

第1回愛知県商業・地域貢献活動懇話会 議事概要

日時： 2023年6月2日（金）午前10時30分から午後0時5分まで

場所： 愛知県庁 本庁舎 地下1階 第6会議室

出席者：名簿のとおり

<議事>

(1) 事業者等による地域貢献活動の推進に関する条例（仮称）の制定に向けて

- ・資料1～3に沿って事務局から説明後、意見交換

(主な意見)

○大型店による地域貢献活動の活性化や認知度向上について

- ・ 大型店には、商店街の要望に応じて「地域応援セレクトショップ」を運営するなど地域貢献に積極的な店舗もあれば、地域貢献計画書を形式的に提出するだけの店舗もある。名古屋市の条例も参考にしながら、大型店が本気になって考え、実効性のある活動を促進するような条例が必要。
- ・ 日常の事業活動が自然に地域貢献につながることが重要。ボランティアや押しつけでは続かない。例えば、生産から販売まで地域内でうまくつながりそれが最終的に地域貢献となるなど、目指すべき姿のイメージが示せると良い。
- ・ 他地域の事例で、商店街振興組合に加入した大型店の活動について、マスコミを呼んで大々的にPRしたところ、一般市民の認知度がアップし、加入する店舗が大幅に増えた。マスコミを活用したPRは重要。
- ・ 地域住民にとって関心があるのは身近な生活の支えとなるものや、将来あると良いと思えるもの。子育て・高齢者支援など生活者目線での地域貢献活動を促進すべき。
- ・ 地域住民の生活に密着した地域貢献活動、例えば、子育て支援や安心・安全に関

わる活動が重要であり、認知度の向上にもつながる。

- ・ 県民の認知度を高めるには継続性が重要であり、事業者も行政も無理があっては続かない。地域に身近な市町村がコーディネーター役として、住んでいる人が住みやすいと思える地域ニーズをどこまでとらえて取組として反映できるのかが重要。

○事業者（大型店以外）・商店街による持続可能な地域貢献活動の促進について

- ・ 商店街の存続自体が問題となる中、地域再生活動は商店街だけではできない。商店街は地域の声をあまり聴こうとしておらず意識を変える必要がある。商業・福祉・教育など横断的なエリアマネジメントの視点で商店街・事業者を含めた関係者が集まって、地域をどうするかを検討すべき。
- ・ 大型店やコンビニがある一方で、個人の喫茶店や商店街もあり、注文配達も届くのが、バランスが取れて住みやすいまちだと思う。
- ・ 大型店に、地域と一緒に何かやるとこんなメリットがあるというインセンティブを示せるとよい。大型店には若い社員も多く、地域貢献活動をリードしてほしい。祭りの時に店のトイレや駐車場を貸すなど小さなことからでもよいと思う。
- ・ 商店街は組合員の減少が続き、街路灯の維持が精一杯で、イベントにも参加できない店もある。地域づくりを担う市町村には商店街支援や商店の本業支援にもっと力を入れてほしい。

○地域貢献活動を促進するための県や市町村の役割分担について

- ・ 商業・福祉・教育など複眼的・横断的なエリアマネジメントが必要で、そうした仕掛けづくりやスキル・人材の支援が行政の役割。直接的なタウンマネジメントは市町村、フレームを作ったり市町村をサポートするのが県だと思う。
- ・ 大型店の進出時だけでなく、その後に継続して地域と一緒にどう良くしていくかまで踏みこめるとよい。地域を良くしていきたいという志は商店街も大型店も同じであり、地域のために何ができるか行政に相談できる仕組みが必要。

- ・ 地域住民等のニーズをしっかりと捉えることが重要。大型店、商店街、地域住民などから志のある人、キーパーソンを集めて活動を進めるハコ・枠組みをつくり PR していくべき。今の時代はゆるめの集まりのほうがうまく機能する。
- ・ 地域の課題やニーズは市町村でしか把握できない。市町村が地域と商店街、大型店をつなぐ役割を果たし、それぞれが Win-Win になる活動が展開されるようにしていくべき。その際、キーパーソンとなる人材の確保・育成も重要。

○全体総括

- ・ 地域貢献の条例を上からかぶせるだけではだめで、商業者の本業とのつながりの絵をしっかりと描いた上で、対策を考えないといけない。
- ・ ①地域ニーズをしっかりとくみ取ること、②地域貢献活動が見える化すること、③活動のプラットフォーム・ハコ・枠組みを作って地域との関わりを生み出すことが重要と感じた。