

令和4年度 商店街X（エックス）プロジェクト 活動概要資料

2023年5月

九州経済産業局 流通・サービス産業課

令和4年度 地域経済産業活性化対策等調査（商店街等におけるデザイン経営の活用可能性調査）概要資料
商店街X（エックス）＝商店街トランスフォーメーション
商店街が「自己変革」を成し、新しい価値創造の可能性や手法を調査し仮説を検証する九州経済産業局のプロジェクト

商店街X（エックス）プロジェクトの出発点

- ❖ 商店街の取り巻く環境が急激に変化している
- ❖ 補助金等の縮小
- ❖ 単に活性化事例を展開することへの課題感



商店街のみなさん

- これまでのやり方ではうまくいかない
- WS疲れ、
- 新たな商店街の在り方を模索したい



行政・支援機関のみなさん

- 補助金以外の支援の幅を模索したい
- 専門家派遣を行ってみても、派遣後に取組が持続しない

⇒商店街支援の方向性をあらためて見直していくべきでは



そこで、商店街の新たな在り方を模索する手法として「デザイン経営」は有効という仮説を持ち
商店街におけるデザイン経営の活用方法を探ってきた

事例調査

ワークショップ

成果報告会



やってみよう

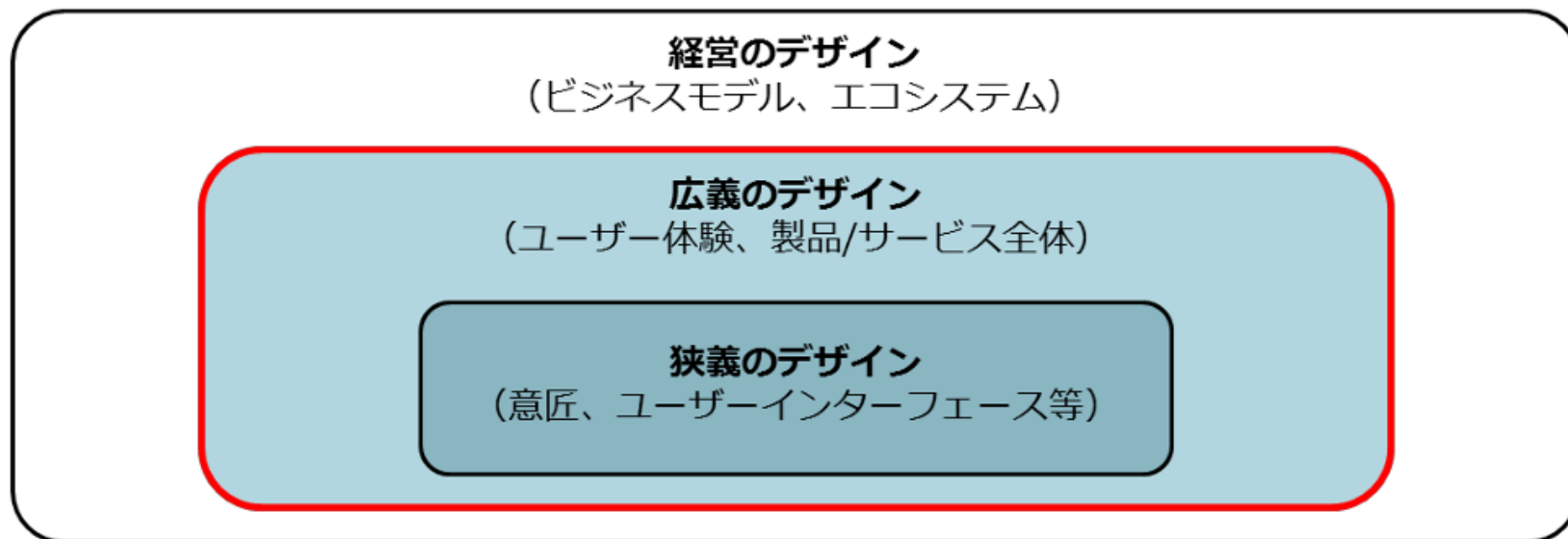


やってみたい
けど課題あり

デザインとは

- 「デザイン」の定義は一義的ではなく、次代の変遷とともに、解釈が拡大してきている

デザインの定義：カッコ内はデザインの対象



(出典) 経済産業省「第4次産業革命におけるデザイン等のクリエイティブの重要性及び具体的な施策検討に係る調査研究報告書」

つまり、デザイン＝単に見た目を整える行為“だけ”ではない！

「デザイン経営」宣言

- 経済産業省と特許庁は、「産業競争力とデザインを考える研究会」の報告書として、2018年に『「デザイン経営」宣言』を公表
- 第四次産業革命下の荒波の中、企業が生き残るためには、ビジネスの最上流からデザインの考え方や手法を取り入れることが重要であると訴えた
- デザイン経営についてはブランド力の向上とイノベーションの創出に効果がある（デザイン経営宣言より）

