

令和7年度第2回川崎市産業振興協議会・中小企業活性化専門部会 会 議 錄

1 開催日時

令和7年10月9日（木）14時00分～16時00分

2 開催場所

川崎市役所本庁舎3階303会議室

3 出席者

(1) 委員（6名）

増山委員（川崎商工会議所・副会頭）、田村委員（神奈川県情報サービス産業協会・川崎市交流委員会 副委員長）、星野委員（神奈川県中小企業家同友会）、出口部会長代理（川崎市商店街連合会・青年部相談役）、佐藤委員（川崎建設業協会・副会長）、大原委員（川崎市食品衛生協会・副会長）

(2) 朝比奈経済活性アドバイザー

(3) 事務局

経済労働局産業政策部長、企画課長、企画課 担当係長、企画課職員

4 議題（公開）

(1) かわさき産業振興プランについて

5 傍聴者

無し

6 会議の内容

産業政策部長

(令和7年度第2回川崎市産業振興協議会・中小企業活性化専門部会開会を宣言)
(会議公開や傍聴人の有無、会議成立を確認)
(遠山部会長が指名する出口委員が部会長代理となることを説明)

出口部会長代理

(次第に沿って事務局に資料説明等を依頼)

企画課長

(資料1 「かわさき産業振興プラン（素案）」の第1章から第3章までの内容を説明)

増山委員

先日、中小企業の技能に関する職人が集まり催されたてのかわさき技能フェスティバルに行ってきた。これからもっと発展するには生産性を上げなければ、若者がついてこないと思う。IT化、DX化、ChatGPTの活用等を図っていくことで生産性向上に取り組んでいくべきだ。

富士通株式会社や株式会社東芝が本社機能を川崎に移して、IT関連企業の集積が進んできている。そのような企業が今後日本を引っ張っていくと予測する。例えばIT宣言都市というような文言を入れても良いのではないか。熊本に台湾のIT企業が来てから生産性、賃金や土地の値段が上がる等、地域に様々な好影響が広がったと聞いている。

大阪・関西万博にも行ったが、富士通株式会社の展示の方がすごいと感じた。NTT株式会社もNTTe-City Laboがある。川崎にもIT分野の大企業が立地しているので、そのような取組を強化するような文言があると良い。

企画課長

我々として重要な課題であると認識している。現在それに関連して事業の再構築・見直しを図っており、生産性向上、賃上げ等に繋げていきたい。IT分野も大変重要だと感じている。

朝比奈経済活性アドバイザー

富士通株式会社や株式会社東芝の本社移転など大きな企業の動きについてのファクトの記載はあるか。そのような記載はあった方が良いかも知れない。

企画課長

資料14ページに記載のある企業はここ10年でかなり増えた。

増山委員

全体的な見方での表現ではなく、東京や横浜の魅力と比較して川崎に大企業がいることは非常にチャンスだと思う。全国から川崎に見学に来るようなショールーム等も合わせてPRしていくべき面白いのではないか。

出口部会長代理

本プランは今までイノベーションという言葉を用いてきたが、我々は分かるけど、商店街の

方と話しているとイノベーションという言葉が分かっていないと感じる。キーワードであることは分かっているが、浸透していない。例えば新潟県の燕市、三条市は金属加工の町というイメージが浸透している。川崎もイノベーションのまちと大きく打ち出してPRしても良いかも知れない。あまり目立たないような形で書いているのもったいない。

朝比奈経済活性アドバイザー

お二人の意見をまとめると、単に集積しているといったように、事実について触れられてはいるが、それをもっと産業観光を目指すかのようにPRするなど、人が集まることにつながるような見せ方ができるとより良いかと思う。

