

会議の概要(議事録)

会議の名称	(番号) 1 - 2 5	令和 2 年度第四回墨田区産業振興会議		
開催日時	令和 2 年 1 2 月 2 2 日 (火) 午後 3 時から午後 5 時まで			
開催場所	墨田区役所庁舎 1 階すみだリバーサイドホール会議室			
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) 有識者 4 人 (鈴木 淳、大和 和道、堤 香苗、岡田 恵実) その他、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、株式会社 GK インダストリアルデザイン 柴田氏が、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 出席者紹介 3 議題 (1) 趣旨説明：スモールビジネスの創出について (2) 取組及び事例紹介 (各社 15 分) 4 意見交換 5 閉会			
配付資料	出席者名簿 席次表 資料 スモールビジネスの創出について 墨田区産業振興マスタープラン 墨田区産業振興マスタープラン概要版			

会議概要	1 開会 2 出席者紹介 出席者が自己紹介を行った。 3 議題 (1) スモールビジネスの創出について 資料について、事務局から説明した。 ・平成 30 年度墨田区産業振興会議において、区内産業を取り巻く環境が大きく変化していることから、平成 25 年 3 月に策定した「墨田区産業振興マスタープラン」を早期改定する必要があるとの意見があった。 ・新型コロナウイルス感染症（以下、「コロナ」という。）の影響で、1 年間策定期間を延期したが、令和 4 年 3 月末に産業と観光の施策を統合した「（仮称）墨田区産業観光マスタープラン（以下、「マスタープラン」という。）」を策定する。本プランでは、ミッション・ビジョン・行動規範を策定するとともに、戦略以下は短期サイクルで毎年度、検討・修正することとする。 ・マスタープランの基本的な考え方として、「産業振興を通したまちづくり」と「産業と観光の融合 2.0」を掲げた。特にスモールビジネスは、生きがいや働きがいの創出につながるとともに、関係人口の増加にも寄与する可能性があることから、今後のプラン検討においても重要な要素の 1 つであると考えている。 ・スモールビジネスは、少人数・小資本で行う事業であるため、ユニコーン企業のような大幅な収益を見込むものではないが、既存市場をベースに継続的な売上確保を目指す形態である。墨田区の経営相談では、創業に関する相談件数が最多であり、全国的にも創業件数が多い地域である。 ・今回は、起業・創業の現状・課題を整理したうえで、起業・創業する場所として魅力ある地域になるために必要な支援策等について、ご議論いただきたい。 （閑座長） ・創業相談件数のうち、何件くらいが実際に創業しているのか。 （事務局） ・相談件数は延べ数であるため、正確な件数は把握していないが、相談者が創業する際は、ほとんどがチャレンジ支援融資を活用している。相談件数（計 332 件）と融資実行件数（152 件）から相談者の半数近くが実際に創業していることがわかる。 （閑座長） ・地方では商工会が主体となり、創業支援を行っているケースが多い。山形県河北町では、過去 5 年間で 6,000 件以上の経営相談（創業相談以外も含む）があり、102 件が実際に起業した。山梨県北杜市では、過去 4 年の創業セミナーに 100 名以上が参加し、うち 50 名が起業した。 (2) 取組及び事例紹介 (台東デザイナーズビレッジ 村長 鈴木様)
------	---

