

令和 3 年度地域商業機能複合化推進事業 活用事例

令和 4 年 9 月
中小企業庁商業課

中小企業庁は、令和3年度に地域商業機能複合化推進事業を実施しました。本事業は、地域の持続的発展を促進するため、まちづくり会社、商店街組合や民間事業者等の、地域のニーズや新たな需要に対応するための取組を後押しするものです。令和3年度事業では、全国から14案件を採択しました。

これらの採択案件から「消費者のニーズの把握」「新たな来街者層の創出」「周辺地域への波及効果」「事業実施体制の構築」などの観点から、特に、他の地域の参考になり得る5事例の概要を取りまとめました（令和4年9月時点）。

新型コロナウイルスの影響により、商業集積地をはじめとした地域を取り巻く環境は、依然として厳しい状況が続いています。本事例を参考にすることで、地域の活性化に向けた新たな取組につなげていただければ幸いです。

- P.4 「マルヒコビルディング」からはじめる木都再興プロジェクト
- P.8 飛び飛びの空き店舗を活用した多様なコミュニティを繋ぐ
商店街複合化によるエリアリノベーション事業
- P.12 電腦街大須アップデートプロジェクト
- P.18 豎町古民家複合施設化事業
- P.22 地域特産品を活用した誘客促進及び情報発信拠点の整備事業

「マルヒコビルディング」からはじめる木都再興プロジェクト

【ハード事業】

補助事業者：能代市

間接補助事業者：合同会社のしろ家守舎 外1者

【ハード事業】能代駅前商店会（秋田県能代市）

- 能代市が、東洋一の「木都」と称されていた時代は、能代駅前商店会も人通りの多さで賑わっていたが、その後、人口減少や後継者不足などから空き店舗が増加し、地域の賑わいが乏しくなった。
- 秋田県や秋田市、市民団体と連携し、若者や子育て世代の支援や創業支援を目的とした複合施設「マルヒコビルディング」を整備し、地域コミュニケーションの促進や空き店舗の再生に挑戦している。

事業実施前

課題

- ・ 中心市街地は人口減少・消費行動の多様化・後継者不足からシャッター化が深刻になった。
- ・ 創業希望者が、出店のノウハウを習得する場や、地域における事業者のネットワークを形成する場がなかった。
- ・ 子育て世代が集まり、地域で寛いで過ごせる場が少なく、若年層の流出が課題になっていた。

申請のきっかけ

- ・ 秋田県や能代市と連携し、空き店舗を活用したシェアオフィス・コワーキングスペースの整備を行ってきたところ。
- ・ 創業や、子育てのコミュニティの拠点となる市民ニーズに対応する複合施設の整備が必要であった。

事業内容

整備した施設の概要

1. 複合機能施設の整備
 - ・ 商店街内の旧酒屋を、4つの機能を持つ複合施設「マルヒコビルディング」としてリノベーションした（①事業支援、②子育て支援、③コミュニティ、④創業支援）。
2. ITツールの導入
 - ・ マルヒコビルディングへの来訪頻度が自動で蓄積され、来街者の属性を分析することができる、入退館管理システムを導入した。

