

【参考資料】

具体的な取り組み例と 他地域の事例

1. 本資料の位置づけ

本報告書では、市内商業者に5つのグルーピングを施し、それぞれの状況に見合った取り組みが効果的であることを取りまとめた。これは、方向性に沿った形で市内商業者が自ら具体的方策を考えて実行に移していくこと、そしてその活動が円滑に進められるよう、市や商工会等の支援団体が適切な環境整備・支援を行っていく事を期待するものであり、その意味で本報告書が今後の検討の一助となることを期待するものである。

しかしながら、市内商業は予断を許さない状況にあり、一刻も早い具体的な取り組みへの着手が必要である。また、わが国の他地域においても類似課題の解決に向けた各種取り組みが行われている。

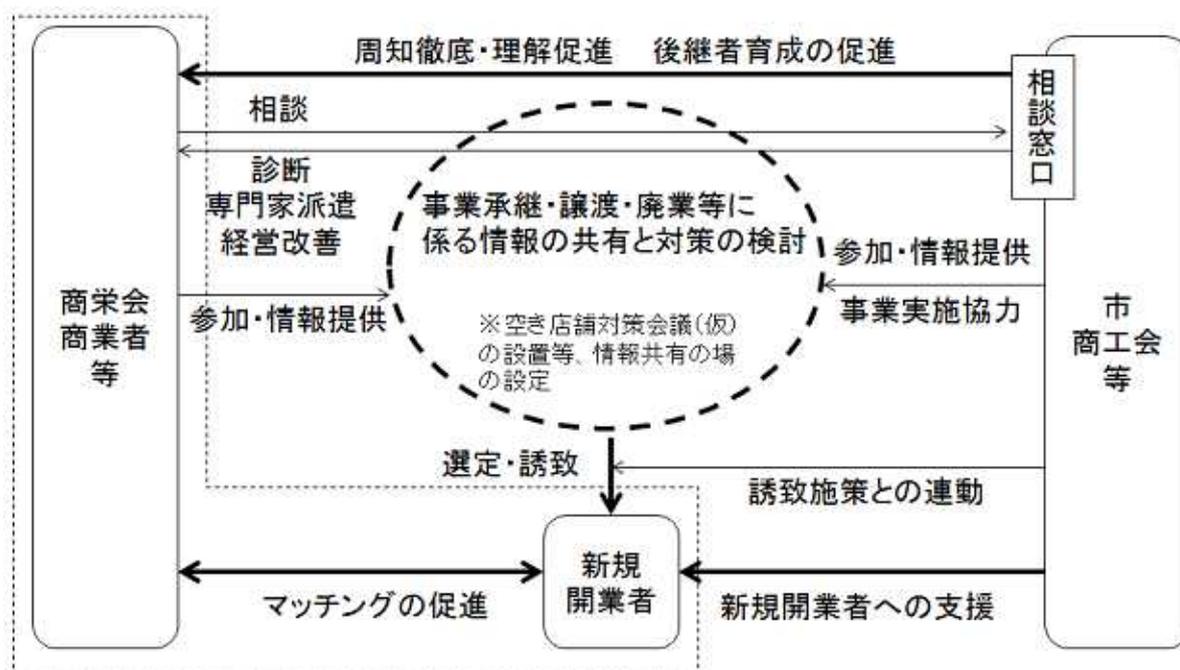
これを踏まえ、本参考資料では、本報告を単なる抽象論にとどまらせることなく、具体的な活動の指南書の1つとして位置づけることが出来るよう、提案する方向性に沿った具体的な活動例と関連する他地域での効果的な取り組みを取りまとめることとする。

市内商業者をはじめとした関係各位には、本参考資料をたたき台とし、積極的な議論への参加をお願いしたい。

(1) 営業規模の縮小や廃業を考えているAグループ

本編ではこのグループに対して、従来からの経営改善支援策等を継続し経営基盤の安定化を促すことが有効であるとしている。また、併せて円滑な事業承継・事業譲渡および事業転換に向けた支援を連携して進め、新規出店による新陳代謝の促進を検討していくべきと述べた。本グループにおいて具体的に進めるべき取り組み例は以下の通りとなる。

Aグループに対する取り組み全体イメージ



事業承継可能な商業者の円滑な継続を支援するため、現経営者の理解促進を行うと共に、後継者候補育成策を講じる。このため、外部（中小企業大学校等）で開催される後継者育成プログラムへの参加を促進すると共に、商工会での親子後継者育成塾等の実施を検討する。

【他地域での実践例】

・天神橋三丁目商店街（大阪府大阪市）

個店経営者及び後継者に対し商人塾を実施。外部から専門家を招き、店舗レイアウト、店舗運営計画、店舗ディスプレイなど、繁盛店の創造計画など実務を交えて指導し、若手人材を育成。

・十条銀座商店街（東京都板橋区・北区）

板橋区で「後継者養成講座」を開催。これまで店舗経営ノウハウ主体だった講座内容を、都振連「商店街大学」方式へと刷新。商店街を現場視察し、意見討論を行う。

商店街の維持・強化に地域一体として取り組むため、廃業や空き店舗等に関する情報の集約を図ると共に、各種対策との連携が可能な体制を整備する。このため、市、商工会、商店街、地権者等からなる組織体を設置し、事業承継・事業譲渡及び事業転換（廃業含む）に関する情報を集約すると共に、各種対策（テナント誘致、新規開業者とのマッチング、学生やコミュニティ・ビジネスへのスペース開放等）へのフィードバックを行う体制の構築が必要となる。

