



大和市商業戦略計画

大 和 市

はじめに

本市では、健康都市やまと総合計画において「人」「まち」「社会」3つの健康領域における施策を進めることにより、「健康都市 やまと」の実現を目指しています。「社会の健康」においては「市民の活力があふれるまち」を基本目標と定め、市内産業の活性化によるにぎわいのあるまちづくりを進めています。



今回策定する「大和市商業戦略計画」は、「商業の振興に関する施策についての基本的な計画」であるとともに、商業振興の具体的な施策展開を示す計画となります。

本計画の策定にあたって、本市の商業の現状を把握するために、アンケート調査や意見交換会を通して、市民や事業者の皆様から様々な意見をいただきました。皆様からの意見を基に、見えてきた本市の商業が抱える課題の解決に向けて、「ひとにやさしい商店街づくり」を目標に掲げ、商業振興の方向性を定め取り組んでまいります。

最後に、本計画を策定するにあたり、アンケート調査や意見交換会等を通じて、貴重なご意見やご提案をいただきました市民の皆様から心から御礼申し上げます。

平成31年3月

大和市長 大木 哲

目次

第1章 計画の基本的事項	1
1. 計画改定の背景	2
2. 計画の目的と位置づけ	3
3. 計画の期間	3
第2章 商業の現状と課題の整理	5
1. 商業の現状	6
2. 課題の整理	10
第3章 商業振興の基本的な考え方	13
1. 商業振興の目標	14
2. 商業振興の方向性	16
第4章 商業振興の方向性に基づく施策展開	19
1. 施策展開の考え方	20
2. 施策の内容	21
第5章 計画の進行管理	25

第 1 章

計画の基本的事項

第1章 計画の基本的事項

1 計画改定の背景

(1) これまでの取組

本市では、商業が地域経済及び地域社会に果たす役割の重要性に鑑み、商業基盤の強化と地域社会の活性化を促進することを目的とした「大和市商業振興条例」（以下「条例」という。）を平成 25 年 4 月 1 日に施行しました。

本条例に基づき、商業の振興に関する施策についての基本的な計画として、平成 26 年 3 月に「大和市商業戦略計画」を策定し、商業振興に関する施策を総合的、計画的に推進してきました。

(2) 商業を取り巻く状況の変化

市内では、第 3 次産業の従事者が 75%を占め、中でも本市の商業は、駅前を中心とした市街地を基盤として地域に密着した商業活動が行われており、まちの「顔」ともいえる商店街は、身近な買物の場としてだけでなく、地域コミュニティの中心的な役割を担ってきました。

また、商店等の事業所は多くの従業者を抱え、市内の雇用の受け皿にもなっており、本市の経済を牽引しています。

一方、少子高齢化の進展等により、地域経済に消費市場の規模縮小や人手不足をもたらすことが懸念されております。加えて、幹線道路沿いへの大型店の出店、経営者・店主の高齢化や後継者不足、消費行動・価値観の変化、インターネットを通じた商品・サービスの購入の拡大等、商業を取り巻く環境は厳しさを増してきています。

市内で商業を営む事業者は、買物先として選択されるよう、市民等の消費者と交流を深め、消費ニーズを把握し、求められる商品・サービスを提供していく必要がありますが、市内の小売業・卸売業は、商店数・従業者数・商品販売額が近年減少を続けている状況です。

少子高齢化が進展する中、市民に身近な商店街の店舗等の減少に伴い、今後、マイカーを運転できないご高齢の方等が自宅近くでの買物が困難になる危険性もあり、商業の活性化は事業者だけでなく市民にとっても大きな課題になると考えられます。

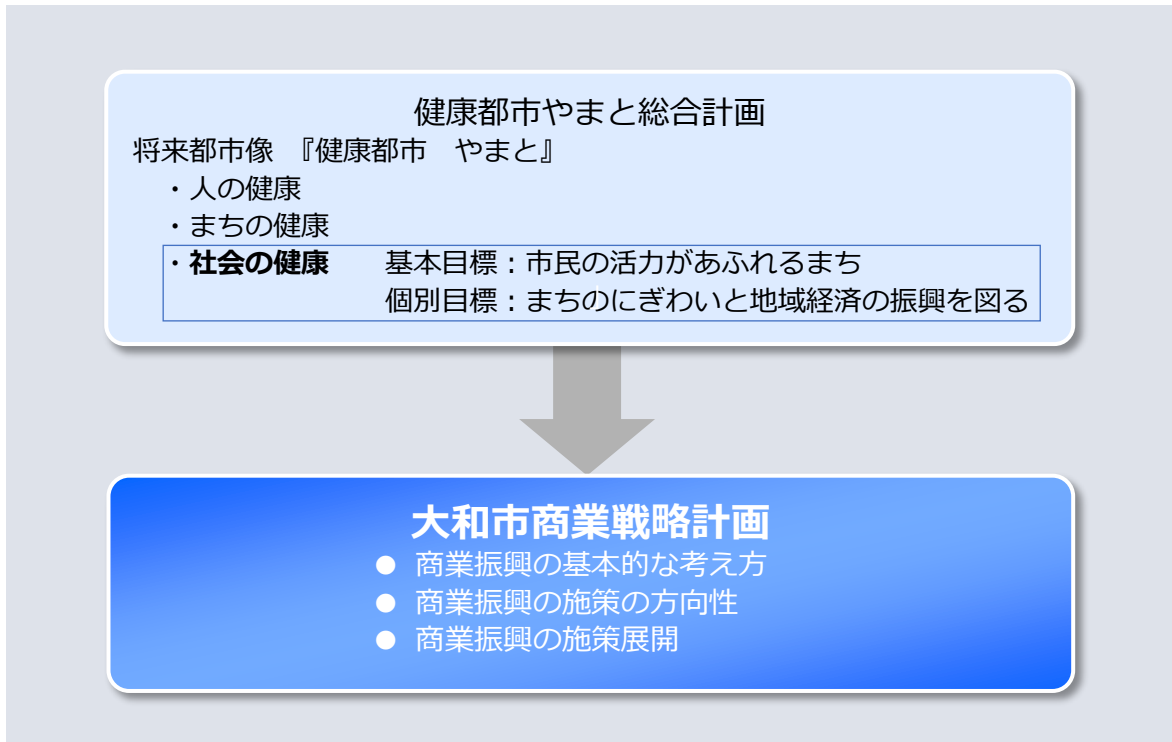
(3) 計画改定の必要性

前計画が 2018（平成 30）年度をもって計画期間の満了を迎えることから、これまでの取組の成果や課題、商業を取り巻く状況の変化を踏まえ、商業基盤の強化と地域社会の活性化を一層推進するため、大和市商業戦略計画の見直しを図り、既存商業の維持・充実と新たな魅力のある商業の創出・発展に向けた施策展開を図っていくことが必要です。

