

会議の概要(議事録)

会議の名称	(番号) 1 - 2 5	令和5年度第2回墨田区産業振興会議	
開催日時	令和5年7月21日(金)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 すみだりバーサイドホール会議室		
出席者	<p>委員7人(関 満博、長崎 利幸、有菌 悦克、川路 さとみ、上條 久美、平尾 伸子、郡司 剛英産業観光部長)</p> <p>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・産業振興課職員が事務局として参加した。</p>		
会議の公開 (傍聴)	公開(傍聴できる)	傍聴者数	2人
議題	<p>1 開会</p> <p>2 出席者紹介</p> <p>3 講話</p> <p>4 議題 墨田区における産業観光の在り方</p> <p>4 意見交換</p> <p>5 閉会</p>		
配付資料	<p>資料 令和5年度第2回墨田区産業振興会議次第</p> <p>資料 出席者名簿</p> <p>資料 席次表</p> <p>資料 墨田区における産業観光の在り方</p> <p>資料 令和5年度産業振興会議の到達点</p> <p>資料 産業観光ツアーに関する資料一式</p>		
会議概要	<p>1 開会</p> <p>2 出席者紹介 出席者が自己紹介を行った。</p> <p>3 講話 茨城県日立市等の事例から国内産業の現状について関座長が講話をした。</p> <p>4 議題 墨田区における産業観光の在り方について 事務局から資料 を用いて、下記の通り説明した。 (事務局)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 今回の議題は「墨田区における産業観光の在り方」とした。墨田区にはどのような観光資源があるのか(見せられる資源)、それは誰に見せるのか(ターゲット)、「見せられると見たいは別」という第1回会議の意見を踏まえ、議論いただきたい。 		

会議概要

- ・ 「ものづくりのまち」として墨田区は長い歴史を持っており、文化的にも「ものづくり」を中心に発展してきた背景があるが、多種多様であるが故に、何を見てもらうのが難しいという意見が前回の会議であった。墨田区で作られた意義や、ものづくりという観光資源をどのようにして説明すればいいのかが分からないとの意見もあった。
- ・ 次はターゲットの側面で、「ものづくりのまち」を一般の方に知られるのが果たして正しいのかどうか、もう一度振り返る必要があるという意見をいただいた。また、観光自体の付加価値を高めるために、広く一般というよりもターゲットを絞っていくことも大きな課題であるという意見もあった。
- ・ 観光振興をしていく場合、まずは墨田区に来てもらう、それから町を歩いてもらう、その先で消費活動等を通して町にお金を落としてもらう、という流れが重要であるということが前回の会議の総括である。
- ・ これを踏まえて墨田区における産業観光の在り方について委員の皆様には議論していただきたい。
- ・ これまでの墨田区では地域の日常の観光資源化を謳っていた。まさに綺麗な景色を見るだけではなく、そこに根付いたありのままの文化・生活を見てもらえれば、リピーターや地域に更に入り込んでくれる関係人口の獲得に繋がるのが期待できる。また、受け入れる側にとってもボランティアで関わるのではなく、観光に関わる中でしっかりと利益を享受するという仕組みも必要である。この仕組みが整えば、「地域のことを知った人が来て消費をする」という循環がうまく回り、地域に経済的なメリットが生まれるのではないかと考えている。
- ・ 2ページ目には、「ものづくりのまち」を資源として捉えた場合、今後墨田区のものづくりはどのような形になるのか、現時点での考えを載せている。地域にある様々な業種の集積・ネットワークがこれまでの墨田区の強みだとすれば、今後は外にいるステークホルダーとの連携を深めて新しい事業を興すことが必要である。そこで起きたイノベーションを地域課題の解決の方向に向かわせ、墨田区における新しい「ものづくり」「産業集積」を定義していきたいと考えている。

資料 p 3 ~ 6 中の産業観光の事例を紹介した。

- ・ 資料 については、本日の議題に直接関わるものではないが、今後1～2年かけて産業振興会議でどのような議論を重ねていくのか、何を目指すのかを方向づけたものとなっている。
- ・ 1～2年かけて「産業集積のアップデート」の輪郭をはっきりさせるよう、各回のテーマに沿った議論を経て、課題等を答申として頂ければと思っている。
- ・ 関座長から以前示していただいた 新しい事業を興す 連携・誘致を進める 事業者の意識改革の3点のうち、特に を切り口として議論いただきたい。
- ・ 区では産業と観光の融合を目指しているが、その在り方についての再整理にもつながればと考えている。

(長崎委員)

