

令和7年度東大阪市中小企業振興会議 第6回商業部会 議事要旨

| | |
|------|---|
| 日時 | 令和8年2月19日（木）午後6時～午後8時 |
| 場所 | 東大阪市役所 本庁舎 14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 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：道旗課長、村山総括主幹、大西主査 |
| 案件 | 1. 商業と観光・スポーツの連携に関する提言部分の報告 2. 指標の考え方の提言書のイメージ案 3. 商業実態調査の報告（商店街実態調査、商店実態調査速報値） 4. 商店街支援策の検討（商業集積地支援提言イメージ案骨子） 5. 個店対策の検討 6. その他 |
| 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、会議は成立した。</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の報告</p> <p>【事務局説明】</p> <p>（事務局）資料2（P3、4）に基づき説明</p> <p>議 論 の 概 要：前回会議で議論した内容を踏まえて、商業と観光・スポーツに関する提言文案を再構成したものを提示する。観光分野の大西委員、スポーツ分野の富山委員にも確認済み。</p> <p>提言書の構成と内容：提言書については、商業部会から中小企業振興会議本体へ報告し、市長へ提言する形式で、期待する効果や事業の方向性も盛り込む予定。提言の3つの柱は「1. 商業集積地（商店街）の支援」「2. 個店の支援」「3. 商業・観光・スポーツの連携」の方向とする。</p> <p>今後のスケジュール：提言書は令和8年度の秋口までを目処に市長へ提出予定。市の「方針」策定も並行して進めるが、スケジュールが提言とはずれ込む可能性がある。新年度上半期に3～4回程度の審議が集中する可能性がある。</p> <p>【質疑・意見交換】</p> <p>（部会長）確認も含めてお話しします。商業の振興に関する提言書を作成する予定ですが、これまで議論した商業分野、観光分野、スポーツ分野は、人を外部から呼び込むことが共通のテーマです。商業振興の観点では、訪れた人に商店街で滞留してもらい、お金を使ってもらうことが重要だと議論してきました。その位置づけを、今回の提言文案で示しています。</p> <p>（事務局）提言文の大きな柱としては事務局案としては、これまでも継続してきた「集積地の支援」を一番初めとして次に「個店支援」を位置付けたいと考えています。その後に商業、観光、スポーツの連携という順序が妥当だと思います。</p> <p>（部会長）商業の振興方針としては、集積と個店の支援という大きな二つの柱がありました。それについては書いたとして、さらに今年度に関しては、市が力を入れているスポーツの振興や、インバウンドを含めた観光客の増加が見込まれているので、それらをうまく取り込んだ方向の活性化策を今回特に考えましょう。商業と観光の</p> |

連携は不可欠ということを示している提言案だと思います。

(事務局) はい、提言に上がっている内容なので、その提言を無視して別のものを市が方針に位置づけて進めるわけにはいきません。提言に基づいて、スポーツ観光分野についてはこのような方向性を持って取り組んでいくという方針となっています。

(部会長) 商業と観光・スポーツの連携に関する提言の部分の提言文案は予め委員の皆様にもご確認いただいておりますので、特に意見がないようでしたら示された内容とします。

案件（２）指標の考え方の提言書のイメージ案

【事務局説明】

(事務局) 資料２（P５）に基づき説明

課 題：現在の方針では５年後の成果を評価する仕組みがなく、計画終了後に新しい計画を作ることになっている。

改 善 案：今後の方針では、５年間で店舗数や従業者数の増減が見えるような指標をあらかじめ設定し、評価する形を取りたい。

マ ク ロ な 指 標：市全体の事業所数や販売額、政策ごと（商業集積地支援、個店支援、観光連携）に指標を設定する。

単年度の事業評価：予算執行率だけでなく、事業の成果（例：イベント開催による賑わい創出）も評価する仕組みを盛り込む。

【質疑・意見交換】

(事務局) 第３回の会議で議論したかと思います。東大阪市では商業活性化の方針を立てて進めてきましたが、５年後の成果を評価することができていません。５年や６年経っても評価せず、新しい方針を作るという形が続いています。

そこで、次の方針では代表的な指標を設定し、例えば５年間で東大阪の店舗数や従業者数がどれくらい増減したかを見える化し、その成果を評価できるようにしたいという話をしました。これは提言の部分であり、評価指標は部会長がおっしゃったように把握しやすく、簡単にデータを取り扱えるものが望ましいという議論がありました。

事業の評価については、東大阪市の商業課が行う賑わいづくりや空き店舗対策などの事業評価についても議論がありました。委員の指摘のように、単純な数字だけを追うと頑張っている商店街が評価されない問題があるため、その点も配慮した評価手法が必要だという話です。

以上の点を踏まえ、評価や指標の部分にあまり重厚さを持たせず、しかし意識した上で次の方針を作る必要があると考えています。以上が部会の中で議論された評価の考え方のイメージとなります。

(部会長) この議論はこれまでの部会でも議論になりましたが、毎年行われている事業評価において A 評価もありますが、D や C 評価が多いということでした。議論の中で意見があったのは、コロナ禍でイベントの回数が予定より大幅に減り、そのため商店街のイベント関係の事業評価が C や D になったことが問題ではないかという点でした。これは事業評価の指標に関する課題です。

