

練馬区商工業振興懇談会

提言書（案）

平成22年（2010年）3月

練馬区商工業振興懇談会

目 次

提言にあたって	1
練馬区商工業振興に対する提言	2
1 商工業の現状と課題	3
1 - 1 商工業の現状	3
1 - 2 商工業の課題	5
2 商工業振興に向けた提案	9
2 - 1 商工業振興の将来的方向性	9
2 - 2 商工業振興に向けた具体的取組	10
3 商工業振興の推進	14
3 - 1 事業者、産業経済団体、区民、区の役割	14
3 - 2 商工業振興計画への期待	14
参考資料	16

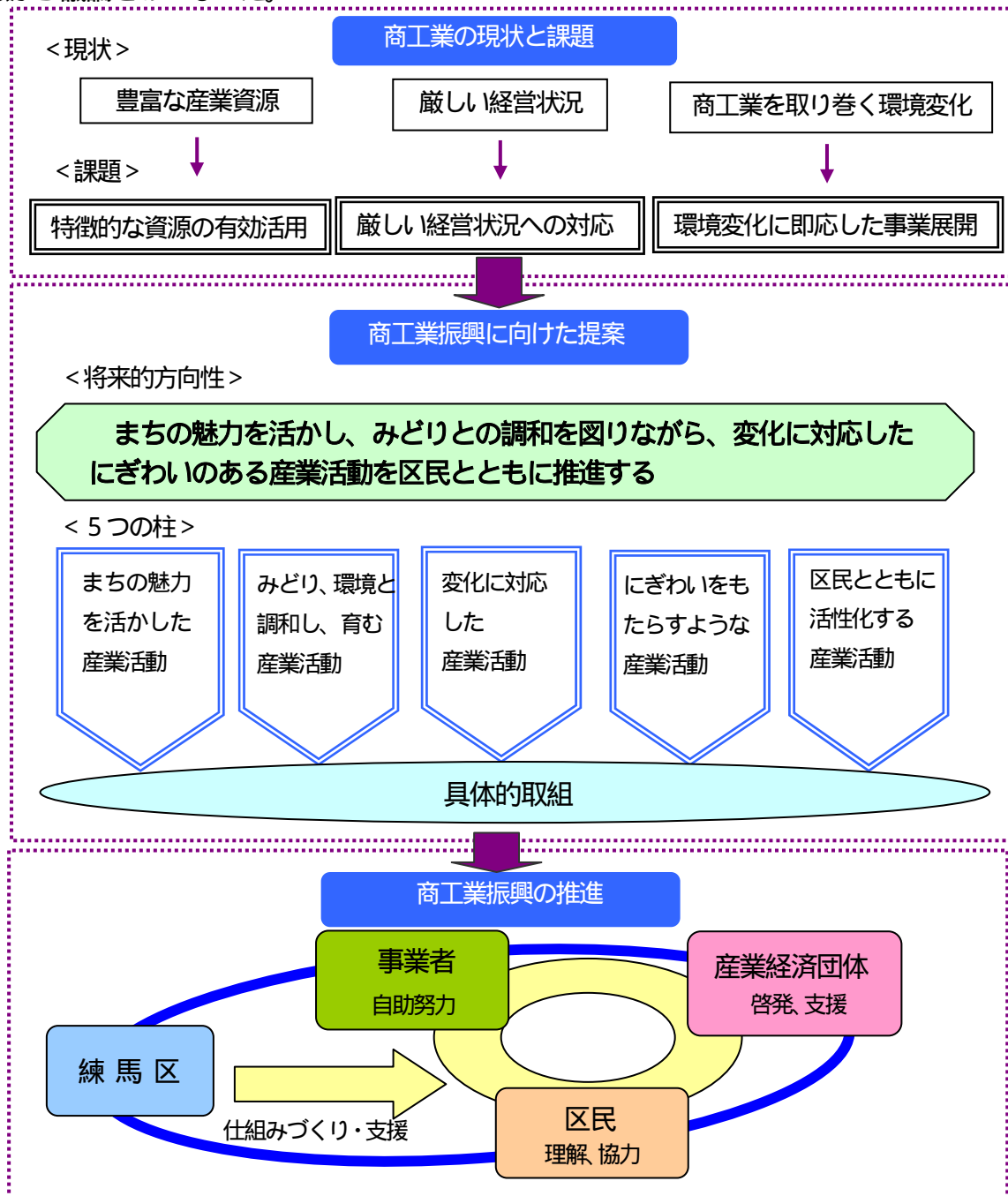
提言にあたって

座長挨拶が入ります。

練馬区商工業振興に対する提言

練馬区は、70万人を超える人口を擁し、子育て世代のファミリー層が比較的多く居住する住宅都市である。主な特徴は、23区第一位の緑被率と農地面積を誇り、自然環境が豊かであること、また、都心へのアクセスや通勤・買物の利便性も良好なため、住み心地がよく、定住意向が高いことなどである。

懇談会では、区の基本構想や長期計画を踏まえ、区の特徴を活かした産業の振興を図るために、経済活動の活性化とともに、区民生活の向上に役立つ産業を育てるという観点から議論をおこなった。



1 商工業の現状と課題

1 - 1 商工業の現状

区の商工業の現状について、懇談会では、つぎのとおり議論した。

(1) 豊富な産業資源

ア 都市型農業

練馬区は、かつては練馬大根の生産地として全国に知られ、今も都内随一のキャベツ生産量を誇るとともに、多品目の農作物を生産している。大消費地に近いという利点を生かした地産地消を推進することで、食の安全や都市生活者のニーズに応えることが期待される。区では、農産物を活かした野菜餃子や菓子類の製造販売などの取組も行われており、農商工連携の進展が期待される。

