

## 次期府中市商店街振興プランの施策体系と指標

## 1 個店の個性や特徴を発揮できる支援の充実

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発揮して行う商品・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

事業名	内容	実施主体	継続性評価	指標
逸品開発支援事業 (1-1-1)	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。	市	【一部見直して継続】 現行プラン掲載の「特産品等開発支援事業」は、地元の農産品などの地域資源を活用した商品づくりが行われてきたが、施策を活用する事業者は、ある程度決まった同様の事業者になる傾向があり、また、施策を活用し開発されたものが、継続的に販売されることや、市内の他事業者に波及していくことが、それほど見られない状況である。 また、「府中市の特産品となる」商品の開発・販促となると、ハードルが高く、観光資源の要素も含まれるため、産業振興分野としては、「個店ならではの」商品の開発・販促とすることで、活用しやすい事業に見直し、継続することを検討する必要がある。	現状値 12件(H26～R2) (開発7件、販促5件) 目標値 R11までに16件
TOKYO 地域資源等活用推進事業 (1-1-2)	東京には、地域色あふれた魅力的な「地域資源」が様々存在しています。その「地域資源」を活かして、新製品・新サービスの開発及び改良に取組む都内中小企業者等を支援することにより、地域経済の活性化を図ることを目的としています。 府中市の指定地域産業資源： 東京地酒（清酒） 電気機器	東京都	【別事業に移行して継続】 現行プラン掲載の「中小企業地域資源活用プログラム」は、国の事業であり、本市単体の実績を把握することができないため、評価不可だが、同事業は、令和2年10月に、根拠法である「地域資源活用促進法」が廃止となり終了した。 東京都で並行して行われていた「TOKYO 地域資源等活用推進事業」は継続しており、同様の地域資源が指定されているため、そちらへ移行し、引き続き事業の周知・PRに努める。	現状値 - 目標値 R11まで事業の周知を継続する
農工商等連携促進法等による支援 (1-1-3)	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。	国	【継続】 国の事業であり、本市単体の実績を把握することができないため、評価不可だが、引き続き事業の周知・PRに努める。	現状値 - 目標値 R11まで事業の周知を継続する
逸品合同 PR 支援事業 (1-1-4)	逸品開発支援事業で採択された逸品を始め、他にも、市内各地の個店から逸品を募り、その商品をイベント等の場で、合同でPRするとともに、その生産元・販売元となっている個店の周知を図ります。	会議所・市		現状値 - 目標値 R11までに毎年実施

( 2 ) 販路開拓支援の実施

事業名	内容	実施主体	継続性評価	指標
JAPAN ブラ ンド育成支援 事業 (1-2-1)	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。	国	【継続】 国の事業であり、本市単体の実績を把握することができないため、評価不可だが、引き続き事業の周知・PRに努める。	現状値 - 目標値 R11 まで事業の周知を継続する
逸品開発支援 事業 【再掲】 (1-2-2)	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。	市	【一部見直して継続】 逸品開発支援事業(1-1-1)と同様	現状値 12 件 (H26 ~ R2) (開発 7 件、販促 5 件) 目標値 R11 までに 16 件
販路開拓コー ディネート事 業 (1-2-3)	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。	中小企業基盤 整備機構	【継続】 国の事業であり、本市単体の実績を把握することができないため、評価不可だが、引き続き事業の周知・PRに努める。	現状値 - 目標値 R11 まで事業の周知を継続する
小売店舗と個 店との連携事 業 (1-2-4)	市内各地の個店の商品を小売店舗で展示・販売し、双方の利益につながる仕組みを検討するため、モデルケースとなる小売店舗と個店を募り、実現に向けて支援します。	会議所		現状値 - 目標値 R11 までにモデルケースを 4 件
小規模事業者 販路開拓等支 援事業 (1-2-5)	持続的な経営に向けた経営計画に基づく、小規模事業者等の販路開拓等の取組を支援するための経費の一部を補助し、地域の原動力となる小規模事業者等の活性化を図ります。	会議所		現状値 R2、111 件 目標値 R11 までに毎年 300 件実施

