

現代の経済

第8回

地域経済・産業活性化の取組(3)

商店街活性化

目次

- はじめに
- 1 「商店街」とは？
 - ✓ 商店街数と小売店数の推移
 - ✓ 小売店数、店舗面積の推移
 - ✓ 商店街内の小売店はなぜ減少した？
- 2 商店街活性化の取組事例
 - ① まちゼミ
 - ② 100円商店街
 - ③ バル
 - ✓ 3つの取組の共通点

はじめに

今回は、地域内の需要に対応する商店街に着目します。

前半では、商店街に関する統計を概観します。

後半では、商店街活性化に向けた次の3つの取組を紹介します。

- ① まちゼミ
- ② 100円商店街
- ③ バル

1 「商店街」とは？

商店街活性化の取組を紹介する前に・・・

✓商店街は何か所ある？ 商店街内の店舗数は？

経済産業省「商業統計調査（立地環境特性別統計編）」
を見ると分かる（次ページで数字を紹介）

✓商業統計調査での「商店街」の定義は？

- 「小売店、飲食店及びサービス業を営む事業所が近接して30 店舗以上あるもの」を指す
（30店舗以上あった商店街が閉店などにより30店舗未満になった場合は調査の対象外となる[店舗数などの数字が追えなくなる]）
- 調査の対象業種は「小売店」のみで、「飲食店、サービス業」は対象外（数字がわかるのは小売店のみ）

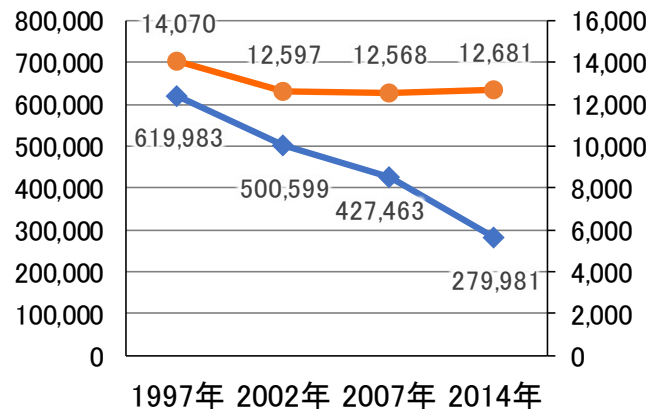
⇒ 近年における商店街の動向を見てみよう

商店街数と小売店数の推移

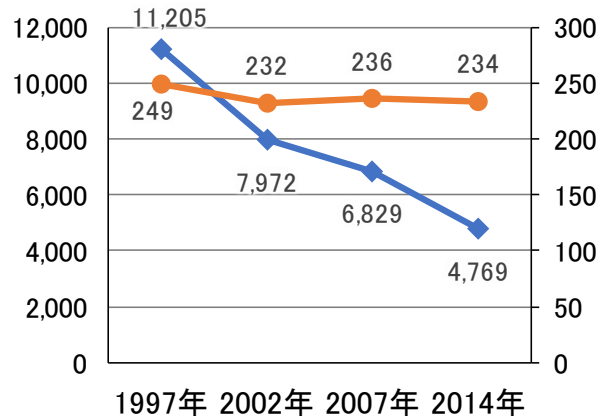
- ✓ 商店街数は、2002年以降、ほぼ横ばいで推移
- ✓ 一方、商店街内の小売店数は、近年、激減
- ✓ この動きは、小売店が閉鎖して、跡地が次の①～③の状態になったことを意味する

- ① 小売以外(飲食店、サービス業など)の店舗が開店
- ② 店舗以外の用途(住宅、倉庫、駐車場など)に転換
- ③ 閉鎖したまま(シャッター化[店舗兼住居の場合は貸せない])

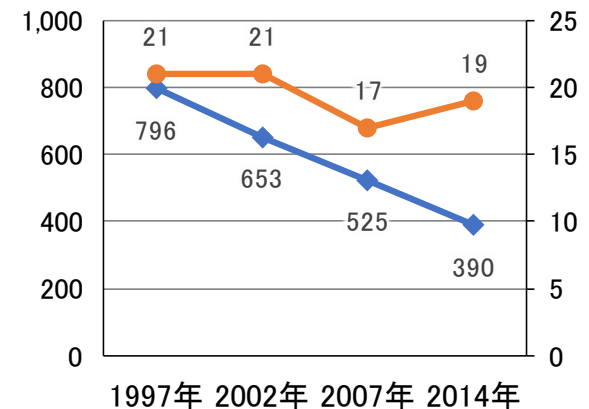
全国



名古屋市



豊田市



● 小売店数 (左軸) ● 商店街数 (右軸)

● 小売店数 (左軸) ● 商店街数 (右軸)

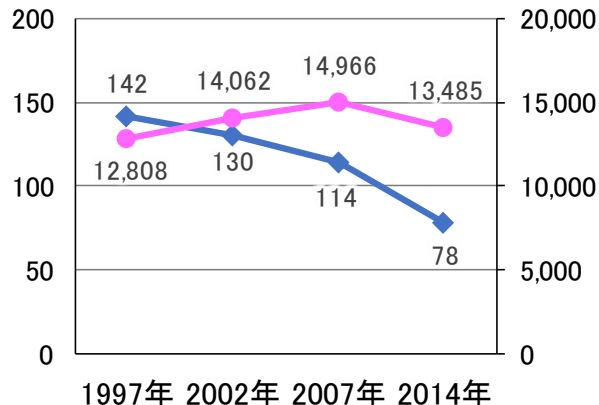
● 小売店数 (左軸) ● 商店街数 (右軸)

