

第2回 練馬区商工業振興懇談会議事概要

日時：平成21年10月14日（水）午後6時30分～午後8時20分

場所：練馬区役所本庁舎5階 庁議室

《議事次第》

- 1 開会
- 2 報告事項：第1回懇談会会議録（案）について
資料1 第1回練馬区商工業振興懇談会議事概要
- 3 議事
（1）練馬区の課題（案）と対応策の方向性（案）
資料2 - 1 社会的背景、現状分析から見る練馬区の課題(案)と対応策の方向性(案)
資料2 - 2 練馬区を取り巻く政治・経済・技術社会的要因（追加資料）
資料3 - 1 練馬区の現状と特徴（追加資料1）
資料3 - 2 練馬区の現状と特徴（追加資料2）
（2）現行計画と評価
資料4 - 1 現行計画の評価について
資料4 - 2 現商工業振興計画施策の体系と個別事業計画
- 4 検討委員会・懇談会の進め方（案）について
資料5 商工業振興計画策定に向けたスケジュール（案）
- 5 その他
 - ・前回の質問関係
 - ・次回日程について

《出席者（五十音順）》

石黒竜、井戸勤、岩橋栄子、大島いずみ、黒岩健一郎、高橋徳行、長井詳典、
本田八十夫、元屋恵子、山中伸彦、横山正二

《傍聴者》

なし

1 開会

座長

- ・ 定刻になったので第2回練馬区商工業振興懇談会を始める。委員の出欠について事務局より報告願う。

事務局

- ・ 2名の欠席、1名の遅参の届けが出ている。出席者10名である。

2 報告事項

座長

- ・ 前回の第1回懇談会の会議録について事務局より説明願う。

事務局

資料1説明

座長

- ・ 会議の成立するための人数の要件は定めているのか。

事務局

特段定めていない。

座長

- ・ 議事録については、目通して何かあれば事務局に連絡して頂きたい。

3 議事(1)練馬区の課題(案)と対応策の方向性(案)

商工業振興計画策定支援業者

資料2(課題部分)説明

委員

- ・ 課題1で消費が流出しているとのことだが、どのようなものが練馬区内で買われ、どのようなものが区外で買われているのかについての分析を行っているか。課題2にある消費者のライフスタイル、ニーズの多様化というのは、課題1の要因になっているのではないだろうか。消費者のライフスタイルやニーズに合わせた商品が仕入れされていない

い、売り方が工夫されていないということがあると思う。

商工業振興計画策定支援業者

- 区内で消費をされているものとしては、食料品等の身の回りの物が比較的多い。区外での消費については、前回の商工業振興計画において買い物調査の結果が掲載されているが、それによると、アクセスが良くデパートの多い池袋等買い物に出向いている人が多く、衣料品など嗜好品が買われているようである。現状の購買行動については、今後、区民へのアンケート調査を実施する予定であり、前回の計画から今回までに購買行動に変化があったかどうか分析して報告したい。

事務局

- 以前、実施した調査では、流出先として、池袋が 67.1%、新宿が 14.4%、吉祥寺が 14.1%、銀座が 0.9% で、圧倒的に池袋が多かった。練馬は、昨年、副都心線が開通し、渋谷へは急行を使えば 25 分で行けるなど、交通の便がよい。区内にも池袋などの百貨店の広告が入ってくる。交通の動向が消費動向に大きな影響を及ぼしていると言える。今後、3、4 年後には、副都心線が横浜まで行く。そのため、都心だけでなく神奈川県方面にも消費の流出、流入が起こる可能性がある。こうした点も考慮する必要がある。

委員

- 現商工業振興計画には、平成 11 年の区民意識意向調査の結果として、区内と区外で消費されている品目が紹介されている。金額の高いものが区外で、日用品のようなものが区内で購入されている。今年も、同じ形で購買行動に関する調査を実施するのであるか。実際に調査する前段階ではあるが、現状で把握している感触として、平成 11 年と異なるところはあるか。

事務局

- 商工業の実態調査を実施するところである。項目は前回と全く一致するわけではないが、どこで買い物するのか、区内か、区外か、買い物の品目、また購入場所への交通手段についても調査する。前回の調査と過不足無い形で調査を行う予定である。12 月には結果が出てくるのでデータを整理して、1 月の懇談会で説明する予定である。

委員

- ニーズが多様化する中で、ニーズの汲み取りが課題となっているが、前回の調査と同じ項目でニーズを汲み取ることが出来るのか。新しいファミリー層の消費ニーズが具体的なものからサービスに変わってきているという話であるが、そういったものが地域にあれば、地域にお金を落とすのではないだろうか。