【他地域での実践例】

・中延商店街（東京都品川区）

空き店舗を利用した高齢者向け「街のコンシェルジェ」、「街中サロン事業」等による地域コミュニティ形成への寄与。

・ハッピーロード大山商店街（東京都板橋区）

空き店舗を活用した交流都市のアンテナショップでの特産品販売により来街者が増加。

・まちの情報館（静岡県沼津市）

商店街の空き店舗を活用して、まちづくり活動の拠点施設「まちの情報館」を開設。市民、商業者等にかかれた活動の場として活発に利用。後継者育成の一環としてセミナー・講座も開催。

・吉原商店街（静岡県富士市）

地元商業高校商業ビジネス部とNPO法人が高校生チャレンジショップ「吉商本舗」（駄菓子屋）を共同運営。

- ・ べるぼうと汐入商店街振興組合（東京都荒川区）
空き店舗に平成 19 年 9 月 8 日、区の図書事業拠点「汐入図書サービスステーション」を開所。学習塾や保険代理店も出店。
- ・ 一宮本町商店街（愛知県一宮市）
空き店舗に多様な店舗を誘致。コミュニティ施設や鉄道愛好家による鉄道模型カフェを開設し、新たな顧客層を開拓。

廃業等による商店街の利便性低下を防止するため、空き店舗（候補含める）と新規開業希望者とのマッチング仲介機能を一層強化する。このため、不動産事業者等と連携した情報収集と整理・提供体制の構築に加え、価格面での仲裁機能等、新規開業希望者支援機能の拡充等を図る。

【他地域での実践例】

- ・ 諫早市内 3 商店街（長崎県諫早市）
商店街自らが大型店の撤退後の跡地に、不足業種公募型の共同店舗や市民のまちづくり活動をサポートする施設を整備。
- ・ 奈良もういちどのセンター街（奈良県奈良市）
商店街が商業インキュベータ施設の開設や大型空き店舗に商店街で不足していた食品系スーパーを誘致。これにより商店街の通行量が 30% 増加。
- ・ 高岡市中心商店街（富山県高岡市）
まちづくり会社が高岡市、商工会議所と連携し、大家の代わりに入居者の誘致や、育成、マネジメントを行い、空き店舗の再生事業に取り組む。
- ・ まちなか SHOW10 北見市内 4 商店街（北海道北見市）
大型空き店舗を活用し、新規創業者支援事業としての「チャレンジショップ」を中心に開催している。毎年、独立開業者が中心商店街で開業し、空き店舗の減少に貢献。

個別商店の事業承継・事業譲渡及び事業転換（廃業含む）促進のため、市内商業者の情報収集体制を整備すると共に対策案を提供する。具体的には、事業承継相談窓口を設置すると共に、外部支援機関や既存事業を活用した専門アドバイザーの派遣・斡旋、廃業抑制のための個別事業者への経営改善支援等を実施することが検討可能。

【他地域での実践例】

- ・ NPO 法人子どもの本屋ピピン（佐賀県佐賀市）
空洞化が進む中心商店街の空き店舗に、子どもの本専門店を誘致。NPO と市の職員が協力して店舗改装を実施。

廃業等による空き店舗の増加による商店街の利便性低下を防止するため、新規開業者に対する重点支援を行う。具体的には、地図情報システムを活用したコンサルティングサービスの提供、Fの店事業（Fハウス事業）の強化などが検討可能。

【他地域での実践例】

・新町商店街（青森県青森市）

パサージュ広場内に仮設店舗施設を建設、そこを起業意欲のある商業ベンチャーを育成すること、商店街の若年層の集客力を高めることを目的に、期限のあるチャレンジショップとして活用。チャレンジショップの運営は商店街が設立した有限会社に委託。同社は出店者の募集・選考だけでなく、出店者への経営アドバイス、出店期間終了後の開業支援、広場でのイベント企画・開催を行い、出店者をサポート。

