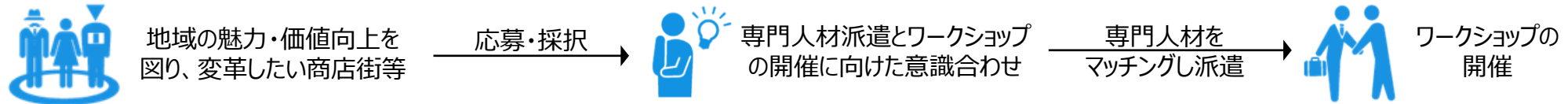


令和5年度 外部人材活用・地域人材育成事業（ワークショップの開催イメージ）

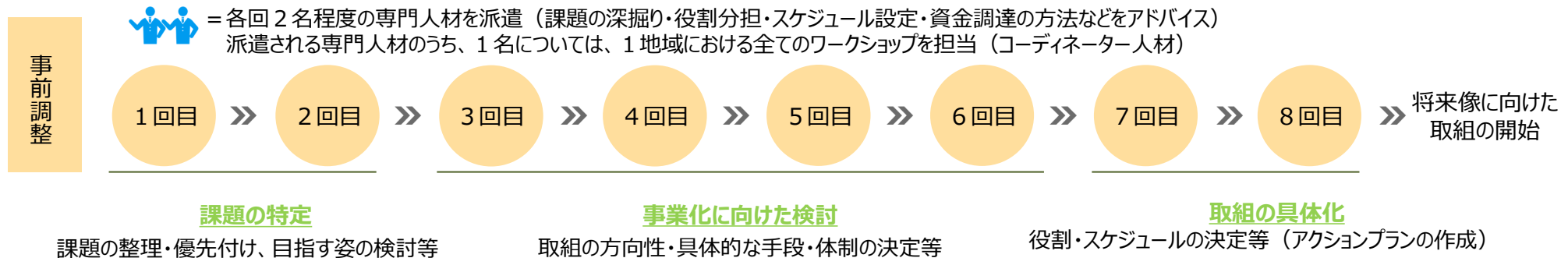
- 地域の魅力・価値向上を図り、持続可能な地域に変革したいという想いを持つ商店街等を対象に、専門人材を派遣し、商店街等が抱える課題の解決に向けたワークショップを開催する（16地域程度）。
- 商店街等の活性化を担う人材が、エリアの抱える課題の深掘り・特定から事業化に至るまでの課題解決のノウハウを身に付けるなど、人材の育成を図るとともに、多様な関係者が協力し合う推進体制の構築を図る。

①開催地域の募集・開催地域との事前調整



②ワークショップの開催

ワークショップの開催イメージ（例）



- ✓ ワークショップの開催回数は、開催地域が掲げる課題やその取組の熟度に応じて、1地域4～8回の間で調整。
- ✓ 議題や進め方、派遣する専門人材などについても、開催地域が抱える課題やその取組の熟度に応じて、柔軟に変更しながら進行。

令和5年度 外部人材活用・地域人材育成事業（ワークショップのイメージ）

課題特定とビジョン設定

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
- ✓ 来訪者減と消費活動の停滞
- ✓ 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
- ✓ 新規出店が進まない

※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

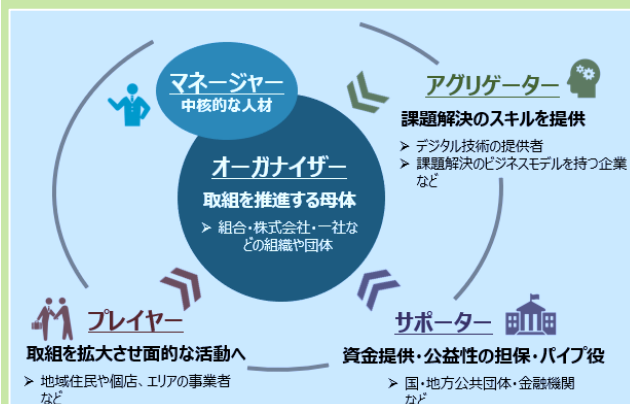
- ◆ 人が自然と集まる生き活きとしたまち
- ◆ サブカルや学びをコンセプトとした商店街
- ◆ 新規創業が絶えない商店街
- ◆ 古民家等を有効活用した地域活性化
- ◆ 新しいことに継続的に取り組む商店街 など

具体的な取組の検討

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
- ✓ 空き店舗・空き店舗予備軍の調査
- ✓ SNS等の情報発信の運用整備
- ✓ 収益事業の掘り下げ・見直し
- ✓ デジタル活用に向けたIT事業者との調整

多様な関係者を巻き込んだ連携体制を構築



アクションプラン作成

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）

WS後 → 取組開始

地域の魅力・価値向上
ヒト・モノ・カネの集まる持続可能な地域へ

◆ 課題とビジョン設定

- 空き店舗の増加や後継者不足等の課題への対応策の検討が急務であり、関係者間で共通のビジョンを作成すべきと考えていたが、どのように作成して良いか分からなかった。WSを通じて専門家から、関係者間で課題認識を共有し、それぞれの役割を定め、関係者を巻き込んだ情報共有会議の立ち上げかた等を学び、連携体制の構築・ビジョンづくりに向けた取組を開始することができた。（40代・商店街関係者）
- 「店主の高齢化」「後継者不足」等の課題を抱えており、改善・改革が必要と感じていた。WSにおいて、「組織づくり」「魅力づくり」「情報発信」といったテーマ別に助言をいただき、具体的な活動や事業計画、ビジョンを検討することができた。（30代・商店街関係者）



◆ 事業化に向けた検討

- 多くの観光客が訪れる地域に立地しているが、来訪者の商店街等への誘客には繋がっていない、来訪者誘致のための新たな機能・企画の導入方法を専門家から学ぶため、WSへ応募した。専門家から、マーケティング調査、収支計画から事業を組み立てるノウハウの助言をいただくなど、事業実施に向けて動き出せるようになった。（50代・商店街関係者）
- 特徴的な商店街として持続させていくため、今後の商店街を担う人材の育成、組織のあり方について課題を感じており、WSを通じて、商店街外部の人の声を取り入れる必要性を学んだ。今まで関わりの少なかった事業者とも意見交換を行い、商店街組織にはなかった新しい意見やアイデアが示されたことが、商店街組合員にとっても良い刺激となり、新たな事業の実施に向けて動き出すことができた。（50代・商店街関係者）



◆ アクションプラン作成

- コロナショックや後継者不足により、閉店・廃業する店舗が相次ぎ、店舗が点在するようになったことで地域の賑わいが喪失した。どのような取り組みを行えば現状を脱却できるのか分からなかったが、専門家より、古民家や周辺の敷地を有効活用するためのノウハウを学び、次年度以降、古民家の利活用事業を実施し、地域の活性化を目指す、アクションプランの作成を行うことができた。（50代・商工会議所関係者）
- 城下町・観光都市としての一面を活かすべく、インバウンドを含めた観光誘客促進の方法を模索していた。専門家から地域資源の洗い出し等の助言をいただき、地域資源に基づく地域の強みの抽出や他地域との差別化の検討を行うことで、地域資源を活用したアクションプランを策定することができた。（50代・まちづくり会社関係者）