

大型店、チェーン店の地域商業貢献に関する ガイドライン

平成19年10月



目次

I	ガイドライン制定の主旨	1
II	大型店、チェーン店の地域商業貢献の基本的事項	2
1	まちづくりへの協力	2
①	地方自治体が進めるまちづくり計画等の策定への協力	
②	中心市街地活性化のために実施される各種取組への参画・協力	
③	まちづくり協定等への協力・配慮	
④	地域の祭りや各種行事への参加・協力	
⑤	地域のコミュニティスペースの提供	
⑥	退店、撤退時における地域への早期の情報提供	
2	商店街、商工団体への参画	4
①	商店街、商工団体への加入	
②	商店街、商工団体を実施する共同事業への協力	
③	地域事業者への配慮	
III	地域商業貢献推進におけるそれぞれの役割	6
1	県	6
①	基本的姿勢	
②	県全体の状況把握と情報提供	
③	広域自治体としての調整役 ・大型店、チェーン店の本部、本店への働きかけ	

- ・市町村、商工団体への働きかけ
- ・商店街への働きかけ

2 市町村 7

- ① 基本的姿勢
- ② 地域の実情に合致した地域貢献促進施策の展開
- ③ 地元自治体としての調整役
 - ・大型店、チェーン店への働きかけ
 - ・商店街、商工団体への働きかけ
 - ・大型店、チェーン店と地域経済団体との協議の場の設定

3 商工団体 9

- ① 基本的姿勢
- ② 活動の明確化及び積極的な公表
- ③ 大型店、チェーン店への働きかけ
- ④ 商店街への働きかけ

4 商店街 10

- ① 基本的姿勢
- ② 商店街の活動情報等の情報開示
- ③ 大型店、チェーン店への働きかけ

5 大型店、チェーン店 10

- ① ガイドラインの遵守
- ② 本部、本店による各店舗の地域商業貢献に関する関与

用語の説明

大 型 店	大規模小売店立地法（平成10年法律第91号）第2条第2項に規定する大規模小売店舗（店舗面積が1,000㎡を超える小売店舗）をいう。
チェーン店	日本チェーンストア協会の通常会員企業又は一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会の正会員企業の店舗をいう。
商 店 街	商店街振興組合法（昭和37年法律第141号）に規定される商店街振興組合、中小企業等協同組合法（昭和24年法律第181号）に基づく事業協同組合並びに一定の地域において商店が集団形態をとり共同事業等の事業活動を行う団体をいう（商店街の連合組織を含む）。
商 工 団 体	商工会法（昭和35年法律第89号）に規定される商工会及び商工会議所法（昭和28年法律第143号）に規定される商工会議所をいう。
地域経済団体	商店街及び商工団体をいう。
社 会 貢 献	法人または団体、個人による公益或いは公共益に資する自発的な活動一般をいう。
地域商業貢献	社会貢献のうち、それぞれの地域における商業に関係するまちづくりに対する自発的な活動をいう。

本ガイドラインの対象：大型店、チェーン店

本ガイドラインでは以下の理由により対象事業者を大型店、チェーン店に絞り込むこととした。

- ① 大型店、チェーン店は、事業規模、事業展開等地域に対して影響が大きいこと
- ② 大型店、チェーン店は、広域行政体である県が包括的に対応可能であること

本ガイドラインが求める社会貢献：地域商業貢献

本ガイドラインでは以下の理由により求める社会貢献を地域商業貢献に絞り込むこととした。

- ① 商業を中心とした活性化は埼玉県内のそれぞれの地域がまちづくりを進める中で重要な位置を占めること
- ② 防犯や防災、環境、青少年健全育成など地域商業貢献以外の分野では、取組が進んでいること
- ③ 大型店、チェーン店の地域商業貢献を市町村、地域経済団体が求めていること

I ガイドライン制定の主旨

商店街は買い物の場だけではなく、防犯防災、教育、文化、地域コミュニティなど多様な役割を担っている。しかし、近年、車社会の進展、大型商業施設などの郊外立地や消費の多様化などにより、多くの商店街は大変厳しい状況が続いている。

こうした状況を受け、平成18年に、いわゆるまちづくり三法の見直しにより、改正中心市街地活性化法が施行され、今後は地域の特性に応じたまちづくりを進める中で、商店街の活性化を図るという基本的な方向性が打ち出された。

もとより、まちづくりには多くの関係者の理解と行動が求められるが、中でも地域事業者の立地場所に相応した役割の重要性が増大している。

地域において事業を行う者は、その地域から有形無形の恩恵を享受していること及びまちづくりの一員であることを自覚し、地域経済団体が行う事業に積極的に参画するなどして、社会貢献を果たす必要がある。

