

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29年1月31日（火）午後6時から午後8時まで
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を踏まえた商業振興の方向性の確認とまとめ」について
<p>会議の経過は以下のとおり。</p> <p><b>【1. 会議の目的】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 本部会で紹介したやる気のある若手商業者グループの活動は、東大阪市商業振興ビジョン(以下、「振興ビジョン」)に基づくコーディネート系事業という行政のサポート体制があったからこそ育ってきたと言えることから、コーディネート系事業の概要や各商業集積地での取り組み実績を振り返った。次に、元気グループコーディネート事業の支援を受けて今年度2年目の活動に取り組んでいる若手商業者グループ「布施三・四会」のイベント等の活動内容や課題等について紹介を行い、同グループについて、そして商店街と小学生との関わり等に関しての質疑や意見交換を行った。その後、商店街の枠を超えて個店を支援する取り組みとして今年度市が作成したラグビーにちなんだ食品を製造する個店を紹介した冊子『東大阪ショウテンス』の事業説明と、長崎市の個店支援の取り組み事例、そして平成29年度の商業振興施策について説明を行い、各部会員の立場より議論、意見交換を行った。</li> </ul> <p><b>【2. 会議の総括】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 学校との連携では、商業も工業と足並みを揃えて連携を進めて行ければと考えている。</li> <li>▶ 振興ビジョンに基づくコーディネート系事業の実践を通じて、商業振興のサポート体制があったからこそ、やる気のある若手商業者の発掘や応援ができており、既存の商店街組織の枠を超えた、商業集積地全体の活性化を目指す新しい組織（若江岩田きらりプロジェクト、布施三・四会等）の活動につながっているため、商業振興サポート体制は今後も必要である。</li> <li>▶ 若手商業者グループがスムーズに事業を推進するには、コーディネート事業におけるコーディネーターの存在が大きい。コーディネーターが第三者の視点でグループの活動をサポートすることで、商業者だけでは気がつかないことを気づかせてくれる。コーディネートという仕組みとコーディネーターの質が重要である。</li> <li>▶ 東大阪市では、現時点では長崎市の事例のように個店を対象とする補助事業はあまりなかったが、そういった施策に取り組むことによって個店という点の魅力が面という形で広がって行き、集積地全体ににぎわいが波及していくような流れができれば良いと考えられるので、今後は個店を対象とした様々な支援が求められる。</li> <li>▶ 人と組織について、情報共有ができていないことや縦割りであることが課題であり、これを克服することが重要である。</li> </ul> <p><b>【3. 質疑・意見要旨】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ (委員) 三番街・四番街のグループがイベントをやることは聞いていたが、具体的な内容は流れてこなかった。しかし今聞くと、なかなかいいことをやっていたんやなという気はした。三</li> </ul>	

番街・四番街は駅から一番遠い商店街で、（駅から離れるにしたがって）お客さんが少なくなるというのは本人らも自覚していて、それでこういうことをやろうという発想があったと思う。子どもやその親が商店街に行かない傾向がある。昨年5月に大阪府教育委員会の学校校長会に出席をした時に、現場の先生と話をしたが先生すら商店街に買い物に行かないという現状があった。商店街に対して悪いイメージがあり、商店街の団体の方で子どもに商店街を理解してもらわないといけないということで、小学生向けの商店街を知ってもらうためのパンフレットを作っている。各商店街から近隣の小学校に配ってもらう。対象は3年生か4年生ぐらい。3月中にはできる予定。商店街はこういう生い立ちでできているとか、商店街にはこういう店があるとか、宣伝だけでなく子どもに商店街に親しんでもらうというパンフレットである。子どもに親しみをもってもらうための仕掛けを考えている最中で、そういう面から言えば三番街・四番街のターゲットは良かったと思う。小学生の低学年から取り込もうという運動は、布施では良い。（布施では）商店街が高齢化している。商店街は長いから一回で物を買えないと、30代から40代までの教師はそんなことを言う。そういう不便さがあり商店街の面白さそのものを知らない子どもの親世代の先生がほとんどである。（我々のやっていることは）三番街・四番街と同じような方向性で非常に喜んでいる次第である。

