

## 2 商店街振興事業

産業労働部 創業・サービス産業振興室

番号	質 問	回 答
1	商店街の空き店舗の状況や様態の広報はどのように行われているか。	<p>①「信州で始めるあなたのお店」応援事業では、家主の「不特定多数の人に自身の店舗が空いていることを知られたくない」という心情に配慮し、直接見学会に参加した方だけに情報提供しております。なお、見学会の開催は県プレスリリースで行うとともにホームページやFacebookで周知しております。</p> <p>②県内では、市町村や商工団体のHP等で情報提供をする他、不動産事業者の情報発信を活用しています。</p>
2	商店街の空き店舗の状況や様態の広報が行われている場合、どのようなコンテンツ（店の大きさ、雰囲気、オーナーの期待、商店街の方々の期待など）が発信されているか。	<p>（県事業「信州で始めるあなたのお店」応援事業について回答）</p> <p>「信州で始めるあなたのお店」応援事業の見学会では、建物内に入って直接物件を見て頂くと同時に、これまでどのように使われてきたのかを商店街の歴史や特徴と併せて説明しております。</p>
3	広報のコンテンツや方法上の課題はあるか。	<p>（県事業「信州で始めるあなたのお店」応援事業について回答）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・見学会に参加するインセンティブになります。</li> <li>・家主の中にはホームページ等で不特定多数に公開することを希望しない方もいらっしゃいます。</li> </ul>
4	出店を希望する人は、何も商店街の空き店舗のみを考えているわけではなく、他の条件の良い物件も含めて考えると思うが、商店街で出店する意味、効果、条件面、やりがい面等は確認されているか。	<p>（県事業「信州で始めるあなたのお店」応援事業について回答）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・街の成り立ちや地域コミュニティとのつながりを知った上で出店することで、事業が円滑にスタートしている事例があります。</li> <li>・不動産情報にない物件でも商店街団体を通すことで家主との交渉ができます。</li> <li>・イベント等を通じて地域コミュニティに参加しやすくなります。</li> <li>・参加者は一般の不動産情報を含めて総合的に検討できます。</li> </ul>
5	きらりと光るお店群となるため、大型店にはない生き方を考えていく上で、商店街が打ち出す色はどのようなものが求められているのか、県内外の商店街の分析・考察はいかがか。（実態調査報告書p21は、あくまで魅力づくりの項目に過ぎないため。）	<p>中小企業庁の「新たな商店街政策の在り方検討会」の中間報告において、「商店街のように歴史や文化、伝統を担い、おもしろい街並みを持つ空間は他になく、商店街をまちの資産として再評価し、コミュニケーションをつくる場として新しい価値を与えることが必要である」と分析されています。</p> <p>URL：  <a href="http://www.chusho.meti.go.jp/koukai/kenkyukai/index.html#arikatakentou">http://www.chusho.meti.go.jp/koukai/kenkyukai/index.html#arikatakentou</a></p>

番号	質 問	回 答
6	<p>空き店舗への新規参入は、飲食・理美容などのサービス業が多いとのことだが、既に飽和状態にある商店街はあるか。</p>	<p>商店街実態調査は10店舗以上の会員で構成される商店街団体への調査であり、個店ごとのデータを収集していないため分析できておりません。</p>
7	<p>新規参入者の複数年度の定着率データはあるか。</p>	<p>現行の統計調査で需給を分析できるものがないため、回答することができません。</p>
8	<p>空き店舗率、活用意向（p 1）について、経営形態（個人、会社、家族、従業員雇用の有無など）による特徴、差はあるか。</p>	<p>商店街実態調査は10店舗以上の会員で構成される商店街団体への調査であり、個店ごとのデータを収集していないため分析できておりません。</p>
9	<p>今後の方向性（p 6）について、地域の特色や時代のニーズに合わせた「まちの使い方」とあるが、具体的な例はあるか。（単身高齢者に郊外から市街中心部（商店、病院、公共機関の近く）に移り住んでもらう等）</p>	<p>県内では、ものづくり系で起業する若者を集積させた下諏訪町の御田町商店街の事例があります。 URL： <a href="http://www.chusho.meti.go.jp/keiei/sapoin/monozukuri300sha/shoutengai30/2014/S10.pdf">http://www.chusho.meti.go.jp/keiei/sapoin/monozukuri300sha/shoutengai30/2014/S10.pdf</a></p>
10	<p>商店街実態調査の「店舗数」「景況感」（p 21～25）について、業種により差がかなりあると思われるが、その分析、業種ごとの対策等はどのようにされているか。</p>	<p>商店街実態調査では業種ごとの対応は行っておりません。 景気動向調査では非製造業の業況を業界毎に分析しております。 URL： <a href="https://www.pref.nagano.lg.jp/sansei/sangyo/shokogyo/toukei/kekka/index.html">https://www.pref.nagano.lg.jp/sansei/sangyo/shokogyo/toukei/kekka/index.html</a></p>