出口部会長代理

大人も楽しめる工場見学のような、工場夜景のような観光資源にも繋がると思う。強みであるので、もっと表に出すような表現があると良い。

増山委員

株式会社ミツトヨは伝統も技術もあるが、意外と知られていないので、そういったところも見学コースに入れても良いかも知れない。

朝比奈経済活性アドバイザー

オープンファクトリーという和製の言葉がある。そこでは、生産工程を見学させるだけでなく、商品を購入したくなるという仕掛け（最後にショップを配置するなど）がある。「見せる」というエッセンスはもう少しあっても良いかと思う。

増山委員

発信することは重要である。

産業政策部長

川崎市でもオープンファクトリーは定着している。開催すると地域の方々は関心を持って、お子様を連れて様々な製作体験ができる。さらに事業者側も非常に喜んでおり、双方メリットがあった。川崎市内にある価値が地域の方々に共有される取組である。大企業含めてそのような価値を地域に生み出すことができるポテンシャルがある都市だとしっかりと伝えられるようしたい。

朝比奈経済活性アドバイザー

そのような成功例があるなら、「見せる」という点をより重点的に入れても良いかも知れない。

企画課長

様々な機会でPRして、来てもらい、見てもらい、楽しんでもらうような取組が重要と考えている。工場夜景とジャズを絡めたり、修学旅行で来てもらうような営業や海外からも来てもらえるように、実際に海外に向いていく取組を行っているほか、16ページにもあるように、学校の教育の場に市内最先端の研究、量子などの取組を体感できるような仕掛けを行っている。世代や地域含めて様々なものを組み合わせて発信し続けることで、川崎の産業全体の価値を高

める取組を行っている。

田村委員

話は変わるが、資料 25 ページで、商店街の減少に関するデータがある。後継者の不在や経営者の高齢化は理解できるが、お店が無くなるだけでなく、若い人が商店街に所属せず個人店として頑張っているところもある。商店街を維持しようと思わないといったような別の問題があるのでないか。

出口部会長代理

最近の傾向として副業が広がり、自宅で商売を始められる方や商店街でないエリアで商売を始められる方が増えている。周りの商店街から見て、どこの管轄の商店街か曖昧になっている店は声をかけづらい状況で、商店街から取りこぼされている店主がいる。そのような店主は商店街に加入することで得られる、商工会議所の融資やセミナー等の情報も知らないことが多い。

田村委員

商店街から取りこぼされているところでも魅力的なお店はある。そのようなお店を上手く取り込めれば良い。

出口部会長代理

お店に対し、地区商連ではなく、直接市商店街連合会として商店街に入らないか声をかける取組を以前行ったが、あまり上手くいかなかった。地元の人から声をかけられるのと上位組織から情報を渡されるだけだと受け身になってしまい、上手くいかない。

声を積極的にかけてくれる、おせつかいな地域の人が必要かもしれない。

佐藤委員

逆に入りたくない人もいるのではないか。

出口部会長代理

そのとおり。例えばキッチンカーの店主は地元が無いので、帰属意識が低い。

大原委員

商店街もそうだが、我々食品衛生協会の会員数は、事業所数が全市で 1 万社に対し、3 千社を切って 2,500~2,600 となっている。未加入者からメリットを聞かれるが、我々からは答えられない。意識を高めてほしいとしか言えない。商店街に入ることで得られるメリットを逆に教えてほしい。

佐藤委員

建設業協会も同様だ。若い個人経営者がいるが、協会に属さない人達が多い。メリットが分からないと入らないのではないか。

大原委員

情報量が多いので、若い人は組織に加入しなくても、自分で調べることはできるし、コミュニティとして、異業種や同年代と付き合うことを重要視しており、既存の組織は形骸化されて

いる。

田村委員

特定のエリアのお店の情報が管理されている方が案内しやすく、お客さんを呼び込めるようになり、それがメリットに繋がる気がする。

出口部会長代理

商店街だと商店街マップを作成している。

若い人は帰属意識が低い。商店街であれば、様々な業種のお店が集まっているので、異業種交流もでき、そこでまたグループが作られていく。この考えは昭和の世代だと当たり前になっているが、若い人には伝わっていないのかもしれない。また、帰属している人が組織の活動での大変さを宣伝しすぎた影響もあるかもしれない。

