

課題		分類	主な意見	キーワード・ 新たな取組（案）
（１） 減少する事業者への対応	1		「減少する事業者への対応」という課題について、ビジネスという面では、淘汰は必然・仕方ないところもある。市としては、頑張る個人・中小企業を支援し、魅力・個性ある強い事業者をどう生み出すか、増やすかが重要ではないか。	○創業支援の周知強化 ○事業者への情報提供（商店会・空き店舗）
	2		「創業するなら富士見市で」と謳っているが、自分からHPなどで探さなければ情報を得られない。他地域にいくと、富士見市で創業すると良いという情報に出会わず、創業地に選ばれにくいと感じる。	
	3		<u>創業者に対し、商店会の紹介</u> 、商店会を知る機会があってもよい。	
	4		<u>空き店舗の紹介</u> など、創業時に様々な情報提供があるとよい。	

課題			主な意見	キーワード・ 新たな取組（案）
（３） 地域商業の在り方の検討	5	今後の商店会	商店会にお店が集積していないこともあり、地元住民が市内に商店会が存在すること自体を知らないことがある。 <u>商店会としての認知度を高める取り組み</u> が必要では。	○商店会認知度の向上
	6	今後の商店会	新規創業を増やすには、「あの商店会へ行けば商売ができる」と思ってもらえるようでなければ難しいので、もっと <u>ブランディングが必要</u> 。新しく創業しようとする人に知ってもらうための仕組みづくりが必要。	○商店会の魅力向上（ブランディング）
	7	今後の商店会	<u>儲かる商店会のスキーム</u> を作れないか。シェアサイクルのような取り組みを商店会主体で導入すれば、商店会の認知度もあがり、おカネも稼げる。おカネと人を呼び込める取り組みが必要。	○収益性の向上（シェアサイクルなど）
	8	今後の商店会	ららぽーとや大手事業者がやっていないようなことをやっていかないと <u>存在意義</u> がなくなってしまう。 <u>地域によって困っていることを解決するような形や、専門性など、住み分けが必要</u> 。	○地域解決型補助金
	9	今後の商店会	鶴瀬東口のような区画整理で人口が増え、テナントなどができ、集積しつつある地域は、アーケードをつくったり、お店を増やしたり、存続させる商店会として注力して、メリハリつけるべき。西口はネットワークを活かしたい。	○情報発信（駅前） ○情報発信（コンシェルジュ） ○商店会の連携（イベント等） ○商店会の統合
	10	今後の商店会	<u>個々の専門店の魅力が、商店会全体の集客力アップ</u> につながり、大手事業者との差別化につながると思うが難しい。	
	11	情報発信	<u>鶴瀬駅に他所から来る人に向けた、施設やお店をPRできる広告、情報、掲示板</u> があるといい。	
	12	情報発信	<u>街のコンシェルジュ</u> が欲しい。磐田市には町の情報センターがあり、ラジオステーションでいろいろな情報発信をしている。情報が集まる仕組みが必要。	
	13	連携	ひとつの商店や商店会だけで解決していくのは難しく、 <u>地域全体で解決</u> していかないといけない。	
	14	連携	<u>商店会の統合</u> は不可能ではないと考えるが、 <u>会費の統一や会員の離反対策などの課題あり</u> 。	
	15	連携	商店会によってお店の数や顔ぶれ、店主の年齢なども異なる状況なので、すべての商店会が単独で同じようには活動できない。 <u>商店会同士が横断的に協力しながらイベントを開催</u> したい。	
	16	連携	商店会単独ではなく、 <u>商業以外の事業者も含めた「事業者の会」</u> があってもいい。西口の「商店会」ではなく「事業者の集まり」として鶴瀬ウエスト、イーストという形など。もっと広範なエリア、面で取り組んでいく必要があるのでは。	
	17	連携	規模の大きなイベントやお祭りは人手不足で準備が難しく、協力体制がないとモチベーションを維持できないので、 <u>商店どうしの協力</u> がもっとできるようであれば継続できるかもしれない。	
	18	イベント	地域活性化・地域住民のためのイベントであっても、 <u>商店会の運営では公園の使用許可が下りない（減免が下りない）</u> など、制限もある。	○商店会の公園利用
	19	イベント	バスケット朝市ほどの規模ではなく、もっと <u>気軽に数時間単位で開催できるイベント</u> があると住民も楽しいのでは。	