## 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

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

事業名	内容	実施主体	継続性評価	指標
商工まつり (2-1-1)	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。	会議所	【一部見直して継続】 例年、延べ20万人以上の来場者があり、市内商工業のPRの場として寄与しているため継続する。 しかし、市内の各商店街の取組を周知・PRする仕組みが効果的に実施されているようには見られないため、今後は各商店街の集客につなげられるよう取り組む必要がある。	現状値 商店会として、ちびっこ広場に出店実績あり チラシ配布によるPR等を行った 目標値 ・毎年延来場者数20万人以上 ・各商店街の取組をPRする企画を毎年1件以上実施する
地域活性化統一事業 (2-1-2)	商店街連合会を中心に、個店や商店街、会議所が連携して、市内全域の商業を活性化するために行う、イベント事業や商店街共通商品券を含め支援するとともに、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。	府中市商店街連合会	【一部見直して継続】 現行プラン掲載の「府中大商業祭」は、各商店街が抽選会を行い、例年約2,000枚前後の景品販売数があり、一定の集客につながっているため、継続する。 しかし、商店街統一で抽選会を行い、コンサートチケットを景品とする方法以外に、各商店街を回遊する方法や、他団体と連携するなど、商店街のPRにつながる方法に見直し取り組む必要がある。	現状値 R1、40商店会 目標値 R11までに46商店会の参加
商店街イベント事業 (2-1-3)	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。	東京都・市	【一部見直して継続】 市内48商店会の半数以上が活発に実施いただいている事業ではあるが、前年度同様のイベントを実施している商店会が多い。また、東京都の補助金も活用しながら事業実施しているため、申請様式やスキームも複雑であり、商店会に大きな負担を強いている。 各商店会への手続きに対する負担を減らしつつ、個店の売上増や継続的な商店街のにぎわいにつながる、新規性のあるイベント事業を促していくことが必要と考える。	現状値 R1、44事業(28商店会) 目標値 R11までに350事業
商店街活性化事業 (2-1-4)	事業者だけではなく、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。	東京都・市	【一部見直して継続】 実施件数が少なく、街路灯等の修繕・撤去やホームページ・商店街マップの作成などの申請が多く、新規性を有するものが少ない。積極的な商店街活性化のための事業を申請する商店街が少なく、商店街の負担も考慮したうえで、活性化につながる新規的な事業を促していくことが必要と考える。	現状値 R1、3事業(3商店会) 目標値 R11までに30件

商店街 PR 活動支援専門員派遣 (2-1-5)	商店街を PR するための活動 (ICT や SNS の活用を含む) やイベントの企画立案、集客、または、補助金申請事務などの代行も含めた支援をする専門員を派遣します。 また、実施した取組に対する効果検証を含め、長期的に寄り添って支援を行います。	市・会議所		現状値 - 目標値 R11 までにモデル商店街を 5 件
-----------------------------	--	-------	--	---------------------------------------

