

会 議 録

附属機関又は 会議体の名称	第3回 豊島区商工政策審議会	
事務局(担当課)	文化商工部 生活産業課	
開催日時	令和5年3月15日(水) 10時00分～11時46分	
開催場所	本庁舎8階 807・808会議室	
議 題	1. 開会 2. 議題 (1) 討議 ①商店街支援について ②観光と地域活性化について ③消費者市民社会について 3. その他 4. 閉会	
配布資料	資料1 商工政策審議会スケジュール 資料2 新・産業振興指針の構成(案) 資料3 新・産業振興指針の指針及び取組の方向性(案) 資料4 豊島区の産業振興への取り組み <参考> 参考1 審議会委員名簿 参考2 豊島区産業振興指針【概要版】 参考3 豊島区産業振興指針 抜粋 参考4 豊島区基本計画2022-2025 政策7-1「産業振興による都市活力創出」 参考5 豊島区基本計画2022-2025 政策7-2「観光によるにぎわいの創出」 参考6 消費生活センターパンフレット各種	
公開の 可否	会 議	■公開 □非公開 □一部非公開 傍聴人数0人
	会 議 録	■公開 □非公開 □一部非公開
出席者	委 員	郭 洋春、鴨田和恵、福田友子、河畑洋子、千野富久、阿部弘明、 加藤容子、志村幸輝、原 武、細田新子、羽生冬佳、小寺 徹、 岩田亜紀、笠井 咲、原田敏郎、小池章一(敬称略)
	そ の 他	生活産業課長、文化観光課長、マンガ・アニメ活用担当課長、
	事 務 局	生活産業課

<開 会>

生活産業課長： 皆さん、おはようございます。定刻となりましたので、これから令和4年度第3回豊島区商工政策審議会を開催させていただきます。

本日はお忙しいところ、ご出席いただきまして誠にありがとうございます。

本日の資料でございますが、式次第に掲載させていただいております。配布資料は資料1から4、そして参考資料1から6まででございます。もし、過不足等があればお声がけいただければ、お届けさせていただきますのでよろしくお願いいたします。

また、本日皆様方の机の上に小さなマイクを置かせていただいております。こちらは議事録を速記業者のほうに委託しました関係でつけています。そのため、こちらは速記用ということでございますので、これから皆様方に発言をしていただく際には、前回と同じようにマイクを回させていただきますので、よろしくお願いいたします。

それでは議題に入ります前に、郭会長に一言ご挨拶をいただきまして、会議の進行をよろしくお願いいたします。

会長： 皆さん、どうもおはようございます。本日はお忙しい中、令和4年度第3回豊島区商工政策審議会にお集まりいただきまして、ありがとうございます。

まず会議の冒頭、先般、豊島区のために尽力されていたにもかかわらず、急逝された豊島区長に心よりお悔やみ申し上げたいと思います。本当に豊島区長のお力によって、一時は「消滅可能性都市」と言われた豊島区が、現在は「持続発展都市」へ向かおうという、そういう矢先の不幸でございましたけれども、やはりこの審議会も高野区長の非常に強い思いでできた委員会でしたので、ぜひともその志を継いで、素晴らしいものにしていきたいと思っておりますので、委員の方々、どうぞご協力のほどよろしくお願いいたします。

さて、現在日本ではWBCがすごい盛り上がりをしております。もともと強いのではないかとと言われていたけども、これだけ強いといいますが、期待以上の活躍をするというのは、本当に多くの人たちに勇気と感動を与えているのではないかと思います。

今回のWBCは、強化試合等を含めると経済効果が600億円近いというふうに言われておりまして、前回の2017年のときの大会よりも約200億円上回っているということで、やはりこのスポーツによる、あるいは文化による経済効果というものは様々なところに波及していくというふうに考えられます。実は本日の議題にもありますけれども、豊島区においてもいわゆる観光を推進していくということになれば、多くの外国人観光客の方、あるいは日本の方々が全国から集まることによって、そこでもたらされる経済効果というのは非常に計り知れないものがございます。この商工政策審議会も、そういったものを巻き込みながら、ちょうど一昨日、このマスクの着脱も解禁されるということになりましたので、これからますます多くの方々が、この池袋をはじめとした豊島区に来区していただける。そのときに、どういったおもてなし、どういったサービス、どういった魅力ある町をつくっていくのかということが、この商工政策審議会の役割でございます。

本日は三つの観点から、皆様方にご意見をいただくことになっておりますけれども、ぜひとも貴重な意見、前向きな意見、そして将来に向けてワクワクするような、そのようなご意見を賜ればと思っております。短い時間ではございますけれども、ご協力のほど、どうぞよろしくお願いいたします。

生活産業課長： ありがとうございます。

それでは、ここからは郭会長に進行を引き継がさせていただきますので、郭会長、よろしくお願いいたします。

会長： それではまず、議題に入る前に、会議の公開についてお諮りしたいと思います。ここでの議論の内容を多くの区民の皆様にご覧いただくために、会議や会議録を公開したいというふうに考えております。豊島区では、審議会などの会議につきまして「公開」を原則としており、これまでの会議及び会議録につきましても公開をしておりましたけれども、本日も公開ということで皆様方よろしいでしょうか。

(異議なし)

会長： ありがとうございます。なお、会議録の公開につきましては、個人が特定されないよう、事務局に配慮のほど、よろしくお願いいたします。

では、続きまして傍聴者の確認をさせていただきます。事務局、本日の傍聴者はいかがでしょうか。

生活産業課長： 本日、傍聴者はいません。

会長： ありがとうございます。では、傍聴者がいないということですので、引き続き会議を始めていきたいと思っております。

<議 題>

会長： それでは、早速議題に入らせていただきます。本日は次第のとおり、三つのテーマについて討議をする予定でございます。

初めに今回討議する内容の現指針につきまして、事務局のほうから説明をお願いいたします。

生活産業課長： (現指針について、資料3及び参考2・3に基づき説明)

会長： ありがとうございます。

①商店街支援について

会長： それでは、商店街の支援の討議に入る前に、ただいまご説明いただいた現指針の内容を踏まえた取組について、説明をいただければと思っております。では、また事務局のほうからよろしくお願いいたします。

事務局： (商店街支援について、資料4に基づき説明)

会長： ありがとうございます。

では、早速討議に入らせていただきたいと思います。前回同様、発言につきましてはお一人2分をめぐりにお願いしたいと思います。本日も非常に多くの委員の方々が参加されておりますので、一人でも多くの方々にぜひともご意見をいただきたいと思いますので、なるべく手短な発言をお願いしたいと思います。

それで、この発言につきましては事務局への質問ももちろんそうですけれども、それぞれのお立場から、日頃感じていることや、あるいは行政が今後すべき支援などについて、率直なお話をいただければと考えております。日頃考えていること、思っていることを遠慮なく発言していただければと思います。なお、ご発言される方は挙手にて発言をお願いしたいと思います。

