

令和4年度第2次補正予算
面的地域価値の向上・消費創出事業
(概要資料)

令和5年2月
中小企業庁商業課

※現在調整中の繰越承認が前提となりますので、今後、内容等に変更が生じる可能性があることを予めご了承ください。

令和4年度補正予算額

10 億円

事業の内容

事業目的

コロナ禍による来街者ニーズの多様化や、足下の円安メリットを活かしたインバウンドの回復等が期待される中、成長意欲のある商店街等が地域と連携して実施する新たな滞留・交流空間整備や、地域資源等を活かした消費を創出するための事業等を支援することで、新たな需要の取り込みと地域内経済循環の向上に繋がります。

事業概要

商店街等が、自らの魅力・地域資源等を活かした、新たな滞留・交流空間の整備や、消費を創出するための事業等を支援します。その際、専門家等が事業効果等を定期的に確認しながら伴走することで、地域の「稼ぐ力」の向上に繋がります。なお、事業実施にあたっては、地方公共団体の連携・協働を要件とします。

事業スキーム（対象者、対象行為、補助率等）



【事業イメージ】

地元グルメ・食材を活用した需要獲得



- ・地元グルメ等を活用し、回遊性を高める新たな体験事業等を提供。
- ・併せて、その場で食事を楽しみながら、ついで買いを促す滞留空間の創出を図る。

歴史文化を活かした需要獲得



- ・歴史文化を取り入れた体験事業ができる空間を整備し、事業実施。
- ・ニーズに合った多言語対応の周遊パンフレット等を作成し、当該事業を起点とした回遊促進を図る。

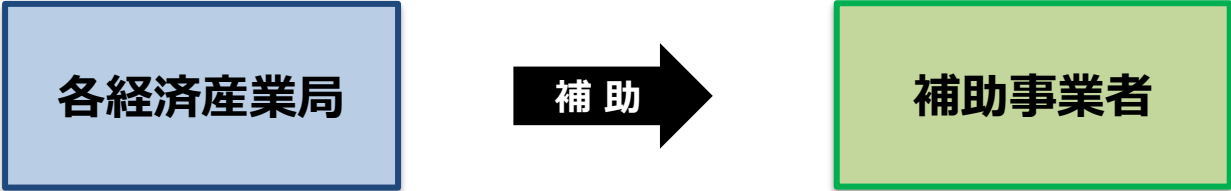
成果目標

事業終了後1年で、売上高が増加した商店街等の割合が80%以上になることを目指します。

1. 本事業の基本スキーム（補助率、補助金上限額・下限額）

- 補助事業者に対し、各経済産業局(※) から直接補助します。

※沖縄県においては、内閣府沖縄総合事務局。以下同じ。



補助対象事業 ※①及び②が事業計画に含まれていることが必要	①専門家による伴走支援 ・専門家が事業効果等を定期的に確認しながら面的に伴走支援 ②消費創出事業 ・回遊促進事業、体験事業、交流事業、ブランディング、情報発信強化 など ③滞留・交流空間整備事業 ・空き地・空き店舗の利活用、店舗等の機能転換、歩道等の利活用、景観整備（統一化） など
補助率	2 / 3
補助額	上限：3,000万円 下限：200万円 補助対象事業①～③の合計額

