

# 商店街活力向上研究会

## 中間報告

## 目 次

委員名簿 .....	1
委員会開催概要 .....	2
中間報告（概要） .....	3
中間報告（本文） .....	5
参考資料 .....	14

## 商店街活力向上研究会 委員名簿

朝稲 秀男 (独)中小企業基盤整備機構 地域経済振興部審議役

石原 武政 関西学院大学大学院 商業研究科教授

加茂 忠秀 (株)ジオ・アカマツ 取締役 東京事業本部長

関 幸子 秋葉原タウンマネジメント(株) 専務取締役

田中 茂 世田谷区 産業政策部長

服部 年明 (株)まちづくり長野 参与

矢野 利幸 全国商店街振興組合連合会 理事  
( 大分県商店街振興組合連合会 理事長  
(株)大分まちなか倶楽部 代表 )

渡辺 達朗 専修大学 商学部教授

## 商店街活力向上研究会 開催概要

	開催日	議題等
第1回	10月7日	研究会の進め方
第2回	10月17日	事例からみる目標像と課題（地域・住民からのニーズと求められる商店街の姿） ・ゲストスピーカーによる講演 ・小林憲一郎 流通経済大学流通情報学部 教授 ・田中 武夫 東和銀座商店街振興組合 理事長 (株)アモールトーフ 代表取締役 ・劔羽 逸郎 健軍商店街振興組合 理事長 ・三田 久義 東深沢商店街振興組合 理事長
第3回	10月28日	地域・住民からのニーズ、多様な主体との連携 ・消費者アンケート、都道府県アンケート報告 ・ゲストスピーカーによる講演 ・東 朋子 (特)コミュニティ事業支援ネット 理事長 ・遠藤 彰 米子信用金庫 地域振興グループリーダー ・篠原 章 大東文化大学環境創造学部 教授 ・名倉 弘二 (株)ケイプラン 代表取締役
第4回	11月11日	商店街のマネジメント、個店強化等 ・商店街アンケート報告 ・ゲストスピーカーによる講演 ・安藤 恭一 二宮町商店連合協同組合 理事長 ・亀井 哲郎 戸越銀座銀六商店街 副理事長 ・森 恵一 静岡呉服町名店街 街づくり推進委員長
第5回	11月25日	研究会中間報告案の提示、議論
第6回	来年3月 (予定)	研究会最終報告案の提示、議論

# 「商店街活力向上研究会」

## 中間報告(概要)

### 1. 本研究会の趣旨、目的

本研究会では地域コミュニティ機能に注目し、商店街の活力向上に向けた課題と対応方策についての検討を行った。

### 2. 商店街の目指すべき方向（地域コミュニティの担い手としての商店街）

- (1) 地域コミュニティの重要性の高まり
- (2) 地域コミュニティの担い手としての商店街、商業者等への期待
- (3) 商店街に期待される新たな役割
  - ①地域の多様なニーズを実現する地域コミュニティの中核としての役割
  - ②地域ニーズ対応の一環としての本来的な商機能の充実、強化
- (4) 商店街の目指すべき方向

商店街が真に地域のコミュニティの核となろうとすれば、本来的な商機能を充実させるだけでなく、さらに多様な地域のニーズを掘り起こし、これに応えていかなければならない。もちろん、これらはいずれも商店街だけで担いうるものではなく、さまざまな地域関係者との協働によって実現することになるが、それらに取り組むことによってはじめて、商店街は地域の多様なニーズを実現する場・空間として、地域コミュニティの中核を担うことができるようになる。

### 3. 商店街活動として期待される取り組み

商店街が地域のニーズに即した商品・サービスを提供していくためには、それに相応しい店舗・施設を集積させ、それぞれの個店の商品・サービスの充実を支援すると共に、商店街全体として顧客サービスやイベント等を実施していくことが求められる。さらにこれらの活動を戦略的に推進していくには、将来ビジョン・計画の策定や商店街組織体制の充実が必要となる。

- (1) 店舗・施設集積のマネジメント
- (2) 個店活性化の支援
  - ①個店経営の強化
  - ②共同のマーケティングやブランドづくり等の店舗間の連携・共同事業の強化
- (3) 新たな顧客サービス・イベント等の実施（\*事例：(株)アモールトーフ）
- (4) 将来ビジョン・計画の策定と商店街組織体制の確立

#### 4. 商店街活動をめぐる協働・支援体制の構築

地域の多様なニーズを実現する場・空間として商店街の機能を強化していくためには、それぞれの地域関係者や専門ノウハウ・知見を有する支援機関などによる協働・支援体制を構築することが重要である。このため、これまでの商店街活性化の仕組みにはない強力な「推進エンジン」としての支援センターを核とする全国的な支援ネットワークを確立すべきである。

- (1) 地域における協働・支援
- (2) 店舗・施設集積のマネジメントに関する協働・支援
- (3) 個店活性化に関する協働・支援
- (4) 新たな顧客サービス・イベント等の実施に関する協働・支援
- (5) 将来ビジョン・計画の策定と商店街組織体制の確立に関する協働・支援
- (6) 支援ネットワークの確立

#### 5. 行政に期待される役割

前項3. および4. で述べた商店街機能の強化に向けた取り組みを促進していくにあたり、行政には、商店街組織や協働・支援者の取り組みへの支援の充実と、環境の整備が求められる。

自治体、特に基礎自治体である市区町村には、商店街を取り巻く地域の実情に即したきめ細かな支援が期待される。商店街が地域の日常生活を支援する公共的な役割を果たすことを踏まえ、商店街組織が計画策定する際に中長期的なまちづくりの方向についての情報提供や、商店街の協働・支援者となりうる地元の団体や専門家の紹介等のほか、商店街への図書館や行政サービス窓口の設置等を行うことも考えられる。また、商店街が地域コミュニティの中核を担っていくこと等について長期計画や産業ビジョン等において示したり、モデル事業としての重点的支援による成功例づくりや、商店街組織や各店の担い手となる人材の育成・確保についての支援等も期待される。

国には、これまでハード整備を中心に意欲ある商店街に様々な支援を行ってきたが、今後はそれに加え、商店街経営そのものに注目し、その効果的な支援や、モデル性の高い先進的な意欲ある商店街の取り組みを全国に広めるための支援が期待される。そのため、モデル性の高い取り組みを顕彰して広くPRすることや、支援センターを核とする全国的な支援ネットワークが十分な機能を発揮できるための環境整備に努めるべきである。

