

(仮称)

富士見市都市産業活性化ビジョン

(案)

ともかな
伴に奏である、ハーモニーあふれる富士見市都市産業

令和 8 年度～令和 12 年度

令和 8(2026)年 3 月
富士見市

目次

はじめに

第1章 富士見市都市産業活性化ビジョンについて

1 策定の趣旨	2
2 位置づけ	3
3 計画期間	3
4 SDGsの推進に向けた取組	4

第2章 富士見市の現状と課題

1 富士見市を取り巻く環境の変化	6
(1)国内外における経済情勢	6
(2)本市における地域経済情勢	7
2 富士見市の現状	8
(1)本市の概要	8
(2)本市産業の現状	10
3 商業等実態調査による動向把握	16
(1)商業等実態調査の概要	16
(2)事業者・市民(消費者)アンケート結果(抜粋)	17
4 地域別商業者懇談会による意見の概要	29
(1)鶴瀬駅を中心とした地域	29
(2)みずほ台駅を中心とした地域	30
(3)ふじみ野駅を中心とした地域	31
5 第3次商業活性化ビジョンのふり返り	32
6 富士見市の課題	36

第3章 ビジョンの基本的な考え方

1 基本的な考え方と将来像	40
2 取組方針	41
3 施策の体系	42
4 成果指標(数値目標・指標(KPI))の設定	43

第4章 施策の展開

1 【取組方針 1】新たに活躍する事業者を増やす	48
2 【取組方針 2】意欲ある事業者の成長を支援する	50
3 【取組方針 3】多様な消費ニーズにこたえる	52
4 【取組方針 4】まちの魅力と賑わいをつくる	54
5 【取組方針 5】事業者相互のつながりをつくる	57
6 【取組方針 6】職住近接の暮らしを支える	58

第5章 ビジョンの推進に向けて

1 各主体の役割	62
2 進捗管理	63
3 富士見市産業振興基金の活用	63

第1章 富士見市都市産業活性化ビジョンについて

第1章 富士見市都市産業活性化ビジョンについて

1

策定の趣旨

本市では、商業振興による活気と魅力のあるまちづくりを推進するため、平成16年3月に「富士見市商業活性化ビジョン」を策定し、大都市近郊のベッドタウンとしての地理的特性を踏まえ、商業に関する方向性や新たな施策を定め、商業の活性化に取り組んできました。

その後、平成27年3月に策定した「富士見市第2次商業活性化ビジョン」では、大型商業施設の開業に伴い、既存の個店や商店会との連携などへの対応、また、令和3年3月に策定した「富士見市第3次商業活性化ビジョン」では、商業者の高齢化や後継者不足、商店会の衰退などによる地域商業の担い手の減少や、新型コロナウイルス感染症の拡大による消費活動の変化など、商業環境を取り巻く社会情勢の変化に対応した、商業の振興施策に取り組んでいます。

このような中、本市では、埼玉県企業局との共同事業である「富士見上南畠地区産業団地」の整備が進み、進出企業が開業に向けて動き出すなど、市内産業における大きな変化が生まれようとしています。この変化は、産業基盤が弱い本市にとって大きな好機であり、本市の新たな成長のエンジンとなる産業団地との連携により、これまでの農商工連携をさらに深化させ、市内産業全体の活性化を目指していくことが重要となっています。

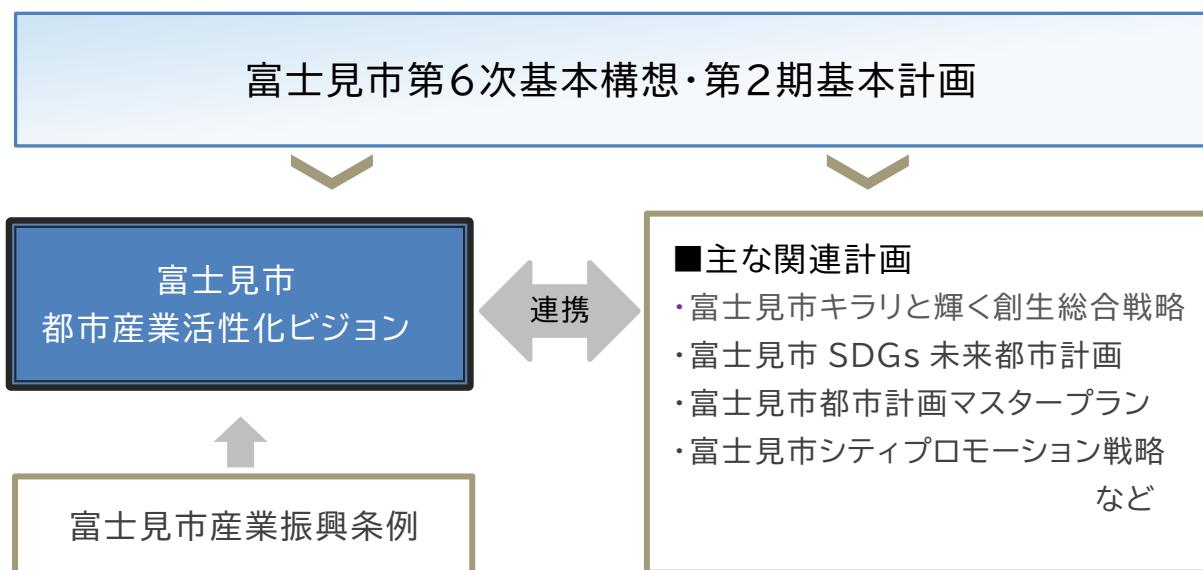
このような本市の特性と現状を踏まえ、第3次商業活性化ビジョンの計画期間満了に伴い、これまでの商業振興の取組に、新たな産業基盤となる産業団地を中心とした工業振興の視点を加え、さらに農業との連携も含めた地域産業全体の振興を図る産業体系を「都市産業」と位置づけ、新たに「富士見市都市産業活性化ビジョン（以下「本ビジョン」という。）」を策定いたします。

2

位置づけ

本ビジョンは、上位計画である「第6次基本構想・第2期基本計画」に位置づける「商工」・「就労」分野の実現に向けた産業に関する分野別計画です。

また、本市では、産業の振興に関する基本理念や、市・事業者・市民等の役割を定めた「富士見市産業振興条例」を平成26年9月30日に制定しています。本ビジョンは、この条例に基づく計画として、商工業を中心とした産業振興に関する施策について具体的な取組を示しています。



3

計画期間

本ビジョンの計画期間は、令和8(2026)年度から令和12(2030)年度までの5年間とします。

	令和 8年度 (2026)	令和 9年度 (2027)	令和 10年度 (2028)	令和 11年度 (2029)	令和 12年度 (2030)	令和 13年度～ (2031)
第6次基本構想						令和3(2021)年度～令和22年度(2040)
第2期基本計画						
富士見市都市産業 活性化ビジョン						

SDGsの推進に向けた取組

本市は、令和12(2030)年の SDGs(持続可能な開発目標)の達成に向け、「みんなが活躍できる価値共創型都市～充実した日々の実現に向けて～」をテーマに、地域資源を活かした取組を進める提案を行い、令和6(2024)年度に内閣府からSDGs 未来都市に選定されました。

本ビジョンの取組においても、SDGs の主な6つのゴールと関連性を示し、産業振興と SDGs を一体的に推進していきます。



5. ジェンダー平等を実現しよう

女性の就労促進に取り組み、女性の活躍を原動力とした成長を促すとともに、その力を十分に發揮できる環境づくりに取り組みます



8. 働きがいも経済成長も

誰もが創業に挑戦しやすい環境を整備するなど、市内商業の活性化に取り組みます

産業団地に進出する企業と連携し、新たな雇用の場の創出に取り組むことで、職住近接による就労環境づくりに取り組みます

若者や障がい者を含むあらゆる市民が安定的な雇用のもと、働きがいを感じられるよう、労働環境の整備に取り組みます



9. 産業と技術革新の基盤をつくろう

包摂的な産業化を進めることで、循環型地域経済を確立することにより、持続可能かつ強靭(レジリエント)な環境づくりに取り組みます



10. 人や国の不平等をなくそう

多様な働き方の推進などにより、あらゆる方の能力発揮が十分になされるとともに、働き方改革などを推進し、持続可能な労働生産性の確保に取り組みます



12. つくる責任つかう責任

消費者ニーズを捉えた魅力ある個店を増やすとともに、市内消費の促進のための支援に取り組みます



17. パートナーシップで目標を達成しよう

多様な主体と協力関係を築き、市内産業を支える仕組みづくりに取り組みます

第2章 富士見市の現状と課題

1

富士見市を取り巻く環境の変化

(1)国内外における経済・社会情勢

令和元(2019)年に発生した新型コロナウイルス感染症の拡大は、未曾有の経済停滞により、わが国の経済にも甚大な影響をもたらしました。また、コロナ禍を経て消費行動の変化、多様な働き方の実現への動きなど、人々の生活様式に大きな変化がみられました。しかし、令和5(2023)年5月に新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類感染症に移行すると、経済情勢は緩やかな回復基調となり、令和6(2024)年度の名目GDPは年度ベースで初めて600兆円を超えたほか、令和7(2025)年の賃金上昇率は34年ぶりの高水準となる見込みです。

しかしながら、食料品など身近な物の価格が上昇するなど、実質賃金は減少していることから消費者マインドは下押しされ、賃金・所得の伸びに比べて、個人消費は力強さを欠いた状態が続いている。加えて、国際情勢の不安定化、エネルギー価格の上昇や記録的な円安、人口減少による労働力の不足、ICT(情報通信技術)の急速な発展など、先行きが見通せない状況の中、地域経済にも大きな影響が及んでいます。

このような経済情勢とは別に近年、経済・社会・環境のバランスを重視する世界的潮流として、「SDGs(持続可能な開発目標)」を意識した経済活動が浸透しつつあります。この開発目標は平成27(2015)年に、持続可能でよりよい世界を目指すものとして国連サミットにおいて加盟国の全会一致で採択されました。企業によるSDGsへの取組が、新たな事業機会の創出や企業価値の向上、事業継続性の確保など大きなチャンスを生む可能性があります。

さらに、持続可能な社会の実現に向け、平成27(2015)年のCOP21(国連気候変動枠組条約締約国会議)においてパリ協定が採択され、脱炭素化の動きは世界的な広がりを見せており、環境に配慮した経済活動がますます重視されるようになっています。

このような社会経済情勢の変化を的確に捉え、新しい時代の流れに合わせた対策が求められています。

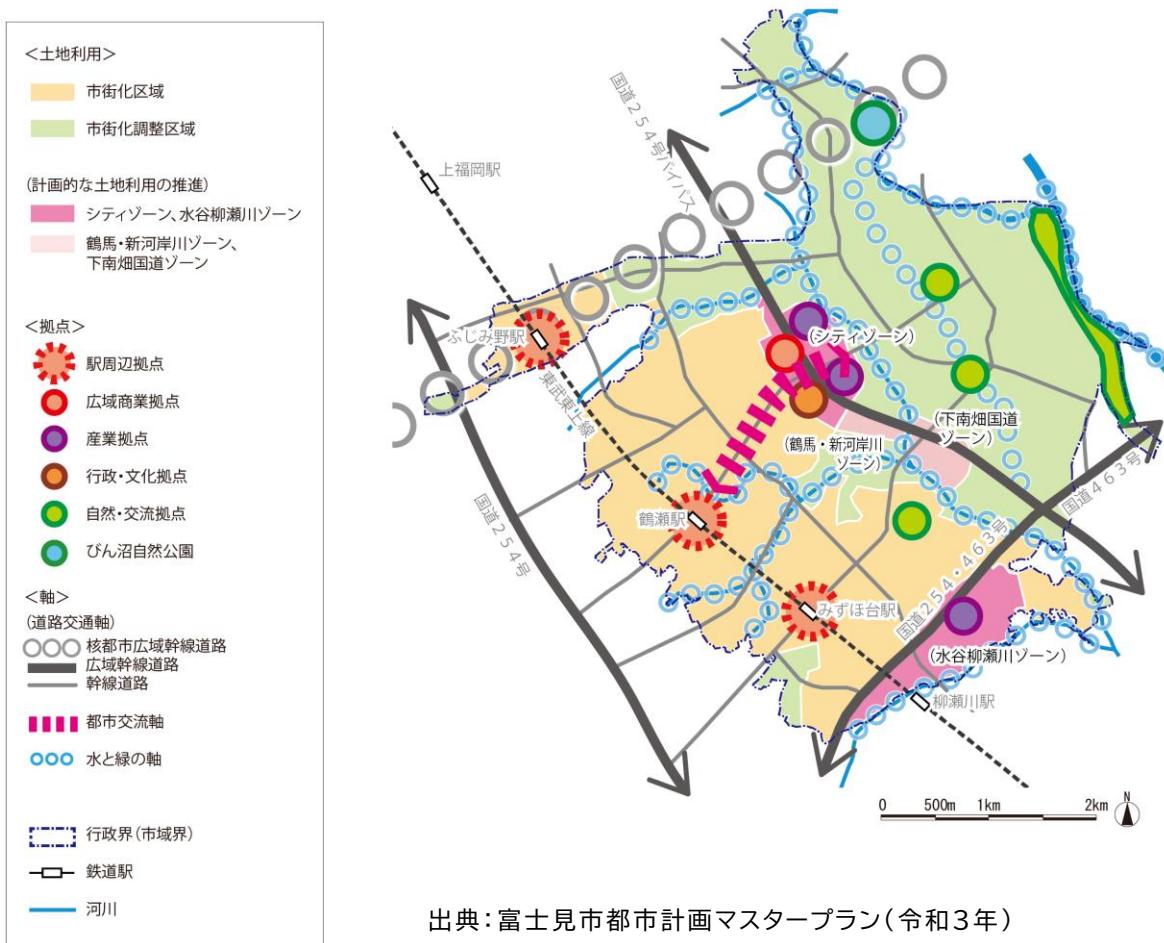
(2)本市における地域経済情勢

●大型商業施設の開業から10年が経過

平成27(2015)年4月、大型商業施設「ららぽーと富士見」が開業すると、市内小売業の事業所数、従業員数、年間商品販売額はいずれも大きく増加(12ページ参照)しました。特に平成28(2016)年の年間商品販売額は、平成24(2012)年に比べ約2倍に増加しています。大型商業施設の開業により、市外からの来訪者が増え、雇用の拡大が図られるなど、市内商業の活性化につながりました。しかしながら、令和3(2021)になると事業所数は減少に転じており、既存事業者の更なる活性化とともに、創業者の創出や新たな産業基盤の誘致など地域活性化の対応が求められています。

●富士見上南畠地区産業団地の整備

こうした中、本市では、市中央に位置する国道254号バイパス沿いのシティゾーンの一部を活用し、新たな産業拠点として「富士見上南畠地区産業団地整備事業」を埼玉県企業局との共同で進めています。令和7(2025)年時点で複数の進出企業が決定しており、雇用の創出とともに、市内事業者との取引や連携、さらに本市の産業基盤の強化が期待されています。



(1) 本市の概要

● 地理的特性

本市は埼玉県の南東部に位置し、東部はさいたま市、西部は三芳町、南部は志木市、北部は川越市・ふじみ野市と接しています。市の面積は19.77平方キロメートルで、東京中心部から30キロメートル圏内にあり、大都市近郊のベッドタウンとして発展してきました。

