

政策討議に関する報告書

(選定テーマ：地域経済の活性化)

(サブテーマ：稼げるまちづくり)

令和3年3月

茅ヶ崎市議会 都市経済常任委員会

目 次

1. はじめに	P 1
2. 調査研究の経過	P 3
3. 行政視察の概要	
(1) 取手市	P 6
(2) 春日井市	P 7
(3) 大垣市	P 8
(4) 塩尻市	P 9
4. 調査研究の視点	P 10
5. おわりに	P 16

1. はじめに

茅ヶ崎市は、東京へは電車で約1時間、横浜へは電車で約30分という交通の利便性や恵まれた自然環境を背景に順調に発展を遂げ、市制70周年を超えることができた。

しかし、我が国の世界的にも類を見ない急速な「少子高齢化」や「ヒト・モノ・カネの東京一極集中」、「経済・社会の急激なグローバル化」など、社会全体を取り巻く状況は大きく変化し、茅ヶ崎市においても、これまで人口の増加が続いてきたが、近い将来、緩やかな減少トレンドに転じ、少子高齢化も更に進むことが予想され、また、市内企業の撤退などにより働く場所も減少するなど、今後の市税収入の増加を見込むことは困難な状況にある。

このような状況の中で市民に身近な基礎自治体として地域社会の持続的な発展を実現していくためには、地域の産業や中小企業など地域経済が元気であることが非常に重要であり、そのために地域の産業などを支援していくことは基礎自治体の重要な役割の一つであるといえる。

そこで、中小企業を取り巻く経済的・社会的環境が大きく変化し行政による支援のあり方についても変化が問われていること、また、茅ヶ崎市は近隣自治体に比べて企業数が少ないことや企業誘致に適した土地が少ないことなど茅ヶ崎市特有の課題もあることから、本委員会として「地域経済の活性化」を政策討議のテーマとして選定し、政策提言を目指して調査研究を進めることとした。また、行政運営においては、歳出に関するマネジメントが主になりがちであるが、行政サービスを持続的に提供するために欠かすことのできない歳入に関するマネジメントにも目を向ける必要があると考えたため、「稼げるまちづくり」を政策討議のサブテーマとした。

本委員会では、地域経済を活性化することでまちを元気にすると共に市税収入の増加に結び付けることで持続可能な行政運営を実現するために、委員間討議、委員間で

の打合せ、執行部との勉強会、先進市への行政視察、茅ヶ崎市観光協会へのヒアリング、市内企業との意見交換、茅ヶ崎商工会議所との意見交換などを適宜行いながら、政策提言を目指して調査研究を進めてきた。

しかしながら、昨年度末から表面化した新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴う社会経済情勢への影響に鑑みると、

- ① 今期の政策討議のテーマを選定し調査研究を始めたときとは状況が激変（地域経済を更に良くするにはどうしたらいいかではなく、マイナスに陥った状況をどのように回復させるかが問われる状況）していること、
- ② 社会経済情勢への影響後の社会（ベース）が激変している可能性があり、先を見通せないこと、
- ③ 今後の社会では経済の活性化が問われるのか、生活の維持が問われるのか何が基準になるのか想像できないこと、
- ④ 視察の自粛や3密の回避などから調査研究が制限されていた状況及び残りの任期が限られている現状では、政策提言をするためには調査研究が不十分であること

などから、平常時の状況を前提とした今回のテーマでは、責任を持って政策提言を行うことは困難であると判断した。

なお、今回のテーマに新型コロナウイルス感染症により影響を受けた経済情勢に対する支援策などを織り交ぜた政策提言についても検討したが、前述の②や③の理由などから現段階で新型コロナウイルス感染症終息後の社会経済状況を想定することができず、なじまないと判断した。

ただ、これまでの調査研究の成果について、今後執行部が支援策などを考える際の参考やヒントになるとも考えられるため、今期の都市経済常任委員会としては、市政に関する重要な施策について、共通認識の醸成を図るため、政策討議を行ってきた調査研究活動の経過を報告書としてまとめ、公開することにしたものである。

2. 調査研究の経過

都市経済常任委員会では、政策提言に向けて、次のように調査研究活動に取り組んできた。

日程	活動	内容
令和元年 5月28日	都市経済常任委員で打合せを実施	政策提言等へのスケジュールや調査研究方法について協議
6月6日	都市経済常任委員で打合せを実施	調査・研究テーマを決める参考とするため、所管課と意見交換を実施することについて協議
6月19日	執行部からの意見聴取及び執行部との意見交換を実施	産業振興課と本市の創業者支援、中小企業支援、街のにぎわい創出及び商店街の活性化についてヒアリング及び意見交換
6月19日	都市経済常任委員で打合せを実施	執行部からの意見聴取を踏まえた課題等について協議
6月25日	都市経済常任委員で打合せを実施	これまでの経過を踏まえ、今後の方針について協議
7月16日	都市経済常任委員会を開催 (委員間での政策討議)	先進自治体の行政視察先の決定
7月16日	都市経済常任委員で打合せを実施	これまでの経過を踏まえ、今後の方針について協議
7月19日	都市経済常任委員で打合せを実施	茅ヶ崎商工会議所の創業支援及び中小企業支援などの施策について情報を共有
8月1日	茨城県取手市を行政視察	テーマ：創業支援事業「起業家タウン☆取手」の取り組みについて
8月19日	都市経済常任委員で打合せを実施	行政視察の振り返り及びこれまでの経過を踏まえ、今後の方針について協議
8月29日	都市経済常任委員で打合せを実施	これまでの経過を踏まえ、調査・研究テーマについて協議
9月9日	都市経済常任委員で打合せを実施	これまでの経過を踏まえ、調査・研究のテーマ及び今後の取り組みについて協議
9月12日	都市経済常任委員会を開催 (委員間での政策討議)	調査・研究テーマを「地域経済の活性化」に、サブテーマを「稼げるまちづくり」に決定及び先進自治体の行政視察先の決定
9月27日	都市経済常任委員で打合せを実施	行政視察先について委員間で情報の共有
10月16日	都市経済常任委員で打合せを実施	台風19号を踏まえ、行政視察の実施及び行程について協議
10月23日	愛知県春日井市を行政視察	テーマ：春日井市産業振興アクションプランについて
10月24日	岐阜県大垣市を行政視察	テーマ：大垣ビジネスサポートセンター（G a k i - B i z）について

