

## 新たな商店街政策の在り方検討会（第5回）

### 議事録

日 時：平成29年6月7日（水）15時00分～16時54分

場 所：経済産業省別館312各省庁共用会議室

○石原座長 お待たせいたしました。

まだあとお二人、お見えになる御予定の方が来られていませんけれども、時間も参っておりますので、ただいまから第5回「新たな商店街政策の在り方検討会」を開催いたします。

本日も御多用のところ、御出席いただきましてありがとうございます。

木下委員は、今日御都合で御欠席という連絡をいただいております。あと2人、間もなくお見えになると思います。

前回から少し時間が空いたのですけれども、その間に事務局のほうで、精力的にこれまで御議論いただいた点について取りまとめるという作業をしていただきました。今日はその中間取りまとめ（案）について御議論をいただきたいと思っております。

まず、事務局から中間取りまとめ（案）について御説明をいただきまして、その後、時間の許す限り自由討議ということにさせていただきます。

それでは、課長からお願いします。

○藪内商業課長 御説明の前に、本日の検討会はペーパーレスで行います。資料をお手元のiPadに保存してございますので、そちらから御覧いただければと思います。不具合等ございましたら事務局をお呼びください。よろしいでしょうか。

早速、資料1「新たな商店街政策の在り方検討会 中間取りまとめ（案）」について御説明させていただきます。

まず、2ページをお開きくださいませ。「1. 検討の背景」といたしまして、「小売業の現状」「商店街の現状」「空き店舗の現状」等々の図、グラフを載せさせていただきます。全部ではございますが、かいつまんで御説明させていただきます。

まず、2ページの一番上のグラフなのですが、小売業の事業所数、従業者数、年間商品販売額、売り場面積の推移を、平成6年を100として比較してみました。これには、新委員から以前御提出いただいた資料を参考にしながら、坪効率もあわせて入れたものでございます。

平成6年と平成26年とを比較しますと、売り場面積が11%増加した一方で、年間商品販売額は27%、約3割減少しています。坪効率は34%の減少となっていて、従業者数も3%減少しています。これらのことから、売り場面積が増えて業務量が増加したにもかかわらず、年間販売額が減少しているため、人件費が上がりにくいという状況が生まれていることが推測できるわけでございます。

その下のグラフは、「百貨店、スーパー、コンビニエンスストアの販売額の推移」で、コンビニだけが順調に販売額を伸ばしています。

3 ページを御覧いただけますでしょうか。大規模小売店の出店件数は、平成24年以降減少を続けております。また、ここ最近では、1 万<sup>m</sup>2超の大規模店の出店件数も少なくなっている次第でございます。

3 ページの下の表は、今後65歳以上の人口が増加する一方で、生産年齢人口、15歳から64歳までの人口は大幅に減少していくと推計されているものでございます。

4 ページでございますが、一方で高齢化が進んで、高齢者の人口に占める割合は高まるのですが、「世帯主の年齢階層別 1 人あたり 1 ヶ月の支出額」を見てみますと、縦が各消費項目、横が 5 歳ずつの年齢構成になっているのですが、支出額の多い年齢層の上位 1 位から 3 位の支出額を赤い字で示しております。つまり、これをずっと見ますと食料品、住居設備修繕・維持、水道光熱費、医薬品、保険医療サービス、教養娯楽、交際費というのは、65歳以上の方々のほうが多く支出しているという結果になっているわけでございます。また、2040年における将来人口予測が人口は16.2%減るのに対して、消費支出は10%の減にとどまると推計されております。したがって、高齢化が進んでいったとしても、高齢者にうけるような品揃えといったことをすれば、まだまだ消費は何とか底支えできるのではないかと考えております。

5 ページをお開きください。今度は「商店街の現状」でございます。

上の表は、商店街の年間販売額、事業所数、従業員数等々を見たものでございます。基本は商業統計でございますが、途中経済センサスを入れたりして、連続していないところもございまして、平成 6 年と平成26年を比べますと、年間販売額は商店街が小売全体の約 46%を占めておりました。事業所数は42%、従業員数は44%を占めていたのですが、20年経って平成26年になりますと、販売額、事業所数、従業員数、それぞれ約10%ずつ減少して30%台半ばぐらいになっているところでございます。

6 ページをお開きください。最近の商店街の景況でございますけれども、景況についても、「衰退している」「衰退の恐れがある」と回答している商店街が67%、約 7 割とまだまだ高い状況にあるわけでございます。

7 ページの上の表でございますが、商店街における問題点は何ですかと聞きますと、断トツで経営者の高齢化による後継者問題、次が集客力が高い・話題性のある店舗がない、次が店舗等の老朽化等々となっていていっているところでございます。8 番目に空き店舗の増加というのが出てきますが、一番上の経営者の高齢化による後継者問題が解決しない限り、将来は空き店舗の増加というところにつながっていくわけでございます。

7 ページの下の折れ線グラフですけれども、中小企業全体の経営者の年齢分布でございます。20年前、1995年は最頻値が47歳でしたが、20年経って2015年ですと66歳となっていて、中小企業の経営者の年齢が高齢化していることがうかがえると思います。

右の円グラフですが、「後継者問題への対策」なのでございますけれども、商店街における一番

の問題は何ですかと言って、経営者の高齢化による後継者問題だと答えた方が結構いるのですが、対策は講じていないというところが9割を占めているというのが現状でございます。

8ページの上の最も多い商店街の来街者層の変化でございますけれども、平成21年までは半数以上の商店街で主婦が来街者の中心層でありましたが、平成27年度には高齢者が来街者の中心層である商店街の割合が、主婦が来街者の中心である商店街の割合を上回っていて、高齢者の割合が増えているところでございます。

「空き店舗の現状」でございますけれども、平成27年の商店街における空き店舗数は平均で5.35店、空き店舗率で見ますと平均で約13%となっているところでございます。

「今後の空き店舗の見込み」について尋ねたところ、今後も空き店舗が増加すると答えている商店街の方々が42%を占めているわけでございます。

9ページの上の円グラフを御覧ください。商店街における空き店舗の割合が一般的に10%を超えると商店街にとって問題となると言われているのですけれども、商店街向けに行った商店街の空き店舗に関する調査によれば、これは昨年の調査でございますけれども、空き店舗の割合が10%を超える商店街はなんと全体の47%、つまり、約半分と高い割合になっているわけでございます。

空き店舗が埋まらない理由としまして、地主、家主といった貸し手側の都合による理由としまして、一番多いのは所有者に貸す意思がない、2番目が店舗の老朽化、3番目が家賃の折り合いがつかない。

10ページでございます。テナント側、借り手側の都合による理由としまして、一番は家賃の折り合いがつかない、2番目は商店街に活気・魅力がない、3番目が店舗の老朽化となっているところでございます。

空き店舗は、まちのイメージや魅力を損ない、商店街全体の活力に大きな悪影響を及ぼすのですが、それにもかかわらず、46.5%の商店街が空き店舗の発生に対して特に何も関与していないという答えが返ってきたわけでございます。

商店街に空き店舗があることによる悪影響としましては、商店街としての魅力の低下と答えていらっしゃる方が8割になっております。やはり商店街の魅力を維持していくためには、空き店舗の解消が必要だと考えられるわけでございます。

空き店舗の所有者の方々に行った調査では、空き店舗になった理由は商店主の高齢化、後継者の不在が4割と最も高く、商店主が高齢化している中では、今後さらに空き店舗が増加するおそれがあるわけでございます。

12ページをお開きください。商店街内の空き店舗が解体・撤去された後の利用状況についてですが、「駐車場」「空き地のまま」「住宅」で結構な割合を占めているのですが、商店街が持つ集積によるメリットを失ってしまうため、空き店舗は店舗として活用していくことが必要だと思っております。

13ページでございますが、こういった現状の中、本検討会において商店街をそれぞれ個

店が集まる商いをする場としての「空間」、商店街の中で商いをする個店や商店街組織が行う「事業」、商店街で働く人で構成される「組織」、商店街にある店舗といった不動産やそれを所有する人たちの「資産」と、「空間」「事業」「組織」「資産」に分けて整理を行ったところです。

「空間について」は、流動性を失った現在の商店街の必要性について疑問が呈され、新たな価値を持つ開かれた商店街に変えていくべきだとの意見が多く出されました。また、商店街を将来につなげていくためには、若い世代や商店街に関心のある市民との接点を持つことが必要との意見もあったところです。やや長くなりますが、この検討会で御議論ただいて出てきた意見はほぼこの4つのカテゴリーに分けて整理して、ほとんど全て載せさせていただいているところでございます。

少し飛ばしていただいて、16ページ、「事業について」ですが、商店街がその力を維持していくためには、新しい個店へ入れ替わっていく新陳代謝が必要との意見がありました。また、コミュニティを担うことは商店街の目的ではなく、あくまで商機能を維持していくための手段であるとの意見が見られました。

「組織について」ですが、商店街が新しい役割を担っていく上では、組織も新しい考え方を持つ組織に変わっていくべきとの意見がございました。

「資産について」は、商店街の資産所有者は商店街の資産が活用されるよう動いていくことが期待されるとの意見があったところでございます。

18ページでございます。「3. 今後の政策の方向性」ですが、これまでの商業政策といえますのは百貨店法、大店法に始まる、いわば商業調整というのが中心になって行われてきましたが、日米構造協議によって大店法が徐々に緩和されていき、とうとう平成10年、WTOの勧告によって大店法は廃止されました。その後は商業調整から、都市計画法による大型店の立地管理への移行を図ることとして、まちづくりの中で商機能のあり方を考えることとした次第です。そのため、中心市街地活性化法、大規模小売店舗立地法、改正都市計画法、これらを「まちづくり3法」と呼んでおりますが、これらが制定されたところでございます。

