

産業団体等ヒアリング調査

1 調査概要

(1) 調査の目的

第4次港区産業振興プランの策定に向け、区内産業の現況整理及び住民、企業へのアンケート調査に加え、商店会及び産業団体の現況や抱えている課題等について把握するため、ヒアリングを実施した。

(2) 調査方法

①調査対象 区内産業団体7団体、区内商店会10団体、その他中小企業団体1団体

【産業団体】

1	高輪工業会	5	東京都製本工業組合港支部
2	三田工業会	6	港区管工事防災協力会
3	東京都印刷工業組合港支部	7	港南振興会
4	東京グラフィックサービス工業会港支部		

【商店会】

1	ニュー新橋ビル商店連合会	6	赤坂通り商店会
2	芝神明商店会	7	メリーロード高輪
3	東麻布商店会	8	白金プラザ会
4	麻布十番商店街振興組合	9	芝浦商店会
5	青山外苑前商店街振興組合	10	アクアシティお台場テナント会

【その他中小企業団体】

1	東京中小企業家同友会港支部
---	---------------

②調査方法 インタビュー方式

③調査期間 令和2年1月～2月

(3) 調査項目

①団体の概要

・会員数、店舗数（会員数、店舗数の推移、業種構成や変化など）、会員間の交流

②景況感について

・来街者の増減、来街者の層、インバウンド対応、環境の変化

③団体の取組について

・現在行っている活性化対策（イベント・取組）、活性化に資する新たな取組

・取組を行う上での課題

④課題・区への要望など

・課題として感じていること（後継問題・空き店舗等）、困っていること、相談したいこと

・施策の活用状況、区との連携や協働、区への要望

2 調査結果の概要

I 産業団体

(1) 高輪工業会

□団体の概要
①団体の概要 <ul style="list-style-type: none">・ 現在会員はだいぶ減って 50 社くらいになっている。最も多いときは 140～150 社あったが、地域的な工業団体なので、高輪地区で工場をやめたり移転するなどの理由で事業者数がだいぶ少なくなってきた経緯がある。・ 工業会なので基本的に業種は工業中心だが、最近は門戸を広げてインダストリーの工業だけに限らず、様々な業種が会員になっている。中小、零細の事業所で、1～2人の事業所、多い所でも 30～40 人ぐらいの事業者が多い。本来は製造業がメインだが、港区の印刷関係の事業者や地場産業的な事業所なども加入している。
②活動の目的 <ul style="list-style-type: none">・ 歴史的には 80 年以上になるが、当時の高輪地区は古川が流れ、海運の拠点で工業がかなり盛んな地区であった。当初高輪工業会は、例えば中小企業が集まって従業員の運動会やハイキングといった、小さな会社だけではできない福利厚生の中で各事業者の手伝いをするところから始まった。・ 現在は廃止したが、工業会の福利厚生として、給食センターをつくり、給食をつくって工場に配ることも行っていた。・ 最近では港区の中小企業向け融資のあっせんや支援策の案内、また、港区産業団体連合会の上部組織である東京工業団体連合会から、東京都の中小企業を対象にした施策の情報提供があれば、会員に周知するなどのサポートも行っている。
□貴団体の取組について
①取組内容 <ul style="list-style-type: none">・ 主に親睦を中心に、従業員のボウリング大会や独自で企画している港区七福神めぐりなどを毎年行っている。また、港区産業団体連合会の行事として納涼会（バーベキュー）、研修会（バスハイク工場見学）、経営セミナー（講演会）などにも参加している。・ 中小企業で表彰制度がないので、港区で年に 1 回、港区産業団体連合会と港区商店街連合会と一緒に、各事業者から優良従業員を推薦してもらい、区長が表彰する制度で、従業員のモチベーションを上げるための取組になっている。このような制度は従業員が少ない事業所だと、機会がないのでありがたいと思っている。・ 芝法人会と連携して近隣の小学生に対して工場見学を行っている。工業会の会員に、工業会と法人会、税務署関係の団体と重複している会員がおり、法人会でも同様の要望があるということで依頼を受けることにした。今回で 4 回目くらいになるが、芝法人会と工業会の交互に行っており、花屋や八百屋などの商店やネジの加工、金属加工、鋼材店、バルブ工場に行ったりと、子どもは様々な体験ができる。

□新たな取組について

①会員の勧誘

- ・会員の拡大については工業の枠にとらわれず門戸を広げている。工業自体が少なくなっているため、多様な業種も対象にしたいと思っている。これまでの伝統的な考え方をもった会員がまだ多数いるので、不易流行ではないが、大事なものは守りつつ、時代の流れにも乗る必要がある。
- ・団体が多数あるので、産業だけではなく、税務署関係の法人会から各地域の町会などもあり、かなり重複している。昔は金融機関が企画するグループがあったが、多くの会があり競争相手が出てきたので、会員を増やすのは正直厳しいところがある。ただ、港区からのバックアップがあり、そこを大いにアピールして、会員数を増やしていかなければならない。

□課題・区への要望など

①要望

- ・港区にはかなり支援してもらっているため、今後も継続してもらい、行事など積極的に大勢の人が参加できるようになればいい。

(2) 三田工業会

□団体の概要
①団体の概要 <ul style="list-style-type: none">・昭和 22 年ころ、当時の中小企業の経営者団体が、勉強会のような組合を作ったが、昭和 47 年、徴収法で労働保険事務組合制度が制定され、三田工業会も労働保険事務組合制度に認定され、雇用保険、労災など労働保険料の徴収の代行を引き受けるようになった。・主に労務管理の相談や最近では働き方改革の労働基準法の改正、就業規則の変更など、主に人事業務の相談を受けている。・会員は現在 100 社程度である。高輪工業会が労働保険事務組合を廃止したので、12 社ほどが三田工業会に移転し、会員数が若干増えている。・業種は芸能プロダクションから製造業まで様々である。
②会員間の交流について <ul style="list-style-type: none">・新年会は行っている。また、個別の労務問題について相談に乗っている。主に解雇、雇用保険、育児休業など労働保険関係の相談を受けている。
□貴団体の取組について
①定期的な取組 <ul style="list-style-type: none">・労働保険料は三期分なので、三期ごとに日経新聞の大事な箇所のコピーやハローワークで受けた研修など、特に働き方改革でこの 4 月から労働基準法が改正されるので、関連情報を提供している。・相続など専門外の相談を受けた場合に税理士など専門家を紹介している。労働問題で対応できないものは、労働法に詳しい弁護士と連携して対処する。去年もそういった問題で弁護士と連動して労働問題を解決した。昭和 22 年ごろ経営者がいろいろな勉強会をしたらしいが、徴収法になって労務問題のほうの主になっている。・最近の相談で多いのは、どのように解雇をするかなど、雇用関連が多い。また育児休業の関連がすごく伸びているので、その取得に関することや様々なイレギュラーな処理などが主になる。さらに、60 歳定年になった人の再雇用の問題。また、4 月から中小企業も時間外労働の上限規制が週 40 時間になるので、就業規則の改訂などに対応している。
②取り組む上での課題 <ul style="list-style-type: none">・当会の位置づけとして、各会社の経営のことを扱っているのもので、ものづくりや他団体との連携までは考えていない。・会員の事業所は、まだ就業規則がない段階で、予算制度もなく、どうやって戦略的に生産するかといった計画もない。そういった会社は、莫大な費用がかかるコンサルティングを入れる余裕はない。
□新たな取組について
①新たな申請システムに対応 <ul style="list-style-type: none">・雇用保険などの資格取得を電子申請で行うシステムがあり、それに対応すべく準備に取り組む必要がある。

□課題・区への要望など

①その他

- ・後継者については、ほとんどの中小企業の社長は考えており、顧問税理士に相談したりしているので、後継者セミナーなどは需要がある。後継者問題は大きく、銀行も関心を持っている。
- ・港区で製造業は益々低下している中で、何を振興していくのか。港区には工場は少ないので振興といっても、何が協力できるのかといつも思う。三田工業会の場合、製造業やものづくりでない会員もあり、どのように振興すればよいのかわからないのが現状である。

(3) 東京都印刷工業組合港支部

□団体の概要

①組合への加盟状況

- ・基本は、区内の印刷関連の会社の集まりである。上部団体として、東京都があり、その上に全国がある。港支部の会員は現在 47 社で、最盛期は 200 社くらいあったと聞いている。
- ・減少の要因としては、事業廃止が最近では最も多い。廃止の一番の理由は、後継者がいないことである。当組合の場合は 10 人以下の会社を中心なので、家族と少人数の社員がいるといった形態のため、経営者の高齢化や後継者がいないことに加え、仕事も減っているのをやめるという形が多い。
- ・最近では印刷業ではなく紙を扱う業者など、ビジネスや人間関係を広めたいということで組合に入るケースもある。

