

商店街の
将来像を
考えよう

～まちが変わる、商店街を変える～

概 要 版

中小企業庁

はじめに | :いま、商店街が将来像を考える理由

現状と課題

これからの高齢化、人口減少の進展を踏まえ、自治体では長期的展望に立ったまちづくりを進めようとしています。それにより各商店街の事業環境が大きく変わっていく可能性があります。

例えば、近隣で人口が減少しても高齢者数は増加するような商店街では、高齢者に向けた商品やサービスを充実させれば売上を伸ばせる可能性があります。他方、高齢者数も減少する商店街では、その限られた顧客ニーズに即した商品・サービスを提供することが売上を確保するにはより重要になるかもしれません。



対応の方向性

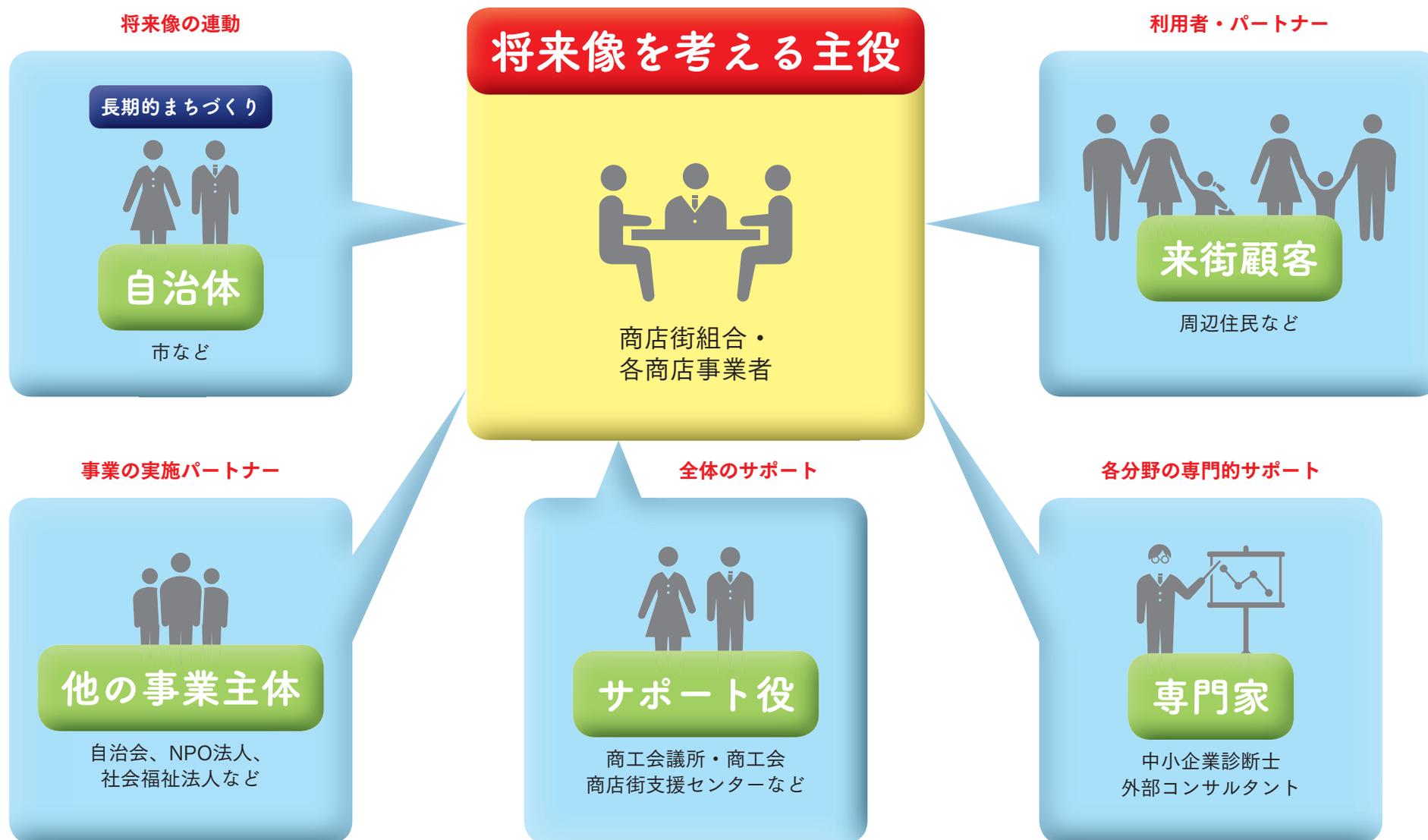
人口減少時代の商店街には、人口動向やまちづくりの展望（＝まちの将来像）を踏まえた上で、どのような顧客を対象に、どのような商品・サービスを提供していくかという計画を立て、その実現に向けて着実に取り組むことが求められます。そのためには、

