

**ゆめと活力のある**

**“いきいきとした商店街”をめざす**

**提案書**

平成26年2月

篠山市商店街いきいき委員会

## 目 次

|   |    |
|---|----|
| 1. はじめに   | 1  |
| (1) 委員会設立の経緯経過                                  | 1  |
| (2) 委員会スケジュール                                   | 2  |
| (3) 構成メンバー                                      | 3  |
| (4) 施策への反映                                      | 3  |
| 2. 提案に至った経緯 ～ 委員会協議概要 （平成 25 年度開催）              | 4  |
| (1) 第 1 回 委員会の設置趣旨および目的確認                       | 4  |
| (2) 第 2 回 「商店街」の現状分析                            | 4  |
| (3) 第 3 回 「商店街」の在り方について                         | 6  |
| (4) 第 4 回 魅力ある「商店街」の取り組みについて検討                  | 7  |
| (5) 第 5 回 先進地視察（姫路市）と企画内容の精査                    | 8  |
| (6) 第 6 回 企画内容のまとめ                              | 11 |
| (7) 第 7 回 提案書内容の協議・確認                           | 12 |
| 3. 提言   | 15 |
| (1) 提言  | 15 |
| (2) 提言理由  | 15 |
| (3) にぎわいのある商店街づくりに向けての第一歩                       | 15 |
| 4. おわりに   | 16 |
| <br>  |    |
| ・【添付参考資料 1】 ○ 『「魅力ある商店街」への取り組み』についての提案シートまとめ    | 18 |
| いきいき委員会提案シート                                    |    |
| ・【添付参考資料 2】 ○ 「篠山市商工業振興基本条例」（平成 25 年 4 月 1 日施行） | 23 |

## 1. はじめに

### (1) 委員会設立の経緯経過

近年、篠山城跡を中心とする商店街には、カフェや雑貨店が増えにぎわいを取り戻しつつあるが、観光客など市外からの来街者が目立っており、生活者のための商店街としての機能が失われつつある。また、市外からの出店者、期間限定などの短期間営業の事業者等が増えつつあるが、このような事業者の商工団体への加入に結びつかないことや、個別商店や商店街間の連携・協働化ができていないことも含めて、中心部の商業は、深刻な状況に陥っている。

また、中心市街地活性化基本計画の認定をめざし、篠山市中心市街地活性化協議会を中心に、都市機能の増進と経済活力の向上の方策を議論してきたが、篠山らしい城下町エリアの在り方が、国の認定基準と合致しにくいことから、認定を得ることを断念し、篠山に相応しい古民家修復による店舗活用や、町なみ保存、また、年々増えつつある空き店舗解消およびイベントなど、篠山市独自で地域活性化をめざすこととなった。

さらに、商工業振興についての理念や目的、行政・商工業者・商工団体の役割と責務、連携と協働などを謳った「篠山市商工業振興基本条例」(後掲)を平成25年4月1日に施行したが、条例の具現化に向けての事業者からの意見聞取りは必要であると考えた。そのため、商工会や篠山商店街連合会などを通じて、事業者、特に若手の事業者の声を聞き、城下町篠山における中心市街地の「在り方」と「今、できること」を議論し、ゆめと活力のあるいきいきとした商店街をめざしたいと考えている。

内部的には後継者難や店主の高齢化進行など、外部的には消費者離れや大型店舗の郊外進出が続くなど、そのような事態に対応した策として、商店街では、従前から活性化を図るため様々な研修を重ねてきた。しかし、実施主体である篠山商店街連合会の組織弱体化などの因により、「牽引するのは誰か」という主体の部分での研修成果が、実際に発揮されていない現状である。そのため実行力のある組織の構築(強化)に主題をおいた。その主題を議論する会議の方向性としては、

#### ①実行性のある商店街組織への見直し

#### ②魅力ある商店街への具体的取り組み

を挙げたが、時間の都合上全てを議論することは至難であるため、現状分析と同時に重要な課題である①を主題に議論を進め、方向性を確認した上で、次のステップとして②の議論に進み実行性をその高めた。なお、実行力のある組織の確立により、具体的な取り組みへと波及し、主に市民だけでなく事業者にとっても魅力的な商店街づくりの意識醸成を企図した。チーム分け(班構成)によるワークショップ形式をとることで、各自意見が述べやすい会議とした。

(2) 委員会スケジュール (当初発足時提示案から一部変更・加筆)

| 開催月日<br>(25年度) | 委員会等<br>回数         | 内 容                           |   |
|----------------|--------------------|-------------------------------|---|
|                |                    | テーマ                           | 内容 (要旨)   |
| 6月28日          | 第1回                | 委員会の設置趣旨<br>および目的確認           | ・当該地区における商店街の実情について概説、および商店街の方向性について意見交換(ワークショップ:WS)を実施。<br>*全体会→WS形式                             |
| 7月29日          | 第2回                | 「商店街」の<br>現状分析                | ・当該地区における商店街についての「強みと弱み」を挙げながら是正策を議論。<br>・「商店街」の“あってほしい”・“こうあるべき”そして“進むべき方向性”についても議論を実施。<br>*WS形式 |
| 8月27日          | 第3回                | 「商店街」の<br>在り方について             | ・事前配付シートにまとめた魅力ある商店街への取り組みを各委員が発表し、班ごとに2企画を選考。<br>*WS形式→全体会                                       |
| 9月24日          | 第4回                | 「魅力ある商店街」への<br>取り組みについて<br>検討 | ・事業内容について、「誰が」「いつ」「どこで」「どのように」などを協議。<br>・班毎で発表。<br>*WS形式→全体会                                      |
| 10月31日         | 企画書<br>づくり         | 第4回で協議した<br>内容を企画書に<br>まとめる   | ・「行商プロジェクト」について、「実施目的」「実施時期」「実施方法」「実施主体」などを班毎に協議。   |
| 11月8日          | 第5回<br>(出張<br>委員会) | 先行地視察<br>(姫路市)と<br>企画内容の精査    | ・商店街の視察と訪問先(受入れ先)からの事業の取り組みについて説明を受けた。現地で委員会を開催し、各班でまとめた企画書を発表。                                   |
| 1月16日          | 第6回<br>委員会         | 企画内容のまとめ                      | ・第5回で発表された企画書をさらに精査。<br>・実行型組織について協議した。誰のための商店街かを議論。  |
| 2月3日           | プロジェ<br>クト<br>調整会議 | 2企画案を<br>まとめる                 | 「ご用聞きプロジェクト」について、課題となる「拠点」「資金」「人材」について協議。   |
| 2月13日          | 第7回                | 提案書内容の<br>協議・確認               | ・前回までの協議について項目毎に確認。<br>・提案書(案)を受け全体的な意見交換を実施。<br>・委員会の評価を含めた総括としての講評を実施。                          |
| 2月28日          | 報告会                | 提案書提出                         | 市長に対し「いきいき委員会提案書」を提出。   |

(3) 構成メンバー

篠山市商工会や篠山商店街連合会を通じて、若手の参加を呼びかけるほか、外部からの視点も取り入れての委員委嘱により学習会的なイメージで議論する。15人前後を予定。

なお、必要に応じて、オブザーバーの参加も受け入れる。

まとめ役としては、商業やまちづくりの専門家/有識者に依頼する。

委員会は年間7回程度開催する予定であるが、必要に応じて、調整のための会議を実施する。

委員会では、先進地事例研究として、他地域の商店街振興組合などから講師を招くほか、先進地視察を行う。

\*他地域からの講師を招聘することはなかったが、商店街活動の先進地である、姫路市を視察し、姫路市・姫路商工会議所および姫路市中心市街地商店街連合会から取り組みや活動状況について説明を受けた。

