

# 商店街活動における PDCAサイクルの活用について

平成29年1月18日

中小企業庁商業課

# 商店街活動におけるPDCAサイクル活用事業 実施状況

- 中小企業庁商業課では、平成26年度から「商店街活動におけるPDCAサイクル活用事業」を実施（委託先：株式会社三菱総合研究所）。
- 平成26年度はPDCAサイクルの在り方の検討を行い、平成27年度にはPDCAサイクル運用のためのマニュアルを作成。平成28年度は、全国の3商店街において実証事業を展開している。

## <平成26年度>

### 商店街活動におけるPDCAサイクルの在り方を検討

- ✓ 自治体、周辺住民など、商店街活動に関わる多様な主体を巻き込む
- ✓ 計画(P)・評価検証(C)に重点を置く
- ✓ PDCAサイクルを見える化する = 運用シートの作成

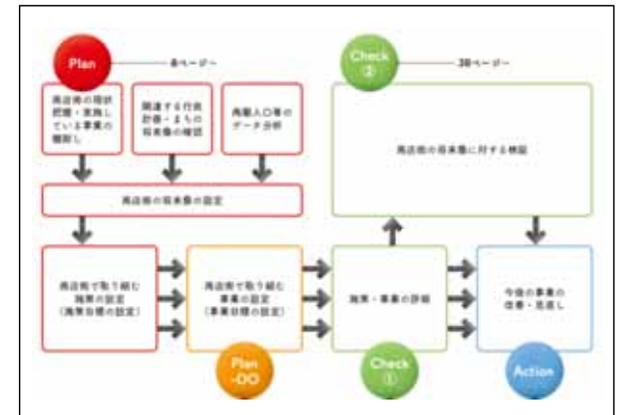


## <平成27年度>

### PDCAサイクル運用のためのマニュアルを作成

#### <運用マニュアル目次>

- 1章：これからの商店街の将来像を考える目的・意義
- 2章：PDCAサイクルの基礎
- 3章：PDCAサイクルの運用方法とポイント



# 家計消費額の都市間比較

- 家計調査を基に、都市ごとの1世帯当たり年間家計消費支出額について、5年ごとに過去30年の上位10都市を抽出。
- 平成7年までは首都圏1都3県が上位に集中しているが、年を経るごとに地方都市が上位を占める傾向にあり、地方においても首都圏並みの消費が行われるようになっている。

表：年間家計消費支出額上位10都市（対象：都道府県庁所在市、政令指定都市）

	昭和60年 (1985年)	平成2年 (1990年)	平成7年 (1995年)	平成12年 (2000年)	平成17年 (2005年)	平成22年 (2010年)	平成27年 (2015年)
1	横浜市	横浜市	浦和市	富山市	富山市	宇都宮市	奈良市
2	東京都区部	浦和市	長野市	福島市	奈良市	金沢市	東京都区部
3	浦和市	東京都区部	金沢市	浦和市	岡山市	奈良市	長野市
4	岐阜市	川崎市	横浜市	金沢市	さいたま市	東京都区部	福島市
5	山形市	千葉市	東京都区部	横浜市	宇都宮市	岐阜市	津市
6	広島市	水戸市	奈良市	山形市	横浜市	高松市	高松市
7	大津市	金沢市	宇都宮市	東京都区部	川崎市	富山市	金沢市
8	甲府市	山形市	富山市	新潟市	東京都区部	鹿児島市	宇都宮市
9	名古屋市	大津市	新潟市	山口市	山形市	水戸市	水戸市
10	神戸市	甲府市	岡山市	広島市	金沢市	岡山市	横浜市

（資料）総務省統計局「家計調査」より作成

オレンジ色の都市は1都3県（埼玉県、神奈川県、千葉県）に所在する都市を示している。

家計調査は毎月、全国約9,000世帯を対象に家計の収支状況などについて調査を実施している。

本表は家計調査を基に独自に作成しているが、三浦展『ファスト風土化する日本』（洋泉社、2004年）を参考に作成・分析している。

# 消費支出額

(日本政策投資銀行「人口減少問題研究会 最終報告書」(2014年6月)より)