また、商業全体の動向を示す指標として、業種別の店舗数や売上データなどのマ

クロデータを用いて、5年間の変化をみる指標があります。これら両方の指標があると考えています。

商業活性化方針はおそらくおおむね5年に一度作成されるため、その間の変化を把握し評価する指標と、毎年行う事業評価の指標は分けて議論するほうが良いということですね。

ですので、分かりやすく具体的な数値が出るものを持ち、予定通り実施できたかどうかを把握すること、そして事業評価には委員の提案のような内容を盛り込むという理解でよろしいでしょうか。

(事務局) そのとおりです。事業評価というのは、単に予算に対してどれだけ使ったかという部分だけでないものもあります。例えば、商店街がどれくらいイベントをやったかという点も含まれます。

現在のにぎわいづくり事業では、令和元年度の予算積算をベースに予算要求をしています。ただ、実際には予定した額より使わなかった場合、その事業はB評価やC評価になってしまいます。例えば、500万円だったものが、250万円しか使わなければD評価になるわけです。

それを見たときに、委員が「私たちはにぎわいづくりに一生懸命取り組んでいるのに、なぜD評価なのか」と言うことになります。なので、今の予算に対する従来の事業評価だけでは物足りないということです。

行政の予算に対する評価としては一定そういった側面の評価もありますが、実際には商店街の方々がどれだけ事業を実施しているかを客観的に評価する方法も考えられます。あくまで一例のイメージですが、そのような多角的な評価方法が必要だと思います。

(部会長) 分かりました。評価・指標の提言文案についてはすでに資料に示されていますが、内容については引き続き議論しながら、先ほどの内容を踏まえて盛り込んでいくこととします。提言文案は資料のとおりとします。

案件（3）商業実態調査の報告（商店街実態調査、商店実態調査速報値）

（事務局）資料2（P6～P11）に基づき説明

商店街の実態調査：商工会議所が実施中の調査で、主要商店街の店舗数増減データを提示。布施や永和では減少、八戸ノ里や若江岩田は横ばい、弥刀や大蓮地区では大幅に減少している。調査は継続中で、年度末までに冊子が完成予定。

最寄り駅の乗降客数：多くの駅でコロナ禍から回復し乗降客数は増加しているが、過去のピーク時と比較すると減少傾向にある。一方、河内永和駅などではピークを迎えており、商業活性化の参考資料とする。

個店に対する実態調査：商業課職員による聞き取り調査を実施。回答者の内訳は商店街内55件、商店街外115件。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。今後の事業展開では、75%が事業継続を希望するものの、41%が「自身の代で廃業予定」と回答。理由は「後継者不足」など。商店街への期待は「空き店舗を減少させる」、行政への要望は「プレミアム付商品券・キャッシュレス決済還元事業」が最多だった。

【質疑・意見交換】

- (部会長) 商店街の実態調査、それからアンケートの中身も、非常に興味深いものでした。おそらく、皆様から様々なご意見やご質問が出るかと思いますが、この調査をどのように方針に反映させるかもう一度説明ください。
- (事務局) 事務局の考えとしては、これまでの行政の方針は、「行政がこんなことをしました」「こんなことをやります」というものが多かったと思うのですが、そうではなくて、商業に携わる皆さんがその方針を見たときに、何か商売のヒントになるような、役に立つ部分にしたいという思いがあります。だから、例えば今回のようなデータを入れるのも、そのための一つの手段ということです。
- (部会長) 私はそれを聞いて、なるほどと思いました。例えば、商店の数といった客観的なデータを持ってきて、どれくらい目標が達成されたかを見るというのであれば、まさにこの調査データがびったりなのではないかと感じます。どんどん店舗数が減っているというデータが出ていますが、合わせて市民向けの生活消費調査も行っていますよね。もし、その調査の年度を合わせることができれば、例えば今回の調査結果によって「周辺の商業集積に対して不便や不満がありますか」といったことを聞いているはずです。そうすると、「減っているけどあまり不満がない」とか、「減っていて不満がある」といったことが分かり、まさに商店街が期待されている役割を果たしているかどうかを検証する上で非常に重要だと思います。ですので、方針が5年に一度くらいの頻度で出されるとすると、今回の商店街調査も5年に一度の調査ですので、消費者の調査も含めて、年度をうまく合わせることであれば、方針に対してどのくらいの成果があったかということを検証できるような気がしました。ぜひご検討いただければと思います。
- 若江岩田は、結構店舗数が減っているというデータになっています。利用者にとっては不便だろうな、と感じられますね。仕方ない面もあるのですが、どうしても必要な店舗というものはあるので、そこはうまく「きらりプロジェクト」のようなものでネットワークを組んで、「お互いに持ちこたえようね」といった形になっていると思うのですがどうでしょうか。
- (委員) そうですね、商店街というよりは、別の形態にシフトしているような気がしますね。構成から見ても、この資料にあるように物販が減っている状態です。そういう意味では、他の商店街とは少し異なる状況にあると思っています。
- (部会長) 「きらりプロジェクト」というのは、商店街の枠を超えて、どのくらいの範囲で行われているものなのでしょうか。具体的には、商店街に加盟している方と、加盟していない方との連携なのか、それとも商店街という枠組みを超えた広範囲な連携なのでしょうか。
- (委員) はい、商店街とは全く別の組織です。商店街に面していないお店の方々もメンバーとして参加しています。
- (部会長) 布施はどうでしょうか。令和元年と比べると店舗数が89.9%となっています。また、ピーク時から70%くらいになっているのですが、まだ持ちこたえているという状況でしょうか。
- (委員) 私は「持ちこたえている」とは思いません。商店街の業種、特に布施の場合は飲食店の構成が特徴的です。新規開業も飲食店物件への引き合いが多いです。飲食店の場合、開業しやすい面もあると思います。それと、大型店舗との大きな