一方、23区最大の面積を有する練馬の農地は、23区内第一位の緑被率を誇り、みどりの保全に役立つとともに、農業者とふれあいながら農の実りを体感できる農業体験農園や観光農園、農業イベントなど、全国のモデルとなるような都市型農業の魅力的な取組も展開しており、区民の8割以上が農地を残してほしいと考えている。

イ アニメ産業の集積

練馬区は、日本初のカラー長編アニメ映画「白蛇伝」(注1)や連続テレビアニメ「鉄腕アトム」が制作された日本のアニメ発祥の地である。現在も90社を超えるアニメ関連会社が、作品の制作を続けており、日本最大のアニメ産業集積地である。練馬区で生まれた日本のアニメーションは国際的に高い評価を受け、国の経済産業戦略上も大きな役割を期待されている。

平成21年(2009年)に策定された「練馬区地域共存型アニメ産業集積活性化計画」では、アニメ産業の集積の強化を図るとともに、アニメ産業と連携したさまざまな商品開発や事業による地域経済全体の活性化が計画されている。

ウ 伝統的産業

区には、江戸の昔から伝わる伝統工芸や練馬大根を用いた沢庵漬けのように、古くからある伝統の技を継承している産業が残っている。これらは、産業である一方で、区の歴史や文化を守り伝える役割を担っている。また、新たな視点から伝統の技術を活かすことで、新しい商品とニーズを生み出す可能性を秘めている産業である。

エ 区内に立地する大学・教育施設

区内には、武蔵大学、日本大学芸術学部、武蔵野音楽大学などの複数の大学、14の高校、民間の研究所などが所在している。産・学・官が協力すれば、これらの教育・研究機関の有する専門知識や、柔軟な発想、学生の行動力などを商工

業の発展に活かすことができる。

オ 多様な人的資源

住宅都市である練馬区の最大の資源は、区民である。区内には、70万規模の人口がある。こうした区民が商店街などの地域活動に積極的に参加することで、商工業の活性化につなげることが期待できる。

(2) 厳しい経営状況

ア 売上の減少と利益の低下

区内の事業所の特徴は、大多数を中小企業が占めている点にあるが、世界的不況の影響から、中小企業は大きな打撃を受けている。区内の多くの事業所においても、売上高や受注量が伸び悩んでおり、利益の低下や得意先の減少に不安を抱えている。

イ 経営力の不足

売上げや受注量を増やし、新規の得意先を獲得するためには、新製品の開発や販路の拡大が必要となる。しかし、区内事業所は、消費者が求める新たな商品や製品の開発および販路の拡大のための企画開発力やマーケティング(注2)力などの経営力が不足している状況にある。

ウ 消費の流出

区内の事業所は、小売業や飲食業といった区民の日常生活に密接な関わりを持つ業種が多い。しかし、都心への交通の便が良好なことなどから、池袋や新宿といった近隣の大規模商業地域に出向き買い物をする人が多く、区外に消費が流出していることから、区内事業所は、厳しい経営状況にある。

エ 商店街の空洞化

区内の商店街では人通りが少なくなっており、収益率が減少し、個店の経営が厳しい状況にある。空き店舗についても、つぎのテナントが入るまでに時間がかかっている。また、従業員が5人以下の小規模企業の中には、事業継続の意欲が弱く、一代限りで廃業することを止むを得ないことと考えている事業主が多い。区内の事業所の多くが自宅を店舗とした個人経営であるため、事業を廃止した場合、商店が住宅となることが多い。このため商店街では店舗が徐々に減少し、商店街の空洞化やさびれといった更なる問題を引き起こしている。

(3) 商工業を取り巻く環境変化

ア 消費者ニーズの変化

インターネットの普及により、区民の間にもパソコンや携帯電話による通信販売

での商品購入が浸透している。好きな時間に任意の場所から商品を購入することが可能になったことに伴い、これまで近所の商店で購入していた日用品を自宅に居ながら購入したりするなど、区民の生活や消費行動が変化している。

また、消費者ニーズも変化している。例えば、少子高齢化や女性の社会進出などを背景に、高齢者介護用の商品といったモノから、家事・育児の代行といったサービスまで、社会の変化に伴った新たな製品、商品、サービスの需要が生じている。しかし、区内では、品揃えなどに対する不満から商店街や商店を利用する消費者が減少しており、消費者ニーズの変化に十分対応できていない状況にある。

イ 工業・ものづくりを取り巻く変化

情報産業の急速な進展に伴って、モノの生産から情報・コンテンツ(注3)の生産へと国内産業の重点が移るなど、工業を取り巻く産業構造が変化している。また一方で、区の人口は平成に入ってから一貫して増加しており、今後も区内の住宅は増えて行くことが予想される。平成18年の土地利用状況調査では、区内宅地の比率は61.8%で、住宅用地の割合は46.3%であるが、工業用地の割合は2.1%に留まっている。区内での大規模な工場経営は困難になってきているのが現状であり、工場数は平成10年から減少傾向にある。

ウ 環境問題への意識の高まり

地球温暖化や資源循環型社会への取組が世界規模で議論されており、国や自治体でも環境問題の取組を進めている。このような社会的背景を受けて、消費者の環境問題に対する意識も高くなってきており、環境に配慮した製品、安心・安全のニーズを満たすことのできる製品が求められる時代になっている。

区は、環境都市練馬区宣言を行うとともに、環境基本条例を定め、環境施策を区民や事業者とともに積極的に進めている。

1 - 2 商工業の課題

1 - 1で把握した現状に対して、今後解決すべき課題となる点については、以下のものが考えられる。

(1) 特徴的な資源の有効活用

ア 農産物の積極的活用

練馬区で生産されている農産物の魅力を活用した商品や製品を開発し、商工業の振興に役立てていくことが課題である。開発に当たっては、品質の良さだけではなく、製品が製作された背景となる逸話や世界観までもを考慮し、そこに練馬区の独自性を盛り込みながら、消費者の感性に訴えかけるものづくりを目指す必要がある。

