

令和 7 年度東大阪市中心企業振興会議 第 5 回商業部会 議事要旨	
日時	令和 7 年 1 1 月 1 9 日（水）午後 6 時～午後 8 時
場所	東大阪市役所 本庁舎 1 8 階大会議室
出席者	商業部会委員 加藤委員・茨木委員・木村委員・中澄委員・西田委員・白山委員（和合委員欠席） 東大阪市中心企業振興会議委員 大西委員・富山委員 事務局 東大阪市都市魅力産業スポーツ部 吉田部次長 商業課：道簾課長、村山総括主幹、大西主査 国際観光室：左海室次長 花園スポーツビジネス戦略課：西課長 市民スポーツ支援課：上嶋課長
案件	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 協議・議論
議事要旨	<p>○ 7 名中 6 名が出席しており、委員の過半数が出席しているため、会議は成立。</p> <p>○ 開会</p> <p>案件（1）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</p> <p>【事務局説明】</p> <p>（事務局）資料 2（P 3・4）の記載内容を説明</p> <p>・今回は、このテーマの原案をイメージして提示しているが、最終的には今回の議論の内容も盛り込みたい。</p> <p>【質疑・意見交換】</p> <p>（部会長）ありがとうございます。資料についてご質問やご意見はありますか。</p> <p>（委 員）市民大会やイベントの主催者から聞いた意見として、商店街だけでなく周辺地域の情報も欲しいという声があります。例えば、八戸ノ里アリーナで大会が開催される場合に、現状では八戸ノ里アリーナ周辺の情報が不十分だったりします。これを市役所やツーリズムが情報発信すれば、来訪者の町歩きや飲食利用が促進され、地域全体の経済循環につながります。</p> <p>（部会長）商業と観光の連携は不可欠ということだと思います。</p> <p>（委 員）私は東大阪ツーリズム振興機構の理事を務めております。現在、観光協会とツーリズムはまだ統合に向けて調整中で、観光協会のボランティアガイドとツーリズムの認定ガイドの制度が分かれています。ガイドボランティアは主に高齢者で 20 名程度ですが、若い人も徐々に参加し、街歩きコースの設定などで活動しています。これまで 15 年間、東大阪市内のまち歩きマップ作成に携わり、市役所やツーリズムのホームページからもダウンロードできます。認定ガイド制度は新設されたもので、今後は戦略的にツアーコースを開発し、収益化を目指す段階にあります。</p>

(部会長) 認定ガイド制度には、将来的には制度化が進み、体制も整っていくということですね。

(委 員) ガイドボランティアの中から認定ガイドを目指す方もいます。

(部会長) 街歩きマップには商店街のお店も掲載されているのでしょうか。

(委 員) 石切商店街にある飲食店名など、観光資源と商業が連携した形で掲載しています。

(部会長) 石切の商店街はもともと観光商店街として発展しており、商業と観光が一体となっています。ただ、布施のような一般的な商店街は従来の商店街のやり方では厳しい状況にあり、新たな集客策として「妖怪商店街」など観光的要素を取り入れています。観光部局としては、石切以外の商店街も観光業務の範囲内と考えていますか。

(事務局) 私たちは新たな観光まちづくりを目指しており、来訪者を「すべて旅行者」と位置づけ、石切商店街だけでなく本市のすべての商店街が目的地として対象と考えています。

(部会長) これまで商業は商業の振興が中心でしたが、観光が応援に回るという形でであったと思います。しかし、観光として東大阪全体を盛り上げていきたいということは、とても心強いことです。それを踏まえて提言書を見ますと、上位概念がやや不足している印象があります。現状の提言書案では、地域の商業の活性化が先にあって、そのための資源はほとんど使おうという体系的な位置づけのように感じます。例えば東大阪市の現状を踏まえて、その中で交流人口を増やす必要性があって、商店街も含めて東大阪ブランドとしてシティプロモーションを行い、それを内外に情報発信して活性化につなげていくという部分が足りないと思います。単なる商業振興策でなく、市全体を盛り上げていく目的があって、その中で商業・観光・スポーツが非常に重要な分野であって、今までバラバラで行っていたものを連携してやっていこうというようなところをもっと強く打ち出していいたと思いますが、委員の皆様はどう思われますか。