■篠山市商店街いきいき委員会委員名簿

| 項目                          | 役職   | 氏名     | 備考              |
|-----------------------------|------|--------|-----------------|
| 設置要綱第3条第2項第1号(商業団体の推薦する者)   | 委員   | 阪本 尚士  | 篠山商店街連合会        |
|                             | 委員   | 中西 誠   | 篠山商店街連合会        |
|                             | 委員   | 細見 勇人  | 篠山商店街連合会        |
|                             | 委員長  | 中村 浩二  | 篠山商店街連合会        |
|                             | 委員   | 小林 信通  | 篠山商店街連合会        |
|                             | 委員   | 足立 義則  | 篠山商店街連合会        |
|                             | 副委員長 | 奥山 貴史  | 篠山市商工会理事        |
|                             | 委員   | 奥山 彰   | 空き店舗出店者         |
|                             | 委員   | 谷垣 友里  | 空き店舗出店者         |
| 設置要綱第3条第2項第2号(公募により選考した者)   | 委員   | 麻田 憲一  | 市民公募委員          |
|                             | 委員   | 森田 和夫  | 市民公募委員          |
| 設置要綱第3条第2項第3号(市長が特に必要と認める者) | 委員   | 横山 恵美子 | 消費者代表(第6期女性委員会) |
|                             | 委員   | 畑 弘恵   | 消費者代表(第7期女性委員会) |
|                             | 委員   | 佐古田 幸治 | 株式会社アクト篠山       |

|            |                 |       |                   |
|------------|-----------------|-------|-------------------|
| 設置要綱第7条第1項 | アドバイザー兼ファシリテーター | 山本 敬二 | フィールド・ハーツ研究所代表/主宰 |
|------------|-----------------|-------|-------------------|

|         |        |       |               |
|---------|--------|-------|---------------|
| 設置要綱第8条 | オブザーバー | 原田 豊彦 | 篠山市商工会事務局長    |
|         |        | 波部 敦史 | 篠山市商工会篠山振興部課長 |

事務局

| 所属         | 役職   | 氏名    |
|------------|------|-------|
| 農都創造部      | 部長   | 芦田 茂  |
| 農都創造部商工観光課 | 課長   | 樋口 裕昭 |
| 農都創造部商工観光課 | 商工係長 | 団野 顕一 |
| 農都創造部商工観光課 | 主査   | 森鼻 健二 |

(4) 施策への反映

25年度中に実施できるものについては即時実施し、予算等を伴う調整が必要な事業については26年度の実施に向けて調整する。

## 2. 提案に至った経緯 ～委員会協議内容概要（平成25年度開催）

委員会は全7回を実施したが、調整のための会議や、商業者へのヒアリングなどを併せて3回実施した。なお、以下は、7回開催した委員会の概要について記載した。

### (1) 第1回委員会：委員会設置趣旨や目的の確認（平成25年6月28日）

- ・市長から委員会委嘱状の交付。
- ・委員各自から本委員会に臨む姿勢や現在の商店街に対する思いや考え方などについて発表した。
- ・中心市街地における商店街の実情について概説、および商店街の方向性について意見交換を実施した。

### (2) 第2回委員会：商店街の現状分析（平成25年7月29日）

- ・出席委員が班に分かれて、議論しながら商店街「強みと弱み」を書き出した。SWOT分析に近い方法で委員からの意見を集約した。（以下に掲出）
- ・また、その商店街に必要な機能や役割を検討して、最終的には、「実行力のある組織の設立（強化）」をめざして、議論を深めて行く。
- ・当該商業地域はシーズン性の高い「観光客」に負うところが高いということから、商店街の在り方を、地元客・観光客のいずれかに絞り込む必要があるとの意見が出されたが、これについては早急に結論を出すべきものではなく、商業者間で検討すべき継続案件であることとした。

#### 強み

- ・店を継ぐ意識が高い。後継者がいるので店が続いている。
- ・各店がきちんと顧客を持っているからつぶれない。
- ・売る責任感がある。（商店主）
- ・大手チェーン店は知識のある人が少ないが、専門店は強い。
- ・店同士の商材をお互いに紹介しあうことが商店街の強みになる。
- ・コミュニケーションがとりやすい（情報が集まっている）
- ・農産物のネームブランドが強い。それを目当てに来る。
- ・他地域に比べて店が残っている。馴染み客がいる。
- ・ゆったりできる。安心して買い物できる。
- ・観光資源が多い。歴史と観光が共に楽しめる商店街。昔ながらの街並み。
- ・観光客の店、地元相手の店が混在している。
- ・なつかしい感じ
- ・相談にのってくれる店が多い。
- ・イベントが多い。
- ・‘いなかくささ’が良い。
- ・公共交通を使う人が少ない。

## 弱み

- ・閉めているお店が多い。
- ・観光客に対するPR、観光表示ができていない。
- ・イベントが少ない。
- ・他のお店を紹介する雰囲気がない。
- ・古い、汚い、暗い（イメージ）
- ・観光客と枝豆購入目的の客は違う。区別が必要
- ・農産物を買う人が来ても、他に欲しいものが売っていない。
- ・駐車場がすぐ満車（入店したくても見送ることがある） ・駐車場が不便。

## 現状等

- ・物より景観目当ての方が多。
- ・観光客は季節の良い時しか来ない（通年で来てほしい）
- ・儲かることで店が続いて欲しい。
- ・買い物目当てではない客も沢山いる（街並み等、なつかしさが魅力）

### \*ここまでのまとめ

- ・経験だけに頼らず「どのようにすれば篠山の商店街の為になるのか」を先ず考える。
- ・商いの原点に戻り「皆さんが動かないと商店街は動かない・変わらない」という決意で取り組む。
- ・今後、いかに店をアピールできるか、通行人を呼び込むことができるか、という視点が大事。
- ・‘いきいきとした商店街’ にしていくために、今日の意見をそれぞれが持ち帰り、明日から出来ることは、即実行に移す

## あってほしい商店街とは

- ・商いの原点を見つめなおす → ‘三方良し’ という言葉のように、お客さんも、皆さんも、社会も良いという考え方、原点を見直すことは非常に重要である。
- ・安心感が変わらないところが良い。ほっとする。
- ・商店街に期待すること。①活気②接客③商品④価格 以上3点は、しっかりすれば明日からでも対応可能なことだ
- ・商売魂をもっと燃やす。
- ・利便性を向上させる
- ・店名がわかればネットで調べられる → パソコンのような文明の利器をもっと活用すべき。
- ・店同士で連携する → 自分の店に物がなくても、反目するのではなく、他の店を紹介できるような商店づくりが必要だ。
- ・自分の店に客の欲しい物がない時、「あの店にありますよ」と案内できる商店街になりたい。魅力ある店をつくるのが課題 → 今、自分の店に魅力があるかどうかと問われれば、首をかしげる人も多いのではないか。

## 商店街とはこうあるべき

- ・安全な商店街
- ・それぞれがきちんと商売する。みんなでレベルアップ
- ・愛着をもつ（次世代に）
- ・独自性を伸ばす。こだわる。
- ・おすすめの外食先を教えて欲しい → 店側は常に一定の情報量を持つておくべき。
- ・おすすめの菓子、写真ポイントがあれば観光客は満足する → 最近よく使われる‘スポット’という言葉を使用しているが、難しい課題ではない。実現は可能である。
- ・スキ間の店を埋めていけば良い。商店街は続いていく。
- ・中心部だけではなく、周りにも駐車場があると良い → 実面的には難しいかもしれないが非常に大事なこと。
- ・1つプラスなサービスを売る
- ・篠山のものを買いたい、店にあるかどうか（信頼関係が必要） → 他の観光地でもよくあるが、篠山で買ったからといっても篠山のものではない場合がある。
- ・買物に来られない人の為に店の方が行く。宅配サービス御用聞きプレゼント（孫から、娘から、息子から） → いわゆる買い物弱者対策だが、これからの時代、緊急に解決すべき課題である。

