

商店街と市民団体・民間企業等との マッチング事業の検討

川崎市経済労働局観光・地域活力推進部

1 本事業の概要

本市には、地域の日常生活を支える大小162の商店街が存在し、地域コミュニティや地域の賑わいの核※として活動しています。

(※ 夏祭りや子ども向けハロウィンイベントなど季節ごとの催しなど)

近年では、商店街活動の中心を担っている会長や役員等の高齢化が進み、地域イベントの定番となっていたお祭りなどの開催も減少傾向にあります。

本事業により、活気を取り戻したい商店街と、活動の場を求める企業・市民団体等をつなぐことで、地域に新たなにぎわいを創出することを検討しています。

2 商店街を取り巻く環境と課題

商店街を取り巻く環境

■大型店舗の台頭

生活に必要なあらゆるものが1か所で揃う大型店が台頭し、多くの消費者の買い物の場が移りました。

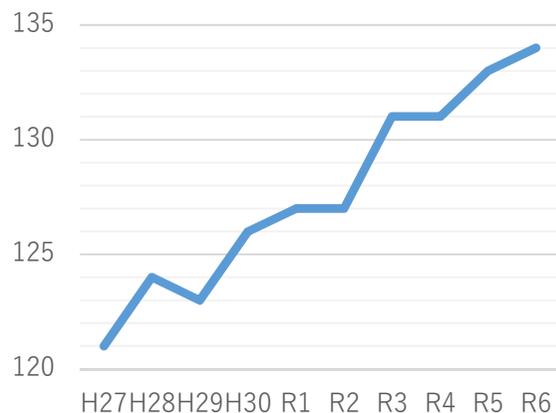
■ECサイト等オンライン店舗の普及

インターネットの普及により、365日どこにいても買い物を完結できる環境が整備されています。

■消費者行動の変化

様々なサービスやモノがパーソナライズされていく中、購買行動の中で特別な体験や居心地の良さなどを求めるようになりました。

市内の大規模小売店舗数の推移



川崎市経済労働局観光・地域活力推進部調べ

インターネットを利用した支出総額



引用:総務省統計局 家計消費状況調査

Q2 ネットショップ(EC)ではなく、主に店舗を利用する理由は?



