

平成 29 年度 第 2 回 足立区経済活性化会議 次 第

平成 29 年 11 月 6 日（月） 15:30～

場所：あだち産業センター 3 階 交流室

- 1 計画策定スケジュールについて 資料 3

- 2 審議事項 資料 4 資料 5 資料 6 資料 7 資料 8
 - (1) 次期 足立区地域経済活性化基本計画案について

- 3 報告事項 資料 9
 - (1) 平成 29 年度ニュービジネス支援事業の実施状況について
 - (2) 平成 29 年度創業支援施設の入居審査について

配付資料

- 1 委員名簿
- 2 席次表
- 3 計画策定スケジュールについて
- 4 審議事項
- 5 変更前の足立区地域経済活性化基本計画案に係る各委員からのご意見
- 6 足立区地域経済活性化基本計画案の変更点について
- 7 変更前 足立区地域経済活性化基本計画案
- 8 足立区地域経済活性化基本計画案
- 9 報告事項

参考資料

- 1 現行の足立区地域経済活性化基本計画（冊子）

※参考資料 1 は机上に置いてお帰りください。

足立区経済活性化会議 委員名簿

資料 1

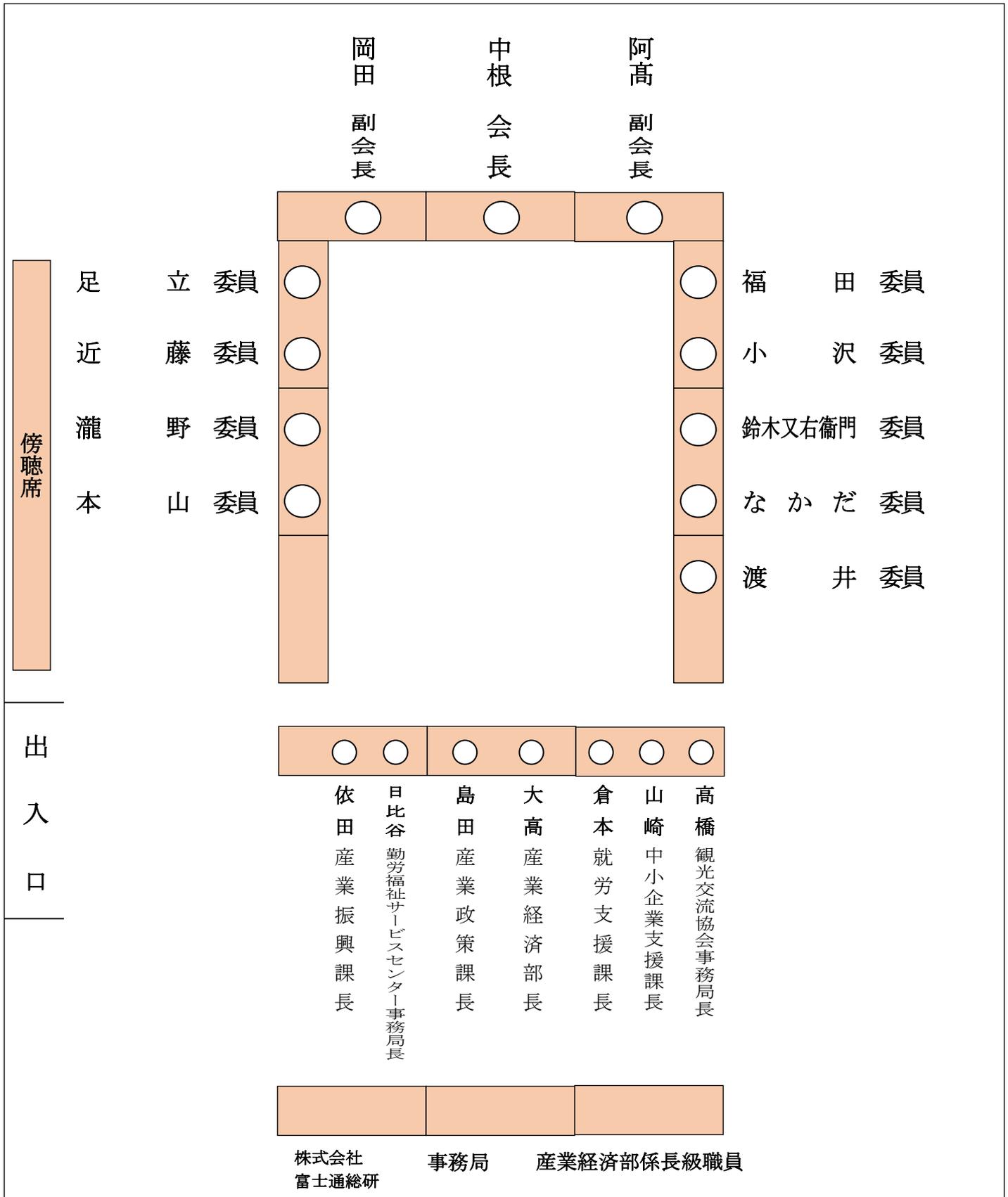
No.	区分	団 体 等		氏 名	部会
1	会長	国士舘大学	経営学部 学部長 教授	中根 雅夫	第3部会 (部会長)
2	副会長	東京電機大学	産官学交流センター 名誉教授	阿高 松男	第1部会 (部会長)
3	副会長	消費生活アドバイザー		岡田 ヒロミ	第2部会 (部会長)
4	関係行政機関	(公財) 東京都中小企業振興公社	城東支社長	福田 友子	第1部会
5	事業者	足立区商店街振興組合連合会	理事長	足立 義夫	第1部会
6	事業者	エンブレムジャパン株式会社	代表取締役社長	入江 洋介	第3部会
7	事業者	東京スマイル農業協同組合 足立地区青壮年部	顧問	宇佐美 一彦	第1部会
8	事業者	足立区しんきん協議会	代表世話人	岡部 克己	第1部会
9	事業者	あだち異業種連絡協議会	幹事	小沢 頼孝	第1部会
10	事業者	株式会社しまや出版	代表取締役	小早川 真樹	第1部会
11	事業者	東京商工会議所足立支部	副会長	近藤 勝	第1部会
12	区 民	連合東京東部地域協議会 足立地区協議会	副議長	鈴木 健文	第1部会
13	事業者	足立荒川職業協会	会長	鈴木 又右衛門	第1部会
14	区 民	足立区消費者友の会	会長	瀧野 静江	第2部会
15	区 民	イラストレーター		なかだ えり	第3部会
16	事業者	株式会社オレンジアーチ	代表取締役	本山 功	第1部会
17	事業者	丸勤食販企業組合 (特定非営利活動法人あだち菜うどん学会)	代表理事 (理事長)	渡井 良昌	第3部会

【経済活性化会議の部会について】

計画の改訂にあたり、各分野について専門的に調査研究を行うため、以下のとおり部会を設置した。

- 第1部会：「企業の競争力強化と地域産業の振興」の分野について調査、検討を行う。
- 第2部会：「消費者の安全・安心」の分野について調査、検討を行う。
- 第3部会：「まちの魅力の創出と情報発信・プロモーション」の分野について調査、検討を行う。
- 第4部会：有識者及び関係行政機関の委員4名が専門的立場から計画案について調査、検討を行う。

平成 29 年度 第 2 回 足立区経済活性化会議 席次表



足立区経済活性化会議 資料

平成29年11月6日

件名	計画策定スケジュールについて		
所管部課	産業経済部 産業政策課		
内容	これまでの経緯 及び 今後のスケジュール (予定)		
		経済活性化会議 〔●全体会 ○各部会〕	区
	平成28年 10月	●次期計画策定について諮問	
	平成29年 3月	●次期計画の活性化策について検討	・産業統計データ等分析
	4月		・アンケート調査票発送
	5月		・アンケート調査票回収、分析
	6月	●次期計画骨子案の審議	・次期計画骨子案の作成
	7月	○施策案の検討 (第4部会)	・施策案の作成
	8月	○施策案の検討 (第1～第3部会)	・次期計画案の作成
	9月	※計画案を委員の皆様へ郵送し、ご意見を いただいた ↓	
	10月		
	11月	●次期計画案の審議	・パブリックコメント実施 (11月24日(金)から募集開始)
	12月		↓ (12月25日(月)募集締切)
	平成30年 1月	●次期計画案を区長に答申	・パブリックコメントを踏まえた 次期計画案の修正
	2月		・次期計画の決定
	3月		・次期計画の印刷・製本

平成 29 年度 第 2 回 足立区経済活性化会議

【審議事項】

足立区経済活性化会議 資料

平成29年11月6日

件名	次期 足立区地域経済活性化基本計画案について
所管部課名	産業経済部 産業政策課
内 容	<p>次期 足立区地域経済活性化基本計画（以下、「次期計画」という。）の策定にあたり、経済活性化会議および同会議の専門部会において計画の骨子や施策体系等について審議を重ねてきた。</p> <p>これらを踏まえ、事務局において各担当所管との調整等を行い、次期計画案を作成した。</p> <p>ついでには、経済活性化会議において、次期計画案の審議を行う。</p> <p>1 各委員からのご意見について 資料5</p> <p>2 計画案の変更点について 資料6 資料7 資料8</p> <p>3 次期計画案について（審議） 資料8</p>
備 考	

変更前の足立区地域経済活性化基本計画案に係る各委員からのご意見

総括	頂いたご意見	ご意見に対する事務局の考え
—	事業の具体性を持たせるべき	第3章の「事業の概要」で方向性を示します。
—	エリアデザインの説明が必要では	用語解説で説明します。
—	統計データの分析 1位でなく、2位、3位のものが多い。多くを平均点にならすのではなく、1位になれるもの、特化しているもの、地域を伸ばして区としてのアピールポイントにしては。無難なまちではなく個性あふれるまちに。	柱IV「訪れたくなるまちづくり」に、足立区の地域資源が持つそれぞれの個性を最大限に引き出せるように磨きをかけ、付加価値を付けることで個性あふれるまちの実現を目指していくことを追記する予定です。
—	クリーンな地域を作るための静脈産業である資源リサイクル業や産業廃棄物業界についてはほとんど触れられておりません。13ページには稼ぐ力が高い業種として挙がっておりますが、区内には非常に多くの会社が業を営んでおります。高い産業力を目指すとともに、徹底した分別回収によりリサイクル率を高め、クリーンな街、ごみゼロ社会を目指すような文言もあった方がよいのではないかと。	柱IV「訪れたくなるまちづくり」の中で安全・安心なまちづくりに関して、「クリーンな街」について追記を検討します。
—	「いかに足立区の注目度を上げることができるか」この点が重要ではないかと。	柱IV「訪れたくなるまちづくり」の中で、多くのメディアに取り上げられるための取り組みや情報発信についても追記する予定です。
—	各大学の都心部へのアクセスと物価の安さからサテライト的なキャンパスの設置も→誘致できないか。新しいタイプの学園都市として発展させる。	「新しいタイプの学園都市」については、今後の検討材料とさせていただきます。
—	商業性の低さは否めないため、大手企業の誘致は期待できない。	大手企業もビジネスチャンスがあれば関わってくるので、シティプロモーションを続けていきます。
—	「北千住」の住みたいまちランキング上位をもっと宣伝材料として担税力のある区民を増やす。	足立区シティプロモーション戦略方針では「住んでみたいまちランキング」ベスト10入りを目指して事業を進めています。地域経済活性化基本計画でも柱IV「訪れたくなるまちづくり」において、シティプロモーション戦略方針に沿った方向で記載を修正します。
—	施策体系の中に「安心・安全なまちづくり」が抜けています。区民が最も希求している事項なので是非アップしたい。具体的には（柱IV）に含めるか、または（柱VI）「安心・安全な生活の実現」としては如何でしょうか。「施策VI—②安心・安全なまちづくり」としては如何でしょうか？	柱IV「訪れたくなるまちづくり」の中で安全・安心なまちづくりに関して追記しました。

1章		
ページ数	頂いたご意見	ご意見に対する事務局の考え
—	—	—

2章		
ページ数	頂いたご意見	ご意見に対する事務局の考え
5ページ	「地域コミュニティ活動の衰退」はアピールの必要性があると考え	担当部所はもとより、区全体で取り組んでいます。柱Ⅳ「訪れたくなるまちづくり」の中で地域コミュニティについて追記する予定です。
5ページ	シニア層の有効活用 労働、ボランティア、趣味の場、子育て→若い層も安心できるまち。人口増える。	柱Ⅳ「訪れたくなるまちづくり」の中で安全・安心なまちづくりについて触れています。
8ページ	「人々のライフスタイル（消費動向）」だけ、「足立区の状況」の記述がない	足立区の状況について追記しました。
9ページ	「技術の進展」 不利な状況に置かれること→無理に最新にならなくてもよいのでは？	ご指摘のとおり、全ての事業者が一律に最新になることは難しいと思います。まずは、モデル事業として、新技術の取り組みに意欲的な事業者を中心に事業を進めていきます。
9ページ	「シンボルとなる集客力を有する観光資源は有していない」逆に凄いいこと。モノだけでなくコトを売る。	柱Ⅳ「訪れたくなるまちづくり」の中でコト（体験）を強みとすることについて触れています。
13ページ	P13①アの「高い付加価値額等」の表現は以下の項目と合せて「付加価値額の高い業種」とすべきではないか？ただし、「運輸業、郵便業」は付加価値額が高いかどうか疑問である。付加価値額の定義を明確にして欲しい。	付加価値額について用語解説で注釈を入れました。
13ページ	産業・雇用創造チャートに成長性がある産業（IT）がポジショニングされていない。	産業・雇用創造チャートは経済センサスのデータから「稼ぐ力」と「雇用力」がある産業を抜き出しています。足立区においてはIT関連の事業所数が少ないため、このチャートには出てきていませんが、今後、成長性があり重要な産業であると認識しております。
13ページ	ハイテクとローテクの融合が必要と考える	その通りです。区の特徴は主にローテクですが、企業間のネットワーク化や産学連携事業を進める中で、ローテクとハイテクとの融合についても検討していきます。

2章		
ページ数	頂いたご意見	ご意見に対する事務局の考え
14ページ	②各産業の状況と課題について、工場数の減少と高齢化とあいまって、「事業承継に関する問題」の記載が必要かと考える。歴史や技術力を持っていても、事業承継者がいない問題があるかと考える。	柱Ⅱ「事業者の経営力強化」で取り上げています。また、変更後の計画案の8ページ「産業構造の変化」の中でも後継者不足について記載しました。
16ページ	P16(3)①の「生活環境について」治安の良い生活環境を区民が希求している一方で、地域コミュニティ活動の衰退が想定されているとあるが、習志野市住宅地では地域コミュニティ活動を活性化させて空き巣などの防犯体制に力を入れて成果も出ている。安全・安心な街づくりにはこれも施策の一つと思われる。足立区には未だ下町の良さが残っているので、やり易いと考え。	区内でもそうした取り組みを先進事例として行っている地域もあります。今後、区内全域に広めていくものと考えています。
17ページ	「シェアリングエコノミー」はポイントと考える。	変更後の計画案では「シェアリングエコノミー」の記載は削除していますが、今後、市場の拡大も予想されますので、具体的に事業を進めていく中で考慮していきます。
17ページ	「体験農業」は具体的に挙げてもらいたい	柱Ⅴ「都市農業の保全」のⅤ-③「農地の多面的機能の強化」の個別事業例に農業体験を追加しました。
17ページ	「水と緑」具体的なエビデンス（根拠）を挙げて欲しい	田園都市であった名残から多くの水路が残されていたり、周囲を川で囲まれていることから「水」、農地や公園が多いことから「緑」を以前の基本計画で取り上げていました。

3章		
ページ数	頂いたご意見	ご意見に対する事務局の考え
19ページ	つながる ⇒ ソーシャルメディアの活用という視点は必要ではないか。	必要と考えますので、どのように表現できるか検討します。
21ページ	「安全・安心な環境づくりの推進」について、安全・安心な食や製品という観点も今後ますます重要になってくるのではと思う。都市における農業の保全や、事業者の経営力強化につなげてよいのではないか。	食の安全について、どのように表現できるか検討します。

4章		
ページ数	頂いたご意見	ご意見に対する事務局の考え
柱Ⅰ 起業・創業の促進		
24ページ	各エリアの特性やエリアデザインに伴う開発動向について。具体例を挙げてもらうと分かりやすい。	各エリアの特性は参考資料として記載しますが、情報としてどのようにご説明できるか、所管と調整します。