# 「商店街活力向上研究会」 中間報告(本文)

## 1. 本研究会の趣旨、目的

商店街はこれまで、地域住民の生活を支える基盤、地域の人々が交流するコミュニティの場、あるいは地域の顔としての役割を果たしてきた。しかし、近年の小売業全体の市場縮小と競争激化の中で、商店街は、特に小規模な近隣型、地域型の商店街を中心として厳しい事業環境下におかれている。

一方で近年、高齢社会の到来、女性の社会進出拡大、社会の成熟化等を背景として、住民の日常生活に係る課題の解決や地域の魅力づくりなどへの関心の高まりから地域コミュニティの重要性が見直されてきており、地域コミュニティに密着した事業展開により活力の維持、向上に取り組む商店街や、そのような商店街の取り組みを支援する自治体やNPO、教育機関、地域金融機関等の動きも出てきている。

そこで、本研究会では地域コミュニティ機能に注目し、商店街の活力向上に向けた課題と対応方策についての検討を行った。

なお、以下では「商店街」に係る表現について、「商店街」は場・空間を表すものとし、商店街組合や商店街企画会社等の主体を指す場合は「商店街組織」、その主体等による取り組みを指す場合は「商店街活動」とする。

## 2. 商店街の目指すべき方向（地域コミュニティの担い手としての商店街）

### (1) 地域コミュニティの重要性の高まり

高齢社会の到来、女性の社会進出等が進む中、高齢者や子育て家族に対する支援の充実や、防災・防犯、環境保全などの生活環境の維持・向上等への必要性の認識が高まってきている。

一方で、社会の成熟化も背景として、自分たちの暮らす「まち」への関心も高まり、祭、郷土芸能等の地域文化の保存・継承や、イベント、地域特産品づくり等のまちおこし等にも取り組まれてきている。

このように地域の住民生活に密着してきめ細かな対応が求められたり、地域ならではの資源を活用した取り組みは、その地域に根差す自治体、住民、事業者等が中心となって担わざるを得ない。地域の関係者同士がお互いに困っていること、したいことの詳細を具体的に把握、認識しあった上で、お互いのリソース（ノウハウ、マンパワー、資金等）を持ち寄り協働してその実現に取り組むことが基本となる。必要に応じて地域外の様々なリソースも活用することが有効であるが、

あくまでも主役は地域の関係者である。

## (2) 地域コミュニティの担い手としての商店街、商業者等への期待

こうした地域に密着した取り組みを進めていく上で、地域事情に詳しく、住民からの信用や地元での人脈があり、店舗や配送網等などのインフラをもつ地域の商業・サービス事業者等が果たしうる役割は少なくないはずである。自治体からは高齢者福祉分野やイベント開催、観光、地域資源活用などの委託・連携先としての今後の期待は大きく（\*図表1：中小企業白書2007・自治体アンケート）、その期待の理由として、「地域への思い入れ、愛情」「地域事情に詳しい」「本業との相乗効果」等が挙げられている（\*図表2：中小企業白書2007・自治体アンケート）。また、消費者からも同様に、高齢者等を対象とした福祉サービスや、防犯・防災、あるいは祭り・イベントなどが商店街に実施してほしいサービスとして挙げられており（\*図表3：消費者アンケート）、消費者自身の参加意識を有する者が少なからず存在している（\*図表4：消費者アンケート）。

## (3) 商店街に期待される新たな役割

### ①地域の多様なニーズを実現する地域コミュニティの中核としての役割

商店街はこれまで小売業全体の市場縮小と競争激化の中で長らく停滞・衰退傾向にあったが、以上のように今後は、地域に根差し、自治体や消費者等の地域関係者との協働により、地域課題の解決や地域の魅力づくりなど地域に密着した様々なサービス等を提供する主体として、新たな期待が寄せられている。

これからの商店街はただ単に商品・サービスを提供するだけでなく、地域の多様なニーズを実現する場・空間、舞台装置として、地域コミュニティの中核を担うことが期待されているのである。

### ②地域ニーズ対応の一環としての本来的な商機能の充実、強化

商店街はこれまでも地域のニーズにあった魅力ある商品やサービスの提供に努めてきたが、消費者にとってサービス、飲食および生鮮・惣菜等の日用品の購入場所として、近隣の商店街に対する期待は依然として高く、引き続きこれを強化していく必要がある（\*図表5：消費者アンケート）。加えて、それだけではなく、商品の宅配や取り寄せなど地域密着型のきめ細かな有償サービスの提供も期待されている（\*図表6：消費者アンケート）。また、このような地域ニーズに即した商品・サービス提供という役割を実現していくことが、新たな雇用や起業家を生みだし、地域産業の発展に寄与することも期待されている（\*事例1：米子信用金庫）。

## (4) 商店街の目指すべき方向

商店街が真に地域のコミュニティの核となろうとすれば、本来的な商機能を充

実させるだけではなく、さらに多様な地域のニーズを掘り起こし、これに応じていかなければならない。もちろん、これらはいずれも商店街だけで担いうるものではなく、さまざまな地域関係者との協働によって実現することになるが、それらに取り組むことによってはじめて、商店街は地域の多様なニーズを実現する場・空間として、地域コミュニティの中核を担うことができるようになる。

①人口減少、少子高齢化等によって住民生活に生じる地域課題に対応した取り組みや様々な地域資源を活用した地域の魅力づくりやまちおこし等の取り組みについて、商店街・商業者がもつストック、特に地域コミュニティにおける人的、空間的な拠点性を活用して、自治体、住民その他の地域関係者との協働によって展開する。

②こうした地域コミュニティの中核としての機能も活かしつつ、自立した競争力ある事業者による事業活動として、地域住民のニーズにそった魅力ある商品・サービスを提供する。

商店街組織には、こうした役割の実現に向けて、地域の関係機関に働きかけ、主導的役割を担っていくことが求められる。

以下、このように地域コミュニティの担い手としての商店街の実現に向けて期待される取り組みについて、商店街活動と、商店街活動を巡る協働・支援（体制の構築）とに分けて整理する。

### 3. 商店街活動として期待される取り組み

商店街が地域のニーズに即した商品・サービスを提供していくためには、それに相応しい店舗・施設を集積させ、それぞれの個店の商品・サービスの充実を支援すると共に、商店街全体として顧客サービスやイベント等を実施していくことが求められる。さらにこれらの活動を戦略的に推進していくには、将来ビジョン・計画の策定や商店街組織体制の充実が必要となる。

