令和６年度　外部アドバイザー会議　会議録

日　　時	令和６年８月 14 日（水）14：00～15：50
開催場所	岸和田市役所　新館４階　第１委員会室
出 席 者	【外部アドバイザー】 和歌山大学　藤田准教授 奈良先端科学技術大学院大学　新井准教授 池田泉州銀行　田中氏 損害保険ジャパン　野原氏 【産業政策課】 上東課長、三宅担当主幹、濵口主任 【事務局（企画課）】 田中課長、髙井担当主幹、上田主任、上担当員
案　　件	企業経営支援事業（ビジネスサポートセンター創設による岸和田イノベーション促進事業）について

●開会
●総合計画「将来ビジョン・岸和田」の概要について説明を実施

●企業経営支援事業の取組ついて産業政策課から以下のとおり説明を実施

岸和田ビジネスサポートセンター、通称キシビズは、本市の中小企業者の売り上げ増進や販路拡大等を支援し、地域経済の活性化と雇用の創出を図ることを目的に設置した経営相談所にあたるもの。静岡県富士市の富士市産業支援センター「ｆ－Ｂｉｚ」をモデルに全国に広がったような形となっている。現在、ご当地ビズと言われるものが、全国に 21 ヶ所ある。

本市のキシビズは令和２年２月に開設し、現在に至るまで市内事業者様の支援に当たっているところ。キシビズの実施主体としては、本市単独でやっているわけではなく、本市と地域金融機関で構成する協議会形式にて実施している。本日はご欠席だが、岸和田商工会議所にも立ち上げの時には、参画していただきご支援いただいたところ。

運営体制としては、令和５年度はセンター長が１名、専門のアドバイザーが５名、サポートスタッフが３名で、センター長については全国公募により選考された人材が担っていた。具体的には、キシビズレポートに記載の５名のアドバイザーである。

資料 1－1 のとおり、本事業の事業費について、令和元年度からの事業費の推移を５年間分記載しているが、令和５年度決算額で約 4,300 万の決算額となっている。

事業の実施主体については、先ほど申し上げた本市と地域金融機関ということで、

日本政策金融公庫、池田泉州銀行、大阪信用金庫、関西みらい銀行の４行が構成メンバーとなっている。目指す将来像及び構造的な課題、事業概要については資料に記載のとおり。

次に、ＫＰＩの４つの指標についてである。

１点目、「支援による創業件数」だが、令和５年度の目標値が 24 件に対して実績が 63 件ということで目標を達成している。

２点目、「支援による課題解決件数」だが、目標値が 120 件に対して 321 件の実績となっている。

３点目、「ビジネスサポートセンター支援件数」だが、目標値が 1,531 件に対して実績が 1,249 件で目標を下回る結果となっている。

４点目、「相談リピート率」だが、80％の目標値に対して、82.9％のリピート率となっている。

次に、令和５年度実施内容についてである。先ほど申し上げたとおり、事業費ベースで約 4,300 万円の実績となっている。

具体的な内容としては、キシビズの開設以降、相談支援を継続して実施しており、センター長はじめ専門アドバイザー、企画広報を担当するスタッフなどによる運営体制によって支援を実施している。

その他の取組や特記事項だが、岸和田市ビジネスサポート協議会の構成メンバーとセンター長が直接相談できるような連携を図った点がある。また、金融機関との勉強会を実施することで、関係強化を図ってきた。

それ以外に、全国のご当地ビズとの勉強会を実施するなど、幅広く支援事例などの情報共有に努めてきた。

次に、事業実施主体による検証、自己評価についてである。ＫＰＩの振り返りとしては、ほとんどの指標において目標値を達成するなど、順調に伸びてきていたが、令和５年度の「ビジネスサポートセンター支援件数」においては、アドバイザーの体制についてさらなる拡充が図られなかったことから、目標値を達成できなかった。

他方、本市の特定創業支援等事業計画に基づいて、キシビズを令和４年度から支援機関として加えたことにより、主に金融機関からの紹介等もあって、新規相談等がコンスタントに伸びてきたため、新規創業者の増加につながったと分析している。