ページ数	頂いたご意見	ご意見に対する事務局の考え
24ページ	クラウドファンディングの活用という視点も必要ではないか。	重要な視点であると考えますので、柱Ⅱ「事業者の経営力強化」の中で取り入れたいと考えます。
24ページ	エンジェル制度（起業者に対して、融資または投資する制度）という視点も必要ではないか。	重要な視点であると考えますので、柱Ⅰ「起業・創業の促進」で取り入れたいと考えます。
24ページ	セルフエンプロイメントという視点も必要ではないか。	「自己雇用」という形態のことでしょうか。どのように取り入れられるか検討します。
24ページ	足立区の立地条件の良さをアピールできると良いのではないか。	交通アクセス環境など立地条件が良いことについては、起業・創業などの事業を具体的に進めていく上で重要なポイントであるため、積極的にアピールしていきます。
24ページ	创业者のネットワーク化（OB、OG）が重要ではないか。	ABサロンなどで交流会を行っていますが、さらにそういった場所づくりが必要と考えます。変更後の計画案の21ページにネットワーク構築について追記しました。
24ページ	创业者と先輩企業家との交流・ネットワーク化 ・創業・起業者と異業種交流グループ等先輩企業家との交流により企業間ネットワークの促進 ・創業プランコンテストの応援サポーター（先輩企業家）を募集。 →資金・ノウハウ等パートナーからのサポート	変更後の計画案の21ページにネットワーク構築について追記しました。また、応援サポーターについても面白いご提案であると思いますので、具体的に事業を進める上で検討していきます。
24ページ	ダブルインカム、週末起業家という視点も必要ではないか。	起業・創業支援の対象者として新たに必要な視点であるため、具体的に事業を進めていく中で検討していきます。
柱Ⅱ 事業者の経営力強化		
27ページ	成果指標「ネットワーク形成等を通じた新たなビジネス等創出件数」の具体的イメージ。	別の指標に替えました。
28ページ	東大阪では大手企業のOBを活用した販路開拓（販路を紹介）という取り組みもある。	信用金庫でも新現役交流会という事業で、企業OBの活用を図っています。区としても企業OBの活用についても検討していきます。

4章		
ページ数	頂いたご意見	ご意見に対する事務局の考え
28ページ	区の新製品・新技術開発や産学連携開発の助成制度を活用して生まれた商品について、助成事業の出口支援としてニューマーケット開拓支援事業（中小企業振興公社）への推薦スキームを考えてはどうか。	その通りであると考えますので、追記する予定です。
柱Ⅲ 就労促進と雇用の安定		
33ページ	「就労促進と雇用の安定」について、職を求める若者と雇用する企業との温度差が就労促進の問題点である。雇用される若者の多数は、安定を求めている。しかし全てではないが、既に「安定」した生活をしている。決して裕福ではないが、食えること、住むことに不安がない就職希望者も少なくない。	雇用のミスマッチは、多様な事情があろうかと考えています。基本的には職に就く側と雇用側の認識の甘さがよくない結果を生むものと推察します。ここをどのように改善するかはケースバイケースではありますが、対応していかなければならない課題です。
33ページ	雇用する企業は、企業業績を安定させるために雇用を促進している。雇用は、企業利益を削ぐこともある。雇用をして、収益を確保できるまでの期間をどれだけ我慢できるかが雇用希望企業の課題だと思う。	おっしゃる通りの場合もあろうかと思えます。どのように改善できるのか、検討が必要です。
33ページ	本来求める仕事と就業してからの業務には、とても大きな格差がある。これは本質的には、いつの時代でも変わらないことだと思う。	昨今は、その本質的な部分を乗り越えられない方が多いようですが、このミスマッチの解消に向けた施策を検討していきます。
33ページ	（提案1）就職を支援するセンター（ハローワークや能力開発センター）と企業を展示会などで交流する。（各自独立したブースではなく、合同ブースで交流する。）	展示会とは別に企画していきたいと考えます。
33ページ	（提案2）就職を支援するセンター（ハローワークや能力開発センター）に通う就職希望者が気楽に会社訪問できるシステム／イベントを用意する。（Aフェスタや舎人公園桜まつり、町会のイベント時に企業開放する）	お考えを活かせる方策を研究させていただきます。
33ページ	（提案3）ビジネスに関わるイベント出展助成の他に、直接収益を目的としないイベント活動にも助成支援する。	C S Rを助成対象とすべきかは議論が必要かと考えます。

4章		
ページ数	頂いたご意見	ご意見に対する事務局の考え
柱Ⅲ 就労促進と雇用の安定		
33ページ	<p>地産地就または地生地就といった考え方、地元生まれ、地元で生活している方々が、区内の企業に就職する意識づくりが出来ていくと良いと思いました。地域の学校、ハローワーク、就労支援課等々が連携した、今まで以上の就職面接相談会などが実施できるような指針があれば良いと考えます。例えば、あだちメッセに、地域に学生が授業の一環として訪れ、地域の産業に触れ、それが就職・雇用に繋がるような新たな取り組みが実現できる動きが形成されていけば良いと感じました。</p>	<p>今のあだちメッセはB to Bの商談を核とした事業であるため、実施できるかは検討が必要です。地元の方が区内産業に触れ、区内企業のことを知る機会を増やしていくことは重要であると考えますので、今後の事業の中で検討していきます。</p>
34ページ	<p>支援を受けようと動く人は、準備時期などまだ事業が成功していない人、成功を目指す途中の人が多く思う。その人たち同士をマッチングさせても向上しにくいのでは？ビジネスがうまくいっている企業や人とマッチングさせられないか。成功例を増やす工夫。</p>	<p>ビジネスがうまくいっている企業や人とマッチングできるように事業の進め方を検討していきます。</p>
36ページ	<p>「良好な職場環境の形成支援」について、小規模事業者が多い中で賃金が安かったり安定雇用に至らなかったりといったことが多く聞かれる。ワークバランス以前に、就業規則を持っていない会社も多くあると聞く。こういった事業者（経営者）に対して、「職場環境改善のために経営者側が何をすべきか？の啓蒙」は必須だと感じる。経営者側の考え・会社の体制が変わらない限り、区内事業者の人材確保は難しいですし、離職率を下げることも難しいのが現状だと感じます。事業者向けの経営環境改善のための支援施策が盛り込まれると良いと考える。具体的には、「就業規則作成助成金」のPRをはじめ、MCの戸別訪問時の重要確認施策、職場事業者側の考え方の改善から、雇用の安定、人材確保ハードルの低下なども実現できる可能性があるのではと考える。</p>	<p>雇用のミスマッチ解消策の中に、雇用者側への受け入れに関わる意識改革を促す講座等も検討しています。</p>

4章		
ページ数	頂いたご意見	ご意見に対する事務局の考え
柱Ⅳ 訪れたくなるまちづくり		
38ページ	足立区は水や緑地が豊富にあるので、自然の環境資源に恵まれていると思われる。船橋市が運営している「アンデルセン公園」は老若男女または家族連れ、アベックなどがそれぞれ楽しめるスペースなどがあり、年間100万人弱の人々が訪れることで有名です。入園料500円と比較的安めに設定されているし、園内でのレストランの価格も手ごろとなっていて、訪問者には好評である。テーマパークの人気度ランキングでも絶えず上位を占めている。足立区にもこのような施設をつくっては如何でしょうか。観光資源がかすんでるのが残念です。特に、西新井大師近傍の寂れた街並みはとても寂しい思いがします。観光資源を輝かせるためには少し艇入れが必要と思われます。	足立区では、みどりと公園推進室パークイノベーション課が「パークイノベーション事業」で魅力ある公園づくりを進めています。また、面積の広い都立公園の運営方針にも区民等が憩える施設の要望も出しています。 地域経済活性化基本計画では、既存の公園を観光資源と捉え、磨きをかけて魅力向上を図っていきます。
38ページ	①まちを輝かせる仕掛けづくりは、お年寄りや子供にとって、「安心できて楽しい商店街」的な言葉は入らないか。ちょっと座れたり、買い物時に待ってられる場所がある商店街はあまり見かけないように思う。	変更後の計画案の34ページⅣ-①-3「来街者等のニーズに応えるまちづくり」で安全・安心を追記し、個別事業例としてビューティフル・ウィンドウズ運動を追加しました。
39ページ	「外国人向け観光案内の充実」具体的な事例、取り組み ハードだけでなくソフト。島根県では警察の剣道や柔道の見学、体験を売りにしている。	案内冊子やHPの多言語化なども含めて対応していく必要があると考えます。 体験についても具体的に事業を進める中で検討していきます。
40ページ	「多様な主体と連携したプロモーション」ソーシャルメディアの活用	必要と考えますので、どのように表現できるか検討します。〔再掲〕
40ページ	千住街の駅やWEBで公共的なもの（イベント等）だけでなく、一般区民の身近なイベント情報なども知りたい、広めたい	観光交流協会のHPで案内を始めており、今後も充実を図っていきます。
40ページ	テレビなどマスメディアに協力して、フィルムコミッションなど積極的に「足立区」を売り込む。	シティプロモーション課を創設し、ここ数年かけて取り組んできました。NHKで「クレイジーボーイズ」などが制作されるなど、やっと少しずつ結果が出てきている状況です。事業としてはシティプロモーション課がロケーションボックス事業として実施しており、記載しています。
40ページ	ANZEN漫才も今しか使えないコンテンツ。ゆるキャラより、ずっと知名度が高く、ブームの後も使えると思います。	例えば「観光大使」については、区議会でも答弁があり、適する人物の検討が必要だと考えます。

4章		
ページ数	頂いたご意見	ご意見に対する事務局の考え
柱V 都市における農業の保全		
42ページ	担い手のいない、少ない農地をもっと区民農園としてひらく。農家と区民農園の間のような感じで区民が育てたものも売れるルートや場を設ける	農家の実情に添って検討が必要です。
42ページ	「都市における農業の保全」の項について、「施策V-④魅力的な農業へのイノベーション」を加えて欲しい。現在の農業は体力勝負で、労働時間が長く、若者に不人気なので、スマート農業への変革をして、農業従事者に時間的な余裕を持たせることが必要と思われる。農業の担い手を育成することは重要であるが、それ以前に魅力的な農業を創成していくことも重要と思われる。	農家の実情に添って検討が必要です。柱II「事業者の経営力強化」の中で「イノベーションの促進」を施策としており、すべての産業に関連するものと考えています。
42ページ	農商工連携の要素は明示すべきではないか。例えば、農業生産性向上に資する機械・コンポスト等工業分野の開発や、区内飲食店との連携（区内農産物を調理して、PR・コンテストなど）	農業分野でも産学連携が行われるものと考えますが、区内農産物の活用は徐々に進んでいます。施策II-②「企業間ネットワークの推進」の中で農商工をはじめ、様々な業種による連携が進むように事業の内容を検討していきます。
5章		
ページ数	頂いたご意見	ご意見に対する事務局の考え
—	—	—

足立区地域経済活性化基本計画案の変更点について

平成 29 年 9 月 22 日付で委員の皆様へ郵送いたしました計画案と本日配布している計画案の主な変更点は以下のとおりです。

- ① 変更前の第 3 章と第 4 章をまとめて 1 つの章にしました。また、第 5 章の「エリアごとの産業の特性と可能性」は資料編に掲載することとしました。その結果、章立ての構成が 6 章から 4 章になりました。
- ② 区を取り巻く社会経済環境の変化として、6 つの動きから「近年の動向」や「足立区の状況」を示しておりましたが、新たに「起業・創業の現状」と「まちづくり、地域づくりの動向」を加え、8 つの動きから記載しました。
- ③ 変更前の第 2 章に記載していた各種調査の分析結果等については資料編に記載することとしました。
- ④ 変更前の 17～18 ページに記載していた「課題の整理」は、足立区基本構想が掲げる「ひと」「暮らし」「まち」「区」の 4 つの視点から整理をしておきました（変更後の 13～14 ページ）。
- ⑤ 計画の中心となる「個別施策」については、大幅な変更はございませんが、一部事業の追加や記載の変更がございます。

以上

変更前

足立区地域経済活性化基本計画 素案

平成30年〇月〇日

足立区

目 次 (案)

第1章 活性化計画とは

- 1 活性化計画の目的
- 2 位置付け
- 3 計画期間

第2章 地域経済活性化に係る課題

- 1 区を取り巻く社会経済環境の変化
- 2 各種調査結果と課題
- 3 課題の整理

第3章 目指すべき姿と計画の体系

- 1 目指すべき姿
- 2 施策体系

第4章 個別施策（分野別施策）

第5章 エリアごとの産業の特性と可能性

第6章 計画の着実な推進と実効性の確保に向けて

資料編

- 1 現況整理と分析
- 2 アンケート結果の概要（区民、商業・サービス、商業・サービス以外）
- 3 足立区経済活性化基本条例
- 4 検討部会運営要綱
- 5 検討委員会メンバー

第1章 活性化計画とは

1 活性化計画の目的

足立区経済活性化基本条例第5条に基づき、区は、「足立区地域経済活性化基本計画（以下、「活性化計画」という。）」を策定しなければならないと規定しています。

活性化計画は、区の基本理念及び基本方針に従い、地域経済の活性化及び産業の振興に関する施策の方向性を明らかにし、その指標を示すことにより、区のみならず民間の資源も効果的に活用され、結果として区内経済の好循環を生み出すことを目的としています。

2 位置付け

活性化計画は、「足立区基本構想」（平成28年10月決定、30年間）、足立区基本計画（平成29年度から8年間）を上位計画とし、「足立区都市計画マスタープラン」「足立区人口ビジョン及び足立区人口ビジョンを実現する総合戦略」「あだち都市農業振興プラン」など関連する諸計画を踏まえて策定します（図〇参照）。

3 計画期間

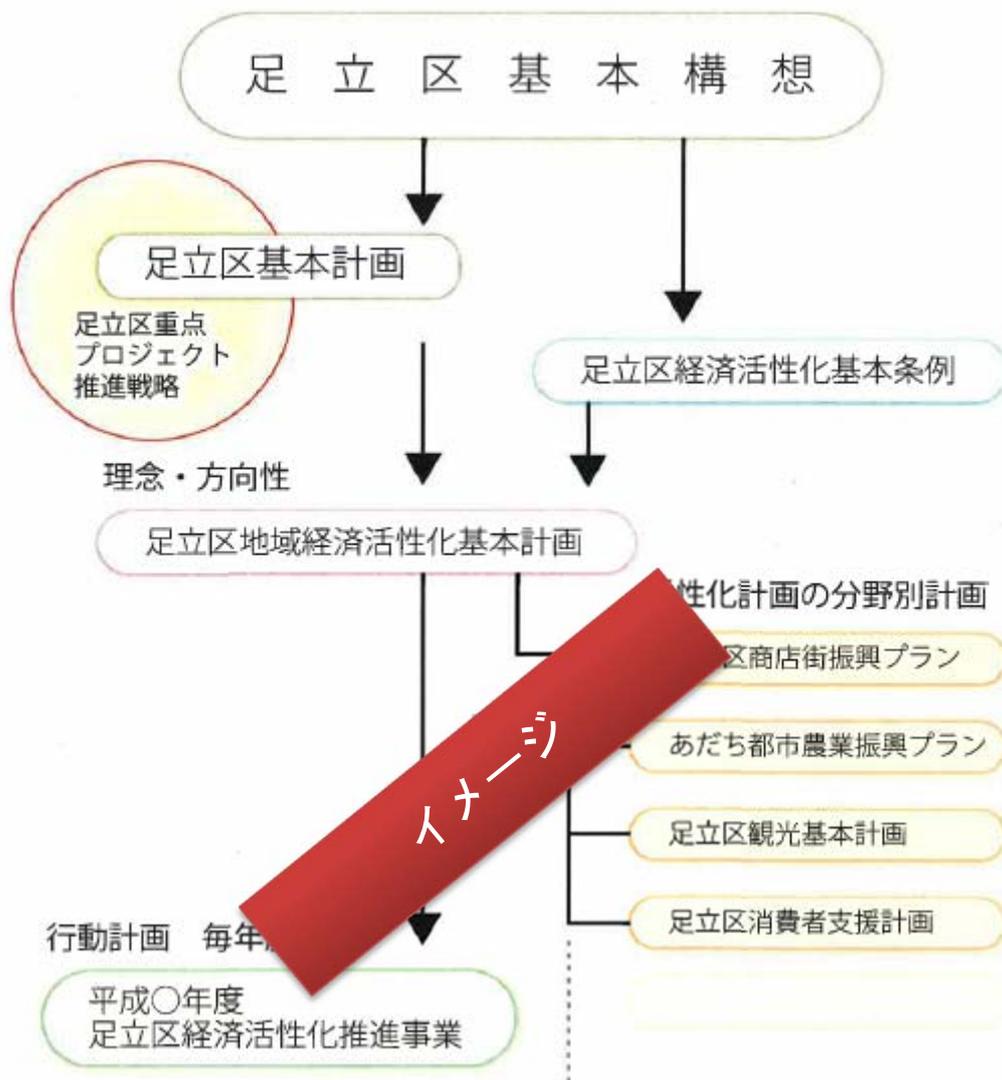
活性化計画の期間は、平成30年度（2018年度）から8年間とします。

【参考】足立区経済活性化基本条例第5条

区は、基本理念及び基本方針に従い、国及び都等との適切な役割分担と連携を踏まえ、地域経済の活性化及び産業の振興に関する施策を明らかにする基本計画（以下、「計画」という。）を策定しなければならない。

