令和７・８年度　第４回　東大阪市中小企業振興会議

次第

と　き　令和８年９月３０日（水）午後１時

ところ　東大阪市役所 18 階大会議室

１　開　会

２　議事

（１）中小企業振興会議の開催状況について

（２）市長への提言案について

３　閉会

東大阪市中小企業振興会議委員名簿
（委嘱期間：R7.4.28～R9.3.31）

No.	氏　名	役　職　等		分野
1	芦塚　格	近畿大学経営学部	教授	学識
2	茨木　延夫	東大阪市小売商業団体連合会	会長	商業
3	大西　由起子	一般社団法人東大阪観光協会	理事	観光
4	加藤　司	大阪商業大学総合経営学部	教授	学識
5	衣笠　葉子	近畿大学法学部	教授	学識
6	粂野　博行	大阪商業大学総合経営学部	教授	学識
7	冨山　浩三	大阪体育大学スポーツ科学部	教授	スポーツ
8	中澄　史雄	石切参道商店街振興組合	理事長	商業
9	西松　あゆみ	西松税理士・中小企業診断士事務所	所長	経営
10	葉山　三三子	ジャパン合同事務所　特定社会保険労務士		労働
11	榛木　孝至	榛木金属工業株式会社	代表取締役社長	公募
12	廣田　義人	有限会社廣田工具製作所	代表取締役	工業
13	藤原　史嗣	東大阪市工業協会	会長	工業
14	増本　哲男	東大阪商工会議所	専務理事	経営
15	三千田　義行	株式会社日本政策金融公庫	東大阪支店長	金融
16	宮川　誠	株式会社商工組合中央金庫	東大阪支店長	金融
17	柳沢　太郎	布施公共職業安定所	所長	労働

※五十音順

各部会名簿

●商業部会

	氏 名	団体名・役職名
1	茨木　延夫	東大阪市小売商業団体連合会　会長
2	加藤　司　（＊）	大阪商業大学総合経営学部　　教授
3	白山　登茂和（○）	ふれんちん　店主
4	中澄　史雄	石切参道商店街振興組合 理事長
5	西田　祥一　（○）	酒のにしだ　店主
6	三千田　義行	株式会社日本政策金融公庫　東大阪支店長
7	和合　健一　（○）	有限会社東阪社　代表取締役

●労働雇用部会

	氏 名	役職
1	衣笠　葉子　（＊）	近畿大学法学部　教授
2	田中　聡一　（○）	近畿工業株式会社　代表取締役
3	西松　あゆみ	西松税理士・中小企業診断士事務所　所長
4	葉山　三三子	ジャパン合同事務所　特定社会保険労務士
5	柳沢　太郎	布施公共職業安定所所長

（○）:臨時委員
（＊）:部会長

東大阪市中小企業振興会議　審議経過

令和５・６年度

日程	会議名	概要
令和６年２月20日	令和５・６年度　第１回東大阪市中小企業振興会議	・東大阪市中小企業振興会議の進め方について ・令和４年度 中小企業振興施策実施状況報告について ・各部会の設置について
	第１回　労働雇用部会	・労働雇用政策室の主な事業 ・就職氷河期世代支援事業の効果検証 ・現状の課題及び今後の方針について
令和６年３月25日	第１回　モノづくり部会	・モノづくり支援室の支援施策について ・令和４年度市内製造業に関する調査結果について ・令和６年度市内製造業向けアンケート調査の素案について
令和６年５月29日	第２回　モノづくり部会	・令和６年度市内製造業向けアンケート調査の項目について ・モノづくり支援室の支援施策の現状と今後の方向性について
令和６年７月１日	第２回　労働雇用部会	・現状の課題について ・今後の方針
令和６年９月３日	第３回　労働雇用部会	・具体的な方針について
令和６年10月８日	第１回　商業部会	・本市の商業の状況 ・次期方針に向けて
令和６年10月30日	第３回　モノづくり部会	・令和６年度市内製造業に関する実態・ニーズ調査の結果について
令和６年12月２日	第４回　労働雇用部会	・将来の方向性について ・提言書・提言書（案）について
令和７年２月５日	第４回　モノづくり部会	・「施策体系の柱」の検討に向けた「市内企業が抱える課題の整理・分析」について
令和７年２月６日	第５回　労働雇用部会	・就職氷河期世代支援事業の総括について ・提言書（案）について
令和７年２月１３日	第２回　商業部会	・次期活性化方針 ・本市の商業の課題について ・調査関係

令和７年２月 27 日	令和 ５・６ 年度　第２回東大阪市中小企業振興会議	・各部会の審議経過について ・市長への提言案について

令和７・８年度

モノづくり部会及び商業部会は、前期からの議題を継続審議

日程	会議名	概要
令和７年５月９日	令和 ７・８ 年度　第 １ 回東大阪市中小企業振興会議（書面開催）	・東大阪市中小企業振興会議の進め方について ・令和７年度中小企業振興施策一覧について ・各部会の設置について
令和７年５月 26 日	第５回　モノづくり部会	新たなモノづくり支援施策の体系(案)について ・市内企業ヒアリング内容の報告 ・モノづくり支援施策の体系（案）について ・東大阪市製造業にとっての「ＡＩの活用」可能性について
令和７年６月 25 日	第３回　商業部会	東大阪市商業活性化方針について ・指標・評価の考え方 ・令和６年度事業実績及び評価 ・課題に向けた議論
令和７年８月 27 日	第６回　モノづくり部会	・新たなモノづくり支援施策の柱の構築に向けた提言書の内容について
令和７年９月 18 日	令和７・８年度　第２回東大阪市中小企業振興会議（書面開催）	・各部会の審議状況について ・労働雇用部会の設置について
令和７年 10 月２日	第１回　労働雇用部会	・前回の労働雇用部会の振り返りについて ・令和８年度事業（案）について ・令和８年度アンケート調査（案）について
令和７年 10 月 29 日	第４回　商業部会	・東大阪市商業活性化方針について ・　第２次東大阪市観光振興計画及び事業概要について（説明） ・第２次東大阪市スポーツ推進計画及び事業概要について（説明） ・各分野と連携できそうな事項について
令和７年 11 月 19 日	第５回　商業部会	・商業と観光・スポーツの連携に関する提言部分イメージについて ・商業分野と観光・スポーツ分野で連携できそうな事項について

