

尾西市商店街再生への道

吉田 有夫

はじめに

わが国経済はようやく景気回復の兆しがみられ始めたものの、依然としてデフレ不況に見舞われ、厳しい状況に置かれている。こうした状況は当然尾西市にも大きな影響を与えているし、加えて、当市の地場産業である繊維産業の構造的不況も相俟って、尾西市商工業は益々厳しい状況に陥っているといえる。

特に、商業については、ここ 20 数年当市の中で、新規の大型店の進出も殆どない状態であり、かつ、他都市に新たな大型店が次々と出店したことから、当市の商店街から顧客が離れ、他市への流出が目立っているのである。

そこで、顧客を商店街へいかに呼び戻すかに焦点を絞って、尾西市商店街再生への道を展望するものである。なお、今回は大きな投資を必要とするようなハード面よりは少ない支出でできるソフト面を重視するものである。また、今すぐに実行することが可能なものに絞って再生の方向を展望する。

1. 尾西市商業の現状

(1) 尾西市の小売業の推移

経済産業省が 3 年から 5 年おきに調査・発行する『商業統計』を基にして、昭和 54 年から平成 14 年までの尾西市の小売業の動向を概観する。

まず、商店数では、昭和 54 年の 549 店から平成 6 年の 561 店まで 500 台半ばで推移し、大きな変化はなかった。わが国全体の小売店の動きをみると、昭和 57 年をピークに以降減少期に突入するが、尾西市においては、この期間横ばいであることを勘案すれば、むしろ健闘しているといえよう。しかし、不況の長期化、深刻化とともに、消費者の購買意欲の減退から、小売店の売上が大きく下がったことにより、当市の商店数は平成 9 年より減少し始めた。その結果、9 年の 525 店から平成 14 年には 417 店へと 20% の減少を示したのである。同期間、商店数においては、わが国全体では 8.5% 減ったのであるが、それと比較して当市の減少率は 2 倍以上であり、その大きさが特徴的である。つまり、平成 9 年以降、尾西市の小売業の凋落が明白となる。

次に、従業者数についてみる。昭和 54 年の 2,128 人から小売店の大規模化とともに増加し、平成 6 年には、2,768 人となった。その後、平成 9 年以降は減少期に入り、平成 14 年には 2,447 人へ低下した。しかし、1 店当りの従業

者数をみると、昭和 54 年の 3.88 人から平成 14 年の 5.87 人へと増大し、小売店の規模拡大は明確となる。

年間販売額をながめると、昭和 54 年の 256 億円から着実に増え、平成 6 年には、2 倍の 522 億円に達した。しかし、平成不況が深刻化し、消費者の買い控え、節約志向が顕著となるとともに、売上は低下していった。この結果、平成 9 年には 499 億円となり、6 年に比べ 23 億円低下した。さらに、14 年には 357 億円と 9 年比 28.5% をも減少したのである。わが国全体では、同期間 7.6% 減少したのであるが、それと比較して、尾西市の減少率の大きさが明らかとなる。つまり、平成 9 年から 14 年の 5 年間で尾西市小売業は顧客が離れ、衰退していったといえる。

表1 尾西市の小売業の推移 単位:万円

小売業	昭和54	昭和57	昭和60	昭和63	平成3	平成6	平成9	平成14
商店数	549	522	553	549	569	561	525	417
従業者数	2,128	2,104	2,162	2,307	2,384	2,768	2,739	2,447
年間販売額	2,557,625	3,116,337	3,457,629	3,935,676	4,771,238	5,222,262	4,989,819	3,565,989
1店当り従業者数	3.88	4.03	3.91	4.20	4.19	4.93	5.21	5.87
1店当り年間販売額	4,659	5,970	6,271	7,169	8,385	9,309	9,504	8,552
1人当り年間販売額	1,202	1,481	1,604	1,706	2,001	1,887	1,822	1,457

(2) 尾西市の商圈の変化

愛知県が 3 年毎に発刊している「消費者購買動向調査結果報告書一尾張部における動向」を基にして、平成 3 年から 12 年までの買回品にみる尾西市の商圈の変化を明らかにする。

尾西市民の当市におけるスーツ等買回品の購買比率は、平成 6 年の 59.4% から漸次低下し、12 年には 47.6% となった。今や尾西市民の半数以上が他都市へ流出していることが明白となった。木曾川町は平成 9 年までは尾西市の第三次商圈であったが、12 年には 7.9% となり、遂に商圈外となった。これにより、尾西市の商圈内市町は尾西市 1 市だけとなった。また、祖父江町から当市への吸引力も低下し、平成 12 年においてはわずか 2.2% という状況である。