「デザイン経営」宣言

経済産業省・特許庁

産業競争力とデザインを考える研究会

2018年5月23日

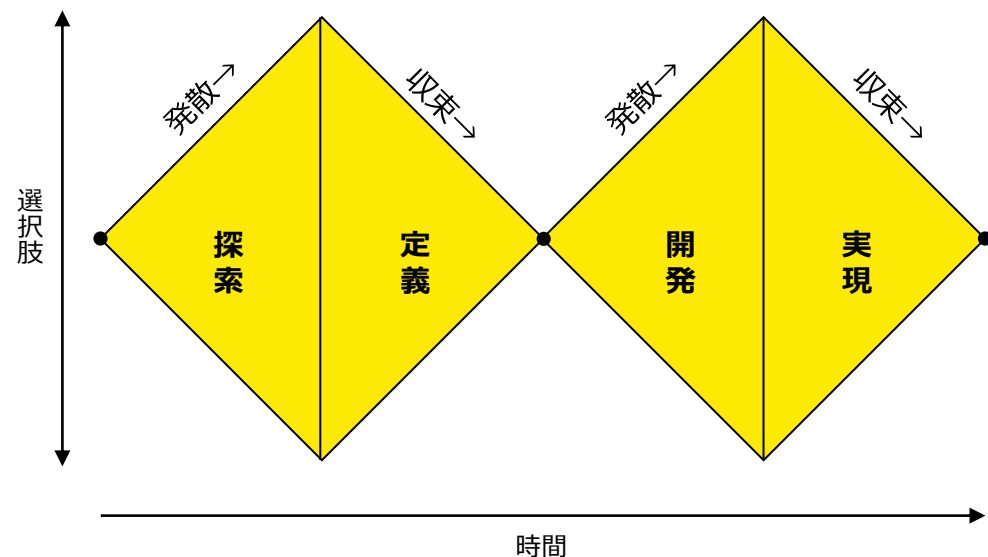
「デザイン経営」



デザイナーの持つアプローチを経営の中に取り入れる手法

デザインアプローチ

デザインのプロセス



(出典) 経済産業省 デザイン政策ハンドブック

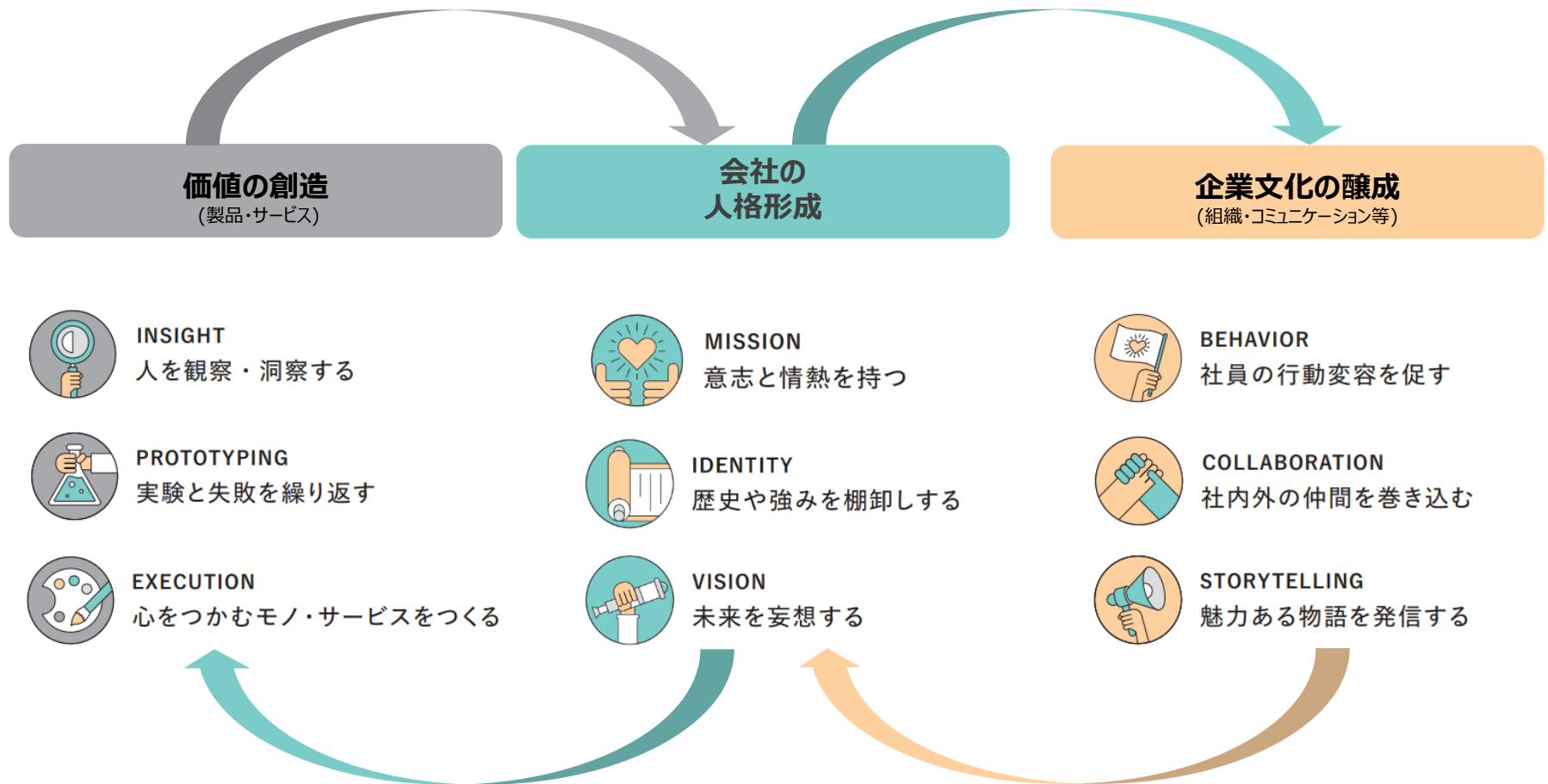
デザイナーが持つ指向性デザイン態度

- ① 不確実性・曖昧性を受け入れる
- ② 深い共感に従う
- ③ 五感をフル活用する
- ④ 遊び心をもつてものごとに息を吹き込む
- ⑤ 複雑性から新たな意味を創造する

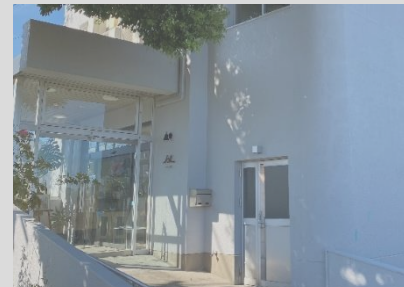
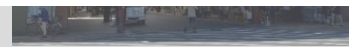
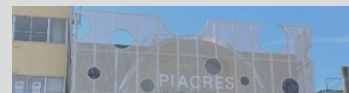
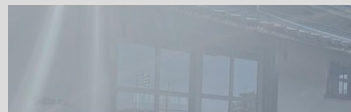
(出典) 経済産業省 デザイン政策ハンドブック

