

あいち地域商業活性化プラン 2030

～商店街と地域との協働による、地域商業の活性化と
快適で魅力的なまちづくりをめざして～

2026年3月



はじめに

本県では、これまで「商店が集まる街」から「生活を支える街」への変革を掲げ、商店街が地域とコミュニケーションを取りながら自己変革する取組を、重点的に支援してまいりました。しかし、私たちは今、物価高騰や新型コロナ禍を経て、生活スタイルの多様化という大きな転換期に立っています。今、求められているのは、「日常生活が完結する生活圏」という視点から地域商業を捉え直し、持続可能な基盤を構築することです。

これまでも商店街は、日常の買い物の場としてだけでなく、地域における人のつながりである地域コミュニティを支える重要な役割を果たしてきました。

今日、商店街のない地域も存在する中、日常生活が完結する生活圏において、商店街を始めとする地域商業は、単なる商品の販売やサービスの提供にとどまらず、生活の利便性を支える拠点であり、人と人をつなぐコミュニティを維持し、安全・安心なまちづくりを支える重要な基盤となっています。

これからの地域商業がその役割を果たすためには、地域全体で未来を考え、共有していくことが大切です。憩いの場となっている昔ながらの店舗や空き店舗などの既存ストックをも貴重な資源と捉え、地域の既存のヒト・モノ・場所を活用した持続可能な取組が必要です。

また、本県では、2024年4月に「事業者等による地域貢献活動の推進に関する条例」を制定し、地域商業の持続可能な発展を図ることとし、取組を進めてまいりました。

こうした経緯を踏まえ、この度、プランの名称を「あいち地域商業活性化プラン 2030」と改めて新たに策定しました。商店街と地域との協働を図ることにより、商店街だけでなく、様々な事業者や地域住民等が一体となって「顔の見える関係」を維持し、持続可能な取組を進め、「地域商業の活性化と快適で魅力的なまちづくり」を目指してまいります。事業者の皆様を始め、大学やNPO、国、市町村、支援機関等の皆様におかれましては、一層の御理解と御協力をお願い申し上げます。

最後になりますが、本プラン策定委員会の委員の皆様を始め、本プランの策定に当たり、貴重な御意見をいただきました皆様に対し、厚く御礼を申し上げます。

2026年3月

愛知県知事
大村秀章



目 次

1. あいち地域商業活性化プラン 2030 の策定について.....	1
(1) 計画策定の趣旨.....	1
(2) 本プランの位置付け.....	1
(3) 計画期間.....	1
2. 地域商業を取り巻く状況	2
(1) 社会環境の変化.....	2
(2) 商店街・地域商業の現況.....	3
3. あいち地域商業活性化プラン 2030 の枠組み.....	4
(1) 基本的な考え方.....	4
(2) 目標（目指すべき姿）と施策の方向性（取組の柱）	6
4. 5つの取組の柱と具体的な施策	7
《柱1》 まちづくり（地域コミュニティ）の推進	7
《柱2》 商店街組織・機能の拡大・強化	8
《柱3》 個店の収益力の強化	9
《柱4》 担い手の発掘・育成及び多様な主体との連携の促進	11
《柱5》 商業者等による地域貢献活動の推進	13
◆ 本プランの目指す将来像	14
◆ 関係者への期待	16
5. 達成目標	18
参考資料	19
(1) 商店街実態調査（2024年度）	19
(2) 商店街組織数（2025年3月末日現在）	21
(3) 地域プラットフォームの設置・活用取組事例.....	22
(4) あいち商店街等活性化プラン策定委員会.....	27

事 例 一 覧

【コラム】

旭通商店街協同組合（大阪府吹田市）	4
名古屋広小路まちづくり協議会（名古屋市）	5
西山商店街（名古屋市名東区）	10
天神会商店街振興組合（碧南市）	10
円頓寺商店街（名古屋市西区）	12
マックスバリュ小牧堀の内店×小牧市社会福祉協議会ほか	13

【地域プラットフォームの設置・活用取組事例】

柴田商店街振興組合（名古屋市南区）	23
末広町商店街振興組合（瀬戸市）	23
刈谷市刈谷駅前商店街振興組合（刈谷市）	24
東刈谷商店街協同組合（刈谷市）	24
稲武商工会（豊田市）	25
大曽根商店街連合会（名古屋市北区）	25
笠寺観音商店街振興組合（名古屋市南区）	26
内田橋商店街振興組合（名古屋市南区）	26

1. あいち地域商業活性化プラン 2030 の策定について

(1) 計画策定の趣旨

- 我が国においては、人口減少や物価高騰等による消費需要の低下、新型コロナ禍による生活スタイルの非可逆的な変化が生じるなど、地域社会のあり方そのものが質・量ともにこれまでにない大転換を迎えつつあります。そのため地域の生活を担う地域商業（※1）も、その変化に対応するため、これまでの枠組みを越えた取組が求められています。
- 本県では 2024 年 4 月に「事業者等による地域貢献活動の推進に関する条例」（以下、「地域貢献活動条例」という。）を制定し、商店街を始めとする事業者等（※2）の地域における役割を明らかにし、地域貢献活動を推進することで、地域商業の活性化ひいては地域社会の持続可能な発展を図ることとしています。
- そこで、名称を「あいち地域商業活性化プラン 2030」と改め、地域貢献活動条例に基づく事業者等の役割と変動する社会環境に適応した商店街を核とする地域商業の姿やあり方を、地域住民やまちづくりの視点等も踏まえて展望し、地域商業の持続的な発展・活性化を目指します。

（※1）このプランにおける「地域商業」とは、町内会や学区等をエリア対象とする特定の地域における事業者・団体等による経済活動を指しています。

（※2）「地域貢献活動条例」において、小売業・サービス業事業者や大規模小売店舗設置者といった事業者と、商店街振興組合・商工会などの地域商業関係団体を併せて「事業者等」と定義しています。

(2) 本プランの位置付け

- 本県の経済労働分野の基本計画かつ中長期の政策指針である「あいち経済労働ビジョン 2026-2030」の個別計画として、「商店街と地域との協働による、地域商業の活性化と快適で魅力的なまちづくり」を目指すために、商店街を始めとする地域商業の関係者に対して、本県の地域商業振興の基本的な考え方や具体的な施策の方向性などを示すものです。

(3) 計画期間

2026 年度（令和 8 年度）から 2030 年度（令和 12 年度）までの 5 年間の計画とします。

2. 地域商業を取り巻く状況

(1) 社会環境の変化

① 少子高齢化と人口減少

愛知県の人口は2025年10月1日現在で745万3,803人となり、1年間で1万1,447人減少（前年比0.15%減）し、6年連続の減少となりました。（※）

少子高齢化や人口減少により、中心市街地だけでなく、多くの市街地において、低未利用地が散発的に発生する「都市のスポンジ化」が進み、商店街の顧客基盤の縮小が進行しています。

※ 出典：「あいちの人口 [年報] 2025年10月1日現在(推計人口)」(愛知県県民文化局統計課)

② 消費需要の変動

2024年の総世帯の消費支出は、2年連続で実質減少となっています。（※1）

また、中山間地域で買い物弱者が増加していることに加え、都市部でも発生しています。

一方で、2024年に愛知県を訪れた観光入込客数は、約1億1,073万人で、前年より約1,061万人増（前年比10.6%増）となっており、インバウンド需要は増加しています。（※2）

※1 出典：「家計調査」総務省

※2 出典：愛知県 web ページ「2024年愛知県観光入込客統計」の調査結果について

③ 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、また、少子化の進行や住民の頻繁な入れ替わり等により、住民間の交流の減少、地域への愛着や帰属意識の低下が問題となっています。