	20	イベント	補助金を申請して <u>イベントやお祭り</u> を開催しても運営面で赤字になってしまう現状があり、将来的に補助金が削減されてしまうようであれば継続はやはり難しい。市から補助金について、 <u>補助割合の増額、複数回の交付</u> など検討してほしい。	
	21	イベント	外部の店舗が多く参加するイベントの場合、地域の方は喜んでもらえたが、運営費は商店会会費であるので、会員店舗のためになっておらず、 <u>だれのためのイベントなのか</u> という声もあった。	
	22	イベント	イベントを実施する担い手が不足（準備が大変）。開催しても収益へ直接的な好影響は少ない。イベントを投資と考えても、恩恵が不透明のため開催のモチベーション低い。	
	23	イベント	コロナ禍でよさこい祭りを中止し、その後は協賛金も募集できなくなってしまい、再開できない状態。再開したいが、町会と商店会で温度差も感じる。	
	24	資金	<u>会費を上げないと今後は存続できない</u> 。街路灯の維持費用・商店会費など予算面においての課題が多い。	
	25	鶴瀬東口	<u>鶴瀬駅とららぽーとの間に</u> 買い物が楽しめる <u>店舗や仕掛け</u> が欲しい。	
	26	会員減少	つるせ台商店会については、新しいことを実施しようとしても高齢化・会員減少などにより人が集まらない。会費だけでは、街路灯の維持管理などの負担が大きい。	
	27	会員減少	あけぼの商店会については、店が減り、住宅街化しつつある。	
	28	会員減少	商店会の会員数が減少するなか、新たなお店に入会を声掛けしてもメリットがないと断られてしまう。	○商店会加入の価値（メリット）の再構築・周知
	29	会員減少	後継者不在で廃業となった会員もいる。会員数が減り、街路灯だけが残り、維持ができないという現状では、前向きな意見を出すことができない。	
	30	街路灯	商店会街路灯は、いまや商店会の活性化としてではなく <u>地域の安全対策としての存在</u> に変わってきている。商店会街路灯を商店会が会費で維持しているということの認知度が低いのも問題である。	
	31	街路灯	街路灯の維持が商店会の主たる目的となっている。	
	32	鶴瀬東口	ららぽーとへ行くために鶴瀬駅を利用している人に、もっとおカネを使ってもらえるようなお店がほしい。ららぽーとの従業員が閉店後に行く飲食店がない。	
	33	D×化	生成AIなどのサブスク代金の補助などがあるとよい。	
	34	産業団地との連携	産業団地の企業と連携をとりたい。（商工会などを通した異業種交流会、B to Bマッチングなど）	
	35	認知度向上	シティプロモーションの観点でレトロな商店会のSNS、YOUTUBEなどで取り上げるなどの知ってもらう工夫が必要	
	36	その他	インターネット等での情報収集がうまくなってきて、消費者の知識のレベルが上がってきている。キャッシュレス決済の増加。	
	37	その他	街路灯にデジタルサイネージを掲示し広告料をとることで商店会の収益にできないか考えたこともあるが、広告費をかける事業者が少ないためなかなか難しかった。	
	38	その他	補助金の情報が分かりにくく、手続きも難しいのでもう少し簡単にしてほしい。	○補助金手続きの支援
	39	その他	空き店舗バンクは、賃料の低い（過疎）地方では良いのかもしれないが、富士見市では、空き家バンク利用者は安く借りたい、大家はしっかり賃料を取りたいケースがあり、マッチングが難しいと感じる。	

課題		分類	主な意見	キーワード・ 新たな取組（案）
（１） 減少する事業者への対応	1	創業	チャレンジショップは期間限定のため出店期間中に収益化するのが難しく、新規創業を増やす施策としては効果に疑問を感じる。また他市の状況でもあまり創業に結びついた話を聞かない。開業時にコストがかかるのはチャレンジショップでも同じなので、それなら初めから普通に開業するという人が多いのではないか。	チャレンジショップ事業の検討
	2	創業	創業相談を受けた際、自身のビジネスのイメージが全く固まっていないと何を相談してよいかが難しかったので、その前段階として相談会、 <u>利用した方の話を聞ける場</u> などがあると良い。	相談会など
