

中小企業振興会議 商業振興検討部会 議事要旨

日時	令和元年11月27日(水) 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、 加藤委員、茨木委員、大西委員、芝田委員、西田委員、光岡委員、和合委員 (欠席：白山委員)
	○事務局 東大阪市経済部商業課 米田課長、藪内総括主幹、高野主査
案件	「次期商業計画に向けた調査」について

会議の経過は以下のとおり。

【1. 会議の目的】

- ▶ 次期商業計画の策定に向けて、前年度に実施した商業検討部会において提示したスケジュールを再度確認し、計画策定にあたり重要な資料と位置付けた商業実態調査の進捗及び市政世論調査における商業関連部分の結果について説明を行い、商店街や消費者の動向や計画策定にあたっての重要な観点について各委員の立場より意見交換を行う。

【2. 会議の総括】

- ▶ 次期商業計画を立てるにあたっては、まず商店街が今後どのようにあるべきかを考える必要がある。東大阪市は、駅勢圏を中心として、それぞれ地域の特色により商店街の形態も異なるため画一的な方策は適用できない。現状を知るために、商業実態調査においては各商業集積地の現状プラス周辺人口の状況も見ていく。

今後は、商店街が、消費者の意向を見ながらそれぞれにターゲットや「押し」を設定し、行政は、そうしたやる気のある商店街や個店の支援に特化していく必要がある。しかし、今までの事業でも課題となっていたが、商店街の体制が整わないこともあるので、全国商店街支援センターのコンサルの派遣など外部の支援を積極的に導入することも必要である。

また、これまでの柱であった既存の個店同士をつなぐネットワーク型の支援やコーディネート事業に加え、エリアとしての価値や魅力を発掘するために、商店街から広げた考えを持つことや商業以外の要素を取り込むことも、新たな施策として考えられる。それを担うための方法としてまちづくり会社の関与という形態があげられるが、商店街組織における事務局機能を果たしたり、外部からの視点で活気的なアイデアが取り込まれるといったメリットがある一方、収益性や事業費等の課題もある。

【3. 質疑・意見要旨】

<次期商業計画策定スケジュール>

(委員) 消費者意識調査は2020年のいつぐらいに行うか。

(事務局) 4年前は秋ぐらいに行ったが、前倒しして5月か6月ぐらいには行い、商業部会での情報提供に努めていく。

<商業実態調査・市政世論調査>

(委員) 調査の内容を見れば、飲食店が増えてくるのは分かる。インターネット販売は商店街の競合相手で、物販が商店街から減っていつている。お客さんの買い物動向が変わったとはいえ、

どうしようもないのか心配になる。

(委員) 国はキャッシュレス決済を推進しているが、店舗は乗ってきていない。最近の状況を調査では取り込んでいかないといけない。

(事務局) キャッシュレス制度の申請は、大阪市の会議所調査では23%だったが、東大阪市で35%程度の申請があったというデータがある。

(委員) 商店街のご年配の方は、キャッシュレス決済の機器をいれるだけで、5%還元の対象店舗になると思っている。国への申請は別ということが商業者には伝わっていない。

(委員) それについては行政は早く対応をしたほうがいい。

(事務局) 東大阪市小売商業団体連合会でキャッシュレスセミナーを行っていただいたが、その点について業者の説明が分かりにくかったのかもしれない。

(委員) 飲食店が増えてくるのはある程度しかたのないことだと感じているが、物販店が減ると、お客さんの商店街での回遊が減り、にぎやかとしては弱い。

(委員) 瓢箪山には生鮮食品のお店があり、それが強み。それから物品購入や飲食につながる。

(委員) 「布施は飲食店で押していく」といったことも一つの手。また、サッカーチームの事務所のような、これまで商店街になかったものを上手くアピールしていきたい。

(委員) 去年までの事業については、ネットワーク型で、ある意味商店街を超えて、お店がネットワークを組むことで土地を強化して生き残ろうとすることで商店街を支える発想だったと思う。今の議論のように、まず商店街がどうあるべきかを、そもそも議論しないといけない。

(委員) 商店街に3つぐらいのタイプ（アミューズメント型（布施）、地区型（瓢箪山）など）があるとしたら、東大阪市は衰退していくところは見切って支援していくといったことを検討していかないといけない。

(委員) 商店街がどうあるべきかといったことは、商店街側が考えるのではなく、そこを利用する人たちが考えること。

(委員) きらりプロジェクトは何をねらっていたか。

(委員) 若江岩田きらりプロジェクトは、ターゲットの世代をしぼった。これから先の将来のお客様と考えると、子育て世帯や子供を狙っていかないといけないと考えた場合、商店街のいままでのやり方だと、そこに全くアプローチができていない。自分たちから発信して、それを見てもらえるような団体になるために、商店街ではなく、個店ベース、まち全体を面としてとらえて、やる気のある人が集まってやろうじゃないかと思った。