令和８年１月 14 日	第７回　モノづくり部会	・新たなモノづくり支援施策の柱の構築に向けた提言書（最終案）について
令和８年１月 21 日	令和 7・8 年度　第 3 回東大阪市中小企業振興会議	・各部会の審議経過について ・市長への提言案について
令和８年２月３日	第２回　労働雇用部会	・令和7年度就職氷河期世代支援事業の総括について ・令和8年度アンケート調査（案）について
令和８年２月 19 日	第６回　商業部会	・商業と観光・スポーツの連携に関する提言部分の報告 ・指標の考え方の提言書のイメージ案 ・商業実態調査の報告 ・商店街支援策の検討 ・個店対策の検討
令和８年５月 15 日	第３回　労働雇用部会	・令和8年度アンケート調査（案）について ・令和8年度新規・拡充事業について
令和８年５月 27 日	第７回　商業部会	・商業集積地の支援の提言案 ・個店の支援の提言案 ・令和7年度中の調査等の報告 ・地域研究助成金の報告 ・4つ目の重点施策の検討 ・新事業アイデア出し
令和８年７月 30 日	第８回　商業部会	・個店の支援についての提言書案 ・商業活性化に向けて資源のフル活用の提言書案 ・令和7年度商業課事業実績及び令和8年度予算 ・商業活性化方針（骨子）について ・自由意見（新規事業等）

事務局説明資料

１．労働雇用部会開催状況

第２回

- 開催日時：令和８年２月３日 17 時～18 時 30 分
- 出席状況：全員出席
- 議題：企業向けアンケートについて

第３回

- 開催日時：令和８年５月 15 日 17 時～18 時 30 分
- 出席状況：全員出席
- 議題：学生向けアンケートについて

※アンケートは別紙参照

２．労働雇用部会における課題認識

市内中小企業においては、少子高齢化や労働力人口の減少などを背景として、人手不足が深刻な課題となっている。
このような状況の中、学生の就職活動も様変わりしており、合同就職説明会への参加者数も減少している。そのため、企業向けには採用に関するアンケートを、学生向けには就職に対する意識調査を行うことで採用活動における企業と学生のミスマッチや、企業が求める人材像を把握し、今後の労働雇用施策の検討につなげていくことを目的としてアンケート調査を実施することとした。

３．企業向けアンケートについて

企業に対しては、各種調査依頼が多く回答負担が大きいことから、回答しやすい選択式を中心としたアンケートとし、回答率の向上を意識した設計とした。
【調査項目】

- 人員・人手不足の状況
- 賃上げの状況
- 福利厚生制度
- 採用したい人材
- 採用予算
- 情報発信の方法
- 今後の採用方針
- 採用活動上の課題

など、中小企業の採用に関する実態を幅広く把握できる内容とした。

また、学生向けアンケートと比較分析ができるよう、給与や福利厚生、情報収集方法等の設問についても工夫を行った。

回収状況

- 発送数：4,767 社
- 回収数：941 社
- 回収率：19.7%

４．学生向けアンケートについて

学生向けアンケートについては、回答しやすさを重視し、設問数を約 10 問程度に整理するとともに、選択式を中心とした構成とした。

【調査項目】

- 希望する業種
- 希望する企業規模
- 希望する給与水準
- 魅力を感じる福利厚生
- 就職先選択で重視する項目
- 企業情報の収集方法
- 働くうえで重視する価値観
- 東大阪市内企業に対するイメージ

企業向けアンケートと共通する項目を設けることで、企業側と学生側の意識やニーズの差異を分析できるよう設計している。

回収状況

- 回収数：214 件

５．今後のアンケート活用について

現在、企業向け及び学生向けアンケートの集計・分析を進めている。

今後は、

- 人手不足の現状
- 採用活動の課題
- 学生が就職先に求める条件
- 情報発信手法の違い
- 企業と学生の意識のギャップ

などを整理し、効果的な人材確保支援策や雇用施策の検討に活用していく予定である。

６．令和８年度新規拡充事業

＜女性デジタル人材育成事業＞

女性の就業促進と市内企業におけるデジタル人材不足への対応を目的として、本年度から新たに実施している事業である。

【事業概要】

・令和８年５月にプロポーザルを実施

・3 事業者から企画提案書の提出があった

・受託事業者を決定

を決定

【対象者】

・東大阪市在住

・令和８年度中に就職を目指す女性

【受講者】

・定員 25 名

・申込者 41 名

・選考により 25 名を決定

【講習内容】

・デジタル IT プログラム

・ビジネス基礎プログラム

・集合型研修プログラム

【就職支援】

受講者に対しては、講座の実施に加え

・企業での就労体験

・支援員による伴走支援

・就職マッチングイベント

を実施し、就職まで一体的な支援を行う予定である。

７．まとめ

労働雇用部会では、市内中小企業における人材確保を重要な課題として位置付けている。本年度実施した企業向けアンケート及び学生向けアンケートの分析を通じて、企業と求職者双方のニーズや意識の違いを把握し、より実効性の高い雇用施策の検討につなげていく。

また、女性デジタル人材育成事業についても、女性の就業促進と市内企業のデジタル人材確保の両面に資する事業となるよう取り組んでいく。

（案）

令和８年９月３０日

東大阪市長 野 田 義 和 様

東大阪市中小企業振興会議
会 長　粂 野 博 行

東大阪市中小企業の振興に関する施策への提言について

令和７・８年度から今期において本会議で審議しました東大阪市が総合的に推進すべき中小企業の振興に関する施策のうち、東大阪市中小企業振興条例第９条第１ 項の（１）（３）（４）及び（１０）について、活発な議論を経て、取りまとめた別添報告書をもって本会議の結論としましたので同条例第１０条第３項に基づき、ここに提言します。

