

地域コミュニティにおける商店街に 期待される新たな役割と支援のあり方

令和2年5月19日

地域経済産業グループ[°]

中小企業庁

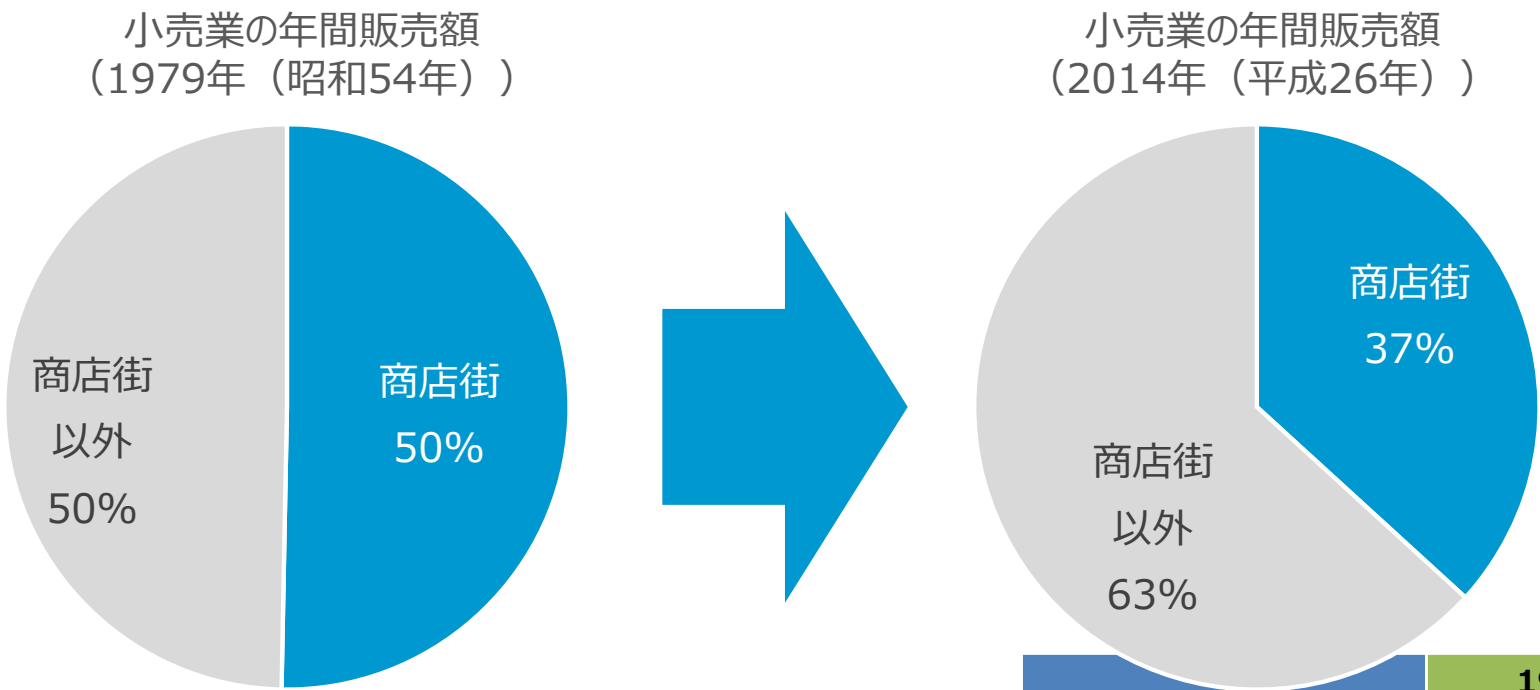
第2回及び第3回研究会における検討について

- 人口減少が進み、国内市場は縮小。住民向けサービスを担う行政機関の事務所や民間の事業所も減少する中、地域のコミュニティ機能の維持は大きな課題。
- コミュニティにおける日常生活のうち、買物を支える商業機能は、かつて、駅前等の中心市街地に所在する商店街（リアル）が担ってきた。
- 地方圏を中心として、人口減少に伴う需要の縮小に加え、郊外の大型店との競合、電子商取引（バーチャル）の普及等により、多くの商店街は衰退。
- 郊外の大型店の展開やネット通販の普及等により、商店街への商業機能に対する期待は相対的に低下している。一方、地域の住民やコミュニティは、身近なところでアクセスしやすい商店街に対し、高齢化・少子化、介護・医療に関連したサービスの提供などの商業機能以外の機能を担うことを期待している。
- IoT技術の発展等により、地方圏を含め、生活の利便性は高まっているものの、社会の閉塞感や個人の不安が拡がる中、国民の幸福度は低下。住民は、リアルな存在である商店街に対し、他者とのふれあいや交流の場の提供に期待する声もある。
- 本研究会では、地域の商業機能の担い手として中核的な役割を果たしてきた商店街に着目し、人口減少下において商店街が地域コミュニティを支える存在として期待される役割、新たな役割を担う商店街の自己変革の取組に対する効果的な支援のあり方について、御議論いただきたい。
- 第2回及び第3回研究会で集中的に御議論いただき、「地域コミュニティにおける商業機能の担い手である商店街に期待される新たな役割」（仮称）について、中間とりまとめを行うこととしたい。

1. 地域コミュニティにおける商店街の 位置づけ

地域住民に買物の場を提供してきた商店街

- 従来、地域住民に買物の場を提供してきたのは、主に商店街。
- 近年、小売全体の年間販売額に占める商店街の割合は減少傾向。買物の場としての商店街の位置づけは、徐々に低下してきている。



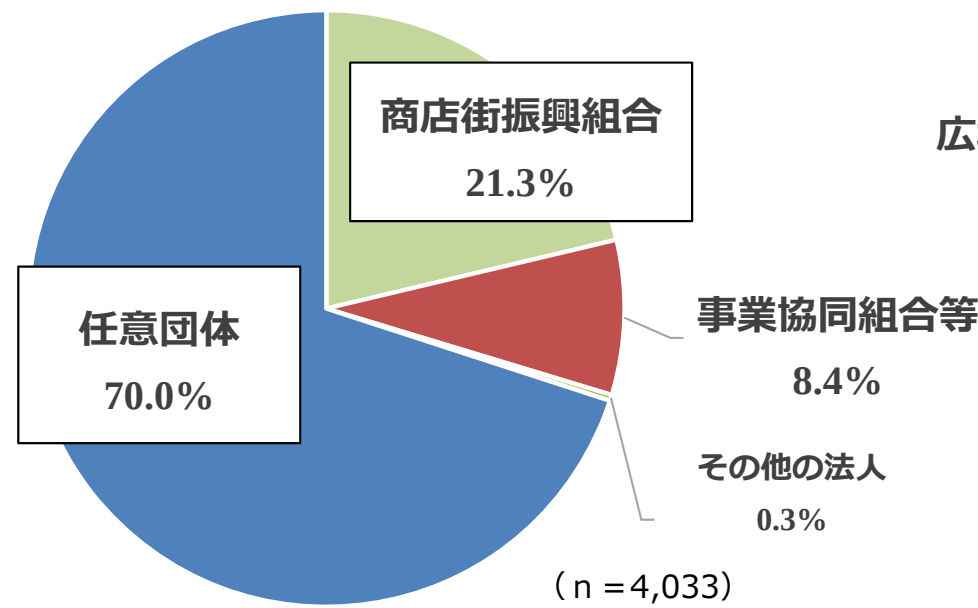
		1979年	2014年
年間販売額	小売全体	74兆円	122兆円
	うち商店街 (割合)	37兆円 (50%)	45兆円 (37%)
事業所数	小売全体	167万店	78万店
	うち商店街 (割合)	65万店 (39%)	28万店 (36%)
従業員数	小売全体	596万人	581万人
	うち商店街 (割合)	273万人 (46%)	215万人 (37%)