- 2 区は、区民及び事業者と協力関係を構築し、計画を実施するものとする。
- 3 区は、計画策定及び実施に当たっては、小規模企業者の特性に配慮するものとする。
- 4 区は、計画の実施に必要な財政上の措置を講じなければならない。

図1 「足立区地域経済活性化基本計画」と他計画との関係



第2章 地域経済活性化に係る課題

1 区を取り巻く社会経済環境の変化

平成27年国勢調査の結果、外国人を含む日本の総人口は1億2,709万4,745人で、前回の同調査からマイナス0.8%減という数値になりました。我が国は、人口減少に起因する、若年層を中心とした人材不足、消費市場の縮小、財政収入の減少等、様々な変化が表れてきています。

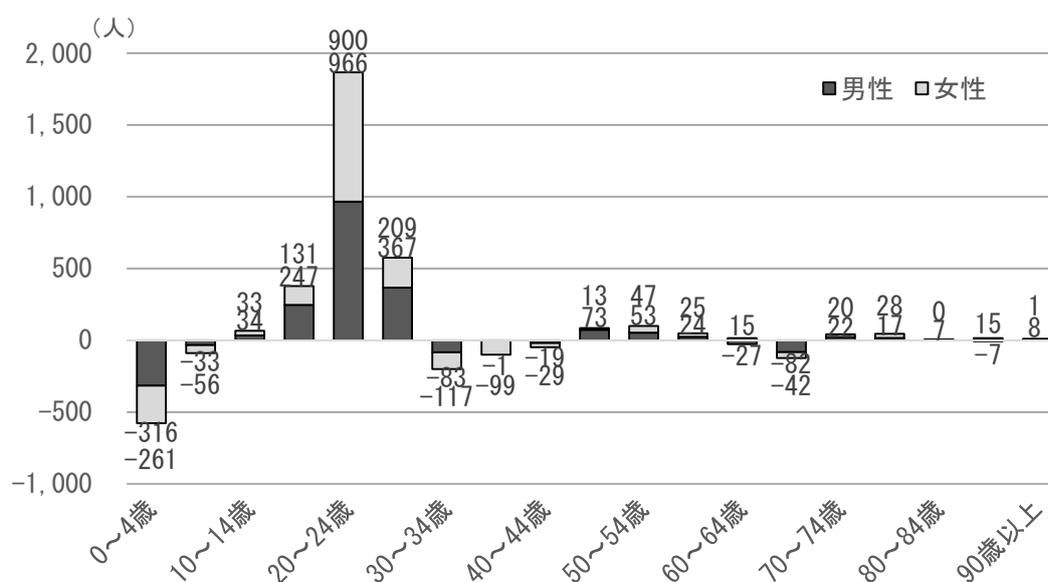
一方、こうした社会経済環境の変化に取り組むための産業や技術など、新たな動向が生まれており、そういった観点から当区の抱える課題に対して、地域の産業力により解決を図って行くことが望まれます。

以下、社会経済環境の変化と区の状況を6つの視点で整理しました。

(1) 人口の動向

日本の総人口は平成 20 年（2008 年）がピークで、既に人口減少過程に入っています。一方、高齢化率は推計値以上のスピードで進んでいます。こうした人口の変化の影響を大きく受けるかたちで、地方都市では人口減少が顕著に進んでいますが、その反面、若者を中心とした都心回帰の傾向が表れています。

図2：足立区の年齢階級別転入超過数(男女別 平成 28 年)



出典：「足立区人口ビジョン総合戦略 図9」

足立区の状況

近年人口は微増傾向が続いており、特に 20 代の若年層の転入は転出より多く、単身世帯の新住民が多くなっています。

一方、高齢化率が 23 区で 2 番目に高く、また、子育て世帯は転出増加の傾向があり、数年後には、区内人口が減少に転じると推計（平成 27 年）されています。

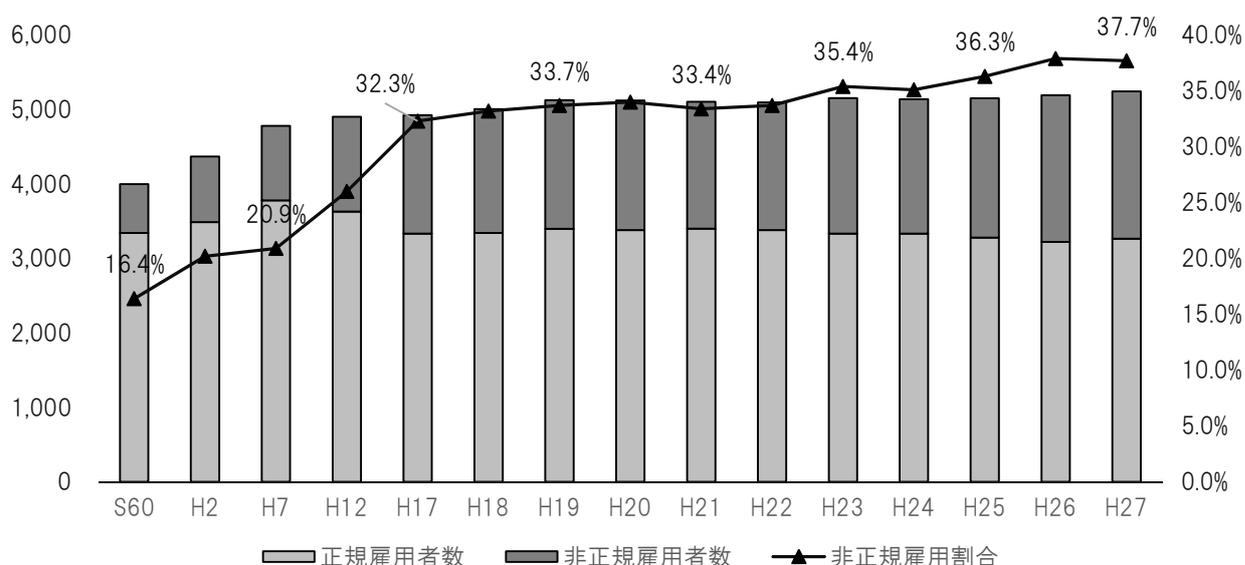
今後もこうした傾向が進むと考えられ、自治会等に参加しない新住民・高齢者層が増えることで、地域コミュニティ活動の衰退が想定されると同時に、要介護状態になりやすい 85 歳以上高齢者の顕著な増加に伴い、安心・安全ニーズのさらなる高まりが予想されます。

(2) 景況と雇用情勢

日本経済は、近年のアベノミクスのもとでの財政支出拡大等を中心とした景気の押し上げ等により、GDP 成長率は持ち直しています。しかし、2017 年の成長率は 1.3% の見通しで、業況判断 DI が依然としてマイナスとなっている中小企業をはじめとして、必ずしも多くの人々が景気の回復実感を得られない状況です。

一方、国内雇用者数は、平成 27 年（2015 年）には有効求人倍率も 1.00 を超える等の兆しも見えますが、雇用構造としては徐々に非正規雇用者数の割合が増加するといった特徴を持っています。また、人手不足 DI 調査等では、各産業で人材不足が見られる結果となっており、特にサービス業で不足感が高くなっています。このような中、高齢者や女性の従業割合は増加傾向にあります。

図3：国内雇用者の推移



足立区の状況

出典：「労働力調査」より作成

求人数自体の回復は見られるものの、有効求人倍率が未だ 1.0 を割り込み、完全失業率も約 7.0% と国や都と比べ高く、生活保護率も 23 区内では台東区に次ぎ 2 番目に高い状況になっています。こうした影響もあり、区内には約 7 千人のニート・ひきこもりの若者が推計されている状況（2014 年調査）のままになっています。

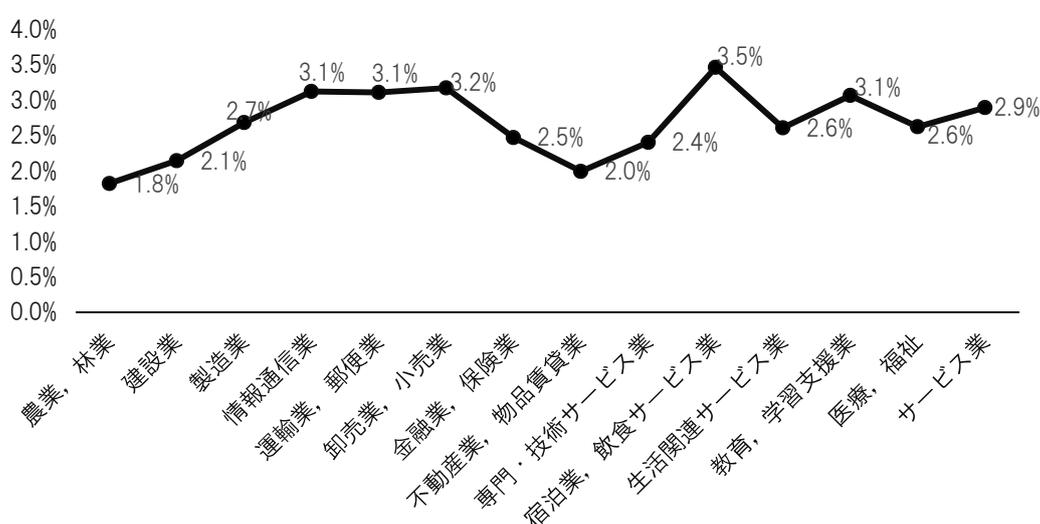
しかし、企業の景気 DI 調査等では建設業、サービス業、製造業の順で人材確保ができていないという状況とともに、採用の現場で事業者と労働者の根本的なミスマッチが生じていることが窺えます。

(3) グローバル化と産業構造

最近、アメリカによる自国主義的な動きはみられるものの、全体として、1990年代以降、国際経済環境や各国の開発戦略の変化により地域統合の動きが加速、資本や労働力の国境を超えた移動や貿易を通じた商品・サービスの取引が増大するなど、国内経済と世界経済の結びつきは深まっています。

海外生産・販売といったグローバル化の趨勢がこれまでと同じく今後も進み、現地法人からの逆輸入の増加、輸出代替効果、原油価格変動により今後も厳しい貿易状況が続くことが見込まれています。

図4: 足立区 H21→H26 における業種別廃業率



出典：「各年経済センサス」より作成

足立区の状況

卸売業・小売業に次いで製造業が主要産業となっており、23区内での出荷額では大田区等に次いで3番目の規模を誇り、足立ブランド等様々な取組みも進んでいます。

特になめし革製造業等を中心とした製造業に強みを持っていますが、その大部分は従業者数9人以下が約84%、3人以下では約55%の小規模事業者です。

工場数は、昭和60年から減少傾向が続いており、ピーク時と比較して平成26年には63.8%まで減少し、製造出荷額も減少、また小売業では商店数の減少幅が大きく、年間販売額も平成26年とその5年前と比較し約18.7%の減少を記録しています。

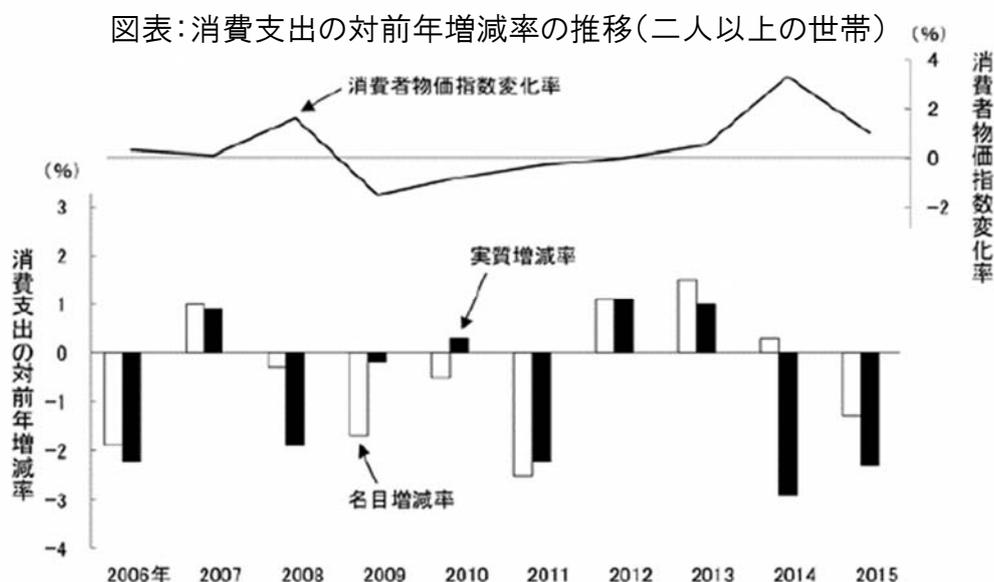
廃業率でも宿泊業等に次ぎ、卸売業・小売業も製造業も3%前後の数値を示しており、区の製造業等の小規模事業者は、海外製品の流入による市場の収縮及び原材料価格高騰等の外部環境の変化を受けると同時に、経営者の高齢化による事業承継問題等の内部環境の影響を大きく受けていることが想定されています。

(4) 人々のライフスタイル（消費動向）

消費支出の状況を見ると、消費支出の対前年実質増減率の近年の推移は、東日本大震災が発生した2011年は低下しましたが、その後の2012年、2013年は上昇に転じています。2014年は、消費税率引上げに伴う駆け込み需要がありました。その後の反動減や夏場の天候不順の影響などもあって再び低下しました。2015年は比率が縮小したものの、実質2.3%の低下で2年連続の実質低下となっています。

この中で、特に注目すべきことは、百貨店の年間販売額は長期にわたり減少を続けており、同じ傾向はスーパーでも表れてきています。代わってコンビニエンスストアや電子商取引などが商品やサービスの販売額を伸ばしています。生活の様々な面でインターネットの利用が進む中、我が国の消費者向け電子商取引の市場規模は、2006年から2016年にかけて4.4兆から15.1兆円に増加しており、この10年間で約3.4倍の増加となっており、流通構造が変化する中で、消費者の消費購買スタイルが変化してきていることが分かります。

人々のライフスタイル、特に消費動向が変化して行く中、都市の特性や資源等を創出したり、活かすなどの取組みにより地域内外からの多くの人で賑わう都市と、そうでない都市や地域とに分かれてきています。



(注) 名目増減率…実際に支出した金額の増減率
 実質増減率…消費者物価の変動分を取り除いた実質的な増減率
 消費者物価指数は、「持家の帰属家賃を除く総合」

出典：消費者庁「消費者調査」

(5) 新たな技術の進展とその市場

最近、新たな技術としての IoT (Internet of Things)、ビッグデータ、AI (Artificial Intelligence) 等は、製造業におけるサプライチェーン最適化、製品ストックや在庫データ収集、運輸業におけるルート最適化等を中心とした活用に期待が集まっており、ビッグデータの流通量は平成 25 年 (2013 年) に、平成 17 年 (2005 年) の約 6 倍になりました。また、IoT 市場のみでも 2020 年には 14 兆円の市場規模予測もあり、さらに今後大きな拡大が見込まれています。

足立区の状況

製造業や運輸業を中心に小規模事業者が多いことから、すぐに IoT や AI に対応した技術の導入・投資等が困難であることが予想されます。当面は、技術を活用し取組みを進めて行くのは大手企業が中心であると想定され、こうした大手企業の優位性が今まで以上に高まり、既存のサプライチェーンの中で、小規模事業者がさらに不利な状況に置かれることになって行くことも懸念されます。

