

● 商店街近代化推進シリーズ54 ●

商店街と 地域連携



全国商店街振興組合連合会

商店街と 地域連携



C O N T E N T S

1. 商店街における地域連携の意義 ——	1
(1) 商店街と地域連携	1
2. 商店街における地域連携の現状 ——	2
(1) 統計からみた商店街の地域連携	2
(2) 事例からみた商店街の地域連携	2
3. 商店街における地域連携のあり方 ——	3
(1) 地域連携の目的と目標	3
(2) 地域連携のマネジメント	5
4. これからの商店街と地域連携 ——	6
(1) これからの地域連携の方向	6
(2) これからの地域連携の進め方	7
(3) 地域連携の成功のポイント	7
5. 地域連携の事例 ——	8



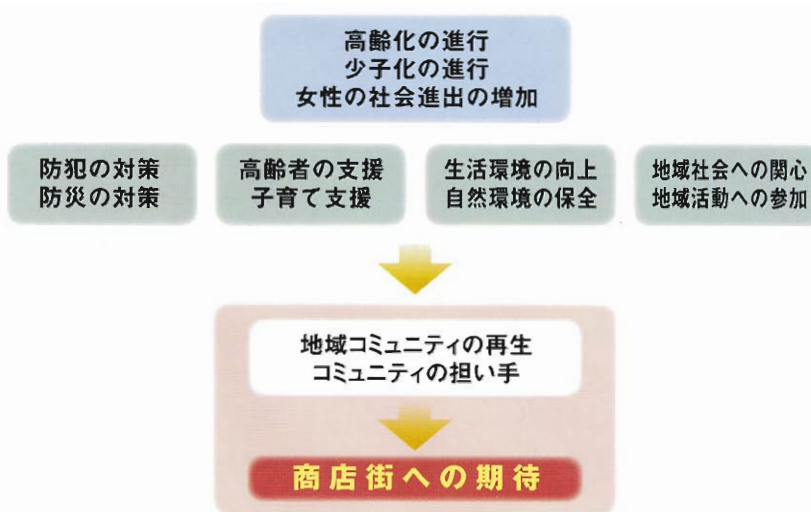
商店街における 地域連携の意義

(1) 商店街と地域連携

① 地域コミュニティと商店街

商店街はそれぞれの地域に立地し、地域の生活を支え、地域とともに歩んできました。しかし、モータリゼーションの進展、都市化の進行、新たな商業集積の形成により、これまでは購買の選択肢が少なく、地域商店街での買物に必然性がありました。しかし、購買地や購買施設の選択肢が広がると、

利便性や品ぞろえなどの優劣により、より魅力のある場所や施設を選択するようになります。近年、居住者の地域コミュニティへの帰属意識の低下が顕著でした。居住者の様々な生活行動の中で、地域のコミュニティだけではなく、職場、サークル、PTA、同窓、血縁同族等のコミュニティがあります。コミュニティの輪が多くなれば、地域コミュニティでの活動や交流の機会は減少します。近年で



は商業者の地域コミュニティへの帰属意識も大幅に減退しています。商業者の居住の郊外化は生活者と同様に商業者においても顕著です。商業者が営業する地域への関わりが緩やかになり、地域のコミュニティへの参加が減少し、地域での活動への参加が遠く商業者が増えています。

②商店街と地域連携

本来、商店街と地域とは一体のものでありました。しかし、その関係が希薄になり、再び商店街における地域との連携の必要性が叫ばれています。商店街を取り巻く社会環境、都市環境、経済環境ともに大きく変化し、都市の空洞化の進行が止まりません。



商店街における 地域連携の現状

(1) 統計からみた商店街の地域連携

平成 18 年度「全国商店街実態調査報告書」によると、商店街の「各種団体と連携した地域活動」を「ある」とする商店街が 80.6% と高率を示しています。連携が「ある」商店街の連携先は、「自治・町内会」が 63.6% と最も多く、次いで「商工会・商工会議所」が 63.3% と続いています。その他は「他の商店街」、「行政機関」、「まちづくり協議会」の順に多くなっています。また、連携が「ある」商店街の連携先の数は、3.4 団体となっています。連携の内容については、最も実施率が高いのは「祭り・イベント」

