

会議の概要(議事録)

| | | | |
|---------------|--|-------------------|---|
| 会議の名称 | (番号) 1 - 25 | 令和元年度第一回墨田区産業振興会議 | |
| 開催日時 | 令和元年6月26日(水)午後3時から午後5時まで | | |
| 開催場所 | 墨田区役所庁舎8階82会議室 | | |
| 出席者 | 委員3人(関 満博、長崎 利幸、鹿島田 和宏産業観光部長) その他、株式会社 GK インダストリアルデザイン 柴田氏・小林氏、経営支援課長、観光課長がオブザーバーとして、産業振興課長・産業振興課職員が、事務局として参加した。 | | |
| 会議の公開 (傍聴) | 公開(傍聴できる) | 傍聴者数 | / |
| 議題 | 1 開会 2 挨拶 3 議題 (1) 令和元年度墨田区産業振興会議について (2) (仮称)墨田区産業観光マスタープランについて 4 報告 (1) 墨田区産業観光部における各事業の進捗状況等について (2) 第41回すみだ地域ブランド推進協議会理事会について 5 意見交換 6 閉会 | | |
| 配付資料 | 資料1-1 令和元年度墨田区産業振興会議について 資料1-2 令和元年度墨田区産業振興会議及び関連事業スケジュール(案) 資料2-1 (仮称)墨田区産業観光マスタープラン策定方針(案) 資料2-2 (仮称)墨田区産業観光マスタープラン策定スケジュール(案) 資料2-3 (仮称)墨田区産業観光マスタープラン策定体制(案) 資料3 墨田区産業観光部における横断的取組の進捗状況について 参考資料1 墨田区産業振興マスタープラン・掲載事業整理一覧 参考資料2 1人1データ傾向のまとめ 参考資料3 すみだブランド再構築に係る調査業務 | | |

| | |
|------|--|
| 会議概要 | <p>1 開会</p> <p>2 挨拶 出席者の紹介を行った。</p> <p>3 議題</p> <p>(1) 令和元年度墨田区産業振興会議について 資料 1-1、1-2 に基づき、事務局から説明した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今年度は、「産業振興施策(ソフト事業)の検討」、「新たなマスタープラン策定準備」を行う。マスタープラン策定に向け、産業観光部所管のあらゆる会議体においても議論を行い、産振会議では包括的なテーマでの意見交換や全体の進捗管理・まとめを行う。 ・産振会議等での検討のほか、マスタープランの策定準備委託の中で、意見収集等も行う。 <p>(2) (仮称) 墨田区産業観光マスタープランについて 資料 2-1、2-2、2-3、参考資料 1 に基づき、事務局から説明した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今年度は、基本理念・ビジョンを策定し、来年度に戦略と施策体系を策定する。新たなマスタープランは、令和 3 年 3 月に策定する(予定)。 ・新たなマスタープランは、墨田区基本計画等、各関連計画等との整合を図る。 ・墨田区観光振興プラン(令和 2 年度終了予定)と統合した産業・観光の両分野を貫く総合的な産業・観光振興に関する指針とする。 ・産業観光部の全職員が現場に足を運び、区内産業の現状・課題に常に問題意識を持ちながら、今後の産業観光施策のあり方を考え、基本理念やビジョンを共有していく。 <p>4 報告</p> <p>(1) 墨田区産業観光部における各事業の進捗状況等について 資料 3、参考資料 2 に基づき、事務局から報告した。</p> <p>(2) 第 41 回すみだ地域ブランド推進協議会理事会について 参考資料 3 に基づき、担当から報告した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「すみだ地域ブランド戦略」では、これまで 141 商品、58 飲食店メニューを「すみだモダン」として認証しているが、開始から 9 年経過し、認証基準にあてはまらない商品が一部出てきた。 ・このため、今年度は「すみだモダンの再定義」を含め、「すみだ地域ブランド戦略の見直し」を進めている。理事会での検討を産振会議にフィードバックし、「墨田区政全体への波及」も踏まえながら、令和 3 年度までにブランディングの再構築を行う。 |
|------|--|

