



経済産業省

Ministry of Economy, Trade and Industry

地域の持続的発展のための 中小事業者等の機能活性化事業 (地域商業機能複合化推進事業)

令和4年3月

中小企業庁 商業課

地域経済産業グループ 中心市街地活性化室

地域の持続的発展のための中小商業者等の機能活性化事業

令和4年度予算額 4.6億円（5.5億円）

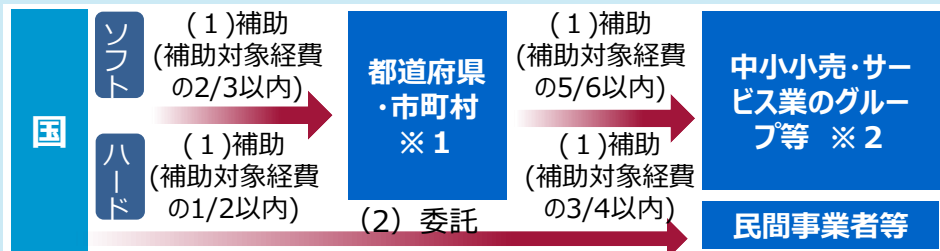
中小企業庁 商業課
地域経済産業グループ
中心市街地活性化室

事業の内容

事業目的・概要

- 中小小売・サービス業者（中小商業者等）は、商店街等として集積することで、商業機能の提供やコミュニティの中心となるなど、地域の持続的発展に欠くことのできない重要な存在です。
- 近年の人口減少や電子商取引の台頭など、地域経済の構造変化に伴い、商店街等は地域における雇用や生活関連サービスなど生活に不可欠な機能の維持・確保を担う主体としての期待が高まっています。
- このため、中小商業者等のグループが、商店街等において、来街者の消費動向や需要の変化を踏まえ、需要に応じた最適な供給体制（テナントミックス）の実現を目指す取組を地方公共団体が支援する場合に、国がその費用の一部を補助します。
- また、取組にあたって、地方公共団体の創業支援事業や、地域金融機関との連携を促すことにより、中小商業者等のグループが地域の新たなニーズに対応する取組を後押しし、地域の持続的発展を促進します。

条件（対象者、対象行為、補助率等）



※ 1. 国⇒市町村⇒事業者、国⇒都道府県⇒事業者、国⇒都道府県⇒市町村⇒事業者

※ 2. まちづくり会社、商店街組織、飲食店街、温泉組合など

事業イメージ

(1) 地域商業機能複合化推進事業

【ソフト事業】 デジタルツールの活用やチャレンジショップの実施

AIカメラ等の導入による来街者の属性・回遊情報の収集・分析や、空き店舗等を活用したチャレンジショップの実施による消費者ニーズの把握等、テナントミックスの実現に繋がる情報の収集・分析に係る取組を支援します。

【ハード事業】 新たな需要を創出する施設の整備

最適なテナントミックスを実現するため、来街者の属性や消費動向等の分析を踏まえ、エリア全体への波及効果をもたらす魅力的な施設の整備を行う取組を支援します。

※テナントミックスとは、商業集積活性化を図るための最適なテナント（業種業態）の組み合わせを意味しており、本事業では、地域の新たなニーズや需要に対応した最適な供給体制を面的に構築すること。

【商店街等に新たな需要を創出する施設等を整備した事例（油津商店街：宮崎県日南市）】



創業拠点



多目的利用スペース



働く場の誘致

(2) 外部人材活用・地域人材育成事業

地域に外部の専門人材を派遣し、テナントミックスの実現に向けた推進体制の構築や計画策定等を後押しするワークショップ等の伴走支援を実施するとともに、当該取組の全国への横展開を促進します。

<目次>

1. 本事業の政策的意義
2. 地域商業機能複合化推進事業の内容とポイント等について
3. 間接補助事業の内容
 - － 3－1. テナントミックスについて
 - － 3－2. デジタルツールの活用について
 - － 3－3. PDCAサイクルについて
 - － 3－4. 実施効果の検証について
 - － 3－5. 間接補助事業の内容＜具体例（ソフト事業）＞
 - － 3－6. 間接補助事業の内容＜具体例（ハード事業）＞
4. 令和3年度当初予算事業からの変更点
5. 令和3年度採択事業の取組事例
 - － 5－1. 令和3年度採択事業一覧
 - － 5－2. 取組事例：大須商店街（ソフト事業）
 - － 5－3. 取組事例：能代駅前商店会（ハード事業）
 - － 5－4. 取組事例：円頓寺商店街（ハード事業）
6. 地方公共団体と事業者との連携について
7. 事業計画策定の際の留意点について
8. Q&A
9. 問合せ先

1. 本事業の政策的意義

＜地域の持続的発展に向けた課題＞

- ✓ 近年の人口減少や電子商取引の台頭等、地域経済の構造変化に伴い、中小小売・サービス業は衰退。生活圏からの生活関連サービス等の減少により、都市部への人口流出も顕著となった。
- ✓ 人口流出は地域の賑わいの喪失につながり、新規創業が促進されず産業の新陳代謝が悪化。税収も減少。
- ✓ 人口減少等による地域経済の構造変化により、商店街等の商業機能としての位置づけは変化。地域の住民やコミュニティが期待する多様なニーズに応える場として、「商店が集まる街」から「生活を支える街」へと変革することが必要。