- **（委員）**何か目的を持ってイベントをしないと、お客さんは集まらない。これ安いですよという時代は終わったというのがある。三番街・四番街の方はいろんな知恵を出されるなど思う。僕らの（イベントをやった時の）課題は告知の仕方。媒体は出したがそれだけで終わってしまった、というのが一番の敗因と思っている。
- **（委員）**私が住んでいる地域の石切参道商店街では、年に2回小学校と商店街が手を組んで取り組みを行っている。春には100円ショップとあって、一人100円の金券を3枚、300円分もらう。各店舗はそれに合わせた子ども向けの商品を準備する。商店街はかなりの商店が参加されていて、そこで子ども達が買い物をする。それを小学校低学年の社会勉強と位置づけ、授業で買い物の仕方、お金の価値等を教え、実践として商店街で買い物をする。学校を挙げてやるので、何百名という児童を何日かに分けてやっている。秋は、買い物をした時に気に入った店で売り子やりたいとか作る方をやりたいという希望を出して、そういう勉強をする。そういうことを学校に協力いただければ、一気に人が集まるかなと思う。中学になったらエリアをかなり広げて同じように社会勉強で地域の企業、商店に行って実践の勉強をしている。
- **（委員）**今まで我々がやってきたのは、昨年末に作った年配向けのものだが、商店街もワールドカップを応援していますという意味を込めて花園ラグビー場をメインにしたカレンダーを作った。
- **（委員）**あと2年間のうちに市の予算もあると思うがワールドカップを盛り上げるということについて、自治体連携で総務省の予算があるとお聞きしている。ワールドカップを開催する都市との連携を考えてみてもいいのでは。商店街に釜石の店を呼んできて売ってもらうとか逆をすとか。
- **（委員）**今年度DMOというのが立ち上がり、東大阪市は商店街が割合発達している地域なので商店街も支援しますよということでDMOの中に商店街の私も入らせてもらっている。モノづくりと商業を含めた下町文化、ラグビーを三本柱にしている。商店街として協力できるのは、食べ物とか名物とか。高校ラグビー大会のさらに大々的な国際的な盛り上がりになったらいいと思うが、周辺の商店街がそこまで対応しきれてないという現状はあるので、何かしかならないといけない。それが我々のイベントの集客にもつながる。
- **（委員）**店でラグビーフェアをやったときに“ワールドカップ”という文言を使いたかったが、

商業用には一切使ったらだめだった。だから逆に宣伝してはいけない。アピールしたいけど、できないという状況になっている。

- **(事務局)** ワールドカップ開催時はラグビー場周辺もスポンサーでないと出店できない。何メートルか離れたらスポンサー以外でも出店が可能だろうとは聞いているが、しかし市としても市内の商業者をアピールしてお金を落としてもらう仕組みを作ろうと試しに『ショウテンズ』の冊子を作った。市としてこういうものを作ったのは初めてだと思うが、メディアから取り上げていただき、意外に反響があった。経済部として、いかに（ラグビーワールドカップで）お金を落としてもらうかについてワーキング部会を立ちあげて、会議を重ねてどうやって経済を活性化するのかということを進めているので、一定の時期が来たらご報告できると思う。
- **(委員)** 『ショウテンズ』の冊子に載せていただいて、メディアが関心を示し、J:COMからは月一回出演して『ショウテンズ』を宣伝してほしいという依頼が来ている。冊子に仲間も載っているのだから、交代でアピールしていこうという話をしている。昨年末、地元の小学校から3年生に大型店と商店街・専門店の違いについて授業をしてほしいと依頼があり、4時間いただいた。和菓子屋さんとお米屋さんとお酒屋さんと電気屋さんが行って、話をするとうごく興味を持ってもらえて、時間が足りないぐらいたくさん質問が来た。お店に来てくれたらもっと話すよと言うと、本当に来てくれた。商店街から子どもたちにアピールできていないので、小学生向けの商店街のパンフレットはすごくいいなと思った。「三・四会」もそうだが、若手の店主が学校に行って話をすれば授業の時間を取ってくれるのではと思う。中学生は職業体験で来てくれるが、もっと小さい世代から専門店とスーパーで何が違うかという話をこっちから行って見たらいいのかなと思う。それは僕たちが若いから恥も知らずに行けるとするのは強みと思う。三・四会さんはすばらしい取り組みをされているので、機会があればお話できればと思っている。
- **(委員長)** 商店街はほとんどが年配の経営者が経営している。年配の店主は小学生に対し丁寧に話してくれる。年配の店主でも（子ども向けのイベントが）できたらいいとは思いますが、きっかけがないから若手から始まっているというだけで、小学生が行ったら年配の店主でもちゃんと対応してくれると思う。
- **(委員)** 小学校に行って先生と話したら、商店街ってそんなに面白いところだったんですねとなった。先生も商店街のことをよく知らない。
- **(委員)** 商店街は商売が好きな人が商売している。例えば調理方法とか使い方とかの知識が豊富である。商店街のメリットは対面販売するということだから、どんどん分からないことを聞けるというのがスーパーに無いところですよという宣伝はしている。しかし宣伝だけでは足りないから、子どもさんでも分かるような簡単な内容で商店街の良さを知ってもらう、また商店街の勉強もしてもらうためにこういうパンフレットを作った。
- **(委員)** 小学校・中学校の先生は地域の商店街やモノづくりや農業の勉強をしておくべきではないか。
- **(事務局)** (商団連の)パンフレットの件は、小学校の先生にアドバイスもらえないかとお願いしている。今後もそういう形でアプローチできたらと思う。
- **(委員)** 商店街から行くのはハードルが高いが、学校からお願いされればたぶんノーとは言わない。
- **(委員)** 商店街は普段から小学校と交流がある。小学校は商店街について勉強するチャンスがないだけ。
- **(事務局)** ラグビーワールドカップ2019は終わるので、その後も得るものを残していくために、