主要な道路は、南北方向に国道254号(川越街道)、富士見川越道路(国道254号バイパス)、東西方向に国道463号(浦和所沢バイパス)が通っています。また、鉄道は、東武東上線の「鶴瀬駅」、「みずほ台駅」、「ふじみ野駅」の3駅があり、東京都の池袋駅までは約30分と交通アクセスに優れています。平成25年3月には、東武東上線と東急東横線、横浜高速鉄道みなとみらい線との相互直通運転(東京メトロ副都心線経由)の開始により、渋谷まで約45分、横浜まで約70分と鉄道交通の利便性がさらに向上しました。

市内の地形は大きく2つに分かれ、武蔵野台地に位置する南西部は鉄道駅を中心として商業地や住宅地など市街地が形成されており、荒川低地に位置する北東部は荒川、新河岸川が流れ、田園や緑地などの自然環境が残る農業を中心とした地域となっています。

また、地域資源としては国指定史跡「水子貝塚公園」、県指定旧跡「難波田城公園」や「びん沼自然公園」など歴史や自然の特徴ある公園のほか、武蔵野台地と荒川低地との境となる斜面緑地には多くの湧水地が点在するなど、住宅地としての生活環境と緑豊かな自然環境が調和した“まち”となっています。

東京から30km 圏内に

立地する富士見市



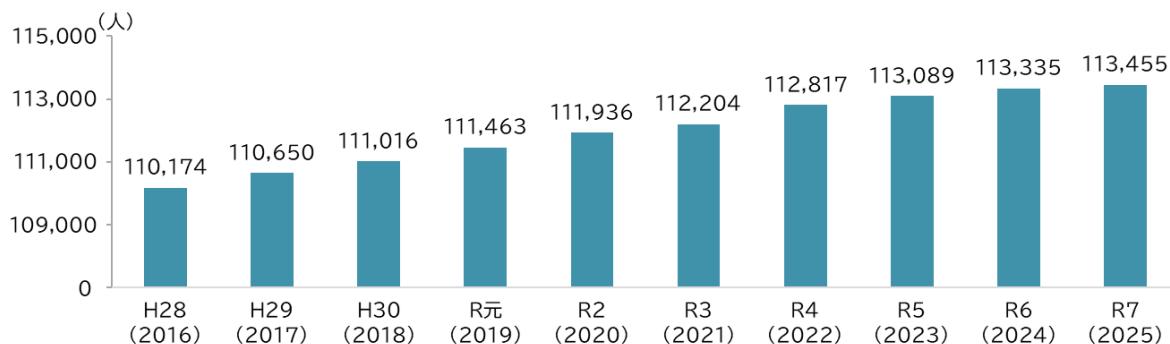
図 広域的位置図



●人口の推移

令和7(2025)年4月1日時点の住民基本台帳に基づく本市の人口は、11万3,455人であり、平成28(2016)年と比較すると3,281人増えています。日本の総人口が減少しつつある中、本市の人口は緩やかに増加してきました。

人口



出典:住民基本台帳人口(各年4月1日現在)

●将来展望人口

人口ビジョン(令和7年8月)では、本市の将来展望人口は令和12(2030)年頃をピークに、以降はゆるやかな人口減少段階に入るものと見込んでいます。

年少人口(0~14歳)は今後も減少傾向となっており、生産年齢人口(15~64歳)は令和12(2030)年頃までは増加傾向にありますが、その後は減少に転じるものと見込んでいます。また、前期高齢者人口(65~74歳)は団塊ジュニア世代の高齢化に伴い令和7(2025)年以降も増加傾向となりますが、令和22(2040)年頃にピークを迎え、その後は減少傾向に入ります。後期高齢者人口(75歳以上)は令和12(2030)年頃にピークを迎え、その後一旦は減少しますが、令和22(2040)年頃から再び増加が見込まれています。

将来展望人口の年齢別人口の推移



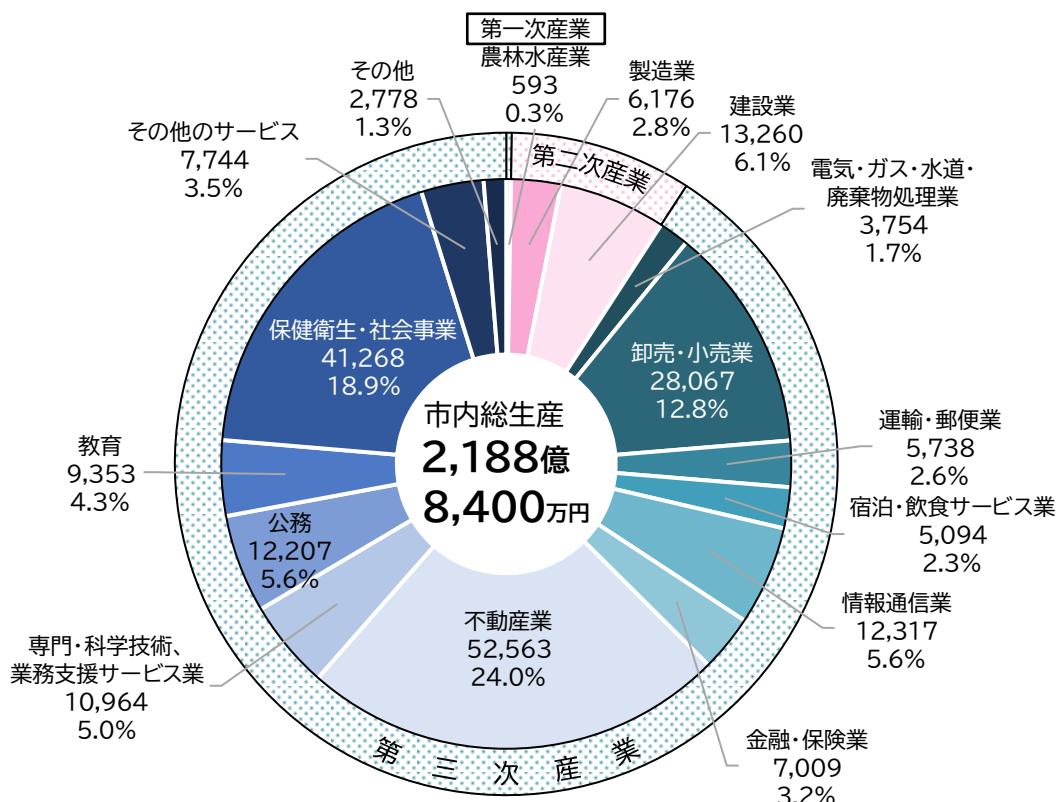
出典:「富士見市人口ビジョン(令和7年8月)」(各年4月1日現在)

(2) 本市産業の現状

● 産業構造（市内総生産）

令和4(2022)年度の市内総生産額(名目)¹は2,188億8,400万円となっていきます。産業別の構成比を見ると、第3次産業(卸売業、小売業、サービス業等)が約9割となっています。

(単位:百万円)



第1次産業(農業・林業など)	0.3%
第2次産業(鉱業、建設業、製造業)	8.9%
第3次産業(卸売・小売業、その他)	90.8%

出典：埼玉県市町村民経済計算(令和4年度)

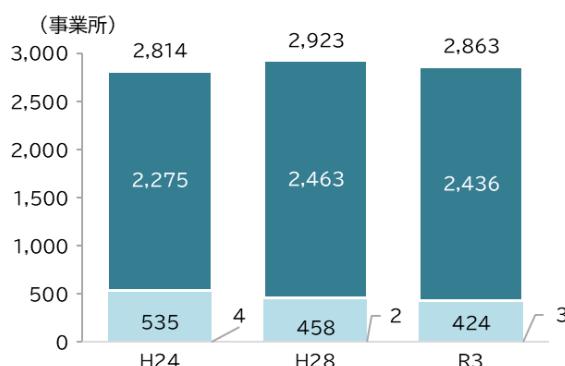
¹ 市内の生産活動により生み出された付加価値の総額で、国のGDP（国内総生産）に当たる。名目値は物価変動の影響を含む。

●産業構造（事業所数、従業者数）

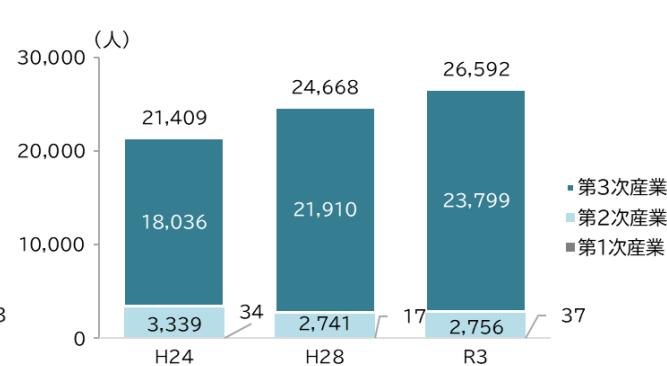
令和3(2021)年度の本市の事業所数は2,863事業所で、平成28(2016)年比では2.1%減となっています。産業別では、第3次産業が2,436事業所、第2次産業(鉱業、建設業、製造業)が424事業所、第1次産業(農林業)が3事業所となっています。

また、従業者数は26,592人で、平成28(2016)年比では7.8%増となっています。産業別では、第3次産業が23,799人、第2次産業が2,756人、第1次産業が37人となっています。

事業所数



従業者数



出典：経済センサス(平成24年、28年、令和3年)

従業者規模別の事業所数の割合をみると、「4人以下」(62.2%)が最も多く、「5～9人」(16.1%)と合わせ、従業者規模9人以下の事業所が約8割となっています。埼玉県と比べると、本市は「10～100人」が0.2ポイント、「100人以上」が0.8ポイント下回っており、小規模事業所の割合が高くなっています。

従業者規模別の数の割合



注：図表中の「n」は、構成比(%)を算出するための基準となっています。

出典：経済センサス(令和3年)

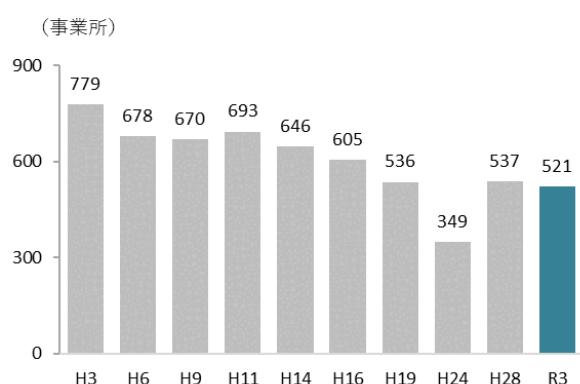
●小売業

本市の小売業の事業所数の推移をみると、平成24(2012)年までは減少傾向にあったものの、平成27(2015)年に大型商業施設「ららぽーと富士見」が開業した影響により平成28(2016)年は平成24年比で大幅に増加しましたが、令和3(2021)になると、事業所数は再び減少に転じました。

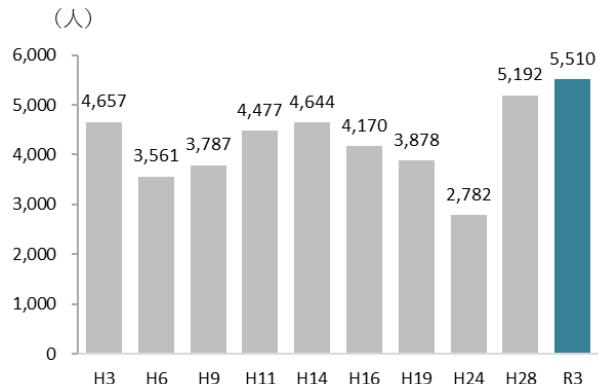
一方、小売業の従業者数、売り場面積、年間商品販売額は、平成28(2016)年に大幅な増加がみられ、その後、令和3(2021)年においても、従業者数5,510人、売り場面積89,304m²、年間商品販売額90,818百万円と増加しています。

このことから、小売業については、従業員数や売り場面積が小さい店舗は減少傾向にありますが、従業者数が多く、売り場面積も比較的広い中規模の店舗は増加しているものと考えられます。

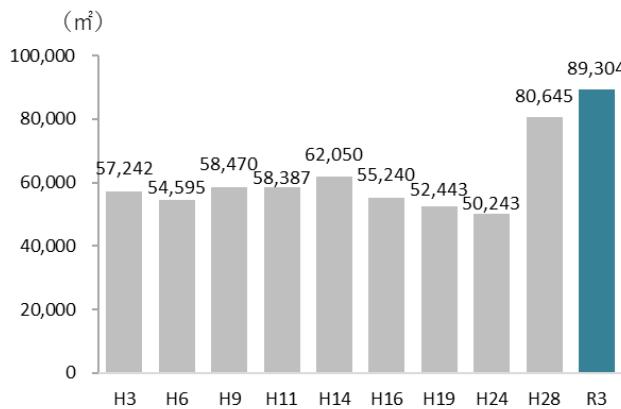
小売業事業所数



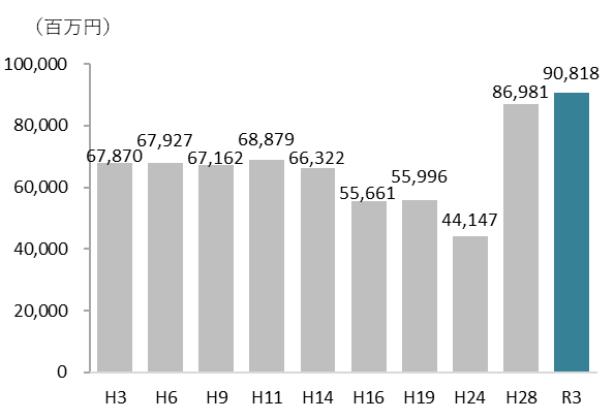
小売業従業者数



売り場面積



年間商品販売額



出典：商業統計調査（平成3年～19年）、経済センサス（平成24年・28年・令和3年）

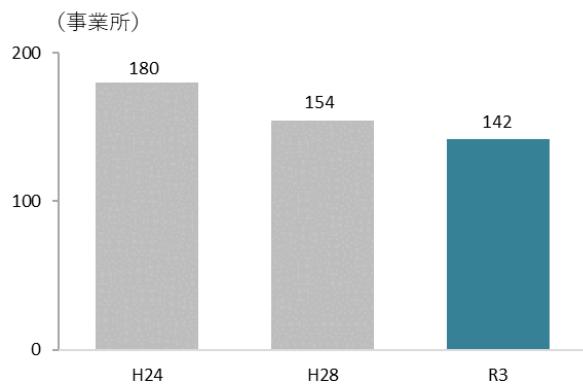
注：平成24年・28年・令和3年経済センサス－活動調査（卸売業・小売業）と平成19年以前の商業統計調査では、調査対象等が異なり、単純比較はできません。

●製造業

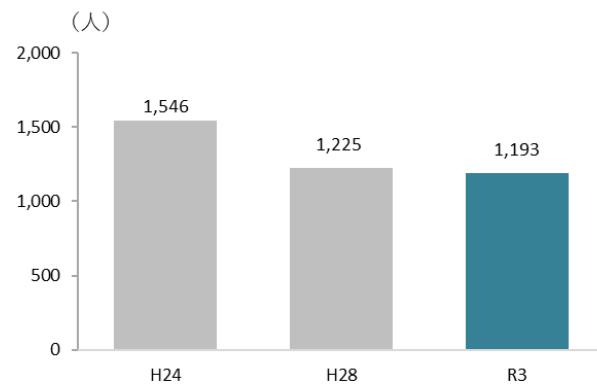
本市の製造業の事業所数の推移をみると、令和3(2021)年は142事業所で、平成24(2012)年以降、減少が続いています。また、従業者数の推移も令和3(2021)年は1,193人となっており減少しています。

