

# 商業分野ヒアリング調査結果

## ・ヒアリング調査の概要

### 1. 目的

滋賀県産業振興新指針改訂にあたって、商業分野で先進的な取り組みを行う事業者および団体から、現状や新指針策定（平成 15 年 3 月）後の社会経済情勢の変化にともなう課題、今後の方向性などを抽出するための調査を実施した。

### 2. 調査方法

対象者：商業事業者、商業団体、指導機関等 計 15 団体  
方 法：訪問調査、個別面談法によるデプス・インタビュー  
期 間：平成 19 年 8 月～9 月

## ・ヒアリング調査結果のポイント

### 1. 商業事業者

「後継者不在や人材育成、人材確保が大きな課題に」  
「今後も地域住民の需要に応えるとともに、地域外との関わりも強化する」  
「まちづくりとの連携や、労働環境づくり、特産品等の P R に期待」

#### (1) 事業の現状と課題・問題点

売上高や利益の増減傾向については、増加・横ばい・減少傾向と各々で違いがあるが、取り組み姿勢については共通して意欲的。

経営維持の側面では「自助努力」。経営整理の側面では「業種・業態展開等の路線変更」。

後継者不在にともなう経営形態の再考や後継者の育成。

人材、チーム力を発揮して全体の能力向上とともに、雇用者（近隣住民）の確保。

変化への適応力や環境や労働面の新ルールへの対応。

潜在顧客層への訴求。集客促進。

#### (2) 今後の見通しや方向性

自助努力での経営。様々な商売の可能性を探索。

地域住民の需要に応えるとともに、地域外ともかかわりを持ち他地域にも発信。

地域再生に向けて、商業振興と産業振興を踏まえた街の活性化により、地元に経済効果を。

#### (3) 行政に望む、期待したい支援策

店舗と住民が相互に行き交えるまちづくり。

駅周辺再開発に伴うマンション建設時には、1 階をテナントとして住民のための店舗誘致を。

地元の自然・歴史・文化資源を活かして、統一感のある洗練された街並みづくりを。

女性が働きやすい労働環境づくり。

滋賀県の特産の P R。(例：近江牛をもっとアピールしてほしい)

## 2. 商業団体（商店街関係団体）

「商店街は害して停滞・衰退傾向で、特に家族経営小売店の売上げは減少」  
「観光、地域交流、ツーリズム等の振興やまちづくりとの連携に期待」

### （1）商店街の現状と課題・問題点

商店街は概して停滞・衰退傾向にある。後継者不足と店舗減少。

一部の企業志向での経営により成長しているところは除き、各個店特に家族経営の小売店などの売上は減少する一方。

駅前のマンションや商業集積の開発により、再浮上しつつある地域もあるが、大型店舗が新設されれば、共生・共存といいながらも、やはり顧客をとられてしまうという現状。

売出しやイベントは年間行事として各商店街が実施している。

記念行事では特需が見込まれるが、終了するとともに戻る。

連盟レベルで、大きなイベント（コンサート）を開催したといった新しい取り組み。

ポイントカード、商品券、地域通貨等を導入している例は多いが、飛躍的效果は見えにくい。

隣接する商店街同士がアクセス面で分断されていると人が流れて行かないので、工夫が必要。

### （2）今後の見通しや方向性

学校との連携。学生による学園祭は起爆的なイベント。商店街で学園祭ができないか。

淡海子育て応援団事業に掲げられている「1. 子育て家庭を対象とした料金割引やサービス等の実施」について、各店が導入していくといい。

近江商人の思想や商売の原点である御用聞きといった観点から、地道に商売に取り組む姿勢や手法を積極的に取り入れると良い。

商店街の組織的活動について、メーリングリスト等を駆使するとスピードが速くなり情報も集まりやすくなり支援者も増えていくという現状をもっと活用すると良い。（例：花しょうぶ商店街）

### （3）行政に望む、期待したい支援策

空き店舗対策として、出店したい人と店舗持ち主の紹介支援。

クルマ社会に対応する交通環境整備。道路整備や駐車場整備。

観光、地域交流、ツーリズム等の振興と連携した滞在型宿泊客の増大による経済効果の確立。

安心・安全なまちづくりという観点で防犯カメラ・AEDの設置などへの要望が多く、補助があるといい。

## 3. 指導機関（商工会議所、商工会）

「市民レベルでの指導機関の人材の活躍により、まちも活性化している」  
「近隣都市等との連携した取り組みや、コンセプト、時期を共有した展開が必要」  
「中心市街地活性化の取り組みや観光との連携が重要」

### （1）事業の現状と課題・問題点

各々の地域において、行政（役所等）だけでなく、商業者や商業団体と密に連携した取り組みを行っている。

指導機関は概して、商業者とのパイプが強く熱意もあり、日々の支援活動を実施している市民や大学との連携により、市民レベルに入り込んでいる指導機関の人材が活躍することによって、まちも活性化している。