事業実施にあたっての工夫

- ・ 「マルヒコビルディング」の改修を目的とする住民参加型のワークショップを実施した。住民自らが改修に携わることで、楽しみながら地域への愛着を育んだ。

事業終了後

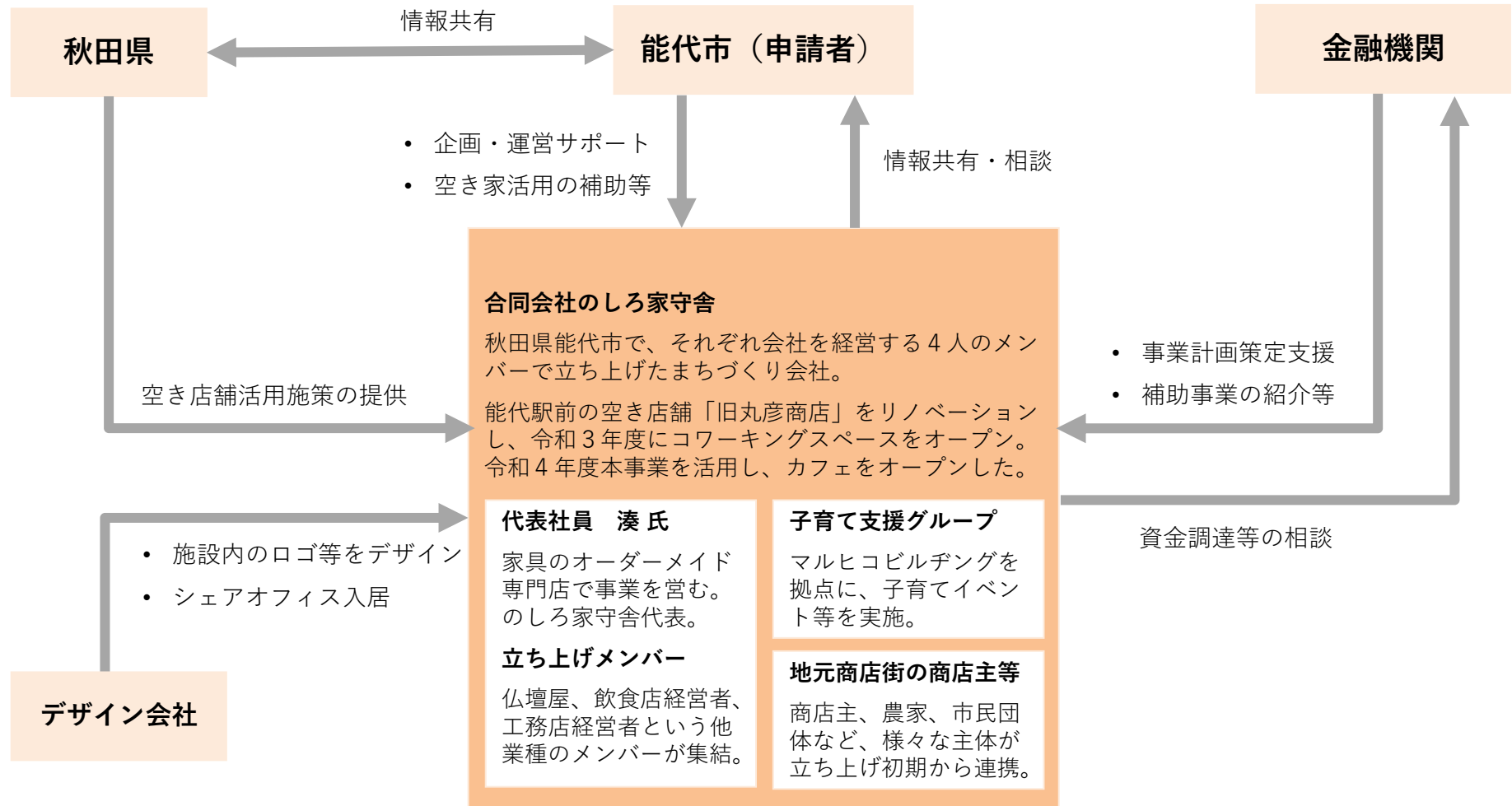
事業の成果

- ・ マルヒコビルディング内に、子供達の遊び場の隣にカフェを併設したことで、子育て世代が寛ぎながら子供を見守れるようになった。
- ・ 間接補助事業者である、のしろ家守舎と、シェアオフィスの入居企業である洋上風力会社が連携し、地域貢献事業を模索しており、新事業の芽が出てきている。
- ・ 地域内外から商店街への関心が高まったことから、設計関係事業者から開業について相談があるなど、商店街で開業したいとの声が増えている。

【ハード事業】能代駅前商店会（能代市）

- 本事業をきっかけに、秋田県、能代市、のしろ家守舎とのコミュニケーションが深まり、施策の情報連携が図られた。また、金融機関やシェアオフィス入居企業からのサポートもあり、行政と民間が力を合わせて、能代駅前エリアの活性化に向けて取り組んでいる。

事業実施体制



【ハード事業】能代駅前商店会（能代市）

- 複合施設「マルヒコビルディング」の整備をきっかけに、地域ニーズに対応する機能を商店街全体に展開し、地域コミュニケーションの促進等により商店街の活性化に取り組んだ。
- 今後、継続的にイベントの実施や空き店舗の活用支援等を行い、街全体のテナントミックスに繋げることで、地域に愛着を持つ人を増やす。

関係機関との連携

- ・ 能代市と連携し、本事業に申請した。能代市は、計画作成時から本事業に参画し、創業希望者への講座のサポートや、空き店舗活用の補助事業等を行っている。
- ・ 秋田県とも連携し、秋田県の施策を活用しながら、商店街内の空き店舗を活用した創業支援を進めている。
- ・ 収益性向上のため、金融機関から事業計画について助言を受けている。

地域への波及効果

- ・ 「マルヒコビルディング」整備により、個人事業者や創業希望者等の横の繋がりが形成されたことで、空き店舗活用の相談が増え、空き店舗オーナーと新規起業者とのマッチングに繋がっている。

今後の展望

- ・ 地域住民が、ライフスタイルに合わせた生業をつくるため、「ちいさなシゴトのつくりかた」講座を実施する。能代でビジネスをしている講師から、小さくても収益を上げる手法を学び、新規創業へ繋げる。
- ・ 入退館管理システムと連動して、ボランティア等参加者に対して、商店街内で利用できるポイントを付与することで、地域住民の商店街への来訪を促す。
- ・ 各年代のマルヒコビルディングへの関心度、ニーズのある商品・サービス、購買動機といった取得データを分析する。商店会の来訪者を増やすため、分析結果を踏まえ、子育て世代や若年層を対象とする店舗を増やすとともに、個別店舗とのコラボレーション企画を充実させる。

事業前



旧店舗（丸彦商店）



商店街の様子
（シャッター通り）



マルヒコビルディング整備後

事業終了後



カフェスペース



商店街の空き店舗等を
活用したイベント
「のしろいち」の様子

飛び飛びの空き店舗を活用した多様なコミュニティを繋ぐ 商店街複合化によるエリアリノベーション事業

【ソフト事業】

補助事業者：長野県、辰野町

間接補助事業者：一般社団法人Oと編集社

【ソフト事業】下辰野商店街（長野県・辰野町）

- これまでの商店街になかった店舗や、異なる属性の来街者を増やし、「トビチ商店街」としてさらなるブランディングを進めるため、多様な人々が交流できる施設を整備するために本事業を申請した。
- 施設を整備するだけでなく、異なる属性の来街者が自然に交流できる仕掛けを施しており、商店街に愛着を持つ人が増え、回遊性が高まり、以前よりも消費活動が活発になっている。

事業実施前

課題

- ・ 商店街の空き店舗化・住宅化が進み、6割近くの店舗のシャッターが下りている。
- ・ 商店街を歩く小中高生、若いファミリー層が少ない。
- ・ 商店街には、常連に愛される昔ながらの店舗も存在するが、来街者による地域の回遊は見られない。
- ・ 新規出店がなく、店舗も来街者も固定化されていた。

申請のきっかけ

- ・ 地域の余白として、空き店舗の活用をポジティブに考える人材が地域に入るようになり、これらの人材と地域の活性化を検討しながら、申請を行なった。

事業内容

整備した施設の概要

1. 空き店舗を整備し、イベントやワークショップを開催
 - ・ 旧商工会館等をリノベーションし、アーティストが滞在制作し、作品を公開した。また、ギャラリー、チャレンジスペース、コワーキングスペース等を整備し、多様な属性の人が交わる空間ときっかけをつくった。
2. AIカメラの設置
 - ・ AIカメラを設置し、商店街を訪れる人の属性・年代等人流を分析した。

事業実施にあたっての工夫

- ・ これまで商店街やその関係者との関わりが薄かった人が、DIYで空き店舗をリノベーションすることで、商店街に親しみを持つことにつながった。

事業終了後

事業の成果

- ・ ワークショップをきっかけにアーティスト等が集まったことで、「イベントを開催する側」の人材の来街が増加している。
- ・ 整備した施設をコワーキング・オフィス（働く場所）として使う、若い世代の地域住民が増えている。商店街の滞在時間が伸びたことで、飲食店のニーズが高まっている。
- ・ 来街者の属性・人数が増えているため、AIカメラを活用し、効率的な開店時間を見定め、またニーズに合った店舗を誘致していく。

