

「台東区中小企業振興センターリニューアルに関するサウンディング型市場調査」

結果の概要について

台東区中小企業振興センターのリニューアルにあたり、公益財団法人台東区産業振興事業団等が担う中小企業支援機能、台東デザイナーズビレッジの創業支援機能に加えて、事業者等の交流を促進する交流機能を整備します。

創業支援機能及び交流機能について、事業者による運営を検討するため、サウンディングを実施しましたので、結果を公表いたします。

1. サウンディング調査の概要

(1) 概要

現地見学会、対話を次のとおり実施し、計11の事業者等が参加

① 現地見学会

開催日：令和7年10月28日（火）

参加者数：9団体

② 対話

開催日：令和7年11月28日（金）～12月5日（金）

参加者数：11団体

2. 対話概要

リニューアル後の中小企業振興センターに整備する創業支援機能・交流機能への参画意向を有する法人又は法人のグループから、施設コンセプトや各機能の運営等について、ご意見及び提案をいただきました。

区が指定した「提案シート」の項目に対する事業者からの主なご意見等は以下のとおりです。台東区では、これらのご意見等を参考に運営方法や事業者選定等の検討を進めてまいります。

提案シートの項目	事業者等からの主なご意見等
施設コンセプトについて	<ul style="list-style-type: none">・施設の強みとして、ひとつの施設で事業者の成長動線が完結すること、官民連携による厚い支援機能を備えていること、旧小島小学校という歴史的価値の高い建物を活かした空間性が挙げられる。・創業支援機能、交流機能、中小企業支援の各機能の役割を設定し、相談→交流→事業家販路→成長の成長プロセスを循環させる。・収支構造で駐車場収入が主で運営しており、この収入がなくなると赤

<p>(施設コンセプトについて)</p>	<p>字の部分が多くなるので、収支バランスを整えていくところも、継続した運営に関しては重要になると考える。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・旧小島小学校という歴史的建造物を活用する、なおかつこれをデザインで組み合わせている点では、クリエイティブ産業やデザイン系事業者の親和性が高いと考える。ここに、交流という機能が加わることで、場としての力が非常にあると感じている。 ・台東区は伝統的なファッション・皮革・ジュエリー産業の集積地であり、同時に上野の文化芸術と、「東京のブルックリン」と呼ばれる蔵前のクリエイティブシーンを包含する創造都市。当該施設は、TAITO COMPASS のアクションを体現しつつ、ファッション・デザインを核としながらクリエイターとテクノロジーとの融合を図る拠点として機能する。 ・上野と蔵前の間にあるということで、真ん中のスポットとして施設のポテンシャルがあるのではないか。 ・イノベーション拠点の世界的な潮流としては、仕事をする人だけに限らず、多様な人たちが来る、開かれた世界を提供することによって、ものづくりや何かを生み出す人たちの刺激にも繋がったり、売る場所がすぐそばに用意していることが多い。まさに、この施設もそれができると思う。 ・台東区が多様な文化が重なる多様性の町だと考えており、その多様性こそが今回のリニューアルの核となる部分と考える。 ・従来の「創作の場」にとどまらず、「売れるまで支援する」施設へ進化させることが、他自治体との差別化を生む鍵。そのためには、創業支援・中小企業支援・交流支援の3機能を有機的に連携させ、「創る・売る・つながる」を循環させるエコシステム構築が不可欠と考えている。 ・その土地に眠っているDNAみたいなものが一番重要。施設のキャッチコピー、施設のコンセプトが重要。 ・「中小企業支援」「創業支援」「交流」の3機能が、同一拠点に物理的・制度的に集約される点が強みであるが、並列に設置するだけでは効果は限定的。 ・ものづくりが好きな人作りたい人が集まる場所で、そのハブにここはなりうる。 ・台東区は地域ごとに異なる特性<文化の上野、伝統の浅草、革製品の浅草北部、食器のかっぱ橋、ジュエリーの御徒町、ものづくりの蔵前を持ち、それぞれが国内トップクラスになっている。「日本代表を集めた地域の集合」が台東区らしさであると思う。 ・台東区の枠を超えた「東東京」の「ものづくり中核施設」として、①
----------------------	--

