

大和市商業戦略計画
(素案)

閲覧用

令和7年3月
大和市

大和市商業戦略計画・目次

第1章 計画の基本的事項	1
1. 目的	1
2. 計画策定の背景	1
3. 計画期間	1
4. 計画の位置づけ	1
第2章 商業振興に係る課題の整理	2
課題1. 会員の減少や高齢化に悩む商店会・商店街	2
課題2. 商店街に求められる役割の変化	4
課題3. 情報発信と市の認知度向上	5
第3章 商業振興の基本的な考え方	7
1. 商業振興の目標	7
2. 商業振興の方向性	98
方向性1. 【やまとでお買い物！】商店会を中心とし魅力ある個店にも対象を広げた支援	8
方向性2. 【やまとがにぎわう！】滞在したい空間づくり.....	8
方向性3. 【やまとが好きになる！】大和市のファンづくり.....	9
第4章 商業振興の方向性に基づく施策展開	10
1. 施策展開の考え方	10
2. 施策の内容	11
方向性1. 【やまとでお買い物！】商店会を中心とし魅力ある個店にも対象を広げた支援	11
方向性2. 【やまとがにぎわう！】滞在したい空間づくり.....	12
方向性3. 【やまとが好きになる！】大和市のファンづくり.....	14
第5章 計画の推進に向けて	15
1. 計画の推進体制	15
2. 計画の進捗確認	15
3. 計画の成果指標	15

第1章 計画の基本的事項

1. 目的

大和市商業戦略計画は、平成24年12月に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に制定した「大和市商業振興条例」に基づき、商業振興に関する施策についての基本的な計画として策定するものです。

令和6年度をもって計画期間満了となった前計画の評価とともに、本市の商業を取り巻く状況の変化を踏まえ、これからの商業振興の具体的な方向性と施策展開を示します。

2. 計画策定の背景

新型コロナウイルス感染拡大の影響が長期化した中で、消費者の行動には大きな変容が起き、非接触・非対面型サービスの拡大やインターネットによるオンライン店舗の利用増加など、消費者の購買手法は多様化しています。

このような状況下、本市の商業基盤を強化し、地域社会の活性化を一層促進するためには、少子高齢化の進行やDXの進展など、商業を取り巻く状況の変化を踏まえつつ、柔軟で実効力の高い商業戦略を検討することが求められています。

