

生駒市商工観光ビジョン第1回ローカルビジネス分科会 議事要旨

日時	令和5年7月18日(火) 10:00~12:00
場所	生駒セイセイビル 401会議室
出席者	参加者 久、中垣、佐村 事務局 生駒市：領家、岡村、岸本、粉家、鈴木、山本、田中 EBPM研究所：三浦、山片 (敬称略)
議事	1 開会 2 参加者紹介 3 座長の配置と分科会の設置について 4 案件 (1) 生駒市商工観光ビジョン懇話会について(資料3) (2) 生駒市商工観光ビジョンの考え方(資料4) (3) 起業・副業の現状と課題(資料5) 5 その他 6 閉会

【議事要旨】(以下敬称略)

1 開会

2 参加者紹介

3 座長の配置と分科会の設置について

- －事務局より「生駒市商工観光ビジョン懇話会開催要綱」第5条第1項の規定に基づきローカルビジネス分科会の設置について説明－
- －事務局より、本分科会の座長に久を推薦し了承を得る。－

4 案件

(1) ローカルビジネス分科会について

- －事務局より、資料3「生駒市商工観光ビジョン懇話会について」に基づき、ローカルビジネス分科会において参加者に意見を求めることを説明－

(2) 生駒市商工観光ビジョンの考え方について

- －事務局より、資料4「生駒市商工観光ビジョンの考え方」に基づき、現行ビジョン改定のねらいと背景、課題について説明－
- －事務局より資料の補足－

(3) 起業・副業の現状と課題について

- －EBPM研究所より、資料5「起業・副業の現状と課題」について説明(資料6は時間の都合上割愛)－

意見交換

- 座長：最近、創業者の割合が落ちてきているということに関して、要因を分析したものはあるか。
- 事務局：把握できていない。できればヒアリングしたい。
- 座長：創業比率の部分で生駒市よりも香芝市のほうが高いことに関してその要因は何か。
- 事務局：香芝市は経年的に創業比率が高いことは把握できているが、要因までは分析していない。
- 座長：橿原市や大和郡山市も創業比率が高い。そこにヒントがあるのではないか。橿原市では40代の若者の起業が多い。例えば YouTuber や大手シンクタンクで働いていた人が地元に戻って、自身のスキル、ノウハウなどを活かして創業している。データだけでは測ることのできない要因があるのではないか。
- 参加者：データは2016年のもので、この古いデータをベースに考えるのは難がある。現状はどうか。
- 事務局：元データを抽出する際に制約があり、最新のデータは出ていないという現状がある。
- 座長：コロナ禍で現状は変わってきているのではないか。リモートワークなどを経験するうち、家族や地域が大切だと考え、退職して地元に戻り、自分のスキルを活かすといったケースがある。
- 参加者：大阪まで時間をかけて働きに行き、終業後に副業というのはハードルが高い。専業主婦も夫の就労時間が長いと家事が増え、起業へのハードルは高い。
- 参加者：生駒市においても、コロナ禍でリモートワークが中心となり、時間を見つけて、副業、独立する男性も増えてきているように感じる。生駒市にも平日に男性がいるのだな、という印象がある。
- 座長：先程の説明で、こうした統計データを使って分析すると、平均的な顔になってしまうのではないか。起業するチャレンジマインドはあるが、何らかの理由で思いとどまっている状況もあるのではないか。大学でも、元気でチャレンジマインドがある学生は就職活動をするよりも、起業に対する意欲が高いように思う。
- 参加者：目の前に起業を奮起するような状況やチャンスが少ないのではないか。また起業成功モデル例が身近にあると、チャレンジする人も増えるかもしれない。
- 参加者：経済的に安定している人にとっては起業に向かう気持ちは芽生えにくく、人との出会いや、楽しみなどを通じて、起業に伴う責任感なども感じることはないようなイメージ作りからはじめて、その延長線上に収益につながる、という感覚を養うことも重要。
- 座長：出会いという意味では、自分の親が自営業をしていると、門前の小僧で、仕事の起こし方ややり方を知っているが、サラリーマンの子どもはそういうわけにはいかない。
- 参加者：学校でも起業家教育といったことを教えてくれるわけではない自己実現の意欲を持たない人に起業マインドをどう誘引するか、ということ

が課題である。

座長 : ある市で起業支援のためのサポートをやっているが、その対応が事務的すぎる場合もある。書類の催促をしたり、その不備を指摘したりする過程で気持ちが萎えてしまう。もう少し起業に向けて寄り添った緩やかなサポートが必要なのではないか。