\*上記の2つの枠内は、少し気持ちを変えてみて頑張れば、明日から即実行に移せるものである。

## 商店街の進むべき方向性

- ・個店が特化することで面白い商店街になる → 河原町でも‘とがった店’が増えている。雑貨店が多く、その店だけを目的に訪れる方がいる。客層も特化するため難しい面もあるが、非常に有効な手段である。
- ・「あの店のあれが美味しい」情報は地元店が知っている → 「情報は地元店が知っている」
- ・店主が「まち歩きコンセルジュ」になれる → 勉強してちょっと前向きな姿勢を持てば必ずや克服できる。
- ・商店のみんながまちの魅力を語る町になる。
- ・商品がお客さんのところへ行く（行商・特に東部）。
- ・会話からの情報だけではなく、まちの魅力を伝える。
- ・「やろうと思うことをやる！」
- ・うまく「聞く」ことができない観光客に対しても、やさしい町に。
- ・運転できない人も買い物を楽しむ商店街。
- ・大芋の送迎サービスと商店街との連携（交通手段のない人にも来ていただく）。
- ・コミュニティ・つながりの強さを活かした実行部隊をつくりたい。

### (3) 第3回委員会：商店街の在り方について（平成25年8月27日）

- ・商店街がどのような仕掛けや事業（イベントなどを含む）を実施することで、利用者にとって「魅力ある商店街」づくりが出来るのかを、事前配付シートという形で各委員に「提案テーマ（仕掛け・事業などの名称）」「提案の理由」「自身の関わり」という項目について提案した。
- ・事前配付シートにまとめた「魅力ある商店街への取り組み」を委員が発表し、班ごとに



## 2 提案にまとめた。

### 1 班

- ① 商店街移動コンビニ
  - ・今、市内には買い物弱者が多くおられる。その方々の為にも大きい車に各店舗の商品を持ち寄り、移動販売を行う。大型電気製品やカーペット等の車に乗せられない商品については「〇〇商品を呼ぶ券」を発行する。多くの店舗に参加頂けるのではないかと。いわゆる「移動する御用聞き」と呼称できる。
- ② 空店舗再オープン化計画
  - ・2班でも提案されていたが、空き店舗は非常に難しい問題だ。活用案は色々あるが、活用するまでの準備、特に空き店舗を借りるまでの交渉等が難しい。それならば買い上げよう、というのが1班の提案である。長期的な借用在が難しいのであれば、期間限定で借りるのも方法。そこに各店舗イチオシの商品を並べ販売する。

### 2 班

- ③ 情報発信
  - ⇒行商プロジェクト：買い物弱者に対して、売り込みにいく。
  - ⇒篠山ファンクラブ（情報特典）：会費制のファンクラブ ここから情報発信をしていく。篠山をもっと好きになって、篠山を利用して頂く。
  - ⇒HP（お城でコスプレ）：マニアックなファンの獲得
- ④ 店舗活性化
  - ⇒空き店舗の整備（受け皿をつくる）：同時に景観整備も行う。
  - ⇒地元主婦や学生等、地元の人々が便利に楽しんで利用する：手作りの商品や作品展、マッサージ等、とにかく地元の人達に楽しんで頂く。毎日がハッピーマーケット
  - ⇒ガンダーラプロジェクト（ここに来ればどんな事も叶えられる）：篠山に来たら何か揃う…と思われるような商店街。

## (4) 第4回委員会：「魅力ある商店街」への取り組みについて検討（平成25年9月24日）

- ・班別討議では第3回で提案された内容を主体性、実行性等の観点から精査した。この内容は前回の班別討議で様々な意見を出しあって集約されたものである。これからは、出された提案を、より具体的にしていって作業を行う。「誰が」「いつ」「どこで」「何を」「どのように」という順に議論を深めていく。

- 第1班
- ①お城コスプレとのジョイント
    - ・委員会を立ち上げて「長」を置く
    - ・情報収集 and ノート大書院コスプレ大会
  - ②店舗活性化
    - ・床机台を置く

### ③行商プロジェクト

- ・委員メンバーから実行できるメンバーを集める。
- ・チラシで「やっている感（品ぞろえ）」をPRする。
- ・「来てもらう」サービス＝送迎
- ・「御用聞き」サービス＝お宅へ配達
- ・3ヶ月（短期間）お試してやってみる（採算性を探る）

#### 課題等

- ・協力者は？ ・弊害が出ることはないか？
- ・事務所は必要か？（窓口） ・お客さん「これはどこに言ったらいいの？」  
専門店サービスの紹介を御用聞きのきっかけにする。
- ・車の手配をどうするのか。 ・免許のことを調べる。

### 第2班

#### 情報発信「行商プロジェクト」

誰が？・・・・・・有志（5人～） いつ？・・・・・・2014年2月スタート

- ・2013年11月～準備開始「企画、場所選定、ツール  
（チラシ、web、FAXテンプレ、ポスター等）

どこで？・・・・・・市境界線地域

どのように？・・・・イベント形式からの定着化

- ・FAX、電話での注文 ⇒ 母体（事務局？）⇒ 商店へ
- ・行いやすい。つどのメンバーを組む（5人～？）

(5) 第5回出張委員会：先進地視察と企画内容の精査（平成25年11月8日）  
於・姫路市中心市街地 二階町商店街「まちのステーション」（姫路商工会議所）

- ・委員を固定的に2つの班に分け、それぞれで「やるべき事業」について企画・検討を行ってきたが、それを事業化に配慮した形でまとめた。
- ・以下の表には、2つの班の企画案を掲載した。それぞれについて、班リーダーを中心に、説明・質疑を実施した。

### 【1班プロジェクト】

#### ☆商店街ご用聞き隊☆～お家まるごとサポート事業～

地域の商店街が不況や後継者不足のため、日々衰退していく中で今の時代、『商売』という形も様々に変化していています。郊外には大型店舗が次々と出来、今まで篠山には無かったようなチェーン店も進出し、また、店に行かなくてもネットで買い物が手軽に出来るようになりました

そんな中で実際に私たちがよく耳にするのが、『足腰が痛くて買い物どころか外にも出られない』『車、自転車に乗れない』『ネットで買物は何か怖い』『頼みたいことがあるけど、何処に頼めばいいのかわからない』いわゆる「買い物弱者」と呼ばれる方の声です。

これからの高齢社会の中で、「買い物弱者」と呼ばれる方は確実に増えていきます。特に高齢化率が高くて、商店が市内全域に点在していない（ある程度、買い物をする通りが何本かで決まっている）篠山では顕著に増えていくでしょう。お年寄りだけではありません。妊婦の方や介護をする人なども、これに当てはまります。

そこで私たちは商店街の生き残る手段として、「待っている」商売から、「攻めていく」商売を考えました。

○あなたの近くまで「商店街」が行きます！

○食品、最寄り商品だけでなく、ご用聞きでお家まるごとサポート！

- 例
- ・蛇口から水が少しずつ出て困る→水道工事店
  - ・ブレーカがすぐに落ちて困る→電気店
  - ・建てつけが悪くなったみたいだ→建具店
  - ・来週にお遣い物が必要だ→和菓子店、酒店等

○欲しい商品、頼みたい事柄などを紙に書くだけ！

あとは商店街のプロ達がすべてケアします！

\*参加店イメージ

- ・お客様から各会場にてご用聞きカードを預かる
- ・受付した項目を対象店に連絡（当日）
- ・対象店からお客様に確認（当日）
- ・日時を相談の上、納品・訪問（当日 or 後日）

① 費用（月）

|             |           |      |             |
|-------------|-----------|------|-------------|
| ・宣伝広告費（チラシ） | 130,000 円 | ・家賃  | 50,000 円    |
| ・人件費（パート）   | 90,000 円  | ・通信費 | 15,000 円    |
| ・水道光熱費      | 20,000 円  | ◎月間  | 計 305,000 円 |

② 効果

- ・買い物弱者支援
- ・新規顧客獲得
- ・新たな販売形態
- ・各店舗の内容周知

③ スケジュールと役割

- ・12月初旬 … 発起人会開催（いきいき委員会）
- ・12月末 … 加盟店募集・締め切り（ご用聞き隊）
- ・1月初旬 … チラシ作り・拠点賃貸開始（ご用聞き隊）
- ・3月中旬 … 実施（ご用聞き隊）

## 【2班プロジェクト】

### ①プロジェクト名

#### くるくる商店街“つーながリズム”～あなたの所へ御用聞き～

### ②内 容

篠山市内の多数の地区では、居住地域周辺で容易に日常の買い物をしたり、生活に必要なサービスの提供を受けたりすることが困難なケースがあり、また、高齢化にともない、遠方の店舗まで買い物に行けないといった買い物弱者が増加しています。