<p>(施設コンセプトについて)</p>	<p>交流機能：つながりを生む役割、②創業支援機能：地域の新たなプレイヤーを生み出す役割、③中小企業支援：地域の豊かさを育てる役割、というバトンタッチ形式での連携を軸に台東区南部に新産業集積を図っていく。この3つの機能の相乗効果により、「台東区のものづくりネットワーク」と「応援団」、「ウェルビーイング都市」としてのブランドを形成する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・生活・文化・ものづくり・観光・福祉・産業っていう、生活と仕事に関する事が同じ地域内にぎゅっと詰まってることも、台東区の強みであると考え。 ・1つの目的でこの施設を使おうとすると人が集まらない。台東区内にはいろいろな事業者がいて、それぞれのネットワークを持ってる人たちが運営に関わってくると、それぞれの人たちが人を呼べる。そういった人たちがまじりあうようなコンセプトが望ましい。 ・既に実績と歴史ある取組であり、その個性を生かしながらコンセプトの実現を図るためには、コミュニティマネージャーがカギとなる。 ・スタートアップを全面に出したほうがいい町とそうじゃない町があると考えており、台東区の場合は出さなくていいと思っている。スタートアップという選択肢があるっていう程度で問題ない。 ・どの業種も変化を強いられる時代において、交流機能があることで業界外の生の情報獲得がしやすくなるのが魅力的。さらには、そこから生まれた挑戦のアイデアを創業支援機能・中小企業支援機能があることで、プロの支援を無料もしくは手頃な費用負担で得られ、形にしていけることがすばらしい。 ・各機能の従事者が同じビジョンを共有していることが大切。施設としてのインナーブランディング（施設全体として大切にしている価値観、めざす未来、態度などのある一定の統一感）をおろそかにしないようにすべき。 ・施設全体のテーマ設定があると、よりPRに強い施設になり、集まった人同士のシナジーが起りやすい施設になると考える。 ・区外の人たちが、自分たちにも関連してるから見に行きたいと思えるようなテーマがあると望ましい。 ・3機能が同居する産業振興拠点であること、復興小学校というレトロでデザイン的に意味のある場所でものづくり集積地の中心にある、既存の支援実績とブランド力が施設の強み。 ・ものづくりの部分の発展として台東区が力を入れていく産業振興の拠点としてリニューアルをする、活性化させていくというコンセプトに共感する。土地柄、小商いやご商売をやられている方が多いと聞いているので、再度着火点になるような、台東区のシンボルになりうると
----------------------	---

<p>(施設コンセプトについて)</p>	<p>理解している。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・産業と観光において他地域にない優位性があり、その地域資産のもとで中小企業支援、地域産業の活性化を展開できる場が本施設の強み。 ・全国的知名度を有する台東デザイナーズビレッジ、浅草ものづくり工房ともものづくりの2つの創業支援施設があり、またデザビレ起点のオープンファクトリーやモノマチ等、全国から人を呼び込み地域を巻き込むコンテンツ、他区にない産業と観光資本が集積するアドバンテージは価値が高い。文化芸術が根付く地であることも、国や東京都が後押しするエンタメ・クリエイティブ産業政策と親和性がある。 ・自治体、民間、区民、来街者等、多様なプレイヤーが行き来し交流する中で多様な価値観から共創やイノベーションが生まれる場となり、次世代の地域活性化拠点を目指せる。 ・台東区の地域資産を生かした上で、この次の100年に向けて、基幹産業となるプレイヤーの輩出を目指すような施設が望ましい。台東区には、他の区にはない強みがたくさんあるので、これを最大限に生かすことが、一番成功に近いと考える。 ・本施設の最大の強みは、歴史ある復興小学校という地域のシンボルにもなっている「ハード」を活かし、元より機能としてあった「中小企業支援」「創業支援」に加え、「交流」を盛り込むことで、より地域に愛されるシンボルとして機能させると共に、これまで以上に「創業支援」の強化を図っていける可能性がある。
<p>事業参画意向</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・創業支援機能、交流機能への単独での参画を想定。より厚いサービス提供を実現するために、アライアンスパートナー企業とのJV参画も検討する。 ・両機能への一体的参画を希望。ファッション・デザイン創業支援と地域交流促進の観点から密接不可分と考える。コンソーシアム方式を想定 <p>「創業支援機能」と「交流支援機能」の両方に深く関わる意向（JVを想定）。これらは分離すべきでなく、一体的に運営してこそ支援機能の本来の効果が発揮されると考えている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・創業支援機能、交流機能の両方への参画希望。JV形式。 ・交流機能・創業機能の参画を希望し、単独・JVいずれも対応可能。 ・単独では交流機能への参画を希望。場合により創業支援機能を持つチームと連携する可能性がある。 ・交流機能の運営を担う指定管理事業者としての参画を希望。併せて、創業支援機能の「交流を伴うプログラム企画・実施」についても、補完的な役割を担う意向がある。参画形態は、飲食運営・観光コンテン