また、豊かな都市農地という他にない資源は、新鮮な農作物を供給するだけ

でなく、農作業を身近に体験できる場でもあり、近隣からの観光客を引き付ける資源として活用することが課題である。

イ アニメ産業の活用

アニメは、和食やファッションと並ぶ日本が世界に誇る文化となっており、国の政策においてもコンテンツ産業の拡大が目標となっている。メディアミックス（注4）を活用して練馬区のイメージアップを図ったり、特産物や農産物と連携し商品化を行うなど、練馬の産業の柱の一つとして、多様な展開が期待できる。また、アニメを通じて多くの人々を練馬区に呼び込むイベントなどを行うことで、地域交流の場として、また観光地としての練馬の付加価値を高める効果も期待されている。

ウ 伝統的産業への支援

伝統的産業である漬物産業や伝統工芸を区の内外に周知させるための場や機会を設けてPRし、消費を拡大させることが課題である。

エ 産・学・官の連携

区内にある教育・研究機関は、産業界に人材やアイデアなどを供給する重要な資源となり得るが、産・学・官の連携はこれまで十分に行われていなかった。今後は、積極的な連携により、区内産業との交流を活性化させ、学生の柔軟な発想やデザイン分野での専門的な意見を取り入れるなど、練馬ならではの商品開発を行っていくことが課題である。

また、区においては、区内産業の発展を支援するため、産業振興会館の整備を検討している。同会館に対しては、既存産業の振興に加えて、練馬区の特徴的な資源を活用した新たな産業を育成するための役割も期待されている。

オ 区民参加の促進

商店街や事業所などが経済活動の一環として行う地域活動に多くの区民が参加することは、地域経済の活性化につながるものである。しかし、現状では、これらの活動に参加する区民の数は必ずしも多くない。今後、これらの活動への区民参加を促すことが期待される。

(2) 厳しい経営状況への対応

ア 経営の安定化

売上の減少や利益率の低下など厳しい経営状態にある中、経営方針を見直し、経営の安定化を図っていくことが課題となる。

イ 製品価値の向上

受注量の増加や新しい得意先を獲得するためには、練馬区にしかないような製

品や商品によって独自性を打ち出し、他との差別化を図ることが重要である。新たな製品の開発や今ある製品自体の魅力や価値を向上させていくことが課題となる。

ウ 販売方法やPRの充実

商品が多くの消費者に受け入れられるためには、製品の価値を向上させるだけでなく、流通・販売方法、PRなど「売り方」にも更なる工夫が必要である。商品の品揃えなどに不満がある消費者が区内で購入しないという事実を再確認し、消費者が求めている製品、商品を的確に把握し、取り揃え、魅力的に陳列するなど、売り方を充実させていくことが課題となる。

(3) 環境変化に即応した事業展開

ア 時代に即した新たな事業展開

インターネットなど新しい取引形態の利用が増加する中で、新たな得意先や顧客を獲得するために新分野への進出や経営環境の変化に即した事業への転換を進めていくことは必要不可欠である。IT化を含めていかに事業転換を図っていくのが課題となる。

イ 進行する少子高齢化への対応

少子高齢化が進む中、高齢者や子育て中の家庭に関連するサービスなどは、今後、様々な形での事業化の可能性があり、どのようにしてこの分野の事業展開を図っていくのか検討する必要がある。

ウ 変化する消費者ニーズへの対応

消費者のニーズは変化している。消費者が求めている新しい商品やサービスを正確に把握し、商店街や各個店が、消費者ニーズの変化に素早く対応していくことが課題である。

エ にぎわいの創出につながる来街者増

都心からの交通の利便性や豊かな産業資源を活用することで、区外からの来街者をも呼び込むことのできる魅力的な商店街やまちを創りだし、区内に新たなにぎわいと活気を創出することが課題である。

オ 商店街の再活性化

商店街に新たな機能を導入し、人を呼び込み、事業の転換を図っていくことが必要である。これからの商店街は、単に商業的機能の場というだけではなく、地域社会の核としての機能が期待されており、既存の商店街の枠組みを越えて、生活支援型サービスの提供の場としての商店街、地域の住民とともに地域の問題を解決する場としての商店街が求められている。

カ 住宅と共存した工業・ものづくりの発展

従来どおりの工業を継続するだけでは、工業を取り巻く変化に対応することが困難になっている。区民の工業・ものづくりに対する理解を深めながら、工業・ものづくりと住宅が共存できる道を探り、住宅都市としての区の特徴に合った新たな産業を育成していく必要がある。

キ 環境と調和のとれた産業振興

環境問題への対応が求められる中で、この変化を制約要因ではなく、新たな成長要因として捉え、環境の保全と経済の活性化をともに実現できるような新たな事業活動を促進していく必要がある。また、既存の産業についても、環境への負荷を減らし、持続可能で、環境と共生できる産業活動を推進していくことが大きな課題となっている。

2 商工業振興に向けた提案

練馬区の現状と課題についての議論を踏まえ、懇談会は、練馬区の商工業が目指していくべき将来的方向性および課題解決のための具体的取組について、つぎのとおり提案する。

2 - 1 商工業振興の将来的方向性

練馬区の商工業振興の将来的方向性を考えるにあたっては、区の資源であり魅力でもある「みどり」「都市型農業」「アニメ」、あるいは今後の課題となる「時代の変化」「子育て」「高齢化」がキーワードとして挙げられた。こうしたキーワードに関する取組を区民同士の交流や地域のつながりの中で実現していくため、つぎのような区の商工業が目指すべき将来的方向性を提案する。