以上

東大阪市中小企業振興会議
商業部会報告書

令和８年９月

東大阪市中小企業振興会議　商業部会

東大阪市商業の活性化に向けた提言
～新たな「商業活性化方針」に向けて～

東大阪市中小企業振興会議
商業部会

目次

1. はじめに

2. 市内商業を取り巻く環境の変化

3. 市内商業活性化に向けた4つの施策提言

①商業集積地の支援の推進

②個店の支援の拡充

③商業分野と観光分野・スポーツ分野の連携

④商業活性化に向けて資源のフル活用

4. 商業活性化方針の改定に向けた留意事項

Ⅰ. はじめに

東大阪市の商業は、市民生活の利便を支えるとともに、雇用と交流を生み、まちの賑わいと地域の魅力を形成する重要な基盤であります。しかしながら、人口構造の変化と消費行動の多様化に加え、原材料・エネルギー価格等の高騰、人手不足、デジタル化への対応、事業承継の停滞など、商業者を取り巻く経営環境は大きく変化しております。とりわけ、個店や小規模店舗が多い本市においては、日々の事業継続そのものが大きな負担となりやすく、設備投資や人材確保、情報発信などを単独で進めるには限界も見られます。地域商業の持続性を確保し、商業が本来有する『暮らしを支える機能』と『まちの賑わいを創出する機能』の双方を維持・向上させるためには、現場の実情に即した実効性の高い支援と、多様な主体との連携による取り組みが必要であります。

本部会は、こうした認識のもと、商業者の挑戦が着実な成果へと結実する道筋を示すことを主眼として、令和６年度より東大阪市の商業活性化に関する審議を重ねてまいりました。本提言は、その議論を踏まえ、主として4つの観点から整理したものであります。

第一に、「商業集積地の支援」の観点から、商店街等が有する社会的価値を再評価するとともに、域外からの誘客や回遊の促進、異業種との連携強化などを通じて、商店街等が引き続き地域において重要な役割を果たしていくための方策を示しております。

第二に、「個店・小規模店舗への支援」の観点から、経営力強化やデジタル活用、資金調達・設備投資支援、雇用・人材育成、事業承継・創業支援等を総合的に捉え、商業者が安心して挑戦を続けられる環境づくりの方向性を示しております。

第三に、「商業分野と観光・スポーツ分野との連携」の観点から、市内への来訪機会を一過性のものに終わらせることなく域内消費へとつなげるため、イベント・大会等と連動した商品・サービスの開発、回遊施策や情報発信の強化、地域資源を活かした体験価値の創出を推進し、交流人口の拡大と消費の循環を図る視点を整理しております。

第四に、「地域資源の活用」の観点から、観光、文化、公共空間等の地域資源や多様な主体との連携を通じて商業の付加価値を高める方向性を示しております。あわせて、デジタル活用による購買促進や業務効率化を進めるとともに、成功事例の共有などを通じ商業者の主体的な取り組みを後押しする必要性について整理しております。

市におかれましては、本提言の趣旨を十分に踏まえ、関係機関、商業者、地域団体等との協働のもと、関連施策を着実に推進され、本市商業の持続的な発展につなげられることを期待しております。

令和８年9月

東大阪市中小企業振興会議
商業部会員一同

2. 市内商業を取り巻く環境の変化

東大阪市を含む全国の商業環境は、近年、大きな転換期を迎えています。新型コロナウイルス感染症を契機とした消費行動や事業活動の変化は、その後も定着し、商業を取り巻く環境は大きく様変わりしました。加えて、人口減少と少子高齢化の進展、人手不足の深刻化、物価やエネルギー価格の高騰、デジタル技術の急速な普及など、商業者が直面する課題は複雑化しています。

第一に、コスト上昇への対応が大きな経営課題となっています。原材料費、エネルギー価格、物流費の上昇に加え、賃上げや最低賃金の引上げへの対応が求められる中、多くの商業者は利益確保と価格転嫁の両立に苦慮しています。特に小規模事業者においては、十分な価格転嫁が難しい状況も見られ、経営の持続性に大きな影響を及ぼしています。

第二に、人手不足が一層深刻化しています。生産年齢人口の減少により、多くの業種において人材の確保が困難となっており、商業分野においても営業時間の縮小やサービス水準の維持が課題となっています。今後は、人材確保だけでなく、デジタル技術や AI 等を活用した業務効率化、生産性向上への取組がこれまで以上に重要となります。

第三に、事業承継や創業に関する課題が顕在化しています。経営者の高齢化が進む中、後継者不足を理由とした廃業が地域経済の活力低下につながることが懸念されています。一方で、地域の魅力や独自性を活かした新たな創業や第二創業への期待も高まっており、既存事業の承継と新たな事業挑戦の双方を支える環境づくりが求められています。

第四に、デジタル化の進展により事業活動と消費行動が大きく変化しています。キャッシュレス決済の普及や EC 市場の拡大、SNS を活用した情報発信の定着により、消費者は場所や時間を問わず商品やサービスを選択できるようになりました。また、来店前にインターネットや SNS で情報収集を行う行動が一般化しており、商業者にはオンラインと実店舗を効果的に組み合わせた販売・販促活動が求められています。

一方で、一部の商店街で実施されている紙の商品券が引き続き支持を得ていることは、デジタル化が進展する中においても、アナログ手法の有効性が依然として認められていることを示しております。今後は、デジタルとアナログを適切に組み合わせながら、消費者の多様なニーズに対応することが重要になります。

また、本市には大型商業施設、商店街、個店がそれぞれ異なる役割を担いながら共存しており、それぞれの強みを活かした連携の可能性も大きく広がっています。今後は大型店舗と地域店舗が相互に補完し合う関係を構築し、回遊性の向上や連携の強化を図っていくことが求められます。

本提言は、このような環境変化と課題を踏まえ、これを本市商業の持続的な発展と新たな成長につなげる観点から、今後重点的に取り組むべき施策の方向性を示すものです。

3. 市内商業活性化に向けた4つの施策提言

①提言項目1：商業集積地の支援を推進すること

商業集積地（商店街、駅前商業地、近隣商業地等）は、単に財・サービスを供給する「取引の場」にとどまらず、市民生活の基盤として、まちの機能と魅力を下支えする「地域インフラ」の一部であります。そこには、日常の買い物利便性の確保に加え、歩いて暮らせる生活圏の形成、地域の雇用と所得の創出、防犯・見守りによる安全性の担保、通行環境・夜間照度等の維持、さらには人と人の関係性を育むコミュニティの器としての役割が内包されています。商店街等が生み出す賑わいは、交流人口を呼び込み、市全体の都市価値を構成する重要な要素でもあります。

