

愛知県商店街活性化成功事例集（2021年版）

愛知県経済産業局中小企業部商業流通課

目次

| 市町 | 指定年度 | 商店街等名 | キャッチフレーズ | ページ数 |
|------|-------------|--|--|---------------------|
| 名古屋市 | 平成28年度 | 栄町商店街振興組合 | ベルギーを始めとした国際文化の発信拠点 | 1 |
| | | 広小路商店街振興組合 | 「文化」と「科学」を楽しめるまち 広小路 | 3 |
| | | 名古屋広小路まちづくり協議会 | 広域的回遊性の高いメインストリート | 5 |
| | | 柴田商店街振興組合 | 様々な層のお客に対応できる地域に根付いた「賑わいあるコミュニティ商店街」 | 7 |
| 一宮市 | | 一宮中心市街地商店街連合 | 地域の伝統を継承し、温かい絆を育てる商店街 | 9 |
| 瀬戸市 | | 瀬戸市商店街連合会、パルティセと店舗会、瀬戸まちづくり株式会社 | 一体感、活気に満ち溢れたおもてなし商店街！ | 12 |
| 半田市 | | 中心市街地3商店街、クラシィ半田、半田商工会議所 | 半田の観光資源と連携した魅力ある商店街の形成 | 16 |
| 豊川市 | | 表参道発展会、豊川商店街振興組合、豊川門前通商店街振興組合、稲美会、本町商店街振興組合、開運通商店街振興組合、豊川中央商店街振興組合、すわポン商店会、プリオテナント会、株式会社本宮 | 地域資源で継続的にぎわいを創出するまち | 19 |
| 刈谷市 | | 刈谷市刈谷駅前商店街振興組合 | みんなでまち興し！！～地域と取り組む「安心・安全・おしゃれ」なまちづくり～ | 22 |
| 豊田市 | | 稲武商工会 | 買い物・生活・コミュニティに対応できるまち稲武 | 25 |
| 安城市 | | (株)安城スタイル、花ノ木商店街振興組合、朝日町商店街振興組合、御幸商店街振興組合、本通り商店街振興組合、末広商店街振興組合、日の出商店街振興組合 | 安城のまちに賑わいを！ | 27 |
| 西尾市 | | 本町発展会 | 「輝く本町」「誇りある本町」をもう一度 | 30 |
| 蒲郡市 | | 蒲郡商店街振興組合 | 食べる！見る！買う！蒲郡商店街 | 33 |
| 大府市 | | 大府商工会議所 | 「おかげさま」精神を持ち、店のファンづくりを経営の基幹とする個店を集めた商店街をつくる。 | 35 |
| 蟹江町 | | 蟹江町商工会 | 「こころの会話」を楽しめる街～蟹江町～ | 38 |
| 瀬戸市 | | 平成29年度 | 末広町商店街振興組合 | 取り戻そう賑わい！思い出そうふれあい！ |
| 春日井市 | 春日井市商店街連合会 | | 商店街は公共であり文化である | 44 |
| 豊田市 | 足助中央商店街協同組合 | | 満足を生む商店街 | 47 |
| 東栄町 | 東栄町商工会 | | 近くへ・便利にーいきいき生活応援 | 50 |

商店街名：栄町商店街振興組合【名古屋市、平成 28 年度指定】

1 活性化モデル商店街の概要

●キャッチフレーズ

ベルギーを始めとした国際文化の発信拠点

◎商店街の将来ビジョン

【現状】

- ・商店街エリア内には百貨店を始めとした商業施設が集積する一方で、飲食店、金融機関、企業のオフィスなどが立地しており、生活・娯楽・交流の場として、日々あらゆる層の人々が行き交っている。
- ・名古屋市的一大繁華街である栄地区の中心に位置し、市内外から幅広い年代の人々を集客する広域型商店街である。

【課題】

- ・名古屋駅前エリアにおいては、リニア新幹線の開通を見据えた社会的インフラの整備検討や超高層ビルの建築ラッシュなどが進んでおり、同エリアへの一極集中による栄地区の集客力低下の可能性が懸念されている。
- ・子どもやその家族を中心とした、ファミリー世代の集客が課題となっている。

【対策】

商店街を国際文化の発信拠点として位置づけることで、集客力を高める取組みを行う。

- ・姉妹提携したベルギーのルイーズ商店街との国際交流事業を、広小路夏まつり及びベルギー国王来日の時期に合わせ実施し、また、ハロウィンをテーマとした文化祭を秋に開催するなど、国際文化の発信により、商店街のにぎわいを創出し集客力を高める。
- ・ハロウィンをテーマとした小学生絵画コンクールや、子供向けのハロウィンイベントを実施し、ファミリー世代の来街を促す。

◎具体的に取組む事業内容

○栄町国際文化発信事業（28 年度～32 年度）

- (1) ルイーズ商店街との国際交流事業
- (2) 広ぶら芸ぶら文化祭の開催
- (3) 小学生絵画コンクールの実施
- (4) クリスマスをテーマとしたフラッグ装飾の実施

○広小路夏まつり

広小路通を歩行者天国にして、大規模なパレードや様々なステージイベント等を展開

2 活性化モデル商店街の実績・成果等

◎商店街の将来ビジョンの実績

ベルギーのルイーズ商店街との交流がもととなった小便小僧モニュメントが栄町にはあるが、これを活用することで、国際的な商店街であることをPRすることができ、計画年度最後の年である令和2年度は、名古屋を代表する世界的な作家やノーベル賞受賞者の手形等のモニュメントを新設することにより、さらに国際的な色合いが強まることとなった。

◎事業実績

○栄町国際文化発信事業（H28年度～R2年度）

- (1) ルイーズ商店街との国際交流を実施
- (2) ハロウィンをテーマとした広ぶら芸ぶら文化祭の開催
- (3) ハロウィンをテーマとした小学生絵画コンクールの実施
- (4) クリスマスをテーマとしたフラッグ装飾の実施

○広小路夏まつり（H28年度～R1年度）

広小路通を歩行者天国にして、大規模なパレード（音楽、山車、日本各地の踊り等）や、様々なステージイベント等を展開

◎事業の効果

例年実施していた広小路夏まつりは名古屋を代表する一大イベントとしてもとより認知されていたが、実施できなかった令和2年度は、大学と連携して手形を設置し、ニュース等でも取り上げられたためさらなる知名度向上につながった。

◎新型コロナウイルス感染症を踏まえて取組んだこと

新型コロナウイルス感染症の影響を受け、毎年実施していた「広小路夏まつり」は実施できなかった。その代替として、ノーベル賞受賞者手形等を作成したが、単なるハード整備に終わらせず、モニュメント前でお披露目イベントを実施することで、広小路通沿いを視覚面で賑わせた。

◎その他の成果

- ・単なるイベント実施に終わらず、ハード整備も併せて行ってきたことで、商店街に視覚的な変化をもたらすことができた。
- ・国際的な商店街であることを、ベルギーのモニュメントを活用することで、コロナ禍においても国際性をアピールできた。



（日本・ベルギー友交 150 周年記念講演会時の様子（H28 年度））

商店街名：広小路商店街振興組合【名古屋市、平成 28 年度指定】

1 活性化モデル商店街の概要

●キャッチフレーズ

「文化」と「科学」を楽しめるまち 広小路

◎商店街の将来ビジョン

【現状】

- ・ 広小路通は清洲越しによる名古屋城下の誕生以来、名古屋のメインストリートとして発展を続けており、百貨店を始めとした商業施設や文化施設が集積し、生活・娯楽・交流の場としての機能を有している。
- ・ 活性化事業の実施場所となる広小路長者町交差点から伏見交差点までの区間は、金融機関が比較的多く立地する一方で、老舗料理店や居酒屋などの飲食店も多く立地している。
- ・ でんきの科学館や名古屋市科学館、御園座（建替え工事中）等の文化施設に近接している。

【課題】

名古屋駅前エリアにおいては、リニア新幹線の開通を見据えた社会的インフラの整備検討や超高層ビルの建築ラッシュなどが進んでおり、同エリアへの一極集中による栄・伏見地区の求心力低下の可能性が懸念されている。

【対策】

広小路エリアは江戸時代より名古屋の「文化」の発信拠点としての役割を担ってきたこと、そして現在では科学館を始めとした「科学」の発信拠点でもあることに鑑み、イベントの企画内容に地域を代表する資源を活かした「文化」及び「科学」を発信する事業を盛り込むことにより、幅広い世代の集客を図る。

- ・ 栄町商店街振興組合及び名古屋市科学館と連携し、栄－伏見間の広小路通を舞台としたイベントである「広小路夏まつり」を開催する。
- ・ 地域のまちづくり団体である「芸術と科学の杜連携推進会議」との連携による事業を展開する。

◎具体的に取組む事業内容

○広小路「文化」と「科学」のまちづくり事業（28 年度～32 年度）

- (1) 広小路夏まつりの開催
- (2) 次年度へ向けた検討会の開催
- (3) 芸術と科学の杜連携推進会議との連携事業の実施

○広小路花小路（28 年度～32 年度）

広小路通沿いの植栽帯の花植え等を実施

2 活性化モデル商店街の実績・成果等

◎商店街の将来ビジョンの実績

広小路通一帯で行う「広小路夏まつり」を通して、広小路商店街もイベントを行うことで、商店街ひいては広小路通一帯の活性化に寄与したが、最終年度は新型コロナウイルス感染症を受けて「広小路夏まつり」自体が中止となった。花壇整備事業は例年どおり実施したため、地域には継続して貢献することができた。

◎事業実績

○広小路「文化」と「科学」のまちづくり事業（H28年度～R1年度）

- (1) 第65～68回広小路夏まつりの開催
- (2) 次年度へ向けた検討会の開催
- (3) 芸術と科学の杜連携推進会議との連携事業の実施

○広小路花小路（H28年度～R1年度）

広小路通沿いの植栽帯の花植え等を実施

○花でお迎え広小路2020（R2年度）

広小路通沿いの植栽帯の花植え等を実施

◎事業の効果

最終年は新型コロナウイルス感染症の影響を受けて、そもそもイベントを実施できなかったが、それまでは毎年通行量も増えており、広小路商店街振興組合のイベントが来街者増に影響を及ぼした。

◎新型コロナウイルス感染症を踏まえて取組んだこと

事業最終年度に新型コロナウイルス感染症の影響を受け、メインイベントである広小路夏まつりが開催できなかった。その中でも、花でお迎え広小路を実施することで、社会全体が沈んだ中、少しでも明るい話題を提供することができた。

◎その他の成果

商店街及び自治体等の関係者が一緒になって地域の装飾活動にいそむことで、連帯感を生み出すことができたほか、街中が花で彩られることになったため、地域の魅力ある景観づくりに一商店街として寄与することができた。



(広小路通沿いの植栽帯の花植え)

商店街名:名古屋広小路まちづくり協議会(栄町商店街振興組合、広小路商店街振興組合、東新商店街振興組合、新栄商店街振興組合、広小路中央商店街振興組合、広小路名駅商店街振興組合、広小路西通一丁目商店街振興組合)
【名古屋市、平成 28 年度指定】