②景況感

- ・紙媒体の印刷というのは減ってきており、受注額では、年に 2～3% ずつ右肩下がりで減少し続けている。印刷の中でも我々がやっているオフセット印刷分野は、非常に減っている。デジタル印刷のほうは現状維持か微増ぐらいで、全体的にはやはり減っている。
- ・テレビの CM でもやっているが、ネット通販の印刷のほうがチラシや二つ折りぐらいのパンフレットだと、これまでよりも半額か 3分の1 ぐらいの価格でできる。自分でデータを作って送ればできてしまうので、そちらに仕事が大きく流れているというのも実際にはある。

□貴団体の取組について

①定期的な取組

- ・支部の活動としては共済制度があり、生命共済、自動車共済、火災共済などに団体で加入しているので、会社単位で加入するよりも割引になり、共済制度は一つのメリットになる。
- ・ここ何年かは Adobe のイラストレーターやフォトショップのソフトを使って印刷原稿を作ることが中心になっているが、そのソフトを組合で大量に購入し、一般で買うよりも非常に安いことをアピールして、組合員を勧誘している。
- ・環境対応の認証制度も組合で登録している。グリーンプリンティング (GP) という制度があるが、その審査を経て認証を受けることで、環境を大事にしている会社だということを顧客にアピールできる。また、プライバシーマークに代わるものを組合でも作り、プライバシーマークを取るよりも安くできることを行っている。
- ・本部では、事業承継について非常に力を入れて取り組んでいる。コンサルティング会社とタイアップし、会社をやめるときに、税金をいかに抑える、又は M&A をしてもらおう会社を探してもらおうなどの相談を組合経由ですると、当初は無料でアドバイスを受けられる。

②取り組む上での課題

- ・印刷組合自体の課題としては、支部員数が減少し、収入が減ってきており、これまでと同様の規模でイベントなどができなくなった。そういった財政的な問題のほか、人員的には、役員を引き受けてくれる人が非常に少なくなった。以前は会社の数も多く、社長にも余裕があったので、役員をできる人がそれなりにいたが、今はほとんどいない。

- ・組合員の会社の規模がそれぞれ違うので、求めているものが親睦中心で構わないということもあり、あまり勉強会に力を入れてもといった温度差もある。

□新たな取組について

①付帯サービスの充実

- ・印刷のほかに、発送などの付帯サービスをいかに充実させていくかといったことが必要だと考えている。また、見える化など、社内の生産性をアップするためにどのような数値を示して社員を巻き込んでいくか、そういった勉強を本部では提案している。

□課題・区への要望など

①要望

- ・港支部としては、地区の仲間としての仕事の融通がある。自分のところではできない内容の仕事も受注してお互いに仕事のやりとりをしている。
- ・組合として仕事を受けるといことはまだないが、できるように港区に働き掛けをしており、組合員からの要望も非常に多い。
- ・区の学校教育などで印刷の良さ、印刷の文化を広める機会を作ってほしい。今はデジタルの時代だが、印刷ではまた紙媒体が復活する元年だと言う人もいるので、紙の良さというのを伝えられるといい。

(4) 東京グラフィックサービス工業会港支部

□団体の概要

①団体概要

- ・当会は戦後間もなく発足した謄写版印刷の会が母体になっていて、本会は公益社団法人東京グラフィックサービス工業会になる。現在9支部ある内の1つが港支部になる。さらに全国団体が一般社団法人の日本グラフィックサービス工業会である。
- ・当会の特徴は自主運営で、支部が主体という運営方針である。各支部はそれぞれの特色があり、各支部それぞれのカラーで運営し、支部長が理事として本部の活動に参画するという形になっている。
- ・会員の業種は軽印刷の事業所が多い。オフセット印刷の中でも規模の小さいものになる。規模の大きいものは、商業印刷と言ひ、大企業では大日本印刷や凸版印刷になる。もともと発祥が謄写版で、そこからフォトタイプオフセットというタイプで作って印刷したり、青焼きから印刷するなど幾つかルートがあり、そういう人たちが集まって、印刷をどうやって商売にしていくかをお互いに研究し合いながらやってきたボトムアップの会になる。
- ・会員は現在28社で、そのうち他の支部と掛け持ちで入っているところが3社ある。会員数はここ数年は変わらないが、最大では約60社あったと聞いている。
- ・会員が減る理由は、廃業、倒産、移転、又は脱会がある。脱会の理由として、活動を続けるメリットがない、会費を払うのが厳しいなどがある。

②景況感

- ・仕事が小規模になりサイクルが短くなっているため、オフセット印刷機だと対応できず、結局オンデマンドで外注に出すところが増えている。オフセットをやめて自分たちでオンデマンド機を購入し、全てオンデマンドで対応するという事業者が徐々に増加している。そうなるとこれからは、オンデマンドの過当競争になるのではと考えている。

□貴団体の取組について

①定期的な取組

- ・季節のイベントは5月の総会、夏の納涼会、また去年は支部単独開催の働き方改革セミナーを行った。勉強会はかつて支部主催もあったが、今は本部の勉強会が充実しているので、支部単独よりもそちらに参加していることが多い。忘年会は今年初めて他支部との合同開催で行った。会員数が減っているため参加者が集まらなかったが、中央支部から一緒にやらないかという声がかかった。同程度の規模なので、今年は多数が集り、充実した企画もできた。

②取り組む上での課題

- ・印刷業界自体が厳しいので、港区のような地価の高い所で工場をやるのはもったいないという発想になり、区内に工場を持っているところは少なくなってきて、多くが郊外に移転している。当社も十数年前までは近くに工場があったが、老朽化していたこともあり、再開発をきっかけに区外移転した。現在は制作に力を入れ、製造としての印刷事業はアウトソーシングにしている。

□新たな取組について

①印刷業の立場を生かす

- ・印刷業は、とても優越的な地位にいていると思っている。顧客から原稿やデータを預かり、様々な顧客の事情を聞いて製品にする。実際に情報を発信する立場の方と、それだけ密に接している企業は少ない。印刷業は当たり前ができて、立場としては優位だと思う。それに気づかず、依頼された原稿を印刷するだけではもったいない。
- ・印刷物は確かに減るかもしれないが、我々はデータから情報を作ってそれをリリースする立場にいたので、印刷だけでなく、他のこともやれば良いと思う。自分の会社で全てできなくても、例えばコンピューターグラフィックスを作ってくれということだったら、当社がその部分を手伝えれば良いし、ソフトを作りたければソフトが得意な業者、テレビCMを作りたければ動画制作会社に依頼すれば良い。他の団体と違って、特異なことをやっている人たちが集まった団体なので、お互いのノウハウを集めると、いろんなことができる。

□課題・区への要望など

①情報交換の場の設定

- ・区の観光大使を受けているが、活動としては自由な情報発信ということなので、観光大使としてみんなで集まって何かをする、情報交換をするなど活動が全くない。お互いに情報交換して、アイデアを出し合うような交流の場があってもいい。区が活用するだけでなく、お互いにできることを出し合えば可能性は広がってくる。

②要望

- ・港区に事業所のある企業でないと区の助成や補助の対象にならないが、港支部でも港区内ではない会社がある。団体としてそこを本拠にして活動していれば、別途、支援の対象にする施策があってもいいと思う。

(5) 東京都製本工業組合港支部

□団体の概要

①団体概要

- ・製本組合なので、業種は製本業になる。東京都製本工業組合に属していて、港支部を選んだ企業が属している。以前は港区に事業所がないと入れなかったが、今は申告制でどこにいてもどの支部にも入れることになっている。
- ・現在、16社が加盟し、そのうちの7社が大田区、品川区になる。城南地区になるが、いずれも創業当時が港区だったので、港支部に残っている。加盟数は減ってきており、多い時は50社を超えていた。減少の要因としては廃業や後継ぎがないなどがある。
- ・製本業は割の良い商売ではなくなってきたという考えが経営側にあり、将来を考えた跡を継がないほうがいいという判断になっている。これは港支部だけでなく、業界でそういう傾向にある。東京都製本工業組合全体の減少率とほぼ同じ減少率で、港支部は減少している。
- ・製本業というのも幅が広いので、いろんな業種があるが、基本的に商業印刷という部類の仕事になる。具体的には、伝票なども含むが、書店に売っている本ではなく、企業の広告関係、企業内の伝票、帳票等、メモ帳や会報誌、同人誌などになる。

②景況感

- ・ペーパーレス化してきているのは確かだが、完全なペーパーレスには絶対にならないと思う。ある程度の需要は確保されて残るはずで、それに対して全体的な事業所数が多かったというのが現状だと思うが、今は東京都全体でも適数になりつつある。今度は製本会社が足りなくなってくるので、今後は逆に求められる商売になってくる可能性もある。今度はいかに集客して、いかに仕事を集めていかに専念すればいい。絶対数が足らなくなってきて、繁忙期は確実にどこもパンクするのが数年前から始まっている。
- ・港区には印刷会社の本社が多い。また、クライアントになり得る企業もまだ都心部に多いので、そういう意味でも港区で製本をやることはマイナスというのも考えにくい。

