

新あいち商店街プラン

～魅力あふれる商店街の創出を目指して～

概要版

平成23年5月

愛 知 県

目 次

1	新あいち商店街プランの策定について	3
2	現行のプランに基づく取組	4
3	新プランのポイント	5
4	商店街実態調査の結果	6
5	社会背景及び国の動向	7
6	新プランの狙いと施策の方向性	8
7	4つの施策展開	9
8	目指すべき商店街	10
9	新プラン策定の経緯等	11

1 新あいち商店街プラン策定について

【趣 旨】

- 現行の「あいち商店街アクションプラン」(以下「現行プラン」という。)の目標期間は平成22年度までで終了。
県内の商店街を巡る環境の変化、これまでの取組等を踏まえ、「新あいち商店街プラン」(以下「新プラン」という。)を策定。
- 新プランでは、商店街関係者に対し、目指すべき商店街の活性化の方向とともに、県としての支援施策の基本的な考え方を示す。

【新プランの位置付け】

「あいち産業労働ビジョン2011-2015」の個別計画。

【計画期間】

平成23年度～平成27年度までの5年間。

2 現行プランに基づく取組

《現行プランの狙い》

- 人口減少・超高齢化社会に適応した「新時代商店街」のモデルを示し、成功例の創出に取り組む。
- 身近な目標となる商店街を「活性化モデル商店街」として指定し、県内で20件の活性化成功例を創出。

《施策展開の柱》

◎成功例創出のための総合支援

- ・「活性化モデル商店街」として、37の商店街を指定。
- ・「ブランド商店街」として、特徴ある取組を行う32の商店街を認定。

◎「人材」に着目した支援とネットワーク化

- ・「がんばる市町村職員塾」を通じた、市町村間のネットワークの形成(9市で開催、延べ497名の参加)。
- ・商工会議所・商工会の経営指導員に対する、商業エキスパート指導員研修の実施(延べ41回、52名を養成)。
- ・組織強化を図るタウンコーディネーターの配置(県内6か所)、外部専門家の派遣(年間10か所、各5回)。

◎地域住民等の理解と連携の促進のための場づくり

- ・商店街と地域との連携を促進するため、地域住民等が参加する会議を開催(10市・13地区、延べ621名の参加)。

◎大規模小売店舗等の適正立地と共生促進のためのガイドラインの策定

- ・「愛知県商業・まちづくりガイドライン」を策定(平成19年10月)し、大規模小売店舗等の適正立地や地域貢献活動を促す。

3 新プランのポイント

◎成功例の広域普及

他の商店街の目標となる商店街の成功例の広域普及を図ることにより、県内商店街全体の活性化を目指す。

◎商店街に期待される新たな役割

商店街の「地域コミュニティの担い手」としての役割に着目。「子育て支援」や「高齢者の買い物支援」、「名産・名食・名所づくり」など、住民ニーズや地域課題に対応する取組や、「観光資源を活用したにぎわいづくり」など、商店街の幅広い役割を期待。

◎多様な主体との連携

多様化する住民ニーズ・地域課題対応するため、NPO、観光関係団体、学校など、地域の諸団体と連携するとともに、それらが持つ人的資源やノウハウを活用し、商店街が地域に必要な存在となることを目指す。

4 商店街実態調査の結果

《景況の悪化》

- 商店街における景況感については、約7割の商店街が「衰退している」又は「その恐れがある」と回答。将来の見通しについても、同様の結果。
- 小売業の事業所数及び年間販売額は、従業者数が小規模な事業所では減少傾向にある一方で、従業員数が比較的多い事業所では増加傾向。
- 規模の小さな個店の集積が多い商店街ほど景況感は悪化。

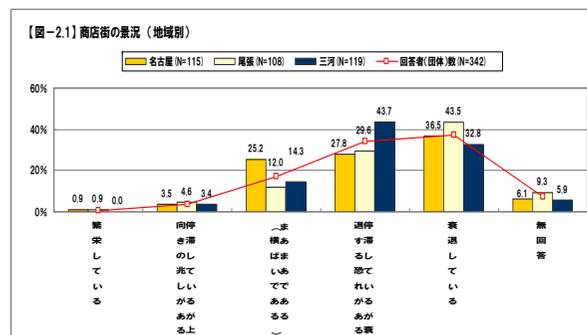
《商機能の弱体化》

- 商店街が抱える課題は、①「後継者がなく高齢化が進展」、②「商店街活動の弱体化」、③「店舗の老朽化」、④「魅力ある店舗の減少」と続く。
- 商店街の基盤である商機能の弱体化が懸念される。