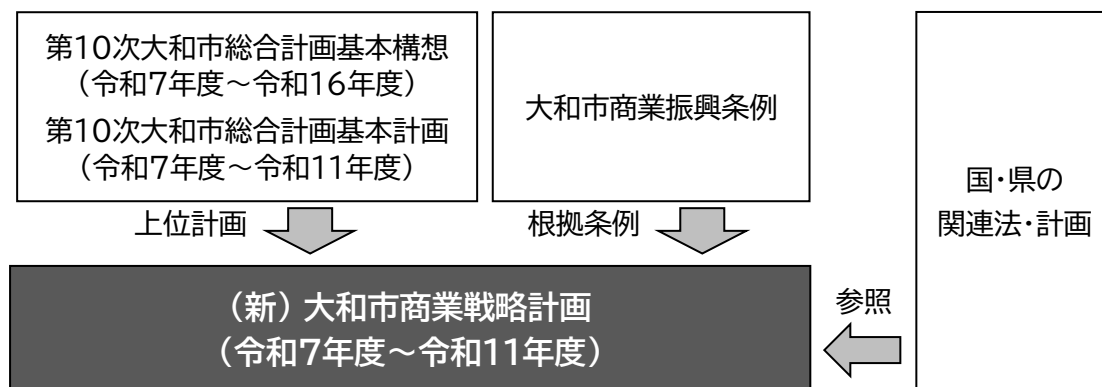
3. 計画期間

第10次大和市総合計画基本構想・基本計画にあわせ、令和7年度から令和11年度までの5年間を計画期間とします。

4. 計画の位置づけ

国や県の関連法・計画を参照しつつ、「第10次大和市総合計画基本構想・基本計画」を上位計画とし、「大和市商業振興条例」を根拠とし策定します。

第10次大和市総合計画においては「みんなとつながる健幸都市やまと」の実現を目指しており、本計画においてもつながりや連携を意識した内容としています。



第2章 商業振興に係る課題の整理

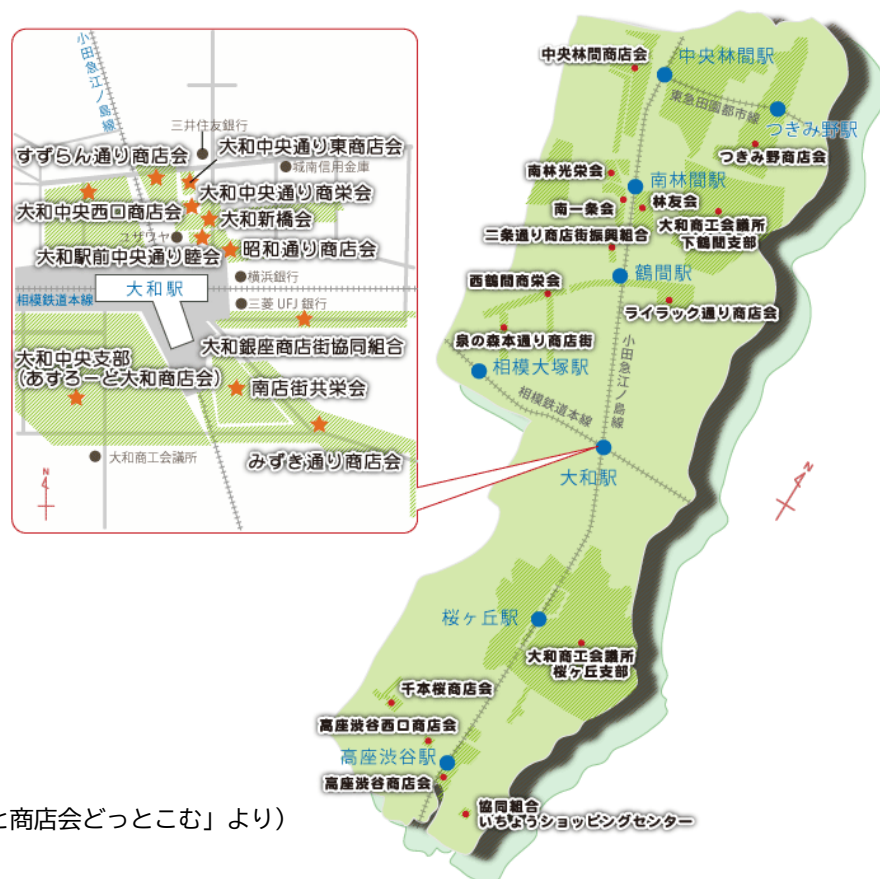
本市の商業を取り巻く社会情勢や市内商業の実態について、統計データ等の整理のほか、商工会議所や商店会長に対するヒアリング、市民・商業者・来街者へのアンケート調査等を通じて把握・分析した結果、以下の3点を課題として整理しました。

課題1. 会員の減少や高齢化に悩む商店会・商店街

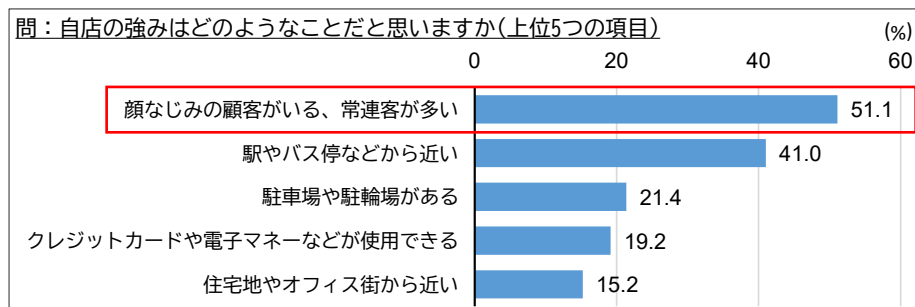
南北に広がる本市には、私鉄8駅の周辺に約30の商店会があります。特に大和駅周辺には約10の商店会があり、商店会活動が盛んな地域となっています。

