

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～

中小企業庁

はじめに	1
1章 これからの商店街の将来像を考える目的・意義	2
2章 PDCAサイクルの基礎	3
(1) PDCAサイクルとは	3
(2) 商店街活動におけるPDCAサイクルとは	4
①「大きいPDCA」と「小さいPDCA」	4
②多様な主体の巻き込み	5
3章 PDCAサイクルの運用方法とポイント	6
(1) PDCAサイクルの運用シートの構成	6
(2) 商店街の現状把握	8
①立地環境や関係者の把握	8
②商店街事業者の状況	9
③商店街のこれまでの事業・取組の棚卸し	10
(3) 関連する行政計画・まちの将来像の確認	11
①関連する行政計画の整理	12
②関連箇所の抽出	12
③行政計画における商店街の位置づけを把握	13
(4) 商圈人口等のデータ分析	15
①メッシュデータの作成	16
②RESAS（地域経済分析システム）の活用	22
(5) 商店街の将来像の設定と施策の体系化	26

(6) 取り組み事業の検討	27
①既存事業の検討	27
②新規事業の検討	27
(7) 事業の重点化、優先順位づけによる計画の磨き上げ	30
(8) 施策目標・事業目標の設定	31
(9) 施策・事業の検証評価	34
①評価のためのデータ収集	34
②設定目標の達成状況の確認	36
③商店街の将来像に対する検証	38
(10) 今後の事業の改善・見直し	39
 おわりに	 41
 付録	 42
PDCAサイクル運用のための分析データ一覧	42



はじめに

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。それによって各商店街の事業環境が大きく変わる可能性があります。

このような状況の中で、例えば、近隣で人口が減少しても高齢者数は増加が見込まれる商店街の場合は、高齢者に向けた商品・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。高齢者も減少する場合、その限られた顧客の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はずです。

いずれにしても少子高齢・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。

そこで、本マニュアルでは、こうした商店街の計画的な取組推進に向けた、

- まちづくりの方向を踏まえた商店街の将来目標の設定
- その実現に向けた商店街活動のメニュー出し
- 「商い」と「まち」の観点からの目標達成状況の評価

などの進め方を紹介しています。

商店街事業者の方だけでなく、住民や行政をはじめ「まち」に関わる方々と共に取り組むために役立てていただけると幸いです。

1章 これからの商店街の将来像を考える目的・意義

全国的に人口減少が進み、高齢化が加速するなか、商店街の商圈人口も様変わりすることが考えられます。このような状況において商店街の継続性・持続可能性を確保するためには、10年、20年後の商圈の人口規模、人口構成（特に高齢者数）や、自治体の関連ビジョンなど、その地域の特性を踏まえたうえで、10年、20年後の商店街の将来像を考えることが必要不可欠です。

また、長期的な視点に立って持続可能性を確保するためには、自らが考え主導することはもちろん、まちづくりに関わる様々な主体（自治体を含む）を巻き込んで活動を行い、商店街に関わる様々な主体の評価を得ながら商店街活動の改善を図ることが重要です。

これからの商店街の将来像を商店街自らが中心となって、様々な主体を巻き込んで議論することで、まちづくりやコミュニティの場／担い手としての商店街の存在意義が再認識されることになります。また、まちづくりの関係主体が商店街の施策検討や事業活動に参加可能となることで、地域と連動した商店街振興を図ることができます。

加えて、将来像とそれにつながる施策体系、各事業において、「商店街事業者の売上向上」を明確に意識し、そこにつながるような事業を考え、実施し、さらに適切に評価したうえで以降の商店街活動の改善につなげるというサイクルを繰り返していくことで、各商店街事業者の着実な売上向上が図られます。また、計画策定のためのマーケティングや、事業実施結果の評価の過程において、アンケート等の実施により地域住民のニーズを把握することで、商店街の店舗構成や商店街活動が顧客のニーズに沿ったものとなり、効果的な商店街振興が可能となります。更に、地域の長期的な人口推移を踏まえたうえで商店街の将来像を考えるため、長期的な商圈の人口規模・構成に沿った店舗ミックスの実現が図られます。

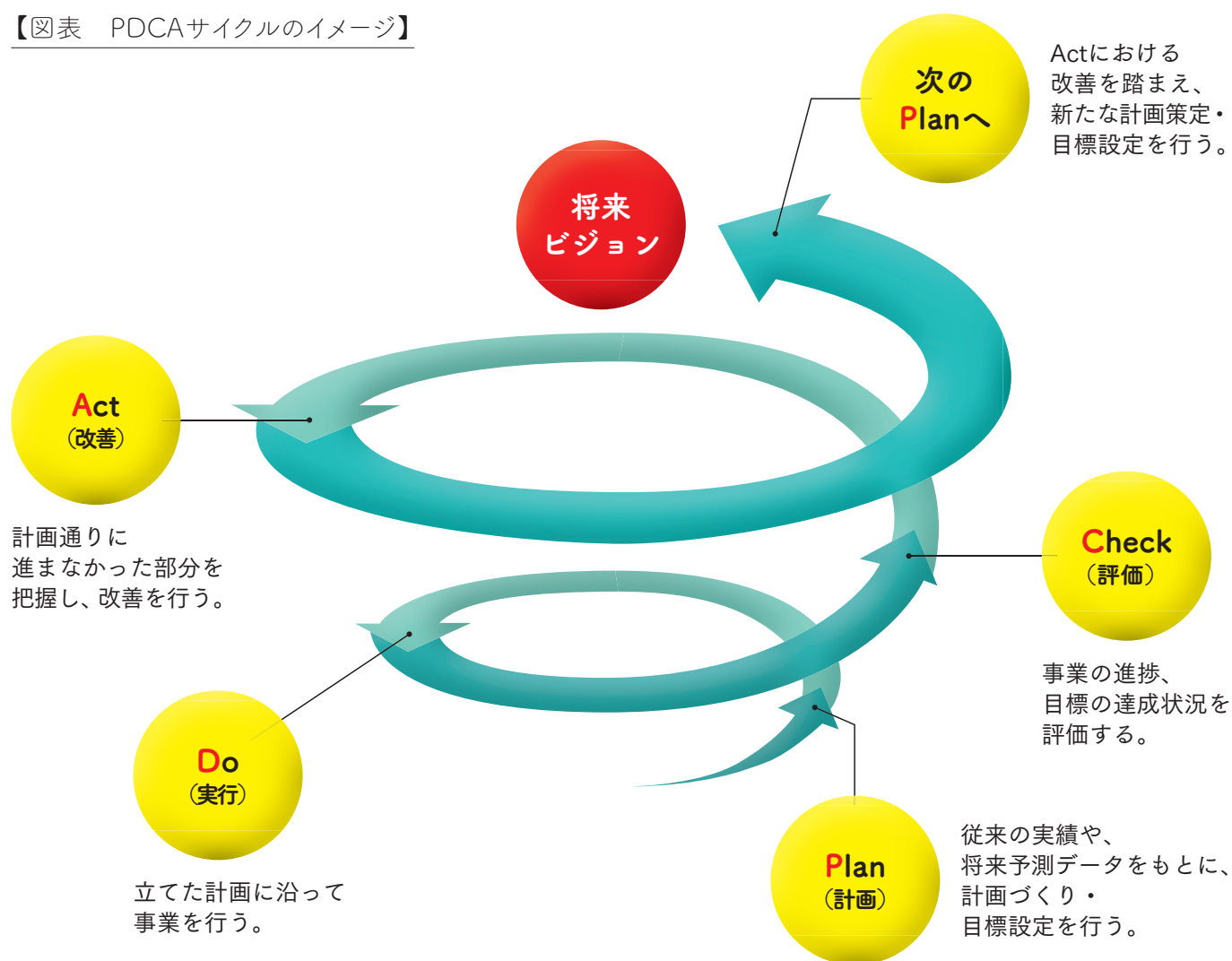
商店街の将来像を考えるために、以降では、PDCAサイクルという手法を紹介します。

2章 PDCAサイクルの基礎

(1) PDCAサイクルとは

PDCAサイクルとは、事業活動の管理を円滑に進める手法の一つです。事業の進捗を、「計画（Plan）」、「実行（Do）」、「評価（Check）」、「改善（Action）」の4段階に分け、それぞれの段階を連動させながら目標に向けて事業の改善を図っていきます。

【図表 PDCAサイクルのイメージ】



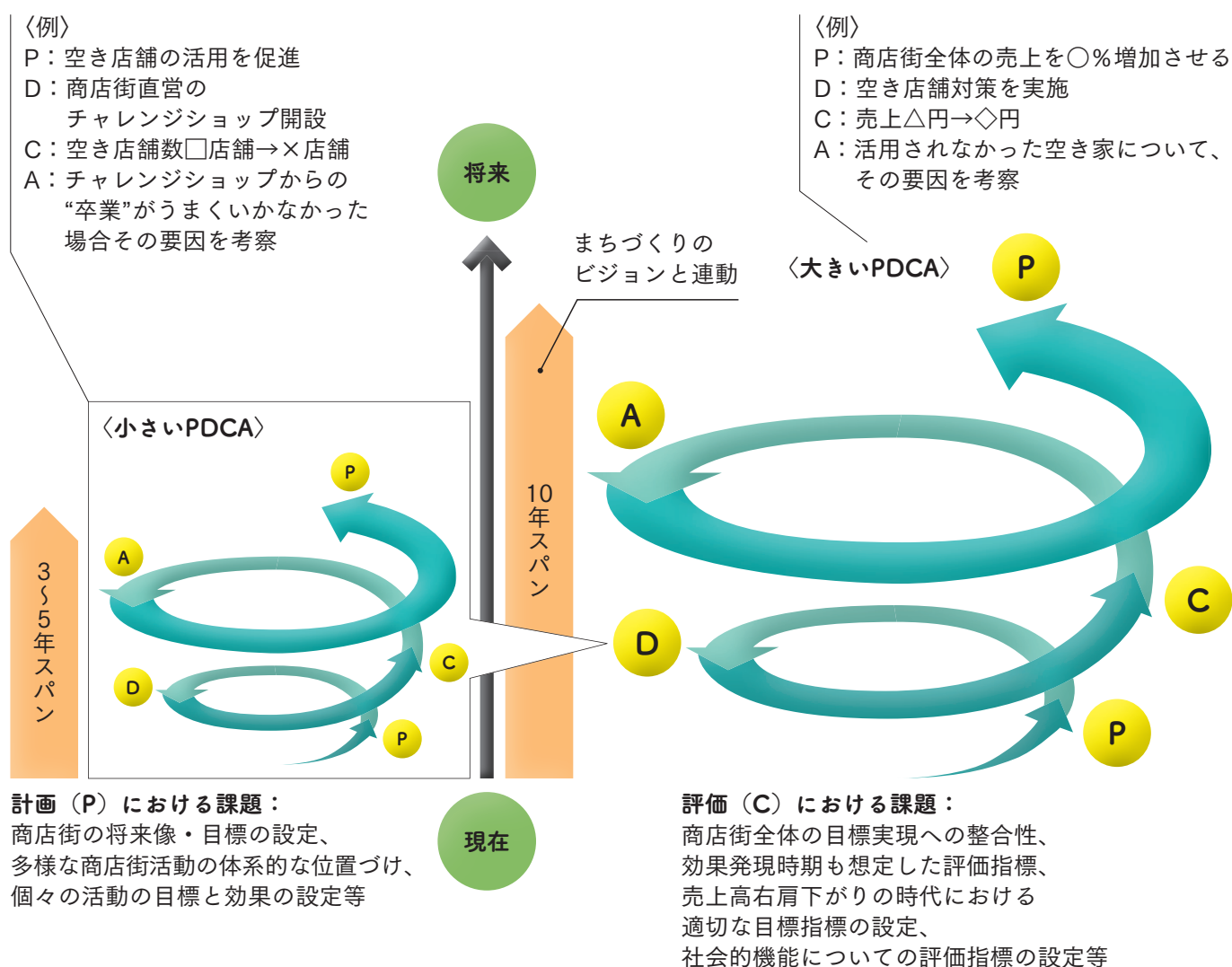
PDCAサイクルは様々な事業の進捗管理において活用可能ですが、商店街活動においては、次で述べる2つの特徴を踏まえてPDCAサイクルを運用することが重要となります。

(2) 商店街活動におけるPDCAサイクルとは

① 「大きいPDCA」と「小さいPDCA」

商店街活動におけるPDCAサイクルには、長期的視点での商店街全体のPDCAと、個々の事業レベルのPDCAの大小2つのPDCAがあります。この大小二つの軸を意識しながら将来像を考えることが重要です。

【図表 商店街活動における「大きいPDCA」と「小さいPDCA」のイメージ】

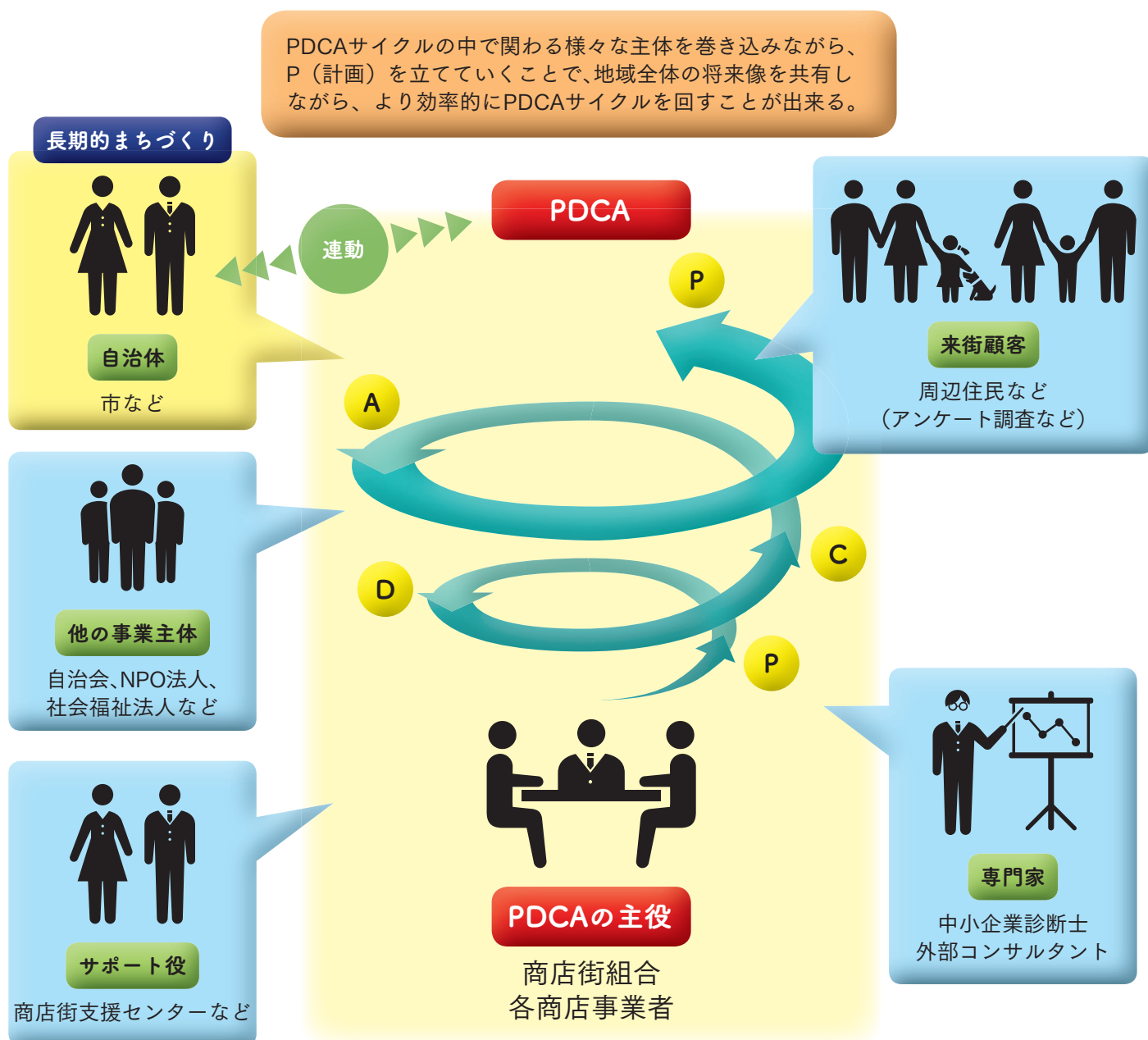


②多様な主体の巻き込み

商店街におけるPDCAサイクルにはそれぞれのステップに応じて、様々な主体が関係してきます。このため、最初の「計画（Plan）」の段階から、サイクルを担う主体として、商店街内部の事業者のみならず、行政や専門家（中小企業診断士など）など様々な主体を巻き込み、皆で議論をしながら商店街の将来像を考えることが、非常に重要です。