以上から、尾西市の商業力は低下しつつあることは明白である。そして、この現象は尾西市の大型店、商店街の魅力が弱まり、吸引力が減少していることを物語るものである。

次に、尾西市民の買回品における市町別買い物場所の変化をながめる。自分の市での購買比

表2 尾西市の買回品の変化 単位:%

	平成3	平成6	平成9	平成12
尾西市	58.2	59.4	52.3	47.6
一宮市	2.7	3.8	3.0	4.1
木曾川町	12.8	14.3	11.5	7.9
祖父江町	4.2	5.1	3.0	2.2
平和町	0.3	0.5	-	0.6

率は、低下しつつあるものの平成 12 年では、47.6%であった。尾西市民の第 2 位の買い物市町は一宮市で、その率は平成 12 年において 26.3%である。尾西市民の 4 人に 1 人が一宮市で買い物をしているのである。つまり、尾西市は一宮市の商圏内都市となっているのである。平成 12 年において、尾西市民の 3 番目に買い物が多い市町は稲沢市で、その率は 10.6%となっている。稲沢市での尾西市民の購買比率は、平成 3 年の 2.3%から平成 12 年には 4 倍以上増加した。今や尾西市は一宮市のみならず、稲沢市の商圏内市町ともなったのである。さらに、岐阜市や羽島市での尾西市民の購買比率は、漸次高まっているのである。これらより、尾西市民の他都市への流出を抑え、尾西市での購買比率をいかに高めていくかが

今後の尾西市商業の大きな課題となってくる。

表 4 は尾西市民の買回品における市内地区別買い物場所の変化を示したものであるが、これによれば、

表3 尾西市民の買回品の市町別買い物場所の変化 単位:%

	平成3	平成6	平成9	平成12
尾西市	58.2	59.4	52.3	47.6
一宮市	24.5	23.4	26.4	26.3
名古屋市	6.9	5.9	9.2	6.6
稲沢市	2.3	3.2	4.6	10.6
祖父江町	4.5	4.2	2.5	1.8
岐阜市	1.3	1.3	1.4	2.7
羽島市	0.3	0.4	0.7	2

ば、本市商業の中心は大型店のユニーやタマコシが立地している小信中島地区といえるが、当地区の購買比率は平成 12 年において、わずか 16.7%を示しているだけであり、しかも、平成 6 年の 24.0%より 7 ポイントをも減少しているのである。つまり、小信中島地区の大型店や商店街の集客率低下が本市全体の購買率を下げていることが明らかとなる。

次に、購買比率が高い地区はロードサイド型ショップが数多く出店している大垣—一宮線であるが、その率は平成 12 年において 8.4%と低く、かつ、その率も減少傾向にある。商店街が形成されている起商店街のある起地区での購買率は 5.5%にすぎず、三条商店街の三条地区も 6.6%と購買率は低い。両商店街とも買回性商品の吸引力を高めることが緊急に必要である。

表4 尾西市民の買回品の市内地区別買い物場所の変化 単位:%

	平成3	平成6	平成9	平成12
起地区	5.1	7.2	2.6	5.5
三条地区	8.4	6.7	7.3	6.6
小信中島地区	22.8	24.0	19.0	16.7
朝日地区	1.4	1.0	1.9	0.2
開明地区	2.6	2.2	2.5	2.8
大徳地区	1.5	3.3	1.2	3.7
西尾張中央道沿い	2.4	3.3	4.2	3.7
大垣—一宮線沿い	14.0	11.7	13.6	8.4

(3) 尾西市商店街の現状と問題点

尾西市の商業力は近年急激に弱化しているが、それはわが国の経済が深刻なデフレ不況に陥り、消費者は景気上昇の兆しが全くみえないことから、消費を抑制し、買い控え、節約に走っていることにより、小売業全体の売上が大きく減少していることが主因であるが、こうした影響で、当市の小売店の年間販売額も急速に減少し、商店街や大型店は厳しい状況に追い込まれている。また、当市独自の要因としては次のことが考えられる。すなわち、小信中島地区で商業核となっている2大型店の吸引力が低下したことで市内の商店街が分散しているため、商店街が完全に最寄型商店街となってしまったこと、かつ、売上不振から転業、廃業の小売店が続出し、商店街に空き店舗が増えたことにより、消費者は商店街に寄り付かず、他都市への流出が目立つようになったのである。