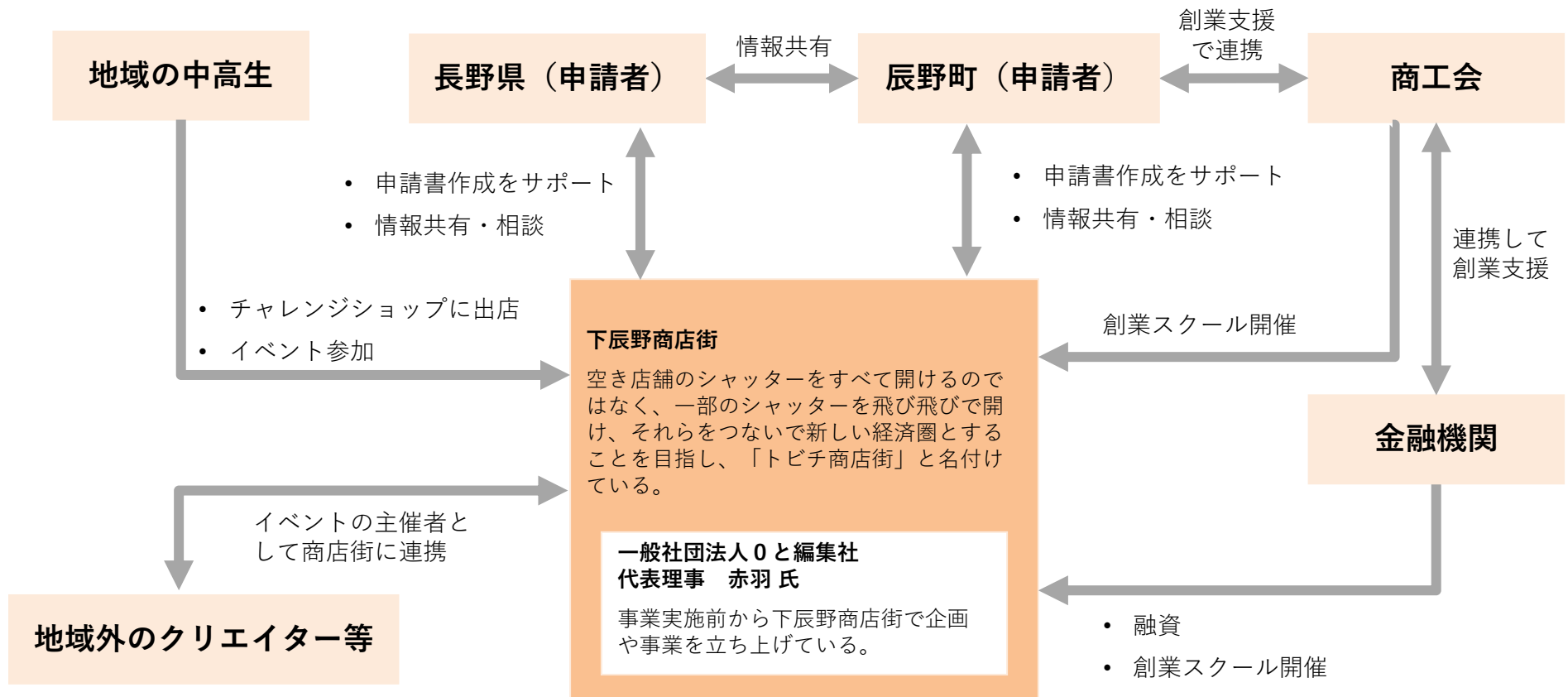
成果の指標と実績

- ・ トビチ商店街の来街者のニーズに合った新規出店数 6店舗（カフェ、パン屋等飲食店）

【ソフト事業】下辰野商店街（長野県・辰野町）

- 本事業実施を実施することで、辰野町や商工会、金融機関とのつながりがより一層深まった。
- 本事業でチャレンジショップ等を整備したことで、地域外のクリエイター等が、イベントの主催者となることで、商店街との連携が図られた。

事業実施体制



【ソフト事業】下辰野商店街（長野県・辰野町）

- 本事業によりチャレンジショップを整備し、誰でも小さく挑戦できる環境を整えたことで、新規出店者が増えている。商店街内外で挑戦したい人が来街する仕組みをつくることができています。
- ソフト事業での実証実験による経験と、既にファンがいる強みを活かし、ニーズに合致するハード整備、イベントを開催することで、より精度の高いデータ分析に繋げ、テナントミックスを実現する。

関係機関との連携

- ・ 自治体が主催する商店街エリアでのまちあるき事業と連動し、共同で情報発信、新規受け入れ等を実施している。
- ・ 金融機関、商工会議所が連携し、業種や創業フェーズに合わせた創業支援を実施していく。

地域への波及効果

- ・ 各種取組の結果、商店街の人通りが増え、町外からの出店者や、町外から関わりを持つ人が増えていた。
- ・ メディア等に取り上げられることで、商店街に注目が集まり、地域内の方やUターン者が来街し、商店街や町に関わりを持つ人が加速度的に増えている。

今後の展望

- ・ 商店街に魅力的な店舗や場が増えたことにより、宿泊のニーズが高まっているため、空き家を活用した宿泊施設の出店を検討している。
- ・ 宿泊施設の出店により、来街者の滞在時間を伸ばすことで、取得するデータを増やす。より精度の高いデータ分析を行うことで、来街者のニーズに合った商品の開発や、イベントの開催につなげる。

事業前



廃墟となっていた旧バスターミナル



週末のシャッター商店街



事業終了後



DIYにより集まれる場所を作り、100回のダンス教室を開催。3～80歳までが集まる



POP UP STORE を開催
商店街に集まる人々

電腦街大須アップデートプロジェクト

【ソフト事業】

補助事業者：名古屋市

間接補助事業者：大須近代化事業協同組合

【ソフト事業】大須商店街（名古屋市）

- 大須商店街は観光依存度が高く、コロナ禍の影響により消費が大きく落ち込んだ。このことから、観光消費だけでなく、地域内固定客の消費に繋がる消費基盤の安定化を図る仕組みが必要となった。
- かつて「電腦街」として電気関連のテナントが充実しており、固定客に親しまれていた過去がある。近年、若者たちにも人気のeスポーツに着目し、eスポーツ体験スペースを特設し、eスポーツに関心のある来街者層を分析することで、「電腦街」の特徴を活かした新たなまちづくりに挑戦する。