(委員) 今度の商業実態調査では、周辺人口と年齢構成をデータに入れる。それで消費行動の構造になるものを見る。そこまでやると、子育て世帯にターゲットを絞るといったことも正当化できる。

(委員) 東大阪は、それぞれに地域の特徴があるので画一的に各々の商店街を横並びにはできないと思う。買い物するところはここ、遊ぶところはここ、と住んでいる方が分けていると思う。均一的な事業を行うのではなくて、それぞれにあったものを提案してあげたほうがいい。

(委員) 消費者、住民もいれて商店街の在り方とか、広く言うとまちの在り方とかを議論する場を施策的につくって見たらどうか。

(委員) 議論する場を作ると顔が見えるので、そこでは本音は出てこない。

(委員) 建設的な意見を話しあうことができないとこれからは大変ではないか。

(委員) 布施でも面白いことがいっぱいあるので、商店街がやるというのではなくて、よそのまちづくり関係の人が、布施のいいところを発掘して、それを発信して、お客さんがやってくる。それが1つのパターン。若江岩田のように生活に密着したような形で、いろんな面白いもの

を発掘するのもパターン。

(委員) 高齢化社会の中で、特に高齢者雇用という部分で企業とかお店でも積極的に雇用していこうというムードがあるが、そういう中で商店街も高齢者が積極的にかかわっていくポジションがないかを考えていく必要がある。たとえば、地域のサポーターを商店街で高齢者に特化したかかわりを持つことで、地域の高齢者のニーズを理解できるのではないかと思う。

(委員) 瓢箪山は宅配事業も行っていた。周辺の高齢者に対してやさしい商店街としての歴史がある。サポーターというのは、誰がサポーターなのか。高齢者の中で一部元気な人がサポーターになるのか。

(委員) どういう形かはわからないが、憩いの場を求めている方がグラフでも多かったので、意見をもらって、どういう風にすれば活気的な会議となるのかも検証しながら生の声をいただきたい。

(委員) それぞれの商店街がターゲットを変えてみてもいいと思う。ちょっと前のビジョンでは、商店街のコミュニティみたいなものを打ち出そうとした時期があった。それをもう少し広い意味で、働く場所であると同時に遊ぶ場所であるいうように、商店街がみんなが活躍できる場所を提供しているみたいなイメージで。

(委員) 昔は商店街はそこに住む人が買い物をする場所というところから出発している。布施もそうだが、にぎやかなところというのは、そこで働いている人が食べたり買ったりするという消費行動が見られた。もう少しハード面を上手にいかせればと思うし、人の流れをみるのがとても大事だと思うので調査をしたほうがいいのではないか。

(委員) 東大阪市内では全商店街に画一的な方法は通用しなくなっている。例えば飲食でもない、物販でもない店が増えていくのではないか。人を集めるための方策があれば、店で物を売るだけが商店ではないから、サービスみたいなものを知ってもらうことが大事になるので、何か考えないといけないと思う。先のサッカーチーム出店も、イベントホールが商店にあるから、ということだった。

(委員) 商店街とすると狭すぎるかもしれないので、例えばエリアの価値、エリアのリノベーションということを考え直した方がいいんじゃないか。これは商業施策としてはどうか。

(事務局) どこのエリアに持っていかを決めるのが難しい。立地適正化計画でもそうだが、東大阪市内は市内各所の駅勢に集積地があるので、エリアを決めかねる。

(委員) 商店街がそれぞれもういちど見直して、商店街の魅力とか価値の再発見ということになるが、エリアというイメージで皆さん議論している。そうなってくると、商業だけじゃなく、それ以外の要素をいれて、それが観光かもしれないが。

(委員) 最近多いのが、石切神社と商店街を案内してくださいとあって、バス1台でくる団体。観光地という要素も多いので結構他府県からも来られて、最近は、商店街内にお店がいっぱいあるので、自由時間1時間に商店街まで案内して、後はバラバラに自由に買い物やお食事をとってもらっている。市内は石切以外にバスを停められるところはなかなか無く、布施もそうだが、それがあれば案内しやすい。