1 活性化モデル商店街の概要

●キャッチフレーズ

広域的回遊性の高いメインストリート

◎商店街の将来ビジョン

【現状】

- ・本協議会の範囲は笹島交差点から広小路葵交差点まで約 3,100m に及び、名古屋の核となる名古屋駅地区と栄地区を一つに結んでいる。
- ・区域内には百貨店を始めとした商業施設や文化会館が集積する一方で、飲食店や日用品店、金融機関、企業のオフィスなど立地しており、生活・娯楽・交流の場として、日々あらゆる層の人々が行き交っている。

【課題】

- ・名古屋駅地区においては、リニア新幹線の開通を見据えた社会的インフラの整備検討や超高層ビルの建築ラッシュなどが進んでおり、同地区への一極集中による栄地区及び中間に位置する伏見・納屋橋地区の集客力低下が懸念されている。
- ・名古屋駅地区に対抗するためには、各個店の自助努力のみでは限界があるため、協議会として広小路通一帯の活性化を図るための取組を展開していく必要がある。

【対策】

名古屋駅地区から栄地区に至るまで、広小路通一帯の空間的魅力を高めることで広域的回遊性を向上させ、名駅地区から東方面への集客力を高める取組を行う。

- ・広小路通沿いをイルミネーションで装飾することで、歩いて楽しい空間を創出し広域的回遊性を高める。
- ・イルミネーションマップの作成及び配布を行うことで、広範囲に渡る協議会の全エリアに足を運んでもらえるように工夫する。
- ・地元商店街のイベント(広ぶら芸ぶら文化祭)と連携して点灯式を実施することにより、より知名度を高める試みを行う。

◎具体的に取組む事業内容

○広小路エクスプレスイルミネーション事業(28年度~32年度)

- (1) イルミネーション点灯式の開催
- (2) イルミネーション装飾の実施
- (3) イルミネーションマップの作成及び配布
- (4) イルミネーションに合わせた販売促進の取組み

2 活性化モデル商店街の実績・成果等

◎商店街の将来ビジョンの実績

広小路エクスプレスイルミネーションを実施することで、広小路通沿いの複数の商店街が協力することができ、広小路通全体をイルミネーション装飾で彩ることができた。これにより、広小路通を歩く人が増え、各商店街独自の取り組みのみでは成しえなかった広域的な事業となることで広域的な回遊性が高まったと言える。

◎事業実績

○広小路エクスプレスイルミネーション事業（H28年度～R2年度）

- (1) イルミネーション点灯式の開催
- (2) イルミネーション装飾の実施
- (3) イルミネーションマップの作成及び配布
- (4) イルミネーションに合わせた販売促進の取り組み

◎事業の効果

広小路エクスプレスイルミネーションは、愛知県の観光サイト（Aichi Now）等にも取り上げられており、広小路通の知名度向上に寄与していると言える。

◎新型コロナウイルス感染症を踏まえて取組んだこと

屋内での事業であるイルミネーションが主事業であるため、新型コロナウイルス感染症の影響が大きかった令和2年度も、イベント自体は点灯式含め実施することができた。

◎その他の成果

- ・市内随一の目抜き通り沿いに点在する商店街同士が連携できるような事業を実施しており、中心地からの活性化に寄与していること。
- ・愛知県の観光サイトにも取り上げられる等、商店街の単なる事業から、観光資源としても機能しており、地域外の来街者を招くことに成功していると思われること。



（広小路エクスプレスイルミネーション）

商店街名：柴田商店街振興組合【名古屋市、平成 28 年度指定】

1 活性化モデル商店街の概要

●キャッチフレーズ

様々な層のお客に対応できる地域に根付いた「賑わいあるコミュニティ商店街」

◎商店街の将来ビジョン

【現状】

商店街が立地する学区においては、定住人口の減少と少子高齢化が進行している。

【課題】

商店街が行ったアンケートでは、買い物場としてだけでなく、人が集う地域交流の場としても地域住民から期待されている。地域全体で少子高齢化が進んでおり、子育て支援や高齢者の健康増進などの地域に貢献する取組みを進める必要がある。

【対策】

商店街エリア内に地域交流拠点センターを整備し、地域コミュニティ活動の拠点とするほか、年間を通して高齢者、子育て世代をターゲットにしたイベント等を実施することで、商店街がリーダーシップを発揮して地域住民と商店街との関係性をさらに深めていく。

◎具体的に取組む事業内容

- 地域交流拠点センター整備を中心とした地域に密着した商店街づくり（28年度）

地域交流拠点センターの整備、地域交流イベント（七夕まつり等）の実施

- 地域交流拠点センターを中心とした地域に密着した商店街づくり（29年度～32年度）

地域交流拠点センターの運営、地域交流イベント（七夕まつり等）の実施

2 活性化モデル商店街の実績・成果等

◎商店街の将来ビジョンの実績

商店街と地域の様々な個人や団体で構成する「チーム279（つなぐ）」が「279ステーション」の運営を担うことで、商店街活動を担う人材を外部からも取り込むことができた。また、高齢者及び子育て世代を中心に、商店街の認知度を高め、商店街が地域になくてはならない存在であることをアピールすることができた。

◎事業実績

○地域交流拠点センター整備を中心とした地域に密着した商店街づくり（H28年度）

空き店舗を「279ステーション」として整備し、各種企画（小学生寺子屋、英語教室、放課後自習室、紙芝居屋、第45回柴田七夕まつり、279ハロウィンパーティー、イルミネーション装飾&歳末セール、書初め会等）を実施した。

○地域交流拠点センターを中心とした地域に密着した商店街づくり（H29年度～R2年度）

「279ステーション」において、各種企画（放課後自習室、絵本の読み聞かせ会、子ども向けプログラミング講座、高齢者サロン、279スプリングパーティー、279サマーパーティー、279ハロウィンパーティー、279クリスマスパーティー、イルミネーション装飾&歳末セール、寄席等）を実施した。

◎事業の効果

平成28年度から令和2年度にかけての歩行者通行量調査では、毎年3～5%程度の増加傾向がみられ、279ステーションを中心とした商店街の活動が来街者数の増加に繋がったと考えられる。

◎新型コロナウイルス感染症を踏まえて取組んだこと

商店街の各店舗に感染予防啓発ポスターを貼り、全組合員に非接触アルコールディスペンサーやマスク及びアルコールティッシュを配布するなどして、感染対策に取り組んだ。商店街全体で感染対策を行っていることを来街者や地域の方々にもアピールすることができた。

◎その他の成果

名古屋市主催の「商店街オープン」（空き店舗を対象に事業プランを検討・作成し、事業化を目指すもの）に参加し、事業化に結び付けた。商店街及びチーム279が事業実施店舗と地域のパイプ役として連携を深め、空き店舗を活用したまちづくりの推進に貢献をした。



(279ステーション)

商店街名：一宮中心市街地商店街連合（一宮市本町通3丁目商店街振興組合、一宮市本町通4丁目商店街振興組合、一宮市銀座通商店街振興組合、一宮市本町通1丁目商店街振興組合、一宮市御朱印地商店街振興組合、一宮市伝馬通3丁目商店街振興組合、一宮市本町通2丁目商店街振興組合）
【一宮市、平成28年度指定】

1 活性化モデル商店街の概要

●キャッチフレーズ

地域の伝統を継承し、温かい絆を育てる商店街

◎商店街の将来ビジョン

【現状】

近年では、市全体で人口構造が変化し、住民の急速な高齢化や中心市街地に隣接する地域であっても人口が減少していくことが推測される。また、地場産業の衰退により地域経済活動が縮小しつつある。中小企業では経営者の高齢化が進み、事業継続が困難となるケースが増加しつつある。

【課題】

- ・売上減少や店主の高齢化、後継者不足が原因と推測される空き店舗・空き地となるケースが少なからず散見される。
- ・来街者の高齢化によるニーズの変化に対応する取組みが求められる。

【対策】

地域住民・家族同士の絆を深めるイベントの実施やコミュニティ交流の場を設置することによって、高齢者を始めとする地域住民がふれあう場として商店街をアピールする。地域コミュニティの発展を推進していくことで、商店街への興味・関心を高め、来街者の増加を図り、空き店舗へ出店者を誘致する。

◎具体的に取組む事業内容

○おいち祭り（28年度～32年度）

イベントを通じて、近隣住民、市民団体、NPO法人等と連携を深める等

○親子参加型商店街探検隊（29年度～32年度）

子育て世代の親を対象とした商店街でのイベントを併催し、来街者の誘致を図る等

○来街者（近隣住民含）コミュニティスペース設置（30年度～32年度）

休憩できて、話し合うことができるスペースを整備し、来街数増加を目指す等

○巡回店舗誘致（31年度～32年度）

利用者のニーズに応えることができる不足業種のお店が定期的に空き店舗に入ることにより、来街者の顧客満足度を増加させる。

2 活性化モデル商店街の実績・成果等

◎商店街の将来ビジョンの実績

目指すべき商店街の将来像として、「周辺住民の”地域のかかせないパートナー”として認識されること」を掲げて、イベントに取り組んできた。

祭りを行う上で、地域の力が重要な役割を果たすと考え、地元の高校生や幼稚園、NPO法人、スポーツ団体等にも協力を得て祭りを盛り上げることができた。さらに、一度参加していただいた団体には翌年も参加いただく等、商店街と他団体との繋がりが生まれた。

祭りでは、親子世代向けのイベントを企画し、商店街を身近に感じていただくきっかけ作りに取り組んだ。また、祭りの周知にも工夫を凝らし、地域で行うマルシェで宣伝を行ったり、SNSを活用して周知することができた。

◎事業実績

○おいち祭り（H28年度～R1年度）

- ・イベントを通じて、近隣住民、市民団体、NPO法人等との連携を深めた。
- ・イベント自体のアピールを図るとともに、近隣住民に商店街の魅力を積極的に発信した。
- ・前期2年度で実施した事業を点検し、協力団体との連携を深めた。
- ・運営に参加している市民に、他事業へも参加してもらうことで波及効果を高めた。

○親子参加型商店街探検隊（H29年度～R1年度）

- ・各イベントで増やした商店街のファンを定期的に集客するイベントを実施した。
- ・参加者から商店街への要望も同時に集め、運営方針や商店街事業に反映した。
- ・子育て世代の親を中心とした商店街でのイベントを併催し、来街者の誘致を図った。

○来街者（近隣住民含）コミュニティスペース設置（H30年度～R1年度）

- ・来街者が、買物した後に、ひと休憩して地域とのコミュニケーションがとりやすい環境を整備した。
- ・休憩できて、話し合うことが出来るスペースを通じて、来街数増加を目指した。

○巡回店舗誘致（R1年度）

- ・商店街の空店舗・空き地を利用した巡回店舗を設置し、来街者の顧客満足度を増加させた。

◎事業の効果

イベント認知度、歩行者通行量が増加した。

◎新型コロナウイルス感染症を踏まえて取組んだこと

令和3年度の商店街のイベントでは、新型コロナ対策として、啓発看板の設置や啓発プラカードとアルコール消毒を持って巡回する等、来街者に向けて注意喚起をしています。

◎その他の成果

前回の祭りの様子や成果物を紹介する場を設け、次につなげる取り組みを行った。さらに、SNSを利用したイベントの周知を行い、集客に効果があった。また、他団体のマルシェに参加し、イベントの周知を行うなど、PRに力を入れた。

