

生駒市商工観光ビジョン懇話会 第1回商業・観光分科会 議事要旨

日時	平成28年10月18日(火) 13:00～15:00
場所	生駒市役所403、404会議室
出席者	参加者 菅(部会長)、池田、小川、稲森、緒方、大原、久保(左)、西岡 欠席 高橋、佐藤 生駒市役所 平井、岡田、知浦、水澤、原田 アルパック 高田、石井 (敬称略)
議事	1 報告事項 (1)アンケート調査結果について (2)支援機関のヒアリング結果について 2 意見交換 3 その他

【議事要旨】

1 報告事項

(1)アンケート調査結果について

- ・商業アンケート、創業アンケート

(2)支援機関のヒアリング結果について

- ・奈良県産業振興総合センター
- ・(公財)奈良県地域産業振興センター(奈良県よろず支援拠点)

部会長 : 製造業アンケートの資料がないが、経営学的にはモノとサービス二分化できないもの。今のところ2分科会に分けているが、情報共有のためには、あまり分けて考えるべきではない。

: 奈良県産業振興総合センターから本学にシーズ発表会参加の依頼があった。本学には科学技術のシーズはないが、高齢者の交通問題や商店街振興などと組み合わせて社会科学の全学部が発表することになっている。同様にこの懇話会においても、両部会で情報を共有し、双方向で価値を見出したい。今後、宜しく願います。

: アンケートは今後、クロス集計等も行っていくとのことだが、こういうところをみておきたいというものはあるか。

参加者 : 起業家に資金確保のニーズがあり、商業アンケートでも資金確保に悩みがみられる。我々のPR不足もあるが、国の小規模事業者持続化補助金などの融資制度を効果的に使ってほしい。ただし行政の窓口でも商工会議所でも申請書類の書き方まで教えるのではなく、必要な苦労はしなければならない。

: 生駒の事業者は業種も限られており、業界単位の全国組織である中央会等の指導も生かせるのではないか。

部会長 : 業種が増えることは良いのかどうか、議論もある。

: シーズ発表会には産官学とともに金(金融機関)が関わっている。金

融機関には上流（関心、技術開発）段階から関与してもらう必要がある。各段階でのマッチング機能にも期待したい。今後は様々な場面で金融機関にも関わってもらうことが望ましい。

- : 起業家アンケートで相談相手として先輩起業家という回答が多いが、最初は窓口として先輩起業家に相談し、その後は商工会議所や銀行を紹介されるというケースもあるだろう。既に起業している人が起業サポートの情報を持っているようになればよいと思う。
- : 調査について、ここがもっと知りたいといった意見があれば、次回までに事務局まで伝えてほしい。

2 意見交換

部会長 : 意見交換においては、結論を出すのではなく、自由に多様なアイデアや意見をいただきたい。

< 論点 1 中心商業集積地（生駒駅周辺）はどうあるべきか >

参加者 : 生駒駅前には宝山寺等とともに生駒の顔であり、そこで全ての買い物が揃うことが望ましい。

参加者 : 駅前だから商業でなければいけない、というわけではない。業種が揃わないことが本当に問題なのか、抜本的に考えるべき。

参加者 : 行政としても再開発を行い、近鉄百貨店と近商ストアを立地させたことを含め、当然、まちの中心にするとする考え方を持っているだろう。その上で、例えば大阪難波まで 20 分という距離関係にあるなか、どんな役割を持つべきか。

参加者 : 昭和 57 年に近商ストア、平成 9 年に近鉄百貨店が立地した。それまでは駅の南北で生鮮食料品も揃い、小売業が充実していた。大型店の進出により物販で家賃を払うだけの売上を確保することが困難になって、粗利の得られるサービス業（理美容、不動産、学習塾等）への移行が進んだ。ビルオーナーも家賃を確保するためには業種のコントロールは難しく、結果として物販の衰退を招いた。全国でも 90% を超える商店街が衰退傾向にあるなか、どのような活性化ができるか。いろいろご提案をもらい、商業地として継続できるよう盛り上げていきたい。

部会長 : 駅周辺に学生・若者が健康的に集まり、行き来することは、学生と地域の双方にメリットがある。本学も本当なら駅前にサテライトなどがあるとよいと思うが実現できていない。

