

地域活性する政策を出し、実際の取り組みに繋がる地方創生を実現

地方創生★政策アイデアコンテスト2018



写真：OKAZAKI SUMMER TRIBE 2018

～個性×空き店舗×チャレンジ NEXT～

まちなかにみんなが集まりたくなる！ 魅力をつくる！

未来創造
Create Future Here

miraoto!

**CODE for
AICHI**

ここ de やる
ZONE

利用している画像は全て許可を得ているものまたはライセンスフリーです



岡崎市



岡崎市

経済成長率（平成26年）

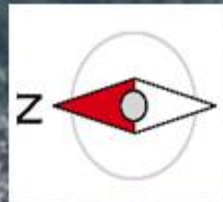
市内総生産 : 1,375,794百万円（県内4位）

市民所得 : 1,274,768百万円（県内3位）

市民家計所得 : 1,435,364百万円（県内2位）

製造業の集積による財政力が高く、経済的安定





市役所▼

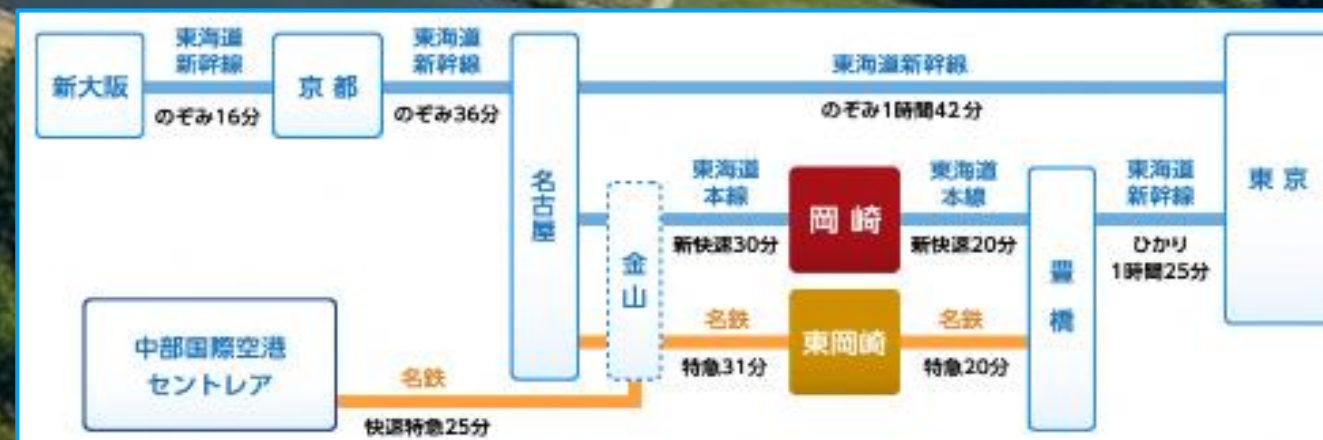
▼名鉄東岡崎駅

商店街

◀国道1号

乙川

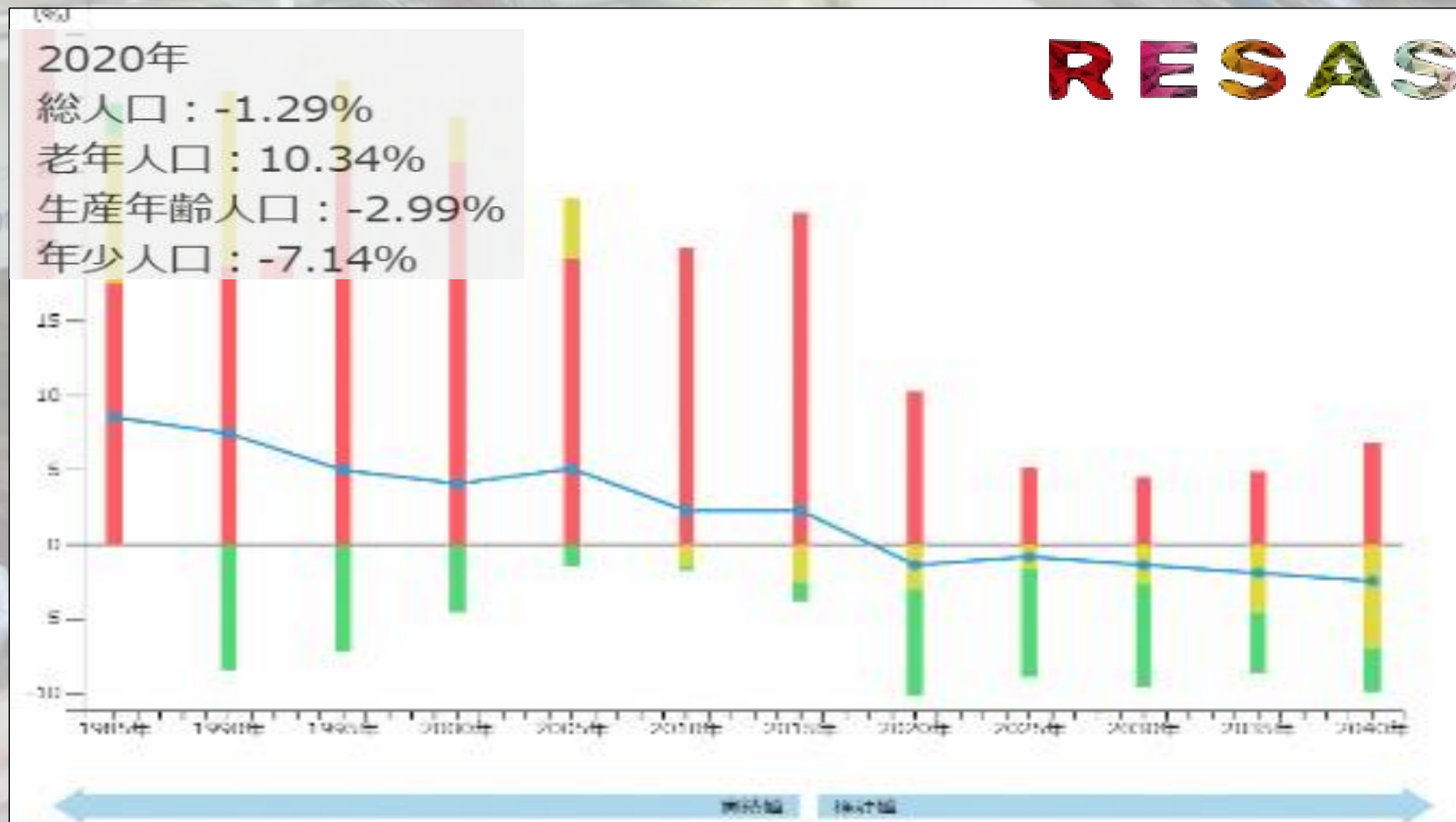
