

## くらしを支えるあきないを熱く盛り上げます



商店街のお休み処

**5年後のめざす姿** ○商店街がにぎわいの場、人々のつながりの場として区民の暮らしを支えています。

### これまでの成果

- ミハラ通り商店街で、景観整備事業により江戸調の店舗ファサード\*1に改装した結果、調査した来街者の85%近くに、再び訪れたいなどの好ましい印象を与えました。商店街コミュニティ\*施設整備事業を活用した「お休み処」も平成24年3月末までに区内で7か所開設し、「買い物途中ひと休みできて助かる」など多くの声が寄せられています。
- 商店街イベントなどのソフト事業のほか、商店街機能向上のための支援を行いました。複数の個店が開発した新商品を、大田区商店街連合会が大田の逸品として表彰する事業を支援し、個店や商店街のPRにつなげました。来場者数が毎年1万人前後の「おおた商い観光展」を、平成20年度から開催し、区内の商業及び観光を広く発信しました。
- 多様化するサービス業の実態を調査するため、平成23年度に商業事例調査を実施し、中小企業や個人が抱える経営上の課題を把握し、課題解決に向けて、専門家（支援協力者）を派遣する相談事業を実施しました。

### 現状と課題

- 区内小売業の売上額の減少は続き、個々の店舗における後継者不足などの問題も改善の兆しが見えていません。
- コミュニティの拠点としての商店街の重要性はこれまでと変わらず、若年層から子育て世代、高齢者まで幅広い世代が頻りに訪れるよう、商店街及び個店のさらなる魅力向上や、高齢者支援につながる取り組みを強化する必要があります。商店街のイベント数はほぼ横ばいに推移していますが、イベントの集客力や、イベント実施後も利用者を増加させる点で、未だ課題が残っています。商店街の中には、空き店舗も存在しています。これを有効活用し、商店街のにぎわいにつなげることが求められています。
- 総務省の調査によると、インターネット\*の人口普及率は平成24年度時点で79.5%となり、そのうちインターネットを利用して商品やサービスを購入する人は56.9%にのぼります。インターネット販売による売上を伸ばしている商店がある一方、この流れについていけない商店もあり、こうした商店への支援も課題です。

指標に注目!

### ◆めざす姿にどれだけ近づいたかを測るモノサシ(指標)と目標値

モノサシ(指標)	未来プラン策定時の「現状」	25年度		30年度
		中間目標	最新値	目標値
区内小売業の年間商品販売額(億円)	—	—	5,003億円 (平成23年度)	5,230億円