製造品出荷額等をみると、令和3(2021)年は219億1,981万円で、平成28(2016)年比では増加していますが、他市と比較すると、埼玉県内40市のなかで2番目に低い金額となっています。

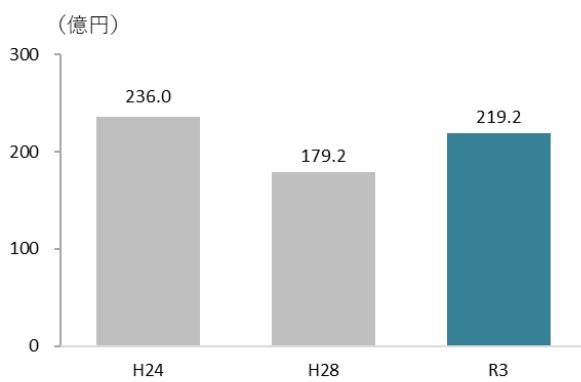
製造業事業所数



製造業従業者数



製造品出荷額等



製造品出荷額等の市別順位(県内)

上・下各5位(令和3年度)

順位	市名	製造品出荷額等 (百万円)
1	狭山市	956,756
2	熊谷市	913,333
3	川越市	830,290
4	さいたま市	827,666
5	加須市	482,072
⋮		
36	白岡市	58,007
37	北本市	47,844
38	和光市	30,931
39	富士見市	21,920
40	志木市	21,914

出典: 経済センサス(平成24年、28年、令和3年)

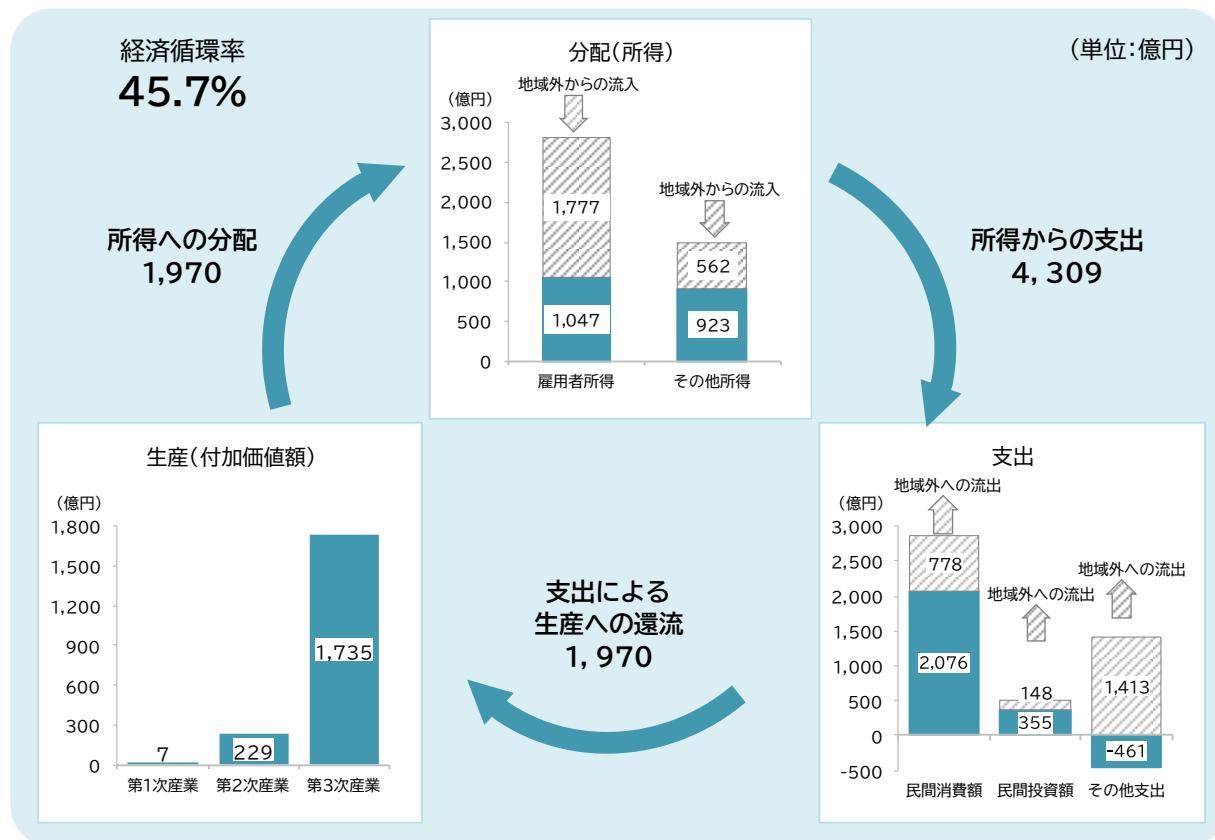
注: 製造品出荷額等の集計対象は従業者4人以上の事業所

●地域経済循環

地域経済循環図は地域の経済活動を把握するために、「生産(付加価値額)」、「分配(所得)」、「支出」の3つの経済活動を通じてお金の流れを可視化したもので、地域の経済活動全体を俯瞰して把握できるものです。この結果は地域経済循環率として数値で表すことができ、この数値が高ければ、地域外(市外)への所得流出が少なく、地域経済が自立できていることとなります。

市内の企業が創出した付加価値のうち、どの程度が地域内(市内)を循環し、再投資に回っているか(域内循環率)をみると、平成30(2018)年の域内循環率は45.7%であり、54.3%が地域外に流出しています。地域経済循環図から本市産業の特徴は、「生産(付加価値額)」は第3次産業が突出しており、「支出」では買い物等による民間消費、企業による民間投資は地域外へ流出していることが分かります。また、「分配(所得)」をみると、地域外からの雇用者所得の流入が目立っており、このことから、本市では地域外へ多くの人々が働きに出ていることが分かります。

図表 地域経済循環図（平成30年時点）



生産(付加価値額)：地域が生産した商品やサービス等を販売して得た金額から、原材料費や外注費といった中間投入額を差し引いた付加価値額を把握

分配(所得)：地域産業が稼いだ付加価値額がどのように所得として分配されたかを把握

支出：地域内の住民や企業等に分配された所得がどのように使われたかを把握

注：合計額は四捨五入の関係で一致しない場合があります

出典：内閣府・経済産業省「地域経済分析システム(RESAS)」

地域経済循環率の市別順位(県内)上・下各5位

本市の地域経済循環比率は45.7%と、埼玉県内40市のなかで最も低くなっています。他地域から流入する所得への依存度が高いことが分かります。

順位	市名	地域経済循環率 (%)
1	熊谷市	118.6
2	本庄市	104.0
3	羽生市	103.2
4	狭山市	96.3
5	日高市	93.7
:		
36	ふじみ野市	59.3
37	吉川市	58.2
38	川口市	58.1
39	志木市	47.8
40	富士見市	45.7

出典：内閣府・経済産業省「地域経済分析システム(RESAS)」平成30年度

●昼夜間人口比率

昼夜間人口比率とは、常住人口(夜間人口)100人当たりの昼間人口(従業地・通学地人口)の割合であり、この数値が100を上回ると、通勤・通学者が市外から多く流入していることとなります。一方、100を下回ると、流入者よりも市外に通勤・通学に行く住民の方が多い都市となります。

令和2(2020)年の本市の昼夜間人口比率は75.4%と、埼玉県内40市のなかで最も低くなっています。ベッドタウンとしての特徴があらわれています。

順位	市名	昼夜間人口比率 (%)
1	東松山市	102.6
2	本庄市	101.7
3	日高市	98.2
4	羽生市	97.8
5	熊谷市	97.5
:		
36	吉川市	82.0
37	鴻巣市	81.1
38	白岡市	79.9
39	志木市	79.5
40	富士見市	75.4

出典：国勢調査(令和2年)

(1) 商業等実態調査の概要

本ビジョンの策定にあたり、市内商業等の現状や課題を把握し、商業の活性化に向けた今後の施策検討の基礎資料とするために、事業者、市民(消費者)を対象にした商業等実態調査を実施しました。

	事業者アンケート調査	市民(消費者)アンケート調査
調査目的	日頃の経営状況や問題点、商店会とのかかわり、今後への期待などを把握するもの。	市内におけるお店や商店会の利用状況、満足度、今後への要望などを把握するもの。
調査対象者	富士見市商工会会員及び市内の事業者	市内在住の20歳以上の市民を対象に住民基本台帳から無作為抽出
調査期間	令和6年9月2日(月)～9月20日(金)	
配布・回収方法	郵送配布、郵送回収	
配布・回収状況	配布数 : 1,500件 有効配布数: 1,463件 有効回収数: 529件 有効回答率: 36.2%	配布数 : 3,000件 有効配布数: 2,993件 有効回収数: 1,183件 有効回答率: 39.5%

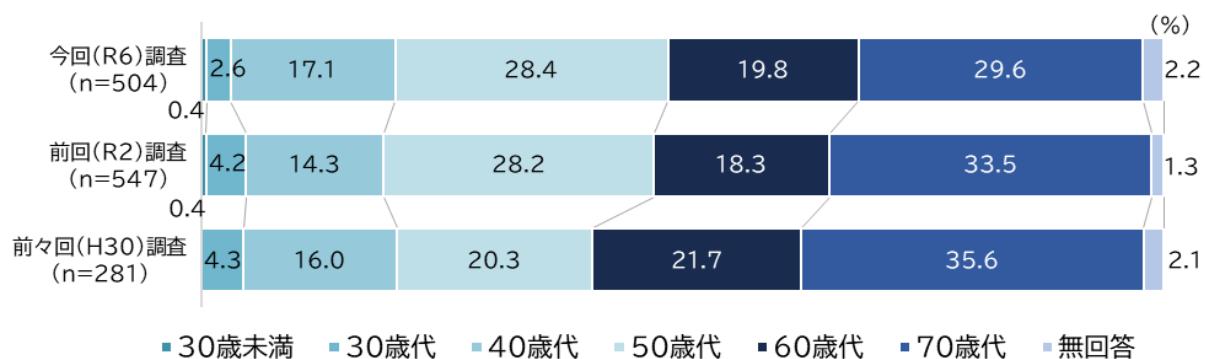
注:図表中の「n」は、設問に対する回答者数を表し、構成比(%)を算出するための基数となっています。

(2)事業者・市民(消費者)アンケート結果(抜粋)

1. 事業者の経営状況<事業者アンケート>

経営者の年齢について

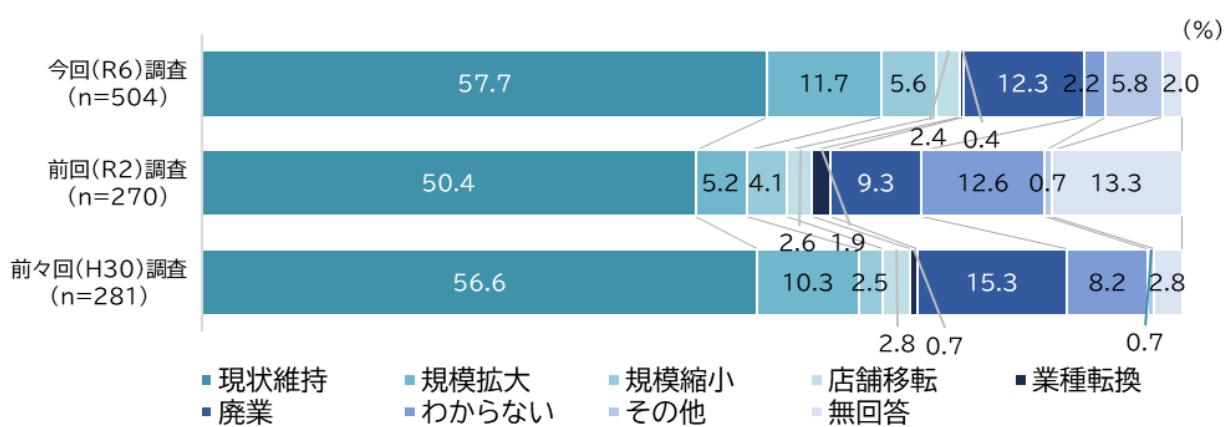
経営者の年齢が60歳以上(「60歳代」「70歳以上」の合計)の割合は、前回調査に比べて減少(51.8%→49.4%)しているものの、高齢の経営者が全体の約半数となっています。



<事業者アンケート調査 問2(4)>

今後の事業継続について

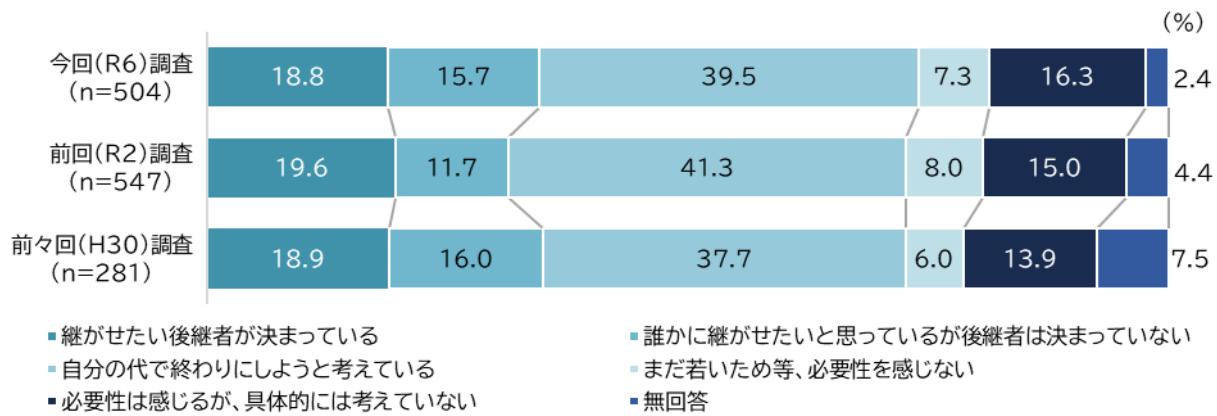
「今後の事業継続についてはどのように考えているか」との質問に対し、「廃業」との割合は前回調査に比べて増加(9.3%→12.3%)しています。



<事業者アンケート調査 問15>

後継者について

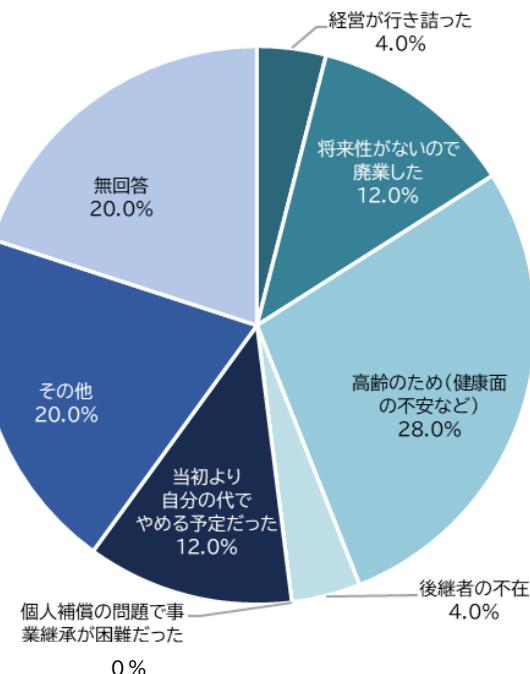
「自分の代で終わりにしようと考えている」が約4割となっている一方、「誰かに継がせたいと思っているが後継者は決まっていない」が前回調査に比べて増加(11.7%→15.7%)に増加しています。



