



経済産業省

Ministry of Economy, Trade and Industry

# 地域の持続的発展のための 中小事業者等の機能活性化事業 (地域商業機能複合化推進事業)

令和5年3月

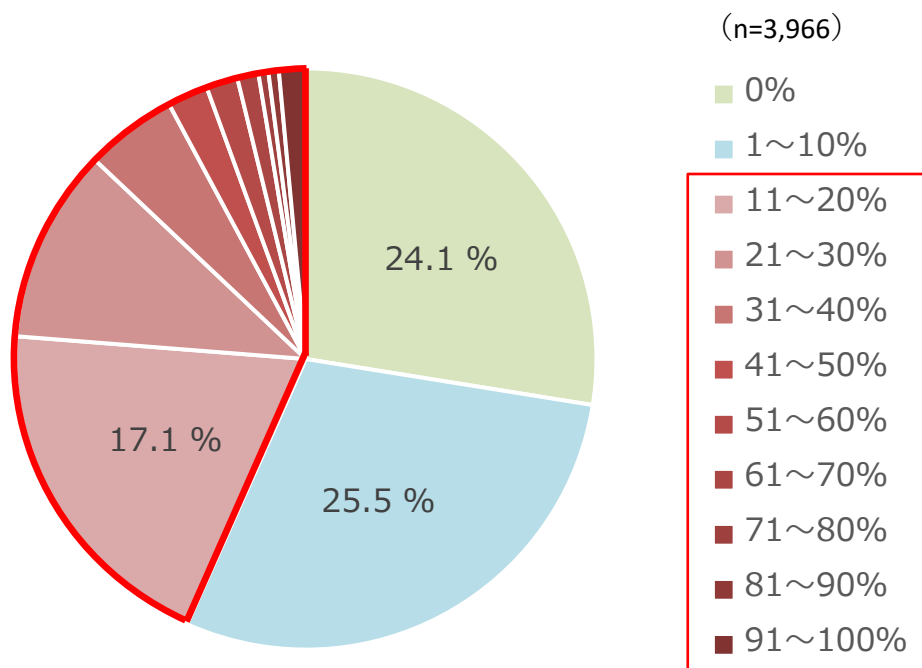
中小企業庁 商業課

地域経済産業グループ<sup>°</sup> 中心市街地活性化室

# 持続的なまちづくりにおける商店街の方向性

- 令和3年度商店街実態調査によると、心理学的に「廃れている」と感じる境界と言われる「空き店舗率10%」を超える商店街が、全体の40%に達しています。
- 他方、このような状況の中においても、空き店舗等の既存ストックを上手に活用し、地域のニーズや新たな需要に対応しようと取り組むことで、地域活性化につなげている商店街も存在します。

## 全体の4割が空き店舗率10%以上



(出所) 令和3年度商店街実態調査

## 活性化した商店街



長野県下辰野商店街

# 地域ニーズに応じた商店街等の再構築（テナントミックス）が必要

- 人口減少／消費高齡化の進展、デジタル技術の進歩など、地域コミュニティを取り巻く環境が変化中、地域関係者間で課題を共有し連携を強化した上で、地域の特性や地域住民等のニーズに応じた商店街等の再構築（テナントミックス）が必要です。

## 地域住民やコミュニティの 商店街等に対するニーズの変化

- 地域の住民やコミュニティにとっての商店街等の位置づけは、「買物の場」から「多世代が共に暮らし、働き、交流する場」へと変化。
- 商店街等の強みを活かし、専ら「商店」の街から、地域の住民やコミュニティが期待する多様なニーズに応える場として、「商店が集まる街」から「生活を支える街」へと変革することで、商店街等の賑わいを向上させる必要。

## 商店街等に期待される 新たな役割

- 地域の住民やコミュニティのニーズに応えるために、商店街が目指す方向性については、地方公共団体及び商店街等の関係者が中心となり、「地域が主体的に選択」する必要。

<選択例>

- 子育て世代はじめ多世代が交わる商店街等
- 地域内外問わず担い手として活躍できる商店街等
- 商店街等の個性を生かして地域を活性化

➡ 「商店街等の現状」と「地域が主体的に選択した目指す方向性」の間で、不足する機能等を満たすための取組を「**地域商業機能複合化推進事業（令和5年度当初予算）**」で後押し。

（地方公共団体が行う商店街等向けの重点支援に対し、国も協調して支援を行う）

# 地域商業機能複合化推進事業の内容と特徴①

## <事業内容・特徴>

特徴①  
ニーズの把握・ビジョン  
の検討が条件

特徴②  
ニーズを継続的に把握するため、デジタル  
ツール等の活用により収集・分析を実施

特徴③  
事業の見直しを行っていくため、  
PDCAサイクルを回す

### 事業実施前

- 計画の作成  
(仮説の設定)
- ✓ 地域住民  
等のニーズ・  
需要の把握
- ✓ 商店街等の  
あるべき姿の  
設定

### 事業実施（間接補助事業の内容）

- **ソフト事業：ニーズを把握するためのデータ収集・分析**
  - ✓ AIカメラ等の導入による来街者の属性・回遊情報の収集・分析
  - ✓ 空き店舗等を活用したチャレンジショップの実施
  - ✓ 需要構造に適した供給体制の構築

or

- **ハード事業：商店街等にはない新たな機能の導入**
  - ✓ 若者や子育て世代が集う、交流スペースの整備
  - ✓ 新規創業スペースの整備
  - ✓ 地域資源等を活用した複合商業施設の整備
  - ✓ エリアへの波及効果等の分析と、需要構造に適した供給体制の構築

### 事業実施後

- データを継続して収集
- データを活用しあるべき姿に向けたPDCA
- 効果報告(5年間)

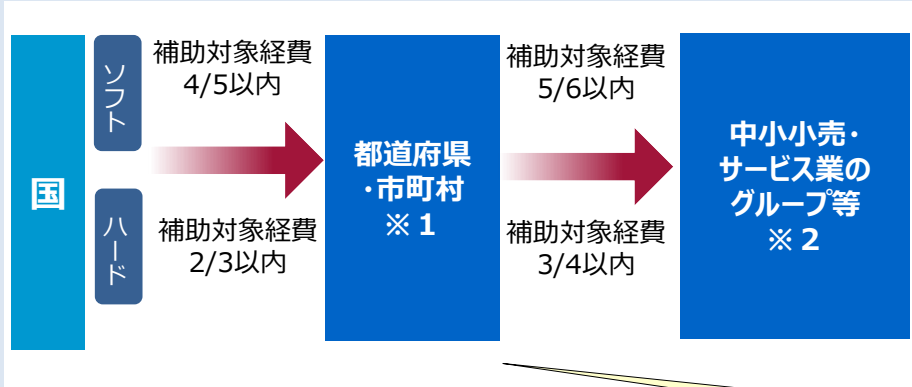


- 地域ニーズ・需要に対応
- 最適なテナントミックス
- 商店街等の機能活性化
- 地域の持続的発展へ

※事業実施期間中に、本資料P.27「外部人材活用・地域人材育成事業」から、専門家1名を派遣します。

# 地域商業機能複合化推進事業の内容と特徴②

## <間接補助事業のスキーム>



## <補助率>

国庫補助金の額は、地方公共団体が間接補助事業者に交付する額に対し、左図の補助率（ソフト4/5以内・ハード2/3以内）を乗じて得た額。

## <補助上限額>

- 消費動向等分析・テナントミックス構築事業(ソフト事業) : **4,000千円**
- 商店街等新機能導入促進事業（ハード事業） : **40,000千円**