- ・ 今回の議題は産業観光に関するものなので、平尾委員から現在観光協会として実施

<p>会議概要</p>	<p>している産業観光ツアーの現状や課題についてご説明いただきたい。それから議論に入っていければと思う。</p> <p>(平尾委員)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 資料 中の令和3年度に観光協会で実施した産業観光ツアーを作成するにあたって、他の地域であれば、地域を象徴するものを見てもらえばいいが、墨田区の産業は幅広いため、何をみていただくか、見せられるものは一体何かというところで悩んだ。またターゲットは一般の観光客なのか、それとも産業に関係する方なのか、明確にできなかった。以上のことから、幅広い産業を1つに絞るのではなく、繋げて様々な場所を見て頂くのが良いのではないかという結論に至り、皮革産業及び繊維・ガラスのツアーを作成した。 ・ ツアーを作成した際に非常に苦労した点は、八広などの道が狭い北部地域の移動をどうするかという点と工場の中に何人入れるのかという点。 ・ これはモニターツアーなので無料で実施したが、仮に販売するとなると、価格は1人あたり7,000～8,000円程度になると思っている。 ・ 参加者からの意見としては、「工場見学はいくつになっても楽しい」「どのようにして産業の歴史を紡いできたのかがわかる勉強になるツアーだった」とのポジティブな意見を聞いた反面、「ツアー前に墨田区の産業やブランド戦略の説明をしてから回った方がいい」との意見もあった。なお、参加者の方は旅行業、メディアに携わる方々であった。 ・ 受け入れ先の意見としては、「普段接していない他業界の方に見てもらう良い機会になった」「自社の取組をどう伝えたらいいか客観的に考える機会になった」「新たなビジネスチャンスの獲得の可能性を感じた」とのポジティブな意見があったが、「誰をターゲットにするのかを明確にしてほしい」「受け入れるキャパシティーの問題や受け入れることにより普段とは違う運営体制が必要となるため継続できない」「他社とスケジュールを合わせてツアーを組むのが難しいが、1社1社で実施するのであればツアーを続けたい」との意見もあった。 ・ 1社1社でツアーを実施するのであれば、観光協会が実施する意味合いが薄れてしまうし、墨田区である意味を伝えるのが難しくなってしまう。 <p>(関座長)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ツアー全て満席になったのか。 <p>(平尾委員)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 各回ともに6名の申し込みがあり満席となった。これ以上増えてしまうと工場のキャパシティーから受け入れることができなくなってしまう。 <p>(郡司委員)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光庁の補助金を使ったツアーであるのか。また、ツアーの募集対象者は一般人であるか。 <p>(平尾委員)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光庁の補助金を使ったものである。募集対象者は一般人ではなく、関係者。SNSで今後発信していただけるような方やこのツアーが実際販売できるかどうか判断できる旅行関係の方を呼んだ。 <p>(長崎委員)</p>
-------------	---

会議概要

- ・ 旅行関係者の方々はこのツアーは売れると判断したのか。

(平尾委員)

- ・ 「売れるが6名で採算がとれるのか」「移動手段を確保するのが難しい」との意見をもらった。タクシーは金額が高い、6名ではコミュニティバスの利用が難しい、路地が狭い、ガイドをつけて街歩きをすると金額が上がってしまう、といった課題が見つかった。また、実施時期が冬で展示会のシーズンだったことから、受け入れ先を確保するのも難しかった。

(有園委員)

- ・ 工場側からすると、例えば月商2,000万円、1日8時間で22日稼働させると、1時間あたり10万円を超える売り上げになる。年商2億5千万円程度の会社であれば、1時間工場を止めてツアーを受け入れると、10万円以上の機会損失となり、6人の工場見学では効果が薄い。以上からB to Bの会社で産業観光ツアーを成り立たせるのは難しい。B to Cの会社であれば、工場見学の後、商品を買ってもらったり、リピーターになってもらったりする効果が見込まれるが、墨田区の工場は大半がB to Bで最終製品を作っていないため、来た人はその場を楽しむだけで後に繋がらない可能性が高い。

(平尾委員)

- ・ 最初のツアーでは皮のなめし工場に行った後、革製品を作っている会社にトークセッションに参加してもらった。皮なめしの製造工程を見てもらったところで、それを買ってもらえるわけでないのに、最終製品を作っている会社に加わってもらった。ツアーに来てもらえれば、皮革産業の素晴らしさをわかってもらえるが、そこで墨田区にお金が落ちるわけではないので、出口戦略としてそのような形をとった。
- ・ 伝統工芸の職人についても、その場で商品を買ってもらわなければ採算面では厳しい。