では、このパートは大体 20 分ほどを考えておりますので、ぜひともよろしくお願ひしたいと思ひます。では、どなたからでも結構ですけれどもいかがでしょうか。

委員： よろしくお願ひいたします。

今お話があつた商店街に関して、私の商店街もありますが、解散したいと、解散しようじゃないかという声が出ています。それで実際、小規模な 12 店ぐらいしかないですけども、ほとんど事実上、地面フロアがテナントになってしまつてゐるということですね。ですから、商店街といつても実際に経営していらっしゃる方は 12 のうち三つぐらいで、あとは地上に上がったつてゐるという、立地的にもそういうところがあります。ただ、駅前ですので集客力とかはあります。

それで、ちょっと一本奥に入つてきますと、シャッターがやはり降り始めてゐるのではないかなと思ひます。商店街格差が出てきてゐるようにも思ひます。ゆっくりと減つてゐるというのは、私が池袋で申し訳ないですけど、実感してゐるところです。

あと、こちらにあつた諸政策ですが、商人まつりは今度 18 日、19 日とやりますが、結構苦勞して、池袋西口商店街連合会でいい商人まつりをつくつて、その次は東口でしたかね。東口も結構企画はどんどん面白くなつてゐます。蒸気機関車を走らせることや、それから音楽はジャズだけじゃなくて、フラとかいろんなものを駆使して、にぎやかさが増してゐる。ですから、決して悪くなつてゐるわけではなくて、もちろんグローバルリングがあるというのは、すごい我々の特徴なのかなというふうにも思つておられます。

それから、PayPay も豊島区さんのほうで随分、商店街のほうと一緒に入れていただいた、DX というのかな。そういうのも進んだのかなというふうにも思ひます。着実にゆっくり進んでゐるという。

ただ、この 3 年間でやっぱり持ち味のふれあいとか、コミュニティがちょっと弱くなつてしまつた。高齢化もすごく進んでゐて、私どもが解散したい理由は、もう若い人たちが全員やりたくないということで、若い人からも解散しちゃいなさいよという、言葉が出てしまつたということですけど、その辺が問題なのかなと。

それから、やっぱりコロナが明けつつある、ポストコロナというかアフターコロナなのか。先ほど高野区長の話が出ましたけど、これからこれが深々と来るかなという感じがします。あれだけ強いリーダーがいなくなるとどうなるのかな、皆さん困つてゐるというか、次はどうなるのだろうかという不安感があつて。その中で、治安の問題が豊島区は出てくると思ひます。昨今、外国から SNS で発する詐欺事件みたいなのがありましたけど、殺人事件まであつたりして。一つ気を許せば、裏通り辺りでそういうようなことも発生するのかなと。そういうところがあれば、街から人は減つてしまふ。それに対して、すごく耐性があつて、年寄りになつちやつた地域コミュニティの力が、そこにちょっと落ちてきてゐるような気がします。それはもう地域社会の中で、豊島区はやっぱり区長がすごかつたので、何というか行政と街が一つになつたような時代だつた。やり過ぎてゐた部分もあつたと思ひますが、そういうところがちょっと潮目というか変わり目、どういふふうこれを捉えて、今言つたような、こちらでテーマとされてゐる諸課題を切り返してゐるのかなという局面に来てゐるよう実感を持つておられます。

会長： ありがとうございます。今の商店街にも所属されてゐる委員からお話がありましたけれども、同じく商店街連合から委員として参加されてゐる委員、ぜひとも商店街の現状を踏まえ

て、ご発言いただければと思います。いかがでしょうか。

委員： いつも生活産業課の方たちにはとてもお世話になっております。

今回、私のあるところが駅前のサンシャイン通り商店会になっています。そこでの事業として、地域商品券というのを去年やりましたが、とても好評で、商店街が活発になったのかなとは思いますが、しかし、大手企業のビックカメラさんとかISPさんの協力があったのもので。その内情としては、細かい商店に反映が来たのかということ、やはりその商品券を大手のところでお使いになられるお客様のほうが多いです。そういうことも踏まえて、地域商品券というのが自分たちの好きなように事業をやっているということもあるので、プレミアム商品券とはまた違うが、それをもっといろいろな商店会があると思うので、商店会というのも地域様々、それぞれカラーが違うと思います。私の商店街は駅前のため、集客はありますが、でもやはり大規模だとかチェーン店とかそういうのが佇まっているところが、やっぱり時代もあって、うまく連携していかないといけない。そのつなぎをしていただくのが若い方ということで、動かなくちゃいけないというのは理解しているのですが、みなさん自分の商売もあって、それに割ける時間もない、自分の商売がおろそかになっては元も子もないということもあります。そのような人材的なもの等の問題が出てきています。そのような点も区の方々と協力してやっていけたらなというのがあります。

あと、私も商店街のコンシェルジュというものを、商人まつりのときにピンクのジャンパーを着て、お手伝いをしています。商人まつりの運営をするのを手伝って、とても不可欠な役割をしている、エッセンシャル的というか、本当に目立たない、やっぱり運営に対してこのような人材がいることで、とても事が進むようになっていっていると思います。

そういう人材の確保がないと、いろいろなイベントだとか、そういうものに協力したくてもできないということで、これからは人材の「材」が財産の「財」になるぐらい、人と人のつながりだとかそういうことが基本的に大切だなと思います。

会長： では、ほかの委員の方いかがでしょうか。

委員： 三つぐらい質問をさせていただきます。

まず今の指針4-②で、地域特性を活かした商店街づくり、「3つの区分」というのがありますが、どういう形で区分をされているのかを教えてください。

それから2点目ですね。商店街が減っているということは、多少実感としてありますが、逆に言うと、このぐらいで済んでいるのかなというのはすごいなとは思っています。私は、観光のことをやっていますが、ちょっと自分の興味を含めて、何日かかけて十幾つかの商店街を実は歩きましたけれども、商店街同士の連携というのがほとんどないのかなというふうに思っています。もちろん何百メートルと離れたら、連携がないのも仕方ないと思いますが、縦と横の商店街で連携がないとか、そういう意味では、その辺の連携させることも含めた施策であるとか、その辺のことを今、区としてどのように実施されているのか、ちょっとこの辺の見解を知りたいです。

それから3点目ですが、プレミアム商品券。これ多分、国の補助も含めてそこら中でやっていると思いますが、実際にこれで実消費額がアップしているのかどうか。あんまりこの辺のデータというのを見たことがないので、2割増し、3割増し、多いところだと5割増しをやっていますけれども、実際にそれで消費が同じ分上がっているのかどうか。どの程度、データとして持っていらっしゃるのかということをお願いしたいと思います。

会長： これについては、事務局からですかね。よろしく願いいたします。

生活産業課長：商品券の話に関連しますが、小さいところだとなかなか、一つでやると候補がないというところで、近くのところと一緒にやってしまおうというところは、今回もございました。やっぱり地域特性もありまして、連携がうまくいくところといかないところというのがあると思います。現にやっている地区もありますし、やっていないところもある。やっていないところをどうするのかというところでは、区のほうもいろいろとお声がけをしていますが、区の商店街連合会も一緒になって、実際に出向いて、今はもう単体でやるのはなかなか難しいため、一緒に協力してやりましようというような声かけをして、現在も進めているなかで、実際にやる商店街のほううまくいけば、どんどん広がっていくのかなというところがございますが、今取組中というところがございます。

もう一つの商品券でございますけれども、先ほどから出ています地域の商店街が独自でやるプレミアム付商品券というものと、今回東京都の補助金を使いまして、キャッシュレスのポイント還元での商品券というのを二つ実施いたしました。

