

## 府中市の商店街を取り巻く現状と課題

## 1 人口・商業の現状

- Point 高齢化がますます進展し消費が伸び悩む恐れ
- Point 隣接する立川市・調布市と集客を競う状況
- Point 新型コロナウイルス感染症の感染拡大など小売り・サービス業を取り巻く環境は変化
- Point キャッシュレス支払いが一般の消費者に普及しつつある傾向に

## 2 市民の消費動向・商店街との関わり

- Point 消費全般は市内利用が、買回品とこだわった外食は市外流出が多い傾向
- Point 府中市民においてもキャッシュレス決済の利用が主流に
- Point 若年層にとって商店街は身近な存在ではない可能性
- Point 商店街を利用する理由は「利便性」だが期待するサービスは「品物」

## 3 商店会の実態

- Point 商店街で参加・参画している事業は地域のお祭り等が多い
- Point 商店街の情報における PR 方法は紙媒体ものが多い
- Point 多くの商店街が停滞・衰退しており加盟会員店舗数も5年前より減少している
- Point 新規会員の増加に向けた取組や空き店舗対策に課題が残る

## 4 個別店舗の経営実態

- Point 商店会来街者数は減少、今後の売上高も消極的な見通し
- Point 売上向上のための取組に前向きではない店舗も一定数存在
- Point 外国人観光客対策は「キャッシュレス決済の導入」と「情報収集の環境整備」が主流

## 5 計画の進捗

- Point 魅力ある商品開発の促進に向けて多種多様な事業者が活用しやすい取組が重要
- Point 独自性を発揮したコンテンツ提供とこまめに更新される情報発信が重要
- Point 人づくりに向けた各事業の進捗状況を把握するための仕組みの構築が重要
- Point 意欲的な個店経営者の交流を促進し新たな価値創出に繋げていくことが重要
- Point IT を活用した販路・顧客の新規開拓に寄与する支援内容の充実が重要

## 課題 個店の個性や特徴を發揮できる支援の充実

- 地域資源を活用した商品づくりはこれまで行われてきており、市民からも期待されているが、従前から実施している取組では、活用する事業者・業種の偏り、商品販売の継続性に課題があることがわかっています。今後も市がPRできる商品づくりの開発の促進に向けて、多種多様な事業者が活用しやすい取組や、単一の事業者ではなく、複数の事業者が連合体をつくり開発を行える取組を検討していく必要があります。
- 市民が商店街を利用しない理由は「一店舗ですべての買い物ができないから」が多く、ショッピングセンターに流れてしまう傾向があります。しかし、それぞれの個店が持つ特徴を十分にPR・發揮できるように、経営力向上に関する講習会や相談窓口の周知などの支援を行い、ショッピングセンターとの差別化を図る取組が重要です。

## 課題 市民等が訪れたいと思う活気ある商店街の雰囲気づくり

- これまで実施してきた商店街の活性化を図るイベントや取組について、集客効果の面から見直しを図り、継続・発展させるものと、縮小・廃止するものとを整理する必要があります。
- むさし府中商工会議所や各商店街と連携し、新規集客につながる取組と再訪意向を高める取組の双方を実施する必要があります。

## 課題 持続可能な商店街づくり

- 商店街の空き店舗対策と市内での開業を考える人材とのマッチングを図るためのセミナーや、創業希望者のための資金融資制度などは今後も充実させていくことは重要です。
- 商店街全般における当面の問題は客数の減少のほか、会員減少、後継者・事業承継問題が多くなっており、商店街に加盟するメリットの周知や後継者の発掘・育成、事業承継の相談対応などの取組を充実する必要があります。

## 課題 地域に応援される商店街づくり

- 商店街が地域住民や地元の関連団体、民間企業等とともに各種活動を行い、相互の交流や顔なじみの関係構築を図ることができている取組は今後も継続・発展させ、地域とのつながりや他団体とのネットワークをより充実する必要があります。
- また、新たな視点を持った周辺の民間企業や大学などと連携したイベントや取組を実施することで、商店街活動の活性化を図るとともに、地域に応援されるようなつながりを築くことが重要です。

