

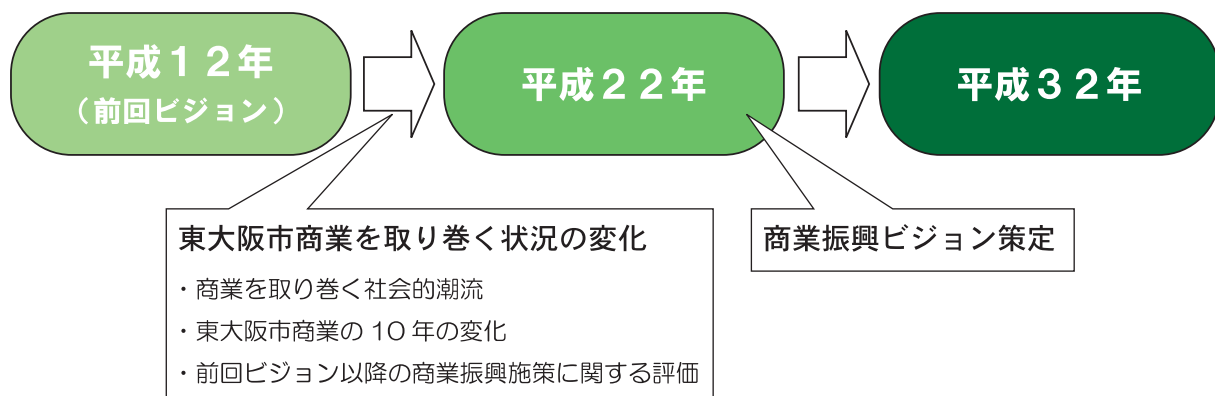
まずは、動き出そう！

**地域生活の拠点“商業集積地域”の
魅力とにぎわいづくりに向けて**



東大阪市

ビジョン策定の目的は？



これまでの10年の成果と課題を踏まえ、

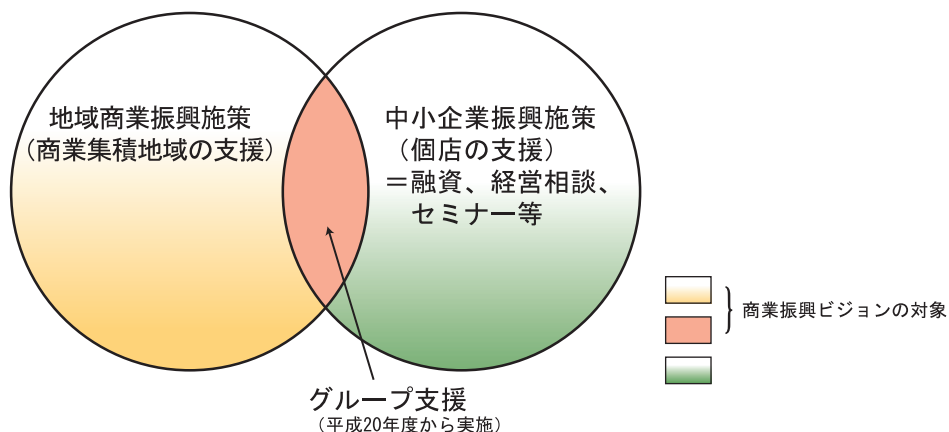
東大阪市の新たな地域商業振興施策の指針(概ね10年後)

となることを目的に策定

ビジョンは、商業集積地域を対象とします

<ビジョンで商業集積地域を対象とすることの意義>

- ・ 買物だけの機能としては商業集積地域の占める割合は低下傾向にあります。
- ・ それでも商店数は全市の4割を占め、駅周辺の利便性が買物空間として再評価されています。特に、本市における商業集積地域は、大蓮周辺を除けば、近鉄大阪線・奈良線及びJR学研都市線の駅周辺を中心に構成されており、市内約74の商店街等組織（商店街振興組合、商店会、小売市場等）のほとんどはこれに該当しています。
- ・ 商業集積地域は、買物空間だけでなく、“地域生活の拠点”として地域のまちづくりに重要な地域であるといえます。



