

【足立区経済活性化会議】会議概要

会 議 名	令和7年度足立区経済活性化会議部会
事 務 局	足立区産業経済部産業政策課
開催年月日	令和7年（2025年）12月15日（月）
開催時間	15:15～17:00
開催場所	足立区役所本庁舎別館3階301会議室
出席者	<p>ジャパンフィルター株式会社 代表取締役 木村 真有子 足立区しんきん協議会 代表世話人 小林 高広 足立区工業会連合会 会長 瀬田 章弘 有限会社ソーシャルパイオニア 代表取締役 古川 拓 足立区民 齋藤 遥希</p> <p>事務局：産業経済部長（産業政策課長事務取扱） 石鍋 敏夫 企業経営支援課長 岸柳 直人 産業振興課 飯塚 尚美 足立区観光交流協会事務局長 安田 真人 産業政策課 府金、加藤</p>
欠席者	
会議次第	別紙のとおり
資料	令和7年度足立区経済活性化会議部会資料
その他	

○府金産業経済協創担当係長
定刻になりましたので、「令和7年度足立区経済活性化会議部会」を開催させていただきます。このたびは、皆様ご多用のところ経済活性化会議の部会委員をお引き受けいただき、深く御礼申し上げます。私は事務局の産業経済協創担当係長の府金でございます。よろしく願いいたします。本日の会議は公開となっておりますので、傍聴席を設けております。また、情報公開の関係で足立区役所2階にあります区政情報課におきまして、委員のみなさまの名簿・会議録・会議資料を公開させていただきますので、あらかじめご了承ください。また、会議録作成のために、本日の会議を録音させていただきます。こちらもご了承ください。続いて、本日の部会委員数を報告いたします。部会委員定数5名、出席委員5名であり本日の会議が成立していることを報告いたします。本日の部会についてご説明いたします。夏に実施しましたアンケート結果と第二回経済活性化会議で皆様からいただきましたご意見を参考に、次期経済活性化基本計画骨子（案）たたき台を作成しました。それに対して、お忙しいところご協力いただきました検討事項を一覧にまとめています。これに基づいて、皆様から意見を伺い議論していきたいと思っております。部会の部会長につきましては、第二回経済活性化会議で鈴木会長より指名がありました古川委員にお務めいただきたいと思っております。続きまして副部会長の選任に移ります。副部会長については、部会長が指名すると定めております。古川部会長、副部会長の指名をお願いいたします。

○古川部会長
木村委員を副部会長に指名します。

○府金産業経済協創担当係長
それでは、木村委員に副部会長をお願いすることといたします。

《配布資料の確認》

では、この後の議事進行を古川部会長にお願いしたいと思います。

○古川部会長
資料3骨子案に対する検討事項一覧に基づき、お一人ずつご意見いただきたいと思っております。

○木村委員
私自身の会社をもとに書かせていただきました。1点目は柱1について、労働環境を整えるためにワークライフバランス推進事業で支援を受けていましたが、その後も意識が向くようになりまして、来年2月に自社内で自立体力測定を行う予定です。毎月違ったテーマを設けて社内で行っているのですが、費用がかかるので支援があれば良いなと思っております。枠組みができて意識が高まった後で、支援があると背中を押せると思っております。2点目デジタル活用については、これも自分の会社で感じていることなのですが、小さな会社ですと先進のデジタル活用は大切だとわかっていても、得意な人がいないとか費用対効果を考えると導入しない方が良いという選択肢が出てきて、世間に追いつくのに精一杯の状況です。会社によって段階が違うので、会社に沿った支援を考えていただけると良い

と思います。3点目は、何年か前に足立ブランドで機械要素技術展に出展した際に、足立ブランドのブースに来た方が、このような加工はできないかと問い合わせがあり、仲間の会社がどのような加工をしているかお互いにわかっていたので、それならあの会社に聞いてみてくださいとご案内ができた経験があります。その加工は一つの会社ではできず複数の会社で加工して作り上げたのですが、横のつながりの仕組みがないので、足立区の中でモノを作り上げるということを組織的にできたら良いと感じました。

○石鍋産業経済部長

衛生部で実施する「元気な職場づくり事業」は保健師を派遣して、健康指導や食生活指導をする事業です。例えば職場で社員の健康のために器具を導入する費用を補助するというイメージでしょうか。

