

令和5年度京都市商業振興アドバイザー会議 摘録

1 日 時

令和5年9月11日（月）午後3時～午後5時

2 場 所

京都市役所分庁舎第4会議室

3 出席者

委員8名（五十音順、敬称略）

（議長）若林 靖永	佛教大学社会学部公共政策学科教授
石崎 祥之	立命館大学経営学部経営学科教授
井上 芳恵	龍谷大学政策学部政策学科准教授
タナカ ユウヤ	株式会社ツナグム取締役・繋ぎ手
辻 幸恵	神戸学院大学経営学部経営学科教授
辻本 法子	桃山学院大学経営学部教授
原 幸彦	オフィスSPIRITS代表
山下 りか	市民公募委員

4 議題

- (1) 商店街における持続可能な取組の構築支援について
 - ① 今後の商店街支援の在り方（補助金（ハード・ソフト）、キャッシュレス化・デジタル化、消費喚起 等）
 - ② 地域商業新展開支援事業の今後（エリアブランディング、コーディネーター派遣、他団体との連携 等）
- (2) 商店街以外のその他の商業者（個店・商業者グループ）支援について
 - ① 商業者に対する支援の在り方（個店に対する支援の在り方、補助金（ハード・ソフト）、限りある予算 等）
 - ② 効果的な商業者ネットワークの構築等（主体性、行政の支援、商業者ネットワーク・グループとしての取組内容 等）

5 各委員からの主な意見

- (1) 商店街における持続可能な取組の構築支援について
 - イベントへの補助金は出さないとしても、商店街が地域と何らかのつながりを作っていく、あるいは商店街の魅力を地域にアピールしていくうえで、イベント自体は重要である。イベントの集客方法として、例えば、イベントの案内を手軽に発信できるアプリのようなものがあれば有効だと思う。
 - 商店街では、例えば商店街としての活動がなく、街路灯の維持管理だけをしているところもあるなど、様々な状況にあると思う。そうした商店街の状況を的確に把握し、実情に応じた支援を戦略的に行うことで、効率的かつ持続可能な商店街の支援ができるのではないかと。
 - 店舗側に対する補助と消費者に対する補助とがあるが、消費者に対する補助をしたほうが、結果的に商店街の活性化につながりやすい側面がある。近年、スマホの普及でIT化が進んでいることから、地域独自のキャッシュレス決済といった取組が今、注目されていると思う。市全体で実施するにはスケールが大きすぎるので、例えば意欲のある商店街にモデル事業として実施してもらってもいいのではないかと。

- 色々な魅力を持つ商店街と様々なニーズを持つ観光客とをマッチングできるようなオンラインのシステムがあれば、新しい人の流れを生み出すことにつながるのではないか。
- 今日、商店街の存続を商店街だけで守っていくという考え方は変わってきていると思う。外部の団体等を巻き込みながら、周辺のエリア全体で活性化していくことが大事である。
- 全国的な流れではあるが、商店街ではテナント化が進んでいて、地元地域とのつながりが薄れていっていると感じる。コロナ禍においても、商店街でのマルシェは商店街と地域の方を結びつける場になっていたと思うので、こうした何らかの地域とのつながりづくりも大切である。
- 外国人観光客は、どこでも買える商品を扱う店舗よりも、その地域の生活や文化に触れることができる商店街のようなところに訪れたいと思っている。民間事業者が観光と商店街をうまく結びつけてもらって商店街を活性化する、行政はそのサポートをするといったことも考えられる。
- 文化庁の京都移転や大阪・関西万博の開催など、その時々地域の地域や時期によるテーマと商店街を結びつけて、メリハリをつけた施策を実施してもよいのではないか。

(2) 商店街以外のその他の商業者（個店・商業者グループ）支援について

- 若手の起業家の方が、ちょっとしたチャレンジショップを個人個人でされたいという方も増えてきている。それらの方をうまく取りまとめることができる主体が地域にない状況であり、そうしたネットワークづくりを行政が支援していくことも考えられるのではないか。
- 商業者のネットワークづくりは、商業環境が常に変化している時代なので、情報交換の場として、さらには、新しい商業の形を作っていくうえで非常に重要であり、テーマやエリアごとのネットワーク化が考えられる。
- 商業者ネットワークに参加される商業者にとっては、例えば、商品の企画をコンペ方式で他人から評価をしてもらえる、あるいはブラッシュアップを図ってもらえる場があるとよいのではないか。
- 事業者支援においては、補助金の申請にあたっての助言だけでなく、交付された補助金が有効に活用されているかについてもチェックして助言するなど、伴走支援を充実させていくことが大事である。
- 非常に多くの観光客が京都に来ていることから、観光から戻った後も京都の商品を継続的に購入してもらえるよう、越境EC等のシステムを構築することは有効だと思う。そうしたシステムの導入を目指そうとする個店に対しての支援策があればよい。