(出所) 商業統計 (立地環境特性別統計編) に基づき中小企業庁作成

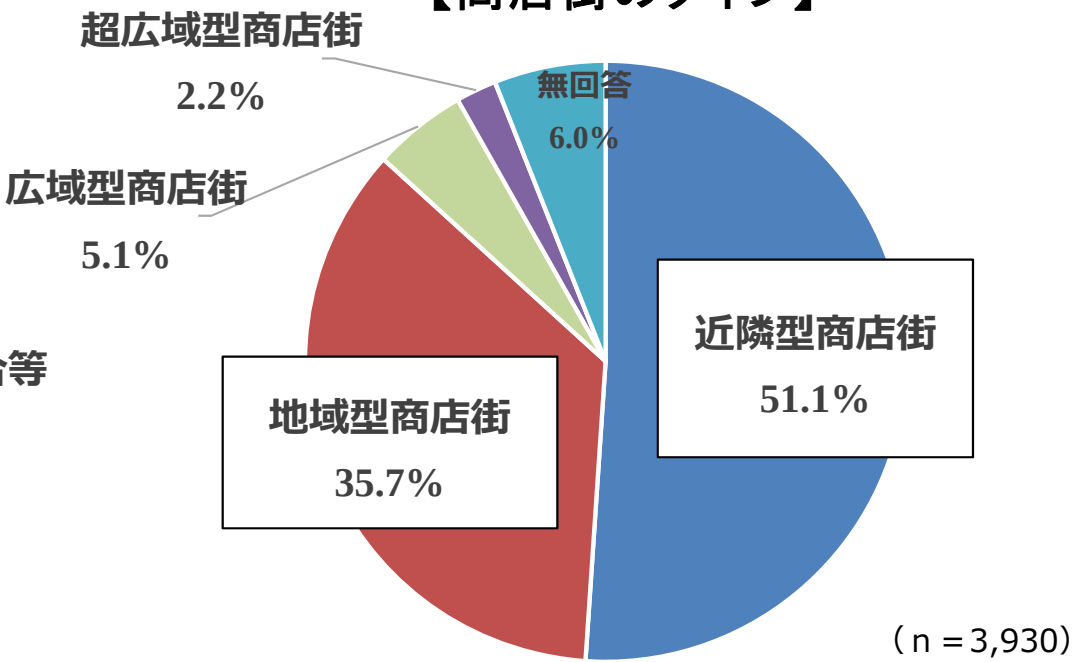
商店街の組織形態とタイプ

- 商店街の組織形態は、商店街振興組合と事業協同組合が約 3 割、任意団体が全体の7割。
- タイプ別では、小規模な近隣型・地域型商店街で全体の約 9 割を占める。

【商店街の組織形態】



【商店街のタイプ】



①近隣型商店街（町・村）	最寄品※中心の商店街で地元住民が日用品を徒歩又は自転車等により買い物を行う商店街
②地域型商店街（町・村）	最寄品及び買回り品※が混在する商店街で、近隣型商店街よりもやや広い範囲から来訪
③広域型商店街（中都市等）	百貨店、量販店等の大型店があり、最寄品より買回り品が多い商店街
④超広域型商店街（大都市等）	百貨店、量販店等の大型店があり、有名・高級専門店を中心に構成され、遠距離からも来街

※本調査では、商店街振興組合連合会も対象としており商店街振興組合の区分に含めている。

※中小基調の団体の組織に関する法律（昭和32年法律第185号）第3条に規定する事業協同組合等の中小企業団体を指す。
具体的には、協同組合、共同小組合、信用協同組合、信用協同組合、信用組合、企業組合、協業組合、商工組合、商業組合、工業組合が該当する。

※最寄品：消費者が頻繁に手軽にほとんど比較しないで購入する物品。加工食品、家庭雑貨など

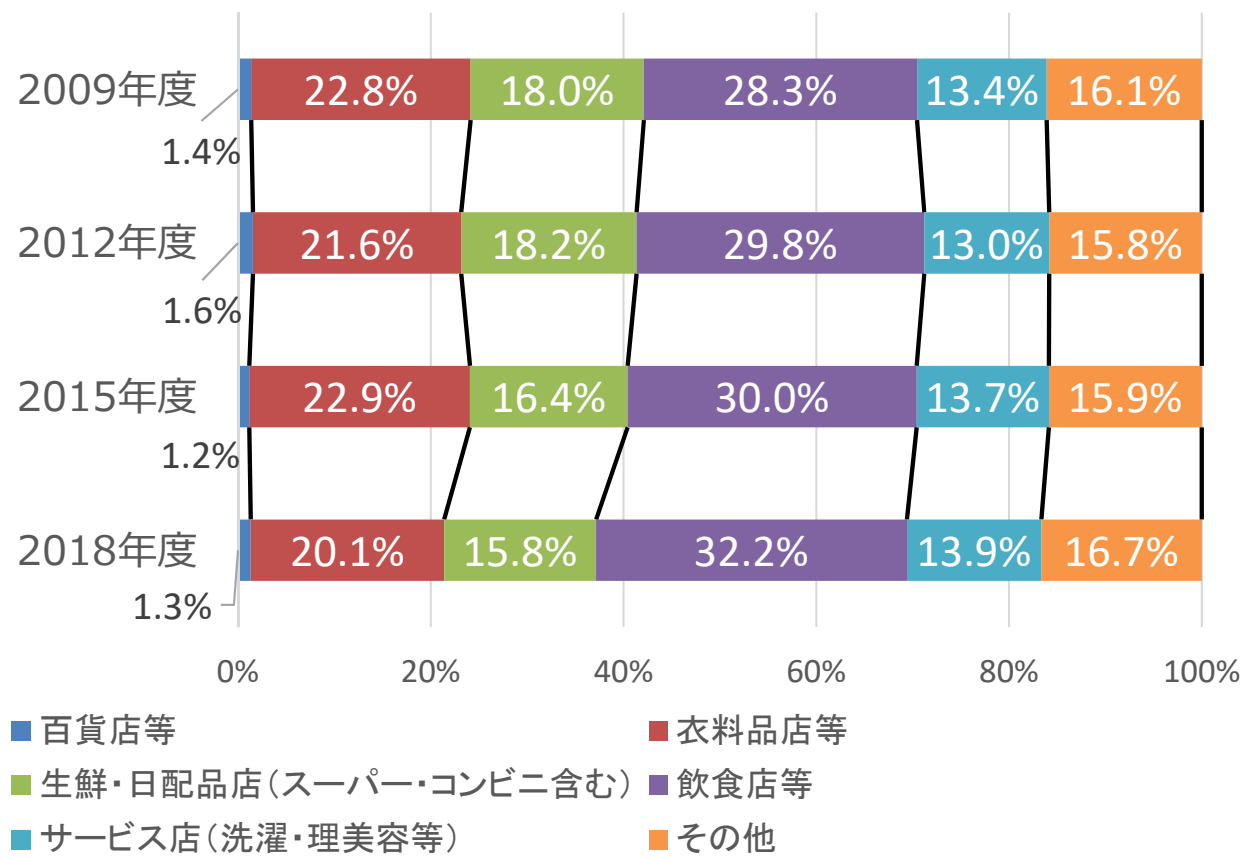
※買回り品：消費者が2つ以上の店を回って比べて購入する商品。ファッション関連、家具、家電など

（出所）平成30年度商店街実態調査（中小企業庁）

商店街における飲食店等の割合

- 商店街の業種構成の変化についてみると、衣料品店や生鮮・日配品店のシェアは減少傾向にある一方、飲食店のシェアは増加傾向にある。
- ただし、商店街の飲食店の数（推計）自体は、減少していると見られる。

