

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28年9月1日（木）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 7名 ○事務局 東大阪市経済部商業課
案件	「若手商業者支援の成果報告と課題」「東大阪市商業振興ビジョンを踏まえた個店支援」について

会議の経過は以下のとおり。

【1. 会議の目的】

- ▶ 東大阪市商業振興ビジョン（以下、「振興ビジョン」）に基づき今年度コーディネート事業による支援を受けて実際に現場で活躍する若手商業者グループ「若江岩田きらりプロジェクト」による前回以降の活動内容や課題等が紹介された後、同プロジェクトに関する質疑や意見交換を行った。その後しがらみなく個店支援につながる推進体制として他市のまちづくり会社や起業・チャレンジセンター、事業承継センターの取り組み事例を事務局より資料を基に説明した。それを受けて、商業振興の推進体制強化に向けた関係機関の役割等について議論、意見交換を行なった。

【2. 会議の総括】

- ▶ 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等）の活動につながっている。商業振興サポート体制の強化と支援メニューづくり・アピールは、今後も行政として引き続き継続していくべきである。
- ▶ 商業振興に取り組むには、組織づくりや人材づくりが重要。リーダーだけで組織をまわしその人が抜けたら何も活動できなくなるというのではだめで、様々な人が関わって動かしていく組織をつくることが求められる。

【3. 質疑・意見要旨】

- ▶ **（委員）** 地元企業への声かけ（協賛金、人的協力）とJAへの声かけ（地域ブランドの発信）についてはどうだったか。
- ▶ **（委員）** 今回は対象がお子様だったので、企業さんにはお声かけはしなかった。そこまではいかなかった。2回目、3回目以降の課題として持ち帰って検討する。
- ▶ **（委員）** コーディネート事業の第一回目の内容としてはすごいと思う。商店街にお客さんが来てもらうための切り口になるようなイベントと思うので、将来的にはこういうイベントをしないといかんと考えた次第。そして子どもと若い世代の親を商店街に来てもらうような企画としてはいいかなと。商店街では、子どもそして親の30代の若手のお客さんが少なくなっていて、そういったお客さん呼び込むための面白いイベントをうちも考えていたが先にされてしまったが、これは第一回目の集まりとしては、すごいと思う。これは模擬店のような感じか。
- ▶ **（委員）** キッザニア甲子園をイメージして子どもたちに販売体験をしてもらった。小さいお子さんにも店に足を運んでもらえるきっかけを作りたいというところからスタートした。
- ▶ **（委員）** 若い店主さんが取り組まれたイベントとしては大成功じゃないかと思う。近畿大学の

研究シーズ発表会で理系ではなく文系学部の産学連携事業の取り組みの発表があり、今回は学生参加はボランティアとしてだったが、大学と連携をしていくのも一つ。あと、人的支援という意味では商店街を元気にするようなNPO組織を作って人材を登録してもらい自由度のある人的支援をしていくのも方法の一つ。

- **(委員)** 商店街には属していないグループなので、将来的に規模が大きくなればなる程予算の面や人材の面でトラブルになる可能性があるかもしれないのでそこは注意が必要。
- **(委員)** まち全体が盛り上がるために、商店街と一緒にやるよりも自分たちで動いた方が従来の枠にとらわれずにできるんじゃないかということで動いている。今後は利益の出る方向でやっていきたい。
- **(委員)** 子どもの視点でモノを見た時に、我々が気づけなかったことが出てくる。子どもにアンケートをとれば、こういうことをやれば子どもがファン・リピーターになってくれるということが分かる。体験は子どもにとってすごく良い。
- **(委員長)** 方向性として、教育という観点で言うと今回のイベントは子どものお手伝いという段階だが、そこから商売をして経営というところまで発展させようとする考えはあるか。
- **(委員)** いつも店に買いに来てくれる子がイベントでうちの店の販売体験ができて、すごく楽しかったと聞いた。実際和菓子屋さんになってくれるかどうかまでは考えていないが、その子の大きな経験になってくれればと思っている。
- **(委員)** コンサルの方は、我々がしたいことをフォローしてくれた。コンサル主導のこんなことしませんかという発信がなかったから上手くいったと思っている。チラシを作るバックアップやアンケートとったり議事録とったり等フォローをしてくれるタイプのコンサルだったので助かった。
- **(委員長)** いろんな所に顔がきいて、なおかつつながりがもてる今回のコンサルのような方が今回のようなイベントや商店街活性化には必要じゃないかと感じた。そういう人づくりも課題だという気がする。
- **(委員長)** 豊中と静岡の事例は、商工会議所が一定の役割を果たしているのがキーになっている。
- **(事務局)** 東大阪商工会議所では、中小企業の経営相談の総合窓口事業という事業を持っていて、相談員が地域を回って御用聞きをやっている。大部分は工業、製造業が中心だが商業の店舗にも声掛けはするということだが、市と会議所との会議の場で商業も注力していただくよう話はしている。創業支援については、市はあきんど塾を運営し、会議所は商工不問の創業塾を市補助でバックアップして運営している。
- **(委員)** 市も商工会議所もいろいろやっている。
- **(事務局)** いままでの経過から施策が工業、製造業に偏りがちだという問題提起は商工会議所には行っている。今後市と会議所がうまく連携して互いに役割分担してやっていく必要があると感じている。商業だけを回ってくれる人材が欲しいが、そこまで至ってないので人的なフォローができる手配の仕組みを考えていくことが市としての役割と考えている。
- **(事務局)** 市、会議所どちらにも不足していると思うのが、商業者同士のマッチングとか拡大効果のようなものの可能性の掘り起こしが本市ではまだまだ手つかずの部分があると現場に入って思う。商業者が儲ける仕掛けづくり、きりりプロジェクトや布施バルのような他のお店と組んだ仕掛けづくりが注目を浴びやすかったりメディアに取り上げてられやすかったりする。グループで組むという新しい切り口を出すことで違った見方をしてもらえたり商業者同士が切磋琢磨したりするきっかけにもなる。