事業実施における課題としては、商工会議所、地域金融機関とさらなる連携を図り、一元的で効果的な支援体制をめざしていくべきところだが、それぞれが担う支援の役割が重複するなど、一元的な支援体制が不十分なところがある。また、商工会議所と

支援機関同士の連携が図れてない部分もある。
　もう１点としては、本事業の核となるアドバイザーの人材の確保が非常に困難で、また、定着もできていないことから、運営体制が属人的となっており、継続的かつ持続可能な運営体制となっていないことが課題と考えている。

　今年度以降の改善内容だが、先ほどから申し上げているとおり、各支援機関との支援体制の基盤強化を図ることが必要と考えている。まずは、商工会議所と岸和田ビジネスサポート協議会の連携の強化が効果的であると考えることから、商工会議所を交えた新たな協議会を設置したい。
　そして、創業・起業や資金調達等、その他事業者が抱える経営課題に対して各支援機関がすでに積極的に取り組んでいる強みを生かしながら、各機関の支援のすみ分け・役割分担を明確にすることで、効率的かつ効果的な支援とし、事業費の削減にも努めていきたい。
　最後に自社商品等のＰＲ、ブランディングを通じての販路拡大や、ビジネスマッチング、新商品の開発等、経営力・稼ぐ力の強化を目的に、それらに特化した専門人材による相談対応を実施していくというところで、現在、再構築を図っていこうと取り組んでいる。

●以下のとおり質疑応答・意見交換を実施

野原（損害保険ジャパン）

　ＫＰＩの振り返りのところで「関係機関からの紹介等もあり」という記載があったが、新規相談の中で、逆に紹介ではないものはどれぐらいあるのか。

産業政策課

　金融機関からの紹介が約３割程度であり、その他、本市のＰＲや事業者の口コミなどが約７割程度である。

田中（池田泉州銀行）

　ＫＰＩについて、目標値や実績値は単年度の実績なのか。

産業政策課

　ＫＰＩの数値は、年度ごとに単年度の実績を記載している。

新井（奈良先端科学技術大学院大学）

　金融機関からの紹介が３割とのことだが、支援を受けた事業者からの口コミも大事だと思う。もう少し内訳がわかれば教えていただきたい。

産業政策課

　知人・友人からの紹介が３割、金融機関様が３割、ホームページ・チラシ・ＰＲ等で２割となっている。あとは市役所に来庁された事業者や、その他を含めて２割程度となっている。

野原（損害保険ジャパン）

　ＫＰＩの「支援による創業件数」について、これにカウントされる基準としては、あくまでも携わった相談者が創業した場合に計上されるようなイメージなのか。

産業政策課

　創業の相談に来られ、その後、実際に創業されたということで証明書等を発行した数である。

田中（池田泉州銀行）

　ＫＰＩ「ビジネスサポートセンター支援件数」については、どのようにカウントしているのか。

産業政策課

　キシビズでは、１コマあたり１時間の相談会を行っており、その年間の総コマ数と考えていただきたい。

野原（損害保険ジャパン）

　先ほどアドバイザーの確保が難しいということだったが、現在は先ほどの人数体制で運営しているのか。

産業政策課

　先ほどのセンター長１名、センター長を含む専門アドバイザー５名という体制は、令和５年度末までの体制となっている。

　令和６年度については、センター長がキャリアアップ等の兼ね合いからこの事業から離れられ、今はチーフアドバイザー１名と専門アドバイザー１名、スタッフは産業政策課職員で対応しているところ。また、金融機関からもそういった相談対応ができる人材を、必要に応じて派遣をしていただいている状況である。

野原（損害保険ジャパン）

　人数体制、アドバイザーの拡充が図れなかったということが原因で、目標値を達成

できなかったという振り返りがあったと思う。
　そのような中で、キシビズの中だけですべてをやるということではなく、例えば創業の相談があったときに、創業するまでのロードマップを用意した上で、次の段階に関しては商工会議所につなげる、あるいは金融機関につなげるというような形はどうか。その中で人を囲うというよりは、提携のようなイメージでキシビズがコントロールをしながら、関係機関とうまくつなげていくことができれば、キシビズの体制が仮に整わなかったとしても、運用していくことが可能ではないかと感じた。

