

## 平成29年度行政評価委員会 議事要旨

会議名	第3回葛飾区行政評価委員会第二分科会
開催日時	平成29年7月20日(木) 午前10時から12時まで
開催場所	葛飾区役所5階 庁議室
出席者	【委員6人】 小松原会長、西山委員、浅野委員、石井委員、谷本委員、上村委員 【欠席1人】 折登委員 【区側8人】 事務局(政策経営部長、経営改革担当課長、事務局職員4人) 商工振興課(商工振興課長、商業振興係長)

### 会議概要

#### 1 開会

(事務局より資料の確認を行った)

#### 2 事務事業の概要説明及びヒアリング(葛飾区認定製品販売会事業)

(商工振興課より「葛飾区認定製品販売会事業」の概要について説明した後、質疑応答、議論)

A 委員 : 7月16日(日)に開催された第9回の実績はどうだったか。

商工振興課 : 出店者アンケートを今月末までに提出していただけるようお願いしている。来場者数は、出店者がカウントした来店者数を基に計上するため、集計できていない。

B 委員 : 来場者数は、1人が5店舗訪れると、5人とカウントされるのか。

商工振興課 : そのとおり。より正確な数値を算出するため、補正している。

B 委員 : どのような補正をしているのか示してほしい。

商工振興課 : 次回お示しする。なお、抽選券の配付状況から勘案すると、売上げは例年の半分弱程度と思われる。

A 委員 : 会場が例年と異なることが要因と考えられるか。

商工振興課 : そのとおりだと考える。リピーターにとっては会場が遠くなり、加えて7階での実施であり、案内・誘導が難しかった。

小松原会長 : 第9回の実績を、速報値でも構わないので、示してほしい。

商工振興課：お示しする。

C 委員：亀有地区センターでは会場が分散しており、さみしい感じがした。

しかし、より多くの方に知ってもらうためにも、様々な場所で開催していくのは良いことだと考える。

商工振興課：PR面からは良い方策だと考えるが、大きな部屋をもつ施設がないことが課題である。今回の出店者の思いも聞いたうえで、知恵をしばっていききたい。

C 委員：夏休みに開催すれば、学校を活用できるのではないか。

商工振興課：生菓子や野菜の出品があるため、真夏の開催は困難である。

D 委員：産業フェアとの違いは何か。

商工振興課：産業フェアは規模が大きく異なり、開催日数は6日間、会場はテクノプラザかつしか全館と隣の東京都東地域中小企業振興センターを使用し、来場者数は5万人である。

D 委員：目的の違いは何か。

商工振興課：葛飾区認定製品販売会事業は、葛飾の認定製品をPRするとともに、手に取って買ってもらうことを主な目的としている。一方で産業フェアは、見て、体験して知ってもらうことを主な目的としており、産業教育の一環として小学校の社会科見学も受け入れている。

B 委員：産業フェアと一緒に行うことで、コスト削減とさらなる相乗効果の創出ができる、といったことは考えられないか。すみわけがあるのであれば知りたいので、事業目的の違い等を整理してほしい。そもそも葛飾区認定製品販売会事業はどうしてはじまったのか。

商工振興課：出店者の声からはじまったものであり、運営も出店者が主体となって行っている。

B 委員：運営形態については、コストも抑えられており、良いと思う。

小松原会長：職人会まつりなどとの、出店者の重複はあるのか。

商工振興課：葛飾区認定製品販売会への出店者は全て、職人会まつりにも出店している。他のイベントの出店との重複も、一部ある。

E 委員：類似事業の他に、PRとして、ふるさと納税の活用や子どもまつりへの出店などは行っていないか。

商工振興課：ふるさと納税については、行っていないが、返礼品にできないか、調整をしているところである。屋外でのイベントへの出店については、必要な対策やコストを勘案しながら検討する必要がある。

B 委員：出店料を徴収しているか。

商工振興課：徴収していない。大きな商いではないため、出店料の徴収をはじめると、出店をやめてしまうことにつながると考えられる。

小松原会長：類似事業でも出店料は徴収していないか。

商工振興課：していない。なお、フードフェスタでは徴収している。

小松原会長：事業目的である認定製品の普及を考えると、新規の出店があった方が良いと思うが、新規出店者の掘り起しをしているか。

商工振興課：新規の認定があるのが葛飾ブランド製品のみであり、新規の出店が多く出る環境にはない状況である。新たに認定された製品については、希望に応じて優先的に出店できるように調整を図っている。

小松原会長：開催時期が売上に影響を与えることはないか。

商工振興課：食品は時期によって変動があるが、その他は概ね一定である。

小松原会長：異業種交流が何らか新たなものにつながったことはあるのか。

商工振興課：企業同士の交流により、コラボ商品ができたことがある。

C 委員：目玉企画として、例えばタカラトミーを呼ぶなどのことは考えられないか。

商工振興課：タカラトミーは産業フェアに参加しているが、ものづくりを区内では行っていないため、認定製品がない。

B 委員：体験イベントがあるのは、集客もできるため良いと思うが、例えば出店者を体験イベントができるものだけにしぼって、体験イベントを全面に押し出すなど、やり方を少し変えてみてはどうか。

商工振興課：確かに体験イベントは集客力があるが、実施可能な出店者が多くはない。相乗効果を狙い、産業振興につなげる取組みとして続けたい。

D 委員：価格を下げて販売するなど、来場のメリットを出せないか。

商工振興課：そのようすることで、売り上げを伸ばしたいが、一方で適正価格の維持が困難になってしまうというジレンマがある。

C 委員：来場しやすくするために、バスの増便はできないか。

商工振興課：バス会社にはお願いしているところである。しかし最近では、運転手不足のため、台数の確保が困難な状況である。

B 委員：PRにインターネットは活用できないか。来場予約をした方向けの抽選を行ったり、SNSでの情報拡散に協力した方に特典を準備するなどの取組みが考えられないか。

商工振興課：出店者で、独自に取り組んでいる事例がある。一方でSNSに触れたことがない出店者もいるため、取組みが広げられないか、検討したい。

### 3 その他

事務局より事務連絡

4 閉会