

第1回 タウンマネジメント報告

組織・タウンマネージャーの実態は？

与えられた問題は上記ですが、現状は“お役所用語”でしかなく、「実態」と言えるほどの実態はないでしょう。したがって、この議論をやってもあまり建設的はないと思ひ、いささか「勝手な解釈」も含めて、「タウンマネジメント」の必要性の議論にまで触れることとしました。

09年9月15日 岩澤孝雄報告

タウンマネージャーの業務

中心市街地活性化タウンマネージャー派遣事業の手引き

平成15年4月 中小企業総合事業団

中心市街地活性化タウンマネージャーは、タウンマネジメント機関に対し、以下の中心市街地活性化事業に関する指導・助言を行います。

1.	タウンマネジメント機関の組織体制の整備への指導助言	
2.	タウンマネジメント機関の計画策定、事業の実施への指導助言	
	1)	商業ゾーンの方向性
	2)	商業機能の整備 1 街並みの整備、2 業種・業態の構成、3 商業施設の配置、4 核店舗の整備・個店の指導、5 駐車場等の商業関連施設の整備、6 文化・コミュニティ施設の整備、7 交通・道路の整備、8 空き地、空店舗の整備、9 その他
	3)	共通ソフト事業の実施 1 合同イベントの開催、2 カード化事業、3 パーク&ライドシステム、4 一括宅配サービス、5 その他

ここでは、専門家・診断士などが「指導助言」することになっているが、肝心の“タウンマネージャー”が何をする“かは何も書いてない。1.2.に関する指導・助言をする人だと理解するしかない。

街づくり長野タウンマネージャー配置
 富山市は日本SC協会に派遣要請 06年9月18日

長野市	富山市
「街づくり長野」(長野商工会議所などが出資)が	日本SC協会に加盟し、協力を要請。
服部年明氏を招聘(イオン地域会社常務)	協会関係者を招いて講演会開催、協会認定の専門家派遣でSCの運営管理システムを商店街に導入を試みつつある。
大型店の手法に学ぶ:長野市では南端のJR駅周辺の商業施設、北端の善光寺前に開業(昨年11月)した複合商業施設「ぱていお大門・藏楽庭(むらにわ)」を核にした回遊性の確保。	
これで目標来店数年間50万人は達成確実。	

タウンマネージャーとは

(株)タカハ都市科学研究所 All Rights Reserved http://udit.co.jp/yougo_ta/309_1.html

日本ではまだタウンマネジメントによるまちづくりの例は少ないが、タウンマネージャーに焦点を絞り、類似した事例として以下の4つを紹介する。

行政担当者がタウンマネージャーの場合：兵庫県川西市

川西市の玄関口にあたる阪急電車の川西能勢口駅周辺の広範なエリアにおいて、市街地再開発事業等を活用し、段階的、総合的に積極的に整備。ここでは、これらの再開発事業を推進している同市の再開発部長がタウンマネージャー的な存在といえる。

NPO(非営利組織)がタウンマネージャーの場合：滋賀県長浜市「株式会社黒壁」

街のシンボルであった通称「黒壁銀行」の取り壊しを契機に、古くからの街並みの保存・整備を進め、商店街の活性化へと事業を進めている。事業主体は第三セクターの「株式会社黒壁」。街並みの保存・整備は「黒壁銀行」から北国街道沿いに広がっている。株式会社ではあるが開発利益を次の整備に活かしていることを考えると、NPO的な存在であるといえるため、あえてこの欄で紹介した。

地元企業がタウンマネージャーの場合：長野県小布施町

地元の和菓子会社による景観によるまちづくり。葛飾北斎の画を集めた「北斎館」に隣接して和菓子会社3社が立地していたが、新たな観光施設の整備に際し、小布施町と和菓子会社のうちの1社が和風建築としたことがきっかけとなり、他の和菓子会社も和風建築の店舗と文化施設を整備し、観光拠点としての機能が強化された。このような民間側の動きを受け、町は駅から観光拠点までの歩道を名産の栗の木でできたタイルで舗装したり、景観によるまちづくりを推進していくことになる。とくにマネージャーがいたわけではないが、成功した事例といえる。しかしナショナルチェーンの店舗が周囲の景観に配慮していないなどといった問題もあり、今後は強力なタウンマネジメントが必要になってくると思われる

コンサルタントがタウンマネージャーの場合：香川県高松市丸亀町商店街

商店街をひとつの地域としてとらえ、その地域内を同一のコンサルタントによって段階別に整備しているのが丸亀町商店街の事例。

経済財政諮問会議 「日本21世紀ビジョン」専門調査会報告書

新しい躍動の時代 深まるつながり・ひろがる機会
平成17年4月「日本21世紀ビジョン」に関する専門調査会

豊かな公・小さな官：

「公」は公共サービス、公益活動、社会全体の利益につながったり、地域住民に共通して必要であるような活動やサービス及びその領域をそれぞれ念頭に置いている。「公」は「官」と「民」双方によって担われる。