#### (1) 店舗・施設集積のマネジメント

商店街を規模、内容ともに地域の実情に即したものに再構築していくことが必要である。即ち、地域の多様なニーズに応じていくために必要な店舗、および商機能以外の施設（例えば、公共施設、クリニック、託児所、広場等）を備えたコンパクトな集積の形成を目指すべきである。また、商店街内に地域ニーズに応える店舗がない場合には、該当店舗を誘致したり、あるいは商店街自らが店舗経営を行うことも必要（\*事例2：(株)アモールトーフ）となる。

このような商店街の再構築を進めるにあたっては、自治体のまちづくりの中長期的な方針も踏まえ、地権者、不動産所有者を巻き込んでいくことが必要である。

全体としての集客力向上に寄与するような店舗構成および空間としての環境向上の必要性への理解を得た上で、空き店舗の活用や既存建物の改修、建て替え等も進めつつ、一元的なテナントマネジメントの実現に近づけていくべきである（\*事例3：静岡呉服町名店街）。

## （2）個店活性化の支援

商店街の活力向上には、構成する個々の店舗が地域のニーズを捉えた商品・サービスを提供していくことが不可欠である。そのため、まずは個々の事業者が顧客ニーズの把握や品揃えに努力することが必要であるが、商店街として地域のニーズに合った品揃えや店舗構成を確保するためには、店舗間の連携強化や新たな担い手の確保・育成によって不足業種・サービスの確保を図り、また、個店経営の強化に向けた研修等により既存事業者のレベルアップを図ることが必要である。

### ①個店経営の強化（\*事例4：豊の国商人塾）

個店の魅力向上は店主の経営努力が基本であるが、商店街組織には、このような個店の経営努力を促し支援する取り組みが期待される。具体的には、地域の顧客ニーズを的確に捉えた品揃え・有償サービスの提供を行えるよう既存事業者のレベルアップを図るための研修や指導を企画、導入するとともに、チャレンジショップへの支援などを通じて新たな担い手を確保・育成していくことが求められる。

### ②共同のマーケティングやブランドづくり等の店舗間の連携・共同事業の強化（\*事例5、6：戸越銀座ブランド、鳥取市商店街）

商店街内の店舗の多くは、立地地域を含む同じ商圏の顧客を対象としており、店舗間で同一顧客を対象に連携・補完関係を構築できれば、顧客の買い物利便を高め、各店の競争力を高めることができる。統一コンセプトによる商店街ブランドづくりや、一店逸品運動、「100円商店街」の他、呉服店とお茶、和菓子屋等が顧客の共有化のためのダイレクトメールや販促イベントの共同化が考えられる。互いに勉強する機会にもなると共に新しいビジネスチャンスにもつながることが期待できる。

## （3）新たな顧客サービス・イベント等の実施（\*事例2：(株)アモールトワ）

地域コミュニティの中核を担っていくために、商店街全体として地域住民のニーズを捉えて生活利便の向上や地域の魅力づくり、賑わい創出に向けて、商店街組織としての取り組みを実施していく必要がある。宅配サービスは有償でも利用したいとの要望があり、その他、買い物代行、配食サービスなど、地域住民の年齢構成等の状況に応じて、高齢者あるいは子育て世帯への利便向上サービスを実施していくことが考えられる。また、商店街における祭り・イベントへのニーズ

も根強いことから、観光資源、キャラクター等地域資源を活用したイベントや、地元産品の日曜市の開催等も考えられる。これらの他、防災・防犯、環境保全・リサイクル促進等、地域コミュニティにおける課題解決の取り組みについては地域関係者も巻き込みつつ積極的に取り組んでいくことが求められる。

#### (4) 将来ビジョン・計画の策定と商店街組織体制の確立

上記を実現するためには、中長期的なビジョンの下、戦略性をもって着実に取り組んでいくことが求められ、そのための商店街組織体制を確立する必要がある。

##### ①将来ビジョン・計画の策定

各商店街が目指す方向性は、立地条件、それぞれがもつストック（組合等の資産・事業実績、個々の事業者・人的資源、店舗・建物、場としての拠点性、地域におけるネットワーク・信頼感・親近感 等々）、当該地域のニーズによって異なる。自治体の中長期的なまちづくり等の計画も踏まえ、住民・来街者等を対象としたニーズ調査を実施し、商店街としてターゲットとすべき顧客層や提供すべき商品・サービス、地域コミュニティの拠点として担うべき機能を明らかにした上で、その実現方策をビジョン・計画として定めることが必要である。こうしたビジョン・計画の策定に当たっては、商店街内の多くの事業者、不動産所有者や地域関係者の参画を得ることが重要である。

現在、明文化されたビジョン、計画をもつ商店街、ニーズ調査を実施している商店街は共に1割に満たず（図表7：商店街アンケート）、取り組みの強化が求められる。

##### ②商店街組織体制の確立

商店街組織が戦略的な取り組みを進めていくためには、合意形成と実行力・実践力を確保することが不可欠である。そのためには、プロジェクトを企画立案・進行管理するための組織体制を確立した上で、各種の事業ごとにさらに意欲ある様々な関係者の参画を図りながら推進していくことが必要である。

商店街組織体制としては、計画策定と事業推進のマネジメントができる人材の確保、事務局機能の充実、自主財源の確保、不動産所有者の参画等がポイントになる。また、イベントなどの行事の企画立案・実施に商店街の若手人材を活用することなどを通じて、商店街組織を支える人材の育成を図ることも重要である。

#### 4. 商店街活動をめぐる協働・支援体制の構築

地域の多様なニーズを実現する場・空間として商店街の機能を強化していくためには、それぞれの地域関係者や専門ノウハウ・知見を有する支援機関などによる協

働・支援体制を構築することが重要である。このため、これまでの商店街活性化の仕組みにはない強力な「推進エンジン」としての支援センターを核とする全国的な支援ネットワークを確立すべきである。

#### (1) 地域における協働・支援

今後のまちづくり、地域経営の方向、住民のニーズ・困りごとを踏まえ、商店街のストックを活用した課題解決に向けて、自治体、住民その他の地域関係者が参画し、ノウハウ、マンパワー、資金等を持ち寄って取り組むことが求められる。これからの地域づくりの新たな仕組みを構築するという認識を共有した上で、地域関係者と商店街組織・店主との協働のもとに取り組んでいくべきである。

協働パートナーとしては、同じ地域に根ざしたNPOや大学、交通事業者、農業者等が考えられる（\*事例7、8、9：NPO法人コミュニティ事業支援ネット大東文化大学、健軍商店街等）ほか、需要者である地域住民を担い手として巻き込んでいくことも、小規模の商店街等では重要になろう。