- 商店街の置かれている現状（商圈人口、人口構成など）をきちんと把握した上で、
- 10年、20年先（人口動向や、まちの将来像）を見据えた長期的な視点で、
- 自治体やNPO法人、外部専門家など商店街以外の多様な主体を巻き込みながら、

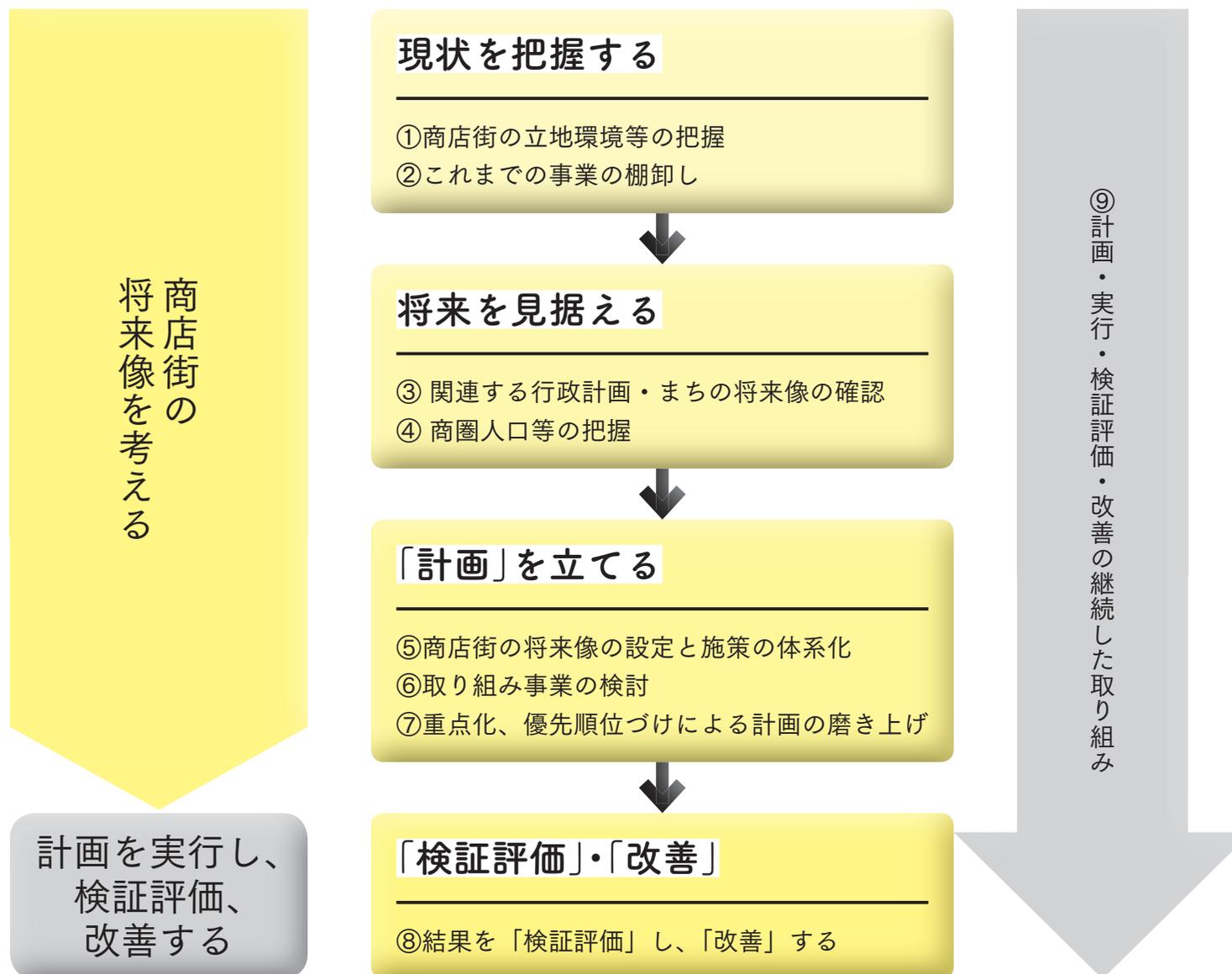
「商い」と「まち」の2つの側面から、地域における商店街としての役割をいかに維持、向上させていくかを検討し、目指すべき商店街の将来像とその実現のために取り組む事業を設定していくことが重要です。