産業政策課
　ご指摘のとおり、各支援主体に支援体制を設けようとすると、人材の確保や人件費などの事業費に負担がかかることになる。
　それが現実的ではない中で、支援機関との連携強化、連携基盤の強化というのが非常に重要になってくる。そこで、今年度、その点の改善を図るべく、商工会議所とも議論をさせていただきながら、本市にとって必要な事業者支援とは何かというところを協議・検討している。

新井（奈良先端科学技術大学院大学）
　ＫＰＩは順調であり、特に創業件数が多くなっている。他のＫＰＩについても、予算が令和３年度をピークに少し落ち着いている状態であり、かけたお金に対してそれなりの効果が出ていると感じる。
　キシビズレポートにも、支援を受けた事業者がよいと感じた点について記載してあり、そのようなフィードバックが掲載されていて、このような情報がしっかり発信されていれば、それを見てまた認知が広がり、相談件数が増えるのではないかと思う。
　先ほど相談者の内訳で、金融機関の紹介が３割、知人・友人の紹介が３割、ホームページ・チラシ等が２割、市役所来庁者とその他が２割ということで、バランスがよいと思う。ただ、ホームページ・チラシ等が２割ということで、ここはまだ上げていける余地がありそうな気がする。おそらく金融機関の紹介、市役所来庁者の部分は、大体似たような傾向があると思うので、メディアをうまく使って伸びしろがある部分に取り組むとよいと思う。
　メディアの使い方については、できれば創業支援を受けた人々のコミュニティができるとよいのではないか。例えば、ＳＮＳでグループがあるとか、商工会議所でも青年のグループがあるように、そういう属性ごとにグループができると思う。その上で、その人々の近くの人に、キシビズでこんな支援を受けた、こういうアドバイスがあったというような形で口コミ的に広まればよいと思う。

田中（池田泉州銀行）

ＫＰＩの進捗については、十分な達成度だと感じている。「ビジネスサポートセンター支援件数」が、目標値より下回っているものの、指標の内容が総コマ数ということで、先ほどもあったように体制に課題がある中、「支援による創業件数」の実績は良好だと感じた。

事業者アンケートに関して、2013 年に一度取られているということだが、アフターコロナという状況もあるので再度アンケートを取ってはどうか。もしかすると、新たなニーズが出されて、そこから何かヒントが出てくるかもしれない。事業者のニーズも大きく変わっているのではないかと思うので、ご検討いただきたい。

人材の面に関しては、弊行の取引先の特に中小企業においても大変喫緊の課題であり、そのようなニーズも対応するため、弊行でもサポートを行っているところ。キシビズのアドバイザーのように、人材の確保が非常に難しいことはよくわかる。そのような中、ＤＸ化を図れるところはＤＸ化を実施していく必要があり、それによって時間を作り、必要なところに人をあてることが求められる。

新たな協議会については、商工会議所が市内の事業者を束ねているので、できれば市と商工会議所、弊行を含めた金融機関がタッグになって進めていきたい。今回挙がっている課題についても、色々と解決できる部分があると思うので、新たな協議会に期待したい。

藤田（和歌山大学）

ＫＰＩに関しては、皆さんご指摘のとおり、十分すぎる数字ではあると思うが、厳しい言い方をすると「支援による課題解決件数」の目標値を高く設定しすぎたのだと思う。担当できるアドバイザー等との兼ね合いで、すでに飽和状態になっていると思うので、十分達成していると判断するほうが適切だと考える。

「相談リピート率」も８割を超えてきているところで、かなり信頼を得てきていると考えられる一方で、その残った２割弱について、どういったところに不満を感じているのか探る必要があると思う。