商店街の業種構成の変化



商店街の事業所数の推移

(単位：事業所)

	2007年	2014年	変化率
小売業事業所数	1,137,859	775,196	▲31.9%
うち商店街	427,463	279,981	▲34.5%
飲食店事業所数	673,458	619,711	▲8.0%
うち商店街	286,664	207,394	▲27.7%

(参考)

- 小売業事業所数・飲食店事業所数は、各年経済センサス基礎調査による。
- 商店街の小売業事業所数は、各年商業統計調査による。
- 商店街の飲食店事業所数は、各年度商店街実態調査における商店街内の小売業事業所・飲食店事業所のシェアに基づく中小企業庁推計結果による。

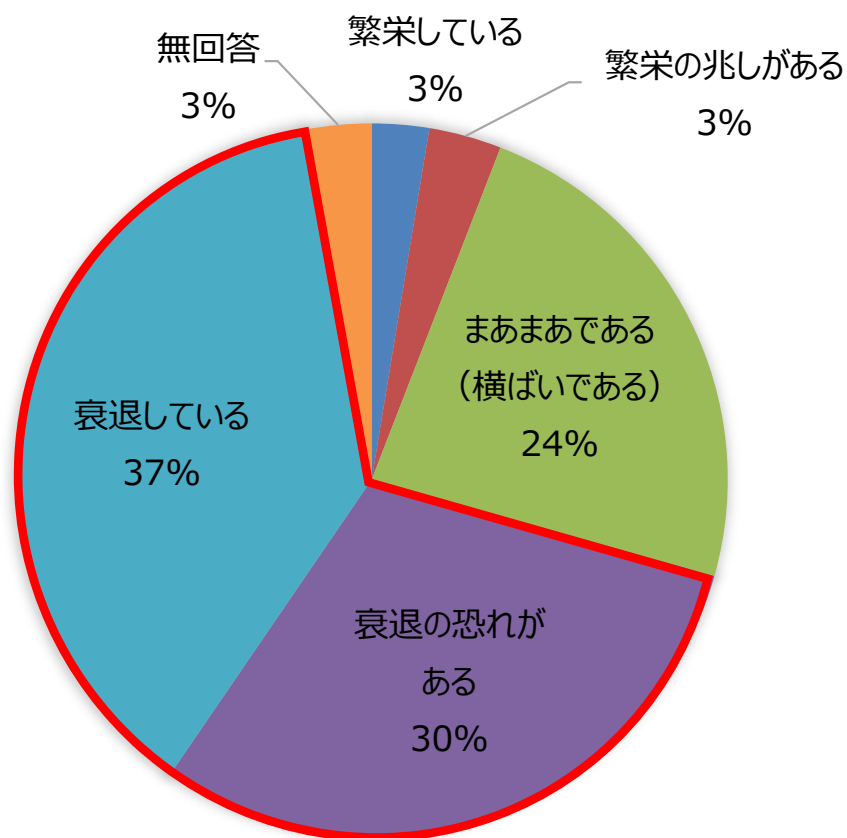
(出所) 各年度商店街実態調査に基づき中小企業庁作成

商店街は全体として衰退傾向にあるが、繁栄の兆しも見えつつある

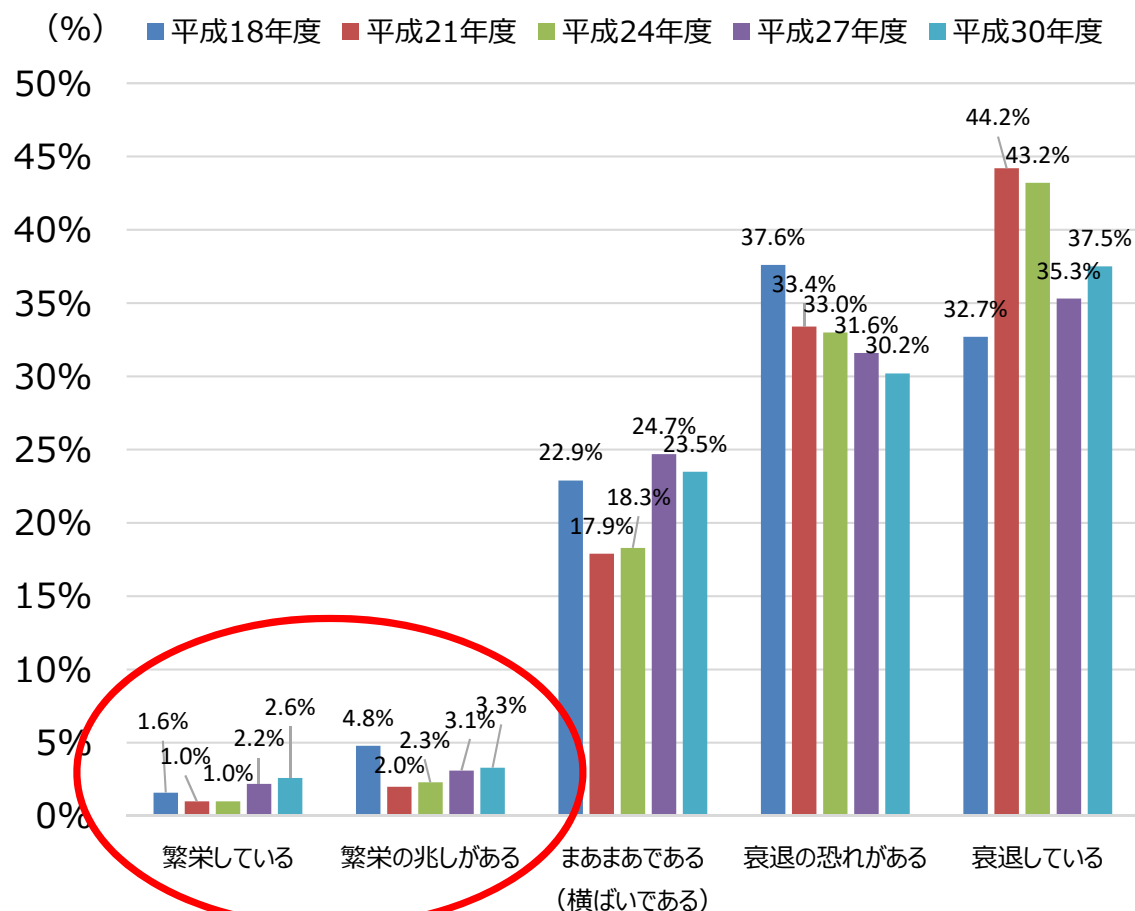
- 商店街の足下の景況は、総じて厳しい（7割弱が「衰退している」又は「衰退の恐れがある」と回答）。
- 一方、直近では、「繁栄している」又は「繁栄の兆しがある」とする回答も、わずかながら増えつつある。

商店街の最近の景況（平成30年度）

(n=4,033)



商店街の最近の景況（年度ごとの推移）



2. 地域コミュニティにおける商店街に 対するニーズの変化

住民の地域課題に対する認識／課題解決の担い手（アンケート調査の結果）

- **住民は、「商店街や中心市街地等の衰退」、「生活必需品・サービスを扱う店舗の減少」といった商業機能に関する課題に加え、「交通インフラの脆弱化」、「医療・介護施設の不足」、「高齢者支援(見守り等)の不足」、「保育機能の不足」等の生活関連や働き方支援サービスに関する課題も重視。**
- 課題解決に当たり中心的な役割を担う者としては、「**地方自治体**」、「**地域内の小規模事業者**」、「**公的支援機関（商工会・商工会議所等）**」に対する期待が大きい。
- **人口密度が低い地域では、「地方自治体」よりも、「地域内の小規模事業者」、「公的支援機関（商工会・商工会議所等）」といった、民間の主体に対する期待の方が大きい。**

