

中小企業振興会議 地域商業の魅力と活力の再生検討部会 議事要旨

日時	平成27年10月26日（月）午後6時30分から午後8時40分まで
場所	東大阪市役所総合庁舎12階会議室
出席者	○中小企業振興会議委員 6名 ○事務局 東大阪市経済部商業課
案件	東大阪市商業振興ビジョンの施策推進状況および課題について
<p>会議の経過は以下のとおり。</p> <p>【1. 会議の目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 東大阪市商業振興ビジョン（以下、「振興ビジョン」）の概要と東大阪市の商業動向、振興ビジョンに基づく主な商業振興事業の概要等について事務局より配布資料に基づき説明をした後、現在の商業振興施策推進上の主要課題等について議論、意見交換を行った。 <p>【2. 会議の総括】</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 商店街等の商業団体においては、組織によっては推進体制や体力が低下している、若手商業者の育成ができていないなど、厳しい現状にある。そのような状況下において、市内商店街は様々なイベント事業や販売促進事業等を実施しているものの、商店街への来街者が店舗の売上げや集客力の向上という、本来の目的達成にはなかなか結びついていない実情がある。 ▶ 商業振興は商業者自身の意欲やがんばりが基本となるものである。市の商業振興施策推進においては、商業者の声や思いを訊くなどしながら、施策・事業のPDCAサイクルの確立等は当然必要ではあるが、商業者が様々な事業に挑戦することが地域商業の活性化に向けたきっかけとなるので、まずは継続していくことが重要である。 ▶ 昨今の商店街の店舗の入れ替わりにおいては、従来の小売店・物販店とは異業種の飲食店やサービス業店舗の増加が著しい。加えて、商店街の業種構成の多様化、商店主の事業承継問題・世代交代の難しさ、金融機関や大学等の他団体と協働するための体制が整っていない等の諸課題が山積している。そのため、商店街全体での合意形成、商業振興メニューの活用、事業実施等が難しい現状にはあるが、行政は各商店街の課題解決に向けた支援体制をこれまで以上に強化していくことが肝要である。 <p>【3. 質疑・意見要旨】</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ （委員） 商業振興も、今後の人口減に備えた根本的な対応、有効施策の検討等が必要だと思う。 ▶ （委員） 商業振興施策事業の見直し基準や、PDCAサイクル等は確立されているのか。また、他の商業集積地で成功事例があった場合、他の商業集積地等への還元（情報提供等）はされているのか。商業振興をする上では（商店街等をベースにした）「公の支援」も大切だが、商業者個々人の前向きな取組みが大きな鍵となる。そういった部分をどうやって支援していくかが重要となる。 ▶ （事務局） 現在は商業課の職員がそれぞれの商業集積地に赴いて、成功事例の紹介や事業PR、商業者の意見を聴く等で対応している。 ▶ （委員） 各商業集積地では色々なイベント等が開催されているが、商店街によって実施しているところと実施していないところがある。振興ビジョンにあるサポートセンターの構築については現在どうなっているのか。 ▶ （事務局） サポートセンターがない現在でも、サポートセンター的な機能を持つ支援メニューやリ 	

ーディング事業で補完はできているものの、コストや受け皿となる機関、設置場所等含めサポートセンターのあり方についてはさらなる検討が必要だと考えている。

- **（委員）** 商店街の店舗構成は変化してきており、特に若い開業者には飲食業従事者が増えている。布施では「布施えびすバル」のような、商店街の枠にとらわれない事業等も実施されており、前向きに活動していつてもらいたいと思っている。
- **（委員）** どの商業振興事業に効果があったのか、例えば商業者へアンケート調査等を実施するなどして成果を確認する作業も必要ではないか。活性化はどこから芽が出るかわからないこともあり、メニューや事業をたくさん実施する事でヒットすることもあるので、続けていつて欲しい。将来人口の予測やシミュレーションは前提条件等によって大きく変わるものであり、悲観するよりも、まちの魅力や住みやすさを積極的に打ち出してまちづくりを進めていくことが大切だと思う。
- **（委員）** 商店街でイベントをすると、人はいっぱい集まるのに肝心の売上げは上がらないという現状がある。こういった面での商業者の能力を高めるための勉強会などがあってもいい。商店街では高齢化も進んでおり、活性化に向けては試行錯誤しながら若手商業者の育成が重要である。
- **（委員）** 地域の人口や性別分布等の現状を商店街が把握し、ターゲット把握をしたらいいのではないか。お小遣い消費型が多い男性と比べて、女性は世帯収入の六割を消費しているとも言われるし、女性や高齢者を対象にした安心安全対策も欠かせない。
- **（事務局）** 人口減少についてのご意見をいただいたが、転入・転出含めた東大阪市の将来人口予測や、他市との比較から推測すると、特に若年女性の消費が課題になってくると考えられる。また、高齢比率が高いのは事実であるが、その中で、四十代、五十代といった高齢を前にした世代は、転出よりも転入データが多いという結果があり、こちらは既に整備されている鉄道網等の利便性によると考えられる。高齢化は課題でもあるが、東大阪市の、特に駅前の商店街には高齢者のニーズを満たす土台があるので、女性や高齢者を意識した施策を整理していくことを検討する必要もあると考えている。
- **（委員）** 商店街によっては、魅力的な地域資源が確かに存在しており特色も出せるのに、肝心の商業者自身が悲観的、非行動的な場合もあり、活性化はなかなか難しい面がある。
- **（委員）** イベントで人を呼びこむだけなら簡単だが、その後が重要である。商業者の高齢化も課題ではあるが、社会人を経験していない若手商業者にも不足している点は多く、商業者の意識改革が必須である。
- **（委員）** 商業集積地ごとの推進体制や体力差等がある現状では、事業承継や組織体制強化に向けたサポート体制の強化は欠かせない。

【4. 配布資料】

- ・ 資料1 東大阪市の商業動向について
- ・ 資料2 商業振興ビジョンに基づく主な商業振興事業の概要等について
- ・ 資料3 商業振興ビジョン策定後の商業集積地の現状と商業振興上の課題
- ・ 資料4 地域商業の魅力と活力の再生検討部会委員名簿（参考）
- ・ 参考1 東大阪市商業振興ビジョン
- ・ 参考2 東大阪市商業振興ビジョン概要版
- ・ 参考3 東大阪市商業振興事例マップ
- ・ 参考4 東大阪市小売商業の現状と主要商店街の規模・構造（平成27年3月）