それぞれの地区のものにつきましては、先ほど説明させていただいたとおり、紙の商品券は全て完売という形になりましたが、キャッシュレスのものはPayPayで実施しました。これにつきましては、前月比で160%という形で、当然増えているということもございました。また、11月の1か月間で実施いたしまして、ポイント還元が約2.8億円ございましたので、全体の消費額の経済効果としては約16億円出たのではないかと分析結果もございます。

委員： 冒頭の三つの区分を教えてください。

事務局：現在の指針に記載されております「地域特性を活かした商店街づくり」の三つという区分は、まず一つが池袋副都心とその周辺のエリア、2番目が文化や歴史資源の多いエリア、そして3番目にその他のエリアとなっております、まず池袋副都心というのは商業機能が集積している地域ですので、高質なオフィスやインキュベーション施設の整備などを行っていきましょうという内容です。

2番目の文化や歴史資源の多いエリアというところでは、観光客を呼び込むことができるエリアということで、多言語対応などを強化しようということになっております。

その他の地域につきましては、生活や交流を支えるということがにぎわいづくりに通じるということで、イベント、商店街の街路灯の整備などを行っていきましょうというような形で、三つに分けて支援を強化しているところでございます。

会長： ありがとうございます。

ほかの委員の方、ご意見いかがでしょうか。

委員：私は10年前に、産学官連携の渦中の中、地域活性化事業といったところで、中小企業庁の補助金で創業補助金を活用して、豊島区にイベント企画会社を設立させていただきました。当初から地域活性化といったところと、初期の会のときにもお伝えさせていただきましたように、商店街でにぎわい活性化を行うために、商店の師匠たちを呼ぶ「商店会寄席」といったところのコンセプトで、様々な商店街様と連携させていただいております。

本日は現場の声といったところで少しお聞きしたいことと、現状で私が思っていることをお伝えさせていただければと思っております。

資料4の中の取組状況の中で、2番目のイベント事業補助、商人まつり補助といったとこ

ろの実績で、令和3年度、令和2年度の事業数が報告されていますが、恐らくこの豊島区におけるイベント事業の数に関しまして、1商店街3事業まで、その中の一つは共催事業といったカテゴリーがある中で、この29事業というのは、ちょっと少ないなという、私の実感がありますが、この令和4年、87の商店街がある中、この29事業というのは、先ほどの3事業が含まれた総数なのか、それとも想定回数の件数なのかを、まずお尋ねしたいですけれども、どちらでしょうか。

事務局： こちらは商店街数ではなくて事業数になりますので、一つの商店街で複数やっているところもございます。現状といたしましては、やはりコロナ禍で、実施の計画をしたけれども、残念ながら中止をしたという商店街が多いものですから、こういった数字になっておまして、コロナ禍前には、平均でも大体50から60の事業が行われていたという現状がございます。

委員： ありがとうございます。2年、3年とコロナ禍といったところですので、弱冠87の中で29、3割ぐらいしかできていないという状況が大変少ないという実感ですが、やはり50にしたとしても、87の商店街がある中、最低でも2事業が活用できるといったところを鑑みると、なかなか実施に向けての現実には難しいというようなことが考えられます。

やはりそのにぎわい活性化をする一つの中で、イベント事業を興していくことの推奨、これからも私も頑張っていきたいなと思っていますが、それにも増して施設整備、販売促進といったところにおいては、東京都の説明会といういろいろなハードルの中でも、数的にも少ないなということで、逆に何か企画ができれば、後押しできないのかなということも実感として考えています。

話が変わりますけれども、商店街の衰退といったところで、実際にこの日本における商店街という組織、これがやはり独特の組織体。これを私はオリパラのときに、商店街こそがまちを挙げて全面的ににぎわい創出を図れるのではないかというような論文を書かさせていただきました。その中で一つポイントとなったのが、商店街の資産である街路灯、ここにフラッグを掲げることを提案させていただきました。そして都振連にも、お話を投げかけながら、実際にフラッグがオリンピック・パラリンピックのときに掲出されたという経緯がございます。また、ここには当然「町会」という組織があり、それに匹敵するような商店街の存在の中、なかなか組織的にもバックアップできる人材がいなかったか、そういったことが先ほどのイベント事業を行う上でのネックになってくるのかなというふうに思っております。

しかしながら、私はお隣の韓国に出向いたときに、商店街があるのかなといったところで足を運んでみたら、海外には商店街というコミュニティ組織はないというふうな現実でした。しかし、韓国で「商店街」というネオンを見つけまして、あるじゃないかと現地の方にお尋ねしたところ、実際には機能していないし、そういう組織はないという結論になりました。

となると、これからコロナも少しずついろんなことが解禁されながら、外国人を迎えるに当たっては、商店街という一つの文化、「商店街」というところに、かなり外国人も魅力を感じてくると思いますので、できれば、こういった様々な支援活動を通しながら、にぎわい活性につなげていけるように私も頑張っていきたいと思っておりますし、また先ほどの、共催といったつながりといったところも含めるなら87ある商店街を生活産業課の皆様とともに、どうしたらつながっていけるのか、触発し合えることも大事というふうに思っておりますの

で、現実と理想を少しずつ埋めながら、よりよい豊島区の商店街が23区の中でもトップになるように働きかけていきたいなと思いました。

会長： ありがとうございます。あと、もうお一人ぐらい発言いただければと思いますが、いかがでしょうか。

委員： 商店街が87ということですけど、こうやって豊島区内を見ても、池袋でも商店街として、道で活性化してちゃんと機能しているのは一体幾つあるのかというと、87のうち、池袋でも四つか五つぐらいしかないのではないかと思います。全体としても、この半数以下というのが実態じゃないかと思います。

特にプレミアム商品券というのは、私はよく分かりませんが、近くの商店街でも2か所やっていて、でも結局その商店の人が買って、お客様に配るような業種じゃないものですから、自分たちで消費するということなので、完売したということですけども、実際はよそから来たお客様とか、そういう人に使われていないことが多いのではないかと思います。

身内で買って身内で消費するというのでは、これは活性化には全然なりませんので、実態をよく見て、これに区としては一体どのぐらいの予算をつぎ込んでいるかということ、特に活性化に役立っているかということのことをちゃんと考えていただかないと、無駄な税金使いじゃないかなと思います。

会長： ありがとうございます。皆さん、前向きといたしますか、非常に力のあるお話でしたけども、この資料4を読んでいると、この取組①から⑥、これ全てが補助になります。補助はもちろん大事なことですけれども、でも補助には限界があるのと、やはり持続可能性という観点からすると、やはりいつかは、それは途切れてしまうということになるならば、やはり自走できるような、自らの足で走れるような、そういう取組が、やはりもう一つ大きな枠組みとしては必要なのかなと。

