

様式 4

<p style="text-align: center;"><b>令和 2 年度第 1 回</b></p> <p style="text-align: center;"><b>富士見市産業振興審議会</b></p> <p style="text-align: center;"><b>議事録</b></p>						
<b>日 時</b>	令和 2 年 1 1 月 9 日 (月)		開会 午後 3 時 3 0 分 閉会 午後 5 時			
<b>場 所</b>	キラリ☆ふじみ 展示室					
<b>出 席 者</b>	委 員	猪瀬委員	西本委員	門脇委員	田中委員	寺沢委員
		○	○	○	○	○
		徳田委員	竹内委員	田坂委員	横山委員	
		○	○	欠	○	
事 務 局	まちづくり推進部 落合部長 産業振興課 佐々木課長、吉野副課長、横田副課長					
<b>公 開 ・ 非 公 開</b>	公開 (傍聴者なし)					
<b>議 題</b>	<p>【 第 1 部 委員の委嘱状交付式 】</p> <p>1 開 会</p> <p>2 委嘱状交付式</p> <p>3 市長あいさつ</p> <p>4 閉 会</p> <p>【第 2 部 富士見市産業振興審議会 】</p> <p>1 開 会</p> <p>2 会長・副会長選出</p> <p>3 諮 問</p> <p>4 審議事項</p> <p>5 閉 会</p>					

## 議 事 内 容

### 1 開 会

### 2 会長・副会長選出

審議会条例第5条の規定により、委員の互選により会長及び副会長を選出。

会 長：猪瀬 典夫 委員

副会長：田中 金治 委員

### 3 諮 問

市長から会長へ諮問書の交付

### 4 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

第3次商業活性化ビジョン及び審議会全体スケジュールについて資料に沿って説明。

委 員

第2次商業活性化ビジョンでの反省点は何か。

事務局

事業者自らが考え、実行していくためにもららぼーとの連携だけではなく、個店の支援、個店同士の連携にも力を入れていきたい。富士見市に人を呼び込むためには市内を巡りたくなる仕掛けをまちづくりの視点も含め目指していきたい。

会 長

ららぼーとができ、多くの方が市内外を問わず訪れている。ららぼーとも含めて、富士見市の魅力を知ってもらい、市内消費を活発にしていけると良い。経済効果が多少なりとも現れてきていることは事実であるが、市内の個店を含む商業が活性化できたかという点では課題がある。3次でより拡大していきたいところである。

委 員

ららぼーとに来た人が、帰りに地元の商店街に寄って帰ってもらえるかと考えると、難しい面もある。他市のアウトレットなども、そこに行き、買い物をすると、どこにも寄らず帰ってしまう方が多いように思う。ららぼーとという場を活用して、市内商品等の消費を促していきたい。そのためには、消費者が求めている商品、魅力ある商品が目にとまり、購入したくなる仕掛けが必要である。

事務局

確かに、常設という形でららぼーと内にブースを構えている例は無い。季節ごとに新米・梨などのPRをスペースをお借りして実施している状況である。

委員	<p>農産物などは、それで良いPRになると思うが、農産物・食品以外の商品となると難しい。</p> <p>仕掛け・仕組みを作り、製品などもPRしていけると良い。スーパーでも市内産物・市内商品を置くことは可能だが、それだけで商品の魅力を伝えていくことは難しい。</p>
事務局	<p>イベント開催などは連携が図れているが、恒常的な取り組みとまでは至らない面もある。消費者が求める仕掛け・仕組みづくりは確かに課題として残っている。商業者の率直な新たな取り組みに向けての声を取り上げていきたい。</p>
委員	<p>ららぽーとと商店会連合会との連携にも課題がある。コラボしたイベントも行っているが、継続的な取り組みまでは行えていないため、ともに企画を練っていけると良い。また、鶴瀬駅の利用者は増えているように思えるため、ららぽーとと駅との行き帰りの通り沿いの商店のPRなど、消費者に向けて、どのように地元の商品等をPRしていくかという視点も必要である。</p>
会長	<p>駅前商店街とは違った立地環境である地域密着型で事業を営む個店において、楽しく便利に買い物ができる場についての視点は。</p>
委員	<p>ほぼ地元の方が来てくださり、顔見知りも多い。いかに個人個人に寄り添った商売ができるかということを考えている。</p>
会長	<p>地域密着の商店をどう応援していくのかなどについては、改めて今後ご意見を頂きたい。</p> <p>逆に駅前の商店会では地域のイメージを変える、地域に新しい人を呼び込む、仕掛けを作っていく必要があると思うがどうか。</p>
委員	<p>どの街でも高齢化が進んでいる。また、コロナの影響で生鮮やドラッグストア以外は苦戦している。みずほ台駅前も区画も整理され、環境は整っているが、やはり大型のスーパーで買い物する方は多い。また、ららぽーととは、距離が離れており活用しづらいので、GO TO 商店街の活用や東西商店会の連携などを検討し、高齢者だけでなく、家族連れなども幅広く客層に取り入れていくような、地域に集客し地域で消費してもらう仕掛けが必要である。</p>
会長	<p>新しい集客を呼び込めるような取り組みが必要。新たなマーケットをどう作り出していくか。</p> <p>事業と集客の仕組みとの繋がりの中で、特技の陸上を活かすという点ではどうか。</p>

