

那覇市全域商店街基礎調査事業

報告書

2018年（平成30年）8月

那覇市

目 次

I. 調査概要.....	3
1. 調査名称.....	3
2. 調査目的.....	3
3. 調査期間.....	3
4. 調査フロー.....	3
5. 調査対象.....	4
6. 調査方法等.....	4
1) 商店街実態調査.....	4
2) 関係機関ヒアリング調査.....	6
II. 調査結果.....	7
1. 商店街実態調査.....	7
1) 商店街（通り会等）の概要調査.....	7
2) アンケート調査.....	12
3) 概要調査及びアンケート調査のまとめ.....	52
2. 関係機関へのヒアリング調査結果.....	55
1) 行政・経済関係団体.....	55
2) 学識経験者.....	64
3) 金融機関.....	68
4) 関係機関へのヒアリング調査のまとめ.....	72
III. 経済センサス等の統計分析.....	78
1) 事業所数の動向.....	78
2) 従業者数の動向.....	79
3) 年間販売額の実態.....	80
IV. 課題の整理分析と今後の施策展開案について.....	82
1. 課題の整理分析.....	82
1) 商店街等の所在地及び概要一覧.....	82
2) 商店街の状況（特性等）と課題分析.....	82
2. 今後の商店街振興施策の方向性及び展開案について.....	86
1) 商店街振興施策の方向性.....	86
2) 商店街振興施策の展開案.....	88
V. 県内外の参考事例.....	89

I. 調査概要

1. 調査名称

那覇市全域商店街基礎調査事業

2. 調査目的

本市は、これまで中心市街地の活性化を推進することを目的として、商店街や通り会等を対象に種々の支援施策を展開してきた。特に中心商店街等の創意工夫した主体的な取り組みについては、「頑張るマチグッー支援基金」を平成 21 年に創設し、これを財源として多くの事業助成を実施してきた。

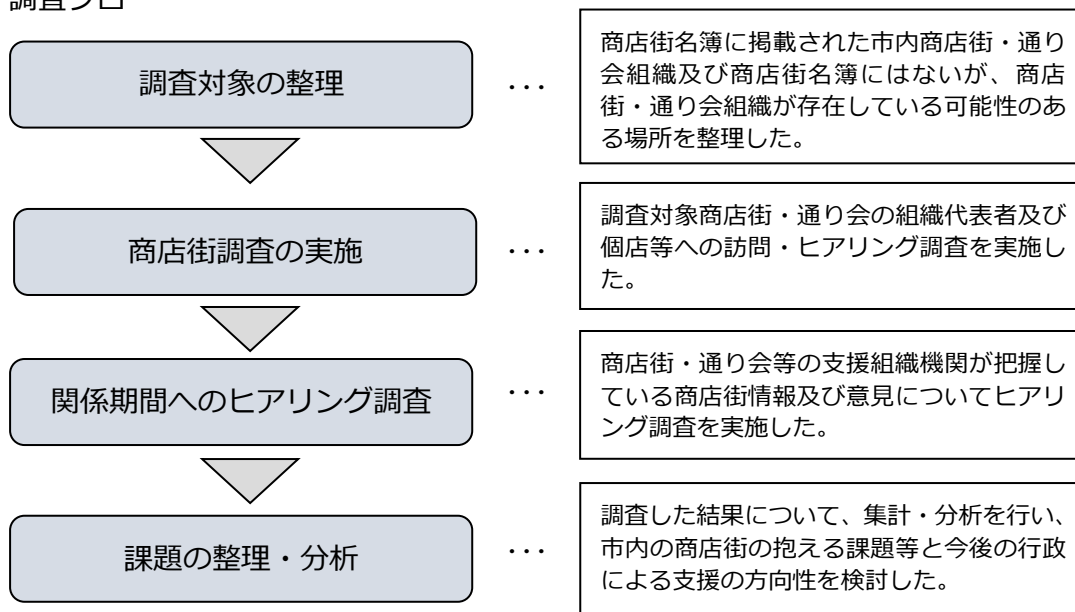
しかし、中心商店街のみならず、本市全域に所在する商店街状況や各商店街の実態が把握できておらず、経済産業施策の展開強化が求められている現在、各地域の商店街や通り会等の実態を調査し、整理・分析を行い、その地域特性に基づく支援施策・事業を計画し、これを市域を面として広く展開していく必要がある。

本調査事業は、本市全域の商店街の状況、各商店街の実態に関する調査及び商店街振興支援組織等へのヒアリング等を実施し、これらと経済センサス等の統計データを活用して市域の商店街の課題を整理・分析し、地域特性を活かした商店街振興施策・事業等の立案資料とすることを目的とするものである。

3. 調査期間

平成 30 年 2 月 6 日～平成 30 年 8 月 31 日

4. 調査フロー



5. 調査対象

- ・市が提示する商店街名簿に記載された市内商店街・通り会組織
- ・商店街名簿に記載はないが、商店街・通り会組織が存在している可能性がある場所

6. 調査方法等

1) 商店街実態調査

上記調査対象を「中心商店街」及び「郊外商店街」に区分し、アンケート調査及びヒアリングを実施した。

- | | |
|------------|-----------------|
| ・調査対象（実施数） | 74 件 |
| ・回答結果 | 52 件（回答率 70.3%） |
| 中心商店街 | 29 件 |
| 郊外商店街 | 23 件 |

<調査項目>

A 商店街等の概要調査

- (1) 法人、任意の別
- (2) 設立時期
- (3) 総店舗数
- (4) 会員数
- (5) 会費有無
- (6) 規約有無
- (7) 役員数・専従有無
- (8) 共同設備の有無

B アンケート調査

- (1) 総店舗数傾向（5年前との比較）
- (2) 主な客層と割合
- (3) 来街者傾向（5年前との比較）
- (4) 来街者の主な交通手段
- (5) 来街者ピーク時間
- (6) 法人化意向
- (7) 景況傾向（5年前との比較）
- (8) 良い主な要因
- (9) 悪い主な要因
- (10) 強み
- (11) 直面している課題
- (12) 課題の解決策

- (13) 次世代リーダーの有無
- (14) リーダー養成の必要性
- (15) 10年後の見通し
- (16) 空き店舗数
- (17) 空き店舗傾向（5年前との比較）
- (18) 空き店舗の見通し
- (19) 空き店舗の原因
- (20) 空き店舗の継続理由
- (21) 空き店舗の活用意向
- (22) 空き店舗の活用策
- (23) 空き店舗の解消策
- (24) 共同事業の実施状況
- (25) 環境整備事業の実施状況
- (26) その他の事業の実施状況
- (27) 活性化のための重視事項
- (28) 具体的事業計画
- (29) 事業計画への支援要請意向
- (30) 商店街活性化事業に関する補助制度の利用意向
- (31) 具体的な補助制度の利用意向
- (32) 補助制度活用を望まない理由
- (33) 行政に期待する商店街振興策
- (34) 創設を望む補助制度
- (35) 会員数傾向（5年前との比較）
- (36) 会員の増加要因
- (37) 商店街加盟メリット
- (38) 会員の減少要因
- (39) 活動に積極的な会員割合
- (40) 会費設定体系
- (41) 会費の月額
- (42) 商店街収支状況
- (43) 近隣商店街との連携
- (44) その他の要望等

2) 関係機関ヒアリング調査

商店街・通り会等の支援機関として、次に掲げる機関（個人含む）を対象にヒアリングを実施した。

- ・内閣府沖縄総合事務局
- ・沖縄県
- ・那覇商工会議所
- ・沖縄県中小企業団体中央会
- ・金融機関（琉球銀行・沖縄銀行・沖縄海邦銀行・コザ信用金庫）
- ・学識経験者（琉球大学教授、東洋大学助教授）

<調査項目>

- (1) これまでの調査・取り組みについて
- (2) 那覇市商店街の状況について
- (3) 活性化への取り組みについて

【用語の定義】

- 中心商店街：国際通りを骨格として、東は「国道 330 号」と「栄町市場商店街」、南は「県道 222 号線（真地久茂地線）」、西は「国道 58 号」、北は「久茂地川」と「県道 29 号線（崇元寺通り）」に囲まれた 167.4ha の区域内にある商店街。
※末巻の商店街地図を参照
- 郊外商店街：那覇市内における中心商店街以外の商店街。

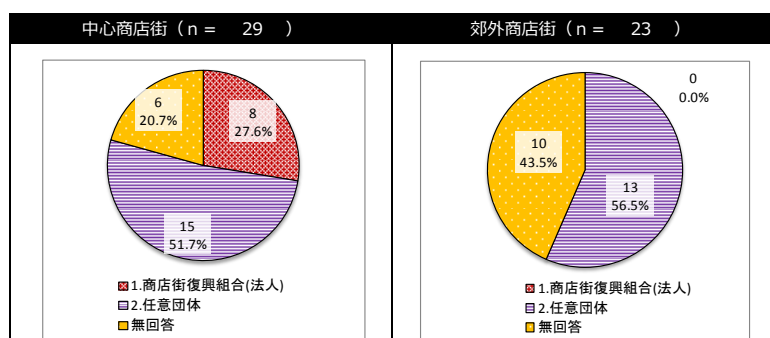
II. 調査結果

1. 商店街実態調査

1) 商店街（通り会等）の概要調査

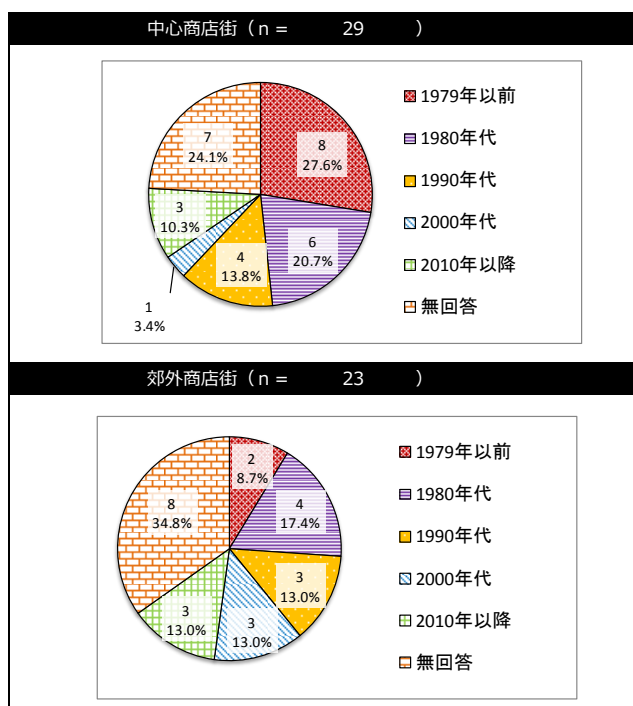
(1) 種類

商店街または通り会の種類については任意団体が多く、特に郊外は全て任意団体である。



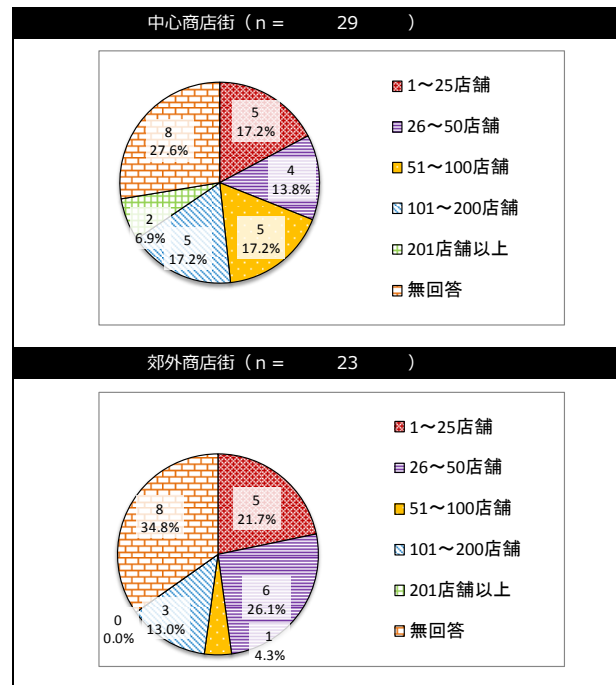
(2) 設立時期

法人化前に任意団体として設立された商店街または通り会について、任意団体としての設立時期は 1979 年以前の商店街または通り会が多い。なお、郊外は全て任意団体のため、本設問への回答はなかった。



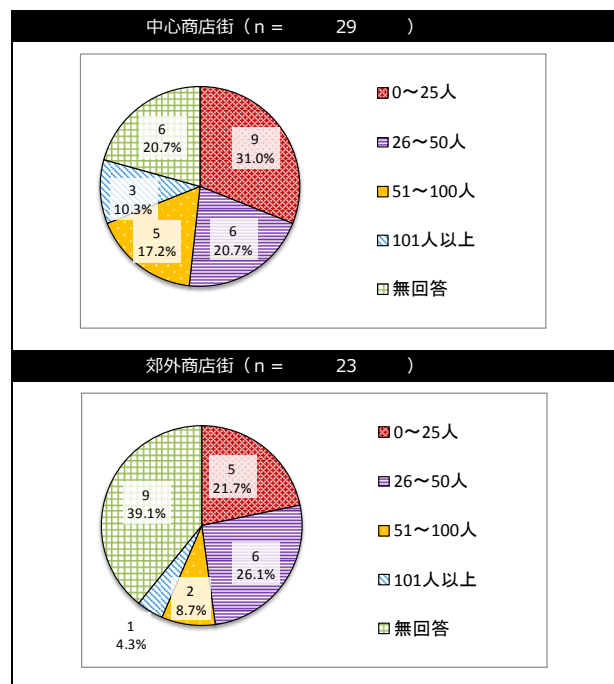
(3) 総店舗数

商店街または通り会の総店舗数については、中心商店街の方が、総店舗数が多い商店街または通り会の割合が高い傾向が見られた。



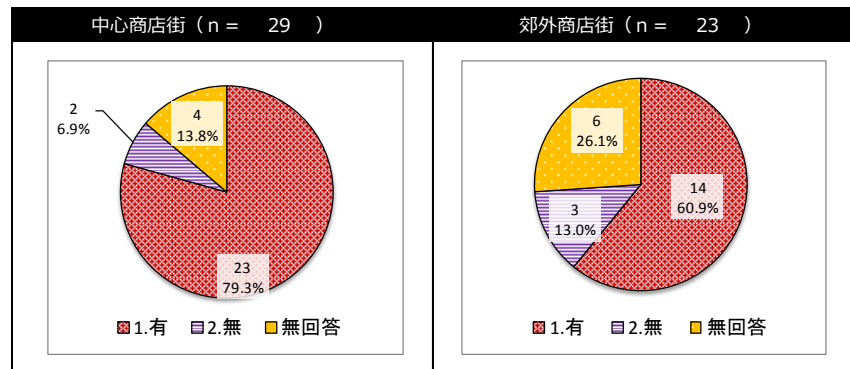
(4) 会員数

商店街または通り会の会員数については、中心商店街の方が、会員数が多い商店街または通り会の割合が高い傾向が見られた。



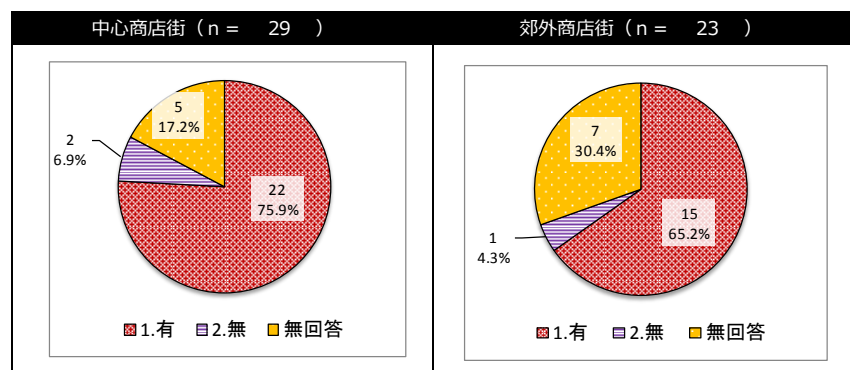
(5) 会費の有無

商店街または通り会の会費については、中心商店街・郊外とも「有」との回答が大半であった。



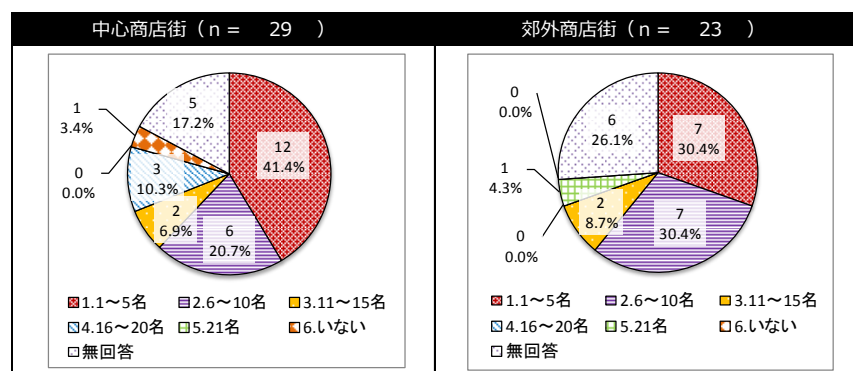
(6) 規約の有無

商店街または通り会の規約等については、中心商店街・郊外とも「有」との回答が大半であった。



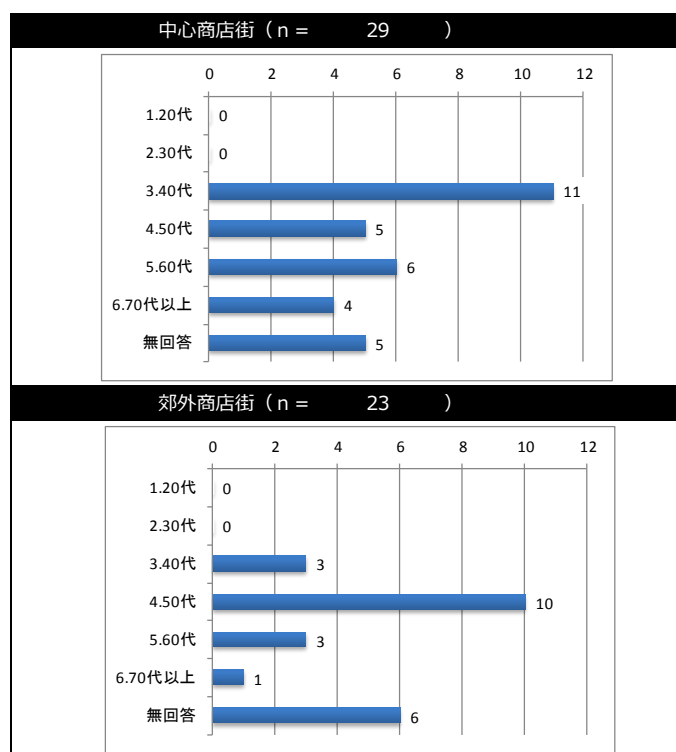
(7) 役員数及び年齢・専従の有無

商店街または通り会の役員数については、中心商店街・郊外とも「1～5 名」との回答が最多となり、中心商店街と郊外で明確な差は見られなかった。

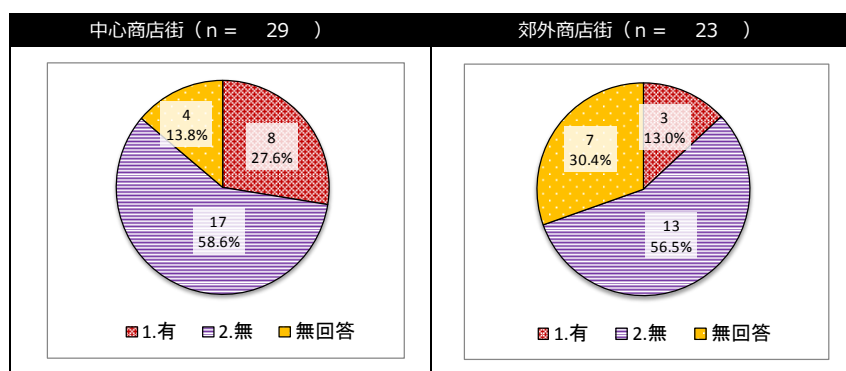


商店街または通り会の役員の平均年齢については、中心商店街では「40代」との回答が最多となり、郊外では「50代」との回答が最多となった。

なお、本問は複数回答を想定していないが、複数の選択肢を選んだ回答者が見られた。

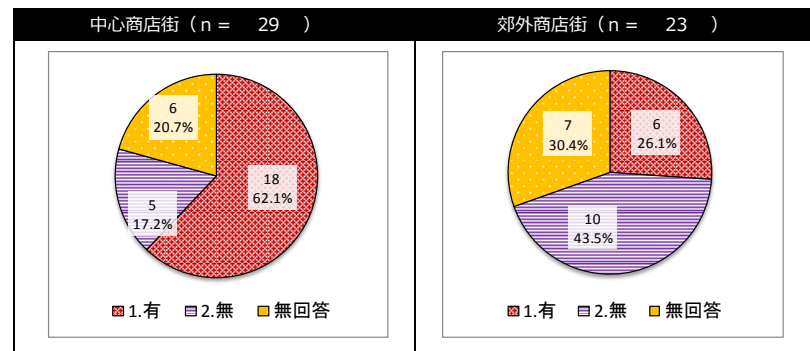


商店街または通り会の専従職員の有無については、中心商店街・郊外とも「無」との回答が多かった

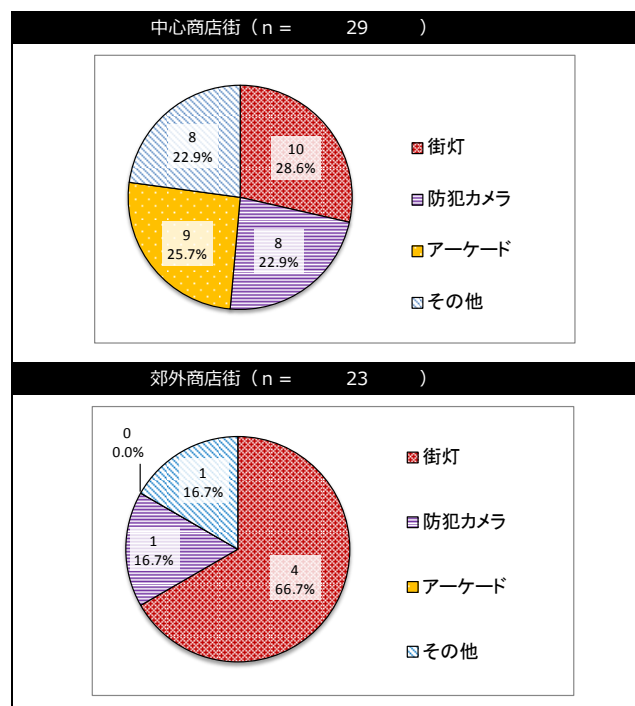


(8) 共同設備の有無

商店街または通り会における共同設備の有無については、中心商店街では「有」の回答が多く、郊外では「無」の回答が多かった。



また、「有」の場合の内容は以下のとおりである。

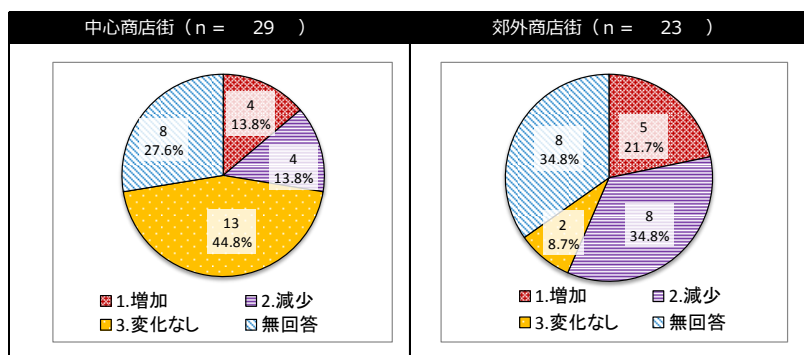


2) アンケート調査

(1) 商店街または通り会区域内の総店舗数は5年前と比べてどのように変化しましたか？

商店街または通り会の区域内の総店舗数については中心商店街については「変化なし」との回答が最多となり、郊外については「減少」との回答が最多となった。

ただし、郊外については「増加」との回答も多く見られ、郊外では商店街または通り会により総店舗数の増減傾向に差異が生じていると推測される。



(2) 来街者の主な客層とその割合はどうですか？

来街者の客層としては、中心商店街は地元客と観光客の比率が概ね半々となったが、郊外では地元客が多い傾向となっている。

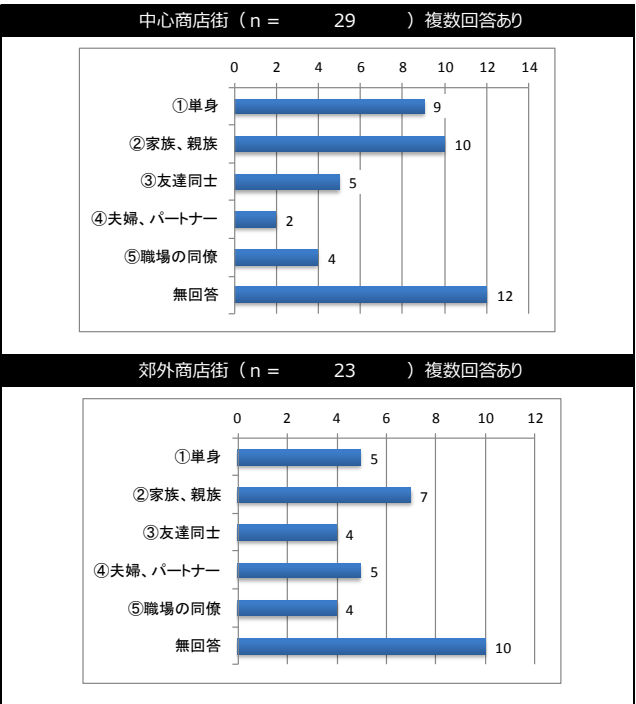
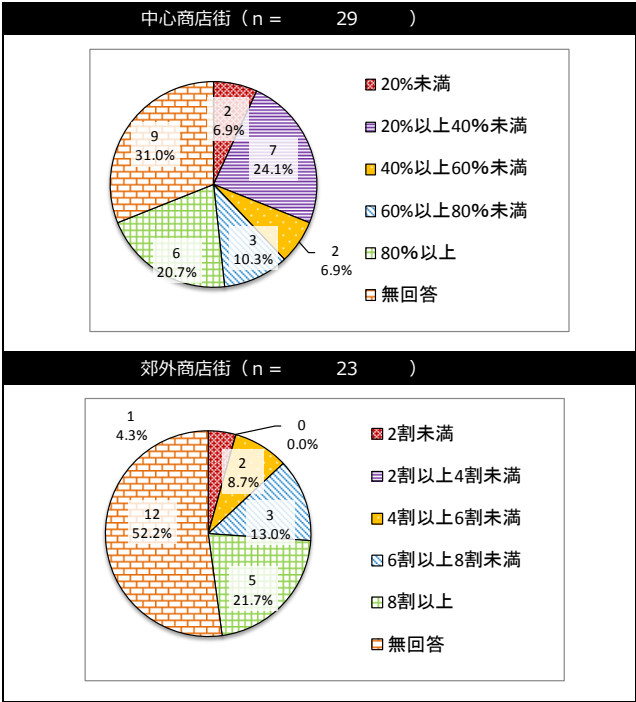
地元客の属性は、中心商店街・郊外とも「家族、親族」が最多であったが、中心商店街においては「単身」との回答も多かった。