＜賑わいのある商業集積地の効果＞

- ✓ 中小小売サービス業は我が国中小企業の売上高の5割を占める存在であり、その多くが商業集積地に立地。商業集積地の年間販売額、従業員数は、我が国小売業全体の4割を占める。
- ✓ 賑わいのある商業集積地においては、飲食店等の生活関連サービスや各種インフラが充実し、多様なサービスが街なかにおいてワンストップで提供されることで、周辺地域一帯が暮らしやすい環境となる。
- ✓ また、一定の人流が見込めることや、空き店舗等の既存設備を活用できること、コミュニティが形成しやすいこと等から、起業・創業しやすい環境となる。
- ✓ さらに、創業促進による法人税の増収やエリアの地価の上昇による固定資産税の増収が見込まれる。

＜政策のねらい＞

- ✓ 商業集積地は既存ストックを多く持つことから、効果的に活用することで、行政コストを抑えながら、地域の課題解決を図ることができる。また、商業者を集積させることは生産性の向上にも資する。
- ✓ 賑わいのある商業集積地をつくることで、中小小売・サービス業の生産性を向上させながら、地域の課題を解決し、地域の持続的発展を目指す。

2. 地域商業機能複合化推進事業の内容とポイント等について

<事業内容・特徴>

ポイント②

最適なテナントミックスに向けた仕組み等を構築し、地域の持続的発展へ繋げる

ポイント③

ニーズを継続的に把握するため、デジタルツール等の活用により収集・分析を実施

事業実施前

- 計画の作成（仮説の設定）
- ✓ 地域住民等のニーズ・需要の把握
- ✓ 商店街等のあるべき姿の設定

ポイント①
ニーズの把握・ビジョンの検討

事業実施（間接補助事業の内容）

① ソフト事業

- チャレンジショップの実施
- データ収集・分析、分析結果をもとにした改善
- 需要構造に適した供給体制の構築

or

② ハード事業

- 商店街等にない新たな機能の導入（施設整備等）とエリアへの波及効果等の分析
- データ収集・分析、分析結果をもとにした改善
- 需要構造に適した供給体制の構築

●データ収集・分析体制の構築（AIカメラ・POS・電子決済等の導入による消費動向等の分析）

- ✓ お試し店舗・施設の顧客の属性・消費動向等（※）の把握
- ✓ お試し店舗・施設の成果分析（成功要因・失敗要因の把握）
- ✓ 商店街等への来街者の属性・消費動向等（※）の把握
- ✓ 周辺店舗や商店街等の歩行者通行量・売上・雇用の変化の把握 等

（※）年代、性別、居住地、来街回数・目的、他店舗の利用状況、消費額、滞在時間等

●需要構造に適した供給体制の構築（テナントミックスの仕組み等の構築）

- ✓ 需要構造に適した新規出店ができる環境整備（複数の空き店舗所有者と物件利活用の合意形成 等）
- ✓ 収集・分析したデータを活用した既存店舗の事業の見直し
- ✓ 土地・建物の所有と利用の分離やエリアマネジメント負担金制度（日本版BID）の構築 等

事業実施後

- データを継続して収集
- データを活用しあるべき姿に向けたPDCA
- 効果報告（5年間）



- 地域ニーズ・需要に対応
- 最適なテナントミックス
- 商店街等の機能活性化
- 地域の持続的発展へ

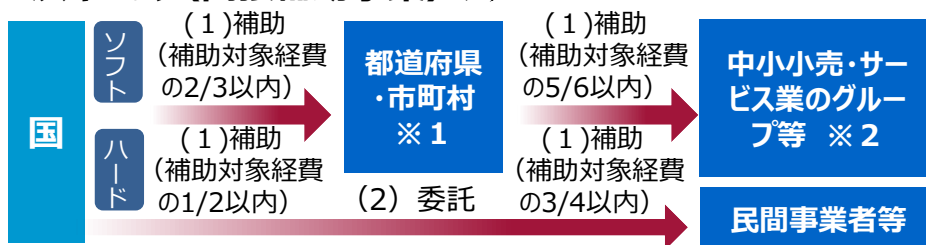
ポイント⑤

地方公共団体（都道府県又は市区町村）の財政負担、スケジュール管理に留意すること

ポイント④

事業の見直しを行っていくため、PDCAサイクルを回す

<スキーム（間接補助事業）>



※ 1. 国⇒市町村⇒事業者、国⇒都道府県⇒事業者、国⇒都道府県⇒市町村⇒事業者

※ 2. まちづくり会社、商店街組織、飲食店街、温泉組合等

<補助率>

国庫補助金の額は、地方公共団体が間接補助事業者に交付する額に対し、補助率（ソフト4/5・ハード2/3）を乗じて得た額。補助対象経費に対する補助率は左図のとおり。

<補助上限額>

- 消費動向等分析・テナントミックス構築事業（ソフト事業）：4,000千円
- 商店街等新機能導入促進事業（ハード事業）：40,000千円

3. 間接補助事業の内容

3 - 1. テナントミックスについて

- 商業集積地において、個々の事業者がエリア一体の店舗構成のバランスを考慮せずに事業を進めてきた地域においては、供給過多等が発生することにより、空き店舗等が増加し集積地一帯が衰退してきた。
※商業集積地の空き店舗率を見ると、10%を超える商店街は全体の41.3%となっている。（平成30年度 商店街実態調査）
- 活性化した商店街の取組では、**住民ニーズの調査分析や、地域のビジョンを作成**したうえで、住民ニーズや需要を踏まえた機能（物販、サービス、飲食、文化・娯楽施設等）を効果的に配置することにより、来街者の増加や回遊性の向上、滞在時間の延長等を図り、街に賑わいを創出している。
- このような、ニーズや需要に対応した**最適なテナント（業種業態）を面的に構築**する取組を**テナントミックス**という。
- **商店街全体（面的）で最適な業種業態・店舗構成を構築**することで、下記の効果が期待されます。