特に、大型店にあっては、その事業規模が地域経済やまちづくりにおいて大きな影響を有することを念頭に置かなければならない。

大型店、チェーン店では、業界団体が自主ガイドラインを策定し、特に、防犯や防災、環境、青少年健全育成などの分野では、積極的に社会貢献に取り組んでいる。

しかしながら、地域商業、まちづくりに関する貢献に関しては、なかなか進展が見られない状況にある。

そこで、今後のまちづくりを進めるに当たって、改めて大型店やチェーン店に求められる地域商業貢献を示すため、本ガイドラインを策定する。

大型店、チェーン店、関係各機関が、本ガイドラインの趣旨を尊重し、地域商業貢献の推進に努めるよう求めるものである。

なお、大型店、チェーン店以外の事業者にあっても、同様に本ガイドラインの趣旨を尊重し、地域商業貢献に努めるよう求める。

Ⅱ 大型店、チェーン店の地域商業貢献の基本的事項

大型店、チェーン店においては、以下の1及び2に掲げる取組を基本として、それぞれの店舗所在地の実情に応じた地域商業貢献が求められる。

なお、大型店はその活動範囲が広範に及ぶことから、市町村境に所在する場合には、所在市町村のみならず隣接市町村においても地域の一員であることが求められる。

この場合、隣接市町村においても状況に応じた地域商業貢献を行うよう努める。

1 まちづくりへの協力

① 地方自治体が進めるまちづくり計画等の策定への協力

それぞれの地域のまちづくりを通して地域商業の振興が図られることから、市町村が進めるまちづくり計画等の果たす役割は非常に重要である。

また、これらの計画は、自治体関係者のみならず、地域を形作る事業者、消費者など多くの関係者の参画により策定すべきものである。

したがって、大型店、チェーン店にあっては、これらの計画の策定のための組織、会議等に参画・出席を求められた場合には積極的に対応する。

② 中心市街地活性化のために実施される各種取組への参画・協力

現在、中心市街地活性化は各地域において喫緊の課題となっている。このため、市町村や商工団体を中心に様々な取組が行われているが、成果を上げるためには、中心市街地の関係者が一体となって取り組むことが不可欠である。

大型店、チェーン店は、中心市街地における集客の核となっており、その意味からも、これらの各種取組に対し積極的に参画・協力を行う。

また、中心市街地活性化のためには、タウンマネージャーとなる民間人材の確保が重要である。特に大型店においては、広範な経験に基づくノウハウの蓄積を生かし、これらの人材の紹介など積極的な協力を行う。

③ まちづくり協定等への協力・配慮

良好な景観を形成することなどを目的として、地域の住民等が主体となって景観協定やまちづくり協定を締結している場合には、その要望に応じ、建物の壁面処理や屋外広告物の外観などにおいて積極的に配慮・協力する。

また、出店地域においてこのような協定を締結しようとしている場合、締結のための会議等に参画・出席を求められた場合には積極的に対応する。

④ 地域の祭りや各種行事への参加・協力

祭りや伝統行事など、地域で行われる各種行事に対し、商店街や商工団体は地域と一体となってまちづくりを推進するため積極的に取り組んでいる。

大型店、チェーン店においても、企画段階から参画するなど積極的に取り組むよう努める。

また、上記行事等を実施する自治会をはじめとする各種団体に対し、可能な限り活動場所の提供や従業員による協力などに努める。

⑤ 地域のコミュニティスペースの提供

核家族化、ベッドタウン化、他人からの干渉を嫌う傾向の増大など様々な要因により地域住民の一体感、「我がまち」という意識は低下している。

一方、地域のまちづくりを住民の一体感をもって進め、ひいてはその地域の商業活性化に繋げるためには、地域におけるコミュニティ意識の醸成は不可欠なものである。

したがって、地域のコミュニティ意識の醸成が図れるよう関係者は常に心掛ける必要がある。

特に大型店においては、多様な年代のお客様が行き交い、かつ、中小小売店では提供することが難しいスペースを提供することが可能な場合がある。

例えば、会議室や地元小学生の作品を掲示できる展示場、地域ボランティアによる子育て相談を実施する場など、地域の住民がいつでも気軽に立ち寄り、住民同士の交流を深めることができるコミュニティスペースの提供に努める。

⑥ 退店、撤退時における地域への早期の情報提供

大型店にあつては、退店、撤退が地域経済に与える影響が極めて大きいことから、退店、撤退時期やその後の対応策等について、可能な限り早期に地域住民、加入商店街、商工団体をはじめ、県、市町村に対し十分な情報提供を行う。

2 商店街、商工団体への参画

① 商店街、商工団体への加入

商店街は買い物場だけではなく、防犯防災、教育、文化、地域コミュニティなど商業活動のみならず公共的な役割を担っている。また、高齢社会の進展により、身近で買い物をする場として商店街は必要不可欠な存在である。