10月25日	長野県塩尻市を行政視察	テーマ:RESASを活用した市内産業構造の分析及び地域産業の活性化のための施策について
11月12日	都市経済常任委員で打合せを実施	政策提言に向けての協議
11月25日	都市経済常任委員で打合せを実施	政策提言に向けての協議
12月2日	都市経済常任委員で打合せを実施	政策提言に向けての協議
12月12日	都市経済常任委員で打合せを実施	行政視察の振り返り及び政策提言に向けての協議
12月18日	都市経済常任委員で打合せを実施	政策提言に向けての協議
令和2年 1月6日	都市経済常任委員で打合せを実施	政策提言に向けての協議
1月17日	全員協議会	全議員へ中間報告及び意見交換
1月24日	都市経済常任委員で打合せを実施	茅ヶ崎版観光DMOについて勉強及び政策提言に向けての協議
1月24日	都市経済常任委員会を開催 (委員間での政策討議)	茅ヶ崎商工会議所及び市内の企業との意見交換の実施を決定
2月17日	茅ヶ崎商工会議所との意見交換を実施	地域経済の活性化について茅ヶ崎商工会議所と意見交換を実施
2月17日	市内企業との意見交換を実施	地域経済の活性化について株式会社アルバックと意見交換を実施
2月17日	都市経済常任委員で打合せを実施	各意見交換の振り返り及び政策提言に向けての協議
2月28日	都市経済常任委員で打合せを実施	政策提言に向けての協議
3月16日	都市経済常任委員で打合せを実施	政策提言に向けての協議
3月24日	都市経済常任委員で打合せを実施	政策提言に向けての協議
5月14日	都市経済常任委員で打合せを実施	政策提言に向けての協議をし、今期の都市経済常任委員会では政策提言は行わないこととした
6月11日	都市経済常任委員で打合せを実施	報告書作成に向けての協議
6月22日	都市経済常任委員で打合せを実施	報告書作成に向けての協議
7月17日	都市経済常任委員で打合せを実施	報告書作成に向けての協議
8月17日	都市経済常任委員で打合せを実施	報告書作成に向けての協議

9月 2日	都市経済常任委員で打合せを実施	市内事業者との意見交換の実施及び報告書作成に向けての協議
9月11日	都市経済常任委員で打合せを実施	市内事業者との意見交換の実施及び報告書作成に向けての協議
10月 7日	市内企業との意見交換を実施	コロナ禍が市内経済に与える影響などについて株式会社プレンティーズと意見交換を実施
12月 1日	都市経済常任委員で打合せを実施	報告書作成に向けての協議
令和3年 3月 1日	都市経済常任委員で打合せを実施	報告書作成に向けての協議
3月16日	都市経済常任委員会を開催 (委員間での政策討議)	報告書について討議・決定
3月18日	報告書を議長へ提出	

3. 行政視察の概要

調査研究の一環として行った先進自治体への行政視察については、別に行政視察報告書としてまとめた上で公表しているが、参考として各行政視察報告書から「視察事項」及び「考察」の部分を抜粋し、以下のとおり掲載した。

(1) 取手市

ア 視察事項

創業支援事業「起業家タウン☆取手」の取り組みについて

イ 考察

(ア) 茅ヶ崎市との比較

現状では、茅ヶ崎市、商工会議所、隣接自治体等が連携した様々な起業支援施策が実施されているが、取手市のように、行政が関与するレンタルオフィス・スペースやチャレンジショップ、起業支援PRのためのフリーペーパー発刊など、市民の目に見える形での取り組みがまだ十分ではないと思われる。

(イ) 茅ヶ崎市への導入の可能性

茅ヶ崎市は首都圏に存在する人口24万人都市であり、取手市の例からすれば、多面的な起業支援策を試みるための環境や商圈、市場、人材は相応に揃っているものと考えられる。ただし、実行力の高い官民協働態勢の構築・推進や企業経営実務、ファイナンス等に明るい推進リーダーの発掘、起用と継続的な人材育成が必要。

(ウ) 今後の取り組み

本件に関し、茅ヶ崎市起業支援主管部門及び商工会議所との情報交換、意見交換の機会を設け、茅ヶ崎市に相応しい起業支援のあり方、及び地域経済活性化のための有効な方策を探ることとしたい。

(2) 春日井市

ア 視察事項

春日井市産業振興アクションプランについて

イ 考察

(ア) 茅ヶ崎市との比較

茅ヶ崎市の産業振興施策と比べると、春日井市の全体的にどうあるべきかというビジョンを掲げ、4つの柱に分け、総合的に考え、アクションプランを策定し、取り組んでいくという点では、茅ヶ崎市も同じような取り組みをしているものもあるが、総合して考える、全体として考えるという視点が十分でないと思われる。

(イ) 茅ヶ崎市への導入の可能性

RESASを活用して客観的なデータに基づく基礎データ収集や、地域特性といったものを鑑み、春日井市のように4つの柱に分けて産業振興施策を考え、取組を進めていくことは可能であると考え。しかし、施策の策定から事業実施には、行政だけでなく、事業者、商工会議所、商店街、市民団体、大学、金融機関等の幅広い連携を可能とする組織体が必要と考える。

(ウ) 今後の取り組み

効果的な政策提言を行うために、委員会としてもRESASを活用して、春日井市のように、茅ヶ崎市の人口や産業状態などを分析し、それを基礎データとして活用して取り組むとともに、「働き方改革」が言われる昨今、産業振興に、労働環境の視野も取り入れた考え方を採用して提言づくりに取り組んでいきたい。

(3) 大垣市

ア 視察事項

大垣ビジネスサポートセンター（G a k i - B i z）について

イ 考察

茅ヶ崎市では、これまで行政と商工会議所が連携し、どちらかと言えば中小企業や起業家等の相談業務や資金繰りなどの環境整備が中心で、課題抽出に留まっている。

しかし、地域産業の振興及び地域経済の活性化を推進することを目的としたG a k i - B i zの取り組みは、売りに重点を置いた経営相談に応じ、売り上げ増加につながるアドバイスやアイデアなどを提案するものであり、茅ヶ崎市においても大変参考になる取り組みである。

また、全国25自治体で展開しているf - B i zモデルの中小企業支援施設の中でも、全国初となるCSR型として強いオリジナリティを發揮し、地元の民間企業がプロジェクトを主導して行政を巻き込むなど、自治体の予算のみならず、民間からの資金提供を受け、設立・運営している点も特徴的であり、大垣ビジネスサポートセンター「満足度調査報告書」でも95.3%の方が「またガキビズに相談してみたい」との調査結果からも、成果が期待できる。

ただし、相談者ニーズに対応するためには、具体的な知恵やアイデアなどアドバイザーの能力、ノウハウが大きく影響することから、如何に適切な人材を確保するかが鍵となる。

さらに、現行の商工会議所が担っている業務との棲み分けや、財源負担、運営組織など、これまでの行政主導から民間主導に切り替えていく必要があり、その上で、産官学金融との連携協力を図っていくことが重要である。