会議概要	・台東デザイナーズビレッジ（以下、「デザビレ」という。）は、創業５年以内のファッション系クリエイターを「経営者のヒナ」にすることを目的に、平成１６年にオープンした日本で初めてのものづくり系クリエイター創業支援施設である。 ・旧小島小学校の校舎を活用しており、１９部屋に入居できる。約１／３ごとを毎年入れ替え、現在は２４～４０歳（平均３１歳）、９割が女性である。業種は、革小物やジュエリー、アクセサリー、ファッション関係がほとんどである。 ・当時、台東区の廃業率が２３区で最も高かったことから、地域のデザイン力を強化することで、企業の定着と地域全体の活性化を図るため、廃校を有効活用した施設が設立された。自身は、運営と地域活性化のコンペに応募し、設立当初からインキュベーションマネージャー（村長）に就任している。 ・当初は、台東区が「家賃が安い廃校のアトリエ」として周知したため、第１期生の目的は、１／３が安いアトリエ、１／３が経費削減で、多少の意欲がある人は１／３ほどだった。入居者同士の交流もせず、倉庫利用や転貸していた入居者もいたため、３年間の契約が終わった４年目からは、優秀なデザイナーが集まるファッションの登竜門を目指し、意欲があるクリエイターを集める方向にシフトした。 ・成長意欲が高い創業者が集まったことで、徐々に取組成果が見え始め、卒業生の活躍が口コミで広がっていき、運営も軌道に乗り始めた。入居者は日本全国から募っているが、卒業生を含む全１２０組中１９％が台東区出身であるため、卒業してからも区内にそのまま居を構えて活動することが多い。 ・また、今後、日本のものづくりは技術や価格ではなく、どこで誰が作ったかが重要となると考え、台東区周辺のものづくりのファンを増やすため、平成２３年から「モノマチ」という工場見学イベントを企画し、運営している。キックオフイベントの失敗や規模縮小を経験しながらも、新たな地域コミュニティの創出につながった。 ・設立から１７年が経過したが、デザビレの創業支援が、クリエイターの集積やマチの発信力強化、地域価値の向上につながるなど、地域に好循環を生み出す大きなきっかけになっている。 （向島橋銀座商店街協同組合 事務局 大和様） ・向島橋銀座商店街協同組合（以下、「キラキラ橋商店街」という。）では、ピーク時に１３７店舗あったが、現在は７０店舗まで減少している。区の施策により、空き店舗活用を３店舗行ったが、貸してくれる空き店舗が少ないうえ、店主の高齢化により既存店が閉店するケースも増加していることから、全体の店舗数は減少している。 ・商店街にもスモールビジネスやコミュニティビジネスは必要だが、商店街だけに関連した課題ではない。特に京島エリアは木造建築が多く、ハード整備に課題を抱えている。商店街という「点」ではなく、ゾーンとして課題を捉え、「面」的な対応が求められる。 ・ゾーンで対応するための受け皿として、８月３１日に「（一社）つながる！橋」を設立した。様々な人が関わり、つながることができる環境を作り、エリアマネジメントで対応することで、人間味溢れる温かいまちづくりを実現させていく。情報経営イノベーション専門職大学（以下、「iu」という。）、千葉大学の開学も良いきっかけとなると思う。 ・京島エリアは、長屋のリノベーションやイベント、魅力的な個店の開店など、区外の人からも興味を持ってもらっている部分もある。一方、地域の中で何かやりたい人たちの
-------------	--

