



第9回 江戸川区長期計画審議会 議事録

日時:平成13年11月8日(木)午後1時30分～午後3時15分

会場:グリーンパレス「孔雀2」

< 議事内容 >

【松下会長】

それでは、時間がまいりましたので、まだおいでになっていない方もいらっしゃいますけれども、ただいまから、江戸川区長期計画審議会を開会をいたします。

本日の欠席でございますが、石川委員、太田委員、小暮委員、須賀委員、竹内委員、平田委員、間瀬委員、斉藤委員、白木委員の9名の方から欠席の届が出ております。

それでは、基本構想(素案)の内容につきまして、長期計画立案委員会委員からご説明をいただき、これについて意見交換を行いたいと思います。

本日は、第4章第5節「活力を創造する産業づくり」の立案を担当された専修大学教授の黒瀬先生にご出席をいただいておりますので、ご紹介いたします。

長期計画立案委員会の黒瀬先生、よろしくお願いいいたします。

それでは、これより議事に入ります。では、黒瀬先生からご説明をお願いいたします。

【黒瀬委員】

ご紹介いただきました専修大学の黒瀬です。

第5節を担当させていただきました。この報告書に沿って簡単に要旨を説明させていただきます。

まず、最初のところで書きましたのは、この5節の報告をするに当たっての問題意識を書かせていただきました。ここでのキーワードの1つは、この地球規模の市場競争が激しくなっているというその認識であります。グローバル化という話はいろいろなところに出てまいりますけれども、そのグローバル化の一番の大きな側面は、かつての計画経済の国が市場経済に移行した。そして、資本主義諸国もアメリカを中心に、さらに市場経済原理というものを徹底化していく。それが地球上に広まっているということがグローバル化の大きな側面だと思っておりますが、そうすることによって、ここに書きましたように、地球規模の市場競争というものが展開されている、そういう時代になったということでもあります。

実は、その地域経済が発展するためには、いや応なく、こういう地球規模での市場競争の激化ということに勝ち抜いていかなければいけないということが1つ挙げられると思います。

もうご審議されたと思いますが、第3章の「将来都市像」のところ、江戸川区の将来都市像が出ております。「創造性豊かな文化はくくむ 水辺と緑かがやく 安心と活力ある 生きる喜びを実感できる都市」という都市像でありますけれども、いささかこの牧歌的な感じがするわけですが、こういう都市像を実現するためには、実は厳しい競争を地域経済も生き抜いていかなければいけないんだというのが我々の1つの大きな認識であります。私自身は市場経済原理を必ずしも是とする者ではありませんが、好むと好まざるとにかかわらず、地域経済が発展するには、この世界規模の、地球規模の競争を

勝ち抜いていかなければいけない。そういう認識がございませぬ。

それともう1つ、同時に、ここに書きましたように、高齢化や環境重視、あるいは上で述べました高度情報化もそうですけれども、こういう新しい経済・社会潮流というのが新しい産業を生み出していくんだ。これにも対応していかななくてはならない。そういうことで、地球大、グローバルな競争への対応と新しい産業の創出ということが、この5節の大きな問題意識となっております。

まず最初に、ものづくり産業、いわゆる製造業でありますけれども、そこからまず取り上げました。先ほど地球規模の市場競争が激しくなったと言いましたけれども、特にその焦点になっているのは製造業であります。ご存じのように、お隣の中国が、今や世界工場化しようとしております。多分にその大きな影響を受けまして、日本の中小製造業は全盛期の10年間に比べると20%も事業所数が減るという大打撃を受けております。おそらく江戸川区の中小企業もその影響から無縁であるはずはないわけでありませぬ。

そういう中で、じゃあ、これからどうやって中小企業は生きていったらいいんだらうかと。そのかぎが、ここで書きました「自立型中小企業の育成」ということであります。日本の中小企業というのは、ものづくりの技術という点では、私は今でも世界一だと思うんですけれども、残念ながら何をつくるのか、あるいは何を開発するのかというのは、多かれ少なかれ、大企業に言われてやっていたという側面があります。しかしながら、もうお隣に中国という世界工場に向けて発展する地域が出てしまいましたので、中国に向けてどんどん発注が出るようになりまして、今まで国内においていた発注が海外に流れているという、こういう傾向が見られるわけですね。

そうしますと、これからの中小企業は、自分の仕事は自分で作り出す。ここには書いておりませぬが、これが自立型中小企業の私が考えている内容でありますけれども、そういう中小企業になっていかななくてはならない。そのためには、もうちょっと具体的に言いますと、単に言われたものをつくるという受注型ではなくて、企画・提案型の企業になっていく必要があるだろう。そのためには、今持っている技術というものをもう1回再評価しまして、新しい分野に何とか適用できないだらうか。あるいは、今の技術をもとにして、またさらに技術開発を行うという、そういう面でございます。

それから、もう1つ、マーケティング力を強化していかななくてはなりません。中小企業は、ほとんど自分の企業の情報というものを市場に向けて発信するという機能が今までございませぬでした。自立型企業になるにはやはり、そうではもはやだめだと思うわけでありまして、すぐれた技術というものを広く市場に向けて発信していくという、そういうマーケティング活動の抜本的な強化というものが必要になってくるだろう。そういうことをこれから支援していかななくてはならないと思うわけでありませぬ。

それから、2番目に、「企業間の連携による競争力の強化」と言いましたが、この自立型企業になっていく上で、やはり一番根本の問題は、中小企業は1社だけでは経営資源が不足するということであります。そういう点で、自分自身の経営資源の不足を補えるような、ほかの専門中小企業と提携したり、あるいは大学と提携したり、公設試験研究機関などと提携する。さらには、大企業などを退職した技術者を、いわばボランティア・エンジニアといったようなことで活用させていただくと。こういうことがぜひとも必要になってくるだろうと思います。

それから、32ページのほうで、「ものづくり技術の継承」ということを掲げました。先ほど申し上げましたように、日本の中小企業のもものづくり技術は世界一だと思います。ただ、残念ながら、最近の若い人が3Kを嫌うといったようなこともありまして、そのすぐれた技術が必ずしも円滑に伝わっておりませぬ。これは非常に大きな問題であります。やはり競争力の根幹はすぐれたものづくり技術であるわけですので、これを何とか伝えていかななくてはならない。そういうことで、先ほど挙げたようなボランティア・エンジニアを利用させていただいて、若手技術者を指導していくとか、それからもう1つ重要なのは、やはりこ

のベテラン技術者・技能者の技能というものをデジタル化していくということでもあります。お聞き及びかと思えますけれども、インクス社といったような企業がありますが、これは無人で携帯電話用の金型をつくってしまうといった、そういうことをやっている企業です。高度な熟練技能が必要だと言われていた金型を無人でつくるといったようなことに一応成功している企業であります。そういう意味で、デジタル化をしても熟練労働者の100%の技能を移転することは決してできませんけれども、しかし80%でもできれば、これは大いに違うわけでありまして。そういう意味で、デジタル化を進めていこうということでございます。

それから、やはり根本は、ものづくりに興味を持つ人たちを増やすということでもありますので、若い人々にもものづくりの体験の機会を拡大していく。こんなようなことをやっていくべきだろうと。そうやって関心を持った人が、じゃあ自分もものづくりをやってみようといったようなことで、実際に起業してみたいということが出てくるだろうと。それをまた支援していこうと。以上、大体これがものづくりに関する政策提案であります。

それから、次が、商業・生活サービス産業でありますけれども、ご存じのように、商店街の衰退が続いているわけです。商店街実態調査という、もう20年ぐらいやっている国の調査がありますけれども、この調査結果を見ますと、「衰退ないし停滞している」と答えている商店街の数が9割を超すということが、もうずっと続いております。その原因は、ここに書いたとおり、郊外の大型店でありますとか、市街地ではコンビニでありますとか等々のことが商店街に打撃を与えているわけです。

ただ、我々はやはり確認しなければいけないと思うんですけれども、じゃあ商店街がほんとうに必要なのかというと、決してそうではない。我々中小企業論をやっている研究者でも、この商店街の調査をしている人がいますけれども、その研究なんかを見ましても、一定層は、自分は商店街がいいんだということを行っている消費者層が必ずいるということですね。そういう意味で、決して商店街が不必要なんではないんだということを我々はまず確認しなければいけないと思います。

しかし、それにしても、今のままですと、商店街というのはさらに衰退していってしまうだろうと。やっぱり一番の基本は、各個店が、当たり前の話なんですけれども、消費者ニーズに合った品ぞろえをきちっとするという。これはやはり第一であります。それと同時に、個店から成る商店街は、大規模店では提供できないような、そういう特長を發揮すべきだろうと思います。

そこで、1つのキーワードとして、ここでは、「商店は消費者の購買代理人となるべきだ」という提案をいたしました。商店街の商店というのは、メーカーの代理人でもない。問屋の代理人でもない。お客様の代理人になって、お客様の欲する商品というものを仕入れ、それでその商品の説明をして消費者に情報つきでその商品を売っていくという、こういうことがおそらく大型店やコンビニでは決してできるようなことではないと思うんですね。あるいは「消費者の知恵袋」といったような表現もいたしましたけれども、そのような形で商店街ならではの特長を發揮していくべきだろうと。