<p>(事業参画意向)</p>	<p>ツ・IT/デジタル領域等について分野別パートナーと協働するJVを検討。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・交流機能の参画を検討したい。また、創業支援機能も条件によっては、他社と協業する座組みを整え、参画の検討をしたい。
<p>創業支援機能について</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・創業支援施設の入居者の同質性が高すぎるコミュニティは創造の幅を狭め、クロスジャンル協業が起きづらい。創業施設は「人が集まる・見に来る」こと自体が価値なので、来客頻度と可視性をもっと上げるべき。交流機能を活用し、「365日、何かが起きている場所」に変える必要がある。 ・創業者の伴走支援が重要になってくるので、伴走できるような支援者が配置できる体制が重要と考える。従来の助言型から月次の個別伴走という形で創業のバックアップを支援をしていくことが1つの方法。 ・ファッション・デザイン系に特化しているが、この時代の多様化や市場の多様化も考えると、ファッション・デザインにとどまらず、もう少し広域的に見ることが必要になると考える。例えばテックやマーケティング、動画、SNS等、多様な分野と融合することによって、新たなイノベーションが生まれてくると考える。デザインを軸にしつつ、デザインの周辺領域をいかに融合させていくのかが必要と考える。 ・創業者の挑戦を見える化してファンと支援者を増やすということが重要になってくる。ここに関しては交流機能を有効的に使えると考える。 ・創業支援の方策として、「BROOKLYN-STYLE(ブルックリンスタイル)」多様性創業支援、入居者・卒業生のデジタルアーカイブ構築、デジタルファブリケーション・プロトタイピング支援を実施。 ・デザイナーズビレッジは実績を生かしながら、新たな形でイノベティブなプレイヤーと今までここを育った方を融合していくような施設が望ましいと考える。また、国際的な魅力も取り入れられるようなコミュニティの形成も考える。 ・今までどのような人がいたかの一覧データがなく、検索性がないということに、どこの施設も課題があると思う。 ・誕生から成長までの伴走支援を確立し、TAITO 発ブランドの創出を狙う。成長後は地域商店街との連携も生み出す。 ・特に30代、20代のこれからの担う経営者はワントップでやるよりも何人かのチームで事業を行っているケースが多い。こういった経営チームを最初に作ることを大事と考える。 ・「卒業後の定着率向上」や「デザイン・コンテンツ系多様職種への対応拡張」に更なる可能性を感じている。

(創業支援機能について)

- ・作品のアウトリーチ先として交流拠点のカフェがあり、その店員は単なるカフェ店員ではなくコミュニティマネージャーとして、インキュベーション的な役割を担うことで、支援と関係性構築の両軸を丁寧にサポートする運営体制が理想と考える。
- ・卒業後のコミュニティづくりは、どこの施設も取り組めていなかったり、弱かったりする部分ではあるので、その辺りは新しくチャレンジすべき場所だと思っている。
- ・対面でないと取れないデータや声があるので、単独でお客さんを惹きつけるようなカフェがあって、そこがマグネットになっていろいろな人が出入りする場所だからこそ、そこに1つ置いておくプロダクトなどの商品が手に届く仕組みが必要。
- ・“閉じたアトリエ”から“開いた発表拠点”へ構造転換は必要。
- ・今までファッション雑貨にフォーカスをしていたのを、もう少し広げていく必要があると考える。
- ・BtoC 活動の増加に反して施設内での顧客接点が不足していたと思うが、今回リニューアルするのであれば顧客接点を1階に作ることで、2階以上のアトリエをいかにオープンしていくかを課題と考える。クリエイターが嫌がるころではあるが、入居や審査条件の1つのポイントにするなど、仕組み上で解決していくこともできると考える。
- ・アトリエをオープンにすることについて、セキュリティ問題があるのと、世に出てないクリエイティブというのがここから生まれているので、リソースの流出をどう防ぐかっていうところは課題。
- ・アパレル界でもファッションだけではなりたないマーケットで結果がでているので、入居対象についても大きな意味での消費財っていうものの方が化学反応が起きやすいと考える。
- ・創業支援をするうえで、他に収入があって家賃が安いからいるっていうのではなく、それで食べていく覚悟があるんですかみたいところは聞きたい。
- ・創業支援の方策として、①入居予備軍向け（創業初期から計画期）の支援、②入居者向けの支援、③区内に定着した卒業生に対する支援を想定。
- ・昨今の区内の家賃相場は創業者の域を超えている。この辺りの対策も今後必要になり、評価指標も変えなければならないのではないかと考える。
- ・プレイベントについて、改装期間中この場所が使えないため、セミナー・マルシェの集客は非常に難しい。創業支援の方で言うと入居予備軍をどう集めるかが課題。デザインフェスタなど大きなイベントに出ていたり、出張でセミナーをやる形になると考える。