▼岡崎城



車も電車もアクセス優良

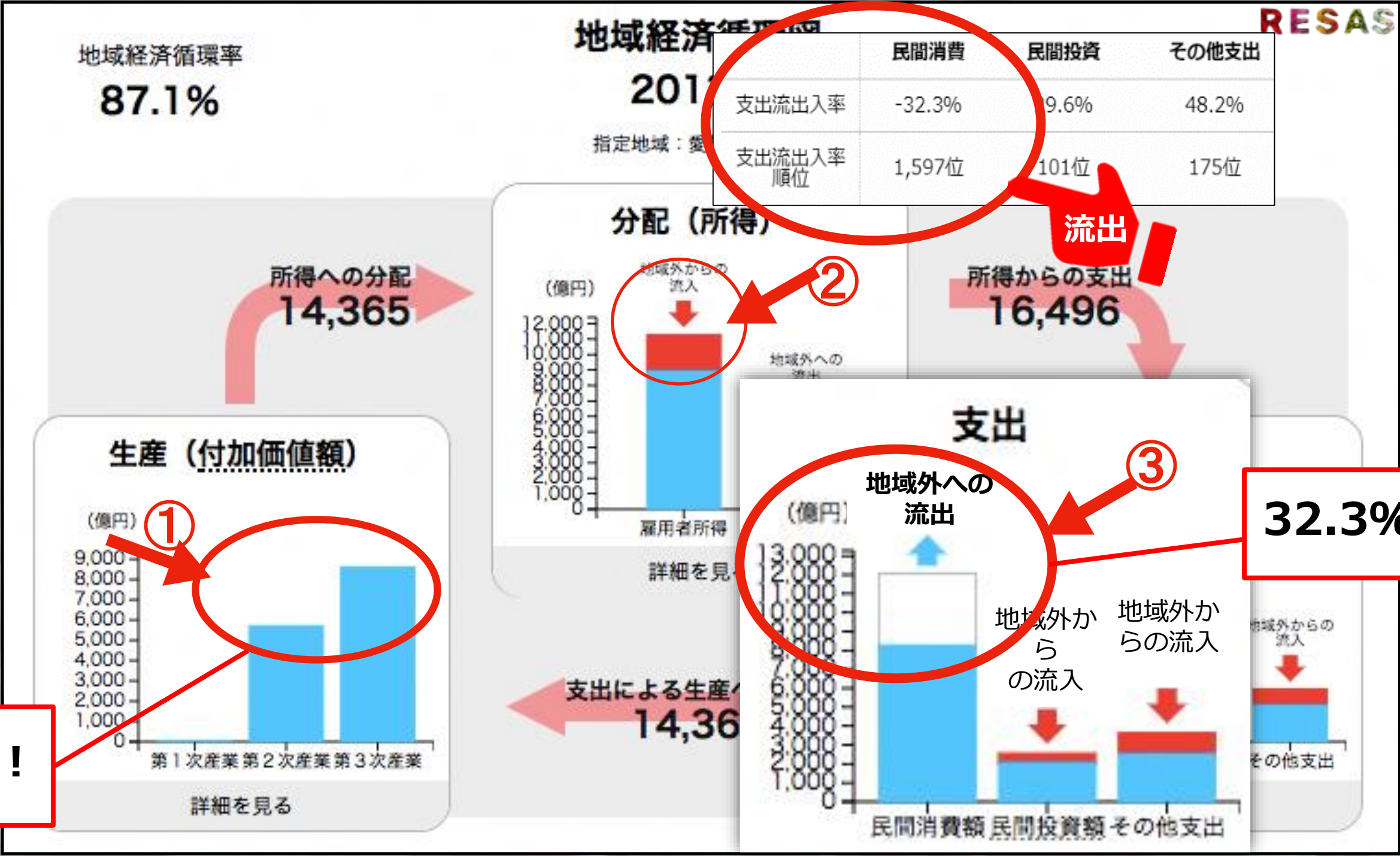
岡崎市が抱える課題

生産労働人口の減少



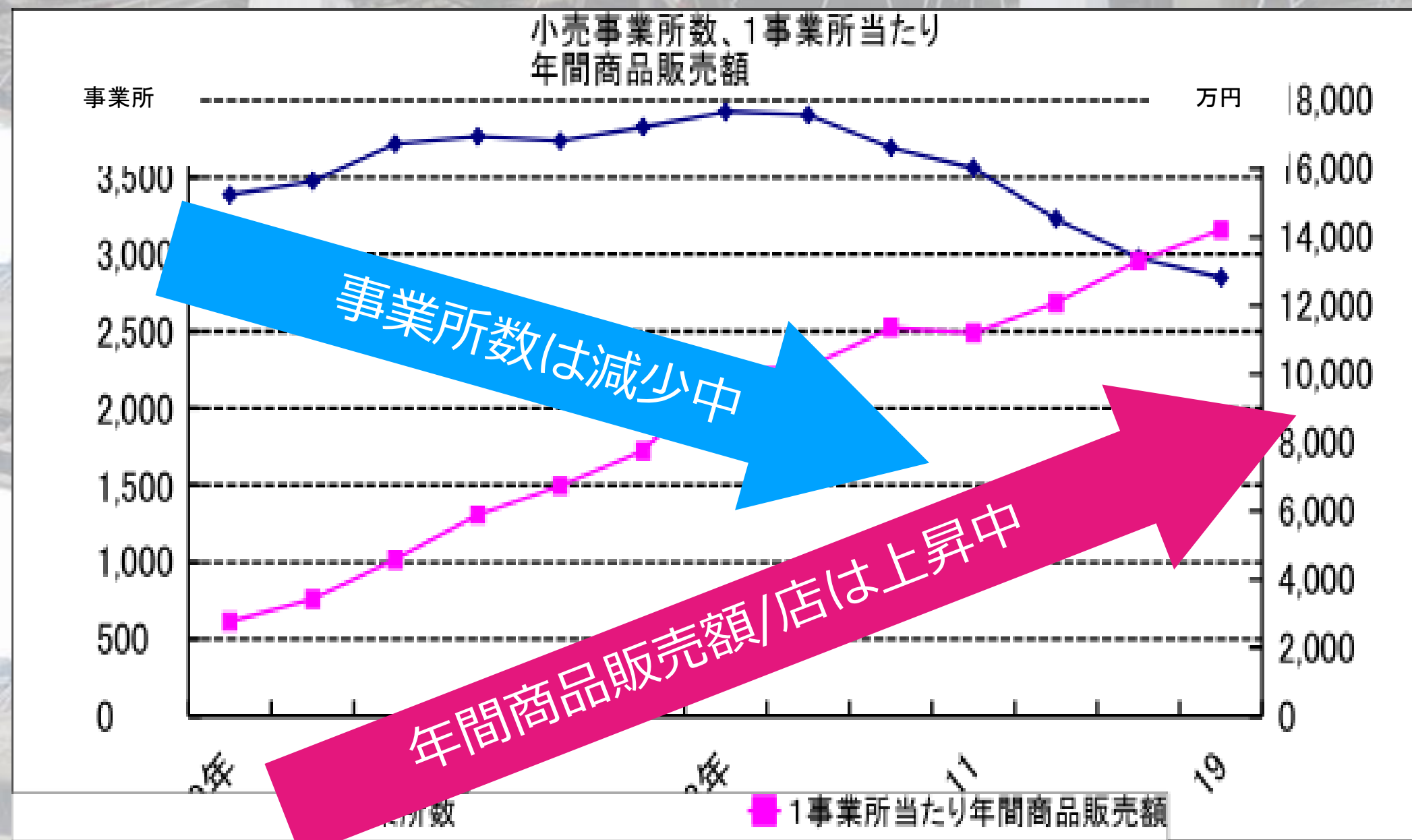
将来的な過疎化の加速

域外にお金が32.3%流出



製造業の付加価値額や、地域外からの流入（出稼ぎ）を
市内への消費に結び付けられていない

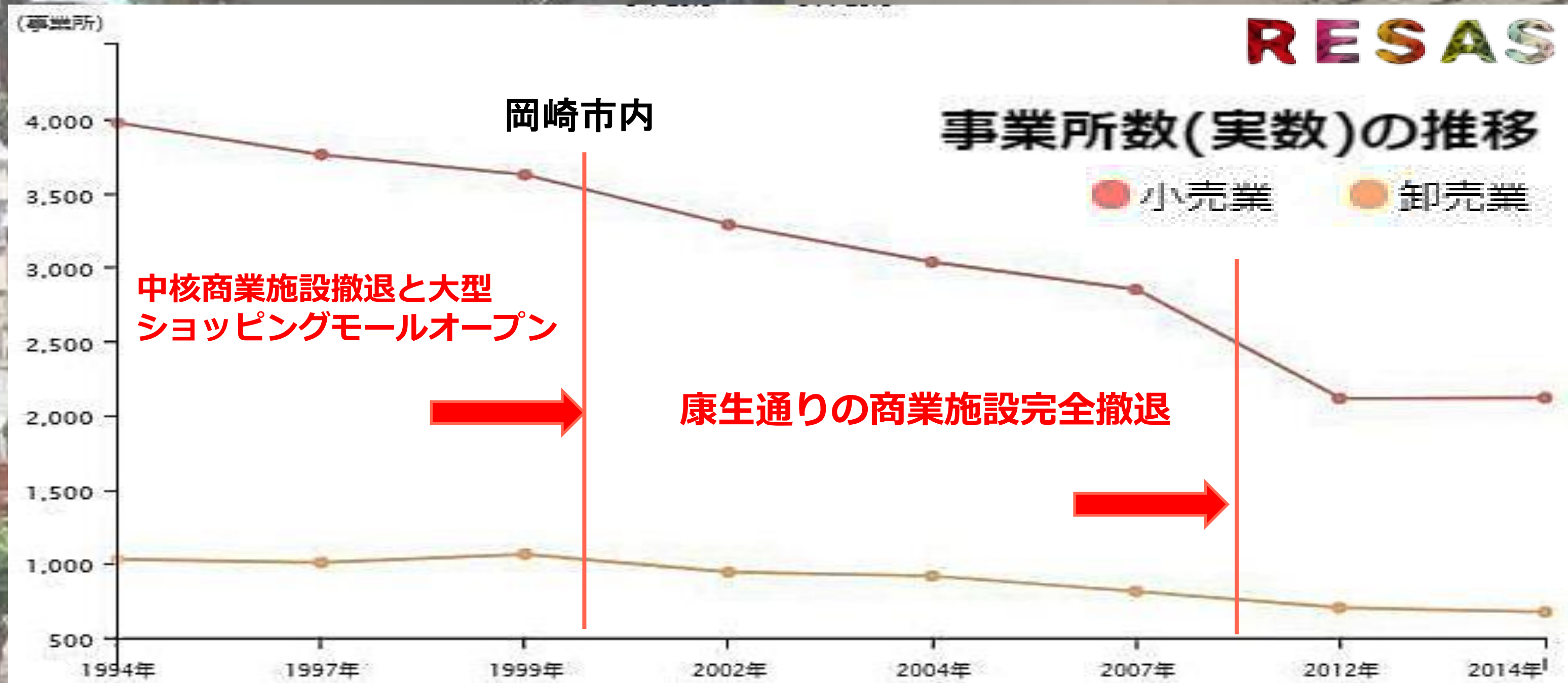
小規模店舗が潰れ、大型店舗が売上を上昇