で 48.8%、「環境・美化・リサイクル」が 26.9%、「防災・防犯」が 22.0% と続いています。「文化・芸術」、「福祉」の分野では、実施の予定がない商店街がそれぞれ過半数を占めています。

(2) 事例からみた商店街の地域連携

①地域連携のタイプ

ア。「来街目的（期待）創出型」

何らかの新しい魅力を商店街に付加することによって、地域住民や観光客が目的意識や期待を持って来街するように促すとともに、商店街を中心とした地域コミュニティの再生に貢献するものです。お客の来街に伴う経

済的・時間的・労力的な各種の負担を軽くし、それによって商店街に頻繁に足を運んでもらおうとする活動です。

● 電信通り商店街

「廃天ぶら油回収」・「花ば咲かせ隊」〈事例(1)〉

● 北 24 条商店街

「ばじくる」〈事例(2)〉

● ハッピーロード大山商店街

「とれたて村」〈事例(3)〉

● 厚木なかちょう大通り商店街

「エコステーション」〈事例(4)〉

● ゆう壱番街商店街

「プラチナプラザ」〈事例(6)〉

● 八島商店街

「産直mart」・「八島いっぶく亭」〈事例(7)〉

● 健軍商店街

「ピアクレスキッチン」〈事例(9)〉

イ. 「来街負担軽減型」

地域の人たちの来街に伴う経済的・

時間的・労力的な各種の負担を軽くし、それによって商店街に頻繁に足を運んでもらおうとする事業です。地域連携の事業を「目的」に人が集まるわけではないが、来街者の表に出にくい「不満」をすくい上げて解消する重要な取り組みです。広域からも集客できる魅力を持つ地域においては、「より来てもらいやすくする」ことが重要な戦略の一つとなります。また、高齢者層や子育て層などが商店街の主要な顧客となる商店街においては、移動に不自由を感じがちな層に配慮する必要があります。

● 金沢商業活性化センター

「まちバス」運行 〈事例(5)〉

● 広島市中央部商店街振興組合連合会

「ベビーカー貸し出し」〈事例(8)〉

● 健軍商店街

「らくらくお買物宅配事業」〈事例(9)〉



商店街における 地域連携のあり方

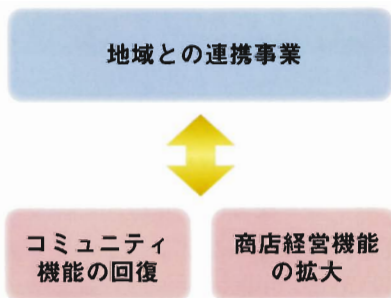
(1) 地域連携の目的と目標

① 地域連携の目的

商店街において地域連携がなぜ必要なのか、重要なのでしょうか。何

のために地域連携を行うのでしょうか。従来、地域の商店や商店街は「店」に対する“商店経営機能”だけではなく、「地域」への“コミュニティ機能”も備えていました。しかし、経

営環境の厳しさなどに対して“商店経営機能”を重視し、また、商業者の地域への帰属意識の低下から“コミュニティ機能”が希薄になってきています。一方、少子化、高齢化やライフスタイルの変化に伴い、地域コミュニティの再生が叫ばれ、商店街においても“コミュニティ機能”の復活強化が課題となり、商店街の地域連携の必要性が言われています。しかし、商店街の地域連携は“コミュニティ機能”だけの強化を目的とするものではありません。商店街における“コミュニティ機能”への対応を通して“商店経営機能”の強化充実を目指すことです。地域との連携を通して、「小売業を担う人材の育成」、「顔の見える顧客（潜在顧客）の増加」、「集客のパイの拡大（来街者の増加）」、「スーパーやショッピングセンターとの差別化」等を目指して、地域との連携が考えられます。