<テナントミックスの手法>

商業集積地の規模等により様々なケースあり。

- ・ 店舗の新增設、各種機能の導入
- ・ 空き店舗等を活用した地域に不足する業種・業態の誘致
- ・ 既存店舗の業種・業態転換 等



<テナントミックスの効果>

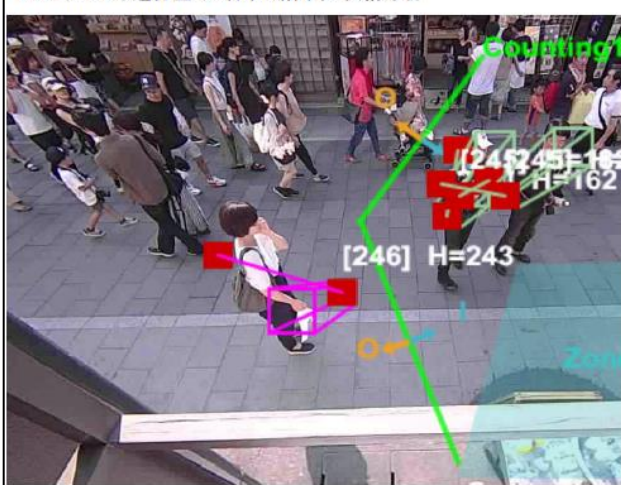
- ・ 新規出店者の増加、新規機能の導入等による来街者の増加
- ・ 多様な業種・業態の配置による回遊性の向上、滞在時間の延長
- ・ 上記相乗効果による新規出店の増加、売上げの増加 等

3 - 2. デジタルツールの活用について

- 継続的に、地域住民のニーズや需要の把握、業務改革等を行うための手段として、デジタルツールを活用することが有効です。
- デジタルツールを活用することで下記の効果等の実現が期待されます。
 - (1) 直接効果、波及経路、波及効果の具体化・明確化。
 - (2) 誘引したいターゲット層、賑わいを導きたい周辺施設・商店街、回遊ルートの明確化。
 - (3) 過去の売り上げ、イベント、天候等をもとにした来客予測。
 - (4) 日々PDCAサイクルを回して経営の高度化。
- 本事業におけるデジタルツールとは、AIカメラ、ID-POS等消費者の属性や行動を把握・分析するものを想定しています。

