

中小企業振興会議 第4回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26年7月16日(水) 午後2時から午後3時30分まで
場 所	クリエイション・コア東大阪 南館3階 研修室B
出席者	○中小企業振興会議委員 中嶋部会長、太田委員、大西委員、角井委員、寺尾委員、平井委員、矢沢委員、脇田委員 ○事務局 米谷部次長、出口課長、名部主査、尾崎主任
案 件	これまでのまとめと最終報告案について
議事要旨	<p>開会</p> <p>○これまでのまとめと最終報告案について</p> <p>1 中嶋部会長より、本日の議題として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最終報告書(案)の骨格について説明を行い、最終報告書についての意見交換を行った。</p> <p>2 主な意見は以下のとおり  (委員) 人口減少の問題、流通構造の変化、インターネット通販の伸びとか落ち込みとか関連が出てくるので、消費者目線も必要ではないか。  (委員) 四日市市で開催されているバルでは、鉄道会社とタイアップしていた。鉄道会社と商業のタイアップについて「場」の創造というのを行政がやってくれればと感じた。  (委員) 今までお店に来てくださいというスタイルだったのが、高齢化や女性の就業率の向上から、店が消費者へ出向いて行かないといけない方向にある。  (委員) 移動販売は山間地に限られているが、宅配スーパーは増えている。  (委員) 若者はポイント制度に関心をもって購買している。  (委員) ポイントカードは顧客を特定できるが、スタンプカードは顧客を特定できない。ポイントカードに移行していったのは、高齢者はスタンプを貼るのは楽しいが、若者はしないことが大きい。  (委員) 商店街で買い物をしなくなったものは何か考えると、文房具がネットで翌日配達ができること、書店の本の種類が少なくネットの方が多くの種類が買えることだと思う。  (委員) 今は中心市街地活性化の時代で、街なかに量販店が出てきて、合わなくなって量販店が出ていく。そのあとに買物難民が残る。これが街の形成。  (委員) メーカーが電気店の後継者づくりに取り組んでいる。また、ボランティアチェーンを作って量販店に対抗するような動きがあれば、行政に入ってもらえたらいいのではないかと。  (委員) 空き店舗は難しい。空き店舗の家賃補助のある間はみんなやってくれるが、補助金がなくなると3カ月くらいでやめてしまう。補助金をあてにして、商店街に来てもらっても困る。  (委員) 人口が増えなくてはいけない。  (委員) 成和小学校の生徒数が多いが、反対に少ない小学校もある。  (委員) 商売人は人と同じことをやっているのはダメ。  (委員) 東大阪は人口が多いし、商店街も人が歩いているのでポテンシャルは高い。  (委員) 東大阪の場合、町工場が栄えないと商店街も栄えない。飲み屋街がいい例。  (委員) 地元愛があったら、商店街や地元の商店で物を買うと思う。小さい頃から地元の祭りに関わるとか神社で結婚式をあげるとか地域にお世話になっていたら、関わるのではないかと。</p> <p>3 主な質疑は以下のとおり  (委員) 移動販売とかの動きはどうか。  → (委員) 昔の方が多かったが、今は逆に無くなってきている。  (委員) 商店街等で他の成功事例を聞くようなことはやっているのか。  → (委員) 成功事例の話を知るとか、コンサルの人に来てもらうとかやっているが、人と違うことをしなくてはならない。</p> <p>4 まとめ  最終報告書については、議論の中での意見を踏まえて最終報告したい。第一に、消費者の購買行動の変化を押さえておく必要があるのではないかと。ポイントについて消費行動にウェイトが置かれている。第二に、東大阪市はまだ人口50万人が住み、ポテンシャルがあるので、経営者の方に危機意識を持ってもらって、いろんな形で勉強できる場を行政に作ってもらう必要があるのではないかと。第三に、居住者にも地域の良さを実感してもらって、愛着を持って住んでもらうことも必要である。地域商業が地域の学校と連携を図り、小学校の頃から勉強をして地域に愛着を持ってもらうことも必要。大型店、コンビニ、飲食店と連携について、議論してきたが、地域との連携も必要。第四に東大阪は、工業の街であるから工業にリードしてもらって、そのあと商業が追いかけてほしいので、工業にがんばってもらいたいとの意見があったことを添えたい。</p>

	閉会 配布資料 資料1 東大阪市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最終報告書要旨（案） 資料2 （参考）部会委員名簿
--	---