

## 市民フォーラム21 第4回 産業・経済部会 次第

日時；平成22年11月25日（木）午前9時30分～

場所；第2庁舎10階 会議室17

- 1 開 会
- 2 市民フォーラム21 第3回 産業・経済部会 会議概要について
- 3 ワークショップのまとめについて 【資料1・2】
- 4 本日の日程等について 【資料3】
- 5 ワークショップ  
政策5-1 賑わいと活力を生む観光・コンベンションの推進  
政策5-5 人材の育成と雇用機会の確保
- 6 その他  
(1) 今後の予定について
- 7 閉 会

### <資料>

資料1：ワークショップまとめ（案）

政策5-3 特色ある産業の集積と工業の高付加価値化

資料2：ワークショップまとめ（案）

政策5-4 魅力と賑わいあふれる商業の振興

資料3：市民フォーラム21 産業・経済部会 ワークショップ開催日程及び参加者

### 次回の予定

日 時：平成22年12月22日（水） 15:00～17:00

会 場：市役所第2庁舎10階会議室19

持ち物：第四次長野市総合計画、前期基本計画の現況と課題、これまでに配布した資料

市民フォーラム21 第3回産業・経済部会 ワークショップまとめ

資料1

|     |                       |    |              |
|-----|-----------------------|----|--------------|
| 日時  | 平成22年11月11日(木) 9時30分～ | 会場 | 長野市役所 第1委員会室 |
| 政策  | 特色ある産業の集積と工業の高付加価値化   |    |              |
| 5-3 |                       |    |              |

※分類の記号

W: ワークショップで検討された意見

K: 欠席者又は審議会委員(他作業部会所属)の意見

【作業部会意見・まとめ(案)】

| 行No. | 大項目<br>項目  | 分類 |
|------|--|----|
| 1    | <b>人材</b>  |    |
| 2    | 仕事がない。   | K  |
| 3    | 雇用の維持を目標にしている企業もある。(地元中心)                          | W  |
| 4    | 県外・国外から受注のできる企業には、人材の確保や工業用地への支援を強化して欲しい。          | W  |
| 5    | 高付加価値化には人材が不可欠。学校での教育も大切。                          | W  |
| 6    | 高校・大学から地元への就職を積極的に勧めるべき。                           | W  |
| 7    | 優秀な人材を確保するため、学生に奨学金を出し何年か市内で貢献すれば返還を免除するしくみはできないか。 | K  |
| 8    | 全国から人材を集めることが必要。(出張でも良い)                           | W  |
| 9    | 長野の持つ特色をいかすため全国から知識を集める。                           | W  |
| 10   | 長野は暮らしやすい。(仕事があれば人材は確保しやすいはず)                      | W  |
| 11   | 行政職員も専門家を育成することが必要。(継続性が重要な分野)                     | W  |
| 12   | <b>環境(の変化)</b>                                     |    |
| 13   | 円高等による企業の海外移転により関連企業も仕事を失い雇用も無くなる。(企業の責任、国の施策の必要性) | W  |
| 14   | 大企業は成長を目指さなければ倒産してしまう。雇用よりも利益を優先。                  | W  |
| 15   | 時代の変化とともに業態の転換が必要。                                 | W  |
| 16   | TPPIに対応する分野への工業技術の活用。                              | W  |
| 17   | 電気自動車化など環境問題を時代の波ととらえられないか。                        | W  |
| 18   | <b>農業と工業のマッチング</b>                                 |    |
| 19   | 農業の六次産業化が必要。                                       | W  |
| 20   | 六次産業のような形で工業が発展できないか。                              | K  |
| 21   | 農産加工品の販売先のほとんどが直売所。県外への販路の開拓と大量生産が必要。              | W  |
| 22   | 地元の小さなグループで農産物の加工・販売を行っているが企業化が図られない。              | W  |
| 23   | 信州味噌やそばなど、たくさんのブランドを保有している。                        | K  |
| 24   | メジャーなブランドのみが有名。中小企業の宣伝力をあげる対策を考えることが必要。            | K  |
| 25   | 農産物加工と工業技術のマッチングが必要。                               | W  |
| 26   | 農産物の加工による高付加価値化とブランド化。                             | W  |
| 27   | 地元農産物を使った特産品の開発と販売。                                | W  |
| 28   | りんごジュースの加工については満足できる食品加工会社がある。                     | W  |
| 29   | りんごの産地であるがシードルを委託加工してくれる施設がない。                     | W  |
| 30   | 有機肥料の製造・販売の企業化。                                    | W  |
| 31   | バイオマスなど環境にやさしい肥料づくりの産業化。                           | W  |
| 32   | きのこカスなど産業廃棄物のリサイクルによる肥料化。                          | W  |
| 33   | 菜種油を利用した燃料の生産。                                     | W  |
| 34   | 各産業の集まりの場を作る。(農商工連携)                               | W  |
| 35   | 業種・業界間において素直な意見が出せる環境。                             | W  |