②地域連携の成果と目標

適切な成果・目標設定が欠かせません。ともすれば、地域連携事業とは「地域のためになるから」とか、「地域住民が望んでいるから」という理由で、厳密な成果目標を避けていることが少なくありません。しかし、適切な成果・目標設定が成されないと、地域連携事業の直接の目的や狙いであった“コミュニティ機能”の拡大を通して“商店経営機能”の強化や、商店及び商店街の活性化を達成することは困難です。それどころか、商人は“コミュニティ機能”を意識して地域連携事業に精を出しすぎることにより、ボランティア疲れを引き起こし、肝心の“商店経営機能”が縮小してしまうことが懸念されます。“コミュニティ機能”の拡大のあまり、地域連携事業ばかりに従事し、肝心の“商店経営機能”がおろそかになっては成果が上がりません。

③求められる地域連携のテーマ

地域連携のテーマは多様で、頻度、回数等もマチマチです。地域との連携活動は思いつきや単発のイベントに終わっては、その効果は少なく、継続し、定着させることでその効用は高まります。新しく地域との連携を

図るためには、地域住民のニーズや商業者の視点から地域連携のテーマを探り、絞り込む必要があります。どのような“コミュニティ機能”を持ち、それをどのような形で“商店経営機能”へと転化させていくか、どのようなテーマの地域連携活動を実施すれば、商店街や個店の活性化に直接、間接に繋がるかを予想し、地域連携の計画を立てる必要があります。

(2) 地域連携のマネジメント

①主体と役割分担

商店街が行う地域連携事業のマネジメントの主体は、商店街側が分担する場合と、連携先が行う場合があります。事例調査によると、商店街が場所を提供し、NPO等の地域の団体が主体となって自主的に活動をする方式が多くなっています。この方式によれば、商店街としては空き店舗の活用、にぎわいの創出が期待され、地域団体においては無償もしくは低廉な費用で練習や発表の場が確保されることになり、双方共に連携事業の恩恵を受けることができます。商店街が主体になっているのは、農産物、特産品ショップを開催して

いる例です。商店街が自らマネジメントの主体であり続けることは多大な負担になるものと想像されますが、運営の一部を外部委託することで軽減しています。双方が何らかの形で役割分担をしているのが成功のポイントで、片方の負担により成り立っている連携事業は長続きしません。良好な役割分担に基づく地域連携事業が継続の秘訣です。

②体制と人材

連携先の体制はさまざまです。商店街においても、商店街事業や対応方法により異なり、商店街全体として取り組む例や有志のグループで推進する例があります。事業の推進に際して、特定の体制を必要とすることは少ないものの、事業の成否のポイントになるのはその事業のリーダーであり、「人材」です。地域との連携は、地域の団体等が主導し、商店街が協力する事業、逆に商店街が主催し、地域組織が参加協力する例など各種の方式があります。いずれもその事業を企画し、準備し、実施することを主導する「人材」が不可欠です。連携事業を成功させ継続させるためには、有能な「人材」とともに、その事業に対する“熱意”が

一般の商店街事業に増して必要です。

③資金（財源）

地域連携事業の実施、継続においては、資金（財源）の確保も重要な事項です。事業の資金については、連携する相手がNPO等のボランティアの団体が多いこともあり、商店街が直接、間接に提供したり、支援したりすることが少なくありません。しかし、一方の過度な経済的負

担を前提とすると、事業の継続性を阻止する要因となりかねません。双方において無理のない対応を考えるとともに、経済的な面に限らず、活動面等でそれぞれが何らかの事業参画のメリットがあることが事業継続の秘訣であるといえます。単なる経済面だけでなく、広い意味での“受益者”が経済的負担を行うことがもっとも自然であり、事業成功のポイントであると考えられます。



これからの商店街と 地域連携

（1）これからの地域連携の方向

商店街は地域に商品やサービスを提供する商店が集まり、これら個店の商業機能が集積したものです。近年、商業活動の低調さに加え、商業機能の低下が進み、地域コミュニティの一部崩壊とともに、商店街の地位低下が進んでいます。商業者の地域住民としての離脱により、地域コミュニティとの関わりが希薄になっています。その結果、商店や商店街が地域活動へ関与することに意欲を失く