○木村委員

例えば、野菜などを会社で販売してもらうというビジネスがあるので、そのようなことを導入することもイメージの一つですが、費用がかかるのでそこを少しでも後押ししてくれると社内で「このような事業もあるよ」と言いやすいです。

○石鍋産業経済部長

初めていただいたご意見なので、どのようなことができるのか研究をして先々活かしていくと同時に、計画の策定にあたっては計画の本文に考え方を盛り込んでいきたいと思います。デジタル化について、補助金の中でWEB活用アドバイザーが、補助金を活用するにあたっての相談を受けているので、個々の会社に対す

る適切なシステムはその相談の中で支援していきます。横の連携については異業種交流を盛り込みました。他区の下町ロケットのような事例をイメージされていると思いますが、そのような異業種間の連携は実現させたいと思っています。

○小林委員

柱立ての数は何となく考えたことですのでこれは結構です。補助金や助成金については、行政の施策を知っている人は使えるけれど知らない人は使えないと思います。情報量の差で支援を受けられるかどうかが決まってきます。仕組みや利用方法はできるだけわかりやすくされていると思いますが、一定の理解力や行動力がないと支援を受けられないので、本業が忙しいと諦めているのかと思います。逆の方向から見ると、申請代行業者の問題が出てきてしまうかもしれません。商店街の独自アプリが約1,000万円かかり、国の補助金が9割出るので商店街側の負担は1割で済みますよということで、色々な商店街でアプリが作られているのですが、同じ業者がそのアプリを使い回して開発コストを抑えて、業者が利益を吸収していることは見ていて残念です。カスタマーハラスメントについて、中小企業では組織として対応がマニュアル化しにくいところがありますので、必要な支援だと思います。実際、我々金融機関も不特定多数の方からお電話があるので身近な問題です。事業承継については、我々金融機関も課題だと捉えており、どのぐらいのニーズがあるか、後継者がいるのか、M&Aや社内の番頭のような方に引き継いでいくのか、というアンケートは過去5年間で何度もしていま

す。ただ、実際にその次のステップとなると信用金庫では外部機関に繋ぐことが多くなります。経営者が望んでいるのかいないのか、今後どのように進めていくのかで行き詰まることが多く、進めていくことは非常に難しいことだと思います。他県の信用金庫でも事業承継マッチングで成功している例はありますが、10年ぐらい我慢して続けていかないと成功に結びつかないという話を聞くと、本当に腰を据えてやる必要があると思います。創業の廃業率について、様々な数字があります。5年生存率という創業して5年後に事業を続けている割合は約2割と言われます。しかし、私が信用金庫内でデータを集計したときにはそれ以上に生存率が高かったです。アンケートの対象が融資を受けている事業者が中心で、行政の相談員が事業計画の作成を支援して、金融機関でも見ているので計画はしっかりしています。やはり取引先数と客単価の感覚を持ち、資金繰りと収益が計画されていれば生存率は高いと感じました。創業の動機として、良いものを作れば買ってもらえると思っている傾向があり、経験を積んで、その経験を基に独立すると、収益の感覚がないと厳しいこともあります。創業後安定してから別の地域に移ってしまうことに関して対策を打たれていると思いますが、近年はIT関連の創業が多く、地域との結びつきを前提としない事業者も多いので、信用金庫としてやりにくさを感じています。消費者の生活相談について、消費者支援は産業経済部がやることなのかと読んでいて思いました。紙ベースの観光案内について、グルメ系の冊子のようなものを置いてくださいという話が多く、金融機関の

窓口非常に種類があります。実際、行政が発行している冊子とそれ以外の冊子があり、区民にとってはどこが発行しているのかは重要ではなく、同じような冊子が並んでいると受け止めるので、少し整理できたら良いと思います。最後に、事前に意見は出していませんが、中小企業のコロナ明けの動向は二極化が進んでいると感じています。良い方は、コロナ禍にDX化やIT化で効率化を進め、人手不足を補って収益を改善している。悪い方は、DX化やIT化に手を付けられず、人手不足が進んで人件費の負担が重くなっています。さらに金利も上がっているので収益が圧迫されます。ここにも何か支援をしていただければと思います。