国民が必要とする公共サービスが、多様な主体と手法により豊かに提供されるとともに、官による提供は縮小している。

自分たちのことは官に頼らず自分たちが行うという意識が定着する。個人が自発的に、自分の可能性を高めながら「公」の活動を担う「奉私奉公」が広がる。

社会のあらゆる場において多様な人々が参加しており、個人が自らの自由と権利を保持し主張しながら、相異なる生き方や価値観に対する寛容と、自らの行動を自己責任の下で律する節度が尊重されている。

小さくて効率的な政府

政府は政府でなければできないことに徹する。その財政はスリムとなり、次世代に負担を先送りしていない。

非政府が担う「公」の拡大

企業、NPO、社会的起業家など幅広い非政府主体が、「公」を担い社会のニーズに対応する。

- ・ 民間組織を始め多元的に政策論争が行われる。

NPOが運営の透明性や安定性を確保し社会の信頼を得ることで、経済社会活動に占める割合が高まる。

—— 自立的な分権社会

地域住民が自らできないことを基礎自治体(市)が引き受け、基礎自治体ができないことを広域自治体(道州)が担い、広域自治体ができないことを国が行う。「県」は???

住民が地域(タウン)のあり方を決め、地域の主体性により生活水準の向上を目指す地域間競争が繰り広げられる。住人が“タウンの在り方を決め、住人主体で生活水準(や地域の価値)の向上を目指すことが”タウンマネジメント“の目標だろう。

タウンマネジメント発想の必要性

09年4月21日

商店街は“振興策の空白地帯”であることが問題 “タウンマネジメント”の不在

商店街は「個店」の集積(30店舗以上) = 買い物場所。“コミュニティの核”と言う表現との距離感が一番の問題

中小企業基本法(平成11年)	第18条(商業集積の活性化)は手つかず。「地域商店街活性化法」で終わり
中小企業新事業活動促進法	革新・創業・新連携(大企業:大学等)
中小企業地域資源活用促進法	地域資源(農林水産物、技術、観光)の活用
農商工等連携促進法	平成20年5月16日成立(下記と合わせて「農商工等連携関連2法」)
企業立地促進法改正(平成20年5月16日成立)	農林水産関連産業の企業立地等を進め、産業集積の形成を促進するための支援策を追加。
連携第1弾「中小企業新事業活動促進法」(革新、創業、など)、連携第2弾「中小企業地域資源活用促進法」、連携第3弾「農商工等連携促進法」と「中小企業」政策は進められてきたが、しかしこれらは「個別企業」が政策対象「集積」を対象にしているわけではない。	
産構審	議論なし。
大型小売業の動向	郊外開発から撤退し、低価格中小規模店で空き店舗狙いの出店急迫
コミュニティの少子高齢化	今後進むが、既存の商店街の「個店主義」では対応は困難。高齢者への暮らし・子育てなどの支援は遅れたまま。
地方自治と小さな政府と“安全・安心・快適な暮らし” 国土形成計画法(05年)	行財政改革、セイーフティネット再生、NPM、公共空間としての商店街、コミュニティ再生、商店街再生・の問題整理を「商店街起点で考える」には“タウンマネジメント”の視点が不可欠(「市役所」と「町内会」との中間か?)

商店街とは 新しい公共空間の考え方(1)

『ソ - シャルキャピタルの醸成と地域力の向上』(北海道知事政策部 平成18年2月)

図表 1-5 「新しい公共空間」と各主体による協働のエリア (イメージ)

商店街は単に“買い物場所”だけでなく、コミュニティの核である。



公共サービスは行政のみが担うのではなく、市民や企業、NPO、町内会など地域の多様な主体により担われることが必要であり、こういった行政以外の主体により担われる公共のことを「新しい公共」あるいは「新しい公共空間」と呼び、その必要性が様々なところで指摘されている (中心市街地活性化協議会)

