

「SDGs × 商店街」の 普及・促進に向けて



CONTENTS

序 SDGsとは	1
(1) SDGsとは.....	1
(2) SDGs達成に向けて.....	1
(3) 商店街のSDGsの取り組みへの期待.....	2
1. 商店街がSDGsに取り組む意義	3
(1) SDGsと商店街.....	3
(2) 商店街の存在意義の変化 ～経済的役割から社会的役割へ～.....	3
(3) 商店街にとってSDGsとは何か ～その位置づけ～.....	3
2. 商店街で想定されるSDGsの目標と取り組み	4
(1) 目標設定におけるポイント.....	4
(2) 商店街で想定される目標と取り組み.....	4
3. 商店街のSDGsへの取り組み	7
(1) 魚町商店街振興組合（福岡県北九州市）.....	7
(2) 協同組合元町エスエス会（神奈川県横浜市）.....	8
(3) 横浜中華街発展会協同組合（神奈川県横浜市）.....	9
(4) 商店街振興組合静岡呉服町名店街（静岡県静岡市）.....	10
(5) モトスミ・ブレーメン通り商店街振興組合（神奈川県川崎市）.....	11
(6) モトスミ・オズ通り商店街振興組合（神奈川県川崎市）.....	11
(7) 大須商店街連盟（愛知県名古屋市）.....	12
4. SDGsの実践に向けた成果と課題	13
(1) SDGsの実践に向けた商店街の成果.....	13
(2) SDGsの実践に向けた商店街の課題.....	14
5. 「SDGs×商店街」の普及・促進に向けて	16
(1) SDGsの基本認識.....	16
(2) 企業のSDGsの取り組み状況.....	16
(3) 商店街がSDGsに取り組むことの意義と活動実態.....	17
(4) 戦略統合に向けた今後の展開.....	18
(むすび).....	19

序 SDGsとは

(1) SDGsとは

SDGs (Sustainable Development Goals、以下SDGs)とは、2015年9月の国連総会で採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に掲げられた、環境問題や社会問題を解決するための世界共通の目標であり、「誰一人取り残さない社会」という共通理念がある。国、民間企業、NGOや有識者などすべての関係者の役割が重視され、2030年までに解決すべき17の目標（ゴール）(図表1)、169のターゲットおよび232のKPI（成果指標）が設定されている。

図表1 SDGs（持続可能な開発目標）とは



出所：国際連合広報センター

(2) SDGs達成に向けて

SDGsに向けた活動を推進する上での重要事項は、以下のように整理できる。

- ①すべての人が幸せになるための世界共通目標であり、「誰一人取り残さない」こと
- ②すべての関係者がパートナーシップを発揮して、目標を達成していくこと
- ③SDGs目標・ターゲットを「自分事」として、自分自身が行動変容すること
- ④未来志向で、計画を立て、目標管理すること

したがって、SDGsの達成には、政府や企業、商店、市民など様々なセクターとの協働が欠かせないことから、17番目にあげられている「パートナーシップ」が全

体を通じたキーワードになっており、図表2の朱書きされた箇所が、17の目標項目のキーワードになっている。

図表2 SDGsの目標（ゴール）とターゲットのキーワード

 <p>1 貧困をなくそう</p>	あらゆる場所で、あらゆる形態の 貧困に終止符を打つ	 <p>7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに</p>	すべての人々に手ごろで信頼でき、 持続可能かつ近代的なエネルギーへのアクセスを確保する	 <p>13 気候変動に具体的な対策を</p>	気候変動とその影響を軽減するため、緊急対策を取る
 <p>2 飢餓をゼロに</p>	飢餓に終止符を打ち、食糧の安定確保と栄養状態の改善を達成することともに、持続可能な農業を推進する	 <p>8 働きがいも経済成長も</p>	包摂的かつ 持続可能な経済成長 、すべての人の 生産的な雇用および働きがいのある人間らしい仕事（ディーセントワーク）の実現を促進する	 <p>14 海の豊かさを守ろう</p>	海洋と海洋資源を持続可能な開発に向けて保全し、持続可能な形で利用する
 <p>3 すべての人に健康と福祉を</p>	あらゆる年齢のすべての人々の 健康的な生活を確保し、福祉を推進する	 <p>9 産業と技術革新の基盤をつくろう</p>	強靱なインフラを整備し、包摂的に持続可能な産業化を推進することともに、技術革新の拡大を図る	 <p>15 陸の豊かさも守ろう</p>	陸上生態系の保護、回復および持続可能な利用の推進、森林の持続可能な管理、砂漠化への対処、土地劣化の阻止および逆転、ならびに生物多様性損失の阻止を図る
 <p>4 質の高い教育をみんなに</p>	すべての人々に 包摂的かつ公平で質の高い教育を提供し、生涯学習の機会を促進する	 <p>10 人や国の不平等をなくそう</p>	国内および国家間の不平等を是正する	 <p>16 平和と公正をすべての人に</p>	持続可能な開発のための平和で包摂的な社会を推進し、すべての人々に司法へのアクセスを提供するとともに、あらゆるレベルにおいて効果的で説明責任ある包摂的な制度を構築する
 <p>5 ジェンダー平等を達成しよう</p>	性の平等を達成し、すべての女性と女児の権利保護、意識啓発等を図る	 <p>11 住み続けられるまちづくりを</p>	包摂的で安全、強靱（レジリエント）で持続可能な都市及び人間居住を実現する	 <p>17 パートナースHIPで目標を達成しよう</p>	持続可能な開発に向けて実施手段を強化し、国際的なパートナーシップを活性化
 <p>6 安全な水とトイレを世界中に</p>	すべての人々に 水と衛生へのアクセスと持続可能な管理を確保する	 <p>12 つくる責任 つかう責任</p>	持続可能な生産消費のパターンを確保する		

出所：国際連合広報センター

（3）商店街のSDGsの取り組みへの期待

SDGsに積極的に取り組む企業は増えてきており、その活動は、商店街の取り組みの参考にできる。それらを適用すると、商店街におけるSDGsの本質は以下の3つの段階にチャレンジすることである。

- ① 誰1人取り残さずに、1人ひとりが自分ごと化し、SDGsに合致した行動変容を起こすこと⇒ **個店自らがSDGsを自分ごと化すること**
- ② パートナースHIPを発揮して、人間の多様性をフル活用することで潜在市場を創造し、課題解決に向けた未来計画を立案すること⇒ **商店街としての未来計画と目標を設定すること**
- ③ 顧客や自治体のみでなく、未来世代を巻き込み、SDGsの共創空間づくりを通じて、まちを豊かに変える幸せなビジネスモデル、教育システムを創造し続け、進化し続けること⇒ **未来世代を巻き込み、進化し続けること**

1. 商店街がSDGsに取り組む意義

(1) SDGsと商店街

商店街は、1962年の商店街振興組合法の成立以降、組織として様々なハード事業とソフト事業を実施してきた。これらの商店街活動は、SDGs目標のいずれかと関連性を持っており、商店街は先進的なSDGs取り組み組織であるといえる。