事務局

- ・ 課題に対応し、聞き取りが行えるようになっている。

委員

- ・ 区内には購買流出する危機感があるが、企業では集客方法を連続的に議論しており、そういったプロジェクトを作れば、練馬らしさが生まれるのではないか。アニメ産業や伝統工芸、都市農業などの資源の話があったが、日本は資源消費国家であり、資源があるとしたら土地だけであるので、農業に力を入れることは大切なことである。農業に限ったことではないが、イメージを先行させることが大切である。農業で例を挙げるならば、このような農業にしたいということを考えることが大事ではないか。資料にもブルーベリーや観光農園についての記載があるが、どのようにしたら練馬らしさが出るのか、例えば「水耕栽培が得意な練馬農業」など。また、目指す方向性として、鮮度の高いものにするのか、あるいは輸出が出来るくらいの付加価値をつけるのかなど、どういう形にして持続性のある農業をしていくのかといった議論がないと、練馬らしさが生まれにくいのではないか。議論の場が必要である。

委員

- ・ 消費額の販売額には飲食店の売り上げ等は含まれているのか。

事務局

- ・ 小売業なので飲食店は区分している。

座長

- ・ 平成4年までの商業統計では、飲食店の調査を行っていたが、最近は卸売業と小売業のみを調査している。

委員

- ・ 課題3に、乗降数10万人以上の駅があるが、何の目的で乗降しているのだろうか。例えば池袋であれば買い物に行くというような目的があると思うが、練馬の場合、何か理由があって乗降するのであれば、そこにニーズが浮かび上がってくるが、ただ単に乗換えでの利用する人達であった場合、それを消費に結び付けるためには、何か特別な仕掛けがないとなかなか難しい。また、課題5の中で資源が十分活用されていないということはその通りだと思う。自分が地域にいながら、地域らしさを感じていない。
- ・ キャラクターについては、環境で電気自動車に松本零士先生の絵をつけて走らせている。一方で練馬まつりでは「だいくん・ねねちゃん」があり、また緑のキャラクターとして「ぴいちゃん」がいて、練馬は誰がキャラクターなのか、わからない。練馬はアニメ

メ産業と言いながら、キャラクターの使い方が下手でないか。

委員

- ・ 既存の西武線や東武線の地上駅は昔からの商店街があるが、地下鉄の駅は商店街が発達していない。単なる通勤の手段でしか使われていないのではないか。むしろ地域に住む人達について分析した方がよいのではないか。練馬区は70万人ということであるが、最近、5～10年で、何故、練馬区に人口が増えたのかと言う理由について住民の話を聞く必要があるのではないか。例えば緑がいっぱいあることなどが考えられる。そして、増えた人口をいかに活性化につなげるのが課題である。
- ・ 練馬は商店街、個人経営、10人弱の事業所が多いが、事業を辞めていく人もいる。経営的に難しいものがある。税金が高くなる、跡継ぎがない等原因について分析をしていかないと活性化と言っても難しい。

座長

- ・ アンケートは今回、商業だけが対象か。練馬に密着したサービス業は今回やらないのか。

事務局

- ・ 区民や区内事業所2,500の事業所に実態調査を実施する。また、商店街の実態も調査する。

座長

- ・ せっかくの機会なので小売だけでなく幅広くやってほしい。

事務局

- ・ 流出しているということであるが、都心のデパートが繁盛しているかというところではなく、都心であっても苦戦している。産業構造が変化している。この問題は日本全体で言える話である。日本には商店街が13,000あるといわれているが、売り上げが伸びている商店街は2%で、98%の商店街は売上が落ちている。商店街や百貨店などは、今の時代の消費構造に合わなくなっている。
- ・ 我が区は70万人で、人口が増えている。その理由は都心から近くて便利だからという事であるが、一方で流出することもある。そうした状況の中で、今後、どのようにして練馬の商工業を発展させていくのかは、難しいテーマである。

委員

- ・ 前向きに行かないといけない。ピンチをチャンスにするための夢や魅力を考えていく

べきである。消費が流出しているということだが、チャンスにも繋がる。どれだけ知恵を使うかである。可能性があるという事に常に念頭に置き、区民全員の意識を高めて行くことである。そういう努力をした区が栄えてくる。

座長

- ・ 対応策について説明をしてほしい。

商工業振興計画策定支援業者

資料2 - 1 (対応策)、資料3について説明

委員

- ・ 消費者の自立を支援するという事で、インターネットの関連だと思う。近年、インターネットで物を買うということはよくある。インターネット購買は調査に入っているのか。インターネットが発達しているが、インターネットで販売していく支援をしたらどうか。

事務局

- ・ アンケートの項目にインターネット項目が入っている。インターネット被害について、区にも若い世代の携帯サイトやインターネット購買の消費者相談が年間 4,500~5,000件くらいある。