1990年代後半から、日本全国の地域創生に向けて、地域学であるとか地元学というのがとても盛んになったことがあります。これは地元では何にも資源がないということで駄目だということではなくて、あるもの探し、実はこんなにすばらしいものがあるのではないかと。でも、それは内部にいと、なかなか見えないと。そこで大きな力になったのは、外から来て、これはすばらしいですよ。今その役割を果たしてくれているのが、実は外国人観光客ですね。あの方々が日本に来て、自分たちの国にはない、地域にはない、価値観にないものを日本に来て、これはすばらしいと。その一番典型的なのが、いわゆる地方にある棚田。あれを見て、まさに人間が自然をこれだけ、いわゆる一体化したようなものをつくるのは非常にすばらしいと。地元の人からするならば、あそこにはトラクターも耕運機も入れられなくて、非常に労働力がもうつらいと。農業をやめたい。でも外から見ると、これだけすばらしい景色を見たことがない。それだけで実は観光名所になるということを含めて言うと、この地元学、地域学というのは、地元の方だけにはお願いするのではなくて、外部のそういった力、目を入れる。そして行政がそこをサポートする。この三位一体を取ることで、初めてうまくいく。

その場合、豊島区には幸いなことに今現在、七つの大学があります。そして来年度からはもう一つ、東京国際大学が来て八つの大学がある。こういった若い人たちの、全国から集まって大学に集う人たちが豊島区を見て、こんなことをやりたい、こんなことがすばらしいことではないかということ、地元の商店街の人と、そして若い人と。場合によっては、多く

の企業さんにも入っていただいて、三位一体ではなくて四位一体という形でやる中で、そういった新しい仕掛けなり、価値観を見いだす、そこにお金を補助していくなり、人を手当てしていくということをするのもあっていいのではないかと思います。

ここに書いてある①から⑥、全て素晴らしいと思いますが、これだけだと、やはりどうしても限界と、やっぱりその持続可能性というところで言うと、次のステップに行くときに、非常に厳しいということになりますので、今言ったような、そういった三位一体、四位一体となるような、そういったことも考えていければいいのではないかなと思います。

②観光と地域活性化について

会長： 次は、観光と地域の活性化というテーマになっていますので、観光と地域活性化につきまして、まず事務局から現状についてご説明いただければと思います。

事務局： (観光と地域活性化について、参考5に基づき説明)

会長： ありがとうございます。こちらは観光振興、産業振興、地域経済など地域の活性化にはどうしたら結びついていけるかということで、ぜひともご意見をいただければと思います。こちらは20分ほどの時間でございますので、お一人当たり2分をお願いします。

委員： ありがとうございます。今、事務局からご説明のあったとおり、現在まだ現状把握、方向性をどうするか議論の段階ですので、ぜひこちらの場からもご意見、ご要望等をお聞かせいただければという段階ではあります。

今のご説明いただいたことと前段でお話があったことを踏まえて考えていました。まず先ほど、会長のほうからインバウンドの話も少し紹介がありましたけれども、観光のほうで今考えていますのは、やはりこの3年間がかなり急激な外的要因の変化があり、その中で、かなり苦境に立たされている業者さんが大企業から中小に至るまでありました。今、恐らくV字回復を期待して、これからまた戻ってくる、あるいは別に国内からもお客様が動き始めているということを当てにして、何か旧態に戻ろうと。戻るのが一番簡単ですので、戻ろうとしているかもしれないし、そこに期待を持たれている事業者さんも多いと思いますが、もう一回同じことが起こらないとは限らないという中で、どうやって、こういった様々な外的要因の変化の中でもしぶとく生き残れる地域にしていくかということが、一つ大きな焦点です。

今、前提の中でSDGsとか持続可能性というお話がありました。アフターコロナという、何となくマスクを外せばいいのかみたいな話になりますが、そうではなくて、コロナというものを経験する中で観光は「不要不急」と言われてしまったように、非常時に大変弱いんです。日常生活を送っていく上でどんなに外的な要因が変わっても継続される行動と違って、特に楽しみのための何かということは、世間が苦しくなると、日本に限らず世界的にも、ここは外しておこうというのが人間の心情になりますので、変化に対して非常に弱い業界である。そのことを再認識し、その上でどうやってそのリスクヘッジをしていくかということが、恐らく大きな流れになってきています。2000年以降になりますので20年ぐらい、国がインバウンドを大きく推進し、かつ2015～2016年辺りからは本当にトップダウン型で強くインバウンド、インバウンドと言われてきましたけれども、インバウンドがあまりにも急激に増え、言い方は悪いですけど、金払いがよかったので、そっちに頼ってしまう、マーケットを絞ってしまったような業界が、ここでばたばた倒れてしまった。このようなことを、

ここから先はできるだけつくらないようにする、ということが大事なのではないか。

もちろんインバウンドの方々が、多様性ある顧客の中で重要なポジションであることは間違いないことですが、その一本足打法はやめましょうというのが、今ご紹介にあったマイクロツーリズム、近郊型、あるいは区内にいらっしゃる方々が、区内でどうやって消費をしていくかということも、実は観光の仕事じゃないかということも、ちょっと認識を始めている段階です。

その前提で言うと、区内のお客様に区内で消費をしてもらえるような商店環境、その消費環境にあるのかという点検が必要になります。当然大きな店舗さんがたくさんあるので、そういうところで大消費していただいているのは間違いないことです。このように平成30年度からの商店会員数が4,300から3,800ぐらいに減少しています。五、六百の会員さんがいなくなっているというのは、なかなかこの都会のど真ん中で苦しい、消滅可能性都市から脱したにもかかわらず、これを見せつけられると、少し寂しい感じがします。

大型の店舗の持つ波及力は確実にありますが、先ほど来お話に出ている地域の独自性とか、その多様性みたいなものを担っていただくのが、この4,000から3,000に減ってしまっている会員の皆様が支えられているエリアになると思いますので、ここをどうすると、下げ止まりという後ろ向きの話ではなく、ある程度の新陳代謝であるとか、事業の変革といったものに、あまり余裕のない事業者さんたちがどう取り組んでいけるかの土壌作りだろうなと思っておりました。

としたときに、資料4、先ほど郭先生が補助はどうなのかということをおっしゃっていましたが、私もちょっと別の視点でこの資料4を眺めていました。参考3を読むと、比較的店舗の店主さんたちの能力開発的なもの、それから事業を伴走しながら支えていくような仕組みをつくっているように見えますが、それが実際やられている実事業のほうからあまり感じられないなと思いました。もしかしたら、資料の作り方の問題かもしれないですが、具体的には、相談とか、融資、空き店舗対策、先進事例の紹介、こういった事業者さんが困っているときに、補助金を出すから街灯を作るではなく、どういうふうにもうかる商売に変えていければいいのかということをおいかに支援していくか。当然、事業者同士でもいろんな情報を交換されているし、商店会もやっているし、連合さんもやっていると思うんですが、多数のレイヤーのある中で区として何をお手伝いできているだろうかというのが、ちょっと資料4からは見受けられなかったなと思います。

プレミアム商品券ですとかイベントの補助も良いことですが、これらはあくまで手段であって、これをやった結果、やる前とやった後で地域に何か変化をもたらしたのか。例えば、コミュニケーションの活性化が見られて、10、20あるお店の中で新しい取組を、自前の事業の中で始めました、とか、あるいは、空き店舗に、先ほどお話があったように、若い人たちがチャレンジをするために何人か入ってきて、ちょっと話題になっていますみたいなこととか。それは急激には動かないので、少しずつの積み重ねが必要ですが、そういったことが見えてこない、イベントをやっておしまい、商品券を売り切っておしまいになってしまうのではないかと思います。なので、参考3のほうはいいことを書いてあるのに、資料4に何かあまりリンクが私は感じられなかったという感想です。