## (2) 再訪意欲を高めるサービスの提供支援

事業名	内容	実施主体	継続性評価	指標
地域通貨制度 (2-2-1)	ボランティアや健康づくりをポイントにして商店街で使えるようにすることで、商店街への来訪を促し、消費を喚起するための地域通貨制度の導入について、会議所と連携して調査・研究を行います。	市・会議所・ 府中市商店街 連合会	【見直して継続】 商連役員による調査・視察を行い、どのように活用できるか検討を行ったが、実施に至っていない。 他自治体でも導入事例はあるが、本市と同様な状況での成功事例が少なく、関係機関との調整も複雑なため、市も主体的に関わり、調査・研究を進める。	現状値 - 目標値 R11 までに地域通貨制度を開始する
まちゼミ (2-2-2)	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) の支援をします。	市・まちづくり 府中・会議 所・商店街	【継続】 参加者からは、多くの好評をいただいている一方で、参加人数の上限があるため参加できなかった等の声もある。このため、多くの方が参加できるよう実施内容を見直す必要がある。	現状値 まちづくり府中が実施主体 R1、1 回 (23 店舗 (28 講座))、430 人 R2、1 回 (11 店舗 (12 講座))、96 人 (オンラインのみ) 目標値 R11 までに 8 回以上開催、参加者数は 4,000 人以上
100 円商店街 (2-2-3)	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 (店舗の軒先に 100 円等で買える商品を並べることにより、集客を図り、お客を店内に誘引するイベント。100 円等で買える商品は収益の主力ではなく、あくまでも集客のための呼び水として利用し、最終的には店内にある通常の商品の購入を促すことを目的としている。) の支援について、検討を行います。	会議所・商店 街・まちづくり 府中	【見直して継続】 「大型 100 円ショップと同等のことができず、商店会としては価格競争で勝てない」との認識が広がっていると思われるが、100 円という値段に拘らず、目玉となる商品の統一価格設定を行い、事業の説明をしっかりと行ったうえで、まちゼミや (街) パル活動と同様に期間を定めたイベントとしてモデル事業を実施することで普及を図る。	現状値 - 目標値 R11 までに 5 商店街で実施する
(街) パル活動 (2-2-4)	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) パル」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) を支援します。	市・会議所・ まちづくり府 中・商店街	【継続】 まちづくり府中が府中駅周辺の店舗を中心に実施した (街) パル活動は、参加店舗及び参加者から、多くの好評をいただいたことから、商店街への集客や個店を知るきっかけづくりとしては、一定の効果があつたものと捉えている。今後は中心市街地以外の商店街に広げていく必要がある。	現状値 まちづくり府中に委託 R2、28 店舗参加、1,565 枚チケット利用 目標値 R11 までに毎年 30 店舗参加、 2,000 枚チケット利用

### 3 持続可能な商店街づくり

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、新規参入障壁の低減、新規参入業種の検討、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

事業名	内容	実施主体	継続性評価	指標
商店街を担うリーダーの育成支援 (3-1-1)	東京都が実施する「若手商人育成事業」において、商店街の将来を担う人材の育成支援を行っており、東京都と連携して周知・PRを図ります。	東京都・市		現状値 - 目標値 R11 まで事業の周知を継続する

#### (2) 個店経営・商店会運営の改善促進

事業名	内容	実施主体	継続性評価	指標
経営改善事業 (3-2-1)	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。	会議所	【継続】 例年、巡回指導や窓口指導、講習会等を実施し、経営支援を行っているが、年間事業計画数には達していない。 新型コロナウイルスの影響を始め、様々な経営課題があり、個店の経営だけでなく、商店街の運営にも必要不可欠となる支援のため、計画数を見直しつつ、重点的に支援する必要がある。	現状値 直近年間件数が巡回指導 1,300 件、窓口指導 800 件。 目標値 R11 までに巡回指導 12,000 件、窓口指導 6,500 件
経営情報提供事業 (3-2-2)	会議所に集積された各種経営情報等を店主等に対して、電子メールなどにより情報提供を行います。	会議所	【継続】 ホームページの活用やメールマガジン、会議所ニュース等を発行することで逐一情報提供を行っており、事業所等から好感の声をいただいている。	現状値 - 目標値 R11 までに事業が円滑に進むよう支援する
パソコン教育サポート事業 (3-2-3)	市内の商工業に携わる経営者や従業者を対象に、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支援をします。	会議所	【継続】 ZOOM やプログラミング等の時代に沿った新規講座を行うことで、今後もさらに受講者数の増加を目指していると聞いている。新しい生活様式に合わせ、新たな販売形態にもつながると思われるので、今後も継続するべきである。	現状値 R1、約 8,000 コマ開催 目標値 R11 までに毎年 8,000 コマ開催
商店街合併支援事業 (3-2-4)	商店街の維持・存続・発展に向けて、より一層盤石な組織体制を確立するために、希望する商店街を募り、合併を支援します。	市・会議所・ 府中市商店街 連合会		現状値 - 目標値 R11 までに合併実績を 4 件

