

Topics

『WARM BIZ』でSDGsに取り組もう！

企業活動において不可避となっている「SDGs（持続可能な開発目標）」の中には、世界的に重要なテーマの1つである気候変動の項目があげられており、企業でも早急な取組が求められています。

環境省は毎年12月を「地球温暖化防止月間」と定め、様々な取組を実施しています。

11月1日～3月31日は暖房利用によるCO₂削減を目指す取組である『WARM BIZ（ウォームビズ）』を呼びかけており、暖房時の室温を20℃で快適に過ごすライフスタイルを推奨しています。

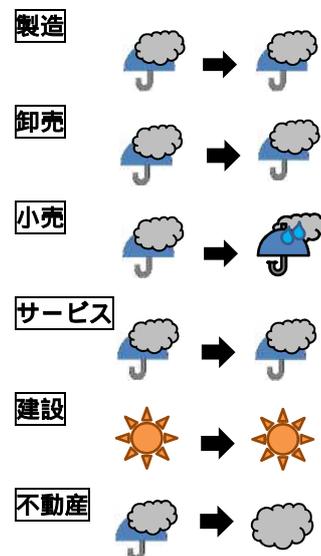
持続可能な社会を目指して、企業・個人を問わず、CO₂削減に取り組むことが重要です。

ウォームビズキャラクター「あったか忍者【あった丸】」



墨田区の業況

< 今期 来期予想 >



詳細は6ページへ

「すみだタウンミーティング」を開催しました！



2019年12月12日（木）すみだ産業会館で「すみだタウンミーティング」が開催されました。

すみだタウンミーティングは、区民の皆さんと区長が直接意見交換を行い、地域の意見を区政に反映させていくことを目的に、平成27年から毎年数回実施しています。

今回は、「産業を通したまちづくり」をテーマに意見交換を行いました。参加者同士で、「墨田区が将来どんなまちになっているのか？」を話し合い、その内容に基づいて区長とディスカッションを行いました。

区民の方からの積極的な参加により、非常に有意義なタウンミーティングとなりました。



PICK UP 企業（2019年7月～9月）

Vol.6 6 2019-7

ベッカライ・ポンポン（パン・菓子の製造・販売）

Vol.6 7 2019-8

吉岡商事株式会社（飲食店向け食用油・洗剤等商社）

Vol.6 8 2019-9

Koji Endo Bottier（ハンドメイド革靴製造）

注目の区内企業に取材し、毎月1、2社ホームページ上で紹介しています。



今、注目の企業・
特色ある企業に密着
取材！！

職員取材日記 ダイジェスト

➤ 下町人情キラキラ橋商店街～昭和レトロな商店街の歴史～（2019年11月1日掲載）
実際に掲載された記事を一部編集して掲載しています。

下町人情キラキラ橋商店街 ～昭和レトロな商店街の歴史～

住所：墨田区京島 3-49-1

（担当者：産業振興課 鈴木）

京成曳舟駅から徒歩 5 分、小村井駅から徒歩 10 分のところに、全長約 470 メートル・幅員 5 メートルの昭和レトロのたたずまいを残す地域密着型の商店街「下町人情キラキラ橋商店街（正式名称：向島橋銀座商店街協同組合）」があります。今回は、商店会活動で御活躍している方にお話を伺いました



今回ご協力いただいた大和氏

本日はよろしくお願ひします！それでは自己紹介をお願いします。

キラキラ橋商店街事務局長の大和です。私のモットーは「何事も楽しむ！」です。よろしく～。

現在は事務局長ということですが、普段どのような業務をされているのでしょうか？

商店街のイベント準備から取材・視察対応などさまざまです。実は、2013年1月まで肌着屋を営んでいましたが、店を閉じてからは商店街の事務局長を務めさせていただいています。