2. 補助対象者

- 補助対象者は、商店街等組織・民間事業者等です。
- 民間事業者等が申請主体となる場合は、商店街等組織との連名による申請をお願いします。

【補助対象者】

- ① 商店街等組織
- ② 民間事業者等と商店街等組織の連携体

※補助対象の例は、次ページをご参照ください。

【参考】補助対象者

名称		要件	代表例
A	法人格を有する 商店街等の組織	■ 商店街等を構成する団体であって、商店街振興組合、商店街振興組合連合会、事業協同組合、事業協同小組合、協同組合連合会及び中小企業団体の組織に関する法律（昭和32年法律第185号）第9条ただし書きに規定する商店街組合又はこれを会員とする商工組合連合会において法人格を有する組織	商店街振興組合（連合会含む） 事業協同組合、事業協同組合連合会 商工組合、商工組合連合会 生活衛生同業組合
B	法人格を持たない 商店街等の組織	■ 法人化されていない商店街等を構成する任意の団体であって、規約等により代表者の定めがあり、財産の管理等を適正に行うことができるもの ■ 商店街等において、まちづくりや商業活性化の担い手としての活動実績を有している組織 <i>※自らイニシアティブをとり、まちづくりや商業活性化の担い手としての活動を実施している事業者を指す。具体的には、「様式2 提案書」の「事業実績」に記載の内容を審査委員会で審査し、判断する。</i> ■ 設立して1年以上経過している組織。または、設立1年未満であってもそれと同等の前身組織が存在する組織	任意の商店会、 温泉街、飲食店街
C	法人格を有する 民間事業者	■ 法人格を有する中小企業基本法第2条第1項に定義する中小企業等（みなし大企業は除く）であって定款等により代表者の定めがあり、財産の管理等を適切に行うことができるもの ■ 商店街等において、まちづくりや商業活性化の担い手としての活動実績を有している組織 <i>※自らイニシアティブをとり、まちづくりや商業活性化の担い手としての活動を実施している事業者を指す。具体的には、「様式2 提案書」の「事業実績」に記載の内容を審査委員会で審査し、判断する。</i>	まちづくり会社 観光地域づくり法人（DMO） 合同会社、一般社団法人 一般財団法人、公益社団法人 NPO法人 <i>※一般的なイベント会社・広告会社は支援対象事業者に該当しない。</i>
D	法人格を持たない 民間組織	■ 法人化されていない任意の組織であって、規約等により代表者の定めがあり、財産の管理等を適切に行うことができるもの ■ 商店街等において、まちづくりや商業活性化の担い手としての活動実績を有している組織 <i>※自らイニシアティブをとり、まちづくりや商業活性化の担い手としての活動を実施している事業者を指す。具体的には、具体的には、「様式2 提案書」の「事業実績」に記載の内容を審査委員会で審査し、判断する。</i> ■ 設立して1年以上経過している組織。または、設立1年未満であってもそれと同等の前身組織が存在する組織	まちづくり協議会 実行委員会
E	支援機関	■ 商工会法（昭和35年法律第89号）に規定する商工会、商工会議所法（昭和28年法律第143号）に規定する商工会議所、及びそれらの連合組織	商工会、商工会議所及びそれらの連合組織

3. 補助対象事業：専門家による面的伴走支援

- 地域の稼ぐ力の向上に向け、地域活性化等の知見を有する専門家が面的に伴走（助言等）するために必要な経費（謝金・旅費等）を支援します。

専門家の例

- 商店街よろず相談アドバイザー、支援パートナー
（株式会社全国商店街支援センター）
- 中小企業アドバイザー（中心市街地活性化）
（独立行政法人中小企業基盤整備機構）
- 中小企業診断士 等（士業）
- 経営指導員（商工会・商工会議所）
- 金融機関に在籍する者のうち、有資格者もしくはまちづくり・商業活性化に関する支援実績を有する者
- 民間事業者に在籍する者のうち、まちづくりや商業活性化に関する支援実績を有する者

※複数の専門家による伴走支援も可能です。

※申請主体となる組織に在籍する者が専門家として参画することは認められません。

面的伴走支援のイメージ

- ・消費創出事業等に係る実施状況を把握し、次回実施に向けた改善・助言を申請者等に対して行う。
- ・商店街内の各個店を定期的に回り、事業効果等の把握を行う。
- ・個店からの要望等に応じて、適宜、経営アドバイス等を行う。

※事業計画作成段階における専門家の伴走支援（助言等）は補助対象経費に含まれませんのでご注意ください。

＜例＞

- ・事業計画の作成段階から関与し、地域の魅力・コンセプト等の再定義に係る助言を行う。
- ・企画立案する消費創出事業等に係る計画策定にあたり、必要な助言等を行う。

⇒事業計画作成段階における伴走支援は補助対象経費に含まれませんが、審査上で加点する予定です（P11参照）

3. 補助対象事業：消費創出事業、滞留交流空間整備

- 域外（インバウンド含む）から新たな需要を取り込むために実施する、地域資源等を活かした消費創出事業や同事業の効果を高める滞留・交流空間整備を支援します。

消費創出事業

- ・回遊促進事業
- ・体験／交流事業
- ・商品／サービス等の開発
- ・情報発信強化
- ・地元企業等とのタイアップ事業 など

※商店街等の売上増につながる事業であること

+

滞留・交流空間整備事業

- ・空き地の利活用
- ・空き店舗の利活用
- ・店舗等の機能転換
- ・歩道等の利活用
- ・景観整備（統一化） など

➡ 消費創出事業については、一過性・一時的な取組ではなく、事業期間内に複数回又は長期的に実施される計画とし、都度、専門家による評価等を踏まえ事業改善が図られる内容にしてください。

⚠ 滞留・交流空間整備事業のみの申請は認められません。必ず、消費創出事業と連携した整備事業としてください。

3. 補助対象事業：事業のイメージ

具体的な取組例

回遊促進事業×空き地利活用

- 地元グルメを食べ歩く回遊促進事業と併せて、空き地を交流・滞留空間として整備。当該空間を商店街内のイートインスペースとして活用。

商品等の開発×景観整備

- 大正浪漫のレトロな町として、共通の店先のれんを制作。併せて、各店舗でご当地の新品・サービスの開発を行い、新たな需要の獲得を図る。

体験事業×空き店舗利活用

- 空き店舗をゲストハウスに改装。ゲストハウスでご当地の食材や商品等に触れることができる（コト消費）ほか、ゲストハウスを拠点に商店街の各店舗を回遊する案内マップ等を制作。