日本人観光客の属性は、中心商店街・郊外とも「家族、親族」が最多であったが、中心商店街においては「友人同士」との回答も多かった。

外国人観光客の属性は、中心商店街・郊外とも「家族、親族」が最多であったが、郊外においては「夫婦、パートナー」との回答も多かった。

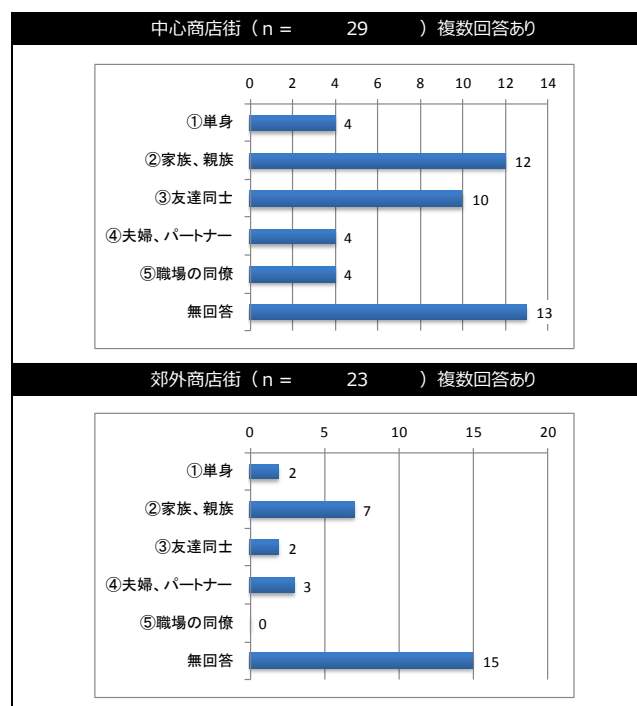
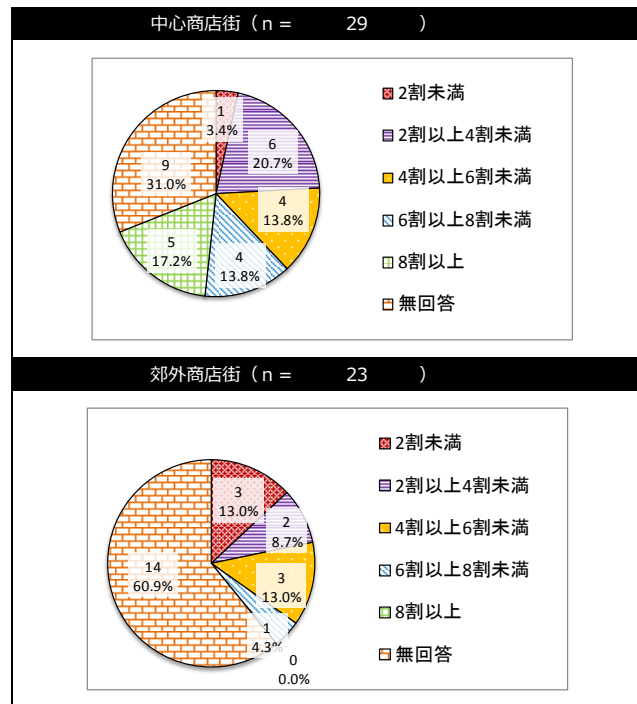
1. 地元客

⇒「地元客」の場合：①単身	②家族、親族	③友人同士
(〇は2つまで)	④夫婦、パートナー	⑤職場の同僚

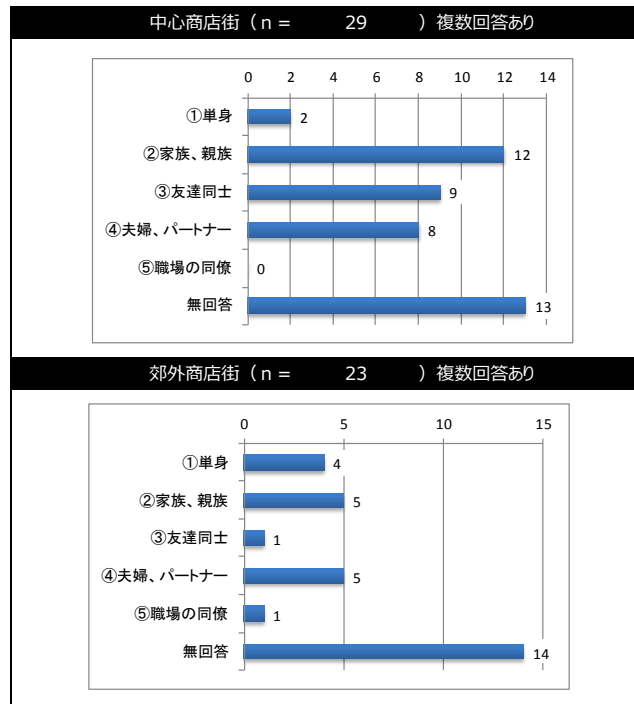


2. 観光客

⇒「日本人観光客」の場合：①単身 ②家族、親族 ③友人同士
(〇は2つまで) ④夫婦、パートナー ⑤職場の同僚

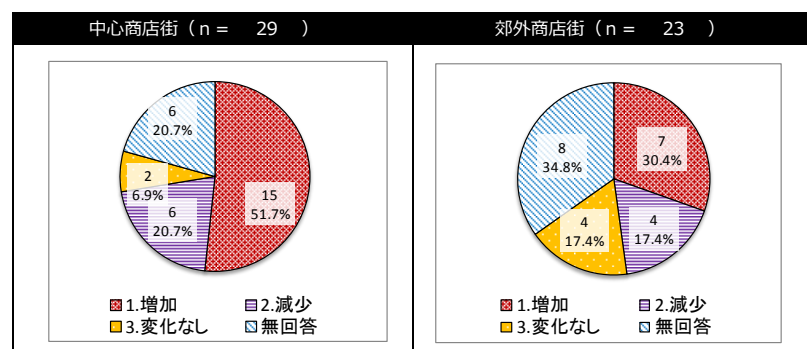


⇒「外国人観光客」の場合：①単身 ②家族、親族 ③友人同士
 (〇は2つまで) ④夫婦、パートナー ⑤職場の同僚



(3) 来街者の傾向について5年前とくらべてどのように変化しましたか？

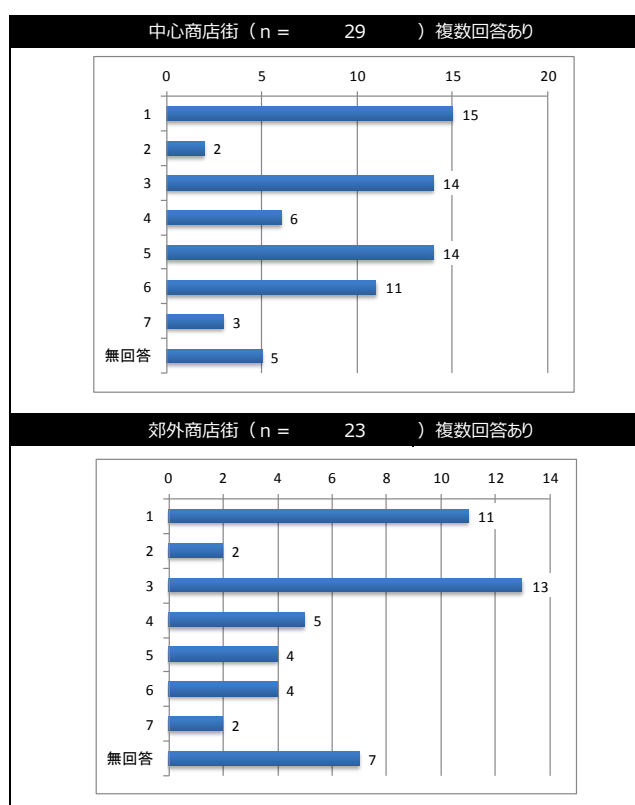
来街者数については中心商店街・郊外とも「増加」したとの回答が最多となっており、客足の伸びを実感している商店街または通り会が多いと推測される。



(4) 来街者の主な交通手段はどれですか？（複数可）

来街者の主な交通手段としては、中心商店街では「徒歩」と「路線バス」が同数で最多となり、郊外では「自家用車」が最多となった。

- | | |
|---------|----------|
| 1. 徒 歩 | 2. 自転車 |
| 3. 自家用車 | 4. タクシー |
| 5. 路線バス | 6. モノレール |
| 7. 貸切バス | |

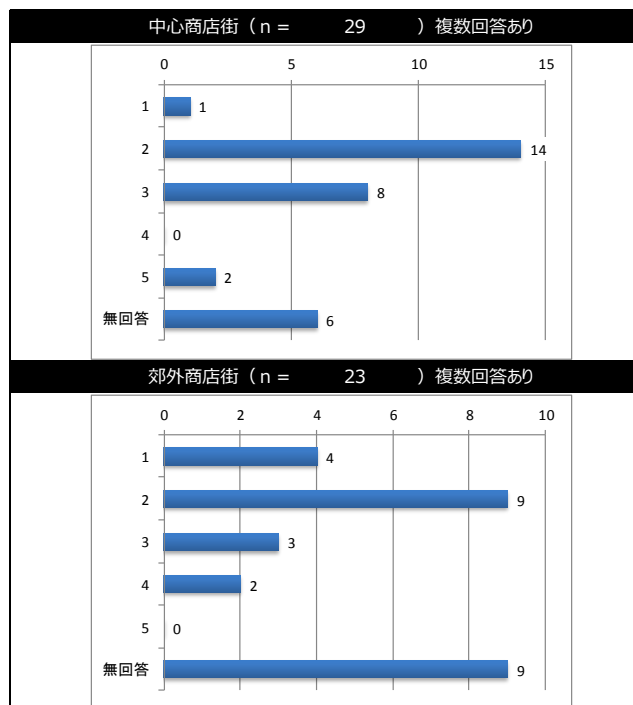


(5) 来街者のピーク時間は何時ごろになりますか？

来街者のピーク時間は中心商店街・郊外とも「12 時～18 時未満」との回答が大多数となったが、次点は、中心商店街は「18 時～21 時未満」、郊外は「9 時～12 時未満」となった。

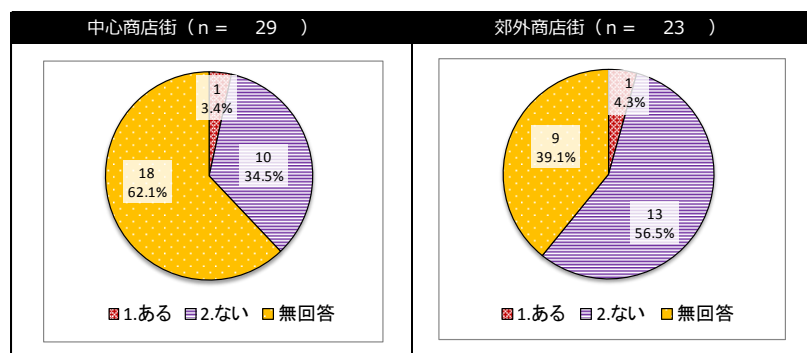
なお、本問は複数回答を想定していないが、複数の選択肢を選んだ回答者が見られた。

- | | |
|----------------|----------------|
| 1. 9 時～12 時未満 | 2. 12 時～18 時未満 |
| 3. 18 時～21 時未満 | 4. 21 時～24 時未満 |
| 5. 24 時～9 時未満 | |



(6) 貴商店街または通り会が「任意団体」の場合、今後、法人化する予定はありますか？

商店街または通り会の法人化の意向については、中心商店街・郊外とも「ない」との回答が大半であった。



(7) 5年前と比べて景況はどのように変化しましたか？

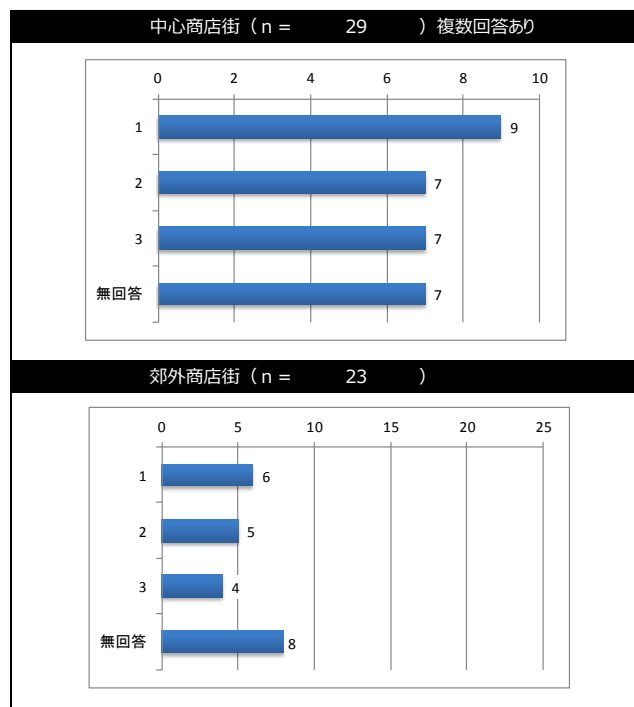
5年前と比べて景況については中心商店街・郊外とも「良い」との回答が最多となったが、郊外については「悪い」との回答も同数であった。他の回答も拮抗しており、商店街または通り会により状況は様々であると推測される。

なお、本問は複数回答を想定していないが、複数の選択肢を選んだ回答者が見られた。

1. 良い ⇒ (8) へ

2. 悪い ⇒ (9) へ

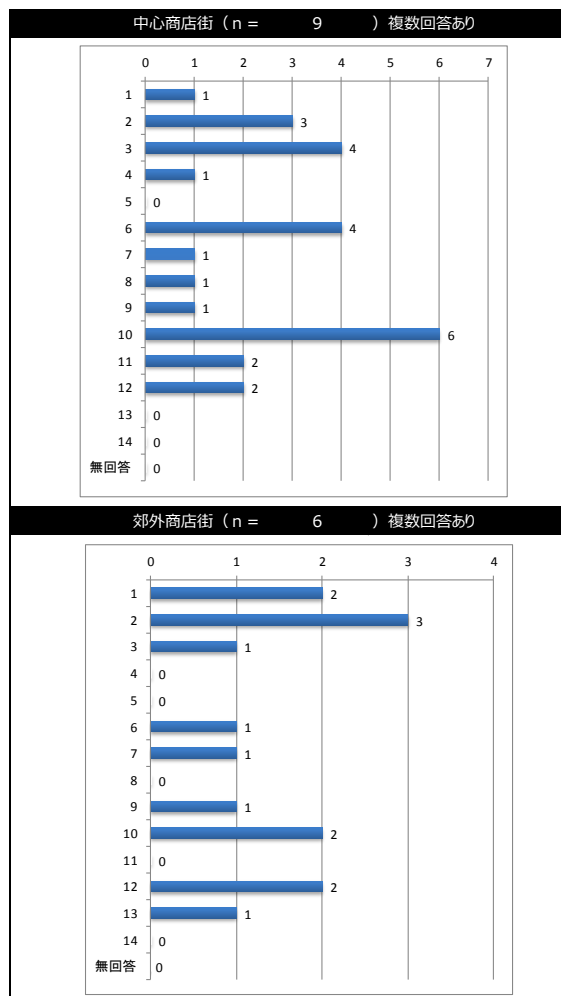
3. 変化なし ⇒ (9) へ



(8) 「良い」とお答えの場合、その主な要因は何と考えていますか？（複数可）

5 年前と比べた景況を「良い」とした主な要因としては、中心商店街では、「歩行者の通行量増加」との回答が最多となり、郊外では「イベントの実施」が最多となった。なお、中心商店街・郊外とも「大型店の撤退」及び「わからない」との回答はなかった。

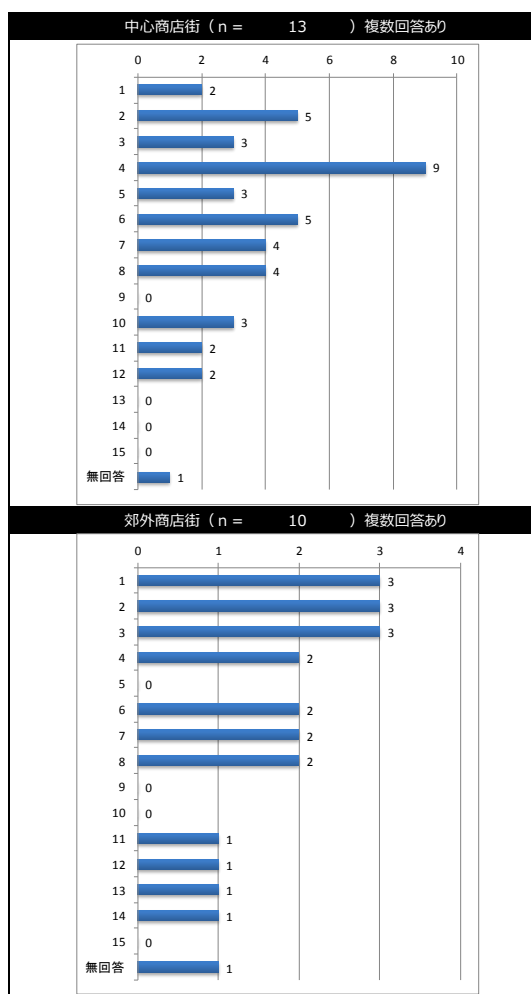
- | | |
|-----------------|----------------------|
| 1. 商圏の人口・世帯数の増加 | 2. イベントの実施 |
| 3. 情報発信（PR）の実施 | 4. 大型店の進出 |
| 5. 大型店の撤退 | 6. 商店街や店舗の質の向上 |
| 7. 業種構成の充実 | 8. 交通関係施設（道路や駐車場）の整備 |
| 9. 自動車の通行量増加 | 10. 歩行者の通行量増加 |
| 11. 個店の営業努力 | 12. 魅力ある店舗の増加 |
| 13. その他（ ） | 14. わからない |



(9) 「悪い」「変化なし」とお答えの場合、その主な要因は何？（複数可）

5年前と比べた景況を「悪い」または「変化なし」とした主な要因としては、中心商店街では「郊外や周辺への大型店の進出」との回答が最多となり、郊外では「商圈の人口・世帯数の減少」「顧客の他地域への流出」「販売促進活動（イベントや情報発信（PR））の停滞・不足」との回答が同数で最多となった。なお、中心商店街・郊外とも「自動車の通行量減少」及び「わからない」との回答はなかった

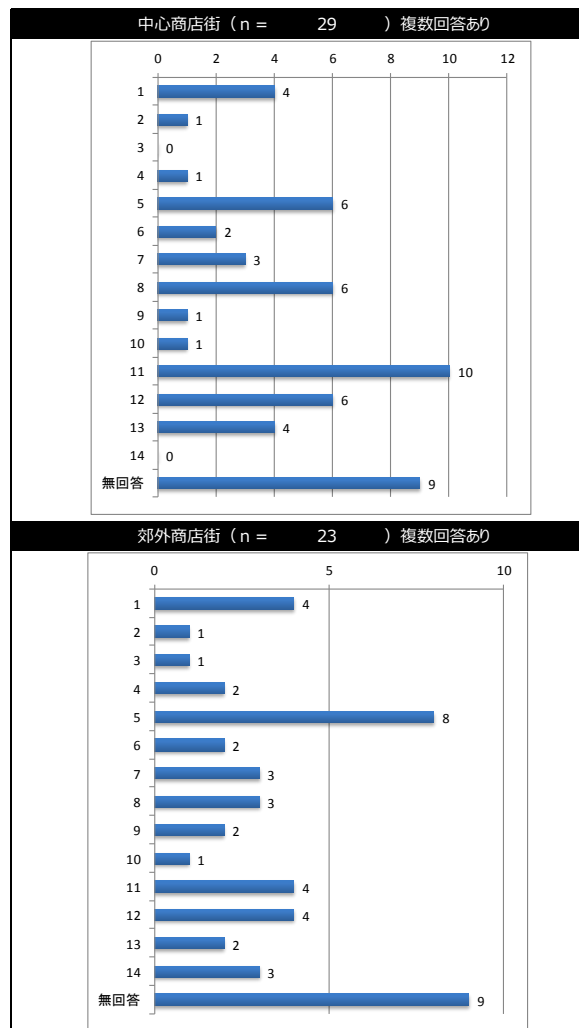
- | | |
|--------------------------------|---------------|
| 1. 商圈の人口・世帯数の減少 | 2. 顧客の他地域への流出 |
| 3. 販売促進活動（イベントや情報発信（PR））の停滞・不足 | |
| 4. 郊外や周辺への大型店の進出 | 5. 大型店の撤退 |
| 6. 商店街内店舗の老朽化、店舗の質の低下 | 7. 業種構成に魅力がない |
| 8. 道路や駐車場の未整備 | 9. 自動車の通行量減少 |
| 10. 交通利便性（公共交通）の低下 | 11. 歩行者の通行量減少 |
| 12. 個店の営業努力不足 | 13. 空き店舗の増加 |
| 14. その他（ ） | 15. わからない |