<事業者アンケート調査 問2(6)>

廃業の理由について

既に廃業した方へ廃業理由を聞いた設問では、「高齢のため」が約3割となっており、事業者の高齢化が廃業の主な要因となっています。



<事業者アンケート調査 問1(2)>

経営上の問題(外部要因)

経営上の問題(外部要因)としては、「建設業、製造業、医療・福祉、その他」、「卸売業、小売業、飲食業、サービス業」のどちらの業種も、「物価高騰などによるコストの上昇」が過半数となっており、内部コストの削減や価格転嫁の難しさがうかがえる結果となっています。

建設業、製造業、医療・福祉、その他(n=255)			卸売業、小売業、飲食業、サービス業(n=237)		
1位	物価高騰などによるコストの上昇	51.0%	1位	物価高騰などによるコストの上昇	51.1%
2位	人材・人手不足	38.4%	2位	顧客の高齢化	35.9%
3位	人件費の上昇	25.5%	3位	コロナ禍を経た消費行動の変化	26.6%
4位	景気低迷	23.1%	4位	景気低迷	26.2%
5位	コロナ禍を経た消費行動の変化	11.0%	5位	人材・人手不足	24.9%

<事業者アンケート調査 問9>

経営上の問題(内部要因)

経営上の問題(内部要因)としては、「建設業、製造業、医療・福祉、その他」では、「人材・人手不足」が最多となっており、「卸売業、小売業、飲食業、サービス業」では、「客数の減少」が最多となっています。また「コストの増加(円安・物価高騰以外)」がどちらの業種も僅差で続いていることから、人件費や業務経費の上昇などが影響している状況がうかがえます。

建設業・製造業・医療・福祉、その他(n=255)			卸売業・小売業・飲食業・サービス業(n=237)		
1位	人材・人手不足	33.3%	1位	客数の減少	31.6%
2位	コストの増加(円安・物価高騰以外)	29.0%	2位	コストの増加(円安・物価高騰以外)	31.2%
3位	資金力不足	21.2%	3位	人材・人手不足	27.0%
4位	営業力の弱さ	19.2%	4位	設備・機材の老朽化	20.9%
5位	設備・機材の老朽化	16.9%	5位	資金力不足	15.2%

<事業者アンケート調査 問10>

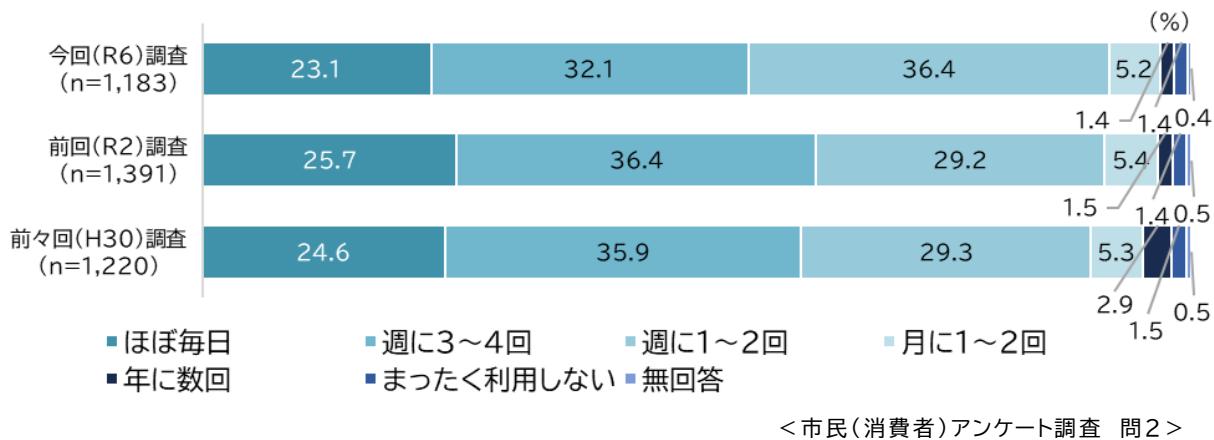
【まとめ】

今後の事業継続についての質問に対しては「現状維持」との意向が過半数を占めていますが、市内の約半数が60歳以上の経営者であり、後継者の質問に対しては「自分の代で終わりにしようと考えている」の回答が約4割と最多となっています。また、「誰かに継がせたいと思っているが後継者は決まっていない」との割合も増加しています。今後、経営者の高齢化により、事業者の廃業・店舗の閉鎖が進むことで、地域や商店街の連続性が失われることが懸念されます。

2. 市民(消費者)の商店街利用頻度<市民(消費者)アンケート>

近くの店舗や商店街の利用頻度

「ほぼ毎日」「週に3～4回」利用するとの割合は、前回の調査より大きく減少(62.1%→55.2%)しており、地域店舗の利用頻度の低下がみられます。



日頃、買物や食事でよく利用する場所について

全ての品目で前回調査よりも市内の店舗・商店街の利用割合が低下しており、特に、生鮮食品が10ポイントと大幅に低下しています。

このうち、「日用雑貨」「衣類」の2項目では、インターネットなどの「通信販売」の利用率の上昇(日用雑貨:4.0%→6.1%、衣類:11.6%→15.1%)が目立っています。

市内の店舗・商店街を「よく利用する」割合

	R2 (n=1,391)	R6 (n=1,183)
生鮮食料品	79.8%	69.9%
その他食料品	66.8%	62.2%
日用雑貨	58.8%	55.2%
衣類	35.6%	33.7%
飲食(外食)	39.8%	37.3%
平均	56.2%	51.7%

*市内の店舗・商店街の利用割合とは、「近所の店」「それ以外の市内の店」の回答割合の合計

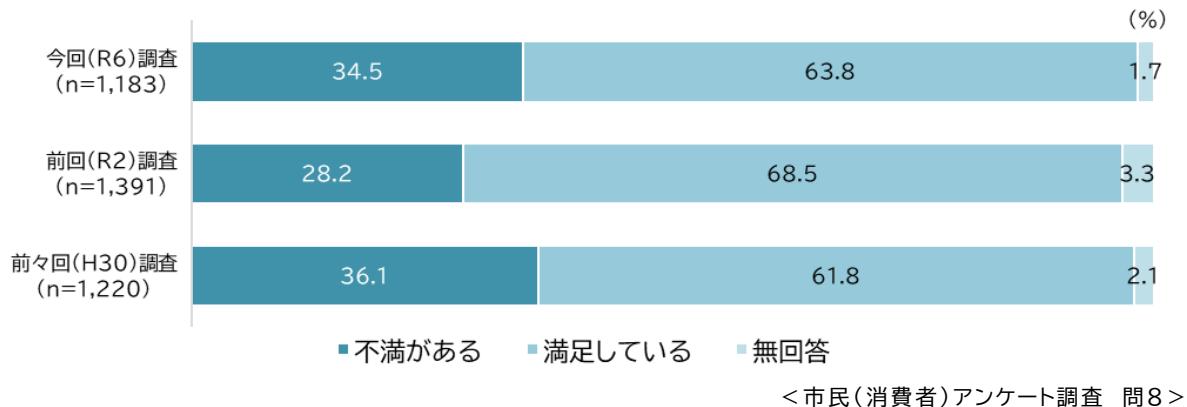
通信販売(インターネットショッピング等)を「よく利用する」割合

	R2 (n=1,391)	R6 (n=1,183)
生鮮食料品	0.2%	0.3%
その他食料品	1.0%	1.1%
日用雑貨	4.0%	6.1%
衣類	11.6%	15.1%
飲食(外食)	0.2%	0.1%

<市民(消費者)アンケート調査 問4>

近くの店舗や商店街の満足度

近くの店舗や商店街に「不満がある」との割合は、前回調査に比べ増加(28.2%→34.5%)しています。



不満の理由

近くの店舗や商店街への不満の理由については、「品揃えが悪い」が最多となっており、以下、「商店街に活気や魅力がない」「1か所でまとめて買い物ができない」と続いています。

近くの店舗や商店街への不満の理由(n=408)		
1位	品揃えが悪い	33.6%
2位	商店街に活気や魅力がない	29.4%
3位	1か所でまとめて買い物ができない	26.7%
4位	値段が高い	25.5%
5位	気に入った商品がない	24.0%

<市民(消費者)アンケート調査 問8-1 >

【まとめ】

前回調査に比べ、近くの店舗や商店街の利用頻度が低下しており、品目別にみても、全ての品目で市内の店舗・商店街の利用割合が低下しています。コロナ禍以降、買物や外食あり方が大きく変化する中、特に「日用雑貨」「衣類」においてインターネットなどの通信販売を「よく利用する」との割合が上昇していることが分かり、消費行動の変化がみられます。

近くの店舗や商店街の満足度については、「不満がある」との割合が上昇しており、消費行動の変化や、購入方法の選択肢が増えている消費者のニーズに対応しきれていない状況がうかがえます。

3. 市民(消費者)の消費行動の変化

(1) 消費行動の変化による実店舗への影響 <市民(消費者)アンケート>

買い物の仕方で変化したことについて

全ての年代で「キャッシュレス決済の利用が増えた(利用するようになった)」が最も高く、その他、「インターネットでの買い物の機会が増えた(利用するようになった)」「飲み会の機会の減少などにより、居酒屋などの利用が減った」が上位となっています。

		(%)											
		n	た キ へ ゃ 利 ツ 用 す る よ う 決 に 済 な つ 利 た 用 一 が 増 え	の テ つ 利 用 シ ス る レ ス う 決 に 済 な つ 利 た 用 一 が 増 え	た イ イ ク 用 シ ス る レ ス う 決 に 済 な つ 利 た 用 一 が 増 え	比 較 を す い る 利 用 シ ス る レ ス う 決 に 済 な つ 利 た 用 一 が 増 え	費 用 を 増 や す く 利 用 シ ス る レ ス う 決 に 済 な つ 利 た 用 一 が 増 え	在 宅 を 過 ご と く 利 用 シ ス る レ ス う 決 に 済 な つ 利 た 用 一 が 増 え	居 酒 屋 を 会 わ せ ん 利 用 シ ス る レ ス う 決 に 済 な つ 利 た 用 一 が 増 え	普 及 を さ げ て 利 用 シ ス る レ ス う 決 に 済 な つ 利 た 用 一 が 増 え	其 他 の 機 会 を 利 用 シ ス る レ ス う 決 に 済 な つ 利 た 用 一 が 増 え	特 に 無 し	無 回 答
全体		1,183	40.1	12.1	28.1	15.4	7.4	26.3	15.6	1.7	28.4	1.7	
年代別	20歳代	96	45.8	20.8	35.4	21.9	6.3	13.5	31.3	—	18.8	—	
	30歳代	140	49.3	16.4	34.3	17.9	8.6	37.1	25.7	0.7	17.9	—	
	40歳代	182	53.3	12.1	39.0	17.6	10.4	28.6	23.1	1.1	20.3	1.1	
	50歳代	201	42.8	12.9	30.3	18.4	9.0	27.9	13.9	1.5	26.9	1.0	
	60歳代	252	40.5	10.3	30.2	18.3	7.1	28.6	13.9	2.8	27.8	1.2	
	70歳代以上	296	24.3	8.4	12.8	7.1	4.7	20.9	4.1	2.0	42.2	4.4	

1位 ■■ 2位 ■■

<市民(消費者)アンケート調査 問14>

【まとめ】

コロナ禍を契機として、キャッシュレス決済の普及、インターネットショッピングの利用拡大、飲み会などの飲食店の利用減少など、実店舗の利用頻度の減少に影響していることがうかがえます。また、70歳代以上を除くいずれの年代でも「インターネット等で検索し、価格比較するようになった」との割合が約2割となっており、消費者の情報収集のデジタル化が進んでいる傾向がみられます。

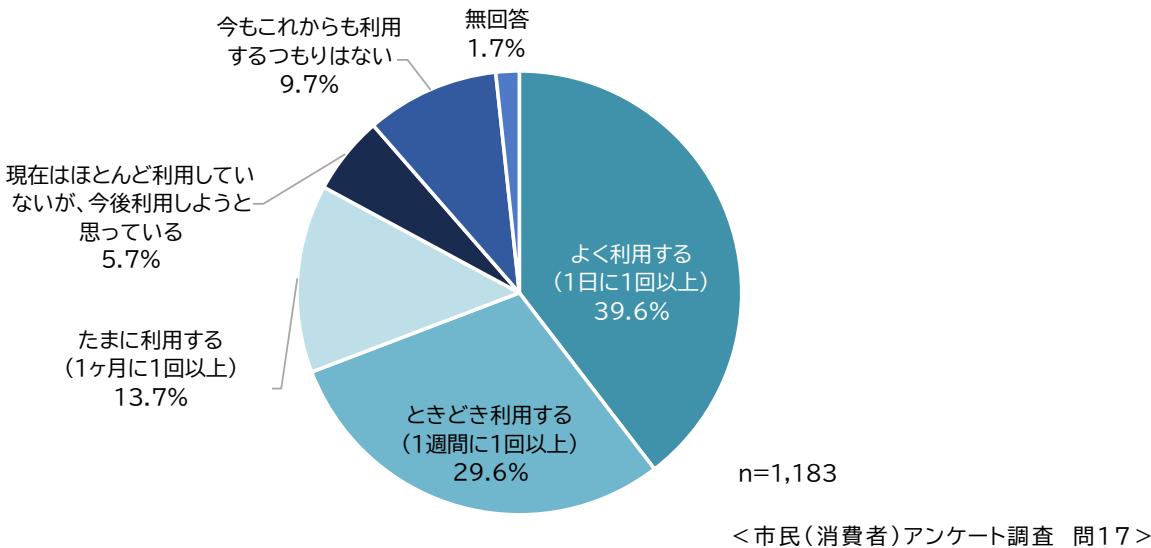
事業者は今後、このような消費行動の変化に対応していくことが課題となっています。

(2) キャッシュレス化への対応状況<事業者／市民(消費者)アンケート(比較)>

キャッシュレス決済の利用頻度について

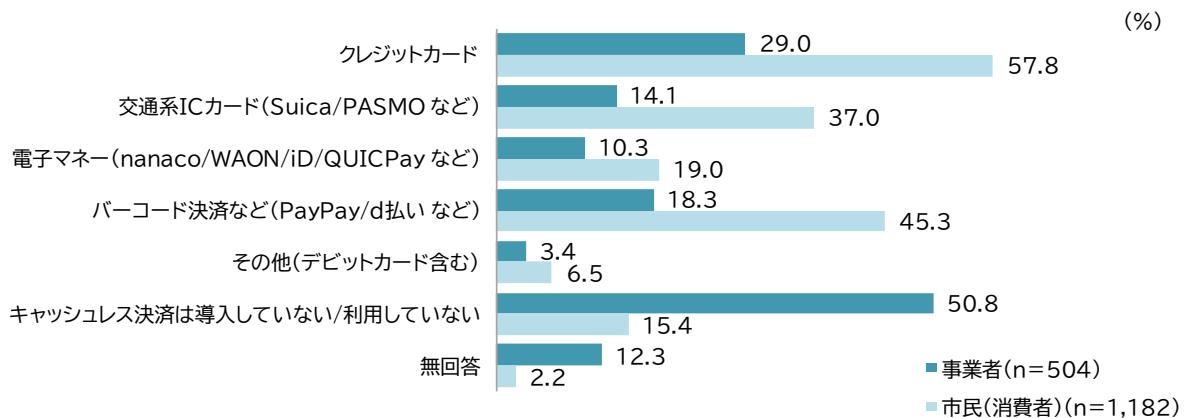
※本設問は市民(消費者)のみ

市民(消費者)の約8割はキャッシュレス決済を利用しておらず、消費行動におけるキャッシュレス利用の普及がみられます。



キャッシュレス決済の導入／利用について

「クレジットカード」「交通系 IC カード」「バーコード決済など」では、市民(消費者)の利用が、事業者が導入しているという回答より20ポイント以上高くなっています。