地元でずっと買ってもらおうという視点が残って行くと思われるので、この視点を経済部として持ちつつ、ワールドカップにのっかって行くということを考えている。冊子には、商業集積地でやっている方、ちょっと離れたお店の方をつないで面でとらえていき、あちこちに面がたくさんあれば、市全体での掘り起こしや魅力アピールにつながるのではないかと考えてやっている。

- **(委員)** 商業施策については今までとあまり変わらない部分が多いと思うが、予算的に縮小もしくは廃止のようなことはなるべくしないようにと要望として上げておく。
- **(委員長)** 長崎市の事例では、製品開発の後の販路開拓が課題であるということだが、どうか。
- **(委員)** 現在東大阪市では長崎市のような個店を補助するような補助金はないのか。
- **(事務局)** 他市事例としてあるので、今後地域の事業者さんの声を聴いて、こういうものがあれば使ってみたいという声が多ければ予算申請等を頑張っていきたいと思っている。
- **(委員)** 製品開発で機械を購入するときに、こういう補助金があれば助かるのは助かる。商品を作ったけど、広告がうまくいかなくて（売れずに結局）機械を使わないということも重々考えられるので、こういう補助金ができるなら慎重に検討すべきだとは思いますが、一商店主としては補助金があれば助かるのは現実としてある。
- **(委員)** 百貨店には、販路拡大をめざす個店がしょっちゅう売り込みに来られる。商品、値段等売れるかどうかということはもちろんだが、お互いの値入率の条件面で折り合いがつけば契約は難しいことではない。
- **(委員長)** 販路拡大で言えばインターネットの販売は全世界を対象にできるが、それだけでは限界があるのでそれを克服するために大型店との取引をやっていくという方向が必要だろうが、全国どこにでも売っているお菓子と例えば希少性がなくなるので、その辺りがトレードオフの関係なのかという気もする。
- **(委員長)** 学校との連携では、工業の方でも話が出ていた。実際工業関係ではかなり連携が進んでいるという話を聞いているので、工業と商業で足並みを揃えていければと感じた。商業振興の取り組みが、うまくいっている場合もあればうまくいっていない場合もあるというところで、その中でも「小阪まちゼミの会」や「若江岩田きらりプロジェクト」のようにうまくいっているイベントもあった。そしてこのようなイベントは商業振興のサポート体制があったからこそ実現できたと認識している。「布施三・四会」の取り組みも、「若江岩田きらりプロジェクト」と同じく小学生をターゲットにしている苦労があるにせようまくいっているということは、サポート体制があったからこそだと認識している。その中でもコーディネーターという存在が大きいと感じた。第三者的な目が入らないと気付かない部分もあるので、コーディネーターという仕組みが非常に重要であるし、コーディネーターの中身と質も重要であると感じている。そしてこのような取り組みが面という形になっていけばよいと思うし、個店への振興施策は東大阪市ではあまり取り組んでこなかったということだったが、個店という形でも取り組みがおこなわれるのであれば、点から面という形に広がって行き東大阪市全体に広がっていくような流れになればというふうに思う。人と組織の問題が重要。情報共有が行われていないことや大きい話ではラグビーワールドカップの伴う課題、教育委員会もかなり縦割りになっているというのが現状。人と組織の問題も克服しなければいけない問題と思っている。

#### 【4. 配布資料】

- ・ 資料1 地域商業の魅力と活力の再生検討部会（前回部会報告）
- ・ 資料2 地域商業の魅力と活力の再生検討部会議事要旨（平成28年9月1日開催分）
- ・ 資料3 コーディネート事業実施までの流れ
- ・ 資料4-1 商業振興コーディネート事業の概要
- ・ 資料4-2 商業振興コーディネート事業の実績（平成22年度から）
- ・ 資料5-1 元気グループコーディネート事業の概要
- ・ 資料5-2 元気グループコーディネート事業の実績（平成24年度から）
- ・ 資料6 長崎県特産品開発事業補助金について
- ・ 資料7 （参考）地域商業の魅力と活力の再生検討部会委員名簿