| | |
|------|---|
| 会議概要 | <p>5 意見交換</p> <p>(菅原観光課長)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現在は、産業振興マスタープランと観光振興マスタープランがそれぞれ単独で策定されているため、新たなマスタープランでは統合する。 ・観光事業としては、各イベント開催を行っているが、参加者の多くは区外事業者であるため、区内産業に結び付いているとは言い難い。 ・区内宿泊者数は増え、ドミトリーも急増している。コト消費やトキ消費など、消費のトレンドも変化しており、区内にはものづくり体験なども多い。今後は、観光の視点から産業振興につながるような計画していきたい。 <p>(長崎特別委員)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・外国人観光客という視点だと墨田区はどのような状況なのか。 <p>(菅原観光課長)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ドミトリーの宿泊では、外国人観光客が増えているが、東京都全体のデータしか把握できていない。 <p>(鹿島田産業観光部長)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・スカイツリーの開業をきっかけに墨田区でも観光を意識してきたが、特にまち処は7年経過し、売上は半減している。当初は、この売上だけで観光協会を運営する予定だったが、実際は区が運営委託を行い、そこからまち処の賃借料を出している状況である。 ・まち処は観光案内もほとんどできておらず、東武鉄道との契約があと3年で切れるため、それまでに方向性を検討しなければならない。 ・また、スカイツリーを契機に区内循環バスを3ルート設定したが、観光目的はほとんどなく、コミュニティバス化している。京成バスが運営し、利用者4,500人/日を目標としていたが、実際は4,000人/日に留まっている。コミュニティバスもあと3年で京成バスとの契約が切れるため、方向性の検討が必要である。 ・区民の多くは、観光を意識できていない。B to C製品を持たない区内企業がデザイナー等とコラボにより最終製品を作り、区が認証、まち処で販売することが「産業と観光の融合」だったが、今はそもそもものが売れない。 ・現在のマスタープラン策定時とは、異なる解釈を持ち、産業と観光のプランをどのように統合させるのか検討していかななくてはならない。 <p>(観光課 伊藤主事)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・区内循環バスはまち歩きへの効果も期待していたが、区内回遊にはつながっていない。 <p>(閑座長)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コミュニティバスを全国で初めて導入したのは、武蔵野市である。実施にあたり、80代の行動パターンデータを取り、1ピッチ100mということが分かった。これを受け、市は日出自動車と協力し、バス停を1間隔200m、運賃100円、出入口1か所ずつでコミュニティバスの運行を始めた。 ・バス停の位置については、通常設置を反対されることが多いが、事前周知を行ったため、自分の家の前においてほしいという要望が多かった。観光バスをコミュニティバスにすることは運営ノウハウも異なり、難しいのではないか。 |
|------|---|

会議概要

- ・観光の質も大きく変わり、決められた場所に行きたくない人が増えており、特にヨーロッパ系の観光客は自分たちでルート設定する。例えば、和歌山県・白浜では、熊野古道や温泉地に来る外国人が急増し、インバウンド需要が著しいが、熊野古道はヨーロッパ系、温泉はアジア系で完全に分かれる。
(鹿島田産業観光部長)
- ・墨田区は、民泊数が23区でも5番目に多い。バックパッカーが多いため、地域の食事処を地域で案内できるような方向にしていきたいと考えている。
(関座長)
- ・民泊は10年くらい前までは、民宿に対する言葉として使われており、旅行業法の制約に当たらない代わりに食事の提供ができなかった。しかし、今は民泊でも体験という名目で食事を提供する場所も増え、概念そのものが変わり、簡易宿泊になりつつある。
(鹿島田産業観光部長)
- ・民泊よりも旅行業法に則った簡易宿泊の方が多い。民泊は、180日/年しか営業できず、元が取れないため、営業日の制限がない簡易宿泊への移行や民泊を廃業する例も多い。
(観光課 佐々木主査)
- ・簡易宿泊でも区内に同様の施設が増え、価格競争により、1泊4,000円を半額の2,000円に値下げた結果、事業として成立せず、オーナーチェンジになる例もあるようだ。
(関座長)
- ・沖縄県石垣島は、人口微増しており、3万人台である。この一要因として、石垣島に定住するバックパッカーが増えていることがある。彼らは、生活のため、民泊や簡易宿泊を始めるケースが多いが、いまだに地元住民とのトラブルが後を絶たない。
(鹿島田産業観光部長)
- ・まち処では、区の予算でイベントを行ってきたが、参加者の多くは区民であった、今後は、外国人訪問者を地域が受け入れるための姿勢やマナーの問題など、行政が地域との関わり方や考え方を変え、観光のあり方を検討する必要がある。
(関座長)
- ・岩手県宮古市では、毎年12月に河川で鮭を捕まえる宮古鮭祭りを行っており、全国から人が車で来るが、その多くが車中泊で、地元にお金を落とさない。
(鹿島田産業観光部長)
- ・観光でものづくりの穴埋めをすることは難しいが、外国人観光客も増え、地域の雰囲気も変化していることも事実である。さらに、人口構成も多く変化し、区の約6割が民生費で毎年20億ずつ増えていく。あと5、6年で都内の人口も減少し、半数以上が単身世帯になっていく。
- ・この状況の中で、産業や観光だけでなく、地域のあり方も踏まえ、新しいマスタープランを策定していく必要があり、区役所しかできない産業振興の方向性を検討していく。
- ・例えば、錦糸町にスペースデブリ(宇宙ゴミ)を回収するための装置を開発しているアストロスケールというベンチャーがあるが、大手企業で人工衛星設計をしていた技術者などがリタイア後、働きに来ている。
- ・定年後の働き方支援は、現在、シルバー人材センターが行っているが、福祉部局ではない、産業の視点から行う働き方支援もあるのではないかと。