「新しい公共」を形成するには、地域におけるソーシャルキャピタルを豊かにし、公共サービスの新たな担い手が生まれ、地域力を発揮することが必要となっている。

「新しい公共空間」

商店街も、「都市施設」だとすればこれに該当するに違いない。最小区画の土地所有権は個

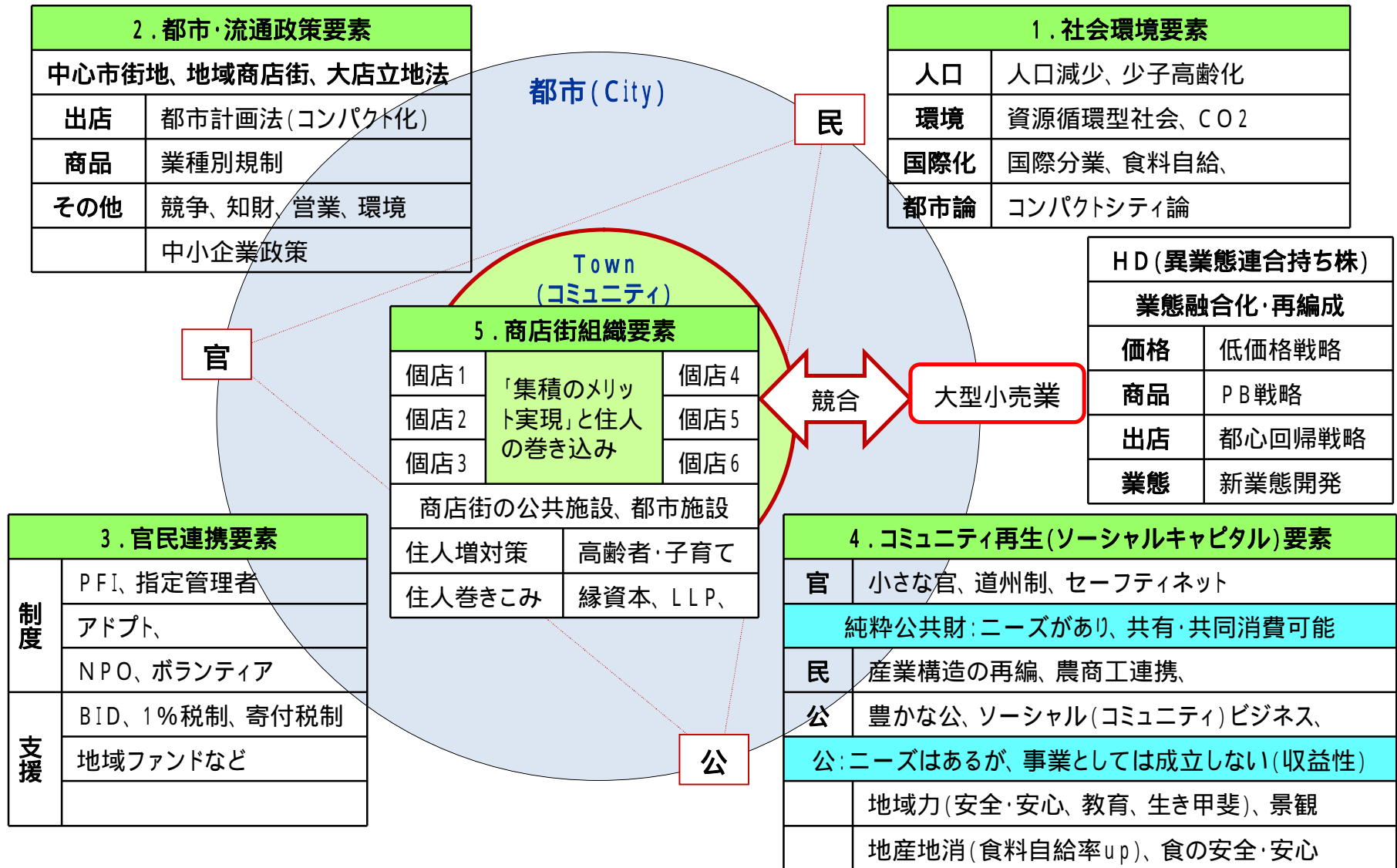
人物だが、その「都市施設としての“使用权”は、個人としての“占有”を無条件では容認されない。「景観法」「街づくり条例」はその流れ。

「個店」の地域貢献は企業の社会的貢献。しかし商店街は「都市施設」であり、都市機能の重要な担い手であることから、個店以上に“公益的”役割を担っていると考えるべきだろう。過去の「商店街政策」も、この公益性を根拠にしているし、都市計画上の立地規制も同じだろう。

(注) 分権型社会における自治体経営の刷新戦略 (平成17年3月総務省) を参考に作成。

タウンマネジメントの視点 商店街組織の枠組み

タウンマネジメント要素 09年6月2日作成



エリアマネジメントの新たな担い手への関心の高まり

『新たな担い手による地域管理のあり方について』(同検討委員会 平成19年2月)

(1) エリアマネジメントへの関心:	
(2) 地域のまちなみや安全・安心等身近な環境への関心	
	居住環境に対する意識の高まり 住生活基本法
	エリアマネジメントに関する取組の広がり 建築協定、緑地協定など住民主体の動きが活発化
	安全・安心への関心 とくに子供の安全など: 子供(20歳未満)への犯罪被害が増大
	団塊世代によるエリアマネジメントへの期待: 退職後のコミュニティ・デビュー希望が多い
(3) 高齢社会、人口減少社会における土地利用の変化	
	都市部における低・未用地の増大 犯罪への不安(人気なし、不審者の溜まり場など)
	ニュータウンのオールタウン化: 一斉入居一斉高齢化、近隣センター老朽化、バリアフリー対応の遅れ、一方高い公共施設整備率(道路、公園、教育施設、公共公益施設)は次世代への資産
(4) 行政におけるコストダウン意識の高まり: 多額の借金残高、財政硬直化	
(5) 都市再生の担い手、国土基盤マネジメントの担い手としての期待の高まり	
都市再生本部決定等: 国家レベルでの都市再生プロジェクト(本部長総理大臣)	
	「都市の魅力と国際競争力を高める必要性」を提起。地域・中小企業の活性化、中心市街地の活性化(地域活性化戦略): さまざまな担い手による自主性と創意工夫を重視
	国土形成計画: 平成17年国土形成法成立し、“新たな公”を機軸とした地域づくりを位置付けた
(6) 「エリアマネジメント」のコミュニティビジネスとしての可能性と支援の増大	
	画一的な行政サービスでは不十分、住民ニーズが多様化して、営利企業では採算がとり難いなど
	医療、福祉、健康、教育、環境、文化、街づくりなどの分野で。

