

次期 あいち商店街活性化プラン(仮称) ～地域とともに歩む「持続可能な活力ある商店街」の創出～概要(案)

I 新 あいち商店街プラン (計画期間:平成 23 年度～27 年度)

○現行プランの主な特徴

特徴1 成功例の広域普及

他の商店街の目標となる成功例の広域普及を図り、県内商店街全体の活性化を目指す。

特徴2 商店街に期待する新たな役割

商店街に対し、子育てや高齢者の買い物支援、また、観光始め地域資源の活用など、「**地域コミュニティの担い手**」としての役割を期待。

特徴3 専門人材による支援

市町村職員のコーディネイト力の強化や外部専門家の活用などによる商店街活性化支援。

(目標) 商店街活性化の成功例25商店街の創出

成功例創出のための4つの支援

○現行プランの検証

1. 「地域コミュニティの担い手」としての商店街支援

○げんき商店街推進事業費補助金による「地域コミュニティ活性化事業」の実績が、23 年度 11 件から 26 年度には 34 件まで増加するなど、商店街において「地域コミュニティの担い手」としての重要性が広く認知されてきた。しかしながら、**依然として、地域住民からの「地域コミュニティ」の役割に対する期待が高い中、買い物弱者対策等を始め少子高齢化社会に対応した取組などが十分に普及しているとはいえないため、支援を継続していく必要がある。**

○成功例となりうる商店街は、「11 市町・14 プラン 34 商店街」にまで拡げ、モデル商店街として指定することができた。しかしながら、**指定された商店街は一部の地域に留まっており、県内の各地域での成功例創出が必要。**

2. 活力ある商店街と魅力ある個店の創出支援

○げんき商店街推進事業費補助金及び商業振興事業費補助金や緊急経済対策として 25 年度 26 年度に集中的に実施された国のにぎわい補助金の活用により、イベントの実施や共同宣伝などを活発に実施することで、商店街の賑わい創出や魅力アップなどに繋がった。しかしながら、**依然として、後継者難、魅力ある個店の減少など商機能の弱体化に関する課題を商店街が抱えているため、支援を継続していく必要がある。**

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

○商店街マネージャーは、設置 6 市からイベント企画・運営や空き店舗解消などの成果に対し高い評価を得た。また、商店街活性化アドバイザー派遣についても、逸品名品開発などの新たな取組や課題解決を図ろうとする商店街に対し、活性化策実現への大きな後押しとなった。しかしながら、**依然として、商店街活動の担い手不足や空き店舗対策などが課題となっており、支援を継続していく必要がある。**

○「がんばる市町村職員塾」の開催により、市町村職員のネットワークづくりを促進し、コーディネイト力の強化を図ることができた。

○愛知県中心市街地活性化等推進会議を開催し、市町村の計画作成や事業実施に助言や指導を行った。

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」に基づき、大規模小売店の事業者には、地域貢献計画書を 100%提出させることができ、多様な地域貢献活動が行われることとなった。引き続き大規模小売店の事業者には、地域貢献計画書の提出を求めていく。

II 社会背景・国の動き

1. 社会背景

- (1) 人口減少・少子高齢化社会の到来
- (2) ネット販売・通信販売の台頭、消費者のライフスタイルや消費者行動の多様化
- (3) 買い物弱者の増加
- (4) 女性の活躍促進の動き
- (5) 消費税・地方消費税引上げ (26 年 4 月・29 年 4 月)
- (6) 中国等アジアの中間層・富裕層人口増加による訪日外国人旅行者数・消費額の増加

2. 国の動向

- (1) まち・ひと・しごと創生法「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン、総合戦略」(26 年 12 月)
・新型交付金を活用した事業 (28 年度～)
- (2) 中小小売業振興対策
・地域商業自立促進事業 (26 年度～)

III 商店街実態調査結果(平成 24 年度国実施、平成 25 年度県実施)

○現在の商店街の景況について、「**衰退している**」、「**その恐れがある**」とする割合は約 **7 割**。将来予測についても、**同様の結果**。

○商店街が抱える課題は、**後継者難が約 6 割でトップを占める**ほか、**商機能の弱体化**に関するものが多くなっている。

- (1) 経営者の高齢化・後継者難
- (2) 店舗の老朽化・陳腐化
- (3) 魅力ある個店の減少、核となる店舗がない、駐車場の不足
- (4) 空き店舗の増加、商店街内に住居や空き地が多い
- (5) 地域ニーズと消費者動向の未把握
- (6) 商店街活動の担い手不足、商店街活動への事業者の参加意識が薄い
- (7) 地域コミュニティ活動の取組不足

○5 年前に比べ商店街来街者が減少した商店街は約 **6 割**。その主な理由は、「**魅力ある店舗の減少**」や、「**不足業種(テナントミックス)の存在**」など。