また、市民アンケートの結果からも、市民が買い物以外で月1回以上中心市街地を訪れる機会は多いものの、郊外への大型店や量販店の進出により、商店街での買物頻度は非常に低い状況にあります。

そこで、このプロジェクト『くるくる商店街“つーながリズム”～あなたの所へ御用聞き～』では、買い物弱者の多いあるターゲット地区を定め、商店街を身近に感じてもらえるよう継続的に取り組む。まずは商店街の良さを知っていただくため、戸別訪問、ビラなどで商店主の人となりを知っていただきながら、行商、御用聞きへとつなげる。

### ③目 的

本プロジェクトを通して、ターゲット地域における買い物の利便を図る一方で、篠山市民に信頼性、安心・安全な商品、サービスの提供や、アフターフォローなどの専門店の強みを改めて認識してもらうことにより、商店街の利用促進を図り、活性化につなげていくことを目的とする。

### ④実施メンバー

事業に賛同する有志（まずはいきいき委員会の有志から） ※当日出役など

### ⑤ターゲット地域

- ・買い物難民と思われる地区 ※手始めに畑地区で実施する。  
(10集落 400軒下 ※5集落毎) 公民館等駐車可能な場所

### ⑥実施回数

- ・毎月1回（平成25年2月から ※広報活動）

### ⑦広報活動

本プロジェクトを本格始動する前に、市広報に掲載し情報発信にとりかかる。

- ・タイムスケジュール（想定） ※H25.10.31時点
  - 市 広報でプロジェクトを告知 …1月（※11月下旬に原稿〆切り）
  - 実施地区の自治会内で回覧（※事前に自治会長に相談要） …1月中旬～下旬
  - 対象地区の自宅訪問による情報提供…随時

### ⑧ツール（行商実施時の携行品など）

- ・車両（ワンボックスカー） ・年間カレンダー ・チラシ（注文用紙など）
- ・ビラ（出張日記載） ・電話等、職種別（衣・食・住）のコンシェルジュの連絡先
- ・移動販売実施地区の周辺既存店と重複しない商品のセレクト

### ⑨スキーム

加盟店制度（事業に賛同する商店）

### ⑩. 現時点での懸案事項

- ・事業を運営する実施主体の設立？ ⇒ 事務局機能など
- ・運営スタッフの確保
- ・運用費の確保（事業資金の捻出方法の検討）  
⇒事務費、車両代（購入 or レンタル？）、人件費、保険代など  
⇒加盟店からの加盟金（年会費？）、ロイヤリティー

① 「提案書」の検討 ～ 実行に向けた協議結果 ～

1班の「☆商店街ご用聞き隊☆～お家まるごとサポート事業～」と2班の「くるくる商店街“つーながリズム”～あなたの所へ御用聞き～」はほぼ同じ事業であるので、一括することで実現性が高くなる。

ただ、提案という観点から考えると両論併記もあるので、ひとつにまとめることだけにこだわらない。

本事業を実現するための必須アイテムとしては、商品を告知するカタログのようなものがあるだろう。また、サテライトショップの機能を持った拠点づくりが必要となる。車両などの送迎手段も確保しなければならない。

このプロジェクトは、ただ単に商品を売るのではなく、買物弱者と商店のように、人と人を結びつけるようなものであって欲しい。結び付けるには、お店がしていることを皆に認知してもらい、信頼を得ることが必要である。

御用聞きプロジェクトに必要な仕組みづくりとして次の3点を挙げる。

ア) 必須アイテム。必須アイテムは各店の商品告知のこと。

イ) 事務所、拠点づくり。イチオン商品をまとめて売るサテライトショップも方法。

ウ) 送迎手段。コスト計算も必要。

最も大切なことは、「商店街」へお客様を呼び戻すことにある。個店が認知され信頼を得ることは、即ち「商店街」がそのようにならなければならない。

「商店街」へのお客様回帰こそが、本委員会に付託されたミッションである。

② 空き店舗活用の考え方 ～活用のための手段～

商店街のこれから

・ 空き店舗対策としての「ランドオーナー会社」の設立。

… 有力オーナーの結集と会社組織づくり。(各商店街運営に結び付いたタウンマネジメント)

… 「専門ファンド」の導入による資金の確保。

… 外部協力組織(店舗関連不動産事業者・店舗設計者・経営指導員等)の確立。

・ 運用の開始

… 商店街ごとの特性(コンセプト・方向性・対象・空き店舗状況調査およびオーナーの説得等)

… 地域内オーナーの結集と協力組織づくり。

… 運用の開始。

・ ランドオーナー会社の設立提案

空き店舗の持ち主の中には貸したいが貸す術がない、という方や、貸すと自分が住めないので、貸店舗と居住部分を分けなければならない、その為の水回り等の工事が必要になるという方がいる。

それらの問題を少しでも解消する会社、つまり「ランドオーナー会社」というのは、「空き店舗を解消する為のまちづくり会社」のことをいう。

篠山にも様々な商店街があって特徴があり、条件等を一律化することは難しいが、ランドオーナー(所有者など)が中心となりエリア毎の特色を生かした統一化を図る。また、空いているから何でも入れるのではなく、その商店街ならではの戦略を決めて、それに適合した店舗を入れる。市や商工会の関わりとして支援や応援していくが、その組織には関与しない。これは本当に息の長い、はっきり言って儲けが期待できない業務であるが、まちづくりという視点で市民の利便性を考えれば重要なことである。

そのためにも拠点は必要。拠点に休憩場所を設ければ、お年寄りが集う場所にもなる。そこではコミュニティを図ることもできる。「ランドオーナー会社」の設立は、商店街の将来を考慮し前

向きに検討していかなければならない。株式会社には責任があるので、株式会社の形態をとるのが適当ではないか。資金調達方法も検討しなければならない。ファンドも一つの方法だ。この組織は商業者を中心としながら意欲ある市民の方々が「構成者」となる。「業務内容および業域」は御用聞きプロジェクトで設立する組織と重複する。

空き店舗活用の実績は商店街組織としての実績はないが、商工会、まちづくり会社である株式会社アクト篠山、一般社団法人ノオト、NPO 法人町なみ屋なみ研究所などが改修、サブリース、経営相談などのノウハウを持っており、それらから助言を受けながら活動する。

商店街にはカルチャーセンター機能を持った施設がないので、その拠点整備は必要である。

拠点があれば、昼間の空き時間を観光客対象のイベントや世代間交流広場にするとか、夜、商店主の協議場所として利用する等ができる。そこでは常に情報を収集、共有し、また発信できるようにしていく必要がある。周りから見て何か楽しそうだと思うような、また、自分達も楽しめるような拠点にしていきたい。

### ③事業推進のための実行組織の協議

とにかく組織と拠点が必要。意志を持った者たち（組織）が（拠点に）集い、知恵を付き合わせることで、事業計画は生まれてくるだろう。今は考えていても始まらない。行動に移すことが最優先である。

### ④「商店街は誰のために」の検討

買い物弱者を含めた市民のためである。また、そこに住んでいる商店主のためでもある。これからも自分が住む街のことだから自分の為でもある。「商店街は街の顔」ということばがある。これは商店街が、人と人を結びつける場所であること証明している端的な表現である。

お客様の対象を、観光客向けか地元住民向けなのか議論が分かれるところである。雑誌やテレビで紹介され、遠方からの来街者が増えている昨今であり、外貨獲得に向けて観光客に目を向けるのも方法だが、一方で、一般小売業の経営力衰退の問題もある。観光振興も大事だが、そのことを商店街全体で力を入れると、観光以外の一般小売業が成り立たなくなる。イベント等はもちろん観光振興には、行政も力を入れている。地元消費者にも受け入れられる商店街でないと持続しない。バランスの保った商店街が望ましい。

### ⑤提案書骨子について

「1. はじめに」では、委員会設立に至った経緯経過を説明し、委員会の目的、方向性を記述し、各会議での協議内容や委員会の構成メンバーを記述する。また、施策への反映については、行政として、支援していく姿勢を示す。