参加者 : 相談に来た人の起業の動機を突きつめていくと、お金を稼ぎたいからではなく自己実現。自分が認められるようなことをやりたいと考えている。やりがいや、得意なことを活かして、たまたまそれが収入につながった、という流れでもよいのではないか。その人が携わってきたことを掘り下げていって、仕事になる部分を見つけてあげるようなアプローチが有効である。それが徐々にビジネスになっていく。

座長 : そのあたり、生駒市のイコマドではどんな相談があるのか。

事務局 : 最近では、定年退職後のシニア層が起業に興味を持ち、相談に来ることも増えている。スキルや資格を活かしたい、というシニア層が増えているのではないか。また、実務的なサポートばかりではなく、モチベーションが下がってしまわないような、例えば、出会いや、起業マインドを具現化するような作業が必要であるように感じる。

参加者 : 自治会で地域の人に何かお願いするときも、少しでもいいから有償で依頼するべき。地域でお金が循環することが必要。地域で稼ぐことが循環に繋がる。地域のためにお金を使い、同じ地域の人がお互いに潤うという意識もあっていいのではないか。

座長 : 自治会の中でも、知り合いだから、地元出身だからと言って、無償貢献を求められるといったボランティア精神がローカルビジネスを循環させにくい状況を作っている部分もあるのでは。自治会がしっかり有償で仕事を発注することで、経済が地域で循環する。また、補助金行政がローカルビジネスを邪魔している状況もあるように思う。補助金が無くなるとサービスも無くなる。生駒市はNPOに委託する際に間接経費を受け取れる仕組みになっているのか。

事務局 : 積算上、間接経費の計上ができるが、そうした委託案件が最近では少ない。NPOができた背景からは、当然認められるべき。

座長 : ある市では、協働契約のガイドラインを決めている。間接経費もあって当然という感覚を全ての職員に持ってもらうため。

また、主業、副業という考え方も改めなければならないかもしれない。40歳以下ではダブルワークが当たり前の世代。少額の稼ぎを複数して生活の収入にしていると全部が主業になる。ビジョンの言葉遣いが古いと思う。本来やりたいことでやっている方を本業というべき。生活のためにしている方が副業。

座長 : このビジョンの資料の中の言葉遣いも配慮が必要であるように感じる。例えば資料4のシート11「まちなか経済循環」という部分があるが、ここでいう「事業者」と「市民」というのは何を指しているのか。生産者は事業者、支出は市民というような区分けはかなりグレーゾーンになっているから分けない方がいい。事業者、市民と言ってしまうと従来型のビジョンに見えてしまう。生産者、消費者とするか言葉遣いは見直した方がいい。また、シート9「生産・分配・支出」という表

現があるが、事業者も消費者であり得るし、財とサービスが循環するというイメージなので、BtoBのtoBは生産者ではなく事業者の消費。必ずしも消費者は市民ではない。また、Bには企業だけでなく市民起業家も入ってくる。「事業者」と「市民」という言い方には注意を要する。生産者＝消費者（プロシューマー）という考え方を受容する時代になっている。そういう考え方を持った商工観光ビジョンができたらおもしろい。

事務局：地域経済の循環で、事業者と消費者に分けて考えるのではなく、メルカリのように物を買ってそれを販売する、というようなプラットフォームも出てきている。まちなか循環経済に置き換えて考えても、その発想が今までなかった新しいビジネスの創造につながるのではないか。企業誘致といったありきたりな需要創造ではなく、地域内で生産と消費が成立するような市場作りを考えることも重要ではないか。

座長：今まで当たり前に使っていた概念とか、使っている言葉というものをもう一度改めて洗い直してみるという考え方が新しいビジョンには重要。

参加者：経済循環の中で消費する側の人も、市内で消費することが地域で経済が循環することに繋がると意識できる機会があればよい。

座長：お金を渡した先で、自分のお金がどう使われているのか、という意識を少し持っていただくだけで色々とお金が地域で回ってくる。

また、ECサイトは品揃えが多いが、地域の個店の方が取り寄せや在庫など品揃えが良いこともある。飲食店がコロナで廃業が多かったのも、ネット環境へ順応が遅れたのが要因。Uber Eatsなどと組むことで自らネット環境を作らなくてもニーズを掴むことができた飲食店は生き残った。