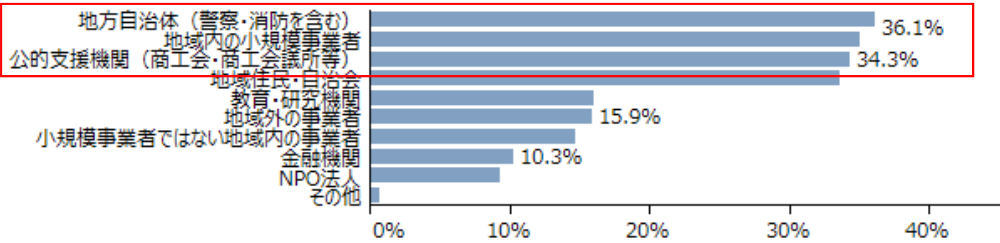
事業者、住民別の地域課題に対する認識

	事業者	住民
1位	商店街や中心市街地等の衰退（31.5%）	商店街や中心市街地等の衰退（24.1%）
2位	働き手の不足（24.6%）	働く場所の不足（13.4%）
3位	地場産業の衰退・不在（18.2%）	交通インフラの脆弱化（11.5%）
4位	働く場所の不足（6.1%）	働き手の不足（10.4%）
5位	観光資源の不足（4.2%）	医療・介護施設の不足（7.0%）
6位	生活必需品・サービスを扱う店舗の減少（3.3%）	生活必需品・サービスを扱う店舗の減少（5.8%）
7位	交通インフラの脆弱化（3.1%）	地場産業の衰退・不在（5.5%）
8位	祭りや伝統行事・イベントの減少（2.0%）	高齢者支援（見守り等）の不足（4.5%）
9位	その他（1.8%）	保育機能の不足（3.3%）
10位	親睦・交流行事の減少（1.3%）	観光資源の不足（3.2%）

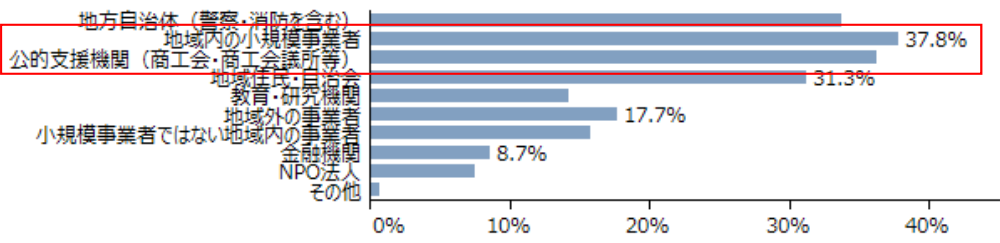
資料：みずほ情報総研（株）「地域における小規模事業者の事業活動等に関する調査」、みずほ情報総研（株）「普段の生活と地域とのかかわりに関するアンケート」
(注)1.回答数（n）は以下のとおり。事業者：n=4,655、住民：n=3,491。
2.事業者において、「地域課題はない」と回答した者（n=424）は除いている。
3.住民において、「地域課題はない」と回答した者（n=509）は除いている。
(出所) 小規模企業白書に基づき中小企業庁作成

地域課題の解決に当たり、中心的な役割を担うことが期待される者

①全体の集計



②人口密度区分1のみの集計

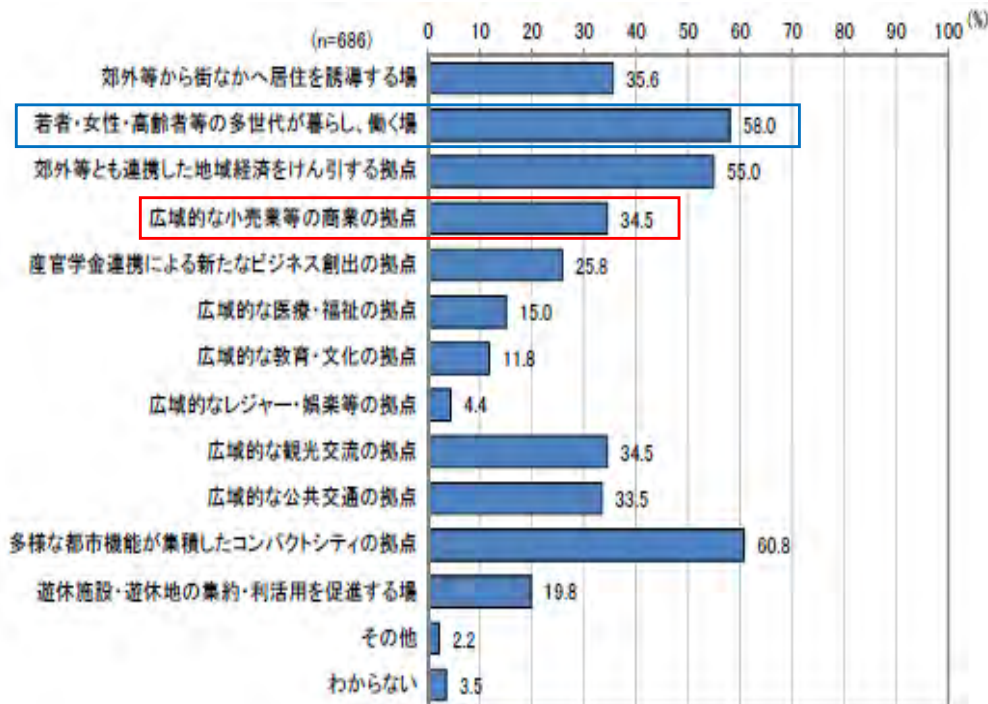


資料：みずほ情報総研（株）「普段の生活と地域とのかかわりに関するアンケート」
(注)1.①の回答数（n）は、n=3,491。
2.人口密度区分とは、人口密度の四分位で各市区町村を4つの区分（人口密度が小さいものから、区分1～区分4）に分けたもの。
3.②の回答数（n）は、n=796。
4.複数回答のため、合計は必ずしも100%にはならない。