(創業支援機能について)

- ・交流からジェネラルの創業支援までは地続きのイメージであり、オープンな領域に入ってくるところからは、専門家を紹介したほうがいいという感覚。
- ・「地域×産業×業界」をつなぐ関係人口の拡大、地域に開かれた交流イベントの定期的開催で現在の課題解決を図る。
- ・インキュベーションマネージャーとの面談や相談については、創業者は時間の制約が非常に大きいので、基本的にはオンラインで済む部分はオンラインで済ませていくような体制がいいと考える。
- ・1人の方がものづくりで社会的な発信をしていきたいのであれば、そういう方たちに関わってもらえるようなメンタリングのシステムであるとか、専門家の人たちにどんどん関わってもらいながら現行システムを大きく作っていくというやり方がいいと考える。
- ・多様な属性を持つ複数の支援者による支援スタイルに変えることで、入居者層に幅を持たせられる。
- ・創業支援の方策として、多様な起業家と対峙できるよう、支援者は、複数名のインキュベーションマネージャー、外部メンターを配置。個性のあるクリエイターが多様な支援者からアドバイスを受けられ、事業成長できる機会を提供する。
- ・インキュベーションマネージャーと、コミュニティマネージャーは明確に分けて、インキュベーションマネージャーは経営と起業支援に、コミュニティマネージャーは施設運営や人と人をつなぐという部分の役割を担うことを想定している。
- ・リアルの場で会うことも大事だが、20社近い事業者が顔を合わせるとするのは物理的に難しいため、オンライン上でやりとりができるツールを使い、コミュニケーションを補完するような機能が求められる。
- ・入居者がいろんな支援者の方からのフィードバックや視点を得られるというところにメリットを感じてもらいたいと考えており、実際そのような声もある。
- ・行政は民間への利益誘導がネック。ただ、起業家に向き合うのであれば、事業者にとって必要な方がいたら、それは両者の契約の元でつなげた方がいい。もっと積極的に受け入れられる体制ができると、「台東区が起業を応援しているらしい」といった噂で、違う領域の人たちが入ってくるきっかけにもなりうると思う。
- ・施設が地域に対してクローズドであったことが、BtoCの展開や卒業後の定着に必要な地域・異業種とのネットワーク構築の機会を限定的にしていたのではないかと推察している。リニューアルは、この「内向き」の構造を「外向き」に転換する絶好の機会と捉えている。

<p>交流機能について</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「新たな価値が生まれる、なにかが起こる場」として、実際の事業成果が生まれる実働の場への移行、創業者が入居初期から一般顧客と接点を持つファン獲得できる動線、地域住民・観光客が自然に入り込める仕組み、中小企業とのかかわりや連携が生まれる仕組みを考えている。 ・台東区はインバウンド、観光客も多いため、地域住民や観光客が自然に入り込んで、商品と触れる仕組みがつくれる。そのために、実店舗やカフェの設置が必要と考える。 ・カフェは、人が自然に滞在して商品に触れて創業者と会話できる場や創業者もニーズの取得に繋がるような形に設計し、ただカフェをつくるのではなく、商品を設置しながら創業者ともつながれる、ギャラリーのような仕組みとすることでファン獲得にも効果があると考え。 ・浅草、蔵前までは、インバウンドも含めて交流人口が流れてきているが、新御徒町にはそこまで広がってきていないところも正直あると感じている。新しい人の流れを呼び込むにはカフェ機能があったほうがプラスになると考える。 ・「偶発的な出会い」と「計画的な協働」のバランスを重視し、ブルックリンにあるような多様性を前提とした自然な交流と戦略的マッチングを両立させる。 ・ハイスペックな珈琲豆の焙煎機を貸し出すことで、多様なクリエイター文化を体現したオリジナルコーヒーを多く生み出し、多彩な交流や先進的なアイデアを生み出す起点として、シェアロースター方式カフェを提案。 ・カフェ単体で営業収益を取るとするのは難しいと考えており、この場所に合うような使い方が求められる。 <p>「作る人と使う人」「区民とクリエイター」「学生と起業家」が自然に交わる場とする。創業支援の延長線上に”地域文化の共創”を置く。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・使用料の設定について、創業期の方とか創業前の方でテストマーケティングしたい方向けの価格設定は必要と考える。 ・1つのカフェ機能で終わるのはもったいないと考える。よってチャレンジカフェのような形で、創業者のチャレンジができる場にするとよい。また、創業の希望数も多いがカフェはなかなか儲からない事業である。 ・本施設が「人と人が繋がる創造の場」として機能するには、空間設計とコミュニティ形成が不可欠。 ・カフェ・テナント導入は指定管理業務または連携契約によって柔軟に運営し、施設の顔として機能させる。 ・スペースが許せば、営業許可がとれたシェアキッチンを設置し、飲食
-----------------	---