(2) 商店街の存在意義の変化 ～経済的役割から社会的役割へ～

商店街が、その存在意義を示してきた役割は、大きく分類すると、①経済的役割と②社会的役割である。商店街は、消費者に必要な商品を、必要な時に、必要な量だけ、必要な価格で、必要な方法で提供しているのであり、その活動を通じて利益を確保しているのである。さらに、1990年代からは、まちづくり、地域おこしに貢献できる中心的存在として、商店街の社会的役割が注目を浴びるようになってきた。つまり、防犯活動や地域の多目的ホールの開設、バリアフリー化、エコ活動への取り組みなど、地球環境問題へ寄与し、まちゼミ、子育て支援サービスなどの社会活動等、経済的役割に加え、広い意味で社会的役割を既に果たしてきたのである。

(3) 商店街にとってSDGsとは何か ～その位置づけ～

商店街活動はこのように、経済的なものから社会的なものへと拡張してきた。さらに文化機能としても、地域の歴史的な祭りや文化的イベント開催などに関与し、中心的な役割を担ってきた。しかし、これらの活動が『商店街実態調査』の結果からみれば、商店街の景況感に十分に反映されていない（「繁栄している」商店街は1990年代半ば以降横ばい）。一方で、商店街活動の多くは消費者に理解されておらず、商店街の統一的なイメージを消費者にアピールできていない。

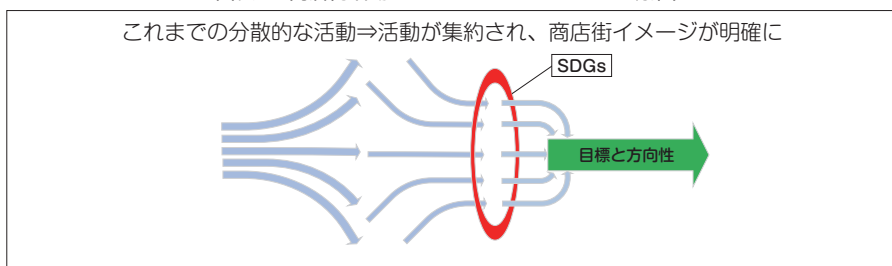
図表3に示したように、商店街活動はそれぞれが独立して実施されていて、その狙いがバラバラであるため、消費者から見るとこの商店街は全体として何を目指して活動に取り組んでいるのかを理解しにくい状況にある。その結果が、商店街の景況感の推移に象徴的に表れているといえる。

ところが、SDGsへの活動は、この状態から商店街を救い出すことができる有効な手段となる可能性を秘めている。SDGsでは17の目標、169のターゲット、232の指標が掲げられており、それぞれの狙いが明確に示され、232の指標は具体的な達成度合いを測定する数値を示している。

商店街がSDGsに取り組むことの意義は、「商店街の取り組み姿勢を消費者にアピー

ルし、商店街の理念や方向性を具体的かつ明確に示すことができる」ことと考えることができる。図表3は、商店街の分散的に見える活動をSDGsという明確な理念に基づく一種のリングを通り抜けることによって、分散的な活動が一本に集約されることを表した概念図である。バラバラに見えていた諸活動は、リング(SDGsのレンズ)を通して、消費者にはまとまったものとして見えるようになる。これがSDGsに商店街が取り組む最大の意義と言えるだろう。

図表3 商店街活動とSDGsによるベクトルの明確化



2. 商店街で想定されるSDGsの目標と取り組み

(1) 目標設定におけるポイント

商店街としてSDGsに取り組むことのゴールは「良い取り組みをしている商店街およびそこにある店として認知され、長く選ばれる」ことにある。目標の設定にあたっては、商店街の存在意義や使命、将来のビジョン、立地、タイプや規模、地域のニーズ、地域が持っている活用できる様々なリソースを加味して選択することが前提になる。特に、目標の設定については、SDGsのポイントである経済・環境・社会のバランスに配慮することが重要である（図表4）。

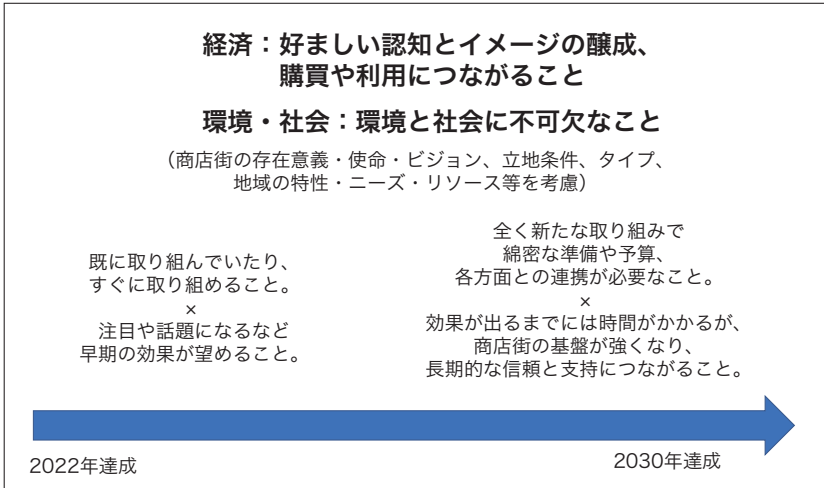
また、SDGsの目標設定においては、ストックホルム・レジリエンス・センターのヨハン・ロックストロームらによって提唱された「SDGs ウェディングケーキモデル」（図表5）を参考に、各商店街の規模、目指すべき姿とその成長段階等に合わせて検討してほしい。このモデルでは、SDGsの17の目標を3層に分けて構造的に捉え、「経済」は「社会」を前提に、「社会」は「環境」をベースに相互依存的に成立していると明示している。

(2) 商店街で想定される目標と取り組み

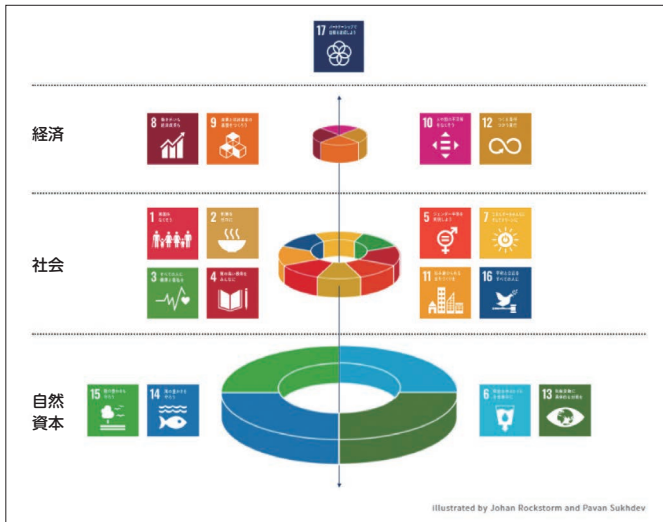
SDGs活動において商店街が設定可能と思われる目標とターゲットに即した取

り組み事例を図表6に示した。フレームワークについては、序に示した図表2「SDGsの目標（ゴール）とターゲットのキーワード」を、そして具体的な取り組み事例については、3.の事例商店街の目標や取り組みを参考に検討してほしい。