④ デジタル技術の進展・加速化

新型コロナ禍を経て、ネットショッピングやキャッシュレス化が急速に浸透し、販売チャネルや販売方法が多様化しています。

また、SNS等の普及により、消費者の購買行動も多様化しています。

⑤ 物価高騰や災害リスクの増大

人件費やエネルギーコストの上昇等に伴う物価高騰による消費の低迷や、それに伴う収益の悪化が見られます。

また、南海トラフ地震などの自然災害の被害リスクが増大しています。

(2) 商店街・地域商業の現況

① 個店の収益力の低下

人口減少や少子高齢化による顧客基盤の縮小、物価高騰による原材料価格・仕入価格の上昇、大型店との競合、ネットショッピングの普及等による需要の縮小などにより、収益力の悪化が生じています。

② 担い手不足

店主の高齢化や後継者不在等の理由により、長年にわたって商店街・地域商業を支え続けてきた地域の顔となる店舗が廃業する事例が目立っています。

廃業等による店舗数の減少で、地域商業が停滞する事例が多く見られます。

③ 商店街団体の衰退

商店街の構成員の減少や高齢化、財政力の低下等により、商店街の組織力が低下し、やむを得ず解散する商店街団体が多くあります。

存続している団体においても、実質的には街路灯等インフラの管理のみを行っているところもあり、商店街活動の多様性が失われ、団体の衰退が進んでいます。

④ 空き店舗の増加

人口減少、高齢化等による商圈の縮小や、大型店の出店・撤退の影響、後継者不在等により、空き店舗が増加し続けています。

空き店舗の増加は、商店街の魅力や集客力の低下につながるため、新規出店や創業が期待されるものの、様々な要因もあって空き店舗の解消が進んでいないところも多く見られます。

⑤ 持続可能性の課題

個店の業績悪化や高齢化等により、施設等の老朽化やデジタル化対応の遅れが発生し、また、商店街では販路拡大や賑わい創出のイベントが実施できないところも多くあり、地域商業全体の持続可能性に課題があります。

3. あいち地域商業活性化プラン 2030 の枠組み

(1) 基本的な考え方

① 新陳代謝による地域商業の活性化

商店街への来訪者の減少や空き店舗の増加が続く中であっても、地域ニーズや新たな需要に対応し、空き店舗等既存ストックの活用や、多数の集客を実現する商店街も存在しています。

地域ニーズに合った空き店舗の新たな商業的活用や新規出店、既存店舗の経営革新等により、個店、商店街の新陳代謝を促進し、地域のエリア価値を高めていくことで、地域商業の持続的な発展と地域住民の生活の向上につなげていきます。

② 意欲的に挑戦する事業者等への支援

祭りや共同セールなどの賑わい創出や消費喚起、インバウンド対策、安全・安心などの地域課題への対応などに意欲的に取り組む事業者等に対し、市町村等と連携し補助金により支援を行います。また、個店の経営改善や商店街の空き店舗対策等の課題に対し、支援機関等と連携し専門家による伴走支援等を行います。

③ 地域課題の解決を図る地域プラットフォームの取組への重点支援

様々な地域課題や住民ニーズに対応したまちづくりに取り組むには、商店街単独では限界があります。地域住民、市町村、自治会、学校、企業、NPO、スタートアップ企業などの地域ステークホルダーをまちづくりの主役として位置づけ、商店街を始めとした事業者等やこれらのステークホルダーが連携したまちづくりの地域プラットフォームの構築、活動支援を重点的に行います。

コラム

《地域プラットフォームの事例》

—吹田市旭通商店街協同組合（大阪府吹田市）—

出典：「地域にかがやく わがまち商店街表彰 2024」受賞者取組事例集
（経済産業省中小企業庁）

子育て世代や若者をターゲットに定め、幅広い世代が集う、レンタルスペース、キッズスペース、カフェ（シェアキッチン）などのある「場所」を開設しました。

商店街が計画を立て、実行にあたっては、方針に賛同する市民、中小企業診断士、市、大学など、商店街以外から商店街に運営側として関わっています。

多様な人たちが力を合わせた運営方法により、子育て世代・若者向けの拠点を整備し、これまで少なかったベビーカー利用者等が商店街を訪れています。子育て世代の集まる場にもなっており、地域コミュニティでの商店街の機能も強化されました。

子育て世代を呼び込む取組を実施していることで、新規出店も増えています。

④ 担い手の育成と多様な主体との連携

商店街実態調査（2024年12月県実施）では、「次世代リーダーがいない」と回答した商店街は約7割を占めています。慢性的な労働力不足や担い手不足が深刻な課題となる中で、商店街内外から多様な人材を発掘し、活性化に資する能力を向上させる人材育成に取り組むとともに、地域関係団体と連携のもと、その能力が最大限発揮できる環境づくりに取り組めます。

商店街を始めとした事業者等には、地域住民・市町村・自治会・学校などの地域の多様な主体と連携し、協力し合いながら地域の課題解決や魅力向上に取り組み、まちを共に創り上げていく地域との共創が求められています。

⑤ 市町村の商店街を始めとする地域商業への支援の促進

地域商業の活性化には、基礎自治体である市町村が果たす役割が必要不可欠です。市町村が実施する商店街への助成事業に対する支援や商店街を核とする地域事業者の新たな枠組みへの支援、市町村職員に対する助言やネットワークの形成等により、市町村による地域商業活性化への取組を促進します。

⑥ 地域貢献活動条例に基づく事業者等の役割の推進

「地域貢献活動条例」では、事業者等の役割として、事業活動を通じ地域商業の活性化に努めるだけでなく、地域社会を構成する一員としての社会的責任を自覚し地域貢献活動を行うよう求められており、その取組の推進を図ります。

コラム

《地域貢献活動の事例》

—名古屋広小路まちづくり協議会（名古屋市）—

（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）

名古屋広小路まちづくり協議会は、名古屋駅前笹島交差点から広小路葵交差点まで、広小路通を中心とした7つの商店街からなる団体です。

毎年、「名古屋広小路通エクスプレスイルミネーション」として、本協議会の範囲でイルミネーションを実施しています。

商店街と周辺の百貨店などの大規模小売店舗が協働で開催しており、地域一体で賑わいの創出や、魅力あるまちづくりに取り組んでいます。



(2) 目標（目指すべき姿）と施策の方向性（取組の柱）

プランの特徴

- 「地域貢献活動条例」に基づく事業者等の役割の推進
- 商店街と多様な主体とが連携した地域プラットフォームの構築と支援
- 喫緊の課題である担い手不足と空き店舗対策の強化