(6) 観光の各種動向

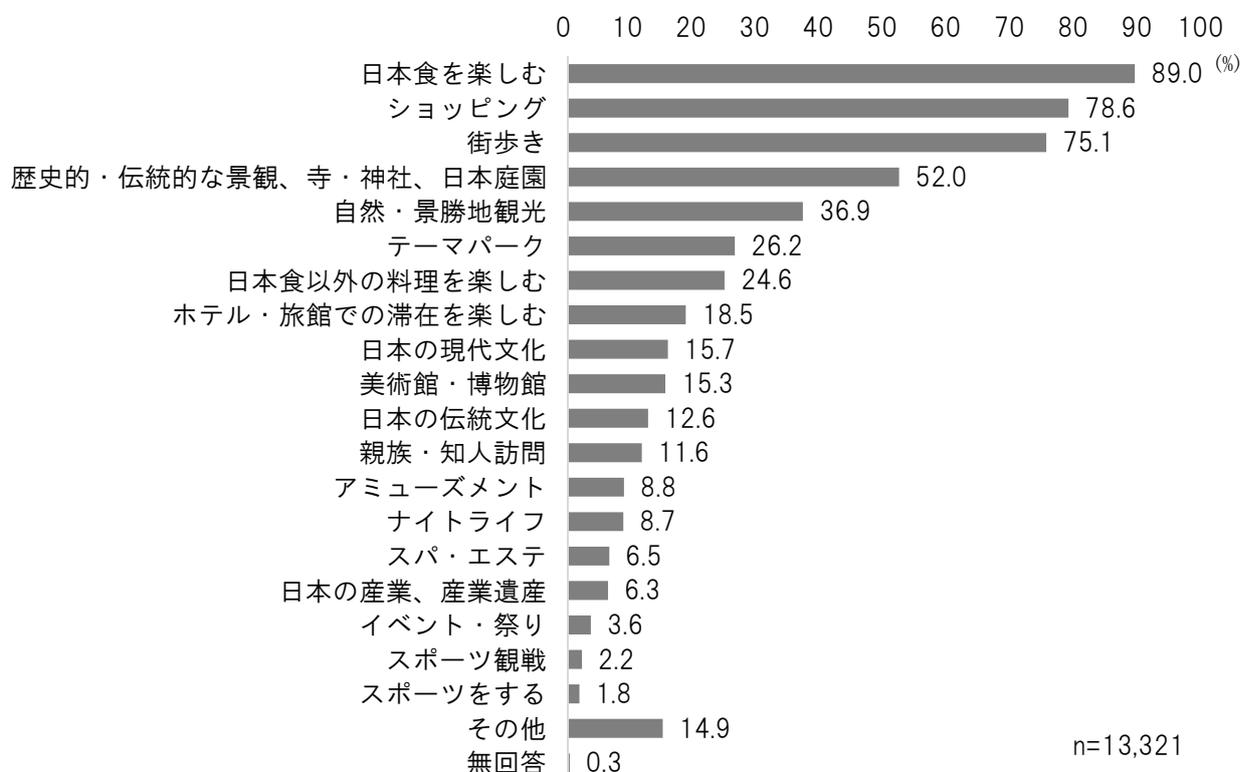
国の「観光立国推進基本計画」では、急速に経済成長するアジア観光需要の取込み、地域経済の活性化・雇用機会の増大を主眼としつつも、団塊世代の余暇観光、休日取得数増による国内観光需要の回復等の可能性が明記されています。また、「東京都観光産業振興プラン」では日本のゲートウェイ機能を活かし、外国人旅行者の誘致強化の方向性が特だしされています。実際、平成 27 年 (2015 年) の訪日外国人観光客は約 2,000 万人、うち訪都外国人観光客数は約 1,200 万人で、依然として都への外国人観光客集中が見られます。また将来的には 3,000 万人を達成する見込みで、特にインバウンド観光関連需要の拡大はほぼ確実とされています。

足立区の状況

住宅都市と工業都市という 2 つの側面を持ち、シンボルとなる集客力を有する観光資源は特に有していないものの、「足立区シティプロモーション戦略・アクションプラン」「足立区第 2 次観光振興計画」等、他区では見られない積極的な取組みが進んでいます。歴史・文化等を基準にしたまち歩き観光マップ等を作成したり、来街者の区内居住を促進させたいという具体的な取組みも進められているところです。

一方で、訪都外国人観光客の活動として、「日本食を楽しむ」「ショッピング」が上位 2 項目を占めていることから、区においても街歩きに特化した観光のみではなく、発展する千住エリアを拠点とする等して、下町の食文化やモノを積極的に提供するといった側面での観光も重要となってくると考えられます。

図表：訪都外国人観光客が行った活動(H26)



出典：「平成 26 年東京都観光客数等実態調査」より作成

参 考

国・東京都の主な動き

(1) 国の主な動き

① 経済政策の動向

■ 「骨太の方針 2016」(2016 年 6 月閣議決定)

少子高齢化の進展に伴う人口減少により、国内需要の低迷、労働力人口の減少が進み、経済成長の抑制が懸念される中、課題となっている子育て支援の充実や介護サービスの基盤整備に取り組み、新・三本の矢を一体的に推進することによって「成長と分配の好循環」の実現を目指しています。さらに「骨太の方針 2016」には、国民一人一人が活躍できる社会をつくることを目標とする「ニッポン一億総活躍プラン」が反映され、「希望出生率 1.8」、「介護離職ゼロ」に向けた働き方改革に取り組むとしています。

■「日本再興戦略（成長戦略）」（2016年6月に改訂）

ア）新たな「有望成長市場」の戦略的創出、イ）人口減少に伴う供給制約や人手不足を克服する「生産性革命」、ウ）新たな産業構造を支える「人材強化」という3つの課題が挙げられるとともに、名目GDP600兆円の実現に向けて「官民戦略プロジェクト10」をはじめとする具体的な方向性が示されています。

■「未来投資会議」創設（2016年9月）

IoT、ビッグデータ、人工知能（AI）やロボット技術などを駆使して産業の高度化を図る「第四次産業革命」の推進などを検討課題とする「未来投資会議」を創設し、「規制改革推進会議」、「働き方改革実現会議」とともに、経済成長に向けた官民協力の司令塔として位置付け、新たな成長戦略の立案と具体策の検討を進めています。

②主な中小企業関連施策の動向

■「小規模企業振興基本法」及び「小規模支援法」成立（2014年6月）

中小企業基本法の基本理念に基づき、小規模企業に焦点を当て、「小規模企業活性化法」をさらに一歩前進させました。本法律に基づき、小規模企業の振興に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、「小規模企業振興基本計画」が閣議決定されました。この計画では、「需要を見据えた経営の促進」など4つの目標を設定し、目標の実現に向け、10の重点施策を実施していくとしています。

■「中小企業等経営強化法」施行（2016年7月）

労働力人口の減少や企業間の国際的な競争の活発化等の経済社会情勢の変化に対応し、中小企業・小規模事業者等の経営強化を図るため施行されました。あわせて各事業所管大臣は、事業者が行うべき経営力向上のための取組み（顧客データの分析、ITの活用、財務管理の高度化、人材育成等）について示した「事業分野別指針」を策定しました。また、「中小企業経営力強化支援法」の施行（2012（平成24）年8月）に伴い認定が拡充されてきた「経営革新等支援機関（主に商工会議所、商工会、中央会、金融機関、士業等）」の業務として、中小企業・小規模事業者等による計画作成等の経営力向上に係る支援が追加されました。

(2) 東京都の主な動き

■「東京都産業振興基本戦略（2011-2020）」（2012年3月）

戦略のテーマを「産業力を高め、東京を新たな成長軌道に乗せる」とし、次の5つの戦略が掲げられています。

戦略1 新しい成長機会を取り込む【成長機会】

戦略2 経営基盤を強化する【経営基盤】

戦略3 産業の集積を維持・発展させる【産業集積】

戦略4 都民生活・地域社会のニーズに対応した事業を活性化する【地域産業】

戦略5 産業を牽引し、支える人材を確保・育成する【産業人材】

■「東京都観光産業振興プラン」（2013年5月）

「東京ブランドの確立」及び「東京ファンの獲得」をプランの理念として、2017（平成29）年の目標に、訪都外国人旅行者数1,000万人、訪都国内旅行者数5.1億人を掲げています。

■「東京都長期ビジョン」（2014年12月）

「日本の成長を支える国際経済都市の創造」、「若者や女性、高齢者など全ての人々が活躍できる社会の実現」などを政策指針とし、政策目標として、2024（平成36）年に都内開業率を10%台へ上昇させることや、2022（平成34）年に若者（うち20～34歳）の有業率を81%へ上昇させること、女性（うち25～44歳）の有業率を75%へ上昇させることなどが掲げられています。

■「都民ファーストでつくる『新しい東京』～2020年に向けた実行プラン～」（2016年12月）

安全・安心・元気な「セーフシティ」、誰もがいきいきと活躍できる「ダイバーシティ」、環境先進都市、国際金融・経済都市として成長を続ける「スマートシティ」の3つのシティの実現に向けた取組みを進化、加速化させるための都政の具体的な政策展開が示されるとともに、東京の成長戦略や「Beyond2020～東京の未来に向けて～」として、2020年の先を見据えた取組みの方向性が示されています。日本経済を牽引する、国際金融・経済都市を目指すため、都内開業率向上や海外展開などの中小企業支援の取組みも掲げられています。

2 各種調査結果と課題

活性化計画の策定に当たり平成29年4月に実施した各種統計データ等の分析と各種調査（区民・区内事業者に対するアンケートやヒアリング、関係団体等へのヒアリング）の結果などから、区内産業に関する現状と問題点等の掲出を行った上で、「産業特性」「都市環境」「区民生活」の3つの観点から区の地域経済活性化に係る課題を抽出しました。

(1) 産業特性の観点

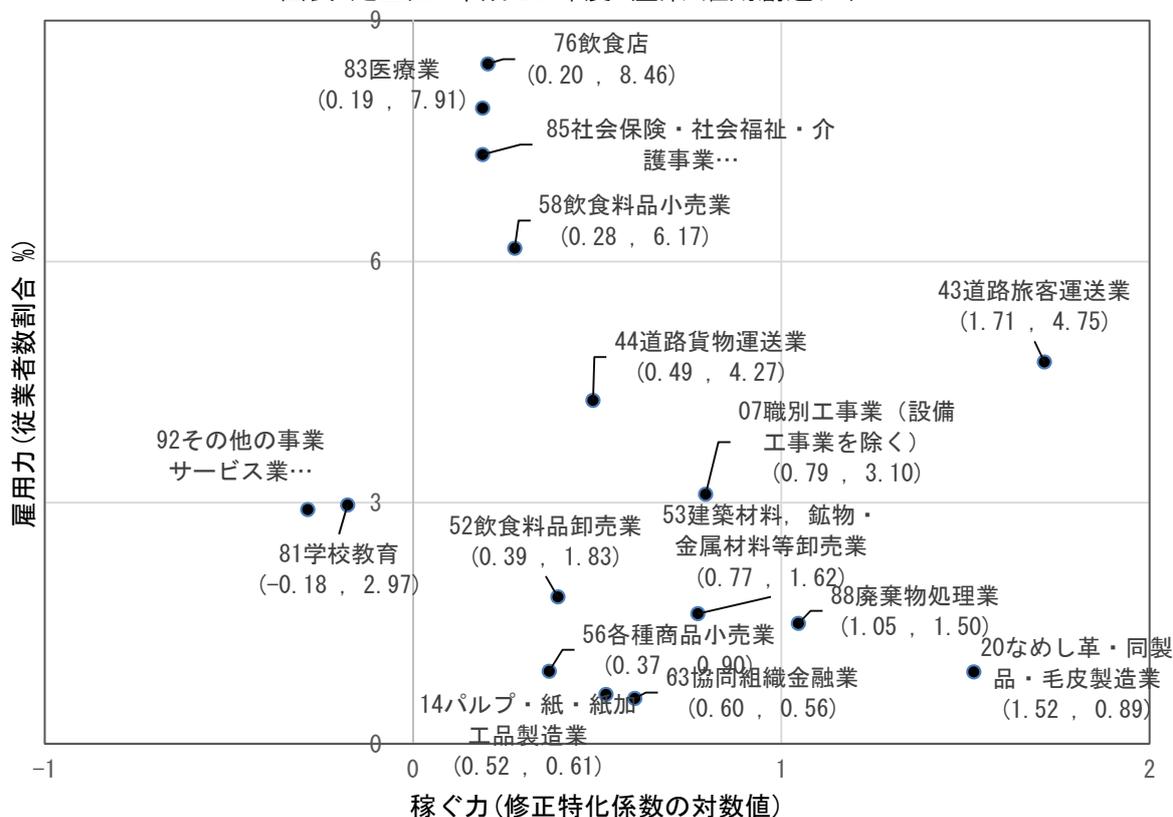
① 強みのある業種

ア 高い付加価値額等 … 「建設業」、「運輸業、郵便業」、「医療、福祉」
 これらは、都内の他自治体と比較しても、建設業構成比が第1位、運輸・郵便業構成比が第2位、製造業比が第3位となっています。

イ 稼ぐ力が高い業種 … 「道路旅客運送業」、「なめし革・同製品・毛皮製造業」、「廃棄物処理業」

ウ 雇用力が高い業種 … 「飲食店」、「医療業」、「社会保険・社会福祉・介護事業」

図表:足立区 平成26年度 産業・雇用創造チャート



出典:「経済センサス(平成26年)」より作成

飲食業、医療・福祉、その他サービス業は、駅周辺地域などで特にニーズが高いことから、雇用力があり今後も増加が予想されます。

一方、強みのある業種の中で、「道路旅客運送業」、「なめし革・同製品・毛皮製造業」などについては、平成21年から平成26年の間に従業者数が1,000人以上減少しており、強みの維持・強化が求められるとともに、雇用力のある飲食店や今後ますますニーズが高くなっていく医療・福祉関連の業種についても、区において強みのある産業として強化していくことが望まれます。

② 各産業の状況と課題について

ア 大部分が小規模事業者

区内の製造業の数は周辺他都市の中でも上位（従業員4人以上の事業所数が23区で大田区に次いで2位）ですが、大部分は従業者数9人以下で約84%、うち3人以下では約55%と小規模な事業者となっています。

イ 工場数の減少と立地の分散

工場数は昭和60年から減少傾向で、小規模零細の企業が多く景気が低迷しているところが多い状況です。立地も分散しており、同業種・異業種間のネットワークの形成を積極的に行っている事業所は多くありません。区内での取引率はあまり高くなく、都内などやや広い範囲での取引をしている状況です。

ウ 売り上げの伸び悩み

小売業や小規模店舗などでは売り上げの伸び悩みに困っている店舗が多くなっており、商店数の減少幅が大きく、年間販売額も5年前と比較して約18.7%減少しています。廃業率でも宿泊業等に次ぎ多く、廃業又は自分の代で閉店というところも少なくありません。

エ 人材不足

医療・福祉や従業員数50名以上の企業では、人材不足に困っている状況です。

オ 農業の減少傾向

区の農業は数、担い手ともに減少傾向にあります。

カ 人手不足、高齢化等の問題

道路旅客運送業は、稼ぐ力、雇用力ともに高いですが、人手不足、高齢化等の問題もあり、景況は徐々に停滞気味です。

③ 意欲的な企業と新たな取組み意向について

ア 従業員規模 20～49 名の会社

従業員規模 20～49 名の会社では業況が良く、今後の景況感も明るく、採用力もあり、新たな取組みにも比較的前向きな意向を示しています。

イ 新たな事業課題

新たな事業課題への取組み意向は全体的に低調ですが、業種により ICT や同業種連携、人材育成に対する取組みが行われています。

④ 雇用の状況

ア 高い失業率

求人数自体の回復は見られるものの、有効求人倍率が未だ 1.0 を割り込み、完全失業率も約 7.0%と国や都と比べ高い状況です。

イ 高い生活保護率

生活保護率は 23 区内では台東区に次いで第 2 位。ニート・ひきこもりの若者は約 7 千人と推計されています。

ウ 人材確保

中小企業の景況調査等では建設業、サービス業、製造業の順で人材確保ができていない状況です。採用の現場で事業者と労働者の根本的なミスマッチが指摘されています。

(2) 都市環境の観点

① アクセス環境は高評価

住む・働く・顧客への近さなど全ての面で、アクセス環境は高評価となっています。

② 北千住駅周辺の発展

区内随一の繁華街として賑わっている北千住駅周辺の整備等、駅ビルを中心に、魅力的なショップや飲食店が増え、若年層に人気の街として注目され始めていることや、千住地域の 5 つの大学誘致の影響が強く、今後もさらなる発展と魅力向上が想定されています。一方、他の地域への波及は少ない状況です。

