

自治体の地域商業振興条例と産業振興の取り組み

佐々木 保 幸

大阪大都市圏地域経済研究班研究員
経済学部教授

はじめに

近年、多くの地方自治体で地域商業の振興に関する条例が制定されている。その多くは、以下のような大型店やチェーンストアへの商店街組織あるいは地域の経済団体への加入を促進する内容を含んでいる。

- ①商店街において商業を営む者は、商店会へ加入すること等により商店街の活性化を図るよう努める。
- ②商店街において商業を営む者は、商店会が商店街の活性化に寄与する事業を行う際には自分の負担をするよう努める。
- ③大型店を営む者は、地域における経済団体に加入すること等により、地域活動へ参加するよう努める。

本稿では、吹田市を事例として取り上げ、このような自治体の「地域商業振興条例」制定の背景や内容、意義などを検討し、これらの条例を基礎とする地域商業振興政策の可能性をさぐり、あわせて地域の産業政策の取り組みを考察する。

1 地域商業振興条例制定の背景

(1) 小零細小売業の減少および商店街の衰退問題

近年、商店街へのさまざまなチェーンストアの出店が目立っている。このようなチェーンストアには、コンビニエンスストアやドラッグストア、均一価格店といった小売業のほか、ファストフード店やコーヒーチェーン店のような飲食店チェーンも存在する。そして、大型店やチェーン店は、商店街内やその近隣に立地することで、商店街が生み出す集積メリットを享受す

るにもかかわらず、商店街組織や当該地域の経済団体に加入しないケースが多くみられる¹⁾。商店街組織や地元経済団体主催のイベントが行われる場合、当該組織の加入者はコストを負担しかつ人的にも協力する。イベント等が実施されると、通常高い集客効果が見込まれるが、当該地域に立地し各種経済団体に未加入の大型店やチェーンストアはその恩恵に浴する一方で、ほとんど負担をしないことが問題とされるようになった。

そもそもこのような事態が問題視されるようになった根底には、「まちづくり3法」が整備された1990年代後半以降も歯止めのかからない小零細小売業の衰退問題が存在しているが、この点については、関西大学経済・政治研究所第188回公開講座（2009年10月21日）において考察した²⁾。

1982年に172万店を数えた小売事業所数（商店数）は、1985年調査以降減少の一途をたどり、1997年には約142万店まで減少した。小売事業所数はその10年後の2007年には120万店を割り込み113万7,900店となった。小売事業所数減少の中心は就業者規模1-2人および3-4人の小規模零細層であったが、1-2人、3-4人規模の小売業の減少は、商店街の低迷を引き起こした。

(2) 商店街組織への加入促進等に関する条例制定の背景

小零細小売業の減少および商店街の衰退が進行していく中で、商店街組織の組織率の低下も進んだ。例えば、後述するように、商店街組織への加入促進等に関する条例は東京都世田谷区で最初に制定されたが、その世田谷区における商店街組織の条例制定前の組織率は、商店街へのコンビニエンスストアやファストフード店、ドラッグストア、携帯電話販売店等チェーンストアの出店が増加した結果、50%～60%に低下した³⁾。

都心部の商店街へのチェーンストア出店増加の背景には、好立地の商店が商店主の代替わり等を契機に、自主的に運営をやめチェーンストアへ土地や施設を賃貸する事例が増加したり⁴⁾、商店街に商店主や地主が住んでいない建物が増えたりしたという都心部特有の問題があった⁵⁾。そのような物件に、地縁もない不動産会社等がテナントを誘致・仲介することによってチェーンストアの過剰な出店が進んだ⁶⁾。そして、商店街組織の加入率が低下することによって、地元

1) 例えば、大阪市における商店街の会員に占めるチェーン店舗構成比20%未満が9.9%、20～40%未満20.9%、40～60%未満9.4%、60～80%未満6.7%、80%以上7.1%となっている（大阪市経済局『大阪市小売商業実態調査報告書』2007年、37ページ）。