目標（目指すべき姿）：商店街と地域との協働による、
地域商業の活性化と快適で魅力的なまちづくり

《柱1》 まちづくり(地域コミュニティ)の推進

<課題>

- 事業者等と地域住民との協働促進
- 地域商業エリアの安全・安心機能の整備
- 快適なまちづくりの推進
- 新たな拠点の整備
- 買い物弱者対策の推進

《柱2》 商店街組織・機能の 拡大・強化

<課題>

- 空き店舗対策の実施
- 商店街を始めとする事業者等の商機能の強化
- 商店街の組織強化と事業者等との連携促進
- 連携による地域商業の活性化

《柱3》 個店の収益力の強化

<課題>

- 事業承継の推進
- 経営基盤の強化
- 個店の魅力創出
- 顧客との価値共創や付加サービス提供、経営の革新
- 消費の喚起

《柱4》 担い手の発掘・育成及び多様な主体との連携の促進

<課題>

- 担い手の発掘・育成
- 地域プラットフォームを活用した多様な主体との連携促進
- 市町村の支援機能の強化

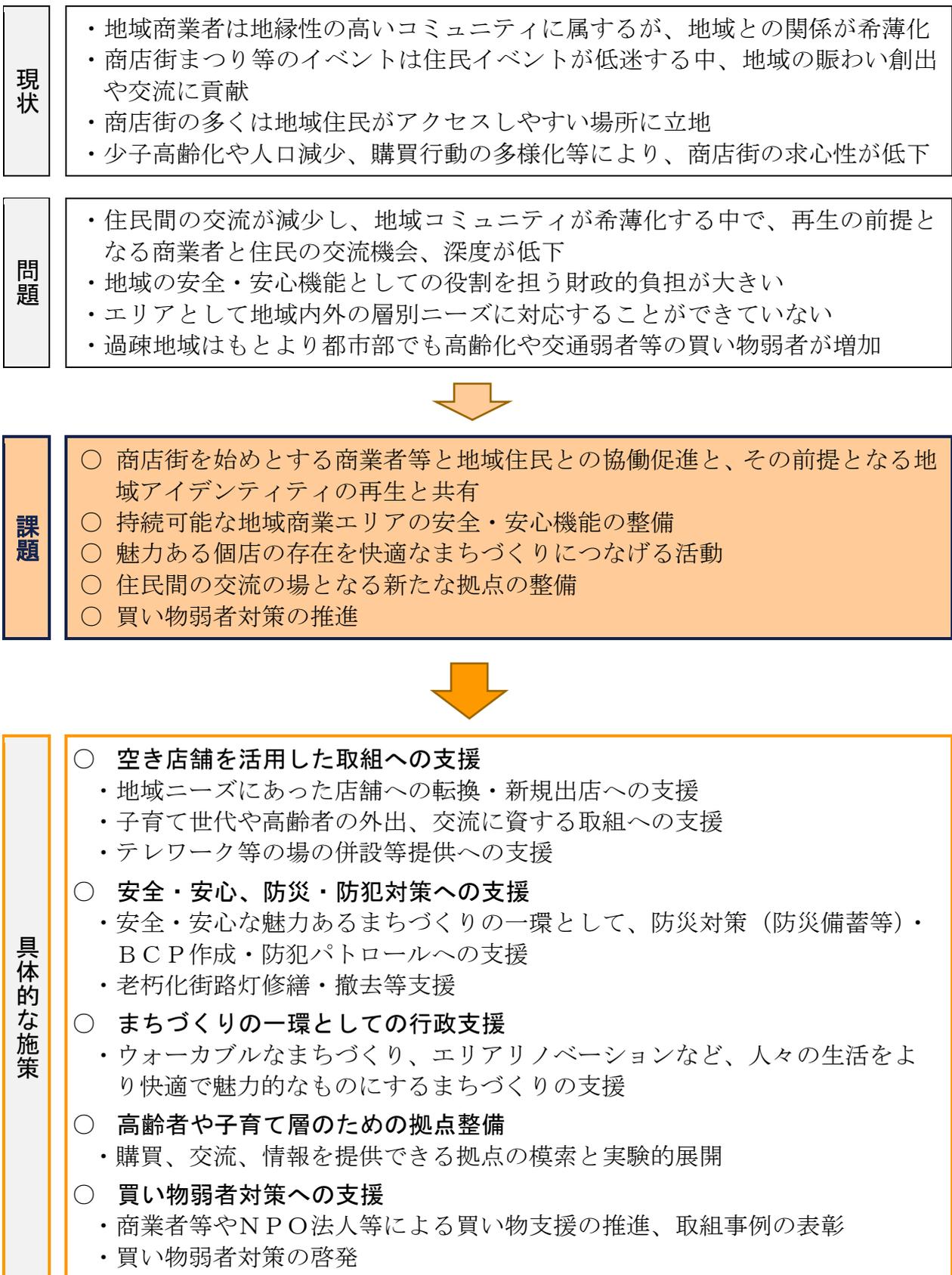
《柱5》 事業者等による地域貢献活動の推進

<課題>

- 地域貢献活動条例理念の普及啓発
- 地域住民のニーズに沿った地域貢献活動の推進

4. 5つの取組の柱と具体的な施策

《柱1》 まちづくり（地域コミュニティ）の推進



《柱2》 商店街組織・機能の拡大・強化

現状

- ・業績不振・後継者不在等により空き店舗が増加し、組織規模が縮小
- ・商店街におけるDX化対応の遅れ
- ・インバウンド需要が増加基調
- ・人的・資金的制約からイベント実施の減少、施設の老朽化
- ・商店街活動への参加意識の低下
- ・商店街団体の休止・解散の増加

問題

- ・空き店舗の利活用ができず、地域のエリア価値が低下
- ・DX化の理解、資金、人材、ノウハウ、意欲が不足
- ・地域の魅力を活かした交流人口を取り込む仕掛け不足
- ・キーマンとなる人材や資金の不足
- ・商店街の組織的な対応が困難
- ・イベント、活動の目的と手段の逆転化
- ・商店街団体の休止・解散増による地域商業の衰退



課題

- 商業利用をベースにした空き店舗対策の実施
- 商店街を始めとする事業者等の商機能の強化
- 商店街の組織強化と事業者等との連携促進
- 連携による地域商業の活性化



具体的な施策

- **空き店舗対策支援**
 - ・地域ニーズの分析調査に基づく不足業種の誘致
 - ・空き店舗活用フレームの構築（バンク、マッチング支援等）
 - ・不動産流動化促進
 - ・テナントミックス、チャレンジショップ等事業への補助・支援
- **商店街を始めとする事業者等の商機能の強化**
 - ・事業者等のDX化支援、インバウンド需要等観光客の受入支援
 - ・創業補助・支援
 - ・マルシェや定期市等の開催への補助・支援
 - ・客層分析・人流分析等の取組への補助・支援
- **商店街の組織強化と事業者等の連携強化**
 - ・地域貢献活動条例に基づく地域貢献活動の啓発・推進による地域商業団体への加入等連携の促進、任意団体の法人化促進
 - ・新たに形成された商業任意団体への補助・支援
 - ・商店街を核とする新たな地域商業のネットワーク構築への支援
- **連携による地域商業の活性化**
 - ・地域の賑わい創出や消費喚起を図るイベント等を実施する商店街への補助・支援
 - ・スタートアップ企業などの外部組織・人材との連携事業への補助・支援

《柱3》 個店の収益力の強化

現状

- ・ 空き店舗の退店理由のうち「店主の高齢化・後継者の不在」が最も多い
- ・ 経営不振、後継者不在等により廃業が多数発生
- ・ 商品の種類の多さで有利な大型店やECサイトが盛況
- ・ 市場の成熟やデジタル化対応の遅れ
- ・ 消費支出の実質減少

問題

- ・ 後継者のない個店が多いが、事業承継への取組の未実施や取組時期が遅い
- ・ 廃業により空き店舗が増加しており、地域商業が機能不全
- ・ 大型店、ECサイトとの違いである「地域にある必然性」を個店が見いだせていない
- ・ 新商品・サービスの提供や生産性の向上による経営改善への意欲が低い
- ・ 消費減少による地域商業への影響



課題

- 早期からの事業承継の推進と総合的支援
- 経営基盤の強化
- 地域から望まれる魅力ある個店の創出
- 顧客との価値共創や付加サービス提供、経営の革新
- 消費の喚起



具体的な施策

- **事業承継対策の支援**
 - ・ 事業承継の伴走支援、事業承継推進の啓発
- **稼ぐ力を支える経営基盤の強化**
 - ・ 店舗改装支援
 - ・ 生産性向上支援
 - ・ 財務支援、マーケティングの経営支援
 - ・ 地域にとって核となる店舗の調査・支援
- **地域社会に根差した個店への支援**
 - ・ 地域資源のブランディングと販路拡大支援
- **新商品・新サービス提供への支援**
 - ・ 新商品・新サービスの開発などの新たな取組への支援
 - ・ 経営革新計画の推進
- **経営環境の変化への対応と既存ビジネスの進化**
 - ・ キャッシュレス導入支援
 - ・ SNS活用支援、ネット販売支援
 - ・ DX・AI活用支援
 - ・ ビジネスモデルの再構築支援
- **消費喚起対策の支援**
 - ・ 個店の売上向上につながる消費喚起の支援（プレミアム商品券等）