商店会は、市民にとって身近な買い物の場を提供するだけでなく、イベントや祭りを開催することで地域のにぎわいづくりに取り組んでいます。本市はこれまで、商店会活動を支援することを中心にしながら商業振興を図り、ひいては地域社会の活性化につなげる取り組みを進めてきました。

市内の商店には、昭和の面影を残す個人経営店もあれば、チェーン店や若者向けの娯楽サービスを提供する個店もあり、様々なタイプの商店があることが特徴となっています。今回、市で行った商業者アンケートでは、「顔なじみの顧客がいること」、「常連客が多いこと」を自店の強みにしている商店が多い傾向にあることも分かってきました。



商店会マップ（「やまと商店会どっとこむ」より）



大和市商業戦略計画策定に関するアンケート調査／事業者（令和5年度）

現在、大和市内の商店会は、商店会加入率の減少傾向が続き、会員の高齢化もあいまって、役員の担い手不足が深刻化しています。そのために解散してしまった会や解散を検討している会があるほか、これまで行ってきたイベントや祭りの開催も困難になりつつあり、開催休止に追い込まれる会も出てきました。



あすろーど大和まつりの様子
(出典：地域情報紙「タウンニュース」)

さらに、新型コロナウイルス感染症の拡大や物価高騰が、小売業や飲食業を営む人々に与えた影響は大きく、店主が高齢となった店舗等では廃業を検討するところも出てきています。

将来の商店会活動を担える若い事業者の発掘・確保が喫緊の課題となる一方、店舗の廃業後はマンション等への建替えが多く見られ、商店街に面する低層部分に店舗等のテナントが入れない状況になるなど、若い事業者を増やそうにも、事業者のための空き物件が少なくなっているという状況もあります。

今後の経営方針

	N=	30歳代以下	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上	不明・無回答	全体
1 経営規模を拡大	31	38.7	38.1	15.5	9.8	3.9	37.5	16.2
2 現状維持	63	45.2	41.3	54.8	54.3	58.9	37.5	52.8
3 経営規模を縮小	84	0.0	0.0	4.8	2.2	3.9	0.0	2.7
4 わからない又は未定	92	12.9	14.3	21.4	18.5	17.1	0.0	17.2
5 廃業（予定）	129	0.0	1.6	0.0	7.6	12.4	0.0	5.9
6 その他	8	3.2	1.6	1.2	4.3	0.0	25.0	2.2
7 不明・無回答	407	0.0	3.2	2.4	3.3	3.9	0.0	2.9
合計		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

大和市商業戦略計画策定に関するアンケート調査／事業者（令和5年度）

[%]

課題2. 商店街に求められる役割の変化

本市には、「文化創造拠点シリウス」をはじめ、「北部文化・スポーツ・子育てセンター」、「やまと公園」「ゆとりの森」など、魅力的な公共施設が存在し、様々な用途で市民や来街者に利用されています。中でもシリウスは、市内で最も乗降客数の多い駅である大和駅から徒歩3分の場所に位置し、平日・休日問わず、多くの人々が訪れる人気の施設となっています。



文化創造拠点 シリウス



神奈川大和阿波おどり

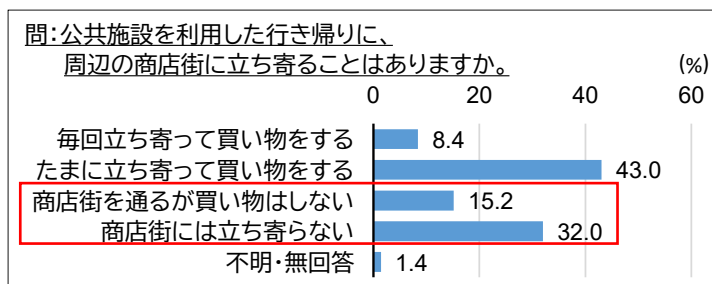
また、大和駅とシリウスをつなぐ「プロムナード」では、毎年20万人を超える人々が訪れる「神奈川大和阿波おどり」や、最大300店舗が出店する「神奈川やまと古民具骨董市」など様々なイベントや祭りが開催され、人でにぎわう機会も多い空間となっています。