はじめにII: 商店街が中心になって、みんなを巻き込んで将来像を考える

■「商い」と「まち」に関わる人たちと一緒に考えて、一緒に進めていくことが重要。



はじめにIII：将来像の考え方と、その着実な実現へのステップ



①現状を把握する 商店街の立地環境等の把握

■市町村の作成した詳細な地図や自治体から提供される情報、商店街が所有している資料から商店街を取り巻く環境や商店街の顧客・事業者の現状を把握する。

- 〈項目例〉
- ✓商店街内の病院や駅等の公共施設やコミュニティ施設の立地状況
 - ✓シャトルバス等の公共交通の整備状況と運行経路
 - ✓歴史・文化資源の状況
 - ✓事業者の業種、経営者年齢、継続意向等の事業者情報、空き店舗の状況



鹿児島市宇宿商店街では、商店街の現状に関する情報を商店街マップに落とし込みながら視覚的に把握している。

【商店街の現状把握の例】



出所) 鹿児島市宇宿商店街タウンガイド

②現状を把握する これまでの事業の棚卸し

- 商店街が所有している過去の資料等も参考にし、これまでに実施してきた事業を書き出して一覧とし、関係者間で共有することで、これからの事業を立案するための参考とする。



佐久市岩村田本町商店街

これまでに取り組んできた主要な事業や特徴的なイベントをピックアップしたうえで、**その経緯や実施内容、成果を整理**して、**ホームページ上で、誰でも閲覧できるよう共有し、発信**している。

【商店街ホームページ上での取り組み経緯の紹介例】 【事業の棚卸し例】



出所) 佐久市岩村田本町商店街ホームページ



- 平成14年3月：地域と商店街を結ぶコミュニティ施設「**中宿おいでなん処**」を開設。
- 平成15年4月：地域密着型食料品店舗「**本町おかず市場**」オープン。
- 平成16年11月：商店街のコンセプトである「手作り・手仕事・技の街」をテーマに新進気鋭の6店舗のチャレンジャーを迎え入れ、チャレンジショップ「**本町手仕事村**」をオープン。
- 平成21年：商店街が運営する塾として日本初の「**岩村田寺子屋塾**」オープン。
- 平成22年：寺子屋塾隣に「**子育てお助け村**」を開設。買い物途中で親子で休んだり、短時間の託児も可能。地域ぐるみで子育てを見つめる。
- 平成23年：古民家を改装した米粉うどん中心の地産地消のメニューを提供する「**三月九日青春食堂**」オープン。近隣の高校生が学外活動に利用できる「**高校生チャレンジショップ**」を開設。
- 平成23年：空き店舗に「**岩村田三陸屋**」をオープン。三陸地方の名産品販売を取り扱うほか、奥には喫茶スペースも設けお客様の休憩の場所を提供。

③将来を見据える 関連する行政計画・まちの将来像の確認

■商店街を含む地域の長期的なまちづくり計画や行政が計画する都市機能配置において、商店街エリアがどのように位置づけられ、どのような機能を持つことを期待されているかを把握する。

【図表 関連する行政文書（例）】

政策分野	文書名
人口・政策全般	総合計画
	まち・ひと・しごと創生総合戦略
	人口ビジョン
都市計画	都市計画マスタープラン
商業振興	中心市街地活性化基本計画
	産業振興ビジョン
医療・福祉	地域福祉計画
	社会保障事業計画