○石鍋産業経済部長

申請代行業者に関しては、やめた方が良いのではと言いたいところです。例えば小規模事業者経営改善補助金ですと、周知を補っていただいている面もあるので目を凝らしていくしかないと思います。カスタマーハラスメントについては、最近出てきた概念でまだしっかりした対策が取れていないと思いますので、周知をしていく必要があると思います。事業承継について、外部機関に繋いだ後に行き詰ることが多いとのことですが、これは内部での事業承継になりますか。

○小林委員

その入口を確認したうえで、内部で承継するというのであればそのサポートをするのですが、どちらかというと内部に継ぐ人がいないので外部に、という支援をしようとする人が多いです。

○石鍋産業経済部長

誠意をもって会社を引き継いでもらえるかという不安を感じていて、区として事業承継においてM&Aを対象にしていくにはどうしたら良いのかは考えていく必要があると考えています。

○小林委員

ご存じかもしれませんが、足立区内で金融機関が紹介した案件で、お客様に多大な損失を与えた案件が記事になっていました。金融機関もそのような方だと思って紹介したわけではないと思いますが、結果として詐欺ではないかとなったことは同じ業界として怖いと思いました。

○石鍋産業経済部長

過去に区内でも比較的歴史のある事業者がそのような詐欺に巻き込まれた事例があるので、区としても警戒する必要がありますし、親族承継等の内部承継に限って現在は支援している理由でもありません。M&Aの仕組みや法整備が進まないと難しいところもあると思います。事業計画については、創業者だけでなく既存の事業者にも客単価のような考え方を身に付けてもらいたいと思っています。先日の産業実態調査アンケートで、昨年と比べて売上を把握していない事業者が約10%もいて驚きました。既存の事業者に対しては補助金申請の相談を受ける際に事業計画を作ってもらい収益の考え方や計算方法を伝えていきます。創業後の区内定着について、区として創業セミナーで意識しているのは、創業者同士の人的なネットワークを築いてもらうことです。創業する前から横の繋がりを持ち、

情報が少ない分仲間を増やしてもらう。そのようなネットワークがある地域で事業を継続したいと思ってもらえる仕組みを引き続き作っていきます。消費者センターを産業経済部で所管していることは、産業経済部の商品に対するスタンスと消費者センターのスタンスが異なることからジレンマに感じています。長年このように続いているので柱に入れざるを得ない状況です。紙ベースの観光案内ですが、産業振興課でもグルメ情報誌があるので乱立しているように見えるかもしれませんが、区としては、手に取ってもらえる魅力的な内容を提供していきたいと考えています。

○瀬田委員

全体的な私の感想ですが、他区の同業者の話の聞くと足立区の事業者支援は手厚くて、そこまでやっているんだと言われることが多いです。事業者の立場として、やる気がある人たちはどんどん情報を掴みにいきますが、そうでない人たちとの二極化が激しくて、どこまでをターゲットにしていくのかは考えた方が良いと思います。柱1について、採用、定着、育成のなかでそれぞれに、どのような支援ができるのかをわかりやすく示す必要があります。求人の特化したコンサルタントがいますが、正直質が低いです。コンサルタントに任せるよりも採用、定着、育成でうまくいっている会社をベンチマークして発信した方が、やる気のある会社にとってはヒントが得られると思います。デジタル化については、デジタル化と一言で書いていますが、デジタルライゼーションとDXは異なって、多くの区内製造業では紙の伝票を扱って

いる状況だと思うので、なぜデジタル化をするのか伝えないと動きには繋がらないと思います。エクセルにはデータが入っているけれども、それが情報として価値を生んでいない会社もあります。DXはハードルが高いので、うまくいっている会社の事例を見せると良いと思います。販路開拓については、展示会に出る機会を作っていると思いますが、愛媛県では知事自らが売り込みに行っています。5年で約300億円の売上を作って、海外にも知事が出向きます。足立区では難しいかもしれませんが、足立区役所が大手企業と付き合いがあるのであれば、紹介してもらっただけでも嬉しいです。モノ余りの時代で成熟社会ですから、モノづくりの価値はどんどん下がって、コト作りにシフトしています。モノづくりにかける想いやストーリー、感情を表現するには、クリエイターとの協創が必要だと思います。伝統工芸品も非常に良い品を作っていますが、卸の言われた通りにしか作れない、自分たちの価値やストーリーを出せないのが高く売れないこともあります。クリエイターと協力して発信することが一つの手だと思います。SDGsは、CSR戦略として取り組む必要がある一方で、慈善事業として映って価値がないように感じる経営者も多いです。価格と品質だけでは差別化できないので、それ以外でどのように差別化をしていくかが大事です。これが採用にも繋がっていて、CSR戦略をしている会社は、我々の業界ですと採用がうまくいっています。事業承継については、誰が買ってくれたかが非常にポイントで、自分の育てた会社を売れない経営者が多いので、この人だったら会社を任せ