違いとして、布施には広いスペースを持つ飲食店が少なく、小さい間口で奥行きのある物件が多いです。これが飲食店向きの形態で、実際に飲食店が増えている現状につながっています。それから、店舗の減少についてですが、例えば布施の場合、駅を中心に南へ行っても北へ行っても、どんどんお店が減っている部分は目につきます。ただし、お店が減るということは、その後また新しい飲食店が入りやすいという現状があるので、これが良いか悪いかは一概には言えません。比較的空き店舗が埋まりやすいので、あまり目立ってはいません。新しいお店には、これまでにないジャンルのお店が多いので、多少は活気が増えているというイメージはあります。

また、飲食店の場合、例えばキャッシュレス事業など、市が推進しているような事業はなかなか参加しにくい部分があります。一言で言えば「現金大歓迎」というお店が多く、世間で言われているようなキャッシュレス化などのネット環境には、まだ程遠い状況にあると思います。これがいつまで現金中心でいくのか、いずれは変わっていく部分もあると思います。

その中でも、利用客はそんなに減っているようには私は思わないです。乗降客が増え、賑わっているイメージがあるのは大変良いことだと思います。結局、飲食店が増えていくのは、商店街としては大いに賛成できます。これを増やして行って、どんどんお店が増えていけば、またいずれ、過去の商店街のようなしっかりした組織までいかななくても、人が集まるような組織になる可能性はあると思います。決して悪いことだとは思っておりません。今の状況が間違っていたということではないと思います。

(部会長) ありがとうございます。石切は店舗数が増えていますか。

(委員) 店舗数自体は、横ばいですね。

「石切駅周辺商店街」という形になっていますが、現状では新石切駅の周辺も商店街と言えます。ですので、先ほど事務局がおっしゃったように、「お店をオープンするための情報の一つ」として考えるのであれば、新石切駅のデータも入れていただく方が良いかと思います。

なぜかという、このデータで示されている石切駅を利用される方は、ほとんどいないからです。私たちの商店街は石切神社があるので、お参りをしてから買い物や食事をされる方が多いのですが、石切駅から約1キロの坂をもう一度登るかと言ったら、それはまずないです。

新石切駅を利用される方がほとんどと言ってもいいくらいです。そうなると、店舗は石切神社の周辺に集中しているのが現状です。もしこれに、乗降数の推移一覧という形で新石切駅も加えていただければ、もっと店舗数が増えている可能性が考えられます。

そのため、石切駅の平成20年から令和6年にかけて大きく利用者数が減ったのは、ほとんど生活されている方や、通勤・通学で利用される方しかいない、という状況ですね。

(部会長) なるほど。やはり新石切駅のデータも加えた方が良いでしょうね。

(事務局) この乗降者数が多い少ないという部分が、必ずしも店舗数に直接反映しているかどうか、ということにはならないのですが、一つのデータとして見ていただければと思っています。

石切商店街に来られる方の中には、車で来られる方も多いという話でした。そういった情報は、この乗降者数のデータには反映されていません。

しかし、この乗降者数のデータというのは、例えばお店を出す人が仮にこれを見て、「電車で来る人はこれくらいなんだな」「一方で、車で来る人はどうだろうか」というふうに、様々な情報の一部として捉えていただける資料だと考えています。

「これだけを見て全てがわかる」というものではなく、複合的な資料の一つとして、他にも色々な情報を探す必要がある中で、ここに掲載されている情報は参考になる、という形で扱っていただけるのが、この資料の意図するところかと思えます。

ただ、おっしゃる通り、新石切駅の乗降者数というのは、やはり石切参道商店街と同様に、無視できない部分ですので、そこは検討させていただきます。

(委員) やはり新石切駅に関しては、バスを利用される方も非常に多いと思います。瓢箪山に関して言えば、バス路線が移動してしまったという部分もかなり影響していると思います。その点で、数字的には瓢箪山も乗降者数や店舗利用数において影響を受けて、数字が落ち込んでいるという可能性は大きいのではないのでしょうか。

昨年と今年で、正確なデータは出していないのですが、石切では一昨年がもし「1」と仮定するなら、昨年に関しては商店街に来てくださった方の数について、各店舗さんにヒアリングした感覚では、1.3 から 1.5 倍くらいにはなっていると思います。今年に限って言えば、昨年より 1.5 から 1.7 倍くらいにはなっていると感じます。ですので、一昨年から考えると約 2 倍にはなっている、ということをお皆さんからよく言われますね。肌感覚としてはそのような状況です。

(部会長) 今回、商工会議所がまとめられるとのことなので、商工会議所には実際に商店街を訪問していただいて、「どんな感じですか」といった状況を、もう少し文章に載せていただければ、さらに実態に合った内容になったはずだと思います。そうすれば、「乗降客数」のようなデータも、きちんと位置づけられたと思います。単独で取り出して示してしまうと、色々な解釈をされてしまいます。もし可能であれば、商工会議所にそのようにリクエストしていただけたらと思います。花園地域はどうでしょうか。

