

様式 4

<p style="text-align: center;">令和 2 年度第 2 回 富士見市産業振興審議会 議事録</p>						
日 時	令和 2 年 1 1 月 3 0 日 (月)		開会	午後 2 時		
			閉会	午後 4 時		
場 所	中央図書館 視聴覚ホール					
出席者	委 員	猪瀬委員	西本委員	門脇委員	田中委員	寺沢委員
		○	○	○	欠	○
		徳田委員	竹内委員	田坂委員	横山委員	
		○	○	○	○	
事務局	産業振興課 佐々木課長、吉野副課長、横田副課長 瀬戸主任					
公 開 ・ 非 公 開	公開 (傍聴者なし)					
議 題	1 開 会 2 審議事項 3 閉 会					
議 事 内 容						
会 長 事 務 局 委 員	1 開 会 2 審議事項 ① 富士見市第 3 次商業活性化ビジョンについて 事務局より資料に沿って第 1 回地域別商業者懇談会意見等について説明。 懇談会はあと何回程度あるのか。 地区ごとにあと 2 回ずつ開催予定である。 市外の参加者はどれくらいいるのか。					

事務局 委員 事務局 会長 事務局	<p>創業支援セミナーについては市外の方もいらっしゃる。 セミナーでは、参加者の声を聴く場はあるのか。 ご質問もお受けしているほか、アンケートを実施している。 創業セミナーを受けて創業する方もいるときいている。 実際にセミナー後に創業した実績もある。富士見市内で創業していただくことを目的として、セミナーを実施している。</p>
会長 委員	<p>何故富士見市で創業したのかなど聴ける場があるとよい。 富士見市内で創業・出店することにビジネスチャンスを感じたり、市で創業したくなる魅力があることが創業者の増加につながるのではないか。</p>
事務局 会長	<p>ららぽーとがあることにより、マグネット効果で、富士見市での創業を選択している創業者もいると聞いている。 産業振興基金を活用して、創業者の方も利用できるメニューがある。</p>
事務局 会長	<p>アドバイザー派遣制度などもある。コロナ禍の今年は、緊急経営相談等の各種の相談事業も実施した。第3次のビジョンにも創業者支援を盛り込みたいと考えている。</p>
会長 委員	<p>創業者・事業者がどんなことを実施したいのか、そのためにどんな準備が必要なのかについて、懇談会で更にご意見を伺っていく必要がある。</p>
委員 事務局	<p>懇談会では、フリーディスカッションだけでなく、前向きな意見を聞くため、市として目指していくビジョンの提示が必要である。</p>
事務局 会長	<p>懇談会でも基本施策の説明をしている。施策の実現に向かってやりたいこと、やるべきことを分けながら、ご意見を伺いたい。</p>
会長 委員	<p>審議会でのご意見と懇談会でのご意見を、お互いに提示しあい、情報や思いを共有しながらビジョンに反映させていけると良い。</p>
委員 委員	<p>地域商業者の具体的な課題を審議会でも共有していくことが必要であると思う。</p>
委員 委員	<p>商業者・商店会では、高齢化が進んでおり、後継者問題もある。経営状況によっては、金銭的に設備投資ができない場合もある。</p>
委員 委員	<p>後継者となる担い手は、親戚などではなく、赤の他人でもよいのか。 事業者全体の意見は分からないが、親族でない方でも、やりたいという意欲がある方や、やってくださる方がいれば引き継いでいきたいという人もいると思う。</p>
委員 委員	<p>事業者によっても異なるが、サラリーマンから全くの異業種の個人事業主に転向する方もいる。貸店舗なのか自宅なのかによっても担い手探し方が変わってくる。</p>
委員 会長	<p>伝統工芸など、外国籍の人に伝承していることもある。 昔の商売など、のれん分けという制度もあるが今は少なくなってきたように思う。 また、日本の商売は、不動産と密接な関連があるように思う。自宅や地元で商売をしている人は意欲や力がある人も多いように思う。そういうお店が、担い手がいないことで廃業してしまうと、地域の住民</p>