それから、もう1つのポイントは、商店街というのは、そもそも地域の住民に貢献するというのが大きな目的だろうと。であるならば、何も商店街に来ていただくだけが地域への貢献の道ではないと思うんですね。むしろ、商店街から飛び出しているいろいろな地域サービスをしていこうということでございます。

これは江戸川区ではなかったと思いますけれども、ある商店街では、株式会社をつくって、そこで、ここに書いてあるような共同宅配サービスなどをやったりしております。あるいは、ビルのお掃除の事業などもやっております。そういうことで、何も商店街に来ていただくということではなくて、地域に貢献するという上では、商店街を飛び出して地域の住民にサービスをしていく。そういうあり方もこれから考えていくべきだろうという具合に思います。

それから、3番目が「情報産業・都市型ビジネスの育成」であります。ご存じのように、江戸川区は非常

に都心へのアクセスが便利なところ。そういう意味で、真夜中まで働かなくてはならないような情報産業の人々が住むには非常に好適な場所なわけ。これは必ずしも統計データで確かめているわけではないんですが、いろいろ種々のこちらの業界の方のお話を聞きますと、よく自分と同じマンションで同じ業界人に会うといったような話を聞きます。ということは、情報産業に従事している方がこの江戸川区には割合集積しているということなんですね。これはやはり江戸川区の非常に大きな財産であります。「人材立地」という言葉が最近言われますけれども、産業というのは原料のあるところに立地するわけでもない。市場のあるところにも立地するわけではない。すぐれた人のいるところに立地するんだという意味で、そういう点でいいますと、情報産業を発展させる基盤というものが、この江戸川区にはあるんだろうと。そういう点に着目して、ここに書きましたように、オフィス空間などを提供することによりまして、情報産業を積極的に起業していくということでもあります。

それから、ここでは一応「新たな都市型ビジネス」という具合に位置づけましたけれども、資源リサイクルといったような静脈系の産業。それから、福祉サービス産業であります。こういう静脈系の産業や介護事業というのは、中小企業にとって1つの大きなビジネスチャンスを与えております。介護事業については、ご存じのように、大手の介護事業者が必ずしもうまくいってない。逆に、その大手の介護会社から独立した人が五、六人で地域に密着した介護ビジネスをやって、非常に評判を取っているといったようなことがあるわけ。そういう意味で、これは中小企業のチャンスであります。同時に、こういう産業が発展するということは、江戸川区という地域のいわば質を高めるということにもなるわけ。そういう意味で、この福祉や静脈系産業を新しい都市型ビジネスと位置づけて育成していこうということが趣旨であります。

それから4番目。「農水産業の継承」ということを挙げました。小松菜でありますとか花卉類や金魚といったような、あまり知られてないんですけれども、江戸川区独特の農水産業があります。つい最近、テレビで江戸川区の金魚のことをやりましたよね。改めてあれを見て、非常に興味深く見たわけ。あります。

この農水産業というのは、考えてみますと、一番伝統的な産業でありまして、産業の分類でいくと一番おくらしている産業というふうに普通は位置づけられるんですけれども、しかし考えてみますと、こういう都市における畑作でありますとか、金魚とか花卉類というのは、いわば癒し系産業といったような位置づけができるんじゃないかと思うんですね。都市における癒し系の産業といったような位置づけでいきますと、もしかすると、これは都市の成長産業にもなり得るし、あるいはもしかすると先端産業とも言えるかもしれないわけですね。そういう可能性をこの農水産業は持っているのではないだろうか。そういう新しい観点から、改めて農水産業を江戸川区の貴重な産業資源として位置づけるべきなのではないんだろうかという趣旨であります。

そういう点でいいますと、やはり安心して営農ができるように、土地や税制などへの配慮を加えていくといったようなこと。ありますとか、何よりもやはり、こういう地域産業は地域の住民に愛されないと育つことはできないわけですね。そういう意味で、一層区民の関心が高まりますように交流の場を増やしていく。同時に、癒し系産業、さらにここに書いてあるような観光資源としてとらえていくといったような、そういうことが必要ではなからうかという趣旨であります。

それから、5番として「次代の産業を担う人材の育成」というのを挙げました。以上、いろいろ申し上げましたけれども、最終的には、当たり前の話なんですけれども、産業を担うのは人材であります。そういう点で、特に中小企業の場合には3K問題でこういう不況期であっても依然として人手不足だという人がいるんですね。2001年度版の『中小企業白書』をお読みになった方はおわかりだと思うんですが、「今、経営上の一番の大きな問題は何ですか」と聞いています。1番は、言うまでもなく売上が減少し

やった。2番が人材不足なんですね。こういう具合に人手不足で、失業率は高まっていながら、依然として中小企業では人材問題が大きな問題なんだということでもあります。そういうことで、特に中小企業にとっては若手の技能者でありますとか、後継者の育成という人材育成というものが特に重要なわけです。

そういうことのためにも、やはり小さいころから産業というものに関心を持ってもらわなくてはいけない。ものづくりというのは、一見油にまみれて汚いんだけど、実は非常にその中に創造的な喜びというものがあるんだということをおぼえてもらわなくてはいけないと思うんですね。残念ながら、今の小学校、中学校の先生方というのは、そういう経営の現場とか製造の現場というのをあまりご存じのない方が多いようにお見受けいたします。そういう意味でいいますと、ぜひとも中小企業が積極的に職場を公開して生徒さんに来ていただくといったような、そういう小学校、中学校からのインターンシップがあってもいいと思うんですね、そういうことによる就業体験の機会を広げるといったようなことをぜひともやったらどうかということでもあります。

それから、今後は、政策のあり方も変えていかななくてはいけないだろうと、それが6番の「新たなパートナーシップの確立」という趣旨であります。従来、高度成長期が典型だったと思うんですけども、高度成長期においては、日本の経済や産業が向かう道というのははっきりしていたわけです。アメリカやヨーロッパを見習えばいいんだと。ですから、行政もアメリカ、ヨーロッパの情報というものを仕入れて、産業界に、こうこうこういう方向に向かうべきだと。そういう行政の誘導に乗る人には補助金とか、あるいは安い金利を提供することによってそっちに誘導していくという、そういう産業政策を展開してきたわけがあります。だから、今、日本は、もう既にフロントランナーになっていきました。目指すべきお手本というものがないわけがあります。

そういう場合に、行政が、こういう方向に向かうべきだといったようなことを行政自身がやることはもはやできません。経済産業省は、かつては、あるべき産業構造というものを示して、こっちのほうにみんな向かわなくてはいけないという産業政策をやったわけがありますけれども、経済産業省自身が、もはやあるべき産業構造というものを提言できるような、提起できるような時代ではなくなったということも、もう10年ぐらい前に既に言っております。ということになりますと、これからの産業のあり方というのは、現場で発生するような情報をもとにして、じゃあこういう方向に向かうべきだろうといったような、そういう方向でやらざるを得ないわけですね。草の根情報というものをもとした産業政策というものが必要であります。

そうなりますと、これは行政がリードするというよりも、やはり産業側の主体というものを尊重せざるを得ません。産業側から積極的なアイデアを出して行って、行政がそれを取り入れながら創造的な産業政策を展開していくということをやらざるを得ない時代になったんだと思うんです。そういう意味でいいますと、産業側自身が、産業政策の1つの立案者なんだ。そういう意味でいいますと、行政とも、もともとのパートナーなんだと。そのような位置づけのもとに、この産業政策を展開していく必要があると思うわけですが、そのような行政システムを構築していく必要があるだろうというのが、この6番の趣旨であります。

そして、7番。「働く意欲あふれる環境づくり」ということを申し上げました。5番とややダブるわけですが、産業や企業を支えるのは、言うまでもなく労働者であります。勤労者であります。経営のほうでは、よく「顧客志向」という言葉を使います。顧客ニーズに合わないような経営はだめだ。顧客志向が第一である。顧客満足が第一であるということを言いますが、そういう顧客満足を実現しているような企業というのは、私から見ますと、従業員満足というものも必ず実現しております。従業員1人1人がその企業で働く意味がわかり、働く意欲をわかせるような企業が企業発展の必須の条件であります。

同じことは産業レベルでとらえてもいえるわけであります。江戸川区の産業を発展させるには、中小企業の勤労者を初めとして、勤労者が生涯にわたって豊かな生活を送ることができるような、そういう働く環境や働く場を確保していく。あるいは暮らしやすいまちづくりをつくっていくということがこの産業振興の、ある意味で言うと根本であります。そういう意味で、働く意欲あふれる環境づくりを推進していこうということが1つであります。

それから、もう1つ、そういう勤労者のいろいろな能力といいますか、力を発揮していただく場として、このNPOというのがあると思います。NPOというのは、まさに区民1人1人が、ここに書いてあるとおりであります。自己実現をする場である。同時に、またこれが雇用を生み出していくということですね。先ほどの33ページのほうの「新たな都市型ビジネス育成」のところで、「高齢の人々や障害をもつ人々に対する福祉サービス産業」と書きましたけれども、実はこの福祉サービス産業の担い手の1つがこのNPOなわけであります。そういうことで、このNPOや、あるいはワーク・シェアリングといったようなことを推進するような短時間労働も必要かもしれません。それから、NPOの一種だと思いますが、ワーカーズ・コレクティブといったような、利潤を追求する以外のいろいろな新しい形態の働く組織というんでしょうか、そういうものを積極的にこれからは育て上げていかなくてはいけないだろうと。こういう具合に考えるわけであります。