《店主の高齢化等》

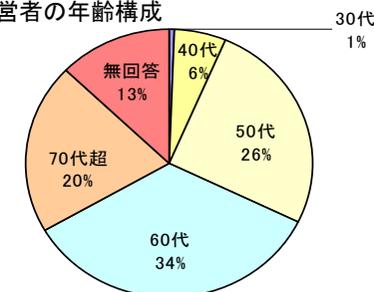
- 商店街の個店経営者の高齢化は著しく、50歳以上が8割。
- 7割以上の商店街では専従職員が不在。

■地域別商店街の景況



(愛知県の実態調査結果)

■個店経営者の年齢構成



(愛知県の実態調査結果)



(施策の方向性)

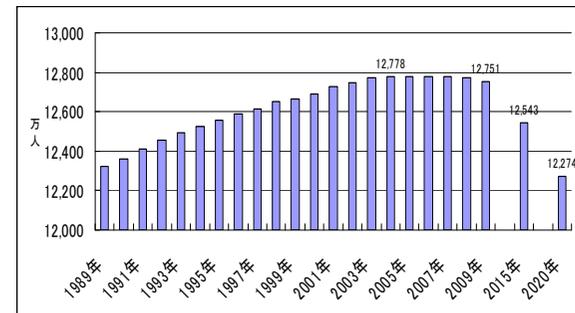
- ◆商店街の活性化には、各個店の活性化が不可欠。個店の努力を前提としつつ、商店街の基盤となる個店の商機能や商店街の組織強化に向けた取組を支援。
- ◆専門人材や市町村職員を活用するとともに、地域の多様な団体等との連携を促す。

5 社会背景及び国の動向

《社会背景》

- 少子・高齢化の進展などに伴い、地域のコミュニティ機能が弱体化する中、「子育て支援」や「高齢者の買い物支援」など、住民ニーズや地域課題に対応する商店街の取組への期待が高まっている。
- 地域の再生や活性化を図る上で、幅広い経済効果が期待できる観光や特産品などの地域資源を活用した取組が着目されている。
- アジアを中心とした外国人観光客の増加や、消費者の環境意識の高まりへの対応も期待されている。
- I T 社会の進展により、インターネット通販が普及するなど、販売手法が多様化。I T を活用した取組の重要性が高まる。

■ 人口の推移、予測



(総務省 人口統計)

《国の動向》

- 少子・高齢化や中心市街地の空洞化が進む中、コンパクトで持続可能なまちづくりを目指し、新たな支援制度の枠組みを整備するため、平成18年に「まちづくり三法」を改正。
- コミュニティの機能が希薄になる中、商店街が持つコミュニティ機能に着目。地域住民の役に立ち、地域の魅力を発信する取組を通じた商店街の活性化を支援するため、平成21年に「地域商店街活性化法」を施行。

(施策の方向性)

- ◆ 商店街の再生・活性化を図るうえで、地域資源の活用や多様な住民ニーズに対応した取組への重要性が増している。
- ◆ 地域におけるコミュニティ機能の重要性が増す中、商店街に対し、地域のコミュニティを支える役割を期待。

6 新プランの狙いと施策の方向性

《狙いと目標》

- 県内の商店街全体の活性化を目指し、身近な目標となる成功例を広域で創出。
※県内5地域(名古屋、尾張、知多、西三河、東三河)から、計画期間中に成功例25商店街の創出。



① 商店街に期待する役割の拡大

商店街の地域との交流機能を活かし、「子育て支援」や「高齢者の生活支援」といった住民ニーズへの対応や、観光や特産品等の地域資源の活用など、「地域コミュニティの担い手」として、まちづくりと一体となった取組を促す。(事例・・・空き店舗を活用した託児所の運営、特産品を活用した観光客の誘致。)

② 商機能の強化に向けた取組に対する継続支援

商機能の弱体化という課題を踏まえ、個店の努力を前提としつつ、逸品開発やイベントを通じたにぎわいの創出など、個店や商店街の取組を支援する。(事例・・・外国人観光客へ対応するための多言語表記や銀聯カードの導入。ITを活用した情報発信、買い物支援のための商店街マップの作成。)

③ 専門人材による支援と市町村のコーディネート力の強化

商店街のまちづくりマネージャー的な役割を担うタウンコーディネーターの配置や外部専門家の派遣による支援とともに、まちづくりと一体となった商店街の取組を支援するため、市町村のコーディネート力強化に向けた支援を行い、多様な主体との連携を促進する。

④ 大規模小売店舗等との共生

大規模小売店舗等との共生は、引き続き重要な課題。「愛知県商業・まちづくりガイドライン」に基づく指導を通じて、環境対策や買い物弱者対策、特産品の販売、地産地消の取組など、地域課題に対応した更なる地域貢献活動を促す。

7 4つの施策展開

①「地域コミュニティの担い手」としての商店街支援

- ・子育て支援を始めとする住民ニーズへの対応や、地域資源を活用した名産・名食・名所づくりなど、「地域コミュニティの担い手」としての取組を支援。
- ・商店街での宅配サービスモデル事業を通じて、買い物弱者対策の重要性を広く普及。

