

東大阪市商業振興ビジョン（策定）[平成22年2月]

【対象】

13商業集積地
買い物空間だけでなくまちづくり機能も担う地域生活の拠点

【6つの課題】

- ・集積力の低下
- ・商業集積地別のビジョンの欠如
- ・組織力低下・担い手不足
- ・元気な店舗の取り込み不足
- ・個性の不足
- ・情報発信や集積地間交流の不足

【3つの基本方向】

- ・地域密着型支援の強化
- ・元気グループ推進型の強化
- ・地域資源活用、広域集客型支援の強化

東大阪市における消費者行動の変化 (ライフスタイルに合わせた購買への変化)

- ・規模構造の変化…小売業、特に小零細小売業の占める割合の減少
- ・業種構造の変化…既存の業種で括れない新たな業態店の増加
- ・空間構造の変化…近隣市における大型店出店による顧客流出
- ・東大阪市の商業集積地の課題

地域商業の魅力と活力の再生検討部会

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」を設置

目的

東大阪市中小企業振興条例に基づいて、平成27年7月に組成した「東大阪市中小企業振興会議」で、商業振興ビジョンに基づく商業振興施策の折り返し地点として、これまでの商業振興施策の進捗状況や方向性を検証をしながら、今後の商業振興のあり方を探る必要があるとの認識のもと、「地域商業の魅力と活力の再生検討部会」を設置

- 平成27年10月 「商業振興ビジョンの施策推進状況および課題」
- 平成28年 2月 「商業振興の推進体制強化のに向けた検討」
- 平成28年 9月 「若手事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」
- 平成29年 1月 「東大阪市商業振興ビジョンを踏まえた商業振興の方向性の確認とまとめ」

平成22年3月
東大阪市小売商業の現状と
主要商店街の規模・構造調査

平成25年3月
東大阪消費者意識調査

平成27年3月
東大阪市小売商業の現状と
主要商店街の規模・構造調査

報告書

東大阪市商業振興ビジョンと今後の施策展開

折り返し地点として東大阪市商業振興ビジョンを振り返り、今後の施策展開を検討

商業振興の新たな視点

やる気ある店舗、元気な事業者、魅力ある個店をつなぐ
↓
「点」から「面」へ、そして市域全体へ
商店街の枠を超えた、新たなグループの育成

- (1)商業振興コーディネート事業
＜地域密着型支援の強化＞
＜地域資源活用、広域集客型支援の強化＞
 - ・小阪まちゼミ
 - ・若江岩田きらりプロジェクト
 - ・個店コーディネート事業
- (2)元気グループコーディネート事業
＜元気グループ推進型の強化＞
 - ・布施三・四会

商業振興検討部会（仮称）

設置目的

2019年にラグビーワールドカップというビッグイベントを控え、インバウンド対策なども含めたより効果的な事業を計画的に展開するための指針となるものが必要となってくることから、専門的な知見を有する方々から構成される部会を設置し、ワールドカップ終了後も見据えた計画のあり方について意見をいただく

目標・内容

- ①これまで実施してきた事業の再評価およびビジョンにかかる追加検証
- ②今後の商業振興計画のあり方について
 - ・効果的な事業展開の手法についての検討
 - ・新しい商業分野への可能性
 - ・商業振興ビジョンもしくは新たな指針の策定の是非

スケジュール予定

- 平成30年 2月 第14回 振興会議
- 5~6月 第1回部会
- 7~8月 第2回部会
- 10~11月 第3回部会
- 平成31年 2月 第15回 振興会議

平成29年3月
東大阪消費者意識調査