(関座長)

- ・北九州市では、面白い事例が 2 つ行われている。1 つは、シニア向けの塾。これは、60 歳以上の方が対象で、基礎講座、専門講座の 2 コースからなっており、起業、エンジェルなどの起業支援を実際に行っている。60 人ほど募集が来て、5,000 万円くらいの投資ならできる人も数名いる。ベンチャー起業した例もできた。
- ・もう 1 つは、小倉駅近くにあるこども園。ここには、保護者向けのサロンも併設されている。前者は、福祉部局が、後者は産業部局が担当して始まった事業である。
- ・全国的に見ても、自治体が組織したシニア向けの塾は、北九州市、八王子市、岡山県玉野市の 3 つである。玉野市は三井造船の城下町であり技術者も多くいるため、これを組織して技術支援の派遣のようなことを行っている。すみだの場合はどのように行うか。

(岩本経営支援課長)

- ・融資のあっ旋相談で、60 代後半の女性 2 人で着物レンタル店を起業したいというケースがあった。立地の問題もあるが、高齢なため、融資を受けられないという問題がある。
- ・就労支援ではないが、人材育成では今年度からものづくりスタートアップ連携促進事業（以下、ものスタ）を開始しており、3 年間でスタートアップ 100 社を目標としている。
- ・具体的な事業内容としては、ターゲット等、事業コンセプトの明確化、区内企業及び技術の PR、時代が変化しても課題を発見し、解決できる人材の育成 行っていく予定である。は、教育プログラムをつくることになるが、既存のものづくりイベント等とも連携を図っていきたいと考えている。
- ・ にあたり、6 月 22 日に産業観光部の職員がワークショップを行い、墨田区に呼び込みたいターゲットを整理した。アストロスケールやチャレナジーなどのものづくりベンチャーも含まれるが、10YC のように長く着ることができる洋服づくりを目指して、区内で起業したスモールビジネスに近い企業もターゲットとして該当した。

(長崎特別委員)

- ・区内企業と連携して、新しいビジネスや刺激を生む人を区内に呼び込むのか。

(岩本経営支援課長)

- ・区内に起業意欲のある人を引き寄せて、区内の企業や技術とつなぐということを考えている。それと並行して、将来の産業を担う子どもたちの育成を行っていききたい。

(鹿島田産業観光部長)

- ・このものスタは、教育部局でやるべきことを産業部局で実施する発想に近い。今、プログラミング教育などの実施にあたって、経産省が文科省と連携して事業を行っているが、学校教育の枠組みや現在の教員が抱える事務量ではできないことが出てきている。墨田区では、町工場などを学びのフィールドにし、思考の方法やコミュニケーション能力を養っていくプログラムを作っていく。

(岩本経営支援課長)

- ・マスタープランに付随して 2 つある。1 つは、勤労福祉事業「フレンズすみだ」という 30 年前から制度を変えずに実施している事業の見直しを行っている。今の若い世代が求めている勤労福祉のあり方を踏まえ、良い形に変えていきたい。
- ・もう 1 つは、ベンチャーやスタートアップを呼び込む場合に、創業支援や融資だけでなく、墨田区で長続きするための仕組みが必要であり、そのためには、フロンティアすみだ塾のような相談ができるネットワークづくりも必要ではないかと考えている。

