である設置者を言います。

なお、新設店の場合は、取組実績がないため、計画書を提出いただくこととなります。

### 特定大型店以外

特定大型店以外の大型店(店舗面積 1 万㎡以下の大規模小売店舗、以下同じ)については、設置者が小売業者と協議の上、計画書又は報告書を提出することを特定大型店に準じ、積極的に検討してください。店舗面積 1 万㎡以下の店舗であっても、立地する地域によっては極めて大きな影響を与える存在となる場合があります。

また、県内に複数店舗を出店している大型店やコンビニエンスストア等のチェーン店については、企業単位で、一括して計画書又は報告書を提出することについて積極的に検討してください。

商店街については、商店街組織として、計画書又は報告書の提出について積極的に対応することを検討してください。

なお、商店街については、商店街単独では対応が難しい面があると思われるので、商工会、商工会議所等の支援機関が、地域内の商店街の取組について商店街と協議しながら、計画書又は報告書として取りまとめ、情報発信することも協働の取組の促進には有効であると思います。

### ○提出時期:

#### 新設特定大型店

立地法に基づく届出に先立って、千葉県大規模小売店舗立地法運用要綱により

出店計画書を提出していただいておりますが、この出店計画書の提出時から開店後概ね6ヶ月以内の間に、計画書を提出してください。

なお、現在でも出店計画書には地域協力に係る項目を設け、設置者、小売業者（テナント）が協力して記載していただいておりますが、できるだけ出店計画書の提出に併せて計画書を提出してください。

