

基本政策 1 市内で買い物が不便なくできる

【基本政策の方向性】

高齢化による消費者の変化などに対応するため、新しい商業者を育て、創意工夫による魅力づくりに取り組む“頑張る個店”を応援することで、市内で買い物が不便なくできる“まち”を目指します。

5年後の目指す姿

「市内消費の拡大」

市内だけで必要な買い物を済ませることができる環境づくりや魅力ある商店づくりなどに取り組み、市内消費の拡大を目指します。

【数値目標】	現状値	目標値
市内消費の割合（食料品・日用雑貨等） （埼玉県広域消費動向調査）	69.2%（R1）	⇒ 75.0%（R7）

基本施策

1－1 買い物利便性の向上

高齢化の進展や小売店舗の閉店等により、日常の買い物に不便を感じている市民の買い物利便性の向上を目指します。

【KPI】	現状値	目標値
近隣の店舗や商店街の利用頻度の向上 （商業活性化ビジョンアンケート）	7.1%（R1）	⇒ 12.4%（R7）

【主な取り組み】 買物支援

買い物ができない、または買い物が不自由な高齢者や乳幼児のいる家庭等に対し、商店街が実施する移動販売、販売代行のサービス実施など買物支援を行います。

【KSF】	現状値	目標値
買い物支援策の実施	—	⇒ 1事業以上（R7）

1－2 商店街・商店の活性化

暮らしを支える買い物の場、地域コミュニティをつくり出す場としての役割を担うよう、商店街・商店の活性化を目指します。

【KPI】	現状値	目標値
小売業の事業所数（経済センサス）	537 事業所（H28）⇒	550 事業所（R7）

【主な取組み】 商店会等組織の再構築・強化

地域の賑わいや認知度の向上、消費の拡大を目指す商店会等が実施するイベントへの支援など、組織の再構築、強化に取り組みます。

【KSF】	現状値	目標値
組織強化に取り組んだ商店会数（実績）	2 商店会（R1）⇒	4 商店会（R7）

1－3 個店の経営力向上のための支援

創意工夫による魅力づくりに取り組む“頑張る個店”を、様々な機会の提供など、積極的に支援し、個店の経営力の向上を目指します。

【KPI】	現状値	目標値
支援した事業所の満足度 （支援事業所アンケート（仮））	— ⇒	75%以上（R7）

【主な取組み】 個店の魅力・認知度の向上

“頑張る個店”が実施する、経営改善、研究開発、人材育成及び販路開拓の事業に対し、産業振興基金¹を活用した支援を行うなど、個店の魅力・認知度の向上に取り組みます。

【KSF】	現状値	目標値
一店逸品運動参加事業所数	34 事業所（R1）⇒	40 事業所（R7）

¹ 産業の振興に関する施策の推進に必要な経費の財源に充てるための基金

1-4 販売促進

利益の向上、持続可能な商業振興を進めるため、消費者に対し、商品やサービスの購買意欲を高める働きかけを行うなど、販売促進を図ります。

【KPI】	現状値	目標値
小売業の年間販売額（経済センサス）	86,981 百万円（R1）	⇒ 89,087 百万円（R7）

【主な取組み】 関係機関等との連携による PR の推進

ららぽーと富士見店舗内での PR 活動やイベントの実施など、関係機関等との連携による PR の推進に取り組めます。

【KSF】	現状値	目標値
いい富士見の日（毎年 11 月 23 日）参加店舗	92 店舗（R1）	⇒ 100 店舗（R7）

関連する SDG s ゴール



“頑張る個店”を積極的に応援し、経営力を向上させるとともに、包摂的な発展を目指し、起業支援や創業支援に取り組めます。 関連ターゲット（8-1）



産業振興基金を活用した支援などにより付加価値創造を促進し、多様で魅力ある個店の増加に向けて取り組めます。 関連ターゲット（9-b）



消費者ニーズをとらえた魅力ある個店を増やすとともに、市内消費の促進のための支援に取り組めます。 関連ターゲット（12-a）

関連計画等

富士見市第 3 次商業活性化ビジョン（令和 3 年度～令和 8 年度）

関連部署

まちづくり推進部 産業振興課