会議概要

(鹿島田産業観光部長)

- ・中小企業センターの体育館やジム施設はハードの勤労福祉だったが、フレンズすみだはソフトの勤労福祉である。しかし、月 500 円支払えば、映画や観光施設などのチケットが安く購入できるなど、会社ではなく、個人単位に留まっている。
- ・区は 3,500 万円の予算を投じている。区内就業が 3 割を切る中で、現行の制度の見直しを行う必要がある。23 区では江戸川区以外は全区で実施している。

(岩本経営支援課長)

- ・京都のヒルトップという会社では、社食を充実させ、1 つのコミュニティスペースになっている。勤労福祉は何かインセンティブがないと使われないのではないか。

(関座長)

- ・ベンチャーを呼び込むのはなかなか難しいが、三鷹市で一時期成功していた事例がある。三鷹市は航空産業都市であったが、首都圏整備法の関係で、工場の増改築ができず(23 区 + 川崎、横浜、武蔵野、三鷹、川口の一部が該当)、その工場の多くは昭島や青梅に移り、住宅化が進んだ。
- ・30 年前の三鷹や武蔵野は税収がトップで、その財源の多くは高額所得のサラリーマンであった。しかし、人口構造上、2010 年になると税収が厳しくなることがわかったため、産業支援に力を入れ、稼げるまちにしていこうという動きが起こった。
- ・一方、その時期、駅前のマンション内に 80 社ほどアニメ関係の設計や装置をつくる事務所が増えていることがわかった。
- ・三鷹市で増えた要因を調査したところ、IT の中心である東京と八王子の中央に位置している、中央線・総武線・東西線の 3 線が乗り入れている、優秀な人材が多い 3 つが挙げられた。特に は、美術系、理工系の人材が多く、パート・アルバイトを募集してもレベルが高いため、そのまま正社員として採用する例もある。
- ・これらの企業が働きやすい環境を整備するため、三鷹市が駅近のマンションをワンフロア借り上げ、SOHO (パソコンやインターネットを活用して、自宅など小規模のオフィスで仕事をする形態。small office / home office) の実験施設を作った。
- ・半分をスモールオフィス、半分をホールにした。10 社募集したところ、62 社から応募が来たため、性別、年齢、職種によって選定した。スタッフ 5 人でシフト制を組み、3 人が常駐で徹底的に入居者の支援を行った。
- ・この結果、ホールに近隣の在宅ワーカーが集まり、商談スペースになった。また、スタッフ 5 人で秘書事業を起業するという事も起こった。
- ・この SOHO 施設は 5 年の予定だったが、途中で、三鷹市の廃業する企業から市の経済所管部署に 3 階建てビルが寄贈されたため、100 社入居できる想定で、SOHO 施設を新たに作り、事業を継続させた。三田会 OB 会なども入居するようになり、収益を上げる企業も出てきたが、市の担当職員がいなくなった途端、機能しなくなってしまった。
- ・今、その職員は千代田プラットフォームに籍を移しているが、三鷹市の SOHO ビルに入居していた企業はほとんど千代田に移ってしまった。それ以外だと、今は立地条件が良いため、立川に IT ベンチャーが 200 社ほどできている。

(長崎特別委員)

- ・三鷹市の話になるが、SOHO ビルには三鷹市民という条件を付けたのか。

(関座長)

- ・制限は付けていないが、人の問題で失敗した。ハード運営にも担当者が重要である。

(鹿島田産業観光部長)

- ・今年度、すみだブランドの見直しを行う中で、今までの産業振興は区内事業者のため = 「For すみだ」だったが、今後は、「From すみだ」でもいいのではないかという議論が出てきている。産業振興の上では、墨田区でコトが起き、人が来れば、対象や実施主体が区民等でなくてもいいのではないか。区内で完結させようとするから無理がある。

(関座長)