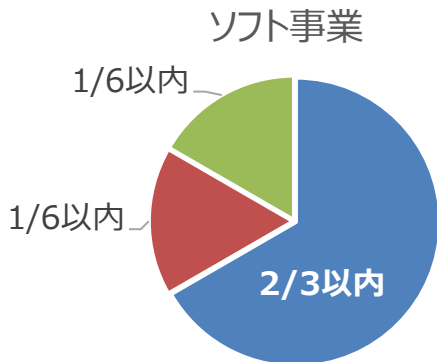
- ※ 1 .国⇒市町村⇒事業者、国⇒都道府県⇒事業者、  
国⇒都道府県⇒市町村⇒事業者
- ※ 2 .まちづくり会社、商店街組織、飲食店街、温泉組合など

### 特徴④

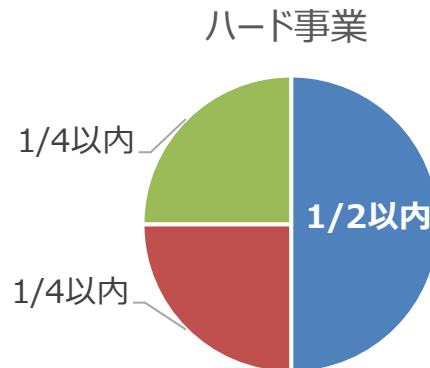
**地方公共団体（都道府県又は市区町村）の財政負担に留意すること**

## <国・地方公共団体・商店街等の負担金額の割合>

■ 国 ■ 都道府県・市町村 ■ 商店街等



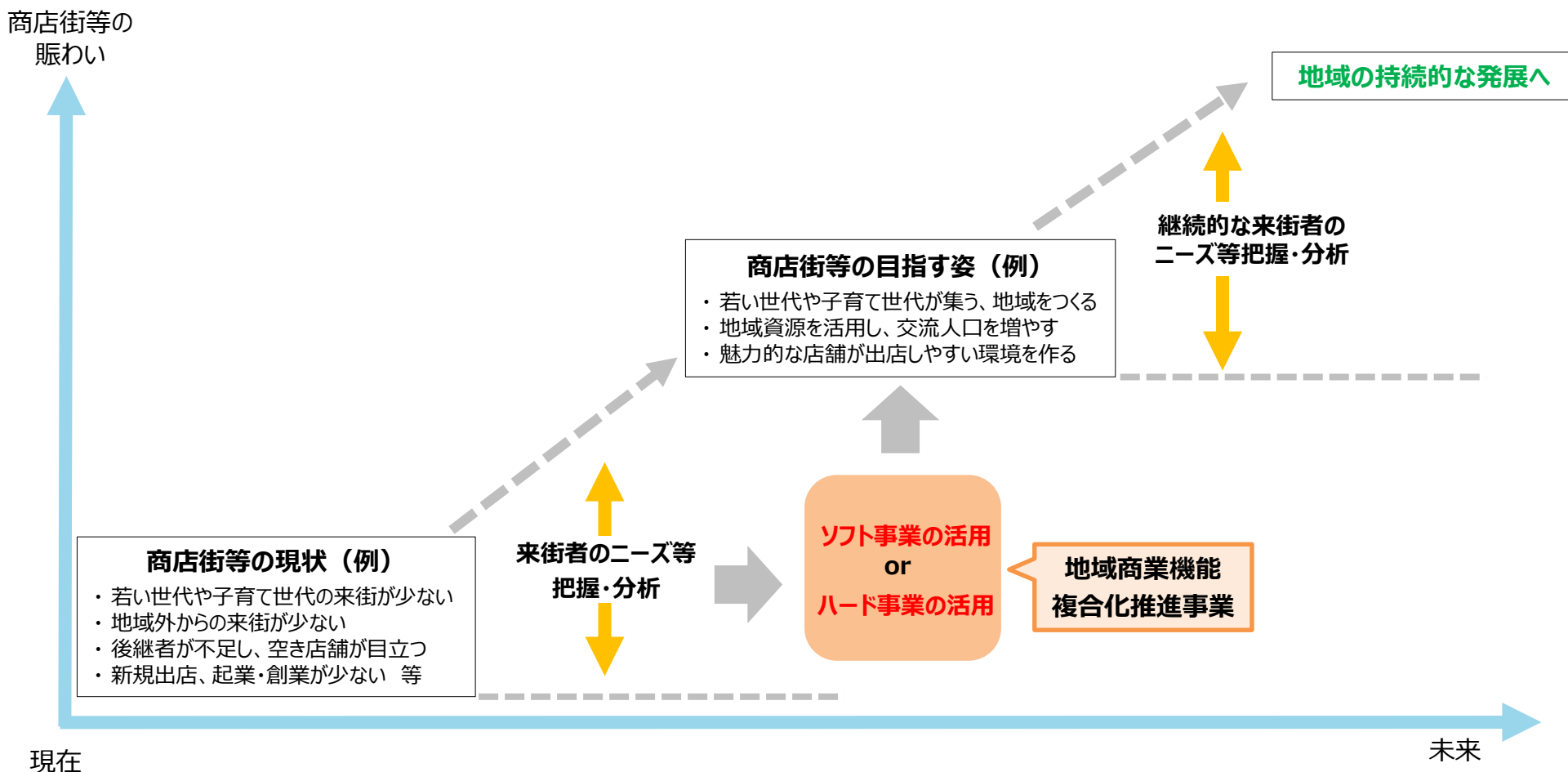
**補助対象経費6,000千円の場合**  
 国：4,000千円  
 都道府県・市町村：1,000千円  
 商店街等：1,000千円



**補助対象経費80,000千円の場合**  
 国：40,000千円  
 都道府県・市町村：20,000千円  
 商店街等：20,000千円

# 本事業で目指す姿（全体像）

- 賑わいのある商店街等においては、生活関連サービスや各種インフラが充実しており、多様なサービスが街なかにおいてワンストップで提供されることで、周辺地域一帯が暮らしやすい環境になります。
- また、一定の人流が見込めることや、空き店舗等の既存設備を活用できること、コミュニティ形成が容易であること等から、起業・創業しやすい環境も創出でき、創業促進によるエリアの地価の上昇、固定資産税の増収も期待できる。本事業ではこうしたまちの変革を積極的に後押しします。



# これまでの採択事業一覧（令和3年度）

| No. | 補助事業者名 |      | 内訳  | 間接補助事業者名                               | 間接補助事業名  |
|-----|--------|------|-----|--|--|
|     | 都道府県   | 市区町村 |     |  |  |
| 1   | —      | 能代市  | ハード | 合同会社のしろ家守舎 外1者                         | 「マルヒコビルディング」からはじめる木都再興プロジェクト                     |
| 2   | 埼玉県    | —    | ハード | 川越サンロード商店街振興組合                         | クリアパークから広がる地域主導のデータ駆動型魅力創造プロジェクト                 |
| 3   | 埼玉県    | —    | ハード | 所沢和ヶ原商店街振興組合                           | 和ヶ原商店街魅力創出事業                                     |
| 4   | 長野県    | 辰野町  | ソフト | 一般社団法人Oと編集社                            | 飛び飛びの空き店舗を利活用した多様なコミュニティを繋ぐ商店街複合化によるエリアリノベーション事業 |
| 5   | —      | 長岡市  | ソフト | 株式会社こしじまづくり                            | 商店街のテナントを活用した新規出店・定着支援事業                         |
| 6   | —      | 富山市  | ハード | 株式会社富山市民プラザ                            | 荒町学生シェアハウス事業                                     |
| 7   | —      | 名古屋市 | ソフト | 大須近代化事業協同組合                            | 電腦街大須アップデートプロジェクト                                |
| 8   | —      | 名古屋市 | ハード | 円頓寺商店街振興組合<br>株式会社ブルーチップ               | 地域のニーズの変容に対応したデータドリブンな商店街構築事業                    |
| 9   | 京都府    | —    | ハード | 株式会社白川まちづくり会社 外1者                      | 古川町商店街シミズメリヤス空店舗活用事業                             |
| 10  | —      | 堺市   | ハード | 堺まちづくり株式会社<br>株式会社タカサゴホーム              | 2階以上にある遊休不動産を活用したエリアマネジメント事業                     |
| 11  | —      | 米子市  | ハード | 株式会社米子高島屋<br>株式会社ジョイアーバン<br>角盤町商店街振興組合 | 地域特産品を活用した誘客促進及び情報発信拠点の整備事業                      |
| 12  | —      | 松江市  | ハード | 竪町商店会<br>有限会社竹谷運送                      | 竪町古民家複合施設化事業                                     |
| 13  | —      | 岩国市  | ハード | 株式会社街づくり岩国 外1者                         | 「岩国くらす」を核としたテナントミックス促進事業                         |
| 14  | —      | 熊本市  | ハード | 熊本市上通五丁目商店街振興組合<br>株式会社オーリック           | 「まちなか観光案内所」と熊本では初となる「まちなか屋台村」整備事業                |