## 課題 多様な消費者が買い物しやすい環境づくり

- 新型コロナウイルス感染症の影響を受けて、各店舗には感染防止対策が求められています。一方、今後ますます市民の高齢化が進捗するとともに、新型コロナウイルス感染症が収束するにつれて再びインバウンド対策の需要も高まると考えられます。この点を踏まえ、感染防止対策の継続・充実や、移動販売などの販売形態の多様化、Wi-Fi 環境の充実、「やさしい日本語」の活用など、多様な消費者のニーズに対応した工夫が必要です。  
やさしい日本語：難しい言葉を言い換えるなど、相手に配慮したわかりやすい日本語のことです。日本語の持つ美しさや豊かさを軽視するのではなく、外国人、高齢者や障害のある人など、多くの人に日本語を使ってわかりやすく伝えようとするものです。
- 産業分野、行政分野ともに情報発信や手続き等のデジタル化が推進されており、キャッシュレス決済の普及はますます広がると考えられることから、市民と個店の双方にキャッシュレス決済を促す支援が求められます。
- これまで各商店街が更新してきたホームページによる情報発信をより一層充実させるとともに、それぞれの商店街が動画配信によりPRできる環境づくりが必要です。

# 現行の府中市商店街振興プランと次期府中市商店街振興プランの施策体系

現行の府中市商店街振興プランの施策体系		次期府中市商店街振興プランの施策の方向性	
<b>商店街活性化の方向性</b>	<b>施策の柱と主な事業</b>	<b>基本方針</b>	<b>施策</b>
<b>1 商品づくり</b> 消費者動向調査結果からは、商店街に対して、地域資源を活用した魅力ある商品の販売へのニーズが見られる反面、こうした商品づくりに対する市内個店、商店街の活動・取組は限定的となっています。今後は、より積極的に特産品等の開発や一店逸品運動及びその販路開拓などに取り組み、地域資源を活用した魅力ある「商品づくり」を進めていきます。	(1) 特産品等の開発 ○特産品等開発支援事業 (2) 一店/一街逸品活動の実施 ○一店/一街逸品活動推進事業 (3) 販路開拓支援の実施 ○JAPAN ブランド育成支援事業	<b>1 個店の個性や特徴を發揮できる支援の充実</b> 商店街の来訪者を増やすためには、多くの魅力的な個店とその商品・サービスの存在が重要です。 これまで推進してきた地域資源を活用した府中市ならではの商品づくりに加えて、個店独自の個性や複数の個店が共同で強みを發揮して行う商品・サービスの開発を支援します。また、お店の名物となり長年に愛され続ける商品・サービスと、注目され話題づくりにつながるような商品・サービスの開発を推進します。	(1) 個店ならではの商品・サービスの開発 (2) 販路開拓支援の実施
<b>2 サービスづくり</b> 商品づくり同様、ポイントカードの充実やイベントの開催など、商店街における魅力あるサービスの提供が期待されているため、これらの期待に沿うように、来街者向けのサービス情報の提供を含めた、新たな「サービスづくり」を進めていきます。	(1) イベントの開催 ○商工まつり (2) 消費者が来街しやすいサービス情報の提供 ○ホームページの活用 (3) 利用しやすいサービスの提供 ○地域通貨制度	<b>2 市民等が訪れたいと思う活気ある商店街の雰囲気づくり</b> 商店街において人と人との交流や賑わいの創出を図るためには、商店街全体でイベントの企画立案や活気ある雰囲気づくりを推進することが重要です。 商店街に初めて訪れるきっかけとなるイベントの開催や、従来から訪れている人の再訪意欲を高めるサービスの提供の充実を図ります。また、集客効果の高いイベントや回遊性を高めるサービスの企画・立案・運営に向けて、むさし府中商工会議所や近隣の商店街同士の連携を支援します。	(1) イベントの開催支援 (2) 再訪意欲を高めるサービスの提供支援
