

あいち商店街活性化プラン 2025（仮称） 素案

～『暮らし』の、『まち』の、あったらいいな』
を実現する商店街への変革を目指して～

2022年2月

愛知県

目次

1. あいち商店街活性化プラン 2025（仮称）の策定について	
（1）計画策定の趣旨	1
（2）本プランの位置づけ	1
（3）計画期間	1
2. 商店街を取り巻く状況	
（1）社会環境の変化	2
（2）商店街の現況	3
3. あいち商店街活性化プラン 2025（仮称）の枠組み	
（1）基本的な考え方	4
（2）目標（目指すべき姿）	5
（3）重視すべき支援の視点	6
4. 5つの支援の視点と具体的な施策	
（1）視点1：商店として「稼ぐ力」を強化	7
（2）視点2：「地域コミュニティの担い手」としての機能強化	8
（3）視点3：担い手育成と外部人材及び多様な主体との連携促進	9
（4）視点4：市町村、地域住民、事業者、支援機関等で商店街を 中心としたまちづくりの地域プラットフォームを構築	11
（5）視点5：生活やまちの課題解決、新たな就業・創業の場として の機能整備	13
（6）関係者への期待	14
5. 成果達成目標	16

1. あいち商店街活性化プラン 2025（仮称）の策定について

（1）計画策定の趣旨

- 本県では、「あいち商店街活性化プラン 2016-2020」が 2020 年度末に終期を迎えましたが、2020 年初以来の新型コロナウイルス感染症の影響等により、2021 年度は新型コロナウイルス感染症対応を主眼に置いた 1 年の暫定計画「あいち商店街活性化プラン 2021」をとりまとめ、継続的な商店街支援を行ってきました。
- 新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、商店街を取り巻く環境は大変厳しいものとなっています。新しい生活様式の下、人々のライフスタイルは大きく変化しており、コロナ禍が収束した後に商店街の賑わいが回復するかどうか、大変危惧されています。
- さらに、人口減少に伴う国内市場の縮小や大型店との競合、ネット通販の普及により、多くの商店街において来街者が減少しています。経営者の高齢化や後継者不足による人材難は深刻な問題であり、今後ますます加速していくことが予想されます。
- こうした中、これからの商店街の在り方や方向性が大きく問われています。社会経済情勢の変化や新しい生活様式への対応が迫られているほか、地域の多様なニーズと課題に寄り添える「地域コミュニティの担い手」としての機能を強化すべきだとの声が高まっています。
- 商店街は「商店が集まる街」から「生活を支える街」への変革が求められており、地域社会における重要な拠点として、その存続がかかった重大な岐路に立たされています。
- こうした背景を踏まえ、ウィズコロナ・ポストコロナの視点から商店街の姿、あり方を展望し、商店街を活性化するための 2025 年度を目標年次とする新たな計画を策定します。

（2）本プランの位置づけ

本県の産業労働政策の基本的な方向性と主な施策を示す「あいち経済労働ビジョン 2021-2025」の個別計画として、「『暮らし』の、『まち』の、あったらいいな」を実現する商店街への変革を目指し、商店街関係者に対して、本県の商店街振興の基本的な考え方や具体的な施策などを示すものです。

（3）計画期間

2022 年度（令和 4 年度）から 2025 年度（令和 7 年度）までの 4 年間の計画とします。

2. 商店街を取り巻く状況

(1) 社会環境の変化

① 新しい生活様式（ポストコロナ）への対応

コロナ禍でテレワークやネット通販の利用者の増加など、人々のライフスタイルが大きく変化しています。

② 消費マインドの変化

新型コロナウイルス感染症の拡大防止のため、外出を自粛する動きや在宅勤務が広がり、自宅で過ごす時間が増えたことで消費者の行動が変わりました。これにより、家庭で調理する内食、ゲームやオンラインイベントといった巣ごもり消費の需要が増加しています。

