

<統計データ>

- 事業所数・従業者数ともにH24を境に微増が続いている。
(小売業事業所数:H24/319→H28/335)、(小売従業者数:H24/2,582人→H28/2,980人)
- 従業者規模の内訳を見ると、市内事業所の約9割は従業者数が10人以下の小規模事業所。
- 小売吸引力が低下しており、他地域に買い物が流出している傾向にある。
(H19/0.87→H28/0.68)

<商工会アンケート>

- 回答者の56.5%が、5年前と比較して直近の売上が10%以上減少したと回答。
- ITの利用状況について該当するもの: ①自社ホームページ・自社ECサイト、②キャッシュレス決済システム、③財務会計システム(上位3項目)
- 経営上の問題点: ①収益の確保、②顧客や販売先の拡大・開拓、③顧客・需要・ニーズの変化(上位3項目)
- 望まれる支援策: ①PRや販路開拓、②イベントや共同販売事業、③新事業・事業転換(上位3項目)

<関係団体ヒアリング>

- 羽村は人口・面積ともに小さいのでどんな事業でも羽村市内だけで売上をまかなうのは難しい。近隣の市町村含め商圏としないと厳しいと思う。
- はむらいい市場の認知度は低いが、始めた時より倍増している。年配の人に喜んでもらえている。
- 個店ができることを考えると、負ける分野では勝負しない、例えば価格勝負ではなく専門分野で戦う、その分技術は身につけないといけない、といったところ。
- 承継予定者はいない。朝早いなど労働環境が厳しい、現状冷え切った業界で継ぐことは考えられない。
- 業種によって、下積みが厳しい・長いというところから新しく個店を始める人は少ないのではないか。
- 店主を先生にして中学校などで授業をすれば、もっとお店を身近に感じてもらえるのではないか。
- 短期で終わらない息の長い補助金があると、腰を据えて事業が実施できる。
- はむらいい市場の取り扱い品目を増やす→配送料の助成をする→実績を増やす→販路拡大、となるのではないか。
- 「まちゼミ」は地域のつながりを回復する良い手立て。準備をしていたがコロナで頓挫してしまっただけ、何とか実現したい。
- 小売店も時短営業や休業により、感染拡大防止に努めつつ事業継続に努力している。支援策はないか。
- 羽村には名産品がない。お土産需要を拾えていない。
- 接待を伴うお店は、大概飲みに行く時の2件目である。まん延防止措置などで「20時閉店」と言われてしまうと全く集客できない。
- 駅前など立地が良く、床面積も大きく、従業員を抱えている店舗は家賃や従業員の給料、社会保険などの固定費が大きく、協力金だけでは足りない。従業員も生活できなくなっている。
- カラオケ設備やLED看板などは、お店を開けていなくても一定のリース料がかかってしまう。補助があるとありがたい。
- 理美容に行く頻度が減っていると聞かすが、都内へ行く機会を減らしたいという考えから地元の美容院に行く人もいそうで、忙しくなっているところもある。
- 羽村駅前の人通りはこの30年で半分ほどに減ったと思う。駐輪場も前より空いている。
- 昨年、学校給食が止まったことで野菜が余った時に、事業者が買いあげたり、譲ってもらったりした。これは市内で生産者と消費者の距離が近い、小回りがききやすいということの現れではないか。
- 製造業が多くいると来店客も増える。大手企業の人員は減っており、残業がなくなったので夜飲みにいけないう話も聞く。市外の企業の増減も影響が大きい。
- 市域が狭いことから、客同士に顔見知りが多いと感じる。田舎のような繋がりが東京であるのはあまりないのではないか。
- コロナの影響はあるものの、お客さんに店を忘れてもらいたくない。忘れさせない施策はもっとできるのではないか。
- リスクを取って新事業展開を行う人や融資を受けることを決意した人に対する支援・セーフティネットの充実を求めたい。挑戦する・挑戦したい人への支援が重要。



抽出されるキーワード

経営

商圏の拡大・
販路開拓

専門性の
特化

金融支援の
充実

時宜にあっ
た補助事業

成長

ニューノーマ
ルへの対応

買物環境の
整備

名産品の
開発

創業支援

連携

地域との
繋がりづくり

商店会等の
共同事業の
支援

異業種連携

人材

雇用維持
対策

後継者育成

事業承継
支援

にぎ わい

イベント・
共同販売の
実施

中心市街地
の整備推進