# これまでの採択事業一覧（令和4年度）

| No. | 補助事業者名 |      | 内訳  | 間接補助事業者名                           | 間接補助事業名  |
|-----|--------|------|-----|------------------------------------|--|
|     | 都道府県   | 市区町村 |     |                                    |  |
| 1   | 宮城県    | —    | ハード | 株式会社なるこみらい                         | 「チャレンジが持続的に生まれる鳴子温泉」商店街形成事業  |
| 2   | —      | 須賀川市 | ソフト | 株式会社テダソチマ                          | 須賀川市とまちづくり会社による、空きビルを活用した魅力あるコンテンツの集積事業  |
| 3   | —      | 長岡市  | ソフト | 株式会社こしじまちづくり                       | 商店街テナントとデジタルツールを活用した新規来街者創出事業  |
| 4   | —      | 辰野町  | ハード | 合同会社トビチカンパニー<br>株式会社IRODORI        | トビチ商店街の多様な店舗とコミュニティをリレーションするハブ拠点整備事業   |
| 5   | 静岡県    | 伊東市  | ソフト | 湯の花通り共栄会                           | 湯の花通りデベロッパー化事業計画   |
| 6   | 静岡県    | 沼津市  | ソフト | 一般社団法人lanescape<br>株式会社イマイ         | 商店街と一体化したポップアップシェアキッチン事業   |
| 7   | —      | 多治見市 | ハード | 一般社団法人多治見市観光協会<br>かまや              | 古民家を活かした創業と中心市街地エリア回遊の拠点整備事業   |
| 8   | —      | 福知山市 | ハード | 福知山フロント株式会社<br>三恵土地開発株式会社          | 銀鈴ビルプロジェクト   |
| 9   | —      | 勝山市  | ハード | 協同組合勝山サン・プラザ                       | (仮称) かつやま地域共生リノベーション事業   |
| 10  | —      | 泉佐野市 | ハード | 一般社団法人バリュー・リノベーションズ・さの<br>株式会社ヤマウチ | つばさ通りエリアリノベーション事業  |
| 11  | —      | 広島市  | ハード | 広島地下街開発株式会社<br>シャレオテナント会           | 紙屋町シャレオ 「まちの駅」整備事業   |
| 12  | —      | 広島市  | ソフト | 東雲地区商店会<br>vernal合同会社              | デジタルコミュニティ構築による商店会活性化事業「F.L.A.P」Face off!! Learning And Pleasure (さあはじめよう。学びと楽しみを) |
| 13  | —      | 庄原市  | ソフト | 東城町商工会                             | まちが潤う！新たなまちづくり拠点の設置と商店街の活性化事業  |
| 14  | 徳島県    | 阿南市  | ソフト | 富岡商店街協同組合 外1者                      | 徳島チャレンジショップ応援事業<br>(阿南市商店街エリアリノベーションプロジェクト事業)                                      |
| 15  | 福岡県    | 古賀市  | ハード | 株式会社ヨンドブルディー 外1者                   | 「食」のコンテンツを集めたテナントミックス型交流拠点施設整備事業   |
| 16  | —      | 人吉市  | ハード | 合同会社紺屋小町<br>有限会社厚地                 | 被災市街地にあかりを灯す新たな飲食店街「人吉紺屋小町」整備事業  |
| 17  | 大分県    | 竹田市  | ハード | まちづくりたけた株式会社 外1者                   | 竹田 Co-Creative Village事業   |
| 18  | —      | 松江市  | ハード | 松江橋南商店街<br>協同組合松江天神町商店街 外1者        | 江戸後期の商家を活用した複合化施設整備事業  |



# ソフト事業の事例【大須商店街（名古屋市）】

- 大須商店街は、ITベンダー、デザイン会社等と連携し、eスポーツ体験スペースと商店街にAIビーコンを設置し、周辺施設への人流調査を実施しました。
- eスポーツと、大須商店街の店舗に親和性があることを検証・評価した。今後も、イベントなどでeスポーツ体験スペースを設置し、継続的にeスポーツの関連消費喚起の検証を実施します。

## 事業前



アメ横ビル2階（空きテナントスペース）

## 事業実施時



eスポーツ体験施設

## < 事業概要 >

- 大須商店街は、パソコンや携帯電話など、電気製品を多く扱うことから「電腦街」と称されており、その特徴を活かした事業を提案した。
- eスポーツ体験スペースと、AIビーコンを商店街内に設置した。
- 人流調査を実施し、体験スペースへの来訪者の回遊やリピート率を分析した。

## < 事業成果 >

- 調査の結果、eスポーツ体験スペースを起点に、ゲームセンター、eスポーツデバイス扱う店舗への往来が多いことが分かった。
- アパレル・ブランド品のリユースショップなど、大須商店街らしい店舗への動きも一定数あり、eスポーツと、大須商店街の店舗に親和性があることを検証、評価した。

# ハード事業の事例【能代駅前商店会（能代市）】

- 合同会社のしろ家守舎は、秋田県や能代市と連携し、複合施設を整備するとともに、入退館管理システムを導入し、来街者データの分析を実施しました。
- 来館者等のデータを活用しつつ、空き店舗の活用支援、創業支援等を実施することで、商店会全体で地域住民のニーズに応じた新規出店を促進します。

## 事業前



旧居酒屋



## 事業終了後



マルヒコビルディング整備後



商店街の空き店舗等を活用したイベント「のしろいち」の様子

## < 事業概要 >

- 子育て世代が集まる場がない、創業希望者や地域の事業者がネットワークを形成する場がない、という課題があったため、商店街内の旧居酒屋を、4つの機能を持つ複合施設「マルヒコビルディング」としてリノベーションした（①事業支援、②子育て支援、③コミュニティ、④創業支援）。
- 商店会を訪れる来街者の属性データを収集するため、マルヒコビルディングへの来訪頻度が自動で蓄積される入退館管理システムを導入した。

## < 事業成果 >

- マルヒコビルディング内に、子供達の遊び場とカフェを併設したことで、子育て世代が寛ぎながら子供を見守れるようになった。
- のしろ家守舎と、シェアオフィスの入居企業である洋上風力会社が連携し、地域貢献事業を模索している。
- 地域内外から商店街への関心が高まったため、事業者から開業について相談があるなど、商店街で開業したいとの声が増えている。

# 地域関係者が連携することで多くの好事例が生まれています

- 令和3年度に本事業を活用いただいた中でも、特に他の地域の参考になり得る5事例の概要を取りまとめ、中小企業庁HPに公開していますので、ぜひご参考にしてください。