事務局	<p>の大切な買い物の場が失われることになる。技術もノウハウも客も、次の店につないでいくという視点が大切なのではないか。</p> <p>数年後の将来を見越して事前に準備をしていくことも必要。</p> <p>一つのお店が廃業することで、連鎖的にほかの店も影響を受けることもある。</p> <p>市内では、空き店舗出店支援事業補助金を活用して、事業承継をしたケースもある。</p>
会長 事務局	<p>想定されるモデルケースを含めてHPなどでお知らせしては。</p> <p>市の支援をトータルパッケージのように、活用していただいことも想定している。</p>
委員 会長 事務局 委員 事務局 委員	<p>創業するにあたって、資金面等の課題もある。</p> <p>富士見市で創業するときの優位性は何かあるか。</p> <p>他市と比べて、補助金等は手厚い。</p> <p>創業者支援について、一種の投資と捉えることはできないか。</p> <p>空き店舗補助金などは投資のイメージもある。</p> <p>資金がない人でも、意欲とアイデアがある方には条件付きで支援をしていくという手法も良いのではないか。</p>
事務局	<p>県の経営革新計画のように、市オリジナルの計画の策定をもって支援をしていくことは検討している。</p>
会長	<p>様々な自治体で様々な施策がある中で、市として最終的に目指すのは税収の増加である。そのために今何が足りないのかを考えていく必要がある。</p> <p>現行の施策に不足しているのは、伴走型の制度ではないか。</p> <p>東京都は融資の斡旋、利子の補給のほか、専門家側が必要なタイミングを見計らい、時期に応じたアドバイスを複数回受けることができる制度もある。今ある制度の強化として、伴走支援という視点も取り入れていってはどうか。そうすることで、金銭面だけでなく、商業者の安心にもつながる。</p>
委員	<p>富士見市は商業・産業に関する支援は他市と比較して手厚いように思う。</p> <p>商店会への支援もこれまで行ってきたが商店会としてのご意見を伺いたい。</p> <p>商店会については、アドバイスなどの支援を受ける段階から、商業者・商店会が実際に具体的な事業計画を立てていく必要があるところまで来ている。</p> <p>これまでの商店会は基本的に親睦団体だったが、コロナを契機に地域について考え始め、個店・商店会の課題について議論しているところである。コロナは商業者に大きな打撃を与えているが、逆に改善・見直しの機会を作り出しているように思う。</p> <p>加えて、富士見市の優位性はやはり地理的なものがあると思う。都内から移住してくる方も多い。地価も上昇していると聞いている。住みたいと望んでくれている方は多いように思う。</p>