### 既存特定大型店

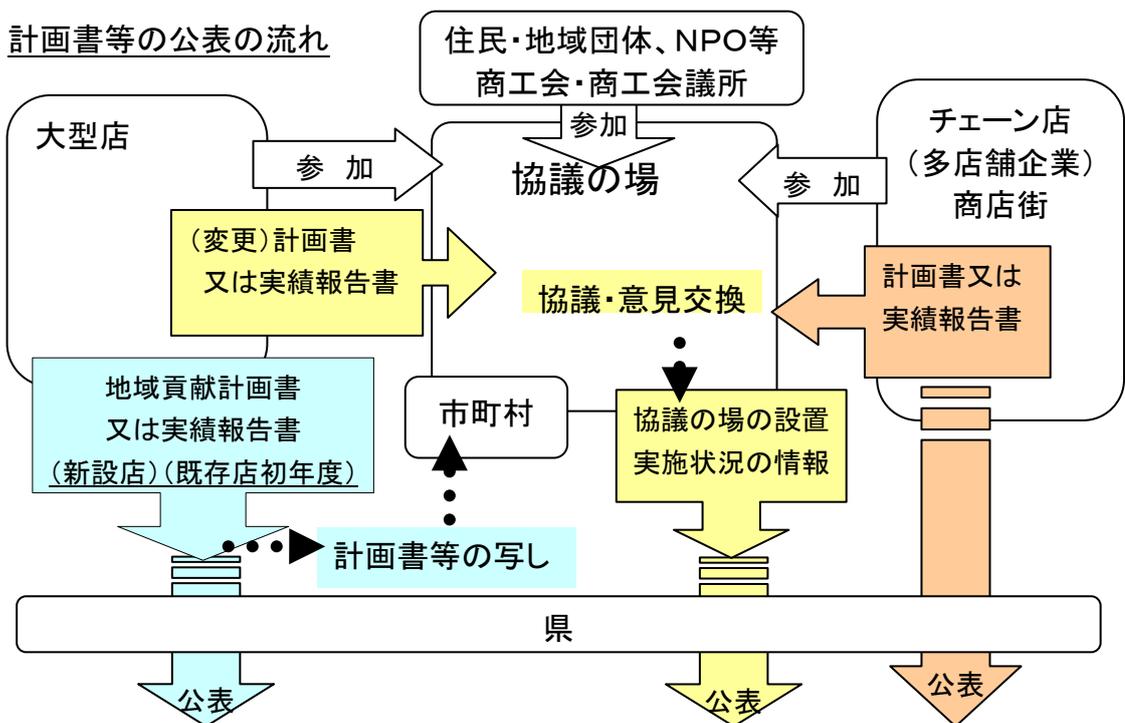
本ガイドライン施行後、概ね6ヶ月以内に計画書又は報告書を提出してください。

### 特定大型店以外

特に時期は定めませんが、自分たちが実施している地域貢献等の取組を地域に紹介する良い機会として、積極的に計画書又は報告書を提出することを検討してください。

### ○計画書又は報告書の作成に当たって

- ・ 特定大型店の設置者は、実際に地域貢献に取り組むこととなる小売業者（テナント）の方とよく相談の上、計画書又は報告書を作成してください。
- ・ 計画書又は報告書は、できるだけ地域の住民、商業者、各種団体等の意見・要望を踏まえて作成してください。
- ・ 出店地域に、地域の関係者による「協議の場」が設置されている場合は、この協議組織との意見交換を踏まえて作成することも検討してください。
- ・ 特定大型店以外についても、できるだけ「協議の場」への参加等により地域の意見を踏まえて対応してください。



- 計画書又は報告書の提出先：千葉県商工労働部経営支援課
  - ・計画書又は報告書の提出部数は、1部とします。また、書類による提出に代えて電子データを提出することもできます。
  - ・提出された計画書又は報告書については、県のホームページ等で公表していきます。
  - ・併せて、当該店舗の立地する市町村に計画書等の写し又は電子データを提供します。

- 計画書又は報告書の記載事項
  - ・大型店の場合：設置者名、大規模小売店舗の名称、所在地、店舗面積、小売業者、地域貢献担当窓口(連絡先)、地域貢献活動の概要(基本方針、取組項目、活動内容等)
  - ・企業単位で計画書等を提出する場合：企業名、本店所在地、店舗一覧、地域貢献担当窓口、地域貢献活動の概要
  - ・商店街等が提出する場合：組織名、所在地、地域貢献担当窓口(連絡先)、地域貢献活動の概要
  - ・計画書又は報告書については、特に様式は定めませんが、取組項目の記載に当たっては、「6 商業者に求める具体的な地域貢献策」の別紙一覧表を参考にしてください。

- 計画書又は報告書の変更等
  - ・ガイドライン策定後、県に計画書又は報告書を提出いただいた後に、テナントの変更や地域貢献項目の追加などにより、「計画書」を変更する場合や、新たに「計画書」又は「報告書」を作成した場合は、地域に設置される「協議の場」で説明・対応いただくことを基本と考えています。
  - ・ただし、「計画書」又は「報告書」について、自主的に県に提出があった場合は、その都度、県のホームページ等で公表していきます。

## 6 商業者に求める具体的な地域貢献策(具体例)

### <基本的な考え方>

本ガイドラインで記述する地域貢献策の具体例は、商業者が行う取組として想定されるものをできるだけ多く例示したものです。商業者は、店舗の特徴(業態、取扱品目、営業時間など)や立地環境(中心市街地か、郊外部か)、組織体制(従業員数など)等を勘案して、できることを選択して取り組んでください。

例示された全ての項目に対して実施を求めるものではありません。また、例示のない項目でも、自らの創意工夫により取り組むことを期待しています。

単なる地域貢献ではなく、地域で開催される各種会議への参加や組織への参画、地域の住民、各種団体等と連携・協働して活性化イベントを実施するなどの取組は、地域の活性化につながるものとして特に期待するところです。

### 《コラム 船橋駅周辺地区での取組》

船橋駅周辺地区では、昭和 55 年に発足した「船橋中央地区商店街連合会」が、平成 13 年に名称を「アイラブふなばし実行委員会」と変更して、現在では、地元 8 商店会と 4 大型店等が加盟し、商店会と大型店が連携・協働して、地域の活性化のためのいろいろなイベントを実施しています。

平成 16 年にスタートした「夢市・ふなばし」は、商店街や大型店の店頭など複数の会場で NPO との連携イベントやストリートライブなどを展開し、平成 19 年からは通年型でのイベントに発展しています。

この事業の実施に当たっては、行政の補助金を活用し、大型店はそれぞれの店舗がメンバーの一員としてイベントに参加しています。

商店会と大型店による協議組織を中心に協働で事業に取り組んだことが地域の連携強化や活性化につながった先進的な事例の一つです。

【意見】商業者毎に得手・不得手があるので、ガイドラインの地域貢献の例は総花的としない方がよい。

【意見】商業者が活動していく上で足かせとなるのではなく、今までやってきたことがやりやすくなるようなガイドラインとして欲しい。

### 具体的な貢献策の例

別紙一覧表

## 7 地域の関係者による「協議の場」づくりの提案

### (1)「協議の場」づくり

地域の活性化を図り、大型店と地域商業者との協働の取組を促進するためには、商業者はもちろん、地域の住民、地域で活動している諸団体、地元市町村など、関係者が継続的に話し合う機会を持つことが大変重要であると考えます。