行政が目指すまちの将来像や具体的な事業の計画を確認することで、それらと連動したより具体的な商店街の将来像を描くことができるようになる。

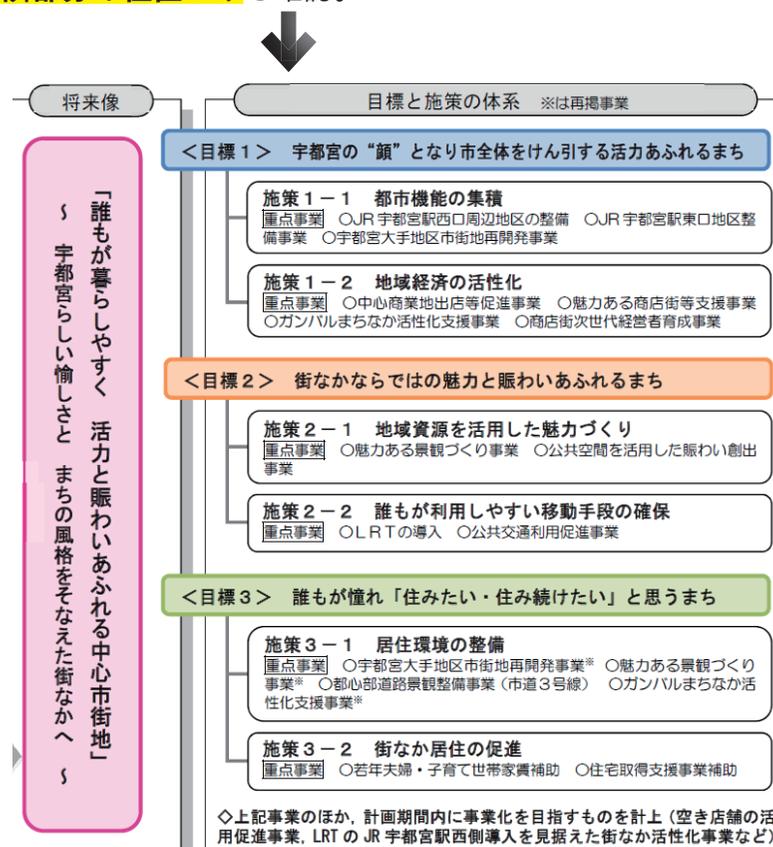


宇都宮市オリオン通り商店街

中心市街地活性化計画における地域の将来像や、周辺エリアの都市計画における商店街近隣部分の位置づけを確認。

オリオン通り商店街は、中心市街地に立地する商店街として広域集客、賑わい創出に積極的に取り組んできた。

一方、宇都宮市の中心市街地活性化計画において「街なか居住の促進」が掲げられていることも踏まえ、地域住民への買い物ニーズ等の調査を行ったほか、「街なかならではの」新しい住まい方を重視した取り組みを検討している。



出所) 第2期宇都宮市中心市街地活性化基本計画（平成26年度策定）

④ 将来を見据える 商圈人口等の把握

- 将来像の検討や目標設定に関連するデータを確認する。
- 例えば、商圈における現在と将来の高齢人口・若年人口、人口当たりの売上（収入）金額等のデータが考えられる。
- データの入手や、加工、分析においては、自治体職員や、中小企業診断士、タウンマネージャーのような専門家と協力することが重要。