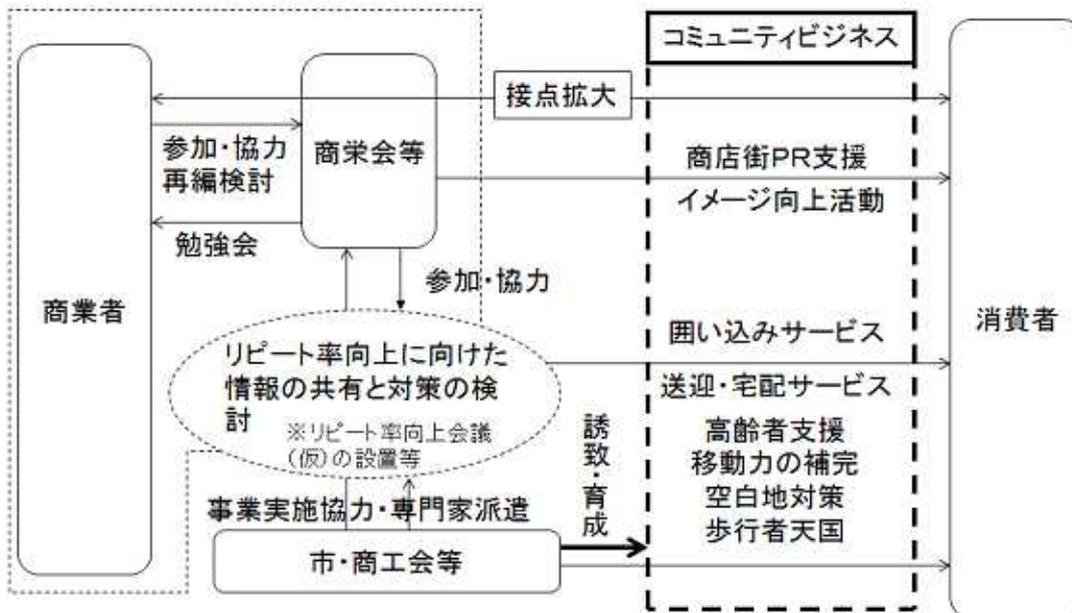
・世田谷区商店街連合会他（東京都世田谷区）

平成20年に「商店街経営学校」を開校。商店街のリーダー、次期リーダーを対象に、商店街が公共的な役割を担っていくための組織力や資金基盤強化をめざす。

（2）店舗規模が小さく付近の町内や市内からの顧客が中心のBグループ

本編では当該グループに対し、個々の事業所の企業努力の効果を高めるため、市内消費者に対する商店街の魅力の向上を目指し、商店が集積していることの特長（スケールメリットなど）を最大限に活用して顧客ニーズに対応した事業領域への展開・活動を促すことが必要であるとした。さらに、主たる顧客層である近隣住民が来街しやすい環境を整備するため、事業所を中心として「まち」の再生に向けた具体策の検討が望まれる旨を述べた。本グループにおいて具体的に進めるべき取り組み例は以下の通りとなる。

Bグループに対する取り組み全体イメージ



消費者に対して商店街の情報を届けるため、商店街で共同した情報発信を行う。消費者の行動エリアごとの商店街による定期的な共同チラシの作成やWEBサイトの組織的な整備を新たなコミュニティ・ビジネス振興との連動において進める。

【他地域での実践例】

- ・ 仙台市内 6 商店街（宮城県仙台市）
約 600 店舗の情報を携帯電話でも簡単に呼び出せるサイト「街ナビ仙台」を立上げた。ホスピタリティの提供で、さらなる集客と賑わいを創出する。月間 5,000 超のアクセスがある。
- ・ 片町商店街（石川県金沢市）
IT化による商業振興を目指し、空き店舗にカフェと会議室を備えたコミュニティ基地「Kanazawa Bizcafe」を設置。光ファイバーによる商店街のネットワーク化と、多彩なイベント・地域一丸となった活動を展開。
- ・ 岡崎まちゼミの会（愛知県岡崎市）
商店主が講師となって、プロのコツや知識を無料で市民に教える少人数ゼミナール「まちゼミ」を開催。
- ・ 三島商工会議所（静岡県三島市）
専門店の技や商品知識を消費者に伝えながら、信頼関係を構築する「商店街大学」を開講。4年目は 800 人が受講予定。

消費者に対する商店街のイメージを改善・向上するため、商店街で共同したイメージ向上活動を促進する。安全・安心な商店街を目指した歩行者天国時間の設定、接客マナー講座等の開催や子連れ客に対するプレゼント等の共同キャンペーンの実施による印象向上から、ゴミ拾い・あいさつ運動といった草の根的な活動まで、様々な取り組みを実践する。

【他地域での実践例】

- ・ 豎町商店街（石川県金沢市）
土・日・祝の午後の歩行者天国「ホコ天」を平日にも拡大、年間を通して午後をホコ天とした。アーケードのない商店街のホコ天導入は全国的にも珍しい。
- ・ 那覇市国際通り4商店街（沖縄県那覇市）
歩行者に配慮して、一般の車両を規制し、公共交通機関だけが通行できるトランジットモールを導入し、人に優しいまち、歩いて楽しいまちの実現へ。

個別店舗の競争力向上のため、消費者の困り込み及びマーケティング戦略立案に向けた基礎知識の習得を支援する。関連した勉強会の実施、専門家の派遣に加え、生産性向上に向けた情報化促進を実施する。

【他地域での実践例】

- ・ 大分県商店街振興組合連合会（大分県大分市）
新しい時代を担うスケールの大きい商人を育成するため、若手や後継者等を対象にした商人塾を全国に先駆けて開催。「豊の国商人塾」は、大分県知事を名誉塾長として昭和62年9月に開講し、平成21年7月（第22期）までに551名が卒塾している。

高齢者ニーズに対応した集客力向上を図るため、市内高齢者の移動力を補完する。福祉バスの路線の見直し及び福祉バス利用者に対するキャンペーン展開や、商店街による送迎・宅配サービスの導入等を検討する。

【他地域での実践例】

- ・ 松江天神町商店街（島根県松江市）
高齢化社会を迎え、認知症対策の「おかげ天神」、交流館「いっぶく亭」、段差のない「バリアフリー街路」など、「お年寄りにやさしいまちづくり」を実現。
- ・ 紺屋町商店街（島根県浜田市）
人に優しい対話のある街をコンセプトに、さわやかトイレの整備、商店街の美化、レトロ街路灯などの環境整備、高齢者向け宅配サービスなどで、商店街の認知度向上。
- ・ 健軍商店街（熊本県熊本市）
少子高齢化に対応した医商連携型まちづくりを推進。タクシー宅配事業、電動スクーター貸し出し、医療機関マップなど、次世代型まちづくりを推進。

