

#### ④ まちの拠点となり、人が集う商店街

商店街が、高齢者への見守りや子育ての拠点として地域コミュニティの中核の場となるとともに、意欲ある新規店舗の参入が盛んに行われ、独自の製品の販売も行うことにより、多世代でにぎわう場となっている。

#### 2040年の生活シーン

##### <プロフィール>

- 20代の女性。播磨地域の商店街で豆腐屋を営んでいる。
- 店は、戦後間もなく曾祖父が開業し、私で4代目だ。
- 豆腐を作って売っている父や母の姿と、豆腐を買いに来てくれる人たちの「美味しかったよ」という声に接しながら育ち、自分は豆腐屋を継ぐんだ、と小さい頃から決めていた。
- 大学卒業後、都市部の大手デパートに入社し、売り場づくりや商品の仕入れを担当した。その中で、商品力や売り場の魅力を向上させること、周囲の商店とも連携してまちをつくることの大切さを学んだ。数年勤務した後にUターンし、豆腐店を手伝い始めた。

##### <活性化>

- デパートに勤務していた頃、パン屋やパティスリーなど、各地域で魅力的な商品を売っている多くの人たちと知り合えた。そのネットワークの中で、アイデアやスキルを持ちながら開店資金が十分でなく、店を持たない人たちとつながることができた。一方で、空き店舗も課題になっていたことから、そうした人たちにシャッターを閉めている店舗を安く貸し出してくれるよう、行政から提供された支援策の情報も提供しながら、各家主にお願いして回っている。初めは消極的な人が多かったが、新しい店がオープンし、商店街の一角に賑わいが生まれたことで、協力者が増えてきた。
- 若い世代が入ることで、商店主による商店街活性化の話合いも活気あるものになってきた。話合いにより、商店主が引退し、子どもが後を継がないときは、店舗を引き継ぐ人を商店街が公募することも始めた。意欲ある若い事業主が応募してきてくれる。
- 私の店では、兵庫県産の大豆やごまを使った豆腐を作っており、値段は高いが美味しいと、地域の人たちの支持を得ている。同世代と一緒に企画したイベントでの集客プランをきっかけに、各店舗がそれぞれ地域独自の商品を扱う取組も広がってきた。各商店が一推しの商品をPRすることで、近郊の大型ショッピングモールとの共存も可能になっている。

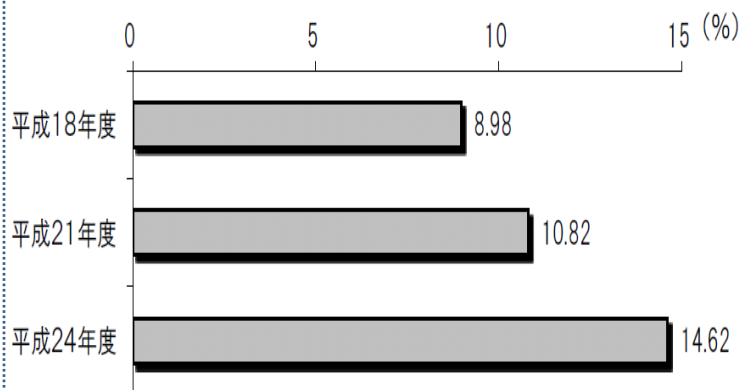
##### <地域の拠点機能>

- 商店街全体では、ICT（情報通信技術）を活用し、幅広い販売手法を導入している。各店舗の商品をまとめて購入できる仕組みだ。商品の受取については、高齢者や夫婦共働き世帯は宅配を選ぶことが多く、ドローンや宅配ロボット、自動運転車を使って商品を届けている。仕事帰りに商品を受取に来る人もおり、夜間も商店街に人が集まる効果が生まれている。
- また、商店街には高齢者や子育て世代が集まる交流の場が設置され、地域のコミュニティ拠点になっている。

## 現状や課題

### 【商店街空き店舗の状況（国）】

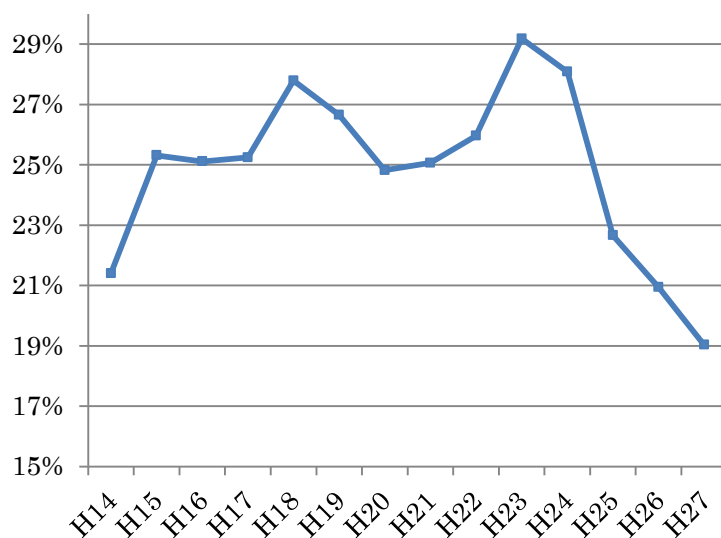
○空き店舗率



(出典：中小企業庁「商店街実態調査報告書」)

### 【商店街の活気への実感】

○お住まいの市・町の駅前や商店街に、活気を感じられると思う人の割合



(出典：兵庫県「県民意識調査結果」)

## 見えてきた兆し

### 【商店街空き店舗活用例】

○高齢者向けコミュニティ施設として活用（相生市）



(出典：中小企業庁「商店街等活性化事業コミュニティ施設活用事業」)

### 【商店街の新たな取組】

○買い物弱者のための宅配サービス（養父市）



企業と地元の商店街が連携して実施している。

(出典：兵庫県 HP)

### 【専門家等の意見】

- 商店街周辺に人口が残っていれば、復活する可能性は逆にある（H27. 8. 11 ひょうご経済・雇用活性化プラン推進会議議事録）。
- 若者たちの中では自分たちで空き店舗などを直して使えるようにして、そこをワーキングスペースやレストハウスにしている人が多い（H27. 12. 22 ひょうご経済・雇用活性化プラン推進会議議事録）。