商業振興の基本方針

(1) 基本目標

商業集積地域の魅力と活力の再生

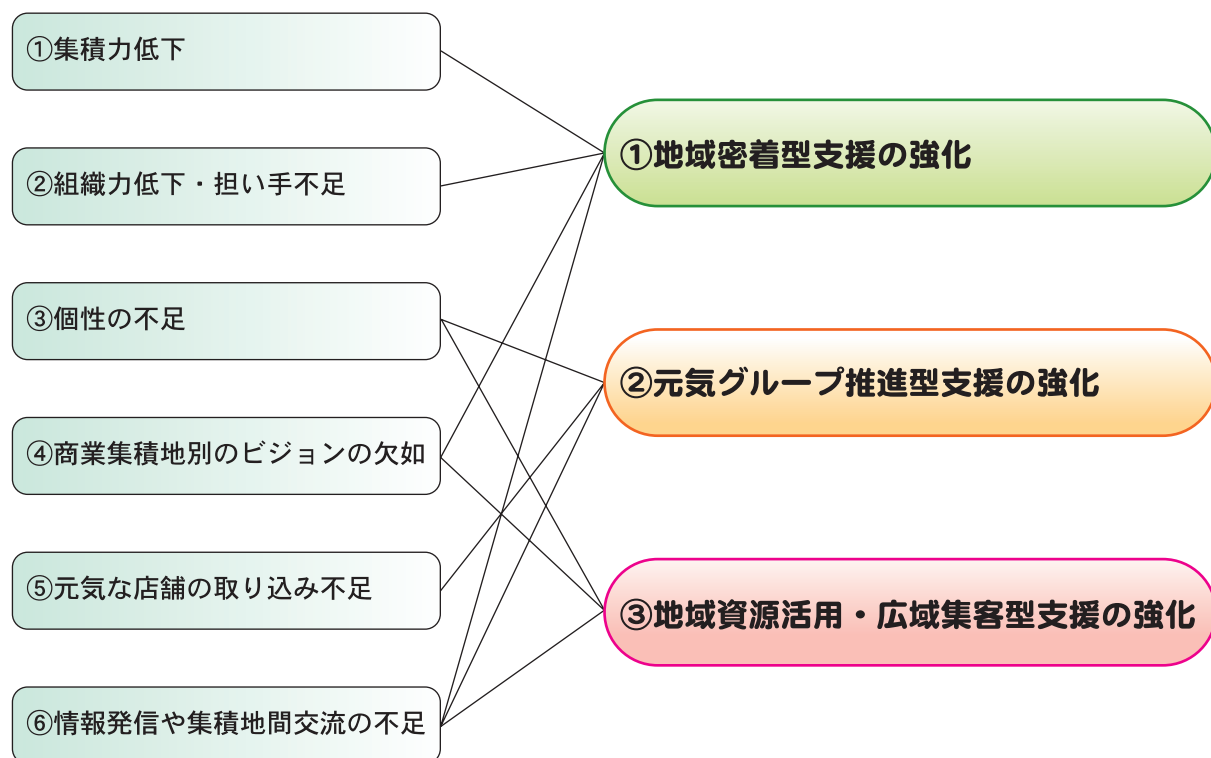
本市の商業集積地域は、その商業環境を取り巻く状況が引き続き厳しい状況にありながらも、新たな店舗の出店や地域の資源活用や連携の動きが表れてくるなど変化の兆しも見えつつあります。

前回ビジョンの「変えよう 変わろう 商店街！」から、さらにイノベーション（革新・刷新）の取組を加速させ、商業集積地域の魅力を高め、活力を再生し、「くらしいきいき、にぎわいの街」を実現させていきます。

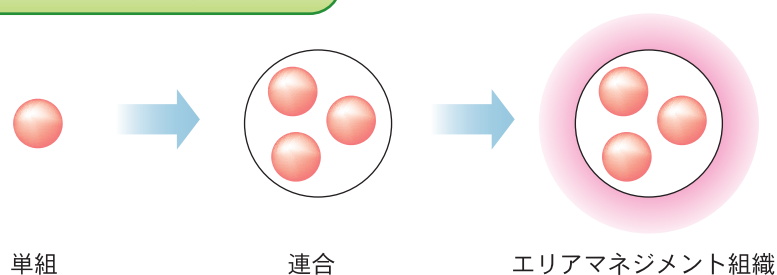
(2) 基本方向

＜東大阪市商業振興に関する課題＞

＜基本方向＞



基本方向1．地域密着型支援の強化



まずは「連合」単位での活動によって地域商業振興の担い手の数を増やし、商業者自ら施策メニューを利用できる体制づくりが必要です。さらには、消費者（地域住民）との結びつきを強め、商業集積地域をまちづくりの一つのエリアとしてマネジメントしていくことが、次の発展段階として考えられます。