	3	創業	「夢をカタチに」というより、「趣味・特技を応援」という表現が身近であり、そこからスモールビジネスにしたい、というニーズはある。趣味を仕事につなげていきたい人などはいる。セミナー形式よりももっと手軽に気軽に創業相談できる窓口や、 <u>創業体験談を聞けるような場</u> があるといい。	創業体験を聞ける場
	4	その他	週1～2回程度のレッスンを開講できる場を探しているが、富士見市の公共施設は営利目的だと利用できない。ふじみ野市ではステライースト、ステラウエストが利用できる。市内でビジネスのニーズが満たされないことから、事業者が市外へ流出してしまうのではないか。	事業者の公共施設利用
	5	その他	公園利用についても、ふじみ野市では1日単位で借りれるので、富士見市も検討してほしい。	商業団体の公園利用
	6	その他	資金、場所、設備、地域の雰囲気など、チャレンジしたいという環境を整える必要がある。	
	7	補助金	補助金の説明の文言がわかりにくいと感じた。創業相談で説明を受けて理解したが、わかりやすい表現にするだけでも利用する方は増えるのではないか。	補助金の周知方法

課題		分類	主な意見	キーワード・ 新たな取組（案）
（２） 多様化する消費行動への対応	8		飲食店の自店では、キャッシュレスが全体の５割（主にPayPay、クレジットカード）であり、なくてはならない。特にPayPayは認知度が高いので、市の施策として実施すれば、宣伝力が破格であり、新しいアプリを入れる手間もないので、参加店・利用者ともに大幅に増えると考える。	キャッシュレス
	9		キャッシュレス利用者が増え、手数料を取られて厳しいが、 <u>高額消費につながっている側面</u> もあり、時代の流れとしては仕方がない。	キャッシュレス
	10		SNSを利用した販促は当たり前となっており、むしろ情報が膨大で、飽和状態となっているの中で、かなり良い情報発信を行わないと誘客につなげるのは難しい。	S N Sによる販促

課題		分類	主な意見	キーワード・ 新たな取組（案）
（３） 地域商業のあり方の検討	11	今後の地域	駅周辺に飲食店が集積していないので、2軒目、3軒目と回遊できない。地元根差した特色ある店舗がたくさんあればもっと街が楽しくなり、活気がでる。若い人は駅前の店舗家賃を支払えるだけの資金力がないので、若い人が空き店舗を活用できる仕組みがほしい。	まちゼミ
	12	今後の地域	川越市の「まちゼミ（お店の人が講師となって専門知識や情報、コツを無料で受講者に伝える少人数ゼミ）」のような取り組みがあるといい。お店の創業の経緯やストーリーを伝える手段として有効で、住民との接点をつくり、ファンを増やすきっかけになる。	
	13	今後の地域	<u>ふじみ野駅周辺は新規出店者が入れる店舗スペースがあまりない</u> 。駅ビル内は家賃が高いので個人事業主には難しく、新しい事業者（店舗）が増えにくい。空地スペースなど市が借り上げて、小規模店舗の進出ができる枠組みがあると、創業チャレンジにもなるし、周辺の飲食店にとっても、2次会などの回遊が生まれる。	
	14	イベント	他の自治体では、自治体とPayPayが連携し、ポイント還元キャンペーンを展開している。「ふわっぴーPay」を販売するよりも、消費者にとってより認知度が高い決済サービスを活用するほうが利便性も経済効果も高いのでは。	こども商店街
	15	イベント	ふじみのMACHIfesの小規模イベントとして、毎月第２日曜日にGOOD SUNDAY STREETを行っているが、モノを売るための場所ではないと考えており、 <u>今後、こども商店街など実施したい</u> 。物販や飲食、サービスを問わず、定期イベントを通じた販売スタイルや収益化モデルを構築できるように工夫していきたい。イベントに対する事業者側の理解や協力がもっと必要となる。	
	16	イベント	前回のまちバルは開催自体を知らない人もいて、より周知が必要であると感じた。事業者の参加手続きもパンフレットからWEB対応に変わって分かりにくくなり、参加事業者の減少の要因になったのではないかと思う。チケット販売店に参加したかったが、手続きが煩雑なため断念した。ふじみ野エリアではチケットを販売している店舗がなく、参加店も少なかったのが盛り上がらなかった。ふじみ野市では同様のチケットを産業まつりで販売しており、売り上げとしても宣伝としても効果的。また店舗の地図が入ったチラシを配布しているのも良い。 <u>チラシは初めの誘客の導入に効果が高い</u> （WEBで一から集客というのはやはり実感として難しい、媒体の使い分けが必要。）	