図表4 目標設定のポイント



図表5 SDGs ウェディングケーキモデル



出所：日本ユニセフ <https://www.unicef.or.jp/kodomo/sdgs/about/>

図表6 商店街の目標設定と取り組み事例一覧表

目標	取り組み事例
1. 貧困をなくそう	● 募金等の寄付活動 ● 商店街のネットワークによる人材紹介
2. 飢餓をゼロに	● 「こども食堂」の運営（行政からの委託や補助、企業・市民の寄付等） ● 農業や漁業との連携・交流
3. すべての人に健康と福祉を	● 行政からの委託・補助による妊産婦、高齢者等への買い物支援 ● 地域の医療機関と連携した健康相談、健診 ● 定期的なラジオ体操やウォーキング・イベント ● 喫煙スペースの撤廃、個店での飲食店での禁煙
4. 質の高い教育をみんなに	● 地域の教育機関との連携によるアクティブラーニング（商店街組織、組合員店でのインターンシップ） ● 自習・相互学習スペースの設置 ● 外国人を対象とする日常会話教室
5. ジェンダー平等の実現	● 商店街組織で女性役員を増やす ● 女性部の裁量を高める ● 女性が参画しやすい商店街活動、会議時間の設定
6. 安全な水とトイレを世界中に	● 誰もが使いやすいトイレの整備 ● 行政との連携による災害等に備えた給水策の整備 ● 行政等との連携による商店街周辺の河川や堀等の浄化と衛生
7. エネルギーをみんなにそしてクリーンに	● 街路灯、看板、店舗内照明のLED化 ● 太陽光発電等、再生可能エネルギーの研究と導入
8. 働きがいも経済成長も	● 学生や未就職者を対象とする商店街組織、組合員店でのインターンシップ ● 地域の生産者やアーティスト、市民と連携した特産品等の開発、販売 ● 地域の観光業、住民等と連携した地域観光資源の掘り起こしと紹介 ● 金融機関、商工会議所・商工会等と協力した、組合員店の事業計画、事業継承支援等
9. 産業と技術革新の基盤をつくろう	● 地域ニーズや商店街の業種構成に有効なシェア・オフィス、シェア・ショップ等 ● 商店街組織の強化、継続の検討
10. 人や国の不平等をなくそう	● フェアトレード商品の販売、イベント ● 年齢、性別、障がい、人種、民族、出自、宗教等の差別撲滅キャンペーン
11. 住み続けられるまちづくりを	● 防犯・防災への取組 ● 自転車、自動車ルールの確立による歩行者の安全性確保 ● 周辺の文化遺産・自然の保護 ● 災害時における地域のステークホルダーとの連携協定 ● コミュニティ施設やトイレ等、公共施設の整備 ● 緑地の確保や整備 ● 農村との交流、友好都市を増やす ● 老朽化した街路やアーケード、共同ビル等の改善
12. つくる責任 つかう責任	● エシカル消費（地域の活性化や雇用などを含む、人・社会・地域・環境に配慮した消費行動）の促進。個店や地域産品のPR、まちゼミ、一店逸品運動等のバージョンアップ ● Refuse（ゴミになるものを断る）、Reduce（ゴミを発生させない）、Reuse（再使用で繰り返し使う）、Repair（修理して長く使う）、Recycle（資源として再生利用する）、[5R]の推進 ● フードロス削減
13. 気候変動へ具体的な対策	● 気候変動に伴う災害対策をステークホルダーと協働で立案
14. 海の豊かさを守ろう	● 漁業地域との連携、漁業従事者の出張授業、出張販売
15. 陸の豊かさを守ろう	● 募金活動等による絶滅危惧種保護活動 ● 林業地域との連携、林業従事者による出張イベント
16. 平和と公正をすべての人に	● 地域の弁護士、司法書士、行政書士等と連携した法律相談会 ● 警察等と連携した暴力・虐待・いじめなどの撲滅運動
17. パートナーシップで目標を達成しよう	● 1～16のゴールを、これまでに培ったパートナーシップに加え、新たなステークホルダーとのパートナーシップの構築で実現

3. 商店街のSDGsへの取り組み

(1) 魚町商店街振興組合（福岡県北九州市）

立地特性等	JR小倉駅南側の中心市街地に立地し、駅南口から徒歩3分の直線約400mの商店街である。京町銀店街・サンロード魚町と隣接して魚町銀天街を形成している。
組合員数	80人

■ 事業概要

ハード事業：アーケード、エコルーフ（太陽光パネル）、100インチ大型ビジョンの設置・維持管理

ソフト事業：ICポイントカード（UOKA）、無線LANの設置・運営

■ SDGsへの取り組み

商店街内の空き家問題を解決すべく、2011年頃より取り組んだりノバージョンまちづくり推進事業が一段落した2018年4月に、北九州市がアジア地域初のSDGsモデル都市に選定されたことをきっかけに、同年8月魚町銀天街は「SDGs商店街宣言」を行った。その後、これまでの様々な商店街活動をSDGsの枠組みの中に位置づけるとともに、新たに、SDGsの17の目標、169ターゲットの中から最優先すべき課題を選定し、20のSDGsへの取り組みを前面に訴求した全く新たな活動を開始した。これらのイベントを中心とした活動は、「減少する通行量を20,000人に戻す」という明快な目標を達成するための効果的な手段として捉え、社会全体が抱える課題を示しているSDGsに取り組むことが商店街の再生につながるという認識に基づいている。



内閣総理大臣賞を受賞

最初に取り組んだSDGs活動への取り組みを紹介する動画作成では、2019年3月第1回SDGsクリエイティブアワードのGOLD AWARDを、同年12月外務省主催の第3回SDGsアワード内閣総理大臣賞を受賞し、社会的に高い評価を得た。また、商店街内外でSDGsへの取り組みが認知されるようになることで、フードロス削減を狙った自然食工房の出店やSDGs向け商品を開発する個店が増加するなど、好ましい成果が表れており、当初の目標である通行量も減少から回復に転じている。

2018年9月	アリベイ、pring社会実験
2018年10月	SDG s 横断幕掲示
2018年11月	COOL CHOICEへの取り組み
2018年11月	うおぜミSDG s 実施①（まちゼミ）
2018年11月	SDG s 魚町商店街PR動画作成
2019年2月	SDG s ゲーム・商店街のSDG s って？
2019年3月	SDG s チェンジリーダーズ会議in札幌に参加
2019年3月	SDG s ムービーカフェinよんご 6日間実施
2019年4月	SDG s 活用セミナー①実施
2019年5月	SDG s バル①実施
2019年5月	SDG s コラボ合和バック配布①
2019年6月	SDG s アートフェスタ実施①（SDG s アート懸垂幕展示）
2019年6月	うおぜミSDG s 実施②（まちゼミ）
2019年8月	SDG s バル②実施
2019年9月	SDG s 活用セミナー②実施
2019年9月	SDG s コラボ合和バック配布②
2019年10月	SDG s アートフェスタ実施②
2019年11月	SDG s チャレンジ①実施
2019年12月	SDG s チャレンジ②実施

「SDGs商店街」宣言後の主な取り組み

(2) 協同組合元町エスエス会（神奈川県横浜市）

立地特性等	みなとみらい線元町中華街駅、JR京浜東北・根岸線石川町駅から近接し、長さ600mの平坦な通り全体がヨーロッパ調の統一感を持つ超広域型商店街である。
組合員数	211人

■ 事業概要

ハード事業：電線地下埋設、休憩施設「パークレット」、「オアシス」の設置、案内サイン、石畳、防犯カメラ、街路灯、案内板の維持管理

ソフト事業：春・秋のチャームセール、セントパトリックデー・パレード、安全安心パレード、トゥインクルクリスマス、ウィンターイルミネーション等の数多くのイベント及びHP、SNS、フリーペーパーによる情報発信。