エリアマネジメントとは

『新たな似たい手による地域管理のあり方について』(同検討委員会 平成19年2月)

『一定の地域(エリア)における「良好な住環境の形成・管理を実現していくための地域住民・地権者による様々な自主的取組(合意形成、財産管理、事業・イベント等の実施、公民連携の取組)」(専門家や支援団体による支援を含む)をエリアマネジメントとする。主に以下の特徴を持つものが中心。

特に以下の特徴を持つ活動が支援		合意	
活動範囲		原則として全員合意(さまざまなレベルあり)	
一定地域(エリア)において限定的に活動		財産	
地域の 広がり	区域区分(線引き)	共有、共用財産の存在	
	地域地区	公共財産管理、共有財産管理、共用される私的財産管理	
	市街地再開発		現実的には
	地区計画		底上げ(ボトムアップ)型: 中心市街地活性化
	建築協定		価値増進(ヴァリューアップ)型
	まちづくり条例など(自治体)		予防(プリベンション)型
時間		ガバナンス: 商店街組織では限界がある。	
	施設整備 維持・管理 再編	任意の協議会でも規約等に基づき運営される組織形態が(法人の場合は定款もの)	
目的			
『良好な住環境等の形成・管理』			

80年代の流通ビジョンにおける地域との調和

通産省産業政策局、中小企業庁編『80年代の流通産業ビジョン』財通商産業調査会 昭和59年

1. 小売業は消費と直結した産業であり、地域住民に安全かつ便利な生活必需品を供給するという社会的使命を持っている(基礎的ニーズ対応)
 2. 基礎的生活ニーズには、一般小売店、小売市場、食品スーパー、コンビニエンス・ストアあるいはこれらの集合である近隣型商店街等が中心として考えらる(対応する小売店として)。しかし、これらの商店街も人間的触れ合いを重視した魅力ある商店街づくり、個店レベルでの専門店化等が消費者ニーズへの対応として必要である。
 3. 商店街もアーケード、カラー舗装、各種イベント等ハード・ソフト両面の整備、専門店・大型店の導入も含めて、魅力ある商店街の形成が強く求められる。
 4. 「都市商業文化の創造」も商店街の大きな役割になってきている。
 5. 都市計画の円滑な運用、適正な都市環境の維持のため都市計画制度が予定されている。これにより建徳物と道路等公共施設との整合性がチェックされ、一定の地域における建築物の用途、容積率、建蔽率の規制が可能になる。また、近時創設された地区計画制度(80年都市計画法、建築基準法改正により導入)は街並みの整備・保全の観点から建築物の形態、意匠の規制まで行うことになっている。
 6. 「地域商業計画」を活用した地域社会全体との調和を図る。
- 「コミュニティ・マート構想」が提案され、昭和59年度から事業がスタートした。地域商業文化なんて言葉が出されたのもこれが初めて。**
- 「街づくり会社」**

流通政策論

コミュニティマート構想の推進

商業政策と都市政策の連携 通産省編『80年代の流通産業ビジョン』昭和59年2月

1. 地域商業計画の都市計画への反映(主旨)

とくに小売業は日常生活に密着した…、交通・環境問題等地域全体との調和を図りながら発展して行く必要がある。そこで都市計画と商業集積の在り方を関連させながらの「都市商業政策」の推進が必要になる。

