

中小企業振興会議 商業振興検討部会 議事要旨

日時	令和2年11月26日(木) 午後3時から午後5時まで
場所	東大阪市役所総合庁舎14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
	○事務局 東大阪市都市魅力産業スポーツ部商業課 米田次長 藪内課長、高野総括主幹、今埜主査
案件	「東大阪市商業活性化方針案」について

会議の経過は以下のとおり。

【1. 会議の目的】

- 第2回商業振興検討部会において各委員より出た意見を基に修正した案を事務局より提示し各委員で議論を行う。

【2. 会議の総括】

- 商業集積地支援をする場合に、支援を受ける側の商店街にかなりの熱意や危機感を持つことが必要となる。会長や一部の役員が半ばボランティアのようにするだけでは、事業の継続性が保てずに破綻を招く。方針案の中でも課題として、商店街の組織上の問題を挙げているが、多くの商店街で役員の高齢化が進み、若手役員の確保が難しくなっている。それは、商店街としての集客力や求心力が下がってきているため新たに会員になる若手経営者も減ってきていることに起因する。また、若手の台頭を望む現役員と、期待を重荷に感じる若手経営者との間で溝ができてきている中で、将来の方向性について商店街組織が見出せないまま既存のやり方で繋いでいる状態となっている。

組織運営においては、各店舗における営業時間や方針が異なることにより既存のやり方では上手くいかず試行錯誤を繰り返す中で、会議のウェブ化等、デジタル化をキーにして改善を行う商店街もある。多くの商店街でヒトの問題が避けられない中で、商店街、個店、そして消費者にとって新たな魅力づくりが必要となり、行政は方針に基づき支援を行っていく。

また、商業集積地一帯での魅力を高めていくには大型店との共同イベント等により集客力を高めていくことも必要となるが、そのために日常的に関係づくりに努めることが必要である。

次回の部会においては、方針案を確定させ、東大阪市中小企業振興会議にて部会長より報告を行う。

【3. 質疑・意見要旨】

<商業集積地支援について>

- (委員) どの支援についても申請や実行においては会長はじめ役員によるボランティア業務(やって当然という風潮)になるので、地元商店街にかなりの熱意や危機感を持つことがどうしても課題となる。

- (委員) ビジョンのときは、商店街組織に対する支援みたいな考え方っていうのは基本的にはなかったか。
- (事務局) ビジョンでサポートセンターを作ろうとしたが実現にはいたっていない。その代わりに商業振興コーディネート事業で若江岩田きらりプロジェクトを支援させていただいた。瓢箪山のように事務局がしっかりしている商店街もあるが、そうでないところの若手の方の連携をどう支援するかが課題。
- (委員) 商店街組織の人たちが企画するのも難しく、実際にイベントするときの実働部隊も無い場合に専門家派遣は可能か。それは既存の組織の体制強化にはなじむか。
- (事務局) 過去に専門家派遣を行って、継続して事業ができるようにというところまで支援させていただいたが、人手の問題があり継続できていない。同じ商店街に何年も専門家派遣はできないので、人手がない中でどう継続させるかが課題。
- (委員) 商店街は次の商店街の役員ですら決まらない状態。ほとんどの商店街で会長を受けてくれる人は何とか確保されているが、会長をフォローする人が見つからないっていうのが現状。若い人の掘り起こしが非常に大事なので、なるべく若い人にいろいろ仕事に就いてもらうようにしている。
- (委員) 若手ほど一生懸命商売しないといけない立場なので、あんまり言われると商店街から脱退していくしかなくなる。
- (委員) そういう意見はある。しかし役員が高齢者ばかりだと体調面の問題もある。商店街で色々イベントや企画に積極的に出てもらうようには若い人に仕向けているが、なかなか難しい。
- (委員) お店によって営業時間が違うので、何かイベントをしたり、役職についてもらうとなっても時間が合わない。一つ会合するにしても商店街は大変だと思うので、集まらなくてもいいようなウェブ上の場を設けるようなサイト等を作れば、そこでみんなが意見のやり取りが可能ではないか。
- (委員) ネット会議ができることはいいが、スマホをまともに使えない年配者、要するに役員が多いのは1つのネック。
- (委員) 別にズームでやらなくても議事録を公開して誰でも見たり、書き込めるようにしておけば、それで会議体が成り立つのではないか。
- (委員) ICTを使うのが消費者だけでなく、個店だけでもなくて、組合として上手く活用して組織のあり方を考えてもいい。
- (委員) 布施の商店街では一部 Wi-Fi を使った、スマホを使った告知で人が来てくれる部分はあるが、高齢者をどうするかという問題はある。
- (委員) 瓢箪山ではコロナ禍において理事会をするかという判断を求められたときに、案件がなくても理事会を設けて集まるという強い意志を役員が持って、どうしたらできるのかについては事務局長がラインで会議ができるかということで、役員全員に丁寧に説明することで2回ほどやりました。最初はやっぱり繋がらないといったこともありました、1回やると意外とスムーズにいけました。
- (委員) タイミング的にイベントができる時が来れば、また今まで通りにしたらいいが、できない間は、知恵を絞ってお客様と繋がる方法がまだまだあるはずだと、お店を閉めて時間を割いてまで参加しなくてもできるイベントがあるだろうというところを模索している。

