

## 4つの重点プロジェクト

### 4つの重点事業とは

5つの方向性を受けてこれから重点的に取り組んでいく施策です。今後、これらの取組を支援する枠組みを検討していきます。

**戦略上の位置づけ(位置付けマトリクス)** 重点プロジェクトは、個店、商店街、まちと都心、地域をカバーし、市全体の商業活力の向上を図ります。

輝く個店・事業者をたくさん育てる。

連携して地域課題に取り組む商店街を応援する。

個店・商店街が育つ豊かなまち・地域を創る。

豊かな地域商業を創る。

強い都心商業を創る。

重点①：個店成長支援

重点②：地域チャレンジ応援プログラム

重点③：都心エリアマネジメント促進

重点④：(仮)商業集積ガイドラインとその運用

## 重点1. 個店成長支援

目的・ねらい

- ◎静岡市の魅力の根幹となる「輝く個店」の芽生え・成長を促進する。
- ◎起業～継続～拡大の各段階における“事業者の支援ニーズ”と“各種主体(応援主体)の支援メニュー”とを突合。支援メニューの有効利用と、不足する支援策の検討をあわせて実施。

対 象

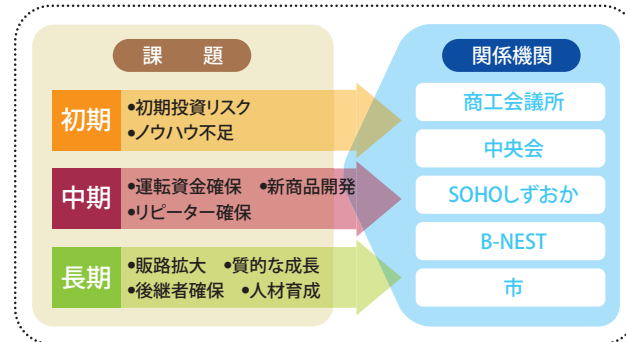
- 個人事業者 ●起業・創業希望者 ●後継者候補 等
- ※応援団、消費者、新規起業予備軍

取組イメージ

- 既存の支援機関の連携促進による事業者支援のプラットフォームづくり
  - 個店の成長段階における多様なニーズに応じた支援サービスの充実
- 〈例〉○起業・創業者“虎の穴(商人塾)”(リアルな体験・アドバイスの伝授)
- マーケティング支援
  - 起業・創業者交流サロンの創設
  - まち・個店のブランディング支援 等

※各々の関係機関がチームとなって個店を支援

■プラットフォームのイメージ



## 重点2. 地域チャレンジ応援プログラム

目的・ねらい

- ◎地域の事業者を中心とした地域主体の創意・工夫による商業振興・まちづくりのチャレンジを応援する。
- ◎地域の資源を活かして、持続的な商業地域づくり活動を支援し、地域の「核」を形成する。

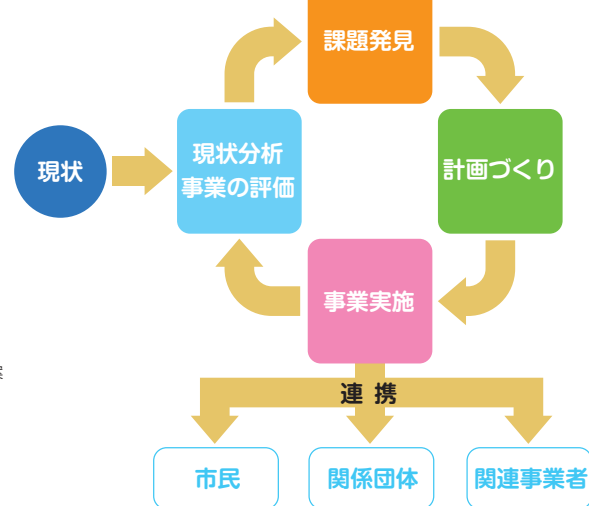
対 象

- 商店街 ●団体
- 商業集積地域内に立地する事業者を中心とするグループ(緩やかな連携グループ)
- スモールビジネスの担い手(NPO 等)(コミュニティビジネスも視野)

取組イメージ

- 地域チャレンジを育む人材・風土の醸成
  - 商店街の新しい担い手の育成
  - 地域チャレンジのマニュアルの作成
  - 地域内外の連携促進
- 地域チャレンジの戦略立案支援
  - 小さいまちづくり診断(課題発見)
  - 地域主体の計画づくりの支援
  - 100円商店街・バル・おまちゼミナールなど商店街の強みを活かす事業の提案
  - まちづくり事業戦略・計画策定の専門家派遣
  - 農業・観光・介護福祉サービス等とのマッチング支援
- 地域チャレンジの実行支援
  - 事業実施のアドバイザー派遣
  - あきんどチャレンジ・ファンド(地域発意プログラムのコンベ・採択支援)
  - 消費者(買い物カリスマ)によるまちづくり評価・フィードバック

■戦略的な事業展開イメージ



## 重点3. 都心エリアマネジメント促進

目的・ねらい

- ◎地域の価値向上に向けた、地域主体による、地域のための、地域づくり活動を促進する。
- ◎特に、シンボル性、便益高価、資源的な価値向上効果の高い都心エリアにおいて積極的に推進し、都市ブランドを醸成する。

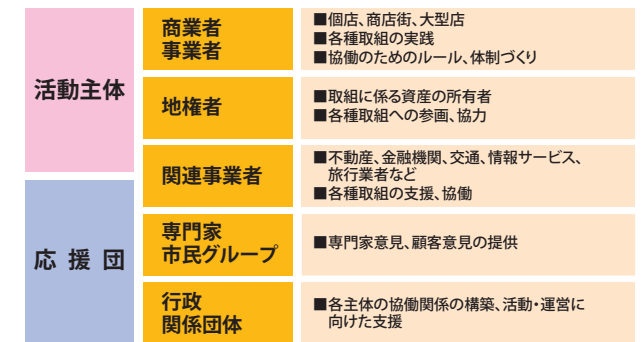
対 象

- 都心に立地する商業・サービス事業者を中心とするグループ
- 〈例〉事業者、事業者、地権者、関連事業者(金融、不動産、交通、メディア)、商工会議所、まちづくり公社、商工会 等

取組イメージ

- エリアマネジメントを主導するまちづくり組織づくり
  - 協働で、知恵・金・汗を流す仲間づくり
- 地域で一体的に取り組むエリア事業戦略の検討
  - 景観、PR、イベント、テナントミックス、サービス向上、担い手育成等の具体的協働事業
  - 地区計画、建築協定 等
- 包括的なまち・商業のブランド化に資する取り組みの検討・実施
  - 共同ソフト事業の企画・実現(イルミネーション、共同キャンペーン 等)
  - その他共同事業(駐車場の共同化、まちなかの自転車対策 等)

■体制づくりのイメージ(参考)



## 重点4. (仮)商業集積ガイドラインとその運用

目的・ねらい

- ◎目指すべき将来都市構造の実現と、良好な商業環境(寄り添う地域商業、強い都心商業)の実現に向けて、地区ごとの商業集積の方向感を提示。

対 象

- 市内全域

取組イメージ

- (仮)商業集積ガイドラインの策定
  - 地域の特性に基づき、商業環境のタイプ設定
  - 市内を商業集積の観点からゾーニングし、商業空間のイメージを提示
  - 手続を定める条例の制定
- 協議・確認等の推進受皿体制の構築
- 事業者との持続的な協議と、良好な商業環境への誘導
- 定期的な評価と見直し

■地域の特徴を活かした商業地図(イメージ)

