

資料 2

清瀬市商工振興計画アンケート調査報告書に係る各委員からのご意見 (事務局編集済み。)

該当箇所	事業者アンケート調査報告書 2 ページ Q1 「50 代とそれ以下を中心とした事業主に対する施策」
課題	50 代 の回答が増加したのは、WEB 回答者の割合が 50 代が一番多かったとの分析であるが、ICT、IoT に慣れた世代が実質的に増えた（10%近く増加）とも言える。 年齢分析の結果から、事業承継等の対策を行って来ているが、商工業の活性化のためには、新しい発想が期待できる 50 代およびそれ以下の事業主に対する施策を新たな課題として検討してはどうか。
対策	WEB の利用は 50 代を中心に若い世代で利用されておりインターネットなどの活用が柔軟な世代になっていると思われる。一方で Q36 で業務効率化や収益力向上、新たなビジネスモデル構築等の発展段階に着手する事業者は少数派にとどまっているとの分析であり改善する必要がある。 このため 50 代と今後の中心的事業主と想定される若い事業主に対し、情報提供や講習会等行うことで競争力のある事業が行えるようサポートするほか、資金面（一般にスタートアップでは、ベンチャーキャピタル（VC）やコーポレート・ベンチャー・キャピタル（CVC）などに対しピッチコンテストで自社の企画、サービス、製品などをアピールし自力で資金調達を行う）での施策を検討してはどうか。
事務局の見解	素案にデジタル化の理解醸成に関する支援について記載します。 また、清瀬市においては、過去、男女共同参画センターにて市内在住・ 在勤・在学でビジネスの成長（起業）を目指す方を対象にビジネスコンテストを実施し、起業応援金やテストマーケティングの場を提供いたしました。今後、関係機関と連携しながら、ビジネスコンテストを含む資金面での施策について検討したいと考えます。

該当箇所	事業者アンケート調査報告書 2 ページ Q1、13 ページ Q13 「50、60 代以上の事業主に対する施策」
課題	一見 60 代以上の事業主の比率が下がっている様に見えるが、サンプル数が倍になったとしても、60 代以上のパーセンテージは大きく変化していない（60 代：24%→22%、70 代：29%→23%、80 代以上：6%→10%）。 60 代以上の事業主が従来程度の比率で事業を継続しており以前からの課題が続いている状況といえる。 クロス分析（18 ページ Q34）から現在 50,60 代の方は 11-20 年位事業（お店）を続けられると回答しているが、その先の継続は極端に減少している。また、継続期間が不明（判断できない）としている年齢も 50 代から増加しており課題である。
対策	50、60 代以上の事業主には従来の事業承継等の施策が十分かどうか個別に聞き取り等行うなど検証を行い、個々に応じた支援を行うことで、廃業や閉店などを無くし、継続的な事業を行える対策が必要であると思われる。
事務局の見解	事務局においても、事業承継について個別に聞き取りを行い、個々に応じた支援を行う必要性があるという認識から、令和 7 年度より東京都多摩地域事業承継・引継ぎ支援センターおよび清瀬商工会と連携し、事業承継個別相談窓口を設置し、支援を実施するとともに、計画に事業承継に関する支援を記載したいと考えます。

該当箇所	事業者アンケート調査報告書 3 ページ Q1,2 6 ページ Q7 「女性の事業主、個人事業主に対する施策」
課題	以下の課題がある。 ・今回の調査で初めて女性の事業主が 19 %（5 人に 1 名）であることが判明したが、女性事業主に対する特別な対応は取っていない。 ・コロナ禍を経て事業所の場所は大きく変化し「自宅」でのテレワークが増加したと分析されている。また、事業者の半数近くが 1 ～ 2 名の事業者（R6:47%、含む個人事業主）であり規模が小さく支援が必要な事業主が多い。
対策	・女性経営者、個人事業主に対する研修・セミナー等 ・空き店舗（シェアオフィス）等の利用 ・経費面の支援 ・継続的な女性対象のビジコン等の開催による女性の事業主、個人事業主に対する起業意識の向上策（グランプリを目指す、資金を得る...）の検討 ・保育等のサポート体制
事務局の見解	女性の事業主に対する支援は男女共同参画センターにおいて実施しています。 また、きよせコワーキングスペースことりばと連携し、女性の起業をはじめとした多様な働き方と市民の新しい働き方を応援するプロジェクトの一環として、セミナーやビジネスコンテストの実施を行っています。今後、関係機関と連携しながら、女性経営者、個人事業主に対する施策を検討していきます。