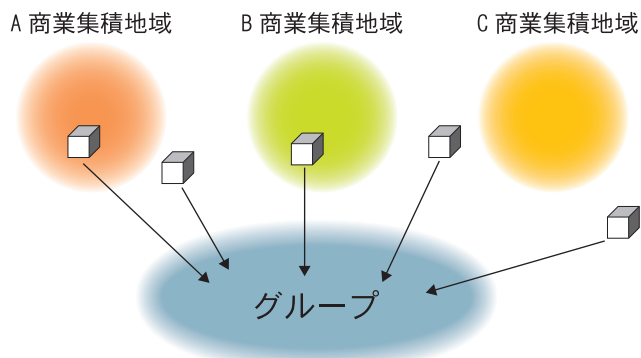
特に本市では、商圈と駅勢圏の範囲が概ね一致する商業集積地域がほとんどであり、商業集積地域は、地域の生活拠点として、住民に無くてはならない存在となっています。

そのため、＜基本方向1＞として『地域密着型支援の強化』を掲げ、その実現に向けた施策を進めていきます。

【施策展開例】

連合・エリアマネジメント組織づくりの支援、地域別ビジョンづくり・計画づくりの支援、商学公連携事業の促進、コミュニティビジネスの促進、空き店舗活用の支援、都市環境整備

基本方向2．元気グループ推進型支援の強化



地域商業の経済的機能を強化するため、たとえ数店であっても、また、これまで商業集積地域との関わりが無くても、意欲があり元気な個店のグループ活動を引き出し、支援対象としていくことは、結果的に本市の地域商業に良い波及効果をもたらすという点で重要な考え方です。

そのため、＜基本方向2＞として『元気グループ推進型支援の強化』を掲げ、その実現に向けた施策を進めていきます。

【施策展開例】

グループづくりの支援、一店逸品運動の展開、東大阪銘品づくりの推進、商工連携事業の推進、農商連携事業の推進、アンテナショップの開設

基本方向 3. 地域資源活用・広域集客型支援の強化



A 商業集積地域



B 商業集積地域



C 商業集積地域

本市におけるすべての商業集積地域では、その集積地域の住民を第一の顧客として大事にしていくことが基本ですが、これからますます人口が減少していく社会においては、本市における公共交通の利便性を活かして、各地域に潜在的に存在する資源を活用し、広域からも集客を図っていくことが重要な視点です。

そのため、〈基本方向3〉として『地域資源活用・広域集客型支援の強化』を掲げ、その実現に向けた施策を進めていきます。

【施策展開例】

地域資源の発掘、キャラクターグッズの作成、商店街観光の振興、都市環境整備、情報発信の強化、広域連携の推進

事例『商学公連携事業』スマイル瓢箪山

地域の小学生による地元商店街での職業研究や販売体験のプロデュースを中心に、大阪商業大学生が地域との交流のもとに瓢箪山商業集積地にて様々な活動を展開している。



事例『東大阪あきんど塾：経営者のネットワークづくり』

経営能力を向上したい、販売促進を強化したい、新商品・サービスを開発したい等、様々な経営課題にチャレンジする市内の店舗経営者を対象に東大阪あきんど塾を開講。研修会や先進地視察のほか、経営者間のネットワークを強化し情報の交換、共有につなげている。