しかしながら、なかなか中心市街地及びその中の商店街の衰退が進行していることを踏まえ、さらに改正を行い、平成21年には地域商店街活性化法を制定して、商店街を商機能の担い手のみならず、地域コミュニティの担い手としても位置づけ、地域と一体となったコミュニティづくりを促進することによって、商店街の活力を推進することとした次第です。さらに平成26年には、国交省が推進しているコンパクトシティー政策との連携をより強化するために、中心市街地活性化法を含め、ほかに3法が改正されたところです。

以上のような商業環境の変化の中で、中小企業庁が商店街に対して、専ら商環境の整備、つまりアーケードとかカラー舗装の整備、街路灯の整備といったことを行ってきたわけでございます。地域コミュニティ機能、買い物機能を高めるための施設整備であるとかイベントも支援してきたところでございますが、平成24年度、平成25年度の補正において、消

費税引き上げに際しての商店街への体力強化、激変緩和措置として、アーケード整備やカラー舗装といったハード整備、イベント実施に対し重点的に支援を実施しました。しかしながら、アーケード整備には多額の費用がかかるだけでなく、メンテナンス費用や撤去費用が多額となって、それが商店街組合員の負担となって経営に影響するなど、必ずしも効果的とは言えなくなっています。このため、平成27年度からはこういったアーケード整備のようなハード整備への支援をやめ、商店街組織が行う社会的な課題に対応して行う全国的なモデルとなるソフト事業を中心に支援をしてきたところでございます。社会的課題といたすのは、高齢者のための宅配であるとか子育て支援施設を商店街の中につくるといったことでございます。

20ページでございますけれども、ここから「今後の政策の方向性」と銘打って書かせていただいております。商店街がかつてにぎわっていたのは、買い物場であるなど商店街に行く理由があったからであります。しかし、現在では、大型店やインターネット通販など、商品を容易に入手することができるようになり、多様化して人の流れも変化しています。それに合わせて、商店街が果たすべき役割も変化してきております。今の商店街をかつての商店街に戻すことを考えるのではなくて、商店街を利用する新しい意味をつくる必要があると考えております。

まず、「商店街の空間としての再評価」。商店街をまちの資産として再評価し、コミュニケーションをつくる場として、新しい価値を与えることで新しい役割を発揮させることができるのではないのでしょうか。

「まちづくりとの連携」でございますが、一つ一つの商店街は歴史、文化、立地環境、住む人、訪れる人等々異なっていて、それぞれの商店街はそれぞれに適した役割を担い、発展してきたわけでございます。これからも商店街が地域に求められ、地域の中で役割を担う存在であるには、今後5年、10年、20年というまちづくりを考え、その中で地域の商機能はどうあるべきか、商店街はどうあるべきかについて、地域の中で合意形成していくことが必要であると考えております。

商店街というのは、大体まちの中心部にあって、その地域の顔となっていることが多いのですが、まちづくりを行っていく中で商店街を商機能を担う既存のインフラ資産として活用しつつ、単に商品やサービスを提供する場所ではなく、まちに必要とされるプラスアルファの価値をつけたものとして、住民が集うまちの拠点としていくことが必要だと考えられます。

そういった合意形成に当たっては、例えば現在各自治体で検討が進んでおりますコンパクトシティ政策の中の立地適正化計画というのがあるのですが、この立地適正化計画を策定する過程で、地域の商機能の今後についてもあわせて考えるなど、まちの将来の姿とあわせて商店街について考えていくことが必要とされると思っております。

今後のまちづくりにおいては、足りないものは新しくつくることのみを考えるのではなくて、既存のまちの資産を最大限に生かす考え方も必要となります。また、一つの組織で

全部を行うのは到底無理なので、地域で行う事業それぞれに適した組織をつくって、重層的に活動を展開していくことも必要になると思っております。例えば、官民をつないで効果的に地域の事業を推進できる体制を持つエリアマネジメント推進組織というものをつくり、活動していくことも一つの手段だと考えられます。イギリスやアメリカではB I D制度を始めとして、エリアの資産所有者が負担金を出し合って、エリアの価値を高めるための事業を行う組織があり、そういった取組を参考に地域の価値を高める取組を開始することも検討していく必要があるのではないかと考えます。

その一つの例として、愛媛県松山市では一つ一つの商店街ごとの活動ではなくて、5つの商店街組織で構成される松山中央商店街連合会とか、商店街組織、自治体、商工会議所、地元鉄道会社、地元金融機関から出資を受けて活動するまちづくり会社、地元企業やマスコミ、個人ボランティアも参加する一般社団法人など、産官学金労言が連携して活動に合わせてさまざまな組織を構成し、自立した持続可能なまちづくりのための活動を行っているところでございます。このように重層的に活動を展開していくことも必要ではないかと考える次第でございます。

22ページをお開きくださいませ。「資産所有者の責任」ということを書かせていただいておりますが、商店街はまちの資産であって、商店街内の資産所有者は自らが事業をやめた後であっても、まちづくりの主体として責任と誇りを持って商店街に携わり、商店街をつくっていける環境づくりが必要ではないかという意見がございました。

資産所有者がさまざまな理由で自らが資産を活用し、商売を行わないのであれば、ほかの人に資産を活用してもらうことを考えて、商店街に新陳代謝をもたらしていくことが期待されます。また、賃貸などを行う際には、その条件を若者など新たに商店街内で事業を始める人たちに合わせるなどして、自ら責任を持って次の商店主を探し、開かれた商店街をつくっていくことを考えることが望まれます。

商店街としても、資産所有者から空き店舗の改修やテナント誘致などについて協力が得られるよう、日ごろから商店街と資産所有者との間で良好なコミュニケーションを保つことが重要だと考えております。そういった良好なコミュニケーションを行うためにも、地権者の商店街活動への理解、協力を促すランドオーナー会議などを行っている商店街もあります。例えば長野県佐久市の岩村田本町通り商店街では、空き店舗所有者と商店街組織の理事で「大家さんサミット」と呼ばれるランドオーナー会議を行い、商店街のビジョンを共有して、その後も空き店舗所有者への通信を定期的に出すなどで空き店舗所有者との良好な関係を構築しているところでございます。

これらの取組を通じて資産所有者には、商店街において事業を営んでいなくても、商店街に対し責任のある者であることの自覚を促すことが期待されるところでございます。商店街としても、商店街が活動していく上で、必要となる所有者等の関係者に関する情報を整理して、見えるようにしていく取組を考えることが必要です。

平成28年度に行った空き店舗所有者向けのアンケートによると、空き店舗所有者の居住

地は、空き店舗なのだけでも居住部分があってそこに住んでいるという方が約3割、空き店舗と同一の都道府県内が約5割、その他が1割となっていて、商店街に居住していない所有者が6割を超えている現状であります。また、空き店舗の所有者の年齢は60歳以上が7割を超えております。今後空き店舗の資産所有者の世代が変わり、資産所有者と商店街との結びつきが薄くなっていく前に対策をとることが必要だと考えております。

23ページの「個店対策」でございますけれども、平成27年度の商店街実態調査によれば、最近3年間の来街者数の変化について、減ったと回答した商店街が56.6%、約6割ございます。来街者が減った要因として、最も多いのが魅力ある店舗が減少している、商店街における問題としても集客力が高い話題性のある店舗がないという回答が4割となっていて、個店に関するものが結構高い数値となってあらわれているところでございます。

24ページでございますが、大型店の立地やインターネット通販の普及によって、消費者の商品購入の方法が多様化していて、必ずしも商店街に行かなくても必要なものが手に入るわけでございますけれども、魅力ある個店があれば商店街に足を運ぶ理由があるわけでございます。商店街という商業集積を維持していくためには、差別化された商品・サービス提供を行うなど、行きたくなる魅力のある個店の立地が不可欠となっております。魅力ある個店といいますのは、何も東京で流行っているようなスイーツのお店を地方の商店街につくるということではなくて、例えば地域に密着した商店街を目指していくのであれば、単なる消費空間ではなく、店員とのコミュニケーションを通じて地域住民とのコミュニティを形成するとともに、その中から消費者が必要としている商品やサービスを情報収集し、品揃えなどを改善していくことによって、固定客を獲得していくことというのも個店の魅力を上げることにつながるのではないのでしょうか。

特に、我が国全体で高齢者が増加している中、商店街においても高齢者が最も多い来街者層となっているのですが、こういった方々は若者と違ってインターネット通販などは余りやりませんので、むしろ対面販売を行うことができる個店は今後こうした高齢者の客層を取り込んでいくことが焦点となると考えております。

また、観光客向けの商店街であれば、観光客の関心を引くために地域資源を活用したその地ならではの個性的な商品やサービスをそろえることが必要となりましょう。こうした地元の事業者と連携することによって、地域内の経済循環にも貢献することになり、商店街の活性化だけでなく、地域の活性化に結びつくことにもなります。

このように、個店がさまざまな創意工夫をすることによって商店街内の個店が活性化すれば、商店街に人が多く訪れるようになり、また、それが新たな店舗の立地にもつながり、また、ほかの個店へもプラス効果が波及するという一方で、商店街の中で商店街全体が活性化していくことにつながるわけでございます。こうした好循環を生み出すことによって、商店街に個店が立地する優位性が生まれ、さらなる個店の立地によって商店街としてのにぎわい・活気が生まれてくる。

このように、商店街の活性化を図る上で、いかに魅力ある個店の立地を促進していくか

は重要な観点となっております。このためには、商店街にある一つ一つの店舗が努力し、魅力をつくっていくことによって、個店が軒を連ねる集合体としての商店街を維持していく必要があると考えております。