こちらの商店街はどのような特徴がありますか？

商店街の位置する京島地区は、木造建築の長屋が多く、狭く入り組んだ路地が存在する「木密地域」です。東京大空襲の被害を免れたため、現在も道が曲がりくねった地形となっています。平成元年のカラー舗装完成時に、より地域の方に愛される商店街になるため、愛称を募集しました。すると数多くの募集があり、最終的に「下町人情キラキラ橋商店街」に決定。現在では「キラキラ橋」などと呼ばれています。

ちなみに、墨田区内には42の商店街があります（全国には13,000弱、東京都では2,500弱）。以前は町工場も多く存在しており、その近くに商店街が存在し町工場の方や家族の方がよく利用してくれました。しかし、国際競争や工場拡大などの影響で町工場が減少、さまざまな環境変化に伴い廃業に追い込まれる店舗も多く、商店街も減少の一途をたどりました。以前は物を置けば売れた時代。しかし現在は購入する場のみならず、地域コミュニティの担い手としての機能を有しています。例えば、商店街は通学路としても指定されているので、お子さん達と毎日挨拶を交わしたり、各種イベントは防災防犯訓練の一つとして役立っていたりと地域の方々に安心安全を提供しています。

商店街で実施しているイベントとして、30年以上続く販促イベント「朝市」や毎年こどもの日に開催しているコミュニティイベント「ワイワイウィーク」などがあり、地域の方々にも長く親しまれています。



昭和40年代の商店街の様子



現在の装飾灯の様子

直近の話で言えば、台風19号により商店街の装飾灯が一部消灯しました。地域の安心安全を確保するためにも早急に修理をしましたが、普段点灯していることが当たり前のため、このようなときに商店街の意義を感じられますね。

イベントや装飾灯の明かりなど、日ごろから地域の方に安心安全を提供しているのですね。

いやー話しすぎて喉乾いたなあ～。コーヒー買ってきて。

うそうそ冗談(笑)

ありがたいことに数ある商店街の中でも、キラキラ橋商店街は2013年に都内で唯一「がんばる商店街30選」(経済産業省・中小企業庁)に選んでいただきました。イベントの継続性や地域性、若者との連携など総合的に評価していただきました。



表彰時の様子

さまざまな活動をされていますが、そのほか商店街として力を入れていることはありますか？

修学旅行やドラマ撮影の受け入れなどもしています。また、実は商店街にはアイドルがいるんです...!

アイドル...!?

