活力補助金を活用した商店街活性化 事 例 集



平成25年3月

経済産業省

■はじめに

商店街等は我が国における地域経済の活力の維持及び強化並びに国民生活の向上にとって重要な役割を果たしており、それを取り巻く社会は、少子化や高齢化が進展するなど構造の変化を迎えています。こうした中、商店街等の活力が低下している背景を踏まえ、地域経済の活力を維持していくためには、地域住民の需要に応じた商店街等の取組に対し、総合的な商店街等支援措置を講じ、商店街等の活性化を図ることが必要です。

中小商業活力向上事業(以下、「活力補助金」という)は、商店街等が地域コミュニティの担い手として実施する、少子化・高齢化等の社会課題に対応した空き店舗活用事業や地域 資源を活用した集客力向上及び売上増加の効果のある取組を支援することにより、商店街の 活性化を図ることを目的としております。

本事例集は、活力補助金を活用した取組で効果をあげているものの中から、取組の背景や 取組を進める中での課題対応、実施体制等を整理しており、このような取組をしようと考え ている方、また同様の取組をしている方への参考となる情報を提供するものです。

■本事例集の見方

本事例集における各事例は、以下の項目について整理しています。

項目等	内容							
冒頭	・取り上げた事例の特徴を整理しています。・事例として取り上げた商店街の概況を記載しています。・活力補助金の対象となっている事業を記載しています。							
取組の背景	・活力補助金を活用した取組事業に至るまでの背景や取組に至るきっかけをまとめています。							
取組の内容	・活力補助金を活用した事業に至るまでの流れや、取組事業の概要を まとめています。							
取組の成果	・取組によって得られた成果をまとめています。							
事業プロセスにおける課題と その対応	・複数の取組をしているところについては、主要な取組において、事業を進める過程での課題対応と結果についてまとめています。							
事業実施体制等	・取組事業の実施体制についてまとめています。							
事業実施した商店街からのア ドバイス	・当該事業を進める中で得られた知見や他の商店街に対するアドバイスをまとめています。							

目 次

■事例の概要一覧 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・1
■事例の事業区分 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・2
事例 No. 1 帯広電信通り商店街振興組合 (北海道帯広市) 《外部との連携でノウハウとメリットを補完して空き店舗問題を解消》 ・・・4
事例 No. 2 合名会社 土澤長屋暮らし(岩手県花巻市) 《街なか居住と連携した共同店舗「こっぽら土澤」で業種を充実》 ・・・・・6
事例 No.3 水沢大町商店街振興組合(岩手県奥州市) ≪高齢者が歩きやすい商店街で歩行者通行量減をくい止める≫ ・・・・・8
事例 No. 4 宮古市末広町商店街振興組合(岩手県宮古市) 《コミュニティ空間の確保で来街者の増加》 ・・・・・・・・・・10
事例 No. 5 株式会社まちづくり会津(福島県会津若松市) ≪閉店する大型店のテナントを商店街に誘致し空き店舗を解消≫・・・・・・12
事例 No.6 宇都宮オリオン通り商店街振興組合(栃木県宇都宮市) ≪地域文化を生かした空き店舗活用による歩行者通行量の回復≫・・・・・・14
事例 No. 7 わいわいロード商店街振興組合(埼玉県草加市) 《大型店と周辺小売店が共存した地域密着型商店街づくり》 ・・・・・・16
事例 No. 8 高円寺銀座商店会協同組合(東京都杉並区) ≪地域の文化を活かした舞台演出で新たな交流を生み出す≫・・・・・・18
事例 No. 9 下北沢一番街商店街振興組合(東京都世田谷区) 《多彩な主体の交流によるイノベーションの形成で歩行者通行量増加》 ・・・20
事例 No. 10 武蔵小山商店街振興組合 (Palm) (東京都品川区) ≪動画配信での全店舗紹介など効果的な情報発信と新規イベントの開催で再活性化≫・・・・22
事例 No. 11 用賀商店街振興組合(東京都世田谷区) 《まちづくり会社の設立で、商店街事業のマンパワー不足を解消》 ・・・・・24
事例 No. 12 岩村田本町商店街振興組合(長野県佐久市) ≪地域密着型の事業展開で顧客の拡大≫・・・・・・・・・・・・26
事例 No. 13 上田市松尾町商店街振興組合(長野県上田市) 《食のコミュニティビジネスで滞留時間の増加》 ・・・・・・・・28
事例 No. 14 瀬戸まちづくり株式会社(愛知県瀬戸市) ≪芸術活動の集積により若者来街者や若手経営者の増加≫ ・・・・・・・30
事例 No. 15 石山商店街振興組合(滋賀県大津市) ≪地元の不動産業者と連携した情報発信で空き店舗の解消≫・・・・・・・32
事例 No. 16 柏里本通商店街振興組合(大阪府大阪市西淀川区) ≪お客様の声を常に聞くことの再認識と安心・安全な商店街環境整備≫・・・・34
事例 No. 17 岡山上之町商業協同組合(岡山県岡山市北区) ≪来街者へのおもてなしにより交流人口の増加≫ ・・・・・・・・・36
事例 No. 18 川之江栄町商店街振興組合(愛媛県四国中央市) 《人や地域のつながりを生かし、手作りによる実践の場づくり》 ・・・・・38
事例 No. 19 枝光本町アーケード商店組合(福岡県北九州市八幡東区) ≪共助の精神から始まった高齢者の負担を軽減するサービス≫ ・・・・・・40
事例 No. 20 四日市商店街振興組合(大分県宇佐市) ≪既存ハードを活かすソフト事業による休憩・買い物・コミュニティ機能の向上≫ ・・・・・42

■事例の概要一覧

事例 No	商店街等の名称 (所在地)	事例の特徴	該 当 ページ
1	帯広電信通り商店街振興組合 (北海道帯広市)	・複数の地域団体とコンソーシアムを組み、互いのノウハウを 出し合う協議を行うことで、アイデア溢れる事業計画がで き、その実施により複数の空き店舗が解消した。	4
2	合名会社 土澤長屋暮らし (岩手県花巻市)	・商店街にはない業種8テナントを導入。テナントと合同会社 で運営委員会を設置し施設運営を議論、その結果を店舗運営 に反映している。	6
3	水沢大町商店街振興組合 (岩手県奥州市)	・隣接する商店街と連携した歩道空間の改善により、歩行環境が大幅に改善。また、チャレンジショップでは、産直や配食事業により、高齢者の固定客も増え、ハード事業との相乗効果で歩行者通行量の減少をくい止めた。	8
4	宮古市末広町商店街振興組合 (岩手県宮古市)	・商店街では、福祉・医療・観光・防災等の拠点が求められ、 「市民交流施設りあす亭」はその役割の一部を担う交流の場 として利用され、来街者の増加にもつながっている。	10
5	株式会社まちづくり会津 (福島県会津若松市)	・テナント入居対策、既存店舗入居対策といったテナントミックスの仕組みを構築することで、地元大型店の閉店に対し、 閉店する大型店のテナントを短期間で商店街の空き店舗へ の誘致につながった。	12
6	宇都宮オリオン通り商店街振興組合 (栃木県宇都宮市)	・「ギャラリー・カフェ」では、地元大学や地元組織と密接に協議し、「山車・火災太鼓」など地域の歴史資源を紹介する等の企画展示が実現するなど、施設の質が向上している。	14
7	わいわいロード商店街振興組合 (埼玉県草加市)	・商店街と同じ商圏の大型店との共存により業種業態を補完し あう「インストア」の考え方で、共同販促事業を行い、歩行 者通行量の増加につなげている。	16
8	高円寺銀座商店会協同組合 (東京都杉並区)	・地域のシンボルである芸術会館をからめ、商店街を劇場空間 として、特に街路灯による光の演出とコミュニティスペース を提供することで、新たな歩行者流動を生んだ。	18
9	下北沢一番街商店街振興組合 (東京都世田谷区)	・様々な方が集まり、やりたいことをやる、アイデアを出す、 そんな活動拠点を整備した。そこでのアイデアを、下北なら ではの事業として複数実行している。	20
10	武蔵小山商店街振興組合(Palm) (東京都品川区)	・商店街の動画配信や全店舗の様子を配信するなどの実験的な プロジェクトにより、ホームページアクセスを大きく伸ばし 再注目をあびている。	22
11	用賀商店街振興組合 (東京都世田谷区)	・まちづくり会社で商店街事業のマンパワーを担い、適切な人 材を登用した企画・運営で、これまでに商店街の歩行者通行 量や会員数増に寄与している。	24
12	岩村田本町商店街振興組合 (長野県佐久市)	・地域住民の日常生活を徹底して支える商店街として、商店街 が必要な店舗やサービスを企画し、様々な主体に対して積極 的に連携を持ちかけ、事業化している。	26
13	上田市松尾町商店街振興組合 (長野県上田市)	・地元の主婦等がワンデイシェフとなり、その日でしか味わう ことのできないコラボ食堂、野菜工場も設置し安全安心な食 材も提供、商店街の滞留・賑わいの場となっている。	28
14	瀬戸まちづくり株式会社 (愛知県瀬戸市)	・瀬戸の様々な商材を扱う、陶器の製販一体工房等のテナント ミックスにより、若い年齢層の集客及び若手経営者の増加に つなげている。	30
15	石山商店街振興組合 (滋賀県大津市)	・ホームページのリニューアルと合わせ、地元不動産業者との 連携による空き店舗情報の発信という工夫により、商店街の 空き店舗減少につなげている。	32
16	柏里本通商店街振興組合 (大阪府大阪市西淀川区)	・アーケード老朽化など、お客様の声を常に聞くことを再認識 し、北向き事情などの資源活用等で身近さを感じさせたり、 用事がなくとも足を運ぶ商店街としての環境整備を行った。	34
17	岡山上之町商業協同組合 (岡山県岡山市北区)	・商店街を非日常的な空間として徹底して演出し、開閉型アーケードの導入、街中コンシェルジュ、買物同行サービスなどのおもてなしを充実させ、交流人口の増加につなげた。	36
18	川之江栄町商店街振興組合 (愛媛県四国中央市)	・レンタルボックス事業や手作り教室を通じでつながった人材 ネットワークから、各々ができる範囲で協力しあい、地域に 不足する子育て支援を行う場や地産地消の店等を実現した。	38
19	枝光本町アーケード商店組合 (福岡県北九州市八幡東区)	・共助のまちづくりを進めており、高齢者の安心・安全面に配慮し、高齢者が倒れた場合、カード事務局に連絡が入れば救急対応する仕組みを持つポイントカードを導入した。	40
20	四日市商店街振興組合 (大分県宇佐市)	・チャレンジショップを全国ネットワークの「まちの駅」に登録し、宇佐産の食材販売と休憩・地域情報基地としてPRしている。	42

■事例の事業区分

		ŧ	都市規模	ŧ	事業区分					
事 例 No	商店街等の名称 (所在地)	小都市	中都市	大都市	省エネ型アーケード改修	省エネ型アーケード改修	及びLED整備省エネ型アーケード改修	教養文化施設	テナントミックス事業	
1	帯広電信通り商店街振興組合 (北海道帯広市)		•							
2	合名会社 土澤長屋暮らし (岩手県花巻市)		•						•	
3	水沢大町商店街振興組合 (岩手県奥州市)		•							
4	宮古市末広町商店街振興組合 (岩手県宮古市)	•						•		
5	株式会社まちづくり会津 (福島県会津若松市)		•							
6	宇都宮オリオン通り商店街振興組合 (栃木県宇都宮市)		•		•					
7	わいわいロード商店街振興組合 (埼玉県草加市)		•							
8	高円寺銀座商店会協同組合 (東京都杉並区)			•						
9	下北沢一番街商店街振興組合 (東京都世田谷区)			•				•		
10	武蔵小山商店街振興組合(Palm) (東京都品川区)			•						
11	用賀商店街振興組合 (東京都世田谷区)			•						
12	岩村田本町商店街振興組合 (長野県佐久市)		•							
13	上田市松尾町商店街振興組合 (長野県上田市)		•							
14	瀬戸まちづくり株式会社 (愛知県瀬戸市)		•						•	
15	石山商店街振興組合 (滋賀県大津市)		•							
16	相里本通商店街振興組合 (大阪府大阪市西淀川区)			•	•	•	•			
17	岡山上之町商業協同組合 (岡山県岡山市北区)			•	•		•			
18	川之江栄町商店街振興組合 (愛媛県四国中央市)	•								
19	枝光本町アーケード商店組合			•						
20	(福岡県北九州市八幡東区) 四日市商店街振興組合	•								
	(大分県宇佐市)									

※都市規模の区分

小都市:人口10万人未満、中都市:人口10万人以上、大都市:東京都区部、政令指定都市

	事業区分														
事 例 No	インキュベータ施設	ファサード整備	街路灯LED化、街路灯整備	バリアフリー型カラー舗装	空き店舗チャレンジショップの	空き店舗子育て・高齢者交流施設	設置・運営 空き店舗アンテナショップ	チャレンジショップの設置・運営空き店舗アンテナショップ・	空き店舗コミュニティ施設の	情報発信事業	マーケティング・ブランド	人材育成	ポイントカード・電子マネー	リサイクル対応設備	業・サイベント
1						•	•			•		•			•
2															
3		•	•	•	•										•
4						•		•	•			•			•
5		•					•					•			
6									•		•	•			•
7			•							•					•
8			•						•		•	•			•
9	•				•		•		•	•	•	•			•
10										•					•
11							•			•		•			
12					•			•		•		•	•		
13							•								
14															
15			•							•				•	•
16						•							•		•
17															•
18						•	•		•	•					
19									•				•		
20				•	•		•								•

事例 No.1 帯広電信通り商店街振興組合(北海道帯広市)

- **◆◇外部との連携でノウハウとメリットを補完して空き店舗問題を解消◆◇**
 - ●高齢者の交流機会の創出、障がい者の自立支援、新規 事業者の起業支援など、様々な社会ニーズに対応して 地域社会に貢献することで、「温もりと潤いのある商店 街」を目指している。
 - ●地元 NPO、社会福祉法人とコンソーシアムを組むことによってお互いのノウハウとメリットが補完されている。
 - ●「まちづくり会社」を設立し、組織化と収益性を強化 することにより商店街の負担金を賄っている。



事例対象事業

- 門前町ルネサンス事業
- ・温もり支援事業
- ・陽だまり支援事業
- スイーツロード形成事業
- ・起業家支援チャレンジ事業



取組の背景

【商店街活力の低下】

◇近隣地域にロードサイドショップ等が進出し、商店街の活力が低下していた。平成22年には空き店舗が9軒も発生し、それにともない商店街の業種バラエティーも不足していた。

