

墨田区新商業振興プラン
「地域力を育む商業空間づくり振興プラン」

2017(平成29)年度～2021(平成33)年度

— 概要版 —

平成29年3月

墨 田 区

はじめに

このたび、2017(平成 29)年度から 5 年間の区内商業活性化の指針となる「地域力を育む商業空間づくり振興プラン」を策定しました。

本プランの特徴は、商業者の皆様を中心に地域の方々の参画を得て取り組む「エリアマネジメント」の考え方を基本に、地域生活インフラとしての役割を果たす個店を増やすことにあります。地域の個店は、物やサービスの購入だけでなく防災・治安などの生活全般と密接にかかわっています。そこで、魅力的な個店が核となって地域商業が活性化され、地域力が強化されていく将来像の実現のために、従来の商店街だけでなく既存・新規の個店を対象に、地域に密着した、顔の見える継続的な支援を行うことを基本的な方針としています。

本プランが目指す将来像の実現のためには、商業者の皆様をはじめ区民の方々と区が共に手を携え、地域のニーズに応えながら実施していくことが不可欠です。魅力ある個店、特色ある商店街によって賑わいが生まれ、「地域力を育む商業空間」がたくさん創出されるよう、皆様の御理解・御協力をお願いいたします。

本プランの策定にあたり、御尽力いただきました検討委員会委員の皆様をはじめとする関係の皆様、アンケート・ヒアリング調査で貴重な御意見をいただいた多くの皆様方に、心から感謝申し上げます。

2017(平成 29)年 3 月

墨田区長 山 本 亨

目次

「地域力を育む商業空間づくり振興プラン」の特徴.....	2
将来像1～将来像3.....	3
基本方針1・基本方針2.....	4
基本方針3.....	5
基本施策1.....	6
基本施策2.....	7
基本施策3.....	8
担い手の役割.....	9

「地域力を育む商業空間づくり振興プラン」の特徴

地域ごとに事業者の置かれた環境を踏まえた支援を提供し、

魅力的な個店を増やします

事業者の課題・ニーズを「より細かい地域に分けて考える」「異なる地域で同じ課題・ニーズを持つ個店を横断的に捉える」発想を併用し、地域住民と、商店街をはじめとした個店が集積・共存する、個々の特徴やニーズを持った比較的狭い商圈である「商業空間」を基本的な単位として商業活性化に取り組みます。

地域に根差し、地域生活インフラとしての役割を果たす個店を増やすことで、それらの個店が核となって地域商業を活性化し、新たな商業集積につなげていきます。

これは、全ての個店を一律に支援する、いわゆる「バラマキ」ではありません。

エリアマネジメントの考え方を継承し、地域力を強化します

商業空間において事業者が地域生活インフラとしての役割を果たすことで地域住民とのつながりを構築し、エリアマネジメントの活動を具体化させていきます。これにより、地域の人たちが地域課題に関心を持ち、その解決に向けた知恵を出し合い、自発的に行動するような地域力を強化します。

※ 計画期間(5年間)での効果創出を意識して、本プラン及びこれに基づく商業振興施策の周知、実施体制や人材確保、目標やスケジュールの設定、遂行状況の認識共有など、実行のプロセスに配慮します。

将来像1 商業者が自店舗の置かれた環境を踏まえた経営改善に取り組んで、成果をあげている

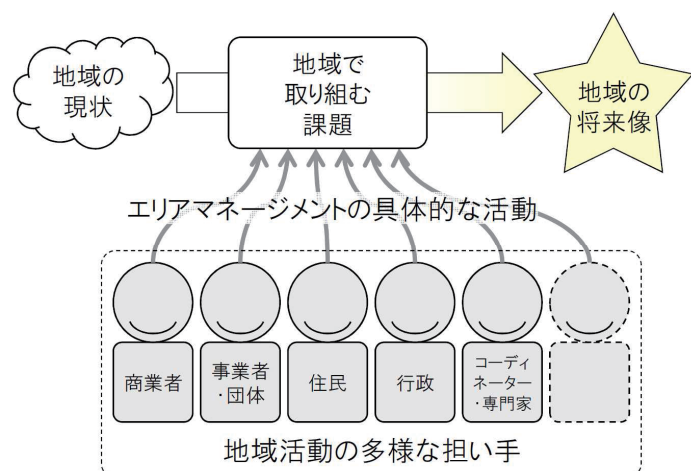
経営改善に取り組んで成果をあげた商業者が増加して、景況感が改善しています。地域生活インフラの一部として、地域商業を担っていく高い意欲を持った商業者が、経営方針を見直したり、後継者を育成したりすることで、事業の継続性や地域住民からの支持を高める個店が増えています。