会議概要	相談先がないため、まずは「（一社）つながる！橋」を活用してもらい、色々なカタチで人と人をつなげることで、目的意識を持って共通のゴールを目指せるようにしたい。 ・コミュニティビジネスは利益にならないことが多いが、この会社でも初めから利益を目的としていない。自走して継続するためには収益が必要だが、まずは楽しく続けることを目指し、起業家やまちに利益が還元されると良い。 ・また、商店街としては、実店舗の出店が望ましいが、単純に個店数だけで考えるのではなく、地域密着型のスモールビジネスにしてもらい、生活に必要な個店が増えていくと商店街やまちが生まれ変わると感じている。 ・最近、アキサボという空き家活用事業を活用し、たこ焼き屋がオープンしたが、非常に好評である。キラキラ橋商店街では、これ以外にも学生とのコラボといった様々な取組を実施しており、楽しみながら実績を重ねていくことが重要であると考えている。 （中小企業基盤整備機構 岡田様） ・中小企業基盤整備機構（以下、「中小機構」という。）では、新しい学びの場として、TIP*S を運営している。「対話と出会いで、一歩が変わる」をコンセプトに、スナックのような対話が充実する空間を目指し、参加者同士の対話にこだわったイベントやワークショップを実施している（年間 200 回程度開催。現在は、コロナにより 130 回）。時間は、平日 19 時から実施することが多い。 ・今までの参加者の年齢は 10～80 歳と幅広い。ターゲットは「潜在的○○層の方々」で、新しくアクションを起こしたい人を支援している。一方、支援ノウハウは、ある程度、効果の検証ができているが、先行きが不透明な時代においては、従前の課題解決型企業の支援だけでは課題が明確化した時点で手遅れになる可能性が大きいと考えている。このため、TIP*S では、自ら決断し、アクションする人材の育成に重点を置いている。 ・一般的に、起業準備に踏み切らない理由には、起業に対する不安感があり、何をしたいかわからないことから行動に移せないことが挙げられる。解決策として、不安感を縮小させる、起業への想いを強める の 2 つがある。TIP*S では、主に のアプローチから「想い>不安、わからない」にすることを目指している。何がきっかけに火種が点くかは人それぞれのため、様々なテーマの講座を開催し、新たな気づきを得てもらう。 ・TIP*S で、人の集まりやすい場や環境を整備し、再び参加してくれるような雰囲気づくりをすることで、参加者たちが自主的に何かを起こしていく状況になっていく。想いや火種が行動のきっかけになり、その先にビジネスがあるため、【想い・火種→活動】のサポートを行いつつ、ビジネスへの橋渡しが果たせるように今後も取組を行っていく。 （株式会社キャリア・ママ 堤様） ・自分は、女性が自分らしく働ける場をつくりたいと思い、自ら起業した。自らの生き方を自分以上に考えてくれる人はいないと感じており、創業・起業支援を考えたときに、支援機関が過剰に支援しすぎることの弊害はあるのではないかと。 ・全国 10 万人の女性会員が登録する「キャリア・ママ」サイトを運営し、自分らしく社会と関わることのできる「働く」を創り出している。常に 3,000 人がオンライン上で働いており、相互にコミュニケーションを取りながら、ネットワークを形成している。会員は誰でも登録できるが、働く「人」の魅力を大切にしている。
-------------	--

会議概要	・自らの能力を活かし、働き、稼ぐことは面白いことだが、特に、女性は、子育てと仕事とのバランスが取れ、その仕事自体に面白さがないと起業という具体的な行動には結び付かないケースが多い。自分自身は、起業したことに後悔を感じていないが、子どもともう少し一緒にいたかったという気持ちはある。 ・当社は、多摩センターの商業施設内に立地し、カフェ（oshigoto cafe）や保育室が併設された仕事場（コワーキング CoCo プレイス）も運営している。保育室は、保育士 1 人で子ども 3 人の面倒を見ているが、この場所を目的に都心から多摩市に引っ越してきてくれた人が 2、3 人いる。 ・多摩ニュータウンは早期退職者も多いため、単なるワークスペースではなく、働く人にとって居心地の良い、第二の会社になるような雰囲気づくりを大切にしている。当社の社員になるにはインターネットのスキルがないと難しいが、スキルがなければ、人柄以外にないと感じている。面白く働くことが重要である。 4 意見交換 （関座長） ・キャリア・맘への会員登録はスキルがなくてもできるのか。 （株式会社キャリア・맘 堤様） ・登録自体はできるが、自分にスキルがないと結局は稼げないと教えている。 （関座長） ・会員が実際に起業することはあるのか。 （株式会社キャリア・맘 堤様） ・会員は、在宅のギグワーカー（空いた時間を使って複数の仕事をこなす働き方のこと、例：Uber Eats）であり、アウトソーシング支援などを通じ、会員が能力を発揮できるようなプロジェクトチームを組み、業務管理を行っている。 （楠観光課長） ・墨田区では、東京スカイツリー®や名所・旧跡を回遊してもらう観光をメインに施策を行ってきたが、今後はビジネス起点の誘客を行う予定である。モノマチは、産業的な視点で人を呼び込んだ事例だと思うが、地域連携の課題は何か、規模を縮小した意図と持続的な活動になるために必要なことは何か 2 点について教えていただきたい。 （台東デザイナーズビレッジ 村長 鈴木様） ・モノマチは、つくばエクスプレスの開業に合わせ、イベントを開催し、地域に集客することを目指していたが、つくばエクスプレスは地下の乗り換えのため、地上に人が出ず、全く集客できなかった。地域の価値を高め、PR 力を強化しなければ、イベントを開催しただけでは集客できないことがわかった。 ・ について、他施設や行政等と連携する際には、様々な事情がイベントに影響を及ぼすため、まずは参加している企業が共通意識を持ち、自ら人を呼び込み、物販することが必要である。地域の人だけで運営できる仕組みが重要である。 ・ について、事務局の負担が大きくなりすぎたため、規模を縮小させた。参加企業は減ったが、若い世代が自ら手を挙げて実行委員になるなど、良い効果もあった。活動資金は、実行委員会の収益を充てているため、持続的な活動にできている。今回は、コロナの影響でオンラインに切り替え、苦戦はあったものの約 200 人が運営に携わってくれた。
------	--