○市町村の行う、住民の利便性向上や交流に資する、商店街活性化事業に対する助成支援

②活力ある商店街と魅力ある個店の創出支援

- ・販売促進イベントや買い物支援のための商店街マップの作成、外国人を含む観光客対策など、商機能強化に向けた取組を支援。
- ・支援機関による経営指導や、県融資制度の活用による個店への経営支援。

○各種イベントや販売促進等のにぎわい創出事業、市町村が行う商店街の商機能強化に向けた取組に対する助成支援

○愛知県制度融資による個店への金融支援

○愛知県商店街振興組合連合会による組織強化支援や、商工会・商工会議所等による個店への経営指導

③市町村等のまちづくりコーディネイト力と人材支援の強化

- ・商店街のまちづくりマネージャー的な役割を担うタウンコーディネーターの配置や、外部専門家の派遣。
- ・市町村のネットワークづくりの促進、地域の多様な主体とのコーディネイト力の強化。
- ・市町村の中心市街地の活性化に向けた取組に対する、県庁関係部局による総合支援。

○商店街の組織強化や商店街活動の活性化を図るまちづくりマネージャー的なタウンコーディネーターの配置

○コンサルタント等の外部専門家の商店街への派遣

○まちづくりの中核的な役割を担う市町村職員のネットワークづくり

○「愛知県中心市街地活性化等推進会議」による市町村の中心市街地活性化に向けた取組に対する全庁的支援

④大規模小売店舗(地域貢献企業)等との共生

- ・「愛知県商業・まちづくりガイドライン」に基づく大規模小売店舗等の地域貢献のための取組事例に、買い物弱者対策や地域の特産品の販売、地産地消に向けた取組などを追加。

○「愛知県商業・まちづくりガイドライン」において、環境対策や買い物弱者対策など、地域貢献活動の取組事例を充実することを通じて、大規模小売店舗等のより広範な取組を促す。

8 目指すべき商店街

○商店街を、機能(ターゲット)別に3つのタイプに分類(36のわかりやすい事例を提示)。

○各商店街には、立地条件や地域の課題、資源など、それぞれの地域特性を活かした活性化の取組が期待される。

区分	生活支援(近隣)型	交流(地域)型	観光(広域)型
	<p>近隣住民をターゲットとする生活密着型の商店街</p>	<p>通勤者、学生等もターゲットとする幅広い吸引力を有する交流機能型の商店街</p>	<p>観光客等も含めた幅広い客層をターゲットとする広域集客型の商店街</p>
取組事例	<p>○空き店舗を活用した子育て支援施設 (柳原通商店街振興組合 名古屋市)</p>  <p>○地域住民の困ったことをお助けする「ボランティアバンクおたすけ隊」 (みやのかわ商店街振興組合 埼玉県) 県と市と協働してみやのかわ商店街が派遣いたします</p> 	<p>○「居酒屋 ハシゴ」でまちづくり (刈谷市刈谷駅前商店街振興組合 刈谷市)</p>  <p>○地元アーティストや市民ボランティアと連携し、空き店舗で、まち中美術館を開催 (大館市大町商店街振興組合 秋田県)</p> 	<p>○紅葉や古い町並みの観光資源を活用 (足助中央商店街協同組合 豊田市)</p>  <p>○中国人観光客を呼び込むため銀聯カードを導入 (長崎浜んまち商店街 長崎県)</p> 

(注)上記区分は、商店街を機能別に分類。複数の機能を有する商店街もありうる。

9 新プラン策定の経緯等

(1) 策定の経緯

○平成 22年 7月 5日 第1回策定委員会

○平成22年10月21日 「にっぽん商店街シンポジウム」
～ の開催及び参加者へのアン
同年10月23日 ケートの実施

○平成 22年11月 8日 第2回策定委員会

○平成 23年 1月 6日 パブリックコメントの実施
～
同年 2月 4日

(2) 策定委員会委員

氏名	団体名等	役職等
石川 譲	愛知県中小企業団体中央会	専務理事
井上 雅	社団法人愛知県観光協会	専務理事
内田 吉彦	名古屋商工会議所	産業振興部長
大貝 彰	国立大学法人豊橋技術科学大学	建築・都市システム 学系教授
大河原 誠	岡崎信用金庫	副理事長
大関 正道	中部経済産業局	産業部長
大野 憲博	愛知県商店街振興組合連合会	専務理事
加藤 健二	商業アドバイザー	
木村 聡	愛知県	産業労働部長
久野 美奈子	NPO法人起業支援ネット	代表理事
◎古池 嘉和	名古屋学院大学	経済学部教授
吉川 勉	財団法人あいち産業振興機構	常務理事
米田 里司	愛知県商工会連合会	専務理事

(※ 13名、敬称略、五十音順、団体名等・役職等は委員委嘱時、◎は委員長)