将来像2 既存商業者の経営改善や、新規商業者の開業によって、各地域や商店街において魅力的な個店の密度が増加している

区内各地域において、その多様性や地域住民のニーズに合致して、地域生活にとってのインフラ的な役割を果たす、魅力的な個店が目立つようになって、これらの存在が、他の商業者や地域住民などへの刺激となり、新たな地域コミュニティ・商業空間が形づくられています。

将来像3 地域に信頼される人材によって、各地域においてエリアマネジメントの活動が具体化し、地域力が強化されている

地域密着型のきめ細かい継続的な支援がされた地域で、商業者をはじめ、他の事業者や団体、住民、行政など、多様な担い手を巻き込んで地域の人たちが自主的に地域課題の解決を目指す「エリアマネジメント」の具体的な活動が実施・継続しています。地域の課題解決に取り組む多様なメンバーが育ち、「地域力」が強化されています。



基本方針1 意欲ある商業者の、地域ニーズ把握や環境への対応を支援する

- 区内の商業者のほとんどは地域住民を主要顧客とし、その動向によって経営が大きく左右されます。近年、転入人口、昼間人口及び区を訪れる観光客のいずれも増加しているため、これらの変化への対応が迫られています。
- 区内の商業者自身が、高齢化に伴う後継者の育成と事業承継、事業そのものの方向性を見直しなど、対応が必要な課題を抱えている場合もあります。
- 区内の商業者のほとんどは小規模事業者であるため、自力で環境の変化を捉えて、それに対応する確かなタイミングで対応していくことには限界があります。

区内商業者に対し、積極的に地域商業環境や活用可能な施策等の情報を提供するとともに、その対応を支援していきます。

基本方針2 地域ニーズを意識した個店経営を後押しして、魅力的な個店を増やす

- 個店は、地域住民にとって、買い物などの経済面だけでなく、地域の防災・治安などの生活全般と密接にリンクし、地域生活のインフラ的な役割も果たしています。つまり、地域の個店が元気であることは、地域力が高まることと密接に関係しています。
- 近年の消費者は、目的とするお店をピンポイントで訪れ、商品・サービスを購入する傾向が強いのにに対して、商店街には魅力的な個店が少なくなっているという問題があります。
- 地域に魅力的な個店があると、それに伴って増加した消費者に対応する新たな個店が現れ、地域に好循環が生まれます。魅力的な個店と商店街などの地域商業、そして、地域全体は互いに影響し合っています。

商店街支援の枠組みに加えて、地域課題の解決に取り組む活動や地域ニーズを意識した経営を行う、既存個店の支援や新規個店の誘致を進めることで、集客力のある魅力的な個店を区内に増やし、商業空間をつくっていきます。

基本方針3 区内各地域に密着して顔の見える継続的な支援を行う

- 区内の商業者の多くには、地域に根を張って事業を営んでいるという自負があります。このような方々を支援するには、客観的・専門的視点を持ちつつも、区内の各地域に溶け込むことが必要です。
- これまでの商業振興施策では、区内の各地域の多様性や個別のニーズに十分対応しきれず、結果として、多くの地域ではエリアマネジメントの具体的な活動が継続されていません。

区内商業の多様性や地域密着型支援の重要性を考慮し、区内の各地域に根を張って活動する人材、商業者の個別課題の解決に携わる人材を育成・配置・活用していきます。

基本施策1 個店支援・創業誘致

区の現状

区では20代～30代を主体とした転入者によって緩やかな人口増加が続き、区内商業者には好機だと言えます。一方、現在の比較的若い世代は、気に入ったお店をピンポイントで利用する傾向が強く、商店街等、従来の商業者の集積は効果を発揮しにくくなっています。

商業振興の方向性

① 個店支援

既存の商業者の魅力的な個店づくりを支援します。これに当たっては、一店舗の利益追求ではなく、地域生活インフラ機能の強化やエリアマネジメント活動の活性化など、公共の利益となることを重視して、支援対象とする個店を決定します。

② 創業誘致

創業・開業など、新たな商業者を効果的に区内に誘致します。これに当たっては、個店支援と同様に、単なる人気店の誘致にならないよう、地域ニーズ、経営者の地域貢献意識や創業の困難さを十分踏まえた準備状況等を確認します。

今後想定される施策展開

- ・ 商店魅力アップ支援事業 [平成29年度新規事業]
- ・ 商工業アドバイザー派遣事業 [既存事業]
- ・ 商業インバウンド対策事業 [既存事業]
- ・ 創業支援事業 [平成29年度新規事業]
- ・ 商業コーディネーター派遣事業 [平成29年度新規事業]