人材の部分、アドバイザー等の確保の部分に関しては、類似の取組が全国的に増えている中で人材の奪い合いが起き、条件の優劣やその人のキャリアアップ等もあって、なかなか確保することは難しいと思う。

一方で、先ほどのご意見のとおりで、金融機関等と一致結束するということが大切だと思うが、商工会議所にもきちんと関わっていただくことが、これから再構築していく上で重要になる。さらに、その中で、商工会議所の現場レベルの指導員などに、どのように関わりを持っていただけるかが問われる。

その上で、やはり分業体制が重要。お金に関しては、金融機関の方が一日の長があるわけで、具体的な計画の立て方や書類の書き方などは、商工会議所が慣れている。そして、キシビズは、新しいアイデアなど知恵の部分を作っていくというように、そ

れぞれが綺麗に分業してやっていける、そして、タッグを組んで進めていくことが大切だと思う。そこのどれかが欠けると、なかなか厳しいというのはこの数年の実感だと思うので、そこをうまく作り直していく必要がある。

それと同時に、めざす方向性が重要ではないか。キシビズがめざす方向性と、ニーズとの兼ね合いがあるとは思うが、今、キシビズで達成できてきている新規創業は、スモールビジネスの立ち上げが中心だと思う。もう一方で、総合計画の中でいうとイノベーションが主眼としてあったと思うので、そこのところがこれからの課題、次なる課題だと考える。

また、先ほどご意見があったとおり、ニーズが変わってきている中で、そのスモールビジネスについては一定成果が出てきているのは間違いないが、それと同時に、もう一方の課題であるイノベーションという部分に、どうキシビズが関わりを持っていけるかというところを考えていく時期に来ていると思うので、そのあたりどうお考えかお聞きしたい。

産業政策課

新規創業は徐々に伸びてきているが、事業者の規模でいうと、やはり個人事業主が圧倒的多数を占めており、総合計画でいうような雇用の創出やイノベーションの創出を図っていこうとするのであれば、それなりの規模の企業を支援していかないといけないが、そのような規模の新規事業の立ち上げもなかなか難しいところ。

そうすると、本事業とは別に、企業誘致も合わせて取り組む必要があり、企業の誘致と既存事業者の育成・強化という２本柱でやっていくことが重要だと考える。

藤田（和歌山大学）

種をまくという意味では、スモールビジネスの創業が非常に有益なところだと思うが、イノベーションまでたどり着けるかどうかについては、まだまだ先のところという感じもするので、やはり既存事業者の中で、よりステップアップしていきたいという企業のニーズをどう掘り起こしていけるかがポイントになる。

それと同時に、イノベーションを起こしていく上では、キシビズのアドバイザーがよそから来ていることを強く生かしていく必要がある。スモールビジネスのサポートは、既存の支援機関でも従来対応できていた部分だと思うので、せっかくのアドバイザーを活かして、よりステップアップしていきたい事業者のニーズを何とか拾っていけるようなところを考えていく必要があるのではないか。

産業政策課

キシビズそのものが今のニーズにあっているかどうかも踏まえながら、今後本当に必要な事業者に対する支援体制を検討していきたいが、やはりこういうような伴走型

の支援も必要であると我々は考えている。その中で、商工会議所、金融機関とのすみ分け、それぞれが強い部分はそれぞれで担いながら、どこを尖らせるのかを各支援機関と検討し、新たなあり方を構築していくべきだと改めて認識した。

藤田（和歌山大学）

第１期として、キシビズがある程度浸透したという意味では、非常にこれまでの事業が有益だったと思うので、そこを踏まえてご検討いただきたい。

産業政策課

キシビズの支援は、基本的にスモールビジネスへのサポートであると同時に、イノベーションだと思っている。具体的には、ＳＮＳやホームページさえやってなかった事業者が、それを新たに始める。そんなことは意外に簡単なことで、やってみたらすごく反応があり、受注して作るだけじゃない、工場自らが製品なり技術をアピールするということがスモールステップ、スモールビジネスだと理解している。