<p>(交流機能について)</p>	<p>事業者の循環を生み出し、人材の流動性と新たな利用者の流入原を確保することができる考える。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・お子さん向けに1つ大きく打ち出したほうが、息の長い交流拠点になる。小学校という背景もあるし、子供たちが昔育った場所は高校生大学生になったときにもう1回帰ってくる場所として機能する。 ・創業支援施設も交流拠点も、既にハードでは差がでにくい時代になっている。何か大きな特徴を持っているか（人が大量にいる、SNSが強い等）どうかこれがポイントになってくると思う。 ・シェアキッチンに出店する人自体にファンなどの新しいお客さんがついているので、どんどん新しい友達を連れてきてくれるという新しい流入がある。芋づる式にどんどん新しい人が出てくる。 ・飲食がないときつい。飲食以外で滞留させられない。 ・キッチン設備とストックの量によってケータリングの受け入れが変わる。その規模のカフェだと要らないサイズの冷蔵庫冷凍庫とかがあると、ケータリングの需要とかにも応えられるがストックがないと対応できない。 ・1年前からカウントダウンイベントをやったほうがいい。オープン時にはもうここを利用する人で溢れ返ってる状態をつくれる。 ・貸しスペースが前提ではなく、来街者や住んでいる方々が足をわざわざ運ぼうって思わせるような、にぎわいづくりが重要と考える。 ・常に動きがないのに毎月ここでイベントといっても人は来ないので、常設プログラムの導入は必須。常設でうまく認知されてここが注目されれば、イベントも誘致しやすい。 ・飲食は人が集まりやすいのである方がいいと考える。ただ、どういう運営体制にするかにもよるが、ここでどれだけの売り上げがつかれるかをシビアに見られてくる。独自に運営するのが望ましいが、このコンセプトを理解した上で、一緒に巻き込める人がいい。 ・この場所は、様々なプレイヤーが入ってくると盛り上がり、何より駅から近いという場所的には非常に魅力的である。 ・使用料は、イベントの内容によって変えるというのがいい。 ・会場費にお金をかけるのであれば、渋谷青山方面で安いところ探すというような声もある。施設自体が集客を頑張らなければ、いわゆるイベントスペースとしての利用は難しいと考える。場としての独自性をどこに持たせるかという辺りを詰めないといけない。 ・カフェを作れば人が入るということではなく、高いレベルで作れば入るけど、そうでない場合は人が入らない。難易度は高い印象ではある。 ・施設の屋上を使いたい場合、どのぐらいのレベルの物を置けるのか、
-------------------	--

<p>(交流機能について)</p>	<p>条件があれば事前に整理して教えてほしい。提案内容が変わってくる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・明瞭な課題感に対して主に自身がソリューションとなり課題解決を営むインキュベーションマネージャーと、悩みや不安レベルの潜在化課題に対してライトパーソンを繋ぐことで幅広く想いを叶えるのがコミュニティマネージャーと考える。 ・コア層とフォロワー層の2層に分けたコミュニティ形成を実施し、適合する人だけを探すのではなく、関係人口を増やす活動を行う。 ・コミュニティマネージャーと利用者の関係性構築と、利用者のイベント参加慣れをさせるために、コミュニティマネージャーが常駐し、各パートナーと連携することで、信頼感と安心感を与える。 ・コミュニティマネージャーの機能が最重要だなど考えているため、それを軸とした場とコミュニティづくりをしていきたい。コミュニティが勝手に広がることはないと考えており、基本的にはまずコミュニティマネージャーと会員が仲良くなって、友達を友達に紹介する形で輪を広めていくという考え方をとるのがいい。 ・カフェ側のリスクとしては、人と物のリスクがあり、人のリスクは吸収しやすいが、物（在庫）のリスクは難しい。指定管理業務の中で任せられた方が、ニーズを踏まえて限定何食など段階的な運用ができるので望ましいと考える。また、カフェについては、徒歩1分のコンビニがあることも考えると、少し良い物、面白いプロダクトを出すことが必要と考える。 ・イベントは、小規模・中規模・大規模に分けてカウントし、大規模は周年イベントのような年1のイベント、中規模イベントは月次のイベント、小規模イベントはコーヒーを淹れたり、掲示物系の常設のイベントをイメージしている。仕様書上には、中規模イベントまでくらいの回数で、それ以外の効果的なイベントを提案することというような記載が望ましい。 ・施設の使用料としては、インキュベーション施設だと、スタートアップ割りのような金額の下げ方が多い。区内の人やデザビレの人より、区外の人が費用が高くなる方がいい。 ・ワークスペースについてお金を取ることは推奨しない。1回2時間までなどのルールを作ったうえで無償開放するとか、多くの人が使えことの優先順位が高いと考える。スペースを占領されてしまうことの方がデメリットが大きい。 ・施設を利用する上で、何かしら会員登録はしてもらいたいと考える。イベントへの参加は不要だが、部屋を借りる等の場合は必要。 ・コミュニティをきちんと定量評価できるようにしていきたいと考える
-------------------	---