資料：統計調査結果から見える岡崎市の姿（H24調べ）

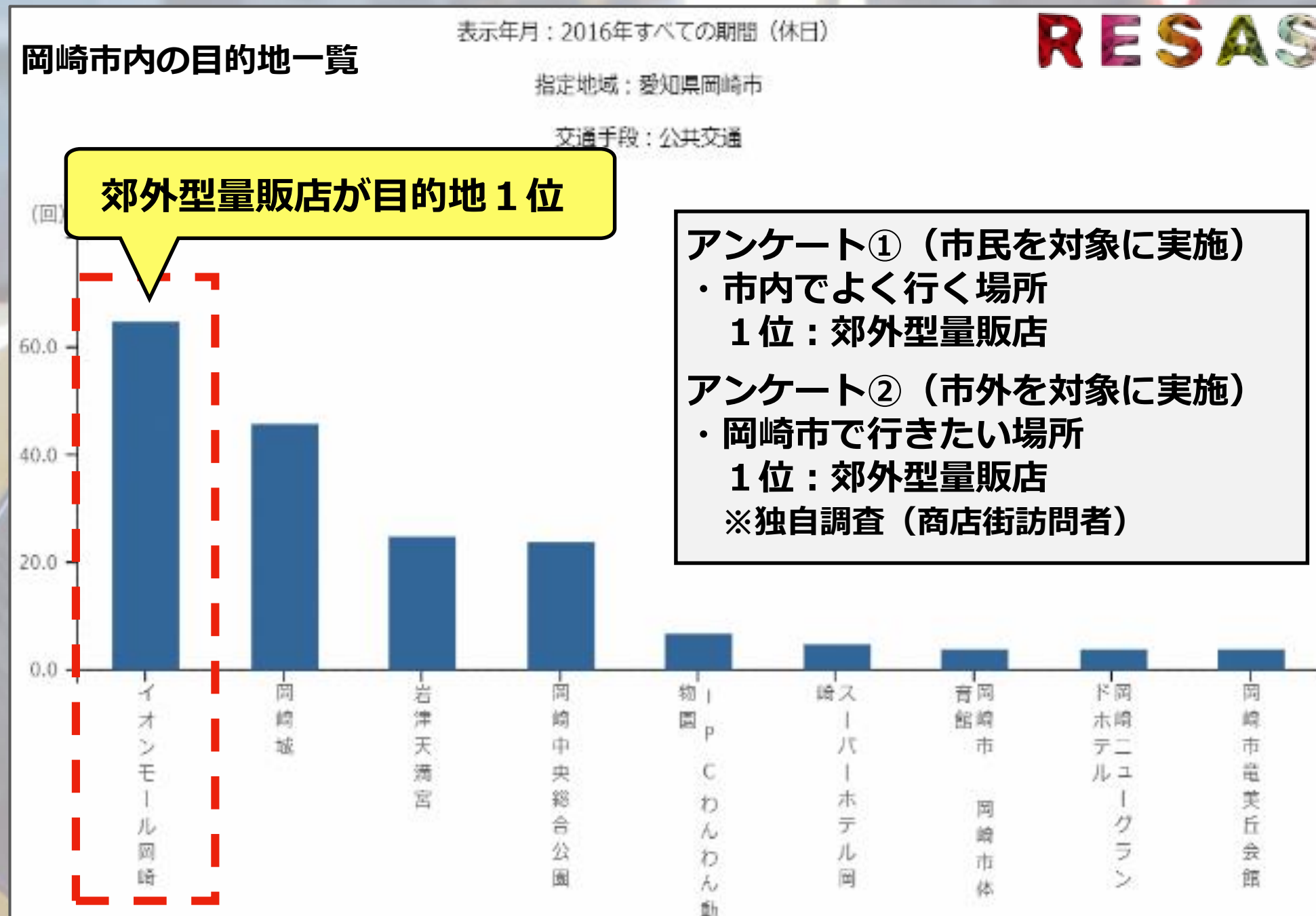
小売業（商店街）の衰退

魅力的な個人商店の減少、空き店舗の増加



空き店舗の増加 / 遊休資産の未活用

市内の人も消費も「郊外型量販店」に流出



郊外型量販店以外の魅力がない

お金を使える魅力が乏しい

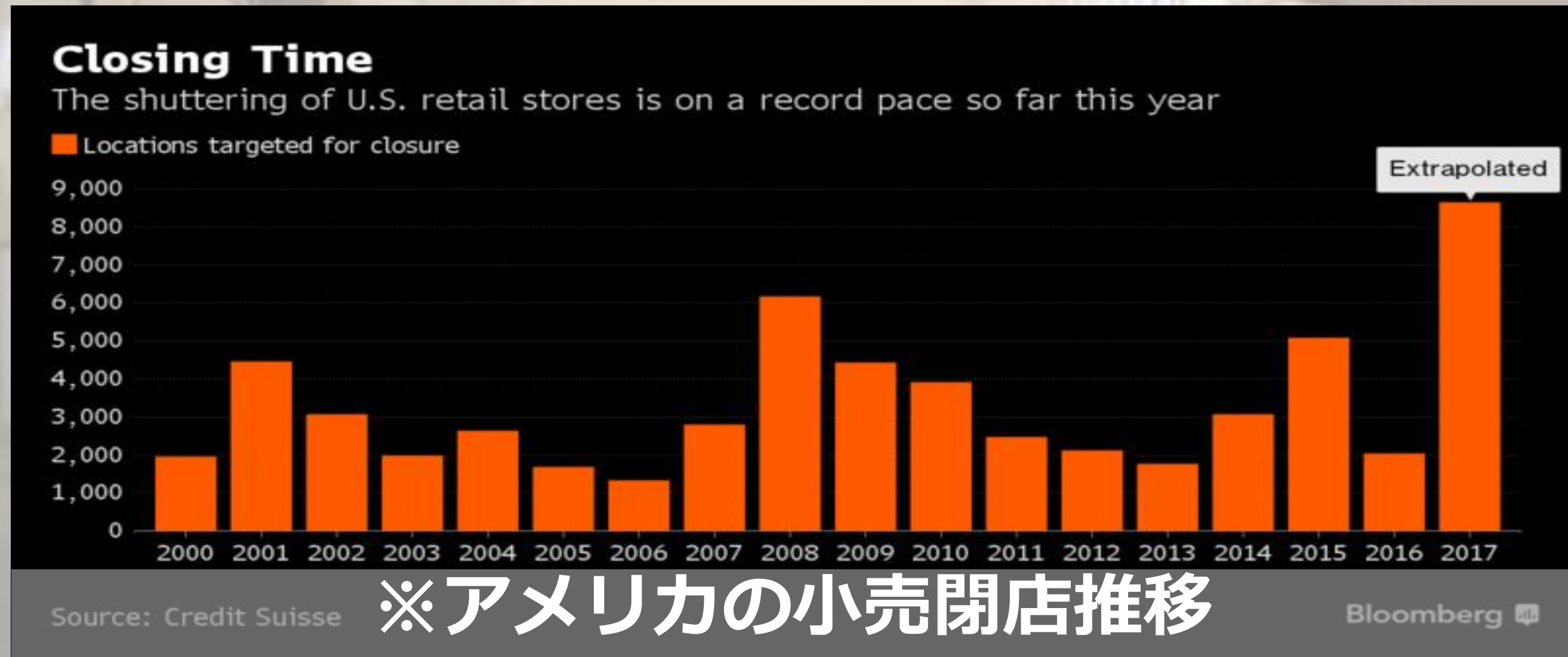
全国平均6,248円に対し、岡崎市は5,839円。
一日あたりの使用金額が全国平均と比較し、少ない！