EBILAB社の例

▼カメラによる通行量・入店率・購買率・表情分析



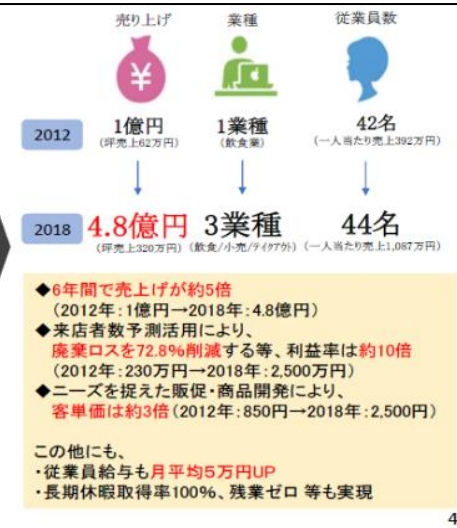
▼自動でデータ分析・来店者数予測



▼顧客アンケートによる満足度データ化



▼店頭ディスプレイ変更と効果測定



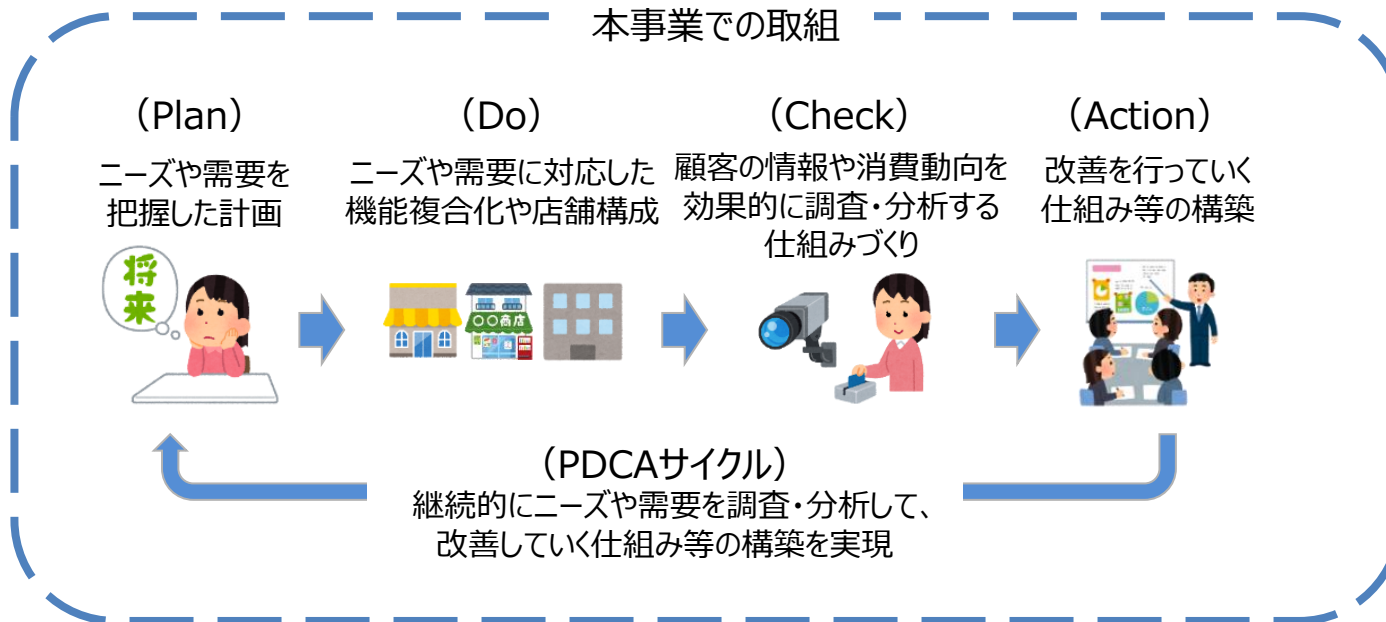
3-3. PDCAサイクルについて

- 地域のニーズや需要は絶えず変化しており、商店街等が事業を持続的に発展させていくためには、来街者のニーズや需要を適確に分析し、事業の見直しを行っていくことが重要と考えられます。
- このため、本事業では、いわゆる「PDCAサイクル」を回すことを要件としており、間接補助事業において、

(1) PDCAサイクルの各工程について具体的な取組

(2) 中長期的にPDCAサイクルを回すための具体的な仕組み等の構築

を申請書に記載していただき、事業の継続性につなげてください。



3-4. 実施効果の検証について

- 商店街等のあるべき姿に向けた取組を継続的・効果的に進めるPDCAサイクルの構築には、事業の実施効果をしっかりと検証することが重要です。
- データ指標の種類や測定方法などの設定は、下記の点に御注意いただきますようお願いいたします。

(1) 間接補助事業により達成しようとする効果を分析するために取得する**データ指標の種類**は妥当か。



⇒PDCAサイクルを回して、取組を継続的に改善するために必要なデータであること

例) 顧客の属性（性別、年齢、リピート率、過去の購買情報等）、天候、人流等を取得し、単純な売上高や来客数だけではわからなかった傾向や販売戦略・店舗構成を検討する。

(2) 間接補助事業により達成しようとする効果を分析するために取得する**データ指標の測定方法**は妥当か。



⇒持続的で効率的な方法であること

例) ID-POSレジ、AIカメラ等を使うことで、従来の方法や機器では取得できなかった顧客の属性や購入前の情報を、継続的かつ容易に取得することができる。

(3) **効果的にデータを取得・活用するための工夫**がなされているか。



⇒今までと同じやり方ではなく、工夫が考えられていること

例) 個店単体の売上や来訪者数等のデータだけではなく、他店舗・商店街全体の収集したデータやオープンデータと連携する等、個店単体の情報だけでは見えなかった傾向を把握する。

(4) 商店街等のあるべき姿に向け、間接補助事業により得られたデータを
同事業実施後に活用するための仕組み等の構築が具体的に検討されているか。



⇒地域や商店街全体で取り組めるような具体的な仕組み等の構築ができているか

例) 地方公共団体も交えて、月1回の報告及び分析会を開き、分析したデータを基に、テナント誘致や新規創業の促進、販促活動の改善、各個店の商品やサービスの開発等を図っていく。

3 - 5. 間接補助事業の内容＜具体例（ソフト事業）＞

【ソフト事業】デジタルツールの活用やチャレンジショップの実施等の取組

（１）地域の課題やニーズに対応した創業支援等を実施



事前調査 （仮説）	飲食店が不足 しており、飲食店を誘致することで人が来るかもしれない
事業概要	飲食店のチャレンジショップを整備 （内装費等） 様々な店舗が出店しやすいような環境を整備し、 「ラーメン屋・ハンバーガー屋・定食屋・カフェ」を誘致

＜Plan＞

＜Do＞

（２）来街者の情報・消費動向を調査、分析



調査分析 のために	キャッシュレス端末とAIカメラを整備 （備品費等） キャッシュレス端末：各店舗の売上、顧客情報を把握 AIカメラ：人の動き（既存店舗との関係）を把握
--------------	---

⇒取得したデータを分析

＜Check＞



分析結果	・カフェの売上が最も高くなっていた ・特に、休日の昼過ぎの顧客数が多かった ・子育て世代のグループ客が多く入店していた ・しかし、既存の店舗には入店していない
------	---

（３）分析した結果をもとに改善（テナントミックスの仕組み等の構築）



既存店舗	休日に、子育て世代が興味を持つ商品 を店頭に並べるレイアウトに変更
新規店舗	子育て世代をターゲットにした絵本専門店 を出店

＜Action＞

（４）事業完了後も、継続的に来街者の情報・消費動向を調査、分析を行い、
最適なテナントミックスを目指す

3-6. 間接補助事業の内容＜具体例（ハード事業）＞

【ハード事業】新たな需要を創出する施設の整備を伴う取組

(1) 地域の課題やニーズに対応した新たな機能を有した施設を整備



事前調査	・通勤路や通学路となっているが、 若者世代にとって魅力的な施設が無い ・商店街の調査でも、 若者世代向け施設のニーズがある と示されている
事業概要	仕事帰りや放課後に静かに自習できる 勉強カフェを整備 (施設整備費等)