課題の本質をとらえ、試行錯誤しながら課題解決に挑むアプローチ

中小企業のためのデザイン経営 9つの入り口



事例調査



商店街におけるデザイン経営（仮説）

事例調査

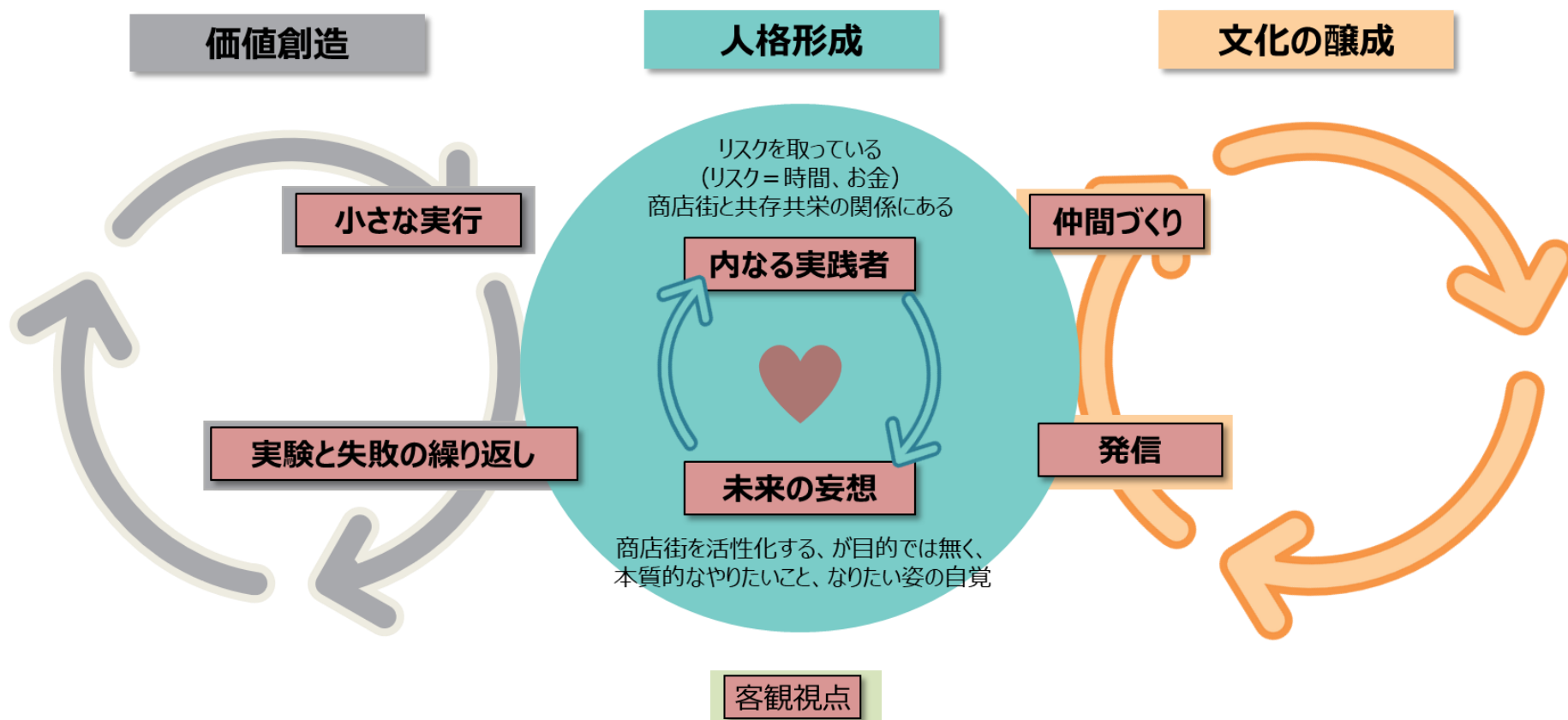
- 先進的な商店街の取り組みのうち、デザイン経営を活用している事例を発掘、実践方法の分析を行う。

ワークショップ

- 商店街等におけるデザイン経営手法を実践。
- 実践方法の明確化を行う。

成果報告会

- 調査内容について、広く展開し、デザイン経営活用の機運の醸成を目指すとともに、実践する際のハードルを明らかにする。



【事例】 六日町通り商店街（宮城県栗原市）

事例調査

- 先進的な商店街の取り組みのうち、デザイン経営を活用している事例を発掘、実践方法の分析を行う。

ワークショップ

- 商店街等におけるデザイン経営手法を実践。
- 実践方法の明確化を行う。

成果報告会

- 調査内容について、広く展開し、デザイン経営活用の機運の醸成を目指すとともに、実践する際のハードルを明らかにする。

小さな実行

- 交流拠点として「cafeかいめんこや開業」
- 夜市のアップグレード
- 六日町合同会社でのサブリース

仲間づくり

- 定期的な情報共有による行政・商店会との関係構築
- 「caféかいめんこや」での各種イベント・交流
- 人をつなぐ交流イベント「六日知らず」

客観的視点
地域おこし協力隊
移住者



(内なる実践者)
歴史あるまち・商店街の人に
思いを持つ移住者

未来の妄想
個性的な人同士の顔が見える
関係性の輪が100人
いるまちにしたい

実験と失敗の繰り返し

- 空き店舗調査の実施
- 商店街内で危機感の共有がなされていないことを受け、ビジョンの共有について模索
- 考えの異なる実践者も受容し、協働を模索

発信

- イラストマップの作成、スタンプラリーの実施
- 六日町合同会社による情報発信、SNS、HP
- イベントでの交流を通じた口コミによる連鎖的な情報発信

【事例】大牟田市銀座通商店街（福岡県大牟田市）

事例調査

- 先進的な商店街の取り組みのうち、デザイン経営を活用している事例を発掘、実践方法の分析を行う。

ワークショップ

- 商店街等におけるデザイン経営手法を実践。
- 実践方法の明確化を行う。

成果報告会

- 調査内容について、広く展開し、デザイン経営活用の機運の醸成を目指すとともに、実践する際のハードルを明らかにする。

小さな実行

- NPO法人green birdによるごみ拾い
- まちづくり会社「大牟田ビンテージのまち（株）」の立ち上げ
- 地元コーヒーサロンのメニュー継承

客観的視点
DIYリノベの専門家 など

仲間づくり

- DIYリノベによる地域住民巻き込み、店舗再生
- 再生した空き店舗に対する新規出店者
- クラウドファンディングによる資金調達
- 日本フィル大牟田公演の事務局担当



