

# 府中市商店街振興プラン

～地域生活に密着した笑顔あふれる商店街の再生を目指して～



平成26年3月

府 中 市



## 地域生活に密着した 活気ある商店街再生を目指して

府中市長  
高野 律雄



府中市では、市内の商店街の活性化を図るため、平成15年に「府中市商店街振興プラン」を策定し、これに基づき様々な施策や事業を展開してまいりました。

しかしながら、同プランの計画期間が完了する平成25年度までの11年間において、急速な情報通信技術の高度化によるライフスタイルの変化や、消費者ニーズの多様化等が、商店街への来訪者数に影響を与えてきています。その一方、消費者の高齢化の進行に伴い、身近な地域の商店街の必要性が再び認識されております。

商店街は、大型店などには見られない、人と人との交流の場としての役割もあります。大型店とは異なる魅力を引き出し、活用していくことが、商店街の活気・活性化に繋がるものと期待されております。笑顔があふれる空間を創り出す、それこそがこれからの商店街に求められている姿であると考えます。

このたび策定しました新たな「府中市商店街振興プラン」においては、目標である「地域資源を活用した魅力ある商品やサービスと笑顔があふれる商店街」を目指し、「商品づくり」「サービスづくり」「人づくり」「ネットワークづくり」「環境づくり」を『5つの創造』と掲げ、各商店街の皆様が積極的に地域ニーズを把握し、主体的に活性化に取り組むことができるよう構成しております。

このプランを通して、「第6次府中市総合計画」に掲げる都市像「みんなで創る 笑顔あふれる 住みよいまち ～みどり・文化・にぎわいのある洗練された都市を目指して～」の実現に努めてまいりますので、商店・商店会はもとより、むさし府中商工会議所、府中市商店街連合会、そして市民の皆様の一層のご理解とご協力をお願い申し上げます。

結びに、本プランの策定にあたりまして、ご意見、ご提言をいただきました「府中市商店街振興プラン検討協議会」の委員の皆様、並びにパブリック・コメント等において、貴重なご意見をお寄せいただきました皆様に、心から感謝申し上げます。





はじめに	1
第1章 府中市の商店街の現状と課題	3
1 商店街の現状	5
2 商店街を取り巻く環境	7
3 商店街に求められていること	11
第2章 目標と活性化の方向性	13
1 旧プランの施策実施状況	15
2 商店街振興に向けた目標（目指す商店街の姿）	18
3 商店街活性化の方向性	19
第3章 商店街活性化に向けた「5つの創造」	21
1 商品づくり	23
2 サービスづくり	23
3 人づくり	23
4 ネットワークづくり	23
5 環境づくり	24
第4章 目標実現に向けた施策展開	25
1 商品づくり施策	27
2 サービスづくり施策	31
3 人づくり施策	34
4 ネットワークづくり施策	37
5 環境づくり施策	39
6 共通施策・参考施策	43
第5章 商店街タイプ別施策活用の考え方	49
1 主要駅近郊型	55
2 その他駅近郊型	56
3 主要道隣接型	57
4 住宅街型	58
5 個別特徴型	60
第6章 プランの推進体制	63
○ 施策体系フロー	67
○ 商店街分布図	71

参考資料	73
1 参考資料（データ）	75
2 策定経過	112
3 府中市商店街振興プラン検討協議会委員名簿	113
4 府中市商店街の活性化に関する条例	114



## 1 策定の趣旨

本市は、この計画を、旧プランの計画期間が平成25年度で終了することに伴い、旧プランを基本として改定を行い、近年の情報通信技術の高度化や経済社会環境の変化により、多様化する消費者ニーズへの対応と、商店街の活性化に向けた今後の方向性を明確にするため、中期振興計画として策定しました。

## 2 この計画の位置付け

この計画は、「みんなで創る 笑顔あふれる 住みよいまち」を目指す都市像とする「第6次府中市総合計画（計画期間：平成26年度～平成33年度）」を上位計画とする個別計画です。

## 3 この計画の構成

第1章では、市の商店街の現状を、第2章から第3章までは、今後の商店街の目標と活性化の方向性を、第4章から第5章までは、目標実現に向けた施策展開と市内商店街を10のタイプに分け、タイプ別の施策活用の考え方を、第6章ではプランを推進していくための体制を示しました。

また、最後に施策体系をフローチャートで整理するとともに、商店街の分布について、図で整理しました。


## 4 計画期間

この計画の計画期間は、「第6次府中市総合計画」に合わせ、平成26年度から平成33年度までの8年間とします。

ただし、経済社会環境などの変化に伴い、必要に応じて見直しを行います。





- 
- 1 商店街の現状
  - 2 商店街を取り巻く環境
  - 3 商店街に求められていること



## 1 商店街の現状

### (1) 商店街数と加盟店数

平成25年4月1日現在、50商店街1,622店が府中市商店街連合会に加盟しており、未加盟の1商店街を加えると、51の商店街が市内にはあります。ここ数年間の推移を見ると、商店街連合会加盟店街数は増加、加盟店数は減少傾向にあります。平成24年経済センサス産業大分類別民営事業所数を参考にすると、市内では「卸売業、小売業」、「宿泊業、飲食サービス業」などが多くなっています。

#### 商店街連合会加盟店街数と商店数の推移

(各年4月1日現在)

商店街/加盟店	平成5年	平成10年	平成15年	平成20年	平成25年
商店街数	44	44	43	46	50
加盟店数	1,736	1,840	1,720	1,672	1,622

(むさし府中商工会議所調査)

#### (参考) 産業大分類別民営事業所数

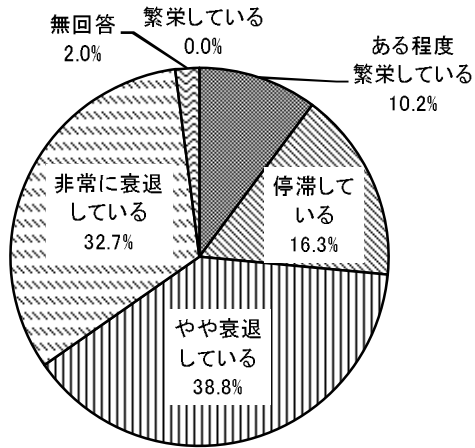
産業大分類	事業所数	産業大分類	事業所数
全産業（公務を除く）	7,417	金融業、保険業	101
農林漁業	13	不動産業、物品賃貸業	805
鉱業、採石業、砂利採取業	0	学術研究、専門・技術サービス業	302
建設業	800	宿泊業、飲食サービス業	1,037
製造業	361	生活関連サービス業、娯楽業	669
電気・ガス・熱供給・水道業	5	教育、学習支援業	274
情報通信業	157	医療、福祉	602
運輸業、郵便業	129	複合サービス事業	25
卸売業、小売業	1,720	サービス業（他に分類されないもの）	417

(平成24年経済センサスー活動調査)

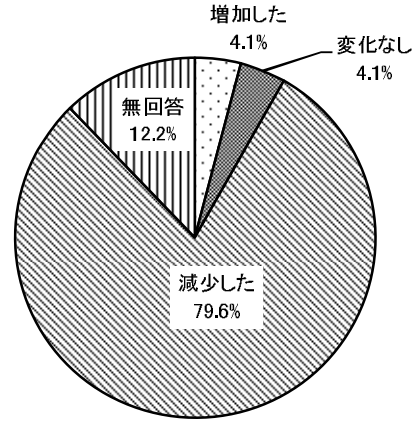
### (2) 商店街の景況と経営動向

平成25年6月から7月までの間に行った商店街アンケート調査（以下「アンケート調査」といいます。）結果から、おおむね10年前と比較した商店街の景況や経営動向について見ると、景況は停滞・衰退、経営動向については減少の傾向が顕著であり、厳しい経営環境であることが分かります。

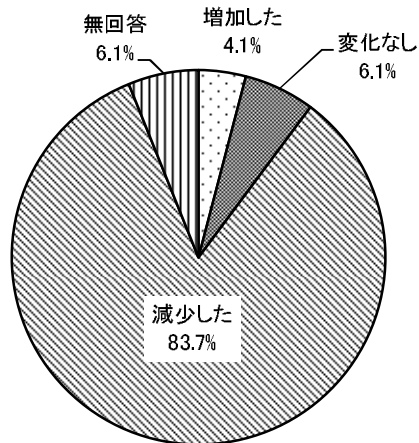
商店街全体の景況 (n= 49)



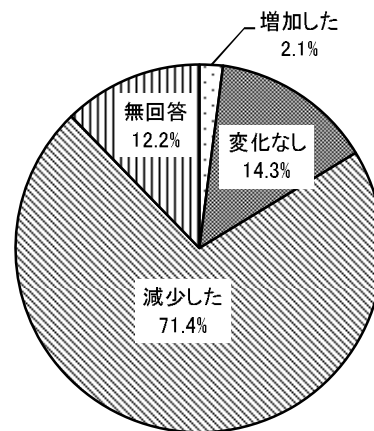
加盟会員店舗の平均的な売上高の動向 (n= 49)



加盟会員店舗の平均的な客数の動向 (n= 49)

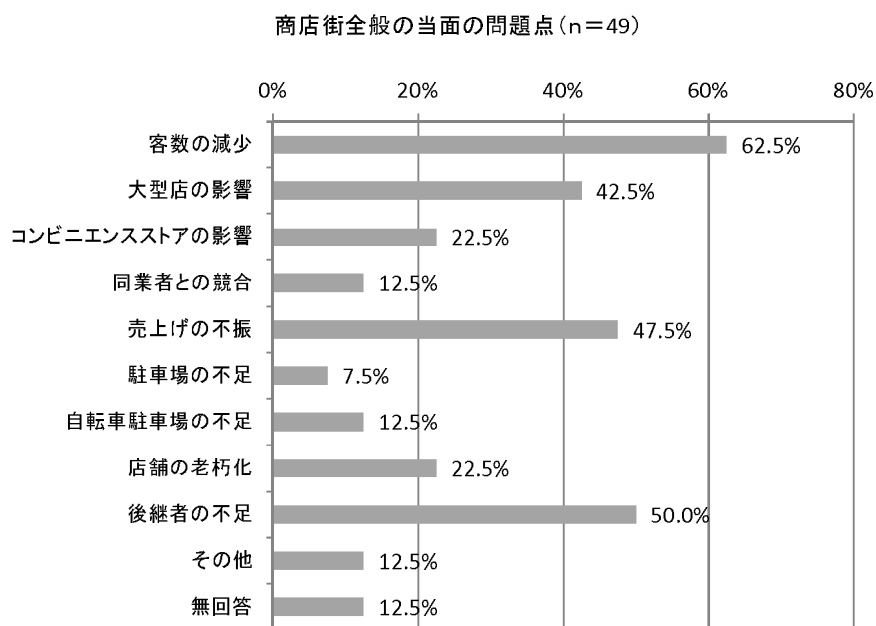


加盟会員店舗の平均的な客単価の動向 (n= 49)



### (3) 商店街における当面の問題点

アンケート調査結果から、商店街における当面の問題点を見ると、客数の減少や売上げの不振など、経営に直結することのほか、後継者の不足や大型店の影響などが上位を占めています。



## 2 商店街を取り巻く環境

### (1) 人口の変化

市の人口は、平成26年1月1日現在、253,288人です。全国的に人口減少が進むなか、府中市は人口増加の傾向にあります。また、国立社会保障・人口問題研究所は、平成37年の市の人口は262,454人と推計しており、今後も緩やかに人口は増加していくと予測されます。

人口の推移 (人)

	平成 21年	平成 22年	平成 23年	平成 24年	平成 25年	平成 26年	平成 37年
総数	241,930	244,834	246,667	247,454	251,858	253,288	262,454
男	123,141	124,892	125,754	125,819	127,358	128,018	133,117
女	118,789	119,942	120,913	121,635	125,659	125,270	129,337

(住民基本台帳、日本の地域別将来人口、各年1月1日現在、37年は推計値)

また、人口推計では、平成37年にはおよそ4人に1人が65歳以上になるとしており、少子高齢化はますます進んでいくものと思われます。

人口の構成比 (%)

人口分類	平成26年	平成37年
年少人口 (15歳未満)	13.7	11.5
生産年齢人口 (15歳以上65歳未満)	66.4	65.5
老年人口 (65歳以上)	19.9	23.0

(住民基本台帳、日本の地域別将来人口、平成26年は1月1日現在、37年は推計値)

## (2) 販売形態の変化

平成19年における市の1,000平方メートル超の大規模小売店の売場面積は125,601平方メートル、小売業の総売場面積に占める割合は57.3パーセントとなっています。東京都への大規模小売店舗立地法の届出によると、平成19年以降(平成20年4月1日～平成24年3月31日)に大規模小売店面積が20,798平方メートル増加(閉店、変更分は差引き)しており、小売店の大規模化が進んでいると推測できます。なお、小売業の総売場面積に占める割合は、隣接市で比較すると、多摩市、稲城市に次ぐ3番目で、比較的高い割合となっています。

大規模小売店占有率の隣接市の比較

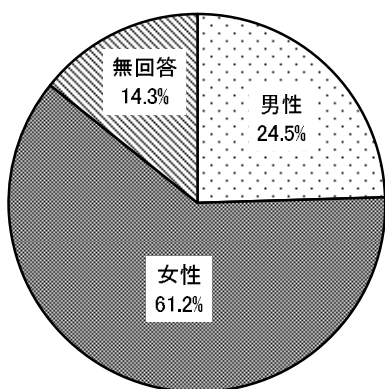
市名	総売場面積 (㎡)	大規模小売店 売場面積 (㎡)	割合 (%)
府中市	219,175	125,601	57.3
多摩市	166,833	127,994	76.7
稲城市	61,601	42,564	69.1
国分寺市	89,204	42,912	48.1
小金井市	72,866	34,203	46.9
調布市	146,588	64,775	44.2
日野市	84,709	33,851	40.0
国立市	47,961	10,319	21.5

(平成19年東京都の商業統計調査報告)

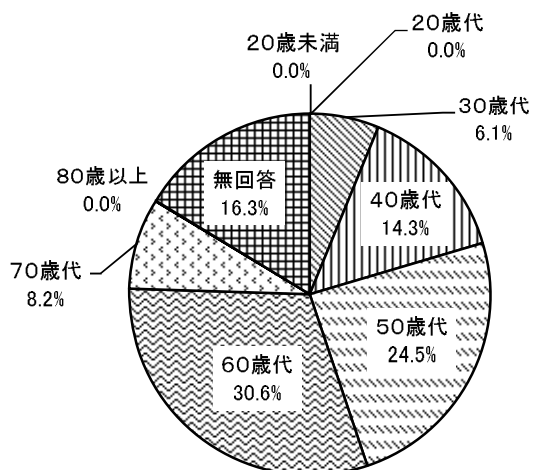
### (3) 商店街への来街者の概況

アンケート調査結果から、来街者の概況を見ると、女性が半数以上を占めており、来街者の年齢層は50歳以上の方が多く、職種は専業主婦（主夫）が多く、来街頻度は週1～2回である方が多いことが分かります。

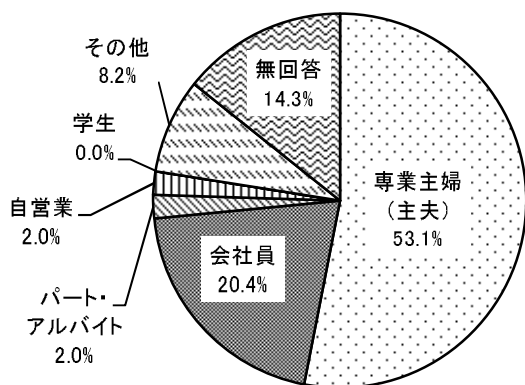
来街者の性別 (n= 49)



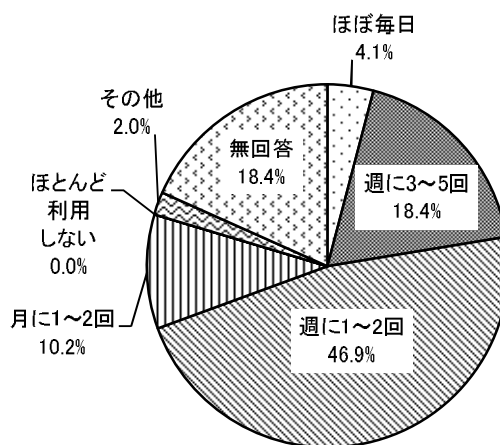
来街者の年齢層 (n= 49)



来街者の職種 (n= 49)



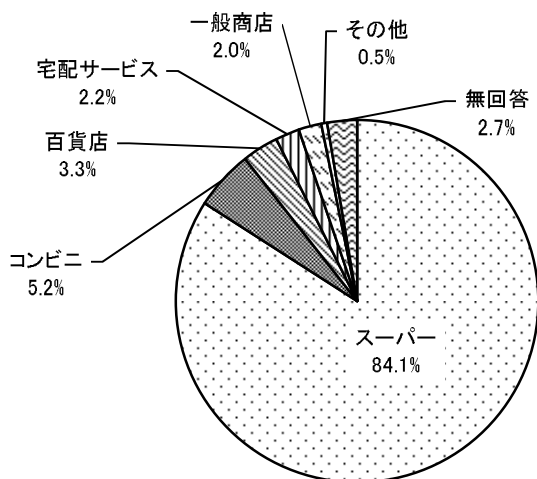
来街者の来街頻度 (n= 49)



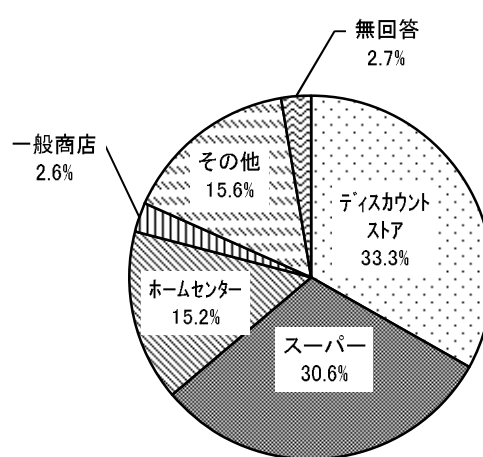
#### (4) 来街者ニーズの変化

平成24年8月から12月までの間に行った商店街消費者動向調査（以下「消費者動向調査」といいます。）結果から、来街者の日頃の買い物状況を見ると、食料品・日用品・衣料品共に、大型店での買い物傾向が顕著であり、商店街内などにある一般商店での買い物は、いずれも10パーセント未満となっています。また、日用品については、スーパーだけでなく、ディスカウントストアやホームセンターなど、その購入場所が多様化していることがわかります。

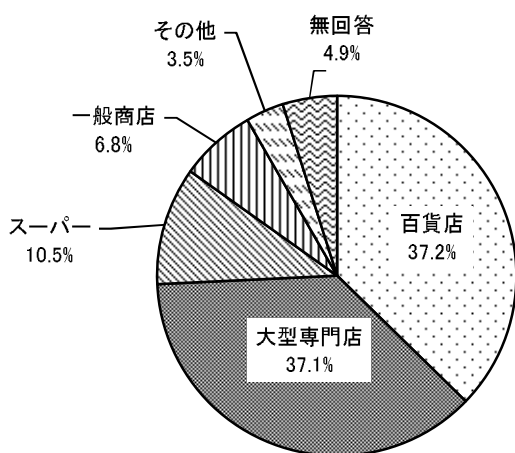
日頃の食料品の買い物場所



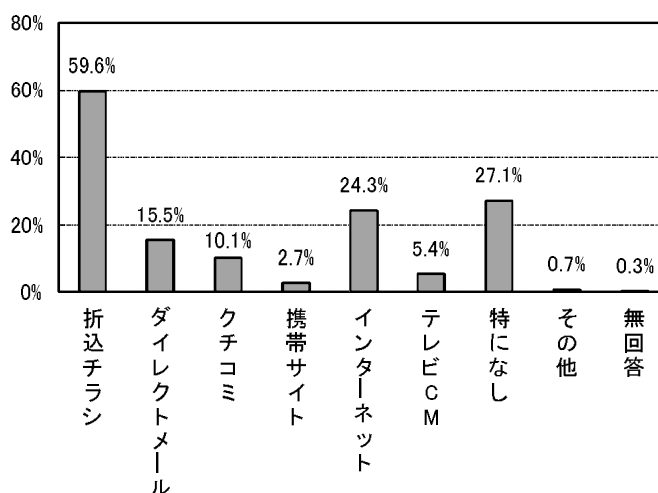
日頃の日用品の買い物場所



日頃の衣料品の買い物場所



日頃の買い物時に活用する情報源



\*複数回答のため、100%を超える場合があります。

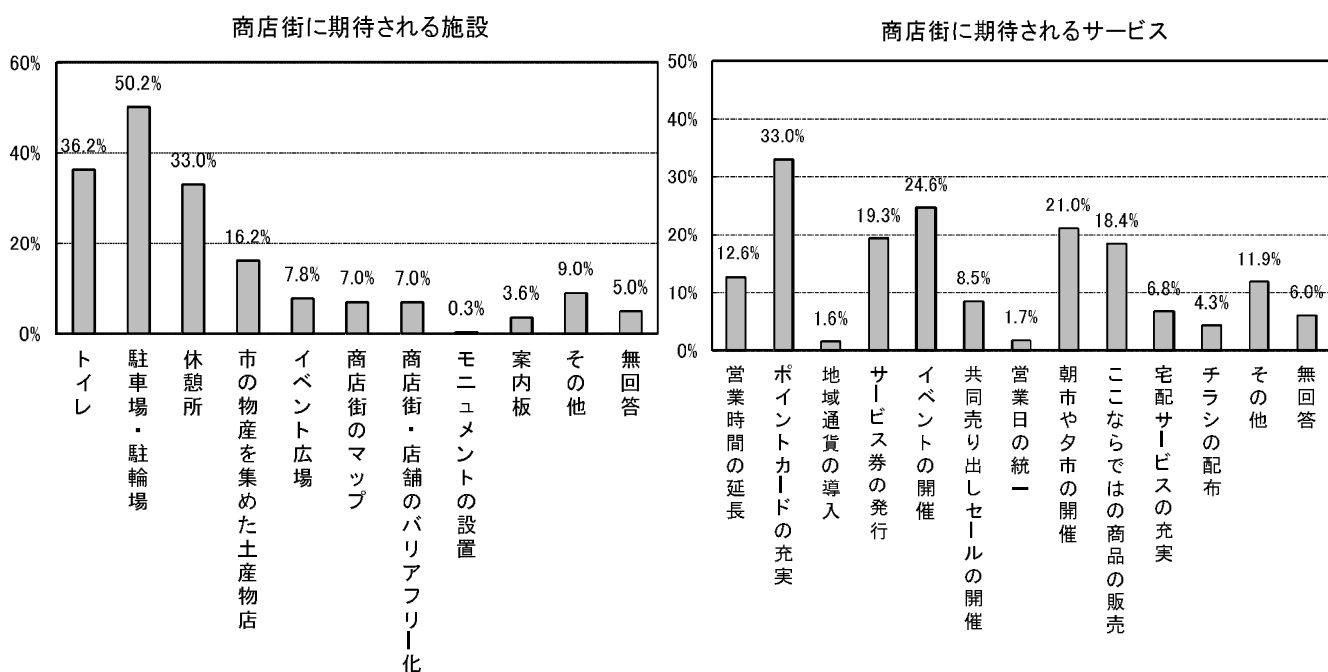


### 3 商店街に求められていること

#### (1) 期待される施設・サービス

消費者動向調査結果から、来街者は商店街に対して、駐車場・駐輪場やトイレ、休憩所などの施設（機能）の充実のほか、サービスとしては、ポイントカードの充実やイベントの開催、朝市や夕市の開催などが期待されていることが分かります。

また、市の物産を集めた土産物店や、ここならではの商品の販売なども一定のニーズが見られることから、上位を占める期待される施設（機能）やサービスに対する商店街らしいきめ細かな対応を行っていきながら、各商店街の地域資源を活用した魅力あるサービスや商品を創造していくことが求められています。