③ 来街者の減少（テレワーク、外出自粛）

テレワークの普及などのライフスタイルの変化や外出自粛の影響により、買い物や回遊する来街者が減少しています。

④ 人口減少、少子高齢社会の進展

2020年の本県の人口は7,541,123人で、1年間で11,750人(0.16%)の減少となりました。これは、1956年の県調査開始以来、初めての減少であり、今後も減少し続けることが予想されています。また、人口全体のうち老年人口(65歳以上)が占める割合は約25%で、人口の4人に1人が高齢者となっています。

⑤ デジタル化の浸透（ネット販売、キャッシュレス）

ネット販売の増加やキャッシュレス決済の普及など、デジタル化の浸透が急速に進んでいます。さらに、新型コロナウイルス感染症の影響によって、非接触、非対面で買い物を済ますことの価値が高まっており、今後ICT活用があらゆる場面で進展すると考えられています。

⑥ 地域コミュニティの希薄化

日中、通勤や通学によって地域に不在となる住民が多く、地域の商店街との関わりが希薄になっています。また、少子化の進行や住民の頻繁な入れ替わりによって、地域への愛着や帰属意識の低下が問題となっています。

(2) 商店街の現況

① 経営者の高齢化、後継者難

経営者の高齢化が顕著となるなかで、深刻な後継者不足が起こっています。後継者不足が起こる要因としては、「継がせたいが後継者がいない」場合と、「後継者がいても継がせる気がない」場合の2つがあります。店主の子息が他の仕事に就いて後継者がいないケースや、子息などが後を継ぐ意向があっても、店主が店の経営状況を憂いて、自らの代で廃業するケースなどが考えられます。

② 魅力ある個店の減少、店舗の老朽化

他店にはない魅力を持ち、大型店や複合商業施設等との競合にも負けない集客力のある店舗が減少しています。そうした中で店舗の売上げが落ち込み、改装資金の不足等による店舗の老朽化が進んでいます。

③ 商店街活動の担い手不足

商店街役員の高齢化や構成員の減少等により、商店街活動の担い手不足が起きています。これによって商店街の組織力が低下し、イベントの開催や共同の販売促進など、様々な商店街活動を従来のように行うことが難しくなっているケースが生じています。

④ 空き店舗の増加、核店舗の消失

人口減少、高齢化等による商圈の縮小や商店街近隣への大型店舗の出店により、空き店舗が増加し続けています。また、後継者不足等の理由により、長年にわたって商店街を支え続けてきた核店舗が廃業するケースが目立っています。

⑤ デジタル化の取組不足

世界的に ICT 技術の活用が期待が高まる中、商店街では知識を持った人材と環境整備に係る資金が不足しており、デジタル化への対応に遅れを取っています。特に店主が高齢である場合、デジタル・リテラシーの低さからデジタル化の推進に消極的であるケースが多く、その意識改革が課題となっています。

⑥ 新規出店、開業の伸び悩み

空き店舗が増加し、商店街全体の魅力や活力が大きく損なわれているので、新規出店や開業を希望する事業者を募ることが難しくなっています。

3. あいち商店街活性化プラン 2025（仮称）の枠組み

（1）基本的な考え方

① 「商店が集まる街」から「生活を支える街」への変革を後押し

商店街は、比較的アクセスが容易で、買い物や行催事を通じて他者との豊かなコミュニケーションの場を提供するという強みを有しています。そのような強みを活かして、商店街は、専ら「商店が集まる街」から、「地域の住民やコミュニティが期待する多様なニーズに応える街」へ地域とコミュニケーションを取りながら自己変革することが求められており、そうした考え、意向を有する商店街の取組には重点的に支援する必要があります。

② 商店街を中心にした支援の視点に加え、市町村のまちづくりと商店街振興を一体的に推進

2020年6月の国の研究会（地域の持続可能な発展に向けた政策の在り方研究会）において、商店街が目指す方向性は、地方公共団体及び商店街が中心となり、地域が主体的に選択すべきであると提言されており、地域と一体的に取り組む商店街を重点的に支援することが求められています。