そこで、地域の関係者が一堂に会する「協議の場」づくりを提案します。

「協議の場」の参加者については、消費者の立場でもある地域の住民や、団体の参加が特に重要であると考えます。

「協議の場」については、同様の組織が既に設置されていれば、こうした組織の活用や拡充で対応してください。

### (2)「協議の場」の役割と活用

この「協議の場」は、商業者が地域のニーズを把握し、関係者各々が地域の課題について共通の認識を持ちながら、よりよい地域貢献、地域活性化を進めていくための推進母体となること、また、地域貢献計画の内容説明や取組実績の報告・検証、地域からの要望の聴取、協働事業の提案などにも活用されることが期待されます。

### (3)「協議の場」の立ち上げと運営

「協議の場」を立ち上げたり、調整する役割は、まちづくりの主体であり、また、住民を始め、都市計画や地域福祉などの団体とも関係の深い市町村が担うことが考えられます。

また、支援機関である商工会・商工会議所や、組織・体制が整っていれば、住民が主体の市民会議のような組織が、これを担うことも考えられます。

### (4)運営上の留意点

「協議の場」のあり方については、地域ごとに条件も違うことから各地域に委ねることになりますが、運営に当たっては、透明性を確保すること、一部大型店のみで一方向的に要求を突きつけるような場にならないよう配慮すること、地域に新規に出店する商業者が参加しやすいよう連絡窓口を明らかにすること、などが重要であると考えます。

なお、中心市街地から距離が離れた郊外部の大型店やロードサイド店は、地域商業者との接点が少なく、地域との協働が難しいと言われていますが、その第一歩として、この「協議の場」に参加することを提案します。

#### 《コラム 四街道市でのまちづくりへの取組》

四街道市では、平成19年度から事業者やNPO、地域住民などで構成する「四街道印まちづくり大作戦」という市民の会が市との協働により、中心市街地の活性化に向けた取組を実践すべく主体的かつ活発に議論しています。

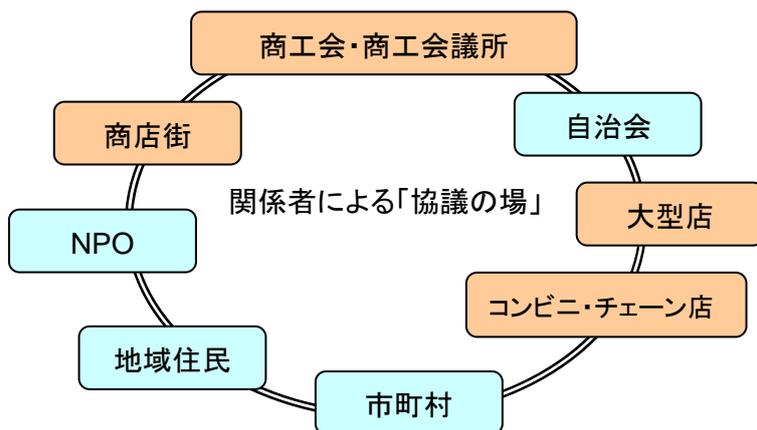
この会は、地域を愛する様々な立場の人々が緩やかなネットワークにより出会い、立ち上げたもので、幅広い人脈や豊かなアイデア、共通の目標に向かう結束力などが大きな魅力となっています。

また、同市では、この会の立ち上げと同時期に、本ガイドライン策定に係る地域意見交換会を2回開催しました。これまで同じテーブルで話し合う機会が少なかった地域住民、大型店と地域商業者等が、地域貢献という共通のテーマについて率直に意見を交換し、今後の地域活性化へのヒントやそれぞれの主体間の連携の可能性も見ることができました。

本ガイドラインが提案する「協議の場」もこのような組織をイメージしています。この会が今後も活発な議論を継続し、より充実した「協議の場」に発展していくことが期待されます。