IV プランの見直しの基本的な考え方

- ① 商店街が抱えている主な課題は、依然として**本来の役割である商機能の弱体化**に関するもの。商機能の強化を図るため、引き続き、活性化に向けた商店街の取組を後押しする。
- ② 商店街は、人口減少・少子高齢化社会の進展に伴い、「**地域コミュニティの担い手**」としての役割を果たすことを地域住民から期待されている。引き続き、地域コミュニティ機能の強化を通じ、活性化に向けた商店街の取組を後押しする。
- ③ あいち版「まち・ひと・しごと創生総合戦略」での議論の主旨を踏まえ、地域の雇用やコミュニティを支える商店街の活性化を図り、まちのにぎわいを創生していく必要がある。
- ④ ①②に対する**県や市町村、支援機関による支援効果をより高めるためには、地域住民ニーズや消費者動向をしっかりと把握・認識し、それらを踏まえた実効性のある取組を促進していくことが重要である。**
- ⑤ 商店街活動の担い手不足は深刻化しており、大学、地域住民、NPO、まちづくり会社などの多様な主体と強く連携し、協働で活性化事業を実施していくことが重要であり、商店街と多様な主体との連携を後押しする必要がある。
- ⑥ また、**事業承継の円滑化や次代の商店街リーダーなど人材の育成・発掘**を図るとともに、引き続き、**商店街マネージャー設置や外部専門家派遣、その他外部人材の積極的活用による支援を行う必要がある。**

目標

多様な主体との連携の下、人口減少社会・少子高齢化社会の到来を見すえた、地域とともに歩む「持続可能な活力ある商店街」の創出を目指す。

基本方針

①商機能の強化

②「地域コミュニティの担い手」としての機能の強化

③多様な主体との連携の促進

④担い手の育成と外部人材の活用の促進

4つの施策展開

柱1. 社会環境の変化に対応した商機能の強化に向けた支援(拡充)

地域住民のニーズや消費者ニーズの多様化に対応した取組、外国人旅行者の増大やICTの進化に対応した取組など商機能強化に向けた取組への支援。
(例)

- (1) 市町村や商店街の取組を支援する補助制度の活用
- (2) 地域住民のニーズや消費者動向を踏まえた事業への重点支援

柱2. 「地域コミュニティの担い手」としての取組の充実に向けた支援(拡充)

少子高齢化や女性の社会進出が進展する中、高齢者や子育て世代への支援、防犯・防災対策、地域の伝統文化の保存・継承等の地域住民ニーズに対応したコミュニティ活動により活性化を図る取組への支援。また、大規模小売店舗等に社会環境の変化に対応したより広範な地域貢献活動を促し、商店街や地域との共生を推進。
(例)

- (1) 市町村や商店街の取組を支援する補助制度の活用
- (2) 地域住民のニーズを踏まえた事業への重点支援
- (3) 大規模小売店舗（地域貢献企業）等との共生推進

柱3. 地域・商店街を応援する多様な主体と連携した取組に対する支援(新規)

行政、支援機関、大学などを中心とした「会議体」による、商店街の利用促進に向けた広報・普及活動の実施や大学、地域住民、NPO、まちづくり会社などの多様な主体と連携した、商店街だけでは解決が難しい課題を協働で実施する取組への支援。
(例)

- (1) 商店街利用促進施策を提言する「会議体」の設立・提言等
- (2) 産官学連携による「商店街活性化」への取組、多様な主体との活動連携等
- (3) 市町村や商店街の取組を支援する補助制度活用による重点支援

柱4. 商店街の担い手育成と外部人材の積極活用への取組に対する支援(拡充)

個店の後継者難や活動の担い手不足への対応として、事業承継の円滑化や次代の商店街リーダーなど人材の育成・発掘を図るとともに、商店街マネージャー設置や外部専門家派遣、その他外部人材の積極的な活用による商店街の取組への支援。
(例)

- (1) 市町村や商店街の取組（人材の育成・活用）を支援する補助制度の活用
- (2) 商店街マネージャー配置による支援
- (3) 外部専門家派遣による支援

成果指標

1. 成果指標

○「買い物の場」、「地域コミュニティの担い手」としての商店街活性化成功例25を創出

※地域的な広がりが必要な観点から県内5地区（名古屋、尾張、知多、西三河、東三河）×5年間

●げんき商店街推進事業における活性化モデル商店街スキームを活用

- (ステップ1) 市町村と商店街が活性化プランを策定
- ↓
- (ステップ2) 有識者による審査会での評価・指定
- ↓
- (ステップ3) 補助金による支援施策による集中支援
- ↓
- (ステップ4) 成果・実績を審査会で評価
- ↓
- (ステップ5) 評価された成功例を県内のみならず全国へPR展開

2. 新たな成果指標の設定

○主な商店街における通行量の改善割合：各年度(事業実施前比)60%

●次期プランでは、市町村や商店街の取組を支援する補助制度を活用した事業については、原則、歩行者通行量調査を実施するものとする。

<計算式>

$$\frac{\text{事業実施後改善された商店街数}}{\text{主な商店街数}} \times 100$$

※該当商店街において、事業実施前・事業実施後それぞれにおける「歩行者通行量」の測定を実施し、測定値の比較により算出する。