

委員会行政視察実施報告書

(視察箇所ごとに作成、行数は任意で追加)

委員会名	産業建設常任委員会
参加委員 ◎委員長、○副委員長	◎渡部 一樹 ○田中 雅人 十二村 秀孝 小林 時夫 齋藤 仁一 佐藤 忠孝 山口 和男

1 本市の課題と視察の目的

本市では、核家族化や居住地の分散、スーパーやホームセンターなど大規模小売店舗の郊外出店、コンビニエンスストアやドラッグストアなど新たな経営形態の増加などにより商店街の集客力が低下し、市街地の空洞化が進んでおり、地域住民の消費生活や交流の場として、商店街の機能向上と魅力ある商店街づくりが求められている。

呉市において取り組んでいる「来てクレにぎわい店舗公募事業」について研修をさせて頂くことで、本市における今後の事業展開の参考にする。

2 実施概要

実施日時	視察先	広島県呉市
令和元年7月12日(金) 午前8時55分 ～午前10時15分	担当部局	呉市産業部商工振興課(商業グループ)
視察項目	来てクレにぎわい店舗公募事業について	
報告内容	<p><u>1 事業開始に至った経緯について</u></p> <p>呉市の商店街の売上・通行量はピーク時の1/3に減少している。同市では、来てくれ店舗公募事業の実施前から商店街活性化策として、支援事業を実施していたが活用がなかった。それまでの商店街を対象とした支援策ではなく、消費者の視点に立ち、魅力ある「強い店舗」を誘致する支援が必要であるとの考えから来てくれ店舗公募事業を実施している。</p> <p><u>2 市の事業推進体制及び店舗(担い手)の育成について</u></p> <p>(1) 事業の推進体制について</p> <p>選考ポイントに事業の趣旨を反映しており、このポイントについて選考委員が審査をする。</p> <p>【選考のポイント】</p> <ul style="list-style-type: none">ア 事業主の意欲・熱意、経験・知識等イ 事業計画(事業コンセプト、継続性、集客力等)ウ 遊休不動産の再生・活用(店舗デザイン等による空間体験の創出)エ 前記ア～ウによる出店エリアへの波及効果オ 創業支援事業者(商工会議所や金融機関等)からの経営指導を受けた方を重視	

選考委員会は、産業支援機関や金融機関、建築や店舗デザイン、広告などの専門家、過去の出店事業者などで構成されている。

(2) 店舗（担い手）の育成と事業活用者へのフォローアップ

書類通過者を対象にブラッシュアップ勉強会を開催し、過去の事業採択者との意見交換を通して、最終審査や出店後のヒントを得る場を提供している。

また、OBOG会を開催することで起業家同士のコミュニティや、事業の切磋琢磨につなげている。

3 事業による効果について

(1) 店を呼ぶサイクルの確立と空き店舗の解消

平成 17 年度から昨年度までで 89 店舗の新規出店があった。このうち廃業した店舗は 2 店舗のみであり、新設企業の 1 年後の生存率が 60%、5 年後になると 15% といった日本経済新聞の調査報告を参考とすればこれは驚異的な数字である。

また、事業当初のねらいである店が店を呼ぶサイクルの確立と空き店舗の解消が図られている。

ア 市中心部の例

市中心部の商店街に約 30 店舗余りが出店しており、うち 1/3 が一部のエリアに出店している。

イ 島しょ部の例

人口 200 名程度の小さな集落で 5 件の出店が生業の創出につながった結果、移住者が増加し 20 件以上の空き家の再生・利活用が図られた。

(2) まちづくりの担い手の発掘

多様な事業者を選定した結果、いろいろな意欲のある若者の発掘につながり、市内各地でいろいろなまちづくりの担い手の育成につながっている。平成 29 年には過去の事業者により民間まちづくり会社が設立された。

4 今後の課題・展望について

空き店舗は依然として減らない状況である。市中心部の商店街で 10 件に 2 件が空き店舗という状況で、新たな展開の必要性も検討している。

今後としては、事業としての規模は縮小することになっていくことが予想されるが、事業の趣旨を大切にし、根気強く取り組んでいくとのことであった。

考 察
(まとめ)

魅力ある店舗を誘致することで、その波及効果を狙った施策が見事に花開いた。平成17年度からの息の長い取組で、事業内容を見直しながら取り組まれている。

依然として、商店街の10軒のうち2軒は空き家という状況であるが、これまでに新規出店した多くの人材が未来の商店街の姿を示してくれることを期待している。