個店対策の一環でもありますが、「空き店舗対策」でございます。商店街が抱えている経営者の高齢化や後継者不足、魅力ある店舗の不足といった問題によって、商店街内の新陳代謝が止まってしまうと、空き店舗の発生に結びつくわけでございます。こういった空き店舗対策として、空き店舗が増加した商店街で対策が功を奏してうまく再生していった事例が幾つか見られるわけでございますが、その中の一つに宮崎県日南市の木藤さんのところなのですけれども、自治体が商店街の空き店舗対策に正面から取り組んだ事例であります。木藤さんというすごく優れたテナントミックスサポートマネージャーという方がいらっしゃってのことでありますが、その木藤さんに伴走するように自治体の職員も本気で取り組んできた結果でもあると考えているところでございます。

愛知県名古屋市の円頓寺商店街、高木委員のところの商店街ですが、ここはここで行政の力は全然借りなくて、商店街の人材だけでなく、外部の建築家だとかコンサルタントが中心になって、自主的な活動組織、ナゴノダナバンクを形成して、商店街のこれまでの知見だけでなく、外部の専門人材の協力も得て空き店舗対策に成功している事例でございます。

また、福岡県北九州市では、外部の空き店舗の有効活用の知見を得ながら、民間の自立型のまちづくり会社を中心となって、遊休資産をリノベーションしたり、チャレンジショップにしたり、スモールオフィスにしたりして、有効活用成功している例でございます。ここは民間主導の公民連携を基本とするのですが、民間主導のプロジェクトを行政が後追いで支援するという形で成功を収めている例でございます。

空き店舗の問題について詳しく見ますと、貸し手側の問題としては、貸す意思がなかったり、店舗が老朽化して貸しにくいという問題もありますし、借り手側も商店街に活気や魅力がないというのものもあるのですが、店舗の老朽化といった問題があります。それぞれの問題について解決していくような中小企業庁の取組が求められるわけですが、例えば商店街等において店舗を借りたいというニーズがあるにもかかわらず、貸し手側が店舗が老朽化していて貸しにくいといった問題については、例えば税制の軽減措置であるとか空き店舗の改修のための財政的な支援であるとか、低利融資といった金融支援などについて関係省庁とも連携しながら検討し、新たな商売を始めようとする人が商店街の資産を有効に利用できるような仕組みにしていくことが必要だと思っておりますし、検討しているところでございます。

また、土地・建物所有者への空き店舗解消に向けた協力依頼というのも重要になってくるのですが、昨年行った我々のアンケート調査でちょっと意外だったのが、商店街向けの調査で、商店街組織が商店街の空き店舗所有者に対して活用策を提案したことがありますかという問いに対して、ほぼ9割はありませんでしたのですが、1割、12%と少数である



のですけれども、この方々が空き店舗所有者に提案をしてみたところ、提案に対して空き店舗所有者から同意を得られましたかと言ったら、得られた割合が47.5%、約半分と高い割合になっております。このことから商店街組織が空き店舗所有者とコミュニケーションを密にして、まちをどのようにしていきたいかという考えを共有して、空き店舗解消に向けた協力依頼をしていくことも有効ではないかと考えているところでございます。

さらに27ページでございますが、今まで述べましたように、空き店舗所有者の年齢は60歳以上が7割を超えております。貸し手側としては、契約が面倒だといった意見とか、出ていってほしいときに出ていってくれないと困るな、貸しにくいといった意見もあります。商店街組織やまちづくり会社、自治体と連携した地元不動産会社が貸し手側と借り手側の仲介をマッチングすることによって、円滑に契約がなされるといった契約の仲介なども必要となってくるのではないかと考えております。

今回の調査において、行政が主導する有効な空き店舗対策として、空き店舗情報の積極的な発信というのが上位になっているところであります。各自治体が県単位だったり、市町村単位だったりするのですが、全国でところどころあるのですけれども、自治体が運営している空き家バンクにおいて空き店舗についても紹介している事例がございます。こうした制度を商店街と自治体が連携して活用していくことが必要であります。中小企業庁としても、関係省庁の国交省などと連携して、全国的に空き店舗を紹介できるような仕組みについて検討していくことが求められております。

空き店舗解消に向けては、商店街が開かれ、新たな人材が商店街に入ってくられるようにしていくことも一案であります。例えば商店街の近所に専門学校があると、いろいろな専門学校があるのですが、例えば宝石の専門学校の卒業生ですと、商店街の中にジュエリーショップを開いてみたりとか、調理師専門学校を出た生徒さんは商店街の中で飲食店を営んだりとか、専門学校の学生などが自分の専門知識を活用してショップを開くといった例が結構ございます。このように地域の実情に応じて、商店街内で開業しやすいように空き店舗を活用したチャレンジショップなどを整備していくことも空き店舗解消につながると考えております。

27ページ下のほうですが「支援のあり方」、本検討会においては、全国の商店街全てを対象とした支援を行っていくことは難しいという意見が多数を占めております。全ての商店街に対し平等に支援していくのではなく、まちの中で商店街の必要性や果たすべき役割について合意ができていて、自ら手を挙げて役割を果たすべく取り組んでいく商店街に支援を重点化していくことが必要ではないかと考えております。

支援に当たっては、現場に即した対応が必要であって、ある程度商店街を類型化し、商店街の持つべき機能、規模やステージに合った支援を行っていくことが必要ではないかという意見もございました。

商店街が持つべき機能として、主に生活支援型、地域に根差して地域住民の生活を支える商店街であり、規模は比較的中規模から小規模と考えられるという型もございますし、

エリア価値向上型、まちの中心に立地して、そのまちの価値を高める商店街であり、規模は大規模から中規模なものが多いと考えられます。観光型、インバウンド、アウトバウンド両方なのですが、国内外の観光客をターゲットとした商店街であって、観光客数に応じ、規模はさまざまと考えられます。

さらに、ステージとして、新しい事業に取り組む意思のない停止期、新しい事業に取り組もうと動き出した初動・助走期、事業を開始し、成長していく成長期、事業が軌道に乗り、次の一手を考えていく安定期に分けられるとっております。それを図示したのが下の表でございますが、商店街を目指す姿によって類型化し、さらに規模、それぞれのステージによってそれに対する支援メニューもいろいろと細かく整理したところでございます。

例えば、大規模で安定期にあるエリア価値向上型の商店街は、事業の安定的な運営と次の世代につなげるための人材育成をしていくことが必要でありますし、小規模で初動・助走期にある商店街は、まず商店街がまちの中で果たすべき役割を明確化していくことが必要であります。具体的には、今ある商店街の現状を把握して、その現状をもとに今後どういった商店街にしていくのかというビジョンづくりなどもここに入ります。これらの商店街を全部一緒くたにするのではなくて、その商店街に合った適切な支援策を選択していける仕組みづくりが必要だと考えます。

29ページですが、自治体は商店街に人が集まるような土地利用にするなど、役割を決めた商店街に対しては、商店街が競争力を持てる環境にしていく仕組みづくりをすることも一案であります。

商店街振興を担う組織については、これまで商店街振興組合、事業協同組合といった商店街内部の関係者のみで構成される組織であることが多かったわけですが、構成員の高齢化や事務職員の不足など、十分な機能を果たしているとは言えない組織も増えている今日このごろであります。今後はまちづくり会社やエリアマネジメント推進組織など、商店街を含めた地域を活性化させていく組織も積極的に活用していく必要があると考えられます。また、支援対象も商店街内の個店同士の連携体などに対して支援を行える仕組みは必要ではないかと考えます。

また、商店街が活動していく上で必要となる基本的な情報を整理してフォーマット化し、商店街に提供していくことも考える必要がございます。商店街にはどんな人材がいて、どんな歴史や文化、資産を持っていて、資産所有者とか顧客層はどういった人たちがいるのか、関係者は誰がいるのかといったことを整理し、商店街の価値が目に見えるようにしていく、見える化と呼んでいますけれども、商店街が新しい取組を行っていく上で、こういった基本情報が見える化していくことは必要だと考えているところでございます。

また、商店街に対する支援はいずれの段階においても、専門家を活用したソフト支援が必要になる場合が多いと思いますが、現在、商店街支援の専門家を有し、ソフト支援を行っている専門の組織としては、株式会社全国商店街支援センターがございまして、商店街が新たな事業を始めるための支援が必要なときや、既存の商店街振興組合の組織が十分な機

能を果たせていないとき、機能の強化を図りたい場合などは、この全国商店街支援センターが適切なサポートを行っていくことが求められております。そのほかにも、商工会、商工会議所、中央会、国のよろず支援機関といったところと連携し、適材適所のきめ細かな商店街支援体制を構築することも検討する必要があります。また、金融機関も重要なプレイヤーでございまして、金融支援だけでなく、金融機関が持つ地域内外のネットワークを活用し、商店街と人・モノ・情報をマッチングさせることが金融機関に期待されているところでございます。また、余り商店街とかかわりのなかったNPO法人との連携やボランティアの活用など外部組織の活用が、商店街が機動力ある活動をしていくためには必要だと考えているところです。なお、支援を実施するに当たってはその効果を適切に測定することが必要であります。これまで実態把握のために商業統計を活用していたのですが、商店街の実情を捉えられる統計の整備についても少し検討していく必要があるのかなと考えます。

最後に30ページの「4. 今後の課題」でございしますが、商店街は今、未来志向の新しい商店街に変わるための分岐点に置かれていると思っております。地域において商店街は何のために必要で、どのような役割を担っていくべきか、商店街のことだけを見るのではなくて、まちづくりの観点から特に基礎自治体、商店街の店主、地権者、住民が覚悟を持って真剣に考えていくことが必要な時期に来ていると考えております。

中小企業庁といたしましても、他省庁や自治体と連携した、商店街が真に必要な施策をとる必要があり、本中間取りまとめを踏まえ、今後どのような施策がとれるかをフォローし、検証していく所存でございます。以上です。