(4) 塩尻市

ア 視察事項

RESASを活用した市内産業構造の分析及び地域産業の活性化のための施策について

イ 考察

(ア) 茅ヶ崎市との比較

塩尻市は、RESASの活用により、産業における地理的な優位性や、既存の「製造業」の強さを再認識し現状を多角的な視点から分析することができた。

茅ヶ崎市は産業に乏しい現状にあり、また近年の大型事業への支出による財政難の面から、新規事業への大型投資は現実的に難しい。RESASの活用でまだ認識できていない特徴や長所を発掘し、また現行事業の費用対効果を分析するという目線でも塩尻市と同じような運用方法で地域活性化の起爆剤にすることは十分に可能である。

(イ) 茅ヶ崎市への導入の可能性

主だった産業に乏しい茅ヶ崎市の地域経済活性化のためには精度の高い現状分析とデータに基づいた施策の推進が必要不可欠であり、RESASの活用は茅ヶ崎市の抱える問題や課題を明確にするために非常に有効な手段であり、費用対効果の面でも、導入するメリットは高いと考える。

(ウ) 今後の取り組み

本件に関して、所管部署や商工会議所と情報交換し、RESASの有用性を共有するとともに、RESASによる分析の専門家や有識者との情報共有も視野に入れながら、今後の導入の検討及び試験的な実施の提案をするなどし、地域経済活性化のための有効な方策を探ることとしたい。

4. 調査研究の視点

「はじめに」で述べたとおり、今期の政策提言は行わないこととしたが、新型コロナウイルス感染症による影響が顕在化する令和2年3月末までは、政策提言を目指して「地域経済の活性化」のゴールイメージや議論する上で考慮すべき社会情勢、「稼げるまちづくり」を目指す上での茅ヶ崎の特性と課題、企業（起業）支援、観光振興並びに商店街の活性化に関する市の取り組みの現状、課題及びヒントなどの視点を持って調査研究を進めてきた。そこで、参考として以下のとおり掲載した。

(1) 「地域経済活性化」のゴールイメージ（どのような「茅ヶ崎」を目指すのか）

ア 地域経済活性化イメージ

- ①茅ヶ崎を元気にするための施策、観光振興、創業支援で経済拡大化を図る。
- ②道の駅開業で、生産者・事業者・消費者・市民との交流拠点とし、にぎわい創出を図る。
- ③地域市民が、誇りを持ち、地域資源を活用、地域の魅力をどう発信していくか。
- ④市が民間活用、人事交流や研修での若者のチャレンジの場を設けたり、職員のやる気、意識の共有、認識を図り、新たなアイデア等で賑わい創出が地域経済活性化の鍵。
- ⑤“茅ヶ崎らしさ”や茅ヶ崎のイメージという地域資源を活かした観光振興での小売業の売り上げ増加や新規企業の増加などの諸産業の活性化が図られること。
- ⑥市民力を活用し、まち全体でつながり合う事を「公助」、「自助、共助」力を高める仕掛けづくりに金をかける。
- ⑦既存の中小企業が元気になり、商業のない地域にも起業家の影響を受け、「まち全体に人が行きかう」様になることで、まち全体の「コト」が増えていく。

この発信源は「道の駅」を活用する

イ 茅ヶ崎のゴールイメージ

- ①知名度を生かした「ゆったりした時間を過ごせる茅ヶ崎」を売りに、若い層の移住人口を伸ばす。
- ②中小企業、個人事業の安定、活性化により、法人市民税が増えること。
- ③市民の消費の拡大、市内の経済循環、市民税増による財政の潤い。
- ④将来にわたる持続可能なまちの維持。国や県に頼らない自主的な安定財源を確保し、自立した財政運営を目指す。
- ⑤市内産品（モノやサービス）に茅ヶ崎ならではの付加価値を付与し、市内消費の価値を上げること。
- ⑥茅ヶ崎で起業したい人たちが集うことにより、企業が育つことにより、地元での雇用創出と地元で働き生活することによる地域経済の好サイクルの創出。
- ⑦人口減少や高齢化、グローバル化トレンド等と上手に調和した
 - ・適度な人口密度が維持された住みごこちの良いまち。
 - ・適度な地価と快適な生活環境が維持される付加価値の高いまち。
 - ・適切な域内・域外経済循環を通じ、全ての市民が生き生き活躍できるまち。
 - ・全ての市民が活発なコミュニケーションと支え合いによって自立的・互恵的な福祉を実現するまち。
 - ・海外市民を含めた広汎かつ重層的な関係人口を有するまち。

(2) 「稼げるまちづくり」を目指す上での「茅ヶ崎」の特性と課題

ア 茅ヶ崎の特性

(ア) 地勢

都心から1時間のベッドタウン・コンパクトシティ・豊富な自然環境（海、山、里、川）。

(イ) 風土

知名度は抜群・暮らしやすい（自然環境、立地等）・温暖な気候・ゆったりとした生活志向（スローライフ）・マイライフ重視（サーファー、ビーチサンダル愛好家などサーフカルチャー）・湘南、茅ヶ崎らしさ・人間性が親しみやすく面倒見がよい・まちがのんびりした明るい雰囲気・治安が良い健康寿命日本一・神社、古代史跡、文化財が多い・富士山が綺麗に見える。

(ウ) 文化

別荘地、芸術、音楽、芸能関係者が多く住む・ホノルルと姉妹都市・地域に根差した祭りが盛ん・市民力が強い・市民活動が盛ん（ボランティア、音楽、緑地保全等）。

(エ) 交通網

国道1号と国道134号が並走・東西には東海道線、南北には相模線・圏央道、西湘バイパス、横浜新道等良好なアクセス・道路が狭あい・自転車利用者が多い。

イ 課題

- ・全国的に知られている“茅ヶ崎”のイメージの活かし方
- ・外国人を含む観光客が湘南近郊市に比較して少ない（ホテルが少ない）
- ・訪問型観光資源がない
- ・南北を遮断する交通網と道路インフラの問題

(3) 「稼げるまちづくり」の主体は誰を想定するのか

①まち全体の活性化

②市民だと考える。

- ・稼げるとは、市民全体が意識すべきこと。
- ・中小企業や個人事業主、起業家が稼げるということは、仕事の安定、法人市民税が増える。
- ・市民の生活の安定、市民の消費が増えることに繋がり、市内の経済が回り、

