

第1回の議論と検討の方向性について

平成29年1月18日

中小企業庁商業課

整理の視点

- 第1回でいただいた主な御意見を、第1回で提示した想定する検討内容、商店街の構成要素から分類。

想定する検討内容（第1回資料2）

（1）商店街の必要性

- 地域における商機能の担い手が商店街である必要性は何か。
- 地域内で経済を循環させ、また、将来にわたって地域の買い物機能を維持するためには、どのような主体が商機能を担うべきか。

（2）求められる商店街

- 今後、「地域に求められる商店街」はどのような姿になっていくのか。
- 商店街が求められる姿が変わるためにはどのような取組を行えばよいのか。

（3）稼げる商店街

- 商店街と商店街内に立地する個店の両方がきちんと利益を上げ、事業を継続していける環境を確立するには、どのような取組が必要か。

（4）あるべき支援の姿

- 商店街の活性化のためには、今後どのような支援策を取るべきか。
- どのような支援体制が効果的か。

商店街の構成要素

空間（連携）

商店街という一つの空間に焦点

事業（個店）

商店街の中の個店や事業に焦点



組織（人）

商店街で働く人で構成される組織に焦点

土地（資産所有）

商店街にある物を所有する者に焦点

(1) 商店街の必要性

- 地域における商機能の担い手が商店街である必要性は何か。
- 地域内で経済を循環させ、また、将来にわたって地域の買い物機能を維持するためには、どのような主体が商機能を担うべきか。

空間

- ✓ 商店街がなくても最低限の生活はできる場所もあるなかで、商店街とは何なのか。どのような形のものなのか、どのような機能をもっているものなのかという話ができると新しい展開が出てくるのではないか。
- ✓ 商店街の成り立ちは、人がいる、来る、通ることで商業者が集まってきて、商店街という場ができたのが多くのところ。今衰退しているところは、人の流れが大きく変わったりしたことで、買物をする場としての役割は徐々に終えてきているのではないか。今後商店街という生活インフラをどうしていくのか、買物する場ではなく新しい場として考えていくことになる。また、ビジネスを続けていく上での経済的な持続可能性の担保もあわせて考える必要がある。
- ✓ スーパーや大型店で買物ができる場合、商店街の必要性について商店街の店主が理解し、大型店に入ったり、違うことをしたり、そのまま踏ん張るのではない方法も考えなければならないのではないか。そのまま続ける場合も、どのような商店街にしていくのか方向性を明確にしていかなければならないのではないか。

組織

- ✓ 地域に住んでいる方の買物ゾーンとしての商店街は必要だと思うが、組織としての商店街の必要性については疑問。

(2) 求められる商店街

- 今後、「地域に求められる商店街」はどのような姿になっていくのか。
- 商店街が求められる姿が変わるためにはどのような取組を行えばよいのか。

空間

- ✓ まちごとにそこにいる人、その人たちが持つ思い、課題、歴史、文化は全て異なる。これを一緒くたにして何かすることは難しい。新しいフレームワークをつくって、それぞれ効率的に必要なものを取捨選択し、その後効果検証できる制度や仕組みをつくるべき。
- ✓ まちづくりは思い出づくり。商店街の評価が世代ごとに異なるのは、そこにつながる。そのため、商店街の好き嫌いではなく、今の日本の世代間構造や、産業構造のねじれやゆがみ、付け加えることで乗り切ってきた歴史から、抜本的な対策が打てずにいると分析したほうがよい。商店街は日本の縮図だと思っている。
- ✓ 地域に住んでいる方に必要とされる買物ゾーンであるためには、単に商品売るだけでなく、コミュニティ、空間、サービス、おもてなし、安らぎを提供することも一つの手段。
- ✓ 店がなくなっているということは、そこは商売をする意味がなくなっている空間だということ。そこに店を戻すには、昔のように人通りを増やすのではなく、まちを再生するストーリーを住民に理解してもらい、期待感を高めることで、商店街で新しいことを起こそうと思うような、空間を利用する意味をまずつくらなければならない。起業や新しいことを起こしていくサポートが、商店街という空間をよみがえらせる一つの新しい策になるのではないか。
- ✓ まちづくりに近い分野になるが、これからの時代は新しく事を起こしてくれるコミュニティをつくるのが商店街に必要。