□貴団体の取組について

①取組内容

- ・毎月の支部会の開催、支部旅行、また、みなと区民まつりに出店して、メモ帳や和本を販売している。製本業というものが港区にあるということを知ってもらうため、格安で販売している。本来はメモ帳だけにしたいが、やはり目を引かせるために和本も出している。二世会もあったが後継者がおらず去年閉めてしまったので、行事としては減っている。

②課題

- ・港区で事業をすることが難しくなっている。大きな機械が必要で、物品の搬入、搬出に関しても厳しくなっている。当然地代も高く、軽工業とはいえ工業になるので、港区内では徐々に難しくなっているため、品川区や大田区に移転してしまう。城南に移転してもお客さんがまだ港区に多いので港支部に残る形になっている。厳しい状況だが、40歳代以下の年齢で引き継いだ人たちは、前向きに頑張ってる。
- ・人員が少ないのでなんとか支部員を増やしたいが、新しくは起業する人はなかなかいない。

今の事業所に頑張ってもらい、少しでもやめないでもらえるようにするしかない。東京都の本部の会議や講義に出ていれば、全国の情報も入ってくるので、なるべく支部員にはそういった情報を流し、現状を理解してもらいつつ将来のことも考え、何とか生き残っていきたい。

□新たな取組について

①今後の方向性

- ・今の時代の変化にどう付いていくかを考えていくことが大事だと思う。正直なところ支部員が減った分だけまとまりが出てきたので、そういう点では何か始めるにしてもやりやすくなっている。以前のように50社もあれば、半数くらいは反対になると思う。

□課題・区への要望など

①要望

- ・港区で開業されている事業所には、最低でも融資、運転資金、設備資金の何か優遇されたものがあればと思う。新技術に対する融資制度があっても、業界的に新技術があまりない。
- ・港区の土地を活用して、臨海部辺りに産業ビルを計画し、そこで印刷、製本、配送まで全てできるようになれば移転、拡張もできる。港区内では土地が狭くなってしまい、増設は難しく、資金的にも難しい。そういったことも廃業に拍車をかけている。
- ・港区内で使用するものは港区内の事業者という希望はある。区役所で使うものを含めていろいろあると思う。事情があつてなかなか難しいのは分かるが、やはりできる限り港区内で使用するものは港区内で作ってほしいというのが組合からの希望になる。

(6) 港区管工事防災協力会

□団体の概要

①団体への加盟状況

- ・現在は 32～33 社加盟している。最近では 2 社増えている。人口が増加し、魅力ある港区ということが前提で各事業所は区内で起業するというより、本社を他所から港区に移転する場合で当会に加入することが多い。埼玉県、千葉県、横浜市など他県からくるが、東京支店や営業所の形態になることもある。
- ・港区に事業所を構えることはブランドだが、建設業の事業場所としては、倉庫も要る、車両も要るとなると中小零細にとっては向かない場所でもある。例えば、水道局から発注される発注単価は同じで、多摩地区、足立区、世田谷区、港区など、どこでもメーター当たりの単価は一律になる。それだと港区で駐車場や倉庫を維持する付帯経費はとても合わない。それが原因で、港区で事業所を構えていたが、土地を売って他区に移ったほうがいいと移転した事業所もあり、20 年くらいの間には会員が減った。
- ・大手企業がやらない建物の維持や施設の維持管理、小さな補修、修理、修繕などは区内の中小零細企業が対応しなくてはならない。そのため、小規模な事業者にも技術指導をし、情報交換や相互連携などを行いながら、事業承継の支援をするのが当会の本来の趣旨である。

②景況感

- ・公共工事は、現場に監督が常駐して必ず 1 級を持った管理技術者を置かなければならないなど、制限が多い。管理技術者はどこの企業も何人かいるが、その人数によって受けられる仕事の量が変わってくる。また資格があっても実際に現場でやる労働者、技術者が不足している。若い人は入らないし、長続きせず辞めてしまう。
- ・また熟練工でなければできない仕事が建設業は多いので、そういった体制をすぐに立て直すことも難しい。建設の品質を確保するには、ある程度の熟練や資格を持った人たちに任せる必要があるが、それが障害となって従事者が少なくなり、後進が育っていない。

□貴団体の取組について

①防災協定

- ・20 年以上前から港区とは防災に関する協定を結んでいる。各支所には、所在や連絡先、保有している資材や重機の情報を記した会員事業者の一覧を配布し、有事の際には連絡が取れる案内をしている。近くにいる会社が支援しなければいけないというのは、防災の基本だと考えている。

②取組む上での課題

- ・防災協力に対して、もっと港区主導で各業種の事業者を集めて、課題や対策、あるいは事業者の取組体制など、アクションプランを具体的に示してほしい。
- ・港区に防災課はあるが、各支所の防災担当を束ねているだけで具体的には各支所任せになっているので、区役所として一本化した体制づくりを進めてほしい。有事の際の連絡先、設備業や建築業の資材関係倉庫の場所、重機の有無など、リスト化を区が主導で行ってほしい。

□新たな取組について

①受注方法

- ・ 中小零細が大手と一緒に仕事をすることによって、人材が成長する機会を得られる。例えば1億の工事が出た場合、これまでは1社で応札して請け負っていたが、2社JVで請け負う形式は5～6年前から実施している。やはり大手企業と一緒にJVを組んで現場に入るといろいろなことを学んでいくので、それが大手と中小を結び付ける目的だと考えている。そうでないと中小零細は単なる職人技術だけで終わってしまい、現場をどうやって統括していくかなどはできないままになってしまう。

□課題・区への要望など

①要望

- ・ 管工事防災協力が主導して建築、電気、造園、土木などの関係者に集ってもらい、区の区内事業者に対しての考え方や、我々からも区の発注の仕方、現場の管理の仕方などについての話し合いの場を約3年ごとに設けているが、もう少し頻繁に開催してもらいたい。

(7) 港南振興会

□団体の概要

①概要について

- ・港南地域に本社や事業所のある企業や区を含めた行政、警察、消防、諸監督官庁などを対象に地域交流と情報交換、親睦の三つをベースに活動している団体になる。
- ・現在は会員として36社、業種や規模は様々で、大手企業から小さな法人まで多業種で構成している。品川駅を中心とした港南一帯を、企業の視点からいい街、働きやすい街にし、同時に地域住人と一緒に連携しながら、住みやすい街にしていくことを目的として企業の仲間同士で話し合う団体である。

②会員間の交流について

- ・親睦がベースであり、ボウリング大会とその後の懇親会が30年近く続いている。年始には新年賀詞交歓会、4月には総会を開くが、集まって資料を読んで終わりではなく、懇親を深めるために1泊旅行を兼ねて行っている。

□貴団体の取組について

①定期的な取組

- ・近年、港南地区では多数のタワーマンションができ、住民も増えたので、企業や行政の話し合いだけでは、街のことがよく見えてこないということで、地域の自治会や住民と協力しながらイベントを企画し、3年前に「みなと・港南ファミリーロードレース」というマラソン大会を開催した。それをきっかけに広く街の方々と交流が取れたので、継続的に続けていきたいと考えている。
- ・年に1回の勉強会では、新しくできたオフィスビルの最新防災設備の見学や、新しくできる高輪ゲートウェイ駅など周辺のインフラ整備の状況を区の担当者からレクチャーいただいた。
- ・具体的な防災連携の枠組みはないが、台風や水災害情報などを共有したり、品川駅の滞留者対策協議会という防災に関する会があり、港南振興会として参加している。

②取り組む上での課題

- ・会員は各企業として入会しているが、企業の担当者が自分の組織に対してこの会の重要性やその後の展開など、しっかりと認識して社内で調整してもらわないと、なかなか足並みがそろわず、全員参加ということにならない。会で活動しなくても自社で活動を行っていれば、特に地元を見なくても大丈夫だという考えの方もいるので、意識改革が必要だと思う。
- ・新しくビルが建つと会の勧誘に行くが、テナントで入った事業所はあまり意識がなく、どのようにして街に関心を持ってもらうかが課題になっている。

□新たな取組について

①イベントの継続

- ・1度開催した「みなと・港南ファミリーロードレース」をイベントとして定期的に継続していきたいと思っている。

②品川駅との連携

- ・我々は品川駅を中心とした交通インフラなので、駅との連携で新しい取組をしたいと考えている。テーマとしては防災での連携や駅という場を利用して、様々な企業のコンテンツを展開し、「品川に行くとか何か面白いことをいつもやっている」といったことが認識される場にしていきたい。

□課題・区への要望など

①要望

- ・補助金を申請したいがもう締め切られているなど、その辺が常にオープンな状態ではないので、時期を見ていないとうまく活用できないと感じる。ただ、区の担当者をはじめ、当団体を認識してもらっているので、情報は伝えやすくなっている。
- ・イベントを開催した時の周知の仕方について、単に会員だけに案内状を出すだけでなく、これからは SNS など広く活用していくためにも、港区の持っている情報発信ツールを活用して周知ができればと考えている。