「2. 提案に至った経緯」では、各会議の協議内容を基に商店街の現状分析や進むべき方向性を示した後、各班に分かれて絞った活性化のための取り組み内容を記述している。

1班：商店街ご用聞き隊 ～お家まるごとサポート事業～

2班：くるくる商店街つーながリズム ～あなたの所へ御用聞き

「3. 提言」では、新規顧客獲得、空き店舗活用、実行性のある商店街組織の3点について目標・取り組み内容を提言する。この提言は、市長に対する提案報告になるのだが、商店主にとっては、議論を重ねてきた結果を確実に実現するためのものである。

「4. おわりに」は、各委員のいわゆる‘決意表明’の部分と考えている。

(7) 第7回委員会：提案書内容の協議・確認（平成26年2月13日）

### ①第6回委員会および「ご用聞きプロジェクト調整会議」結果報告

当初目的

「商店街のにぎわいを取り戻す」

そのために「実行性のある組織を確立する」、「できることから始めてみる」

## I. 商店街のにぎわいを取り戻すためへのプロセス（必要となること）

※商店街は観光客だけでなく市民客も含めて成り立っている

←観光客と市民を分けられない

（今後検討は必要だが委員会では日常買いの市民を対象に議論）

### ご用聞きプロジェクト

日常客を増すためには、離れてしまった客や新規顧客に商店街を知ってもらうことから始める。

その手法として「ご用聞きプロジェクト」をやってみる。

商店街の強み＝人と人、顔のつながり、信頼、便利使いで他異業種利用、

買い物難民解消

#### ・必要となるもの

拠点：ご用聞きシステムの運用（人員調整、チラシ等作成、注文発注、その他事務）

コミュニティ広場（買い物客などが休憩や情報収集できる場）、店主も集える

商店街活動の企画

※商店街通りに面した空き家、メンバー商店、どうしてもなければ商工会館1階

資金：拠点運営費（専属事務員人件費、家賃、光熱水費、事務費など）

初期投資とランニングコスト

※メンバー持ち出しばかりではダメ、助成金に頼るのもダメ、収支計画から現実的に検討しなくては

人材：中心となるのはいきいき委員会メンバーなどでその他は公募

※賛同してもらうにはもう少し議論を煮詰めて具体案を示さないといけない

## II. やって見ないとわからない

「できることから始めてみる」は「商店街のにぎわいを取り戻す」ための第一歩としてご用聞きプロジェクトに取り組んでみる。

そのためにまずご用聞きプロジェクトを具体化すること、組織を設立することが必要（いきいきメンバー有志等団体）

## III. 組織を設立し、プロジェクトに取り組む（継続的に）

ご用聞きプロジェクトの具体化、商店街のにぎわいを取り戻すためへ企画運営研修

（観光客と日常客）

## IV. 期待する施策（国などの支援制度）など：初期投資経費には必要でないか

## V. 会議録（要点）

### 拠点

・当面の作業場所として（商工会1F）⇒打ち合わせ場所として

・コミュニティスペースとして

・各店先を持ち回りで（商店街そのものが拠点／簡易な作業を想定）

○拠点の確定が急がれる⇒法人登記化⇒周知（チラシに記載できない）

○茶席等、拠点を訪れた者がおもしろいと感じるようなスペースにしたい。

○暫定的に商工会1Fを貸し出すことは可能だろう（商工会）

### 資金

・ファンド制で

・有志者の出資で

・極力費用をかけない方法で（身の丈に合った活動）

○最低限、事務員一人が雇用できるだけの収入を目標に

○30万円の費用は今すぐ必要ない。事業が軌道にのってからだ。

○極力、補助金をあてにしない方法で（継続的に活動する為にも自己資金の運用が望ましい）

（↑しかし、当面の活動費用として国・県等の補助金制度を活用するのも方法：アドバイザー）

○今回の提案は、「委員会としてこれだけのことをするつもりです」と示し、それでは「市はどのような支

援ができますか」というスタンスで進めるべき。(最初から市の支援をあてにした事業を考えるべきではない)

○賛同者に事業費を募るのも方法だが、その方々にある程度の旨味(利益)がなければ集まらないだろう。

#### 人材(組織)

- ・有志数名で
- ・リーダーを中心とした組織で

○活動団体の法人登記

○やる気のある者が組織をつくり、進めていった方が早い

○「腹をくくれ」と言われるが、我々委員(有志)は、金ではなく人的支援という意味で既に腹をくくっている。

#### その他

- ・御用聞きは広報が目的であり、しっかりとした拠点を設けて収益をあげていこうとは思わない。収益事業として取り組むのであれば、「商工会でお茶漬けを売る」等、これで利益をあげて行こうという確固たる目的がなければならない。
- ・おもしろいと感じる事業にしなければ続かない。
- ・自分達で拠点や資金、人材は捻出しなければならない。極力、補助金もあてにしない方が良い。その為にも自分達でできる身の丈にあった事業運営が望ましい。そのとっかかりとして御用聞きがある。
- ・もう少し具体的な活動内容を示さなければ、他店からの協力が得られない。

事務局より資料「篠山市商店街いきいき委員会ご用聞きプロジェクト調整会議(H26.2.3)まとめ」を朗読説明。詳細略。

#### ②「提案書」について

1の「はじめに」では委員会設立の経緯経過、スケジュール、構成メンバーを説明している。

2の「提案に至った経緯」では第1回から第7回までの協議内容をまとめている。第1回の「委員会設置趣旨や目的の確認」から第2回「現状分析」、第3回「商店街の在り方」、第4回「取組みについての検討」、第5回「先進地視察研修」、第6回「企画内容のまとめ」まで、それぞれの概要を載せている。

3の「提言」では最初にスローガンのようなもの、「いきいきした商店街への原点回帰をめざす～必要な『拠点』と『人材』と『資金』を集約することから始める」という言葉を挙げている。先の3つのキーワード「拠点」「人材」「資金」も課題として明確にする為にもこの中へ含めている。次に、とにかく出来ることから始めようということで、スタート事業としてご用聞きプロジェクトを挙げている。次のページには、なかなか詰め切れなかった部分ではあるが、空き店舗活用事業として「ランドオーナー会社」や「専門ファンド」の導入等を提案している。実行組織としては委員会の有志から発起人会を結成する方向でまとめている。

4の「おわりに」では、前半に議論から伝わる皆さんの熱い思いや、若手商業者の意識変化について触れている。また後半では、意見にもあったように、「笑顔」をキーワードにした商店街の可能性について挙げている。そこには、委員会名の「いきいき」とは「笑顔」であるということや、商店街には「笑顔」が似合い「笑顔」こそが商店街だ、といった言葉でまとめている。最後は「この委員会で議論したことが、少しでも「形」になることで、再び商店街が賑わい、来街者をワクワク・ウキウキさせるようなまち＝篠山が1日も早く再生される日が訪れることを期待します」といった言葉で結んでいる。提案という形をとっている為、幾分第三者的な表現になっているが、当然自分達で実行していくことであり、今後はこの提案書を基に展開していくことになる。