し、商店街が地域コミュニティから身を引く現象が各地でみられました。しかし、経済環境、地域環境等が激しく変化し、商店街の存続すら危惧される中で、商店街の再生は地域コミュニティの再生と連動したものでなければなりません。商店街は今一度、地域の構成員であることの自覚をし、地域活動を誘導するだけではなくコミュニティの再生をめざして、地域構成員として積極的に対応すべきです。

(2) これからの地域連携の進め方

地域コミュニティの再生の一翼を担って進める地域連携活動について、商店街側からみると、「開放する」、「共同する」、「支援する」に分けられます。商店街は商業者が様々な商業活動を行う“営業スペース”があるとともに、地域の人々が訪れ、買物する半ば公共的なスペースでもあります。「開放する」とは、商店街において、より地域と連携し、密着するためには商店街を商業者の独占的空間とするのではなく、地域に開放し、地域の人々が参加活動するスペースとすることが求められます。「共同する」とは、スペースと合わせて、商店街と地域が連携をし、商店街の活動や事業に地域が参加したり、地域行事や活動に商店街が参加したり、さらには種々の事業を共同で、あるいは協同で企画し実施することです。「支援する」とは、地域の人達や団体が行う活動や事業を人的や経済的な側面から商店街を支援、協力することである。既設の地域の活動に対してだけではなく、新しい活動や人材を育成することが望まれます。

(3) 地域連携の成功のポイント

①「地域連携は“継続”、“定着”にあり」

商店街と地域との連携は思い付きでは続かず、単なるイベントで終わってはなりません。地域との連携は継続することに意義があり、継続することによりその成果が期待できます。地域連携の成否は継続、定着にあります。

②「連携先との役割分担を明確にする」

商店街だけや、連携する相手方のみの独りよがりでは地域との連携はうまくいきません。どちらが誘導したのか、どちらがリーダーシップを握るのかは別にして、連携先とうまく役割分担を図り継続することが、定着の秘訣です。

③「連携する双方でメリットを確保する」

地域連携の活動を効果的かつ継続して行うためには、片方に極端に負担が偏ることなく、連携する双方で互いにメリットを享受できる、良好な関係を保つことが必要です。双方に同種同一のメリットがあることはまれであり、当然それぞれの活動目的や活動内容によって期待する恩恵は異なります。



5 地域連携の事例

(1) 廃天ぷら油の回収・活用で地域連携

～帯広電信通り商店街振興組合～

所在地 ▶ 北海道帯広市東4条南6丁目

組合員数 ▶ 35店

立地 ▶ JR帯広駅から北へ約1キロメートル 《地域中心型商店街》

① 廃天ぷら油回収事業

環境意識の高まりの中で、電信通りでは帯広市の支援を受けて地域の家庭から出る廃天ぷら油を回収する事業に取り組んでいます。家庭や飲食店から廃棄される食用油を商店街やスーパー等で回収し、商店街はエコスタンプカードにスタンプを1個(25個100円)押します。回収した廃天ぷら油は、バイオ燃料精製業者の工場に運ばれ、バイオディーゼル燃料(BDF)に変換され、市内のバスや市のゴミ回収車の燃料として販売します。販売益の一部は、菜種を栽培して食用油を製造するための研究などに使われています。農業から始まる循環システムを構築する

ことが最終目標で、NPO法人が全体に関わっています。

② 「花ば咲かせ隊」の発足

花と緑で商店街を飾る活動は、平成13年にスタートした「花ば咲かせ隊」が行っています。地域の小学生やお年寄りに呼びかけ、商店街内のプランターなどに花の栽培担当者の名前を入れて植物栽培のモチベーションを上げました。今では、自然に植物を大切にする気風が定着し、帯広商工会議所主催の「花いっぱいのお店コンテスト」で最秀賞を獲得しました。



(2) NPO、管弦楽団、大学との地域連携

～北24条商店街振興組合～

所在地 ▶ 北海道札幌市北区北23条西4丁目

組合員数 ▶ 79店(飲食店は未加入)

