

第2期 藤枝市商業振興戦略

魅力あふれ賑わい広がる商業地づくり

2021→2030



藤枝市
Fujieda City

目 次

はじめに

1. 戦略策定の趣旨	02
2. 戦略の位置付け	02
3. 戦略の構成と計画期間	03
4. 藤枝版ローカルSDGsの推進	04

第1章 藤枝市商業の動向

1. 藤枝市商業を取り巻く状況	06
2. 藤枝市商業の主な指標とその動向	08

第2章 藤枝市商業振興ビジョン

1. 目標像と施策の体系	10
2. 基本方針と基本施策	14
3. 実現に向けての進め方	26
4. 商業立地ガイドライン	28
用語解説	37

はじめに

1. 戦略策定の趣旨

本市では、平成27年度に「第1期藤枝市商業振興戦略」を改訂し、「活力と賑わいが続き、可能性と魅力があふれるまち藤枝」を目指し、消費者の満足度を高めるための商業者の努力を促すとともに、エコノミックガーデニングの推進による地元中小事業者の支援策に取り組んできました。

そうした取組により、開業による空き店舗の減少や、個々の商業者のまちゼミ等での活発な活動が増加した一方、特に中心市街地以外では人口減少、少子高齢化の影響が色濃く見られ、商店街店主の高齢化や後継者の不在による店舗の減少と商店街組織の活動鈍化に歯止めがかからない状況です。

そうした状況を踏まえ、外部有識者からなる「商業施策評価検討委員会」の施策の評価、提言を基に、これまでの取組の検証・見直しを行い、「第6次藤枝市総合計画」と「第2期ふじえだ健康都市創生総合戦略」に基づき戦略的に施策を推進するため、第2期藤枝市商業振興戦略を策定します。

2. 戦略の位置付け

この第2期藤枝市商業振興戦略は、上位計画である「第6次藤枝市総合計画」と「第2期ふじえだ健康都市創生総合戦略」に基づく個別計画で、関連する計画（都市計画、中心市街地活性化、中小企業振興、企業立地推進、観光交流など）と整合を図るものとします。

上位計画

第6次藤枝市総合計画（R3～R12）

第2期ふじえだ健康都市創生総合戦略（R2～R6）



整合

第2期藤枝市商業振興戦略

計画期間：令和3年度～令和12年度



整合

関連計画

- 藤枝市観光交流基本計画
- 藤枝市立地適正化計画
- 中小企業振興推進プラン
- 藤枝市中心市街地活性化基本計画

3. 戦略の構成と計画期間

戦略の構成は、第1章として、「藤枝市商業の動向」を把握し、第2章として、本市商業の目標像と施策を示す「商業振興ビジョン」を定めています。

戦略の計画期間は、上位計画である「第6次藤枝市総合計画」の計画期間と同一の、令和3年度から令和12年度とし、令和7年度に中間見直しを行います。

なお、社会情勢に大きな変化が生じた場合については、必要に応じて計画の見直しを行うものとします。



4. 藤枝版ローカルSDGsの推進

国際社会の共通目標であるSDGsに対する地方自治体としての取組姿勢を示した本市独自の目標「藤枝版ローカルSDGs」に向けた取組を、市内商業の振興施策と連動して推進します。

【藤枝版ローカルSDGsの17の目標のうち本戦略に関連の深いもの】

8 力強い 地域産業と 多様な働き方 を生み出す	9 変革を 生み出す 産業基盤を つくる	11 災害に強く 快適な居住 環境をつくる	17 あらゆる 主体が協働・ 協奏する まちをつくる
--------------------------------------	----------------------------------	--------------------------------	--

【藤枝版ローカルSDGs】



第1章 藤枝市商業の動向

1. 藤枝市商業を取り巻く状況

本市の近年における状況は、人口減少、少子高齢化、新型コロナウイルス感染症への対策等の国内全般同様の課題がある一方で、中心市街地の活性化や、地価の上昇、10年連続の転入超過傾向など全国的にも特筆すべき好循環を維持してきました。

現状、全国の商業環境は、オンライン市場が急速に拡大することで、店舗の競争相手が全国に広がり、差別化の重要性が高まるとともに、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、非対面販売や、非接触型のキャッシュレス決済の普及が加速するなど、商業環境の変化は非常に激しい状況です。

市内の商店街においては、住宅併用の店舗が廃業により住宅化して新規出店に結び付かないなど、商店数が減少しており、店舗経営者の高齢化も伴って、各商店街の活動鈍化が見られます。

一方で、空き店舗の減少が進み、新たに出店した経営者を中心に商業環境の変化に積極的かつ柔軟に対応するとともに、SNSを活用した独自の魅力発信の機会が増えるなど、意欲的な取組を行う経営者が増えています。

本市の駅周辺は中心市街地活性化基本計画に基づき、再開発事業をはじめとした民間活力を積極的に導入した官民連携による様々な取組により活性化が進んでおり、さらなる賑わいの創出に向けた取組が進行中です。

また、旧東海道宿場町に端を発する藤枝宿商店街エリアや岡部宿商店街エリアは、地域住民の生活基盤を支える都市機能を有するとともに、本市の歴史文化を継承する拠点であり、商業機能と人々の交流拠点機能、そして、地域コミュニティ機能を融合した拠点としての役割が求められています。

さらに、郊外に広がる住宅地等においても、各地区に生活基盤となる機能が集約した拠点があり、高齢社会において、その商業機能の維持について必要性が高まっています。

買い物をする場所というのは、物を売るだけではない交流の場でもあり、買い物弱者という社会課題の顕在化からも、子育て世代や高齢者を中心とした地域のコミュニティの場としての買い物環境の更なる充実を図る必要があります。

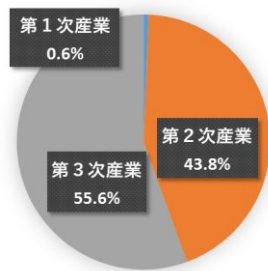
ICTの普及により、全国どこでも買えるものを市内で買う必要性がなくなり、改めて「専門性、独自性」の価値が高まるとともに、小さな個店が広く情報発信をする方法が出現しました。また、高齢社会と人口減少社会の到来により、各地区の拠点における商業機能の集約と再生が期待されるなど、本市の商業を支える個店の重要性と期待される役割が増しています。

第6次藤枝市総合計画における市民意向調査の結果でも、藤枝市を住みやすいと答えている方は、全体の80.5%にも達し、前回調査結果（平成26年度）よりも1.2%増加しています。そして、「住みやすさ」の一つの要素としての「買い物しやすい環境」を整えていくことが、定住人口の維持につながり『志太榛原地域の中核都市』としての持続的な発展に結び付いていきます。