市民税が増え、街の財政が潤うこと。

③市内における全ての事業者及び生産者

④個人事業主、中小企業（底上げとして起業家）

⑤稼ぐ主体、市内で第一次～第三次の各産業を担う事業者

⑥まちづくり主体、そういった事業者が生まれ、稼ぐ街の基盤を整えるという点では、茅ヶ崎市や商工会議所やDMOなどの公的な存在

⑦今回の政策提言における対象主体は、現状の産業構造分析や政策資源の集中投下を図る観点から、既存の「中小企業」、「個人事業主」、「起業志望者」を中心に設定

⑧今回はあえて、ターゲットを起業家に絞る。

- ・ 起業家を増やし、「稼げるまち、茅ヶ崎」として全国、海外へアピール
- ・ 元気な若者のクリエイターを増やすことで、結果、既存の中小企業（商店含む）もつられて元気になる。
- ・ 茅ヶ崎がクリエイターの住みやすい場所をアピールするためDMO活用し、観光 プロモーションはしっかり連携する。⇒そのために必要な事はなにか？

(4) 「地域経済活性化」について議論する上で考慮すべき社会情勢

ア 少子高齢化による人口減（市税の減少）

少子高齢化、核家族化、晩婚化、未婚化層の拡大、貧困層の拡大

イ 生産年齢による人口減（消費の低下）

人材不足、後継者問題、空き家問題、扶養費の増加

ウ 定住人口、移住人口の拡大

日中の交流人口減少、消費の市内循環

エ 広域政策の展開

他自治体との差別化、オリジナルブランドの創造

(5) 企業（起業）支援に関する市の取り組みの現状、課題及びヒント

ア 総論

現 状	課 題	ヒント
<ul style="list-style-type: none"> ・大規模誘致困難 ・農業 →農地が小さい(農業法人困難) →貸し渋り(新規就農者困難) 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業承継 ・人手不足 ・企業支援が不十分 ・相談窓口が会員に対する支援を行う商工会議所であり、不十分 ・農水産業は後継者不足 	<ul style="list-style-type: none"> ・IT、クリエイターの誘致 ・空き店舗の活用 ・自然環境、治安の良さ ・官民連携の組織(営業のための信用保証など) ・起業に対するセーフティネットの整備 ・シェアオフィス(例えば、ノマド家) ・立地が良い(市の規模含めて) ・農業の6次産業化支援(飲食店等との連携)

イ 各委員の考え・視点

- (ア) 対中小企業（商工会議所の取組み含む）・・・別添1－1のとおり
- (イ) 対個人事業者（商工会議所の取組み含む）・・・別添1－2のとおり
- (ウ) 対農業・水産事業者（JA等の取組み含む）・・・別添1－3のとおり
- (エ) 対起業希望者（商工会議所の取組み含む）・・・別添1－4のとおり

(6) 観光振興に関する市の取り組みの現状、課題及びヒント

ア 総論

現 状	課 題	ヒント
<ul style="list-style-type: none"> ・いわゆる観光地ではない 	<ul style="list-style-type: none"> ・資源の掘り起こし ・おもてなし力の向上 	<ul style="list-style-type: none"> ・体験 ・暮らし

	<ul style="list-style-type: none"> ・移動手段(交通網) ・行政としての関わり方が不明確 ・DMOの周知が足りない 	<ul style="list-style-type: none"> ・ヒト ・市民が資源 ・写真(インスタ映え) ・市内の観光回遊
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------

イ 各委員の考え・視点

別添2 (別表あり) のとおり

(7) 商店街の活性化に関する市の取り組みの現状、課題及びヒント

ア 総論

現 状	課 題	ヒント
<ul style="list-style-type: none"> ・各商店街の横の連携が弱い 	<ul style="list-style-type: none"> ・中心となる人物の不足 ・仕掛人 ・空き店舗の活用 ・店舗オーナーの協力 ・商工会議所の相談が活用されていない 	<ul style="list-style-type: none"> ・コミュニケーションを創る場 ・ベンチの設置 ・各商店街の特徴をクローズアップ ・個々の店舗への支援の強化

イ 各委員の考え・視点

別添3 のとおり

5. おわりに

都市経済常任委員会では、担当課との意見交換、行政視察、茅ヶ崎市観光協会、茅ヶ崎商工会議所、市内企業との意見交換をし、その都度委員間での打ち合わせを実施するなど、政策提言に向けた取り組みを積極的に進めてきた。

- ・茅ヶ崎市の特性を活かし、全国的に知られている“茅ヶ崎”のイメージをいかに効果的に展開・発信していくのか。
- ・将来にわたる持続可能なまちを維持し続け、自立した財政運営を目指していくのか。
- ・地域活性化のため、どのように“茅ヶ崎”をアピールし、どのような付加価値を高めていくのか。

そして、それらを稼げるまちづくりにどう繋げていくのか。

これからも明るい未来を創るため、茅ヶ崎市で起業したい人たち、住みたい人たちが集うことにより、地元での雇用創出と地元で働き生活することによる地域経済の好サイクルの創出を念頭に置き、まち全体の活性化を目指していくことに期待する。