具体的には

まちの核となる商店街整備の方向について長期的なビジョンを持ちうるような体制の整備が必要

「地域商業計画の策定」。これを支援するコミュニティマート構想

上記計画に盛り込まれた商店街整備事業の具体的実施を都市計画事業と総合的に推進してゆく

2. まちづくり活動の支援ーコミュニティマート構想の推進

活力ある多数としての中小企業発展への支援として、第一は共同化・組織化、第二は「暮らしの広場」としてのコミュニティマート構想の位置づけである

単に商店街だけを考えたものではなく、交通網の変化や人口移動等の条件変化も考慮したまちづくりの中に商店街を位置づける。

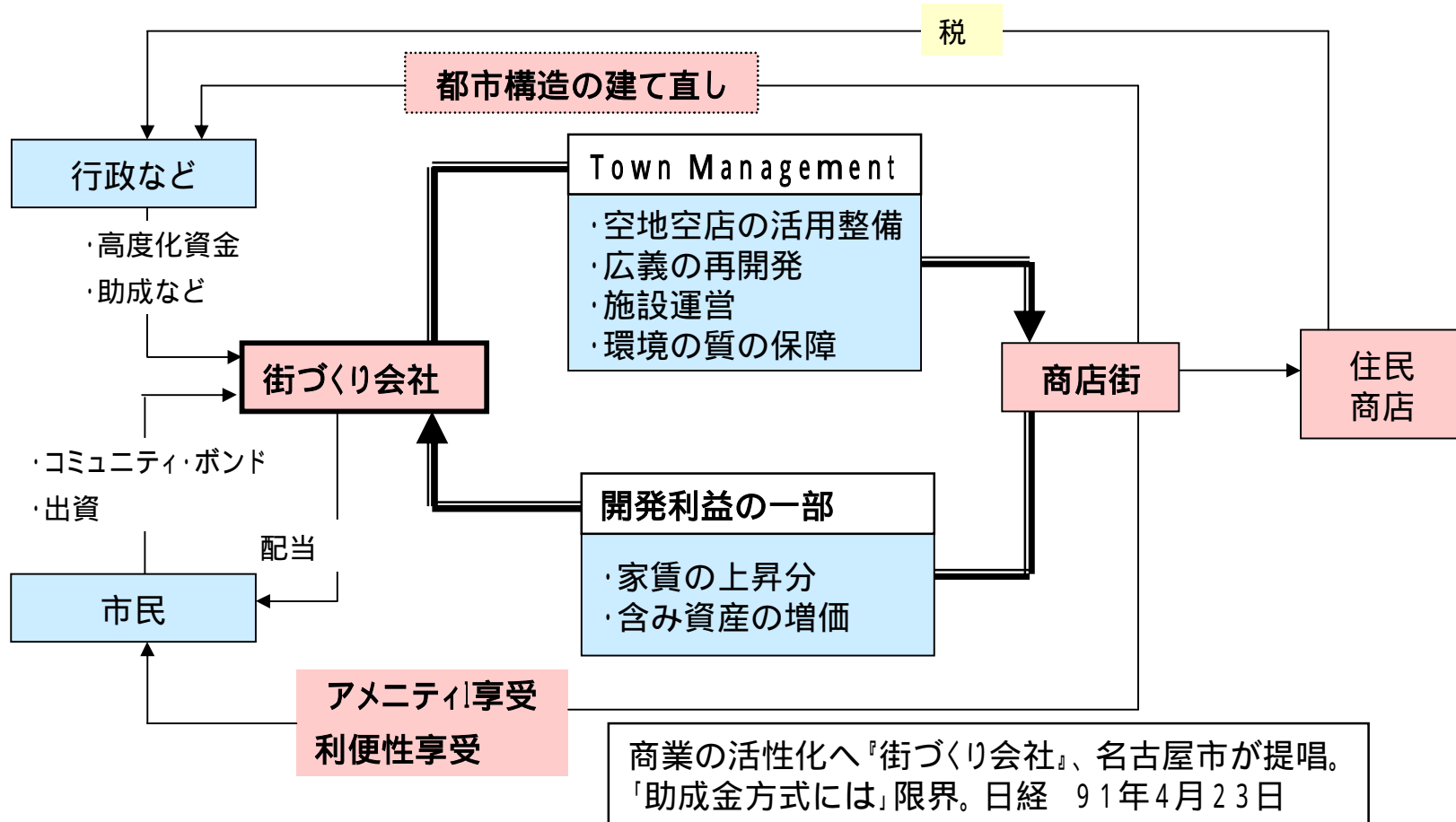
買物以外の目的にも対応できるようコミュニティホール、ポケットパーク等の公共施設の整備、アーケード、カラー舗装、駐車場整備も含めて統一的概念をもつ計画づくり

商店街を生活基盤とする住人へのさまざまな生活支援を提供する。

コミュニティマート構想推進組織 街づくり会社構想
 昭和63年発足

	街づくり会社PART	街づくり会社PART	街づくり会社PART
事例	山口県阿知須町：阿知須街づくり など	富山県上市町：(株)上市まちづくり公社など	新潟県中里村：中里村地域開発(株)など
形態	公益法人 (商店街の組合等と市町村等地方公共団体が出資又は拠出)	株式会社 (商店街の組合等と市町村等地方公共団体が出資)	株式会社 (中小小売商業者等と市町村等地方公共団体が出資)
事業内容	商店街におけるコミュニティ施設の設置(具体例) ・教養文化施設(多目的ホール)、・教育、健康増進施設、・駐車場、駐輪場施設(他の施設との併設の場合に限定される)、・その他イベント広場、公園、緑地、公衆便所等商店街の機能を高める施設(アーケード及びカラー舗装えお除く)	商店街におけるコミュニティ施設とこれを併せて行うショッピングセンター型の商業施設の整備	
助成措置	融資比率：貸付対象事業費の80% 融資利率：無利子 融資期間：20年以内(据置期間3年)	出資：地方公共団体の出資以下 融資比率：貸付対象事業費の80% 融資利率：無利子 融資期間：20年以内(据置期間3年)	