【障がい者と共生できる場の必要性】

◇区域の中学校が平成25年度で閉校、その跡地に 障害者支援センターが設置されること決定し、障 がい者の雇用・居住地を確保する必要があった。

【事業ノウハウの蓄積】

◇帯広電信通り商店街では、活力補助金採択以前から、NPO+勝障害者サポートネット、社会福祉 法人慧誠会とコンソーシアムを結成するなど、「お 年寄り・障がいのある方と協働・共生する商店街」 を目指して、「社会福祉施設で栽培・生産された商品の 販売」、「障がい者の雇用創出・就労支援を目的としたア ンテナショップ」を実施していた。



取組の内容

◇来街者を対象としたニーズ調査の結果を踏まえ、 商店街振興組合・NPO 法人・社会福祉法人の3 団体によるコンソーシアムで、各々のノウハウと メリットを補完して実現できる事業アイデアを 協議し、以下の事業実施が決まった。

事業内容(括弧内は事業年度、太字は空き店舗活用)

門前町ルネサンス事業

- ・秋だうまいべや収穫祭「電信秋フェス開催」(H23, H24)
- ・園芸市「花ば咲かせよ園芸市」開催(H24)

温もり支援事業

- ・「コミュニティショップミナミナ」リニューアル (H23)
- ・御用聞き屋「べんぞう商店」リニューアル (H23)

陽だまり支援事業

・よろず相談所「心音」(H23)

スイーツロード形成事業

・クッキーハウス「ぶどうの木」(H23)

起業家支援チェレンジショップ事業

・「ぴあのかふぇりずむ」(H24)

うるおい支援事業

・コミュニティ食堂「でんしん」(H24) 等

アンケートによるニーズ調査 ↓ ニーズに対応するために想定される事業を3団体によるコンソーシアムで協議 → 商店街コンセプトと事業メニューが確定 ↓ まちづくり会社 「株式会社でんしん」設立 (平成 23 年 6 月)



「コミュニティショップミナミナ」 で休憩する人々の様子



クッキーハウス「ぶどうの木」で 商品づくりに励む従業員の様子



取組の成果

【空き店舗の減少】

- ◇6つの空き店舗が埋まり、メディアにも取り上げられ、当商店街での営業希望の問い合わせが来ている。
- ◇現在、空き店舗は埋まっている(旧店主の住まい になっている3店舗を除く)。

【組合員数の増加】

◇商店街振興組合の組合員も32店舗(平成22年度)から39店舗に増加している。

【雇用の創出】

◇障がい者や高齢者などを中心に、約40名の雇用 創出を実現している。

事業プロセスにおける課題とその対応

「コミュニティショップミナミナ」の業績不振

課題

事前調査による需要の掘り起し不足と道路対面にコンビニ出店により、「コミュニティショップミナミナ」における物販(産直品など)の集客力が低下した。

対 応

地元野菜を活用した低価格ランチの提供と乾燥野菜の加工・販売を中心とした業態 に変更し、業績の回復を目指した。

結 果

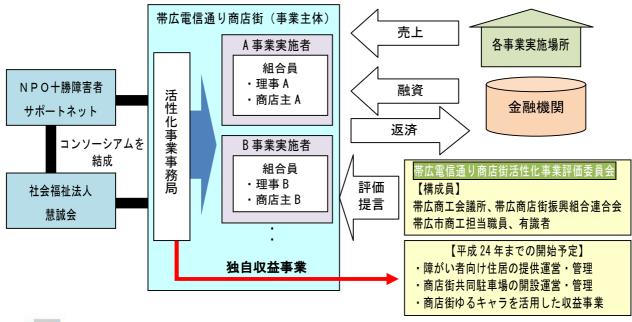
低価格ランチの提供は地域住民から好評を得ており、更なる利用促進を図っている。また、乾燥野菜は道内外から注文があり、生産体制の強化を進めている。

●消費者ニーズに合わせて柔軟に業態を変更することにより業績回復に繋がった。

1

事業実施体制等

◇事業の負担金を賄うため、商店街支援会社「株式会社でんしん」を組合員等の有志 11 人で設立した。 同株式会社は地元金融機関から融資を受けて空き店舗や土地を取得し、店舗や障がい者向け住居の提 供運営・管理、商店街共同駐車場の開設運営・管理など、独自収益事業を実施している。



事業実施した商店街からのアドバイス

- <成功体験の積み重ねが重要>
- ◇活力補助金の事業計画書作成では、年度単位の数値目標の記入が求められているが、本商店街では6か月単位で成果目標を立てて、事業に取り組んでいる。短いスパンで成功体験を積み重ねること

により、周辺やメディアからの注目度も高まるため、自ずと当事者の自信と自覚が芽生えてくる。

事例 №2 合同会社 土澤長屋暮らし(岩手県花巻市)

◇◆街なか居住と連携した共同店舗「こっぽら土澤」で業種を充実◆◇

- ●「生まれ育った土沢で住み続けたい」という地権者の強い思いを受けとめ街なか居住を推進するとともに、土沢商店街の新しい賑わい拠点の整備に取り組んでいる。
- ●導入した店舗と合同会社で委員会を設置し、施設運営に関する協議を進めることで、地域密着型の店舗運営が実現した。



事例対象事業

テナントミックス事業

連携:優良建築物等整備事業(国土交通省)他





取組の背景

【商店街の抱える問題】

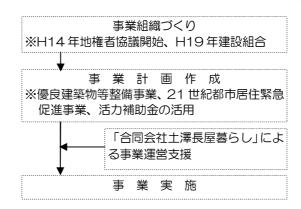
- ◇土澤商店街では家屋老朽化が進み、廃業や空き店舗化とともに居住者の高齢化が進み、高齢者の孤独化、子ども世代の流出が著しかった。
- ◇「生まれ育ったまちに住み続けたい」という思いは強く、継続して住み続けられる商店街にするとともに、商店街への新しい業種の導入、地域コミュニティの維持等の要求に応える必要があった。

【事業の経緯】

◇平成 14 年頃から、店舗と住まいの共同化について検討を進め、平成 19 年に地権者による建設組合を設立する一方で、有志により合同会社土澤長屋暮らしを立ち上げ、共同建て替え事業を土沢のまちづくり事業として取り組むことになった。

取組の内容

- ◇地権者の居住継続意向を受け止め地権者住戸 (3 戸)、分譲住戸(6 戸)、賃貸住戸(7 戸)を整 備し、街なか居住を促進した。
- ◇土沢商店街の活性化に資するため、商店街にない業種として趣味・アート(手芸、アートギャラリー)、健康(サウナ、訪問看護ステーション)、食品・惣菜・飲食店などの8つのテナントを導入した。(活力補助金)
- ◇導入した店舗は8店舗で、合名会社を含めた委員会を設置・協議を進め、施設運営に一体となって取り組んだ。



1

- ◇賃貸住宅は全室入居した。分譲住宅は 1 戸を残す のみで街なか居住の推進ができた。
- ◇商店街にない、健康・エステ、手芸・アートギャ ラリーを併設したショップなどの導入ができた。
- ◇高齢者の食事作りを引き受ける惣菜店、訪問介 護ステーション、四季のキノコを販売する食品 店、日替わりシェフのレストラン、地域密着型 茶房など、店舗運営の工夫が成果を生み出した。



不足業種の拡大による共同店舗

課 題 事業資金の確保、地域貢献のための機能導入。

着工を6か月遅らせて融資を実現。 心 対

事業対象業種の拡大。「訪問介護ステーション」導入について協議

を重ねた。

山間部限界集落や他県からの高齢者の転居希望が発生。 果

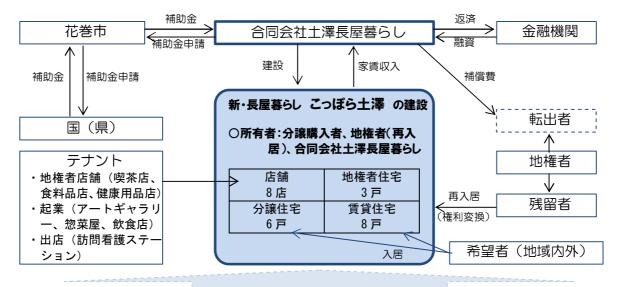
多様な業種集積による、地域に密着した新しい賑わい拠点が実現。



●商店街内立地、駅・銀行近接などの立地条件や、不足する業種導入、店舗運営での工夫、高齢化対応 に絞り込んだ住宅供給などにより、地域に貢献する施設・店舗として定着している。

事業実施体制等

- ◇事業期間中は、合同会社が地権者を代表して事業を実施。(地権者代表、事業施行者、補助金等申請者)
- ◇建物完成後は、地権者住居は権利変換で確保、分譲住宅は売却、共用部は建設組合(地権者組織)で持ち 分所有、合同会社は賃貸住宅と店舗部分を所有する。
- ◇土地は、地権者と分譲住居購入者、合同会社の3者が持ち分で所有する。



◆補助金

〇整備事業:優良建築物等整備補助事業/先導型再開発緊急促進事業/都市・地域再生緊急促進事業

〇商業床整備:活力補助金 ◆出資:資本金/少人数私募債

◆融資:民間金融機関

◆運営補助:高齢者向け優良賃貸住宅制度(60歳以上高齢者に対する家賃補助)



- ◇地域住民との課題共有:地域はどうありたいのか、 ◇地域、個性、特性を活かした取り組みの立案:マイ どう暮らしたいのかを共有する。要求ではなく、 提案中心の議論を行う必要がある。
- ◇課題解決までの話し合い:課題共有までの粘り強い 「真剣勝負の話し合い」 話し合いの実施が必要である。
- ナス資源もプラスに変えられる。
- ◇地域に対する責任と覚悟を持つ:「合意は決定」、

No.3 水沢大町商店街振興組合(岩手県奥州市)

◇◆高齢者が歩きやすい商店街で歩行者通行量減をくい止める◆◇

- ●イベント広場整備、生活支援サービス付高齢者専用 賃貸住宅の整備、国道 4号からのアクセス道路整備 などを契機に、地域の高齢者をターゲットとした歩 きやすく憩える商店街の賑わいづくりに取り組んで いる。
- ●隣接する商店街と連携した歩道空間の改善と、ニー ズ調査に基づく高齢者のサロン代わりとなる場の設 置が商店街利用者の支持を得ている。



- バリアフリー型カラー舗装
- ファサード整備(アーケード天井補修)
- ・街路灯 LED 化、街路灯整備 ・空き店舗チャレンジショップの設置・運営
- イベント事業







取組の背景

【アーケードの老朽化と歩行環境の悪化】

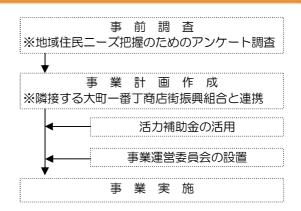
- ◇商店街歩道は、個々の建物がアーケードと一体と なっていたため、一括した改修が進みにくく老朽 化が進むに任せざるを得ない状況だった。
- ◇このようなことから、歩行者通行量は H18~ H22の4年間で約37%も減少した。
- ◇組合加入店舗(人)数も最盛期に比べ半減した状 況であり、商店街地区の活力が著しく低下した。

【活性化への兆し】

- ◇来街者アンケートでは、歩きやすく安心・安全な 商店街づくり、空き店舗の活用、賑わいづくりに 向けた商店街イベントの定期開催などの要望が多 く出された。
- ◇大町地区イベント広場(H22 完了)、生活支援サ ービス付高齢者専用賃貸住宅整備(H23 完了)、 国道 4号からのアクセス道路(都市計画道路久田 前田中線) 整備(H25 年度完了予定)が進めら れ、まちづくりの機運が高まった。

取組の内容

- ◇中心市街地活性化基本計画の認定が頓挫した ため、奥州市と新たな手法の模索・協議を行い、 活力事業補助を前提とした事業計画作成を行 った。
- ◇商店街歩道が連続する大町一番丁商店街振興 組合と連携し、できるだけ広い区間の歩道改修 を実施して高い事業効果を目指すとともに、2 つの商店街振興組合による事業運営委員会を 設置し一体となった取り組みを進めた。





- ◇アーケード改修、歩道バリアフリー化、街路灯整 備により「歩きやすい」「安心・安全な」商店街 との評価が向上した。(通行量減を食い止め、目 標通行量を 17%上回る。)
- ◇空き店舗活用チャレンジショップの運営では、地域 の高齢者を中心に固定客が増え、サロン代わりの利 用も増え、地域の高齢者にとって欠かせない店舗と なった。

1

事業プロセスにおける課題とその対応

空き店舗チャレンジショップの運営

課題

「みんこみんか」の運営は委託販売 方式中心では運営収益低い

対 応

レンタルスペース・旧居住室の集会・ 教室利用、企画市を実施、高齢者向け 配食事業などを検討

結 集

収益事業を展開するも、店員派遣支援 については継続中(平成25年度まで)

●高齢者を中心に固定客が増え、地域のコミュ ニケーションの場としても不可欠な店舗とな りつつある。人件費確保による自立化が目標。

バリアフリー型カラー舗装、ファサード整備 事業等

課題

事業費確保

対 応

住居のみ世帯へも負担を依頼。不足 資金は組合立替え(金融機関からの 資金融資で対応)

結 果

事業実施、来街者評価は良好

●来街者から「歩きやすくなった」との評価が増えた。事業効果を高めるためのイベント実施や 回遊性向上事業を実施。



事業実施体制等

水沢大町商店街振興組合

○バリアフリー型カラー舗装、 ファサード整備事業等

【主体】 水沢大町 商店街 振興組合

- ●宅地(店舗)ごとに異なる宅盤の高さの改修
- ●老朽化が著しいアーケードの改修
- ●アーケード支柱と一体化 した街路灯整備、LED 照 明の設置

○空き店舗チャレンジショップ 事業

- ●委託販売の実施(産直団体 の募集、調整)
- ●レンタルスペース事業の 実施(市民公募、調整)
- ●企画市(鮮魚市)の実施(仕 入れ先発掘など)

●配食事業の強化

○イベント事業(大町おっけー市など)

- ●大町地区イベント広場を 活用した商店街イベント の開催
- ●商店街回遊を高めるため 空き店舗チャレンジショ ップイベント実施(企画市 など)

【連携】 行政·市民団体 ·商工会議所等

- ・間上宝護所等・イベント運営 支援
- 空き店舗チャレンジショップ運営支援



(株)まちづくり 奥州

・店舗人員派遣 (費用は市が 助成)