イノベーションという意味では、自分が作っていたものを、少し見方を変えて、ターゲットを変えて、ターゲットを絞って、商品名を変えて売り出すということで、会社のイノベーション、具体的には経営者の発想の転換につながっている。

そういった経営者の気づきだとか、後押しをすることが、新たなビジネス、スモールビジネス、そして、その先の経営のイノベーションにつながっていると理解しているが、藤田先生のお考えを教えていただきたい。

藤田（和歌山大学）

キシビズレポートに挙がっているものには、確かにイノベーションだという部分もあるとは思う。ただ一方で、新規創業でいうと、いわゆる個人事業主が中心となっており、そういう意味でスモールビジネスだろうと思われる。

確かにイノベーションとしての側面が少しずつ出てきてはいるとは思うが、新しい領域へ足を踏み出していくとか、総合計画でうたっているもう少しステップアップしたようなイノベーションをめざしていく必要がある。

それぞれの事業者が新しく一歩を踏み出すことも、確かにそれはイノベーションではあるが、総合計画的な意味でのイノベーションという部分でいうと、もう少しステップアップ感が欲しいという気がする。

産業政策課

総合計画に加えて、産業分野の個別計画にあたる「新・産業ビジョン岸和田」の中でも、イノベーションなど具体的にめざすところはうたっている。ただ、このキシビズでめざす部分は、基本的には中小企業への伴走型の支援であり、新産業の創出まで

のイメージはもともとない。
　あとは、皆さんご指摘のとおり、事業者支援を行っているところはたくさんあるが、すべて平均点までしかできない、やってないという状況があると思うので、そうではなく、その事業者に合った支援機関の支援によって、伸ばせるところを突き抜けるところまで伸ばす必要があるだろうと考える。
　金融機関も融資はするが、融資するためにはもう少し事業計画を練らないといけない、あるいは、最終的にはどんなよい事業計画を持っていっても、担保がなかったら融資できないというような話もある中で、そういうことではなく、1 件でも 2 件でも新規の販売先を見つけましょう、1 個でも 2 個でも商品を売りましょうということをめざしてやっており、それがキシビズの役割だと思っている。
　キシビズに相談に来た事業者であっても、必要であれば商工会議所につないでいるし、融資であれば金融機関につないでいくけれども、融資する以上はもう少しブラッシュアップしたほうがよいということであれば、金融機関とやり取りしながら支援させていただいている。
　他方で、キシビズに合わないという事業者ももちろんいらっしゃる。相談リピート率を見ても２割の事業者は不満を持って帰られるが、求めているものが違うのだから、それはしょうがないと思う部分もある。補助金が欲しい、融資を受けたい、人材を確保したい、得意先を新たに見つけたいというのであれば、それぞれに合った適切な支援機関や民間のコンサルへ行ってもらえばいい。我々としては、商工会議所や金融機関のほかにも、キシビズという選択肢が１つあるということ、その選択肢を増やすことが重要だと思っている。そういう意味で、今後もそういう場所は作っていきたいと考えている。
　その上で、専門家の確保が難しいという話をしたが、融資の専門家や査定の専門家、商品開発・アイデアの専門家など様々な専門家がいる中で、ここで求めている専門家は、それらをトータルで判断できる専門家だと思う。例えば、相談者に対して、その場合なら商工会議所の支援が有効で、ここの専門ではないから商工会議所へ行きなさいと言える人が必要だと思うし、キャッチーなことが考えられる、この会社は面白いとかあるということであれば、キャッチコピーを考えられる人との人脈を持った人材が必要。
　そこは、先ほど申し上げたように、全国のビジネスサポートセンターと連携を取りながら、アイデアや情報を交換しながらやっていく、こういうことができるトータルコーディネーターのような専門家が必要だが、その確保は非常に難しい。その中でも、例えば常設ではなく交代であっても、キシビズに行けば何かしらのヒントがもらえるよね、ステップを教えてくれるよねという場所は作っていきたいと思う。