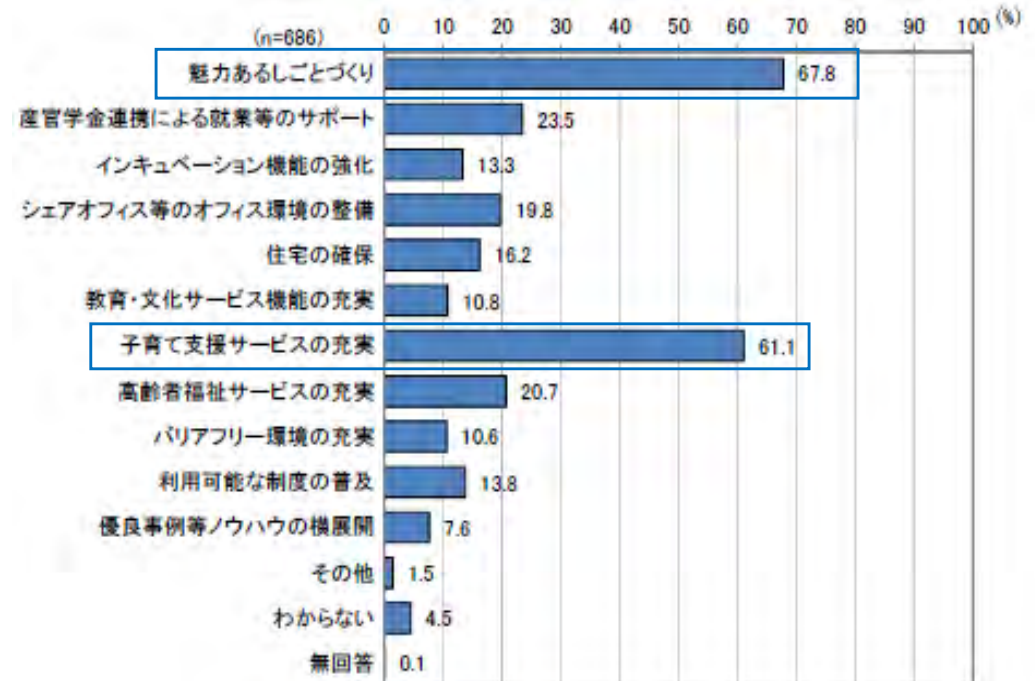
商店街を含む中心市街地に対する地方公共団体の期待（アンケート調査の結果）

- 地方公共団体は、商店街を含む中心市街地に対し、コンパクトシティの拠点等のほか、「若者・女性・高齢者等の多世代が暮らし、働く場」としての役割を期待している。一方、「小売業等の拠点」としての役割は、それほど期待されていない。
- 商店街を含む中心市街地が、「多世代が暮らし、働く場」となるために必要なこととしては、「魅力あるしごとづくり」、「子育て支援サービスの充実」が指摘されている。

今後の中心市街地に期待される役割等について



若者・女性・高齢者等の多世代が暮らし、働く場としての中心市街地の再生に向けて必要と思われること



3. 地域コミュニティのニーズに応える 商店街のあり方

住民目線で見た商店街の強み・弱み

- 地域住民にとって、商店街は、郊外大型店等と比べて商業機能としての評価は必ずしも高くないところも多いのではないか。
- 一方、「きめ細かなサービス」や「人とのふれあい」が提供される、気軽にアクセス可能なリアルな場としての評価が再認識されつつあるのではないかな。

住民目線で見た商店街の強み・弱み

強み	弱み
・ 駅前や観光資源の近くに立地 ・ 気軽にアクセスできる「リアル」な交流が得られる場（きめ細かなサービス、人とのふれあい等） ・ 充実した社会インフラ（歴史的に集中投資されてきた経緯） ・ 地域に根差した生活・文化の象徴、地域毎の特色	・ 価格 ・ 商品のラインナップ ・ 駐車場 ・ 空き店舗

工夫次第では強みを活かすことができるのではないかな

<例>

- ・ 高齢者が増加する中で、車を運転しないでも歩いて日常的な買物ができる場を提供する。
- ・ コミュニティの中心に位置する優位性を活かし、住民同士のコミュニケーションの場となり、あるいは、介護や医療に関連するサービスを利便性高く提供する。
- ・ 空き店舗等の遊休ストックを活かし、若年者・女性による起業、副業・複業などの動きを捉え、身近かつ低廉な創業の場を提供する 等

住民のニーズや外部環境の変化に対応する商店街の特徴

- 住民のニーズや社会的な変化に正面から向き合い、積極的なアクションを起こしている商店街では、来街者が増加し、結果として、商店街全体の売上げ増にも繋がっている事例がある。

社会的な変化

- 自動車の運転が困難な高齢者の増加
- 共働き世帯の増加、働き方改革の進展
- 創業希望者・副業/兼業・フリーランスの増加
- 環境意識の高まり
- 外国人観光客の増加



商店街での対応（例）

- 医療施設・住居も商店街内に整備し、商店街を歩いて事足りる街に再整備（高松丸亀町商店街など）
- 商店街内に保育園を誘致（基山モール商店街など）
- 空き店舗をシェアオフィス・シェアキッチン・コワーキングスペースとして活用（沖縄市一番街商店街など）、商店街内にIT企業を誘致（油津商店街など）
- 商店街として「SDGs宣言」を行い、飲食店等と協力したフードロスの削減、アーケード照明への再生可能エネルギーの活用等に取り組む（魚町商店街振興組合など）
- 著名な観光名所へのアクセスが良い立地を活かして観光客向けのゲストハウスを整備（円頓寺商店街など）

地域コミュニティや住民の目線に立った商店街のあり方①

- 商店街の商業機能が相対的に低下した結果、全国的にシャッター街が増加。空き店舗の増加は、地域コミュニティや住民のニーズに的確に応えてこれなかったことの結果でもある。
- 一方、地域コミュニティや住民のニーズは変化。社会課題への対応やコミュニティの生活支援といった機能・役割を望む声が大きくなっている。
- 近年では、全国各地で、若年者が希望する就業機会(IT企業誘致)や、高齢者からニーズのある医療・介護関連の機能を提供するなど、住民のニーズに対応した取組事例も見られる。

あぶらつ

油津商店街（宮崎県日南市）

- ・若年者の働く場作りや消費人口拡大のため、IT企業（システム開発）のサテライトオフィス等を空き店舗に誘致（SNS広告、ゲーム制作等の8社）。
- ・空き地・空き店舗での飲食・物販店舗など、若年者の出店・創業を支援。
- ・保育園・子育て支援施設建設を商店街内に整備し、IT企業等での子育て世代の雇用も獲得。



（出所）各商店街等ヒアリング結果に基づき中小企業庁作成

高松丸亀町商店街（香川県高松市）

- ・地権者が共同出資会社を設立し、土地を借り上げ。再開発した建物の運営を「まちづくり会社」に委託し、エリア一体のマネジメントで土地を有効活用（所有と経営の分離）。
- ・「車に依存しない、歩いて事足る街」をコンセプトに、商業・医療・住居（マンション）が一体となった複合施設では、在宅医療等を提供し、高齢化社会に対応。

【取組の成果】

（平成21年 → 平成30年）

＜商店街の売上高＞

134億円 → 156億円に増加

＜1日あたり来街者数＞

1.5万人 → 1.6万人に増加



（出所）各商店街等ヒアリング結果に基づき中小企業庁作成

地域コミュニティや住民の目線に立った商店街のあり方②

- 保育ニーズの高まりに着目し、駅前という立地の良さを活かして、保育園を誘致し、子育て世代を取り込む、あるいは、創業希望者の増加を踏まえ、商店街で創業支援・IT人材育成等を実施し、若年層の取り込みを図る事例などが見られる。

きやま きやま 基山モール商店街（佐賀県基山町）

- ・福岡県の主要都市（博多や久留米）までのアクセスが良いJR基山駅徒歩1分の立地を活かし、保育ニーズの高まりによって広い場所への移転を検討していた近隣の保育園を商店街内に誘致（基山町役場とも連携。商店街は、保育園に使えるように空き店舗を改修）。
- ・園児の保護者に商店街で使える割引券等を配布し、お迎えにきた保護者に商店街内での買物を促すことにより、商店街の歩行者通行量は24%増加。



ちびはる保育園



落書きイベントの様子

（出所）各商店街等ヒアリング結果に基づき中小企業庁作成

沖縄市一番街商店街（沖縄県沖縄市）

- ・沖縄市が空き店舗を借り上げ、平成28年から創業支援拠点Lagoonを運営。中国にて留学・ビジネスを15年経験した地元出身起業家と、海外経験豊富なスタッフ陣によるマネジメントのもと、創業相談窓口、ICT人材育成、先端ものづくり人材育成を実施。
- ・事業開始4年間で、商店街への来街客層が変化(50代→20、30代)。毎日のようにLagoonで実施される創業イベント等が若者を誘引し、飲食店を中心に、商店街エリア周辺へ170店舗が新規出店。