国交省「旅行・観光消費動向調査」及び平成29年3月岡崎市観光基本計画アクションプランを基に作成

お金を使いたいと思えるコンテンツ不足

このままの未来



(出典 : Bloomberg America's Retailers Are Closing Stores Faster Than Ever)

<https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-04-07/stores-are-closing-at-a-record-pace-as-amazon-chews-up-retailers>

郊外型量販店 → ゴーストタウン化

分析・調査で明らかになったポイント

- ・ 生産労働人口の減少等による将来的な過疎化の加速
- ・ 消費額の3割超が地域外へ流出
- ・ 製造業は堅調だが、小売業（商店街）の衰退
- ・ 魅力的な個人商店及び個性的な商店の減少
- ・ 空き店舗の増加 / 遊休資産の未活用
- ・ 優良な交通アクセスだが、目的地は大型量販店
- ・ 将来的には大型店舗の撤退によるゴーストタウン化

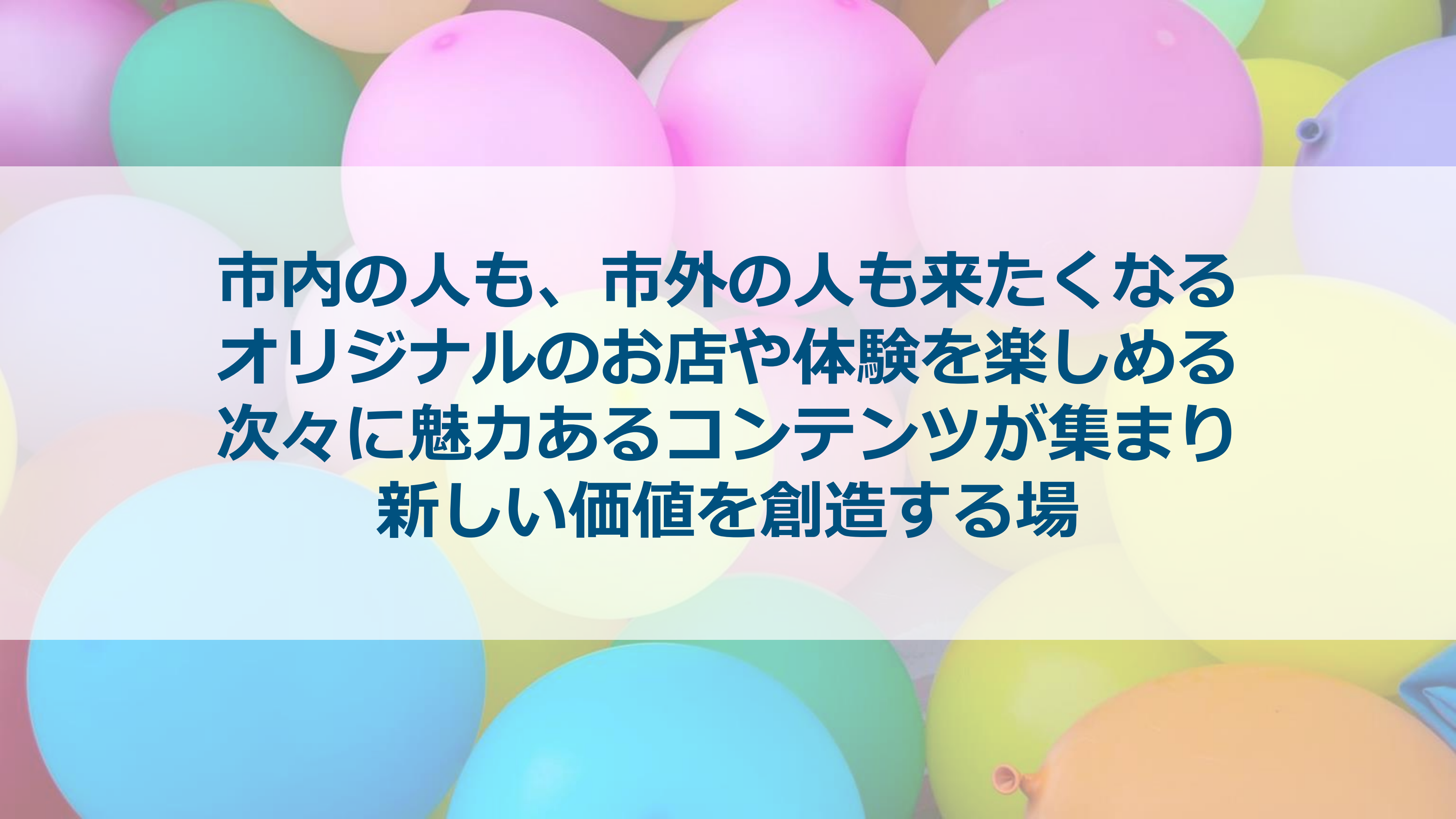
岡崎市が抱える課題

均質的な大型ショッピングモールにお金を使い、
魅力や集客を郊外型量販店に依存するまち



A glowing lightbulb is centered in the frame, emitting a warm yellow light. The lightbulb is partially obscured by a horizontal white band that spans the width of the image. Overlaid on this band is the Japanese text '考えた解決策' in a bold, blue, sans-serif font. The background is dark, and the lightbulb's glow creates a soft, circular halo effect.