また、地域における支援機関としては、自治体、地域金融機関、中小企業関連団体（商工会、商工会議所など）等が挙げられる。これらの機関は、商店街組織や店主向けに支援策を講じているほか、助言・指導などを行うだけの知見や情報を有しており、こうした機関との協働関係を強化することは資金的な支援（補助金や低利融資）を得るだけでなく、事業展開上の様々な支援を受けることが可能であり、非常に重要である。

なお、支援や協働パートナーを求める商店街サイドにとっても、また、商店街を支援しようとしたり、協働しようとしたりする専門家・事業者等にとっても、お互いにどこに相談、アクセスすればよいかかわからないおそれがあるため、各地域において、意欲ある商店街や、支援・協働者をマッチングできるような窓口と調整機能を設けることが有効である。

#### (2) 店舗・施設集積のマネジメントに関する協働・支援

地域のニーズにあった店舗、施設集積の検討、計画にあたっては、テナントマネジメントや不動産、建築・設計、まちづくり等に係る高度なノウハウを必要とするので、これらについては地域内外の専門家の事業ノウハウを活用とすることが求められる。

空き店舗解消・活用対策は、商店街をめぐる現在の大きな課題であるが、その実施に当たっては、地権者、不動産所有者の理解と協力を得ることが極めて重要である。このため、商店街組織としては、行政の支援措置を可能な限り活用しつつ、空き店舗のテナント予定者（商業者、子育て支援施設、デイサービス施設を運営するNPO、クリニックを運営する医療機関等）と連携して、空き店舗活用

事業のビジョン・計画を地権者、不動産所有者に提示して協力を求めるといった、計画性のある働き掛けが必要である。

### (3) 個店活性化に関する協働・支援

個店の活性化は、商店街が抱える最大の課題の一つである反面、現実には各店舗の自主的な経営改善努力やチェーン組織、専門店組織等による支援に委ねられているのが実情である。しかし、今後の商店街の活力向上に当たっては、商店街組織が個店の活性化に向けて、様々な協働・支援組織を計画的・体系的に個店へつなぐ事業に積極的に取り組むべきである。

小売店の支援（リテール・サポート）は本来、卸の本質的機能である。卸売業者をめぐる事業環境は、特に地方の中小卸売業において極めて厳しいものがあるが、その中でも商店街の小売店のリテール・サポートになお尽力している地元卸売業者も少なくない。商店街組織としては、このような地元卸売業者と連携して、例えば、商店街の生鮮店のマーチャンダイジングにつき水産物市場の仲卸業者の全面的支援を得るといった、地元卸売業者と商店街の店舗をつなぐ事業を企画・実施すべきである。さらに、生産者との間でも、産直、地産地消や農工商連携の取り組みを進めることが有意義である。

個店の品揃え、販売方法の改善や、複数店舗による共同販促・マーケティング、商店街ブランドづくり等については、コンサルタントを始め専門的知見を有する支援機関による支援を計画的に導入することが考えられる。とりわけ、商店街内の複数の商店に対する継続的な現地指導を含む商店街ぐるみの経営向上研修（グループ・コンサルティング）は、現実に各地で大きな効果を上げているところ、このような指導研修を行うコンサルタントと連携して、その支援を受け入れることも極めて有意義である。

### (4) 新たな顧客サービス・イベント等の実施に関する協働・支援：（\*事例：健軍商店街等）

商店街が地域コミュニティの中核を担うにあたり、商店街組織が主導して、地域課題の解決につながる取り組みや地域の魅力づくりにつながるイベント等についていくことが求められる。実施にあたっては、取り組みの企画から事業実施に至るまで、需要者である地域住民をはじめ、積極的に地域の関連事業者、NPO等などを巻き込んでいくことが望ましい。例えば、高齢者が商店街において重要なターゲットとなる場合には、企画段階から高齢者向け福祉サービスを担う官民の機関と相談し、宅配や配食サービスを実施していくことになれば、配送網をもつ商店街内の事業者等の他、交通・運送事業者をパートナーとしていくことも考えられる。イベントについても、観光事業者や地域文化関連団体等、多様な主体

を巻き込むことによって、質・量ともに充実させることができる。また、日曜市の開催には、地元の農業者、漁業者あるいは道の駅など地元産品販売を行っている事業者との連携も考えられる。また、教育機関にとって、これらの活動への参画は、地域社会や事業のあり方を学ぶ格好の素材ともなることから、協働パートナーとして、企画から実施段階に至るまでの幅広い参画が期待できる。

商店街が地域コミュニティの中核としての役割を果たしていくため、商店街組織がこれらの取り組みを主導していくことが求められる。

#### (5) 将来ビジョン・計画の策定と商店街組織体制の確立に関する協働・支援

体制確立、戦略・計画策定にあたっては、商店街組織関係者（商業者、不動産所有者等）の他、自治体をはじめ地域関係者の参画と合意を得ていくことが不可欠であり、またその後の周知も重要である。

また、その実施にあたり、商店街のストックの評価、将来を見据えた地域ニーズの調査・分析、商店街活性化戦略・計画の策定、組織設計あるいは合意形成の進め方、企画会社の設立運営等に専門家のサポートを活用することも有効である。

#### (6) 支援ネットワークの確立

以上のように商店街活動を促進していくためには、多様な分野の専門家の支援参画が必要となり、かつ、それらは多くの地域で共通に求められるものである。また、各地域で必要とされる専門家の発掘や最適な専門家の選定も、各地域で個別に対応するのは困難な面がある。意欲ある各商店街もそれぞれ努力を重ねているが、このような現状と課題を踏まえるならば、様々な支援・協働主体をつなぎ、商店街の求めに応じ、最適な支援パッケージ・ノウハウ・人材を提供する体制の構築が必要である。このため、商店街を取り巻く各関係団体等の様々な協力が得られ、他分野の関係団体との連携・調整にも貢献できる、これまでの商店街活性化の仕組みにはない強力な「推進エンジン」としての支援センターを核とする全国的な支援ネットワークを確立すべきである。

### 5. 行政に期待される役割

前項3. および4. で述べた商店街機能の強化に向けた取り組みを促進していくにあたり、行政には、商店街組織や協働・支援者の取り組みへの支援の充実と、環境の整備が求められる。

即ち、商店街機能の強化の必要性や基本的考え方について、商店街や地域関係者の認識を深めるための普及啓発活動を徹底して行った上、関心や意欲をもった関係者への情報の提供や、商店街組織と協働・支援者との円滑なマッチング等が行われるよう環境整備に努めていくことが必要である。