まちの魅力を活かし、みどりとの調和を図りながら、変化に対応したにぎわいのある産業活動を区民とともに推進する

まちの魅力を活かした産業活動

区の特徴である「アニメ」や「都市型農業」を活かし、まち全体が「アニメのまち ねりま」「農のあるまち ねりま」として魅力を増すような産業活動を目指していく。

みどり、環境と調和し、育む産業活動

環境問題への対応が要請される中、区の特徴でもある豊かなみどりと調和し、環境保全につながるような産業活動を目指していく。

変化に対応した産業活動

産業構造、消費者のニーズや行動などが変化している。そうした変化に対応した経営環境の整備や事業改革の仕組みづくりを進めていく。

にぎわいをもたらすような産業活動

区内外から人の往来が増し、まちににぎわいをもたらすような産業活動を目指していく。

区民とともに活性化する産業活動

子育て支援や高齢化への対応などの地域の多様な課題の解決に寄与し、区民生活の向上につながるような産業活動を目指していく。また、区民参加を促進し、商店街や地域コミュニティ活動の活性化を図っていく。

2 - 2 商工業振興に向けた具体的取組

2 - 1 で提示された練馬区の商工業振興の将来的方向を踏まえ、懇談会において、今後、取り組むべき商工業振興のための具体的な方策について議論した。議論の内容について整理すると、つぎのような具体的取組に集約される。

(1) まちの魅力を活かした産業活動

区の特徴であり、魅力となるような地域の資源を活かし、商工業の活性化につなげていく。具体的には、つぎのような取組が考えられる。

ア アニメを活用した取組の推進

日本アニメ発祥の地であり、日本最大のアニメ関連産業の集積地として、アニメを活用した取組を推進する。

(例) 商店街イベントにアニメを活用、アニメグッズの区内限定販売、アニメを活用した事業所PR活動支援など

イ 都市型農業の特徴を活かした取組の推進

練馬区の特徴でもある都市型農業を活かした取組を推進する。

(例) 練馬大根のおろし醤油など独自商品の開発、マルシェ(市場)の開催など

(2) みどり、環境と調和し、育む産業活動

環境問題への対応が社会的に要請される中、練馬区の特徴でもある豊かなみどりと調和した産業活動を推進していく。また、環境への対応を新しいビジネスチャンスととらえ、商工業の活性化につなげていく。具体的には、つぎのような取組が考えられる。

ア エコ関連技術、製品開発の推進

区内事業所におけるエコロジー(注5)関連の技術や製品の開発を推進する。

(例) エコ技術、製品開発への融資あっせんなど

イ 環境にやさしい商品の販売促進

区内事業所での地球環境にやさしい製品、商品の販売を推進する。

(例) 環境にやさしい商品取扱店認定、環境にやさしい商品取扱店認定店マップの配布など

ウ 環境に配慮した販売方法の推進

ごみを増やさない、環境にやさしい梱包素材を使うなど環境に配慮した販売方法を推進する。

(例) 商店街オリジナルエコバッグの作成など

エ 企業の社会的責任（CSR 注6）の推進

企業の社会的責任のひとつとして環境配慮への取組を推進する。

（例）環境にやさしい企業認定制度など

（3）変化に対応した産業活動

区内の商工業を取り巻く環境の変化に対応した産業活動の推進を図っていく必要がある。また、環境の変化に耐えうる経営体質の強化が必要である。具体的には、つぎのような取組が考えられる。

ア 新規事業者などの参入

既存企業の新規分野への進出や、起業・創業による新しい産業、事業への取組を支援する。

（例）新規技術開発や製品開発の支援など

イ 事業者の円滑な入替えのための仕組みづくり

廃業となった店舗や事務所に、新たな店舗や事業者を誘致するなど、事業継続が難しい事業者と今後の発展が期待される事業者との円滑な入替えを図るための仕組みづくりを構築する。

（例）店舗誘致を含む不動産オーナー事業の創設など

ウ 産業振興の拠点整備の促進

産業振興の中核的拠点として、産業経済活動の活性化に寄与し、区内の事業所や産業経済団体を総合的に支援する産業振興会館の整備を促進する。

（例）創業支援機能のワンストップサービス（注7）の窓口設置、多様なインキュベート（注8）機能の強化など

エ 産業情報の提供

ニーズやトレンド（流行）を把握し、製品や商品の開発、販売方法の改善などに活用するための産業情報を提供する。

（例）産業界の技術トレンド、商品トレンドなどについての情報取得窓口の設置など

オ 企業間連携の促進

企業が持つ技術力や製品開発力、アイデア、ノウハウなどの融合を通じた既存の製品や商品の高付加価値化を目指した企業間連携を促進する。

（例）区内事業所の保有技術、製品の情報管理、企業間連携の相談窓口設置など

カ IT 活用の支援

各事業所の IT 化を推進するだけでなく、IT を活用したサービスの充実化を図

る。

(例) 区内の製品や商品のPR、販売用の共同ホームページの創設など

キ 事業後継者候補の橋渡し推進

後継者などの人材を募集している地元産業と、地元産業に関心があり就職を希望する将来の後継者候補を引き合わせるための橋渡し機能を推進する。

(例) 区のコーディネートによる伝統工芸等の後継者候補橋渡しなど

ク 区内ものづくり人材の有効活用

伝統工芸をはじめ、ものづくり産業で活躍している人材の登録バンクをつくり、区内産業に紹介する。

(例) ねりまものづくり紹介データベースの創設など

(4) にぎわいをもたらすような産業活動

区内外から人の往来が増し、まちににぎわいをもたらすような産業活動を目指していく。具体的にはつぎの取組が考えられる。

ア 消費者ニーズを踏まえた品揃えアドバイス

消費者ニーズに応えるための品揃えや店構えについての専門家によるアドバイスを実施する。

(例) 商店アドバイザーの派遣、講習会の開催など

イ 売上げ増加のための販売戦略、マーケティング力強化

売上げ増加を目指した効果的な販売戦略やマーケティング力の強化を支援する。

(例) 成功事例から学ぶ勉強会(売上げが増加した商店など)の開催

ウ 売れるための製品、商品のデザイン力強化

売れる製品、商品を目指し、消費者が思わず手にしてしまうような、色や形、包装などのデザイン力の強化を支援する。

(例) 大学芸術学部などとの連携によるデザイン力向上のための講座開設など

(5) 区民とともに活性化する産業活動

住宅都市である練馬区において、最大の資源は区民である。区民は、産業の担い手や消費者であるとともに協力者でもある。そうした区民と一体となった産業活動を推進していく。また、区民の生活の向上につながるような産業活動の活性化を目指していく。具体的には、つぎの取組が考えられる。