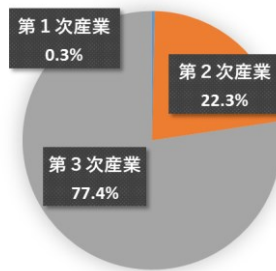
第3次産業が高い割合を占める産業構造

本市では、市内総生産（平成29年度）の55.6%、事業所数（平成28年度）の77.4%、従業者数（平成28年度）の69.1%を第3次産業が占めています。

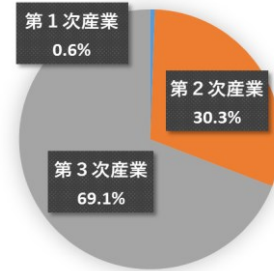
【総生産】



【事業所数】



【従業者数】

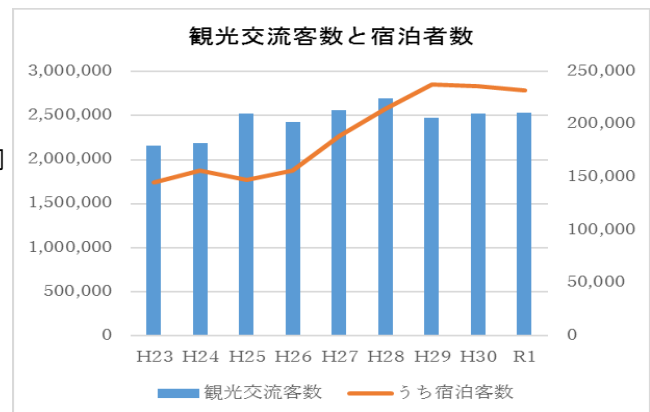


出典：平成29年度しずおかけんの地域経済計算、平成28年経済センサス

観光交流の活発化

観光交流客数は平成25年度まで右肩上がりで推移し、それ以降は年間250万人前後で推移しています。

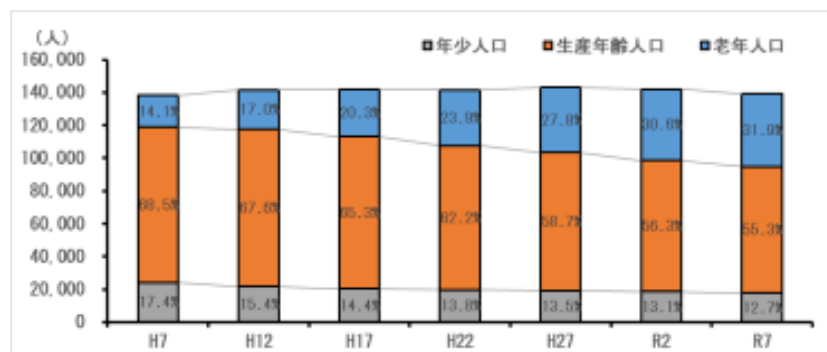
また、宿泊者数は平成29年度まで増加傾向が続き、それ以降は横ばい傾向ですが、令和元年度は23万2千人を数えました。



出典：藤枝市商業観光課調べ

人口の推移

本市の人口は、日本全体が平成20年にピークを迎えた後も増加傾向にありますが、平成27年以降ピークを迎え減少に向かう中で、令和7年には、年少人口は12.7%、生産年齢人口は55.3%、老年人口は31.9%と、ますます少子高齢化が進行していると推計されています。



出典：H7～27年は国勢調査による。R2～7はふじえだ健康都市創生総合戦略における推計値

2. 藤枝市商業の主な指標とその動向

●市内総生産における卸売・小売業、サービス業の生産額合計について（平成29年度）

1, 455億円 （+15.4%）	【上位3業種】	（ ）内は、平成24年度との比較
	1. 保健衛生・社会事業	424.3億円（+12.8%）
	2. 卸売・小売業	399.3億円（+8.7%）
	3. 専門・科学技術・業務支援業	300.1億円（+44.1%）
出典：しずおかけんの地域経済計算（令和2年4月）		

藤枝市商業振興戦略では、「人」や「物」の交流を盛んにすることにより、市民生活に必要な生活基盤としての商業振興を図ることをねらいとしています。

市域全体の商業動向を概観する指標として、第1期商業振興戦略の中間見直し時点（H24）と最新（H28～29）の卸売・小売業やサービス業等の総生産額を比較すると、合計額で15.4%の増加、特に専門サービスや広告業、労働派遣業が含まれる分野の増加が顕著です。

●事業所・従業者数について（平成28年）

※公務を除く	
事業所数 5,980 （-0.8%）	従業者数 54,887人 （+0.8%）
【主要産業別】（ ）内は、平成24年度との比較	【主要産業別】（ ）内は、平成24年度との比較
① 卸売・小売業 1,540（-3.2%）	① 卸売・小売業 11,390人（-0.8%）
② 飲食店、宿泊業 677（-0.1%）	② 飲食店、宿泊業 4,925人（+5.6%）
③ サービス業 304（-3.2%）	③ サービス業 4,256人（+16.0%）
（他に分類されないもの）	（他に分類されないもの）出典：平成28年経済センサス

卸売・小売業やサービス業等の総生産額が増加していますが、当該事業者・従業員数を見ると事業所数は微減、従業員数は微増であり、個々の生産性の効率が高まっていることが指標から読み取れます。また、飲食店に対して卸売・小売業の事業所・従業者数の減少が顕著です。

●小売業の動向について（平成28年）

		（ ）内は、平成24年との比較
事業所数	1,043店	(+7.3%)
従業者数	7,169人	(+12.4%)
年間商品販売額	1,426.3億円	(+30.1%)
売場面積	159,933㎡	(-7.7%)
		出典：平成28年経済センサス

事業所・従業者数の減少が顕著な卸売・小売業のうち、小売業のみを見た場合、売場面積は減少しているものの、他の数値は大きく増加しており、卸売という業態の急激な衰退と、百貨店型の店舗の苦境を読み取ることができるとともに、本市の小売業が個店によって支えられ、発展していることが再確認できます。

第2章 藤枝市商業振興ビジョン

1. 目標像と施策の体系

藤枝市が地域資源を活かした活力・魅力・交流が持続するまちになるために、藤枝市が行う商業振興の目標像・施策の体系を示します。

【目標像】

魅力あふれ賑わい広がる商業地づくり

～活力・魅力・交流が持続するまち～

本市の商業は、大変多くの中小事業者と個店に支えられ成り立っているものであり、商業の振興にあたっては、第一に事業者や店舗経営者等の努力によって創出される個店の「魅力」とその集積である商業拠点の「魅力」を向上することを最重要要素と位置付けます。

その上で、商業拠点が、地域住民の生活基盤として、また、地域コミュニティの場として、さらには、様々な来訪者が交流する場として、持続的に活力と交流を創出するまちの姿を本戦略の目標像として定めます。

本戦略の推進にあたっては、①個店を中心とした事業者の経営力と意欲の向上を目指す取組、②商業拠点のコミュニティ機能と回遊性の向上を目指す取組、③拡大を続けるネット空間市場への参入やキャッシュレス決済等のデジタル化を推進する取組、④長寿社会や感染症対策などの変化する顧客ニーズへの対応を推進する取組、の4つの取組を体系立て、目標像の実現に向けた『4つの基本方針』として、以下のとおり定めます。

【基本方針】

- ◎個店の魅力と意欲向上による賑わい創出
- ◎コミュニティと回遊の商業拠点形成
- ◎新たな商業空間づくり、商取引の推進
- ◎ニーズに応え持続する商業空間づくり

(1) 施策の体系

目標像		基本方針	基本施策	
魅力あふれ賑わい広がる商業地づくり	活力・魅力・交流が持続するまち	1. 個店の魅力と意欲向上によるにぎわいの創出	①	個店の経営力と魅力向上
			②	商業者同士の連携促進
			③	商店街の魅力を高める活動支援
		2. コミュニティ機能と回遊性向上による商業拠点形成	①	商店街のコミュニティ機能強化
			②	地域資源を活用した商業空間づくり
			③	交流拠点の形成
		3. 新たな商業空間づくり、商取引の推進	①	新しい商習慣の導入
			②	新しい商取引の推進
		4. ニーズに応え持続する商業空間づくり	①	多様化するニーズへの対応支援
			②	新規出店・空き店舗活用促進
			③	地域に貢献する商店街形成
			④	人財育成と事業承継の促進

(2) 数値目標

市域全体の商業動向を概観し、商業振興戦略に掲げる目標像への達成度を計るため、「卸売・小売業、サービス業の生産額」を指標として設定します。

同時に、商業振興戦略を実現させるための4つの基本方針の進捗を表す指標を、それぞれの基本方針に合わせて設定します。

◎「商業振興戦略」全体の指標

指標の内容	現状値	目標値
市内総生産における卸売・小売業、サービス業の生産額	1455.0 億円 (H29)	1545.0 億円 (R5)

◎「個店の魅力と意欲向上による賑わい創出」の指標

指標の内容	現状値 (R1)	目標値 (R7)
空き店舗等開業支援事業利用件数【R1 年度より累計】	13 件	85 件
ふじえだ まちゼミ参加店舗数【年間】	66 店舗	75 店舗