創業希望者の相談対応



プログラミングスクールの開催



3Dプリンターの貸し出し

（出所）各商店街等ヒアリング結果に基づき中小企業庁作成

地域コミュニティや住民の目線に立った商店街のあり方③

- 環境意識の高まりに着目し、商店街として「SDGs」宣言を行う取組や、外国人観光客の増加を踏まえ、著名な観光名所へのアクセスが良い立地を活かし、ゲストハウスを整備する取組事例も見られる。

うおまち

魚町商店街振興組合（福岡県北九州市）

- ・商店街として「SDGs宣言」を行い、飲食店等と協力したフードロスの削減、規格外野菜の販売等の地産地消の推進、太陽光パネルを設置したアーケードによるLED照明への再生可能エネルギーの活用、公共交通機関を利用した来店の促進等に取組。
- ・SDGs達成に資する優れた取組を行っている企業・団体等を表彰する「第3回ジャパンSDGsアワード」（令和元年12月）でSDGs推進本部長（内閣総理大臣）賞を受賞。



北九州市の「残しま宣言」運動に協力 商店街が一体となってSDGs達成に向けて取組

（出所）外務省ホームページ、北九州市ホームページに基づき中小企業庁作成

えんどうじ

円頓寺商店街（愛知県名古屋市）

- ・外国人観光客の増加を踏まえ、JR名古屋駅と名古屋城のちょうど中間にある立地を活かして商店街内に観光客向けのゲストハウスを整備（閉店した老舗喫茶店2階をリニューアル）。
- ・再オープンした1階の老舗喫茶店では、外国人観光客と地域住民の交流が生まれ、国際的な雰囲気から若年層の集客にも繋がり、ゲストハウス整備後4年で商店街全体の売上高が50%増加。



商店街の様子



リニューアルした老舗喫茶店 1 階

（出所）各商店街等ヒアリング結果に基づき中小企業庁作成

4. 地域コミュニティにおける商店街に 期待される新たな役割と支援のあり方

これまでの商店街・中心市街地政策

- 経済産業省が取り組んできた、これまでの商店街・中心市街地政策は、**商業機能を回復し、高めるための政策が中心**（KPI：売上高、歩行者通行量等）。
- 商店街の売上増加を通じた経済活性化への寄与を重視した結果、商店街における商業機能の向上に支援が集中。地域のニーズが「買物の場」から「多世代が共に暮らし、働く場」に変化がみられる中、**地域や住民のニーズを意識した施策アプローチが、必ずしも十分でなかった可能性**。

外部環境変化

- ・ 高速道路の整備
モータリゼーションの進展
- ・ 日米構造協議
大型小売店立地規制緩和
- ・ 人口減少・高齢化の進展
・ ライフスタイルの変化
・ 大型店の立地が加速
- ・ インターネット通販の拡大
・ 郊外への住宅地の拡散
・ 中心地への交通ネットワークが不十分
民間投資の不足、空き家・空き店舗の増加
- ・ 訪日外国人の増加
・ スマート技術の進歩
・ 働き方の多様化
(兼業・副業・テレワーク等)

・ 商店街の衰退が進展

S48

H10

H18

H21

H26

R1

中心市街地政策

● 旧・大店法の商業調整による地域商店街の保護

● 中活法を制定し、市街地整備と商業活性化を一体的に推進

● 大店立地規制の緩和
➢ 商業調整による大店立地規制を廃止。

● 支援地域の選択と集中
➢ 総理大臣認定を受けた市町村の計画に、各省支援を重点投下。

● 大店立地規制の強化
➢ 郊外における1万㎡超の大店立地を原則規制。

● 意欲ある地域の民間投資喚起
➢ 住民・地方公共団体の強いコミットメントある波及効果の高い民間事業を集中支援。

● コンパクトシティ化の強化
➢ 商機能を含む都市機能や居住の誘導区域を設定し、域外の立地は届出。

商店街政策

● ハード整備、イベント実施の支援が中心（～H26年）
➢ ①アーケード造成、街路灯等の商環境整備、②地域コミュニティ・買物機能を高めるための施設整備、③商店街活性化のためのイベント実施を重点的に支援。

課題を踏まえ
方針変更

● 全国モデルとなる施設整備に限定（H27-）
➢ 少子・高齢化、外国人対応等の分野のモデル事業を支援

● インバウンド等の新たな需要対応を支援（R1～）

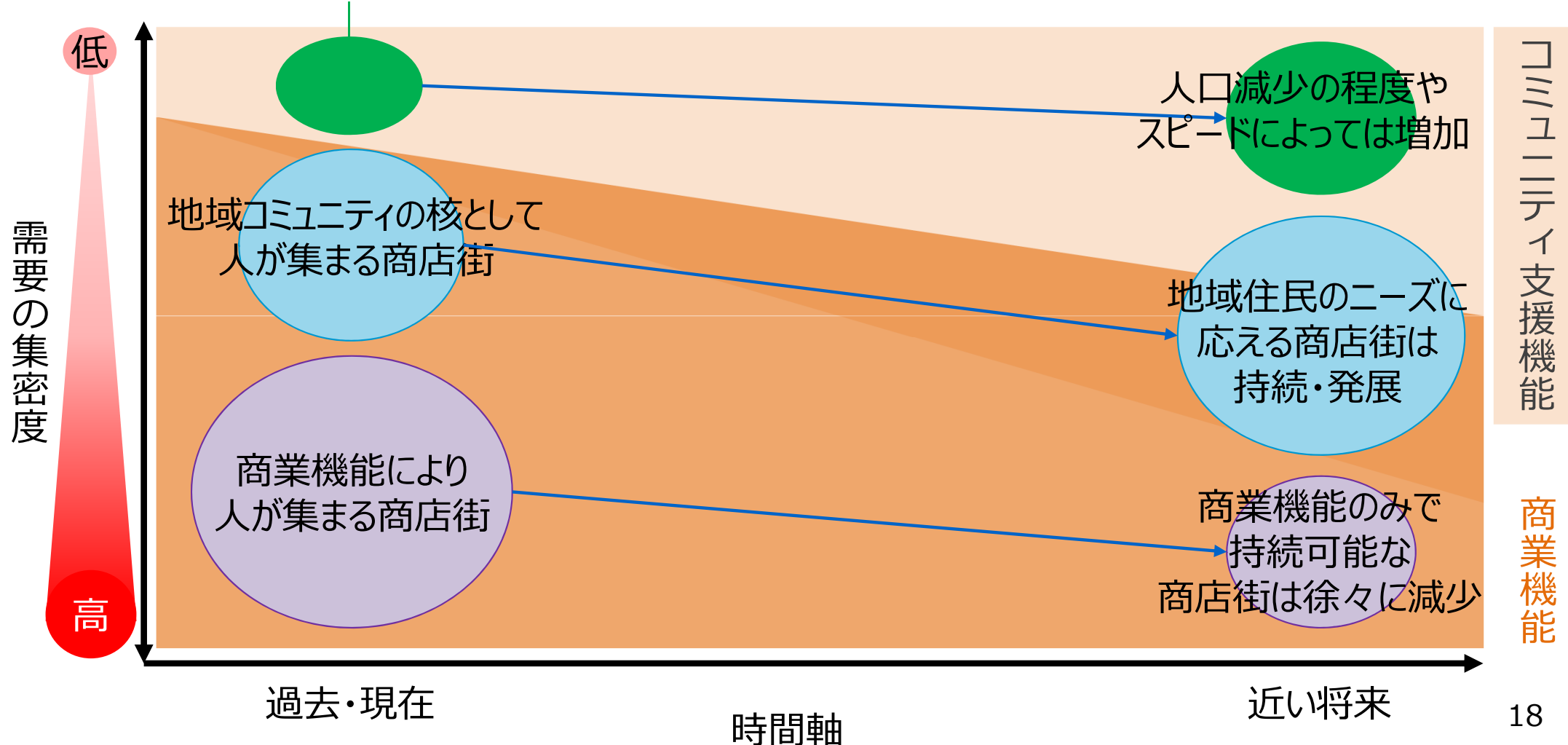
● 商店街の将来ビジョン作成支援
➢ 将来ビジョンに向けた内発的なPDCA導入を支援