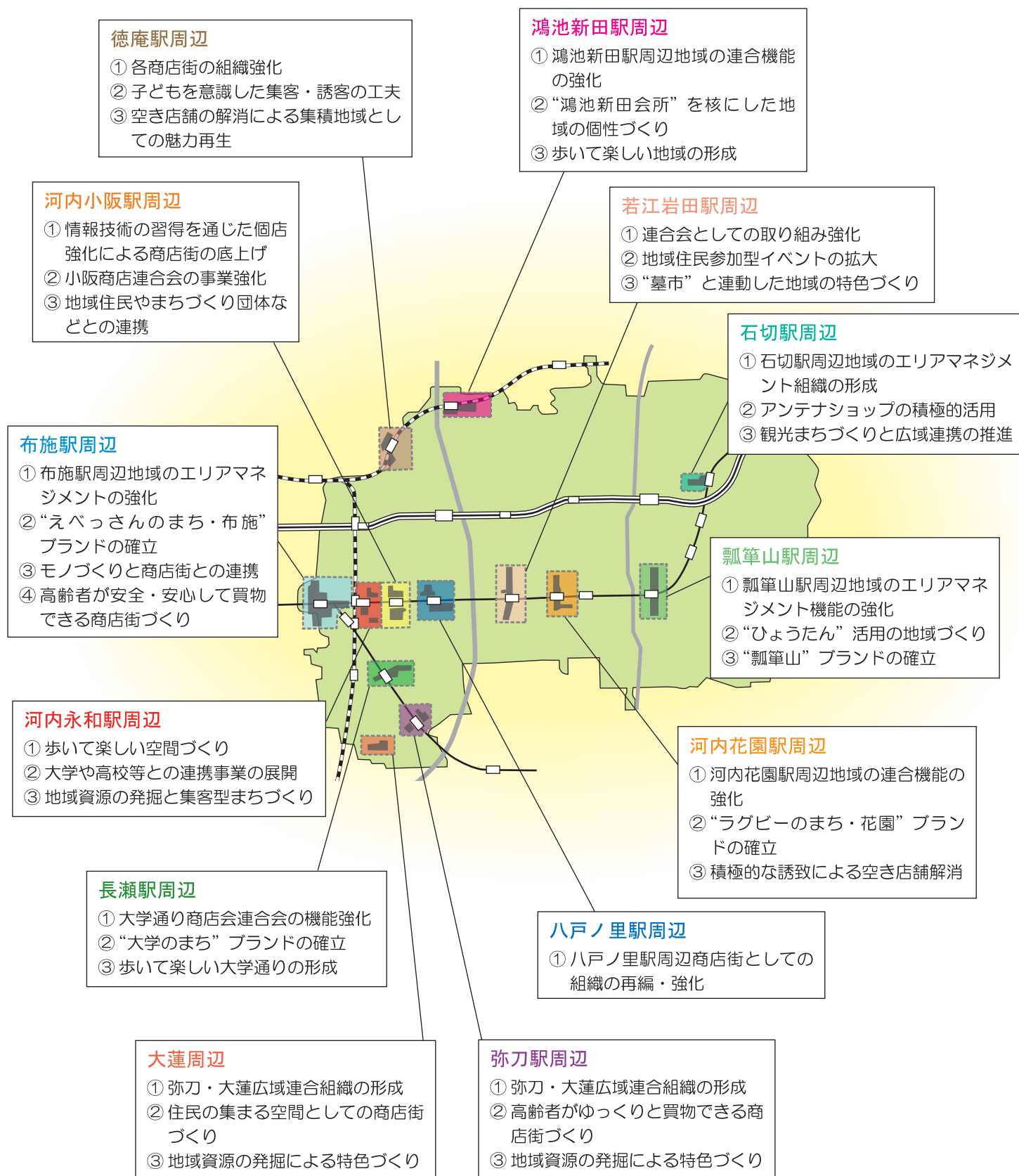
事例『阪神なんば線開通記念イベント』

尼崎・東大阪商業振興交流事業実行委員会

平成 21 年 3 月 20 日の阪神なんば線開通日に、東大阪会場（近鉄布施駅前交通広場）と尼崎会場（阪神尼崎駅前中央公園）の2会場で、両市の名産や逸品の展示販売やイベントを開催し、販売促進と情報発信を行った。



