

第2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8月23日(水) 10:00~11:45
場所	生駒市市役所4階 401・402会議室
出席者	参加者 久、岡田(ZOOM)、鐵東、池田、堀部、佐村、竹本、花川、奥田、森 生駒市 領家、岡村、岸本、粉家、鈴木、山本、田中 EBPM研究所 林(宜)、三浦、林(亮)、鈴木(健) (敬称略)
議事	1 開会 2 資料確認 3 案件 生駒市商工観光ビジョン案について 4 その他 5 閉会

【議事要旨】(以下敬称略)

1 開会

2 資料確認

－事務局より、資料1～3の確認－

3 案件

座長 : 「商工企業分科会」「観光分科会」「ローカルビジネス分科会」から出された意見を反映させた生駒市商工観光ビジョン案についての意見交換を案件とする。

事務局 ー資料1および資料2に基づき、商工観光ビジョン案を説明ー

座長 : 私の方から、具体的分野の目標、施策の方向を全体につないでいけるようなそういうストーリーがもう少し28ページや29ページにあればよいと思う。

: 「現状」も分野ごとの現状認識はしっかりと書かれているが、全体のまとめがあれば良い。それが28ページの全体のストーリーにつながっていくはずである。

: エコノミックガーデニングをもっと表に出して、28ページのところにも活かさないかと感じた。目指す将来像が「あれもこれも」というように見えるが、この目指す将来像こそがエコノミックガーデニング、特に生駒市のエコノミックガーデニングを一言で表す言葉のほうがいいのではないか。

: 29ページ以降に書かれているものもさまざまあるが、共通したものが出てくるはずなので、そこをもう一度検討していただきたい。

: シビアな言い方をすると、今の事業者さんに欠けているのはいわゆる経営ノウハウ、あるいはそれ以前の経営意識である。特に中小の商業

者は非常に弱い。

：静岡に本社のある農業の会社の例を出すと、そこは今一番有名なのはユニバーサル農業といって、障がい者雇用で農業を回していくというような全国でも先進的な会社である。その社長が 20 代で後を継いだが、経営が厳しいということで、経営塾にとびこんだ際の話である。経営塾の講師から 3 つの質問をされた。1 つ目は、今の仕事をしている理由、2 つ目が、10 年後の自分の仕事の姿、3 つ目は、10 年後のその姿を実現するための実現方策、であった。社長は、後を継いだだけで当然のように農業をやっていたし、こういうことを自分で考えることが経営だということを考えるに至ったということである。

：生駒の商店街の商業者さんも同じような状況ではないだろうか。今の自分の仕事のことが精一杯であるという状況を変えていただくことによって、元気アップが図れると思う。モノづくりの会社も同じである。ちゃんと考えられる経営者を増やしていくということが支援の大きな柱になるのではないか。経営塾で、なんとなく経営されている方に対しても積極的に関わってもらおうような、背中を押すということがあってもいいのではないか。

委員：何のためにこれを作っているのかな、というところも含めて、結局形にはなっているが、それすらも今の自分にもしっくりきていないところがある。

：分科会で、ある委員が言ったことが一番、しっくりくる。「イケてない」生駒は、要はマインドの部分である。ハードではなくて、なんとなく「生駒ってイケてないよね」というのを、どこかで持っている。特に生駒で生まれて育った人ほど持っている。

：他府県から来た人は当然、この利便性と住環境の良さに憧れてきているので、その部分は他で解消される。イコール生駒好きという形の答えが出る。生駒で生まれた人は、自分の中で中学生ぐらいから「なんとなくイケてないな」と気づき出す。駅前が「イケてない」、人に自慢できるものがないなとなる。高校大学になると明確になって、仕事、買い物は大阪という形を完全に作り上げてしまう。だから外から来た人には気づかない、わからない部分だと思う。生駒の「イケてない感」については、「イケてる」か「イケてないか」のアンケートを取ってくれと分科会の際にも言った。好きか嫌いではない。嫌いなどころには住まないで、住んでいる理由は、利便性と住環境である。利便性が良くて住環境が良かったら十分住むには充たる値打ちになる。だけど「イケてる」か「イケてない」かの質問をすると「イケてないな」となるはずである。