事業実施前

課題

- コロナ禍の影響により観光客が減少し、地域内固定客の消費に繋がる消費基盤の安定化を図る必要があった。
- 「電腦街」のブランドを活かした新たなまちづくりが求められた。
- 来街者の回遊性や滞在時間の向上を図る必要性は認識していたが、具体的なデータがなかった。

申請のきっかけ

- 「電腦街」として栄えた大須が、eスポーツに関する取組を検討していたところ、商店街内での創業支援等について日頃から意見交換している名古屋市からの紹介を受け、申請するに至った。

事業内容

整備した施設の概要

1. eスポーツ体験スペースの特設
 - 大須商店街では初めてeスポーツ体験スペースを設置した。
2. AIビーコンを体験スペース、商店街に設置し、人流調査を実施
 - 施設来訪者、周辺店舗来訪者の属性、リピート率を分析した。
3. 「eスポーツ関連消費」喚起における有効性を検証

事業実施にあたっての工夫

- 人流を把握するため、eスポーツ関連の施設だけでなく古着屋や飲食店など、大須商店街ならではの店舗にもAIビーコンを設置したことで、回遊性の調査分析を実施することができた。

事業終了後

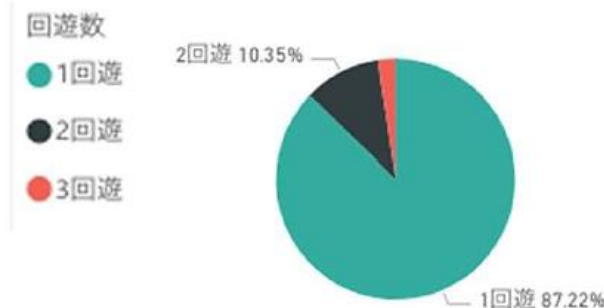
事業の成果

- 人流調査の結果、eスポーツ体験スペースを起点に、ゲームセンター、eスポーツデバイスを扱う店舗、周辺スマホ電子デバイス店舗への往来が多いことが分かった。
- アパレル・ブランド品のリユースショップや飲食店など、大須商店街らしい店舗への動きも一定数あり、eスポーツの来街者層と、大須商店街の回遊層に親和性があると仮説を立てることができた。

【ソフト事業】大須商店街（名古屋市）

- 約1か月間、eスポーツ体験スペースと商店街にAIビーコンを設置し、周辺施設への人流調査を実施。eスポーツの利用者と大須商店街の来街者との間で、回遊先に親和性があることがわった。
- eスポーツの利用者は、約9割近くが別の店舗に回遊し、パソコンショップやゲームセンター、アパレルショップ（古着屋）など大須商店街らしい商店へも回遊している。

■ eスポーツ施設から他施設への回遊状況 ■ 回遊先リスト



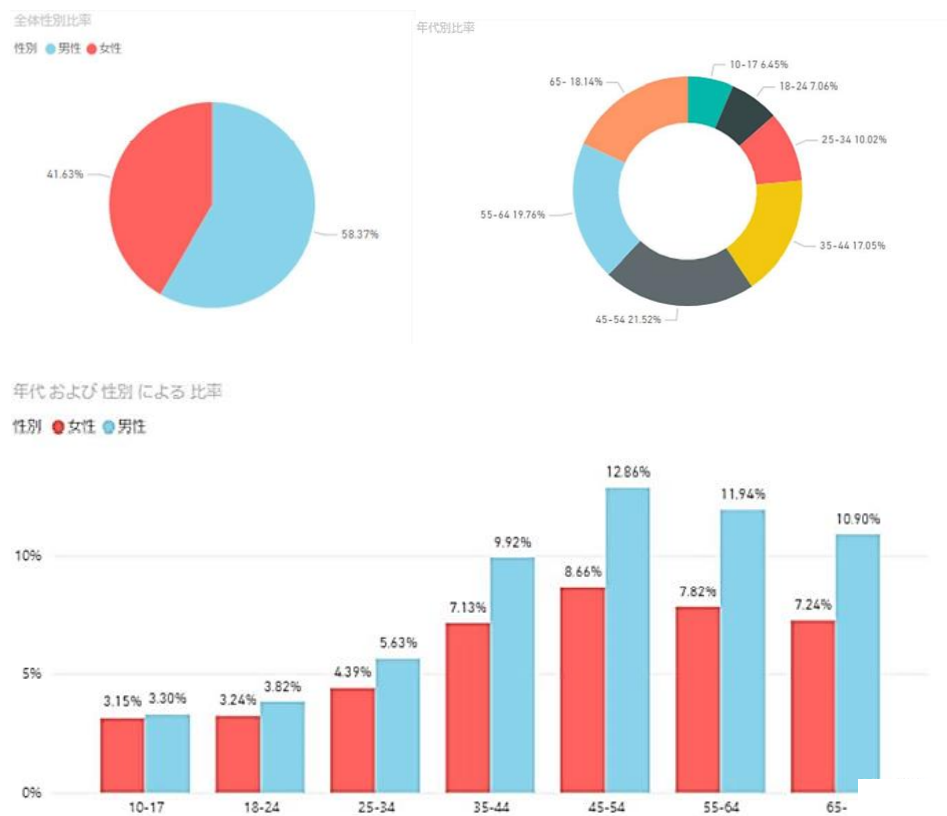
順	eスポーツ拠点からの遷移	(%)
1	ゲームセンター	19.5
2	パソコンショップ	16.8
3	アパレルショップ（古着等）	9
4	パソコンショップ	8.8
5	飲食店	6.8
6	シューズショップ	4.3
7	パソコンショップ	3.9
8	パソコンショップ	3.9
9	ゲームセンター	3.3
10	ゲームショップ	2.9
11	飲食店	2.7
12	シューズショップ	2.6
13	ゲームショップ	2.1
14	メガネショップ	1.7
15	シューズショップ	1.3

順	eスポーツ拠点からの遷移（上位比率）
1	パソコンショップ 33.4
2	ゲームセンター 22.8
3	アパレルショップ/シューズ 18.9
4	飲食店 9.5
5	ゲームショップ 5