( 3 ) 商店街の活性化に向けた参入支援

事業名	内容	実施主体	継続性評価	指標
創業支援事業 (3-3-1)	会議所が、市内への創業を考えている人に対して、創業の方法や進め方等を具体的に講義する創業塾やセミナー等(特定創業支援等事業を含む)を開催し、創業の成功を図る取組を支援します。	会議所・市	【継続】 専門家と連携し、創業セミナーや創業塾、出店体験等を実施した。 商店街に新規出店する事業者の支援として継続していく必要がある。	現状値 創業支援事業に参加し、創業した件数 R1、23 件 目標値 R11 までに 200 件
中小企業事業 資金融資あっ 旋制度(創業 資金) (3-3-2)	新たに市内で創業を行う人に向けた、創業資金の融資をあっ旋します。	市	【継続】 現行プラン掲載の「中小企業開業資金融資のあっせん」は、「中小企業事業資金融資あっ旋」の創業資金として変更され、これから創業をする方、創業後間もない方に向けた創業資金の支援を引き続き行っていく必要がある。	現状値 R1、申込 26 件、実行 19 件 目標値 R11 までに 160 件
商店会加入促 進事業 (3-3-3)	新たに開業する事業者などに対して商店会への加入を促すため、各種経営セミナーやイベント等の情報提供をするなど、商店街に加入することのメリットを周知することにより、商店街への加入を促進します。	府中市商店街 連合会・会議 所・商店街		現状値 48 商店会の加盟店舗合計数 1,436 店舗 目標値 R11 までに加盟店舗合計数 1,500 店舗

( 4 ) 空き店舗の活用

事業名	内容	実施主体	継続性評価	指標
商店街活性化 事業 【再掲】 (3-4-1)	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。	東京都・市	【一部見直して継続】 商店街活性化事業(2-1-4)と同様	現状値 R1、3 事業(3 商店会) 目標値 R11 までに 30 件
TOKYO 商店 街空き店舗ナ ビ (3-4-2)	市内での開業や事業展開に伴う出店を検討している事業者に対して、「TOKYO 商店街空き店舗ナビ」(運営主体：東京都商店街振興組合連合会)を案内し、市内の空き店舗の周知を図ります。	東京都・会議 所		現状値 - 目標値 R11 まで事業の周知を継続する
空き店舗活用 事業 (3-4-3)	空き店舗の活用を考えている所有者を支援するとともに、新たな店舗やチャレンジショップ、コミュニティの拠点として、空き店舗の在り方や活用後の家賃補助などの支援策を検討します。	市・会議所		現状値 - 目標値 R11 までに活用件数 10 件
地域の居場所 づくり改修費 補助事業 (3-4-4)	商店街の空き店舗や空き施設等を地域の居場所づくりの空間として活用する場合に、必要となる経費の一部を補助することを検討します。	市・会議所		現状値 - 目標値 R11 までに 10 件