2) 佐々木保幸「大阪市商業の現状と課題—中心市街地商業、商店街を中心に—」関西大学経済・政治研究所『セミナー年報 2009』2010年3月。

3) 『日経MJ』（日経流通新聞）2003年11月13日付。

4) 『日本経済新聞』2004年3月26日付。

5) 『日本経済新聞』2005年8月6日付。

6) 同上。

の祭りやカラー舗装の分担金等の負担が加盟店に集中し、地域の活性化事業への協力も得られないという問題が激化したのである⁷⁾。

このような問題を背景に、東京都世田谷区では、いち早く商店街組織（世田谷区商店街連合会）から「商店街（地域エリア）にコンビニエンスストアやチェーン店が参入することは、商店街振興にとってはありがたいが、商店街組織に加入せず、賦課金を払わないのは困る。何とかしてほしい⁸⁾」と、区に対して大型店やチェーンストア等を商店街組織に加盟させる条例の制定を要求するに至った。

2 地域商業振興条例の制定

(1) 地域商業振興条例の制定と広がり

東京都世田谷区では、条例制定に向けた検討過程で、「強制的事項は法的に違法となることを確認し、努力規定の整備に向けて進めることを確認⁹⁾」し、2004年4月に、既存の産業振興条例（世田谷区産業振興基本条例）を改正することによって、大型店等の立地する地域の経済団体等への加入や地域貢献を促す条項を加えた。

同年6月には、世田谷区商店街連合会「パワーアップ商店街 商店街加入促進大会」開催し、改正された世田谷区産業振興基本条例の存在を喧伝した。このような取り組みは、他の商業者組織や地方自治体に情報発信する効果を発揮するのみならず、地域商業政策や産業政策についての学習機会になったと理解することができる。実際、この取り組みの効果もあって、同年中に、東京都江東区（7月、江東区商店街振興組合等組織化支援要領の改正）や港区（10月、港区中小企業振興基本条例の改正）、名古屋市（11月、安心・安全で快適なまちづくりなごや条例）において同様の条例の整備が進んだ。

さらに、2005年には、4月に東京都杉並区（杉並区商店街における商業等の活性化に関する条例）、板橋区（板橋区産業活性化基本条例）、練馬区（練馬区産業振興基本条例）、渋谷区（渋谷区新たな商業振興のための条例）、足立区（足立区経済活性化基本条例）、台東区（東京都台東区中小企業振興に関する基本条例の改正）、目黒区（目黒区中小企業振興基本条例の改正）、千葉県習志野市（習志野市産業振興基本条例）、6月に東京都荒川区（荒川区産業振興基本条例）、7月に東京都文京区（文京区商店街振興に関する条例）、10月に町田市（町田市商店街の活性化に関する条例）、12月に小金井市（小金井市商店街の活性化に関する条例）、府中市（府中市商店街の活性化に関する条例）において、同様の条例が施行される運びとなった。東京都世田谷区の条例施行からわずか1年の間に、首都圏を中心に、地域商業振興に関する条例の整

7) 『日経MJ』（日経流通新聞）2003年11月13日付。

8) 地方自治研究機構『自治体法務研究』No.25、2011年、30ページ。

9) 同上。

備が広がり、既存の条例を改正するのみならず、新たな地域商業振興条例を制定する動きが高まったのである。

2006年になると、2月に世田谷区商店街連合会を中心に「全国商店街加入促進サミット」が開催され、その後、地域商業振興に関する条例は東京都内から千葉県や埼玉県へ波及し、関西においても条例化が進められるようになった（全国で14件の条例施行）。そして、2007年以降、地域商業振興に関する条例は全国的に浸透していった。

関西では、大阪府高槻市（地域における商業の活性化に関する条例）が2006年12月に、大阪府（大阪府商業者等による地域のまちづくりの促進に関する条例）と吹田市（吹田市産業振興条例）が2009年に地域商業振興に関する条例を定め施行した。なお、2009年7月には地域商店街活性化法（商店街の活性化のための地域住民の需要に応じた事業活動の促進に関する法律）が制定され、地域商業の振興が地方自治体レベルに加えて、国レベルでもいっそう重要視されるようになったのである。

(2) 地域商業振興条例の役割および効果

それでは次に、このような地域商業の振興に関する条例の役割についてみていこう。

第1に、条例が制定されたことによって、地域商業を重視する地方自治体の姿勢が、大型店やチェーンストア等に対して明確に示された。実際、地方自治体が商店街等地域商業を大事にする姿勢を打ち出したことで、チェーンストア等の商店街組織等への加入が促されることになった。