委員

- ・ 対応策の方向性として、企業が他者との差別化を図り他社の追随されないようにすることが必要だと思うが、企業として何が必要かということを経営の方で支援が出来たらブルーオーシャン的な企業が出てくるのではないか。企業に対してのアンケート調査をするのか。

事務局

- ・ どのような差別化した事業を展開すれば経営が安定するかについては当方としても知りたいところである。差別化については、区内事業者にそうした動きがあり、行政に対して支援を求めてくれれば可能な限り支援したい。しかし、アンケートで差別化について把握することは難しい。

委員

- ・ たとえば最近、どこの遊園地にも人が来ない状況の中で、特定のテーマパークだけが

儲かっている。これは、まさに差別化なのではないだろうか。

委員

- ・ 何かテーマの中で方向性が示してもらえると差別化しやすい。例えば健康をテーマにして、その中で差別化を図るということだとアイデアが出てくる。アイデアは現場にいる人から出てくるもので上からは出てこない。アイデアを形にするには高度な知識と経験で、現場から出たアイデアを支援するような機関、仕組みが必要である。

座長

- ・ アイデアは現場から生まれてくるから、それをサポートするのが専門家ということであろう。

委員

- ・ 企業にとって差別化が大切である。客に買ってもらうには、どう差別化するかである。客が買ってどうメリットがあるかである。差別化は昔からあったが非常に大事である。

委員

- ・ 対応策の方向性の中で、消費者の自立支援という言葉があるが、これは区の仕事であり、産業の仕事ではない。産業がやることは、消費者を保護する側にあるのではないか。練馬は高齢者の方はもちろん、働いていて子どもを育てている若いお母さんも沢山いる。消費者は、商店街や産業から自立を促されるというよりは、温かく包み込まれる方がうれしいのではないか。例えば声掛けをしてもらうことや、買い物時に子どもを見てもらう、おばあちゃんであれば話し相手になってもらえるなど、ホットな関係は練馬区だから出来ることなのでないか。包み込まれる温かさがあれば、それが居心地の良さになって人が集まる。

委員

- ・ 先ほど、どのような人が練馬に住んでいるのかという話があった。私が以前に住んでいたところは、その当時、コンクリートのグラウンドの学校が多かった。しかし練馬区の学校は土のグラウンドがあるため、土のある学校に子どもを通わせたいということで練馬に引っ越してきた。練馬に来たら、自然がたくさんある。子育てをしている中、地域の交流が多く、子どもが遊びにいくとおじいちゃん、おばあちゃんがいて、畑があり、何も整備されていない子どもが遊ぶ空地があった。子どもを通して地域の人とたえず交流ができた。地域を意識したのは、練馬に来てからである。
- ・ 20年以上前に引っ越してきた当時は駅前に商店街も無かったが、地下鉄が出来て、ゆっくりだが変化してきている。変化が遅い中で、自然を含めて、練馬の雰囲気の魅力

である。やはりイメージが必要なのではないか。練馬をどのような場所にしたいのかを考え、その中核になるのが強みになるのではないか。ただし、強みが地域を作っていくためには、それぞれの強みを有機的に関連させていく必要がある。消費者は飽きやすいので、すぐに飽きられてしまう。持続的で魅力的なものを考えていきたい。アニメが区として大事にしていくものであるならば、アニメの強みを核にしてどのように全体を組み立てていくのかを考える必要がある。私たちの求めている練馬のイメージ、また、他所にアピール出来るものを組み立てていく。商工業振興としてアニメでイメージをつなげていけるのだろうか。

委員

- ・ アニメといえば、テレビシリーズで多くの人に見てもらえるチャンスとなる。ドラえもんは以前、練馬区に住んでいた。作品の中で練馬や商店街を入れていくことで観光などに結び付けていくことなどが、一番やりやすいのではないのか。

委員

- ・ 豊島区の図書館にトキワ荘コーナーがあるようだが、練馬区でも何か具体的な動きはあるのか。

委員

- ・ トキワ荘は多くの著名な漫画家を輩出しており、漫画家志望の人が居住を希望していて、人が集まっているようだ。

委員

- ・ 練馬のベンチャーで起業されるのはどれくらいあるのか。どう支援しているのか。

事務局

- ・ 創業、起業について全てを把握していないが、練馬区では起業家セミナーがあり、参加者のうち毎年十数件が起業している。創業支援融資を毎年 70 件程度行っている。起業のノウハウについてセミナーをやっており、起業する上で、低金利での融資を斡旋したり、中小企業診断士による経営指導、商工相談、空店舗などがあれば紹介するなどの支援を行っている。