雇用の確保

企業の事業拡大につながる人材の確保等への支援  
学校教育等の充実による人材の育成  
学生の地元企業への就職の促進

全国からの知恵と人材の集結

市職員の専門性の確保

産業を取り巻く環境の変化への対応

農業の六次産業化

農産加工品の販売ルートの開拓  
農業の企業化による生産体制づくり

農産加工品等のPRの強化

特産品の開発やブランドの創出など工業技術を活用した農産物の  
高付加価値化

資源の有効利用による環境にやさしい産業の育成

農・商・工の連携

| 行No. | 大項目<br>項目   | 分類 |
|------|---|----|
| 36   | <b>制度・規制</b>  |    |
| 37   | 用途地域の規制について区分けをする基準が曖昧で住工混在が進んでいるのが現状。産業にも景観にも良くない。     | W  |
| 38   | 国が用途基準を一律に定めるが、実情に応じて都市ごと定める方が良い。                       | W  |
| 39   | 農業振興地域や市街化調整区域の規制により既存企業の事業拡大に伴う施設の拡張が困難。               | W  |
| 40   | <b>課題</b>   |    |
| 41   | 大手企業からの下請け受注だけでなく、地元に必要な工業製品を開発・製造する。                   | W  |
| 42   | デザイナー等とのコラボレーションにより伝統工芸品(戸隠竹細工など)を活用した長野市独自の商品開発ができないか。 | K  |
| 43   | 長野地域の持つ素材や資源をいかした商品の開発。(工業化)                            | W  |
| 44   | 気候の特色(小雨、晴天が多いなど)をいかした産業があるのでは。(上田市のオルガン針など)            | W  |
| 45   | 小規模発電(太陽光、風力、水力)の可能性。                                   | W  |
| 46   | 新産業や新技術の成果が見えない。  | W  |
| 47   | 先端技術は産業化に時間がかかる。  | W  |
| 48   | 一般市民は工業になじみが薄い。工場見学など工業のオープン化や(先進技術などの)情報発信も必要。         | W  |
| 49   | ものづくりを身近に感じ、そこから工業を発展させるしくみづくり。(ものづくりコンテストの開催など)        | K  |

【作業部会意見・まとめ(案)】

地域の実情を踏まえた適切な規制に基づく土地利用

地域のニーズに応じた製品づくり

地域の特色をいかした商品の開発と産業の育成

先端技術の産業への活用

ものづくりを身近に感じる環境づくり

市民フォーラム21 第3回産業・経済部会 ワークショップまとめ

資料2

|     |                       |    |              |
|-----|-----------------------|----|--------------|
| 日時  | 平成22年11月11日(木) 9時30分～ | 会場 | 長野市役所 第1委員会室 |
| 政策  | 魅力と賑わいあふれる商業の振興       |    |              |
| 5-4 |                       |    |              |

