

大阪市の商業振興施策への提言

～「大阪市小売商業振興プラン」の実効性を高めるために～

大阪商工会議所

1. はじめに

大阪市内には市町村単位では全国で最も多くの商店街が集積しており、住民の生活を支えることはもちろん、通勤・通学者、観光客等多くの来街者に対して買い物の利便性や楽しさを提供している。同時に、商店街は地域の歴史や文化の情報発信、安全安心活動への取り組み等を通して、まちに賑わいをもたらし、地域のインフラとして、地域のコミュニティ形成に貢献してきた。

しかし昨今では、商店経営者の高齢化・後継者難、消費動向の変化への対応の遅れ、大型店や新業態店舗との競合等によって疲弊し、経営不振や空き店舗の増加が目立つ商店街も増えている。大阪商工会議所の商店街ヒアリングでも、「商店街の置かれた状況は非常に厳しい。このままでは 10 年後には半減してしまう」「人口が減少し、商店街自体もコンパクトにならざるを得ない」と、商業者からは緊迫感に満ちた声が聞かれる。

このようななか、大阪市は平成 19 年 3 月、「商店＋街力」の発揮による個性輝く地域への変革」をコンセプトに、小売商業振興プランをとりまとめられた。このプランの方向性に沿って、平成 19 年度より、個店魅力開発推進事業や区役所提案型モデル事業など多彩な商業振興メニューが導入されたところである。

こうした大阪市の取り組みを大阪商工会議所としても評価しており、同プランの実効性をより一層高めたく、流通活性化委員会（委員長＝山本博史・㈱小倉屋山本社長）内に商業施策研究会（座長＝加藤 司・大阪市立大学大学院教授）を設置し、今後の大阪市の商店街振興施策のあり方について検討を重ねてきた。本提言は、その内容をまとめたもので、①「商店街へのヒアリング」による商業者の施策に対する意見や要望など現場の声をもとにした施策の改善・充実のほか、②商業まちづくりにおける区役所の果たす役割強化や③商業振興プランの実効性を高める体制づくりなどを大阪市へ提言したい。

本提言により、厳しい環境にあっても、やる気があり前向きに取り組む商店街が、行政や地元等と連携しながら、商店街の活性化のみならず地域再生の担い手となることを目指すものである。

2. 大阪市の商店街振興施策のあり方について

(1)意欲ある商店街に対する施策の充実及び活用促進

(ア) 施策の周知徹底

平成 19 年 12 月に実施した大阪商工会議所のヒアリングでは、大阪市の商業振興の施策について「補助事業の内容を把握しにくい」、「商店街で実施する事業にどの施策が活用できるかわからない」などの意見が目立った。このため、施策の趣旨や内容の周知についてはこれまで以上にきめ細かく、具体的な成果事例も挙げながら、商店街・商業者に伝え、広く施策の活用を促してもらいたい。この点、大阪商工会議所においても、平成 20 年度より、新たに実施する「商業施策普及キャラバン（仮称）」を通じ、大阪市の商業振興施策の普及・活用に協力したい。

(イ) 施策の充実

①商店街活性化に資する個店の経営力強化への支援について

商店街に賑わいを生むためには、魅力ある店舗を増やすことが必要である。大阪市は平成 19 年度から「個店魅力開発推進事業」を新たにスタートし、現在、公募選定された 2 商店街のそれぞれ 3 店舗に対してアドバイザーを派遣し、個店の経営強化と魅力ある店舗づくりを通じた商店街の活性化に取り組んでいる。魅力ある店舗づくりには商業者の自助努力はもとより、こうした行政の支援は重要なことから、より活用しやすくするために、同事業の応募条件を店舗数に関わらず申請できるよう緩和されたい。あわせて、同事業を利用したプロセスや成果については、モデル事例として他の商業者や商店街に共有化され活用されるよう取り組まれない。

②助成額・助成率逡減施策の運用について

平成 19 年度より、同一内容のイベント事業について複数年度にわたる申請が可能になったが、助成率及び助成額は次年度、次々年度と逡減する制度に変更されている。「商店街が事業の経験を重ねることで、経費削減や自己財源の確保を期待する」という施策の趣旨は理解できるものの、助成額や助成率の逡減については、各商店街の個別の事情も十分考慮して運用されたい。

③施策活用の手続き簡便化

申請手続きの簡便化や、インターネットによる申請申込の導入、年度をまたがる事業の承認、終了後の報告の簡易化など、利用者の負担軽減や利便性を考慮して、施策利用にあたっての手続きや運用の簡便化・柔軟化を検討されたい。

(ウ) 自主財源の確保のための支援

各商店街において、活性化事業を実施する際、将来的には、補助金に頼らなくても、ストリート広告等により自ら活動資金を賄い、持続可能な運営体制づくりが必要とな

る。そこで、平成 19 年 5 月に大阪商工会議所が提言したように、まちなみに合致したストリート広告を行うためのルールづくりができた商店街や地域には、大阪市での道路占用許可基準や屋外広告条例の規制緩和・特例措置を行うことが望まれる。

(2) 商店街と区役所の連携促進及び区役所の機能強化

市内には天神橋筋商店街や粉浜商店街のように、歴史や文化といったその地域ならではの資源を活用し、地域の再生並びに商店街の活性化に成功している事例がある。また、高齢者向けの宅配事業など周辺住民のニーズに応えようとする商店街も多い。これらは小売商業振興プランの目指す“「商い」と「街」との好循環の創出”につながっていくもので、商店街と地域とが一体となったこのような取り組みをひとつでも多くのエリアで展開していく必要がある。そのためには、地元と関係の深い区役所が、こういった商店街の取り組みを積極的に支援する新たな仕組みが望まれる。

具体的には、意欲ある商店街等が地域活性化に向けた主体的な取り組みを行う際には、区役所は相談窓口となり、その活動を支援されたい。また商店街等がその商店街に愛着のある若者や地域活性化プロデューサー等を巻き込み、まちと商店街の将来像である「商業まちづくりビジョン」を策定する場合には、区役所も参画し、その活動を後押しされたい。さらに大阪市は、ビジョンの実現に向けて取り組む商店街等に対して、一定の要件を満たせば、ハード・ソフトの両面からの重点的な支援策を講じられたい。

なお、このような取り組みを進めるために、区役所は日頃から商店街等と関係を深めることに加え、隣接する区役所間の連携を一層図られたい。また、大阪市は、商業とまちづくりに関する区役所の機能を強化されるとともに、部局間の連携を図り区役所での取り組みを支援する仕組みを構築されたい。

(3)「商店街活性化プロジェクト・チーム(仮称)」の設置について

小売商業振興プランの実効性を高める上で、個々の商店街が直面する課題を吸い上げながら、解決策の検討・提示するための組織として、「商店街活性化プロジェクト・チーム(仮称)」を創設されたい。同チームにおいては、現在の小売商業振興プランで懸案となっている①空き店舗の流動化の促進、②商店街の自主財源確保の具体的方策、③地域ブランドにつながる事業活動の支援などの具体的検討を行うほか、同プラン並びに実施施策についての検証にも取り組まれたい。さらに、各地でがんばる商店街の取り組みを、市民等に広くPRする手法の開発も検討いただきたい。

なおチーム・メンバーには、民間の知恵と工夫やビジネス・マインドを商店街活性化の課題解決に取り入れるために、商業者・学識経験者はもとより、都市プランナー、商業施設デザイナー、ディベロッパー、マスコミ関係者など多方面から参画を得ることが望ましい。

以 上