地域別商業振興の方向（商業活性化の視点）



ビジョンの推進体制

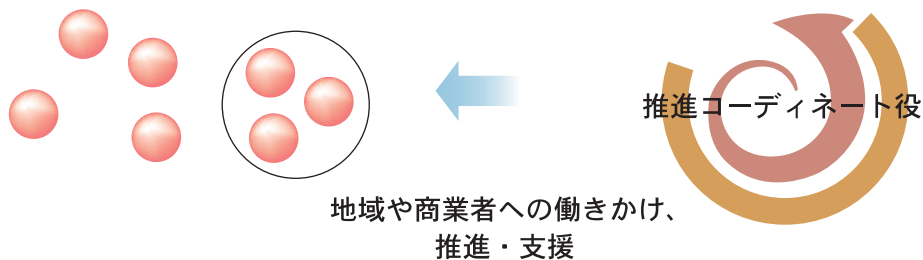
各商業集積地域における**事業者自身**の「**がんばり**」が基本

ところが、現状の各地域の推進体制は

継続的に事業を展開したり、企画・実行できる体制のところは少なく、非日常的な単発のイベント実施が中心

そのために、必要なことは

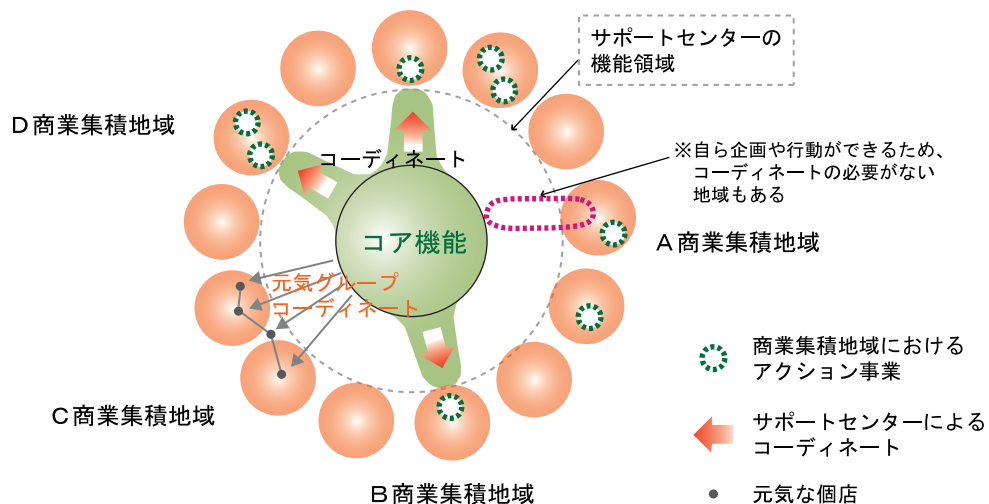
これまでとは異なり、地域が日常的な事業展開をできるようにサポートしたり、事業を推進するコーディネート役が必要



推進コーディネート役として、

『(仮称)東大阪商業振興サポートセンター』

の構築に向けて取り組みます



<主な5つの機能>

- ①集積地域の事業マネジメントに関する支援機能
- ②元気グループのコーディネート機能
- ③人材育成・交流促進機能
- ④情報発信機能
- ⑤情報提供・情報交流機能

本ビジョンのポイント

- ① 商業者、行政、大学、市民すべてが、地域商業活性化に向けて「まず、動くこと！」を重視しています。そのヒントになるように、ビジョン本編では数多くの事例を掲載しています。
- ② ビジョンの推進体制として、「(仮称) 東大阪商業振興サポートセンター」の役割を掲げています。
サポートセンターの構築にあたっては、具体的な事業レベルで実践を積み重ねていくことを重視しており、策定段階の平成 21 年度から、東大阪市小売商業団体連合会、東大阪商工会議所、東大阪観光協会・東大阪物産観光まちづくりセンター、東大阪市がそれぞれリーディング事業に取り組んでいます。
- ③ 「地域別商業の振興」については、各商業集積地域ごとに、事業者を中心として独自のビジョンを描き、実行していくことを重視しています。
そのため、本ビジョンでは、各地域で検討を進める材料として、課題と活性化の視点を示しており、ビジョン別冊には地域別カルテを用意しています。

商業者等のみなさまへ

「本ビジョンのポイント」に明記していますとおり、「東大阪市商業振興ビジョン」の本編と別冊についても、ぜひご活用ください。

東大阪市役所のホームページ <http://www.city.higashiosaka.osaka.jp/> でご覧いただけるほか、市役所本庁舎 1 階の市政情報コーナーでも閲覧可能です。

また、商業課では、このビジョンに基づいて、商業振興のための支援策を準備しております。お気軽にご相談、ご意見をお聞かせください。

問合せ先 東大阪市経済部商業課

〒577-8521 東大阪市荒本北 1-1-1

TEL 06 (4309) 3176 FAX 06 (4309) 3846

e-mail shogyo@city.higashiosaka.lg.jp