第2に、地域の商業者に対しても地域商業振興における役割が位置づけられた。具体的には、従来チェーンストア等への勧誘に熱心でなかった商店街組織自体への組織加入の勧誘の動機づけにつながった¹⁰⁾。例えば、大阪市（地域商業の振興に関する条例なし）の調査によると、商店街組織の大型店等への組織加盟等に関する働きかけ（商店街計）は、同市において大型店9.2%、コンビニエンスストア12.8%程度であり¹¹⁾、そもそも非常に低い。このような条例が施行されることによって、商店街組織にも、自らの組織を強化し地域商業振興に寄与する自助努力がより強く求められるようになるのである。

第3に、地方自治体の地域商業振興政策の連続性が確保された¹²⁾。首長や当該政策担当職員が代わっても、条例にもとづく基本政策は変更されないため、行政の地域商業振興に対する姿勢が継続されるのである。

第4に、いくつかの地方自治体の条例では、地域商業振興に地域住民の役割が位置づけられた。東京都杉並区の杉並区商店街における商業等の活性化に関する条例では、「区民は、商店会

10) 『日本経済新聞』2004年5月27日付。

11) 大阪市経済局、前掲報告書、35ページ。

12) 植田浩史『自治体の地域産業政策と中小企業振興基本条例』自治体研究社、2007年、83ページ。

及び事業者が行う商店街の活性化のための取組が区民生活の向上及び地域経済の発展に寄与することを確認し、この取組に協力するよう努めるものとする」という条項が定められている。このような規定は、あくまでも理念的であり具体性に欠けるが、従来の商業政策にはみられなかった地域商業と地域住民の連関性を明記した点で有意義なものといえよう。

以上のような役割を持った地域商業振興に関する条例が施行される下で、実際にチェーンストア等の商店街組織等への加入も一定の成果をあげることができた。

表1 チェーンストア等の商店街活動への協力の増加

	2008年2月	2009年12月
商店街振興組合への加入	70.0%	76.0%
イベントの費用負担	47.2%	50.3%
イベントへの人材派遣	16.2%	26.1%

出所) 全国商店街振興組合連合会「平成21年12月時点における百貨店・チェーン店等の商店街活動への協力状況に関する調査結果概要」2010年より作成。

例えば、世田谷区内商店街組織に、条例施行後2004年4月から2005年4月にかけて476事業者が新たに加入し、2004年4月から2010年3月にかけては2,500事業者が新規加入した¹³⁾。また、表1をみると、2008年2月から2009年12月の間に、「商店街振興組合への加入」「イベントの費用負担」「イベントへの人材派遣」がすべて増加していることがわかる。

しかしながら、一方で、地域商業振興に関する条例は全て努力義務の範囲を越えず、条例自体を知らないか、知っていても商店街組織等に加入しない大型店やチェーンストアも多いといわれている¹⁴⁾。このような条例を先行して施行した首都圏の自治体でも、「条例の一定の効果はあったものの、都心部に大型店は少なく、成果をあげたものは商店街内の未加入の小規模店が中心で、郊外地域の大型店にはほとんど効果がないことや、全体的に大型店の条例に対する無反応な態度が指摘されている」¹⁵⁾。

したがって、地域商業振興に関する条例の実行には、大型店やチェーン店に対して商店街組織や経済団体の役員、地方自治体職員によって、条例の意図を説明し、加入を促す地道な働きかけが不可欠となろう。

3 地域商業振興条例と地域産業振興政策

(1) 地域商業振興条例の類型

如上のような地域商業の振興に関する条例は、以下のような3つのタイプに分類することが

13) 地方自治研究機構、前掲誌、32ページ。

14) 『日本経済新聞』2007年6月7日付。

15) 同上。

できる。

第1に、商店街加入促進特化型である。このタイプの条例は、東京都渋谷区や文京区、高槻市等にみられ、チェーンストア等に、商店会等商店街組織への加入を図るよう努め、商店街組織が商店街の活性化に寄与する事業を行う際には応分の負担をするよう努めることを求めている。そして、大型店に対しては、地域における経済団体に加入すること等により、地域活動へ参加するよう努めることを要請する。このような条例は、地域商業振興に特化したものとして位置づけることができる。

第2に、産業振興（中小企業振興）型である。東京都世田谷区を嚆矢とするこのタイプの条例は、首都圏の自治体を中心に既存の産業振興条例を改正することによって、地域商業振興政策に先鞭をつける一方で、北海道帯広市（帯広市中小企業振興基本条例、2007年3月施行）や大阪府吹田市の条例のように、中小企業振興政策あるいは産業振興政策を基礎として新規に制定されている。