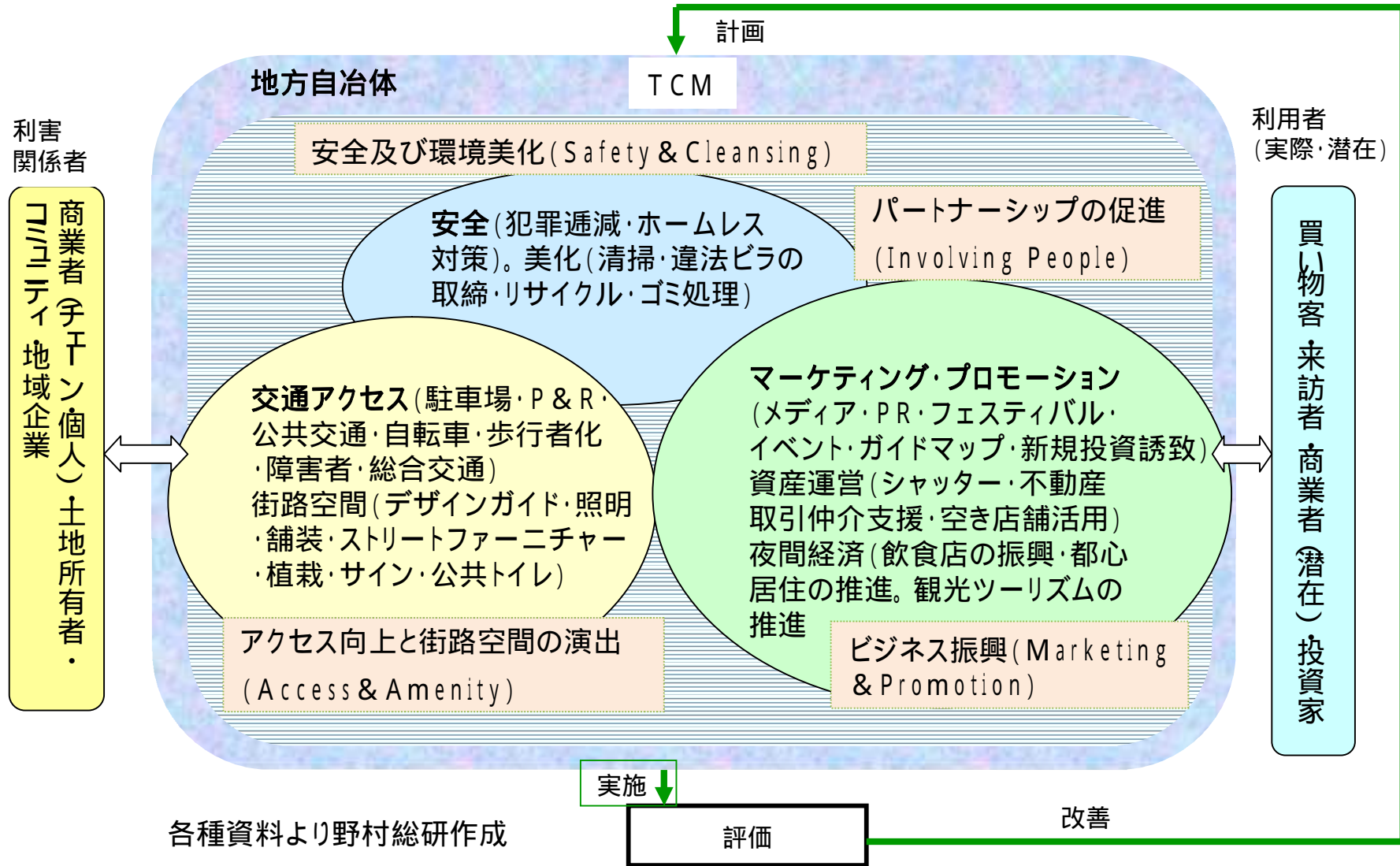
中心市街地活性化計画以外地域 **街づくり会社の基本構造**
 (社)コミュニティマートセンター「街づくり会社」平成3(1991)年3月



市町村等及び商店街振興組合等が出資または拠出して第三セクターを設立し、商店街活動に必要な融出資に係わる支援を行うという街づくり会社構想の推進を行う。『90年代の流通産業ビジョン』。中心市街地はTMO、それ以外は「街づくり会社」という分担が出来上がった。

商店街大学講義概要

イギリスにおけるタウンセンターマネジメントの発展とわが国における成立条件
 関西地域開発研究部 主任研究員 石井良一 『地域経営ニュースレター』1999年 jun



タウンマネージメント機関 (Town Management Organization, TMO)

中心市街地における商業まちづくりをマネージメント(運営・管理)する機関をいう

<http://ja.wikipedia.org/wiki/TMO>

「中心市街地活性化法」における中心市街地活性化策の目玉として導入された。TMO構想を作成し、市町村の認定を受けたものが「認定構想」。この認定構想推進事業者が、いわゆるタウンマネージメント機関 = 「TMO」

TMO	商工会議所、商工会、第三セクター機関等とされた。
-----	--------------------------

TMOが十分に機能しなかった理由として、以下の点が指摘されている。

	大型店、他の商業地との激しい競争など、商業を取り巻く環境は厳しく、衰退に抗しがたかった。
	TMOには利害関係者の合意形成など高度な能力が求められるが、マネジメント能力を有する人材が乏しかった
	TMOにおいて自主的な収益事業を行う等の財源を持たず、市町村行政の商業活性化事業を下請する機関となってしまった。
	事業実施に際しての合意形成に手間取り、事業実施が滞りがちであった
	TMOの受け皿が商工会議所や第三セクターなど、行政寄りの機関であり、地権者や商店街関係者など「民」の献身的な協力が得られなかった。
	TMOがすばやく意思決定できなかった。
	構想に盛り込まれた活性化策の大半は従来の対策の焼き直しであり、市街地を再生させる力を持つものではなかった。