また、普及啓発活動の一環として、商店街活動の充実、強化の観点から、商店街内の事業者に対する商店街組織への参画を働き掛けていくことが求められる。

自治体、特に基礎自治体である市区町村には、商店街を取り巻く地域の実情に即したきめ細かな支援が期待される。商店街が地域の日常生活を支援する公共的な役割を果たすことを踏まえ、商店街組織が計画策定する際に中長期的なまちづくりの方向についての情報提供や、商店街の協働・支援者となりうる地元の団体や専門家の紹介等のほか、商店街への図書館や行政サービス窓口の設置等を行うことも考えられる。また、商店街が地域コミュニティの中核を担っていくこと等について長期計画や産業ビジョン等において示したり、モデル事業としての重点的支援による成功例づくりや、商店街組織や各店の担い手となる人材の育成・確保についての支援等も期待される（事例 10：世田谷区産業ビジョン）。

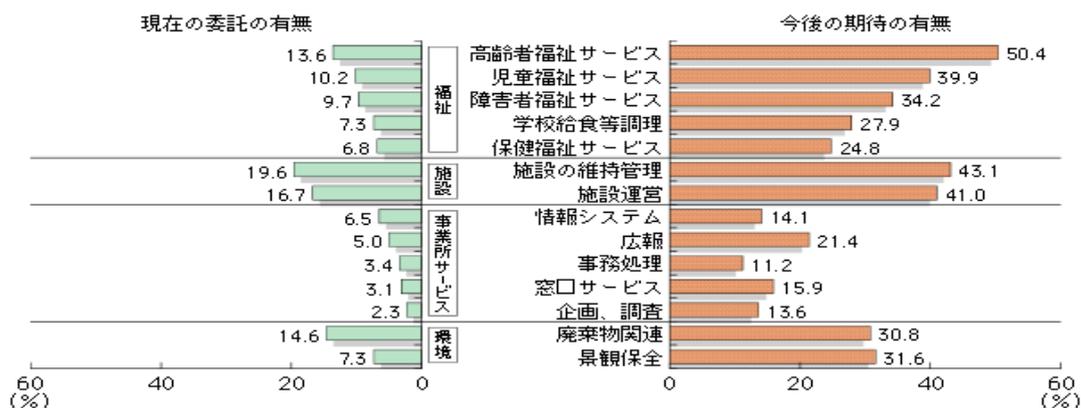
国には、これまでハード整備を中心に意欲ある商店街に様々な支援を行ってきたが、今後はそれに加え、商店街経営そのものに注目し、その効果的な支援や、モデル性の高い先進的な意欲ある商店街の取り組みを全国に広めるための支援が期待される。そのため、モデル性の高い取り組みを顕彰して広くPRすることや、支援センターを核とする全国的な支援ネットワークが十分な機能を発揮できるための環境整備に努めるべきである。