ても良いという人には、それなら頼むという話になりやすいと思います。買い手側のリスト、このような人たちが事業を求めているという形で買い手側の顔が見えると良いと思います。それから自社の価値が見えていない方も多いため、価値を可視化できると誰かに継がせてあげたいと思います。創業については、足立区には若くて優秀な経営者がいますが、既存の団体には入っていない方が多いです。そのような人たちが区と接点を持っているのかは気になるところで、区の支援策を活用してもらえるようにPRする必要があります。ピッチもやった方が良いです。お金はあって新しい事業をやりたいけれど、社員も従業員もいないし、出資しても良いという方もいます。商店街については、シャッター商店街が多い一方でお店を開きたい方もいるので、そこをマッチングできればシャッター通りがチャレンジする場所になります。足立区にはオフィスが足りません。起業しようと思ってもオフィスがなく、企業向けのオフィスを作るための支援がないと実際に会社を起こせないと思います。最後に、観光施策については大型イベントなどで成功していますが、もっと小さいクリエイターが入ったセンスが良いイベントが増えてくると面白いと思っています。観光交流協会が実施するのではなく、応募させてプロポーザルのような形が良いと思います。アイデアベースで色々言いましたが、事業者の立場側からこのようなことをやられたら良いと感じています。

○石鍋産業経済部長

人材の確保や育成については、それぞれ

のステージごとに必要な支援があり、企業にとっても得意・不得意は目に見えていますので、ステージごとの支援を整理していく必要があると思います。発信については、前回の会議で秋葉商会の遠藤社長がお話ししたような事例を紹介して、効果を伝えていきたいと思います。デジタル化についてもマッチングクリエイター等から成功している事例を集めて紹介をしていきたいと思います。販路開拓については、国内販路拡大支援事業においてバイヤー等への商談機会を設けています。バイヤー等に繋ぐ前に、商品のコンセプトやデザインなどで訴求力を上げて、その上で商談に進めていくという流れで数年間実施しています。いずれは大手企業のバイヤーについても検討していきたいと思います。モノづくりとコト作りを掛け合わせていく話をする必要がありますが、その企業の強みや魅力がどこにあるのかを掴んで発信していかなければならないと思います。足立ブランド各社がそれぞれの企業の特徴を発信する取り組みを進めていますが、それを他にも広げる形にしていきます。SDGsについて、CSR戦略としてブランドイメージを上げることは企業にとって重要で、その点もあることを伝えていきます。事業承継に関連した自社の価値について、自社のブランド力や良いところがわからなくて、どのように訴求すると良いのかを掴めていない企業が多いですし、会社の収益がどうなっているのかを考えていない企業もありますので、引き上げていくことが必要です。これまでの事業を通じた伴走支援で、企業価値について気づきを与えられるアドバイスができるようにすることも考えています。買

い手側のリストに関して言えば、公開しても良いところがどれくらいあるかによりますが、事業承継の意識や動きを生み出していくためには、このような手法も検討が必要だと思います。後継ぎベンチャーについては、今の事業承継補助金の枠組みでも可能だと思いますので、承継される方の意思、新しい事業の方向性を聞いた上で進めていきたいと思います。ピッチについては議会からも意見があり、創業プランコンテストを公開することを昨年検討しました。参加された方の話を聞くと、持っているアイデアが知られてしまうことを懸念する方もいて、コンテスト自体を大きく変える必要があります。商店街のお店については、以前ある商店街で、シャッターが閉まっているお店が本当に空いているのかを調べましたが、小売は止めたが卸売として使っているところがありました。また、建物の構造上、お店側から入って居住スペースに行く建物も多く、店舗として貸し出せる状態ではなかったこともわかりました。構造的に許されるような店舗があれば進めたいと思いますが、5年程前に実施した空き店舗マッチング支援事業では、空き店舗として貸し出す方が少なくてうまくいきませんでした。イベントの開催について、効果的なイベントに関しては事例を紹介していきたいと思います。地元の方のアイデアを活かしたイベントは非常に重要ですので、やる気のある人たちを後押しして地域を盛り上げる必要があります。今年は千住宿開宿40周年で、関連したイベントを実施する場合に観光交流協会が補助金を出すことにしたところ、20数件手が挙がりました。また、去年から始まった、食と音楽