### (5)協議状況に関する情報の提供及び県による情報の公表

「協議の場」づくりや協議の実施状況については、各地域から県への情報提供をお願いします。県では提供いただいた情報を県のホームページ等で公表し、全県的な機運の醸成に努めます。



【意見】ガイドラインの中に、推進するためのシステム作りとその後の検証システムを盛り込んで欲しい。  
 【意見】地域意見交換会のような会議、協議の場を今後も継続して欲しい。  
 【意見】大型店、商店街の地域貢献について、地元知られていない。取組を伝える努力が必要。

## 8 県の取組

県は、「地域貢献ガイドライン」を策定・公表し、大型店や商店街等による自発的な地域貢献や、協働の取組を促進するための環境づくり、きっかけづくりに努めることとし、以下の取組を進めます。

### (1) 制度の周知と協力要請

- ・ 商業者が自発的に地域貢献・社会貢献に取り組む機運を醸成するため、様々な機会を捉えて本ガイドラインについて、商業者、とりわけ地域に与える影響の大きい大手小売業者(大型店、コンビニエンスストア、チェーン店)の本社に対して、本ガイドラインの主旨を説明し、協力を求めています。
- ・ 上記以外の商業者(中小規模の地元スーパー、商店街等)に対しても、本ガイドラインを踏まえた自主的な地域貢献の取組が進むよう、様々な機会を捉えて周知していきます。

### (2) 計画書又は報告書の公表

- ・ 特定大型店から提出いただいた計画書又は報告書については、県のホームページで公表するほか、市町村を通じた地域への情報発信に努め、大型店をはじめ商店街や地域住民等、関係者の情報の共有を促進します。
- ・ 特定大型店以外の商業者等から自発的に提出いただいた計画書又は報告書についても、特定大型店と同様に県のホームページでの公表等により、その活動を広報していきます。
- ・ 計画書又は報告書の内容の審査は原則として行わず、原文どおり公表します。
- ・ 計画書又は報告書を提出いただいた特定大型店等の地域貢献窓口についても、併せて県のホームページ等で公表していきます。
- ・ 各地域の「協議の場」の設置や協議の状況についても、県のホームページ等で

公表していきます。

- ・ 計画書、報告書、「協議の場」の活動状況等については、県において定期的に内容を一覧形式に整理したものを公表していきます。

※商店街等の地域貢献窓口(連絡先)についても、県に提出いただいたものをホームページ等で公表しますので、個人情報の取り扱いについてはあらかじめご了承ください。

### (3)「地域振興・地域貢献に関する包括協定」の締結

- ・ 県内で多店舗を展開する事業者の基本姿勢を確認し、自発的に地域貢献に取り組む機運を醸成するため、県と大手小売業者の本社との間で「地域振興・地域貢献に関する包括協定」(以下「包括協定」という。)の締結を進め、企業ぐるみで地域貢献に取り組んでいただく環境を整えていきます。
- ・ 中小規模の地元スーパーのチェーン等についても、企業単位での「包括協定」の締結を促していきます。
- ・ 特定大型店を有する企業についても、並行して一定規模以下の店舗を多く展開している例が多いため、「包括協定」の締結を通じて、これらの店舗に係る地域貢献を促していきます。

#### <「包括協定」の対象>

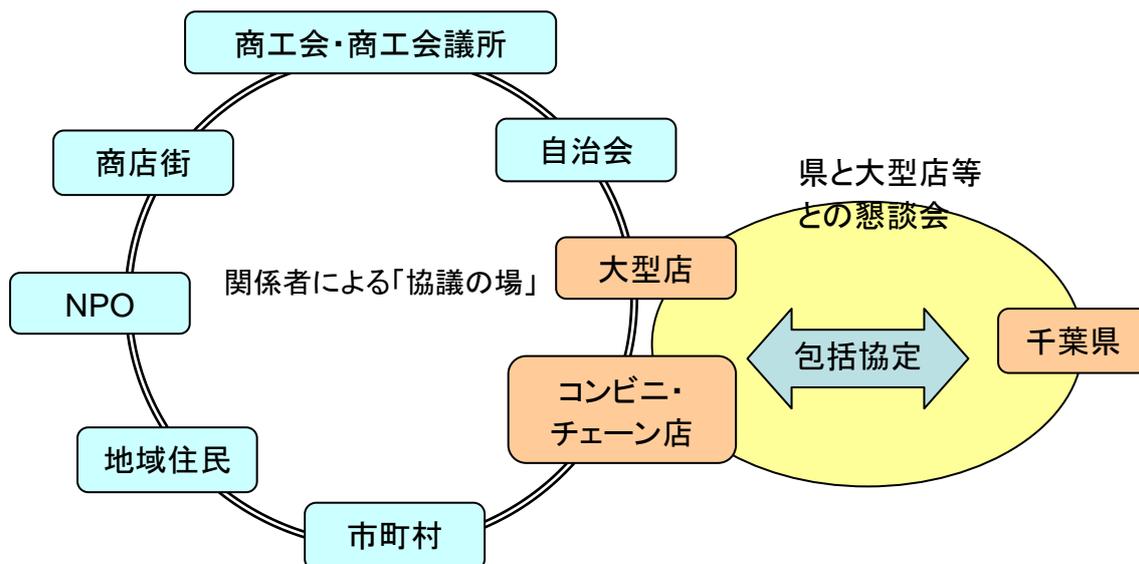
「包括協定」は、県と「大手小売業者」との間で、原則として企業単位での締結を目指します。

