

サブリース事業を中心に空き店舗対策を徹底する

対象地域

・京浜東北線「蕨駅」から徒歩約10分圏内

商店街概況

駅前エリア、商業エリア、歴史文化エリアと広範囲にわたり8つの商店街を対象に設定。

毎年夏には「機まつり」、秋には「中山道宿場祭り」が開催され、非常に多くの人で賑わう。

- 駅前エリア→①蕨西口商店街協同組合、②ぶぎん通り商店会、③蕨西口みゆき商店会、④塚越商店会
- 商業エリア→⑤蕨銀座商店街協同組合、⑥蕨中央一番街商店会、⑦蕨中央商店会
- 歴史文化エリア→⑧中仙道蕨宿商店街振興組合



現状と課題（背景）

消費行動の変化や後継者不足等による相次ぐ閉店や廃業で空き店舗が多く発生している

対象商店街のある中心市街地で、長年にわたり商店街が地元住民の買い物場所として機能してきた。

近年では、住民の消費行動の変化や後継者不足等により空き店舗が増加し、店舗があった場所に住宅や駐車場ができることで商店の連続性が失われている。

そのような中、商店街に再び賑わいを取り戻すために、空き店舗が発生しない、空き店舗での新規出店を促すといった空き店舗を解消する仕組みづくりが求められている。

○商店街の現状

（プロジェクトメンバーのワークショップを通じた分析から）

【強み・チャンス】

- ・人口密度が高く、商圏人口が多い
- ・駅からどの地域も近く、人の流れが多い
- ・周辺の住民はファミリー層が多く、子連れをターゲットにできる
- ・外国人も買い物客として店を利用している

ビジョン

空き店舗対策徹底型‘蕨’

現在、周辺市における郊外型大規模商業開発の進展に伴う都市間競争が厳しさを増すとともに、本地域における消費者の週末行動のレジャー化などへの対応ができません。商業店舗における後継者不足が相まって、閉店及び廃業する店舗が連続して出てきている。

このため、消費者の大型店依存傾向に歯止めがかからず、本地域における買物頻度は少ない傾向にある。

一方で、自然に空き店舗が埋まるなど出店場所としてのポテンシャルが高い面もある。

本プロジェクトでは、出店場所としてのポテンシャルの高さに着目し、空き店舗対策につなげるための取組を実施した。

【弱み・脅威】

- ・特徴のある店やブランド力がある店が少ない。
- ・物件オーナーの高齢化が進んでいる
- ・空き店舗は取り壊されて戸建住宅に建て替えられるケースが多い
- ・商店街としての連続性がなく買い物しにくい
- ・後継者がいないため店主の高齢化が進んでいる

事業実施体制

構成員：商店主、ITコンサルタント、建築士、デザイナー、創業希望者、不動産業者、商工会議所、市など



空き店舗対策

- ・空き店舗調査と空き店舗の貸店舗化交渉を実施
- ・調査内容をデータベース化
- ・市内の空き店舗を借り上げ、新規出店者に貸し出す仕組みとして、サブリース運営体制を構築

創業支援

- ・物件の情報発信などを行うWebサイトを構築
- ・創業塾、お試し出店、空き店舗ツアーによる創業のタネの発掘と育成
- ・廃業予定者と創業希望者のマッチングを推進して開業支援を実施