(2) 求められる商店街

事業 (地域とのつながり)

- ✓ 商店街の外にいる人からは、商店街に元気になって欲しいという思いを強く感じるが、それが思いだけで止まってしまい、具体的ななかかわりにつながっていない。関心を持っている人は多いので、商店街とつなげられると違う展開が見えてくる気がしている。
- ✓ その商店街やエリアの人が、コミュニティを持ちたいという要望や方向性、理念が明確であれば、それを達成するためにコミュニティを使えばよい。地域によって異なり、コミュニティ機能は全ての商店街に必ずしも必要ではない。また、商店街がコミュニティ機能を担うには、覚悟と環境が必要。コミュニティは収益事業にはならないため、別の何かで商店街が収益を上げて、コミュニティを維持していかなければならない問題を抱えている。
- ✓ 商店街が発展していくために、コミュニティ機能の発揮は大きな役割であると思うが、できる・できないが分かるのではないか。商店街はあくまで場とみなして、コミュニケーションが生まれ、新しい発想が出てくる場として役割を発揮できるのではないか。
- ✓ 商店街には買物に来る住民とのコミュニティがあった。買ってもらう人に対し、商店主が採算度外視でいろいろなことをやっていくのは投資として自然なことであるが、そこが縮小してきたときに商店街に押しつけられるのは違う気がしている。非常に重要な福祉的な機能であり、商店街が担うのが適しているのであれば、商店街の委託事業にするなど、まちが抱える機能の分担として行えばよいのではないか。
- ✓ コミュニティ機能は商店街が担うかどうかは別にして、必要だということについては異論がない。その中で商店街が果たせる役割があるのか。

(2) 求められる商店街

事業（若い世代へのアプローチ）

- ✓ 若い世代に対するアプローチを考えていく必要がある。 今商店街に若者を取り込んでコミュニケーションを取り始めなければ、20年後にその若者が商店街で買物をしてくれる保証はない。
- ✓ スーパーやコンビニはあっても、商店街が近しくなく、商店街を経験していない人たちが増えてきているという印象がある。
- ✓ 次を担う世代にどうやって商店街がアプローチするかが課題になっている。放っておけば最初から商店街というものは頭がないか、そういうコミュニティを見たこともない世代のため、5～10年後には「商店街をどうすべきか」という会議すら開かれなくなる可能性もある。商店街が新しい世代につながることをやっけていかなければ、消えてなくなってしまうのではないか。

組織

- ✓ 商店街をフィールドとして捉える場合、もし商店街が組織とイコールであるとする、今までの組織とは異なるものが必要。大きく抜本的に変えることを厭わない人であったり、外部の人が入ってきたりが必要と思う。

(3) 稼げる商店街

- 商店街と商店街内に立地する個店の両方がきちんと利益を上げ、事業を継続していける環境を確立するには、どのような取組が必要か。

空間

- ✓ 商店街は、広い面として、商いができるマーケットがあるのかを考えていかなければならない。
- ✓ 商店街の成り立ちは、人がいる、来る、通ることで商業者が集まってきて、商店街という場ができたのが多くのところ。今衰退しているところは、人の流れが大きく変わったりしたことで、買物をする場としての役割は徐々に終えてきているのではないか。今後商店街という生活インフラをどうしていくのか、買物する場ではなく新しい場として考えていくことになる。また、ビジネスを続けていく上での経済的な持続可能性の担保もあわせて考える必要がある。(再掲)
- ✓ 商店街には買物に来る住民とのコミュニティがあった。買ってもらう人に対し、商店主が採算度外視でいろいろなことをやっていくのは投資として自然なことであるが、そこが縮小してきたときに商店街に押しつけられるのは違う気がしている。非常に重要な福祉的な機能であり、商店街が担うのが適しているのであれば、商店街の委託事業にするなど、まちが抱える機能の分担として行えばよいのではないか。(再掲)

事業

- ✓ 個店の力が落ちてきているのではないか。強い個店をつくるということを意識しなければ、商店街がもたなくなってきたのを感じている。

組織

- ✓ 商店街は、商店街振興は行政や商工会議所がしてくれるものだと考えている。自分で変化に対応し、努力していくよう意識改革をしていかなければ、成り立っていかなくなってしまうと危惧している。