：駅前も「イケてなく」とも商売できている状態が何十年も続いているが、駅前の入ってきた時の印象は重要である。駅舎も最近難波も、西大寺もただ単に駅のターミナルじゃない。買い物ができたり、飲食ブースがある印象が変わるし、そのままのイメージで駅前が開発されていたら「イケてる」感が出てきていたはずである。

：この感覚に関係なくビジョンを作った場合、どういう風にしたら「イケてる」生駒に変わるの、というのがあろう。どう PR していくのか、ど

う予算をつけていくのか、明確にしながらでない、その方向にいかない。「イケてる」感を出すようなテーマを持ちながら、駅をどうしたらいいのか、駅の南口をどうしたらいいのか、それをもって観光をどうしたらいいのか、どういう工業を立地したらいいのかというふうに落とし込まないと、単に企業誘致しました、駅前をこうしました、支援しました、では、きっと僕らが子供のときからずっと思っている生駒の「イケてない」イメージは変わらない。

座長 : ビジョンの展開の中で、何を柱にしていますか、何を重点施策にしていますかと言われたときに、それが「イケてる」感につながればよいというような話だと思う。

: 生駒市民というのは一言でまとめると「一体どういう市民であるべきか」ということで、委員から「イケてる」感をみんなが感じた方がよいというご指摘をいただいた。ここで確認をしておいた方がよい。

委員 : 「イケてる」感については賛成である。生駒市民が生駒市に住んでいることに自信をもち、楽しいと思うことは重要である。

: ビジョン案を読んだ人が、記載内容についてイメージを持ち、最後まで読んでもらえるような構成や組み立てが必要。

: 経営者の意識改革は重要であり、分科会でもそのように発言した。例えば生駒市の各販売店が品切れさせない意識、元気で楽しい雰囲気、高いモチベーションを持ってくれたら、それは市外からの来訪者にも良いイメージを持ってもらえると思う。

座長 : 同感である。ビジョン案の観光のところで竹林園に外国人に来訪してもらおうと書かれているが、今のままでは魅力に欠けていて、来訪する仕掛けができていない。来訪してもらえるように徹底したテコ入れが必要である。

: 来訪者を増やすだけでなく、消費を増やす取り組みやしかけも必要である。

: ビジョン案で生駒市の数量的な分析がなされている。さらに地域の状況がわかるような質的な分析があれば、今後の観光支援に繋げていくことができると思う。

: また、市内従業者を増やすための企業誘致であるが、市民が働きたいと思う企業を誘致しないと市民の雇用は増えない。ここでも、雇用量という数量的な分析だけでなく、質的な分析も行い、施策に繋げることが必要だと考える。

: ビジョン案ではそれぞれの分野で記載しているが、分野をまたがって活動している事業者が最近増えている。例えば、飲食と福祉の両方にまたがる事業を行っている企業の場合、ビジョン案でどのように扱っているのか。

事務局 : ビジョン案では、ローカルビジネスの起業促進のところ。ビジョン案の記載で分かりにくいということであれば、加筆修正する。

: 起業の箇所は、事業者の業種に関係なく横断的な支援について記載することを意図している。現在の業種から新たに他業種に事業を広げていく事業者も対象にしている。本ビジョン案における生駒市が考えるローカルビジネスは、地域の人をお客さんとし、雇用するということ