「内なる実践者」富山氏
人流創出と空き店舗対策から
文化の継承に至るネット
ワークづくり

未来の妄想
全国から応援される
文化を継承した商店街、
20年後・30年後も住みたい・
働きたいと思える街づくり



実験と失敗の繰り返し

- アパートのDIYリノベから店舗系DIYリノベへ
- 街なかストリートデザイン事業による空き店舗と起業者のマッチング（2017～2022年）

発信

- 「マルシェのがっこう」を通じた全国向けのPR
- Facebook等による発信

【事例】一般社団法人東彼杵ひとことの公社（長崎県東彼杵郡東彼杵町）

事例調査

- 先進的な商店街の取り組みのうち、デザイン経営を活用している事例を発掘、実践方法の分析を行う。

ワークショップ

- 商店街等におけるデザイン経営手法を実践。
- 実践方法の明確化を行う。

成果報告会

- 調査内容について、広く展開し、デザイン経営活用の機運の醸成を目指すとともに、実践する際のハードルを明らかにする。

小さな実行

- 「Sorrisoriso（ソリッソリッソ）」のリノベーション事業
- シェアキッチン型の出店形式である「パッチワークプロジェクト」

仲間づくり

- 「Sorrisoriso（ソリッソリッソ）」のリノベーションにおける巻き込み型のワークショップ
- 町外とのネットワークづくり（人材の見える化）

客観的視点

長崎県波佐見町西の原のまちづくりコミュニティUIJターンの移住者



（内なる実践者）
家業のコンビニの経営難

未来の妄想
面白い人たちの小商いの集積による
「結」を大切にするコミュニティ

実験と失敗の繰り返し

- 「パッチワークプロジェクト」
- 若手茶農家の試行錯誤とチーム化

発信

- 観光に加え移住や起業、出店や交流情報もまとめている「くじらの髭（ひげ）」による発信
- 町外とのネットワークのWEBでの可視化
- コロナ禍における情報発信支援

【事例】本渡中央商店街振興組合（銀天街）（熊本県天草市）

事例調査

- 先進的な商店街の取り組みのうち、デザイン経営を活用している事例を発掘、実践方法の分析を行う。

ワークショップ

- 商店街等におけるデザイン経営手法を実践。
- 実践方法の明確化を行う。

成果報告会

- 調査内容について、広く展開し、**デザイン経営活用の機運の醸成**を目指すとともに、**実践する際のハードルを明らかにする**。

小さな実行

- 天草Asovivaプロジェクト
（まちはみんなの遊園地in銀天街）

仲間づくり

- 実行委員会以外の高校生ボランティアの参加
- 出店を希望する地域事業者・団体等
- 保育園・小中高校、行政、商工会議所など

客観的視点

デザイン経営の勉強会を通じた
デザイン経営への理解・知識



「内なる実践者」山田氏
交流が生まれることで、い
ろんな事業者同志、クレー
ターがつながる場づくり

未来の妄想
空き家を活用した
チャレンジショップの広がり
中高生のチャレンジができる場
歩きたくなる・集いたくなる場づくり



実験と失敗の繰り返し

- 子育て世代へのプロジェクトを続けることで、認知度向上を図る
- 月1回のイベントだけでなく、普段から過ごせる場づくりの模索

客観的視点

アンケートの実施（2018年）

発信

- 新聞折り込みへのチラシの挟み込み
- 保育園・幼稚園・小学校・高校へのチラシの配布

【事例】騎射場中央通り会（鹿児島県鹿児島市）

事例調査

- 先進的な商店街の取り組みのうち、デザイン経営を活用している事例を発掘、実践方法の分析を行う。

ワークショップ

- 商店街等におけるデザイン経営手法を実践。
- 実践方法の明確化を行う。

成果報告会

- 調査内容について、広く展開し、デザイン経営活用の機運の醸成を目指すとともに、実践する際のハードルを明らかにする。

小さな実行

- 市民参加型DIYリノベーション

仲間づくり

- 実行委員会以外のボランティアキャストの参加
- 毎年入れ替わる大学生参加者
- テーマにより連携する地域事業者（店舗等）
- 小中学校、地元の商店街組織、行政など

客観的視点
メンター（地域起業家）



「内なる実践者」須部氏
エリアの価値向上を目指す
既存商店街と新たな取り組みとの結節点

未来の妄想
コミュニティ形成と人材育成
による活性化
「のきさき市」を通した毎年実施される
将来像の議論と共有



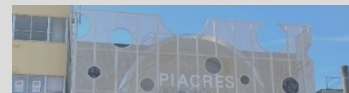
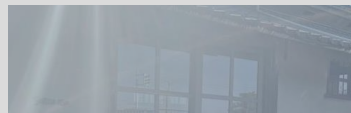
実験と失敗の繰り返し

- 学生の「のきさき市」への参加は3回目以降
- 毎年、実行委員会によるコンセプトづくり

発信

- 「騎射場のきさき市」のメディアを通した積極的発信
- 仲間や参加者が発信主体に

ワークショップ



ワークショップ概要（新しい商店街の可能性を探るワークショップ）

事例調査

- 先進的な商店街の取り組みのうち、デザイン経営を活用している事例を発掘、実践方法の分析を行う。

ワークショップ

- 商店街等におけるデザイン経営手法を実践。
- 実践方法の明確化を行う。

成果報告会

- 調査内容について、広く展開し、デザイン経営活用の機運の醸成を目指すとともに、実践する際のハードルを明らかにする。

参加商店街

- 菊池市商店会連合会
（熊本県菊池市）
- 託麻西南繁栄会
（熊本県熊本市東区）
- 門司中央市場商業協同組合
（福岡県北九州市門司区）



専門家

- (株)ホーホウ 代表取締役 木藤亮太氏
- 九州大学 准教授 杉本美貴氏
- NEXT BIZ PARTNERS(株)
代表取締役 弁理士 羽立幸司氏

WSの流れ

- ①11/28（月）商店街のありたい姿の再検討
過去事業分析（成功・失敗）
- ②12/22（木）強みの棚卸・顧客ニーズ分析
- ③1/19（木）BMC※を用いた事業提案
※BMC=ビジネスモデルキャンバス



専門家および参加商店街について

商店街再生の専門家

木藤 亮太



(株)ホーホウ代表取締役
(株)油津応援団代表取締役
2013年7月に全国公募で選ばれ、宮崎県日南市のテナントミックスサポートマネージャーに就任し、“猫さえ歩かない”と言われた油津商店街の再生事業に取組み、約4年で25を超える新規出店、企業誘致等を実現。`日南の奇跡、と称された油津商店街の再生を果たす。現在は那珂川市などの地域づくりの事業に参画。

デザイン経営アドバイザー

杉本 美貴



九州大学准教授(芸術工学研究院 ストラテジックデザイン部門)。専門分野はインダストリアルデザイン、プロダクトデザインなど。企業でのデザイン実践の経験を活かし、地域創生・地域産業活性化に向けた製品やブランド開発のプロジェクトを実施。地域に対するデザイン経営の導入として、筑後地方の異業種小規模企業者集団「ちっこたる」(<https://chiggotal.com>)のブランディングを推進。