「大手小売業者」は、千葉県内に複数店舗を展開している大型店、コンビニエンスストア、チェーン店を想定しています。

- ・ 「包括協定」は、企業の地域貢献に関して、企業の基本方針、姿勢を確認していただくことで、各地域における店舗の地域貢献を促進することを期待しています。
- ・ 協定の締結に当たっては、県から個別にお願いするほか、企業等からの申し出についても随時受け付けていきたいと考えています。
- ・ 既に「災害時の物資供給等に関する協定」や「災害時における帰宅困難者支援に関する協定」等を締結している企業もありますので、協定の締結に当たっては既存の取組との調整を図りながら進めていきます。

### (4)大型店等との懇談会の設置

- ・ 「包括協定」の締結と並行して、県と大手小売業者との懇談会を設置し、年 1, 2 回程度、意見交換を行う機会を設けていきます。
- ・ この懇談会を通じて、大手小売業者に対して本ガイドラインへの協力を呼びかけていきます。



## 9 その他

### (1) 市町村の独自の取組との調整

市町村によっては、産業振興基本条例などで商業者に計画書又は報告書の提出を求めているところもあります。

既に地域の独自の手続が存在し、本ガイドラインの手続と重複する場合は、市町村の手続を優先し、本ガイドラインの手続は適用しません。なお、市町村から商業者の計画書又は報告書について情報提供があれば、県のホームページ等で公表します。

また、商業者から自主的に計画書又は報告書が提出された場合も、県のホームページ等で公表していきます。

### (2) 千葉市内の商業者について

千葉市内の商業者についても本ガイドラインが適用されますが、計画書又は報告書の提出先は、原則として千葉市(経済農政局経済部経済振興課)とし、県は千葉市から当該書類等の提供を受け、県のホームページ等で一括して公表することとします。

### (3) ガイドラインの見直しについて

本ガイドラインについては、運用後の状況を踏まえて必要に応じて見直しを図っていきます。

### (4) ガイドラインの施行について

本ガイドラインは、平成20年4月3日から施行します。

## 別紙一覧表

### 具体的な貢献策の例

#### ① 地域との連携促進、各種事業への協力・参加・費用負担

地域との連携を促進するため、団体への加入や各種会議への参加などをきっかけに、地域で実施される祭り、イベントなどの事業や地域活動への参加、協力、費用負担などの取組を積極的に行うことが期待されています。

- ・ 商店会、自治会、商工会・商工会議所など地域の団体との連携強化(団体への加入等)
- ・ 地域で開催される会議への参加
- ・ 地域で実施される各種行事、活性化に向けた取組への参加、共催、協賛
- ・ 地域で実施される各種行事への会場の提供、店舗内のオープンスペースの活用
- ・ 地域で活動しているNPO、ボランティア団体等への寄付(金銭又は品物)
- ・ 社会福祉法人等の団体に従業員を派遣
- ・ 従業員が地域行事、学校行事等に参加・協力する場合の配慮

#### ② 地域の活性化や地域商業者と大型店の協働に向けた取組

商業者が個々に地域貢献の取組を行うことも重要ですが、地域商業者と大型店が地域の活性化のために協働して取り組むことは、地域ぐるみの活動を盛り上げる上で非常に期待されることです。

