

平成24年度 第1回新宿区産業振興会議 議事要旨

【日 時】 平成24年5月7日（月） 午後3時～5時

【場 所】 BIZ新宿（区立産業会館） 多目的ホール

【出席者】 委員：植田浩史、河藤佳彦、川名和美、松尾武司、下吹越一孝、渡邊裕晃、志村一夫、加藤仁、富田篤、
酒井学雄、河島正日、奥山龍一各委員

事務局：加賀美地域文化部長、中川産業振興課長、荒井産業振興係長、久野主任主事、
後藤産業創造プランナー

【欠席者】 益田佳代子委員

【傍聴者】 0名

【内 容】

1 開 会

○植田浩史会長あいさつ

2 委員の紹介（河島正日委員）

3 議 事

(1) 平成23年度第2回産業振興会議の確認

資料1に基づき、平成23年度第2回議事要旨は、会長確認後、新宿区ホームページに公開済みとの報告を行った。

(2) 専門部会テーマ「商店街」に関する現状・課題点の把握

資料4に基づき事務局より説明をした後、意見交換を行った。

〈主な発言内容〉

○商店街

- ・商店街が地域に根差していくのであれば、地域のニーズに合った形を考えながらやらないといけないと思う。人口あるいは住民が減っていく、人が外に流れていくという問題もあって、衰退していくというのが避けられないならば、少なくともその地域で残しておきたい機能を考え、10年後の商店街をシミュレーションしてみる。新たにこの業種だけは入れていかないと、商店会としてのトータルの機能を果たさないなど、そういったものをシミュレーションしながら、一つの合意ケースで図って行って、みんなで力を合わせていくことが必要ではないか。足りない業種、足りない機能を積極的に補うという発想はないだろうか。
- ・地域の中で商店街は何をやっているのか、店主は顧客のニーズにどう対応しているのか、個店は経済環境の変化に対してどういう工夫をしているのか、どういう戦略を持っているのか、そういうことを真剣にとらえていかないといけない。
- ・商店街の活性化をしなければならないが、商店街の活性化以前に個店の活性化をしなくてはならない。そのためには人材の教育、後継者の育成と商店街リーダーの育成が必要である。これを真剣に取り組まないといけない。
- ・商店街には、通行量や個店の売上、イベントをやったことによって、どれだけ商店に加盟したかなどいろいろな指標がある。「イベントをやって、お客が来るならうちも商店会に入る。」というところが2軒でも増えれば、それもひとつの効果だと思う。
- ・東京に来る人は、東京の原風景である商店街があって、下町があって、そういう風景を見てみたいと思う。近隣の人にターゲットを合わせるのももちろんだが、外から来た人に対しても、何が提供できるか考えてみたらどうだろうか。お土産があり、飲食店があり、遠くから来た人たちが「商店街に来た。」という思い出になるような商店街を目指すことも、都会の商店街には必要ではないかと思う。観光やおもてなしという視点が出ていないが、これからは必要になるのではないか。

○空き店舗

- ・染色業者の拠点を商店街の空き店舗につくり、そこに行けばいつも染めや着物に関してのいろいろなイベントや相談事が受けられる、そのような場所をつくりたいと思っている。その施設がうまく運営できれば、常に着物のイベントをやって、お客様を集めることができ、商店街の活性化にもつながるのではないかと考えている。

- ・商店街のこれからの機能として、インキュベーション機能というのがあると思う。初めから大型商業施設で創業したいといっても、出店コストが高く、信用力もないから創業できない。例えば商店街の狭い倉庫を借りて始めて、そこから徐々に認識されて、店舗を増やしていく。商店街は、新規創業ができる最初の場所として、機能させていくべきだと思う。
- ・空き店舗対策は、区としても対策をとっているが、必ずしもうまくいっているわけではない。一番問題は、空き店舗を利用したい人が、恒常的にビジネスとして成り立っていく形にして利用していくのが一番難しいと思う。ニーズはいろいろな形であるので、打てる手が全然ないということはないと思う。