考えた解決策



**市内の人、市外の人にも来たくなる
オリジナルのお店や体験を楽しめる
次々に魅力あるコンテンツが集まり
新しい価値を創造する場**

政策アイデア

- ・公共空間の利活用
- ・既存政策との連動
- ・行政書類の簡略化
- ・広報誌などの広報PR
- ・与信確保



サポート

空き店舗



つなぐ人



隠れた名店

お店を出したい人



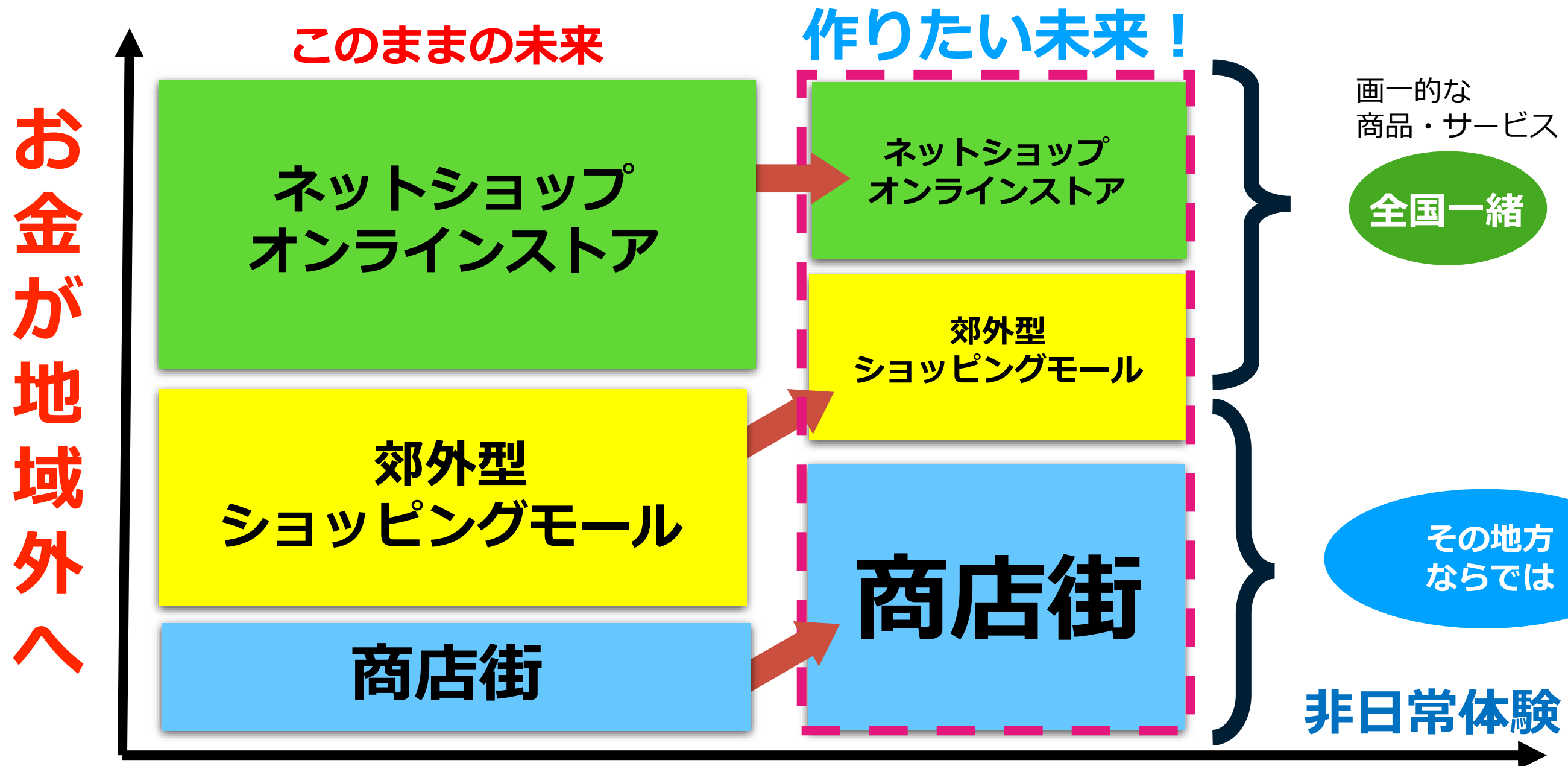
- ・店舗交渉、管理
- ・目利き人材の採用
- ・各手続きの代行

- ・気軽にチャレンジ
→副業・兼業として
- ・出店準備の簡略化

個性 × 空き店舗 × チャレンジ

みんなが集まりたくなる魅力あふれるまち作り

政策アイデア実践後の未来



非日常体験という「個性」を創造し、
人が集まる魅力あるまちと未来をつくる

政策アイデア実践後の未来

- ・ 生産労働人口の減少等による将来的な過疎化の加速
→ 関係人口の増加による活性化

政策アイデア実践後の未来

- 消費額の3割超が地域外へ流出
- 製造業は堅調だが、小売業（商店街）の衰退
→ 魅力的な個店の創造と既存店舗の
相乗効果による活性化

政策アイデア実践後の未来