(交流機能について)

- る。
- ・交流拠点の運営の知見を基に、以下を提案。① まちと施設の境界を溶かす機能をつくる（飲食機能）、② 誰でも来れる、開かれた「人とつながる機会」を定期的につくる（点での交流）、③閉じられたグループで「人とのつながりを育めるプログラム」を走らせる（帯での交流）、④その他、まちの人が企画して持ち込むイベントの開催サポート、⑤つながりの可視化
 - ・より多くの人々の繋がりを作るために、カフェのような飲食店などを誘致して、施設に特別な用事がなくても関わりが持てる機能を作り、「施設で何かの相談したことはないけどカフェに来たことがある」を多くつくれることが理想と考える。
 - ・繋がり可視化ができると、この施設のテーマが伝わっていくと考える。
 - ・場所を貸すだけでなく、しっかり利用者とコミュニケーションをとっていくことが大事だと考える。
 - ・人を集めるのであれば食のコンテンツが有用。1人もしくは少人数で訪れても何かができる施設にならないともったいないと考える。特別な用事がなくても訪れることができる、施設の境界線をとかず縁側のような機能があると、より目的を達成しやすくなる。
 - ・信頼関係作らないとビジネスが生まれないと考えるが、信頼関係を育てていくような仕組みをこの施設で作っていきけるといい。いくつか成功事例が出てきて、それをヒントに、この施設に来ない人にも届くようになってほしいと考える。
 - ・歴史にはAI とかがコピーできないものがあり、それを魅力的な形にブランドしていくみたいなのがあるといい。後継ぎや継承りブランディング、積み上げてきたものをひねる等、どんどんビフォーアフターが出てきて、その変化量が価値となってくると考える。
 - ・小さなイベントは理想的には毎日やったほうがいい。日常的に何かが起こっている場所があった上で、大きなイベントを企画する方が設計的にはよいと考える。
 - ・コミュニティマネージャーの役割として、イベント企画・調整だけでなく、「人と人」をつなぐコンシェルジュとして機能や、SNS やニュースレター等を通じた情報発信を行い、「いつも何かやっている場所」という状態をつくる。
 - ・作っては捨てるみたいなことではなくて地域の中でまわしていくような、それが実際に交流の着火点になるようなそういう機能を持つていくことが、地域を活性化する部分でも私たちの生活が幸せになる部分でも重要と考える。社会としてすごく注目させられる場所になると考え

<p>(交流機能について)</p>	<p>る。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業者同士の交流だけでは影響は少ない。一般の方がこの場所に来れるようなイベントとかがあって、その中で事業所の方が自分たちの能力を発揮できるようなものが必要。 ・台東区はイベントがたくさんあり、イベントをやるにも集客できる月とできない月があるので、年間単位でスケジュールを決めていく必要がある。 ・モノマチのイベントでは3日間で2~3万人集まる人流ができるが、日常は非常にひっそりとしたエリア。そのエリアの事業者が単体でやることに限界があると思うが、町全体が活性化したときには人流ができるので相乗効果で売上が上がっていく。オンリーワンでそのカフェをまわしていくというよりは、この施設で人の流れが出来るようになればいいと考える。 ・可能であれば利用料収入の使い道について委ねてもらえれば、マルシェの備品購入代に充てたり、子供料金として割引したり、この施設の運営に使われる支援的な部分に充てることで、地域資源としての還元がうまく回ると考える。 ・料金の考え方として一番大事にしたいのは、学生とか子供向けに価格を安くする支援制度という形で設けるなど、育つことで帰ってくる見込みがあるところに投資したい。 ・貸しスペースとして魅力的にできる事務局機能が必要。 ・交流エリアを設置しコミュニティマネージャーを配置することは有益に働くと思われる。コミュニティマネージャーがハブとなり交流を促進し、入居者・利用者の事業成長が地域活性化につながる導線から、さらによき入居者・利用者が流入する循環をつくる。 ・多様な方が利用し訪れる空間とするための方策としては、カフェやテナントなどで話題性を持たせて、台東区らしさが何なのかをわかりやすく打ち出していく。意外性とか発見があって、いろいろな視点の価値を加えていく仕組みが面白い。 ・交流機能を台東区の方針とあわせて考えたときに、地元が必要と考えている。交流機能を活性化させる仕組みの中で言うと、地域のキープレイヤーだったり地域をつなげられるような事業者がいないと難しい。 ・交流機能のねらいを実現していくうえで、1階の多目的スペースについては、多様なアクティビティを許容するしつらえとすることや、コミュニティマネージャーの動き方が重要になると捉えている。 ・”コミュニティマネージャーは、対外的・地域との交流も図りながら、適切に施設入居者にも繋いでいくことが必要となるため、インキュベ
-------------------	---