(10) 強みは何と思いますか？（複数可）

商店街または通り会の強みとしては、中心商店街では「空き店舗が少ない」との回答が最多となり、郊外では「交通量がある」との回答が最多となった。また、中心商店街では「特にない」との回答は見られず、自らの商店街または通り会の特性を把握していると推測される。

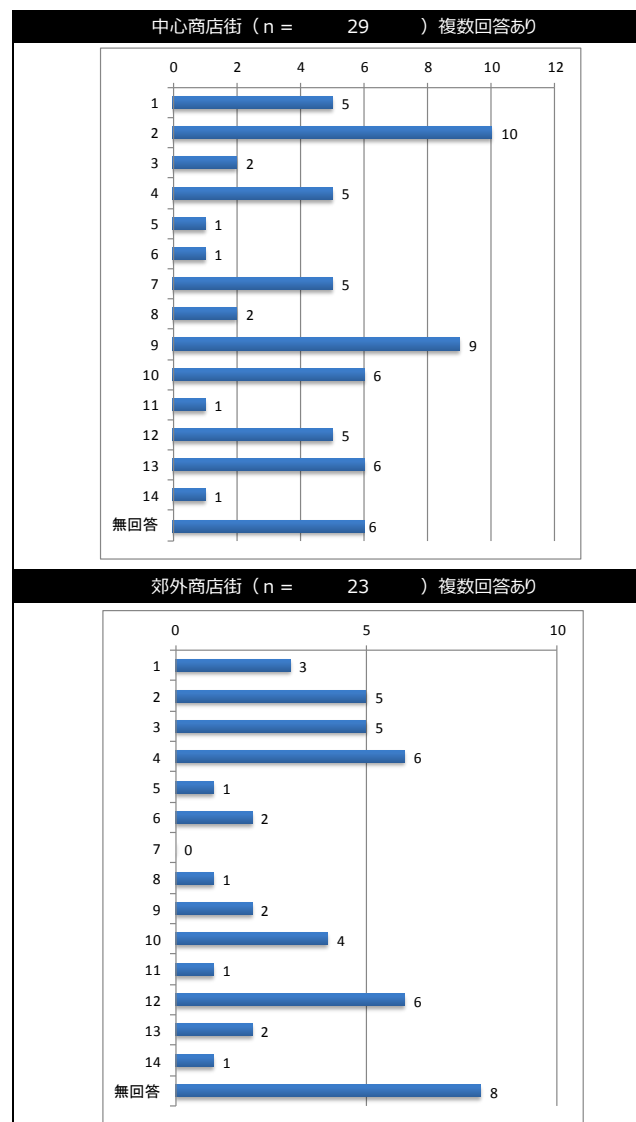
- | | |
|---------------------------------|--------------------------|
| 1. 業種構成が多い | 2. 店舗が新しい |
| 3. 各店舗の規模が大きい | 4. 駐車場がある |
| 5. 交通量がある | 6. 大型店と競合しない |
| 7. 郊外専門店と競合しない | 8. 商圏人口が多い |
| 9. 人材がいる | 10. 後継者がいる |
| 11. 空き店舗が少ない | 12. 商店街に集客の核となる施設又は店舗がある |
| 13. その他（ ） | 14. 特にない |



(11) 現在、直面している課題は何と考えていますか？（複数可）

商店街または通り会の直面している課題としては、中心商店街では「店舗老朽化」との回答が最多、郊外では「駐車場不足」と「商店街に集客の核となる施設又は店舗が少ない」との回答が同数で最多となり、ともにハード面での課題が挙げられた

- | | |
|---------------|--------------------------|
| 1. 業種構成が少ない | 2. 店舗老朽化 |
| 3. 各店舗の規模が小さい | 4. 駐車場不足 |
| 6. 大型店との競合 | 5. 交通量の減少 |
| 7. 郊外専門店との競合 | 8. 商圏人口の減少 |
| 9. 人材の不在 | 10. 後継者不足 |
| 11. 空き店舗の増加 | 12. 商店街に集客の核となる施設又は店舗がない |
| 13. その他（ ） | 14. 特になし |



(12) (11)で選択した課題をどうしたら解決できると思いますか？（記述式）

- ・ 全会員の協力のみ
- ・ 地元（特に若い人）や観光客にも魅力ある店舗の存在
- ・ 店舗の補修する
- ・ 後継者を育てる
- ・ 古い店舗も多く、何らかのリフォーム、建替えの補助メニューがあればと思う
- ・ 市からの補助金で店の修理がしたい
- ・ 家主との協力関係及び会員への情報発信
- ・ 発信力の強化
- ・ 商店街全体の無料駐車場必要
- ・ トイレ問題は市と協議中
- ・ お客様ニーズにあった業種の開拓
- ・ 魅力あるイベントや商店街を回遊するキャンペーンなどを行う
- ・ 女性の目線で交通・小売り・飲食の県都那覇におけるあるべき姿を学生に研究
- ・ 農連プラザ周辺の道路、駐車場及び住居区の早い完成
- ・ 各店舗の経営努力（温度差、現状満足多数、足並みが揃わない）
- ・ 店舗主の奮起に期待
- ・ 高齢者でも利用しやすいコミュニティ（居場所づくり）
- ・ 1 か所で用が足せるような（何でも屋的な）店舗
- ・ 若年層の人材不足
- ・ 高齢者が関わりやすい環境の整備
- ・ 大型駐車場
- ・ バス・モノレール等の公共交通機関を 0 時まで運行時間延長
- ・ 近隣店舗と協力してイベントや祭りなどをして店舗を宣伝する

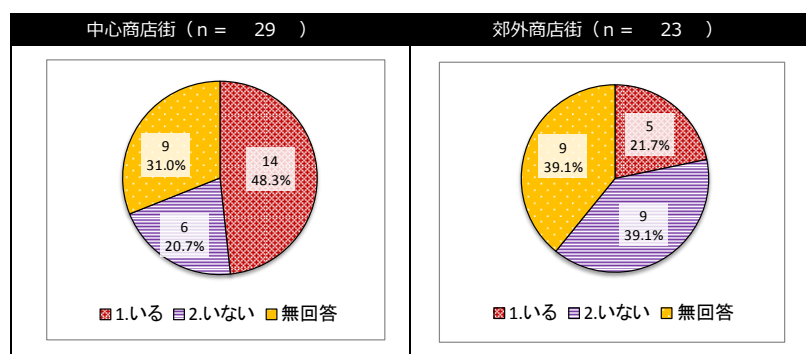
本設問への回答を列举すると上記のとおりであり、ハード面では「店舗補修」「駐車場整備」「トイレ整備」「道路整備」「公共交通の充実」等の解決策が挙げられた。

ソフト面では「会員相互の協力」「後継者育成」「情報発信」「各店の企業努力」「イベント開催」「居場所作り」「業種開拓」「高齢者対策」「調査研究」等が挙げられた。

このうち、中心商店街特有の回答は「店舗補修」「トイレ整備」、郊外特有の回答は「公共交通の充実」「高齢者対策」となった。

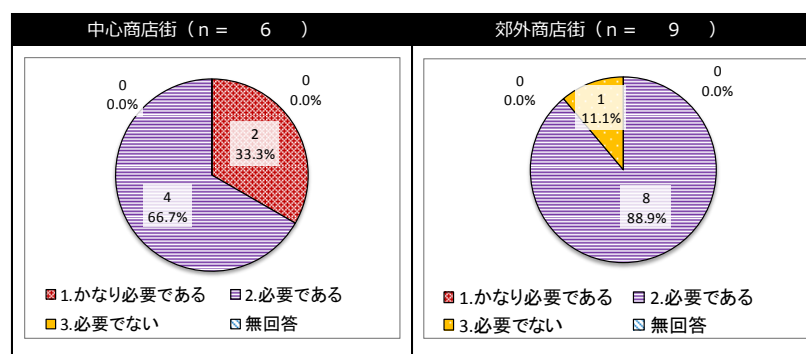
(13) 貴商店街または通り会組織では、次世代のリーダーはいますか？

商店街または通り会組織の次世代のリーダーについては、中心商店街では「いる」との回答が多く、郊外では「いない」との回答が多かった。



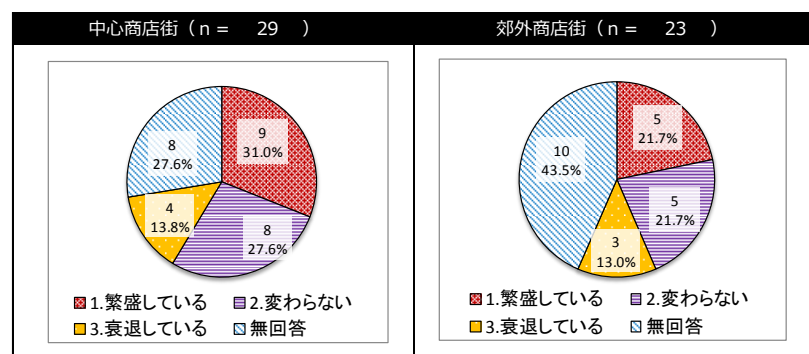
(14) (13)で「いない」とお答えの場合、リーダー養成は必要だと思いますか？

リーダー養成の必要性については、中心商店街・郊外とも「必要である」との回答が最多となった。



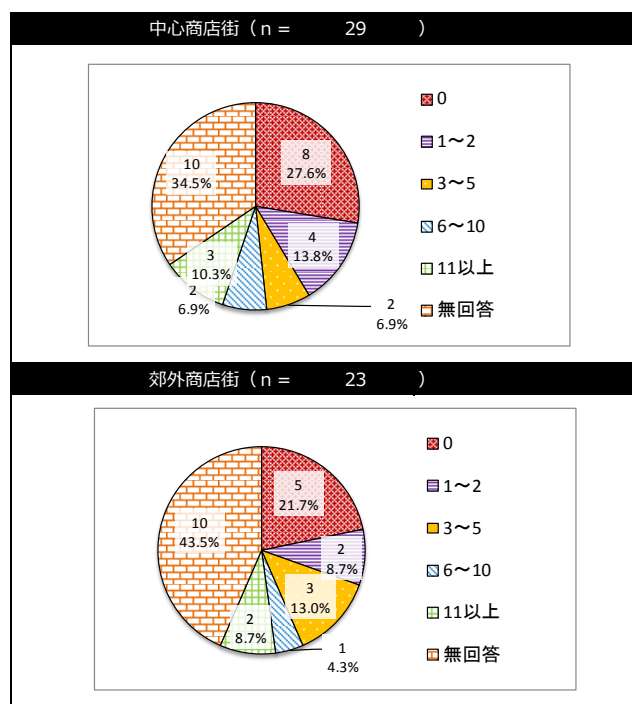
(15) 貴商店街または通り会の 10 年後はどうなっていると思いますか？

商店街または通り会の 10 年後の見通しについては、中心商店街では「繁盛している」との回答が最多、郊外では「繁盛している」と「変わらない」が同数で最多となり、中心商店街・郊外とも悲観的な見通しとなっている商店街または通り会は少ないと推測される。



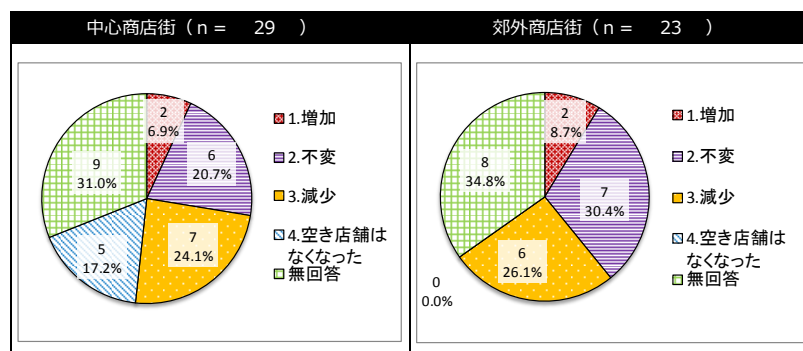
(16) 空き店舗はいくつありますか？（概ね 6 か月以上空き店舗）

商店街または通り会内の空き店舗数については、中心商店街・郊外とも「0」との回答が最多となり、空き店舗が極めて少ない商店街または通り会が大半であると推測される。



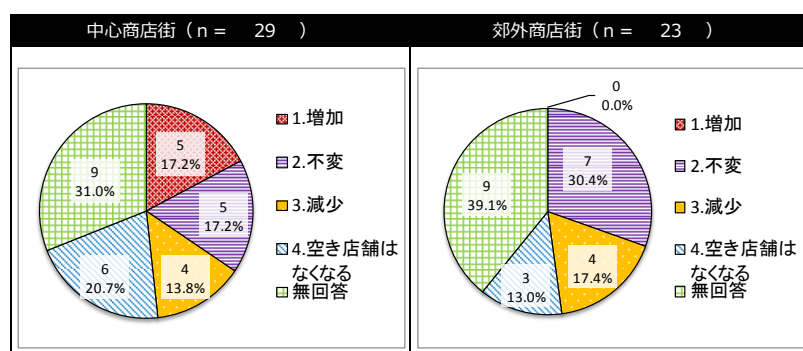
(17) 空き店舗数は5年前と比べてどのように変化しましたか？

5年前と比べた空き店舗数の変化については中心商店街・郊外とも「不変」との回答が最多、郊外では「減少」との回答も同数で最多となり、空き店舗数に減少傾向が見られる商店街または通り会が多い。



(18) 空き店舗は今後どのように変化したいと思いますか？

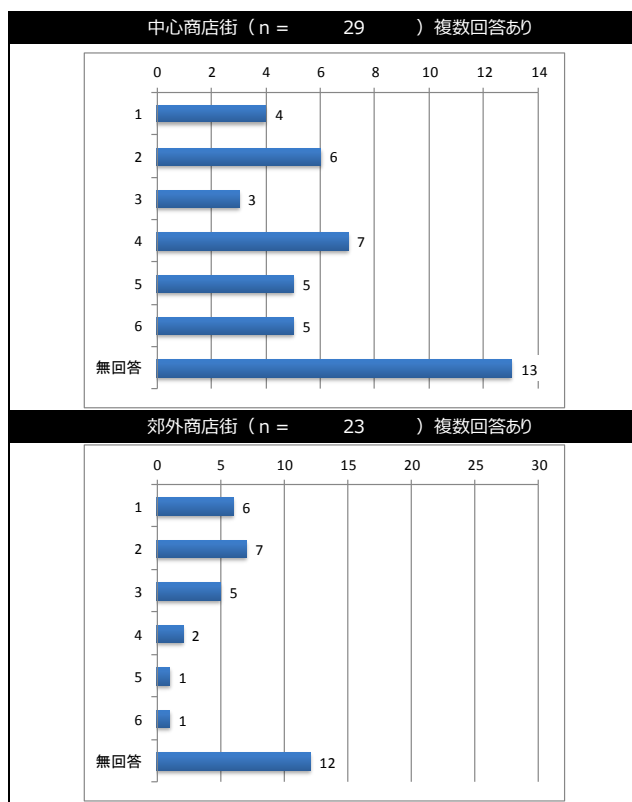
今後の空き店舗数の見通しについては中心商店街では「空き店舗はなくなる」との回答が最多、郊外では「不変」との回答が最多となった。



(19) 空き店舗となった原因は何と考えていますか？

空き店舗となった原因については、中心商店街では「賃料が高い」との回答が最多、郊外では「経営不振」との回答が最多となった。

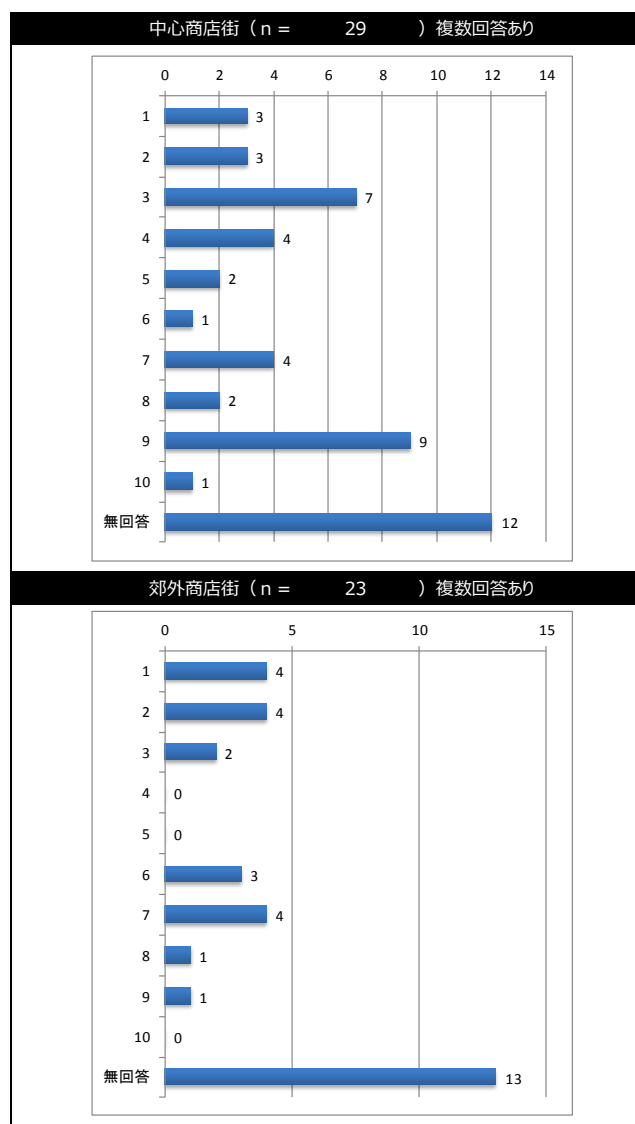
- | | |
|------------------|---------------------------------|
| 1. 後継者の不在 | 2. 経営不振 |
| 3. 新規開店希望がない | 4. 賃料が高い |
| 5. 所有者に賃貸する意思がない | 6. その他 () |



(20) 空き店舗の状態が続いている理由は、どのようなことが考えられますか？

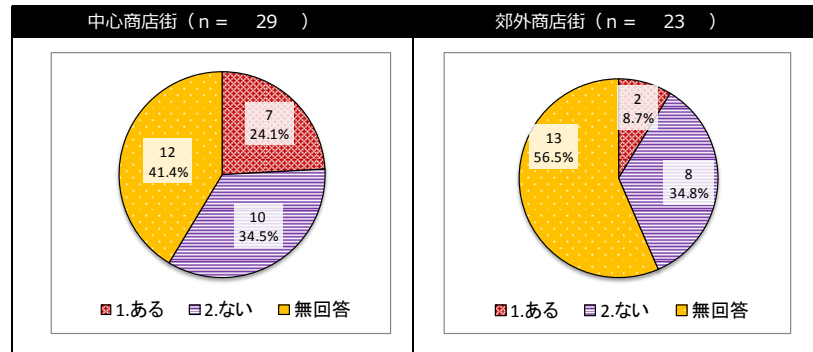
空き店舗の状態が続いている理由については、中心商店街では「入店希望の業種の折り合いがつかない」との回答が最多、郊外では「商店街に魅力がない」「店舗が補修、拡張できない」「所有者に賃貸する意思がない」との回答が同数で最多となった。

- | | |
|----------------------|---------------------------------|
| 1. 商店街に魅力がない | 2. 店舗が補修、拡張できない |
| 3. 家賃（売値）の折り合いがつかない | 4. 業種に制限をつけている |
| 5. 空き店舗のPRが不足している | 6. 立地条件・交通環境がよくない |
| 7. 所有者に賃貸する意思がない | 8. 所有者に使用計画がある |
| 9. 入店希望の業種の折り合いがつかない | 10. その他（ ） |



(21) 今後、空き店舗を活用する意向がありますか？

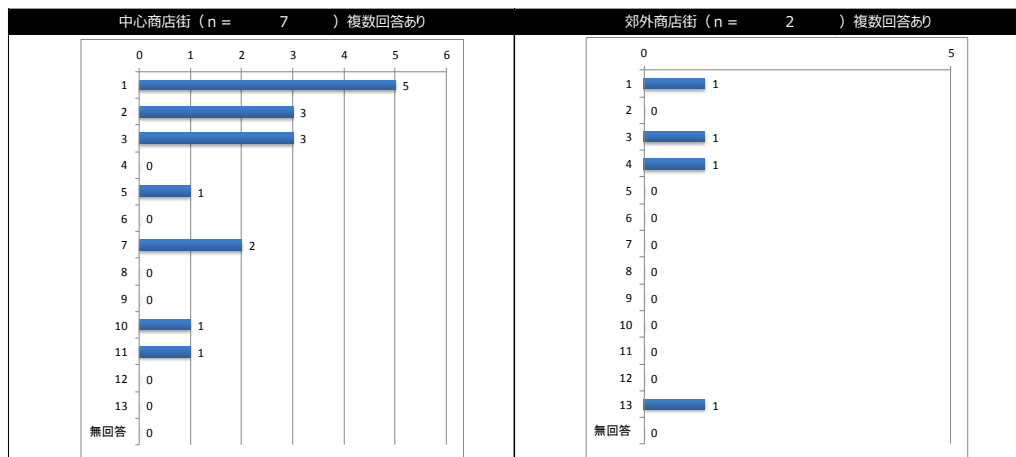
活用意向については、中心商店街・郊外とも「ない」との回答が多かった。



(22) (21) で「ある」とお答えの場合、どのように活用していきたいと考えていますか？ または、どのようなになったらいいとお思いですか？

中心商店街では「必要業種の誘致」との回答が最多、郊外では「必要業種の誘致」「コミュニティ施設（保管サービス、高齢者交流施設 等）」「アンテナショップ」「その他」との回答が最多となった。なお、中心商店街・郊外とも「休憩所・授乳所」「ギャラリー」「共同宅配事業の拠点として」「公衆トイレ」との回答は見られなかった。

- | | |
|-----------------|------------------------------|
| 1. 必要業種の誘致 | 2. 新規開業者向け貸店舗 |
| 4. アンテナショップ | 3. コミュニティ施設（保育サービス、高齢者交流施設等） |
| 5. イベント広場 | 6. 休憩所・授乳所 |
| 7. 情報発信施設 | 8. ギャラリー |
| 9. 共同宅配事業の拠点として | 10. シェアオフィス |
| 11. 貸し会議室 | 12. 公衆トイレ |
| 13. その他（ ） | |

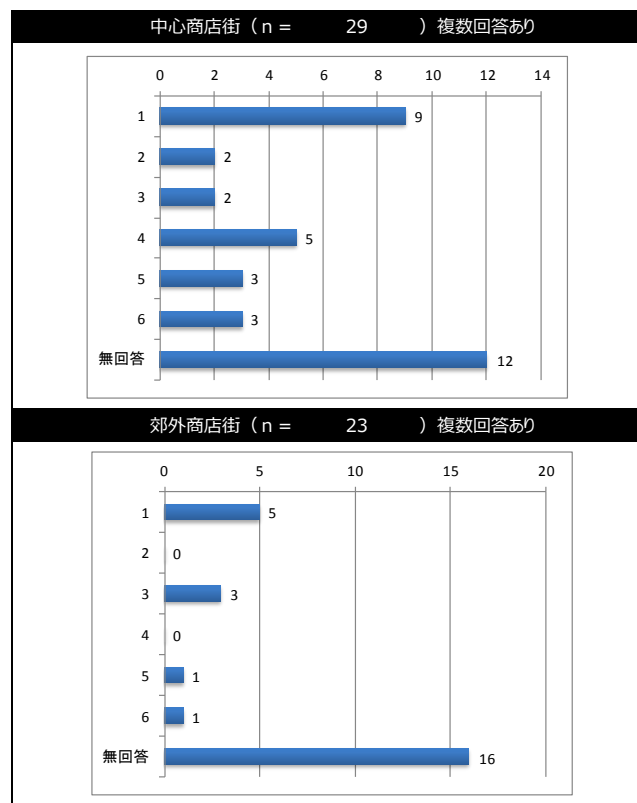


(23) 空き店舗を解消するためにはどのような方策があると考えていますか？

空き店舗の解消方法としては、中心商店街・郊外とも「賃料の引き下げ」との回答が最多となった。

なお、本問は複数回答を想定していないが、複数の選択肢を選んだ回答者が見られた。

1. 賃料の引き下げ
2. 商店街組織で賃料の調整を図り、借りやすくする
3. 商店街で借り上げて、チャレンジショップやアンテナショップとして活用する
4. 市や商工会議所等が空き店舗情報を発信し、PRする
5. 民間企業等が空き店舗も含め、商店街全体を管理・運営する手法を導入する
6. その他（ ）