2 計画の目的と位置づけ

大和市商業戦略計画は、条例が目指す商業基盤の強化と地域社会の活性化の実現を目指し、大和商工会議所や商店会等と連携を図り、商業の振興に関する施策を総合的に推進していくための基本的な計画として策定するものです。

本計画は、「商業の振興に関する基本的な考え方」を示すとともに、健康都市やまと総合計画と整合を図り、短期的かつ具体性のある施策の方向性（戦略）を示すものになります。

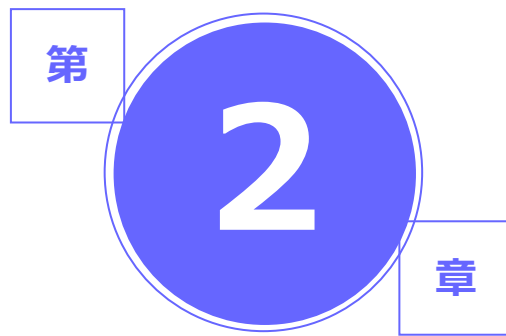


3 計画の期間

商業を取り巻く環境は目まぐるしく変化しています。このような状況にあっては、長期的なビジョンやプランでは、商業者、市民等の意見や要望を踏まえた迅速な対応が難しくなることから、短中期的な視点に立った計画とすることが重要です。

このため、本計画の期間は、健康都市やまと総合計画の前期基本計画と整合を図り、2019年度を初年度とする2023年度までの5年間とし、本市の商業振興策を具体的に定めて推進していきます。

年度		2019	2020	2021	2022	2023
総合計画	基本構想	→				
	基本計画	前期	→			
商業戦略計画		→				

A graphic for Chapter 2. It features a central blue circle with a white outline containing the white number '2'. To the upper-left of the circle is a white square with a blue border containing the blue Japanese character '第' (Chapter). To the lower-right of the circle is another white square with a blue border containing the blue Japanese character '章' (Chapter).

商業の現状と課題の整理

第2章 商業の現状と課題の整理

本市の商業の現状を把握するために、商業を取り巻く社会情勢や市内商業の状況を整理した上で、「市民は商店街に何を期待しているのか」また、「商業者や商店街にとって何が課題になっているのか」等について、市民や商業者等の意見をお伺いしました。

アンケート調査と意見交換会を実施すると共に、パブリックコメントにより計画素案に対する意見を公募することで、市民や商業者等の意見を計画に反映しました。

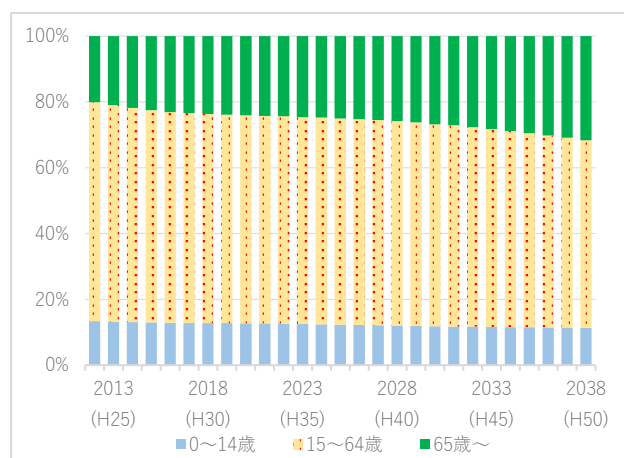
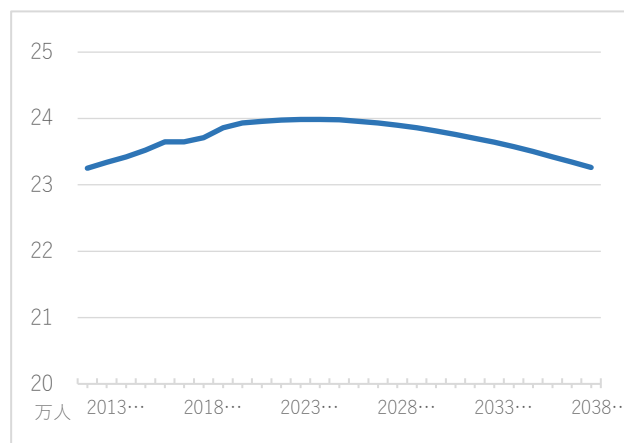
1 商業の現状

(1) 商業を取り巻く社会情勢

1) 少子高齢化の進展

全国的な動向と同様に、本市においても少子高齢化が進展しており、また、将来的に人口減少の到来が予測されているため、今後、消費活動の縮小や労働力の減少、人材確保の困難等を招くことが懸念されます。

また、これまで以上に、ご高齢の方等への支援のように地域に根差した商品・サービス提供が求められます。

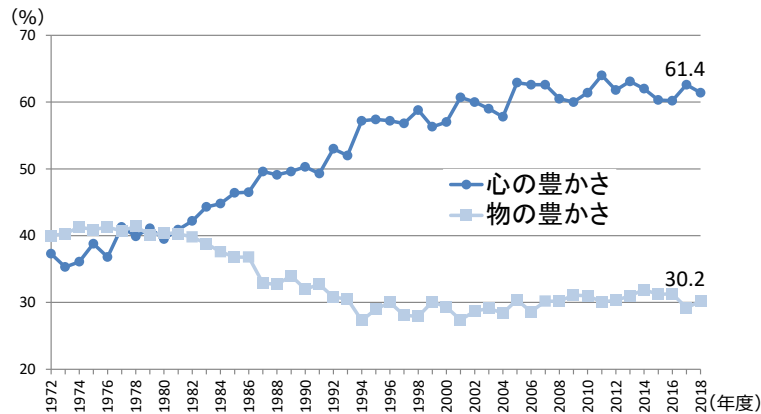


大和市の総人口(上段)と人口構成(下段)の将来予測
(出典：健康都市やまと総合計画)

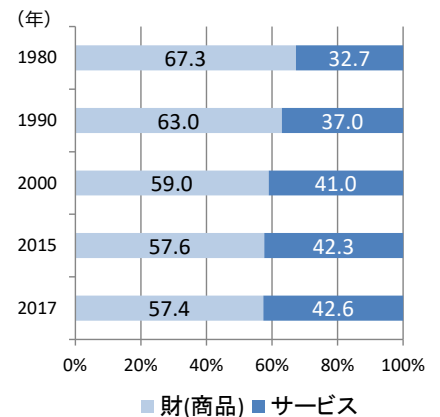
2) 消費行動・価値観の変化

近年は、物の豊かさより心の豊かさを求める志向があります。また、家計に占めるサービスへの支出割合が増加してきています。消費者が所有価値（モノ）から体験価値（コト）を求める傾向がみられ、ものを多く所有することだけが生活の豊かさではないという価値観に変わってきています。

さらに、「所有」から「共有（シェア）」への移行もみられます。ICT 技術の進展や SNS 等の普及と相まって、所有する資産をシェアする経済「シェアリングエコノミー」が広がりを見せており、「モノ」、「空間」、「スキル」、「お金」等を共有する機運が高まっています。