該当箇所	事業者アンケート調査報告書 9 (Q8)、12 (Q11) (Q12)、30、31 ページ 「長期承継者の大幅な減少」「後継者が決まっていない」 「条件の合う範囲で希望者に事業承継したい」
課題	市民が継続してほしいと望んでいる事業、店舗であっても、後継者の状況 (Q11) は、「現在の事業を継続するつもりはない」(41%)、「決まっていないが継続したい」(22%) 方がおり、「条件の合う範囲で希望者に事業承継したいと思っている」が 39%と多くいることが明確になったことから対策が急務の課題と思われる。 また、承継者の継続年数 (Q8) は、「50～59 年」、「60～69 年」と回答した方の割合が前回調査時よりも大きく減少し、その要因の一つとして老舗等の廃業が課題となっている。 ※昨年 3 月廃業の「喫茶店るぽ」など
対策	「後継者、候補者は決まっていないが、事業を継続したい」(Q12) と回答した方の相談先が「なし」(38%) が最も高く、次いで「商工会」(25%) となっていることから、今後さらに「商工会」などが相談先となるよう周知方法を検討する。 また過去の廃業理由の分析やその結果から、今後想定される事業、店舗の廃業になる前に担当者間で事前に対策を検討する。
事務局の見解	令和 7 年度より東京都多摩地域事業承継・引継ぎ支援センターおよび清瀬商工会と連携し、事業承継個別相談窓口を設置し、支援を実施することから、担当者間で可能な限り、情報共有を行い、対策を行っていきます。

該当箇所	事業者アンケート調査報告書 20 (Q19) ,21 ページ 「事業所（お店）、商店街活性化のための施策」
課題	お店を活性化する取り組みでは「新たな商品・サービスの充実」(61 件)、「接客態度・サービスの充実」(46 件)、「SNS の活用」(41 件)、「デジタル化への対応」となっているが、1 事業所（お店）だけで容易に対応できるものではなく大きな課題。
対策	事業所やお店が自ら製品、商品、サービス、メニューなどを発信することは可能ですが、「お客受けする表現・表示方法」などのスキルが必要です。 このためフォロワーが多くいる「インフルエンサー」から情報発信してもらえれば効果は高くなります。 「x x 大使」「x x アンバサダー」など置く市町村もありますが、数千人程度のフォロワーがいる SNS の発信者の検討をしてみてもよいのではないのでしょうか。 また、「インフルエンサー」の育成や募集などの手段もあるかと思います。 「インフルエンサー」からはフェイスブック、インスタグラムだけでなく、YouTube などの動画配信を行うことも検討が必要かと思います。 ※フェイスブックなどで「きよせの x x」などの発信を行い、フォロワーになってもらうことで「プッシュ型・インターラクティブ型の情報発信」ができるのが魅力となります。 ※【味な、きよせ ポスター展】は市役所での写真展示、フェイスブック、インスタグラムでの紹介企画はよかったと思います。特に普段お店に行くだけではわからない店舗やお店の人の様子、作業風景など写真もきれいで好感を持った方が多かったのではないのでしょうか。冊子での配布は以前よりありましたが、ネット