交流・体験事業×空き店舗利活用

- 空き店舗を多目的スペースに改装し、着物を着て商店街を回遊するの事業の実施や、多目的スペースを拠点に商店街全体で歴史文化が体験できる事業を実施。

情報発信強化×店舗等機能転換

- 既存店舗の一部を観光案内機能を有するコミュニティスペースに改装。当該スペースを新たな情報発信拠点とし、HPの整備や多言語マップ等を作成し、商店街内の回遊を促す。

商品等の開発×情報発信強化

- 人気アニメ等の舞台になった地域の魅力を活かし、当該アニメ等とのコラボレーション商品・サービスを開発するとともに、海外向けHPを立ち上げ、国内のみならず海外にも広く情報発信し誘客促進を図る。

4. 「面的地域価値の向上・消費創出事業」の要点

1. 事業実施前

ポイント①

- 事業計画の作成
 - ・地域の魅力・特徴の整理
 - ・商店街のコンセプトの設定

ポイント②

- 地方公共団体へ
支援計画書の依頼
 - ・連携・協働体制の構築

2. 事業実施

● 専門家による伴走支援

ポイント③

- ・事業計画に対する指導・助言
- ・要望に応じた個店への臨店研修
- ・地域全体に対する研修会の開催
- ・事業効果の検証・改善指導 など

● 消費創出事業

ポイント④

- ・域外から人を呼び込み、消費創出・回遊促進を図る事業。



地域の文化体験



多言語ガイドの開発

● 消費創出事業＋ 滞留・交流空間整備事業

- ・消費創出事業に加え、事業効果を高めるために拠点/空間等を整備。



消費創出・回遊促進



滞留・交流空間の整備

- 地方公共団体による支援
 - ・広報支援、ソフト支援、施策連携 等

3. 事業実施後

● 本事業の成果

ポイント⑤

- ・補助事業後も持続的に効果が発揮できる体制の構築
- ・効果報告



- ・商店街等を中心とした地域の「稼ぐ力」の向上
- ・域外等の新たな需要の獲得
- ・地域内経済循環の向上

ポイント

- ① ニーズの把握・ビジョンの検討
- ② 地方公共団体との連携体制の強化
- ③ 定期的に専門家による指導・助言等を受けることで、実施する事業について都度見直し・改善等を行う。PDCAサイクルを回しながら、実施することで事業効果を高め、地域の「稼ぐ力」の向上へ繋げる。
- ④ 消費創出事業や滞留・交流空間の整備を行うことで、来街者の回遊を促す仕組みを構築
- ⑤ PDCAサイクルを自立して回せる体制の構築。

※滞留・交流空間整備事業のみは
支援対象外

5. 事業実施の要件

- 本事業の実施に当たっては、①事業実施前、②事業実施中、③事業実施後の3つのフェーズでそれぞれ要件を設けています。

本事業で求められる取組

事業実施前

■ 地方公共団体の連携・協働

- ・地方公共団体の密接な関与・協力を得ながら取り組む事業内容になっていること。

■ 地域の魅力・コンセプト等の再定義

- ・地域独自の強み（他地域との差別化要素等）を関係者間で共有するとともに、それを活かした事業内容・エリアの設定になっていること。

事業実施中

■ 地域活性化等の知見を有する専門家による伴走支援

- ・専門家による定期的な効果測定及びそれに基づくアドバイス等が行われていること。

■ 継続性のある事業の実施

- ・一時的/短期的なイベントの実施ではなく、事業期間を通して継続的かつ見直し・改善を図ることができる事業を実施していること。

事業実施後

■ 事業年度終了時の実績報告等

■ 事業年度終了1年後の事業効果等の報告

- ・申請時と同じ店舗（測定店舗等）で売上高を集計し、報告すること。

6. 地方公共団体の連携・協働

事業実施前

- 地域の商店街等が「地域のかお」としての魅力を高めていくためには、地域関係者との連携に加え、地域のコミットメントを得ることが重要です。
- そのため、商店街等が取り組む事業計画に対して、地方公共団体の連携を必須とします。申請時には地方公共団体が作成する「支援計画書」を提出してください。