現在、コロナ禍において、企業はテレワークが進み、在宅勤務、サテライトオフィス等のように、オフィスから離れた場所で仕事をする環境下に勤務形態が変化してきている。

そういう状況下も的確に捉え分析し、“茅ヶ崎”をアピールするチャンスにつながっていく可能性を模索してほしい。

ピンチをチャンスと捉え、逆転の発想で仕掛けづくりをし、世の中の動向をしっかりと見極めながら、調査・研究を進めることを要望する。

最後に、茅ヶ崎市の将来にわたる発展と、幸せ度の高い“茅ヶ崎”がいつまでも元気なまちでいられるよう願ってやまない。

5-1. 企業（起業）支援に関する市の取り組みの現状、課題、ヒント

岩田委員	<p><対中小企業>（商工会議所の取組み含む） これから先の企業誘致は難しい中で、茅ヶ崎らしい生活パターンに合致したクリエイターに着目し、その仕組み作り、支援策を考える。</p>
山田委員	<p><対中小企業>（商工会議所の取組み含む） 1) 現状・・・市内では、製造業、サービス業が多く、支援としては、融資支援が中心であり、支援策は国・県の紐付き支援策がほとんどである。企業誘致では、茅ヶ崎の環境や立地を生かした生活パターンにあった提案は活かせず、ITやクリエイターといった若い人にアピールする企業誘致はできていない。行政的には、萩園工業用地を誘致している現状です。 2) 課題・・・郊外である立地、治安の良さといったメリットを伸ばすのは、難しい状況である。支援の転換としては、人材支援が望まれるが課題である。 3) 対策・・・中小企業の支援、相談窓口が商工会議所の役割であるが、会員に対する組織の為、市内全体の取組みに対しては十分ではない。そのため、行政の担当課が市内全体の企業支援を担うこととなる。こういった点を考えると、視察をした〇〇ビスといった、官民連携の組織は必要と感じる。行政が民間との連携強化をしながら、茅ヶ崎らしい支援策を検討すべきと考える。</p>
伊藤委員	<p><対中小企業>（商工会議所の取組み含む） ①不動産オーナーと連携して空き店舗などの遊休資産をリノベーションし、チャレンジショップやスモールオフィス等の環境整備（空き家等も含む。）。</p>
木山委員	<p><対中小企業>（商工会議所の取組み含む） 茅ヶ崎の魅力を感じながら働ける環境づくり。都心へのアクセスが良い、豊かな自然環境、治安の良さが茅ヶ崎ならではの魅力。新しい生活様式に対応しながら「子ども」「自然」のそばで働ける環境を整備 →「郊外型・地方型サテライトオフィス」の誘致 公設の商業施設は望めないため、空き店舗・空きスペースの徹底利用</p>
小川委員	<p><対中小企業>（商工会議所の取組み含む） 萩園工業用地では可能だが、市内全域でみると大きな空白地がほとんどなく、雇用を多く生み出すような大きな工場系の企業誘致は困難と考える。 治安の良さ、海や里山の近さ、コンパクトな街、東京・横浜・川崎などの大都市圏との近さを生かした、研究所やIT系の誘致やクリエイターが住んで働くスタイル（空き家活用など）を行うべきと考える。 既存の事業者については、人材不足や後継者問題などについて、商工会議所と連携して、その支援に取り組むとともに、新型コロナやリーマンショックという世界レベルの突発的な課題に備えるような基金を準備しておくことも必要ではないかと考える。</p>
藤本委員	<p><対中小企業>（商工会議所の取組み含む） ①経済のグローバル化や地勢的な制約から、製造業などの大規模事業所新規誘致は困難 ②治安の良さ、良好な自然環境を訴求して企業の研究機関やIT系サテライトオフィス等を誘致してはどうか ③今後増えてゆく空き家の活用と家賃補助政策を検討すべき（若年層、クリエイター等をターゲット） ④人材育成面での支援強化も必要（支援策の方向性 ⇒カネ・モノからヒトへの転換）</p>
阿部委員	<p><対中小企業>（商工会議所の取組み含む） (1) 立地条件 物流ルート、公共機関ともに弱い為、企業誘致としては不利 ⇒新たな製造業の事業者にはメリットない (2) 茅ヶ崎市の現状の支援状況 各種相談事業があるがターゲット／ゴールイメージが見えない (3) 今後支援していくターゲット IT・研究所などのサテライトオフィスのニーズに応える ⇒空き家、北部の土地有効利用など (4) 課題 起業および、上記ターゲットに対する支援が不足 (5) DMO活用 茅ヶ崎でしか見れない、特殊な物を扱う企業があれば見学コースとして活用</p>

5-2. 企業（起業）支援に関する市の取り組みの現状、課題、ヒント

<p>岩田委員</p>	<p>＜対個人事業者＞（商工会議所の取組み含む） 起業しやすい環境作りを考え、間口を広げる取り組みに着眼点を置く（サテライトオフィスや空き家を使った仕組みづくり。）。 起業家にインキュスペースやインキュベーションの提供。</p>
<p>山田委員</p>	<p>＜対個人事業者＞（商工会議所の取組み含む） 1) 現状・・・茅ヶ崎市内には、代々事業を継承している市民と新たに移住してきた市民が共存する街です。茅ヶ崎らしさといわれる独特の生活化が根付き、サーフィンやフラといったホノルル姉妹都市に象徴されるハワイ文化の海側と農業を基盤とした自然や文化財を有する山側の異なった生活が存在する。 2) 課題・・・代々事業を継承してきた個人事業主にとっては、事業内容の継続や後継者不足といった課題がある。新規個人紙業主にとっては、事業拡大等の問題がある。 3) 対策・・・個人事業主の抱える課題には、相談窓口の充実、スキルアップなどを実施、フリーランス、マッチングなど、可能性を広げ、事業の拡大を視野に考える。また、新たにSNSを利用した取組み、PRの工夫をするなど。</p>
<p>伊藤委員</p>	<p>＜対個人事業者＞（商工会議所の取組み含む） ①不動産オーナーと連携して空き店舗などの遊休資産をリノベーションし、チャレンジショップやスモールオフィス等の環境整備（空き家等も含む。）。</p>
<p>木山委員</p>	<p>＜対個人事業者＞（商工会議所の取組み含む） 商工会議所の会員以外の個人事業者に対する既存支援メニューの周知。相談支援。まずは倒産・廃業しないような下支え。ワーケーションの推進。空き家のマッチング。</p>
<p>小川委員</p>	<p>＜対個人事業者＞（商工会議所の取組み含む） 対起業希望者と同じく、各種士族に対して相談ができるフォロー体制の構築や、個人事業主らの同業種・異業種の交流会やコワーキングスペースなどの設置を商工会議所と連携して実施することにより、個人事業主が事業を展開しやすい環境の創出が重要であると考えている。</p>
<p>藤本委員</p>	<p>＜対個人事業者＞（商工会議所の取組み含む） ①後継者不足問題の解消支援（高齢経営者支援）が必要 ②フリーランスで働く市民への支援策が必要ではないか ③商工会議所の事業者カバー率問題（会員企業は市内事業者の一部）</p>
<p>阿部委員</p>	<p>＜対個人事業者＞（商工会議所の取組み含む） (1) 立地条件 物流・公共機関が弱くても成り立つ事業は？ ⇒地域住民による利用およびオンライン通販などで成り立つ事業 (2) 茅ヶ崎市の現状の支援状況 各種相談事業があるがターゲット／ゴールイメージが見えない (3) 今後支援していくターゲット 個人事業主（クリエイターなど） ⇒“茅ヶ崎らしさ”が売りとなる起業家を集う（海・サーフィン・南国風、自然、畑） (4) 課題 上記ターゲットに対する支援が不足（取手市の起業家タウンの様な雰囲気づくりが必要） (5) DMO活用 コト消費や体験型の行楽としてつなげられる</p>