番号	質 問	回 答
11	商店街実態調査の「空き店舗の状況」(p 26)について、現況はいかがか(住居として維持、無人 など)	商店街実態調査は10店舗以上の会員で構成される商店街団体への調査であり、個店ごとのデータを収集していないため分析できておりません。
12	空き店舗について、街並みの景観保護等の条例、環境面での維持活動等に取り組んでいる事例はあるか。	空き店舗についてご質問の事例は承知しておりません。空き家対策については県内の自治体で計画を策定するなどの取り組みが進められています。
13	商店街実態調査の「後継者状況」(p 28～30)について、後継者不足の理由について、もう一段掘り下げた分析はあるか。 (例：勤務拘束時間が長いなどの理由で子どもが家業を継がなかった、売上額の増加が今後見込めないなど。)	商店街実態調査は10店舗以上の会員で構成される商店街団体への調査であり、個店ごとのデータを収集していないため分析できておりません。
14	商店街の自立のための、自助・互助・共助・公助のあり方についてどのように考えているか。	商店街は事業者の集まりであることから自助が基本であると考えています。一方で、商店街が地域のコミュニティの維持・形成や高齢者の買い物の場としての役割等を果たしているところでは、まちづくりの一環として、地域や行政の支援も必要であると考えています。
15	行政と商店街の役割分担はいかがか。	商店街は地域コミュニティの担い手としての役割が求められ、行政は個々の商店街の状況に応じた連携や支援をまちづくり全体の中で行うことが求められると考えています。

番号	質 問	回 答
16	空き店舗活用の現状と問題点をより詳細に説明いただきたい。	<p>県事業「信州で始めるあなたのお店」応援事業を実施している中で見えてきた課題としては以下のとおりです。</p> <p>①「空き店舗のように見えるが人が住んでいる」「普段は空き店舗であるが、家主がたまに帰ってきた際に利用している」等の理由で活用可能な空き店舗は見た目以上に少ない。</p> <p>②加えて、空き店舗であっても「空き店舗であることを近所に知られることが嫌」「勝手な使われ方をして近所迷惑になると困る」「貸し出すにあたっての改修にかかる費用が負担」等の理由により不動産情報に挙がってこないケースがある。</p>
17	「信州で始めるあなたのお店」に関して、県外出身者にも適応できる制度か。また、応募はあるか。	<p>県外出身者にも適応しております。補助制度については実績はありませんが、見学会では県外からの参加者が参加者全体の約1割を占めております。また、県では銀座NAGANOでセミナーを開催するなど移住者へのPRに努めております。</p>
18	「信州で始めるあなたのお店」に関して、応募者の能力判断はどのようにされているか。	<p>現時点では見学会主催者（市町村、商工団体等）による聞き取りにより判断をしております。</p>
19	「信州で始めるあなたのお店」に関して、空き店舗利用契約がなかなか進まない原因・ミスマッチの事由に対するの支援施策は何かないか。主に、リノベーション費用に対してはどうか。	<p>物件の掘り起こしノウハウや、魅力的な物件の紹介方法、空き物件の活用に興味をもつ方への発信手段等について、コーディネーターによる指導や勉強会を開催しております。</p> <p>リノベーション費用の補助については、市町村で実施している場合が多くあります。ニーズもあり単に契約数を増やすだけであれば効果があると思われませんが、出店後に事業を続けていくには本人のやる気や覚悟、準備が必要と考えています。</p> <p>県では制度資金による融資の中で金利優遇措置を行っております。</p>
20	「創業・起業支援事業」について、相談、創業件数が漸増し、創業も結構多い印象を受けるが、創業者、起業家へのフォローアップは、どのレベルの方がどの程度の事をされているか。	<p>「ながの創業サポートオフィス」において、商工会経営指導員OB等経験豊富な推進員による相談対応を実施しております。相談にあたっては、必要に応じて地元商工会・商工会議所と連携するとともに、専門的な課題については創業後5年間は無料で専門家派遣を行っております。</p>