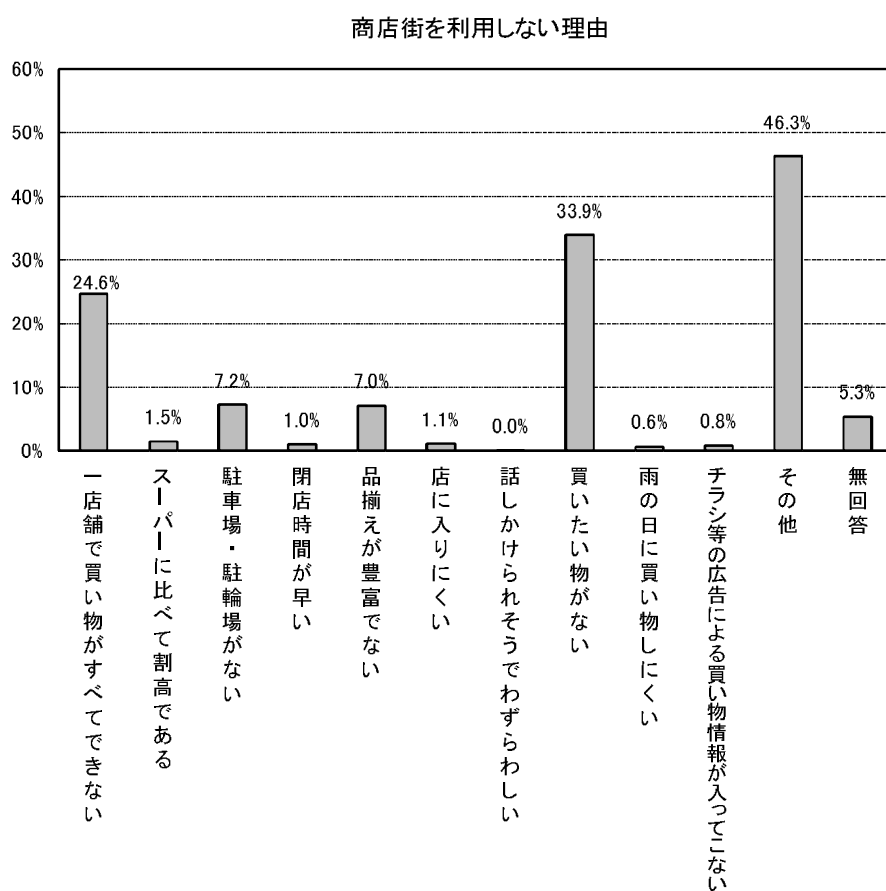


\*複数回答のため、100%を超える場合があります。


## (2) 利用しない理由

消費者動向調査結果から、商店街を利用しない理由を見ると、買いたい物がない、一店舗で買い物ができないなどが主な理由となっています。

また、その他の理由として、店舗が少ない、遠いなどの理由が挙げられています。特に遠いという理由に関しては、物理的な距離だけでなく、ニーズを満たしていないなどの精神的な距離もあると推察され、双方の距離を埋めていくことが求められています。



\*複数回答のため、100%を超える場合があります。

- 
- 1 旧プランの施策実施状況
  - 2 商店街振興に向けた目標（目指す商店街の姿）
  - 3 商店街活性化の方向性



## 1 旧プランの施策実施状況

以下に旧プランにおける施策の実施状況を示します。実施状況を見ると、今後も施策を継続していくことが、商店街の活性化に必要なものもありますが、活用されなかった施策も多く見られます。これは、事業のPRが不足していた点もありますが、旧プランが難しく、商店街で事業を活用する方法が分かりづらかった等の問題点があったと考えられます。こうした状況を踏まえ、本プランにおいては、各商店街の方にも分かりやすく、活性化への取組を一歩ずつ進めていける目標と活性化の方向性を設定することとします。

### (1) 商店街・市民との協働体制の推進／人づくり

推進目標に対応した施策	実施事業	実施状況	備考
①商人塾の開催	府中商人塾	実施	
②女性ビジネス塾の開催	開業支援セミナー	一部実施	女性のみを対象とはしていないが、開業支援セミナーは実施
③協働体制づくりのためのアドバイザー派遣	商店会等アドバイザー派遣事業	実施	事業は実施したが、本施策に当たる実績はなし
④地域商店街振興プランの策定支援	商店会等アドバイザー派遣事業	実施	事業は実施したが、本施策に当たる実績はなし
⑤交流機会の拡大	中小企業インターネット活用支援事業	実施	ア)「たまごネット」の活用 イ)パソコン教育サポートを実施
⑥インターンシップ事業の拡充	職場体験学習 商店会等アドバイザー派遣事業	実施	商店会等アドバイザー派遣事業については、事業は実施したが、本施策に当たる実績はなし

(2) 市民・顧客のニーズに応える商店街づくりの推進／魅力づくり

推進目標に 対応した施策	実施事業	実施 状況	備 考
①地域資源マップの作成 支援	未実施	未実施	
②地域の人々の参加によ る商店街評価の導入	未実施	未実施	
③一店逸品運動など、個 店の魅力づくりの支援	特産品等開発支援事業 中小企業事業資金融資のあっせん 信用保証料補助	実施	
④経営相談・指導体制の 充実	小規模事業者等指導事務委託 経営情報提供事業	実施	
⑤地元農業との連携	商店街活性化事業	実施	事業は実施したが、本 施策に当たる実績は なし

(3) 地域を元気にするコミュニティ・イベントの推進／交流づくり

推進目標に 対応した施策	実施事業	実施 状況	備 考
①市民ボランティアの 育成	商店会等アドバイザー派遣事業	実施	事業は実施したが、本 施策に当たる実績は なし
②イベントアドバイザー の派遣	商店会等アドバイザー派遣事業 商店街イベント事業	実施	
③魅力的な商工まつりの 開催	商工まつり	実施	
④市全域の商業・商店街 の活性化の推進	府中大商業祭	実施	
⑤商いと暮らしの教室の 開設	未実施	未実施	
⑥地域通貨制度の検討	地域通貨制度	実施	実施に向け検討中

(4) 安心して快適に暮らせる環境づくりの推進／環境・景観づくり

推進目標に 対応した施策	実施事業	実施 状況	備 考
①安心、安全な商店街づくり、まちづくりの支援	商店街活性化事業 防犯カメラ設置	実施	商店街活性化事業については、事業は実施したが、本施策に当たる実績はなし
②商店街の環境整備事業の支援	商店街活性化事業	実施	装飾街路灯、アーチ、アーケード
③駐車場・自転車駐車場対策の検討	商店街活性化事業	実施	事業は実施したが、本施策に当たる実績はなし
④環境にやさしい商店街づくりの支援	市民マイバッグ持参運動	実施	

(5) 新たなビジネスチャンス創造する体制づくりの推進／元気づくり

推進目標に 対応した施策	実施事業	実施 状況	備 考
①「たまごネット」を活用した情報の発信	中小企業インターネット活用支援事業	実施	「たまごネット」の活用
②メールマガジンの発信	経営情報提供事業	実施	
③情報化の推進	中小企業インターネット活用支援事業 地域通貨制度	実施	パソコン教育サポート
④空き店舗の活用	中小企業インターネット活用支援事業 商店街活性化事業	実施	「たまごネット」の活用、商店街活性化事業については、事業は実施したが、本施策に当たる実績はなし
⑤生活サポート事業の推進	商店会等アドバイザー派遣事業 小規模事業者等指導事務委託 特産品等開発支援事業	実施	
⑥コミュニティ・ビジネスの奨励	小規模事業者等指導事務委託 中小企業事業資金融資のあっせん 中小企業インターネット活用支援事業	実施	

## 2 商店街振興に向けた目標（目指す商店街の姿）

アンケート調査結果を見ると、商店街の現状は、店舗数の減少や景況、経営動向の悪化が顕著であることが分かります。また、消費者動向調査結果を見ると、商店街らしいきめ細かな対応を行っていきながら、各商店街の地域資源を活用した魅力ある商品やサービスを創造していくことが求められていることが分かります。今後、市内商店街の活性化を図っていくことは、消費者動向調査結果などに見られるような現代のニーズをうまく取り入れ、活気を持っていた古き良き商店街の姿を再生していくことであると考えます。

そのためには、商店街が積極的に地域のニーズを把握しながら、特徴ある地域資源を活用した魅力あるサービスや商品を創造していくことが必要だと考えます。

これは、消費者動向調査結果において、消費者が商店街に期待しているサービスや施設、空き店舗の活用方法からも見えてくるニーズであるとともに、アンケート調査結果においても、一店逸品運動など、個店の魅力づくりの必要性が認識されており、こうした調査結果を本計画に反映していくことが重要であるからです。

地域のニーズを把握し、そのニーズをうまく取り入れながら、魅力あるサービスや商品づくりなどを行うことにより作り出される活気ある商店街の姿は、かつて活気があった商店街の原点であり、その姿を再生し、地域や人との寄り合いの中で、笑顔があふれる空間を作り出すことこそがこれからの商店街に求められている姿であると考えます。そこで、目指す商店街の姿を『地域資源を活用した魅力ある商品やサービスと笑顔があふれる商店街』とし、これを商店街振興に向けた目標に据えます。

### 商店街振興に向けた目標（目指す商店街の姿）

**地域資源を活用した魅力ある商品や  
サービスと笑顔があふれる商店街**




### 3 商店街活性化の方向性

商店街振興に向けた目標（目指す商店街の姿）の実現に向けては、各商店街自らが主体となり、活性化への取組を一步ずつ進めていくなど、商店街が活用しやすい実行性の高い施策の展開が必要であると考えます。また、市内には50の商店街が存在し、立地や周辺環境等の状況により、個店や商店街がターゲットとする商圈が異なることから、タイプ別に優先順位を決めて施策展開を図っていく必要があると考えます。


なお、現状の市内商店街の状況を鑑みると、まず、各商店街において、自らの個性について話し合うことから始めることが重要になります。その際には、各個店・商店街が、誰をお客様と捉え、誰に喜んでもらいたいのかという視点で考え、その個性を含め、各商店街に存在する地域資源を活用した魅力ある「商品づくり」、「サービスづくり」を進める必要があります。併せて、若手経営者への商店街内におけるリーダー育成、開業希望者への開業支援といった「人づくり」を行いながら、個々の店舗や単独の商店街だけでなく、商店街周辺の住民や団体、他の商店街等との多様な「ネットワークづくり」を図り、集客やおもてなしに必要な「環境づくり」を展開する必要があります。

※ ここから先で言う「サービス」とは、対価をいただいた上で提供するものではなく、商店街への来訪のきっかけのために提供するサービス。



- 
- 1 商品づくり
  - 2 サービスづくり
  - 3 人づくり
  - 4 ネットワークづくり
  - 5 環境づくり





商店街振興に向けた目標「地域資源を活用した魅力ある商品やサービスと笑顔があふれる商店街」の実現に向け、「商品づくり」、「サービスづくり」、「人づくり」、「ネットワークづくり」、「環境づくり」の5つを『5つの創造』と掲げ、『5つの創造』を進めることにより商店街の活性化を図っていきます。

## 1 商品づくり

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。

## 2 サービスづくり

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。

## 3 人づくり

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。

## 4 ネットワークづくり

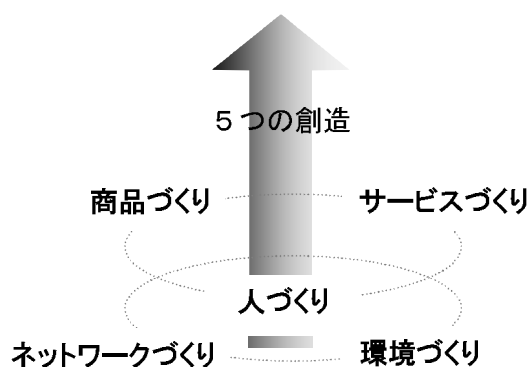
これまで各商店街等で行われてきた活動や取組は、個々の店舗や単独の商店街で実施されているものが少なくありません。今後は、周辺の商店街を中心に、市民や企業・団体（NPO、ボランティア団体等）、高校・大学などと、各種活動の場などを通じ、多様な「ネットワークづくり」を図っていきます。


## 5 環境づくり

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っていくとともに、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。

なお、ここで言う「環境」とは、地球環境への配慮（エコ活動等）だけでなく、商店街を取り巻く諸条件（ハード・ソフト面等）を含めた広義の「環境」を意味します。

地域資源を活用した魅力ある商品やサービスと笑顔があふれる商店街



- 
- 1 商品づくり施策
  - 2 サービスづくり施策
  - 3 人づくり施策
  - 4 ネットワークづくり施策
  - 5 環境づくり施策
  - 6 共通施策・参考施策





商店街振興に向けた目標「地域資源を活用した魅力ある商品やサービスと笑顔があふれる商店街」の実現に向け、商店街活性化に向けた『5つの創造』ごとに以下の施策を展開し、旧プランで実施率が高く、効果が見られた事業を継続していくほか、時代の流れや社会情勢、他地域での成功例等を参考にした新たな事業を加えていきます。なお、「商店会等アドバイザー派遣事業」「中小企業事業資金融資のあっせん」については、全ての取組に活用することができる共通施策として、後述（6－（1）－1）（6－（1）－2）としています。

※ 以下、紙面のスペースなどの関係から、「会議所」と表現しているものは、全て「むさし府中商工会議所」を指しています。また、「連合会」と表現しているものは、全て「府中市商店街連合会」を、「振興公社」と表現しているものは、全て「公益財団法人東京都中小企業振興公社」を指しています。

## 1 商品づくり施策

本市、むさし府中商工会議所を中心に、商店街や店主、市民等、それぞれの役割分担の下「商品づくり」施策として、目標実現に向けた以下の施策を展開し、必要に応じて新たな事業の展開も検討していきます。

### （1）特産品等の開発（売れる商品づくり支援）

これまで市内では個店単位、又は、複数の商店が連携し、特産品等の開発が行われてきていますが、その活動・取組は限定的なものとなっています。個店の取組をベースに、商品等を提供したいお客様を見据えながら、地元野菜等、市内に点在する地域資源を活用した魅力ある商品やグルメ・メニュー等の開発・普及に努めます。

《主な事業・施策》

事業・施策名	内容	活用者 連携者	支援者
※1-(1)-1 特産品等開発支援事業 【市】	個店の取組をベースに、商店街が会議所と連動して、市民等と共に地元野菜等の地域資源を活用した魅力ある商品やグルメ・メニュー等を開発する取組等に対して、支援を行います。	商店街 <input type="checkbox"/> 店主 市民等	会議所

は取組の中心となる者、※は重点事業

事業・施策名	内容	活用者 連携者	支援者
1-(1)-2 <b>東京都地域中小企業            応援ファンド</b> <b>【公益財団法人            東京都中小企業振興公社】</b>	東京都と振興公社が協力し、地域の魅力向上や課題解決を目的とした、中小企業者等が取り組む試作品・新サービス開発・販路開拓・市場化に要する経費の一部に対し、振興公社が助成するほか、「地域応援ナビゲータ」による継続的支援を図る本事業を活用しやすくするため、必要な情報提供等の支援に努めます。	<input type="checkbox"/> 中小企業者 <input type="checkbox"/> 創業予定者 <input type="checkbox"/> NPO 団体等	市 会議所
1-(1)-3 <b>中小企業            地域資源活用プログラム</b> <b>【国☆】</b>	地域の中小企業が有望な地域資源（農林水産物、産地の職人の技、観光資源等）を活用して行う新たな事業展開の推進を図るため、国が行う地域・中小企業の自立的発展の総合的な支援を図る本事業を活用しやすくするため、必要な情報提供、地域資源認定等の支援に努めます。 ※府中市の指定地域産業資源： 東京地酒（清酒） 電気機器 馬場大門けやき並木 武蔵府中熊野神社古墳 浅間山（都立浅間山公園）	<input type="checkbox"/> 中小企業者等	市 会議所
1-(1)-4 <b>農工商等連携促進法等            による支援</b> <b>【国☆】</b>	中小企業者と農林漁業者が連携して行う新商品等の開発・販売促進等の取組に対して、国が支援を図る本事業を活用しやすくするため、必要な情報提供等の支援に努めます。	<input type="checkbox"/> 中小企業者 <input type="checkbox"/> 農林漁業者	市 会議所

は取組の中心となる者

☆（参考）中小企業ビジネス支援サイト J-net21

<http://j-net21.smrj.go.jp/index.html>

## (2) 一店／一街逸品活動の実施

全国各地では「一店逸品」運動が盛んに行われ、集客等につながるなど、一定の成果を見出している商店街も存在します。市内の商店街においては、現在こうした活動を行っているところが見受けられないため、個店での活動をベースとしながらも、商店街（一街）単位への広がり視野に入れた、活動の展開を図っていきます。

### 《主な事業・施策》

事業・施策名	内容	活用者 連携者	支援者
※1-(2)-1 一店／一街逸品活動 推進事業 <b>【むさし府中商工会議所】</b>	個店や商店街が、そこでしか手に入らない、味わえない逸品・一品を選定・開発し、一店（個店）の活動をベースに一街（商店街）の活動として展開できるよう、会議所を中心とした活動の強化と、逸品・一品の普及に対し支援します。	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">商店街</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">店主</div> 市民等	市

 は取組の中心となる者、※は重点事業

### (3) 販路開拓支援の実施

特産品等の売れる商品づくりを行うと同時に、販路の確保・拡大を図ることが必要になります。国等の事業・施策の活用を促しながら、売れる商品づくりと並行して、販路開拓に努めます。

#### 《主な事業・施策》

事業・施策名	内容	活用者 連携者	支援者
1-(3)-1 JAPAN ブランド 育成支援事業 【国】	複数の中小企業が協働し、自らが持つ素材や技術等の強みを踏まえた戦略を策定し、当該戦略に基づいて行う商品の開発や海外見本市への出展等のプロジェクトに対して国が支援を図る本事業を活用しやすくするため、必要な情報提供等の支援に努めます。	中小企業者 商店街 NPO 団体等 会議所	市 会議所
1-(3)-2 特産品等開発支援事業 【市】	商店街への集客を図るためには、まずその商品を知ってもらうことが重要になります。特産品等開発支援事業を使用して、開発・発掘した商品等に対する、今後の展示会や広告等を利用した商品等の普及を行う取組に対して、支援を行います。	商店街 店主 市民等	会議所
1-(3)-3 販路開拓コーディネーター事業 【独立行政法人中小企業基盤整備機構】	優れた新商品(新製品・新技術・新サービス)を持つ企業の、マーケティング企画の策定及び首都圏・近畿圏におけるテストマーケティング活動を、独立行政法人中小企業基盤整備機構が販路開拓コーディネーターを派遣することで支援を図る本事業を活用しやすくするため、必要な情報提供等の支援に努めます。	中小企業者	市 会議所

□は取組の中心となる者

## 2 サービスづくり施策

本市、むさし府中商工会議所を中心に、商店街や店主、市民等、それぞれの役割分担の下「サービスづくり」施策として、目標実現に向けた以下の施策を展開し、必要に応じて新たな事業の展開も検討していきます。

### (1) イベントの開催

市内商業及び商工業のPR等の場として開催している「商工まつり」、「府中大商業祭」などを中心に、市内商店街への来街きっかけとなるイベント等を開催していくとともに、イベント後の集客・販売へとつなげていきます。

#### 《主な事業・施策》

事業・施策名	内容	活用者 連携者	支援者
2-(1)-1 商工まつり 【むさし府中商工会議所】	市内商工業のPRの場として、また、夏の風物詩として多くの市民に親しまれている「商工まつり」に、商店街単位での出店や市民ボランティアの運営参加など、個店や商店街が中心となって様々なアイデアを提案することで、より魅力的なイベントとなるよう、会議所、商店街連合会など関係機関の開催を支援します。	<input type="checkbox"/> 商店街 <input type="checkbox"/> 店主 連合会 市民ボラン ティア等	市
2-(1)-2 府中大商業祭 【府中市商店街連合会】	商店街連合会を中心とした、市内全域の商業を活性化するために行う、「府中大商業祭」を支援するとともに、各種支援を活用した、個店や商店街、会議所と共に行う、新たな統一キャンペーンなどの実施に対しても支援を行います。	商店街 店主 会議所 市民等	市
2-(1)-3 商店街イベント事業 【東京都・市】	商店街や商店街連合会が、商店街単独又は他商店街との共催などにより、日常的な集客への効果をもたらすイベントが開催できるよう、東京都と連携して支援します。	<input type="checkbox"/> 商店街 連合会	会議所

は取組の中心となる者

事業・施策名	内 容	活用者 連携者	支援者
2-(1)-4 イベントフォローアップ事業 【市】	商店街が開催するイベント時の集客を、その後の商店街の活性化につなげるため、勉強会(セミナー)の開催や専門家の派遣等により、イベント後の集客プラン作りを支援します。	<input type="checkbox"/> 商店街 連合会	会議所

は取組の中心となる者

## (2) 消費者が来街しやすいサービス情報の提供

消費者が来街するためのきっかけを作り出し、来街しやすくさせるような、インターネットや紙媒体を活用した、多様なサービスの提供に向け、商店街単位をベースに、個店単位でもIT活用能力等の強化を図ります。

### 《主な事業・施策》

事業・施策名	内 容	活用者 連携者	支援者
※2-(2)-1 ホームページの活用 【むさし府中商工会議所】	会議所が運営するホームページ「たまごネット」を活用し、商業者や市民などとの連携を図りながら、個店・商店街の商品、サービス、イベント情報などの充実に向けた支援を行います。	<input type="checkbox"/> 商店街 <input type="checkbox"/> 店主 連合会 市民等	市
2-(2)-2 商店街活性化事業 【東京都・市】	商業者だけではなく、地域住民などと共に、歴史、文化、景観など、地域や商店街の魅力となる地域資源を再発見・創造し、商店街が情報発信のために作成する折込チラシや商店街マップの作成などに対する取組を、東京都と連携して支援します。	<input type="checkbox"/> 商店街 店主 市民等	会議所

は取組の中心となる者、※は重点事業

### (3) 利用しやすいサービスの提供

より利用しやすいポイントカードのサービス提供方法及び利用促進策の検討とともに、市内ではまだ実施されたことがない「地域通貨」や、商店街活性化の三種の神器と言われる「まちゼミ」、「100円商店街」、「(街)バル」といった新たな取組について、他地域において成功している事例があることから、本市においても実施を視野に入れ、新たなサービスの提供を検討します。

#### 《主な事業・施策》

事業・施策名	内容	活用者 連携者	支援者
※2-(3)-1 地域通貨制度 【むさし府中商工会議所】	地域通貨制度の商店街活動への導入やそのための仕組みづくりなどについて、会議所を中心として、協議を行います。	商店街 店主 連合会 市民等	市
※2-(3)-2 まちゼミ 【市・会議所・商店街】	各商店街において、消費者が店主との交流を深められる等の効果のある「まちゼミ」活動(店主が講師となり、プロならではの専門的な知識や情報、コツを無料で受講者(お客様)に伝える少人数制のゼミ)の支援について、検討を行います。	店主 連合会 会議所	市
※2-(3)-3 100円商店街 【会議所・商店街】	各商店街において、消費者が気兼ねなく個店へ入店できるようになる等の効果がある「100円商店街」活動(商店街全体を1つの100円ショップに見立て、全ての店頭に100円コーナーを設置し、会計は店内のレジにて行うもの)の支援について、検討を行います。	店主 連合会 会議所	市
※2-(3)-4 (街)バル活動 【会議所・商店街】	各商店街において、商店街への集客や個店を知るきっかけづくり等の効果のある「(街)バル」活動(食べ歩き、飲み歩きをして、様々な飲食店等を楽しむイベント)の支援について、検討を行います。	店主 連合会 会議所	市

は取組の中心となる者、※は重点事業

### 3 人づくり施策

本市及びむさし府中商工会議所を中心に、商店街や店主、市民等、それぞれの役割分担の下「人づくり」施策として、目標実現に向けた以下の施策を展開し、必要に応じて新たな事業の展開も検討していきます。

#### (1) 商店街内におけるリーダーや後継者の育成

これまで一定の実績・効果を上げている「府中商人塾」活動を継続・発展し、消費者ニーズを積極的に取り入れた新しい感覚を有する商業者（若手や女性等）、商店街のリーダー、後継者等の育成を図っていきます。