地域の課題解決を共有する商店街へと機能強化を行うと共に、消費者コミュニティとの接点を確保するため、コミュニティ・ビジネスの育成もしくは誘致を図る。空き店舗にコミュニティ・ビジネスインキュベーターを設置すると共に、重点支援を図り、経済的・人間的にも商店街のみでは担いきれない消費者サービスの機能を担い得るコミュニティ・ビジネスの育成を行う。

なお、コミュニティ・ビジネスの方向としては、新商品・サービスの共同開発（ベビーカーリースなど）、子育て支援サービス（児童一時預かりサービスなど）、高齢者支援施設の設置（商店街で調達する高齢者レストラン運営）、シルバー人材センター事務所設置（宅配・買物代行サービス等）、観光コンシェルジュの育成と配置等の機能整備を進める。

【他地域での実践例】

・白老町商店街（北海道白老町）

NPO白老消費者協会が商店街の空き店舗を利用して、行政と民間事業者の間の中間支援組織としてコミュニティ・ビジネスを展開。高齢者憩いの場や地場産物の委託販売、環境・リサイクル活動普及、観光案内の情報発信の場として活用。

・川之江栄町商店街（愛媛県四国中央市）

空き店舗を活用して、高齢者向け施設と子育て施設が合体した施設を作り、多世代交流空間を整備。

・八戸屋台村「みろく横丁」（青森県八戸市）

若手起業家育成のチャレンジショップ的要素を持つとともに、日本初のリサイクルシステムを取り入れた地域循環型屋台村として地域活性化に貢献。

・奉還町商店街（岡山県岡山市）

コミュニティ施設「奉還町りぶら」を拠点に、様々な人や団体との連携を強化し関わりを通じて事業を展開していくことで、商店街を活性化。

・仲通り商店街（山形県酒田市）

商店街が定めた理念をもとに、コミュニティ・ビジネス・地域性・地域文化・社会性・公益性を柱とする事業を展開し、商店街のにぎわい回復。

顧客の囲い込み及びマーケティング戦略の立案支援のため、消費者行動エリアに準じた商店街ごとにリピート率向上に向けた情報共有と対策の検討・実施を促進する。具体的には、集積単位での消費者動向を精査した上で、プレゼントつき消費者アンケートの実施や囲い込みに効果的なシステムを導入促進する（共通ポイントカード、ネットレジ、スタンプラリー、電子マネー等）。 相応の規模をもって実施することが効果的である。

【他地域での実践例】

- ・飯塚市内 6 商店街（福岡県飯塚市）
商店街サポーターズ会員募集中！「いつも何かやってる商店街」おげんきデー、商店街ツアーなど様々なイベントを開催。
- ・万々商店街（高知県高知市）
商店街の独自カラーを打ち出すべく、「商店街統一販促活動」を推進。学校や町内会、大型量販店などと連携・協力して、「お客様感謝デー」「スタンプラリー」を展開。
- ・宇宿商店街振興組合（鹿児島県鹿児島市）
商店街主催の「全国商店街連携物産展」の開催や「商店街観光ツアー」を実施し、リピーターの増加を図る。
- ・五反田商店街振興組合（東京都品川区）
Suica、PASMOをはじめとした交通系の非接触型ICカードを活用した商店街ポイント事業を行っている。手持ちの交通系カードで商店街ポイントの蓄積が可能になる。商店街独自の「商店街ポイント券」の発兼機能も付与。イベント参加券として活用できる。
- ・京都三条商店街振興組合（京都府京都市）
「環境にやさしい商店街」を目指し、スタンプ事業を開始。エコバックと交換できる。

消費者行動エリアでの取り組み促進を行うと共に、集積効果・スケールメリットを無駄なく発揮するため、商栄会組織の強化・見直しを行う。組合員の加入促進による財政基盤の強化しつつも、消費者の行動エリアに併せた商栄会組織の再編（西口駅前の統合、国道16号沿いの統合等）を進める。