一方で、人口減少・高齢化、消費行動の多様化、デジタル化の進展、役員の担い手不足により、商業集積地を取り巻く環境は大きく変化しており、従来型の会費と役員の献身的労力に依拠する運営モデルについても、新たな時代に対応した運営手法への転換が求められています。商業集積地が縮小すれば、生活利便の低下にとどまらず、地域の防犯・見守り機能の低下や空き店舗・空き区画の増加、回遊性の低下、地域イメージへの影響といった課題が生じ、結果として市全体の活力にも影響を及ぼすことが懸念されます。

中小企業振興条例では、中小企業の振興は、中小企業者自らの創意工夫及び自主的な努力のもとに推進されなければならないと規定されていますが、商店街が有する公共的価値を踏まえれば、商店街運営団体が安定的かつ継続的に活動できる環境整備が引き続き必要であります。具体的には、域外からの誘客、回遊促進、安全性を高める基盤整備、空き店舗の活用促進、創業・承継の後押し、地域連携と情報発信の強化を計画的に進めていく必要があります。あわせて、商業者団体は地域・学校との連携や周辺店舗を含めた加入勧誘等により組織力の強化に努めていく必要があります。

つきましては、以上の趣旨を踏まえ、市全体の方針と整合を図りつつ、商店街の多機能性・持続性・独自性を高めるため、商店街が活用しやすい条件整備を図り、個別事情に即したきめ細かな支援を、効果の検証と見直しを重ねながら着実に推進されることを強く提言申し上げます。

（期待される効果）

・地域のにぎわい創出及び活性化
・コミュニティの強化と社会的連携促進
・防犯・治安維持
・商業の持続的活性化
・空き店舗及び空き区画の解消
・地域ブランド価値の向上と交流促進

【事業の方向】

・空き店舗の解消・開業促進
・商業圏拡大及び回遊促進
・商店街への誘引強化とプロモーション活動支援
・商店街のにぎわい創出、維持機能の向上
・特徴的な取り組みの情報共有
・地域コミュニティ・資源の活用促進
・商店街単位の方向性の確立

②提言項目2：個店の支援を拡充すること

個店は、市民生活の最前線において日常の消費を支えるとともに、雇用と交流を生み、地域の誇りや文化を育む基盤です。大規模商業施設やオンライン販売が普及する今日においても、個店が提供する地域ならではのサービスや、店主・従業員との顔の見える関係、専門性に裏打ちされた接客は代替されにくい価値であり、とりわけ「人」こそが個店の最大の魅力です。こうした個店は、地域の魅力を体現する存在であるとともに、公共性を有する商店街や商業集積地の活力を支える基礎でもあります。

他方、個店は経営資源（人材・資金・時間・情報）に課題があり、物価高騰、人手不足、顧客獲得競争の激化、設備投資負担、デジタル対応等の課題を単独で抱え込みやすい構造にあります。商業実態調査においても、経営課題として「物価高騰」「消費者の節約志向」「新規顧客の不足」が上位となり、将来展望として「自身の代で廃業予定」との回答が一定程度存在するなど、事業承継の推進が市内商業の持続性に直結することが示唆されています。こうした状況を踏まえ、既存個店の経営継続や事業承継を支えるとともに、地域に不足する機能や新たな需要に応える創業が促されることは、商業の新陳代謝を生み、地域の利便性と都市の魅力を更新し続ける上で重要です。特に開業初期は資金繰り・集客・人員体制が不安定となりやすいため、新規創業や新たな取り組みに挑戦しやすい環境づくりを進める必要があります。

そのことから市の個店支援は、単発の補助制度や講習事業にとどまらず、個店の“経営の現実”に即して、次の三つの目的を念頭に体系的に展開することが望まれます。①急激な退出を抑制し事業継続を支える「守る」支援、②収益性と生産性を高める「伸ばす」支援、③承継と創業の円滑化により担い手の循環と新陳代謝を確保し、必要な地域機能を切れ目なく維持する「つなぐ」支援です。あわせて、デジタル化は顧客接点・決済・広報・採用等の基盤として不可避である一方、地域や顧客層によってはアナログ手法にも確かな需要が残存しています。したがって、支援はデジタル・アナログを二者択一とせず、業態・顧客層・商圏特性に応じた最適な組合せを設計し、創業期を含む実装負担を抑えながら、継続と成長に結び付けることが重要です。

さらに、創業支援については、単に開業件数を追うのではなく、創業希望者が地域で挑戦しやすく、開業後も定着・成長しやすい環境を整備することが重要です。地域に不足する機能や新たな需要に応える個店の参入を促すとともに、空き店舗の活用のほか、初期投資や集客・情報発信への支援等を一体的に進めることで、「創業しやすい街・東大阪」の実現を図り、地域商業の持続的な新陳代謝につなげていくべきです。

以上の趣旨を踏まえ、個店支援を拡充することを強く提言申し上げます。

【期待される効果】

・地域経済の基盤強化
・地域のにぎわい創出
・地域商業の持続性確保
・商業担い手の循環形成
・多様な手法を活かした個店経営基盤の強化

【事業の方向】

・空き店舗等を活用した創業支援の強化
・事業承継の強化
・SNS・デジタルツール活用の促進
・販路の多角化・拡大施策
・地域コミュニティとの連携強化

③提言項目３：商業分野と観光分野・スポーツ分野の連携を促進すること

全国的な人口減少および高齢化の進展に伴い、東大阪市においても地域内の購買力の低下が顕在化しています。このような課題を克服し、持続可能で活力ある地域社会を実現するためには、市内の人口増加を図るだけでなく、市外からの交流人口の積極的な拡大を目指すことが急務であります。これにより、地域における消費の促進および滞在時間の延伸が実現し、売上高の増加、雇用創出、新規ビジネス機会の創出といった経済の活性化へとつながることが期待されます。加えて、多様な分野における交流の促進は、市のにぎわいの創出ならびに魅力ある風土を育む文化的価値の醸成にも大いに貢献するものであります。

この実現に向けては、市外からの来訪者を引き付ける「東大阪ブランド」の確立が不可欠であります。東大阪市は、高校ラグビーの聖地として名高い花園ラグビー場をはじめ、多数のプロスポーツクラブの存在により、国内外から多くのスポーツ来訪者を引き寄せる豊かな資源を有しております。併せて、伝統的な商店街や特色ある飲食店街、さらには生駒山系等の豊富な観光資源も存在し、宿泊施設の充実も進みつつあります。これら多様な地域資源を一体的に活用し、新たな観光地域づくりを推進することが肝要であります。