(4) あるべき支援の姿

- 商店街の活性化のためには、今後どのような支援策を取るべきか。
- どのような支援体制が効果的か。

空間（支援対象）

- ✓ 全ての商店街に対して有効な支援策は難しいが、商業者に何らかの有効なメッセージを出しながら、一緒に立ち上がってくれるところを応援することなら出来る。商店街は街のストックであり、文化や伝統の中心である空間として評価し、その空間をもう一度、いろいろな商売が機動できる空間に持っていければよい。その場合、大家や地権者の問題になる局面も出てくる。
- ✓ 伝統的にその場でずっと商売をしてきた商店街は、昔からまちに投資してきている。そういう商店街は、投資をする場所であり、機会であって、環境が変わればそれに応じて店を変えるような感覚が古い商業者にあった。一方、戦後生活の糧を求めて小売業に参入した世代は、一部は投資家的商業者になったかもしれないが、高度成長という恵まれた環境の中で、投資をして自分で環境を変える意識を持つ人は少なかった。その世代が今高齢化し、商店数が激減している。それらをどう区別しながら議論するかが問題になる。全国の商店街全てを想定して有効な支援策を投げかけるのは難しい。
- ✓ 財政を考えると、手を挙げたところにしか支援しなくてよいのではないか。人口が減少に向かう中で限られた資源を選択と集中していくことが必要。商店街という言葉や場所にこだわるのではなく、この場所やこの地域をどうするか、地域の住民、行政、金融機関、メディアみんなで次はどうしていったらよいか考えればよい。
- ✓ 商店街という場所や名前にこだわるより、本当に必要なものを本当に必要なだけ、本当にやる気のある人に支援をすることが必要。
- ✓ 知恵を出し、学んでいくやる気のある商店街には、きちっと専門家の支援をして欲しい。

(4) あるべき支援の姿

空間（支援の考え方・方向性）

- ✓ 商店街支援は、なりわい支援ではなく、商店街が市場を開いていく方向に舵をきらなければならないのではないか。若い人が商店街で何かをやろうとするときには、いろいろなハードルを常に抱えている。市場を開き、チャレンジする人たちが商店街に入ってこられる仕組みをつくる必要がある。ただし、誰でも入ってくれば良いということではなく、地域内での経済循環をつくり出すという基準を持つ必要があるのではないか。
- ✓ 商店街支援は、コストを下げる効率化を支援するよりも、場所に付加価値をつけていくことが大事ではないか。
- ✓ かつて商店街には、時代の変化を敏感に感じ取り、その時々に応じて業種を変えられる力を持っている人たちがいた。商店街の中で今も元気に動いている方はそういった感覚が今もあるので、競争できる環境を整えればもっと自分たちで動くのではないか。金銭的な支援より、近隣に人々が居住するようにするなど、商店街がまた競争できる環境になる仕組みを考えるほうが大事。
- ✓ 商店街支援の対象を商業者のなりわいとしてしまうと、既得権益化しているように見え、嫌われてしまうのではないか。そうではなく、フィールドとして商店街を見てはどうか。商店街は、一朝一夕ではつくれないレトロで面白い街並みを持つ資産。地域の再生と捉えれば違う意味が出てくるのではないか。商店街の支援を考えるときには、商店街の捉え方を変えなければならないと思う。
- ✓ 店がなくなっているということは、そこは商売をする意味がなくなっている空間だということ。そこに店を戻すには、昔のように人通りを増やすのではなく、まちを再生するストーリーを住民に理解してもらい、期待感を高めることで、商店街で新しいことを起こそうと思うような、空間を利用する意味をまずつくらなければならない。起業や新しいことを起こしていくサポートが、商店街という空間をよみがえらせる一つの新しい策になるのではないか。（再掲）
- ✓ 製造業に対しては設備投資などの個店支援が普通にあるが、商業の場合は個店支援をしようとする「お前の商売のため」と言われ切られてきている。良い雰囲気を買物空間をつくらうとすると、一定のハード整備は必要。商業だけ違う目で見られているのではないか。