高齢者施設や 高齢者世帯 ・お弁当、生鮮

・お弁当、生鮮 品配達、配食 など



大町地区イベント広場を活用 した「おっけー市」



- ◇社会課題への対応は、必要と感じた時に即行うようにしないといけない。特に、基盤整備にかかわる対応は時機を逸すると実現しない恐れがある。実施後の効果は商店街全体に波及し、商店街のイメージが変わる。
- ◇街なかの商店街では高齢者対応が不可欠になると思うが、 高齢者が気楽に入れる場所・店舗、なじみやすい場所・店 舗を商店街内に提供することが必要で、固定客の確保や地 域との一体感の醸成につながる。



事例 No.4 宮古市末広町商店街振興組合(岩手県宮古市)

◇◆コミュニティ空間の確保で来街者の増加◆◇

- ●空き店舗を活用して地域のコミュニティ形成の拠点となる「市民交流施設」づくりを行い、地域の生産者や福祉団体等との交流・連携を図っている。
- ●そのことにより、商店街活動への協力意識 の改革を行い、これらの団体との連携によ る地域イベントの実施が話題となり来街者 増に寄与している。

事例対象事業

- 空き店舗を活用した交流 施設
- 商店街ギャラリー開設
- 地域伝統芸能交流会開催
- 落語寄席開催
- 起市民福祉交流会の実施
- 高校生&中学生のチャレンジショップ
- 公共交通機関利用促進





取組の背景

【来街者数の減少】

◇10年前の1/2~1/3である平日約1000人、 休日約700人に減少した。

【商店街小売販売額の減少】

- ◇昭和 63 年には約 65 億円が、20 年間で 2 割減 の約 52 億円に減少した。
- ◇宮古市内のシェアも3割減の約8%となった。

【店舗の老朽化】

◇商店街を東西に走る都市計画道路の整備の進展が ないため店舗更新を控え、老朽化が進んできた。

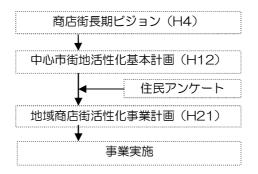
【これまでの取組】

◇社会実験、提案型事業など実施したが、地元行政からの支援がないと自己資金での継続が困難状況になった。したがって商店街が自主事業を実施し、継続していくことで活性化に取り組んでいる。



取組の内容

- ◇中心市街地活性化基本計画策定時の反省をふまえ、 商店街メンバーで策定委員会を設立し、事業計画を 集中的に検討するとともに、住民アンケート調査を 実施し、地域住民のニーズを反映した事業を検討し た。
- ◇これまで取り組んできた、または計画していた事業 (計 21 事業)を精査し、即効性・実効性・継続性 等から7事業を商店街で採択し、実践している。



1

- ◇空き店舗活用による市民交流施設「りあす亭」 の整備費及び賃貸料へ活力補助金を充当し、イ ベント時に限らず平時の無料解放、地域団体等 への無償貸出しを行っている。
- ◇来街者の増加 (930 人→1200 人) や地域との 連携・交流促進を実現している。
- ◇商店街街路灯 LED 化による省工ネ(約 1/6)で、電球交換等の補修費の削減、電気料の削減 (月 6.5 万円→月 1 万)を実現し、市補助を商店街活動へ支援に充当することになった。











市民交流施設「りあす亭」の管理運営事業

課題の魅力不足。

休憩スペースの不足。

亦 校

街なかに何時でも気軽に使える多目的・多機能に利用できる交流施設や空間の確保。

結 里

来街者の増加と滞在時間の増加。地域団体との交流促進。

●りあす亭の管理を当番制にすることで、管理費ゼロを実現するとともに、商店街活動への協力意識の改革ができた。

地域交流イベント事業

課題

店舗数の減少、商店主の高齢化等によるスタッフ不足。

対 応

生産者や福祉団体、文化・教育団体等との連携によるイベント開催。

結 果

話題性のあるイベントの開催により、商業者は自店の PR を実施できた。

●様々なコミュニティ団体(福祉・文化・教育他) や農林水産団体、行政関係者と支援協力関係 を構築でき、震災後もいち早く復旧できた。

事業実施体制等

宮古市末広町商店街「おらほの街づくり」事業計画

〇商店街街路灯 LED 化 事業[H21]

_____ 【当商店街の役割】

- ●既存街路灯を活用しつ つ LED 化
- ●商店街にふさわしい焦 土の確保に向けた実 証実験の実施

○市民交流施設「りあす」 亭」の管理運営【H22 ~24】

【当商店街の役割】

- ●空き店舗の管理
- ●イベント時の拠点
- ●平常時の解放(休憩、 トイレ)
- ●地域団体等への無料貸 し出し

○地域交流イベント事業 【H22~24】

≪1月、6月・10月≫ 【当商店街の役割】

- ●イベント内容の企画
- ●出店者との調整
- ●場所の提供

【日常の連携】 行政・市民団体等・イベント・ 催し物の際 に、商店街

を利用

【主体】

宮古市末

広町商店

街振興組

合







1

- ◇商店街は物販のみならず、福祉・医療・観光・防災 などの街の拠点として存続しつづける基となる計 画づくりが必要である。
- ◇そのためにも、地域との連携が大切である。きっかけはイベントでの協力・連携あっても、日常的な取り組みを展開することが大切である。
- ◇地域でのネットワークが街全体を活性化すること ができる。
- ◇補助金や助成金に頼らない、商店街の身の丈に 合った自主事業『自力本願』の取り組みが必要 である。
- ◇商店街と地域住民のニーズは必ずとも一致する ものではないので、住民アンケート等を実施し 取り組みを検証することが重要である。

事例 №5 株式会社まちづくり会津(福島県会津若松市)

◇◆閉店する大型店のテナントを商店街に誘致し空き店舗を解消◆◇

- ●閉店する大型店のテナントを商店街の空き店舗への誘致 と既存店舗によるテナントミックスを展開している。
- ●テナントミックスの効果があげるよう、街区のコンセプトに合わせ、既存店舗との協力のもとファサードを統一的に整備した。
- ●まちづくり会社・行政・商工会議所によるプロジェクト チームにより、活力補助金をはじめとする様々な補助金 や助成制度を活用し、集中的に事業を実施している。



事例対象事業

- •店舗経営者の能力育成のための研修事業
- テナントミックス事業
- ・ファサード整備事業



取組の背景

【郊外店の出店と空き店舗の増加】

◇郊外型大型店の出店が増加し、商店街の空き店舗 数は平成8年には62店、平成18年には128 店と増加した。

【大型店の閉店】

◇平成 21 年に地元百貨店が閉店発表後、大型スーパーマーケットが閉店するなど、商業機能の大幅 低下にとどまらず、雇用にも大きな問題が発生する可能性が生じた。

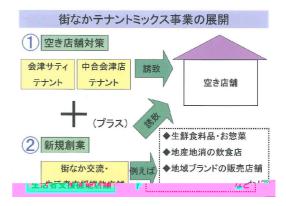
【中心市街地の魅力低下とその対応】

- ◇中心市街地商店街の各店舗のファサード等が老 朽化し、まちとしての魅力が低下していた。
- ◇中心市街地活性化計画の認定をめざし、協議会を立ち上げて進めていたが、相次ぐ大型店の閉店が障害になったことから、すばやく地域商店街活性化法に基づく「街なかテナントミックス」事業を導入した。



取組の内容

- ◇まちづくり会社・行政・商工会議所によるプロジェクトチーム(「賑わい再生事業推進委員会」) を組織し、事業を遂行するうえで一定の決定権を与え、意思決定を迅速に行えるようにした。 また、まちづくり会社・行政・商工会議所の間で役割を明確にした。
- ◇これらの役割分担により、大型店の有力テナントの誘致、既存商店のリニューアル、不動産所有者への対応、補助金制度の策定から申請・交付など多岐にわたる事業を短期間で実施した。



1

- ◇街なかテナントミックス事業により、大型店の 16 店舗の有カテナントをまちなかの空き店舗 に誘導し、空き店舗を解消するとともに、17の 既存店を街区のコンセプトに合わせて、リニュ ーアルした。
- ◇空き店舗の増加に歯止めがかかり、歩行者通行量が増加し、賑わいの創出につながった。
- ◇街区のショーウィンドウ化により始めた夜 11時までの夜間照明は、閉店後の宣伝効果と 夜間の安全性の向上に効果をもたらしてい る。

借り手・貸し手の同時確保

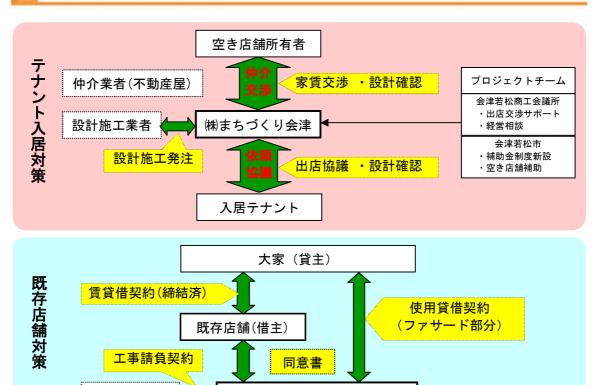
課 題 大型集客施設が流出するなかでの出店者確保、空き家、空き店舗不動産の賃貸化

通りの連続性を確保するテナントミックス事業と、撤退大型店の協力、行政のサポ 対 応 ートも受けながら130社へのDMと有力店への直接交渉を実施 地域の不動産事業者との連携、空き店舗所有者との直接交渉による貸店舗の確保

空き店舗入居テナントと既存店舗をあわせたテナントミックス事業を導入((株)ま 結 果 ちづくり会津による入居テナントへの対応、振興組合と既存店舗(大家等)との使 用貸借契約による統一体制を確保) (株)まちづくり会津のリース方式で空き店舗11の賃貸化を確保

●地域の関係者の総力をあげた協力体制と、平成 10 年に設立、活動してきた㈱まちづくり会津| の機動性、信頼性のほか、会津若松市の強力なサポートのなかで実現することができた。

事業実施体制等



各振興組合 (借主)

事業実施した商店街からのアドバイス

◇チャレンジショップなどはまちづくり会社ではな ◇キーマンとなる若い人を見つけて、主体となっ く、地域の個別事情に精通し、連帯感や共同体と しての意識のある商店街が行うのが良い。

設計施工業者

- ◇若い人が主体的に事業を行っていくことが大事で ある。
- て事業を進めていくようにサポートする。 ◇いろいろなことを考えることも必要だが、とに かく、すぐに実行することが大事である。

No.6 宇都宮オリオン通り商店街振興組合(栃木県宇都宮市)

◇◆地域文化を生かした空き店舗活用による歩行者通行量の回復◆◇

- ●アーケード改修で明るくなった商店街の空き店舗を活用して、 地域住民の交流・休憩施設「ギャラリー・カフェ」を開設し、 ここを拠点として、地元大学や地域住民と連携したイベントや 展示等を行っている。
- ●新規イベントとして実施した「山車・火炎太鼓」の復元・展示 プロジェクトでは、目標の倍の来場者があり、地元の歴史資源 を地域が一体になって保存する意識が高まった。
- ●また、地域住民や地元組織と密接に連携することにより、地域 の中で商店街が再認識され、商店街に対する期待も高まった。



事例対象事業

- ・アーケード改修、空き店舗活用事業
- ・新規イベントによる顧客創出事業
- ホームページ再編事業
- スキルアップセミナー開催



取組の背景

【商店街の空洞化】

- ◇宇都宮を象徴する広域型商店街として発展してき たが、商店街の中核を形成していた大型店が平成 17年に撤退したのを始め、近年、空き店舗が増加 し、商業機能の空洞化が目立っていた。
- ◇歩行者通行量も、平成 11 年から約 10 年間でほ ぼ半減し、賑わいの創出が求められていた。

【ハード施設の改善】

- ◇また、平成2年に一度改修されたアーケードが老朽 化したため、地域住民や来街者の安全・安心のため にアーケードの再改修の必要性が高くなった。
- ◇一方で、近隣居住者や来街者から、文化施設や休憩 所の設置を望む声が多かった。

取組の内容

- ト調査等を活用し、事業計画を作成した。
- ◇平成 22 年度は、老朽化したアーケードの改修事 業と空き店舗活用事業を実施した。
- ◇平成 24 年度には、地元の大学やカルチャースク ールの作品展示などの場となるギャラリーと、商 店街からの提案でベトナムコーヒーを扱うカフェ を併設したギャラリー・カフェを空き店舗に開設 した。
- ◇ギャラリー・カフェにおいて、地域住民と商店街 が共同して、地元の貴重な歴史的・文化的遺産で ある「山車・火炎太鼓」の復元・展示プロジェク トを行っている。

◇中小企業基盤整備機構が実施した来街者アンケー ◇また、イベント情報や「逸品」「セール」の情報を 発信できるように商店街のホームページを再編、 更に市民から支持される商店街をめざし、経営者 や従業員を対象にしたスキルアップセミナーを実 施した。

地域住民のニーズ調査~事業計画の作成

中小商業活力向上支援事業

- ■平成 22 年度
- アーケード改修事業
- 一店逸品事業着手
- ■平成 24~26 年度
- 空き店舗活用事業
- ギャラリー・カフェの開設
- 新規イベントによる顧客創出事業
- ・「山車・火炎太鼓」の復元イベント
- 商店街ホームページ再編事業
- 商店街(振)スキルアップセミナー事業

- ◇アーケードの改修により、管理費が、事業実施前 の 380 万円/年から 177 万円/年に縮減された。
- 向にあった歩行者通行量が、平成 21 年度比で 2.5%増加した。
- ◇空き店舗を活用したギャラリーは、趣味のグループ等 の利用が多く、次回も利用したいとの希望も多い。
- ◇集客力のある施設整備等により、これまで減少傾 ◇新規イベント「山車・火炎太鼓」の復元・展示プロジ ェクトでは、目標の倍の来場者があり、地元の歴史資 源を地域が一体になって保存する意識が高まった。



商店街の目標像に対する意識ギャップ

課 題 商圏や生活者意識の変化に対応 し、「広域型商店街」意識からの

転換

結果 「地域密着型商店街」としての 取組の活発化

●新たに設置した「未来創生事業委員会」 により、オリオン通り商店街の目標像の 共有化が図られた。

ギャラリー・カフェの経営採算

課題

経営採算が補助金に依存する割合が高いので、補助事業終了後 も経営採算を確保する仕組みを 作ること

対 応

カフェの家賃収入とギャラリーの利用率(使用料収入)を高める。

結 果

補助事業の最終年度(H26)までに改善する必要がある。

●ギャラリーの利用希望が多く、また、新規 イベントの来場者数も目標を上回り、今後 の経営採算の改善が期待される。

1

事業実施体制等

- ◇平成22年度のアーケードの改修事業は、商店街振興組合が事業主体となって実施した。
- ◇平成24年度から取り組んでいる新たな事業については、商店街振興組合の内部に「未来創生事業委員会」を設置して、事業の企画・推進にあたっている。
- ◇この委員会の中に「スキルアップ」、 「イベント」、「ギャラリー・カフェ、 HP」の3つのプロジェクトチーム を設置し、各プロジェクトごとに新 たな事業の推進にあたっている。
- ◇また、各プロジェクトチームは、個店、地元有志、地元大学など、それぞれ関連する多様な主体との連携を図っている。