特に、商業、観光、スポーツの三分野が有機的に連携し相乗効果を発揮することにより、滞在型観光およびスポーツツーリズムの更なる振興が促進され、地域経済の活性化及び市域全体のにぎわい創出が大きく期待されます。こうした取り組みは、地域社会のブランド価値向上にも寄与するものと確信しております。さらに、地域ブランドの向上には戦略的なプロモーション活動の展開が必須であります。現在、本市では一般社団法人東大阪観光協会を中心に、持続可能な観光地域づくりならびに地域間の連携強化に積極的に取り組んでおり、市の魅力を国内外に広く発信する基盤の構築を進めております。

つきましては、以上の趣旨を踏まえ、商業・観光・スポーツの三分野における有機的かつ緊密な連携の強化を強く提言申し上げます。併せて、これら三分野を横断し、戦略的にプロモーションする体制の構築並びに推進につきましても、重ねてご検討賜りますようお願い申し上げます。

（期待される効果）
- 地域経済の活性化
- 文化的価値の醸成
- スポーツツーリズムの推進
- 地域社会のにぎわい創出
- 地域ブランド価値の向上

（事業の方向性）
- 商業×観光×スポーツ連携パッケージの創設
- スポーツイベント等と商店街連携
- 観光誘引や地域回遊の仕組みづくり
- 地域資源を生かした商業展開
- まち歩きツアーとの商店街の連動
- 商業・観光・スポーツ情報の統合的な情報発信

④提言項目４：商業活性化に向けて資源をフル活用すること

近年、人口減少や消費構造の多様化、デジタル化の進展等により、地域商業を取り巻く環境は大きく変化しております。このような状況においては、従来の経営努力や商業施策の延長のみならず、地域固有の資源を活かした新たな価値創出により、来街動機の形成や消費機会の拡大を図ることが重要です。

本市には、大学や学校、自治会、市内企業、NPO 等の多様な主体に加え、観光資源、文化資産、公共空間、スポーツ資源、伝統行事、地域イベントなど、多様な地域資源が存在しております。これらの資源を商業と有機的に結び付けることで、地域に新たなにぎわいと交流を生み出し、商業の付加価値向上や新たな消費機会の創出につながることが期待されます。

また、デジタル技術の活用も重要な視点です。AI や ICT を活用した情報発信やサービス提供、データに基づく需要把握、業務の効率化等を進めることで、来街促進や購買促進、さらには商業者の経営基盤の強化につなげていくことが求められます。

加えて、地域資源を核とした商業の魅力向上と持続的な発展を実現するためには、行政による支援施策の充実だけでなく、商業者自身が地域資源の価値を認識し、自らの商いに積極的に取り込む意識を醸成することが重要です。

そのため、行政においては、先進的な取り組みや成功事例の共有、学びの機会の提供、関係主体間のマッチング支援等を通じて、商業者の主体的な取り組みを後押しする環境整備に努められたいと考えます。

以上の趣旨を踏まえ、本市が有する多様な地域資源を有機的に結び付け、その価値を最大限に活かすことで、新たな来街動機や消費機会の創出を図るとともに、地域商業の魅力向上と持続的な発展につながる取り組みを推進されるよう提言いたします。

（期待される効果）

①多様な主体・分野との連携による商業の価値創出

・多様な主体の連携による新たな魅力や付加価値の創出

・地域資源を活用した消費機会の創出による地域内経済循環の促進

②デジタル（AI・ICT・DX）を活用した来街促進・購買促進・業務効率化

・オンラインとリアル店舗の融合による顧客接点の拡大

・デジタル活用による商業活動の高度化・効率化

（事業の方向性）

①多様な主体・分野との連携による商業の価値創出

・地域イベントや地域資源を活用した消費機会の創出

・異業種間ネットワーク形成や新たな事業創出に向けた機会提供

・商業振興団体、大学、企業等との協働プロジェクトの推進

②デジタルを活用した来街促進・購買促進・業務効率化

・SNS やデジタル広告等を活用した情報発信力の強化

・キャッシュレス決済やポイントサービスの活用促進

・デジタルスタンプラリーや回遊促進施策の展開

・EC 活用やオンライン販売への対応

4. 商業活性化方針の改定に向けた留意事項

商業活性化方針の改定に向けては以下の点に留意されたい。

①指標の考え方について

・各種指標については、商業者や関係団体にとって分かりやすく、本市商業の現状や変化を把握しやすいものとされたい。また、指標の設定にあたっては、継続的な把握が可能であり、かつ過度な事務負担を生じさせないよう、できる限り簡便にデータを収集できるものとすることが望ましい。

②事業評価について

・事業評価にあたっては、来街者数、売上、参加店舗数などの定量的な指標に加え、商業者の意欲的な取り組み、関係主体との連携、事業の継続性、地域への波及効果など、数値だけでは捉えにくい定性的な成果についても評価の視点に加えられたい。

③新たな事業展開について

・商業活性化方針の改定にあたっては、人口減少、消費行動の多様化、デジタル化、人手不足、事業承継、インバウンド対応など、今日的な課題の解決に資する新たな事業についても積極的に検討・展開されたい。

④商店街の方針策定支援について

・各商店街が今後の方向性を検討・策定するにあたっては、地域の人口動態、消費者ニーズ、店舗構成、空き店舗の状況、地域資源等を的確に把握することが重要である。そのため、行政においては、地域資源の掘り起こしや現状分析、商店街ごとの将来像の検討、モデル的な取り組みの構築などに対する支援を図られたい。

⑤若者・次世代の参画について

・商店街や地域商業の持続的な発展に向けては、若手商業者、後継者、学生、地域の若者等、次代を担う人材の参画を促進することが重要である。行政においては、大学・学校等との連携や、若者の視点を活かした企画、商業者との交流機会の創出等を通じて、地域商業の新たな担い手づくりに取り組まれたい。

⑥商業の多様性について

・商業活性化にあたっては、市民や来街者の多様なニーズに対応する視点が重要である。特に、インバウンド需要や市内に居住・就労する外国人等の利用も見据え、商業環境の形成について検討されたい。