◎「コミュニティと回遊の商業拠点形成」の指標

指標の内容	現状値 (R1)	目標値 (R7)
商店街魅力アップ事業活用件数【年間】	11 件	75 件

◎「新たな商業空間づくり、商取引の推進」の指標

指標の内容	現状値 (R1)	目標値 (R7)
WEB販売にかかる相談・支援件数	52 件	70 件

◎「ニーズに応え持続する商業空間づくり」の指標

指標の内容	現状値 (R1)	目標値 (R7)
藤枝型買い物支援サービス応援事業活用件数 【R1 年度より累計】	3 件	25 件
商店街における空き店舗率【年間】	4.3%	4.0%



藤枝名店街（白子商店街）百円笑店街



上馬商店街 夏まつり



駅前商店街 駅北フェスタ

2. 基本方針と基本施策

基本方針1 個店の魅力と意欲向上による賑わい創出

商業者同士の交流機会の創出と、既存店の経営改革によって、新たな事業展開の可能性を広げ、競争力が高く、地域に活力を波及させる個店を数多く育てていくことで、商店空間の魅力を高めます。

基本施策① 個店の経営力と魅力向上

●個店の強化・魅力向上

商店街などの各地区商業拠点を構成する既存店の経営力を強化することで、魅力あるまちづくりへつなげます。

取組内容

- ・ 個店の存在感、競争力を高めるプログラム「商人塾」を開設し、既存店の経営力を強化する
- ・ 個店の認知度向上とファンづくりに資する「得する街のゼミナール」の開催を支援するとともに、参加店舗の拡大を推進する
- ・ 県が実施する「ふじのくに魅力ある個店『地域のお店』デザイン賞」に市内店舗を積極的に推薦し、市内外への魅力周知を行う

連携施策

- ・ 藤枝まちゼミ実行委員会と連携し、個店の経営力強化のためのセミナーの開催等を支援する
- ・ 商工会議所、商工会と連携した経営革新計画策定を促進する
- ・ 商工会議所、商工会と連携した個店経営指導事業や個店改善事業に対して支援する

●専門性・独自性の向上

顧客のニーズが細分化する中で、需要・消費を喚起するため、個店が専門性・独自性の高い業態を展開し、日常の来街・買い物を促進します。

取組内容

- ・ 藤枝セレクション等への認定により、商品の露出機会の拡大や販路拡大を図る
- ・ 「得する街のゼミナール」出店者の勉強会や意見交換会開催を促し、事業者の技能や専門知識の向上と異業種間の交流を促進する

連携施策

- ・ 商工会議所、商工会と連携し、取扱領域の専門性向上や新たな業態への転換など、個店や商店街のブランディング（コンセプトづくり）を支援する
- ・ 商工会議所、商工会と連携し、品揃えだけでなく、サービスやこだわりといった「付加価値」を提供する个性的かつ専門性のある店づくりを支援する

基本施策② 商業者同士の連携促進

●商業の新連携促進

同業・異業種間や個店同士などの連携・交流を促進による経営ノウハウの向上や、新たな取組の展開など事業の強化・拡大につなげます。

取組内容

- ・ 商人塾を開設し、個店や商店街同士の連携、商店街の垣根を超えた商業者の交流の場を設ける
- ・ 企業と小売店舗といった異なる産業や、相乗効果を発揮する業種（お茶屋と菓子屋など）が、連携する機会を創出する
- ・ 「得する街のゼミナール」出店者の勉強会や意見交換会開催を促し、事業者の技能や専門知識の向上と異業種間の交流を促進する（再掲）

連携施策

- ・ 農商工連携による新たな特産品・サービスの開発やビジネス化を促進する
- ・ 商店街と市民団体や、起業家グループとの連携など、新たな連携を促進する。
- ・ 市民団体等と連携した、アート、演劇、文化イベントを活用したイベントを推進する

●商店街組織の強化

新たな出店者の誘導や、同一エリアの統一的な活動による活力の向上により、商店街組織を強化し、商店街の持続的発展を図ります。

取組内容

- ・ 商店街への新規出店者への伴走的な支援を行う
- ・ 藤枝宿エリアや岡部宿エリア、駅北エリアなど、一体的な商業集積地区の活性化を進めるため、組織の再編も含めた連携強化を推進する
- ・ 商店街の空き店舗への開業を誘導するため、商店街エリアを中心に、開業に必要な改装等に対し支援を行う
- ・ 事業者や企業等のまちづくり意識を高め、自律的、主体的行動を促進する

連携施策

- ・ 経営基盤強化に向けた新たな枠組みでの商店街組織の再構築を検討する
- ・ 地域資源を活かしたまちの個性化（エリアブランディング）に向けた地域との対話と、ブランディングに基づくまちづくり活動を促進する

基本施策③ 商店街の魅力を高める活動支援

●商店街イベントの推進

商店街組織に限らず、商工会議所や商工会、(株)まちづくり藤枝、市民活動団体等が、商店街を舞台に行うイベント実施を支援します。

取組内容

- ・商店街を舞台に行われる、様々な主体が実施するイベントを支援する
- ・藤まつりや桜まつりなど、商店街に隣接するイベント開催時に、商店街への誘客と回遊を促進する事業を実施する
- ・体験を中心とした「コト消費」に対応した商店街のイベントや取組を推進します。
- ・商店街組織同士の連携によるイベントの拡大展開や持続性発展を支援する

連携施策

- ・商工会議所、商工会と連携し、商店街の魅力を発信し、誘客につながるイベントを促進する
- ・民間事業者や市民活動団体が主体となって行うイベントの開催に協力する

●商店街の機能向上

商店街の経営基盤強化と社会活動の2つの側面を支援し、商業機能の充実だけでなく、地域社会における役割の拡大を推進します。

取組内容

- ・商店街同士の連携事業や若手事業者グループによる新たな取組等、意欲ある商店街への選択と集中により重点的な支援を行う
- ・商店街の空き店舗や空き地について、高齢者や子育て世代を中心とした憩いと交流のスペースや、学生の社会学習、自習スペース等としての活用を支援する
- ・商店街同士が連携して行うイベントや組織統合に向けた取組について支援を行う

連携施策

- ・商店街周辺の地域住民に対して、商店街情報と地域情報を合わせた情報発信を行う
- ・藤枝版まちの駅「ちょっくらくぽく処」の取組を促進する
- ・子育て世代の利便性向上を図る「赤ちゃん駅」事業を推進する

基本方針2 コミュニティ機能と回遊性向上による商業拠点形成

賑わいづくりや、まちづくり活動などの商店街の取組等を支援し、商店街に交流スペースを増やすことで商店街のコミュニティ機能を強化するとともに、活発な人的交流を生み出し、ビジネスチャンスにつなげます。

基本施策① 商店街のコミュニティ機能強化

●商店街のコミュニティ向上

商店街におけるコミュニティ機能の充実を図り、地域の歴史・文化を育み、交流の場として異世代間や地域住民と来訪者をつなぐ拠点形成を促進します。

取組内容

- ・ 空き店舗等のテレワークスペース（シェアオフィス、コワーキングスペース等含む）への整備を促進することで、起業者が交流する場を創出する
- ・ 商店街の空き店舗や空き地について、高齢者や子育て世代を中心とした憩いと交流のスペースや、学生の社会学習、自習スペース等としての活用を支援する（再掲）
- ・ 藤枝宿、岡部宿の特長ある歴史資源を活用した商店街の交流拠点づくりを推進する

連携施策

- ・ 高校や大学など、地域の学校と商店街との連携を支援し、文化、学習等の市民活動の場を地域の商業地へと誘導する
- ・ 商店街等での子育て世代や高齢者の居場所づくりを進め、交流機会と愛着を深める機会の拡大を促進する