大原委員

情報発信とあったが、飲食店は食べログなどで宣伝している。資料21ページでDXに取り組んでいない理由に「取り組むメリットが分からぬ」が42.7%ある。特に飲食店など商業関係者にはもっとDX化について積極的にPRしていかないとなかなか取り組めない。DX化しているところでも、レジのみといったように、それ以上に他に生産性が向上する取組があるにもかかわらず、他のところに手が回っていない。家族経営の店が丸一日働いて疲れ切ってまた翌朝店を開くといったように、客観的に見れば、昼休憩の3~4時間を利用して、何かできるのではと提案しても、疲れ切ってできないと言う。その時間を有効に利用すれば、違う団体のチャネルを見つけられるかもしれない。一方で、なかなかそういうケースがないと行動に移せないのかもしれない。先行事例を示していかないと、根っこにあるような商店が未来に向けてのビジョンを描いていけるように、積極的にPRしていくことが大事である。

朝比奈経済活性アドバイザー

商店街の数だけ見れば減っている。データとして把握しているか分からぬが、個社に関しては増えているかもしれない。全体的なトーンが危機感を煽るようになっているように思える。もう少しポジティブな要素を入れていく必要があるのではないか。商店街は減っているが、事実かどうか分からぬが、若い人が起業して個人事業主は増えているといったことを見せられると良い。食べログやインスタグラムなどを自分でやっていて、商店街に加入していくなくても、頑張っている人もいるので全体として見れば悪いことではない。一方で起業して3年生き残れるのも多くはない。大変な思いをしている人に対しては、例えば商店街としてもっとアップグレードして、商店街としてDX化を教えられるような仕組づくりなど組織に入って良かったと思えるメリットを作り出すことが考えられる。また、お互いの繋がりが見えるなどメリットを整理して、商店街の活性化に繋げていくようにすると良いかと思った。

企画課長

(資料1 「かわさき産業振興プラン(素案)」の第4章から第5章までの内容を説明)

佐藤委員

誘客交流のところで、かわさき市民祭りや花火大会の開催とあるが、今週末みなど祭りが行われるのだが、この資料上はみなど祭りは触れられないのか。

企画課長

かわさき市民祭りや花火大会については市が主催している。みなと祭りは民間企業主体で実施している取組という認識である。地域を盛り上げるイベントは多岐に渡っており、かわさき市民祭りをはじめとした川崎駅周辺のイベントを集めて、「フェスティバルな川崎」としてPRしている。今回計画に具体的な名称は落とし込まれていないが、毎年の中小企業活性化条例の報告の中で記載していく認識で、その中に含まれている理解でいただければと思う。

大原委員

市内で開催している民間のイベントは様々あると思うが、我々がイベントに出るとなると、なかなか情報が一本化してあがってきていない。それぞれのイベントを市で集約化する取組があると良い。例えばかわさき市民祭りのような市が主催しているイベントの出店情報は得やすいが、みなと祭りなどは過去の出店実績を基に個別に声掛けをしているようだ。周りで実は出店を希望していても、情報が得られず出店できない事業者もいる。出店依頼の情報が来ないとイベントの集客も、活性化もできない。出店情報を知ることができるかどうかが重要と考えるが、市がイベント募集の情報を取りまとめることはしないのか。

企画課長

確かにイベントの告知自体は行っているが、おっしゃる通り出店募集の段階ではなかなかできていくなく、基本これまで参加した事業者に情報提供されている。

佐藤委員

北部地域に住む方はかわさき市民祭りの周知もあまり行き届いていないように思う。各区でイベントをやっているが、かわさき市民祭りは川崎区だけのお祭りというイメージを持っている方もいる。