2000年代になって、地方自治体で産業振興条例を強化したり、新たに制定したりする傾向が生じた背景には、1999年の中小企業基本法改正があったと考えられる。改正法の第6条では、「地方公共団体は、基本理念にのっとり、中小企業に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、その地方公共団体の区域の自然的経済的社会的諸条件に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する」と規定された。すなわち、中小企業振興政策あるいは産業振興政策の策定や実施において、財政的・制度的・人的側面での国の負担が軽減される一方で、まちづくり条例や大型店出店調整等地方自治体の施策内容が国の政策と異なった場合に、地方自治体の介入する権利が確保され、中小企業や地場産業、商店街振興は地方自治体が責任を負うという図式が形成されたのである¹⁶⁾。このように、地域の産業振興政策等において、地方自治体の実施主体としての責務が明確化されたことによって、このタイプの条例化が推進されることとなったのである。事実、改正中小企業基本法の理念は、2000年代に入ってから、徐々に中小企業政策を実施するための根拠法や組織、制度に影響を及ぼし、地方自治体において産業政策ないし中小企業政策の変化を顕在化させたのである¹⁷⁾。

第3に、地域振興型である。このタイプの条例は、東京都立川市（立川市商業まちづくり条例）や神奈川県藤沢市（藤沢市商業振興条例）等で施行されており、商店街組織等経済団体の組織強化に収斂される第1にあげた特質を包含するとともに、大型店やチェーンストア等のみならず地域の商店街組織や商業者が果たすべき役割について、地域貢献という非経済的側面にまで拡大し位置づけている。このタイプの条例は3つの型のなかでも、比較的新しい領域を形成している。その背景として、1990年代以降におけるまちづくりの進展や、地域社会のなかで

16) 吉田敬一「グローバル化時代の地域振興と中小企業」吉田敬一・井内尚樹編著『地域振興と中小企業』ミネルヴァ書房、2010年、24ページ。

17) 和田耕治「国の地域中小企業政策と地方自治体」同上書、44ページ。

地域商業を再考する動きが増加したことがあったと思われる。

(2) 産業振興（中小企業振興）型条例の内容

① 吹田市産業振興条例の内容

それでは最後に、吹田市産業振興条例を取り上げて、産業振興（中小企業振興）型条例の内容について検討していこう。

同条例の第1条で、「この条例は、産業の振興に関する基本理念及び施策の方針を定め、市、事業者、経済団体等及び市民の役割を明らかにすることにより、産業基盤の安定及び強化並びに地域経済の循環及び活性化を図り、もって就労機会の増大及び安心安全な市民生活の確保に資するとともに、調和のとれた地域社会の発展に寄与することを目的とする」ことを規定し、地域内経済循環および地域内再投資の方針を掲げている。

そして、産業の振興は中小企業者の発展を基礎に推進され（第3条3項）、その方針として、第4条で企業誘致を進める場合も地域経済の循環および活性化に寄与するように図ることや、日常生活を支える地域密着型商業の展開および商業地の整備を支援することにより、地域の商業の魅力の向上を図ること、地域からの雇用の促進および継続に対する支援を図ること、市内の中小企業者の受注機会の増大を図ること等を提示している。

他の地方自治体の産業振興条例や中小企業振興条例において、「地域経済の循環」を政策の柱として位置づけているものはほとんどみられず、以上の内容に、吹田市の産業政策の進取性を認めることができる。これまで多くの地域では、産業政策として企業誘致に依存する傾向が強かったが、そこで生み出された付加価値は本社に移転されてしまう比率が高く、地域内の経済が循環せず、地域の持続的成長が損なわれる状況がみられた。それゆえ、「地域内に投資決定の主体があり、それを中心に繰り返し再投資する活動を量的にも質的にも強化することが、地域内再投資力を高める」¹⁸⁾ ことになり、地域の持続的発展につながるのである。

また、同条例の第3条において、「産業の振興は、市が市民、事業者及び経済団体との協働の下に産業の振興のための施策を行うことにより推進されなければならない」ことが記され、産業振興における市の役割が明示されている。すなわち、産業振興が公共政策として明確に位置づけられている。そして、同条項にもとづいて、市は必要な調査を行い、産業施策を総合的かつ計画的に推進する（第5条）。産業振興を事業者の自助努力に委ねる傾向が強い近年の自治体産業政策のなかで、吹田市の条例は改正中小企業基本法を背景にして、地方自治体が積極的に地域産業振興政策を企画し実行していく方向を示しているのである。しかしながら、多くの産業振興条例や中小企業振興条例と同様に、本条例も中小企業保護を目的とするものではなく、