※分類の記号

W: ワークショップで検討された意見

K: 欠席者又は審議会委員(他作業部会所属)の意見

【作業部会意見・まとめ(案)】

| 行No. | 大項目<br>項目                                 | 分類 |
|------|---|----|
| 1    | 中心市街地商店街                                  |    |
| 2    | 商店街                                       |    |
| 3    | 中心部の活性化に力が入っている。                          |    |
| 4    | 商店の環境づくりが行われている。                          |    |
| 5    | アーケード通りなど街が暗い。                            |    |
| 6    | 長野駅周辺に活気が無い。                              |    |
| 7    | 中央通りの買い物客が減少している。                         |    |
| 8    | 中心市街地を訪れる人(特に歩行者通行量)が減っている。               |    |
| 9    | 歩行者天国時に賑わいがある。(大道芸フェスティバルなど)              |    |
| 10   | 中心市街地の店舗が減少し、郊外では増加している。                  |    |
| 11   | 郊外に大規模店舗が増える中、市街地に住民のための店舗がなくなってきている。     |    |
| 12   | 特に小さな個人商店がなくなってきている。                      |    |
| 13   | 生鮮食品や日用品を扱う店が少ない。                         |    |
| 14   | 権堂の商店街機能が低下している。                          |    |
| 15   | 商店街としてまとまりのある活動(努力)をしている。                 |    |
| 16   | 商店街としてのまとまりや特色が薄い。                        |    |
| 17   | 商店街にストーリー性が無い。(巣鴨商店街、長浜商店街など)             |    |
| 18   | 街のイメージとは何かを見直す必要がある。                      |    |
| 19   | 空き店舗が多い。                                  |    |
| 20   | 市街地に空き店舗が多い。                              |    |
| 21   | 積極的な店舗の誘致が必要。                             |    |
| 22   | 空き店舗への入居に試用期間を設け、良ければ正式契約するような仕組みが作れないか。  |    |
| 23   | 中心市街地の空き店舗を活用した地元生産物の販売促進(家賃下げの指導など)      |    |
| 24   | CS(顧客満足)の視点が必要。                           |    |
| 25   | 誰をターゲットに商売をするのか明確にする必要がある。(観光客、地元の人、近隣の人) |    |
| 26   | 開店している時間(日)が短い(少ない)。                      |    |
| 27   | 6時になると店が閉まる。                              |    |
| 28   | 善光寺周辺の商店の閉店時間が早く観光客の行き場が無い。               |    |
| 29   | 閉店時間について、古くからある商店等に協力を求める必要がある。           |    |
| 30   | 店舗や住宅を取り壊した跡が駐車場になっている。                   |    |
| 31   | 市街地の住宅建設に規制を設けることは可能か。                    |    |
| 32   | 中心市街地が分散しすぎている。                           |    |