また、「計画（Plan）」や「評価（Check）」において、長期的・広域的な「まちづくり計画」との連動が重要となります。

【図表 多様な関連主体の「巻き込み」のイメージ】



3章 PDCAサイクルの運用方法とポイント

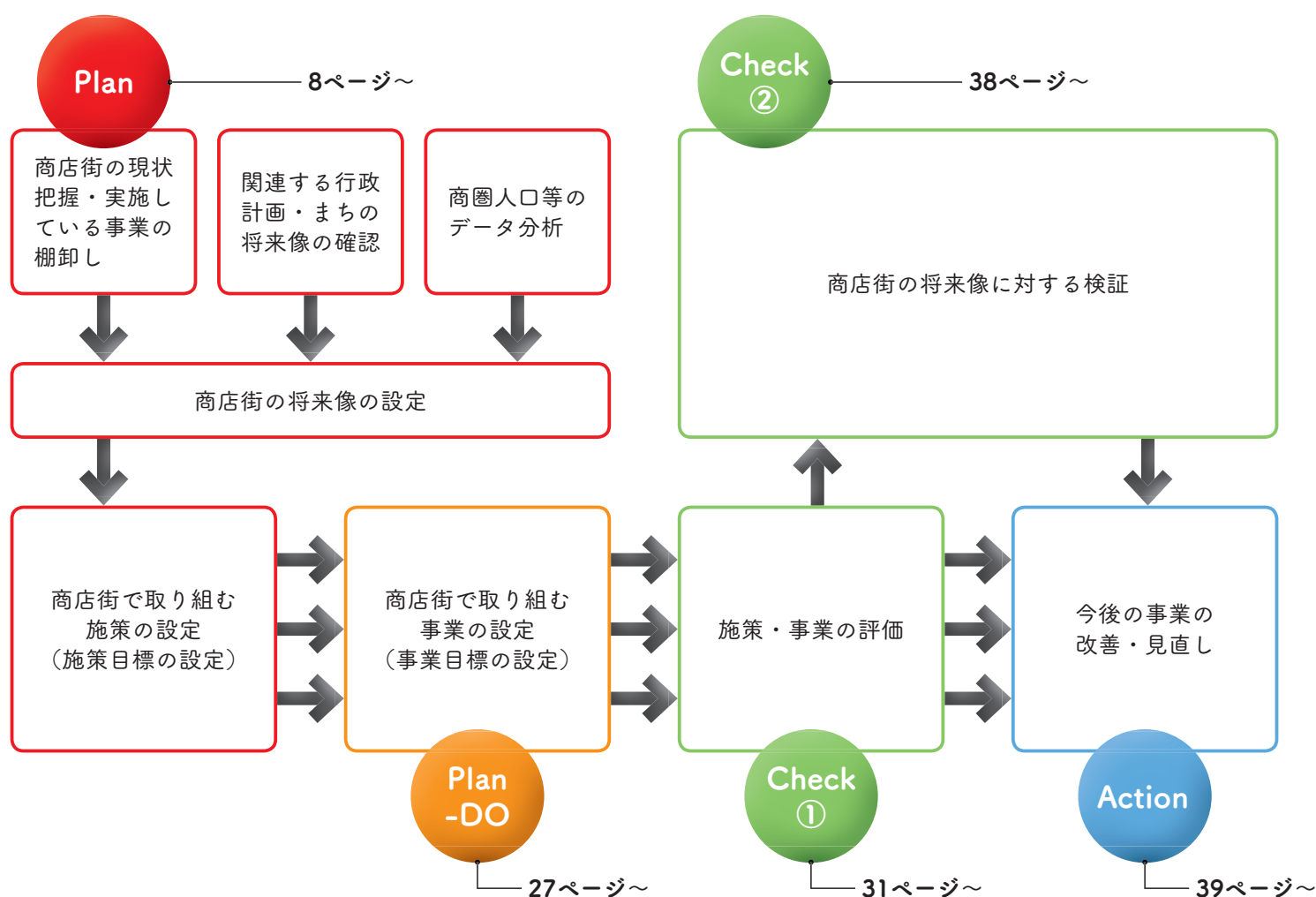
(1) PDCAサイクルの運用シートの構成

これまでに述べてきた「商店街活動におけるPDCAサイクル」を実施しながら、商店街の将来像を描き、共有するための有効なツールとして、商店街や地域の現状把握や、将来像実現のための事業体系・評価を見える化した「運用シート」を作成します。運用シートを作成することで、今後取り組むべき内容が明確になります。

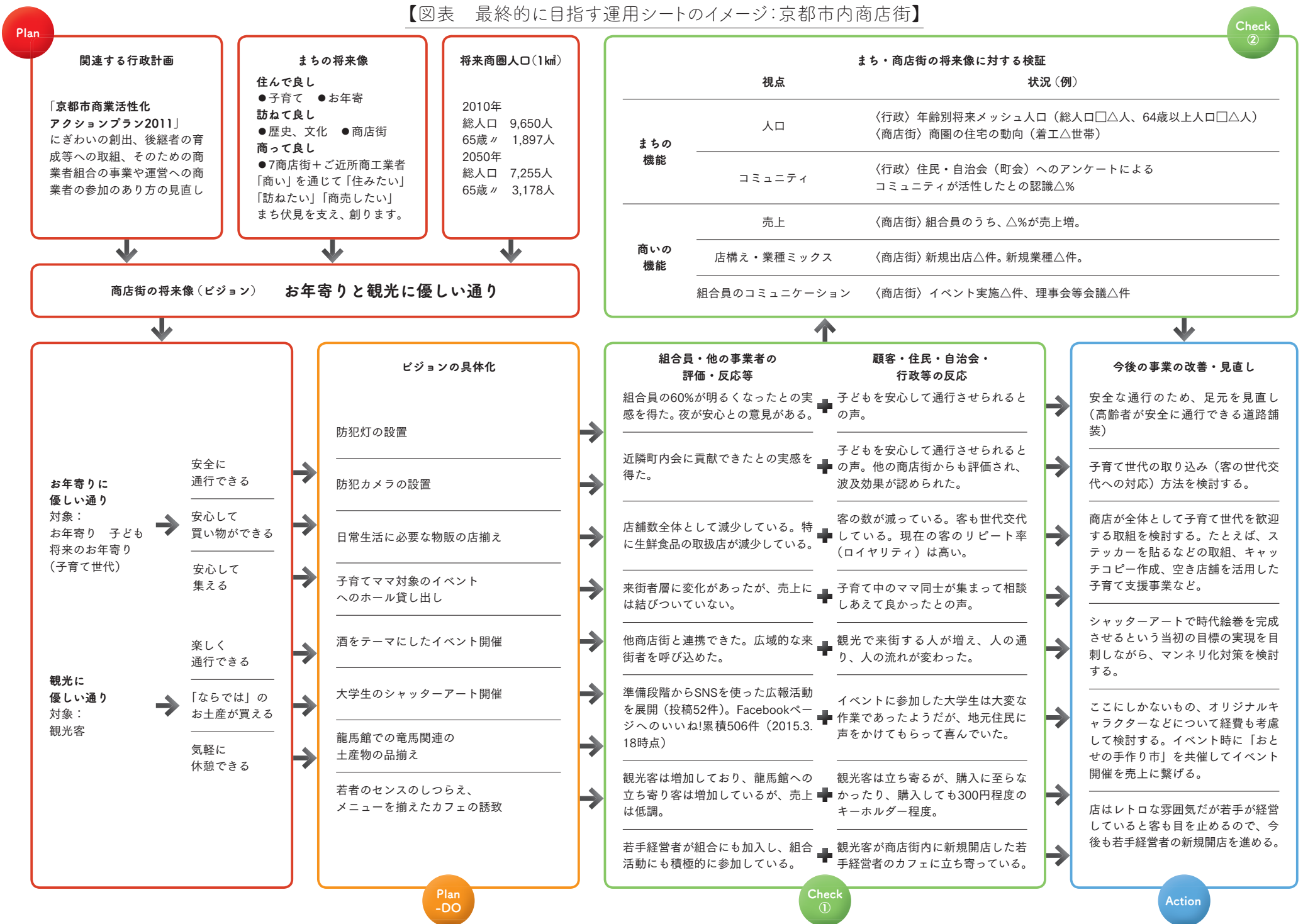
運用シートは、以下のような構成になります。

次の節からは、この運用シートをどのように作成していくかを「計画（Plan）」と「評価（Check）」に重点を置いて解説していきます。

【図表 運用シートの構成】



【図表 最終的に目指す運用シートのイメージ：京都市内商店街】



(2) 商店街の現状把握

商店街の将来像（ビジョン）を検討するには、商店街をとりまく環境や、商店街が取り組んできた事業などを把握しておく必要があります。

①立地環境や関係者の把握

まずは、商店街の立地環境等の現状を、定性的に把握します。具体的には、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、商店街のまち歩きマップ等を参考に、商店街内の公共施設やコミュニティ施設の立地状況、歴史・文化資源・観光資源の所在・背景、電車・バス等の近隣の公共交通の状況を把握します。公共施設やコミュニティ施設の関係者については、商店街の将来像（ビジョン）の検討に参加してもらうことも考えられます。歴史・文化資源・観光資源については、施策・事業のターゲットに観光客等を設定する場合に、所在・背景を把握しておくことで、通勤・通学の際に商店街を利用する顧客の行動イメージや商店街のアクセシビリティ等が明確になると考えられます。

また、アーケードや街路灯の設置等のハード整備の状況等を必要に応じて、先述の地図・マップに書き込むことで、現状を視覚的に明確にします。

👉 鹿児島県鹿児島市 宇宿商店街の事例

【図表 宇宿商店街マップ】



出所）鹿児島市宇宿商店街タウンガイド

⇒宇宿商店街では、商店街に関する情報をマップに落とし込みながら視覚的に把握している。

②商店街事業者の状況

次に、商店街が所有している資料から、商店街の顧客・事業者の現状を定量的に把握します。

来街者数、商圈人口等は、目標設定を行う上で、参考とすることができます。また、商店数、商店街の業種構成、開業商店数・廃業商店数等の変化（新陳代謝）、空き店舗数や、空き店舗の活用状況等は、商店街の課題・展開を考える際の参考とすることができます。

確認するデータは、各商店街の状況に応じて柔軟に設定して良いですが、例えば、「商店街自己診断手法調査研究」（財団法人流通経済研究所）の調査項目を参考にすると、下記データが考えられます。

【図表 商店街の現状を把握するためのデータ（顧客・事業者）（例）】

商店街の顧客の現状を 把握するためのデータ（例）	商店街の事業者の現状を 把握するためのデータ（例）
● 平日の来街者数 ● 週末の来街者数 ● 来街者数 ● 3年前の来街者数 ● 来街者増減率 ● 商圈人口 （後述の運用チェックリストでも再掲） ● 来街者比率	● 商店数 ● 商店街の業種構成 ● 事業者の年齢 ● 開業商店数 ● 廃業商店数 ● 空き店舗数 ● 空き店舗・家の活用状況 ● 商店数増減率 ● 開業率 ● 廃業率 ● 空き店舗率 ● 近隣居住の商店数 ● 居住率

※商店街自己診断手法調査研究を参考に記載

出所）財団法人流通経済研究所『商店街自己診断手法調査研究』平成11年3月

③商店街のこれまでの事業・取組の棚卸し

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、商店街関係者間で共有できるようにします。既に事業を整理している資料があれば、その資料を活用します。商店街の沿革として、過去に実施した特徴的な事業を整理している場合は、それも参考とし、ホームページや広報等で商店街の事業内容を発信している場合は、その内容も確認します。

事業の棚卸しを行うことで、今まで取り組んできた事業の内容をさらに掘り下げた事業を検討したり、今まで取り組んでこなかった事業領域を探したりするなど今後商店街で取り組む施策・事業を検討する際に参考となります。

👉長野県佐久市 岩村田本町商店街の事例

【事業の棚卸し例】

【商店街ホームページ上での 取り組み経緯の紹介例】



出所）佐久市岩村田本町商店街ホームページ

- 平成13年12月：アーケード・カラー舗装完成。
- 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「手造り・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。

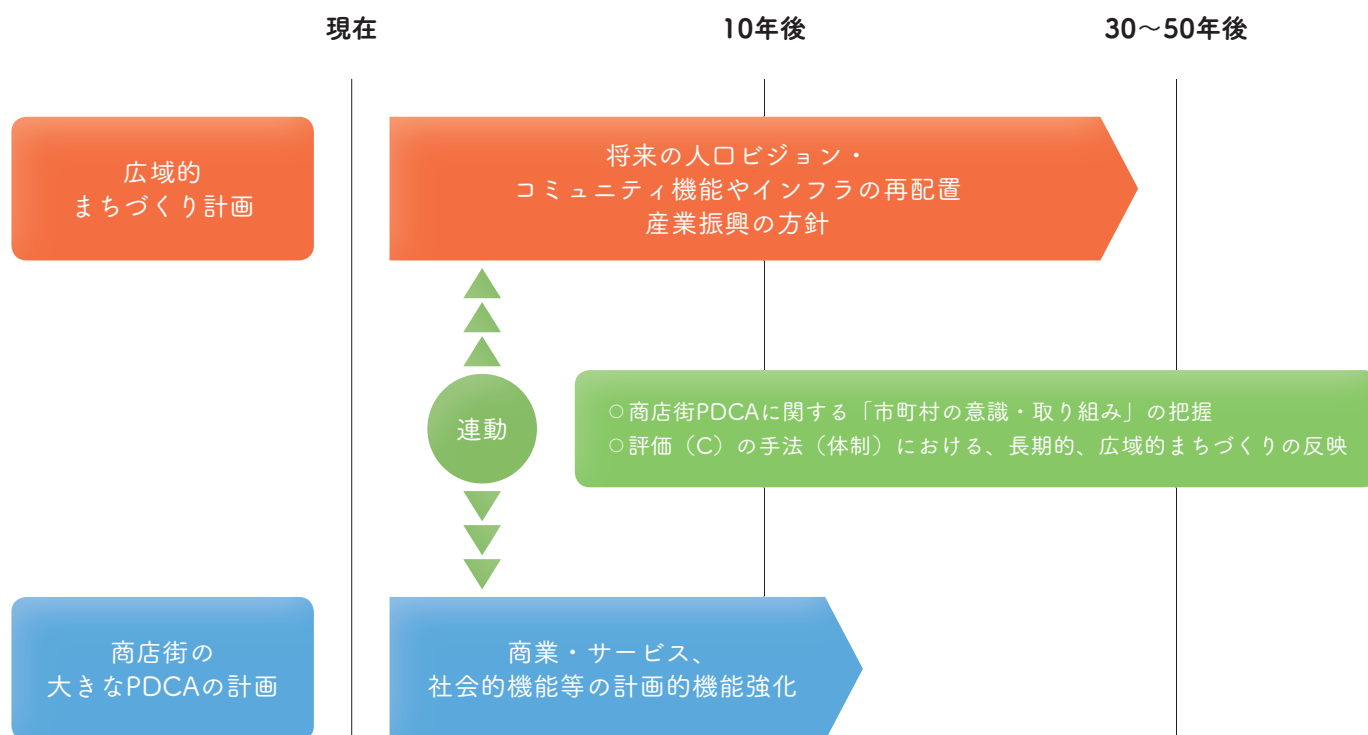
⇒これまでに取り組んできた主要な事業や特徴的なイベントをピックアップして、その経緯や実施内容、成果を整理し、ホームページ上で誰でも閲覧できるよう共有・発信している。

