共通第１１号様式（第１７条第１項）

受付
7.4.24
商業振興課
23

令和６年度　補助事業等実績報告書

令和７年４月２４日

函館市長　　大　泉　　潤　　様

住所　函館市中島町２５番１８号
補助事業者等
氏名または団体名　中島町商店街振興組合
および代表者氏名　理事長　川﨑　正博

補助事業等の名称　　函館市商店街等持続化支援事業補助金
（商業機能等強化事業）

令和６年５月１４日函経商をもって補助金等の交付の決定を受けた上記の補助事業等は，令和７年３月３１日完了したので，関係書類を添えて報告します。

補助金等交付決定通知額	金	５００，０００円
補助金等領収済額	金	５００，０００円
補助金等領収未済額	金	０円

共通第４号様式（第７条第２項，第１７条第２項）

補助事業等の収支決算書

収入の部

項目	本年度予算額	うち，補助対象事業	本年度決算額	うち，補助対象事業	増減	うち，補助対象事業	内訳
函館市補助金	500,000	500,000	409,000	409,000	△91,000	△91,000	
自己負担金	250,000	250,000	208,748	205,548	△41,252	△44,452	
合計	750,000	750,000	617,748	614,548	△132,252	△135,452	

支出の部

項目	本年度予算額	うち，補助対象事業	本年度決算額	うち，補助対象事業	増減	うち，補助対象事業	内訳
報償費	140,000	140,000	267,500	267,500	127,500	127,500	
需要費	311,000	311,000	158,544	158,544	△152,456	△152,456	
役務費	159,000	159,000	46,860	46,860	△112,140	△112,140	
使用料	140,000	140,000	144,844	141,644	4,844	1,644	
合計	750,000	750,000	617,748	614,548	△132,252	△135,452	

※実績報告の場合　　収支差引額　　0　円

（注）　１．この様式は，補助金等の交付を申請し，または，これに係る実績報告をする場合に使用すること。
２．項目は，詳細に区分して記載すること。
３．金額の単位は，申請の場合「千円」，実績報告の場合「円」とすること。
４．内訳には，金額の算出基礎その他必要な事項を記載すること。
５．その他必要と認めた書類を添付すること。

別記第５号様式（第６条，第11条関係）

補助事業の効果分析報告書

補助事業区分	□　空き店舗等活用事業（ソフト事業）※該当する区分に☑ ☑　商業機能等強化事業
実施事業概要	※本年度実施したすべての補助事業の内容を記載すること。 本事業は，北海道教育大学函館校（奥平准教授のゼミ）と協働し，教育大学函館校の３年生のゼミ生と一緒に中島廉売の活性化策を検討する「中島れんばい活性化プロジェクト」に取り組むもので，令和５年度から実施して２年目となる。 今年度は，新３年生に対して，まず函館市経済部を招いて函館市の商業の歴史や中島廉売の立地特性について出前講座を受けた後，実際に中島廉売内を視察し，現状について理解を深めてもらったうえで，活性化策を検討した。 学生たちによる検討の結果，今年度は，昨年から実施しているYouTubeやInstagramを活用した広報宣伝を継続して行うほか，情報が古くなっている中島廉売のマップとホームページを更新すること，また，閑散期となる秋に新規イベントを実施することを決定した。 実施した取組みの成果は以下のとおり。 **①動画制作等による広報宣伝** 商店街に若い世代を呼び込むため，動画投稿による広報宣伝を企画・実施。 学生が直接組合員店舗を取材し，撮影した動画をショート動画に編集。YouTubeおよびInstagramを活用し，広報宣伝を行った。 また，今年度は昨年からの学生との協働の取組みが注目され，ＮＨＫプレミアム「ザ・穴場ツアー」からの出演依頼があり，テレビ番組に出演。タレントのＵ字工事とともに，学生が中島廉売と中島れんばい活性化プロジェクトについてＰＲした（８月放送）。 **②中島廉売のマップとＨＰの制作** 中島廉売のマップとホームページは以前制作してから日が経ち，情報が古くなっていたことから，学生があらためて店舗を取材，撮影し，マップを一からデザインして制作するとともに，ホームページを一新した。 **③新規イベントの実施（「函教祭」への出展）** 普段中島廉売を訪れるのは常連客が多いため，新たな客層にアプローチするため，新