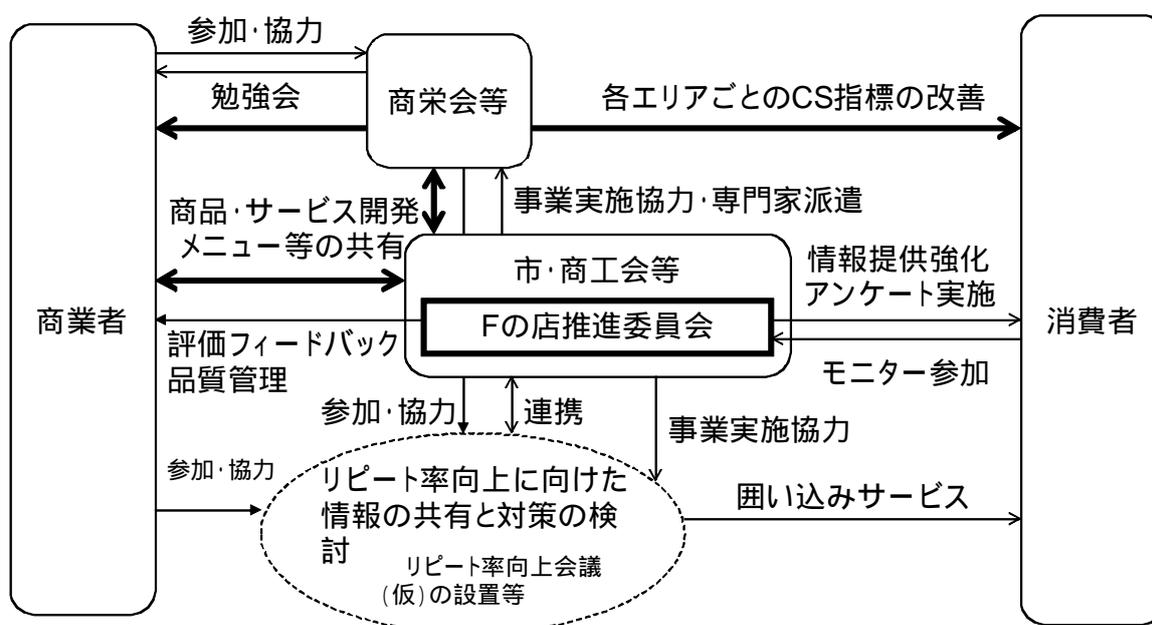
【他地域での実践例】

- ・豊後高田市内 8 商店街（大分県豊後高田市）
商店街に元気を取り戻そうと行政・商工会議所・商業者の3者が協力し合い、「昭和」をキーワードにまちの再生へ向けた共同作業を展開。25万人の観光客で商店街に活気。
- ・上越本町三・四・五丁目商店街（新潟県上越市）
3つの商店街が連携して振興組合連合会を組織。3つの商店街運営をスムーズに行うため、連合会に最高決定機関「リーダー会議」を創設するとともに、この会議の下に4つの委員会を組成し、問題意識の共有、情報の一元化を図りながら、相互の協力体制を構築。

(3) 店舗規模が比較的大きく近隣や市内からの集客を志向するCグループ

本編では本グループに対して、当該グループにおいては、個別の事業所が対応すべきCS指標の改善と顧客のリピート率の向上を最優先に取り組むことが期待される旨を述べた。また、複合的な業種や業態との競争が想定されることから、消費者が求める品揃えの充実を目指し、個別事業所を組織的な集合体とし大型店との競争に備えるとともに、顧客層の拡充を目指しDグループ（店舗規模が比較的大きく、市外客を志向するグループ）の方向への対象顧客の拡充を検討する、もしくは、に加えて、専門店としての優位な地位を確立する必要がある旨を述べた。本グループにおいて具体的に進めるべき取り組み例は以下の通りとなる。

Cグループに対する取り組み全体イメージ



大型店や競合業種等との差別化を図るため、地域・個店における個性ある商品・サービス等の開発を行う。地元産品（日本酒や水、ハム等）を利用した商品開発やまちおこしとしてのメニュー共有化（地酒、ハム料理、福生バーガー、福生の水、等）を検討する。

【他地域での実践例】

- ・戸越銀座商店街（東京都品川区）
全国初、商店街オリジナル商品を開発し、ヒット商品を次々と生み出した。「コロッケの街づくり」にも挑戦。
- ・四万十市 6 商店街女性部（高知県四万十市）
商店街のおかみさん会が結束。玉姫様の小箱や美人のお守りなどオリジナル商品を開発。個店のお買い得情報をポスターに掲載。
- ・ウルトラマン商店街（東京都世田谷区）
2005 年 4 月に祖師谷商店街、祖師谷南商店街、昇進会商店街が合体。商店街独自のウルトラマングッズを販売。各種イベントで多くの来場者がある。

顧客のCS条件を改善するため、消費者コミュニティ取り込みの仕組みを整備するため、「Fの店」事業を強化し、消費者モニター制度の導入、市民グループの運営参加やWEBサイト、フリーペーパーの消費者目線での再編、より一層のクオリティ向上を図る。

【他地域での実践例】

- ・熊本市水道町親和会「水道町スイーツプロジェクト」（熊本県熊本市）
大津町のからいもを使ったオリジナル菓子を開発後、県の「消費者参加型商店街づくり事業」に応募。全10店舗で「水道町スイーツプロジェクト」を組織し、「水道町スイーツ」の開発に取り組んだ。

顧客のCS条件を改善するため、各エリアごとの優先課題に対する取り組みを行う。

駅前	各店の品揃えに関する見直しを行う。具体的には、近隣商業施設等の調査の実施等、情報の整理を行うと共に、専門的・地産地消的商品の品揃え強化、汎用品や地域商品の共同仕入を行うことによるコスト削減の実施等が検討可能である。
駅前、国道16号沿い	定休日や営業時間の見直しまたはそれに準じた工夫を行う。具体的には、朝の通勤時のシャッターオープン運動による帰宅時の来店促進や通行量・時間帯別でターゲットやサービスを変える手法の実践等が検討可能である。
国道16号沿い	交通手段の利便性向上を行う。具体的には、バス等交通公共機関網の整備、レンタサイクル整備、“使い勝手のいい”駐車場の確保・利便性向上等が検討可能である。