連携のイメージ

ソフト支援

- ・消費創出事業等の実施にあたって、地方公共団体の職員が事業の企画段階から参画。
- ・事業運営や地域関係者間の連携・コーディネートをサポート。



広報支援

- ・消費創出事業等の他、商店街等における様々な取組内容を地方公共団体のHP、SNS等を活用して広く周知。



施策連携等

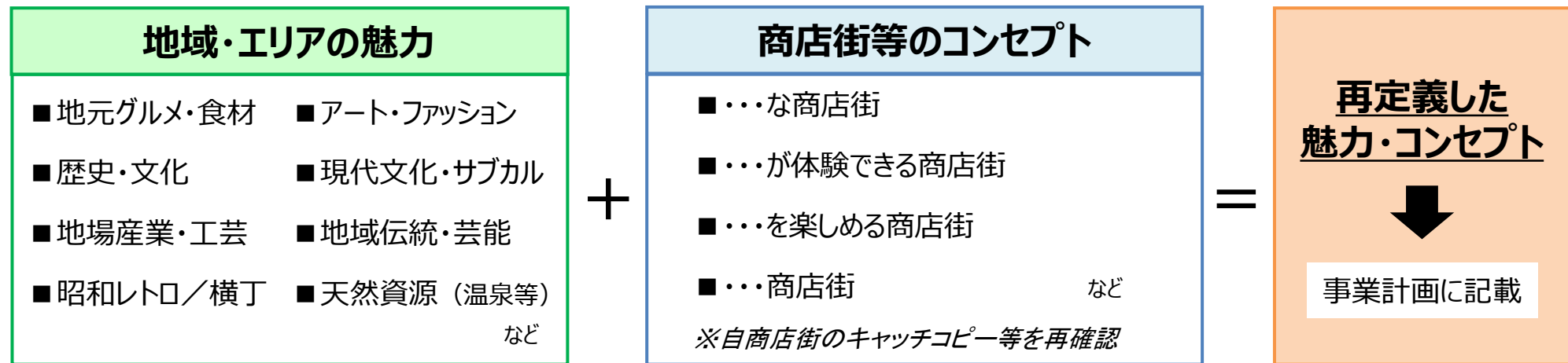
- ・自治体が実施する誘客促進事業等との連携。
- ・道路使用許可等の手続円滑化。
- ・自治体主催の観光行事等との連携。



7. 地域の魅力・コンセプトの再定義

事業実施前

- 来訪者のニーズが多様化する中、地域ならではの「個性」や「多様性」を伸ばし、地域価値の向上と商店街等の活性化を図るためには、今一度、地域の武器は何かを再考することが重要です。
- そのため、地域関係者間で改めて地域の魅力や特徴、商店街のコンセプトを整理いただき、再定義された魅力・コンセプトを軸とした事業計画を作成してください。



事業計画作成段階（地域の魅力・コンセプトの再定義）から
専門家が参画している場合は、**採択審査において加点**する予定。

※事業計画作成段階の伴走支援は、補助対象経費に含まれませんのでご注意ください。

8. 「面的」の範囲について

事業実施前

- 本事業では、事業計画書に「事業実施地域」を記載いただくことを要件としています。
- なお、地域価値の向上と地域の稼ぐ力の向上を図る観点から、複数商店街を面として捉える取組や、近隣の観光地等と連携して面を構築する取組等、商店街を核として事業実施エリアを拡張することも可能です。