	規イベントとして，教育大学函館校の学校祭「函教祭」に出展。 新たなターゲットを親子連れと主婦，学生とし，函教祭で当ブースに足を運んでもらうため，「まちかど水族館」とコラボして近海の魚などを展示する水槽を設置。想定どおり，子どもを連れた方など多くの方に訪れていただいた。 また，ブースでは，水槽設置に加えて，８月に放送された「ザ・穴場ツアー」の映像を流して当プロジェクトのＰＲをするとともに，訪れた方に商店街マップを配布し，後日，そのマップを持参すると中島廉売で利用できる 500 円分のお買い物券がもらえることとして，中島廉売への来街を促した。 お買い物券は 300 枚配布し，うち 285 枚分の利用があった。普段の利用者とは違う客層に対し１人１枚ずつ配布したため，中島廉売への新たな顧客の来街を相当数促進することができた。 **④アンケート調査の実施** 当プロジェクトの取組みの参考とするため，三郎助祭りの来街者 69 名および教育大学函館校の生徒 91 名に対し，中島廉売についてのアンケート調査を実施した。 販売促進のイベントである三郎助祭りのアンケートでは，買い物以外に食材や中島廉売で使用できるお買物券が当たる抽選会を目的に訪れた方が多いことがわかった。また，教育大生へのアンケートでは，ほとんどの学生が中島廉売の存在を知っているものの，利用はしておらず，その主な原因としては，「何があるのかわからない」「決済方法がわからない」などであることがわかった。 **⑤その他** ・当プロジェクトに興味を持った中島小学校から出前授業の依頼があり，当プロジェクトの取組みについて，学生が出前講座を行った（12 月）。 ・ハローキティをメインキャラクターにしたエリア情報誌「ハロートラベル」の函館版の発刊にあたり，中島廉売が掲載されることになったため，記事に掲載する中島廉売の新たなキャッチフレーズを学生と考案し，「安い×あたたかい＝中島れんばい」に決定した。今後，広報宣伝等で活用していく予定。
事業効果	※本年度実施事業が，どのような効果につながったのか具体的に記載すること。 ①本プロジェクトが商店街に浸透し，組合員のさらなるモチベーションの向上に繋がった。 ②情報が古くなっていた商店街マップとホームページを一新することができた。 ③教育大学の学校祭への出展を通じて，これまでとは違う客層（親子連れや学生）にアプローチすることができ，また，後日中島廉売に来ると 500 円分のお買い物券がもらえるとしたことで，新たな客層の中島廉売への来街に繋げることができた。 ④本プロジェクトがメディアに取り上げられ，大きな宣伝効果が得られた。 R6. 8. 22 放送　ＮＨＫプレミアム　「ザ・穴場ツアー」

事業連携	※他団体との連携があれば団体名と具体的な連携内容を記載すること。 北海道教育大学函館校（奥平ゼミ） ・商店街の課題調査 ・活性化策の企画，実施，検証　など
改善点等	※本年度実施事業の課題と改善点・改善方法等を記載すること。 【効果】１年目から効果のあったSNSを活用した広報宣伝を引き続き行いつつ，今年度の新たな取組みとして，教育大学の学校祭でのＰＲを実施したことで，新たな客層の来街に繋げることができた。 【課題】教育大生に対しアンケートを行った結果，ほとんどの学生が中島廉売の存在を知っているが，利用はしておらず，その主な原因としては，「何があるのかわからない」「決済方法がわからない」などであることがわかったため，次年度以降は，教育大生のニーズを把握し，教育大生を中心とした学生の来街促進に繋がる取り組みを実施したい。 【改善点】本プロジェクトが知られてきたことで，当初の予定になかったテレビへの出演や出前授業への依頼があり，ＳＮＳ（Instagram・YouTube）での配信が後半にいくにつれ，配信回数が減ってしまったことから，次年度以降は，フォロワーに離れられないよう定期的に動画を更新するようにしたい。

目標に対する検証結果	※事業計画書に記載した目標について，具体的な検証結果を記載すること。 ① 来街者へのアンケート結果（三郎助まつりの来街者） 中島廉売に訪れた方の大半は 50～70 代であり，以前から知っているため買い物に来たと答えた方が約 80%，利用頻度は 1 週間に 1 回と答えた方は約 36%であり，訪れている方は年齢層が高く常連客であり，立地的に近い教育大生を含む若い方はあまり訪れていないことが分かった。そのため，新たな客層を呼び込むため，教育大学の学校祭へ出展することとした。 ②動画公開および視聴回数 ・YouTube　公開数　5 本，視聴回数延べ　4,073 回　※4/11 現在 ・Instagram　公開数　23 本，視聴回数延べ　10,613 回　※4/11 現在 ③店舗へのヒアリング 学生が考案したマップ作成や動画によるＰＲのおかげで，以前までは全くいなかった若い人が少しずつ訪れるようになったことや，動画投稿でお店紹介をしてもらって以降，動画をきっかけに新たなお客さんを獲得できた店舗もあり，今後も取り組みを継続してほしいと要望が多くあった。
事業全体の評価	※数値評価やアンケート等による声から拾った効果など，具体的に記載すること。 今年度は 2 年目であり，継続して教育大学の若い学生が中島廉売の活性化のために取り組んでいることが，組合員にとって良い刺激となり意欲の向上に繋がっている。 また，動画での情報発信を継続することで，実際に動画を見て来店するお客が増えた，動画の効果でシゲちゃんすしの来街者が増えた，若い来店者が見られるようになったなど，組合員としても事業の効果を感じており，事業の継続を要望する声が多い。 また，今年度実施した教育大生へのアンケートから，中島廉売の雰囲気や中島廉売で買えるもの，決済方法等について周知することで，今後教育大生を取り込める可能性があることがわかり，全体として，有意義な事業となった。
今後の方向性について	※商店街等において，翌年度以降に取り組むべき事業や課題を記載すること。 来年度は，引き続き動画等を通じて情報発信するとともに，立地的に近い教育大生にもっと中島廉売を利用してもらえるよう，アンケート調査からわかった課題に対して対策を考えるとともに，教育大学の学校祭で学生に向けたアプローチを行うことで，さらなる中島廉売への誘客と活性化に繋げていきたい。