

■ 令和4年11月24日～25日 経済労働委員会県外調査（埼玉県・東京都）

1 新狭山北口商店街（埼玉県狭山市新狭山2丁目付近）

【調査目的】 行政と協力して商店街の振興に取り組んだ事例について

【調査概要】

(1) 商店街の歴史について

- ・この地域は、本田技術工業等の川越狭山工業団地から始まっている。
- ・50年前に、新狭山北口商店会発足。最初は約30店舗から始まった。
- ・昭和63年には、加盟店舗数が100店舗になる。
- ・平成7年に、商店街の電線地中化が完了。以降、「すかいロード」という名称になる。

(2) 商店街が抱えていた課題・問題点

- ・工業団地ができて、地域も盛り上がっていたが、年々大型スーパーの郊外店が増え、お客さんがそちらへ流れてしまうのと同時に、商店街の売上が激減していった。店舗数が減り、商店会員数も減少してしまった。
- ・10年後には、商店街の担い手がいなくなり、閉店する店舗が増え、シャッター通りになってしまうのではないかという危惧があった。全国的にどこの商店街もこの問題を抱えているが、新狭山北口商店街も同様の問題を抱えていた。

(3) NEX T商店街プロジェクト事業について

- ・埼玉県が「NEX T商店街プロジェクト事業」の募集を開始し、令和元年度から本事業を活用している。
- ・それまでの商店街支援事業というのは、各商店街が単独で手を上げて行政に支援を求めるといったものだった。
- ・しかし、この事業は、市町村が手を上げて、埼玉県に対して、市町村内の商店街を指定して支援を依頼するもの。
- ・この事業では、行政が商店街にお金だけ渡して終わりではなく、商店街の振興のために、どうするのが良いのか、一緒に考える形を取っている。現在も、埼玉県は経過を見ている。
- ・通常の補助金事業では、当初に事業計画を立て、収支の予定をプレゼンテーションしなければならない。また補助金の使用もその範囲内で行わなければならない。
- ・しかし、この事業では、埼玉県と相談しながらではあるが、2年間で500万円の補助金が支給され、使用用途については制約がない。
- ・埼玉県には、経営コンサルタントの請負人が複数名おり、そのコンサルタントに相談し

ながら、商店街の運営を行うこととなる。

- ・新狭山北口商店街はまだ歴史が浅く、伝統はない代わりに、何か新しいことはできないかと、コンサルタントに相談した。
 - ・その結果、ロンドン等のマーケットを参考に、シンサヤママーケットを開催するようになった。これは地域マーケット事業で、基本的には毎月実施している。(最近は、コロナ禍のため開催できなかった)
 - ・この地域マーケット事業は、地元住民にも評判がとても良く、また商店会の外部の人も参加可能で、出店者のほとんどが参加して満足だったと言っている。
 - ・マーケットは、イベントのように集客が目的なのではなく、生活の一部として、いろいろなお客さんに来てもらって、コミュニケーションを取ってもらうことに主眼を置いている。1回の参加者が1,500人前後で推移している。
 - ・マーケット以外にもイベントを開催している。1回の集客は延べ人数が1万5000~2万人くらいとなっている。
 - ・他にも、シンサヤマミュージアムという、商店街のシャッターや壁にアートを描く企画を実施しており、商店街の振興を目指している。
 - ・現在でも、コンサルタントに、商店街の企画等の良し悪しを見てもらっている。
 - ・賛否両論はあるが、地域の人たちには浸透してきており、現在良い形で推移している。
- ・埼玉県・狭山市が本気で取り組んでくれたのがとても大きい。商店街だけでの取組みには、限界がある。