【他地域での実践例】

- ・岩村田本町商店街（長野県佐久市）
商店街の利益よりも、地域住民の利益を考えた地域密着顧客創造型商店街。子育て支援と空き店舗活用の一環として、地元の学習塾に運営を委託した「岩田村寺子屋塾」を開校。
- ・札幌狸小路商店街（北海道札幌市）
安全・安心の街へ、商店街が中心となって防犯警備を行い快適な歩行空間を確保。巡回指導活動、自主防犯活動、ビラ配りなどの自主規制を行っている。

個別店舗の競争力向上のため、消費者の囲い込み及びマーケティング戦略立案に向けた基礎知識の習得を進めるため、関連した勉強会の実施、専門家の派遣等を進める。

【他地域の実践例】

- ・岐阜柳ヶ瀬商店街（岐阜県岐阜市）
活性化を担うキーパーソンが率いる広域商店街。5つの委員会など新たな組織体制の構築、実践セミナーの開催などに次々着手。大衆演芸場を核に活性化を目指す。
- ・豊中市内5商店街等（大阪府豊中市）
商業者有志が始めた勉強会から活動がスタート。個店の魅力の集合体として商業集積全体の活性化を図っていこうとしている。塾への参加18店舗のうち、経営改善に着手したのが16店舗。売り上げが前年比約3倍となった店舗も出てきている。

顧客の囲い込み及び消費者のリピート率向上のため、消費者行動エリアに準じた商店街ごとのリピート率向上に向けた情報の共有と対策の検討・実施を促進するため、消費者アンケートの実施や囲い込みに効果的なシステム（共通ポイントカード、ネットレジ、スタンプラリー、電子マネー等）の導入を検討する。相応の規模をもって実施することが効果的であると考えられる。

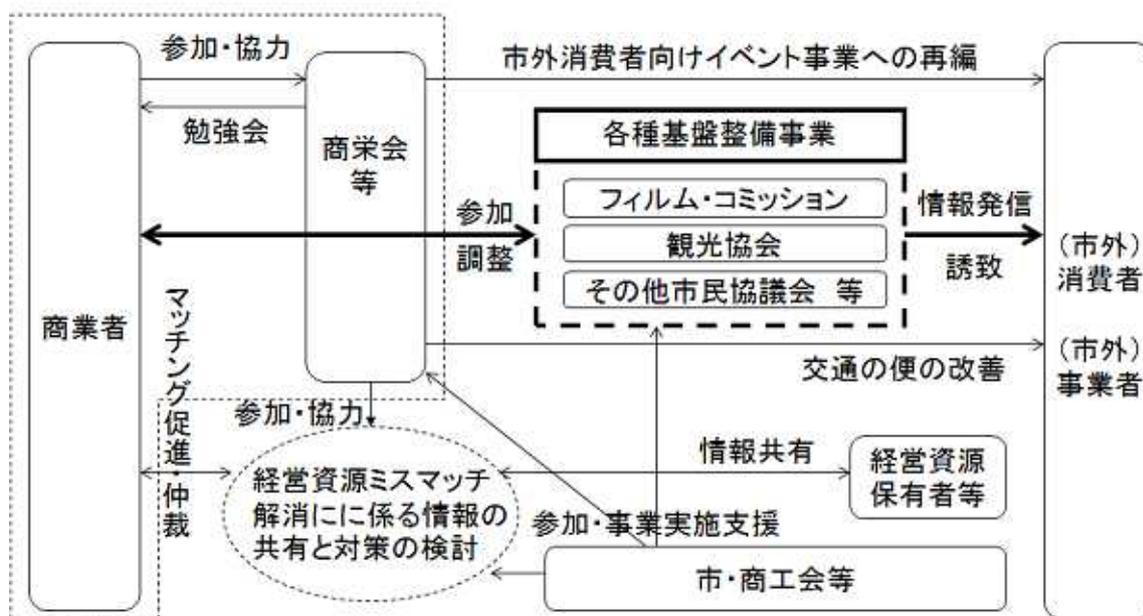
【他地域での実践例】

- ・「ポイントカード」の例
武蔵小山商店街（東京都品川区）
ポイントサービス事業を実施することで、イベント売り上げに顕著な変化。今後はLANシステム活用へ
- ・「スタンプラリー」の例
烏山駅前通り商店街（東京都世田谷区）

(4) 店舗規模が比較的大きく市外からの集客を志向するDグループ

本編では、広域からの集客確保を図る基盤を整備するため、当該グループは、交流人口の増加に向けて市政との協調を図ることが望まれる旨を述べた。また、ビジネスチャンスがあるのに資金不足等で活かし切れないなど、事業拡大機会と経営資源のミスマッチ解消を目指し、関連する部局や団体との連携策を模索する必要がある旨も述べている。本グループにおいて具体的に進めるべき取り組み例は以下の通りとなる。

Dグループに対する取り組み全体イメージ



福生市の資源や商店街のイメージ向上を効果的に行うため、現在行われているイベントを市外客向けのもの中心に見直し、再編する。このため、内容を精査すると共に、実施単位についても再編する。