(3) 関連する行政計画・まちの将来像の確認

これからの商店街のあり方を検討し、長期的な将来像を描くためには、商店街を含む地域の長期的なまちづくり計画において商店街エリアがどのように位置づけられているか、行政が計画する人口配置や都市機能配置の中で商店街エリアがどのような機能を持つことが期待されているかを把握することが重要です。

関連する行政計画を整理し、市区町村（まち）の将来像を把握して、まちづくりと連動した「計画（Plan）」や「評価（Check）」を行うことで、より効果的な商店街振興を図ることができます。

【図表 広域的まちづくりと商店街PDCAとの連動イメージ】



①関連する行政計画の整理

商店街エリアを含む市区町村が策定している、まちづくりに関連した行政計画をピックアップします。

市町村の総合計画、人口ビジョンのほか、都市計画マスタープランや地域の包括的な支援・サービスの提供状況など、人口配置や都市機能配置に関連する行政の動きについて把握します。

【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

②関連箇所の抽出

ピックアップした行政文書のうち、商店街の振興方針・支援策など、商店街の将来像を検討するうえで関連する箇所を抽出します。（必要に応じて、自治体担当者から、行政計画に関する情報を提供してもらいます。）

抽出の際のポイントは、まちづくりの長期的な将来像（ビジョン）に関する記述や、長期的な都市計画における市区町村のエリアごとの人口配置、都市機能配置に関する記述に着目することです。

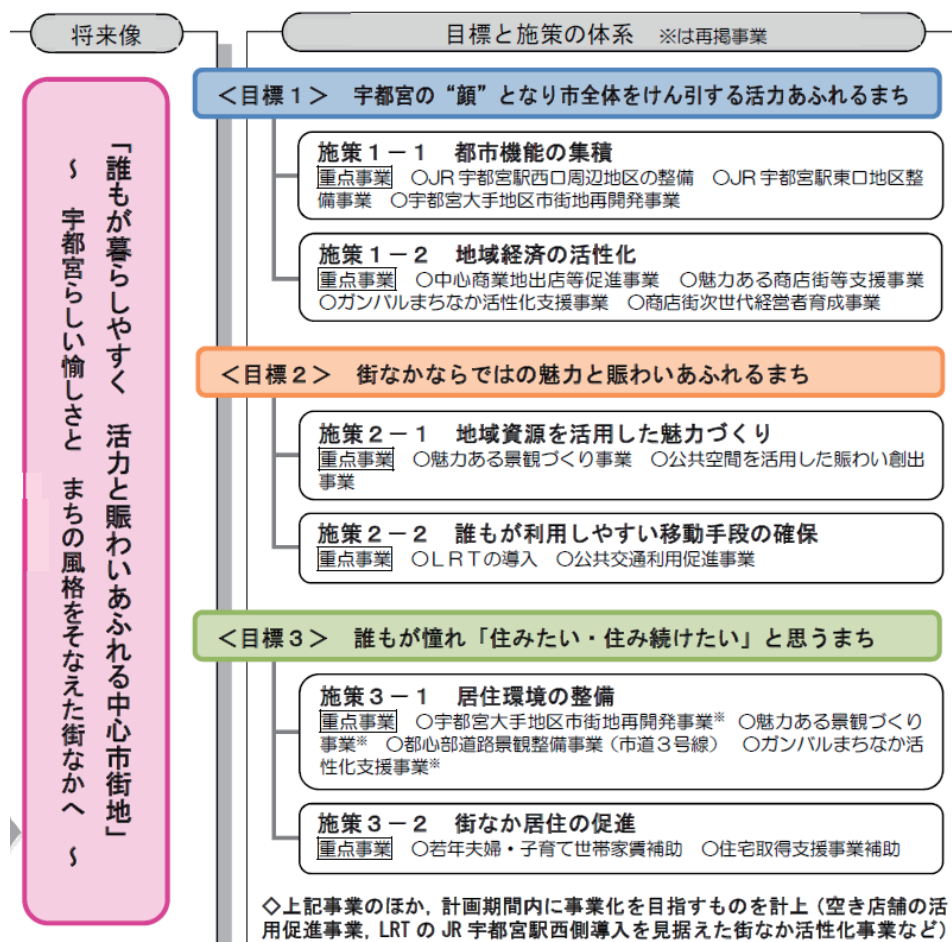
③行政計画における商店街の位置づけを把握

抽出した行政計画から市町村（まち）の将来像を確認し、商店街がどのように位置づけられるか確認します。

👉 栃木県宇都宮市 オリオン通り商店街の事例

【第2期宇都宮市中心市街地活性化基本計画（平成27年3月）】

〈中心市街地活性化の目標〉



⇒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します。

⇒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ました。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ます。

〈中心市街地活性化事業の実施箇所とエリアごとの機能配置〉



⇒オリオン通りはちょうど「リーディングエリア」内に位置しており、中心市街地活性化において、商業・交流の拠点として「賑わいの中心となる重要なエリア」であると位置づけられています。

(4) 商圈人口等のデータ分析

PDCAサイクルの運用のためのデータチェックリストを作り、商圈人口をはじめ、将来像の検討や目標設定に関わるデータを確認します。特に「計画（Plan）」づくりの際に、施策体系の各施策目標（商業、観光、コミュニティ）に沿って、商店街周辺地域を分析していくことで、データに基づいたより確かな計画づくりに結びつきます。

商店街周辺のデータには、統計データとして入手可能なもの、商店街が独自に調査等を行って収集するものがあります。各商店街が計画づくりにあたって分析したい商店街周辺地域のデータをリスト化し一つ一つ分析します。（チェックリスト作成の際は、巻末付録にある「PDCAサイクル運用のための分析データ一覧」を参考にしてください。）

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して実施します。

【図表 データリストのイメージ（例）】

データ チェックリスト	出所	データの確認状況	データの読み取り方
商圈人口	国土交通省「国土数値情報 将来人口推計（2010年・ 2050年）」	●人（2010年） ●人（2050年）	●2つの年次の増減を比較する ●増減の顕著な場所を把握する
高齢人口 （65歳以上）	国土交通省「国土数値情報 将来人口推計（2010年・ 2050年）」	●人（2010年） ●人（2050年）	●2つの年次の増減を比較する ●増減の顕著な場所を把握する
若年人口 （0～14歳）	国土交通省「国土数値情報 将来人口推計（2010年・ 2050年）」	●人（2010年） ●人（2050年）	●2つの年次の増減を比較する ●増減の顕著な場所を把握する
人口当たり売上 （収入）金額	経済産業省「経済センサス ー活動調査」	●円	●市平均と大小を比較する ●売上の分布を把握する
商店街の競合有無 （業種の構成）	経済産業省「経済センサス ー活動調査」	競合が多い業種：●業 競合が少ない業種：●業	●商圈における競合の立地を 把握する

商圈人口を分析する場合は、具体的なデータとして、商圈における高齢人口・若年人口、人口当たり売上（収入）金額、商店街の競合有無等が分析の対象となります。

以下では、データ分析の事例として、メッシュデータの作成と、RESAS（地域経済分析システム）を用いた分析例をご紹介します。

①メッシュデータの作成

✓ 商圈人口の分析

商圈における現在及び将来の総人口・高齢者人口の分布等を把握します。

〈データ分析の目的〉

- 商店街（商い／事業）の視点とまち・地域の視点をもって、当該商店街の商圈における潜在顧客のボリュームと特性を把握するため、市の将来人口とともに当該商店街の商圈の将来人口を総人口及び高齢者人口の人口2区分で1kmメッシュで把握します。

〈データの作成方法〉

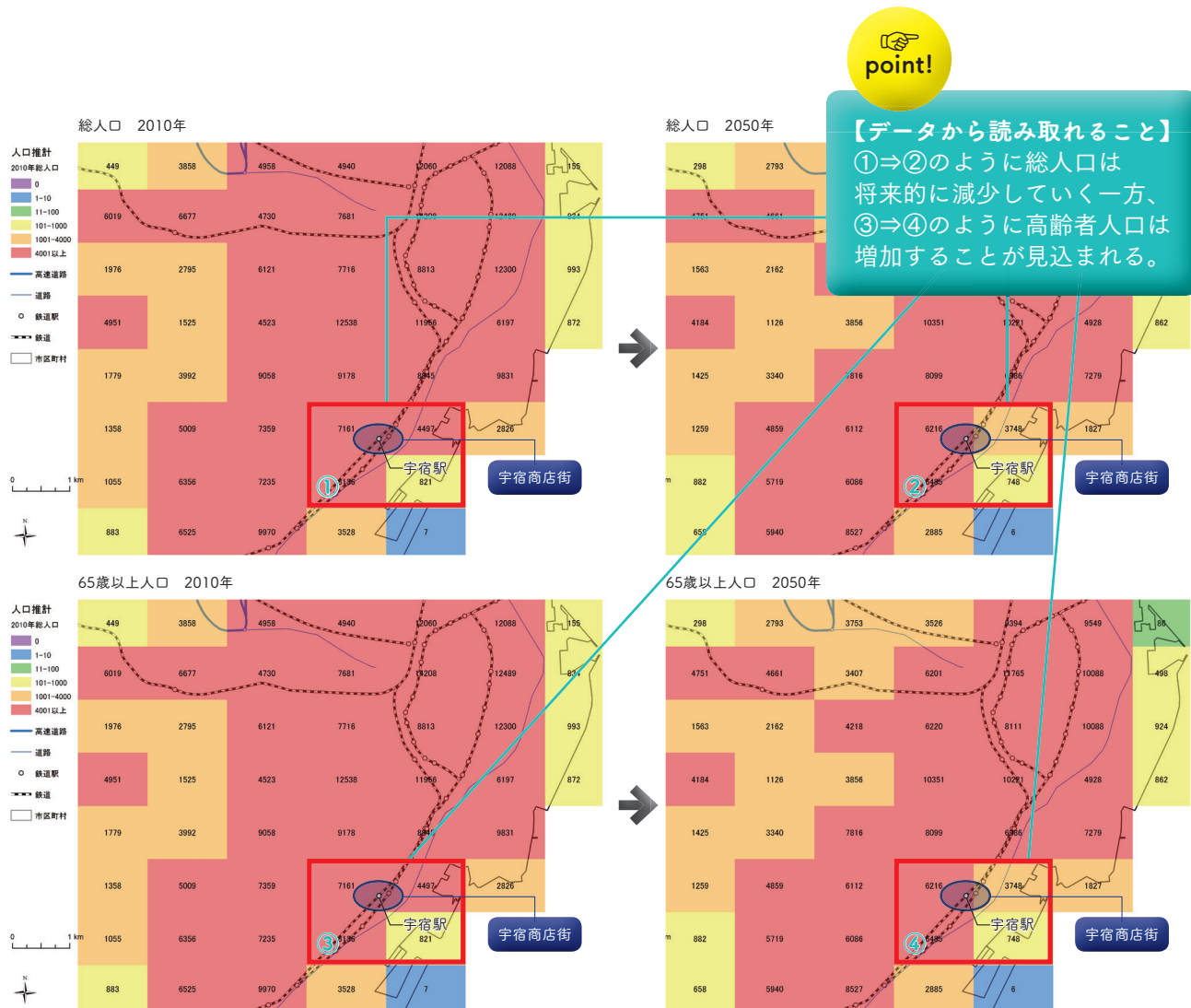
- 国土交通省が提供する「国土数値情報 将来推計人口メッシュ（国政局推計）」について、総人口と高齢者人口をダウンロードし、GISソフトを使って、市域内において1kmメッシュ単位で地図に落とし込みます。
- また、当該商店街が含まれるメッシュを特定し、周辺のメッシュを含めて数値を落とし込みます。

〈データの分析方法〉

- 市全体の人口の重心を確認するとともに、当該商店街周辺地域の位置づけを確認します。
- 2010年総人口に対して2050年総人口がどのように変化（増減）するか確認します。
- 総人口の増減に対して、高齢者（65歳以上）人口がどのように変化（増減）するか確認します。
- 潜在顧客のボリュームがどのように変化するか、また潜在顧客の特性（質、年齢構成）がどのように変化するかを踏まえながら、商店街の将来像を描きます。また、商店街に必要な店舗数、店舗構成等を検討します。

