

経営会議の内容

件 名	大和市商業戦略計画について
所 管 部	市民経済部
日時・場所	平成31年 1月22日(火) 10:00 ~ 11:15 政策会議室
出 席 者	市長、副市長、教育長、病院長、市長室長、政策部長、総務部長、市民経済部長、環境農政部長、健康福祉部長、こども部長、文化スポーツ部長、街づくり計画部長、都市施設部長、病院事務局長、消防長、教育部長、議会事務局長、産業活性課長
提出理由	大和市商業戦略計画を策定するにあたり、その内容について了承を得るため
会議経過	<p>【主な意見等】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商店街利用者の一時不法駐輪が多い。今回の計画の中で、駐輪場利用や商店街へのアクセスについて、考え方を整理しているか。 (所管部) 方向性6の中で「歩いて買い物しやすい環境づくり」への取組を記載している。店の前ではなく、商店街周辺の駐輪場に自転車を停めていただくことで、複数店舗への来店を促す仕掛けづくりとなる。 ・商業振興の方向性について、新たな計画では「個店の活性化」が削除されているが、どのような整理を行ったのか。 (所管部) 個店の活性化は重要であるが、容易ではない。直接的な記載はないが、様々なアプローチで活性化を図っていくことを想定している。 ・にぎわいの創出や街路灯設置支援等が基本となると考えられるが、融資やチャレンジ事業などの活用を促していただきたい。 ・文化芸術と連携した商業活性化とあるが、どのようなイメージか。 (所管部) 文化創造拠点シリウスとの連携を想定しており、これまでも商店街でシリウスオープン記念イベントの開催や、シリウスで実施するイベントのポスター掲示などを行っている。今後も連携を図っていきたい。 ・大型店舗と商店街の関係構築で成功している事例はあるか。 (所管部) イオンモール大和がライラック商店会に加盟しており、高座渋谷のイオン大和店は地元商店会と連携してイベントを実施している。 ・市内の各駅にそれぞれ特徴があると思うが、駅ごとに戦略が必要ではないか。 (所管部) 駅ごとの特色に即した支援が必要であると思うが、まずは地元からの発案を促していきたい。 ・大型店舗従業員の商店街顧客化について、従業員は店舗内で社員割引等があると考えられるが、そのほかに具体策はあるのか。 (所管部) 大型店舗従業員の帰宅時に商店街で食事することなどを想定している。そのためには、個店の魅力づくりが必要であると考えられる。 ・外国人は客だけでなく経営者にも多いが、市の特色として連携する考えはあるか。 (所管部) 外国人経営者は他店舗と同様に支援を行っていく考えである。外国人客の呼び込みには、キャッシュレス化などが課題であると考えられる。 ・女性や若者をターゲットと考えている場合、見慣れない外国の食べ物が人気を博しているケースも見受けられるため、外国人経営者との連携について検討していただきたい。 ・大型店との連携以外に、品ぞろえが豊富になっているコンビニエンスストアやドラッグストアとの連携は想定しているのか。 (所管部) 商店会に加盟し、イベントに参加しているコンビニエンスストアもあるため、地元との連携を働き掛けたい。

- ・女性や若者をターゲットにするのは良いことだが、高齢者を対象とした衣料品など、地域によっては特色を出す必要があるのではないか。
(所管部) 高齢者をはじめ、多くの人を対象として考えた計画である。商業者への意識啓発を進めていく。
- ・本市は交通の便が良いため、渋谷や新宿、海老名など市外で買い物をする人が多いように思う。今年の秋には南町田にショッピングモールが完成する予定だが、商店街への影響はどのように考えているか。また、対応策はあるのか。
(所管部) 意見交換会でも話題が出たところである。商店会としては、市外からの帰宅時に商店街に立ち寄ってもらうなどの対応策を検討している。
- ・アンケートに回答した商業者のうち、66.9%が商店会に加盟していないが、商店街活性化のためには、商店会への加盟促進の施策が必要ではないか。
(所管部) 街のにぎわい創出のためには、個店の努力と、個店の集まりである商店会による努力が必要であると認識している。個店には商店会への加盟について引き続き働きかけを行っていく。
- ・空き店舗の活用やチャレンジ事業について、実例はあるか。
(所管部) 千本桜商店街の空き店舗でサロン事業を展開しており、家賃の一部を助成している。チャレンジ事業については、大和駅周辺の焼き鳥店のMAP作成支援や、「井」イベントのスタートアップ支援を行った。
- ・商店会で作成したマップは、商店会加盟事業者のみ掲載されているのか。
(所管部) 基本的には加盟事業者のみ掲載されているマップが多いが、中央林間ハロウィンマップのように、商店会に加盟していない協賛店舗が掲載されているケースもある。
- ・アンケートについて、商業者の回答率が26.7%と低いように感じる。危機感が足りないのではないか。
(所管部) 熱意のある商店会も確かにあるが、市の支援を過度に期待していたり、必要としたりしている商店会もある。意識改革を行う必要があるが、容易ではない。
- ・アンケートの回答率が低いことについて、非常に憂慮している。若者が通販等を活用していると考えられるため、市民の視点を考慮して購買活動を予測し、市と商店会が共に研究していく必要があると考える。難しい問題だと思うが、商店街は市民の生活に密着しているので、努力していただきたい。
- ・商店街は現在、過渡期にあるといえる。本市だけでなく他市も含めた事例を見ても、市が主導した事業が失敗していることが多く、商店会や個店の努力が不可欠である。商店会の加盟率が低いことや店舗経営者の高齢化など、商店街の復活は容易ではない。これからは商店街の枠にとらわれず、個性のある業種をネットワークでつなぐなど、新たな活動の形を考える時期が来ているのかもしれない。
- ・今回の改定は、これまで実施してきた施策等を包含した内容になっている。市内に8駅あるため、差別化・区別化することも必要なのではないか。例えばプロムナードを開発し、魅力ある商店街をつくるなど、市がリードして活性化をさせることも想定しながら、各駅の特徴に合わせた長期的な取り組みも考えるべきである。
- ・都内や諸外国において、車両進入禁止にした商店街の売り上げが伸びているデータがある。こうした良い事例は取り入れるべきだと考える。
- ・アンケートに回答した割合は小売業とサービス業が多いが、実際の店舗数は飲食店が一番多い印象がある。飲食業は入れ替わりが激しく、アンケートに答えていない店舗が多いのではないかと考えられる。商店街の利用者は小売店での買い物より、病院やクリーニング、美容院の利用が目的となっているのではないかと考えられる。

会議結果

一部修正のうえ進めていく。