5-3. 企業（起業）支援に関する市の取り組みの現状、課題、ヒント

岩田委員	<p><対農業・水産事業者>（JA等の取組み含む） 後継者不足解消への取り組み。 人材確保のため、企業の参入など、新たな発想での取り組み支援（興味を持ってもらうための取り組みで、イベント性を持たせた、体験を伴う観光農園の支援策。）。</p>
山田委員	<p><対農業・水産事業者>（JA等の取組み含む） 1) 現状・・・茅ヶ崎市は、農業が山側に多く存在する。販路に関しては、都市農業である茅ヶ崎市では、温暖な気候と販売状況が有利なため、どんな野菜も新鮮に手に入る市場であることから直売等有効である。代々引き続き農地を所有する多くの農業従事者と新たな新規就農者が混在する。水産事業に関しては、網元が数件あり地引網や釣り船としての活動が中心で、しらすやわかめが取れる。 2) 課題・・・茅ヶ崎市の農業では、後継者不足を新規就農者に取組むことで対応してきたが、農地を所有しない新規就農者は、借りている農地と住まいが遠いことや農機具保持が難しい等の課題がある。水産業でも後継者問題はあり、さらに海岸の浸食問題も深刻である。 3) 対策・・・農業者に対しては、JAさがみと行政の連携による支援、新たにSNSを利用した取組をしている。新規就農者の農地に対しては、県の指導による集積農地等を活用している。水産業に関しては、わかめまつりなどの直売、海岸浸食問題では定期的な県の取組みを要望している。</p>
伊藤委員	<p><対農業・水産事業者>（JA等の取組み含む） ①少量多品種でも付加価値を高める独自ブランドの確立 ②果樹園などへオーナー制度の導入 ③飲食店等との連携による販路拡大 ④農魚産物とのコラボでパッケージ商品開発（ネット販売や戸別配送システムの拡充） ⑤ナリワイとしての地位の向上</p>
木山委員	<p><対農業・水産事業者>（JA等の取組み含む） 都市型農業が多い。後継者不足。新規就農者の獲得。事業承継のマッチング（商工会議所の相談の周知）。空き家を直売所に。</p>
小川委員	<p><対農業・水産事業者>（JA等の取組み含む） イベントや観光と農業・漁業を組み合わせ、農業・漁業を盛り上げる支援策を展開すべきと考える。小規模かつ高齢化進む農業・漁業の担い手不足については、JAや漁組と連携して取り組んでいく。 市内の他の事業者や大学等との連携による六次産業化の取り組みの支援体制を構築し、できたものを茅ヶ崎ブランドとして発信協力することにより、一次産業の発展を図るべきと考える。</p>
藤本委員	<p><対農業・水産事業者>（JA等の取組み含む） ①整備計画が進行中の「道の駅」活用策 ②有力な地場産物（ブランド）が少ない（ex 茅ヶ崎牛、ポモロン、白茄子・・・ ⇔ex 鎌倉野菜） ③都市型農業と後継者不足問題が顕著 ④営農規模が小さく、農業法人や企業参入の魅力が薄い ⑤観光振興事業や市民イベント（ex 緑保全、市民緑地、家庭菜園、体験農園、観光農園）との連動や農福連携政策（障がい者、未就業者への就業機会創出）を模索すべき ⇒農家は家族・親族以外に農地を委ねることに抵抗感あり？中期的な農業経営方針の確認が必要。 ⑥茅ヶ崎の漁業の現状はどうか？（卸売市場も移転） ⇒漁獲実績、消費・流通状況、観光面での訴求力の客観的な分析が必要</p>
阿部委員	<p><対農業・水産事業者>（JA等の取組み含む） (1) 支援状況 ・道の駅の有効活用 ・休耕地や後継者不足による廃業増 ⇒農福連携の加速（事業者の安定的支援策が必要） (2) 茅ヶ崎市の現状の支援状況 ・人・農地プラン（地域農業マスタープラン）によるサポート ・環境保全型農業直接支援対策（国・県事業のサポート） (3) 道の駅/DMO活用の課題 農業：現状の農家がどのくらい、道の駅までの移動に耐えられるか？ ⇒新規就農者、企業の参入で茅ヶ崎ブランド維持できるか？ 水産業：茅ヶ崎ブランドとしてはシラス、わかめ？ ⇒海側なので対応可能？海沿いの店舗との差別化 ⇒車移動での道の駅メリットは駐車台数？観光バスがこれる？ (4) 農水産業と飲食店との連携を支援 市民レベルで個別にはできている ⇒産業振興課と農業水産課、商工会議所などの横連携で何か支援できているか？</p>

5-4. 企業（起業）支援に関する市の取り組みの現状、課題、ヒント

岩田委員	<p>＜対起業希望者＞（商工会議所の取り組み含む） 起業しようとする人たちが集い、専門家からアドバイスを受ける事の出来る場所作りで、チャレンジしやすい環境整備の確立</p>
山田委員	<p>＜対起業希望者＞（商工会議所の取り組み含む） 1) 現状・・・商工会議所や産業振興課での相談窓口、ビジネスコンテスト実施等の取り組みがある。金銭的支援、起業計画を立てる。 2) 課題・・・起業しやすい環境が整っていないと第1歩を踏み出すことが難しい。 3) 対応・・・家賃の問題は大きいので、ある程度の補助が必要である。例えば、お試し企画とか、起業相談会の実施、研修会、勉強会など、気軽に参加できるチャンスがあると良い。</p>
伊藤委員	<p>＜対起業希望者＞（商工会議所の取り組み含む） ①収入の減少、生活の不安定化、事業に失敗した時の負債の返済（借入金返済、個人保証）」などのリスク低減に向けたセーフティネットの整備 ②経験不足を補完するため「経営知識」や「資金調達」方法等を教える「創業スクール」など伴走型支援</p>
木山委員	<p>＜対起業希望者＞（商工会議所の取り組み含む） 起業家は市内経済の底上げになる。シェアオフィス。空きスペースを利用した起業家支援。サーフィンなど生活パターンに合致した働き方ができる環境。海の近く、山の近くの空き家。「ワーケーション」の戦略的広報。大岡越前祭の創業者ブース、2市1町のものづくりワークショップなど既存の支援事業の周知。海や自然のそばで働ける環境づくり。</p>
小川委員	<p>＜対起業希望者＞（商工会議所の取り組み含む） 起業しようという思いを持つ人を増やすこと（金融や起業の仕組みなどの各種勉強会）や起業しやすい環境づくり（インキュベーションセンター・コワーキングスペースの設立や各種士族による相談の充実）を商工会議所と連携して取組むべきと考える。 起業に際しては、家賃補助とともに空き家・空き店舗の活用を行政も家主との間に入るなどのマッチング支援を行う等で、その支援に取り組むべきと考える。</p>
藤本委員	<p>＜対起業希望者＞（商工会議所の取り組み含む） ①起業家の一般的な特徴 意欲は高いが起業に必要な知識が足りない（税務、法務、雇用契約、マーケティング、広告宣伝） ⇒良いプレーンが必要（弁護士、弁理士、司法書士、税理士・・・） ⇒マッチング支援の充実要（商工会議所までたどりつかない起業希望者） ②固定費である家賃が起業時の最大ネック ⇒時限付き、成功条件付き家賃補助制度など ⇒市が保有する公共施設等の活用策に含めた検討（低利・低廉貸付け事業） ⇒市外移転予定の大学キャンパス利活用（ex 文教大学茅ヶ崎キャンパス） ③駅周辺のサテライト・シェアオフィスだけでなく、北部エリアの自然環境の中に起業家村を造る ⇒定住政策込み（「市街化調整区域」の課題あり） ④起業時の自己資金をいかに高めておくかのノウハウ提供（極力お金は借りないでスタートできる態勢）</p>
阿部委員	<p>＜対起業希望者＞（商工会議所の取り組み含む） (1) 立地条件 物流・公共機関が弱くても成り立つ事業は？ ⇒地域住民による利用およびオンライン通販などで成り立つ事業 (2) ターゲット 個人事業主（クリエイターなど） ⇒“茅ヶ崎らしさ”が売りとなる起業家を集う（海・サーフィン・南国風、自然、畑） (3) 課題 上記ターゲットに対する支援が不足（取手市の起業家タウンの様な雰囲気づくりが必要） ⇒市内の茅ヶ崎ブランドとしてどのようにつないでいけるか (4) DMO活用 全国／全世界へ、コト消費や体験型の行楽としてアピール ⇒“茅ヶ崎らしい”起業することのメリットを感じてもらい茅ヶ崎に起業家を誘致</p>