👉 鹿児島県鹿児島市 宇宿商店街の事例

【図表 宇宿商店街周辺の1kmメッシュ人口推計(2010⇒2050)】

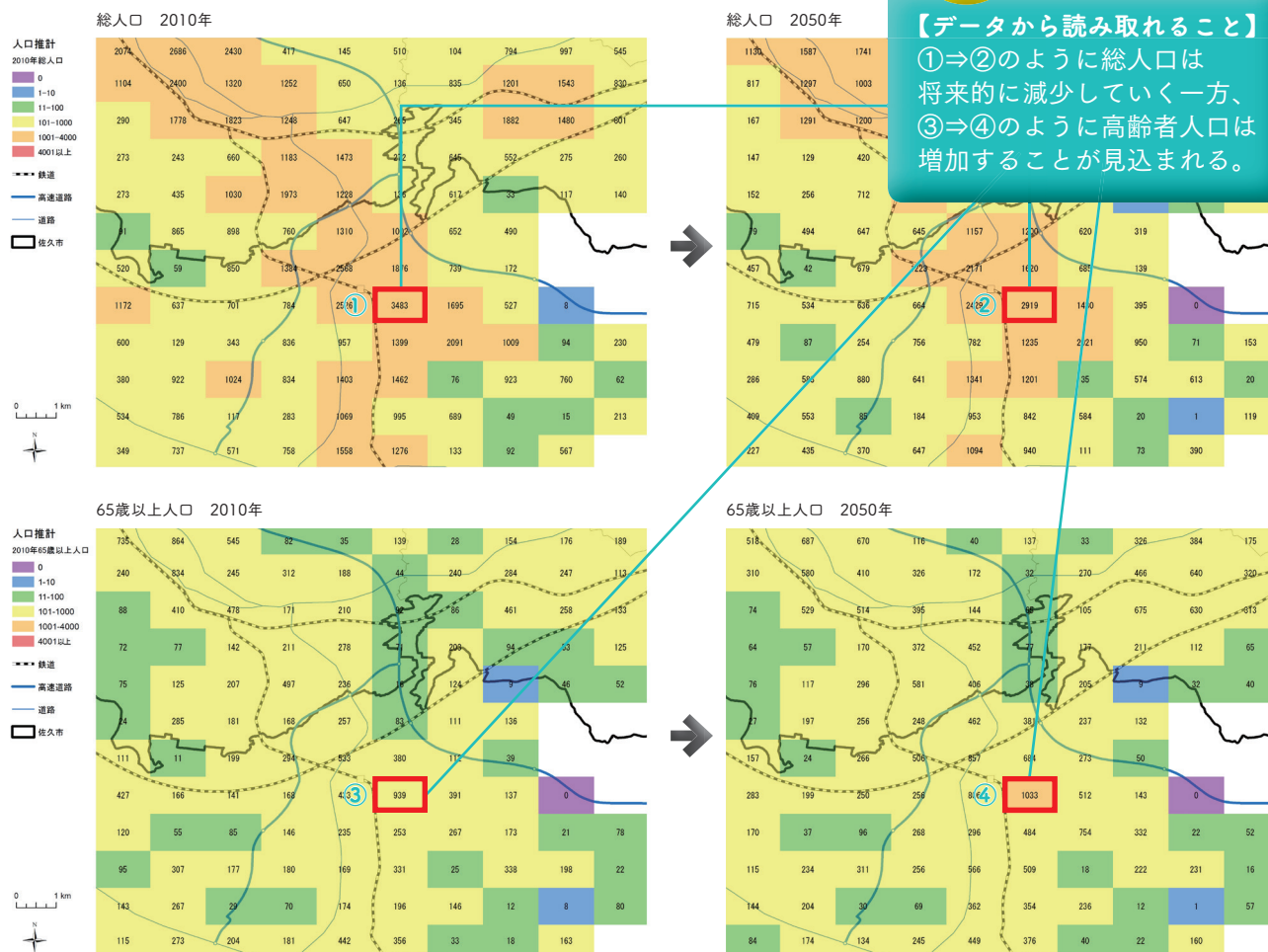


⇒宇宿商店街周辺の半径1km地域（赤枠部分の1kmメッシュ4枚分の総和）において、総人口は2010年の20615人から2050年の17197人と減少しています（17%減少）。一方で、65歳以上人口を対象とすると、2010年の3715人から2050年の6951人へと増加しています（87%増加）。結果的に、商店街の商圈人口が縮小しつつ、高齢者の比率が大きく増加します（高齢化率は2010年の18%から2050年の40%に増加）。

したがって、高齢者が徒歩圏内で買い物をするための商店街の重要性がより高まり、商店街内の店舗構成やサービス展開の方向性においても、この人口構造の変化を見据えた計画を立てる必要があります。（例えば、医療・福祉サービスを充実させる等。）

👉長野県佐久市 岩村田本町商店街の事例

【図表 岩村田本町商店街周辺の1Kmメッシュ人口推計(2010⇒2050)】



⇒岩村田本町商店街の事例においては、人口の計算を商店街周辺の半径500m以内（赤枠部分の1kmメッシュ1枚分）を対象として人口の推移を見ています。

人口を集計しその推移を評価する地理範囲は、商店街が将来ターゲットとする商圏の大きさによって変えることができます。

✓経済センサス-活動調査による売上高の分析

商圈における現在の売上（収入）金額の分布等を把握します。

〈データ分析の目的〉

- 商店街の商い機能を商圈人口に適した形にするため、売上、店揃え・業種ミックス等の観点で評価する（現状を把握する）ため、市および当該商店街の商圈の個人向け小売・サービスの売上（収入）金額を1kmメッシュで把握します。

〈データの作成方法〉

- 経済センサス-活動調査を、目的外利用申請するなどして個店単位の住所情報とともに入手し、緯度・経度から、GISソフトを用いて、市域内において1kmメッシュ単位で売上（収入）金額を地図に落とし込みます。
- また、当該商店街が含まれるメッシュを特定し、周辺のメッシュを含めて数値を落とし込みます。
- メッシュごとに集計された売上データをもとに色分けを行い、エリアごとの売り上げの大小を視覚化します。色分けの仕方は、単純に等間隔で売上金額のしきい値を設定していく方法と、市全体の平均値を算出し、それに対する比率をしきい値としていく方法があります。

ポイント

- 売り上げの集計は以下の二つの観点から行います。

A) 「総売上」と「人口当たり売上」の集計

各メッシュ内に含まれる事業所の売上データを集計した「総売上」データと、それらを①商圈人口の分析で用いたメッシュあたり人口で割った「人口当たり売上」をそれぞれ集計します。

B) 業種ごとの集計

商店街が将来ビジョンに基づいてこれからの商品・サービス展開を計画するための参考データとするために、「日本標準産業分類」に基づいて「小売業」、「飲食業」、「サービス業」、「医療・福祉サービス業」など特定の業種を対象としたメッシュ集計を行います。各業種を全て総合した「個人向け小売り・サービス業」の売上についても集計を行うこともできます。

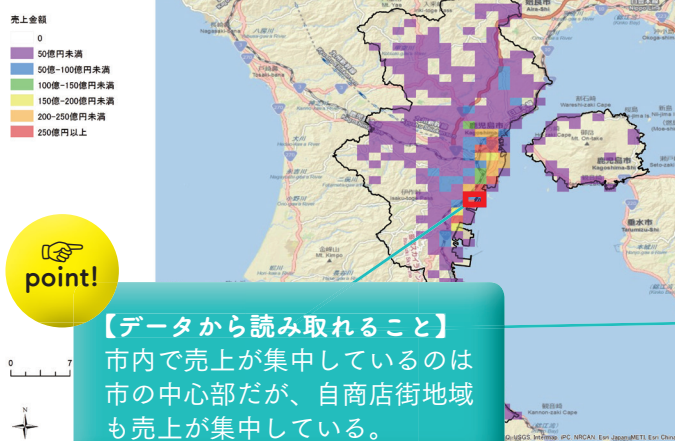
〈データの分析方法〉

- 市域全体、あるいは商店街周辺エリアの範囲で見たときに、個人向けの小売・サービス業の総売上金額がどのエリアに集中しているかを確認するとともに、当該商店街周辺地域の位置づけを確認します。
- 当該商店街の商圈における人口当たり売上（収入）金額が、市平均と比較して高い低いかを確認し、目標設定や効果評価に活用します。
- 当該1km四方に含まれる業種の構成を確認して、潜在顧客のボリュームや特性（質）に対して、最適な店舗数、業種ミックスになっているか確認し、目標とする店舗数、業種構成を設定します。

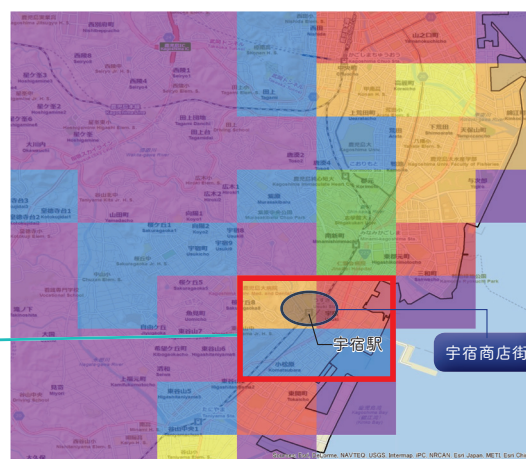
👉 鹿児島県鹿児島市 宇宿商店街の事例

【図表 経済センサス売上（収入）金額分布（鹿児島市全域：2012年）1kmメッシュ】

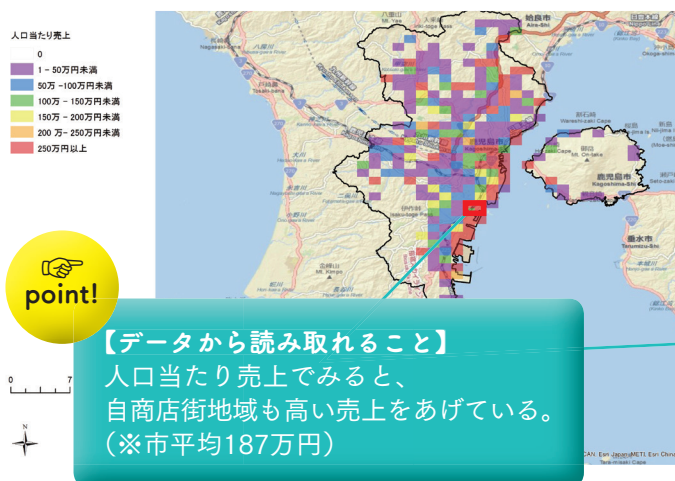
経済センサス売上（収入）
金額分布（鹿児島市全域：2012年）1kmメッシュ



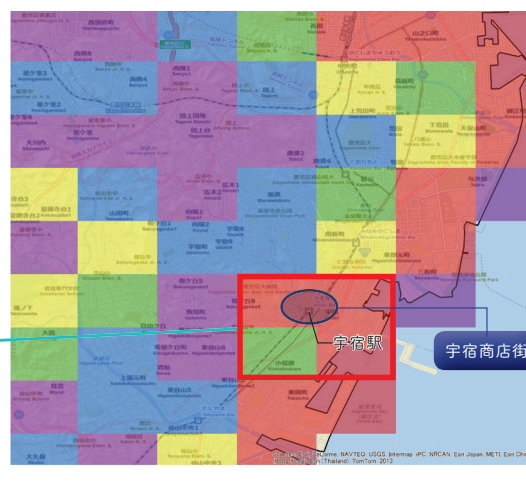
経済センサス売上（収入）
金額分布（宇宿周辺：2012年）1kmメッシュ



人口当たり経済センサス売上（収入）
金額分布（鹿児島市全域：2012年）1kmメッシュ



人口当たり経済センサス売上（収入）
金額分布（宇宿周辺：2012年）1kmメッシュ



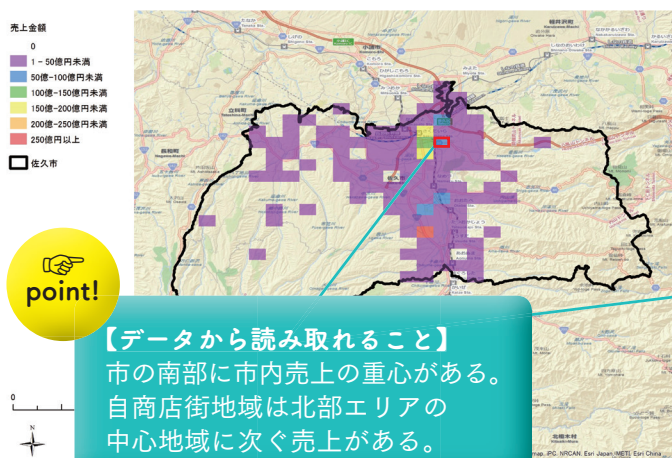
⇒宇宿商店街を含む鹿児島県鹿児島市においては「個人向け小売り・サービス業」の総売上金額の重心が市中心部にありますが、人口当たり売上を見ると商店街地域も高い売上を上げています。つまり、商店街周辺エリア以外の地域からの集客ができているということを示唆しています。

👉長野県佐久市 岩村田本町商店街の事例

【図表 経済センサス売上（収入）金額分布（佐久市全域：2012年）1kmメッシュ】

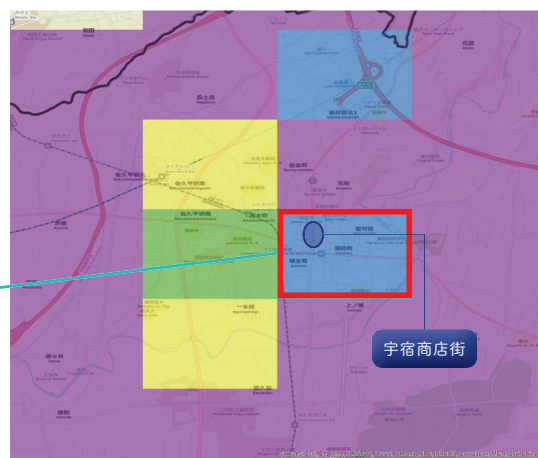
経済センサス売上（収入）

金額分布（佐久市全域：2012年）1kmメッシュ



経済センサス売上（収入）

金額分布（岩村田周辺：2012年）1kmメッシュ



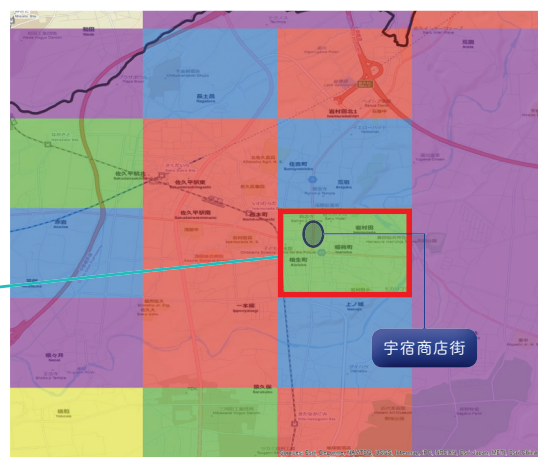
人口当たり経済センサス売上（収入）

金額分布（佐久市全域：2012年）1kmメッシュ



人口当たり経済センサス売上（収入）

金額分布（岩村田周辺：2012年）1kmメッシュ



⇒岩村田本町商店街のある長野県佐久市においては、「個人向け小売り・サービス業」の総売上金額の重心が市南部にあり、自商店街地域は北部の中心地域に次ぐ売上があります。しかし、人口当たり売上を見ると北部エリアの中心市地域が高い数値を示す一方で、自商店街地域は市平均を下回っています。つまり、住民一人あたりの売上が、北部の中心地域に流出している可能性があることが示唆されています。

②RESAS（地域経済分析システム）の活用

✓ RESASによる流動人口の分析

商圈における滞留人口の分布等を把握します。

〈データ分析の目的〉

- 商店街の商圈における「人の流れ」を分析するため、年月別・平日or休日別・時間別の滞留人口（ある地点に滞留している人の合計値）を、500mメッシュで把握します。
- RESASによる滞留人口の分析によって、ある一時点において、対象エリアの中のどの部分に人が集中しているのかを、比較的容易に可視化することができます。
① 商圈人口では「そこに住んでいる人」しかとらえられませんでした。RESASでは「そこに訪れている人」を把握することが可能です。
- また、特定のエリアの滞留人口を時系列に沿って追うことで、月ごと、時間ごとの、その地域にいる人の増減を把握することができ、「どのタイミングにそのエリアを訪問・通過する人が多いのか」をとらえることができます。

〈データの作成方法〉

- RESAS TOPページ>観光マップ>メッシュ分析（流動人口）にアクセスし、マップ上に分析したいエリアを表示します。（位置、縮尺等は調整可能。）
（参考）RESASホームページ：<http://resas.go.jp/#/13/13101>
- 表示したい年・月・時間・平日か土日か、等の条件を設定し、メッシュを読み込みます。
- 特定の区画を設定することで、その区画内の滞留人口の時系列推移のグラフを表示します。