(委員) 花園で言うと、東花園と関わってくる地域となります。

このエリアでは、イベントもだいぶ増えてきましたし、道路も新しくなってから、人の流れもかなり変わってきている感じがします。準急が東花園駅に止まるので、そこから花園の方へ行っている方もいます。

ただ、東花園駅前については、マンションと住宅が多く建てられました。駅前新築マンションは当初は店舗兼住宅で話を進めていたのですが、結果的にはほとんどが住宅になりました。それだけでも多くの店舗の場所がなくなってしまった状況です。ただし、人口は少し増えるかもしれません。乗降者数もこれから増えていくかもしれませんが、店舗数はどれくらいのペースで増えるのか、気になるところです。

(部会長) 河内エリアは、本当にマンションが増えていますからね。

だから、乗降客数も増えているのでしょう。便利な場所として利用されています

し、マンションも今でもどんどん建っています。八戸ノ里も比較的マンションが多いのではないのでしょうか。

(事務局) 八戸ノ里については、乗降数の増加についてはマンションが増えたことが影響している可能性があります

(部会長) 商工会議所には、最新の動向も踏まえた記述を加えていただくよう、お伝えいただければと思います。

(部会長) 皆様から色々なご意見を頂戴したところですが、例えば商店街の活性化方針を考える時に、明らかに商店街の店舗数だけを見ていくと、どんどん衰退している状況が見て取れます。具体的には、商店街としては行政が積極的に手を出さないような、そういうパターンに陥っているところもあれば、そこまでには至らず、今まさに頑張って活性化しようとしているパターンもあります。

そして、布施のように非常に大規模で、一時的には店舗数が落ちているものの、まだ大規模な商業機能を維持している、広域型の商店街もあります。しかし、その中身としては、物販店から飲食店へとどんどん業種が変化している、といったような複数のパターン分けができると思います。

データを活用すれば、それぞれの商店街の特性に応じた「こんな活性化策がありますね」ということを考える上で、非常に参考になるでしょうね。

(委員) それぞれの商店街やエリアには、核となるような旗艦店が必ずあると思います。そのイメージを、この提言書の中に入れるのも良いのではないのでしょうか。「このエリアはこういうお店が多い」「ここはアカデミックな雰囲気がある」といった、地域ごとに特色があると思います。個店名を出すのは難しいかもしれませんが、やはりその場所ごとのイメージを伝えることは重要です。

(部会長) 例えば、今回のデータを踏まえた上で、商店街を3つか4つのパターンに分類するのはどうでしょうか。例えば、「観光地型の商店街」といった形で分類して、それに合わせたような、今考えている個店への支援策を当てはめていく。

商業集積全体で考えるという話だったので、商業集積の中でもいくつかパターン分けをして、「この商店街だったら、こういう発展の方向性があるのではないか」といった提案をする。

現状が厳しくなっている商店街では商店街という枠を超えて生き残るパターンなど、そういう提案もいいのでしょうか。いくつかのパターンに分けて、それを踏まえたような活性化の方針を立てるといえるのはどうでしょうか。

(事務局) 方針の策定に向けて議論して、方針に盛り込むのは可能かなと思います。しかし、パターンは示せますが、商店街の方向性についてはそれぞれの商店街の皆さんがご自身の商店街の状況を見て、自分たちでそのパターンに合う方向性を見つけていただくのが良いのではないかと考えています。

現実として様々な商店街があります。例えば、団体が解散した商店街は商店街の形態は残っているのですが、解散をしたため組合がありません。組合がないと、商業課の支援策が今のところ適用できない状況です。

そこをどのように支援していくか、空き店舗の物件があっても、「地域の商店街団体が解散していて、補助金が使えない」といった問題が出てきます。このように衰退していく場合に関しては、そういった課題が出てきます。

すごく頑張っていくところを支援する一方で、残念ながらなくなっていくところ

をどうしていくかという部分も考えなければなりません。商業集積地の部分で支援が適用できないところを、その補填の支援施策でテコ入れできないか、といったところも議論していければと考えています。施策を考える中で、皆様のご意見を伺いながら、パターン例も含めてさらに良いものに進化させていければと考えています。

(委員) 商店街を中心に据えて、地域のことをよく見て方向性を考えていくということですね。

(事務局) 2つのお話をさせていただきました。1つ目が商店街自身がどういう方向性を進めていくかというのを、1つ選択できるような方針がいいのではないかとということ、それからその中で、残念ながら衰退していくところが出てきていて、「もうここを閉じます」となった場合、そこを補完的な支援で何とかしたいというのが、2つ目の話になります。

前段の話でいくと、できるだけ行政が「ここの地域はもうこれでやりなさい」と決めるのではなく、それぞれの商圈や地域で、皆さんもそれぞれの思いで活動されているように、「うちはこういう方針で、こういう商店街を目指すんだ」という考えを、商店街の皆様自身に持っていただいて良い、というようなことをお伝えしたかったわけです。

(委員) イメージとしては、地域にテーマのようなものが一つあって、それに向かって各商店街が、「これだったら切磋琢磨して目標設定できるな」と思えるような、そういったものがあればいいなと考えています。