宇都宮オリオン通り商店街振興組合 未来創生事業委員会 スキルアップ プ イベント プロジ ギャラリー・カフ ロジェクトチー ェクトチーム ェ、HP プロジェ クトチーム Ţ 刀 商店街(振)スキル 新規イベント(火 空き店舗活用事 アップセミナー 炎太鼓復元プロ 業(ギャラリー・ ジェクト等) によ カフェ)、商店街 事業 ホームページの る顧客創出事業 再編) 多様な主体、 との連携 個店との連携 火炎太鼓の復元 文星芸術大学等 を目指す地元有 との連携 志等との連携

- ◇地域居住者に支持される商店街にするためには、 先ず、地元ニーズを正しく把握・分析し、これを 踏まえた施策・事業を展開することが重要である。
- ◇また、商店街の果たしてきた役割を再認識し、現在必要と思われる役割を再構築することが重要である。
- ◇地域文化振興にかかわることを意識し、地元に支持される商店街を目指す。
- ◇地域の歴史資源などを有効に活用し、また、地域 住民や地元組織と密接に連携することにより、地 域の中で商店街が再認識され、商店街に対する期 待も高まる。

事例 №7 わいわいロード商店街振興組合(埼玉県草加市)

◇◆大型店と周辺小売店が共存した地域密着型商店街づくり◆◇

- ●少子高齢化、安全安心等の社会課題に対応した事業に取り組み、大型店と周辺小売店が共存した、地域住民の生活に密着した商店街づくりを進めている。
- ●商産学連携で実施した街路灯の改修事業では、カラーグ ラデーションでメルヘン的なエコ型街路灯に改修し、歩 行者通行量の増加につながっている。
- ●また、大型店と周辺小売店が一体となって、地域住民が 連携した、世代を超えて夢を共有できるイベントを数多 く実施している。



事例対象事業

- 街路灯改修事業
- イベント事業
- 情報発信事業



取組の背景

【商店街の形成背景】

- ◇周辺に大型団地を抱え、大型店と周辺小売店が 相互に不足機能を補完し合いながら共存する、 生活に便利な商店街として発展してきた。
- ◇しかし、近年、周辺に郊外大型店の出店が相次 ぎ、その影響もあって、当商店街の来街者数が 減少し、売上も減少した。

【商店街に対する要望】

- ◇昭和 60 年に設置された街路灯が老朽化し、照度 が低くなったため、地域住民や来街者の安全・安 心のために建て替えを望む声が多かった。
- ◇これまで商店街取り組んできたイベントは、盛り上がりにやや欠けていたため、より積極的かつ効率的にイベントに取り組む必要があった。

取組の内容

- ◇地域住民へアンケート調査を実施し、その結果 を受けて、「安全・安心・防犯・災害対策」等 に配慮した事業計画を作成した。
- ◇平成22年度には、老朽化した街路灯37基を、 カラーグラデーションでメルヘン的なイメージのエコ型街路灯に改修した。
- ◇平成23~24年度には、これまで取り組んできた商店街の各種イベントに改良を加え、地域住民と一体となり、世代を超えて参加できるイベントに取り組んでいる。
- ◇また、USTREAMなどインターネットを使って、イベントなどのライブ情報の発信を行うことにより、事業効果の波及を目指している。

地域住民のニーズ調査~事業計画の作成 中小商業活力向上支援事業 インターネットによる一平成23~24年度(■平成22年度 (ハード事業) 街路灯の改修事業 ■平成 23~24 年度 (ソフト事業) イベント事業 ・スプリングフェスティバル 自主 ・サマーフェスティバル ・クリスマスカーニバル 飛発信事 工事業) ・ナイトバザールなど 学校との連携による商店街体験実習 移動販売の実証試験の実施 研修事業

- ◇街路灯改修により夜間の照明が明るくなり、商店街を通って帰宅する住民も増えている。
- ◇アンケート調査でも、「きれいになった」、「明る くなった」や「防犯上良い」など評価する意見が 多い
- ◇節電効果として、年間約40%の削減があった。
- ◇イベントは2カ月に1回のペースで開催しており、住民への認知度が高く、集客にも効果が出ている。
- ◇歩行者通行量は、平成 22 年 3 月の 4,270 人/日から、平成 23、24 年とも 5,000 人/日強に増加し、平成 25 年 3 月の数値目標 4,700 人を上回っている。



東日本大震災に伴う自粛ムード

課題

東日本大震災に伴う自粛ムード で予定していたイベントを変更 せざるを得なくなった。

対 応

急遽、震災義援金チャリティに切り替えた。

結 果

集客数は目標を超える4,000人にのぼり、盛況であった。

●社会貢献は商店街の重要な役割なので、 震災支援に地域として貢献できたこと は、結果的に有意義であった。

テナント店舗の経営悪化

課 題

来街者の減少による売り上げ落ち 込みから、組合員店舗の多くを占 めるテナントの家賃支払いが厳し い状況

対応

今回の商店街活性化事業により、来客数の増加を期待している。

結 果

歩行者通行量は増加傾向にある が、空き店舗も出てきている。

●商店街の活性化は、すぐには効果が出るものではないので、先ずは通行量を増やし、 忍耐強く継続して取り組む必要ある。

1

事業実施体制等

「商」「産」「学」連携による 街路灯の改修事業

「商」「産」「学」連携

- わいわいロード商店街(企画・発注)
- 群馬大学工学部(制御盤の開発)
- ・地元の業者(製作)



わいわいロード商店街オリジナルの 街路灯を開発

コンピューターの自動制御によるソーラーシステムのカラーLEDを使用

地域住民や各種団体等の参加・協力 によるイベント事業等

わいわいロード商店街(企画・運営)



地域住民・各種団体等(協力・参加)

- イベント事業
- ・市民サークル、中学校の音楽関連クラブ、シル バー人材センター、商店 など
- 学校との連携による商店街体験実習
- 市内の中学生、近隣の小学生と保護者、 NPO草加親子劇場 など
- 移動販売の実証試験の実施
- ・八百屋、コンビニ など



- ◇商店街の活性化は、すぐには効果が出るものでは ないので、忍耐強く継続して取り組むことが重要 である。
- ◇都市近郊の商店街は、歴史が浅く、テナント店舗 が多くを占めるなど基盤が弱いので、強いリーダ ーシップが求められる。
- ◆先ずは、お客様に楽しい商店街であることを認識 してもらうことが重要である。
- ◇商店街の事業活動は、平等な負担と受益のもと、 各個店や大型店舗にとって、利害が一致するもの であることが重要である。
- ◇商店街と同じ商圏にスーパー等の大型店舗が存在 する場合、商店街と大型店舗がお互いに不足して いる業種業態を補完し合う「インストア」の考え 方が重要である。

事例 No.8 高円寺銀座商店会協同組合(東京都杉並区)

◇◆地域の文化を活かした舞台演出で新たな交流を生み出す◆◇

●商店街が「暮らしの舞台」であること、「本地域ならでは」の資源を活かすことをテーマに、隣接する芸術会館と連携した舞台演出(「照明」づくり)と、コミュニティスペースの提供やイベント等の仕掛けによる集いの場をつくることで、新たな歩行者流動を生んだ。

事例対象事業

LED街路灯事業/コミュニティスペース事業/イベント事業/ ブランド開発事業/研修事業





取組の背景

【地域環境の変化】

◇道が暗くて不安などの声も聞かれるようになってきた。

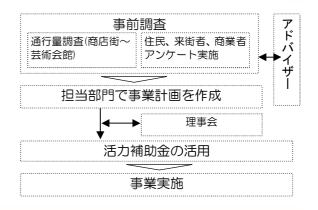
【商店街環境の変化】

◇「純情商店街」などの名前でも知られる、歴史も 長い商店街であるが、近年、ナショナルチェー ン店等の増加や、従来の個店の撤退等からの業 種変化が生じてきていた。

- ◇商店街内の設備の老朽化が進んできた。
- ◇外部からの進出も増えてきたなか、商店街内をど う一つにまとめていくのか、若手育成などの課題 意識を持っていた。
- ◇全国商店街支援センターからアドバイザーの派遣を得て、商店街活性化に向けた進め方を検討していた。

取組の内容

- ◇商店街〜芸術会館の通行量調査による歩行者等の実数把握とともに、アンケート調査により、きめ細かく、消費者、商業者の意識やニーズなどを把握し、アドバイザーとの連携により課題整理と商店街づくりに関する「コンセプト」の検討を重視した。
- ◇商店会協同組合の担当部門が中心となり事業計画を作成した。





取組の成果



街路灯(LED)を、商店街に近接する芸術会館(座・高円寺)のイメージと一体化し、街の雰囲気の向上や、新たな歩行者流動(来街者増20,000人/日→20,600人/日)が生まれた。地域の芸術施設とのカーボンオフセット事業・CO2排出量削減(111t/年→14t/年)による国内クレジット制度を活かし、地域活性化への貢献にもアピール。

◇街路灯(LED)を、商店街に近接する芸術会 ◇ブランド開発や研修事業により、加盟店や館(座・高円寺)のイメージと一体化し、街 商店街に関心を持つ地域の方々の、参加・の雰囲気の向上や、新たな歩行者流動(来 交流が生まれている。



▲ブランディングコンペの開催



▼商店街事例講座



地域に愛される暮らしの舞台づくり

課 題 商店街内の設備の老朽化、ナショナルチェーン店等の増加や従来の個店の撤退等による業種の変化から、「商店街の安心・安全の確保」、「商店街内の連携強化」、「若手育成」などが課題。

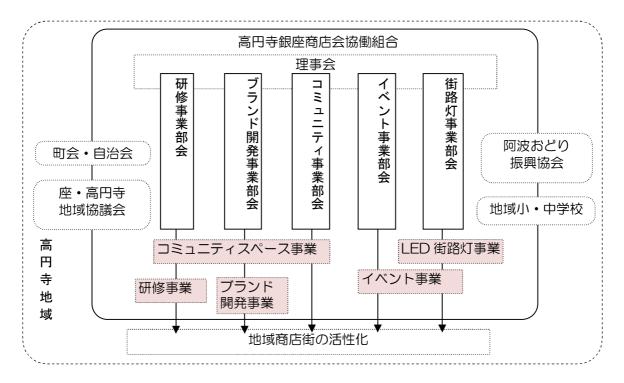
対 応 アドバイザーとの連携による、地域実態、資源の把握、独自コンセプトの検討と実践。地域の芸術施設(座・高円寺)との連携

結果 加盟店や商店街に関心を持つ地域の方々の理解・協力を得た。街の雰囲気の向上や、 新たな通行流動が生まれた。

●地域の実態把握・資源の活用を重視し、他にない独自コンセプトを磨くことによって、地域生活に密着した商店街としての活性化を実現

事業実施体制等

◇商店会協同組合組織(5つの部会で運営)、地元の町会、協議会等との連携により、事業を実施し、商店街の活性化に取り組んでいる。



1

- ◇活性化への「コンセプト」検討が非常に重要で、 商店街の立地する地域の課題・要望をどれだけ的 確に認識できるかに懸かっているのではないか。
- ◇コンセプトの検討とその実行には、外部意見の取込みとともに、内部の横断的な連携(意見調整などを含めて)が重要である。
- ◆この活力補助金は、種々ある支援制度の内容として柔軟性は非常に高いものがあると思う。しかし、申請にあたっての目標設定など、商店街組織内部だけで検討・作成するには難しい部分もある。アドバイザー・コンサルタントなどの活用も大事になるのではないか。

事例 10.9 下北沢一番街商店街振興組合(東京都世田谷区)

◇◆多彩な主体の交流によるイノベーションの形成で歩行者通行量増加◆◇

- ●組合事務所の空きスペースを活用して、活動交流·情報発信拠点を整備し、下北沢に集まる若手アーティストのステージや各種講座の教室、農産物等の直売所などとして提供している。
- ●商店街が持ち株会社として設立したまちづくり会社が中心となって、「活動拠点づくり」、「地域イノベーション」、「既存店舗の魅力アップ」を実践し、その組み合わせ効果が歩行者通行量の増加につながっている。

事例対象事業

 しもきた])シェレジュプロジェクト/しもきたブランド商品開発プロジェクト/お宝人材発掘プロジェクト/ 活動交流・情報発信拠点の整備/寺子屋「感性いちばん塾」/しもきたフレッシュ市



取組の背景

【鉄道により分断された地域】

- ◇下北沢駅は、線路を挟んで北口側と南口側に来街 者の流れが分断され、劇場をはじめとする拠点施 設が南口側に集中している。
- ◇一番街商店街の通行量は減少傾向にあり、賑わいが衰退しつつあった。また、商店街への来訪者の減少に伴って、商店街内の空き店舗も増加しつつあった。

【線路の地下化よる新しいまちづくりの動き】

◇そうした中、来街者の流れを分断していた線路が 地下化されることになり、下北沢を訪れる人々 の動きも大きく変わることになったため、これ を活性化のチャンスと捉え、活力補助金を活用 しながら、商店街の新たな魅力づくりに取り組 むこととなった。

取組の内容

【しもきたコンシェルジュプロジェクト】

◇休日やイベント時にコンシェルジュを配置し、商店街案内や情報提供を実施(外国人へも対応)。

【しもきたブランド商品開発プロジェクト】

◇地域内外から下北沢の新たな名物となる商品開発のアイデアを募集し、専門家による審査会を開催。優秀作品の一部は試験販売を検討。

【活動交流・情報発信拠点の整備】

◇空きスペースをオープンカフェとして改修。誰で もトイレや授乳施設も備えており、イベント時以 外は原則として無料開放。

【お宝人材発掘プロジェクト】

◇若手アーティストや落語家の発表の場を提供。 毎週土曜に商店街情報と新人を紹介するエンタ ーテイメント番組をネットで配信。

【寺子屋「感性いちばん塾」】

◇子供から高齢者まで、感性を養うことを目的とし た体験講座を開催。

【しもきたフレッシュ市】

◇地方との交流活動の一環として、農産物や特産品 等の販売イベントを実施。または、主催者にアン テナショップとして場所を提供。

1

- ◇オープンカフェは、お宝人材発掘プロジェクト、 寺子屋「感性いちばん塾」を含め、年間 200 回 以上利用されている。様々な分野で活躍する人材 との繋がりが生まれ、大きな財産となっている。
- ◇多様な取組の展開により、商店街の新たな顧客の 獲得や賑わいづくりにつながっている(歩行者通 行量 20.820 人/日⇒22.531 人/日)。
- ◇現在ではコンシェルジュプロジェクトを発展 させ"よろずうけたまわり"を実施している。
- ◇商品開発プロジェクトでは、グランプリを獲得 したキャラクターの小物を試作している。今後 も商店街のイメージキャラクターとして活用 する予定である。