《主な事業・施策》

事業・施策名	内容	活用者 連携者	支援者
※3-(1)-1 府中商人塾 【むさし府中商工会議所】	消費者ニーズを積極的に取り入れた新しい感覚を有する商業者(若手や女性等)や、商店街のリーダー育成の場として、会議所が実施する「府中商人塾」を支援します。 商人塾の開催に当たっては、講義だけではなく、消費者との意見交換、商店街事業のモデルプランの作成・実施など幅広い活動を通じて、次世代を担う魅力ある商業者の育成に努めます。	店主	市

□は取組の中心となる者、※は重点事業



## (2) 経営改善の促進

個店経営者が経営等に関する相談をしやすい体制を整え、商店街の構成員である個店（経営者）に対する経営支援を進め、経営強化・改善等に役立つ情報を積極的に提供していきます。

### 《主な事業・施策》

事業・施策名	内容	活用者 連携者	支援者
3-(2)-1 経営改善事業 【むさし府中商工会議所】	会議所において、個店や商店街に対する経営相談の充実を図るため、経営指導員等の配置に対し、都と共に支援を行います。また、時間にとらわれず気軽に相談ができるよう、電子メールを活用した支援にも努めます。	商店街 店主	市 東京都
3-(2)-2 経営情報提供事業 【むさし府中商工会議所】	会議所に集積された各種経営情報等を店主等に対して、電子メールなどの情報提供手段を活用しながら、素早い情報提供ができるよう、会議所に対して支援を行います。	商店街 店主	市
3-(2)-3 パソコン教育サポート事業 【むさし府中商工会議所】	市内の商工業に携わる経営者や従業員を対象に、パソコン操作技能や知識の取得機会を設け、自社経営の情報化促進、従業員のIT活用能力の育成を行う会議所に対して支援を行います。	店主	市

は取組の中心となる者

### (3) 新たな参入者の育成支援

市内への開業を考えている新たな人材を積極的に受け入れ、空き店舗の活用促進を図りながら、知識やノウハウ、資金等における多様な支援を行い、新たな参入者への育成支援を行っていきます。

#### 《主な事業・施策》

事業・施策名	内容	活用者 連携者	支援者
3-(3)-1 開業支援セミナー 【むさし府中商工会議所】	会議所が、市内への開業を考えている人に対して、開業の方法や進め方等を具体的に講義するセミナーを開催し、開業の成功を図る取組を支援します。	開業希望者 店主	市
3-(3)-2 中小企業開業資金融資の あっせん 【市】	新たに市内で開業を行う人に向けた、開業資金の融資をあっせんします。	開業予定者 金融機関 保証協会	会議所
3-(3)-3 空き店舗開業支援事業 【市・会議所】	開業支援セミナー受講生などが、市内空き店舗で開業しようとする場合、家賃を補助するなど、開業の促進に向けた仕組みづくりについて、会議所と検討を図ります。	開業予定者 商店街	市

は取組の中心となる者

#### 4 ネットワークづくり施策

本市、むさし府中商工会議所を中心に、商店街や店主、市民等、それぞれの役割分担の下「ネットワークづくり」施策として、目標実現に向けた以下の施策を展開し、必要に応じて新たな事業の展開も検討していきます。

##### (1) 活動の場を通じたネットワークの構築

商店街活性化に向けた各種活動について、個店や商店街だけで取り組むのではなく、地元の子どもや学生を含む地域住民、また、地元で活動するNPOなどの団体や企業等と一緒に取り組むことで、各種活動の場を新たなネットワークづくりの場とする活用を図っていきます。

《主な事業・施策》

事業・施策名	内容	活用者 連携者	支援者
※4-(1)-1 職場体験学習 【教育委員会 (市立中学校)】	全市立中学校で行われている職場体験の受入れは、社会の実践経験の場の提供とともに、地域社会の一つである商店街とのつながりを深めるため、個店や商店街などで受入れが拡大できるよう検討を図ります。	商店街 店主	市
4-(1)-2 府中商人塾 【むさし府中商工会議所】	商業者間の情報交換、ネットワークづくりなどの場として効果を上げている、会議所が行う「府中商人塾」に対して、支援を行います。	店主	市
4-(1)-3 商店街活性化事業 【東京都・市】	商業者だけではなく、地域住民などとの情報交換、ネットワークづくりなどの場を作り出すため、親しみやすい商店街マップの作成や、空き店舗を活用し、コミュニティ・ビジネス、子育て支援事業、高齢者福祉事業など、来街者の憩いの場とする取組を、東京都と連携して支援します。	商店街 店主 市民等	会議所

□は取組の中心となる者、※は重点事業

事業・施策名	内 容	活用者 連携者	支援者
4-(1)-4 ネットワーク構築支援事業 【市・むさし府中商工会議所】	商店街が地元で活動する団体等とのネットワークの構築を目的とした交流会の開催など、商店街の活性化に向けた仕組みづくりについて、会議所と検討を図ります。	商店街 店主 団体等	市
4-(1)-5 ワークショップ開催事業 【市・むさし府中商工会議所】	商店街が活性化を図るため、消費者の要望を調査するなどの目的で地元消費者とのワークショップ開催など、商店街の活性化に向けた仕組みづくりについて、会議所と検討を図ります。	商店街 店主 消費者	市

□は取組の中心となる者、※は重点事業

## (2) 商店街を核とした多様なネットワークの強化

商店街連合会を中心とした既存のネットワークを、より積極的な情報交換や情報共有の場として活用するほか、イベント等の活動を通じて、商店街間、周辺住民間、周辺住民と商店街間などといったネットワークを強化していきます。

### 《主な事業・施策》

事業・施策名	内 容	活用者 連携者	支援者
※4-(2)-1 連合会活動の強化 【府中市商店街連合会】	連合会が行う活動において、既存のネットワークをいかした情報の交換や共有など、活動の強化が図れるよう会議所と共に支援に努めます。	商店街	会議所 市
4-(2)-2 商店街イベント協力 推進事業 【市】	商店街が行うイベントへ市民の協力・参加を促すため、事前会議への専門家派遣や開催に関わる費用の助成、参加市民の募集(市広報掲載等)など、商店街の活性化に向けた取組に対する支援の検討を図ります。	商店街 市民	会議所 市

□は取組の中心となる者、※は重点事業

## 5 環境づくり施策

本市、むさし府中商工会議所を中心に、商店街や店主、市民等、それぞれの役割分担の下「環境づくり」施策として、目標実現に向けた以下の施策を展開し、必要に応じて新たな事業の展開も検討していきます。

なお、ここで言う「環境」とは、地球環境への配慮（エコ活動等）だけでなく、商店街を取り巻く諸条件（ハード・ソフト面等）を含めた広義の「環境」を意味します。

### (1) IT環境の整備・拡充

情報化社会に対応すべく、むさし府中商工会議所の「たまごネット」の強化（新たな情報の掲載や更新頻度の向上等）を中心に、個店単位でのIT活用能力の向上を図っていくほか、高度IT情報ツール（スマートフォン向けアプリ）等の開発・活用について検討し、若者の集客を図っていきます。

《主な事業・施策》

事業・施策名	内容	活用者 連携者	支援者
※5-(1)-1 たまごネットの活用 【むさし府中商工会議所】	会議所が運営するホームページ「たまごネット」について、更新頻度の促進に努めつつ、個店、商店街の情報発信のほか、インターネットショッピング機能、新たな情報などについても拡充できるように支援を行います。	商店街 店主 連合会 市民等	市
5-(1)-2 高度IT情報ツール等の 開発・活用 【商店街・店主】	個店や商店街における、市内商店街の情報をタイムリーかつ容易に取得可能なスマートフォン向けアプリの開発など、IT情報ツール等の開発・活用支援について、検討します。	<span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">商店街</span> <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">店主</span>	会議所 市

 は取組の中心となる者、※は重点事業

(2) 高齢者等への対策

今後、長期的に増加していくと予測される、高齢者等を中心とした買い物弱者などに対して、商店街等が実施する、買い物弱者への宅配サービスやバリアフリー対応など、地域の実情に応じた取組に対して支援を図っていきます。

《主な事業・施策》

事業・施策名	内容	活用者 連携者	支援者
<p>※5-(2)-1 買い物弱者支援モデル事業 【東京都・市】</p>	<p>全国的な高齢化は本市においても例外でなく、買い物をしても持ち帰りに困る住民が発生する等、買い物弱者が今後更に多くなると考えられるため、商店街等が行う地域の実情に応じた買い物弱者対策事業に対し支援を図ります。</p>	<p>商店街 連合会</p>	<p>会議所</p>
<p>5-(2)-2 東京都地域中小企業 応援ファンド 【公益財団法人 東京都中小企業振興公社】</p>	<p>東京都と振興公社が協力し、地域の魅力向上や課題解決を目的とした、地域の福祉(バリアフリー化)、安全・安心、都市機能のリニューアル等、大都市に顕著に現れる諸課題に対応する新事業展開等に係る取組に要する経費の一部に対し、振興公社が助成するほか、「地域応援ナビゲータ」による継続的支援を図る本事業を活用しやすくするため、必要な情報提供等の支援に努めます。</p>	<p>中小企業者 創業予定者 NPO 団体等</p>	<p>市 会議所</p>

は取組の中心となる者、※は重点事業

### (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

コミュニティ・ビジネスや子育て・高齢者福祉事業など、空き店舗の多様な活用方法について検討するとともに、空き店舗になる前に、事業継承や開業を組み合わせた支援を実施することなどについても協議・検討を行っていきます。

#### 《主な事業・施策》

事業・施策名	内容	活用者 連携者	支援者
5-(3)-1 商店街活性化事業 【東京都・市】	空き店舗をコミュニティ・ビジネス、子育て支援事業、高齢者福祉事業など、来街者の憩いの場として活用する取組を、東京都と連携して支援します。	商店街 店主	会議所
5-(3)-2 空き店舗予防対策 【むさし府中商工会議所】	空き店舗になる前に事業継承や開業を組み合わせた支援を実施するなど、事前に空き店舗になることを予防する対策について、会議所と協議・検討を行います。	商店街 店主	市

□は取組の中心となる者、※は重点事業

(4) 環境に優しい商店街の整備

商店会街路灯等のLED化やマイバッグキャンペーンによるごみ減量や省資源化、その他リサイクル活動など、環境に優しい商店街づくりを行っていきます。

《主な事業・施策》

事業・施策名	内容	活用者 連携者	支援者
5-(4)-1 商店会街路灯等 LED化事業 【東京都・市】	商店街が設置・維持している街路灯について、環境に配慮したLED照明へ交換する取組を、東京都と連携して支援します。これにより、球切れのリスクも軽減させ、安全安心の商店街へとつなげていきます。	商店街 連合会	会議所
5-(4)-2 市民マイバッグ持参運動 【市(ごみ減量推進課)】	不用なレジ袋を削減することで、環境に優しい商店街をPRします。また、これにより、商店街内でのごみの発生を減少させ、きれいな商店街の実現を目指します。	商店街 店主 会議所 市民等	連合会
5-(4)-3 クールスポット支援事業 【市・会議所】	環境に配慮した商店街をPRすることで、商店街の活性化を図るため、商店街内やその周辺における、「クールスポット(涼しく過ごせる空間や場所)」の指定や市民への普及・紹介に対する支援について、会議所と協議・検討します。	商店街	市 会議所
5-(4)-4 省エネ診断事業 【東京都地球温暖化防止 活動推進センター】	環境に配慮した商店街のPRと、商店街各店舗の経費削減を行うことにより、商店街全体の活性化を図るため、各店舗における省エネ診断に必要な情報提供等の支援に努めます。	商店街 店主	市 会議所
5-(4)-5 リサイクル市開催支援事業 【市・会議所】	環境に配慮した商店街をPRすることで、商店街の活性化を図るため、商店街が行うリサイクル市の開催に対し、アドバイザー派遣や広報掲載、開催に関わる各種相談などの支援を図ります。	商店街 市民等	市 会議所

□は取組の中心となる者



## 6 共通施策・参考施策

### (1) 共通施策

以下の内容を満たす、商店街活性化に向けた全ての取組に対して、各種専門のアドバイザーを派遣する「商店会等アドバイザー派遣事業」や「中小企業事業資金融資のあっせん」を活用することができます。

事業・施策名	内容	活用者 連携者	支援者
6-(1)-1 商店会等アドバイザー派遣 事業 【市】	商店街などが直面しているイベントの効果的な手法や販売促進につながる技術、接客の仕方、店頭デザインの仕方、パソコンによる顧客管理、広告宣伝方法、特産品の開発、店舗開発・改装計画の手順、勉強会・研修会、助成金の申請や事後処理などの問題に対して、専門知識・豊富な経験を持ったアドバイザーを派遣します。	<input type="checkbox"/> 商店街 <input type="checkbox"/> 連合会 <input type="checkbox"/> 会議所 市長が認める団体	会議所
6-(1)-2 中小企業事業資金 融資のあっせん 【市】	個店の店舗改装や経営強化等に向けた、事業資金の融資をあっせんします。	<input type="checkbox"/> 店主 金融機関 保証協会	会議所

は取組の中心となる者

## (2) 参考施策

商店街活性化等に向け、国や東京都が支援する商店街振興関連補助金・助成金について、平成25年度の事業（事業によっては部分的に平成26年度を反映）を参考施策として抜粋して掲載します。ただし、事業の内容については、年度ごとに異なるため、掲載事業が変更されていることもあります。詳しくは、府中市生活環境部経済観光課商工係（042-335-4142）又はむさし府中商工会議所中小企業相談所振興活性課地域振興係（042-362-6421）までお問い合わせください。

### ①新・元気を出せ！商店街事業【東京都・市】

細目 区分等	事業概要	補助率・補助対象者負担率 補助限度額	備考 問い合わせ先
イベント事業	<input type="checkbox"/> 商店街等が行うイベント事業に対して支援を行う。	<p>【100万円超】 都1/3以下・市1/3以下・商店街等1/3以上</p> <p>【100万円以下】 都1/2以下・市1/6以下・商店街等1/3以上</p> <p>【3事業目以上】 市2/3以下・商店街等1/3以上 (限度額:1商店会600万円)</p>	東京都
活性化事業	<input type="checkbox"/> 商店街等が行う街路灯設置、ホームページ作成、ポイントカードの導入等に対して支援を行う。	<p>【装飾街路灯、アーチ、アーケード、装飾舗装道路(撤去以外)】 都1/3以下・市1/3以下・商店街等1/3以上</p> <p>【その他】 都1/3以下・市1/3以下・商店街等1/3以上 (限度額:施策等により異なる。)</p>	産業労働局 商工部 地域産業振興課 (03-5320-4787)
地域連携型 モデル商店街 事業	<input type="checkbox"/> 商店街及び連合会が、地域住民やNPO等の地域団体と協議会を設置し、環境、福祉、観光振興等の地域ニーズを踏まえ、地域の再生やまちづくりと商店街の活性化に取り組む事業に対して支援を行う。	都2/5・商店街及び連合会3/5 (限度額:1億円)	府中市 生活環境部 経済観光課 商工係 (042-335-4142)

は事業対象者

細目 区分等	事業概要 補助限度額	補助率・補助対象者負担率 補助限度額	備考 問い合わせ先
特定施策 推進型商店街 事業	商店街及び連合会 が、東京都の緊急か つ重要な特定施策に 協力して商店街等が 行う事業に対して関 係局と連携して特別 に支援を行う。	都 4/5 以下・ 商店街及び連合会 1/5 以上 (限度額:1 億 2,000 万円)	東京都 産業労働局 商工部 地域産業振興課 ※買物弱者支援モ デル事業以外 (03-5320-4756)
環境対応型 商店街活性化 事業	環境対策を積極的に 取り組み、地域社会 へ普及啓発を行う。 商店街及び連合会に 対して支援を行う。	都 2/3 以下・ 商店街及び連合会 1/3 以上 (限度額:1 億 2,000 万円、 LED街路灯は 1 基 40 万円)	※買物弱者支援 モデル事業 (03-5320-4787)
中小商業施設 整備費補助 事業	商店街等が行う国庫 補助事業を支援する 区市町村に対し補助 金を交付する。	都: 商店街等に区市町村が 補助する経費の 1/2 以下 (限度額:6,250 万円)	府中市 生活環境部 経済観光課 商工係 (042-335-4142)
買物弱者支援 モデル事業	商店街等が行う地域 の実情に応じた買物 弱者対策事業に対 し、支援を行う。	都 1/2 以下・市 1/4 以下・ 商店街等 1/4 以上 (限度額:1,000 万円)	
商店街 パワーアップ 基金	商店街がつくる会社 などの新しい仕組み による活性化を図る 個人、商工団体等 に対し、経費に対する 助成及び事業実施に 必要なアドバイスを するため専門家を派遣 して支援を行う。	都 1/2 以下・ 個人、商工団体等 1/2 以上 (限度額:2,000 万円)	(東京都委託先) 公益財団法人 東京都中小企業 振興公社助成課 (03-3251-7895)

□は事業対象者

②小売商業後継者育成・開業支援事業【公益財団法人東京都中小企業振興公社】

細目 区分等	事業概要 補助限度額	補助率・補助対象者負担率 補助限度額	備考 問い合わせ先
店舗の新装 又は改装費	既存小売店舗の事業主や新たに自らの小売店舗を設け、開業しようとする[中小企業]及び[個人]に対し、店舗改装・新装等における資金の支援を行う。	東京都中小企業振興公社 1/2 ・中小企業及び個人 1/2 (限度額:50万円)	公益財団法人 東京都中小企業 振興公社助成課 (03-3251-7895)
技能等の習得 研修参加費	既存小売店舗の事業主や新たに自らの小売店舗を設け開業しようとする[中小企業]及び[個人]に対し、技能や経営知識の習得の支援を行う。	東京都中小企業振興公社 10/10 以下 (限度額:6万円) 【年度内に開業できなかった場合】 東京都中小企業振興公社 1/2 以下 (限度額:3万円)	

は事業対象者

③地域中小商業支援事業【中小企業庁・関東経済産業局】

細目 区分等	事業概要 補助限度額	補助率・補助対象者負担率 補助限度額	備考 問い合わせ先
中小商業 活力向上事業	[商店街等]が実施する、少子化・高齢化等の社会課題に対応した空き店舗活用事業や地域資源を活用した集客力向上及び売上増加に効果のある事業に対し、支援を行う。	国 1/3～2/3 以下・ 商店街等 1/3～2/3 以上	中小企業庁 商業課 (03-3501-1929)  関東経済産業局 流通・サービス 産業課 商業振興室 (048-600-0318)

は事業対象者

細目 区分等	事業概要 補助限度額	補助率・補助対象者負担率 補助限度額	備考 問い合わせ先
地域商業 再生事業	商店街等が実施する、地域コミュニティの機能再生に向けた取組や、商店街を取り巻く外部環境の変化に適合した形で構造改革を進める取組に対し、支援を行う。	国 2/3 以下・商店街等 1/3 以上	中小企業庁 商業課 (03-3501-1929)  関東経済産業局 流通・サービス 産業課 商業振興室 (048-600-0318)

は事業対象者

④地域商店街活性化事業【全国商店街振興組合連合会】

細目 区分等	事業概要 補助限度額	補助率・補助対象者負担率 補助限度額	備考 問い合わせ先
—	商店街組織が地域コミュニティの担い手として実施する、継続的な集客促進、需要喚起及び商店街の体質強化に効果のある取組に対し、支援を行う。	定 額 (限度額:上限 400 万円、 下限 30 万円)	全国商店街 振興組合連合会 (03-3553-9300)  東京都商店街 振興組合連合会 (03-3542-0231)

は事業対象者

⑤商店街まちづくり事業【商店街まちづくり事業事務局】


細目 区分等	事業概要 補助限度額	補助率・補助対象者負担率 補助限度額	備考 問い合わせ先
—	商店街組織が地域の行政機関等からの要請に基づいて実施する、地域住民の安心・安全な生活環境を守るための施設・設備等の整備に対し、支援を行う。	商店街まちづくり事業事務局2/3以下 ・商店街組織1/3以上 (限度額:上限1億5,000万円、 下限50万円)	商店街まちづくり 事業事務局 (03-5551-9291)

は事業対象者

⑥商業活性化アドバイザー派遣事業【独立行政法人中小企業基盤整備機構】

細目 区分等	事業概要 補助限度額	補助率・補助対象者負担率 補助限度額	備考 問い合わせ先
—	商店街組織に独立行政法人中小企業基盤整備機構に登録されたアドバイザーを派遣し、商店街の課題解決や活性化を図るためのアドバイスをを行う。	一定期間を超えた場合、 派遣費用の一部を自己負担 (派遣期間が一定期間であれば 自己負担なし)	独立行政法人 中小企業 基盤整備機構 高度化事業部 まちづくり推進室 (03-5470-1632)

は事業対象者

- 
- 1 主要駅近郊型
  - 2 その他駅近郊型
  - 3 主要道隣接型
  - 4 住宅街型
  - 5 個別特徴型







市内商店街を立地や周辺環境等で分け、そのタイプと特徴を整理すると、次のように分類できます。なお、商店街については、府中駅南口第一地区市街地再開発事業に伴い平成25年9月30日に解散した「小町通り商店会」を除いた50商店街を記載し、各商店街に記載の番号は、後述の「府中市商店街分布図」とも連動しています。

立地	主要駅近郊型	その他駅近郊型	主要道隣接型	住宅街型	個別特徴型
	店舗が集中している「府中駅」、「分倍河原駅」、「東府中駅」を主要駅とし、主要駅からおおむね500m・徒歩5～10分のエリアに立地する商店街（主要道隣接を除く。）	左記主要駅を除く駅からおおむね500m・徒歩5～10分のエリアに立地する商店街（主要道隣接を除く。）	「東八道路」、「甲州街道（国道20号線）」を主要道とし、主要道に隣接し、駅からおおむね500m・徒歩5～10分のエリアに立地する商店街	住宅街にあり、駅からおおむね500m・徒歩5～10分のエリアに立地する商店街（駅近郊、主要道隣接を除く。）	駅からおおむね500m・徒歩5～10分のエリアに立地し、個別特徴を持った商店街
<b>【35商店街】</b>  <b>駅前立地</b> (おおむね駅から500m・徒歩5～10分)	<b>【15商店街】</b> ⑤東府中商店会（協） ⑧新二商店会 ⑨新三商店会 ⑩府中銀座商店会（協） ⑪並木通り商店会 ⑫宮西二丁目商店会 ⑬片町三和会 ⑭分倍河原共栄会 ⑮府中駅北口商店会 ⑯宮西共栄会 ⑰府中35番街商店会 ⑱フォーリステナント会 ⑲府中駅東口商店会 ⑳くるるの出店者協議会 ㉑宮西国際通り商店会	<b>【15商店街】</b> ③東部商栄会 ④タマロード商店会 ⑥是政駅前商店会 ⑦八幡町共和会 ⑬本町商店会 ⑮住吉銀座通り商店会 ⑰中河原鎌倉通り商店会 ⑲中河原駅前通り商店会 ㉑中河原ひがし通り商店会 ㉒中河原駅前南大通り商店会 ㉔小柳南商栄会 ㉖むさしの台商栄会 ㉘府中本町プラザ商店会 ㉚多磨駅前商店会 ㉜競艇場前駅南口商栄会	<b>【1商店街】</b> ㉞本宿商栄会	<b>【3商店街】</b> ①紅葉丘商店会 ②紅葉商栄会 ㉝晴見町商店街（振）	<b>【1商店街】</b> ㉟車返団地商店会
	比較的乗降客が多い主要駅近郊であり、多くの店舗が立地しています。また、狭いエリアに多くの商店街が存在しています。	乗降客の多少はありますが、駅には隣接しています。駅の改札口等ごとに複数の商店街が存在するところもあります。	駅近郊及び主要道に隣接しており、徒歩及び車による多くの来街者が見込まれる環境にあります。	駅に比較的近い住宅街にあり、日常的な生活圏の一部に商店街が立地しています。	駅に比較的近く、団地内に商店街が存在しています。