(委 員) そのとおりと思います。

(事務局) ご意見を踏まえて内容を検討します。

(部会長) それから商業の文言は出てきますが、観光、宿泊、飲食などの言葉が提言書にあまり入っていませんので、それぞれの言葉を明示した方がいいと思います。

(事務局) 上位概念を含めて推敲します。

案件（２）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

【事務局説明概要】

(事務局) 資料２（Ｐ５）に基づき説明

(部会長) 議題２に移ります。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、前回に引き続き議論をしていただきたいと思います。まず、前回の会議で「スポーツ大会における商品券、商店街の商品券の協賛」について、事務局が確認することになっていましたが、そちらについて回答をお願いします。

(事務局) スポーツ大会の景品として商店街の商品券を配布できないかというご意見でした。現在実施している市民大会については、東大阪市体育連盟に加入している 19 団体の協会団体があり、その 19 団体が主に協会主体で運営しています。市が主

催する市民大会においては、協賛や寄付は市民寄付という形となるため、一定の制限がある等、ハードルが高いのが現状です。

しかし、各スポーツ団体が独自に実施する大会での協賛や寄付については、相手方がよければ特に問題ありません。したがって、商店街が各スポーツ団体と直接調整する形での協賛は可能であると考えています。

(委 員) ということは、その協会に対して「これは市主催の大会ではなく協会独自の大会である」と確認を取って進めればよいということですか。

(事務局) 商店会や企業が知り合いの団体に寄付をしたいと申し出た際、その大会が市民大会でなければ問題ありません。ただし、寄付に伴う諸条件、会場使用の可否や料金の有無などについては、その都度調整が必要となります。

(委 員) 市民大会で地域の商店会などの宣伝をしたり、商店街の情報を提供したり、チラシを置いたりすることは難しいということでしょうか。

(事務局) 市民大会については公益事業となるため、公平性の観点から特定の店舗や事業者の名前を出すことは慎重になります。

(委 員) チラシを置いたりする際には、商店街は組合費を払っている店舗もあり、そういった店舗へのメリットとして情報発信を活用する方法ができないかと思っています。組合に入っている店舗のみ情報を提供するなど差別化も図られ、加入するメリットになると考えられます。