立地 ▶ 札幌駅から北へ約2kmの地下鉄南北線「北24条」駅周辺

① NPOが小料理屋を営業

組合員がNPO副理事長であるという関係で、スローフード運動等を展開しているNPO法人「バジクール」が平成20年に、商店街内の空き店舗を活用して小料理屋「ばじくる」(おばあさんもおじいさんもくる)を開店しました。

② 管弦楽団の演奏会を開催

市民オーケストラである札幌フィルハーモニー管弦楽団が、商店街にあるコンサートホールで演奏会を開催しています。既に13回開かれ、商店街が主催するようになってからは7回目であり、地域に定着した文化活動になっています。

③ 北大のサークル組織との連携活動

青年部、地域若手による組織「FROM 24」と北大よさこいチーム「縁」が連携して「from24マラソン」開催しています。

④ 商店街と地域諸団体との連携活動

町内会、北銀座振興会、北区料飲店協会等50団体の連携組織で、「花と食と文化の香り」をテーマにしたスローライフ活動を展開しています。



(3) 商品販売の交流による全国市町村との連携

～ハッピーロード大山商店街～

所在地▶東京都板橋区大山

組合員数▶217店

立地▶東武東上線「大山」駅周辺 《近隣型商店街》

①連携のきっかけ

板橋区が市町村との防災協定を関係する42市町村結び、区民祭りで全国の市町村物産展を開催するなど、交流を図っていました。この経験を生かして、空き店舗を活用した市町村のアンテナショップを展開することを発案しました。

◆全国ふる里ふれあいショップ

「とれたて村」の開設、運営

商店街の中に、平成17年10月に「とれたて村」が誕生しました。現在12市町村の生産者からの物産品を販売しています。商店街内で各地域の特産品を販売していくことで、それぞれの自治体や生産者との連携し、地域と都市を結ぶ交流や情報発信を図っています。

「とれたて村」は、売場面積約18坪、営業時間は10時～19時で年中無休。運営は商店街で行い、店長、スタッフの店舗従業員を雇用しています。出店者は月

額会費を支払い、商品仕入は、商店街が市町村の窓口を通じて、仕入、販売を一貫して行っています。



②全国物産、観光イベントの展開

「とれたて村」では、市町村による物産のPRや販売イベントを開催しています。商店街の空き店舗スペースで、出店する市町村が商品を運びこみ、販売は市町村の生産者が行い、商店街で場所の提供、販売や販促の支援をしています。

(4) エココミュニティによる地域連携

～厚木なかちょう大通り商店街振興組合～

所在地 ▶ 神奈川県厚木市中町

組合員数 ▶ 60店

立地 ▶ 小田急小田原線「本厚木」駅周辺 《地域型商店街》

①連携のきっかけ

循環型社会、地球に優しい街づくりをめざして、平成13年にエコステーションの設置による空き缶、ペットボトルの回収からスタートしました。このエコステーション事業を活用する形で、平成15年に環境省の委託によりキッチンリサイクル事業を開始しました。

②キッチンリサイクル事業の実施

家庭から排出される生ゴミを、エコステーションのキッチンリサイクルまで持ち込んでもらい、乾燥させます。乾燥させた

生ゴミを、東京農業大学に持ち込んで堆肥化します。堆肥は、有機野菜生産の農家に無償提供し、生産された有機野菜を商店街内の組合員店舗で「なかちょう野菜」ブランドとして販売しています。生ゴミを持ち込んだ市民には、商店街発行がエコマネーとして1kg当たり10ポイント(1ポイント1円)を進呈しています。商店街では、この事業のために生ゴミを乾燥させる機械を3台購入しました。



(5)「まちバス」の運行による地域連携

～株式会社金沢商業活性化センター～

所在地 ▶ 石川県金沢市中心市街地

組合員数 ▶ 中心部商店街、百貨店、ホテル、商工会議所、金沢市他

立地 ▶ JR北陸本線金沢駅及び「香林坊」「武蔵」地区 《広域型商店街》

①株式会社金沢商業活性化センター

の概要

株式会社金沢商業活性化センターは、金沢にふさわしい中心商業地の魅力と活力を回復することを目的に、市が50%出資して平成10年に設立されました。「金沢駅前」、「香林坊」及び「武蔵」地区をエリアとして、中心商業地の一体的な活性化を推進しています。