さらに、当市では近年、大型店の新規出店という商業的誘引は殆ど見受けられないが、稲沢市の西尾張中央道沿いにパワーセンターといわれる複合型の大型店が進出したことや木曾川町に大型ショッピングセンターが出店したことにより、尾西市民の他市町での買い物が増えているのである。

これに加え、尾西市の北東に位置する木曾川町の西尾張中央道沿いに、今年イオングループによる大型ショッピングセンターの出店が予定され、尾西市商業は一段と厳しい状況に追い込まれると考えられる。

こうした状況を踏まえて、尾西市内の商店街振興組合の内、起商店街、三条商店街、小信中島商店街を見学したので、その結果をまとめる。

- ① 歩道が狭く、自転車も通るので歩行者は安心して歩けない
- ② 歩道・車道の分離が不十分である
- ③ 買回性としての商店街の特性が発揮されていない
- ④ 通りを挟んで両側に商店街があるが、連担がない
- ⑤ 商店街に活気がみられない
- ⑥ 商店街に空き店舗や民家が増え、線ではなく点となっている
- ⑦ 顧客を集客できる最寄品店が少ない
- ⑧ 買回品の核的店舗が少ない
- ⑨ 商店街の名前の表記がない
- ⑩ 商店個々の看板、表示に訴求力が弱い
- ⑪ 商店街の共同駐車場が少ないし個々の店舗の駐車スペースも小さい
- ⑫ 飲食、サービスの業種が少なく顧客の滞留時間が短い
- ⑬ 回遊できる商店街となっていない
- ⑭ 店舗の景観がバラバラで統一性がないし美観もない
- ⑮ 商店街は大型店とは異なる特性を発揮していない
- ⑯ 小信中島地区の大型店の吸引力が急速に弱まっている

2. 尾西市商店街再生への方向

(1) 起商店街の方向性

尾西市商店街の中で、当商店街は昭和 30 年代から 40 年代にかけて発展したが、繊維産業の衰退に伴って、近年客足が遠のき、売上が減少したことから、空き店舗も増えつつある。そこで、こうした状況からいかに脱却するかについて、中期から長期にわたる方向としては、特産品を展示販売する物産館の設置や歩道の拡幅、バリアフリー化を進めながら起宿を想いおこさせ、尾西市歴史民俗資料館と三岸節子記念美術館をつなぐ通りをコミュニティのシンボルロード化することを提案する。

(2) 三条商店街の方向性

起商店街の東 2 キロの起街道沿いに位置する三条商店街は、完全に最寄型商店街になっている。従って当商店街の課題は地元消費者の他に市外からの流入に力を入れ、方向性としては繊維関係企業（織物・染色）の製品を利用した工房的施設の設置や飲食、サービス機能を高め共同店舗の開発や共同駐車場の整備を提案する。

(3) 小信中島商店街の方向性

歴史的には住宅近傍型商店街として発展を遂げてきたといえるが、特に、昭和 40 年代にユニー、タマコシの 2 大型店が出店したことから、商業力が増大し、50 年代までは当市の中心的商店街として発展してきた。しかし、その後、近隣市町へ次々と大型店が出店したことから、当商店街の集客力が弱まり、商圈を縮小させている。そこで、いかに上記の大型店を中心として、顧客を取り戻すかがこの商店街の大きな課題である。そこで、将来的な方向性としては、核となっている 2 つの大型店を中心としたパワーセンター的な再構築とアメニティに富んだ複合型商店街づくり、ロードサイドショップと連携した商店街の強化を提案する。

3. 尾西市の商店街や全市での取り組み

(1) 明るくきれいで美しい街づくり

21 世紀は環境の時代という意味から、尾西市全域で自然を愛し、環境保全に取り組む運動を推進するため、「街を明るくきれいに美しく」をモットーにして

樹木の緑、色とりどりの花々が四季ごとに咲き誇る街づくり、商店街づくりを目指したい。つまり、そうしたことが出来上がれば、人々は必ず、そこへ行きたい、そこを歩きたい、それを見てみたいという気持ちを持つのである。

① 花のストリート

花や樹木は人々の心に潤い、癒しを与えてくれる。そこで、市内の主要道路の側道やその周辺の空き地、そして、木曾川の堤みや河川敷に沿ってアジサイ、コスモス、チュウリップ、パンジー等の花を植えることによって、楽しくきれいな通りやウォーキングコースづくりを実現させたい。そして、コスモス道とかチュウリップ通りのような花に因んだ通りのネーミングも面白い。

