

地域商業の魅力と活力の再生検討部会（報告）

1 現状と課題（部会の設置目的）

現在の本市の商業が抱える主な課題として、

- 経営基盤の近代化の遅れと消費者ニーズへの不適合による小規模店の減少
- 経営者の高齢化と後継者難による廃業（地域商業の衰退）
- 商店の組織力の低下
- 異業種からの進出
- 商業集積地域への客足の減少
- 大型商業施設による商業環境の変化
- 市内業者の受注機会促進の必要性

などが挙げられる。

これらの課題に対して、地域商業を活性化し、持続可能なものとするため、また、事業者間の連携や行政支援施策の再構築などを検討の方向性とした議論を行うため、当部会を設置した。

ラグビーワールドカップ2019の開催地の決定が目前に迫っていることや平成25年4月に大阪の観光を戦略的に進める組織として大阪観光局が設立されるなど観光についての注目度が高まっていることから商業と関連性の高い「観光」について焦点をあてて議論を行うこととなった。

2 議論の進め方

第5回：地方における観光による経済活性化について検討

株式会社JTB西日本の今井氏と一般社団法人大阪モノづくり推進協会の足立専務理事にアドバイザーとして招聘し、観光産業の動向、東大阪の観光の魅力、モノづくり観光について説明していただき、「地方における観光による経済活性化について」をテーマに意見交換を行った。

○観光のステータスの向上

⇒2012年のデータによれば日本の旅行の直接消費額22.5兆円、生産波及効果46.7兆円、雇用創出効果399万人となっており大きな産業となっている。

従来型物見遊山的観光（マスツーリズム）からテーマ性や体験をとり入れた新しい観光（ニューツーリズム）へ旅行ニーズが変化している。

観光は人口減少、高齢社会においては外需を取り込む重要な産業だという認識が必要。

○ラグビーワールドカップを機会に観光を考える

⇒世界中から大勢の人が試合を観に来られるが、大阪市内に宿泊されて試合だけを観て帰られるだけではなく、東大阪市内で観光していただけるような仕組みづくりが必要。

○ビジョンづくりが必要

⇒観光を産業の軸とするのであれば、きっちりビジョンを作って戦略的に動く必要性がある。観光統計書づくり、地域資源調査を行ってから方向性を決め、観光客受け入れの仕組みづくり、街の回遊性づくりを作っていくといけない。

○組織づくりが必要

⇒観光の横断的組織を作る為に、既存の団体を束ねる必要性はないが、全体をコーディネートする組織があればいい。行政については、観光を専門に担当する組織を立ち上げる必要性がある。

○人づくりが必要

⇒湯布院温泉や黒川温泉には、カリスマ的な人材がいる。天神橋商店街にもいる。東大阪のモノづくりにもいる。東大阪の観光の分野にもカリスマ的な人材を育てていく必要がある。

3 これまでの検討内容の総括と今後の検討方向

観光がサービス業という見方は過去のものであるはずが、現実には変化していない。観光でお金が動いている、人が動いていることから、観光に目を向けざるを得ない状況にある。

組織づくりが必要という点では、団体をくっつけたり離したりするというのではなく、推進機制的な上位の束ねる機関が必要。行政の方では、今のところ観光と名の付く部署がなく、あくまで商業の一部門となっているので、観光の部署を早急に作る必要がある。

観光が必要というのは、東大阪では合意がとれているので、ビジョンを作って、具体的に何に取り組むか、戦略を建てなくてはならない。2019年のラグビーワールドカップは、観光を考えるいい機会。2019年をデッドラインと考えて、戦略的に動く必要がある。

また、人づくりという点で組織を動かしていくのは「人」になるので、人づくりも踏まえて動くことが必要です。それは民間だけでなく、行政も含めて行動する必要があります。

今後については、今回議論を行った内容を基本に、事例等を参考にしながらより具体的に東大阪の観光振興について議論していく予定である。

4 今後のスケジュール

平成27年5月 第6回部会の開催 地方における観光による経済活性化について
7月 振興会議へ報告