立地	主要駅近郊型	その他駅近郊型	主要道隣接型	住宅街型	個別特徴型
<b>【15商店街】</b>  <b>郊外立地</b> (おおむね駅から 500m超・ 徒歩5～10分超)	店舗が集中している「府中駅」、「分倍河原駅」、「東府中駅」を主要駅とし、主要駅からおおむね500m超・徒歩5～10分超のエリアに立地する商店街（主要道隣接を除く。）	左記主要駅を除く駅からおおむね500m超・徒歩5～10分超のエリアに立地する商店街（主要道隣接を除く。）	「東八道路」、「甲州街道（国道20号線）」を主要道とし、主要道に隣接し、駅からおおむね500m超・徒歩5～10分超のエリアに立地する商店街	住宅街にあり、駅からおおむね500m超・徒歩5～10分超のエリアに立地する商店街（駅近郊、主要道隣接を除く。）	駅からおおむね500m超・徒歩5～10分超のエリアに立地し、個別特徴を持った商店街
	<b>【2商店街】</b> ⑭番場和光会 ⑰美好町商店会	<b>【1商店街】</b> ⑳武蔵台商店会	<b>【3商店街】</b> ㉑栄町親善会 ㉒新一いなほ会 ㉓新町文化センター通り商店会	<b>【7商店街】</b> ㉔北山商店会 ㉕学園通り中央商店会 ㉖学園通り東部共栄会 ㉗新町商店会 ㉘浅間山きすげ共栄会 ㉙新押立商店会 ㉚是文通り商店会	<b>【2商店街】</b> ㉛晴見町商店会 ㉜学園通り商興会
	比較的乗降客が多い主要駅が最寄りであるものの、駅からは少し離れたところに立地しています。	主要駅以外の駅から少し離れたところに立地しています。	駅からは離れていますが、主要道に隣接しており、車による来街者が見込まれる環境にあります。	駅から離れた郊外の住宅街にあり、生活圏の一部に商店街が立地しています。	駅から離れていますが、商店街周辺に大学や高校が立地しています。



## 1 主要駅近郊型

比較的店舗が集中し、乗降客が多い府中駅、分倍河原駅、東府中駅を主要駅とし、その近郊エリアに立地する商店街を「主要駅近郊型」と分類しました。（主要道隣接を除く。）主要駅近郊型商店街における施策活用の考え方を次のとおり示します。

### （1）駅前立地（おおむね駅から500メートル・徒歩5～10分のエリア）

市内商店街のうちの30パーセントは、主要駅近郊型の駅前立地に存在します。主要駅近郊型の駅前立地に分類される商店街は、市民だけではなく、駅を利用して訪れる市外からの来訪者に加え、駅前に存在する多くの店舗経営者も業務用需要という面でお客様として捉えることができます。こうしたお客様に対し、喜ばれる商品・サービスづくりを行っていくことが重要になります。

さらに、本分類の一番の特徴は、狭いエリアに多くの商店街が存在していることであり、個々の商店、単独の商店街の取組を超えたネットワークの強化を図り、新たなサービス・イベント等を行っていくことも、検討の必要があります。

#### 【対象商店街】

- |             |            |             |
|-------------|------------|-------------|
| ⑤東府中商店会（協）  | ⑧新二商店会     | ⑨新三商店会      |
| ⑩府中銀座商店会（協） | ⑪並木通り商店会   | ⑫宮西二丁目商店会   |
| ⑬片町三和会      | ⑭分倍河原共栄会   | ⑰府中駅北口商店会   |
| ⑱宮西共栄会      | ⑲府中35番街商店会 | ⑳フォーリステナント会 |
| ㉑府中駅東口商店会   | ㉒くるる出店者協議会 | ㉓宮西国際通り商店会  |

#### 《施策活用のポイント》

- ☆市内外のお客様をターゲットとした商品・サービスづくり（特産品の開発等）
- ☆周辺商店街間のネットワーク強化
- ☆新たなサービス・イベント（地域通貨・（街）バル等）の実施

### （2）郊外立地（おおむね駅から500メートル超・徒歩5～10分超のエリア）

主要駅近郊型の郊外立地に存在する商店街は、2か所の商店街になります。主要駅近郊型の郊外立地に分類される商店街は、郊外といっても市中心部に位置していることから、市民を中心に比較的集客のしやすい環境にあります。また、駅と駅の間立地している特徴から、食べ歩きや飲み歩きなどの新たなサービスの提供などにより、これまで通過していた来街者に足を止めてもらい、利用客の定着・増加を図っていくことが重要になります。

【対象商店街】

⑭番場和光会

⑰美好町商店会

《施策活用のポイント》

☆市中心部・駅間立地をいかした新たなサービスの提供

(まちゼミ、100円商店街、(街)バル活動等)

☆通過客に足を止めてもらうための工夫(商品・サービスづくり)

## 2 その他駅近郊型

乗降客の多少はありますが、市内には主要駅(府中駅、分倍河原駅、東府中駅)を除いても11の駅が存在することから、その近郊エリアに立地する商店街を「その他駅近郊型」と分類しました。(主要道隣接を除く。)その他駅近郊型商店街における施策活用の考え方を次のとおり示します。

### (1) 駅前立地(おおむね駅から500メートル・徒歩5~10分のエリア)

主要駅近郊型の駅前立地と並び、市内商店街のうちの30パーセントは、その他駅近郊型の駅前立地に存在します。その他駅近郊型の駅前立地に存在する商店街の多くは、各駅を通勤・通学等で利用する市民がお客様の中心と考えられ、通勤・通学の時間帯を意識した、利用客に喜ばれる商品・サービスづくりを行うことが重要になります。

【対象商店街】

③東部商栄会

④タマロード商店会

⑥是政駅前商店会

⑦八幡町共和会

⑬本町商店会

⑱住吉銀座通り商店会

⑲中河原鎌倉通り商店会

⑳中河原駅前通り商店会

㉑中河原ひがし通り商店会

㉒中河原駅前南大通り商店会

⑳小柳南商栄会

㉓むさしの台商栄会

㉔府中本町プラザ商店会

㉕多磨駅商店会

㉖競艇場前駅南口商栄会

《施策活用のポイント》

☆通勤・通学者を意識した商品・サービスづくり

## (2) 郊外立地（おおむね駅から500メートル超・徒歩5～10分超のエリア）

その他駅近郊型の郊外立地として分類できる商店街は、武蔵台商店会の1か所になります。近郊駅の西国分寺駅は、市外ではありますが比較的乗降客が多い駅であるほか、市境に立地する環境から、各駅を通勤・通学等で利用する市内外の住民に対し、喜ばれる商品・サービスづくりを行うことが重要になります。

### 【対象商店街】

㊸武蔵台商店会

#### 《施策活用のポイント》

- ☆市内外のお客様をターゲットとした商品・サービスづくり
- ☆通勤・通学者を意識した商品・サービスづくり

## 3 主要道隣接型

市内を横断する東八道路、甲州街道（国道20号線）を主要道とし、そこに隣接する商店街を「主要道隣接型」と分類しました。主要道隣接型商店街における施策活用の考え方を次のとおり示します。

### (1) 駅前立地（おおむね駅から500メートル・徒歩5～10分のエリア）

主要道隣接型の駅前立地として分類できる商店街は、本宿商栄会の1か所になります。隣接する甲州街道（国道20号線）は、西は国立市、東は市中心部につながり、南は鎌倉街道と合流し多摩市につながる道路と交差しています。また、現在駅周辺の整備が進められ、今後新たな商業エリアとして期待される西府駅近郊に立地する環境から、駅利用者だけではなく、車による来街者も見据えた市内外の住民に喜ばれる商品・サービスづくりを行うことが重要になります。

### 【対象商店街】

㊸本宿商栄会

#### 《施策活用のポイント》

- ☆車による来街を見据えた商品・サービスづくり
- ☆市内外のお客様をターゲットとした商品・サービスづくり

## (2) 郊外立地（おおむね駅から500メートル超・徒歩5～10分超のエリア）

主要道隣接型の郊外立地として分類できる商店街は、東八道路に隣接する3か所の商店街になります。東八道路は、東は小金井市につながり、北は国分寺市の中心部につながる道路と交差しており、周辺住民だけではなく、車による来街者も見据えた市内外の住民に喜ばれる商品・サービスづくりを行うことが重要になります。

また、本分類の商店街は東八道路に直角に隣接しており、道路から来街者を引き込むための工夫（車による来街を意識した情報提供）が必要です。さらに、本分類の3つの商店街は、東八道路沿いに約500メートル間隔で存在することから、個々の商店、単独の商店街の取組を超えたネットワークを強化し、新たなサービスづくりを行うことについても検討の必要があります。

### 【対象商店街】

⑳栄町親栄会

㉑新一いなほ会

㉒新町文化センター通り商店会

### 《施策活用のポイント》

☆車による来街を見据えた商品・サービスづくり

☆市内外のお客様をターゲットとした商品・サービスづくり

☆主要道から来街者を引き込むための工夫（車による来街を意識した情報提供）

☆周辺商店街との商品・サービスづくり

## 4 住宅街型

一部が駅近郊や主要道と隣接せず、基本的に住宅街に立地する商店街を「住宅街型」と分類しました。住宅街型商店街における施策活用の考え方を次のとおり示します。

### (1) 駅前立地（おおむね駅から500メートル・徒歩5～10分のエリア）

住宅街型の駅前立地として分類できる商店街は、3か所の商店街になります。本分類の商店街は、いずれも比較的商店街の総延長が長く、駅前から郊外（住宅街）にかけて商店街を成しており、一部は、その他駅近郊型の駅前立地に分類される商店街の特徴も併せ持っています。住宅街に立地する環境から、まず、日常的な買い物利用が想定される周辺住民に対し、地域に密着した商品・サービスづくりを行うことが重要になります。

また、一部は駅前立地に存在する店舗等であることから、駅を通勤・通学等で利用する市民に対し、時間帯を意識した商品・サービスづくりを行うことについても検討の必要があります。



**【対象商店街】**

- ①紅葉丘商店会      ②紅葉商栄会      ⑤晴見町商店街（振）

**《施策活用のポイント》**

- ☆周辺住民への地域に密着した商品・サービスづくり
- ☆通勤・通学者を意識した商品・サービスづくり

**（２）郊外立地（おおむね駅から５００メートル超・徒歩５～１０分超のエリア）**

駅近郊から外れ、主要道に隣接していない商店街の多くは、住宅街に立地しています。住宅街に立地する環境から、まず、日常的な買い物利用が想定される周辺住民に対し、地域に密着した商品・サービスづくりを行うことが重要になります。

また、本分類の商店街は古くから地域に密着し、お客様の住まいが近いという特徴、さらに、高齢化の加速といった社会環境を踏まえ、買い物弱者対策などを行うことについても検討の必要があります。

**【対象商店街】**

- ②北山商店会                      ⑨学園通り中央商店会      ⑩学園通り東部共栄会  
③新町商店会                      ③③浅間山きすげ共栄会      ③⑨新押立商店会  
④⑥是文通り商店会

**《施策活用のポイント》**

- ☆周辺住民をターゲットとした、地域に密着した商品・サービスづくり
- ☆買い物弱者対策

## 5 個別特徴型

団地内に商店街が存在したり、周辺に大学や高校が立地するといった個別特徴を持った商店街を「個別特徴型」と分類しました。個別特徴型商店街における施策活用の考え方を次のとおり示します。

### (1) 駅前立地（おおむね駅から500メートル・徒歩5～10分のエリア）

個別特徴型の駅前立地として分類できる商店街は、車返団地商店会の1か所になります。団地内に商店街が存在するという個別の特徴を持つことから、日常的な買い物利用が想定される団地内住民に対し、喜ばれる商品・サービスづくりを行うことが重要になります。

また、車返団地商店会は、団地内に存在する個別特徴のほか、駅前立地でもあり、その他駅近郊型の駅前立地に分類される商店街の特徴も合わせ持っています。駅前立地である特徴からは、駅を通勤・通学等で利用する市民に対し、時間帯を意識した商品・サービスづくりを、また、駅前商店街（むさしの台商栄会）と連携し、個々の商店、単独の商店街の取組を超えた商品・サービスづくりを行うことについても検討の必要があります。

#### 【対象商店街】

④車返団地商店会

#### 《施策活用のポイント》

- ☆団地内住民への地域に密着した商品・サービスづくり
- ☆通勤・通学者を意識した商品・サービスづくり
- ☆駅前商店街との商品・サービスづくり

### (2) 郊外立地（おおむね駅から500メートル超・徒歩5～10分超のエリア）

個別特徴型の郊外立地として分類できる商店街は、2か所の商店街になります。個別の特徴として、周辺に大学や高校が立地していることから、学生に喜ばれる商品・サービスづくりを行うことが重要になります。

また、大学や高校が周辺に立地している特徴をいかすという点では、学生が望む商品やサービスを商店街と共につくっていく、また、周辺住民が望むサービスを学生と共に展開していくことなどについても検討の必要があります。

**【対象商店街】**

㊸晴見町商店会

㊹学園通り商興会

**《施策活用のポイント》**

☆学生をターゲットとした商品・サービスづくり

☆学生と連携した商品・サービスづくりとその展開



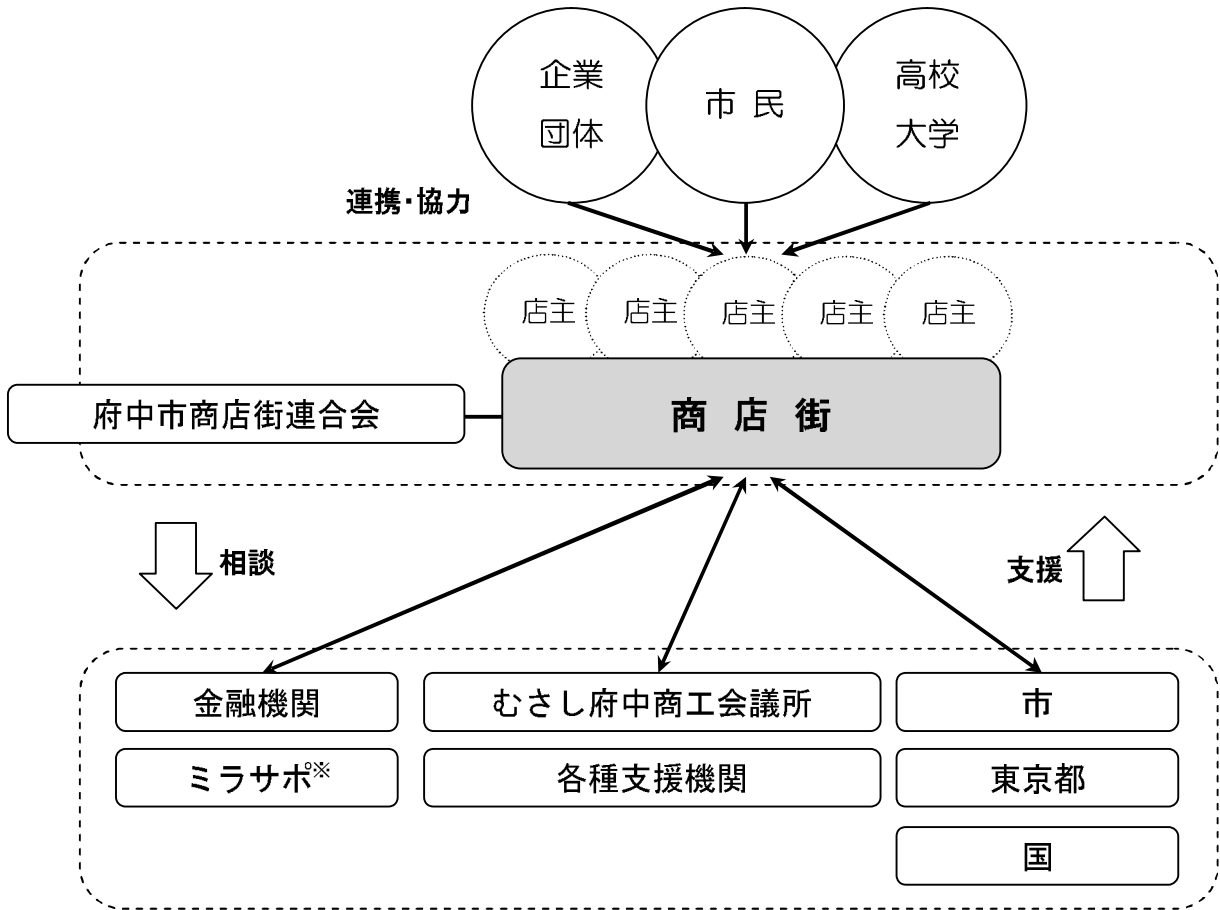






商店街振興プランの推進に際しては、商店街の基盤の強化とその健全な発展の促進を図り、活力ある地域社会の実現に寄与することを目的に平成17年に制定した、商店街の活性化に関する条例を基本とし、事業者、商店会、市が自らの責務を果たすことにより、商店街の活性化を図ります。本市においては、商店街活動や個々の商業活動に対して、国や東京都の施策を活用するとともに、むさし府中商工会議所、府中市商店街連合会などと連携して支援策を展開していきます。

また、商店街活動や個々の商業活動に対しては、市民や企業・団体（NPO、ボランティア団体等）、高校・大学、また、商店街間などの連携・協力を推進していきます。



※ 「ミラサポ」とは、国や公的機関の支援情報・支援施策を分かりやすく提供し、経営の悩みに対する先輩経営者や専門家との情報交換の場を提供する中小企業庁が開設した支援ポータルサイト。<<https://www.mirasapo.jp/>>





○ 施策体系フロー

商店街振興に向けた目標	商店街活性化の方向性	施策の柱	事業・施策名	問い合わせ先	連絡先
地域資源を活用した魅力ある商品やサービスと笑顔があふれる商店街	1 商品づくり	1-(1) 特産品等の開発 (売れる商品づくり支援)	→ ※1-(1)-1 特産品等開発支援事業	→ 府中市 / 生活環境部 経済観光課 商工係	042-335-4142
			→ 1-(1)-2 東京都地域中小企業応援ファンド	→ 公益財団法人東京都中小企業振興公社 / 助成課	03-3251-7895
			→ 1-(1)-3 中小企業地域活用資源プログラム	→ 経済産業省関東経済産業局 / 産業部 経営支援課	048-600-0332
			→ 1-(1)-4 農商工等連携促進法等による支援	→ 経済産業省関東経済産業局 / 産業部 経営支援課	048-600-0428
		→ 1-(2) 一店／一街造品活動の実施	→ ※1-(2)-1 一店／一街造品活動推進事業	→ むさし府中商工会議所 / 振興活性化課	042-362-6421
		→ 1-(3) 販路開拓支援の実施	→ 1-(3)-1 JAPANブランド育成支援事業	→ 中小企業庁 / 経営支援部 新事業促進課	03-3501-1767
			→ 1-(3)-2 特産品等開発支援事業	→ 府中市 / 生活環境部 経済観光課 商工係	042-335-4142
			→ 1-(3)-3 販路開拓コーディネート事業	→ 独立行政法人中小企業基盤整備機構 / 経営支援部 経営支援課	03-5470-1564
	2 サービスづくり	2-(1) イベントの開催	→ 2-(1)-1 商工まつり	→ むさし府中商工会議所 / 振興活性化課	042-362-6421
			→ 2-(1)-2 府中大商業祭	→ 府中市 / 生活環境部 経済観光課 商工係	042-335-4142
			→ 2-(1)-3 商店街イベント事業	→ むさし府中商工会議所 / 振興活性化課	042-362-6421
			→ 2-(1)-4 イベントフォローアップ事業	→ 府中市 / 生活環境部 経済観光課 商工係	042-335-4142
		→ 2-(2) 消費者が来街しやすいサービス情報の提供	→ ※2-(2)-1 ホームページの活用	→ むさし府中商工会議所 / 振興活性化課	042-362-6421
		→ 2-(2)-2 商店街活性化事業	→ 府中市 / 生活環境部 経済観光課 商工係	042-335-4142	
	2-(3) 利用しやすいサービスの提供	→ ※2-(3)-1 地域通貨制度	→ むさし府中商工会議所 / 振興活性化課	042-362-6421	
		→ ※2-(3)-2 まちゼミ	→ 府中市 / 生活環境部 経済観光課 商工係	042-335-4142	
		→ ※2-(3)-3 100円商店街	→ 府中市 / 生活環境部 経済観光課 商工係	042-335-4142	
		→ ※2-(3)-4 (街)バル活動	→ 府中市 / 生活環境部 経済観光課 商工係	042-335-4142	
	3 人づくり	→ 3-(1) 商店街内におけるリーダーや後継者の育成	→ ※3-(1)-1 府中商人塾	→ むさし府中商工会議所 / 振興活性化課	042-362-6421
		3-(2) 経営改善の促進	→ 3-(2)-1 経営改善事業	→ 府中市 / 生活環境部 経済観光課 商工係	042-335-4142
→ 3-(2)-2 経営情報提供事業			→ 府中市 / 教育委員会 教育部 指導室	042-335-4062	
→ 3-(2)-3 パソコン教育サポート事業			→ むさし府中商工会議所 / 振興活性化課	042-362-6421	
→ 3 (3) 1 開業支援セミナー		→ 3-(3)-2 中小企業開業資金融資のあっせん	→ 府中市 / 生活環境部 経済観光課 商工係	042-335-4142	
→ 3-(3)-3 空き店舗開業支援事業	→ 府中市 / 生活環境部 経済観光課 商工係	042-335-4142			
4 ネットワークづくり	4-(1) 活動の場を通じたネットワークの構築	→ ※4-(1)-1 職場体験学習	→ 府中市 / 教育委員会 教育部 指導室	042-335-4062	
		→ 4-(1)-2 府中商人塾	→ むさし府中商工会議所 / 振興活性化課	042-362-6421	
		→ 4-(1)-3 商店街活性化事業	→ 府中市 / 生活環境部 経済観光課 商工係	042-335-4142	
		→ 4-(1)-4 ネットワーク構築支援事業	→ 府中市 / 生活環境部 経済観光課 商工係	042-335-4142	
		→ 4-(1)-5 ワークショップ開催事業	→ 府中市 / 生活環境部 経済観光課 商工係	042-335-4142	
	4 (2) 商店街を核とした多様なネットワークの強化	→ ※4 (2) 1 連合会活動の強化	→ むさし府中商工会議所 / 振興活性化課	042 362 6421	
		→ 4-(2)-2 商店街イベント協力推進事業	→ 府中市 / 生活環境部 経済観光課 商工係	042-335-4142	



商店街振興に向けた目標	商店街活性化の方向性	施策の柱	事業・施策名	問い合わせ先	連絡先
地域資源を活用した魅力ある商品やサービスと笑顔があふれる商店街	5 環境づくり	5-(1) IT環境の整備・拡充	※5-(1)-1 たまごネットの活用	むさし府中商工会議所 / 振興活性課	042-362-6421
			5-(1)-2 高度IT情報ツール等の開発・活用		
		5-(2) 高齢者等への対策	※5-(2)-1 買物弱者支援モデル事業	府中市 / 生活環境部経済観光課商工係	042-335-4142
			5-(2)-2 東京都地域中小企業応援ファンド		
		5-(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	5-(3)-1 商店街活性化事業	府中市 / 生活環境部経済観光課商工係	042-335-4142
			5-(3)-2 空き店舗予防対策		
		5-(4) 環境に優しい商店街の整備	5-(4)-1 商店会街路灯等LED化事業	府中市 / 生活環境部経済観光課商工係	042-335-4142
			5-(4)-2 市民マイバッグ特参運動		
			5-(4)-3 クールスポット支援事業	府中市 / 生活環境部経済観光課商工係	042-335-4142
			5-(4)-4 省エネ診断事業		
	5-(4)-5 リサイクル市開催支援事業				
	6 共通	6 (1) 共通施策	6-(1)-1 商店会等アドバイザー派遣事業	府中市 / 生活環境部経済観光課商工係	042 335 4142
			6-(1)-2 中小企業事業資金融資のあっせん		

※は重点事業

(問い合わせ先URL一覧)