- ・ 地域連携による活性化イベントの実施
- ・ 販売促進のための共同事業(一斉大売り出し、共通商品券、共同宣伝、ポイントカード等)
- ・ 大型店の駐車場の商店街利用者への開放・共用化(立地法との調整が必要です。)
- ・ テナントミックス事業(適正業種の配置、不足業種の誘致)
- ・ 商店街の空き店舗、ショッピングセンターのテナント等への地元業者の優先入店
- ・ 地域内業者との取引拡大、障害福祉施設等との積極的な取引
- ・ 地域商業者や地域経済団体に対する大企業の経験・知識・人脈等の情報提供

#### ③ 地域情報の発信

多くの人が集まる大型店や商店街は、地域情報の発信拠点としての立地条件を備えており、地域の関係者からの期待が大きいところです。

- ・ 地域情報の発信
- ・ 商店街内の空き店舗を情報発信、情報交換の場として活用
- ・ 地域情報の発信に対する協力、店内掲示板の利活用、チラシ等への情報掲載
- ・ インターネットの地域サイトへの参加、情報提供

#### ④ 千産千消、地元産品普及への協力

地域の活性化に寄与する地元農作物や地元産品の取引拡大に協力をお願いします。

- ・ 地元農作物の販売コーナーの常時開設

- ・ 地元市場・農家からの仕入
- ・ ふるさと産品運動、地域ブランドづくり

#### ⑤ 観光振興への協力

買い物は、観光の重要な要素の一つであり、観光と商業の連携は地域の活性化にも資することから、地域観光と積極的な連携が期待されます。

- ・ 観光イベントへの協力
- ・ 観光ポスターの貼り出し、観光案内の協力
- ・ 観光客に対するトイレの開放

#### ⑥ 地域雇用の確保

地元密着型産業である小売業では、従業員の多くが地元採用となっており、営業を継続することが地域への大きな貢献となります。

- ・ 従業員の地元雇用の推進
- ・ 障害者の積極的な雇用、働くことを理解するための仕事体験など社会勉強の機会提供への協力

#### ⑦ 大型店の撤退時対応・商店街の空き店舗の活用

中心市街地内に立地する大型店は、それ自体が地域の核となっており、撤退することによる地域経済、地域社会に対する影響は非常に大きいため、早期の情報提供や撤退後の対応などが重要です。

地域商業者にとっては、商店街内で空き店舗をそのまま放置しておくことは、商店街の衰退を一層加速することにつながるため、空き店舗の活用を図ることが望まれます。

- ・ 早期の情報提供
- ・ 後継店の確保への協力
- ・ 従業員の雇用の確保
- ・ 取引先企業に対する対応
- ・ 店舗閉鎖による環境悪化の防止
- ・ 空き店舗の有効活用

#### ⑧ 地域資源の保全、景観形成、街並みづくりへの協力

中心市街地の商店街や大型店は、地域資源の保全や伝統行事の継承、事業活動を通じた集客により、地域の賑わいと交流の拠点を形成してきました。また、「まちの顔」として、景観形成や街並みづくりにも大きな影響力を有しており、今後とも積極的な貢献が期待されます。

- ・ 景観に配慮した施設建設、外壁の色等への配慮
- ・ 緑地の確保
- ・ 地域の景観形成の取組への協力
- ・ 屋外広告物設置に当たっての景観への配慮
- ・ 地域資源(歴史的景観・建造物、自然資源等)の保全
- ・ 祭りなど伝統行事の継承

#### ⑨ 環境対策、リサイクルの推進

商店街や大型店の周辺における清掃活動等の環境美化運動の実施や、ゴミの減量化、缶、ビン等のリサイクルの推進、地球温暖化の防止に向けた対応などに取り組むことを通じて、同様の活動を行っている地域の諸団体との連携・協働が期待されます。

- ・ 店舗周辺の清掃活動
- ・ 花いっぱい運動
- ・ レジ袋の削減、マイバッグ運動の推進
- ・ 食品トレイ、牛乳パック等の回収リサイクル
- ・ 空調機器、冷温蔵庫、照明等への省エネ機器の導入推進
- ・ ゴミの減量化、簡易包装の推進
- ・ 食品廃棄物の有効活用の推進
- ・ 廃棄物の自己処理の徹底
- ・ 騒音対策(施設配置、作業時間帯の配慮、低騒音機器の導入、防音壁の設置等)
- ・ 取組や人材等を活かした環境学習への協力
- ・ 見学の受け入れによる環境学習の場の提供