狙った客層を獲得する手段として、幼稚園や地元高校生にイベントに参加してもらった。参加

者家族や多くの友人が来場され、活気ある祭りになった。



(おいち祭り)

商店街名：瀬戸市商店街連合会（銀座通り商店街振興組合・中央通商店街振興組合・末広町商店街振興組合・效範西部商店街振興組合・品野商店街振興組合）、パルティセと店舗会、瀬戸まちづくり株式会社
【瀬戸市、平成 28 年度指定】

1 活性化モデル商店街の概要

●キャッチフレーズ

一体感、活気に満ち溢れたおもてなし商店街！

◎商店街の将来ビジョン

【現状】

店主高齢化・後継者不足等に伴う店舗数の減少と顧客の高齢化に伴う客数の減少により、イベント開催時以外の平常時の賑わいは低迷している。また、イベントにおいても 1 商店街の取り組みだけでは活気をもたらすことが難しい現状にある。

【課題】

商店街は、特色を生かした独自の祭りやイベントを実施し、まちめぐりの仕掛けや名物・飲食店を盛り上げて情報発信していくことが期待され、各地域のリーダー的存在となる次世代の担い手の育成が求められている。

【対策】

- ・空き店舗を減少させ、魅力ある商店街の店舗構成を整えることにより、市内外の誘客を図る。
- ・瀬戸市の創業支援施策を活用することで各地域のリーダー的存在となる次世代の担い手を商店街で育成する。
- ・消費者のニーズ調査や観光客向けの事業実施で、商店街に訪れた既存・新規顧客の満足度を高める。
- ・各商店街等が連携してイベントや企画を催し、商店街等の回遊性を高める。

◎具体的に取組む事業内容

○人材強化事業

- (1) 空き店舗対策事業（28 年度）
- (2) せとまちチャレンジショップ事業（29 年度～31 年度）

○賑わい創出事業

- (1) せとまち情報発信事業！（30 年度、32 年度）
- (2) 一店逸品事業（31 年度）
- (3) 地域イベント開催事業（32 年度）

○中心市街地商店街活性化委員会開催事業（28 年度～32 年度）

2 活性化モデル商店街の実績・成果等

◎商店街の将来ビジョンの実績

まちづくり株式会社が事務局となり、中心市街地の3つの商店街（銀座通り商店街、中央通商店街、末広町商店街）とパーティセと店舗会などで中心市街地商店街活性化委員会を設置し、空き店舗の調査や情報発信、開業希望者への空き店舗紹介、消費者および出店希望者のニーズ調査などに連携して取り組んできた。委員会で出された意見等を踏まえながら、「まちゼミ」や「子供合宿」など様々なイベントを開催し、また、ホームページやSNSで商店街の魅力についてPRしたことで、来訪者が増加傾向となっている。（令和2年度はコロナの影響で減少。）

チャレンジショップ事業ではこれまでに3店舗が空き店舗を活用して開業し、その他にもまちづくり株式会社の事業を活用して空き店舗に開業した店舗がこれまで15件あり、貸出可能な空き店舗は着実に減少している。

空き店舗ツアーやSNS等での情報発信などこれまでの取組で、中心市街地商店街に興味を示している事業者が増えつつある。

◎事業実績

○中心市街地商店街活性化委員会開催事業（H28年度～H29年度）

中心市街地商店街活性化委員会は、平成28年8月～平成29年3月の間に5回（H29年度は7回）開催をした。委員会では空き店舗調査・情報発信、開業希望者への空き店舗紹介、消費者及び出店希望者ニーズ調査といった事業内容について情報共有を行い、連携を取りつつ検討を行った。

○【人材強化事業】空き店舗対策事業（H28年度）

中心市街地3商店街（銀座通り商店街、中央通商店街、末広町商店街）の空き店舗調査により現状の把握をした。また、ホームページの作成により空き店舗に関する情報発信を行い、商店街での開業希望者に商店街を推奨できる環境を整えた。また、例年実施の「まちゼミ」において商店街での開業希望者向けに空き店舗を活用した外部講師によるゼミナールの実施や、空き店舗ツアーの開催などにより商店街の魅力発信や空き店舗への出店促進を図った。

○せとまちチャレンジショップ事業（H29年度）

第1号店となる店舗は飲食店とし、公募を経て「瀬戸焼きそば」の飲食店を出店者として決定した。平成29年9月に中心市街地の銀座通り商店街内にオープンし、週5日間の営業を行っている。開店当初は平成30年3月末までの賃貸借契約を結び、その後平成30年9月末まで延長するよう再契約した。

○不動産流動化促進事業（H30年度～R1年度）

末広町商店街内の空き店舗をチャレンジショップとして事業者募集。応募者数名の中から、チャレンジショップ出店者選考委員会を経て、煮干しラーメン式庵（にあん）とルーマニア料理店「ナトゥールビュフェー」が決まった。中心市街地商店街等HPではチャレンジショップ募集から、店舗決定結果及び店舗PRを行った。

○【空き店舗対策事業】さかさま不動産INせと（R2年度）

- ・やる気のある若者や起業家を募集し、空き店舗を彼らの活躍場所として結びつけるため、商店街店主と瀬戸で起業を目指す事業者がオンラインで意見交換を行う「オンライン商店街ツアー」を開催した。

- ・商店街の起業家や空き店舗、行政の支援策などを紹介する映像を作成し、商店街と若い起業家を結びつけるバーチャルな仕組みとして「商店街体感ツアー」を開催した。
- ・また起業家への商店街PR資料として「商店街取扱説明書」を作成した。

○【賑わい創出事業】バーチャル商店街等個性創出事業(R2年度)

「稼ぐ力」の向上と新型コロナウイルス感染症に伴う「新しい生活様式」に対応するため、市内外の事業者と商店街で新しい商品やサービスの開発を行うとともに、店主のICT活用能力向上を促し、店舗及び開発した新商品・新サービスのインターネット販売を促進させた。

- ・コミュニケーション力向上事業
- ・SNS活用技術向上事業
- ・新商品・新サービス開発事業 などを実施した。

◎事業の効果

- ・知名度については、まちゼミやチャレンジショップ事業などをホームページ等で情報発信したり、メディアに取り上げられたりして向上しているものとする。
- ・来街者数については新型コロナウイルス感染症の影響で令和2年度は減少しているが、様々なイベントやホームページ等を活用した情報発信等により令和元年度までは年々増加している。
- ・空き店舗数については、廃業等による空き店舗化の影響がある中、平成29年度の27店舗から13店舗と半減している。
- ・組合員の増加は、チャレンジショップに入店した事業者は、全て商店街組合に加入している。

◎新型コロナウイルス感染症を踏まえて取組んだこと

新型コロナウイルス感染症に伴う「新しい生活様式」に対応するため、店主のICT活用能力の向上を促し、店舗及び開発した新商品・新サービスのインターネット販売を促進させることを目的に以下の事業を行った。

- ・店主がSNSを活用した販売に取り組むにあたり、コミュニケーション能力やその効果を高めるための勉強会を開催した。
- ・商店街ICTリーダーに対して、SNS活用の方向性や実施方法、課題対応等をテーマにした専門家による相談やセミナーを開催した。また、課題等の抽出についてICTリーダー会議を開催した。

◎その他の成果

- ・商店街の空き店舗に市外から若手の起業家が出店したことで、若者の来訪が増えたと感じる。また、こうした起業家の協力を得ながら空き店舗ツアーなどを行うことで、起業を目指す若者の参加が増えていると感じる。
- ・これら起業家と既存の店主などとの交流により、賑わいの創出や魅力向上などの様々な取り組みが始まっている。
- ・また、SNS等を利用し、商店街の様子やイベントなどを紹介することで、中心市街地商店街が若者にとって受け入れられやすい商店街だというイメージを伝えることにもつながっている。
- ・こうした取り組みがメディアに取り上げられたこともあり、年に数件、他市町の商店街組合や行政から視察や問い合わせを受けている。



(チャレンジショップオープン)

商店街名：中心市街地3商店街（半田ランブリングタウン協同組合、半田駅前商店街振興組合、半田中町商店街振興組合）、クラシティ半田、半田商工会議所
【半田市、平成28年度指定】

1 活性化モデル商店街の概要

●キャッチフレーズ

半田の観光資源と連携した魅力ある商店街の形成

◎商店街の将来ビジョン

【現状】

- ・中心市街地においては区画整理事業の実施後、商業の集積が進まず、シャッターが閉まった店舗や空き地が多く見受けられる。

【課題】

- ・需要の高い食料品店や本屋等の業種が欠けており、商店街としての魅力が乏しい状態である。
- ・「赤レンガ建物」や「ミツカンミュージアム」、「半田運河」といった、観光資源と連携して、地元特産品を提供する飲食店や土産店など、魅力ある店舗の出店が望まれる。

【対策】

空き地・空き店舗の活用支援やにぎわいを創出する事業を展開し、観光資源と連携を図りながら中心市街地の魅力向上と商業活性化を図る。

◎具体的に取組む事業内容

○地域経済活性化事業（商店街プロムナード形成事業）

- ・地域コミュニティの再生、空き店舗対策支援（28年度）
- ・空き店舗に魅力ある店舗を誘致することで、商店街の連続性を高める。空き店舗対策支援（29年度～31年度）
- ・観光資源と連携しての来街者をひきつけるイベントの開催、空き店舗対策支援（32年度）

2 活性化モデル商店街の実績・成果等

◎商店街の将来ビジョンの実績

本活性化プランに基づき、商業施設助成事業（空き店舗補助）を活用し、平成 28 年度から令和 2 年度の 5 年間で、中心市街地に 24 件の新設店舗がオープンしたことは、大変効果的であった。特に、平成 28 年度に、「クラシティ半田」（知多半田駅前再開発ビル）は「CLACITY」としてリニューアルオープンし、この時、9 店舗に活用され、その後の再出発に寄与した。

また、半田運河周辺にも 3 店舗の新規店がオープンし、少しずつ回遊性向上につながっている。

また、これら新規店も合わせ、中心市街地の 3 商店街及びクラシティが面的に四季折々のソフト事業を継続してきたこともあり、この 5 年間で、知多半田駅近くに 2 棟、半田駅近くに 1 棟の子育て世代向けマンションが完成し、居住人口増加につながっている。実感として、特に、夏まつりやハロウィンイベントといった子育て世代向けの企画を開催すると、小さな子どもを伴う家族連れが多く街を歩く様子が見られるようになってきたのは、中心市街地の今後にとって前向きな変化であるととらえている。

◎事業実績

○地域経済活性化事業（商店街プロムナード形成事業）（H28 年度～R2 年度）

- (1) 地域コミュニティの再生、空き店舗対策支援
- (2) 商店街の連続性の強調、空き店舗対策支援

◎事業の効果

- (1) コロナ前令和元年度までの通行量調査が増加傾向で推移してきた。
- (2) 中心市街地の空き店舗補助 平成 28 年度～令和 2 年度 新設 24 件、改装 3 件