【まとめ】

事業者では「キャッシュレス決済は導入していない」が過半数にのぼり、消費者の決済ニーズに対応しきれていない面がみられます。商業におけるデジタル化が一般化する中、買い物における不便さが来店意思に影響を与えることのないように対応する必要がありますが、個人経営の小規模店舗などでは、デジタルツールの導入や活用にハードルがあることが課題となっています。

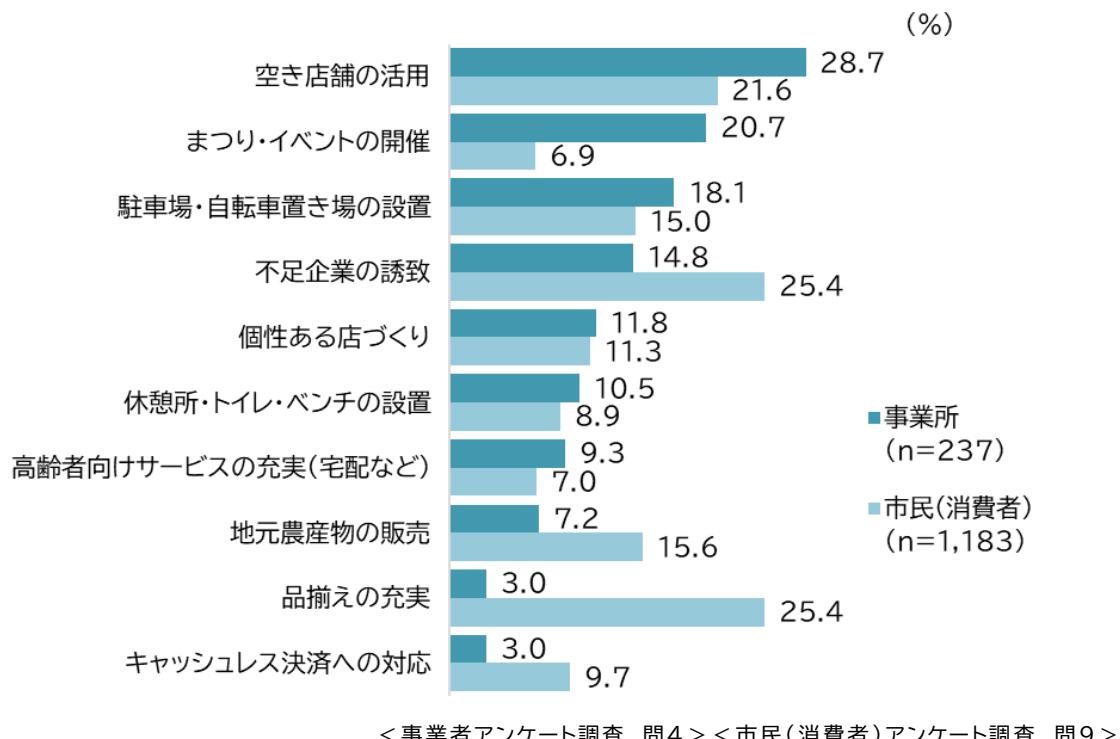
4. 地域商業への期待とあり方<事業者／市民(消費者)アンケート(比較)>

(1) 買い物の場として商店街等に期待されること

商店街で実施すると良い取組について

市民(消費者)は「不足業種の誘致」「品揃えの充実」の割合が高く、事業者の回答を大きく上回っています。また、「まつり・イベントの開催」については事業者が市民(消費者)の回答より高くなっています。その他、「地元農産物の販売」「キャッシュレス決済への対応」なども、事業者・市民(消費者)間の差がみられます。

事業者(n=237)			市民(消費者、n=1,183)		
位次	取組内容	割合(%)	位次	取組内容	割合(%)
1位	空き店舗の活用	28.7%	1位	不足業種の誘致	25.4%
2位	まつり・イベントの開催	20.7%		品揃えの充実	
3位	駐車場・自転車置き場の設置	18.1%	3位	空き店舗の活用	21.6%
4位	不足業種の誘致	14.8%	4位	地元農産物の販売	15.6%
5位	個性ある店づくり	11.8%	5位	駐車場・自転車置き場の設置	15.0%



<事業者アンケート調査 問4> <市民(消費者)アンケート調査 問9>

【まとめ】

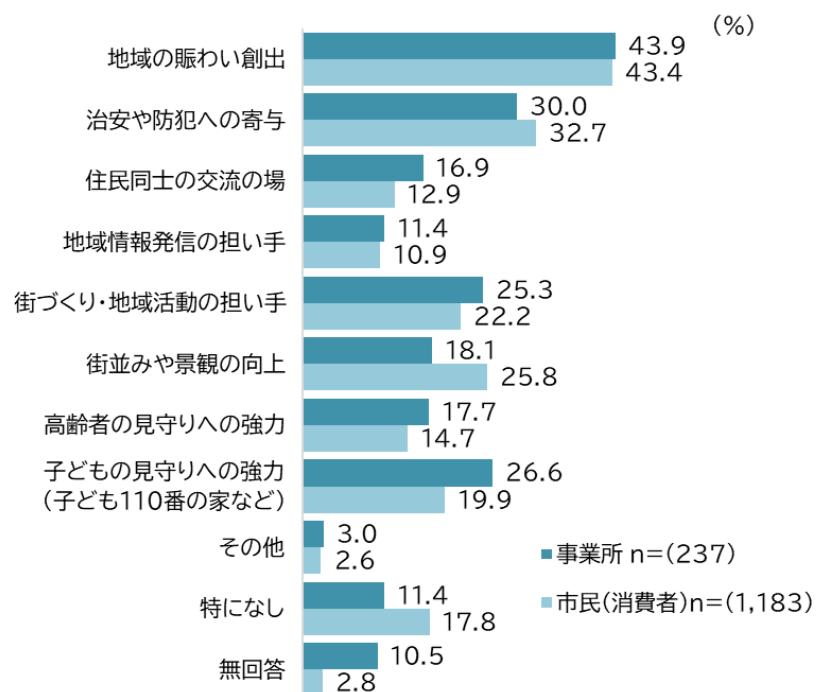
事業者・市民(消費者)間の回答に差がみられ、消費者のニーズに応えられる商店街や地域商業のあり方を検討する必要性が高まっています。

(2)商店街等の社会的機能についての検討の必要性

買い物の場として以外に、地元商店街に期待されている(する)ことについて

事業者・市民(消費者)のどちらも「地域の賑わい創出」が約4割で最も高く、次に「治安や防犯への寄与」が約3割となっており、ほとんどの項目で大きな差はみられませんでした。

事業者			市民(消費者)		
1位	地域の賑わい創出	43.9%	1位	地域の賑わい創出	43.4%
2位	治安や防犯への寄与	30.0%	2位	治安や防犯への寄与	32.7%
3位	子どもの見守りへの協力 (子ども110番の家など)	26.6%	3位	街並みや景観の向上	25.8%
4位	街づくり・地域活動の担い手	25.3%	4位	街づくり・地域活動の担い手	22.2%
5位	街並みや景観の向上	18.1%	5位	子どもの見守りへの協力 (子ども110番の家など)	19.9%



<事業者アンケート調査 問5> <市民(消費者)アンケート調査 問10>

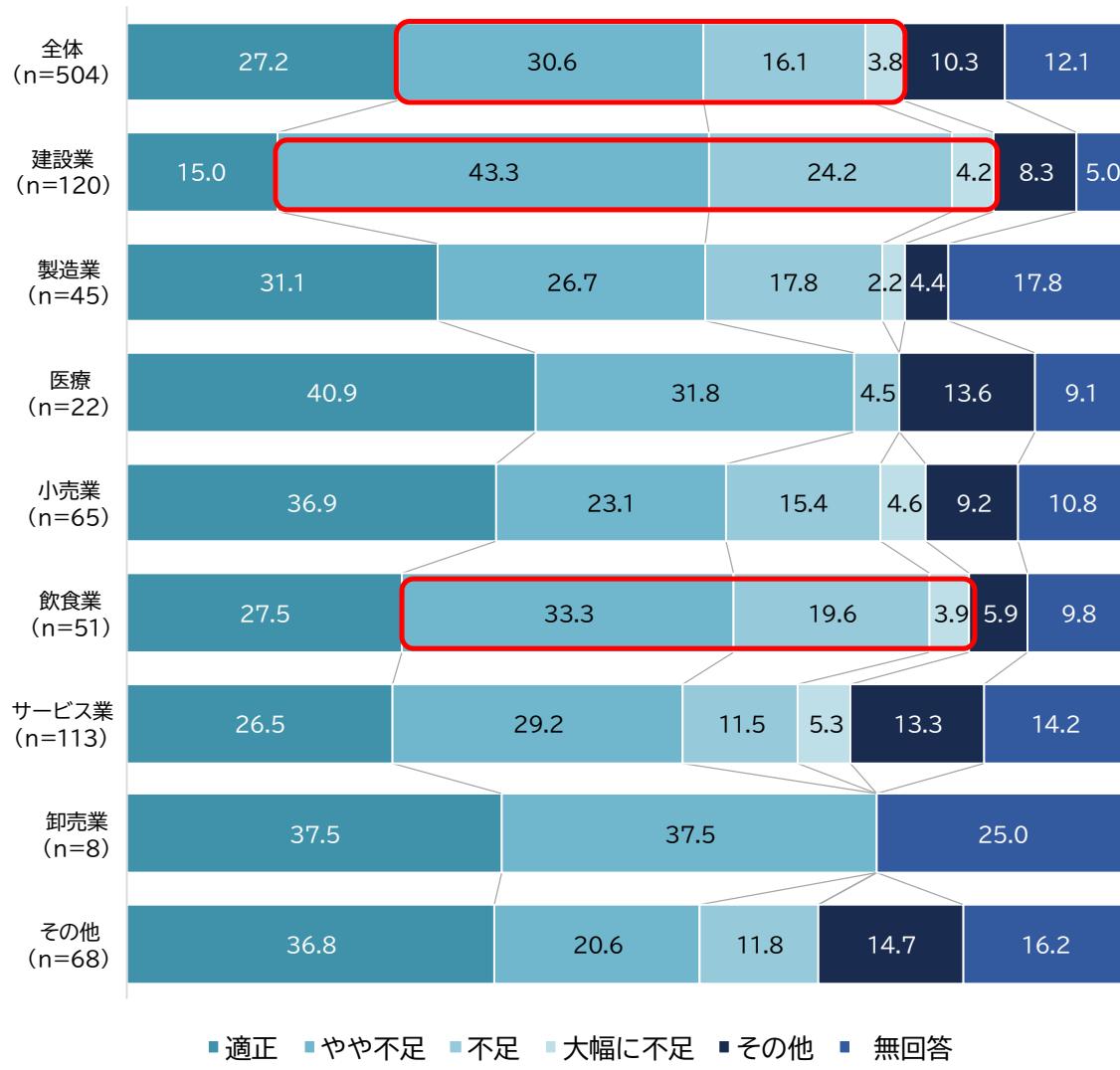
【まとめ】

事業者・市民(消費者)ともに商店街等に対して、買物の場にとどまらない社会的機能を期待していることから、商店街・商業団体の今後の役割について、検討の必要性が高まっています。

5. 人材確保の必要性<事業者アンケート>

従業員の充足状況について

従業員が「大幅に不足」「不足」「やや不足」している事業者は全体の約5割でした。業種別にみると建設業では71.7%、飲食業では56.8%と特に高く、この2業種で特に従業員の充足度が低くなっています。



* 小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計は100%にならない場合があります。

<事業者アンケート調査 問18>

【まとめ】

生産年齢人口の減少などにより人材不足が進むと予測される中、多様な働き方を推進するなど、市内産業を支えるための人材確保・育成が課題となっています。

6. 調査結果の概要(地域別)

商業等実態調査の回答について、事業者の動向、消費者の意向を地域別に整理しました。

<事業者アンケート>

「鶴瀬東」や「水子・榎町」などで60歳以上の経営者の割合が大きく増加しています。また、廃業の予定としている割合では、「鶴瀬西」「西みずほ台」「水子・榎町」「ふじみ野・勝瀬」で大きな増加がみられます。

地域	60歳以上 経営者割合(%)		廃業の予定(%)		5年前比売上高 (10%以上減少)(%)		商店街で実施すると 良いと思われる取り組み	
	前回(R2)	今回(R6)	前回(R2)	今回(R6)	前回(R2)	今回(R6)	1位	空き店舗の活用
鶴瀬東	53.5 ↗ 62.7	11.3 ↓ 9.3	48.0 ↓ 44.0	1位	まつり・イベントの開催、 駐車場・自転車置き場の設置			
						2位	駐車場・自転車置き場の設置	
鶴瀬西	60.2 ↓ 50.8	8.5 ↗ 14.8	54.0 ↓ 41.0	1位	空き店舗の活用			
						2位	駐車場・自転車置き場の設置	
羽沢・ 諏訪・ 山室	54.2 ↓ 45.9	6.3 → 6.3	30.0 ↗ 37.5	1位	空き店舗の活用			
						2位	個性ある店づくり	
東みずほ台	38.4 ↗ 44.4	10.5 ↗ 11.1	27.3 ↗ 40.0	1位	まつり・イベントの開催			
						2位	花や緑のある商店街づくり、 駐車場・自転車置き場の設置	
西みずほ台	52.1 ↓ 51.6	2.9 ↗ 16.1	30.6 ↗ 38.7	1位	まつり・イベントの開催			
						2位	空き店舗の活用、 プレミアム付商品券への参加	
貝塚	88.9 ↓ 70.0	—	30.0	83.3 ↓ 50.0	1位	不足業種の誘致、 空き店舗の活用		
						2位	キャッシュレス決済への対応、 ほか	
水子・榎町	65.0 ↗ 65.4	5.9 ↗ 15.4	45.0 ↓ 30.8	1位	空き店舗の活用、 駐車場・自転車置き場の設置			
						2位	古い店のリニューアル、 個性ある店づくり、 子育て世帯向けサービスの充実	
水谷東	60.0 ↓ 40.0	21.4 ↓ 20.0	66.7 ↓ 52.0	1位	空き店舗の活用、 駐車場・自転車置き場の設置			
						2位	不足業種の誘致	
ふじみ野・ 勝瀬	35.7 ↗ 40.6	5.9 ↗ 12.7	28.6 ↗ 35.5	1位	空き店舗の活用			
						2位	まつり・イベントの開催	
南畠	49.1 ↓ 43.9	21.4 ↓ 6.1	18.2 ↗ 36.3	1位	空き店舗の活用			
						2位	個性ある店づくり、 地元農産物の販売	