- ・墨田区のものづくり技術力は全国と比較するとそこまで高くない。例えば、燕の加工技術レベルはすみだの 10 倍以上であり、工場の祭典とスミファの規模にもよく表れている。しかし、燕は金物以外、簡単な装置物すら作ることができない。墨田区がアイデアなどを組み合わせ、試作品を作り、次の生産は地方で行うなど、墨田区は全国のプラットフォームになり、互いの弱点を補いながらものづくりを進めていけるといい。

- ・全国のプラットフォームになるためには、PR も必要である。例えば、JAPAN HOUSE LONDON に燕は自治体として出展し、鎚起銅器で有名な玉川堂の職人が彫金の実演を行ったところ反響があった。

(中山産業振興課長)

- ・JAPAN HOUSE には個別では根岸産業は出展していたが、全体としての PR はできていない。

(株式会社 GK インダストリアルデザイン 柴田氏)

- ・ブランドの見直しを行っているが、いままですみだ = ものづくりで進めてきたが、そもそもものづくりが地域ブランドの核になるのか、またものづくりの定義も幅広くとる必要があるのではないかと考えている。

(産業振興課 大島主査)

- ・ブランドに関連しているところでは、すみだ 3M 運動は 35 年以上前から実施している。当時はそれなりに注目を浴びたが、当初認定を受けたきりで新たなアクションを起こしていないところが多く、やる気のある事業者との温度差が大きい。

- ・特にやる気のある事業者はすみだブランド認証に移行している方も多い。30 年前は区が主導で行っていたため、事業者が主体的に事業やイベントを実施する流れになっても昔の感覚でいるところも多く、事業自体が機能しなくなっている面もある。

- ・内容はよくてもそれを活かさきれておらず、例えば、スミファのように事業者が主体的に PR していくまでには至らず、そこは区の支援を待っている状況である。また、保存会にしても墨田区は他区よりも年齢が若い、PR も積極的に行う方とものづくりに専念したい方、職人によって様々である。

- ・広域展開では、中小企業都市サミットと TASK がある。サミットは全国 6 都市のものづくり都市が参加しているが、都市により実情が異なるため、テーマ設定が難しく、国への提言も総花的で、会議自体も形骸化している。

- ・TASK は近隣 5 区 (台東、足立、荒川、墨田、葛飾) で行っている広域連携事業で、平成 17 年度から実施しているが、事業がマンネリ化しているため、事業の見直しを墨田区から提示しているが、各区の事情もあり、前に進んでいない。

(中山産業振興課長)

- ・サミットも TASK も会議が形骸化しているため、必要な事業や議論を行うべきであると主張している。サミットは 2 年に一度開催を必要な時期での開催に変更されたが、TASK については、事業の見直しが難航している。

| | |
|-------------|---|
| <p>会議概要</p> | <p>(鹿島田産業観光部長)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・他にも観光事業の中で、台東区と連携している会議もあるが、台東区と比較して、墨田区は観光資源に乏しいため、効果的な連携には至っていない。 <p>(菅原観光課長)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・赤穂浪士まつわる義士祭の会議も形骸化している。 <p>(鹿島田産業観光部長)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・産業振興全体の見直しを行わなければならない。そのためには、産業観光部職員の意識向上も必要であり、この足がかりとして、職員が現場に行き、区内産業に関する記事をホームページに掲載する「職員取材日記」や産業に関するデータを1人1データ探すといった部横断的な取組を行っている。 ・職員が主体的にワークショップを行う動きも出てきており、産業観光部の職員が現場を肌感覚でとらえ、施策に反映することができるといいと考えている。マスタープラン策定の取組を通じて、連綿と続く産業振興へのモチベーションがもう一歩違うステージに上がり、地域へ還元できるといい。 <p>(関座長)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・昭和52年度、1万社あった区内企業に対して、当時の係長級職員200人がヒアリング調査を行った「製造業基本実態調査」は、自分たちが今後何をすべきか職員が自覚したことが大きな成果であり、これをきっかけに産業振興会議も生まれた。同じパターンかどうかはわからないが、現場を知ることは重要なことである。 ・この調査を受け、川崎市でも若手職員数人が同様の取組を行った事例もある。役所内で最も積極的な事業は産業部局である。条例等に則り、決まった仕事を行うことはないため、職員1人1人が政策として産業振興に携わるという意識を持って取り組んでほしい。 <p>5 閉会 産業観光部長が閉会のあいさつを行った。</p> |
| <p>所管課</p> | <p>産業振興課</p> |