◎新型コロナウイルス感染症を踏まえて取組んだこと

コロナ禍でも街を活気づけ、事業者の事業継続につなげるため、工夫してできる取組を令和 2 年度は重視した。具体的には、外出自粛で遠出できない状況を踏まえ、身近な商店街をオンラインで知ってもらえるよう、google インドアビューに掲載したり、街路を歩いて楽しみながら飲食店テイクアウトに繋がるような夏まつりイベントを企画し、大きな問題なく多くの地域住民に楽しんでもらえた経験は地域事業者の底力を見せた。

◎その他の成果

ここ数年、市・商店街・観光協会による中心市街地における継続した取組に参加者として接してきた地域住民の中から、自発的に街の活性化に関わる動きが出てきている（「CanalNight」「HOTORI Brunch」「HandA BLOCK PARTY」「やどかり公園」など）。JR 半田駅前の再開発により中心市街地が一体的な魅力あるエリアとなっていくにつれ、事業者と地域住民の連携の輪が事業者と地域住民が来訪者も巻き込みながら地域を活性化していく要素になりうると評価している。



(商店街プロムナード形成事業 (まちなかハロウィン))

商店街名：表参道発展会、豊川商店街振興組合、豊川門前通商店街振興組合、稲美会、本町商店街振興組合、開運通商店街振興組合、豊川中央商店街振興組合、すわポン商店会、プリオテナント会、株式会社本宮
【豊川市、平成 28 年度指定】

1 活性化モデル商店街の概要

●キャッチフレーズ

地域資源で継続的なにぎわいを創出するまち

◎商店街の将来ビジョン

【現状】

豊川稲荷などの観光資源にも恵まれ、年間の観光客数は 700 万人を超えているものの、商店街は、店主の高齢化、後継者不足、営業力不足等により廃業し、空き店舗・空地が増加傾向にあり、また、店舗等が住居になり経済活力が低下している。

【課題】

- ・中心市街地を中心拠点とし、公共施設や商業などの都市機能をさらに集約することで、まちの利便性を高め維持することが求められる。
- ・商店街等が実施する活性化イベント等への支援を通じて中心市街地の活性化を図ることが求められる。

【対策】

- ・豊川稲荷など集客力の高い観光資源を強みと捉え、平成 25 年に開催された B-1 グランプリで培ったおもてなしの精神を継続しつつ、店主らが主体となり地域の消費者ニーズにあった継続的な事業を推進する。
- ・空き店舗を活用した事業等について検討・実施を行う「リノベーション事業」や「まちなか再生検討事業」など新規事業等にも積極的に取り組むことで継続的なにぎわいの創出の達成を目指す。

◎具体的に取組む事業内容

○外部人材活用促進事業

- (1) 中心市街地商店街合同地域通貨関連事業、まち歩きイベント、まちなか情報発信拠点施設運営、情報発信事業、市民参加事業（28 年度～32 年度）
- (2) まちなか再生検討事業（28 年度～30 年度）

○個性・魅力の創出事業

- (1) ファサード整備事業（28 年度、29 年度）
- (2) 中心市街地魅力アップ PR 事業（28 年度）
- (3) リノベーション事業（29 年度～32 年度）

○地域経済活性化事業

おもてなし空間整備事業等（29 年度、30 年度、32 年度）

2 活性化モデル商店街の実績・成果等

◎商店街の将来ビジョンの実績

イベント及び中心市街地施設等の PR や、商店街イメージキャラクターの啓発活動により市民に対し、積極的に中心市街地の魅力の情報発信を行うとともに、中心市街地の中核施設にある催事場の備品等を充実させることで、計画当初は、中心市街地の魅力を高めることができた。

◎事業実績

○外部人材活用促進事業（H28 年度～H30 年度）

- (1) 中心市街地商店街合同地域通貨関連事業、まち歩きイベント、まちなか情報発信拠点施設運営、情報発信事業、市民参加事業、まちなか再生検討事業等の実施
- (2) すわポン・狐娘ちゃんマネー事業、中心市街地中小商業活力事業、諏訪まちリアルすごろく事業、中心市街地活性化市民参加・情報発信事業、まちなか再生検討事業、市場調査実験店舗設置等事業の実施

○個性・魅力の創出事業（H28 年度～R1 年度）

以下の 4 項目を実施

- (1) ファサード整備事業、中心市街地魅力アップ PR 事業等
- (2) おもてなし空間整備事業、中心市街地再興戦略事業等
- (3) すわポン・狐娘ちゃんマネー事業、豊川・すわまちマーケット、中心市街地活性化市民参加・情報発信事業、中心市街地魅力創造・発信事業
- (4) 公共交通機関利用啓発事業、まちなか再生実証事業、中心市街地中小商業活力事業

○地域経済活性化事業（R1 年度～R2 年度）

イベント集客効果最大限発揮事業の実施

◎事業の効果

イベント及び中心市街地施設等の PR や、商店街イメージキャラクターの啓発活動により地域住民に積極的に中心市街地の魅力の情報発信を行うとともに、中心市街地施設の消耗品等の購入等で公共性の高い中心市街地施設等が充実された。

◎新型コロナウイルス感染症を踏まえて取組んだこと

新型コロナウイルス感染症感染拡大防止のため、アルコール消毒液の使用、検温の実施及びソーシャルディスタンスを保つ等の対策を行い、催事場の貸し出しやイベントを実施した。

◎その他の成果

平成 30 年より開催された豊川駅周辺で行われるほいとも祭は、豊川駅周辺の 3 つの商店街（豊川商店街振興組合・豊川門前通商店街振興組合・本町商店街振興組合）が連携して、開催されるイベントである。このイベントが開催されるまでは、それぞれの商店街が個々に活動を実施していたが、これを機に各商店街が協力し、豊川地区全体で活性化を図るような意識改革が行われている。



(個性・魅力の創出事業 (いなり楽市))

商店街名：刈谷市刈谷駅前商店街振興組合【刈谷市、平成 28 年度指定】

1 活性化モデル商店街の概要

●キャッチフレーズ

みんなでまち興し！！ ～地域と取り組む「安心・安全・おしゃれ」なまちづくり～

◎商店街の将来ビジョン

【現状】

トヨタ系企業の誘致により近代産業都市としての足がかりを得るとともに、刈谷駅周辺の商業地は企業社員の消費需要に支えられ、活気を呈してきた。

【課題】

中心市街地としての成熟度では未完な部分が見てとれる。それらは、まちの景観やにぎわいの健全性、ホスピタリティ、ブランド性など、まちの「質」的な転換・向上を必要とする。

【対策】

質的転換・向上を図る施策として、主な内容は以下の通りである。

- ・まち並み景観の向上（おしゃれなまち）
- ・健全なにぎわいづくり（安心・安全）
- ・ホスピタリティの向上（おもてなしの心）
- ・ブランド性の向上（グルメに特化、歴史のまち）
- ・まちづくり推進体制の強化

◎具体的に取組む事業内容

○まちづくり構想 2020 実施事業（28 年度～32 年度）

「まちづくり構想 2020」に基づく事業の実施、2021 年以降の街づくりの方向性の検討等

○おもてなし商店街推進事業（28 年度）

シェイクハンドステッカー掲示店のマップを作成する。

○情報誌「あくあ」発行事業（28 年度～32 年度）

○産・学・官連携強化事業（28 年度～32 年度）

愛知教育大学や、他大学と連携し、学生によるイベントの開催等

○コミュニティ醸成事業（28 年度～32 年度）

テーマを持ったカリアンゼミの実施等

○刈谷駅北口広場花と緑の創出事業（29 年度～32 年度）

地域と連携し、店舗前、住宅前に花を飾るおもてなし事業の実施等

○カリアンナイト 20 回記念事業（30 年度、32 年度）

○刈谷駅周辺連絡協議会との連携事業（32 年度）

2 活性化モデル商店街の実績・成果等

◎商店街の将来ビジョンの実績

○健全なにぎわいづくり（安心・安全）

飲食店の増加と共に風俗店が増加し、路上の客引きが見られるなかで、風俗店同士の自主規制を求めた。

○ホスピタリティの向上（おもてなしの心）

飲食店は、小規模な店舗が多く、バリアフリー化が困難な店舗も多い。そこで、物理的にはバリアがあったとしても、店側のちょっとした手伝いで気持ちよく店舗を利用してもらえるような「おもてなし」店舗となるための啓発活動（シェイクハンドステッカーの掲示等）を行った。

○ブランド性の向上（グルメに特化、歴史のまち）

本地区は、刈谷駅徒歩圏内に百数十の居酒屋系店舗が密集している。業種的性格から、幹線道路沿いだけでなく、路地内にも個性的な店舗が連なっており、「界索性」がまちの個性となっている。近い将来、幹線道路の整備が予定されているが、その整備に合わせて路地の舗装整備を提案した。

○まちづくり推進体制の強化

本地区には、当商店街に交差する形で、刈谷市桜町通り商店街振興組合が立地しており、近年はイベントにおいて連携する機会も多くなっている。刈谷駅周辺地区における一層の活性化のため、一部事業において協働して実施する体制構築を目指す他、まちづくり会社活用による両商店街の協調化を進めた。

◎事業実績

○まちづくり構想 2020 実施事業（H28 年度～R2 年度）

歴史関連事業は於大帰城行列から於大の方茶会など、毎年内容を若干変えて開催し、商店街地域のブランド向上を目指すとともに「刈谷道」を活かした地域商業活性化を図ってきた。地区と連携したハロウィン事業は毎年継続して行い、さらにスペース Aqua を使って異なる世代を集めた世代間食堂事業を行うことで地域コミュニティ醸成の一端を担ってきた。また隣接する桜町通り商店街と連携しながら、商店街マップ制作事業も行った。

○おもてなし商店街推進事業（H28 年度）

障害者の方が利用しやすいお店が一目でわかる「シェイクハンドマーク」を示したステッカーを作成して店舗の入口等に掲示した。活動に賛同、協力しマークを掲示した店舗数は 24 店舗であった。多くは飲食店であるが、物販で参加したお店もあり、業種の分け隔てなくこの活動が広がっていく契機とすることができた。また、シェイクハンドマーク掲示店舗を示したマップも作成した。来街者にとって、誰もが利用しやすい商店街づくりを推進することができた。

○情報誌「あくあ」発行事業（H28 年度～R2 年度）

基本的には年 4 回の発行を行った。当初は商店街のイベント情報や周辺の情報など、情報誌としての紙面作りに留意した。しかし新型コロナウイルス感染症の拡大という社会現象が商店街にも影響を及ぼし、その状況に対処する各個店の取り組みを紹介するなど、単なる報告と PR だけでなく、中心市街地の活性化を担う商店街の声が出来るだけわかるような紙面作りも試みた。配布先は周辺の地区に各戸配布するだけでなく、紙面に掲載した企業での配布などにも努めた。