■ SDGsへの取り組み

当初、SDGsの取り組みに対して会員たちは、必ずしも前向きとは言えなかったが、説明会や相談会を通じて自分たちの日常の活動の中にSDGsとの重なりがあることが徐々に理解された。持続可能な社会のために元町ができること、元町だからできることに取り組んでいくという考えのもと、活動を推進している。

これまでにSDGsに関わる事業は、2004年から開始した共同配送事業（CO2削減、来街者の安全）、2014年に設置した来街者用休憩スペース元町オアシス（不平等の解消等）、1986年から実施している交通誘導や道案内をする元町ライトフェニックス（働きがい等）、使用済みのバナーフラッグのオリジナル・エコバック製作・配布（つくる責任等）、間伐材の使用によるオブジェ（つかう責任）、若手アーティストのためのイベントで採用された風刺画をデザインした地球環境にも配慮したオリジナル団扇4,200本の配布（つくる責任）、SDGsの目標に向けて動き出した約90店を経営者のコメントと共に紹介するマップの作成（働きがい等）を実施しており、2020年には横浜市のY-SDGsに認証されている。



元町SDGsマップ

https://www.motomachi.or.jp/wp-content/uploads/2021/03/motomachi_SDGs_map_nyuko210323_web.pdf

(3) 横浜中華街発展会協同組合（神奈川県横浜市）

立地特性等	JR京浜東北・根岸線関内駅、石川町駅、地下鉄みなとみらい線日本大通り駅、元町中華街駅から徒歩、またはJR桜木町駅から14系統、JR横浜駅東口から6系統のバスが運行している。羽田空港とのリムジンバスも1日21便が運航されている。
組合員数	389人

■ 事業概要

ハード事業：2006年に策定した「横浜中華街 街づくり協定」に沿った活動。

ソフト事業：春節、春節娯楽表演、元宵節燈籠祭（げんしょうせつとうろうさい）、媽祖祭（まそさい）等のイベント及び周辺と連携したイベント参加。

■ SDGsへの取り組み

神奈川県と横浜市が2018年にSDGs未来都市として選定された背景があり、同年から本格的にSDGsに取り組み始めた。啓蒙のため、理事会の勉強会で理事一人ひとりの参画意識を醸成し、発展会の全ての活動に反映していくための素地をつくった。SDGsについては、これまで自分たちが大切にしてきた理念（中華街憲章）を共通言語としてのSDGsを通して社会に明示することで、理解と共感を得やすくなり、横浜中華街のブランドイメージが強化されると考えている。

2020年1月に発表した「ネクスト・ブランドビジョン」で、「リピーター溢れる街・横浜中華街〜持続可能社会と経営を実現する横浜中華街〜」を定め、次の10年に向け、「横浜中華街はSDGsのまちになる」、「横浜中華街は横浜YMC（山下公園通り会）、元町SS会、中華街発展会）・地域防災・日本において中華文化のGatewayになる」、という2つの目標を掲げた。具体的には、「街」と「個店」の価値を上げる「共創まちづくり」をSDGs取り組みのテーマとし、SDGsの目標「8 働きがいも経済成長も」、「11住み続けられるまちづくり」、「17パートナーシップで目標を達成しよう」の3項目を中心に据え、催事での女性リーダーの活動推進や街の安全・美化・教育のための定期パトロール、ごみの夜間回収（23時～2時）、不法投棄の取り締まり、また防犯強化のための街灯のLED化、スピーカーとTVカメラの設置、Wi-Fi設置など、多様な活動を行っている。



中華街憲章が刻まれた商店街会員証



(4) 商店街振興組合静岡呉服町名店街（静岡県静岡市）

立地特性等	静岡市中心市街地に立地し、JR静岡駅北口より北西方面へ徒歩約8分、静岡鉄道新静岡駅より南西方面へ徒歩約6分である。県庁・市役所、静岡赤十字病院、市立静岡病院など隣接。核店舗に静岡伊勢丹を有し、富士川以西・大井川以东の100万人を商圏とする広域商店街で、400年の歴史がある。
組合員数	102人

■ 事業概要

ハード事業：アーケード・歩道・防犯カメラ・設置物等の維持管理

ソフト事業：一店逸品運動、11の委員会とランドオーナー会議の設置・運営、「呉服町こども・ゼミな〜る」開催、HP、SNS等による情報発信、Wi-Fi、契約駐車場管理、『呉服町街づくり協定』の運用

■ SDGsへの取り組み

静岡市が2019年度から「SDGs宣言」を行う団体の募集をはじめた際、呉服町もそれに加わりたと思え、「SDGs宣言書」を作成し取り組みを始めた。2022年2月には「SDGs宣言達成状況報告書」を作成し、成果の検証と次年度の目標を示した。

取り組みにあたっては、まず、SDGsの目的は「取り組んで利益は出るか」ではなく、やらなければ商店街は今後続いて行かないということの理解が重要と考え、2021年3月から7回にわたり商店街の組合員向けの講習会を実施した。講師には商店街メンバーや外部から様々な専門家を呼ぶなどして学習し、SDGsに取り組まない店は若い世代から選ばれなくなるという気づきなど、理解が深まった。具体的には、毎月第2土曜日に「クリーンアップDAY」で、加盟店が歩道やモニュメントベンチなどの清掃を行う（住み続けられる街づくり）、就労支援団体「ナナイロ」と連携した定期的な清掃活動（自立支援）、市民から汚いと思われる駿府城のお堀の水を、行政、早稲田大学、大成高校とコラボして水質調査する（海の豊かさを守る）、女性部による新逸品としてエコバック・トートバックの製作（ジェンダー平等）などに取り組んでおり、目標のゴールは2021年度の5つから2022年度には12に増えている。

SDGs宣言書
私たちは、持続可能なまちづくりに向け、次のとおり取り組みを宣言します。
(宣言日・変更日) 令和2年1月14日

事業所・団体としての2030年の(または中長期的な)あるべき姿		
400年の歴史と伝統ある商店街を、100年後も賑わいのある商店街として継続・発展するために、2030年に向け行動の基準・視点をSDGsに置き行動を起こす。		
事業所・団体としてのわらひ、特徴的な活動		
もう一度、専門店の魅力を磨き起こし、商売の原点に立ち返る一店逸品運動の推進。専門店の知識や技術を生かし、目撃お客様から頂く質問にお答えしたり、暮らしを楽しむためのアイデアをご提案したりするミニ講座、おせせみな〜るの開催。10年後のお客様となる子供たちに商店街での体験を通して街を知っていただく。こどもまぜの開催。街づくりを推進するためのランドオーナー会員の開催。安心で安全な街づくりのための行政・警察・静岡赤十字病院・町内会と連携した総合防災訓練の実施。		
各目標に関連する取組内容		
ゴール	これまでの取組	来年度の取組目標
1	プロ並みとおせせみな〜る、呉服町こどもゼミな〜るの開催	参加店舗43店、参加人数552人から、参加店舗50店、参加人数600人を目指すとともに、内容の充実、新しい発信を行う
5	女性部活動	一店逸品チラシの有効活用を目指し、内容の充実、来店顧客数のUPを図る。また女性目線での商店街活動への参加、イベント企画の制作
11	クリーンアップキャンペーンの実施 再開発事業の推進	パブリックアートをめざし、歩道等の整備、シーメンを敷いて花のある街に、街木の整備100%よりクリーンで美しい商店街に
13	街路灯やアーケードの電気をLEDに換え、CO2を削減	クリスマス・夜店市などのイベント時の消費電力9%のダウン
12	夜店市などのイベントの時、取付プラスチックを削減	イベント参加店舗のプラスチック20%減