コラム

《空き店舗対策》

— 西山商店街（名古屋市名東区） —

西山商店街は、2018年度と2020年度に、名古屋市の「空き店舗リノベーション事業」に採択され、商店街の活性化に取り組んでいます。

空き店舗をリノベーションして複合店舗を設立、焼き菓子店や花屋、コーヒーショップなど個性豊かな店舗が入居し、様々な年代や地域の人々が集まっており、地域に新たな魅力を生み出しています。



複合店舗としたことで、出店者、来街者ともに様々な年代や地域の人が集まるようになり、相乗効果が生まれています。

また、新規店舗のオープンや、新しいイベント「ニシヤマピクニック」を開催するようになるなど、波及効果が生じています。

コラム

《個店支援》

— 天神会商店街振興組合（碧南市） —

天神会商店街振興組合は、本県が2022年度に実施した「商店街魅力ある個店創出支援事業（※）」に応募・採択され、商店街における個店の魅力アップに向けた取組に対する支援を受けました。

※ 魅力アップを目指す商店街の個店に対し、中小企業診断士を始めとする各種専門家を派遣し、個店の要望に即した総合的なアドバイス支援を行い、商店街の活性化を図る事業。

専門家のアドバイスを受け、それぞれの店舗が、売り場の新設・改装や、メニューの刷新などを行いました。

意欲的な理事長の働きかけもあり、商店街全体に前向きな動きが広がりました。

事業承継に課題のあった店舗でも、後継者の見込みが立つなど、希望の持てる成果が見られました。

また、他県の商店街からの視察もあり、取組への関心が広がっています。



【神谷商事 和美姿】

《柱4》 担い手の発掘・育成及び多様な主体との連携の促進

現状

- ・ 商店街組織で質の高い人材が不足
- ・ 店主の高齢化や後継者不在等に起因する廃業増により、担い手自体が減少
- ・ 地域内の事業者の商店街への新規加入の減少
- ・ 事業者等や地域住民、その他ステークホルダー間に協働の前提となるビジョン・アイデンティティが希薄
- ・ ビジョン形成への支援が不足

問題

- ・ 個店、商店街、まちの活性化方法を学ぶ機会の不足
- ・ 後継者不在等による将来に向けた動機（モチベーション）の低下
- ・ 地域関係者と外部人材を連動させる仕組みが不十分
- ・ やる気ある人材が活躍できる環境の不足
- ・ 行政・地域住民、事業者等間で協働するための仕組みが不十分

課題

- 商店街やまちづくりの担い手の発掘と、プログラム化された地域事業者育成システムの確立と持続的な運営
- 地域プラットフォームの構築支援と、地域プラットフォームを活用した多様な主体との連携促進
- 市町村の支援機能の強化

具体的な施策

- **多様な人材の発掘、活躍を支援**
 - ・ 商店街やまちづくりの担い手となる人材の発掘・育成への支援
 - ・ 商店街が行う人材育成活動の取組への補助・支援
 - ・ 事業者、地域住民の教育プログラムの確立と持続的な運営
- **後継者育成等に対する個店支援**
 - ・ 県や支援機関等による専門家派遣等による個店支援
- **地域貢献活動条例に基づく啓発**
 - ・ 条例理念の啓発による事業者の商店街組織への加入促進
- **地域活動拠点の整備及び支援**
 - ・ 地域の多様な主体の関係者が参加し、まちの未来について話し合う活動拠点となる「地域プラットフォーム」の設置・活用の重点支援
 - ・ プラットフォームマネージャー等の雇用、派遣等による伴走支援
- **行政・地域住民・事業者等間の協働強化**
 - ・ 市町村と地域住民、事業者等による協働、地域イベント等への支援
- **市町村の商店街を始めとする地域商業への支援の促進**
 - ・ 市町村が実施する商店街支援事業への支援
 - ・ 市町村職員に対する助言やネットワークの形成

《地域プラットフォームの構築と活用プロセス》

コラム

— 円頓寺商店街（名古屋市西区） —

円頓寺商店街は、2003年前後を底に衰退し、2012年頃には店舗数としては最低の24店舗にまで減少しました。

2007年に発足したまちづくり団体「那古野下町衆」の活動を原点に、長い時間をかけて現在の賑やかな商店街へと復活しました。

【那古野下町衆】

メンバー：円頓寺商店街、円頓寺本町商店街、四間道界隈の商店主など、「ウチ」の人
建築家・大学教授・大学生・コンサルタント・企業の個人など、「ソト」の人

2007年、情報誌「ポゥ」の発行や、円頓寺に魅力を感じた「ソト」の人の活動をきっかけに、円頓寺商店街、円頓寺本町商店街、四間道、那古野エリア全体を発展させようと発足したまちづくり団体。

当初は商店街の掃除から、地域で活動を始めていった。月1回のミーティングで、商店街の課題、空き店舗等について話し合い、イベントの企画運営や誘致、防災、マップの作成、空き店舗対策など、活動は多岐にわたる。

また、活動ごとにグループを作り、機動性のある活動を行う。

空き店舗対策については、まちづくり会社ナゴナバンクを設立し、現在は空き家活用やイベントの企画運営、他地域のまちづくりも行い、那古野エリアとの地域間連携にも積極的に取り組んでいる。

空き店舗対策を開始した当初は、マッチングに利用するための空き店舗データベースを作成しようとしたのですが、一軒ずつ事情が異なり、権利関係が複雑である場合も多く、データベースの作成は断念しました。

その後、個別の事情に合わせ、「この場所にこの店を」という具体的なビジョンを描いて個々にマッチングを行っていった結果、誘致に少しずつ成功していきました。

また、2013年には、その後も人気のイベントとなる「円頓寺秋のパリ祭」の第1回を開催しました。

また、老朽化していたアーケードについて、商店街理事、那古野下町衆のメンバーからなるアーケード対策委員会を設置し、2015年には、ソーラーパネルの設置された特色あるアーケードに改修しました。このアーケードのおかげで、他企業のイベント実施による収入など、新しい効果が生まれています。



《柱5》 商業者等による地域貢献活動の推進

現状

- ・ 商業者等は地域密着型産業でありながら地域社会との関係性が希薄化
- ・ 商業者等と地域の多様な主体との連携や継続的な地域貢献活動の推進を目指し、2024年4月に地域貢献活動条例を制定し、制度的な基盤を形成

問題

- ・ 条例の趣旨、理念に対する大型店、商業者等の理解が現状では不十分
- ・ 商業者等による自律的かつ意欲的な地域貢献活動が不活性
- ・ 規模の対象に影響されない草の根的な地域貢献活動への支援が不十分

課題

- 地域貢献活動条例理念の普及啓発
- 地域住民のニーズに沿った地域貢献活動の推進

具体的な施策

- 条例理念の普及啓発
 - ・ 「あいち商業・地域貢献活動大賞」による地域貢献活動の優良な連携事例を表彰、地域貢献活動の積極的なPRをマスコミ、SNS等により発信
- 大規模小売店舗・市町村・商店街等との連携体制強化
 - ・ 周辺地域に及ぼす影響が大きい大規模小売店舗に対し、市町村が進める地域づくりや商店街が行う取組への積極的な協力を促し、連携体制を強化
- 商業者等の地域貢献活動を支援
 - ・ 商店街始め商業者等が一体的に実施する地域貢献活動への補助・支援
 - ・ 事業者の規模、数に左右されない柔軟な地域貢献活動への支援