<p>(交流機能について)</p>	<p>ーションマネージャーと連携を図りながら、デザイナーズビレッジの入居者情報を適切に把握する必要があると考える。そのため、両者のスムーズな情報連携の体制・仕組みが必要になると考えている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業務として切り分ける場合、区が適切にハンドリングする必要性が生じるとしており、交流と創業支援両方を同一事業者（事業体）に任せられた方が、区の負担は軽減されると考えている。” ・多目的ルームにも、部屋ごとに特徴づけた場を作り様々な利用を許容することで、いろいろな活動が生まれてくると考えている。 ・本物件で割とカフェ単体で収益を上げることは難しいような立地のため、テナントで出店するのは難しい。 ・ワークスペースは、コワーキングスペース事業として見ると多分成り立たないが、この3つの機能を連携させるという視点でいったら、この機能もあったほうが親和性もあり、望ましいと考える。 ・イベントはやりすぎると運営側も疲弊する。例えば交流が生まれていると、その参加者・利用者の方から生まれるイベントとかもあったりするので、そこを評価してもらえると望ましい。本来は、区や運営者が運営しなくても施設が稼働することが望ましいと考える。
<p>中小企業支援機能との連携について</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・支援するインキュベーションマネージャーや現場事務局担当者が、来年度の施策について3月から4月ごろに区から説明を受けることで、支援側もメニューを理解したうえで入居者の支援にあたることができる。 ・行政機関に相談することは起業家や経営者から少しハードル高いイメージがある。オンラインコミュニティとして、何かしらの会員制度をつくることで、情報を伝えることができ、ハードルを下げることもできると考える。 ・運営事業者と中小企業の支援の方が、例えば月に1回程度顔を合わせて情報交換をする場を設けることで、連携が取りやすくなると思う。 ・創業支援と中小企業支援の情報が一元管理され、行政支援の「見える化」が進むことで、より利用者本位の支援が可能になる。 ・中小企業支援機能（相談・助成金・融資・セミナー）と、創業支援・交流支援を一本につなぐ“動線の設計”が重要。 ・交流機能で生まれるコミュニティやネットワークの継続的支援、台東区の複数部署に関係するビジネスへの支援が想定される。 ・交流機能で起業の芽、創業者の芽を集めて、創業支援で育てて、中小企業支援機能で地元に着地させて、伸ばしていくという、段階的に連携することを考えている。

<p>(中小企業支援機能との連携について)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・コミュニティマネージャー等が掘り起こしたビジネス課題を中小企業支援チームにパスするようなイメージ。 ・創業支援施設の入居者、交流機能の利用者を把握するコミュニティマネージャーが各事業者の状況を鑑みて中小企業振興センターの利用を促すほか、創業支援施設の入居者が中小企業振興センターのイベントやセミナーにゲストスピーカーとして登壇する等、相互に関連を持たせ流入していくようプロモーションを行う。 ・クリエイターの方からすると、いわゆる公の行政の相談機関は相談しにくいと思われている。敷居をさげるために、機能をミックスした形でイベント企画をしていくことができればいいと考える。 ・①中小企業支援・②創業支援・③交流それぞれの担当者が集まる「3者連携定例会」のようなものは必要だと考える。
<p>事業スキームについて</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・交流機能における売り上げにより各機能の運営費を賄う。運営利益30%を区へ支払う条件を付けることも可能。 ・公共事業を行うにあたって、収益以上にその役割、地域から求められる部分の期待を考えなければいけない所もあるため、そのバランスによるが、一定の売り上げ作りつつ、売り上げの中でできる部分をうまく設計できると考える。 ・運営委託方式、契約期間5年を想定。 ・機能を分けることで、情報が分かれてしまったり、コミュニケーションロスが起きてしまうことを懸念する。運営委員会的な形で一緒にやるというのはあり得るケースと考える。 ・交流と創業の事業者は、一体の方がいい。2つに分けるとコストが重複する部分もあり、連動性が取れなくなるので、一体でないと思う。分けた運用では逆に難しいと考える。 ・コンセッション方式または柔軟な指定管理方式、契約期間：5～10年（初期3年+延長可能性）を希望。 ・本施設は、中小企業支援・創業支援・交流機能の3つが連携するとても特徴的な拠点である。そのため、一つの団体が全てを単独で担うよりも、複数の関係者が役割を分担しながら協力していく形が望ましい ・指定管理を想定。TAITO COMPASS に基づくのであれば、官民連携事業にする事を台東区がコミットしてリスクをお互いに負いながら台東区にとってより良い施設を目指すべき。公益的部分は指定管理料をもらい運営することがふさわしい。 ・初年度の収益の取りところは難しいと考える。 ・業務委託契約、指定管理型いずれも対応を検討。 ・コミュニティマネージャーは交流側で吸収し切っていいと考える。創