心の豊かさ意識の推移
(出典：内閣府「国民生活に関する世論調査」平成 30 年度)

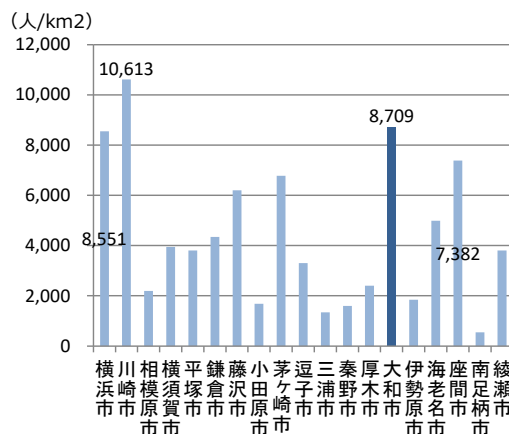


財(商品)・サービス支出の内訳の推移
(出典：総務省「家計調査」)

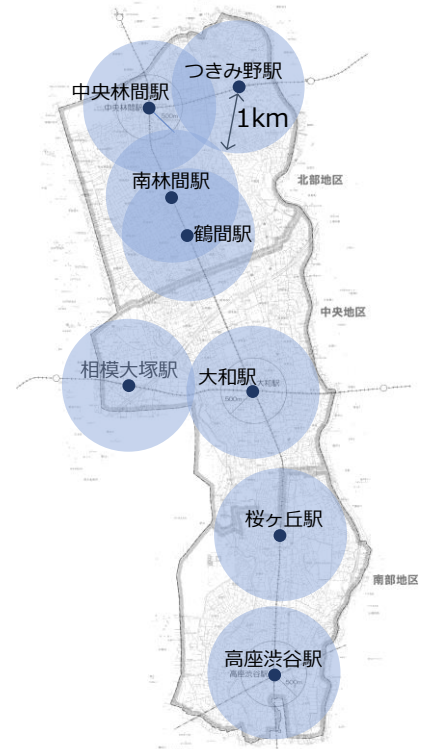
3) 歩いて暮らせるコンパクトな都市構造への転換

我が国では、持続可能な都市に向け、コンパクトシティへの取組が進められています。

本市は、人口密度が神奈川県内で川崎市に次ぐ第二の規模であり、高密度に集積した市街地が形成されています。また、市内には 8 つの鉄道駅がバランスよく立地しており、鉄道駅から 1km 圏内に市域の約 71%が含まれ、市民の約 80%が居住しており、公共交通等を利用して歩いて暮らせるまちの基盤が整っています(出典：大和市総合交通施策『移動が楽しいまち・やまと』)。



神奈川県内の自治体(市)の人口密度
(出典：神奈川県「人口と世帯」、平成 30 年 11 月 1 日時点)



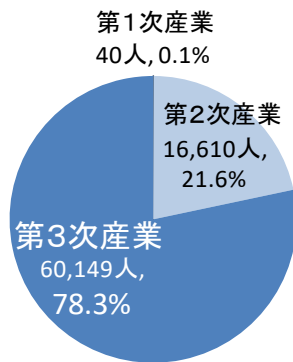
大和市内の駅圏図(半径 1km)

(2) 市内商業等の状況

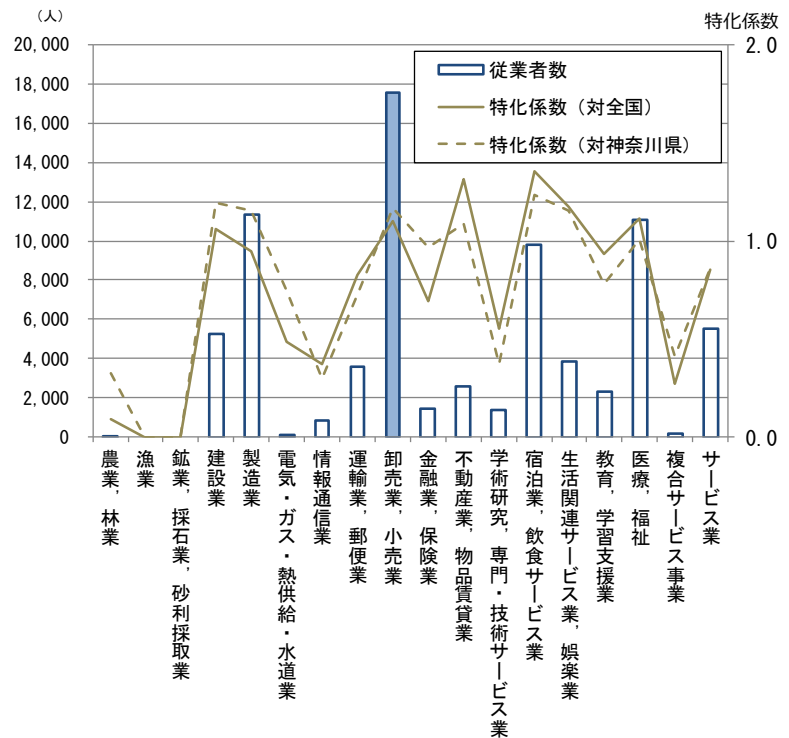
1) 市内の産業構造

産業大分類別の従業者数で見ると、第3次産業が78%を占めています。

中でも卸売・小売業は、全産業の中で従業者数が最も多く、本市の雇用、経済を牽引しています。



産業大分類別の従業者数
(出典：平成28年経済センサス活動調査)

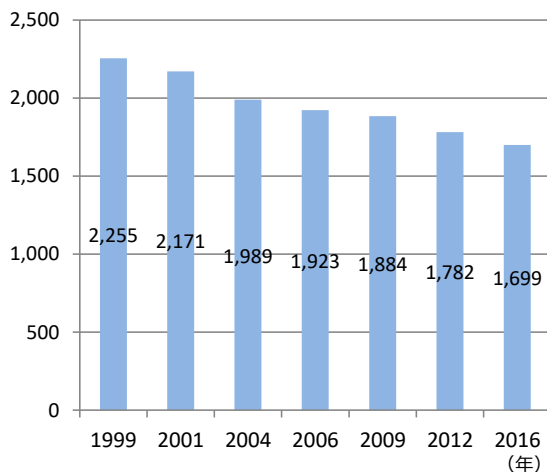


産業中分類別の従業者数（公務を除く）
(出典：平成28年経済センサス活動調査)