③ 7つのエリアデザインの推進

「綾瀬」「六町」「江北」「花畑」「千住」「西新井・梅島」「竹の塚」の 7 つのエリアを対象に、まちの特徴・魅力や求めるべき将来像などをエリアデザイ

ンとして、区内外に広く発信することで、民間活力を誘導しながら区有地等の活用を図り、さらなるイメージアップにつなげる取組みを推進しています。

④ 資源としての「商店街」

地域の活性化に活用できる資源として、多くの人が商店街を挙げています。

⑤ 観光名所

住宅都市と工業都市という2つの側面を持ち、シンボルとなる集客力を有する観光名所は特に有していない状況です。

⑥ 他区では見られない積極的な取組み

「足立区シティプロモーション戦略・アクションプラン」等他区では見られない積極的な取組みを推進しています。

(3) 区民生活の観点

① 生活環境について

ア アクセス環境の良さなどが理由で地域満足度は約80%と高い状況です。

イ より良い地域づくりなどで協創意識の高い区民は回答者の約2割でした。

ウ 多くの区民は「治安の良い生活環境」を希求しています。

エ 自治会等に参加しない新住民・高齢者層の増加による地域コミュニティ活動の衰退が想定されます。

② 消費行動について

ア 多くの区民は、身近で安いから最寄品を近所のスーパー、品ぞろえ、欲しいものがあるから買回品を都心部、クリーニング、理美容は近所へ行きつけのため利用する傾向があります。

イ 地域商店街の主要顧客は地元の女性高齢者となっています。

③ 人口動向について

ア 平成29年1月に68.1万人に達した人口は、平成72年には56.3万人に減少すると推計されています。

イ 若年層の転入超過が顕著で、単身世帯の新住民が増加しています。

ウ 子育て世帯の転出が増加傾向にあり、高齢化率も23区で2番目に高い状況です。

3 課題の整理

各種調査から見た産業等の特徴と問題点を踏まえて、課題を整理すると以下のようになります。

各種調査結果、社会経済状況の変化等

1 都市の発展と求められる産業の増加

- ・北千住駅周辺の発展をはじめ7つのエリアデザインの推進により、新たな居住者の増加、来街者の増加、それらを支える新たな産業等の増加予想
- ・飲食業、医療・福祉、その他サービス業へのニーズはますます増加の予想

2 社会経済環境の変化と新たな産業の芽

- ・生活者のライフスタイルや消費動向の変化、シェアリングエコノミーをはじめとした企業のビジネススタイルの変化、そしてIoT、ビッグデータ、AIなど新たな技術はますます進展
- ・従業員規模20~49名の区内事業所は新たな取り組みに前向き多い

3 既存産業の衰退と強みのある産業

- ・小売業や小規模事業所の売上の伸び悩みなどにより衰退傾向
- ・建設業、製造業、運輸業、医療・福祉、飲食店などが強みのある産業であり、アクセス環境は高い評価で、製造業の製造品出荷額は23区内で第3位
- ・区の農業は数、担い手ともに減少傾向だが体験農業なども盛ん

4 多くの事業所で深刻な人材不足・育成

- ・従業員数50名以上、建設業や運輸業、サービス業、医療・福祉をはじめとして、多くの事業所で人手不足や人材育成が課題

5 北千住駅を中心としたまちの賑わい

- ・北千住駅周辺の賑わい増進とシティプロモーションによる発信力の向上
- ・インバウンド観光を含む来街者の増加と関連需要の拡大予想
- ・区民が考える地域の活性化に活用できる資源は「水と緑」、そして「商店街」
- ・アクセス環境の良さや買い物の利便性などが理由で区民の満足度は高い

6 高い生活満足度と治安の良い環境ニーズ

- ・新住民・高齢者層の増加による地域コミュニティ活動の衰退
- ・区民の生活満足度は高いが、多くの区民は治安の良い生活環境を希求
- ・より良い地域づくりなどで協創意識が高い区民は約2割

課 題

1 都市の発展を支える産業創出の必要性

7つのエリアデザイン計画の推進など、今後ますます発展が期待される区内各所で、区民の安全・快適な生活を支える取組みや、来街者等のニーズに叶ったサービス等を提供する新たな事業所等が生まれてくる環境形成の必要性

2 新たな取組みを活性化する必要性

知恵や技術等を活かし社会ニーズを先取りした取組みを行い、新たな商売やビジネスの風を起こす取組み等を活発にして行く必要性

3 既存産業の強みを活かした取組み促進

長年培った技術力の再評価を行うとともに、それらの持つ強み等を十分に活かした取組みを、「稼ぐ」に繋げる取組み支援の必要性

4 働きやすさ推進と人材不足への対応

区の地域や産業の特性等を活かした、安定的で働きやすい環境づくり等による人材不足への解消を図る必要性

5 区の特徴を活かした取組み促進

千住地域の更なる吸引力の強化と多様な主体との協力・連携により各地域の特性を活かした広がりある取組みを推進する必要性

6 安全・安心な環境づくりの推進

今後ますます求められる高齢者への対策や、区民の生活満足度の維持・向上と安全・安心な生活環境づくりを進めて行く必要性

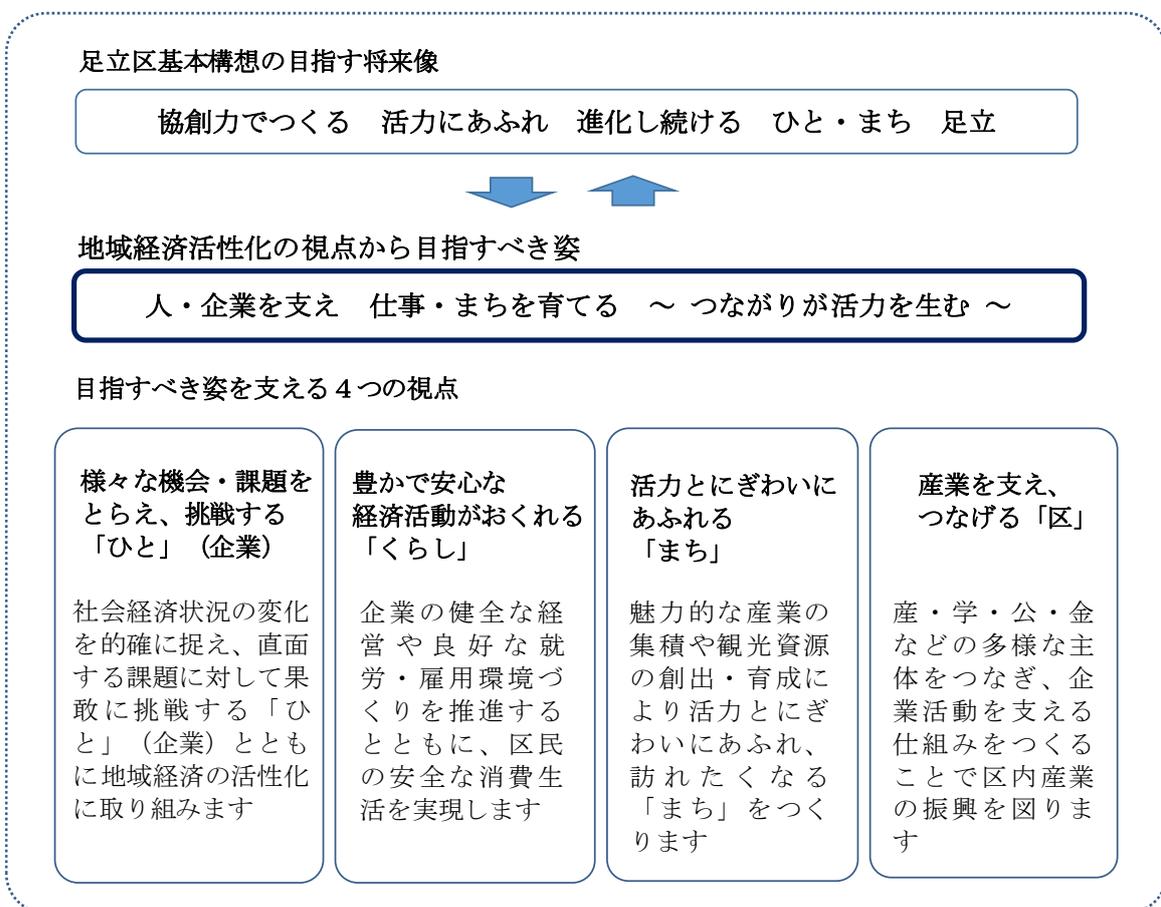
第3章 目指すべき姿と計画の体系

1 目指すべき姿

足立区基本構想では区の将来像として「協創力をつくる 活力にあふれ 進化し続ける ひと・まち 足立」を掲げています。

また、足立区基本計画ではこの将来像を実現するために、「地域経済の活性化を図ることで、活力とにぎわいのあるまちづくりを行う」としています。

本計画ではこれらを受けて、地域経済活性化の視点から目指すべき姿を以下のとおり設定しました。



区内で働く人や企業、団体が持つ仕事へのひたむきな思いや、新たなことに挑戦していきたいという向上心を、様々な場や機会を通じてつなぎ、広げていくことで、まちの活力、産業の振興、そして区内経済の好循環につなげていきます。

また、目指す姿の実現に向けて、「ひと」「暮らし」「まち」「行財政」の4つの視点から基本的方向性を整理しました。

まちや産業が抱える課題の解決を図るとともに、区の強みをさらに伸ばすことで目指すべき姿を実現するべく、事業者、産業団体、関係機関、大学等研究機関、区民等が共通の認識を持ち、協力して本計画を推進していきます。

2 施策体系

本計画の目指すべき姿「人・企業 を支え 仕事・まち を育てる ～ つながりが活力を生む ～」の実現に向けて取り組んでいく施策について、先に設定した6つの課題に複合的に対応させる形で、6つの柱立てに整理しました。また、6つの柱立てに対して、地域経済活性化に関する方向性を踏まえ、16の施策を体系化しました【図1（21頁、22頁）参照】。

区ではこれまでも創業支援に力を入れてきましたが、今後も新たな地域経済の担い手を創出するために、起業・創業支援を一層進めていきます。そして、地域経済全体の活力を高めるために、様々な切り口で区内事業者の経営力強化を図るとともに、就労支援と雇用の安定を図ります。また、区内外の人が訪れたいくなるまちをつくり、にぎわいを創出します。

（柱Ⅰ） 起業・創業の促進

交通の利便性や地代の安さなど区の立地メリットやエリアデザインによるまちづくりの推進といった好機を活かし、意欲ある人による起業を促進することで、新たな地域経済の担い手を創出します。

（柱Ⅱ） 事業者の経営力強化

区内産業を支える幅広い業種を対象として、経営力の強化を図ることで、区内事業者の「稼ぐ力」を伸ばし、地域経済全体の活力を高めます。

（柱Ⅲ） 就労促進と雇用の安定

就労促進と人材確保・定着支援を進め、企業の人手不足解消を図るとともに、働きやすい職場環境づくりを推進することで、地域経済の主役である企業と働く人を支えます。

（柱Ⅳ） 訪れたいくなるまちづくり

多様な主体と連携して地域経済の活性化に向けた取り組みを進め、区の魅力を創り、磨き、育むことで、まちのにぎわいを創出します

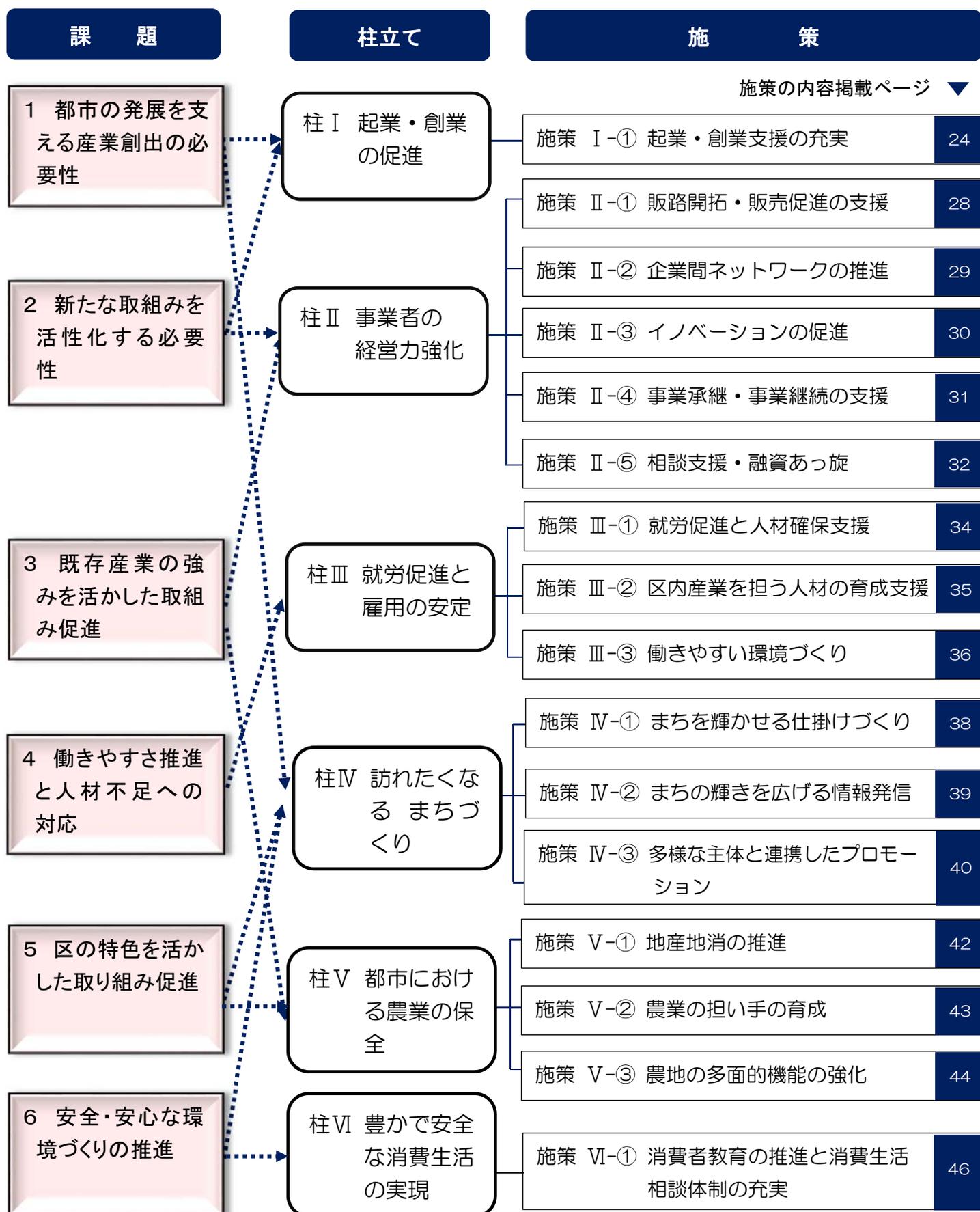
（柱Ⅴ） 都市における農業の保全

農業の担い手の確保・育成を図るとともに、地産地消や農地が持つ多面的機能の強化を図ることで、都市と共存し、区民生活に貢献する農業を推進します。

（柱Ⅵ） 豊かで安全な消費生活の実現

様々な関係機関との連携により、消費者教育と消費者被害の未然防止を図り、区民の豊かで安全な消費生活を実現します

図1 施策体系



事業の方向性

1 起業・創業ステージにマッチした支援／2 地域ニーズの高い業種の起業・創業等の促進／3 起業・創業希望者の発掘と総合的な支援体制

1 販路開拓のための場や機会づくり／2 販売促進に向けた効果的支援

1 ネットワークの形成支援／2 ビジネスマッチングの推進

1 新産業・新業態等促進への支援／2 先端技術等へのチャレンジや導入支援

1 事業承継の支援／2 事業継続の促進

1 中小企業融資の強化／2 中小企業支援の充実

1 効果的な就労支援／2 人材マッチングの促進

1 人材能力開発支援／2 職業・職場体験の促進

1 良好な職場環境形成支援／2 中小企業の福利厚生支援

1 イベントを通じた誘客力の向上／2 地域資源を活用した取組みの推進／
3 来街者等のニーズに応えるまちづくり

1 分かりやすい情報の提供／2 多様な主体への情報発信

1 多様な主体と連携したプロモーション

1 地産地消の推進

2 農業の担い手の育成

3 農地の多面的機能の強化

1 消費者相談対応の充実／2 消費者教育と啓発の充実／3 関係機関等とのネットワーク強化

【目指すべき姿】人・企業を支え 仕事・まちを育てる につながりが活力を生む

第4章 個別施策（分野別施策）

柱Ⅰ 起業・創業の促進

【現状と課題】

区ではこれまで起業・創業を促進していくため、各種セミナーや交流会の開催、そして創業支援施設の開設と各種サポートなど様々な取組みを進めてきました。平成28年（2016年）の新設法人数は906社で前年と比較して10.3%増えています。