もちろん大変難しいことは、私も観光をずっとやっていますので分かっていますので、先ほど申し上げたように、区内の方も含めて、地域の方々が絶えず来てくれるようなまちにす

ることが、恐らく観光的にも下支えにつながるという観点から、いい商店街はぜひ継続をしていただきたいと思っていますので、双方がタッグを組んで、うまく支援できるといいのではないかと考えております。

会長： ありがとうございます。

では、ほかの委員の方、どうぞ忌憚のないご意見、あるいはご質問いただければと思います。

委員： 観光振興プラン策定委員会のときにもお伝えをしましたが、観光って商工政策の一個かと思しますので、同じ話になると思いますが、今後の指針の中に、ぜひ入れていただきたいことを幾つかと思っています

参考資料5に沿っていくと、としまオンリーワンブランドの定着ということで、これ常々、私も観光の部分、3回にわたって振興施策を作成させていただきましたが、常にハードしか出てこないです。もともと最初の政策をつくる時は、まだオリンピックが決まる前だったので、とにかく豊島区が消えちゃうよという何かしなきゃいけないという中で、ハードの整備というのは分かりますが、そろそろ人材育成、商店街も、人材を育てるということ、ソフト面のことをもう少し力を入れていただきたいなというふうに思っています。

ハードだけどんなに整備しても、私、今の団体はもう10年やっていますが、その前は実は旅行会社にずっといて、観光旅行というよりも、まさに地域活性をそのときからしていましたが、大体の自治体から言われるのが、何かこんなすごい博物館をつくりました、人を連れてきてくださいと言われます。1回は行きますが、2回行かないです。何が面白くないかという、展示って事実しかない。もしくは、そこにいらっしゃる学芸員の方って、もちろん博識が必要になりますが、事実だけ伝えられても観光客は二度、三度行かないです。それよりは、それを案内してくれる、そのガイドさんの人の魅力であるとか、その人に会いに行くということになると、多少浮気はしたとしても、必ず帰ってきます。そういう意味では、その人の育成をしていただきたいという点については、必ず入れていただきたいなと思っています。

これに絡む部分で回遊性というところになりますが、前のときに、今も巣鴨の地藏通りの方と何度も話をしていましたが、回遊させるときに巣鴨としてやっていることは、浅草といろいろな情報交換をしています。まだインバウンドが華やかかりし頃で、その頃というのは、日本が大したキャッシュレスはしていないと。巣鴨へ行っても両替できないよとか、現金が必要という情報を巣鴨と例えば浅草でお互いにやっている、勝手に浅草に泊まっている外国人が巣鴨に来て買物をする。逆のことも起きている。これって基本、連携をしようとかしまいとかがという話ではなく、人同士がお互いのメリットを感じつつ、やると思っているので、これをどう仕掛けていくかということは、多分役所としてやっていかなきゃいけないことだろうとは思っています。

人を育てるという意味では、先ほどの商店街の有効性って出ていると思いますが、決して大きなチェーン店だけ行くわけではなく、ふらっと入った商店の店主が、あの店、もったいいわよと。食べるならここへ行きなさいよとか、隣町のあそこがいいのよと言えるような施策をどう組んでいくか。なので、多分そこで教わった情報って、スマートフォンに全部載っていないわけですよ。一々こんなものを見るのは面倒くさいときに、じゃあ、あそこに行きましょうと言える情報を、ちゃんと、例えば商店街の人たちが、地元だからよく知っている

いうことを伝えるというのは大事ななと思っています。

なので、人を育てましょうと大上段に構えるのではなく、日頃ご商売をされている方が、次どうするのと言声かける。この辺の濃いコミュニケーションというのが、非常に都会では薄れているし、嫌がるというふうに皆さん言いますが、実際はそうじゃないということですね。この辺のところをぜひと思っています。

それから、気づく部分で言うと、そこで回遊性の部分でホームページのアクセス件数というのを目標にされていますが、観光でも言いましたが、豊島区で観光する人が、豊島区のホームページを見ることなんか絶対にありません。目標数値としては何か掲げるのは良いことですが、じゃあ、皆さんが旅行へ行くときに、例えば大阪へ行きましょうと行って、此花区を調べるかということです。絶対ないと思っているので、だとしたときに、どういう KPI を求めるかという部分は、分かりやすいところでこういう数字になっているのだと思いますが、少しここは見直さないと、本当の消費というものにはつながっていかないと思っています。

それから、最後ですね。交流都市との事業継続って、これは非常にすばらしいなと思っています。私もどちらかというと消滅可能性都市の自治体をずっとやっている中で、都市との交流ということを非常に求めています。豊島区のような川下自治体をお願いしたいのは、ギブアンドテイクみたいなことで、何か来てくださいとか、もらうということよりは、基本都市側なので、明日潰れることもないですから、ギブすることをもっとやってほしい。ギブアンドギブアンドギブです。それに対して、地方はそこで経済活動をどうつくってくれるか。その人たちが、買物はどうせ東京に行くのだったら池袋に泊まってよと言える仕組みをつくるためには、豊島区が、川下側の自治体が先に門戸を開かないと、川上側はお金にひいひいしていますし、本当に明日潰れちゃう自治体が山のようにあるので、そういう意味では観光とか商工という部分でも、実際に最終的にお金を使ってもらおうかどうかだと思いますから、お金を使ってもらうために豊島区はどれだけ門戸を開いて行って、こういうことを求めているということを出すのは大事ななと思っています。

ちなみに私は先月、品川駅で販売会をやりましたが、実は一番応援してくれたのが鉄道会社や地元の信金です。そのときは城南信金も含めているんなサポート、別にお金を出してくれるわけではないですが、人の紹介をしてくれたり、場所の紹介をしてくれたりというのがるので、その辺のハードルがどんどん下がっていくと、地方のほうは都市との交流を求めているので、そこに単純に物産展に来ましたではなくて、人のつながりができたので、今度は何とか商店街に来てよというような話から、どんどん仕事がつながっていきますから、そのハードルを下げたあげ。そんな仕組み、仕掛けというのが観光に限らず、多分最終的には商工につながっていくのかなと思っているので、ぜひその辺の目標の立て方とか、あと繰り返しですが人の育て方ということを中心に立案いただければなと思っています。

会長： ありがとうございます。それでは次の方がいかがでしょうか。

委員： 私、今お話を聞いて、インバウンドって商売する立場から言うと、極端なことを言うと、実感としてあんまり要らないんです。来ていただくのは結構ですと思いますけど、三越・伊勢丹がコロナの最終年度、空前の利益です。*