(委員) 集客性という意味で停められる場所があるというのはいい。

(委員) セカイホテルにも自前で食べる場所がないため商店街へ誘導している。

(委員) バス1台で商店街にきて、それぞれ自由に買い物して、食事するのが楽しいと思う。布施にも立ち飲みのお店もいっぱいある。飲食店に特化してもいいのかなと思う。

(委員) 調査結果を見ていると、各年齢でコンビニよりドラッグストアを求めている。

(委員) ほぼコンビニで買えるようなものがあって、安い。

- (委員) 大型店が減ってきている。
- (委員) 大型店が撤退してどうなるかということは商業実態調査で調べなくていいか。
- (委員) 調査できるかどうかはわからないが、近辺の大型店がなくなった場合に東大阪の商業の売り上げがこれだけ減るが、その代わりに、今まで客をとられた店に戻るみたいなことは、本当は考えないといけない。
- (事務局) 大型店が撤退することでどれだけ影響があるかを分析して、歯止めした方がいいのか、それとも別のところに入ってもらった方がいいのかという議論もできる。
- (委員) 大型店が撤退した後は、絶対に大型店は入らない。マンションになることが多い。
- (委員) ちょっと前まで、人口が減少してきているのでマンションが建つことはないと言っていたが、今や高層マンションが結構建ってきており、魅力があるまちなんじゃないかと思う。例えば、周辺人口がこれぐらい増えたら、商業の売り上げがこれぐらい増えるとか、それこそ地域の構造をある程度分析できる。
- (委員) 1つはネットワーク型、もう一つは商業コーディネート事業、この2つについてはこれまでどおり行う。プラス、そもそも商店街とかエリアの魅力を見出して、それぞれが特色のある方向を打ち出すような施策を打ち出す。
- (事務局) 商業コーディネート事業は、最後にきりぎりプロジェクトを実施して以降は商店街の手があがらないため、今後は従来のサポートにはなかった部分も引っ張り出してくる知恵が必要ではないかと思う。
- (委員) 例えば高齢者の方でサポーターとして働いていただくためには、体制というか商店街とのすり合わせというのがあると思う。それを誰かにやっていただくと、それは今までは商店街が中心となってやってきたとは思いますが、ノウハウがいる話なので、そこにコーディネーターの派遣を拡大解釈して充てるというのも1つ。
- (委員) 事業をやるのにいっぱい資料を揃えたりする主体がない。忙しくて、それどころじゃない人が多い。例えば、何か相談するのに商業にたけたコンサルを紹介するという事で派遣する仕組みはないか。
- (事務局) それは全国商店街支援センターが行っている。
- (委員) 商店街の組織体制というのは、どうか。金もない、人もないと思うが、最近議論になったのが、まちづくり会社みたいなのを作ろうというものがある。
例えば商店街のアーケードの維持であったりというようなことは、商店街がそこだけやって、まちづくり的なことはイベントから何までまちづくり会社が行う方向に移していく流れになっている。これについてはどうか、理想だが。
- (委員) 部外者が入ったときに良い面もあるが、商店街の人は案外、自分たちでできる自信があるので周りを見ていないという部分はある。
- (委員) 今は商店街の人が全部をやっている。そうじゃなくて、まちづくり会社ができると、そこに専従がいて、収益をあげる事業をつくり、場合によってはマージンをとるというイメージ。
- (委員) まちづくりをやるとなると、パンフレットを作ったりとか、事務をさばける人間がいない。そうすると、役所の人間が事務局替わりになっているところがほとんど。
事務局機能というのが大変なので、その辺を何とかしないと、なかなか形にならない。
- (委員) 役所が手助けとなるとなかなか大変なので、ちゃんとしたまちづくり会社というのを雇うが、その時に事業をやっていくためのお金をどうするのかという問題が常にある。
- (委員) 松山の道後にあるまちづくり会社は活発にやっているみたいだが。
- (委員) 高松もまちづくり会社がある。何か大きなことをしようとする、まちづくり会社ぐらいし

かできない。

(委員) 商店街側や商店の人がこれをやりたいというのが根元にないと、あんまり変わらないのかなというのが、正直なところ。だから、一生懸命やろうとしているところに、こういうことができますねといった感じでお金をつけたりした方がいいんじゃないか。

(委員) これも総括の1つ。今までは商店街単位というのは動かないので個店のネットワークにしたが、今の話だと、そこをもう一度強化しないとイケない話になる。ここの議論は大きく意見が分かれる話になる。

(委員) 事業の芽はたくさんある。後は誰がやるかだが、たぶん商店街がやるというのはしんどいんじゃないか。

(委員) 商業者では思いつかない部分がたくさんある。コンサルなんかで聞くとやりたいことを言われるが、胸に刺さる。実際にできるかどうかはわからないが。

【4. 配布資料】

- ・ 資料1 商業振興検討部会委員名簿
- ・ 資料2-1 次期商業計画策定スケジュール(案)
- ・ 資料2-2 中小企業振興会議等スケジュール(案)
- ・ 資料3-1 アンケート調査(理事長向け)
- ・ 資料3-2 アンケート調査(個店向け)
- ・ 資料4 令和元年度世論調査報告書
- ・ 参考 東大阪市小売り商業の現状と主要商店街の規模・構造(調査)
- ・ 参考 後期基本計画(抜粋)
- ・ 参考 市内リージョンマップ