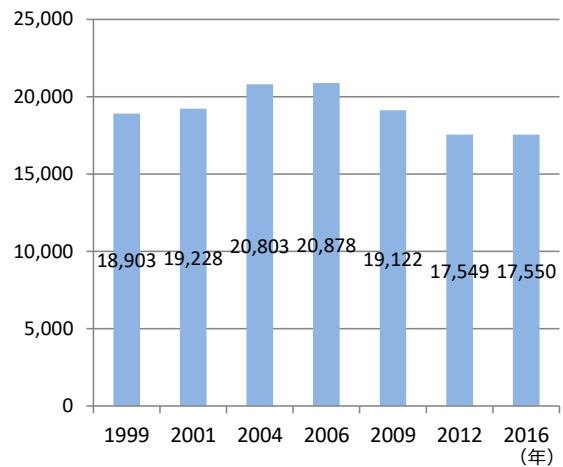
2) 小売・卸売業の状況

市内の小売業・卸売業は、商店数や従業者数が近年減少傾向にあります。

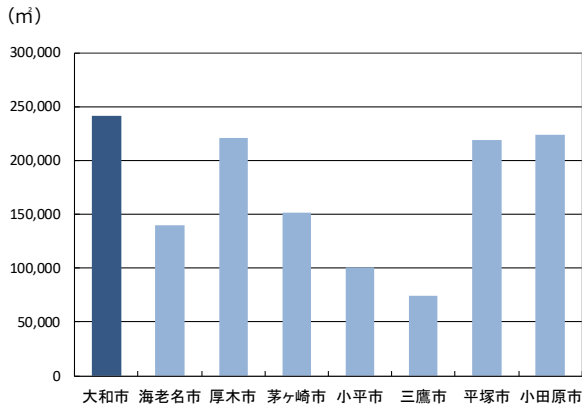
小売店舗の売場面積は、人口規模が同程度の自治体の中で最大規模ですが、売場面積当たりの年間販売額は最低となっており、坪効率が悪くなっている状況です。



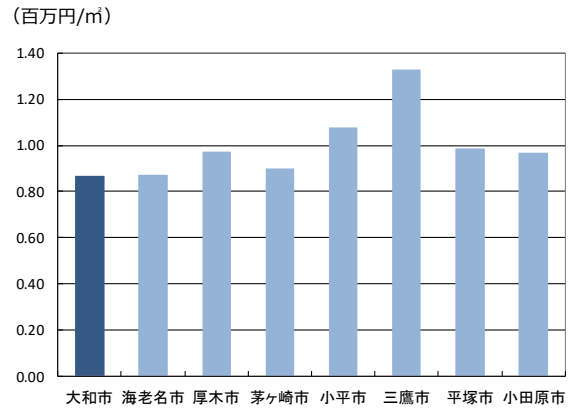
市内の小売業・卸売業の商店数
(出典：事業所・企業統計調査、経済センサス)



市内の小売業・卸売業の従業者数
(出典：事業所・企業統計調査、経済センサス)



同規模自治体の小売業の売場面積
(出典：平成 26 年商業統計)

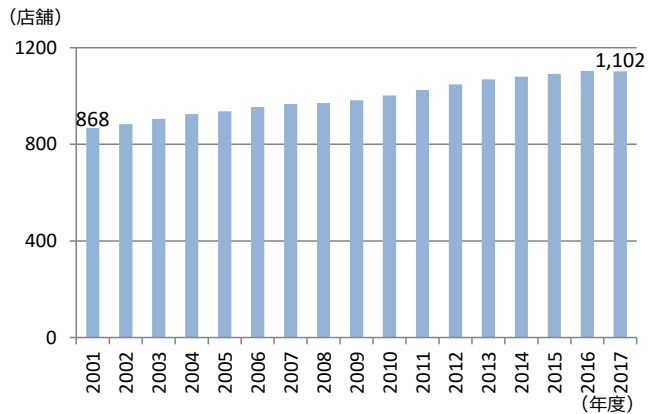


同規模自治体の小売業の売場面積当たりの商品販売額
(出典：平成 26 年商業統計)

3) 大規模小売店舗の状況

神奈川県内の大規模小売店舗（店舗面積 1,000 m²超）は、経年的に増加を続けています。

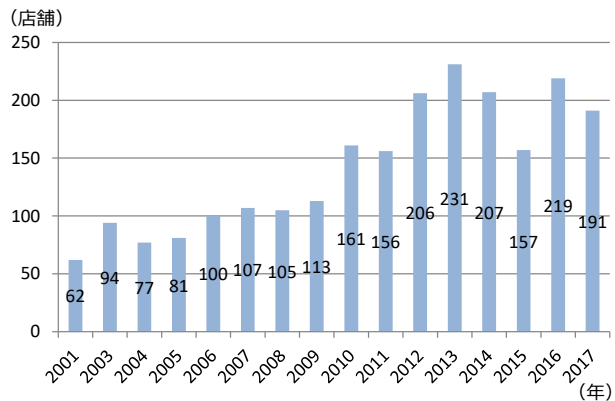
市内の大規模小売店舗は、2017 年度末（平成 30 年 3 月 31 日時点）で 34 店舗となっています。



神奈川県内の大規模小売店舗の推移
(出典：神奈川県「大規模小売店舗の立地動向について」)

4) 空き店舗の状況

市内の商店街における空き店舗は増加をたどり、2013 年度に 231 店舗とピークとなりましたが、大和市商業戦略計画策定した 2014 年度以降は上げ止まり、増減はあるものの減少の兆しが現れつつあります。



大和市内の商店街の空き店舗数の推移
(市内各商店会へのヒアリング調査より)

2 課題の整理

アンケート調査、来街者ヒアリング、意見交換会の結果を踏まえ、本市の商業活性化に関する課題を整理しました。

(1) 個店の魅力や競争力の向上

まちや商店街が、今後も持続していくためには、個々の商店が元気で魅力があることが不可欠です。

市内の商業者はお店を続けて大きくしていきたいと考えており、市民もそれぞれのお店がもっと魅力的になってほしいと期待しています。

消費者目線に立った商品づくりやサービス向上、時代のニーズに対応した魅力ある個店づくりが必要です。

市は、意欲のある商店や地域貢献等に取り組んでいる個店に対し、個店単位の個性化や競争力向上に向けた取組を支援していくことが求められます。

(2) 縮小・散逸化しつつある商店街の機能回復

空き店舗は経年的に増加傾向にあり、直近で増減はあるものの、約 200 の空き店舗が存在している状況です。個店の集合体としてサービスを提供する商店街の集積メリットが薄れつつあります。

また、解散してしまう商店会組織も出てきており、市民への生活サービス機能を始め、商店街が担ってきた安全・安心、防犯などの地域貢献機能が低下していく恐れがあります。

さらに、駅前等の大和市の玄関口に形成された商店街の機能が縮小・散逸化が進むことにより、まちのイメージが低下することも懸念されます。

(3) 多様化するニーズへの対応

市内の商店街は、大型店やスーパー、インターネット通販等と比べ、市民の利用が低迷している状況です。一方、商店街の存続については、必要とする意見が大半を占めますが、買物以外の機能として、地域の交流やにぎわい形成に資する機能、起業の場としての機能が重視されています。今後の商店街は、多様化し変化を続ける市民等の消費ニーズに適切に対応していく必要があります。