(部会長) 商店街の情報発信はホームページや SNS で行われています。これは商店街の経費で運営されているのでしょうか。

(委 員) 私のところでは、近隣のボランティアの方がある程度運営しています。

(部会長) 組合費を払っている店舗だけが掲載されているのですか。

(委 員) はい。

(部会長) 情報発信に関しては、まず組合の体制を整えた上で市も支援する仕組みを作るということもあると思います。

例えば、グーグルマップで皆様の商店街の店舗情報が掲載されていますか。

(委 員) ほぼ掲載されています。

(部会長) これは店舗オーナーや組合とは関係なく、グーグルが自動的に掲載しているのでしょうか。

(委 員) そうです。ただ間違いもあります。

(部会長) その掲載情報は店舗オーナーが編集できますか。

(委 員) 基本的に店舗オーナーだけが編集可能で、グーグルビジネスプロフィールという機能を使います。

(委 員) 数年前に商業課がこのグーグルビジネスの登録促進のための事業をした記憶があります。

(委 員) その事業の際、自店舗の 360 度ストリートビューの撮影も行いましたが、現在一部のサービスは終了しています。

(委 員) グーグルビジネスの登録は無料ですが、編集や検索順位の最適化を代理店に依頼すると有料になるケースもあります。

(委 員) 電話で説明を受ける際、途中から有料になる話になると戸惑う店舗もあるようです。

(委 員) 大阪府も一時期このような普及支援の研修をしていました。

- (事務局) 過去の支援事業や補助金についても改めて確認します。これは第 6 回の会議でも議論したいと思います。
- (部会長) 議論を戻しましょう。商業と観光、スポーツ分野での連携についてです。
- (委員) 先ほどの商品券を副賞として配布する件ですが、特定の商店街に偏らないようにとの話があり、なるほどと思いました。大阪の南の方で市民スポーツ大会を行う際、業者が賞品としていろいろ提供しているのを見かけますので、例えば観光協会を通して実施し、観光協会が公的団体としてマップを配布すれば、そのような偏りを解消できるのではないかと思います。そうした形で、観光協会が配布しているという形をとることは可能でしょうか。
- (事務局) 配布に関しては、配布物の内容を判断する必要があります。例えばリージョンセンターや行政サービスセンターなどの公共施設で配布可能かどうかということが一つの判断基準になります。市民大会も同様に、市の施設で使えるかどうかと考えます。その中で、ツーリズムの枠組みで何を作れるかによります。こうした仕組みづくりは今後細かく検討する必要があります。マップ所持者はいても、商店街に所属していない者を含めて公平に掲載したいという意向がある場合、不公平感のない範囲で判断していくことになります。
- (委員) 公平性の問題は、観光協会の経験も踏まえ「観光協会が行う」という形にすればよいでしょうか。この文章では、有機的な連携が深まることが重要だと感じました。日常的に関係者が交流し、「こんな大会があるけど協力してくれないか」というやり取りができる場があることが有機的な連携の意味だと思います。スポーツ分野と日常的なつながりがあると良いと考えています。
- (委員) 観光協会が配布物の基準をどうしているのか、質問されそうですね。
- (事務局) ツーリズムや観光協会の事業は市の税金が投入されているため、公平性や平等性がないわけではありません。そのため、市民大会の近くの商店街が協力する場合は、各商店街で合意形成があれば配布しやすいと思います。
- (委員) まずは近場で連携を始めるのが良いと思います。離れた商店街同士がいきなり連携してもうまくいきません。例えばラグビー場近辺の花園駅周辺商店街や若江岩田商店街など、近隣地域での連携が第一歩だと思います。そうでないと大会の意義が薄れてしまいます。
- (事務局) 商店街の皆さんは、石切近辺の市民大会の際に石切商店街から資料配布の依頼があった場合、花園や若江岩田の商店街はどう感じますか。問題になりますか。
- (委員) 市民大会当日に、商店街のチラシや広告を配布するという認識でしょうか。例えば市民スポーツ大会後に商店街に人が流れるようにするイメージでしょうか。
- (事務局) そうです。
- (委員) 私の考えでは、商店街に人を呼び込むためには何らかの工夫が必要です。逆に商店街のイベントと市のイベントを重ねると効果的です。例えば参加者が SNS で情報を拡散すれば集客につながります。商店街全体で大規模イベントを開催するか、飲食店がグループで独自に宣伝することも可能です。ただし、呼び込みの意欲があるかどうかも重要です。私たちはスポーツの試合前に出店していて少しはお客さんが来ますが、試合開始直前になると観客は試合に集中し、終わったらすぐ帰ってしまいます。そういう方々を商店街に誘導するのは非常に難しいです。試合中に CM を流すことはありますが、根本的には商店街への誘客は難しいと考

えています。来場者と商店街が一体化できれば理想ですが現状はないです。

(委員) 東大阪市だけでなく、他市からも来場者がいると思います。1万人中50人でも100人でも商店街に呼び込める仕組み作りが必要です。

(委員) 花園の商店街は特に観光資源が乏しいため、独特で面白い店やグッズをアピールしないと集客は難しいです。年配の店舗オーナーも多く、大勢の来客を嫌がる店もあり難しい問題です。

(部会長) 確かに公平性の問題は難しいです。商店街内でも組合員の公平性確保を目指しています。1990年頃の商業政策では「天は自ら助くる者を助く」と国の商業課長が述べ、全員で船団のように進む従来の政策から、前向きに取り組むところだけ支援する方針へ変わりました。現在はモデル事業として選抜されたところで実施する形態が定着しています。

(事務局) 公平性は重要ですが、行政の必要性が優先されればそれを超える支援も可能な部分があります情報共有も進めており、引き続き検討・研究していきたいと考えています。

(部会長) 前は具体的な話もありましたが、布施では観光と商業に関して様々な取り組みがされています。何か具体的な話はありませんか。

(委員) 先ほどの話し合いの中で地域性について考えました。東大阪市はデジタル化が進んでいますが、布施では11月末に商品券事業を実施します。世間の進展に比べると遅れていると見られるかもしれませんが、アナログ的な事業を積極的に行っています。その理由はお客さんのニーズがあるからです。

昔は東大阪市の各商店街でも商品券事業を実施していましたが、現在は布施と瓢箪山でのみ行われています。デジタル化が進み、PayPayのような業者が中心となるため、商店街単独では実施しにくくなっています。