●まちづくりに向けた交流連携

事業者のみならず、可能性を広げる多様な団体の参画を促し、まちづくりの視点からの商業拠点づくりを推進します。

取組内容

- ・ 商店街とNPO等市民活動団体や地元の大学・高校との連携などを支援する
- ・ 商店街を舞台としたNPO等市民活動団体の活動に対して支援を行う
- ・ 事業者や企業等のまちづくり意識を高め、自律的、主体的行動を促進する（再掲）

連携施策

- ・ ㈱まちづくり藤枝や藤枝市観光協会などとの連携により地域活性化策を実施する
- ・ 大学や高校と連携し、商店街との交流機会を促進することで、若い世代が商店街に関心を持ち、まちづくりに参画する機会を促進する
- ・ 地域資源を活かしたまちの個性化（エリアブランディング）に向けた地域との対話と、ブランディングに基づくまちづくり活動を促進する（再掲）

基本施策② 地域資源を活用した商業空間づくり

●地域のブランド力向上

地域住民と共に、まちづくりの視点を持って地域の付加価値を高め、個性を発揮することで顧客に選ばれる商業拠点の振興を図ります。

取組内容

- ・ 藤枝宿商店街や岡部宿商店街という複数の商店街が一体的なまちを形成するエリアで、統一したまちのブランディングを行い、ブランド力を向上する取組を推進する
- ・ まちのブランディングに合わせた出店やリノベーションを支援し、ブランド力向上を図る
- ・ 蓮華寺池公園や岡出山公園などの地域資源を活かしたウォーキングイベントの開催等により旧東海道商店街へ誘客、回遊させる取組を行う

連携施策

- ・ 地域の高校や大学等と連携し、まちのブランディングへの参画を図ることで、若い世代の視点を取り入れる
- ・ 地域資源を活かした、地域体験プログラム「藤枝おんぱく」や「志太天神ひな街道」、「お茶の香ロード」等の開催を支援し、商業者の地域に対する愛着と参加意識を高めていく
- ・ 「藤枝ならではの」の商品・サービス開発やデザイン制作を促進する

●観光交流施策との連動

観光交流促進と連動した商業振興策を展開することで、藤枝市を広く内外にPRし、市民の誇りを育むことで、さらなる交流促進を推進します。

取組内容

- ・ 日本遺産やお茶、サッカー、居酒屋のまちを活かした商業活動への支援を行う
- ・ 藤枝市の個性（地酒・スイーツ・朝ラーメン等）を、観光と連動した振興策で推進する
- ・ フリーペーパー等を活用した情報発信や、ターゲットを定めた効果的な発信により地元商店街の再認識を図る
- ・ 藤まつりや桜まつりなど、商店街に隣接するイベント開催時に、商店街への誘客と回遊を促進する事業を実施する（再掲）
- ・ 県内外からの来訪者や外国人客に対応した商品・サービス提供を推進する

連携施策

- ・ 日本遺産を有する「街道文化」を重要な地域資源と位置づけ、それらを活用した地域の魅力や価値の向上により、東海道ブランドを活用したシビックプライドの醸成と交流促進を図る。
- ・ 蓮華寺池公園周辺エリアへの誘客を促進するため、イベントの開催やSNSを活用して公園利用者に商店街の情報を周知する

基本施策③ 交流拠点の形成

●コンパクト＋ネットワークの推進

「商業立地ガイドライン（P28～）」に基づき、中心市街地と各地域拠点への商業集積を伴う都市基盤整備と連動した商業振興を行います。

取組内容

- ・市内各地区の拠点形成について、その方向性を「商業立地ガイドライン」に定め、地域の課題解決に向けた商業立地誘導を図る
- ・再開発事業に連動した集客や回遊性向上を図る取組を支援する
- ・コミュニティ拠点機能や商業機能を高める個店のリノベーションを支援する
- ・藤枝宿エリアや岡部宿エリア、駅北エリアなど、一体的な商業集積地区の活性化を進めるため、組織の再編も含めた連携強化を推進する（再掲）
- ・宅配サービス、移動販売、新たな移動手段の確保にむけた実証実験等、市内の各地域をつなぐ取組を支援する
- ・商店街の空き店舗への開業を誘導するため、商店街エリアを中心に、開業に必要な改装等に対し支援を行う（再掲）

連携施策

- ・既存商店街同士や若手・女性商業者同士が連携した地域振興策を支援する
- ・まちの個性化（エリアブランディング）に必要な情報収集、提供体制の構築を行う
- ・安心して買い物できるための防犯・環境美化対策支援を行う

●旧市街地（藤枝宿エリア等）の再生推進

本市の立地適正化計画における「文化交流拠点」の中核となる藤枝宿エリア含む旧市街地について、交流の創出や回遊性の向上と生活利機能の集積による再生を図ります。

取組内容

- ・旧市街地における商業機能の再生・強化に向け、全庁的な協議によりハード・ソフト両輪での事業展開を体系的に定める計画を策定する
- ・旧市街地への新規出店者を誘致するため、空き店舗への開業に対する優先的な支援や、廃業店舗の貸店舗利用促進を推進する
- ・旧市街地への誘客や回遊を促進するため、各種団体のイベントに対して支援を行う

連携施策

- ・地域住民や意欲を持った若手・女性を中心とした商業者等の意見を反映した事業計画を定める

基本方針3 新たな商業空間づくり、商取引の推進

ウィズコロナ時代における販路拡大や顧客の獲得を図るため、インターネット上に設ける商店街（ＥＣモール）への参加をはじめ、ＩＣＴを活用した新たなビジネスモデルの構築を支援するとともに、市内店舗のキャッシュレス化を進めます。

基本施策① 新しい商習慣の導入

● ＩＣＴを活用した情報発信の強化

ツイッターやインスタグラム、ラインなどＳＮＳを活用した集客や販売促進など市民が求める情報をＩＣＴを活用して効果的に発信することで、新たな客層の発掘や、事業展開を図る。

取組内容

- ・ ＳＮＳを活用した情報発信にかかるセミナーや、商人塾での知識向上を推進する
- ・ ＩＣＴ技術を活用した店内状況（混雑状況やレイアウト画像など）の可視化や地域密着型の飲食店情報発信アプリなど、新たなビジネスモデルを支援する
- ・ 「得する街のゼミナール」出店者の勉強会や意見交換会開催を促し、事業者の技能や専門知識の向上と異業種間の交流を促進する（再掲）

連携施策

- ・ ＩＣＴコンソーシアム、ＥＧ（エコノミックガーデニング）支援センターエフドア等と連携し、相談体制の拡充を図る
- ・ 商工会議所、商工会等と連携し、消費喚起策などの実施時に、公式ホームページ上から個店の紹介ページへのリンクなど、情報発信がより効果を生むよう支援する

キャッシュレス・スマホ講座の様子



「飲食店の混雑状況可視化」実証実験



基本施策② 新しい商取引の推進

●E C（電子商取引）の推進

拡大するオンラインショッピング市場での開業を支援するなど、ネット社会に順応した事業者を支援することで商業振興を進めます。

取組内容

- ・活動しやすいE Cモールの開拓や設立、参入の支援により、市内の事業者に必要な活動空間と機会の提供を図る
- ・テレワーク施設の開設支援による、E C分野での起業者の拠点形成により、新たな連携とビジネスモデルの創出を促進する
- ・インキュベーション施設やシェアオフィスなどの設置や運営、独立時における商店街空き店舗活用を支援する

連携施策

- ・I C Tコンソーシアム、商工会議所、商工会等と連携し、起業者向けセミナーの開催や、相談体制の拡充を図る
- ・E G（エコノミックガーデニング）支援センターエフドア等と連携し、開業時の課題を解決に導く

●キャッシュレス化の推進

消費者や事業者間の商習慣の変化と、新しい生活様式に対応したキャッシュレス決済の普及を推進します。

取組内容

- ・民間企業との協働事業や、実証実験に積極的に参加し、より簡易で利便性の高いキャッシュレス化の推進を図る
- ・消費者へのポイント還元や店舗を支援する消費喚起策などにキャッシュレス決済の活用を図ることで、市民に身近なシステムとしての普及を図る
- ・市窓口の決済について、キャッシュレス対応を積極的に推進する
- ・高齢者を中心に、新たな技術への市民の理解を深めるため、セミナー等の情報発信を行う