コラム

《2024年度 あいち商業・地域貢献活動大賞》

— マックスバリュ小牧堀の内店 × 小牧市社会福祉協議会 ほか —

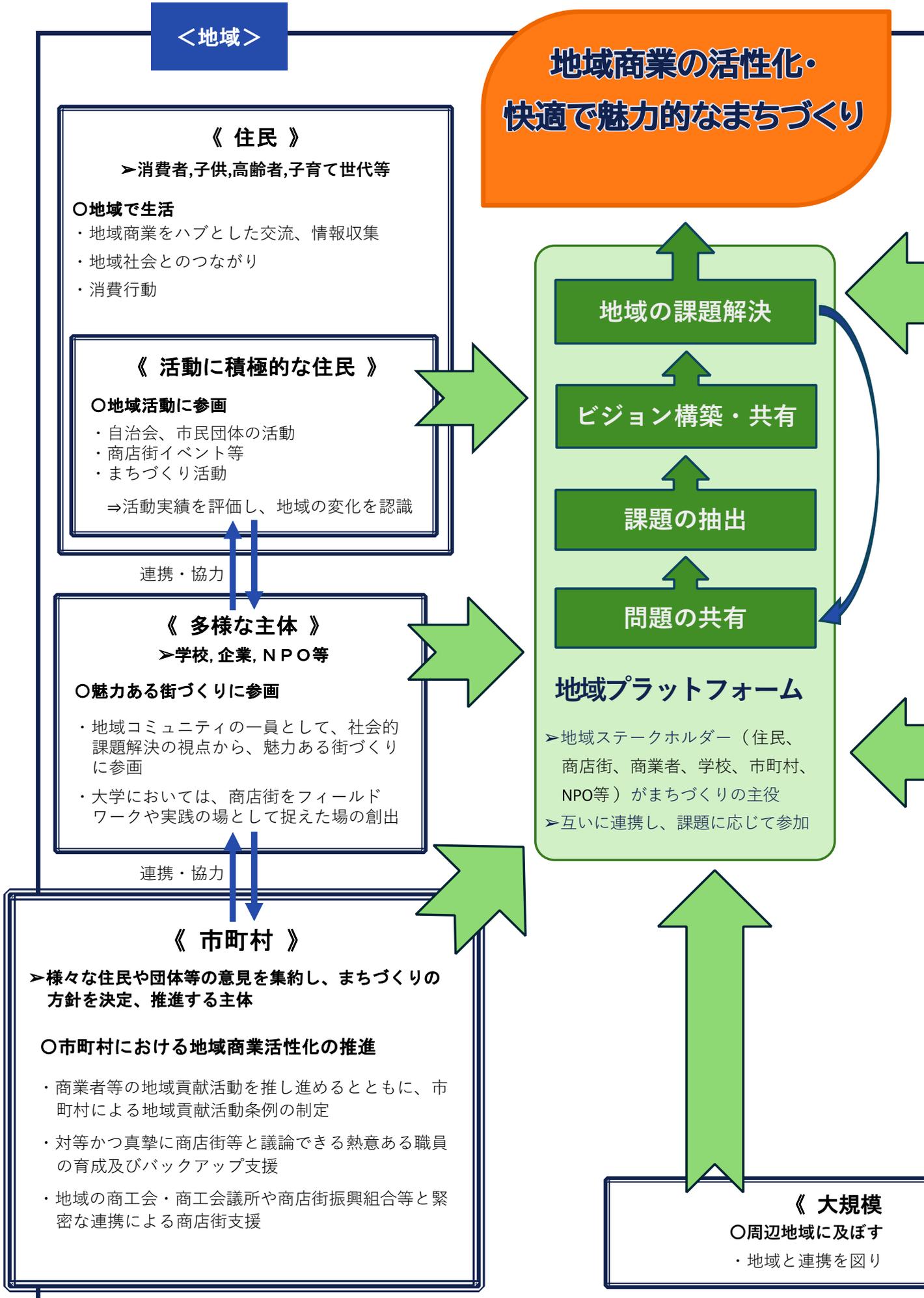
本県では、地域連携が積極的に行われている地域貢献活動を対象に、優良な活動事例を表彰する「あいち商業・地域貢献活動大賞」を2024年度から実施しています。

2024年度の知事賞受賞の“マックスバリュ小牧堀の内店”の活動事例では、日々の買い物が困難な高齢者層などの地域住民を対象とした「移動スーパー」の運営により、住民に商品を直接手に取って選ぶ買い物楽しさを提供するだけでなく、住民間のコミュニケーションの場としても活用されています。

さらに、「見守り活動（認知症予防・早期発見）」として、販売スタッフがお客さまに異変を感じた際には、小牧市社会福祉協議会や小牧市に連絡できる体制が確保されており、地域住民の安全・安心にも貢献しています。



◆ **本プランの目指す将来像**



<地域商業>

《 個店 》

- 稼ぐ力があり、長く存続できる店
 - ・安定した経営基盤と柔軟な対応力
 - ・サービスや品質がよく、顧客満足度が高い
- くつろげる心地よさがある店
 - ・住民と店主の交流
 - ・顧客ニーズに合わせた商品展開や接客⇒地域内のリピート率向上
- コンテンツ（※）を持った若者が活躍する店
 - ・人気のある新しい取組
 - ・個性的、業態が特徴的
 - ・ここでしか出会えないモノやコト、ヒト⇒地域の魅力向上、遠方からの来客増

※ここでいう「コンテンツ」とは、「独自の体験・世界観・ネットワークを生み出す源泉」であり、例えば、替えが効かない商品を販売したり、出会いや会話等のコトを生み出したりして、遠方からでも「その店」を目的に人がやってくる効果がある。

連携・協力

《 商店街 》

- 誰もがくつろげる心地よさがある場所
 - ・住民同士、若者と高齢者、地域内外等、人と人とのつながり
 - ・見守りや助け合いが自然に発生する、子供や高齢者にも安全・安心な居場所
 - ・日常の防犯意識の向上と災害時等の助け合い⇒孤立感軽減や地域の安心感向上（地域コミュニティの再生）
- 地域に必要とされる場所
 - ・地域課題を解決する地域プラットフォームの中核メンバーとしての活動
 - ・地域ニーズを満たす商品の提供や店舗の存在
 - ・空き店舗を活用し、商店街の活気や景観が改善⇒空き店舗の利活用、来街者の増加や地域の活性化
- 地域らしさや、愛着がある場所
 - ・夏まつりや冬のイルミネーションなどのイベント開催による地域の交流や賑わいの創出
 - ・昔ながらの店や建物が残る街並み
 - ・地域に必要とされる新しい店の存在
 - ・案内板や街路灯などの設備や拠点の整備

連携・協力

《 小売店舗等 》

影響が大きい

ながら主体的かつ積極的な地域貢献活動を実施

支援

支援

指導・支援

連携・協力

愛知県及び各種支援組織（商工会・商工会議所・愛知県中小企業団体中央会・あいち産業振興機構等）

愛知県商店街振興組合連合会

◆ 関係者への期待

《個店》

- 稼げる個店となるよう、ターゲットを明確化し、他店との差別化、高付加価値化を図り、地域内のリピート強化、遠方からも訪れる魅力ある店舗を目指すことが大切です。地域ニーズをくみ取り、地域社会に根差した存在になりうることで、個店の強みと考えられます。
- 行政が発信する他店舗の成功事例や支援機関等の活用などにより、経営の改善に積極的に取り組むことが期待されます。
- 地域商業関係団体への加入その他の方法により、地域商業の活性化に貢献していくことが求められます。
- 空き店舗を増加させないよう、事業継承や店舗の貸与等、店舗の有効活用を幅広く検討することが期待されます。