以上

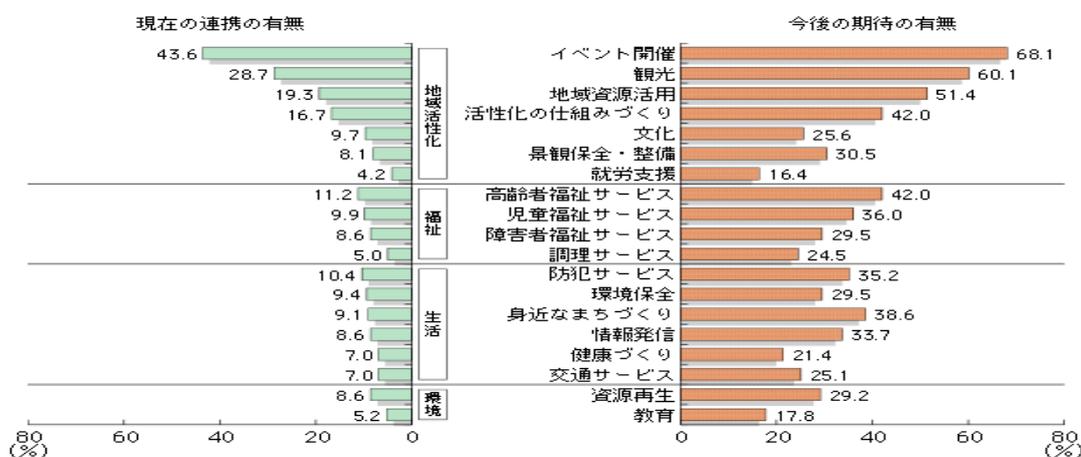
# 「商店街活力向上研究会」 中間報告 参考資料

\* 図表 1：地域の小売・サービス事業者への委託・連携状況と今後の期待（自治体アンケート）

～高齢者福祉分野に 5 割の自治体が期待～

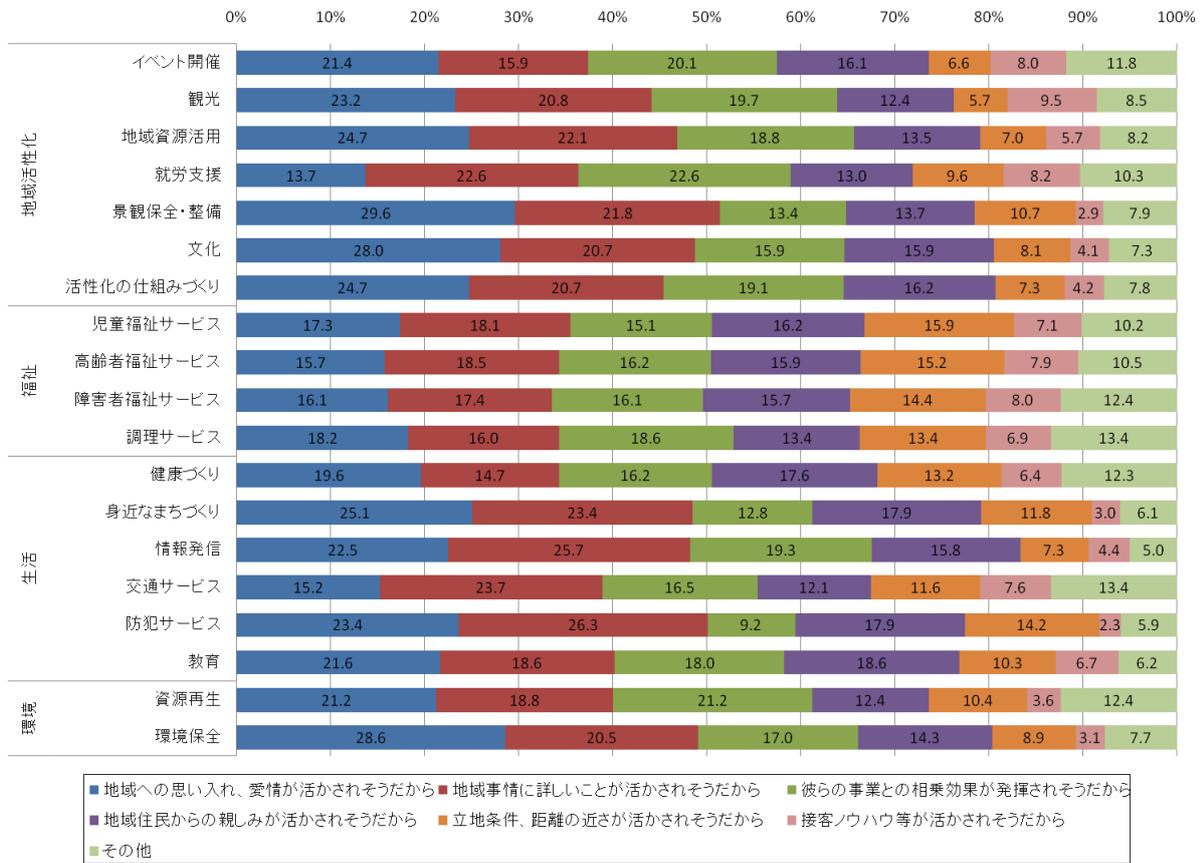


資料：(株)三菱総合研究所「地域における中小企業等と公共的サービス提供に係るアンケート調査」(2006年12月)  
(注) 回答は複数回答



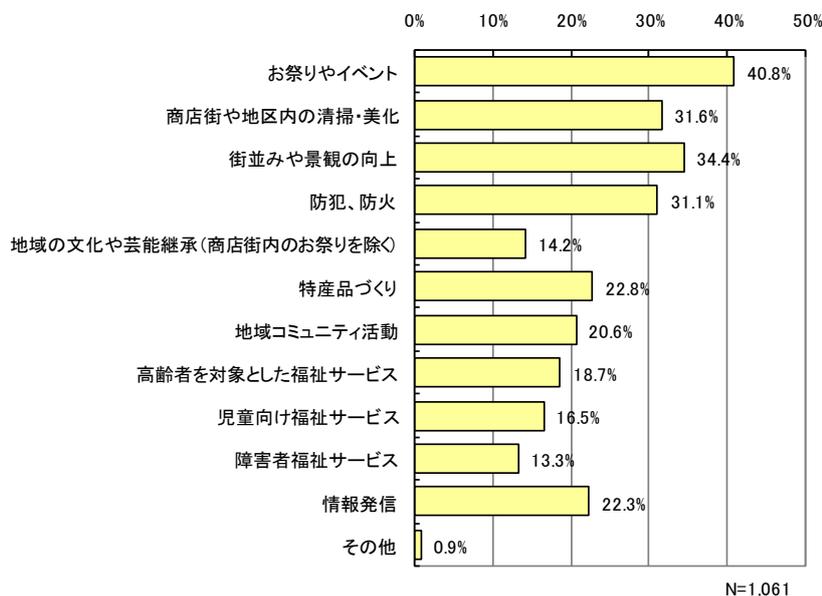
資料：(株)三菱総合研究所「地域における中小企業等と公共的サービス提供に係るアンケート調査」(2006年12月)  
(注) 回答は複数回答

\* 図表 2： 地域の小売・サービス事業者への期待の背景（自治体アンケート）  
 ～「地域への思い入れ」「地域事情に詳しい」「本業との相乗効果」等が主な期待理由～



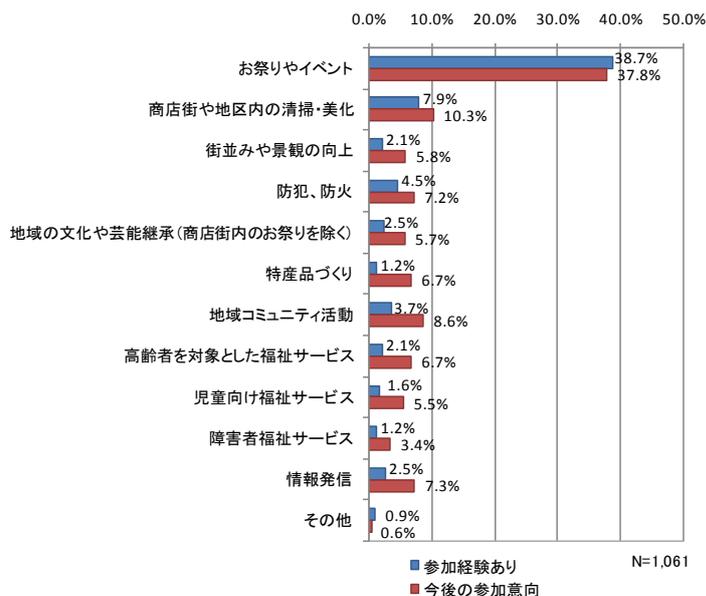
\* 図表 3： 商店街に実施してほしいと思う無償・無料のサービス（消費者アンケート）

～宅配、取り寄せ、高齢者福祉サービス、行政窓口代行サービス等～

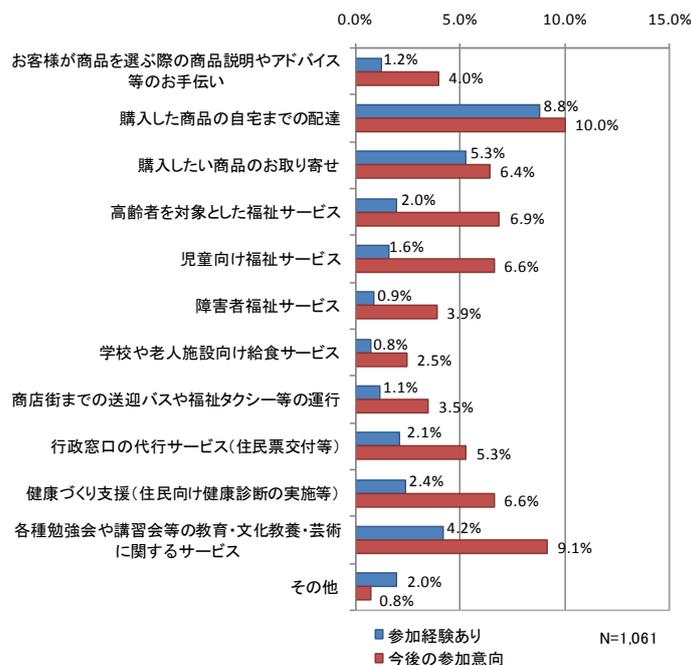


\* 図表 4 : 商店街の実施するサービスへの参加経験と今後の参加意向  
 (消費者アンケート)  
 ~参加経験が多いのは祭り・イベントの4割。有償では宅配で1割弱。  
 但し、今後の参加意向は有償、無償とも多様なサービスで増加~