また、市内の商店街は、夜の飲食店が多く、小売以外の業種が混在する一方、昼に営業している個店が少ない等の要因により、利用しにくいイメージを持たれています。このため、女性や若者、親子連れでも安心して気軽に買物等ができるような商店街へ転換することが求められています。

商業者においては、市内の都市農業や小売以外の他業種と連携した商品・サービスの提供への機運が高まっており、地域資源や地場産品、経営資源を商業振興に有効活用することが求められています。

(4) 駅前の公共施設との連携

近年、ポラリス、シリウス、IKOZA 等、文化芸術機能を備えた公共施設が駅前に相次いでオープンし、集客力のある新たな拠点が形成されました。これらの公共施設利用者は、利用前後に、商店街に立ち寄る方も出てきていますが、購買には十分結びついていない状況です。

集客力のあるこれらの拠点施設と商店街との連携を強化し、主要な動線にもなっているプロムナード等の公共空間の利活用も一層推進し、まち中のさらなる回遊性を高めて商店街への立ち寄りを促進するとともに、商店街での消費喚起につなげていくことが望まれます。

(5) 大型店との共存共栄

市内では、幹線道路沿いに立地する大型店に自家用車でアクセスするライフスタイルが普及・定着しつつあり、商店街の顧客が大型店に流出していると考えられます。

一方、商店街は、自宅やオフィス・駅等から近い場所に立地すること、徒歩ですぐ行けるアクセスの利便性に優れていること、常連や馴染みの店があること等が強みとして評価されています。

今後、商店街は、大型店の競合相手と同じ土俵で戦うのではなく、限られた経営資源でできるだけ商品・サービスの差別化や高付加価値化、消費の相乗効果を生み出すような大型店との連携を軸とした取組を促進し、大型店と共存共栄していくことが求められます。

(6) 買物環境の向上

市民や商業者は、商店街の歩行者空間をより安全安心なものにしてほしいと望んでいます。また、鉄道に分断された都市構造に起因し、まち全体がわかりにくくなっていること、さらに、小売以外の業種が混在しているため、商店街としての明示性に劣るにもかかわらず、駅などからの案内も十分でないため、立地場所や存在がわかりにくくなっています。近年は、外国人客が増えている商店街も確認されたことから、来街者のおもてなしに配慮したサービスの充実や、買物しやすさを実感できる商店街にしていくことが望まれます。

(7) 来街・出店等の動機付け

大型店の立地やインターネット通販の普及等により、消費者の商品購入の方法が多様化し、必ずしも商店街に行かなくても必要なものが手に入る状況にあります。一方、買物客は、商品を店頭確認したり、店主の声を重視したりする傾向があります。

そのため、商店街の機能回復や多様化するニーズへの対応等を図りつつ、同時に、市内外に商店街が持つ個性ある魅力を継続的に情報発信し、多くの人々が訪れ、出店・起業を呼び込む商店街として PR していくことが重要です。

単なる消費空間ではなくコミュニケーションや対面販売、また訪れたいと実感されるイベント等があり、地域資源を活用したその地ならではの個性的な商品が揃うような、市内外の人が行きたくなる・買物したくなる商店街、事業者が出店・起業したくなる商店街であることを認知してもらうことを推進していく必要があります。

(8) 弱体化が懸念される商店街活動基盤の強化

商店の減少や商店会未加入店の増加、高齢化した店主の後継者不足の問題等、商業活動・商店街活動の基盤となる人材や組織が弱体化していくことが懸念されます。

このような状況にあり、商店街には、コミュニティ形成や地域貢献、福祉的機能等、多様なサービスが求められていますが、商業者や商店会組織だけで対応するには限界が来ています。

このため、商業者や商店会組織そのものの人材育成や機能強化を図るとともに、その他の多様な担い手の参加や育成、連携を促進し、商業の活動母体・基盤を強化していくことが求められます。そのための第一歩として、市と商業者、商店会組織、その他の担い手が話し合い、相互の交流を深める場や機会を拡充していく必要があります。

A graphic for Chapter 3. It features a large orange circle with a white outline in the center, containing the white number '3'. To the upper-left of the circle is a small orange square with a white outline containing the white Japanese character '第' (Di). To the lower-right of the circle is another small orange square with a white outline containing the white Japanese character '章' (Sho).

第 3 章

商業振興の基本的な考え方

第3章 商業振興の基本的な考え方

本市の商業が抱える課題の解決に向けて、商業振興の目標と方向性を示します。

1 商業振興の目標

商業振興の目標を以下のように掲げ、実現化に向けて取組んでいきます。



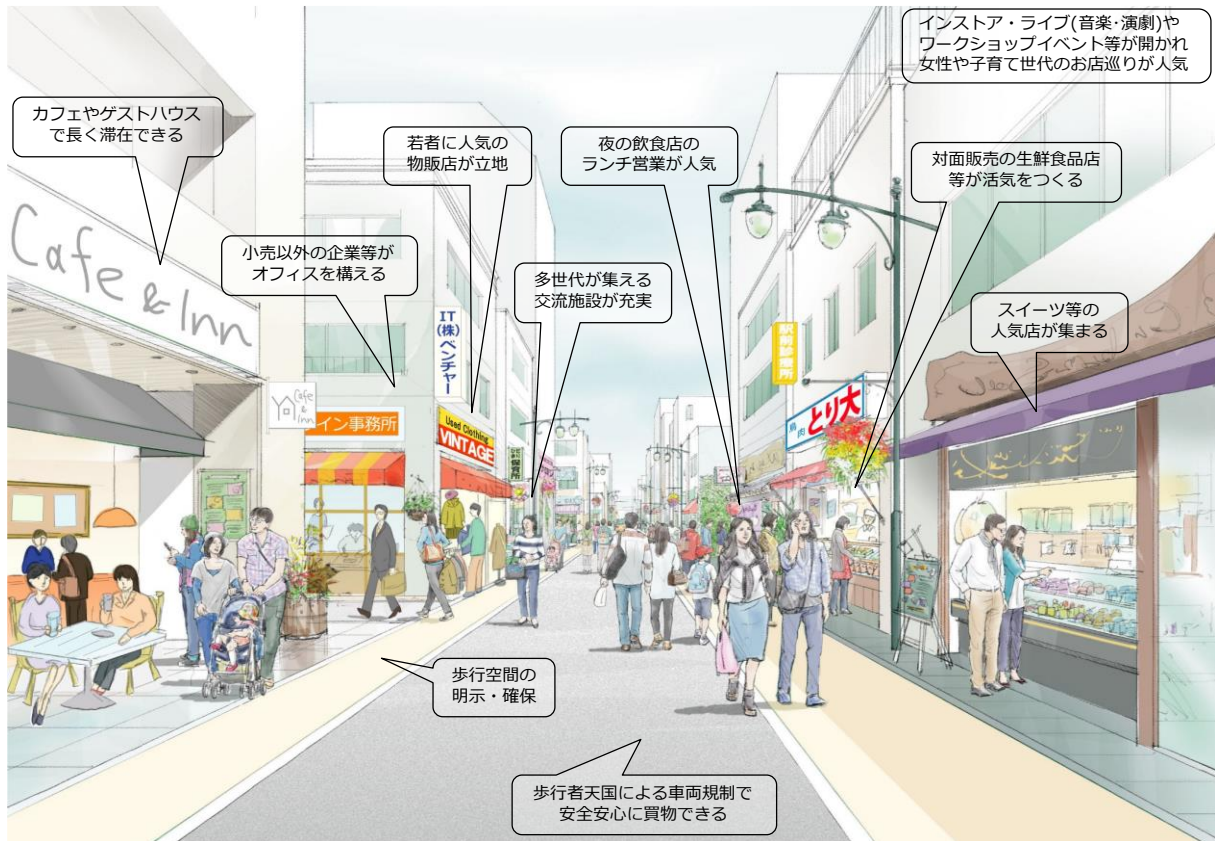
子育て世代からご高齢の方、女性や学生など、市民はもとより本市に集うあらゆる人々が、買物やサービス購入を通じて、人と人のふれあいや生活の豊かさを実感できる、歩いて楽しめる商店街を目指します。