委員	かけっこ教室などは県外での開催が多く、富士見市民の参加は少ないと感じる。自宅で営業していることから安全面を考慮して口コミの手法でPRを行っていたが、今後検討してみたい。
会長	農業者であっても商売を行っている方は多くいる。農業と商業との関わり方という点ではいかがか。
委員	消費者向けに直売を行っている農家もいるし、JAに出品し販売している方もいるので、商業者という立場の方もいる。
会長	近所のお店と連携して新たな事業を始めるということも考えられる。商業の活性化の一つとして、産業間の連携も課題としてあるかと思うが、工業と商業との連携という点ではどうか。
委員	商工会のイベントなどで商業者とともに実施するものもあるが、産業間の連携には課題もある。また、先ほど同様の意見もあったが、鶴瀬駅の利用者が増えていると思うので、お店を出店するなど、ビジネス機会に活かせるとよいと感じる。
会長	コロナ渦で消費者の動向はどう変わったのか。
委員	在宅ワークが多くなり、外出自粛の中で、SNS、特にインスタグラムなどで店探しをする方も増えた。飲食店のテイクアウトも増えていた。SNSのフォロー制度、口コミの拡散という形で飲食店の応援をする若い世代もいる。幅広い世代に向けて、いかに徒歩圏内で行ける場所に良いお店があるかをPRすることも大切。良い店があるのを知らないだけという場合もある。
委員	SNSなど、使いこなせていない現状がある。商店街のHPなども情報不足が伺える。どうしても、情報発信の分野で後手に回っている傾向がある。
会長	コロナ渦で、どんなことをしていけば良いのか。今後も非常事態が発生する可能性はある。コロナにより、商業者として何を求められているのか、今消費者のために何が必要なのかを改めて考えるきっかけになっている。富士見市が、消費者から選ばれる街になるにはどんなことが必要なのか、今後具体的に審議していきたい。
委員	人々の消費行動には変化が見られる。アマゾンなど、インターネット通販は非常に便利。コロナ渦の今をチャンスに変えなければいけない。

<p>会 長</p>	<p>大手のデパートも苦戦している現状がある。ネット環境の充実により、大型商業施設に、行かない・行く必要を感じないという方も増えてきているように感じている。若者などは特にそうだが、モノを買うこと、つまり消費行動で得られる喜びは、一昔前より薄いように感じる。</p> <p>商い全体が設備投資面を含め、追い込まれた厳しい状態にあるといえる。ネットワークの構築、補助金などの支援も含めた市のサポートがどのようなものであれば効果的なものになるかを考えていく必要がある。</p> <p>今後、①ららぽーとと地域をつなげていく②新たな集客のためにすべきこと・必要な支援、③地域・顔見知りの重要性、個店として情報発信をしながら消費者との信頼関係をどう結んでいくのかなどを課題として具体的にビジョンに取り入れていきたい。</p> <p>コロナ禍だからこそ、このような課題を重点的に意見交換していきたい。今後とも委員の皆様の意見を賜りたい。</p>
<p>事務局</p>	<p>② その他      今後の会議日程      日時：令和2年11月30日（月）午後</p> <p><b>5 閉 会</b></p>