	配布だと1店舗ずつじっくり綺麗な画像で見ることができます。この様なネットによる店舗紹介を<u>適宜</u>行くと「行ってみたい」「食べてみたい」という清瀬市民はもちろんのこと市外の方も増えるのではないのでしょうか。 昨年3月廃業の「喫茶店るぽ」の例となりますが、喫茶面だけでなく、特徴的な建物を利用したTVや映画などでの撮影を通してSNSでも拡散が行われ清瀬市の観光にも一役買ったのではないのでしょうか。 同様に【Let's Eat Kiyose】もSNSを活用した同様の検討があってもよいのではないのでしょうか。 ※「消費者行動アンケート調査 Q15 市内イベント情報の入手手段：①「市報」(43%)が最も高く、②次いで「ポスター・チラシ」(29%) ③「インターネット」、「ブログ」の回答が増加しており、デジタルでの情報入手について増加傾向がみられます。
事務局の見解	市においては、中立の観点から特定の事業所の紹介が難しい現状があります。清瀬商工会と連携し、きよせニンポイントアプリ内の店舗からの発信機能を活用し、店舗のセール情報などを店舗から発信することを促進する取り組みを実施したいと思います。 また、清瀬市では令和6年度より、ユニバーサルデザイン対応店舗、親子で利用しやすい店舗、地産地消推進店舗の3項目について、市が認証を行い、認証プレートを授与しております。こちらの認証を取得した店舗については、清瀬市のホームページや冊子などに掲載し、PRを実施していきたいと考えております。

該当箇所	消費者アンケート調査報告書 8 ページ Q21 4 ページ Q12
課題	商店街にあればよいと思う施設で①駐車場②駐輪場③広場や公園が上位を占めているが、商店街の力だけでは解決できない課題である ※①駐車場②駐輪場については Q12.買い物へ行く手段 の上位となっている
対策	「清瀬市都市計画マスタープラン 令和2（2020）年3月」では清瀬駅周辺地域含め全体構想を検討している他、現在「清瀬駅周辺の未来構想ビジョン」の策定を行っていることから（澁谷市長の所信表明/市報）、本アンケート結果を活用した具体的な検討を進める必要がある
事務局の見解	清瀬駅周辺の未来構想ビジョン基礎調査の結果においては、駅前では北口広場が整備されているものの、噴水部分等土地を有効活用できておらず、南口では交通広場が未整備となっていることから、本計画アンケートと同様に、「広場や公園など憩いの場の充実」、「駅・駅前での休憩スペースの充実」を困りごととして挙げている回答割合が多くみられました。 以上のことから、清瀬駅周辺の未来ビジョンの方向性と必要な取り組みとして、交通導線の見直しに資する駅前広場の整備・更新や子どもやお年寄りにやさしい施設整備・活動の推進を挙げており、本計画においても方向性をあわせた記載をします。

該当箇所	消費者アンケート調査報告書 16 ページ Q16 20 ページ Q20 21 ページ Q21
課題	商店街に不便・不満を感じていることの上位として①1 か所で用事が済まない②駐車場が少ない③品揃えが少ない、など挙げられており、課題として捉えることができるが、これらの対策をとったのが大型店舗であり、彼らの強みともなっていることから、同様の施策を検討するのではなく、新たな顧客ニーズを踏まえ検討することが課題である
対策	【事業者意向調査】 Q21.お客様の立場になって考える商店街の不足・不満は何ですか Q22.将来、商店街がどのようなになったらいいか Q23.商店街にあればよいと思う施設 【消費者意向調査】 Q20.商店街にあればよいと思うお店 Q21.商店街にあればよいと思う施設 以上のデータなどを参考にした対策を取る
事務局の見解	計画において、以上の設問等の回答から課題を抽出し記載をするとともに施策の方向性について記載を行います。

該当箇所	①消費者アンケート調査報告書 22 ページ（清瀬市住宅工事あっせん事業協力会） ②事業者アンケート調査報告書 13 ページ（事業承継支援策）
課題	①認知度が低い ②相談窓口設置ニーズへの対応
対策	①高齢者への告知活動の一環として、市内の金融機関にご協力いただき、年金振込日を中心に来店される高齢者、ATM を利用される高齢者に告知チラシを配布してはどうか。 ②相談窓口設置を設置について検討してはどうか。
事務局の見解	①関係機関と連携しながら、周知方法について検討したいと思います。 また、市報以外の媒体（きよせニンニンポイントアプリや more kiyose など）掲載を検討、実施していきます。 ②令和 7 年度より事業承継の相談窓口を設置、支援を実施いたします。