## 令和3年度地域商業機能複合化推進事業 活用事例

令和4年9月  
中小企業庁商業課

### 【ハード事業】 整町商店会（松江市）

- 地域の住民ニーズを踏まえた店舗を導入することで、30～50代の来街客層が増加した。地域における新たな来街客層の増加により、空き店舗を活用する創業の希望が増えている。
- 今後は、複合商業施設（つむぎや）を拠点とし、地域全体で新規創業が拡大していくよう、来店者のデータを活用しながら空き店舗ツアー等を実施する。観光客も呼び込み、地域の賑わい創出を図る。

#### 関係機関との連携

- 松江市は、整町商店会付近を観光施策の重要なエリアと位置づけ、情報発信等を行っている。
- 配信スタジオの備品調達にあたり、金融機関からの情報提供により、クラウドファンディングを実施し、目標金額に到達した。
- 来客者の幅広いニーズにエリアとして対応するため、近隣の商店街と密に連携し、整町商店会は地域住民向け、近隣の商店街は観光客向けなど、提供する機能を役割分けている。

#### 地域への波及効果

- 新たな来街客層が増えた結果、商店街における空き店舗の活用について、問い合わせが増加している。

#### 事業の概要

- 今後は、入居テナント、シェアオフィス入居者、近隣の商店街等との連携を推進する。来店者のデータなどを共有し、効果的なイベントの開催を図る。

- 来店者のデータ分析等によって、地域のニーズを把握し、住民ニーズにあった空き店舗への出店等を促進する。

- 本事業をモデルとして、近隣の商店街でも、人が集まることのできる拠点を整備し、観光客をターゲットに、エリアとして人流を増やす。

#### 事業前



#### 事業終了後



松江市 - 整

複合商業施設「つむぎや」

近隣の商店街「整町アーケードショップ」

整町商店会

## 地方公共団体の支援内容の一例

- 申請の構想段階から、まちづくり会社等と連携し、市民への事業周知や参画の呼びかけを行った。事業終了後も、創業セミナーのサポートや、空き店舗活用の補助事業等を行っている。（能代市）
- まちづくり会社とは、移住定住の業務委託、DIYなど官民共同事業を行っており、空き店舗の改修費の補助などを組み合わせて、本事業との相乗効果を生み出した。（辰野町）
- 当初予算では措置していなかったが、商店街等の意向等を踏まえ、3月頃から市の予算要求を開始。6月議会で予算化（補正予算）し、事業者の目指す地域活性化を後押しした。（能代市、名古屋市）

※今後、令和4年度に実施した事例も追加予定

# 提案書作成のポイント

# 申請主体が作成する提案書の記載項目（計7項目）

## 1. 商店街等の現状と課題

ポイント①

- (1) 商店街等の現状
- (2) 商店街等へのニーズ・需要
- (3) 来街者等のニーズ等を踏まえた商店街等の目指す姿
- (4) 地域の現状と商店街等の目指す姿を踏まえた商店街等に不足する機能

## 2. 事業概要

ポイント②

- (1) 事業概要
- (2) 事業内容
  - ①事業の全体像
  - ②間接補助事業の内容
- (3) 間接補助事業の開始及び完了予定日（スケジュール）
- (4) 事業終了後の展望

## 3. 間接補助事業中に収集するデータと仕組み

ポイント③

- (1) 間接補助事業により把握したい情報
- (2) データを収集する手法
- (3) 収集したデータの分析方法と具体的な事業の改善
  - ①取得したデータの分析方法
  - ②分析結果をどのように活用するか

## 4. 間接補助事業実施後の展望

ポイント④

- (1) 定性的な目標（間接補助事業実施後の取組内容）
- (2) 間接補助事業実施後の具体的な取組内容
- (3) 上記（1）を実現するための定量的な目標

## 5. 間接補助事業の実施体制図

ポイント⑤

- ①合意形成の状況
- ②役割分担
- ③地域の関係者との連携状況
- ④金融機関との連携状況【加点措置】
- ⑤金融機関以外からの資金調達の状況【加点措置】
- ⑥実施体制

## 6. 地方公共団体や国の計画との整合性

ポイント⑥

- (1) 都道府県又は市町村が定める地域のまちづくり計画や商業振興ビジョン等との整合性
- (2) 創業支援等事業計画（産業競争力強化法）又は都道府県・市町村における創業支援事業との整合性【加点措置】
- (3) 商店街活性化事業計画（地域商店街活性化法）における間接補助事業の位置づけ【加点措置】
- (4) 中心市街地活性化基本計画（中心市街地活性化法）における間接補助事業の位置づけ【加点措置】
- (5) 商店街活性化促進事業計画（地域再生法）における間接補助事業の位置づけ【加点措置】
- (6) 地域再生エリアマネジメント負担金制度（地域再生法）における間接補助事業者の位置づけ【加点措置】



## 7. 補助金見込額等

- (1) 経費の配分
- (2) 積算内訳
- (3) 資金計画
- (4) 収支計画・自立化計画（商店街等新機能導入促進事業（ハード事業）のみ）

# ポイント①：商店街等の現状を把握するポイント

- 現状、商店街側が商店街内に不足していると考えられる機能と、来街者等のニーズ・需要がマッチしていないことが少なくありません。
- そのため、提案書の作成に当たっては、商店街等の現状と来街者等のニーズや属性の事前把握が重要です。

## ニーズのミスマッチが起きている例

- 商店街等は、八百屋や精肉店など、食料品小売業が不足していると考えている。
- 
- 来街者は、カフェやレストランなど、若い世代が気軽に利用できる飲食店を求めている。
- 商店街等は、地域の特産品や伝統工芸品を販売する店舗が不足していると考えている。
- 
- 来街者層は買い物だけでなく、コミュニティスペースなど、地域住民同士で交流できる場を求めている。

## 属性情報・ニーズを把握する際の視点

### 【属性情報】

- 来街者の年代、性別、来訪頻度
- 来街者の来訪目的
- 来街者の滞在時間や購買情報
- 来街者の居住地、居住地からの交通手段と所要時間
- 来街頻度（時間帯、曜日など）
- 活用しているメディア など

### 【ニーズ】

- 商店街に求める機能
- 商店街のイベント、催事への関心
- 商店街の満足度、要望・期待 など

→ 来街者等のニーズを把握し、地域の機能を見直す必要がある。

※事業計画の策定に伴うニーズや属性の事前把握の程度については、ソフト事業の場合、仮説でも構いません。一方、ハード事業の場合は、仮説ではなく、調査されたデータ等を用いて記載いただく必要があります。詳細はQ&Aをご参照ください。

# ポイント①：現状把握に活用できる情報等

- 現状把握に当たっては、アンケート調査、ヒアリングなどによる定性的な情報収集のみならず、RESAS等を活用した定量データの情報収集等もぜひ活用ください。

## 過去の採択事例で活用されていた情報等

| テーマ             | 情報                        | 情報元等               |
|-----------------|---------------------------|--------------------|
| (1) 商店街の成り立ち、歴史 | 商店街の歴史、活動や取組の変遷、周辺地域の変化 等 | 文献 等               |
| (2) 地域の資源       | 歴史、文化、食、観光資源 等            | 地方公共団体のHP 等        |
| (3) 立地状況        | 繁華街、住宅街、駅前、ロードサイド、オフィス街 等 | 地図 等               |
| (4) 商圈、商圈人口     | 約〇km圏内、車・自転車・徒歩などで約〇分以内 等 | J-STAT MAP、RESAS 等 |
| (5) 周辺施設        | 公共施設、商業施設、公共交通機関、教育機関 等   | RESAS、地図 等         |
| (6) 来街者層        | 年代、性別、来街者の居住地 等           | アンケート調査、ヒアリング 等    |
| (7) 店舗構成        | 業種、業態、営業の有無、空き店舗数 等       | アンケート調査 等          |
| (8) 商店街等の関係者    | 自治体、金融機関、支援機関、まちづくり会社 等   | —                  |