今日の資料に、起業のモチベーションの大きな要因に、収入を得たいという観点があるが、実はそれは違うかもしれない。大学教員もダブルワークしろと言われるが、コンサルの仕事も同時にしている人曰く、地域を元気にしたいという思いがあったから。そういった意味で、様々な起業動機にターゲットングしていかないと起業サポートはうまくいかない。起業という考え方もひとくくりではいけないのではないか。サポートの形も様々である、ということにも留意しなければならない。

事務局：基本理念に関して、これまでの話をお聞きしていると、地域の中で人やお金がより循環するまちを作っていくという方向性で良いと思うがどうか？それとも、別の理念の形を考えたほうがいいのか。

座長：出来るだけ地域で回していくという方向は間違いないが、大切なことは、最終的に市民は消費者だ、事業者は売る側だ、というような感覚をなくしていくことである。この理念では、事業者も消費者と言われる人もすべて「わたくしごと」という感覚になってもらうことが必要である。また、みんなでお金や財やサービスを回しているわけだから、それらを十把一絡に今までのような事業者、市民といった呼び方をしないことも大切である。

みんなが取引先やお付き合いを域内事業者とやってもらえませんか、という考え方が望まれる。

一方で、企業の財政的な理由から社宅が減っており、その影響で地域の酒屋の売り上げが激減しているという事例もある。都市事情が変わると消費の流れも変わってしまうという一例である。

事務局：地域が困っているからお金を回すという話ではなく、例えば某商店は同業他社が提供できない在庫を幅広くそろえており、その良さが見えるといった、より具体的でその売りポイントが響く人に繋いでいくという発信や循環を市民に見せる必要がある。今回のアンケートでは、日用品や食料品などは地域で買っている。ただ、購入先の8割がスーパー。地元店舗は酒屋も食料品も5%。文具と本はネットが多い。外食だけが35%で少し頑張っている。この消費ボリュームを小規模店舗に移す、というのは、店舗自体が少ないために現実的ではない。そういう意味で「お金を回すために地元で買ってください」という考え方もあるが、「自治会で買うなら地元で買おう」とか、「お祭りするなら地元で買おう」といった行動変容を促すようなことを普及していくことが重要か。

座長：自分が稼いできたお金がどこから出ていて、それがどこへ回っていくのかという考え方を事業者も含めて考えてくれるようになればよいのではないか。

市役所がいろいろなものを調達しているのは、地元なのか。

事務局：基本的に地元に行っているのだが、建設の発注などでは入札で競争にならないケースもある。できるだけ地元調達をしたくても、発注できないという状況が起こっていて、事業者の減少で方針も瀬戸際の状態である。

座長：例えば某大学前商店街にある個人文房具屋がなぜ潰れないかというのと、大学が大量に買っているから、ということもあり、事業者を増やしていくことによって、こういった商店も回っていく。

さらに、ある市では商業を福祉的観点からとらえられないだろうかという話がある。例えば、高齢化が進む中で昔のような御用聞き配達制度というのは家に居ながらにして買い物ができる制度であるから、一方では福祉の役に立てるのではないか。

一人暮らしの高齢の女性があるお魚屋さんを信頼して家の鍵を預けている、という事例があった。これは実は見守り活動である。そういうキメ細かさというのは地元の事業者は強いはずで、福祉的観点から事業者の役割や生活者と事業者のつながりができると、違う見え方もできるのではないか。

事務局：経済活動の中で事業者がこういった事例のように、地域社会にもう少しコミットしてもらえるような、それもいわゆる財の循環だが、そういうことを目指すことも重要になるのではないか。

座長：実際に物を売ってお金を稼ぐだけでなく、付加価値をどれだけつけていけるか、ということも重要

ある地域の話だが、認知症の高齢者宅で、その高齢者はバッテリーが好きで買って来るのだが、それを忘れてまた買ってしまおうので、冷蔵

庫がバッテリーでいっぱいになる。一方で豆腐は一丁しか入っていない。というのは、豆腐は地元の豆腐屋から買っており、朝買った豆腐をまた後刻、買って帰ろうとしたら「朝買っているからあるはずやで」と声をかけてくれる。バッテリーはスーパーで買っているのだから店員が変われば、その方に気づかず、いくらでもバッテリーを買う。地元で顔が見える商店から買い物をすることによって認知症になっても大丈夫というエピソードである。