⑦庁内連携・分野横断の推進について

・商業活性化に関する課題は、商業分野のみにとどまらず、観光、スポーツ、文化など多様な分野と関係している。そのため、行政においては、関係部局間の連携を一層強化し、分野横断的な視点から商業活性化に資する取り組みを推進されたい。

⑧国・府等の事業の情報提供および活用について

・商業活性化に資する取り組みを効果的に進めるため、市独自の事業に加え、国、大阪府、関係機関等が実施する支援制度や補助金、交付金等についても、商業者や商店街等へ分かりやすく情報提供されたい。また、これらの制度について、商業振興施策への活用可能性を積極的に検討し、必要に応じて関係機関と連携しながら活用を図られたい。

⑨経済情勢に応じた柔軟な対応について

・商業活性化方針の策定をもって取り組みが完結するものではなく、物価高騰、消費動向の変化、人手不足、技術革新、社会情勢の変化など、商業を取り巻く環境は今後も刻々と変化していくことが想定される。そのため、方針に基づく取り組みの進捗や効果を適宜検証しながら、その時々の状況に応じて柔軟かつ機動的に施策を見直し、必要な対応を図られたい。

東大阪市中小企業振興会議　商業部会審議経過（参考資料）

【商業部会実施時期】

第１回　令和６年 10 月８日　18:00～20：00　全員出席
第２回　令和７年２月 13 日　18:00～20：00　全員出席
第３回　令和７年６月 25 日　18:00～20：00　白山委員欠席
第４回　令和７年 10 月 29 日 18:00～20：20　茨木委員欠席
第５回　令和７年 11 月 19 日 18:00～20：20　和合委員欠席
※第４回・第５回については、本会委員の冨山委員及び大西委員が出席
第６回　令和８年２月 19 日　18:00～20：00　全員出席
第７回　令和８年５月 27 日　18:00～20：00　茨木委員、白山委員、和合委員欠席
第８回　令和８年７月 30 日　18:00～20：00　木村委員欠席

【商業部会審議内容】

（第１回）

1．商業活性化方針の振り返り

・現商業活性化方針（以下「現方針」という。）期間中における商業課事務事業の実績と課題を確認する。今後、事業評価指標及び施策・方針等の指標について検討していく。
・商店街のにぎわいの創出のためには、イベントの実施が重要であるが、担い手の問題や費用面が課題となっており、この対策に関する意見があった。特に商店街だけでなく市のにぎわい創出には、商店街単独のイベントだけでなく、市域の離れた商店街同士のイベント連携も必要という意見もあり、促進策等を検討していく。

２．本市の商業を取り巻く環境の共有

・本市を取り巻く商業環境について、定性的なデータに基づき、社会的・経済的に厳しい状況であることを共有し、次期商業活性化方針（以下「次期方針」という。）の策定に向けて、厳しい商業環境を考慮した上で、対策や方針等を検討していく。

３．商店街実地調査結果の共有及び検討

・令和６年度に商業課が把握している市内５６商店街組合・商店会（商業課把握数）の内５１団体に商業課職員が直接出向きヒアリングを実施し、分析結果を部会において共有する。ヒアリングの結果、今後も積極的に取り組みを進める団体と解散を検討している団体の二極化が進んでいることが判明した。令和７年度には、商業支援施策の検討を進めるが、商業集積地における二極化の方向性に沿った支援も意識して検討していく。

（第２回）

１．次期方針に向けた確認

・次期方針について、令和８年度中の完成予定のスケジュールを共有する。令和７年度は商業実態調査、（仮称）商店アンケート調査、大学による地域研究等を予定しており、加えて部会において観光分野やスポーツ分野における連携についても議論していく。
・次期方針策定に向けた目標のアウトカム指標、施策の方向性・指標、事業の評価の方向

性を確認する。現方針の商業施策の「新しい業態の連携」という部分を明確にする必要性が指摘され、「観光」「スポーツ」との連携、「ＡＩ等の活用」「大学との連携」等の施策の方向性案が示された。

・事業評価については、令和７年度の第１回商業部会において令和６年度事業実績と合わせて報告を行い検討していく。

・引き続き、令和７年度の商業部会において具体的に、目標や施策、その指標等について検討を進めていく。

２．東大阪市の商業の課題について

・商業の課題への再確認とその対策例について、情報共有を行う。本市商業全般の課題として、①市域全体の高齢化・人口減少、②消費者の消費行動の変化、③商店側の課題等を確認した。次に、本市の商業集積地の課題として、①集積力の低下、②組織力の低下・担い手不足、③空き店舗の増加、④商店街のにぎわいの喪失等を確認した。これらの課題に関する議論を開始し、令和７年度は具体的な対策等を検討して次期方針に反映させていく。

３．調査関係について

・令和６年度に実施した消費者意識調査結果を共有する。特筆すべき点は、今後の商業環境としてデジタル化は不可避であり、デジタル人材育成を含めた商業のデジタル化支援が急務ということである。この調査結果を受けて、次期方針に反映させていく。

・令和７年度に実施していく商業実態調査の方法やアンケート項目について検討する。

４．その他

・令和 7 年度に地域研究助成金事業を活用して、商店街の活性化等に関する研究を大学で実施してもらう予定を共有する。令和７年度中に報告を受ける予定のため、令和８年度にはそれを受けて検討を行い次期方針に反映させていく。

〇自由意見交換

・商業部会をきっかけにして、離れた地域の商店街同士でイベント企画が立ち上がった。行政もそういった取り組みを今後支援していく。将来的に東大阪全域で同時にイベントを同時開催する商業祭のようなものができればいい。離れた地域の連携では、商店街間の移動について課題がある。

・行政として今後商店街のあり方をどう考えているのか質問があり、行政として２極化している方向それぞれの支援が必要と考えているが、継続していく商店街には積極的に支援していくことが示された。

・現状の商店街はモノを売る場所だけでなく、観光や地域活動等のプラスアルファ機能を持っており、行政にはそういった取り組みを促進する支援が望まれる。

・空き店舗問題については、現状の補助金の運用を見直し、拡幅するなどしてはどうか。

・今後の商業ではＳＮＳ等の発信が必須であり、市域以外からの外貨獲得も必要である。

・まち丸ごとホテルはいい発想であり、事業者の意向を行政としても把握してはどうか。他の商店街にも展開できたらいい。

（第３回）

1．施策や事業の指標・評価について

新しい商業活性化方針の目的や全体の評価指標は、部会議論の最終段階で検討する。今回は、新たな商業活性化方針に向けた施策の検討およびその施策に対する評価方法について協議・検討した。

