

地域の既存資産を活かした開業と定着を促す仕組みづくり

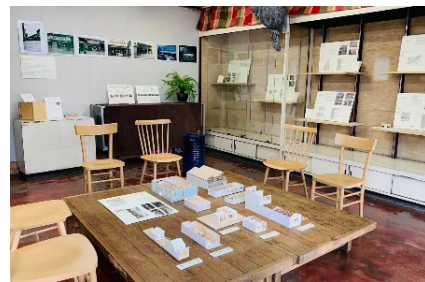
きゅう おうめかいどう ぞ しやうてんがい
旧青梅街道沿いの商店街 ■ 東京都青梅市

1 商店街の抱えていた課題及びそれに対する取組の概要

	2013年頃～ 実証事業の実施・まちづくり会社の設立	2016年頃～ 空き店舗対策事業の開始	2018年頃～ サブリース事業などの開始
共通課題	<ul style="list-style-type: none"> ● 郊外や多摩地域への大型店舗の出店などに伴う、商店街への来街者数の減少 ● 商店主の高齢化や後継者不足による空き店舗の増加 		
個別課題	<ul style="list-style-type: none"> ● 旧青梅街道沿いの商店街（以下、商店街という）など、中心市街地の現状把握と対応策の検討 ● 駅前のスーパーマーケットの退店 	<ul style="list-style-type: none"> ● 市街地に関する情報発信の不足 ● 空き店舗の利活用 ● 開業の促進と事業継続のサポート 	<ul style="list-style-type: none"> ● 出店ニーズに沿った物件の確保 ● 空き家の利活用
取組概要	<ul style="list-style-type: none"> ● 実証事業の実施と地域住民のニーズ調査 <ul style="list-style-type: none"> ・タウンマネージャー國廣氏を中心に、中心市街地に不足する機能を分析するための実証事業を実施。地元の商品を楽しめる産直市や街歩きビアガーデンを開催した。 ・実証事業を通じて、地域住民の商店街や中心市街地に対するニーズや期待を調査・分析。 ● 「おうめマルシェ」の開催・まちづくり会社の設立 <ul style="list-style-type: none"> ・青梅市中心市街地活性化協議会と商店街が設立した「マルシェ等開発検討委員会」が、食をキーワードとしたまちづくりの視察を実施。これらが母体となり「㈱まちづくり青梅」を設立した。 ・近隣のスーパーマーケットの相次いで退店。まちづくり青梅により、「おうめマルシェ」の立ち上げが急ピッチで準備されることとなった。 ・まちづくり青梅スタッフとタウンマネージャーが調整に動き、前年までの実施事業に参加した生産者や事業者などが出店。商店街からも30店が参加した。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 空き店舗オーナーとの粘り強い交渉 <ul style="list-style-type: none"> ・エリアでの長年の課題であった空き店舗対策を検討。建築アドバイザーを交え、空き店舗を目視で調査する取組を開始。 ・空き店舗のオーナーと交渉するも、高齢化や相続問題などの理由から、物件の賃借について断られるケースも多かった。若者の開業を促進することの意義について根気強く説明し、数多くの物件について、賃貸で利活用する同意を得る。 ● 「アキテンポ不動産」事業の開始 <ul style="list-style-type: none"> ・空き店舗物件のオーナーと開業希望者のマッチングを行うサービスを開始。 ・物件情報を閲覧できるギャラリーの開設や、物件情報を記載したリーフレットの配布、空き店舗の見学会などを実施。 ・マッチングを促進するため、建物の歴史をストーリーで伝えられるように心掛けている。 ・また、SNSでは青梅ならではの写真を多用し、個性を表現できるよう工夫している。 ● 開業や事業継続のサポート <ul style="list-style-type: none"> ・物件所有者に協力を依頼し、初期費用や家賃を低めに設定。 ・おうめ創業支援センターと連携し、事業計画の策定支援などを実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ● サブリース投資事業の開始 <ul style="list-style-type: none"> ・㈱まちづくり青梅が、空き物件の見学会に参加した方を対象にアンケートを実施。 ・飲食店の開業希望者が多かったが、飲食店として利用可能な物件が不足していた。 ・このため、㈱まちづくり青梅が複数の空き店舗を借り上げ、テナントに転貸するサブリース投資事業を開始。 ・クラフトビールバー「青梅麦酒」や、カフェ・宿泊施設「青梅時間」などの開業につながった。 ● 「アキヤ不動産」事業の開始 <ul style="list-style-type: none"> ・空き店舗の情報集約サイト「空き家バンク」の登録数や活用状況が低迷。 ・青梅市住宅施策協議会からの要請を踏まえ、空き家を対象とした事業を検討。 ・空き家のオーナーと移住や開業希望者とのマッチングを行うサービス「アキヤ不動産」を開始。