以上で終わらせてもらいます。

【松下会長】

ありがとうございました。

それでは、ただいまのご説明につきましてご論議をいただきたいと思います。意見並びに提案がございましたらお願いをいたします。何かございますか。瀬端委員。

【瀬端委員】

ご質問と意見にもなるかもしれないんですけども、先生のお話で、1つは、ものづくり産業の問題なんですけれども、私どもの実感としても、これは長期計画審議会ですから、20年間向こうの江戸川区の産業の方向性というか、そういうことを審議をするわけなんですけれども、ただ、当然やっぱり、その長期計画の構想にあたって、過去の江戸川区の産業のあり方とか産業政策の総括とか、そういうことを踏まえて、現状と未来に向かってということになるかと思うんですけども、1つは、江戸川区がこれまでものづくり産業、中小企業を主体としたこの町で、いろいろな努力を進めてきた経緯があったと思うんですね。

私もちょっとよくわからないのは、1つは、中小企業家の皆さんを異業種交流のような場を設けて、いろいろ自分たちの企業の発展の方向とか、技術の交流とか、情報の交換とかをやられて非常に意義があったというふうなお話をお聞きしているわけなんですけれども、そういった異業種交流的なものの発展方向というのはどう考えられるのかなということと、それから、さっきもお話がありましたけれども、長期計画審議会であるならば、あんまり現状にこだわってばかりもいられないんですけども、過去があって、現在があって、そして未来があるというふうに思いますので、この深刻な不況と、それから先生のお話にあった中国が世界工場ですか、そういうことで、不況のデフレスパイラルというのと、こういう悪循環と、それから産業空洞化ですね。これはほんとうにやっぱり、私もいろいろ区民の物をつくっていらっしゃる中小企業の皆さんにお会いしたりお伺いしたりするごとに、不況の深まりと産業空洞化とが絡み合って落ち込んでいくというのか、ちょっと言葉は悪いんですけども、表現は悪いんですけども、そんなような実感がしてならないわけですね。

経済の振興策、景気対策というか、そういう方向性として消費を重点に切りかえていく政策の展開なんかも必要なんじゃないかと私なんかは個人的に思うんですけども、この産業空洞化の問題について、どういったような。その回答が今の先生のお話の全体像、自立型中小企業にしていくとか、後継者の育成とか、そういうことで努力していく以外にないのかなとは思うんですけども、ちょっと江戸川区の中小企業、ものづくりだけの話じゃないかもしれないんですけども、江戸川区の中小企業にとっても、やっぱり金属の製造業にしても、アパレルにしても、もうどこをのぞいても、そういった中国をはじめとした東南アジアを含めた産業の移転というか、そういう状況がちょっと深刻に感じるものですから、そういった方向性をどう考えたらいいのかと。あるいは、そのようなことが素案づくりの中でどのように論議されているのかなということをお伺いしたいなということが1つなんです。

それから、もう1つは、やっぱり商店街の振興の問題なんですけれども、江戸川区はこれまでアーケードとかカラー舗装とか、そういうハード面の支援と、それから最近やっている「元気を出せ商店街」とかのイベント支援といいますか、そういった方向で、ハード・ソフト両面からかなり努力してやられてきていることはよく理解しているつもりなんですけれども、そういった商店街振興、これまで進めてきた努力をどのように総括して、その方向性をどうもっていくのかということなんですけど、そこから、この素案にもある空き店舗とか駐車場、高齢者へのサービスですか、宅配とかそういうことになってくるのかなと思うんですけども、具体的には、1つは、大型店の区内のシェアの問題ですね。これが、ちょっと私も記憶は正確じゃないかもしれないんですけども、51%ぐらいですか。過半数を超えたという状況だと思うんですけども、これからの商店街の展望の中で、大型店のシェアというのは一体どの程度まで江戸川区としては、別に計画経済ではないわけだから、どこまでいくかというのは出てくる業者次第ということになるのかもしれないんですけども、ある程度やっぱり商店街を守るという立場に立つと、これはどこまでも大型店の進出が市場経済任せで、出てくればくだけオーケーということでいいのかなという感じもしますので、そういったような議論や考え方があったかどうかですね。その点ちょっとお聞きしたいなと。

それから、商店街はやっぱり、お話のあった中小企業全体がそうなんですけど、後継者の育成というか、ここがやっぱり本当に一番深刻な問題の1つで、後継者問題というのは、やっぱりその産業や業界というか、仕事に未来への明るい見通しや光が見えれば後継者は育つ客観的な条件が出てくるんじゃないかと思うんですけども、そこがやっぱりちょっと今、商店街にしても中小企業にしても、なかなか、先生のお話のとおりかもしれないんだけど、見出し切れないというところに大きな問題があるかなと思うんですけども、そういった後継者難を抱えている区内の中小企業・商店街に対する支援の方向性というか、これはインターンシップとかのお話がありましたけれども、そういうことで乗り越えていくしかないのかなとは思いますが、そういう見通しの問題をどう考えられるかなということなんです。

最後に、農業の問題なんですけれども、これは率直に言って、やっぱり農地を江戸川区として、見通しとして、どうするのか。また、どうするのかと言ったって、税制の問題で、相続税にしても固定資産税にしても、どんどんやっぱり農地が失われていく一方なんです。減少の歯どめというのは、国の税制全体にかかわる問題もあるし、いろいろ困難な問題・課題があるわけなんですけれども、しかし、お話のように、癒し系産業というか、本当にあらゆる角度から見て、環境からも防災からも、まちづくりからも、もう絶対に、絶対にというか、あまり大幅にこれ以上減少させてはならない江戸川区としての最も貴重な資源の1つじゃないかなと私なんかは思うわけです。そういう点から、長期計画審議会として、長期の江戸川区の展望からして、農地のあり方をどういうふうにしていくのか。自然のなすがままに任せていけば、やっぱりこれはもう歴史的にも大幅に農地は減少していますし、これから減少することはあっても、なかなか増えることは難しいかなというふうに思いますので、そういう見通しをどうしていくのかということが、この問題での1つの大きな課題じゃないかと思しますので、そういった農地の確保の問題をどうするか。こ

の点について素案のご論議の中であったことや何か、あるいは先生のお考えや何かを教えていただきたい。

【黒瀬委員】

最後の農地の問題は区のほうからお答えいただきたいと思いますが、その農地の問題を除きますと4点ほどご意見をいただいたわけですが、まず最初の異業種交流についてですね。私の解釈では、この中小企業の異業種交流というのが始まりましたのは、1974年、75年の大不況のときからです。このときにぴたっと注文が途絶えてしまいまして、それと同時に、注文が出るとすると、部品のユニット化といいましたけれども、今まで単品のものを加工していたのを、単品じゃなくて、これとこれを組み合わせて納入しようというような要求が大企業のほうから出てきたわけですね、コストダウンのために。そのようなところから始まりまして、この異業種交流というのが随分活発化してきました。

その間、いわゆるもうマンネリ化したといったような話もいろいろあったわけですが、そういう批判を受けながらも、ですから73年からといいますと、約30年、こういう異業種交流活動というのは続いているわけです。それで、私の感じでは、この異業種交流活動というのはやらざるを得ない。ある意味で言いますと、必然的な方向だと思えます。

というのは、日本の産業はご存じのように、例えばトヨタだとか松下といったような大企業をトップにして垂直型の産業組織が築かれていたわけです。重層的に、一次下請け、二次下請け、三次下請けといったような、そういう垂直型の産業組織が築き上げられた。それで中小企業は、もっぱら上を見て、上からおりてくる受注を受けていたわけですが、先ほどお話にありましたように、産業空洞化で、もはや上から受注がおりてこなくなったわけです。そうしたらどうしたらいいんだろうか。そうしたら、今まで上下のつながりだったのも、今度は中小企業同士の横のつながりで仕事をつくっていかないと、これは中小企業の仕事が生まれないということなんです。

そういうわけで、マンネリ化だとかいろいろ言われましたけれども、一方では次々と新しい異業種交流グループもでき上がってきておりまして、例えば大阪あたりでも、ほんとうに従業員1人、2人というような町工場の人が集まりまして、200トンプレス並の加工を12トンの出力のプレスでやってしまうといったような画期的な製品を開発するとか、あるいはもうちょっと大きな規模でいいますと、五、六千社の中小企業が情報ネットワークというものを組みまして、そのネットワークにアクセスすると、いろいろな企業が紹介されて、自分が必要な仕事を頼みたいような中小企業がすぐ出てくるような、そういうデータベースなどもでき上がっております。そういう意味で、私は今のこれからの産業の方向を、閉鎖的で垂直型の産業組織からオープンで水平的な産業組織へと変わっていく、変わらざるを得ないというのが私の考えでありまして、そういう意味で言いますと、この中小企業同士の異業種交流というのは、ますます活発化していこうという具合に私は考えています。