## 4 地域に応援される商店街づくり

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

事業名	内容	実施主体	継続性評価	指標
商店街活性化事業 【再掲】 (4-1-1)	事業者だけではなく、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。	東京都・市	【一部見直して継続】 商店街活性化事業(2-1-4)と同様	現状値 R1、3事業(3商店会) 目標値 R11までに30件
商店街の活性化に向けた市民参画事業 (4-1-2)	地域住民に愛される商店街づくりに向けて、市民参加型のワークショップなどでの意見交換の場を設け、消費者や地域団体などの市民参画を促す仕組みづくりを行います。	市・府中市商店街連合会・会議所	【一部見直して継続】 現行プラン掲載の「ワークショップ開催事業」は、むさし府中商工会議所を中心に、平成27年度に商店会と消費者へ意識調査を行ったが、今後は、商店会側と消費者側や地域団体等との意見交換等をする機会を設け、消費者ニーズの把握やネットワーク構築のために生かしていく必要がある。	現状値 - 目標値 R11までに毎年1回実施する
商店街活動強化支援事業 (4-1-3)	商店街が行う活動において、商店街どうしや連合会、会議所が持つ既存のネットワークを活かした情報の交換や共有などにより、商店街の活動が強化されるよう支援します。	府中市商店街連合会・会議所	【一部見直して継続】 現行プラン掲載の「連合会活動の強化」は、個別の商店街が様々な課題を抱えている現状をふまえて、支援対象を変え、個別の商店街の活動を支援する必要がある。	現状値 - 目標値 R11までに事業が円滑に進むよう支援する

### (2) 商店街との連携による地域課題の解決の推進

事業名	内容	実施主体	継続性評価	指標
職場体験学習 (4-2-1)	全市立中学校で行われている職場体験は、社会の実践経験の場の提供と共に、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。	教育委員会 (市立中学校) ・商店街・府中市商店街連合会	【継続】 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、継続する。 今後は中学生に限らず、幅広い年代の受入れを検討する必要がある。	現状値 R1、全市立中学校(11校) 338事業所の体験先 目標値 R11までに毎年全市立中学校(11校)で実施
市民マイバッグ持参運動 (4-2-2)	不要なレジ袋を削減することで、商店街内でのごみの発生を減少させ、環境負荷の低減に取り組む商店街をPRします。	市(ごみ減量推進課)	【継続】 調査対象のいずれのスーパーでも、レジ袋有料化に伴い、マイバッグ持参者は増え、一定の効果が見られたので、引き続き周知・PRを行う。	現状値 - 目標値 R11まで事業の周知を継続する

省エネ診断事業 (4-2-3)	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。	東京都地球温暖化防止活動推進センター	【継続】 国の事業であり、本市単体の実績を把握することができないため、評価不可だが、引き続き事業の周知・PRに努める。	現状値 - 目標値 R11 まで事業の周知を継続する
3R 推進事業 (4-2-4)	簡易梱包、食品ロス削減、使用済製品等の回収など、環境負荷の低減に取り組む個店や商店街を支援します。	市・府中市商店街連合会・会議所	【一部見直して継続】 現行プラン掲載の「リサイクル市開催支援事業」は、リサイクルボックスを個店に置く相談はあったが、リサイクル市を商店街が行い、支援が必要だというニーズはなかった。 今後は、リサイクルだけではなく、3R(リデュース・リユース・リサイクル)を各商店街ができる範囲で行い、環境負荷の低減に取り組む商店街をPRしていけるようにする必要がある。	現状値 - 目標値 R11 までに取組事例を5件紹介する
地域の居場所づくり改修費補助事業 【再掲】 (4-2-5)	商店街の空き店舗や空き施設等を地域の居場所づくりの空間として活用する場合に、必要となる経費の一部を補助することを検討します。	市、会議所		現状値 - 目標値 R11 までに10件
見守り支援事業 (4-2-6)	市がすでに実施している高齢者や子どもの見守りに関する事業に取り組む商店街などを支援します。	市、会議所、商店街		現状値 - 目標値 R11 までに事業の周知を継続する

## 5 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

事業名	内容	実施主体	継続性評価	指標
販売形態多様化支援事業 (5-1-1)	日常の買い物に困っている市民を支援するため、移動販売や宅配サービス、ECサイト活用などを実施する商店会や事業者を支援するよう、効果的な手法を関連課も含めて協議・検討します。	市		現状値 - 目標値 R11 までに販売形態多様化支援事業を開始する
外国人向け多言語対応等支援事業 (5-1-2)	訪日外国人及び在留外国人が商店街に訪れ、安心して買い物ができるように、店内の表示やメニュー等の多言語対応や、やさしい日本語の活用を促します。	市・府中市商店街連合会・会議所		現状値 - 目標値 R11 まで事業の周知を継続する