事業実施地域の考え方

商店街単独

- ・ 商店街を1つのエリアとして捉え、当該エリアの地域価値向上と稼ぐ力の向上を目指す。



複数商店街の連携

- ・ 近接する商店街同士で連携し、エリアを広げた上で、当該エリアの地域価値向上と稼ぐ力の向上を目指す。



観光地等との連携

- ・ 近隣の観光地等と連携し、双方の回遊促進を通じて、当該エリアの地域価値向上と稼ぐ力の向上を目指す。

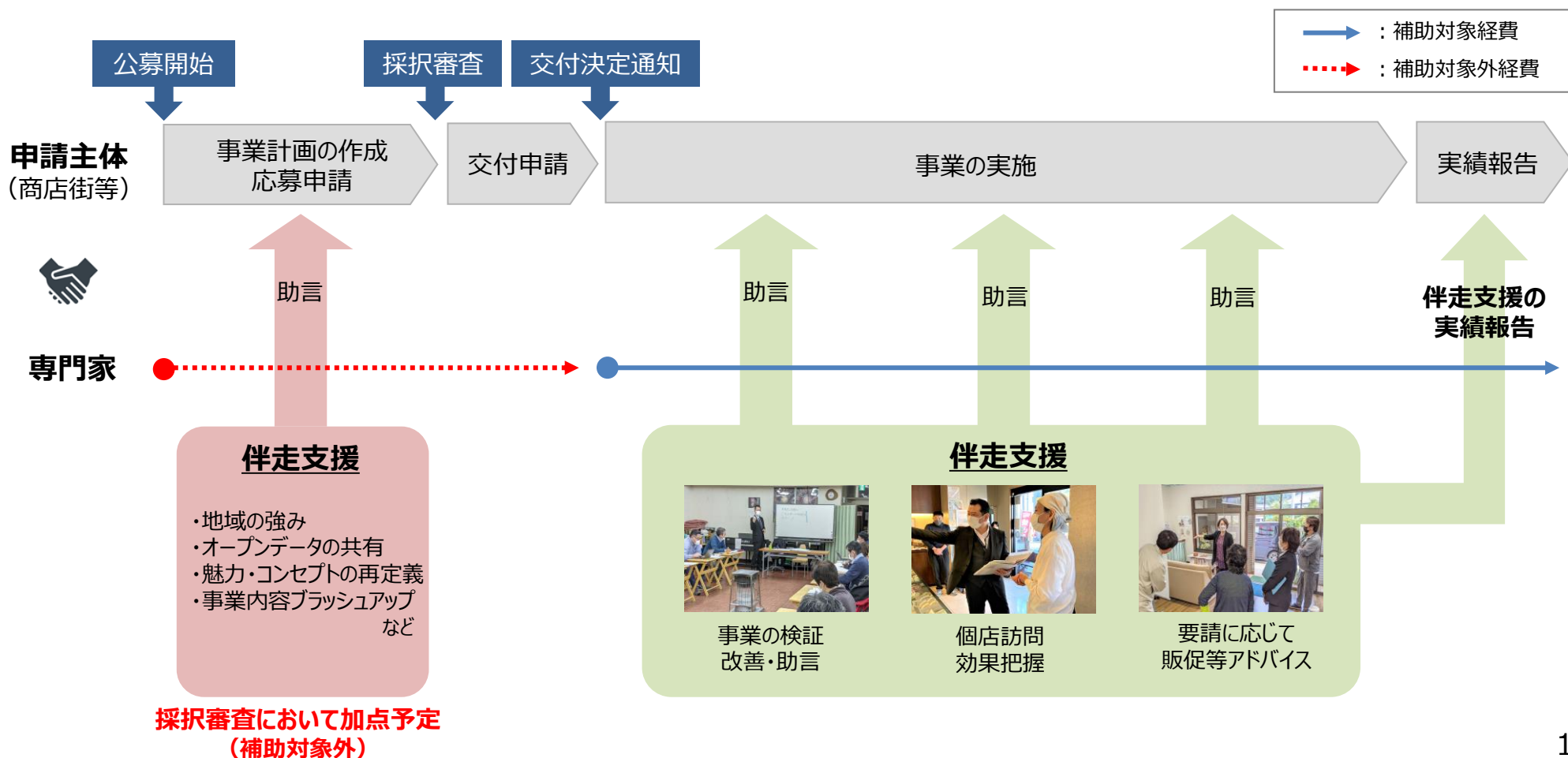


➡ 事業実施地域を広く設定する場合、事業として回遊性を確保しつつ、事業実施エリア内の消費拡大が促されることが必要です。

9. 地域活性化等の知見を有する専門家による伴走支援

事業実施中

- 本事業は、事業計画の実効性及び消費創出効果を高めるため、専門家による定期的な事業効果の把握と助言の実施を必須としています。
- 事業期間中、更なる顧客獲得・商圈拡大等につなげるため、専門家からの助言等を踏まえ、事業の改善等を継続的行ってください。