商店街の雰囲気良く、誰もが気軽に足を運びたくなります。車や自転車を気にせず安心して歩くことができ、人気スイーツ店や雑貨店等、気になるお店に立ち寄り買物したり、店主との会話を楽しんだりすることができます。

また、思いやりや気配りにあふれた商店街は、これまで以上に地域における存在感を高めています。親子連れやご高齢の方を支援するコミュニティビジネス、異業種交流による新ビジネス、地元農家の農産物を扱う地産地消のお店などが集まり、多彩なサービスを受けることができます。

休日には体験・回遊型のまち巡りや音楽イベントなどを通じてコト消費が行われ、シリアスなどの駅前の公共施設と商店街の取組の相乗効果により、まち全体から新たな文化が発信されています。

これにより、新たな商店街ファンやリピーターが増えるとともに、市内の商店街で出店・起業したいと思う事業者が誘引されて、若い起業家たちがオフィス・事務所を構えるなど、人を惹きつける商店街として好循環が持続しています。



めざすべき理想の姿

2 商業振興の方向性

次の8つの方向性に基づき、商業の振興に関する施策を総合的に推進します。

(1) 商店街の発意・創意工夫・自助努力の促進

商業者や商店街が地域社会や地域経済に果たす役割は、大変重要です。

まずは商店街自らが「何とかしなければ」「活性化したい」「こんなことをしたい」という意識を持ち行動を起こす、その上で市の施策を展開することが重要です。

真にがんばっている、立ち上がろうとしている商店街に対し、市は効果的かつ効率的に支援します。

(2) 大和市の玄関口にふさわしい駅前エリアの商業集積強化

市内の駅前を始めとしたまちの中心部に形成された商店街は、市内商業の活性化やまちづくりを進める上で、重要な役割を担っています。今後も商店街が発展し続けることは、本市の商業環境に好影響を与え、地域のエリア価値向上に寄与し、ひいては市全体のまちの発展や活性化につながるものと考えられます。

縮小・散逸化しつつある商店街において、買物しやすさや、まちの魅力等の都市機能を維持・向上させるため、駅前立地の優位性やレトロでおもしろい街並みを持つ空間としての魅力を活かしつつ、空き店舗の解消や新規出店、起業の推進等により、駅周辺等における商業集積を維持・強化します。

また、女性や若者に選ばれるような個店の誘致や起業について、駅前のエリアを定めて一点集中的に支援を行うパイロット事業の実施なども視野に入れて検討を進めます。

(3) 多様なサービスが連鎖する商店街づくり

大型店やインターネット通販などの台頭で市民の購買行動も変化しています。商店街を利用する新しい意味を創出し、ここでしか得られないオリジナリティのある商店街に再生していくことが求められます。この場合に必要な機能は、従来の商機能にとどまらず、製造、情報、サービス、福祉、コミュニティなどの多機能に広がる可能性があります。そのため、常に必要な機能が備わり継続して事業が行われるような、消費者と事業者の双方に開かれた「行ってみたいくなる・出店したくなる」新陳代謝が起きる商店街に転換していくことが重要です。

本市は、やる気やチャレンジ精神のある事業者を応援し、農商工を始めとする異業種連携による新サービスの開発など、各商店街の魅力向上に関する支援を行います。

(4) 文化芸術と連携した商業活性化

市内には、ポラリス、シリウス、IKOZA等の文化芸術機能を備えた公共施設が駅前に立地し、都市の中の居場所として幅広い層に日常利用されるとともに、多彩な文化芸術イベント等が開催されにぎわいの拠点となっています。

これらの公共施設の駅前への進出・立地を好機と捉え、文化芸術を軸としてまちづくりを推進し、まちの魅力を高めることが重要になってきています。

このため、文化芸術と商業の連携により、駅前公共施設への来館者や子どもからご高齢の方までの多世代の人の流れを商店街へと誘導し、購買に結び付ける取組や、公共施設でも商店街の魅力に触れられ、商店街でも文化芸術を体感できるような仕組みや仕掛けづくりを支援します。

また、公共施設と商店街をつなぐ大和駅前のプロムナードを始め、駅前広場・道路・公園などのまちなかの公共空間を広場的に有効活用し、催事の開催や商業空間・活動の延長として恒常的にぎわいづくりを創出する取組を支援します。

(5) 商店街と大型店との連携による商業地の魅力向上

自動車を運転できず大型店に行けない、インターネット通販を利用できないご高齢の方などの買物弱者は、歩いて行ける商店街がなくなれば買物難民になり、コミュニケーションの場も喪失する懸念があります。

今後は、市民等が「今日は大型店」「明日は商店街」と上手く使い分けられるような買物形態の選択肢を多く用意できるよう、商店街と大型店の共存・共栄がこれからの展望になります。低迷する経済情勢に鑑みると、市場を奪い合う方法では、商店街と大型店とが連携する意義が見出しにくく得策ではありません。このため、商店街と大型店とを一体の商業集積と捉え、市民の選択肢となるよう共同で競争力を高める取組を推進していきます。

市は、大型店に対し、地域社会を構成する一員として、商店会組織への加入や商店街活動への協力・参加、街路灯整備などの地域貢献への応分の負担などを働きかけ、協力関係を強化していきます。

(6) 誰もが安心・快適に買物できる環境づくり

大型店では、小さな子ども連れでも安心して快適に買物できる環境が整っています。一方、市内の商店街は、自動車の走行に気を配ったり、車椅子やベビーカー、キャリーバッグで移動するのに苦労したり、子どもの行動に気を配る必要があります。また、商店街としての明示性に劣り、駅などからの案内も十分でないため、立地場所や存在がわかりにくくなっています。

今後は、ご高齢の方や親子連れ、初めて訪れた来街者や外国人などが安全・安心かつ快適に買物できる環境づくりに向けて、市は商店街施設の整備等を支援するとともに、歩行者天国による車両規制や歩行者空間のバリアフリー化、案内板の設置や多言語表記化、コミュニティバスなどの利用促進等を推進します。