テーマが明確だと、例えば小さな商店街でも「うちはこういう取り組みをやっていきます」ということを打ち出しやすくなります。

そして市も、その商店街が「こういうことに取り組んで、地域と商店街の活性化を目指しているんだな」ということを見つけやすくなるということです。

(事務局) このようなモデル的なものを、方針の中に盛り込めればと思います。今委員からお話があったように、地域と一緒に発展させていこう、ということです。市としてはできるだけ市内が活性化してほしい思いがあります。一番は、産業の振興、特に商業の活性化が重要だと思っていますが、次は地域のにぎわいです。

その中で、先ほど委員がおっしゃったような課題解決につながることは今後も実施していかないとはいえないと考えています。

(委員) 例えば、地域の特徴として、ラグビーがあります。

ただ、私たちの商店街では、正直あまり「ラグビー色」が強くないです。もっと個人店などでも取り入れやすいようなラグビーのアイテムを使って、売上につながるような仕組みがあれば、私たちもそれを使って「これをやっていきましょう」となります。

多種多様な店舗がある中で、一番まとめやすいのは、そういう共通のテーマだと思います。市が私たちに対して「これだ」というものがあれば、示していただければありがたいです。

(事務局) 色々なところで多様な取り組みが行われているので、そういったものを横展開する、つまり、良い事例を他の商店街にも広げていくというのにも必要だと思います。ある商店街ですごく良いことをやっているのに、それが全然他の商店街と共有できていないという状況があるかと思っています。

(部会長) 先ほどのコンセプトって、ものすごく大事だと思います。

ただ、市がコンセプトを打ち出してきたら、反発する人もたくさんいるのではないのでしょうか。

(委員) 方向性を示すというのは、なかなか難しいことです。それに、もし反発する方がいたとしても、それは内々の問題として解決していくことになるかと思います。私の商店街には、ラグビーファンの方が利用される店舗が多いと思います。お店の前でラグビーグッズを販売しているお店もありますし、以前はFC大阪を熱心に応援しているお店もありました。その時は商店街の中で、どちらを応援するのか、といったような「取り合い」のようになっていました。色々なことが起きているので、この点に関してはあまり深くこだわる必要はないのかなと思っています。

(部会長) 何かコンセプトを考えてそれを実行しようとする際、特に商店街のような場所を進めようとする、反対意見が出てしまい、なかなか前に進まないということがよくあります。それが良いか悪いかはひとまず置いておいて、そういった状況をスムーズにしたり、あるいは調整したりしてくれるような、外部のアドバイザーを入れることは必要だと感じます。

(委員) うまくいっている事例もあるのは承知していますが、外部の力を借りてうまくいくイメージがありません。私のところでは内部の人間だけで議論を進めていくという運用でうまくいっています。

(部会長) 最近、中小企業庁がワークショップ形式で商店街への支援を行っており、それによって活性化している商店街があります。例えば大阪府にある北助松商店街は運営が厳しい状況にありましたが、中小企業庁の専門家を派遣してもらい、関係者全員を集めてコンセプトを作るという支援策を利用しました。今は地域住民を巻き込み、一つの方向性や企画を作り上げていくのが流行っています。ですから、もし最初の突破段階で内部の意見がまとまらず先に進めない状況であれば、そういった場を設けるような支援策をうまく活用されると良いでしょう。ただ、委員の商店街は自分たちで積極的に関わっているので、このような外部の支援は不要という感じかもしれません。

(委員) 近くには小学校があるため、お子さんが多く住んでいます。約7、8年前から、ハロウィンなどのイベントを開催しており、イベントには非常に多くの子どもたちが来てくれます。私たちは、こうした状況をもっと活かしていけると考えています。

(部会長) そうですね、それが名物イベントになっていくかもしれません。

委員の商店街には、一生懸命頑張っているメンバーがいます。そういった方々をうまくサポーターとして巻き込み、様々な企画を立てています。ターゲットとして最もアプローチしやすいのは、やはり子育て中のママさん世代です。子どもを育てるのは一人では大変ですから、皆さん仲間を欲しがります。そうしたママさんたちがグループを組んで、それこそマルシェに出店しようか、という話になることもあります。商店街の活性化とママさんたちの活動をうまく結びつけていけば良いのです。それができれば、大きな成果につながるでしょう。

(委員) 若い世代のグループと、商店街のような昔からの慣習やルールに則って活動してきた組織が、いかにうまく連携できるかという点が、個人的には非常に興味深い

と思っています。若い世代の人たちは色々なことをやりたがりますが、商店街側が「そんなことは分からない」と反対します。また、イベントを企画しても、年配の人たちは何をしたら良いか分からずに参加しない、といったケースが少なくありません。その結果、商店街が主催するイベントであっても、商店街自身が参加しないという奇妙な状況になりがちです。若い世代の人々が商店街に目を向け、協力してくれるようになれば、そのようなイベントや様々な団体との連携を通じて、もっと面白いことができるのではないかと期待しています。

(委員) 子育てをされているお母さん方、そしてお父さん方も、「商店街でこんなことをしてはいけないのではないかと、ずっと考えていたようです。例えば、ハロウィンのようなイベントは商店街ではハードルが高いと感じていたのかもしれない。