それから、2番目の不況と空洞化の問題で、これはまさに委員のおっしゃるとおりでありまして、この空洞化は、85年のプラザ合意以降の円高でまず勢いが高まりました。さらに勢いが加速したのが93年2月からの円高ですね。これは一時期1ドル80円を突破するという、あの円高のときです。このときに中国を中心とする東アジアへ急速に大企業の生産拠点の移転が始まったわけです。従来、日本の重化学工業というのは必要な工程を全部国内でそろえている。そういう意味で、我々は「国内完結型の分業構造」と呼んでおりますけれども、それが特徴だったわけですが、この93年2月からの生産拠点の中国への移転によって、国内完結型の分業構造が崩れて、東アジアベースでの分業構造ができました。ということは、言い方を変えますと、ある産業のある分野が、中国、東アジアへ移転したということでありまして、これはまさに産業空洞化なわけですね。

この空洞化が、さらにこのデフレによって加速されています。デフレによって単価が今、物価が低下しています。受注単価も低下しています。であるがゆえに、またこの1年ぐらいたと思いますね、私の感じですと。生産拠点の中国への移転が加速しています。我々がよく調査に行きますと、何となく工場ががらんとしているので、「どうしたんですか」と聞くと、「今、この工程は中国へ移管中である」といったような答えがよく返ってきます。この長期不況の根本原因は、一言で言うならば、こういう東アジアベースでの分業構造というものができ上がってしまって、国内産業の空洞化が進んでいるということが、僕はこの長期不況の根本原因だと思うんです。ですから、決して不良債権を処理したって、強引に処理したって、この産業空洞化が進む限り、また新しい不良債権ができるに決まっているんですよ。ですから、それはもうモグラたたきと同じでして、これから不良債権はもっと増えるというように僕は断言したいと思うんですけれども、そういうことで、それは根本問題であります。

じゃあ、どうしたらいいのかということになるわけですね。これがわかれば、ほんとうのところ苦労しないんですが、ただ言えることは、とにかく、じゃあ、その空洞化を埋めるために大きな何か柱になるような産業をつくらうといっても、それはもはや無理であります。リーディング産業をつくり出そうといっても、それは無理でしょう。言えることは、地域、地域で、市場は小さくてもいいけれども、ほかの企業にも発注できるような、そういう小さな中心企業というものを地域、地域でつくり上げていく。僕はやっぱりこれしかないと思うんです。今言えるのは、だから市場は狭いですよ。その1社の市場規模は、せいぜい多くても10億ぐらいかもしれません。そういう小さな市場でもいい。だけれども、それが自社製品やあるいは独自のサービスを提供することによって、その企業から地域の企業へまた外注が伸びるような、やっぱりそういう小さな中心企業というものを1社でも2社でもいいから地道につくり上げていくということを、そういう地道な努力しかないと思うんです。構造改革というのは、実はそういう地域、地域で、小さな中心企業が出ていくような仕組みをつくり上げていくという、構造改革は、本当はここに僕は焦点を置いてなくてはいけません。政党的にもたくさんいらっしゃいますので、これ以上申し上げませんが、それが私の感じであります。当面、そういうことしか言えません。

それから、商店街振興に絡んでの大型店の問題でありますけれども、実はもう商店街がこうやって空洞化するということは、旧大店法を廃止したときから、もうこれはわかりきっていたことなんです。当時の大型店は「キツネやタヌキが出るようなところでおれたちは店舗を立地するんだ」ということを言っていたわけです。そういう安いところ、国道沿いの安いところに土地を買って、そこで大きな店をつかって、2,000台、3,000台、5,000台と駐車できるような大きな駐車場をつかって、そこで全部顧客を吸引しちまえという戦略でありましたから、これを野放しにしたわけでありまして、当然商店街が空洞化するのはいくらもわかりきっていることなんです。

実は、アメリカあたりが、この大型店規制するのはけしからんという話なんですけれども、実はアメリカだってヨーロッパだって、大型店規制をしているんです。それは地域計画の中で大型店が立地できるのはこうこういうところだよという、地域計画の中でそういう大型店立地場所というものを、アメリカやヨーロッパ規制しているんです。

例えば、アメリカの都市なんかに行きますと、大型店ができるなんていう計画がありますと、区役所や市役所は、そういう大型店の出店についてモデルをつかって、実際に店舗の模型をつくるんですよ。それで地域の人を呼ぶんです。それで、こういう高さだここに影が当たっちゃうとかね。ですから、その地域の人々は、このような感じで見えていますよ。自分の家がどうなるかなってというような感じで。そのぐらい住民参加のもとでの地域計画の中で大型店を規制していくということは、もうこれは当たり前のことなんです。日本では、ややそれに似たような仕組みとして、大店立地法というのをつくったんですけれども、この大店立地法がどこまで地域住民の参加というものを担保した上での仕組みになっているかどうかと

というのは、ちょっとやや怪しい点があるんじゃないでしょうか。私はちょっとそっちのほうは詳しくわからないんですが、要するに、一言で言うならば、どのような都市をつくっていくかという、そういう地域計画の中で大型店の立地というものも決めていくんだという、そういう規制というものが私は必要だろうと思っております。

それから、後継者問題ですね。特にこれは、今、商店主自身がもはや、「おまえ、もう継がなくていいよ」ということを言っている時代でありまして、こればかりは何とも頭の痛いところであります。ただ、これは工場になりますけれども、大田区あたりの工場の方々に聞いてみますと、最近では大企業が、やはり当然ながら採用人員を制限しているものですから、かつてに比べると、「おやじの仕事をやってみようか」といったような、そういう後継者が増えてきたようにも見受けますが、いずれにしても、委員がおっしゃいましたように、中小企業の自分のおやじのやっている企業に光が見えれば、これは嫌でも後継者は受け継ぐわけですね。

そういう点でやっぱり1つポイントは、僕は金融政策の改善だと思うんです。貸し渋り、貸し剥がし問題というのが重大な問題になりましたけれども、例えば日本の中小企業経営の場合には、企業がお金を借りる場合でも、これは経営者個人の財産を担保に入れろということを要求するわけですね。経営者だけだったらまだいい。その奥さんの財産も担保に入れろということになります。ですから、一旦、破たんいたしますと、企業の財産がなくなるだけじゃなくて、個人の財産も一遍に消えてしまうという、こういう仕組みになっているわけですね。そんなようなところの状況の中で、制度の中で、だれが一体新しく中小企業を経営したいと思うかということですよ、問題はね。こんなリスクなことをやらせたくない。私も中小企業論を専攻して、「中小企業はいいよ」と言ってますけど、本当に息子が経営をやろうということになったら、「まあ、ちょっと待て」と言いたくならざるを得ないような状況ですね。ですから、こういう政府が直接金融のほうを何か改善しようとやってきているわけであるけれども、それはそれで必要だと思うんですけれども、直接金融が利用できる企業なんてほんのわずかであります。やっぱり間接金融というものを変えていかなくてははいけないんですよ。

それで、我々は、ちょっとこれはまた少し政治向きの話になっちゃうので、耳をふさいでおいていただきたいんですが、私どもの、私どもといいますか、中小企業論をやっているような連中が集まりまして、金融アセスメント法の制定運動というのをやっております。これは、銀行が地域の中小企業の正当な金融ニーズに応じてないと判断される場合には、その罰則を与えるとか、あるいはその銀行の名前を公表しようという、一言でいうとこういうことなんです。銀行はいろいろな企業を判定していますけれども、じゃあ逆に国民が銀行を判定しようじゃないかという、こんな仕組みなんです。これは大体各党、皆さん大体賛成をいただいているんですけれども、例えば、そのような仕組みをつくっていけば、少しでもリスクは減って、じゃあ、おやじの企業を継いでみようかといったような人が増えるんじゃないかという気がするんですね。以上です。

農地の話はお願いします。

【白井副主幹】

部会でございましたことについてお話しさせていただきますと、農地は都市の貴重な緑の場であるし、自然との触れ合いの場である。また、防災面でも非常に大切なものであるという議論がございました。そうした中で農地を保全していくということがやはり大切なのではないかと考えてありまして、既存の生産緑地の維持に努めるのも大切であるし、また追加して、こういうものに努めていくのも大切だろうというお話があったわけです。税制面などに対しては、これは区でというよりは国や都に改善の要請をしていくというようなことが必要ではないかという議論がございました。

また、農地ということでは、先ほど自然との触れ合いというお話をさせていただきましたけれども、区民との交流の場とか、あと学校教育などに対しても自然との触れ合いの場だとか、そういうことで活用していくことが農地を保全していくことにつながっていくのではないかというような議論がございました。それをまとめて、この構想で書かせていただいたというところでございます。

【藤居委員】

この章の最初に、先生のほうがおっしゃいましたグローバル化が今後も一層進んでいくというようなことで始まっているわけなんですけれども、このグローバル化ということが、これはいわば産業の経営効率ですとか利益追求がこういった今の状況につながってきていて、いい面と、それから非常にマイナスの面が出てきているということがこの中にも書かれているだろうと思うんですが、例えば、中小の企業の方々にとって、それから私たちのような生活をする人にとって、このグローバル化ということが生み出した影響というのは非常に深刻だなというふうに私は思うんですが、例えば、私たちが非常に身近なところにあるものが一体どこでつくられて、この手元に届いているのかということ、食べ物に関して、今、農地の問題などにも触れられていますけれども、江戸川区の農産物が直接区内の人たちの口に入るというのは非常にわずかで、これだけやはり流通経路が広がってきているという、その中でさまざまな問題が起きていると思うんですね。