問い合わせ先	URL
府中市	<a href="http://www.city.fuchu.tokyo.jp/">http://www.city.fuchu.tokyo.jp/</a>
むさし府中商工会議所	<a href="http://www1.tama5cci.or.jp/chamber/index.php">http://www1.tama5cci.or.jp/chamber/index.php</a>
公益財団法人 東京都中小企業振興公社	<a href="https://www.tokyo-kosha.or.jp/index.html">https://www.tokyo-kosha.or.jp/index.html</a>
東京都地球温暖化防止活動推進センター	<a href="http://www.tokyo-co2down.jp/">http://www.tokyo-co2down.jp/</a>
中小企業庁	<a href="http://www.chusho.meti.go.jp/">http://www.chusho.meti.go.jp/</a>
経済産業省 関東経済産業局	<a href="http://www.kanto.meti.go.jp/index.html">http://www.kanto.meti.go.jp/index.html</a>
独立行政法人 中小企業基盤整備機構	<a href="http://www.smrj.go.jp/">http://www.smrj.go.jp/</a>
(参考) 未来の企業応援サイト ミラサポ	<a href="https://www.mirasapo.jp/">https://www.mirasapo.jp/</a>
(参考) 中小企業ビジネス支援サイト J-net21	<a href="http://j-net21.smrj.go.jp/index.html">http://j-net21.smrj.go.jp/index.html</a>



府中市商店街分布図




府中市商店街名簿

No.	商店会名	街区
1	紅葉丘商店会	紅葉丘1・2・3丁目
2	紅葉商業会	紅葉丘3丁目
3	東部商業会	白糸台1・2・3・6丁目 押立町4丁目 若松町1丁目 若波1・3丁目
4	夕マロ一丁目商店会	清水が丘3丁目 小瀬町1・2丁目 白糸台1丁目 若松町1丁目、押立町1丁目
5	東府中商店会(協)	清水が丘1・2丁目 若松町1・2丁目 八幡町2・3丁目、緑町3丁目
6	星波駅前商店会	星波5丁目
7	八幡町共和会	八幡町1・2・3丁目
8	新三商店会	緑町1・2丁目、府中町3丁目
9	新三商店会	府中1丁目
10	府中銀座商店会(協)	府中1・2丁目 高西町1・2丁目、府中町2丁目
11	並木通り商店会	高西町1・2丁目 府中町1・2丁目
12	高西二丁目商店会	高西町2丁目
13	永町商店会	永町1丁目
14	藤塚和光会	高西町3・4・5丁目

No.	商店会名	街区
15	片町三和会	片町1・2丁目
16	分倍河原共栄会	片町2丁目
17	築町商店会	分倍町2丁目、本町4丁目
18	住吉御堂通り商店会	築町1・2・3丁目
19	中川原線若波通り商店会	住吉町1丁目、分倍町5丁目
20	中川原線府中通り商店会	住吉町1・4丁目、西谷1丁目
21	中川原線心がし通り商店会	住吉町2丁目、菊町2・4丁目
22	中川原線新藤木通り商店会	住吉町2・5丁目
23	北山商店会	西原町1・2・3・4丁目 武蔵台1丁目
24	武蔵台商店会	武蔵台2・3丁目
25	緑見町商店街(協)	緑見町1・2丁目
26	緑見町商店会	緑見町3丁目
27	深町親善会	深町1・2丁目
28	新一丁目共栄会	新町1丁目
29	学園通り中央商店会	新町1・2・3丁目 大瀬町3丁目
30	学園通り東前次茶会	大瀬町4丁目 新町2丁目
31	府中駅北口商店会	新町1丁目 府中町1・2丁目
32	新町商店会	新町1・3丁目
33	浅間山さすけ共栄会	深町町2・3・4丁目 若松町4丁目
34	小瀬町商業会	小瀬町4・5・6丁目

No.	商店会名	街区
35	高西共栄会	高西町2丁目
36	本宿商業会	本宿町1・2・4丁目 高西町1・2・3・4・5丁目 日新町2・3・5丁目 美好町1丁目
37	本丸の台商業会	住条台1・2・3・4・5丁目
38	府中深町2丁目商店会	本町2丁目
39	新神立商店会	神立町1・2・3丁目
40	榎垣町商店会	住条台5丁目
41	多摩川商店会	多摩町1・2丁目
42	新町文化センター通り商店会	新町2丁目、紅葉丘2丁目
43	府中公園通り商店会	新町1丁目
44	フォーリスセンター会	府中町1丁目、高町2丁目
45	府中駅南口商店会	府中町2丁目
46	是文通り商店会	小瀬町1・2丁目 星波1・2丁目 清水が丘2丁目
47	くらゐ出店者協議会	高町1丁目
48	高西国際通り商店会	高西町1丁目
49	学園通り商店会	高西町3丁目
50	緑町駅前駅前口商業会	高西町5丁目 小瀬町5丁目



- 
- 1 参考資料（データ）
  - 2 策定経過
  - 3 府中市商店街振興プラン検討協議会委員名簿
  - 4 府中市商店街の活性化に関する条例





## 1 参考資料（データ）

### （１）位置・面積

府中市は、東京都のほぼ中央に位置し、副都心新宿から西方約22キロメートルの距離にあります。面積は29.34平方キロメートルで、その広がりは東西8.75キロメートル、南北6.70キロメートルとなっています。

南端に多摩川が流れ、ここから北へ約1.7キロメートルにわたって平坦地が広がり、これより東西に走る高さ約6メートルから7メートルの崖線から北へ約2.5キロメートルにわたって立川段丘が広がっています。この段丘は西端で海拔70メートル、東端が海拔40メートルで、市内で最も高いところは府中市武蔵台3丁目で海拔82メートルとなっています。

### （２）人口

平成15年以来、世帯数・人口共に増加していますが、その増加率はやや減少傾向にあります。

世帯と人口の推移（各年1月1日）

年	世帯数 (世帯)	人口			前年に対する変化		
		総数 (人)	男 (人)	女 (人)	世帯数 (世帯)	人口 (人)	増加率 (%)
15	101,450	227,095	116,838	110,257	1,781	2,229	1.0
16	103,552	229,793	118,194	111,599	2,102	2,698	1.2
17	105,593	233,178	119,511	113,667	2,041	3,385	1.5
18	107,754	237,030	121,239	115,791	2,161	3,852	1.7
19	108,972	238,334	121,793	116,541	1,218	1,304	0.6
20	110,283	239,928	122,399	117,529	1,311	1,594	0.7
21	111,716	241,930	123,141	118,789	1,433	2,002	0.8
22	113,743	244,834	124,892	119,942	2,027	2,904	1.2
23	114,783	246,667	125,754	120,913	1,040	1,833	0.7
24	115,239	247,454	125,819	121,635	456	787	0.3
25	117,380	251,858	127,358	124,500	—	—	—
26	118,429	253,288	128,018	125,270	1,049	1,430	0.6

（住民基本台帳）

※ 平成24年7月9日に外国人登録制度が廃止され、外国人住民も日本人住民と同様に住民基本台帳に記載されることになったため、平成25年の前年に対する変化は記載していません。

### (3) 土地利用

市の南端を東西に流れる多摩川周辺を除き、ほぼ全域が市街化区域となっています。平成15年から23年の土地利用状況の推移を見ると、住宅地は増加、商業地や工業地は微減微増でほぼ変わらず、農地は減少傾向にあります。

### (4) 商業の歴史

#### ①大化の改新から昭和中期まで

府中市には、大化の改新により武蔵国の国府が置かれ、早くから政治、経済、文化の中心として栄えてきました。江戸時代には甲州街道の宿場町として栄え、明治以降は郡役所の所在地としてにぎわいました。

#### ②府中市の誕生から現在まで

昭和29年4月に、府中町、多磨村、西府村の1町2村が合併し、人口5万人の府中市が発足しました。この後、高度成長期などを経て、首都東京の近郊都市として、人口の急激な増加、急速な都市化が進みました。

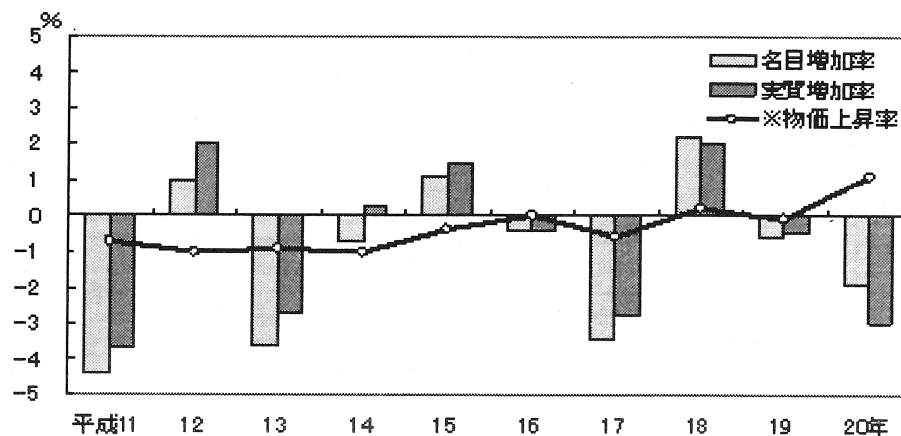
市内の京王線、JR武蔵野線・南武線、西武多摩川線の3社4路線14の駅や、人見街道、甲州街道など、道路沿道に沿って、商店街が発展してきました。平成21年3月には、市内14番目の駅となるJR南武線「西府駅」が開業し、現在行われている駅周辺の整備とともに、市の新たな商業エリアとして商店街等が形成されていくことが期待されます。

#### ③府中駅南口地区の再開発事業

道路が狭く、住宅と商店が混在していた京王線府中駅の南口地区の再開発が、昭和57年に都市計画決定され、平成8年3月に第二地区（伊勢丹、フォーリスほか）、平成17年3月に第三地区（くるるほか）の工事が完了しています。現在、残る第一地区の事業がスタートしており、平成28年に住宅施設、公共公益施設を併設した商業ビルが完成する予定です。

### (5) 消費支出の対前年増加率の推移（全世帯）

平成11年から20年の消費支出の対前年増加率について、名目増加率と実質増加率に分けてグラフ化したものをみると、平成11年、13年、17年、20年に対前年増加率のマイナス幅が大きくなっています。平成20年は、原油価格、穀物価格の高騰、9月に起きたリーマンショックによる世界的な金融危機による株価暴落等が家計消費に影響を与えたものと考えられます。



(平成21年度むさし府中商工会議所 府中市消費動向調査報告書)

(6) 産業分類 (小分類)

産業 (小分類) 別商店数、売場面積、従業者数、年間販売額及び商品手持額

産業分類	事業所数	従業者数 (人)	年間商品販売額 (百万円)	商品手持額 (百万円)	売場面積 (㎡)
各種商品小売業	5	877	29,457	3,071	45,180
百貨店、総合スーパー	3	856	X	X	X
その他の各種商品小売業(従業者が常時50人未満のもの)	2	21	X	X	X
織物・衣服・身の回り品小売業	119	554	8,283	1,359	15,472
呉服・服地・寝具小売業	23	67	504	115	1,507
男子服小売業	18	122	2,204	468	3,906
婦人・子供服小売業	47	183	2,474	386	3,624
靴・履物小売業	8	60	975	154	1,187
その他の織物・衣服・身の回り品小売業	23	122	2,126	236	5,248
飲食料品小売業	468	5,251	73,983	1,977	50,994
各種食料品小売業	22	1,144	25,002	442	15,176
酒小売業	37	178	5,200	304	2,631
食肉小売業	16	43	443	9	822
鮮魚小売業	17	75	1,017	11	985
野菜・果実小売業	45	168	1,777	21	1,979
菓子・パン小売業	77	488	2,925	62	3,080
米穀類小売業	20	61	1,051	74	756
その他の飲食料品小売業	234	3,094	36,568	1,055	25,565
自動車・自転車小売業	103	814	33,179	1,987	8,733
自動車小売業	74	753	32,863	1,936	7,007
自転車小売業	29	61	316	51	1,726
家具・じゅう器・機械器具小売業	108	778	33,385	3,060	42,292
家具・建具・畳小売業	40	242	7,114	442	18,129
機械器具小売業	49	457	22,970	2,315	16,758
その他のじゅう器小売業	19	79	3,301	303	7,405
その他の小売業	526	3,364	51,510	5,440	56,504
医薬品・化粧品小売業	127	928	16,878	2,092	10,617
農耕用品小売業	3	10	98	16	142
燃料小売業	31	210	6,583	141	573
書籍・文房具小売業	55	592	6,124	571	6,177
スポーツ用品・がらん具・娯楽用品・楽器小売業	38	409	6,025	1,028	9,674
写真機・写真材料小売業	5	18	150	9	227
時計・眼鏡・光学機械小売業	30	124	1,514	238	2,274
他に分類されない小売業	237	1,073	14,139	1,345	26,820
小売業計	1,329	11,638	229,797	16,893	219,175

(平成19年商業統計)

## (7) 府中市商店街アンケート調査結果

### 1 調査の概要について

#### ① 調査の目的

府中市商店街振興プランの改定に向け、新たなプランを市内の商店及び商店街にとって実現性・実効性の高いものとし、それぞれの振興・活性化に役立つものとするために、各商店街の取組や課題等の実態を把握し、商店街振興プラン策定に向けた基礎資料とすることを目的に実施した。

#### ② 調査設計

- ア) 調査地点 府中市内 51 商店街  
イ) 調査対象 府中市内商店会長  
ウ) 調査方法 郵送配布・郵送回収  
一部調査員による直接回収  
エ) 調査時期 平成25年6月29日～7月26日  
オ) 調査項目
- ・商店街の概要について
  - ・商店街の活動・特徴について
  - ・商店街の概況について
  - ・来街者の概況について
  - ・商店街の空き店舗について
  - ・既存の商店街振興プランの評価について
  - ・今後の活動や期待について

#### ③ 回収結果

府中市内51商店街

配布数 51 件	回収数 49	回収率 96.1%
----------	--------	-----------

#### ④ 集計結果を見る上での注意事項

- ア) グラフ内にあるnは、回答者数のことであり、回答は全てnを基数とした百分率で表わし、基本的には小数点第2位を四捨五入している。  
イ) 回答の比率は、その質問の回答者数を基数として算出し、複数回答の設問は100パーセントを超える場合がある。  
ウ) 集計結果の表やグラフには、コンピューター入力の都合上、回答の選択肢の言葉を短縮して表現している場合がある。

## 2 商店街の概要について

### 府中市内49商店街の概要（調査回収商店街）

商店街(会)名称	設立年月日	加盟会員店舗数
紅葉丘商店会	昭和30年	27
紅葉商栄会	昭和39年4月	11
タマロード商店会	昭和41年3月	71
東府中商店会(協)	昭和29年3月	34
是政駅前商店会	昭和42年4月	21
八幡町共和会	昭和45年6月	61
新二商店会	昭和35年7月	16
新三商店会	昭和39年9月	11
府中銀座商店会(協)	昭和42年11月	68
小町通り商店会	昭和38年3月	12
並木通り商店会	昭和25年5月	70
宮西二丁目商店会	昭和41年4月	26
本町商店会	昭和46年3月	17
番場和光会	昭和35年3月	11
片町三和会	昭和39年1月	25
分倍河原共栄会	昭和27年3月	90
美好町商店会	昭和35年11月	20
住吉銀座通り商店会	平成24年6月	27
中河原鎌倉通り商店会	平成24年6月	15
中河原駅前南大通り商店会	平成24年6月	41
中河原ひがし通り商店会	平成24年6月	40
中河原駅前通り商店会	平成24年6月	29
北山商店会	昭和38年4月	21
武蔵台商店会	昭和36年4月	32
晴見町商店街(振)	昭和35年7月	55
晴見町商店会	昭和40年頃	11
栄町親栄会	昭和31年4月	30
新一いなほ会(いなほ商店会)	昭和39年1月	13
学園通り中央商店会	昭和37年	40
学園通り東部共栄会	昭和44年2月	7
府中駅北口商店会	昭和48年6月	35
新町商店会	昭和27年4月	22
浅間山きすげ共栄会	昭和47年4月	33
小柳南商栄会	昭和50年5月	21(内店舗数8)
本宿商栄会	昭和23年10月	40
むさしの台商栄会	昭和44年4月	57
府中本町プラザ商店会	昭和47年12月	40
新押立商店会	昭和58年10月	21
車返団地商店会	昭和50年4月	10
多磨駅商店会	昭和38年2月	38
新町文化センター通り商店会	昭和53年8月	16
府中35番街商店会	平成7年3月	63
フォーリステナント会	平成8年4月	48
府中駅東口商店会	平成8年頃	52
是文通り商店会	昭和56年3月	60
くるる出店者協議会	平成16年12月	59
宮西国際通り商店会	昭和46年8月	48
学園通り商興会	昭和49年6月	20
競艇場前駅南口商栄会	昭和50年4月	7

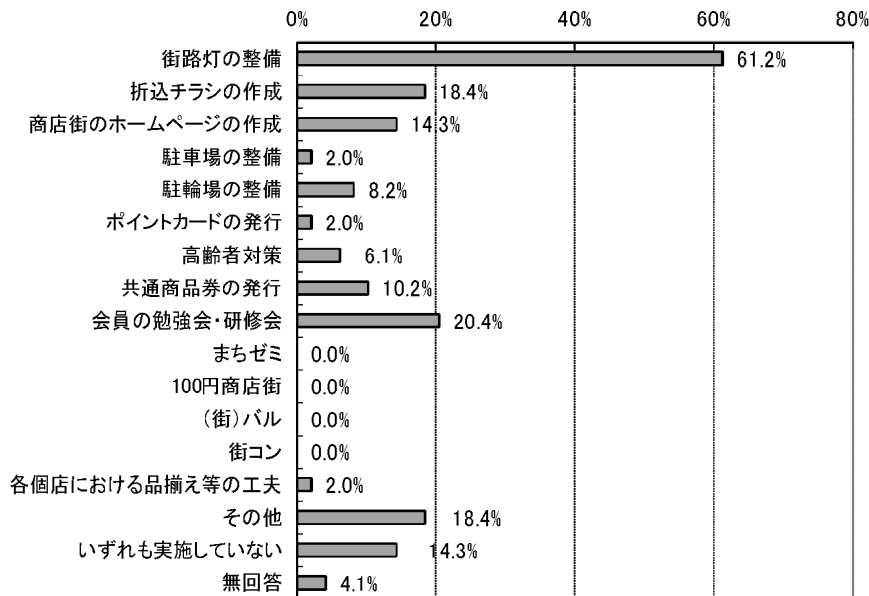
### 3 商店街の活動・特徴について

問1 商店街で現在実施している（実施した）事業は、どのようなものがありますか。

【〇はいくつでも】

実施している（実施した）事業は、「街路灯の整備」が61.2パーセントと最も多く、「会員の勉強会・研修会」（20.4パーセント）、「折込チラシの作成」（18.4パーセント）と続いている。

問1 商店街で現在実施している(実施した)事業 (n= 49)

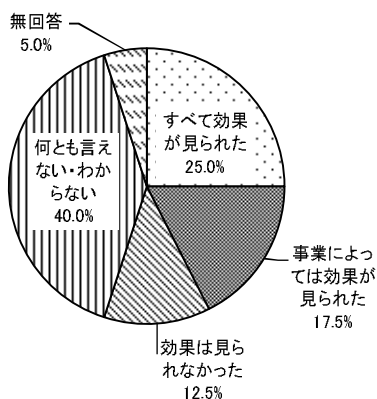


《問1で「①～⑮」に回答した方にうかがいます。》

問2 事業を実施した効果はいかがでしたか。「事業によっては効果が見られた」を選ばれた方は、効果が見られたものを問1の選択肢から選び、ご記入ください。

実施した効果については、「何とも言えない・わからない」が40パーセントと最も多い。「すべて効果が見られた」と「事業によっては効果が見られた」を合わせると42.5パーセントと約40パーセントの効果が見られている。

問2 事業を実施した効果 (n= 40)

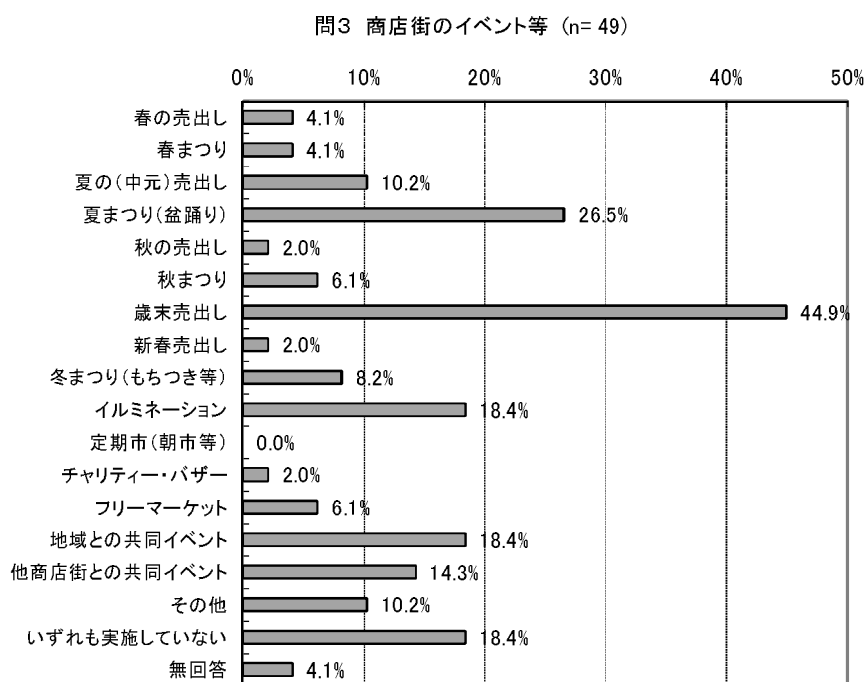


事業によっては効果が見られた n=7

①街路灯の整備	2
②折込チラシの作成	1
④駐車場の整備	1
⑤駐輪場の整備	1
⑮その他	1
無回答	1

問3 商店街のイベント等は、どのようなものがありますか。【〇はいくつでも】

商店街のイベントは、「歳末売出し」が44.9パーセントと最も多く、「夏まつり（盆踊り）」（26.5パーセント）、「イルミネーション」（18.4パーセント）、「地域との共同イベント」（18.4パーセント）が続いている。対して、「いずれも実施していない」も18.4パーセントである。



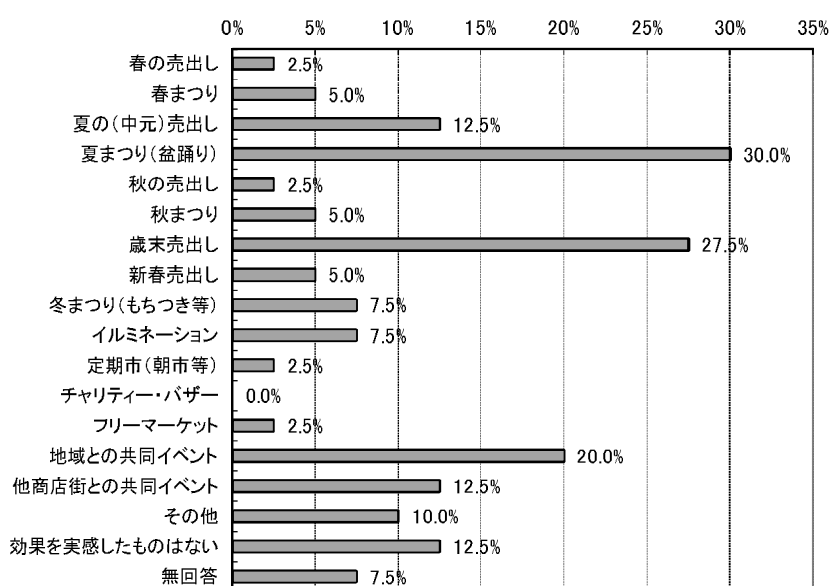


「問3で「①～⑯」に回答した方にかがいます。」

問4 実施したイベント等で、集客やその後の商店街の活性化などに効果があったと実感したものはどのようなものですか。効果を実感したイベントがある場合、その効果の内容もご記入ください。【〇はいくつでも】

集客や商店街の活性化などに効果があったと実感したものは、「夏まつり（盆踊り）」が30パーセントと最も多く、「歳末売出し」（27.5パーセント）、「地域との共同イベント」（20パーセント）と続いている。

問4 商店街活性化などに効果があったイベント (n=40)