<Plan>

<Do>

(2) 来街者の情報・消費動向を調査、分析



調査分析のために	POSレジとスマホアプリの入退室管理システムを整備 （備品費等） POSレジ：店舗の売上、顧客情報を把握 スマホアプリ：商店街で使えるポイントを付与、商店のおすすめ情報を通知
----------	--

⇒取得したデータを分析

<Check>



分析結果	・勉強カフェは 30代の男性が最も多く利用 していた ・平均滞在時間 3 時間 ・アプリでは、既存店舗の〇〇 商店のおすすめ情報のアクセスが多い ・しかし、〇〇商店の営業日・営業時間と関心を持っている利用者の利用時間がマッチしていない
------	--

(3) 分析した結果をもとに改善（テナントミックスの仕組み等の構築）



既存店舗	〇〇商店の 営業日、営業時間を見直した
新規店舗	・ 30代男性をターゲット にした店舗を誘致 ・おすすめ情報の アクセスログから売れ筋となる商品を揃えた店舗を出店

<Action>

(4) 事業完了後も、継続的に来街者の情報・消費動向を調査、分析を行い、**最適なテナントミックスを目指す**

4. 令和3年度当初予算事業からの変更点

- 地方公共団体や金融機関と連携した本事業の執行とともに、持続的な取組を目指した、収益事業や多様な資金調達の取組を採択審査において評価いたします。

(1) 金融機関との連携や多様な資金調達の取組を評価

- ✓ 地域で事業を継続的に行い、地域の課題解決を図っていくためには、地方公共団体や地域の金融機関と連携し、支援機関をはじめとする専門家からの助言などを参考にしながら、資金調達や人材の確保などを行っていくことが重要です。
- ✓ 特に、地域の金融機関は多様なノウハウを有しており、金融機関による客観的な事業性の評価や事業計画への助言を行っていただくことで、事業の実現可能性や継続性を向上させることが期待されます。
- ✓ このため、本事業においては、金融機関の役割を応募申請書に記載いただき、内容に応じて、採択審査で加点いたします。

※借入りの必要がない事業者に、金融機関からの融資を求めるものではありません。

- ✓ また、採択審査では、事業者の収益事業や多様な資金調達の取組についても、評価することとしています。
このような取組を行っている場合は、応募申請書に記載してください。

(2) 創業支援等事業計画と連携して取り組んでいる事業者を重点的に支援

- ✓ 本事業で創業拠点の整備等を行う場合、市区町村における創業支援事業との連携を強化することで、地域における持続的な事業に繋がることが期待されます。
- ✓ 産業競争力強化法に基づき市区町村が策定している創業支援事業計画や、都道府県・市区町村が独自に実施している創業支援等事業と連携して本事業を行う場合は、応募申請書に記載いただき、採択審査で加点いたします。

5. 令和3年度採択事業の取組事例

5 - 1. 令和3年度採択事業一覧

No.	補助事業者名		内訳	間接補助事業者名	間接補助事業名
	都道府県	市区町村			
1	—	能代市	ハード	合同会社のしろ家守舎 外1者	「マルヒコビルディング」からはじめる木都再興プロジェクト
2	長野県	辰野町	ソフト	一般社団法人Oと編集社	飛び飛びの空き店舗を利活用した多様なコミュニティを繋ぐ商店街複合化によるエリアリノベーション事業
3	—	長岡市	ソフト	株式会社こしじまちづくり	商店街のテナントを活用した新規出店・定着支援事業
4	埼玉県	—	ハード	所沢和ヶ原商店街振興組合	和ヶ原商店街魅力創出事業
5	—	名古屋市	ソフト	大須近代化事業協同組合	電腦街大須アップデートプロジェクト
6	—	名古屋市	ハード	円頓寺商店街振興組合 株式会社ブルーチップ	地域のニーズの変容に対応したデータドリブンな商店街構築事業
7	京都府	—	ハード	株式会社白川まちづくり会社 外1者	古川町商店街シミズメリヤス空店舗活用事業
8	—	熊本市	ハード	熊本市上通五丁目商店街振興組合 株式会社オーリック	「まちなか観光案内所」と熊本では初となる「まちなか屋台村」整備事業
9	埼玉県	—	ハード	川越サンロード商店街振興組合	クレアパークから広がる地域主導のデータ駆動型魅力創造プロジェクト
10	—	富山市	ハード	株式会社富山市民プラザ	荒町学生シェアハウス事業
11	—	堺市	ハード	堺まちづくり株式会社 株式会社タカサゴホーム	2階以上にある遊休不動産を活用したエリアマネジメント事業
12	—	松江市	ハード	松江市竪町商店会 有限会社竹谷運送	竪町古民家複合施設化事業
13	—	米子市	ハード	株式会社米子高島屋 株式会社ジョイアーバン 角盤町商店街振興組合	地域特産品を活用した誘客促進及び情報発信拠点の整備事業
14	—	岩国市	ハード	株式会社街づくり岩国 外1者	「岩国くらす」を核としたテナントミックス促進事業

5-2. 取組事例：大須商店街（ソフト事業）



<商店街の課題>

- ①コロナの影響で「観光客依存」からの脱却への要望が高まり、生活に密着したテナントミックスを行い地域内消費や固定客化の促進が求められている。
- ②そのために、どのような店舗やどのような属性の人々が固定消費につながるか計測する必要がある。