連携施策

- ・I C Tコンソーシアム、商工会議所、商工会等と連携し、キャッシュレス化に係る相談体制の拡充を図る
- ・国や県と連携し、キャッシュレス推進にかかる様々な施策の協働を進める

基本方針4 ニーズに応え持続する商業空間づくり

地域の小売店支援や事業者提案型の買い物弱者支援など拡充により、日常の買い物の利便性向上や感染症などへの安全対策などを進めるとともに、商店街が持続し、市民の日常生活、地域と商業者が一体となったまちづくりを推進します。

基本施策① 多様化するニーズへの対応支援

●安全安心の新商習慣の推進

新型コロナウイルス感染症など、感染症対策の徹底と非接触型決済の推進により、感染対策と経済活動の両立を図ります。

取組内容

- ・感染症対策に配慮した店内の配置や設備等の対応を促進する
- ・公共空間（道路空間など）や店舗の屋外空間を活用したテラス営業など、新たな商業空間づくりを推進する
- ・キャッシュレス化の推進による多様なニーズへの対応を促進する
- ・ネット販売やふるさと納税など、様々な流通ルートの活用を推進する

連携施策

- ・感染症対策に配慮した店内の配置や設備等のモデルづくりやガイドライン作成を行う
- ・個店のキャッシュレス化も促進し、キャッシュレス事業者との連携を図る
- ・ふるさと納税返礼品の発掘とラインナップの充実によるPRの拡大を図る

●買い物環境の向上

人口減少や少子高齢化などの社会環境の変化に対応し、市民の誰もが買い物しやすい環境づくりにより、住みやすいまちづくり形成を図ります。

取組内容

- ・宅配サービス、移動販売、店舗への移動手段確保等に取り組む活動を支援する
- ・感染症対策などの安全安心な買い物環境維持のために取り組む活動を支援する
- ・買い物環境向上の一環として、自宅で買い物ができるオンラインショッピングへの市内事業者の参入支援など、ECを活用しやすい環境づくりを推進する
- ・ICTやドローン技術を活用した配送サービスや、自動運転技術による新たな公共交通システムの開発・実証実験等を誘導し、新たな支援環境の構築を推進する

連携施策

- ・商工会議所、商工会との連携により、出退店情報の集約・共有化を図り、買い物困難地域等の課題を把握する
- ・商店街の駐車場不足の解消と使いやすい市営駐車場案内などの改善を図る
- ・経営として成り立つ買い物支援事業を構築するため、伴走的な支援制度を設ける

基本施策② 新規出店・空き店舗活用促進

●開業サポート体制の充実

商業拠点の新陳代謝と空き店舗の解消による活性化を推進するため、開業にあたっての支援を充実させることで、魅力ある個店の出店を導きます。

取組内容

- ・テレワークスペース（シェアオフィス、コワーキングスペース等含む）への整備を促進することで、商店街空き店舗活用につなげる
- ・不動産業者と連携し、物件契約時に開業に役立つ補助金等の情報を提供する
- ・商店街の空き店舗への開業を誘導するため、商店街エリアを中心に、開業に必要な改装等に対し支援を行う（再掲）
- ・空き店舗等を一時的、または定期的に活用する取組に対し支援する

連携施策

- ・新規開業の誘導策として、空き店舗等を活用したリノベーション（既存建物に改修工事を行い、資産価値を高め、今の時代に合った新しい機能を持たせて再活用すること）の取組を推進することにより、出店の促進を図る
- ・中心市街地リノベーションまちづくり推進組織等と連携し、商業拠点となるエリアの求心力向上を図る
- ・商工会議所、商工会、E G（エコノミックガーデニング）支援センターエフドア等と連携した情報収集を行い、開業希望者への情報発信を行う

●開業を促す環境づくり

意欲とチャレンジ精神にあふれた活気ある商業拠点を創出するため、開業に必要な情報発信等の積極的な展開により、新たな開業や出店を促す環境づくりを進めます。

取組内容

- ・創業に関する情報提供や研修会等を実施し、起業家の掘り起こしを行う
- ・高齢等により店舗の閉店を考えている商店主を対象としたテナント運営・資産運用や事業承継セミナーの開催する
- ・制度融資や保証制度の周知や活用を促進する

連携施策

- ・不動産事業者との連携により、開業時の支援エリアの利用可能な物件情報を集約し、ホームページにて提供する
- ・商店街と連携し、毎年、商店街の空き店舗調査を行い、情報収集及び共有を図る
- ・金融機関との連携による開業に関する情報の共有、及び支援策の紹介窓口の充実を図る
- ・商工会議所、商工会、E G（エコノミックガーデニング）支援センターエフドア等と連携し、創業サポートの充実を図る
- ・静岡県宅地建物取引業協会等と連携により、土地の災害リスクに関する情報を提供する

基本施策③ 地域に貢献する商店街形成

●商業者の地域貢献促進

地域にとっての商業者の役割として、単なる買い物の場だけでなく、地域のまちづくりへの参画や貢献を促進します。

取組内容

- ・まちの個性化（エリアブランディング）の検討グループによる、地域のコンセプトづくりを推進する
- ・まちの安全・安心に貢献するため、防犯灯の役割も果たす商店街の街路灯の管理を支援する
- ・商業立地ガイドラインの周知・啓発を進める

連携施策

- ・地域資源を活かしたまちの個性化（エリアブランディング）に向けた地域との対話と、ブランディングに基づくまちづくり活動を促進する（再掲）
- ・大型店、チェーン店等に対して、商店街と連携した地域貢献活動を促進する
- ・地域資源（技術・生産品）の活用や、地域ニーズに基づく新サービスの提供など顧客の関心が高いテーマについての開業を支援する。

開業チャンス応援事業で出店した店舗



得するまちのゼミナール「まちゼミ」



買い物支援サービス応援事業による支援



藤枝北高と商店街の連携事業



基本施策④ 人材育成と事業承継の促進

●商店街の人材育成・能力開発の促進

事業を承継し発展させる後継者の育成と共に、商店街組織の担い手として、地域を広い視点で捉えた経営発想をもつ人材の育成を促進します。

取組内容

- ・商店街の担い手となる次世代の若手商業者の懇話会を設置し、商店街で展開する事業の研究から実施を担う
- ・商店街組織の人的課題や能力開発に向けた取組について支援する
- ・商店街事業の先進事例紹介、課題解決のための地域商業活動セミナーを開催する

連携施策

- ・商店街組織におけるリーダー育成、NPO等市民活動団体との協働により商店街の事業推進体制を強化すると同時に、新たな起業家を呼び込み組織の活性化を図る
- ・若手人材の商店街内部における育成、専門的知識を持った人材の登用を図る

●事業の承継の推進

地域の事業承継ニーズを掘り起こし、マッチングの促進や相談体制の充実により、円滑な事業承継を推進します

取組内容

- ・次世代の経営力、競争力を高めるプログラム（商人塾等）を実施する
- ・資産活用や事業承継セミナー、個別相談会開催を支援する
- ・静岡県事業引継ぎ支援センター等を活用した、移住希望者等の外部人材とのマッチングを推進する

連携施策

- ・商工会議所、商工会等と連携し、相談体制の拡充を図る
- ・商工会議所、商工会と連携した経営戦略・事業計画の策定、資金調達など幅広く学ぶ後継者経営塾を実施する