今、池袋で一番そういうお金が落ちて、池袋じゃなくて豊島区なのかもしれませんけども、西武と東武の両方の地下をつないだところ。そして単価が高くて、文化レベルやクオリ

ティのいい顧客が来るのが西武百貨店です。

それで、この前も観光の会議で言ったかもしれませんが、それこそ無印良品があって、西武劇場を育てて、今、軽井沢へ行ってしまいました。ミュージアムがあって、あそこがこの田舎池袋に渋谷、青山、銀座から人が引きつけたという30年前、40年前の歴史がありました。お客さんが多く来て。恐らく彼らは、ものすごく利益を上げている。しかし、この西武百貨店は、ひょっとするとなくなる。池袋どうなるのかな。そして偉大なるヨドバシカメラがいらっしゃる。今このまちで起こっていて、それで、その周辺の商店街は、また違った本当の地域の持ち味で、変な話、自分たちだけで食べていける。私、時計屋ですけど、1年間時計屋をやって売上げが1,000万取れているか。取れていないです。もう二人でやっていて300万いけばいいぐらいの時計屋ですね。1,300店舗あった都内の時計屋が、今、実際は登録で220。でも実際にやっている時計屋さんは、まちを歩いても本当に事実上ないです。

地元民の、地元の高質の客を引き寄せて残せないと、まちが終わってしまう。こういう人たちが、あそこの二つのデパートの袋をぶら下げて歩いていると、このまちは大丈夫だなど。ところが、そうじゃなくて夜のほうに行ってしまうと、終わってしまうのかなという気がします。池袋も地元の持っている力、西武はよかったと思いますけど、なくなるはしょうがないと思っているようなものが、力を残してやれるようになればいいなど、幻想的に思っています。

会長： ありがとうございます。

もう時間ですので、あともう一人ぐらい、ご意見いただければと思いますが、いかがでしょうか。

委員： 今月の2、3、4日に豊島区の第16回MONOづくりメッセが行われまして、それに行きまして感じたことは、伝統工芸保存会の方がブースで小学生たちに教えていました。今回小学生が450名、延べで7校が参加したということで、MONOづくりメッセ自体は1万4,000人来られましたが、その中でも小学生が来られたと。その小学生たちに伝統工芸の作り方、全部ではないですけども、工芸品を教えた。

やはり池袋にこういう伝統工芸品があるということ、我々は知っているのかということになります。3年前まで会長の大学のゼミと一緒に、コラボで体験教室を設けて、すすきみみずくの作り方をお子さんたちに教えていました。全部はできませんので、途中まで作って、完成のところだけを。そこで、このみみずくがなぜここにあるのかなというのを学ばせて。そうしましたら、小さい女の子のお母さんが病気になったときに薬代を稼ぐために、すすきみみずくを作って鬼子母神で売ったと。そういう歴史が中にあったということで、私の妻は川崎で小学校の先生をやっていますが、そんな話を家に帰ってしたところ、川崎市の小学校はやはり野外研修、野外学習でも、大師に行ったり、そして民家園に行ったりということがありますが、ものづくりまで教えていないよということで、豊島区のものづくりを小学生に教えるということは、小さな子供たちに歴史のあることだよということを教えられるという場の提供があると。やはりそこで私が思ったのは、この伝統工芸、池袋の観光を目指すには、地元のそういった魅力、そういうものを教える。そして、なおかつそれを情報発信すると。

すすきみみずくは、1月に鬼子母神さんの近江住職さんに作り方を教えていただき、私も

作りました。そこで学びまして、こういうことをもっと情報発信して、そういう場所をものづくりだけではなくて、そういうものを発信する。それによって、みみずくを見ると、これが何なのかなということも分かると思います。池袋にはそういう魅力があるということをもっと知らしめることが必要なのではないかなと思います。

会長： 今、皆様方のご意見を伺っていると、いわゆるこの観光振興と地域活性化に対して、マーケティングとターゲティング、これがうまく結びついているのかどうか。つまりそのターゲティングということを見ると、誰に来てほしいのか、誰にこの魅力を伝えたいのか。それに対して、そのマーケティングということならば、どのようなその魅力が、それが豊島区にあるのかということが、うまく結びついているのかどうか。もしかしたら、そこにミスマッチがあるのではないかな。

先ほどインバウンドの話も出しましたが、例えば今、日本に来る外国人観光客も都内、池袋は10番目ぐらいですね。彼らが豊島区で一番消費するのはショッピングである。ところが地元の方々に聞くと、知ってもらいたいのは、最初に出てくるのがとげぬき地蔵、あるいは鬼子母神。つまりそういった豊島区のいいものを見てもらいたい。でも来る人たちはショッピング、食事です。つまり、これがまさにマーケティングとターゲティングを考えたときに、実はうまく結びついていない。

つまり消費者目線でつくるのか、生産者目線でつくるのか。生産者というのは、私たちがいいものを作ったから買ってくれるだろうという。でも、それは自分が使いますか、買いますかといったときに、実はそうじゃないですよということにもなりかねない。つまり消費者にとって、自分が消費者になったときに、それが本当にほしいのか、使いたいのか。あるいは旅行者になったときに、行きたいのかどうかという、そういう視点がないと、いいものだから来てくれるだろうというのは、1980年代までの日本が強かった時代。その後、バブル崩壊とともに日本の国際競争力が低下する中で、いまだに日本はかつての古きよき時代だったら、いいものだったら作れば売れるのではないかな、勝てるのではないかと。しかし、どんな時代の流れは違っているということを見ると、このマーケットとターゲティングというものを、観光あるいは地域振興というところで少し考えると、新しいヒントが生まれてくるかなということをお客様のご意見を伺っていて感じた次第でございます。

貴重なご意見、どうもありがとうございました

③消費者市民社会について

会長： では、消費者市民社会というところの話に入らせていただければと思います。この消費者市民社会でございますけれども、以前の審議会で「権利と責任」という文言が、ちょっと強制的なイメージが強い、重たく感じる。産業振興指針の一つの章に入るには、ちょっと違和感があるというご意見が委員の中からございました。

しかしながら、委員の方から事前にいただいたご意見には、消費者が正しい行動を意識することは、事業者にとっても説明の簡略やクレームの削減、あるいは理不尽な返品要求などの取引コストの低減につながる。あるいは従業員が少なく、特に影響を受けてしまうような中小企業を考えると、前向きに議論をしていいのではないかなというご意見もいただいております。

このような観点からも、皆様にぜひともこの消費者市民社会とは一体どういうものなのか

と。豊島区では、それをどのように考えたらいいのかという点について、貴重なご意見をいただければと思います。

まず、その討議に入る前に、こちら事務局のほうから、少し資料に沿って説明いただいて、共通認識を持ちたいと考えております。

では、事務局から、まずお願いいたします。

事務局：（消費者市民社会の形成について、資料4に基づき説明）

会長： ありがとうございます。それでは、今までと大分観点が違いますけれども、行政から消費者へ行くべきこと等につきまして、またしても忌憚のないご意見をいただければと思います。

まず、こちらにつきましても、区民から見た消費生活センターの認知度、あるいは在り方等について、とご意見をいただければと思います。

委員： 今お話を伺って、私は意見ということではなくて、特に最後にあった啓発事業です。こういうものを学校に出向いてやっているということは、これは素晴らしいことだなというの思います。引き続きこういうのを公立だけでなく、私立のほうにもやっているということをおっしゃっていましたが、公立、私立関係なく、子供たちを守るという意味で、ぜひ継続をお願いしたいなと思ったという感想でございます。