アラフォーアイドル「帰ってきたキューピッドガールズ」です！
両国国技館デビューを目指し、日々商店街で活動しています。

毎週土日のいずれかに商店街でステージを行ってくれています。
活動状況はブログからも把握できますので、ぜひご覧ください。

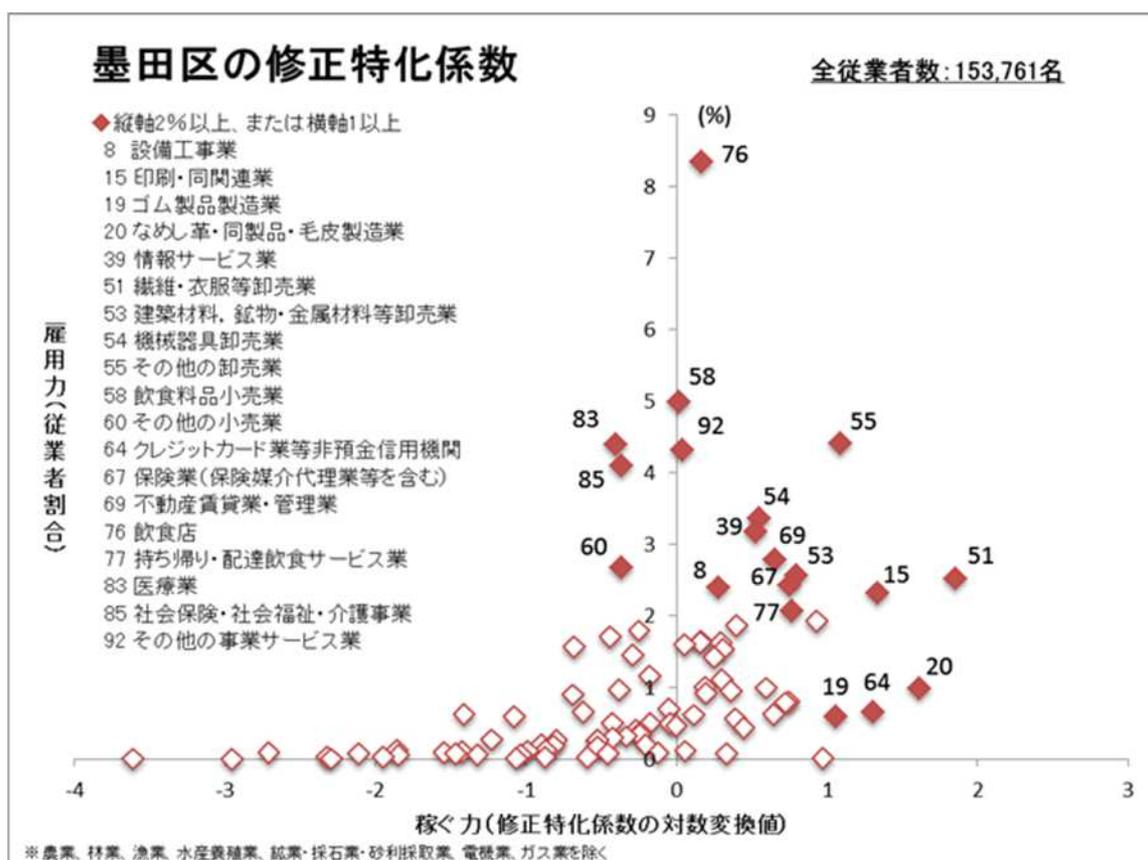


帰ってきたキューピッドガールズ

すみだの産業を **斬**る

区内産業が置かれている現状の把握のためには客観的な指標であるデータの収集・分析が極めて重要です。産業観光部全職員が、産業・観光に関するデータを“1人1データ”収集し、それぞれの視点からすみだの産業について分析したデータを紹介します。

墨田区の修正特化係数 (作成者：産業振興課 河合)



< 出典 平成 28 年経済センサス 活動調査、総務省 地域の産業・雇用創造チャート >

雇用吸収性の高い業種と稼ぐ力の高い業種という視点で、墨田区の基盤産業として位置付けられる業種(「横軸：稼ぐ力」が0を超えている)について、傾向を分析しました。

縦軸の雇用力が高い業種は、飲食店や卸売業など、サービス業が多く、製造業は少ないことがわかります。また、横軸の稼ぐ力が高い業種については、製造業の中では印刷や皮革製品製造業など、BtoC 向け製品を製造する業種が位置していますが、縦軸・横軸ともに突出した業種は存在していないということが伺えます。

墨田区産業全体の稼ぐ力の底上げを図るため、縦軸・横軸両方で突出した業種を創り出すことが重要ではないかと考えています。

すみサポ コラム

今回のコラムでは、「デザイン経営」についてお話をしたいと思います。昨年、経済産業省と特許庁が共同で、デザインによる国内企業の競争力強化に向けた課題の整理とその対応策の検討をおこない、【「デザイン経営」宣言】として報告書を発表しました。

デザインというと、広告や製品のデザインというように、外見・見た目のことが思い浮かびますが、「デザイン経営」宣言では、デザインを以下のような言葉で表現しています。

企業が大切にしている価値、それを実現しようとする意志を表現する営み。

顧客が企業と接点を持つあらゆる体験に、一貫したメッセージとして伝える。

人々が気づかないニーズを掘り起こし、イノベーションを実現する力になる。

特許庁では「デザイン経営」を以下のように定義しています。

「デザイン経営」とは、デザインの力をブランドの構築やイノベーションの創出に活用する経営手法です。その本質は、人（ユーザー）を中心に考えることで、根本的な課題を発見し、これまでの発想にとらわれない、それでいて実現可能な解決策を、柔軟に反復・改善を繰り返しながら生み出すことです。