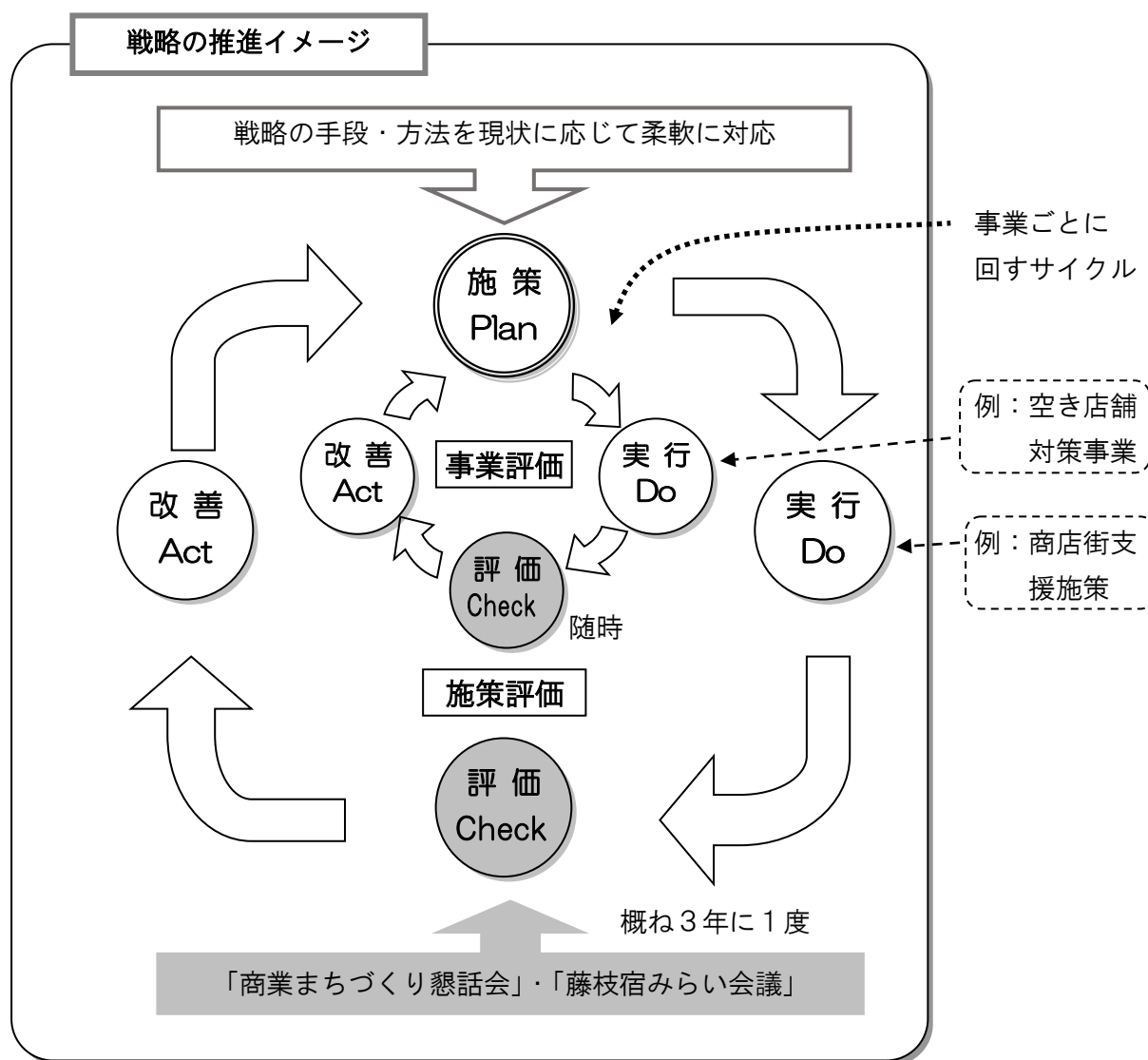
3. 実現に向けての進め方

(1) 推進体制

本計画の推進に当たっては、商業者のみならず、市民、各種団体、行政のそれぞれが立場に応じた、自主的、かつ積極的に取り組むとともに、実現に向けたパートナーシップ関係の構築を行います。

また、新たに庁内連絡体制を整え、横断的な施策の戦略推進を図るとともに、外部有識者を中心とした「商業まちづくり懇話会」や、商業者中心に構成される「藤枝宿みらい会議」を設置し、意見・提案を反映していきます。

経済を取り巻く社会状況の変化は早い事から、本戦略に定められた施策の進捗状況と達成・未達成の要因を把握し、時代背景・社会情勢に合わない施策の見直しを柔軟に行えるよう、まず事業評価を行い、より有効な事業へと改善し、施策を充実させた後、その施策評価を行うという「二重円のPDCAサイクル」を動かします。



（２）推進手法

商業振興のための手法については、「連携の橋渡しなどの場づくり」、「商業立地ガイドラインによる誘導」、「セミナーや講演会の開催などによる情報提供」、「金融支援」、「補助金の交付」などがあります。

中でも補助金の交付については、即効性はあるものの、依存型になってしまうと結果的に自立心や自己体力を奪い取ってしまうというデメリットもあります。

本市では「がんばる事業者への支援」という基本スタンスに立って、事業者の自立に向けた意識の醸成を図っていきます。

一方で、地区計画などの都市計画手法の導入や、産学官金の連携、商業者同士あるいは商業者と市民団体の連携のきっかけづくりなど、いわゆる「場づくり」が、行政に求められる重要な役割です。

主な手法については以下のとおりです。

①場づくり

組織を超えたネットワークづくり、異業種交流の推進などにおいては、行政が果たすべき役割は大きいと考えます。行政だからこそできる「声かけ」「仲介」などを通じて、商業者による積極的なネットワーク、商業振興の推進体制づくりを促します。

②立地誘導

商業のあるべき姿を実現するとともに、商業者が事業活動しやすい状況をつくるために、藤枝市商業立地ガイドラインをもとに、誘導、推進していきます。

③調査分析・情報提供

市内外の情報が集約される行政の役割として、商業者への情報提供は大変重要です。集約された情報について調査分析した上で、内容や対象に応じた情報発信により、商業者間のネットワーク、商業振興の推進体制における新たな事業構築のきっかけづくりを行います。

一方、商業者においては、こうして提供された情報や、自らが収集した情報を基に、実際に視察し、交流などを進めることが重要と考えます。

④金融支援

中小企業の資金調達の円滑化を図るため、金融機関と連携し、各種融資制度を実施するものです。依然として中小企業を取り巻く環境は厳しく、国や県の制度と連携した支援を行います。

⑤補助金

補助金の交付は、商店街等による共同事業の支援をするために、事業に必要な経費の一部を支援するものです。

事業効果の見極めと「選択と集中」という視点を持ち、支援を行います。

4. 商業立地ガイドライン

(1) 趣旨

商業振興ビジョンの実現に向けた重点施策として、本市の「コンパクト＋ネットワーク」を推進するため、既存の商業立地や地域特性に基づいたゾーニングに、エリアごとの方向性に沿って地域課題解決を促す商業立地誘導を行います。