おうめマルシェの様子



アキテンポギャラリー（シーズン毎に違う空き店舗を借りて設置）

2 取組の成果

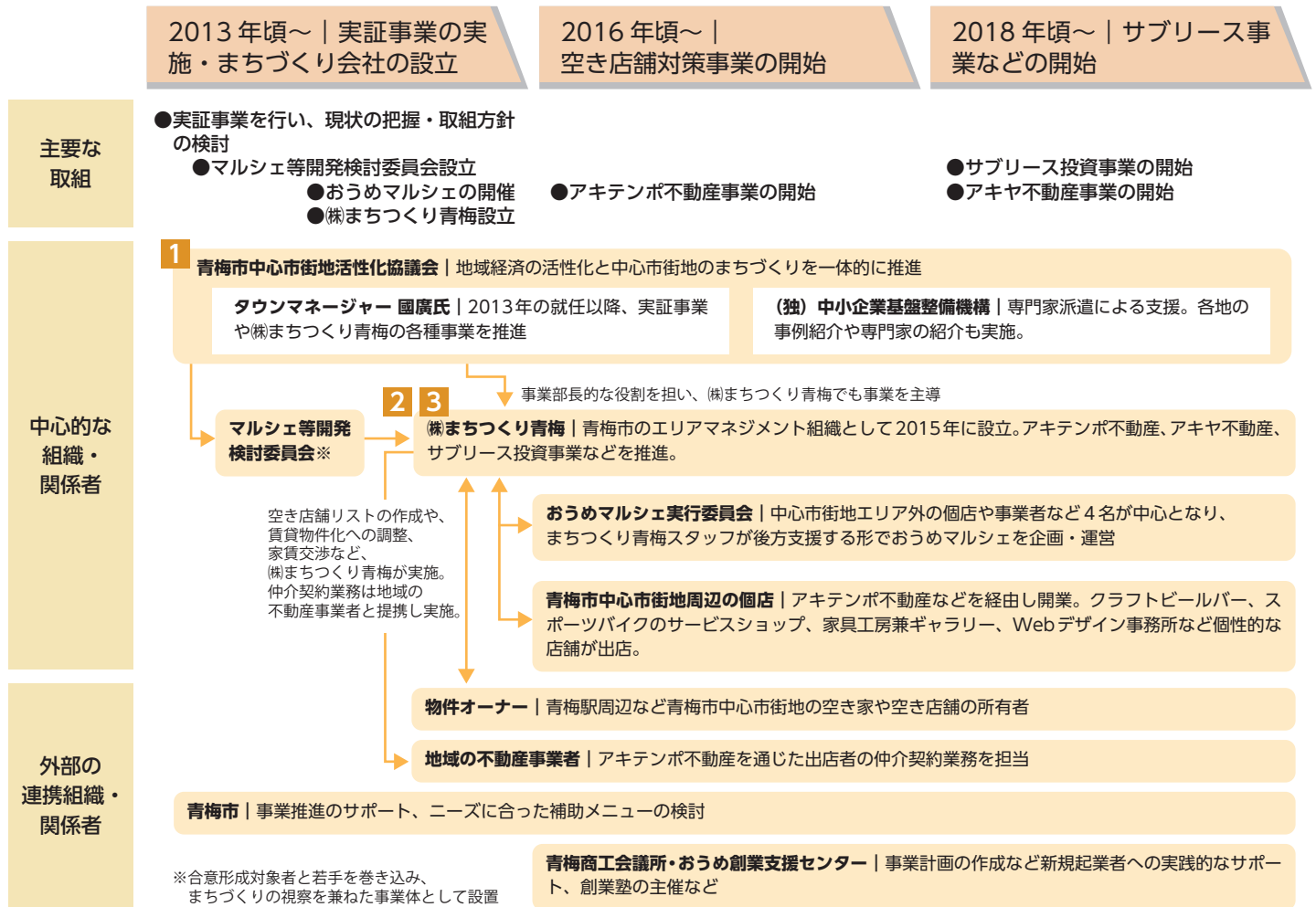
❖ 中心市街地における開業件数の増加・青梅市への移住希望者の増加

- ・開業のイメージを膨らませる機会となる「おうめマルシェ」と、開業に向けた不動産情報を取得できる「アキテンポ不動産」を連動して実施。開業の準備がしやすい仕組みを構築したことで、おうめマルシェを開始した2015年頃から開業が急増。2013年～2021年までに、廃業は75件である一方、新規開業は120件であった。※アキテンポ不動産を経由した新規開業は30件（中心市街地と近隣のエリアでの開業）。
- ・新規開業が進み、魅力的な個店が集積したことで、エリアの雰囲気明るく変化。観光案内所に「物件を探している」といった問合せが増えるなど、居住エリアとしても注目を浴びている。地元出身ではない若者の出店や居住が進む、活気のあるエリアに変わりつつある。

❖ 商店主の主体的な取組の増加

- ・おうめマルシェの開催を通じ、地域内外からの来街者や個店の売上増加を実感することで、商店街の若手のまちづくりに対するモチベーションが変化。新しいイベント「わけありもの市」が若手主体で立ち上がるなど、新しい取組にもつながっている。

3 取組実現のための推進体制～域内外人材等の連携プロセス～



4 取組のポイント

1 次項の取組のポイントに対応

1 まちづくりの意義・ポテンシャルの整理と積極的な情報発信により、まちづくりに対する協力者を獲得

中心市街地活性化に取り組む前に、このエリアにどのようなポテンシャルがあり、ポテンシャルを活かすためには何が足りないのかということも誰も説明ができなかった。このため、産直市や街歩きビアガーデンなどの実証事業を実施し、来街者の分析を重ねるとともに、エリアのポテンシャルと地域住民のニーズや期待の把握に努めた。また、様々な実証事業により明らかとなった市街地ビジネスの可能性について、データを織り交ぜ、地域内での講演会やSNSを通じ、市民や地域の事業者などに積極的に発信。まちに関わる多くの方々の期待と共感と呼んだ。まちづくりのポテンシャルを整理すること、積極的な情報発信でまちづくりへの機運を醸成することにより、取組の協力者や、市街地に投資する事業者を増やすことに成功した。