ア 製品、商品の認知度向上の促進

区民や区内事業所に対して、地元で製造や販売されている製品、商品の認知度向上を図る。

(例) 地元産業の体験見学会、地元産業交流イベントの開催など

イ 商店街、店主との交流イベントの開催

区民が、商店街や各商店を身近な存在として利用しやすくなるようにイベントなどを開催し、交流を推進する。

(例) 商店街専門家(各専門個店店主)によるワンポイントアドバイス実施など

ウ 生活支援型サービスの充実

区民の需要を満ち、区民生活の利便性が向上するような生活支援型サービスを充実する。

(例) 高齢者向け買物支援サービス実施、子育て世帯用宅配サービス実施など

エ コミュニティの交流を活発化

地域のコミュニティの交流を活発化させるような仕組みづくりを推進する。

(例) 商店街空き店舗を活用したコミュニティ活動の場の設置

オ 消費者アンケート、投票によるランキング

消費者によるアンケートや投票によって練馬区の製品、商品、あるいは商店街の取組を紹介し、がんばる商店や商店街を支援する仕組みづくりを推進する。

(例) ねりまの三ツ星店の認定など

カ 消費者の意見や要望をビジネス情報に活かすシステムの創設

消費者の意見や要望をビジネスに活用するための情報収集システムの創設を推進する。

(例)(仮称)70万人モニター制度の実施など

3 商工業振興の推進

2の練馬区の商工業振興の提案において提示した具体的取組については、事業者や産業経済団体によって主体的に推進すべきものと、区の支援が期待されるものがある。懇談会の意見として、事業者、産業経済団体、区民、区の役割および商工業振興計画への期待について、つぎのように整理した。

3 - 1 事業者、産業経済団体、区民、区の役割

(1) 事業者の役割

商工業振興は、既存の製品や商品の高付加価値化や時代の変化に対応した新規事業の創出など、事業者自らが事業の発展と経営の改善に努めることが基本である。

商店街で事業を営む者は、商店街の振興と活性化を図るため、商店会に加入することに努めることが必要である。例えば、商店街がにぎわいと交流の場を提供する事業を実施する場合には、商店はそうした事業に参加したり、費用を分担するなどの協力が期待されている。

(2) 産業経済団体の役割

産業経済団体は、自らの創意工夫により意欲的に事業を進める個々の事業者への支援に努める必要がある。

また、産業活動に対する区民から理解と共感が得られるよう、産業界を代表し、啓発活動を行う必要がある。

(3) 区民の理解と協力

区民は、商工業の発展が区民生活の向上と地域の活性化に寄与することを認識し、地元産業に理解と関心を持ち、交流と関わりを持つことに努めていく必要がある。

(4) 区の責務

区は、区内の事業者や産業経済団体の自助努力を促進するような支援を行うことが期待される。そのため、現在策定中の新しい商工業振興計画の中で具体的な施策を定め、それに基づき着実に支援を進める必要がある。

3 - 2 商工業振興計画への期待

最後に、本提言を踏まえた商工業振興計画への期待としては、つぎのような意見が出た。これらの意見が商工業振興計画策定に反映されることを望む。

商工業の振興を進めるに当たっては、事業者、顧客である区民および地域行政を担う区が力を合わせる事が不可欠である。その意味でも「ともに築き 未来へつなぐ人とみどりが輝く わがまち練馬」を目標とする基本構想の趣旨を十分に踏まえられ

たい。

みどりが多く住みやすいという練馬の良さやアニメ、都市農業などの豊富な資源を最大限に活用した商工業振興計画とされたい。

積極的な事業展開を試みている事業者、がんばる商店、商店街などの意欲的な取組をいかに盛りたて、支援していくかが重要である。区内商工業の振興策も「選択と集中」が重要であり、そうした意欲や積極的な取組を推進するような商工業振興計画を策定されたい。

区内事業所の成功事例には、区内商工業の活性化を図る上でのヒントがある。取組内容や成功要因などを分析し、商工業振興計画中に取り入れられたい。

区内の商店街には各々に特徴があり、その特徴や強みを活かして商店街が競争しあうことでサービスを向上させていくような競争の原理を働かせていく必要がある。商工業振興計画策定に当たっては、事業活動が競争原理に基づくものであることに留意されたい。

時代の変化を超えてまちの魅力を持続できるように、課題を整理、分析し、解決策を検討していけるような仕組みを構築し、商工業振興計画の中に取り入れられたい。

区の産業振興の中核的拠点施設として整備が検討されている産業振興会館において、本提言の提案を取り入れ、区内事業者の経済活動の基盤を強化されたい。

参考資料

1	用語解説	17
2	懇談会意見集	18
3	懇談会委員名簿	26
4	懇談会の経過	27

1 用語解説

注番号	用語	
注1	白蛇伝	日本初の長編カラーアニメ映画のタイトル。練馬区内にある現・東映アニメーション株式会社で製作された。
注2	マーケティング	企業および他の組織がグローバルな視野に立ち、顧客との相互理解を得ながら、公正な競争を通じて行う市場創造のための総合的活動のこと。
注3	コンテンツ	映像・画像・音声などを使用した創作物のこと。
注4	メディアミックス	複数の媒体を組み合わせることで商品の広告や宣伝を行うこと。
注5	エコロジー	環境や自然との共生をはかる社会活動や環境に配慮する行為などを象徴するもの。
注6	企業の社会的責任(CSR)	企業の経済活動が社会・環境に及ぼす影響に責任を果たす組織の行動で、社会の関心・持続的発展との整合性を持ち、倫理行動、遵法性、政府間文書に基礎をおいた、組織の既存活動と一体化した行動のこと。
注7	ワンストップサービス	手続きやサービスの提供を一つの窓口で行うこと。
注8	インキュベーション	起業や新規事業の創業などの支援する制度や仕組みのこと。