資料: 経済産業省「商業統計調査(立地環境特性格別統計編)」より作成

小売店数、店舗面積の推移

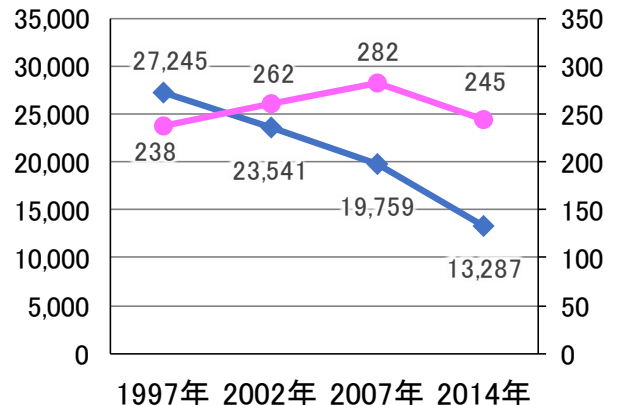
- ✓商店街以外も含めた小売店全体の数は、減少傾向が続いており、売場面積が拡大しているのとは対照的(2007年以降は面積も減少)
- ✓2000年代に入り、ショッピングセンター、ドラッグストア、ホームセンター、家電量販店など、郊外を中心として、法人経営の大規模な小売店が増加している(大規模小売店舗立地法の施行後)
- ✓その一方で、個人経営の小売店が減少しており、これらは商店街に多く立地している

全国



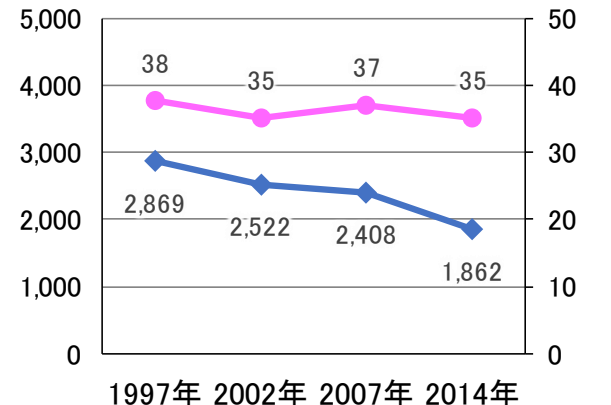
—●— 小売店数(万店:左軸) —○— 売場面積(万㎡:右軸)

名古屋市



—●— 小売店数(左軸) —○— 売場面積(万㎡:右軸)

豊田市



—●— 小売店数(左軸) —○— 売場面積(万㎡:右軸)

資料: 経済産業省「商業統計調査(産業編市区町村表)」より作成

商店街内の小売店はなぜ減少した？

✓大規模な小売店と比べると・・・

- 売場面積が小さく、品揃えが豊富ではない
- 値段が高い(仕入量が少ないため、仕入・販売価格が高い)
- 商店街に駐車場、トイレ、授乳室、休憩所がない
- お店ごとに会計が必要で面倒
- ・・・ などの声があり、顧客が離れ、閉店が相次いだ

✓その一方で・・・

- 店主が専門知識を持っており、品選びを相談できる
- そのお店にしかないものがある(手作りの食品など)
- 車がないので、郊外の大規模な小売店まで行けない
- ・・・ という声もある

□商店街は、厳しい競争のなかで、生き残りをかけて、活性化に向けた取組を行っている

2 商店街活性化の取組事例

① まちゼミ(得する街のゼミナール)

2003年 愛知県岡崎市でスタート。店主が講師となり、無料で参加者に専門的な知識・技術・コツ等を伝える少人数制のゼミ(材料等の実費負担あり)。

② 100円商店街

2004年 山形県新庄市でスタート。商店街を1つの100円ショップに見立て、参加店舗が100円商品を店頭に並べる。

③ バル(街バル)

2004年 北海道函館市でスタート。5枚綴りのチケットを販売。参加店舗のメニュー(ドリンク1杯&フード)が記載された地図を手に、好きなお店を5つ選び、はしご体験。各店の料金はチケット1枚だけ。スタンプ形式の場合もあり。

各取組の紹介動画をチェック！

※授業で視聴

映像は古いが現在も活動を継続中

① まちゼミ

商店街・賑わい読本 映像編 第7号 「「まちゼミ」って何？」 愛知県岡崎市

https://www.youtube.com/watch?v=qYj_q9uOmeQ

② 100円商店街

商店街・賑わい読本 映像編 第2号 「100円商店街」 奈良県生駒市

<https://www.youtube.com/watch?v=I2R7G38T7SE>

商店街・賑わい読本 映像編 第3号 「100円商店街実践編」 大阪市旭区

<https://www.youtube.com/watch?v=ASiQ2748oOk>

③ バル（街バル）

商店街・賑わい読本 映像編 第6号 「「バル」って何？」 大阪府高槻市

<https://www.youtube.com/watch?v=M3t-2ATXutg>

※動画はすべて大阪商工会議所が作成したもの

3つの取組の共通点

- ✓主たる目的は「新規顧客の獲得」(×来街、◎来店)
 - 普段入りにくいお店を入りやすくして、お客様にお店の魅力を伝え、ファンをつくる
- ✓この取組の中で儲けようとしていない
 - お店のファンができれば売上・利益は後からついてくる
- ✓それほど多くのお金を必要としない
 - 従来の商店街イベントでは、会場費、設営費などが高額に
 - 個店は少額の負担で単独では不可能な集客が可能に
 - お金は必要なくても手間はかかることがある
- ✓「まち」にプラスの効果が生まれる
 - 役員だけでなく、若手の店主間にもつながり(連帯感)が生まれ、地域コミュニティの活性化・再生に寄与する
 - まちに人が回遊する(商店街の外にも波及あり?)