そして、商工団体は、商店街をサポートし、地域全体の商業活性化を推進する団体である。

大型店、チェーン店は、地域を形作る事業者の一員であることを自覚し、テナント事業者も含め、商工団体、商店街に自発的積極的に加入し、地域と連携して地域経済の活性化に取り組む。

② 商店街、商工団体が実施する共同事業への協力

商店街、商工団体が取り組む売出し等の共同事業への企画段階からの参画や実施時のスペースの提供などの協力を積極的に行う。

なお、商店街が事業協同組合である場合など、法的に加入が制限される場合がある。

そのような場合にあつても、地域の事業者として地域経済の活性化に貢献するという視点から、共同売出し等の共同事業への企画段階からの参画や実施時のスペースの提供、地域の環境整備などの協力を積極的に行う。

③ 地域事業者への配慮

各店舗の裁量で対応可能な販売商品や、店舗の清掃や警備、広告印刷や使用する事務用品などの間接部門においては、地域経済を活性化するため、立地地域の事業者との取引促進に配慮する。

また、大型店にあつては、立地地域の事業者のテナント入居についてできる限りの配慮を行い、テナント入居を促進する。

Ⅲ 地域商業貢献推進におけるそれぞれの役割

1 県

① 基本的姿勢

県は、それぞれの地域の実情を把握するとともに、地域商業貢献促進のため適切な支援を行う。

また、地域商業貢献における課題について、全県的な対応が必要となる場合は、県が調整役として積極的に対応する。

② 県全体の状況把握と情報提供

大型店、チェーン店の地域商業貢献の推進にあたっては、何が課題であるのか、大型店、チェーン店の側にも、商店街、商工団体側にも双方にあるものと考えられる。

商店街、商工団体側からは、「街路灯などの恩恵は、大型店等も受けているのだから、その負担を背負わないのはおかしい。」という不満の声を聞く。

一方、大型店、チェーン店の側からは、「一般の店舗より高額な会費を請求される。」との意見がある。

地域の良好な関係者として協働していくには、こうした声に対し、双方が誠意を持って対応する必要がある。

そこで、県は広域行政体として、県全体の地域の実態、各商店街、商工団体の実態、大型店、チェーン店の経営戦略等の把握に努める。

そして、どのような対応をする必要があるのか十分分析、検討し、市町村、大型店、チェーン店、商店街、商工団体が対応すべき事柄を、適宜、提示していくよう努める。

また、県は、定期的の実態を把握して、ガイドラインの成果を検証し、ガイドラインの見直し等、必要な措置を講じるものとする。

③ 広域自治体としての調整役

・大型店、チェーン店の本部、本店への働きかけ

大型店、チェーン店の地域商業貢献について、県は広域行政体として、大型店、チェーン店の本部、本店に対し、積極的に働きかけを行う。

その際、把握した実態、商店街、商工団体の意見に基づき、例えば、本部、本店と各店舗の関係で検討してもらいたい内容など、具体的な要望を行う。

・市町村、商工団体への働きかけ

県は、市町村に対しては、基本的な方針、施策などについて、商工団体に対しては、組織運営、大型店、チェーン店との協働方策などについて、その地域の実情に応じた取組を行うよう働きかける。

その際、大型店、チェーン店の意見などを踏まえ、大型店、チェーン店の地域商業貢献が促進される具体的な方策を示すよう努める。

・商店街への働きかけ

県は、多方面から収集した情報等を積極的に商店街に提供し、商店街が大型店、チェーン店と協力して地域商業貢献のための取組が行えるよう努める。

2 市町村

① 基本的姿勢

市町村は、地域のまちづくりを行う中心的な役割を担っており、それぞれの地域の特性に応じたまちづくり及びその中で進める地域商業の活性化に努めているところである。

この取組が成果を上げるためには地域の関係者が一体となって取り組むことが必要であり、地域の事業者による地域商業貢献はまさにその一翼を担っている。

このため、市町村は、地域の事業者による地域商業貢献の促進のため様々な

方策を検討し、実行するよう努める。

② 地域の実情に合致した地域貢献促進施策の展開

大型店の地域貢献への取組は、商店街や商工団体の活動内容、大型店の立地場所、出店時の約束事が継続していることなどにより、それぞれの地域、店舗において違いが見られる。

こうした点を踏まえ、市町村では、条例の制定や独自の地域商業貢献策の導入なども視野に入れ、より地域の実情に適した、最も実効性の高い施策を選択して実施する。

③ 地元自治体としての調整役

・大型店、チェーン店への働きかけ

市町村は、大型店、チェーン店の地域商業貢献について、市町村内に立地する大型店、チェーン店に対し、積極的に働きかけを行う。

また、定期的な加入状況等の把握を行うとともに、必要に応じ、大型店、チェーン店及びその本部、本店に対し、地域経済団体への加入や地域貢献の必要性、意義を具体的に説明するよう努める。