6-2. 観光振興に関する市の取り組みの現状、課題、ヒント

岩田委員	<p>(DMO、道の駅事業含む) 消費は勿論だが、「体験」や「感動」など、付加価値を高めた観光振興策の取り組み。 “茅ヶ崎らしさ”のイメージを活かしたストーリー性を付与した商品のPR。 観光については、ターゲット、エリアを絞り込み、通年で楽しめるような仕掛けづくり。</p>
山田委員	<p>(DMO、道の駅事業含む) 1) 現状・・・茅ヶ崎観光協会が中心となって、茅ヶ崎市らしさとは何か、市内の資源の掘り起こしをしている。観光、文化、教育、歴史、産業など、あらゆる茅ヶ崎市の活用をしてPRしていくことを目的としているので、まずは、マーケティング、市民への周知、シビックプライドの構築を目指す。DMOの拠点として、「道の駅」は重要であると認識されている。 2) 課題・・・市民への周知は十分ではない。全庁的な取組が不可欠であるが、庁内組織の具体的な体制ができあがっていないため、連携に不安。市民参加を増やすことがこの事業の核となるなど、実働的な動きが止まってしまったことが全体的な課題である。 3) 対策・・・現状は、観光を推進する状況ではありませんので、組織の構築と市民へのDMO周知と理解のための取り組みを充実させること。勉強会、研修の実施等</p>
伊藤委員	<p>(DMO、道の駅事業含む) ①ブランド力、発信力、おもてなし力、協創力の確立（※別添2の別表参照）</p>
木山委員	<p>(DMO、道の駅事業含む) 「オール茅ヶ崎」でどういったコンセプトで茅ヶ崎を総合的にアピールしていくかが課題。道の駅はそのツールの一つ、起爆剤。観光協会と行政と市内事業者と目指すべき方向性を共有する。</p>
小川委員	<p>(DMO、道の駅事業含む) 観光については、DMOとしっかり連携し、観光ビジョンを具体的な形にしていく取り組むとともに、観光地としての茅ヶ崎の強みや弱みの分析やマーケティングをDMOとともにやり、施策を立てていく必要がある。 道の駅については茅ヶ崎ブランドの発信拠点や県外・市外の車利用者の茅ヶ崎市内の観光回遊の一大拠点として、その機能を十全に果たすことのできる整備が必要である。 SNSの活用、SNSに活用されることを視野に入れた取り組みを行うことも基本と考える。</p>
藤本委員	<p>(DMO、道の駅事業含む) ①シビックプライド（市民のあるべき茅ヶ崎の街のイメージ）にマッチした観光政策の練り直し ⇒DMOを通じた練り込み ⇒なぜ茅ヶ崎を訪ねたのか（茅ヶ崎への期待値）の分析が必要 ⇒市民生活を豊かなまま維持する観光政策が必要（市民の暮らしぶりへの憧憬を観光の起爆剤に） ②モノの市内資源は少ない。 ⇒魅力的な「コト」の再発見が必要（文化、芸術、スポーツ、風俗、ライフスタイル） ⇒コンパクトシティにおける回遊性の実現は可能か？（移手段の選択、整備） ⇒コンパクトであることの強みを活かせるか？ ③秋・冬の観光訴求力向上が課題 ④道の駅のポテンシャルの精査が必要 ⇒「湘南のゲートウェイ」は果たして必要なのか？ ⇒必要とした場合に、「湘南のゲートウェイ」に求められる機能は何か？ ⑤市民や企業を巻き込んだPR戦略は構築できないか（全市民・全企業が観光大使に）</p>
阿部委員	<p>(DMO、道の駅事業含む) ※個人事業者、起業家、農水産のシートに記載 DMOのワークショップ結果を評価し、実用性、実効性があるか早期に判断 ⇒道の駅開業までいくつか試行してPDCAをまわしながら判断しネタを絞り込む必要がある 農水産業、起業希望者、起業成功者、既存の個人事業者（商店街含む）と博報堂などの企画屋との情報交換をワークショップとして継続、参加者増も課題</p>

項目	取組事項	マーケティング	マネージメント
1. ブランド力を高める	(1) 茅ヶ崎らしいツーリズム資源の発見・創出・磨き上げ	○	○
2. 発信力を高める	(1) データの収集と分析（マーケットリサーチ）	○	
3. おもてなし力を高める	(1) 観光案内機能の強化 (2) 受入環境の整備 (3) ツーリズム関連分野のおもてなしの向上		○ ○ ○
4. 協創力を高める	(1) 地域におけるDMOの考え方を取り入れた取組の促進 (2) 推進体制の強化		○ ○

1. ブランド力を高める

(1) 茅ヶ崎らしいツーリズム資源の発見・創出・磨き上げ

【取り組みの方向性】

- ① テーマ性やストーリー性のさらなる強化と発信
- ② 特別感やおもてなし感の付加
- ③ 「暮らし」に由来する地域内の他の資源の巻き込み
- ④ 茅ヶ崎の価値を五感で伝える体験・交流型の着地型商品の創出、磨き上げ
- ⑤ 豊かな自然環境を活かしたサイクリングなどのスポーツツーリズムや、茅ヶ崎ならではの文化資産を活かした文化観光、アートツーリズムの開発
- ⑥ 多くの偉人、先達（企業創業者、大学学祖など）を輩出した茅ヶ崎ならではのゆかりの資源の活用
- ⑦ オフシーズン対策としての新たな資源の活用 ※「地域の食」等を活用した新たな観光需要の創出含む
- ⑧ 自然環境を活かした若者に訴求するアクティビティの開発等
- ⑨ 幅広い分野におけるツーリズム素材の発掘