今回非常に騒がれています狂牛病のことについても、これは企業が効率優先に行ってきた結果、私たちにとって想像がつかないような肉骨粉というようなものが飼料に混ぜられてきていてということで、私も何人かの業者の方にもお話を伺ったりしましたけれども、自分のうちで売っているお肉がどこで育って、どんな環境の牛がここに来ているのかということとはわからないという、お店の方もそんな状況ですよ。そういうことが今の区内の業者の方々にも大きな影響を与えていると思っています。

今は狂牛病のことを1つ例にとったわけなんですけれども、こういう問題が起きたときに一番痛手を受けるのが、そういった小売店の方とか、それから私たち食べる消費者なわけなんです。そういったときに、消費者の側もいろいろな意味で賢くならなければならない。そういうことを進めていくのが江戸川区の中においては、消費者センターの役割であるのかなというふうに思うんですが、そういった消費者を育てるといって、区内の中小の企業の方、それから小売店の方々と区内の中で連携するというような、そういったことが私たちの生活を、それから小売店の方々の経営を守っていくことにつながるのかなというふうに1つ思うので、そんなところのお考えが今後進められていくのかということについて、1つ伺いたいと思います。

それから、あと、一番最後に書かれていますNPOですとかワーカーズ・コレクティブの、これからこういった働き方というものが非常に価値を持つものになるというようなことなんです。私も何人かのワーカーズ・コレクティブを運営している人たちを知っています。それは、お弁当をつくって、高齢者の方々に配達をしている人たちですとか、それからお惣菜を売っているお店ですとか、パン屋さんだとか、それから先ほどおっしゃいましたような福祉のサービス、介護サービスを担う人たちとか、いろいろな業種が今のワーカーズなどでも生まれてきているんですが、その人たちの一番の悩みというか問題は、やる意思があっても、なかなか普通の企業と同等に社会は扱っているわけで、自分たちが、例えば場所を探す、お店を探す。それから、お金を借りるとき。そういうとき非常に大きなハードルがあるという。

このことを育てていくという姿勢を行政のほうも考え方の中に入れて、例えば融資のことについても、何かの仕組みをつくるですとか、それから商店街の中にたくさん空き店舗が出ていますが、そういったところを紹介して、そのワーカーズの人たちが入るといような、いわば地域の商店街のコーディネートですよ。そういうことができるのは、やはり行政の役割なのかなというふうに思うんですが、そうい

ったことで、地域の中でいろいろなものを循環させていく、回していくということがこのグローバリゼーションに対抗していくこれからの社会のあり方かなというふうに考えるわけなんですけど、そういったあたりをぜひ江戸川区でも進めていただきたいというふうに思いますので、その辺のことで、もし先生のお考えがあったら伺いたいと思います。

【黒瀬委員】

大変重要な点のご指摘だと思います。今おっしゃったことを具体的に表現し直しますと、例えば、商店街と消費者の連携による商店街振興というか、あるいは生活の向上みたいな、そういうことが1つ重要だと思うんですね。従来、地元の消費者というのは、大型店を大体歓迎しているんですよね。大型店来てくださいというのが多かったんですけども、最近、この五、六年だと思うんですけども、こうやって商店街がさびれているのを見ていくと、やっぱりその地元の消費者のほうから、「本当にこんなに商店街さびれちゃっていいの？」といったような声も随分聞こえてくるようになったような気がします。それで、消費者自身がそういうことでもう1回商店街を再評価しようといったような、そういう動きがもう出てきたと思うんですね。

それから、今言ったように、商品に関する情報というものが、情報開示が非常に不十分であります。ですから、例えば私なんかの考えですと、商店街のあるあそこのお肉屋さん、何々に関しては安全な食品を、こうこうこういう安全な食品を売っているなんていうのを、例えば、この商店街の何かを通じて地域に発信できるような形。それで、消費者がそれを見て、当然その小売店を応援するということになるでしょうし、何かそういう、例えば安全な食品といったようなことを1つのキーワードにして、それで商店街と消費者が共同して何かそういうのを進めていくような、そういうシステムとは確かに必要だと思うんですよね。そういう意味で、もし可能ならば、この自立型商店街の経営革新の中には、そういう消費者との連携による何やらみたいな、何かちょっとそんなのを書き加えたほうがいいのかないかなという気が今いたしました。

それから、NPOへの融資の問題。これは非常に問題なんですね。NPOは事実上、中小企業と同じことをやっているんですけども、例えば、中小企業政策に基づく恩典というのを1つも受けられていないんです。ですから、例えば中小企業金融公庫がこれこれをしているような中小企業にはこれこれの安いお金で貸し出しをしますよと言ったときに、NPOはその対象になっていないんですよ。こういう問題があります。ただ、難しいのは、じゃあNPOを中小企業政策の一部として取り上げちゃっていいのかということ、僕は何か、むしろNPOを矮小化するようなことにもなるような気がするんですね。やはりNPOは、さっき言いましたように、営利活動ではない、何か新しい理念を持った新しい経営体なんだといったような位置づけが必要だと思いますので、私個人の考えでは、やはりNPOに対してNPO独自のそういう制度というものを設けていくべきだと思います。ですから、それは地方自治体ベースで何かそういうのができれば、私はすばらしいなと思います。

あと、地域循環。一言でいえばそういうことで、地域循環ということをおっしゃったわけで、例えば流通を見ても、北海道で水揚げをされた魚が1回築地に上がって、それがまた北海道に戻るといふかみたいな循環も日本はやっているわけですよ。ほんとうに意味のないね。そういう意味でいいますと、ほんとうに地域を単位としたこういう新しい経済循環をつくり上げていくということは、確かに必要ですよ。それは全く異議がありません。

【白井副主幹】

補足をさせていただきますと、「参加型消費者の支援」ということで、いわゆる協働をしていって、消費

者のご意見を聞きながら商品を出していくといいでしょうか、共同して開発していくし、また意見交換などをしていくというようなことが書かれていて、まさにそういう方向であると思います。

それから、NPOなどについて言いますと、これはこの分野だけでなくすべての分野でございますけれども、これからNPOだとかボランティアだとか、そういうものがまさに区とのイコール・パートナーといいましょうか、そのような形になって、新しい公をつくっていきながら運営していくと。それで公が運営されていくというような、そういう時代になって、これはそれを受けたような基本構想であり、これからの計画であるというふうに考えております。

【黒瀬委員】

19ページに、「参加型消費者の支援」、これはどこの章になるんですか。

【白井副主幹】

これは、第2節。

【黒瀬委員】

この「参加型消費者の支援」というのは、我々の部会でも議論したんですよね。

【白井副主幹】

そうですね。

【黒瀬委員】

それをこっちに入れようということだったんですよ。ちょっと忘れていました。すみません。

【松下会長】

よろしいですか。ほかにございますか。

【小林委員】

産業振興ということは、これからの江戸川区の10年先、20年先を考えていくときに、地場産業的なみtainなものがたくさんあって、そういうものが発展していくといいということなんですけれども、この産業振興をしながら、同時に公害とか、それから環境汚染といいますか、そういうこともどうしてもつなげてくるのではないかと思います。そのときに、環境保全ということと産業振興がどう両立していくかということをもう少しこの7番あたりで強く表現されてもいいのではないかと思います。いかがでございましょう。

【白井副主幹】

実はそれは、やはり議論になったところでございます。一面としましては、先日、環境部門の説明をしたわけでございまして、そこではごみを出さない。それからリユースでリデュース、リサイクルというようなことで、それでこの産業のところを出たような話を、そちらのほうで受けているというようなことで、この基本構想では全体としてそういうようなことで受けたというふうに考えています。もう少し具体的に言いますと、ものづくり産業といいましても、環境型の産業も生まれてくるでしょうし、そのような産業が、ものづくりに限りませんけれども、ここでは情報産業、「都市型ビジネスの育成」のところに環境の産業の話も書かせていただいていると。環境関連産業や福祉サービス産業という新しい産業の育成も進めますと

書いてございますけれども、これを受けて、環境では、なるべくごみを出さないような形でリサイクル資源循環型社会にしていこうというようなことを受けているということでご理解いただければありがたいというふうに思っております。とにかく産業のところ、大量消費、大量廃棄だというようなことではないというのは前回の環境のところでも話しているというふうに考えているところでございます。そういうことでよろしいでしょうか。

【松下会長】

よろしいですか。ほかにございますか。

【横山委員】

私も製造業を経営しているんですが、地域で仕事をしていないといいますが、ユーザーがほとんど国外とか、国内産業ではあるんですが、特殊なものですから、もう30年くらい前に国内での競争はもう終わって、今やドイツだとかアメリカだとか、そういったところとの競争といいますが、特殊な部分なものですから、それをやっているんですが、10年先、20年先ということを考えるのがこの長期計画だとすれば、今はやっぱり経営者自身がどれだけ活性化するか、やる気を持続しているかというところに絞られるんじゃないかと思うんです。