世帯主の年齢階層別 1人あたり1ヶ月の消費支出を、総務省「全国消費実態調査(2009年度)」より算出。  
65～69歳、60～64歳の高齢者層における支出額が、他の年齢層に比べ高額。

(図表) 世帯主の年齢階層別 1人あたり1ヶ月の支出額(2009年、総世帯)

(単位:円)

項目	～24歳	25～29歳	30～34歳	35～39歳	40～44歳	45～49歳	50～54歳	55～59歳	60～64歳	65～69歳	70～74歳	75歳～
食料品	11,387	11,906	11,166	11,768	12,995	14,838	16,444	18,006	20,070	21,574	21,878	22,183
飲料	2,050	1,683	1,297	1,189	1,186	1,268	1,309	1,317	1,351	1,337	1,339	1,351
酒類	598	703	812	835	870	939	1,227	1,436	1,591	1,577	1,320	1,122
外食	9,024	10,833	6,757	5,450	5,004	4,798	4,898	4,664	4,688	4,234	3,874	3,436
家賃・地代	27,259	26,813	12,816	7,774	5,443	4,377	3,402	2,843	2,732	3,009	3,151	3,543
住居設備修繕・維持	120	257	819	712	837	1,524	1,994	3,858	5,254	4,991	5,338	6,073
水道光熱費	6,179	5,816	5,107	4,920	5,229	5,821	6,415	6,958	7,477	7,821	8,068	8,573
医薬品	301	592	409	458	524	563	728	871	1,023	1,376	1,304	1,626
保険医療サービス	1,911	1,721	1,686	1,825	1,827	1,784	2,104	2,484	3,198	4,101	3,331	4,032
洋服	4,224	3,277	2,232	1,735	1,791	2,100	1,978	1,843	1,780	1,540	1,552	1,548
交通	4,045	3,277	2,326	1,943	1,936	2,764	3,088	2,525	2,618	2,372	2,286	2,450
通信	6,328	6,133	5,030	4,279	4,319	5,126	5,392	4,949	4,488	4,046	3,710	3,630
教育	328	1,432	2,849	4,021	6,282	10,452	10,541	4,461	1,026	273	368	382
教養娯楽	10,879	14,774	10,668	10,075	10,521	9,872	9,752	11,177	13,303	15,201	15,108	13,747
交際費	4,798	6,752	4,652	3,684	3,757	4,521	6,185	9,311	10,971	12,004	12,472	13,914
その他	24,028	29,027	25,112	22,640	22,510	29,203	37,874	38,591	35,477	33,667	29,256	26,965
消費支出合計	113,459	124,996	93,738	83,307	85,032	99,952	113,331	115,296	117,046	119,121	114,352	114,575

