

第3回 生駒市商工観光ビジョン 懇話会 議事要旨

日時	令和5年11月16日(木) 14:00~15:40
場所	生駒セイセイビル4階 402会議室
出席者	参加者 久、大原、奥田、竹本、森、山本(リモート) 生駒市 領家、岡村、岸本、粉家、井上、鈴木、山本、田中 E B P M研究所 林(宜)、林(亮)  (敬称略)
議事	1 開会 2 生駒市商工観光ビジョン案の説明と意見交換(資料1~4) 3 その他 4 閉会

【議事要旨】(以下敬称略)

1 開会

2 生駒市商工観光ビジョン案の説明と意見交換(資料1~4)

事務局より資料(1~4)について説明

事務局より資料2に基づき、パブリックコメントにおける意見及び市の考え方について説明

座長 : 最終的な意見を頂きたい。内容的にはこれで良いと思うが、1番のコメントについて、脱炭素化の支援は具体的にはどのようなイメージか。

事務局 : 一例ではあるが、海洋プラスチックごみを再利用しアップサイクルしている市内企業がある。このような取り組みを広くPRし支援したい。  
: 他の企業でも脱炭素化やカーボンニュートラルに向けた取り組みをしているため、そういった取り組みを取り上げて、ノウハウを共有するようなこともできるかなと考えている。

座長 : すでに環境に優しい取り組みをやっている企業を応援するということがか。

事務局 : 脱炭素の先行地域というのは、屋根に太陽光発電を設置し電力会社に自然エネルギーを売電することと、自分のところの電気代が安くなるというモデルを普及しようとしている。  
: 住宅地モデルとは書いているが、多くは事業所と公共施設が計画の中に含まれており、事業所が先行地域の屋根貸しの部分に協力すれば電気代も安くなり、脱炭素の取り組みに貢献するという内容。これから5年間、直接的にはそれが一番大きい取り組みになると考えている。

座長 : 危機感の共有がなされていないといけないと思っている。

：情報提供などもされたい。さらに、いこま市民パワーから買ってもらえると炭素の量も減りますというような勧め方ができればなお良い。

事務局より資料1に基づき、議会からの意見を踏まえた修正及び変更箇所について説明

座長　　：6番について、消費者の行動変容という言葉削除し、意識醸成のみの表現になったが、市の施策もこの辺りで留めておくということか。

事務局　：市民に対して出来るだけ域内消費をしてもらうという意識醸成はできると思うが、具体的にここで買ってくださいますとか、手を引っ張って買い物の行動変容をするといったことはやりようがないのでは？という議会のご意見によるもの。実際に行う事は、いずれにせよ意識の醸成であり変わりはない。

座長　　：9番について、用途地域の説明についてもっと詳しく書かれないか。また、用途地域の制限を含めて土地利用を促進させるような地域が少ないという説明があった方が分かり易い。

：10番について、賃料が高いというのは実感として多分多くの方が感じており、おそらく特に資金面で苦労されている方にとって起業しづらいということは確かだと思ふのだが、データ取りの工夫ができないか。

事務局　：データの有無より、立場による感じ方の違いであるという結論。  
：もう一つは、そのような立場の違いにより見解が異なる中で、賃料が高いというネガティブなイメージを植え付けるのはどうかということで議会での議論から、この表現とさせていただきます。

座長　　：スタートアップを考えている方にとって、適切な家賃の物件というのがあまり出てこないということはあると思うが。

事務局　：手元の資金が厳しいという状況の中で、家賃等の固定費の負担感が大きいという表現であれば可能。

座長　　：市外某エリアで築90年から100年の古民家をリノベーションした魅力的な店が増えているが、小さな物件だと月2～3万円の物件が出てきている。なかなかそういう物件や仕掛けみたいなものが生駒では無いと思っている。