○産・学・官連携強化事業（H28年度～R2年度）

当初は愛知教育大学美術科の学生が作った作品を展示する内容から始まり、それに加えてスペース Aqua プロジェクトにおいて学生グループが講習を開始して、夏休み中の児童に学習とレクリエーションの場所を提供することができた。新型コロナウイルス感染症の影響で実際の講習が行えなくなったため、その模様を YouTube で配信する動画配信事業も始めてから、今年はそれを利用したイベント動画の公開も行っていくなど年々バージョンアップしている。

○コミュニティ醸成事業（H28年度～R2年度）

商店街のコミュニティスペースを積極的に活用するため、スペース Aqua プロジェクトやそれと一体となったカリアンゼミを開催するなどして、参加する地域住民と商店街加盟者との交流を図った。また講師として参加した方々ともつながりを保つことで、情報誌あくあの表紙イラストを依頼したりするなど、様々な交流を生む結果となった。カリアンアサイチは商店街事業としては最も早い時期から行われており、これも参加者にとってコミュニケーションの場としても定着している。

◎事業の効果

カリアンアサイチの来場者数平均が目標の 100 人/回あたりを上回る 126 人/回になった。

◎新型コロナウイルス感染症を踏まえて取組んだこと

当商店街では新型コロナ対策の新たな試みとして「刈谷飯クルー」を始めた。デリバリーサービスとして、継続され、7月で発足から1周年を迎える。

コロナ禍で沿道ビアガーデンというイベントも行った。来場者はスマホで発注し、係員が配達する形にしたことで、飲み歩きをしないバルイベントとして開催した。刈谷飯クルーのような、デリバリーサービスに商機を見いだせた店もある。

◎その他の成果

中心市街地活性化の一翼を担う商店街の姿が浸透したことにより、例えば株式会社アイシンと連携したデリバリー事業である刈谷飯クルーへの協力(GoTo 商店街事業としても申請し実施)や、同じく株式会社アイシン課長会の福利厚生に協力した AI チケット事業の実施といった、周辺の大企業との連携も行えるようになった。



(カリアン朝市)

商店街名：稲武商工会【豊田市、平成 28 年度指定】

1 活性化モデル商店街の概要

●キャッチフレーズ

買い物・生活・コミュニティに対応できるまち稲武

◎商店街の将来ビジョン

【現状】

稲武地区の人口減少（5年で11.1%減少）、高齢化（高齢化率40.2%）が進行している。

【課題】

- ・店主の高齢化や後継者不足が進み、組合員数の減少が懸念される。
- ・時代にあう、あるいは魅力ある品揃えが困難となり商店の魅力が薄れ、客離れが進むことが懸念される。

【対策】

①生活者の利便性向上やコミュニティづくりに寄与する商店街

高齢者対策や地域行事、ボランティア活動に積極的に取り組む。

②地域に密着し、信頼される商店街

定期的に顧客と顔を合わせる仕組みをつくることで、既存顧客の離反を防止する。さらに住民の集まる場所にPRしに行くことで、新規顧客の開拓に繋げる。

③中山間商店街の活性化

中山間の商店街であり、買い物支援システムにより、農山村地域の再生・活性化に繋げる。

◎具体的に取組む事業内容

○いなぶのお買物配達便（28年度～32年度）

過疎化・高齢化が高まる中、商店街の生き残りをかけ、宅配事業を中心に、高齢者の買い物支援システムを推進する。

配達日：月曜～金曜（祝日除く）

注文方法：商工会または宅配商品取り扱い店舗へ電話注文

支払い：配達時に配達業者へ現金で支払い

2 活性化モデル商店街の実績・成果等

◎商店街の将来ビジョンの実績

- ・加盟店の高齢化により、免許を返納した事業主がその補完としてお買い物配達便を利用するケースがあった。
- ・一部の加盟店で、店舗周辺のエリアに自ら配達サービスを始める等、新たな取組みに繋がった。
- ・移動販売を視野に入れ、加盟事業者内で運営できるような仕組みづくりを行い、今後も継続できる事業に繋げることができた。

◎事業実績

○いなぶのお買い物配達便（H28年度～R2年度）

過疎化・高齢化が高まる中、商店街の生き残りをかけ、宅配事業を中心に、高齢者の買い物支援システムを推進した。

配達日：月曜～金曜（祝日除く）

注文方法：商工会または宅配商品取り扱い店舗へ電話注文

支払い：配達時に配達業者へ現金で支払い

◎事業の効果

- ・宅配、御用聞き、常備品箱設置、買い物バスの試行、集会所などでのPRを行った。また、名古屋大学の「たすけあいプロジェクト」と連携したPRを行い、知名度の向上に繋がった。
- ・この事業をきっかけとして、会員の入会が2件あった。
- ・利用者はリピーターが多く、住人の施設への入居などで全体の利用件数は減少してはいるが、稲武に移住してきた方からの利用など、新規顧客の獲得もできている。

◎新型コロナウイルス感染症を踏まえて取組んだこと

道の駅とタイアップし、普段道の駅で販売しているパンを地域住民へ配達した。コロナ禍で集客が難しい道の駅と連携することで、新しい生活様式へ対応することができた。この事業で道の駅が配達サービスを利用したお弁当のテスト販売を行い、地域住民の反応を見ることができた。その後店頭でのお弁当販売に繋がったことにより、近隣の飲食店でもテイクアウトへの参入が見られ、稲武地域全体として新たな取組に繋がった。

◎その他の成果

東京福祉大学名古屋校がソーシャルビジネスをテーマとした卒業論文作成のため訪問し、稲武の取組みを高く評価し他地域や海外でも実施できるかどうか等の視点から研究した。



(いなぶのお買い物配達便)

商店街名：(株)安城スタイル、花ノ木商店街振興組合、朝日町商店街振興組合、御幸商店街振興組合、本通り商店街振興組合、末広商店街振興組合、日の出商店街振興組合
【安城市、平成 28 年度指定】

1 活性化モデル商店街の概要

●キャッチフレーズ

安城のまちに賑わいを！

◎商店街の将来ビジョン

【現状】

郊外での大型ショッピングセンターの進出や住民のライフスタイルの変化が重なり、徐々に来街者が減少した。

【課題】

JR 安城駅を中心とした中心市街地商店街エリアのにぎわいを回復させ、来街者を増加させることが求められる。

【対策】

新美南吉資源の活用や安城の初代町長岡田菊次郎が居住していた古民家「まちなえき 岡菊苑」を市民の憩いや交流の場として活用する等により、図書館複合施設「アンフォーレ」からの回遊を促し、来街者の増加に繋げる。

◎具体的に取組む事業内容

○「南吉あしあと店」表示板の設置事業（28 年度）

新美南吉ウォールペイント実施店に作品の情報を提示する看板を設置

○「イルミネーションイベント」事業（28 年度～32 年度）

各商店街振興組合との協働によるイルミネーション事業とイベント開催

○「ごち天プレミアム Part II（仮称）」事業（28 年度～32 年度）

飲み歩き事業の開催

○「岡菊苑」を活用した事業（28 年度～32 年度）

岡菊苑の運営管理、岡菊苑と岡田菊次郎の PR、岡菊苑のイベント活用

2 活性化モデル商店街の実績・成果等

◎商店街の将来ビジョンの実績

ホコ天きーぼー市やアンフォーレでのイベント実施時には、多くの人が中心市街地を歩いている姿が確認でき、イベントによる集客については、設定していた目標を達成できた。

◎事業実績

- 「南吉あしあと店」表示板の設置事業（H28年度）
南吉ウォールペイント実施店に作品の情報を提示する看板の設置
- 「イルミネーションイベント」事業（H28年度～R2年度）
各商店街振興組合との協働によるイルミネーション事業とイベント開催
- 「ごち天。」事業（H28年度～H29年度）
飲み歩き事業の開催
- 「岡菊苑」を活用した事業（H28年度、R2年度）
岡菊苑の運営管理・岡菊苑と岡田菊次郎のPR・岡菊苑の設備改修とイベント活用
- アンフォーレ開業記念商店街事業（H29年度）
クーポン付きのチラシを配布、開業記念フラッグの設置、商店街MAPの作成
- 「ホコ天きーぼー市」事業（H30年度～R2年度）
JR安城駅周辺での歩行者天国イベント
- まちなかランチMAP事業（R1年度）
JR安城駅周辺のランチMAP作成

◎事業の効果

令和元年までの実績では、歩行者数が順調に増加している。

◎新型コロナウイルス感染症を踏まえて取組んだこと

コロナ禍において、テイクアウトの需要が増加したことを踏まえ、(株)安城スタイルが中心となって、振興組合がテイクアウトの共同チラシを作成し、エリアに密着した情報拡散を図り、メディア掲載やSNS拡散を通じ、多くの集客を実現した。

◎その他の成果

ホコ天きーぼー市事業を通じて、エリアとしての価値が向上した。

- ・ホコ天きーぼー市に関する出店の問合せ及び希望者が増加
- ・エリア内の商店が、自ら工夫して、誘客活動を実施
- ・エリア内で主に飲食店等の新規店舗が増加

イルミネーションイベント事業については、ワークショップを開催することにより、地域住民を巻き込むことができた。



(多くの家族連れで賑わうホコ天きーぼー市)

商店街名：本町発展会【西尾市、平成 28 年度指定】

1 活性化モデル商店街の概要

●キャッチフレーズ

「輝く本町」「誇りある本町」をもう一度

◎商店街の将来ビジョン

【現状】

西尾市中心市街地はかつて「六万石城下町」の商業地として栄えたが、現在ではアーケードは取り壊され、店舗数や通行量が激減するなど繁栄期の面影はなくなってしまった。

【課題】

本町発展会では、歩行者天国（城下町マーケット）の開催や情報誌の発行など、西尾城下町という地域資源も活用したブランディングに取り組んできたが、開催日には一定の集客はあるものの、通年において各商店の顧客が増えているとは言い難く、イベントに訪れる若い年齢層をいかにして商店街の顧客としていくかが当面の課題となっている。

【対策】

- ・城下町マーケットを入り口とした集客層を「ファミリー」「高齢者」とし、三世代に長く愛される商店街を目指したプランニングにマイナーチェンジする。イベント会場に子どもたちが楽しめるコンテンツを設けることで、「西尾の中心地」で思い出をつくってもらい、将来の顧客へと結びつける。また、子どもと一緒にその父母や、本町を懐かしむ祖父母らにも訪れてもらえるよう企画していく。
- ・個店が賑わいのあったころの事業者としての誇りを取り戻し、商業スキルや売上を向上させることを目的に、加盟店を対象に「まちゼミ」のような企画も行っていく。