出口部会長代理

以前商店街でイベントを実施したときに、「何を見て参加を決めたか」をアンケート調査したところ、紙の市政だよりが多かった。アナログだが、見る人は多いのかと思う。

星野委員

市政だよりは自治会中心に展開されているからかもしれないで広く拡散されると思われる。

大原委員

町内会中心だと逆に今の若い人たちには情報が入ってこないのでないのではないか。

出口部会長代理

小さいお子さんがいる方は町内会の情報が欲しいので、入る方はいる。

星野委員

学校が関わっていたりすると入る方もいるが、情報がなかなか取りにくいのかもしれない。

出口部会長代理

開催だよりなどイベントの形が一定出来上がった時点での声掛けはあるが、出店者募集の段階でのプラットフォームはない。

最近の町内会のイベントでも夏祭りは暑くてできないということで開催時期がずれたり、担い手の高齢化が進んでおり、商店街に依頼が来ることも増えてきている。今は伝手でそういう情報のやり取りがされているが、今後広く声掛けが必要になるかと思う。

増山委員

イベントの主催者が全部違う。川崎駅前の阿波踊りや商店街のハロウィンなど。みなと祭りは商工会議所の港湾部の事業者が実施している。JFEスチール株式会社も自社の敷地内で開催している。確かにバラバラになっているので、市民にとって知らないこともあるので、お祭り特集ということで、市で取りまとめたら良いのではないか。

朝比奈経済活性アドバイザー

他の市で良くあるのが、DMOの活用である。DMOがお祭りなどの情報をまとめており、出店者募集、集客などもまとめたりしている。

出口部会長代理

今までイベントに助成金が出ていた場合もあったが、最近は自主財源でどこにも頼らないことで逆に情報が外部に出ていかないデメリットもある。

増山委員

JFEスチール株式会社のイベントは地域の商店街に声をかけて、地域の方への日頃のお礼だということで、様々なことを実施しているようだ。一本化されていないと言えば問題かもしれないが、イベントの目的・狙いは違うかもしれない。

出口部会長代理

イベントの主催者は様々な団体と連携して開催するようになってきている。例えば地元町内会と社会福祉協議会が組む、PTAと社会福祉協議会が組むなど、そのようなイベントは数多くあると思う。

企画課長

市商店街連合会も周知いただいている。

出口部会長代理

情報をいただければ掲載できる。皆さん活用されている。

企画課長

開催情報中心で、出店段階での声掛けはまだ踏み込めていないものと思われる。

出口部会長代理

内々でイベントの実施に向けて話し合っている段階では情報の集約は難しいかもしれない。

星野委員

昨年の川崎市制 100 周年イベントで全国都市緑化かわさきフェアを開催していたが、存在を知らない人が多かった。

出口部会長代理

川崎市は人口が増えている中で、転入者も多く、地域のイベント情報がなかなか行き届いてないのかもしれない。これは地域特性上の問題かもしれない。

星野委員

目立つのが、スタートアップ企業に関する見え方の方が手厚く、既存企業への支援が寂しいと思った。そのあたりどうやって盛り込んでいくか、我々は置き去りにされているように見えてしまった。

可能であれば、既存企業とスタートアップ企業との交流の場づくりを求める。先日、スタートアップ企業と交流したが、K-BIC、NANOBIC の入居企業内でも交流がないと聞いた。既存の企業が入っていけるような機会があると良いし、既存企業、スタートアップ企業双方にとっても刺激になると思う。

企画課長

本市の強みとして、スタートアップ企業発のアイデアを形にできる事業者が川崎には集まっている、これは海外のスタートアップ推進都市にはない強みだと思っている。その強みを認識しながら、イノベーション・エコシステムを作っていくにあたり、既存の地域で活躍している企業の存在は不可欠である。そういった企業の交流・学びの機会を作る必要があるので、今後の 4 年間で取り組んでいきたい。