・現在の商業活性化方針の３つの方針のうち、「商業集積地の支援の継続」、「個店支援の拡充」は引き続き必要な施策であり継続し、「新しい業態との連携」については、その中から「観光やスポーツ分野との連携」を新たな施策として位置づける方向となった。引き続き「新しい業態との連携」から「大学との連携」「ＡＩ等の活用」などを具体化するかどうかも検討していく。

・「商業集積地の支援の継続」「個店支援の拡充」「観光やスポーツ分野との連携」の３つの方針は施策として位置付ける。施策の指標については国の経済センサス等の数値を活用することで、市内の商業者が経済センサス等の情報に触れる機会が増えることに繋げる。また、指標は比較的簡単に取得できるものが望ましい。

・「商業集積地の支援の継続」の指標は、商店街の店舗数（商業実態調査)、商店街の空き店舗数（商業実態調査)、商店街のイベント回数（商業課集計）を想定している。

・「個店支援の拡充」の指標は、飲食店の開業・廃業件数（市データ)、小売店舗数の推移（経済センサス)、小売店舗の売上（経済センサス）を想定している。

・「観光やスポーツ分野との連携」の指標は今後検討する。

２．令和７年度実績及び評価について

現状の事業において設定している事業評価について協議した。

・事業評価は行政の予算に対する評価であり、商店街の実態を十分に表していない。コロナ禍の間は商店街で事業の実施が困難であり、にぎわいづくり事業の評価がＤとなったが、商店街が努力しているにも関わらず、それをくじくような評価や発表は避けるべきである。満足度やイベント参加人数など、実際に事業を行った商業者や商店街の思いが評価に反映される仕組みの構築が望ましい。事業評価・指標については引き続き検討していく。

・市のにぎわい創出を目的とするにぎわいづくり事業では、実施回数が事業評価基準としているが、インフルエンサーなどを活用する事業でもにぎわいを創出できる。

・インターネットショップ開業塾事業については、ネットショップを始める人は自分で学ぶ傾向があるため、この事業の必要性に疑問の声があった。

・商店街が NPO 団体と連携できる事業があれば良いとの意見があった。

３．商業の課題解決の方向性の検討について

課題として、「後継者不足」「消費者の高齢化」「空き店舗の増加」「集積力の低下」「組織の担い手不足」「商店街のにぎわい消失」について議論した。

・商店街の高齢化や加入者が減少する中で、周辺の商店街以外の店舗も会員とすることが重要になる。

・商店街側も会員になるメリットを示す必要がある。

・商店街の担い手不足の一策として、学生との連携が検討できる。

・他商店街の成功事例を全体の商店街で共有することも重要である。
・街路灯やアーケード等の維持管理は商店街の負担であり、維持管理が困難な団体も出てきているため、市全体での対応が必要である。

（第４回）

第４回・第５回は、観光・スポーツ分野にかかる内容であるため、本会委員の東大阪市観光協会会長大西委員及び大阪体育大学スポーツ科学部教授冨山委員に出席いただき、商業と観光・スポーツ分野の連携について議論を行った。

◎商業・観光・スポーツの連携について

事務局より東大阪市の観光・スポーツの計画の説明、連携可能な項目の提示があり、主には「スポーツツーリズム推進の重要性」「地域団体と事業者の連携促進」「地域経済活性化の工夫の提案」「地域資源を活用した提案」などの議論を行った。

〇スポーツツーリズム推進の重要性

・地域スポーツコミッションの役割を「インナー（地域内事業）」「アウター（外部誘客事業）」に分け、連携強化していく必要がある。
・花園ラグビー場を活用した取り組みを促進し、ラグビー観戦者への情報提供や地域イベントへ参加を促進することが効果的であり、再訪者の増加につながる。
・地域住民や学生等を巻き込んだ交流とネットワークの形成が、スポーツと商業・観光の連携を深める鍵となる。

〇地域団体と事業者の連携促進

・一般社団法人東大阪市ツーリズム振興機構（DMO）には行政、宿泊、交通、商工会議所など多様な事業者が参加している。今後の地域づくりはスポーツ団体や大学、地域のマルシェ運営団体など、自ら動く力のある団体が力を持つため、それらをうまく結びつけることがＤＭＯに期待される。
・小規模イベントやスポーツイベントとマルシェの連携、地元商店の利用促進を進める必要がある。

〇地域経済活性化の提案

・スポーツ合宿の際に地元の弁当や飲食店を活用し、スポーツイベント時には商店街の商品券を景品として提供する方法を検討する。
・東大阪市の旅行者向けクーポンや商品券の発行により来訪者増加と消費促進を図る。
・イベント時にレンタル自転車を無料にして、市内の回遊促進を検討する。

〇地域資源を活用した提案

・ラグビーのルール紹介と地域店舗紹介を組み合わせたトレーディングカードによるプロモーションを検討する。
・東大阪の農産物（例：玉ねぎ収穫祭）を活用したイベントの開催により、地域循環型経済構築につなげる。
・観光協会によるまち歩きコース案内に商店街情報を組み込み、体験型ツアーの展開・発展を期待する。

（第５回）

◎商業・観光・スポーツの連携について

主には「商店街とスポーツイベントとの連携」「観光誘引や地域回遊の仕組みづくり」「コーポレートゲームズをはじめとしたエンジョイスポーツ３Days について」「花園ラグビー場の活用と地域連携」などの議論を行った。

〇商店街とスポーツイベントとの連携

・スポーツイベント時に周辺の商店街等の情報を案内できれば、来訪者の街歩きや飲食利用を促進し、地域経済循環につながる。

・公平性の観点から市の事業において特定団体の情報提供が難しい場合は、観光協会やDMO が実施することも考えられる。

・市のスポーツイベント時に商店街のイベントを重ねると効果的であり、それらを参加者が SNS で情報を拡散すればさらに集客につながる。

・現実問題としてスポーツイベントの参加者を商店街に誘引するのは非常に難しい。

〇観光誘引や地域回遊の仕組みづくり

・ＤＭＯは観光協会と統合に向けて調整中であり、現在ＤＭＯで街歩きツアーの認定ボランティア制度を創設し、ツアーの開発と収益化を目指している。

・観光街歩きツアーに商店街の個性（店舗特徴やイベント）を組み込み、誘客を促進してはどうか。

・石切参道商店街は観光的要素を有するが、一般的な商店街では観光的誘因は難しい。布施では妖怪商店街など誘引要素を創設している。観光要素が乏しい商店街では、補助金を活用して謎解きイベントなどを実施し誘引する方法が考えられる。