しかし、起業・創業希望者は、望んでいる業種や立地、ビジネススタイルなどが様々で、必ずしも区内にマッチした条件の場所等が無いこともあり、区外で創業することもあります。

千住エリアでは大学の誘致など、まちの発展とともに増加している飲食店、超高齢社会を背景に区全域で増加している医療・福祉関連事業所など、区民生活を支える、または来街者ニーズに対応した業種に対する必要性はますます増加していくと思われれます。

区内のそれぞれの地域特性を踏まえ、地域のニーズにマッチした業種の起業・創業を促していくことが求められます。

【目指す姿】

創業するなら足立区で！ 都内一 起業・創業がしやすいまち

【成果指標】

	項 目	基準値 (平成28年)	中間値 (平成33年)	目標値 (平成37年)
①	新設法人数	社	社	社
②	区の起業・創業メニュー利用者・参加者の区内起業・創業数	社	社	社

施策 I - ① 起業・創業支援の充実

起業・創業は、当区の地域経済の活性化を促す重要な要素であることから、これまで様々な施策を展開し、その促進に努めてきました。これからも区内における起業・創業の促進を強化し、「起業・創業しやすいまち」のイメージと魅力の造成を図るとともに、支援策を充実して取組みを着実に進めていくことにより地域経済全体の活性化を図ってまいります。

起業・創業支援の充実に向けて、以下の事業を展開していきます。

I-①-1 起業・創業ステージにマッチした支援

事業の概要	学習・準備時期、トライアル時期（事業立ち上げ時期）、経営が軌道に乗っていく時期など、起業・創業のステージに応じて、ニーズや課題に応じた支援を着実に行っていきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ 起業家育成事業（セミナー等の開催） ・ 創業支援事業計画による関係機関と連携した創業支援 ・ 創業支援施設の管理運営事業 ・ 金融機関が開設する創業支援施設との連携、その他

I-①-2 地域ニーズの高い業種の起業・創業等の促進

事業の概要	区内の各エリアの特性やエリアデザインに伴う開発動向等を踏まえた、地域からのニーズ等の高い業種の起業・創業促進や誘致、ソーシャルビジネスを推進していきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域ニーズの高い産業分野（介護・福祉・健康、防犯・防災等）の創業支援 ・ コミュニティビジネス、ソーシャルビジネスの促進 <p>【区民参画推進課】</p> <p>その他</p>

第4章 個別施策（分野別施策）

I-①-3 起業・創業希望者の発掘と総合的な支援体制

<p>事業の概要</p>	<p>区内には、女性や高齢者、学生をはじめとして、潜在的に様々な起業意向を持つ方々があります。そうした方々に対する働きかけや普及、課題への対応を進めて行くとともに、区内起業や創業を考えている方等へ、ワンストップであらゆることに対応できる総合的な支援体制を構築していきます。</p>
<p>個別事業例</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・女性やシニア、学生など創業の担い手として期待される人材への支援 ・ニュービジネス支援事業（創業プランコンテスト） ・創業プランコンテスト（防犯など地域課題解決型事業への支援の拡充）、その他

足立区創業支援事業計画と独立・起業セミナーの様式



柱Ⅱ 事業者の経営力強化

【現状と課題】

区内にはおよそ2万6千の事業所がありますが、そのほとんどが中小企業であり、小規模企業者の占める割合も大きくなっていますが、「区民消費・産業実態アンケート等調査」によると、今後3年間の景況予測が「悪くなる」と回答した「小売業」及び「卸売業」は50%を超えており、また区の特徴的な産業である「製造業」では41.6%、「運輸業」は38.0%などとなっています。大企業の景況感が3期連続で改善する中（2017年6月日銀短観）、区内の多くの事業所にはその恩恵が行き渡らない産業構造になっています。

一方、そうした区内の中小企業の中には、長年に渡って培われてきた技術やノウハウを有しているところも少なくありませんが、他都市のように特定業種の集積が見られたり、多種多様なネットワークが形成されたりする状況はあまり見られません。

国内外の社会経済環境が変わって行く中、各企業は自社の得意分野や技術等を強化しつつ、社会のトレンドを先取りした取組みや、顧客のニーズに確実に応えて行く対応が必要です。そのための支援施策を、行政は産業側との調整・連携のもと、タイミング良く効果的に推進していくことが求められます。

【目指す姿】

様々な分野で活躍している人、技術のネットワークが生み出されるまち

【成果指標】

	項 目	基準値 (平成28年)	中間値 (平成33年)	目標値 (平成37年)
①	展示会等を通じた商談成約件数	件	件	件
②	ネットワーク形成等を通じた新たなビジネス等創出件数	件	件	件
③	産業実態に係るアンケート「経営課題」に対して「受注量・取引量・売上高の減少」の回答割合	%	%	%

施策Ⅱ - ① 販路開拓・販売促進の支援

区内事業者の中には、特に製造業、建設業などで人手不足などにより、販路の開拓や新たな顧客獲得に向けた取組みが十分にできないところも多く、結果的に景況に対して明るい見通しが立てられないことなどの課題解決に向けて、区内企業や団体が販路開拓や販売促進のために行う取組みに対して支援をしていきます。

販路開拓・販売促進の支援に向けて、以下の事務事業を展開していきます。

Ⅱ-①-1 販路開拓のための場や機会づくり

事業の概要	区内事業者の製品・サービスや技術等を紹介・PRする場や商談等の場や機会をつくり、新たな販路やビジネスパートナーの開拓、取引拡大の支援を行います。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・産業展示会事業 ・ビジネス機会創出支援事業（マッチングクリエイター） ・産業製品普及促進事業、その他

Ⅱ-①-2 販売促進に向けた効果的支援

事業の概要	区内で製造した製品のPR等、商品や製品、そしてサービス等の販売促進を図る中小企業に対して、共同販売やPR等を行い、販売促進が着実に進展していくための各種支援をしていきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・区内企業向け官公需発注の推進【各課】 ・商店街活動支援事業（プレミアム商品券） その他

写真掲載

第4章 個別施策（分野別施策）

施策Ⅱ - ② 企業間ネットワークの推進

区内の産業団体、事業者、区内外の大学、東京都、その他関連機関等が協力・連携して、関係性づくりを進めるとともに、企業間のネットワーク化を行います。企業同士が互いを知る場づくりを行い、専門家等によるコーディネートのもとで、新たな販路開拓やビジネスマッチング等を図って行きます。

企業間ネットワークの推進に向けて、以下の事務事業を展開していきます。

Ⅱ-②-1 ネットワークの形成支援

事業の概要	区内事業者間の交流機会の創出や、国の施策情報、専門家情報の共有化などの推進により、企業間の連携ネットワークを形成し、さらにビジネス創出等に向けて他地域との連携を進めていくための支援をしていきます。
個別事業例	・ 特定テーマのビジネス検討ネットワーク等の形成支援 ・ 工業団体活動助成事業（工連、異業種、伝統）、その他

Ⅱ-②-2 ビジネスマッチングの推進

事業の概要	区内企業による新たな製品開発やサービスづくりを進めるにあたり、専門家と連携して個々の企業の有する技術やネットワークなどを結び付ける支援を行います。また、大学、研究機関の技術シーズ等と中小企業等の各種ニーズとのマッチングの機会づくりに対する支援を推進していきます。
個別事業例	・ マッチングクリエイターによる魅力倍増プロジェクト ・ 区内大学、金融機関等のビジネスマッチング支援、その他

写真掲載

施策Ⅱ - ③ イノベーションの促進

新技術・新製品の開発や事業化に必要な各種支援を行うとともに、産学公の連携体制の構築や国や都等と連携した新たな技術導入、経営革新等を進め、区内企業がイノベーションを起こしやすくする環境づくりを推進していきます。

イノベーションの促進に向けて、以下の事務事業を展開していきます。

Ⅱ-③-1 新産業・新業態等促進への支援

事業の概要	区内事業者による経営革新や新たな取組みを促進するにあたり、専門家等と連携して各種支援を行っていきます。また、研究機関等と連携して新産業や業態開発に資する検討や取組みに対して支援をします。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ ビジネスチャレンジコース（地域課題解決型事業への支援の拡充） ・ 産学公連携促進事業 ・ 経営革新支援事業、その他

Ⅱ-③-2 先端技術等へのチャレンジや導入支援

事業の概要	社会経済環境の変化に伴い、今後ますます必要となる ICT、IoT、AI などの新たな技術導入等について、積極的に取り組む区内企業・団体に対する支援を、国や都、関連機関等と連携して推進していきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ 中小企業向け先端 IT 技術導入支援【国、都、中小機構等連携】 ・ 新技術導入専門家派遣等【国、都、中小機構等連携】、その他

写真掲載

第4章 個別施策（分野別施策）

施策Ⅱ - ④ 事業承継・事業継続の支援

金融機関等と連携して、後継者問題を抱える小規模企業に対する相談に対応するなど、円滑な事業承継・継続への移行を支援するとともに、新たな産業を育成するため、事業承継を契機とした後継者による新たな事業展開を支援していきます。

事業承継・事業継続の支援に向けて、以下の事務事業を展開していきます。

Ⅱ-④-1 事業承継の支援

事業の概要	国、都、金融機関等との連携を行い、専門家による相談等を通じて、区内事業者の円滑な事業承継を支援します。
個別事業例	・東京都中小企業振興公社、事業承継引継センター、金融機関等との連携による事業承継支援、その他

Ⅱ-④-2 事業継続の促進

事業の概要	周辺環境や近隣住民へ配慮するために行う防音・防臭・防振などの改修・移転等に伴う支援を行うとともに、区内で事業を継続的に行っていくるように関係各所と連携して支援していきます。
個別事業例	・ものづくり企業立地継続助成金、その他

事業承継セミナー等例

女性向け 事業承継塾 参加無料

①講師はすべて女性経営コンサルタントが行います。
②すでに独立起業家・経営者としての経験、女性のライフイベントで直面する課題への対応など固有の対応力が身に付きます。

対象 都内中小企業で事業承継を考えている女性後継者及び承継して間もない女性経営者
※参加として全4回に必ず参加いただける方
※開講と出席の方の両方をご希望の方はご参加ください。

定員 20名(先着順) 時間 13:00~17:00

申込方法 公社HP: <http://www.tokyo-kosha.or.jp>
もしくは 郵便の申込申請書(A4)にてお申込みください。

申込場所 中野サンプラザ(詳細は裏面)

回次	開催日	開催時間	定員
第1回	11/14(土)	13:00~17:00	11/14(土)
第2回	11/21(土)	13:00~17:00	11/21(土)
第3回	12/6(土)	13:00~17:00	12/6(土)
第4回	12/12(土)	13:00~17:00	12/12(土)

※開講と出席の方の両方をご希望の方はご参加ください。

お問い合わせ先 (公社) 東京都中小企業振興公社 総合支援課 二井美穂 係長 TEL: 03-5251-7881 FAX: 03-5251-7888

(資料) 東京都産業振興公社「女性向け事業承継塾」

施策Ⅱ - ⑤ 相談支援・融資あっせん

区内中小企業の経営改善や設備の向上等に必要な事業資金として、低利で利用できる各種の融資を金融機関にあっせんを実効的に行うとともに、売上向上、販路開拓、ブランド形成など、幅広い相談に対して専門家等と連携して対応していきます。

相談支援・融資あっ旋に向けて、以下の事務事業を展開していきます。

Ⅱ-⑤-1 中小企業融資の強化

事業の概要	区内の中小事業者に対して、事業経営等に必要な資金の調達を支援するために、金融機関等の協力による融資あっせんを行います。
個別事業例	・中小企業融資事業、その他

Ⅱ-⑤-2 中小企業支援の充実

事業の概要	新規事業への取組み、設備投資に伴う資金など、幅広い相談内容に対して専門家等と連携して対応していきます。
個別事業例	・中小企業支援事業（専門家による各種相談支援）、その他

柱Ⅲ 就労促進と雇用の安定

【現状と課題】

区では、これまで様々な就労支援施策を行ってきました。就労支援セミナーや面接会をはじめとして、全国的に有名にもなっている若年者向けの就労準備支援事業など、先進的なものも含め様々な取組みを行い、区内就労に大きく寄与してきました。

しかし、昨今の全国的な人手不足は区でも顕著になっており、「区民消費・産業実態アンケート等調査」によると、製造業、建設業、運輸業をはじめ、多くの事業者が今後の重要取組みテーマの筆頭に「従業員の確保・育成」を挙げており、医療・福祉では現在の課題として「人手不足」を挙げた事業所が最も多くなっています。このように人材不足は、区でも重要な課題になっており、同時に人材育成を着実に進めていくことも喫緊の課題になっています。

一方、同アンケートで区民に聞いた区内で働く希望については、30代、50代の主婦（夫）・家事手伝いなどで多くなっており、区内企業の人手不足の状況への対応を進めていくことが考えられます。区の特徴の1つである職住近接をさらに進めていくことも考えられ、双方にとって働きやすい職場や働き方等についての希望や対応等を整理していくことが望まれます。

【目指す姿】

働きたい人すべてが仕事に巡り合いイキイキと働けるまち

【成果指標】

	項 目	基準値 (平成 28 年)	中間値 (平成 33 年)	目標値 (平成 37 年)
①	就労支援セミナー等参加者の 区内就労件数	件	件	件
②	人材マッチング等を通じた就 労者の定着率	%	%	%
③	足立区ワーク・ライフ・バラ ンス推進 認定企業	社	社	社

施策Ⅲ - ① 就労促進と人材確保支援

区内で働きたい若者、女性、高齢者等に対して、関係各所と連携して希望に叶った就労支援やマッチングを進めていきます。また就職に向けたスキルアップ、中高年者に対しては再就職活動等を促す施策を推進していきます。

就労促進と人材確保支援に向けて、以下の事業を展開していきます。

Ⅲ-①-1 効果的な就労支援

事業の概要	くらしとしごとの相談センター等関係機関と連携して、就労希望者の状況やニーズを踏まえて、職業相談や職業紹介を行い、就労機会の充実を図ります。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ 就労支援事業 ・ 雇用・就業・人材育成対策事業 ・ 生活困窮者就労支援事業【くらしと仕事の相談センター】 ・ ひとり親家庭自立支援事業【親子支援課】 ・ 生活保護受給者の就労支援事業【生活保護指導課、各福祉課】 ・ 介護人材雇用創出事業、介護の仕事・面接相談会【高齢福祉課】 ・ 就労促進定着支援事業【障がい福祉センター】、その他

Ⅲ-①-2 人材マッチングの促進

事業の概要	区内企業と就労希望者のスムーズかつ互いのニーズに合った就職を実現するため、人材のマッチングに向けた雇用に関わる相談支援、企業向けセミナー、企業見学等の取組み支援をしていきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ 人材マッチング支援事業 ・ 企業のインターンシップ支援、その他

第4章 個別施策（分野別施策）

施策Ⅲ - ② 区内産業を担う人材の育成支援

区内の多くの企業では、厳しい経済環境の中で、それぞれの事業に必要な能力や技術力を向上するための人材育成が不可欠になっています。関係機関等と連携して、必要かつ効果的な人材育成を積極的に進めていきます。

区内産業を担う人材の育成支援に向けて、以下の事務事業を展開していきます。

Ⅲ-②-1 人材能力開発支援

事業の概要	区内企業が必要な人材能力について、同じニーズを持つ企業が集まって行う合同研修会の開催など、必要な支援を進めていきます。
個別事業例	・人材能力開発支援事業（産業技術・経営研修会助成金） ・東京都立城東職業能力開発センターと連携した職業訓練 ・運輸業等の免許・資格取得支援、その他

Ⅲ-②-2 職業・職場体験の促進

事業の概要	中学生等に対する職場体験などを行い、働くことの意義や区内企業の持つ技術や人との触れ合いを通じた取組みを促進します。
個別事業例	・ものづくり体験ワークショップ、工場見学会、その他 ・インターンシップ支援事業 ・中学生の職場体験学習【教育指導課】

東京都立城東職業能力開発センターの職業訓練模様

写真掲載

施策Ⅲ - ③ 働きやすい環境づくり

関係機関等と連携し、従業員それぞれの状況に応じた柔軟な働き方を支える就業形態の整備や、それを利用しやすい職場風土づくりなど、多様な働き方ができる職場環境づくりや福利厚生等に関する施策を推進していきます。