(24) 共同事業の実施状況について、A 欄及び B 欄に該当するものを選んでください。(複数可)

中心商店街における共同事業の実施状況については、【A】は「イベント」との回答が最多、【B】は「共同装飾（イルミネーション・のぼり等）」との回答が最多であった。

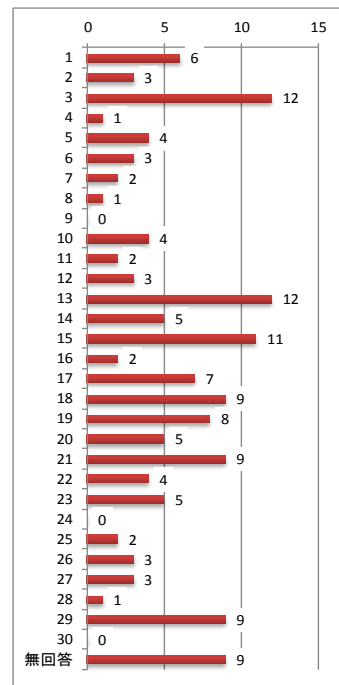
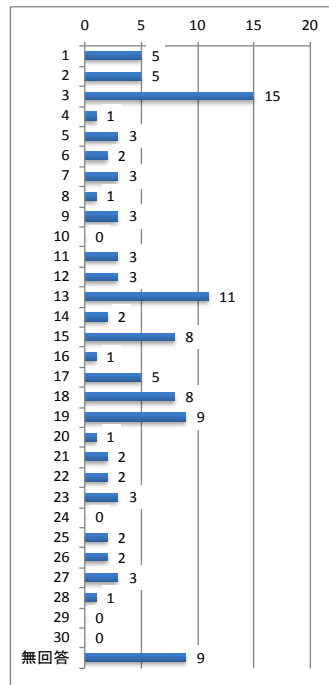
郊外における共同事業の実施状況については、【A】は「イベント」との回答が最多、【B】は「レクリエーション」との回答が最多であった。

	A. 現在までに実施したもの	B. 今後、実施したいもの（継続実施を含む。）
販売促進	1. 共同売り出し 2. 歩行者天国 3. イベント 4. プレミアム付商品券の発行 5. 特売日 6. サービス券 7. スタンプ券、スタンプウォーク 8. ポイントカード 9. ICカード、プリペイドカード等 10. 共同売場 11. チラシによる共同宣伝 12. ラジオ・テレビ・有線放送による共同宣伝 13. 共同装飾（イルミネーション・のぼり等） 14. 情報誌の発行 15. 商店街のホームページ開設・運営 16. その他（ ）	1. 共同売り出し 2. 歩行者天国 3. イベント 4. プレミアム付商品券の発行 5. 特売日 6. サービス券 7. スタンプ券、スタンプウォーク 8. ポイントカード 10. ICカード、プリペイドカード等 10. 共同売場 11. チラシによる共同宣伝 12. ラジオ・テレビ・有線放送による共同宣伝 13. 共同装飾（イルミネーション・のぼり等） 14. 情報誌の発行 15. 商店街のホームページ開設・運営 16. その他（ ）
改善	17. 市場情報等の提供 18. 視察見学 19. 講習会・研究会 20. 市場調査 21. 商店・商店街診断 22. レクリエーション 23. 機関紙発行 24. その他（ ）	17. 市場情報等の提供 18. 視察見学 19. 講習会・研究会 20. 市場調査 21. 商店・商店街診断 22. レクリエーション 23. 機関紙発行 24. その他（ ）
合理化	25. 共同購入 26. 共同配送・宅配 27. PC ソフト（システム）の共同利用 28. 共同店舗 29. 他商店街との経理・企画等の共同実施 30. その他（ ）	25. 共同購入 26. 共同配送・宅配 27. PC ソフト（システム）の共同利用 29. 共同店舗 29. 他商店街との経理・企画等の共同実施 30. その他（ ）

中心商店街

A (n = 29) 複数回答あり

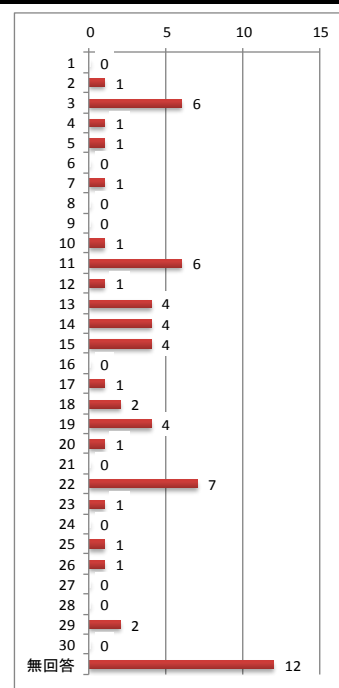
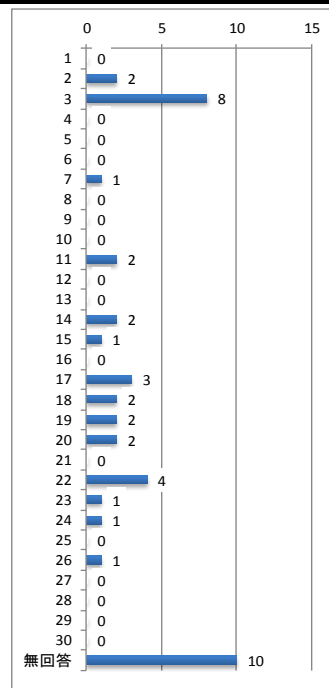
B (n = 29) 複数回答あり



郊外商店街

A (n = 23) 複数回答あり

B (n = 23) 複数回答あり

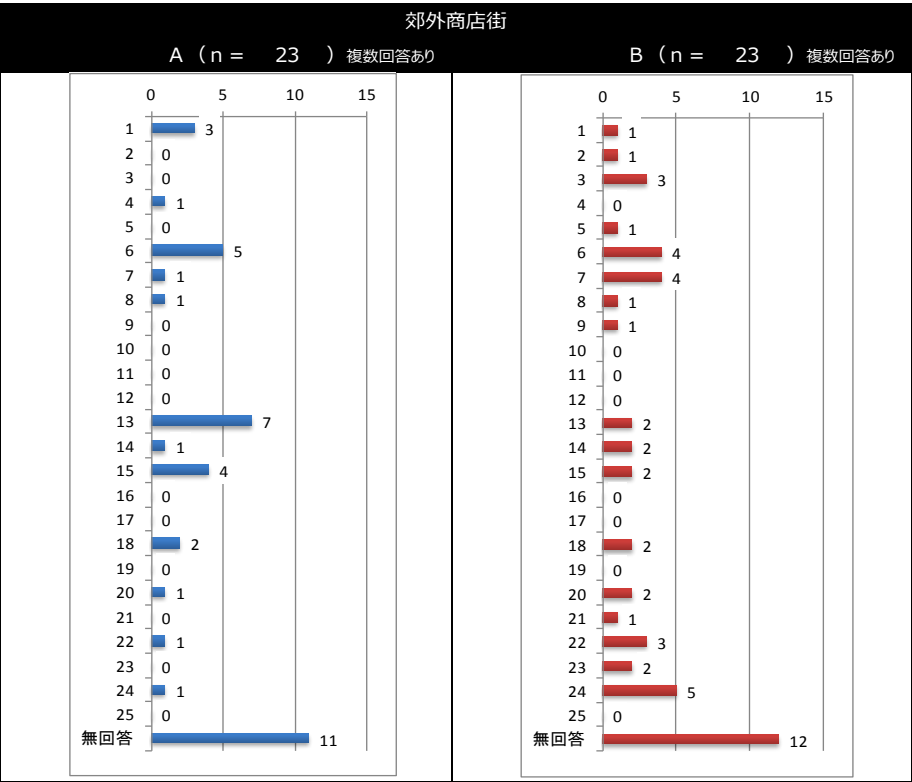
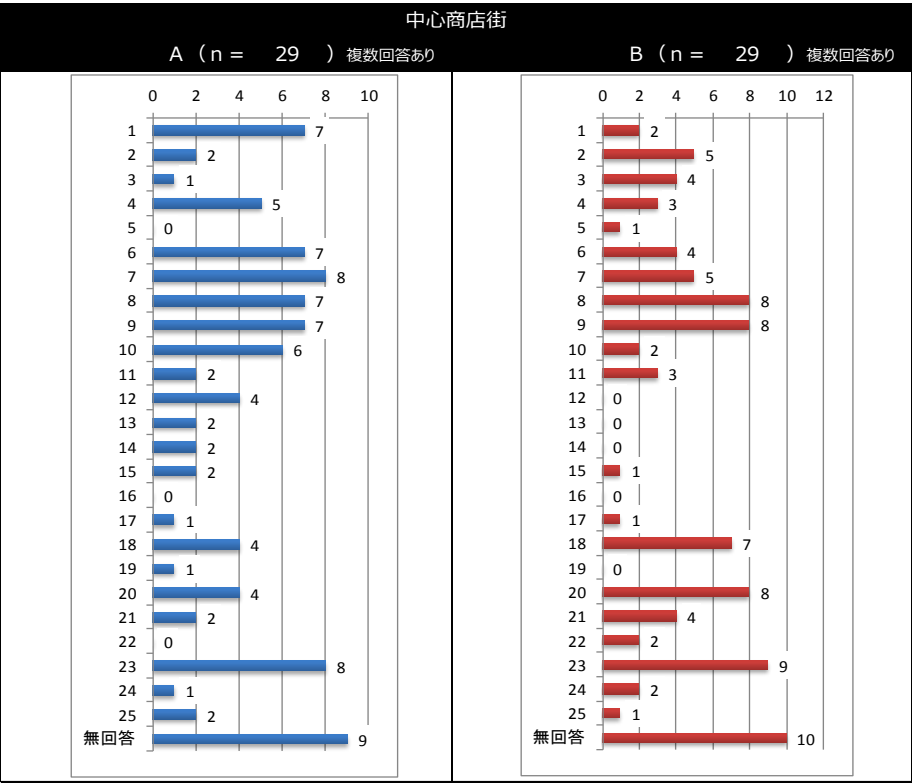


(25) 環境整備事業の実施状況について、A 欄及び B 欄に該当するものを選んでください。(複数可)

中心商店街における環境整備事業の実施状況については、【A】は「街路灯の LED 化」と「休憩所・休憩ベンチ」が同数で最多、【B】は「休憩所・休憩ベンチ」との回答が最多であった。

郊外における環境整備事業の実施状況については、【A】は「街路樹」との回答が最多、【B】は「無料 Wi-Fi」との回答が最多であった。

	A. 現在までに設置したもの	B. 今後、設置したいもの
交通施設	1. 歩道整備 2. 自転車・バイク置き場 3. 駐車場 4. バリアフリー化 5. その他 ()	1. 歩道整備 2. 自転車・バイク置き場 3. 駐車場 4. バリアフリー化 5. その他 ()
景観・サービス施設	6. 街路灯の設置 7. 街路灯のLED 化 8. 防犯設備(防犯カメラ等) 9. 放送設備 10. アーケード 11. カラー舗装 12. 統一的なファサード整備 13. 街路樹 14. モニュメント 15. 花壇 16. 噴水 17. 小公園 18. 案内板 19. 水飲み場 20. トイレ 21. ゴミ箱 22. コミュニティスペース 23. 休憩所・休憩ベンチ 24. 無料Wi-Fi 25. その他 ()	6. 街路灯の設置 7. 街路灯のLED 化 8. 防犯設備(防犯カメラ等) 9. 放送設備 10. アーケード 11. カラー舗装 12. 統一的なファサード整備 13. 街路樹 14. モニュメント 15. 花壇 16. 噴水 17. 小公園 18. 案内板 19. 水飲み場 20. トイレ 21. ゴミ箱 22. コミュニティスペース 23. 休憩所・休憩ベンチ 24. 無料Wi-Fi 25. その他 ()

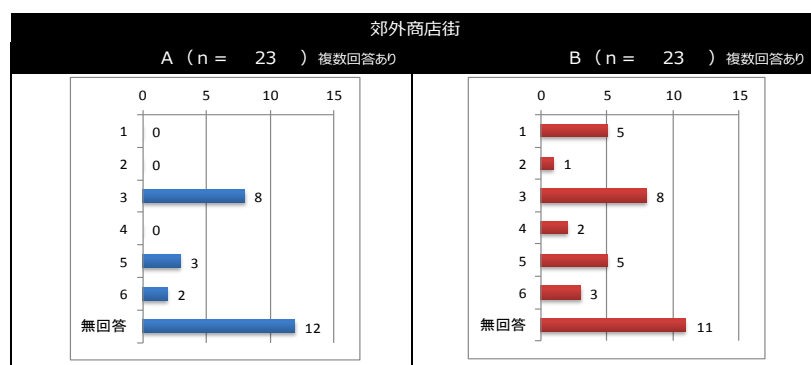
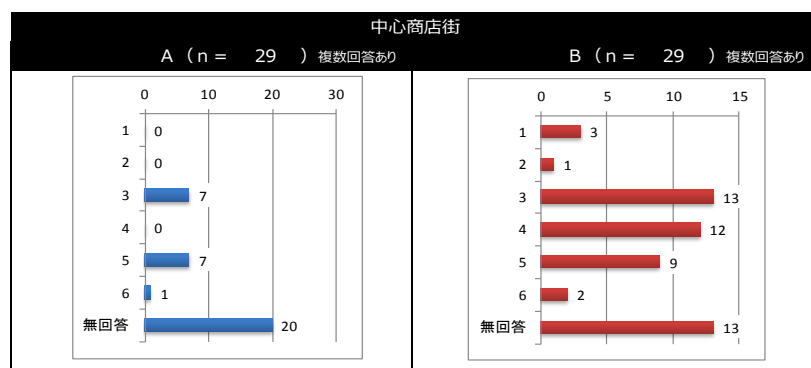


(26) その他の事業の実施状況について、A 欄及び B 欄に該当するものを選んでください。(複数可)

中心商店街における“その他の事業”の実施状況については、【A】は「地域の安全・安心のための事業」と「商店街の魅力アップのための研修会等の開催」との回答が同数で最多、【B】は「地域の安全・安心のための事業」との回答が最多となった。

郊外における“その他の事業”の実施状況については、【A】【B】ともに「地域の安全・安心のための事業」との回答が最多となった。

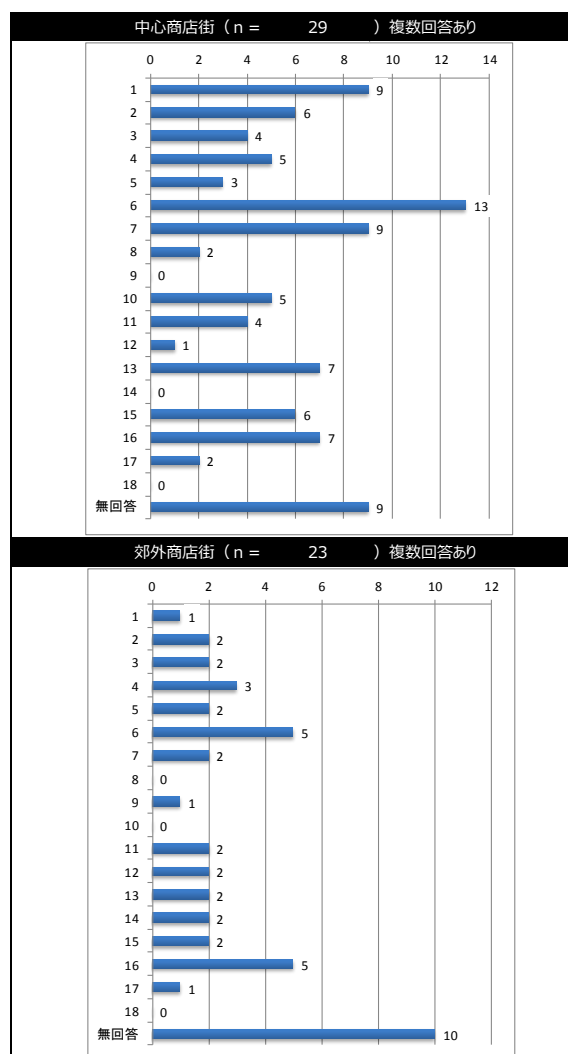
	A. 現在までに実施したもの	B. 今後、実施したいもの(継続実施を含む。)
その他の事業	1. 高齢者向けの事業 (総菜等の宅配、休憩室の提供 カードによる割引等) 2. エコ事業 (エコバッグの作成、リサイクル運動等) 3. 地域の安全・安心のための事業 (防犯パトロール、自主防災組織 自動体外式除細動器(AED)の設置等) 4. 地域ブランド事業 (地元特産品の販売、名物料理のメニュー化等) 5. 商店街の魅力アップのための研修会等の開催 6. その他の事業 ()	1. 高齢者向けの事業 (総菜等の宅配、休憩室の提供 カードによる割引等) 2. エコ事業 (エコバッグの作成、リサイクル運動等) 3. 地域の安全・安心のための事業 (防犯パトロール、自主防災組織 自動体外式除細動器(AED)の設置等) 4. 地域ブランド事業 (地元特産品の販売、名物料理のメニュー化等) 5. 商店街の魅力アップのための研修会等の開催 6. その他の事業 ()



(27) 貴商店街または通り会が活性化するためには、今後重視すべきと考えている取組は何ですか？（複数可）

商店街または通り会の活性化のために重要と考えている取組としては、中心商店街・郊外ともに「商店街のリーダー・人材の育成」との回答が最多であり、郊外では「他商店街、通り会との連携」との回答も同数で最多となった。

- | | |
|-------------------------|-------------------------|
| 1. 〔4〕の（24）に記載された共同事業 | 2. 〔4〕の（25）に記載された環境整備事業 |
| 3. 〔4〕の（26）に記載されたその他の事業 | 4. 個店の改善・活性化 |
| 5. 個店の後継者の育成 | 6. 商店街のリーダー・人材の育成 |
| 7. 商店街の業種構成の充実 | 8. 集客施設の誘致（公共施設） |
| 9. 集客施設の誘致（商業施設） | 10. 核となる店舗の誘致 |
| 11. 空き店舗対策 | 12. 組織強化 |
| 13. 情報化の推進 | 14. 大型店との共同事業 |
| 15. 地域コミュニティの核となる商店街づくり | 16. 他商店街、通り会との連携 |
| 17. その他（ ） | 18. 特にない |



(28) 具体的な計画または取り組んでいることがありますか？

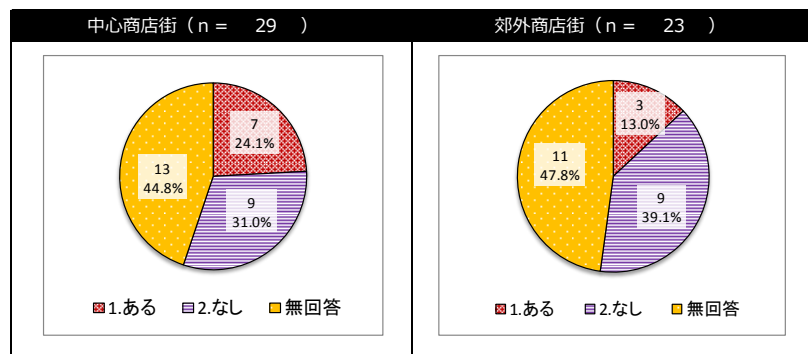
具体的な計画または取組については、中心商店街・郊外とも「なし」との回答が多かった。「ある」とした場合の事業内容は上記に列挙したとおりであり、事業費については数百万円程度の回答が多かった。

○中心商店街

頑張るマチグワー支援事業 マルシェ
コミュニティスペースの整備
文化(落語、クラシック、古本市)を発信するイベント
アーケードの今後についての継続的に取り組む
トランジットモール

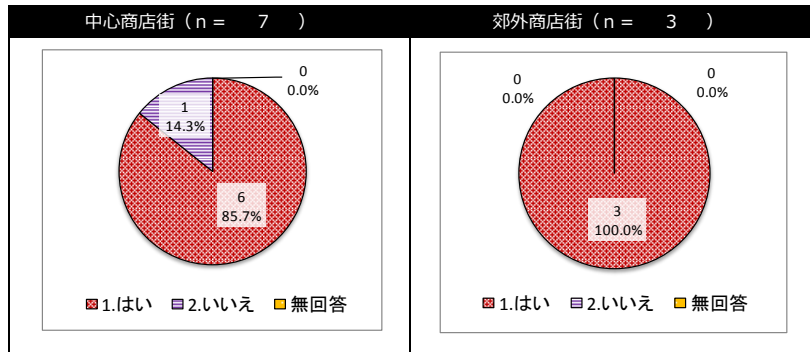
○郊外

那覇こども大綱引きまつり事業
東アジア文化都市誘致活動、3人ヨーロッパへ派遣
チャリティーイベントの開催
海外インバウンド活性化事業



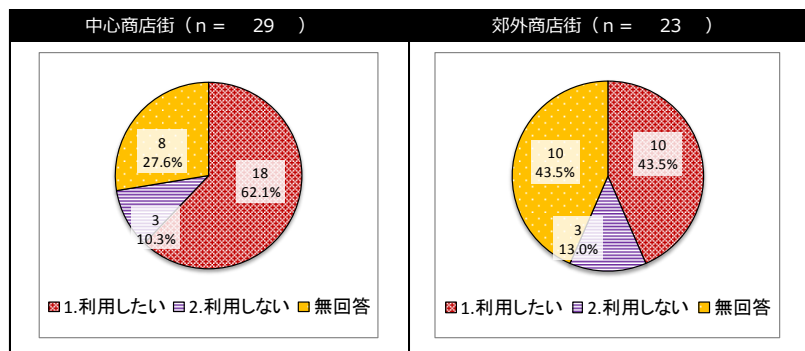
(29) (28) の取り組みにおいて、市に支援を求めますか？

具体的な計画または取組が「ある」場合に、市に支援を求めるかについては、中心商店街・郊外とも全員、若しくはほとんどが「はい」と回答した。



(30) 貴商店街または通り会が行う商店街活性化事業(にぎわい創出、街路灯のLED化、空き店舗利用など)に対する市県国等の補助制度を利用したいですか？

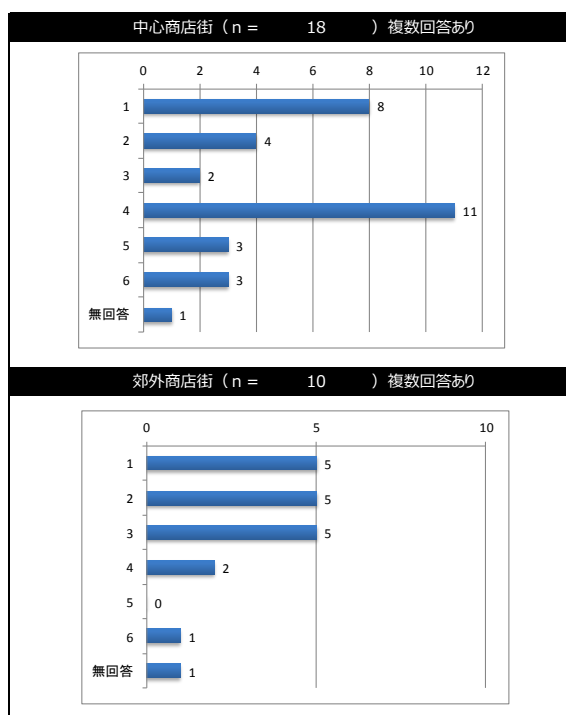
商店街または通り会が行う商店街活性化事業に市・県・国等の補助事業を利用したいかについては、中心商店街・郊外とも「はい」との回答が多かった。