○石原座長 ありがとうございます。

非常に大部な報告書なのですけれども、予定の時間ぴったりに収めていただきまして御苦労さまです。ありがとうございます。

おかげさまで、時間が1時間余りと十分ございますので、これから自由に御討議いただきたいと思っております。大きな枠組みの話からでも結構でございますが、恐らく今までの御議論いただいたことを受けながら、別に平均値をとるわけでも何でもありませんので、それを事務局で咀嚼しながら一つのストーリーとしてまとめていただいたことになりますので、ここは誤解があったのではないかとか、そういう意味ではなくてとか、むしろ強調したかったことが漏れているということがありましたらおっしゃっていただきたいと思っております。一応これから先は御討議いただいたものを最終の報告書の中にもできるだけ反映させたいと思っておりますので、これは暫定版でございます。どうぞ御自由に御発言いただければと思っております。

加戸さん、途中で気になっていらっしゃるところがございましたか。

○加戸委員 表記の違いだけなので事務局で直してもらいます。大丈夫です。

○石原座長 ありがとうございます。いかがでございましょうか。

何回目のおきですか、こういった商店街の空間としての評価、ちょうど目次を見ていた

だきたいのですが、「まちづくりとの連携」「資産所有者の責任」「個店対策」「空き店舗対策」、その上でのこれからの支援、対策という大きな枠組みといたしますか、柱立ては一度御議論いただいていると思います。

それから、数ある商店街と一口に言っても規模も違えば性格も違う。何かの形で分類するというか分けないことには話にならないだろうという議論はもともとありまして、それを28ページのような形で一応、性格、規模、ステージということで分類をして、提示をしていただいたということになっています。この分類はいつも悩ましいのですけれども、余り細かくすると何が何かわからなくなるし、余り荒っぽいと目が粗過ぎるといってお叱りを受けるのですが、その辺についても御意見をいただけたらありがたいと思います。いかがでございましょうか。

○新委員 誰もしゃべらないなら、遅れてきたのでしゃべりづらいですが。

○石原座長 そうおっしゃらずに。

○新委員 しゃべります。遅くなりまして申し訳ありません。

この報告書は、非常に重要なことを様々指摘していると思います。ただ、一つ意識しないといけないのが、商店街がどういう空間であるかという点です。これまでも検討会の中で商店街をどう定義するかという点について話題提供させていただきましたが、店舗が集まっているというだけで商店街を考えることが難しい時代に入ってきているのではないのでしょうか。現在、商店街エリアでは、空き店舗の増加、高齢化の進展、あるいは中規模以上の都市中心部では新規住民の増加など、環境が急速に変化しています。これまでの商店街は「店舗の連担」ということで議論を進めてきましたが、果たして店舗のつながりで商店街について議論できるのか。こうした問題意識を持ったとき、考えるべき方向は二つあるように思います。

第一に、商店街が周辺エリアの管理を担うという方向性です。この点については保井先生が御専門なので私が指摘すべきことではないかもしれませんが、話をさせていただきます。もし、商店街を「店舗の連担」と考えると、その全てが「私的空間」となります。ですが、商店街は、アーケードや街灯など、店舗周辺の空間を管理してきました。商店街は、協同して、周辺の空間を管理してきた実績があります。現在、空き家・空き店舗の増加など、都市管理の問題が浮上しています。そうした社会状況の中で商店街を都市の管理主体として脱皮できないか。そうした可能性を追求すべきです。

第二に、第一の方向性とつながりますが、公的空間でいかに「稼ぐか」という方向性です。こうした動きはニューヨークなどで進んでいると思いますが、公園や道路の管理だけでなく、オープンカフェ、移動販売、あるいは広告スペースの設置などを通じて、公的空間で稼ごうというわけです。当然、公的空間の活用は、店舗エリアの活性化にもつながります。

以上二つの方向性は、中心市街地活性化の流れの中で、この20年ほど議論されてきたことではありますが、この度の報告書でも改めて言及すべきことであるように思います。

「公的空間の管理」「公的空間の商業化」といっても、商店街の置かれた環境によって、行くべきことは変わってくると思います。報告書の終わりあたりに商店街の新たな分類について提言がありますが、それぞれの商店街タイプにおいて、公共空間の管理や商業化について考えてもよい、そう思いながら、報告書の内容を伺っていました。

○石原座長 ありがとうございます。

商店街で公共空間という一番に出てくるのは前の道ですね。

○新委員 そうですね、道路ですね。

○石原座長 前面道路を車が走っているところもあれば、アーケードで囲まれているところもあるし、いろいろな状況にあると思いますけれども、なかなか使い勝手がいいような悪いような、アーケードの下にぶら下がっている広告についても自治体によって規制があったりなかったり、自由に広告が掲出できないところと、できて稼いでそれを資金に活用しているところもあるので、その辺の問題も含めてもうちょっと書き込むということなのでしょうか。

○新委員 論点として、あったほうがいいだろうなということです。

○石原座長 保井先生、今、半分振られたような感じになっていますけれども、御意見はございますか。

○保井委員 ありがとうございます。振っていただいたので、話しやすくなりました。

2回ほどお休みさせていただいたので、私も何かからお話しすればいいかと思っていたのですが、公共空間の話もそうだと思いますが、新先生がおっしゃった商店街の定義に関し、多分同じような意味のことを私も感じているのだろうなと思っています。私が出席させていただいたときにも議題になっていたことだと思うのですが、商店街が何かはまだ見えないかなという気がします。ここにおられる方々のところなどはまさにそうだと思うのですが、新しく商店街が再生されたといって取り上げられるところに行ってしまうのは、商店街の商業再生だけでなく、新先生がおっしゃられたエリアの暮らしそのものが変わっていて、独自の世界観がそこに展開されているのです。必ずしも過去が否定されているわけでもなくて、過去の歴史を非常に読みときながら新しいプレーヤーが入っていて、そこでこれからつくっていくとしていこうとしているコミュニティの姿みたいなものが提示されると感じます。要するに、そういうことができるプロデューサーと事業体とビジョンというのがやはり大事なのだと思うのです。ただ、そうやってプロデューサーと事業体とビジョンと言ってしまった途端に、それだけをコピーするみたいな世界になっていくのが難しいところなので、どういうふうを書くべきか悩ましいのですけれども、今、公共空間というのを言っていたので、一つあるとすると、まさに個店対策みたいな、失礼な言い方をしていると思うのですけれども今までの商店街用語なのだと思うのです。そういう話ではなく、いつも言っていることなのですからけれども、商店街全体をアセットと見る。今回は世界と言っているのですけれども、商店街というアセットを使ってを目指す世界をどういうふうを実現できるのか、そのための事業の仕組みをつくってほしいという気がします。

そのために、事業体をどういうふうにつくっていくかが大事ですし、それが今までの事業体とちょっと違って、もう少しいろいろな人が個人で入っていけるようなことを想起させる書き方というのはできないかなという気がします。

もう一つ商店街という使い方をして気になるのは、地方創生とか大きな都市経営のビジョンの中に、商機能の集積した商店街をどうしようというのがなかなか最近ちょっと薄れているような気がするのです。先ほど商機能をどうするかということを引きつらやりましたというのは、私、そこは重要な指摘ではないかなと思っていて、なので、そこも単に今の現存のお店を支援していかなければいけないというよりは、まさに大きなビジョンの中でこの地域の商機能というのはどうあるべきなのか。例えばそれはつくるところから消費者に渡るところまでの全ての世界を包含しての商機能と捉えたほうがいいのではないかなという気がして、そういう中で今の商店街の位置づけを解いてほしい。

要するに、大きなビジョンの中での商店街、商店街が小さな組織で動き出すような事業体、その2つを絡ませながら進めていくべきだと思います。都市計画で最近タクティカル・アーバニズムという言葉がよく取り上げられます。大きなビジョンがあってそれに向かっていってもなかなか動かない。木藤さんがなさっていることがまさにそうだと思うのですが、けれども、いろいろな人たちが小さな社会実験をしていくことはたくさんできるわけで、みんながそうやってビジョンを共有しながら小さな事業をたくさん積み重ねていく。もちろん大きなビジョンは大きなビジョンで目指していくという積み重ねの議論が必要なのではないかなという気がしています。なので、ステージというふうになるのかなというのが、委員長も難しいとおっしゃっていたのですけれども、もう少しそれをサイクルなのか、ちょっと議論して検討したらいいのではないかなという気がしました。

まとまっていないので、また後で何かあれば戻ってこられればと思います。

○石原座長 ありがとうございます。

「商店街」という言葉が非常に使いにくいような、使わなければ何にするのだという、言葉を変えてみてもほとんど意味はないのですけれども、お店が集まっている空間ということではなくて、そういう商売をしている通り、空間ということを超えて、もう少しそれを含んでいる地域全体の中で商空間、商機能がどんな役割を果たしているのかということを引きつら位置づけるということなのですか。さまざまな動きの中の一つの役割として、商空間、商機能をどう強化していくのかということになるのかと思うのですが、そうした大きなエリアを考えていく場合、商機能をその中で方向性をつけ、ビジョンとして示していくというのは大変よくわかる話だと思うのです。ですが、それを動かしていくときの組織というのは一体どこにどうフォーカスするのだろうか。下手をすると、商店街の議論ということでスタートしながら商店街と違うところで組織を組み立てていくことになっていくと、その辺が非常に悩ましいところになるのかなというふうには思いつつなのですけれども、おっしゃっている意味はもし誤解していなければわかったつもりです。私、大きな誤解はしていませんか、大丈夫ですね。