<b>3 人づくり</b> 商店街アンケート調査結果からは、商店街における厳しい景況や経営動向がうかがえ、当面の問題点として、後継者の不足を懸念する割合が高くなっています。今後は、これまでに実績・効果を上げている事業の展開などを中心に、リーダーや後継者の育成、経営改善、起業(創業)における支援体制を充実するなどし、商店街における「人づくり」を進めていきます。	(1) 商店街内におけるリーダーや後継者の育成 ○府中商人塾 (2) 経営改善の促進 ○経営改善事業 (3) 新たな参加者の育成支援 ○開業支援セミナー	<b>3 持続可能な商店街づくり</b> 商店街は多様な人や商品、サービスが集まり、長きにわたってまちの文化が醸成・継承される場です。 これまで築いてきた商店街の信頼を守りつつ、さらなる発展を見据えた持続可能な商店街となることを目指し、将来の商店街を牽引する次世代リーダーの育成や個店経営及び商店会運営の改善、新規参加障壁の低減、新規参加業種の検討、創業支援、空き店舗の活用を図ります。	(1) 次世代リーダーの育成 (2) 個店経営・商店会運営の改善促進 (3) 商店街の活性化に向けた参加支援 (4) 空き店舗の活用
<b>4 ネットワークづくり</b> これまで各商店街等で行われてきた活動や取組は、個々の店舗や単独の商店街で実施されているものが少なくありません。今後は、周辺の商店街を中心に、市民や企業・団体(NPO、ボランティア団体等)、高校・大学などと、各種活動の場などを通じ、多様な「ネットワークづくり」を図っていきます。	(1) 活動の場を通じたネットワークの構築 ○職場体験学習 (2) 商店街を核とした多様なネットワークの強化 ○連合会活動の強化	<b>4 地域に応援される商店街づくり</b> 商店街を取り巻く課題は単独の商店街で解決できるものばかりではありません。一方で、商店街が持つ市民との信頼関係や加盟店同士のつながりは貴重な資源と言えます。 市民や関係団体、民間企業、学校機関とネットワークを築き、商店街の課題解決の視点だけでなく、商店街の強みを活かした地域課題解決の視点の取組の推進も図ることで、地域に応援され、必要とされる商店街を目指します。	(1) 商店街の活性化を目的としたネットワークの強化 (2) 商店街との連携による地域課題の解決の推進
<b>5 環境づくり</b> 商店街における情報については、むさし府中商工会議所が運営するホームページ「たまごネット」にて情報提供を図っておりますが、現状では十分な活用がなされていません。また、近年は情報化が急速に進展している反面、地域住民の高齢化等により、買い物弱者が今後も増加していくことが推察されます。今後は、IT環境の整備について拡充を図るとともに、高齢者等対策や空き店舗対策、エネルギーの省力化などを考慮した、商店街の「環境づくり」を進めていきます。	(1) IT環境の整備・拡充 ○たまごネットの活用 (2) 高齢者等への対策 ○買物弱者支援モデル事業 (3) 空き店舗情報の提供と情報活用による空き店舗の対策 ○商店街活性化事業 (4) 環境に優しい商店街の整備 ○商店会街路灯等LED化事業	<b>5 多様な消費者が買い物しやすい環境づくり</b> 新型コロナウイルス感染症の感染防止対策や進展する高齢化への対応、障害者やインバウンドなどへの対応などを見据え、決済方法の多様化や「やさしい日本語」の活用など、多様な消費者のニーズに応じた環境づくりを推進します。 また、ホームページやSNSなどのデジタル媒体と、広報紙やチラシなどの紙媒体とを組み合わせることにより、それぞれの商店街や個店の魅力や情報の伝達を図ります。	(1) 多様な消費者ニーズへの対策 (2) 消費促進に向けたICT環境の充実
<b>6 共通</b>	(1) 共通施策 ○商店会等アドバイザー派遣事業		