# ポイント②：ソフト事業を行う場合のイメージ

- 商店街等のニーズを把握するためにデータを収集・分析する手法と、事業終了後もニーズを把握し、ニーズに対応し続ける仕組みづくりについて、具体的に記載してください。

## 取組イメージ

### 1. AIカメラ等の導入による来街者の属性・回遊情報の収集・分析

- 商店街の入口・出口や、店舗等にAIカメラを設置し、来街者の属性（年代・性別等）や、人の流れを把握し、ニーズを分析する。
- 来街者の消費活動や行動などを分析し、効率的なイベントの開催や、商品・サービスの改善を図る。

### 2. 空き店舗等を活用したチャレンジショップの実施

- 新規出店や起業・創業を促進するため、空き店舗等を活用し、チャレンジショップやシェアキッチン等を整備する。
- デジタルツール等を活用し、来街者の特徴や嗜好等を把握・分析することで、ニーズに応じた店舗の出店や誘致等につなげる。

## 採択事例



### サンロード商店街商店街 (川越市)

商店街の出入り口と整備した施設に、AIカメラを設置して、人流を分析。得られた来街者の属性データを、商店街で開催するイベントの内容に反映する。



### 来迎寺ていしゃば商店街 (長岡市)

来街者のニーズを把握するため、チャレンジショップを整備。ビジネスマンの来街が多く、飲食店のニーズが多いことがわかったため、ニーズを満たす新規出店を増やす。



### 下辰野商店街 (辰野町)

来街者のニーズを把握するため、空き店舗を整備し、イベントやワークショップを開催。交流・滞在時間の増加に伴い、来街者の宿泊ニーズが生まれ、現在、新たに宿泊施設の整備を進めている。



# ポイント②：ハード事業を行う場合のイメージ

- 新たに導入する機能が、地域へ波及効果をもたらすものであること、事業終了後もニーズを把握し、ニーズに対応し続ける仕組みづくりについて具体的に記載してください。

## 取組イメージ

### 1. 若者や子育て世代が集う、交流スペースの整備

- 交流スペースやコミュニティ機能を持ったカフェを整備する。子育て世代の嗜好等をデータ分析し、地域住民や個店と、子育て世代がつながれるイベント等を開催することで、地域全体で子育て世代をサポートする機運を高める。

### 2. 新規創業スペースの整備

- 創業希望者が集う拠点となるシェアオフィスやコワーキングスペースを整備する。併せて来街者のニーズを把握することで、商店街内において、地域のニーズにあった業種・業態の創業者を増やしていく。

### 3. 地域資源等を活用した複合商業施設の整備

- 特産品の販売や飲食テナント、地域の歴史文化などの情報を発信する複合施設を整備する。デジタルツール等を活用して得た来街者のニーズを、周辺店舗とも共有することで、商店街全体で商品・サービスの改善を図る。

## 採択事例



堅町商店会  
(松江市)

市内外の人が集まる交流スペースを整備。SNSアカウントを作成し、登録者の属性データを基にニーズを把握。本事例をモデルに、近隣の商店街でも観光客向けの拠点を整備し、商店街同士が連携し、エリアとして人流を増やしていく。



堺東中瓦町商店街  
(堺市)

商店街に創業者向けのオフィスという新しい機能ができ、ベンチャー企業やプロスポーツ運営会社など多様なビジネスの拠点として活用されている。



角盤町商店街  
(米子市)

地域の特産品を販売する物産館を整備し、イベントを実施。Tカードを活用し、来街者の属性情報を把握。ニーズに合った情報発信・テナントの誘致により、物産館から周辺店舗へ人の流れを創出。

# ポイント②：ソフト事業・ハード事業の効果を高めるための取組を高く評価

- ソフト事業・ハード事業と連動して、地方公共団体や金融機関、まちづくり人材などと連携した、事業の効果を高めるための取組を高く評価します。
- 空き店舗ツアー、創業支援セミナー、事業者マッチング、クラウドファンディング、DIYイベント、SNSを活用した効果的な情報発信の実施など、併せてご検討ください。

## 空き店舗見学会の実施 (辰野町下辰野商店街)



- 空き店舗や商店街に関心のある地域内外の参加者に対して、空き店舗見学会イベントを開催。
- 地域内外の参加者が、空き店舗を活用して、創業しようとする機運を高める。

## 地域住民を巻き込んだDIY体験イベント (松江市堅町商店会)



- 施設の整備に向けて、補助金の活用だけでなく、地域住民向けのDIY体験イベントを開催。
- 費用を抑えて、施設の整備を行うとともに、地域のファンづくりにつなげる。

## 地方公団体と連携した創業セミナー (京都府古川町商店街)



- 補助事業を利用して整備した交流スペースで、創業支援等教育プログラムを実施。
- 商店街で開業した方の体験談や課題の共有、起業に向けたアイデアを出し合い、創業・起業者の増加を目指す。

## クラウドファンディングによる資金調達 (能代市能代駅前商店会)



- クラウドファンディングを活用し、地域内外から活動資金を募り、事業の持続性を確保。
- 地域の活動を情報発信し、地域のファンづくりにつなげる。

## ポイント③：継続的にニーズ等を把握する必要性

- 事業の効果を検証するため、また、事業実施を踏まえた改善を効率的に実施する手段として、データ等の把握・分析が有効です。

➤ データ収集し、その結果を分析することで下記の効果等が期待されます。

- (1) 直接効果、波及経路、波及効果の具体化・明確化。
- (2) 誘引したいターゲット層、賑わいを導きたい周辺施設・商店街、回遊ルートの明確化。
- (3) 過去の売り上げ、イベント、天候等をもとにした来客予測。

### 【事例A】

整備したチャレンジショップで、来店者のニーズや需要を把握し、商品・サービス、陳列構成を検討

- POSレジ等を活用し、売れ行きの商品や購入された時間の情報を収集し、来店者のニーズを把握。
- 曜日や時間帯によって、来店数等が異なる傾向を把握し、その傾向に沿った品出し・陳列の工夫を商店街全体で実施。

### 【事例B】

来街者の属性、回遊性、滞在時間を把握し、商店街等の店舗構成を検討

- AIカメラ等を活用し、来街者の年代・性別と、商店街内どの店舗を回遊しているか、把握。
- 来街者の属性や滞在時間等をデータ化（見える化）し、来街者の需要にあった店舗の誘致、新規創業等を促進。