○保井委員 はい。

○新委員 石原先生のおっしゃるとおりなのですけれども、皆さんがせっかくいらっしゃるので補足的に指摘させていただくと、全国的に、商店街組織が急速に弱っています。おそらく、あと10年・20年すると、多くの商店街組織が成り立たなくなるでしょう。これまでは、商店街組織がベースにあって、2階建てでエリアマネジメント組織を構想することができましたが、今後、そうしたやり方ができなくなる。ですから、商店街組織の脱皮ということを真剣に考えていかないといけない。その脱皮の一つの方向性としてエリアマネジメントがあるように思います。

○石原座長 商店街にかかわっていらっしゃる木藤さん、動かして中に入っていったかがございますか。

○木藤委員 私、実は3月までテナントミックスサポートマネジャーを一旦終えて、今拠点は福岡に戻って、月の3分の1ぐらいは油津に通っているような体制になっています。要は3月末が中活事業が終わったタイミングなのです。ここだけの話にしたほうがいいのが、それまで会長をされていたお布団屋さんの御主人から店を畳むと連絡があったのです。それは中活協議会も商店街代表で入られた方ですし、年齢的には50代半ばぐらいのまだまだやれるような年齢の方ですけれども、体調の不良とかもあり、突然店を畳むという相談があって、私もそのメールを見たときにもものすごくびっくりしてショックだったのですけれどもいろいろお話を聞くと、いろいろ体調が悪いというのは昔からあって、いつ畳もうかとか、息子さんからも早くやめたほうがいいと相談されていたのだけれども、いろいろな商店街の再生事業が始まってしまって、やめるタイミングを逸してずっと続けていたというのがあって、一区切りしたからやめられることを決断されて5月末に閉じられました。

私はその流れで言おうかなと思っていたのは、今、先生からもあったけれども、10年とか20年先に世代がどう変わっていくのかみたいな、今後の世代交代とかそれに伴う組織のあり方の変容というのがもっと劇的に変わってくるかなというのがこの10年ぐらいだと思います。多分油津は会長さんがやめられて、残っているのがもっと上の60代以上の世代ばかりになってしまって、もう会長を引き受ける方がいなくて、一旦解体するような形になっていくと思います。私がかかわり始めて入ったいろいろな新しい若い人たちのお店も含めて、もう一度新しい組織をつくっていくような流れにこれからなっていくと思うのですが、それが従来の商店街組合という組織に近い形なのか、全然違うような組織になるかというのは、アーケードの扱いとかも含めてなのですけれども、今から議論していこうかなと思っています。なので、それはもしかしたら商店街という文脈とは違う価値観の組織になるかもしれないという希望だと私は少し思っていて、この4年間やってきた中で会長さんが辞められたのはすごくショックなのですけれども、やっと新しいステージに行けるような準備が整ったのかなという気はしているのです。

油津の場合はそういうケースでしたけれども、全国的に見ても、大中小でいくと小さいほうの商店街でかなり地方のほうですが、そういう動きというのが今後起きてくるかなと

いうのと、前に私がちょっと発言した中でも、今の30代ぐらいの世代までは商店街という空間のイメージとか経験がある。でも、その下の世代というのはほとんど生まれたときからイオンとスマホの時代で育っているので、そういう時代に到達したときにまた商店街という見方が今後変わっていくだろうというときにまた考え方とか組織のあり方を含め、全然今とは違う捉え方が、そういう時代がすぐに来るのではないかなという気はしているので、今後の時代の変化に応じてどう変えていくべきだみたいな視点を、この項目の中にもう一つぐらい加えてもいいのかなという気はしました。

○石原座長 今、おっしゃった商店街とこれから生まれてくるかもしれない組織というのは、商店街と違った形になるかもしれないとおっしゃったときの、これからの話なのでよくわからないかもしれないですけども、例えばイメージとして、今までの商店街というのはエリアというか空間がここからここまでみたいなことが決められたけれども、それにもう少しこだわらずにこの周辺で、それを含むエリアとしては共有しながらということが一つと、あるいは業種的に今そこにいる人が全部ということを原則とするということではなくて、もう少し違った緩やかな活動体のようなイメージが入っていますか。

○木藤委員 大きくはそんなイメージですけども、まだ具体的にというところまで私は至ってなくて逆にアドバイスをいただきたいぐらいなのですけれども、今先生がおっしゃったようなイメージに近いとは思いますが。

○石原座長 商店街の方、いかがですか。商店街の組織を超えているのか超えていないのか、よくわからないところもあります。もともと、商店街を含む周辺のエリアに拡大をしてという議論が初めからあって、それと商店街組織との関係で言えば、先ほど新委員の言われたように商店街の組織が弱体化しているというのも確かなことなのですね。昔強かったときはむしろこれのほうのほうへ出張って行って、俺が引っ張ったるぐらいな感じだったのでしょね。強いところはそうだったのだろうと思うのですが、それが少し縮こまってきていて、商店街の商人さんだけではなくて、もっとNPOさんもほかの人も皆さん応援してくださいよという雰囲気になってきている。そんな状況の中でということなのかもしれません。そうすると、商店街という空間を超えてエリアそのものに目が向いていくかもしれないということなのかもしれません。

そういうイメージというのは、例えば松山の商店街空間を見ているとひょっとしたらあるのかなと思うし、岩村田がそういうふうになるのかどうかは、私にはよくわかりませんが、どうなのですか。商店街でそれは違う、もっと商店街という組織だとおっしゃっていただいてもいいのです。

○加戸委員 今まで議論してきた中間の取りまとめだと思いますので、これからも商店街組織で話すときはこの資料を使って、皆さんに状況説明と我々が何をしなければいけないかと、何を要望しなければいけないかをきちんと話そうと思います。

一応現場にいる者として、より緊張感を持ってお話するとしたら、松山の話をする、例えば私が理事長をやっているところは通行量がリーマンショック以降どんどん伸びてき



ています。地主の特殊事情で本当にあけられないところ以外は全部埋まっています、空き店舗は実質ゼロなのですがそれでも売上げは下がっています。

ずっとこの場で申し上げてきたのは、目的と方法のバランスなのか、それを間違えてはいけない。目的を達成するためにどう考えるかと、方法はこうでなければいけないというところから進めるのとアプローチの仕方が全然違うので、やはり組織論をするに当たっても、政策をするに当たっても目的は何かというのをはっきりさせて、その後方法論をつけてPDCAをしていくべきだと思います。強み、弱み、以前サッカーに例えましたけれども、フォワードを強くするのか、ディフェンスを強くするのか、これによって国の施策は大分変わると思います。いわゆる守りを固めるのか、とがりをつくっていくのか。

あとは、こういう言い方をしてはいけないのかもしれないですけども、東洋医学か、西洋医学か。いわゆる基礎代謝を自分の運動によって上げていくことで細胞の更新のいい好循環をつくっていくやり方と、もしくは体を見たときにここが悪い、あそこが悪いというのを対症療法で治していくやり方で大分違うのです。片方に偏るのか、両方するのか。先ほど保井さんがおっしゃったように結局は両方しなければいけないと思います。例えば先ほどおっしゃった道路、空間の話というのはまさに国が管理していますし、国土、国として考えたらそこは細胞の一部なのです。この細胞がくたびれているのか、今、活性化しているのかという見方をすればいいのです。

西洋医学に例えたとしたら、ソフト事業、つまりメスを入れて、そこの箇所を治していくことでこの人は治りましたというのか、でも、10年後はその細胞が死んでいるかもしれないといった議論をずっとしてきているはずで、すごくまとまっているので私は次に進んだらいいかなと思って話しているのですけれども、この取捨選択は目的に向けて方法を選択すればいいと思うのです。

戦後70年だとして70歳になりましたと。どこから治すのだ、どうしていくのだと。400まで生きるとしたときにどうしますかと。一新させるのか、それとも、自分でまず鍛えながらいろいろ支援をもらってサプリをとったりといったことでやっていくのかとか、これで目的と方法が全然違うのです。

先ほど皆さんがおっしゃっていたエリアなのかとかいろいろな話、時代の流れ、人口の高齢化、少子化いろいろありますけれども、大店法の絡みについても議論の一つにしていこうと感じました。拡大していく中で規制をかけなければいけない、もしくは緩和するかという議論から、誘導策となり、次にエリアを決めていきたいと思います。まさに中心市街地活性化とか立地適正化と今はそういうふうにはしていますけれども、その次に拠点をどうしますか、次に個店をどうしますか、次は経営者をどうしますかとどんどん小さくなっていくのがわかります。

この次の議論は決まっています。今言った取捨選択、目的と方法をどうしますかというのが私の感想です。

○石原座長 ありがとうございます。

最後の点だけ言うと、それは多分どこかに書いてあったと思いますけれども、具体化していく仕方が難しいところがあるのですが、全部すくい上げるということはもう絶望的にできないことは確認済みの話だと思います。

○加戸委員 皆さんが言っているのは頑張っている人をフォーカスすることをしていないのではないかとか、実際、若手がやろうとしているところというのは結構あるのですが、そういうところをどう拾い上げるかというところではないでしょうか。

○石原座長 難しい。

○加戸委員 難しいのですけれども、議論がまだされていないのではないかなということです。

○石原座長 本当に何も頑張っていない人というのは手も挙げてこないし、文句も言わないからあれなのですけれども、そうではなくてそこそこやっているものをどう評価して選別するのかというところが難しいなどはと思いますが、譲り合っていた麗しき阿部さんは何かございますか、よろしいですか。

○阿部委員 ありがとうございます。

本当にこの報告書はよくできているなど感心して見ていました。読ませていただいたのですけれども、これは各商店街に読んでいただいてから、補助金等の申請をしていただくという条件つきにさせていただかないといけないぐらいの出来栄えかなと思っております。