事業構想&知財アドバイザー

羽立幸司(弁理士)



NEXT BIZ PARTNERS株式会社 代表取締役、弁理士。
大阪の特許事務所と東京の法律・特許事務所を経験し、2003年に特許事務所を設立。多数の産官学連携プロジェクトに関わり、一貫して中小・中堅企業支援に経営目線で取り組んでいる。この5年ほどは特にビジネスモデルと知財との関係性を明らかにしながらの個別支援に力を入れている。

門司中央市場商業協同組合



観光客が多く訪れる門司港レトロ近くにあり、築65年の鉄筋コンクリート造の建屋を使用した風情ある商店街。レトロ感と共に斬新さを加味共存させた商店街を創出したいという思いで、WSに参加。

菊池市商店会連合会



店主の高齢化や外部環境の変化により、既存店の経営は厳しく、商店街の形成がままならない状況にあり、今後どのような商店街の活動をしていくべきかを模索したいという思いでWSに参加

託麻西南繁栄会



熊本市のベッドタウンにあたる地域に位置している。商業者が広範囲に位置しており、所謂商店街の形をとっていない。ゴミ拾いをテーマに会員の売上増進につなげたく、当該事業案のブラッシュアップを目的にWSに参加

ワークショップのプロセス

事例調査

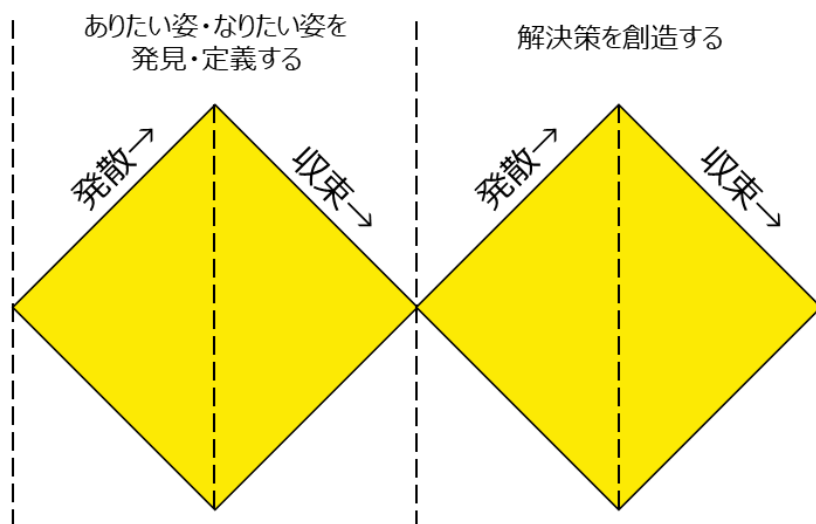
- 先進的な商店街の取り組みのうち、デザイン経営を活用している事例を発掘、実践方法の分析を行う。

ワークショップ

- 商店街等におけるデザイン経営手法を実践。
- 実践方法の明確化を行う。

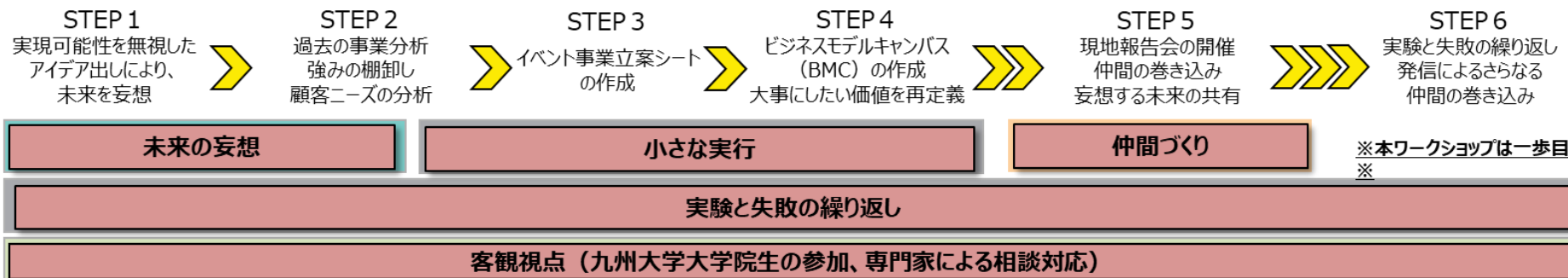
成果報告会

- 調査内容について、広く展開し、デザイン経営活用の機運の醸成を目指すとともに、実践する際のハードルを明らかにする。



【ワークショップ構成のポイント】

- 商店街におけるデザイン経営の要素
- ダブルダイヤモンドモデル
- 専門家への相談（オンライン・現場）をWS間で行いながら、参加商店街等は「ありたい姿」を再検討し、実現への第1歩目となる事業やイベントの企画提案の実現を目指す。