《商店街（商店街振興組合、協同組合、発展会等）》

- 商店街の魅力を維持・向上させるため、空き店舗対策や創業支援などの新陳代謝が必要です。また、集客力のある店舗の誘致も有効です。
- 地域ニーズや社会経済情勢を踏まえ、地域住民の生活支援などの役割を担うことが期待されます。
- 行政が実施する表彰制度や、補助金・各種支援制度の積極的な活用等により、商店街活動を活性化させ、会員の加入促進に取り組んでいく必要があります。
- 商店街が持続的に発展するため、住民ニーズを的確に把握するとともに商店街としての理想像（ビジョン）を描き、それらを踏まえて戦略的に取り組んでいくことが重要です。
- 地域として一丸となって商業活性化を推進するためには、地域内の事業者等のネットワーク構築への積極的な参画が必要です。

《愛知県商店街振興組合連合会》

- 商店街が抱える様々な課題に直面する厳しい経営環境にある商店街振興組合の組織・活動が、持続的に維持できるよう愛知県商店街振興組合連合会の積極的なサポートが期待されます。
- 愛知県商店街振興組合連合会は自らの組織及び指導体制を強化し、各種団体とも連携しながら、各商店街の実情に応じた伴走支援を行うことが望まれます。

《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、あいち産業振興機構は、商店街や商業者を支える重要な支援機関であり、各種支援プログラムを通じた戦略的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求められます。

《大規模小売店舗》

- 大規模小売店舗は周辺地域に及ぼす影響が大きいことから、地域商業関係団体への加入や、地域の多様な主体との連携を図りながら、主体的かつ積極的に地域貢献活動を行うことが求められます。
- 市町村が進める地域づくりや商店街が行う取組に対し、積極的に協力し連携を図ることが期待されます。

《市町村》

- 市町村は、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、推進する第一の主体です。
- 国や県の補助金制度の活用や独自事業の実施等による商店街への積極的な支援やまちづくりの推進に取り組むことが求められます。
- 商業者等の地域貢献活動の推進を図るため、市町村においても地域貢献活動条例を制定することが期待されます。
- 地域商業活性化の戦略について、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、バックアップすることが重要です。
- 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。

《多様な主体（地域住民、自治会、学校、企業、NPO等）》

- 地域コミュニティの一員として、社会的課題解決の視点から、商店街とともに、それぞれが地域における役割と期待を自覚し、可能な形での魅力あるまちづくりに参画することが期待されます。
- 大学においては、大学に求められる社会連携、地域貢献の視点からの支援活動に加え、商店街を教育・研究のためのフィールドワークや実践の場として捉えた積極的な場の創出と活用等が期待されます。

5. 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【柱1～4】
：170件以上（各年度）

- 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推進に向けた取組、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 5年前と比較して空き店舗数が減少したと回答した商店街の割合【柱2】
：20%以上（2030年度）

- 商店街組織の機能強化への取組、空き店舗対策への取組等を支援します。

③ 地域プラットフォームの設置・活用の取組件数【柱1、4】
：13件以上（2030年度までに）

- 商店街や地域の多様な主体と連携し、まちの未来について話し合い、活動する際の拠点となる地域プラットフォームの設置・活用を促進します。

④ 地域商業の担い手発掘・育成支援に対する満足度【柱4】
：80%以上（各年度）

- 商店街を核とする地域商業のエリアで、担い手の発掘・育成を図る事業を実施します。

⑤ 事業者等による地域貢献活動の優良な連携事例の応募件数【柱5】
：20件以上（各年度）

- 地域貢献活動条例の理念を広く周知し、事業者等による地域貢献活動を推進するため、地域貢献活動の優良な連携事例を表彰します。

参考資料

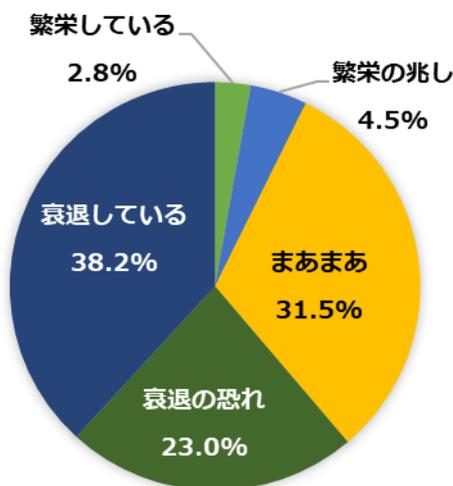
(1) 商店街実態調査（2024年度）

- 本県では、商店街活性化の基礎資料とするため、2024年度に、活動実態のある県内の471商店街を対象に実態調査を実施した。
 （回答数178団体、回収率37.8%）

① 最近の景況について

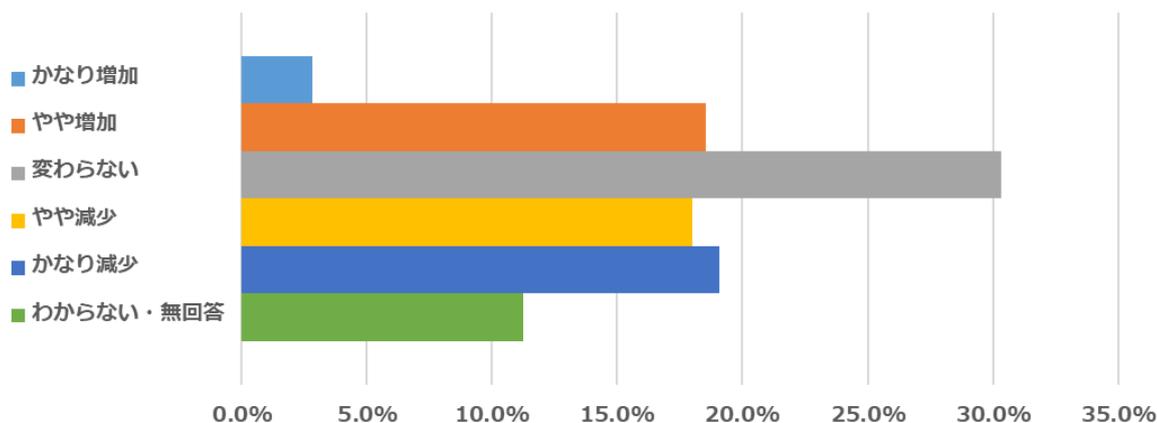
「衰退の恐れがある」又は「衰退している」とする割合は61.2%と依然として高い水準となっている。

項目	繁栄している	繁栄の兆しがある	まあまあ（横ばい）	衰退の恐れがある	衰退している	無回答
2024年度調査（N=178）	2.8%	4.5%	31.5%	23.0%	38.2%	0.0%