藤田（和歌山大学）

先ほど、支援が属人的になってしまっているという話があったが、そこをどう組織的な対応にしていくかという点が、次のステップでの重要な課題だと思う。旗振り役をどう捕まえて、さらにその旗振り役のもとで、組織的な対応が可能となる仕組みをどう作っていくか。難しいとは思うが、再構築はそこをめざして考えていただく必要がある。

産業政策課

体制の再構築に向けては、各支援機関との連携をしっかり取ることが大前提だと思っている。そこは少し我々も突っ走り過ぎたかなという反省点は持っているので、まずはしっかりと連携をしていく。それと同時に、各々が持っている得意な部分で全力のサポートをしていきましょうということを、みんながしっかりと認識して進めていきたい。

新井（奈良先端科学技術大学院大学）

全国にビジネスサポートセンターの取組が広がっているが、その人材の共有について協議をしたことはないのか。

産業政策課

全国的に人材確保が非常に課題な状況ではあるが、現状アドバイザーが不在なので、このご時世オンラインでの支援も可能であり、応援体制としてそのようなネットワークを活用していきたい。

また、この５年間を通じて感じたことは、１つの支援機関ですべてのアドバイザーを賄おうとしてきたが、それには限界があり、結果として属人的な支援体制になってしまっている。今後は、やはり各支援機関と手を取り合いながら、支援を強化する必要があると思っている。

新井（奈良先端科学技術大学院大学）

他のビジネスサポートセンターでも、創業希望者など同じような人を対象にしており、互いのコンセプトは一致していて、アドバイザーの認識にもずれはないと思うので、あとは地域ごとに違う商工会議所の温度感とか、元々の地の利の状態などを踏まえて、ローカルのビズがうまくつなげることができればよいと思う。

ビジネスサポートセンターの事業は、もともと経産省の予算を活用していたのか。そうであれば、交付元の経産省にしっかりとフィードバックすることで、また国の予算がつくのではないかという期待ができると思う。

産業政策課

もともとこういったビズモデルは、経済産業省等々と始まったところ。本市が活用しているのは、内閣府の地方創生推進交付金で、まち・ひと・しごと創生という目的の交付金となる。

本市のような取組として、国は各都道府県によろず支援拠点を設置し、同じようにアドバイザーを配置している。相談者に対応できるような相談所というのは、全国にあるのはあるが、自社の強みを活かしながらアドバイスを行えるのがこのビズモデルであり、スタイルに若干の違いがある。

新井（奈良先端科学技術大学院大学）

総合計画の重点目標では、産業だけではなく観光も挙がっているが、観光で言うと今はインバウンドが増えており、それをチャンスにしている人が多いと思う。例えば、今の近鉄奈良駅の周辺は人だらけで、10 年以上前だとよくある地方の商店街で、そのうちに衰退していくのだろうなと思っていたのが、人が真っ直ぐ歩けないくらい観光客だらけになっている。

岸和田にも資源があるし、その資源の周辺での開業などを行おうと思うと、やはり行政のサポートは必要だと思う。福岡では、以前の屋台の営業は既得権益のようになっていたが、それを全部排除して、公募制でブースを取れるようになっている。やはり行政が仕切って、その中で公募してやる気がある人、新しい人に入ってもらえるように整備することは必要だと考える。

キシビズに相談が来る中で、そういう場所の整備など、行政でやる内容がわかってくればよい。例えば、岸和田城の建物の中は難しいかもしれないが、周辺に屋台などのブースを作るとか、観光の動線の整備などをうまく行うなど、そういうことはできる部分があるかと思う。

産業政策課

観光の話題に関連して、岸和田駅前の駅前通り商店街が大阪府の補助金を活用し、商店街の活性化を目的に観光コンテンツ型として誘客を行う取組を行っている。具体的には、観光の核となる岸和田だんじり祭を絡めたモニターツアーを実施し、それによって観光資源を案内しながら、岸和田駅前にはこういう商店街があるということをアピールしていく。この取組の成果・効果がどれぐらいあるのかについては、また検証が必要となるが、商店街の活性化のため観光を取り入れた取組は進められており、それに対する支援については我々行政も取り組んでいる。