出口部会長代理

商店街のお店でも創業 100 年はなかなかいないが、創業 50 年は出始めている。何らかの形で発表してもらいたい。

増山委員

川崎でも 50 年企業、100 年企業の候補は出ている。

産業政策部長

中小企業の優れた技術力が土台となって、スタートアップが活躍したり、大企業の製品を支えている。スタートアップと優れた技術力を持つ中小企業との連携などにより、中小企業の強みを発揮することは産業振興には欠かせない視点と考える。商業、工業含め川崎の強みの相互作用で成り立っているかわさき産業振興プランであると認識しているので、中小企業の皆さんがあなたがどうやって稼ぐ力を高めていけるかという発想で作成している。

大原委員

工業系は展示会などがあるが、商業ではなかなか無い。農業の関係でなぜ川崎で六次産業化がなかなか進まないのかと以前 JA と話をした際、ノウハウや場所がないという問題点があった。

先月技術マッチング会だったので、参加したところ、事業者で 80 社、バイヤーが 120 社

参加していた。農業関係で生産者とバイヤーからこの商品を加工してくれないかと相談をもらった。川崎でも農業に力を入れていくのであれば、このような商業関係者などとのマッチングの場を作つてほしい。農業への理解も生産量がなかなか上がつていかないなかで、和菓子や洋菓子など加工できる技術を持つ企業は市内でもたくさんいるので、加工品という形でも手に入ればもっと良い形になると思うので、ぜひそのような場所を作つてほしい。

朝比奈経済活性アドバイザー

よく農商工連携ということが言われている。一次産業、二次産業、三次産業を足して六次産業と呼んでいるが、最近は足し算ではなく、 $1 \times 2 \times 3 = 6$ で、掛け算で表現したりもする。今大原委員のおっしゃったことはまさに川崎の強みだと感じた。

出口部会長代理

アイデアベースだが、せっかく量子コンピューターがあるので、量子のマスコットキャラクターを作つたらどうか。全国どこも作つていないので、作ったもの勝ちだと思う。

出口部会長代理

全体通して見るとイノベーションという最先端の部分が打ち出される一方で今までのレガシー・歴史もあるので、そこも考慮していただくと、より厚みが出てくると思う。

企画課長

(資料2「令和7年度施策検証・産業振興プラン改定の進め方について」の内容を説明)

朝比奈経済活性アドバイザー

最後に5点ほど気になったところとしてお話させていただきたい。

1つ目として、データが古いものがある。例えば事業所数について、経済センサスなので、仕方がないかと思うが、令和8年度からの計画で5年前のデータを使用しているのはいかがなものか。例えば総務省の方で把握しているデータを使うなど、全体を通して新しいデータを使った方が良い。

2つ目として、用語の使い方について、EBPMの考え方方が広がっているので、市内企業のDX化の部分だけでなく、政策の方もEBPMから立案していることが分かるようにしてほしい。

3つ目として、地政学の部分について触れていただいているが、サプライチェーンの話だけになってしまっている。私は北九州市のアドバイザーもやっているが、極端には書けないかもしないが、例えば自民党総裁が高市さんになってから防衛分野が注目されていることから、表現は工夫した方が良いかもしれないが、地政学との関連も含めて、産業活性の方向で記載しても良いかと思う。

4つ目として、グローバルトレンドとして、物価高騰、エネルギー価格高騰があるので、5年、10年の計画を考える上では、触れた方が良いだろう。ここからは反映するかはお任せするが、円安基調にあるので、円安と市内企業の関係についても書いてもよいかと思う。

5つ目としてバズワードとしてあるのが、ローカルゼブラ、ゼブラ企業がある。お化粧のような話だが、そういったものを踏まえていることが分かるような記載があれば良い。

以上の最近のトレンドのキーワードがもう少し触れられていると良いと思った。

企画課長

可能な限り受け止めて触れさせていただきたい。また、データについて、なるべく最新のものを用意させていただきつつ、継続性が求められるものもあるので、今後資料編という形でまとめていきたいと思う。その中でも可能な限り最新のデータを落とし込み、本体と連動させてお示しできるようにしたい。

出口部会長代理
(閉会)

以上