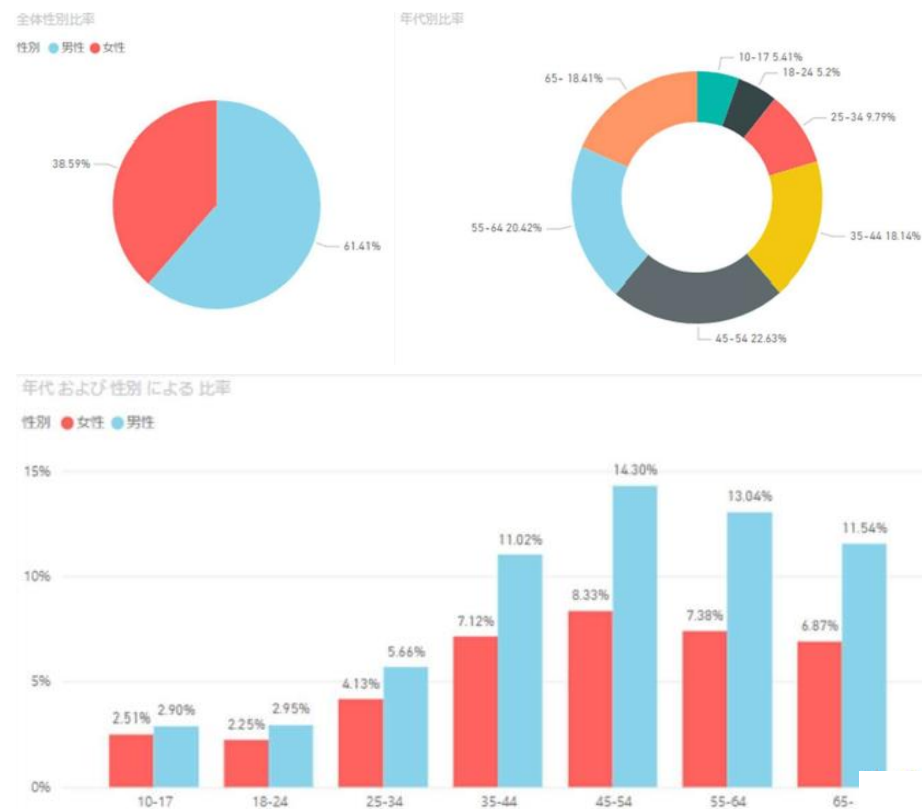
【ソフト事業】大須商店街（名古屋市）

- eスポーツ体験スペースと商店街の双方で、来街者の年代や性別ごとに分析した結果、来街者全体のうち、約6割が男性であった。
- 特に34歳以下までは、男女の比率は同程度だが、35歳以上から男性の来街比率が高まっている。

■大須商店街全体の属性調査

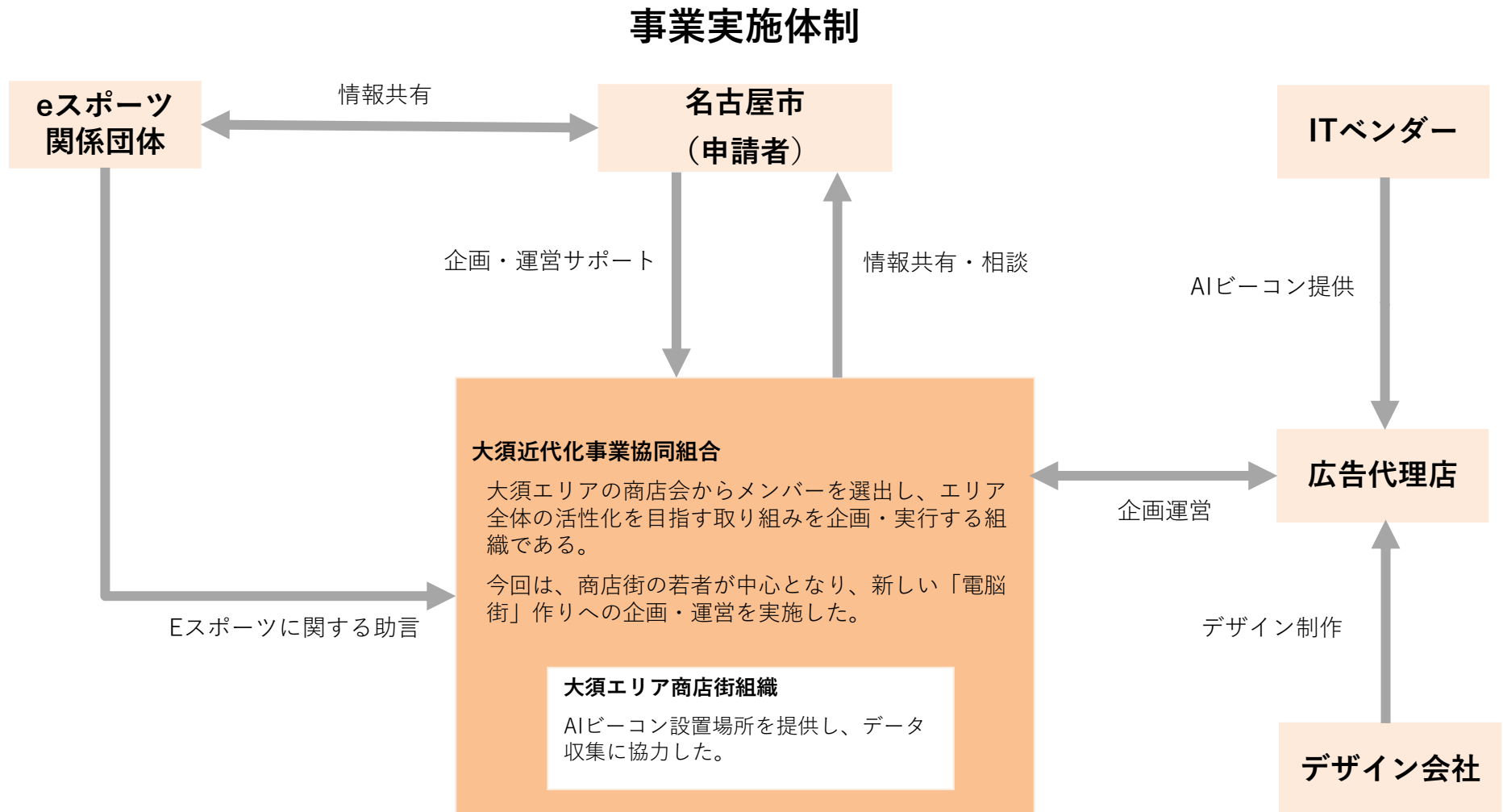


■eスポーツ体験センター周辺の属性調査



【ソフト事業】大須商店街（名古屋市）

- 広告代理店とのつながりを活用し、ITベンダー、デザイン会社と連携して事業を行った。今後も関係機関と連携し、eスポーツに限らず、商店街を活性化させる施策を打っていく。