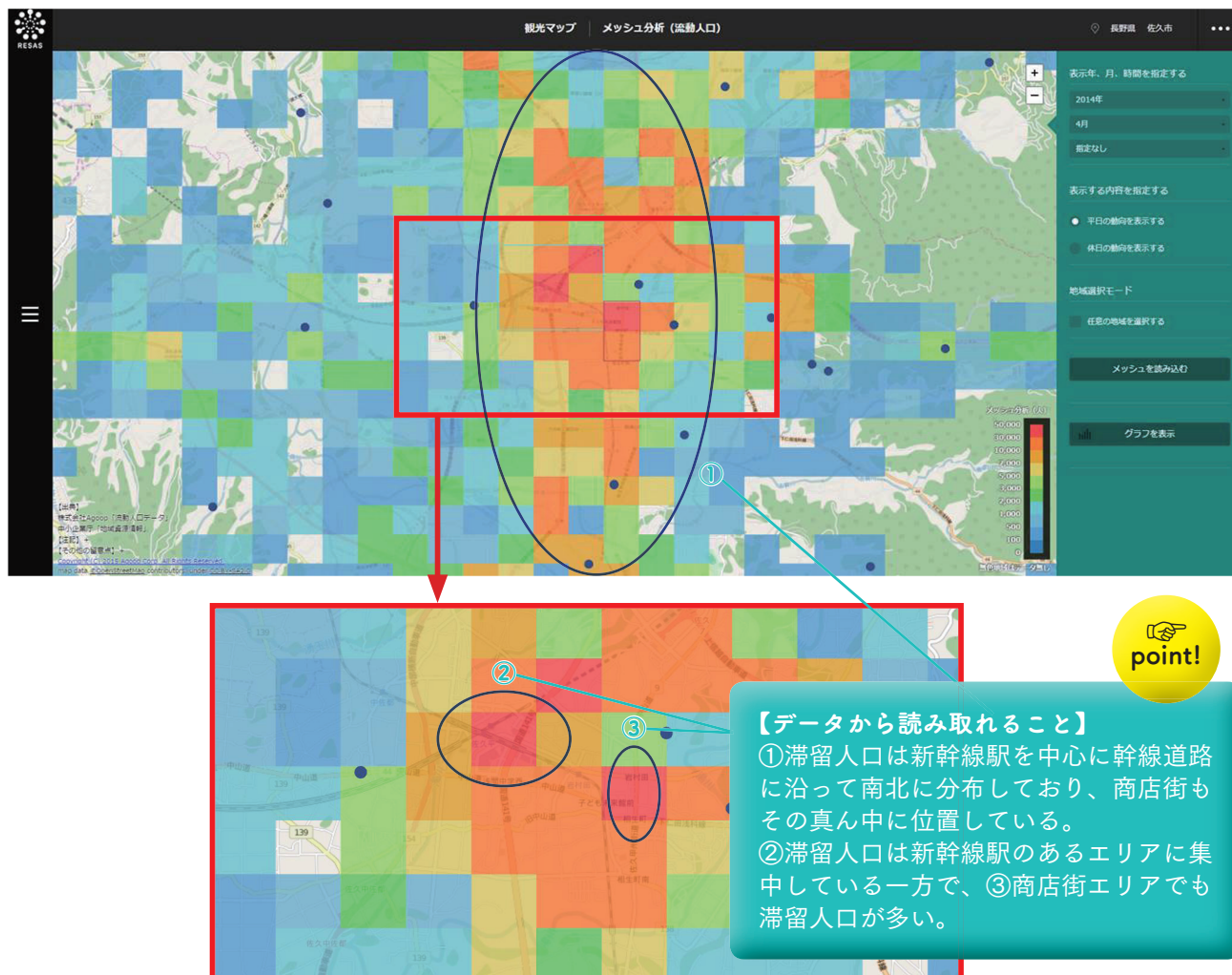
〈データの分析方法〉

- 平日・土日別、時間帯別に、市のどのエリアに人が滞留しているのかを確認し、商圈の広がりや、当該商店街周辺地域の位置づけを確認します。
- 商店街周辺地域の滞留人口を時系列に沿って把握し、集客ボリュームのある季節、時間帯を明らかにし、今後の販売促進戦略に活用します。
- 現在の商店街周辺地域の滞留人口をもとに、将来の滞留人口の増加目標を設定します。

※流動人口は、情報提供の事前承諾を得て、スマートフォンアプリ利用者の位置情報を年・月・時間単位、平日・休日別に集計し、その値について、国勢調査の人口を基に推計を行ったものです。（データ元は、〈株式会社Agoop「流動人口データ」(2013年3月～2015年6月)〉）。

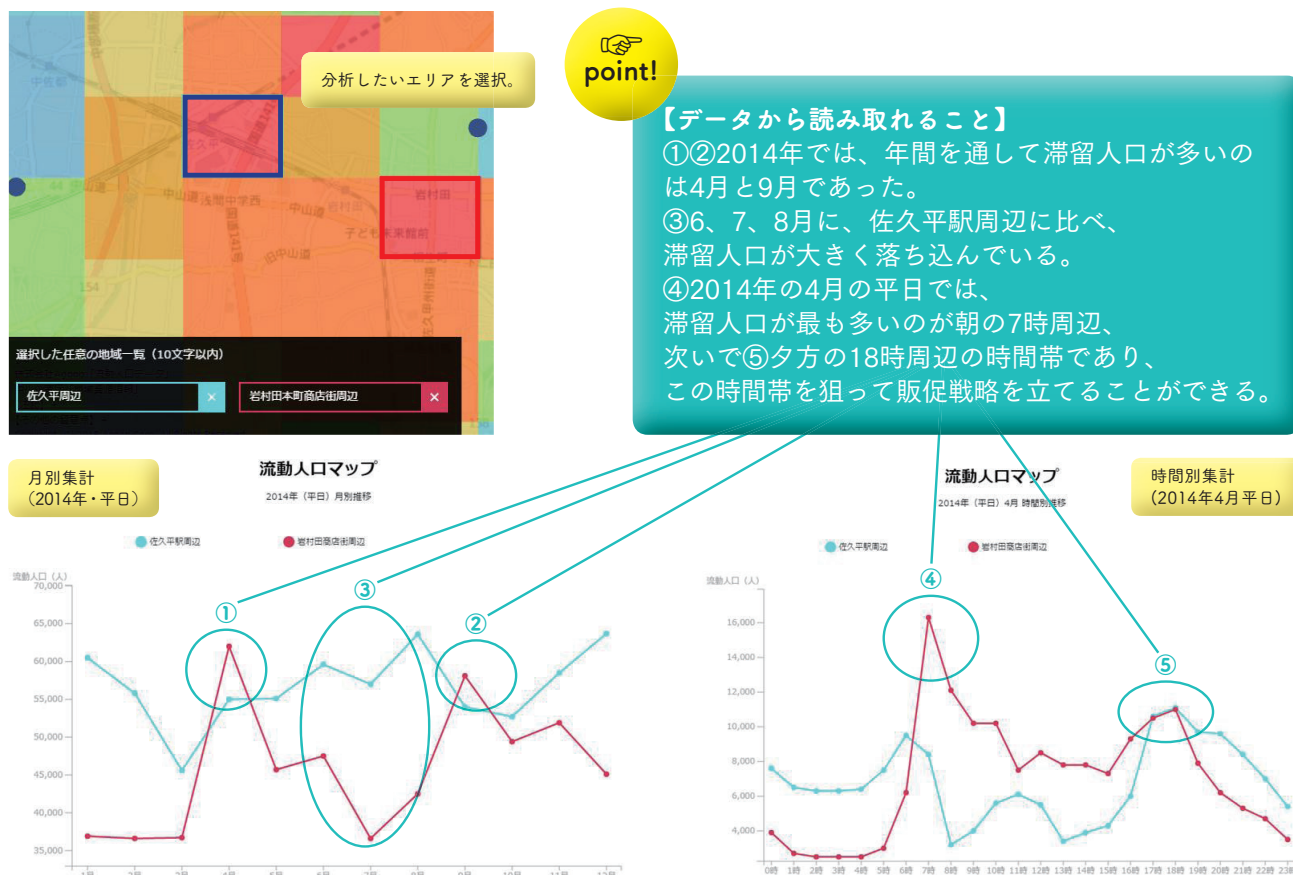
👉長野県佐久市 岩村田本町商店街の事例

【図表 長野県佐久市岩村田本町商店街周辺の500mメッシュ滞留人口（2014年4月平日）】



⇒長野県佐久市の岩村田本町商店街周辺を見ると、新幹線が通過し、交通の要である佐久平駅周辺において滞留人口が多くなっている。一方で、商店街エリアにおいても滞留人口が多くなっており、このエリアを訪問・通過する人が多いことが分かる。

【図表 長野県佐久市岩村田本町商店街周辺の滞留人口の月別・時間別推移】



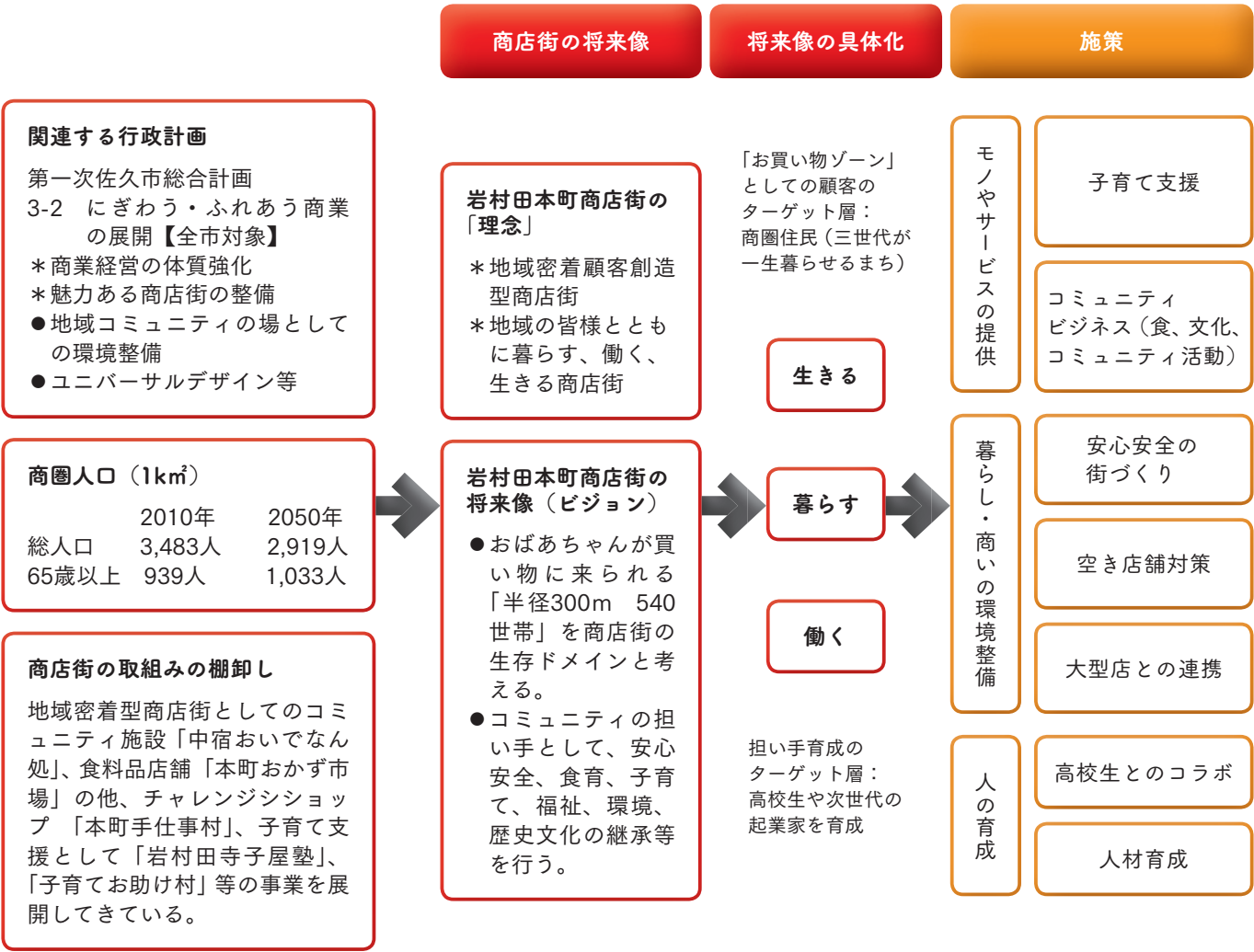
⇒特定のエリア（上の例では佐久平駅周辺と、岩村田本町商店街周辺）に絞って、滞留人口の月別推移・時間別推移を見ることができます。月別で見ると4月、9月に高くなっており、時間別にみると朝と夕方（通勤、通学時間帯）にかけて滞留人口が多くなっている。これらの分析を、商品・サービス展開や販売活動などを計画するための参考としていきます。

(5) 商店街の将来像の設定と施策の体系化

これまで（２）から（４）までで確認してきた行政計画・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、こども、子育て世代等）や商圈（例：半径300m等）を想定し、商店街としての将来像を設定します。将来像の設定にあたっては住民のニーズを把握し、マーケティングを行うため、アンケート調査を実施するのも効果的です（アンケートの実施方法については（９）①に記載）。

次に設定された将来像を実現するために必要な施策を体系的に設定します。これまで実施していなかったことも含めて、必要と思われる施策を挙げて整理します。

【図表 将来像の設定～施策の設定例】長野県佐久市岩村田本町商店街





(6) 取り組み事業の検討

施策体系にそって、商店街で実施する事業を検討します。実施している事業と今後実施予定の事業は分けて検討します。

①既存事業の検討

実施している事業（(2) ③で棚卸しした事業）については、施策体系のどこに位置づくのかを検討したうえで、書き込みます。

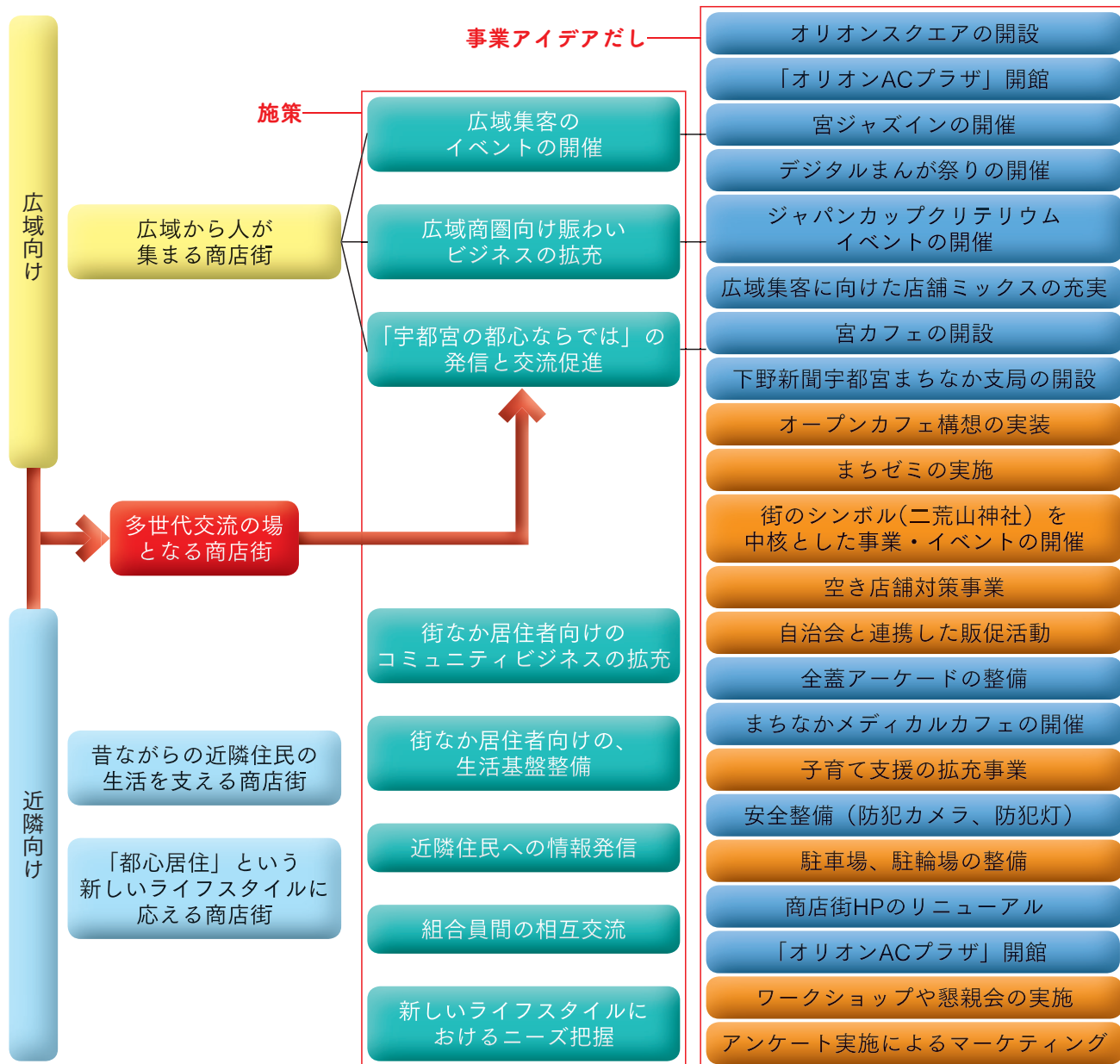
②新規事業の検討

(5) で挙げた施策を実現するために必要な事業を出し合い、実施可能性や効果の面から新たに取り組む事業を検討します。実施すべき事業は各商店街の状況によって異なりますが、以下の施策と事業の例や他の商店街の事業を参考にすることもできます。