● 地域商店街活性化法の制定、全国商店街支援センター設立（H21-）
➢ 商店街の地域コミュニティの担い手としての役割を強化

商店街における商業機能とコミュニティ支援機能の関係【イメージ】

- 人口減少・少子高齢化の進展により、商店街への商業機能に対する期待は相対的に低下。
- 商店街が有するリアルな場としての強みを発揮し、商業機能のみならず、地域の住民・利用者の目線に立った多様なニーズに応える（コミュニティ支援機能を備える）ことによって地域コミュニティにとって必要な存在であり続けるべく、変革が求められているのではないか。

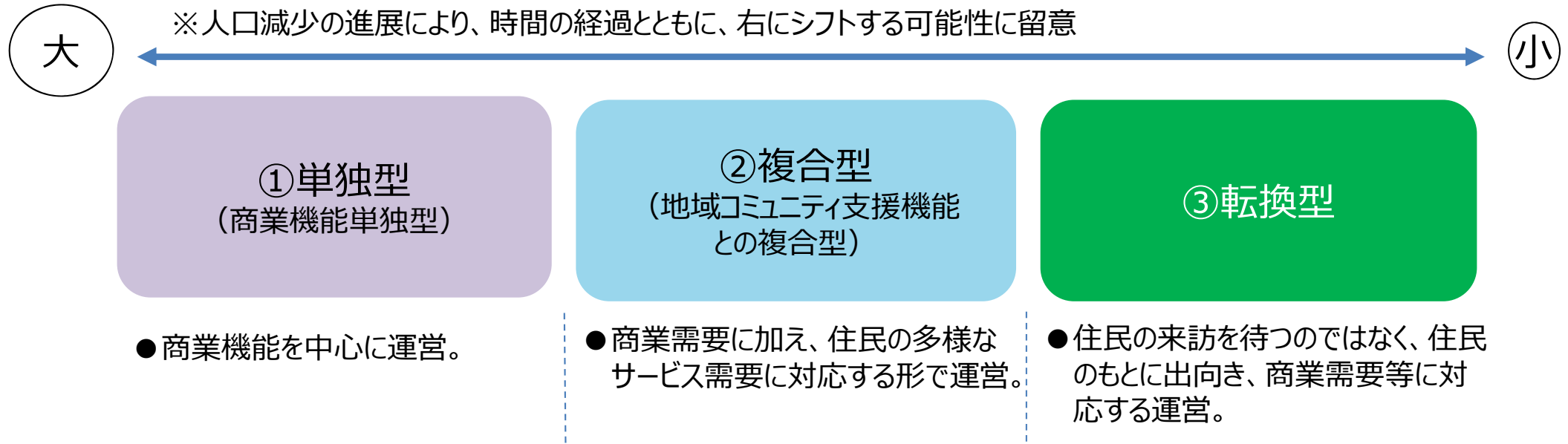
人が集まらず、移動販売等により、住民に商業機能を提供する商店街・小売店



地域コミュニティにおける商店街の類型

- 人口減少の進展等の地域の実情は様々であるため、それぞれのコミュニティにおいて商店街の置かれた状況に合わせた対応が必要ではないか。
- 例えば、地域の実情を踏まえつつ、商店街は、「①（商業機能）単独型」、「②（地域コミュニティ支援機能との）複合型」、「③転換型」に分類できるのではないか。

「場」として提供する商業機能の程度



単独型／複合型の取組例

- 単独型では、利用者の利便性向上を通じて、来街者の増加につなげた事例あり。
- 複合型では、生活圏の近くに立地する強みを活かして、商業機能以外の住民ニーズ（子育て支援・高齢者見守り等）に対応し、成果をあげた事例あり。
- これまでの商店街・中心市街地政策では、必ずしも、それぞれの種類の違いを意識した施策になっていなかったのではないか。効果的・効率的な支援のあり方も、それぞれの類型で異なるのではないか。

①単独型

こうふくじ

洪福寺松原商店街（神奈川県横浜市）

- 洪福寺松原商店街は「ハマのアメ横」と呼ばれ、安売りを特徴に発展し活気に満ちていたが、近隣に大型商業施設やスーパーマーケットが増え始め、一時は来客数が激減。
- そこで、商店街全体をスーパーに見立てて、駐車場にショッピングカートを導入し、商店街のセール品をまとめたチラシを作成。買いだめ目的や遠方からの来街、重い荷物を持たない高齢者に好評で、年間来街者が36万人増加。



（出所）各商店街等ヒアリング結果に基づき中小企業庁作成

②複合型

しわちよう

協同組合紫波町ポイントカード会（岩手県紫波町）

しわちよう

- 紫波町は盛岡市のベッドタウンとして世帯数が増加傾向にあるが、駅前開発等の影響で商店街への来街者は減少。
- 町民意識調査で地域支援・高齢者福祉の満足度が低いことに着目し、ポイントカードに子育て支援や高齢者見守り機能を新たに付与することにより、事業実施前と比較して商店街の歩行者通行量は約2倍に増加、加盟店舗の売上高は11%増加。



一定期間ポイントカードの利用がない高齢者をアラート表示し、安否確認を実施



小学生が登下校時にカードを端末にかざすと保護者にメール通知が届く

（出所）各商店街等ヒアリング結果に基づき中小企業庁作成

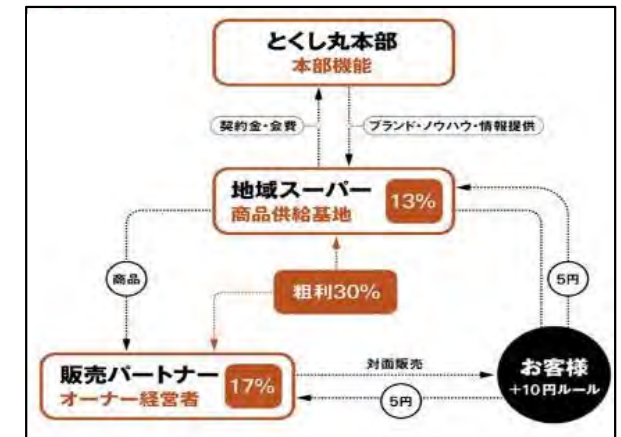
転換型の取組例

- 買物難民が生じている一部の地域では、移動販売事業者と商店街・小売店が連携し、買物難民を支援するビジネスモデルを構築している事例がある。
- 転換型は、従来型の商店街政策の射程には含まれない類型であるが、来訪する住民に物販やサービスの提供を行う「場」としての商店街の役割を見直し、商店街が住民に商品やサービスを届ける拠点となるような取組も、地域コミュニティの持続性確保のためには重要ではないか。

買い物難民を支援する「移動スーパーとくし丸」

「+10円ルール」により、持続可能なビジネスモデルを構築し、人口減少が著しい過疎地域の商業機能維持に貢献

- 「販売代行」として地元スーパーと提携することにより、追加的な仕入れを発生させない仕組み。余った商品は夕方にスーパーに返却することで、廃棄ロスも発生しない。
- 「販売代行」という特性から、地元スーパーの売上増加にも貢献。零細スーパーでは、売上の20%がとくし丸によるというケースもある。
- 店頭価格に10円をプラスすることで生じる利益を、販売パートナーと地元スーパーに還元する。この「+10円ルール」により、消費者に少額の負担を求めることで、持続可能なビジネスモデルを構築。
- ゼンリンの住宅地図を使い、事前に詳細な需要調査を行う。1件1件訪問し、買い物の困りごとをヒアリング。
- とくし丸は、2012年の設立から、現在では全国46都道府県で活動中。補助金に頼ることなく、稼働台数は毎年増加。