#### ⑩ 地域防災への協力

施設・設備の防災対策に努めると共に、災害時には、市町村等と連携協力して緊急物資の供給に協力したり、駐車場等を避難場所として提供するなど、地域防災への積極的な協力をお願いします。

- ・ 市町村との災害時の物資の供給等に関する協定締結
- ・ 地域の住民、市町村、関係団体等との共同避難訓練の開催
- ・ 消防団活動への参加
- ・ 避難場所の提供(駐車場等)

#### ⑪ 防犯・青少年非行防止、安全・安心なまちづくり

商店街における街路灯の設置・維持管理は、安全・安心なまちづくりのための地道な取組として評価されます。また、警察・地域と連携したコンビニエンスストアのセーフティステーション活動や防犯パトロールの実施など防犯、青少年非行防止の取組に協力をお願いします。

- ・ 安全安心なまちづくりのための街路灯の設置・維持管理及びそのための経費負担
- ・ 夜間の安全のため、店の照明の点灯
- ・ 防犯カメラの設置・運営
- ・ パトロールセンターの設置、運営
- ・ 地域との連携による防犯パトロールの実施
- ・ 緊急時の駆け込み場所(セーフティステーション活動)
- ・ 自主防犯体制(強盗・万引き等の防止対策)、再発防止に向けた家庭、学校、自治会など地域住民等との話し合い

#### ⑫ 青少年健全育成、職場体験学習機会の提供

地域の小・中学校、高校の職場体験学習の受け入れや、食育等の体験学習会の開催などを通じて、青少年の健全育成に協力してください。

- ・ 学校単位の職場体験学習、就業体験・インターンシップの受け入れ・協力
- ・ 食育等の体験学習会、カルチャー教室の開催
- ・ 子ども達への声かけ、地域の見守り事業
- ・ チャリティ募金による市内小・中学校への図書への寄贈
- ・ 学校行事(文化祭、体育祭、合唱コンクール等)への支援(生徒の作品制作へのそれぞれの得意分野の知識・技術の提供・協力)
- ・ 学習支援、部活動指導などへの参加・協力

#### ⑬ 地域福祉、少子高齢化対応

地域の重要な生活利便施設として、高齢者、子ども、障害者にも優しい施設・設備が求められています。また、地域福祉等の拠点づくりのために商店街の空き店舗を活用したいという期待、要望は多く、これに応えることが地域の活性化にも資するものと考えます。

- ・ 高齢者、障害者等に配慮した施設整備、施設・店舗へのユニバーサルデザインの導入、休憩スペース、スロープ、トイレ等の設置
- ・ 赤ちゃん休憩室、育児相談室等の開設
- ・ 商店街の空き店舗を活用した地域福祉の拠点づくり、高齢者の交流、子育て支援、市民の溜まり場
- ・ 高齢者等への対応として、サービス介助士等の配置
- ・ AEDの設置、取り扱い可能従業員の養成・研修
- ・ 高齢者、障害者、新生児のいる家庭等、外出しにくい人を対象とした配達サービスの実施
- ・ 老人ホーム等の買い物代行、ネットスーパーの実施、出張販売の実施
- ・ 地域福祉活動への協力
- ・ 大型店、商店街等を巡る循環バスの運行

#### ⑭ 交通対策

大型店では、買い物をするお客様や営業活動に伴う商品の搬出入などにより、店舗周辺の交通量の増加が見込まれますので、周辺地域の生活環境を保持する観点から渋滞対策を講じてください。

また、大型店の施設内や商店街での交通安全対策についても配慮してください。

- ・ 混雑時の交通整理員の配置
- ・ 駐車場等の整備
- ・ 交通渋滞対策
- ・ 飲酒運転の撲滅に係る啓発活動への協力
- ・ 地域における交通安全活動への参加