課題			主な意見	キーワード・ 新たな取組（案）
（３） 地域商業の在 り方の検討	1	連携	ふじみマーケットの見直しに伴い、新たな広域・共同のイベントを検討したい。継続性のあるアナログ的イベントも必要。チケット・割引券がもらえる、地域の見どころに絡めた参加型など工夫が必要。	○広域のイベント
	2	連携	商店会連合会で、賑わいがある所への視察（日帰り）や意見交換会の実施	○商店会連合会による視察・意見交換会
	3	連携	商店会合同で、現在抱えている共通の課題の洗い出し、対策する会議が必要。ノウハウや課題を互いに共有することができ、より良い取り組みが実現できると思う。	○商店会の連携
	4	連携	商店会の合併は、ハード面や会費、これまで積み上げてきたものがあり難しい。しかし、商店会単体では自己改善につながる対応を行う余力がないので、複数の商店会が合同で1つの商店会にコミットしてプロデュースし、成功例をつくる。成功事例を別の商店会に横展開するような可能性も広がるはず。	
	5	連携	価値共創プラットフォーム『SDGsフジミライテラス』と連携したイベントの実施。	○SDGsフジミライテラスとの連携
	6	連携	ららぽーとの集客力をうまく活かし、連携による相乗効果をもっと狙っていきたい。	○ららぽーと集客の活用
	7	組織改善	アドバイザーによるコンサルタントなど意見が欲しい	○アドバイザー
	8	人材不足	商店会で実施するものについて、動く人材が少ないため、協力している人への負担が大きい。	
	9	人材不足	地域の商店会に入っていない個店とのネットワークを作ると良い。個々で活動しているお店に何とか地域とのつながりを深めてもらい、多くの事業者を巻き込んで地域を盛り上げていきたい。	○個店の取り込み
	10	人材不足	地域の活性化・交流に興味のある方はいるので、そういった方に商店会の準会員（サポーター）になっていたき、イベント時に協力してもらうことで、交流も生まれ活性化につながる。	○商店会の準会員・サポーターを増やす
	11	人材不足	事業者が減少していることもあり、イベント開催等に協力姿勢のある店や人の顔ぶれが毎回同じになってしまっている。新しいメンバーの加入が必要	
	12	人材不足	先日、ふじみのMACHIfesで市職員に屋台を手伝ってもらうことで人手解消とともに、コミュニケーションを深めることができた。市職員にも地域イベントに参加してもらえるとより一体感が高まると思う。	
	13	周知	イベントのお知らせなどを商店会連合会全体で告知したり、町会を巻き込んでいくことで、地域が異なっていて周知し合う形を作っていきたい。	○イベント・個店の相互周知
	14	周知	SNSを利用した集客。複数の店舗が各自のSNSを利用して、お互いの宣伝をし合うと効果的ではないか。	○SNS利用促進
	15	イベント	商店会主催でも公園・公民館を利用したイベントの実施ができるとよい。他の自治体では学校の校庭をイベント活用する事例があるようだ。防犯面などを考慮すると難しい面はあると思われるが、実現できればもっと効果的なイベントが開催できると思う。	○公園・公民館・校庭の利用
	16	空き店舗	空き店舗を活かすマッチング支援や家賃補助などがあると良い	○空き店舗対策（マッチング・家賃補助）
	17	街路灯	会員減少などにより商店会での街路灯の維持は難しくなっていくと思われるが、安全面、防犯面を考慮すると必要がある。商店会によって街路灯の立ち方、状況などはそれぞれ異なる。	
	18	地域クーポン	地域共通クーポン制度の実施	○地域共通クーポン
	19	その他	後継者がいるお店が少なくなっている以上、既存の商店だけでは今後商店会は生き残っていけない。外から新しいお店を取り込むか新規創業を増やしていく必要がある。	
	20	その他	みずほ台祭りは昨年実施できなかったが、中止したことにより地元の中高生や地域の方から是非、実施してほしいという声を多数受け、実施する側として祭りの意義を再認識できたことで、今年の実施につながった。	
	21	その他	ららぽーとができたことで市全体のイメージは以前よりも向上しているが、個々の事業者の存続を考える上では、独自の品揃えや付加価値の高い特徴あるお店でないと生き残っていくのが難しい時代になってきていると感じる。	
	22	その他	コロナ後、西みずほ台はある程度人の流れが戻ってきていると感じる。東みずほ台は子育て世代が増えている。	