*「貝塚」は、前回調査・今回調査ともに回答者数が20件未満と少なく、比率が上下しやすいため、参考データとして掲載しています。

<市民(消費者)アンケート>

「鶴瀬西」や「水子・榎町」などで近隣店舗・商店街へ不満があるとの割合が大きく増加しています。一方、「貝塚」では、不満があるとの割合が大幅に減少しています。

地域	近隣店舗・商店街へ 「不満がある」と回答(%)	不満の理由		必要とするお店	商店街に取り組んでほしいこと
鶴瀬東	前回(R2) 38.2 ↘ 37.8	1位	品揃えが悪い	生鮮食料品	品揃えの充実
		2位	1ヶ所でまとめて買い物ができない、 気に入った商品がない	飲食(外食)	不足業種の誘致
鶴瀬西	24.5 ↗ 42.0	1位	値段が高い	生鮮食料品	不足業種の誘致
		2位	品揃えが悪い	飲食(外食)	品揃えの充実
羽沢・ 諒訪・ 山室・	21.8 ↗ 27.0	1位	値段が高い	生鮮食料品	不足業種の誘致
		2位	品揃えが悪い、 商店街に活気や魅力がない	飲食(外食)	品揃えの充実
東みずほ台	21.7 ↗ 21.8	1位	品揃えが悪い、 商店街に活気や魅力がない	生鮮食料品	不足業種の誘致
		2位	—	飲食(外食)	品揃えの充実
西みずほ台	28.7 ↗ 38.0	1位	品揃えが悪い	生鮮食料品	不足業種の誘致
		2位	値段が高い	飲食(外食)	品揃えの充実
貝塚	72.2 ↘ 38.5	1位	1ヶ所でまとめて買い物ができない	生鮮食料品	キャッシュレス決済への対応
		2位	品揃えが悪い、 商店街に活気や魅力がない	家庭用品・日用品	空き店舗の活用 個性ある店づくり 品揃えの充実 高齢者向けサービスの充実(宅配など)
水子・榎町	24.6 ↗ 44.6	1位	1ヶ所でまとめて買い物ができない	生鮮食料品	駐車場・自転車置き場の設置
		2位	商店街に活気や魅力がない	飲食(外食)	不足業種の誘致 品揃えの充実
水谷東	57.9 ↘ 57.8	1位	品揃えが悪い	生鮮食料品	品揃えの充実
		2位	1ヶ所でまとめて買い物ができない	飲食(外食)	空き店舗の活用
ふじみ野・ 勝瀬	24.4 ↗ 25.9	1位	品揃えが悪い	生鮮食料品	不足業種の誘致
		2位	気に入った商品がない	飲食(外食)	品揃えの充実
南畠	24.6 ↗ 38.6	1位	商店街に活気や魅力がない	生鮮食料品	品揃えの充実
		2位	品質・鮮度が悪い	飲食(外食)	駐車場・自転車置き場の設置

*「貝塚」は、前回調査・今回調査ともに回答者数が20件未満と少なく、比率が上下しやすいため、参考データとして掲載しています。

4

地域別商業者懇談会による意見の概要

駅を中心とした3地域に市内商店会を分けて、主に商店会に加入している商業者から、商業の現状、日ごろ感じている課題や問題点を把握するとともに、市に求める支援策などについて懇談会(各地域2回)を行いました。

(1)鶴瀬駅を中心とした地域

●商店会組織:10団体

商店会名	会員 店舗数
① 鶴瀬夢灯り商店会	54
② 鶴瀬東中央通り会	10
③ つるせセーフティロード商店会	9
④ あけぼの商店会	14
⑤ 上沢商店会	6
⑥ 鶴瀬駅西口通り商店会	25
⑦ 鶴瀬西銀座商店会	23
⑧ つるせ西商店会	7
⑨ 権平山商店会	12
⑩ つるせ台商店会	20



●懇談会

開催日:(第1回)令和7年7月2日

(第2回)令和7年8月21日

対象者:各商店会からの代表者13名

●主な意見

テーマ	主な意見
創業者への支援	<ul style="list-style-type: none"> ○ 創業者への商店会の紹介、空き店舗の紹介ができるとよい。
既存事業者への支援	<ul style="list-style-type: none"> ○ 市は頑張る個人・中小企業を支援し、強い事業者の増加に重点を置くことが重要。 ○ 生成AIなどのサブスク代金の補助などがあるとよい。
DX・キャッシュレス化	<ul style="list-style-type: none"> ○ 国がキャッシュレス化を進めているが、事業者はついていけないと感じる。
買物の利便性向上	<ul style="list-style-type: none"> ○ 「宅配・サービス電話帳」による問合せがあるので、周知拡大するとよい。 ○ 高齢者のために移動販売は必要。
地域活性化	<ul style="list-style-type: none"> ○ 商店街活性化推進事業補助金の要件緩和(複数回、増額など)を希望。
イベント	<ul style="list-style-type: none"> ○ 商店会が公園でイベントを開催する場合、もっと使いやすくしてほしい。
賑わいづくり	<ul style="list-style-type: none"> ○ 鶴瀬駅・ららぽーと富士見間の通りで買い物が楽しめるようになるとよい。 ○ 街のコンシェルジュのような、情報を発信する仕組みがあるとよい。
商店会	<ul style="list-style-type: none"> ○ 商店会街路灯は地域の安全対策として、商店会が維持していることの周知拡大。 ○ 未加入事業者へ加入メリットなど周知啓発する必要がある。 ○ 地元住民に向け、商店会としての認知度を高める取組が必要。
連携強化	<ul style="list-style-type: none"> ○ 商店会同士の横断的協力によるイベントを実施したい。また、商業者以外も含めたエリア毎の事業者の集まりなど、「面」で連携したい。 ○ 商店会でシェアサイクルステーションを設置し収益化を図り、来訪者を増加させたい。 ○ 市と連携したデジタルサイネージの活用(鶴瀬駅東口)。 ○ 産業団地進出企業との連携ができるとよい。
人材確保	<ul style="list-style-type: none"> ○ 業務委託の活用など、人材不足に対応する必要がある。

(2)みずほ台駅を中心とした地域

●商店会組織:4団体

商店会名	会員 店舗数
⑪ 東みずほ台商店会	61
⑫ 寺下商店会	22
⑬ 水谷中央商店会	12
⑭ 西みずほ台商店会	80

●懇談会

開催日:(第1回)令和7年7月17日

(第2回)令和7年9月3日

対象者:各商店会からの代表者5名



●主な意見

テーマ	主な意見
創業者への支援	<ul style="list-style-type: none"> ○ 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よい。
既存事業者への支援	<ul style="list-style-type: none"> ○ 複数の店舗が各自のSNSを利用して、相互宣伝を実施するとよい。
DX・ キャッシュレス化	<ul style="list-style-type: none"> ○ 商店会のホームページ、Instagramを活用し、情報発信を強化したい。 ○ 高齢の経営者ではSNS発信・継続が難しく支援が必要。 ○ ふわっふーPayは効果があったが、より広域から来店者を見込める汎用性の高いアプリがよい。
地域活性化 イベント	<ul style="list-style-type: none"> ○ 公園・公民館を利用した商店会主催イベントが実施できるとよい。
賑わいづくり 商店会	<ul style="list-style-type: none"> ○ イベント等での価値共創プラットフォーム『SDGsフジミライテラス』との連携。 ○ 商店会の運営について、アドバイザーによる意見が欲しい。 ○ 商店会の準会員(サポーター)制度による人材確保を検討したい。 ○ ららぽーと富士見と連携を深め、集客力を活用できると良い。共同事業「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。 ○ 商店会同士でノウハウや課題を共有・検討し、より良い取組を進めたい。 ○ 商店会に入っていない個店とのネットワークを作り、多くの事業者を巻き込んで地域を盛り上げていきたい。 ○ 町会のイベントを商店会が手伝うなど、町会と商店会のつながりを強化したい。
連携強化	

(3)ふじみ野駅を中心とした地域

●商店会組織:なし

●懇談会

開催日:(第1回)令和7年7月8日
(第2回)令和7年8月26日
対象者:地域内の商業者5名
※本地域は商店会組織がないため、
地域内で活動を行っている事業者

駅前の写真

●主な意見

テーマ	主な意見
創業者への支援	<ul style="list-style-type: none">○ 創業について、気軽に聞ける場・知ることができる場や相談の場があるとよい。○ 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。○ チャレンジショップ利用の創業であっても創業コストがかかるのは変わらないため、初めから普通に開業へ向けて資金利用した方が効率が良いと考える事業者もいる。
既存事業者への支援	<ul style="list-style-type: none">○ 補助金について、伝わりやすい・わかりやすい周知を行ってほしい。
DX・キャッシュレス化	<ul style="list-style-type: none">○ 現在、自店(飲食店)ではキャッシュレス決済が全体の5割を占め、既に必要不可欠。○ 生成AIにより、更なる生活様式の変革が予想される。セミナーがあれば参加したい。
地域活性化イベント	<ul style="list-style-type: none">○ 定期イベント(例:マルシェ、こども商店街など)を通じて収益化モデルの構築が必要。○ まちバルは良い取組だが、参加事業者の手続きの簡略化、消費者への周知拡大、チケットを購入しやすくするなど工夫が必要。
賑わいづくり	<ul style="list-style-type: none">○ 個店の魅力発信が重要、そのような取組ができるとよい(例:マップ作成、まちゼミなど)。
地域資源の活用	<ul style="list-style-type: none">○ シェアサイクルステーションが増えると回遊性・利便性が上がり、地域商業にもよい。○ 公共施設のビジネス利用について、料金面・予約の面で使いやすくしてほしい。
連携強化	<ul style="list-style-type: none">○ 事業者同士が集まる場の設定や連絡網など、市の支援があるとよい。
人材確保	<ul style="list-style-type: none">○ 都内の飲食業界はスキマバイトの働き方で支えられつつあるなど、働き方の多様化が進んでいる。○ 産業団地の影響による人件費の高騰が心配である。

第3次商業活性化ビジョンのふり返り

第3次商業活性化ビジョン(令和3～7年度)では、①創業支援を中心として「新しい商業者」を生み、育てる伴走型支援の仕組みづくり、②便利な買い物ができる環境づくり、③大型商業施設など多様な主体の参画・連携・協働、新たな地域商業の創造、④新型コロナウイルス感染症など非常時にも対応できる地域経済を目指すなど、5つの取組方針を定め、19のアクションプランを位置付けました。第3次商業活性化ビジョンのふり返りとして、アクションプランごとの取組について、以下のとおり評価を行いました。

取組方針	アクション プラン数	実施	おおむね 実施	一部実施	未実施
【取組方針1】 「創業するなら富士見市で！」創業しやすい環境をつくります	5	2	1	1	1
【取組方針2】 楽しく便利に市内で買い物ができるようにします	5	3	1	0	1
【取組方針3】 多様な主体の参画と協働で、商業活性化をすすめます	2	2	0	0	0
【取組方針4】 新たな地域商業を創造します	5	3	1	0	1
【取組方針5】 非常時にも対応できる、備えある地域経済を目指します	2	0	1	1	0
合計	19	10	4	2	3
		53%	21%	11%	17%

※第3次商業活性化ビジョンは、数値目標等の設定はしていないため、事業の取組の有無により評価しています。

【取組方針1】「創業するなら富士見市で！」創業しやすい環境をつくります

専門アドバイザーによる伴走型の経営・創業相談、創業セミナー、商店街空き店舗出店支援事業補助など、創業にかかる相談や支援体制の充実により、市内で創業しやすい環境づくりに取り組みました。ビジネス・創業コンペ、チャレンジショップ等の出店機会の提供は実施できませんでしたが、経営・創業相談により出店に関するアドバイスなどを行いました。

アクションプラン		主な施策	評価
1-1	創業・持続的経営のための相談等の実施	アドバイザーによる経営・創業相談	実施
1-2	創業支援セミナーの開催	創業セミナー(特定創業支援事業)・受講者交流会	実施
1-3	ビジネス・創業コンペを通じてのニュービジネスの誘発・顕彰	-	未実施
1-4	空き店舗、空き家情報の紹介・支援	商店街空き店舗出店支援事業補助金	おおむね実施
1-5	チャレンジ・実験検証のための出店機会の創出	アドバイザーによる経営・創業相談	一部実施

【取組方針2】楽しく便利に市内で買い物ができるようにします

宅配電話帳の発行、事業者との連携による移動販売(南畠地域)など、市民の多様な消費(買い物)の機会の拡大に取り組みました。また、事業者のDX事業(中小企業チャレンジ支援事業補助金)、SNSを活用した情報発信のセミナーなど、デジタル化の進展による多様な消費行動への対応として、事業者の経営改善にかかる支援を行いました。一方、ワンポイント講座は、実施を希望する担い手が見つからず、実施できませんでした。

アクションプラン		主な施策	評価
2-1	宅配電話帳の作成・更新	宅配電話帳の発行・配架	実施
2-2	キャッシュレス化の推進	プレミアム付電子商品券事業	おおむね実施
2-3	店舗外での営業活動の展開	連携協定に基づく移動販売、ふじみ産業元気づくり事業	実施
2-4	商店主によるワンポイント講座の開催	-	未実施
2-5	SNS等、新たな情報伝達の仕組みの活用	SNSセミナーの開催、ホームページ開設への支援	実施

【取組方針3】多様な主体の参画と協働で、商業活性化をすすめます

地域版ふじみマーケット(商店会の祭りなど、地域ごとの小規模イベント)への開催支援を行い、商業者同士の協働による地域の賑わいの創出、地域住民との交流機会の創出に取り組みました。また、生産性の向上や働き方改革など、経営改善に資する事業者のDX²事業への支援に取り組みました。

アクションプラン		主な施策	評価
3-1	商業者と地域団体等との連携支援	地域版ふじみマーケット、イベントの開催支援	実施
3-2	DX(デジタル・トランスフォーメーション)化への支援	中小企業チャレンジ支援事業補助金(ホームページ開設への支援など)	実施

²「デジタルトランスフォーメーション（Digital Transformation）」の略で、デジタル技術を用いて業務プロセス、ビジネスモデルなどを抜本的に変革し、競争力を高めること。

【取組方針4】新たな地域商業を創造します

新たな推進体制の仕組みづくり(ふじみ野 MACHIfeS)、賑わいと個性ある地域づくりのための各種イベントへの支援、市の魅力の発信強化(フィルム・コミッショナなど)により、活気と賑わいのあるまちづくりに取り組みました。経営革新等のセミナーは実施できませんでしたが、経営・創業相談により経営革新に関するアドバイスなどを行いました。

アクションプラン		主な施策	評価
4-1	新たな推進体制の仕組みづくり	地域商工業イベントスタート支援事業補助金	おおむね実施
4-2	大型商業施設との協働体制の創出	共同事業(いい富士見の日「ふじみマーケット」)	実施
4-3	賑わいと地域の個性づくりのためのイベント事業	商店街活性化推進事業補助金など	実施
4-4	地域資源を活用した来訪魅力の強化・発信	フィルム・コミッショナなど	実施
4-5	経営革新等各種セミナーの開催	-	未実施

【取組方針5】非常時にも対応できる、備えある地域経済を目指します

商店会街路灯のLED化、防犯カメラの設置、防災協定の締結の推進、事業継続力強化計画の策定への支援など、地域の安全・安心なまちづくりに取り組みました。

アクションプラン		主な施策	評価
5-1	地域の安全・安心に貢献する取組みへの支援	商店街等環境整備事業補助金など	おおむね実施
5-2	事業継続計画への支援	事業継続力強化支援計画の策定	一部実施



創業セミナーの様子(令和6年度)



大型商業施設との共同事業(いい富士見の日)



6

富士見市の課題

商業等実態調査結果、地域別商業者懇談会における意見、第3次商業活性化ビジョンのふり返りなどを踏まえ、本市の産業活性化に関する課題を次の5点に整理しました。

課題1 事業者の減少への対応

平成27年の大型商業施設(ららぽーと富士見)の開業により、商業を中心とした事業所数は大きく増加しましたが、その後、令和3年には再び減少に転じました。

商業等実態調査によると、市内事業者の約5割が60歳以上と経営者の高齢化が進み、事業経営は「自分の代で終わりにしたい」との意向も約4割となっていることから、今後も地域経済の担い手である事業者の減少が懸念されています。

