

株式会社 全国商店街支援センター

平成 26 年度 商人塾支援事業

大阪京橋商人塾

事業報告書

(概要版)

平成 27 年 2 月

事業委託先：株式会社都市問題経営研究所

## 大阪京橋商人塾／事業報告書（概要版）

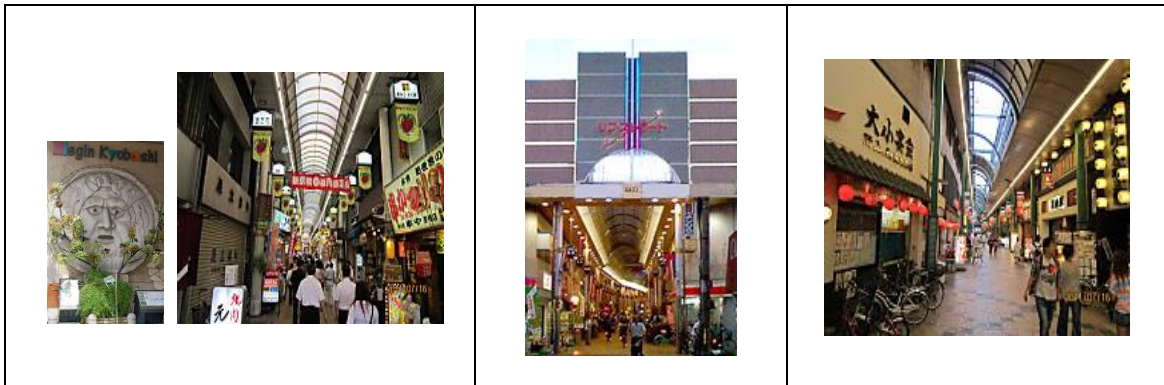
### 目次

1. 事業目的 .....	1
(1) 対象地域の背景と課題 .....	1
(2) 目標（塾生の育成像） .....	2
2. 事業内容 .....	2
(1) カリキュラム .....	2
(2) 視察研修 .....	2
3. まとめ .....	4
(1) 活性化プラン .....	4
(2) コーディネーターの総括（研修のポイント、重点的に指導した点等） .....	5
(3) 実施機関の総括（成果や新たな課題、今後の活動展開等） .....	5
(4) 参加者（塾生）の感想・今後の意気込み等 .....	6
(5) その他（成果物・報告事項等） .....	6

実施機関名：株式会社 都市問題経営研究所（大阪府大阪市）

参加商店街：京橋中央商店街振興組合、新京橋商店街振興組合、中三商店会、  
京橋東商店街協同組合

テーマ：大阪都心のターミナルに近い最寄型商店街の活性化



## 1. 事業目的

### (1) 対象地域の背景と課題

#### 1. 地域の概要（人口動向、経済状況、大型店の動向等の地域商業の状況等）

- ・ 京橋は、大阪市都島区にあり、キタ、ミナミ、天王寺に次ぐターミナルで、JR 環状線、JR 東西線、京阪本線などが乗り入れ乗降客数59万人、大阪市の東の入り口にあたる。
- ・ 都島区全体の人口は微増（平成20年10万2,062人→平成25年には10万4,059人）老齢人口比率は19.8%→22.1%に上がったものの、14歳以下人口比率も11.5%→11.6%に微増。やや高齢化は進むものの都心回帰による単身者、子育て世代の増加が見られる。

#### 2. 地域の商店街などが抱える問題・課題

- ・ 事業対象地区は、京橋駅から200m～1kmと駅に近接しているものの、駅前に集中している百貨店、大型店、モール、飲食街とは国道を挟んで分断されており、近隣最寄型の商店街が続き、近年は売上不振、空き店舗増で活気がない
- ・ 商店街では、スタンプ事業を活性化の柱としてきたが、やや陰り気味であり、空き店舗を活用した地域コミュニティ再生事業にも取り組んでいる。
- ・ 都島区全体では人口微増であるが、この地区では人口減少、少子高齢化が顕著である。
- ・ スタンプ事業の活性化が必要
- ・ 空き店舗が増加しており、業態転換、出店者確保が必要
- ・ 団塊世代以降のリーダーが育っていないので育成が必須

## (2) 目標（塾生の育成像）

- ・ 参加する商店街は、京橋の中心街からやや離れた近隣・最寄型商店街。新しく出来たコミュニティ施設を核に高齢者支援、子育て支援を続け、商店街が地域コミュニティの核になれるように図っていく。
- ・ 様々な活性化につながる事業・イベントを積極的に推進するノウハウを先進地に学びおこなっていく。
- ・ 今回の商人塾とそれらの事業展開の実践を通じて、団塊世代以降の若いリーダーを育てる。

## 2. 事業内容

### (1) カリキュラム

(全9回 コーディネーター:樹林 清人氏(株式会社インフォマティカ 代表取締役))

