

## 令和4年度 商業振興補助事業審査委員会（第4回）議事録

- 1 日時 令和4年7月28日(木)14時00分～15時30分
- 2 場所 横須賀市役所本庁舎3階302会議室
- 3 出席委員 安食 静二 (INPIT 神奈川県知財総合支援窓口 窓口支援担当者)  
石井 健次(公益財団法人横須賀市産業振興財団主幹)  
大場 保男(公益財団法人横須賀市産業振興財団商工相談員)  
佐藤 廣(横須賀商工会議所産業・地域活性課長)  
為崎 緑 (公益財団法人横須賀市産業振興財団商工相談員)  
熊澤 彰(横須賀市文化スポーツ観光部商業振興課長)
- 4 事務局 文化スポーツ観光部商業振興課 三本木主査、宮本主任、水野
- 5 傍聴者 0名

### 6 議事内容

#### (1) 審査スケジュールについて

(事務局)

本日は商店街地域資源活用事業を1団体1事業、にぎわいづくりイベント事業3団体の審査を予定している。(※資料2参照)

#### (2) 審査方法について (※資料3参照)

(事務局)

##### 【商店街地域資源活用事業】

商店街地域資源活用事業は、商店街が既に商店街の地域内で認知されている本市地域資源を活用し、地域外へのPRを進め、商店街の活性化を図るための事業である。別添採点表に基づき4項目×各5点=20点満点で評価を行い、審査委員の合計点数が70%を超えるものを採択する。

##### 【にぎわいづくりイベント事業】

にぎわいづくりイベント事業は商店街が賑やかしや集客などのため、主に定期的に取り組んでいる販売促進を伴うイベント等の事業である。本事業に関しては、採点を行わず、より良い事業を実施するための意見や助言等をいただきたい。

#### (3) 地域資源活用事業

- ・ 協同組合追浜商盛会  
質疑応答

(協同組合追浜商盛会)

追浜ワインを作っていたが、ぶどうを作っていないところでは地名を名乗れなくなった。名前が使えなくなり、更にコロナ禍で厳しいなか、そろそろ新商品

を作りたいと考えた。売上についても昨年はこの時期488本だったが今年は217本と落ちてきている。追浜の方が地方にお土産に持って行くのに追浜の銘柄だから持って行くことができた。ヴェルニーワインだと知られていない。ワインやカレーは売れている。追浜の名前が地域の方達には愛着があるのでヴァリエーションを増やしたい。地元のコミュニティカフェにはお年寄りが多いので羊羹がいいと考えた。補助金を使って赤と白を開発したい。

(委員)

羊羹には追浜の名前を付けることができるか。

(協同組合追浜商盛会)

できる。

(委員)

形や大きさは。

(協同組合追浜商盛会)

形は通常の長方形。小ぶりで手ごろな値段にする。1,300円のケーキを作ったが手を出しにくい。羊羹は小ぶりで買いやすい価格にできる。種類を作りセットで売る。

(委員)

羊羹は大きいと持て余したりするので、ミニサイズの箱入りなどが売られている。そういうことは考えているか。

(協同組合追浜商盛会)

羊羹は開けなければかなり日持ちする。

(委員)

形状は慎重に検討を。また、紅白セットにすると意外と重い。

(協同組合追浜商盛会)

今考えているのは赤、白、小豆入りのセット。

(委員)

紅白だとおめでたいイメージがあり使いやすいかもしれない。

アルコール分はどうか。

(協同組合追浜商盛会)

ある。子供向けではない。試食しているが、苦みがあるが甘さがひきたつ。

(委員)

お酒好きにも受ける羊羹か。

(協同組合追浜商盛会)

お酒好きにも受ける。

(委員)

大人向けのキャッチフレーズがあると良い。

(協同組合追浜商盛会)

全国ではなく、狭い地域の間隙を狙っているのだから、万人受けするよりも興味を引くものを作りたい。

(委員)

ワインの羊羹には小豆は入っていないのか。

(協同組合追浜商盛会)

赤と白にはこし餡が入っている。それとは別に粒あんを作る。

(委員)