② 花の飾りの商店街

商店街には側道や空き地に花壇やフラワーポットを設置することによって、買い物客に美しく華やいだ空間や雰囲気を提供する。また、商店街の街路灯にハンギングフラワーをセットすることも興味深い。こうすることによって、買い物客が来て楽しかった、もう一度来たいと思わせることが重要である。もちろん、花の手入れ、世話については商店街の店主が市民と協力しながら中心となって推し進めることが望ましい。

③ ストリートファニチャーとカラー舗装を施した商店街

起商店街や三条商店街においては、歩道と車道の分離はされているが、歩道は狭く、段差もかなりあるので、消費者が安心して歩けるような状況にはない。そこで、歩道のバリアフリー化を推し進めるとともに、歩行者が楽しくのんびり歩けるようなレンガとかタイルをちりばめたカラー舗装の歩道や所々にストリートファニチャー、彫刻、ベンチの設置等を検討してはいかかかと思う。そのためには、歩道の拡幅が必要と考える。この実現に向けては、行政の積極的支援が重要である。

④ イルミネーションを取り入れた商店街

ここ数年、尾西市や尾西市商工会では、12月に尾西市役所前の南北に走る通りや市役所駐車場等を利用して、樹木をイルミネーションで飾っている。この飾りがストリートを艶やかに映し出し、通行客に夢と感動を与える一大行事として定着しつつあるが、これを起商店街や三条商店街さらには他の商店街にも広げ、通りの樹木、商店の店頭で電飾を施すことによって、通行客に楽しくロ

マンチックな一時の演出を提供してはどうだろうか。こうしたことを契機にして、商店街にアメニティーあふれる夜の顔を演出し、顧客を取り戻したいものである。

⑤ 街路灯や防犯灯を整備した商店街

人々の生活時間は多様化しており、従来は昼間に多かった消費行動も夜型に移行しつつある。したがって、商店街としても当然こうした消費者行動に対応する必要がある。そのためには、商店街の通りを誰が歩いても安全でかつ安心できるものを作る必要がある。そこで、商店街は街路灯を店舗毎に設置するとともに、老朽化したものは新たに建て替えることも肝要である。これにより、商店街に明るく楽しい雰囲気を提供できるのである。また、木曾川は尾西市民にとって最も郷愁を感じる場所である。この河川に沿って多くの市民が昼夜散歩しやすい環境づくりが必要である。そのためには照明設備の設置が望ましい。さらに、商店街以外の住宅地の生活道路においても、市民が安全で安心できる生活のために、防犯灯の設置に市を挙げて取り組む必要がある。

(2) 尾西市の歴史、文化、自然を生かした街づくりータウンマップ

平成 14 年、尾西市商工会では尾西市街おこし事業の一環として尾西市のよさを再発見するという目的で、尾西市の象徴（シンボル、尾西市らしさ、郷愁を感じる、思い出深い、残したい）アンケートを実施した。シンボルとして尾西市の史跡、催事、自然等 34 から 10 を個々に選ぶものであった。その結果は表のごとくであるが、ベスト 10 を列挙すると次のとおりである。第一位は 8 月のお盆中に開催される夏祭り前夜祭・大花火大会で 86.5%に達している。第二位は 10 月の第四週の土曜・日曜に催されるびさいまつりで、78.5%を記録している。第三位は生誕から女学校時代まで当地で育った女流画家三岸節子記念美術館の 71.0%となっている。第四位は尾西市歴史民族資料館の 69.0%となり、そして、五位に現在も愛知県が経営している木曾川をはさんで尾西市と羽島市を小船で結んでいる中野の渡しがランクされ、57.5%となっている。

表5 尾西市の象徴ベスト20 単位:%

順位	項目	%	順位	項目	%
第一位	夏祭り前夜祭・花火大会	86.5	第十一位	富田の一里塚	38.5
第二位	びさいまつり	78.5	第十二位	富田山公園	36.5
第三位	三岸節子記念美術館	71	第十三位	尾西スポーツセンター	34.5
第四位	尾西市歴史民族資料館	69	第十四位	御裳神社	32.5
第五位	中野の渡し	57.5	第十五位	尾西緑道	30
第六位	木曾川	52.5	第十六位	あじさいまつり	28.5
第七位	尾西グリーンプラザ	46	第十七位	桜まつり	20.5
第八位	旧脇本陣跡	43	第十八位	美濃路	20
第九位	尾西公園	41	第十九位	堤治神社	19.5
第十位	毛織物	40.5	第二十位	ゆうゆうの館	18.5