地域に根差したソフト事業

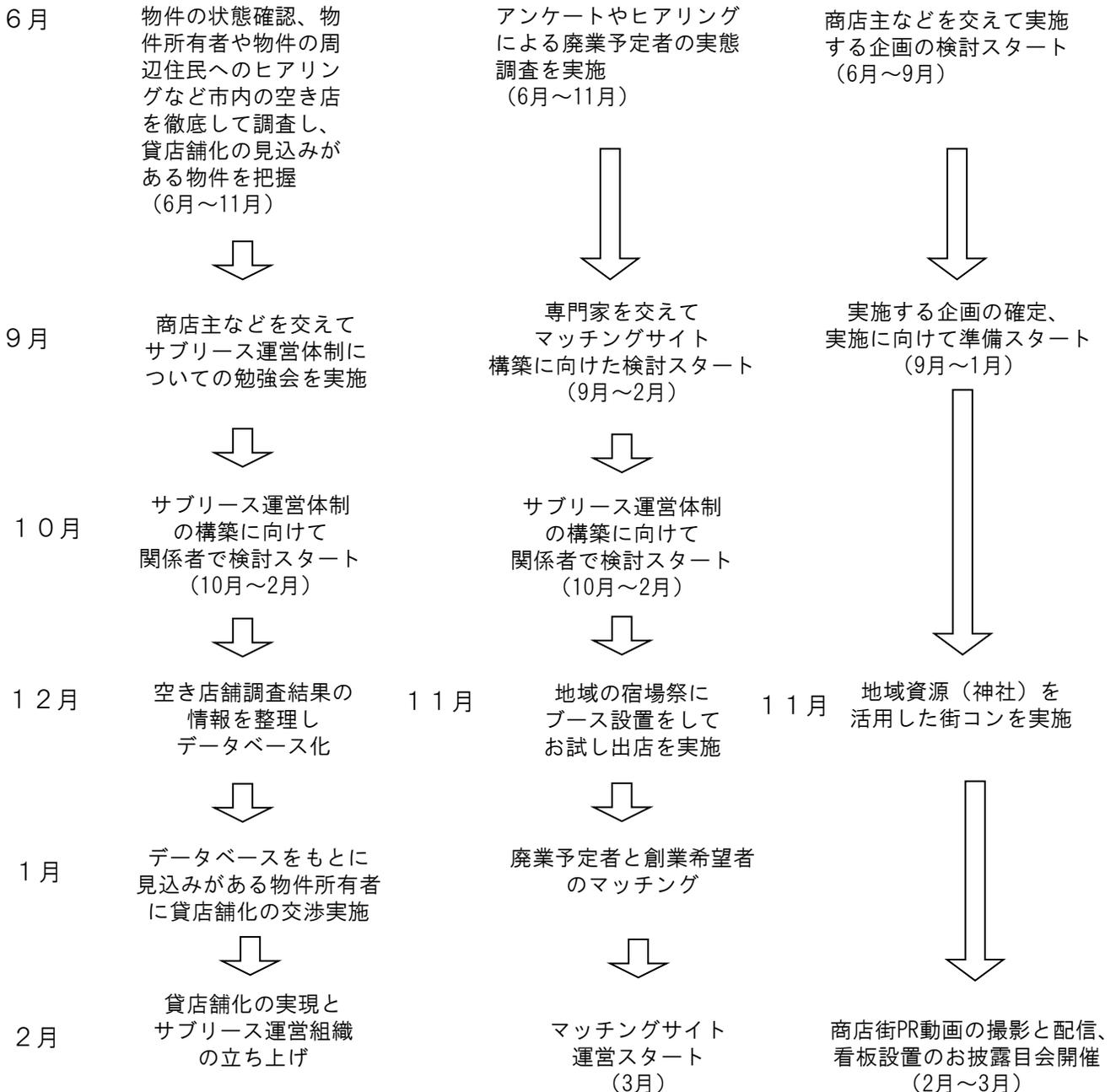
- ・地域資源（神社）活用した街コンを開催し、商店街を回遊させ認知度向上を推進
- ・商店街のPR動画を作成して配信、子連れ割引情報や外国語（英語・中国語）表記情報を掲載した看板による商店街への誘引を実施

事業スケジュール

空き店舗対策

創業支援

地域に根差したソフト事業



地域資源を活用した創業支援やソフト事業実施で
空き店舗を解消する取組を実施

創業希望者が実際に出店する前に、実践的な販売やマーケティング調査を行う場として、地域の既存イベント（中仙道宿場祭り）を活用した。

また、貸店舗化した物件の情報発信をするツールやサブリースを行う実施主体の設立に向けた検討など、空き店舗を解消する仕組み構築を行った。

(1) 空き店舗対策

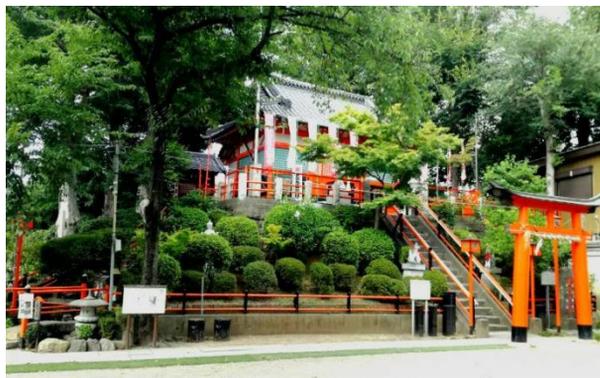
- ・ 空き店舗調査を行い、空き店舗情報のデータベースを作成した。
- ・ 空き店舗調査結果を分析し、貸店舗化できる見込みがある物件の所有者に貸店舗化の交渉を行った。
- ・ 物件の情報発信や創業希望者の開業を支援するWebサイトを立ち上げた。
- ・ サブリース運営体制の検討を行い、運営組織を立ち上げた。

(2) 創業支援

- ・ 毎年11月に中仙道で開催される「中仙道蕨宿場まつり」をマーケティング調査の場として提供し、お試し出店を実施した。
- ・ アンケートやヒアリングによる調査で廃業予定者を把握し、廃業予定店での就業体験を通して創業希望者とのマッチングを図った。

(3) 地域に根差したソフト事業

- ・ 恋愛成就のパワースポットがある塚越稲荷神社を活用して街コンを実施し、地域資源と商店街のPRを行った。
- ・ 監督、出演者（タレント・店主）、カメラマン、メイクセットなども含め「オール蕨」で商店街PR動画を作成し、配信することで商店街のPRを実施した。
- ・ 子連れ割引情報や英語・中国語表記した情報を掲載する看板を設置し、近隣住民の商店街への誘引を行った。