商標登録を検討してほしい。ヴェルニーワインでは普通の文字のため取れなかった。今後取るならデザインしたパッケージや文字で出すと良い。

(協同組合追浜商盛会)

まだイメージがわからないが、おしゃれにしまうと追浜らしくない。

(委員)

デザインを考える人もいるので無料相談を検討してほしい。

(委員)

九州に行くときに横須賀の土産があると良い。ヴェルニーワインだと知名度が全国的でない。ストーリー性があると喜んでもらえるのではないか。

(協同組合追浜商盛会)

おいしいことが第一条件だと思う。ストーリーは無理やり作れないのでゆっくり考える。商売をやりながら組合のスタッフがやるので厳しいところはある。

(委員)

ワインの味は毎年違うのか。

(協同組合追浜商盛会)

当初は毎年違ったが、今は安定している。海洋深層水から走水にしたので水が安定した。こくはブドウによる。

(委員)

味の違いも逆に面白い。羊羹の味も毎年ちょっと違うのも面白い。

(協同組合追浜商盛会)

羊羹はパッケージを変えるならよいが、味は変えないようにしたい。

(委員)

ちょっと変わるの面白いと思う。

(協同組合追浜商盛会)

ワインケーキの試食を行ったときに、普通のケーキだと思った人にまずいと言われた。飲めない人にはまずく感じる。好きな人はそこに白ワインをたらししてサバランのように食べるととても美味しい。お酒は嗜好品だが、羊羹は変えるのであればパッケージも変えたい。

(委員)

贈答用の掛け紙を変えたらどうか。

(協同組合追浜商盛会)

コストがかかり、在庫が残ってしまう可能性もあるので厳しい。

(委員)

1本いくらで販売するのか。

(協同組合追浜商盛会)

600円から1,500円くらいで考えている。

(委員)

1,500円だと手が出しにくい。2本だと3,000円。

(委員)

販売のターゲットは横須賀に来た方ではなく追浜に住んでいる方なのか。

(協同組合追浜商盛会)

地元の人がおいしいと思うからこそお土産に使ってもらえる。

(委員)

どこで作るのか。

(協同組合追浜商盛会)

横須賀の製餡会社。横須賀のブランドとして問題ないと思う。

(委員)

ワインにこだわって商品展開をされているが、今後のブランディングで何か考えていることはあるか。

(協同組合追浜商盛会)

ワインでなくても良いが全国発の取り組みだから活かせるところまで活かしたい。

(委員)

コロナが収束したとき、ワインが足りなくなることはないか。

(協同組合追浜商盛会)

前と同じにはならない。生活スタイルが変わるので飲みに行くことが少ない。家庭用には高い。コストは上がっているが値段は上げない。

(委員)

ワインとカレーなど詰め合わせはあるのか。

(協同組合追浜商盛会)

詰め合わせはあるが、カレーのパッケージは薄いのでコストが高い。

(委員)

今後ワインと羊羹のセットなど考えているか。バレンタインなど時期によっては受けるかもしれない。

#### (4)にぎわいづくりイベント事業

##### ・ヨコスカダウンタウンクラブ

##### 質疑応答

(委員)

電子クーポンの獲得状況を確認するとあるが具体的にどういう効果に繋げるか。

(ヨコスカダウンタウンクラブ)

状況から判断して1回いくら相当の割引なのか、使用された状況などを見てどれくらいの経済効果があったか見ていきたい。

(委員)

こういうクーポンが良いなど個店にフィードバックがあるか。

(ヨコスカダウンタウンクラブ)

各店舗に負担をかけず、今回のキャンペーンについてどれくらい使われたか伝える。

(委員)

負担があるようになっても続くのか。

(ヨコスカダウンタウンクラブ)

店舗側のやる気を出すために店舗からの情報発信できる画面がある。クーポン使用状況は店舗側画面で確認できるかわからないが確認する。どういう手段であれオーナーに伝わるようにする。

(委員)

情報発信は効果があると感じることが大事。魅力的な情報発信ができると良い。

(ヨコスカダウンタウンクラブ)

今は現場の人間のみが効果を感じることが出来ているので、それをオーナーにも伝えるようにする。

(委員)

店舗は300くらい登録しているのか。LINEのようなものか。

(ヨコスカダウンタウンクラブ)