○石原座長 ありがとうございます。

○阿部委員 特に加戸委員がおっしゃったように、自分のところの商店街というか健康診断をして、どういうものでどういうふうにしていきたいのかということは、まさにこのステージという部分とか、何型なのかというところすらやっていないところが多いと思いますので、これで気づくのではないかなと思います。

私は、商店街は基本的には自分の店の経営をしっかりしていかなければいけないということで、商店街組織でどうこうするというのはもう違ってきているのだなと思います。変化対応型で商店街をよくするためには周りの環境を整えなければいけないので、そうなってくると住民とか若手、NPOと連携をしながらエリアを考えていくというところの別組織でやっていくべきだろうなど。そこでよく言うのですけれども、空気と水というものもどんだんどんだん増やしながら、その商店は空気と水をいただいて商いをしていくパターンであるので、先ほども商店街で商店はやるのが山積みで、商店街活動というのはまさにそこに来ていると思うのです。よかった時代はそれでもよかったのですけれども、一番いい時代からもう20年、30年ぐらいたっていますので組織もすごく衰退をしていますし、年齢の方もいらっしゃいますから、ここで若手というものにバトンタッチをするような形でないと生産性も上がっていかないのではないかなと思いますので、自分の店をやりながら全体のエリアを考えていく組織にも入れる人は入っていくという形ではないかな。

どうしても商店街というと、商店街がもうけるためにいろいろな人の力を借りるという形で自分でやれよみたいな、風当たりが非常に強いものですから、でも、住んでいるまち

をよくしていくということであれば、ずっと入っていくのではないかなということを感じております。まだまだあるのですけれども、またそのあたり。

○石原座長 今で非常に難しかったのは、商店街の話をすると、そこはもうけの空間だと言われることです。お前らがもうける話に何で役所やほかの人が応援しなければいけないのかという声がずっと横にあったし、意識していたのです。それを意識せずにもうちょっと自然に理解し合えるようになることが大事だなと思うのですけれども、高木さん、何か。

○高木委員 まだ何も頭の中がまとめきれていないのですけれども、新さんに質問で、公共空間の活用のことを言われたではないですか。例えば具体的にどういうことを活用といいますか。

○新委員 これまで、道路や公園を民間が利用するのは大変に時間もかかっていたし、ここでお金を稼ぐことには大きな制限がかかっていました。ですが、規制緩和の流れの中で、公共空間の活用が、エリアの価値を高めるということが随分と理解されてきた。公園や道路でお金を稼げるようにすること、及び、スピードを持って公共空間で事業ができるようになりつつあること、これが公共空間の活用ですね。こうした動きに商店街が積極的に関わっていくことが、商店街としての組織の脱皮というのにつながるのかなという話の流れでさせていただいた感じです。

○高木委員 ありがとうございます。

お聞きしたのは、うちは名古屋市の西区にある名古屋駅から近いところなのですが、アーケードのある商店街なのです。アーケードをつくって50年ぐらい経ちます。今まで何度も何度も改修してきたのですけれども、2014年度にアーケードを改修してイメージが随分変わりました。あと、場所的に結構商店街が浸水をするのです。そういうこともあって、国のほうから下のパイプを大きくするという大工事をしていて、うちのほうの商店街はそれが大体終わりました。今、本町商店街というもう一つのアーケードのある商店街が工事を始めているのですが、それに当たって床というのですか、商店街の下のタイルを直しているんです。そこに実は水を流そうとか木を植えようとかいろいろ案が出ていて、それはアーケード実行委員会と理事の中でまだ組合員さんに落としていないのですけれども、もしかすると木を植えたりとかせせらぎをつくるというのは話題性があって、それは一つの活用かなと思うのだけれども、逆にそれは誰が管理するのか、そこで事故があったときにどうするのかみたいなことがあって、私はなかなか首を縦に振れない状況なのです。お年寄りも多いし、子供も多いし、七夕祭り、パリ祭という大きいイベントだと足もとが見えないぐらいの人たちが来るというときにせせらぎというのは大丈夫かと思うのですよ。

そういうものの、許可が出るかどうかかわからないのですけれども一応道路扱いなのです。なので、イベントを一つするにも警察に結構な量の書類を提出して、オーケーをもらって、そこでフリーマーケットをするときには警察にもお金を払ってということをしているんです。そういうところを私たちが一生懸命積み重ねて、イベント等々やって、公共の場とし

て活用しているのですけれども、話題づくりとするとアーケードも随分雰囲気を変えたので下も雰囲気を変えたい。タイルの柄というのはあくまで現状復帰だけれども、私たちの望むデザインにはしてほしい。要は上とかファザードと同じ感じのものにしてほしいということは今一生懸命言って、なので議論をしているために、まだタイルは直らないのかとみんなに言われるぐらい切り刻まれた形で何カ月もそのままなんです。

そうすると、公共空間の活用というのはやはり必要なのかな、いろいろな議論はあるけれども、そういうところをもう少し詰めていったほうがいいのかなどちょっと思っているところもあります。ただ、例えば今言われた公園が商店街の真ん中にあるというふうではないので、あくまでも道路という扱いなので、ちょっとの段差でもおばあちゃんが転ぶんです。それが1回や2回ではなくて結構あるので、そういう危険性はどうしようということを最近考え続けています。

支離滅裂かもしれないのですけれども、そういうことを今一生懸命やっているのはアーケード対策委員会とあって、アーケードのファザードとか形を変えるとというのに私が立ち上げた委員会なのです。その中には理事代表として私が入って、あとは違うメンバーで動いていて、それを理事会に落としてオーケーをもらったら組合員に落とすというやり方をしていました。

もう一つは、先ほど商店街の衰退化というか力が弱くなったのではないかという、それもちょっと気にかけていて、アーケード委員会も別につくりました。例えば商店街にとって大きなイベントになっている秋のパリ祭という人通りで足もとが見えないぐらいの人数が来るというのも、要は那古野下町衆という団体の中のパリ祭実行委員会というのが運営しているのです。それを大きくまとめると商店街のイベントとして成り立っているのですけれども、基本そこも理事長と理事がもう一人入っているだけの団体なんです。ナゴノダナバンクという空き店舗対策をしているメンバーも理事は私だけしか入っていないという現状なのです。昔は理事だったり理事長は政に参加していればいいみたいな時代があったのではないですか。店主は外で活動して、店は従業員に任すみたいな時代ではないので、理事というのは雑用がめっちゃ多く多いでしょう。でも、それというのは目に見えないことがたくさんあって、余りそこに負担をかけてしまうのはよろしくないなというので私は違う団体をつくって、プラスアルファは当然ありますけれども、なるべく理事は理事が今までやれた仕事をしてきたのです。まちをこういうふうにしていきたい、ああいうふうにしていきたいという人たちの集まりがうまい具合にできていったので、そういう団体をつくっていった。

でも、それというのはもしかすると、商店街の団体の振興組合という組織を弱くさせてしまったことなのかなとちょっと思ってみたりして、どうですかと思っているのです。どうですか。

○石原座長 商店街の組合組織を弱くしたのか、先ほど私、昔は商店街のほうが出張っていったのだという言い方をしましたけれども、その出張っていく力がむしろ弱くなっ

てきて、普通に外へにじみ出してしまったと言っているのかどちらかという評価なのでしようね。考えようによっては、そのことによって余計に弱らせた、やらなくていいのだということになるかもしれませんが、それを商店街のほうでというか、旧来の組織の延長線上と言うと怒られますけれども、それを担っていけるのであれば別に担っていけばいいのだと思いますが、それを全部担い切れるのかというとしんどくなっているのは確かだと思います。

○高木委員 それは規約というか、一応商店街の理事というのは商店街の中で組合員であって、お店を出している人というのが規定として入っているので、今、活動して来てくれている子たちはあくまでも外のメンバーという形なのです。当然商店街の中でお店をやっている人もいるのですけれども、そういうことを考えると、話を聞きながらどこかでどうしたものかなと思っているところでした。

○石原座長 笠原さんを先にしゃべらせて。

○笠原委員 少しだけお話しさせていただきたいと思います。

私は金融機関の人間で、この報告書全体の中で金融機関の役割をいろいろ書いていただいています。もしお時間があれば皆さん方からももう少しこんなことを期待しているというのがお聞きできれば、今後の活動の参考にさせてもらえと思っています。

それとは別にお話をさせていただきたいのですが、場所は言いにくいのですが、今、私は商店街の活性化のお手伝いをしていて、今年度から始まっています。概略で言うと人口が5万人切っているところで、商店街組織と呼ばれているところが8か9あるところでやっています。8から9のうち実態で言うと、もう既に弱体化しきっていて7ぐらいは活動していない。正確に言うと、イベントを年に1回やっているという程度でほぼ何もやっていないという状態で、組織として本当に存在しているのかどうかというのも怪しい状態になっているというのが現状です。ですので、その商店街というのは一応組織がありまして、そこをどうしようかということの当然ながら考える余裕もないし、考えている方もいない状態です。最低限1個か2個は活動している。振興組合組織になっているところが1個あるので、そこが振興組合の建物を管理しているというのと、そこを使って年に何回かイベントをやっているという状態になっているところで、その市全体の商業環境を今後どうしていくかというのを考えていく形でお手伝いをしている最中です。

全体的な日本の商店街を見たときに、割合の多いほうなのか少ないほうなのかはよくわからないのですが、ここに今日委員としていらっしゃっている商店街の皆様方は元気な商店街と言えて、私が入っているところは区分で言えば違うのだと思うのですが、そういったところの商店街でお手伝いをしている中で、今後のことを考えていくと、ここにもありますけれども個別個別の商店街でいろいろ活動したり、例えばビジョンをつくってというのも無理な状態になっているのだなというのが何となくわかってきていて、今、その市全体を統括できるようなまちづくり会社をつくらなければいけないのかなというのをうっすらと思いはじめている状態です。