日時	講義テーマ	講師
8月25日(月) 18:30~20:30	都心商店街の生きる道—次世代のリーダーに期待する	石原 武政(流通科学大学 商学部特別教授)
9月8日(月) 18:30~20:30	都心商店街の生きる道—激化する大阪流通競争のなかで生き残りをかけた近隣商店街の模索	小柳 和彦 (オフィス・パザパ代表)
9月22日(月) 18:30~20:30	スタンプ事業と夜市、スマートフォンサイトによる商店街の活性化	上田 照雄(京都三条会商店街 振興組合理事長)
10月14日(火) 18:30~20:30	商業政策の現状と人材・リーダーの育成	桑島 俊彦(烏山駅前通り商店 街振興組合理事長)
10月23日(木) 18:30~20:30	スタンプ事業と共通商品券による商店街活性化について	小山 桂一(輪島市商店連盟協 同組合理事長)
12月2日(火) 18:30~20:30	東京の近隣型商店街の活性化への取り組み	亀井 哲郎(戸越銀座銀六 商店街振興組合理事長)
1月13日(火) 18:30~20:30	活性化プランの検討	—
2月10日(火) 18:30~20:30	活性化プランのまとめ、発表	—

### (2) 視察研修

視察先：香川県高松市 高松丸亀町商店街振興組合

テーマ：高松丸亀町商店街の取り組み、再開発事業の取り組み

講師：古川 康造 高松丸亀町商店街振興組合 理事長

視察の目的：商店街の街づくりについての講演及び現地視察。経営（運用）と所有を分離した画期的な再開発＝街づくり手法。

視察先選定の背景

1. 第一回の講義で、石原先生から一応の説明を受けていたが、想像以上に優れた事業であった。
2. 大阪の4番目に大きいターミナルである京橋駅から5分のこの商店街にはピッタリの事業である。

3. 大きな不動産を所有している塾生もいて、強い関心を示していた。分かりやすかった、もっと話を聞きたかったとのこと。
4. 今後の商店街活性化のための一番太い柱となりうる。

視察の成果：

1. リスクを負わないもの（雇われ人）は経営に参加させない。従来の行政主体でない民間主導の第三セクター。
2. 60年の定期借地権で商店街の上に分譲住宅、診療所を乗せ、安価な住宅を増やし居住者＝顧客を確保。
3. 全体の同意、又は一部同意でブロック毎に建替え。8%の配当。資産評価ゼロで相続税不要に。
4. まず、地域イメージ向上。次いで顧客の欲する業種全て揃える。衣食住、美と健康。住宅と医療施設の一体整備が一番の鍵。
5. 古川理事長の行動力、手腕が素晴らしい。（計画は振興組合で作り、経営は公募の職員に年間契約で負わせる）



### 3. まとめ

#### (1) 活性化プラン

1. 広域からの集客を目指す活性化策  
(現状認識)  
通行量は多く、空き店舗はゼロ、一見流行っている商店街に見えるが、物販が減り飲食が増え、個人店が減りチェーン店が増えており、売上・来店顧客とも横ばいか減少。現状は地域密着の近隣型と認識。  
(活性化策)  
広域型の商店街に向けて脱皮したい。そのために、
  - (ア) 商店街のマスコット「ラブベリーちゃん」を主人公にした漫画絵本の政策
  - (イ) 近隣の保育園、幼稚園、小学校、小児病院等に配布し人気を高める
  - (ウ) 個々の商店では、キャラクターを活かした商品開発を行う
  - (エ) キャラクターを通じて商店街の認知度を高める
  - (オ) キャラクターの苺に関連する産地との提携による産直販売、イベント開催
2. 近隣住民とのコミュニケーションを中心とした活性化策
  - (1) 地域貢献を柱にした集客戦略（物品の提供、情報の提供、歓びの共有）
  - (2) 物品の提供（販売士レベルの顧客接遇の平準化、スタンプポイントカードを使うプロモーション）
  - (3) 情報の提供（区の広報誌が受け取れる、行政書士の相談会の定例開催、掲示物の新鮮化、ホームページのポータルサイト化、チラシのメディア化）
  - (4) 歓びの共有（シーズンイベントの実施、井戸端ステーションで人気教室開催、地域の幼稚園・保育園への働きかけ積極化、修学旅行「商業体験」の積極誘致、期間店舗、ゲストショップなどによる新風注入）
3. 周辺の居住者を増やすことによる活性化策：
  - (1) 現状の商店街の人材、体制では、再開発を伴うような周辺に居住者を増やすような取り組みは難しい
  - (2) そこで、ターミナル駅に近いという立地を活かし、商店街の構成員以外に地域に興味を持ってもらえるサポーターを期待して活性化を考える
  - (3) そのために「京橋地域観光協会」といった組織をつくり、コミュニティ誌、区役所、民間企業などにも協力を得て商店街が中心となって活性化策を考える
  - (4) 外国人観光客の受入も考慮する