しもきたコンシェルジュプロジェクト

課題

事前にリサーチする来街者が多く、コンシェルジュサービスの利用が想定より少ない

対 応

来街者だけでなく地域住民に向けたコンシェルジュとして"よろずうけたまわり"を実施

結 果

地域住民にとって身近な御用聞き、相談相手として機能

●来街者のみならず地域住民にもサービスを提供することで、地域に入り込み、商店街店舗への新たな仕事を創出できている

しもきたブランド商品開発プロジェクト

課品

新聞折込等での募集広告だけで は周知が不十分なため、商品開発 アイデアについて十分な応募数 が確保できるか不透明

対 応

各種取組で築いた人脈を活かして専門家や大学などにアプローチし、応募を呼びかけた

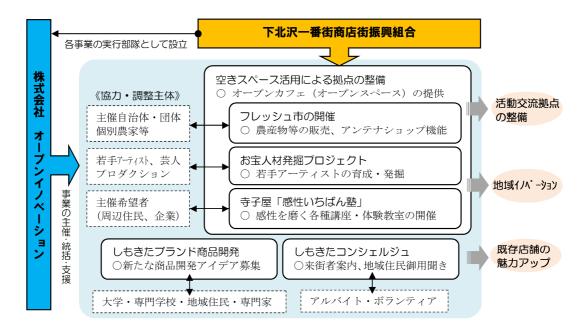
結 果

短期間にも関わらず30件以上の応募をいただいた

●地域内外から集まった質の高いアイデアを各分野の専門家が審査し、魅力と実現可能性の高いアイデアを選定できた

事業実施体制等

◇各事業の実施・推進にあたり、実際の活動組織となる「株式会社オープンイノベーション」を下北沢ー 番街商店街振興組合の持ち株会社として設立。組合から委託を受ける形で事業を実施している。



- ◇本取組は、いかに顧客に商店街に来てもらうかである。「何かできる」「何かある」と思ってもらえるような、人を集積するための仕掛けづくりが重要である。
- ◇オープンカフェを核に様々なイベントや講座を継続的に開催し、長期的な視点に立って商店街全体の魅力・価値を高めていくことで、若者に選ばれる場所になっていけばよいと考えている。
- ◇商店街の活性化は試行錯誤の積み重ね。たくさんの失敗の上に一つの成功がある。費用対効果だけを追求するのではなく、まずやってみるという姿勢も必要ではないか。
- ◇地域住民、特に高齢者へのサービスを展開する 上では、いつも同じ職員が対応にあたることが 安心感となり、次の利用にもつながっている。

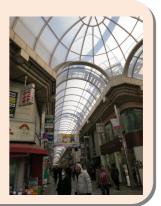
事例 No.10 武蔵小山商店街振興組合(Palm)(東京都品川区)

◇◆動画配信での全店舗紹介など効果的な 情報発信と新規イベントの開催で再活性化◆◇

- ●食を通じた安心・健康と、生活の不便を解消するユニバーサルなサービス提供と携帯ネットワークを活用した情報発信事業を実験的なプロジェクトとし、利用者目線にたった取組を実践している。
- ●消費者、商業者相互の意識やニーズを把握し、企画アイデア につなげている。

事例対象事業

- ・食、生活の安全・安心をテーマにしたイベント実施(「春の健康フレッシュフェスタ」、「安心・安全パルムスタイル」)
- ・携帯ネットワークを活用した情報発信事業





取組の背景

【売上げの伸び悩み】

◇商店街の通行量は大きく落ち込んだりしていないなかで、売り上げに結びついていない状況があった。

【商店街内事情の変化】

◇特徴である全長800mのアーケードを有し、歴史も長い商店街であるが、近年、大手のフランチャイズチェーン店等の進出も多くなり、従来店舗の撤退等からの業種変化や、組合運営にも変化が生じてきていた。

- ◇人通りが多く賑いの絶えない商店街ではあるが、 お客様から、「欲しいものがない」、「買うものが ない」といった声が聞かれるようになっていた。
- ◇従来の通り事業の継続では、売上げ増などには結びつかないという認識があがった。これを機に、 今一度、商業者自身の意識、意見の集約や、地域 住民の声をより広くひろいあげる必要があった。
- ◇お客様のニーズとして、本当に欲しいもの、買い たいものがないのか等の確認のための、実験的な プロジェクトとして実施した。

取組の内容

- ◇商業統計調査分析などにもとづく、商店街の実態把握、アンケート調査により、きめ細かく、消費者、商業者相互の意識やニーズなどを把握、課題、事業の方向性などを検討した
- ◇商店街振興組合の担当部門が中心となり事業計画を作成、同じく振興組合内部で組織した実行委員会により内容を決定した。

事前調査 商店数、売上等の実態把 地域住民、商業者 握(商業統計調査分析) アンケート実施 担当部門で事業計画を作成

活力補助金の活用

▶ 実行委員会で計画決定

事業実施

1

取組の成果

◇これまでクローズアップしてこなかった「安心・安全」をテーマにしたことで、商業者の間にユニバーサル、バリアフリーに関する意識の浸透・高まりがみられた。▼自然食品店

◇イベント実施後に 自然食品(野菜な ど)店が出店、そ の後の問合せも続いている。



◇情報発信事業では、店舗の規模に関係なく全店舗の様子を配信することができ、商店街のホームページアクセスの向上に結び付いた。(2万人/月程度から約13万人/月に)

検索画面トップ▶





情報発信事業

課題

従来店舗の撤退、大手チェーンの進出より、商店街内業種の変化、組合加入の低下

対 応

規模に関係なく、全店舗を 情報発信する

結 果

ホームページアクセス数の 増加

●全店舗の発信を前提したことで、外部への PR向上とともに商店街内部の連携強化 にも結びついた。

イベント事業

課題

従来通りの事業継続、組織の 硬直化より、売上げの伸び悩 みと新たなニーズの開拓

対 応

これまでなかった「安全・安心」をテーマとした実験

的取組の実施

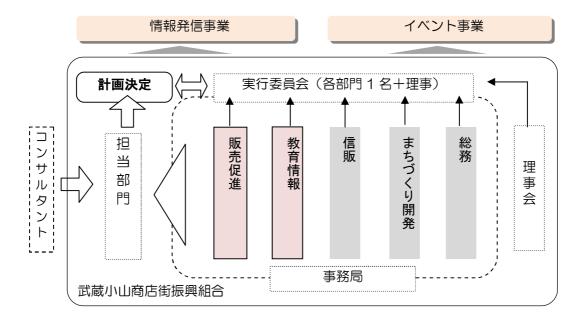
結 果

商業者の意識向上、新規店 舗の進出

●実験的イベントの実行により、これまで なかった、新たな商店街活性化の方向性 が確認できた。

事業実施体制等

◇商店街振興組合組織(5つの部門ごとで運営)、プロジェクトごとに委員会をたちあげ、内容を検討、 実行委員会により計画決定し、事業を実施。





- ◇活力補助金をきっかけにして、その後の工夫にも 注力することが肝要となる。例えば情報発信事業 では、当初各店の情報を動画配信したが、各店で 更新しやすいようにスナップ写真に替えたり、ス マートフォンへの配信をにらんだサイト設置など も検討中である。
- ◇収益性確保のための多面的な工夫も必要である。 (本事例ではバナー広告化を検討)

事例 No.11 用賀商店街振興組合(東京都世田谷区)

◇◆まちづくり会社の設立で、商店街事業のマンパワー不足を解消◆◇

- ●地域ニーズを把握し、地域と支えあう商店街づくりのビジョンのもと、商店街事業を展開。事業企画・運営時のマンパワー不足をまちづくり会社が担う仕組みをつくっている。
- ●事業内容に応じて適切な人材を登用し、 効果的な事業企画を検討し、そのもとで 事業運営をしている。



事例対象事業

- ・個店の魅力アップ事業
- 共同販促事業
- アンテナショップ、ステーションの維持、有効活用事業





取組の背景

【商店街の魅力低下】

- ◇大規模な商店街ではあるものの、日常生活を支えていた業種が撤退するなど、駅から離れるほど賑わいの減退が進んできた。
- ◇平成19年度に、商店街の組合員数は225店舗。 その中にスーパーが3店あった。時代が移り変 わるにつれ、美容院や接骨院などを中心としたサ ービス業が増え、物品販売業は激減していた。

【地域の繋がりの希薄化と安全・安心対応】

◇新たな住民の増加や単独世帯の増加により、地域 の繋がりが希薄化しているところもがあった。

- ◇消費者調査において、「安全・安心対応」事業等に 対するニーズが大きくなっていた。
- ◇商店街の在り様を見直す必然性を感じたことが活性化事業への着手のきっかけである。
- ◇世田谷区より「商店街振興プラン」づくりの提案があり、まちづくりの手法を取り入れ、商店街が街の賑わいなど、憩の場として機能するよう事業に取り組むこととなった。

7

取組の内容

- ◇来街者や居住者、商店街会員へのアンケート調査 を実施し、その結果をふまえ、用賀商店街振興プランを作成した。
- ◇プラン検討にあたり、「商店街のマンパワー(活性化事業の担い手)の減少の問題」、「運営面での財政上の問題」が挙げられ、その解決策として、商店街の別組織としてまちづくり会社を設立。
- ◇個店の魅力アップ事業、共同販促事業、アンテナ ショップ、ステーションの維持、有効活用事業に 取り組んでいる。

事前調査(平成 20 年度) (来街者、居住者、商店街会員アンケート)

用賀商店街振興プランの作成(平成20年度)

- 商店街コンセプトと5年後の目指す姿
- ・ 具体的な事業の設定

用賀まちづくり会社の 設立(平成 21 年度) 3つの事業の実施 (平成22年度以降)



- ◇個店の魅力アップ事業は、組合員向けに「商圏分析」、「雑誌・新聞折込を利用した効果的な販売戦略」等の研修を行い、能力向上が図れた。
- ◇共同販促事業は、平成23年度は前年度に比べクーポンマガジンの発行部数やキャラクターの回遊頻度を増やし、個店のPRを強化した。
- ◇クーポンマガジンは消費者に好評で、その結果 を受け、組合員数の増加(平成 19 年:225 会 員⇒平成 24 年:270 会員)にもつながった。
- ◇アンテナショップ、ステーション維持、有効活用事業は、イベントの回数を増やし、集客力の向上を目指した結果、2施設が立地する通りの通行量も10%以上増加した。

個店の魅力アップ事業・共同販促事業

課題

個店の魅力不足。PR不足。 商店街に加盟しない店舗の増加

対 応

組合員向けに消費者ニーズに対 応した研修会の開催。 商店街キャラクターやフリーマ ガジン、マップ、チラシ等の媒 体資料を用いた商店街事業PR。

結 果

個店のPR能力が徐々に向上。 フリーマガジンの発行部数増加。 商店街組合員の増加。

●クーポン券付フリーマガジンの発行等で、 様々な業種の組合員が共同販促事業に参加 できるようになり、組合員数の増加にもつ ながった。

アンテナショップ・ステーション維持・有効活用事業

消費者ニーズへの対応。 商店街情報の発信。

対 応

岩手県陸前高田市と協力関係を結 びまちなか観光物産館「田舎のご っつお」を開設。

商店街のお店の情報発信と商店街 のお休み処としての「ハロー*よ うが」を開設。

結 果

不足業種の確保。

2施設がある通りの通行量増加。

●「田舎のごっつお」の取り組みにより地方 との交流及び消費者のニーズに応える品揃 えの充実、「ハロー*ようが」との連携によ る商店街の賑やかし効果を得た。

事業実施体制等

<まちづくり会社設立の判断>

⇒自立した商店街にするためには収益事業が必要である。しかしながら、商店街振興組合法では、収益 事業を行うには全体の総意が必要であるという記載がある。1つ1つの事業に総会を開くようなこと をしていては事業自体が、効率的に進まないことから、別組織(株式会社)を作る方向となった。

用賀商店街振興プラン(H20策定) (5年度のH25を想定して商店街で事業プランを検討)

○個店の魅力アップ事業 [H22]

○共同販促事業 [H22~]

○アンテナショップ・ステー ションの維持・有効活用 事業【H22~】



11 ●用賀まちづくり会社で具体的な事業の企画・運営・管理を実施

- ●補助事業に対する支援のほかに、平成 24 年 11 月には自主事業として特産品のセレ クトショップを開設し、新しい事業を進めている。
- ●自社事業の収益から配当金として株主である商店街へと還元するシステムを構築。

- ある。「5年後の商店街はどなっているのか?」で はなく「5年後の商店街はこうしよう!」という考 えを持つべきである。
- ◇商店街だけでなく、まず街が元気にならないと商店 街は元気にならない。商店街という枠を取り払い、 街をどう元気づけるかを中心に検討を進めてきた。
- ◇商店街として短期・中期の戦略を持つことが大切で ◇商店街が元気になるということは、それと同時 に商店街を構成する個店が元気ならなければな らないということ。景気が良くなるだけでなく、 商店街の体制を整えておかなければならない。 個店への対策事業も組み込むことが大切であ る。

事例 No.12 岩村田本町商店街振興組合(長野県佐久市)

◇◆地域密着型の事業展開で顧客の拡大◆◇

- ●商店街は、物販、にぎわいの創出のほかに、日常生活を支 える公共的役割を担っている。
- ●地域住民の利益を考えたまちづくりで、地域と共に働き、 暮らすことを理念として、地域コミュニティの役割を担う 事業を展開することで、人材の育成、来街者ニーズの拡大 を図っている。

事例対象事業

・子育て塾事業/地域住民流通カード事業/地域ブランド創出事業/ 高校生チャレンジショップ事業/岩村田商人塾事業



取組の背景

【空き店舗の増加】

◇周辺に大規模店舗が立地したこともあり、商店街 42店舗中15店舗が空き店舗となっていた。

【商店街組合の高齢化】

◇これまでの商店街は高齢化が進んでいたことに 危機感をもち、平成8年に商店街組合の世代交 代に取り組んだ。

【イベント中心の活性化】

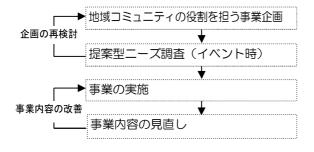
◇「日本ーイベント」に取り組み、一時的な集客はできたが、商店街活性化につながらない。