③ 補助金を中心にした支援に加え、商店街の実情に応じたきめ細やかなハンズオン支援の展開

商工会・商工会議所等の支援をはじめ、大学や行政との研究会、連携に関心のある大学や専門学校との交流会等、産官学連携による伴走支援を行います。

④ 個店支援の強化（既存店舗のブラッシュアップ、新規出店・開業の後押し）

商店街では、店主の高齢化・後継者不足による廃業や空き店舗の増加、魅力ある個店の減少等を背景に厳しい状況が続いているため、魅力ある個店を創出することによって商店街全体の集客力の向上を図ります。

⑤ 「選択と集中」による模範的商店街活動への重点施策

厳しい状況が続いている中であっても、自主的かつ意欲的に取り組む商店街に対して、市町村や支援機関等と連携して集中的に支援していく必要があります。

⑥ 個々の商店街の性質（類型）に応じた支援の展開

地域の実情は様々であり、それぞれの商店街の置かれた状況に合わせた対応が必要です。商店街としては、初めに、「現況と課題」をしっかりと把握し、どの類型に当てはまるのか、どの類型に近いのかを理解したうえで、どのような形で地域に貢献するのか、地方公共団体と目指すべき方向性を共有し、それに沿った形で具体的な取組を進める必要があります。

- **（商業機能）単独型**
 需要の集密度が高い地域において、商業機能によって、多くの来街者が期待できる商店街
- **（地域コミュニティ支援機能との）複合型**
 需要の集密度は高くない地域において、商業機能と地域コミュニティ支援機能を複合的に備えることによって、地域住民を始めとする来街者のニーズに応える商店街
- **転換型**
 需要の集密度が低い地域において、来街を待つのではなく、地域住民のもとへ商品を届ける業態へと転換するなど、商業機能の維持に取り組む商店街

【類型別の課題と対応の方向性】

	単 独 型	複 合 型	転 換 型
特徴	・都市部の駅前や著名な観光資源の近くに立地し、商業機能のみで十分な来街が期待できる。	・生活圏の近くに立地し、地域住民のアクセスが容易	・過疎化が進む地方に立地し、地域住民の減少に伴い、来街が期待できない。
課題と対応の方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・来街者の更なる利便性の向上 ・域外の潜在来街者の受入体制整備・情報発信 ⇒ 利便性向上、域外からの来街者の誘客などにより、多様な商業需要を取り込む対応	<ul style="list-style-type: none"> ・地域住民が求める多様なニーズの把握 ・商業機能に加え、多様な住民ニーズに対応できるマルチな機能の担い手へと変革 ⇒ 商業需要以外の多様なサービス需要も取り込む対応	<ul style="list-style-type: none"> ・少ない住民にとって必要な商業機能を維持するための域外の事業者（アグリゲーター※）との広域的な連携 ⇒ 個々の小売業者が連携先事業者を通じて住民に買物の機会を提供する対応

※ アグリゲーター... 広域で需要を集約し、移動販売等により、サービスを提供する事業者

出典：令和2年6月 経済産業省「地域の持続可能な発展に向けた政策の在り方研究会」

（２）目標（目指すべき姿）

基本的な考え方を踏まえ、本プランが目指す目標を次のように掲げます。

- ★ 「『暮らし』の、『まち』の、あったらいいな」を実現する商店街への変革
 ↳ コロナ禍を通じた新たな課題への対応
- ★ 多世代が買い物、交流を通じて触れ合える「心かよう」人情商店街を再生
 ↳ 外出自粛、低調な消費行動を受けて人々の交流を回復