というのは、やはり依存型の産業というのはだんだんなくなるよというのは理屈でだれでもわかっていると思うんですね。もっと先に行けば中国になっちゃうよとか、インドになるよとかいう話も聞かされているわけで、わかると思うし、それから仕事をしていけば、体感して、もう困っていると思うんですよ。

だとすれば、経営者がどれだけ活性化するかという部分に力を入れて、その延長が10年先だというふうにしていかないと、理屈ではわかっているんだけど、実際にじゃあどうやったらいいかわからないというのが現状ですから、ですから先に行って、いわゆる産業側が期待を持って、やはり行政が指示して仕組みづくりをつくるということはわかるんですけど、今の延長が10年先ですから、今それをどういうふうにしていったらいいかとなると、やっぱり同業の組合だとか、工場協会だとか、商工会議所だとか、もちろん異業種交流だとか、そういったところに対してもう少し行政が深くかかわるといいますかね、逆に、いい意味ですけども、かかわって、いわゆる経営者を活性化するための何かをつくっていかないと、その先へ行かないんじゃないかなと。だから、ある程度イニシアチブをとっていかないと、経営者がそれについて勉強も、勉強をしないとやっぱりおかしいですけど、それがわからないし、その先の産業が主体になってということと、ちょっと何か時間的に矛盾するんじゃないかなというような感じがするんですが、一言で、依存型会社は10年、20年先になくなると思うんでしょうか。それとも合併・統合されたり何かして、半分になっちゃうというふうに考えるんでしょうか。まあ、これは極論ですけども、その辺の先生のお考えを聞かせていただけますか。

【黒瀬委員】

依存型という具合におっしゃっていましたが、例えば、下請け企業なんかを指されているんじゃないかと思うんですが、下請け企業の将来というのは、僕は極めて厳しいと思います。従来、こういうピラミッド型の中にあつたとすると、このピラミッドがだんだん細くなっているということですよ。こういう頂点が鋭角型のピラミッド構造になりつつあるわけですね。ですから、この両脇のところは脱落しているという、今そういう状況ですね。ですから、それが中小企業の10年間に20%削減につながったんだと思いますね。ですから、これは非常に厳しいことなんですけれども、こういうピラミッド型の中で中小企業も大企業からいろいろ無理難題を言われながらも、一応成長してきたわけですが、その枠組みが今崩れ

ちゃったんだということだと思えます。だから大転換期なんですよ。つまり、今までの中小企業の成長基盤がなくなっちゃったわけですから、やっぱりそこが何かそういうことで、私の言葉で、この報告書の言葉でいうならば、自立型の中小企業に脱皮せざるを得ないんだという状況ですよ。

しかし、じゃあ行政から何かやることはないのかというお話だったんですけども、こういう状況の中でも、しかし一方で6年間で6倍に売上を伸ばしているとか、そういう企業がまたないわけではないんです。ですから、一方では、中小企業が新たに発展するための基盤のようなものができていないわけで、そのもとに発展している中小企業もあるわけですから、やっぱり行政というのは、経営者は普段はもうそういうことで周りのことが見えませんか、やっぱりまず行政というのは、そういう発展している中小企業の情報というものを、こういう形で発展している中小企業があるんだよ。決して可能性がないわけではないよといったようなことで、やはりほかの中小企業の経営者も勇気づけるといったような、そういういろいろな意味での情報発信が大事だろうと思いますね。

それから、もう一つ、ここが難しいんですけども、大企業の優越的な地位の濫用みたいなものが今すごいですよね。例えば、手形を発行しないで6カ月先の支払い通知書を交付して済ませちゃう。なぜかといいますと、手形を発行すると収入印紙を張らなければいけない。それを儉約したいというので、支払い通知書だけが来ます。しかし、支払い通知書を持っていったって、銀行は割り引いてくれないわけですよ。

そんなようなこととか、それから、これは昔からよくあることなんですけれども、検収日を1日おくらせて支払いをひと月おくらせるとか、そういうことをやっているわけですよ。これは本当は代金支払遅延等防止法とか、その辺に違反する行為だと思うんですけども、せめてやっぱり、大企業と中小企業は対等な取引といいますか、競争条件を対等にするようなこと、やっぱりこれは行政の役割じゃないかと思うんです。

ただ、今のようなことを現実に厳しくやっていくと、じゃあ、日本の国内の中小企業とは取引しないよ。中国でやるよということになっちゃうという、この辺が非常に難しい問題があるんですけども、やっぱり競争条件を平等化するということですね。中小企業固有の不利を減らしていく。これはやはり行政がやらなければいけないことだと思います。ただ、実際にやるということになると、いろいろとまた難しい問題は出てくると思うんですけどもね。

【松下会長】

よろしいですか。ほかにございますか。なかなか難しい問題で、ございませんか。杉本委員。ちょうど杉本さんが関係ある問題でもあるのかなと。

【杉本委員】

そうなんです。

【松下会長】

ねえ、ちょっと、いろいろやはり、それぞれ立場をお話ししておいたほうがいいんじゃないかと思ひまして。

【杉本委員】

いいですか。これ、先生とは最初の立案の中で先生にいろいろご指導を賜って、ほんとうに64万、今の江戸川区の人口を抱える中で、零細を含めた商店街がどうあるべきかということを考えても、行政に

もちろん指導してもらうことなのですが、基本的にはやはり自立したような形でいかななくてははいけない。なかなか今、ここにも書いているように大型店だとかディスカウントだとか、いろいろな部分で、それに消費低迷。昨今のように、狂牛病の問題だとか等々しますと、ほんとうに去年の数字が決してよくないにもかかわらず、また20%落としているような状況があると。

私どもも商店街に対する問題で、消費者のご意見を伺ってみたり、アンケートをいただいても、例えば、経営者の奥様方に、実質伺っても、なかなか厳しい問題ばかり出てくるんですね。やっぱりこれからいろいろな面で考えてもらっても、商店街は残していかなければいけないなど。やはり、高齢化社会になっていく中で、江戸川区はいい環境になって、少子化じゃなくて、子どももある程度育っていくというような形で、いい環境の中で、やはり消費者という区民を守るために、やはり商店街がなくちゃ困る。どこまでいってもやはり困ると。身近な便利な商店街というのをこれからどうしても残していかななくてははいけない。

それについては、20年後といったら私なんかは生きてないかもしれませんが、ただまだまだ20年後というのは、今日がなければ20年後がない。そういう形でいくなら、今から商店街の人たちも、パブルを含めて、置けば売れた時代から、やはり大型店もディスカウントも、それからコンビニエンスもこれだけ出てくる中で、消費者に満足してもらえるには、もう一段、二段の自助努力を含めて行政の指導も賜らなくてははいけないんじゃないのかなと。基本的には自立型商店街と書いていますけれども、商店の自立型の商店の経営をしていかなければはいけない。この辺、ほんとうに一筋縄ではなかなか難しいなと。

やはり江戸川区の中でアンケートをどこまで信用するかは別として、2,000万円以下の年間販売額をしているのが50%近いものがある。実際2,000万円ぐらいの商売ではとてもじゃない、採算ベースに乗ってないというのが現実なんだろうなと。この辺を含めて、じゃあだめな店はもうなくなっていいよというわけにもいかない部分だし、この辺を生き残らせて、また皆さんに、地域の区民に利用されるような店にどうやって残していくのかなと。

特に大事な部分としては、高層化している公団を含めて、住宅の密集している地域には大型店も必要かもしれないけど、商店街も先行き必要になってくるんだろうと。身近で便利な商店街って、だけど、なかなか今までのような感覚の商店街では残れない。だからどうしていくのかなという、私も含めて皆勉強しているところなのですが、先生、ほんとうに立案のときにもいろいろ生意気を言いましたけれども、本当にこれからの商業というんでしょうか、小売店を大型店、ディスカウント以外にどうやって残していくかというのを、その行政に甘えるばかりじゃなくて、やはり自立型で残していくには何が必要なんだろうかということを含めて、私から質問するとおかしいかもしれませんが、自分たちの問題ですけども、ひいては区民に責任を負っていくという部分もあると思うんですね。ただ物を売ればいい、もうかれればいいというのではなくて、将来的にもやはり区民に対して、住民に対して、道義的な責任を持っていくという部分を考えれば、今一番大事なものは何なんだろうかということを含めて、生意気を言っていますけど、先生、その辺をお教えてください。

【黒瀬委員】

いや、何を言っているんですか。この文章は杉本委員のご意見が入ってますよ。

【杉本委員】

いや、そうなんです。

【黒瀬委員】

書いているわけなんですけど。そうですね、いろいろ経営的には、僕もいろいろな言いたいことがあるんですけども、例えば今、古いタイプのお米屋さんが大型店に押されてどんどんだめになっちゃっている。しかし、健闘されているお米屋さんに行きますと、やっぱり米の種類ごとに、このお米は、御飯を炊くときには少し水が多めでいいとか、それから、もちろん産地の、これこれはこうこういう形で、この産地でとれたお米ですとか、やっぱりそういうのを1つ1つつけてお勧めして売っている。こんなのは絶対大型店はできないと思うんですね。やっぱり消費者がほんとうに、それこそ安全性とかいろいろな面で、いろいろ今、消費者は不安を感じているわけですから、そういう消費者の不安を解消するよう情報を、いわば消費者の代理になったつもりで収集し、それを消費者にも伝えていく。そういうことで、ここでは「消費者の知恵袋になる」というような表現をとったわけでありましてけれども、これは少なくとも大型店はまずできないだろうと思うんですね。その辺はやっぱり強みだろうと。