【他地域での実践例】

・表町商店街（岡山県岡山市）

8つの商店街が独自のイベントに取り組むだけでなく、商店街周辺の大型店を巻き込んで、イベント情報や広告、販促などを連携して行う。地域一丸で活性化に取り組む。

・宇都宮ユニオン通り商店街（栃木県宇都宮市）

6高校が集積した地理を生かし、イベント事業を通じて県内外からの若者が訪れ、明るいファッションの街というイメージの定着に成功。

市内観光資源（基地・ハウス、玉川上水・蔵等）のブランディング、観光整備を行うと共に、情報発信の強化を行う。また、インバウンド効果による交流人口の増加を目指す。このため、市内の観光資源（蔵、基地周辺）マップの作成、まちづくり協議会への商業振興視点の追加、蔵や米軍ハウスの買い取りと観光資源としての活用を検討すると共に、蔵・基地周辺の景観保護（広告規制）の可能性を模索し、市内の観光案内機能を強化する。

【他地域での実践例】

・青梅市内 8 商店街（東京都青梅市）

「昭和の町」として整備を始めた商店街に、青梅のまち全体が博物館という新しい概念（フィールドミュージアム）で活性化

・川越市内 7 商店街（埼玉県川越市）

「蔵のまち」として有名。明治・大正・現代と、それぞれ異なる時代の景観特徴を活かした連続とした商店街に発展

・福島聖天通商店街（大阪府大阪市）

「聖天さん」という地域固有の資源を活用した街づくり事業。占いで集めたお客さんの心をつかむ商売に、商店街ならではの知恵を活かす。

個別商店の事業拡大を支援するため、情報の整理・供給体制を構築する。具体的には、平成 21 年度より取り組みが開始されている不動産業者と連携した情報収集と整理・提供体制の構築に加え、価格面での仲裁機能等、新規開業希望者支援機能の拡充等を図る。

【他地域での実践例】

・オーバルパティオ（宮崎県都城市）

中心市街地内の区画整理事業に合わせ、魅力ある商業施設、共同でオープンスペースに中庭を持った商業集積の形成を目指して整備。夜間の魅力づくりとして照明演出を行い、夜間の回遊性を高める。

消費者の来街にあたっての利便性を向上させるため、交通の便の改善を行う。このため、駐車スペースの確保及び利便性の向上を図ると共に、ラストワンマイルの補完機能を強化し、近隣公共交通機関への増便要請等を検討する。

【他地域での実践例】

- ・「街なか感謝デー実行委員会」等（富山県富山市）
商店街自らが中心部の駐車場を借上げ来街者に無料開放するとともに、近隣商店街では市民団体等が連携して多彩なイベントを開催。
- ・長崎市中央地区商店街（長崎県長崎市）
地区内に散在する駐車場へのアクセス支援を行うことで、商店街に人を呼び込む新しいシステム整備。「長崎市駐車場案内システム」の満車・空車情報を利用し、リアルタイムで携帯電話やパソコンに情報提供。
- ・保原町商工会（福島県伊達市）
タクシー会社からタクシーを5台借り上げ、低料金（200円、300円）で自宅から町仲間で利用できる交通システムを作った。1日平均150人が利用。
- ・大分市中心部商店街（大分県大分市）
消費者の郊外流出を防ぐため、中心部商店街と大型店が連携して「おおいたパーキングネット」事業を実施。中心部商店街振興組合連合会が市内の駐車場と契約して、買物客に共通駐車券を交付。

商店街としての競争力を高めるため、消費動向やCSに関する知識等の強化を図る。

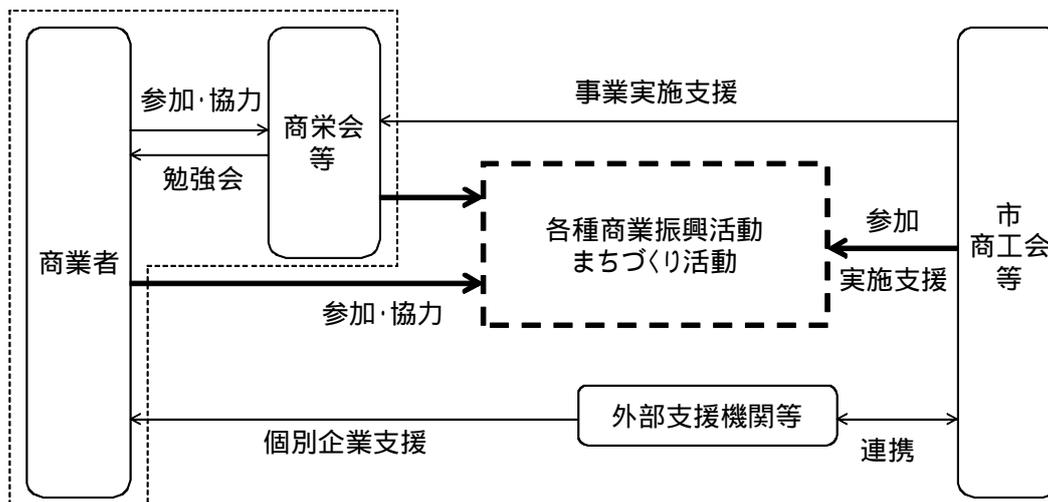
【他地域での実践例】

- ・町田市ターミナルロード商店街（東京都町田市）
商店街の90以上の個店の情報を発信するホームページの運用開始。商店街携帯ホームページからも、直接掲載店の激安クーポン券が表示される。