商店街の置かれた状況に合わせた対応

- まずは、それぞれの商店街が自らの置かれた状況を客観的に把握することが必要ではないか。
- その上で、商店街として、どのような形でコミュニティに貢献するのか、住民のニーズを踏まえつつ、目指すべき方向性を検討し、それに沿った取組を進めることが求められるのではないか。

商店街類型別の課題と対応の方向性

①単独型

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。

課題と
対応の
方向性

- 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。

②複合型

- 生活圏の近くに立地し、地域住民のアクセスが容易。

- 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。

③転換型

- 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。

- 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。

地方公共団体（都道府県及び市区町村）の役割

- 商店街が、様々な社会課題への対応機能を担うことは、地域住民の暮らしを支える地方公共団体にとっても有益ではないか。
- 地方公共団体は、商業機能を通じて地域コミュニティを支える商店街や小売事業者への支援に、一層の役割を果たすべきではないか。
- 国は、広域的な視点、経済社会全体の大きな変化への対応等の観点から、地方公共団体と協調していくことが必要ではないか。

名古屋市の例（2018年度）

- 名古屋市では、商店街の空き店舗に、地域にとって魅力ある店舗をオープンさせることを目指し、事業プランを作成するワークショップ「商店街オープン」を開催。
- 商店街関係者だけでなく、建築士、デザイナー、学生、まちづくりの専門家など外部人材を交えることで、商店街活性化の“チーム”づくりを実現。



（出所）名古屋市資料に基づき中小企業庁作成

鹿児島県の例（2019年度）

- 鹿児島県では、商店街の将来ビジョンの作成支援を実施。
- 商店街構成員を中心に多様な関係者が意見を出し合い、人口動態や住民アンケート結果等のデータを踏まえた新たな商店街ビジョンの作成を実現。

枕崎のイメージである「鰹（かつお）」をキーワードに事業を検討し、枕崎ならではの個性を印象づけるべき。

枕崎市は、市町村別総人口に占める外国人の割合が鹿児島県内で1位であることから外国人が真に住みやすい街を目指すべき。

「船人めし普及推進」の取組は、住民アンケート結果で認知されていることが分かったので継続して取り組む。



枕崎市通り会連合会
目指す将来像

誰でも安心して暮らせ、
外国人と共生できる街になる

人口減少に果敢に挑む街づくりを目指し、
商店街が種をキーワードに世界各国との交流を増やし、
国際親善都市を目指す。

新たな商店街ビジョンを作成

（出所）鹿児島県資料に基づき中小企業庁作成

地方公共団体と国による支援のあり方（案）

- 地域の住民やコミュニティのニーズに応えるために商店街が目指す方向性について、地方公共団体及び商店街の関係者が中心となり、「地域が選択」することが必要ではないか。
- その上で、「地域の実情を踏まえ、住民の暮らしを支える視点」と、「広域的な視点、経済社会全体の大きな変化への対応の視点」の両面から、地方公共団体と国が役割分担しながら、相乗効果を発揮する形で支援していくことが必要ではないか。

①単独型

- 地域のにぎわい創出・環境整備
- 域内の利害関係者が一体となった域外来街者の受入体制整備・情報発信
- ユニバーサルサービス対応(バリアフリー化、外国人観光客を想定したキャッシュレス化等)

②複合型

- 地域のにぎわい創出・環境整備
- 住民ニーズを踏まえた複合型への転換の支援(まち全体の機能(医療・介護機能、交通等)の配置最適化)
- 商店街・小売店と医療・介護、子育て支援関係者とのマッチングや連携の支援

③転換型

- アグリゲーター事業者の誘致・受入体制整備(地域住民の理解促進等)
- アグリゲーター事業者の運営の支援

地域の実情を踏まえ、住民の暮らしを支える視点での支援

○住民ニーズの把握・まち全体を視野に入れたビジョンの作成

○地域・観光資源の磨き上げ・情報発信等

○地域のコミュニティ活動の核となる人材の確保・育成（外部人材受入を含む）

○類型別に必要となる専門的知識を有する外部人材の派遣・地域とのマッチング

○IoTなど先端技術や新たなビジネスモデルを活用した取組の社会実証等

○災害・感染症等非常時の対応の支援、消費税引上げ等への対応の円滑化

広域的な視点、経済社会全体の大きな変化への対応の視点での支援

(地域の実情に寄り添った画一的でない支援)

新型コロナウイルス感染症のまん延を受けた取組

- 商店街では、配達・お持ち帰り・web接客のサービスの利用を促すことで住民の不要不急の外出を抑制する取組や、病院が商店街に相談ブースを設けて健康相談を受け、正しい手洗いの方法を周知する等の取組が行われている。

港北区商店街連合会（神奈川県横浜市）

- 港北区商店街連合会は、港北区役所と連携し、配達・お持ち帰り・web接客（Zoom、スカイプ等を活用した不動産相談等）のサービスを行っている加盟店を紹介するホームページを整備することにより、区民の不要不急の外出の抑制に取り組んでいる。
- また、港北区の補助金を活用して、マスク9,000枚を一括購入し、各商店会の会員数に応じて支給を実施。



港北区ホームページ上に構築された情報サイト

（出所）港北区ホームページ等に基づき中小企業庁作成

衣笠仲通り商店街（神奈川県横須賀市）

- 衣笠病院は、2019年9月、一人暮らしのお年寄りを孤立させないため、病院に相談に来てもらうのではなく、病院側が街へ出向くことが大切として、衣笠仲通り商店街に「まちなかなんでも相談室」を開設。
- 毎月最終金・土曜日に、商店街にブースを設置。そこでは、看護師や社会福祉士に、医療、福祉、介護など何でも相談できる。現在は、コロナウイルスの感染拡大を受け、正しい手洗いの方法なども資料を渡して説明。



（出所）各商店街等ヒアリング結果に基づき中小企業庁作成

今後想定される商店街への期待

- 都市部への集中リスクが顕在化しつつあるとの指摘がなされている（本社機能、住居）。
- 今後は、職住近接のライフスタイル、街なかでの多様なサービスのワンストップ提供、地方移転・移住のニーズが高まる可能性があるのではないか。
- 身近な生活圏に所在し、飲食店等の生活関連サービスや各種のインフラが充実している商店街は、そうしたニーズの受け皿になり得るのではないか。

栄町商店街振興組合（愛知県名古屋市）

- 学校休校を受け、ビルの空き事務所に子どもを預かる「キッズステーション」を設置。地域の子どもや周囲に保護者の職場がある小学校低学年までの子どもを中心に、午前10時～午後5時ごろまで預かる。
- 商店街のビルの一室を十人ほどの子どもが過ごせるように改装し、テレビやおもちゃなどを設置。保育士やスタッフが常駐し、商店街の店舗などが協力してブーケ作りなどの体験も行う。感染防止のために部屋の広さを確保し、換気も実施。



沖縄市一番街商店街（沖縄県沖縄市）

- 沖縄市が商店街内で運営する創業支援拠点Lagoonでは、電源やWi-Fi環境が整備されたコワーキングスペースや、3Dプリンタ等を利用可能なものづくりスペースも完備しており、テレワーク等のニーズにも対応可能。



コワーキングスペース
打ち合わせやPCでの作業が出来るスペース。電源やWi-Fi環境も整備。



ものづくりスペース
3Dプリンタや、レーザーカッター、ガジェットプリンタ（洋服にプリントが出来る機械）を完備。

5. 中間取りまとめ骨子案 (資料2-2参照)