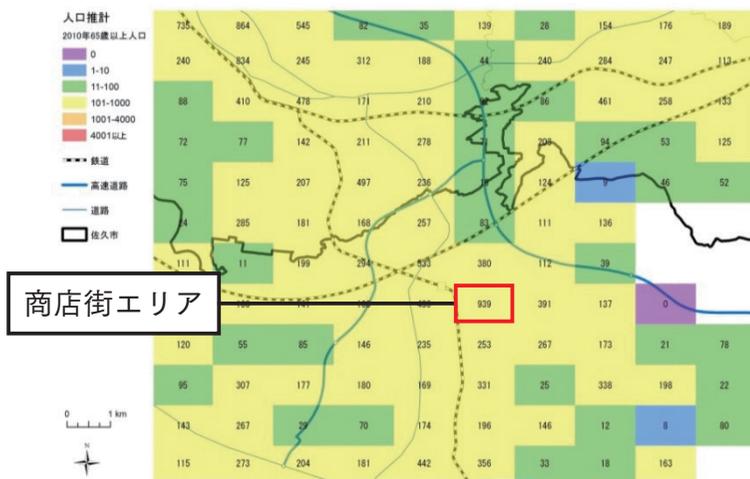
佐久市岩村田本町商店街

商店街の将来像において『おばあちゃん買い物に来られる』
『半径300m540世帯』を商店街の生存ドメインと捉え、
商店街周辺の1km四方の人口を分析。

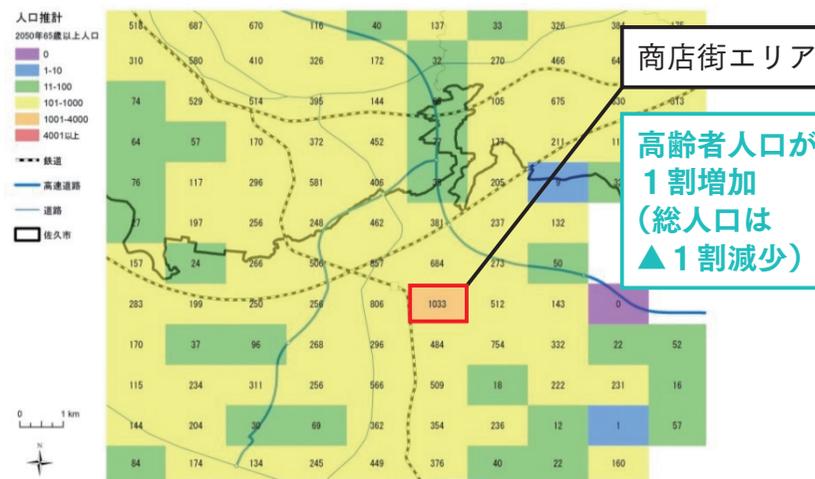


商店街周辺エリアは、将来の総人口は減少する一方で**高齢者の人口は増加**し、**顧客としての高齢者の重要性がより高まる可能性**を認識。

65歳以上人口の推移（2010年→2050年）



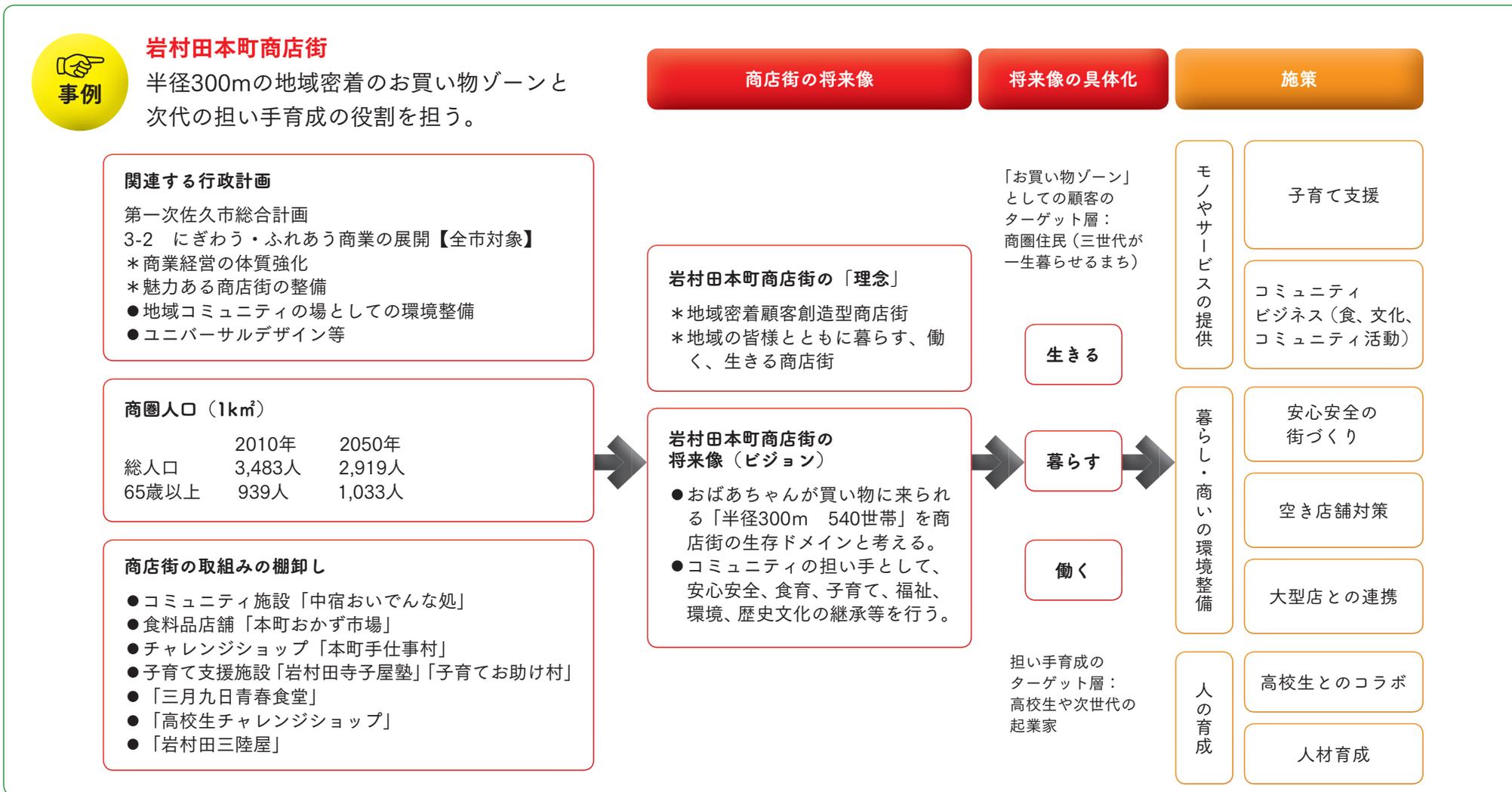
〈2010年〉



〈2050年〉

⑤「計画」を立てる 商店街の将来像の設定と施策の体系化

- 行政計画・まちの将来像、商圈人口等のデータ分析の結果を踏まえ、**ターゲットとする客層（例：お年寄り、子ども、子育て世代、観光客等）や商圈（例：半径300mの住民等）を想定し、商店街としての将来像を設定する。**
- 設定した将来像を実現するために必要な施策を体系的に設定する。