2 開業希望者と物件オーナー双方の相性を重視したマッチング

中心市街地内の賃貸されていない空き店舗や後継者調査を行った結果、将来的に空き店舗が更に増加することが分かった。このため、㈱まちづくり青梅が開業希望者と物件オーナーとのマッチングを行う「アキテンポ不動産」を開始。ミスマッチを回避するために、様々な工夫を講じている。例えば、開業希望者に建物の歴史をストーリーで伝えるリーフレットを作成するなど、価格や立地だけではなく、空き物件そのものに対する理解を深めてもらっている。また、実際に物件を見て回る「見学会」では、路地裏の散策や、空き店舗を活用して開業した事業者の話やまち歩きツアーとして実施。その他にも、出店希望物件が重複した場合には、㈱まちづくり青梅や商工会議所の役職者など複数人で面談を実施。事業計画だけでなく、人柄、物件オーナーとの相性などを勘案して出店者を決定している。

出店希望者に対し、青梅のまちや人の様子や、建物の歴史などを知ってもらい、物件オーナーは出店希望者の想いを知る。開業希望者と物件オーナー双方の相性を重視することで、ミスマッチを防ぎ、物件を長く利用してもらう環境につなげている。

3 物件オーナーや支援機関と連携し、出店希望者を呼び込むための仕掛けづくり

通常、物件オーナーは、不動産会社に管理費を支払うことが一般的だが、アキテンポ不動産では管理費の設定を行っていない。基本的に、物件オーナーとは、開業希望者が自己負担で自由に改修すること引き替えに敷金礼金を0円に交渉し、家賃も月額5～10万円程度に抑えるなど、入居者の負担を減らしている。また、事業規模の拡大が見込める出店者には、家賃が段階的に上がる「階段式の家賃設定」を提案するなど、開業しやすい環境を整えている。加えて、公的な創業支援機関である「おうめ創業支援センター」と連携し、事業計画の策定や資金調達のアドバイスも実施。開業のリスクを下げ、長く事業が継続できるよう工夫している。

5 商店街と周辺の基本情報

- 所在地：東京都青梅市本町周辺
- 人口（東京都青梅市）：約13万人（2021年1月1日時点）

青梅駅周辺は歴史ある街なみや歴史的建造物、文化財が数多く残されている。中心市街地には青梅本町商店会や協同組合東栄会など複数の商店街があり、歴史的な地域資源を活かした、個性的な店舗が並んでいる。