参加者が恋愛成就の祈願をした塚越稲荷神社



(左) 恋愛成就のパワースポット
「いと恋石(こいし)」



(右) 触れると福縁を授かる
「白蛇石(はくじゃいし)」



創業希望者が中仙道蕨宿場まつりでお試し出店



商店街PR動画撮影の様子



廃業予定者を把握するためのヒアリング調査



立ち上げWebサイト「わらびズ」

商店街・市・商工会議所が連携した取組による
空き店舗解消の推進

(1)空き店舗対策

- ・空き店舗所有者へ交渉を行い、貸店舗化を実現することで、新規出店につなげることができた。
- ・Webサイトを立ち上げたことで、創業希望の相談件数が増え、空き店舗活用を促進することができた。
サイトURL「<https://warabiz.jp/>」
- ・サブリースを運営する組織を立ち上げたことで、空き店舗の貸店舗化交渉がスムーズになり、新規出店につなげることができた。

(2)創業支援

- ・創業希望者がお試し出店で実践的な販売を通して自分達が提供する商品に自信を持ち、蕨市での出店につながった。
- ・一定期間の就業体験を設けたことで、廃業予定者の要望に沿う創業希望者とのマッチングが実現し、廃業による空き店舗化を未然に防ぐことができた。

(3)地域に根差したソフト事業

- ・街コン参加者の8割以上を市外から呼び込むことができ、地域資源のPRにつながった。また、商店街めぐりをしたことで、イベント終了後も商店街内の店舗に誘引することができた。
- ・商店街PR動画という全国的にも珍しい取組により各種メディアに取り上げられ、商店街への来街者UPにつながった。
- ・看板設置により、商店街に常連客に加えファミリー層と外国人の新規顧客を誘引でき、個店の売上アップにつながった。

構築した空き店舗を解消する仕組みを
活用した継続的な運営

創業支援やソフト事業の企画及び実施は市や商工会議所に長年にわたって積み重ねたノウハウがある一方で、空き店舗を解消する仕組みについては新しい試みであるため、継続して運営していくことが求められる。

今後は、物件情報の掲載や創業支援をするために立ち上げたWebサイトの運営と掲載物件数の確保、サブリース運営体制の確立等を行っていく必要がある。

対応策

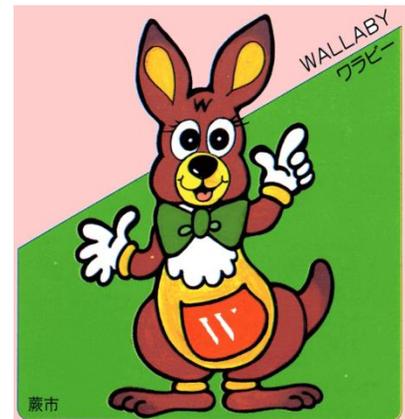
- ・サイト管理者がPC初心者であっても更新が容易なシステム仕様とし、情報発信の頻度を高める
- ・空き店舗調査の継続による貸店舗化の見込みがある物件を発掘する
- ・サブリース実施主体が地域商社としての事業を展開することで収益をあげ、サブリース実施の充実化を図っていく
- ・巡回で街区店舗のヒアリングを行い、廃業情報を把握し、創業希望者に初期相談段階で出店先として紹介できるようにしておく

他地域へのアドバイス

空き店舗を解消するには、様々な取組を地道に、丁寧に継続していくしかありません。

空き店舗を一件ずつ地道に調査する、物件所有者に貸店舗化を地道に交渉していく、地道なヒアリングで廃業予定者の情報を集めるといったことを継続してはじめて創業による空き店舗解消につながっていきます。

また、創業希望者には実践的な販売体験やマーケティング調査をする場として、地域で昔から行われているイベントなどを活用したお試し出店の機会を提供することが、新規出店を促す有効な手段だと考えられます。



キーマンのコメント

私のエリアでは、外部の専門家と商工会議所等の支援を受けながら、1年目にはSWOT分析などを通して現状課題の整理を行い、地域ビジョンを策定することができました。

そして2年目には、1年目の結果を踏まえた事業を企画し、実施しました。

子育て世代や在住する外国人対応をキーポイントにした商店街情報を集約した看板を商店街内に設置したり、店主自らが出演する商店街PR動画をオール蕨の人たちで制作し配信することで商店街への誘引を仕掛けていきました。

外部専門家を交えて、商店街のビジョン策定に取り組んだり、意見交換を行うことで現状を把握したことは、今後を考える有意義な機会となりました。商店街のメンバーたちも今回のプロジェクトを通して、商店街活性化への意識が大きく変わり、今では積極的に各自仕掛けをしています。

街に新たに移住してくる人、共働きの家庭などが増えてきているため、変化するライフスタイルに対応していくことが大切だと思います。

この2年間で学んだノウハウを活かしながら、常に顧客目線を意識した商店街運営を行っていき、1人でも多くのお客様の笑顔を作っていきたいと考えています。



精肉店 鳥勇 店主
蕨銀座商店街協同組合 理事長
田村 明人 氏