【図表 施策、事業の例】

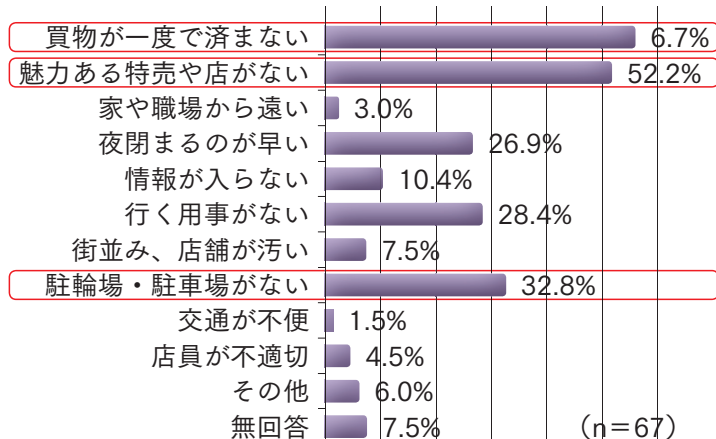
施策テーマ (例)	施策(例)	事業(例)
安心・安全	安全な通行の実現 安心な買い物の実現	防犯灯、防犯カメラの設置 商店街まるごと子供110番、 小学生レスキュー大声コンテスト開催 日常生活に必要な物販の店揃え
経済活性化	コミュニティビジネスの振興 空き店舗対策 大型店との連携	コミュニティスペースの設置 マルシェの開催 空き店舗を活用した事業振興 ポイントカードの相互運用 大手スーパーと共同イベント開催
少子・高齢化	街育支援 子育て支援 高齢者の見守り	子育て支援室開設 子育て情報を掲載したミニコミ誌の発行 まちの駅設置と案内人の配置 見守り携帯電話導入 見守り健康相談室の開設 健康づくり体操教室の開催 メール配信等の見守りサービス
人材育成	高校生とのコラボ 企業家の育成	各種コラボイベントの開催 企業家育成塾の開催
観光振興	楽しく通行できる商店街づくり 「ならでは」のお土産が買える商店街づくり 気軽に休憩できる商店街づくり	大学生のシャッターアート開催 地域の特産品をテーマにしたイベント開催 地域特有の文化、歴史に関する土産物の品揃え 若者向けのカフェの誘致
環境負荷軽減	エコ環境・環境美化のまちづくり	街灯のLED化、エコステーション設置 エコバック配布
コミュニティ	地域内交流の促進	各種域内交流イベントの開催

👉 栃木県宇都宮市 オリオン通り商店街の事例



アンケート結果

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60%



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

■ これまでに実施してきた事業

■ 新しく実施する事業

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

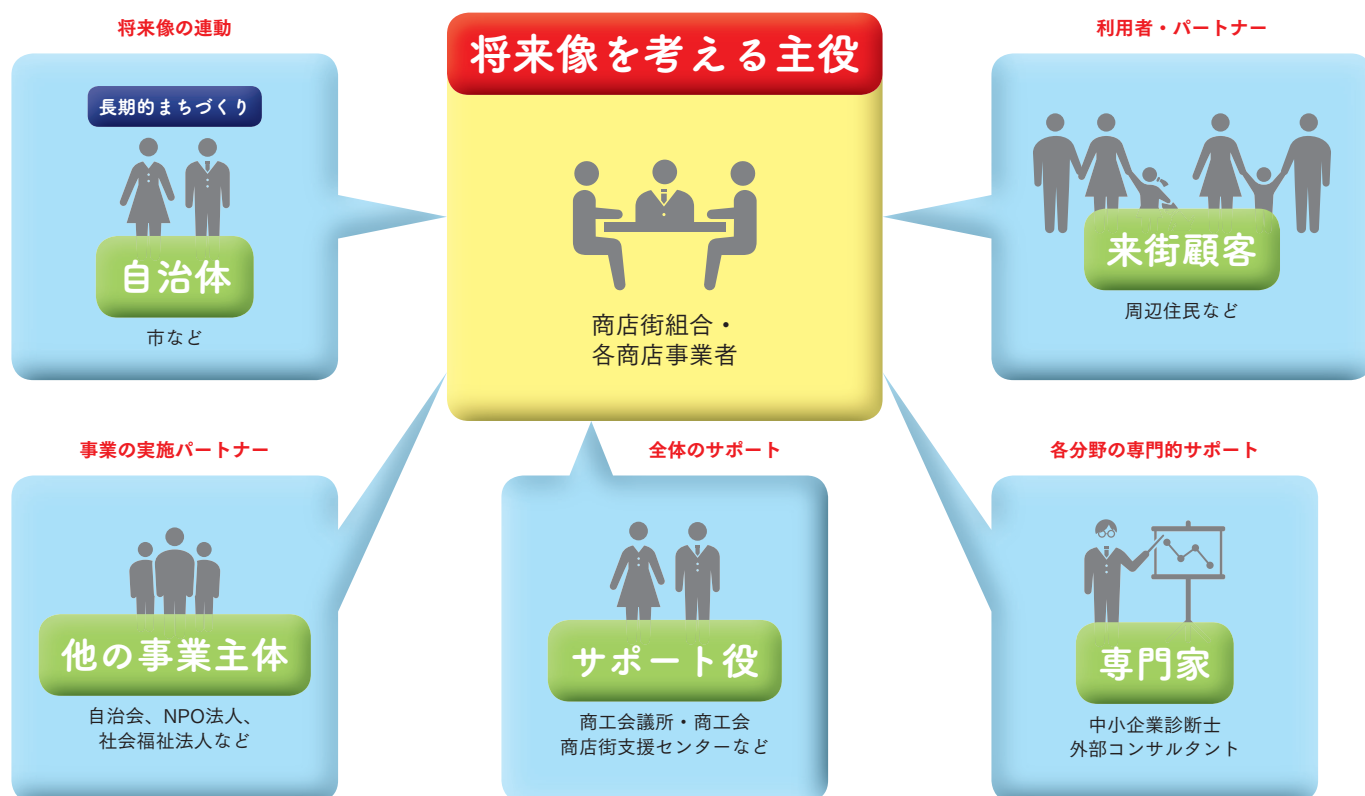
⇒オリオン通り商店街では商店街の将来像、商店街として実施する施策に基づき、各施策に沿った事業を検討しています。住民ニーズ把握のためのアンケートを実施し、結果を新規事業アイデアとして盛り込んでいます。

(7) 事業の重点化、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、(6) で出し合った取り組み事業アイデアの重点化・優先順位づけを行います。

必要に応じて、(5) で設定した施策や将来像をより絞り込んだ、実現性の高いものに見直します。

自治体や専門化など、商店街メンバー以外の知見も活用することがポイントです。





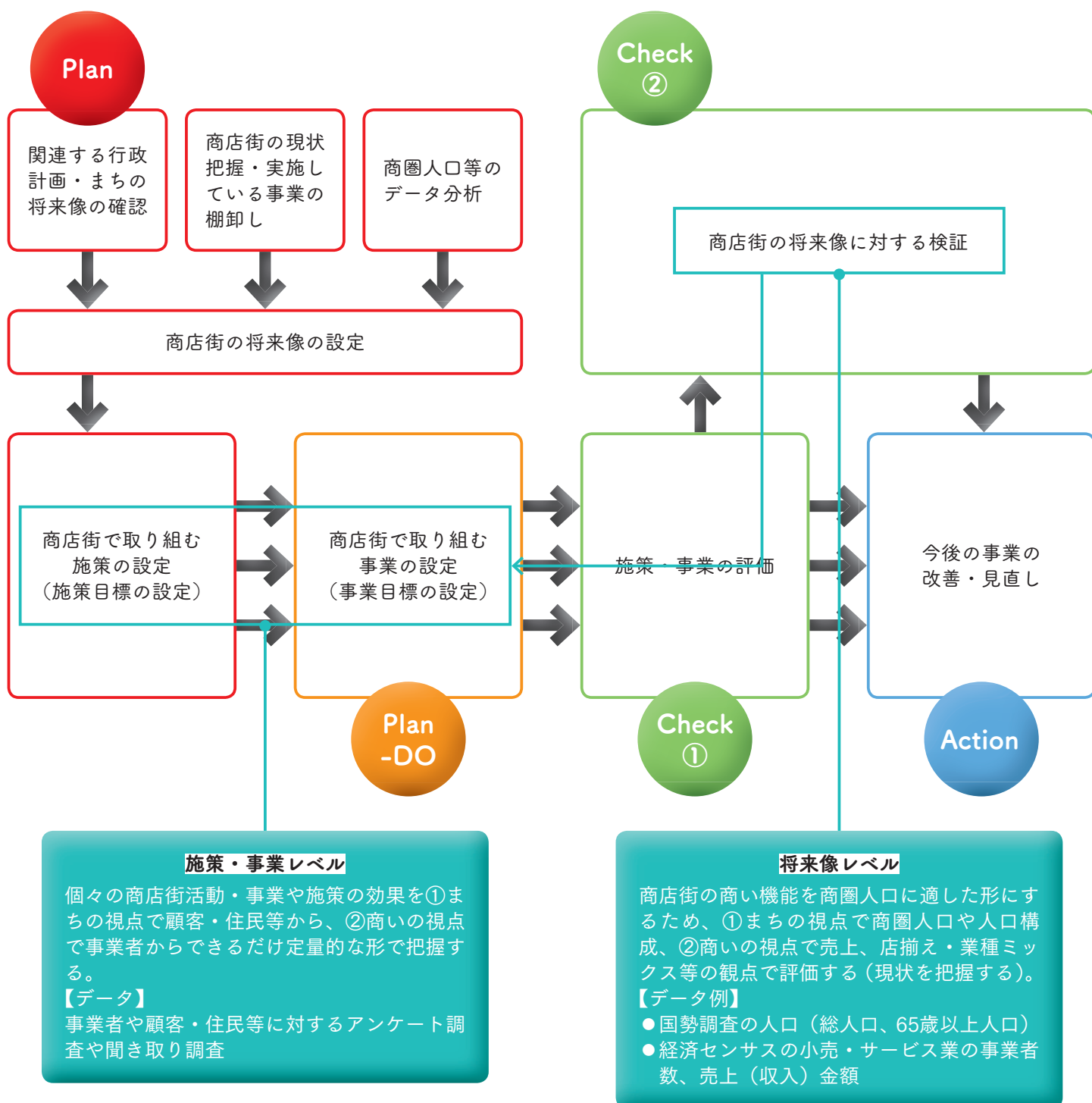
(8) 施策目標・事業目標の設定

ここまでの「計画 (Plan)」→「実行 (Do)」のステップを経て実施された施策・事業については、「適切に実施されてきたか」、「実施した結果どのような効果があったか」をきちんと評価し検証する必要があります。

そのために、計画の段階で施策・事業の評価を行うための目標の設定を行います。施策・事業の評価は、「商店街（商い）／自己」と「まち／関係者」の二つの視点から実施し、両視点を踏まえて、目標を設定します。

目標はできるだけ数値化して設定します【(例) 組合員／住民の〇割が賛成／肯定／満足、イベント参加者数〇名 等】。

【図表 商店街/自己評価とまち/関係者評価の視点からの目標設定イメージ】



【図表 施策例と対応する効果測定指標例、事業例と対応する効果測定指標例】

施策テーマ	施策（例）	施策に対する効果の測定指標（例）	事業（例）	事業に対する効果の測定指標（例）
安心・安全	安全な通行の実現	⇒ 商店街が安全になったと実感する組合員・住民の割合 ○割	防犯灯、防犯カメラの設 商店街まるごと子供110番、小学生レスキュー大声コンテスト開催	⇒ 防犯灯設置台数 ○台、防犯カメラ設置台数、明るくなったと感じる人 ○人 イベント参加者数 ○人
経済活性化	安心な買い物の実現 コミュニティビジネスの振興 空き店舗対策 大型店との連携	⇒ 安心して買い物を出来ると実感する住民の割合 ○割 顧客評判を含む効果を実感する組合員の割合 ○割 活用した空き店舗数 ○店舗	日常生活に必要な物販の店揃え コミュニティスペースの設置 マルシェの開催 空き店舗を活用した事業振興 ポイントカードの相互運用 大手スーパーと共同イベント開催	⇒ 店舗数 ○店舗 コミュニティスペースの利用件数 ○件 イベント件数 ○件、来訪者数 ○人 顧客利便性向上を実感する組合員の割合 ○割
少子・高齢化	子育て支援 街育支援 高齢者の見守り	⇒ 子育て世代の来街者が増加したと感じる組合員・住民の割合 ○割 高齢者の見守り機能が高まったと感じる組合員・住民の割合 ○割	子育て支援室開設 子育て情報を掲載したミニコミ誌の発行 まちの駅設置と案内人の配置 見守り携帯電話導入 見守り健康相談室の開設 健康づくり体操教室の開催 メール配信等の見守りサービス	⇒ 支援室への来訪者数 ○人 発行部数 ○刊、購読している住民の割合 ○割 案内人数 ○人、利用者数 ○人 導入台数 ○台 来訪者数 ○人 参加者数 ○人 サービス利用者数 ○人
人材育成	高校生とのコラボ 企業家の育成	⇒ 参加高校生数 ○人、うち地元への関心向上者数 ○人 企業件数 ○件	各種コラボイベントの開催 企業家育成塾の開催	⇒ 参加者数 ○人 育成事業への参加者数 ○人
観光振興	楽しく通行できる商店街づくり 「ならでは」のお土産が買える商店街づくり 気軽に休憩できる商店街づくり	⇒ 観光客数 ○人、観光客が増えたと感じる人の割合 ○割 観光客数 ○人、観光客が増えたと感じる人の割合 ○割 観光客数 ○人、観光客が増えたと感じる人の割合 ○割	大学生のシャッターアート開催 地域の特産品をテーマにしたイベント開催 地域特有の文化、歴史に関する土産物の品揃え 若者向けのカフェの誘致	⇒ Facebookへのいいね！件数 ○件 イベント件数 ○件、参加者数 ○人 品物の売り上げ増加率 ○％、来店者数の増加率 ○％ 若者の来訪者数 ○人
環境負荷軽減	エコ環境・環境美化のまちづくり	⇒	街灯のLED化、エコステーション設置 エコバック配布	⇒ LED設置台数 ○台 配布枚数 ○枚、子供の環境意識が高まったと感じる住民の割合 ○割
コミュニティ	地域内交流の促進	⇒ 地域の交流が進んだと感じる組合員・住民の割合 ○割	各種域内交流イベントの開催	⇒ イベント参加延べ人数 ○人