②その他

- ・様々な企業が属しているので同じ方向で考えを示せないところがある。例えば品川駅前の小さな店が多数集まっているところは、いい雰囲気だが、再開発を検討する時に街としてどう考えたらいいいのか。自治会や商店会は話がまとまりやすいが、我々として同じように意見はできないし、再開発でもいい面も悪い面もあるなど、難しい面もある。

II 商店会

(1) ニュー新橋ビル商店連合会【芝地区】

□団体の概要

①商店会への加盟状況

- ・フロアごとに商店会を構成しており、1階が55店舗、2階が60店舗、3階が40店舗、4階が15店舗、地下60店舗の加盟状況になっている。
- ・業種としては、地下が飲食店を中心とする飲食店街になる。1階が、物販が中心、2階がサービス、物販、リラクゼーション（マッサージ）、飲食、3階が医療、サービス、飲食、4階がサービス、飲食、事務所である。
- ・大きな店舗の入れ替わりは最近ではほとんどない。特徴的なのは、金券ショップが現在15店舗くらいあるが、約20年前から徐々に増えた。また2階のマッサージ店が増えたのが12～13年くらい前からになる。
- ・会員の数は近年では横ばいである。1階は全ての店舗が会員になっている。2階、3階は8割程度、4階は事務所が多いので5割くらいになる。
- ・最近ではテナントとしてチェーン店が入るケースが多いが、店舗に決裁権がないのでスムーズに話が進まない。本部と面識をつくり、本部に重要な話をして理解してもらおうという流れで進めるようにしている。
- ・チェーン店ではない個人商店が入る場合は、しっかり説明しないと理解してもらえない。特に外国人経営者の場合、最初に入るが、徐々にメリットがないということでやめてしまうこともある。

②会員間の交流について

- ・新年会や総会を行っている。総会は連合会として、地下1階から4階までの商店会全体で開くが、それとは別に各階の総会を行っている。新年会、忘年会は各フロアの任意で行っている。また、不定期だがレクリエーションとしてバス旅行に行くこともある。
- ・新年会や忘年会は最近の新しい会員は参加したがる。バス旅行などもほぼ毎回決まった会員が出席するなど、新しい会員との接点をもう少し太くしたいと思って企画するが、なかなか受け入れられないのが現状だ。

□景況感について

①来街者層

- ・新橋という土地柄、サラリーマンが中心になる。最近では外国の人も多く、利用する人というより、ぶらっと見たりしていく客は多いと思う。また、2階に釣具のチェーン店があり、そこには中国系や欧米系の外国の方が買いにきている。
- ・消費に結びつかないまでも、このビルを利用する人は増えている気がする。ただ、各個店の売上げ、景気というのは厳しい。特にSL広場が目前にあるので、SL広場でイベントをするときはこのビルの利用率は非常に高くなる。また天気によっては待ち合わせをする人が多くなる。

□貴団体の取組について

①定期的な取組

- ・クリスマスイベントは館内で一番の大きなイベントで40年近く続いている。
- ・通年のイベントとして、夏季4月から10月末までの土曜日に縁台将棋を開催している。SL広場側の道路を使って開催しているが、将棋好きの方でかなりにぎわう。ここ数年の将棋人気から小学生が多く来るようになった。
- ・SL広場を使って古本市を行っている。古本ファンで賑わい、開催日についての問合せが事務局にくるほどである。古本市の収益の一部を港区の社会福祉協議会に寄付している。

②取り組む上での課題

- ・一番の課題は、運営のなり手がいないこと。商店会組織を運営する上で、例えば私は1階で会長をしているが、次は誰がやるのか、なり手が見当たらない。各フロアとも今の会長の次は誰がやるのか、副会長や役員の方はいるがその方たちが引き継いでくれるかはわからない。
- ・また、会員になって会費を出すことには抵抗ないが、イベントにボランティアで出るといったことに協力をしてくれる会員が少なくなっている。

③新たな取組

- ・東京都の広域事業の補助金を使い、中野ブロードウェイとのタイアップを行った。中野ブロードウェイというニュー新橋ビルと似たビルがあり、お互い雑居ビルで同じ悩みを抱えている。中野はサブカルチャー的なテナントが多く、若者中心だが、一方でニュー新橋ビルはサラリーマンを中心として、若い方はなかなか来ないということで、「相互のお客様が行き来できるような」ということでイベントを組んだ。SNS、Instagramでハッシュタグをつけて、相互をユーザーにPRしてもらおうという事業を2年連続で行った。
- ・ニュー新橋ビルは結構知名度はあるが、入りにくい、利用しにくいという声があり、Instagrammerにビルの中の情報や、店主の情報を拡散してもらい、新しい客が来やすいように中身を分かってもらおうという意図で始めた。
- ・効果としては、Instagramのフォロワー数や閲覧数がかなり上がった。「初めてニュー新橋ビルに来ました」という投稿があったりした。

□課題・区への要望など

①悩みごと

- ・イベント時に我々だけではできないところがあり、スタッフ要員としてアルバイトを募集するが、なかなか集まらない。時給1100円まで補助が出るが、今時その額では人が集まらない。
- ・商店会から率先して人を出してもらえれば良いが、商店会加盟店の個店の人材確保が難しく、商店会イベントなどの手伝いができない状況にある。

②その他

- ・キャッシュレス方式にしても港区は全国でも最先端だと思うので、何か導入する際は、全国に波及するようなモデルプランがあればいいと思う。商店会の高齢化も進んでおり、キャッシュレス化になり、いろいろな決済方法ができたが、高齢の店舗は現金しか習慣として受け入れられないという店舗もある。そういった店舗が環境の変化に取り残されないように商店会として、また産業振興としてサポートをしていく必要性はあると思う。

(2) 芝神明商店会【芝地区】

□団体の概要

①商店会への加盟状況

- ・ 会長を始めたころは40店舗あったが、現在は30店舗前後になっている。
- ・ 商店会は任意団体なので、月会費は低額だが、それでもなかなか入ってもらえないのが現状である。どこの商店会もそうだと思うが、チェーン店はほとんど入らない。このまちにも繁盛しているチェーンのレストランがいくつかあるらしいが、それでも入会してくれない。
- ・ 店舗の入れ替わりも最近はなくなってきている。建物を維持するのに固定資産税などで費用が結構掛かるため、建物を売却し、商売もやめてしまうところも以前はかなりあった。
- ・ 商店会に入らない店舗は、入ることのメリットを見出せないでいると思う。店舗によっては効率性重視で、経費削減して価格に還元するといっている中で、低額でも削減の対象になってくると想像される。

②会員間の交流について

- ・ 会員に声を掛けるのは、総会、区民祭り、新年会の3つになる。
- ・ 会長を引き受ける前は新年会もなかったが、現在は開催するようにしている。しかし参加者は限られてしまう。

□景況感について

①来街者層

- ・ オフィス街なので、サラリーマンやOLが多い。当店はオフィス街の和菓子屋なので、個人よりも会社使いのほうが多い。
- ・ 人口が増えてもこのまちは小さいマンションしかないので、大家族では住めない。もともと住んでいる人の子どもや孫はいるが、本当は一番活躍して欲しい15～25歳の年齢層は、このまちにはすごく少ない。
- ・ 外国人観光客は周辺にホテルが増えたこともあり増加している。このまちに土産屋が少ないので、ホテルでも当店をお土産で紹介してくれる。平均すると1日2組くらいは来ている。

②周辺環境の変化

- ・ このまちは港区の真ん中ということもあり、東京タワーや増上寺もあるので、そういう面では恵まれており、それを活かしていかなければと思っている。
- ・ 昔からこのまちで商売をやってきたが、時代が変わることに対応できず、このまちを離れざるを得なくなった人もいる。

□貴団体の取組について

①定期的な取組

- ・商店街としての一番のイベントは、区民祭りでブースを4つ出すこと。仕込みを前日からすると近所の高齢者や子どもたちも集まり、そういう場でコミュニケーションが取れている。また、区民祭りの期間中、最近顔も見ない高齢者が誰かと一緒に来るなど、そこが交流のメインになっている。

②取り組む上での課題

- ・人手は足りないが、区民祭りを楽しみにしている人も間違いなくいる。普段は参加しないが、こういった行事には必ず顔を出す人もいる。子どもが大きくなった家庭や引退して比較的時間があまる人にとってはとてもいいコミュニケーションの場になっている。

③新たな取組

- ・マンションや警察の寮もあつたりするので、恐らく小さな子どもはこのまちにも結構いるはず。子どもころ、神社の前で金魚すくいなどやると、みんな一斉に集まった。それは大した費用もかかるわけではなく、やり方によっては助成金がもらえるので考えてみたい。
- ・新しい取組は不可能ではないが、人手がさらに必要なことと、商店会活動だけに時間を取るわけにもいかないの、自らどれだけ動けるかわからない。自らが言い出したことを他人に振るわけにはいかない。