【集客や商店街の活性化など、イベント等実施後に実感した効果の内容】

- ・ 会員相互の親睦・商品券（金券）配布による売上活性・地元住民との親近感
- ・ 再開発で商店街の形態をほとんどしていないためイベントや売出しが直接の効果に結びつかない。
- ・ 売上げが増えた。
- ・ 昔からの家屋敷が多くお祭りだけは特別（くらやみ祭、くり祭）
- ・ 商店街周辺にできた高層マンションの新住民の方々に商店街のアピールができた。役員だけではなく組合員、近隣の青年会、婦人会、老人会の協力を得ることができ、団結が一層強まった。
- ・ 近隣住民の話題になる。次回開催を期待される。
- ・ 各まつりで集客は期待していない。商店会PRと会員の意識向上の為。
- ・ 街が明るくなった。
- ・ 商店会と老人会、婦人会、自治会との連携ができて防犯・防災の連絡がスムーズになった。
- ・ 客数はたくさんありますがその後が続かない。
- ・ 集客のアップ
- ・ スノーイルミネーション（11/1～1/15）街路灯の飾りつけ
- ・ 歳末売出し観劇招待券は効果あると思います。
- ・ 商店会の認知、会員同士の親睦
- ・ 集客は多い、店舗に効果なし。

問5 商店街の情報発信等の状況についてお答えください。【それぞれ○は1つ】

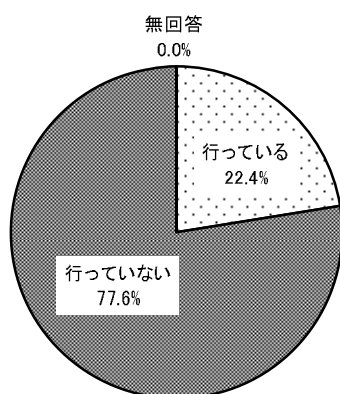
情報発信の状況は、「折込チラシの配布」と「ポスターの掲示」を取組済みの商店街が約20パーセントである。対して、「ダイレクトメールの配信」、「携帯サイトの開設」、「ツイッターやフェイスブック等の実施」は、取り組む予定はないと回答した商店街が70パーセント以上となっている。

	n	取組済み	取り組む予定	取り組む予定なし	無回答
折込チラシの配布	49	9 18.4%	6 12.3%	28 57.1%	6 12.2%
ポスターの掲示	49	10 20.4%	6 12.2%	26 53.1%	7 14.3%
ダイレクトメールの配信	49	0 0.0%	1 2.1%	37 75.5%	11 22.4%
ホームページによる発信	49	6 12.2%	2 4.1%	32 65.3%	9 18.4%
携帯サイトの開設	49	2 4.1%	2 4.1%	36 73.4%	9 18.4%
ツイッターやフェイスブック等の実施	49	4 8.2%	2 4.1%	36 73.4%	7 14.3%

問6 商店街で行っている防犯・防災対策の状況についてお答えください。行っている場合、その内容も合わせてご記入ください。【○は1つ】

防犯・防災対策の状況は、80パーセント弱の商店街が「行っていない」との回答であった。

問6 防犯・防災対策の状況 (n=49)



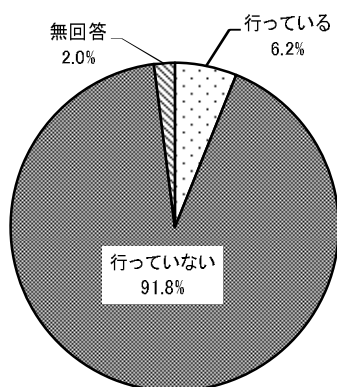
「行っている」 n=11

- ・町内（役員）との打合せで月一回、装飾街路灯、防犯・防災対策
- ・地域警察との協議会
- ・14日、20日周辺パトロール
- ・消火器各店に設置
- ・年1回の防災会議
- ・パトロール
- ・防犯カメラの設置
- ・警備業務を専門業者に委託している。防犯カメラ設置。
- ・歳末警戒
- ・町会（自治会）との協力
- ・無回答

問7 商店街で行っている高齢者対策の状況についてお答えください。行っている場合、その内容も合わせてご記入ください。【〇は1つ】

高齢者対策の状況は、90パーセントの商店街が「行っていない」との回答であった。

問7 高齢者対策の状況 (n=49)



「行っている」 n=3

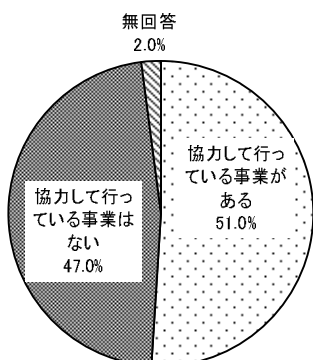
- ・月一度、清掃（公園）町内資源回収
- ・老眼用めがねを用意。
- ・主要場所のバリアフリー化。高齢者が使いやすいトイレ設置。

問8 商店街と地域住民・団体等とで、協力して行っている事業などの状況についてお答えください。協力して行っている場合、その内容も合わせてご記入ください。

【〇は1つ】

商店街と地域住民・団体等とで、協力して行っている事業の状況は、「協力して行っている事業がある」が51パーセント、「協力して行っている事業はない」が47パーセントと行っている事業がある商店街が4パーセント上回っている。

問8 商店街と地域住民・団体等とで協力して行っている事業などの状況 (n=49)



「協力して行っている事業がある」 n=25

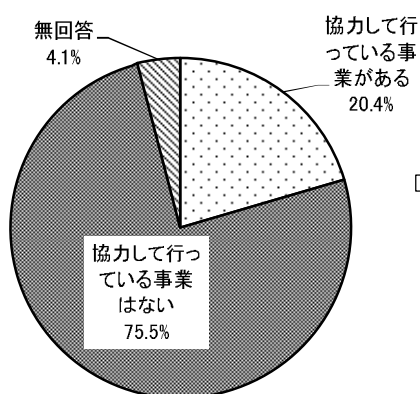
- ・地域の秋祭りに協力
- ・5月例大祭、7月盆踊り、10月滝神社祭り
- ・夏の祭典、地元八幡宮祭礼に合せ氏子会と。
- ・ゆかたまつり（よさこい）
- ・クリーンキャンペーン、放置自転車をなくす。
- ・並木通り清掃、安全パトロール
- ・五月例大祭
- ・防犯・防災老人会
- ・片町文化センター祭り、屋台出店（ヤキトリ・生ビール）
- ・FC東京
- ・盆踊り、節分祭
- ・町会行事の支援
- ・夏まつり、模擬店の出店
- ・盆踊り大会
- ・自主防災活動
- ・お祭り（くらやみ祭）
- ・ハロウィーンまつりでの協力、浅間山自然保護会工作教室、浅間町婦人会模擬店
- ・古墳まつり、盆踊り
- ・敬老商品券
- ・イルミネーション他
- ・祭り
- ・安心安全街づくり協議会、マナーアップキャンペーン
- ・町内の盆踊り、お祭り
- ・盆踊り、お祭り（自治会）
- ・自治会との町内パトロール

問9 他の商店街と協力して行っている事業などの状況についてお答えください。協力して行っている事業などがある場合、その内容も合わせてご記入ください。

【〇は1つ】

他の商店街と協力して行っている事業は、70パーセント以上の商店街が「協力して行っている事業はない」との回答であった。

問9 他の商店街と協力して行っている事業などの状況 (n= 49)



「協力して行っている事業がある」 n=10

- ・よさこい in 府中 (5件)
- ・ゆかたまつり
- ・夏まつり (ゆかた祭り)、歳末売出し
- ・府中駅周辺商店会、一斉催事開催
- ・商工まつり
- ・無回答

問10 商店街及び周辺において、「地域資源」はありますか。

#### 地域資源

- ・東郷寺
- ・お滝神社
- ・大國魂神社、くらやみ祭、けやき並木
- ・櫓大門
- ・大國魂神社の門前街
- ・高安寺
- ・浅間山のムサシノキスゲ
- ・文化センター、高速道路入口

問11 商店街及び周辺において、「経営資源」はありますか。

#### 経営資源

- ・街路灯、アーケード、案内看板
- ・今後、近い将来（2～5年の間）に若者たちにすばらしい人物が現れるのを期待する。
- ・転貸融資金の回収
- ・商店会費
- ・ケヤキ並木の参道
- ・街路灯、会費
- ・街路灯、事務所、会費、信用
- ・街路灯
- ・市議会議員
- ・女性部が活躍している
- ・京王府中駅、バスセンター、大型高層住宅、館内の映画館、駅周辺の商業集積
- ・若手経営者が増えている
- ・街路灯一会費による普通・定期預金
- ・夜型飲食店が多い
- ・自治会との協賛で、餅つきなどの話がある。現在武蔵台2・3丁目ですが、1丁目の加入を考えています
- ・商店会費のみ

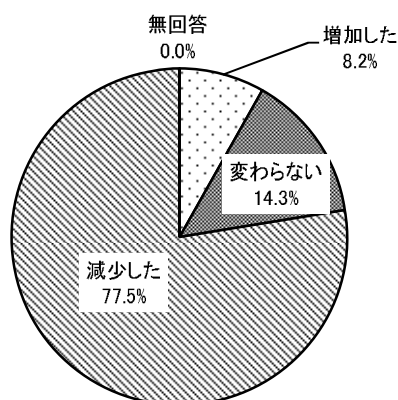
#### 4 商店街の概況について

問12 加盟会員店舗数は、おおむね10年前と比較してどのような状況ですか。

【〇は1つ】

加盟会員店舗数を10年前と比較すると、「減少した」が77.5パーセントと多い。対して、「増加した」は8.2パーセントに留まっている。

問12 加盟会員店舗数の状況 (n=49)

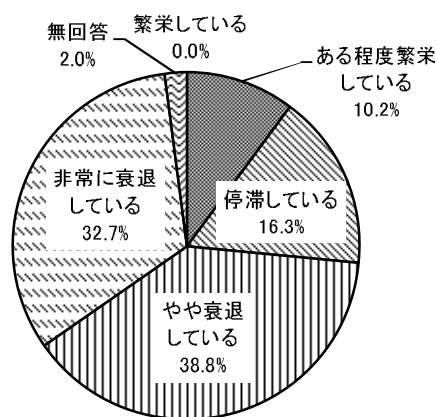


問13 商店街全体の景況は、おおむね10年前と比較してどのような状況ですか。

【〇は1つ】

商店街全体の景況を10年前と比較すると、「やや衰退している」が38.8パーセントで最も多く、「非常に衰退している」が32.7パーセントで、合わせると71.5パーセントになり、70パーセント以上の商店街が衰退していると感じている。対して、「ある程度繁栄している」は10.2パーセントに留まっている。

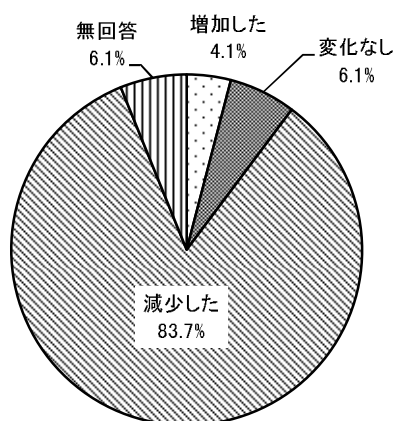
問13 商店街全体の景況 (n=49)



問14 加盟会員店舗の平均的な経営動向は、おおむね10年前と比較してどのような状況ですか。【〇は1つ】

経営動向を10年前と比較すると、「客数」、「客単価」、「売上高」いずれも「減少した」との回答が70パーセント以上となった。「客単価」については、「変化なし」が14.3パーセントで「客数」と「売上高」に比べ高くなっている。

問14 加盟会員店舗の平均的な経営動向  
【1.客数】 (n=49)



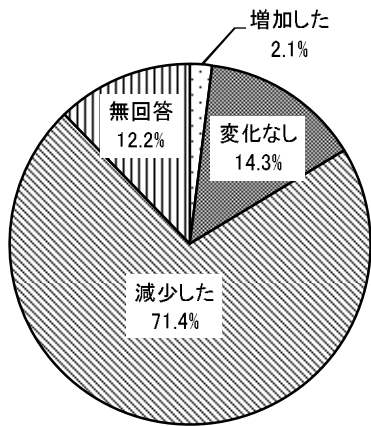
【増加】 n=2

増加率	回答数
10%	2

【減少】 n=41 (うち減少率の回答n=20)

減少率	回答数
4%	1
10%	3
15%	2
20%	2
30%	3
40%	2
50%	4
60%	1
65%	1
80%	1

問14 加盟会員店舗の平均的な経営動向  
【2.客単価】(n= 49)



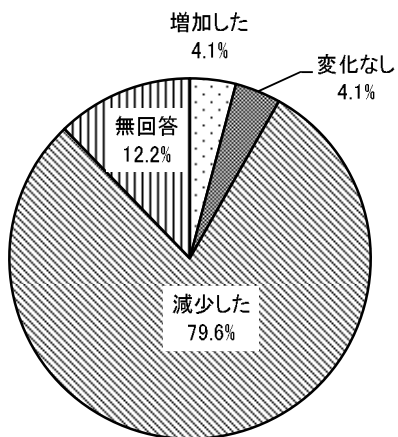
【増加】 n=1

増加率	回答数
10%	1

【減少】 n=35(うち減少率の回答n=16)

減少率	回答数
5%	1
10%	4
20%	2
30%	4
50%	2
60%	2
80%	1

問14 加盟会員店舗の平均的な経営動向  
【3.売上高】(n= 49)



【増加】 n=2

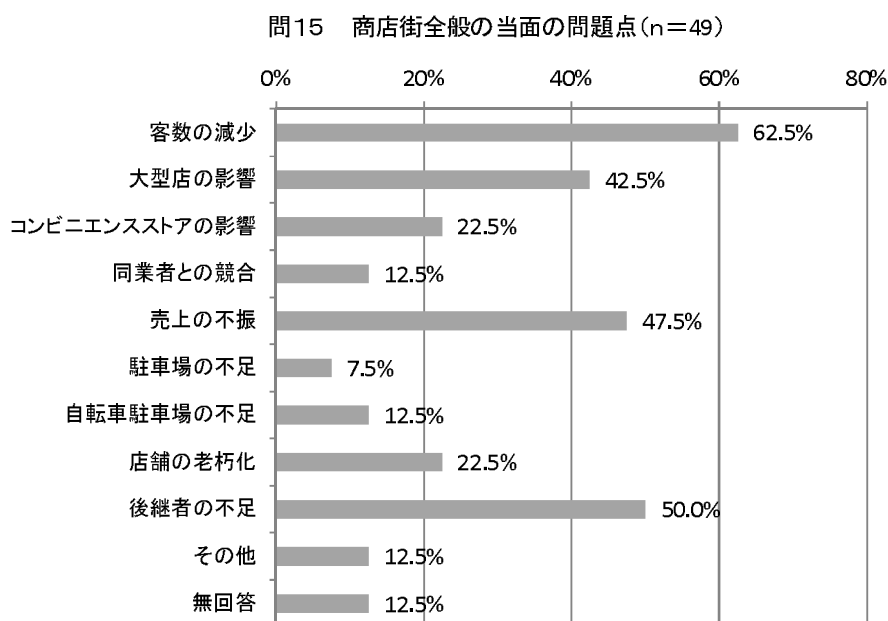
増加率	回答数
3%	1
10%	1

【減少】 n=39(うち減少率の回答n=19)

減少率	回答数
4%	1
5%	1
10%	4
20%	2
30%	4
40%	1
50%	4
70%	1
80%	1

問15 商店街全般について、当面の問題点として度合いの大きいものはどちらですか。  
上位3つについて、対策の内容と合わせてご記入ください。

商店街全般の当面の問題点として、「客数の減少」が62.5パーセントで1位、「後継者の不足」が50パーセントで2位、「売上の不振」が47.5パーセントで3位となっている。



\*今回の集計は、順位ごとの集計ではなく、1位から3位までの回答数の合算で集計している。



## <対策の内容>

### ①客数の減少

- 個店での販促対応
- 優良店のアピール、マップ・ちらし配布による集客。
- 府中病院へのバス乗り入れにより人通りが減少→対策なし。
- 各店舗が魅力的なお店づくり。
- i) インターネット関係の情報発信の強化 ii) 商店の案内リーフレットの作成
- 昔のお客が老齢化し、若い層のお客を導入しようと対策は考えていますが、大型店の影響で流れが地元商店街に向かず、また、核となる物はなく年々売上は落ち込むような状況となっております。

### ②大型店の影響

- 主力商品の絞り込み。
- 店舗がなくなる(対策なし)。
- お客様の集客数が取られていて、これといってまだない。

### ③コンビニエンスストアの影響

- 商店会内に2店、対策なし
- 品揃いの多さ、サービス
- 物販が少なく便利、コンビニでもいい影響。

### ④同業者との競合

- スーパーバリュー等施設の増加(対策なし)
- 他地域に夜型飲食店が増えたため(対策なし)

### ⑤売上の不振

- 付加価値を高める。
- 競争力を付けた店づくり。
- 客数の減少に伴い売上不振で対策がない。

### ⑥駐車場の不足

- コインパーキングなどの割引券発行

### ⑦自転車駐車場の不足

- 行政に対しての働きかけ。

### ⑧店舗の老朽化

- 改装資金等、借入れに不安

### ⑨後継者の不足

- 青年部を作る。
- 店主の老齢化
- 事業所以外は高齢化→婚活を考えている。
- 思いやりのある地域づくり。

### ⑩その他

- 京王線府中駅の商店街の状況変化に対応できない→対策は分からない。
- 転貸融資金の回収
- 競馬(場外含む)→競馬のときは夕方は動かない。シャッター通りになってしまった→お客が見えない。

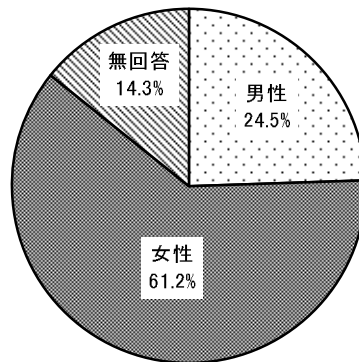
## 5 来街者の概況について

問16 商店街に訪れている来街者は、どちらの性別の方が中心となっていますか。

【〇は1つ】

来街者の性別は、「女性」が61.2パーセント、「男性」が24.5パーセントで女性が中心となっている。

問16 来街者の性別 (n= 49)

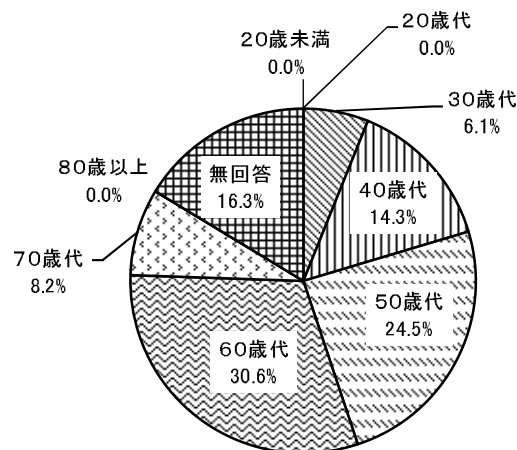


問17 商店街に訪れている来街者は、どのような年齢層が中心となっていますか。

【〇は1つ】

来街者の年齢層は、「60歳代」が30.6パーセントと最も多く、「50歳代」(24.5パーセント)、「40歳代」(14.3パーセント)と続いている。30歳未満の年齢層が中心となっていると回答した商店街はなかった。

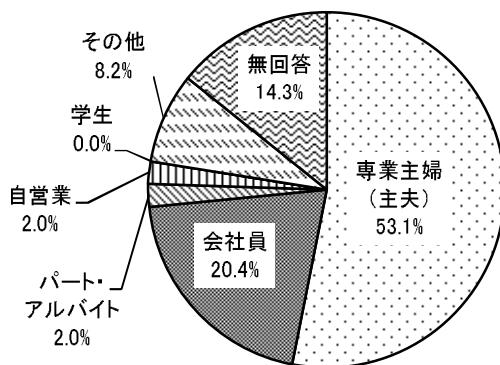
問17 来街者の年齢層 (n= 49)



問18 商店街に訪れている来街者は、どのような職種と思われる方が中心となりますか。【〇は1つ】

来街者の職種は、「専業主婦（主夫）」が53.1パーセントと半数を占め、「会社員」が20.4パーセントと続いている。

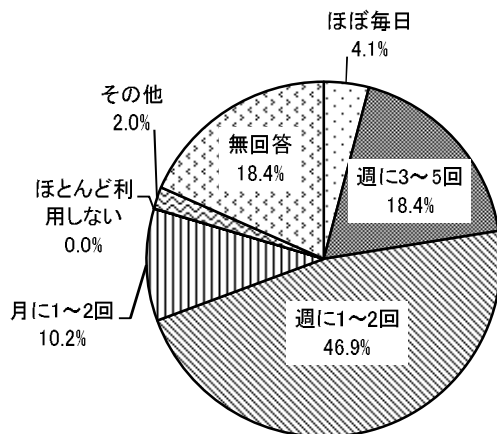
問18 来街者の職種 (n= 49)



問19 商店街に訪れている来街者は、平均どのくらいの頻度で訪れていると思われますか。【〇は1つ】

来街者の来訪頻度は、「週に1～2回」が46.9パーセントと最も多く、「週に3～5回」(18.4パーセント)、「月に1～2回」(10.2パーセント)と続いている。

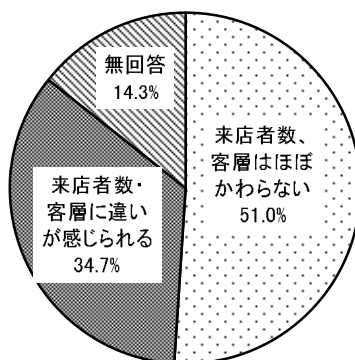
問19 来街者の来街頻度 (n= 49)



問20 商店街に訪れている来街者は、平日と土日祝日で来店者数や客層に違いが感じられますか。違いが感じられる場合、どのように違うかその内容をご記入ください。【〇は1つ】

来街者の平日と休日での客層の違いは、「来店者数、客層はほぼ変わらない」が51パーセントと半数を占め、対して「来店者数、客層に違いが感じられる」は34.7パーセントであった。

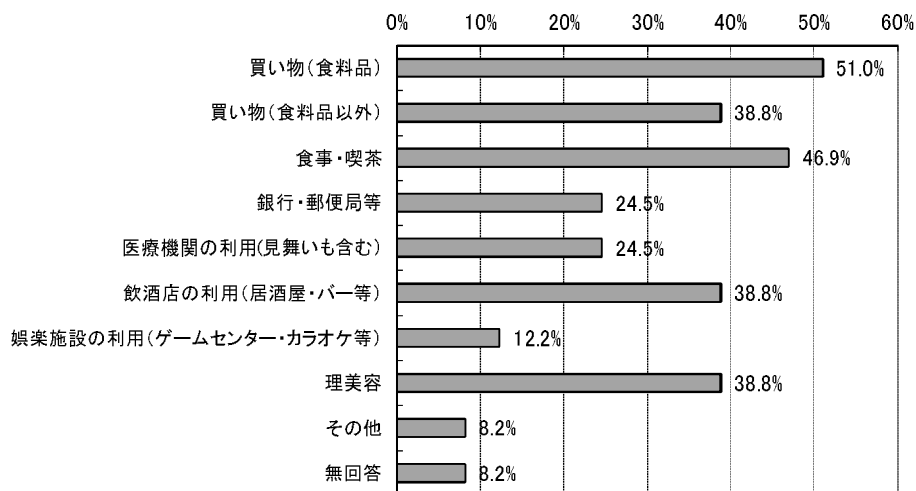
問20 平日と休日の来店者などの違い (n= 49)



問21 商店街に訪れている来街者は、主にどのような目的で利用していると思われるですか。【〇はいくつでも】

来街者の主な目的は、「買い物（食料品）」が51パーセントと最も多く、「食事・喫茶」（46.9パーセント）、「買い物（食料品以外）」、「飲酒店の利用（居酒屋・バー等）」、「理美容」が38.8パーセントと続いている。

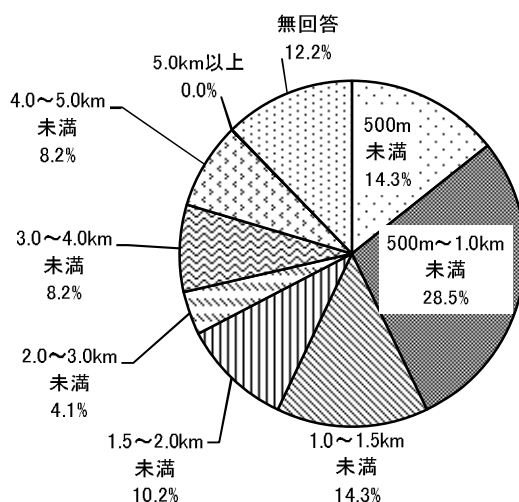
問21 来街者の来街目的 (n= 49)