(3) 重視すべき支援の視点

ウィズコロナ、ポストコロナ時代における新しい生活様式や社会課題へ対応しながら、5つの視点により商店街への支援を行います。

① 横断的な視点

ウィズコロナ、ポストコロナによる新しい生活様式や新たな社会課題への対応

② 5つの視点

≪ 視点1 ≫

商店として「稼ぐ力」を強化

個店の差別化、高付加価値化等により、売れる・儲かる店舗に転換し、商機能（稼ぐ力）を強化

≪ 視点2 ≫

「地域コミュニティの担い手」としての機能強化

商店街が「地域コミュニティの担い手」としての役割を果たせるように支援

≪ 視点3 ≫

担い手育成と外部人材及び多様な主体との連携促進

色々な知見を有する域外人材の活用等によって担い手を育成するとともに、大学、地域住民、NPO等と連携する取組を支援

≪ 視点4 ≫

市町村、地域住民、事業者、支援機関等で商店街を中心としたまちづくりの地域プラットフォームの構築

目指すべき街や商店街の未来像を話し合う場を設け、商店街を中核としたまちづくり推進のための地域プラットフォームを構築

≪ 視点5 ≫

生活やまちの課題解決、新たな就業・創業の場としての機能整備

コロナ禍により外出を控える高齢者の買い物代行やデリバリー、空き店舗を活用した起業意欲旺盛な人材等による就業・創業を支援

4. 5つの支援の視点と具体的な施策

(1) 視点1：商店として「稼ぐ力」を強化

① 現状・課題

- 商店街が抱える主な課題については、「後継者のいない個店が多く、高齢化が進んでいる」が最も多く、以下「店舗の老朽化、陳腐化」、「魅力ある店舗が少ない」など、本来の役割である商機能の低下に関するものであるため、商店の「稼ぐ力」を強化していく必要があります。
- 商店街の個店の魅力は、取り扱う商品だけでなく、店内の雰囲気や接客サービス等、実際に来店しなければ伝わらない部分も多いため、商店の「稼ぐ力」を強化する施策と並行して、商店街や個店へ足を運びたい施策を実施する必要があります。また、個店がこれまでのノウハウを活かして新しい分野に取り組んでいこうとすること（事業の再構築）も重要です。
- 商店街は、コロナ禍により、ますますデジタル化が加速する中で、実店舗での経営を継続しつつ、オンラインでの販売も検討することが必要です。

② 具体的な施策

- **市町村が計画的・主体的に行う商店街活性化に向けた取組支援**
空き店舗対策や賑わい創出など、商店街の商機能強化を図る取組を促すための、市町村が行う商店街活性化事業に対する、補助制度を活用した支援の実施。
コロナ禍の影響により低調となった消費マインドを回復させ、消費喚起を図る取組への支援。
- **商店街が行う活性化に向けた取組支援**
販売促進や賑わいを創出するイベントの実施など、商機能の強化につながる取組を行う商店街に対する支援の実施。
- **支援機関等による個店支援**
（公財）あいち産業振興機構、商工会議所・商工会を始めとした支援機関による経営支援や各種補助制度の紹介、外部専門家等を活用した総合的アドバイス支援の実施等
商店街の個店に対する県の制度融資による金融支援の実施

③ 取組例

- ・ 当面のコロナ禍に対応した消費喚起
プレミアム商品券発行、キャッシュレス決済によるポイント還元等
- ・ 空き店舗・空きビルなどを活用した集客拠点の整備
チャレンジショップ・棚貸し創業、シネマ上映会や食のイベント等
- ・ 空き店舗を活用したテナントミックス事業の実施
子育て世帯が多い地域における託児所の誘致等
- ・ マルシェや定期市等の開催
青果、鮮魚、精肉を中心としたマルシェなどのイベント等
- ・ EC、SNS等を活用したデジタル化への取組
インターネットショッピング^gの開設、Facebook や Instagram 等の SNS を利用した広報、無人レジ、セルフレジの導入等
- ・ 事業の再構築
これまでのノウハウを活かした新分野展開等

(2) 視点2：「地域コミュニティの担い手」としての機能強化

① 現状・課題

- 地域社会が本来持っていたコミュニティ機能の重要性は増しており、地域の交流の場である商店街に対して、「地域コミュニティの担い手」としての役割が地域住民から期待されています。
- 宅配サービスや御用聞きは、顧客を確保し、地域とのつながりを深める一つの手段となり得ます。また、宅配サービスが多く利用されることが予想される生鮮3品を扱う店舗（八百屋、肉屋、魚屋）が廃業せずに残ることは、商店街が存続するための大切な要素の一つです。
- 各商店街が、地域住民が必要とするニーズを十分に汲み取り、地域の課題に対応するなど、商店街が地域の中で存在感を発揮できるように、積極的な支援をしていく必要があります。