事業者の支援については、これだけやったらよいというものはなく、様々なことに取り組む必要があり、本日のご意見を聞いていて非常に参考になった。

産業政策課

新井先生のご意見に関連してお聞きするが、インバウンドなどの外部要件によって発生したことに対してどう対処するかという点について、観光の視点で言うと取り組むべきだと思うが、経営の視点で考えたときに、どこまで頼るべきなのか。インバウンドも流行り廃りと同じものだと思う。

先ほどの奈良の事例でも、経営者がどこまで努力されたのか。インバウンドがたまたま来たから、儲かっているだけかもしれない。そして、インバウンドが来たのは、もともと奈良の文化と歴史があって、脈々と守り引き継がれてきた文化があるからであり、頑張ってきたのは歴史を守ってきた人たち、まちの人たちという部分があるかもしれない。

経営を考えるとき、事業者支援として見たとき、その外部要因をどこまで取り入れるべきなのかという点が、いつも疑問に思っている。

もう１点は、例えばお城の周りとかにそういう場所を作って、創業者を誘導してあげるなど、行政の支援も大事だと思う。一方で、これは経営者が自ら事業でやっているので、なぜ税金を使ってその儲けを助けるのかという考え方もある。我々がキシビズを通じて支援する中で、どこまで支援すべきかという線引きはやはり持っておくべきなのか、それに対するアドバイスがあればお聞かせいただきたい。

新井（奈良先端科学技術大学院大学）

奈良の商売は、よく「大仏商売」とも言われていたが、宿泊施設が少なく、京都や大阪に泊まっている人が１日だけ日帰りで観光するというような地域課題を抱えていた。そのような中で、公共が持つ空き地を提供し、そこにホテルが建設されるなど、公共からの整備に取り組んでいることが、様子をみていてわかる。ホテルの数は倍増どころか、何倍にも増えていて、ようやく奈良市内に人が滞在することができるようになっており、そのあたりに行政の取組の成果が出ていると思う。

商店街はラッキーな側面もあるが、駅前でのんびりと商売していた店が、突然、喫茶店になるなど、インバウンド客のニーズをうまくつかんでいる。

もう１点については、少なくともその土地にひもづく商売なので、必ずその収益から出る税収は、そのまま市に返ってくる。十分活用できていないところを整備することによって税収が増えるようになるのであれば、取り組む価値はあると思う。お城や公園の管理については、むしろコストにしかなっていないと思うので、そこから収益を上げるのは、逆に理想的ではないか。

田中（池田泉州銀行）

岸和田市の観光振興について、色々と試行錯誤されているのは承知している。ＤＭＯについても、理事長に永野市長が就任されて、何とか泉州エリアとして推進していこうと取り組まれていると思う。

また、地域のまちづくり方針を活かしてなんとか地域を振興しようとしている中で、観光課の方でも地域の意識づけに大分苦労されていると感じる。いずれにしても、今後に期待したいと思う。

藤田（和歌山大学）

観光においてインバウンドなどのチャンスは、チャンスとして活かせばいいが、この間、コロナ禍で我々が学んだことは、それだけに依存したら痛い目に遭うということ。やはり「one of them」にしていかないといけない。観光もありますという形でないと、観光だけに依存したら、また手痛いしっぺ返しを食らうタイミングがどこかでまた出てくると思う。

もう一つの税金を使ってどこまで民間事業に対して支援するのかという点については、非常に悩ましい問題だと思う。産業活性化だけではなく、例えば空き家対策でも同じだが、空き家が目立つから税金で全部更地にすればよいという話ではない。どこまでという線引きは、非常に難しいとは思う。

一つの判断の基準として、市民の生命などに対して直接的な危機が及ぶかどうかということはある。一方で、こういった事業活動に対する支援は、そういった性格のものではないので、やっぱり非常に悩ましいところ。まして個人の事業活動だと言ったら、私的営業に対してなぜ税金を使って支援するのかという話になると思うが、それを場所の問題として捉えれば、例えばまちの玄関口の整備という話をしたときに、それを税金で実施していくということは、一定程度の合理性は保たれてくると思う。