②「まちバス」事業の実施

「まちバス」は、香林坊・武蔵・金沢駅周辺の3つの商業拠点を結ぶワンコイン

(100円)のショッピングライナーです。土・日・祝日に運行され、3拠点の他、市役所、21世紀美術館、兼六園等の観光施設を周遊しています。中心商業地に客を呼び込むには、来街者のアクセス改善や滞在コストの低減が不可欠であるためです。活性化センターが中心となり、金沢中心商店街まちづくり協議会(11団体)、武蔵活性化協議会(9団体)が連携し、福祉団体や学校関係等からの事業協力を得てバス運行を行っています。運行費用については、広告料収入と事業者や地元企業の資金の負担により賄っています。



(6) ゆう歌舞伎とプラチナプラザによる地域連携

～ゆう巻番街商店街振興組合～

所在地 ▶ 滋賀県長浜市

組合員数 ▶ 67店

立地 ▶ JR北陸本線「長浜」駅より約500m 《近隣型商店街》

①「長浜ゆう歌舞伎」の実施

隣接する長浜「黒壁ガラススクエア」が多くの観光客を集めているのに対して、商店街では10年前は空き店舗が半数近くになっていました。これに対して、地域文化の継承と親しみやすい商店街を目指して、江戸期に始まった曳山を利用した「こども歌舞伎」を、商店街が素人の「ゆう歌舞伎」として再興しています。商店街構成員等のスタッフが手弁当で指導、準備をし、こどもからお年寄りまでの公募した役者により、半年の練習期間を経て年に1回公演しています。平成9年から始まり、公演はすでに10回を越えて地域にその存在が認知されるとともに、他地域の素人歌舞伎等との道具の貸し借り等の地域間の連携も進んでいます。

②プラチナプラザの開設

「ゆう歌舞伎」と並行して、商店街の空き店舗を活用した「プラチナプラザ」を開

設しています。平成9年に県、市の助成により、高齢者の実験的事業としてスタートし、支援が終わった後も高齢者が運営を続けています。弁当の販売や家庭料理、仕出しの“おかず工房”、家庭菜園での新鮮野菜を販売する“野菜工房”、リサイクル品の販売や修理の“リサイクル工房”、喫茶軽食、サロン、ミニホールの“井戸端道場”があります。店舗の運営費は、運営するお年寄りが持ち寄り、これに企業や個人が協賛して支えています。プラチナプラザの運営により、地域のお年寄りとの連携が深まっています。



(7) 地産地消の「産直マーケット」による地域連携

～八島商店街商業協同組合～

所在地 ▶ 京都府舞鶴市

組合員数 ▶ 40店

立地 ▶ JR北陸本線「東舞鶴」駅より徒歩5分 《近隣型商店街》

①「産直マーケット」の開設

商店街に出店していたNPOが、補助金がなくなって撤退し、何とか空き店舗を埋める方法はないかと考え、舞鶴TMOの提案で産直品の委託販売に取り組むことになりました。商店街の約20坪の空き店舗を利用して、新鮮で安価な舞鶴産の農水畜林産物及びその加工品、市民の手作り作品等を販売しています。開業は平成15年12月、営業時間は10時から18時で、20人程度が出品しています。販売は委託方式(手数料20%)で、商店街が家賃や人件費などの諸費用を負担して運営しています。生産者・消費者という枠を越えて会話が生まれ、「ふれあい」が発生するなど、商店街と地域との関係がより密になっています。

②コミュニティショップの運営

商店街では「産直マーケット」の他、八島おかみさん会の企画運営で日替わりシェフがランチをつくるコミュニティレストラン「八島いっぷく亭」や、リサイクルショップ「八島バザールSHOP」を常時営業し、商店街の活気を出しています。