## 参考資料

### ○ 策定の経緯

#### 1 概要

- ・ 商業者が行っている地域貢献の取組状況を紹介してもらうとともに、地域の住民・団体が商業者に期待する地域貢献のあり方、地域の活性化に向けた提案等について意見交換を行うため、7月から9月にかけて県内9地区で意見交換会を開催。
- ・ 平成19年10月30日、地域意見交換会の参加者を中心として学識経験者等を加えたガイドライン策定検討会を設置
- ・ 平成19年12月17日 地域貢献ガイドライン案についてパブリックコメントを実施
- ・ 平成20年3月 「商業者の地域貢献に関するガイドライン」策定

#### 2 地域意見交換会の開催状況

9地区(10回)、延べ参加人数 255名

開催市町村・地区	開催日時・場所	参加者
(茂原市) 茂原駅周辺地区	7月10日(火) 茂原商工会議所	茂原市、商工会議所、商店会、NPO、自治会、大型店、青年会議所 参加者 36名
(東金市) 東金駅周辺地区	7月13日(金) 東金市役所	東金市、商工会議所、商店街、大型店、地元企業(福祉関係)、青年会議所、住民代表、大学 参加者 31名
(習志野市) 津田沼駅周辺地区	8月9日(木) 習志野商工会議所	習志野市、船橋市、商工会議所、商店会、大型店、まちづくり会議、鉄道会社、中小企業診断士 参加者 29名
(四街道市) 四街道駅周辺地区	8月10日(金) 四街道市商工会館	四街道市、商工会、商店会、大型店、自治会、住民、地域団体 参加者 26名
(市原市) 五井駅前地区	8月20日(月) 市原商工会議所	市原市、商工会議所、TMO、商店会、大型店、町会 参加者 19名
(成田市) 成田駅・新勝寺・イオン成田SC周辺地区	8月22日(水) 成田商工会議所	成田市、商工会議所、大型店、観光協会、区長会長、まちづくり塾、消費生活モニター 参加者 18名
(浦安市) 市内全域	8月24日(金) 浦安市文化会館	浦安市、商工会議所、商店会、大型店、大学、消費生活モニター、自治会 参加者 21名
(館山市) 館山駅東口地区	8月30日(木) 館山商工会議所	館山市、商工会議所、商店会、大型店、町内会、NPO、観光協会 参加者 26名
(船橋市) 船橋駅周辺地区	8月31日(金) 船橋商工会議所	船橋市、商工会議所、商店会、大型店連絡協議会、町会、アイラブふなばし実行委員会 参加者 17名
(四街道市:2回目) 四街道駅周辺地区	9月19日(水) 四街道市役所	四街道市、商工会、商店会、大型店、自治会、住民、地域団体 参加者 32名

### 3 千葉県地域貢献ガイドライン策定検討会

- 第1回 平成19年10月30日(火)千葉県ビジネス支援センター  
地域意見交換会での意見の整理、意見を踏まえたガイドライン案の検討
- 第2回 平成19年11月27日(火)千葉県ビジネス支援センター  
ガイドライン案の検討
- 第3回 平成20年1月30日(水)千葉県ビジネス支援センター  
パブリックコメントの結果、ガイドライン最終案の検討

#### 千葉県地域貢献ガイドライン策定検討会委員(敬称略)

委員氏名	分野	所属・職名
伊藤 公一	学識経験者	千葉商科大学商経学部教授
東 正高	〃	東経営管理事務所所長(中小企業診断士)
下田 直樹	〃	明海大学経済学部長
高貫 裕一郎	商業者(商店街)	茂原青年会議所理事長
西川 泰雄	〃	東金商店街連合協同組合理事長
長谷川 優子	〃	成田商工会議所女性会会長
宮澤 治海	〃	ロックンティ館山テナント会会長
天羽 しづえ	〃	習志野台商店街振興組合理事長
齊藤 靖範	商業者(大型店)	イオン(株)開発本部開発計画部長
渡辺 清彦	〃	(株)イトーヨーカ堂既存店管理部総括マネジャー
田山 精一	〃	(株)せんだう総務部長
白石 陽一	商業者(その他)	(社)日本フランチャイズチェーン協会規範委員会委員長
土濃塚 雅代	地域住民・団体	東金市立日吉台小学校 PTA 会長
谷嶋 みな	〃	「四街道“印”まちづくり大作戦」会員
中村 正明	〃	NPO法人ナレッジネットワーク副理事長

#### オブザーバー

千葉県中小企業団体中央会
千葉県商工会議所連合会
千葉県商工会連合会
千葉市経済農政局経済部
船橋市経済部
茂原市経済部