を主目的にしているが、地域、社会課題に対応するようなソーシャルビジネスやコミュニティビジネスもローカルビジネス支援の中で支援することを打ち出している。

- 座長 : 事務局の説明で生駒市の取り組みについて承知した。ビジョン案では一番が商工業、二番が観光、三番が起業の順で記載されているが、これらは横並びではないということであるので、起業は様々な業種、業態を扱うが、その切り口が商工業や観光と違うという位置づけを明確にしてもらおうとよい。
- : まちなか経済循環は社会課題の解決から入って、それをビジネス的手法でやっていく、いわゆるソーシャルビジネスである。一方、商工業の場合は商工業がメインで、付加価値として社会的課題を目指していくことが違いであると理解した。このことについて、わかりやすいような書きぶりにすべきである。また、このことをビジョン案の最初の方に構成を示して記載することで理解されやすいものになると考える。
- : ローカルビジネス、ソーシャルビジネス、コミュニティビジネスは一般的に定義が異なる。そのため、ローカルビジネスだけをビジョン案で書くのではなく、ビジョン案の趣旨が読み手に理解できるように、ビジョン案におけるローカルビジネスには、ソーシャルビジネス、コミュニティビジネス的な意味合いが含まれていることを明記しておくべきである。

- 座長 : 2点質問がある。1点目は、ビジョン案に都市計画区域の拡充という文言があるが、内容からは都市計画区域の拡充に該当しないと考える。ここで使用している都市計画区域の拡充の意味することを回答して欲しい。2点目は、企業立地の箇所に書かれている都市計画の考え方は、従前のゾーニングという考え方から現在ではミックスユースという考え方に変遷している。ビジョン案で示された内容は、まさにミックスユース的な土地利用をするという考え方である。したがって、都市計画の考え方の変遷についてもあわせて記載すれば、ビジョン案の方向性がよく理解できると思う。

- 事務局 : 1点目の都市計画区域の拡充について、ご指摘があったビジョン案の課題と支援ニーズの該当箇所は、現況について記載している。市北部にある準工業用地域の周辺は市街化調整区域になっているが、少しずつ道路の拡張がなされ、民間デベロッパーのニーズが出てきた。そこで、市の都市計画で準工業用地域を広げている現況を記載した。
- : 2点目のミックスユースの考え方の記載については、ビジョン案の冒頭でも記載している総合計画など、商工観光ビジョンの上位計画で位置づけていくことだと考えている。
- : 商工観光ビジョンの役割としては、商工業、観光業、横断的な分野の具体的な指針を示すことを中心としている。例えば、先ほど意見に出てきた第二工区の用途については、現在、担当部署により検討しているところであり、具体的な用途や決定を都市計画マスタープランで議論する。したがって、本ビジョンとしては、計画間の役割分担から単純な企業誘致ではなく、今後の市の商工業、観光業を振興する視点から相応しいと考えられる企業や産業の誘致を提案することとしたい。