◎具体的に取組む事業内容

○城下町マーケット（28 年度～32 年度）

出店のほかに子どもの遊び場などを設置

○子ども商店街（28 年度～32 年度）

近隣小学校と連携し、ホコ天会場で子どもにお店を体験してもらう。

○空き店舗対策（28 年度～32 年度）

○本町版「まちゼミ」（29 年度～32 年度）

○三世代交流事業（31 年度、32 年度）

町内会と連携し、城下町マーケット内又は空き店舗に地域住民の交流スペースを設置

2 活性化モデル商店街の実績・成果等

◎商店街の将来ビジョンの実績

商店主が自店の魅力を再認識し、今まで顧客ではなかった人に少しでも興味を持ってもらえるよう企画を考案する「城下町ゼミ」のプロセスは、商業スキル向上や顧客拡大という目的を意識づけることができた。また、昔懐かしの遊びを取り入れた「子どもの遊び場」は、親子と一緒に訪れた高齢者にとって有意義な場になった。近隣の小学生が、実際に商品の開発と商売を体験する「子ども商店街」事業は、お店に対する興味をひきつけることに繋がり、心のよりどころとしてあり続けたい商店街にとって一定の効果があった。

◎事業実績

○城下町マーケット（H28年度～R1年度）

本町通りを歩行者天国にし、出店のほかに子どもの遊び場などを開催。子どもの遊び場拡張、クリスマスビンゴ大会のビンゴカードを配布し、リピートを促した。

○子ども商店街（H28年度～R1年度）

- ・近隣小学校と連携し、城下町マーケット会場内の歩行者天国スペースで子どもにお店を体験してもらい、担任教師をはじめとする学校関係者とも交流を深めることができた。
- ・近隣小学校と連携し、ティッシュ100円コーナーで子どもにお店を体験してもらった。

○空き店舗対策（H28年度～R1年度）

これから起業を考えている若者等に、空き店舗での出店を投げかけた。

○本町版「まちゼミ」（H29年度～R1年度）

城下町マーケット開催に合わせ、「城下町ゼミ」を開催し、ゼミ開催店の魅力を発信する「Honmachi Times」を発行した。

○三世代交流事業（R1年度）

にしお市民活動センターと連携し、城下町マーケット会場内または空き店舗に地域住民の交流スペースを設けた。

◎事業の効果

知名度の向上、来街者数の増加がみられた。

◎新型コロナウイルス感染症を踏まえて取組んだこと

令和元年度末はイベントへの参加者が減少したが、「Honmachi Times」を新たに発行することで店主やスタッフからダイレクトに魅力を発信した。

◎その他の成果

日頃の感謝を表すイベントとして実施したクリスマスビンゴ大会は、発展会加盟店舗から商品（協賛品）を募集し、それをビンゴ参加者に進呈することにより、“まちに還元”する身近な商店街としてのイメージを発信できた。また、観光物産展及び謎解き企画の開催により、本町が周辺観光地（西尾市歴史公園等）と密接する商店街であることをアピールできた。



(クリスマスビンゴ大会の様子)

商店街名：蒲郡商店街振興組合【蒲郡市、平成 28 年度指定】

1 活性化モデル商店街の概要

●キャッチフレーズ

食べる！見る！買う！蒲郡商店街

◎商店街の将来ビジョン

【現状】

近年の地場産業の衰退や、地域経済の停滞、郊外を中心とした大規模商業施設やコンビニエンスストアの進出による売上の低迷により、厳しい状況に置かれている。

【課題】

店主の高齢化や後継者不足による空き店舗の増加により、市民の買い物ニーズに対して十分にこたえることができない状態になりつつある。

【対策】

商店街を歩行者天国にして行うテント市「福寿稲荷ごりやく市」を核としたイベントの実施や、空き店舗の解消、個店への集客に繋がる仕掛け作り、地域団体との連携による人材発掘、不足業種出店など、一度訪れた人がまた足を運びたくなるような商店街を目指す。

◎具体的に取組む事業内容

○福寿稲荷ごりやく市事業

- ・ごりやく市と連携して平常時に「まちゼミ」事業を実施（28年度）
- ・近隣高校の学生による太鼓演奏、ごりやく市 80 回記念イベントの実施（29年度）
- ・ごりやく市での不足業種の出店、マスコットキャラクター「こんきち」のデザインを掲載した商品開発（30年度）
- ・学生やボランティアによるブースの出店、ごりやく市 90 回記念及び 15 周年記念イベントの実施（31年度）
- ・商店街の個店の集客増加に繋がる仕掛け作りの実施、ごりやく市 100 回記念イベントの実施（32年度）

○蒲郡商店街振興組合空き店舗対策事業費補助金（28年度～32年度）

2 活性化モデル商店街の実績・成果等

◎商店街の将来ビジョンの実績

事業の実施により、空き店舗の一部解消や不足業種出店などの目標については達成できた。

◎事業実績

○福寿稲荷ごりやく市事業（H28年度～R1年度）

平成28年度から令和元年度まで、テント市「福寿稲荷ごりやく市」を年6回開催（令和元年度は5回）。ダンス・和太鼓・落語等の各種催事を同時開催したほか、年度ごとに「地元高校生によるポスター制作、太鼓演奏等への出演」「地元大学生によるブース出展、ダンス・落語等出演」「まちゼミ事業の実施」「80回・90回記念品の贈呈」等、地域に根差した企画を実施した。

また、商店街のPR効果の向上のため、マスコットキャラクター「こんきち」のストラップ作成・着ぐるみのリニューアルを行うなど、商店街の賑わいの創出に繋がる事業となった。

○蒲郡商店街振興組合空き店舗対策事業費補助金（H28年度～R2年度）

蒲郡商店街区域内の空き店舗へ出店した事業者に対して家賃補助を実施し、3件の活用があった。

◎事業の効果

- ・新型コロナウイルス感染症の影響が無かった平成30年度まで平均来場者数が増加しているほか、福寿稲荷ごりやく市のホームページへのアクセス数が令和元年度まで増加しており、知名度が向上した。
- ・平成28年度～令和2年度までに空き店舗補助金が計3件活用され、蒲郡商店街区域内への出店が促進された。

◎新型コロナウイルス感染症を踏まえて取組んだこと

感染症の拡大が落ち着いた令和3年4月には、規模を縮小し感染症対策を取った上で、福寿稲荷ごりやく市を現地開催することができた。

◎その他の成果

- ・新聞や観光情報サイト等の各種媒体でもごりやく市が紹介されており、蒲郡市の主なイベントの一つとして定着してきている。
- ・国内で発生した災害への募金実施など、公益的な活動に取り組んでいる。
- ・マスコットキャラクター「こんきち」は、ごりやく市のみならず市内・近隣のイベントにも着ぐるみ出演し、蒲郡市及び商店街の知名度向上に寄与している。



(福寿稲荷ごりやく市 会場の様子)

商店街名：大府商工会議所【大府市、平成 28 年度指定】

1 活性化モデル商店街の概要

●キャッチフレーズ

「おかげさま」精神を持ち、店のファンづくりを経営の基幹とする個店を集めた商店街をつくる。

◎商店街の将来ビジョン

【現状】

商業の現状をみると事業所数は 495 店から 391 店と（平成 24 年度/平成 19 年度対比）減少しており、年々大府市の小売業（小規模商店）は衰退を続けている。

【課題】

意欲ある個店が力をつけ、且つ個店の魅力を創出し、お客と顔と顔を合わせる「ふれ合い」を大切にする事で大型ショッピングセンターにない特長を出すことが求められる。

【対策】

大府市は、2010 年～2020 年の第 5 次総合計画（平成 22 年 1 月発行）大府市総合計画を踏まえ、また従来からの活動の問題点を加味して次のことを重点方策として実施する。

- ・スタンプラリーなどイベントによる交流を重点とした一店逸品・逸サービス運動から、消費者の目線でモノづくり・店づくりを重点とした一店逸品・逸サービス運動への転換
- ・地域資源を活用した共同で取り組む「健康逸品」の開発
- ・交流人口を増やすためのイベントの企画・実施

◎具体的に取組む事業内容

○個性・魅力の創出事業（28 年度～32 年度）

- ①参加店皆で創り上げる「おおぶ・逸品運動事業」の実施（28 年度～32 年度）
- ②ふれあいゼミナールの実施（28 年度～32 年度）
- ③イベントの企画・運営、地域イベントへの個店の参加（28 年度～32 年度）
- ④大府あきんど塾の開催（28 年度～32 年度）
- ⑤共同DM発送の実施（28 年度～32 年度）
- ⑥店の魅力を照会する冊子を作成するなどの情報発信（28 年度～32 年度）
- ⑦地域資源を活用した健康逸品の開発・販売に関する調査・研究（28 年度～）、試作（29 年度～）、披露（30 年度～）、改善（31 年度）、商品化（32 年度）

2 活性化モデル商店街の実績・成果等

◎商店街の将来ビジョンの実績

大府市商業者を取り巻く環境は商業者数の減少やコロナウイルス感染拡大もあり、決して楽観できるような状況ではないが、商店街活性化プランに基づく事業に取り組んだことで市内商業者の横のつながりが強化され、地域の活性化が図られた。特に逸品運動については、モノづくり・コトづくりにシフトしたことで、参加者同士の意見交換が活発に行われ、個社の売上増加や維持に大きな効果が出ている。前向きな商店主が取組前に比べて増加したことが最大の事業実施効果であると考えている。

また、健康をキーワードにした商品・サービスについても目標数値を上回って取り組むことができた。

◎事業実績

○個性・魅力の創出事業（H28年度～R2年度）

- ・参加店皆で創り上げる「おおぶ・逸品運動事業」の実施
- ・ふれあいゼミナールの実施
- ・大府あきんど塾の開催
- ・イベントの企画・運営、地域イベントへの参加、情報発信
- ・地域資源を活用した健康逸品の開発・販売に関する商品化の実施 etc

◎事業の効果

- ・逸品参加店アンケートにて、本事業が知名度向上に寄与していると参加店から報告があった。
- ・大府商工会議所会員数が微増となった。（1707→1710）
- ・受け身の商業者が少なくなり、積極的に事業を発案する事業者が増えたため、事業参加者の年齢層が60代以上→40代中心となった。

◎新型コロナウイルス感染症を踏まえて取組んだこと

新しい生活様式へ対応すべく、飲食店ではテイクアウトやデリバリー、小売・サービス業ではオンラインや非接触への転換などを検討し市内事業者を取りまとめたチラシやHP作成した。

感染症対策についても愛知県の安全・安心施設への登録を推進した。これらの取組もあり、平成28年4月に比べて令和3年3月の段階で大府商工会議所の会員数は微増となっている。

◎その他の成果

- ・隣接町である東浦町の商業者と連携して逸品事業に取り組み、商圏拡大に務めた。
- ・若手経営者の参加が増えたことで、アナログ重視からIT活用へのシフトが進みつつある。（ビジネスチャットツールの活用やオンライン会議など）

品名 健康逸品

薬学と自然の恵みから生まれた、
肌と心にやさしい無添加化粧液。



こだわり 選んだ薬物の命を
キヌヤクインのみを使用。製法
ですべてしています。

(健康逸品 オリジナル化粧水)

商店街名：蟹江町商工会【蟹江町、平成 28 年度指定】

1 活性化モデル商店街の概要

●キャッチフレーズ

「こころの会話」を楽しめる街～蟹江町～

◎商店街の将来ビジョン

【現状】

駅前を中心とした地域には、近年アパートやマンション、住宅が建設され、さらに名古屋市
のベッドタウン化が進んでいる。

【課題】

蟹江町に長年語り継がれてきた伝統や文化、商業の町として栄えてきた歴史を今一度取り戻せ
るよう、打上げ花火形式のイベントありきではなく、真に地域が求める商店街の姿が求められる。