利用者登録は必要ない。ダウンロードすればすぐに使える。

(委員)

登録店の情報が自動的に入ってくるのか。

(ヨコスカダウンタウンクラブ)

商店街とYDCからのお知らせという画面があって、下のメニューに商店街のマップがある。

(委員)

そこを見なければ、待っていても何も来ない。

(ヨコスカダウンタウンクラブ)

店舗側がセール情報を発信する。そこからアプリ上の店舗のページに飛べる。

(委員)

そこをお客様側が見ないといけないのか。

(ヨコスカダウンタウンクラブ)

アプリからお客様の携帯に何か情報を発信する件は、店舗側にお気に入り登録する機能がある。全ての店舗から情報がいつてしまうことは制限している。

(委員)

販促はどのようにやるのか。

(ヨコスカダウンタウンクラブ)

現時点でのアプリの課題として、店舗側の関心を喚起することが一番。アプリを利用してくださる店舗が少ない。それを喚起するために今回のキャンペーン

をやっている。オーナーが直接店舗に立つことが少なくなっている。そのためオーナーの裁量でアプリを活用することが少ないのかと感じている。なかなか思ったとおりに販促していない。経営者の高齢化もあり難しい。そのあたりのフォローもこちらでしているが、現状は進んでいない。アドバイスを頂けたらと思う。プラットフォームとしては出来ているので、活用して賑わって欲しいと思っている。

(委員)

アプリをダウンロードしたが、横須賀中央の土地勘がないとわからないと思う。マップにピンが入っているが、一覧でなくピンなのはわかりにくい。初めて使う方はたどり着けないのではないかと。使い勝手は改善する必要があると思う。アプリをダウンロードした方には通知が来るようにした方がよい。またダウンロード件数が少なすぎる。

(ヨコスカダウンタウンクラブ)

件数はアンドロイドで500をやっと超えたくらい。

(委員)

ダウンロードを増やすのか、アプリの店舗情報を充実させるのか、期限を決めてやると良いのではないかと。

フェリーのイベントでPRされたと書いてあるが効果は。

(ヨコスカダウンタウンクラブ)

A4の見開きパンフレットを1,000部配布したと聞いているが、残念ながら平常と変わらなかった。

(委員)

フェリーのユーザーにとって中央は若干距離がありすぎたのでは。中央地区で何かやる時にアピールした方がよい。

(ダウンタウンクラブ)

ガラポン抽選会で1回ガラポンをやるためにアプリをダウンロードして頂くことは効果がある。

(委員)

ハロウィンを実施するかの基準は。

(ダウンタウンクラブ)

前は蔓延防止が出ていたが実施した。緊急事態宣言が出なければ。他の商店街と歩調を合わせることになると思う。

(委員)

いつ実施するか難しいところがあると思うが、なるべく密にならないように安全に行ってください。

・久里浜仲通り商店街振興組合

質疑応答

(委員)

戸板市セールの前年度からの改善点は。

(久里浜仲通り商店街振興組合)

配布先や配布量をその都度考えて変えている。

(委員)

地域ごとに印をつけておくなど工夫しているか。

(久里浜仲通り商店街振興組合)

コロナの影響で、戸板市をやっていることに地域の方から抗議が来ることもあったが、それ以外は穏やかにできている。

(委員)

戸板市でしか買えない商品はあるか。

(久里浜仲通り商店街振興組合)

いつもの商品を割り引いたり洋品店は特別な商品をワゴンセールしたりしている。

(委員)

各店に任せているのか。

(久里浜仲通り商店街振興組合)

商店街で統一していることはない。季節の工夫はお店ごと。年金支給日に戸板市をやったり、裏側にあるイオンと提携したりしている。今年は地域紙に商店街の取り組みが何度かのった。久里浜として商店街同士で協力している。お使い便という御用聞きやプロモーションビデオ、シャッターアートなど。

(委員)

この動画は来街に結びついたか。

(久里浜仲通り商店街振興組合)

それはない。間接的な誘導になってはいる。

(委員)

来た事がない人にも見てもらいたい。

(久里浜仲通り商店街振興組合)