ワークショップのポイント

事例調査

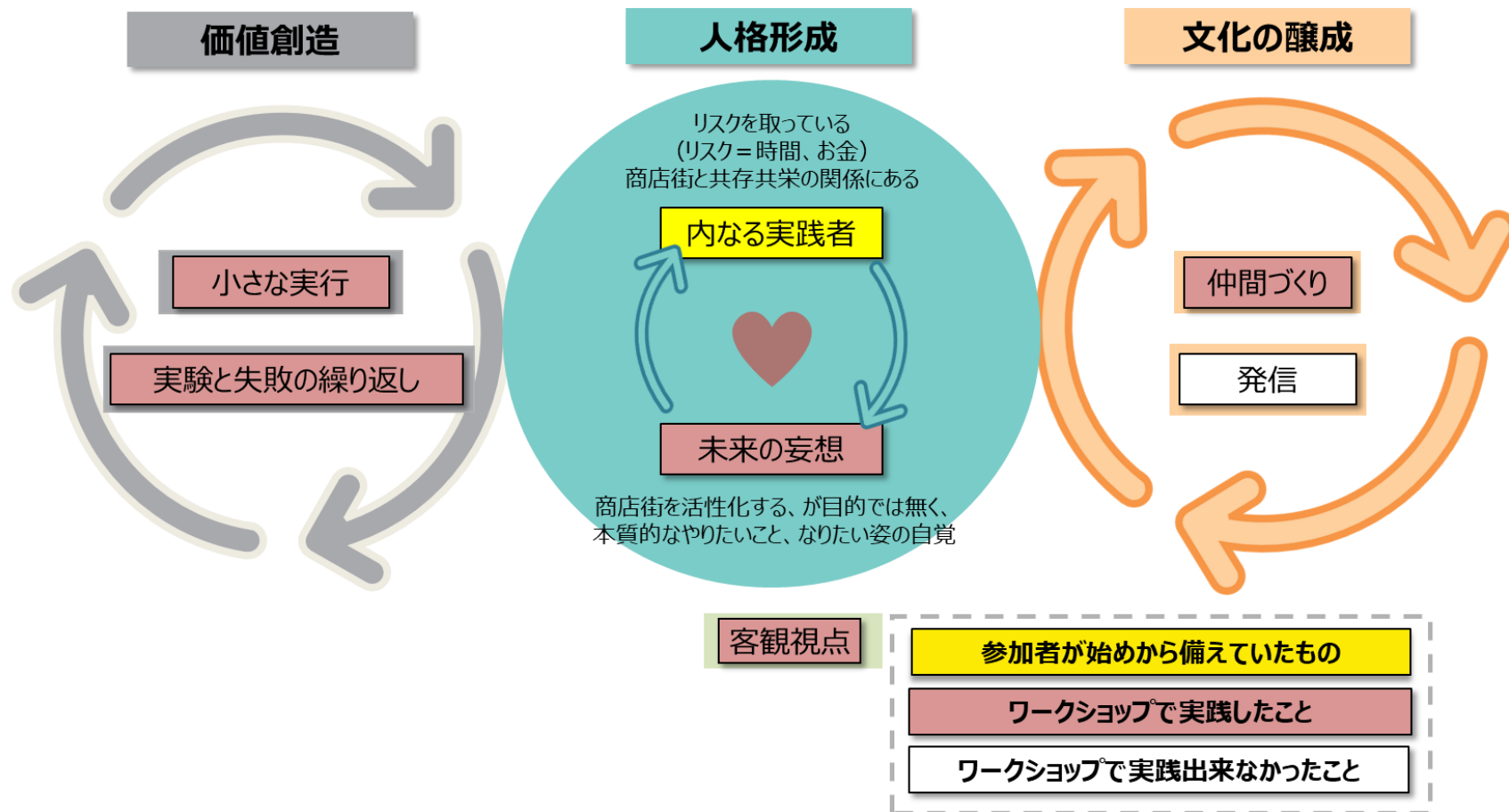
- 先進的な商店街の取り組みのうち、デザイン経営を活用している事例を発掘、実践方法の分析を行う。

ワークショップ

- 商店街等におけるデザイン経営手法を実践。
- 実践方法の明確化を行う。

成果報告会

- 調査内容について、広く展開し、デザイン経営活用の機運の醸成を目指すとともに、実践する際のハードルを明らかにする。



ワークショップ開催内容（第1回）

日時：11月28日(月)10:00～17:00 場所：九州経済調査協会会議室

専門家による講演概要

- 講師
(株)ホーホウ 代表取締役 木藤亮太氏
- タイトル 応援とチャレンジの連鎖がまちを変える
- オンライン出席者数 延べ36名

※WS参加商店街以外にも公開



グループワーク概要

- 専門家、九州大学大学院生も交えてグループワーク。
- 商店街の看板を一度外し、自分が考えるまちのありたい姿、なりたい姿を妄想。
- 過去の事業分析（成功事例・失敗事例）の実施。



失敗した取組：〇〇事業 【組織： お名前： 】

良かった点	悪かった点
継続すべき点	課題点
挑戦すべき点	

失敗した原因（該当するものを全てに○をつけてください）

1. 認知（知識の不足、従来の価値など）	2. 不注意（理解不足、注意・用心の不足、疲労・体調不良など）
3. 手順の不遵守（手順無視、遅延不足など）	
4. 期待値（誤った期待、誤った理解、誤った状況に対する期待など）	
5. 環境・条件の不足（経営資源の不足、事業環境の不足、事業の不足など）	
6. 環境変化への対応不良（経営環境の変化、経営環境の変化など）	
7. 企画不良（戦略・計画の不良、組織体制の不良・機軸や企画の不良など）	8. 価値観不良（異文化、組織文化不良、安全意識不良）
9. 組織運営不良（運営の環境化、管理不良、組織不良）	10. 未知（未知の事業発生、以上等最悪な結果）

STEP 1
実現可能性を無視した
アイデア出しにより、
未来を妄想



STEP 2
過去の事業分析
強みの棚卸し
顧客ニーズの分析



STEP 3
イベント事業立案シート
の作成



STEP 4
ビジネスモデルキャンパス
(BMC) の作成
大事にしたい価値を再定義



STEP 5
現地報告会の開催
仲間の巻き込み
妄想する未来の共有



STEP 6
実験と失敗の繰り返し
発信によるさらなる
仲間の巻き込み

※本ワークショップは一步目※

未来の妄想

小さな実行

仲間づくり

実験と失敗の繰り返し

客観視点（九州大学大学院生の参加、専門家による相談対応）

ワークショップ開催内容（第2回）

日時：12月22日(木)10:00～17:00 場所：九州経済調査協会会議室

第2回

専門家による講演概要

- 講師
九州大学 准教授 杉本美貴氏
- タイトル デザイン経営とブランドのデザイン
- オンライン出席者数 延べ33名

※WS参加商店街以外にも公開



グループワーク概要

- 専門家を交えてグループワーク。
- 前回までに検討した「商店街のありたい姿」、「過去の事業分析」を念頭に、強みの棚卸し、顧客ニーズ分析を実施。



貴商店街の強みとして、見いづもの全てを以下のカテゴリー別に載せてください。重複してもOK。該当するものがなければ空欄にしてください。

地域の特性	
現在の来街者	
これまでにやってきた取り組み	
商店街が持っている資源（モノやサービス）	
商店街の運営に関わる人	
その他	

文章が成立するように、A～Gまでの空欄を埋めてください。記載するイベントや事業は、1つでも2つでも3つでもOKです。

記載内容	文章	家1	家2	家3
A	ターゲット	～は、		
B	現場の資源、現場課題	～に苦悩している。		
C	ターゲットが必須としている進歩（顧客ジョブ）、現状の状況	（Bを解決するために、ターゲットは）～という進歩が必要		
D	価値提案	（私たちは、）～ができるという価値を提案します		
E	製品・サービスの空間内書	～の提供		
F	取組む	～の取組		
G	自商店街などの強み	（本取組は、）～という強みの発揮によって選ばれた存在となります。		