② 具体的な施策

- **市町村が計画的・主体的に行う商店街活性化に向けた取組支援**
街路灯や防犯カメラを活かした防犯パトロールなど、商店街の地域コミュニティ機能に着目した取組を促すための、市町村が行う商店街活性化事業に対する補助制度を活用した支援の実施。
- **商店街が行う活性化に向けた取組支援**
地域住民のニーズへの対応や地域が直面する課題解決の取組に対する補助制度を活用した支援の実施。

③ 取組例

- ・ **空き店舗を活用した高齢者向け交流サロンや子育て支援施設の運営**
コロナ禍で在宅の機会が増えた高齢者の外出・交流の促進、子育て中の働く女性の支援
- ・ **宅配サービスや移動販売、御用聞きサービスの実施**
少子高齢化が進行する中で、自由に買い物に行くことができない高齢者世帯、子育て世代及び共働き世代による需要の高まりへの対応
- ・ **安心・安全見回り活動、防犯対策の実施**
歩行者保護・優先（歩行者天国）、防犯カメラの設置・巡回パトロール、落書きの防止・消去活動等

(3) 視点3：担い手育成と外部人材及び多様な主体との連携促進

① 現状・課題

- 商店街組織の基盤強化を図るため、商店街の役員、事務局職員の能力を高める人材育成や、構成員である個店の若手・後継者の育成を支援していく必要があります。とりわけ、組合活動の担い手となる人材の確保・育成は重要な課題であり、知見を有する域外人材の活用は極めて重要です。
- 多様な地域住民ニーズ等に対応した取組を進めるためには、商店街活動の実践的なサポート業務を行う商店街マネージャーや外部専門家による支援は大変有効です。こうした外部の人材の力を活用した取組を積極的に支援していくことが必要です。
- 大学、地域住民、NPO、まちづくり会社等の多様な主体と連携し、互いの人的資源やノウハウを活用して、協働で活性化事業に取り組んでいくことが求められます。
- 大規模小売店舗の適正立地、地域貢献活動を促す「愛知県商業・まちづくりガイドライン」に基づく、社会環境の変化を踏まえた、多様な地域貢献活動を促進し、地域との共生をより一層図る必要があります。

② 具体的な施策

- **市町村が計画的・主体的に行う商店街活性化に向けた取組支援**
商店街の担い手育成や個店における外部人材活用に向けた取組を促すための市町村が行う商店街活性化事業に対する補助制度を活用した支援の実施。
- **商店街が行う活性化に向けた取組支援**
商店街活動の担い手育成や個店における外部人材活用に向けた取組に対する補助制度を活用した支援の実施。
- **商店街マネージャーや専門家などの外部人材の積極的な活用**
商店街のイベントの企画・運営、空き店舗対策など、実践的なサポート業務を行う商店街マネージャーの配置や、活性化の取組に対する外部専門家を派遣。
- **多様な主体との連携による商店街活性化に向けた取組支援**
商店街と大学、地域住民、NPO、まちづくり会社など地域・商店街を応援する多様な主体との連携を促進するための、マッチング支援の実施。
- **商店街利用促進に向けた取組**
商店街の一層の利用促進を図るため、行政、支援機関、大学などをメンバーとした「あいち商店街活性化委員会（仮称）」による、商店街の利用促進に向けた広報・普及活動、施策提言等の実施。
- **市町村職員に対する多様な主体とのコーディネート力強化**
市町村職員を対象とした商店街活性化に関する研修会を通じたネットワーク形成の促進やコーディネート力の強化。
- **大規模小売店舗との共生**
「地域づくりの取組への協力」、「地域防災への協力」、「環境対策への推進」等、社会環境の変化に対応した広範囲な地域貢献活動の促進。

③ 取組例

- **学校・地域住民・NPO・まちづくり会社等との連携**
商店街の将来展望などを情報発信し、身近な応援者を発掘
- **まちゼミや個店の商い塾（個店の後継者育成）の開催**
個店がノウハウや豆知識などを伝授するまちゼミや活力ある地域づくりを担う若手リーダーを養成する商い塾の開催
- **空き店舗を活用したチャレンジショップの運営**
新たに事業を始めたい人が経営ノウハウを習得し、独立開業を目指すことを支援
- **商店街マネージャーや外部専門家による支援**
商店街のイベントの企画・運営、空き店舗対策など、実践的なサポート業務を行う商店街マネージャーの配置や、活性化の取組に対する外部専門家を派遣。