【ソフト事業】大須商店街（名古屋市）

関係機関との連携

- ・名古屋市とは事業の構想段階から、スタートアップやスポーツの関連部署と意見交換を重ね、より効果的な事業実施に取り組んだ。
- ・広告代理店、ITベンダー、デザイン会社と連携し、より充実した事業実施体制の構築に努めた。

地域への波及効果

- ・eスポーツ体験スペースの設置が、商店街にあるアパレルショップ、飲食店などの店舗への回遊・消費活動につながった。
- ・本事業により新規創業への機運が高まり、「電腦街」の特徴を活かした新たなまちづくりへの第一歩となった。

今後の展望

- ・今後、新たな電腦街のブランドを確立していくため、「大須夏祭り」のイベントなどでeスポーツ体験スペースを設置し、商店街においてeスポーツの関連消費喚起の検証を実施する予定。
- ・データ分析結果に基づき、回遊性のある電気関連店舗の新規出店を進め（目標：5店舗）、最適なテナントミックスにより「電腦街」としての都市機能の向上を目指す。
- ・eスポーツ関連施設へのリピート率を高めることで（目標：10%）、固定客化を図り、地域内消費を高めていく。

事業前



アメ横ビル2階（空きテナントスペース）

事業実施時



eスポーツ体験施設

豎町古民家複合施設化事業

【ハード事業】

補助事業者：松江市

間接補助事業者：①豎町商店会

②(有)竹谷運送

【ハード事業】 豎町商店会（松江市）

- 松江駅からほど近い豎町商店会は、空き店舗が増加し、地域の魅力が低下していたため、若い世代や子育て世代など新たな来街者の呼び込みが必要となっていた。
- 豎町商店会にあった歴史ある古民家と蔵を活用し、飲食店、シェアオフィスなどを備えた複合商業施設「つむぎや」を整備することで、地域の賑わいを創出するとともに、空き店舗ツアーを実施することで、地域における新規創業の促進を図った。

事業実施前

課題

- 少子高齢化や後継者の不足などから空き店舗が増加。
- 地元の住民が利用しやすい食料品の販売店や飲食店、気軽に寛げる場がない。
- 個人事業者や創業希望者等のネットワークを形成するきっかけや、地元の住民が愛着の持てる拠点がない。

申請のきっかけ

- 前年度、近隣の商店街と連携し、商店街の魅力をYouTubeで配信する情報発信等を実施。エリアとしてまちづくりの機運醸成を図ってきた。
- 商店会の予算不足のため、かねてから連携していた松江市から情報提供があり、申請に至った。

事業内容

整備した施設の概要

古民家と蔵をリノベーションし、6つの機能を持つ複合拠点を整備

- 和食惣菜店、飲食店（そば屋兼バー）、チャレンジショップ用店舗、交流スペース、配信スタジオ、シェアオフィスを整備した。

事業実施にあたっての工夫

- クラウドファンディングやDIYイベントを実施することで、事業に共感する地元住民の参加を呼びかけた。
- YouTubeチャンネル等を開設し、施設の整備状況や、DIYイベント報告などを発信。市内の企業、県外者、出身者からの支援につなげた。