2. 発信力を高める

(1) データの収集と分析（マーケットリサーチ）

【取り組みの方向性】

- ① 茅ヶ崎への来訪者の動態調査 ※大学生との連携によるモニタリング
- ② 茅ヶ崎の価値に親和性が高い層（茅ヶ崎の魅力が伝わりやすい層）の分析（世代別、地域別、ライフスタイル別など） ※効果的なプロモーション等につなげるためのデータ分析
- ③ 観光需要を支える“女性の目線”（観光、消費動向）を重視した調査・分析
※茅ヶ崎 DMO のあらゆる事業活動に女性目線を反映
- ④ 観光旅行者の類型（団体・小グループ・個人）に応じたニーズや競合 他地域の情報に精通した旅行会社等とのネットワークの確立によるリサーチとテストマーケティング（実証実験）
- ⑤ 「テーマ別」「エリア別」のヒット観光素材（商品）を新たな継続的観光素材として確立するための茅ヶ崎版ゲストイネーションキャンペーンの取組を通じたマーケティング調査

3. おもてなし力を高める

- (1) 観光案内機能の強化
- (2) 受入環境の整備
- (3) ツーリズム関連分野のおもてなしの向上

【取り組みの方向性】

- ① 主要ゲートウェイ、茅ヶ崎 DMO における観光案内機能の強化
- ② 各観光案内所における広域的な観光案内機能の強化
- ③ インバウンド対応の受入施設やサービスの拡大（多言語コールセンター設置・利用促進、無料 WiFi 環境の普及促進、消費税免税店の拡大など）
- ④ 観光周遊バス、路線バス、タクシー、レンタカーなどの活用促進と主要観光地へのわかりやすいアクセス情報の提供
- ⑤ 観光地の美化の推進
- ⑥ 観光ボランティアガイドグループ等の育成支援
- ⑦ 事業者向けのセミナー、研修会の開催等を通じたおもてなしの質の維持・向上
- ⑧ ツーリズム関連分野の事業団体等に対する、観光資源の基本知識やおもてなしの手法の周知

4. 協創力を高める

- (1) 地域における DMO の考え方を取り入れた取組の促進
- (2) 推進体制の強化

【取り組みの方向性】

- ① 茅ヶ崎 DMO として収集分析した情報の構成員への提供と DMO 構成員からのリアルタイムな情報収集（科学的アプローチの導入促進）によるマーケット情報の共有
- ② 各地域における「魅力ある観光地域づくり」の中核となる人材の育成・支援
- ③ マーケティング専門人材の配置
 - ※データの収集・分析、活用と幅広いネットワークの形成
 - ※各地域の取り組みに対する専門的な観点からの助言
 - ※大手企業等の資源を活用した観光サービス開発との連携
- ④ DMO 機能の発現による着実な成果の創出に向けた PDCA サイクルの確立と実施

6-3. 商店街の活性化に関する市の取り組みの現状、課題、ヒント

岩田委員	<p>(各商店街の取組み含む) 「楽しい」「おいしい」「おもしろい」がキーワード 市内商店街の横断的、統一的な振興策の取組 商店会連合会の活性化を図り、地域商店街の魅力や情報発信の充実</p>
山田委員	<p>(各商店街の取組み含む) 1) 現状・・・各商店街の状況も環境も違い、それぞれの活動の様子も違うが、各商店街が横の連携をしていない。商店街連合会に参加していない商店街もあるため、商店街を通じて市内を盛り上げるのが難しい状況にある。支援策としては、融資支援、国県に連携した支援に留まる。コロナウィルス感染拡大による補助金、協力金は実施されている。 2) 課題・・・各商店街の顧客獲得、対策は、商店街全体よりも、まず個店の課題となっている。現在では、商店街としての取組みができない現状であることが課題である。 3) 対策・・・雄三通りは、「スマイルプロジェクト」、ラチエン通りは、「ゾーン30」をそれぞれ実施。街の活性化は、商店街のにぎわいの創出。</p>
伊藤委員	<p>(各商店街の取組み含む) ①商店街のイメージに囚われず、商店街をまちの資産として再評価し、コミュニケーションをつくる場として新しい価値の創出 ②資産所有者から空き店舗の改修やテナント誘致などについて協力が得られるよう、「ランドオーナー会議」などを通じて、日頃から資産所有者に対し商店街の状況やビジョンについて積極的な情報共有の推進 ③商店街を類型化（「生活支援型」、「エリア価値向上型」など）し、商店街の持つべき機能、規模やステージにあった支援 ④将来人口や構成等求める機能に合った最適な規模にダウンサイジングさせることも考え、エリア全体の戦略とマネジメントの構築</p>
木山委員	<p>(各商店街の取組み含む) 商工会議所による相談支援を知らない人が多い。まずは周知。会員ではない人への周知。商店街ごとに特性もモチベーションも違う。一律ではなく地域ごとの特性を活かした取り組みが必要。大きく動くためには中心となるリーダーが必要。</p>
小川委員	<p>(各商店街の取組み含む) “ローカルファースト”をコンセプトに、商店街がそのような機能を果たせるのかどうかという視点で考えることが必要。そのために、ベンチの設置などの買い物時にちょっと休むことのできるような設備の整備や、空き店舗についてのアンテナショップ活用の支援などで、買い物だけではない形で地域住民を巻き込んでいくような取り組みが必要と考える。</p>
藤本委員	<p>(各商店街の取組み含む) ①後継者不足問題をどう解消するか？ ⇒事業承継支援はいかにあるべきか ②商店街のターゲット、需給・競合分析は客観的か？ ⇒中長期の見立てはできているか ⇒近隣住民のニーズや期待値は把握できているか ③少子高齢化、人口減少トレンドをどう織り込むか ⇒気付いていない新たなニーズは無いか ④空き店舗の有効活用策は無いか ⇒家主は市場の当事者になっているか（家賃の柔軟性） ⑤ネット連動店舗としての新たな形態は模索できないか ⇒ex 店頭陳列の無い都心の生花店 ⇒楽天・Amazon等との「競争・協調」戦略 ⑥商店街全体への支援の意義は？ ⇒結局、個店・オーナーへの個別支援が功を奏しないと商店街は活性化できない ⑦地域密着型の個店・路面店にしか作れない付加価値は何か？</p>
阿部委員	<p>(各商店街の取組み含む) (1) 現状 各商店街の横連携が弱い ⇒各商店街の特徴を強みとしてまとめる (2) 茅ヶ崎市支援状況 各店舗への支援策などで市内商店街をまとめて盛り上げる策はない (3) DMO、道の駅との連携 茅ヶ崎市として、“茅ヶ崎らしさ”を各商店街で特徴を考える支援を行う 道の駅から各商店街へ行きたくなる？事業</p>