<事業内容（ソフト事業）>

整備した施設	概要	導入したITツール	取得できるデータ指標
①eスポーツ体験施設 	・かつては「電腦街」として知られた特性を復興。 ・地域内・固定客消費へつなげるため、イメージ刷新と消費基盤の安定化を図る。 ・「eスポーツ関連消費」喚起における有効性検証を行う。	②ビーコン 	施設来訪者の属性（性別・年代・居住地） 周辺店舗来訪者の属性（性別・年代・居住地） リピート率

※ソフト事業のため、
建物の構造変化を伴わない軽微な整備として内装費で実施



期待できる効果

新形態の店舗の出店可能性の検討
プロモートするターゲットの精緻化
拡充データの活用による販促の高度化 等



周辺店舗と共に、検証スポット（体験施設や関連店舗）から商店街全体への誘客及び波及効果を定量的に測定。
商店街内の空間設計やフィードバックデータとして活用することで、商店街全体で最適なテナントミックスを目指す。

<名古屋市の関わり>

従来より商店街関係者と面談する等の関係構築を行っているが、当該商店街については、従前から、新たな取組や顧客データ収集を活かしたテナントミックスに向けた展開等に関心を持っていたため、国の施策を紹介したところ前向きに検討され、応募に至ったもの。
応募に際しては、市としても構想段階から各所との意見交換を重ねてより効果的な事業実施に向けて取り組んできた。
また採択の通知を得た後は、速やかに6月議会に補正予算を上程し、予算措置及び交付要綱作成に向けた内部調整を行った。

5-3. 取組事例：能代駅前商店会（ハード事業）

＜商店街の課題＞

- ①「木都」能代と称されていた時代の賑わいはなくなり、老朽化した空き店舗が多い。
家族や若者世代が休日に過ごす場所や地元へ愛着を持てる拠点が少ない。
- ②創業希望者等も空き店舗の出店コストや利活用ノウハウ、創業者との接点がないことが出店の壁となっている。
- ③個人事業者や創業希望者等の横断的ネットワークを形成する拠点やきっかけがない。
- ④子育て世代や子供が安心して活動出来る特定の拠点が無い。

＜事業内容（ハード事業）＞



【施設完成イメージ「マルヒコビルディング」】

整備した施設	概要	導入したITツール	取得できるデータ指標
複合機能施設	施設内部は住民参加型の地元木材を活用したDIYプログラム(D.I.T ワークショップ(Do It Together))で改装。下記の4つの街中に不足している機能を持った施設を整備。 ①コミュニティ機能 ②創業支援機能 ③事業者支援機能 ④子育て支援機能	入退室管理システム ポイント付与	来訪者数、来訪頻度 ポイントの取得量、ボランティアの種類 ※
		POSレジ	消費総額、購入商品別売上 ポイント数、ポイントを活用した対象商品

※ ボランティア活動等を行うことにより、ポイントが付与される仕組みづくり。

期待できる効果

地域コミュニケーションの促進、横のつながりを形成

地域活動への参加促進と商店街への来訪者の増加

地元木材等を活用し自ラリノベーションする安価な新規店舗出店による空き店舗の低減 等

地域住民の手により再生した愛着のある施設を拠点とし、【木都能代】を振興する地元地方公共団体とも連携を強化し、地域ニーズに対応する機能を商店街全体で展開し、継続的な活性化を図る。



【旧店舗と前の歩道を活用した
コミュニティイベント】

＜能代市の関わり＞

秋田県の商店街振興事業（専門家アドバイス、あり方検討）の実施時から能代市として同商店会に関与している。
本補助金公募申請の構想段階から東北局との交渉窓口となり意見交換を行ったり、市民への事業周知や参画への呼びかけを行っている。
なお、3月頃から市の予算要求を開始するとともに、4月頃、市の公募要領を策定した。（6月補正対応、5月末採択）

5-4. 取組事例：円頓寺商店街（ハード事業）

<商店街の課題>

- ①昔から暮らしてきた住民と新しい世代の住民のつながり・接点創出の場が必要。
- ②住民ニーズに対応した商店街であり続けるため、時代や地域ニーズの変化を的確に捉え、継続的なサービス刷新を行える仕組みづくりが必要だが、商店街には、そのような機能が欠けていた。

<事業内容（ハード事業）>



整備した施設	概要	導入したITツール	取得できるデータ指標
①ワイナリー 	・昔から暮らしてきた住民に加え、新しい世代の住民の誘客が期待 ・地域住民のニーズを直接収集する場 ・地域住民・周辺企業参加型サービスを検討するAIラボを併設	AIカメラ 	商店街への人流・属性 時間・時期ごとの顧客 通行人数
②AIラボ 	・ワイナリーの建物内に整備 ・商店街、ベンチャー企業、ICT企業、大学、行政との協同 ・商店街施策立案に向けたアイデア・イノベーション創出の場 ・AIカメラ・GPSで得られたデータをオープンに活用できる場	GPS 	商店街周辺の他地域や他店舗から 商店街内への人流・属性 来街者のリピート率

+

期待できる効果



オープンデータの取組により新規出店希望者とのマッチング
 企業と連携しての新規事業実施
 アイデアピッチの開催 等



そこで生まれた新サービス等について、データを活用しながら情報収集・分析⇒施策立案
 ⇒効果分析・改善を進め、最適なテナントミックスを目指す。

<名古屋市の関わり>

従来より商店街関係者と面談する等の関係構築を行っているが、当該商店街については、従前から、新たな取組や顧客データ収集を活かしたテナントミックスに向けた展開等に関心を持っていたため、国の施策を紹介したところ前向きに検討され、応募に至ったもの。応募に際しては、市としても構想段階から各所との意見交換を重ねてより効果的な事業実施に向けて取り組んできた。また採択の通知を得た後は、速やかに6月議会に補正予算を上程し、予算措置及び交付要綱作成に向けた内部調整を行った。