(7) 商店街の魅力や独自性の発信

商店街や個店、事業者の魅力をPRするための情報発信を継続的に支援し、市内商店街での買物を促進します。また、商工会議所や商店会と連携し、景況調査等の情報や商店街が必要とする業種、空き店舗などの情報を効果的に発信し、新たな出店・起業を促します。

イベントについては、にぎわいが一過性に留まり、継続的な集客や利益につながらない事例もあり、商店会組織の縮小や高齢化などにより資金不足や担い手不足などの課題を抱えている商店街もあります。このため、商店街を回遊しながら個店の特徴や自慢の逸品を知ってもらえる機会となるイベントや、来街者との会話や交流につながる体験型のイベント等へ重点的に支援する等により、個店の恒常的な集客や利益の向上につながるよう事業展開していきます。

(8) 多彩なプレイヤーの連携による持続可能な商店街の基盤確立

商店街活性化に向けて、個店や商店街同士、異業種の連携を深め、商いの質を高めるとともに、新たな事業展開の可能性を広げられるよう、研修や交流の場を提供します。これにより新規出店や若手の起業家・リーダーの育成、商店会等への加入促進、活力ある商業者や魅力ある個性的な店舗の増加を促進します。

商店街が地域で発展するためには、地域との密接な交流や連携を保ちながら商業活動を展開していくことが重要です。そのため、地域コミュニティの核としての役割を果たす商店会組織の活性化を支援します。また、商業者が自治会等とイベントを共同開催したり、市民活動団体との協働事業を実施したり、地域行事に積極的に関わるなど、商業者の地域貢献活動を支援します。

さらに必要に応じて、商業者や土地・建物所有者、地域住民や市民団体、企業等が連携した運営組織による新たな商業・生活支援サービスの提供の支援を検討していきます（買物弱者対応、エリアマネジメント組織の設立等）。

空き店舗解消やテナント誘致に向けては、土地・建物所有者への協力依頼も重要になってきます。このため、商店会組織が土地建物所有者とコミュニケーションを密にして商店街のビジョンを共有し、協力依頼や活用策事例の提供ができるよう、支援をしていきます。

第 4 章

商業振興の方向性に基づく施策展開

第4章 商業振興の方向性に基づく施策展開

1 施策展開の考え方

商業振興の目標を実現するために、商業振興の8つの方向性を踏まえ、商店街活性化に向けた施策の展開を図ります。状況に応じて施策の充実や新規事業についての検討を行います。

商業振興の方向性	施策
1 商店街の発意・創意工夫・自助努力を基本とします	(1) 商店街共同（催事等）支援事業
	(3) 商業振興活性化事業（連携型チャレンジ事業）
	(4) 商業振興活性化事業（基本計画策定支援事業）
2 大和市の玄関口にふさわしい駅前エリアの商業集積強化	(2) 商店街共同（設備整備等）支援事業（空き店舗有効活用支援事業）
	(9) 起業家支援事業
3 多様なサービスが連鎖する商店街づくり	(2) 商店街共同（設備整備等）支援事業（空き店舗有効活用支援事業）
	(3) 商業振興活性化事業（連携型チャレンジ事業）
	(9) 起業家支援事業
4 文化芸術と連携した商業活性化	(1) 商店街共同（催事等）支援事業
	(2) 商店街共同（設備整備等）支援事業（空き店舗有効活用支援事業）
	(3) 商業振興活性化事業（連携型チャレンジ事業）
	(7) 「うまいもの市」開催事業
5 商店街と大型店等との連携による商業地の魅力向上	(1) 商店街共同（催事等）支援事業
	(10) 大規模小売店舗立地対策事業
6 誰もが安心・快適に買物できる環境づくり	(2) 商店街共同（設備整備等）支援事業（防犯カメラ設置支援事業）
	(5) 街路灯維持支援事業
7 商店街の魅力や独自性の発信	(1) 商店街共同（催事等）支援事業
	(2) 商店街共同（設備整備等）支援事業（フラッグ設置支援事業）
	(6) 商店街活性化モデル事業
	(8) 展示会等出店支援事業
8 多彩なプレイヤーの連携による持続可能な商店街の基盤確立	(1) 商店街共同（催事等）支援事業
	(2) 商店街共同（設備整備等）支援事業（空き店舗有効活用支援事業）
	(3) 商業振興活性化事業（連携型チャレンジ事業）
	(9) 起業家支援事業

2 施策の内容

事業実施に当たっては、状況に応じて新たな制度設計や要綱の見直しが必要なものもあります。予算措置が必要なものは、財源の確保と共に投資効果の最大化が求められます。

市は、大和商工会議所との協力・連携により、意欲ある商店街や個店、事業者等を支援していきます。

(1) 商店街共同（催事等）支援事業

【現状】

- 商店街が行うイベント等は、販売促進だけでなく、地域の交流やコミュニティ形成の点からも効果があります。
- 商店街が行うイベント等に対し、事業費の一部（上限額5万円・6年目から2万5千円、補助期間10年）を継続して補助しています。

【今後の展開】

- イベントを実施することが目的ではなく、商店街を回遊して買物してもらうことが重要です。
- イベントの実施効果が平常時の売上や回遊性の向上に寄与し、恒常的な商店街の活性化につながるよう、申請・採択時にイベント等の目標設定や結果の検証などを求めています。

(2) 商店街共同（設備整備等）支援事業

● 空き店舗有効活用支援事業

【現状】

- 商店街の空き店舗を休憩所等の共同施設や実験店舗として活用する場合に、改装費（補助率30%・上限300万円）と賃借料（補助率30%～80%・上限150万円）を補助しています。

【今後の展開】

- やる気のある店や若い人などが本制度を活用することにより、商店街の活性化や人材の育成につながります。
- 本制度のPRに努めるとともに、物販や飲食業、サービス業などの個店や起業に利用する場合等へ補助対象を広げることなどを検討し、本制度の活用促進を図ります。

● フラッグ設置支援事業

【現状】

- 商店街のフラッグ・バナーは、商店街のPRのための有効なツールです。
- 商店街のフラッグ・バナーの設置については、平成28年度より補助の対象メニューに加え、設置経費の一部（補助率30%・上限200万円）を補助しています。

【今後の展開】

- 今後も本制度のPRに努め、フラッグ・バナーを未設置の商店街への活用を促進し、商店街のイメージアップを図ります。

● 防犯カメラ設置支援事業

【現状】

- 防犯カメラは、地域と商店街の安全・安心に貢献するものです。
- 防犯カメラの設置を平成 26 年度より補助の対象メニューに加え、設置経費の一部（補助率 30%・上限 500 万円）を補助しています。