地域経済の活力を維持・向上させるためには、事業者の減少への対応が課題となっており、新たに活躍する事業者を生み出すこと、意欲ある既存事業者の経営力の強化など、地域をけん引する力強い事業者を増やすことが必要です。

課題2 多様化する消費行動への対応

新型コロナウイルス感染症の蔓延を契機に、キャッシュレス化やインターネット販売など、急速に進んだデジタル化により市民の消費行動が大きく変化しました。一方で、市内事業者では、ICTの活用が十分に進んでいない状況にあり、多様化する消費行動(消費者ニーズ)に対応しきれていないことが見受けられます。

また、商店の減少により地域において買い物ができる場が不足するなど、買い物不便地域や買い物弱者への対応も求められており、販売チャネルの拡充など市内消費の拡大への取組が必要です。

課題3 地域商業のあり方

事業者の高齢化や後継者不足による廃業、商店会組織に加入しない事業者などが増え、会員の減少により、商店会の解散や活動が困難となっている商店会があります。一方で、商業等実態調査では、商店街に期待することとして事業者・市民(消費者)ともに「賑わい創出」との割合が高く、地域活性化への取組が期待されています。地域のまちづくりの主体となる地域商業(商店会等)活動の主体性・自立性を高めるため、商店会・事業者同士の連携による組織課題の解決や、地域住民など多様な主体の参画による地域の活性化への取組など、地域商業への支援のあり方について検討が必要です。

課題4 事業者間・産業間の連携の推進

本市の新たな活力を創出する産業拠点「富士見上南畠地区産業団地」の整備が進み、製造業などの企業進出が決まりました。産業団地への企業進出により、雇用の創出や市内経済の活性化につながるものとなります。その効果は進出企業のみならず、市内産業全体へ波及させることが重要です。

市内の循環型経済の確立を目指し、進出企業と市内事業者、行政などがまちづくりのパートナーとして連携・協力ができるように、事業者間・産業間の連携推進の取組が必要です。

課題5 人材確保と多様な働き方の推進

ベッドタウンとして発展してきた本市において、まちの活力を維持するためにも市内経済を循環させることが重要となります。商業等実態調査によると、「従業員が不足している」との市内事業者は約5割となっており、「人材・人手不足が経営上の問題となっている」という回答も多くあり、少子高齢化が進み、今後、生産年齢人口が減少していく状況において、まちの活力を維持するためには、市内産業における人材確保が課題となっています。

市内の就労人口を増加させるためには、女性や高年齢者などの就労を促進ことも不可欠であり、あらゆる方が働きやすい多様で柔軟な働き方が選択できる職場環境づくりが必要です。

第3章

ビジョンの基本的な考え方

1

基本的な考え方と将来像

令和3年に策定した「第6次基本構想（令和3年度～令和22年度）」では、理想の“未来”を「私たちは、自らの歩みで充実した日々を送ることができる未来を目指します。」と定めました。

本ビジョンは、この理想の“未来”的実現のため、従前計画となる「富士見市第3次商業活性化ビジョン」における本市の商業の将来像や商業振興にかかる方向性を継承しつつ、産業団地整備事業の進捗を踏まえ、新たに工業振興の視点を位置付け、商業・工業分野を中心とした産業振興を推進するとともに、農業分野を含めた産業間の連携強化による相乗効果を高め、市内経済の活性化を目指すこととしています。

本市では、市民（団体、事業所を含む）の市政への参加と協働を基調とした、市の自治の基本となる考え方や仕組みを示した「富士見市自治基本条例」を定めています。

本ビジョンの推進にあたっては、自治基本条例の基本3原則（情報の共有、市民参加、協働）に則り、市民の知恵と力を生かし取り組んでいきます。

これらの基本的な考え方を踏まえ、本ビジョンにおける将来像を、以下のとおり定めます。

【将来像】**とも かな
伴に奏である、ハーモニーあふれる富士見市都市産業**

事業者、産業団体、市民等の主体的・積極的な参画とともに、産業間の垣根を超える、それぞれの持ち味を活かし、事業者同士、地域と事業者、そして行政が連携『とも かな
伴に奏である』して取り組みます。

大都市近郊のまちとして、今後も「住み続けたくなる」、「事業活動をしたくなる」、多様な魅力を備えた『調和（＝ハーモニー）あふれる』都市産業の形成による持続力のある“まち”を目指します。

本ビジョンの将来像を実現するために、次の6つの「取組方針」を定めます。

取組方針 1

新たに活躍する事業者を増やす

課題1「事業者の減少への対応」として、創業機運の醸成、相談体制の充実や創業時の支援などにより、創業しやすい環境を整え、新たに活躍する事業者を育成・創出します。

取組方針 2

意欲ある事業者の成長を支援する

課題1「事業者の減少への対応」として、既存事業者の持続的経営のための相談体制や支援を充実するとともに、企業の付加価値の向上など更なる成長を目指す事業者を応援します。

取組方針 3

多様な消費ニーズにこたえる

課題2「多様化する消費行動への対応」として、消費者のニーズにこたえる事業者の取組を支援し、頑張る個店・商店街等を応援することで、楽しく便利に買い物ができる“まち”を目指します。

取組方針 4

まちの魅力と賑わいをつくる

課題3「地域商業のあり方の検討」として、事業者・商業者団体による、地域活性化に資する取組を推進し、まちの魅力と賑わいづくりを目指します。

取組方針 5

事業者相互のつながりをつくる

課題4「事業者間・産業間の連携の推進」として、これまでの農商工連携の更なる推進とともに、富士見上南畠地区産業団地進出企業と市内事業者との新たな連携など、多様な事業者相互のつながりをつくります。

取組方針 6

職住近接の暮らしを支える

課題5「人材確保と多様な働き方の推進」として、職住近接の暮らしを希望する人が市内で就労できる機会の充実を図り、事業者の人材確保につなげます。

将来像

取組方針

取組の方針性

取組方針1

新たに活躍する事業者を
増やす

1-1 創業機運の醸成

1-2 創業のための相談

1-3 創業に向けた支援

取組方針2

意欲ある事業者の成長
を支援する

2-1 持続的経営のための相談

2-2 持続的経営のための支援

2-3 事業者の付加価値の向上

取組方針3

多様な消費ニーズに
こたえる

3-1 DX・キャッシュレス化等の推進

3-2 販売チャネルの拡大促進

3-3 地元産品の消費機会の拡大促進

取組方針4

まちの魅力と賑わいを
つくる

4-1 賑わいの創出と地域交流の促進

4-2 地域課題解決へ向けた取組の強化

4-3 地域資源（特色ある公園など）
を活用した魅力の発信

取組方針5

事業者相互のつながり
をつくる

5-1 産業団地進出企業等との連携
機会の創出

5-2 大型商業施設との連携の促進

取組方針6

職住近接の暮らしを支
える

6-1 働く場の創出

6-2 多様な就労ニーズへの対応

6-3 働きやすい環境づくり

4

成果指標（数値目標・指標（KPI））の設定

本ビジョンは、上位計画である「第6次基本構想・第2期基本計画」の分野25「商工」・分野27「就労」の分野別計画となります。

このため、本ビジョンの将来像を実現するための6つの取組方針と第2期基本計画における基本施策との関係性を示すとともに、第2期基本計画の「数値目標・指標（KPI）」を本ビジョンの指標として設定しました。

【第2期基本計画：分野25「商工」】

基本政策33

楽しく、便利に市内で買物ができる

多様化する消費者ニーズなどに対応するため、新しい商業者を育て、創意工夫による魅力づくりに取り組む“頑張る個店・商店街等”を応援することで、市内で買物が楽しく、便利にできる“まち”を目指します。

5年後の目指す姿 「市内消費の拡大」

市内の商店で必要な買物を済ますことができる環境づくりや、魅力ある商店づくりなどに取り組み、市内消費の拡大を目指します。

数値目標	現 状 値	目 標 値
近所・市内店舗の利用率 (商業等実態調査)	51.7%(R6)	56.2%(R12)

基本施策

基本施策	指標(KPI)	現状値	目標値	本ビジョンにおける位置づけ
33-1 買物利便性の向上	市内消費活動に不便を感じていない人の割合 (アンケートモニター調査)	78.3% (R7)	85.0% (R12)	【取組方針3】 多様な消費ニーズにこたえる
33-2 個店・商店街等の活性化	富士見市商工会の商業部会の会員数 (所管課調べ)	1,129件 (R6)	1,146件 (R12)	【取組方針4】 まちの魅力と賑わいをつくる
33-3 創業支援の充実	市の支援により創業した事業者数(累計) (所管課調べ)	32者 (R6)	100者 (R12)	【取組方針1】 新たに活躍する事業者を増やす

【第2期基本計画：分野25「商工」】

基本政策34

地域経済が潤ったまちで生活できる

産業の振興を進め、地域内での活発な循環型経済を確立させることにより、地域経済の潤った“まち”で生活できることを目指します。

5年後の目指す姿 「市内事業者が活性化する」

コスト削減や生産性の向上など、事業者の経営力強化を図るとともに、産業団地進出企業と市内事業者との連携により、様々な事業者が活性化することを目指します。

数値目標	現 状 値	目 標 値
法人市民税額(所管課調べ)	599,285千円 (R6)	700,000千円 (R12)

基本施策

基本施策	指標(KPI)	現状値	目標値	本ビジョンにおける位置づけ
34-1 良好なモノづくりの環境整備	富士見市商工会の工業部会の会員数 (所管課調べ)	127者 (R6)	137者 (R12)	【取組方針2】意欲ある事業者の成長を支援する
34-2 新たな工業基盤の強化	工業立地法における特定工場 ¹ 数 (所管課調べ)	3事業所 (R6)	5事業所 (R12)	【取組方針5】事業者相互のつながりをつくる

¹ 敷地面積9000m²以上または建築面積3000m²以上で、製造業、電気・ガス・熱の供給業にかかる工場・事務所

【第2期基本計画：分野27「就労」】

基本政策36

多様な働き方の実現

少子高齢化に伴う労働力の減少や働き方の多様化などの社会変化に対応し、労働生産性の向上を図るとともに、あらゆる方の就労機会の確保に取り組み、働きがいを感じながら生活できるよう、多様な働き方が実現できる“まち”を目指します。

5年後の目指す姿 「多様な働き方ができる社会の実現」

働く時間や場所によらない柔軟な働き方の導入、ワーク・ライフ・バランスの促進など、多様な働き方ができる社会の構築を目指します。

数値目標	現 状 値	目 標 値
18歳以上の市民のうち、稼働収入 ² がある人の割合(所管課調べ)	65.8% (R6)	70.2% (R12)

基本施策

基本施策	指標(KPI)	現状値	目標値	本ビジョンにおける位置づけ
36-1 労働環境 の整備	埼玉県多様な働き方実 践企業の認定企業数 ³ (累計) (所管課調べ)	41社 (R6)	53社 (R12)	【取組方針6】 職住近接の暮ら しを支える
36-2 あらゆる 方の就労 を促進	ふるさとハローワーク ⁴ における就職率 (所管課調べ)	22.5% (R6)	25.0% (R12)	

²給与収入、事業収入など、労働により得られる収入

³ 埼玉県が認定する、仕事と生活の両立を支援するため、多様で柔軟な働き方を実践している企業等

⁴ ハローワークが設置されていない市町村で、国と市町村の共同運営により、職業相談・職業紹介などを行う機関

第4章

施策の展開

1

【取組方針1】新たに活躍する事業者を増やす

新たな事業者を増やすことは、地域経済を活性化させるとともに、新たな取組により多様化する市民（消費者）ニーズに応えることで、市民が住み続けたいと思うまちづくりにつながることが期待できます。本市では、活力にあふれ活躍する新規事業者を育てるため、創業支援にかかるサポート体制をパッケージ化（創業支援セミナー、創業の相談、創業にかかる助成、創業後の相談）し、創業前から創業後までの継続的な伴走支援を行うことで、創業しやすい環境づくりに取り組みます。

また、本市は産業競争力強化法に基づく「認定創業支援等事業計画」を策定しており、商工会などの経済団体と連携のもと取組を推進します。

取組の方向性1-1 創業機運の醸成

若者や女性、高年齢者等あらゆる方が創業に挑戦しやすいように、創業に興味・関心がある方や創業を希望する方に向けて、創業に関する情報をわかりやすく発信し、創業機運の醸成を図ります。

主な取組内容

○創業に関する基礎知識を学ぶ場の提供、創業希望者同士の交流促進

- ・創業支援セミナー、交流会の開催（特定創業支援等事業¹）

○埼玉県創業プロジェクトとの連携、広域での情報共有

- ・イノベーション創出施設（渋沢MIX²）の活用（交流・マッチングなど）

○創業を身近に感じる機会の創出

- ・金融機関等と連携した創業パネル展の開催

¹ 市が商工会や創業・ベンチャー支援センター埼玉と連携して実施している事業経営に必要な知識を習得することを目的とした相談やセミナーのこと。特定創業支援等事業を受けて創業を行おうとする方は各種優遇措置が受けられる。

² 令和7年7月にオープンした埼玉県のイノベーション創出拠点（さいたま新都心駅直結）。オープンイノベーションの創出・促進、スタートアップの創出・成長支援、イノベーションを担う人材の育成の3つをコンセプトに、イノベーション創出のための様々な取組を展開。

取組の方向性1-2 創業のための相談

次代の産業の担い手となる新規事業者を育てるために、専門アドバイザーによる創業に関する相談窓口を設けます。創業前から創業後を含め相談者に寄り沿い、きめ細かいフォローなど定期的な(伴走型)支援を行い、相談者の抱える悩みや課題を解決します。

主な取組内容

○専門アドバイザーによる創業に関する相談

- ・創業に必要な事業計画の策定、資金調達(補助金・融資など)、創業後の課題などの相談
(特定創業支援等事業)

取組の方向性1-3 創業に向けた支援

創業に向け具体的に動き始めた方への創業しやすい環境づくりとして、創業にかかる設備投資や資金調達などへの支援を行い、事業経営のスタートを支えます。

主な取組内容

○創業時における支援

- ・創業に係る設備投資への助成 (特定創業支援等事業)、資金調達にかかる融資利子への助成など
- ・資金調達のための県融資制度(低金利など)の活用

○創業者へ向けた地域情報の発信

- ・地域の商店会情報の発信
- ・不動産業と連携した空き店舗情報等の発信の検討

○出店機会の創出の検討

- ・埼玉県『新たな担い手』による商店街賑わい創出事業補助金³の活用
- ・チャレンジスペース、実証実験などの実施検討

³ 商店街又は中心市街地に新たな担い手を呼び込み魅力を創出するとともに、商業インキュベーション施設整備など商店街等における新たな担い手の確保及び空き店舗解消を図る事業を支援。

2

【取組方針2】意欲ある事業者の成長を支援する

地域経済の活性化を図るために、新規事業者の創出に加え、本市の産業を支えている既存事業者の持続的な発展が不可欠です。本市では従業員が9人以下の小規模な事業所が約8割を占めており、物価高騰や消費行動の変化など外部要因の影響を受けやすく、近年の流動的な経済環境により厳しい経営状況となっています。このような中でも、持続可能な経営、さらなる成長を目指す意欲ある事業者の取組を支援し、地域をけん引する力強い事業者を増やし、市内経済の持続的な発展を目指します。