(4) 質疑応答

Q) 500万円の使い道の内訳を教えてください。どのように活用したのか。

A) うち1割はコンサルタント料で、その他は商店会が自由に使うことができる。

Q) 新狭山北口商店街には、店舗兼住宅はあるのか。

奈良県の場合だと、店舗兼住宅のお店を閉められるときに、改装して住宅にしてしまうケースが多い。何とか店舗のままにして欲しいという思いがある。

A) 現在、店舗兼住宅はないが、店舗兼住宅希望の方からの問合せは1件来ており、今後増えていく可能性はある。



2 豊洲市場（東京都江東区豊洲6丁目6番1号）

【調査目的】 生鮮食料品の流通と施設整備の状況について

【調査概要】

- (1) 市場全体
- 街区面積：約407,000㎡
 - 敷地面積：約355,000㎡
 - 延床面積：約510,000㎡
- (2) 施設概要
- ①管理施設等：東京都や各事業者の事務所をはじめ、都のPRコーナーや飲食店等が入っている
 - ②水産卸売場棟：マグロなどの水産物のせりをはじめとした取引が行われる場所
 - ③屋上緑化広場：水産仲卸場棟の屋上にある広場で、太陽光発電等の自然エネルギーの活用のため、太陽光パネルが設置され、ヒートアイランド対策として屋上緑化も進められている
 - ④水産仲卸場棟：水産の仲卸店舗が集まる、豊洲市場で一番大きな建物
 - ⑤青果棟：野菜や果物などの青果物を扱う、卸売場と仲卸売場
- (3) 関係業者
- 水産物
 - (1) 卸売業者 7社
 - (2) 仲卸業者 474社
 - (3) 売買参加者 291業者
 - 青果物
 - (1) 卸売業者 3社
 - (2) 仲卸業者 95社
 - (3) 売買参加者 528業者
- (4) 取扱数量及び金額
- 水産物
 - ・1日あたり 1,296t 1,478百万円
 - ・年間 333,128t 379,899百万円
 - 青果物

- ・ 1日あたり 920 t 315百万円
- ・ 年間 232, 872 t 79, 699百万円

(5) 豊洲市場の特徴

4つのポイント

①食の安全・安心の確保

閉鎖型施設の特徴を活かし、商品特性にあったエリアごとの適温管理が可能なほか、外気や虫、ホコリの流入を抑制することができる。衛生管理にも十分配慮している。

②省エネに取り組み環境に配慮

都内最大級の太陽光発電などの自然エネルギーを活用するとともに、外気冷房システムやLED照明などの省エネ機器の導入や、屋上緑化も行っている。

③効率的な物流の実現と新たなニーズへ対応

卸売場や仲卸売場付近に駐車スペース、荷さばきスペースを配置することにより、円滑な物流を実現する。また、専門小売店、食品スーパー等から求められる加工・小分け・包装等ができる加工パッケージ施設を整備している。

④地域と連携し活気とにぎわいを創出

千客万来施設事業をはじめ、豊洲地区の外周を囲む豊洲ぐるり公園と一体的に屋上緑地化広場を開放するなど、地域のにぎわい創出に取り組んでいる。

(6) 見学ルート

会議室にて説明を受けた後、以下のルートで市場内の見学を行った。

管理施設棟→水産卸売場棟→屋上緑化広場→水産仲卸売場棟→青果棟

・ 築地市場は鉄道輸送を主眼に置いて作られていたため、トラック輸送に必ずしも適しておらず、物流の主流が鉄道輸送からトラック輸送に変わっていくのに伴い、駐車場不足等による交通渋滞の発生等、不便な部分が多々あった。

- ・ その点、豊洲市場はトラック輸送に主眼をおいて作られている。
- ・ 豊洲市場は、全体面積が築地市場の1.8倍。これは、駐車場の面積を拡充したことによるもので、荷さばきスペース等を豊富に確保している。
- ・ なお、仲卸等の面積は大きくはしていない。面積が大きくなると賃貸料が高くなってしまい、業者が好ましく思わないため。

- ・豊洲市場は、閉鎖型施設になったことで商品が風雨等から守られ、また温度管理が適切に行えるようになった。それにより、品質の上昇につながった。
- ・もっとも、その品質アップの分を価格には転嫁できないという課題がある。

- ・豊洲市場は、水産物の取扱量が日本で一番多い。市場内に入ってくる水産物の量が非常に多いため、水産卸売場棟と水産仲卸場棟が分かれている。

- ・青果棟では、卸売場と仲卸場が一緒になっており、中で加工等の作業も行われる。

(6) 質疑応答

Q)

豊洲市場内に、東京都産の売り場を特別に確保している、ということはあるのか。

A)

豊洲市場ではそのような取組は、行っていない。
しかし、他の市場で、実施しているところもある。