出所：静岡市「SDGs宣言事業所・団体一覧（SDGs宣言書）」より

<https://www.city.shizuoka.lg.jp/000854236.pdf>



SDGsの取り組みを紹介

(5) モトスミ・ブレイメン通り商店街振興組合（神奈川県川崎市）

立地特性等	東急東横線・目黒線の元住吉駅の西口に隣接する駅前立地である。元住吉駅は一駅先で南武線、横須賀線に接続する位置にあり、横浜方向の日吉には地下鉄グリーンラインが乗り入れている。
組合員数	180人

■ SDGsへの取り組み

当地は住民意識の高い地域で、商店街同士、地元組織、学校、市民団体、ボランティア組織など数々の市民団体が活発な活動をしており、SDGsの活動もその延長で捉え取り組んでいる。具体的な活動内容は、①各店舗が一つ以上の環境に良い取り組みをする「一店一エコ運動」、地域の小学生がそれらの活動を毎年聞き取り調査する「小学校エコ調査隊」（環境問題、教育等）、②個店からの寄贈品でフリーマーケットを行い、売上金を「神奈川子ども未来ファンド」に寄付する「子ども未来ファンド」活動、③震災被害を受けた福島県の農産物の販売を行う「福島物産フェア」（パートナーシップ等）、④平塚の障がい者施設で制作された陶器やお菓子の販売（福祉と不平等の解消）、⑤エコバックやビールの製作・販売（海や陸の豊かさ、作る責任等）、⑥青年部による防犯ガーディアンズの活動、近隣高齢者施設への出張販売（出張商店街・ふれーめん）事業、コミュニティセンターを活用した健康相談会の開催や休憩場所の提供、フリーペーパーBREaTHによる商店街情報の発信（まちづくり、健康と福祉）など、多様な活動を行っている。



一店一エコ運動参加店のステッカー

(6) モトスミ・オズ通り商店街振興組合（神奈川県川崎市）

立地特性等	東急東横線・目黒線・元住吉駅の東口に隣接し、駅利用者、近隣の住民を対象とした飲食業、サービス業中心の近隣型商店街で、地域密着の個性的な店が多く、まちの特徴となっている。街区は、駅前通りおよび綱島街道を挟んで面的に広がっている。
組合員数	117人

■ SDGsへの取り組み

2011年に発生した東日本大震災の折に、会員店（個店）が自発的に、帰宅困難者に炊き出しで「おにぎり」を配った経験を機に、地域コミュニティの核として、日常における防災・減災拠点の役割を果たすことができると考え、「安全・安心な街づくり」として避難訓練の他、「街なか安全教室」、「救急救命講習会」の開催や『安全ぶっく』の発行などを行ってきた。2016年「防災まちづくり大賞・総務大臣賞」を受賞。2021年「かながわSDGsパートナー」および「かわさきSDGsゴールドパートナー」に認定。

2021年は、賞味期限前の防災用食品を協力者から回収し、ひとり暮らしの大学生やみんなの食堂を通じて配布する「フードドライブイベント」と、商店街内の飲食店からおかずを提供してもらい、ボランティアがパッキングして、地元の子ども、ひとり暮らしの大学生、年配者、コロナ治療の前線にある医療従事者等に対し300食のお弁当を無料提供する取り組みを行った。活動は町内会や地域のこども食堂、慶応義塾大学のゼミ生と協力体制を組んで実施した。



フードドライブイベントの様子

(7) 大須商店街連盟（愛知県名古屋市）

立地特性等	名古屋の中心である栄と金山の中間に位置し、名古屋市営地下鉄の大須観音駅（鶴舞線）と上前津駅（名城線）に挟まれた位置にある。名古屋駅からも10～15分程の距離にある。
組合員数	約450人（8商店街振興組合）

■ 事業概要

ハード事業：アーケード等施設・設備の維持・管理

ソフト事業：大須春まつり・大須夏まつり（花火）・大須秋まつり（大須大道町人祭）、
「大須検定」・「大須案内人」事業

■ SDGsへの取り組み

大須商店街連盟では、SDGsへの取り組みにあたって、約420店の加盟店にアンケートを実施した。その結果、約8割の店舗はSDGsに興味を持っており、約4割の会員が商店街での取り組みに参加・協力したいという回答であったことから、2021年9月にSDGsへの取り組みを宣言し、商店街にバナーを掲げた。また、11月には、店舗経営者を対象に、SDGsの勉強会を実施し、意見交換会を実施し、店主及びお客様へのSDGsの教育・浸透を図った。

	2. 飢餓をゼロに 多種多様な多くの飲食店が店舗を構え、食べ歩きのできる街としても魅力発信する大須商店街だからこそ、フードロス削減につながる取り組みや食育への取り組みが可能だと考えております。
	5. ジェンダー平等を実現しよう 年代、性別、関わりず足を運んでいただける商店街だからこそ、多様性の魅力を発信し、みんながより楽しめる商店街へ進化していくことができると考えております。
	8. 働きがいも経済成長も 多くの方に足を運んでいただき、お客様と商店の笑顔があふれる商店街であり続け、地域の活性化に貢献していく取り組みが実現できると考えております。
	10. 人や国の不平等をなくそう 国際色豊かな商店街が立ち並ぶ大須商店街の魅力です、多様な文化の発信基地となることで、世界の現状、その中で自分たちができることを考えきつかけづくりができると考えております。
	11. 住み続けられるまちづくりを 便利で心地の良い商店街へと進化していくため、各種自治体様や地域社会、企業様と連携しながら、くらしやすいまちづくりの実現に取り組むことができると考えております。
	12. つくる責任つかう責任 個性豊かな商店街が集まり、古着の街としての魅力も持っている大須商店街、自分らしさを追求できる個性豊かなモノが集まる商店街としての魅力を発信していくことができると考えております。
	17. パートナーシップで目標を達成しよう 8つの商店街街で構成される大須商店街、それぞれが連携するとともに、大須商店街に関わるすべての方たちと一体になって取り組むことでSDGsの実現に貢献してまいります。

商店街の具体的な取り組み目標

SDGsの7つの目標を選択し大須商店街の具体的な活動目標にあてはめて、「食べ歩きのできる町」として魅力発信し、①フードロスの削減やごみの分別・削減、②「多様性の魅力や国際性」、みんなが楽しめる商店街と地域の活性化、③「暮らしやすいまちづくりの実現」、④「古着の町から、個性的なモノが循環」する町、⑤すべての方たちと、8つの商店街筋がパートナーシップを発揮し、連携する商店街、の5つを重点項目に掲げ、「大須まちづくり憲章」及び「大須まちづくり基本理念」を踏まえた、住み続けられるまちづくりを目指している。

4. SDGsの実践に向けた成果と課題

(1) SDGsの実践に向けた商店街の成果

① 事例調査から見たSDGsに取り組む商店街の成果と評価

前述のSDGsの取り組み事例では、次のような成果が示された。

- ア. 近年減少し続けていた通行量が回復傾向に転じた。
- イ. 講習会を通じてこの先も続く商店街の在り方への理解が深まった。
- ウ. 若い世代に選ばれる街とはどのような街か気づきがあった。
- エ. 説明会等を通じてSDGsの活動がこれから先の商店街の必要要件であることが理解された。
- オ. SDGs活動は街と個店の価値を上げる活動で、自分たちの活動をSDGsに翻訳して外部に発信している。
- カ. SDGsの活動が外部に認知されるにつれて商店街活動への参加者が増加している。