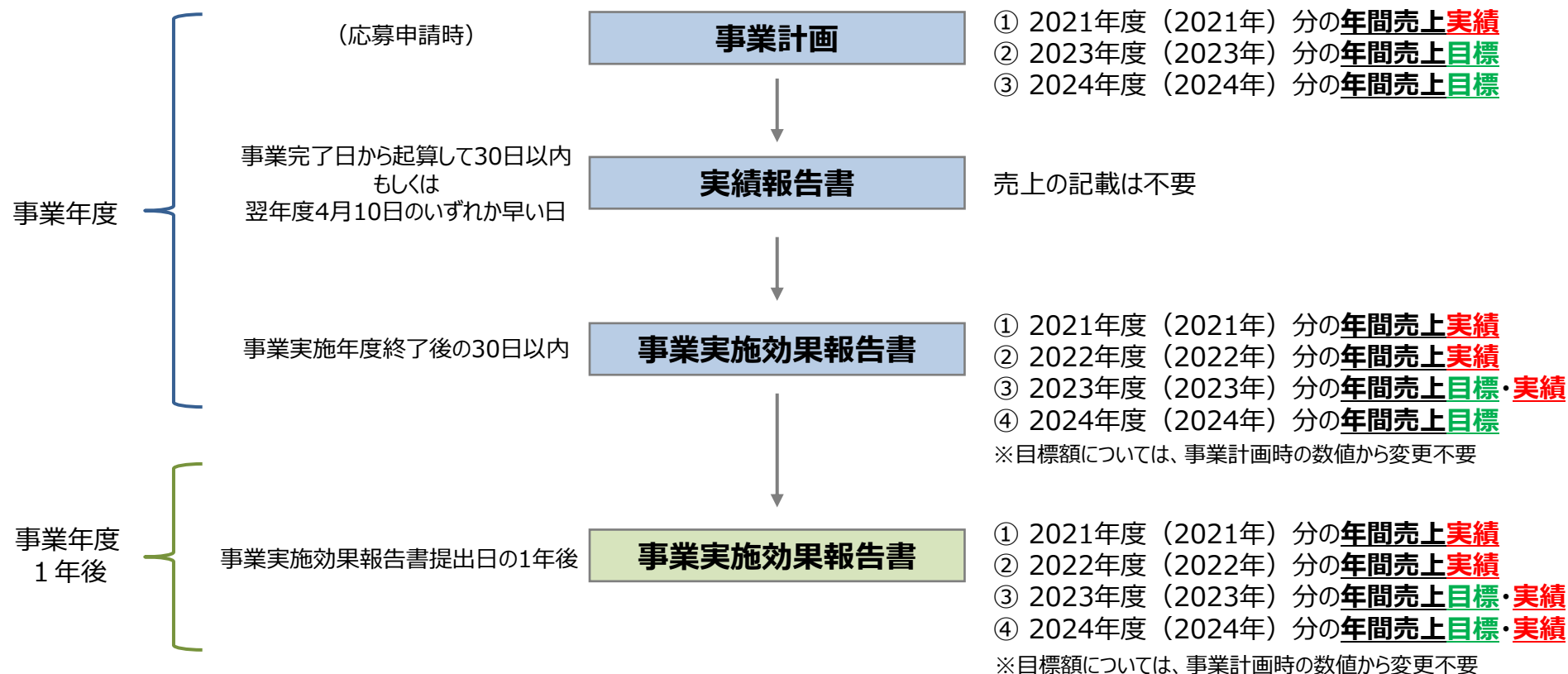


10. 実績報告・事業効果等の報告

事業実施後

- 本事業の目的である消費創出効果を測定するため、商店街等の売上を把握し、その変化を把握することが必要です。
- 商店街等の売上は、商店街等を構成する半数以上の店舗の売上の総計が必要です。なお、個別の店舗売上を特定し、報告いただく必要はありません。

報告のタイミングと内容



【参考①】売上データと集計方法について

- 売上額については、「年度ベース（4月～3月）の売上額」または「年ベース（1月～12月）の売上額」で集計してください。

売上データ

- ① 年度ベース（4月～3月）の売上額
- ② 年ベース（1月～12月）の売上額
※確定申告時に記載する「売上（収入）金額」

集計方法（例）

- 回収箱を設置し、店舗名等を記載しない無記名用紙（売上のみ記載）を投函
- 個別に専用メールアドレスを取得し、匿名でメール報告
- 面的伴走支援を行う専門家が各店舗の売上額を確認
- グループ共有アプリ等を活用

ポイント

- ✓ 商店街等を構成する**半数以上の店舗の売上の総計**が必要です。
- ✓ 事業計画、効果報告等の記載にあたり、**個別の店舗の売上を特定する必要はありません**。
- ✓ **採択審査時には、より多くの店舗について把握可能な体制となっているか等について審査**します。
- ✓ 事業完了から1年後の効果報告も求めることとしていますが、事業実施年度時と同じ店舗の売上データを集計し報告してください。

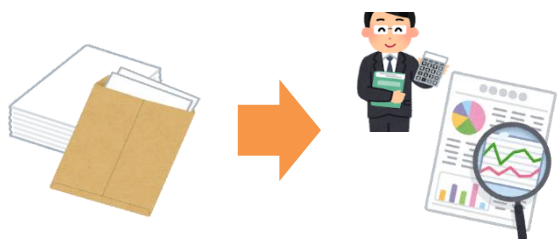
【参考②】売上データの集計例

- 売上データの集計に当たっては、過去の補助事業において各商店街組織が実際に行った取組事例（集計方法）を参考にいただきながら、匿名性を保ちつつ、多くのデータを集計できるように工夫してください。

過去の補助事業における取組例

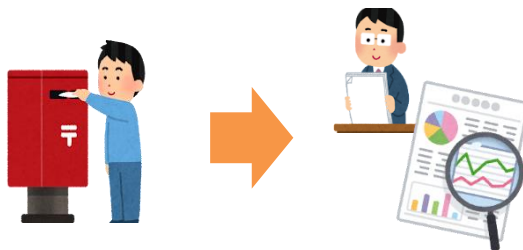
A商店街の取組例

- ・ 個店にアンケート用紙を配布し、年間の売上高を記入した用紙を封筒に入れ封印。組合が回収。
- ・ 封印のまま外部の専門家（中小企業診断士や会計士等）に渡して集計を依頼。
- ・ 個店の匿名性を保った上で売上金額を報告してもらい、商店街としての売上動向を把握。