働きやすい環境づくりに向けて、以下の事業を展開していきます。

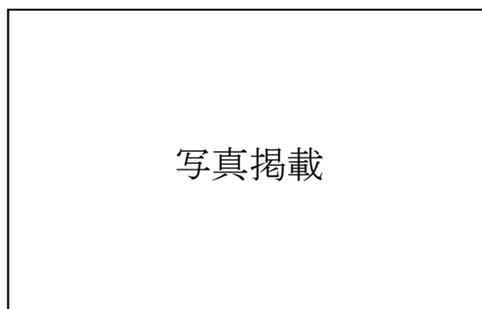
Ⅲ-③-1 良好な職場環境の形成支援

事業の概要	職場の人間関係の問題なども無く、心身健康で安心して働くことのできる職場環境づくりを進める区内企業に対して必要な支援を進めていきます。
個別事業例	・良好な雇用環境づくり支援 ・ワーク・ライフ・バランスの推進事業【区民参画推進課】、その他

Ⅲ-③-2 中小企業の福利厚生支援

事業の概要	共済・保険制度をはじめとして、区内の事業主やその家族、従業員などの健康管理、福利厚生への支援を行います。
個別事業例	・中小企業の福利厚生支援【勤労福祉サービスセンター】 ・勤労福祉会館運営事業、その他

足立区ワーク・ライフ・ balan 企業認定式模様



柱Ⅳ 訪れたくなる まちづくり

【現状と課題】

区は、沢山の来街者を集客するような観光施設や有名なテーマパークがあるような観光地では無く、基本的には川に囲まれた緑が豊富な「多くの人が住む生活するまち」です。足立区こども科学館・西新井文化ホール（ギャラクシティ）をはじめとして、地域に根差した賑やかな子育て支援施設、そして高齢者向けの各種施設などの快適な区民生活を支える機能が充実しています。これからエリアデザイン計画による開発が進むにつれ、生活しやすい都市としての色合いがますます強くなっていくと思われます。

一方で、区内には、日光街道、江戸の宿場の面影や松尾芭蕉の足跡を残しつつ、5つの大学の立地も進み、飲食やショッピング、芸術・文化、そして居住の機能がますます高まってきている千住地域の今と昔が上手く融合した賑わい、関東三大厄除大師である西新井大師のほか、あまり著名ではないまでも周辺のいたるところに賦存する歴史的なコンテンツの数々、そして長く地域の消費生活等を支えてきた商店街など、区民の日頃の生活の中に、自然と溶け込み育まれてきたまちの伝統や歴史、文化、そして香りがあります。

このように、生活都市としての様相とまちの歴史や文化等を様々な角度から評価し、その価値を磨き高めていくとともに、広く発信する必要があります。

【目指す姿】

住む人・来る人みんなが楽しめる歴史、文化、賑わい、香りのあるまち

【成果指標】

	項 目	基準値 (平成 28 年)	中間値 (平成 33 年)	目標値 (平成 37 年)
①	区内で開催された各種イベント参加者の満足度	%	%	%
②	区民アンケートで「足立区のまちに関心がある」割合	%	%	%
③	区民アンケートで「区内イベント等への参加経験」の割合	%	%	%

施策Ⅳ - ① まちを輝かせる仕掛けづくり

近年、その地域でしかできない体験や交流を求める都市観光のニーズを踏まえ、区の様々なまちの文化や資源等を演出しプロモートしていきます。また区民が自分の住むまちや商店街を知り楽しめる取組みや場づくりを促進していきます。

まちを輝かせる仕掛けづくりに向けて、以下の事務事業を展開していきます。

Ⅳ-①-1 イベントを通じた誘客力の向上

事業の概要	「足立の花火」をはじめとした区を代表する5大イベントやその他の地域の祭りやイベントには、区内外から多くの人を訪れます。多く集まった区民や来街者が、別の機会にショッピングなどでの再来訪に繋げていくことも加味した取組みを推進していきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・5大イベントの魅力向上【観光交流協会】 ・千住を中心としたイベントの実施支援【シティプロモーション課】 ・各部が実施するイベント【庁内各課】、その他

Ⅳ-①-2 地域資源を活用した取組み推進

事業の概要	区内に賦存する歴史、文化、商店街、公園など、様々な地域資源を活用・演出して、参加者及び関係者がそれぞれのまちの多様な色彩を楽しめる取組みを推進していきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・観光資源ネットワーク事業【観光交流協会】 ・ものづくり体験ワークショップ、工場見学会（再掲）、その他

Ⅳ-①-3 来街者等のニーズに応えるまちづくり

事業の概要	来街者及び地域住民にとって、必要なものが揃い、安全、快適な個店の育成や商店街活動等への支援を行っていきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・魅力と個性に満ちた店づくりの推進 ・個店間のネットワーク構築 ・商店街活動支援事業 ・商店街環境整備支援事業、その他

第4章 個別施策（分野別施策）

施策Ⅳ - ② まちの輝きを広げる情報発信

区の各エリアが持つ歴史や文化、商店街、飲食・サービスなどをまちの資源と捉え、関連施設での各種PR活動や各種情報媒体の活用、そしてイベントなどにより発信していきます。また情報発信に際して、その実効性を高めていくため、マスコミや旅行会社等との連携を進めていきます。

まちの輝きを広げる情報発信に向けて、以下の事務事業を展開していきます。

Ⅳ-②-1 分かりやすい情報の提供

事業の概要	開催予定のイベント情報や特徴あるお店の情報など、各エリアの新たな情報について、必要な人に対して効果的に到達しやすい情報発信を推進していきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none">・あだち観光ネットの運営【観光交流協会】・「千住街の駅」の運営【観光交流協会】・外国人向け観光案内の充実【観光交流協会】・輝く個店マップ事業、その他

Ⅳ-②-2 多様な主体への情報発信

事業の概要	区の魅力や良さなどについて認知度を高めたり、来街を促していくために、観光関連事業者、マスコミなど、様々な主体と連携して、イベント情報や各エリアの新たな情報について、効果的な発信を進めていきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none">・鉄道各社と連携した広報活動【観光交流協会】・マスコミや旅行会社等に対する区内情報の売り込み【観光交流協会】・協会会員へのメールマガジンの発信【観光交流協会】、その他

施策IV - ③ 多様な主体と連携したプロモーション

隣接する都市や鉄道事業者等と連携して、共通の話題やテーマによる下町探索やまち歩きイベントなど、プロモーション活動を推進していきます。

多様な主体と連携したプロモーションに向けて、以下の事務事業を展開していきます。

IV-③-1 多様な主体と連携したプロモーション

事業の概要	近隣自治体や観光関連事業者など、様々な主体と連携して、それぞれのまちのトピックやイベント等の情報提供を共同して進めていくとともに、社会ニーズやトレンドを踏まえ、マスコミ等に対して、区の有する様々な魅力や特性、隠れた資源などについてのプロモーション活動を推進していきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・近隣自治体や鉄道事業者等と連携した事業展開【観光交流協会】 ・ロケーションボックス事業【シティプロモーション課】 ・総合的なプロモーション事業【シティプロモーション課】、その他

鉄道各社と連携した広報活動例及び「千住街の駅」

写真掲載



柱Ⅴ 都市における農業の保全

【現状と課題】

区内には173の農家がありますが、5年前と比べて20%以上減少しており、また自給的農家が過半数となっています。農地面積も減少の一途を辿っていますが、東京23区の中で、練馬区、世田谷区に次いで3番の面積を有しており、えだまめや小松菜を中心に少量多品目栽培を行っています。

これまで農業体験など都市型農業の魅力を活かした取組みも行われてきていますが、後継者問題、相続時の税負担などから農地や農業者が減少し続けていることもあり、農業の維持・継続に向けた方策を検討し進めて行く待ったなしの状況になっています。

都市防災の観点、区民が農業や農地と触れる機会創出による無形の価値造成の観点など、農地の持つ多面的な機能を維持するとともに、農業者の農業収入を向上させていくための取組み、各種制度の改善などを進めていくことが必要です。

【目指す姿】

都市の魅力を高める農のあるまち

【成果指標】

	項 目	基準値 (平成28年)	中間値 (平成33年)	目標値 (平成37年)
①	農作業ボランティアの人数	人	人	人
②	作付延べ面積 ※基本計画	ha	ha	ha

施策V - ① 地産地消の推進

生産地と消費地が近接している強みを活かし、区民に、区で育った新鮮で安全・安心な農産物を供給し、区内での地産地消の観点から、生産から消費に至るネットワークづくりを進めていきます。

地産地消の推進に向けて、以下の事務事業を展開していきます。

V-①-1 地産地消の推進

事業の概要	農家の生産規模に合った出荷先の確保の支援、旬の農産物の学校給食への食材提供、共同直売所での提供など、区民が区内産農産物を入手しやすい地産地消を推進していきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地場農産品普及促進事業 その他

第4章 個別施策（分野別施策）

施策V - ② 農業の担い手の育成

農業研修を実施し、新規就農者や農作業ボランティア育成のため研修を実施することで高齢化や後継者不足による担い手の解消を図っていきます。

農業の担い手の育成に向けて、以下の事務事業を展開していきます。

V-②-1 農業の担い手の育成

事業の概要	関係機関と連携した人材育成をはじめとして、農作業をボランティアで手伝いたいという区民を受入希望農家に派遣するボランティア制度に基づいた取組みなど、担い手の育成を進めていきます。
個別事業例	・ 農業人材育成・経営支援事業 ・ 農業者団体活動支援事業（補助金の交付、体験型農園等） ・ 農地の維持・整備事業（区民農園、農業ボランティア等）、その他

写真掲載

施策V - ③

農地の多面的機能の強化

農地には生産活動だけではなく、防災、環境など多面的な機能があります。
こうした多面的機能の強化を進めます。

農地の多面的機能の強化に向けて、以下の事務事業を展開していきます。

V-③-1 農地の多面的機能の強化

事業の概要	農地の災害時の利用など、多面的機能の効用を農業者や区民等へPRしていくとともに、農地が多面的機能を発揮できるような管理を進めていきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ 農業委員会運営事務 ・ 国有農地管理事務 ・ 防災等での連携、その他

柱Ⅵ 豊かで安全な消費生活の実現

【現状と課題】

足立区消費者センターでは、商品やサービスの購入に伴うトラブルなど、区民の消費生活に関する相談を受け付け、解決に向けた助言や専門家の紹介などを行っています。年間に約4,500件の相談が寄せられています。

年々、高齢者を狙った勧誘販売などによる被害、また若年層ではインターネット利用に関する被害も多くなってきていることから、これまで消費者被害を未然に防ぐための講座など、消費者教育、啓発活動等を実施しています。

こうした被害は今後も増加して行くことが想定されるため、区民が消費者として主体的に的確な判断ができるよう、様々な場や機会を通じて必要な知識や情報の普及に努める必要があります。

【目指す姿】

区民の自立した消費者意識が高く、安全な消費生活がおくれるまち

【達成目標】

	項 目	基準値 (平成 28 年)	中間値 (平成 33 年)	目標値 (平成 37 年)
①	消費者相談の解決率 ※基本計画	%	%	%
②	消費者講座等参加者の消費者 トラブル件数	件	件	件

施策Ⅵ - ① 消費者教育の推進と消費生活相談体制の充実

消費者が商品やサービスについて自らの判断に基づいて選択を行うことができるよう、食品の安全性、悪質商法などの消費生活情報の提供、様々な学習の機会の提供、消費者被害防止ネットワークの拡大・充実等を推進していきます。

消費者教育の推進と消費生活相談体制の充実に向けて、以下の事務事業を展開していきます。

Ⅵ-①-1 消費者相談対応の充実

事業の概要	消費者センターでの相談事業を通じて、さまざまな消費者トラブルの解決に向けた助言や必要なあっ旋等を行うことにより、消費者被害の減少に努めます。
個別事業例	・消費生活相談事業の拡充、その他

Ⅵ-①-2 消費者教育と啓発の充実

事業の概要	区民が消費者被害にあわないために、正確な知識の習得と判断力の向上のため、くらしフェスタ、消費者講座、出前講座などの学びの場や機会を提供するとともに、消費者団体への支援、様々な情報媒体を通じた啓発活動を行います。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者支援事業（各種講座・教室の実施、くらしフェスタ開催、消費者団体活動支援消費者センターだより発行等） ・出前講座の充実 ・消費者セミナーの充実（ライフステージに応じた消費者教育、啓発事業）、その他

Ⅵ-①-3 関係機関等とのネットワーク強化

事業の概要	「安全・安心な消費生活」の強化のため、各種関係機関と連携したネットワークづくりを進めます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・様々な関係機関との連携による啓発事業（警察、携帯ショップ等） ・危機管理課との情報共有【危機管理課】、その他

第5章 エリアごとの産業の特性と可能性

資料編 作成中（8ページの予定）

第6章 計画の着実な推進と実行性の確保に向けて

資料編 作成中（10ページの予定）

資料編 作成中（30ページの予定）

足立区地域経済活性化基本計画（案）

平成30年〇月〇日

足 立 区

目 次

第1章 活性化計画とは	
1 活性化計画の目的.....	2
2 位置付け.....	2
3 目指すべき姿.....	3
4 計画期間.....	3
第2章 地域経済活性化に係る現状と課題	
1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況.....	4
2 課題の整理と地域経済活性化の方向性.....	13
第3章 計画の体系と個別施策	
1 活性化計画の全体像.....	15
2 施策体系.....	17
3 個別施策.....	19
第4章 計画の着実な推進と実効性の確保に向けて	
1 計画の推進体制.....	43
2 計画の進行管理.....	44
資料編	
1 用語解説.....	55
2 現況整理と分析	
3 アンケート結果の概要	
4 エリア別産業特性と可能性	
5 足立区経済活性化基本条例	
6 その他	

※資料編の2から6については、今後作成予定

本文中（※）で表示されている語については、資料編の1（55～56ページ）に解説を記載しています。

ただし、同じ言葉が複数回記載されているときは、最初に記載されている場所だけ（※）をつけています。

第1章 活性化計画とは

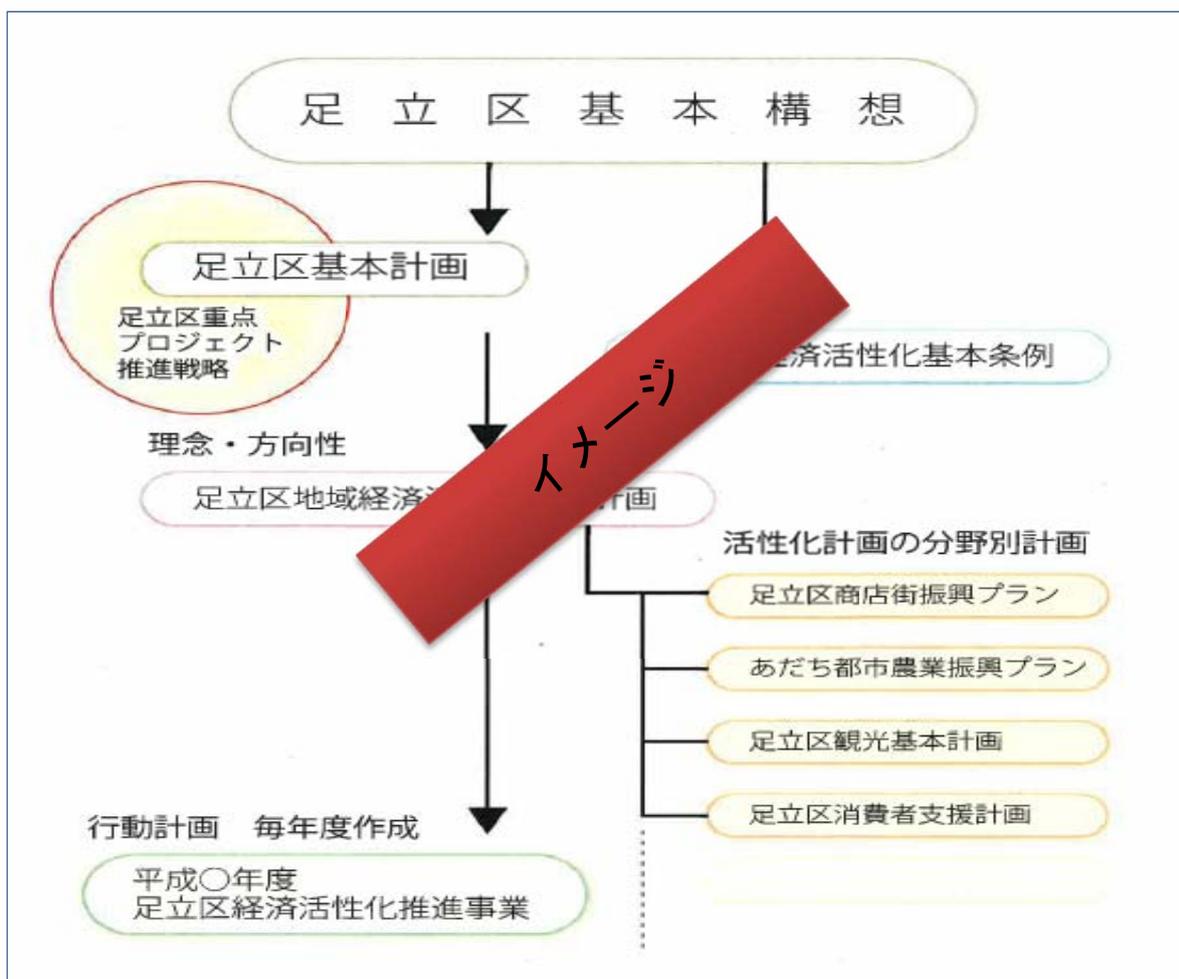
1 活性化計画の目的

足立区地域経済活性化基本計画（以下、「活性化計画」という。）は、地域経済の活性化及び産業の振興に資する施策の方向性を明らかにし、その指標を示すことにより、区のみならず民間資源も効果的に活用され、結果として区内経済の好循環を生み出すことを目的としています。