このことから、SDGs活動の推進は、直接的な効果以上に、将来の商店街の在り方について考える機会となっている例が多く、また理解が進むにつれて商店街活動への参加の意義が再確認される例が見られた。

② SDGs活動の成果を商店街の発展に活かすポイント

取り組み事例から、SDGs活動の成果を商店街の発展に活かす主なポイントは次のように整理できる。

- ア. 商店街の活動を中長期的に消費者、地域のステークホルダーへ伝え、商店街のビジョンをSDGsにリンクさせる。
- イ. 商店街全体で実行することと各個別店舗が実行することを明確にする。
- ウ. 商店街活動とSDGsの関わりについて消費者に伝達していく。
- エ. 消費者のエシカル消費を強く意識していく。
- オ. 商店街のあるべき姿を実現するために何をしたらよいかを出発点に、課題解決策の共通認識を持つ。
- カ. 地域社会や環境問題を解決するために何をするかを考えて行動する。
- キ. SDGs活動に着手するならどこから手をつけるのかは「SDGs Compass」(国連グローバル・コンパス：SDGsの企業行動指針)をしっかりと理解する。
- ク. 個店をまとめながら活動を推進できるように商店街の自己組織化(個々の店の自律した行動を秩序ある組織に移行していくこと)を図る。

(2) SDGsの実践に向けた商店街の課題

① SDGs活動の持続的実践に向けた課題

SDGsは、世界的な課題に対する抜本的な対策であることから、これらに関わる具体的な活動は、短期的、一時的なものではなく、2030年以降も長期的、持続的に実践されていかなければならない。取り組み事例からは、SDGsの活動に取り組む上で、①商店街活動とSDGsの親和性、②商店街活動としてのSDGs取り組みの意義の共有、③商店街独自の戦略的活動との調和、の3つの課題が明白になった。

課題1 商店街活動とSDGsの親和性

商店街の特徴は、商店街の構成員が自ら地域のマジョリティとして、地域コミュニティと共に、日常的に地域に深く関係性をもって存続してきたこと、経済的な機能のみでなく歴史的文化的の継承、地域の社会的・文化的機能の保持への貢献がある。これらの活動は、SDGsと明らかに接点があり、そこに商店街活動とSDGsとの親和性をみることができる。

つまり、SDGsへの取り組みは、商店街が立地するコミュニティの中で、顧客である消費者、生活者の一人ひとりが求めるそれぞれの幸せに関わる新たな価値の創造に深く関わっており、これらの価値を共創する活動は、商店街に新たな存在価値を付加するものとなる。

課題2 商店街活動としてのSDGs取り組みの意義の共有

商店街も個店も、地元住民をはじめとした来街者の利用と購買を基礎として存在しており、そこに、他の商業形態やECサイト等との競争優位性も存在する。この重要事項である「来街者の促進」は、個店の魅力度に依存している。そこで、個店の魅力を消費者に知らせ、個店が繁栄することによって、活動にアクティブに参加するメンバーが増加し、そのことが商店街の組織力を強化するという考えのもと、SDGs活動をそのための手段と捉えて取り組んでいる事例もある。SDGs取り組みの意義をそれぞれの商店街の実態に合わせて明確に定め捉え、粘り強い啓蒙活動によって、組合員と共有することが重要である(図表7)。

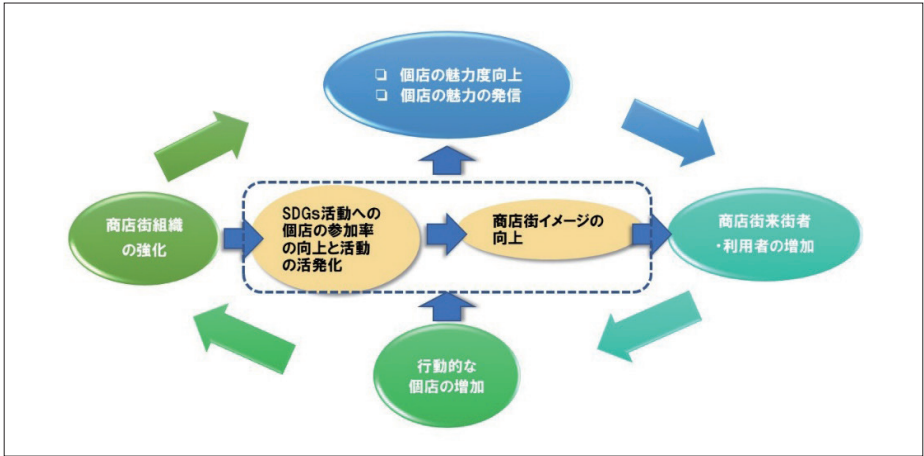
課題3 商店街独自の戦略的活動との調和

SDGs活動はこれまで商店街の魅力づくりのために行ってきた活動と調和していることが重要である。そして従来の商店街活動とSDGsとの調和を明確に示していくことが、組織的な運営の推進力となり、活動そのものが個性的になるため、競争上の優位性も発揮する。

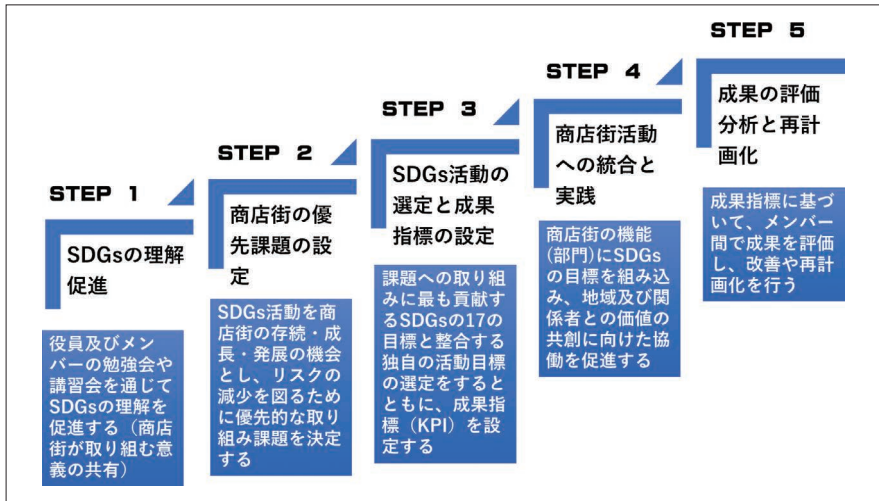
② SDGs活動の円滑な推進

SDGsの広範な目標に対して、中小企業の集団組織としての商店街が円滑にその活動を遂行していくためには、図表8のように段階を経て丁寧に推進していくことがポイントである。

図表7 商店街活動とSDGs取り組みの循環



図表8 SDGs活動の進め方



さらに、この活動を支える組織の運営体制を明確にすることも重要である。そのために、商店街全体での認識、組織的な活動として取り組むと同時に、顧客と個店（マイクロレベル）、個店と商店街（メソレベル）、商店街と地域（マクロレベル）の各段階のエコシステムの中で行われる価値共創の活動であるという理解をもつことが重要で、その認識のもとに、顧客、住民、そして町内会、行政あるいは大学、専門家などとのネットワーク組織を形成し、IoT技術等を活用した柔軟なコミュニケーションのための価値共創のプラットフォームを構築しながら、SDGs達成のための活動