6. 地方公共団体と事業者との連携について

- 地方公共団体が策定する商店街活性化促進事業計画等との連携により生まれる相乗効果や、地方公共団体の橋渡しによる事業者と関係団体との連携強化などが図られるため、官民が協力して事業を推進することは、事業を効果的に実施するために重要だと考えています。
- また、事業計画の策定時点から、地方公共団体と事業者が協力関係を築くことで、様々な目線から事業計画を策定することができ、新たな気付きやより良い内容へブラッシュアップできるきっかけになると考えています。
- このため、可能な限り、**地方公共団体（市区町村等）と事業者（商店街等）は、事業計画の策定初期段階から連携して事業を推進いただくようお願いいたします。**

<事業計画の策定>

（１）基礎調査

- ・商店街等を取り巻く現況
- ・地域住民が商店街等に求めるニーズ
- ・ターゲットとする客層や商圏



（２）方針の決定

- ・商店街等としてのあるべき（目指す）姿

（３）不足する機能や導入方法の検討

- ・商店街等に不足する機能や導入方法
- ・地域ニーズ・需要に沿った商店街等の既存店舗の事業や店舗構成

（４）効果的な取組に必要なデータの検討

- ・効果分析のために収集するデータの設定
- ・効果分析のために収集するデータの測定方法
- ・効果的にデータを取得・活用するための工夫

（５）計画策定

- ・商店街等のあるべき姿に向け得られたデータを活用するための仕組みづくり

<留意点>

○申請スケジュールの確認

国の申請スケジュール（締切）に合わせた、地方公共団体の申請スケジュールを設定してください。国の公募開始前から、着手していただき、余裕をもってお早目の事業計画の策定・申請書の作成をお願いいたします。

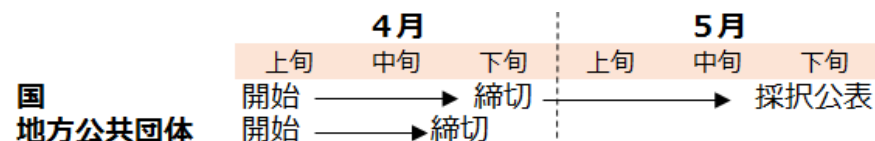
○事業スケジュールの確認

国の事業スケジュール（締切）に合わせた、無理のない事業スケジュールを設定してください。

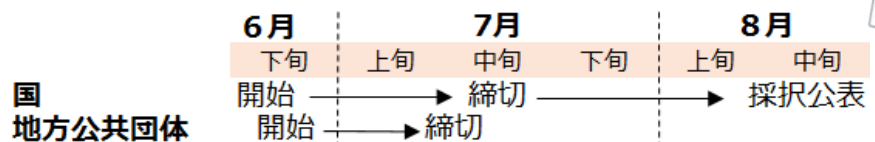
○申請内容の確認

事業内容が良くても、申請書に正しく反映されていなければ伝わらないため、事業内容や要点を申請書に分かりやすく明確に記載してください。

（参考）令和３年度 <１次募集スケジュール>



（参考）令和３年度 <２次募集スケジュール>



7. 事業計画策定の際の留意点について

- 応募された事業の採否にあたっては、外部の審査委員により、総合的に評価します。事業計画を策定する前に、審査基準の項目については、募集要領で内容を御確認いただきますようお願いいたします。
- 特に下記の審査基準によく留意して事業計画の策定を行ってください。

○間接補助事業の成果を高めるための**効果的な工夫**が見られ、**モデル事業として先進的な事業**が提案されているか。

○間接補助事業を円滑に実施するために、事業規模等に適した実施体制（中核的な担い手や各プレイヤーの役割分担の明確化等）をとっており、**必要な地域の関係団体との連携を十分に図ることができる体制**となっているか。

○間接補助事業の内容の熟度

- ・商店街等を取り巻く現況が把握できているか。
- ・地域住民が商店街等に求めるニーズを想定できているか。
- ・商店街等としての**あるべき（目指す）姿を検討**できているか。
- ・商店街等としてのあるべき姿に向けてターゲットとする客層や商圈を想定できているか。
- ・商店街等のあるべき姿に向けて、不足する機能やその導入方法を検討しているか。
- ・商店街等のあるべき姿に向け、既存店舗の事業や店舗構成をどのように地域ニーズ・需要に沿ったものとするか、検討がなされているか。
- ・あるべき姿を実現し持続的な発展につなげる**中長期の取組**が具体的に検討されているか。

○間接補助事業の実施効果

- ・間接補助事業により達成しようとする効果を分析するために取得する**データ指標の種類**は妥当か。
- ・間接補助事業により達成しようとする効果を分析するために取得する**データ指標の測定方法**は妥当か。
- ・**効果的にデータを取得・活用するための工夫**がなされているか。
- ・商店街等のあるべき姿に向け、間接補助事業により得られたデータを**同事業実施後に活用するための仕組みづくりが具体的に検討**されているか。