### 施策の体系

枠で囲んである事業は、その主な取り組み内容を次ページ以降で紹介しています。

## くらしを支えるあきないを熱く盛り上げます

### 1 あきないのまち基盤整備

- 商店街景観整備事業
- ふれあい商店街事業
  - アーケードや装飾灯維持管理の支援
    - ↳ 商店街装飾灯整備助成事業

### 2 にぎわい・つながりの創出

- 商店街イベント・機能向上の支援
- おおた商い観光展の開催

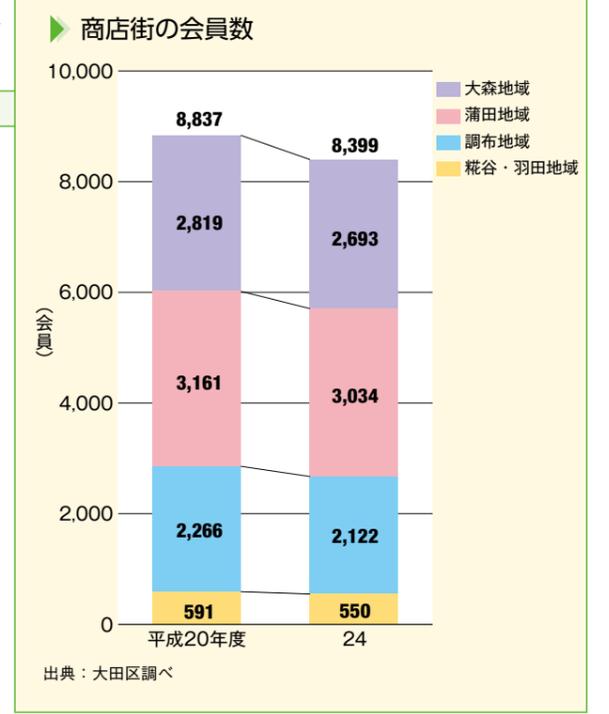
### 3 あきない経営と人材育成

- マネジメントの支援・ビジネスサポート
  - ↳ ビジネスサポートサービス、商店街活性化推進事業、若手商人支援事業

### 4 環境に優しいあきない

- 空き店舗を活用した活性化支援
- 環境に優しいあきない
  - ↳ 環境に優しい商店街の推進

### 参考データ



\*1 ファサード  
建物の正面を成す外観。

## くらしを支えるあきないを熱く盛り上げます

### 施策の方向性と主な事業

#### 1 あきないのまち基盤整備

商店街は、商業活動の舞台であると同時に、顧客と商店または顧客同士が出会い、にぎわいが生まれる場所です。区内商店街に子育て世代などの若年層や高齢者を含め、多くの人が何度も買い物に訪れたくなるよう、地域の特色を活かした商店街の基盤整備を進めます。

#### 主な事業

##### 商店街景観整備事業

商店街関係者のほかに地域住民、コンサルタントなどで協議会を組織し、地域における商店街の役割の見直しを検討します。まちづくりの一環として地域特性を活かした商店街の景観整備を行い、来街者の周遊、回遊を促す基盤をつくります。

(平成/年度)	26	27	28	29	30	31~
候補地 協議会設立、実施計画検討	→			検証		
他の候補地の検討及び選定、計画策定	→					継続



景観整備事業により、江戸情緒豊かな和風のデザインに統一された旧東海道のミハラ通り商店街



##### ふれあい商店街事業

商店街会館や空き店舗などを活用して、商店街内に新たなコミュニティ\*空間となる、お休み処・トイレなどを整備します。

提供する商店街に費用の一部を助成することにより、円滑な運営に加え、地域コミュニティ\*や商店街活性化も含めた活用を支援します。

(平成/年度)	26	27	28	29	30	31~
実施商店街	→					継続



イベントでにぎわう商店街



地域に根付いた商店街

#### 2 にぎわい・つながりの創出

商店街が学生や地域団体などと連携しながら、地域コミュニティ\*の拠点としての役割を発揮できるよう、商店街が自主的に行う魅力・機能向上のための事業を支援します。大田区の商店街の魅力を広く発信します。

#### 主な事業

##### 商店街イベント・機能向上の支援

商店街が単独で行うイベント事業や複数の商店街が合同で行う広域事業、商店街の機能を向上するための事業に対し、経費の一部を助成することにより、商店街の活性化を促すとともに地域の核としての商店街の機能を充実させます。

(平成/年度)	26	27	28	29	30	31~
商店街への助成事業実施	→					継続

## くらしを支えるあきないを熱く盛り上げます

### ■おおた商い観光展の開催

区内の商店・企業・団体を中心に、「商い・観光・匠」といった大田区の魅力を多くの来場者に紹介する展示会として開催します。区内の観光情報の発信や逸品認定を行い、「大田区の観光資源」を全国に向けて発信します。

(平成/年度)	26	27	28	29	30	31~
おおた商い観光展の開催	→					継続

### 3 あきない経営と人材育成

今後の区内商店街や中小小売商業者の経営の方向性、強化すべき経営能力などについて、調査分析します。そのうえで、自主的に行う勉強会などをサポートします。商店街の空き店舗の実態を把握した上で、商店街の活性化につながる空き店舗を活用した取り組みを支援します。

#### 主な事業

### ■空き店舗を活用した活性化支援

商店街の空き店舗の実態を把握し、空き情報を広く発信するとともに、空き店舗を活用した取り組みを支援します。

(平成/年度)	26	27	28	29	30	31~
実態調査の検討・実施	→					
空き店舗の把握・PR及び支援策の検討	→					
空き店舗を活用した創業支援の実施			→			検証

### 4 環境に優しいあきない

暮らしに密着した商店街での取り組みを通じて、地域における環境問題への意識が高まるよう、商店街装飾灯のLED化\*をはじめ、商店街におけるリサイクルやマイバッグ運動などの環境保全に向けた活動を支援します。

## 大田区の魅力ある名物



多くの人でにぎわうおおた商い観光展（平成24年10月）



23区の中で最も数が多い大田区の商店街（150商店街、平成25年4月現在）と公衆浴場（48か所、26年3月現在）。公衆浴場の中には、淡褐色や黒褐色の「黒湯」と呼ばれる温泉もあります