TMO自体の業務遂行能力に関する問題

『今後のTMOのあり方』 TMOのあり方懇談会 平成15年9月

TMOの業務遂行能力に関する課題

専門的人材不足	MD、SC運営に関する専門的人材が不足。
資金不足	公共団体の予算不足、3セクやTMO認定要件が「出資者の2/3以上が中小企業者」であるため、事業資金が集まらない。この要件を緩和すべきでは。
情報不足	タウンマネジメントに関する情報・ノウハウは未だ未成熟だ。
3セク、会議所等組織形態	3セク(3割)や会議所等(7割)で、会議所では常議員会の決定を経由することから「迅速な意思決定」は難しい。

改正中心市街地活性化法施行とTMO

既存TMOは協議会に発展・改組 06年9月10日MJ

TMO	98年中活法施行後、地域活性化の中心としての役割を担ってきたが、改正中活法施行に対応して中心市街地活性化協議会に発展・改組するのが現自治的だろう。
	旧中活法に基くTMOは今年5月現在で全国412、うち290は商工会議所・商工会がTMOとして認定を受けている。
彼らの参加動機は何か？	そこで商工会議所・商工会のパートナーとして、“中心市街地整備推進機構”もしくは“まちづくり会社”、第三セクターの土地開発公社などに既存のTMOに参加してもらい、規約などを改めて、中心市街地活性化協議会としての体裁を整える。
編入市町村のTMOは？	一方、「平成の大合併」に伴う問題もある。編入市町村となった側の中心市街地にあったTMOなどは、市町村が作成する基本計画で当該中心市街地が“中心”とならない場合もあるから、そうなると改正中活法に関連した支援策は受けられない。
受けられない場合	そのようなTMOについては、06年度に国が改正中活法とは別の商業活性化策として新設した「少子高齢化等対応中小商業活性化事業」を活用する方法がある。

今後のTMOのあり方委員会報告での指摘が改善されないまま、果たして「発展・改組」はありうるか？

市町村による基本計画の作成とTMO

中心市街地とは	<p>中心市街地として定めることができる条件</p> <p>ア. 相当数の小売業者や都市機能が集積し、市町村の中心としての役割を果たしている。</p> <p>イ. 土地利用、商業活動の状況・動向からみて、機能的な都市活動の確保や経済活力の維持に支障を生じ、又は生じる恐れがあること</p> <p>ウ. 中心市街地における事業の一体的推進が、当該市町村及びその周辺地域の発展に有効かつ適切であると認められること</p> <p>* なお、このような条件を満たす中心市街地は、合併などの例外を除けば、一般的には一つの市町村に一つと考えられます。また、中心市街地の面積に特に制限はありませんが、土地利用や機能集積の実態、想定される事業の範囲などを考慮して、適切な規模の区域とすることが必要です。</p>	
基本計画に基く事業の実施	<p>市町村、民間事業者は、「基本計画」に基いて、土地区画整理事業、市街地再開発事業、道路、駐車場、公園等の都市基盤整備など「市街地の整備改善に関する事業」、魅力ある商業集積の形成、都市型新事業の立地促進など「商業等の活性化に関する事業」、その他必要に応じて公共交通の利便性向上、電気通信の高度化に関する事業等を一体的に推進する。</p>	
	作成	平成15年9月、TMO認定は300弱。7割は商工会議所・商工会TMO、3割が三セクTMO。
基本計画	598	
TMO構想	293	TMOの認定を受ける。認定を受けたTMOがTMO計画を作成する。
TMO計画	132	TMO事業の内容、実施時期、資金計画等を作成する。
<p>TMO構想を作成し、その構想が適当である旨市町村の認定を受けた者(商工会議所・商工会、三セク特定会社、三セク(財))を「認定構想推進事業者」(これがTMO)として、単独又は組合と共同で計画の作成及び実施に当る。中小小売商業高度化事業を実施する場合はTMOであることが条件なので、これを実施しないならTMOは不要。通常は、この事業を実施するので、やはりTMOが望ましい。</p>		

街づくり事業に必要な努力

拙著『商店街活性化と街づくり』白桃書房1992年

	実施商店街数	計画 着工まで		所要資金 (百万円)
		所要月数	会議回数	
再開発ビル	23	54.8	228.5	3524
共同店舗改装	21	48.1	237.6	1465
セットバック	35	46.8	188.9	1615
駐輪場	23	46.0	204.9	1674
モール化	19	39.2	110.1	1324
休憩所	20	37.0	179.1	1429
全蓋アーケード	67	36.0	81.8	441
個別店舗改装	105	35.4	127.1	1068
片側アーケード	58	34.2	96.6	752
街路灯	135	33.6	112.3	788
カラー舗装	156	32.8	90.1	681
駐車場	89	32.1	106.6	1092
アーチタワー	31	23.5	56.4	271