(4) 視点4：市町村、地域住民、事業者、支援機関等で商店街を中心としたまちづくりの地域プラットフォームを構築

① 現状・課題

- 市町村が作成するまちづくり計画等に基づき、商業者、地域住民、専門家、市町村、商工会議所・商工会等の多様な関係者が、中心市街地や地域の活性化に向けた取組を行っています。こうした中、商店街の果たすべき役割や機能、街や商店街の目指すべき未来像を話し合う場を設け、商店街を中核としたまちづくり推進のための地域プラットフォームを構築することが有効です。
- コロナ禍によって地域社会には様々な課題が顕在化しています。外出自粛による高齢者の買い物困難、在宅が増加することでの他者との関わり不足など、地域コミュニティの維持が危ぶまれています。このため、行政、地域住民はもとよりあらゆる事業者、経済団体等が地域への貢献を今一度見直し、積極的にまちづくり活動へ参画し、暮らしやすい豊かな地域のコミュニティを再興することが求められています。
- まちづくりの中核的な役割を担う市町村職員には、商店街が多様な主体と連携を図る上で、コーディネーターとしての役割を果たすことが期待されています。市町村職員への研修を通じて、ネットワークの形成やコーディネート力の強化を図ることが重要です。

② 具体的な施策

- **関係者による地域プラットフォームの構築**
商店街が中心となり、商店街や街の目指すべき未来像を練る場として、多様な関係者が参加する地域プラットフォームを構築し、その元で商店街や地域の課題、問題点を共有して、取組を推進。
- **地域プラットフォームを活かして活性化に挑戦する商店街を重点的に支援**
県において、地域プラットフォームを活かした商店街の取組のうち、模範的な取組を選定し、重点的に支援。
- **まちづくりのルール策定**
事業者等の商店街への加入や商店街活動への積極的な参加、大規模小売店舗等の地域貢献のあり方に関するルールの策定（現行「愛知県商業・まちづくりガイドライン」の条例化）。
- **市町村職員のネットワークやコーディネート力の強化**
市町村職員を対象とした商店街活性化に関する研修会を通じたネットワーク形成の促進やコーディネート力の強化。

③ 取組例

- ・ **商店街と地域住民、地域団体に構成するチームによる地域交流拠点の整備・運営**
商店街が中心となり、地域住民や地域団体と事業内容を協議しながら地域交流拠点を整備・運営。新たに商店街に出店した店主も運営に参画。
- ・ **地域住民のニーズを取り入れ、地元商店が取り扱う商品の移動販売事業の実施**
商工会等が中心となり、地元スーパーや市町村と定期的に話し合いの場を持ち、高齢者等の利用者の声を基に販売ルートや販売方法を設定・見直し。

- **まちづくり構想の策定と地元自治会、地元企業を含む実行委員会による世代間交流事業の実施**
商店街が策定したまちづくり構想に基づいて実施する事業を、商店街が中心となり、地元自治会や地元企業と事業内容を協議しながら実施。

(5) 視点5：生活やまちの課題解決、新たな就業・創業の場としての機能整備

① 現状・課題

- 新型コロナウイルス感染症の影響により、飲食店では、再三にわたり休業や営業時間の短縮要請を余儀なくされています。商店街内の空き店舗の増加は利便性、安心安全性が損なわれ、街自体の活力低下や衰退に繋がります。
- 空き店舗が目立つ街並みは、商店街の魅力の低下に繋がるため、空き店舗対策として、外部から様々な業種の起業意欲旺盛な人材を受け入れるなどの商店街の新陳代謝を進める取組が重要です。
- 様々な地域の課題、ニーズに応えるサービス業を商店街へ招致し、これを地域で応援していこうと機運を盛り上げることが地域の一体感をもたらし、活性化への起爆剤となります。