を遂行していくことが、商店街の限られた組織力を支援する力となり、活動のネットワークを強化することになる。

SDGsの各目標には成果指標が例示されている。地域性の高い、中小企業の集団で構成される商店街では、これらをヒントに、共有された目標を達成するに最もふさわしい独自の指標を設定していくことが望ましい。そして、その指標は、期間を設けて、達成度について分析することが重要であり、分析の結果、新たな指標づくり、目標づくりへのフィードバックにより、持続的活動が強化される。

5. 「SDGs×商店街」の普及・促進に向けて

(1) SDGsの基本認識

SDGsは、途上国だけでなく先進国の課題も網羅した2030年までの17の目標で構成されており、目標達成に向けて、国際機関や政府と共に企業が主体的な役割を果たすことを求めている。17色のカラフルなアイコンを用いた国連によるSDGsのコミュニケーション戦略は、市民への浸透を強く意識したものになっている。

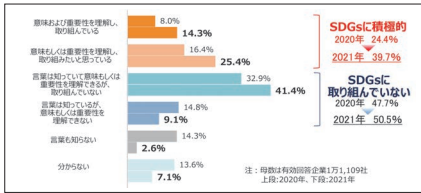
SDGs導入に取り組む企業の行動指針として、国際的なNGO機関が作成した『SDG Compass』では、企業をSDGsを達成する上での重要なパートナーと位置づけている。世界を変革するのは一部の大企業やグローバル企業に限らず、地域に根差した小規模企業や団体組織にもSDGsへの取り組みを期待するメッセージが示されている。

(2) 企業のSDGsの取り組み状況

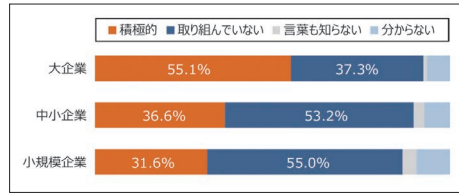
(株)帝国データバンクの「SDGsに関する企業の意識調査」(2021年6月、全国23,000社対象、回答率46.8%)によれば、SDGsへの企業の取り組みや意識は前年から大きく拡大している(図表9)が、中小企業と小規模企業ではSDGsに取り組んでいない企業が5割を上回るなど、大企業とは意識に差がある(図表10)。

中小企業基盤整備機構の「中小企業のSDGs推進に関する実態調査」(2022年1月、全国の中小企業2,000社対象、回答率=79.3%)によると、SDGsについて認知している中小企業は86.0%にのぼるが、内容を理解している企業は38.0%にとどまっており、理解していない企業では、93.5%が今後の取り組みに対して消極的である。このことから、中小企業のSDGsへの取り組みでは、認知と同時に内容についての理解を進めることが重要といえる。また、「取り組んでいない企業」では、メリットがわからない、何から取り組めばよいのかわからない、目標の設定方法がわからない、など基本的な取り組み方法が理解できていないことが示されている。

図表9 SDGsへの理解と取り組み



図表10 SDGsに対する規模別企業の意識



出所：(株)帝国データバンク（2021）「SDGsに関する企業の意識調査」より

（3）商店街がSDGsに取り組むことの意義と活動実態

現代の商店街は、コミュニティの中核として幅広い世代や多様な生活様式・価値観を有する人たちと連携・協働することで、誰一人取り残さないという目標のもと、組織と社会の持続可能性を探り、商店街が独自の強みを生かしつつ、まちづくりに貢献する、また、共同事業や雇用の面を通じ、社会的利益に貢献することも期待されている。SDGsの各目標は、これらと重なる要素が多くあることから、SDGsは「これからの商店街」を考える指針（モノサシ）となると考えられる。さらに、商店街の存在意義を顧客や取引先、地域住民、関係団体等々のさまざまな利害関係者と共有するツールとして活用することができる。

今回の事例調査から、商店街がSDGsに取り組む際の背景と実際の活動では、次のような特徴がみられた。

まず、「SDGs未来都市」に選定された自治体において、行政からの働きかけ→組合員への啓発→気づき・参加の醸成→SDGs宣言という流れで進行する例が多い。進め方では、SDGsとこれまでの商店街活動の共通項を明確にするという後付けマッピングでの取り組みの確認・見える化を行い、理解を促進するために外部専門家等による組合員向けの講習会、アンケートの実施、個別相談等からスタートしている。その上で、SDGsを全く新しい取り組みとするのではなく、商店街の思いをステークホルダーに示す共通言語ツールとして活用し、関係者との共通認識を図っている。また、SDGsの共通理解としてまちづくり憲章や商店街の理念と関連づける傾向もみられる。一方、推進組織や予算の考え方については多様であり、組織のあり方に応じた体制で取り組んでいる。

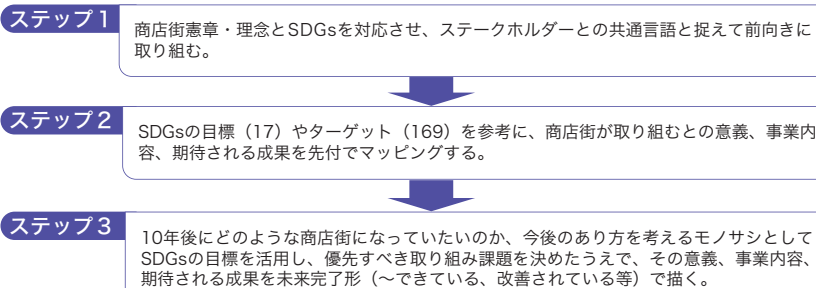
活動の成果としては、SDGsと整合することで、商店街憲章や理念を意識した活動が展開しやすくなった、SDGsに取り組んでいる店を「まちゼミツアー」、「まち歩きマップ」、「まちゼミ」などで紹介して、お客様から好評を得ている、SDGsの目標に沿ったイベントを開催することで、チェーン店の協力を得られるようになった、などが上げられている。

これらのことから、SDGs推進の実務では、①SDGsをこれまでの商店街活動に後付けマッピングとして紐づけ、②優先順位が高い事業方針がSDGsの要素を取り込んでいるかを確認し、③未来に向けた活動方針として先付けマッピングを作成することで目標と計測可能なベースライン（KPI）を共有することが効果的であるといえる。

（４）戦略統合に向けた今後の展開

① 取り組みに向けた3つのパターン（ステップ）

SDGsを商店街の事業戦略と統合していくためには、次の3つのパターン（ステップ）で展開していくことが望ましい。



ステップ3での優先すべき課題については、日常の内外のコミュニケーションを通じ、市場の囁きから社会課題に関心を持ち、現状と解決に向けたシナリオを議論し、これを共有するという手順で探索する。