座長

- ・ 対応策の方向性をさらに具体的なものについて回を進めることを念頭に色々議論していく。

3 議事(2) 現行計画と評価

事務局

資料4 説明

座長

- ・ 懇談会はこれからの方向性をみるものであり、資料2ではデータの視点から対応策を見たが、資料4は現行の政策からの対応策となっている。

委員

- ・ 現状分析と関係しているが、どういう風に現状を考えるかによって対応や計画が変わってくる。対応策を評価するにも将来どういう方向を目指すか、練馬区のイメージをどのように持つのかによって、個々の計画から将来像に向けたロードマップの配置方法が変わってくる。また、個々の計画を並べることにより、何が達成できたのか一定の達成度を判断することができ、時間的な流れの中で将来に向けての達成度を計ることが出来るのではないか。
- ・ 現状分析では、ほとんどの結果が区部平均以下であった。そうした中でどこを目指すのか。魅力ある商店街づくりが出来ているところや魅力ある区作りが出来ているところなど、モデルケースが必要である。練馬区の現状を踏まえた上で、そこにどのように近づけていくかが見えてくると、個々の計画の評価をつなげる連携のあり方が見えてくる。商工業には4つの産業があるがどれもかかわっている。どれか一つが独立しているものではなく、一つが達成できれば他も波及して達成できるものと考え、それぞれの中でどこに注力していくかを横の連携のモデルを提示する必要があるのではないか。

座長

- ・ 3回の懇談会では戦略目標を考えることになっているが、そこは、大きな目標、戦略や柱を考えるというものはあるのか。

事務局

- ・ 行政計画なので、大きな柱をたてる。それを実現させるための戦略的な事業をイメージしている。次回は先進事例を提案できるように準備したい。

委員

- ・ 起業家セミナーから起業した人がいるということであるが、どういう事業が起きているのか。また、その事業は練馬区内を対象としているのか。

事務局

- ・ コンサルタントを開業する人が数人いる。練馬区内に限定するのではなく、幅広い商圏を持っている。

委員

- ・ 経営コンサルタント以外では何かあるか。

事務局

- ・ IT 関係である。

座長

- ・ 日本では 20 万件が毎年起業しており、単純計算で練馬区でも 1,000 件起業していることになるのでは。

事務局

- ・ 具体的なものは分かりかねるが、業種については調べて次回説明する。

委員

- ・ 差別化について、いかに練馬区の持っている資源を生かしていくのか。練馬区は緑が多い、農地が 2 3 区内で 1 位、都内で 5 番目である。これをどう活かしていくか。人口が増えているのは、住みやすいからである。住みやすいまちづくり、安心・安全で歩いて楽しく、大人にも子供にも優しい商店街があり、そういった住環境の整備、光が丘のように立派なマンション群や、大泉学園のように計画してできた街もあるが、戸建住宅になると、計画的に整備された街並みは少ないのではないか。そういったまちづくりも考えていくべきでないか。

座長

- ・ 練馬区では景観を整備する政策はやっているのか。

事務局

- ・ 景観法は、主に都道府県に権限があるが、区は条例を作れば景観法に則った仕事ができる。景観条例を策定中である。これまでも、みどり関係では「練馬区みどりを愛し守りはぐくむ条例」や、共同景観を保全する計画を条例で策定している。これまでは、景観というよりも、建物の高さや道幅等の観点で、街並誘導型の地区計画を実施してきた。今後は景観条例や景観計画と商工業振興を関連させていきたい。

委員

- ・ 自分も練馬区の景観を良くする会の審議員として参加している。景観計画や景観条例に反映されるということで、策定の動きが実際にある。

4 検討委員会・懇談会の進め方(案)について

事務局

- ・ 資料5について説明。

座長

- ・ その他についてどうなっているのか。

事務局

- ・ 前回、現基本構想の評価について質問があったが、確認したところ、評価を細かくやっている。商工業振興計画との関連では、前基本構想は大綱的な大筋の部分しか記載されていない。中小企業の経営の安定と近代化ということのみである。その後に長期計画を作成し、また経営の安定と近代化に関連する行政計画を立てて実施してきた。審議会も昨年1年実施してきた。それ以前に区民懇談会を実施し、検討してきた。11月、12月の議会では議決される見込みである。

座長

- ・ この懇談会の始めは6時30分ですが、終わりは何時なのか。

事務局

- ・ 最長で2時間を想定しているが、理想的には8時に終了すると委員のご負担が少ないのではと思っている。

座長

- ・ 基本構想が計画通りになれば、住民同士のコミュニティが活発になる。そういった中で練馬区の商工業計画がどういう方向に行けばいいかを考えながら議論していきたい。

委員

- ・ ここでいう長期計画は何年くらいなのか。

事務局

- ・ 長期計画は10年くらいであったが、長いものは計画を立てにくく、短くなりつつある。それ自体の22年から26年の5ヵ年となっており、商工業振興計画は23年から26年の4年間となっている。

座長

第二回懇談会を終了する。