② 具体的な施策

- **市町村が計画的・主体的に行う商店街活性化に向けた取組支援**
市町村が行う商店街活性化事業に対する支援や、地域住民ニーズを踏まえた自立的な事業継続が見込める商店街の誘客事業に対する補助金制度を活用した支援の実施。
- **商店街が行う活性化に向けた取組支援**
少子高齢化や防災・防犯といった社会的課題に取り組む商店街に対する補助金制度を活用した支援の実施。

③ 取組例

- ・ **空き店舗活用**
地域のニーズ等を取り入れ、空き店舗を柔軟に活用
- ・ **買い物弱者対策**
徒歩や自転車ではか買い物ができない消費者やコロナ禍で外出を控える高齢者に対するデリバリーサービス等
- ・ **子ども（ご近所）食堂**
商店街の施設等を利用し、お年寄りから子どもまで多世代が交流できる機会を創出
- ・ **SDGs 対応**
フェアトレード商品の販売（目標 10「人や国の不平等をなくそう」）、規格外・リユース商品の販売、脱プラスチック（目標 12「つくる責任 つかう責任」）、中高生・大学生向けのまちゼミ、実習の場（目標 4「質の高い教育をみんなに」）

(6) 関係者への期待・役割

◀ 商店街（商店街振興組合、協同組合、発展会等） ▶

- 地域住民やコミュニティのニーズは変化しており、商店街には地域住民の生活支援といった機能・役割を期待する声が大きくなっています。住民ニーズや社会経済情勢の変化に正面から向き合い、積極的なアクションを起こすことが求められます。その結果、来街者が増加し、商店街全体の売上増にも繋がっている事例もあります。
- 商店街の基盤強化のため、組合員の加入率の向上を図ることはもとより、特に未来の商店街を担う若手の育成、外部人材の呼び込みなどに力を入れ、自立的な運営体制を構築することが求められます。商店街単独では実施が困難なため、愛知県商店街振興組合連合会や商工会議所・商工会、外部のアドバイザー等の協力・支援を受けながら実施する必要があります。

◀ 個店（店主） ▶

- 何よりもまず、自らの店舗が売れる・儲かる店舗にすることが必要です。
個店の繁盛が商店街の活性化に不可欠であることから、接客、サービスの向上、一店逸品運動、商品・サービスのブランド化などにより、個店の差別化、高付加価値化を目指すことが必要です。
自らの努力が第一であることはもちろんですが、個店単独では限界があります。商工会議所・商工会や（公財）あいち産業振興機構等の支援を受け、売れる・儲かる店舗を目指すとともに、商店街振興組合等に加入して商店街活動に積極的に参加し、魅力ある商店街づくりに協力することが望まれます。
- 空き店舗の増加は、商店街の魅力の低下に繋がるため、後継者の不在等で廃業してしまう前に、外部の人材への事業継承や店舗の貸与等、店舗を有効に活用し、空き店舗としないことが重要です。

◀ 愛知県商店街振興組合連合会 ▶

- 商店街は、地域コミュニティの拠点として、公共的な役割・機能を担い、歴史・文化の継承、地域の安心・安全を守る社会的責任を果たしていますが、少子高齢化、後継者不在、大型店の出店等に加え、新型コロナウイルス感染症への対応など、厳しい状況下に置かれています。
- そのような商店街に対し、愛知県商店街振興組合連合会は、商店街の振興発展を図るため自らの組織及び指導體制を強化し、行政・学校・NPO等と連携しながら、各々の商店街の実情に応じてきめ細かくサポートすることが望まれます。

◀ 連携主体（大学、NPO等） ▶

- 大学、地域住民、NPO、まちづくり会社などの地域の多様な主体には、商店街とともに、魅力あるまちづくりに積極的に協力していくことが期待されています。
- 大学においては、学生に職場体験や、店舗経営の実践の場を提供することで、商店街の認知度が高まります。大学（学生、教員等）の意見を商店街活性化のために活かすことも大切であり、大学（学生、教員等）による名産品の開発・販売や商店街イベントの企画運営への協力により来街者増に繋がっており、目に見える成果が生まれています。