(事務局) 市役所では、10月1日から15日までのキャッシュレス決済ポイント還元事業のキャンペーンを行い、購入金額に20%のプレミアムを付与していました

(委員) 商店街全体ではこうした事業ができないことが多く、市の支援に依存しています。体力的にも精神的にも楽ですが、商店街側はその事業効果を十分把握できていません。布施と瓢箪山では現金支給でのプレミアム商品券を続けています。これは市からの一部補助もありますが、商店街側がプレミアム分を負担しています。商品券事業は年末のイベントとして好評で、布施では大型店舗も含め対応しています。商店街は零細企業が多いため現金の流れが大切です。商店街負担は約300万円ですが、地域経済を活性化しています。お客さんはデジタル決済より現金を好む傾向が強く、この点の改良が必要です。私たちはネット活用も進めていますが、店に負担がかかることに課題を感じています。

(部会長) 先日「アナログ」の雑誌「ミーツ」に布施商店街が掲載されました。影響はありましたか。

(委員) はい。お客様も店主、皆さん喜んで見てくださいました。現在は実際のイベントや売り出しなどの機会は減っていますが、アナログの手法は費用がかかるものの一定の効果があり、当店ではデジタルよりもアナログを大切にしています。お客様も現金支払いを好む方が多く、昔のように値切るなどの文化は少なくなりました。その辺りに商店街の寂しさを感じています。

(部会長) なるほど。アナログはスポーツや観光でも実際に現地に足を運んで触れ合うこと

が重要で、誘客の有効な手段です。ショッピングセンターが物販を減らして飲食やサービス業に変わっているのも同じ流れですね。観光やスポーツと商業が連携し、物販を中心にするのは非常に有効な方向であると思います。布施の妖怪の取り組みはいかがでしょうか。

(委員) 妖怪に関しては、最初は気持ち悪がるお客様も多かったのですが、近頃は妖怪目当ての見学者が増え、賑わいが生まれています。商店街やお客様からも成功と評価されています。

(部会長) SEKAI ホテルの状況はいかがですか。

(委員) 商店街内にありますが、イベント等の連携はやや控えめな印象を受けています。

(部会長) 商店街の中にホテルの部屋を確保し、回遊できる仕組みを作っている中で、何か感じることはありませんか。

(委員) 布施地域では南側の商店街に回遊客集中していますが、北側はほとんどありません。もしホテルと連携するなら、商店街を一巡できる仕組みを望みますが、これは商店街側の課題とも思います。ただ話題性は十分で、多くの取材もあり良い傾向です。物販店や飲食店の売り上げも増えていると聞いています。北側への回遊客の流すためのイベントが今後必要だと考えています。

(部会長) 引き続き、観光・商業・スポーツの連携について議論を続けます。

(委員) 前回の部会時に、委員が話されたスポーツツーリズムの話は大変良かったと思います。東大阪市としてこの一年間、あるいは来年に向けて力を入れるべき点についてもお聞きしたいです。

(事務局) 前回の議論にもありましたが、東大阪市は従来のラグビー場関連イベントに加え、今年 10 月 11 日から 13 日に新しいイベント「コーポレートゲームズ」を開催しました。都市魅力産業スポーツ部ではその 3 日間を、「エンジョイスポーツ 3 Days」と銘打ち、11 日にコーポレートゲーム、12 日にマスターズ花園、13 日に市民スポーツの祭典を行い、スポーツツーリズムの要素を盛り込んだ誘客と消費促進に努めました。

(委員) ラグビー場の年間稼働日数、イベント開催日数はどのくらいですか。プロの試合だけでしょうか。

(事務局) 芝生の養生期間がありますが、一般ラグビー等を含め年間約 100 日程度使用しています。イベントは週末中心で、準備等を含めると週 1 回程度の使用頻度となります。

(委員) 海外の事例では、スタジアム内にレストランやホスピタリティ施設があり、日常的に利用されています。花園ラグビー場でもホスピタリティ施設の導入や、コンコースでのイベント開催、スポーツイベント以外の見本市的な活用が期待できるのではないのでしょうか。

(委員) 花園ラグビー場周辺には美術館やドリーム 21、公園なども併設されており、年間を通じて多くの子ども連れの家族が訪れています。公園内には特殊な遊具もあります。バーベキューやコンビニや商店街でお弁当を購入し楽しむ人は多くいます。