そういうところに商店街の人たちは気がついているのか、ということが重要で、値段だけで商品を買っていないか、という話である。

また、車椅子に乗っている方々と話をすると、地元の商店だったら店に入らなくても、「何々ください」、といえは持ってきて、リュックから財布を出して、お釣りも入れてくれる、実はその方が優しい。福祉的観点でも地元商店街は役に立っているはずである。

参加者 : 今は自分のことは自分でできるけれども20年後のことを考えると、今地域に顔を出すことは自分のための積み重ねとも感じる。同じような思いでやってくれる人が増えたら、やりやすいと思う。

座長 : また、ある商工会議所の専務理事の話で、彼は長年、小学校、中学校、高校のPTA会長をやっており、彼が言うには、退職後の地域内での仲間作りが目的である。これは循環という意味でもつながってくるように思う。

参加者 : そうなると楽しみながらできるように思う。経済循環という意味でもつながってくるように思う。

座長 : ある地域の人の事例では、彼の住むニュータウンには居酒屋がなく、冗談半分で、「ニーズがあるのなら、あなたが居酒屋をやればいいのではないか」と言ったことがある。実はニュータウンの方々は元々会社員の方が多く、自分でビジネスを回したことがない。ニーズはある一方で、ビジネスにする術がないということもある。そういう意味ではニュータウンの中でも、いわゆる近隣センター的な商売をできるところでやれる可能性が高いのではないか、と思う。それはシニア世代の創業の一つの典型的事例で、競争相手の少ないニュータウンにこそチャンスがあるのではないか。

事務局 : 会社員生活が長ければ、自分で起業するという感覚が低くなりがちであるかもしれない。

参加者 : 消費することには慣れているが、生み出すことには慣れていないように思う。大変なことはあるが、それが楽しみに繋がる経験をしたことがないのではないだろうか。

参加者 : 「起業するのうらやましいな」とよく言われるし、やってみたい気持ちはあるかもしれない。自分にもできるという思いにしてあげることが大切である。意外と何かの教室をやりたい、何かを集めて商品の面白さなどを伝えたい、と考える人はいると思う。それが実は仕事になっていく、と分からせて、それをきちんと地域で広報してあげる、という作業が必要ではないか。広報するのが苦手だとか、周囲からどう思われるか、とかお金を取ってどう思われるか、と心配する人もいる。気持ちをもち上げてあげて、「すごいね」「いいね」と言ってもらえた

ら自信がついて、きちんと仕事にしてみようかな、ということになってくるのではないか。

参加者 : 地域活動がどこかで繋がって仕事が盛り上がっていく、という形で潤っていくことはあると思う。

座長 : よく先進事例を参考にすることがあるが、先進事例になっているということは、既にそれなりのレベルになっているということであり、それが紹介されてしまうと「私はそこまではいけない」と勝手に思い込んでしまう。最初のうちはよちよち歩きであったと伝えたいが難しい。どうすれば第一歩が踏み出せて、少しずつ大きくなるのか、というプロセスのようなものが見えてくると、最初の一步が出しやすくなっていく。

学生は失敗しても学生という肩書がのこるわけで、ダブルワークも同じことだと思う。例えば、こっちを失敗してもこっちは残る、という気持ちでチャレンジをすべきかと思う。二つの仕事を持ちながら、というやり方は最近の若い人たちに増えてきているのではないかと思う。大切なのは、どうやれば一步を踏み出しやすくなるのかを考えていくことだ。仕組みを作ったら良いということではない。

イコマドにはあまり相談を持ち掛けられないので、起業ニーズがないのかという話になってしまうが、先輩起業家のところにたくさん相談を持ち掛けている、といったことを見ると、比較することで、何が足りないのか見えてくる。そういう視点を持つてはいかがだろうか。起業した人にその辺りをヒアリングしては。

座長 : 先ほどのデータ説明の中でも何パーセントしかいない、という表現があったが、「0でなく1%でも見えたら成功って言えませんか」という話でもある。10人相談に来られて1人でも創業したら、10%になる。1人でも応援してあげたら十分ではないか。

参加者 : 1人からまた隣の人に広がっていく。

座長 : 大学で「1人しかいないのならデータとしては不十分」と言われることがあるが、「1人でもそういう人がいるという事実があったらいいのではないか」という思いがある。

そういう事例収集をお願いできればと思う。事務局にもしっかりしたつながりがあると思うので、そういう人に話を聞いてみてほしい。

5 その他

事務局 : 次回は8月1日(火)9時30分開始予定

6 閉会