### 3. 提言

#### (1) 提言

## “ いきいきした商店街への原点回帰をめざす ” 必要な『拠点』と『人材』と『資金』を集約することから始める

#### (2) 提言理由

- ・本委員会の主題は、①『「商店街」組織を見直す中で、如何にして実行性のある組織へ再構築していくか。』②『「商店街」を魅力あるものにするための具体的な取り組みを考える。』である。
- ・上記主題を念頭に協議を行ってきた中で、地域のまちづくりにも商店街の活動が重要な役割を担っており、商店街の活性化に向けては、これまでの考え方や方法による集客は難しく、また商店街の中心に立つべき新しい人材の必要性を改めて認識したことに加え、旧来事業の改良であれ、新規事業への挑戦であれ、必要最低限の費用を確保する必要がある。
- ・これまでは、成功してきたとされる他事例や集客イベント事例などの導入が商店街活性化への近道と考えてきた節があったが、主題から考えると原点である篠山らしい「いきいきとした商店街」に回帰するための取り組みが必要である。
- ・商店街のにぎわいを取り戻すためのプロセスとして、まずは日常客を増やすために、離れてしまった旧来の客や新規顧客に商店街を知ってもらうこと的手法として「ご用聞きプロジェクト」から始める。以降、継続的に研究や活性化企画などにより原点回帰を図り、商店街のにぎわいを取り戻す。
- ・改めて、提言を“いきいきとした商店街への原点回帰をめざす”としたのは、以下の事由に依るものである。
  - ① 「商店街」は、地域コミュニティの拠点であること。
  - ② 「商店街」は、(かつて) 地域住民の生活サポート機能を担っていたこと。
  - ③ 「商店街」は、(本当は今も) まち (=篠山) の顔であること。
  - ④ 「商店街」は、生まれ、育ち、暮らす人々を、(今も) 見守ってきた (いる) こと。
  - ⑤ 「商店街」は、これからも人々と同じ目線で、同じ空気を吸いながら歩いていくこと。これら 5 つの認識を私たちは、自らも属しながら『商店街讃歌』として、篠山「商店街」の再生の緒につきたいと考えたためである。

#### (3) にぎわいのある商店街づくりに向けての第一歩

- ・事業の実行性を高めるために、事業拠点を商店街内に置く必要がある。  
そのため、商店街内にある「空き店舗」を活用することで、商店街の活性化の一端を担っていきけると考える。
- ・スタート事業を、次のご用聞きプロジェクトとして『(仮称) **くるくる商店街“つながりズム”** ~ ご用聞き あなたのお家 まるごとサポート事業』を提案する。  
本事業は、以下に掲げることを事業としていくため、商店街加盟会員店の協力を得ることが前提になる。
  - ① 事業テーマ：旧来顧客の再発掘と新規顧客の獲得
  - ② 事業概要： 市内各地に存在する買物弱者の日常生活の支援として
    - ア) 宅配サービスによる販売の実施。
      - 食品・最寄商品だけでなく、ご用聞きでお家まるごとサポート！  
(例) 蛇口から水が少しずつ出て困る → 水道工事店  
ブレーカがすぐに落ちて困る → 電気店  
建て付けが悪くなったみたい → 建具店  
お遣い物が必要 → 和菓子店・贈答品店・酒店等

- イ) 自宅からの送迎サービスによる商店買回りの助成。
- ウ) (空き店舗を活用した) 商店街コンビニエンスショップ (コミュニティ施設兼用) での買物・交流・交歓の場としてのコミュニティスペースの設置。
- エ) その他、地域情報発信の場としての活用。
- ③ 広報活動：本事業を本格始動する前に、市広報に掲載し情報発信にとりかかる。
  - ア) 市広報で本事業を告知 … 広報誌編集日程との調整確認要。
  - イ) 宅配サービス対象地区の自治会内で回覧 (事前に自治会長相談要) … 日程調整要。
  - ウ) 対象地区自宅への訪問情報の提供 … 随時実施。

・商店街活性化に向けた空き店舗活用

- ① 目標：商店街のための商店街による空き店舗活用策として、関係者組織によるサブリース (転嫁を目的とした一括借上げ) を実施する。
- ② 上記の関係者組織として「ランドオーナー会社 (家主や管理者など空き店舗の関係者からなるまちづくり会社)」の設立をめざす。これを効率よく機能させるには、有力オーナーの結集と会社組織づくりが鍵となる。また、各商店街運営に結び付いたタウンマネジメントも要求される。資金調達には、「専門ファンド」の導入を考えている。さらに、外部協力者 (店舗関連不動産事業者・店舗設計者・経営指導員等) も必要となるため、その組織化を行う。商店街毎の特性を訴求したコンセプト・方向性・テナントミックスから考える対象業種などを確立し、空き店舗状況調査およびオーナーの説得等を実施しながら、組織を運用していく。

・実行性のある商店街組織とするための取り組み

- ① 目標：事業を推進するため、本商店街いきいき委員会の有志 (商業者中心) で発起人会を結成する。
- ② 具体化するための取り組み：これまでから篠山商店街連合会が中心となって活性化に取り組んできたが、各商店街の集合体であるが故に強いリーダーシップをもった組織としては機能しなかった面がある。このことから新たな事業実施に向けては「できること」に「誰が」を加えて担うべき主体を明確にし、取り組みの姿勢を一層具体的に示すことで事業の実現に向けて動きの加速化を図る。

#### 4. おわりに

本委員会は、「実行性のある商店街組織への見直し」および「魅力ある商店街への具体的取り組み」を主軸に議論してきた。

活性化に向けた取り組みについては、各委員から様々な意見を出してもらったが、その企画を実現に向けてブラッシュアップするため、提案された企画案を各班2提案に絞った。

絞り込む際には、各委員の主張がぶつかり、熱い議論が展開された。篠山の商店街に対する委員の熱く深い思いが伝わったところである。

絞り込まれた企画案以外でも、すぐにでもできそうな、また、画期的な取り組みも含まれており、時間的制約がなければどの取り組みもブラッシュアップしたいと感じた。

また、「即実行に移す」・「できることから行う」という簡単ではあるが、課題である従来からの慣習を本委員会においてもなかなか克服できずに、議論だけで時間を費やすことになり、「いつでも集える拠点づくり」・「そこに集う仲間づくり」については、十分な検討が為されないままで終息を向かえようとしている。本委員会が終了しても、このテーマについては、早急に実行に移さなければ、商店街は従来と全く変わることはない。

第6回委員会で、「誰のための商店街なのか」を議論した際には、自分が楽しむための商店街と答えた商店主もいた。そこにいるものが楽しくなければ、来街者は楽しくないし、来ないだろうという発想である。また、あそこへ行けば何か面白いことがあると思わせるまちにしたいとの意見も出されるなど、特に商店街委員からの発言や思いを聞くことで、いよいよ若手商業者の意識変化を知ることができた。

委員会名の「いきいき」とは「笑顔」を示すコトバである。

「笑顔」をキーワードに、みんなでそれを共有できれば、色々な可能性が出てくると考える。

市＝行政は、市民を主役としてそのニーズに応える安心・安全機能を持つが、商店街は、市民が三々五々集まり、買い物を、そして交流を楽しむところだと思う。商店街には「笑顔」が似合っていて、「笑顔」こそが、商店街なのである。

幸い篠山には、雑誌・テレビなどで紹介されるカフェや雑貨店が点在するようになり、そのお店をめざして幅広い年齢層の多くの観光客が訪れて賑わっている。観光が強いシーズン性を持つことは別として、観光客向けの商品を扱う店舗を集約し、そこから波及して周辺店舗にも流れることによって商店街全体の賑わいを創出させることが活性化への近道であるかも知れない。しかし、その賑わいもまちなか回遊も、地域住民や他の商業者に支持されるものでなければ、“いきいきとした商店街”には成り得ず、リピーターも増えず賑わいも長続きしない。今後、観光の在り方についての議論を深める必要がある。

この委員会で議論したことが、少しでも「形」になることで、再び商店街が賑わい、来街者をワクワク・ウキウキさせるようなまち＝篠山が一日も早く再生される日が訪れることを期待する。

