

新たな商店街政策の在り方検討会（第1回）

議事録

日時：平成28年12月19日（月）14時30分～16時30分

場所：経済産業省別館1階108各省庁共用会議室

○藪内商業課長 定刻となりましたので、ただいまから、第1回新たな商店街政策の在り方検討会を開催いたします。

本日は御多忙のところ皆様出席いただき、誠にありがとうございます。

本日の検討会はペーパーレスで行います。お手元のiPadに資料を保存していただきますので、資料はそちらから御覧いただければと思います。操作につきましては、御不明な点があれば事務局をお呼びください。よろしいでしょうか。

では、初めに事務局であります中小企業庁を代表して、経営支援部の高島部長からごあいさつを申し上げます。

○高島経営支援部長 今御紹介いただいた高島でございます。

お忙しい中、お集まりをいただきまして、石原座長を始め、皆様、大変ありがとうございます。

今回は、今日から始めて、新しい商店街政策の在り方検討会ということでやらせていただきますが、余り、ちょっと海図なき航海という感じでございます。実は特定の結論を私ども頭に置いて、それで運営していこうという審議会ではこの場はございませんで、正直に申し上げますけれども、余り、こうしてこうしてここに行こうという明確な道筋なく、検討会という名前ですけれども、ほとんど勉強会に近いような気持ちで、やらせていただければと思っております。

ちょっと私を初め、今の商店街政策がこれでいいかどうか非常に自信がない、時代の変化にどうやってついていったらいいかというのを大変悩んでいるところでございます。

簡単な解はないのだと思いますけれども、それにしても、いろいろな制約の中で私どもがやっている商店街政策が有効でないかもしれないと、そういう恐怖感が非常に強くございます。どうしたらいいだろうかということ、文字通りの意味で勉強、検討していかなくちゃいけないと思って、お集まりをお願いした次第であります。よくお忙しい中でお引き受けいただいて、本当にありがたいというふうに思っております。

実は、全部で何回やるかもはっきり決めてあるわけではありません。しかしながら、かなり、何回もやらせていただいて、そのたびに皆様がやっておられること、思っておられること、あるいはほかの方の話を聞いて思うこと、どうぞ全く文字通り、忌憚なくお話をいただければ幸いです。

私どももどうしたらいいだろうという悩みを、甘えるようで恐縮ですが、共有していただくような感じで、議論を進めさせていただければと思います。

○藪内商業課長 本検討会の座長は、流通科学大学商学部特別教授の石原武政先生にお願いしたいと存じますが、皆さん御異議ございませんでしょうか。

(異議なし)

○藪内商業課長 では、異議なしとして、石原先生にお願いいたします。

では、石原座長から一言御挨拶いただければと存じます。

○石原座長 石原でございます。よろしく申し上げます。

今、高島部長から、私も役所とのお付き合いが結構長くなってきたんですけども、こんなにかというか、「海図なき」といった形で本音でお話しされたのは初めてではないかと思えます。

私がお付き合いを始めたのは80年代の終わり頃ですので、もうかれこれ30年近くになるんですけども、時代は変わったなということをつくづくと思っております。

商店街についても、いろいろと施策を打ってきたがなかなか効果が上がらない。政策が悪いということなのか。現場の動きのほうに急過ぎるのか、あるいは動かなさ過ぎるのか。それはわかりませんが、そういうところの中で政策的に新しい何かを発見するための勉強会をしたいと、こういう御趣旨でございますので、私も何か見通しがあるわけではありませんが、皆様方の積極的な御意見をいただく中で、何か一つでも二つでも新しいものを見出していただけるというふうに思っておりますので、どうかこれから、いつまでになるかわかりませんが、当面5回ぐらいということのようですけれども、しばらくお付き合いいただくように、よろしくお願い申し上げます。

簡単ですけども、御挨拶とさせていただきます。

○藪内商業課長 ありがとうございます。

続きまして、委員の皆様様の御紹介をさせていただきたいと思えます。

まず、岩村田本町商店街振興組合理事長、全国商店街振興組合連合会副理事長であります、阿部様。

○阿部委員 皆さんこんにちは。よろしく申し上げます。

○藪内商業課長 信金中央金庫地域・中小企業研究所しんきん地方創生支援センター専任役、笠原様。

○笠原委員 笠原です。よろしく申し上げます。

○藪内商業課長 続きまして、株式会社まちづくり松山代表取締役社長、松山銀天街商店街振興組合理事長、加戸様。

○加戸委員 よろしく申し上げます。

○藪内商業課長 テナントミックスサポートマネージャー、株式会社油津応援団専務取締役の木藤様。

○木藤委員 どうぞよろしく申し上げます。

○藪内商業課長 法政大学現代福祉学部教授、保井様。

○保井委員 保井です。どうぞよろしく願いいたします。

○藪内商業課長 なお、新委員、木下委員、高木委員に関しましては、本日御欠席でございます。

ありがとうございました。

では、以降の進行は石原座長にお願いしたく存じます。石原座長、よろしく願いいたします。

○石原座長 では、まず議題1ですけれども、議事の公開について御相談をさせていただきます。事務局のほうから御説明をお願いします。

○藪内商業課長 資料1にあります。議事の公開についてでございます。

会議は原則公開として、傍聴については、会議の運営に支障を来さない範囲において原則として認める。それから、配付資料につきましては、原則として公開いたします。議事録につきましては、原則として会議終了後1カ月以内に作成し、公開します。個別の事情に応じた会議、配付資料若しくは議事録の一部又は全部を非公開にするか否かについての判断は、委員の意向を踏まえつつ、座長に一任するものといたします。

ということで、よろしゅうございますでしょうか。

○石原座長 よろしゅうございますか。原則、全部公開ということで。何か都合、これだけはちょっと隠してくれというのがありましたら、そのときにおっしゃっていただいて、御相談の上、対応させていただくということで、原則公開ということにさせていただきます。

では、続きまして、議題の2でございますが、新たな商店街政策の在り方検討会の開催についてと、中小小売業・サービス業及び商店街の現状についてというところに入らせていただきます。

事務局のほうから御説明をお願いします。

○藪内商業課長 それでは、まず資料2について御説明させていただきます。

資料2は、本検討会の開催の趣旨と、それから、皆様において検討していただきたい内容でございますが、まず、新たな商店街政策の在り方検討会の開催につきまして、問題意識でございます。

商店街を取り巻く環境というのは、よく言われておりますが、人口減少、少子高齢化など、商店街外の要素と、経営者の高齢化、人手不足など商店街内の要素の両方から、現在大きく変化しております。小売業の事業所数は近年大きく減少しており、この環境の中で事業を継続していくためには、地域に「求められる商店街」であり続けることが必要だと考えています。地域が変わっていくのであれば、それに合わせて商店街も変わっていかなければならないのではないかと。

また、商店街に立地する主な業種であります小売業、飲食サービス業の労働生産性は他の業種に比べ低い位置にあり、「稼げる商店街」になるためには、まず各個別の個店ごと

に積極的な設備投資やIT化など、従来のやり方を変える、攻めの取組を進める必要があるのではないのでしょうか。

しかしながら、商店街の多くは衰退を感じ、問題点を意識しながらも、客観的な状況分析を行って自ら対策を講じるまでには至っていないというのが、大部分の商店街の実態であります。

これまで、国は商店街活性化のために、法律、補助金、税制、政策金融など、様々な行政資源のアプローチを試みてきました。しかし、これらのアプローチをもってしても、国だけでは全国の商店街全てに支援策を届けることは難しいことでもあります。より商店街に近い存在である自治体や、例えばまちづくり会社、商工会といった関係機関との連携が必要不可欠であります。特に、基礎自治体は、地域経済の中で商店街が担うべき役割を考え、商店街とともに地域をつくることのできる存在であり、重要な役割を担っていると考えているところがございます。

しかしながら、国も地方も財政的支援には限界があり、これからの商店街活性化のためには従来の政策手法とは別の、民間主導の商店街再生の検討であるとか、支援策のカネからチェへの転換、商店街とは別の、商店街を構成する個店同士のネットワークの構築による新たな連携体づくりの模索など、既存のアプローチにはない新たな手段を考える必要が出てきているのではないのでしょうか。

こうした状況を踏まえ、既存のアプローチに捕らわれず、地域の経済循環の中心となり得る商店街を生み出す新たな商店街政策の在り方を検討するため、本検討会を立ち上げることにいたしました。

検討内容でございますが、まず皆様に御議論いただきたいのは、（１）商店街の必要性。地域における商機能の担い手が商店街である必要は何なのか。地域内で経済を循環させ、また、将来にわたって地域の買い物機能を維持するためには、どのような主体が商機能を担うべきなのか。

（２）求められる商店街。今後、地域に「求められる商店街」はどのような姿になっていくのか。また、商店街が求められる姿が変わるためには、どのような取組を行えばいいのか。

次のページでございますが、（３）稼げる商店街。商店街と商店街内に立地する個店の両方がきちんと利益を上げ、事業を継続していける環境を確立するには、どのような取組が必要か。

また、（４）あるべき支援の姿。商店街の活性化のためには、今後どのような支援策を採るべきか。また、どのような支援体制が効果的かといった点について、各委員の皆様にご議論いただければと思っております。

今後のスケジュールは、今後、月1回程度、全5回程度開催し、検討結果の取りまとめを行う予定でございます。

続きまして、資料3をお開きいただけますでしょうか。

資料3、中小小売業・サービス業及び商店街の現状についてということで、現在置かれている中小の小売業・サービス業、並びに商店街の実態を、全体的な姿を皆様と見ていきたいと思っております。

まず、次の2ページでございますが、中小企業の中の小売業、サービス業ということで、よく言われていることではございますが、全事業者数の99.7%が中小企業、全従業員の約70%が中小企業に就業しているところでございます。

左の円グラフは、中小企業の業種別事業者数でございます。この約60%が小売業とサービス業で占められているところです。事業者数で見ると製造業は1割でございます。

次に、右側の中小企業の業種別従業員数を見てみますと、従業員数ではサービス業が35%、小売業が14%、今度は製造業が19%と約2割になっているところでございます。

次のページをお開きください。3ページの中小企業の付加価値額で見ると、サービス業が23%、小売業が何と11%となるのに対して、製造業は25%というふうに増えているわけでございます。これを見ますと、全体の事業者の中では約2割を占めながら、付加価値では1割しか占めていないという小売業の実態がわかるわけでございます。

次に、4ページを御覧ください。4ページは小売業の事業者数でございますが、全体では減少傾向となっております。特に従業員4人以下の事業所では減少幅がすごく大きく出ているところでございます。

次に、5ページでございますが、事業所数の今度は業種別を見ていきますと、飲食料点小売業の減少が特に大きく減少しているところでございます。飲食店も大きく減ってはいますが、それを上回って、飲食料点小売業は大幅に減少しているのがわかると思います。

次の6ページでございますが、従業員数の推移を見てみます。小売業の従業員数は近年大幅に、物凄い勢いで減少しております。特に従業員規模が4人以下の、いわゆる小規模事業者の事業所の減少が大きくなっているところでございます。

次に7ページですが、今度は小売業の年間販売額の推移を見てみます。小売業の年間販売額は、事業所数及び従業員数同様、従業員規模4人以下の事業所の減少が大きくなっております。しかしながら1人当たり年間販売額は横ばいとなっているところでございます。

8ページの人手不足でございますが、小売業、サービス業では近年、慢性的に人手不足の状況にあるわけでございます。最近はこの業種も全て人手不足状態を顕しているんですけど、特に小売とサービスは、ほかの製造業や卸などがDIがプラスのときにもまだマイナスといった状況で、慢性的に人手不足の状況にあると思われま。

次の9ページ、参考でございますが、経営者の高齢化ということで、中小企業の経営者年齢の分布は、最頻値が年々高齢化しているところでございます。1995年の調査では最頻値が47歳だったのが、2015年になりますと66歳にシフトしているということで、年々高齢化していることが見てとれると思います。特に、従業員20人以下の企業の高齢者の割合が著しく高くなっているところでございます。

10ページ、これは資料の制約があつて、中小・小売の中でも大きなところしかとれてい

ないので参考ですが、労働生産性を見ますと、小売業、生活関連サービス業、それから娯楽業、飲食サービス業の労働生産性は、他の業種に比べて低い位置にあります。特に中小小売業の労働生産性は企業によってばらつきが若干大きいのではないかというふうに見てとれるところでございます。