- 座長 : 地区活用も様々な分野が繋がっていかない限り、その商業活性化がうまくいかないと考える。他の計画や市の担当部との連携を進める必要があると考える。
- : 都市計画区域の拡充という文言についてであるが、現在、生駒市は全域で都市計画区域になっている。したがって、拡充ではなく、線引きあるいは用途地域の見直しという文言を使用の方が正確であり、本ビジョン案の読み手に内容が伝わると考えるので、文言について検討していただきたい。
- : あと、もう一点質問がある。サテライトオフィスの誘致についても記載されているが、もう少し詳しい内容やイメージを説明して欲しい。確かに、自治体のビジョンとマスタープランとでは、ビジョンの方が記載事項の抽象度は高い。しかし、ビジョンにおいても具体的な施策や事業が見える形で記載することにより、点検の際に記載内容の過不足を把握することができる。その意味で、本ビジョン案に記載されている空きテナントにサテライトオフィス等を誘致するということが、具体的にどのような業種で、どのような方にサテライトオフィスで働いて欲しいと考えているのか説明して欲しい。
- 事務局 : サテライトオフィスについては、コロナ対策で出勤できない状況になった際、市外の事業者で生駒市民の従業員が多い企業に対して、職住近接環境を確保するために誘致をした。2社応募があり、サテライトオフィスが開設されている。今年度についても、職住近接や生駒市内で多様な働き方を実現していただけるような事業者に来てもらえるよう予算がついている。今後、大きな誘致につながるのかはわからないが、どのような事業者でも良いというわけではなく、地元の雇用や地域の活性化につながるような店舗や事業所を誘致することを想定している。
- : 商業地やテナントが限られているため、都市計画上大きな事業はできないが、住宅用途の指定範囲の中で出来る限り地域に開いた事業所を作ってもらい、応援したいということで住宅地における小さな開業支援についても今年度予算措置をして募集している。このあたりをイメージしている。
- 座長 : 2社が借りているところは月極か。かなり高いのではないか。
- 事務局 : 月極である。10万円程度だと思う。
- 座長 : 個人ではなかなか手が出せない。シェアオフィスや時間貸しだと市民が使いやすくなるが、月極ではそれなりの金額になる。どのようにオフィスを組んでいくかによってターゲットも違うし、どこにどういう形で展開するのも異なる。
- : さきほど出ていた「イケていない」という話であるが、シビアな言い方をすれば、これからどこでも働けるという時代になってきたときに、生駒のような郊外住宅地は中途半端である。
- : 生駒を応援しているある方は東吉野村でシェアオフィスを展開している。全国的に有名なところでいうと、徳島県のある町で最初にスタンダードオフィスを作った社長が、なぜそこを選んだのかというと、目指している日本版のシリコンバレーの発想に共感をしたためである。

そしてもう一つは、1軒家を借りるのに月25,000円であるということである。東京でオフィスを構えるより月25,000円で1軒家を借りられることから、ウィンウィンの関係が成り立つ。

：そう考えた時に生駒は賃料以外の魅力でひきつける必要がある。それでは生駒の魅力は何なのかというと、自然が豊かだと言ってももっと豊かなところは多い。生駒の魅力を突き詰めなければ、多分誘致は苦戦する。この点を将来的にも考えてほしい。

委員：一番可能性が高いのは、大阪の会社。今まで通勤していた人、もしくは子育てで通えなくなった人達に辞めずに続けてもらうために。10万円は大阪の企業にとっては支払いやすい。大阪の出先のような形でサテライトオフィスを誘致する方が埋まりやすいのではないか。

座長：同じサテライトオフィスという言葉を使いながらイメージを共有しなければ、展開が全然違う。

：今一番可能性が高いのは先ほどの話のとおり大阪の会社である。では、その方々に生駒を選んでもらうにはどうすれば良いか、次のステップであるが戦略を考えておいてほしい。

事務局：「イケてる」をどう反映させるのかについて悩んだが、先ほどのまとめのところ座長から指摘のあった「全体のストーリーが見えにくい」という点や、「課題や施策を並べたときに共通項が重点施策として出てくるのではないか」という点については少し整理をし、わかりにくいところについては加筆する。

：庁内の協議と並行して懇話会の意見も反映させる。この後、9月議会の中で修正したものをパブリックコメント案として出し、議員からの質疑があり、さらに修正が入るという流れになる。通常でいくと、今日の助言や議論を踏まえて9月議会で諮り、パブコメの意見を踏まえて最終成案にするということになる。

座長：懇話会とパブコメ案の関わり方であるが、例えば、皆さんにもう一度集まってもらうというやり方もあるし、私と事務局のやりとりというものもあるし、事務局に全部任せるということもある。様々な意見をどのような手続きでパブコメ案に持っていくのか。

事務局：本懇話会については、ビジョン案についての助言をいただくということであり、条例設置をしている策定委員会とは役割が異なる。事務局で内容について策定し、庁内での合意形成を図った上で議会と議論していくという流れでいきたいと考えている。今日の意見をどのように反映するかというのも、最終的には事務局に一任いただくということになる。

座長：懇話会の意見をどの程度反映するかは、最終的に事務局に一任する。

4 その他

－事務局より、今後のスケジュールを説明－

5 閉会

以上