参加者 : かつて駅南側に鳥居があった。開発によってタクシーロータリーと近商ストアができ、結局参道も昔のまま残っている。近商ストアが進出して 30 年以上を経ており、そろそろ南側を変えていくべきではないか。例えば商店街～参道筋をもう一度整備し、昔の生駒の姿に戻す、といったことができないか。昔風の古民家などをクローズアップすれば、参道へのつながりも生まれる。

部会長 : 「〇〇のまちなみ」といった統一感が必要。補助金を使って改築を促

せば、歩く楽しみやコンセプトづくりにもつながる。

参加者 : 奈良町には、黒格子の新・改・増築に対する補助金制度がある。

部会長 : イメージを決めて補助金を出すというケースはよくある。

参加者 : 今から再生させるは難しいだろうが、昔は駅周辺を巡る路地があった。駅南側はまだ昔の生駒が残っている。

参加者 : 電車に乗れば近場の商業集積に行ける環境のなか、飲食店が数軒ではわざわざ駅を目的に出かけようとはならない。今は医者と塾ばかり。

部会長 : 景観の関係だが、例えば京都では診療所もまちなみにしっくりくる古民家風のデザインにしているところもある。統一感のあるまちづくりの視点には検討する価値がある。観光ビジネスにもつながる。

参加者 : さんどう会も観光協会も、いろいろ要素がありすぎて、一点に集中できていないのではないか。

部会長 : 例えば生駒山上遊園地は市民の心の拠り所であり、ケーブルも馴染みのものだが、その存在が潜在的なものになっており、きちんと表現できていない。生駒市民がこれらをシンボルとしてもう一度認識し、周辺のをうまく掘り起こしていくことを考えてはどうか。

< 論点 2 がんばる個店を応援するには何が必要か >

参加者 : 「生駒市の新しいお土産制作コンテスト」グランプリは、当社の営業に役立っている。

: 市内にある洋菓子店の特徴が消費者に掴みにくい。スイーツやパン店のマップなどがあると、情報が市民も、生駒を訪れる人にもわかりやすく伝わるのではないか。

部会長 : マップをつくる時、つくって配るだけでなく、雑誌に掲載してもらうなど、市外の人に興味を持ってもらうための工夫も必要。どこにどのように配布し、どんな人を集めたいかという目的をもって作成すべき。

参加者 : 行きやすいルートのご案内やたけまる号（コミュニティバス）でのルート化などがあるとよい。

部会長 : スイーツ巡りのネコバスのようなものがあれば、乗ってみたいと思う。

事務局 : 「いこまの逸品」マップはコンテスト時に作成した。

部会長 : できたもの（マップ等）を市外に発信していく役割を行政に期待する。スイーツ巡りツアーや、併せて商店街・参道も巡るツアーなども考えたい。

参加者 : 高山では商店が減少し、営業している店主さんも年配の人が多く。継がない理由として、消費者が大型スーパーに慣れてしまっているということもあると思う。来てもらうためのPRが必要。

参加者 : 情報発信に尽きる。市内のどの店を応援するかという選択は難しいが、やる気のあるところに手を挙げてもらい、マップやインターネットなどのツールを活用していけばよいのでは。

部会長 : 著名な洋菓子店の存在を最近知ったが、市内にあっても市民が知らないだけというよい店もある。市外への情報発信が重要で、市外からの情報で市民も知るというケースも多い。

< 論点 3 観光を通じて経済効果にどうむすびつけるか >

参加者 : 目玉がないので、駅前に来訪者の興味を引くシンボルとして銅像の設置などを考えてはどうか。外から来るだけでなく、市民が足を向けるような仕掛けが必要。市内の観光地でも行ったことがないと地元の人が多いのではないか。地元の企業家・起業家がそこに集まって盛り上げるようになればよい。

部会長 : 銅像も、先程話題になったまちの統一感も、「ここに行けば〇〇がある→さらに店もある→ビジネスが回る」という循環をつくるための仕組み。まずは情報発信する「生駒の〇〇」というものをつくることではないか。

参加者 : 「生駒と言えば〇〇」とみんなが共通に持てるものがあるとよい。

部会長 : 竜田揚げもよいが、まずは人による好き嫌いが無い「見るもの」があって、それに「食べるもの」が付加されるとよい。ビジネスの話で言えば、そこに行けば商売になると思われるようにしていくことが重要で、そのため、関係者がみんなで行き組んでいくことが重要。