STEP 1
実現可能性を無視した
アイデア出しにより、
未来を妄想



STEP 2
過去の事業分析
強みの棚卸し
顧客ニーズの分析



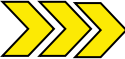
STEP 3
イベント事業立案シート
の作成



STEP 4
ビジネスモデルキャンバス
（BMC）の作成
大事にしたい価値を再定義



STEP 5
現地報告会の開催
仲間の巻き込み
妄想する未来の共有



STEP 6
実験と失敗の繰り返し
発信によるさらなる
仲間の巻き込み

未来の妄想

小さな実行

仲間づくり

※本ワークショップは一歩目※

実験と失敗の繰り返し

客観視点（九州大学大学院生の参加、専門家による相談対応）

第3回

グループワーク概要

- 講師
NEXT BIZ PARTNERS(株)
代表取締役 弁理士 羽立幸司氏
- タイトル
商店街の価値創造とビジネスモデルキャンバス
- オンライン出席者数 延べ40名

第3回ワークショップ
商店街の価値創造と
ビジネスモデルキャンバス

1月19日(木)10:15~11:45
NEXT BIZ PARTNERS(株)代表取締役
(知的財産総合事務所NEXPAT所長弁護士)
羽立 幸司

- 専門家を交えてグループワーク。
- 前回までに検討した「商店街のありたい姿」、「過去の事業分析」「強みの棚卸し」「顧客ニーズ分析」を念頭に、事前課題の「ユーザーリサーチ」を踏まえた上で、ビジネスモデルキャンバスを用いた事業企画を実施。
- 取組を通して商店街で大事にしたい価値を改めて定義

[illegible]

FALSE事業				
キーパートナー	キーアクション	価値提案	関係者とのつながり	関係者セグメント
	主なリソース	FALSEの提供によって、FALSEができる	チャネル	FALSEFALSE
	FALSE			
コスト構造			収益の流れ	

取組を通して商店街で大事にしたい価値

取組(イベント・事業)により実現する商店街の将来像・目標

取組(イベント・事業)により実現する商店街の将来像・目標について。

※提案した取組は、将来像・目標の実現に繋がるのか

将来像・目標の達成のために大事にしたいことやコンセプト

商店街の将来像・目標の達成のために大事にしたいことについて、改めて列挙してください

例:自分たちのができる/楽しむ範囲内の無理のない形で取り組む、長く続くように取り組む、失敗してもやめない、ワクワクすることをやる…

関係者とのつながり方

商店街の将来像・目標の達成のために、商店街関係者やお客様、地域の方々との「つながり方」について、改めて列挙してください
第2回WSの事前課題である「強みの棚卸しシート」で記載したつながり方について、改めて振り返り、必用に応じて加筆修正しましょう



STEP 6

実験と失敗の繰り返し
発信によるさらなる
仲間の巻き込み

実験と失敗の繰り返し

客観視点（九州大学大学院生の参加、専門家による相談対応）

各商店街のアウトプット

事例調査

- 先進的な商店街の取り組みのうち、デザイン経営を活用している事例を発掘、実践方法の分析を行う。

ワークショップ

- 商店街等におけるデザイン経営手法を実践。
- 実践方法の明確化を行う。

成果報告会

- 調査内容について、広く展開し、デザイン経営活用の機運の醸成を目指すとともに、実践する際のハードルを明らかにする。

商店街

ありたい・なりたい姿（将来像）

提案した事業・取組

門司中央市場商業協同組合

港の駅として（世界）旅行に出かけた気分になれる商店街

●空き店舗ゼロ化促進計画

- 改装、販売手法に長けた移転出店者、販売手法に苦心する新規出店者が対象
- 中央市場が出店サポート独自の家賃補助
- 「今までと違う流れを一緒に作っていく」

託麻西南繁栄会

創造が叶えられる託麻西南繁栄会
～チャレンジ出来る託麻西南繁栄会～

●スタートアップサポートプラン

- 地域貢献したいが手法が分からない人、地元で新たな事業に取り組みたい人が対象
- 繁栄会が事業計画を作成し、大学生に対してPBL（Project Based Learning）の提供をすることで、大学生がサポートに参加

菊池市商店会連合会

（若者を含めて）他人の経験を自分の価値に変えることが出来る人と一緒に将来を考える商店街

●よろず相談事業（“傾寄屋”事業）

- 地域貢献したいが手法が分からない人、地元で新たな事業に取り組みたい人が対象
- 繁栄会が事業計画を作成し、大学生に対してPBL（Project Based Learning）の提供をすることで、大学生がサポートに参加

ワークショップ開催内容（現地報告会）

事例調査

- 先進的な商店街の取り組みのうち、デザイン経営を活用している事例を発掘、実践方法の分析を行う。

令和5年1月26日
託麻西南繁栄会



梅木さんのチャレンジを心から応援する
素晴らしい先輩方、、、

STEP 1
実現可能性を無視した
アイデア出しにより、
未来を妄想



STEP 2
過去の事業分析
強みの棚卸し
顧客ニーズの分析



STEP 3
イベント事業立案シート
の作成



STEP 4
ビジネスモデルキャンバス
(BMC) の作成
大事にしたい価値を再定義



STEP 5
現地報告会の開催
仲間の巻き込み
妄想する未来の共有



STEP 6
実験と失敗の繰り返し
発信によるさらなる
仲間の巻き込み

未来の妄想

小さな実行

仲間づくり

※本ワークショップは一歩目※

実験と失敗の繰り返し

客観視点（九州大学大学院生の参加、専門家による相談対応）

ワークショップ

- 商店街等におけるデザイン経営手法を実践。
- 実践方法の明確化を行う。

令和5年2月6日
菊池市商店会連合会



アイデアを出し合う雰囲気づくり
素晴らしいファシリテーション！

成果報告会

- 調査内容について、広く展開し、デザイン経営活用の機運の醸成を目指すとともに、実践する際のハードルを明らかにする。

令和5年2月10日
門司中央市場商業協同組合



たくさんの方が参加！
中央市場への熱い思いも、、、

ワークショップから得られた気づき

事例調査

- 先進的な商店街の取り組みのうち、デザイン経営を活用している事例を発掘、実践方法の分析を行う。

ワークショップ

- 商店街等におけるデザイン経営手法を実践。
- 実践方法の明確化を行う。

成果報告会

- 調査内容について、広く展開し、デザイン経営活用の機運の醸成を目指すとともに、実践する際のハードルを明らかにする。

ワークショップ開催による効果 (ワークショップによるデザイン経営手法の実践の可能性)