【対策】

蟹江町の玄関口でもある、近鉄蟹江駅前周辺の活性化を中心とした新しい動き、町内の地域資
源などを利活用した継続的事業を模索しながら、常に新しい取組みを実施していく。

◎具体的に取組む事業内容

○げんき商店街推進事業（28 年度～32 年度）

商工会及び各地区発展会等による地域資源を活用したイベント開催などの商店街活性化事業

○街路灯 LED 化事業（28 年度～32 年度）

商工会が所有し、各地区街路灯組合（各発展会）が管理する街路灯を水銀灯から LED 灯への灯
具の取り替えを行う事業

2 活性化モデル商店街の実績・成果等

◎商店街の将来ビジョンの実績

商工会・発展会・地域団体等が連携し、大きなイベント等（例：小学校区の夏祭りに地域の発展会の出店イベント等をコラボしたもの）を毎年開催することができ、非常に大きな盛り上がりを見せたが、一過性のイベントとして終わってしまう傾向もあり、各商店街、各個店の賑わい創出に、しっかりつながったとはいえないところである。

しかし、以前に比べ、若い世代の方たちが発展会を盛り上げ、積極的に事業に参加、関連してきているため、良い方向性が見えてきていると感じる。

◎事業実績

○げんき商店街推進事業（H28年度～R2年度）

蟹江町の商店街が、商店街のイメージアップ、地域とのコミュニティづくりを目指した事業・イベントを実施し、更には空き店舗を改装しこれを利活用した事業を実施することにより地元商店街の活性化を図った。また、コロナ禍となり、新型コロナウイルス感染症拡大により大きな打撃を受けた地域経済並びに小規模事業者を立て直すため、Web や冊子を使った小規模事業者 PR 事業を実施し、今後の町内商店街の活性化へと結びつく事業

○商工会活性化事業（H28年度～R2年度）

商工会、商工会各部会及び各発展会が行う活性化事業（商工会一般会計分）

○街路灯 LED 化事業（H28年度～R1年度）

商工会が所有し、各地区街路灯組合（各発展会）が管理する街路灯を水銀灯から LED 灯への灯具の取り替えを行う事業

○プレミアム付商品券発行事業（H28年度～R1年度）

消費者の購買意欲の向上、地域経済の活性化を図るため、10 パーセントのプレミアムを付けた商品券を発行した。（発行総額 4,400 万円、販売総額 4,000 万円、プレミアム分 400 万円）

○空き店舗活性化事業（R1年度～R2年度）

空き店舗の活用促進、地域活性化のため、空き店舗対策事業として整備した店舗賃借料の一部を商工会が負担する事業

◎事業の効果

- ・各イベント、お祭り等に出店したことにより個店の PR、周知につながった。
- ・プレミアム商品券の町内中小店専用券を使用することにより、今まで行かれなかったお店に通ってもらえるようになったこと。

◎新型コロナウイルス感染症を踏まえて取組んだこと

コロナ禍以前は、げんき商店街推進事業費補助金本補助金を、各発展会、商工会の各イベント等の費用に充てていたが、この新型コロナウイルス感染症のまん延により、集客イベント等が実施できないため、「新しい生活様式に対応するテイクアウトを実施する店舗を募集し、Web 及び冊子にて紹介」、「町内の飲食店・小売店のみならず、サービス業や工業系事業者を網羅したガイドブックを製作し町内全戸配布」、「飲食店で使用できるチケットを Web 上で事前販売し、実店舗への来店を促進」事業を実施した。

◎その他の成果

夏休み、地域町内会等が主催した盆踊りと、夏に関する全てをコラボさせた事業において、小学校が隣接する立地条件から、校庭で行われた同日開催の「盆踊り」との連携も積極的に図ることで、集客については想定以上の結果となった。また、イベント時の売上高調査でも、過去最高益を出す店舗も多く、実店舗においてイベント後の波及効果も非常に高かった。



(げんき商店街推進事業（弁天縁日）)

商店街名：末広町商店街振興組合【瀬戸市、平成29年度指定】

1 活性化モデル商店街の概要

●キャッチフレーズ

取り戻そう賑わい！思い出そうふれあい！

◎商店街の将来ビジョン

【現状と課題】

- ・末広町商店街は、名鉄瀬戸線の尾張瀬戸駅周辺を中心市街地に位置しており、周辺では、ArtWalkハウボウ、クロガネモチノキといった地域住民が主体となったものづくりイベントが開催されているほか、新世紀工芸館、瀬戸染付工芸館といった研修・展示施設も充実している。
- ・また、商店街周辺では平成29年6月にもものづくりを生業とする人たちを支援する施設として「せとまちツクリテセンター」が整備され、若いツクリテの商店街利用が期待されるほか、周辺小中学校の統廃合に伴う小中一貫校の開校が平成32年4月に予定されており、商店街が地域の子供たちの通学路として活用されることが予想される。
- ・しかし、若い店主による積極的な活動は見られるものの、商店街全体としては、店主の高齢化・後継者不足等に伴う店舗数の減少と顧客の高齢化に伴う客数の減少により、イベント開催時以外の平常時の賑わいは低迷している。

【対策】

- ・イベントの開催などにより、魅力の発信と市内外の誘客を図るとともに、せとまちツクリテセンターとの連携などにより新たな来街者を呼び込む。
- また、地域に根差した事業展開、店主と来街者との「ふれあい」の強化を行う。

◎具体的に取り組む事業内容

○取り戻そう賑わい！思い出そうふれあい！事業（29年度～32年度）

- ・ツクリテとの連携を強化し、新たな客層の誘客を図る。（30年度）
- ・子育て世代にターゲットを絞ったイベントの実施や売り出し方法を検討・実施する。（31年度）
- ・前年度に引き続き、子育て世代にターゲットを絞ったイベントの実施や売り出し方法を検討・実施する。（32年度）

2 活性化モデル商店街の実績・成果等

◎商店街の将来ビジョンの実績

様々なイベントを通じて市民やツクリテなどとの交流が生まれ、賑わいの創出につながった。また、ツクリテなどの若手起業家がイベントに参加したり、商店街の空き店舗に出店することにより、他の商店主への刺激となり、商店街全体が活気を取り戻しつつある。

また、地域に密着したイベントや文化芸術活動促進事業では商店街を小中学生などの発表の場とするなど、地域に根差した活動を行ったことで、組合員と来場者のふれあう機会が増え、商店街の魅力や活動、店舗を認知してもらうことにつながった。

※ ツクリテとは、陶芸やガラスをはじめ、木工や金工、飲食など「ものづくり」の活動を行っている方で、瀬戸市に積極的に関わり街を元気にすることを志す方。

◎事業実績

○取り戻そう賑わい！思い出そうふれあい！事業（H29年度～R1年度）

年間を通じてイベントの開催と統一的な広報を行い、賑わいの創出と活性化を図った。具体的には、7月に「すえひろ中元セール」「すえひろ夏まつり」、9月に「すえひろ秋祭り」、10月に「すえひろハロウィン」、11月に「すえひろ子供商店街」、11月から12月にかけて「すえひろ歳末セール」、1月に「すえひろ新春初恵比寿」のイベントまたは売り出しを行った。

また、広報としては、「<取り戻そう>賑わい！<思い出そう>ふれあい」を年間事業の統一キャッチコピーに、定期的な地元コミュニティFMへの出演、新聞折り込みといった広報活動と若者が集う「タネリスタジオ」や「せとツクリテセンター」と連携して各種イベントやPR活動に取り組んだ。

○末広町活性化〈取り戻そう〉賑わい！〈思い出そう〉ふれあい事業パート2（R2年度）

「暮らしツタワル 心ツナガル」をテーマに、これまでの取組によって広がった人的ネットワークの強化と店主の高齢化を補う担い手育成など、以下の事業に取り組んだ。

- ・熱意のある若者を商店街としてバックアップし、若手経営者として商店街への定着を促す「担い手スカウト事業」
- ・商店街内の広場や空き店舗等を文化・芸術活動の場として使っていただく「文化芸術活動促進事業」
- ・商店街の魅力を伝えるためのポスターやチラシを作成・配布する「商店街PR事業」

◎事業の効果

- ・来街者数については、新型コロナウイルスの影響で令和2年度は減少したが、令和元年度までは各種イベントなどを開催した効果もあり増加傾向にあった。
- ・空き店舗について、イベントに参加したツクリテの1部（3人）が空き店舗を活用し共同で開業している。また、現在、開業に向け準備を始めている事業者もいる。
- ・さらに、商店街の古民家を学生たちが中心となり活用に向けて準備を進めている。

◎新型コロナウイルス感染症を踏まえて取組んだこと

新型コロナウイルスの影響で、イベントの中止が余儀なくされたこともあり、令和2年度の通

行量は減少した。こうした中、インターネットを通じたPR活動や商品紹介などに取り組むとともに、感染予防対策を行いながら、できる範囲でイベントを開催するなどして、賑わいを取り戻しつつある。

◎その他の成果

- ・以前より商店街でのイベント等に関わっていたツクリテが、商店街の空き店舗を利用して開業することができた。
- ・事業実施により、商店街事業に消極的だった組合員も積極的に参加するようになった。
- ・子育て世代に人気のあるイベントを実施したことで、将来的に購買層となる年代に商店街に親しみを感じていただけた。



(すえひろサマーフェスティバル)

商店街名：春日井市商店街連合会（春日井駅前商店会、鳥居松商店街振興組合、下街道発展会、鳥居松広小路商店街振興組合、東野商店街振興組合、篠木発展会、繁田発展会、高蔵寺商店街振興組合、いちょう並木通り発展会、イオン同友店会、味美商店街振興組合、勝川駅前通商店街振興組合、勝川駅東商店街振興組合、勝川駅西発展会）

【春日井市、平成 29 年度指定】

1 活性化モデル商店街の概要

●キャッチフレーズ

商店街は公共であり文化である

◎商店街の将来ビジョン

【現状と課題】

- ・市内各地区が独自に発展しているため、市全体の核となる商店街が形成されていない。また、大型店の出店や後継者不足から既存商店街において空き店舗が増加してきている。

【対策】

- ・商店街の組織力を活かした地域及び商業を活性化させる事業を展開させていくとともに、空き店舗の解消やまちづくりに対する商店街組織内の意識を向上させていく。

◎具体的に取り組む事業内容

○商店街まちゼミ事業（29 年度～32 年度）

“その道のプロ”である商店主が、ちょっと暮らしに役立つ情報や知識をゼミナール形式で地域消費者に教授する。

○まちの担い手養成塾事業（29 年度～32 年度）

自店の店舗経営やマーケティングを学び、商店街の活性化プランづくりに取り組むことで、個店や商店街の課題を解決し、個店の繁栄や商店街を含む地域全体の活性化に取り組む「次世代リーダー」を育成するため、商店街の若手後継者等を対象として開催する。