の祭典というイベントでは多くのお客さんが来て、資金も自分たちで集めて実施していました。そのような方々の意気込みを後押ししたいと思っています。

○瀬田委員

CSRについては、印刷業界でCSR認証制度を作って、横浜の大学内に認証センターを作って学識者にチェックしてもらえる仕組みがあるので情報提供ができます。自社のBS/PLを入力する自社の価値がネット上で確認できるシステムを作っているの、こちらも今後提供できる可能性があります。足立区で大手企業と付き合っていると思うので、中小企業を集めて名刺交換会でも良いので繋がりができたら良いと思いました。

○齋藤委員

主に3つ申し上げたいと思います。1つ目が、施策1②人材育成における定着支援について、基本的にはリソースが足りない部分があるからそこを補助していくという主旨で書かれていると思います。一方でそれ以外にもどうしても人が足りない部分が出てくると思いますので、オペレーションを効率化してデジタル化することや正社員ではなくアウトソースするような方向性もあり得ると思いました。2点目は、柱4では基本的には足立区の中で起業したスタートアップに拡大してもらおうという主旨だと思いますが、それだけでなく足立区外で大きくなりつつあるスタートアップや創業期の企業を呼び込む方向性があっても良いと思いました。足立区に合うスタートアップや企業を連れてきて、実証実験ができる、モノづくりの工場とのコネクションをサポ

ートします、という魅力を出して足立区に来てもらうことは施策の方向性としてはあり得ると思いました。3点目は、柱3と柱6に絡んでくると思いますが、基本的には区が主体となって観光施策を打ち出して、区の魅力を外に発信していくという方向性だと思います。街づくりの魅力を発信となると、区だけでなく大手の不動産会社などと協働して一緒に街づくりをしていくことが施策の方向性として良いと思いました。民間の資金が入っている中で、民間と区が独立でそれぞれ違うコンセプトで街の魅力を押し出すのではなく、一緒に同じ方向を向いて行くと良いと思います。

○石鍋産業経済部長

アウトソースについては、代替手段として発信していきます。誘致について、特別区は固定資産税を徴収できないので、他の市町村のように固定資産税の免除を謳って誘致ができません。大学や大学病院を誘致した後なので動きが取りにくい面があります。街づくりについては、エリアデザインという形で地域ごとに計画を立て、不動産会社と意見交換しながら進めています。

○古川部会長

新たな計画を作るのであれば、区民の方々にアピールする言葉で伝えたら良いと考え、言語化という言葉を書きました。言葉は非常に大事だと思っていて、この枠組みのもとに施策ができるときに、言葉に基づいて新しい発想やアイデアが生まれると思います。他の市町村の成功事例を見ると、ボトムアップが成功しているところが活性化している

と感じています。上から言われてその枠組みを活用することも大事だと思いますが、下から自分たちで作って盛り上げていく、先ほど話が出ました食と音楽の祭典もそうですし、千住宿400周年に関連したイベントの補助金に20数件も手が挙げたことは、自主的に何かやろうというエネルギーを吸い上げた事例で、今後さらに大事になると思います。他の市町村の事例を見に行くことは参考になります。柏の葉キャンパス駅周辺はコミュニティが非常に充実しています。クリエイターもいて、アレンジャーもいて、うまく吸い上げています。区内にもいると思いますが、そのような方を増やしていく必要があると思います。瀬田委員からもありましたが、活躍している方がいるけれどもお互いに繋がりができていない、あるいは政策側との繋がりが見えないということであれば、そのような方々をうまく活用したボトムアップを次の8年間のご検討いただくと良いと感じています。

○石鍋産業経済部長

人と人を繋ぐハブになる人のエネルギーを活かしていきたいと思います。行政は安全思考ということがありますが、うまくエネルギーを引き出せるようにすると良いと思います。

○古川部会長

もう1点として、今日お話を聞いて、様々なリスクが高まっていると感じました。M&Aの詐欺の話も出ましたし、消費者の観点でも詐欺が蔓延っていて、デジタル化についても相当なリスクがあります。企業や個人にとっても同様です。