8. Q&A

Q. ソフト事業とハード事業の違いを教えてください。

A. 建物の構造変化を伴うような工事を行う場合はハード事業、構造変化を伴わない軽微な場合はソフト事業と整理しております。なお、ソフト事業は、①事業計画の策定にあたり、仮説でも構わないこと、②施設整備費を使用することができないこと、ハード事業は、①事業計画に策定にあたり、仮説ではなく、しっかりとした調査などに基づいてもらう必要があること、②施設整備費を使用することができること、などの特徴がありますが、間接補助事業の内容は似ている部分も多々あります。ただし、補助率や補助上限額の違いがありますので、どちらで申請されるのかは十分御検討いただければ幸いです。

なお、ソフト事業においても、取得財産によっては維持管理していただく必要がありますし、交付申請内容によっては、処分制限期間内でも継続して事業を継続していただく必要があることについても御留意ください。

Q. ハード事業の目的について教えてください。ハード事業は施設整備を行うのみの事業でしょうか。

A. ハード事業（商店街等新機能導入促進事業）は、単なる施設整備事業ではありません。施設整備は手段であり、目的は最適なテナントミックスの構築です。

そのため、整備した当該施設の利用状況を把握、分析するだけでは不十分です。事業実施の期間内に最適なテナントミックスの実現に向けて、継続的に調査、分析を行う仕組み等の構築が必要であると考えております。

8. Q&A

Q. 事業実施期間中にどこまで実施すればよいのでしょうか。

A. 施設整備（ソフト事業であれば内装等）が完了するだけでなく、事業によって得たデータの収集・分析体制の構築や、最適なテナントミックスの実現に向けた需要構造に適した供給体制の仕組みの構築を行っていただきたいと思います。事業完了後も、継続的に調査、分析を行い、最適なテナントミックスに繋げていただければと考えております。なお、事業計画作成の際は、そのようなスケジュールとなっているか御確認願います。

Q. 不採択事案の特徴や指摘等を教えてください。

A. 外部審査委員による審査委員会において、公募要領で定める審査基準に基づき、審査を行います。事業実施能力とともに、実施体制・地域の連携・地方公共団体との協力体制、事業内容の熟度及び事業実施効果などについても審査されます。不採択事案については、審査委員から、「何を目指しているのかわからない」などとの指摘も見受けられます。これは、「目指している姿やコンセプト」と「整備したい施設」が一致していなかったり、関連がわかりづらかったりすることが多いようです。

Q. 応募書類の申請方法について教えてください。

A. 経済産業省では、補助金申請手続のワンストップ化と完全電子化を推進しております。応募書類は原則として、jGrants（Jグランツ。補助金の申請・届出ができる電子申請システム。）から御申請ください。
※災害その他これらに準ずるやむを得ない事由がない限り、jGrantsから御申請ください。
※jGrantsの申請に必要なGビズIDができるまでには2～3週間ほど時間がかかりますので御注意ください。
jGrants ホームページ：<https://www.jgrants-portal.go.jp/>

9. 問合せ先

担当課室	住所	電話番号・メール	管轄区域
北海道経済産業局 経営支援課 商業振興室	〒060-0808 札幌市北区北8条西2 札幌第1合同庁舎	電話番号：011-738-3236 E-mail： hokkaido-shogyo@meti.go.jp	北海道
東北経済産業局 商業・流通サービス産業課	〒980-8403 仙台市青葉区本町3-3-1 仙台合同庁舎B棟	電話番号：022-221-4914 E-mail： thk-shougyou@meti.go.jp	青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県
関東経済産業局 流通・サービス産業課 商業振興室	〒330-9715 さいたま市中央区新都心1-1 合同庁舎1号館	電話番号 048-600-0317 E-mail： kanto-syoutengai@meti.go.jp	茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、新潟県、山梨県、長野県、静岡県
中部経済産業局 流通・サービス産業課	〒460-8510 名古屋市中区三の丸2-5-2	電話番号 052-951-0597 E-mail： chb-syogyo@meti.go.jp	富山県、石川県、岐阜県、愛知県、三重県
近畿経済産業局 流通・サービス産業課	〒540-8535 大阪市中央区大手前1-5-44 大阪合同庁舎1号館	電話番号 06-6966-6025 E-mail： kin-commerce-lg@meti.go.jp	福井県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県
中国経済産業局 流通・サービス産業課	〒730-8531 広島市中区上八丁堀6-30 広島合同庁舎2号館	電話番号 082-224-5655 E-mail： cgk5655@meti.go.jp	鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県
四国経済産業局 商務・流通産業課	〒760-8512 高松市サンポート3-33 高松サンポート合同庁舎	電話番号 087-811-8524 E-mail： sik-syougyou@meti.go.jp	徳島県、香川県、愛媛県、高知県
九州経済産業局 流通・サービス産業課 商業振興室	〒812-8546 福岡市博多区博多駅東2-11-1 福岡合同庁舎本館	電話番号 092-482-5456 E-mail： kyu-ryutsushogyo@meti.go.jp	福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県
内閣府沖縄総合事務局 商務通商課	〒900-0006 那覇市おもろまち2-1-1 那覇第2地方合同庁舎2号館	電話番号 098-866-1731 E-mail： MLOKCTD@meti.go.jp	沖縄県
・中小企業庁商業課 ・地域経済産業グループ 中心市街地活性化室	〒100-8912 東京都千代田区霞が関1-3-1	電話番号 03-3501-1929 E-mail： honsyo-kinofukugoka@meti.go.jp	—

※申請に関して、お困りごと等がございましたら、経済産業局までお問合せください。