会議概要	(関座長) ・蔵前は雰囲気の良いまちになった。外国人も増えている。 (台東デザイナーズビレッジ 村長 鈴木様) ・元々、ものづくりの職人がいて、道具屋があった場所にクリエイターが集まったことで新しいものが見つかるというブランディングができつつある。 (関座長) ・新しい住民とのつながりはできているのか。 (台東デザイナーズビレッジ 村長 鈴木様) ・台東区は問屋街ということもあり、人を受け入れる雰囲気はあるが、現状、新規住民とのつながりはそこまでない。 (関座長) ・墨田区は職住近接地域であったが、1970 年代には 80% だった区内常住就業者は、区内工場数等の減少とともに現在では 30% まで落ち込んでいる。 (向島橋銀座商店街協同組合 事務局 大和様) ・商店街も同じような状況であるが、状況が変化し、課題があるからこそ、地元を見つめ直す良い機会であると感じている。経営者が高齢化し、マンパワーが不足しているからこそ、外部連携を有効に進めていく必要がある。特に iU の学生は在学中に必ず起業するため、スモールビジネスへと拡がり、地域活性化になると良い。 (台東デザイナーズビレッジ 村長 鈴木様) ・デザビレは、3 年間の入居期間中に全国の卸業者とのネットワークやネットショップ販売のノウハウを獲得するため、卒業後も場所を持たずに販売でき、事業継続ができています。最近、蔵前周辺は家賃が上がり、比較的家賃の安い上野・浅草周辺に出店することが増えてきたが、小売ベースで事業を開始することは難しい状況である。 (向島橋銀座商店街協同組合 事務局 大和様) ・販売について、商店街はインフラが整っている。今後は、例えば、高齢化により閉店したい経営者等と起業意欲のある若い人材をマッチングすることができれば、まちが廃れずに持続していくと考えている。 (鹿島田産業観光部長) ・起業・創業する人は、どの程度の収入規模を見込んでいるのか。 (株式会社キャリア・マム 堤様) ・男性の場合は、現状より高収入を求めることが多いと思うが、女性はそこまでイメージを持っていない。パートであれば、月 7~8 万円規模でも十分である。一方、起業・創業希望者でも、原価計算ができず、稼ぐために何をいくらで販売したら良いかわからない人は多いため、自分で起業する前に試行的に店舗運営したいというニーズは高い。 ・また、金融機関についても銀行しか知らない人もおり、特に高い収益を望む場合、金融機関との付き合い方を理解することは必須である。事業を始める際は、補助金やクラウドファンディングといった資金調達ではなく、自己資金 + 金融機関からの借入のように自己投資がなければ、覚悟が芽生えず、長続きしないと感じている。 (向島橋銀座商店街協同組合 事務局 大和様) ・補助金ありきで事業を開始しても結局継続しない。行政等で補助金制度を新設する際は、地域の実情を踏まえ、地元の意見を反映しながら制度設計してもらいたい。
------	--