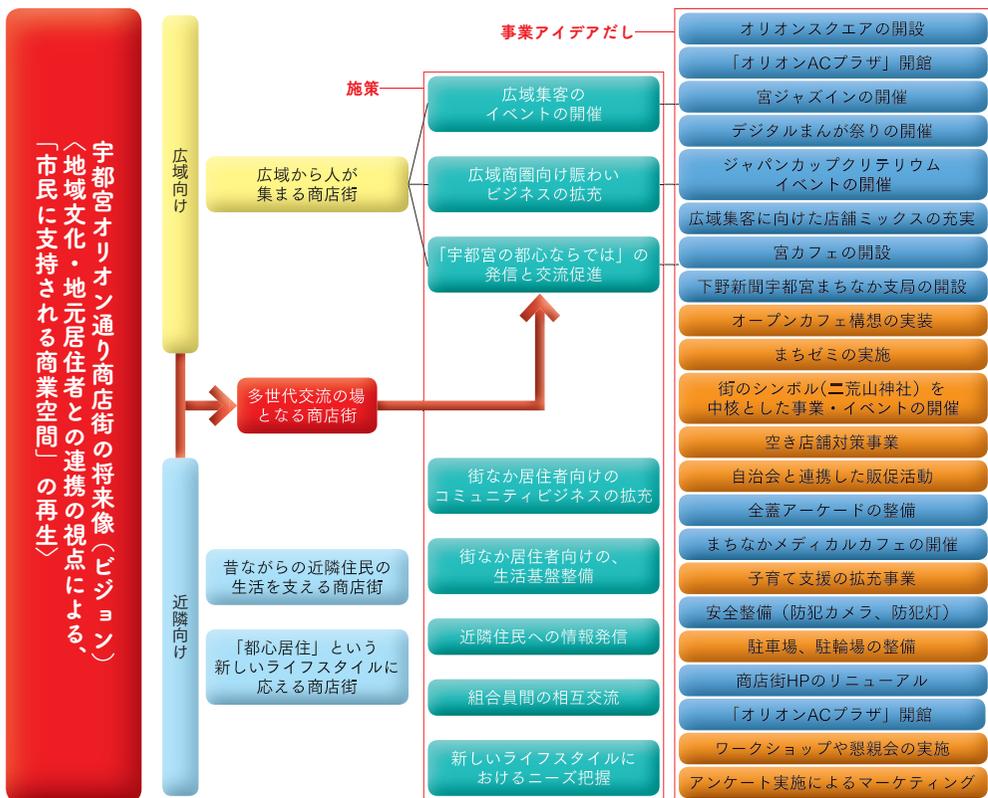
⑥「計画」を立てる 取り組み事業の検討

■ 設定した施策に沿って、商店街以外の関係者の意見や要望も踏まえ、これまで実施していなかった事業も含めて、商店街で実施する事業を検討する。

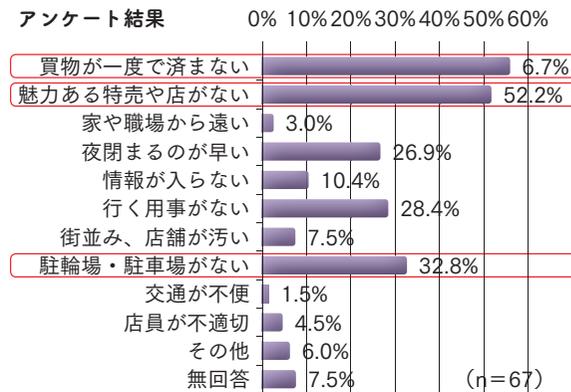


宇都宮市オリオン通り商店街

商店街の将来像、商店街として実施する施策に基づき、各施策に沿った事業を検討する。
住民ニーズ把握のためのアンケートを実施し、結果を新規事業アイデアとして盛り込む。