11ページは、これも労働生産性ですが、中小・小売業の生産性は他業種と比較して高くないですけれど、同業種の大企業の労働生産性を上回る企業の割合は最も高いというふうに出ております。

また、労働生産性の高い企業は、積極的な設備投資やIT化によって、従業員1人当たり人件費も大きくなる好循環が生じていると考えられておりますが、先ほど言いましたように、この資料の基になるデータは中小の小売の中でかなり大きいところばかりがとってあるので、商店街を構成する個店については、やや当てはまらない部分もあるのかと思います。

次に、12ページですけれど、小売業に占める、今度は商店街の状況を見ていきたいと思っております。

商店街は、小売業全体の年間販売額の約4割を占め、事業所数も約4割、それから従業員数も約4割というふうになっております。特に従業員は215万人の雇用を支える大きな存在となっていると考えられます。これはくしくも、加工したわけではないのですが、販売額も、事業所も、従業員も、大体36%台というふうになっているところでございます。

次の13ページを御覧いただけますか。商店街の業種構成の推移ですが、商店街の業種構成は年々、飲食・サービス業が増加してきているところでございます。この黄緑色のところが飲食・サービスなのですが、平成12年は32%だったのが、平成27年になりますと全体の44%を占めるまでになっているところでございます。その代わりに、衣料品や家具や家電といった買い回り品、それから生鮮食品、それから日配の食品、コンビニ、スーパーといった最寄り品小売店の数が若干少なくなっているというのが見てとれると思います。

次に、15ページを御覧いただけますでしょうか。商店街の最近の景況につきまして、これは中小企業庁で調査しました商店街実態調査平成27年度版でございまして、平成27年度には「繁栄している」「繁栄の兆しがある」という商店街が微増しましたが、依然として「衰退の恐れがある」「衰退している」という商店街が全体の3分の2以上を占めるという状況であります。

次に、16ページでございまして、商店街の最近の景況としまして、人口規模の小さな都市ほど衰退していると感じている商店街が多いわけでございます。左の棒グラフを見ていただきますと、やはり政令指定都市特別区に占める黄緑色の割合よりも、町、村といったところの黄緑色の「衰退している」の割合が、かなり大きくなっているところでございます。

また、商店街タイプ別では、下の注に書いてございますが、近隣型商店街、地域型商店街、広域型商店街、超広域型商店街と、タイプ別を4タイプに分けておりますけれども、

近隣型商店街ほど「衰退している」と感じている商店街が多くなっているところがございます。このように、町、村といった人口規模が小さく、そしてまた近隣型と言われている商店街が衰退しているというところが見てとれると思います。

17ページでございますが、来街者数の変化ですけれど、最近3年間の来街者数の変化は、「減った」と答えた割合が最も多くなっております。右のほうの棒グラフを見ますと、来街者が減ったと感じている商店街の考える、その主な要因は何かと言いますと、魅力ある店舗の減少、そして業種・業態の不足、それから地域の人口減少、そして近郊の大型店の進出といったところとなっているところがございます。

次に、18ページでございますが、商店街における問題。商店街における問題点の上位は、1番はやはり断トツで、経営者の高齢化による後継者問題。次に、集客力や話題性のある店舗・業種がない。次が、店舗の老朽化。そして、商圈人口の減少と、このようになっていくところがございます。

一番大きな問題点の、経営者の高齢化による後継者問題について、対策を講じている商店街はほとんどなくて、9割が何ら対策は講じていないというふうになっているところがございます。

そして、次に19ページでございますけれども、商店街における問題点。景況を「衰退している」「衰退の恐れがある」と回答した商店街は、「繁盛している」「繁盛の兆しがある」と回答した商店街よりも、商圈人口の減少や後継者問題、集客力や話題性のある店舗・業種がないということを問題と強く感じているところがございます。

また、商店街別タイプで見ますと、商店街における問題点について言いますと、やはり経営者の高齢化による後継者問題であるとか、商圈人口の減少であるとか、集客力が高い話題性のある店舗・業種が少ないといったことが、近隣型や地域型の商店街のほうがたくさん問題だと思っているところがございます。

20ページを御覧いただけますでしょうか。空き店舗についてでございますが、全国の商店街における平均空き店舗数は5.35店となっており、27年度調査は少し空き店舗率が下がっておりますが、まだまだ空き店舗というのはそんなに減っていないというのが現状でございます。

空き店舗の埋まらない理由なんですけれども、これは、貸し手側の都合について見ると、貸す意思がない、それから店舗の老朽化、それから家賃の折り合いがつかないといったところが大きな3つの理由となっており、今度は借り手側の都合では、1番に家賃の折り合いがつかない、2番目が商店街に活気・魅力がないで、3番目が店舗の老朽化と、こんな具合になっているわけでございます。両方に出てくるのは、家賃の折り合いがつかないということと、店舗の老朽化ということでございます。

次、21ページを御覧いただけますでしょうか。今度は、商店街の個店の改善・活性化策でございますけれども、商店街が行っている主な個店の改善・活性化策は、店舗の改修、それから店内のレイアウトの変更、販売促進の強化、パソコン・ITの活用となっている

ところでございます。改善・活性化策を一部でも行った商店街のほうが、景況感で「繁栄している」と回答した割合が多くなっております。他方、来街者へのニーズ調査であるとか、通行量調査を定期的実施している商店街というのは余り多くないといったところでございます。

このように、何らかの努力をしているところは、それなりに繁盛しているという回答が多くなってございますが、しかしながら、一番基になる来街者のニーズ調査や通行量調査というのをきちんと定期的に行っているというのは、余り多くないというところでございます。

次の22ページですが、商店街活性化ビジョン。商店街の活性化に向けた事業計画・ビジョンについては、策定済み・策定中が24.6%、検討中が26.5%、予定なしが37.8%となっておりますが、何となく、この策定済みの割合が多いように思うのですが、これはやはりさまざまな補助金を申請する際には、基本的にその商店街の今後の事業計画なり、いわばビジョンといったようなものを書かないと、なかなか申請できないので、その補助金への申請のために、やや数字が25%近くというふうに多くなっているやに思います。

また、策定済みの数は年々増加しておりますが、予定なしというところも、ずっと4割ぐらい存在しているという状況でございます。

それから、24ページ以下は、商店街活性化に向けた国の取組といたしまして、今まで法律、中小小売商業振興法であるとか、地域商店街活性化法、それから政策金融、それから軽減税率対策の補助金でありますとか、さまざまな取組を行って、商店街の活性化を支援してきたわけでございます。

25ページが、もともと我々商業課で持っている商店街向けの補助金、地域・まちなか商業活性化支援事業ということでございますが、これによって、例えば支援事業のところに書いてありますが、円頓寺商店街振興組合などに補助金を出したときには、この商店街の中に昔からあった老舗の喫茶店、これ一度閉じたんですけれども、それを再開し、1階は喫茶店とともにコミュニティ機能を維持したカフェ&レストランにし、2階は国内外の旅行者向けのゲストハウスにリニューアルし、再開した「西アサヒ」という喫茶店は、月間約2,500人を集客し、商店街の人通りも増加したわけでございます。

また、ここはゲストハウスがかなり外国人に受けて、外国人観光客に向けた商品構成を検討するなど、新たな意欲が生まれているというような、少し呼び水効果もあったというふうに考えているところでございます。

26ページを御覧いただけますでしょうか。さらに、その補助金とかというものではないですが、「はばたく商店街30選」といって、創意工夫を凝らしたモデルとなる取組を行っている商店街を30選んで大臣表彰を行っているというような取組ですとか、さらに、先ほどの補助金によって支援した事業から、特に全国のモデルとなる事業を選定し事例集をつくって、5,000部ほど、都道府県、それから関係機関に配布しているというふうに、周知徹底も行っている次第でございます。

さらに、次の27ページでございますが、国の取組の一環としては、補助金ですとかグッドプラクティスの普及のほかに、商店街におけるP D C Aサイクル活用事業といった、商店街を取り巻く周辺環境が変化する中で、商店街が持続可能性を確保するためには、商店街活動において将来ビジョンを見据え、きちんとしたP D C Aサイクルを回していくことが不可欠であるということで、そのマニュアルの作成とか、このマニュアルを活用した商店街での実証事業を現在行っているところでございます。

また、株式会社全国商店街支援センターにおきましては、我々と歩調を合わせて商店街を支援する組織として、さまざまな活動、主に商店街よろず相談アドバイザー派遣事業でありますとか、繁盛店づくり支援事業、それから、まちゼミといった、様々な活動を現在行っているところでございます。

一応、商店街と、その個店が置かれている現状についての説明は以上でございます。

○石原座長 ありがとうございます。

御説明について、何か御質問はございますか。よろしいですかね。また何かありましたら、議論の途中で振り返っていただけたらと思います。

この資料をお使いになるときは、右下のページ数をおっしゃっていただくと早いかなと思いますので、よろしくをお願いします。

お伺いしていて、飲食店もそんなに減っておったっけという感じがしましたのですが、物販店の減り具合、特に生鮮食品店などは非常に激減しているのはわかっていたんですけど、いつまで減るのかなと、もういい加減下げ止まるのではないかなと思っても、まだ減っているような状況です。

それでは、今御説明いただいたような現状というのを片隅に置きながら、これから先、議論していくことになるのですが、今日は1回目ですので、それぞれの皆様方、お知り合いの方も多いと思いますけれども、自己紹介がてらに、日ごろ取り組んでおられることを含め、商店街について、あるいは商店街施策について、お考えになっておられることを少しお話をいただいて、それをネタに少し今日は議論させていただけたらというふうに思っております。

どなたからでもいいのですが、と言っているもしようがないので、こういうときは阿部さん。いつも多分、一番に当てられていると思うのですが、私も「い」ですので早いんですけども。逆さまでもいいんですけど、まあいいでしょう、慣れているから。

○阿部委員 ありがとうございます。では、トップバッターということで。

この資料、本当によくつくっていただいて、このように数字から分析をしますと、私たちは経験と勘とか、そういった雰囲気では感じ取れなかったものが、なるほどということで、さらにこのようなエビデンスからの角度から考えて、商店街を見るということは非常に勉強になったなというふうに感じて、今、聞かせていただきました。

私どもの商店街は、長野県佐久市の軽井沢のちょっと下のほうにあります。中山道の岩村田宿というところの商店街、岩村田本町商店街振興組合という、大体58軒ぐらいの商店

街なんですけれども、一時期、空き店舗が60%ぐらいまでになりまして、もう瀕死の重傷を負った、チューブだらけで、もう体中ぐるぐる巻きになっている商店街だったわけなのですが、最近やっと一般病棟に出てきたということでございます。

取り組みましたのは、やはり自分たちの商店街の健康状態をしっかりと分析したということが一つだったのかなというふうに思います。人間の体でいいますと、血液だったり、どこがどういけないのかということ进行分析して、それについてしっかりと、どの飲み薬がいいのかとか、どの塗り薬がいいのかということ、やはり私たちなりの体を考えて生き延びてきたということございまして、その中では、やはり徹底的に、もう地域密着で振り子を振り切ろうと、もう私たちの商店街といたしましては、やっぱり地域のお客様のお買い物ゾーンとして、生活に役立つものを仕入れたり、つくったり、販売をしたりということが一つの私たちの役割であるだろうと。大型店に行ってしまうのは、もう行ってしまってもいいんですけれども、やはりこれから高齢社会になってきたときに、やっぱり歩いて買い物したいというお客様が当然増えるということを見込んで、その個店の商いの見直しというのを一つ。

もう一つは、やはり商店街は歴史、文化、そういったものが、そのコミュニティというものが物凄く、目に見えないところまで浸透しておりますので、なくてはならない商店街にするためには、やっぱりコミュニケーションをとれるような場所。特に商店街というのは安心、安全、子育て、福祉、環境、高齢者の相談相手だったり、文化の創造、歴史の伝承、さまざまなものが、古き良き時代に合ったものをもう一度磨き込んでいくと、商店街はなくてはならないものになっていくのではないかなということで、取り組んでまいりました。

空き店舗がかなり増えたんですけれども、一つ一つやりながら、今、2店舗に復活してきているんですが、やはり店主の高齢化はなかなかもう避けられない状況でございますので、じゃあこれからどうしていくのかということで、今、一生懸命知恵を絞って取り組んでいるところでございます。