(5) 店舗規模が大きく拡張を志向するEグループ

本編では当該グループに対して、上記Dグループの取り組みと連携しつつ、活性化に向けた福生市の各種施策の企画・立案から実施まで積極的な参画を促すとともに、市内外の外部支援機関等と連携した支援を促進することが必要と述べた。本グループにおいて具体的に進めるべき取り組み例は以下の通りとなる。

Eグループに対する取り組み全体イメージ



地元金融機関等を含めた販路拡大・ビジネスパートナー獲得支援等に向けた取り組みを側面的に支援する。

【他地域での実践例】

- ・多摩信用金庫（東京都立川市）
多摩地域・地域力連携拠点として、新連携事業、農商工連携事業などのコーディネートやM&A、事業承継計画などを策定。

商業活性化への取り組み・まちづくりの実現可能性及び有効性向上のため、各取り組みへの積極的な参加・関与を要請する。

【他地域での実践例】

- ・徳島市中心商店街（紺屋町歩道における朝市・日曜日実行委員会）（徳島県徳島市）
何度企画されても実施に至らなかった朝市を、県や市、関係者を巻き込んだ実行委員会を設置して、日曜朝市を実現。
- ・帯広市中心部10商店街等（北海道帯広市）
寒さの厳しい北海道において不可能とされていた「屋台」を新たな発想により創り上げ、帯広モデルとして全国に発信。地産地消を実践。

商業者としての競争力を高めるため、取扱い商品に関するマーケティング、知識等の強化を行う。

【他地域での実践例】

・上乃裏通り（熊本県熊本市）

民間事業者が、所有者及び出店者のニーズをマッチングすることで、木造古家の再生・活用を実現。新たな魅力で街を再生。ビアレストランなど約 100 店舗が集積。古さと新しさが融合している。

（ 6 ）福生市全体で取り組むべき課題と対応

地域の経済は、都市の構成要素、とりわけ都市の活力を湧出する源泉であると考えられる。このため、地域の住民や就業者の日常生活を支え、潤いのある地域形成に資する地域密着型の生活支援産業の活性化は、都市基盤の形成と一体となって、豊かなまちづくりを推し進める原動力であり、良好な地域発展の循環を生み出すものである。

本調査においても、個別商店・商店街に対する課題は、福生全体のまちづくりと不可分の関係にあり、商業や商店街の課題の解決を通じて、まちづくりを目指した対策を講じることが望まれる。特に、消費意欲が旺盛な世代の市外流出は、市内の活力低下・消費力の流出に直結し得る課題であり、商業振興の観点からも早急に対策案を検討すべきである。具体的な取り組み例は以下の通り。

人口減少対策

消費意欲旺盛な 30 代人口の流出を防止するため、原因に関する詳細調査等を実施し、必要な施策を講じる。具体的には、転出・転入者に対する市民アンケート、ヒアリングの実施、市民参加委員会の設置等を基盤とした取り組みを行う。

市内の機運向上

市内全体でまちづくり・商業振興を行う体制を構築するため、多様な主体が市政、特に商業振興活動に参加する風土を醸成する。具体的には、定期的な情報発信（セミナーや産学連携ワークショップの開催、広報誌を活用したプロモーション）を行い、多様な主体の意見を集約すると共に、その集約意見を公表・発信し、さらなる反論・異論への対応を煥発することにより、「白けさせない論議」を持続させる。

【他地域での実践例】

・大町商店街（ゼロダテ）（秋田県大館市）

地元出身者アーティストによるユニット「ゼロダテ」を組織。市民ボランティア、商店街と連携して、空き店舗を活用したアートイベントの開催、サイダーやハンバーガーなど地元ブランドを創作。

・東和町土沢商店街（岩手県花巻市）

花巻市、土沢まちづくり会社、地元美術館、市民参加で商店街を美術館に見立て、空き店舗などを活用。かつての賑わいのある商店街を再体験し、活気をもたらした。

支援組織の強化

商店街支援組織の強化を行うため、消費者コミュニティの取り込み及びネットワークワーキングを行うほか、プロデューサー人材の育成等を行う。

【他地域での実践例】

・高知商工会議所（高知県高知市）

地元の高知女子大学と商工会議所が一体となって、町の活性化を目指す。商店街の清掃・介助・案内を行う女子大生のマスコット隊を結成。商店街のイメージアップ向上とともに、情報発信を行う。

市政の融合促進

市政の商業振興に向けた方向性を統一するため、まちづくり政策と商業振興策との協調・融合を推進する。

【他地域での実践例】

・株式会社まち作り長野（長野県長野市）

長野商工会議所がTMO構想協議会を設け検討、平成14年2月、大手流通業OBをタウンマネージャーとして招聘。同年3月にTMO構想が認定された。平成16年5月には、株式会社まちづくり長野がTMO認定を受け、中心市街地活性化に向けた本格的な取り組みを進めている。

・静岡県呉服町商店街（静岡県静岡市）

商店街の地主・大家との理解・協力を得て、伝統ある商店街を次世代に継承するために、「ランドオーナー会議」を設置し、商店街の地主・大家との連携を図っている。

ランドオーナー会議の定期開催（2～3か月に1回）、三者懇談会（商店街役員、ランドオーナー、テナント店長）の開催（年2回程度）。