「デザイン経営」のための7つの具体的取組

「デザイン経営」のための具体的取組

- ① **デザイン責任者（CDO,CCO,CXO等）の経営チームへの参画**
デザインを企業戦略の中核に関連付け、デザインについて経営メンバーと密なコミュニケーションを取る。
- ② **事業戦略・製品・サービス開発の最上流からデザインが参画**
デザイナーが最上流から計画に参加する。
- ③ **「デザイン経営」の推進組織の設置**
組織図の重要な位置にデザイン部門を位置付け、社内横断でデザインを実施する。
- ④ **デザイン手法による顧客の潜在ニーズの発見**
観察手法の導入により、顧客の潜在ニーズを発見する。
- ⑤ **アジャイル型開発プロセスの実施**
観察・仮説構築・試作・再仮説構築の反復により、質とスピードの両取りを行う。
- ⑥ **採用および人材の育成**
デザイン人材の採用を強化する。また、ビジネス人材やテクノロジー人材に対するデザイン手法の教育を行うことで、デザインマインドを向上させる。
- ⑦ **デザインの結果指標・プロセス指標の設計を工夫**
指標作成の難しいデザインについても、観察可能で長期的な企業価値を向上させるための指標策定を試みる。

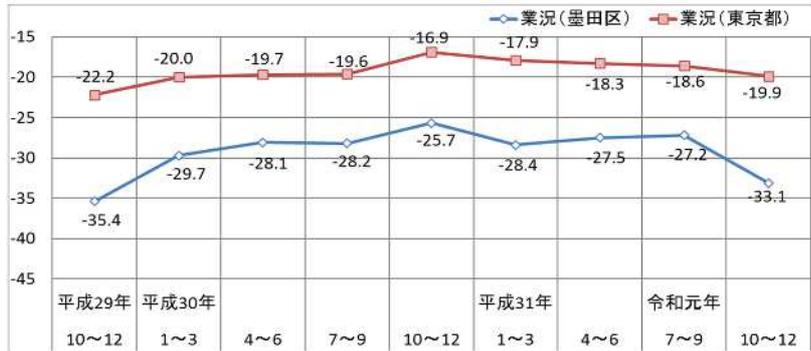
今日ではあらゆるモノがあふれ、品質や機能だけでは他と差別化することが難しくなり、新興国との価格競争に巻き込まれています。その一方で、欧米企業などでは、明確な企業理念に沿ったブランドイメージをデザインによって表現し、顧客提供価値に結び付けています。

報告書では、「デザイン経営」のための7つの具体的な取組がまとめられていますが、最も重要なのは、経営者自身がデザインに対する意識を高め、ユーザー視点で考えることです。