子どもたちが少し騒いだりすることもあるだろうし、そうしたイベントは子ども会や小学校が主体で行うもの、あるいは行政が主導で行うもので、商店街が関わるべきではない、というようなイメージをずっと持っていたようです。

しかし、それが「商店街でやってもいい」と分かった時、商店街のイベントを手伝いに来てくれるようになったのです。逆に言うと、商店街の役員や店舗の店主の皆さんの手伝いが、ほとんどゼロでイベントを運営できるようになったということです。

(委員) その点は非常に重要ですね。盆踊りやその他の季節のイベントを開催する際には、地域からの手厚いサポートがあります。PTAの父親グループや、自治会の子ども会、保育園といった様々な団体が手伝いに来てくれています。こういった学校や地域とのつながりは、本当に大切だと感じています。

(部会長) ありがとうございます。今日は個別具体的な対策、あるいは事業承継について議論する予定ですので、また改めて続きをお話したいと思います。

案件4. 商店街支援策の検討（商業集積地支援提言イメージ案骨子）

【事務局説明】

これまので部会の議論を踏まえて作成した提言書案について、各委員に提示するも、時間の関係で各委員の方で確認を依頼することにとどまる。

案件5. 個店対策の検討

【事務局説明】

(事務局) 資料2（P14）に基づき説明

【質疑・意見交換】

(事務局) 個店対策についてですが、これは引き続き力を入れていかなければならないと考えています。先ほどもお話した通り、商業集積地が衰退している現状を考えると、個々のお店を支援していくことが重要です。これを今後の施策の柱の一つとして進めていきたいと考えています。この部分については、まだ十分な議論ができておらず、具体的な提言案の作成までには至っていませんが、ぜひ皆さんのご意見を伺いたいと思っています。特に、事業承継の停滞という問題は避けて通れません。廃業を考えているお店の事業をできるだけ引き継ぎ、例えばテクノロジーなどを活用しながら、どうにか事業を継続できないか、ということを考えてい

かないといけない。個店の元気がなくなると、地域全体の賑わいが失われ、商業集積地や商店街全体も衰退してしまいます。一方で、特徴あるお店というのは、サービスの質を向上させたり、新たな需要を掘り起こしたりすることで、外からも人を呼び込むことができます。そうやって来店客が増えていけば、その商店街全体も広がっていくはずですよ。支援の方向性としては、個店の経営基盤の強化、地域の特性に合わせた支援、事業承継の促進、魅力的なお店の後押し、地域との連携・販路を広げる支援、こういった点が考えられます。この「個店対策」全般について、皆さんが「こういう支援が必要だ」「こんなアイデアがある」といったご意見をいただければありがたいです。特に、事業承継については意見をいただきたいと思います。

(委員) 瓢箪山の現状についてですが、昨日も理事会がありまして、その中で商店街としての今後のあり方や、役員の運営方法について、様々な問題が議題に上がりました。

瓢箪山で事業承継がスムーズに進んでいる店舗は、数えるほどしかないのが実情です。もしかしたら、指で数えられるほどもないかもしれません。もちろん、現在も数店舗で事業承継は行われていますが、それが本当に次の世代にしっかりと受け継がれ、確立されているかということ、まだ父親が健在だからこそ成り立っている、という状況も少なくありません。

瓢箪山商店街には100を超える会員店舗がありますが、従来の形で事業承継が綺麗にできている店舗は、本当に10店舗あるかどうか、といったところではないでしょうか。そうすると、やはり今後は新たにチャレンジする新規参入者を中心に、変化していくことになるでしょう。それに伴い、役員の構成も変わっていくことになると思います。皆さんもだいたいの雰囲気はご存知かと思いますが、事業承継がうまくできている店舗は本当にごくわずかです。また、代々住み続けて店を営んできたような店舗も、ほとんどなくなってきています。

事業承継ができないからといって、すぐにどこかへ移転するというのもなく、空きテナントとして貸し出す、これが実質10年後、あるいは早ければ5年後の現実ではないかと思います。

(部会長) たとえばお店を閉めても住居として残っているので、既存のお店の部分の構造を変えて、例えば入り口を別に設けるなどして、テナントとして貸し出すということも考えられます。

(委員) 以前は、2階を住居にして1階を店舗として使うというケースが多く見られました。しかし、店舗の上の階を住居にするということは、2階建てであれば階段の利用が必須となります。そうすると、店主が高齢になってからテナントとして貸し出す場合、階段の昇り降りが負担になる可能性が高いです。そのため、店主は別の場所に移り住み、店舗全体がテナントとして貸し出されるという状況もあると思います。

(部会長) お店を辞めて、そこに住まれる人も多いですか。

(委員) 現状、そのような店舗が少し増えてきています。そういった方々は基本的には店舗を貸していません。貸さない理由としては、例えば持ち家であり、土地も建物もご自身の所有物であるため、年金収入や別の収入があっても経済的に困っていない、といったことも考えられます。もし困っていれば、家賃収入は必要になりま

すから。

貸さないという選択肢の背景には、様々な要因があると思います。単純に貸す気がないのか、貸そうとは考えているものの「そのうちでいいか」と思っているのか、あるいは頑なに「もう貸さない」という意思があるのか。

しかし、店を辞められるとなった場合は、商店街事務局として、理事長をはじめ理事と事務局が連携し、「今後どうされるのですか」とその所有者にお伺いしています。そして、次の前向きな展開を検討していただけるよう、働きかけを行っています。このスタンスは、今も変わらず続けています。