よろしく申し上げます。

○石原座長 ありがとうございます。

どうでしょうか。じゃあ、もう順番にということで、笠原さん、お願いします。

○笠原委員 信金中央金庫の笠原と申します。信金中央金庫という会社のことは余り御存じない方も多いと思いますので、その辺から少しお話をさせていただければと思います。

信用金庫の中央金融機関ということで、信用金庫という金融機関が全国に265、北海道から沖縄まで各都道府県に少なくとも一つはございまして、その信用金庫の出資によってつくられた会社が、私のおります信金中央金庫という会社でございます。

今日はここに、私も含めて5人の委員の方の中で、3人は多分商店街でもう実際にばりばりやっぴらっしゃる方であるのだらうと思うんですけれども、各地にそれぞれ本部がある信用金庫もあるし、少なくともお店がある信用金庫というのがあります。ただ、恐ら

く皆さん方のかかわりの中で、深く信用金庫がかかわっているケースもあるかもしれませんが、もしかしたら余りかかわりを持たせてもらっていない地域もあるのかなというふうに思っています。

ただ、信用金庫の場合は、役割として地域の中小企業のお手伝いをしていくということで、細かい法的な縛り等はともかくとしても、中小企業とお取引をして、地域の経済の循環の役割を、少し促進させるということが役割でありまして、自由に営業エリアを広げられたいできないという制約があるというのが銀行とは違う部分。同じ金融サービスをしておる立場ではありますが、多少違うという役割があるという形になっています。

営業できるエリアが限定しているという特性があるという関係で、地域の経済の活性化というのには非常に関心の高い信用金庫が多くて、いろいろな形でかかわっているケースがあります。

私は今、地方創生支援センターというところにおるんですけども、そちらのほうで主に信用金庫が取り組む地域活性化とか地方創生のお手伝いをしています。これまでずっと十四、五年、そういう活動をしてきておりまして、地域経済のお手伝いという部分で、いろんなテーマがあるんですけども、商店街に関しても幾つか、私どもが地元の信用金庫と一緒にしてお手伝いをしてきたというケースがあります。

我々としてはどんなことをやっているのかというと、いろいろなやり方があるんですけども、先ほどの資料に少し出ていましたようなビジョンづくりとか、あとはその基礎となるような調査なんかと一緒にやっているというケースが多くなっています。商店街としてこんなビジョンをつくれればいいんじゃないかというようなことを我々のほうでおつくりして、商店街の皆さん方に御提案するということが、今までは一番大きな業務としてやってきました。最近ではそこから少しずつ発展してきて、空き店舗の対策がメインになっていますけれども、リノベーションのお手伝いなども今していて、具体的にそこで金融サービスが出たという状況まではまだいっていないんですけども、地元の事業者の皆さん方と行政と、いろいろ話をしながら、お手伝いをしているという形であります。

ちょっと長くなってしまっているんですけど、信用金庫の立場から見ると、商店街がどう見えているのかというのを少しお話しすると、信用金庫は先ほど言いましたように地域に密着した金融機関でありまして、私が知り得る限りの多くの信用金庫は、発祥が商店街の近くだったというケースが結構多い。信用金庫、金融機関というのは各お店に番号が振ってあるんですけども、大体本店が1番で、次が2番、3番と古い順に振るんですけども、1番若しくは2番、3番に、商店街の中に立地しているお店というのを持っている信用金庫が多くて、信用金庫が大きくなってきたプロセスの中に、商店街の皆さん方にいろいろかわいがっていただいたという思いを持っている信用金庫の経営者が数多くいるというのが、まず一つ、信用金庫から見えている商店街の視点です。

片方で、今現在ではどうなのかというと、現実的に言うと、余り金融的な取引というのが活性化していないという状況があって、商店街は非常に重要な存在ではあるのかもしれ

ないけれども、信用金庫として何らかのサポートをしていく必要があるのかということ、やや疑問に思っている信用金庫があるというのも、これまた現実です。本当に支援することによって先行きが明るくなるのかというところのビジョンがうまく見通せていないという現状もあって、恐らくそういう形の各信用金庫の判断の中で、深くかかわっている信用金庫もあるし、ちょっと一歩下がったような形で商店街との距離感を持っている信用金庫もあるのかなというふうに思っています。

私個人の意見が多いんですけども、金融機関から見ると、そんなふうに今、商店街が見えているというところでございます。

ありがとうございました。

○石原座長 ありがとうございます。温かく、厳しい。そのことも含め、また後で振り返ることができたらと思います。

では、加戸さん、お願いできますでしょうか。

○加戸委員 どうもありがとうございます。

石原座長、これは飲食料品小売業が減ったのは、多分コンビニですね。単純にそれだと思えますけれど。

○石原座長 そうですね。

○加戸委員 すみません、私、愛媛県松山市から参りました、加戸慎太郎と申します。よろしく申し上げます。

洋服屋で育ちまして、今、3代目の社長をしています。それまでは東京の大学を出まして、外資系の証券会社におりまして、そこから帰りまして、まずは何の役もなく、若手がいなかったのも、その町にないとされていたので、何人かと話すことから始め、若手経営者等勉強会を立ち上げ、誰の力も借りなくというふうにやっていたところに、いろいろな力が入ってきて、自分たちでまちのブランディングを考え、そのブランディングを考えたら、次は実行に移すという段階でいろいろなきっかけがあって、今現在務めています松山銀天街という商店街の理事長をしております。全長350メートル、100店舗、通行量は恐らく四国で一番あるだろうと言われております商店街になります。

当然、自分の店から単組、組合の商店街の活性化を考えていたんですけども、結局、点や線ではだめだということで、面。面で考えたときに、これは地方対都市、日本対世界。松山市というところは本当にわかりやすく、愛媛県と松山市が世界と東京の対比にちょっと似ているんですね。世界と東京でもいいですし、日本と東京でもいいんですけども、いわゆる消費土地なのでそういうことが言えます。

それを考えたときに、じゃあ松山市で何をしなきゃいけないか。当然ですけど、課題を考え、解決をしていくということで、そういうことをやっていると、まちづくり会社の社長になり、一般社団法人お城下松山というものがあるんですが、その理事長になっております。

やっぱり自分からやると決めた人じゃないとやれないと思うんですね。そういうことを

今もやっておりますし、今やりたいという若い人がどんどん出てくる状況で、その方々に責任を持ってもらって、やってもらっているということをやっていくわけなんですけれども、結局、点や線や面と言っていますけれども、その立地的なことだけではなく、組織も一緒になってやらなければいけない。まさに金融機関の方が今、いろいろと御指導いただきましたけれども、産官学金労言とはよく言いますけれども、そういったような体制を、今言っていた組合、そしてまちづくり会社。ちなみにまちづくり会社は3%、松山市の出資をいただいて、会議所からいただいて、銀行3行、当然、信金も入っています。愛媛銀行、伊予銀行、信用金庫が入って、地元の商店街と、伊予鉄道という公共交通の、ここがしっかりと出資をしている中でやらせていただいている。

お城下松山という組織には、各メディアであるとか、各企業であるとか、はたまたスポーツ団体のような、愛媛FCというJリーグチームがあるんですけど、そこも出資をして、みんなでいろんな活動をしていきたいと思いますという体制になっています。

そんなことをしている中で、全振連という、全国商店街振興組合連合会の組織がありませんけれども、こちらの青年部のほうでも役をいただいています、将来の商店街についてというテーマであったり、今の自分たちの課題、若しくは未来というものをどうしていくかというのを、まさにまとめようという動きを進めているところであります。

いろいろな手法だったりとか、あると思うんですけども、私が一番今やっていることは、やっぱり何をやるにしても、地方もそうだし、世界の都市もそうだし、もうそういう、ある意味東京の中でもいろいろな都市っていろいろなところがあって、その土地柄土地柄で当然、課題も、そこにいる人も、そこにいる思い、歴史、文化、全部違うわけで、これと一緒に金太郎あめで何かしてしまおうなんていうのはなかなか難しいことで。

ですから、この辺の方法論というのはこれから話していくとは思いますが、私が言いたいのは、やはり、あるフレームワークをつくって、それぞれが効率的に取捨選択をして、きちっとその後検証できるといったような制度や仕組みをつくるべきだということで、松山で民間人としてあがきながら、戦いながら、今やっています。

といったことで、皆さんの勉強、お話を聞かせていただきながら、勉強させていただきながら、何かしら貢献できたらと思っていますので、よろしく願いいたします。

○石原座長 ありがとうございます。

じゃあ、木藤さん。

○木藤委員 木藤です。よろしく願いします。

宮崎という、一番遠いところから多分来ているかと思えますし、もう一つは、一番人口が少ない町だと思います。日南市というのは5万4,000人の町です。

少し耳にされた方もいるかと思うんですけども、3年前に、数字を並べると、333人の中から選ばれて、月90万あげるから4年間で20店舗増やしてくれという仕事を引き受けた者です。いわゆる中活事業をやっているまちなんですけれども、その中の大体300メートル弱ぐらいのアーケード街を、実は、もう猫すら歩いていないと言われているような状

況でした。それを3年間かけて、数でいうと14の新しいお店と、今、IT企業さんの立地というものが年度内に7社ぐらい、新しくその空き店舗を使ってオフィスをつくるというような動きをやっていきます。

あと、プラスすると、先日ちょっと話題になった広島カープのキャンプ地というのがあります。2月にカープがやってきます。そういった外からのお客さんをどうやって迎えるかとか、あるいは中国のクルーズ船が油津港という港に年間30隻ぐらい入ってくるようになっていまして、そういったものを商店街でどう受け取るかみたいなこともやったりしています。

あと、立場上は株式会社油津応援団という、いわゆるまちづくり会社ではあるんですけども、商店街の中のスーパーマーケットの跡地を借り上げて、少し国の予算もいただきながらですけれども改修をして、そちらのほうにテナントを入れるという形でテナント管理をやったりとか、あるいはイベントの支援みたいな形をやっていきますけれども、幸い市民の方に出資をいただいています。今、四十数名の方から合計一千数百万の資本金なんですけれども、出資をお預かりしながら事業をやったりしています。

きょう、今から議論だと思うんですけども、私はもともと、実はランドスケープデザインとか造園のデザイナーでございまして、特に経済とか商店街の専門ではなくて、その3年前から入っているわけですけれども、その、さっき言ったように猫も歩かないような商店街をどうするかといったときに、商店街再生という言葉は一旦捨てたんですね。

何をしたかという、やっぱり日南市というのは5万4,000人のまちで、年間700人ずつ人口が減っています。特に若い世代の人口がどんどん離れていっています。地方創生の流れの中で、やっぱり人口をどうやって獲得していくか、特に若い人たちにどうやってアプローチするかというのがまち全体の大きな課題でして、3年前に、実は市長が当時33歳で当選された若い方に切り変わったんですね。その後、私が3カ月後に入ったわけですけれども、そういった、要は商店街だけではなくて、日南市という小さなまちの今後5年、10年というまちづくりをしていく中で、じゃあ商店街という空間がどうあるべきかということを少し視点に置きながら取り組んできたようなところで、先ほど言ったようなIT企業の誘致とか、お店を開いている方も平均的に30代ぐらいの方が、特に地元出身の方がお店を開いたりということをやっています。

ですので、きょうは新しい在り方を考えるということですので、ちょっと地方のまちなので、大体皆さんとは規模感が変わってくるかなと思うんですけども、そこでやれているようなことを、もうちょっと後で詳しくお話しできたらと思っております。

よろしくお願ひします。

○石原座長 ありがとうございます。

では、保井先生。

○保井委員 ありがとうございます。

保井と申します。御紹介いただきましたように法政大学で教鞭をとっております。まち

づくり等の授業を持っております。今、私は恐らくエリアマネジメントという言葉で活動していることが一番多くて、それでお声かけいただくことが多いです。

ただ、私自身、九州の福岡の商店街の中で生まれ育って、ずっと商店街の中で、大学に入るまで住んでおりました。私の原風景は商店街の中にあります。70年代、80年代は、どの小さなまちも、まだ繁盛していました。私は、小学校から帰ってくると、日切ってという、知っている方おられるかどうかわからないですけど、商店会費を毎日、少しずつ集めるんですね。それを木のボードを持って集めて回るのが小学生の仕事で、それをよくやっていました。夜になると、うちも含め、大体どこかのお店の2階とかで、商店会の人たちが集まってきて、町の現状だったり今後どうすべきかということを話し合いながら、事業をやっていくと。そういう風景を、ずっと子供時代に見てきて育っています。