産業と観光は切り離せないものだと思っている。まず、観光に来た人にお金を落としてもらうというのが観光の一番の目的。しかし、例えばスカイツリーに来た人がモノを買わずそのまま帰るなど、人が来てもお金を落とすモノがなければ意味がない。そのため、墨田区ならではのモノを明確にする必要がある。墨田区は既に多くの観光客が集まっていることから、先程事務局から紹介のあった他地域の事例を、そのまま墨田区に当てはめることはできないと感じている。これからはお金の落とし方を考える必要がある。

(観光課長)

- ・ 実際に来ている人に墨田区の産業商品を見てもらう機会はあると思う。例えば、ソラマチにあった「すみだ まち処」や、ミズマチ内にある今年度整備した「コネクトすみだ〔まち処〕」で区内製品を見てもらって買うことができる。ただ、「ものづくりのまち」を観光という手段を使って伝えるツールが区の施策では無いのが現状である。

(長崎委員)

- ・ 今の話でいうとコネクトすみだ〔まち処〕などで売られている製品は墨田区製であるが、恐らく墨田区製ということを伝えるツールがないということ。川路委員の店のチョコレートは、墨田区で作っているということをお客さんは意識して買って

会議概要	<p>るのか。</p> <p>(川路委員)</p> <ul style="list-style-type: none"> 外国人は和・江戸・下町等を意識して買っていると思う。製品が墨田区産である理由は必要なく、結果的に商品を買ってもらって利益が出ればいいと感じている。コネクツすみだ〔まち処〕に置いてある商品がどれだけ知られているのかということよりも、商品が最終的にどれだけ売れているのかの方が成長に繋がると思う。 <p>(有園委員)</p> <ul style="list-style-type: none"> 検討すべき論点はいくつかあると思っている。まず1つ目が、私たちは、「産業 工業」と思っているが、一般的に産業とは「人々が生活する上で必要とされるものを生み出したり、提供したりする経済活動のこと」なので、農業・観光・商業もすべて産業である。「産業観光=工場に行く」という見方を改めて考える必要がある。2つ目は、墨田区の観光コンテンツとしての産業観光の位置づけを検証する必要があるのではないかという点。産業観光には一定の効果はあったと思うが、一方でインバウンドやスカイツリーからの波及効果等を十分に取り込めていたのか。3つ目が、墨田区におけるものづくりはB to Bが中心なので、現場を見てもらおうメリットをどう見出すかという点。例えば、事業継続のために地域との良好な関係を築くための工場見学は有益だと思っている。 産業観光を行うことを目的とするのではなく、人口が増えていて、商業集積が進んでいる墨田区における産業観光の目的は何かという検討が必要なのではないか。 <p>(長崎委員)</p> <ul style="list-style-type: none"> 産業観光をすることは当たり前という風潮が長い間あったが、そこに前回の議論で「見せたいものと見たいものは異なる」という意見があり衝撃的であった。その異なる部分について深く議論する必要があるのではないか。 <p>(郡司委員)</p> <ul style="list-style-type: none"> まず、産業観光は工業が主体だと考えているわけではない。平尾委員が産業観光ツアーを1つの例として紹介されたが、観光協会は他にも様々な事業を展開している。力の入れやすい部分と入れにくい部分があり、入れやすいもので分かりやすいのは3M運動、入れにくいのは向島の花街のようなところで、文化振興であるのか商業振興であるのかこれまでハッキリしていなかった。最近になって「花街は文化であり、他の飲食店とは異なる」と再定義し、支援することになった。 <p>(有園委員)</p> <ul style="list-style-type: none"> 産業や地域の振興の視点で考えると、文化であっても商業であっても支援が必要では。 <p>(郡司委員)</p> <ul style="list-style-type: none"> 税金を使ってやるべきかどうかということを考える必要がある。これまで様々な議論があり、向島の花街については自助努力を求めていたが、向島は花街文化を伝える市内でも有数の優れた場であるが、料亭の数はどんどん減っている。さらに、新型コロナウイルスの影響で芸妓の登録数も減ってしまい、文化が衰退してしまったことから、支援することとした。 産業観光ツアーの受け入れ先の企業からは、このツアーに対して、会社の事業内容を伝える力の向上だけでなく、弟子入りするような人的資源の補完という効果も考
------	---

会議概要

えられることから、好印象を持っているとの意見ももらっている。

- ・ 観光課ができて、観光協会を一般社団法人化したのは、スカイツリーに観光客が集まるからである。そして集まった観光客をいかに地域に滞留させるかということが一番の課題であった。ただ、私が観光課長を経験して実感したのは、スカイツリーに来る人と墨田区に興味を持ってもらう人は別ということである。

(観光課長)