(備考) 各支出項目について、支出額が多い年齢層の上位1～3位の支出額を赤字(最も支出額が多い年齢層の支出額は赤太字)で表示。

食料品は、飲料・酒類・外食・贈り費を除く。

(出所) 総務省「全国消費実態調査(2009年度)」より作成

# 消費支出額の見通し

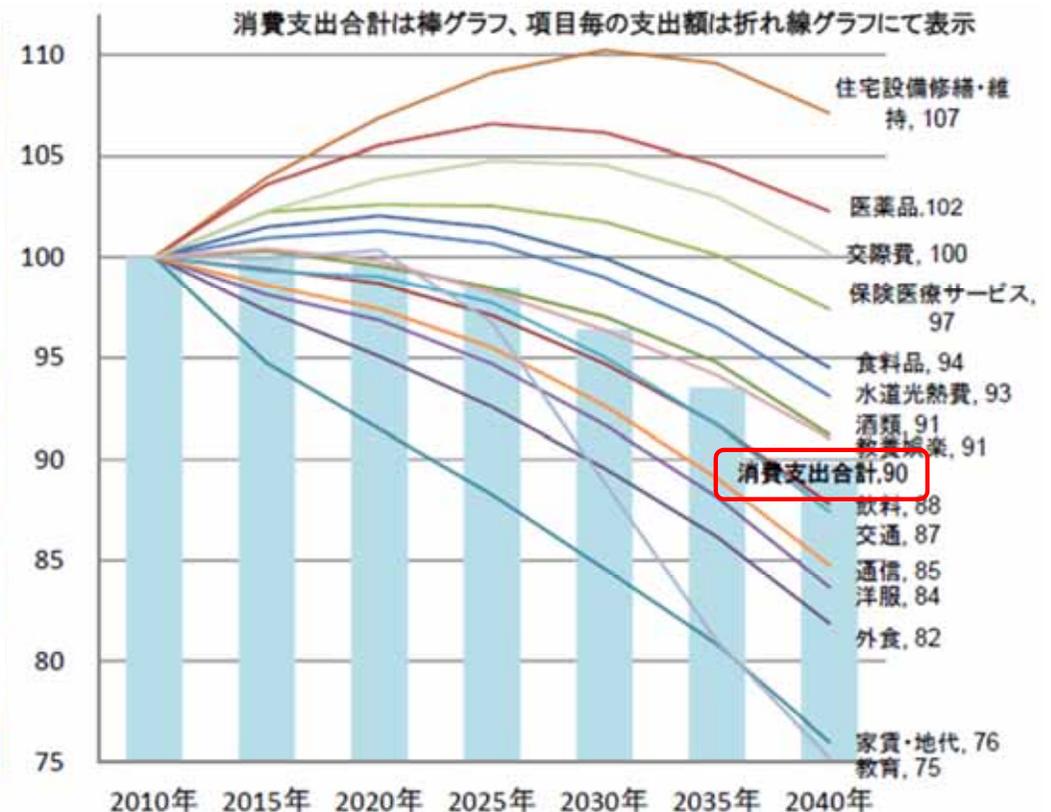
(日本政策投資銀行「人口減少問題研究会 最終報告書」(2014年6月)より)

世帯主の年齢階層別 1 人あたりの消費支出額に、年齢階層別の将来推計人口を乗じて各支出項目の将来支出額を算出。

2040年における消費支出額推計は、将来人口予測 ( 16.2%減 ) に比べ、 10%減にとどまる。(2010年比)  
 ( ) 総人口: 1億2,806万人 (2010年) 1億 728万人 (2040年) ( 16.2%減 )  
 消費支出額: 100 (2010年) 90 (2040年)

(図表) 消費支出項目別の支出額推計 (2010年 = 100とした指数) ゼロ成長と平均消費性向不変を仮定

項目	2010年	2015年	2020年	2025年	2030年	2035年	2040年
食料品	100	102	102	101	100	98	94
飲料	100	99	99	97	95	92	88
酒類	100	100	100	98	97	95	91
外食	100	97	95	93	90	86	82
家賃・地代	100	95	91	88	85	81	76
住宅設備修繕・維持	100	104	107	109	110	110	107
水道光熱費	100	101	101	101	99	96	93
医薬品	100	104	106	107	106	105	102
保険医療サービス	100	102	103	103	102	100	97
洋服	100	98	97	95	92	88	84
交通	100	99	99	98	95	92	87
通信	100	99	97	96	93	89	85
教育	100	100	100	97	89	81	75
教養娯楽	100	100	100	98	96	94	91
交際費	100	102	104	105	105	103	100
(参考)消費支出合計	100	100	100	98	96	94	90