具体的には、エリア別ビジョンに沿って、地域課題を解決するために商業者に求める役割を示すガイドラインを設定します。

また、そのガイドラインの内容に応じて積極的に推進する施策を設定し、商業立地誘導を効果的に進めていきます。

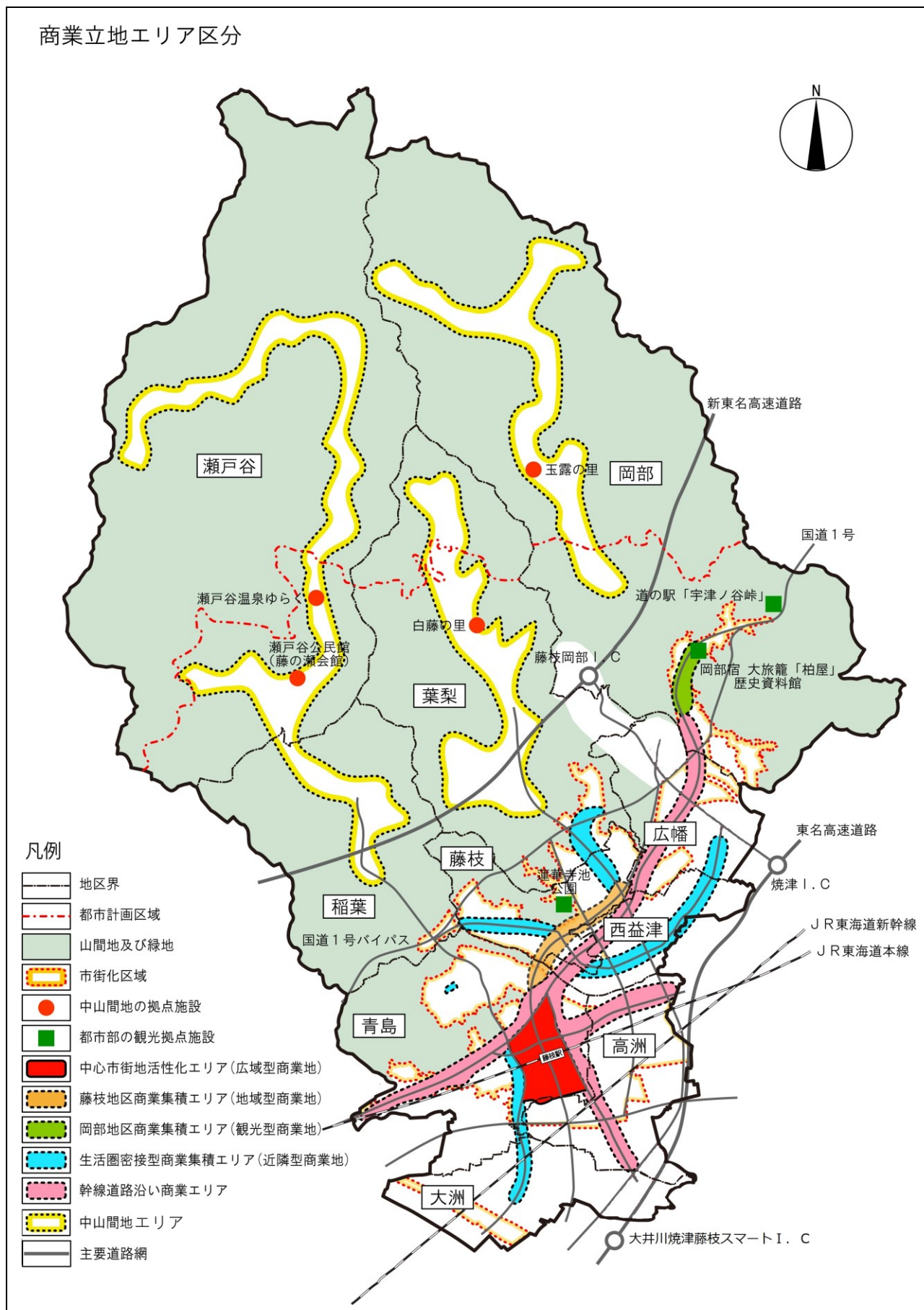
【エリア区分とビジョン】

	区 分		該当地区	エリア別ビジョン
重点振興エリア	1	中心市街地活性化エリア (広域型商業地)	青島地区： 中心市街地活性化基本計画に定める区域	ショッピング・ビジネス・居住・文化など多様な機能の充実と連携により、交流と賑わいが生まれる創造性に富んだ商業エリア
	2	藤枝地区商業集積エリア (地域型商業地)	藤枝地区： 東海道沿いの商店街	歴史・街道文化を活かした商業活動により地域の活性化に努めると共に、ライフスタイルを提案する機能を有する商業エリア
	3	岡部地区商業集積エリア (観光型商業地)	岡部地区： 東海道沿いの商店街及び周辺商業地	歴史・街道文化と観光との連携により促される交流から発展する商業エリア
地域との調和推進エリア	4	生活圏密接型商業エリア (近隣型商業地)	葉梨地区：清里、藪田	日常の買い物に便利で、コミュニティ機能を備えた商業エリア
			西益津地区：城南、田中、藤岡	
			藤枝地区：茶町、音羽町周辺	
			青島地区：駿河台	
			大洲地区：善左衛門 県道善左衛門藤枝停車場線沿い	
	5	幹線道路沿い商業エリア（広域型商業地）		幹線道路沿いの立地条件を活かし、買い回り品需要に対応した広域集客型商業エリア
		島田岡部線沿い	広幡、西益津、 藤枝、青島、岡部	
青島焼津街道沿い 田沼街道沿い		青島、高洲、大洲		
6	中山間地エリア	瀬戸谷、稲葉（一部）、 葉梨（一部）、岡部（一部）	中山間地域の豊かな地域資源を活用した交流促進からの発展と、生活基盤の維持のための商業機能が期待されるエリア	

※ガイドラインの適用に関しては、立地する土地にかかる法的要件を満たす出店を前提とする。

【エリア区分全体図】

商業立地エリア区分



(2) エリア別ガイドライン

各エリアのビジョンと商業者への期待（求められる役割と地域貢献）、それに伴い積極的に推進する施策について整理します。

中心市街地活性化エリア(広域型商業地)

【該当ゾーン】  青島地区の JR 藤枝駅を中心とする中心市街地活性化区域 ■ 駅南地区は、広域的商業機能による活動・交流を創出。駅前地区は、暮らしを支える機能により、街なか居住を促進。青木地区は、公共公益機能と魅力的な個店の立地により、回遊性を創出が期待されるエリア	【ビジョン】 ショッピング・ビジネス・居住・文化など多様な機能の充実と連携により、交流と賑わいが生まれる創造性に富んだ商業エリア 【求められる役割と地域貢献】 都市の顔としての景観形成への協力 買い物弱者対策 商業関係団体への加入・連携 撤退時の早期対応、空き店舗活用の協力 【積極的に推進する施策】 基本方針1 個店の魅力と意欲向上による賑わい創出 個店の強化・魅力向上 専門性・独自性の向上 商店街の機能向上 基本方針2 コミュニティ機能と回遊性向上による商業拠点形成 商業地のコミュニティ向上 まちづくり交流連携 地域のブランド力向上 観光交流促進と商業振興 コンパクト＋ネットワーク 基本方針3 新たな商業空間づくり、商取引の推進 E C の 推 進 キャッシュレス化の推進 基本方針4 ニーズに応え持続する商業空間づくり 安心安全の新商習慣 買い物環境の向上 開業サポート体制 開業を促す環境づくり 商店街の人材育成・能力開発 事業の継承
--	--

②藤枝地区商業集積エリア(地域型商業地)

【該当ゾーン】  藤枝地区の旧東海道沿いの商店街 ■地域型商業地として、地域住民の生活を支える場はもとより、蓮華寺池公園からの誘客が期待されるエリア	【ビジョン】 歴史・街道文化を活かした商業活動により地域の活性化に努めると共に、ライフスタイルを提案する機能を有する商業エリア 【求められる役割と地域貢献】 - 歴史を活かした景観形成への協力 - 商業関係団体への加入・連携 - 買い物弱者対策 - 撤退時の早期対応、空き店舗活用の協力 - コミュニティ空間としての商業機能 【積極的に推進する施策】 基本方針1 個店の魅力と意欲向上による賑わい創出 - 個店の強化・魅力向上 - 専門性・独自性の向上 - 商店街の機能向上 基本方針2 コミュニティ機能と回遊性向上による商業拠点形成 - 商業地のコミュニティ向上 - まちづくり交流連携 - 地域のブランド力向上 - 観光交流促進と商業振興 - コンパクトネットワーク 基本方針3 新たな商業空間づくり、商取引の推進 - E C の 推 進 - キャッシュレス化の推進 基本方針4 ニーズに応え持続する商業空間づくり - 安心安全の新商習慣 - 買い物環境の向上 - 開業サポート体制 - 開業を促す環境づくり - 商店街の人材育成・能力開発 - 事業の継承 - 商業者の地域貢献
--	--