中央林間駅でも「中央林間図書館」や「子育て支援施設きらきらぼし」などが入居する駅直結の商業施設があり、地域の多くの人々に利用されています。

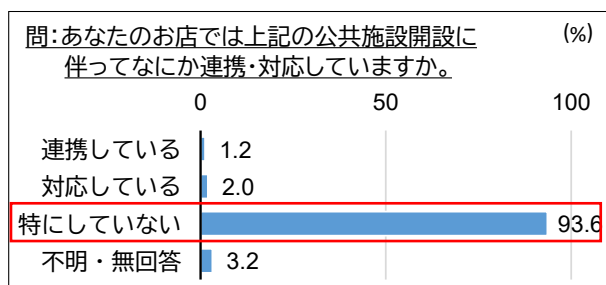
しかし、公共施設や駅周辺の商店街が、イベントや祭りの開催時に多くの人々ににぎわう一方、普段の人通りは少なくなっている様子も見られ、また、シリウスなどの公共施設の利用者が商店街へ立ち寄ることも少なく、商店街での買い物等につながっていないのが現状です。せっかくあるリソースを活かし、公共施設と商店会や商店、地域の組織・団体等がどのようにしたら連携でき、市民や来街者が回遊、滞在できる商店街を作ることができるかが課題です。

商業者の意見交換会等では、公共施設との連携に積極的ではない姿勢が見受けられるほか、「公共施設とどう連携すればいいかわからない」といった声もありました。

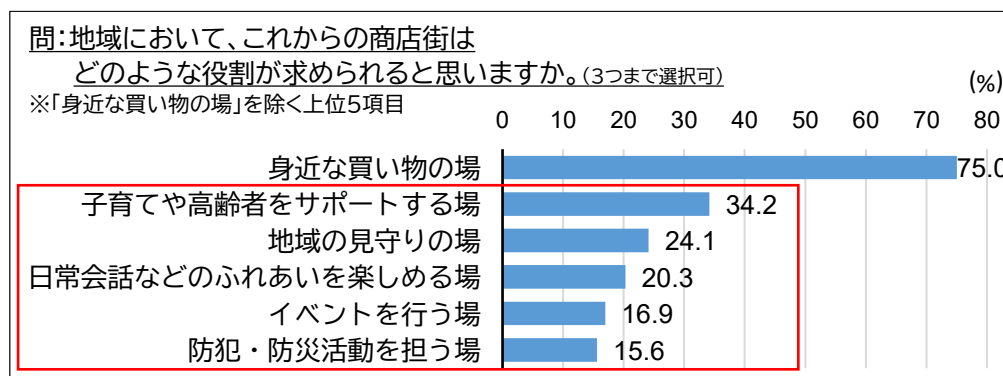
大和市商業戦略計画策定に関するアンケート調査／商業者
(令和5年度) →



大和市商業戦略計画策定に関するアンケート調査／市民 (令和5年度)



また、市民アンケートによると、市民が商店街に求める役割は「身近な買い物の場」のほかにも、「子育てや高齢者をサポートする場」や「地域の見守りの場」など、多様化していることが分かります。期待される役割をどう果たしていけるか、また、それをどう商店街の活性化につなげていけるかが課題です。



大和市商業戦略計画策定に関するアンケート調査／市民（令和5年度）

課題3. 情報発信と市の認知度向上

本市は、東京や横浜等のベッドタウンであるだけでなく、多くの市民や来街者が働くまちであり、市内の公共施設等に市外から訪れる人も多いまちです。また、交通利便性の高さや鉄道の結節点が複数存在することなどからも、駅周辺に位置する本市の商店街は、多くの人に訪れてもらえるポテンシャルを持っています。

市は、市民への情報提供を中心とした、毎月発行の「広報やまと」のほか、市のウェブサイト、SNSの「X」や「LINE」、「YouTube」なども活用し、本市に関する情報やイベント、市の取り組みなど、様々な情報を発信しています。

市が運営するウェブサイト「やまと商店会どっとこむ」では、市内の商店などに特化した情報を発信してきました。しかし、サイトの更新作業が各商店や商店会に委ねられており更新頻度や掲載情報が少なく、閲覧数も低い状態です。