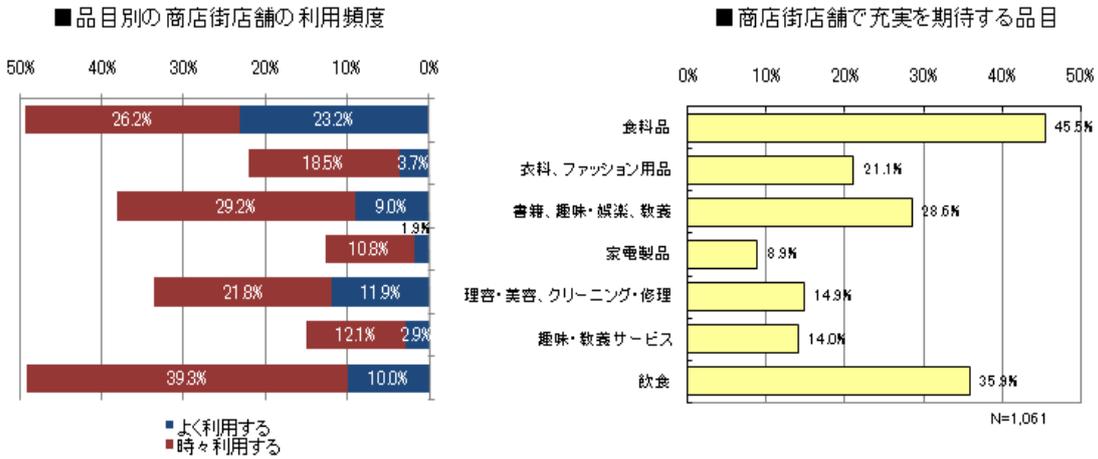
### 無償サービス



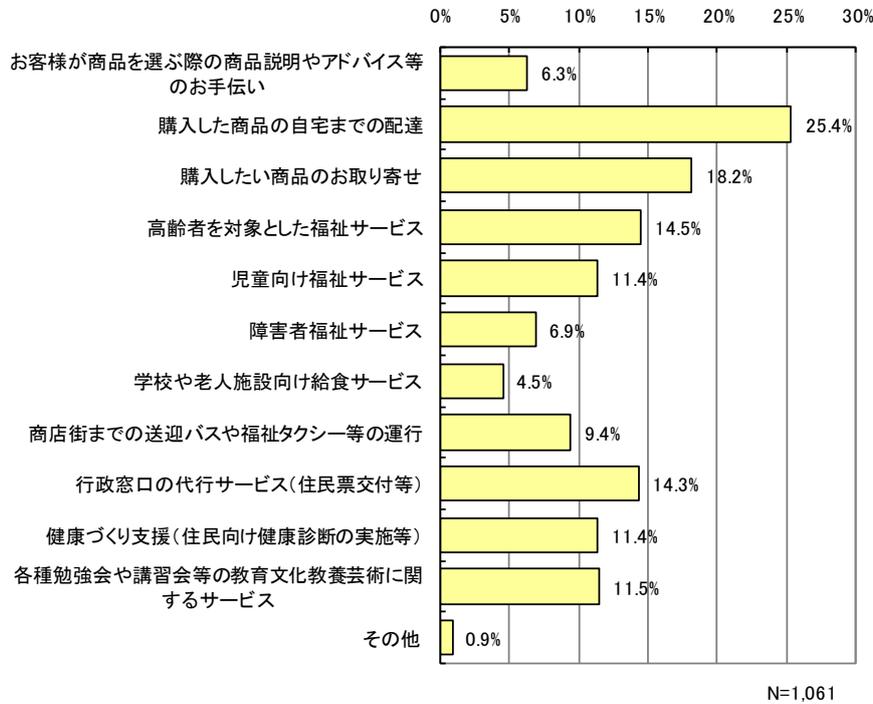
### 有償サービス



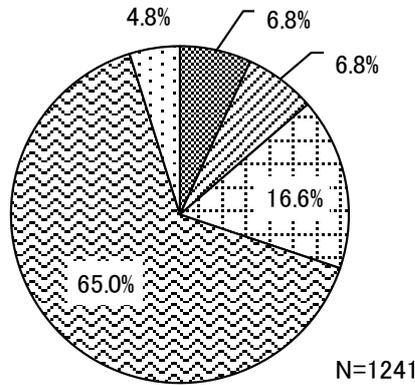
\* 図表 5：商店街での商品・サービスの充実を期待するもの（消費者アンケート）  
 ～食料品が5割弱、飲食、書籍・趣味娯楽等が上位～



\* 図表 6：商店街が実施する有償・有料サービスへの期待（消費者アンケート）  
 ～宅配、取り寄せ、高齢者福祉サービス、行政窓口代行サービス等が上位～

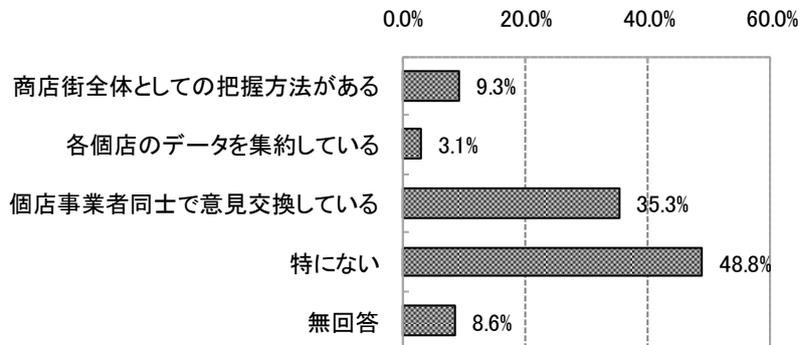


\* 図表 7-1 : 商店街の将来像についてのビジョンや計画の有無  
 ～明文化されたビジョン、計画をもつのは1割程度（作成中含む）～



明文化されたものがある
作成中
明文化したものはないが、イメージは共有できている
特にない
無回答

\* 図表 7-2 : 商店街における、来街者や地域住民の商品・サービスニーズ等の把握状況（商店街向けアンケート）  
 ～商店街としてニーズ調査を実施しているのは1割～