それから、何と云っても、やはり個店というのは消費者とワン・ツー・ワン、1対1ですよ。1対1の関係になり得るわけですよ。大型店というのは消費者と瞬間的に接触するわけでありまして、消費者の1人1人の顔が見えるようなことをやっているわけじゃないわけです。個店はそうじゃない。そのワン・ツー・ワンの関係になって、対話を深めていくことができる。したがって、大型店が到底掘り起こせないような消費者のニーズというのを本来掘り起こせる可能性を持っているんですよ。そういう点で有利な点もたくさんあるはずなんです。ただ、そのためには、やはり商店主の、これは当然ながら意識も変わっていかねばいけません。おっしゃいましたように、かつてはお店に物を並べて、シャッターさえ上げれば夕方までの間にはかなり売っちゃったという時代があって、やっぱりその時代を経てきた方もまだ大分いらっしゃるんじゃないでしょうか。だから、そこからの意識転換がまずできてないということもあると思うんですね。

【小泉委員】

どうもありがとうございます。やはり、この商業、生活サービス業の活性化ということで、ここに環境について、ほんとうに見事に分析をされて、商業の厳しい状況について、今の環境の、今いろいろなお話の中で、これから20年先、どういうふうに商店街はなるだろうかと。1つは、やはり消費者の意識ですね。先ほど先生が、こんな商店街が、自分の地元がすたれてきていいんだらうかというような意識が徐々に芽生えてきていると。私はむしろ、もっと割り切った形で、1円でも安いところへ消費者の行動というのは行くんじゃないかと。これが1つは非常に心配であります。

それから、もう1つは、これから20年先といいますと、やはり高齢化社会、65歳以上の方が25%以上、4人に1人は高齢者になってくる。高齢化といいますか、そういうような時代を迎える。そういう意味では、宅配サービスといいますか、ここに書かれた、ほんとうに要を得ていると思いますし、ただ、その中に、これから20年先といいますと、もっとIT関係ですね。今はいろいろショッピングがありますが、むしろ近隣の商店街との関係も、そういうようなITを駆使した時代にもなってくるんじゃないかと思うんですよ。その辺の商店街活性化に向けた、そういう利用した活性化というものはどうお考えになっているかということ、その辺をちょっとお聞きしたいなと。

【黒瀬委員】

決して消費者の悪口を言うわけじゃないんですけども、やっぱり消費者は基本的には短期的な利益で動くわけですね。ですからおっしゃるように、確かに1円でも安いところに行くというのは、やっぱり消費者の1つの基本的な行動だと思うんです。だから、そういうのは必ずあると思います。

だけでも、同時に、本当に遠くから見ると灯りが消えちゃって、アーケードも遠くから見るとトンネルみたいなイメージの商店街が今各地であるんですけれども、そうすると、そこを通るのが怖いわという話になってくるわけですね。特に女性なんかは、夜なんかは特に。そうすると、じゃあ、本当にこんなに商店街を衰退させてよかったんだろうかという意識が、やっぱり今僕は一方では芽生えているような気がするんです。逆にまた、そういう消費者の意識も、これは「参加型消費者」という表現をとりましたけれども、行政としては、むしろそういう消費者意識というのを、それこそこの場合には積極的に誘導していくという、地域づくりの中で小売店のあり方も考えようじゃないかといったような、そういう意識を持ってもらうこと自体がもしかすると、これからの行政の1つの役割なのかもしれないですね。

それから、もう1つ。それは、ちょっと僕はあまり詳しくないんですけど、浜松の商店街が、もう1歩先に進みまして、モバイルのM、要するに、iモードを持っている人を対象にした、何かそういうシステムを浜松の商店街では考えています。そっちのほう、ちょっと僕は弱いんで、あまりわからないんですけども、そういうことを確かにやっている。当然ながら、IT技術の活用というのは、これはもちろん必要になってくると思います。この部会でもちょっとやりましたね。ただ、その場合、アドレスを商店街に教えなければいけないわけで、そういう点でのいろいろな個人の、例の迷惑メールの問題とか、その辺をどうしたらいいのかななんていう、そういう話し合いをしたんですけども。

【岩楯委員】

私は農業の代表というか、そういうことで出させていただいているんですけども、杉本さんが言ったような、やっぱり今、いろいろと先が見えない不透明な感じで、江戸川でも「シャッター通り」とか何とかというような通りがございますが、私の言うことは、そればかりでなくて、今までも努力していて、宣伝になってもいけないと思うんですけど、江戸川の農家は、江戸川区と提携を結んでおりまして、緊急の時には、ハウスを全部皆さんの避難場所にしたり、それから、みんな小型の自動車なりトラックがありますから、それも貸しましょうということの約束をとってあります。

今皆さんはあまりよくわからないかもしれませんが、収入が東京都内で江戸川が1位のときが随分あったんです。35億ぐらいとっておりまして、税務署の調べですよ。八王子なんか江戸川の10倍ぐらい農地があるんですけど、そこと争うような状態で、一昨年は勝ちまして、去年は負けましてというような状態で、わずか500件ぐらいあるですよ。小松菜を作っている方なんかは、年に5回から、多いと7回とっておりまして、そういう点では集約農業では日本一かなと。そう思っているわけで、日本一は世界一かなと思って自慢しているわけでごさいます。そして、この地域野菜ということで、朝どり野菜の直売を、もう隣の葛飾では大いにやっております、この64万もいる江戸川区に世話になっているのでこれは必要かなと思ひ、来年の4月には発進しようと、生活振興部の實方さんや何かと相談してやっております、そのときには買ってもらおうかな。安く、新鮮なものを。

今、相続になりますと、相続で農家がみんななくなっていってしまう。そういうことで、また新しく新天地を見つけて、千葉県などに行きまして、20数件の農家が向こうのほうで作っております。江戸川の農家はかなり精力的に、この江戸川区内では100分の3ぐらいしか農地がないわけですけども、その中で生産力はすごくあって、やる気もあります、何か法律、相続のときにみんなそれで崩壊していっちゃう。それで、仕方なく千葉のほうに出ていくわけですよ。やっぱり法律や何か農家が残れないようなやり方になっているのかなと感じます。もっと言うことはあるんですけども、まあ、このくらいで、何かそれに意見があったら答えを。先生、何かそれに対して何か。

【松下会長】

江戸川区の農業の現況のお話を今してもらいましたけれども、先生のご感想を。

【黒瀬委員】

いやー、知りませんでした。そんなに農家がすばらしいということ。大変勉強になりました。ますます、さっき申し上げましたように、これはもう江戸川の貴重な産業資源だということで、むしろ、やっぱり何らかの形で先端産業化するような仕組みというものをやっぱり考えていきたいですね。そんな感じがいたしました。

【松井委員】

江戸川の地場産業とか農業というのが、いまひとつよくわかってなかったんですけれども、いろいろ教えていただきましてありがとうございました。

私は、生まれも育ちも、それから今住んでいるのも小岩というところなんですけれども、小岩の商店街も、私が子どものころに比べると随分様変わりして、さびれていくという表現が多分ぴったりなんだと思います。お店が閉まると、次はどここのコンビニが来るのかな、どここのドラッグが来るのかなという状況なんです。

それで、『東京ウォーカー』という雑誌をご存じでしょうか。いわゆる若者たちの情報誌で、こういう映画があるとか、こういう芝居があるとか、どこかの何がおいしいということが毎週掲載される。それも東京都内に限って書いている雑誌なんですけれども、そこに先日、ぱらぱらと見ていたら、「若者たちが住みたい町ベスト50」というのが出ていたんですね。江戸川区がどこか出ているかな。多分、50位以内に1つでも入っていればいいかなと思って見ていたら、1つも、後ろのほうにないんです。寂しいなと思って、ちょっと上のほうに目をやりましたら、50位の中の23番に小岩が入っていたんですね。ちょっとこれはとても意外だったんです。写真入りでいろいろな地図なんかも入って紹介してあるのを見て、住みたい理由のコメントの幾つかに、衣料品が安い、家賃が安い、それから若い人たちがやっているエスニック料理のお店であるとか、私たちとか、ちょっとご年配の方から見るとガラクタに見えるような、ちょっと毛色の変わっているものを都心だとか横浜だとかよりは安く売っていると。それなりにいろいろな理由が書いてあったんです。

先ほどからお話のある商店街というお話の中には、多分親の代からとか、おじいちゃんの代からとかいう、そういうふうな商店街のイメージだと思うんですけれども、やっぱり23番に入ったということは、若い人たちにはそれなりに魅力がある。古くからあるお店を守るだけではなくて、新しいものが入ってきやすい環境を整えていただきたいと思うんですね。それは、34ページの下に書いてある、多分NPOとかワーカーズ・コレクティブとか、そういったものとはまた違うことなんじゃないのかなと思うんですけれども、若い人たちが何かやろうとすることについても支援なんかがあると、違った形で活性化していくんじゃないのかなと思います。