何かやっぱり商店街活性化というのは、自治体をお願いしてやってもらうものではなく、やっぱり地域の中でみんなで合意をつくりながら投資をして、そして必要な事業を進めていくと、そういうものだというふうに思っていました。

ずっと何かそういうことを横目に見ながら、右往左往しながらいろんなことを学んだりしてまして、アメリカでの大学院時代に都市計画を専攻していましたが、授業や研究でB I Dという、いわば地権者の人たちが事業計画をつくって、お金を集めて、それを実践していくという仕組みの現場と向き合うこととなりました。

それを修士論文にまとめたり、いろいろお手伝いをしていくうちに、やっぱりこうやって地域の利害関係者が自ら投資をして事業をする。しかも、それが制度化されていて、フリーライダーがなく、先ほど加戸委員がおっしゃられたようにフレームワークがある。そうした財源を使いながら、その使い方は地域がそれぞれの課題の中で戦略を決めて使っていく。こういう仕組みはとても大事ななと思うようになりました。

そういうレイヤーは、例えば中心市街地のビジョニングとか広い方がいい場合もありますが、事業をやっていくときというのは、もっとぐっと小さくしていくべきものもあります。何かいろんな民間レベルのレイヤーがあって、その中で事業ができるようなことというのはとても大事なんじゃないかなというふうに思っていました。

ずっと2000年、21世紀に入ってからには日本に戻ってきて、当初は中活法のことであって商店街とか商工会議所さんとか、そういうところでB I Dの話をさせていただくことが多かったのですが、徐々に町の再生の担い手はそれだけではなくなってきて、再開発に連動するところもありますし、ある人が動き出す起業的なものもありますし、中には商店街の中でつくられたまちづくり会社さんが取り組んでおられることもありますし、かなり多様になりました。また、例えば大阪市であれば開発に連動して、じゃあ本当に日本版B I Dをつくりたいというようなことで、地方自治法の分担金を活用してお金を集める。課題は多いんですけども、そういう条例が出てきたりもしました。

それから、なかなかそうやって分担金を使って、フリーライダーなく集めるという仕組みはできないので、公共空間の活用をしながら、その中で財源をつくり出してまちの投資

資金として使っていくという、いわば公共空間で稼いだものを地域の投資財源として戻していく仕組みが出てきました。そういうようなものを、エリアマネジメントという言葉で共有し、全国を取組間で情報交換をしたり、必要な政策について提案をしていったりというようなことを始めました。それが、全国エリアマネジメントネットワークというものです。

また、そういうようなことも含めて、また後でいろいろ皆さんと議論させていただければと思います。よろしく申し上げます。

○石原座長 ありがとうございます。

私も、自己紹介で何か言わなあかんでしょうね。皆さんにおっしゃっていただいただけではいかなので、少しお話しさせていただきます。

といっても、別に私は関連して何か事業をしているわけでも何でもないのですが、言うこともほとんどないんですけれども。ちょっと、先ほどの続きみたいな形で感じていることを言わせていただきますと、80年代の終わりから90年の初めぐらいに、商店街の問題に初めてぶつかって、現場へお邪魔しながらいろいろ考えたときというのは、商店街の組織としての力をどうすれば強くできるのかということを生懸命考えていました。

商店街としての財政基盤をどう確立するのかとか、あるいは組織をつくるために人、あるいは事務局機能をどう高めるのかとか、何かそんなようなことが中心でした。あるいは意思決定の仕組みは変えられないのかとか、そんなことを考えていました。

なかなか妙案はないままなんですけれども、どうも最近では、それよりもちょっと違うところに問題がシフトしているのではないのかなという気がしています。この前、事務局のほうとも下相談で、いろいろお話ししていたときもそうなんですけれども、個店の力が随分と落ちてきているのではないかという意識が強くなっています。

もともと私、口悪いほうですから、毛利元就3本の矢というのはそれぞれの矢に強度があって初めて言えるので、枯れ枝3本集めても強くなるわけがないというのはずっと言っていたんですけれども、それにしても、どうもそういう強い個店を少しつくるということ意識しないと、保たなくなってきた感じがします。そのことが大きな声で言われるようになってきたのじゃないのかなというふうなことを一つ感じています。

それからもう一つ、何年前だったか、四、五年前に、大阪の衛星都市ですけれども、そこでの調査でこんな結果があったようなんです。若い人に商店街行くかと聞いたら、商店街には行きません。「何で？」と聞いたら、「怖い、暗い」みたいな感じですね。率直な意見かもわかりませんが、えっ、そんなこと思っているのみたいな話です。

この間、東京で話していたときに、このごろの若い人、商店街での買い物の仕方を知らないというのです。商店街に独特の買い物の仕方あったっけと感じたんですけれども、要するに、もうスーパーとかコンビニなどで、並んでいる商品を黙って自分でとってレジへ持って行って、何も言わずにお金を払って帰るといって、この買い物に慣れてしまっているのではないかというのです。だから、お店へ入って、「いらっしやい」と言われて、何か

「これどこで作られたの」とか何とか、会話をしながら買うということに、なかなか慣れていないような感じがするというようなことを言われて、そうか、言われてみるとそうかもしれないなというふうなことを感じています。

先ほどのお話ございましたように、何とか、特に若い人、そういう人を今取り込みにかかって、そこでコミュニケーションをつくり始めておかないと、現在の商店街のお客さんが結構年配者が多いとしても、20年後に年配になる今の若者が、20年経ったらしゃべりながら買い物をするのが普通だと思ってくれるようになるのかというと、その保証はない。今やもう会議もこんなタブレットを利用する時代ですので、20年経ったら紙で読むようになるというふうには、なかなか思えんだろうという気がします。

そうすると、やっぱり現在の高齢者、私ももうそうですので相手してほしいんですけど、私らだけではなくて、もう少し若い世代に対するアプローチというのをも同時に考えていく必要はあるんだろうななんていうことを考えながら、じゃあどうしたらいいのかというのは具体的なアイデアがあるわけでもないの、これから少し議論をさせていただけたらなというふうに思っています。

とりとめのないことをしゃべり出すととまらないので、もうその辺にしておきます。

あと、時間はかなりございますので、先ほどそれぞれに御発言いただいた中に関連しても結構ですし、御意見ございましたらおっしゃっていただければと思います。

もし、何もそれでは話題振りにならんわということでありましたら、お手元のタブレットの4ページをあけていただくと、先ほどご説明いただいた検討会の開催についてという資料2の1ページ目が出てくると思います。その下のほうに、商店街の必要性とか求められる商店街、次のページで稼げる商店街、あるべき支援の姿というようなことが頭出しで書かれておりますので、その辺を少し気にしていただきながら御発言いただけたらなというふうに思います。

多分、何を言ってもこの辺の問題に絡んでくると思いますので、先ほど各5人の委員の方からお話しいただいたことに関連して、少しお互いに質問したり議論していただけたらと思います。できるだけ、私との関係で対一にならないように、ぐるぐると議論が、私を含めて6人、あるいは事務局の方含めて、ぐるぐると回っているほうが良いと思っていますので、御遠慮なく御発言いただけたらと思います。

いかがでしょうか。余り当てたくないのです。お願いします。

○阿部委員 それでは、せっかく想定する検討内容がありますので。

(1)の商店街の必要性の条件と申しますか、私ももう商店街役員になりまして二十数年経ちまして、ずっと商店街で育ってまいりまして、いい時代、黄金期の時代から、今、衰退の時代からまた若干上がってきたと見てまいりまして、いろいろな角度から見てまいりますと、商店街である必要性というのは私はもう、どうなんでしょうか、ないなど。組織というのはもうないというふうに感じております。

やっぱりお買い物ゾーンとしては、その地域のお客様のため、地域に住んでいる方のお

買い物ゾーンとしては、いいというふうに思っておりますけれども、というのは、商店街の店主って物凄く、やはり嫌われているんですね。

○石原座長 誰に。

○阿部委員 地域の人たちに。それは、本当にまちづくりを考えましょと、20年前に私たち、その住みよいまちづくり協議会というのを立ち上げたんですね。そのときに、この地域の区長さんたちが来るんですけれども、お前たち、お前たちの利益のために俺たちを呼ぶんじゃないって怒られたんですよ。なぜかという、いかに昔の商店の人たちが殿様商売、上から目線、売ってやっているという、この商店街を中心としてまちが回っているという、この店主は偉いという、この縮図ですね。

もちろん、お祭りごとの寄附とか、そういったものは商店街の店主が寄附をしたり、さまざまなことをやっていたと思えますけれども、今となつては、そこにお店があるからしようがない、買いに行ってやったんだよぐらいな話だったのですが、今はそんなことがなくて、一緒にまちを盛り上げて活性化していこうという共存共栄の雰囲気にはなってきたのですが、それでぼーんとハンマーで頭をかち割られたような感じになりました。

そうなってくると、その商店街であり続ける、お買い物ゾーンであり続けるためには、一つの条件としてやはりコミュニティというのが絶対必要ではないかなと。やっぱり、そこに行けば何とか、商品売っているのではなくて、そのコミュニティを売るとか、空間ですとか、サービスですとか、おもてなしですとか、安らぎですとか、ほっと落ちつくとかって、そんなことをまず売りにするというのが一つ。

あとはもう、その住んでいる人もいなくて、完全に後ろ指さされるような、お客様に背を向けられているような商店街というのは、果たしてこれからどうなっていくのかというふうに考えたときに、やはり、しっかりとしたお客様がそこにいるという市場、商いをする市場のマーケットがあるのかどうなのかということ、特に地方の商店街は考えていかないと、駐車場で車で来るというような物凄く専門性のある商店が連なっているところは別にしまして、やっぱりなかなか難しいところがありますので、しっかりとしたエリアづくりから、お買い物のゾーンというんですかね。そういったことの、うまく、広い面として見たときのお買い物ゾーンというのがちゃんと確立しているのかどうなのかということも、診断として、エリア診断という形で、先ほども血液検査とかって言いましたけれども、そこがしっかり構築して、当然のことながら、先ほど、個店のやっぱり努力というのが必要になってくるのではないかなというふうに思います。

最後にちょっと付け加えますと、私どもの商店街はもうほとんど、商店街が儲かるようにするのは行政または商工会議所がやってくれるもんだと、いまだに思っております。行政が何とかしてくれるもんだと思っております、全く自分が変化に対応して、自分の努力でということにはわかっているんだけど、いやいやあれがこれがというところが非常に多いので、そのことでの意識改革もちょっとしていかないと、これから地域のためのお買い物のゾーンとしても成り立っていかなくなってしまうのではないかなというふうに

危惧をしているところでございます。

以上です。

○石原座長 さっき、個店の商いの見直しなんかも取り組んだっておっしゃっていたでしょう。その中で、その辺の問題は、払拭はというか、少しは意識は変わらんですかね。

○阿部委員 少し変わりました。足並みそろえてやろうと思ったんですけども、絶対に足並みはそろいませんでした。

セミナーに誘ったり、臨店指導とか、商店街支援センターでお願いしたりとかとすると、大きなお世話だと。お前、俺の店の何がわかるんだというふうに逆に怒られるので、商店街同士というものは、他人の店にどかどか入り込んで、あれがいけない、これがいけないということを、商店街の村の中ではあんなに嫌われることがないんですね。

それを痛感しましたので、やっぱり、頑張るという意識、やるぞというものがない限り、もう、やりたくないというものを起こすほどエネルギーがかかるなということを痛感しました。

○石原座長 ありがとうございます。商店街、嫌われているなんていうと、なかなかこれは本気で議論になりそうだなと思います。

一つだけ、ちょっとお聞きしておきたいんですけど、阿部さんも前から、エリアの中での市場の話ですけども、半径500メートルか何か、そのぐらいのエリアの中の消費者をがっちりとかめれば、58店の商店街、これから何とか食っていけるのではないかみたいなことをおっしゃっていますよね。