ここで何が言いたいのかというと、この報告書の中にももし可能ならばネックになっているのが人の問題です。各商店街の皆さん方はずっとやってきたイベントをやりながら、基本的には自分のお店の経営のことを考える。全体を見て戦略的なものを考えてマネジメントしていくようなものがまちづくり会社だと思いますが、結局そこで誰がやるのかという問題に帰着してしまうのかなと思っています。

例えば外から連れてくるという手もあるし、中で育てるということもあるし、もしかしたら育てているのだけれどもうまく表に出てきていないというケースもあると思います。幾つかの商店街の事例を載せていただいているので、そんなところではこういう人がこんな形で中心になってやっているというのに触れていただくと、今後どうにかやっていかなければいけないと考えたときに、何かヒントになるようなところがあると思います。今後政策を考えていく中で人を仮に育てることとか、発掘させるということを考えていったときの施策の中で少し拾い上げていただくと、私のような支援する立場から言うと多少入りやすいのかなというところがあります。

以上です。

○石原座長 ありがとうございます。

人の話はあれなのですが、もちろんどこかでそこへつながっていくかもしれないですけども、前段の今お入りになられた8つか9つあるところのほとんどが停滞しているようなところでというか、多分商店も減ってきて空き店舗もいっぱいあってということで、その都市としての商機能をこれからどう構想するのか、スーパーが1個で、コンビニが3個あったらいいのかということが問われている。多分そういう話ですね。

○笠原委員 そうです。大きな大型スーパーが1個あって、いわゆる地元のスーパーが周りに幾つかあるという状態になっていますので、それでいいのかという議論に当然なると思っているのですけれども、その辺を今後詰めていく形にしようと思っています。

○石原座長 全国的には、多分そんなに少ないほうだと私は思っていません。結構それは多いのではないかとと思っています。

せっかくお手を挙げていただいたのにすみません。

○保井委員 高木委員に公共空間の具体的なお話をしていただいたので、そうかと思って伺うことがあったので一つだけ。

商店街の組織が何のためにあるか、必要かということ考えたときに、アメリカやイギリスのB I Dなどもそうなのですが、アメリカは基本的にプロパティオーナー、資産所有者ベースなのです。彼らがお金を出している。イギリスの場合は、ビジネスレートに上乘せられているので事業者ベースで商業者の方も結構多い。そうすると、販促活動に結構向いたり事業が少し違ってくるのです。それはすごくおもしろくて、組織の形態も違ってくるのですけれども、それは置いておいて、基本的に商店街組織というのは互助だと思うのです。商業者であれば商店をお持ちの方々なので販促活動がベースになるでしょうし、石原先生がおっしゃられたように、力があればもっと出張って行って、政策提言からまちに

かかわる問題なら何でもやるということになるのでしょうかけれども、突き詰めていくと残るものは商業振興になるのだと思うのです。

ところが、今日の最初の議論のようにエリアと見たときに公共空間が入ってくるとなると、単なる互助ではなくて、やはり官民連携になっていくのだと思うのです。道路を考えたときも大体道路局とか緑政土木とかいろいろな公園、道路というのがあって、彼らがいわゆるベースの維持管理をやっていて、そこで最近の商店街もそうですし、いろいろなところで利活用したい、もっとグレードを上げたいとかそこでお祭りをやりたいとかいろいろなイベントをやりたいというのが出てきていて、私は、それはどうしてもお店とか建物というのはクローズしてしまうので、そういう意味で、エリア全体をつないでいくという役割をそこが担えるとするところとすごく可能性があるとは思っているのです。要するに、そういう管理者がいる中で、民間組織である商店街がその一部を担っていくことになると、彼らの視線としては、どこまで彼らに担えるのだろうかというところを見るのだと思うのです。

そのときの視点が私は2つあると思っているのですけれども、1つは住民の場所なので地域の代表制みたいなものをそこで確保できるのか、すなわちみんながいいよと言って、そういうふうにやろうよという意思決定ができるのかという部分。

もう一つは、まさに先ほど高木委員がおっしゃられたみたいにリスクをちゃんと取れる事業体、形態であるのかという部分。両方が担えたときに初めて全て任せられることになると思うのですけれども、必ずしも商店街だけではなくて、いろいろな民間組織が公園を使いたいみたいな話にも関与することがあるので、そうすると、彼らは地域の商店街とか自治会にオーケーをもらって回らなければいけないわけです。なので、商店街というのは組織がしっかりしていれば、代表性の部分と事業のリスクをとる部分と両方できる可能性があるわけで、アメリカのB I Dなどは両方担っていると思っている。全員でお金を出し合って、組織をつくって、意思決定ができて、その後の事業も事業体をちゃんと持っていてできる。

今の商店街はどちらを担うのか、あるいは両方担えるのかという話があるような気がしていて、一つはちゃんと地域をまとめられるということであれば、例えば先ほどのお話だと、実行委員会でやっていらっしゃる下町衆が内部組織なのか外部組織なのかというのは私にはわかりませんが、場合によってはゴーサインを出すという部分が商店街としての役割で、事業としてはスピナウトさせてもいいこともあると思いますし、もちろんそういう組織をスピナウトで外に出すのもいいし、中で若い人たちにやらせるのもいいという考え方もあると思いますし、振興組合をきちんとできるという話であれば両方を担うということもあると思っています。商店街組織というのが何のために必要なのかというのを互助だけではなくて、官民連携とか外とのかかわりという中で少し整理すると、事業がどこまでできるのかできないのかみたいなことの話が整理できたりするのではないかなと思いました。思いついたので述べてしまいました。

○石原座長 ありがとうございます。

今、おっしゃっていただいた2つのところのリスクの話なのですが、事業としてのリスクというのがあります。要するに、それは成り立つのかというお金の話のリスク。もう一つの安全の話があります。これが同じリスクでも分野や性質がかなり違って、安全のほうはみんな頑張ってお金を出したからといって担保できるわけではないのですよ。そのところが恐らく道路の使用とかになってくると一番かたい障壁になっていると思うのです。

○保井委員 その辺はこの議論だけでは済まない部分があると思うのです。アメリカのB I Dなどもそういう意味で言うと、そのためでもないですけれども、今でもイベント保険というのはいろいろあるわけで、きちんとどこまでやったときにちゃんと保険はここまですべて入っているとか、そこを担保したときに委ねるみたいなのはあったりするので、そういう主体になるためにはどんな条件が必要なのかみたいなことを整理するのかなという気がします。

○石原座長 ありがとうございます。

どうぞ。

○阿部委員 高木委員の商店街の組織は弱体化したのか。私はこれからの商店街はそういった形でどんどん連携をとっていくところで、私、もう別に商店街は強くなくてもいいと思っています。地方の商店街は特にそういう形なので、商店街の組織の機能と役割というのは変えていかなければいけない。私たちの商店街はいろいろやってきましたけれども、もうお祭りだけです。もう伝統文化を残すだけ。あとはまちづくり会社といったことを加戸委員に教えてもらいながら、一生懸命どうやっていったらいいのだろうと。いい先生がいますのでB I Dも勉強しながら、そんなことでやっていながら連携していく。商店街の組織は何の役割があるのだろうということをその地域の商店街ごとに考えて、余計なことをしないで、きちんとこれだけはやるということにもうなっていくだろうなと思っておりますので最先端はいいと思いますよ。

あとは人の問題ですけれども、よく言われるのは笛吹けど踊らず商店街。子供ではありませぬけれども、やる気がなかったら幾ら勉強しろ、勉強しろと言っても勉強しなくてしようがないではないですか。加戸委員みたいにならなくたっていいのですよ。ですから、活性化の支援というのはそういう支援ではなくて、はいつくばっても真剣にやるところはよくリサーチをして、若者がいるのだけれどもおやじたちがふたをしているとか、そうすると諦めムードだから若者ももう右へ倣えでだめなんだみたいな、こういう後継者問題と商店街の後継はもう連動しているんですよ。そんなこともあるので、次の段階では「新たな商店街政策の在り方検討会」ですので、次はどういう形でやっていったらいいのかという議論にシフトしていったほうがいいのではないかなと思いました。全て人の行為ですから、もう年なのでしょう、そんなことを痛切に考えております。

○石原座長 まだ早い。

高木さん、何かありますか。



○高木委員 ありがとうございます。

そういうものをいろいろ考えて、これはまた理事でつくったわけではないのですが、先ほど言った那古野下町衆なのですが、例えば空き店舗対策だけでなく、いろいろな活動について商店街のルールづくりというものが必要なかと思っていたのです。まだまだたたき台のものしかでき上がっていないのですが、それは当然空き店舗もかかわってくるので、例えば建物の所有者に向けてこういう商店街のルールをつくりましたと。例えば店舗貸しをしないよ、今まで入っていた人が抜けてしまうから貸さないよと。建物を壊すときには何カ月前には教えてくださいとか、比較的教えてはいただくのですが、それも時期としてばらばらだったり、ふわっと風の便りで聞くというのも多々あって、その商店街の特性というふわっとした言い方になってしまうのですが、その商店街のあり方に合わせたルールづくりというのをつくっていったほうがいいかなと。それを理事の管理だけで私はとどめようと思ったのですが、今言った道路を使うにも警察の申請が必要であったりとか、土木の関係があったりとかいろいろあるので、行政とか警察というところも巻き込んだルールづくりというのは必要なかと思っています。

かといって、こんな分厚い書類をつくっても皆さん読まないで、とても簡潔にこういうことをやろうと思ったときには、これぐらい前に話さなければいけないとか、こういうことは理事長に許可をとらなければいけないということがわかる簡潔なもので、それは可能かわからないのですが、せつかく商店街の振興組合が全国にあるので基盤があり、それプラスアルファの地域の商店街の項目、ルールを出していくということが何となく連帯であったり、衰退という言い方は余り使いたくないのですが、店舗をなくしていってしまう、駐車場が勝手にできていくということを阻止できる一つのこれから必要なことではないかと思っています。