③岡部地区商業集積エリア(観光型商業地)

【該当ゾーン】  道の駅「宇津ノ谷峠」 岡部宿 大旅籠「柏屋」 歴史資料館 岡部 岡部地区旧東海道沿いの商店街及び周辺商業地 ■観光型商業地として、地域住民の生活を支える場はもとより、観光交流による集客が期待されるエリア	【ビジョン】 歴史・街道文化と観光との連携により促される交流から発展する商業活動の推進 【求められる役割と地域貢献】 街道・文化地域の景観形成への協力 商業関係団体への加入・連携 買い物弱者対策 観光振興への協力 【積極的に推進する施策】 基本方針1 個店の魅力と意欲向上による賑わい創出 個店の強化・魅力向上 専門性・独自性の向上 商店街の機能向上 基本方針2 コミュニティ機能と回遊性向上による商業拠点形成 商業地のコミュニティ向上 まちづくり交流連携 地域のブランド力向上 観光交流促進と商業振興 コンパクト＋ネットワーク 基本方針3 新たな商業空間づくり、商取引の推進 キャッシュレス化の推進 基本方針4 ニーズに応え持続する商業空間づくり 安心安全の新商習慣 買い物環境の向上 開業サポート体制 開業を促す環境づくり 商店街の人材育成・能力開発 事業の継承 商業者の地域貢献
---	--

④生活圏密接型商業エリア(近隣型商業地)

【該当ゾーン】  葉梨地区（清里、藪田） 西益津地区（藤岡、城南、田中他） 藤枝地区（茶町、音羽町周辺） 青島地区（駿河台、県道善左衛門 ・藤枝停車場線沿い） 大洲地区（善左衛門、県道善左衛門 ・藤枝停車場線沿い）	【ビジョン】 日常の買い物に便利で、コミュニティ機能を備えた商業エリア 【求められる役割と地域貢献】 コミュニティ空間としての商業機能 景観形成への協力 撤退時の早期対応、空き店舗活用の協力 買い物弱者対策 【積極的に推進する施策】 基本方針2 コミュニティ機能と回遊性向上による商業拠点形成 商業地のコミュニティ向上 観光交流促進と商業振興 コンパクトネットワーク 基本方針4 ニーズに応え持続する商業空間づくり 安心安全の新商習慣 買い物環境の向上 商業者の地域貢献
--	--

⑤幹線道路沿い商業エリア(広域型商業地)

【該当ゾーン】  島田岡部線・青島焼津街道・田沼街道沿い	【ビジョン】 幹線道路沿いの立地条件を活かし、買い回り品需要に対応した広域集客型商業エリア 【求められる役割と地域貢献】 コミュニティの一員として地域への参画 買い物弱者対策 撤退時の早期対応、空き店舗活用の協力 景観形成への協力 【積極的に推進する施策】 基本方針4 ニーズに応え持続する商業空間づくり 安心安全の新商習慣 商業者の地域貢献
---	--

⑦中山間地エリア

【該当ゾーン】  瀬戸谷地区、稲葉地区（一部）、 葉梨地区（一部）、岡部地区（一部）	【ビジョン】 中山間地域の豊かな地域資源を活用した交流促進からの発展と、生活基盤としての商業機能が期待されるエリア 【地域が商業者に求める役割】 コミュニティの一員として地域への参画 生活基盤としての商業機能の維持 買い物弱者対策 観光振興への協力 景観形成への協力 【積極的に推進する施策】 基本方針2 コミュニティ機能と回遊性向上による商業拠点形成 商業地のコミュニティ向上 基本方針4 ニーズに応え持続する商業空間づくり 安心安全の新商習慣 買い物環境の向上 商業者の地域貢献
---	--

（３）ガイドラインの運用

【ガイドラインの運用について】

本ガイドラインに従い、P. 12～23における施策を積極的かつ複合的に推進することで、各エリアにおける地域課題解決を図る商業立地誘導を行います。

また併せて藤枝市土地利用事業の適正化に関する指導要綱（平成6年藤枝市告示第49号）に係る店舗については「土地利用計画（事前協議）に対する指示事項」として、エリア別ガイドラインに沿った地域課題解決を目指します。

【商業者に求められる役割と地域貢献の具体例】

求められる役割と地域貢献	具 体 例
景観形成への協力	○エリアブランディングにあった景観形成への協力 ○屋外広告物設置における景観への配慮 ○都市の顔としての景観形成への協力 ○歴史を活かした景観形成への協力 ○街道・文化地域の景観形成の協力
撤退時の対応、空き店舗活用の協力	○地域住民への早期の情報開示 ○後継店の早期確保 ○撤退後の環境・景観への配慮 ○空き店舗活用による開業協力
商業関係団体への加入・連携	○エリア内商店街組織への加入・連携 ○商工会議所、商工会への加入
観光振興への協力	○観光イベントへの協力 ○地域観光情報発信、観光案内の協力 ○逸品や土産物品の開発に努める
買い物弱者対策	○買い物困難地域への利便性向上に関する対応
コミュニティ空間としての商業機能	○地域住民が交流を深めるためのスペース（休憩所など）の提供等
コミュニティの一員として地域への参画	○地域活動（各種行事等）、自治会への参加・協力 ○地域情報発信・収集への協力 ○地域防災、環境対策への協力 ○防犯・青少年非行防止対策の実施・協力
生活基盤としての商業機能の維持	○日常の買い物の場として必要な商業機能（生鮮3品を扱う店舗など）の維持

用語解説

エコミックガーデニング(P2)

地域経済を「庭」、地元の中小企業を「植物」に見立て、中小企業を大切に育てることにより地域経済を活性化させる政策のこと。本市では、産学官金が連携して、地元中小企業を応援するエコミックガーデニングを推進している。

SDGs(P4)

「Sustainable Development Goals」の略称で、「世界をより良くするために、2030年までに世界の人全員で協力して解決したい目標（持続可能な開発目標）」のこと。17の目標が設定されている。ローカルSDGsは、その実現に向けて、地方自治体として取り組むべき目標を示す。

商人塾(P14)

地域の課題・ニーズ等商店街を取りまく現状の把握、商店街活性化のための実践的なノウハウの習得、商人として必要な企業家精神・個店経営力向上のための研修等を行う講座やワークショップなどのこと。

得するまちのゼミナール(P14)

通称「まちゼミ」と呼ばれ、店主やスタッフが講師となって、プロならではの「コツ」や「知識」などを無料で教える少人数の講座のこと。店舗を知ってもらい、実際に来店してもらうことで、新たな顧客「お店のファン」の獲得を目指すもの。

赤ちゃん駅(P16)

乳幼児を抱える保護者の子育てを支援する取組として、外出中にオムツ替えや授乳などで立ち寄ることができるスペースを整備した施設を指定するもの。

シェアオフィス(P17)

1社が自社オフィスとして使うのではなく、複数社が1つのオフィスを共有するもの。コスト削減だけでなく、多種多様な業種がオフィスを共有することで、異業種のネットワークが広がるなどのメリットがあり、起業家の交流の場ともなっている。

コワーキングスペース(P17)

個人事業者や起業家、在宅勤務が許可された会社員など、場所に縛られず働くワークスタイルを「コワーキング」と言い、その活動のスペースとなる施設のこと。シェアオフィスとの明確な区別はないが、オープンな共同作業スペース主体であるとされる。

インキュベーション施設(P21)

創業初期段階にある起業家の支援を目的に、事務所スペースを低廉で提供したり、事業に関する相談支援を行う人を配置するなど、事業が軌道にのるまでを支援する施設のこと。

藤枝市商業振興戦略

令和3年3月策定

藤枝市商業観光局商業観光課（商業係）
商店街活性化推進室

〒426-0026

静岡県藤枝市岡出山2-15-25

TEL 054-643-3078

FAX 054-631-9082

E-mail sho-kan@city.fujieda.shizuoka.jp