市民アンケートによると、「市の情報が届いていない」、「SNSなどを充実させてほしい」といった声があるほか、商品・サービス等の魅力的な情報発信が商店や商店街の活性



「広報やまと」

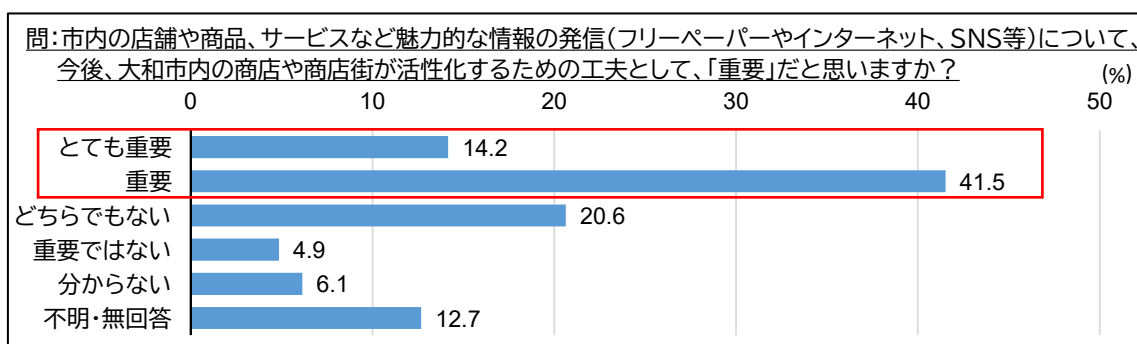


「やまと商店会どっとこむ」ウェブサイト

化に重要であるとの声もあり、市民の期待に応える情報発信の力が求められています。

- 市民からの「情報」に関する主な意見(抜粋)
- ・市の情報発信がイマイチ届いていない
 - ・SNSなど充実させてほしい
 - ・市の活動、イベント、サービス等がわかるホームページを作って欲しい
 - ・自ら求めないと情報が得られず残念だ
 - ・お店を応援するためにも積極的に利用したいが、情報が入ってこない

大和市商業戦略計画策定に関するアンケート調査／市民（令和5年度）



大和市商業戦略計画策定に関するアンケート調査／市民（令和5年度）

本市は、商工会議所と共同で、大和市ブランドの確立に向けた情報発信も行っています。「大和市特産品・推奨品」は、名称・意匠・素材などの点で本市に関わりのある商品について、商工会議所内の大和市特産品・推奨品協議会が認定し、市のブランド品を対外的にPRする取り組みです。現在、「芋焼酎」や「羊羹」など3点を特産品、「レーズンクッキー」や「やまとの珈琲」など15点を推奨品として認定し、大和市ブランドの商品として紹介しています。



「大和市特産品・推奨品」の取り組み

しかし、アンケートで、市民からは「市の特産品を開発し、アピールしてほしい」、「お土産や贈答品となる商品が少ない」、商業者からは「大和市の知名度は高くない」などという声もあがっており、本市のブランドの形成につながる商品・サービスの発掘・開発や、それらのプロモーションをどのように展開していくかが課題となっています。

第3章 商業振興の基本的な考え方

1. 商業振興の目標

前章における3つの課題や、市民・来街者からのニーズに対応するため、計画全体の目標を以下のとおり設定します。

**商店街と地域が一体となって、市民や来街者の滞在・交流により
新たな価値が生まれるまちづくり**

買い物をする場、してもらう場である商店街が、地域とつながったり、訪れた人が滞在したり、多様な交流が生まれたりする場となることで、課題解決の端緒に結びつけたいと考えます。

そこから新たな価値を見出し、積極的に発信もしていくことで、商業の振興はもちろんのこと、大和市総合計画でも謳う、子どもからご高齢の方まで、多くの市民が幸せを感じることでできるまちづくりにつなげていきます。

この目標実現のために、3つの方向性を設定し、それぞれの方向性の下、施策を展開していきます。その過程では、庁内関係部署との連携・協力はもちろんのこと、大和市商業振興条例で定義する地域経済団体として市内最大の団体である大和商工会議所とは、市内の商業振興を進める車の両輪としての関係性を維持しつつ、目標の実現に努めます。

2. 商業振興の方向性

方向性1 【やまとでお買い物！】

商店会を中心とし魅力ある個店にも対象を広げた支援

（課題1「会員の減少や高齢化に悩む商店会・商店街」に対して）

会員の減少や高齢化に悩む商店会ですが、市内の商業において中心的役割を果たす存在であることには変わりありません。各種施策を実施した結果、商店会組織が維持され、商店街が賑わう、その流れを意識した方向性の設定が求められます。