(31) (30) で制度を「利用したい」とお答えの場合、具体的にどの補助制度の利用を考えていますか？（複数可）

商店街または通り会が行う商店街活性化事業に市・県・国等の補助事業を利用したい場合に、具体的にどの補助制度の利用を考えているかについては、中心商店街では「防犯カメラの設置（付け替えを含む）」との回答が最多、郊外では「にぎわい（イベント等）創出」「街路灯の設置（付け替えを含む）」「街路灯のLED化」との回答が同数で最多となった。

- | | |
|------------------|---------------------|
| 1. にぎわい（イベント等）創出 | 2. 街路灯の設置（付け替え含む） |
| 3. 街路灯のLED化 | 4. 防犯カメラの設置（付け替え含む） |
| 5. 空き店舗対策 | 6. その他（ ） |

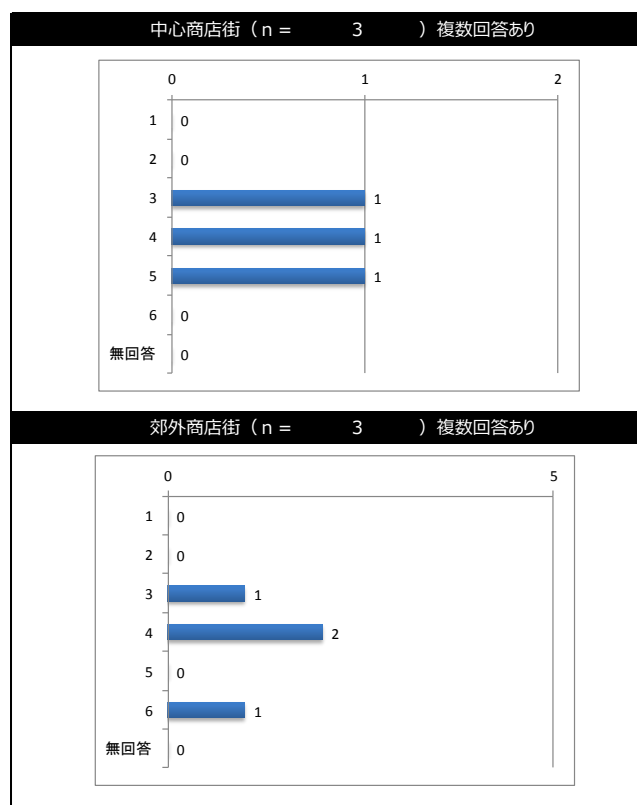


(32) (30) で、補助制度を「利用しない」とお答えの場合、その理由は何ですか？

商店街または通り会が行う商店街活性化事業に市・県・国等の補助事業を利用しない理由については、中心商店街では「自己負担分の財源確保が困難」「リーダー不在」「必要がない」との回答が同数で最多、郊外では「リーダー不在」との回答が最多となった。一方、中心商店街・郊外とも「構成員全体の同意が得られない」及び「条件が合致しない」との回答は見られなかった。

なお、本問は複数回答を想定していないが、複数の選択肢を選んだ回答者が見られた。

- | | |
|-------------------|-------------|
| 1. 構成員全体の同意が得られない | 2. 条件が合致しない |
| 3. 自己負担分の財源確保が困難 | 4. リーダー不在 |
| 5. 必要がない | 6. その他 () |

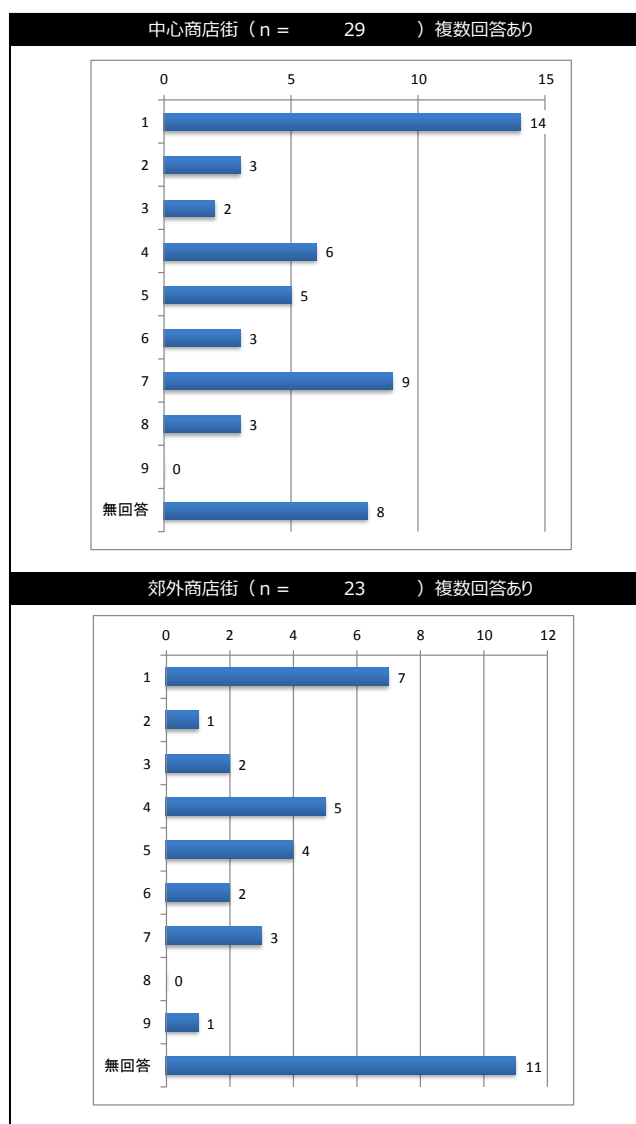


(33) 行政に対して最も期待する商店街振興事業は、次のどれですか？（複数可）

行政に対して最も期待する商店街振興事業については、中心商店街・郊外とも「商店街が行う事業への補助」との回答が最多となった。

なお、「行政に求めるものはない」との回答は郊外においてわずか1件見られたのみであり、行政に対し、何らかの補助・支援等を期待する商店街または通り会が大多数であると推測される。

- | | |
|-------------------|---------------------|
| 1. 商店街が行う事業への補助 | 2. 商店街が行う事業への低利融資 |
| 3. 研修会・講習会の開催 | 4. 情報提供（先進事例、支援制度等） |
| 5. 道路の整備（電柱の地中化等） | 6. 空き店舗対策 |
| 7. 情報化への支援 | 8. その他（ ） |
| 9. 行政に求めるものはない | |



(34) 今後、どのような補助制度があったら良いと思いますか？

本設問への回答を列挙すると下記のとおりであり、中心商店街では、「アーケード修繕費」「街路整備」「防犯カメラ」「組織強化」等、主にハード面での補助制度が多く挙げられた。

一方、郊外では、「駐車場整備」「移動なしで衣食が揃う店舗の誘致」「文化イベント運営」「保育サービス」等、主にソフト面での補助制度が多く挙げられた。

また、補助制度そのものの使い勝手（補助割合、年数要件）に対する要望も見られた。

○中心商店街

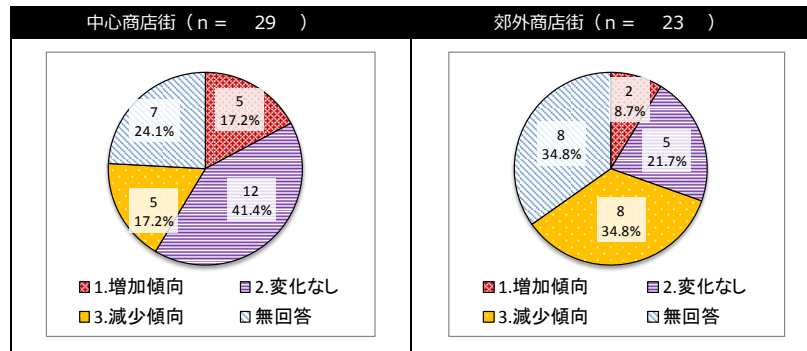
アーケード修繕費補助金
事業への補助をしていただき、組合負担を10%以内にすること。
当商店街では20年以上前に歩道、車道などの街路整備を行ってきましたがやはり老朽化している箇所もあり、補修するメニューがあったらと思います。
アーケードの設備などの件。
ハード面での事業
アーケードの維持管理の助成
ハード事業（防犯カメラ）の補助率UP
組織強化支援
イベントの補助率UP
アーケードの老朽化に伴う立替え・撤去にかかわる補助制度
もっと使いやすい補助金です。1年以上の活動実績が無いと補助金が受けられませんが、新規でいろいろな整備をしようと思っても、資金が無くて、何もできません・・・

○郊外

高齢者増加に伴い、安心して利用できる商店街。例）車イスや杖歩行でも可能な整備（道路・駐車場）移動なしで衣食が揃う店舗の誘致制度
文化イベント運営する為の補助
文化的イベントへの補助。モニュメントや演劇、ショー等、コンサート等
空き店舗を保育サービスをし、若い世代が住みよい通り会の補助
イベント活動に対しての補助

(35) 会員数は5年前からどのように変化しましたか？

商店街または通り会の会員数については、中心商店街では「変化無し」との回答が最多となり、郊外では「減少傾向」との回答が最多となった。

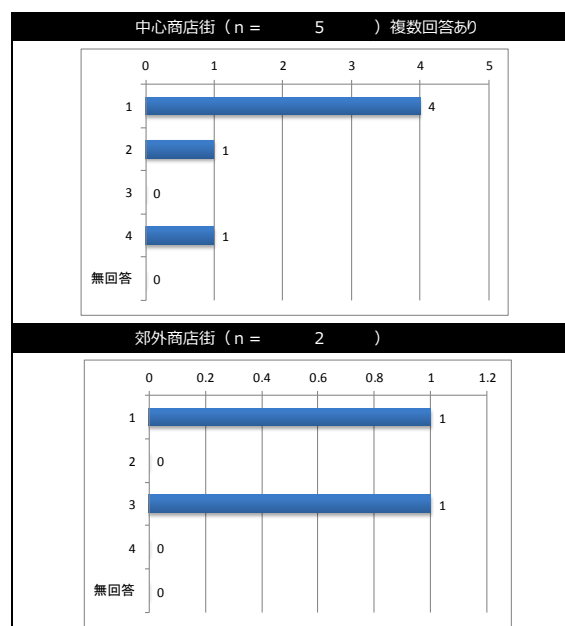


(36) 増加した要因の中で最も大きいものは何だと考えていますか？

商店街または通り会の会員数が増加した要因について、中心商店街では「新規出店」との回答が最多、郊外では「新規出店」と「既存店へ加入」との回答が同数で最多となった。

なお、本問は複数回答を想定していないが、複数の選択肢を選んだ回答者が見られた。

- | | |
|-----------|---------------------------|
| 1. 新規出店 | 2. 商店街加盟によるメリットがある ⇒ (37) |
| 3. 既存店へ加入 | 4. その他 () |



(37) 具体的なメリットとは何と考えていますか？

中心商店街から次の回答があった。

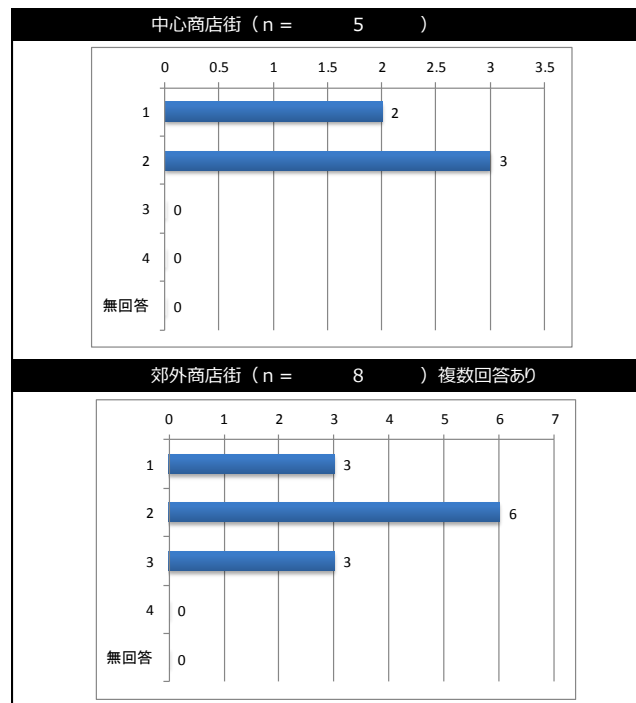
那覇市の中心にあり、各商店街や地域への拠点のひとつである点

(38) 減少した要因の中で最も大きいものは何と考えていますか？

商店街または通り会の会員数が減少した要因について、中心商店街・郊外ともに「商店街加盟によるメリットがない」との回答が最多となった。

なお、本問は複数回答を想定していないが、複数の選択肢を選んだ回答者が見られた。

- | | |
|-----------|--------------------|
| 1. 廃業・撤退 | 2. 商店街加盟によるメリットがない |
| 3. 既存店の脱退 | 4. その他 () |



(39) 貴商店街または通り会活動に積極的な会員の割合はどの程度ですか？

商店街または通り会活動に積極的な会員の割合について、中心商店街では「1割未満」との回答が最多、郊外では「2～3割未満」との回答が最多となり、活動に積極的な会員は中心商店街・郊外ともあまり多くないと推測される。

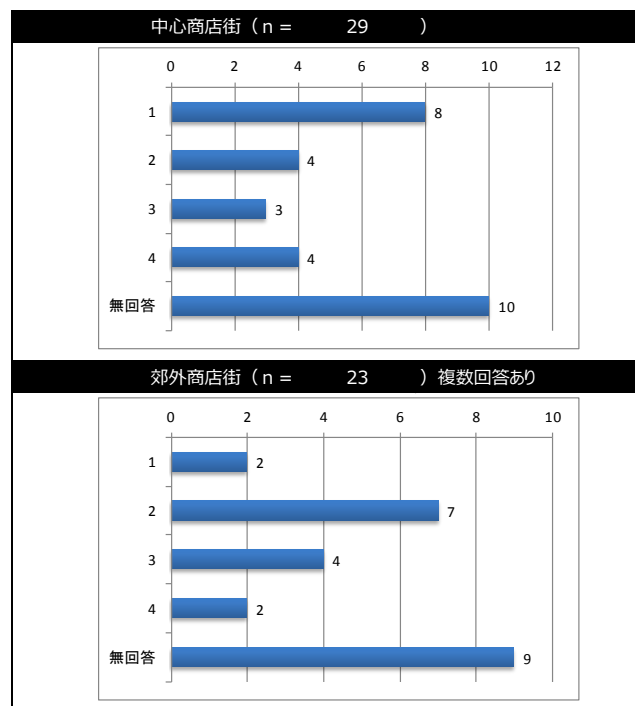
なお、本問は複数回答を想定していないが、複数の選択肢を選んだ回答者が見られた。

1. 1割未満

2. 2～3割未満

3. 3～5割未満

4. 5割以上

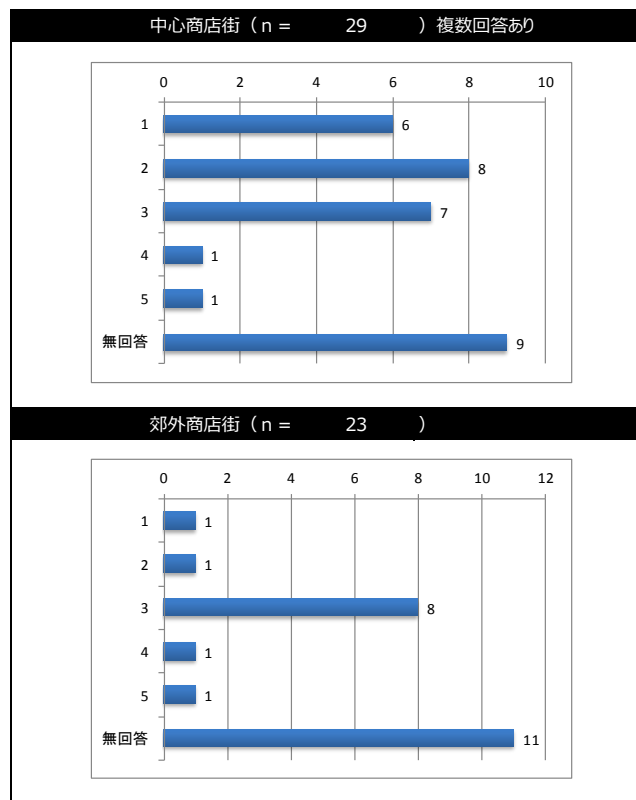


(40) 会費についてどのような体系で設定していますか？

商店街または通り会の会費体系については、中心商店街では「店舗の間口に
応じて」との回答が最多、郊外では「一律」との回答が最多となった。

なお、本問は複数回答を想定していないが、複数の選択肢を選んだ回答者
が見られた。

- | | |
|---------------------------------|---------------|
| 1. 店舗の面積に応じて | 2. 店舗の間口にに応じて |
| 3. 一 律 | 4. 業種に応じて |
| 5. その他 () | |

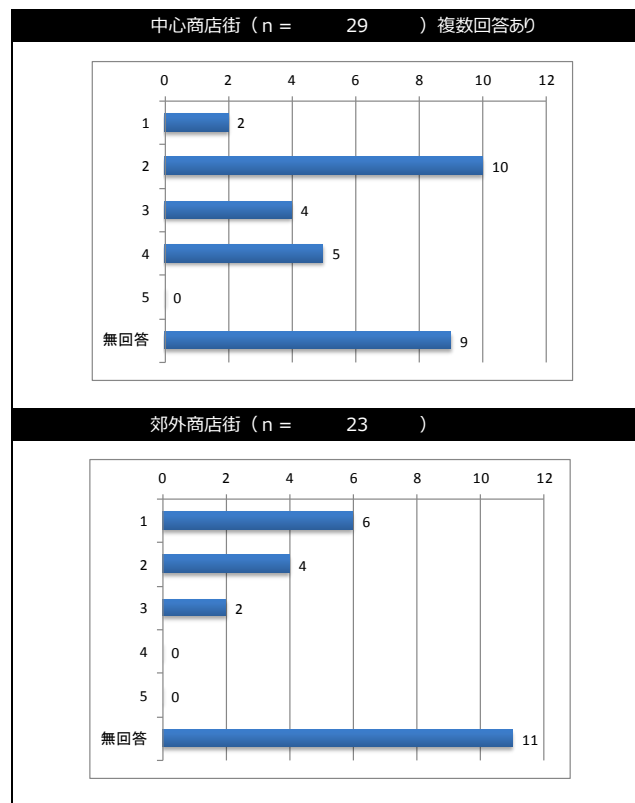


(41) 会費の金額について平均で1会員あたり月額どのくらいですか？

商店街または通り会の1会員あたりの月額会費については、中心商店街では「1,000円以上3,000円以下」との回答が最多、郊外では「1,000円以下」との回答が最多となった。一方、中心商店街・郊外とも「10,000円以上」との回答は見られなかった。

なお、本問は複数回答を想定していないが、複数の選択肢を選んだ回答者が見られた。

- | | |
|---------------------|----------------------|
| 1. 1,000円以下 | 2. 1,000円以上 3,000円以下 |
| 3. 3,000円以上5,000円以下 | 4. 5,000円以上10,000円以下 |
| 5. 10,000円以上 | |



(42) 貴商店街または通り会の収支状況について、5 年前からどのように変化しましたか？

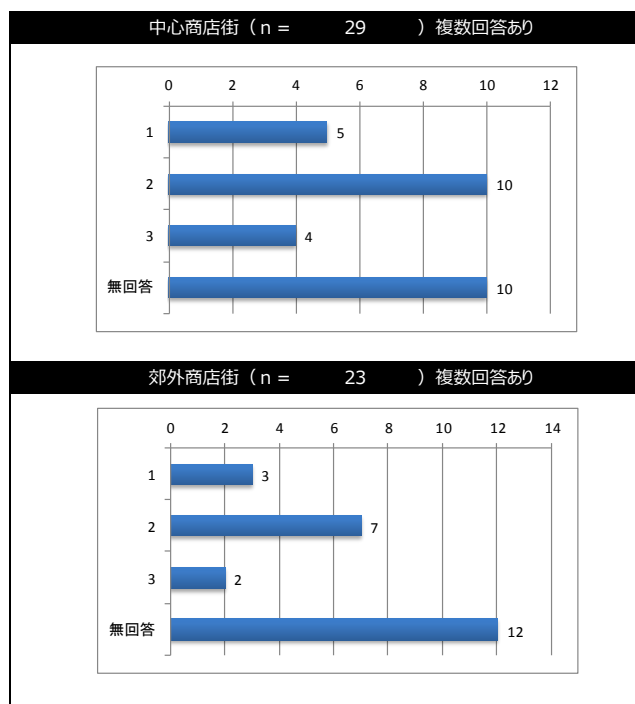
商店街または通り会の収支状況の 5 年前からの変化については、中心商店街・郊外とも「現状維持」との回答が最多となった。

なお、本問は複数回答を想定していないが、複数の選択肢を選んだ回答者が見られた。

1. 黒字傾向

2. 現状維持

3. 赤字傾向

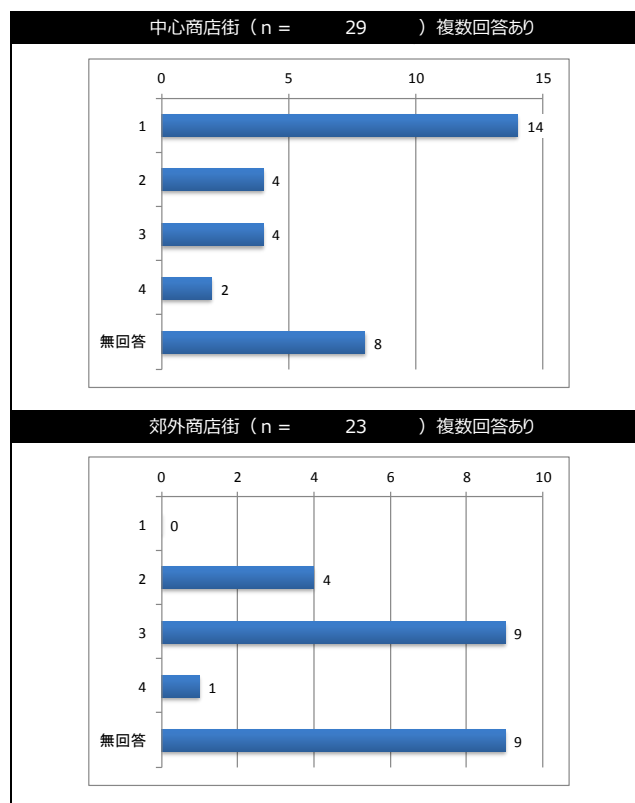


(43) 近隣の商店街等と連携していますか？

近隣の商店街との連携については、中心商店街では「連合組織を組んで連携している」との回答が最多、郊外では「特に連携していない」との回答が最多となった。

なお、本問は複数回答を想定していないが、複数の選択肢を選んだ回答者が見られた。

- | | |
|-------------------|-------------------|
| 1. 連合組織を組んで連携している | 2. イベント事業等で連携している |
| 3. 特に連携していない | 4. その他 () |



(44) その他の要望等

道路への商品や看板のはみ出しが一層多くなってきたが組合からの注意もその場限りで一向に改善されない。行政による単なるパトロールだけではない方法を共に考えて頂きたい。
公衆トイレ設置。
道路くぼみ等の補修依頼にはいつも迅速に対応してもらって感謝しております。今後ともよろしく願い致します。
それぞれ特徴ある通り会や商店街にあったアドバイスができるアドバイザーやコーディネーターなどが、月 1 くらい訪問などして、年間通して通り会運営のサポートしてくれる仕組みがあると嬉しいです。3 年後、5 年後、10 年後に向けてのイメージづくりと、それに向けての取組支援など。
近くに新しい駅ができるので、それまでに何か活性化しないといけないと考えている。現状は活動したい考えはあるが、中々活動できていない。
この通りは 3 軒しかお店ない。お店がないのでお年寄りの方がバスやタクシーで買い物（メインプレイスなどに）行ったりと不便だそうです。
道路整備が終わってから、これから変わっていくのではないかとのこと。
那覇市なはまちなか振興課様には、いつもお世話になっております。いつも、ご支援、誠にありがとうございます。商人塾の使用や精神的なご支援には、頭が下がります。ただ、資金的なご支援がいただければ、いろんな事業ができるのですが……。ご検討をお願いいたします。
通り会設立がまだ浅い為、これからの活動を計画し、ゆっくり地域の皆様の顔が見えてくる通り会にしたいと役員一同、同じ想いです。花いっぱい、笑顔いっぱい、あいさつや声かけ運動の推進を目的とし、楽しんで活動していきます。