○阿部委員 はい、そうです。

○石原座長 ざっとしたもので、その商店街エリアの人口ってどのぐらいなんですか。

○阿部委員 大体560世帯ですから、約2,000人、3,000人。

○石原座長 2,000人はきつい……3,000人はないでしょうね。

○阿部委員 ですから、そこだけではない、それをターゲットにすることによって。

○石原座長 少し膨らむ。

○阿部委員 しっかり、もちろん膨らむので、それが、ターゲットにすることによって方向性が定まりますので、ということです。

○石原座長 はい、ありがとうございます。

どうでしょうかね。商店街、嫌われているなんて言われたので、どうですか、加戸さん。いや、岩村田は嫌われているけれど、うちは好かれていますよという話でも。

○加戸委員 正直言いますね。これは本当に、日本中の現実で、いろんな世代の方が、いろんな場面で、いろんなことを思っているんだと思います。

松山の例で、これは本当に松山のいろんな会で話します。その話をします。嫌われている……ある世代は、嫌うというか、自分らの出世には関係なかったもので、ある人たちは商店街なんか知らない、要らないと言いますね。でも、ある世代は、商店街があったおかげで自分たちは出世した、もしくは今その組織でトップにいる、もしくはそのときお世話に

なった、楽しかった。嫌な思いもしたけれど、思い出があるという世代もいます。あとは小さいころが、やっぱり、小さいころ、例えば私が今34歳で、私がじゃあ10歳ぐらいのとき、小学校低中学年、これバブルのときですね。1990年、26年前か。26年前いくと8歳とか10歳。それぐらいのときの思い出を思い出すと、商店街が楽しかったと。

だから、好きな世代、嫌いな世代がいるんですよ。明らかですね。これ、具体的に言えちゃうので、余りここでは言えないですけど、本当にいます。

ですから、その店主がいわゆる旦那衆で上から目線だという話は、これはある意味、あるかもしれませんが、恐らくそれは商店街がある場所、例えば岩村田もそうですけれど、街道ですよ。松山もあるところは、もともと商業の土地だったところが商店街という形に変わったところに、よく言われることだと思っています。

そうじゃなくて、立地上であったり、その振興組合法をつくるときにそういう形に変わった商店街が、その店主が偉そうだということは、余りないんじゃないかなと思います。要は歴史ですね。

さっき言ったように、世代ごとになぜ評価が違うかという、僕はまちづくりという、もう思い出づくりだと思っていますので、そういう話に全部つながるとは思います。

だから、好き嫌いで論じるというよりは、すごい今の中での、その世代間の構造であったり、産業構造って、ねじれや、ゆがみや、もういろんなことが混ざってしまって、分析できず、昔からあるような、つけ加えることでその難局を乗り切ってきたという、この70年間の歴史があるから、そういうような分析しかできないし、それに対して抜本的な対策が打てないと。そういう分析のほうが正しいと思いますね。

だから、商店街は僕は日本の縮図だと思っていますので、そういうふうに解けば、ひもは解けるんじゃないでしょうか、先生。

○石原座長 ありがとうございます。

木藤さん、どうですか、油津は。

○木藤委員 そうですね、私もお利口さんで言うわけじゃないんですけど、油津の場合は商店街、好かれているかな、いや、好かれ……違うな。でも、加戸さんと全く私も同じだと思ったのは、世代によって大分見方が違うというのがあるかなと思いました。

今、うちの商店街は多分、一番多いときで80か、それ以上お店が並んでいたんですけど、私が来たときはもう30ない、二十五、六ぐらいだったと思います。多分そうやっている、過去いろいろあったり、しがらみがあったり、経済的にいろんな衝突があって、抜けていく人はどんどん抜けていって、もう恐らく日南市内にも住んでいない。例えば宮崎市とか、もっと大きな町に流れていった人がたくさんいて、いろんな事情があったり、逆にそういう発展性がない人が残ってしまったりしているのかなと思いつつも、そういう残った人がいて。

今度言うと、じゃあやっぱり、私が今41ですけども、それかもうちちょっと下、30代とか、そのぐらいの団塊ジュニアあたりの世代というのは、やっぱり思い出として商店街の

ことというのは、少しノスタルジーも入っていますけれど、非常にいい思い出がたくさん残っていて、その3年前に、本当に右も左もわからない私が、商店街をじゃあ一緒に再生しましょうというときに、やっぱり一番、実は反応してくれたのは、その30代、40代ぐらいの世代だったんですね。そういうメンバーとともに、ずっと進めてきて。

もう一つありがたかったのは、現在の理事長さんとか、そういった世代って、やっぱり五、六十代とかなんですけれども、自分たちは今までいろいろな補助金もらって、いろいろな事業をやってきたけれども、失敗ばかりしてきたというやっぱり認識があって、木藤さんが来たときに、僕らはじゃあ、商店街に残ってきた人間は何しようかというときに、あえて何も言わないでおこうと。言わないでおこうというのは、足を引っ張ったりとか、壁になるんじゃないかって、木藤さんがせっかく選ばれてきて、もうこれが最後のチャンスだから、こいつがしっかり仕事ができるような環境を僕たちがつくってあげるんじゃないかというような、ちょっと見守る感じの態勢に立ってくれていたんですね。

ですから、私とか、あるいはそういった30代とか40代中心の若い人間が、特にそれは商店街、外からの応援団的な存在です。中にいるわけではないんですけれども、そういった人間が外からいろいろな形で提案をしたりとか、最初はイベントから始めましたけれど、いろいろなお店をつくっていく過程とか、会社を立ち上げていく過程でかかわっていくときに、そういった、いわゆる商店主の人たちがしっかりと見守ったりとか、あるいは動きやすい環境をつくってくれたりということに徹してくださっていたというところが、短期間で少し我々前に進めた理由なのかなと思っていますので。

加戸さんと共通している点は、そうやって世代的な部分で違うということと、でも、それぞれの思いをしっかりとつなげていくということも、僕はできるのかなというふうには思っています。

○石原座長　ありがとうございます。

さっきのお話にもありました、阿部さんの商店街、組織としては要らんけれど、お買い物場所としてはという話で、ちょっと思い出したことを一つだけ、忘れないうちに言っておきたいのですが。

去年、実はうちの大学で、私の授業を聞いている学生にアンケートをとったことがあります。幾つかの大学で、商店街について共通のアンケートをしたのですが、学生が商店街ってどんなところをイメージしているか、それを聞かないとわからんぞという意見が出まして、そうだなということになりました。広域商店街があれば近隣もあるし、いろいろ大きさもあるし、そうだねと言って、君たちが商店街といたらここだと思うところ、よく利用するところを幾つか挙げてくださいという設問をしたのですが、何と、その中にイオンが出てきてですね、おいこら、という感じがしました。

要するに、お買い物をする空間としてお店が集まっているところを商店街だと思っている若者がおる――何で僕の授業を聞いているのやろうなと思ったのですが――ということに、いささかショックを受けた次第です。

あるいは、西宮でその話をしたときに、近くに商店街がないという人が結構いたのです。新しい住宅団地などの場合、近くにスーパーは持ってこられたか、あるいはコンビニは出てきたけれども、いわゆる商店街というのは近所がないという、商店街を経験していない人たちというのが結構増えているのかなという印象は、片一方でもありました。

ということですが、どうですかね、こんな話聞いていただいて。

信金さんから御覧になって、商店街は愛すべきや否や。

○笠原委員 今のお話、ちょっとその前の話から……。商店街の、ある意味、外から見ている人間から見ると、私は商店街の活性化でお手伝いしていて、商店街の人とも商店街の外の人とも話す機会があるんですけども、私の今までかかわってきたところで言うと、商店街の外にいる人というのが、やはり郷愁とかもあって、商店街に何とか元気になって欲しいと思っているという思いは総じて強く感じます。

ただ、それが思いだけで止まっているような気がしていて、じゃあ具体的に商店街の皆さん方と地域の住民がどうにかうまくかかわっているのかというと、そちらのアクションが、どっちからがいいとか正しいというんじゃないと思うんですけども、うまくできていないのかなという気がしています。

だから、金融機関から見ても、先ほど言いましたけれど、応援しようと思っている人たちも結構いて、何とかしたいと思っているんだけど、商店街のほうにどうアプローチしていいのかがよくわからないのか、もしかしたら、アプローチしたけれど、一昔前にお前なんか要らないと言われたのか、どっちかなのかなという気がしていますけれども、そういった形で、非常に興味を持っている人は多いので、そこがうまくつながられていくと、違う展開が見えてくるのかなという気がしています。

ただ、今、座長のお話があったんですけども、ちょっと私、今、埼玉の一人の生活者の観点で言うと、埼玉のいわゆる新興住宅地みたいなところに住んでいて、そこには商店街と言われるものはなくて、でも、歩いていける範囲にスーパーとドラッグストアとかあって、最低限の生活はできるレベルにある。埼玉ですので、何か用があれば東京に出てきたりするということが、ライフスタイルとしてあるわけですけども。

そういう観点から言うと、商店街って何なのかなみたいな話……。どういふものだから必要だというようなところがあるのかなという。生活している側から見ると、必ずしもなくても生活できるというのが一部の人かもしれませんが、あるという中で言うと、商店街、どういう形なのがいわゆる商店街と言われるものなのか、商店街って何なのかという話が、少しできると、何か新しい展開が出てくるのかなという気がしています、今ちょっと発言しています。

以上です。

○石原座長 ありがとうございます。

保井先生。

○保井委員 今、笠原さんがおっしゃられたことの続きになるかわからないですけども、

私も一番感じているのは、商店街、商店街支援と言われる商店街が、いわゆる商業者が持つ今のなりわいを支援することで止まっているとすると、それはもう、ちょっとやめたほうがいいんじゃないかなというふうに思っています。

そこが既得権益化しているように見えると、冒頭の阿部委員のお話にもありましたように、やっぱり嫌われ者にしかならないんだと思うんですね。時代が変化している中で。

そうではなくて、私自身も最近のまちづくりを、特に若い人たちが進めている全国のまちづくりを見ていると、フィールドが商店街であるということはすごく多いんですよ。リノベーションがまさにそうですし、本当に衰退している商店街で、小さなお店を開いて、少しずつ点が線になってというような動きというのは本当に各地で見られて。

それは、今のなりわいをしている商業者の人たちによって成り立っている商店街ではなくて、商店街を資産としてみなすものだと思うのです。資産として商店街をみたとき、やっぱり、まだそこに勝る場所ってなかなかないんじゃないかと思うんですね。若者、それこそ30代だけではなく20代、10代から見ても、こんなにレトロでおもしろい街並みはほかにないですし、それは一朝一夕でディベロッパーがしてくれるものでもないですよ。

やっぱり、そのいわゆる街並みとか、あるいは新しく出てきた個店の魅力なんかを含めた地域再生が商店街だというふうに捉えれば、それはまたすごく違う意味が出てくるのではないかと思います。

そうすると、ただ、もし商店街が組織とイコールであるとする、今までの組織とはかなり違うものが必要です。中におられる方も、やっぱり今までのことを変えること、大きく抜本的に変えることをいとわない人だと思いますし、さらには外の人が入ってくるべきなんだろうと思います。

それで、動きとしては、私は商店街の中にいないので勝手に言っていますが、今のなりわいを支援するということではなくて、やっぱり、いかに市場を開いていくかというように舵を切らなきゃいけないんじゃないかなという気がするんですね。

要するに、若い人たちが商店街で何かやろうと思ったときに、やっぱり一番出てくるのは、物件がない、借りられない、あるいは何か不当に高いみたいな話が出てきたりとかですね。あるいは、始めてはみたものの、既存の商店の方々に嫌われて商店街にも入れてもらえないとか。あるいは近くの公園で何かやろうと思って――これは商店街とは違う、行政とは関係ないですけど――使えないとかですね。いろんなハードルを、もう常に抱えているわけですね。

やっぱりこれを、市場を開くというのはちょっと今、挑戦的にあえてそういうふうには申しあげましたけれども、そういうチャレンジする人たちがきちんと入ってこられるような仕組みをつくるということ。じゃ、誰を入れるのかという尺度だったり、その人たちがやっていくこれからの活動をどういうふうに評価するのかというようなことを議論していくべきだと思いますし、単に石原座長がおっしゃられたようなイオンが入ってくるといいのかというと、やっぱり違う問題だと思いますので、外から資本を持ってきても、やっぱ

り地域内の循環をつくり出すというようなことが大きな基準になっていくと思います。

なので、やっぱりどういう方、どういう基準で商店街という場を開いていくのか、評価するのかということは、議論するにしても、やっぱりもう少し商店街の支援策ということになっていくんだと思うんですけれど、そのときの商店街の捉え方というのは、私も変えなきゃいけないんじゃないかなというふうに思っています。ちょっと挑戦的に申しあげました。