<p>(事業スキームについて)</p>	<p>業にのみ向き合ってるコミュニティマネージャーは意外とやることがないので、グラデーションだが、どちらかにコミュニティマネージャーをつけるとすると交流側につけて、創業支援の入り口まで担う形でいいと考える。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業務委託の方が行政もチームに入りやすい・入れやすいため、一緒に動きやすい部分がある。指定管理だと丸投げの事例もあり、構造上、共創がやりにくい印象もあるが、指定管理を否定するものではない。 ・指定管理方式の場合、実費部分は全然読めないため、特に空調周りも試算できない状況を踏まえると、ハードウェアの維持に係るインフラコストについては、精算方式が望ましい。 ・設備・スペースの利用申込受付・管理と、ソフト部分（イベントプログラムの管理、企画、実施、SNSの発信、利用者同士をつなぐリレーションデザイン）の運営を指定管理方式で想定 ・指定管理者方式+業務委託（カフェ機能など） 弊社が交流機能に係る運営・プログラム企画・コミュニティマネジメントを包括的に担うイメージ” ・参画の条件や区へ配慮を求める事項 <ul style="list-style-type: none"> ○コミュニティ形成・テナント育成の観点から5年以上の中長期の指定管理期間の設定 ○中小企業支援機能・創業支援機能の職員との役割分担の明確化、情報共有の仕組みの位置づけ（要綱・覚書等） ○交流エリアの担保、利用料金体系・減免制度等について、利用者視点での設定” ・機能を担うのであれば、1年で終わりではなくて、5年とか10年とかの大きなスパンで成果を見ていくような形で運営していきたいと考える。 ・本事業が多様なプレイヤーとの共創を実現する場合は、デベロッパーや地元事業者など複数社によるコンソーシアムを組むことも選択肢。 ・運営する事業者が多くなればなるほど相性が出てくる。目指すビジョンがちゃんと合うかどうかみたいなのが重要。ビジョンをお互い最初に握って、それが条件になり、協議して進めていくことが大事。 ・指定管理方式の場合、開設当初は光熱水費は見込めない部分が多分にあるので、実費精算が望ましい。そこで利益をとりたいと考えているわけではない。 ・交流機能だけを担う場合は指定管理または運営委託が望ましい。創業支援機能や交流機能、両方を担う場合は、運営上の理想としては、創業支援機能を指定管理、交流機能をコンセッション方式にすることも検討できるかもしれないが、協議の上、最適な事業スキームを考えた
---------------------	---

<p>(事業スキームについて)</p>	<p>い。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・機能毎に業務を切り分ける場合、それを両にらみしながら、ディレクションする人が必要で、間に台東区が入ってハンドリングすることも重要と考えている。
<p>その他</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・3つの機能の役割を明確化した上で、共通のKPIを設計することによって、有機的な連携が実行できると考える。 ・アートや美しさ、ワンオフの物に対して、海外のバイヤーは値段が全然違う。そういったところをしっかりと取り組んでいくと、同じものを作っても売価が変わってくるので、マーケットとして見ていくべきなのではないかと考える。海外の方がバイヤーの中に入ることによって、値段が倍以上変わってくる事例もある。 ・この施設を拠点というなら、産業フェアやファッションザッカなど、台東区の目玉事業についてもこの施設と有機的につながる必要がある。 ・1階でにぎわいといっても、すぐにはできない。試験的にこういうことやってみる年度とか、年度の目標みたいな、ビジョンはありつつも、すぐに正解はきっと出せないことはあると思うので、年間単位で計画に落とされていれば事業者も取り組みやすい。 ・交流場所を盛り上げる役割の認定など、協力事業者みたいな形で認定して、基本的にはその人たちは無料で使えるとか、どんどん活用してもらおう方を作ることも一案。 ・この地域を良くしたいと思ってる方はいるが、その方の想いを形にする装置がないと感じる。