会長： ありがとうございます。

では、ほかの委員の方、どうぞ。忌憚のないご意見をお願いできればと思いますけれども。今度は消費者の立場になって、地域の活性化、行政への様々なお声等ありましたら、ぜひともお願いしたいと思っておりますけれども。

委員： 質問です。

お話を伺っていると、消費者の権利というのは非常に大事なもので、ぜひ入れていただきたいのですが、どちらかというと消費者、買う側がトラブルに巻き込まれないようにみたいなことが中心となっていると思います。売る側の方も結構顧客、クレームとかトラブルとか、要は理不尽なことがいっぱいあると思いますが、この辺りというのは、何かこの消費者の、逆に言うと権利じゃなくて義務として何かやる、何か教える場とかというのは設ける予定でしょうか。

会長： 事務局よろしいですか。

事務局： 実際にご相談を受けた際に、相談事例としてあるのが、お店であるものを買いました。ただ、私、気に入らないので、それを返品したいのだけとということのご相談をいただきます。ただ、それは消費者の立場に立って、それを返品できるように私たちのほうで頑張りましょうということではなくて、それはあくまで契約の内容に関わってくるので、それはできませんよというご説明を相談者の方に説明します。

全部が全部、要求どおりに私たちのほうが動いて何かできるかということではないので、その辺は踏まえた形で、ご相談者の方に対して、あなたの言っていることは社会通念上おかしくないですかというような話をしているという状況でございます。

委員： 消費者に対する、それはあなたが無理を言い過ぎですよというのは継続して言っていたきたいことですが、商売をされていらっしゃる方です。なかなかそういう、何か同業者の組合とか商店街連合会でやっているのかもしれないが、最近、無理難題ばかり言う消費者の人がいることに対して商店街、もしくは商店さんを守るという意味も含めて、商店主、商店

街への支援は何か用意されているのかということをお尋ねしたかったです。

生活産業課長： ありがとうございます。今、事務局のほうからご説明しましたが、今現在実施しているのは、消費者の観点のところだけになっています。今、委員のほうからご指摘いただいたところというのは、まだ取組ができていない状況でございますので、これからいろいろと皆様方からのご意見も踏まえて、検討段階に入るものなのかなと感じるところでございます。

会長： ありがとうございます。

ほかの委員の方、いかがでしょう。

委員： とても大切なことだというのは分かりますが、前から申し上げているのは、産業振興指針の中に入るのには実は違和感があって、なぜ違和感があるのかという、今の委員もおっしゃったように、もちろん消費者も賢くならなきゃいけないことですが、我々事業者のほうも実は賢くならなきゃいけない。消費者にだまされる事業者も実はいるわけでして、大体こういう話って、消費者のほうが悪人で、事業者のほうが悪で、だましていう一種のカテゴリライズされた見方がありますが、なかなか小ざかしい消費者に事業者がだまされているケースって、実はたくさんあります。

そのため、産業政策指針のほうに入れるのであれば、今委員がおっしゃったように、我々事業者に対する啓蒙というか、その辺の知識とかノウハウとか。正直言うと、ご高齢の方とかは、電子取引は本当に苦手な方もいっぱいおられますし、いろんな制度の中で、実は事業者がすごい不利益を被っているケースはあると思います。何かそれに関しては、あなたたちの自助努力でしょうみたいなどころになっていて、消費者に対しては、それはかわいそうだなみたいな感じに取られるところがあります。

ここに入れるのであれば、本当に表裏の関係ですので、事業者サイド、商業者サイド、お客さんに対する知識の啓蒙であるとか、その辺の正しい倫理観とかルールの説明みたいなことを施策として入れていただいて、お互いが正しく取引をするという関係にイーブンに持っていくというふうな書きぶりのほうが、私としたり納得しやすいと思っております。

会長： ただいまのお二人の委員の意見というのは、要するに消費者だけがいいとか、生産者が駄目だとかという、そういうことじゃなくて、両者がどういった形でうまく手を取り合いながら発展させていくかということだと、この消費市民社会ということだけだと、あくまでも消費者だけに視点が立っているのではないかということと、実際には、そこにはちゃんと生産者という、まさに車の両輪の関係があるという、そういうご指摘だったと思います。

ほかの委員の方、いかがでしょう。

委員： 今お話のあった中小企業者、生産者、製造業側で言うと、やはり取引のトラブルとかクレームのご相談みたいなのは、公社のほうでも BtoB に対するご相談は受けるという形で、個々人の消費トラブルについては、消費者センターをご紹介するというような切り分けになっているかなというふうに思うので、両方必要な要素かなというふうには思います。

今日、いろいろ議論されてきた三つの視点というのが、それぞれの取組の区分の中でちりばめられているわけですけど、いろいろなお話を聞いていて、いかに有機的にリンクしていくかというのが非常に大事なかなというふうに感じています。会長もおっしゃっていましたが、行政がやる補助支援みたいなどころには、限界があって、それぞれの補助支援というのは大事なので、公社では、例えばチャレンジショップという形で、創業のトライアルを支

援することによって、改めてビジネスの可能性を確認してもらってから、商店街でお店を出してもらおうというような成功事例も豊島区の中で生まれていたりもするので、そういう支援そのものは一つずつ大事だと思いますし、公社としても進めていきたいと思っています。

一方で、行政がやる取組の中で、いかに有機的にリンクさせていけるかというこの仕掛けを、どうつくっていくかというのが大事かなと思います。とかく、やはり縦割りになりがちで、今も経営支援の立場で言っても、経営と人材ってすごく大事で、「人的資本経営」という言葉が経産省で今結構提唱されていますけれども、経営支援という立場で言うと、人・物・金・情報という経営資源の最初に「人」と来ますが、なかなか正面から人の支援となると、雇用就業の関係性であったりして、結構東京都でも縦の感覚がすごくあります。けれども、やっぱり経営支援の中で、今、人が本当に重要になってきている。先ほど人材を財産の「財」に替えなくちゃいけないという話も出ていましたけど、まさしくそうだというふうに思います。

なので、五つ出ているその方向性をどうリンクさせていけるかというのを、うまく考えていけるといいのかなと思います。それが基本理念の中に「人がつながる」という言葉が豊島区は入っているので、そのコミュニティの強化をどうしていけるかというのが、いろいろなコラボレーションだったり、学びをシェアしていく仕組みだったり、行政として様々な仕掛け、プロジェクトみたいなことができるといいのかなと思いますし、それが地域資源を活用したような区のオリジナリティみたいなことにつながると、なおいいかなと思います。「国際アート・カルチャー都市」というのが掲げられていたり、観光プランにもマイクロツーリズムとか区内の回遊性みたいなことが言及されていますけども、例えばマンガ・アニメにちなんだ商品開発とか販売とかをしていく中にテストマーケティングみたいなことがあると、消費者教育とつながっていったりとか、その商店街で、そういう商品を扱うということになると、そこもまたつながりが出たりみたいな、つなげるイベントや企画、プロジェクトみたいなことを仕掛けられると、人がつながっていくのかなと感じました。

会長： ありがとうございます。

いかがでしょうか。

委員： 冒頭、会長からも、この件については本当にこの産業振興指針に入れるのかというご指摘がありました。ずっとそう思っていて、今でもそう思っているのは私も一緒に、今ご説明いただいた資料4の裏面に関しては、やはり産業振興指針に入れるべき話なのだろうか。やはりこれは弱者としての消費者のトラブル回避ということが、ほぼ中心だなと思って見ていました。