② 『SDG Compass』に倣った戦略統合の進め方

『SDG Compass』に倣った戦略統合の進め方としては、次の要点を踏まえることが効果的である。

- ア. 自治体の「SDGs未来都市宣言」等に共鳴する形でスタート。
- イ. 講習会等を開催し、ステークホルダーに共通の価値観を醸成する。
- ウ. 10年程度のスパンで課題を洗い出し、取り組みの優先順位をつける。
- エ. アウトサイド・イン・アプローチ（外部目線での目標設定）を目指す。
- オ. 達成へのロードマップはバックキャスト（未来から現在に遡る）で設定。
- カ. それぞれの目標にベースライン（評価指標）を設ける。
- キ. 組織（事業戦略）に統合し、パートナーシップに着手し、実現可能性を探り、定着させる。
- ク. 組織内外のステークホルダーとコミュニケーションをとり報告・説明する。
- ケ. 各事業の戦略的な位置づけと統合度をステークホルダーが理解・共鳴できるようにする。
- コ. ロードマップに即してPDCAサイクル（計画・実施・評価・行動）を機能させる。

③ SDGsの取り組みを普及するために

SDGsの取り組みを普及するに当たっては、基本的に次の点が重要である。

- ア. 事業を目的とせず、“何のために”という目標を優先すること。
- イ. 地域の社会課題を探索する方策とそれらを共有する仕組みを検討すること。
- ウ. SDGsを自分（達）ごとと考え、商店街も個店も楽しくワクワクして取り組むこと。

そして、SDGsへの取り組みは2030年以降も継続されなければならない課題である。その将来の活動の当事者は、次世代の若者たちである。そのため、現役世代は彼らを積極的に受け入れ、課題解決の有力なパートナーとして活用する視点を持つことが大事である。SDGsの実践段階で、若い世代に地域でアクティブに活動する機会を提供することで、次のようなメリットが期待できる。

- ア. 次世代の主役として期待される高校生や大学生はSDGsを学修しており、彼らのSDGsへの関心は大きい。
- イ. 若い世代を中心にデジタル・ネイティブな人材が多く輩出されており、社会課題に新たな視点で挑戦できる。
- ウ. 若者は社会課題を解決する以上に、社会課題を出さない社会をつくるにはどうしたらよいかという発想で考える傾向がある。
- エ. 相対的に若い世代は気候変動や環境問題への関心が高く、発信力も高い。
- オ. 彼らは自分が社会にどれほどの影響を与えられるか、自分がどれだけ成長できるかに関心が高い。

最後に、効果的な取り組みのためには、次のような視点をもってSDGsの活動に望むことが重要である。

- ア. 机上の議論だけでなく手触り感を求めて取り組む。
- イ. SDGsを通じて、生活の困りごとを解決する視点を採り入れる。
- ウ. 両面市場の効果が期待されるデジタル版プラットフォーム形成の視点を重視する。
- エ. 地域×分野×技術（ITスキル、コミュニケーション、専門知識、言語、芸術など）によって課題を解決する視点を持つ。

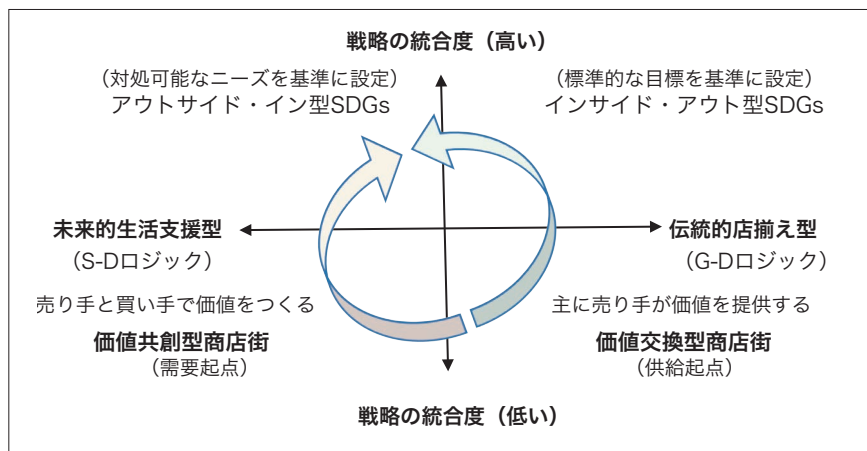
（むすび）

商店街は極めてローカルでドメスティックな顧客を対象とするビジネスの場である。SDGsは未来のカタチであり、SDGsの対応が組織の価値を決めると言われている。図表11は、商店街のタイプ（X軸）と戦略の統合度（Y軸）によって、包摂的な事業目標に向けた過程を描いたものである。「品揃え・店揃え」を第一に、MDの充実こそ消費者に対する役割と考える伝統的商店街が、内部中心のアプローチからSDGsの取り組みを通じ、外部の社会的ニーズを包摂する事業に目標を拡張する

過程で、戦略統合度を高める発展仮説である。つまり、価値をつくる主体は供給側であって、企業は製品やサービスに価値をつくり込み、顧客に渡す時点で1円でも多くの価値を認めてもらうことを目指すものであるというG-Dロジック（モノを経済活動の基本単位と考える）の視点から、顧客が製品やサービスを使う過程において、企業が行う活動や顧客がとる行動が価値を生み続けると考えるS-Dロジック（すべての経済活動をサービスとしてとらえる）の視点に転換することで、企業・商店だけでは価値の最大化を実現することができず、企業、顧客、関係者が一緒になって価値を共創（co-creation of value）するという世界観に立って、未来の商店街のカタチを展望することが重要である。

「SDGs×商店街」は商店街のプラットフォーム構想を実現する過程で利用可能なツールとしても考えられる。これは人材を含む多様な地域資源を循環させることで産業を振興する、地域資源循環型協働プラットフォーム構想の発展（デジタル）版といえる。

図表11 SDGs×商店街のマトリックス



■ 商店街近代化推進シリーズ

平成11年度	No45	商店街活性化のためのマネジメント
平成12年度	No46	商店街運営の円滑化に向けて
平成13年度	No47	個店・商店街のマーケティングのあり方
平成14年度	No48	より快適な商業空間をめざして
平成15年度	No49	商店街インターネット活用術
平成16年度	No50	産学連携による商店街の活性化
平成17年度	No51	円滑な一店逸品運動の実施に向けて
平成18年度	No52	中心市街地・商店街における空き店舗対策の展開
平成19年度	No53	商店街ブランドづくりに向けて
平成20年度	No54	商店街と地域連携
平成21年度	No55	商店街エコ活動
平成22年度	No56	おじいちゃんおばあちゃんのための商店街づくり
平成23年度	No57	アンテナショップによる商店街の活性化
平成24年度	No58	商店街の可能性を目指して
平成25年度	No59	商店街青年部・女性部による商店街活性化
平成26年度	No60	商店街とまちづくり会社
平成27年度	No61	商店街とコミュニティ
平成29年度	No62	商店街のインバウンド対策
平成30年度	No63	商店街の活動財源をどうするか
令和元年度	No64	商店街における女性の更なる躍進に向けて
令和2年度	No65	商店街の新型コロナウイルスとの共生

全国商店街振興組合連合会

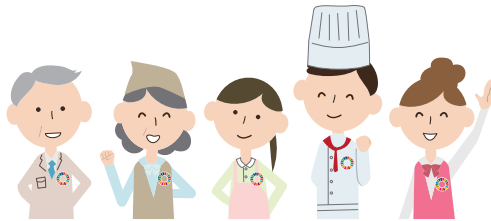
〒104-0033 東京都中央区新川2-22-6 SJビル3F

電話：03-3553-9300

FAX：03-3553-9303

<https://www.syoutengai.or.jp/>

SUSTAINABLE
DEVELOPMENT GOALS



全国商店街振興組合連合会
<https://www.syoutengai.or.jp/>