問22 商店街としては、どの程度の範囲からお客様に来てもらいたい（商圈）と考えていますか。【〇は1つ】

商店街としての商圈範囲は、「500mから1.0km未満」が28.5パーセントと最も多く、「500m未満」、「1.0～1.5km未満」が共に14.3パーセントと続いている。

問22 希望する商圈 (n= 49)

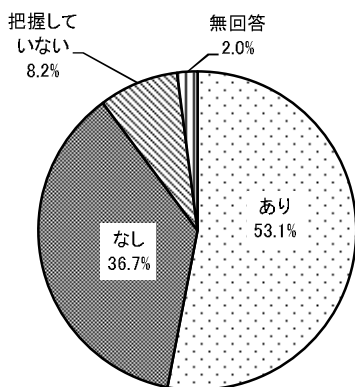


## 6 商店街の空き店舗について

問23 商店街に空き店舗は存在しますか。【〇は1つ】

空き店舗は、「あり」が53.1パーセント、「なし」が36.7パーセントであった。

問23 空き店舗の有無 (n= 49)



空き店舗数

- 「あり」 n = 26
- ・ 1店舗 4件
  - ・ 2店舗 2件
  - ・ 3店舗 7件
  - ・ 4店舗 5件
  - ・ 5店舗 6件
  - ・ 無回答 2件

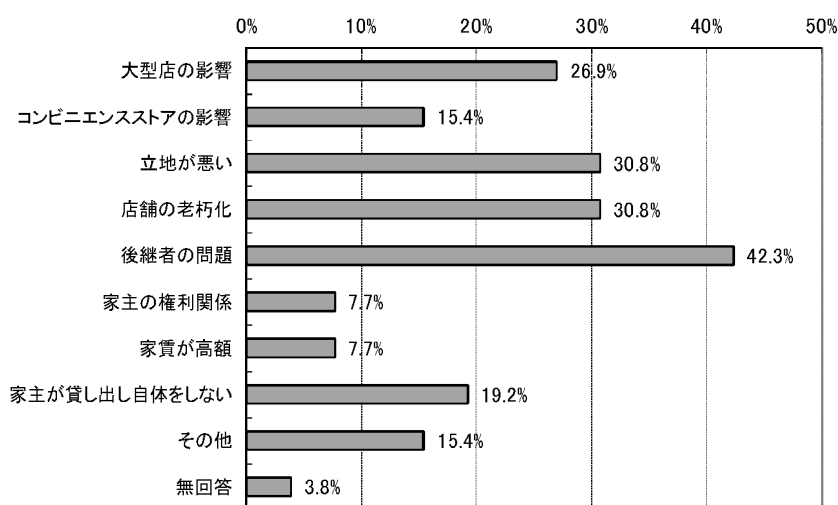
《問23で「①あり」、に回答した方にうかがいます。》

問24 空き店舗になっている要因はどのようなことが考えられますか。

【〇はいくつでも】

空き店舗になっている要因は、「後継者の問題」が42.3パーセントと最も多く、「立地が悪い」、「店舗の老朽化」が共に30.8パーセント、「大型店の影響」（26.9パーセント）と続いている。

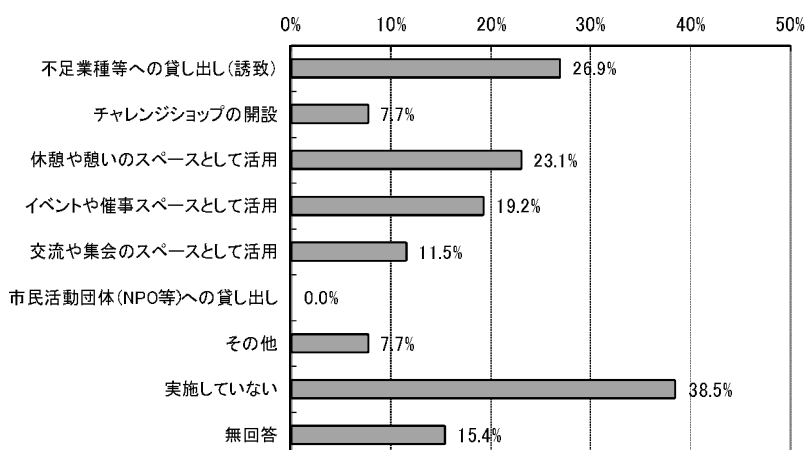
問24 空き店舗になっている要因 (n=26)



問25 自身の商店街での空き店舗の活用方法として、考えられるものはどのようなものですか。【〇はいくつでも】

空き店舗の活用方法は、「実施していない」が38.5パーセントと最も多い。活用方法としては、「不足業種等への貸し出し（誘致）」（26.9パーセント）、「休憩や憩いのスペースとして活用」（23.1パーセント）が多い。

問25 空き店舗の活用方法 (n=26)

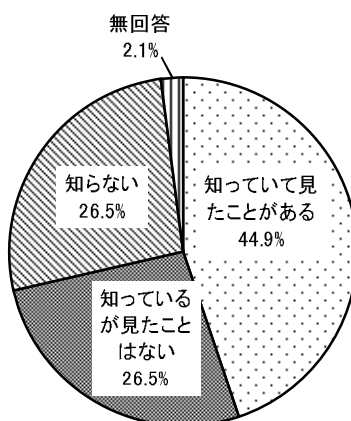


## 7 既存の商店街振興プランの評価について

### 問26 「府中市商店街振興プラン」を知っていますか。【〇は1つ】

「府中市商店街振興プラン」の認知状況は、「知っている見たことがある」が44.9パーセントとも最も多い。対して「知っているが見たことはない」、「知らない」は共に26.5パーセントであった。

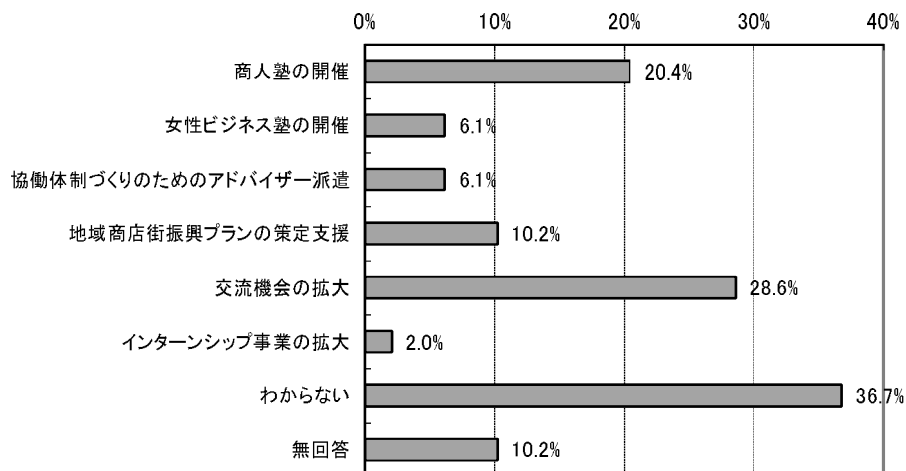
問26 「府中市商店街振興プラン」の認知度 (n= 49)



### 問27 既存の商店街振興プランで掲げる「商店街・市民との協働体制の推進」について、今後も必要であると思われる施策はありますか。【〇はいくつでも】

「商店街・市民との協働体制の推進」で今後も必要と思われる施策は、「交流機会の拡大」(28.6パーセント)、「商人塾の開催」(20.4パーセント)が多い。

問27 「商店街・市民との協働体制の推進」で今後も必要と思われる施策 (n= 49)

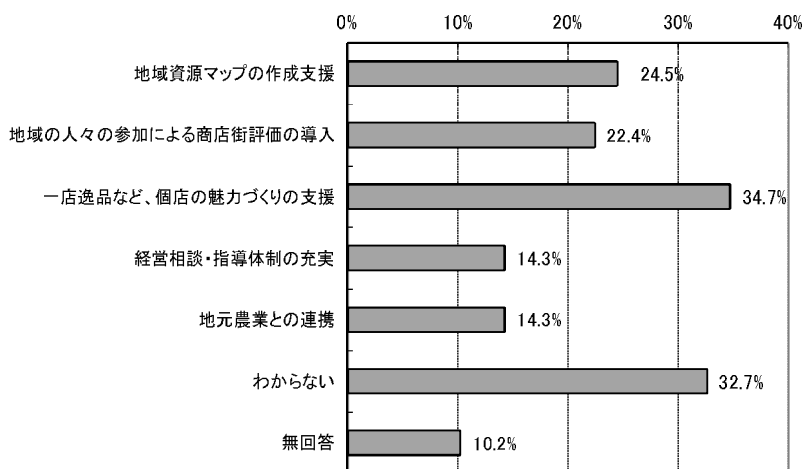


問28 既存の商店街振興プランで掲げる「市民・顧客のニーズに応える商店街づくりの推進」について、今後も必要であると思われる施策はありますか。

【〇はいくつでも】

「市民・顧客のニーズに応える商店街づくりの推進」で今後必要と思われる施策は、「一店逸品など、個店の魅力づくりの支援」が34.7パーセントと最も多く、「地域資源マップの作成支援」が24.5パーセントと続いている。

問28 「市民・顧客のニーズに応える商店街づくりの推進」  
で今後必要と思われる施策 (n=49)

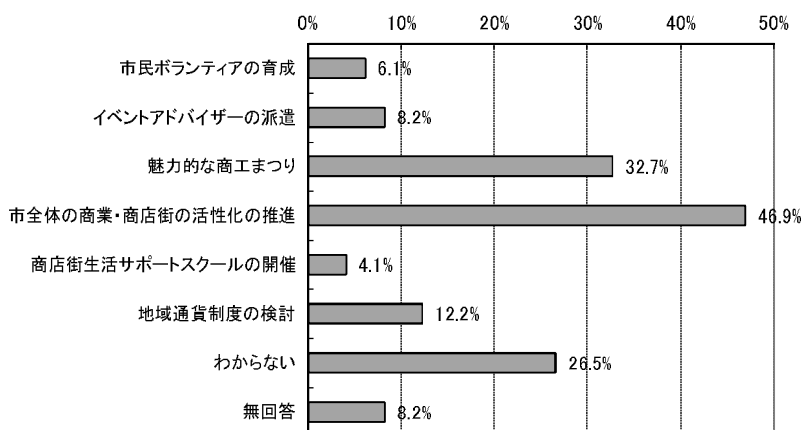


問29 既存の商店街振興プランで掲げる「地域を元気にするコミュニティ・イベントの推進」について、今後も必要であると思われる施策はありますか。

【〇はいくつでも】

「地域を元気にするコミュニティ・イベントの推進」で今後必要と思われる施策は、「市全体の商業・商店街の活性化の推進」が46.9パーセントと最も多く、「魅力的な商工まつり」が32.7パーセントと続いている。

問29 「地域を元気にするコミュニティ・イベントの推進」  
で今後必要と思われる施策 (n=49)

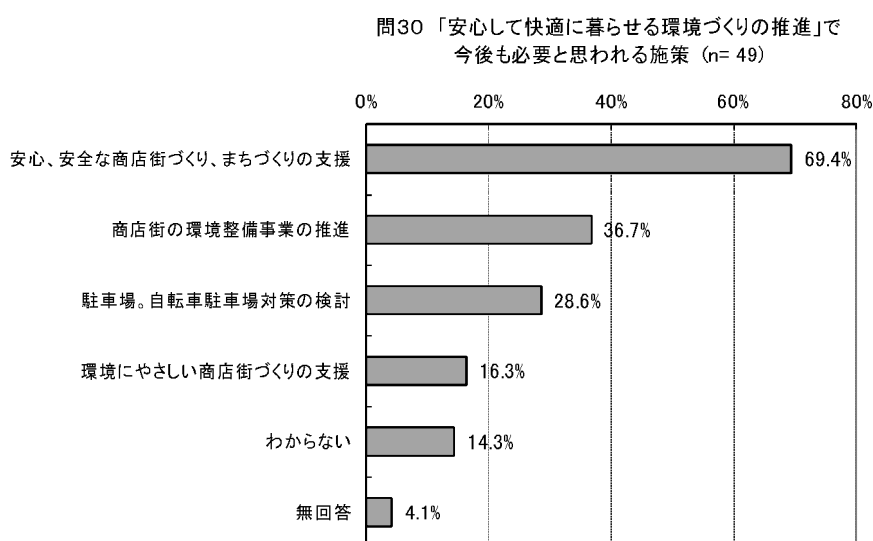




問30 既存の商店街振興プランで掲げる「安心して快適に暮らせる環境づくりの推進」について、今後も必要であると思われる施策はありますか。

【〇はいくつでも】

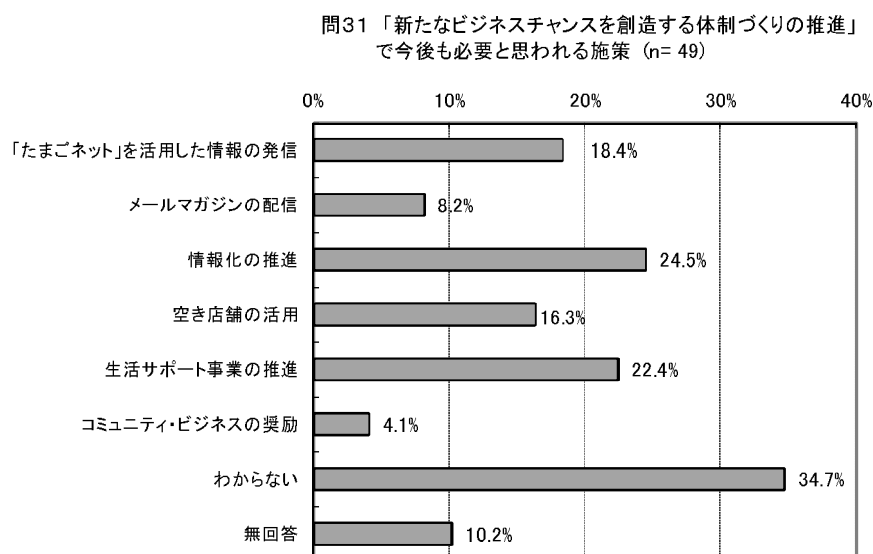
「安心して快適に暮らせる環境づくりの推進」で今後も必要と思われる施策は、「安心、安全な商店街づくり、まちづくりの支援」が69.4パーセントと最も多く、「商店街の環境整備事業の推進」が36.7パーセントと続いている。



問31 既存の商店街振興プランで掲げる「新たなビジネスチャンス創造する体制づくりの推進」について、今後も必要であると思われる施策はありますか。

【〇はいくつでも】

「新たなビジネスチャンス創造する体制づくりの推進」で今後も必要と思われる施策は、「情報化の推進」(24.5パーセント)、「生活サポート事業の推進」(22.4パーセント)、「「たまごネット」を活用した情報の発信」(18.4パーセント)が多い。

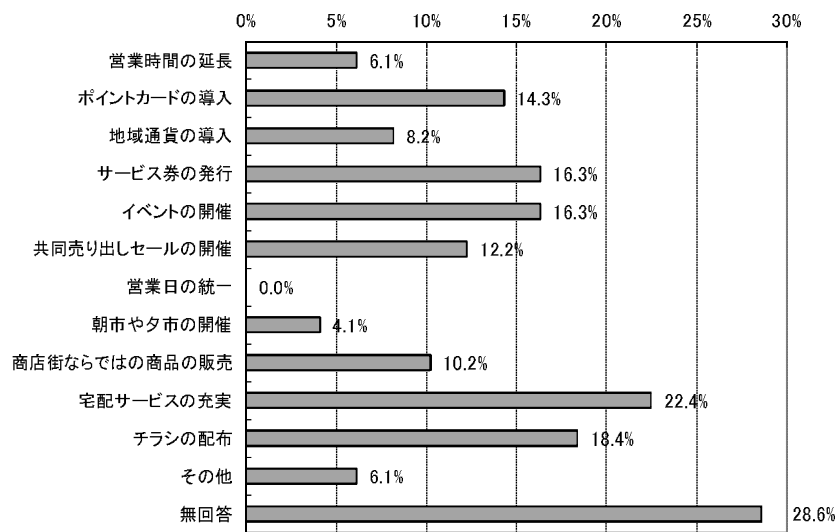


## 8 今後の活動や期待について

問32 商店街として、今後新たに導入が見込まれる（導入済みは除く）取組やサービスはどのようなものですか。【〇はいくつでも】

今後新たに導入が見込まれる取組やサービスは、「宅配サービスの充実」（22.4パーセント）、「チラシの配布」（18.4パーセント）、「サービス券の発行」、「イベントの開催」は共に16.3パーセントと多い。

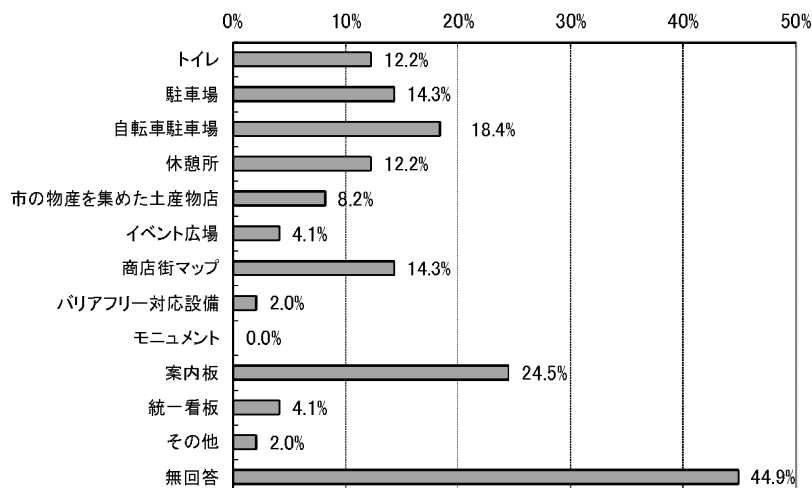
問32 今後新たに導入が見込まれる取組やサービス (n=49)



問33 商店街に充実・新設が必要と思われるのは何でしょうか。【〇はいくつでも】

商店街に充実・新設が必要と思われるものは、「案内板」（24.5パーセント）、「自転車駐車場」（18.4パーセント）、「駐車場」、「商店街マップ」は共に14.3パーセントと多い。

問33 商店街に充実・新設が必要な設備やサービス等 (n=49)



問3 4 今後、商店街の魅力づくりに向け、取り組んでいけそうなものはどちらですか。  
上位3つをお選びください【〇は3つまで】

商店街の魅力づくりに向け、取り組んでいけそうなものは、「お客さまが商店街に来ることが楽しくなるような、魅力的な商品やサービスを提供する」が44.9パーセントと最も多く、「大型店などには無い接客サービスなど、お客様ニーズをきめ細かく把握する」（34.7パーセント）、「お客様にそこでしか買えない商品（一店逸品）を提供する」（28.6パーセント）と続いている。

商店街の魅力づくりに向け、取り組んでいけそうなもの	回答数	比率
地域の資源について、地域の住民やお客様の関心を喚起する題材(魅力)を発見する。	13	26.5%
大型店などには無い接客サービスなど、お客様ニーズをきめ細かく把握する。	17	34.7%
お客様の来店・来街理由を調査し、個店や商店街の良さを診断する。	10	20.4%
お客様を含めて意見交換を行い、商品力や接客サービスなど、個店の弱みを発見する。	8	16.3%
お客様が商店街に来ることが楽しくなるような、魅力的な商品やサービスを提供する。	22	44.9%
お客様にそこでしか買えない商品(一店逸品)を提供する。	14	28.6%
個店間のネットワーク、商店街同士のネットワークづくりを行う。	5	10.2%
地域の住民やNPO・ボランティア、企業、大学、行政などとの協力を強化する。	7	14.3%
非常時に地域住民や生活弱者を支えるため、バリアフリー化などを行う。	5	10.2%
無回答	8	16.3%
合計	109	—
n	49	

問3 5 商店街振興プランの改定にあたり、ご意見・ご要望がありましたら、ご自由にご記入ください。

- ・商店数が少ないので近くの商店会と合併したい。
- ・大型店・ネット通販の拡大により先行きは見えていない。後は個店から個性を出して頑張るしかない。
- ・私達はラウンドワンが来てから、商店会周りが一転して治安が悪くなった。
- ・公園があるが、その場所での情報化の推進、NPO・・・ボランティア喫茶店。
- ・商店街において温度差がある。地域振興、共同催事等、これからも商店街は減っていくであろう。後継者不足、消費者選択による来店者減少、時代の流れである。その中で振興プランの必要性を感じるが現実論から見たハード・ソフトの面からプランを作成してもらいたい。机上論、予算消化型改訂でないように期待しています。
- ・本宿商栄会の地域では核になる商店街がなく、街路灯も設置する所がない。今後、西府駅が発展すれば新しい商店街もできる。それによって本宿商栄会も変わるかもしれない。
- ・A地区再開発により、今後4年間の駅周辺が大分変わってくると思われます。お客様の動きも流れも変わりますので、せっかく府中に来てくれているお客様を工事期間中も逃さず駅周辺商店会又は仮店舗のみなさんが変わらぬ売上げを上げることができるよう、対策を検討していかなければならないのではないかと考えます。※例えば、工事中のパネル、東西南北に仮店舗の位置はもちろんですが、周辺商店会の商店PR図面・写真他など掲載できたら良いと思います。
- ・再開発完了後、新ビルテナントへの集中になることは想像できますが、駅周辺の商店会がさびれることがないように備えることも大切だと思います。それについての対応研究が必要です。商店会の会員が増えること、空き店舗がない商店会を目指す。
- ・平日営業している店舗が少ない。2店（工務店は別）で他は飲食系、競艇開催時、夜営業のため、大型店？（スーパー）が欲しい。（競艇場前駅周辺はコンビニが1件のみ。1駅先の是政駅、白糸台（武蔵野台駅）に食品専用スーパーが欲しい。）

## (8) 府中市商店街アンケート調査・調査票

### 府中市商店街アンケート調査

#### ■アンケート調査へのご協力をお願い

本年度、府中市では、平成14年度に策定した「府中市商店街振興プラン」の計画期間が平成25年度で終了するのに伴い、8年後の平成33年度を目標年次とした新たなプランへの改訂を行います。

新たなプランが市内の商店及び商店街にとって実現性・実効性の高いものとし、それぞれの振興・活性化に役立つものとするために、各商店街の会長様に対して、商店街での取組や課題等をおうかがいするとともに、課題への対応策やこれまでの成果、今後の活動に対してのお考えなどのご意見を頂戴したいと思います。

ご記入いただきました内容は、個人情報には充分留意した上で統計的に処理し、本調査の目的以外に使用することは一切ありませんので、率直なご意見をお聞かせくださいますようお願いいたします。

記入が終わりましたら、同封の返信用封筒に入れ、本調査の実施・集計・分析等を委託しております(株)流通研究所宛てにご返送ください。

大変お忙しいところ、誠に恐縮ではございますが、返送は**平成25年7月10日(水)まで**にお願いいたします。今回の調査の趣旨をご理解頂き、ご協力いただきますよう、重ねてお願い申し上げます。

平成25年6月

府中市商店街振興プラン検討協議会・府中市経済観光課

府中市商店街連合会・むさし府中商工会議所

#### ご記入にあたって

※本アンケートにおける「商店街」とは、小売商業等が集積している地域(場所)のほか、市内各地にある商店会(商店街振興組合、事業協同組合を含む)も含めた総称とします。

※質問の中で、商店街全般に対しておうかがいするものがございますが、会長様のお考えで平均的な選択肢等でご回答ください。

1. 回答は、あてはまる選択肢の番号を○で囲んでください。
2. 回答の○の数は、各質問に【○は1つ】、【○はいくつでも】など、回答数に指定がありますので、それに合わせてご回答ください。
3. 自分の意見に近い選択肢がない場合は「その他( )」の選択肢の番号を○で囲み、( )内に具体的な内容をご記入ください。
4. 一部の方だけに回答していただく質問もありますので、その場合は矢印や説明文に従ってご回答ください。