- ・ 元々花街というものは隠れ家的な存在であることから、表立って行動するような料亭ばかりではないと思う。ただ、新型コロナウイルスを経て集客がかなり低下したこともあり、向嶋墨堤組合と墨田区で「向嶋花街の観光振興における連携に関する協定」を締結した。料亭と様々な事業を実施していく中で、インバウンドの富裕層に対して事業を展開しようとする料亭も出てきている。観光課としては花街に関するパンフレットの作成や見番を活用した事業などを、向嶋墨堤組合と連携して実施している。

(長崎委員)

- ・ 料亭も産業であるし商店街も産業である。産業振興の範囲であるので、これらを総称して産業観光というべきである。今まで実施してきたのは工場の見学等狭義での産業観光であった。墨田区の持っている資源には、まず高い技術力を持つ町工場がある。スカイツリーが竣工して人が来るようになったことを利用して工場に人を回そうという考えになったが上手くいかなかった。なぜ回らなかったのかというのは、郡司委員からあった目的の違う人が来ていることや、平尾委員からあった受け入れ先のキャパシティの問題があったからであると感じている。

(上條委員)

- ・ 産業と観光では論点が全く異なるため、切り離して考えていかなければいけないと思う。今年度の産業振興会議の大きな目的は産業集積をどのようにアップデートしていくかを議論することである。「見せられると見たいは別」という観点からすると、今まではあるものを見せていたが、今後は「産業をどのように見せるのか」ということを深掘していく必要があると思う。
- ・ 観光は連れてきたい人(ターゲット)を考えていかなければいけないし、「ものづくりのまち」という看板を活かしていくのであれば、観光という手段で、資源をどう見せていくのが大事である。

(有蘭委員)

- ・ 墨田区の主要産業である製造業の観光化をビジネスとして成立させるのは難しいと考えられる。
- ・ 例えば製造業では、価格競争になると墨田区は厳しい。観光も商業も同じで、付加価値を高めていく必要があるのではないかと。

(観光課長)

- ・ モニターツアーの受け入れ先から、新たなビジネスチャンスの獲得機会の可能性を感じたという意見ももらったことで、産業振興のために観光をどう使っていくかという方向が見えてきたと思う。

(郡司委員)

- ・ 「ものづくりのまち = 観光でPRする」という話にはならないと思っている。墨田区

	<p>で、それぞれのステークホルダーが様々なプランを実行することによって「ものづくりのまち」という看板を下ろさないでいられる状況になるのではないか。</p> <p>(川路委員)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 私の店はものづくりをしてその場でものを買ってもらえるため、観光名所になりうると感じている。墨田区のお墨付（認証）が貰えれば、墨田区独自のお土産にもなる。実際に来店される方は「墨田区のお土産として丁度良い」と言って買って頂いている。 ・ 新しくもあり古くもある私の店のような場所が、産業観光において一番お金を落としやすいツールである。ここからスタートし、食べたり使ったりすることで、墨田区のものであるといつか気づいてもらい、それから興味を持ってもらった人（コアなファン）に工場見学に来てもらうようであれば工場や職人について興味を持ってもらえないと思っている。 <p>(有園委員)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 墨田区として、地域全体のビジネスモデルを作るためには、どうすれば産業観光事業の単価を上げられるのか、そのために何を見せていけばいいのかということをも具体的に考えていかなければいけない時期だと思う。 ・ 工業だけでなく商業も観光も全部含めた町全体のデザインとして、区には「こんな未来になったら素敵ですね」ということを示して欲しいと感じている。 <p>(長崎委員)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 新しい人が入ってくることやものづくりに対する考え方など墨田区は変化する大きな局面に来ていると感じた。今までの延長線上で、ものづくりの町だから産業振興するのは当たり前、そしてその資源があるから産業観光するのも当たり前ということに対して素直には受け取れなくなっている。 ・ まずは目的とターゲットをしっかり合わせれば、やってみる方向が見つけられるのではないかとこのところが本日の大きな収穫である。工場の受け入れ人数のキャパシティー等大きな問題はあるが、やりようによっては面白い形が作れるということも分かった。 ・ 大きな目的として、墨田区はものづくりのまちの看板を下ろさないことを決めたことから、これをPRできる産業観光は有益な手段のひとつである。産業振興を図るためのツールとして産業観光があり、実施する必要があることは共通認識なのが分かった。ただ、方法が明確でないということに対する様々な意見があった。 ・ 道が狭くて人が入りにくい等解決するのが難しい課題が出て、それらはこれからも考える必要はあるが、本日の会議で方向性は出たと感じている。目的とターゲットをはっきりさせて、そこに参加してくれる事業者を見つけて、課題を1個ずつ解決していくことによって産業観光を実施することが必要である。
会議概要	5 閉会
所管課	産業観光部産業振興課産業振興担当（内線：5440）