3) 概要調査及びアンケート調査のまとめ

商店街等の組織概要及びアンケート調査結果をいくつかの区分に取りまとめた。

(1) 商店街等の組織に関すること

- ・ 商店街または通り会の振興組合等の法人化については、中心商店街が約 3 割となっており、郊外商店街はすべて任意団体で、法人化は進んでいない状況である。また、任意団体の場合は、今後の法人化予定については「ない」との回答が大半であった。
- ・ 商店街または通り会の役員の平均年齢については、中心商店街が「40 代」、郊外商店街が「50 代」の回答が多く、中心商店街において若干ではあるが若い世代が組織を動かしている状況と思われる。
- ・ 商店街等の会員数について 5 年前と比較して、中心商店街では「変化無し」との回答が最多、郊外商店街では「減少傾向」との回答が最多であった。
- ・ 郊外商店街の会員数が減少した要因については「商店街加盟によるメリットがない」との回答が最多であった。
- ・ 積極的な会員の割合については、中心商店街が「1 割未満」、郊外商店街では「2～3 割未満」との回答が最多であった。
- ・ 商店街等の会費体系については中心商店街が「店舗の間口に応じて」、郊外商店街では「一律」との回答がそれぞれ最多であった。
- ・ 月額会費については、中心商店街では「1,000 円以上 3,000 円以下」、郊外商店街では「1000 円以下」との回答が最多であった。
- ・ 近隣の商店街との連携については、中心商店街では「連合組織を組んで連携している」との回答が最多、郊外商店街は「特に連携していない」との回答が多かった。

(2) 商店街または通り会の現況と変化について

- ・ 商店街または通り会の区域内的の総店舗数については、郊外商店街の方が減少傾向となっている。
- ・ 客層としては、中心商店街が「地元客」と「観光客」が概ね半々、郊外商店街では「地元客」が多い傾向がある。
- ・ 「地元客」の属性については、中心商店街の方が「単身」との回答が若干多い傾向となっている。
- ・ 来街者数については、中心商店街・郊外商店街共に 5 年前との比較で「増加」したが最多で、昨今の経済景況発表と合致している。

- ・ 来街者の交通手段の回答については、中心商店街・郊外商店街共に「徒歩」「自家用車」が高いが、中心商店街では「路線バス」「モノレール」の利用の高さも特徴的である。
- ・ 景況の変化については、中心商店街の方が「良い」との回答が高く、その要因には「歩行者の通行量増加」「商店街や店舗の質の向上」「情報発信（PR）の実施」を選択している。また、郊外商店街では「良い」「悪い」が同数回答となっており、「良い」とする要因には「イベントの実施」「商圈の人口・世帯数の増加」の選択が多かった。
- ・ 一方で景況が「悪い」「変化なし」とする要因としては、中心商店街では「郊外や周辺への大型店の進出」が最多、郊外商店街では「商圈の人口・世帯数の減少」「顧客の他地域への流出」「販売促進活動の停滞・不足」が同数最多となっている。

(3) 商店街等の課題・問題点とその解決策の提案

- ・ 商店街の強みとしては、中心商店街は「空き店舗が少ない」が最多、次いで「商圈人口が多い」「交通量が多い」「集客の核となる施設又は店舗がある」、郊外商店街では「交通量がある」が最多となっている。
- ・ 直面している課題としては、中心商店街では「店舗老朽化」「人材不足」「後継者不足」が、郊外商店街では「駐車場不足」「集客の核となる施設又は店舗がない」が多く選択されている。
- ・ 全国的には商店街の空き店舗の増加傾向が進む中、本市中心商店街の「空き店舗が少ない」状況は、商店街の活力は失われず維持されていることがわかる。
- ・ 店舗等となっている建築物の老朽化が進んでおり、また後継者不足とされることも全国的な課題としても挙げられている。
- ・ ハード面の解決策としては、「老朽店舗の補修」「駐車場整備」などが挙げられている。
- ・ ソフト面では、「会員相互の協力」「後継者育成」「情報発信」「イベント開催」「業種開拓」「高齢者対策」などが挙げられている。
- ・ 中心商店街特有のものとして「店舗補修」「トイレ整備」が挙げられており、郊外商店街の特徴的なものとしては、「公共交通の充実」が提示されている。
- ・ 次世代リーダーについては、中心商店街では「いる」の回答が多く、対照的に郊外商店街では「いない」との回答が多い状況である。
- ・ リーダーや人材の育成については、商店街等の活性化のために重要との回答が最多となっている。
- ・ 「空き店舗」については少ないものの、原因について、中心商店街では「賃

料が高い」が最多回答、「家賃の折り合いがつかない」「入店業種の折り合いがつかない」が状態継続の主な理由となっている。

(4) 商店街等の共同事業等の実施

- ・ 中心商店街の現在までに実施したものでは、「イベント」が最多で、次いでイルミネーション・のぼり等の「共同装飾」、「講習会・研究会」「ホームページ開設・運営」「視察見学」となっている。郊外商店街でも「イベント」が最多の状況である。
- ・ 今後、実施してみたいもの（継続実施含む）で、中心商店街からは現在の実施事業に加えて、新たに「商店・商店街診断」や「他商店街との経理・企画等の共同実施」、郊外商店街からは「チラシによる共同宣伝」なども挙げがっていた。
- ・ 環境整備面では、中心商店街の現在まで実施してきたものとして「街路灯の LED 化」「休憩所・休憩ベンチ」「防犯設備（防犯カメラ）」「放送設備」「歩道整備」などが挙げられ、郊外商店街では「街路灯の設置」のほか「街路樹」「花壇」などが挙げられている。中心商店街では「アーケード」が含まれた。
- ・ 今後、実施したいものとして、新たに「案内板」「トイレ」、郊外商店街からは「無料 Wi-Fi」などが挙げられている。
- ・ その他の事業として、「地域の安全・安心のための事業」や「商店街の魅力アップのための研修会の開催」などの実施が進められていた。今後、実施してみたいものとして、中心商店街からは「地域ブランド事業（地元特産品の販売・名物料理のメニュー化等）」なども挙げがっている。

(5) 行政支援（補助金等）について

- ・ 商店街活性化事業について、市・県・国等の補助事業の利用意欲は旺盛であり、「イベント実施」、「街路灯整備（LED 化含む）」、「防犯カメラ設置（付け替え含む）」など多岐に及んでいる。
- ・ 補助制度を「利用しない」とした理由としては、郊外商店街は「リーダー不在」、中心商店街では「自己負担分の財源確保が困難」等の回答があった。
- ・ 行政に最も期待する商店街振興事業としては、「商店街が行う事業への補助」が最多であり、次いで「情報化支援」、先進事例や支援制度等の「情報提供」が挙げられている。
- ・ 具体的に要望する補助制度としては、中心商店街では「アーケード修繕費」「街路整備」「防犯カメラ」等のハード面が多く挙げられている
- ・ 一方、郊外商店街では、「駐車場整備」「移動なし衣食が揃う店舗誘致」「文

化イベント補助」、「保育サービス」などとなっていた。

2. 関係機関へのヒアリング調査結果

1) 行政・経済関係団体

(1) 内閣府沖縄総合事務局

- ・ 日時：平成 30 年 3 月 5 日 10：00～11:00
- ・ ヒアリング先：内閣府沖縄総合事務局経済産業部商務通商課
- ・ 資料：
平成 23 年度中心商店街活性化支援事業 地域の実情に応じた商業活性化のための連携の進め方報告書
新たな商店街政策の在り方検討会中間取りまとめの概要と今後の商店街施策（平成 29 年 10 月中小企業庁商業課 -新たな商店街政策の在り方検討会について）

① これまでの調査・取り組みについて

- ・ 平成 23 年度に、地域の実情に応じた商業活性化のための連携の進め方の検討を行うため、商業活性化のための地域連携モデル事業を実施し、その結果を取りまとめた（平成 23 年度中心商店街活性化支援事業 地域の実情に応じた商業活性化のための連携の進め方報告書）。
- ・ 那覇市内の商店街が利用している国の現在の商店街施策として「地域・まちなか商業活性化支援事業(平成 28 年度～)」があり、過去には「地域商業自立促進事業(平成 26 年度～平成 27 年度)」「地域中小商業支援事業(平成 25 年度)」の事業を活用していた。詳細は以下のとおりである。

(ア) 平成 28 年度地域・まちなか商業活性化支援事業

(地域商業自立促進事業) 1 件

- ・ 事業主体：波の上通り会、株式会社沖縄映像センター
- ・ 事業名：空き店舗を活用した、外国人観光客にも対応できるコミュニティカフェ整備等事業
- ・ 事業内容：空き店舗を活用したコミュニティカフェの設置、多言語対応の観光案内版の設置及び観光周遊マップの作製、波の上ブランドの確立
- ・ 活用年度：平成 28 年度当初予算

(イ) 平成 27 年度 地域商業自立促進事業 1 件

- ・ 事業主体：那覇市国際通り商店街振興組合連合会、沖縄ツーリスト株式会社
- ・ 事業名：国際通り商店街及び観光客と地域住民とのコミュニティ支援事業
- ・ 事業内容：免税処理のデジタル化及び免税店舗数の拡大、リストバンド型 IC タグの導入、国際通り沿いにコミュニティセンターを設置
- ・ 活用年度：平成 27 年度当初予算

(ウ) 平成 26 年度 地域商業自立促進事業 3 件

【事業 1】

- ・ 事業主体：那覇市国際通り商店街振興組合連合会、牧志一丁目 3 番地区市街地再開発準備組合、株式会社國場組
- ・ 事業名：離島マルシェを核としたコミュニティ創出事業
- ・ 事業内容：離島を中心とした沖縄各地域の文化情報発信拠点として「離島マルシェ」を整備、店主と来店者、観光客と地元客が気軽にコミュニケーションできるような屋台 20 店舗を設置
- ・ 活用年度：平成 26 年度当初

【事業 2】

- ・ 事業主体：那覇市国際通り商店街振興組合連合会、沖縄ツーリスト株式会社
- ・ 事業名：国際通り商店街及び観光客と地域住民とのコミュニティ支援調査事業
- ・ 事業目的：コミュニティセンターを活用した、周辺住民、商店街テナントや観光客との地域コミュニティ形成、外国人観光客対応の免税手続きのデジタル化や免税店舗の拡大促進及び IC タグリストバンド導入
- ・ 活用年度：平成 26 年度当初

【事業 3】

- ・ 事業主体：那覇市沖映通り商店街振興組合、株式会社ブリブザー
- ・ 事業名：サブカル沖映通り自立調査事業
- ・ 事業目的：地域コミュニティを形成する交流拠点づくり、イベント開催を通じて、流入・滞在客を増加させるためのコンテンツを活用した情報発信や拠点整備等による地域コミュニティ再生・地域商業の自立促進。
- ・ 活用年度：平成 26 年度当初

(I) 平成 25 年度 地域中小商業支援事業(地域商業再生事業) 2 件

【事業 1】

- ・ 事業主体：那覇市国際通り商店街振興組合連合会、牧志一丁目 3 番地区市街地再開発準備組合
- ・ 事業名：地域状況調査分析事業
- ・ 事業目的：県内離島の文化、産品等を発信する賑わい創出拠点の整備
- ・ 活用年度：平成 25 年度当初予算

【事業 2】

- ・ 事業主体：那覇市国際蔡温通り商店街振興組合、株式会社シュガートレイン
- ・ 事業名：那覇市国際通り蔡温橋商店街地域における地域コミュニティ再生事業 地域分析事業
- ・ 事業目的：沖縄の伝統文化を含む、多彩なプログラムを提供する施設の設置等
- ・ 活用年度：平成 25 年度当初予算

② 那覇市商店街の状況について

- ・ 全国と比べると商況は良いのではないかと。全国の集客に苦慮している商店街のように、新たに人を呼び込む施策を考えるのではなく、現在商店街を訪れるインバウンド等の観光客を中心に、どのように取り組むかが課題と考える。例えば、地域の資源を活かした商品開発し、観光客が沖縄、日本に求める商品・サービスの提供が重要。
- ・ 台湾との繋がりをどのように活かしていくか、台北の商店街との連携も検討していくべきだろう。特徴のある店舗や特産品を育て、将来像を描いていくことが必要である。

③ 那覇市商店街活性化の取り組みについて

- ・ 県内の成功モデルとして、北谷町のデポアイランド通り会がある。行政と観光協会、通り会等が連携しイベント等を実施する体制が構築できている。キーパーソンがいることが成功の大きな要素となった。やる気と事業を推進する力のある人が商店街には必要である。
- ・ 行政による支援として、例えばハード事業は国が行い、市は人材育成等のソフト面の支援を行う等の役割分担を図っていく必要があるかも知れない。

- ・ 沖縄市では団体客受け入れのため宿泊施設やレストランのキャパシティ向上が必要とされており、伝統工芸品の販売や各種イベント等に取り組んでいる。
- ・ 那覇市の一部の商店街では、店舗・テナント構成や開店時間がニーズと合っていないかも知れない。
- ・ 那覇市の商店街では、家族連れで休憩できるカフェのような施設が必要ではないか。国際通りを中心に人の流れがあるため、その効果を周辺に波及させるように回遊性や導線を工夫し、休憩に立ち寄った客に購買を促すような仕組みを作ることが必要である。
- ・ 那覇市では、国際通りをはじめ商業地としての規模が大きく、波の上通り会のコミュニティカフェ等の新たな取り組みも行われている。中心市街地以外の地域で活動している通り会等への支援も必要だと考えられる。

(2) 沖縄県 商工労働部 （中小企業支援課 商店街施策担当者所感）

- ・ 日時：平成 30 年 3 月 5 日 13：00～14:00
- ・ ヒアリング先：沖縄県庁商工労働部 中小企業支援課
- ・ 資料：県内商業活性化推進事業報告書概要版 平成 27 年 3 月

① これまでの調査・取り組みについて

- ・ 平成 26 年度に、県内商店街について、商店街店舗、消費者、市町村それぞれの観点から、商店街活性化施策を踏まえた課題分析及び活性化方策について調査・検討を行った（県内商業活性化推進事業）。
- ・ なお、当該調査では、那覇市では、「平和通り」「市場通り」「やちむん通り」「栄町市場商店街」を対象として、①フィールド調査、②商店街店舗聞き取り調査、③市町村聞き取り調査を行っている。

② 那覇市商店街の状況について

- ・ 概況としてインバウンドが増えている。例えば、フェリーで台湾等から自転車持ち込みの来日客が多い。多言語化など外国人観光客向けの対応の取り組みは必要である。

③ 那覇市商店街活性化の取り組みについて

- 行政からの支援事業を成功させるためには、個店との間に位置する組合や通り会の事務局のスキルが重要だと考えており、担当者の所感としては、商店街事務局の中核人材が最低 2 名～3 名は必要だと感じる。個店は小規模が多く 1～2 名で営業しており、時間が取れない。国や県の支援メニューを活用して商店街の取組みを成功させるためには、商店街と市町村の連携強化、そして、国、県と市町村の連携が必要だと考える。
- ・ 商店街の組合や通り会の事務局における人材不足を補うために、企業から人材派遣を行うケースもある。
- ・ 北谷のデポアイランドでは、点の事業ではなく、周辺エリアを巻き込むことで成功させている。その方が行政としても支援がしやすい面がある。
- ・ 商店街施策として、中小企業庁が実施している「地域・まちなか商業活性化支援事業」がある。当該事業等では、今後の商店街支援施策の方向性として、全ての商店街を平等に支援するのではなく、商店街の持つべき機能、規模やステージに応じて、意欲的な商店街に重点的な支援を行うことを指向している。
- ・ また、商店街振興を担う組織として、まちづくり会社やエリアマネジメント推進組織などを積極的に活用していくことが必要とされている。

(3) 那覇商工会議所

- ・ 日時：平成 30 年 3 月 9 日 13：30～15:00
- ・ ヒアリング先：那覇商工会議所 中小企業相談部
- ・ 資料：
 - セミナー・まちゼミ開催の案内資料
 - 沖縄県事業引継ぎ支援センターのパンフレット
 - 株式会社全国商店街支援センターの会社案内
 - 経営相談ガイドのパンフレット

① これまでの調査・取り組みについて

- ・ 毎年沖縄県からの受託を受けて実態調査を実施している。近年の概要として、空き店舗は 5 年前に比べて減少しているが、顧客が郊外に流れている。スイーツ・雑貨等の出店が見られる。なお、詳細は県から聞いて欲しい。
- ・ 商工会議所が主催して、「1 級販売士による売り場づくりセミナー」、インバ

ウンド需要向けの「中国語会話セミナー」・「英会話セミナー」、「販売促進セミナー」、「リスク管理セミナー」のほか、簿記検定等のスキルアップのための講習会等を実施している。

- ・平成29年11月より、全国の商店街で実施されている「まちゼミ」の実施にあたり(株)全国商店街支援センターの協力の下、研修会を実施し那覇においても「まちゼミ」の実施を支援した。また、個店の事業活動を支える経営サポートとして、経営指導員による相談指導、創業計画書・事業計画書の作成指導、確定申告支援、記帳支援、労働保険の事務処理代行を行っており、専門家による経営相談の講習会・セミナー等を実施している。また、資金調達のために、沖縄公庫・県・市が行っている融資制度の斡旋や案内を行っている。
- ・まちゼミに参加する商店街店舗を回遊させる「食べ歩きマチグーツアー」等のイベントを通して、「まちゼミ」を核として今後の商店街の活性化を図っていききたい。

② 那覇市商店街の状況について

- ・近年は二極化が進んでおり、物販ではインターネット等で独自の販路を持つ個店が若者をターゲットとして売り上げを伸ばしている。ストーリー性や他との差別化、独自のコンセプトが必要だろう。飲食では居酒屋の出店が多く、古い建物を改装した店舗ではトイレ等の不足が見られる。昼から開店している居酒屋等にも観光客などにニーズがあるが、周囲環境との関係で課題があり、トラブルも見られマナーや配慮のルールが必要だろう。
- ・借地や転貸、オーナーが遠方に居住している等の場合があり、改装等に許可が必要であることが課題である。複雑な権利関係のなかでコーディネーターが不足しており、リニューアルが進まないことも課題である。また、権利者がまちづくりを検討するスキームに加わらないことが一番の課題である。条例等で参加させるなど強制力が必要ではないか。
- ・商店街内部の課題として、商店街・通り会の事務局で動ける人材が少なく、各個店に働きかけていくしかない。

③ 那覇市商店街活性化の取り組みについて

- ・本来は活性化の取り組みを担うべき商店街・通り会の事務局のマンパワーが不足していることが課題である。全国の事例では、東京都品川区の戸越銀座商店街で、数人のメンバーが商店街ブランド事業を開始し、商品開発を進め

ている事例を聞いている。那覇市商店街でも高齢化等により、人材の不足の問題を抱えており、「まちゼミ」等を通じて地域のリーダーを育て、旧来の組織から変わっていくことを期待している。現時点では活動が十分に周知されているとは言えないため、フィードバックとして情報交換会を実施している。

- ・ 経営者の高齢化に伴って、担い手不足や事業承継の手続きが困難なことから廃業するケースが課題となっている。法人化を進めるべきだが、問題に直面するまで関心が薄い場合もあり、講習会やセミナーによって情報の周知・啓発を図っている。商工会議所内にある沖縄県事業引き続き支援センターでは、弁護士・司法書士・税理士・会計士等の専門家の派遣を行っており、廃業前に、商工会議所が事業承継の希望者を紹介するなどマッチングの取り組みも行っている。
- ・ 外部要因として、イオンやサンエー等の大型商業施設との競合がある。商店街は駐車場のスペースがないなどハード面や品揃えで劣るため、「商店街ならではの」魅力作りを考える必要がある。体験型店舗の試みや商品のハンドメイド化など、来街者に商店街の価値を見いだしてもらう必要がある。
- ・ 商工会議所では、個店を中心に商店街の活性化のために上記のとおり様々な支援を行っているものの、さらに認知度向上を図りつつ、商工会議所のサービスについてお役立ていただきたい。
- ・ 行政による支援として、トイレ整備の充実やアーケードの更新等のハード面の整備が必要だろう。回遊性を向上させるために、「のうれんプラザ」・「公設広場」・「沖映通り」の導線を繋げていく必要がある。
- ・ 様々な組織が支援を担っている現状では、役割分担を明確にした方が良くだろう。例えば、行政・金融・商工会等で商店街との関わりの相関関係を整理し、それぞれの分野で効果的な支援方法を検討するべきだと考える。

(4) 沖縄県中小企業団体中央会（担当者所感）

- ・ 日時：平成 30 年 3 月 9 日 16：00～17:00
- ・ ヒアリング先：沖縄県中小企業団体中央会 組織支援部 支援課
- ・ 資料：
 - 平成 29 年度中小企業労働事情実態調査報告書
 - 中小企業だより 2018 年 3 月版

① これまでの調査・取り組みについて

- ・ 毎年、県内中小企業 800 事業者（中央会会員組合に加入する組合員企業）を対象に、中小企業の雇用状況・需要・賃金・新規雇用等の実態調査「中小企業労働事情実態調査」を実施している。本調査の目的は、県内中小企業及び中小企業組合の生産性や労働環境の改善等の諸課題を検討する基礎資料である。
- ・ 併せて、県内中小企業組合 233 組合を対象に、「組合事情実態調査」を実施している。本県調査の目的は、県内中小企業組合を取り巻く様々な経営環境の変化を把握し、今後の中央会の組合支援の基礎資料とするものである。
- ・ なお、本件調査対象の那覇市商店街名簿にあるもののうち、国際通り商店街振興組合連合会、那覇市平和通り商店街振興組合、那覇市沖映通り商店街振興組合、栄町市場商店街振興組合が調査対象に含まれる。
- ・ 資金調達が必要な組合及び組合員企業を対象に、沖縄県融資制度資金「組織強化育成資金」の案内を出している。当該融資制度は、沖縄県中小企業団体中央会が窓口となり、株式会社商工組合中央金庫からの融資を行うもので、セーフティネット貸付資金（対象資金が運転資金及び設備資金のみ）と、一般貸付資金（転貸資金を含む全ての資金調達に活用可能）の 2 種類がある。

② 中小企業組合・商店街の状況について

- ・ 生コン・砂利・電力等の建設やインフラ関係が好調である。蕎麦や伝統工芸関連は、後継・担い手不足の課題を抱えている。衰退している企業の特徴として、人材難や高齢化がある。
- ・ 通り会を対象にした支援メニューはない・全国商店街振興組合連合会(略称：全振連)に加入している法人向けに、役員研修や青年部・女性部の研修がある。研修内容としては、独立行政法人中小企業基盤整備機構が運営する「よろず支援拠点」が提供する事業承継や創業、売り上げ拡大、経営改善等のメニューがある。経営・法律・税務等に関する相談が多い。女性目線でのセミナー等のメニューもある。
- ・ 課題として、情報の伝達・周知が難しい。組合を通して連絡をしても、末端の個店まで情報が行き渡らないことが問題である。例えば、商店街の事務局に最低限、ファックス等の情報が受信できる設備は必要である。個別に周知に回することは現実的に難しい。
- ・ 支援策のメニューは多いが、あまり活用されていないと感じている。

- ・ 補助事業の仕組みも柔軟に活用できるように検討する必要がある。

③ 那覇市商店街活性化の取り組みについて

- ・ 国際通りはポテンシャルが高く、今後出来ることがあるのではないか。
- ・ 連合会事務局の人材育成の強化も必要である。事務局運営やマネジメント支援が必要だと感じている。
- ・ 商店街の中に、行政の出先機関を設ける方法もあるかも知れない。
- ・ 専門家アドバイザーを定期的に派遣したり、タウンマネジメントの中心となる人材を育てていく必要があるだろう。
- ・ 組合の強制加入は難しく、加入によるメリットを見せていく必要がある。
- ・ 行政による支援として、防犯カメラ等の設置により安心感を創設し、駅中心に人の流れを作ること等が考えられる。人通りの核となる施設や公園・休憩所等の整備等が考えられる。
- ・ イベント開催は短期的には効果が見えやすいが、単発になりやすいため、実施の必要性については検討が必要だろう。
- ・ 商店街支援の関係機関が連携を進め、例えば定例会の形で情報共有を行い、まずお互いが実施している支援施策の内容について理解を進めることが必要である。