# ポイント③：デジタルツールの活用例

- 本事業では、データ等の把握・分析を行う手法として、AIカメラ、ビーコン、アプリ機能等のデジタルツールを活用した消費者の属性や行動把握・分析を推奨しています。

## デジタルツールの一例

AIカメラ



カメラ付き  
デジタルサイネージ



ビーコン、  
センサー技術



POSレジ、  
キャッシュレス



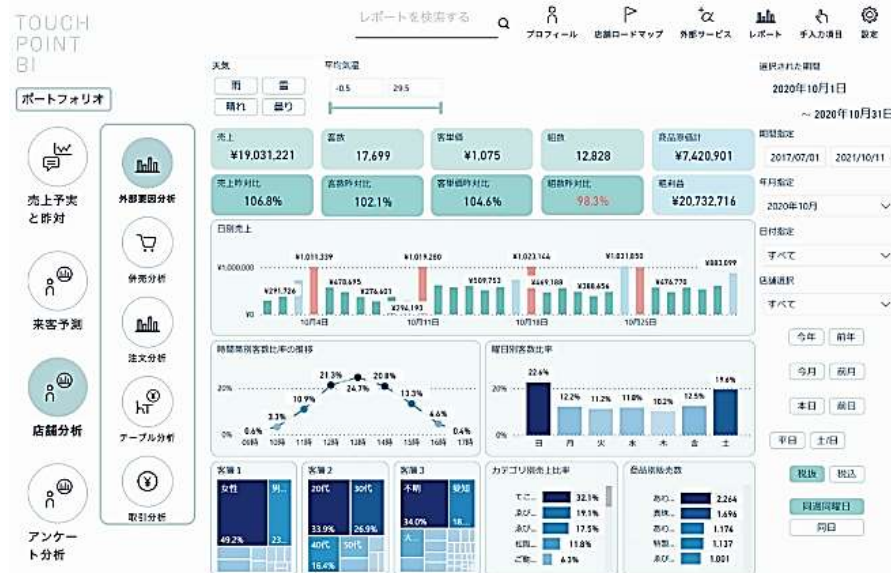
### EBILAB社の例

▼カメラによる通行量・入店率・購買率・表情分析

▼自動でデータ分析・来店者数予測

▼顧客アンケートによる満足度データ化

(出所) 株式会社EBILAB提出資料



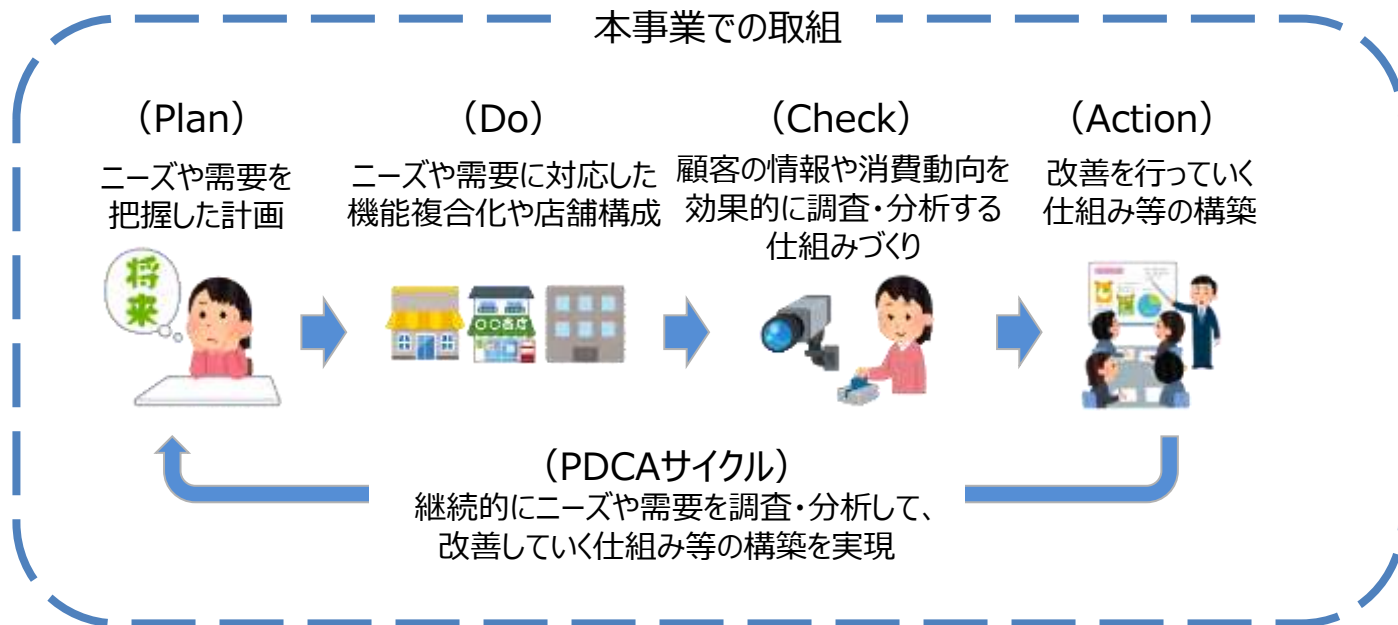
# ポイント③：得られたデータ等を活用したPDCAサイクルの実施

- 地域のニーズや需要は絶えず変化しています。事業を通じて得られたデータ等から、来街者のニーズや需要を適確に分析し、絶えず事業の見直しを行っていくことが重要です。
- そのため、申請書に記載に当たっては、

## (1) PDCAサイクルの各工程について具体的な取組

## (2) 中長期的にPDCAサイクルを回すための具体的な仕組み等の構築

を丁寧に記載いただき、事業の継続性につなげてください。



# ポイント④：目標の設定

- 間接補助事業終了後も事業の改善を続けるため、設定した指標と値を5年間報告する必要があります。
- 間接補助事業の直接的な効果と、波及効果（間接的な効果）を整理して目標を設定してください。

## 目標設定の例

| 指標  | 測定方法                            | 申請時値                                     | ポイント③     |   |           |
|---|---------------------------------|--|-----------|---|-----------|
|   |                                 |  | 実施<br>1年後 | ～ | 実施<br>5年後 |
| 【ソフト事業の場合】<br>整備したチャレンジショップの年間出店者数<br><u>（直接効果）</u> | 間接補助業者が、チャレンジショップに出店した人数をカウントする | 0人<br><small>（申請時は整備されていないため）</small>    | 3人        |   | 10人       |
| 【ハード事業の場合】<br>整備した施設への月ごとの来ビル者数 <u>（直接効果）</u>       | 入退館管理システムを利用する                  | 0人<br><small>（申請時は整備されていないため）</small>    | 50人       |   | 1000人     |
| 【ソフト・ハード共通】<br>商店街等への月ごとの来街者数 <u>（波及効果）</u>         | 毎年〇月にAIカメラを利用する                 | 約200人<br><small>（自治体の歩行者数調査のデータ）</small> | 500人      |   | 2000人     |
| 【ソフト・ハード共通】<br>商店街等での年間新規出店者数 <u>（波及効果）</u>         | 地方公共団体のアンケート調査                  | 1人                                       | 2人        |   | 10人       |