N=1241

**\* 事例 1 : 米子信用金庫**

地元が活性化しなければ営業基盤もゆらぐとの考えから、地域貢献活動を展開。行政、教育機関とのまちづくり連携協定、まちづくり連絡会の設置の他、商店街創業相談窓口開設など商店街振興を推進。米子市中心市街地ではセレクトショップ、カフェ、インテリア雑貨店などの起業家を数多く支援している。



資料：米子信用金庫

**\* 事例 2 : (株)アモールトーフ**

商店街のすぐ近くの工場跡にオープンした公設民営の東部地域病院（葛飾区）内にレストランと売店を出店するため、商店街振興組合法では、商店街振興組合が自ら営利を目的とした事業を行うことや組合が存在する地域以外での事業は認められていないことから、組合員の約半数にあたる 41 名の出資により設立。商店街のために設立した会社であるため、株主は組合員のみで、また特定人物の個人経営化を回避するため、持ち株は一人 10 株を上限とした。会社設立は自発性を重んじ、勧誘を行わず、参加を強制しなかった。その後、閉店した鮮魚点（空き店舗を借り上げ、直営）、パン屋（障害者のグループに営業を委託）の経営の他、学校給食、清掃業務、地域高齢者向けの宅配弁当事業等を手掛け、黒字経営を継続。



資料：街元気ホームページ





\*事例6：鳥取市商店街「呉服－和菓子店等の連携イベント開催」

商店街の呉服店、お茶屋、和菓子屋、アンティークショップ、家具店、画材店、ギャラリーが参加して、顧客の共有化に向けてダイレクトメール、イベントを共同化している。互いに勉強する機会にもなると共に新しいビジネスチャンスにもなっている。

\*事例7：NPO 法人コミュニティ事業支援ネット（西宮市）

NPO の起業・運営のお手伝い、若者を地域活性化事業等と結びつけること、事業評価事業、商店街活性化の4つの事業に取り組んでいる。尼崎にあるNPO 法人の事務局長時代に、青年会議所や商工会議所との連携を深める中で、商店街でイベントの担い手やボランティアが必要になった時に相談にいられてから商店街との関係が深まっていった。商店街アシストエンジェル事業では、学生に時給を払ってイベント企画等の商店街のお手伝いをしてもらうコーディネータをしている。また、甲子園口商店連合会「コウちゃんクーポンぽん」事業では、商店街が苦手だった企画やスケジュールの管理の手伝いをした。



資料：NPO 法人コミュニティ事業支援ネット

\*事例8：大東文化大学「中板橋商店街・環創堂」

大学が立地する板橋区と板橋環境創造講座を作ったことから、板橋区から補助金を活用した空き店舗への出店による商店街支援展開の提案を受けた。20名～30名の学生で商店街でのイベントの企画、開催支援をしている。商店街からは当初は学生を労働力としてしか見られてなかったが、現在は学生を育ててもらえるようになってきている。また、必ずしもソフト事業に活発でなかった商店街だが、学生を交えて次の展開を話し合うようになってきている。



資料：大東文化大学「なかいだ環創堂」ホームページ

\*事例9：健軍商店街「ユニバーサルデザインのまちづくり」など

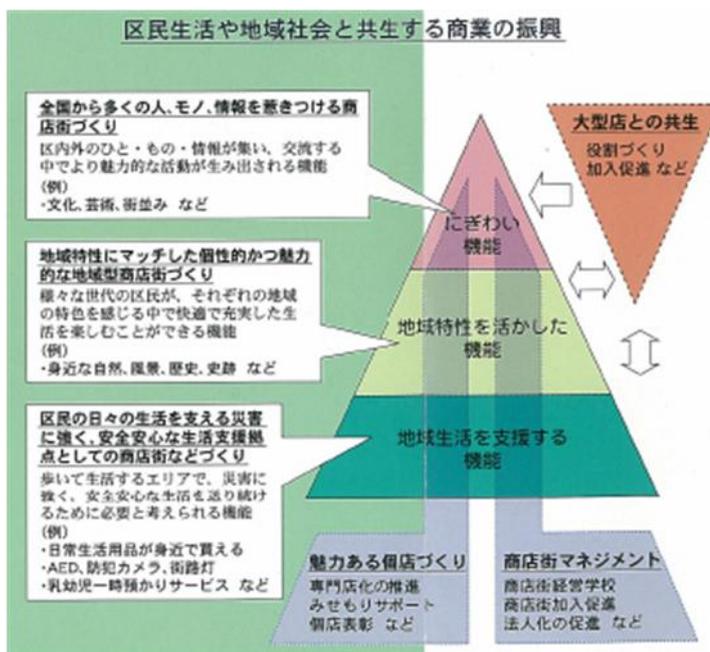
タクシーで買い物したものを宅配する事業を実施している。現在はタクシー業者に事業運営を委託している。同社は商店街空き店舗にタクシープールを構えている。高齢者が帰りの荷物を気にせずたくさん買えるようになった結果、客単価もあがった。またタクシー利用も順調に増加しており、関わったすべての人が利益を共有できるシステムになった。また、52の「道の駅」や「物産館」の事業所に声がけし「健軍まちの駅」を開設した。買い物サポーターも常駐し高齢者の買い物を助けている。健軍商店街事務所の1階でまちの駅を運営。物産品や商品を集めて、1日15万～20万円の売り上げで、集客に役立っている。この他、地域福祉拠点「健軍くらしささえ愛工房」を設置し、NPO法人おーさあが運営している。



資料：肥後タクシー有限会社ホームページ

\*事例10：世田谷区産業ビジョン

世田谷区が平成20年3月に策定し、概ね今後10年度の区民生活の質を高め、区民が豊かさを楽しむことができる地域社会の発展に寄与する産業のあり方を明らかにした。メインテーマは、「区民・地域・世田谷を産業が支えていく 区民・地域・世田谷が産業を育てていく」。この中で、商業・サービスの役割を「商店街は、地域の区民の日常の生活を支える公共的な役割を担う」とし、また、「世田谷人財の充実と活用」を掲げる中で地域活性化を支える地域ビジネス等の多様な分野での就業を進めることとしている。



資料：世田谷区産業ビジョン世田谷区産業振興計画