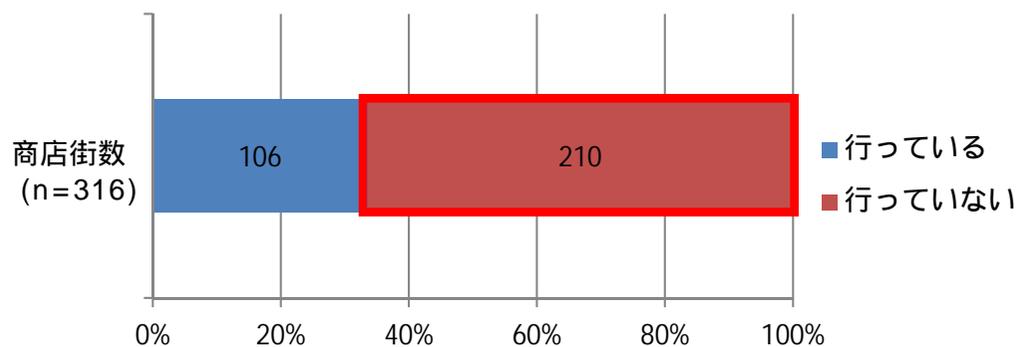
(備考) 食料品は、飲料・酒類・外食・贈り費を除く。

(出所) 総務省「全国消費実態調査(2009年度)」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口(平成25(2013)年3月推計)」より作成

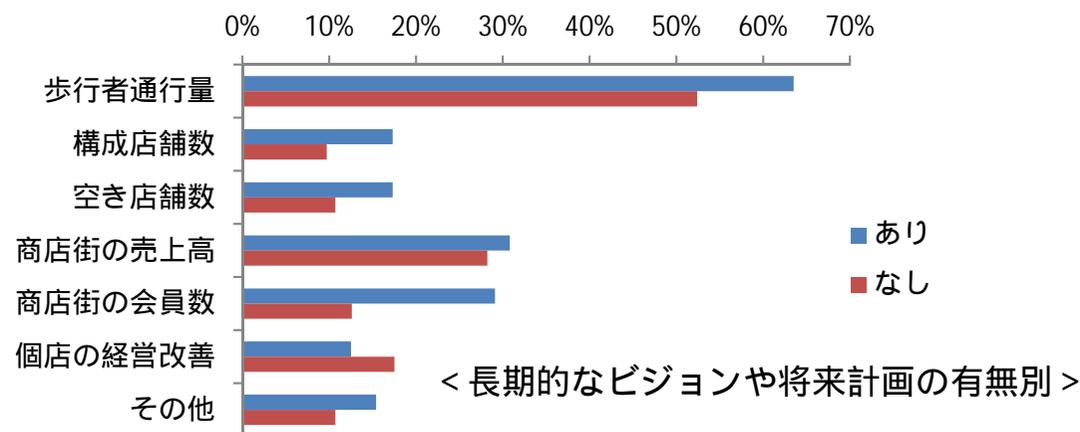
# 商店街におけるPDCAサイクル活用の必要性

- 商店街では、ソフト事業では祭り・イベントの実施、ハード事業ではアーケード整備など、様々な事業を実施している。
- しかし、事業実施時・実施後の効果の検証を行っている商店街は、約1/3に留まる。
- また、ビジョンや目標を持つ商店街のほうが、成果に結びついている指標が多い。

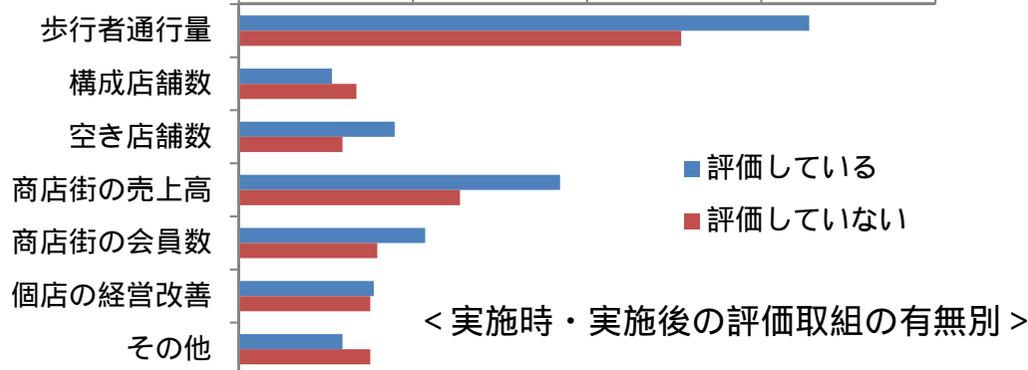
事業実施時・実施後の効果検証



事業実施後に成果のあった指標



0% 20% 40% 60% 80%



0% 20% 40% 60% 80%