## (2) コーディネーターの総括（本研修のポイント、重点的に指導した点等）

### 1. 本研修のポイント

- (1) 大阪で有数のターミナルである京橋駅に至近でなおかつ人口が増えつつある都島区にありながら近隣最寄型の商店街である、参加商店街の特性を活かす
- (2) カリキュラム作成にあたっては塾生の現状認識、将来の希望に応じた事例を参考とした
- (3) 座学ではこれまでスタンプ事業、100円商店街などのイベントを中心に商店街の活性化を行ってきた参加商店街の参考になる先進地を紹介した
- (4) 人材育成のための事業ではあるが、若手に限らず役員クラスも塾生にすることにより人材不足、商店街内のコミュニケーション不足を補いたい

### 2. 重点的に指導した点

- (1) 現状が厳しいからといって直ぐに諦めることなく、背伸びしてでも先進地の良いところのエッセンスを学び将来に活かそうと思うよう指導した。（あくまでビジョン作成であるので）
- (2) 商店街の現状、取り巻く環境を、マクロな観点から認識できるよう座学の内容を工夫した。
- (3) 京橋が立地に恵まれている点を強調し、現状にとらわれず将来像を考えるよう指導した。
- (4) 大阪市では、財政難と過去の市長選の遺恨などから来る市長の方針からか、商店街への行政の支援が極端に少ないので、行政や議会を動かすことも重要と考え、東京都で行政、議会に働きかけて商店街への支援を上手く獲得されている、桑島氏（東京都商連理事長）にも講義をお願いした。
- (5) 桑島氏からは、商店街のリーダーになれるまでの実践の軌跡を伝えていただいた。

### 3. 策定されたビジョンについて

- (1) 理念はある程度語られているが具体性にかける面があった。
- (2) プレゼンテーションが上手くない。慣れていない
- (3) 現状の厳しさ、人材難を反映したのか発想に縮み思考が見える

## (3) 実施機関の総括（成果や新たな課題、今後の活動方針等）

### 1. 成果

- (1) 自分の商店街について、他の商店街リーダーの話を聞くことで不足しているところ、むしろ上回っているところが把握でき、それぞれの商店街の将来について議論ができた。
- (2) 塾生自身が感じたとおりに「商店街内でコミュニケーションが図れた」のが一番の大きな成果である。
- (3) 大阪では行政の支援も薄いし、外部のサポートが殆どなかったので、商人塾は活性化の第一歩としては大いに役立ったと思われる。

### 2. 新たな課題

- (1) 商人はもう少し現状から離れて将来を展望することが必要—現状で行っていることを前提にビジョンを描いているので、もう少し長期10年後、20年後の商店街のイメージにつながるビジョンの検討など。

- (2) 適度なサポートが必要（行政による資金助成や専門家による技術面でのサポートが必要）
- (3) 高松丸亀町の事例で触発されたがビジョンのなかに盛り込まれなかった商店街内居住人口の増加につながる種地の活用。

### 3. 今後の活動方針

- (1) それぞれのビジョンを共有し、塾生を中心に商店街同士の交流を継続していく。
- (2) ビジョンのうち実現可能な内容について、全国商店街支援センター、中小企業庁、国土交通省の諸制度を活用してサポートしつつ、商店街の活性化策実現を誘導していく。

### (4) 参加者（塾生）の感想・今後の意気込み等

- ・他商店街の実例は参考になった
- ・各商店街の役員、加盟店も参加し議論できたことが良かった。
- ・商店街の将来のあり方、全体を巻き込んだ地域の展開が見えた。
- ・経済状況・人口動向など具体的な数字が知れたのが良かった。
- ・地域の特徴を掴み、試行錯誤をしつつ街を作り上げることが必要と判った。
- ・最初は教えられることについて行くだけだったが、現地視察や座学学習で各講師の熱意に刺激されて、この街で何が出来るか求めるようになってきた。
- ・商店街活性化の具体的事例をヒントに新しい行動方針を纏めることが出来た。

### (5) その他（成果物・報告事項等）

#### 塾生作成の活性化プラン

1. 「広域型商店街を目指す施策と展望」
2. 「地域貢献を柱にした集客戦略」
3. 「商店街と地域住民の連携で活性化を」

大阪京橋商人塾(修了式)集合写真





平成 26 年度 商人塾支援事業

委託元：株式会社全国商店街支援センター  
〒104-0043  
東京都中央区湊 1-6-11 八丁堀エスワンビル 4 階  
TEL : 03-6228-3061

委託先：株式会社都市問題経営研究所  
〒541-0048 大阪市中央区瓦町 4 丁目 8 番 4 号  
TEL : 06-6208-2030