リスクへのリテラシーは非常に大事になります。ニュースでも詐欺防止は言われていますが、もう少し草の根レベルで対策しないと大変なことになるという懸念があります。小早川委員からサイバー攻撃に関する意見がありましたし、今日話を聞きながらますます必要だと思いました。

○石鍋産業経済部長

企業自体を守ることに繋がりますけども、瀬田委員からお話があったCSR戦略とも繋がると思います。リテラシーを意識して活動して、安全を担保しているということをPRすることが今後のデジタル化の重要な要素になるかもしれません。

○古川部会長

皆さんもそうだと思いますが、メールボックスは迷惑メールで溢れています。以上で、各委員からのご意見をお伺いできましたが、この場でいくつかテーマを持って話し合いたいと思います。何かこの話をしたいというものはありますか。

○瀬田委員

中小企業庁が「ローカルゼブラ」という地域の課題を事業を通じて解決する企業を育てる構想があります。中小企業庁も地域課題を解決するプロデューサーが大事だと言っていますし、まずプロデューサーを育成することが地域の活性化の第一歩という気がします。ミクロの話はしますが、中島区議会議員は若くて優秀な起業家を知っていて、私も優秀な経営者と繋がりができました。最後にふるさと納税ですが、返礼品は物が多くて、サー

ビスは少ないと思います。例えば、千住の飲み横で飲み歩けるチケットを返礼品として出したら多くの人が買うと思います。

○古川部会長

まずローカルゼブラの話がありました。地域でプロデュースする人を育てたら良いのではということですがいかがですか。

○木村委員

イメージされている年代はどれぐらいですか。

○瀬田委員

結構年配の方もイメージしています。

○木村委員

非常に興味があって頭の中にあるものをどこでどうやって誰に話せば良いのか悩むことがあります。ローカルゼブラのことは初めて聞きましたが、非常に興味があります。創業といつも若い起業家がスポットライトを浴びている気がしますが、私のように定年後に何かやろうと考える人もたくさんいると思います。

○瀬田委員

例えば私も商工会議所や工業会などの団体に所属していますが、70代の方がリーダーで、何か新しいアイデアが出るかという点で出てこない。若いとアイデアはあるけどネットワークや資金力がない。50代だとある程度経営者として食べられているので、この先の人生で何かを残したいという人が結構いる。人脈があってお金も出してくれる。この人たちを束ねて

何かを始めて、動かすのは若い人たちというイメージです。

○小林委員

確かに親会の方は高齢化が進んでいます。その代わりに区内で有名な方たちが揃っています。その下には青年部のような若い方の会もあって、色々な発想もあって結びつきもすごく強いのですが、この方たちが親会となかなか結びつかない。親会は高齢化してどうしていいかと悩んでいるのに、その下の若い方とうまく連携していないことが課題だと思います。地域の中でイベントをする時には調整が非常に大事ですが、そこにコンサルタントのような方が入ってきて、地域のためではないので費用が発生している例もあります。調整役を地域の年配の方が一生懸命やっている一方で、看板自体はコンサルタントが担っていることで費用が発生する、という悩みは最近感じています。千住宿開宿400年の祭りが終わって、商店街4つが一つになって、宿場町の中で日本一長い商店街として取り組んでいるところにも、コンサルタントが入ってきています。

○古川部会長

上が重たいということはあります。下が育っていないというより、上が重たいと思います。

○瀬田委員

既存の青年部は親会の幹部を育成するための会なので、どうしても親会に縛られて自由なことはしにくい。団体とは離れた組織体で自由なコミュニティが必要な気がします。

○齋藤委員

私も色々考えたのですが、ローカルゼブラや最近だとインパクトスタートアップのように言葉が使われていて、インパクト投資をする、社会課題を解決するという企業が出てきていますが、自治体に目を向けてやるところは出てきていない印象です。足立区で特化したものをいかに起こせるのが、ローカルゼブラのような話を進めていく一つのヒントになると思いました。このように地方創生や地方の課題を何とかしたい大学生や若者は周りに多い一方で、実際に結果を出すために必要なネットワークはキャリア後半の方々が持っています。ここをどのように繋ぐかはヒントになると思いました。ビジネスの中だと顧問制度やエキスパートインタビュー、期間限定のアドバイザーなどがあり、最近はその結びつきがフラットになっていると思います。一方で、足立区でできる環境かというところ、そうではないところもあります。今ない解決策を新しく作るよりは、ビジネス界で行われているエキスパートインタビューとか顧問の仕組みのようなものが、区内で小さい形でできると若者とその地域を繋ぐヒントになると思いました。