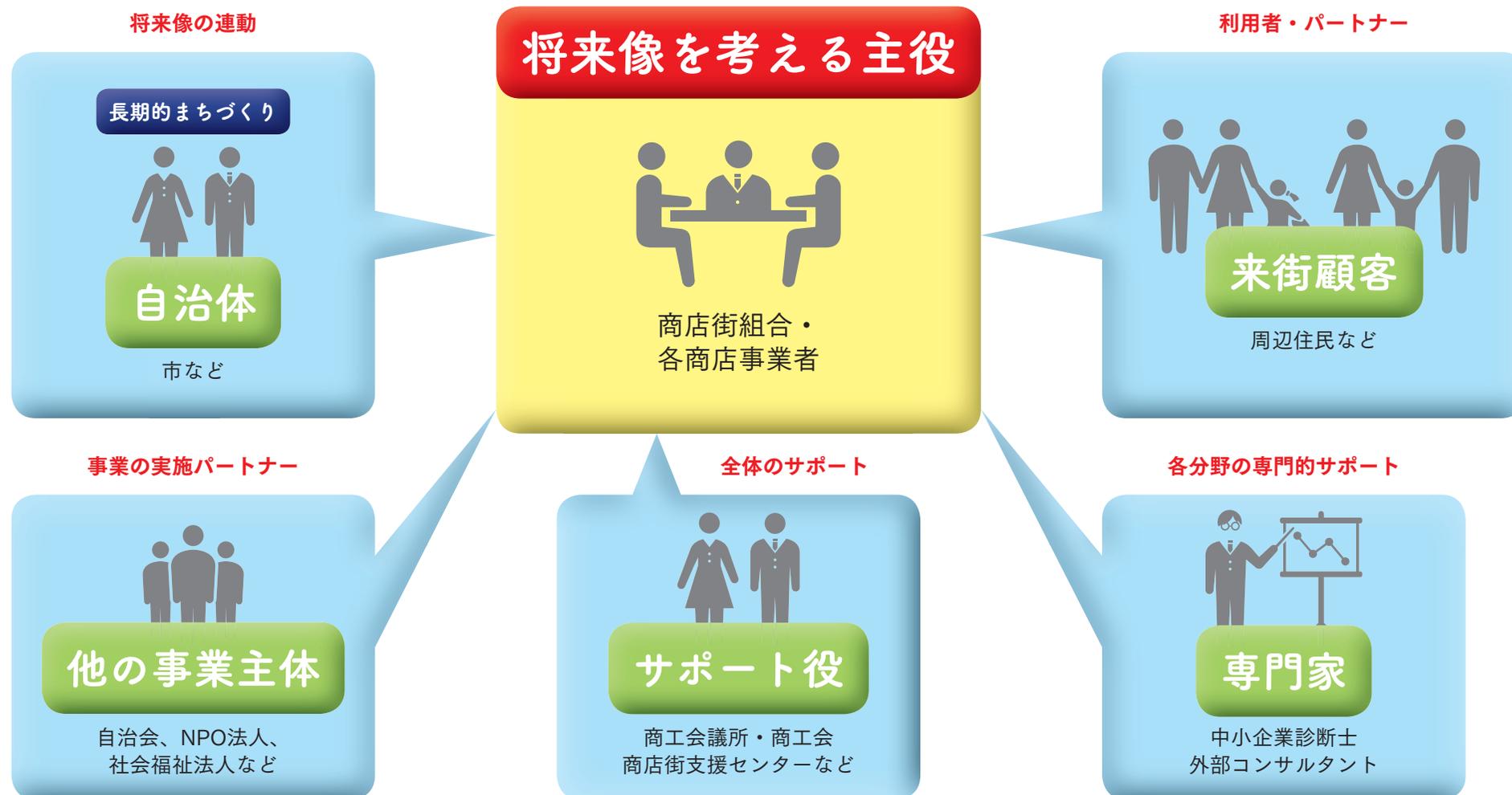
アンケート結果の反映
街なか居住者向けのサービス、駐輪場などを新規事業アイデアとして盛り込む



図：最もよく行く買い物場所が「オリオン通り商店街以外の買い物場所」である人々が、オリオン通りをよく利用しない理由

⑦「計画」を立てる 重点化、優先順位づけによる計画の磨き上げ

- 必要性や期待される効果、資金面・制度面等からの実現可能性等を勘案して出し合った事業アイデアの重点化、優先順位づけを行う。
- 必要に応じて、施策や将来像をより絞り込んだものに見直す。
- 自治体や専門家など、商店街メンバー以外の知見を活用することがポイント。