・商店街への誘客のみならず、商店街がイベント会場に出店するなど、積極的に商店街から外に出ていく場の提供も必要である。

〇ザ・コーポレートゲームズジャパン in 東大阪をはじめとしたエンジョイスポーツ３Days について

・３Days に合わせて市からの各商店街へイベント連携要請があり、市内のいくつかの商店街がイベントを実施したが、商店街の負担も大きく、今後も 3Days での商店街イベントを要請する場合、市の支援がなければ継続は難しい。

・３Days 期間中は東地域の祭りの時期と重なるため、東地域商店街でのイベント開催は難しいが、祭りも含め、本市の魅力とにぎわいとして３Days と合わせてＰＲし盛り上げていく。

・３Days は東大阪市の新たなスポーツツーリズムの一環であり、継続的に取り組むことによって地域ブランド形成につながる。

〇花園ラグビー場の活用と地域連携

・ラグビー場などスポーツ施設利用者の市内回遊や宿泊利用促進の取り組みが求められる。

・海外事例ではスタジアム内にレストランやホスピタリティ施設が設けられ、日常的に利用されている。

・花園ラグビー場周辺には美術館やドリーム 21、公園等も併設され、多くの子ども連れの家族が年間を通じて訪れている。スポーツイベント以外の見本市的な活用も期待される。

（第６回）

1．商業と観光・スポーツの連携に関する提言部分の決定

・これまでの議論、指摘を踏まえて最終案として決定する。

２．指標の考え方に関する提言部分の検討

・商業者にとってわかりやすく、東大阪市の商業の状況が把握しやすいものが望ましい。
・できる限り簡単にデータが取得できるものが望ましい。
・事業評価は、数字上の達成度評価だけでなく、商業者の取組みの評価も必要。

３．商業実態調査の報告（商店街実態調査、商店実態調査速報）

・商店街では店舗が減少しており、特に物販の減少が多い。商店街自体の組織率も下がっており、商店街に入らないグループ等の活動も重要である。
・商店街では飲食店が増えているところもあるが、キャッシュレス化は進んでいない。
・調査資料に基づいて、商店街をパターン分けしてはどうか。その後の商店街の方向性は、商店街内で決める。行政は商店街の様々な状況に応じた支援を検討する必要がある。
・様々な団体が実施している好事例を横展開することが重要。
・自治会やＰＴＡ、子育て世代等が商店街の活動に参画することが活性化につながる。

４．商店街支援策及び個店支援策の検討

・事業承継が難しい商店街・個店が多い。しもた屋になって貸し出されない店舗も存在する。
・金融機関では、家族承継でない第三者への事業承継の支援を行っている。
・空き店舗と借主をつなぐコーディネーターの役割の検討が必要。
・チャレンジショップのような形を整備することも考えられる。

（第７回）

１．商業集積地の支援の提言案の決定

・商店街は単に買い物を行う場所ではなく、公共的な側面に重きをおいた位置づけとした。

２．個店支援の提言案の検討

・商店街を支えているのは個店、個店が地域消費を支える最前線という位置づけが必要。
・地域に根差す、地域の魅力を体現する店舗を支援する必要がある。
・商店街や個店は人と人をつなぐような役割がある。
・創業するなら東大阪、チャレンジするなら東大阪、そういった雰囲気づくりが重要。

３．令和７年度中の調査等の報告

・これまでの議論を踏まえ、解散を検討している商店会に向けたマニュアルを作成し提示。
・第６回にて商業実態調査速報値を示し議論済みであるが、最終の報告書を提示。

４．東大阪市地域研究助成金の報告

・大阪商業大学加藤教授（加藤商業部会長）による研究『「商店街活性化に向けた効果的手法に関する研究」－永和駅前商店街を事例として－』の報告
・加藤教授が考案した商店街セルフチェックシート－商店街の現状と可能性を考えるための診断シート－については、商業課の Web 等でも案内を検討する。

５．重点的な施策の展開の検討及び新事業のアイデア出し

・商店街以外の人が商店街と一緒に事業をすると商習慣の違いでトラブルも多い。
・市に空き店舗のデータベース等があればありがたい。
・しもた屋については、オーナーに対して改修費に対する投資の回収期間の情報提供や、オーナーと借主のマッチングを行うのもいいのではないか。
・現状の市の空き店舗活用促進事業は商店街団体がある地域でしか使えないが、団体の解散が進む状況においては、団体がなくなった地域の店舗への支援も必要である。
・チャレンジショップの応援など新規開業者が増える取り組みが望ましい。
・サッカーとラグビーの両方のチームから商店街へのぼりの掲出依頼があるが、例えばトライくんと市内スポーツ団体が同じのぼりに入るデザインがあればありがたい。

（第 8 回）

１．個店支援の提言案の決定

・個店の魅力は「人」、新規創業しやすい環境、空き店舗を活用した創業支援等を位置づけ。
・現状の空き店舗活用促進事業は、団体がある商店街のみが対象のため、広く活用できる制度に改善されたい。また、商店街内での開業は、団体への加入も検討されたい。
・しもた屋の対策、サブリースやリノベーションスクールも検討されたい。
・商店街が行う子ども食堂等の公共的な事業への支援も検討されたい。

２．商業活性化に向けた資源のフル活用の提言について

・一部文言の修正のみで内容は決定する。

３．提言書案全体の説明

・活性化方針は 5 年程度の計画となるが、最近は 1 年で状況も変化するため柔軟に対応されたい。また、国の交付金等がある際には引き続き商業課で活用を検討されたい。
・街路灯・防犯カメラの維持は市の安全安心を担っている部分があるが負担も大きい。

４．その他

・令和 7 年度の事業実績報告。
・商店街のコミュニティ関係の支援制度があるとありがたい。
・市の統一したスポーツチームの応援グッズがあるとありがたい。

◎以上の審議を踏まえ、提言書として取りまとめる。