(4) あるべき支援の姿

事業（地域とのつながり）

- ✓ 商店街の外にいる人からは、商店街に元気になって欲しいという思いを強く感じるが、それが思いだけで止まっ
てしまい、具体的ななかかわりにつながない。関心を持っている人は多いので、商店街とつなげられると違
う展開が見えてくる気がしている。（再掲）
- ✓ 商店街のニーズを金融機関サイドが拾えていない点は改善していかなければならないが、商店街からもそのよう
な声を上げてもらえると拾いやすいのではないか。
- ✓ 今商店街にはお金や人が入ってこず、流動性が落ちている。流動性が増せば活性化されるはず。金融機関は、勸
業の精神で商店街に流動性を与えたら一つの解決策になるのではないか。

検討の方向性（案）

「空間」としての商店街に焦点を当て、議論を深めてはどうか。

- 第1回の議論では、商店街という「空間」に対して意見が多く集まった。また、商店街が存在し続けるため、地域とのつながりや若者へのアプローチが重要との意見も複数見られた。
- 本検討会においては、商店街という空間（個店が集まり商いをする場）とはどのような存在であるのか、今後どのような存在に変わっていくべきか、そのためにはどのような支援が必要かという議論をまずは深めてはどうか。

「求められる商店街」の特徴付けをしてはどうか。

- 第1回の議論では、流動性を失った現在の商店街の必要性について疑問が呈された。
- 商店街が流動性を取り戻すには、開かれた商店街に変えていく必要性があるが、具体的に商店街は何をすればよいか。
- 立地環境（商圈人口、スーパー・大店・コンビニの有無など）、顧客層（地域住民・観光客、年齢層など）、顧客・地域に対し商店街が果たしている機能、今後商店街が果たしたい機能について整理し、目指すべき求められる商店街の特徴をベンチマークとしてまとめてはどうか。

「求められる商店街」になるために、どのような支援が必要か。

- ベンチマークを示した上で、目標を定めた商店街は何をすればよいか、どのような支援が必要か、検討を行ってはどうか。

今後の進め方（案）

第2回（平成29年1月18日）

- ✓ 第1回の議論と検討の方向性について
- ✓ 商店街活動におけるP D C Aサイクルの活用について

第3回（平成29年2月下旬～3月初旬）

- ✓ 商店街の再興について（各委員からプレゼン）

第4回（平成29年3月下旬）

- ✓ 商店街への提案（各委員からプレゼン）

第5回（平成29年4月下旬）

- ✓ 取りまとめ

(参考) 商店街に関連する主な施策

ハード支援

ソフト支援

商店街

- < 補助金 >
- ✓ 地域・まちなか商業活性化支援事業（地域商業自立促進事業）支援事業
- < 金融 >
- ✓ 高度化事業

- ✓ 地域・まちなか商業活性化支援事業（地域商業自立促進事業）調査分析事業
- ✓ 全国商店街支援センター事業
 - ・トータルプラン作成事業
 - ・商店街よろず相談アドバイザー派遣事業

個店

- < 補助金 >
- ✓ 創業・事業承継支援事業
- ✓ 小規模事業者持続化補助金
- ✓ 革新的ものづくり・商業・サービス開発支援事業
- ✓ 軽減税率対策補助金
- < 金融 >
- ✓ 企業活力強化資金
- ✓ 小規模事業者経営改善資金融資（マル経融資等）
- < 税制 >
- ✓ 中小企業経営強化税制
- ✓ 商業・サービス業・農林水産業活性化税制

- ✓ 認定経営革新等支援機関による支援
- ✓ よろず支援拠点における支援
- ✓ 商工会、商工会議所、各中小企業団体中央会による支援
- ✓ 各都道府県等中小企業支援センターによる支援

地域（まちづくり）

- < 補助金 >
- ✓ 地域・まちなか商業活性化支援事業（中心市街地再興戦略事業）先導的・実証的
事業
- ✓ 地方創生交付金
- ✓ 社会資本整備総合交付金

- ✓ 地域・まちなか商業活性化支援事業（中心市街地再興戦略事業）専門人材活用支援事業、調査事業
- ✓ 中心市街地商業活性化診断・サポート事業
- ✓ 地方創生交付金