(委員) 桜の季節には観桜イベントも開催されています。

(部会長) 集客が見込める季節イベントや商店街が客を引き込む仕組みづくりが重要です。

(委員) イベント時にはキッチンカー等が出店し、さらに活用が進んでいます。

(委 員) 駐車場の活用など企画設計の課題もあります。

(部会長) 花園ラグビー場は街歩きツアーの目的地にもなっていますか。

(委 員) はい。長田からラグビー場、そして花園商店街へと流れる街歩きツアーや、ラグビー場内のバックヤードツアーが大会等の実施がない日に予約の上、開催されています。

(委 員) 以前謎解きツアーを企画し、ゴールを商店街に設定しました。謎解きをクリアした参加者に景品を渡すなど好評でした。

(部会長) そういったネットワークはどのように形成されたのですか。

(事務局) ツーリズム関係の活動です。

(事務局) 交通事業者が関連イベントを主催し、市が協力する場合があります。

(部会長) 現在も継続されていますか。

(事務局) 謎解きイベントは国の補助金も活用しました。現在は実施していません。自前開催にはスタッフや期間が長く負担が大きいのも事実です。

(委 員) 半年間程度実施され、多くの参加者が楽しめました。

(事務局) 私も商店街の謎解きに参加したことがあります。行政としては制度上の課題がありますが、商店街と行政が費用を折半し補助して、謎解きなどのイベントを支援する仕組みも検討可能です。地域力強化事業として商品券に補助を出していますが、そういったイベントに補助を行うことで地域活性化に繋がれば効果的だと考えています。

(委 員) 少し話を戻します。コーポレートゲームズの3日間について。正直、10月と言えば東大阪市では地元のお祭りが多いと思います。特に東大阪で一番大きな秋郷祭と3 Days が重なったのはなぜなのか疑問に感じていました。東部地域では、地域とのつながりから「コーポレートゲームズに参加するなら祭りの手伝いに来てほしい」と言われることもありました。瓢箪山もそうですが、実際に開催中はどちらに力を入れるべきか分からない状況です。例えば開催期間や商店街が取り組みやすい時期など、もう少し検討していただきたいというのが正直なところです。春に開催すると雨が多い可能性もありますが、一番適した時期はなかなか見当たりません。取り組みやすい環境づくりについてご考慮いただければありがたいです。

(事務局) コーポレートゲームズについては、国際観光室が委託してDMOで実施しております。時期については、これまでの経緯から、マスターズ花園や市民スポーツの祭典が開催される日程と統合し、現状の日程となっております。イベントの観点から見ると、この時期には市外からの誘客を図ると同時に、参加者に本市を代表するお祭りも楽しんでもらうということも考えています。コーポレートゲームズと地元のお祭りは対立するものではなく、コラボレーションによって広報を強化できると考えています。商業課としては市内商店街に呼びかけ、イベントを依頼しました。布施では土曜夜市が同時開催し、キャッシュレス決済還元事業も10月1日から15日まで実施しました。また、試合後のアフターマッチファンクションとして、参加チームが市内飲食店を利用する働きかけも行っています。今年度はこうした取り組みを実施しました。

(部会長) 時間的には、コーポレートゲームズ参加後に商店街で飲食したり、布施の夜市に参加したりすることは可能ということですか。

(事務局) はい。試合終了後に夜の参加も可能です。ただ、勝敗によっては午前中で終わる場合もあり、その後の行動が課題です。コーポレートゲームズはこれまでのマスターズ花園、市民スポーツの祭典に組み込む形で、3 日間の「エンジョイスポーツ 3 Days」としてブランド力向上を目指しています。一般的な土日では参加しづらいため、3 連休の初日を選ぶなど企業が参加しやすい日程調整もしています。布施の夜市は 10 月 12 日にも開催いただき、秋郷祭と同じ時期で集客を心配しましたが、実際には盛り上がり、東西の活性化につながったと思います。市内から人が動き、新たな相乗効果も期待できる 3 日間となったと考えています。