18) 岡田知弘「地域内再投資力が地域を元気にする」岡田知弘・高野祐次・渡辺純夫・西尾栄一・川西洋史『中小企業振興条例で地域をつくる』自治体研究社、2010年、31～32ページ。

地域づくりや地域振興のために、その中心となるべき中小企業の活性化に地方自治体が主体的かつ総合的に取り組むというものである¹⁹⁾。

さらに、本条例では第6条において、市内の大型店や特定連鎖化事業者（チェーンストア）に対して、経済団体等への加入を促すのみならず「地域社会における責任を自覚し、市が行う産業施策及び経済団体等が行う産業振興のための事業活動に協力するよう努める」ことを求めている。

② 吹田市産業振興条例の制定経緯

以上のように吹田市産業振興条例は非常に先進的な内容を有するのであるが、その制定には以下のような経緯があった。

1990年代後半以降、吹田市では工業分野と小売業分野ともに衰退傾向が顕著となった。工業では1998年から2007年にかけて、事業所数が292から189、従業者数が8,627人から5,370人、製造品出荷額等が約3,280億円から約2,360億円へと減少した。小売業でも1994年から2007年の間に、事業所数が2,492から1,902へと減少し、3,200億円近かった年間販売額はほぼ3,000億円となった。従業者数は同時期に1万6,414人から1万7,484人と増加した²⁰⁾。この小売従業者数の増加も、事業所数の減少と照らし合わせると、小規模小売業の衰退と大型店の拡大を意味しており、結局は市内の一般小売業にとって、経営の悪化を示しているのである。

このような状況の下で、1990年代中ごろから吹田民主商工会を中心に、産業振興に関する条例制定を求める学習や運動が開始された。2001年以降の数年間には、市議会における産業（中小企業）振興条例制定の質疑が行われたが、この段階では条例制定には至らなかった。2006年になると、「吹田市新商工振興ビジョン—快適ライブタウンの創生をめざして」が策定され、そこで、「商工業の振興の基本となる事項を広く市民に周知し、市の方針を明確にするため、条例の制定について今後研究・検討を進める」²¹⁾と明記されることとなった。同年には、高槻市で「地域における商業の活性化に関する条例」が制定され、吹田市でも吹田市商業団体連合会による商業の活性化を目的とした条例制定要求が出され、吹田市商工会議所工業部会による条例制定要求とあわせて、条例化に向けた機運が高まった。

そして、2007年に吹田市商工業振興対策協議会・吹田市商工業振興施策検討部会において条例化の検討が始められたのみならず、商工行政を強化するために吹田市産業労働にぎわい部が創設された。同年8月に吹田市商工業振興対策協議会で提示された産業振興条例案は、地域内経済循環等の視点はなく、他の自治体の条例を模したチェーンストア等の商店街組織等への加盟を主たる内容とするものであった。それゆえ、地域内経済循環等の視点を盛り込んだ吹田民

19) 岡田知弘『一人ひとりが輝く地域再生』新日本出版社、2009年、185ページ。

20) 吹田市『吹田市統計表』各年版。

21) 吹田市『吹田市新商工振興ビジョン—快適ライブタウンの創生をめざして』2006年、63ページ。

主商工会による「吹田市中小企業振興基本条例（仮称）に向けた提言」等がまとめられ²²⁾、商業組織の強化にとどまらない産業振興条例制定に向けて本格的な議論が展開されるようになった。その後、翌 2008 年には、吹田市商工業振興対策協議会・条例検討部会が設置され、2009 年にようやく吹田市産業振興条例の制定に至った。

ここで注目したいのは、条例制定過程において、他の地方自治体の条例の模倣に終始することなく、地域特性をふまえて、なんのための産業振興条例なのかという点を深く掘り下げて、学習活動が繰り返され、条例制定要求を運動として継続していったことである。この点は、地域商業の振興や地域産業振興に関する条例を企図している地方自治体や事業者にとって、おおいに参考になろう。