□課題・区への要望など

①悩みごと

- ・商店会運営ではやはり一番が人手不足と資金の減少である。資金は毎年明らかに目減りしているが、費用がかかることをやめるわけにもいかない。一番の解決はこのまちに来た人たちが、商店会にもっと入ってくれるようになれば問題がなくなる。
- ・会員の勧誘のために会費を現在よりも落としたが、それでは全然成り立たなくなり、現在の金額に戻した経緯がある。

②その他

- ・高齢の先輩方が10年前は結構いたが、現在は少なくなった。そういう人たちの活動を見て頑張ってきたが、今は絶対数が少ないので、良い相乗効果が出ていない。
- ・商店会のイベントに家族ぐるみで手伝いに来てくれるところの子どもたちは、商店会活動の大切さが小さなころから自然に植え付けられる。そういう家庭はごく少数だが、普通の住宅地だったら当たり前であり、そうなるのが本来は理想だと思う。

(3) 東麻布商店会 【麻布地区】

□団体の概要
①商店会への加盟状況 <ul style="list-style-type: none">・会員数は40店舗くらいで、飲食が7～8割と多い。・商店会自体は古いが、二代目、三代目といった店舗は10店舗もないと思う。・最近では店舗の入れ替わりが多くなっている。米屋や八百屋が廃業して物販になったり、飲食が出て違う飲食が入る。このパターンが一番多い。・新しい店舗も含めてほとんど会員になってもらっている。
②会員間の交流について <ul style="list-style-type: none">・月に1回定例会を行っており、そこで飲食はないが、意見交換をしている。また新年会に加えて、「かかしまつり」という大きな祭りがあるので、本番含め準備や片付けを通して、つながりができるようには心掛けている。・会員間同士の連絡が課題であったが、LINE アプリができたので、半数ぐらいはLINE でつながっているため連絡の手間が多少改善された。物販と飲食では日中活動できる時間が異なるので、今後はさらにそういったものを活用していきたい。
□景況感について
①来街者層 <ul style="list-style-type: none">・周辺に勤めに来ている人と住んでいる人がメインになる。わざわざ遊びに来る人はほとんどいない。東京タワーに行って、店を探してここに来たという人はいる。・外国人は住人としても増えている。近くにホテルが3棟あるので、住人よりも観光客のほうが増えてきていると思われる。
□貴団体の取組について
①定期的な取組 <ul style="list-style-type: none">・毎年「かかしまつり」や歳末セールを開催している。「かかしまつり」は大きいですが、ほぼ商店会だけで運営しているため、それが大きな手間になっている。・ホームページの店舗の情報は、区から紹介していただいた業者に頼んでいる。そうすると、一歩、二歩遅い更新になる。そういうことをやれる人材がいればいいのか、またはそういったことを扱う業者が商店会に入ってくればいいのか。
②取り組む上での課題 <ul style="list-style-type: none">・イベントを行うときの連絡が業種によって時間帯が異なるので大変になっている。準備や掃除などは休みの日を使うしかなく、それ以外にも細かいことがたくさんある。・イベントの規模が大きくなってきたので、あいさつ回りも含めて、近隣への配慮が大変である。また、補助金をもらって運営しているため、役所へ提出する書類を作るのも手間がかかっている。・人手は商店会として大学生や高校生とつながっているところがあるので、そういった人が来てくれれば大丈夫だが、今年は、区がマッチングしてくれたボランティアのシステムで、2～3人が応援に来てくれた。

③新たな取組

- ・新規の取組は、今のメンバーではなかなか考えられない。会員の中でも積極的な人や、様々な考えの人がいる。一歩前へ出る人が増えれば何か考えられると思うが、現状は難しい。
- ・高齢だがこれまで携わってくれている人はお願いすれば引き受けてくれるが、新しい人で、1人か2人で商売している店は最初からできないという人のほうが多い。そういう人ほど商店会に何かを求めていることが多い。
- ・理想はやはり地域の住人を抱き込むことだと思う。少しでいいのでごみ集めや入ってはいけない建物の前で誘導してもらっただけでも助かる。

□課題・区への要望など

①要望

- ・区長や区商連の会長などが、「商店街を使ってほしい」ということを発言しているが、「なぜか」ということをもっと核心まで触れて、そうしないと「商店街がなくなる」というところまで言ってほしい。
- ・町会や神社の祭りでもそうだが、町会費を払っていないのに他の町会のみこしを担いでいる。今では当たり前のことかもしれないが、なぜ氏神様がいて、氏子がいるかという話と同様に、なぜ町会があるとよいのかということをもっと行政が明確に説明したほうが良い。

(4) 麻布十番商店街振興組合【麻布地区】

□団体の概要

①商店会への加盟状況

- ・会員数は396店舗で、徐々に増えている。特に飲食店が増える傾向にある。
- ・業種としては圧倒的に飲食が多い。飲食といっても、いわゆる店内で飲食ができる店と、お菓子の飲食と両方がある。どちらかという普通の飲食のほうが多いが、お土産のお菓子などがこの何年かは増えてきている。
- ・十番ルールを設け、なるべく会員になるように促しているが、確信的に入らない店がどうしても出てしまう。昔のように横のつながりの中で、売り出しといったイベントを商店街ではある程度行っているが、全店舗参加の商店街行事というのは難しい時代になってきている。そういうところで会員になるメリットを感じないかもしれない。

②会員間の交流について

- ・年1回、2月に研修会を開催して会員同士の横のつながりを作る機会を設けて、最近の話題に沿った講演と懇親会を行っている。去年だと消費税の軽減税率について、税務署の所長に講演をお願いした。
- ・本年は講演会に約80名、交流会に約130名の参加があった。

□景況感について

①来街者層

- ・大晦日に氷川神社と十番稲荷神社に行ったが、この数年間を見ると、徐々にそういった所に来る客の数は減ってきている。以前は夜通し人が切れなかったが、だいぶ人数が減った。これまで大晦日や元日に来ていた客が、必ずしもその日ではなく、分散化して正月の内くらいに来る形に、だんだんスタイルが変わってきているのではないか。
- ・歳末の売り出しでは、昨年よりは福引の当たりの数が少なかったもので、客数も減少したものと思われる。
- ・若者が多いが、家族連れも結構いる。外国人はもともと住んでいる比率は他地区に比べると多いので、周辺に住んでいる人は来るが、インバウンドという感じではない。

②来街者に向けた取組

- ・十番の地図を作るときには、必ず店舗のマップの裏面等には、十番の名所・旧跡等々を紹介するようにしている。毎月出している十番だよりも十番になじみのない方でも楽しめる形の記事を多く出す工夫をしている。

□貴団体の取組について

①定期的な取組

- ・毎年8月の十番まつりが人出からいうと一番大きいイベントになる。その他に、2月に節分、4月初旬に花まつり、7月に七夕、9月に秋祭り、10月にハロウィン、11月に酉の市、12月になまはげを呼んだり、餅つきをしている。この2年はプロレスの興行も行うなど、12月は売り出しがあるので、土日には必ず何かイベントを入れるようにしている。

②取り組む上での課題

- ・組合ではイベントの手伝いを理事中心に活動してもらおうということで、40人の理事を選んでいるが、そのうち何人がそういったイベントの手伝いとして出てきてもらえるか、だんだん難しくなっている。
- ・昔だったら家族労働でうまく回転できたのが、現在は人がいないため、イベントを手伝うと店が開けられないといった状況の店舗がどんどん増えている。また雇われ店長は地元の間人ではないので、そういったイベント等のお手伝いは難しいという場合も多く、イベントを手伝いしてくれる絶対数が徐々に少なくなり、なおかつ高齢化も進んでいる状況にある。
- ・イベントをいくつか減らしていきたいという話も出ていて、実際に一昨年までやっていた十の日というイベントは昨年は取りやめにした。10月10日は以前は祭日で、十番の10のつく日、祭日であれば人出もあるので、各店舗の安売りを中心にイベントはやってきたが、そういったイベントを打てる店が少なくなってきた。例えば、安売りをやるためのチラシを作るのにチラシが埋まらなくなってきた、多くの費用を使ってやる意味がなくなってきた。

③新たな取組

- ・売り出しは福引という形でやっているが、今後はその形を変えようと試行錯誤で様々な取組を行っているが、なかなか決定的なものが出ない。費用が伴うので、各店舗の参加を促すのに、結構苦労している。ある程度新しく参加できる店舗が増えれば、やりがいもあるが、なかなかそういったことにはならない。

□課題・区への要望など

①悩みごと

- ・社会的な問題になっているが、プラスチックごみの処理について商店街としても取組を始めている。プラスチックから紙の容器に変えると、コストが10倍くらいになってしまう。イベントを打つに当たってそういったコストがかかるので、その部分をどうするか課題である。
- ・区の施策の中で、モデルケースとして提案してもらいたい。例えば、納涼まつりだと飲食が多いので、焼きそばをどういう形の容器に入れていくかといった、いくつか試用的なものを考えていただくと非常に助かる。商店会として提案しても、いろんな業者が入っているので、強制的にそれを使ってもらうのはかなり難しい。一商店会では限界があるため、行政のほうで全区的に支援策を出してもらえれば前進する部分も出てくると思う。