### ① 直接効果と波及効果の整理

整備した施設等の売り上げなど直接的な効果と、商店街等への来街者の増加など整備した施設の周辺への波及効果（間接的な効果）を整理。

### ② 設定する指標

デジタルツールなどを活用して、客観的なデータを取得する。単位（人数、%）と、測定する時間（日、月、年）、を明確にする。

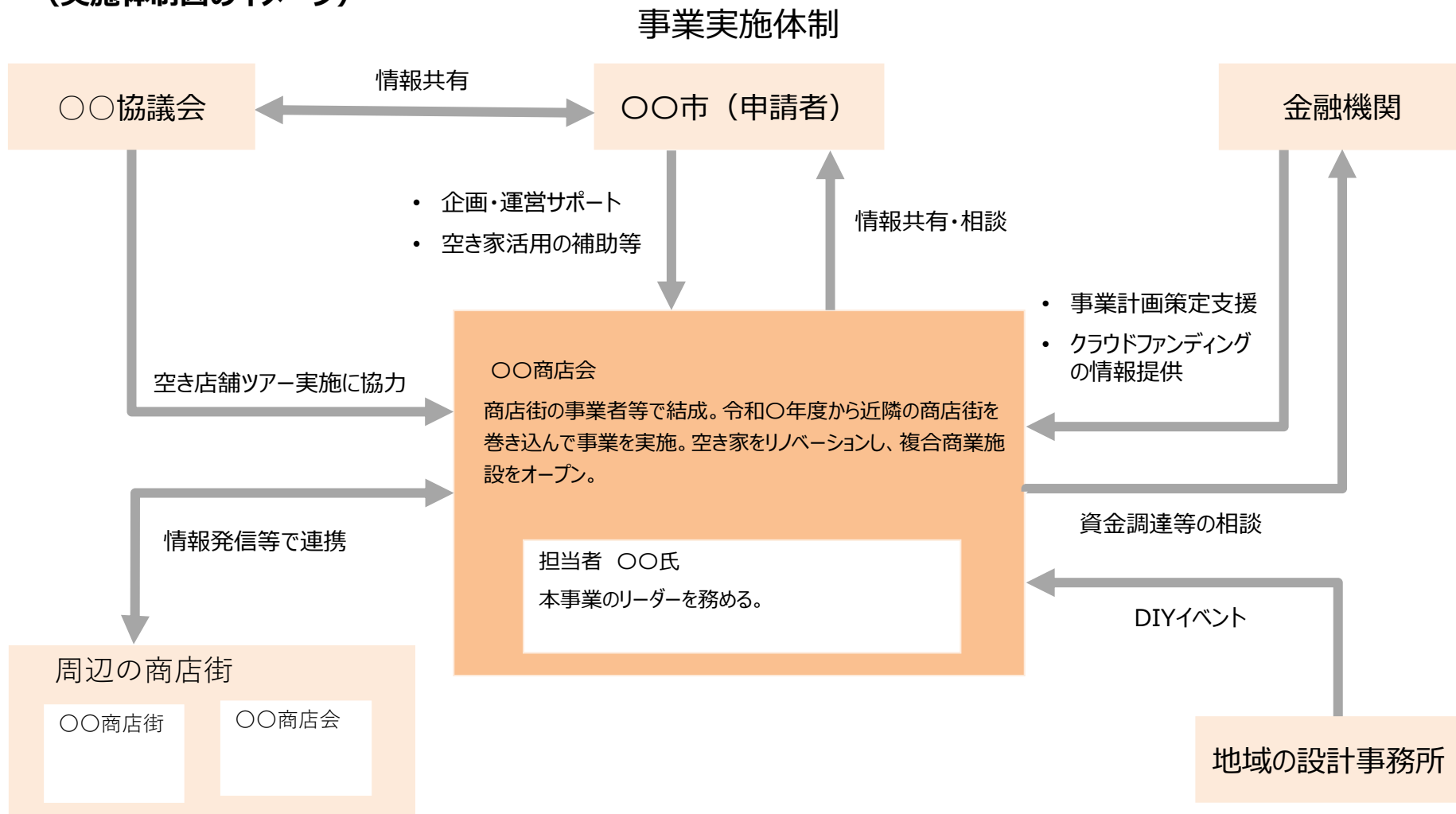
### ③ 事業の改善を意識した目標設定

事業目的合った目標を設定し、補助事業実施後もPDCAサイクルを実施しながら、指標の改善を図る。

# ポイント5：事業実施体制のイメージ

- 商店街等に不足する情報や機能を取り入れるため、地域の関係者や外部人材と連携することが重要です。

## (実施体制図のイメージ)



# ポイント6：本事業の加点措置

## (1) 効果的にデータを活用する事業計画を加点措置【令和5年度からの追加項目】

- デジタルツール等を活用して、効果的にデータの収集・分析を行い、かつ、データの具体的な活用方法やPDCAサイクルが明確な提案を評価する。

## (2) 金融機関との連携や多様な資金調達を取組を加点措置

- 金融機関は、多様なノウハウを有するため、連携することで、事業の実現可能性や継続性の向上が期待される。金融機関による客観的な事業性の評価や、事業計画への助言を受ける事業計画を評価する。

## (3) 創業支援等事業計画と連携する取組を加点措置

- 本事業で創業拠点の整備等を行う場合、市町村における創業支援事業との連携を強化することで、地域における持続的な事業に繋がることが期待される。
- そのため、産業競争力強化法の創業支援等事業計画や都道府県・市町村における創業支援事業等との連携等を評価する。

## (4) まちづくり計画等と連携した取組を加点措置

- 商店街活性化事業計画（地域商店街活性化法）、中心市街地活性化基本計画（中心市街地活性化法）、商店街活性化促進事業計画（地域再生法）、地域再生計画における地域再生エリアマネジメント負担金制度（地域再生法）に基づく事業を評価する。

## (5) 間接補助事業者の賃金引上げ対応を加点措置

- 事業を完了した事業年度の翌年度に従業員の賃金を給与支給総額年率1.5%以上増加、又は事業場内最低賃金を+30円以上の増加、又はそれと同等の賃金の引上げ実績を行う場合、採択審査にて加点措置を行います。



# 本事業のスケジュール

- 本事業は間接補助事業のため、申請を検討している地方公共団体におかれては、国の申請スケジュールに合わせて、申請スケジュールを検討してください。
- 例年、交付決定までに時間を要するケースが多いため、十分な事業期間を確保できるよう準備（関係者間の合意形成、物件の権利関係の見直し 等）をお願いします。

## <留意点>

### ○申請スケジュールの確認

国の公募開始前から着手していただき、余裕をもって、早目の事業計画の策定・申請書の作成をお願いいたします。

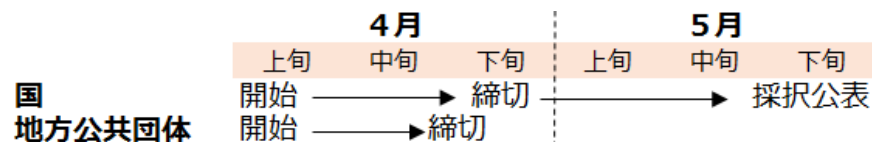
### ○事業スケジュールの確認

国の事業スケジュール（締切）に合わせた、無理のない事業スケジュールを設定してください。

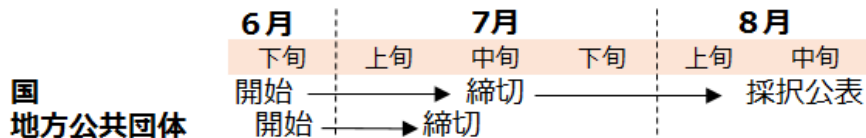
### ○申請内容の確認

事業内容が良くても、申請書に正しく反映されていない場合は伝わりません。本資料の、「提案書作成のポイント」を意識して記載してください。

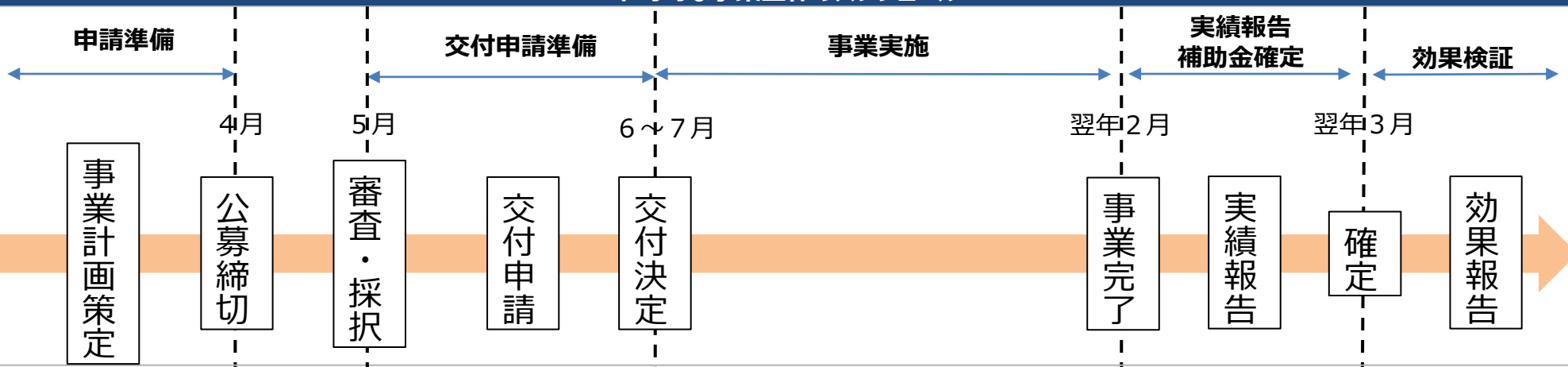
## (参考) 令和4年度 <1次募集スケジュール>



## (参考) 令和4年度 <2次募集スケジュール>



## 平均的な事業全体のスケジュール



※過年度の実績を踏まえたおおよそのスケジュールです

# 地方公共団体と間接補助事業者の連携例

- 本事業では、地方公共団体が申請者となり、間接補助事業者と連携して事業を推進することが求められます。
- 地方公共団体には、間接補助事業者に対し、不足する情報の提供や、支援を実施することを期待します。