本市ではこれまで、商店会活動を支援する施策実施を中心に商業振興を進めてきました。しかし、商店街がにぎわう要因は、商店会としての活動や取り組みによるものだけではありません。新しい商品やサービスを生み出したり、それを積極的にPRしたりする元気な個店が、商店街に人を呼び込むことも多く、また、必ずしもそのような個店が商店会の会員であるとは限りません。

元気な個店の動きが商店街ににぎわいを生み、それが他の店舗を刺激したり新規出店を呼び込んだりすることで、ひいては新たな商店会会員を生み出すこともある、そのようなことも期待し、従来の価値にこだわらず、個店にも対象を広げた支援にも取り組んでいくべきと考えます。

商店会・商店街が抱える課題の解決を目指すとしても、まずはそこで買い物をしてくれる人がいないと何も始まらない。大きな目標の実現のためにも、先ず基本はその点であることを認識し、取り組みを進めます。

具体的な施策として、これまでと同様の商店会支援事業は引き続き実施するほか、個店の新規開業、個店での新商品開発や新たな事業展開、複数の事業者による連携型の商品・サービス開発など、個店を対象とした支援を展開します。

方向性2 【やまとがにぎわう！】

滞在したい空間づくり

（課題2「商店街に求められる役割の変化」に対して）

社会情勢や時代の変化は、商店街に対し、単に買い物をする場に留まらない役割への期待を生み出しています。そのようなニーズに応えることがこれからの商業振興につながっていくのではないのでしょうか。

居場所であったり回遊の場所であったり、そのような滞在が可能な場所としての役割が期待される中、駅周辺の充実した公共施設との連携は積極的に行うべきと考えます。それらの公共施設は既に居場所、滞在型施設として大きな存在感を示しているものも多く、その流れを周辺の商店街も範囲に含めた、広く「まちづくり」という視点で捉えたいと考えます。

そのような滞在可能な空間づくりには、設備的なアプローチはもちろんのこと、地域の地縁組織やNPO法人等各種団体との連携・協力を通じた有機的な繋がりも有効です。

具体的な施策として、滞在できる空間づくりのための地縁組織等との連携、安全で快適な歩行環境の整備等の事業のほか、公共施設の空きスペース等を活用し、滞在できる空間を創出する事業等を実施します。

方向性3 【やまとが好きになる！】

大和市のファンづくり

(課題3「情報発信と市の認知度向上」に対して)

情報発信の力が求められる中、大和商工会議所が委託事業として実施している「やまとぴ（大和とぴっく）」は、その情報量、発信のスピードに長け、多くの登録者を獲得しています。このような成功事例を参考にしながら、紙媒体、ウェブサイト、SNS等、様々にある情報媒体を適切に選択して利用する、効果的な情報発信に取り組んでいきます。それは市が行うものだけでなく、商店会等が行うものについても支援していきます。

また、これまでの本市の特産品・推奨品の認定事業の中でも成果を上げることがなかなか難しかった、「大和市と言えば〇〇」と言われるような商品の創出にも引き続き取り組みます。

効果的な情報発信により多くの人に本市のことを知ってもらい、本市のことを好きになってくれる人を作り、来街者や買い物に訪れる人を増やしたいと考えます。ファンのいる町は、市民にとっても誇れる町であり、シビックプライド（地域への愛着・誇り）の醸成にも繋げていきます。

具体的な施策として、各種情報発信への取り組みのほか、街並みや景観づくりにも絡めた施策を実施します。

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

前章における、商業振興の目標を実現するための3つの方向性に基づき、施策を展開していきます。

方向性	施策の柱	主な取り組み
【やまとでお買い物！】 商店会を中心とし 魅力ある個店にも 対象を広げた支援	① 商店会への支援	催事への支援
		施設整備等への支援
	② 元気で魅力ある 個店への支援	創業や新規出店への支援
		魅力のある個店の創出支援
		事業者同士の連携支援
【やまとがにぎわう！】 滞在したい空間づくり	① つながりのある 居場所づくり	子育て世帯や高齢の方等の 居場所づくり
		ウォーカブルなまちづくり
		エリアがにぎわうイベントとの連携
		公共施設との連携
	② 遊休地の活用	公共スペースの有効活用
		休憩施設等の設置
【やまとが好きになる！】 大和市のファンづくり	① 効果的な情報発信	インターネット・SNSを活用した 情報発信
		紙媒体等による情報発信
		商品・サービスの開発・周知
	② 買い物に行きたく なる雰囲気づくり	商店街の景観づくり