(委 員) 実際の問題として、布施の土曜夜市は土曜日開催ですが、今回は日曜日でした。いつもの土曜夜市に比べてお客さんは「まあまあ」という感想です。結果的にはそれほど悪くありませんでした。土曜夜市の仕込みには費用がかかるため、その点は東大阪市のためと割り切って取り組んでいます。

(委 員) にぎわいづくりの補助金は、年 1 回ですが、市に協力して市域を盛り上げているので 2 回目の実施も対象にしてもらいたいと思っています。また、その時期に実施することで、補助金の上乗せがあれば、新しく 3 Days にイベントをしようと考える団体も増えて、市のにぎわいの創出につながると思います。

(委 員) 東西で多くの人が集まっています。この機会に、にぎわいづくり補助金を上乗せし、上乗せすることでイベントに参加する商店街も増えます。しかし商店街だけで費用を負担したり、他の場所に手弁当で手伝いに行ったりすることは負担が大きいです。良い結果が出ているだけに、全体での負担軽減や市の支援の拡充が望まれます。

(委 員) ゴミもやはり人出に比例して増えています。布施の土曜夜市でも今回は 4 回開催にプラス 1 回ですがゴミの量は約 2 割増えています。それでもにぎわいの補助金同じですが、負担軽減を検討してもらいたい。そういった支援が無ければ、次年度は協力が難しくなるかもしれません。

(事務局) 貴重なご意見ありがとうございます。確かに、今回はお願いレベルの話で対応いただいて感謝しています。特に布施商店街従来の補助金で土曜夜市を 1 日追加いただき、非常にありがたいことです。行政としては、今後も 3 Days を盛り上げたいと考えています。これは様々な場面や方策で盛り上げていくもので、その中には商業振興も目的としています。行政としても、各委員の意見を踏まえて、お願いだけでなく、補助金の拡充も検討する必要があると認識いたしました。今後、関係部局と協議し、3 Days を盛り上げるための特別策や、にぎわい補助金の拡充等も考えたいと思います。現在、にぎわい補助金は上限回数関係で、予算満額を使い切れていません。複数回支給できる形にすれば予算も効率的に使い、さらに市域が盛り上がるイベントが生まれる可能性があります。こうした点はぜひ、次年度に向けて検討したいと考えています。

(部会長) 3 Days にバルの実施はあったのでしょうか。

(委 員) 布施の夜市の日にバルを開催しました。

(委 員) ホテルの割引などの特典は今回の 3 Days 期間ではほぼなかったようです。万博が終わった後に来てもらう壮大な計画があったものの、実現はしませんでした。

(委 員) 万博に関しては、東大阪への観客の影響はほぼなかったと感じています。

(委 員) 布施商店街は市の要請で参加しましたが、効果は限定的でした。

(部会長) 来年はホテル関連で工夫が必要と思います。

(事務局) コーポレートゲームズは今回初開催で参加者数も当初の見込みに届かなかった部分がありますが、市としては、今後発展させていきたいと考えています。ただ、商業者側としては、まずはイベントで地元を盛り上げることが重要だと考えています。コーポレートゲームズ時には、例えば会場から遠くて商店街に誘客ができなかったとしても、イベントを開催すれば、地元はにぎわって地域の方が来られると思います。まずは、そういった時期に有利な補助金があればそれを利用して、地元の盛り上げを強化しつつ、その後にコーポレートの誘客を図ることという考えも必要かと思います。

(部会長) イベントで多くの人が来ても、個々の店舗に来てくれるかは、その店の魅力次第で、各商店街が相応の努力も求められると思います。

(委 員) 例えば、コーポレートゲームズについて、外国の方などが参加できるのか、その方たちがチームを作れるのかも気になります。

(事務局) コーポレートゲームズは誰でもチーム単位なら参加できますので、海外の方も参加できます。

(部会長) 以前の町民運動会のように盛り上がっていましたが、企業単位も同様です。

(委 員) 最近は屋台村形式の地域運動会が増え、家族で楽しめる工夫がされています。交流という意味では良い取り組みです。

(委 員) 海外に拠点を置く日本企業もあり、従業員が離れているため運動会で一致団結感を取り戻す例もあります。

(委 員) 以前話を聞き、最初は固定観念があったものの、市のにぎわい補助金を利用して、多くの商店街が協力し合うことでより大きなイベントに発展できると感じました。

(事務局) スポーツツーリズムは東大阪市の新たな取り組みで、ラグビーのまちからスポーツのまちに発展させたいと考えています。コーポレートゲームズの継続は労力を要しますが、地域のブランド形成にも繋がります。皆様の協力を得ながら続けていきたいと考えています。