- ◇岩村田本町商店街は元々、中山道の宿場町である。 1 店舗 1 店舗がきらりと光る魅力ある個店づくりが必要であった。
- ◇イベントや観光ではなく、みんなが住んでいるから、街があるから商店街があるという「地域密着顧客創造型商店街」を目指す方向性を見出し、様々な取組がはじまる。

1

取組の内容

- ◇これまでに「おいでなん処」、「本町おかず市場」、 「本町手仕事村」など、地域コミュニティ、人材 育成を目的とした空き店舗活用に取り組む。
- ◇事業企画にあたっては、イベント時に「提案型ニーズ調査」を実施し、次々と新しい事業に取り組んでいる。



【子育て塾事業】

◇託児や子育て相談機能をもつ「子育てお助け 村」を開設。

【地域住民流通カード事業】

◇地域と共存する考えに基づき、イオンと連携した地域住民流通カード「佐久っ子カード」を作成。

【地域ブランド創出事業(青春食堂の開設)】

◇昼は地場産の米粉を使ったうどん屋、夜は居酒 屋の青春食堂を開設。

【高校生チャレンジショップ事業】

◇月に1~2回程度、高校生が企画した販売、イベント等を行うチャレンジショップを開設。

【岩村田商人塾事業】

◇若者の人材育成として、個店の後継者や市民団 体、起業家などを対象に、商人塾を実施。

I

取組の成果

【来街者の幅の広がり】

- ◇これまでに中高年ばかりだったが、子ども連れの 人が歩くようになり、商店街に縁のない人が、商 店街に来るようになった。
- ◇来街者の対象が広がっている。

【個店の努力による売上げ向上】

◇来街者の幅が広がり、人が多く歩くことで、努力している個店は、売上が上がっているところもある。



地域ブランドづくり(惣菜屋・食堂の設置)

課題

商店街や周辺に生鮮食品店や飲 食店が少ない。

対 応

多様な主体との連携により、「本 町おかず市場」や「青春食堂」 の設置に取り組む。

結果

街に厚みは増し、飲食を目的に 利用する来街者が増えた。

●地域ニーズに応え、飲食を目的に利用する 来街者の増加に繋がったが、利益を生み出 す仕組みへと改善しながら運営している。

きらりと光る個店づくり (人材育成)

商店の高齢化、空き店舗の増加等 により、来街者が減少。

対 応

「子育てお助け村」などの空き店 舗活用と人材育成に取り組む。

果

来街者が多様化し、手仕事村か ら商店街店舗への独立する事業 者が増加。

商人塾による後継者育成。

●人材育成により商店街での起業家が増え、 大家さんとの連携により、若者が起業する ための空き店舗等を支援している。



事業実施体制等

地域住民流通カード「佐久っ子カード」事業

連携

連携

大型店舗 (イオン)

- Oイオン WAON カー ドと連携した地域住 民流通カード
- ○ポイントを利用する 来街者、特に飲食店の 利用が多い



主体:岩村田本町商店街振興組合

- ●空き店舗の賃貸・大家との連携(大 家サミットの開催など)
- | 各事業の運営・サービスの管理
- ●各主体とのネットワーク など



活動拠点となる 「おいでなん処」 地域のコミュニテ ィ広場

連携

連携

全国の中小企業診断士

○商人塾の講師やプロ グラムとして連携

【受講者】

【講師】

NPO·青年部·市民団体等 ○後継者・起業家とし て商人塾を受講

岩村田商人塾事業

高校(市内3校)

- ○空き店舗を借りて、高 校生の活動の場とし て提供
- ○高校生が企画した販 売、イベント等の実施
- ○3校の連携による「商 人甲子園」を実施



高校生チャレンジショップ事業

事業実施した商店街からのアドバイス

- ◇以下の3つの意識が必要である。
- ①自分たちの街に愛着があるか。
- ②自分たちの店は先祖から預かっているという意識、 これからの人に後継していく意識はあるか。
- ③商店街は"畑"だとしたら、店は"作物"。畑がな いと種を植えても芽が出ない。"畑"を耕す気持ち ◇まずは、自分たちの街の歴史、風土、環境など はあるか。
- ◇自分たちが何をやりたいのか、ビジョンと事業 を自分たちで考えていかないといけない。
- ◇自分たちでビジョンを思い描き、それを事業計 画に落とし込んでいくことができるか重要であ
 - いろいろなことをもっと知る必要がある。



地域ブランド創出事業(青春食堂の開設)



高校生

○商品開発などで連携

農業

〇米粉などの地場産食 材を活用

大船渡市 (友好都市)

○震災復興・特産品の 活用で連携

事例 No.13 上田市松尾町商店街振興組合(長野県上田市)

◇◆食のコミュニティビジネスで滞留時間の増加◆◇

- ●空き店舗を地元に密着した食のコミュニティスペースとして 活用することで、ワンディシェフによるランチと市民へのコ ミュニティの場を提供している。
- ●コミュニティビジネスによる多様な主体の関わりにより、商 店街の滞留・賑わいの場となっている。

事例対象事業

・空き店舗を活用した「食のコミュニティスペース」の設置・運営事業





取組の背景

【中規模空き店舗の増加】

◇100 坪を超える空き店舗は需要が少なく、長期にわたり空き店舗状態が続いていた。

【喫茶や飲食店への空き店舗利用が困難】

◇飲食店等で起業する地元ニーズはあったが、これ までの店舗は物販主体であったたため、飲食店等 を運営するための設備改修が困難であった。

【来街者の固定化】

◇来街者が減少しているとともに、来街者の多くは 高齢者や既存商店に来店する固定客が多かった。

- ◇事業者が街で活動できるようにする、これから事業する人を育成するという観点で空き店舗対策に取り組む必要があった。
- ◇上田市内で、主婦などによるワンディシェフによるコラボ食堂を実施しており、先行的な取り組みを参考にして空き店舗対策に取り組んだ。
- ◇コラボ食堂では、シェフ希望者が多く、商店街で も実施すれば需要はあると見込んでおり、事業実 施のきっかけとなった。

7

取組の内容

【食のコミュニティスペース】

◇厨房を備えたコミュニティ施設を設置し、時間貸 しで地元主婦などの「ワンディシェフ」による日 替わりレストラン、惣菜、弁当の販売を展開。

【食の人材育成店舗】

◇「人材育成力フェ」として、商店街で独立開業を 目指す事業者を募集し、後継者育成を図る。





1 Fは食のスペース、2 Fはコミュニティスペースと して活用

【野菜工場】

◇空きスペースを活用し、安全安心な葉もの野菜を 生産。

【エコで低ランニングコストのモデル店舗】

◇LED 照明等のエコ技術を活用し、低コストの店舗モデルを実践。電気代が2/3に削減。





情報発信や地元農産物の販売の場となっている

取組の成果

【多様な来街者の増加】

- ◇ワンディシェフのスタッフにそれぞれのお客が ◇「食のコミュニティスペース」で過ごすことで、 ついているため、来街者が固定化しなくなった。 来街者の滞留時間を長くなっている。「街で過ご
- ◇普段は見かけないような人を見かけるようにな り、食を求めてくる来街者が増えた。

【来街者の滞留】

◇「食のコミュニティスペース」で過ごすことで、 来街者の滞留時間を長くなっている。「街で過ご すこと」をキーワードにとして、利用者の幅が広 がっている。



コミュニティビジネスへの転換

課題

商店街が主体では、補助金なし で運営していくことは困難。

対 応

商売として運営するのではな く、街のコミュニティの場とし て運営。

NPOを事業主体にし、多様な 事業者との連携体制を構築。

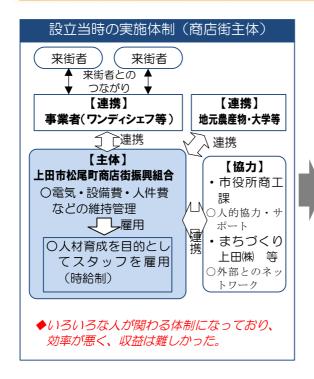
結 果

事業者が主体性をもち、創意工 夫により施設を運営。

●事業者が主体的にランチや惣菜を販売し、 情報提供やレイアウト替えなど、コミュニ ティの場としての来街者増に向けたサービ スに取り組んでいる。



事業実施体制等



これからの実施体制(NPO 主体)

【連携】 来街者 来街者 地元農産物·大学等 来街者との ♪ 連携 つながり

【主体】 NPO 法人食と農のまちづくりネットワーク

事業者(ワンディシェフ・運営スタッフ等)

- 〇一括運営し、収益から運営費をまか なうことができる。
- ○節電努力やレイアウト替えなどの積 極的な工夫・サービスの提供。
- ○昼だけでなく、夜の営業も可能。

↑ ↑ 情報交換・課題対応の報告

- 〇商店街と NPO による運営委員会
- ◆NPO の主体により、収益重視の運営から、人 が集まる場としての運営が可能となった。



- ◇商店街の役割と他の事業者・活動する人の役割を明 ◇商店街自体が表に出ない方が良い。みんなが継 確にして、連携していく必要がある。
- ◇商店街は施設・店舗の整備などを行い、事業者が主 体的・積極的に事業できる仕組みをつくることが重 要である。
- ◇事業をする人、事業をサポートする人、商店街に来 る人などの連携の枠組みを広げていく必要がある。
- 続して事業をしていく仕組みをつくる。
- ◇みんなが街を支えようと思い、周りの人が街を 愛して、残していくという気持ちが重要である。
- ◇空き店舗を活用することで、市民の心のよりど ころになるような場の提供ができればよい。

事例 No.14 瀬戸まちづくり株式会社(愛知県瀬戸市)

◇◆芸術活動の集積により若者来街者や若手経営者の増加◆◇

- ●瀬戸の特徴である陶器の製販一体工 房の整備等のテナントミックスによ り、若い年齢層の集客につながってい る。
- ●「ギャラリー もゆ」をきっかけとして、若い人向けの商材でも経営できることが実証、若い経営者の出店につなげている。



事例対象事業

・陶器を中心とした 生活雑貨のテナン トミックス店舗の 整備





取組の背景

【店舗を貸すことへの抵抗】

◇高齢の店主は、子世代に後を継がせるわけでもな く、他に貸すことにも抵抗を持っている人が多 い。

【空き店舗予備軍の増加】

◇取組事業を実施する前の空き店舗の実態として は、銀座通り商店街には 46 軒の事業者がある が、空き店舗は 14 店舗あり、病気や高齢で店を やめたいといった声や予備軍もある。空き店舗化 している店舗は、飲食、衣料品、薬局など様々な 業種がある。

- ◇こうした問題点の要因としては、商店街としての 魅力の低下、店主の意欲の不足などが大きいと考 えられる。
- ◇近年は新しい客層も増えて従来の品揃えではそういう客層に対応できず、お客様にとっても不満の残る店舗、品揃えになってきている。
- ◇商店街としては、各組織が工夫を凝らして様々な 取組を行っているが、イベント時などには大きな 集客があるものの、集客の定着にはなかなかつな がっていない状況にあった。



取組の内容

【商店街における当該事業実施前の取組】

- ◇銀座通り商店街では、「銀座発展プロジェクト」を立ち上げ、①独自の空店舗調査・対策、②お客様の利便性向上のための「商店街マップ」の作成、 ③原田写真館の有効利用によるコミュニティの充実、④わくわく探検隊の充実やいっぴん商品の開発・販売などによる商店街の魅力アップを目指していた。
- ◇取組事業は、若者を商店街に引き込むなど新たな 集客を担うことが可能であると考えた中で実施 したものである。

【陶器を中心とした生活雑貨のテナントミックス 店舗の整備】

- ◇瀬戸市にガラス・陶磁器の修行に来る若い女性が 多くいるものの、彼女らの働き場所、活躍場所が 市内になく地元に帰ってしまう状況を改善する ための事業である。
- ◇事業を立ち上げる時点は、瀬戸まちづくり会社と 銀座通り商店街、「工房ゆずりは」の連携で事業 計画の作成を進めた。商店街の理事長や副理事長 を含めた勉強会を立ち上げ、事業実施に向けた検 討を進めた。



取組の成果

【テナントミックスの実現】

- ◇空き店舗対策としては、瀬戸まちづくり会社が転貸して店舗経営をしているものが銀座通り商店街には8店舗ある。
- ◇「ギャラリー もゆ」をきっかけとして若い経営 者の出店希望が増えた。

【来街者数・来店者数の増加】

◇銀座通り商店街の通行量や来店者数は目標を大きく上回っている。銀座通り商店街には「ギャラリー もゆ」と「かわらばん家」の2つの直営店があるが、どちらも来店者数は伸びている。



テナントミックス店舗の運営

課題

テナントミックス全体の中での 家賃や歩合の設定。

対 応

商品を卸売販売している業者との調整。

結 果

利益があがる商品の販売。利益 はまだ上がっていないが、売り 上げは若干上がるようになっ た。

●空き店舗がうまり、テナントミックスが軌道にのりつつある。今後は、瀬戸にはいろいろな商材があるので、それらに光を当てたショップ展開を進め、魅力のある専門店の集積を図る。



空き店舗から ギャラリーへ



1

事業実施体制等

銀座発展プロジェクト

・各種調査や情報発信、商品開発・販売などの商店街の魅力アップを目指す

テナントミックス事業「ギャラリーもゆ」

瀬戸まちづくり会社

事業主体として、古民家改 修、陶器の製作販売等

連携

銀座通り商店街

・空き店舗対策として事 業実施に向けた検討

工房ゆずりは

・作陶家を目指している 女性の修行・勉強の場

【連携】

/└─\ ・「まるっとミュージア ム」の事業や各種イ ・ ベントと連携

【支援】市役所産業課·商工会議所

・補助金申請などの相談・支援

- ◇地元の良いものに光を当てることが大切である。 「ゆずりは」は瀬戸に工房があり、これまでもこだわりの客には人気があったが、地元には商品が出回っていなかったので地元への知名度が低かった。「ギャラリー もゆ」を通して地元への人気も上がってきた。
- ◇経営者と働いている人の意識は違う。どちらか というと働いている人の意識を活かした取組を していくと良い。「ギャラリー もゆ」では、働 いている若い女性が一番望んでいること、した いと思うことを前面に出している。

事例 No.15 石山商店街振興組合(滋賀県大津市)