2. 施策の内容

方向性1 【やまとでお買い物！】

商店会を中心とし魅力ある個店にも対象を広げた支援

① 商店会への支援

主な取り組み	内容
催事への支援	【該当事業】商店街支援事業（商店街活性化事業補助） 商店会を中心としたにぎわいを創出し、集客を図るため、商店会が主催する祭りやイベント・割引キャンペーン等の催事について支援します。
施設整備等への支援	【該当事業】商店街支援事業（商店街施設整備事業等補助） 市民や来街者が安心・安全に買い物をするための街路灯の設置や改修、LED化、老朽化した街路灯の撤去、防犯・防災活動を担う防犯カメラの設置等、商店街の施設整備について支援します。季節や天気を気にせず買い物ができるアーケードの設置や、老朽化したアーケードの撤去等も該当します。 【該当事業】商店街支援事業（商店街街路灯電気料補助） 商店街の街路灯の維持・管理が継続できるよう、その電気料金を補助し、支援します。

② 元気で魅力ある個店への支援

主な取り組み	内容
創業や新規出店への支援	【該当事業】起業家支援事業 やまと起業サポートセミナーの開催による、創業時に必要なノウハウの獲得機会提供や、新規開業事務所の賃料の支援等を通じて、起業や新規出店をしようとする事業者を支援します。 【該当事業】商業振興活性化事業（個店支援補助）（新規） 市内空き店舗を活用して出店をする場合、それに伴い生じる店舗改装費、設備導入費、賃料等への支援を通じて、新規出店や既に市内店舗を有する事業者の新たな出店を促進します。
魅力のある個店の創出支援	【該当事業】商業振興活性化事業（個店支援補助）（新規） 意欲とアイデアのある市内の事業者が実施する、新商品・ブランド開発や新たな事業展開・業態転換、デジタル化推進など、魅力ある個店創出の可能性がある事業を支援します。

主な取り組み	内容
事業者同士の連携支援	【該当事業】商業振興活性化事業（個店支援補助）（新規） 複数の事業者の連携による、新商品・ブランド開発など、個店支援を進める中でも、事業者同士のつながりを意識した支援に取り組めます。

方向性2 【やまとがにぎわう！】 滞在したい空間づくり

① つながりのある居場所づくり

主な取り組み	内容
子育て世帯やご高齢の方等の居場所づくり	【該当事業】商店街支援事業（空き店舗有効活用支援事業費補助） 【連携部】 こども部、健康福祉部 単なる買い物の場に留まらない、商店街に対する役割ニーズに対応するため、既存の空き店舗を休憩所にしたたり、こども食堂等の新たなサービス提供施設にしたたりするなど、子育て世帯やご高齢の方等の居場所づくりに繋がられないかを検討します。 商店街の周辺には、保育園や幼稚園等の子育て関連施設や、病院・診療所などもあります。こども部や健康福祉部とも連携して取り組みます。
ウォーカブルなまちづくり	【該当事業】商店街支援事業（商店街活性化事業補助） 【連携部】 街づくり施設部 商店街マップ作成をはじめ、商店街を中心とした回遊を促すための事業支援に取り組めます。 滞在したくなる空間には、安全で快適な歩行環境が必要です。特に大和駅や中央林間駅周辺において、居心地の良い、歩きたくなる環境の創出には、街づくり施設部と連携して取り組みます。
エリアがにぎわうイベントとの連携	【該当事業】商店街支援事業（商店街活性化事業補助） うまいもの市開催事業 【連携部】 文化スポーツ部 駅周辺や商店街で開催するイベントは、そのエリアへの滞在を促し、開催に関係する人々のつながりを生む可能性を持っています。 商店会が主催する催事を支援するだけでなく、「大和市うまいもの市」をはじめとする市主催事業との連携を図ります。 多くの人が集まるスポーツや音楽のイベントなども視野に入れ、文化スポーツ部とも連携して取り組みます。