⑧結果を「検証評価」し、「改善」する 商店街の将来像・事業の検証

①事業の検証

2つの視点（①商いの視点、②まちの視点）から検証する。手法は、地域住民や商店街事業者向けのアンケートの実施等。定量的に目標達成度を検証する。

②将来像・施策の検証

商店街の将来像を踏まえ、設定目標の達成状況をまとめる。アンケートの結果等も踏まえ、施策・事業の設定が妥当であったか、事業の実施方法が妥当であったかを検証する。



鹿児島市宇宿商店街

住民向け・事業者向けアンケートや事業者ヒアリングを活用しながら、各事業の実施結果について検証を行っている。

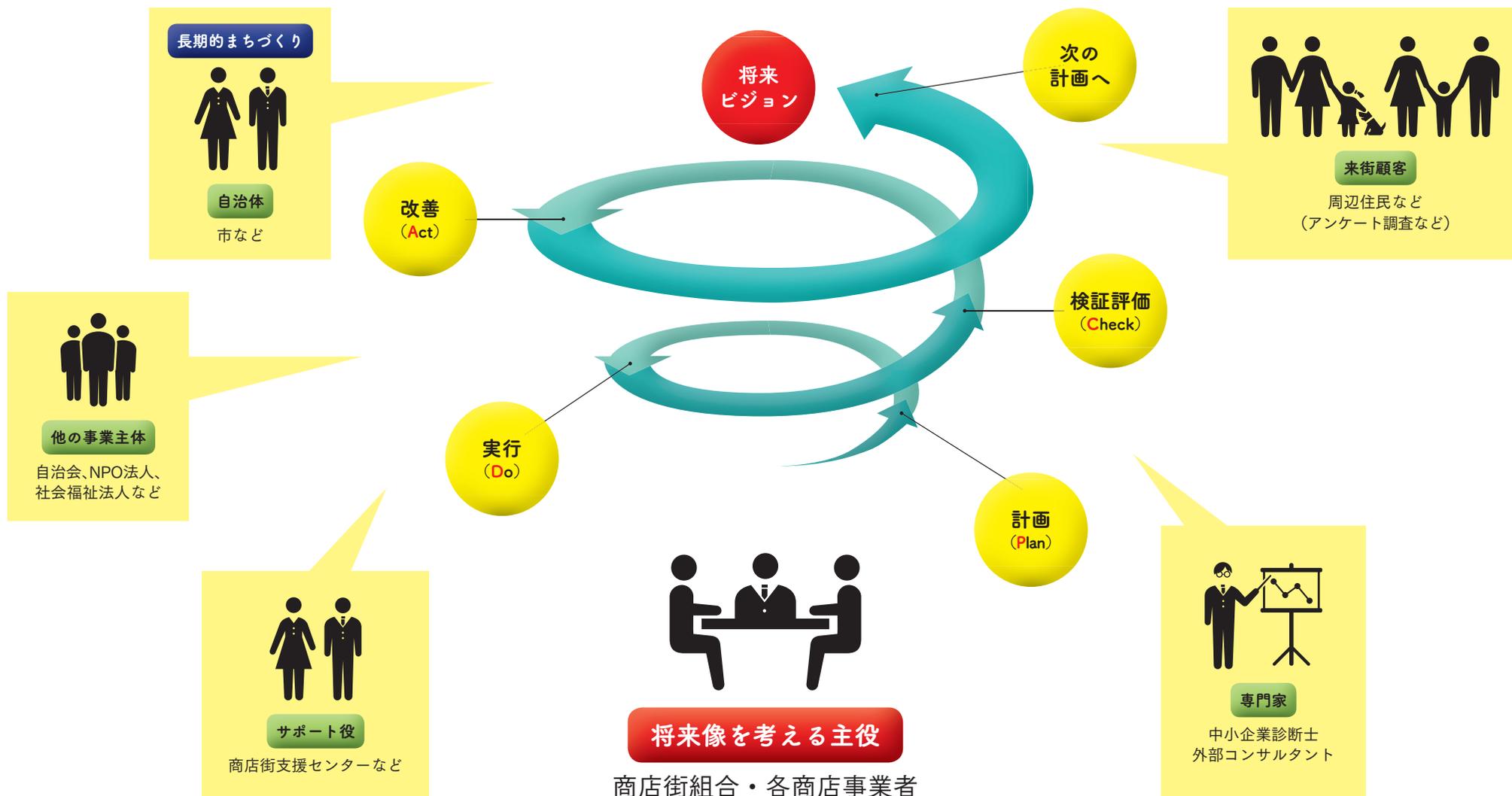
【宇宿商店街の事例をもとに整理した事業の評価例】

商店街活動	CHECK 1 〈商いの視点〉 組合員・他の事業者の評価・反応等	CHECK 2 〈まちの視点〉 顧客・住民・自治会・行政等の反応
防犯灯設置 防犯カメラ設置	<ul style="list-style-type: none"> ●夜道が明るくなったとの実感 ●近隣町内会に貢献できたとの実感 	子どもを安心して通行させられる
シャッターアート	<ul style="list-style-type: none"> ●準備段階からSNSを使った広報活動を展開 ●Facebookページの投稿数52件、「いいね!」累積数506件 	イベントに参加した大学生は作業が大変だが、地元住民とのふれあいが喜びに
物産展等	<ul style="list-style-type: none"> ●売上貢献度 3割 ●通行量貢献度 7割 	<ul style="list-style-type: none"> ●居住認知度 5割 ●来街者認知度 5割
祭り	協賛金目標200万円を達成	<ul style="list-style-type: none"> ●居住者認知度 8割 ●来街者認知度 7割
カフェの誘致	若手経営者が組合に加入し、組合活動にも積極的に参加している。	観光客が商店街内に新規開店した若手経営者のカフェに立ち寄っている。
タウンガイド作成	かなり人気があるので組合員も納得。組合員以外の事業者は喜んでいる	<ul style="list-style-type: none"> ●利用者に好評のため増刷 ●居住者認知度 6割 ●来街者認知度 5割

⑨計画・実行・検証評価・改善の継続した取り組み

■多様な主体を巻き込みながら、計画を実行し、結果を検証評価、次の計画へ向け改善を行う。

「計画→実行→検証評価→改善→次の計画」のサイクル



【将来像を描き、共有するための運用シート】

- 商店街や地域の現状や、将来像実現のための事業体系・評価を見える化する。