- **(委員)** 国、府、市それぞれに支援メニューがあるので、受け取る方に全体像を言ってあげないと。
- **(事務局)** 国の施策、府の補助金については、商団連にお願いをして商店街に加盟されている店舗には何らかのお知らせはできているが、加盟されていない店舗についてはご自身で探していただくということになっている。従来の市の考え方が商店街中心の施策だったが、従来型の商業集積地に向けてのメニュー作りと個店単位の支援施策とバランスを取りながら平成28年度から取り組んでいる。ご指摘の情報発信の方法についても検討していく。
- **(委員長)** いろんなメニューが用意されていても分かりにくいという話ですが、どうですか。
- **(委員)** 今は（市の職員が）プロジェクトの会議に来ていただいているのでどんな支援があるのか聞いてすぐに返事が返ってくるので不便はないが、いなくなれば探しにくくなるのは確実にある。教えていただけたらありがたい。それと平成28年度個店とのつながりを強化して支援していただける話をお聞きして、我々のような小さな個店でももっと小さい単位でもご支援していただけるのはありがたい。
- **(委員)** 2019年にラグビーワールドカップがあるので、他の予算が縮小されるかもしれないという予感がするので、そうならないようよろしくお願いします。商店街組織はイベントすることには慣れているが市の支援がないとできないことが多いので、ラグビーワールドカップ2019をひっかけた商店街のイベントはありだと思っているので、施策としていれてもらいたい。商工会議所との関係では、商工会議所が市からお金を取ってくるので、市が監督してもらいたい。最近商工会議所は商店街にも気を配るようになってきた。
- **(委員)** インバウンドのお客様を取り込んで行きたいが、お客様に来ていただけるものとして東大阪として何があるのか今は考えられない。ラグビーワールドカップが一つの起爆剤になるので、考えなければならないと思っている。
- **(委員長)** 地域住民、足元の商圈に対してどのようなことができるのかというのが早急の課題という気はする。きらりプロジェクトの例は、市役所並びにコンサルのバックアップ体制がうまく機能したと言える。うまくいっているということであれば、引き続きこのようなサポート体制を強化していく。メニューを充実させ、アピールする、アピールの仕方が重要。市役所にはサポート体制はあるので、それをアピールすることが必要。アピールするだけでなく中身を説明できる人材を育成することも重要。今回のきらりプロジェクトの事例では組織づくり、議事進行でコンサルからバックアップを受けたということなので、第三者的な方がバックアップしてそこからモノを言うてもらわなければならないと思うし、本当の中立的な目から意見をいただくというのはこういう人からしかできないので、引き続きこういったものも活用してもらえたら。引き続き事務局にはメニューづくり、メニューをいかにアピールするかにご努力いただきたい。組織づくり、人づくりが難しいと思った。事例の飯塚市のように一人の人がまわっていてその人がいなくなったら何もできなくなるというのではだめで、いろんな人が動かしていく体制をつくらないといけないということでは、組織づくり人づくりはどの商店街、どのプロジェクトでも必要と感じた。

#### 【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2月1日開催分）
- ・ 資料3 「若江岩田きらりプロジェクト」の現状と課題について
- ・ 資料4 福岡県飯塚市 商店街関係図
- ・ 資料5 静岡県事業承継センターの概要及び事例について
- ・ 資料6 地域商業の魅力と活力の再生検討部会委員名簿
- ・ 参考1 （参考）地域商業の魅力と活力の再生検討部会委員名簿