◇◆地元の不動産業者と連携した情報発信で空き店舗の解消◆◇

- ●地域とともに歩む商店街をモットーに、高齢者やこどもにかさしい商店街、地域の人々から頼りにされる″暮らしの広場″の商店街を目指している。
- ●ホームページのリニューアルと合わせ、不動産業者との 連携による空き店舗情報の発信により、空き店舗の減少 につながっている。

事例対象事業

・バーチャル HP 制作/空き缶回収機設置事業/地元企業、農協、学生等 と連携した見本市開催/街路灯改修事業





取組の背景

【商店街の概況】

- ◇JR及び京阪の石山駅周辺で、県道石山停車場線 沿道に形成された長さ650mの商店街。
- ◇平成元年5月に任意団体から石山商店街振興組 合を設立した。

【商店街の衰退】

◇日本電気や日本精工をはじめとする工場の立地 が進んだが、郊外型商業施設が進出するにつれ、 商店街の来街者が減り、衰退が顕著になった。

【近年の動き】

- ◇石山名物の夜市、空き缶フェスタ、朝市、七夕飾 りとセールなど、イベントが活発である。
- ◇周辺の今後の動向として、石山駅の整備、マンションの立地、郊外型大型商業施設の立地など、商業環境の変化が見込まれている。



取組の内容

- ◇商店街のHPを大幅にリニューアル、「バーチャルホームページ」を制作した。
- ◇大津商店街連盟が管理する「すみれカード」のポイントがつく「空き缶回収機設置事業」を実施している。
- ◇地元企業、農協、学生等と連携した「とれ取れ祭・とれ取れ見本市祭」を開催
- ◇街路灯の照明をLEDに切り替え、省エ ネで明るい商店街を「街路灯改修事業」 で演出している。



空き缶回収機



とれ取れ祭・とれ取れ 見本市祭



LEDの街路灯

取組の成果

【バーチャルホームページ制作】

- ◇全面的に更新したことで利用頻度が増加した。
- ◇今後、大津商店街連盟 12 商店街がリンクできれば、さらに豊富な情報が提供できる。

【空き缶回収機設置事業】

◇空き缶を入れればポイントがつくので大変好評。 ポイントカードの利用者拡大とともに商店街の利 用者拡大へとつながり相乗効果が生まれている。

【とれ取れ祭り、とれ取れ見本市祭】

- ◇地域住民に認知されてきている。色々な団体・ 大学などとの連携・つながりができた。
- ◇滋賀大の学生は、空き店舗を活用して寺子屋塾 を開催した。

【街路灯改修事業】

◇街路灯をLEDに切り替えたことにより、電気料金も蛍光灯と比べて49%まで削減した。

空き缶回収機設置事業

課題

13年前から事業を実施してい たが、回収手間がかかる割に受 益効果(お得感)に欠けている

対 心 回収機の設置と、様々なサービ スが受けられる"すみれカード" と連携することで、課題を克服。

結 果

空き缶回収が便利になったの と、空き缶を入れればですみれ力 ード"にポイントがつくので大 変好評に。

●回収機の導入とあわせて様々なサービス が受けられるカードを組み合わせたこと が成功のポイントとなった。

バーチャルホームページ制作

課

15年前からあったが、専門家不 在で HP の運用が不十分、このた め更新頻度が減少、新鮮味に欠け 魅力のないHPである。

対 応

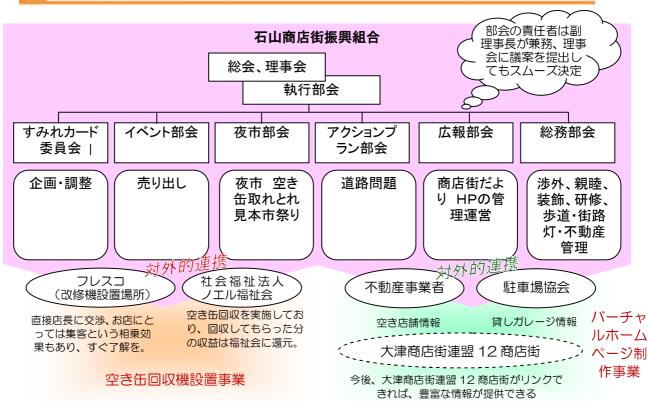
専門家を入れて全面的にリニュ ーアル。地元不動産会社や駐車 場協会とも連携、幅を広げた。

結 果

コンテンツを増やすことでHPの 利用頻度も多くなり、掲載してい るイベントの内容などについて も問い合わせが増えた。

●地元不動産会社と連携して情報発信する ことで、13 店舗あった空き家も、費用が かさむ空き家や相続の問題がある空き家 以外はうまった。

事業実施体制等



- ◇執行部、理事がまとまらないと動かない(最低5・ ◇各部会長にまかすが介入はしない。しかし、何 6人が動ける体制が必要である)。
- ◇大学・行政・商工会議所(国の事業、勉強会での専 ◇商店街だけでなく、外とのつながりをつくるの 門家の紹介など)、地域との連携が必要である。
- かあればトップが責任をもつこと重要である
- がトップの役割である。

事例 No.16 柏里本通商店街振興組合(大阪府大阪市西淀川区)

◇◆お客様の声を常に聞くことの再認識と安心・安全な商店街環境整備◆◇

- ●高齢者の生活ニーズをつぶさに見直し、また、老朽化した施設の再生を図りながら、安心・安全で環境に低負荷な商店街づくりと、北向き地蔵といった地域資源を活かしたイベントやポイントカードの改良など販促活動を工夫している。
- ●活力補助金の活用によりアーケード改修とコミュニティスペースの設置というハード事業が推進できた。

事例対象事業

・アーケード改修/空き店舗活用事業(コミュニティ施設整備)/ 地域資源を活用したイベント事業





取組の背景

【高齢者の客離れ】

- ◇商店街に来るのが当たり前だと思っていた、馴染 み客の姿がだんだん見えなくなっていった。
- ◇特に高齢者に対して、全く意識していない状況が あった。
- ◇ヘルパーやデイサービスといった事業が充実してきて、お客であった高齢者が用事をヘルパーなどに依頼するようになり、当のヘルパーはスーパーなどの利用が多く、だんだん商店街に人が来なくなってきていた。

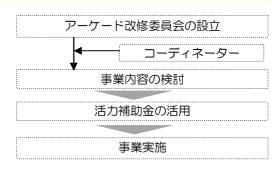
【高齢者等のニーズ把握】

- ◇高齢者に目を向けるようになって、用事がないから商店街に足を運ばないのだという事に気づいた。そこで、商店街に来たお客さんからニーズを把握することで、効果的な取組事業を模索した。
- ◇北向き地蔵という珍しい資源(日本全国で 200 体ぐらいしかない)があり、鬼門を向いて、これ以上不幸が起こらないよう(高齢者の方が)よく、お祈りしていた。これに着目して、お地蔵さんを活かした事業を検討することとした。

1

取組の内容

- ◇当初段階において、商店街理事会から別個に、「アーケード改修委員会」を設立(現在は、柏里クリーンアップ協議会)し、次世代に負担の無いように改修計画を検討。
- ◇委員会で検討する中で、アーケードの改修と併せて、コニュニティスペース整備の必要性が出、併せて活力補助金による事業実施に至った。







▲空き店舗を利用したコミュニティスペース。太陽光発電で売電したり、ポイントカード機器設置、イベント情報拠点等多目的に活用されている。







取組の成果

- ◇アーケード照明の改修により、電気代が¥120万 /年ほど軽減でき、その分を別事業(60万)や修繕 (60万) 費用に充当できた。
- ◇天候の影響も大きいが、コミュニティ施設利用者 も増加した。
- ◇コミュニティ施設を設置したことによって、お客 様が直接、ご意見、ご要望を聞けるようになった。 そのことで、地域の中に商店街が必要であると考 ◇ポイントカードとともにイベント参加者も増加。 えてくださるお客様が増加した。
- ◇ポイントカード発行は、現在参加者 310 名。参 加者の顔や名前、住所も把握でき、高齢者見守り 機能にも役立っている。(3か月間ポイントがない 方がわかるようにし、安否確認にもつなげている)
- ◇イベントのカード事業であったポイントカードを 売出し等にも活用。結果として、加入者は増加傾 向にある。
 - 高齢者に身近なお地蔵さんに着目した点が功奏し たか、高齢者がまちにでてくるようになっている。

事業プロセスにおける課題とその対応

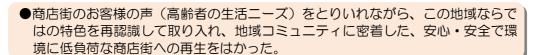
ひとと地域と環境にやさしい商店街の再生

課 題

- ・商店街設備等の老朽化に対して、商店街環境の安心・安全性の向上
- ・商店街が提供したい事業と利用者ニーズのギャップ

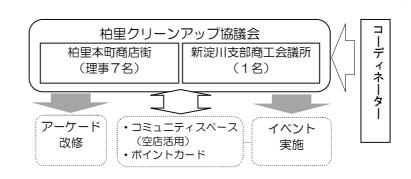
対 应 ・アーケード設備の改修に至るとともに、情報交換やイベント交流などの場とし て新たなスペースを設置、高齢者に身近なテーマのイベント開催等の工夫

- 環境にやさしい、次世代に負担の少ない商店街のリニューアルを実現
- ・地域にとっての商店街の役割が見直された



事業実施体制等

◇柏里商店街と、新淀川支部商 工会議所で組織する柏里ク リーンアップ協議会(元ア ーケード改修委員会) の単 独体制。大阪市より紹介を 受けた学識経験者のコーデ ィネートを受けながら事業 実施に結びつけている。





- ◇事業を進化させていかないと飽きられてしまう ので、前回は前回、今回は今回と、常に魅力的 なコンテンツを用意していく必要がある。
- ◇季節感を出した景品やしめ縄など地域でやって いることを組み込み、周知していく工夫も重要 である。

事例 10.17 岡山上之町商業協同組合(岡山県岡山市北区)

◇◆来街者へのおもてなしにより交流人口の増加◆◇

- ●老朽化したアーケードの改修による非日常的な空間演出と、街中コンシェルジュ・買物同行サービスなど、ハード面・ソフト面でおもてなしを演出する。
- ●質の高い商店街を形成し、市外、県外からの交流人口の増加を 図っている。

事例対象事業

- ・アーケード改修事業/街中コンシェルジュ事業
- ・上之町ぐらんまるしぇ事業





取組の背景

【アーケードの老朽化】

◇平成3年に新築した開閉式のアーケードが錆付き、老朽化がみられた。

【通行量の減少】

◇バブル崩壊後の空地の増加、郊外大規模店舗の開店、個店の魅力低下により、平成13年から通行量が減少していた。

【空き店舗の増加】

◇近年、空き店舗が増加しているなか、やる気のある事業者への空き店舗誘致に取り組んでいる。

- ◇平成3年に開閉式アーケードの新築に加えて、 街区にシンフォニーホールの建設や地下大型駐車場などの整備により、来街者の大幅な増加はもとより、売上高のアップなどによって、全国に類をみない活性化に成功した。
- ◇その後、大型店の出店やロードサイドの商業集積 地の発展、岡山駅前整備の進展によって、来街者 はアーケード新築前の状況に戻り始めている。
- ◇アーケード改修に加えて、セットバック空間の利 活用計画や空き店舗の利活用事業を検討し、活性 化に向けて取り組んでいる。

取組の内容

- ◇コンセプトの検討、事業実施に向けて、経営者の 実態調査やマンションの新住民を対象とした消 費者買物動向調査を実施した。
- ◇調査・分析を踏まえ、ハード(アーケードの改修等)とソフト(おもてなし、イベント等)も含めた事業計画し、コンセプトに基づき、アーケード改修事業、・街中コンシェルジュ事業、上之町ぐらんまるしぇ事業に取り組んでいる。



- ◇アーケード改修により、老朽化改善、LED 照明の 設置、イベント時の電力供給が可能となった。
- ◇アーケードの開閉による開放的な空間の演出、ペガサス等オブジェの設置による非日常的な空間の演出ができる。







- ◇街中コンシェルジュ事業により、来街客へのおもてなしが向上し、岡山県外・市外からの来街客が多くなっている。
- ◇上之町ぐらんまるしぇ事業により食料品店の 需要が高まり、スーパーが出店した。



コンシェルジュによる 案内サービス



空き店舗へのスーパー が出店

街中コンシェルジュ事業

課題

周辺に文化施設や観光施設があ るが、商店街の店・飲食の案内 が不足し、通行量が減少。

対 応

空き店舗前にコンシェルジュを 設置し、周辺の案内や買物サー ビスなどのおもてなし。

結 果

岡山県外・市外からの来街客が 增加。

●来街客に商店街のおもてなしを提供するこ とができ、通行量の維持につながっている。

上之町ぐらんまるしぇ事業

課題

商店街に食料品店がなく、消費者 の需要に応えられず、マンション などの新住民の利用が低下、通行 量が減少している。

対 応

中央卸売市場や観光農園との連 携によるイベントの実施(20 店舗程度が出店)。

結

イベントへの継続的な店舗出店 と食料品店の需要が拡大した。

●食料品需要が拡大し、空き店舗に不足業 種・テナントを誘致することで、周辺に3 店舗のスーパーが出店した。

事業実施体制等

岡山上之町商業(協)戦略会議報告書

○街中コンシェルジュ事業 [H22~24]

【主体】 岡山上之 町商店街 協同組合

≪土日祝日に実施≫ 【当商店街の役割】

- ●コンシェルジュの募集
- ●車椅子やベビーカーの 準備(ライオンズクラ ブから寄贈)

[連携] [

【日常の連携】 行政·市民団体等

・イベント・ 催し物の際に、 商店街を利用

NPO ・おもてなし 研修・ユニ バーサル 研修

観光コンペンション •情報提供、 パンフレ ットの提



○上之町ぐらんまるしぇ事 業【H22~24】

- ≪7月・12月に開催≫ 【当商店街の役割】
- ●出店者との調整
- ●場所の提供(自転車置 き場を「食」の場とし て提供)

連携出店調整

中央卸売市場

の店舗の 出店

観光農園 ・イベント時 ・イベント時 の店舗の 出店



○アーケード改修事業 [H22]

【当商店街の役割】

- ●老朽化したアーケード の改修・LED 設置
- ●ペガサス・天使などの オブジェの設置





- ◇商店街・まちをどのようにするかを皆で考え、共 有するコンセプトが重要である。
- ◇本取組にあたっては、来街者やマンション居住者 への事前調査により、地域ニーズを把握した。地 域性、市場などの下調べが必要であり、商店主と 顧客の考え方が合致するコンセプト、取組が必要 である。
- ◇戦略会議報告書のプランづくりにあたっては、 実行するためのタイムスケジュール、理事会に よる勉強会を繰り返し行った。お金がなくても できる方法を考える。
- ◇取組の流れをつくることは難しいが、時代の流 れに乗ることが大事である。常にアンテナを張 っておく必要がある。