(部会長) もう一つ質問させてください。仮に空き店舗を貸し出すとして、貸す側としては家賃収入を期待しますよね。そうすると、借りる側はその家賃がかなりの負担になると思います。

恐らく、今商店街で経営を続けられている店舗というのは、自社物件で家賃を払う必要がないからこそ、何とかやっていけているところが多いのではないのでしょうか。これが賃貸という形になると、新規参入のハードルが非常に高くなると思います。その点について、商店街としては、何か両者にとってうまく成り立つような調整を考えていますか。

(委員) そうですね。そのような傾向が出てきた場合、やはり日頃からのコミュニケーションが重要になります。普段から関係を築いておけば、「そろそろうちはしんどいから、どうしようかな」といった声も聞こえてきます。その際には、お子さんが事業を継がれない状況で、テナントとして貸し出すことになれば、商店街としては「ぜひ入居してほしい」と直接言うのは難しいですが、例えば「良いお店が入ってくれたら、そこが核となって人が集まるような、そんな場所になってくれたらありがたい」といった形でコミュニケーションを取っています。できるだけ家賃のハードルは高くないようにということを伝えながらも、最終的にはオーナーさんや店主さんが賃料を決めることになりますから。ただ、瓢箪山の賃料は、まだそれほど高くないのではないのでしょうか。周辺地域のテナント事情については、布施や小阪、八戸ノ里あたりはあまり詳しくはないのですが。

(事務局) 瓢箪山の物件については、なかなか1階の物件がでず、出たとしても費用が結構高いと感じています。布施に関しては、確かに物件が少ない状況で賃料も高いです。

(委員) 不動産会社の方から商店街の事務局に対し、「もしどこか空き店舗が出そうであれば、情報を教えてほしい」という問い合わせが多くあります。瓢箪山で起業したいという方が不動産会社を通じて物件を探しているようです。

(事務局) 結局のところ、賃料の相場は地域全体で決まるので、家賃が高くても借り手がつくという状況ですね。それだけ、今の瓢箪山商店街には魅力があるということなのかもしれません。

(部会長) 新規出店される方は、日本政策金融公庫などからお金を借りるケースが多いと思うのですが、そのあたりの現状や難しさについてはいかがでしょう。新規出店時に融資を受ける方は多いのでしょうか。

(委員) 創業のお客様は年間で400社弱ほどいらっしゃると思いますが、創業から1年以内の方も含めて、当庫のサービスをご利用いただいている状況です。本日お持ちしたチラシは、公庫で実施している「事業承継支援」についてご案内するものです。こ

れを一つの選択肢として皆様にご周知いただければ幸いです。具体的には、事業を譲りたいと考えている方に公庫へ申し込んでもらい、その情報を公庫のウェブサイトに掲載します。そうすることで、いわば「お見合い」のような形で、事業を譲り渡したい方と引き継ぎたい方を結びつけるお手伝いを公庫で行っています。費用は無料です。現在、ホームページには東大阪市にあるお店の事例が一社掲載されています。まだ成約事例は非常に少ないのですが、申し込んでくださる方が増えれば、徐々に成功事例も増えていくはずだと思います。

(委員) 先ほど、商店街でお店を閉めたり、自宅として住んでいたという話がありましたが、私たちが現状を調査した中で見えてきたのは、いわゆるシャッター商店街のようなところでは、そういったお店が非常に増えているということです。実際に見てみると、気分的に「貸したくない」というオーナーさんが多かった印象です。一方、「貸してもいいよ」という方々は、その物件以外に、ご自宅を別の場所に持っていて、例えば賃貸収入を得る目的で貸し出す、といったケースが多かったように思います。そういった状況です。

加えて、貸したいオーナーさんと借りたい希望者がいても、なかなか話がまとまらないケースもあります。小規模な自治体では、市が運営する創業支援センターのような場所があり、そこにコーディネーターがいて、例えば開店後の店舗の見学ツアーのようなものを企画しているところもありました。そこでは「このお店はオーナーさんも貸しても良いと言っている店舗ですよ」という形で、その地域で創業したい人を連れて回り、成約につなげようとしているのです。

やはり事業承継は親族内で行うのが一番スムーズなのですが、第三者への承継はまだハードルが高いと感じているのが現状です。ただ、その意識も少しずつ変えていかなければならない時期に来ていると思います。

そこで、もし少しでも事業承継を検討されている方には、ご自身の現状を整理するための資料として「つなぐノート」をご用意しています。これに現在の事業承継の準備状況を書き込んでもらうことで、頭の中を整理することができます。

また、「譲るノート」は、実際に第三者にも事業を引き継いでも良いと考えている方が、どこまで準備をしておけば良いのか、といったことを頭の中で整理できるようになっています。ご希望があればいくらでもお配りしますので、ぜひご利用いただければと思います。

(部会長) 家族内で事業承継ができないことを前提としたこのようなマッチング制度があるのですね。ただ、家族内で事業承継を行う場合、ある程度利益が出ていないと難しいものでしょうか。

(委員) 花園でも店舗を閉じてからそのまま2階に住んでいる方が多く、貸さない、貸す気がないという状況です。また、空いてはいるものの連絡が取れないという物件もあります。