○石原座長 私もほぼ、ほぼ同感ではあるんですけども、余りそっち向きに全部いっているとおもしろくないので、少し違う考え方をお話しします。ディフェンスみたいになるかもしれませんが、これもぜひ議論の俎上に乗せるべきだと思うので。

現在の人のなりわいを応援していくとか維持するために何かというのは、ほとんど意味がないと言えば意味がないのですが、何をすることがそのなりわいを守る、既得権益を守るためのサポートだというふうにいるのかということになると、なかなかそう簡単でもないような気がしています。

例えば、商業の場合には、たいがいのことが全部そこに結びつけられて、「お前の金もうけのために何で役所が税金で支援せなあかんのや」というふうに言われているんですけども、じゃあ実は製造業が、ものづくり関係の人が設備投資をしようとするときには、個店支援というか、企業支援はありますよね、普通に。普通にあるんです。商業の場合に、店舗の中の展示棚を何とかしてくれというのではなくて、例えばファサード、店舗の前面のところを直すという場合でも「それはお前の商売のためやろう」という一言で、全部ぱっさりと今まで切られてきているわけですね。店の表の前面のところというと、半分公共道路に面しているようなところで、街並みを含めた公共性があると言えば言えなくもないような気がするところでもそんな感じがします。

例えば「まちの空間として、お買い物ゾーンとして、いい雰囲気をつくりましょう」と言うようなとき、当然一定のハード整備というのは要るんですよ。それでも、それは依然としてやっぱり商売のために何だというふうに整理しておくものなのか。いや、そうではなくて組織、団体として何かを支援するというだけでなく、個店、個別企業に対する支援というのは、ほかの業種では結構あるのだから、場合によってはそこに公共性のようなものを認めることはできないのか。商業だけ違う目で見られているのではないのかなというの、議論の対象になっていいのではないかなという気がしてしまってますね。

そのところは、商業者がかつてどんな対応で上から目線だったのかどうか知りませんが、少し厳しく見られているなという気はせんでもないという気はいたしますので、その辺も含めて、議論になればなと思っていますのですが、どうですかね。そんな見方は甘過ぎるのでしょうか。

○阿部委員 そのことですが、ずっと私、見てきまして、やっぱり商業って非常に厳しいなと。やっぱり、ものづくりはものづくり補助金で、一企業のあれですよ、支援策。これ受益者負担じゃないじゃないですか。やっぱりものづくり。商業には、商店には受益

者負担ノ一という感じで、アーケードを建てるのも絶対独自で、独立して建てなければいけない。絶対こう、その店の利益になってはいけないような、非常に縛りがあったように私は感じていました。

農業もそうです。酪農ももちろんそうです。ちょっとこれ適切かどうかわかりませんが、T P P の場合には収益が落ちたらそれを補填する補助金が出るなんていうのも、ちょっと私たち目線から見ると、えっ、というような状況なので、非常に虐げられていたのかなというような感じが、皆思っていると思いますけれども、それだけいい時代が商店主はあったのかと言えばそれまでなのですが、そんな状況を私は、それぞれの商店の皆さんは感じていると思います。

○石原座長 加戸委員、何か。

○加戸委員 いや、先生が今おっしゃったことは恐らく、差別じゃないですけど、江戸時代の士農工商みたいな話がやっぱり続いていると。なのに、一般に役所だとか金融機関だとかメディアから言われる商店街というのは、同じようにお前たちもお金をもらっているだろうというレピュテーションを受けていると。これがしんどいですよね、一番。

だから、商業は、正直言いまして、誰の支援も受けなくて本当はいいはずなんです。なぜ商店街ができたかという、先ほど言いました、街道とか、松山のある場所とかは武家屋敷があって、ここに商業地を、若しくは物流の拠点と武家屋敷との間にあるから、そこが商業地になるとか、歴史があってなったわけですけども、それって勝手にみんなが集まってきたんですね。

皆さん、行商ってわかりますか。これは法律があるらしくてですね。すみません、法律家じゃないの詳しくは話せないんですけども。行商さん、つまり歩いている、歩きながらおにぎり要りませんかという人は、法律上捕まらないんですよ、公道でやっても。ただ、公道で止まって売ると、これは、公道で何やっているんだということで、問題になる。これは何か、相当昔からそういう法律があるそうで、わかりますか。

商業者はその発想なんです。行商なんです。売れるところに持っていくと。現状、御存じだと思うんですけど、今いろいろなお金が出ているのか、その業界がすごいのかかわからないんですけど、いろいろなイベントがありますよね。そのイベントに街商さんもいらっしゃいますけれども、行商でみんな回っているんですよ、実は。商店街から出た人はですね。

だから、商店街という場所がどうこうというのを、商店主のせいにするのか。商店街という場所が、じゃあ国や行政でもいいし、市民、住民にとってどういう場所で、これからどうしていくのかと。この辺はきちっと切り分けて議論しないと、商店会イコール商店主が良い、悪い、それはちょっと違うかなと思います。

座長が一番実情を御存じのとおり、商店街の代表に商売人じゃない人がなっている場合もありますよね。

○石原座長 結構いらっしゃいますね。既におやめになった方も含めて。

○加戸委員 だから、その辺はきちっと切り分けて、分析を考えていかないといけないし、先ほど保井委員がおっしゃったように、それは一番、うちであればですけど、資産がありますよね、商店街って。これを戦後70年のうち、ここからどうするかという話は、本当に今しないといけないというふうには思いますね。

○石原座長 どうぞ。

○保井委員 よろしいでしょうか。あえていただいた御質問だったので、少しだけ意見を言わせていただくとすると、ちょっと加戸委員と似ているんじゃないかと思うんですけど、私、やっぱり商売人、商業、小売業の方というのは、それこそ投資家に近い人なんじゃないかと思うんですね。

行商の話もありましたように、私の自分の実家を見ても、やっぱり時代に応じて売れる業種に変えていった経歴があるんですね。九州なので、炭鉱がある時代は坑木やってみたりですね。商売人ってすごく、そういう意味で言うと時代の変化に一番やっぱり敏感で、その時々に応じて変えられる力を持っている人たちが、商店街にはいる、いたんじゃないかなと私は思っています。

今動いている人たちなんか、商店街の中でやっぱりすごく元気に動いていらっしゃる方なんかは、やっぱりそういう感覚はすごくあって、それで先ほど、やるべきことは市場を開くというようなことを申し上げたのも、やっぱりそういう意味で言うと、競争できる環境を整えば、もっと自分たちで動くんじゃないかなと思うんですね。

それが、例えば先ほどのように、やっぱり日本のまちづくりの中で、どちらかということ商店街に人が来ないような土地利用にして、国道沿いにどんどん行っちゃったとか、その辺なんかはある意味、もう少しきちんと商店街に人が来るような、これはちょっとこの政策から違うところへいくかもしれないですけども、でも、やっぱり人々が商店街の近くで住むとかですね。そういうようなことも含めて、何か金銭的な支援というよりは、商店街がまた競争できるような環境になっていくような仕組みを考えいくということのほうが、大事なんじゃないかなというふうに思います。

○石原座長 木藤さん、もしありましたら、いや、無理にとは言いませんけれど。

○木藤委員 そうですね。もう、同じようなことになるかもしれないんですけど、油津の場合も港と駅をつないでいる、いわゆる人がもともと歩いていた動線上が商店街になって、さっき言われたように、多分そこにござ敷いて物を並べたのが起源だと思うんですけど、港が人がいなくなって、駅も利用しなくなってというので、多分自然となくなっていくという、もう定説のとおりなので、要はもうそこに、もともとはそこで商売する意味がなくなっている空間だと思うんですね、店がなくなっているというのは。

なので、僕はその、今あるお店をどうこうしろというよりも、まず店舗を誘致しろというほうのスタートでしたので、じゃあ、そこにお店を出したり、あるいはそこに参加するとか、その空間を利用するという意味を、まずつくりたくないといけないのかなというところで、それは、じゃあ同じように、昔と同じように人通りを増やせばお店が張りつくのか

というと全くそうでは、油津の場合はそうではなくて、さっき言ったように、じゃあこのまちづくりみたいなものを、まちを再生していくというストーリーをしっかりと市民の方々に理解をしてもらって、何か今から商店街で新しいことが起きるんだみたいな、そういう可能性とか、そういった期待感みたいなものを高めていくことで、そこで、じゃあ若い人たちが、僕らは店舗誘致という言葉がすごくニュアンスが違って、起業家支援的な感覚でお店を立ち上げたりとか、企業を誘致したりしているんですけども、さっき、ちょっとこの後半の支援策というところの話になってしまうかもしれないんですけども、何かその従来型の、いわゆる人通りをよみがえらせることで商店街を再生していくというような感覚ではなくて、そこで新しい事を起こして、新しい起業ですね、そういうことを起こしていくというような、そういったサポートとか機能みたいなものが、何かその商店街という空間をよみがえらせる一つの今後の新しい策になったりするのかなというような、少し感覚的ですけども、思っています。

○石原座長 ありがとうございます。

笠原さん、何か今の点でございますか。

○笠原委員 商店街って何、どんなものかという話をしましたけれども、やはり商店街って、もう今まで議論されてきましたけれども、成り立ちの経緯というのは、必要があって大体そこに人がいるとか、来るとか、通るとか、そういうところに商業者が集まってきて、商店街という場ができたというのが多くのところであると思います。今、衰退しているところは、全てではないかもしれませんが、そういった役割、人の流れが大きく変わったりして、その買い物をする場としての役割というのはもう徐々に終えてきているというところもあるのかなというふうに思っています。

そこにまだ買い物の場が必要だとすれば、本当に必要最小限のものだけがあればいいという状態になっている商店街が多く見えてきていて、ただ、元気なところはそれでもまだ数多くの御商売やっているところがあって、元気にやっていらっしゃるところは一部あるけれども、多くのところがだんだん役割を終えてきたという段階なのかなというところなので。

やはり、それでも商店街という、生活のインフラですよ。インフラをどう活用していくのかということが、これからこの場で考えていくことなのか。要は、買い物する場ではなく新しい場になるかを考えていくことになると思います。多少金融機関的な目で言うと、何かそこでビジネスをやり続けていく上での経済的な持続可能性をどう担保していくのかということもあわせて考える必要があると思います。余りもうからないようなことも一部必要ではあるとは思いますが、収益を確保できるような仕組みということも考えていかないと難しいのかなというふうに思っています。

○石原座長 ありがとうございます。

お話を伺っていて、どうですかね。商業者、商売しておられる方についてのイメージが、やっぱり2つあるんやなということ、非常に強く思いました。

戦前から非常に栄えた大きな商店街、加戸さんのところなんかはそうだと思いますけれども、そういうところで伝統的にずっと商売をしてこられたところというのは、その昔からちゃんと町に投資してきているんですね。そういう商業というのは、投資をする場所であり機会である。環境が変わればそれに応じて店を変える。「大黒柱に車をつける」という会社もあり、まちづくりからいうと難儀なものではあるんですけども、要するに、駅前の商店街は駅の位置が変われば変わったらいいんやと、ここでおってもあかんというぐらいの意味だと思うんですね、あの言葉は。そういう感覚というのをもちだした世代というのが、古い商業者の中にあると思うんです。

もう一つ、我々が商業の研究者として戦後の小売業のずっと爆発的な増加を見る過程で言うのは、戦後に働き口がほとんどなかった時代に、職を求めてというか、生活の糧を求めて、小売業にたくさんの人たちが入ったんですね。そのときは、小売業は参入障壁が非常に低かった。専門的知識が余りなくても、今なら難しいかもしれないけれども、それほど元手がなくても、経験を積みながら商売を覚えることができたという、そういう世代が今から70年ほど前にあったんですね。その時代に入ってきた人たちというのは、そこから後、新しいというか、昔の本当の投資家的商業者になった人もいるかもしれないけれども、高度成長という恵まれた環境に出会い、投資をして自分で環境を変えるという意識を持つ必要の少なかった人たちがいたようにも思えます。その世代がだんだんと高齢化して行って、90年代ぐらいからリタイアが始まってきて、商店数がぐっと激減していくという、その担い手から言うとそんな形になっているんだと思うんです。

多分、多くの近隣型商店街というのはそういうところが多かったんじゃないかと思うんですね。戦前、商店街と言われたところは、かなり買い回り型の商店街のことをイメージして議論していたはずですので、何かどうもそんな気がしていて。