以下、木曾川、尾西グリーンプラザ、旧脇本陣跡、尾西公園、毛織物の順となっている。

そこで、これらの結果を参考にして、尾西市商工会を中心として、子供からお年寄りまでが見て楽しくなる写真、イラスト付の尾西市タウンマップを作成することが重要である。また、このマップを市民に配布して市民の当市への関心、愛着を高めることが大切であるし、インターネット上でマップを公開し、尾西市の魅力为全国に発信することによって、当市の観光開発につなげることも必要である。また、そのためには、タウンマップと同時に市内の名所旧跡や自然、公共施設をつないだウォーキングコース（美濃路街道コース、木曾川コース、歴史・文化コース、グルメコース等）づくりを検討する必要がある。さらに、名所旧跡については、由緒を記載した案内表示が不十分であるので、看板等を設置するとともに、休憩できる茶店的な施設の整備やベンチ、トイレの設置が必要である。もちろん、自家用車での見学者に対しては、駐車場の整備も重要である。

さらに、タウンマップづくりを、商工会としてはコンペを実施して製作するか、県立起工業高校の生徒の協力を得て製作することが望ましい。

（３） 商店街の空き店舗の活用方法

尾西市の中心商店街である起、三条、小信中島の３商店街をながめると、小売業を廃業したため、空き家になった店舗がそのまま残っているし、住宅が増えつつある。これでは、商店街が線としてつながらず、点となっている状況にある。この結果、商店街の商業集積は減少し、商店街の集客力は低下する一方である。

したがって、商業集積を復活させ、顧客を戻すためには、空き店舗に新たな商業者を入店させ、商業的魅力を高めることが必要となる。

① 空き店舗の実態調査の実施と条件提示

起商店街振興組合や小信中島商店街振興組合等は、尾西市商工会と連携して各商店街の空き店舗について、その実態を調べるとともに、店舗や土地の所有者が店舗を再開する意思があるかどうかの確認をする必要がある。そして、意思が明確となれば、所有者と商店街との間で、店舗の今後の使用方法や条件等を詰めていくことが大切である。次に、商店街は入店希望者を広報やインターネットを使って募集することが重要となる。そして、その実現のために、尾西市や尾西市商工会では、種々のモデルケースを設定して、入店者に対する経済的支援を積極的に推進することが肝要となる。

② 起業家への経営相談と積極的支援

自ら商売の志を持つ人々つまり起業家を商店街や商工会では、市の広報やインターネット上で情報を流すことによって、市内外で積極的に募集し、さらに、経営のノウハウ等を指導する起業塾を開催し、家賃や運転資金を補助する体制を早急に整える必要がある。業種については、小売業に限定することなく飲食業からサービス業まで幅広く検討することが重要であり、かつ、時代のニーズに沿った業種・業態、そして、それぞれの商店街において、不足しているものを募集する必要がある。

③ お年寄りや若者・主婦の手による空き店舗の利用

商店街の一角に空き店舗を利用して、お年寄りの方々がお茶を飲んだり、休憩したり、たむろできる高齢者憩いの部屋を設置してはどうかと思う。また、主婦を中心とした女性専用の店舗を考えてはどうかだろうか。手作りのアクセサリ、手作りの刺繍の販売から主婦による子育て支援教室、育児相談の開催も面白い。さらに、商店街に託児所を開設してはいかがだろうか。お年寄りや主婦だけでなく、若者を地元の商店街に興味・関心を持たせるため、県立起工業高校・尾西高校・木曾川高校の生徒達の作品を展示する。また、インターシップを利用した体験学習で、店舗経営を実践させることも若者を商店街へ呼び込む大きな起爆剤となると考えられる。

4. 21世紀の諸問題へ向けた商店街の取り組み

共生・共存・共栄・共働が今世紀の大きなテーマといわれているが、自然との共生、人間と動植物との共存、先進国の国民や発展途上国の国民が、共に人間として栄える共栄、健全者もそうでない人も互いが助け合い、共に働きかけあう共働の社会づくりが21世紀の課題である。つまり、環境と福祉問題の克服こそが21世紀の大命題といえる。そこで、これらの問題に対して、商店街として何ができるのかを考察してみる。