参加者 : 大きな寺社などがあると、シンボルになるのだが。

参加者 : 生駒山がひとつのシンボルで、ケーブル、参道が続く。そこに駅を出てすぐに山のゲートとして鳥居のようなシンボリックなものが配置できると、外から人を呼び込む経済活動につながる。新たに創り出すよりも題材として生駒山の価値を見直してやればよい。

: 山上にある遊園地、日本最古のケーブルなど、何も無いわけではない。

部会長 : 生駒山をどのように表現すればシンボルになるか。どのような魅力があるか、外部の視点が必要。

参加者 : 生駒山は本来、御神体である。それが若い人には「パワースポット」として認識されている。

部会長 : 古いものを新しく見せる、逆に新しいものを古く見せるという両面が必要。二つの側面を併せ持つものを、さらに外部の視点を生かしてどう魅力的に見せるか。市民にとっては愛するものをどう魅力的に見せるかということになる。

: 統一感を持たせ「生駒と言えば〇〇」というイメージをつくり、それをスイーツマップや参道、商店街、行政の支援で発信・連携していくというビジョンが描けるのではないか。

< 論点 4 観光のにぎわい拠点をいかにつくるか >

参加者 : 3年前から参道エリアで店舗を営業している人等の集まりで取組を勧めているが、この先、空き旅館の増加なども危惧される。宝山寺参道は商業地域に指定されており、それに応じた店舗誘致を図るなど、生駒における賑わいエリアとしての位置づけは外せない。

: その他、拠点として北は高山地区、南は往馬大社～暗峠など。

部会長 : かんぼの宿奈良は近鉄大和西大寺駅から無料送迎バスを出している。そうした仕掛けで奈良観光に来る人に、まず良さを知らせてもらうきっかけづくりから始める段階ではないか。

- 参加者 : 参道は地上権の問題もある。宝山寺はあまりビジネスを表に出さない
ので、行政が補助したり、内密で宝山寺に協力してもらおうといったこ
とも必要ではないか。逆にお寺が商売をしているわけではないので、
うまくいけば話が早いかもしれない。商店が所々で抜け落ち、飲食店
も少なく、現状では魅力が小さい。
- 部会長 : 行政の力を借りなければいけない部分もある。
- 参加者 : もう一度、旅館営業を増やすなど、キャパシティを広げる必要がある。
- 部会長 : もう一つの旅館の使い方として、地元の宴会需要はどうか。
- 参加者 : 旅館はスペースが広いので、そういう使い方でもできる。
: 市内に宿泊機能が少ないので、奈良へのアクセスの利便性をアピール
して宿泊してもらうことができないか。
- 部会長 : 大学等と情報共有でき、旅館の宿泊パックなどがあれば、例えば学会
で講師用にビジネスホテルではなく、旅館を紹介することもできる。
- 参加者 : 行政や宝山寺に頼るのではなく、関係者で出資して会社でも立ち上げ
なければ、物事がうまく進まないように感じる。
- 部会長 : 行政が担うべき部分も明らかにできる横串のようなものが必要。

< 論点 5 起業家支援において、だれを重点に取り組むのか（創業） >

- 参加者 : 私個人の周りでみると、起業したいという人に専業主婦はいない。し
かし働く（働いていた）女性や専業主婦の「働きたい」というニーズ
は強い。市内には高学歴の人も多い。
: 起業セミナー等では、ニーズが高度な「本当にほしい情報が得られる
のか」という人と、「私が行ってもいいのか」と躊躇する人に二極化
している。
: 働きたい意欲を持った女性に、働くきっかけとのつながりをどう伝え
れば良いか悩んでいる。
- 部会長 : 女性にとって何が何でも起業しなければならないのではなく、働く選
択肢のひとつとして起業がある。やりたい人にできる環境や仕組みが
必要ということ。
- 参加者 : フルタイムでは生活が忙しすぎる。でもパートでは満足できず、か
といって起業もできない、という人が多い。基本的にパートナーの給料
で生活できるということがある。
- 部会長 : 「女性起業家」というのは男性の視点。女性がみんな起業したいと望
んでいるわけではない。
: 二人目の子どもは子育ての大変さが半分になるようなイメージがある
が、実際には大変さが二倍になる。子どもが小学生になって徐々に仕
事が増やせるようになる。起業を選択する人には、時間が自由にでき
るから、という人も多い。
- 緒 方 : 起業セミナーではいきなり会社を興さなければいけないようなイメ
ージがあるが、先輩からアドバイスを欲しいという人も、仕事の仕方
や仕事と生活とのバランスのとり方などへの助言を期待する人が多い。
ただ、そうしたことを表現する方法として「女性起業家」以外に適当