さらに、市町村独自のまちづくりや商店街振興の方針、施策に関しても、大型店、チェーン店及びその本部、本店に対して適宜説明するなどして、理解を得られるよう積極的に努める。

・商店街、商工団体への働きかけ

市町村は、商店街、商工団体が地域の実情に応じた組織運営、大型店、チェーン店との連携を行うよう働きかける。

その際、立地する大型店、チェーン店や商店街の意見、市町村独自のまちづくりや商店街振興の方針、施策などを踏まえ、大型店、チェーン店の地域商業貢献が図られるよう、具体的な方策を示すよう努める。

・大型店、チェーン店と地域経済団体との協議の場の設定

地域商業貢献の促進を図る上で、上記の働きかけを個別に行うのに加え、双方を一堂に会して調整を行う必要があると判断する場合、市町村は、協議の場を設定し相互理解と協調等を図るよう努める。

また、その際、必要に応じ地域住民の参加がなされるよう努める。

3 商工団体

① 基本的姿勢

商工団体は、地域商業貢献促進の中心的担い手であることを認識し、地域の事業者による様々な地域商業貢献活動が、効率的に実施されるよう支援に努める。

② 活動の明確化及び積極的な公表

大型店、チェーン店が商工団体へ加入し、地域に貢献する必要性、必然性を認識するよう、商工団体は、自らの活動の実態を明確にし、かつ多方面に積極的に公表する。

③ 大型店、チェーン店への働きかけ

商工団体は、主体性を持って自らの団体への加入促進を行うことはもとより、地域内の商店街への加入促進等に関しても大型店、チェーン店へ積極的な働きかけに努める。

その際、必要に応じて、市町村と連携し、大型店、チェーン店及びその本部、本店双方への働きかけも行うものとする。

また、商工団体の連合会においては、商工団体と連携し、各地域の大型店、チェーン店への働きかけを行うとともに、必要に応じて、他の連合会や県と連携し、本部、本店への働きかけを行うものとする。

なお、その際、地域の実情が様々であることなどを考慮し、安易に横並びの意識をもつことは避けるべきである。

④ 商店街への働きかけ

商工団体は、商店街が地域の実情に応じた組織運営、大型店、チェーン店との連携を行うよう働きかける。

その際、立地する大型店、チェーン店の意見、市町村独自のまちづくりや商店街振興の方針、施策、商工団体の役割や機能などを踏まえ、大型店、チェーン店の地域商業貢献が図られるよう、具体的な方策を示すよう努める。

4 商店街

① 基本的姿勢

商店街は、身近な買い物の場の担い手として、自ら地域住民のニーズに対応した様々な活動を展開するとともに、商店街区内の事業者に対し、地域商業貢献への取組を積極的に働きかけるよう努める。

② 商店街の活動情報等の情報開示

商店街は、活動内容、会計等を明確にし、必要な場合には、常に開示できるよう、体制の整備に努める。

③ 大型店、チェーン店への働きかけ

商店街は、域内に立地する大型店、チェーン店に対して、自ら率先して、活動内容、会計等を提示することにより商店街への加入促進等を、積極的に働きかける。

その際、必要に応じて、商工団体及び市町村と連携し、大型店、チェーン店及びその本部、本店双方への働きかけも行うものとする。

なお、地域の実情が様々であること、商店街の活動内容に差があることなどを考えれば、安易に横並びの意識をもつことは避けるべきである。

5 大型店、チェーン店

① ガイドラインの遵守

大型店、チェーン店においては、業界団体において、地域経済団体等の活動への積極的な協力、退店時における早期の情報提供等、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。

しかしながら、地域商業、まちづくりに関する貢献に関しては、なかなか進展が見られない状況にあり、個々の事業者においても自主的な取組みを積極的に行うことが強く期待される。

そのため、それぞれのまちづくり関係者の行うべき役割を改めて本ガイドラインに明示したものである。

大型店、チェーン店においては、出店地域全体の発展が、最終的には自らの発展につながることを理解し、業界団体が策定した自主ガイドラインを遵守することは当然のこと、本ガイドラインの内容を遵守するよう努める。

② 本部、本店による各店舗の地域商業貢献に関する関与

大型店、チェーン店の本部、本店は、各店舗が所在するそれぞれの地域にはそれぞれの地域ごとに異なる事情があること、それぞれの地域の発展が自らの発展につながることを留意する。

そして、地域商業貢献について、各店舗に対し全国若しくは広域の地域統一の横並比的な対応を求めることなく、各店舗の裁量で対応できるよう努める。



埼玉県のマスコット
コバトン

本ガイドラインに関するお問い合わせ先

埼玉県 産業労働部 商業・サービス産業支援課

電 話 048-830-3762 (ダイヤルイン)
ファクシミリ 048-830-4812
E-mail a3750@pref.saitama.lg.jp