

北海道地域貢献活動指針（素案）及び北海道地域商業活性化方策（第2期）（素案）
に対するパブリックコメントの実施結果について

〔平成30年1月12日〕
経済部地域経済局中小企業課

1 意見募集期間

平成29年11月8日（水）から平成29年12月7日（木）（1ヶ月間）

2 意見提出状況

(1) 意見提出者数

計 3団体

(2) 意見の件数及び対応状況

	区 分	意見件数		
		指針	方策	小計
対応区分	意見を受けて素案を修正したもの	1	1	2
	素案と意見の趣旨が同様と考えられるもの	0	1	1
	素案は修正していないが、今後の施策の進め方等の参考とするもの	2	1	3
	素案に取り入れなかったもの	1	1	2
	素案の内容についての質問等	0	0	0
計				8

(3) 主な意見

ア 北海道地域貢献活動指針（素案）

- 「1 地域との連携促進」の「(1) 地域団体・組織への加入」の文頭で、その対象者を特定しているが、「(2) 地域との意見交換の推進」以降、誰を対象としているのかがはっきりしない。
- 「ゆとりある勤労者生活の確保（週休2日制、年末年始休暇等の促進）に、『元日営業の自粛』についても項目として追加するよう要望する。
- 「3 まちづくりへの協力」における「(1) 市町村等の取組への協力」及び「(4) 観光振興の取組」について、教育機関や観光部局との連携を促進し、事業所等が有するノウハウや資源を大いに活用し、地域活動にて発揮していただきたいと考えている。

イ 北海道地域商業活性化方策（第2期）（素案）

- 商店街のある地域にとっては、商店街の活性化は非常に重要な方策であり、各市町村の顔としての中心市街地や商店街が活気づき、賑わうことが出来れば、過疎化の進行を止め、人を呼び込む手段としても大変有効な方策だと思う。
- 住民の高齢化とともに「商店経営者の高齢化」も課題となっており、具体的な取組への対応に期待できない。
- 「稼げる商店街づくり」について、意味は理解できるが、ストレートに解釈すると地域住民の反感を呼ぶ恐れがある。
また、集客を目指す商店街にとって、「個店の魅力アップ」は重要なポイントとなるが、「インターネットを活用した販路拡大」は、逆に商店街への人離れにつながる恐れがある。