(9) 施策・事業の検証評価

①評価のためのデータ収集

設定目標の達成状況を把握するために、データを収集します。PDCA運用シート作成時にデータの収集方法や項目を検討しておく、計画的に評価を進めることができます。

公的統計も利用できますが、毎年データがとられていなかったり、集計単位が使いにくいことが多いため、商店街で取得したデータ（来街者数、加盟店舗数等）やアンケート結果を利用します。定期的にアンケートを実施することで、マーケットの変化や事業の効果を把握することができます。

商いの視点とまちの視点の両方把握するため、商店街事業者向けと住民・顧客向けの両方のアンケートを行います。

〈アンケート配布対象〉

アンケートの配布対象別の実施方法例は、以下のとおりです。

【図表：アンケート配布方法】

対象	配布方法例	備考
事業者	商店街組織を通じて定例会議の場で配布	● 配布回収が容易 ● 商店街組織の幹部等が中心となる
	個店を回って配布	● 広く個店の意見を収集できる ● 回収率を高められる
住民・顧客	個店に据え置きで配布	● 調整が容易 ● 既存顧客の回答が中心となる ● 特定店舗の顧客に偏る可能性がある
	自治会や関係団体等を通じて住民に配布	● 自治会等の協力を得る必要がある ● 商店街を利用していない層の意見を収集できる ● 世帯内での回答属性（主として買い物する方、商店街利用者等）を指定でき、調整できる

〈アンケート項目〉

アンケート項目として、以下のような項目を盛り込むことが考えられます。アンケート票のひな形として、添付資料を活用できます。マーケットの把握、事業成果の把握のどちらを重視するのかを踏まえ、内容や分量を調整します。

【図表：アンケート調査項目例（住民向け）】

分野	設問
回答者の属性	●性別、年代、職業、居住地、居住年数、世帯人数
買い物の場所	●最もよく行く買物場所 －商店街までの交通手段 －商店街を利用しない理由 ●最もよく利用する買物場所に行く理由 ●品目・サービスごとに最もよく行く店の場所、商店街で充実してほしい品目やサービス
商店街について	●商店街に対する印象 ●商店街での買物の頻度 ●商店街に関する情報の入手元 ●魅力ある商店街になるために必要なこと
商店街の活動	●商店街の各事業の必要性、取組への評価状況 ●商店街への意見、要望、方向性や将来像についての提案

【図表：アンケート調査項目例（事業者向け）】

分野	設問
事業者の属性	●業種、現地での営業年数
事業者の経営状況	●顧客数、売上高
事業者の主な顧客層	●現在の顧客層（性別、年代） ●今後期待する顧客層（性別、年代） ●顧客層の居住範囲
商店街や中心市街地を充実強化するために必要なこと	●店舗など、サービスなど、都市基盤など
商店街として目指す方向性	●重視する顧客層、商品・サービス
商店街活動について	●現在取り組んでいる事業 ●商店街事業の来場者や売上増加への貢献
今後の商店街活動への要望・提案	（自由記述）

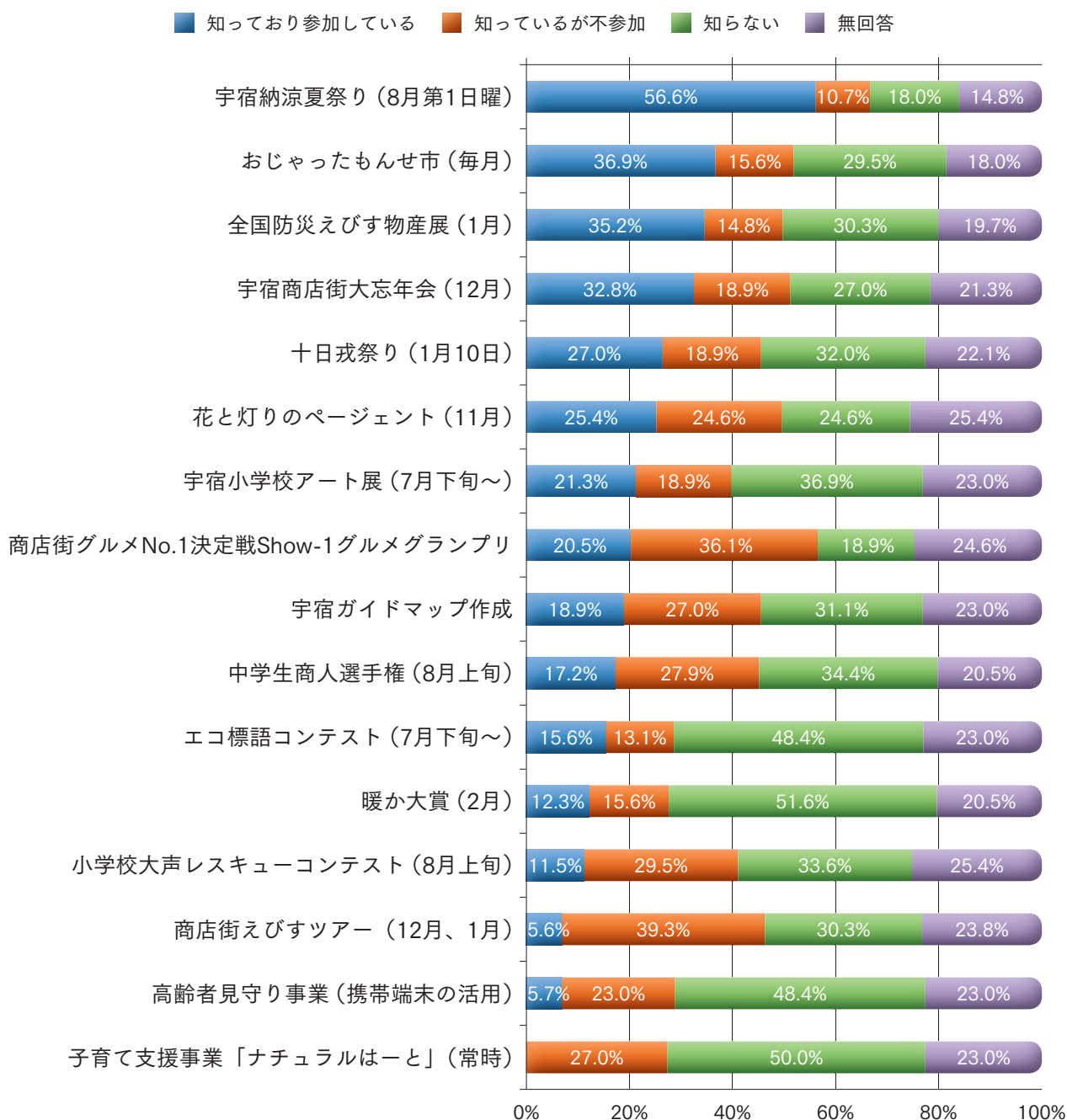
②設定目標の達成状況の確認

アンケート調査結果等のデータに基づき、設定目標と実際の値を比較します。

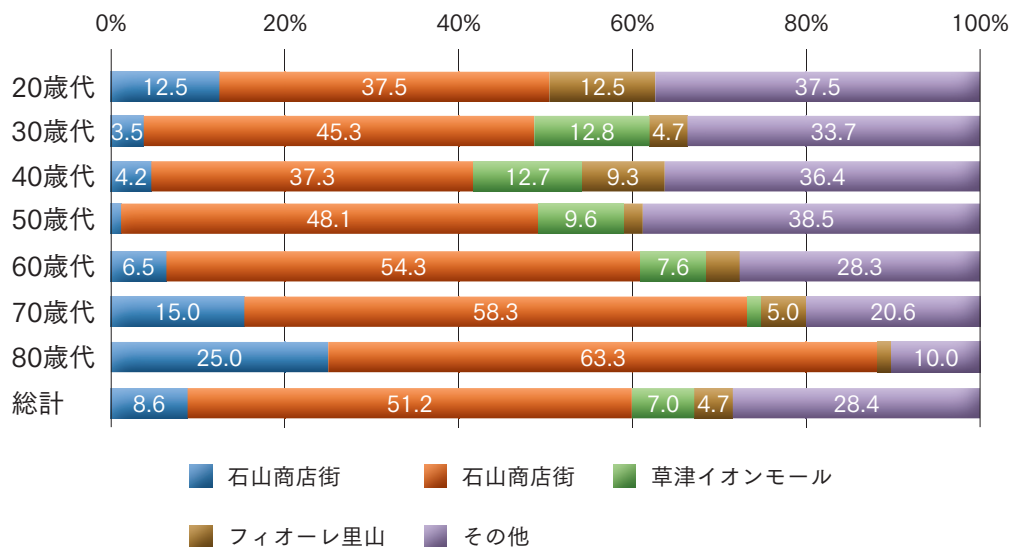
商店街の利用状況や各事業への評価は、属性（子育て世代、高齢者、ヘビーユーザー等）によって異なります。適切な改善策を立てるためには、属性別の分析を行い、ターゲット層の評価を確認するのが有効です。また、事業の評価にあたっては、必要性和評価の二軸で評価することで妥当性を評価できます。

【図表：「アンケート調査結果〈来街者編〉」鹿児島市宇宿商店街の例】

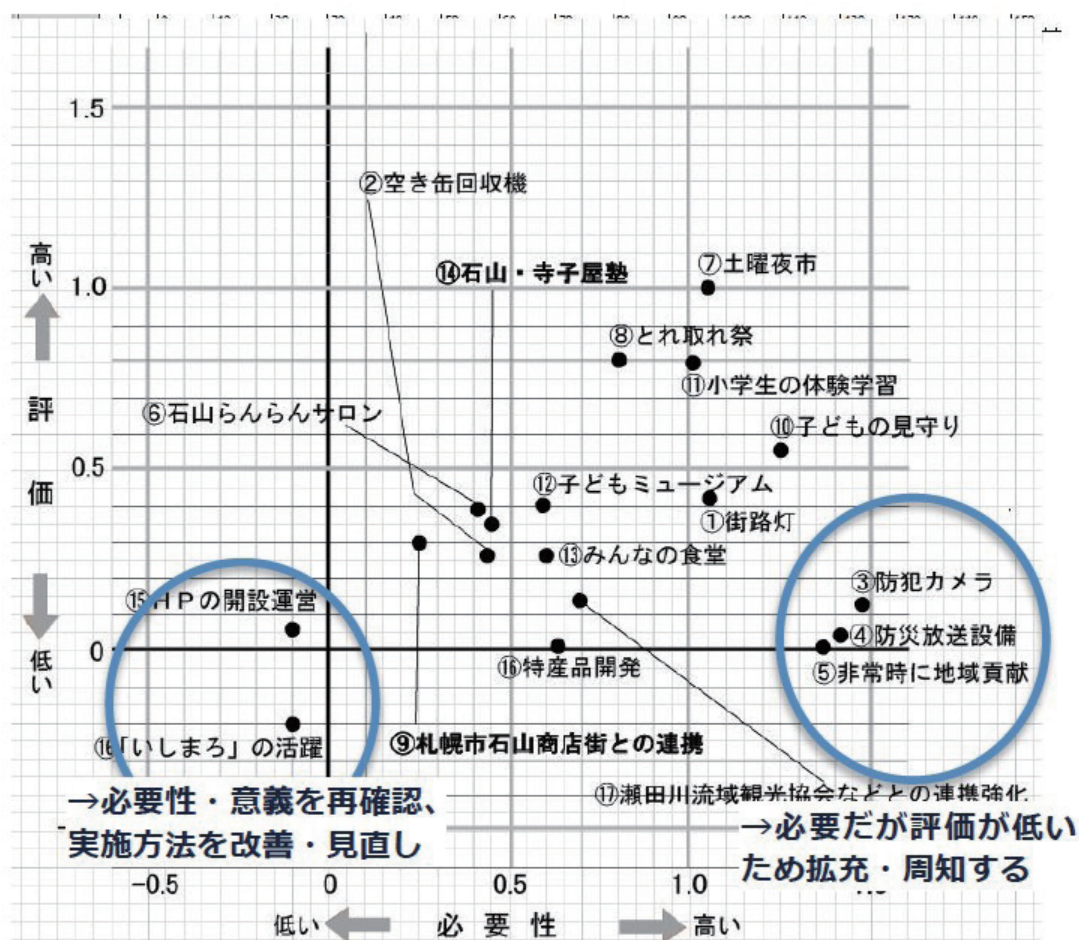
【来街者／組合活動の認知、参加度（N＝122）】



【図表：分析方法の例】



(年代別に利用する商業施設を分析した例)



(取組の必要性和評価をマップ化して評価)

③商店街の将来像に対する検証

商店街の将来像を踏まえつつ、設定目標の達成状況を取りまとめます。施策（計画目標）、事業の設定、事業の実施方法のそれぞれについて、取組が妥当であったかを検証します。アンケートにあわせて、利用者や事業者を対象とした意見交換会やグループインタビューを開催することで、その背景を把握し、評価がしやすくなります。

計画段階で、商店街の将来像を検討した際に想定していなかった変化（来街者の動きの変化やリニューアル店舗の増加等）があった場合は、次の計画策定に活用するため、当該変化も把握します。

【図表：将来像の達成度の評価の例】

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	●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	●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	●売上貢献度 3割 ●通行量貢献度 7割	●居住者認知度 5割 ●来街者認知度 5割
祭り	協賛金目標200万円を達成	●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	●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

(10) 今後の事業の改善・見直し

検証結果を踏まえて、各施策・事業について、継続、改善・見直し、廃止を協議し、今後取るべき方策を具体化します。

個々の事業レベルの小さなPDCAの中で協議するだけでなく、商店街の将来像の達成のために当該事業は妥当なのかという大きなPDCAの中で、継続、改善・見直し、廃止の判断を行うことが重要です。