【添付参考資料1】〇篠山市商店街いきいき委員会提案シート

第3回【No.1】

| 氏名       | 提案テーマ（仕掛け・事業などの名称）                | 提案の理由  | 自身の関わり  |
|----------|-----------------------------------|--|---|
| 奥山<br>貴史 | 商店街移動コンビニ                         | 買物に行きたくても行けない人の為にこちらから色々な商品に乗せて出向いていく。   | 商品はもちろん、サービスなども展示する。  |
|          | インターネットラジオやミニFM放送によるスーパー「商店街」     | 身近で使いやすいツールを使って商店街の情報を発信できる。「イチ推し！」や「タイムセール」「合言葉」  | もちろん自店のPRなどもし、他店の情報も聞きに行く。その情報を集め、マイクを通して発信する。自店でも常に放送を流しておく。         |
| 奥山<br>彰  | 丹波篠山春夏秋冬夢舞台（街道）<br>※すべてにやさしい篠山商店街 | 四季の来街者入込み格差是正<br>特に夏・冬の入込み事業に注力<br>日常的商業と観光客的商業の個店意識強化                                       | 利己主義は各自持ち合わせているのも事実であるが、良き目標に向けては大小に関わらず前向きな姿勢で全員が参画すべきではないか。（楽しく関わる） |
|          | 1. 店舗統一舞台（ステージ）設置                 | 個店の質の向上と努力を表現<br>情報発信のツールとして活用   |   |
|          | 2. ご用聞きネットワーク基地づくり                | 専門職を置いてでも今後はつくっていくべき基地   |   |
|          | 3. ネット社会に対応した発進策構築                | 市・商工会のホームページ充実<br>リアルタイムな情報が常に更新出来る体制づくり   |   |
|          | 4. 篠山テントドーム建設                     | アーケードのない篠山商店街の新事業展開  |   |
| 足立<br>義則 | （仮）おもしろ市 開催                       | 毎月〇日は〇〇市と題し、チラシ告知。各個店が、数量限定目玉商品を工夫し、新規客獲得、営業品目PR、お店の存在PR。毎月打合会、経営者の意識改革と勉強会、情報交換、経営力（個々の）UP。 | リーダーシップ   |
|          | ポイントサービス事業充実拡大                    | 既存のカード会では加盟店少なく、お客様のメリットも少ない。お客様の囲い込みと共有化、共同体として意識向上を図る。常にサービスが付加され、顧客満足度も高く苦情が少ない。加盟店増強拡大。  | リーダーシップ   |
|          | 空き店舗再開店事業                         | 対個人には貸さない。公共的団体有利 交渉、仲介、開店サポートを実施。シャッター通を防止、連続性確保、歩いて楽しい商店街を目指す。業種選別可能                       | 公的補助を調査   |

| 氏名       | 提案テーマ（仕掛け・事業などの名称）   | 提案の理由   | 自身の関わり  |
|----------|--|---|---|
| 麻田<br>憲一 | 案内表示の検討  | 弱い者の戦略として1点集中。広域戦略をやめ、お城から歴史美術館までの500mを集中的に案内表示のみならず旗、造形物を設置し、活気を持たせ、ドキドキ、ワクワク感でのサプライズ。           | これが実行されれば、何かが変わり何かが生まれる。そして第二・第三の矢を議論し実行する。           |
|          | 平台椅子を設置  | 平台椅子をできれば店舗ごとに設置し、休憩場所を提供することによって、お客の足を止め、販売促進につなげる。  | 活性化すれば人は人を呼び、そこにお金が落ち、個店が採算ベースにのれば、新店もできます。           |
|          | 二階町但馬銀行前のゴースト化<br>賀屋前のケア   | できれば解体し、駐車等にすればいい。まず賀屋前に竹の塀を作り、学生に篠山の思いを写生してもらおう。割れ窓理論を研究し、町を美しく。                                 | 補助金を出して無理に店舗展開しても結果は明らかです、補助金なしでボランティアでできれば最高です。できます。 |
| 中村<br>浩二 | 篠山ファンクラブ事業   | 篠山のことが好きな人（お客様）、盛り上げたい人（店）ともに有料会員になっていただき、対価として、特典・情報を提供していく。より篠山のことを知っていただき、いっそうのファン化を図る。        | ファンクラブ事務局の立ち上げ  |
| 中西<br>誠  | 「城下町商店街プロジェクト」<br>商店の無い地域に商店街の品物やサービスを出向いて販売する。販売形態は移動販売、又は空き家利用等でまかなう。                | 商店の少ない、又は無い地域の人たちの需要に対して、商店街内からの供給を発生させ、顔と顔の繋がったビジネスモデルとして市内でのお金の廻るしくみを作り上げたい。それによって住みよい地域作りをしたい。 | 地域に対するパイプライン・又は広報、周知を手がけたい。                           |
|          | 「空き店舗活性化プロジェクト」<br>商店街内空き店舗の整備を進める。即時利用に耐えうる内外装の基盤を確立し、街並みに一定のビジュアルイメージを持たせ、インフラも増強する。 | 閉まったお店が目立つ様になってきているので、そこに対する利用需要を生み出したい。同時に景観整備も進めたい。また、起業をうながし、外部からのIターン・Uターン・若年層定住者の増加を増やしたい。   | 利用者の呼び込み、利用提案の広報・周知を手がけたい。                            |

|  |   |  |                                |
|--|---|--|--------------------------------|
|  | <p>「篠山城コスプレイベントプロジェクト」<br/>篠山城や周辺の史跡等での戦国コスプレイベントを行う。持ち込みアイテムの制限を設けなければ、観光集客以外の外来者の需要が見込める。</p> | <p>単純に面白いと思ったのが1つ。<br/>そして、FBやTwitter等での集客がやりやすい。レイヤーに対して撮影者の数が見込める等の理由です。</p> | <p>立案、企画、運営、広報、周知全てを手がけたい。</p> |
|--|---|--|--------------------------------|

【No.3】

| 氏名               | 提案テーマ（仕掛け・事業などの名称）  | 提案の理由   | 自身の関わり                             |
|------------------|---|---|------------------------------------|
| 畑<br>弘<br>恵      | 総合情報発信  | 欲しい人には必ず届く情報は、得はあるけど損することはないのが強み。「情報化時代」情報発信がなければ、お客様の選択肢から外される。            | 取材リポートでツイッター、FB、ホームページで情報発信力を高めたい。 |
|                  | ガンダーラ篠山商店街<br>～そこに行けばどんな夢も叶うと言うよ♪～  | 若き事業家の修業の場<br>アート、食 etc の物づくりと販売を空き店舗で腕試しして、大きな chance をつかむ第1歩のステージを提供      | 情報発信                               |
|                  | 毎日 Happy マーケット<br>貸し出し店舗  | 地元の主婦や学生、農業者が腕自慢の手作りケーキや手づくり品を並べたり職業体験が出来る店を提供。フリマ、紙芝居劇場、癒しのアロママッサージや作品展もOK | 情報発信                               |
| 森<br>田<br>和<br>夫 | <p>①市内に住む「おじいちゃん・おばあちゃん等」の為に、その買物資金を振り込んで頂く方（子供・孫等）を会員募集する。</p> <p>②事務局は振り込まれた額を原資とし、会員より指名された方へプレゼントを行う。</p> <p>③事務局はプレゼント対象者（以下：対象者）に「〇〇氏から〇〇円が送金され、商店街などの加盟店で買物ができること」を案内する。対象者は電話等で注文し、相談もできる。</p> <p>(その他)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・年に一度の割合で、対象者の御用聞きに回る。</li> <li>・出張店舗を開く。事前に周知チラシを配布。</li> <li>・マイクロバスを所有している事業者（商店街以外等）にも事務局に加盟頂き、下記のような企画を行う。</li> </ul> <p>王地山公園さきやま荘での食事 + 商店街でゆっくりと買い物をするプラン</p> <p>※参加者の自己負担もOK/マイクロバスでなくてもOK/事業者は商店街に限らず広く加盟を募る<br/>(たんば荘もバスを出し、篠山城を中心とした観光プランをやっておられるので、同様の企画も可能ではないか。<br/>※バスの提供者にも利益があるような仕組みが必要</p> |   | 現地での販売のボランティアが可能                   |

|       |                  |   |  |
|-------|------------------|---|--|
| 佐古田幸治 | 商店街コンシェルジュ       | 商店街を1つの商店と見立てて、情報の交換及び情報の発信を行う。情報発信基地     |  |
|       | 商店街 Web サイト設置、作成 | ネット直販利用率が増える中で、インターネットにより商店街の情報を効果的に発信する。 |  |

