

商店街活性化勉強会

のご案内

現在、商店街は大型商業施設の攻勢や空き店舗の増加、店主の高齢化などにより、チェーンスーパーマーケットや大型商業施設からの攻勢にさらられています。消費行動や地域商業をめぐる環境が大きく変わるなか、活力を失いつつある商店街も多くあります。

地域の商業集積であるとともに、地域コミュニティの中心でもあります。商店街の活性化が域コミュニティの再生、地域の魅力向上にも繋がります。

商店街の活性化を進め、地域の活性化につなげる第一歩とします。

勉強会の特徴

- 商圈調査の手法から商圈分析、来訪客分析まで勉強会内で実戦的にお伝えします
- 単なる「小規模商店の集積」からコミュニティの中核としての「商店街」への道筋を検討します
- 個店の活性化と商店街全体の活性化の両面から事例を交えてお伝えします

勉強会の内容

1. 客観的な商圈把握が活性化の第一歩
 - ① 生活者ではなく、商売人としての商圈把握の重要性
 - ② 商圈分析における5つのポイント
 - ③ 分析ツールを活用して実際に商圈分析を実施してみる
2. 来訪者分析で商店街立ち寄り客の実態を把握する
 - ① 来訪者の実態を知ることが商店街の活性化には不可欠
 - ② 商店街全体の来訪者と自店舗の利用者を比較して自店舗の活性化につなげる
 - ③ 商圈と比較して取り込めていない客層を把握する
3. 商店街活性化を推進する
 - ① 商店街の活性化には個店の活性化が不可欠
 - ② 消費者にとって「買い回り」は一見不便に見えるが...
 - ③ 個店の売り物が明確だから、来店の動機付けは高めやすい
 - ④ 「精肉店」「鮮魚店」「青果店」その他...それぞれに合わせた来店の動機付け
 - ⑤ 相互送客こそが商店街の最大の強み
4. これからの時代に合わせた商店街を検討する
 - ① スマホ時代のアウトストアマーケティング
 - ② 商店街が中心となって六次産業を推進することで街全体が活性化する
 - ③ コミュニティの中核を担う商店街への道筋とは

研修概要

- 研修対象
 - ・ 商店街関係者
- 研修時間
 - ・ 2時間程度×4回コース
- 開催形式
 - ・ ZoomまたはTeamsによるWeb開催
 - ・ 集合開催
 - ・ Webと集合での併催