事業終了後

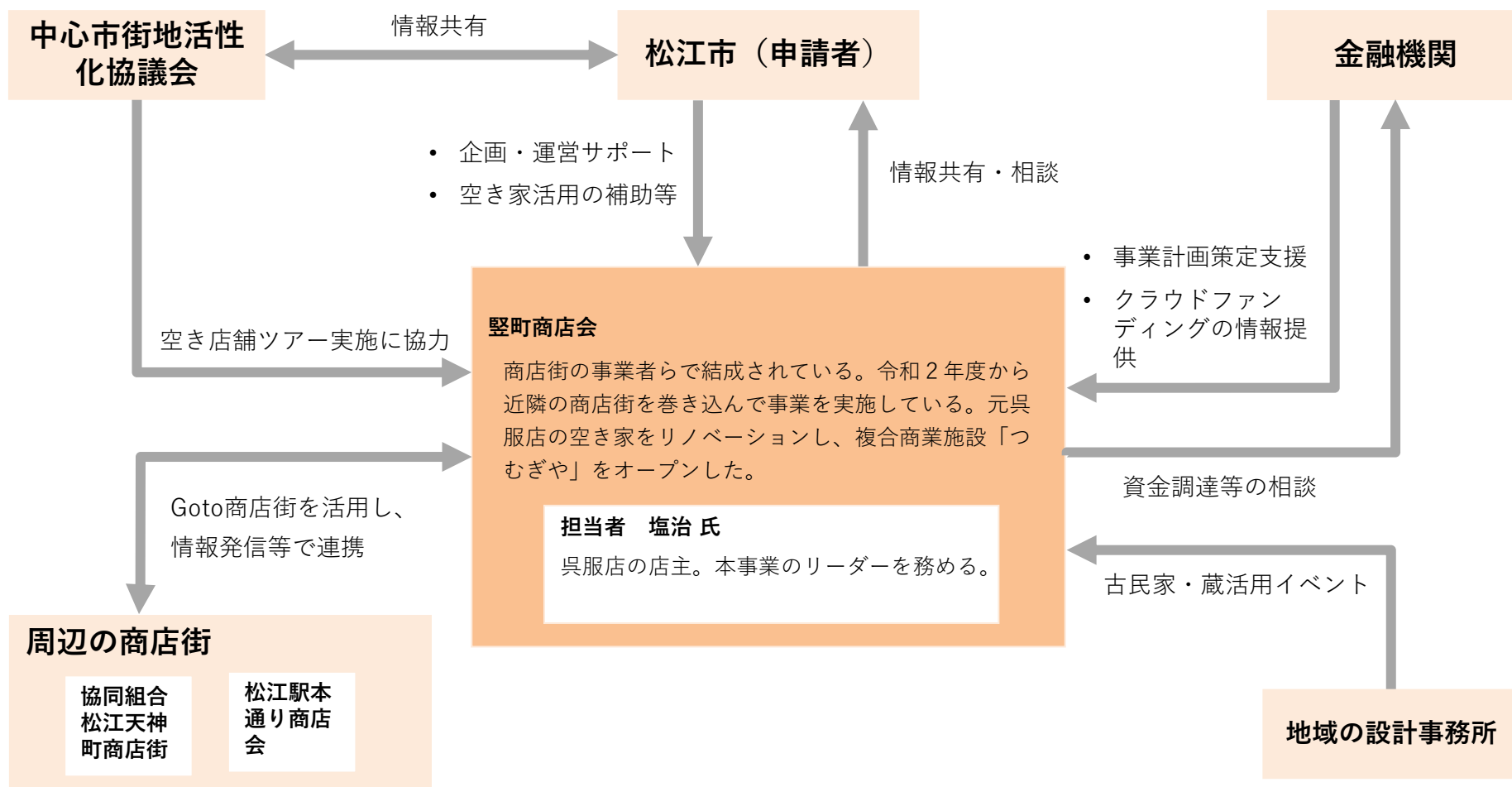
事業の成果

- 地域の住民ニーズを踏まえた惣菜店などの店舗を導入することで、これまで豎町商店会に来街する機会の少なかった若い世代や子育て世代などの来街者層が集まっている。
- 本事業をきっかけに、空き店舗の見学を実施したところ、地元の住民をはじめ、新規出店に関心を持つ約20組が参加するなど、新規創業の意識が高まっている。
- シェアオフィスにも、地域活性化に貢献しようという企業がすでに入居している。

【ハード事業】 豎町商店会（松江市）

- 松江市の中心市街地活性化計画等の中でも重要なエリア・事業として位置づけられているため、本事業で構築できたネットワークを活かして、エリア価値向上に向けた取り組みを進める。

事業実施体制



【ハード事業】 豎町商店会（松江市）

- 地域の住民ニーズを踏まえた店舗を導入することで、30～50代の来街者層が増加した。地域における新たな来街者層の増加により、空き店舗を活用する創業の希望が増えている。
- 今後は、複合商業施設（つむぎや）を起点とし、地域全体で新規創業が拡大していくよう、来店者のデータを活用しながら空き店舗ツアー等を実施する。観光客も呼び込み、地域の賑わい創出を図る。

関係機関との連携

- ・ 松江市は、豎町商店会付近を観光施策の重要なエリアと位置づけ、情報発信等を行っている。
- ・ 配信スタジオの備品調達にあたり、金融機関からの情報提供により、クラウドファンディングを実施し、目標金額に到達した。
- ・ 来街者の幅広いニーズにエリアとして対応するため、近隣の商店街と密に連携し、豎町商店会は地域住民向け、近隣商店街は観光客向けなど、提供する機能を役割分担している。

地域への波及効果

- ・ 新たな来街者層が増えた結果、商店街における空き店舗の活用について、問い合わせが増加している。

今後の展望

- ・ 今後は、入居テナント、シェアオフィス入居者、近隣の商店街等との定例会を実施する。来店者のデータなどを共有し、効果的なイベントの開催を図る。
- ・ 来店者のデータ分析等によって、地域のニーズを把握し、住民ニーズにあった空き店舗への出店等を促進する。
- ・ 本事業をモデルとして、近隣の商店街でも、人が集まることができる拠点を整備し、観光客をターゲットに、エリアとして人流を増やす。

事業前



古民家・蔵



複合商業施設「つむぎや」



交流スペース（手芸ワークショップ）



惣菜店

事業終了後

地域特産品を活用した誘客促進及び情報発信拠点の整備事業

【ハード事業】

補助事業者：米子市

間接補助事業者：①株式会社米子高島屋

②株式会社ジョイアーバン

③角盤町商店街振興組合

【ハード事業】株式会社米子高島屋、角盤町商店街振興組合、株式会社ジョイアーバン（米子市）

- 角盤町商店街の中心にある空き店舗を、地域の住民を惹きつけるキーテナントとするため、米子高島屋が物産館「フードスタジオカクバン」へとリノベーションした。
- 本事業をきっかけに商店街が一体となり、地域住民のニーズ把握やデータの分析等を行うことで、閑散としていた平日の昼間時間と休日に、新たな来街者層の呼び込みにつなげる。

事業実施前

課題

- 商店街にあったデパートが閉店したことにより、かつての賑わいが減少し、徐々に空き店舗が目立つようになった。
- 地域の住民を惹きつけ、気軽に立寄れる魅力ある施設や、商店街の情報を発信する拠点がなかった。

申請のきっかけ

- 平成30年に商店街の活性化を目的として県、市、観光協会、商工会議所、テレビ局、広告代理店、地元地権者による「角盤町にぎわい創出プロジェクト」を結成した。
- キーテナント整備のため、空き店舗を複合商業施設にリノベーションしようとしたところ、資金不足に直面した。

事業内容

整備した施設の概要

1. 空き店舗を複合施設にリノベーション
 - 特産品を核とした物産館と、商店街の魅力を発信するために情報発信拠点を設置した。
2. データ収集・分析体制の構築
 - Tカードを活用した、来店者の情報を分析した。

事業実施にあたっての工夫

- 商店街で、Tカードのデータを分析・活用する試みは全国初であり、Tカードの運営主体から連携・支援の協力を得た。
- 商店街の組合員に対し、Tカード導入の効果について、個別に説明した。組合員がTカードを導入することで、データ分析の基盤を構築することができた。