(委 員) 商店街とは別に「きらりプロジェクト」という若手の団体があり、そこでお店屋さんごっこのイベントを行っています。今年の冬、近鉄ライナーズの試合前にラグビー場の前でそのお店屋さんごっこをやってほしいと依頼がありました。しかし、真冬に子どもたちを立たせるのは難しいと考え、断りました。私は開催したいと思っていたのですが、メンバーの多くが反対したため、結局中止になりました。布施や瓢箪山、石切のような地域のイベントの流れに乗っておこぼれをもらう商店街づくりではなく、私たちはむしろ積極的に外に出ていきたいと考えています。現在、ここに書かれている施策は、すべて商店街に人を呼び込むことばかりで、商店街自らがイベント会場に出ていくような試みがありません。若江岩田としては、そうしたプロジェクトや仕掛けがあってもよいのではないかと思います。例えば、数年前の花園エキスポの際には、商店街にブースが設けられ、有志の店舗が出店していました。こうしたイベントで商店街のブースを設け、店舗が自主的に参加する形をとれば、商店街にとっても公平性が保たれ商店街の情報発信もできると思います。また、イベントに参加するかどうかを皆に聞き、興味がある人が参加するスタイルであれば、不参加の店舗も納得しやすく、公平な形に

なると考えます。店舗側が来場者を待つのではなく、店舗自らが積極的に出ていく仕掛けや取組みを、この施策の中に追加していただけると、若江岩田としては嬉しいです。

(委員) 商店街としても店舗の負担を考慮しつつ、出店の機会を平等に提供する仕掛けが必要だと考えています。

(部会長) 店舗を閉めてでも参加する価値があるイベントならば積極的に出ると思います。

(委員) 当方も試合に出店し、調理準備のため徹夜になることがあります。夜間開催と時間帯の考慮も重要です。

(委員) 商店街内で売りたいものがあっても、店舗が対応困難な場合は学生などのサポートが必要です。

(委員) 出店者は自店への誘客につながるので長期的に効果が期待できます。

(事務局) マスターズやコーポレートゲームズで商店街への出店募集は行っています。

(部会長) どのようにしているのでしょうか。

(事務局) 近隣の商店街に案内している場合もあります。そういった案内も今後どのようにできるかを含めて検討していきます。

(委員) 店舗単位での大人の事情もあるので、市主催の枠があれば参加しやすいです。

(事務局) 店舗参加には公共性も求められます。今後、皆様と連携し情報提供できればと思います。

(部会長) 今後も参加したいと思われませんか。

(委員) 新鮮で良いと思います。スポーツ連携は難しいですが、今回は成功させたいとの思いが強く、市職員の方の努力も大変でした。次回は地元ツアーやバル案内をセットにしてPRすればさらに盛り上がると思います。

(部会長) 良い意見だと思います。

(委員) 花園ラグビー場は大勢の人が集まり、機能的な公園としても活用されています。来訪者が商店街を訪れる工夫が課題と思います。かつての観光ルートに代わり地方や地域の観光が拡大しつつある中、花園のラグビーを核に、石切神社など地域の魅力を発信すると良いと思います。街歩きツアーなど通年チケット販売も考えられます。モノレール延伸も将来のマーケット変化に寄与します。大阪全体に魅力が広がる可能性を感じました。

(部会長) 貴重なご意見ありがとうございました。商業と観光スポーツの連携が重要だと改めて感じました。頂いた意見を事務局で反映した案を作成し、確認作業を進めたいと思います。

(事務局) 市でも提言書を検討します。具体的な確認方法や時期は今後検討しますが、委員の方には議論内容の反映を確認してもらう形を想定しています。2月の商業部会に皆様に確認いただく予定とし、臨時委員の方にはそれまで書面でお送りして確認いただきたいと思います。

(部会長) 臨時委員の方には引き続きぜひ、このような機会に参加していただければと思います。観光スポーツ担当部署の皆様もこれで終わりにせず、東大阪市の活性化のため、ご意見をお願いします。本日は長時間の有意義な議論をありがとうございました。

○閉会