② 5年前と比較した来街者数について

「5年前に比べて、来街者が増えたか」という問いに対し、「やや減少した」又は「かなり減少した」とする商店街は合計で37.9%である。



※増加／減少の要因を尋ねた結果は次のとおり。

<増加要因>

- ア 魅力ある店舗の増加
- イ 地域人口の増加
- ウ 集客イベントの実施
- エ 商店街のPR効果

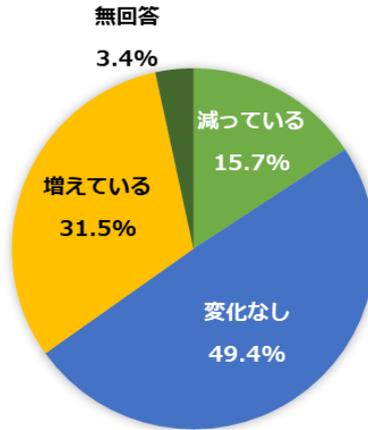
<減少要因>

- ア 魅力ある店舗の減少
- イ 業種・業態の不足
- ウ 地域人口の減少

③ 5年前と比較した空き店舗数について

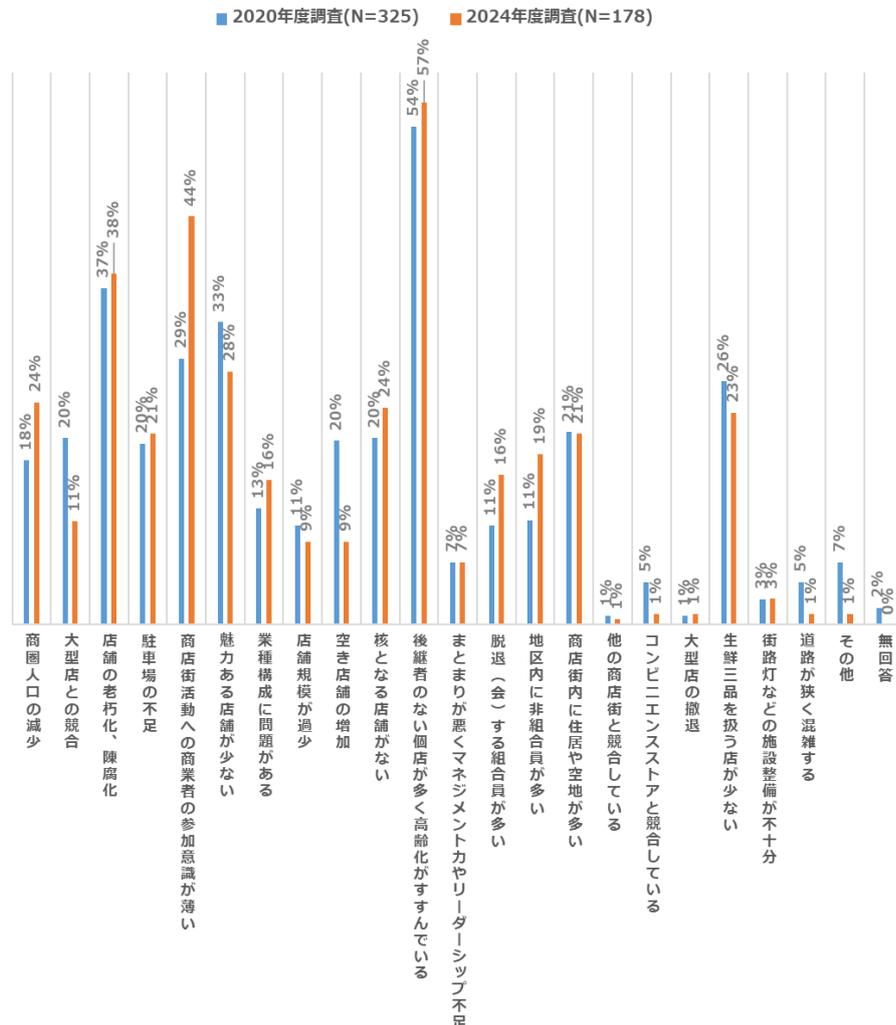
「5年前と比べて空き店舗数はどのように変化したか」という問いに対し、「減っている」とした商店街は15.7%で、「増えている」とした商店街は31.5%と2倍の水準であった。

項目	減っている	変化なし	増えている	無回答
2024年度調査 (N=178)	15.7%	49.4%	31.5%	3.4%



④ 商店街が抱える問題について

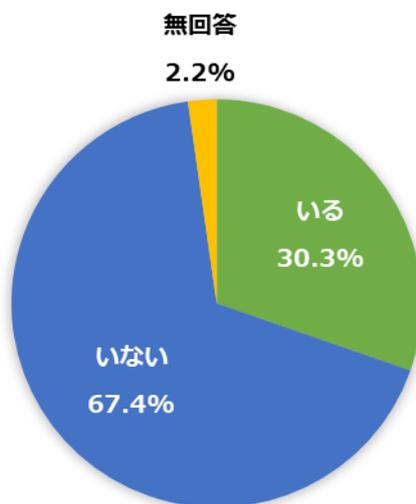
「貴商店街が抱える問題は何か」という質問に対して、複数回答で尋ねた結果、最も多かったのは「後継者のない個店が多く高齢化がすすんでいる」で、次いで「商店街活動への商業者の参加意識が薄い」、「店舗の老朽化、陳腐化」、「魅力ある店舗が少ない」などが上位となった。



⑤ 次世代リーダーの存在について

貴商店街に次世代のリーダー（もしくは候補者）の存在について尋ねた質問では、いると答えた商店街が 30.3%だったのに対し、いないと回答した商店街は 67.4%と 2 倍以上であった。

項目	いる	いない	無回答
2024年度調査 (N=178)	30.3%	67.4%	2.2%



(2) 商店街組織数 (2025 年 3 月末日現在)

○ 2025 年 3 月末日現在の商店街組織数は 509 件で、5 年前と比較して 59 件の減少、10 年前と比較して 200 件の減少と、大幅に減少している。

時 点		商店街振興組合	中小企業等 協同組合	任意団体 (発展会等)	合計
2025年3月末日現在	商店街組織数	159	46	304	509
	商店街組織数	179	59	330	568
2025/2020(5年前)	差	△ 20	△ 13	△ 26	△ 59
	増減率	-11.2%	-22.0%	-7.9%	-10.4%
2025/2015(10年前)	商店街組織数	209	89	411	709
	差	△ 50	△ 43	△ 107	△ 200
	増減率	-23.9%	-48.3%	-26.0%	-28.2%

(3) 地域プラットフォームの設置・活用取組事例

○ 本県では、あいち商店街活性化プラン 2025 において、「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」の具体的な施策として掲げる「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」を行うため 2022 年度から 2025 年度まで『商店街の未来を拓くプロジェクト事業』を実施しました。

○ この事業は、商店街や商工会等の地域商業関係団体から、地域ニーズを踏まえた今後の取組の方向性や実行体制等を定めた「商店街地域未来構想」を募集し、「商店街地域未来プロジェクト」として県が指定した団体を重点的に支援する制度です。

○ 事業のスキームとしては、まず、地域商業関係団体が若手商店主又は大型店の店長等を含む「未来プロジェクトチーム」を結成し、そのチームが中心となって「商店街地域未来構想」を策定します。

構想の策定にあたっては、街や商店街の未来像を話し合う場（地域プラットフォーム）を設置し、町内会・NPO・企業・経済団体・学校等の地域の多様な関係者から商店街に求められる役割を聞き取り、構想の内容に反映します。

また、地域プラットフォームを活用しながら、策定した構想の具現化に向けた事業を実施します。



○ 以降のページでは、「商店街地域未来プロジェクト」として県が指定した団体における活動実績や成果について、取組事例を紹介します。

○柴田商店街振興組合（名古屋市南区）

地域の人と人をつなげる商店街

主な構成員：柴田商店街、区政協力委員、大同大学、保育園、近隣福祉施設

【主な活動実績】

- ・商店街エリア内の空き店舗に地域交流拠点として整備した「279(つなぐ)ステーション」において、住民の声を反映した地域貢献として学童保育を運営。
- ・レンタルスペースを備えた拠点施設「シバテラス」を整備し、毎月2回程度、朝市「シバマルシェ」を開催。
- ・商店街と関係団体が連携し、親子で参加できるゲームやクラフトのワークショップ、バザーなどの販わい創出イベント「名南マルシェ」を毎年開催。