## (1) まちづくり計画との連携

- 都道府県又は市町村が定める地域のまちづくり計画や商業振興ビジョン等することで、持続的な事業の推進につながる。
- 本事業とまちづくり計画等を連携させることで、事業の直接的な効果と、周辺地域における波及効果を創出することを期待する。

## (2) 事業計画の確認

- 地方公共団体は、地域における幅広い情報やネットワークを有し、様々な支援を実施しているため、間接補助事業者が不足する情報等を提供することで、事業計画の充実や、本事業の相乗効果を図ることを期待する。

\* マッチング事業、創業支援、空き店舗対策、事業承継支援、PR・情報発信、地域ブランディング など

## (3) 事業の進捗確認とフォロー

- 地方公共団体は、事業の進捗状況を確認し、事業終了後は、取得したデータのオープン化や事例の横展開を図ることで、地域の活性化が期待される。

# (参考) 令和5年度 外部人材活用・地域人材育成事業

- 持続可能な地域に変革したいという想いを持つ商店街等を対象に、専門人材を派遣し、商店街等が抱える課題の解決に向けたワークショップを開催する（15地域程度）。

## 課題特定とビジョン設定

### アドバイザーと課題を深掘り

- ✓ 来訪者減と消費活動の停滞
- ✓ 若手事業者や次世代リーダーが不在
- ✓ 多世代で話し合える機会がない
- ✓ 新規出店が進まない

※アドバイザーとともに現場視察等を行い、課題を再整理

### 目指したい姿（ビジョン）を設定

- ◆ 人が自然と集まる生き活きとしたまち
- ◆ 古民家等を有効活用した地域活性化
- ◆ 新しいことに継続的に取り組む商店街 など

## 具体的な取組の検討

### 事業化に向けた準備

- ✓ 若い世代を参画したプロジェクト体制の構築
- ✓ 地域・商圈のニーズ把握
- ✓ 空き店舗・空き店舗予備軍の調査
- ✓ 収益事業の掘り下げ・見直し

### 多様な関係者を巻き込んだ連携体制を構築



## アクションプラン作成

### 実施体制・スケジュールの決定

- 中心組織：●●商店街振興組合
- 中心人物：▲▲、■ ■
- 連携組織：商工会、金融機関、大学、まちづくり会社、民間事業者
- サポーター：市役所、観光協会

### 【スケジュール（案）】

- ①ファーストアクション（1年以内）
- ②短期（1～2年後のあるべき姿）
- ③中期（3～5年後のあるべき姿）

### WS後 → 取組開始

地域の魅力・価値向上  
ヒト・モノ・カネの集まる持続可能な地域へ

# お問合せ先

| 担当課室                                   | 住所  | 電話番号・メール   | 管轄区域   |
|--|---|--|--|
| 北海道経済産業局<br>経営支援課 商業振興室                | 〒060-0808<br>札幌市北区北8条西2<br>札幌第1合同庁舎         | 電話番号：011-738-3236<br>E-mail：<br><a href="mailto:bzl-hokkaido-shogyo@meti.go.jp">bzl-hokkaido-shogyo@meti.go.jp</a>               | 北海道  |
| 東北経済産業局<br>商業・流通サービス産業課                | 〒980-8403<br>仙台市青葉区本町3-3-1<br>仙台合同庁舎B棟      | 電話番号：022-221-4914<br>E-mail：<br><a href="mailto:bzl-shougyouchukatu-tohoku@meti.go.jp">bzl-shougyouchukatu-tohoku@meti.go.jp</a> | 青森県、岩手県、宮城県、<br>秋田県、山形県、福島県                          |
| 関東経済産業局<br>流通・サービス産業課 商業振興室            | 〒330-9715<br>さいたま市中央区新都心1-1<br>合同庁舎1号館      | 電話番号：048-600-0317<br>E-mail：<br><a href="mailto:bzl-kanto-fukugouka@meti.go.jp">bzl-kanto-fukugouka@meti.go.jp</a>               | 茨城県、栃木県、群馬県、<br>埼玉県、千葉県、東京都、<br>神奈川県、新潟県、山梨県、長野県、静岡県 |
| 中部経済産業局<br>流通・サービス産業課 商業振興室            | 〒460-8510<br>名古屋市中区三の丸2-5-2                 | 電話番号：052-951-0597<br>E-mail：<br><a href="mailto:bzl-chb-syogyo@meti.go.jp">bzl-chb-syogyo@meti.go.jp</a>                         | 富山県、石川県、岐阜県、<br>愛知県、三重県                              |
| 近畿経済産業局<br>流通・サービス産業課                  | 〒540-8535<br>大阪市中央区大手前1-5-44<br>大阪合同庁舎1号館   | 電話番号：06-6966-6025<br>E-mail：<br><a href="mailto:bzl-kin-commerce-lg@meti.go.jp">bzl-kin-commerce-lg@meti.go.jp</a>               | 福井県、滋賀県、京都府、<br>大阪府、兵庫県、奈良県、<br>和歌山県                 |
| 中国経済産業局<br>流通・サービス産業課                  | 〒730-8531<br>広島市中区上八丁堀6-30<br>広島合同庁舎2号館     | 電話番号：082-224-5655<br>E-mail：<br><a href="mailto:bzl-chugokusyo@meti.go.jp">bzl-chugokusyo@meti.go.jp</a>                         | 鳥取県、島根県、岡山県、<br>広島県、山口県                              |
| 四国経済産業局<br>商務・流通産業課                    | 〒760-8512<br>高松市サンポート3-33<br>高松サンポート合同庁舎    | 電話番号：087-811-8524<br>E-mail：<br><a href="mailto:bzl-sik-syogyo@meti.go.jp">bzl-sik-syogyo@meti.go.jp</a>                         | 徳島県、香川県、愛媛県、<br>高知県                                  |
| 九州経済産業局<br>流通・サービス産業課                  | 〒812-8546<br>福岡市博多区博多駅東2-11-1<br>福岡合同庁舎本館   | 電話番号：092-482-5456<br>E-mail：<br><a href="mailto:bzl-kyu-shogyo@meti.go.jp">bzl-kyu-shogyo@meti.go.jp</a>                         | 福岡県、佐賀県、長崎県、<br>熊本県、大分県、宮崎県、<br>鹿児島県                 |
| 内閣府沖縄総合事務局<br>商務通商課                    | 〒900-0006<br>那覇市おもろまち2-1-1<br>那覇第2地方合同庁舎2号館 | 電話番号：098-866-1731<br>E-mail：<br><a href="mailto:bzl-okisyomu-service@meti.go.jp">bzl-okisyomu-service@meti.go.jp</a>             | 沖縄県  |
| ・中小企業庁商業課<br>・地域経済産業グループ 中心市<br>街地活性化室 | 〒100-8912<br>東京都千代田区霞が関1-3-1                | 電話番号 03-3501-1929<br>E-mail： <a href="mailto:bzl-honsyo-kinofukugoka@meti.go.jp">bzl-honsyo-kinofukugoka@meti.go.jp</a>          | —  |

※申請に関して、お困りごと等がございましたら、経済産業局までお問合せください。