2 懇談会意見集

商工業振興懇談会では、提言書に盛り込まれた意見以外にも有用な意見が多数出されている。今後の計画策定にあたっては、提言は勿論、これらの意見やアイデアについても参考にしていただきたい。

1 商工業の現状と課題.....	19
(1) 練馬区の特徴	19
(2) 商工業の現状	19
(3) 商工業の課題	20
2 商工業振興に向けた提案	21
(1) 商工業振興の将来的方向性	21
(2) 商工業振興に向けた具体的取組	23
3 商工業振興計画に対する意見・期待.....	24

1 商工業の現状と課題

(1) 練馬区の特徴

居住環境

- ・人口が増えていることから、住みやすい区だと言える。
- ・区の良さは、「住みやすい街」「安全な街」である。
- ・緑が多いことが、住民増加につながっている可能性がある。
- ・畑を始めとして、自然が豊かで、子どもの遊ぶ場が沢山ある。
- ・「地域交流」について、商店街、個店、消費者それぞれが重視している。
- ・高齢者の方はもちろん、働いていて子供を育てているお母さんも沢山いる。

産業資源

- ・アニメ産業や伝統工芸、都市農業など資源がある。
- ・国産ビール麦「金子ゴールデン」の発祥地である。

(2) 商工業の現状

人材

- ・高齢化が進み、人が集まる祭りなどのイベントを仕掛ける人材が少なくなっている。

事業所全体

- ・練馬の産業は色々あるが、商店街、個人経営、10人以下の事業所が多い。
- ・練馬の企業は、個性が弱い印象がある。

商店街

- ・商店街が112ほどあって、40年ほど前には、月に一度の休みも困難なほど忙しい状況であった。しかし現在では、商店街に若い人の姿が少なくなった。
- ・商店街の衰退は、大型店舗が出店したことだけが原因ではない。
- ・西武線や東上線の地上駅は、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。
- ・石神井公園駅は、西武池袋線が高架になり、駅自体も新しくなる。将来的には、横浜への直通電車が開通し、大きな商業チャンスである。石神井公園駅周辺の商店街は、他の商店街の見本にならなければならない。

産業資源

- ・練馬の農産物といえば昔は大根だった。今はキャベツが多いが、知名度が低い。練馬にはキャベツのように活用が期待できる資源が沢山ある。
- ・JAあおばは、キャベツを使った野菜餃子を観光協会の協力で作った。

工業

- ・工場は、住宅の増加に伴い、区内での操業が困難になっており、減少傾向にある。

(3) 商工業の課題

消費の流出への対応

- ・統計的にみると、練馬区は人口のわりに販売額が低迷していて、消費が区外に流出している。
- ・消費の流出について、区内で購入されているものと、区外で購入されているものの傾向を分析する必要がある。
- ・消費の流出について、地域の人達の話聞く必要があるのではないか。
- ・消費者のライフスタイルとニーズの多様化が、消費流出の原因の一つではないか。
- ・消費流出の原因は、消費者のライフスタイルに合わせた商品が仕入れられていない、あるいは売り方が工夫されていないということではないか。
- ・多様化するニーズを汲み取ることが課題となっているが、ファミリー層の消費のニーズが物からサービスに変わってきている。そういった新しいニーズに対応したサービスが提供できれば、地域の経済が活性化してくのではないか。
- ・企業は、消費の流出に危機感があり、常に集客方法について議論している。区としても集客の向上についてのプロジェクトを立ち上げると、練馬らしさが生まれるのではないか。

まちのにぎわいを生み出す

- ・かつてのニュータウンのように、高齢化が進み、空洞化するまちになることは避けなければならない。
- ・乗降数が10万人以上の駅があるが、区内で何かの目的があって乗降をしているのではなく、ほとんどが通勤通学の乗換え利用者ではないのか。何か目的があって乗降しているのであればニーズが浮かび上がってくるが、ただ単に乗換えが目的の乗降客を消費に結び付けるなら、特別な仕掛けが必要である。
- ・吉祥寺は小さいまちでありながら、何か魅力があり雰囲気のあるまちである。吉祥寺のように、街全体の魅力を高めることが課題である。
- ・練馬に人を呼ぶために、住んでもらう環境を整える、安全安心子育て環境の充実が必要ではないか。

産業資源の活用

- ・資源（練馬区の強み）が十分に活用されていないので、各地域や商店街で「練馬だ」というものがあれば活気がでてくるのではないか。
- ・日本のアニメに関心を寄せている人々が世界中にいるのに、日本の中にはそれらの海外の観光客を受け入れる拠点が無い。その拠点が練馬にできれば、練馬の経済活性化に貢献すると思う。
- ・江古田には、3つの大学があり、大学と商店街が地域連携を考えている。このように他の地域にはないものが、特色となり、資源になるのではないか。

差別化を図る

- ・企業にとって差別化が大切である。客が商品を買うのは、商品をどう差別がするのかと、客にとってどのようなメリットがあるかが重要になる。
- ・差別化は他社に追随されないようにすることであり、差別化に対する支援も必要ではないか。