ユニバーサルデザイン啓発事業 (5-1-3)	ユニバーサルデザインとは、年齢、性別、国籍、個人の能力にかかわらず、できるだけ多くの人々が利用可能なように利用者本位の考え方に立って快適な環境をデザインすることです。市内商店街にユニバーサルデザインの意識を啓発する取組を実施します。	市・府中市商店街連合会・会議所		現状値 - 目標値 R11 まで事業の周知を継続する
---------------------------	--	-----------------	--	-------------------------------------

(2) 消費促進に向けた ICT 環境の充実

事業名	内容	実施主体	継続性評価	指標
ホームページ「たまごネット」の活用 (5-2-1)	会議所が運営するホームページ「たまごネット」において、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情報掲載のほか、インターネットショッピング機能追加の検討や、SNS を活用した情報発信等の支援を行います。 また、会議所は、同ホームページの商店街の紹介ページについて、更新頻度の促進に努めます。	会議所・商店街・店主	【一部見直して継続】 トップページのアクセスは一日あたり約 2,000 ビューになり、新着情報の掲載やブログの利用が増え、閲覧数が増加している。しかし、各商店街の紹介ページについては、商店街毎に更新頻度が異なり、「たまごネット」の全体の情報は、事業者向けの情報が多くみられる状況である。一般消費者がこのホームページを閲覧し、商店街に来街したいと思える目的を達成するためには、更新頻度の増加や消費者向けの情報提供などを改めて検討する必要がある。	現状値 2,000pv/日 目標値 ・ R11 までに 2,000pv/日を維持する ・ 商店街の紹介ページにおいて各商店会イベントの情報等を都度更新する（イベントが無い期間でも月 1 回は更新する）
IT 情報ツール等の活用 (5-2-2)	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のアプリの開発など、IT 情報ツール等の活用を支援します。	会議所	【継続】 IT を活用した情報発信を行う商店街もあり、ニーズは今後増加すると思われる。むさし府中商工会議所にて、今後は新たにアプリ開発やツール等が浸透できるような情報提供や周知を行う必要がある。	現状値 - 目標値 R11 までに情報提供や周知を行うツールを活用する商店街を 10 件にする
ICT 活用支援相談窓口の設置 (5-2-3)	SNS を活用した情報発信、キャッシュレス決済の導入など、各個店が商品・サービスの販売にあたって希望する ICT の活用方法について相談を受け付け、解決策を提示します。	会議所		現状値 - 目標値 R11 までに相談件数 40 件

## 6 廃止事業

事業名	内容	実施主体	継続性評価
東京都地域中小企業応援ファンド	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。	東京都中小企業振興公社	【廃止】 H28年度で国が事業終了したため。
一店ノ一街逸品活動推進事業	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。	会議所	【別事業での支援】 事業実施後、商品開発し、レシピ公開等PRした結果、取り扱う店舗がなかったためその後の実施はなし。 今後は別事業「逸品開発支援事業」(1-1-1)での支援を行う
イベントフォローアップ事業	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。	市	【別事業に統合して廃止】 事業として実施していないが、むさし府中商工会議所や市で随時相談受付していた。 イベントの企画・運営や補助金の申請支援に対するニーズがあるので、むさし府中商工会議所と連携して専門家派遣などの方法を検討し、別事業「商店街PR活動支援専門員派遣」(2-1-5)と統合して廃止
府中商人塾	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。	会議所	【別事業での支援】 参加者や後継者の不足により、H26年度以降未実施。商人塾に参加する後継者の復活も難しく廃止としている。 今後は別事業「商店街を担うリーダーの育成支援」(3-1-1)での支援を行う
空き店舗予防対策	空き店舗になる前に事業承継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。	会議所	【別事業に統合して廃止】 空き店舗になる理由は様々あるが、未然に防ぐことができると考えられるものとして、経営的な支援を行うことで今後は別事業「経営改善事業」(3-2-1)と統合して廃止
空き店舗開業支援事業	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。	市・会議所	【別事業に統合して廃止】 商店街の空き店舗を活用した、チャレンジショップや家賃補助を実施したが、申請相談後、商店街に加盟する条件に抵抗があり実績に至らなかったケースや、実績に至り商店街に加盟したが、その後のイベント等、商店街の活性化につながる活動はできていないなど課題があった。 今後は、空き店舗の活用の在り方を模索し、新規店舗出店に限らず、活用できる方法を検討して「空き店舗活用事業」(3-4-3)に統合して継続する必要がある。