#### 【アンケートに関する問い合わせ】

府中市経済観光課 担当：桐生(きりゅう)、松本(まつもと)

TEL 042-335-4142 (直通)

#### 【アンケート内容に関する問い合わせ】

株式会社 流通研究所 担当：有山(ありやま)、永尾(ながお)

TEL 046-295-0831 FAX 046-295-0834

## I 商店街の概要について

※下記記載事項に修正点がある場合は、お手数ですが赤字で訂正をお願いします。

商店街（会） の名称			
所在地			
代表者氏名			
設立年月		加盟会員 店舗数	

## II 商店街の活動・特徴について

問1 商店街で現在実施している（実施した）事業は、どのようなものがありますか。

【〇はいくつでも】

① 街路灯の整備	② 折込チラシの作成	③ 商店街のホームページの作成
④ 駐車場の整備	⑤ 駐輪場の整備	⑥ ポイントカードの発行
⑦ 高齢者対策	⑧ 共通商品券の発行	⑨ 会員の勉強会・研修会
⑩ まちゼミ※1	⑪ 100円商店街※2	⑫ (街)バル※3
⑬ 街コン	⑭ 各個店における品揃え等の工夫	
⑮ その他（		⑯ いずれも実施していない

※1「まちゼミ」：商店街の店主が講師となり、プロならではの専門的な知識や情報、コツを無料で受講者（お客様）にお伝えする少人数制のゼミです。

※2「100円商店街」：商店街全体を1つの100円ショップに見立て、全ての店頭に100円コーナーを設置し、会計は店内のレジにて行うものです。

※3「(街)バル」：スペイン語のBAR。商店街や地域の活性化、飲食店等の集客支援を目的に、食べ歩き、飲み歩きをして、様々な飲食店等を楽しむイベントです。

※問2は、問1で「①～⑯」と回答した方におうかがいします。

（問1で「⑯いずれも実施していない」と回答した方は、問3へお進みください。）

問2 事業を実施した効果はいかがでしたか。①～④から1つ選び、②を選ばれた方は、効果が見られたものを問1の選択肢から選び、ご記入ください。 【〇は1つ】

① すべて効果が見られた	
② 事業によっては効果が見られた	
→ 効果が見られた問1の事業番号（	）
③ 効果は見られなかった	④ 何とも言えない・わからない

問3 商店街のイベント等は、どのようなものがありますか。 【〇はいくつでも】

- |                 |            |             |               |
|-----------------|------------|-------------|---------------|
| ① 春の売出し         | ② 春まつり     | ③ 夏の（中元）売出し | ④ 夏まつり（盆踊り）   |
| ⑤ 秋の売出し         | ⑥ 秋まつり     | ⑦ 歳末売出し     | ⑧ 新春売出し       |
| ⑨ 冬まつり（もちつき等）   | ⑩ イルミネーション | ⑪ 定期市（朝市等）  |               |
| ⑫ チャリティー・バザー    | ⑬ フリーマーケット |             |               |
| ⑭ 地域との共同イベント（   |            |             | ）             |
| ⑮ 他商店街との共同イベント（ |            |             | ）             |
| ⑯ その他（          |            | ）           | ⑰ いずれも実施していない |

※問4は、問3で「①～⑯」と回答した方におうかがいします。

（問3で「⑰いずれも実施していない」と回答した方は、問5へお進みください。）

問4 実施したイベント等で、集客やその後の商店街の活性化などに効果があったと実感したものはどのようなものですか。効果を実感したイベントがある場合、その効果の内容も合わせてご記入ください。 【〇はいくつでも】

- |                 |            |             |                |
|-----------------|------------|-------------|----------------|
| ① 春の売出し         | ② 春まつり     | ③ 夏の（中元）売出し | ④ 夏まつり（盆踊り）    |
| ⑤ 秋の売出し         | ⑥ 秋まつり     | ⑦ 歳末売出し     | ⑧ 新春売出し        |
| ⑨ 冬まつり（もちつき等）   | ⑩ イルミネーション | ⑪ 定期市（朝市等）  |                |
| ⑫ チャリティー・バザー    | ⑬ フリーマーケット |             |                |
| ⑭ 地域との共同イベント（   |            |             | ）              |
| ⑮ 他商店街との共同イベント（ |            |             | ）              |
| ⑯ その他（          |            | ）           | ⑰ 効果を実感したものはない |

集客や商店街の活性化など、イベント等実施後に実感した効果の内容

問5 商店街の情報発信等の状況についてお答えください。 【それぞれ〇は1つ】

- |                                     |   |          |          |            |
|-------------------------------------|---|----------|----------|------------|
| 1. 折込チラシの配布                         | → | ① 取り組み済み | ② 取り組む予定 | ③ 取り組む予定なし |
| 2. ポスターの掲示                          | → | ① 取り組み済み | ② 取り組む予定 | ③ 取り組む予定なし |
| 3. ダイレクトメールの配信                      | → | ① 取り組み済み | ② 取り組む予定 | ③ 取り組む予定なし |
| 4. ホームページによる発信                      | → | ① 取り組み済み | ② 取り組む予定 | ③ 取り組む予定なし |
| 5. 携帯サイトの開設                         | → | ① 取り組み済み | ② 取り組む予定 | ③ 取り組む予定なし |
| 6. ツイッターやフェイスブック等 <sup>※4</sup> の実施 | → | ① 取り組み済み | ② 取り組む予定 | ③ 取り組む予定なし |

※4 「ツイッターやフェイスブック等」：SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）と呼ばれるもので、ウェブ上で様々な情報を公開し、人と人とのつながりをサポートするものです。個人のほか、多くの組織や団体等でも情報発信の媒体として利用しています。

問6 商店街で行っている防犯・防災対策の状況についてお答えください。行っている場合、その内容も合わせてご記入ください。 【0は1つ】

① 行っている → その内容	〔 〕
② 行っていない	

問7 商店街で行っている高齢者対策の状況についてお答えください。行っている場合、その内容も合わせてご記入ください。 【0は1つ】

① 行っている → その内容	〔 〕
② 行っていない	

問8 商店街と地域住民・団体等とで、協力して行っている事業などの状況についてお答えください。協力して行っている事業などがある場合、その内容も合わせてご記入ください。 【0は1つ】

① 協力して行っている事業がある → その内容	〔 〕
② 協力して行っている事業はない	

問9 他の商店街と協力して行っている事業などの状況についてお答えください。協力して行っている事業などがある場合、その内容も合わせてご記入ください。 【0は1つ】

① 協力して行っている事業がある → その内容	〔 〕
② 協力して行っている事業はない	

問10 商店街及び周辺において、以下のような「地域資源」はありますか。 【思い当たるものがあれば具体的に記入】

「地域の特産物として相当程度認識されている農林水産物又は鉱工業品」、「地域の特産物である鉱工業品の生産に係る技術」、「文化財、自然の風景地、温泉その他の地域の観光資源として相当程度認識されているもの」など
--

問 11 商店街及び周辺において、以下のような「経営資源」はありますか。

【思い当たるものがあれば具体的に記入】

ヒト（若者、女性、リーダーなどの人材等）、モノ（街路灯や事務所などの設備等）、カネ（会費などの収入・資金等）などの「有形資源」、情報、知識、ブランド、信用、イメージなどの「無形資源」

### Ⅲ 商店街の概況について

問 12 加盟会員店舗数は、概ね 10 年前と比較してどのような状況ですか。【0は1つ】

- ① 増加した                      ② 変わらない                      ③ 減少した

問 13 商店街全体の景況は、概ね 10 年前と比較してどのような状況ですか。【0は1つ】

- ① 繁栄している                      ② ある程度繁栄している                      ③ 停滞している  
④ やや衰退している                      ⑤ 非常に衰退している

問 14 加盟会員店舗の平均的な経営動向は、概ね 10 年前と比較してどのような状況ですか。

【それぞれ0は1つ】

1. 客 数 → ① 増加した（ %減）                      ② 変化なし                      ③ 減少した（ %減）  
2. 客単価 → ① 増加した（ %減）                      ② 変化なし                      ③ 減少した（ %減）  
3. 売上高 → ① 増加した（ %減）                      ② 変化なし                      ③ 減少した（ %減）

問 15 商店街全般について、当面の問題点として度合いの大きいものはどちらですか。上位3つについて、下の表に対策の内容と合わせてご記入ください。

- ① 客数の減少    ② 大型店の影響    ③ コンビニエンスストアの影響    ④ 同業者との競合  
⑤ 売上の不振    ⑥ 駐車場の不足    ⑦ 自転車駐車場の不足    ⑧ 店舗の老朽化  
⑨ 後継者の不足    ⑩ その他（その他を選択の場合、その内容も下記にご記入ください）

	問題点(上記選択肢の番号を1つ記入)	対策の内容
1位		
2位		
3位		



#### Ⅳ 来街者の概況について

問 16 商店街に訪れている来街者は、どちらの性別の方が中心となっていますか。

【〇は1つ】

- |      |      |
|------|------|
| ① 男性 | ② 女性 |
|------|------|

問 17 商店街に訪れている来街者は、どのような年齢層が中心となっていますか。

【〇は1つ】

- |         |        |        |         |
|---------|--------|--------|---------|
| ① 20歳未満 | ② 20歳代 | ③ 30歳代 | ④ 40歳代  |
| ⑤ 50歳代  | ⑥ 60歳代 | ⑦ 70歳代 | ⑧ 80歳以上 |

問 18 商店街に訪れている来街者は、どのような職種と思われる方が中心となっていますか。

【〇は1つ】

- |            |       |             |
|------------|-------|-------------|
| ① 会社員      | ② 自営業 | ③ パート・アルバイト |
| ④ 専業主婦（主夫） | ⑤ 学生  | ⑥ その他（ ）    |

問 19 商店街に訪れている来街者は、平均どのくらいの頻度で訪れていると思われますか。

【〇は1つ】

- |          |             |          |
|----------|-------------|----------|
| ① ほぼ毎日   | ② 週に3～5回    | ③ 週に1～2回 |
| ④ 月に1～2回 | ⑤ ほとんど利用しない | ⑥ その他    |

問 20 商店街に訪れている来街者は、平日と土日祝日で来店者数や客層に違いが感じられますか。違いが感じられる場合、どのように違うかその内容をご記入ください。

【〇は1つ】

- |                            |
|----------------------------|
| ① 来店者数・客層はほぼ変わらない          |
| ② 来店者数・客層に違いが感じられる → 違い（ ） |

問 21 商店街に訪れている来街者は、主にどのような目的で利用していると思われますか。

【〇はいくつでも】

- |                   |                          |         |
|-------------------|--------------------------|---------|
| ① 買い物（食料品）        | ② 買い物（食料品以外）             | ③ 食事・喫茶 |
| ④ 銀行・郵便局等         | ⑤ 医療機関の利用（見舞いも含む）        |         |
| ⑥ 飲酒店の利用（居酒屋・バー等） | ⑦ 娯楽施設の利用（ゲームセンター・カラオケ等） |         |
| ⑧ 理美容             | ⑨ その他（ ）                 |         |



問 27 既存の商店街振興プランで掲げる「商店街・市民との協働体制の推進」について、  
今後も必要であると思われる施策はありますか。 【〇はいくつでも】

- |                       |                   |
|-----------------------|-------------------|
| ① 商人塾の開催              | ② 女性ビジネス塾の開催      |
| ③ 協働体制づくりのためのアドバイザー派遣 | ④ 地域商店街振興プランの策定支援 |
| ⑤ 交流機会の拡大             | ⑥ インターンシップ事業の拡大   |
| ⑦ わからない               |                   |

問 28 既存の商店街振興プランで掲げる「市民・顧客のニーズに応える商店街づくりの推進」について、今後も必要であると思われる施策はありますか。 【〇はいくつでも】

- |                      |                       |
|----------------------|-----------------------|
| ① 地域資源マップの作成支援       | ② 地域の人々の参加による商店街評価の導入 |
| ③ 一店逸品など、個店の魅力づくりの支援 | ④ 経営相談・指導体制の充実        |
| ⑤ 地元農業との連携           | ⑥ わからない               |

問 29 既存の商店街振興プランで掲げる「地域を元気にするコミュニティ・イベントの推進」について、今後も必要であると思われる施策はありますか。【〇はいくつでも】

- |                    |                     |
|--------------------|---------------------|
| ① 市民ボランティアの育成      | ② イベントアドバイザーの派遣     |
| ③ 魅力的な商工まつり        | ④ 市全域の商業・商店街の活性化の推進 |
| ⑤ 商店街生活サポートスクールの開催 | ⑥ 地域通貨制度の検討         |
| ⑦ わからない            |                     |

問 30 既存の商店街振興プランで掲げる「安心して快適に暮らせる環境づくりの推進」に  
ついて、今後も必要であると思われる施策はありますか。 【〇はいくつでも】

- |                         |                    |
|-------------------------|--------------------|
| ① 安心、安全な商店街づくり、まちづくりの支援 | ② 商店街の環境整備事業の推進    |
| ③ 駐車場・自転車駐車場対策の検討       | ④ 環境にやさしい商店街づくりの支援 |
| ⑤ わからない                 |                    |

問 31 既存の商店街振興プランで掲げる「新たなビジネスチャンスを創造する体制づくりの推進」について、今後も必要であると思われる施策はありますか。【〇はいくつでも】

- |                      |              |               |
|----------------------|--------------|---------------|
| ① 「たまごネット」を活用した情報の発信 | ② メールマガジンの配信 |               |
| ③ 情報化の推進             | ④ 空き店舗の活用    | ⑤ 生活サポート事業の推進 |
| ⑥ コミュニティ・ビジネスの奨励     | ⑦ わからない      |               |

**Ⅶ 今後の活動や期待について**

問 32 商店街として、今後新たに導入が見込まれる（導入済みは除く）取組やサービスはどのようなものですか。 **【〇はいくつでも】**

- |             |              |                 |
|-------------|--------------|-----------------|
| ① 営業時間の延長   | ② ポイントカードの導入 | ③ 地域通貨の導入       |
| ④ サービス券の発行  | ⑤ イベントの開催    | ⑥ 共同売り出しセールスの開催 |
| ⑦ 営業日の統一    | ⑧ 朝市や夕市の開催   | ⑨ 商店街ならではの商品の販売 |
| ⑩ 宅配サービスの充実 | ⑪ チラシの配布     | ⑫ その他（ ）        |

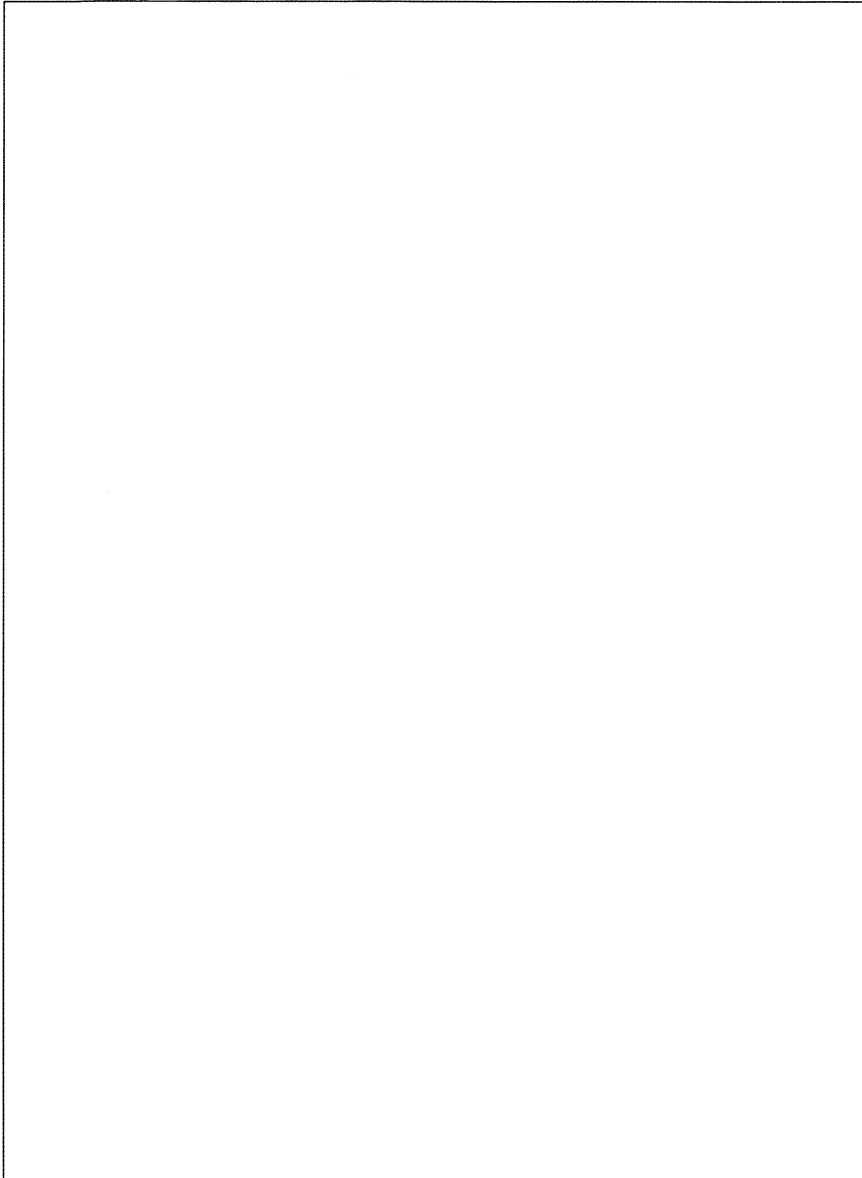
問 33 商店街に充実・新設が必要と思われるのは何でしょうか。その理由も合わせてご記入ください。 **【〇はいくつでも】**

- |                |           |
|----------------|-----------|
| ① トイレ          | → その理由（ ） |
| ② 駐車場          | → その理由（ ） |
| ③ 自転車駐車場       | → その理由（ ） |
| ④ 休憩所          | → その理由（ ） |
| ⑤ 市の物産を集めた土産物店 | → その理由（ ） |
| ⑥ イベント広場       | → その理由（ ） |
| ⑦ 商店街マップ       | → その理由（ ） |
| ⑧ バリアフリー対応設備   | → その理由（ ） |
| ⑨ モニュメント       | → その理由（ ） |
| ⑩ 案内板          | → その理由（ ） |
| ⑪ 統一看板         | → その理由（ ） |
| ⑫ その他（ ）       | → その理由（ ） |

問 34 今後、商店街の魅力づくりに向け、取り組んでいけそうなものはどちらですか。上位3つについてお選びください。 **【〇は3つまで】**

- |   |
|---|
| ① 地域の資源について、地域の住民やお客様の関心を喚起する題材（魅力）を発見する。 |
| ② 大型店などには無い接客やサービスなど、お客様ニーズをきめ細かく把握する。    |
| ③ お客様の来店・来街理由を調査し、個店や商店街の良さを診断する。         |
| ④ お客様を含めて意見交換を行い、商品力や接客サービスなど、個店の弱みを発見する。 |
| ⑤ お客様が商店街に来ることが楽しくなるような、魅力的な商品やサービスを提供する。 |
| ⑥ お客様にそこでしか買えない商品（一店逸品）を提供する。             |
| ⑦ 個店間のネットワーク、商店街同士のネットワークづくりを行う。          |
| ⑧ 地域の住民やNPO・ボランティア、企業、大学、行政などとの協力を強化する。   |
| ⑨ 非常時に地域住民や生活弱者を支えるため、バリアフリー化などを行う。       |

問 35 商店街振興プランの改訂にあたり、ご意見・ご要望がありましたら、自由にご記入  
ください。



～これでアンケートは終了です。ご回答頂きありがとうございます～

## 2 策定経過

### (1) 府中市商店街振興プラン検討協議会の開催の状況

回数	開催日	内容
第1回	平成25年5月31日	○プランの趣旨について ○プラン検討の進め方等について ○消費者アンケート調査の報告
第2回	平成25年6月24日	○現状の施策の状況について ○府中市商店会アンケート調査について ○現況と課題について
第3回	平成25年7月23日	○プランの目次構成について ○目標・活性化の方向性について ○商店街アンケート結果（速報）について
第4回	平成25年8月28日	○商店街アンケート調査結果について ○目標・活性化の方向性、具体的な施策について ○商店街のタイプ分けについて
第5回	平成25年9月25日	○府中市商店街振興プラン（素案）について ・第3章～第5章について ・その他プラン全体の流れ（目次構成）について
第6回	平成25年10月29日	○府中市商店街振興プラン（素案）について ・第1章、第2章の確認 ・第3章～第6章について ・その他プラン全体の流れ（目次構成）について
第7回	平成25年11月8日	○府中市商店街振興プラン（素案）について ・プラン全体の流れ・修正箇所の確認について ・その他最終の確認

### (2) 市民参加の経過

#### ①協議会への市民参加

協議会は外部に公開（傍聴可）としている。協議会の会議録（要旨）は市政情報公開室と中央・白糸台・西府図書館、市ホームページで公開している。

#### ②プラン（案）に対する市民の意見・提案募集

プラン（案）ができた段階で、経済観光課、各文化センター、市政情報センター、中央図書館、ホームページでの公開によるパブリック・コメント手続を実施し、意見・提案を募集している。

### 3 府中市商店街振興プラン検討協議会委員名簿

◎会長、○副会長（50音順・敬称略）

#### 学識経験者

- 金 順 玉            中小企業診断士
- ◎高 島 利 尚        中小企業診断士

#### むさし府中商工会議所の推薦

- 大 堀 隆 康        晴見町商店街振興組合
- 野 口 英一郎       番場和光会

#### 府中市商店街連合会の推薦

- 大 西 雅 子        府中駅東口商店会
- 川 口 宣 男        車返団地商店会
- 高 野 均            中河原駅前南大通り商店会

#### 公募市民

- 今 田 誠 司

#### 4 府中市商店街の活性化に関する条例

##### 府中市商店街の活性化に関する条例

平成17年12月26日

条例第43号

(目的)

第1条 この条例は、商店街が地域経済及びまちづくりに果たす役割の重要性にかんがみ、商店街の活性化に関し必要な事項を定めることにより、商店街の基盤の強化及びその健全な発展の促進を図り、もって活力ある地域社会の実現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) 商店街 小売商業等が集積している地域をいう。
- (2) 事業者 商店街において事業を営む者をいう。
- (3) 商店会 商店街振興組合法（昭和37年法律第141号）に規定する商店街振興組合、中小企業等協同組合法（昭和24年法律第181号）に規定する事業協同組合その他の小売商業者等の団体をいう。



(事業者の責務)

第3条 事業者は、商店街の活性化のため、商店会に加入し、相互に協力するよう努めなければならない。

- 2 事業者は、商店会が実施する商店街の活性化のための取組に  
応分の負担と協力をするよう努めなければならない。

(商店会の責務)

第4条 商店会は、安全かつ安心で快適な環境を創出し、にぎわいと魅力のある商店街の形成に努めなければならない。

- 2 商店会は、商店街の活性化のため、地域の諸団体、市民及び市と連携して、商店街における課題に主体的に取り組むよう努めなければならない。

- 3 商店会は、前2項に関する取組を推進するため、事業者の加入を促進し、その組織の強化に努めなければならない。

(市の責務)

第5条 市は、事業者及び商店会の自主的な取組に配慮しつつ、次に掲げる商店街の活性化のための施策を実施するものとする。

- (1) 情報の収集及び提供
- (2) 経営の相談及び指導

- (3) 人材の育成
- (4) 融資のあっ旋
- (5) 助成金の交付
- (6) 前各号に掲げるもののほか、市長が必要と認める施策

2 市は、事業者、商店会、地域の諸団体及び市民の連携を推進するものとする。

(市民の協力)

第6条 市民は、商店街の活性化が生活の向上と活力ある地域社会の実現に寄与することを理解し、その取組に協力するよう努めるものとする。

(委任)

第7条 この条例の施行について必要な事項は、市長が定める。

付 則

この条例は、公布の日から施行する。

# 府中市商店街振興プラン

平成26年3月発行

発行 府中市生活環境部経済観光課  
府中市宮西町2丁目24番地  
電話 042(335)4142





① ほつとするね 標の府中

府中市