若い人から「ここ空いていますか」という問い合わせは結構あります。そのような方々に対して、商店街がただ個人的な支援ではなく、何か支援できるような仕組みがあればなとも思っているのですが、なかなか実現していません。

(部会長) 大家さんも、気持ちを切り替える必要があるでしょうね。皆さんは、2代目や3代目の方が多いのでしょうか。

(委員) 私は2代目です。

(部会長) 2代目なのですね。

(委員) 事業承継とはちょっと違う話になるかもしれませんが、例えば布施だと、外国の方がお店を買って、その後に前のお店とは全然違う業種、業態で成功させるケースが結構あります。日本の為替レートの違いが大きいのだと思いますが外国の方はお金を持っています。外国と日本では、基本的なお金の考え方とか資本のあり方が違うと思います。二束三文で店を手放すパターンが多いです。

例えば、商店街にお寿司屋さんがありました、ある日突然お店を売られました。色々な理由があったとは思いますが、その後中華料理店になりました。

外国の方が日本の不動産を買うという話をよく聞きます。そのお店が新しい業態で成功すればいいですが、もし成功しなかったら、外国の方から外国の方へお店を売るのでないでしょうか。日本人には売らないと思います。

そういう現状があって、これは事業承継とは多分違う問題だと思いますが、公庫さんの方には、そのような話があったのではないのでしょうか。

(委員) 外国の方も、就業規則などをきちんと整備していれば、お金を借りられます。

(部会長) 商店街には入っていますか。

(委員) 一番安いコースですが入ってくれています。電気代だけは払ってもらっている感じです。

(部会長) 委員はもう次の世代に承継されましたか。

(委員) まだです。周りを見ても継がれるお店って少ないなと感じています。例えば100軒の店舗があったとしても、5、6軒あるかないか、という感じが現状です。

ただ、徐々に考え方が変わってきているのが、「もう店を閉めるくらいなら、いっそ貸店舗にしようか」と考える先輩方が増えてきています。

(事務局) 事業承継についてですが、マッチングサービスをされているとは知らなかったもので、こういったサービスがあることを商店街や高齢者の店舗の方々にも周知していくのが良いのかなと思います。

また、空き店舗問題として、お店を閉めた後、貸店舗となっているのか、2階で住む状況なのか、閉めた店舗の詳細が分からないという問題があります。こういった点が、空き店舗解消における大きな課題だと感じています。貸し出しができる状況であれば、店舗への補助金を活用したり、企画を立てたりして、出店を促すことはできます。店舗としての活用を促せるような部分をもっと進めることができればと思います。

具体的に何ができるかというところはまだですが、例えば先ほど委員がおっしゃったようなコーディネーターのような役割を探し、活動をお願いできるのではないかと考えています。ただ、様々なアイデアをいただいたとしても、我々は予算の権限を持っているわけではありません。「こういう事業をやりたい」と提案しても、「財政的にこうなさい」という結果になる可能性もありますが、今回は非常に良いご意見をいただけたと思っています。

(部会長) 最近ママさんたちを中心にマルシェに参加する方が多いです。マルシェに参加している人にアンケートを取ったところ、25人中、「空き店舗があったら次のステップとして入りたいですか」と設問に、入りたいと答えた人が7人程度しかいませんでした。ですので、店舗に入って本格的に営業するというよりは、年に何回

かマルシェのような形でできればいいと考えているようです。

そうすると、商店街の空き店舗を活用するとすると、ずっとそこで営業してもらおうというよりは、時間を決めて、いろんな人が入れ替わり立ち替わり使うような形の方が良いのかもしれないですね。

(委員) そのようなことを今試しております。

(部会長) そうなのですね。

(委員) 期間限定でやってみて、それでうまくいったらステップアップする。そういうシステムがある。もっとチャレンジしやすくなる仕組みです。

(部会長) 経験を積んだ人は、どこかで飲食店を開いてみたいとか、実力を試してみたいと考えますが、ためられる気持ちもあるかと思います。そのため、どこかで限定的に、そうした経験を積める場があると、次のステップとしてお店を持つという気持ちになるのだと思います。そういう人が多いと、空き店舗に対する施策も変わってくるという感じがしますね。

(事務局) チャレンジショップを開設するのは、空き店舗を減らし、開業者を増やす取り組みにつながるので、検討できると思います。ただ、特定の商店街がそういったチャレンジショップに使える場所を提供するために補助金を受け取るといったやり方の方が、実現の可能性が高いのかなと思います。市が、どこか特定の場所に直営店舗を開設する場合は、客観性を保つのが難しいです。

(部会長) 今は、そういうメニューがないのですね。

(事務局) 商店街にあるコミュニティ施設に関しては、補助金メニューがありますが、使い勝手があまり良くないため、お話しのような形では使えないかなと思います。

(部会長) わかりました。ありがとうございます。

(委員) クレアホールでは、先ほどお話しがあったマルシェは多く開催されています。ただ、マルシェに出店した人の中で、「商店街に店を出したい」「本格的に店を持ちたい」という要望はほとんどありません。

(事務局) 土地柄として、飲食店の出店が多い地域だとすると、他の商店街で小規模な店舗で開業されている人はいるかもしれません。

(部会長) まだまだ議論が付きませんが、時間が来ました。皆様本日は長時間にわたりまして、ありがとうございました。

○閉会