基本施策2 「商業コーディネーター(仮称)」「商業支援専門家(仮称)」の育成・配置・活用

区の現状

区による人材の派遣は、「地域の実情を把握していない専門家が区の意向で派遣されてくる」といった印象を多くの商業者が持ち、否定的に捉えている場合があると考えられるため、地域に根を張って商業者の目線に立った活動を行う人材が必要です。

商業振興の方向性

① 「商業コーディネーター(仮称)」の育成・配置・活用

地域に根差して商業者と良好な関係を構築・維持した上で、適切な専門家を見極めて商業者への橋渡しができる「商業コーディネーター(仮称)」を、育成・配置・活用します。

区内全域に同時に配置することは現実的でないため、モデル地域で配置・活用していきます。

[商業コーディネーターの主な役割]

- 地域や個店の課題の把握、及び、その解決への仲介・橋渡し
- 地域商業への波及効果が期待できる個店の発掘、及び、その経営改善の支援
- 各種補助金等の施策の効果的活用の支援

[商業コーディネーターに求められる特性]

- 地域に寄り添って良好な関係を築くコミュニケーション能力
 - 地域への強い関心、及び、地域課題の把握・解決への高い意欲
- ※ 突出した専門性よりも上記2点が重要であることから、地域で活動しながら現場で多くを学ぶことで育成されていきます。このため、成果を出すまでには一定の助走期間が必要です。

② 「商業支援専門家(仮称)」の育成・配置・活用

商業者の支援に必要なスキルを持った「商業支援専門家(仮称)」を育成・配置・活用します。

[商業支援専門家の主な役割]

- 個店に対する実際の支援（経営診断、経営改善の具体的取組への支援 等）

今後想定される施策展開

- ・ 商業コーディネーター派遣事業 [平成29年度新規事業]
- ・ 商工業アドバイザー派遣事業 [既存事業]

基本施策3 商業空間の調査、情報発信

区の現状

区内の人口構成は町丁別で違いが大きく、これに応じて地域の消費者に対する事業者のアプローチも大きく異なってくると考えられます。現状では、地域の消費者・事業者の双方にとって、お互いに関する情報(店舗や商品・サービスに関する情報、地域の消費者の状況やニーズに関する情報)の入手・提供が課題となっています。

商業振興の方向性

「地域の消費者の状況(ビジネスチャンス)」に関する情報提供は、その前段階として、まず現時点の地域の情報を把握するため、町丁別の違い・特徴を調査した上で、きめ細かく実施する必要があります。この情報提供は、商業コーディネーターの配置同様、区内全域に対して同時に行うのではなく、モデル地域において実施していきます。

地域の情報提供は、事業者に対して地域商圏の消費者に関する情報を提供するだけでなく、消費者に対して地域の魅力的な個店の情報(場所・営業時間など)を提供するなど、双方向で情報を発信することで、この課題の解決が期待できます。

今後想定される施策展開

- ・ 商業ニーズ調査 [平成29年度新規事業]
- ・ 個店PR支援事業による情報発信 [既存事業]

担い手の役割

本プランの将来像を実現するためには、地域の個店・商店街のみならず、住民や区(行政)はもちろん、地域で活動する個人・組織など地域の多様な構成員が、それぞれの役割に応じて連携するガバナンス(協治)の仕組みにより、積極的に行動していくことが必要です。

住民の役割

- 地域ニーズの提起
- 地域課題の把握、個店・商店街等との連携による共有・解決

個店の役割

- 自店舗の魅力の向上
- 地域課題の把握、住民との連携による共有、解決する取組への積極的参加

商店街の役割

- 住民と個店を結ぶことによる、地域力を高める活動の企画・推進

商店街連合会の役割

- 本プランの円滑な進行のための活動基盤の整備

商業コーディネーターの役割

- 地域課題の把握
- 地域課題の解決のための手段・手順の策定・調整

商業支援専門家の役割

- 個別の課題解決についての専門的・実務的・継続的な支援の提供

区(行政)の役割

- 区全体の商業振興施策の企画・立案
- 区内商業者などの地域構成員による商業振興の取組の支援
- 本プランと上記の取組との整合及び実効性の確保
- 本プラン及びこれに基づく商業振興施策の周知

墨田区新商業振興プラン
「地域力を育む商業空間づくり振興プラン」
— 概要版 —

平成29年3月

編集・発行 墨田区産業観光部産業経済課
〒130-8640
東京都墨田区吾妻橋1-23-20
TEL (03) 5608-6187 (直通)
FAX (03) 5608-6934
<http://www.city.sumida.lg.jp/>