2) 学識経験者

(1) 学識経験者 1

- ・ 日時：平成 30 年 3 月 19 日 13:00~14:30
- ・ ヒアリング先: 国立大学法人琉球大学 観光産業科学部 学部長 下地芳郎教授

① 那覇市商店街の状況について

- ・ 全国と比べた市の商店街（商業）の最大の特色として、戦後復帰前の関税がかからなかった歴史的な経緯から、外国製品の販売が多く、地域特産品が育たなかったということがある。おもろまちにある DFS もこれまでの市の商業の文脈にある。

② 那覇市商店街活性化の取り組みについて

- ・ 近年、県内では観光客の増加が著しいが、地域の経済効果を生むためには、今後、魅力ある地域の特色・特産品を育て、観光・物産を世界に売る方向に転換を図る必要がある。
- ・ そのためには、買い手の目線に立った品物と売り方を追求しなければならない。商業には、商品開発のデザイン戦略が非常に重要である。例えば、海外からの観光客の中には、重たい品物を買にくいケースもあるだろう。海外のワイン産地ではペットボトルで販売しているケースもある。県内でもライフスタイルが変化しているなかで、伝統工芸品の多様な加工・デザイン・使い方等、販売の工夫を検討することで需要も伸びるのではないだろうか。「かりゆしスタイル」のように、豊富なデザイン・品質を揃えた地域発祥のブランドを育てていかななくてはならない。
- ・ 売り方・見せ方も、商業を考えるうえで重要な要素である。国際通りに並ぶ土産物屋に何か特色はあるだろうか？例えば、古民家をショーケースとして活用し、体験型のモデルハウス的な接客を行うなどの工夫やアイデアもあるだろう。また、差別化を図るうえで、高額なトップブランドから大衆向けまで、多様な売り方を模索しなければならない。
- ・ こうした商品開発力を育成するための施策として、認証制度の導入などがあるが、行政主導では限界もあり、個店や組合が高い意識をもち、「外に向かって地域を売っている」、商業を通じて地域の価値を高めていく努力を行うことが求められる。

- ・ 本来は商店街が内部から変革していく必要があるが、組合等が機能しなくなっている昨今の状況では、エリア戦略を考える新しい担い手を探さなければならない。人を入れ替えることも一つの方法である。観光業でも同様の状況が起こっており、組合に代わる新しい担い手として NPO 法人や DMO が期待されている。こうした新しい担い手が成功するためには、資金力とネットワークのある事業者がキーパーソンとして動くことが必要だろう。また、例えば、金融機関や外資など、地域活性化のために動く関係者の多様化を図っていくことも重要である。
- ・ 観光や商業で地域の活性化を本気で考えるならば、財源の裏付けも必要であり、例えば「宿泊税」の導入なども検討に値する。人口や観光客の入込数が同規模の米国ハワイでは、25%の宿泊税を課しており600億の歳入が地域にある。一方で、国内で導入している東京都では20億しかない。県内でも宿泊税等の地域振興のための財源を確保する方法について検討を続ける必要があるだろう。
- ・ 行政の支援として、周辺商店街に対してどこまで支援を広げるのか問題となるが、各商店街に事業計画を作成させ、やる気のある商店街に対して重点的に支援を行う方法もあると考える。
- ・ 商店街によっては硬直化して外部の意見をなかなか聞かないケースもあるだろうが、若者のアイデアを活かす場が少ないことは問題である。若者が自ら企画する場を作っていくような環境整備が望まれる。

(2) 学識経験者 2

- ・ 日時：平成 30 年 3 月 14 日 10:00~12:30
- ・ ヒアリング先：東洋大学 社会学部 新雅史助教

① 那覇市商店街の状況について

- ・ 市内の産業構造として、商業が過剰気味であり、製造業が少ないという特徴がある。
- ・ 基地の問題を含む歴史的な経緯から、狭い土地に自然発生的に商業集積が進んだ。
- ・ 近年はインバウンドの増加等により、商業施設の出店が進んでいる（クルーズ船客をターゲットとしたイオンモール沖縄ライカム等）。
- ・ 国際通り等の中心地以外の商店街に課題がある。

- ・ 国際通りを含めて、全般に、商品力に課題を抱えている。
- ・ 物販店について、公設市場の生鮮物などは実演販売なども行っており好調だが、衣料品は伸び悩んでおり、代わって飲食店が増えている。

② 那覇市商店街活性化の取り組みについて

- ・ 多様性に富んだ独自の商品開発が賑わいの創出に繋がり、例えば、壺屋の陶器販売などが成功モデルになるだろう。
- ・ 19 時以降など夜間の営業時間の短さも課題と考えている。夜間に行く場所がなく、県内中部などのリゾート地に単価の高い層が流れている。市内に、例えば、劇場や伝統芸能などの高度な娯楽施設があっても良いと思う。
- ・ アーケードの老朽化や通り会の加盟率も課題である。那覇市の商店街等は、行政に対する要望もあると思うが、自主的な改革が必要だろう。
- ・ 商店街の維持に必要なコストを行政が負担するものではなく、事業者が共同で管理しなければいけない。エリアマネジメントのコストを負担する仕組みが必要。
- ・ 市内の商業地では、国際通りを「核」として自立させることが必要。
- ・ 行政の支援策の課題として、現状では多少イベントに偏りすぎているかも知れない。自立を促すための制度改革に力を注いで欲しい。
- ・ 参考として、札幌市の地下空間の有効利用がある。エリア全体を広告媒体として活用し、億単位の収入があり、こうした収入を維持管理に当てている。人の集まる那覇市でも、こうした方法が成功する可能性が大きい。道路・歩道・公共空間の有効に活用し、持続的かつ自主的な維持管理ができるような行政の誘導が必要ではないか。
- ・ 地域再生法改正法案が 4 月に成立する見込みで日本版 BID が導入される。
- ・ BID はもともとはアメリカの旧市街や公園管理のための仕組みであり、密集市街地の再生手法として注目されている。エリアマネジメントのコストを、事業者の 2 / 3 が賛成することを条件に、地域内の事業者に強制的に負担させるもので、フリーライダーを防止する機能がある。現状では、デベロッパーが開発した権利関係等が分かりやすい地域でしか導入事例がないが、今後、こうした制度の研究・検討を進めて欲しい。
- ・ 行政支援として、各個店をターゲットとすることは難しいかも知れないが、補助の受け手である通り会等がうまく機能していない場合は、競争やシナジー効果を狙い、力のある個店を支援して、地域のシンボルの創設を促す施策が必要ではないか。

- ・ 例えば、静岡県は、力のある個店の支援に注力しており、既存商店街の支援は静岡市が行う役割の分担をしている。県では、力のある個店同士がグループで申請することを補助金の条件としており、個店同士がお互いに情報を交換し、学び合う機会・環境づくりの誘導を行っている。商店街の中だけで完結するのではなく、エリアを広く捉え、商店街同士・個店同士の横の連携があっても良い。
- ・ 行政補助の在り方として、これまでは補助金の目途を明確にしないでも良いものが多かった。今後は、例えば、事業計画や PDCA サイクルを明確化させて、商店街自らが自主的に補助の仕組みを学び検討することが必要である。
- ・ 住宅地は閉ざされた空間から徐々に解放された空間に変化しつつある。一方、商店街は、かつては開かれた空間であったものが閉鎖的になりつつある。
- ・ 地銀や地元メディアなどの役割は大きい。これらと連携する必要がある。
- ・ 実態調査の把握は重要で、その結果を DB 化・可視化し、また継続的な把握を行うことが必要である。
- ・ 那覇の商業地は規模が大きいので、事業の成果が見えにくい。長期的な目標を立てて、年度単位で少しずつ成果を出していくことが、商店街の共同意識や自立を育むことにつながるだろう。
- ・

3) 金融機関

(1) 金融機関 1

- ・ 日時：平成 30 年 3 月 6 日 15：00～16:00
- ・ ヒアリング先：琉球銀行 法人事業部 地方創生グループ

① 那覇市商店街の状況について

- ・ 市内商店街は成功している商店街と衰退している商店街で二極化している。ジャスコのような近隣型商業施設が出店すると、駐車場がない等のハード面で劣るため、衰退している商店街は機能が失われ住宅化する傾向がある。また、担い手の高齢化も影響している。
- ・ 成功している商店街の特徴として、立地が大きいのではないかと。国際通りに近い、モノレールの駅に近い等の立地の利便性が高いことが成功の主な要因と考える。そのほか、ターゲティングが出来ている、リーダシップのある個店がある等の特徴が考えられる。
- ・ 県外では駅周辺に商店街が形成され、駅毎の商店街で競争が起こり、商店街が自ら創意工夫して、駅周辺のブランド化や特色が現れるが、市内モノレール駅周辺はそのような動きになっていない。人が集まると商業のニーズが生じて商業地が形成されるため、モノレール駅を起点として、駅単位のイメージ作りや商業地の活性化を検討しても良いかも知れない。

② 那覇市商店街活性化の取り組みについて

- ・ 商店街活性化のためには、回遊性や人の流れる導線を考えていく必要がある。また、公園や屋根、休憩所等のハード面や、テナントの質も検討していく必要があるだろう。
- ・ 地域に根ざした商店街を目指すためには、安全・安心・明るさ・快適性等を追求し、人の流れを作る必要がある。また、例えば、ウォーキングコースとして人が流れる仕組みを作るなど、健康志向の高まりを利用する方法もあるだろう。
- ・ 行政による支援を考える場合、ポテンシャルの高い商店街に注力していく必要があるのではないかと。
- ・ ハード面の整備は行政が行うことになるが、地方銀行は、地域内の企業との強い結びつきがあるため、地域活性化のための人材育成・企業紹介や、地域活性化を検討するプラットフォームへの参加などの関わり方が考えられる。

(2) 金融機関 2

- ・ 日時：平成 30 年 3 月 13 日 15：00～16:00
- ・ ヒアリング先：沖縄銀行 法人部 事業戦略支援グループ

① 那覇市商店街の状況について

- ・ 市内商店街は、一度景気が悪くなったが現在は空き店舗が少ないなど景況感
は好転しているのではないかと。全体に物販から飲食へシフトしている。SNS
などを活用して人気が出たカフェ等も見られる。

② 那覇市商店街活性化の取り組みについて

- ・ 商店街活性化のためには、スポーツやカルチャーと結びつけた特色を出すこ
とが有効ではないか。例えば、バスケットボールやダンス等の聖地のような
イメージ戦略があっても面白いと思う。
- ・ ターゲットを地元客と観光客に分けたうえで、地元客には公共スペースとし
ての活用価値を見いだしてもらい、観光客向けには、「壺屋やちむん通り」
のように専門店街を集約してはどうか。
- ・ 行政支援の方向性としては、例えば、トイレの整備、老朽家屋の建替え誘導、
監視カメラの設置等のインフラ整備を進め、安心・安全の創出や景観形成に
力を入れて欲しい。
- ・ 地方銀行としては、通り会に参加したり、イベント企画や事務局に人材を派
遣する等の関わり方が考えられる。

(3) 金融機関 3

- ・ 日時：平成 30 年 3 月 19 日 15：30～16:00
- ・ ヒアリング先：沖縄海邦銀行 松尾支店 融資営業グループ

① 那覇市商店街の状況について

- ・ 不動産の融資が多く、個店への融資等の相談はあまり受けていない。

② 那覇市商店街活性化の取り組みについて

- ・ 商店街の課題として、現在ではゴミの散乱等が見られるため、ゴミ箱の設置
を進め、地域の良い景観の形成を図るための周知・啓発等の活動が必要で

はないか。また、駐車場が少ない問題もある。支店にトイレの利用をお願いされる場合もあるため、公共のトイレの設置を増やしてはどうか。

- ・ゴミ箱や駐車場、トイレの所在地マップがあると良い。

(4) 金融機関 4

- ・日時：平成 30 年 3 月 6 日 10：00～11:00
- ・ヒアリング先：コザ信用金庫 本店 お客様支援室
- ・資料：コザしん創業スクールの募集チラシ

① これまでの調査・取り組みについて

- ・平成 23 年・平成 24 年に、信用中央金庫の協力のもと、沖縄市一番街商店街の調査を実施したことがある。その際にはエリアゾーニングを行い、各エリアのビジョン作りを行った。沖縄市は市内商店街の活性化に向けて、全庁的に積極的であり、市と協力しながら、商店街活性化に向けたコンサルティングや「沖縄市商店街を元気にする会」等のイベントを開催している。そのほか、「コザしん創業スクール」の開催等を実施している。
- ・「コザしん創業スクール」では、開始から 3 期目を数え、定員 30 名が受講料 (13,000 円) を支払って 7 日の講習を受ける。講座内容は、経営や財務、会計、販路開拓、マーケティングやビジネスプランの作成等、創業に必要な基礎知識を学びながら、ワークショップを行うもので、内容・密度が濃いものを毎回用意している。

② 商店街活性化の取り組みについて

- ・成功している商店街と衰退している商店街の違いについて、成功している商店街は、魅力のある店舗や施設（起業・創業の相談窓口等）等が開店し、これまで商店街に来なかった若い世代等が来ている。中高年の世代向けには衣料品を充実させるなど、多世代の集客を目指すことが良いのではないかと。また、中心となる店舗が必要と考える。夜の飲食店街が多くなり、昼間よりも夜間の人通りが多くなる傾向がある。
- ・信用金庫としては、融資のほか、創業支援スクールやイベント等に力を注いでいる。地域の商店街の活性化が将来的なリターンに繋がるため、信用金庫の使命として、主な取引相手である個店の商業力強化を目的とした活動を通じた共存共栄を目指している。

- ・ 沖縄市では空き店舗が増えたことから、市の中心市街地活性化に向けた意欲が強い。行政支援としては、持続的な商店街の活性化のために、自走できる仕組みづくりが望ましいのではないかと考える。人材育成や情報発信等に注力し、地域が一体となって動きやすくなるスキーム作りが必要と考える。一方で、道路法などの行政法規の運用等、行政が支援できる場面も大きい。
- ・ 商店街は個店の集合体であり、市民が目的を持って来街する店舗が必要と考える。

4) 関係機関へのヒアリング調査のまとめ

(1) 商店街の課題について

① 商店街振興を担う人材の不足

- ・ 商店街及び通り会の事務局の運営能力に課題を抱えているとの声が多かった。関係機関からの支援にあたっては、事務局を通して各個店への連絡が行き渡らない等の問題を抱えている。
- ・ 空き店舗の増加や商店街の売上げの落ち込み等の危機感が少なく、地域振興を考える担い手が育ちにくい環境にある。今後は、人材育成や情報発信等に注力し、地域が一体となって動きやすくなるスキーム作りが必要との意見があった。成功事例では、地元企業の積極的な参画が功を奏しているケースもあり、民間が商店街支援に参加しやすい体制・環境整備が望まれる。

② 権利関係の複雑さ

- ・ 借地や転貸で権利関係が複雑で、オーナーが遠方に居住している等の場合があり、全体のコーディネーターが不足しており、権利者がまちづくりを検討するスキームに参加せず、リニューアル等が進まないことも課題との意見があった。

③ 商品力等の不足

- ・ 国内外に向けて、魅力のある地域の特色や特産品を育成する必要がある。来街者のニーズやライフスタイルの変化に合わせて、「かりゆしスタイル」のような豊富なデザイン・品質を揃えた地域発祥のブランドを育てていくことが必要との意見があった。

④ 国際化の必要性

- ・ 増加するインバウンドへの対応として、多言語化対応等のほか、クルーズ船からの顧客誘導や、台湾との結びつきを強めることが必要との意見があった。

(2) 商店街の役割

- ・ 中心商店街の商店街では、インバウンドの増加等もあって商況は良い。今の状況を活かし、地域の経済効果を生むために、例えば、国際通りを「核」として、商店街を自立させる仕組みが必要との意見があった。
- ・ 郊外では、住宅への転換が進み、大型店の出店によって、その役割を終えつつある商店街もある。商店街は、本来地域に開かれた空間であることから、近隣住民の購買の場として活用されなくなった商店街では、今後、多世代の交流の場や、地域コミュニティ維持のための新たな役割等を模索することも有用である。

(3) 商店街への支援策・支援メニュー

窓口	沖縄総合事務局・商務通商課			
事業名	地域・まちなか商業活性化支援事業 (地域商業自立促進事業)		地域文化資源活用空間創出事業	
概要	①少子・高齢化②地域交流③新陳代謝 ④構造改善⑤外国人対応⑥地域資源活用の 6つの分野に係る公共性の高い取組みを支援する。		我が国の文化を代表する歴史的建造物（城、街並み、神社、寺院、庭園等）や、名所・観光地・食文化等の地域文化資源を活用し、外国人観光客等に地域での消費を促すための空間等整備事業・イベント事業を支援する。	
対象事業	①自立促進調査分析事業： 施設やサービスの利用者数、採算性等を確認するために必要な調査・分析する事業	②自立促進支援事業： 自立促進調査分析事業の結果（同等程度のニーズ調査、マーケティング調査等を独自で実施している場合はその調査結果も含む）を踏まえ、商店街等が有する公共的機能、買物機能の維持・強化を図る事業	①地域文化資源活用空間整備事業： 我が国の文化を代表する歴史的建造物（城、街並み、神社、寺院、庭園等）や、名所・観光地・食文化等の地域文化資源を活用し、外国人観光客等に地域での消費を促すための空間等整備事業	②地域文化資源活用交流促進事業：我が国の文化を代表する歴史的建造物（城、街並み、神社、寺院、庭園等）や名所・観光地・食文化等の地域文化資源を活用し、外国人観光客等に地域での消費を促すためのイベント事業
補助率	2/3 以内 (上限額 500 万円、 下限額 100 万円)	原則 1/2 以内（※ 1） (上限額：2 億円、下 限額：100 万円)	原則 1/2 以内（※ 2） (上限額 7,500 万 円、下限額 100 万円)	1/2 以内 (上限額 300 万円、 下限額 100 万円)
対象団体	・商店街組織 ・商店街組織と民間事業者との連携体			

※ 1：次の要件に該当する場合は、補助率が下記のとおりとなる。

- ・自立促進調査分析事業を活用した調査結果に基づいて計画された事業は、
補助率：2/3 以内（上限額：2 億円、下限額：100 万円）
また、下記 3つの要件すべてに該当しない申請団体の場合は、補助率が下記のとおりとなる。
- ・申請団体が過去の経済産業省による補助事業に採択されたことがある。
- ・補助対象経費が 2 億円以上である。
- ・申請団体が申請する補助事業の 6つの分野に関する事業をすでに実施している。
補助率：2/3 以内（上限額：1 億円、下限額：100 万円）

※ 2 : 下記 3 つの要件すべてに該当しない申請団体の場合は、補助率が下記のとおりとなる。

- ・申請団体が過去の経済産業省による補助事業に採択されたことがある。
 - ・商店街等の来街者のうち、外国人観光客の占める割合が 10%以上ある。
 - ・以下における来街者層で構成率の上位 3 位以内に外国人観光客が含まれる。(学生・若者、家族連れ、主婦、会社員、高齢者、日本人観光客、外国人観光客、その他)
- 補助率 : 2/3 以内 (上限額 : 7,500 万円、下限額 : 100 万円)

窓 口	沖縄県・中小企業支援課		
事 業 名	商店街等組織強化事業	商店街等活性化プラン策 定事業	商店街等活性化事業
概 要	商店街等の活性化を計画的かつ効率的に取り組めるようにし、また、商店街等の活性化を行う上で、重要な商店街等の組織強化及び商店街等同士の連携強化などによるリーダーの育成を推進し、商店街等の中長期的な活性化を図る		
対 象 事 業	若手リーダーの研修や先進地視察等への派遣、講師を招いての研修会開催、複数の商店街等組織による交流事業の実施等、商店街等の組織強化を推進し、商店街等の活性化の基盤づくりを行う取組み	外部専門家による頻度の高い指導を受け、地域特性を生かした実現可能性が高い商店街等の活性化プランを策定する取組み	「商店街等活性化プラン策定事業」で策定したプランまたは同等の計画（中心商店街活性化基本計画や全国商店街支援センターのトータルプラン作成支援事業等を活用して策定したプラン）に基づいた活性化事業、または国等の商店街等活性化に係る補助事業を活用した活性化事業を実施し、効率的かつ中長期に効果が及ぶ商店街等の活性化を図る取組み
補 助 率	補助対象経費の 1/2 以内 (上限額 : 10 万円)	補助対象経費の 10/10 (上限額 : 500 万円) ただし、中核市については、 補助対象経費の 1/2	原則 2/3 以内 (※ 3) (上限額 : 500 万円)
対 象 団 体	・商店街組織 ・商店街組織と民間事業者との連携体		

※ 3 : 中核市および過去 3 カ年間で国等の地域商業に係る補助事業を受けた団体は対象経費の 1/2。

窓 口	那覇市・なはまち振興課			
事業 名	頑張るマチグッー支援事業			
概 要	対象団体の自主的な活動を支援することにより、中心商店街の活性化を図ることを目的とする。			
対 象 事 業	①マチグッー支援事業： 補助対象団体及び周辺地域の活性化に資する基盤整備に係る初期投資等	②商店街イベント等開催事業： 商店街の集客を目的としたイベント等	③特色ある商店街推進事業： 計画策定、研修会、人材育成、講師招聘、視察研修等	④商店街魅力発信事業： ホームページ構築、マップ、情報誌製作等
補 助 率	補助対象経費の9/10 以内	補助対象経費の3/4 以内	補助対象経費の3/4 以内	補助対象経費の3/4 以内
対 象 団 体	商店街振興組合、任意の商店街及び通り会、公益財団法人、特定非営利活動法人のうち、次の要件をすべて満たす団体 ア 那覇市中心商店街に活動拠点があること イ 対象となる団体は3名以上の構成員を擁する団体であること ウ 中心商店街の活性化に資する活動実績が原則1年以上あること エ 団体の規約を有し、代表者及び所在地が明らかであること オ 会計経理が明確であること また、上記要件を満たす団体が主体となって組織する実行委員会等			

(4) 市やその他関係機関の役割

① 支援機関の間での連携・情報共有

- ・現状では、様々な組織が支援を担っているなか連携や情報共有の不足があり、「役割分担を明確にした方が良い」との意見があった。商店街の振興に関わる、行政・金融・商工会等で商店街との関わり方の関係性を整理し、それぞれの分野で効果的な支援方法を検討する必要がある。
- ・商店街支援の関係支援機関が連携を進め、商店街支援のためのプラットフォームを構築するなどして、実施している支援施策の内容・対象・方向性について情報共有を行う必要がある。例えば、県・国がハード面での支援を担い、市は人材育成等のソフト面を行う等の例示もあった。また、関係支援機関の裾野を広げ、地元企業や金融機関等の役割を拡大する案もあった。なお、金融機関へのヒアリングでは、エリア全体の振興や経済効果を高めるため、商店街との関係性の深化させることに積極的な意見も見られた。