- (委員) 石切では、Youtube で映像をアップして集客をしている。
- (委員) I Tを使う場合、思ったよりお金がかからない。商店街でチラシを印刷すると結構お金がかかるので縮小傾向にある。
- (委員) 年配の方はアナログ的に動いているので、チラシを楽しみにされている方もいる。
- (委員) 昔、情報発信をするときに商店街の人が自分で更新できるように、最初に仕組みを作ってノウハウも含めて伝えるといったことがあったと思うが、そういうのがやはり必要となるか。
- (委員) 最初にページを作って、管理者を立てて誰もが情報をアップすることをやったが、結局誰もやらなかった。教えたところで、マメな人じゃないとやらない。
- (委員) 商店街のことはよく分からないが、ハードの維持管理はボランティアでやっているのか。
- (委員) 商店街は組合組織なので、大体の部分がボランティアで行っている。ハードの維持管理については会費で行っている。商店街は主に営利企業ではないので、組合が多いが組合では給料が取れない。事務員を雇えば給料を支払うが高額ではない。
- (委員) 瓢箪山の場合は、駐車場の事業収益があるので、事務局長や事務局員を雇って体制ができています。
- (委員) 瓢箪山では役員の給料は発生していない。また、アーケードや設備の維持については積立や賦課金で行っている。また個店の前は、各個店で綺麗にしてもらっている。
- (委員) 役員とか会長になりたがらないということから、個店としては何とかしなければいけないと思っているかもしれないが、商店街として何とかしなければいけないというまでの危機感はそんなに強くないのかもしれない。仮にそうだとすると、商店街に危機感を持ってもらうために行政が何かできるかということ、なかなか難しいと思う。
- (委員) たぶん最近では、個店は商店街に頼らなくてもお客は自分のところに来るという意識が非常に強くなってきているので、商店街にお客が来るかどうかを考えるよりも、自分の商売に集中するというようになってきている。だから商店街の求心力がなくなってきている。
- (委員) 商店街として、かかっている会費以上に商店の売り上げを上げられるようなところまでいってない。それは問題かもしれない。商店街内に非常にお客に支持される個店ができて、それを周りのお店が見て、輪を広げることで商店街が連携していく。そこにイベントを重ねることでお客さんに還元していくことができる。そういうやり方でやってきたので共存共栄というか、個店と商店街が一体化するのが理想だと思う。
- (委員) 若い人たちが商店街に加入するメリットを持った仕組みができたらいいなと思うが、国も目指したいのはそこで、個々に対して支援することに対してかなり慎重だと思うので、商業者の支援策も商店街を中心にするということになる。そうすると今回の方針でも商店街の集客力を持たせることで、それに対して個店がどう活用するかということが基本になってくる。
- (委員) 商店街全体として魅力のあるものにするために何を具体的にするのかについて、方針案では何でもできそうな気がするが、ネットワーク型事業とか、或いは専門家派遣みたいな具体的なものはあるか。
- (事務局) 前回の部会で、SNS 上での情報発信がお店にとって結構重要だということで、この点については支援できないかと考えている。後は、商店街魅力アップ事業を来年度復活できないかと考えている。

(委員) 観光協会の事業で、コロナ禍のお店支援ということでスイーツの店をPRすることをやったが、チラシでアンケートに答えてもらおうと抽選で当たるといったことを行った結果、かなりの数の応募があった。

(委員) 商店街を支援するだけではなくて、商店街の個店で魅力のあるところを東大阪市内でくくってネットワークでアピールしているので、観光協会と商店街はある意味でタイアップができる。

(委員) 色んなメニューも多分今までの経過からすると、市としてはこんな良いものがあると思っても商店街が手を上げてくれなかったところがあると思う。商店街にちゃんと伝わっていたかどうかという問題はあるが、やっぱり手を上げてもらわないと次の年から予算がつかなくなる。

<個店支援について>

(委員) 流行りのもの、売れる物を競う様に扱うだけではなく、地域の皆さんの思い(ニーズ)の集合体となる様な、人とのコミュニティとしての場所作りを商店街が理解し、空き店舗や個店イベント(周年イベントなど)を支援していく事で地域から必要とされる店が増えていき、商店街の活性につながっていけば良いと思う。

<大型店との連携について>

(委員) 大型店本部の意向による決定権が大きい為、イベントなどではどうしても一体感がないものになる事がある。決済システムの共有などを用いてのイベントなどが出来ると良いなと思う。

(委員) 地域の祭礼など、伝統文化保存会との連携も商店街にとっては収益、集客の大きな繋がり。

(委員) スーパー等は日ごろから上手く付き合っていると、イベントもスムーズに進む。

(委員) 店長が変わることもあるが、変わる前に商店街との連携を持って欲しいと伝えてもらっている。

(委員) 商店街として意外とこんなことしているので、参加してくださいと持っていけば関係性ができてくるところもあるかと思う。

(委員) 最初に大型店は本部にいろんな意向を聞かないといけないので、最初のイベントが一番大変だが、成果を出していることを本部が認めてくれれば、2回目以降は可能。

(委員) 商店街にとって大型店の存在は集客ができる場所なので、一緒にやることによって全体としての集客力を生かしつつWinWinの関係になりそうな気がする。

(委員) 方向としては、大型店との連携というのは打ち出してもいい。

【4. 配布資料】

- ・ 資料1 商業振興検討部会委員名簿
- ・ 資料2 (仮称) 東大阪市商業活性化方針 (案)