工業

- ・大きな工場ではなく、小さな工場という考え方で、マンションの一室でもできるような工業、ものづくりにも注目すべきである。

成功事例に学ぶ

- ・厳しい経営環境の中で業績を伸ばしている区内の事業所があるので、その成功事例の要因を探り、参考にすることも必要である。
- ・成功事例を共有することで、停滞しているところの潜在的な可能性を引き出すことができる。

その他

- ・イノベーションや生産性の向上がないと商店街が活性化しない。
- ・大型店舗と商店街の共存は、可能かどうかの検討が必要である。
- ・40～50代の人々が活躍できるようにしなければ、商店街に活力が戻ってこない。
- ・練馬にいながら、練馬らしさを感じていない。また、ねりまみどりの葉っぱい基金のキャラクター「ぴいちゃん」ほか、キャラクターがいろいろいて、統一感がない。
- ・日本は資源消費国家であり、資源があるとすれば土地であり、農業に力を入れることは大切なことである。

2 商工業振興に向けた提案

(1) 商工業振興の将来的方向性

商工業と区民の関係

- ・ただ商売のことを考えているだけでは駄目で、安心して住める、人を呼び込める町にすることが必要。
- ・企業に利益の出る事業について考えることも大切だが、それによって区民の生活が豊かにならないといけないと思う。

新たな工夫

- ・国際化・情報化社会を意識して、練馬らしいものを育てることは大切である。
- ・消費者の変化・販売不振について、原因の分析と解決のためのしくみづくりを検討すべきである。
- ・消費者に飽きられない、持続的に魅力あるものを考えたい。
- ・数に依存しない商売のやり方を考えなければならない
- ・消費が流出しているということはチャンスということであり、どれだけ知恵を使うかが問われる。
- ・練馬区では何故人口が増えたのかという理由について、住民の声を聞く必要があるのではないか。また、人口が増えたことをいかに活性化につなげるかが課題である。
- ・モノの時代から心のゆとりへと時代が変化したが、この流れをどう事業化していくかが問題だ。アイデアは現場にいる人から出てくるのであって、上からは出てこない。現場から出たアイデアを支援、サポートするような仕組みが必要である。

- ・事業が受け継がれていく仕組みや収益につなげる仕組みづくり、コーディネータが必要ではないか。
- 選択と集中
- ・全体の商店街の活性化ではなく、一店一店に着目し、元気な事業所を伸ばしていく、盛り立てていくことが先決である。
- ・商店街も入れ替わる覚悟を持たなければならない。
- 練馬らしさの確立
- ・練馬の地域の歌を作り、まちが盛り上がるイベントの開催が必要である。
- ・イメージを先行させる戦略が必要。練馬らしさとは何か、それをどうやって打ち出していくのか。例えば、水耕栽培が得意な練馬農業とか、とにかく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か、工業化して後継者が出来て、持続性のある農業をしていくのか等の議論がないと練馬らしさが生まれえないのではないか。
- ・練馬をどのような場所にしたら良いかを考えていく上で、何かひとつ核となるものを掲げることは強みになるが、強みが地域を作っていくにはそれぞれの強みを有機的に連携する必要がある。
- 高齢者や子育て世帯への配慮
- ・高齢者の方はもちろん、働きながら子育てしている若いお母さんも沢山いる。その人達は、商店街や産業から自立をさせられるというよりは、温かく包み込まれるのがうれしいのではないか。例えば、商店の方から声掛けをしてもらうことや、子育て中の消費者が、買い物時に子どもを見てもらったり、高齢者の話し相手になってくれるなど、ホットな関係は練馬区だから出来るのではないか。包み込まれる温かさがあれば、それで居心地が良くなって人が集まるのではないか。
- ・高齢者が元気になる方向がよい。
- 産業資源活用の方向性
- ・ストーリー性がないと、まとまりがなくなってしまう。個々に価値があっても連携しないと相乗効果は生まれない。バラバラな事業乱立は、資産価値を生かせなくなり、もったいない。地域資産を最大限に活用、効果を生み出す「しかけ」が必要である。
- ・農業、アニメを盛り上げることが、最終的には商店街活性につながるのではないか。
- ・としまえんで開催しているコスプレフェスティバルに、毎月集まるコスプレの若者を活用してはどうか。
- ・アニメを核として、持続的で魅力的なものを作っていきたい。また、他所にアピールできるものを組み立てていくプロセスをもう少し見やすく出来ないか。
- ・大泉地区を常にアニメのイベントをやっている場所として売るのはどうか。
- ・アニメを活用すればテレビで練馬について見てもらえる。
- ・アニメを打ち出すなら、練馬に足を踏み入れた途端に「アニメのまち」と思わせるような雰囲気をもし出す必要がある。
- ・せっかく区内に大学や高校があって、学生が多いのだから、学生が練馬区で就職したいと思えるように、学生に向けた積極的なPRや交流の場が大切ではないか。
- その他

- ・前向きに考えていかなければならない。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。
- ・消費者の自立支援は区の仕事であり、産業団体の仕事ではない。
- ・事業者、区、住民の気持ちを一つにすることが大事。
- ・今後の商店街のあり方を考える上で、商店を辞めて住宅に変更することに、何らかの規制が必要ではないのか。
- ・無意識の既得権がある年配者は、意識改革の覚悟を持つ必要がある。
- ・生活に関わるインフラ整備やハードだけでなくソフトの面にも目を向けたい。
- ・成長戦略なく現状維持意識がある限り、発展がない。