○施策

- ・「新宿応援セール」の目的は何なのか。イベントをやって、何をしようとするのか。地域の人たちにお店を知ってもらい、あるいは中に入ってもらい、というのが目的なのか。商店会がイベントを行う時、客数を増やすためにどんなことをやるのか、目的意識をイベントに合わせて持ってやっているのか。事業を提案する行政側も、その提案にのる商店会側も、成果をもうちょっと大きく出すように、コストパフォーマンス、費用対効果を最大限に出すという、意志の共有、そういったものが必要ではないか。
- ・「新宿応援セール」は問題意識が最初からあって始めた事業ではない。今後も継続させていくのであれば、客層を拡大することや客単価を上げるというところと結びつけて発展させていかないと、継続させていくのは難しい。
- ・「商店会サポート事業」という制度をどのように利用できるのか、利用しようとしているのかが大事で、商店街の方から、あるいは個店の方から、こんなことをサポートしてほしいということが具体的にあがってきて、商店街のレベルアップと商店会サポーターの指導とが、からみあっていくといい。しかし、現状は必ずしもそうではなく、制度はあるが活用できていない状況もあるのではないかと。

○施策の方向性

- ・地域に出店したい人、商店街の道を使ってイベントを開催したいNPOやサークル、そういう人たちがいっぱいいる。そういう人たちとつなぎ合わせ、きっかけをつくるようなことをするのであれば補助金を出す。外部の組織との連携を促すような補助の仕方や、そういったことを誘導するような施策を持つべきと思う。
- ・区としては商店街を「時代リード型商店街」「中間型商店街」「生活拠点型商店街」の3類型に分類していて、類型ごとに振興策をこれからつくっていくと思われるが、そこを常に意識しながら取り組んでいく必要があると思う。

○専門部会（視察）

- ・商店街には、顧客の視点がないのではないかと。商店街のやりたいことと、顧客のニーズはミスマッチである。専門部会では、商店街がどういうニーズを持っているのか、そのミスマッチのところを埋めていく施策を検討したらどうか。
- ・視察はケーススタディということで、ここから重要なことを導き出すことが期待できると思う。
- ・視察は「新宿応援セール」を実際に行っている時期にあたっているので、どういう効果があるのか、データ的に確認することはその場ではできないものではないが、状況や商店会の問題意識等を聞いてくることはできると思う。顧客を集めるということだけではなく、例えば実際どういう客層が「新宿応援セール」によって拡大されていくか、あるいはそれに合わせて個々の店舗が客単価をどうあげていくのか、客単価に結びつけていっているのかどうかなどを聞きたいと思っている。
- ・商店会サポーターは、いろいろな商店会のいろいろな情報を持っていると思う。これから課題の整理を行う際に、商店会サポーターが持っている情報をしっかりヒアリングして、整理をするということが専門部会の進め方に有効かと思う。

(3) 専門部会テーマ「中小企業」に関する現状・課題点の把握

資料5に基づき事務局より説明をした後、意見交換を行った。

〈主な発言内容〉

○施策

- ・商工相談、ビジネスアシスト新宿については知っているが、利用したらどうよくなるのか、パンフレットには

書いていない。制度融資を利用するときは、ものすごく手間がかかる。それを利用すると何がよくなるのかが全然見えてこない。

- ・「ビジネスアシスト新宿」は非常にいい制度だと思うが、区内の事業所数が3万社のところ8社しか受けていないということで、事業所数を底上げしようという行政の本来の目的とあっていない。もう少し数を増やす施策、経営の質を高めるために、その施策を利用する企業がもっと増やせるような、施策を考えたらどうだろうか。
- ・制度融資に関して、ちょっと難しいというイメージがあり、中小企業の皆さんはそのイメージを払拭できずにいる。制度融資は「難しい、面倒。」という意見が多いのは確かである。だからといってそういうところを緩めるわけではないが、使いやすいものはもっとないのかと思う。
- ・新宿区の補助金制度は、東京都の中小企業振興公社とほとんど同じ内容だが何が違うのか。新宿区に根差したものと、東京都の制度は何が違うのか読み取れない。もう少し何か特色を出した方がいいのではないか。
- ・若手リーダーをどうやって育てていくか、月一回、次世代の若手経営者を夜間に集めて、経営塾を行っている。ディスカッションし、お互い相談し合える仲間や紹介できる間柄を作っていくと、地域金融機関としてお手伝いさせていただいている。新宿区の後継者育成支援は、1か月8万円以内の助成金のみうたっているが、若手がディスカッション出来て、お互い紹介し合えるような、ビジネスマッチングまでいかななくてもいいが、そのようなことができないのか。
- ・中小企業向けの区の施策は、前年度あるいは前任者がやっていたものをずっと踏襲しているということではないか。事業には資金が必要だし、専門家のアドバイスや事業継承するような観点の助成は必要だと思うが、助成を受けるために、申請に必要な書類を作ることがたいへんなものもある。「やりたいことをやりたいように手を挙げてください。」というのがあってもいいのではないかと思う。