○石原座長 新委員、どうぞ。

○新委員 余り時間がないとは思いますが、商業政策はこれまで多分に社会政策という観点から行われていました。つまり、都市零細自営業を、雇用と並ぶ重要な柱として考えて、それを保護するという考え方です。これが随分変わらざるを得なくなりました。もう少し経済政策としてしっかりやらないと商店街全体が弱くなっていくという話だと思います。

ただ、別の観点から言うと、私は社会学なので皆さんが言わないことをちょっと言うと、実は日本というのは特に大都市に関して言うと、地域社会が衰退していない国として有名なわけです。アメリカやイギリスは、大都市の衰退がひどくて、よってB I Dなどの取組が進みました。なぜ、日本の大都市では地域社会がそれほど衰退せずに済んだのかというのが社会学の問いで、そのときに商店街の存在が重要だとされているのです。顔が見えて、地域に寄り添い続けて、かつ、自営業の人たちが地域の顔役としてちゃんといろいろな役をやってきたのが、大都市の地域社会の衰退を防いできたというわけです。

私が一番危惧しているのは、今、商店街の人たちが余裕がなくなり、地域の顔役を担え

なくなるといことです。こうした存在がなくなると、都市の衰退が起きてしまうのではないか。ですので、商店街には、人が足りない、リソースが足りないということだけれど、商店街の人たちが気張って、ある程度ちゃんと顔役として残ってほしいなと思います。

商店街にはリソースがない、可能性がない、と言ひ募る人が多いですが、一方でそうした意見に与したくない気持ちがあります。私が公共空間の話をしたのは、公共空間も一つのリソースとして考えると、商店街にはまだ豊かなリソースがある。個店だけとなってしまうと、個店といっても以前とは違って人を雇う力とかないわけですから、はっきり言ってしまって余裕がない。そうなると、店舗の外側の管理には全然関心を持ってなくなってしまって、地域全体が落ち込んでしまう。リソースというのは店舗だけではないよ、店舗の外側にどんなリソースがあるのだろう、それは歴史かもしれないし、道路かもしれないし、その地域の文化かもしれない。そういったリソースに目を向けて、かつ、足りないのだしたらどこから人を調達してくるのか。こうしたことを商店街で考えて欲しいと思います。

○石原座長 ありがとうございます。

日本では地域社会が先進国の中では残っている、そのために商店街が果たした役割は大きいのだとおっしゃっていただくのは非常に心強いというか、本当にそうあり続けたいなと思います。議論いただいているとまだまだ出てきそうなのですけれども、だんだん時間が迫っておりまして、本日の中間取りまとめをしなければならぬ時間になっているのですが、いろいろ御意見を今日も活発にいただいたのですけれども、この報告書というか、今回のまとめの本体自身については、よくまとめていただいたというお褒めをというか、御評価をいただきましたので大変ありがとうございましたということなのですが、事務局の皆さん、御苦労さまでございました。

これからの検討のあり方を含めて、今日はかなり御意見をいただいておりますので、その辺については真ん中の中に書き込むこともあるかもしれませんが、ひょっとすると最後の「4. 今後の課題」のところにもう少し列挙していくことになるのかなと私は受けとめていたのですが、課長から何かその点でございませうか。

○藪内商業課長 いただいた御意見については、なるべく反映させるべく努力したいと思っております。

私から一つ言わせていただきたいのですが、高木委員、新委員、くしくも両方の方から事前にお話を伺っていた中で、本報告書の29ページの真ん中あたりに書いてあるのですけれども、「商店街が活動していく上で必要となる基本的な情報を整理してフォーマット化し、商店街に提供していくことも考える必要がある」というのは、例えば商店街の中でも理事や理事長さんが自分の商店街の中に空き店舗があつて、その空き店舗の所有者が誰かわからないとか、どういったお客さんがどこら辺から車で来ているのか、自転車 coming しているのか、徒歩で来ているのかとか、来てくれているお客さんの層がお年寄りが多いのか、そうではないのかという商店街として持っていく基本的な情報というのは大事なのではないか。そういう情報を踏まえた上で、高木委員のおっしゃった地元のルールづくりなり、

何なりというのができていくのだらうと思っております。こちら辺については我々も言い方がよくわかりませんが、商店街の基本情報、指針とかガイドラインというものをつくって、それこそ高木委員のおっしゃったように簡単なものでないと多分できないので、すごくシンプルで、簡単ではありますが、そういうものを各商店街の方々に持っておいてくださいということもお示ししていきたいと考えております。

報告書の中にありました、従来からの行政ツールである税制とか財政、政策金融といったものについても、今後空き店舗を中心に考えていきたいと思っておりますので、それが今後どうなっていくかわかりませんが、また機会があればこういう場で皆さんにお諮りしたいと思っております。

○石原座長 ありがとうございます。

○加戸委員 振興組合は昭和38年の伊勢湾台風がきっかけでできていて、資料の18ページに出ている日米構造協議と平成10年のWTOがあった。完全にここから商店街は全部グラフが変わっているのです。だから法律も含めてこの組織はそのままいくのかとか、本当はそこを話さないといけない。コミュニティの担い手まで期待されている、新しい時代に対応する商店街の形を考えていただければと感じます。

以上です。

○阿部委員 まさにそのことを話そうかなと思ったのです。

○加戸委員 申し訳ありません。

○阿部委員 息がぴったりです。

今、商店街は大型店が出店していますのでそこからぐっと変わってきたのですが、一方では大型店に対抗して、各商店の経営努力が足りないからというのももちろんあります。そのバランスが非常に何とも言えない中で、大店法の見直しの都市計画というところまでやっていかないと規制がとまらないわけです。各基礎自治体等々は固定資産税がぐっと上がるから、行政の収益構造がぐんと上がるのでそれを誘致していこうとする。私たちのエリアとしては完全に生態系が変わってくるわけです。こちらは商店街を何とかしなければいけない。全くこれは矛盾をしている部分、拡大拡大で右回りのときにはいいのですが、今はダウンサイジングでその回転を左回りにしてやっていかなければいけないというところもここに書き入れているといいかな。まさに2007年問題のところ、石原先生が御専門ですからよろしくお願ひしたいなと思います。

○石原座長 専門ではある。

ありがとうございます。先ほど課長から今日いただいた御意見をできるだけ反映できるところはさせたいとおっしゃっていただいておりますが、これだけたくさん多方面にいただくと全部入るかどうかわかりませんが、できるだけ反映させていただくような形でこれからの課題として検討すべきところというのは、最後のほうにまとめる形になるかもしれません。

これで切ってしまうと思っておりますので、もし最後に一言、二言言いたいことがあったのだ

というのがありましたら、できるだけ早目に事務局にメールでもしていただけたらと思います。

木藤さん、いいですか。

○木藤委員 もう大丈夫です。

○石原座長 強引に切ってしまいましたけれども、メールか何かで御連絡をいただけたらと思います。

とりあえず、そういう形で取りまとめはさせていただいて、そのところを事務局で作業していただきながら私と相談をしていただくということで、ひょっとすると個別に確認をさせていただくこともあるかもしれませんが、全体的なまとめのほうは私に御一任いただけますでしょうか。

(「はい」と声あり)

○石原座長 ありがとうございます。

その後の進め方について、課長から少し。

○藪内商業課長 委員の皆様には、本日を含めまして、これまで全5回御議論いただきました。誠にありがとうございました。

第一線で御活躍されている皆様に率直な意見をいただいて、我々が今後の商店街政策を考えていく上での一つの道しるべができたと考えております。この道しるべをつくるための検討会は今日で一区切りとなりますが、我々がこの道しるべに基づいて今後行っていく施策について、委員の皆様には引き続き御意見を賜りたく、本検討会も今後も継続させていただきたいと考えております。

今日でもうお役御免と思われていた方々、それは違いますので、我々で今後さまざまな施策に反映しまして、委員の皆様にお諮りできる形になった暁には、またぜひ御議論いただきたいと考えておりますので、今後とも引き続きよろしく願いいたします。

○石原座長 ということでございます。しばらく時間があくかもしれませんが、続いているということのようです。

最後に高島部長。

○高島経営支援部長 今、藪内から申し上げたとおりです。5回、大変ありがとうございました。また続けたいと思います。

今度は委員の皆様がおっしゃったとおり、これを受けて、何をどうするかということをお諮りしていきような形を考えておりますので、またぜひいろいろな御意見をいただければと思います。

今日伺っていて、皆様のおっしゃっていることで私なりに思ったのは、極力これに沿ってまた皆さんに御意見をいただきたいと思うのですが、中小企業庁というのは一つの小さな組織にすぎなくて、書いてあることは中小企業庁だけでできないことのほうがずっと多いのです。これをほかの役所とか金融機関の方とか、地域の各自治体であるとかにどう広げていくかというのが実は相当難しく、ここに書いてある文章が仮にいいとして

も、それを日本国内にどうやって広めていくかというのは相当難しい話であります。それも含めて、我々は悩みながら今後とも御相談したいと思っておりますので、どうぞよろしくお願い致します。本当にありがとうございました。

○石原座長 ありがとうございました。

今、部長がおっしゃったとおり非常に難しいところがあるのですけれども、この際、難しいものをこれだけでも挙げておこう、ここに問題があるということここから発信していくことも大事だと思いますので、そんなことでしばらくお時間を頂戴して、また検討会を再開させていただくことがあればということでございますので、5回、これまでありがとうございました。

これをもって閉会をさせていただきます。