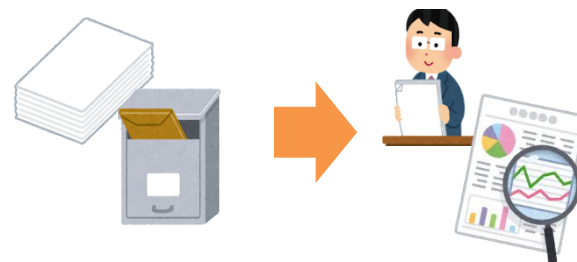
B商店街の取組例

- ・ 売上金額を記載した記入用紙（無記名）を個店から事務局に郵送。別途、事務局長に郵送した旨、メール報告。
- ・ 締切後に事務局長が集計を実施。
- ・ 個店の匿名性を保った上で売上金額を報告してもらい、商店街としての売上動向を把握。



C商店街の取組例

- ・ 各個店へアンケート用紙（売上開示依頼）を配付し、無記名で売上金額を記入してもらう。
- ・ 事務局が投票箱を持参し投函してもらい、事務局担当者が集計を実施。
- ・ 個店の匿名性を保った上で売上金額を報告してもらい、商店街としての売上動向を把握。



1 1. 応募申請から事業完了までの手続き

- 申請窓口は各地方経済産業局となり、以後の手続も地方経済産業局で行います。必要な書類等や提出時期については、応募要領をご確認ください。



1 2. 応募申請方法

- 経済産業省では、原則全ての補助事業でjGrants（Jグランツ）※1を利用することとしております。
- そのため、「面的地域価値の向上・消費創出事業」においても、補助金の公募等の申請は、原則jGrantsからの手続きとなります※2。
- jGrantsを活用した補助金の申請は、「gBizIDプライム」または「gBizIDメンバー」の取得が**必要※3**となります。IDの取得にあたっては、2～3週間程度時間を要する可能性がありますので、申請期日に対して余裕をもって事前登録をお願いします。

※1 jGrantsとは、国等の補助金の手続きを電子で公募から採択後の手続きまで一貫して行えるシステムとなります。

※2 災害その他これらに準ずるやむを得ない事由がある場合のみ電子メールでの提出を受け付けます。

※3 gBizIDプライムとは、法人等の代表者アカウントとなります。gBizIDメンバーとは、組織の従業員用のアカウントとしてgBizIDプライムの利用者が許可したアカウントとなります。ID未取得の場合、まずはgBizIDプライムを申請してください。

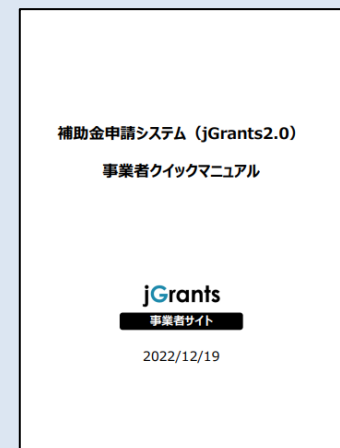
➡ jGrantsの詳しい使い方については、jGrantsのHP上に掲載されている「**事業者クイックマニュアル**」をご参照ください。

jGrantsのHPのURL :
<https://www.jgrants-portal.go.jp/>

または

jGrants

検索



13. 主なQ&A

■事業実施期間は？

- ・ 交付決定日から令和6年3月29日までとなります。

■消費創出事業のみ／滞留・交流空間整備事業事業のみの事業は対象となりますか？

- ・ 本事業の支援対象は以下の表の通りとなります。なお、専門家の伴走支援は必須です。

	消費創出事業のみ	滞留・交流空間整備事業のみ	消費創出事業＋ 滞留・交流空間整備事業
支援対象	○	×	○

■事業終了後の効果報告は、どのような内容／期間の報告が必要ですか？

- ・ 事業終了後、商店街等の売上実績（推移）等の報告が必要となります。
- ・ 報告の期間は、事業実施年度及び事業実施の翌年度の2回となります。それぞれ1年間の売上実績と目標数値の達成状況等を「事業実施効果報告書」に記載し、①及び②の期間までに最寄りの地方経済産業局へ提出してください。
 - ①事業実施年度分は令和6年4月30日まで。
 - ②事業実施の翌年度分は令和7年4月30日まで。
- ・ なお、報告する売上実績については、同一の手法であれば、年度（4月～3月）または年（1月～12月）どちらでも構いません。

■まちづくり会社は単独で申請できるか？

- ・ まちづくり会社が申請主体となる場合は、事業実施エリア内の商店街組織等との連名で申請いただく必要があります。

■アーケードの設置・改修・撤去は支援対象となるか？

- ・ 本事業では、アーケードの設置・改修・撤去は原則支援対象外としています。ご不明な点がございましたら、各経済産業局または中小企業庁商業課へお問い合わせください。

14. お問い合わせ先

担当課室	住所	問い合わせ先	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： bzl-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： bzl-shougyouchukatu-tohoku@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： bzl-kanto-fukugouka@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 商業振興室	〒460-8510 名古屋市中区三の丸2-5-2	電話番号：052-951-0597 E-mail： bzl-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： bzl-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： bzl-chugokusyo@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： bzl-sik-syogyo@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	〒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： bzl-kyu-shogyo@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： bzl-okisyoumu-service@meti.go.jp	沖縄県
中小企業庁商業課	〒100-8912 東京都千代田区霞が関1-3-1	電話番号：03-3501-1929 E-mail： bzl-honsyo-menteki@meti.go.jp	—

