

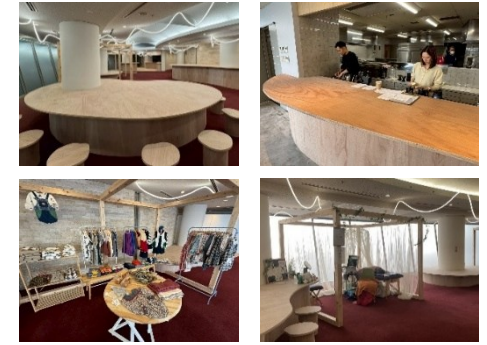
【商工業振興課】“地域の余白”に新たな魅力を創出する

1 背景と現状

- 郊外の大型店舗やドラッグストアの増加、インターネット販売などの購買手段の多様化や店主の高齢化等に伴い、地域コミュニティの担い手として機能する商店街の組合員数が減少している。
→市内商店街は、合併や点在する店舗の吸収等により、広域化しているのが特徴。
(R8.4月現在：10団体 うち構成員50店舗以上は5団体)
- 商業地の地価が高く、創業者（小規模店）が単独で店舗を構えるには、ハードルが高い。
→R7愛知県地価調査：1位 名古屋市、2位 刈谷市、3位 豊橋市
- 令和7年12月にチャレンジショップ「YOHACO（ヨハコ）」を刈谷市産業振興センター内に開設し、創業者等が実店舗開店前に試験的に事業に挑戦できる環境整備を行い、出店者（飲食1店舗、物販サービス3店舗）に対する経営相談等の伴走支援や地域住民等との交流の機会創出を行っている。

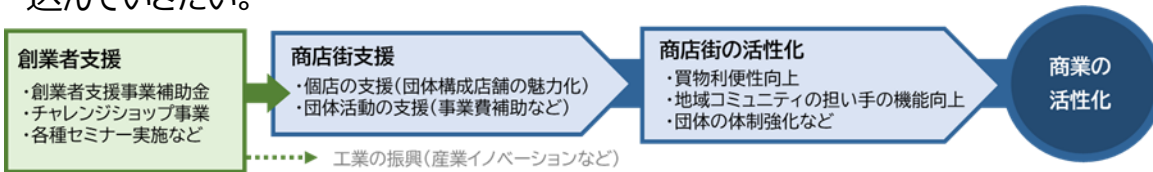
R8新規

【チャレンジショップ「YOHACO」の様子】



2 解決したい課題

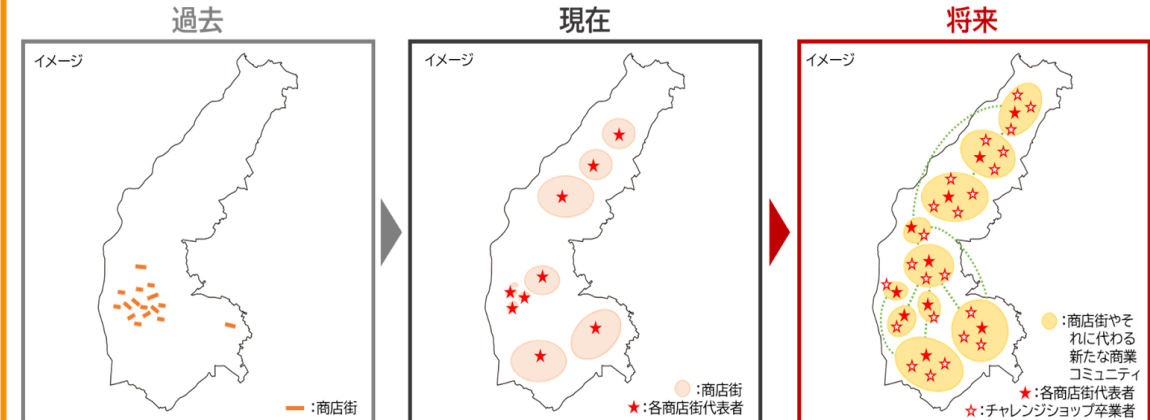
- 現状を踏まえ、商店街の活性化による商業の活性化を実現するため、団体を構成する個店の魅力を高めるとともに、創業者支援により創出した創業者の力を団体に取り込んでいきたい。



4 想定する解決策や技術

- 企業経営の成長戦略のうち、新たな製品を創出する「新製品開発戦略」、「多角化戦略」に焦点を当て、働き方や店舗の在り方が多様化する中で、既存店舗の課題や時間的・空間的な“余白”を可視化し、マッチングすることで、創業者の想いをいかす（共創等を促す）支援を行う。

3 実現したい未来



・主に振興組合が中心市街地周辺に集積
・個店が集まる商店街が商業機能としての役割に加えて、人々の「家」や「職場」以外の「居場所」として機能していた

・ネット販売や大型店等の増加に伴い、商店街数が減少、合併等により残った商店街が広域化
・振興組合法に縛られない発展会が北部エリア、南部エリアに広域的に誕生
・事業者が高齢化し、加入店舗数が減少

チャレンジショップ事業を通して築く商店街と創業者の接点により、既存の商店街の活性化だけでなく、これまでの商店街の概念に捉われない、新たな商業コミュニティの形成や連携が期待でき、市内全域で商業機能が発展することを目指す。