なお、計画段階で想定していなかった変化が生じた場合には、当該変化も踏まえ、今後の方策を検討します。

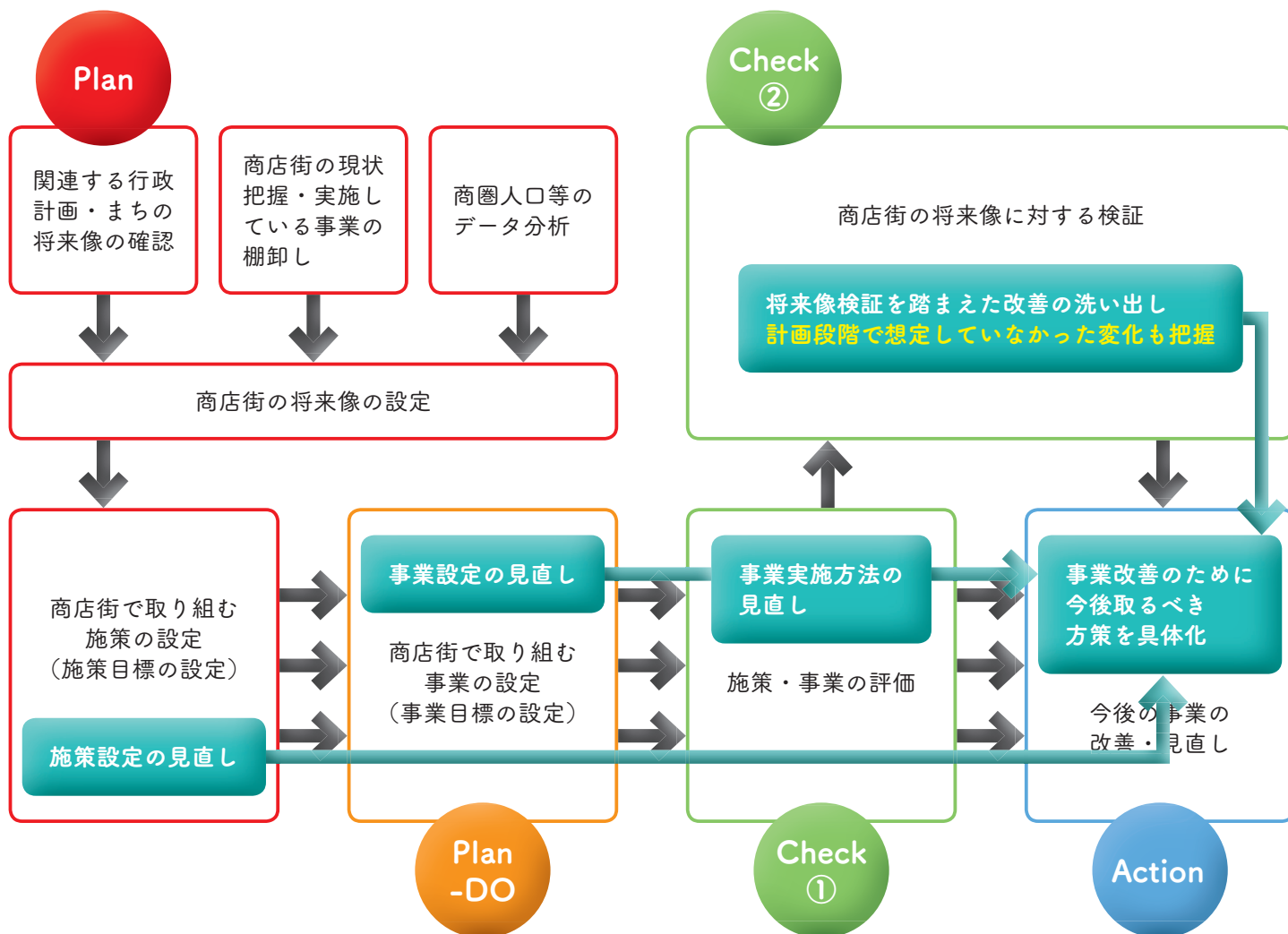
【図表：事業の改善・見直しイメージ（石山商店街の例）】

アンケートの評価	協議で出た意見	見直しの方向性
●安全安心や子育て支援の事業を実施しているのに、評価が低い	●店街の事業が知られていない（D※）	●安心安全については、他地域で実施している各店が災害時に支援できることを防災マップに書き込み、配布 ●ホームページは維持し、Facebookの更新頻度を高め、商店街の取組を知ってもらう
●子育て世代の利用が少ない	●商店街のイメージが固定化しており、取組に比して評価が高まっていない（D） ●貧困支援や子育て支援の取組が知られていない（D） ●子供にやさしい商店街というコンセプトを打ち出すべき（P）	●「石山らんらんサロン」を子育て世代向け、子供向けの相談会やワークショップ会場として無償利用してもらい、商店街への来訪につなげる ●子育て世代の商店街応援団を開拓し、その方々を通じてクチコミで商店街について知ってもらう ●「石山らんらんサロン」にレンタルスペースを実施し、定期的な来訪につなげる ●みんなの食堂と子どもミュージアムなど、貧困支援やキャリア教育への協力を学区で発信していく ●「子供にやさしい商店街」をアピールできる事業を検討する
●高齢者には利用されている	●高齢者にやさしい商店街というコンセプトを打ち出すべき（P）	●「石山らんらんサロン」を高齢者向けの相談会やワークショップ会場として無償利用してもらい、商店街への来訪につなげる

※はPDCAのどの部分に関する事項かを示す

⇒石山商店街では、既に立案してある計画に対して、これまでの商店街活動の検証評価として、地域住民向けアンケート調査を行うことで事業実施の結果を分析している。そしてその分析結果を踏まえ商店街で議論し、事業の方向性を見直しを行っている。

【図表：今後の事業の改善・見直しのイメージ】





おわりに

商店街の将来像は、PDCAサイクルを一度運用すれば達成されるものではありません。計画したことを確実に実行し、その結果を適切に検証評価したうえで、次の計画に向けて改善を行うという不断のサイクルを継続し、スパイラルアップしながら、将来像の実現に向けて常により良い商店街の運営を続けていくということこそがPDCAサイクルの本質です。

継続した取り組みを維持するためには、商店街内外の関係者全体で、一つの目標に向かい、一歩ずつ階段のステップを上っていこうという意識を共有することがとても重要です。そのためには、「多様な主体の巻き込み」が大切なポイントとなります。商店街の一番最初の計画づくりの段階から、地域の自治体や中小企業診断士などの専門家、自治会やNPO法人などの他の事業主体、周辺地域に住む住民など、商店街を取り巻く様々な主体と連携し、議論を重ねていくことで、その後も継続して皆で商店街の将来像を考え、PDCAサイクルを運用していくためのエンジンとなります。

このマニュアルが、多様な主体を巻き込みながら商店街の将来像を考えるための、一つのきっかけとなりましたら幸いです。

付録

PDCAサイクル運用のための分析データ一覧

施策分野 (大)	施策分野 (中)	データ名	データ形式	データ出典	参考 URL	備考
人口・世帯	人口	人口総数	市区町村別	国勢調査（都道府県・市区町村別統計表）	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/List.do?bid=000001037709&cycode=0	
		人口増減数・率	市区町村別	国勢調査（都道府県・市区町村別統計表）	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/List.do?bid=000001037709&cycode=0	
		人口密度	市区町村別	国勢調査（都道府県・市区町村別統計表）	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/List.do?bid=000001037709&cycode=0	
		男女別人口	市区町村別	国勢調査（都道府県・市区町村別統計表）	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/List.do?bid=000001037709&cycode=0	
		年齢階層（3 階層）別人口	市区町村別	国勢調査（都道府県・市区町村別統計表）	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/List.do?bid=000001037709&cycode=0	15 歳未満、15 歳以上 65 歳未満、65 歳以上の 3 階層。より詳細な年齢区分のデータも有り。
		平均年齢・年齢中位数	市区町村別	国勢調査（都道府県・市区町村別統計表）	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/List.do?bid=000001037709&cycode=0	
		配偶関係別（未婚・有配偶・死別・離別）15 歳以上人口	市区町村別	国勢調査	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/NewList.do?tid=000001039448	
		外国人人口	市区町村別	国勢調査（都道府県・市区町村別統計表）	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/List.do?bid=000001037709&cycode=0	国籍別データも有り。
		(転入者数)現住市区町村による 5 年前の常住市区町村, 男女別人口	市区町村別	国勢調査	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/NewList.do?tid=000001039448	
		(転出者数)5 年前の常住市区町村による現住市区町村, 男女別人口	市区町村別	国勢調査	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/NewList.do?tid=000001039448	
		昼間人口	市区町村別	国勢調査（都道府県・市区町村別統計表）	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/List.do?bid=000001037709&cycode=0	
	転出・入者数	男女別他市区町村からの転入者数	市区町村別	住民基本台帳人口移動報告	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/List.do?lid=000001129143	
		他市区町村への転出者数及び転入超過数	市区町村別	住民基本台帳人口移動報告	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/List.do?lid=000001129143	
	世帯数	一般世帯数	市区町村別	国勢調査	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/NewList.do?tid=000001039448	
		施設等の世帯数	市区町村別	国勢調査	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/NewList.do?tid=000001039448	
		世帯類型別の世帯数	市区町村別	国勢調査	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/NewList.do?tid=000001039448	
		65 歳以上世帯員の有無別世帯数	市区町村別	国勢調査	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/NewList.do?tid=000001039448	
		高齢夫婦・単身者世帯数	市区町村別	国勢調査	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/NewList.do?tid=000001039448	
		子供の有無・数・年齢(52 区分)別夫婦のいる一般世帯数	市区町村別	国勢調査	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/NewList.do?tid=000001039448	
	労働	労働力状態(8 区分)別 15 歳以上人口	市区町村別	国勢調査	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/NewList.do?tid=000001039448	主に仕事・家事のほか仕事・通学のかたわら仕事・休業者・完全失業者・非労働力人口・家事・通学
		産業分類別 15 歳以上就業者数	市区町村別	国勢調査（都道府県・市区町村別統計表）	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/List.do?bid=000001037709&cycode=0	
	婚姻・離婚	婚姻件数	市区町村別	人口動態調査	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/OtherList.do?bid=000001041666&cycode=7	
		離婚件数	市区町村別	人口動態調査	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/OtherList.do?bid=000001041667&cycode=7	

施策分野 (大)	施策分野 (中)	データ名	データ形式	データ出典	参考 URL	備考
経済	生産額	農業産出額	市区町村別	生産農業所得統計	http://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/nougyou_sansyutu/	市区町村別は 2006 年まで
		製造品出荷額	市区町村別	経済センサス－市区町村表	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/List.do?bid=000001049898&cycode=0	
		卸売販売額	市区町村別	経済センサス－市区町村表	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/List.do?bid=000001051403&cycode=0	
		小売販売額	市区町村別	経済センサス－市区町村表	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/List.do?bid=000001051403&cycode=0	
		商店街内における売上額・構成		商店街ごとに調査	内部データ	
	事業所数・従業者数	事業所数（産業分類別）	市区町村別	経済センサス－事業所に関する集計－産業横断的集計－都道府県別結果	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/NewList.do?tid=000001056219	
		従業者数（産業分類別）	市区町村別	経済センサス－事業所に関する集計－産業横断的集計－都道府県別結果	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/NewList.do?tid=000001056220	
		商店街内の店舗構成		商店街ごとに調査	内部データ	食品、衣料品等領域ごとの店舗数及びその割合
		開業店舗数・廃業店舗数				
	家計・所得	課税対象所得	市区町村別	市町村税課税状況等の調	http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/ichiran09.html	各年度の個人の市町村民税の所得割の課税対象となった前年の所得金額。
		1世帯当たり1か月間の収入と支出	年間収入五分位・十分位階級別	家計調査	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/List.do?lid=000001117249	総世帯集計、二人以上世帯集計、単身世帯集計有り
	商圈情報	来街者数		商店街ごとに調査	内部データ	各年で変化を記録する。
		来街者構成				
		商圈範囲				
		商店街の販売額				
		商圈内の商店街のシェア				
		競合先情報				周辺の商店街リスト、SC リストなど
	財務情報	商店街組合の資金作り		商店街ごとに調査	内部データ	
観光	流動人口	流動人口	任意のエリア別	RESAS－観光マップ－メッシュ分析	https://resas.go.jp/#/13/13101	
		滞在人口率	市区町村別	RESAS－観光マップ－滞在人口率	https://resas.go.jp/#/13/13101	
	訪日外国人	外国人滞在人口（月別・昼夜間別）	市区町村別	RESAS－観光マップ－外国人滞在分析	https://resas.go.jp/#/13/13101	
	地域資源	歴史的な特性・資源	商店街ごとに調査		内部データ	
		地理的な特性・資源				

施策分野 (大)	施策分野 (中)	データ名	データ形式		データ出典	参考 URL
コミュニティサービス	アクセス性	駐輪場整備状況	商店街ごとに調査		内部データ	
		駐停車規制状況				
	商店街内の アメニティ 施設	休憩所数	商店街ごとに調査		内部データ	
		託児所数				
		乳幼児施設数				
	街並み整備・デザイン	街路灯設置数	商店街ごとに調査		内部データ	
		カラー舗装整備面積				
		花壇設置数				
		ベンチ設置数				
	地域活動・ 社会活動	地域・社会活動開催回数	商店街ごとに調査		内部データ	
		地域・社会活動参加者数				
	医療・福祉 施設数	病院数・病床数・診療所数	市区町村別	医療施設調査	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/NewList.do?tid=000001030908	
		介護保険施設数	市区町村別	介護サービス施設・事業所調査	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/NewList.do?tid=000001029805	閲覧表－介護保険施設
		老人福祉施設数	市区町村別	社会福祉施設等調査	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/NewList.do?tid=000001030513	閲覧表－施設表－【基本票】社会福祉施設等の施設数
		保育所数	市区町村別	社会福祉施設等調査	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/NewList.do?tid=000001030513	閲覧表－施設表－【基本票】社会福祉施設等の施設数
		障害者支援施設等数	市区町村別	社会福祉施設等調査	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/NewList.do?tid=000001030513	閲覧表－施設表－【基本票】社会福祉施設等の施設数
	学校	在学学校別在学者数・未就学者数	市区町村別	国勢調査	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/NewList.do?tid=000001039448	
		学校数（小・中・高）	市区町村別	学校基本調査	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/NewList.do?tid=000001011528	初等中等教育機関・専修学校・各種学校《報告書未掲載集計》－市町村別集計
	その他公共 施設	公民館数	市区町村別	社会教育調査	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/NewList.do?tid=000001017254	閲覧公表－種類別施設数（各市町村別）
		図書館数	市区町村別	社会教育調査	http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/NewList.do?tid=000001017254	閲覧公表－種類別施設数（各市町村別）
		郵便局数	市区町村別	郵便局株式会社業務資料；郵便局株式会社ホームページ		
		各公共施設の面積	市区町村別	公共施設白書		白書を作成している自治体（佐久市等）と、「公共施設マネジメント指針」などの形式で、概略的なデータのみ公開している自治体（鹿児島市等）がある。
		公共施設性質別の運営経費	市区町村別			
環境	ごみ処理	ごみ総排出量	市区町村別	一般廃棄物処理実態調査	http://www.env.go.jp/recycle/waste_tech/ippan/stats.html	処理状況－各都道府県別データ
		1人1日当たりの排出量	市区町村別	一般廃棄物処理実態調査	http://www.env.go.jp/recycle/waste_tech/ippan/stats.html	処理状況－各都道府県別データ
		ごみのリサイクル率	市区町村別	一般廃棄物処理実態調査	http://www.env.go.jp/recycle/waste_tech/ippan/stats.html	処理状況－各都道府県別データ
		電気台		商店街ごとに調査	内部データ	街路灯などの電気代支払額を把握。
安全	通行者の安全	対自転車での交通整理状況		商店街ごとに調査	内部データ	
		歩行障害物等の設置状況				