事務局　：実際は、今の経営塾でもほとんどのケースで最後に物件探しを行っており、起業者の細かいニーズに対応してくれるという不動産屋を紹介するなどの支援している。

座長　　：26番、27番について、事業者というのはどのような事業者をイメ

ージしているか。従来型の事業者に無料で依頼するわけではない。フリーランスや士業の個人事業者をイメージできるか。この記述は本来そういう意味ではないか。

事務局 : 建設業をされている議員から、事業者側からすると、安価、場合によってはお試的に無償で引き受けることが、後の事業に繋がるということもあり、一概に無償が悪いというわけではないという指摘があった。論点はむしろ「地域で仕事が回っていない」という事は無く、表現を変えた方が良いのではないかという点。

座長 : 30番、31番について、事業者はスキル、ノウハウ、お金を持っていれば、市役所をあてにせず勝手に動ける。生駒市だけでなく郊外のベッドタウンは市役所に頼ってしまうというところがあり、消費という形で解決を図ろうとする。それが将来の街づくりにとって、あるいは競争を掲げている市にとって、課題になるのでは。

事務局 : 事業者や市民が主体的に動いてもらえるようになっていくと表現してみる。

座長 : 34番について、消費活動を通じて感じる非日常活動では、従来型の消費型の観光に見えるが、積極的な市民活動など新しいタイプの休日活動が表現できないか。自分が楽しむだけでなく、生み出していく側に回るといふところまで組み込まれたい。

事務局 : 体験する機会を創出するという事で表現している。

座長 : 体験ではない。体験という言葉は違うと思う。

事務局 : 体験という言葉が消して、魅力を創出するという形にする。それでも言いたい内容自体は変わらない。

事務局より資料1に基づき、事務局による修正及び変更箇所について説明

参加者 : 27ページに「本市の企業立地促進条例の補助対象業種は製造業に限定しており」と記載されているが、データセンターやサテライトオフィスは補助対象になるか。

事務局 : 現制度では対象外。

座長 : ある市で市民会館が建て替えられる際、企業がネーミングライツを取得したり、什器を揃えるためのクラウドファンディングに資金提供をしたりしている。生駒市もそのような事業者ベースのまちづくりに取り組んで欲しいし、そのような気運を高めて欲しいと考える。

- 参加者 : 地域愛をもった企業が出てくるように、商工会議所としても進めていきたい。
- : 「商工観光ビジョン案」にあるマルシェとは、具体的にどのようなものか。市民が手作りでやるのがマルシェなのか。既存の事業者はマルシェではなく、自店舗や他の事業者と一緒に大売り出しなどで自らが集客すればよい。あえてビジョンでマルシェという言葉を使っていることに戸惑いがある。
- 座長 : 商店主がマルシェをしている市もある。商店街の店主が商品売るだけではなく、出店者が手を繋いでマルシェを開催することで集客が可能。
- 参加者 : 個人事業主でも気軽にマルシェに出店している。自店舗の商品を知ってもらえることができ、また、直接コミュニケーションをしながら販売できることから各地で開催されている。
- : マルシェはたくさんの方が集まるので参加するだけでも楽しい。女性の参加が多いが、それぞれスキームを生かして出店しており、いろんな立ち位置の方が参加している。
- 参加者 : 店舗の前のスペースを貸し出すとのことであるが、集客が見込めるのならスペースを貸すようなことをしないのではないか。マルシェがうまくいかないという現実もあるのではないか。
- 参加者 : マルシェはこれまでお店に足を運ばなかった人に来てもらえる。また、既存の商店街が開催している「100円商店街」という取り組みがあるが、そのような取り組みをマルシェと組み合わせることで商店街の店主も協力できる。
- 事務局 : マルシェの趣旨の説明が既存店舗の店主に十分に伝わっていない可能性がある。
- : 昨年度、市が関わったマルシェは生駒駅から離れた場所に店舗がある店主及び起業支援をした事業者に参加を促した。新たな客を開拓して欲しいという趣旨である。
- : 今後、事業者に趣旨を理解してもらえるよう丁寧に説明する。
- 参加者 : 生駒市の「100円商店街」は関西初ということで売り出したが、コロナ禍と店主の高齢化により担い手が少なくなった。事業承継については、製造業だけではなく商店街も同様の問題を抱えている。
- : 事業者は「100円商店街」「バル」「まちゼミ」のような地域活性化イベントの実施を市や商工会議所に求めるが、本来は、事業者自らが取り組まなければいけない。今回の「生駒市商工観光ビジョン案」はその点について掘り起こしているものだと考える。
- 参加者 : いこま経営塾の1期生であり、起業からもうすぐ3年目になる。女性