(8) NPO法人、大学、市民団体等との地域連携

～広島市中央部商店街振興組合連合会～

所在地 ▶ 広島市中区

組合員数 ▶ 11商店街(668店)、その他大型店9店

立地 ▶ 広島市中心商店街 《広域型商店街》

①連携のきっかけ

市の子育て支援事業により発足した活動団体から、商店街に“ベビーカー貸し出しシステム”の提案がありました。結婚前は中心商店街に来街していた女性が主婦になって来街しなくなった理由として、子供連れでの来街や回遊に負担が多いことを重視し、商店街連合会では、この“ベビーカー貸し出しシステム”に取り組むことを決定しました。

②連携の相手

連携先は、2つのNPO法人、高齢者生協、生協、女子大2校、社会福祉協議会、子供関連団体、県、市民団体など多様な団体と連携して行っています。また、民間企業からは、連携事業の広報、商品提供、活動支援などの協賛を得ています。

③事業の内容

中心商店街のイベント時、駐車場にベビーカー(4ヶ所計20台)を常設して子供連れの顧客に無償で貸し出す「ベビーカーの貸し出しシステム」です。ベビーカーは市民からの拠出によるリサイクル品を使用し、提供者に1000円分の全国百貨店共通商品券を進呈しています。事業資金を抑えて、不用品を再利用することができます。「子育てブース設営」、「子どもと一緒におでかけマップの作成」も実施しています。子育てブースにより、子育て支援団体の活動の場が提供でき、保育科関連の女子大生の保育の実践の場になっています。



(9) 宅配事業による地域連携

～健軍商店街振興組合～

所在地 ▶ 熊本市健軍

組合員数 ▶ 61店

立地 ▶ 中心商業地から5km、市電「健軍町電停」前 《近隣型商店街》

①事業のきっかけ

平成13年に「いきいきショッピング推進事業」を行い、「ユニバーサルデザイン」をテーマとして、「らくらくお買物宅配事業」がスタートしました。買物品をタクシーが300円で自宅まで配達する方式で、ほぼ現在の事業の原型となっています。

②「らくらくお買物宅配事業」の 実施

商店街と地域に拠点を持つタクシー会社が提携し、商店街での買物客に対して、タクシーを利用した買物品の宅配事業です。宅配の費用は300円で、当初はうち200円を商店街が負担し、補助金が終了した14年からは商店街が100円を負担し、利用客が200円を負担して事業を継続しています。費用は1回あたりで、複数個利用しても200円の負担は変わりません。部屋まで届けて

もらえるため、エレベーターのない中層住宅の高齢者等は非常に重宝しているとのこと。この「宅配」事業と併せて、客も乗り込むタクシー「乗車」も多く利用され、高齢者を中心に支持されています。



● 商店街近代化推進シリーズ ●

- 平成元年度 No.35 活力ある街づくりのすすめ方
平成2年度 No.36 商店街再構築のすすめ方
平成3年度 No.37 商店街再構築とその具体的方策
平成4年度 No.38 商店街活性化のための組織運営の進め方
平成5年度 No.39 地域社会の活性化と商店街の果たす役割
平成6年度 No.40 環境激動下における商店街活性化の方向
平成7年度 No.41 高齢化社会における商店街のあり方
平成8年度 No.42 中心市街地の空洞化に対応した街づくり・店づくり
平成9年度 No.43 中心市街地の活性化と商店街
平成10年度 No.44 中心市街地商店街の活性化方策
平成11年度 No.45 商店街活性化のためのマネジメント
平成12年度 No.46 商店街運営の円滑化にむけて
平成13年度 No.47 個店・商店街のマーケティングのあり方
平成14年度 No.48 より快適な商業環境をめざして
平成15年度 No.49 商店街インターネット活用術
平成16年度 No.50 産学連携による商店街の活性化
平成17年度 No.51 円滑な一店逸品運動の実施に向けて
平成18年度 No.52 中心市街地・商店街における空き店舗対策
平成19年度 No.53 商店街ブランドづくりに向けて

全国商店街振興組合連合会

〒104-0041

東京都中央区新富1丁目9番1号 新富191ビル7F

電話：(03)3553-9300

FAX：(03)3553-9303

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

平成21年3月発行