- 商店街等において、来街者等の需要に応じた最適な供給体制（テナントミックス）の再構築を目指す事業を地方公共団体が支援する場合に、国が費用の一部を補助します。

ソフト支援

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。

【名古屋市 大須商店街（令和3年度活用事例）】



- eスポーツ体験スペースを特設し、AIビーコンを体験スペースと商店街内の店舗に設置して人流分析を実施。
- 分析の結果、体験スペースから大須商店街らしい店舗（アパレル・飲食店）への人の流れも一定数あり、商店街とeスポーツの親和性があることを確認。

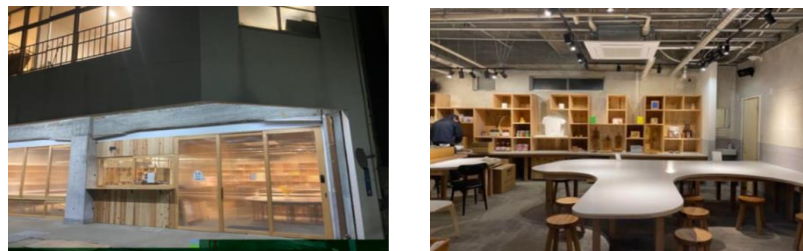
<補助対象経費の一例>

- ・ デジタルツールの設置・運用費用
- ・ eスポーツ体験スペースの整備費（内装・設備・施工工事費）等

ハード支援

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。

【能代市 能代駅前商店会（令和3年度活用事例）】



- 空き店舗をリノベーションし、創業支援、コミュニティスペース、子育て支援等、多機能型の複合施設を整備。
- 新たな拠点が整備されたことで、個人事業主や創業希望者等の横の繋がりが形成され、空き店舗活用の相談増や空き店舗オーナーと新規起業家間のマッチングに繋がっている。

<補助対象経費の一例>

- ・ 複合施設整備費
- ・ デジタルツールの設置・運用費用
- ・ 住民参加DIYワークショップの企画・運営費 等

- 地域の商店街等が抱える課題を解決し、当該地域の魅力・価値向上を図り、持続可能な地域に変革したいという思いを持つ商店街等を対象に、専門家の派遣及びワークショップの開催を通じ、課題解決に向けた取組を伴走支援します。（※本事業は「面的地域価値の向上・消費創出事業」とは異なる支援事業になります。併用はできませんのでご了承ください。）



課題特定とビジョン設定

WS
①



WS
②



具体的な取組の検討

WS
③



WS
⑥



アクションプラン作成

WS
⑦



WS
⑧

アドバイザーと課題を深掘り

- ✓ 後継者不足による廃業、空き店舗増
 - ✓ 若手事業者や次世代リーダーが不在
 - ✓ 多世代で話し合える機会がない
 - ✓ 商店街への新規加入者が減少
- ※アドバイザーとともに現場視察等を行い、課題を再整理

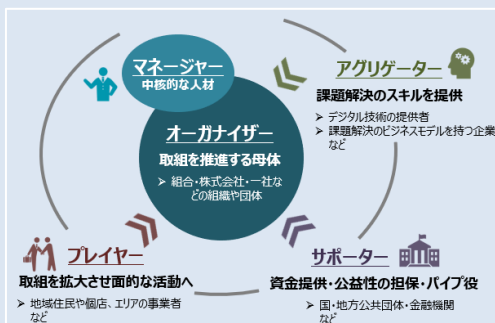
目指したい姿（ビジョン）を設定

- ◆ 人が自然と集まる生き活きとしたまち
- ◆ 新規創業が絶えない商店街
- ◆ 古民家等を有効活用した地域活性化
- ◆ 新しいことに継続的に取組む商店街 など

事業化に向けた準備

- ✓ 若い世代を参画したプロジェクト体制の構築
- ✓ 地域・商圈のニーズ把握、デジタル活用
- ✓ 空き店舗・空き店舗予備軍の調査
- ✓ デジタル活用、収益事業の掘り下げ・見直し

多様な関係者を巻き込んだ連携体制を構築



実施体制・スケジュールの決定

- ・ 中心組織：●●商店街振興組合
- ・ 中心人物：▲▲、■ ■
- ・ 連携組織：商工会、金融機関、大学、まちづくり会社、民間事業者
- ・ サポーター：市役所、観光協会

【スケジュール（案）】

- ①ファーストアクション（1年以内）
- ②短期（1～2年後のあるべき姿）
- ③中期（3～5年後のあるべき姿）



＝各回2名以上の専門人材を派遣（課題の深掘り・役割分担・スケジュール設定・資金調達の方法などをアドバイス）