引用:予約ラボ

2 商店街を取り巻く環境と課題

商店街の課題

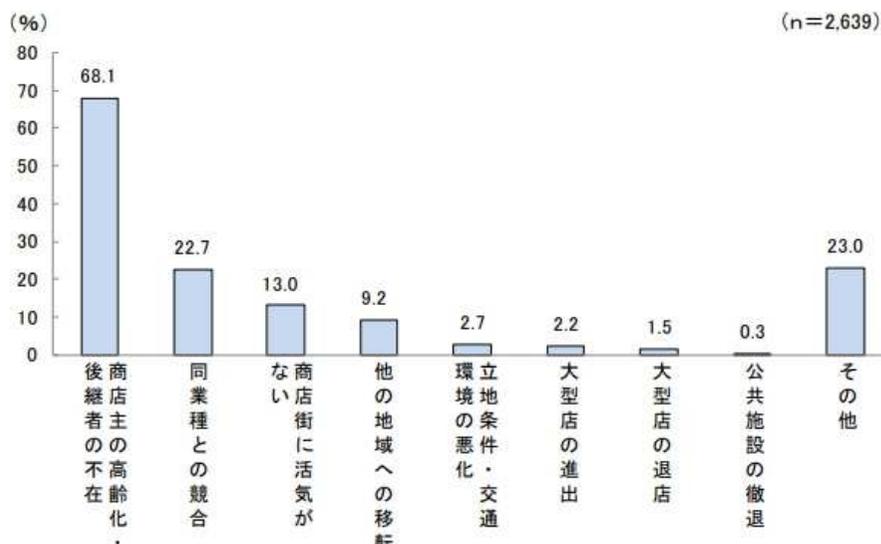
■店主の高齢化・後継者不足

店主の高齢化が進む一方で、後継者が見つからず廃業に追い込まれる店舗が出てきています。

■組織力の低下

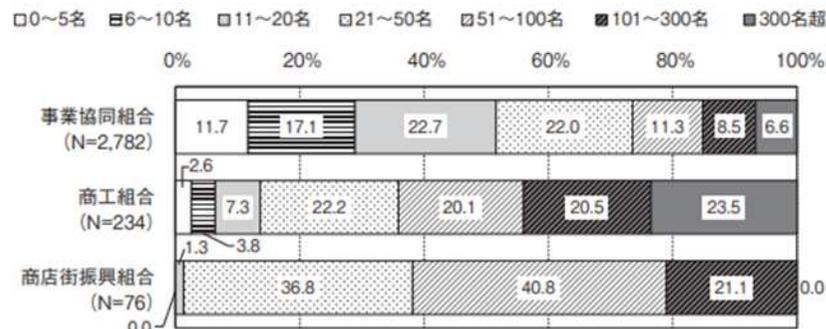
商店街を運営する役員や会員などの人手不足から、イベントを企画できない・企画しても実施に至らないケースがあり、活動の停滞などからさらに会員離れが進み組織力が低下するという悪循環に至っています。

図表 14 退店(廃業)した理由(複数回答:2つまで)

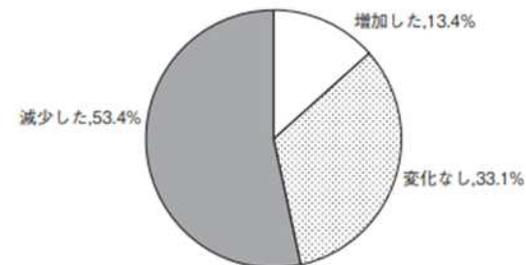


引用:中小企業庁 商店街実態調査

(図表1-6) 主要類型別組合員数



(図表1-7) 組合員数の増減 (N=3,207)
 また、5年前と比べた組合員数の増減をみると(図表1-7)、「減少した」が53.4%に達しており、「増加した」は13.4%にとどまっている。



引用:商工中金 組合実態調査

3 事業の仕組み

マッチング事業者が、商店街と企業・市民団体をつなぐことで、イベント実施余力のない商店街もにぎわい創出が叶い、活動発表やイベント実施の場を探している企業・市民団体は既に人通りの見込める場を費用負担を抑えて利用可能となる。

■商店街

- ・空き店舗や駐車場、広場、通りといった「場」を提供
- ・無償での提供を原則とする



「場」の例
通り・駐車場・店舗前など



■企業・市民団体

- ・新商品のプロモーションやキャンペーン、地域交流イベントやハンドメイド作品の販売等「人流を生み出す活動」を実施
- ・「人流を生み出す活動」については、企業・市民団体自らが企画・準備・運営を行うことを原則とする(商店街からの人員支援等はないものとする)



飲み屋さん祭り



阿佐ヶ谷ジャズフェスティバル



■マッチング事業者

- ・本事業の協力商店街を「場」として登録を促しリスト化を行う
- ・「場」を利用したい企業・市民団体等を募集
- ・利用希望があった場合に条件等をすり合わせて商店街と企業・市民団体をマッチング
- ・企業・市民団体の希望に応じて企画への助言、運営サポート、効果測定支援等を行うことができる
- ・企業・市民団体からマッチング成立時や企画への助言等支援時に対価を徴収することができる

■スケジュール(想定)

令和7年度

意見交換の実施・実施結果を踏まえた新規事業案の検討調整

令和8年度又は令和9年度

検討結果を踏まえた事業の実施

4 マッチング事業者の皆様にお聴きしたいこと

① 本事業の利用促進のための効果的な広報手法やアイデアのご提案

商店街及び企業・市民団体に本事業の目的や登録・利用方法等を周知するには、どのような広報手法が効果的か、アイデアや助言をいただきたい。

② 企業・市民団体側の需要に関するご意見

企業・市民団体等にとって、どのような「場」に需要があるのか、また、需要の把握方法等へのご意見や助言をいただきたい。

③ 参入する事業者の支援範囲に関するご意見やアイデアのご提案

マッチングを行う事業者について、マッチング後の企業・市民団体の企画への助言や運営サポート・効果測定支援などイベント等の実施に付随するコンサルティング等も支援範囲(企業・市民団体から支援対価を徴収)と想定したいがこれに対するご意見を伺いたい。

④ 参入する事業者のメリットづくりへのご提案

本事業が自走できるような安定した収益構造を確立したいと考えているため、マッチングを行う事業者において、参入した場合の事業の収益性や参入事業者のメリット設定についてどのようなものが考えられるのかご提案いただきたい。