○施策の方向性

- ・施策が、今の新宿区の企業のニーズにあっているのかいないのか、かなり洗い直さなければいけないと思う。申請したくても出来ない、もしくは書類を書くことだけが重みになっていると思うので、これは形を変えないといけないのではないかと思う。
- ・平成22年10月に「新宿区産業振興基本条例に関する提言書」を作るにあたって、「新宿力」や「新宿におけるにぎわい」を最初に考えた。本来は区の施策は、「新宿力」やそういうものに合致したものでやっていかなければいけないと思う。新宿区はどういうまちづくりをしていくのか、産業振興基本条例をせっかく作ったのだから、それに沿ったものをやらなくてはいけないし、もっとPRしなくてはいけないと思う。
- ・新宿区産業振興プランの体系の中で、施策は常に位置づけられると思うので、個々の施策の評価をしていくのは大事なことだと思うが、この新宿区産業振興プランの中でどういう意味をもっているのかと常に念頭に置きながら評価をしていかないと、意味がないのではないかと。個々の施策がどういう意味をもって、どういう効果を上げようとしているのか、あげられないのか、足りないものは何なのか、そういう整理をしていかないと、積み上げを一つ一つしていても、非常に散漫になってしまうのではないかなと思う。施策体系的なことを踏まえてやらないと、政策効果が上がらないと思う。
- ・信用金庫も中小企業に対して様々な融資制度を持っているし、経営支援もいろいろな形で行っているが、そういうものと区でやっているものはどういう形で連携できるのか、あるいは違いがあるのかということも知っておく必要もあるだろう。そういったいろいろなところでやっていることと、区のやること、やらなければいけないこと、区はもうやらなくていいこと、を考え検討していく必要がある。また「大学や信用金庫で出来ないことを区にやってもらう」ということも必要だし、「大学でやっているから区はやらなくていい」など、そういったところまで議論していきたいと思う。
- ・この会議で議論していくべきなのは、予算が区から出ている区の施策に対してどうしていくのかということ提言するというのが大事だが、もう一つ、この会議の場は、大学もあり金融機関もあり、様々な中小企業に係る機関が参加している場で、そういう情報が一番入りやすい場なので、区の施策だけではなく、他の機関が行っているさまざまな中小企業振興のための支援の仕組みを全部洗いだし、それを並び替えて、どうなっているのかという状況を把握することがすごく大事なことだと思う。

○専門部会

- ・この部会では、施策を使ってよかった悪かったというのを検証するのはもちろんだが、その施策のニーズがあるかどうかを把握しなくてはいけないと思う。人材交流などの場作りや、実際のニーズに基づいたものも必要でないかと思う。
- ・専門部会では、「施策の有効性について検討する」とあったが、新宿区として、この商店街をどうしていきたいのか、新宿区の中小企業をどうしていきたいのかというビジョンが、共有されている上で、施策の有効性はどのようなのであれば議論を進めやすいし、それが抜けたままだとどうしても、議論が散漫になりやすくなると思う。区としてどうしていきたいかを共有することは、専門部会を進めていくうえで有効だと思う。

○その他

- ・業界が苦しいと、だんだん仕事が減ってくるので、いろいろな企業やいろいろな人と会いながら、コラボレーションしていこうと考えている。安い金額で長期間企業に携わって、見ていく仕組みが出来ないか。新宿にアンテナショップを作るというのは、大変難しいのかもしれないが、我々商品の一覧表があり、それが他社とつながる。そのようなものが一つできたらいいと思っている。
- ・中小企業の経営者の方たちと、大学の留学生のワークショップを行った。それを通して、留学生には日本の中小企業のことを知ってもらい、中小企業の経営者の方たちには留学生の視点を通して、もう一度日本の経営というものを考えてもらう、というワークショップだった。新宿は、グローバル化やグローバルな視点を持つべきで、資源としてのグローバル、いろいろな意味で新宿区の中にグローバリズムがあると思うので、そういう資源をもっと活かして取り入れていくと、外部との連携にも活かせるのではないかな。

(4) 専門部会テーマ「施設」のメンバー選定

現段階でメンバーの追加はなかった。

4 次回日程について (予定)

平成24年度第2回産業振興会議

日時：平成24年9月3日(月) 午後3時～5時／会場：BIZ新宿 多目的ホール

〈参考〉専門部会「商店街」

日時：平成24年6月11日(月) 午後3時～5時

会場：住吉町商工会(視察)、男女共同参画推進センター「ウィズ新宿」(意見交換)

〈参考〉専門部会「中小企業」

日時：平成24年7月23日(月) 午後3時～5時／会場：BIZ新宿 研修室C

5 閉 会

【配布資料】 省略