③ 条例制定後の取り組み

地方自治体によっては、条例や産業振興ビジョン等を策定した後、それらの実行が伴わない場合がみられるが、吹田市では、条例施行後に全事業所実態調査を実施した（2011 年）ほか、「商店街エコ化事業」（2009 年）を実施し、さらに「吹田市商店街及び商店ポータルサイト」（2010 年）を整備した。商店街エコ化事業とは、市内商店街のアーケードに太陽光パネルやドライ型ミストを設置し、加えて照明の高効率化を追求する事業である²³⁾。同事業に関する発注は市内の事業者を中心に行われており、産業振興条例の下で、地域内経済循環あるいは地域内再投資の取り組みが実際に進められたのである。

吹田市産業振興条例において地域内経済循環の方針が掲げられ、商店街エコ化事業のような実際の取り組みが展開された背景には、吹田市における官公需の地元発注率の低下問題があった。

表 2 をみると、2009 年度の官公需地元発注比率は件数ベースで 41.5%であり、金額ベースでは 28.4%にすぎない。工事の同比率は件数ベースでこそ 92.2%にのぼるが、金額ベースではわずか 27.1%である。物品等では、金額ベースでも 19.1%にとどまっている。2000 年度の吹田市工事金額地元発注比率が 75.2%であったことをかんがみると、2000 年代を通じて、公共工事の縮小傾向のなかで地元企業への官公需の発注が落ち込み、そのことが地域経済を低迷させる要因の 1 つとなっていることを認めることができる。吹田市産業振興条例およびそれにもとづく諸制度は、このような地域経済縮小化傾向への対応となっているのである。

また、吹田市では、産業振興条例をいっそう精緻化し具体化するために、「地域における商業の活性化に関する要項」（2010 年 1 月施行）を整備した。同要項第 5 条 4 項において、「市内に

22) 西尾栄一「産業振興条例の制定に向けた民主商工会の政策活動」岡田知弘・高野祐次・渡辺純夫・西尾栄一・川西洋史、前掲書、150～152 ページ。

23) JR吹田駅周辺まちづくり協議会「JR吹田駅周辺まちづくり協議会商店街エコ化事業推進委員会平成 21 年度事業報告および平成 22 年度事業計画（案）」2010 年。

において大型店を運営する者は、商業者等の受注機会の確保及び地元雇用の創出に努めるものとする」と定め、地域内経済循環ないし地域内再投資の方針を大型店に対しても促しているのである。翌 2011 年には、「商業者等に求められる具体的な地域貢献策の例」がまとめられた。ここでは、地域貢献を含む 10 領域 54 例を具体的に提示し、商業者等が店舗の特徴や立地環境、組織体制などを勘案して、できることを選択して取り組むことを奨励している。

表 2 吹田市官公需地元発注比率 (％)

	合 計		工 事		物 品 等		役 務	
	件数	金額	件数	金額	件数	金額	件数	金額
2009 年度	41.5	28.4	92.2	27.1	38.8	19.1	43.5	35.9
2010 年度	38.9	40.2	91.3	58.2	36.8	11.8	38.9	34.6

注) 2000 年度の吹田市工事金額地元発注比率 75.2%。

出所) 「吹田市議会議事録」より作成。

おわりに

以上、ここまで地域商業振興に関する条例や地域商業振興の観点を包含した産業振興条例等について、その内容や制定背景を考察し、吹田市産業振興条例を取り上げて同市の産業政策を概観してきた。

地域商業の振興に関する条例を通して、商業の持つ経済的側面と非経済的側面（社会的側面）を強化あるいは再構築することの重要性を確認することができた。商業とりわけ小売商業は地域社会のなかで商取引を行い、地域における経済活動の重要な主体であるのみならず、商取引以外の領域においても地域社会で重要な役割を担っている。地域商業振興に関する条例は、このような商業の持つ二面性を同時に追求していく政策なのである。

吹田市のような産業振興型の条例は、地域商業振興政策を商業の領域内にとどめず、それを中小企業振興政策として位置づけ直し、地域中小企業の持続可能な仕組みとして実行している。同時にそこでは、地域商業を地域産業の構成要素としても位置づけ、他の地域産業との連関を強めようとしている。すなわち、生産過程と流通過程を結びつけた地域内経済循環が志向されているのである。強固な地域内経済循環が構築されることによって、地域商業の持つ非経済的側面も増進されることになり、地域社会の持続可能性につながるようになる。