(5) 青山外苑前商店街振興組合【赤坂地区】

□団体の概要
①商店会への加盟状況 <ul style="list-style-type: none">・会員数は約 100 店舗になる。最近では飲食店が増えてきているのと、企業が多くなっている。物販店は減少してきている。・場所柄、一般企業に協力してもらっているところが多い。また、ヤクルトスワローズや日本ラグビー協会、スーパーラグビーといったスポーツ関連の団体が協力してくれているのが他にはない特徴だと思う。・会員の入れ替えは多少あり、新規の店舗ができると勧誘に行くが、会員のメリットを聞かれるので、カード事業や独自のごみ収集などメリットの一覧表を作っているが、あまり良い反応はない。付き合いだけでは、どこも入ってくれないのが現状だ。
②会員間の交流について <ul style="list-style-type: none">・月に 2 回、地域の清掃を行っている。毎回 20 人から 30 人くらい参加して掃除をしている。また、時計台の広場に花壇があるが、花壇の水やりは商店会の仕事になっている。
□景況感について
①来街者層 <ul style="list-style-type: none">・周辺は企業が多いので、サラリーマンが圧倒的に多い。ランチタイムはすごく賑わっている。高齢化は進んでいるが、地域住民もかなりいる。・ここ数年の客足は変わらないが、外国人は何となく街中で増えてきたという感じはある。・ラグビーワールドカップに新国立競技場が間に合わなかったのは相当痛い。正直あれだけ盛り上がると思わなかった。
②周辺環境の変化 <ul style="list-style-type: none">・新国立競技場ができたが、東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会では開会式と閉会式、陸上競技と女子のサッカー競技くらいしか新国立ではやらないので、思ったほどメリットはないかもしれない。新国立を見に来る人たちはいるだろうが、ラグビーワールドカップのときみたいに一会場に集中的に集まる日がそれほどない。オリンピックが始まればそこそこの人出はあると思われるが、期間中ずっとということにはならないと思う。
□貴団体の取組について
①定期的な取組 <ul style="list-style-type: none">・一番大きなイベントは、郡上おどりを毎年 6 月にやっている。また落語会を年に 3～4 回開催している。落語会はチケットを販売して、それに商品券を付けて、帰りに近隣のこの商店会員のお店に行ってくださいというイベントで、30 回近くやっている。随分常連客も出てきたので、なんとか客の確保をしている。・ヤクルトやラグビー協会が会員になっているので、年に数回だが商店会が半分負担をして観戦チケットを販売している。今回は大学選手権の決勝が新国立で初めてあるので、ラグビー協会の協力で 50 枚ほど自由席の券を用意頂いたが、商店会員に情報を流した瞬間に完売した。これができるのもラグビー協会との普段の付き合いがあるからだと思っている。

②取り組む上での課題

- ・役員は地元の者が中心で、イベントをやるときには各企業が人を出してくれる。商店会の中でも企業を入れて若い人をどんどん入れようという意見と、それは違うのではないかという意見と、両方ある。

③新たな取組

- ・これ以上の取組は難しい。一番の問題は、営利目的の事業ができないので、資金力がない。少ない資金では港区の助成金を頼るしかないというのが現状で、現在助成金を2つ申請しているが、これ以上自腹を切つてまでやるほど余裕も人員もない。

□課題・区への要望など

①悩みごと

- ・自転車対策は以前から言っているが、国道に駐輪施設を置くことに許可が降りない。表参道でも青山一丁目でも、駐輪場があるので多少対策はできるが、外苑前は余っている土地がない。駅前の自転車放置というのは昔から問題で、青山通りがきれいになっても変わらない。
- ・東京 2020 オリンピック・パラリンピック後に神宮球場やラグビー場を建て替える計画がある。段階的に建設する10年計画だが、説明会を聞くと街の風景が一変してしまう。高層ビルがいくつもできると、風害に加え、人の流れが変わる恐れがある。いちよう並木から抜けるようになり、商店街を通らないで行くようになると、死活問題になる。

②その他

- ・外苑前の駅を広げてほしいが、地下ケーブルや共同溝があり、これ以上広げられないということがある。出口はきれいにし、バリアフリーのエレベーターやエスカレーターはオリンピックには間に合わせるようだが、ホームが狭い。Jリーグと野球を一緒にやると、ホームに人があふれて結構電車が止まっていた。

(6) 赤坂通り商店会【赤坂地区】

□団体の概要
①商店会への加盟状況 <ul style="list-style-type: none">・現在の会員数は75店舗くらい。平成元年では、店舗数は100店舗くらいあった。バブルが崩壊して街の変動などで25%くらい減っている。役員が勧誘しているので、75店舗を維持している。商店会として地元のまちづくりも含めて動いてくれている理事の数は30年前に比べたら10分の1になっている。・最近はチェーン店の飲食が増えている。赤坂通りは、商売をやっていた人が自社ビルを持っていることが多いので、それを不動産という形で引き続き会員になってくれているところも多い。実際に物販店や中華料理屋、喫茶店など、個人の飲食店は大多数が閉店した。商店会という形はあっても、動ける組織ではなくなっているのが現状だ。
□景況感について
①来街者層 <ul style="list-style-type: none">・赤坂という立地から、ビジネスマンやOLが中心になる。・赤坂ではホテルがかなり増えているので、外国人もインバウンドの客が多い。外国人客が増えているのでチェーン店も日曜日に店を開くようになった。会員でゲストハウスを運営しているところがあるが、人の流れが良く、赤坂でもう一店舗出したいといっていた。個性のあるゲストハウスなので、そういう業種は発展できると思う。・人は増えている感じはするが、個人の店舗がターゲットになっていない。チェーン店は外国人にもなじみがあり、値段が安心できる。SNSでもワンコインで入れる店として紹介される。個人店舗は港区でメニューの英語化など提案をしてもらおうが、難しい感じはしている。
□貴団体の取組について
①取組内容 <ul style="list-style-type: none">・会員数が減ってきているので、10年前から隣接する商店会や地域の町会の意識ある人で、まちづくりを念頭に、「赤坂通りまちづくりの会」という組織をつくった。まちの清掃活動、警察と東京都と港区が参加して違法看板の撤去パトロール、定例会などを毎月行っている。赤坂通りに建つビルや、出店する事業者に対して、まちの景観やまちルールに則した商売、ビルの建て替えなどについて提案している。・商店会では赤坂秋まつりや12月に大抽選会などのイベントを行っているが、まちづくりの会ではイベントの人的なサポートや赤坂土産としてグッズを提案している。
②取り組む上での課題 <ul style="list-style-type: none">・みんなアイデアはあるが、任意団体の商店会は自分が汗をかかなければならない。それはボランティアであって、アルバイトには賃金は払うが、理事は無償で動いているのが原則なので、そこを根源にしているとなかなか現状は汗をかくまではいけない。今までは、土地を愛する個人商店主が理事だったので、変動多いチェーン店の店長に理事をお願いするのは難しい現状になっている。・赤坂地区総合支所でまちづくりの活性化として、なるべく若手の起業家に参加してもらい港区の活性化についての意見を聞いている。先ほどのゲストハウスのオーナーも海外でいろいろ

ろと経験して、そういった人たちの知識が必要で、何かを企画してくれれば応援する気持ちはある。ただ彼らも仕事が忙しいので、昔みたいな理事の形で動くことは難しい。

③新たな取組

- ・新しいことを始めるにしても結局人がいなければどうしようもないところがあり、みんな良くしていこうという気持ちはあるが、ただ時間に余裕がある人はいない。
- ・赤坂通り沿いに再開発等が始まると思うが、それをきっかけにして企業のマンパワーや知恵も借りて、まち全体のブランドを呼び起こしたいと、理事の中では考えている。やはり大きいデベロッパーがまちを一緒に変えていく、それに商店会も協力していくという形でないと、まちの活性化はなかなか難しい。

□課題・区への要望など

①悩みごと

- ・港区から多くの提案をいただき、魅力的なものはあるが、現状の助成金は使いにくい。個人の店舗にも提案するが、やはり自分の商売がどうなるかわからないし、店を閉めることを念頭に置いているということもあり、積極的に勧められない。店舗改装などとてもいい話だが、今後10年先まで店舗を続けていくのか不透明な部分があったり、チェーン店は対象にしないといった要件もある。
- ・産業振興課の助成金は商店会のイベントに特化されている部分がある。港区でも町会や商店会への補助金が多いと思うので、どういったものが使いやすいか調査して、補助金の制度の在り方みたいなものを整理したほうが良い。

②その他

- ・商店会長の集まりでは、いつ商店会を合同にするかなど現実に出ている。どこの商店会も動いてくれる人がいないというのが現状になっている。4～5人いるとまだ動けるが、ほとんどが1～2人で、しかも若い人が入ってくれないので動けない。