ただ、それ以上のところは、税金でやっていいのかという話になってくるので、どうしても最低限のラインを整えるぐらいになってくるのではないか。

産業政策課

一言で言えば、公益性があるかないかだと思う。先ほどのお城の周りのお店だとか商店街についても、その事業者のために整備するのではなく、市のシンボルであるお城や駅前をより活性化しよう、そこににぎわいを作りましょう、人が集まる場所にしましょうという目的がまずあるべきで、そのために、例えば店があった方がよいので事業者を支援するというような考え方が必要だと思う。

また、空き家は個人の所有なので、行政はあまりお金をかけていない。それに比べて、産業分野では多額の事業費をかけている。特にコロナ禍では、ほとんどの事業者にお金を配った経過があり、災害級とは言われるもののやり過ぎではないかという意見もあったと思う。政策を考える際には、どこまでを行政が支援すべきなのかという線引きを常に意識しておく必要がある。

藤田（和歌山大学）

コロナ禍で行動制限がかかったときは一時的であり、事業者への広い支援はやむを得ない部分は確かにあったとは思うが、その後に追加で出したことには疑義が存在するところではある。
確かに産業分野にはお金がかなりつぎ込まれて、そのような指摘もあるとは思うが、それは使い道の問題だと思う。こういった新規創業の支援であるとか、地域の産業を活性化する方向に対してお金を出し惜しむのは、本末転倒ではないか。そこはむしろ堂々と使っていいのではないか。

産業政策課
そういう意味でこのキシビズは、１社１社の足元を固めて底上げし、稼ぐ力を高めて、地域経済循環率の向上につなげるための取っ掛かりの事業となっている。だから国から地方創生推進交付金をもらって実施しているのであり、本来は地方創生につながったかどうかというところを評価するべきだと思う。ただ、そこの評価は難しい。

藤田（和歌山大学）
現状の評価の仕方にも問題があるとは思うが、少しでもお店とか事業者が増えて、何かまち中が少し明るくなったと言えるのであれば、それは効果があったと判断してよいと思う。
経済効果が計算上プラスにならなかったら効果がないとするのであれば、ほぼ全国のどこも失敗しているのではないか。

産業政策課
途中でお話いただいた、支援を受けた人同士のコミュニティの場の創出について、実現できればさらなるＰＲにつながるとは思うが、難しいところもある。
キシビズの利用者に積極的なＰＲをお願いするものの、実際はうまくいかない。想像するに、キシビズは無料で相談できるので、あんまり他に知られたくないということや、役所の相談機関に行っていることを知られたくないということが原因かもしれない。

新井（奈良先端科学技術大学院大学）
理由を直接聞いてみてもいいのではないか。
他には、例えばＳＮＳで発信するときに必ずハッシュタグにキシビズを設定するとか、ウェブページにはバナーを入れてもらうとか、それらを支援の見返りとしてみて、それでも難しければ、本当にそうなのかもしれない。そのような効果測定を考えておけばよかったと思う。

野原（損害保険ジャパン）

キシビズレポートを初めて見たが、キシビズがどういうことをしているのか、どういう効果があって、どういう声が返ってきているのかが、すごくわかりやすかった。こういうものを目につくようにしてアピールできればよいと思う。

例えば、相談者の声のページを表紙にするなど、興味のある人が自分にとって価値があるかもしれないと思えるようにしておき、そういう人が来る場所に置いてあればいいと思う。

産業政策課

キシビズレポートは報告書の位置付けになっており、ＰＲ用には様々なパターンのチラシなども活用している。

一方で、せっかく作るのであれば、ご意見を踏まえ表紙の見せ方などに改善の余地があることを認識した。

●意見交換を踏まえ、本事業の評価として、本事業が「ＫＰＩの達成に有効であった」と整理することを確認

●出された意見等を踏まえ、引き続き事業改善の検討を行うことを報告

●閉会