【今後の展開】

- 今後も本制度の P R に努め、防犯カメラの設置を促進することにより、商店街の安全で安心な買物環境を形成していきます。

（3）商業振興活性化事業（連携型チャレンジ事業）

【現状】

- 事業者が 2 名以上で行う「個性的な商品」や「地域密着型の新規サービス」の開発に対し、必要な経費の一部（上限 15 万円）を補助しています。
- 事業者等が連携した商品・サービス開発を支援し、地域商業を個性化することで、大型店や他商店街・商業地との差別化を図り、商店街の競争力を強化します。

【今後の展開】

- 引き続き事業の P R に努めるとともに、事業者同士の連携から異業種との連携に対象の拡大を検討する等、よりチャレンジしやすくなるよう制度を見直します。

（4）商業振興活性化事業（基本計画策定支援事業）

【現状】

- 商店街団体が実施する街区整備等についての基本計画を策定する事業に対し、必要な経費の一部（法人格のある商店街団体は 2 分の 1、法人格のない商店街団体は 150 万円を上限として 10 分の 3）を補助しています。
- 商店街団体が地域の特性を生かした計画を策定することで、地域の消費者ニーズに応えるとともに他商店街・商業地との差別化を図り、商店街の競争力を強化します。

【今後の展開】

- 商店街団体は計画策定の必要性は認識しているものの実施には至っていないことから、調査研究に伴う来街者数調査や専門家の派遣等に対する支援など、制度の見直しを行います。

（5）街路灯維持支援事業

【現状】

- 街路灯は、地域と商店街の安全・安心に貢献するものです。
- 商店街が維持管理する街路灯の電気料金に対し、補助金を交付しています。
- 補助金の額は 1 月から 12 月までの電気使用実績に基づく電気料の額に、次の割合を乗じて得た額を上限とします。
 - LED 電球を使用する街路灯については、4 分の 3

- ・その他の電球（水銀灯など）については、2分の1

【今後の展開】

- ・街路灯のLED化率は約80%に達しており、今後も本制度の活用を促進し、安全で安心な商店街づくりや電気料金の削減、環境負荷の軽減等を図っていきます。

（6）商店街活性化モデル事業

【現状】

- ・ホームページ「やまと商店会どっとこむ」については、商店会の会員で組織する運営委員会が管理運営しています。
- ・市としては、個店のホームページの新規作成、トップページの改修について支援しています。

【今後の展開】

- ・「やまと商店会どっとこむ」を商店会への加入促進につなげるために、PR活動を行うことにより、参加店舗の増加を図ります。
- ・市民がアクセスしやすくするために、トップページの改修や内容の更新を継続して行います。
- ・各商店会の中にある空き店舗や商店会が希望する業種等の情報を「やまと商店会どっとこむ」を通じて発信し、商店街での出店や起業を促進していきます。

（7）「うまいもの市」開催事業

【現状】

- ・平成22年度より大和駅西側プロムナードで開催してきた「全国ふるさとまつり うまいもの市」は、平成26年度より、文化創造拠点シリウスとの相乗効果を高めることを目的として、大和駅東側プロムナードに移して開催してきました。

【今後の展開】

- ・今後も引き続きプロムナードを活用して、全国各地の特産物・名産品や市内の特産物・奨励品の提供を行うことにより、全国自治体や市内県人会との交流・友好、市内商業者の育成、大和駅周辺商店街の活性化を図ります。

（8）展示会等出店支援事業

【現状】

- ・市内の中小企業が、販路拡大や販売促進のため、国内で開催する展示会・商談会・博覧会等に出展し、自社の製品等を紹介する際に、その経費の一部（上限10万円）を補助しています。

【今後の展開】

- ・引き続き事業のPRに努めるとともに、市内外へ商店街や個店の魅力や独自性の発信を支援していきます。

(9) 起業家支援事業

【現状】

- 市は、大和商工会議所や地域金融機関と連携し、市内で起業を目指す方への支援に取り組んでいます。
- 具体的には、ワンストップ相談窓口の設置、起業・経営相談会の開催、起業家支援スペースの提供、創業に必要な資金の融資に伴い発生する利子や信用保証料に対する補助等を行っています。

【今後の展開】

- 商店街の不動産情報の提供や空き店舗を活用した起業との連携を強化し、商店街での新たな出店・起業につなげていきます。

(10) 大規模小売店舗立地対策事業

【現状】

- 大規模小売店舗（店舗面積 1,000 m²超）が地域との調和を図っていくため、周辺的生活環境への影響についても適切な対応を図るなど、地域貢献していくことが期待されます。
- 大規模小売店舗を新設・変更する設置者（建物所有者）は、交通渋滞や騒音、廃棄物や防犯などの問題が生じないように、適切に対応する内容を神奈川県に届出する必要があります。
- 届出から 2 ヶ月以内に、設置者により大和市内で説明会が開催されます。市民や商業者等は、説明会への参加や神奈川県への意見書の提出が可能です。

【今後の展開】

- 市は、神奈川県と連携し、届出の内容や説明会の開催に関する情報の提供に努めると共に、商店会への加入等、機を捉えて設置者への要望を行います。

商業振興に向けたその他の支援事業

商工相談事業

- 市内で事業を営んでいる方や、これから起業する方を対象に中小企業診断士による相談会を毎月開催しています。

大和市中小企業融資制度

- 市では、市内の中小企業の資金面を支援するため、金融機関を通じた間接融資を行う融資制度を設けています。市の融資制度の利用に伴い、利子補給や信用保証料補助の補助制度を利用することができます。

大和商工会議所運営支援事業

- 商工会議所は、商業者に対し各種相談や講習会を始め、商店街の魅力を高めるイベントの開催等を行っており、市としても商工会議所が行う事業を支援します。

第 5 章

計画の進行管理

第5章 計画の進行管理

策定した計画の効果や進捗状況を点検・評価し、今後の施策等の改善につなげていくことが望まれます。

そのため、利用者の視点に立った指標として、買物しやすさを定め、個別の施策を束ねた計画全体の評価につなげていきます。また、継続的にデータの把握が可能であり、施策の進捗状況や成果を定量的に評価することができる指標として、商店街イベント開催数、街路灯LED化率、商店街のフラッグ整備件数を合わせて設定し、実績の把握と評価を行っていきます。

最終目標は計画期間の最終年である2023年としますが、途中でどの段階まで成果が実現しているかを把握するため、中間時点で評価するため2021年を中間目標に定めます。

成果指標	数値目標		
	2017年 (H29)	2021年 (中間目標値)	2023年 (最終目標値)
大和市は買物がしやすい と思う市民の割合 (市民意識調査)	66.5% (2016.11調査)	69.0%	70.0%
商店街イベント開催数 (年間)	24件	30件	35件
街路灯LED化率 (累計)	79.5%	86.0%	90.0%
フラッグ整備件数 (累計)	4件	12件	16件

平成 31 年 3 月

大和市商業戦略計画

発行 **大和市**
編集 **市民経済部 産業活性課**

〒242-8601 神奈川県大和市下鶴間一丁目 1 番 1 号

電話 : 046-260-5134

URL : <http://www.city.yamato.lg.jp>