| 氏名   | 提案テーマ（仕掛け・事業などの名称）  | 提案の理由   | 自身の関わり   |
|------|---|---|--|
| 谷垣友里 | [新規]<br>御用聞きプロジェクト（仮）<br>・農村エリア等の独居老人や妊婦さん等、<br>買い物に不自由している人のサポートを<br>する移動（商店街）販売サービス | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ワークショップの中で、「今の時代、お客様の来店を待っているだけでなく、店の方からお客様のところへ行く時代だ」という意見が出たこと。</li> <li>・かつて旧街道だった農村エリアの商店街機能が失われ、復活が望まれているがリストが少なく、地域連携で解決できないかと思ったので。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・事前の顧客ニーズ調査</li> <li>・仕組みづくり</li> <li>・キーパーソン、農村側の担い手探し（自分は物販業ではないので、それ以外のことで）</li> </ul> |
|      | [既存事業の継続]<br>商店街の魅力発信型チラシ<br>ニュースレターの発行事業<br>・専門店の魅力、店主の人柄<br>・商店街                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・自分の街の商店街を利用してもらうきっかけとして、単なる消費者立場だけでなく、商店街の以下の役割を理解し、応接してくれるお客様ターゲットをつくってみたい。<br/>(例) 地域活性化イベントの目的、活躍している人<br/>専門店ならではの取り組み、専門性</li> </ul>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>・取材、記事の作成</li> <li>・デザイン印刷を地域の若手デザイナーと一緒に</li> <li>・配布</li> </ul>                         |
|      | 空き店舗活用・開業者誘致<br>・エリアマネジメント×地域調整<br>・開業希望者×店舗マッチング                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>・商店街の全ての店舗が OPEN することが活性化の基本的なことだと思います。OPEN するには、一過性のことでなく、繁盛店になり得る魅力的な店主、業種、センスのある店を誘致することが大切だと思ったので。</li> </ul>                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>・開業希望者の対応（商店街案内など）</li> <li>・地域の方と一緒に開業者を迎えるための事務局業務など。</li> </ul>                        |

|                   |  |   |   |
|-------------------|--|---|---|
| <p>横山<br/>恵美子</p> | <p>遊びのテーマパーク<br/> (例) おばけ屋敷<br/> 迷路<br/> サークル発表<br/> 子供、老人合同発表</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 人を呼び込むことが第一<br/> 子供は保護者も一緒に 老人者は家族の方<br/> 若者には遊び心→そして美味しい名物や土産、又生活用品<br/> 商店街で一揃い 1日を過ごす。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 事務局、設営スタッフ<br/> ボランティア等で案内係</li> </ul> |
|-------------------|--|---|---|



## 【添付参考資料 2】 ○ 篠山市商工業振興基本条例

平成25年3月27日

条例第14号

(目的)

第1条 この条例は、丹波篠山農都宣言（平成21年篠山市告示第7号）を基に本市の商工業の振興に関する基本的な方向性を定めるとともに、市、商工業者及び商工団体の役割及び責務並びに市民の理解及び協力に基づいて、地域社会及び環境との調和を保ちつつ協働して地域資源を生かした持続的な商工業の振興を図り、もって健全で活力ある豊かな地域社会の創造及び市民生活の向上に寄与することを目的とする。

(定義)

第2条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、それぞれ当該各号に定めるところによる。

- (1) 市民 篠山市自治基本条例（平成18年篠山市条例第32号）第2条第1号に規定する市民をいう。
- (2) 商工業者 市内で商工業活動を行う者をいう。
- (3) 商工団体 商工会、商店会その他の市内の商工業の振興に関わる団体及びその連合会をいう。
- (4) 大型店 店舗面積が1,000平方メートルを超えるものをいう。
- (5) 地域資源 特定の地域に存在し、その地域を特徴づける自然、生産・加工品、歴史・文化及び人をいう。

(基本方針)

第3条 商工業の振興は、事業者自らの創意工夫及び自助努力を基にして、市、商工業者、商工団体及び市民が協働して推進することを基本方針とする。

2 前項に規定するもののほか、商工業の振興は、次に掲げる方針に基づき推進するものとする。

- (1) 伝統的な技術及び技能の継承及び発展を図りながら、地域資源を維持管理し、育成し、及び創造すること。
- (2) 地域資源を発掘・活用しうる企業の誘致又は新規起業を促進するとともに、商品開発等においては関連する研究機関等とも積極的に連携すること。
- (3) 地域資源を生かした雇用の在り方を研究するとともに、中高年者、障害者及び外国人の活用、地元出身者のUターン受け入れ、若年者のIターン就業等を促すための多様な働き方ができる柔軟な就労環境の整備を図ること。
- (4) 市民及び外来者の交流拠点の整備を進めるとともに、生活の利便性と周遊性を確保することによりにぎわいを創造し、点としての商店を商店街に結びつけ、線としての商店街を面としての商工業へと展開すること。
- (5) 商工業者の相互の連携及び協力並びに地域社会との良好な関係構築を促進すること。
- (6) 篠山市の持つ地域資源に関する情報を集約して広く情報発信し、及び提供することにより交流人口の拡大を図ること。
- (7) 地域資源の発掘及び活用のための市民参加の仕組みづくりを積極的に進めるとともに、農商工連携のネットワークを構築し、地域資源のブランド化を促進すること。
- (8) 定住人口の確保を図るため、住環境の整備及び生活の利便性の向上に努めること。

(市の責務)

第4条 市は、前条の基本方針にのっとり、国、県その他関係機関と協力して、商工業の振興に関する施策を総合的に推進するとともに、商工業者の取組を積極的に支援するよう努めるものとする。

2 市は、商工業の振興に関する基本的な施策として、次に掲げる事項を実施するものとする。

- (1) 地域資源の維持管理、育成及び創造に関すること。
- (2) 伝統工芸の保護及び育成に関すること。
- (3) 地域資源を活用する事業者の誘致及び連携並びに既存の商工業者、新規起業家等の支援に関すること。
- (4) 地域資源を生かした雇用機会の確保及び拡大並びに人材育成に関すること。
- (5) 商工業者相互の連携及び協力による商店街の活性化を含む商工業の面的な充実及び拡大並びに地域社会との良好な関係構築に関すること。
- (6) 地域資源に関する情報集約及び効果的な情報発信に関すること。
- (7) 定住人口及び交流人口を確保するための篠山市の魅力増進に関すること。

(商工業者の責務)

第5条 商工業者は、社会経済環境の変化に対応し、創意工夫、経営基盤の安定及び強化並びに経営革

新に努めるものとする。

- 2 商工業者は、雇用機会の確保、人材の育成、福利厚生の充実その他雇用環境の充実に努めるものとする。
- 3 商工業者は、その事業活動を通じて地域社会の活性化に資するよう努めるものとする。
- 4 商工業者は、商工団体に積極的に加入し、その活動に相互に協力するよう努めるものとする。
- 5 商工業者は、市民、商工団体、市等が取り組むイベント及びまちづくり活動等に応分の負担を持って積極的に参画し、協働していくよう努めるものとする。
- 6 商工業者は、市民生活及び環境と調和し、地域に根づいた事業活動を行うよう努めるものとする。
- 7 大型店を営む者及び大型店において事業活動を行う者は、市内で商工業を営む者の一員として、当該大型店に求められる社会的責任を認識し、当該地域社会及び商工業の振興に貢献するよう努めるものとする。

(商工団体の責務)

第6条 商工団体は、商工業者の自助努力及び創意工夫による取組を支援する事業活動を行うとともに、商工業の振興のための事業活動を通じて地域社会に貢献するよう努めるものとする。

- 2 商工団体は、市、市民及び関係機関と連携し、及び協働して商工業の振興を進めていくよう努めるものとする。

(市民の理解及び協力)

第7条 市民は、地域における商工業の振興が市民生活の向上及び地域社会の活性化に寄与することを理解し、その健全な発展に協力するよう努めるものとする。

(条例の普及啓発)

第8条 市及び商工団体は、第1条に規定する目的を達成するため、この条例の普及啓発に努めなければならない。

(検証及び評価)

第9条 市は、商工業の振興に関する主な施策の成果を明らかにし、常に最もふさわしい方法で評価を行い、その結果を商工業の振興に関する施策に反映するよう努めなければならない。

(委任)

第10条 この条例に定めるもののほか、必要な事項は、市長が別に定める。

附 則

この条例は、平成25年4月1日から施行する。