事例 No.18 川之江栄町商店街振興組合(愛媛県四国中央市)

◇◆人や地域のつながりを生かし、手作りによる実践の場づくり◆◇

●情報発信基地として始まった「四国中央ドットコム」から レンタルボックス事業・手作り教室を通じ拡がったネット ワークで様々なイベントが開催。また、コミュニティ活動 や子育て支援、地産地消等の活動拠点ができることにより、 人や地域とつながりを持ち、地域の役に立つ商店街を形成 している。

事例対象事業:・空き店舗活用事業





取組の背景

【空き店舗の増加】

◇旧アーケードの老朽化に伴い、アーケード・カラー舗装を整備したにも関わらず、郊外への相次ぐ大型店進出、高齢化と後継者問題・空き店舗の増加、空洞化の傾向が著しかった。

【イベント時のみの賑わい】

◇各種イベントを実施しているが、その時だけ街は 人で溢れるものの日常とのギャップが大きく、普段の来街の創出にはつながらなかった。

【コミュニティの場の不足】

◇転勤族の多い本市において、特に子育て母親の集 いの場がないとの声が住民から出ていた。

【四国中央ドットコムの発展】

◇平成 16 年に合併を機に情報発信基地として「四国中央ドットコム」が空き店舗を活用し開設した。 その後、点を線にするため、各種教室活動からサロン化、活動主婦によるショップ、物産館、地産地消を進める生鮮館など、商店街内に複数の拠点を開設し、賑わい創出と地域との繋がりの強化に成果を上げてきている。



取組の内容

◇これまでのコミュニティスペースとして のドットコムでの交流を商店街全体に広げ るため、新たな拠点設置として、「エコ、手 づくり」をテーマにエコサロンを設置した。

- ◆月2回の生鮮市のイベントスペースとして生鮮館を設置。その後観光物産館と併設。
- ◇新たな拠点展開として、商店街にない地元 物産を扱うアンテナショップを設置した。

ドットコムの世代交流の場として活性⇒拠点を広げる

H21 栄町エコサロン「ドリーム」の本格開設

主婦グループによる独自運営に展開

食の回廊(イベント)

H22 常設店: 生鮮館「よってっ亭」 開設

H23 アンテナショップ観光物産館「えぇ〜もん屋」の設置



- ◇エコサロンを開設したことで、ドットコムの 子育スパース「にこにこルーム」を利用していた 母親が、エコサロンまで往来し、新たな商店 街での回遊が生まれてきた。
- ◆生鮮館を常設店として開設したことで、新た な食料品需要を生み、日常的に鮮魚等を買い に来る地元客が増えている。
- ◇サロン、生鮮館、アンテナショップと商店街の中に多数の拠点を開設できることで、新たな回遊を誘導でき、また、それぞれの運営者も独自に展開はじめ、活性化の広がりが出てきている。



観光物産館「えぇ~もん屋」



栄町エコサロン「ドリーム」: 主婦グループによる手作りの店



生鮮館「よってっ亭」 : 地元の新鮮な魚が売り (現在「えぇーもん屋」内 に移転)

1

事業プロセスにおける課題とその対応

アンテナショップ観光物産館「えぇ~もん屋」の設置

課 題 地域に物産館がなく、特産品の収集が進まず商品が増えない。

結果口コミでネットワークが広がり、 商店街への来街にも繋がりができた。

●地域の物産拠点として、新たなネットワーク のつながりができ、次の展開への足掛かりも 出てきている。

食の回廊(イベント)から常設の生鮮館設置

課 題 地場産の生鮮品に触れ合う場が なく、商店街で生鮮品等での集客 ができていなかった。

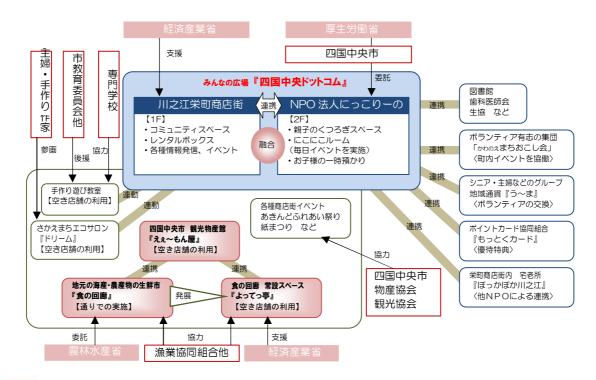
対 応 地元漁師や農家の直接出店できる市を月2回開催。

結果 食料品の需要が拡大し、常設店 へ展開した。 日常的に地元生鮮品が買え、地 産地消が広がっている。

●商店街になかった生鮮品の需要で来街者の 増加につながり、地産地消や食の新たなネットワークができ、常設店へ展開できた。

耳

事業実施体制等



- ◇商店街に普段からきてもらえるような、仕掛けを していくことが重要であり、それには人と人との つながりの中で、いかに「地域に役に立つことは なにか」を掴んで、拡げていくことが重要である。 ◇自前のイベントや空き店舗対策事業だけでなく、 地域の行事やイベントなどにも積極的に参画し、 商店街以外の組織や個人とのネットワークを構築 していくことが肝要である。
- ◇商店街は、情報発信、コミュニティ交流、文化の 伝承、ふるさと教育、各種社会問題への対応など 公共的な役割があり、市民の豊かな生活を支える 場所であることを再確認し取り組む必要がある。
- ◇地域子育て支援拠点事業を空き 店舗を利用して実施していくこと で、街に子育てお母さんが来るき っかけづくりとなるので、ぜひ活 用していくべきである。



事例 No.19 枝光本町アーケード商店組合(福岡県北九州市八幡東区)

◇◆共助の精神から始まった 高齢者の負担を軽減するサービス◆◇

- ●「まちの活力」向上のために、「共助」の仕組みづくりを めざしている。
- ●狭あいで坂がある地形、高齢者が多い地区状況から高齢者の足をジャンボタクシー運営で確保、活力補助金ではその利用者の利便に配慮した買物休憩スペース、そして高齢者の安心・安全を配慮した安心・安全カードを発行。登録した高齢者が倒れたりした場合、カード事務局に連絡が入れば救急対応する仕組みをつくった。

事例対象事業:空き店舗活用事業/ポイントカードシステム導入/ 商店街マネージメント





取組の背景

【商店街の利用者の高齢化】

◇枝光地区は、新日鉄八幡製鉄所のお膝元であり、 早くから開発が進んだ住宅地であるため、高齢化 の進行も早い。独居老人、独居世帯が多い。

【狭あいで急な坂がある地形】

◇枝光地域は地形的に特殊である。狭あいで急な坂 道が非常に多い。

【これまでの取組と課題】

◇急峻な坂の上に居住する高齢者等の交通手段を

確保するために、枝光地区の3自治会が中心となって「枝光やまさか乗合ジャンボタクシー」を運行している。運行ルートの起終点は、枝光本町商店街となっている。

◇商店街の買い物客は 高齢者が多いので、 暑さ寒さを凌げる休 憩所が必要とされて いた。





取組の内容

【空き店舗を活用したコミュニティ施設設置事業】

◇空き店舗を活用して、買い物客のための休憩所を整備した。また、地域の各種情報を集約し、発信する場としている。

【ポイントカードシステム(安心・安全カードシステム)】

◇個人の氏名、カード事務局の電話番号を記載した磁気カードを発行した。カード事務局では、かかりつけの病院、常用している薬、血液型等の情報を管理している。登録した高齢者が倒れたりした場合に、カード事務局に連絡すると、事務局が救急車やタクシーなどを手配する。



1

- ◇事業実施によって以下のような成果があ がっている。
- ・安心・安全カード発行枚数 550 枚
- ・休憩所の利用者数 1日平均216人
- ・臨時出店による販売売上 3,453,000円
- ◇枝光本町アーケード商店街の利用者の多くは「枝光 やまさか乗合ジャンボタクシー」(乗合バス)を利用 して買い物に来ている。
- ◇アンケートによると、約8.5割が、本事業によって 設置した休憩所によって、バス待ちの辛さが軽減さ れると評価した。また、一人暮らしの高齢者からは、 休憩所が格好のコミュニケーションの場となってい ると評価された。



ポイントカードシステム(安心・安全カードシステム)

課 題 従来のパンダシールに馴染んでいた高齢者にとって、ポイントカードへの移行が難航。 各個店にカードリーダーの設置を促したが、設置が難航。

原 因 高齢者の安心・安全を確保するためのカードという位置づけにしたが、事業主体が 商店街であったために登録者数が伸び悩んだ。

対 応 民生委員や町内会長などからの働きかけ。 そのための体制づくり(共助の仕組み)を行うなどの対応を検討中。

●ポイントカードの普及に向けた課題はあるが、多様な主体との連携、共助の仕組みづくりにより、 改善しながら実施している。

1

事業実施体制等

「コミュニティ施設 「安心・安全カード システム」 設置事業」 【事業主体】 【事業主体】 枝光本町 ・空き店舗の調整 ・カードの発行 アーケード 情報の管理 活力向上事業補助の 商店街組合 緊急時の手配 活用 ・運営の実務 〇枝光やまさか ・アイアンシアターや ・ 運営の実務 連携 乗合ジャンボ 光タクシー 緊急時の配車 地域の情報収集・発 タクシー 信 地域住民等への利用促進



事業実施した商店街からのアドバイス

- ◇これからの「商店街活性化」や「まちの活力向上」 のためには、従来の「公共」と「民間」に加えて、 老人会やボーイスカウトなどの非営利組織等を含 めた「共助」の仕組みを創ることが必要であると考 える。
- ◇枝光商店街における光タクシー、健軍商店街における肥後タクシーのように、タクシー会社は「共助」におけるキーパーソンとなり得る存在である。古来より、駕籠かき運送は、そのような機能を担ってきた。

公共

(行政等)

民間 (会社、商店 街等)

共助

(消防団、老人会、 ボーイスカウト、枝 光やまさか乗合ジャ ンボタクシー、地縁 組織等)

事例 No.20 四日市商店街振興組合(大分県宇佐市)

◇◆既存ハードを活かすソフト事業による 休憩・買い物・コミュニティ機能の向上◆◇

- ●「高齢者に愛され頼られる商店街づくり」を商店街活性化の基本的な考え方として、休憩・買い物・コミュニティ向上を目指して、3つの事業を実践している。
- ●チャレンジショップは、全国ネットワークの「まちの 駅」に登録し、宇佐産の食材販売と休憩・地域情報基 地としてPRしている。

事例対象事業

・縁台整備事業/チャレンジショップ事業/集会所事業





取組の背景

【基本構想に基づく整備事業の推進】

◇四日市商店街では 11 年前に振興組合を組織したが、当時は景観整備が不十分であったため、市と整備基本構想を策定し、これに基づき道路や街灯、広場、駐車場、別院の参道、街並み整備事業、道路の修景などを行ってきた。

【空き店舗の増加】

◇近年、商店街の空き店舗数が増加傾向であったが、市による景観整備事業が進み、新規に出店する動きも少しずつ見えるようになった。

【市のハード事業と連携したソフト事業の取組】

◇市の景観整備事業にあわせて、商店街青年部による音楽フェスタやまちコンの企画・実施、季節の祭り等のソフト事業を中心に活動していた。



取組の内容

◇「高齢者に愛され頼られる商店街づくり」を基本的な考え方として計画づくりを行い、「休憩」、「買い物」、「コミュニティ向上」の3つの目標を立て、それに対応した事業を行っている。また、これまでのソフト事業はイベント等の集客が中心であったが、物販で収益をあげる事業を進めることとした。

【縁台整備事業】

高齢者が多く歩いているまちなかで、 散策して休むところが必要だと思い、 各通りや店舗前に 縁台を設置した。



【チャレンジショッ プ事業】

まちの駅に登録しており、宇佐産の食材や6次産業化商品を販売している。



【集会所事業】

空き店舗対策として集会所と飲食店の 併用施設を整備した。



- ◇チャレンジショップについては、少しずつ効果は 出ており、新規店舗の進出にも繋がっている。
- ◇縁台については、休んでいる人が見られるように なるなど、人通りが増えた。
- ◇街並みの修景が進み、雰囲気が良くなったためか、近年では新規出店者が増えており、合併もあり、安心院や院内から入ってくる人もいる。

チャレンジショップ事業

課 題 チャレンジショップという性質上、運営者が毎年替わるため、顧客が定着せず、売上が安定しない。

対 応 高齢者のニーズに併せて、求めやすい価格帯の商品を増やした。

結果 少しずつ効果は出ており、新規店舗の進出にも繋がっている。

●当事業は補助金に依存した経営状態から脱却しきれていないので、今後は地域資源を活かした特産 品など、付加価値が高い商品を販売して収益を安定させる必要がある。

事業実施体制等

活力補助事業 縁台事業 チャレンジショップ事業 集会所事業 四日市商店街振興組合(事業実施主体) 連携• ・事業の当初から県振興 事業者は商工会議所の 大分県北部振興局や市 局や市と相談している。 ホームページで公募し、 協力 の商工振興課、商工会 · 商工会議所、商店街連 都市部からのUターン 議所の協力を得てい 合会とも連携している。 者を選定している。 る。 事業運営の ・事業資金は補助金と、 ・近年は、四日市観光に ・事業者の営業時間と、 ポイント 組合の借り入れ。 力を入れている。 来街者が集会所を使い 縁台設置場所は各店舗 ・東西両別院、桜ヶ岡神 たい時間がマッチさせる で要望を出し合い決 社、オンパクと連携、ナ イト散策ツアー、灯明、 定。 ことがポイント。 ・縁台は組合の所有、土 お数珠体験などを実施。 補助期間が年度区切り 地は無償で借りている。 ・人件費(従業員やアル で期間が短いことを改 ・今後のメンテナンス費用 バイト)、家賃、電気代、 善する柔軟な運用がで を確保するために、イベ リース代、ハード整備 ントと物販で収益を上げ 全て緊急雇用事業の補 きれば、効果はより上 るようにしている。 助金から出ている。 がる。

イベント(音楽フェスタ、まちコンなど)の企画・実施

景観整備事業の推進

商店街青年部など

宇佐市

事業実施した商店街からのアドバイス

◇情報共有が重要で、市を含んだ関係部署が入った「四日市門前町まちづくり協議会」を立ち上げ、同じ テーブルで議論しながら、補助事業のメニュー探しをしている。

中小企業庁 商業課

〒100-8912 東京都千代田区霞が関1丁目3番1号 経済産業省別館 電話 03-3501-1929 FAX 03-3501-7809 URL http://www.chusho.meti.go.jp/

