

富士見市商業・消費活動に係わる課題について

検証シート及び商業等実態調査を基に分析し、以下の課題を抽出した。

- ① 経営創業相談事業や創業支援セミナーなどによる新規創業者※1を増やすためには、効果の検証を行うとともに、事業を強化・推進する必要がある。

※1 新規創業者 R3～6年度: 14名

→課題（１）減少する事業者への対応

- ② 本市では小規模・個人経営が多く※1、コロナ後の消費の変化・物価高騰など外的要因の影響を受けやすい。

また人材不足※2などにより、流動的なビジネス環境に対応しきれないことで、市内消費低下※3につながっている可能性があり、財務、DX化、人材育成など総合的な支援が必要と考えられる。

※1（事業者アンケート調査 問2(3)）従業員数4人以下の事業所 70.0%

※2（事業者アンケート調査 問18）従業員の充足状況…適正27.2%、やや不足30.6%、不足16.1%、大幅に不足3.8%、その他・無回答22.4%

※3（市民アンケート調査 問4）市内消費の平均値 R2 :56.2% →R6 :51.7%

→課題（１）減少する事業者への対応

→課題（２）多様化する消費行動への対応

- ③ 消費者のキャッシュレス決済のニーズに対して、事業者の対応状況が低い傾向にあり、事業者・消費者間におけるキャッシュレス化に関するギャップ※4があることから、DX化などの支援が必要である。

※4 商業等実態調査報告書 P170参照(事業者アンケート調査 問20、市民アンケート調査 問17、17-1の比較)

→課題（２）多様化する消費行動への対応

- ④ 会員数の減少や高齢化などにより、活動が困難となっている商店会もあり、伴走的な支援を行う必要がある。一方で、買い物以外で商店街に期待することとして、事業者・消費者ともに「地域の賑わい創出」と回答する割合が高く※5、地域活性化に資する積極的な商業団体や地域活動団体等の協働の取組に対し、更なる支援の検討が必要である。

※5 商業等実態調査報告書 P169 参照(事業者アンケート調査 43.9%、市民アンケート調査 43.4%)

→課題（３）地域商業の在り方の検討

- ⑤ 新たな消費活動の創出と経済活動に基づく魅力の創出を目指して、富士見上南畑地区産業団地の進出企業との連携など、市内産業間の連携を図る必要がある。

→課題（４）産業間の連携の推進

■計画策定に関する課題

- ・課題（４）を受け、商業活性化ビジョン→都市産業活性化ビジョンへの名称変更の検討。
- ・アクションプランの数値目標を設け、進捗状況の管理を行う必要がある。