会 長	<p>ららぽーとができたことによって、お客さんの数としては富士見市に呼び込んでいると感じている。今後はららぽーとだけでなく、商店会・個店に足を向けていただくための視点が必要である。</p> <p>今までは、個店はそれぞれ個人で運営してきたが、情報共有をはじめ、お互いのことについてより深く知っていく必要があるように思う。</p> <p>10年前と違うことは、マーケットが広がったことである。ただ、企業城下町のような市は、大きな企業が撤退してしまうと衰退してしまうこともある。</p> <p>また、近隣市に大きなマーケットが発生しても耐えうる新たな魅力、商業の活性化への仕組みが必要である。</p>
委 員	<p>縄文海進の会などは、エリアではない、物を中心とした取り組みを行っている組織だが、そのような取り組みの必要性についてはどのように考えているか。</p> <p>縄文海進については、六次化に通じる貴重な経営資源である。毎年の販売を楽しみに待っていてくれている市民もいる。富士見市のこれからの発展には、如何に創業者を呼び込めるかということ、また、貴既存の事業者が新たな事業や事業を続ける上での仕組みづくりにどのように取り組んでいくかという考えも必要であるように思う。優れた創業者を呼び込む仕掛けづくりとしてのパッケージデザイン・シリコンバレーが必要である。</p>
会 長	<p>楽しく市内で買い物をしていただくという大きな目標の達成ためには、市内に人を呼び込む新たな仕掛けが必要。</p> <p>チャレンジショップなども創業者、チャレンジャーを迎え入れていく一つの手法である。商工会青年部などは今後についてどう考えているのか。</p>
委 員	<p>飲食店などは、新たな店を出すのに相応しい場所が無いなどという意見があった。人通り、市としての盛り上がりなど、人を呼び込む仕組みがあると新規出店希望者が増えていく。</p>
会 長	<p>商業関連のビジョンを策定していない市町村も多い中で、富士見市には商業活性化ビジョンがある。</p> <p>飲食店経営のために、人がたくさん来る場所を選びたいというのは当然のこと。例えば、ビジョンの中に飲食街を将来的に作るなどのまちづくりにも繋がる視点があっても良いのではないか。若い人たちに住んでもらいたい・訪れてもらいたいのであれば、例えば子連れで楽しめる公園など、ファミリー層に求められているものをつくっていく必要がある。</p> <p>都内では、その公園内にファミリー層に向けた商品などをボックスショップで試験的に販売するなどしている。鶴瀬にも空き地や空き店舗をそのような場として提供するという形で協力してくれる方もいる可能性がある。待ちの姿勢だけではなく、積極的に声掛けをしていく必要がある。</p> <p>商業のためのブランディングという視点もあっても良いのではないか。</p>

事務局	<p>実際にふじみ野などは街並みが美しいこともあり、ブランディングをしていくべきではという意見が前回のビジョン策定の際も挙がっており、実際にビジョンの中にプラットホームづくりが掲げられている。しかしながら、実際に実行しようとするとはやはり中心となる商業者が必要となる。市が主導で行っていくと、スピードとしては速いかもしれないが、商業者の自主的な取り組みや事業への思いの強さも必要となる。</p>
委員	<p>先ほどボックスショップという話が出たが、他市でそのような取り組みがある。創業するための第一歩を踏み出す機会として、チャレンジしたい方の後押しができる取り組みだと感じる。</p> <p>ららぽーとの客層は若いように感じるが実際にはどうか。</p>
事務局	<p>ららぽーとについては、ターゲットとなる家族層、世帯の年収なども出店時に入念なマーケティングの末に導き出していると聞いている。</p>
委員	<p>ららぽーとに来る若い世代の方に知っていただくためには SNS の活用が必要不可欠。SNS の使い方教室などがあっても良いのでは。</p>
会長	<p>ららぽーとと同じ世代をターゲット層にするのも良いが、ららぽーととの差別化を図るため、異なる世代をターゲットとすることも考えられる。そういった各事業者のターゲットの見極めが大切。</p> <p>最近ブームとして出てきているのが、シェアキッチンである。ボックスショップのように、試験的な販売をすることができる。喫茶・弁当など、フードコートのようなエリアで、客は出店者の味を楽しむことができる。市が用意するだけでなく、民間の中でそのような広まりができています。</p>
事務局	<p>他市では職員向けの食堂をそのような形で貸し出した例もあると聞いている。非常に興味深い取り組みだと感じる。</p>
委員	<p>他市にビジョンが少ないというのであれば、富士見市のオリジナリティを出して、より斬新なアイデアがあっても良いのではないかと。</p>
会長	<p>富士見市において、今後更に産業・商業を振興していくために必要なことを審議会ですべて具体的に議論していきたい。</p>
委員	<p>高齢者は実際に外出し買い物をしているが、それ以外の世代は通販・お取り寄せなどを活用しており、外出の必要性が少なくなってきた。飲食店もコロナ対策を進めているが、明らかに人通りが減ってきている。消費者動向は大きく変わり、キャッシュレス化も進んでいる。GOTO トラベルもそうだが、クーポン事業・キャッシュレス事業などの換金手数料も馬鹿にならず、じわじわと圧迫してきている状況。品物の値段は現金決済と変わらないため、手数料分の店の負担は大きい。そういう面まで考えながら、事業をしていかないと歪みが出てしまう。</p>
会長	<p>他市ではチャージ式のキャッシュレス事業を実施し、高齢者も参加している。電子決済などは難しいかもしれないが、そういった事業でポイントを付与するなどすると良いのではないかと。</p>