○古川部会長

ありがとうございます。瀬田委員から2つ目に若い起業家というお話がありました。

○瀬田委員

面白い人達がいるからと呼ばれて、そこには40歳前後の起業家が多く集まっています、一人は学童のビジネスで学童を学校

よりも面白いと言わせた人、視覚障がい者を数多く支援をしている人、障害者雇用で成功している人、古民家の再生に関わっている人など、そのような人達が多くいて、彼ら同士が繋がっている。商工会議所とは全く違うところで新しい動きがあることを知ってすごく嬉しかった。どちらが良いということではなく、上の人達と彼らが結びついていないことが問題です。これだけ人的資源があるのに結びついていない、ここを結びつけるだけで様々なことが起こると感じました。商店街もそうです。個人で優秀な人がお店を出して、チャレンジできる場はあると思います。いま私が話したいのは、事業を始める彼らのような人達や、空き家などの場所、新しく再生しようとする動きが足立区にはあると思います。ここをうまく繋げるだけで、新しいプレイヤーも増えていくと思います。そのようなグランドデザインを区が行い、細かいところを民間が担ってもらおうと良いと思います。

○石鍋産業経済部長

ボトムアップが大事で、こうなさいと区が言うと面白いことはできない。自由に活かして、可能性を引き延ばすことが重要だと思います。区の取り組みとしては、区が抱える地域課題や行政ニーズをあらかじめ提示してそれらを解決するためのアイデアや技術を広く募集する「官民協創プラットフォーム」や、やりたいことを叶える場所づくりとして運営する「あやセンターぐるぐる」があります。

○古川部会長

齋藤委員に聞きたいのですが、世代間や

違う分野の人たちが集まるだけでなく、活躍している方々の層は違うけれどもそれを対流させるような事例はないでしょうか。

○齋藤委員

私が先ほど申し上げたのはあくまで一例で、顧問のような形で一時的にアドバイスを提供することやエキスパートインタビューのように時間単位でアドバイスをもらうことが一つ例としてあります。他には、長い間行政にいた方が取締役として民間企業のヘッドにつくような、異業種間の転職もポイントとしてあると思います。官民の行き来を支援する会社もあるのですが、厚労省にいた方がコンサルなどの民間に行く、逆に民間から行政に入るなど、異業種間の行き来の形はヒントになると思います。足立区で言うと、区で行政に携わられてきたネットワークのある方が、スタートアップにアドバイザーとして入るとか、そのような対流のさせ方があると思います。

○古川部会長

先ほどの千住宿 400 周年の事例はまさにそうだと思いますが、ある目標に向かって皆で力を合わせることを行政が仕掛けたという事例はあるのでしょうか。

○石鍋産業経済部長

上手くいったかどうかはこれからの評価になると思いますが、できるだけ人を巻き込んでやっていこうという意識は持っています。

○古川部会長

最後にふるさと納税についてです。

○瀬田委員

サービスをふるさと納税の返礼品に入れると良いと思います。

○安田観光交流協会事務局長

銭湯の一番湯につかれる返礼品は人気があります。

○瀬田委員

以前、エンブレムホテルの入江さんが、西新井で 100 人ほど集めてハッカソンをやられた際は、新たな人と繋がることができました。面白そうな人を呼んだり、様々な年齢層を集めたミーティングがあると良いと思いました。

○石鍋産業経済部長

100 人会議が開催されています。

○瀬田委員

話は変わって、お願いでもあるのですが SR 調達というのがありまして、調達先を値段だけで決めるのではなく、地域の課題を解決できる会社に発注する動きがあります。これをぜひ足立区で導入してもらい、調達を変えると企業が育ちます。地元の企業に発注して、その会社が福祉を一生懸命やる会社であれば、発注することで障がい者雇用を増やせます。発注の仕方を変えるだけで、区内の会社が変わっていくと以前から思っているので、検討してもらいたいです。

○石鍋産業経済部長

繰り返し内部で伝えていきます。

以上