- NPOは、行政や企業で対応できない住民ニーズに柔軟に対応できる機関であり、その果たす役割はますます大きくなると予想されます。地域コミュニティの担い手である商店街と積極的に連携し、子育て支援、高齢者の買い物支援サービスなど、地域にとって必要な社会サービスを提供していくことが望まれます。

≪ 市町村 ≫

- 市町村は、最も重要な商店街（地域）支援機関であるとともに、様々な住民や団体等の意見を集約して、まちづくりの方針を決定し、それを推進する第一の主体です。
- 市町村の最も重要な役割としては、市町村の総合計画やまちづくりのビジョン等における市町村全体又は中心市街地での各商店街の果たすべき機能の方向性と、商店街の目指すビジョンとの整合を図ることです。
- 市町村には、商店街活性化の戦略について、対等かつ真摯に商店街と議論できる熱意ある職員が必要であり、そういった職員を育て、活躍できるよう組織的なバックアップをすることが大変重要です。
- 商店街振興組合のない市町村においては、地域の商工会と緊密に連携し、商店街を支援していくことが必要です。

≪ 各支援機関 ≫

- 商工会議所・商工会、愛知県中小企業団体中央会、（公財）あいち産業振興機構は、商店街や地域商業者を支える重要な支援団体であり、個店の経営相談や販路開拓、組合運営指導等を実施しています。今後も、まちづくりや中心市街地活性化の主体としての戦略的な支援や、個々の店舗経営へ踏み込んだ支援など、きめ細かな支援が期待されます。
- 商店街振興組合がない市町村区域において、その役割を担う商工会には、地域住民のニーズに応える取組の推進が期待されます。

≪ 大規模小売店舗 ≫

- 大規模小売店舗は大型化・複合化の進展により、その商圈も大幅に拡大し、周辺環境のみならず、住民生活そのものに大きく影響を与えることとなっています。また、小売業はその地域貢献への期待も大きく、特に大規模小売店舗には企業の社会的責任の観点からも、主体的な地域貢献が求められています。
- 大規模小売店舗に求められる地域貢献としては、市町村が進める地域づくりへの協力、地域団体が行う取組への協力、地域及び県内からの雇用の促進、災害時の避難場所等の提供、廃棄物抑制やリサイクル対策の実施など社会環境の変化に対応した広範な活動が期待されます。
- とりわけ大規模小売店舗には地域社会に根をはり、良好なコミュニティ、豊かなまちづくりに寄与しようと取り組む商店街の活動には積極的に参画することが求められています。

5. 成果達成目標

① **活性化（集客、地域コミュニティ再生、連携促進等）を目指す商店街等が行う取組への支援数：120件（各年度）【視点1～3、視点5】**

- 市町村が計画的に実施する商機能強化に向けた取組、地域コミュニティの担い手としての役割に着目した取組、人材強化に向けた取組などを通じて、活性化を目指す商店街を支援します。
- 地域商業活性化のため、商店街等が実施する商機能の強化につながる取組、地域の課題解決に向けた取組等に対し支援します。

② **多様な主体との連携による取組件数：7件（各年度）【視点3】**

- 商店街と大学、地域住民、NPOなど多様な主体との連携を促進するために、マッチング支援等を実施します。

③ **大規模小売店舗の「地域づくりの取組への協力」：実施率：90%（各年度）【視点3】**

- 大規模小売店舗に対する「市町村が進める地域づくりへの協力」、「地域雇用確保への協力」、「環境対策の推進」など社会環境の変化に対応した広範な地域貢献活動を促進します。

④ **地域プラットフォームを活かして活性化に挑戦する商店街の取組数：10件（2025年度までに）【視点4】**

- 商業者、地域住民、専門家、市町村、商工会議所・商工会等により商店街の果たすべき役割や機能、街や商店街の目指すべき未来像を話し合う場を設け、商店街を中核としたまちづくり推進のための地域プラットフォームを構築します。

※ 本プランの進行管理

本プランの実効性を高めるため、毎年、有識者等が参画する「あいち商店街活性化委員会（仮称）」を開催し、取組の検証や成果達成目標の進捗状況を管理します。