活力ある商店街づくり

イベントによる賑わいの創出

市街地で暮らすことのできる商業環境づくり

特色をいかしたストーリー性のある商店街づくり

空き店舗の解消と有効活用

消費者の視点に立った商業の振興

地域の特性に応じた適切な土地利用

| 行No. | 大項目<br>項目                                    | 分類 |
|------|--|----|
| 33   | <b>人</b>                                     |    |
| 34   | 経営者の高齢化が進んでいる。                               |    |
| 35   | 後継者不足。特に個人商店は後継者がいないと廃業になってしまう。              |    |
| 36   | 街に学生を増やすことが必要。                               |    |
| 37   | 最近、門前で若い人が開業しており、活性化に期待ができる。                 |    |
| 38   | 善光寺周辺で古民家の再生や若い世代の移住など活性化の動きが見られる。           |    |
| 39   | 善光寺周辺に古民家をいかしたカフェやギャラリーなどが増えてきている。           |    |
| 40   | Iターン者の中に地域おこしに意欲的な人が多い。                      |    |
| 41   | 地域に根差した人が頑張らなければ地域おこしは持続しない。                 |    |
| 42   | 活性化への意欲が低下している。                              |    |
| 43   | 生涯学習センター等で開催される経済セミナーは、地域振興の刺激になっている。        |    |
| 44   | 成功した人、活躍している人から学ぶことは多いので経済セミナーは続けてほしい。       |    |
| 45   | 商店主が現地に住んでいない。                               |    |
| 46   | 地域住民との連帯感が薄い。                                |    |
| 47   | 中央通り周辺に若手(20~30代)のつながりが無い。                   |    |
| 48   | <b>観光</b>                                    |    |
| 49   | 大門町周辺の街並みがきれい。                               |    |
| 50   | 善光寺周辺は観光客で賑わいがある。                            |    |
| 51   | 善光寺周辺の商業は賑わっている。                             |    |
| 52   | 善光寺の参拝客が中央通りまで下りて来ない。                        |    |
| 53   | 商品や店構えなど観光地としての魅力を磨くべき。                      |    |
| 54   | お十夜など善光寺の行事と結びつけた商売ができないか。                   |    |
| 55   | アンケートなどを通じて観光客の意見に耳を傾けて活用したい。                |    |
| 56   | 駅前通りに物販店が少なく、居酒屋などのチェーン店が多い。                 |    |
| 57   | 昼間に店が閉まっており、観光客のイメージダウンにつながる。                |    |
| 58   | チェーン店はたくさんあるが、個人のお店が少なく個性が無い。                |    |
| 59   | 長野に対する知識が不足している。(情報発信が不足している)                |    |
| 60   | <b>食</b>                                     |    |
| 61   | 長野らしい美味しいものが少ない。                             |    |
| 62   | 観光地として特色ある長野らしい土産物が少ない。                      |    |
| 63   | ジンギスカンなどの名物が中心市街地で食べられない。                    |    |
| 64   | 一方で、現地で食べることに価値があり、観光にもつながるという面がある。          |    |
| 65   | 駅やインターなど交通結節点や大型施設付近で、土日バザールなどの販売企画を継続的に増やす。 |    |
| 66   | 売れる商品の工夫が必要。                                 |    |
| 67   | B級グルメなど商品の売り方(見せ方)が重要。                       |    |
| 68   | 商工業者のほか農業従事者も参加し、色々なアイデアを出し合える場を作れないか。       |    |
| 69   | <b>交通</b>                                    |    |
| 70   | 駐車場が無い。(分かりづらい)                              |    |
| 71   | 駐車場が一目で分かるような工夫が必要。                          |    |
| 72   | 宅配事業が増えると良い。(高齢者など買い物不便者への対応)                |    |
| 73   | 買い物に行くための交通手段(バス路線・便数等)が不足している。              |    |

【作業部会意見・まとめ(案)】

商業における後継者の育成

まちづくりへの若者の参加促進

商業の活性化に向けた取り組みへの支援と人材の育成

地域における連帯感の醸成

観光客を意識した商業の振興

長野らしい特色ある商業の振興

長野市に関する情報発信の強化

長野らしい名物料理や土産物の創出と効果的な販売方法の確立

農・商・工の連携

駐車場情報の提供

宅配事業の充実や交通手段の確保など高齢化社会に対応した商業の振興

| 行No. | 大項目                                | 分類 |
|------|------------------------------------|----|
|      | 項目                                 |    |
| 74   | <b>周辺地域の商店街</b>                    |    |
| 75   | 青年部(若者)が頑張れば地域の商業は安定する。            |    |
| 76   | 広域に分散している商店街を一律に議論することは難しい。        |    |
| 77   | 地域の特色づくりが必要。                       |    |
| 78   | 各地域の特色をいかした商店が開発されている。             |    |
| 79   | 地域の歴史や魅力を語れる商店であって欲しい。             |    |
| 80   | 合併地域の商店に対する市の取組みが分からない。            |    |
| 81   | 地域の小さな商店が発展していない。(合併により支所からの発注も減少) |    |
| 82   | イベントを増やして欲しい。                      |    |
| 83   | お客への魅力的なPRをもっとして欲しい。               |    |

【作業部会意見・まとめ(案)】

若者を中心とした地域商業の担い手の育成

地域の魅力や特色をいかした商業の振興

商店街のPRの強化