仲通り単体としてもやっていきたい。

(委員)

ダイレクトメールの内容の充実とは。

(久里浜仲通り商店街振興組合)

昨年やっと参加店舗が10店舗を超えた。前年の倍になった。効果があることを組合員が知れば中身を濃くすることができる。数を増やしても良いと思っている。

(委員)

L I N EやM a i lは考えていないのか。

(久里浜仲通り商店街振興組合)

仲通り単体だと情報管理等あるので難しい。紙が届くと喜んでもらえる。「また来たわよ」などと言ってもらえている。

・若松新生商業組合

## 質疑応答

(委員)

ノベルティは具体的にどのようなものか。

(若松新生商業組合)

懐中電灯、ポストイット、ボールペンを各店に10個ずつ配布して、10年育ててくださったお客様に差し上げた。

(委員)

評判が良かったのは。

(若松新生商業組合)

LEDの懐中電灯。

(委員)

それぞれ横須賀ブラジャーの絵がついているか。

(若松新生商業組合)

ボールペン以外にはつけた。ポストイットの表紙は質が良くなかったので自分たちでシールを貼った。

(委員)

色っぽいイラストになるので付箋全部につくと使いにくいかもしれない。

(若松新生商業組合)

同じデザインでTシャツを作った。マスクをしているブラジャーママのデザイン。計200着作って販売したが完売した。

(委員)

今年も作るのか。

(若松新生商業組合)

コロナが収まれば歌手でも呼んで賑やかにやりたいが、難しいと思っている。記念品で終わってしまうかと思う。

(委員)

記念品だと普段来ている方に配っておしまいか。

(若松新生商業組合)

ガラポンでも外から来てくださる方はほぼいない。初めての方もほぼいない。若松マーケットは初めての方は来ない。常連の方が入れないと迷惑をかけてしまうので旅行者や他の地域から人を呼んで賑やかにしようという気持ちはない。常連の方が増えれば良い。コロナで常連の方の足が遠のいているのが打撃。

(委員)

お年を召したママさんが多いようだが入れ替わりはあるか。

(若松新生商業組合)

ほとんどない。皆さん元気にやっている。若松マーケットの問題は怖いという雰囲気が残っている。ほとんどのお店はドアの中が見えない。65店の内4軒だけ。ホームページでメニューが想像できるように取り組んでいる。商品券もこの店で使えるというポスターにQRコードをつけて料金体系、雰囲気等わか



るようにしている。安心感を持ってもらえるようにしている。路面も古いので荒れている。年寄が転んでしまう。こつこつと簡易アスファルトで直しているが、かなりの費用がかかる。私道なので補助してもらえない。

(委員)

常連さん達にイベントとして手伝ってもらえないか。

(若松新生商業組合)

涼しくなったらいいかもしれない。コロナでの協力金も約束されていないので売り上げは最盛期の半分。早く帰るお客さんが多い。給料が出ないような状況。もっと厳しくなるかもしれない。プレミアム付商品券は蔓延防止が出たらどうなるのか。

(事務局)

県の補助金なので考えているとは思いますが確認しておく。

(委員)

ブラジャーまつりはコロナの影響で開催できるか不透明だと思うが、横須賀ブラジャーを全市的に広げたいとご相談されていると聞いたが、どのように考えているか。

(若松新生商業組合)

元々若松マーケットでしか飲めないものだったが、シルクバージョンという瓶詰も売っている。そういった販路も手掛けているので横須賀のどの店でも飲めるんだというブランディングの方が話題性としてはいいのではないか。役員会のテーマとして取り上げていきたい。ロイヤリティを稼ぎたいのではなく、海軍カレーのように進化していくのも良いと思う。ご教授頂ければありがたい。

(委員)

市では「若松マーケットで飲めるお酒」あの雰囲気の中で飲めるのがいいとの意見もあった。今後にぎわい補助の活用なども考えられると思うので質問した。

## (5) その他

(事務局)

協同組合追浜商盛会の採択結果 採択結果 採択 (委員6名で120点中89点)

今後の開催スケジュールについては9月29日(木)午後を予定している。

詳細な時間等につきましては、随時調整させていただく。

以上で第4回の審査会を終了とする。