取組の方向性2-1 持続的経営のための相談

持続的経営のため積極的な経営革新に取り組む事業者に対し、専門アドバイザーによる経営相談を通じて、経営の安定化や経営基盤の強化などに向けた取組をサポートします。

主な取組内容

- 専門アドバイザーによる経営に関する相談
 - ・経営革新計画の策定、事業承継などの相談

取組の方向性2-2 持続的経営のための支援

中小企業等経営強化法に基づき、先端設備導入計画による労働生産性の向上や賃上げ促進などの取組、経営革新計画による経営改善やDX事業などに取り組む事業者に対し、財務、DX、人材育成など総合的な支援を行います。

主な取組内容

- 経営革新に向けた取組への支援
 - ・経営改善、研究開発、人材育成、販路開拓、DX、設備導入など経営革新の取組に対する助成（中小企業チャレンジ支援事業）
 - ・キャッシュレス決済サービスの導入への助成

○各種経営計画の策定に向けた支援

- ・新たな取組を検討する経営革新計画の策定
- ・労働生産性向上や賃上げ促進のため先端設備等導入計画の策定

○商工会への支援・連携強化

- ・経営改善等支援事業への運営助成
- ・会員増加に向けた取組への支援など

○事業者の経営支援

- ・中小企業小口融資制度による支援
- ・住宅リフォーム補助制度を活用した事業者への支援
- ・関係機関と連携した事業承継支援

取組の方向性2-3 事業者の付加価値の向上

持続可能な社会の実現に向けたSDGsの推進に資する社会・地域貢献に取り組む事業者を創出するとともに、市の価値共創プラットフォームなどへの参加を促進し、事業者のさらなる成長や付加価値の向上を図ります。

主な取組内容

○社会・地域貢献を目指した共創事業への参加による付加価値向上

- ・価値共創プラットフォーム『SDGs フジミライテラス⁴』や埼玉県 SDGs パートナー⁵への参加促進

○環境負荷低減の取組支援

- ・再生可能エネルギー機器等の設置、次世代自動車等の導入への助成

⁴SDGs 未来都市（内閣府認定）にかかる地域貢献等の共創事業。SDGs の達成に向けた取組を起点とし、企業・団体・教育機関・市民等と連携しながら、『感動』『共鳴』を創出する自律的な取組を共創することで、持続可能なまちづくりを実現すること目的としたプラットフォーム。

⁵SDGs に自ら取り組むとともに、その実施内容を公表する埼玉県内企業・団体等を県が登録する制度。

3

【取組方針3】多様な消費ニーズにこたえる

市内で楽しく便利に買い物ができる「住み続けたいまち」の実現には、買物弱者への取組を含め、消費活動の多様化に対応できる事業者を増やすことが必要です。

特に、コロナ禍を経て急速に進んだキャッシュレス決済への対応や、SNS等を活用した販路拡大につながる効果的な情報発信など、事業者のDXの推進を図るとともに、販売チャネルの拡充や地元産品の販売促進など消費ニーズへの対応に取り組み、市内消費の拡大を目指します。

取組の方向性3-1 DX・キャッシュレス化等の推進

デジタルツールを活用し、販路拡大や市民(消費者)ニーズへの対応などの取組となる、DX・キャッシュレス決済サービスの導入に向けた支援を行います。特に、商業環境の変化によりニーズが高まっているキャッシュレス化への取組を推進します。

主な取組内容

○DX・キャッシュレス化等に向けた相談

- ・電子決済システム(キャッシュレス)やインターネット販売など、DX推進に関する情報提供など
- ・生成AI、SNS活用をテーマとした事業者向けセミナーの開催など

○DX・キャッシュレス決済サービスの導入支援 <一部再掲>

- ・DX・キャッシュレス決済サービスの導入への助成

取組の方向性3-2 販売チャネルの拡大促進

買い物に不便な地域や買物弱者への買物利便性の向上を図るため、宅配・サービス電話帳の発行や移動販売を実施します。

主な取組内容

○買物弱者などに向けた買物の利便性向上

- ・宅配・サービス電話帳の発行、市ホームページでの情報発信

○移動販売の実施事業者との連携

- ・高齢者の通いの場の役割も兼ねた買い物不便地域への移動販売

取組の方向性3-3

地元産品の消費機会の拡大促進

地域イベントなど様々な機会を活用し地元産品の普及・販売促進を図るなど、市内消費の拡大に取り組みます。また、ふるさと納税（まちづくり寄附制度）は、市内事業者の生産した魅力ある返礼品とすることで、地元産品の認知度向上と市内事業者の販路拡大ツールとして活用し、販売の促進につなげます。

主な取組内容

- 特産品・地元産品の普及促進、新たな特産品の発掘
 - ・地域イベントを活用した特産品・地域産品の普及・販売促進など
- ふるさと納税（まちづくり寄附）制度の活用
 - ・返礼品の拡充や提供事業者の販路拡大

【取組方針4】まちの魅力と賑わいをつくる

商店街や駅前、歴史や自然などをはじめとした地域資源には、多くの人が集まり、人ととの出会い、つながることができる交流拠点となっています。これらの拠点を舞台として、多様な主体の参画による賑わいづくりや地域の安心安全など社会的機能とした取組を支援し、地域の活性化と地域コミュニティの醸成を推進します。

また、歴史や自然など本市の地域資源を磨き、魅力を高め、その魅力を効果的に市内外に情報発信し、本市の認知度と魅力度の向上を図り、交流人口や関係人口の創出に取り組みます。

取組の方向性4-1 賑わいの創出と地域交流の促進

商店会等が主体となり開催する地域イベントへの支援や市の賑わいづくり事業との連携強化など、地域の賑わいづくりを支援します。また、より多くのイベント来場者が楽しめるように、地域の憩いの場である公園を活用できるように取り組みます。

主な取組内容

○地域活性化イベントへの支援・拡充

- ・商店会等(商店会・商店会連合会など)の地域賑わいづくり事業への助成
- ・公園等を活用した商店会等によるイベントへの支援

○商店会・事業者同士の連携の推進

- ・複数商店会の連携事業への支援
- ・事業者同士の連携の推進(懇談会の開催など)

○市の賑わい事業との連携強化や、官民連携事業の活用など

- ・富士見ふるさと祭り、文化イベント等の活用
- ・シェアサイクルステーションの設置検討(駅前商店会など)
- ・埼玉県『新たな担い手』による商店街賑わい創出事業補助金の活用<再掲>

○商店街の施設整備への支援

- ・駐輪場や広場・街路灯など、賑わいづくり施設の修繕・整備への助成

○農商工連携事業の実施

- ・いい富士見の日の「秋の一大事！！いい富士見の日だよ 全員集合！！」の連携事業
「ふじみマーケット」の開催

- 多様な主体の参画による地域魅力づくり活動・イベントの多様化の推進
 - ・商店会の地域イベントなどへの参画誘発(商店会センターなど)
 - ・大学・金融機関等との包括協定の活用

取組の方向性4-2 地域課題解決へ向けた取組の強化

商店会等が主体となり取り組む「防犯・防災・高齢者支援や子育て支援」など、社会的機能としての取組を支援します。また、会員減少により活動が困難となっている商店会等への伴走的な相談・支援などに取り組み、商店会組織の自立的な運営ができるようにサポートします。

主な取組内容

- 地域の安心安全に貢献する取組、地域課題解決のための取組への支援
 - ・商店会街路灯管理への助成 <一部再掲>
 - ・防犯カメラの設置の促進
- 商店会等の課題解決への支援
 - ・課題解決や自立的運営を目指す取組への相談、事業計画の策定支援(経営アドバイザー派遣など)
 - ・地域の魅力向上に資する取組に向けた運営相談
 - ・県支援制度(専門家派遣など)の活用
 - ・商店街組織の再編等への相談
- 非常時に備えた事業者と行政の連携
 - ・防災協定の推進

取組の方向性4-3 地域資源(特色ある公園など)を活用した魅力の発信

特色ある公園などの地域資源について、積極的に市内外に情報を発信し本市の魅力を伝え、来訪者の増加を目指します。また、来訪者がより楽しむことができるよう、それぞれの地域資源の魅力をさらに高め、市内を回遊してもらえるように取り組みます。

主な取組内容

○シティプロモーションによる魅力の発信

- ・フィルム・コミッショナ、PR サイト、PR 大使などの積極的な活用

○地域資源の活用

- ・特色ある公園(びん沼自然公園、大御庵の杜など)の活用と魅力の発信
- ・都市公園等を活用した各種商業団体によるイベント開催 <再掲>
- ・地域資源を活用した体験イベントなどの実施検討
- ・産業観光資源(工場見学など)としての産業団地進出企業との連携
- ・市内回遊性向上のためのシェアサイクルの拡充 <再掲>

5

【取組方針5】事業者相互のつながりをつくる

事業者相互のつながりをもとに、事業者が地域に根ざした事業活動を行うことで、地域内での取引や消費により地域経済の活性化が図られるとともに、賑わい・活気をもたらすきっかけとなります。本市の新たな成長のエンジンとなる富士見上南畠地区産業団地への進出企業と市内事業者、行政など垣根を越えた新たな連携を推進し、地域経済の活性化に向けて取り組みます。

取組の方向性5-1 産業団地進出企業等との連携機会の創出

産業団地進出企業と市内事業者との新たな商取引などの創出や、企業の地域貢献活動への取組など、進出企業との意見交換を実施し、市内経済の活性化と地域づくりのパートナーとして協力関係と連携を深めます。

主な取組内容

○産業団地進出企業と市内事業者等との新規商取引・連携の推進

- ・新規商取引のマッチング、市内農産物の消費など地産地消の推進など

○産業観光資源の活用<再掲>

- ・産業観光資源(工場見学など)としての産業団地進出企業との連携、地域交流の推進

○行政との官民連携

- ・埼玉版スーパー・シティプロジェクトに資する取組との推進

○水谷柳瀬川ゾーンの土地利用推進

- ・ヒト・モノ・コトの集積による事業者間のつながり・雇用機会の確保など

取組の方向性5-2 大型商業施設との連携の促進

官民連携による賑わいづくりとして、大型商業施設「ららぽーと富士見」との連携事業を継続していくとともに、新たな連携事業の実施について検討します。

主な取組内容

○大型商業施設との連携事業の実施<再掲>

- ・いい富士見の日の連携事業「秋の一大事！！いい富士見の日だよ 全員集合！！」の継続開催、新たな連携事業の検討

6

【取組方針6】職住近接の暮らしを支える

今後、生産年齢人口が減少していく中で、まちの活力を維持するためには、市内における市民の就労機会の確保と事業者の人材確保が必要です。

市内で「働く・住む・買う」が完結できる「職住近接」の暮らしを支えるため、女性や高年齢者などあらゆる方が市内で働くことができるよう、関係機関と連携し就労機会の確保に取り組みます。

また、事業活動の基盤となる従業員の確保のため、働きやすい職場環境づくりなど、多くの人から選ばれる職場(働く場)としての魅力を高める取組を推進し、事業者の人材不足の解消に向け取り組みます。

取組の方向性6-1 働く場の創出

富士見上南畠地区産業団地進出企業が必要とする人材について、市民の優先雇用の協議を行うなど、市民の雇用機会の確保に取り組みます。

主な取組内容

- 産業団地進出企業等による市内雇用の拡大への調整
 - ・市民の優先雇用に向けた調整

取組の方向性6-2 多様な就労ニーズへの対応

女性、高年齢者、若者、障がい者など、それぞれニーズにあわせた就労ができるように、ハローワーク等の関係機関と連携し、市民の就労を支援します。

主な取組内容

- ハローワーク(国)との連携
 - ・ふるさとハローワークの共同運営
 - ・就職相談会などの共同開催
- 関係機関との連携
 - ・埼玉しごとサポート、女性キャリアセンター(県)等との連携(就職面接会の共同開催など)
 - ・シルバー人材センターへの助成・連携
- 就労希望者への相談
 - ・内職相談、就職支援セミナーなど

労働環境の向上を目指した先端設備の導入や、多様な働き方の実践など、従業員が働きやすい職場環境の整備に取り組む事業者を支援します。

主な取組内容

- 労働生産性の向上や労働環境を改善する事業者への支援
 - ・先端設備等導入計画の認定＜再掲＞
- 事業者による多様な働き方への取組の推進
 - ・多様な働き方実践企業認定制度(県)への参加促進
- 雇用拡大事業者への支援
 - ・新たな雇用を行った中小企業への退職金共済掛金への助成

第5章 ビジョンの推進に向けて

第5章 ビジョンの推進に向けて

1

各主体の役割

本ビジョンを推進するためには、市、事業者、産業経済団体及び市民等が、それぞれの役割について共通の認識を持ち、相互に連携・協力することが重要です。そこで、本ビジョンの推進に向けて、各主体の求められる役割を以下のとおり整理します。

(1) 市の役割

産業振興に資する施策の推進や本ビジョンの進捗状況について、総合的に管理・調整を行う役割を担います。

- ・本ビジョン全体の把握と各種団体との連絡・調整を図ります。
- ・本ビジョンについて市内事業者や市民に広く周知を図ります。
- ・府内の関係部署と連携し、産業振興に関する施策を総合的・一体的に推進します。
- ・国、県、各種関係機関等の産業振興に関する施策・事業について周知を図り、制度等の活用促進を推進します。

(2) 事業者等(商業、工業、農業者)の役割

産業の振興は、事業者自らの創意工夫及び自主的な努力が基本となることから、本ビジョンの推進に向け中心的な役割を担います。

- ・本ビジョンに掲げられた基本的な考え方・取組方針について理解を深めます。
- ・地域社会の一員として、地域活性化への活動に積極的に関わります。
- ・産業間を超えた連携に努め、地域内経済循環の向上を目指します。
- ・自らの事業活動を通じての雇用拡大や、多様な働き手が活躍できる雇用環境の充実を図ります。

(3) 産業経済団体(富士見市商工会、商店会など各種業界団体)の役割

市と連携しながら施策の推進を図り、地域活性化に向け積極的に取り組む役割を担います。

- ・各団体が主体となって地域活性化に資する取組を行うとともに、市全域・各地域で行われる事業にも積極的な参加・協力が望まれます。
- ・商店会など各種業界団体は、自立的な運営に努めます。

(4)市民等(市民、市民活動団体、教育機関など)の役割

市民等は地域活性化のため、市、事業者及び産業経済団体が実施する地域活性化に資する取組に協力する役割を担います。

- ・イベント等への参加・協力を通じて、地域づくりに参画することが期待されます。
- ・消費者の立場から、地産地消など地域での消費拡大により、地域経済循環に貢献が期待されます。
- ・市内での創業、市内事業所での就労などを通じて、将来の市内産業を支える新たな担い手としても期待されます。

2

進捗管理

本ビジョンの進捗管理は、「Plan(計画)」「Do(実行)」「Check(評価)」「Action(見直し)」のPDCAサイクルに基づき、上位計画である「第6次基本構想・第2期基本計画」の行政評価に合わせて毎年度実施します。

また、評価結果については、「富士見市経営・創業アドバイザーミーティング」に報告し、各施策の取組状況や成果など、定期的な進捗管理に努めます。

なお、取組にかかる課題や社会・経済環境の変化が生じた場合には、必要に応じて見直しを行うこととします。

3

富士見市産業振興基金の活用

本市では、産業の各分野における成長、雇用機会の拡大が期待される産業の創出や誘致、にぎわいづくりに資する産業の振興、育成を目的とした事業など、産業の振興に資するための財源として、「富士見市産業振興基金条例(平成29年3月14日条例第15号)」に基づき、産業振興基金を設置しています。

本ビジョンで新たに取り組む施策などを中心として、産業振興基金を有効に活用し、地域経済の活性化と市民生活の向上を目指します。