商店街イベント協力推進事業	商店街が行うイベントへの市民の協力・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。	市	【別事業に統合して廃止】 イベントの企画・運営や補助金の申請支援に対するニーズがあるので、むさし府中商工会議所と連携して専門家派遣などの方法を検討し、別事業「商店街 PR 活動支援専門員派遣」(2-1-5)と統合して廃止
ネットワーク構築支援事業	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。	市・会議所	【別事業に統合して廃止】 スポーツ団体との連携、大商業祭での地域住民との交流などがあり、むさし府中商工会議所と連携して、ネットワーク構築のために活動を行っているが、具体的な実績の把握が難しく、ネットワークを構築するきっかけの場が必要なのではないかとも思われるため、別事業「商店街の活性化に向けた市民参画事業」(4-1-2)と統合して廃止
たまごネットの活用	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、商店街の情報のほか、インターネットショッピング機能支援を行います。	商店街・店主	【別事業に統合して廃止】 商店街検索ページについては、商店街毎に更新頻度が異なり、「たまごネット」の全体の情報は、事業者向けの情報が多くみられる状況です。一般消費者がこのホームページを閲覧し、商店街に来街したいと思える目的を達成するためには、更新頻度の増加や消費者向けの情報提供などを改めて検討する必要がある。 今後は、別事業「ホームページ「たまごネット」の活用」(5-2-1)と統合して廃止
商店街街路灯等 LED 化事業	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。	東京都・市	【終了】 令和 2 年度において、市内商店街装飾街路灯の LED 化が一通り終了した。本町商店会と北山商店会については、一部白熱街路灯があるものの、道路の拡幅工事等の関係でいずれ撤去する予定。
クールスポット支援事業	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。	市・会議所	【別事業に統合して廃止】 商店会単位では、日陰対策のアーケード等維持するのが難しいとの意見がある。今後は「クールスポット(涼しく過ごせる空間や場所)」の目的だけでなく、空き店舗を活用した居場所づくりなどを含めて検討していきたい。 そのため、この事業を単独で継続するのではなく、別事業「空き店舗活用事業」(3-4-3)と統合して廃止

買物弱者支援 モデル事業	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て支援を図ります。	会議所	<p>【別事業に統合して廃止】</p> <p>東京都の商店街支援事業において買い物弱者支援事業が継続してあるが、経常的な事業は対象にならず、新規性が必要となる。市は事業が終了しているが、都の事業は継続されると思われる。</p> <p>また、買い物弱者だけではなく、新型コロナの影響で販売形態が多様化している中で、様々な買物支援を行う必要があり、買い物弱者を含めた新たな販売形態転換支援のようなものに代替していく必要がある。</p> <p>別事業「販売形態多様化支援事業」(5-1-1)に統合して廃止</p>
商店会等アドバイザー派遣 事業	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。	市	<p>【別事業に統合して廃止】</p> <p>この事業自体は、商店街等からの派遣要請がないことから、平成 29 年度で廃止しているが、各商店街の事務作業を行う人員不足の現状から、ニーズがあると考えられるため、別途支援事業にて専門家派遣や事務作業補助支援を行っていく必要がある。別事業「商店街 PR 活動支援専門員派遣」(2-1-5)と統合して廃止</p>