○アトム通貨事業（29 年度～32 年度）

「環境」「地域」「国際」「教育」をキーワードとする地域通貨である“アトム通貨”を、理念に合致するイベントやプロジェクトを実施する団体などに配布する。

○防犯・防災事業（29 年度～32 年度）

地域住民が災難に遭いそうになったときに気軽に駆け込めるよう、商店街の店舗を防犯駆け込みの店として登録する。

2 活性化モデル商店街の実績・成果等

◎商店街の将来ビジョンの実績

まちゼミを継続開催することで地域住民に個店の魅力を知ってもらうことができた。後継者育成に関してはまちの担い手養成塾を開催。塾生が商連執行部会の役員を任されるようになるなど一定の効果があつた。地域通貨についてはアトム通貨を推進してきたが、春日井ならでの地域電子通貨を企画し様々な情報を収集しまちの担い手養成塾のテーマとしてとりあげるなど積極的に活動をしている。

◎事業実績

○商店街まちゼミ事業（H29年度～R2年度）

“その道のプロ”である商店主が、ちょっと暮らしに役立つ情報や知識をゼミナール形式で地域消費者に教授した。地域消費者のニーズへの高い情報を提供することで、個店の魅力を知ってもらった。平成29年度は、事業の継続には欠かせない商店主の参加を促すため、まちゼミ参加店に向けたセミナーを実施した。

○まちの担い手養成塾事業（H29年度～R2年度）

自店の店舗経営やマーケティングを学び、商店街の活性化プランづくり等に取り組むことで、個店や商店街の課題を解決し、個店の繁栄や商店街を含む地域全体の活性化に取り組む「次世代リーダー」を育成するため、商店街の若手後継者等を対象として、養成塾を開催するものである。養成塾では、全国で地域の活性化を実践している人を講師として招き、講義、ワークショップ、視察、報告会等を実施した。平成29年度は、特に、商店街の活性化を考える前提として、個店の繁栄を考え抜くことで、塾生の商店街や個店繁栄の意識向上が図られた。

○アトム通貨事業（H29年度～R2年度）

アトム通貨とは「環境」「地域」「国際」「教育」をキーワードとし、感謝の気持ちを伝えるツールとして発行する地域通貨である。市内において、アトム通貨の理念に合致しているイベント（単発の事業）やプロジェクト（比較的長期に及ぶ事業）を実施する団体などの申請に対し、配布した。平成29年度は、春日井市商店街連合会が開催する講演会において、アトム通貨をテーマとし、周知を図った。

○防犯・防災事業（H29年度～R2年度）

地域住民がいじめ、ゆすり、たかり、暴力など、被害に遭いそうになった時、近くの店舗に気軽にかけこめるように、商店街の店舗を防犯かけ込みの店として登録し、安心・安全な街づくりを図った。平成29年度からの新規事業であり、春日井市商店街連合会の会員約500事業者にステッカー等周知用品、マニュアルを配布した。

◎事業の効果

まちの担い手養成塾の塾生2名が令和2年度より商店街連合会の役員になり、地域電子通貨やECモールなど新しい事業の勉強会を開くなど積極的な活動が行われている。会員数は個店の高齢化による閉店等の影響により減少してしまった年もあるが、各単組における事業数は、令和元年度まで毎年徐々に増加してきており、商店街の活動が活性化した。

◎新型コロナウイルス感染症を踏まえて取組んだこと

個店での開催をメインに行ってきたまちゼミにおいてオンラインでの小規模開催を8月に行

い、2月には実店舗とオンラインを併用しての開催を行うに至った。また、夏祭りが行えない中でも、地元PTAと連携し店舗にハロウィン飾りを行う商店街があるほか、交通標語を小学生から募集し表彰を行う商店街があるなど、各単組が新しい取り組みを行い地域住民とのつながりを強化するよう取り組んでいる。

◎その他の成果

勝川駅前通商店街は平成15年より弘法市を毎月開催しており、地元住民との連携強化に成功していることから、令和2年度にはばたく商店街30選に推薦した。また、勝川駅前通商店街、勝川駅前東商店街及び勝川駅西発展会は、令和3年度に開店予定の大規模商業施設と連携し、デリバリー・予約アプリの実証実験にも協力し商店街の活性化に向けて活動している。



(まちの担い手養成塾)

商店街名：足助中央商店街協同組合【豊田市、平成 29 年度指定】

1 活性化モデル商店街の概要

- キャッチフレーズ
満足を生む商店街

◎商店街の将来ビジョン

【現状と課題】

- ・当地区は、「香嵐溪」という紅葉の名所に隣接していることから、観光客を誘客するためイベントを開催しているものの、毎年減少している。
- ・また、人口減少や少子高齢化に伴い、顧客の減少、店主の高齢化、後継者や担い手の不足及び必要店舗の不足が進み、賑わい不足となっている。特に若い人にとって魅力的な店が不足しており、情報も不足している。

【対策】

- ・香嵐溪への誘客及び重要伝統的建造物群保存地区の商店街をPRした事業の推進、情報発信と体験型イベントを通じてレベルアップとリピーターを増やす事業の推進、地域コミュニティの場の提供（強化）に取り組んでいく。

◎具体的に取り組む事業内容

○スタンプラリー事業（29年度～32年度）

「中馬（ちゅうま）のおひなさん」で来街者が多いシーズンに合わせ、足助商店街地区の重要伝統的建造物群保存地区とお店を巡るスタンプラリーを開催。

○中馬塾（29年度～32年度）

「中馬のおひなさん」期間中の毎週土曜日または日曜日に、来街者に個店や商店街の魅力を知ってもらうための交流型イベントを開催。

○足助マルシェ（29年度～32年度）

中馬街道「塩の道」として古くから交流拠点として栄えたことを活かしてマルシェを開催。

2 活性化モデル商店街の実績・成果等

◎商店街の将来ビジョンの実績

- ・ 椙山女学園大学の学生と連携し、学生が町並みをガイドする事業を行ったり、QRコードを用いたクイズ形式のスタンプラリーを取り入れるなどして、若年層の顧客獲得に繋げることができた。
- ・ ヘルスサポートリーダーによる健康づくり講座を定期的実施し、高齢者の居場所を提供することができた。

◎事業実績

○スタンプラリー事業（H29年度～R2年度）

『中馬（ちゅうま）のおひなさん』で来街者が多いシーズンに合わせて足助商店街地区の重要伝統的建造物群保存地区とお店を巡るスタンプラリーの実施。

○まちゼミ（H29年度）

『中馬のおひなさん』期間中の毎週土曜日又は日曜日に体験型の『まちゼミ』を実施。

○足助マルシェ（H29年度～R2年度）

重要伝統的建造物群保存地区に選定された地で、中馬街道「塩の道」として古くから交流拠点として栄えたことを活かして市を開催。地域の特産品を活かした商品開発と組合員店舗の店頭でワゴンセールを実施。

○中馬塾（H30年度～R1年度）

『中馬のおひなさん』期間中の毎週土曜日又は日曜日に体験型の『中馬塾※』を実施。

※『中馬塾』…来街者と事業者が直接交流できる体験型のセミナー等を開催

○町並みさんぽ（R2年度）

『中馬のおひなさん』期間中の土曜日、日曜日に体験型の『町並みさんぽ』を実施。

◎事業の効果

- ・ 歩行者通行量で見ると、平成30年度の841人に対し、令和元年度は1,103人と増加しており、回遊性の向上、来街者の増加に繋がった。
- ・ 空き家を活用し、新たに3店舗が出店した。（令和元年2件、令和2年1件）うち2店舗は継続して事業を行っており、商店街の活性化に繋がった。

◎新型コロナウイルス感染症を踏まえて取組んだこと

- ・ アルコール消毒の実施、パーテーションの設置などの基本的な感染症対策を行った。
- ・ 継続して定期的な事業を行うことにより、安心、安全なイメージ付けとなり活性化に繋げることができた。

◎その他の成果

【H29】

- ・ 愛知学院大学が卒業論文作成のために訪問

【H30】

- ・ 北海道 商工会連合会十勝支部が視察
- ・ 筑波大学 学生が重要伝統的建造物群保存地区に登録された町並みを生かしたまちづくり

をテーマとした研究のために訪問

- ・名城大学、中京大学、淑徳大学、名古屋市立大学が卒業論文作成のために訪問



(足助商店街スタンプラリー)

商店街名：東栄町商工会【東栄町、平成 29 年度指定】

1 活性化モデル商店街の概要

●キャッチフレーズ

近くへ・便利に—いきいき生活応援

◎商店街の将来ビジョン

【現状と課題】

- ・当地では、若者の流出による過疎化、近隣都市での大規模商業施設の立地や道路網の整備などによる地元商店の集客力の低下に、過疎化による後継者不足が加わり、商店数が減少の一途をたどっている。そのため、商店の再生などを行うとともに、にぎわいの創出に向けた取り組みを行っていく必要がある。
- ・また、高齢化に伴い、買い物に行くことができない高齢者が増えているため、買い物弱者対策も必要となっている。

【対策】

- ・東栄町商工会で移動販売事業を実施する。今後生活する上で必要となる商品を販売する店舗がなくなる可能性もあるため、移動販売事業を活用し、町民全体で各店舗を支援していく。

◎具体的に取り組む事業内容

○移動販売事業（29 年度～32 年度）

移動販売車が週 4～5 日間程度、比較的店舗が集中する地区以外を重点的に巡回し、食材や飲料を始めとする町内商店の商品を販売する。

2 活性化モデル商店街の実績・成果等

◎商店街の将来ビジョンの実績

計画当初よりも高齢者人口割合が増加していることに加え、町内総人口の減少、消費者の地域外流出が止まらず後継者不足の問題も顕在化してきており、東栄町の商工業事業者を取り巻く環境は非常に厳しい状況にある。高齢者の増加に伴い買物弱者が増加しており、地域の要望に合わせた運行ルートの見直しや雨天時に宅配を行う等、買物弱者支援に取り組んでいる。また、通常2人で行う移動販売を、試験的に1人で行い経費削減に取り組む等、移動販売事業の収益化に向けた取り組みも行っている。事業の実施効果としては、年間売り上げ及び平均客単価の増加から、一定の効果が出ていると考える。

◎事業実績

○移動販売事業（H29年度～R2年度）

移動販売車による移動販売

◎事業の効果

げんき商店街推進事業に採択されたことによって移動販売事業が継続でき、地域の需要に合わせる事ができてきたため、個店の売り上げ増加につながった。

◎新型コロナウイルス感染症を踏まえて取組んだこと

新型コロナウイルス感染症対策として、マスクの着用、手指消毒の徹底に取り組んだ。

◎その他の成果

- ・平成27年11月の東日新聞で記事に取り上げられ東栄町の買物弱者支援を広く知らせることができた。
- ・他市町村から問い合わせが3件ほどあり、他の市町村と類似性の少ない中山間地で行う移動販売事業のモデルとして成果を示すことができた。
- ・経済産業省の買物弱者支援において国・地方自治体による買物弱者支援策で紹介されている。



(移動販売車による移動販売)