# リゾートテレワーク拠点（商店街活用型）整備事業について

長野県産業労働部 創業・サービス産業振興室

## 1 目的

リゾート地で一定期間、「休暇」と「仕事」を両立する新たなライフスタイル（ワーケーション※）の場の提供を通じ、地域の活性化を図るため、モデル地域が行う商店街の空き店舗等を活用したリゾートテレワーク拠点整備を支援する。

## 2 事業内容

豊かな自然や文化といった観光資源とテレワーク施設を融合した拠点整備を支援するとともに、本県の魅力や優位性、実施地域の特徴等を統一的に情報発信する。

### （１）リゾートテレワーク環境整備事業（12,000千円）

#### ア ワーク環境の整備

商店街の空き店舗などの遊休施設を始め、カフェやホテル、図書館等の公共施設等をテレワークや参加者相互及び地域との交流の場として活用するための環境整備及び地域の推進体制構築

#### イ 体験・交流の推進

テレワーク体験イベントや着地型ツアー造成等による文化体験や交流体験の実施

#### ウ モデル地域

佐久エリア、諏訪エリア、北アルプスエリアの3地域

### （２）広報事業（7,000千円）

本事業の取組を県内外に周知しテレワーカーや国内外の観光客の誘客を図るため、首都圏等の企業や旅行事業者等を対象にしたフォーラムの開催やPR動画の制作等情報発信の実施

## 3 平成30年9月補正予算額 19,000千円

（地方創生推進交付金9,500千円、一般財源9,500千円）

※ワーケーション：「ワーク（仕事）」と「バケーション（休暇）」を組み合わせた造語。  
旅先で休暇を楽しみながら、テレワークも行う働き方。欧米で広がったスタイル。



# リゾートテレワークについて

ワーケーション：「仕事」と「休暇」が融合した新しい働き方・ライフスタイル



## リゾートテレワーク拠点整備事業

豊かな自然・文化と利便性を併せ持つ本県の優位性を活かし  
「リゾート」で「テレワーク」する拠点を整備し  
都会から地方への新しい人の流れをつくる

別荘

ノマド  
ワーク

リゾート  
オフィス

### <事業展開>

- ✓ スタートアップ期（2018-2020）：地方創生推進交付金事業
  - 県内のリゾートテレワーク拠点設置推進（モデル事業）⇒ 拠点モデル構築
  - 都会の企業等への統一した情報発信 ⇒ 本県でのリゾートテレワーク PR
- ✓ 普及期（2021- ）
  - 県内各地へのモデル普及 ○継続した情報発信

### 【現状と課題】

#### 商店街の賑わい喪失

- ・商店街数、店舗数ともピーク時の半分
- ・新規出店減等で空き店舗が増加
- ・経営者の高齢化や会員減少でイベント等の担い手不足（H29県商店街実態調査）

#### テレワークの普及

雇用型テレワーカーの割合  
H28:7.7%→H29:9.0%  
(国交省：テレワーク人口実態調査)

#### 観光客の増加

県内外国人観光客の増加  
H24:249千人→H28:863千人  
(県外国人延宿泊者数調査)  
県内観光客の増加  
H24:27,684千人→H28:28,633千人  
(県観光地利用者統計調査)

### 【事業イメージ】



### 【取組内容】

#### 「リゾートテレワーク」により商店街へ新たな人の流れを呼び込む

- ➔ 都会から地方への訪問増加・滞在期間長期化により、地域・商店街との関係性を構築
- ➔ テレワークにより、仕事もできる環境で有給休暇取得や研修等が実施可能
- ➔ 創業や事業承継希望者が信州で働く魅力を体験することにより、移住を促進

期待される  
効果

新たな人の流れを呼び込むことで街の賑わいを創出＝新しい商店街の使い方モデル構築