ハード先行のまちづくりから脱皮して、ソフトがついてくるようにする必要がある。

まちが整備され景観・街並みが美しくなったのはいいが、商業的に潤う商材やサービスを強化していかなければならない。

来街リピート客はモノを購入しない傾向にある。新規性・新奇性だけでなく、魅力ある商品・特産品等の開発・販売・品揃えが求められる。

## (2) 今後の見通しや方向性

近隣都市・町それぞれの連携した取り組み。コンセプト、時期を共有した展開を。

殿様商売的に新しいモノに飛びつくだけでなく、ハード事業にソフト整備が追随したような展開が必要である。

空き店舗対策や商業振興に「店舗」の紹介・斡旋は不可欠であり大前提。指導機関側として、その持ち主（貸す側）と開業するヒト（借りる側）とのマッチングを充実していく。

## (3) 行政に望む、期待したい支援策

それぞれの地域性に応じたまちづくりコンセプトの認識に基づいた支援。

（例：多賀町「門前町としてのまちづくり」）

商業振興には賑わいをもたらすこと、つまり「多くの人が行き交うこと」が必要。そのためには、まちなか居住策の落とし込みとして、「住む人を増やす」ことが重要となる。

広域的なエリア設計に基づく集客確保・ルート設計支援およびPR。

まち歩きによって、土地それぞれのゆかりや歴史、今後を勉強してもらえらるような観光・ツーリズム施策を。

他地域からの来街者や観光客に親切な対応が必要。「わかりやすい案内・表示」や外国人に配慮した各国語の表記による掲示板・案内板の充実、パンフレットの制作等。

県と地方自治体（市町村）間の一体的な取り組みが必要。

県は、都市系、産業系・商業系が協力し合い、まとめて魅力を打ち出せる指導・支援が必要。

「住む」「働く」「遊ぶ」「学ぶ」といった要素を充実させていくことが必要。

# 製造業分野ヒアリング調査結果（中間報告）

## ・ヒアリング調査の概要

### 1. 目的

滋賀県産業振興新指針改訂にあたって実施した「滋賀県における産業振興に関するアンケート調査」結果の補完を行うために、定量的に得られた回答の背景など、具体的な「声」をヒアリングすることにより、定性的な情報を抽出した。

### 2. 調査方法

対象者：アンケート回答事業者

方 法：訪問調査、個別面談法によるデプス・インタビュー

期 間：平成 19 年 9 月

## ・ヒアリング調査結果のポイント

### （1）海外との取引関係について

**「新たな市場開拓を視野に海外との取引を実施」**  
**「海外拠点の設立については、日本の技術の海外流出に注意が必要」**

買う側の立場（材料・資材調達等）としては、中国を含めアジア諸国との製造面での競争が激化しているが実際に安価である。

売る側の立場（輸出・納品等）としては、海外との取引に新たな市場開拓が見込まれている。海外拠点の設立による需要開拓やグローバル展開という拡大傾向が望めるが、日本の技術流出ということには注意を払う必要がある。

### （2）社会経済情勢の変化が及ぼす影響について

**「環境への配慮がかえってコスト負担を増大させている」**

原材料の高騰により製品単価引き上げを試みたいが、中小零細かつ下請けの立場では、逆にコストダウンを求められ、厳しい状況にある。

環境への配慮から、かえってコスト負担が大きくなる傾向がある。

### （3）経営資源と今後の課題について

**「後継者を含めて人材育成が大きな課題に」**  
**「即戦力となる人材、技術をもった人材などが不足している」**

中小企業では、後継者含めて人材の育成が課題となる。

人材募集・採用についての基準は、

- ・即戦力としての中途採用
- ・第二新卒や就職し遅れた新卒採用
- ・早期退職者や定年後のシニア採用

など、それぞれの企業方針による。共通するのは、的確な人材が不足しているとのこと。

製造業は、「技術力」がカギであり、その技術を持った人材の獲得、技術力を育てる教育・研修環境の充実とともに、産学連携等が重要である。

#### (4) 新規成長分野について

**「進出・参入企業では、新規事業の確立を見越して現在の技術力を応用した製品化を図るパターンが多い」**

新規成長分野への進出パターンとしては、

- ・既存事業の延長上で、新しい技術力を加味して新規分野に進出する
- ・新規事業の確立を見越して現在の技術力を応用した製品化をはかる
- ・新しい技術力の開発とともに新たな市場を開拓する事業に進出していく

などがあるが、パターン の方向での参入や検討が多い。

販路も技術も既存のものを活用できる場合は、ちょっとしたこ入れや応用により、すでに新たな業務分野に取り組んでいるケースは多い。

「環境・リサイクル関連」「健康福祉・医療関連」「IT」分野への参入検討例（企業秘密にも関わらず）が幾つかみられた。

#### (5) 行政に望む、期待したい支援策

**「行政には、補助金、助成金申請などの事務量軽減と円滑な対応処理や、支援制度のPRを望む」**

補助金・助成金等の申請に係る書類作成等の事務量の軽減と円滑な対応処理。

上記のような中小企業支援にかかわる制度についての広報・訴求の充実。

指導機関等による教育・研修セミナー等の一層の充実。

労働力を確保するためにも、「働く」「住む」魅力をアピールすべき。