【黒瀬委員】

そんなのをちょっと意識したのが、ここでは一言で終わっちゃっているんですけれども、空き店舗対策。これも「空き店舗対策」としか書いてありませんけれども、今各地で、その空き店舗が出たときに、それを幾つかの区画に分けて、例えば、大学院生とか何かも含めた、そういう若い人に空き店舗を使ってもらおうと。僕の知っているのが豊橋にありますけれども、僕の教えた大学院生が非常に珍しい香水を外国から輸入して、それを売ってました。もう面積はほんのわずかなんですけど、結構人気があって、「授業料ぐらいは払えるようになりました」と言ってましたけれど、その一角が全部そういう新しい人たちが入

居しているんですね。

ただ、彼が言ってましたけれども、もう1年で追い出されちゃうと。1年ではあまりにも早すぎるというようなことを言ってましたけれども、そういう空き店舗なんかを中心にして、新しい方がそこで創業できるような場所をどんどん提供していくという、それで商店街をそれによってリニューアルするというんでしょうか、商店街の構成自身を変えていくということが必要ですね。おっしゃるように、中には発展している商店街があるんですけれども、その発展している商店街の共通の特徴は、やっぱりお店が変わるんですよ。それで業種構成も、だんだん状況に合わせて変わっていくという、そういうことができている商店街はそれなりに発展していますね。ただ、そのとき当然ながら、土地や店の所有関係が問題になってきて、古い商店街ほど、自分の土地で、しかもそこで生活しているなんていう場合が多いものですから、その辺がちょっと難しいところなんですけれどもね。

【松下会長】

ほかにございますか。上野委員。

【上野委員】

ちょっと消費者の一員として先ほど感じたことなんですけれども、商店街とか大型店とかディスカウントストアとか、いろいろ比べたときに、価格で選ぶという方が確かに多いと思うんですけれども、ちょっと細かいことですが、口にするもので、肉とかお米もそうですけれども、スーパーで売っているものは何でもそろっていて便利なんですけれども、味を比べたときに、子どもたちが正直に、どこで買ったかということ比べますと、「おいしい」と言うのは、どこどこ産の地鶏だとかって、いろいろ書いてあっても、小売店といますか、お肉屋さんで買って来たほうがおいしいというのが現実です。その辺のすべて価格だけでは、確かに安いほうが主婦は助かりますので、価格中心ですけれども、質を考えたり安全面を考えて買っている方も結構いると思うんです。その辺の消費者の意見とか、どういうものを望んでいるかというのは事前に調べたりとか、これから例えばリサーチしていくとか、そういうのが取り入れられているのかどうか、ちょっと知りたいなと思いました。教えてください。

【黒瀬委員】

それは杉本さん、アンケートをとられているんでしょう？

【杉本委員】

はい。昨年、1年がかりで、行政の区のお手伝いで、消費者モニターとか、それからそれに伴う、この結果を踏まえて、地域のお客様との話し合いをやってみたという数字があります。その辺で、いろいろ意見をちょうだいして、それを参考に使いたいなと。

そういう形のものを、昨年はほんとうに消費者から募集したんです。広報も使わせてもらって、700件ぐらいの応募がありまして、採用したのは350人ぐらい。経費もかかりますので、350人ぐらいのサンプルというんでしょうか、お願いして、アンケートをもらったり、それからそのアンケートをもらった後を受けて、そのアンケートをもらった皆さんともう1回区民会館等々を使わせてもらいまして、懇談会をしたと。

その中で、顕著にあらわれているというのは、やはり若い人は、今皆さんが言っているように、値段の問題とか、30代まではほとんどスーパーだとかディスカウントで買い物をするようだ。それで、地元商店街に向いてくれるというんでしょうか、買い物を利用するよというのが、やはり50代、60代の人たちが多いということです。それから、じゃあ、地元の商店街を何回使うか、お買い物をするかというような話

を聞きますと、ついこの間まで商店街を利用するのが四、五回だったのに、今は一、二回になっちゃっていると。1週間に。それもスーパーでとか、買い物で忘れたものを地元で買っているよというような傾向があります。

これを受けまして、きょう遅くなった理由を言いわけするわけじゃないんですが、1時半まで区民ホールで、消費者の代表の皆様方と、これからの商店街文化というんでしょうか、町を守っていくにはどんなことを商店街としてすればいいんだろうかねと。例えばお祭りだとか、例えば地域祭り、例えば盆踊りだとか、そういうものを含めて、町会、自治会の中の1つが、1人が商店街の会員ですから、やはり守っていききたい。それにするにはもうちょっと長生きしたいので、できればお店に向いてほしいと。それに今、商店街がどういう問題を気をつけていくのか。目を向けていくのかというようなことも1時半まで、ちょうど区民ホールでいろいろ各地域のお客様というんでしょうか、6支部の婦人部長さんを含め、皆さんにお会いしていたところなんです。

それから、それに関連して、お客様のことばかり聞くばかりで、やはり先月の24日に、商店街の経営者の奥さん方347名の人たちに、今後自分の店はどうなんだというようなことを、今後、江戸川区の中で責任を果たしていく。買ってくれ、買ってくれじゃなくて、もうからない、もうからないじゃなくて、ほんとうにお客様に安心して買ってもらうには、今あなたたちの考え方を聞かせてくれと。赤裸々な問題を、「お父さん、やる気がありますか」とか、「何で困っていますか」とかというような問題も聞いてみたんです。なかなかその中は、どっちもどっち厳しいお話ばかりが出てくると。347で回答してくれたのが298のサンプルを持っているんですが、今日できたばかりなんです、ちなみに、なかなか厳しい。

後継者の問題でもそうですけれども、後継者を言う前に、今どうやって、どういう方向に向けてこの店をやっていくのかというような、今、本当に経営者の旦那さまって、社長というのかな、おやじより奥さん方の女性パワーというのをどう反映させていくのかによって、お店が変わると私は思っているんですが、その辺をくすぐりながらできれば、変な話、くすぐるって、奥さん方に刺激を受けてもらいながら、できれば消費者に、ほんとうに面と向かって自慢できるような店になれればなということを含めて、なかなかだけど、「店の弱みは何ですか」と言ったら、「価格競争が起きた。大量仕入れしないからスーパーに負けるよ」とか、例えば、情報化のITの取り組みでも、なかなかわからないですよ。今すぐ目に見えるような形であらわれてこないと、「ホームページを開いてすぐもうかるの？」というような形。これはこれからの時代にはなってくると思うんですが、さりとて、今現実に売上につなげていくということになると、現実には厳しいなと。余裕がなくなってきたのかなというような感じがします。

この奥様方に質問したのは、30問を質問したんですが、まだ今日でき上がってきたばかりですが、この次、もし奥様方のアンケートの情報と、それから昨年会った350人にちょうどいいアンケートが必要になれば、参考になるんだったら出します。

【黒瀬委員】

いいんじゃないですかね。

【松下会長】

参考になればいいんじゃないですか。

【杉本委員】

これ、問題ないですしね。出します。印刷して。

【白井副主幹】

産業の基本計画のときにお出しいただければ、ちょうどマッチングするかなと思います。

【杉本委員】

そうですね。

3通ばかり、きょうまだ、ほかの地区の消費者の代表の方々と1時半まで区民ホールで会った問題もございます。それも精査しておきます。

【松下会長】

ほかにございませんか。

活発なご意見で、今日はすごくよかったと思うんですよ。やっぱり製造者の代表の方の意見とか、商店の経営者の方とか、農業の経営者の方、あるいは消費者の皆さん、それぞれがやっぱり歩み寄って一番いい形の産業の活性化を考えていかなければならないわけですから、そういう意味では、いろいろな立場の方々の意見というのは非常に貴重ですから、こういう今までの意見をちょっと取りまとめて、また集約してみていただきたいと思います。

ほかにございませんか。

それでは、審議日程につきまして、事務方からの提案をよろしくお願いします。

【白井副主幹】

それでは、審議日程なんですが、実はお願いでございます。まず、皆様のお手元に、きょう通知を出させていただきましたのは、11月26日、次回のご通知を申し上げたというふうに思っております。よろしく願いいたします。

それから、12月でございますが、会場の都合とか、また専門委員の方の都合などによりまして、まことに申しわけないんですが、12月11日火曜日1時半から健康の基本計画を区民ホールでございます。それから、12月25日の火曜日、同じく1時半から、「未来を担う人づくり」ということで、「学齢期以前」と「学齢期」を合わせまして、基本計画のほうのご審議をいただきたいと思います。今、予定表をお配りさせていただきますが、まことに申しわけございませんが、これでもよろしく願いしたいと思います。

【松下会長】

暮れで委員の皆さんは大変お忙しいかと思えますけれども、専門委員の先生の予定とか、あるいは会場の予定もございまして、12月25日なんかはクリスマスなんですけれども、ひとつ、今、課長のほうのお話にありましたとおりの日程でこれから進めさせていただきたいと思えますので、ひとつよろしく願いいたしたいと思えます。

その他につきまして、何かございますか。

ないようでしたら、本日はこれをもちまして閉会といたします。ありがとうございました。

了