(7) メリーロード高輪【高輪地区】

□団体の概要
①商店会への加盟状況 <ul style="list-style-type: none">・会員数は現在 48 店舗で激減している。業種は圧倒的に飲食店が多い。・スーパーやコンビニなど、チェーン店もいくつかあるが、そういったところは商店会に加盟しない。・現在の商店は現実には二世帯ではやっていけない。子どもは後を継がないので、店主が高齢でやめれば店をたたむしかない。その後マンションを建てたり、そのまま店を貸したり、そうになると借りる側は飲食店ばかりなので、生鮮三品がまったくなくなってしまう。
□景況感について
①来街者層 <ul style="list-style-type: none">・この辺は地元の客が多い。小学校が足りなくなるほど人口が増えている。・大使館も多いので外国人の客も多い。またロシア領事館が高輪にあるので、そういう人たちが結構来る。通りがかりの外国人や観光客の外国人はほとんど来ないが、あるパン屋は中国の旅行ガイド載ったらしく、中国人が多く来ている。
②周辺環境の変化 <ul style="list-style-type: none">・空き店舗は結構ある。そういったところは2、3軒が固まってマンションに変わってしまう。そこに1階を店舗にしてくれと要望書を出したが店舗にはならない。マンションができて、人口は増えるが店舗は減る一方になる。
□貴団体の取組について
①定期的な取組 <ul style="list-style-type: none">・5月に加藤清正公を祭っているお寺の祭りがあり、そこで「のれんの市」という催しを行っている。警察の調べだと2万人の人出だが、そこに商店会で出店をしている。加藤清正公なので熊本でゆかりの人気キャラクターくまモンが参加する。くまモンは事前に申し込んでおくと、費用がかからない。・新しく始めたハロウィンは、本来1商店会で補助金は2つまでと言われているが、商店会合同でイベントをやると3つ目の補助金をもらえるのでやっている。子どもたちはとても喜び、若い母親が多いので、張り切って全店舗を回っている。
②取り組む上での課題 <ul style="list-style-type: none">・人手は足りないので、近隣の東海大学の学生にアルバイトとして手伝ってもらっている。港区から補助金をもらっているからできている。商店会の会員でも出店する人は手伝うが、そもそも出店しない店は出てこない。高齢者が多いので、店を開けていても、イベントに参加する人は少ない。
③新たな取組 <ul style="list-style-type: none">・人手不足で新たな取組は考えられない。今までやっている5月の加藤清正公のイベントと年末売り出しのイベントをこなすだけで精いっぱい。去年はイルミネーションが火事になってできなかったが、今年もできるかどうか分からない。今まで長年やってきたイベントをこなすだけでも大変苦労している。

□課題・区への要望など

①悩みごと

- ・高輪に店舗を出しても、商店会に入らないという店もあり、そこは困っている。商店会に入るメリットを感じていないと思われる。
- ・カード事業のMSCシステムがあるが、個人で入るよりも商店会を通して入ると手数料の優遇がある。その優遇が使いたくて、3~4年前からいるのに昨年慌てて商店会に加入した店舗もいくつかあった。

②区への要望

- ・これまで通り補助金を維持してほしい。
- ・小さな店舗は相続税の支払いが大変で、それによって代替わりがうまくいかないこともあり、その辺を軽減できるものがあればよい。

(8) 白金プラザ会 【高輪地区】

□団体の概要
①商店会への加盟状況 <ul style="list-style-type: none">・現在の会員数は40店舗になり、近年多少増加している。・業種は飲食が15店舗、物販・サービスが16店舗、医療系が9施設になる。・再開発で出来たまちだが、地権者自身が店舗を運営している例は少ない。おそらく半分以上はオーナーがいてテナントとして入っている。
②会員間の交流について <ul style="list-style-type: none">・新年会や総会でも、オーナーが近くにいないので参加してこない。さらに会費が発生すると参加率は下がる。・新年会は50~60人が参加する。区役所からも担当者が来るし、区長や議員に加え、ここが地盤の国会議員や都議会議員も参加する。そういった総会があるのでオーナーでなくても出られるようなことを考え、極力、交流は作っていこうと考えている。
□景況感について
①来街者層 <ul style="list-style-type: none">・地域に住んでいる人が中心である。・近くに大使館はあるが、外国人はそれほど来てない。
②周辺環境の変化 <ul style="list-style-type: none">・近くで大きな開発があると一旦客は離れてしまう。近隣に引っ越してくれればいいが、そうでない場合はなかなか戻ってこない。後々人口が定着すればよいが、理容のような客商売をやっているとそこに居た人が居なくなるのでどうしても客は減ってくる。・白金はかつて陸の孤島で町工場が多かった。夜10時を過ぎたら交通機関ないので、田町、品川、恵比寿でもタクシー利用だったが、地下鉄が通ってから便利になり、マンションが多くなった代わりに生鮮品などを扱う店はなくなってしまった。
□貴団体の取組について
①定期的な取組 <ul style="list-style-type: none">・夏の「天の川蛍祭」、冬の「スノーフェスタ」、高輪ブロックの商店会が開催しているハロウィンのイベントがあり、すべてのイベントで結構な人出がある。・各イベントは地方と交流して行っており、「天の川蛍祭」は山形県庄内町からゲンジボタルをお願いして、ホテル観賞や縁日、物産展などを行っている。「スノーフェスタ」は新潟県十日町市から本物の雪を持って来て雪ひろばを作っている。
②取り組む上での課題 <ul style="list-style-type: none">・イベントが大きくなりすぎてしまった。周辺にマンションがあり、いろんな人がいるので、騒音や敷地内での飲食に関し苦情が来たりする。警備会社を入れて対応しているが、費用も掛かり、大きくなればなるほどいろんな意見が聞こえてくる。・イベントでにぎわいは作れていると思うが、人手がかかる。ハロウィンでアメを配るのに人員を取られてしまい、飲食店でも昼の忙しい時に休憩時間を削って対応している。

・インバウンドの外国人対応にしてもキャッシュレス対応でも、商店会としていろいろな案内をしても結局は各店舗の判断になる。

③新たな取組

・イベントが大きくなりすぎたので、現在行っているものの質を高める方向で考えている。

□課題・区への要望など

①悩みごと

・補助金をもらえればありがたいが、おそらく限度いっぱい。補助金といっても区が3分の1、東京都が3分の1、商店会が3分の1という割合なので、なかなか難しいと思う。イベントを年に3回増やせばと思うが、あまり大きくしても負担がかかる。

(9) 芝浦商店会【芝浦港南地区】

□団体の概要
①商店会への加盟状況 <ul style="list-style-type: none">・会員数は現在 140 店舗で、ほとんどが飲食店になる。・昔から芝浦は飲食店が多く物販店は少ない。・ここ 2～3 年はいくつかの入れ替わりはあるが、会員数にほとんど変化はない。・再開発されたムスブ田町も管理組合として会員に入っている。そういう意味では大きなビルも含め一通り会員に入ってもらっている。
□景況感について
①来街者層 <ul style="list-style-type: none">・客層はほぼ近隣サラリーマンになる。近隣にマンションも立地し、人口は増えているが、商店会の利用客はそんなに増えていない。・住民も利用しているのは、飲食関係で、物販がない。もともと芝浦に物販自体が少なく、住民からは増やしてほしいという要望はあっても、なかなかマッチしない。・ファミリー層が増えても、働いている世代が多く、共働き世帯が多い感じはする。この周辺のマンションはそんなに低価格ではないので、子どもを抱えて共働きで働いている人のほうが多いと思う。そうなると、平日は基本的に住んでいる人は来ないが、ランチの時間帯はサラリーマンであふれている。・夜は昔と違って、目的があるものにはしかお金を出さない。会社でも社内接待はなくなり、正式な接待、目的があるものにはしかお金が下りない時代になった。だから、働いている人も何もないと帰ってしまう。・外国人で住んでいる人はそんなに来ない。ホテルができて、ムスブ田町の中のチェーン系や洋風な店は、外国人を見かけるが、どれだけの頻度で来ているかは分からない。 ②周辺環境の変化 <ul style="list-style-type: none">・駅前の再開発があり、橋から海側は客が若干少なくなった。来街者が増えても、利用してくれなければ意味がない。土日はムスブ田町などでは昼間に子連れランチなど多くなっているようだ。
□貴団体の取組について
①定期的な取組 <ul style="list-style-type: none">・イベントは多く、夏は芝浦まつり、秋は運河まつり、11 月には福引セールと、毎年三大イベントで行っている。・近隣だと、夏祭りは 1、2 丁目、海岸にもある。海岸は商店会がないので町会だけだが、1～4 丁目は商店会と町会が一緒にやっている。・芝浦工業大学とは 5 団体の連絡協議会で連絡を取っているくらいで、あとは運河まつりにはブースを出してもらっている。 ②取り組む上での課題 <ul style="list-style-type: none">・いつも後継者が課題になっている。会の長ではなく、運営側の長を誰がやるのが課題。そ