事業終了後

事業の成果

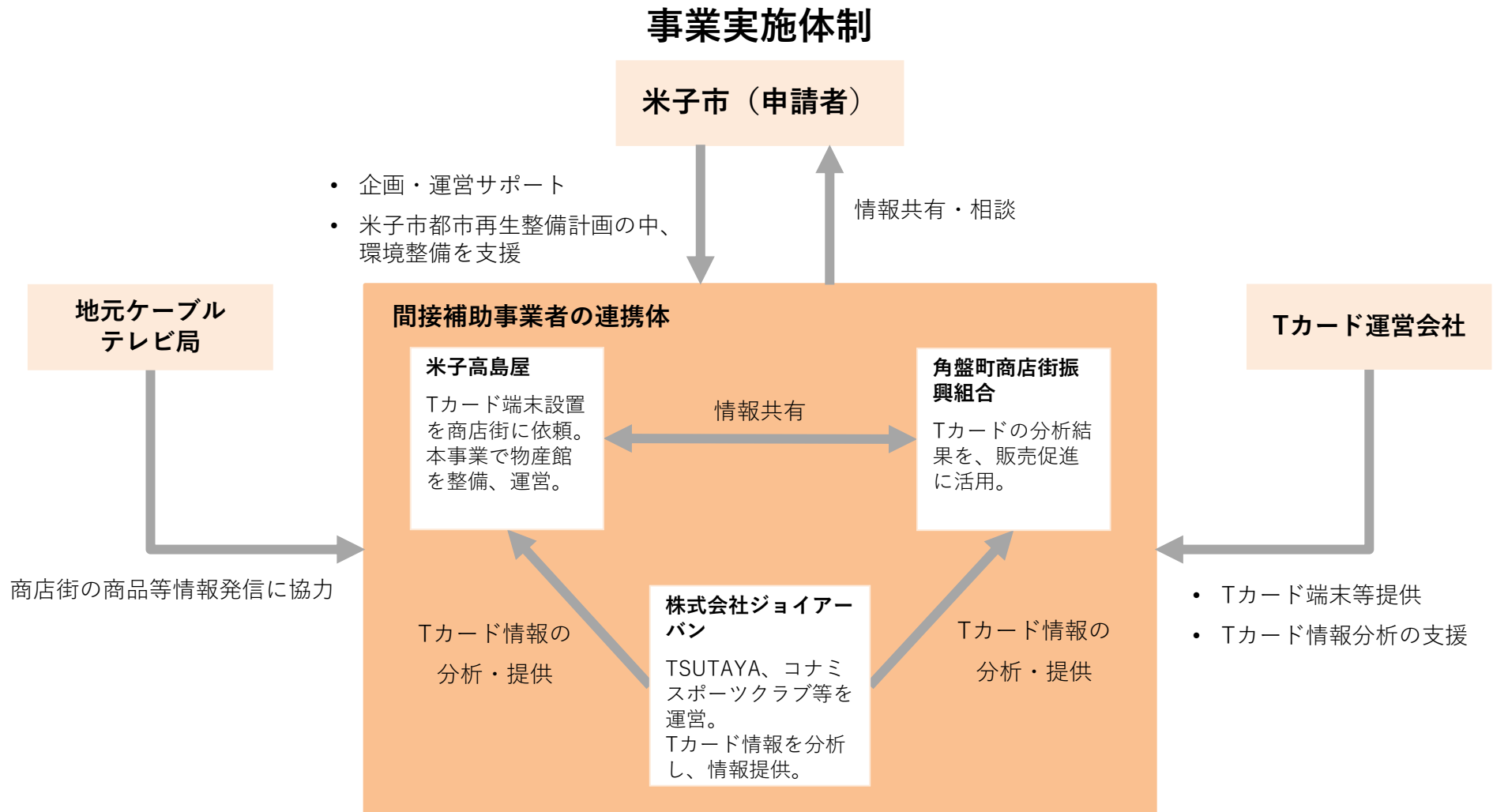
- 魅力的な地域特産品をそろえる物産館を整備したことで、30～40代の男性の来街者数が増加した。また、地域外から出張で来街するビジネスマン等が増加したことで、商店街が以前より活気づいている。
- 本事業をきっかけに、相互補完の関係にある商店街・米子高島屋・ジョイアーバンの3者の連携体制が構築されたことで、地域で消費者データを収集・分析し、継続的にPDCAサイクルを回す体制が整った。

成果の指標と実績（定量的成果）

- 商店街全体の店舗数（事業実施前：40店/事業終了後48店）
- 空き店舗数（事業実施前：10店/事業終了後4店）

【ハード事業】株式会社米子高島屋、角盤町商店街振興組合、株式会社ジョイアーバン（米子市）

- 米子高島屋を核として、飲食料品等の様々な専門業種で構成される商店街、スポーツクラブ等を運営するジョイアーバンの3者が連携することで、買い物だけでなく、地域住民が体を動かす場や、観光客の満足度が高まる機能を提供することで、エリアとしての魅力が高まっている。



【ハード事業】株式会社米子高島屋、角盤町商店街振興組合、株式会社ジョイアーバン（米子市）

- 本施設の整備により、地域の高齢者のみならず、地域内外から若い男性の来街者が増加した。商店街が一体となり、Tカードを導入することで、地域で面的なデータの収集・分析に取り組む。
- 今後は継続的に情報発信やイベント等を実施していくことで、より一層来街者数を増やすとともに、家族連れやカップル、観光客など幅広い世代・属性のニーズに対応した、歩いて楽しめる商店街を目指す。

関係機関との連携

- 米子市の都市再生整備計画にあわせて、商店街の美装化等、照明や街路の改修などの環境を整備するとともに、来街者が楽しめる商店街づくりを目指す。
- Tカード運営会社から、決済端末等の提供、来街者の属性データの分析支援の協力を得ることができた。

地域への波及効果

- 商店街エリアに本施設を整備し、来街者数が増加したことにより、本施設以外に4件の新規出店（地元ケーブルテレビ局、飲食店等）につながった。

今後の展望

- 今後、地元ケーブルテレビ局と連携し、商店街で扱っている商品の情報発信を行う。また、イベント等を実施していくことで、新たな来街者層を呼び込む。
- 一層来街者の情報（性別・年齢・住居等）を収集・分析し、効果的なイベント実施や、ニーズに沿ったテナント誘致につなげ、地域全体の魅力向上を図る。
- 商店街単独でなく、エリアとして活性化するために、米子市をはじめ県や観光関係者、金融機関等が集い、今後の取組について議論を進めていく。

事業前



整備前の空き店舗2店舗
(令和2年1月退店 以降空き店舗)



物産館「フードスタジオカクバン」

事業終了後



商店街周辺（物産館前の駐車場）
イベント時の様子