中小企業や小規模事業者の場合は、「社内外でデザインに精通した人材がいない。」「資金的な余裕がない。」など、さまざまな壁があると思いますが、取り組み

の第一歩を進めるために、すみだビジネスサポートセンターでもご相談にのりますので、お気軽にお問合せください。

小売業

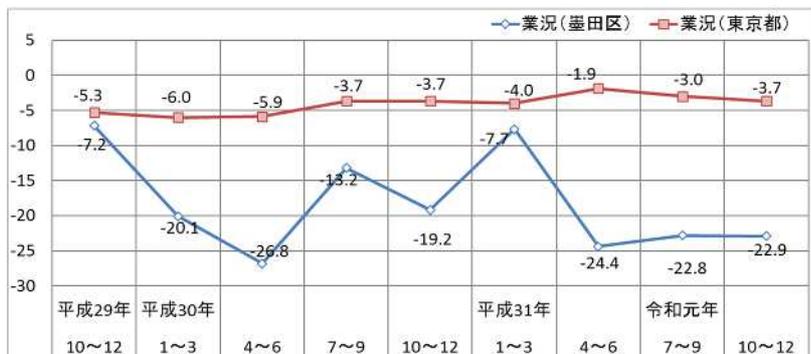


業況は 0.3 ポイント増の-27.2 と前期並みに低迷している。

売上額は 1.9 ポイント減の-16.6 と前期並みであり、収益は 3.8 ポイント増の-14.9 と多少低迷した。

販売価格は 4.2 ポイント減の-3.7 と若干下降し、仕入価格は 1.0 ポイント増の 14.3 とほぼ変動なく推移した。

サービス業

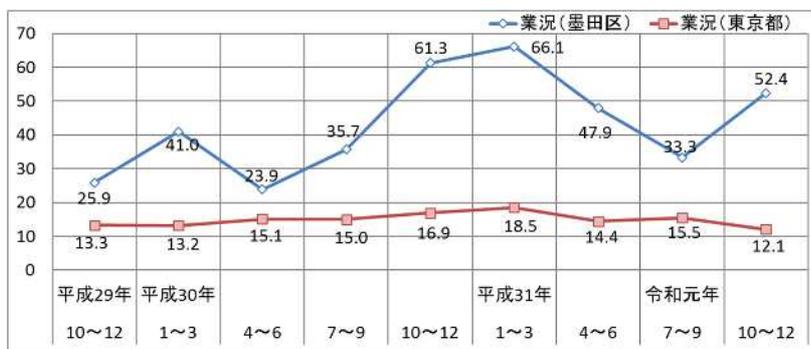


業況は 1.6 ポイント増の-22.8 と前期並みに低迷している。

売上額は 8.3 ポイント増の-15.6 とかなり改善し、収益は 1.2 ポイント減と前期並みである。

料金価格は 3.6 ポイント増の-1.7 と幾分改善し、材料価格は 0.1 ポイント減の 27.4 と前期並みである。

建設業

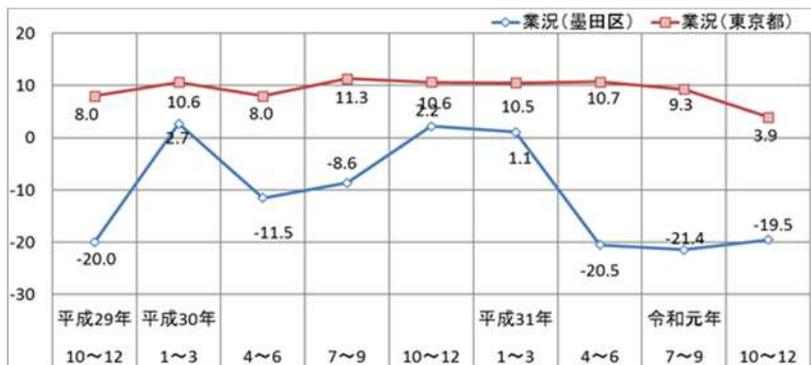


業況は 14.6 ポイント減の 33.3 と好調感が後退した。

売上額は 16.0 ポイント減の 21.0 と非常に増加幅が減少し、収益は 5.7 ポイント減の 6.0 と好調感が縮小した。

請負価格は 13.0 ポイント減の 17.8 とかなり上昇が弱まり、材料価格は 5.9 ポイント減の 65.1 とかなり上昇傾向が弱まった。

不動産業



業況は 0.9 ポイント減の-21.4 と前期並みに低迷している。

また、売上額は 5.2 ポイント増の-17.7、収益は 7.7 ポイント増の-11.0 とともに大きく改善された。

販売価格は 8.2 ポイント減の 9.9 と大きく上昇が弱まり、仕入価格は 1.8 ポイント減の 6.6 とほぼ横ばいで推移した。

「ビジネスサポートブックすみだ2019」の冊子を配布中です。



区では、補助金事業や融資の利子補助事業をはじめとする、区が実施している様々な支援事業の情報をまとめた冊子「ビジネスサポートブックすみだ」を作成しています。

この冊子は、区内事業者の皆様が活用しやすいよう、見やすさや情報の探しやすさを重視しています。

区役所で冊子を配布しているほか、区公式ホームページからデータをダウンロードしていただけますので、ぜひご活用ください！

配布場所：区産業振興課（区役所 14 階）

5608-6186(内線 5440)

データのダウンロードは
こちら