【主な成果】

- ・商店街の主体的な取組として、これまで学区になかった学童保育所を商店街に開設・運営し、地域課題の解決につなげることができた。
- ・定期的なマルシェ開催により、商店主と住民の会話が増え、交流の場ができた。



【名南マルシェワークショップ】

○末広町商店街振興組合（瀬戸市）

あなたのハレが街をつくる、私らしくが見つかる商店街

主な構成員：末広町商店街、町内会、愛知工業大学

【主な活動実績】

- ・「ジブリ飯」「夏まつり」「夏休み自由研究イベント」「子ども商店街」「招き猫まつり」「クリスマスワークショップ」など、毎月テーマの異なる体験型イベントを商店街で開催。「体験+販売」を意識し、集客により出店者や店舗の販売を促進。
- ・集客を増やすため、毎月のイベントに加えて月2回、外部の出店者も参加可能なマルシェを開催。
- ・集客効果の高いイベントのみを継続するために入れ替えやブラッシュアップにも気を配り、イベントの多い商店街として認知度を向上。

【主な成果】

- ・多くの体験型イベントの実施により、住民に商店街を知ってもらえるようになった。
- ・新たに5、6店舗の出店があり、商店街の活性化につながった。



【招き猫まつり ステージイベント】

○刈谷市刈谷駅前商店街振興組合（刈谷市）

明日へつながる商店街～過去から未来へ～

主な構成員：刈谷駅前商店街、まちづくり NPO、地元企業、自治会

【主な活動実績】

- ・自治会と連携した夏まつりや、地域の子どもたちが商店街の参加店舗を回るハロウィンイベントなど、季節ごとに商店街と住民との交流機会の創出を図るイベントを開催。
- ・空き店舗を改装した多目的施設「スペース Aqua」で、愛知教育大学の学生が講師となって夏・冬休みに子ども向けワークショップを開催。
- ・朝の賑わい創出として「カリアンアサイチ」の開催や、飲食店が多い商店街の特性を活かした飲み歩きイベント「カリアンナイト」の開催など、日中や夜の来街者増を図る取組を実施。

【主な成果】

- ・駅前に親子連れが増えてきており、学生の姿も以前より多く見かけるようになった。
- ・新規出店が増え、駅前の空き店舗が減ってきている。



【スペース Aqua プロジェクト ワークショップ】

○東刈谷商店街協同組合（刈谷市）

未来へ・希望との出会い！ 存在感ある商店街

主な構成員：東刈谷商店街、自治会（東刈谷、野田、半城土地区）

【主な活動実績】

- ・3つの自治会のエリアにまたがる商店街という特徴があり、情報誌「あるじゃん」の発行や夏まつり・防災意識啓発イベントなど、各地区と連携した活動を実施。
- ・新規顧客獲得や消費喚起のため、商店街店舗を巡る誘客イベント「異なるお店を巡るラリー」を開催。
- ・商店街店舗の紹介、イベント情報、お得情報などをリアルタイムに提供するポータルサイトを構築し、デジタルによる情報発信を強化。

【主な成果】

- ・この数年で築いた協力体制により、商店街と自治会の信頼関係も深まってきており、キャッチコピーどおりの「存在感のある商店街」になってきた。
- ・若い世代が未来プロジェクトに参加することで、デジタル化への取組が進むようになった。



【夏まつりイベント】

○稲武商工会（豊田市）

明日へつながる商店街～過去から未来へ～

主な構成員：稲武商工会、社会福祉協議会、豊田信用金庫、愛知学院大学

【主な活動実績】

- ・個店を活かした来訪者の呼び込みのためのデータ収集・分析として、道の駅「どんぐりの里いなぶ」の建物に設置した AI カメラを用いた来訪者調査や大学生による商店経営者への実地調査、地元住民や商店街個店へのアンケート調査などを外部の専門家の助言を受けながら実施。
- ・夏と冬の2回、地区の特産品を活かして新商品開発を行い、ギフト商品として販売。
- ・道の駅内にチャレンジショップを開設し、主に青年部メンバーによる開発したギフト商品の販売 PR を実施。

【主な成果】

- ・解析調査等の結果から、稲武への来訪者の年齢層や性別等の属性情報を把握することができた。
- ・若手会員が自らギフト商品のチラシを作成し営業活動を行うことにより、若手の人材育成につなげることができた。



【アンケート調査風景（観光客向け）】

○大曾根商店街連合会（名古屋市北区）

街の人がつどい、つながり、新たな企てが生まれるような商店街

主な構成員：大曾根商店街、大曾根本通商店街、地元住民、名城大学

【主な活動実績】

- ・春のわくわくフェスタ・夏の七夕まつり・秋の名古屋ジャズストリートなど、季節ごとのイベントを2つの商店街エリアで一体となって開催し、賑わいを創出。学生など若者がWebページの制作やイベントのアイデア出しを行うなど、積極的に参画。
- ・商店街で整備した交流施設「つどいタウン」内のシェアキッチンにおいて、販路構築、商品開発、交流のためのイベントを開催。
- ・毎月第2土曜日に、新鮮で安全な野菜のほかクラフト作品なども販売する朝市を開催。

【主な成果】

- ・2つの商店街での連携体制が構築され、繋がりが強化された。
- ・新しい店が増え、駅前だけでなく両商店街の空き店舗が徐々に減少してきている。



【名古屋ジャズストリート in 大曾根】

○笠寺観音商店街振興組合（名古屋市南区）

ウォーカブルな街、笠寺

主な構成員：笠寺観音商店街、町内会、笠寺観音

【主な活動実績】

- ・「かさでらピクニック」として、街を回遊してもらう仕掛けを盛り込みながら3種類のイベント（盆フェス、ブックマルシェ、笠市と寺ゼミ）を季節ごとに開催。まちづくりに興味のある学生が企画運営に参加するなど、商店主と若者との連携による取組を推進。
- ・街の回遊性を高めるために商店街マップを2か国語（日本語、英語）で作成し、各商店などに配置。
- ・シェアキッチンや食堂、民泊などの拠点施設を整備。

【主な成果】

- ・働く、食べる、泊まる、作るをキーワードとした多機能を有する拠点施設を整備することにより、人が集まりやすい仕掛けを作ることができた。
- ・イベントをよく開催している商店街という認知を広げることができた。



【かさでらピクニック マルシェ】

○内田橋商店街振興組合（名古屋市南区）

人と人をつなぐ架け橋になる商店街

主な構成員：内田橋商店街、学区連絡協議会、地元企業、地元住民

【主な活動実績】

- ・商店街を歩行者天国にして、初夏の「まきわら祭」、秋の「内田橋まつり」を開催。昭和の良き時代風景が残る商店街の雰囲気を活かした上で、音楽イベントやダンスなど未来志向の企画も行い、商店街の新たな魅力を発信。
- ・イベント開催時には学生もスタッフとして参加するなど、連携を推進。
- ・空き店舗対策にも力を入れており、これまでに八百屋、飲食店などが開店。

【主な成果】

- ・イベントによる集客と店舗誘致の効果により新たに10店舗が開店した。
- ・地域プラットフォームの話し合いの場を設けることにより、商店街エリアを超えた連携ができ始めている。



【内田橋まつり】

「商店街の未来を拓くプロジェクト」の詳細については、以下のwebページからご覧いただけます。
<https://www.pref.aichi.jp/soshiki/shogyo/shotengaimiraipj-shidou.html>

あいち地域商業活性化プラン 2030

～商店街と地域との協働による、地域商業の活性化と快適で魅力的なまちづくりをめざして～

発行年月 2026年3月

編集・発行 愛知県経済産業局中小企業部商業流通課

〒460-8501 名古屋市中区三の丸三丁目1番2号

電話 052-954-6336 (ダイヤルイン)

URL <https://www.pref.aichi.jp/soshiki/shogyo/>

