

新型コロナウイルス感染症対策危機克服会議
第2回分野別会議（商店街・小売分野）議事要旨

- 日 時 令和2年9月23日（水） 13:00～15:00
- 会 議 オンライン開催（Zoom）
- 出席者 別添出席者名簿のとおり

冒頭に主催者挨拶及び京都府の取組について説明後、意見交換を行った。

<議事要旨>

（1） 商店街の課題と価値（機能）について

- ・後継者がいない店舗が多く、急に店舗数が減ってしまうのではないかと懸念している。各店舗の事情があるため、商店街としての取組が難しい部分だが、商店街の活気という観点から、検討しなければならない課題であると感じる。
- ・新型コロナウイルス感染症（以下「新型コロナ」という。）流行前は観光客で連日賑わっていたが、コロナ渦で観光客の来街が不透明である。もう一度原点回帰して、観光客に頼らずに、地元に対して魅力のある商店街にしていきたい。
- ・後継者不足や空き店舗対策等、商店街に様々な課題はあるが、商店街の地域コミュニティへの関わり方、リーダーシップの取り方が一番の課題と考える。
- ・商店街内部の課題としては、様々な方を巻き込んで知識を集積していくことが大事だが、変化に対する警戒感や排他性を持つ人もいる。
- ・来街者を増やすためにはイベント等の活動を通じて人を活動に巻き込むことと加盟店に顧客が継続的に足を運んでもらうための工夫等が必要だと感じている。
- ・空き店舗については、需要はあるが、家賃が高くなかなかマッチングしない。後継者問題についても、商店街として踏み込めないところもあるが、一部の店舗とは後継者ではなく商店街にお店を任せるという声もあがっている。
- ・今後、商店街の組合としての価値は変わっていくと考える。情報の発信や共同のイベントだけではなく、商店街の業態の在り方や商店街での宅配等、商店街として何ができるか模索しているところ。
- ・観光客など遠方からの方との繋がりを維持するため、Web やインスタ等で発信している。
- ・単発のイベントでは打ち上げ花火に終わってしまうため、連続してイベントを実施することで、常に商店街を意識してもらえよう心掛けている。
- ・地域との関わりを重視しており、地域のイベントへの参加、下校時の見守り等を行うことで、商店街と地域の顧客を繋ぎ、更に未来の顧客作りにも繋がると考える。
- ・行政の支援が景品等の顧客への還元に使えればありがたい。また都市計画を見直し、大型店が乱立する状態を改善してほしい。

(2) 戦略の方向性について

- ・新型コロナ以前の課題と以降の課題がある。後継者の問題、人口集積地とそれ以外等、共通する部分もあるが、切り分ける部分と合わせて見る部分を分けて考える必要がある。また、特に課題を抱えている商店街を重点的に支援するような優先順位付けも必要だと感じる。
- ・個店の課題については、高齢化と後継者不足が挙げられるが、若い世代で商店街に店を持ちたいという潜在的なニーズはあると感じている。ニーズの掘り起こしや情報のネットワーク化を行う等、行政や NPO のコーディネート機能について掘り下げられないかと考える。
- ・組合の課題については、商店街としての連帯にばらつきがあるため、行政や NPO がバックアップする等、うまく互助としてまとまるような施策や対応があり得るのか議論するべきである。
- ・地域の課題については、新型コロナを契機に健康・医療・福祉・文化等の生活関連分野が非常に重要になってきており、商店街と健康や福祉の領域を組み合わせたサービスやコミュニティの場づくりをうまく発展させられないかと考える。また、都市計画や交通等、一回り大きな政策と併せて、一体的な視点を持つことも重要である。
- ・最終的な目標に対して、会員数や売上等の現状の割合を算出し、それらで分類をしていくと、見え方も変わってくるのではと感じる。
- ・後継者問題について、親族や仲間内以外で引き継いだという事例や、お店自体は畳んでしまったが、その場所を別の人に引き継いだ等の成功事例があれば良いと感じる。
- ・買い手と売り手の垣根が無くなってきており、趣味で作って様々なプラットフォームで販売する人が増えてきている。顧客としてだけでなく、時に一緒にイベント的に販売する、マーケットを一緒に行う等、立場を交互に柔軟に変えていくことも今後必要になってくると感じる。
- ・商店街の運営について、会費の活用方法等、ビジネスの視点から考えることも重要である。今後は商店街を経営するという考え方を商店街自身が持つことも必要である。
- ・定量的な視点はとても重要である。店舗数、人の数、来店頻度等の視点があることで、どこにコストをかけるかが決まると感じる。
- ・他の商店街に転用できるような再現性がある施策を作れるかが重要なポイントになる。
- ・商店街の中で動いてくれる方をどう見つけるのか、外からどう持ってくるのか、どう育成するのか等の視点はとても重要である。
- ・移住に興味がある層の「何かやりたいこと」に対して、実現できる場所が商店街にあれば、商店街の価値に繋がると感じる。
- ・顧客を誘致し、賑わいを創出することが商店街の組合としての価値だと考える。「飲みニケーション」を大事にして、様々なアイデアを考えてきた。

- ・様々な情報を各個店に発信し、各個店に知ってもらえるように話し合うことも商店街の組合の努めだと考える。
- ・個店の価値を増幅させる発信をすることや関係する団体を増やし商店街へ誘客することも組合の役割であると考え。
- ・商店街が頑張るのは共助の部分で、個店の自助及び商店街の共助が上手く機能しなければ、行政の公助も意味がないと考える。また、公助は補助金等の支援だけではなく、人材及び知識・知恵の公助も必要である。
- ・府と市町村で方針が若干違うため、連携が重要だと考える。
- ・成功事例の分析や普遍化ができると非常に良い。