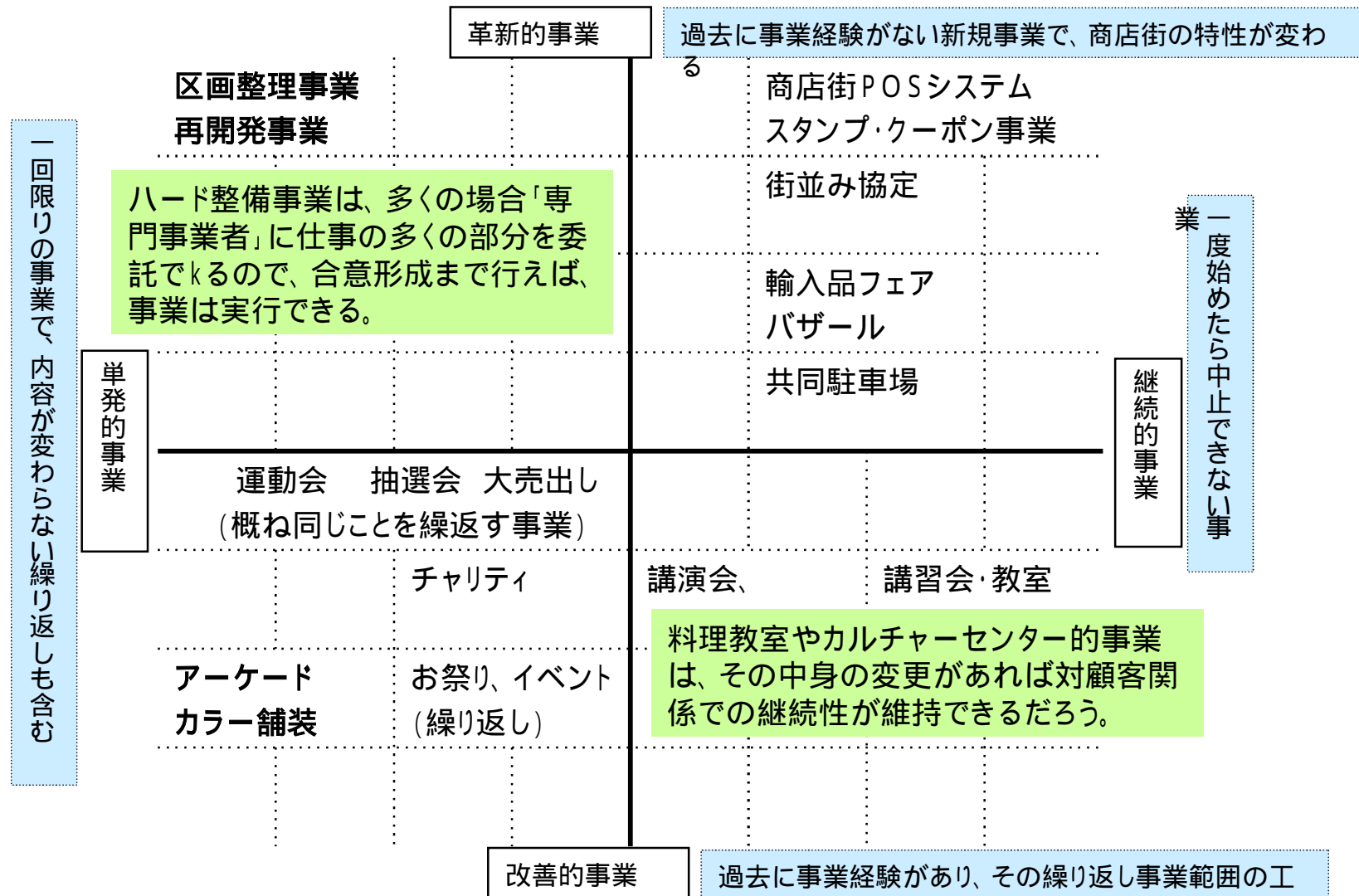
多くの場合、商店街活性化事業が実施可能かどうかは「資金」が重視されるが、ここではそれ以上に時間とその期間中に「関心」を維持させる会議が継続できるかどうか注目したい。再開発ビルでは約4.5年間毎週1回は会議を継続して着工に至っているが、これを誰が運営・維持したか、かなりの組織熟度やリーダーシップが要請されるのではなかろうか。

『コミュニティマート構想事業調査研究報告書』1986年326商店街

商店街大学講義概要

商店街活性化事業の分類

拙稿「商店街の熟度の評価について」『経済経営研究所年報』関東学院大学、第16集 1994年3月



NO2 『生活づくり産業へと変化する我が国小売業』平成19年6月
 -コミュニティ貢献とグローバル競争の両立-新流通産業研究会、事務局経産省商務流通グループ

合同会議答申『21世紀に向けた流通ビジョン』(95年6月)以来の経産省提言だ。

1. 生産性の向上

商務流通審議官の私的研究会であり、大型小売業を中心として、今後の流通政策を考える基礎としたい！

2. 高付加価値化

3. 持続可能なコミュニティの構築

(1) 公共性を持つインフラの提供

地域社会の交流拠点(三越の取組み)、 防犯・防災の拠点(CVS協会GL、イオン事例)、
セブンイレブン&ファミリーマート事例)

(2) 社会的責任への対応

街づくりへの貢献(地域商業との連携:チェーンストア教会GL)、 環境問題への対応。
安全・安心への対応(商品生活用品安全法改正)

(3) 雇用の場の提供

パート労働(大手小売業on貢献)、 女性・シニア労働(への積極的関心)、 フリータ対策(職業訓練などと雇用対策)

(4) 高度な消費文化の提供

レジャー・エンターテインメント、 新しいライフスタイル提案、 地域の歴史・文化・特産品発信