

## 【参考】

## 今後の地域商業政策（概要）

### 八尾市の商業の状況

#### 「商業統計調査」の結果から

	H14年	H16年	H19年
商店数 (事業所)	2,458	2,304	2,179
従業者数 (人)	14,234	14,383	14,183
年間商品販売額 (万円)	21,338,316	22,734,231	22,286,647
売場面積 (㎡)	239,236	241,033	254,754

- ・H14年からH19年の5年間で、商店数は11.4%減少している。
- ・大型店、量販店の立地により売場面積が増床している（こもかかわらず、従業者数、年間商品販売額は減少傾向にある）。

※小売業のみ表示

#### 「八尾市商業調査」(H20年度実施)の結果から

##### 【消費者アンケート調査】

- ・食料品の買物に不便な地域が発生しており、高齢者や子育て世帯などに、「買物難民」が発生するリスクがある。（近隣の商店街や小売市場は衰退しており、スーパーの撤退も起きている。）
- ・高齢者や子育て世帯は、近くで、便利で、安全な店舗を望んでいる。
- ・消費者は、商店街・小売市場の行きやすさ(67.6%)、ふれあい(28.9%)、安全(25.0%)等を評価している。

##### 【個店経営実態調査】

- ・後継者不要(42.7%)、いずれ廃業せざるを得ない(27.5%)。
- ・売上高、客数の減少に、粗利益率の低下が拍車をかけており、商業者の7割は、厳しい経営状況に追い込まれている。
- ・商業者の6割は事業継続の意志を持つ。

##### 【商店街・市場概況調査】

- ・商店街・市場では、加入店の減少(74.1%)、空き店舗の増加(48.1%)で、組織力が低下している。（加入店の減少は、未加入店や廃業店の増加が原因である。）
- ・競合店の増加により、店舗数の減少が著しい商業地が発生している。
- ・地域商業の弱み・問題として、少子高齢化(66.7%)、大型店との競合(55.6%)、必要業種の不足(50.0%)、駐車・駐輪場の不足(41.7%)等が認識されている。
- ・地域商業の強み・特徴として、ふれあい(52.0%)、個性(36.0%)、便利(32.0%)が認識されている。
- ・今後実施したい活性化策として、不足業種の誘致(9団体)、空き店舗対策(6団体)、リーダー育成(7団体)、ビジョン策定(4団体)等があげられた。

### 国施策の方向性

#### まちづくり三法 (H10～12年施行)

##### 【大規模小売店舗立地法】

大規模小売店舗の立地による周辺生活環境への影響を緩和するため、社会的規制を実施する。

##### 【中心市街地活性化法】

空洞化の進行する中心市街地の活性化を図る。市街地の整備改善と商業等の活性化を一体的に推進する。

##### 【改正都市計画法】

地域の実情に的確に応じたまちづくりを進め、都市計画における地方分権の推進を図る。

#### 地域商店街活性化法 (H21年8月施行)

##### 新たな商店街のあり方

- ①明確な目標設定(PDCAサイクルの導入)
- ②地域コミュニティへの貢献
- ③地域の魅力の発信
- ④店舗・施設の統一的な管理(テナント・マネジメント)
- ⑤土地・建物の有効活用(空き店舗対策)
- ⑥実情に即した集積への再構築(コンパクト化)
- ⑦商機能の強化と個店の活性化
- ⑧地域の多様な主体と連携
- ⑨商店街組織体制の確立
- ⑩商店街人材の育成・供給

### 八尾市における今後の地域商業政策

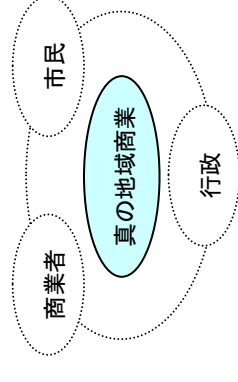
#### 八尾市産業振興会議（総合計画策定部会）での検討結果 ～地域商業政策の方向性～

- 消費者の「買物利便性の確保」、商業者の「事業機会の確保」の両方の観点から、対策を講じていく必要がある。
- 商業者は、「内部環境の改善」を図るため自助努力し、行政は、これに対する支援を強化する必要がある。また、地域商業を取り巻く「外部環境変化への対応」もあわせて検討していく必要がある。
- 商業者は、既存の商業機能（「経営機能」、「買物機能」）とともに、新たな商業機能（「交流機能」、「空間機能」）を發揮していくことが必要である。（“経済的利益”の追求と“社会的有効性”の發揮）
- まちと商業の活性化を一体的に推進する概念（「商業まちづくり」の確立と推進体制の構築が必要である）。

#### 【地域商業の将来像】

##### 真の地域商業の創出をめざして

まちの人々に愛され、必要とされる地域商業  
いきいきと誇りを持って商いをする地域商業



#### 【将来像の実現に向けた方向性】

- ① 地域商業の機能強化 （活性化ビジョン策定の促進、新陳代謝の促進、商業施設の立地誘導など）
- ② 商業まちづくりの推進 （地域貢献の義務づけ、まちづくり活動の推進）