- ・ 魅力的な個人商店及び個性的な商店の減少
 - ・ 空き店舗の増加 / 遊休資産の未活用
- 遊休資産を活用したパラレルキャリアの
挑戦による活性化

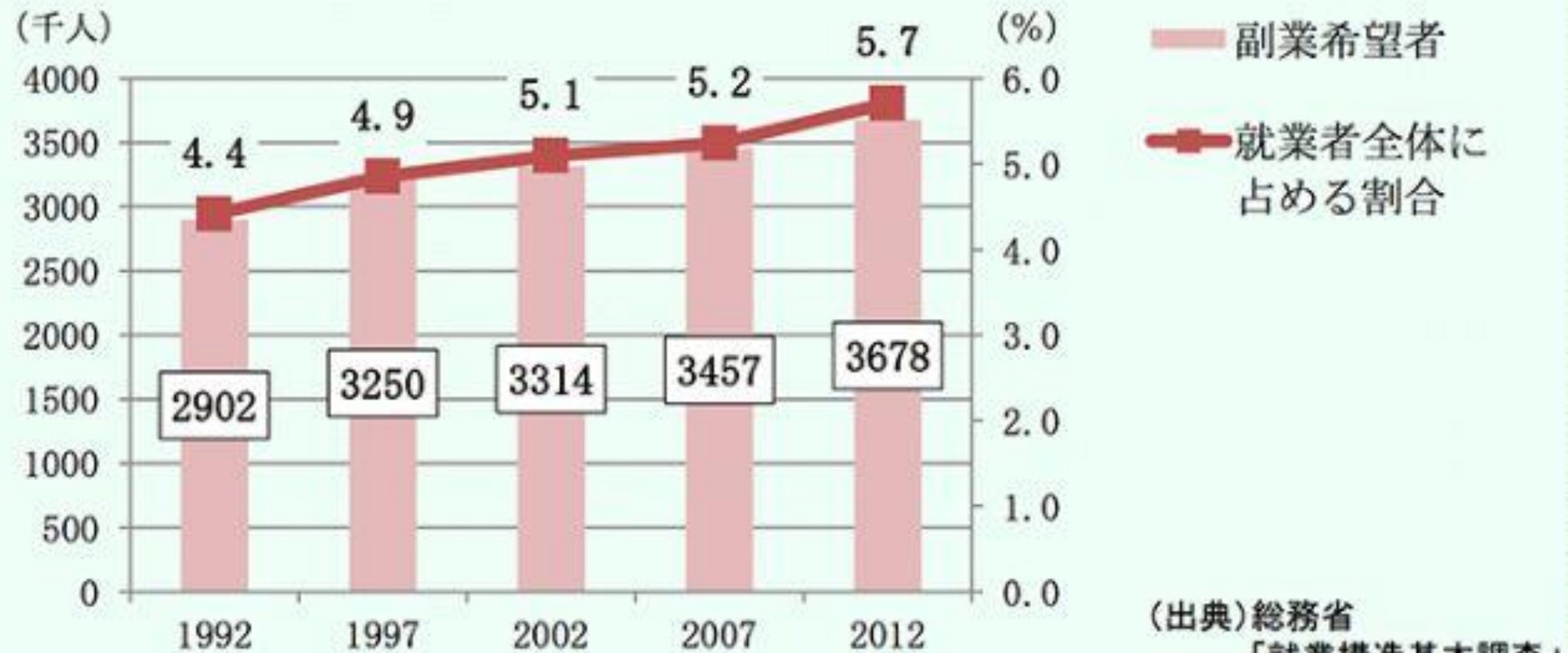
政策アイデア実践後の未来

- ・ 優良な交通アクセスだが、目的地は大型量販店
 - ・ 将来的には大型店舗の撤退によるゴーストタウン化
- **魅力ある個店、体験、価値の創造による活性化**

社会の流れ

資料

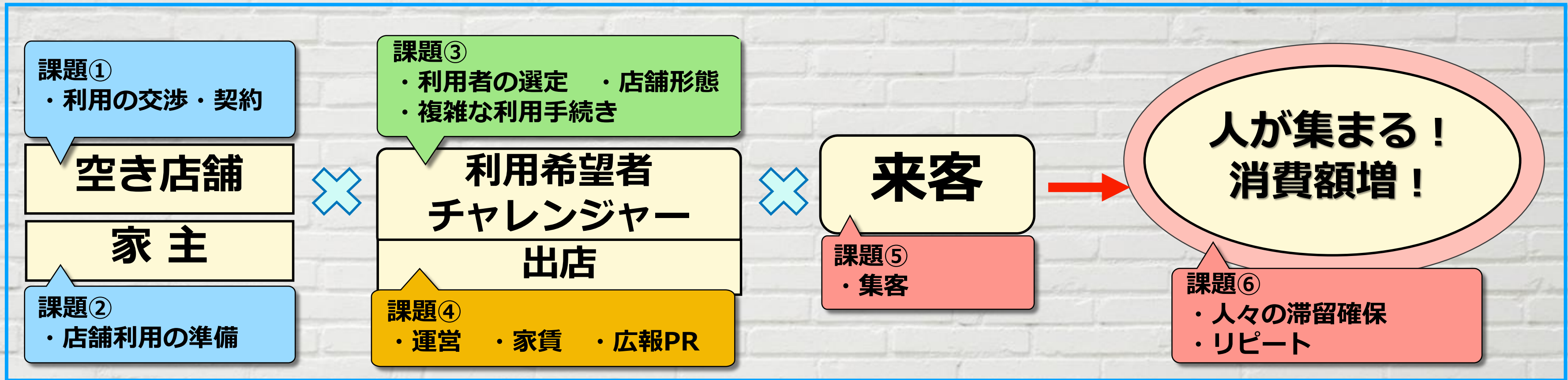
副業を希望している者の推移



(出典)総務省
「就業構造基本調査」

副業を望む人は増加中

空き店舗活用仕組みイメージ



●空き店舗の活用の課題①②

- ・景気が良かった頃の高額な賃借料設定、お金以外にも「信頼」がないと家主からOKがでない、そもそも家主に貸し出す意思がない……等。借りるまでのハードルがある。

●出店の課題④

- ・空き店舗を使いたい人がいても気軽に出店できる仕組みはなく、どうしても手間とお金がかかってしまう。
- ・失敗時のリスクも大きい。副業としてではなく、本業としての挑戦となってしまう。
- ・「試しにやってみる」までにハードルがある。