委員	地域カードなどが作れると地域に顧客を囲い込めるかもしれない。市としても、そういった新たな取り組みにもチャレンジしていくことが必要になってきているのではないか。
委員長	<p>需要を作り出せば、必要経費として出資する事業者もあると思う。簡単で、地域の方々が利用しやすく、付加価値が付けられるような商店会の販売促進があっても良いのでは。今までの商店会の活動は、消費者還元セールなどはあったが、販売の促進という視点では弱かったように思う。</p> <p>お店も消費者側もお互いにメリットがないとどんな事業でも続けていくことが困難だと思う。</p>
委員	何か新しい事業を起こしても良いのでは。
事務局	そういった意味では、イベントは既に多数ある。
委員	びん沼もロケで使われたと聞く。その際、びん沼にセットで出店が立ち並び、こんな風に活用することもできたのかと感心した。
委員	富士見市独自の補助金などの制度を、今回の審議会でも改めて紹介していただくと、より議論が深まるのではないか。
会長	イベントは、目的を明確にして実施する必要がある。売り出したいもののお披露目や、販売促進のためにPRの場として利用するなど目的があると良い。
委員	楽しく市内で買い物ができるようになるには、個々のお店が元気でなければできないことである。ビジョンの中で、前向きに共通意識を持てるよう、ビジョン自体が明るく前向きなものになっていくと良い。
会長	商業者としての元気の源は、商売がうまくいくこと、利益を上げていくことだと思う。
委員	商業塾の開催など、もうかる仕掛け・仕組みを知っていく、共有することで利益に繋がることもあるのではないか。
委員	地元のお店を知りたい人もいるがなかなかネットで検索しても出てこない。小学生や高校生に魅力のPRをしてもらうのも良いと思う。現代の子供たちは、大型スーパーなどの進出もあり、顔なじみのお店などと出会うという経験が極端に少ない。
会長	<p>いわゆる地道な口コミも大切。ママ同士のネットワークなどを活用するのも良いのでは。</p> <p>スマホを使ってのイベントなど、不慣れな高齢の方に使い方を教えることが、コミュニケーションの場にもなる。お互いに接し方を学びあえば良いと感じている。</p> <p>懇談会で、審議会が出た意見などを、参考資料として配布していただいても良いと思う。</p>
事務局	早速懇談会があるため、相互に意見を参考にできるよう資料を作成していく。
委員	ビジョンを作ることは、商業者のためだけではなく、消費者の方々にも将来的に役立つという視点をぜひ消費者の方にも伝えていきたい。

<p>委 員</p>	<p>コロナ実態調査の集計結果（速報版）について事務局より説明。</p> <p>アンケート結果については、消費者に向けての情報発信力が課題となっていることが伺える。</p> <p>地域の商店街が、コロナ禍で、いざという時に頼れる地域の商店があることを伝えていく必要がある。</p>
<p>委 員</p>	<p>アンケート結果の中で、特に不便を感じていないという回答が、地域の商店への関心の無さ、通販などの地域商店以外の購入先があるために不便を感じていない方もいるのではないか。</p>
<p>会 長</p>	<p>SNS を始めとした地域の商店の情報発信が必要である。</p> <p>本日いただいたご意見を懇談会と相互に連携し合い、より具体的なビジョンへの議論を深めていきたいところである。今後も委員の皆様のご意見を伺いたい。本日はお疲れ様でした。</p> <p>② その他 今後の会議日程 日時：令和2年12月23日（月）午後</p> <p>3 閉 会</p>