(2) 商工業振興に向けた具体的取組

商業における取組

- ・商店についても農業同様、所有から利用へシフトする必要がある。
- ・区内を4地区に分け、商店街にテーマを持たせ、競わせてはどうか。
- ・商店街の空き店舗をアニメ好きな若者向けに開放し、お茶を飲んだりプリクラを撮ったりできる場を作ったらよいのではないかとしまえんで開催しているコスプレフェスティバルに集まる若者を呼び込めるのではないかと。
- ・商店街を応援するために駐輪場の整備ができないだろうか。
- ・ねりコレ商品をいくつか買うとアニメのレア商品がもらえたら良いのではないかと。
- ・消費者の視点から考えると、練馬の特産物が通販で買えると購入しやすい。
- ・ポイントカードを工夫するなど、地元住民、リピーターを増やす視点が重要である。
- ・消費者の支援については、インターネット関連が重要になってくると思う。
- ・アニメ作品の中で、練馬や実在の商店街を取り上げてもらうことが、有効なPRになるのではないかと。
- ・区で推進するアニメについては、自由に利用できるように、著作権を無料化してはどうか。
- ・石神井地区は、ねりコレを使って集客する。販促グッズに、アニメを使ってみてはどうか。

産業資源活用への取組

- ・キャベツを使った餃子とアニメ、金子ゴールデンを用いたビールの3つを組み合わせで事業化できないかと。
- ・区内の大学とアニメなどの芸術関係の分野の連携を検討したり、廃校校舎をアニメ関係に活用するなどの施策はどうか。
- ・水耕栽培は、立派な農業であり、もっと支援しても良いのではないかと。水耕栽培の実験など、大学3つと農業大学と連携して、国費を投じてもらえるような事業をやってはどうか。
- ・練馬野菜餃子は、通販だと買いやすいと思う。
- ・交通量の多い笹目通りや環八があるので区内に「道の駅」を作り、農産物や練馬の特

産品を売れば、人が集まるのではないか。

- ・「道の駅」に観光協会の出張所を置き、観光名所の案内や、産物の紹介をする。
また、NPO等を活用したガイドを常駐させるのはどうか。雇用にもつながると思う。
- ・工業高校との産学連携を検討すべきではないか。
高齢者サービスへの取組
- ・高齢者に優しい商店街ができないか。子育て支援施設も商店街に組み込めるのではないか。
- ・区役所の1階で高齢者向けの品を売るお店を出展してはどうか。
練馬らしさの確立
- ・練馬にきたらアニメの町だと実感できる、心揺さぶられるしかけ・イメージづくりが必要ではないか。
- ・みどりが多いという利点を活かして、季節ごとに花を楽しめる名所作りをしてはどうか。
- ・デザイン都市練馬を表現するために、区内の建物の屋根を緑色に統一し、綺麗にすると良いのではないか。
- ・官民共同で、共に楽しみながら、新しい名所作りを検討してみたらよいと思う。
工業・ものづくりへの取組
- ・都市型農業の工業化をして欲しい。
- ・工業アパートの誘致などの環境整備をして欲しい。
- ・伝統工芸に関心のある人が後継者候補として参加できるような講座を区が開いてコーディネートできないか。

3 商工業振興計画に対する意見・期待

計画全体への意見

- ・練馬の良さ、魅力が将来的に持続していけるような施策を計画に盛り込んでもらいたい。
- ・区民が誇りを持てる独自性をもつ計画が必要である。
- ・「可能性がある」という事に常に焦点において、区民全員の意識を高度なものに変えることが必要である。そういう努力をした区が栄えてくるはずだ。
- ・計画期間が短いのではないか。また、あまり現実的なものよりも、長期的なビジョンやイメージが大事だと思う。・意識改革が、まずは必要である。
- ・商工業振興計画の認知度が低く、事業者の7割が知らないので周知が必要。
成功事例への着目
- ・成功例への着目は今後意見をまとめる際に必要な視点である。
- ・アンケート結果の全体の傾向に着目することだけでなく、少数であっても成功事例をクローズアップして、個別事業所・商店街の成功の要因を探ることも必要ではないか。
- ・伸びている事業者の属性を調べ、成功している商店に実際に足を運ぶなどできれば行ってほしい。

その他

- ・区では、工場経営が難しいが、ものづくりは大切なことだと思う。ものづくりの振興についても考えるべきだ。
- ・事業を廃業する人の理由を把握しないと活性化は難しい。
- ・商店街にリピーターを増やす工夫を振興策に盛り込むことが必要である。

3 懇談会委員名簿

区分	氏名	所属等
学識経験者	座長 高橋 徳行	武蔵大学 経済学部教授
	職務代理 黒岩 健一郎	武蔵大学 経済学部准教授
	委員 山中 伸彦	立教大学 経営学部准教授
事業者等	委員 井戸 勤	東京商工会議所練馬支部会長
	委員 横山 正二	練馬産業連合会副会長
	委員 篠 利雄	練馬区商店街連合会会長
	委員 奥津 稔	東京あおば農業協同組合代表理事専務
	委員 本田 八十夫	練馬区観光協会理事
	委員 大島 いずみ	練馬区消費生活センター連絡会会長
公募区民	委員 長井 詳典	旭町在住
	委員 岩橋 栄子	旭町在住
	委員 元屋 恵子	早宮在住
	委員 石黒 竜	豊玉上在住

4 懇談会の経過

- | | |
|--------|---|
| 第1回懇談会 | 平成21年9月8日
・委員委嘱
・策定方針、スケジュール、懇談会の進め方の検討
・商工業の現状の特徴、課題の分析 |
| 第2回懇談会 | 10月14日
・現計画の評価
・政策ニーズの検討 |
| 第3回懇談会 | 11月16日
・練馬区のイメージと商工業振興のテーマの検討
・テーマを実現するための具体的な取組の検討 |
| 第4回懇談会 | 平成22年1月25日
・アンケート調査結果の報告
・提言書(案)骨子の検討 |
| 第5回懇談会 | 2月23日
・提言書(案)の検討 |
| 第6回懇談会 | 3月15日
・提言書の検討と決定 |