●煩雑な手続きの課題③

- ・出店するにあたり、いろいろな手続きや準備が非常に多く、気軽に出店することが難しい。
- ・書類準備の煩雑さといったハードルがある。

●集客の課題⑤⑥

- ・「大型量販店」に勝てる集客が見込めるか未知数。
- ・すべてを独力で行わなければならないハードル。
- ・広報PRの仕方がわからなかったり、広告にお金がかかる。

空き店舗活用への取り組み

- ①利用の交渉・契約
- ②店舗利用の準備
- ③利用者の選定 / 店舗形態 / 複雑な利用手続き



商店街関係者を集めた、
空き店舗利用の交渉・説明会

ここ de やる
ZONE

「空き店舗お掃除ワークショップ」

仕組み作りが可能と確信

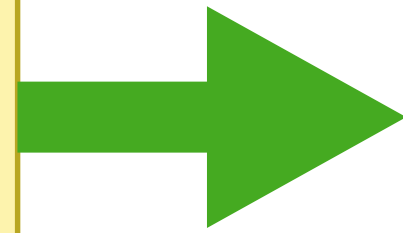


空き3店舗がシャッターオープン！
うち1店舗は新規開店。うち2店舗は自由利用が可能。

- ✓空き店舗オーナーとの信頼関係構築により、店舗の利用可能
- ✓参加者がイベント主催者になり、やりたい！を実践
- ✓魅力的なコンテンツで県外からも人が来ることを実証

手続き・出店・集客への挑戦

- ④運営/家賃/広報PR
- ⑤集客
- ⑥人々の滞留確保/リピート



様々なコンテンツがあるイベントを実施
「OKAZAKI SUMMER TRIBE 2017」

✓委員会管理/手続き類の簡略化

✓チャレンジ参加実現

✓約500人の集客達成



運営会議

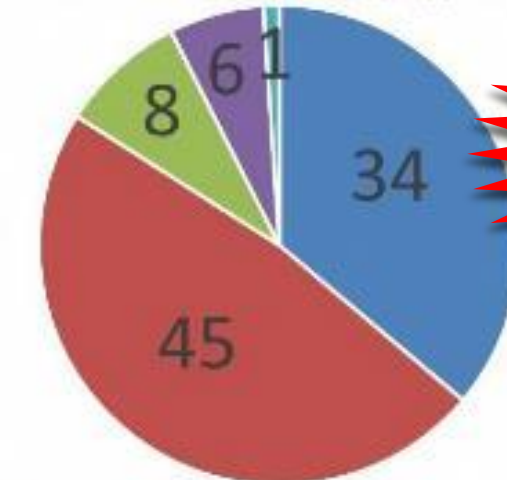


出店店舗



チャレンジ店舗

OKAZAKI Summer Tribe2017 満足度アンケート



84%が満足

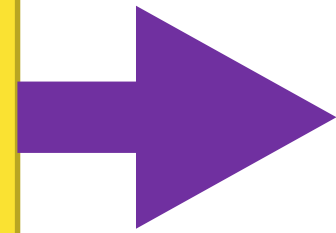
■大満足 ■満足 ■普通 ■不満 ■かなり不満

※独自アンケート

- ・参加者が参画者となり、市内外から多数の方が協力
- ・多数コンテンツがあり魅力を高め、約 84 %が満足
- ・セミプロのチャレンジショップ黒字達成

個人スキル活用/パラキャリアの推進挑戦

- ・さらなる空き家活用
- ・セミプロの活躍促進
- ・パラレルキャリアの支援



空き店舗活用、週1開催
自らのスキルをシェア

「ナイトサロン」

✓空き家活用のシステム化 ✓「スキルシェア」のシステム化



地元住民が気軽に集まり、いろいろなスキルを気軽に学べる場



- ・空き家利用予約システムの構築



- ・スキルシェア集客の一元化

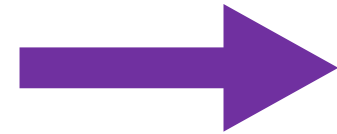


- ・習得スキルで構築した商店街マップ

✓参加者がイベント主催者になり、自身のスキルを共有
✓魅力的なコンテンツで県外からも人が来ることを実証

地域定着とセミプロの実践場

- ・地域活動の定着へ
- ・ナカビト×ソトビトの継続



地域行事・お祭りへの参加、
まちなかでの定期イベント
「MACHI-oto!」

商店街の空き地で
音楽イベント開催



観光地（岡崎城）で
音楽イベント実施



岡崎市Jazz Streetへ参加
幅広い年齢層と音楽を楽しむ

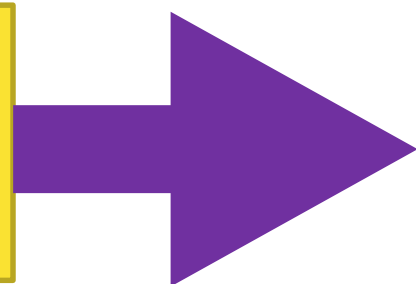


- ✓「まちなか」の実践
- ✓「遊休資産」の活用
- ✓「市民参加型」の定着

- ✓商店街の空き地や公共空間（観光地）である岡崎城を活用
- ✓観光客も地元の方も一緒になって楽しめる場
- ✓補助金に頼らず、できることから実践！

個性×空き店舗×チャレンジ NEXT

- ・継続開催へ
- ・挑戦の拡大へ



前年の反省と学びを活かし、継続開催へ

「OKAZAKI SUMMER TRIBE 2018」



- ✓公共空間（河川敷）の利活用
- ✓みんなが楽しめるコンテンツ
- ✓収益化が可能なことの証明
- ✓市内外の人たちの協力

大学生によるチャレンジ出店、地元の商店主の出展、お笑い芸人の参画等、協力したい人たちが増加

- ✓公共空間である河川敷の利活用…ミズベリングの応用実践
- ✓みんなで楽しみながら、収益を確保し公共空間の持続的維持へ
- ✓産金学士官民の連携による新しい“カルチャー”創出へ

「地元ならではの」の魅力創出と「駅-岡崎城-商店街」の周遊実現へ

市内の人（ウチビト）も、市外の人（ソトビト）も楽しめる
お店、体験、価値を創造する場を実現します！