川上の資料3の方向性(案)のところの5番目の文言を読むと「権利と責任による消費者市民社会の形成」、これは基本的には産業振興に関わる重要な点だと思います。それが、参考4の中には、「生産者と販売者と対等な立場に立ち」みたいなことが書かれているので、どうも川上の理念的なものは良いが、下に行って実事業になると、消費者のトラブル回避とか、消費者のトラブル相談に行ってしまうというところかなと思いました。

今3人の委員の皆様からご意見が出ていましたが、消費者を育成する、消費者に正しい知識を啓蒙することによって行動を変えることが、区内の事業者さんのボトムアップという言い方は変ですけども、ある意味、消費者にだまされる事業者がいて、そちらもという話もありましたが、やはり悪い売手もいるとは思うので、その悪い売手の人たちが、ページされ

ていくような、この区では変な商売をしないということにつながっていくというのも、振興のためには必要なことなのだろうと思います。個別個別、本当に細かい話をしていくと、悪いやつはどこにでも入り込んでくるので、そんな理想論でいかないのは分かりますが、権利と責任による消費者市民社会の形成を掲げていく上では、やはり姿勢としてそっちなのかなというふうには思いました。

どうしても公共の立場だと、こういった資料4の裏面のようなことが中心になりますが、指針として捉えて書く場合には、最終的にはこの区では変な商売はできないよということを目指す。その方策の一つが、消費者に対する啓蒙とかトラブル回避のためのご相談でもあるし、一方では、生産者、販売者の皆さんに、この区はもうみんな消費者が賢いから変なことをするなよということもあるのかなと思っています。そういった方向で位置づけた上で、個別の事業をちょっと組み立てていったらどうかと思いました。

会長： ありがとうございます。

今までのご意見というのは、20世紀後半から21世紀に向けて世界がグローバル化する中で生まれきた、一種の新しい課題であるような気がします。つまり、もともと日本には存在していた顔の見える関係、消費者と生産者がお互いに相対しながら、会話をしながら日常の在り方を話し合いながら、これを買ってよとか、今日はお金ないから負けてよという、そういう、いわゆる人間味あふれる顔の見える関係が、いわゆるインターネットを通じて、顔の見えない関係にどんどん進化する過程の中で、そこでだまされまされるというようなことが広がっていくというようなことになっていったのではないかと。

つまり顔の見える関係の最も最前線にあったのが、実は商店街であり、そこでのコミュニティこそが、まさに地域の活性化につながっていたというふうに考えるならば、この消費者市民社会というのを、確かに日本政府もこれを前面に打ち出しておりますので、それを文盲どおりに受け止めてしまうと、やはりどうしても生産者と消費者が相対する関係でありますけども、本来もともと日本の中では、よき伝統として顔の見える関係がありました。それを21世紀型に取り戻す、そういう営みを豊島区はあらゆる地域に先駆けて取り組みたい。まさに別の言い方をすれば、消費者が生産者を育てるし、生産者が消費者によりよいものを提供していく。まさに消費者が、これは買いませんよと。もっといいものがほしいですよと。言えば、生産者はそれに対して応えていこうということになりますし、生産者が自信を持って作ったから、若干高いかもしれないけども買ってよということが言えるのは、こういった顔の見える関係の中で生まれてくる信頼だと思います。

その信頼を構築するのが商店街であったし、コミュニティであったし、豊島区が今87しかないと言われておりますけれども、新しいコミュニティとしての商店街を活性化させようとするならば、今日の討議というのは、実はそれぞればらばらではなくて、全て結びついていくということになるわけで、そういう視点をぜひともその指針の中にも少し入れていくと、皆様方の疑問や、あるいは懸念についてかなり解消できるのではないかなと考えております。

皆様方には本当に貴重なご意見をたくさんいただきまして、どうもありがとうございました。では、様々なご意見をいただきましたけれども、最後に豊島区のほうからご意見をいただければと思います。

文化商工部長：ありがとうございます。

やはり今日の三つのテーマ、商店街支援、それから観光と地域活性化、あとは消費者市民社会の形成ということで、それぞれパートを分けてご議論いただきましたけども、会長におっしゃっていただいたように、それぞれが相関関係にあって、一つをよくすればいいということではなくて、それぞれをミックスさせながら、複合的に取り組んでいくということが非常に大事ですし、また先ほどおっしゃられたような観光で言えばマーケティングとターゲティング、そして行政がつくる計画ですと総花的になってしまいますが、やはり誰に来てもらって、どういうものを提供したいかというところを、豊島区の特徴を出せるような形のを、今日いただいたご意見を参考にしながら、取りまとめていきたいと思っています。本日もありがとうございます。

会長： 皆さん方の意見をしっかりと受け止めるというご意見でございましたので、一つよろしくお願いいたします。

3.その他

会長： それでは、最後にその他について、事務局からお願いします。

生活産業課長： 今日は、皆様方の貴重な意見を頂戴しましてありがとうございました。前回お示しをさせていただいたものになりますが、区内の産業等実態調査がございましたが、これをまとめたものを今回皆様方にお出しをしたかったところですが、まとめに時間がかかっております。4月上旬に公開を予定しています。後日、事務局からその旨のメールをさせていただきます。非常にボリュームが多くなってございます。企業編、そして商店街編、あと新しく起業された方のものがございます。3冊で100ページほどになる報告書になりますので、ホームページに掲載をさせていただきます。メールで原稿をお知らせする形を取らせていただきますが、もし紙ベースでご希望される方がいらっしゃいましたら、後ほど連絡の際に、こちらにご返信いただければと思っております。

そして、お送りしましたところで、その報告書のほうも確認をしていただきながら、次回の審議会の際にご意見をいただければと思っておりますのでございます。

そして次回の審議会につきましては、少し先の話で大変恐縮でございます。6月14日、水曜日の10時からということで、今のところ予定させていただいております。また改めてご案内をさせていただきますので、よろしくお願いいたします。これまで皆様方からいただきました意見を基に作成した骨子案を提示しながら、また次回、審議いただく予定でございます。また、今申し上げました今年度実施をした実態調査の結果報告もさせていただきますのでございます。

事務局のほうからは以上でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

会長： ただいま事務局から、次回までのスケジュールと、あと皆様方にご提供する資料の説明がございましたけども、最後に皆様方から何かご質問やご意見等はございますでしょうか。

(なし)

会長： 先ほど冒頭でも申しましたけれども、高野前区長が急逝されたということで、この審議会も、やはり区長の下につくられた委員会でございますので、できれば次の委員会では新区長が選出されているかと思っておりますので、やはりこの審議会に対するご意見とございますかそういったものを、直接来られるのは難しいと思いますが、書面でも結構ですので、やはり前区長と新区長の間の中での、この審議会に対する思いみたいなものをいただくと、委員の

方々もさらなる建設的なご意見を賜れるかというように思っております。もしよろしければ、その旨をお伝えいただければと思っております。よろしくお願いいたします。

以上をもちまして第3回豊島区商工政策審議会を閉会いたします。本日は本当にお忙しいところ、ありがとうございました。