我々はその意味で、非常に大きな商店街と、近隣、地方都市の近隣型の商店街が一番きつんだということのをさっきの資料で御説明いただきましたけれども、そういうところをどう区別しながら議論するかが問題になるかと思います。同じメニューではとてもいかなのですけれども、議論の中にどのような形で残しておくのか。恐らく全国に1万3,000とか5,000——商店街の数で言えばね、少し減っていつているんですかね——の全部を想定して有効な支援策を投げかけることができるなんて、とても思えないですね、もう——そう言うていいのかわからない、それこそ議事録から消してもらわなあかんかもわかりません。いや、残しておいてください。大丈夫です——というぐらい、それこそ、半分以上の商店街が衰退感をここまで強めている中で、そこまでこ入れができるのかといったら、多分できないと思うんですね。

でも、そこまで全部を吸い上げるというのではなくて、商業者の方に何らかの有効なメッセージを出しながら、一緒になって立ち上がってくれるところを応援したいというような形だろうと思いますし、その際には、多分、個店のなりわいを維持するということではないと思います。先ほどから出ていることで言うと、やっぱり一つの商店街の歴史的な意

味で言うと、町のストックであるかもしれないし、町の中心部として非常に多くのストックを今でも抱えているし、文化の中心、伝統の中心であったかもしれないし。そういう空間として評価するということだと思います。

その空間でもう一度、いろんな商売が機動できるような空間に持っていければいいなということになると、必ずしも現在の商業者だけを相手にしているわけではなくて、むしろ先ほど資料にもありましたけれども、大家さんの話、地権者の話のほうが大きな問題になるかもしれないというような局面も出てくるかと思います。

何となく、先ほどからのお話を伺いながら、そんなことを私は感じてきたんですけど、何かほかに、いやいやもうちょっと言っておきたいということがございませんでしょうか。まだ時間多少ありますので。どうぞ。

○阿部委員 対内的な商店街の問題もそうなんですけれど、対外的な外部環境の中で、先ほど笠原委員もおっしゃいましたけれど、本当にここにお買い物の商店街が必要なのかどうか。もうスーパーあるんじゃないの、もう大型店もあるし、別にそこに商店街がある必要は、必要なのかどうなのかということも、やっぱりきちっとその商店街の店主も理解をして、大型店に入るなり、違うことするなりというようなことも、これはつらいかもしれませんが、そのところで踏ん張って商店をやることもそうなんですけれども、全体を、もうこれだけ変化している中で一体どうなんだろうかということも、やっぱりきちっと見ていく必要もあるし。でも、そこで頑張ろうということであれば、どういう形の方向性で、どんな商店街にしていくのかということを確認していかないといけないのかなということ、まず思うことが一つ。

やはり、もう、どうしても気になっているのは、笛吹けど踊らず。物凄く感じるんですよ。やっぱり全て人の行為ですから、もう基本的に、やる気があるのかないのかということになってくると、やっぱり、やる気のあるところのほうがいろんな知恵も出してくるし、汗もかくし、学んでいくと思いますし、そういうところにやっぱりきちっと、専門家なりの支援をしていただきたいなというのは痛切に、ここ二、三年で思っていることなんですけれども。

○石原座長 何か……、加戸さん、いいですか。

○加戸委員 いや、笛吹けど踊らずというのは、商売に限ったことじゃなくて、いろんな分野であると思うんですけど。ただ、本当に我々も一応、商業者の分野、そして今やかかわっている私の立場としても言いたいのは、やっぱり、地方創生の話でもよく言われていますけれども、手を挙げた人、ところ、自分がやりますと言っているところにしか支援しなくてもいいのかなと。じゃないと、お金そんなに続かないですよと。

私は34歳なので、20年後でも54、40年後でも74。40年後の日本ってどうなんだろうと考えてしまいます。やっぱり財政はそんなに続かないですし、商業というのは足腰をきちっとした商売人がいないと立ち行きません。

というのが、今よくスーパーマーケット、コンビニで言われていますけれど、じゃ、彼

らが商売人なのかといたら、これはサービス業に近い形。もしくは当然、御存じのようにIT化になっていく可能性があって、雇用の面においても、先ほど参入障壁が低いとおっしゃいましたけれど、この小売業で所得を得られる、誰でもチャンスがあるという場も失われると。

ですから、せめて今やらなきゃいけない施策は、限られた資源を、人口ボーナスではなくオーナスの時代で、限りなく減少に向かう中での、その選択と集中。拠点化なり、もしくは尖りをつくるような施策をやっていくことで、商店街という言葉とか場所とかにこだわることではなく、やっぱり地域の住民、市民、そして行政で、正直ちょっとさっきちょっと言いたかったのを、これ最後言うておきますけれど、金融機関。いろいろな商店街によりますけれど、結局、ある金融機関の世代はその土地を担保に貸し出しをして、もうけを得ているわけです。その時代を経て役員になっている金融機関の先輩方、いっぱいいらっしゃるわけですね。逆に、商店主から足蹴にされて、若いころに、商店街にとって悪いイメージしかない行員の方もいらっしゃる。それはさっき言っていた話なんですけれど。

こういう中で、じゃあメディアも銀行も……なぜメディアと言うかということ、地元がわかりやすいんですけども、結局、立ち上げ初期の広告収入って商店街がメインだったんですね。って考えたら、仕返しをされているのか、それとも揺り戻しなのか。確かに偉そうにはしたと思うんですよ、そのときは。この、揺り戻しなのか、何かそういう振り子になってきているのかなと。

これが私が言った70年間の話と、日本の縮図なんです。この商店街にいろいろ詰まった歴史や文化、そしてみんなの思いを次どうするかというのが、私はたまたまそういう組織をやっているからなんですけれど、みんなで考えてやったらいいじゃないのと思いますね。あそこがどうだ、あいつがいるからこうだとか、そういうことじゃなくて、この場所をどうするか、この地域をどうするかのために、どういうふうな資産効率を描けばいいかという。だから特区の発想も出てくると思いますし。

そういうふうな発想を転換しないと、いつまでも自分たちの昔のことを、自分たちで足を食いながら話す形になるので、そういう議論に変えてもらいたいと思います。

○石原座長 どうぞ。

○藪内商業課長 すみません。今、いろいろ委員の先生方からお話を聞いている中で、ある種、商店街というのも一つの資産であって、投資環境がもう少し整えば、もう少し商店街も活性化する。いろいろなお話を聞いて、ややビジネスライクなお話のように聞こえるんですけども、一つ、その商店街というのはある種、公的な役割の一端も担っているとか、地域になくはならないコミュニティだとおっしゃる方もいらっしゃるんですけど。その商店街ってやっぱり地域の人たちに対するコミュニティ性なり、ある種の公的役割の一端を担っているという、こういう機能はこれから商店街は持ち続けられないいけないんでしょうかね。持ち続けるべきなのか。若しくは、そういう機能を持った商店街こそ残さな

いといけないのか。いや、そんなの関係ない、単なる消費空間なんだから、イオンとかコンビニがあればいいんだというのか。

ちょっとお一人お一人にその辺をお伺いできたらなと思うのですが。

○石原座長 では、どうぞ。

○阿部委員 その商店街というか、そのエリアの人たちが、どうしても商店街にそのコミュニティを持ちたいというような、そういう要望なり、これからの方向性なり、また、うちの商店街のように理念が明確であれば、その理念を達成するためにコミュニティという手段を使うという、私はそのように考えております。

観光地であれば、余りそういった地域のコミュニティよりも、もちろん品揃えも違ってくるでしょうし、交流人口を増やしてお土産屋さんで潤うということも、一つの商店街としての手段だと思えますので、必ずしも必要かどうかということは、その地域地域によって違ってくるのではないかなということが一つと。

もう一つは、そのコミュニティと言いながら、本当に商店街にそのコミュニティを担えるだけの覚悟と、その環境があるのかということも一つかなというふうに、私もコミュニティというものを取り組んで感じているところです。

しかしながら、コミュニティはもうかりません。全く収益事業にはなりません。これはやっぱり、ある程度コミュニティの部分は逆に支援していただかないと、何かで商店街という組織が収益を上げて、コミュニティに転化させて、それを維持していかなければいけないという大きな問題を抱えているのが事実です。

以上です。

○笠原委員 すみません、御質問の答えの前に、先ほどの金融機関への期待に対してのお答えをしたいと思います。

実際に、私の最初の挨拶で申し上げたように、信用金庫が大きくなる過程で商店街の方にお世話になっていたというのは事実でありまして、そういった方々に関しては、多くの信用金庫が商店街のお手伝いをしたいというふうに考えていると私は思っています。

ただ、なかなかそれが商店街の皆さん方とうまくつながっていないというのは、今の金融機関は昔とは違いお客様への訪問頻度が大幅落ちていて、その分、収集できる情報の量、質も含めて落ちているというのが現状なのかなというふうに思っていて、その部分で商店街の皆さん方のニーズが、うまく金融機関サイドが拾っていないんだろうというふうに思っています。

その辺は我々としても改善をしていかなければいけないとは思いますが、皆さん、商店街の方々がそういうお声を上げていただくと、拾いやすいのかなと思っています。

商店街にコミュニティ機能が必要かということ、私は商店街が生き残っていくとか発展していくために、コミュニティという部分の機能を発揮していくということは、大きな役割があるのかなというふうに思っていて、ただ、それが、要はできるのか、できないのかというところが、分かれるのではないかなと思っています。

私どもが多少お手伝いしているところの例で言うと、商店街というのはあくまでも場というふうにみなして、そこで地元の物ではなくて遠くの物、例えば九州のどこかの商店街で場をお借りして、北海道の物を持ってきて売ってもらう。そうすると、北海道の産品を九州の皆さん方に売ってもらうという形で、コミュニティというか、コミュニケーションが生まれて、新しい発想が出てくるというようなことが現実的に起こりつつあります。商店街が今後果たすべき機能の一つとして、地域の皆さんと商業者ということだけではなくて、いろんな形でいろんなコミュニケーションをつくる場として役割を發揮できるんじゃないかなというふうに思っていて、我々、多少アピールすると、そういったことも中央機関としてお手伝いをしているというところになっています。

○加戸委員 お答えいただき、ありがとうございます。いいですか。

こういう議論するとき、絶対みんな目的をいつも間違えて忘れてしまうので、目的はやっぱり明確にして、課題を明確にしなきゃいけないと思うんですね。今日は当然、商店街について議論をしているんですけど、商店街が何をしてきたか、今どうなっているかという前提から考えたときに、商店街の施策を何かしなきゃいけないとなったりとか、当然、商店街側もこうしてくれと親会の人たちは言っていると思うんですけど、理由は多分、流動性が落ちているんだと思うんですね。

要は、お金が入ってこない、人が入ってこない。じゃあこれが、流動性が低下した理由は何なのかと。これが一番の課題であり、この流動性さえ増せば、活性化という目的は恐らく達成されると思うんですね。

ですから、金融機関と申し上げた理由は、一つは流動性を与える、勸業の精神で、もしかしたら金融機関というのはしなきゃいけないんじゃないかなという——昔の考え方かもしれないですけどね——発想からしたら、流動性をとめた、もしくは低下したということに対する課題に対する一つの解決策はあるかなという意味で、金融機関のお話をさせていただきました。

すみません、さっきの話、一個だけ皆さんにもちょっと訂正だけさせてもらって。商店街がなくなっていくとは、僕、一言も言っていないので、そこだけちょっと訂正させてください。

ただ、さっきイオンの話をちょっとされていましたが、ショッピングセンターと商店街って、これ、英訳したときにどう訳しますかという話で、ショッピングストリートって逃げる人もいるんですけど、街道という言葉もありますよね。ちなみに松山は大街道ってあるんですけど、これストリートストリートになって、ストリートロード、また変になっちゃいますよね。

だからこれ、結局、ショッピングセンターと商店街が、さっき学生さんが一緒に見ていると言いましたが、すごい純粋な考え方からすると、一緒に見られるんですね。ただ、じゃあ、今日論じている商店街と、そのショッピングセンター、何が違うかといったら、歴史や経緯や、その流行の中でいろんなことがあって、今の見え方になっていると。

今言っていた、まさに金融機関の話もそうだと。

そういう意味では、今、我々がショッピングセンターと言っているところは、めちゃくちゃ歴史が浅いんですね。だから、彼らがこれからどうなるかというところであったり、もしくは戦後の復興の中で、急に赤字国債がどんどん増えていった時代が出てきていますが、その前後の話も含めて、どれだけこの商店街という場所が寄与してきたかとか、どういうふうになってきたかとか。じゃあそれと同じものを、これから30年間、今のショッピングセンターが導き出せるのかとか。