会議概要	(台東デザイナーズビレッジ 村長 鈴木様) ・加えて、資金調達した後、どのように稼ぐかは誰も教えてくれない。明確な答えはないが、どのようにしたらその人にとって効率的なビジネスができるか、初期のお金の稼ぎ方を相談できる場所や人がいると起業・創業者の不安は軽減される。 (株式会社キャリア・マム 堤様) ・まちを知ってもらうため、行政は地域にとっての顧客を獲得することができるのではないかと良い。地域にある面白いお店を来た人に紹介してくれると良い。 (楠観光課長) ・産業においては、生活に根付いたものは継続していくため、改めて地元を見つめ直すことが求められていると感じたが、観光分野においては何かが必要か。 (向島橋銀座商店街協同組合 事務局 大和様) ・観光分野に限らず、地域のファンをつくることである。行政組織の中でも工業・商業で縦割りになっているため、フラットな関係が必要である。楽しみながら地域と関わることができるが良い(enjoint : enjoy + joint)。 (株式会社キャリア・マム 堤様) ・産業・観光に限らず、まちの人が自然とそのまちを好きになり、自らアピールしていくまちが内外にとっても良いまちではないか。 (中小企業基盤整備機構 岡田様) ・観光の定義次第ではないか。自分が住む地域を楽しんでいると感じることは、それは自分が住む地域を大切に思うことと同じである。人には、地に根付いた暮らしがしたいという欲求があり、地縁や人とのつながりを求める。この欲求があるからこそ、産業や観光といった分野に限らず、自分が好きな場所・地域に関わりたい、行きたいという行動につながるのではないかと。 (向島橋銀座商店街協同組合 事務局 大和様) ・地域の人を巻き込んで誘客する一番の強みは地道で時間がかかるが、口コミである。根付いたことは継続していくことが重要である。商店街に行く人は、商店街ではなく特定の個店を目的に行く。個の集まりが商店街であるため、個店でもある程度の自助努力が必要である。 (台東デザイナーズビレッジ 村長 鈴木様) ・まちの将来像をどのようにしていきたいかが決まらなないとターゲットや施策も決まらない。例えば、パリやミラノ、ニューヨークは、その土地で作ったもので人を呼ぶことができる。デザビレは、蔵前周辺が日本全国から物を買いに来てくれるまちになることをイメージしながら取組を進めている。 (株式会社キャリア・マム 堤様) ・接点がなければ、まちのイメージはつかない。特に、東京都の西側に住んでいると、東側のエリアは区別がつかず、ものづくりから連想すると、墨田区は男性のまちのような印象を受ける。 (中小企業基盤整備機構 岡田様) ・地域に関われば、地域性の明確な違いに気付くことができるが、遠くからだ地域性や行政が実施する支援策はどこも同じように感じる。その中で違いを生むためには、例えば、鈴木村長がいるからデザビレに入居するように、「人」でしか特徴は出せない。TIP*Sを始める際に応援してくれた人は、墨田区の人たちばかりだった。そういった「人」がいることと今までの創業等の実績を丁寧に発信するべきである。
------	---

会議概要	(台東デザイナーズビレッジ 村長 鈴木様) ・墨田区は、フロンティアすみだ塾の成果もあり、横のつながりや結びつきが強く、全区的に人を受け入れてくれる印象がある。 (長崎特別委員) ・産業が活力を持ち、新陳代謝していくことはまちにとって欠かせない要素であるが、製造業は初期コストが大きいことから新規創業が起こりにくい。観光や小売・飲食、デザイナー・クリエイターなど多岐にわたるスモールビジネスの視点は次のマスタープランに必ず盛り込むべきである。 ・起業・創業に必要な視点としては、潜在的な想いに気付かせることも含め、ビジョンを持ってもらうことと、経営者としての意識付けを行い、事業をビジネス・収益化することの2つがある。起業・創業者が地域とつながるためには、商店街のようなサポートする組織の存在や住民との関係性構築が重要である。 ・また、起業・創業といってもシニア、女性、学生のような多様な属性によるものや、副業的な起業・創業も有り得るが、ビジネスとして軌道に乗せるためには、時間がかかる。時代の変化に対応しつつも、根気強くサポートする必要があるのではないか。墨田区は小さいエリアであるが、例えば、北部や南部では地域の特性は異なるため、各エリアに合った起業・創業のカタチがあると感じる。 5 閉会 産業観光部長が閉会のあいさつを行った。
所管課	産業振興課