② 景観・安全面での環境整備

- ・トイレや公園整備、道路法等の関係法令の現状に則した運用、監視カメラの設置など、景観・安全面で主導的な役割を期待する声が多かった。

III. 経済センサス等の統計分析

「平成 28 年経済センサス-活動調査」（総務省統計局）の速報集計結果から見る那覇市の産業構造は、以下のような状況である。

1) 事業所数の動向

産 業（大分類）	事 業 所 数				
	平成24年 活動調査	平成28年 活動調査	増減率 (%)	H24構成比 (%)	H28構成比 (%)
A～R 全産業	17,287	17,404	0.7	100.0	100.0
A～B 農林漁業	11	12	9.1	0.1	0.1
C～R 非農林漁業	17,276	17,392	0.7	99.9	99.9
C 鉱業、採石業、砂利採取業	3	3	0.0	0.0	0.0
D 建設業	776	777	0.1	4.5	4.5
E 製造業	409	391	△ 4.4	2.4	2.2
F 電気・ガス・熱供給・水道業	5	5	0.0	0.0	0.0
G 情報通信業	302	325	7.6	1.7	1.9
H 運輸業、郵便業	285	308	8.1	1.6	1.8
I 卸売業、小売業	4,531	4,387	△ 3.2	26.2	25.2
J 金融業、保険業	347	356	2.6	2.0	2.0
K 不動産業、物品賃貸業	2,079	1,860	△ 10.5	12.0	10.7
L 学術研究、専門・技術サービス業	848	920	8.5	4.9	5.3
M 宿泊業、飲食サービス業	3,355	3,516	4.8	19.4	20.2
N 生活関連サービス業、娯楽業	1,536	1,503	△ 2.1	8.9	8.6
O 教育、学習支援業	794	785	△ 1.1	4.6	4.5
P 医療、福祉	1,038	1,283	23.6	6.0	7.4
Q 複合サービス事業	66	62	△ 6.1	0.4	0.4
R サービス業（他に分類されないもの）	902	911	1.0	5.2	5.2

「平成 28 年経済センサス-活動調査」（総務省統計局）の速報集計結果によると、那覇市の事業所数は全産業で 17,404 事業所となっており、平成 24 年比で 0.7%増加している。

産業（大分類）別に見ると、「卸売業、小売業」が最多（4,387 事業所）となっているが、平成 24 年比での増減率を見ると、「医療・福祉」の増加率が最も高い。

なお、商店街に多く立地すると考えられる「卸売業、小売業」の事業所数は減少しており、「宿泊業、飲食サービス業」事業所数は増加している。

2) 従業者数の動向

産 業（大 分 類）	従 業 者 数				
	平成24年 活動調査	平成28年 活動調査	増減率 (%)	H24構成比 (%)	H28構成比 (%)
A～R 全産業	149,325	157,391	5.4	100.0	100.0
A～B 農林漁業	68	115	69.1	0.0	0.1
C～R 非農林漁業	149,257	157,276	5.4	100.0	99.9
C 鉱業、採石業、砂利採取業	9	17	88.9	0.0	0.0
D 建設業	7,173	7,325	2.1	4.8	4.7
E 製造業	3,440	3,157	△ 8.2	2.3	2.0
F 電気・ガス・熱供給・水道業	236	272	15.3	0.2	0.2
G 情報通信業	7,021	11,053	57.4	4.7	7.0
H 運輸業、郵便業	10,559	9,819	△ 7.0	7.1	6.2
I 卸売業、小売業	30,859	30,839	△ 0.1	20.7	19.6
J 金融業、保険業	6,853	7,523	9.8	4.6	4.8
K 不動産業、物品賃貸業	7,451	6,788	△ 8.9	5.0	4.3
L 学術研究、専門・技術サービス業	6,120	7,297	19.2	4.1	4.6
M 宿泊業、飲食サービス業	22,541	23,017	2.1	15.1	14.6
N 生活関連サービス業、娯楽業	7,632	7,120	△ 6.7	5.1	4.5
O 教育、学習支援業	4,931	4,643	△ 5.8	3.3	2.9
P 医療、福祉	16,131	20,734	28.5	10.8	13.2
Q 複合サービス事業	1,306	2,075	58.9	0.9	1.3
R サービス業（他に分類されないもの）	16,995	15,597	△ 8.2	11.4	9.9

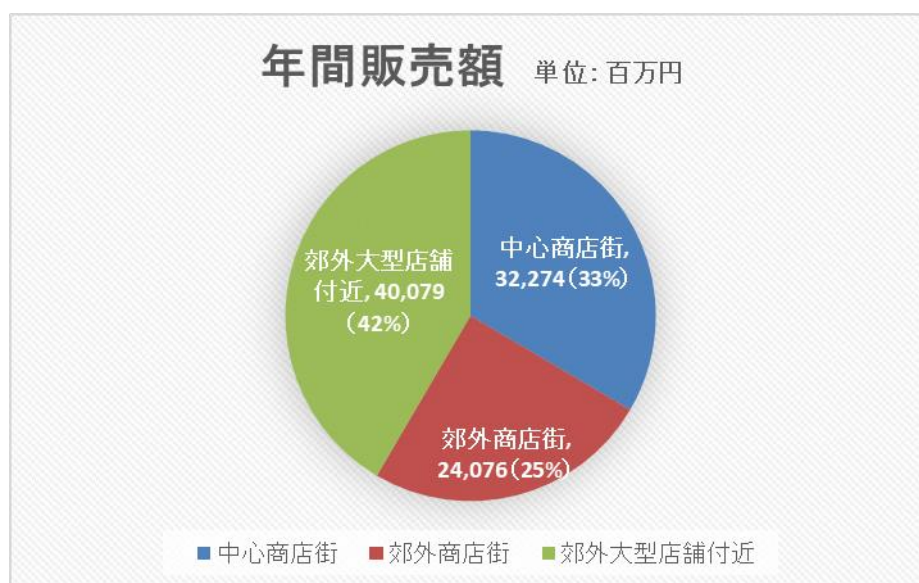
同調査によると、那覇市の従業者数は全産業で 157,391 人となっており、平成 24 年比で 5.4%増加している。

産業（大分類）別に見ると、「卸売業、小売業」が最多（30,839 人）となっているが、従業者数が 500 人以上の産業について平成 24 年比での増減率を見ると、「複合サービス事業」の増加率が最も高い。

なお、商店街に多く立地すると考えられる「卸売業、小売業」の従業者数は概ね横ばいとなっており、「宿泊業、飲食サービス業」従業者数は増加しているものの、産業分類別の構成比は低下している。

3) 年間販売額の実態

経済産業省の「平成 26 年商業統計調査結果」に基づく集計では、那覇市商店街の年間販売額は、中心が約 3 割、郊外（郊外商店街と郊外大型店舗付近の店舗集積地の合計）が約 7 割を占めている。郊外では、郊外商店街が 25%、郊外大型店舗付近の店舗集積地が 42%を占めている。



なお、集計が可能だった商店街・店舗集積地は、以下のとおりである。

【中心商店街】

国際中央通り商店街、浮島通り商店街、新天地市場会、新天地前通り会、沖縄映通り商店街、国際大通り商店街、国際蔡温橋通商店街、ひめゆり橋通り会、平和通り商店街、むつみ橋通り会、市場本通り会、ちとせ商店街、ちとせ通り付近、ガーブ川中央商店街、農連市場街、市場前通り会、栄町市場商店街、国際通り県庁駅前商店街、開南せせらぎ通り会、大平通り商店街、第一牧志公設

市場、壺屋やちむん通り会、サンライズなは商店街、牧志公設市場衣料部、第一牧志公設市場付近

【郊外商店街】

若松通り会、泊大通り会、安里大通り会、与儀市場街、若狭大通り会、琉石通り会、小禄本通り付近、安謝市場通り会、りゅうせき宇栄原店付近、天久りうぼう楽市付近

【郊外大型店舗付近の店舗集積地】

イオン那覇ショッピングセンター付近、サンエー那覇メインプレイス付近、ブックボックス与儀店付近

IV. 課題の整理分析と今後の施策展開案について

1. 課題の整理分析

1) 商店街等の所在地及び概要一覧

※ 巻末の商店街地図及び商店街及び通り会一覧を参照

2) 商店街の状況（特性等）と課題分析

以下における 11 の視点において、状況と課題分析を整理する。

① 店舗構成

- ・ 那覇市の産業構造の変遷について、商店街に焦点を当てると、宿泊業・飲食サービス業の増加傾向が見られ、卸売業・小売業は事業所数の減少が見られる。商店街の店舗構成が利益率の高い業種にシフトしていることが原因とされ、これは全国的に見られる傾向である。
- ・ 本市の商店街においても物販から飲食へシフトしたところもあり、SNS で人気のカフェなども見られるようになった。
- ・ 事業所数については、全体の事業所数が減少する一方、卸売業・小売業の従業者数は横ばいとなっている。

② 来街者傾向及び景況

- ・ 平成 27 年度商店街実態調査報告書（平成 28 年度 3 月 中小企業庁）によれば、全国の来街者の動向としては 3 年前の平成 24 年度と比較すると減少傾向は多少緩和されたものの約 56%が「減った」と回答している。
- ・ 本調査においては、本市の来街者傾向は 5 年前と比較して中心商店街・郊外ともに「増加」との回答が最多、同じく景況感についても、ともに「良い」との回答が多く、全国とは状況が異なり、昨今の沖縄経済の景況発表と合致し、客足の伸びを実感しているものとする。
- ・ 景況が「良い」とする要因には、昨今急増している観光入込客の増加による「歩行者の通行量増加」や「商店街や店舗の質の向上」「イベントの実施」などを挙げている。
- ・ 全国の衰退している商店街のように新たに人を呼び込む施策でなく、現在ある需要に対する取り組みを考えていくことが課題との指摘がある。

③ 後継者問題

- ・ 平成 27 年度商店街実態調査報告書によれば、全国の商店街が抱える問題のうち最も多い回答は「経営者の高齢化による後継者問題」である。
- ・ 本調査においても、直面している課題として、中心商店街及び郊外商店街でも後継者不足は比較的上位にランクされている。

④ 施設等の維持管理

- ・ 直面している課題として、上位にランクされている店舗の老朽化については、特に中心商店街においては最多の回答となっている。
- ・ 借地や転貸で権利関係が複雑で、オーナーが遠方に居住している等の場合があり、改装等を進めるための許可を得にくいなどの課題やコーディネーター不足によりリニューアルが進まないこと、権利者がまちづくりに参加していないことも課題との指摘がある。
- ・ 老朽化に対する行政支援として、店舗のリフォームや修繕、建替に対する補助金支援（助成金等）に期待が強い。また、老朽化したアーケードの修繕に対する補助制度についても要望が大きい。

⑤ 空き店舗

- ・ 本調査では、本市における商店街等の空き店舗の問題は、それほど目立ってはいない。
- ・ 5 年前との比較でも中心商店街及び郊外共に「不変」との回答が多く、郊外では「減少」傾向との回答もある。
- ・ インバウンドの増加等を背景に全般的に好調であり、今後の見通しについても前向きな回答が多く、空き店舗も「なくなる」との見通しが多かった。
- ・ 一方で、空き店舗が続いている理由としては、「業種の折り合いがつかない」が最も多く、「家賃」「商店街に魅力がない」などの回答もあった。

⑥ 人材力

- ・ 本調査では、商店街を支える人材の不足について、特に中心商店街の回答が多くあった。
- ・ 活性化の取り組みを担うべき商店街等の事務局のマンパワー不足、働ける（動ける）人材の確保が大きな課題との指摘もある。
- ・ 空き店舗が少なく、景況感から商店街売上の落ち込み等の危機感が少ないことから、地域振興を考える担い手が育ちにくい環境も指摘される。

- ・ 中心商店街及び郊外商店街ともに、次世代のリーダー養成について必要との回答が多く挙がっている。

⑦ トイレ問題

- ・ まちなかの公衆用トイレの不足については以前より指摘されている。トイレ提供店舗の募集などで事業者の協力を得ながら対応しているが絶対数が不足している。
- ・ 本調査では、居酒屋等の飲食店の増加が繁華性に寄与しているとの評価がある一方で、環境・衛生・安全面で懸念する声もある。
- ・ まちなかに飲食店が増加しているが、古い店舗ではトイレが無く、トイレ利用のルールやマナーの順守、周辺環境の維持・改善への要望が大きい。

⑧ 商品力

- ・ 物販ではインターネット・EC 等で独自の販路を持つ個店が若者をターゲットとして売り上げを伸ばしている。ストーリー性や他との差別化、独自コンセプトが重要となっている。
- ・ 地域特産品については、戦後復帰前の外国製品の主流販売から特産品が育たなかったことが要因のひとつ。
- ・ 国内外に向けて、地域の特色を活かした魅力ある特産品の開発し、発信していくことが必要である。
- ・ 大型商業施設との競合では、「商店街ならではの」の魅力が必要で、体験型店舗や商品のハンドメイド化など来街者に商店街の価値を見出してもらう必要がある。
- ・ また、商店街が取り扱う商品は、全般的に商品力に課題あるとの指摘もなされ、商品開発のデザイン戦略を含め、顧客目線に立った商品と売り方の追求が必要であるとの指摘がある。

⑨ インバウンド対応

- ・ 平成 28 年度商店街インバウンド実態調査(平成 29 年度 3 月 中小企業庁)による全国調査では、「現状、商店街において外国人観光客がどのくらいいるか」という設問に対し、約 4 割の商店街で外国人観光客が来訪している。
- ・ 本市の外国人観光客数も空路・海路共に増加している。特にクルーズ船の増加が顕著で那覇港への大型クルーズ船の定期入港にて、国際通りを中心とする中心商店街や銘苅新都心地域への来街者が増加している。

- ・ 外国人観光客向けの対応努力によってはリピーターを増やすことは可能と考えられる。従来の台湾、中国、韓国からの来街者に加え、シンガポール、欧米からの来街者も増加しており、外国人観光客が求める商品開発・工夫、サービスの質の向上等に取り組む必要がある。
- ・ 商店街の接客等の多言語対応も進められてはいるものの、人材不足等による十分な対応とはなっていない。
- ・ カード利用やキャッシュレス化への対応も遅れており、時機を逸することのない取組と ICT 活用などの環境構築等への支援が必要である。

⑩ 交通アクセス

- ・ 中心商店街では、モノレールや路線バスなど交通アクセスの良さと民間駐車場の存在から駐車場の整備を上げる声はそれほど目立っていないが、郊外商店街では駐車場整備を求める声が多い。
- ・ 駐車場が整備された郊外大型店に対する競争力の確保や来街者を円滑に誘導するための環境としての駐車場整備を求めている。

⑪ 商店街組織

- ・ 本調査では、商店街等の会員数は「変化無し」が最多であったが、活動に積極的な会員の割合は「1割未満」との回答が最も多く、また、関係機関へのヒアリング調査でも組織の高齢化や硬直化を課題に上げる声も聞かれたことから、組織機能が十分に発揮できていないことが課題と考えられる。
- ・ 商店街振興を担う人材不足の問題は、中心商店街及び郊外商店街ともに見られるが、特に郊外商店街では、商店街・通り会組織の会員数の減少や活動に積極的でない等の回答が多く、また、近隣商店街との連携も弱く閉塞的な傾向がみられる。

2. 今後の商店街振興施策の方向性及び展開案について

1) 商店街振興施策の方向性

以下における3つの視点で方向性を整理する。

① にぎわいの創出

- ・ 今回の調査では、中心商店街の来街者の客層として、地元客と観光客の比率が概ね半々となっている。昨今の市民意識調査では、中心市街地に市民の足が遠のいているとの調査結果がなされているものの、商店街側からは地元客の来訪の存在が確認できた。
- ・ 地元客に愛される商店街こそ、人々を惹きつけて魅力ある商店街となることが指摘されており、地元客の誘客は重要である。
- ・ 商店街のにぎわいの創出については、観光客をターゲットとしたイベントのみならず、地元客と観光客との交流などを含めた、多種多様なにぎわい創出事業への支援強化が望まれる。
- ・ 関係機関へのヒアリングでは、増加するインバウンド需要の取り込みにあたって、海外の商店街との連携など商店街の国際化を望む声も聞かれた。
- ・ 近年、ソーシャルメディアが発達し、友人同士の来街の増加等、商店街を取り巻く消費者行動が変化しつつあるなか、中心商店街の個店のなかには、ターゲットを明確にし、独自の商品力や販売経路、イメージ戦略によって成功している例もある。こうした変化への対応力によって、エリア内や個店間で二極化していることも考えられ、時代に対応した取り組みを商店街全体で進めることで、活性化が進む可能性がある。
- ・ 郊外商店街の商況については、郊外大型店舗付近に位置する集積地と、それ以外のエリアとで二極化が進んでいる可能性が窺えた。
- ・ 郊外大型店舗付近の店舗集積地以外の衰退傾向にある郊外エリアに対しては、立地や集客力に優れた中心部市街地から来街者を誘導するために回遊性を向上する等の工夫について検討の余地がある。
- ・ 郊外商店街では、地域振興支援として「イベント創出」を望む声が多く、誘客に一定の効果が現れているようである。ただし、関係機関へのヒアリングによれば、イベントは一過性の効果しか見込めないとの見方もあり、今後、持続的に集客力を高めるためには、イベント等の賑わい創出の取り組みを継続していくとともに、個店や商店街等組織による連携や、商店街の独自性や商品価値を創出する工夫も必要と考えられる。

② 環境整備

- ・ 中心商店街においては、居酒屋等の飲食業種が増加していることもあり、環境・衛生・安全面で懸念する声が多く、公衆用トイレの整備や街路整備、防犯カメラなどハード面での環境整備を進めることが必要と考えられる。
- ・ 特に公衆用トイレに関しては、まちなか居住者や周辺事業者から衛生環境の改善を求める声が大きく、喫緊の課題として整備を進めなくてはならない。
- ・ 店舗の老朽化に対応するため修繕等のしやすい環境整備も望まれている。中心商店街では、権利関係が複雑で、所有者との連絡が取りづらい等の課題もあるため、こうした局面では、例えば、弁護士や司法書士等の外部の専門家団体と連携した取り組みも進める必要がある。
- ・ 老朽店舗を耐火構造の建築物へ建て替えするなど、安心安全な商店街づくりに寄与する取り組みについては、これを推し進める支援策の検討も必要になるものとする。
- ・ 郊外商店街では、駐車場整備、公共交通の充実、高齢化対策などを望む声が多く、市に対しては、「にぎわい（イベント）創出」のソフト面に加えて、「街路灯の設置」等のハード面の両面から補助を望んでいる回答が多かった。

③ 商店街組織の運営管理体制

- ・ 関係機関へのヒアリングの結果、商店街または通り会事務局の運営能力の問題を指摘する声が多かった。
- ・ 地域課題の解決・地域価値の向上のための活動の担い手となるエリアマネジメント組織が十分に機能するような支援も必要である。
- ・ なお、中心商店街は、国内外からの観光客も含めて来街者が多く、集客性・収益性の高いエリアであり、商店街の公共空間としての価値を上手く活用するなどすれば、地域における独自財源を確保することも可能と考えられる。
- ・ 人材育成や組織強化は、中心商店街及び郊外商店街の共通の課題であるが、郊外商店街では、商店街・通り会組織の会員数の減少や近隣商店街との連携不足も課題となっている。
- ・ 今後は、個店や商店街等の連携を促すとともに、地元企業や金融機関等との連携を幅広く模索し、地域が一体となって動きやすくなる仕組み作りの誘導に注力が必要と考えられる。

2) 商店街振興施策の展開案

中心商店街と郊外商店街における今後の取り組み及び行政支援等の振興施策展開案について例示する。

	商店街振興施策の展開案
商店街	<共通> ・地元客と観光客の双方をターゲットとした取組の推進 ・インバウンド対応は喫緊の課題として多言語化対応や ICT 利活用の推進 ・地域の特性を活かした多様性に富む独自商品やサービスの開発と情報発信の強化 ・商品開発のデザイン戦略と顧客目線に立った商品の売り方の研究と実践 ・商店街振興組合等のエリアマネジメント運営主体の基盤強化と自立に向けた収益確保モデルの構築 ・多世代が集うことのできるスペース等の憩いの場の創出 ・来街者を誘導するための工夫として、固有の特色を活かしたイベントの強化定着 ・特色ある個店を核とし、連携強化した商店街づくり ・新たな来街者層(若者世代)の獲得
行政支援	・公共空間の活用促進等の地域の賑わい創出に寄与する仕組みづくり ・公衆用トイレ、駐輪場等の公共ハード課題に対する対応の強化 ・防犯カメラ設置や街路灯整備など、来街者の安心安全確保強化のための助成 ・商店街等が取り組む賑わい創出事業（イベント等）への助成と計画立案支援 ・商店街内の個店が連携して行う販路開拓や商品開発の支援 ・商店街事務局運営やマネジメント分野の支援 ・商店街の ICT 利活用推進の支援 ・エリアマネジメントを担う人材育成 ・商店街等の連絡及び連携体制の構築支援 ・市域の回遊性の促進、円滑な動線を確保するための案内表示の機能強化 ・やる気のある意欲的な商店街に対する重点的支援の実施 ・力のある個店を支援して地域のシンボルの創設

V. 県内外の参考事例

(県内) 北谷町デポアイランド通り会

① 概要

米軍基地返還に伴う跡地利用としてビーチサイドを活かし異国文化を取り入れた街並みを創出。ファッション、音楽、映像コンテンツの発信等他にはない個性的なまちづくりや、Web サイトのホームページ、マップの多言語化による外国人観光客の増加など活性化に成功。「安心」「安全」なまちづくりのために、防犯カメラの増設を実施するとともに、来街者参加型のイベントを多数行っている。



② 特徴

通り会では、夜間警備等の取組を行っている他、商店街まちづくり事業の採択を受け、より広範囲を対象とした防犯カメラの増設を実施している。また、来街者への情報発信・利便性向上、外国人観光客の集客増加策として、案内板、ホームページ、マップ、パンフレット類の多言語化（英語、中国語（簡体・繁体）、韓国語）に取り組み、通りの魅力を向上させ、冬場のイルミネーション企画等、年間を通して来街者を増やすことと、来街者参加型イベントを多数行っている。

地域参加型イベントにより、商店街と地域住民との距離感が以前よりも近くなり、商店街が人々の交流の場として認知されつつある。イベントスペースの整備が、滞留時間の増加や、回遊性の向上につながり、売上増や空き店舗の減少（整備前に比べ営業店舗数が24店舗増）という効果も生まれている。単にイベントを開催するのではなく、北谷町の伝統芸能などを活用しながら地域住民や関係団体と一体となってイベントに取り組むことで、エリアの価値を高めることにつながっている。



(県外) 北海道富良野町 ふらのまちづくり株式会社

① 概要

ふらのまちづくり(株)は、平成15年に中心商店街の活性化を目指し、官民共同出資により資本金1,035万円で設立。その後デベロッパー化をはかるべく民間主体で8,350万円へと増資。認定基本計画の中核を担う事業の「フラノマルシェ」開発事業や再開発事業「ネーブル・タウン」の実施主体となり、現在は、各種活性化事業の実施・運営を行っている。



地元農産物の販売所や地域の食材を活用したスイーツカフェ、スーベニアショップを備えたフラノマルシェは、「まちの縁側」として富良野の豊かな地域資源の発信基地となり、年間70万人を超える来場を実現。まちなかの回遊につながっている。

富良野市は年間約180万人の観光客が訪れる観光地であるが、中心商店街への観光入込数は約8万人程度で、いかに観光客を誘引するかが課題となっていた。また、後継者難等による店舗数の減少、空き地・未利用地の増加、中心商店街の衰退が顕著であった。そのため、中心商店街に賑わいを取り戻し、商店街の活性化を図るためには、地域資源を活用し、内外から人を引き寄せる拠点を設け、まちなか情報の充実や商店街・他団体との連動した各種ソフト事業の実施によってまちなか回遊を促すことが必要とされた。

② 特徴

ふらのまちづくり株式会社では、高いブランドイメージを持つ地域資源を活用し、まちなかへ人を呼び込むことを目的として、フラノマルシェを整備し、食をテーマに富良野の魅力を発信するとともに、まちなか観光等の情報が得られるインフォメーション、イベント広場により日々賑わいと憩いを演出している。フラノマルシェの開発に当たっては、来場者の中心商店街への回遊を促すため、「食」をテーマとしつつ、敢えて飲食施設を最小限としたうえで、まちなかの飲食店情報の充実を図るなど、フラノマルシェの賑わいを、まちなか周遊へとつなげている。ラノマルシェは平成22年の開業以降、入込客数・売上ともに順調に推移し、約4年で累計来客数300万人を突破している。



那覇市全域商店街基礎調査事業 報告書

2018 年（平成 30 年）8 月

発行 那覇市 経済観光部 なはまち振興課

住所 〒900-8585 沖縄県 那覇市 泉崎 1 丁目 1 番 1 号

T E L 098-867-5260

F A X 098-863-1752

調査実施 株式会社 ゼンリンインターマップ

一般財団法人 日本不動産研究所