主な取り組み	内容
公共施設との連携	【該当事業】商店街支援事業（商店街活性化事業補助） 【連携部】 文化スポーツ部、環境施設農政部 大和駅近隣に立地する「文化創造拠点シリウス」や「やまと公園」をはじめ、「北部文化・スポーツ・子育てセンター」、「イコーザ」など魅力的な公共施設の存在が、施設利用者の周辺商店街利用や回遊につながるよう、文化スポーツ部や環境施設農政部とも連携して取り組みます。

② 遊休地の活用

主な取り組み	内容
公共スペースの有効活用	【該当事業】商店街支援事業（商店街活性化事業補助） 【連携部】 街づくり施設部 プロムナードなどの歩道空間や、まだ活用の余地のある道路空間等の公共スペースにおいて、キッチンカーや屋台の出店を通し、にぎわい創出を図ります。街づくり施設部とも連携して取り組みます。
休憩施設等の設置	【該当事業】商店街支援事業（商店街施設整備事業等補助） 【連携部】 街づくり施設部 滞在が心地良いものとなる設備として、商店会等が商店街に整備するベンチ、水飲み場等の休憩施設、植樹帯、街路樹等の植栽施設の整備の支援に取り組みます。 商店会のある歩道や道路等における、一休みできるベンチの設置等については、街づくり施設部と連携して取り組みます。

方向性3 【やまとが好きになる！】
大和市のファンづくり

① 効果的な情報発信

主な取り組み	内容
インターネット・SNSを活用した情報発信	【該当事業】商業振興活性化事業（やまと商店会どっとこむ） 商業振興活性化事業（個店支援補助）（新規） 【連携部】 市長室 ウェブサイトやSNSを活用していない商業者も多いため、それらを活用した情報発信を支援します。 また、市長室と連携し、市のSNSアカウントを利用し、商業関連情報の効果的な発信に取り組みます。
紙媒体等による情報発信	【該当事業】商店街支援事業（商店街活性化事業補助） 商店街支援事業（商店街施設整備事業等補助） 商店会による情報誌など紙媒体での情報発信を支援します。 来街者への商店街のPRを目的とした案内看板、電子案内看板などのサイン施設整備の支援に取り組みます。
商品・サービスの開発・周知	【該当事業】商業振興活性化事業（個店支援補助）（新規） 【連携部】 文化スポーツ部、環境施設農政部 「大和市と言えば〇〇」と言われるような特産品や、ブランドの構築に向け、複数の事業者の連携によるものか個店か等を問わず、市内事業者による特産品等の開発を支援します。 特産品・推奨品に関する取り組みについては、文化スポーツ部や環境施設農政部と連携して取り組みます。

② 買い物に行きたくなる雰囲気づくり

主な取り組み	内容
商店街の景観づくり	【該当事業】商店街支援事業（商店街施設整備事業等補助） 【連携部】 街づくり施設部 にぎわい創出を目的とした、街路灯へのフラッグ・ペナントの設置等を支援します。 買い物したくなる雰囲気づくりのため、ふさわしい空間、景観づくりに、街づくり施設部と連携して取り組みます。

第5章 計画の推進に向けて

1. 計画の推進体制

庁内はもちろんのこと、市内の商業者、大和商工会議所、国・県など、本市の商業振興に関わる多様な主体と情報交換を図りながら連携し、本計画を推進します。

2. 計画の進捗確認

施策の展開においては、事務事業評価等を通し、進捗状況の確認や検証に努めます。また、変化する社会・経済情勢の現況把握にも努め、必要に応じて施策及び関連事業の見直し・改善を行います。

3. 計画の成果指標

本計画の実施効果を客観的・定量的に検証する指標として、5年後（令和11年度）の数値目標を以下の通り設定します。

成果指標	数値目標	
	令和7年度	令和11年度
商店街イベント開催数	20件	30件
商店街において施設整備補助した実施件数	2件	4件
起業家支援スペースの稼働率	100%	100%
個店支援の補助件数	4件	6件