僕は、その批判とか誰が悪いとか言っていないで、今本当に考えないといけないという危機感のもとに、商店街という場所、名前というよりかは、こだわるよりかは、本当に必要なものを本当に必要なだけ、本当にやる気のある人に、本当に支援をする。そういった、正しいことを正しいと言える世の中にもしてほしいし、正しいことを正しくやれるようにして欲しいという意味で先ほど言いましたので、そこは勘違いなく。結構勘違いされる方がいらっしゃるの。

コミュニティに関してなんですけれど、これも必要性に応じてコミュニティというのはできると思うんですね。じゃあ一方で、何とかニュータウン、何とかニューヒルズとか、いろいろありますよね。そこも一応「タウン」と言っていますよね。「まち」と言っていますけれど、じゃあその「まち」が、当然、コミュニティをつくるようにしていろいろやりますけれど、皆さんの今、頭の中に思い浮かぶようなコミュニティができていますかという話です。

私よく言うんですけれど、じゃあ、ドラえもんがありますよね。皆さんドラえもん知っていますよね。ドラえもんのまち、のび太が住んでいるまちって、あそこコミュニティありますかという話と、じゃあ新しくできたマンション、もうちょっと新しい……何か漫画を思い浮かべないんですけれど、そこが、まちって、これ、どっちがコミュニティありますかって、恐らくドラえもんのほうがある。

じゃあ、ドラえもんのまちと、どこかのまち、みんなが「まち」と言ったときに、例えば石原先生、あのまちでじゃあ会いましょうといったときに、銀座のまちでと言うとわかりやすいですね。この「まち」と何が違うかという話なんですけれど、結論からいくと、本当にそこに思い出があるかないかなんですね。

例えば松山の場合はそうですし、多分ほかのところの中心というか、一番メジャーな商店街とか、そういう「まち」という場所は、みんなの思い出がある場所なんですね。だから、その思い出がある場所をどうするかという議論で本当はいいはずで、じゃあ今、昔の思い出がある場所が今どうなっているか。これと、自分たちが必要なコミュニティで、かつ、高齢化社会になっていて、私は理事長なので実際その役やっていますから言いますが、100歳以上の方に銀杯を持っていく役というのがあるんですね。じゃ、これからどんどん増えていく中で、私はボランティアで、どこまでどうすればいいんですかと。

実際、今は松山のある、私のところは私が理事長としてそれを担っていますけれど、こ

れからいろいろな問題がいろいろなところで出てきます。それは、地方行政の効率化の問題であったり、いろんな財政の問題であったりというときに、今の人たち、これからの人たちが、まずそこにボランティア——という言葉自体、余り好きじゃないんですけど——も含めて、そういうふうには地域を支える人がどれだけいますかと。そういう人たちは、昔と今を比べて、どれだけいますかと。いないとしたり、もしいたとして、それを育む、せめて維持する策としてやるためには、どういう組織でどういうふうにしますかと。これは多分今までやっていない。

でも、ないんじゃないですかという、成功例とか答えがって。でも、一つだけ成功したことがあるのは、商店街なんですよ。例えばお祭り。

これは、すみません、いっぱい、一万二千何ぼかある中での全部が全部じゃないと思うんですけど、比較的 successful しているんですよ。ちなみに、うちもしています。びっくりします。100店舗といいましたけれど、100人ぐらい、子供みこしに子供が集まります。小さい子たちが。

というようなことで、コミュニティに関しても正直、鶏が先か卵が先かも含めてですけど、実績しかり、これからの財政を考えたらおのずと答えが出るんじゃないかなという返答にかえさせていただきます。長々と申し訳ありません。

○木藤委員 コミュニティ。そもそもコミュニティが何かという議論になってしまうような気がするんですけど、今はもう若い世代って、コミュニティって別に、もう「場」ではなくて空想の中だったりとか、ネットでつながったりみたいなのところもあるので、本当にコミュニティのことばかり考えていくと、でも一つは商店街、コミュニティかなみたいな話ぐらいしかないかなと思っています。

ずっと今日、議論の中で世代みたいな話が出ていて、商店街にかつてからずっとかかわっている世代と、2代目のような世代だったり、あるいはもうバブルがはじけて経済が縮小していく中で育った世代とで、私たちなんかは、やっぱり日南という人口が減っているまちにいて、例えば高校生とか、次を担う世代というところでどうやってアプローチするのかというのが物凄く課題になっていて、恐らく放っておけば彼らはもう最初から商店街というものは頭にない、そういうコミュニティを見たこともない世代なので、あと5年、10年経ったときに、もうこんな会議すら開かれなくなってしまう時代が来るかもしれないというような危険性もあるかなと思っています。

今、でも実はうちの商店街は、夜市を復活させるときに、高校生とのつながりで、いろんな露店なんていうのを全部高校生がやるような形で、いわゆる人口、若い世代が流出するという課題の中でそれをどう食い止めるかというときに、次の世代にしっかりとシビックプライドみたいな、まちに対する愛着、誇りみたいなものを持たせようという場所として、商店街をうまく活用しようという形になっているんですね。

実は、それで狙っているのはその親の世代だったりして、親の世代というのがちょうど、まだ商店街にノスタルジーを感じている世代で、子供たちが商店街にかかわることで、も

う一回商店街みたいな空間を改めて見てくれないかなというような期待も思いながら、そういうこともやっているんですけれども。

その次の世代という話に戻せば、もしかしたら今、我々の商店街に高校生たちがかわり始めて、例えば商店街の情報を発信するツイッターというのを今、女子高生が5人組で運営しているんですけれども、そういう何か新しいコミュニティとつながっていくようなことみたいなことが、逆にやっぱり、やっていかないと、もう、そういう空間とか、そういう資産という言葉もありましたけれど、多分、消えてなくなってしまうんだろうなと思っています。それは商店街だけではなくて、多分、まちというものの自体がそういう危機感にあるとは思っていますけれども。

なので、でも、じゃあ最終的にぐるっと一回りして、そういうものを何で結びつけていくかということ、やっぱりそういう現場にあるコミュニティみたいなものなのかなということで、実は先々月ぐらいから、この事業って4年間という一つのターンがあって、もう年度末まで差しかかっているんですけれども、一番最後の仕上げとして今、もともと商店街にいたいわゆる60代中心のおじさんたちと、新しく店を持ち始めた30代の子たちと、イベントとかいろんな形でかかわってきた30代、40代、あるいは高校生とか、市役所職員も、今、ずっとリストアップすると150人ぐらいの人がこの4年間で商店街に何らかのかかわりを新しく持っているんですけれど、そういう人たちを一つの場所に集めて、とにかく自分たちが何でかかわったかみたいな、それぞれ思いがあってかかわってきたんですけれど、要はそれぞれのコミュニティ、コミュニケーションというのはまだ今までやったことがなかったもので、そういう場を、ちょっと仕掛けをつくっていくことで、いわゆる横のつながり、コミュニティみたいなもの、ちょっと人為的ではあるんですけれどつくってみたいなと思っています。

そこには本当にいろいろな世代の人たちがいて、いろいろな立場の人たちがいて、でも、それぞれ皆さん、この油津の商店街というものが好きだったり、気になっていたり、ちょっと覗きにきたかったり、いろんな側面でかかわっているという事実があるので、そういう人たちでもう一度自分たちのまちを考えようというところを、今、進めつつあるんですけれど、それはそこそこ半年、1年ぐらいやってみないと成果が出ないかなと思っていますけれど。

でも、やっぱり最終的には結びつけるのは、そういうコミュニティ的な人間のつながりみたいなものが、僕はこのまちに残せるんじゃないかなという期待。

ですから、ずっと今日、実は最初から、商店街再生という言葉捨ててやってきたというんですけれども、捨ててスタートしたんですけれど、最終的には僕は商店街再生に戻ってくるというような感覚でやっているというところなので、そこはコミュニティというお題をいただくとすれば、やっぱりコミュニティなのかなというふうには思ったりはしています。

○保井委員 時間が過ぎていると思うので手短にしたいと思いますけれど。私も、最後ち

よっと発言させていただこうかなと思っていたのは、商店街支援というのは、何かコストを下げる効率化を支援するというよりも、やっぱり場所にいかに付加価値をつけていくか。つまり、もっと高く売れるかということ——非常にわかりやすく言えばですね——、それが大事なんじゃないかなと思います。

そこでコミュニティの質問について考えますと、やっぱり商店街というのは非常にコアなファンがコミュニティとしてあったからこそ、イオンじゃなくてわざわざ、それこそ会話をしながら商店街で買うという構造にあったんだと思うんですよね。だから、そういう意味で言うと、やっぱりコミュニティはあったんだと思うんです。

そういうことを考えると、そういう買っていただく方々に対して、採算度外視でいろんなことをやっていくというのは、商店主としてある意味、投資として自然なことであって、何かそこが縮小してきたときに、商店街が自発的にやるならいいですけども、やらなきゃいけないというふうに押しつけられるのは、やっぱりちょっと違うような気がするんですよね。

ただ、もし、それが例えば自治体として非常に重要な福祉的な機能があったとき、これは商店街が担うのが適しているということであれば、委託事業にすれば、それは商店街としてのビジネスにまたなっていく可能性もあるわけですし、そこは商店街が持つ多面的な機能になりうると思います。先ほども産官学連携みたいな話もありましたけれども、まちとして抱える機能をどういうふうに分担しながらやるかということです。それはまた別の課題としてあるんじゃないかなというふうに思っています。

もう一つは、コミュニティがあるから高く売れたのが1990年代ぐらいだとすると、これからはやっぱりコミュニティ、新しく事起こしをしてくれる人のコミュニティをつくらなきゃいけないのが、これからの時代なんではないかと思うんです。それはまちづくりに近いこと、近い分野になっていくと思いますけれども、新しく商店街に入ってこようとしている人たち、それから、そのファン、それから変わっていくコミュニティに期待、商店街に期待している人たち。そのコミュニティづくりというのは、また今度違う課題として、もう投資的になっていきますので、もう必ず私は商店街に必要なことなんじゃないかなというふうに思っています。

すみません、とりあえず以上です。

○石原座長 ありがとうございます。

私も何か言いたいんですけども、もう時間も過ぎていきますので、次の機会にしたいと思いますが、一つだけ言わせていただくと、コミュニティ、多分ですね、80年代の流通産業ビジョンというのが83年か4年に出たときに、「『買い物空間』から『暮らしの広場』へ」とキャッチフレーズが使われたのですが、それが今また出てきているのかなという感じがしています。

非常にいいキャッチフレーズだったと思っているんですよ。ただし、それに沿ってハード面では支援することはできたけれども、ソフトというか、事業面ではなかなかいいメニ

ューがあったとも思えないということではあります。

これ、さっきの阿部さんじゃないですけど、コミュニティはもうありません。それ自身がお金にならないだけではなくて、コミュニティ活動というか、何かをすることが商売のほうに返ってくるかという、それもなかなか期待できるとは限らない。だからただ乗りが発生しやすくなる。その辺が非常に難しいところで、その中でコミュニティ機能をどう担っていいのか。

そういう役割というのは、商店街が担うかどうかは別にして、必要だということについては恐らく異論はないところなので、その辺の中で商店街が果たせる役割があるのかないかなどが、引き続いての議論になっていくのかなと思います。

活発な御議論いただきまして、時間を超過してしまって大変申し訳ございませんけれども、今日のところはこの辺で打ち切らせていただいて、次回以降、せっかくお集まりいただいていますので、テーマを設けて各委員さんからプレゼンをしていただくようなことをお願いするかと思いますけれども、その節はひとつよろしくお願いを申し上げます。

では、最後、ちょっと事務局のほうから。

○藪内商業課長 次回の開催は、1カ月後の年明け、1月18日水曜日を予定しております。時間は本日と同じく14時半から16時半でございます。

それ以降、月1回程度のペースで開催してまいりたいと考えているところでございます。先ほど座長からお話のありました、場合によっては各委員からのプレゼンにつきましても、個別にご相談させていただければと存じております。

どうぞよろしくお願いをいたします。

○石原座長 それじゃ、今日はこれでということで、どうも御苦労さまでございました。延長して申し訳ございません。