- 少数の内なる実践者から議論をスタートさせることの有効性
- 客観的な目線（ワークシート・専門家）の有効性

ワークショップ参加商店街からの声

- 仲間を複数名募っての参加が要件だったことが良かった。
- 現地報告会で報告したところ、掲げた将来像「ありたいなりたい姿」を商店街の仲間が楽しみにしてくれていることが分かった。すぐ出来そうな取組から始め、改善を試みながら取り組みたい。
- 従来から持つ先入観が抜けられない状況からスタートしたが、ワークショップを通じて時代の変化やライフスタイルに応じた取組をこちらもしなければいけないと思えた。
- ワークショップのプロセスそのものを通じて、商店街のあり方を見直し、言語化できた。
- 自分が描いてきた「あるべき姿」を見直し、次の世代のために準備ができるものはなにかを考えることができるような問いかけをずっともらえ、やるべきことが見えた。

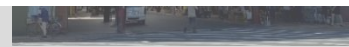
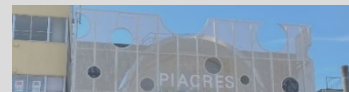
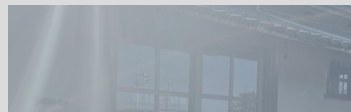
今後の検討課題

- マーケティングの徹底によるイノベーションの創出
- より効果的なワークショップ内容への見直し

専門家からの声

- ビジネスモデルキャンバス（BMC）は商店街を客観視することができるという点で有効なツールであった。対処療法的な支援も重要だが、こうした長期的目線での種まきをおこなう支援も両輪で行っていくことが重要。
- 専門家も答えを知っているわけではない。考え方や考える際のポイントについてアドバイスをしながら一緒に考え、最終的には商店街自身が答えを見つけることが出来て良かった。
- 最初から完璧を求めず、早く実践して、早く失敗し、何度も修正を繰り返して作り上げることが重要。
- Why（何のためにそれをするのか）は言語化が難しいが、Whyこそが人に刺さる。3人の専門家が順繰り携わることで、多角的な意見を得ることができ、本質的なWhyの見える化につながった。
- リーンキャンバスを使い、関係者の課題を深掘りしてベクトル併せをどのように行うのが重要である。

成果報告会



成果報告会について

事例調査

- 先進的な商店街の取り組みのうち、デザイン経営を活用している事例を発掘、実践方法の分析を行う。

ワークショップ

- 商店街等におけるデザイン経営手法を実践。
- 実践方法の明確化を行う。

成果報告会

- 調査内容について、広く展開し、**デザイン経営活用の機運の醸成**を目指すとともに、**実践する際のハードルを明らかにする。**

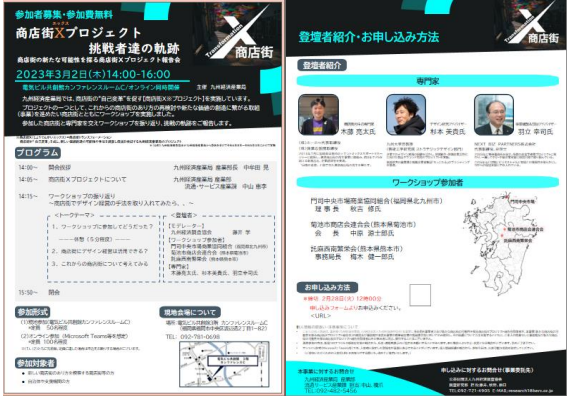
開催概要

日時：2023年(令和5)3月2日(木)14時～16時
場所：電気ビル共創館 ※オンライン同時配信
プログラム：1. 調査概要説明
2. ワークショップの振り返り
ワークショップ参加商店街、専門家を交えてのパネルディスカッション

<トークテーマ>

- ワークショップに参加しての感想、成果
- 商店街におけるデザイン経営の活用について
- 来年度以降の各商店街の取組について

参加者数：オンライン135名（概算） 会場30名（登壇者・有識者含）



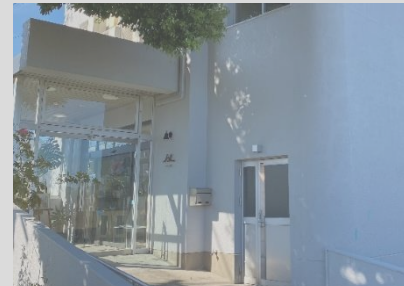
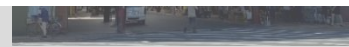
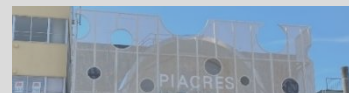
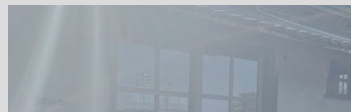
成果報告会チラシ

アンケート結果（商店街・支援機関）

※回答数：49

- 自身でもデザイン経営を活用して商店街の在り方を模索していきたいか
感じた：61% 分からない：25% その他：14%
- デザイン経営の導入・実践における課題は何か
人材がない49.0% 実践方法が分からない36.7% 実践方法は分かったが実践方法が難しい34.7%
- デザイン経営を実践するにあたって、必要と考えられる支援策（複数回答）
1位 ワークショップ等の実施支援（28票）、2位 他の商店街や支援機関、デザイナーとの交流（23票）
3位 専門家の派遣（22票）、4位 デザイナーとのマッチング（19票）

普及に向けた支援の方向性



1. 商店街におけるデザイン経営の理解促進活動

商店街におけるデザイン経営事例の発掘・情報発信

2. 商店街におけるデザイン経営の実践機会の創出

デザイン経営実践手法の1つと仮説する、
ワークショップの実施支援等による実践機会の創出

3. ネットワーク形成支援

客観的な視点を得る場・仲間づくりや価値創造のアイデアを得る
場としての内なる実践者同士のネットワーク形成