が生き生き働ける場を作り、時間や働き方や場所にこだわらない自由な働き方の支援を目指して起業したが、事業を行う上で人との繋がりが様々なものを生み出すことに気がついた。市内だけの繋がりでは事業は難しく、日本全国に繋がりを広げていくことが重要である。さらに海外にも繋がりを広げることができれば、生駒市の女性たちの色々な強みが世界へ発信できると考える。

：今後展開したいことは、単に名刺交換をするだけではなく、「困りごとや、こういうことができる人を知りませんか」などの情報を共有できる繋がる場を作ることである。繋がりによる協業ができれば良い。

座長 : 某商工会議所が2ヶ月に一度、「賑わい連絡会」を開催している。様々な方が集まって情報交換をするだけの集まりであるが、参加者は何年も顔をあわせているので、いざとなったときに連絡を取り合える関係ができてきている。今までの会合は無駄話をできるだけ避けて、何か集まったらすぐに結果が出るようなものであったが、もっと、ゆったりとした会合こそが重要であるという認識をすべき。

参加者 : 製造業に特化した某常設展示場の企業は「うちはこのことをやっているよ」というPRをする機会が、大体月に2回ほどある。聞きにくる方は製造業だけではなく、市民、クリエイティブ関連の方、支援機関の方など色々である。

：重要なことは少人数であっても継続し、参加者が何度も顔合わせをすることで信頼関係が生まれ、繋がりができる場面をつくること。

：生駒市も創業支援をした後のフォローや、製造業へのヒアリングを実施していくとのことであり、事業者同士の繋がりを持てる機会が増えると考えられる。

参加者 : 今回の「生駒市商工観光ビジョン案」は、様々な方法で地元の事業者の変革を支援しているところが非常に良いと思う。市民活動のサポートも視野に入れているが、あくまでも商工観光ビジョンであることを考えると、事業者の支援、経済活動支援、変革支援が本来のポイントである。そこにしっかりと注目していることが、非常に良いと思う。

座長 : ハローワークからもご参加いただいている。これまでの就労支援は、就労斡旋に重きを置いてきたと言える。就職の機会を提供されるだけではなく、自ら就労機会を創出する人が増えてくると、全体的な就労という点で望ましいと考える。

参加者 : 雇用の機会の場が増えるのは良いことだと考える。勤めようとする人の選択肢が増えることは望ましい。生駒市の場合、統計上は女性の就業率が非常に低い値である。しかし、潜在的に働きたいと考えている女性は多いように感じる。以前、生駒市と共同で子育て世代向けセミナーを開催したが非常に好評であった。今後は、潜在的に働きたいと考えている女性等への支援の検討を掘り下げていきたい。

座長 : 最初は一人で始めた起業も、規模が大きくなることで周辺の就労機会が増えていく。そのような良い歯車が回るような支援をして欲しい。  
: 参加者には、様々な意見交換をしていただいた。ご意見は事務局にとりまとめをお願いするが、「生駒市商工観光ビジョン案」への参考とするだけではなく、今後の生駒市の商工観光業の振興に資する点は活かしてもらいたい。

### 3 その他

事務局 : 生駒市商工観光ビジョン懇話会は、今後生駒市で取り組んでいく施策、アイデア等に関して、専門的見地や現場の声として取りまとめ、生駒市商工観光ビジョン策定の参考にすることを目的に議論を重ねてきた。本日、皆様からのご意見をとりまとめることができたことから、これをもって懇話会を終了する。  
長期にわたり、ご参加誠にありがとうございました。

### 4 閉会

以上