① 環境問題への対応

現在、環境保全、資源の有効利用等循環型社会の構築は、人類の共通の課題であるが、尾西市商店街としていかにその問題に対応するかを検討する。

まず、ゴミの削減である。商店としても、販売の過程で出た生ゴミや廃棄物を徹底して減らすことが必要であるし、包装紙やレジ袋を極力なくし、共通の買い物袋を用意したりして、商店街として、エコ商店街を徹底することが肝要

である。また、自前の買い物袋の顧客に対しては、エコカード（一定数に達した時、特典を与えるもの）を提供することによって、消費者全体を環境保全に巻き込むことが大切である。

次に、ゴミのリユース、リサイクルに努めることである。商店街に燃えるゴミ、燃えないゴミ、缶、ビン、ペットボトル等に分けたゴミ箱を設置したりして顧客に資源の大切さを啓蒙する必要がある。たとえば、東京の早稲田商店街のように缶をつぶし回収する機械を設置することも検討すべきである。さらに、環境にやさしいエコグッズを販売する商店も必要と考える。

第三に、環境保全、環境美化に徹底して取り組むことである。商店街として毎週1回清掃活動を実施することにより、きれいな環境の保持に努めて欲しい。また、商店街の空き地に花壇やフラワーポットをつくり、そこに花を植えて環境美化に努めることも必要である。以上、尾西市商店街はエコ商店街としての取り組みを強化すべきである。

② 福祉問題への対応

国民の健康欲求の高まり等から、高齢化社会が到来し、高齢者の割合が急速に増えている。また、核家族化の進展から老人夫婦世帯、独居老人世帯も増加しているのである。

さらに、今日、障害を持つ人々も健常者と同様に生活できる環境づくりが大切であるというノーマライゼーションの考えが浸透しつつある。したがって、街づくりにおいて、お年寄りや障害を持つ人々が車椅子を利用しても、来やすい街や道路、施設づくりが重要となっている。

そこで、まず、尾西市商店街は高齢者の買い物に対する支援事業として、商店街まで来られない顧客に対しては、御用聞きや注文品の宅配を積極的に行う体制づくりが必要である。また、そうした人々を商店街として支援するボランティアグループを結成することも大切である。さらに、高齢者や障害者の来街に対しては、歩きやすく、買い物しやすくする必要がある。さらに、車椅子でも容易に移動でき、買い物できる歩道や店舗の整備が重要である。つまり、バリアフリー化を推進することが商店街としては緊急に必要であると提案する。そして、各個店としては、お年寄りをターゲットにした商品や食品を提供する努力も大切である。例えば、お年寄りの商店街利用者には特典を与えるごりやくカードシステム（高岡商店街ですでに実施）を検討してはどうかと思う。

③ 情報化社会への対応

昭和50年代前半以降、急速に進んだ高度情報化社会において、パーソナルコンピュータの果たした役割は極めて大きなものがあるが、商店街、商店に

においても、パソコンはなくてはならないものとなっている。

そこで、尾西市商店街としても、商店街や商店と顧客の間をネットで繋いで、情報を提供することにより、販売を促進するとともに、尾西市の商店街や商店の情報をインターネットで全国に発信することにより、広報活動を積極的に展開することも重要である。また、商店街の中に老若男女を対象にしたパソコン教室の開催やインターネット喫茶等を設置することにより、時代の要請に応えていくことも肝要である。

おわりに

尾西市の商業特に小売業については、消費者の購買意欲の減退から売上を減らし、厳しい状況に追い込まれているが、それを打開するため、商店街として何ができるのか、また、市や商工会は街づくりの観点から商店街をいかに支援していくのか等々を検討してきた。そのための方針として、今回は実行可能な計画であること、緊急性の高い課題に対応すること、尾西市らしさをアピールすることを提案することとした。

したがって、時代の要請からくる環境問題や福祉問題への対応は商店街としては、どうしても取り組まねばならない課題である。また、ハード面へ多大な投資をすることなく、商店街へいかに顧客を取り戻せることができるのかについてのソフト面の対策も極めて重要な課題である。そのためには、空き店舗対策は必然的に大切になってくる。

今回は近い将来実現可能なものを提案する形でまとめたものであるが、商店街再生の鍵はそれぞれの商店街や商店の自助努力にあり、商業経営者自らが尾西市の街おこし、街づくりの中心的存在であることを認識するとともに、自分たちで街を変革していくという強いイニシアティブを持つことが肝要である。また、行政や商工会においても、こうした前向きな商店や商店街に対しては、官と民が一体となって街づくりを進めるという視点から積極的に支援する体制を構築することが重要である。