な言葉が難しい。

参加者 : 女性の就業率が低いというのは本当か。

部会長 : 事実。上げたいのはわかるが、低いから問題というわけではない。

参加者 : 起業家というのはとてもすごいことで、大変だと思う。個人的には女性が働くことはご自身の意思だと思う。ただ、女性・男性にこだわらず、起業が進むことは期待したい。

部会長 : 「女性起業家」ではなく、働くことにおいて、女性特有でフォローが必要なことはある。

参加者 : 結婚や子育てで職場を離れた人の復帰も含めて、「働きやすい環境づくり」の方が適切かもしれない。「女性起業家」はすごく頑張らなければいけない、押し付けのようなイメージを受ける。

< 論点 6 次世代における産業の発展に向けて、教育の連携をどうしていくのか（産業教育） >

参加者 : 生駒の教育レベルは高いという認識を持っている。

参加者 : 産業にふれ、学ぶ機会は重要。高山地区では昔ながらの産業である茶釜を生かしたワークショップなどが毎年行われており、造り酒屋でも見学などができる。商店街を巡る取り組みなどもあってよいのではないか。

部会長 : そうした取り組みは進めたい。大学でも駅前にサテライトがあって、学生が商店街でアルバイトするような関係があるとよい。

参加者 : 行政に用地を買ってもらい、ぴっくり通りに大学サテライトを設置してもらえるとうれしい。

部会長 : 例えば学生は甘いものが好きで、こういうものが食べたいというニーズが示され、何か新たな流行りを生み出すなど、双方向からイノベーションが生まれる関係が望まれる。

参加者 : 以前、ワークショップで学生に来てもらったことがある。そういう場や機会も必要。

部会長 : 今日出された提案を必ずやるという会議ではないので、そうした提案を自由にしてほしい。

: 学生が集まる場でも、「事務所＋受付」だけでは意味がない。

: 同友会の依頼で小学生に経営を教える取組があった。こうした取組は子どもに経済への興味を持たせることにつながる。後継者の育成が重要な課題であり、小学生の時からそうした知識にふれるようにしなければ遅い。また、大学から小学生に教えに行くこともある。

< 論点 7 生駒の地場農産品をどのように活用できるか（6次産業化） >

参加者 : 農家の方と話をすると、消費期限が短く、多栽培ができるものを、年間通じて流通できるようにしたいとのことだった。サンプルをもらえば、我々にも開発協力は可能。

部会長 : 商品開発（加工）には協力会社が必要になる。協力者と農家をマッチングする人、仕組みが重要。

- ：お菓子屋さんには年末年始が多忙で、飲食店も繁閑がある。飲食店と地元農家とのマッチングは行われているのか。
- 参加者：農業委員会もあるので、市が担当している。
- 事務局：シーズを把握し、それを使って量産できる企業が参画すれば進められるが、誰がやるか。
- 部会長：生産から加工・量産、販売までのサイクルをひとつのビジネスモデルにしなければ、農家も対応する作物をつくってくれないだろう。農家の規模にもより、つくっても使ってもらえないのではやる気も続かないだろう。マーケットニーズの把握も必要。
- 参加者：具体的な作物の候補として果物のポポー（ポーポー）があると聞いたが。
- 部会長：なぜポポーなのか。どんなニーズがあり、どれくらい生産が可能で、どの程度の価格になるのか。複雑なマッチングが必要である。
- 参加者：アーモンドは洋菓子屋さんからもニーズを聞いている。アーモンドの花は鑑賞にも良いので、見せた後、洋菓子に使うことができる。
- 部会長：シーズの規模と開発者とのマッチング、量産できる会社、販売者による複雑な物語を描く必要がある。

3 その他

- 部会長：本日は活発な議論をいただき、感謝する。
- ：次回は12月5日10～12時（市役所4階大会議室）を予定している。
- ：この会議は行政の政策に対するインプットが役割であり、次回も自由なご意見をお願いしたい。

4 閉会