のときの実行委員会の長を誰がやるかいつももめて、次がないとみんなが言っている。

③新たな取組

- ・商店会の中でうまくお金が回れば良いと思っている。会員数はそれほど増えてはいないが、グランパークやアイランドに加えて、駅前の開発ができたので、まとまった金額の会費が集まるようになった。それをどう会員に還元するかを考えている。
- ・単にイベントの祭りだけで消化すると、参加した人にはメリットがあっても、結局、会員全員には行き渡らない。商店会に入って何の意味を見出すためにも、何か還元できるものといったらお金しかないが、ばらまきは良くないので何ができるか考えている。
- ・ほぼ飲食店の集まりなので、忘年会は会員の店を使って回るようにしているが、これだけ大きくなると40~50人集まるので、なかなか大きいところでしかできない。小さい店にもメリットがあることをしたいと考えている。
- ・また、商店会のスーパーマーケットで買い物をする際に、少しでも安くできる仕組みが出来れば良い。そうすると商品原価も下がるようになる。

□課題・区への要望など

①悩みごと

- ・住民利用も、飲食店中心になると、大体休日は休みの店が多く、駅前しか開いていない。また、交通の便が良いので、銀座、六本木、渋谷、新宿など、行こうと思えば行けてしまうので、なかなか住民もお金を落としてくれない。

②人の流れを回す仕掛け

- ・芝浦商店会、駅前、芝浦アイランドの間でうまく人を回す仕掛けが欲しい。これだけ会社があって、駅から遠い所はバスを出しているが、駅の前で止めるので、商店会のほうに足が向かない。何か目的がないと逆流しない。人はいるので、まちに出てくる仕掛けがあればいい。

(10) アクアシティお台場テナント会【芝浦港南地区】

□団体の概要

①商店会への加盟状況

- ・会員数は約 130 店舗になる。
- ・基本的にアクアシティの出店者で構成され、業種は小売、飲食が中心になる。
- ・最近では服が売れなくなって、多少雑貨が増えている。

②会員間の交流について

- ・テナント会は、ショッピングセンターの中で福利厚生的な側面が強く、出店企業から会費を頂いてまち全体の取組や繋がりを作ることや求人への支援、研修を行っている。企業というよりここで働くスタッフ一人ひとりに焦点を当てるところに会費を使っている。

□景況感について

①来街者層

- ・客数は今年から少し減少傾向になり、外国人も含めて減っていると思われる。要因はお台場も 20 年たち、台場の観光地としてのインパクトが弱まってきた。昔は東京観光といったらまらず台場といった感じもあったが、他にも分散され、必ずしも台場に来ることがなくなった。
- ・令和になっての 10 連休や年末年始も休みが少し長めだと関東圏の人たちは海外に行ってしまうと思われる。通期で見ても年々減っていて、台場駅の乗降客数も弱くなっていると聞いている。
- ・平均でいくと 30 歳ぐらいの客層がメインターゲットになっている。また修学旅行生も多い。昨年の 10 連休はファミリー層などは海外に行ってしまう、かなり若い人たちがお台場に来たということをテナントから聞いている。

②周辺環境の変化

- ・中国人観光客の爆買いが落ち着き、バスツアーの数もかなり減っている。中国人観光客は 1 回はお台場に来ていると思うが、2 回、3 回になると渋谷や新宿に行くようになるのではないかと。毎年来館者調査をしているが、その報告でもそういった傾向が見られ、お台場の地区全体で減っている。一方で、中欧などヨーロッパからの観光客が相対的に目立つようになってきた。
- ・ラグビーのワールドカップがあり、世界中から人が集まってきたので、大きな団体できていた中国人観光客がホテルを取れなくて来なかったという要因も考えられる。

□貴団体の取組について

①区との連携

- ・各シーズンのセールや初売りは定期的に行っている。メインは、クリスマスイベントになる。
- ・港区のフォトコンテストに協賛したり、港区のフラッグ制度への協力、観光ガイドのヒアリングなど細々としたところだが連携している。

②新たな取組

- ・常に集客活動をしていく必要があるので、情報発信の媒体に変化を付けることを考えている。
- ・東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会では、ドイツのナショナルハウスができるので、それに合わせて、ドイツと何かイベントができれば良いと考えているが、警備などの課題もある。
- ・東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会会場の入り口が近くにでき、入場規制の関係で施設近くに列ができるらしく、アクアシティに入ってこれなくなってしまう。東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会で期待もあるが、懸念する部分も多い。

□課題・区への要望など

①悩みごと

- ・台場にとにかく人を呼びたいので、お台場でいろんなイベントができればいいという思っている。どちらかという江東区側のヴィーナスフォートにチームラボができた、その人気があるのと、ビッグサイトが東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会の関係で半分くらい閉まり、サテライトで青海展示棟がテレポート駅の所にできたので、なんとなく人の流れがそちら側にシフトしている感じはある。
- ・台場のレインボーブリッジと海が見えるビューは抜群なものがあるので、その立地を生かしもう一度海側に人を呼びたいと考えている。シンプルに言うと、海浜公園周辺でイベントを頻繁に行えば来街者も増えると思う。
- ・夜景はレインボーブリッジがあり東京タワーも見えるので、強いところはあるが、もうひとつコンテンツぐらい何か夜で楽しめると面白い。

②その他

- ・ゆりかもめの終電も結構早く、ビジネスで来てその後に台場で遊ぶという感じにはならない。六本木や赤坂だと、ビジネス客も外国人も日本人も同じだが、夜に食事に行ったり、遊んだりすると思うが、台場はそういうところではない。

Ⅲ その他関連団体

(1) 東京中小企業家同友会港支部

□団体の概要

①団体概要

- ・会員数は現在 212 名になり、昨年で 10 名近く増えた。中小企業家とは経営者の個人という考え方で、例えば一人の個人事業主から、従業員 100 名、200 名のいる経営者も同じ一経営者としては対等、平等の立場で、お互い切磋琢磨して勉強していこうという考え方になる。他の団体だと会歴や社歴、事業規模によって会費、賦課金も違うと思うが、当会は個人事業主も大規模の企業も、会費は同じ金額を徴収している。
- ・業種は様々で、IT 業種からテレビ番組の会社、また港区では数少ないと思うが製造業の経営者もいる。またテレビ CM の絵コンテの作成やデジタル加工など、多様な業種が入会している。港支部の特徴だと、ある程度組織だった従業員規模の大きい経営者が多い。
- ・長く続けている会員は、30 年から 40 年と親子 2 代で続けている企業がいる。即物的なメリットを求める方は、比較的入会してもすぐ退会する方もいる。会の目的は良い経営、会社をつくるという勉強会なので、その価値を感じて、勉強になると思ってくれる方は続けている。

②会員間の交流について

- ・オフィシャルな勉強会、例会のほかに、そこで知り合っただけで食事に行ったり、家族ぐるみでキャンプに行ったり、企業同士で一緒に合同の研修をやったりといった交流になっている。港支部単独というよりも、同友会全体で合同での社員研修もある。また、港支部の会員が千代田、中央、新宿など、他の支部の例会にも参加できるので、そこでも交流が広がっていると思われる。

□貴団体の取組について

①定期的な取組

- ・毎月、経営に関するテーマで勉強会を行うなど、月に必ず 2 回は集まって活動している。月 2 回のうちの 1 回は、幹事会で、今後の活動、勉強内容をどういふことを企画しようかといった企画会議になる。役員会もそうだが、港支部のメンバーだったら誰でもオープンで参加できる会議になる。もう 1 回の勉強会のほうは、平均で大体 30~40 名ぐらい、多いときは 100 名近い参加で行われる。役員会の会場に、田町の港勤労福祉会館を利用しているが、新しく産業振興センターができるので、そちらを使えばよいと考えている。

②取り組む上での課題

- ・駅からのアクセスが良く、一定の広さと快適な会場が確保できればと考えている。民間の有料会場はあるが、コストパフォーマンスと考えると難しいという意見は出ている。現在、幹事会は港勤労福祉会館、定例会は会員の会議室において開催している。

□新たな取組について

- ・港区内に会社や住まいもあるので、地域の中でどう活動していくかということが、話題になっている。これは港支部だけではなく我々同友会の考え方だが、やはり中小企業は地域に根付いて、そこで雇用を生んで消費活動をするということ自体にも存在価値があると考えている。地域とともにどのように経営していくかは、顧客がどこにしようと、地域にあること自体が人と中小企業の社会的な責任であり、役割だろうと考えている。

□課題・区への要望など

①要望

- ・団体としては活動しやすい環境の確保になるが、経営者の視点は直接聞く機会をつくってほしい。例えば、完全に子育てが終わっている経営者と子育て中の経営者とではニーズも異なるし、それぞれ見えている課題が違うと思う。
- ・千代田区で行っている「千代田ビジネス大賞」のような制度の港区版を作ってほしい。

※ 「第4次港区産業振興プラン策定に係る基礎調査報告書（令和2年2月）」より