2 位置付け

活性化計画は、「足立区基本構想」（平成28年10月決定、30年間）、足立区基本計画（平成29年度から8年間）を上位計画とし、「足立区都市計画マスタープラン」「足立区人口ビジョン及び足立区人口ビジョンを実現する総合戦略」など関連する諸計画を踏まえて策定します（図1参照）。

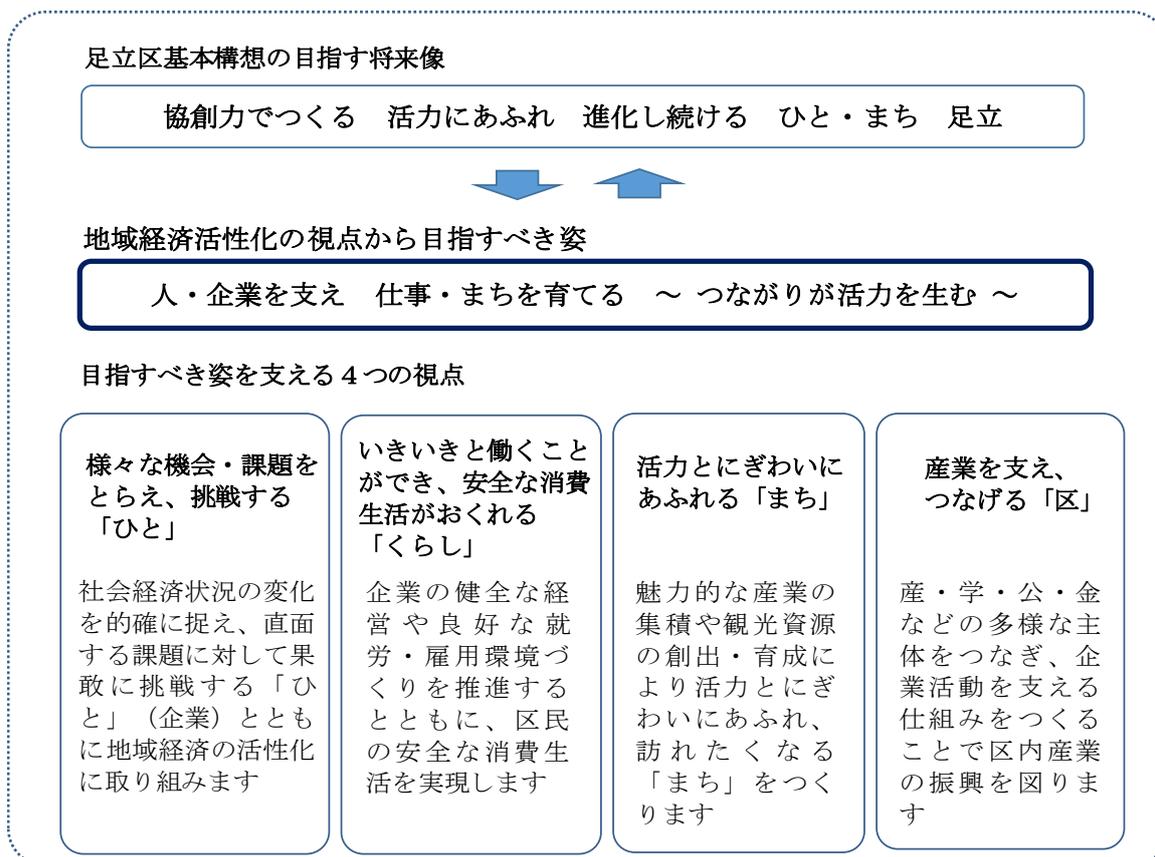
図1 「足立区地域経済活性化基本計画」と他計画との関係



3 目指すべき姿

足立区基本構想では区の将来像として「協創力をつくる 活力にあふれ 進化し続ける ひと・まち 足立」を掲げています。

活性化計画では区の将来像を受けて、地域経済活性化の視点から目指すべき姿を以下のとおり設定しました。



区内で働く人や企業、団体が持つ仕事へのひたむきな思いや、新たなことに挑戦していきいたいという向上心を、様々な場や機会を通じてつなぎ、広げていくことで、まちの活力、産業の振興、ひいては区内経済の好循環につなげていきます。

また、目指す姿の実現に向けて、「ひと」「暮らし」「まち」「行財政」の4つの視点から基本的方向性を整理しました。

まちや産業が抱える課題の解決を図るとともに、区の強みをさらに伸ばすことで目指すべき姿を実現するべく、事業者・産業団体・関係機関・大学等研究機関・区民等が共通の認識を持ち、協働・協創により活性化計画を推進していきます。

4 計画期間

活性化計画の期間は、平成30年度（2018年度）から8年間とします。

なお、計画の中間年にあたる平成33年度中に、事業成果と進捗状況を検証した上で、計画内容の見直しを行います。

第2章 地域経済活性化に係る現状と課題

1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況

平成28年度の日本経済は、企業収益や雇用環境の改善などにより、緩やかな回復基調で推移し、個人消費や民間設備投資も持ち直しの動きが続いています。

都内経済は、雇用情勢で改善傾向が続く一方、個人消費はやや減少、また、中小企業(※1)の景況感は一進一退を続けています。

このような状況の下、区は今後とも、小規模事業者(※2)が約8割を占める区内事業者を支えるとともに、地域経済の好循環を生み出すため、社会経済環境の変化に応じて的確かつ迅速な取り組みを行っていく必要があります。

そのため、本章では、以下の8つの「動き」から社会経済環境の変化と区の現況を整理しました。

- (1) 人口の動向
- (2) 景況と雇用情勢
- (3) 起業・創業(※3)の現状
- (4) 産業構造の変化
- (5) 技術の進展と市場
- (6) 消費動向
- (7) まちづくり、地域づくりの動向
- (8) 観光需要の動向

なお、現況の整理は、平成29年4月に実施した統計データや調査(表1)の分析結果をもとに行いました。

表1：現況の整理に当たり実施した調査、分析

調査名等	調査対象(回収数・回収率)
区民向けアンケート調査	2,000 サンプル(658 件・32.9%)
商業・サービス業以外事業者向けアンケート調査	1,500 サンプル(471 件・31.4%)
商業・サービス業事業者向けアンケート調査	1,500 サンプル(340 件・22.7%)
区内事業者対面インタビュー調査	10 者
区内産業団体等対面インタビュー調査	5 団体
各種統計データ等の収集、分析	経済センサス等
関連する参考資料の収集、分析	官公庁の作成資料等

※各種調査分析結果詳細は、資料編〇〇頁を参照

(1) 人口の動向

日本の人口は、平成20年(2008年)の1億2,808万人をピークに、減少に転じました。今後、人口減少のスピードは加速度的に高まっていく見込みです。国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成24年1月推計、出生中位・死亡中位)」によれば、平成72年の総人口は、現在の約68%に相当する8,674万人まで減少すると推計されています。

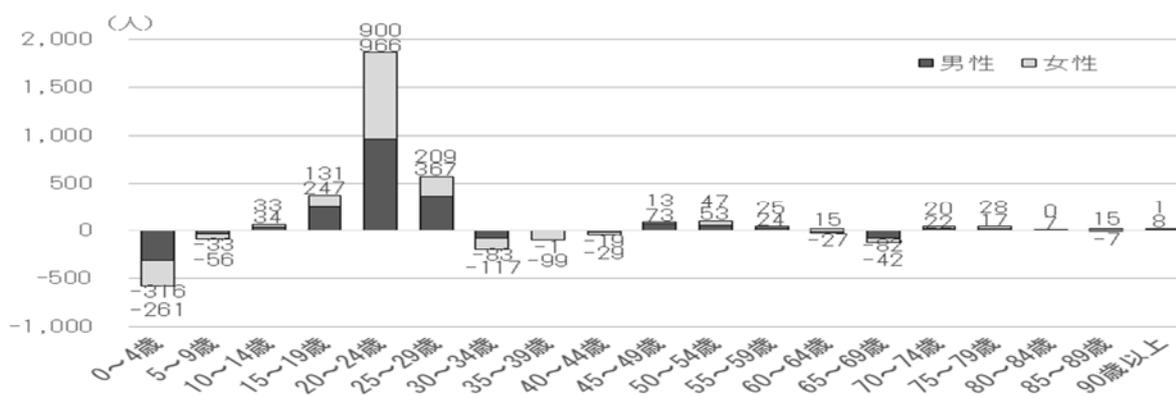
足立区の現況

昭和50年には約60.2万人であった足立区の総人口は、その後増加傾向が続き、平成29年10月には約68.4万人に達しました。最近の人口増は、転入増による社会増が自然減を上回ることによる結果であり、特に10代から20代の転入増が顕著となっています(図2参照)。

一方、0~9歳までは転出超過(社会減)となっていることから分かります。子育て世帯の転出が多くなっています。なお、高齢化率は平成29年現在24.7%と、23区で2番目に高くなっています。

平成27年9月に区が実施した人口推計(中位推計)から、人口は当面増加が続くものの、平成32年以降は減少に転じ、平成72年には現在の約68.4万人から12.1万人(17.7%)減の約56.3万人になるものと見込んでいます。

図2:足立区の年齢階級別転入超過数(男女別 平成28年)



出典:「足立区人口ビジョン総合戦略 図9」

【課題】

今後迎える人口減少、さらに進展する少子化や超高齢社会の到来により、地域コミュニティの希薄化、消費行動の縮小による区内経済の停滞が懸念されます。また、要介護状態になりやすい後期高齢者の割合増加に伴い、安全・安心サービスに対するニーズのさらなる高まりが予想されます。

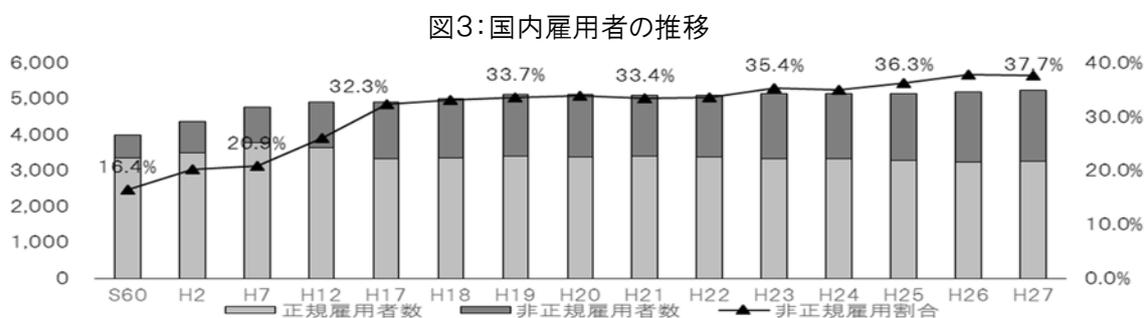
そのため、まちの魅力を高めることにより、人を呼び込み、消費の拡大につなげていくことが重要です。また、商店街をはじめとした地域の拠点などでの、人と人との多様なネットワークの構築や、医療や介護など区民の安全・安心に関わる事業者への支援が必要です。

(2) 景況と雇用情勢

平成29年8月の月例経済報告によると、景気は緩やかな回復基調が続いており、2017年4-6月期の実質GDPの成長率は前期比で1.0%増となっています。しかし、多くの中小企業の業況判断DIは依然としてマイナスであり、賃金上昇が業況と比べて緩やかなことと併せて、必ずしも多くの人々が景気の回復実感を得られていない状況です。

雇用情勢は改善し、完全失業率は2.8%（平成29年6月）となりましたが、非正規雇用者数の割合は緩やかに増加傾向にあります。こうした状況の中、国は同一労働・同一賃金など「働き方改革」に向けた取り組みを進めています。

人手不足DI調査等では、各産業で人手不足が見られ、特にサービス業では深刻な状況です。また、高齢者や女性の従業割合は増加傾向にあります。



出典：「労働力調査」より作成

足立区の現況

中小企業の景況は、建設業で好調に推移しており、製造業、サービス業も上向いてきていますが、小売業は依然として厳しい状況が続いています。

業種では建設業、運輸業、医療・福祉、また、従業員規模では50人以上の企業が人手不足や人材育成に苦慮する一方、従業員規模20~49人の企業は業況が良く、社員の採用にも前向きな意向を示しています。

【課題】

区内の多くの事業所では、人手不足が経営課題の上位を占める一方、ハローワーク足立の有効求人倍率は未だ1.0を割り込んでおり、採用の現場では、事業者と労働者のミスマッチが生じていることが窺えます。

今後は、「働き方改革」による同一労働・同一賃金など、非正規雇用の処遇改善や時間外労働の上限規制などにより、小規模事業者の経営が圧迫されるものと懸念されます。そのため、個々の企業の経営力強化を図りつつ、労働者が働きやすい環境づくり等を進めていく必要があります。

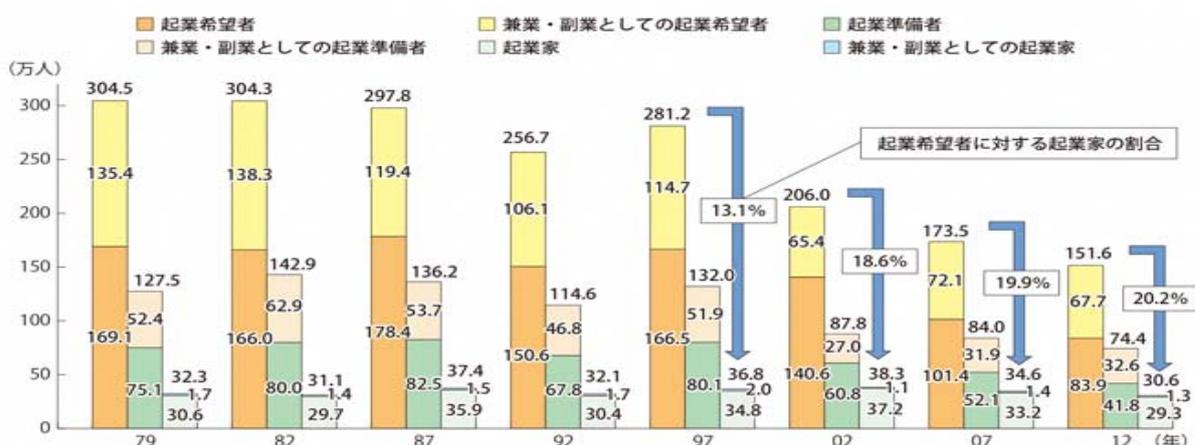
また、インターンや職場体験など若年就労希望者向けのメニューを充実し、働くことの意義や仕事内容への理解を高めるとともに、セミナー等を通じて事業者側の受入体制の向上を図り、雇用のミスマッチを解消していくことが重要です。

(3) 起業・創業の現状

国内の起業希望者数、起業準備者数は平成9年（1997年）以降減少傾向にあり、その結果、起業家数も同14年（2002年）38.3万人、同19年（2007年）34.6万人、同24年（2012年）30.6万人と徐々に減少しています。

また、開業率（※4）は微増傾向にあるものの、4～5%で推移しており、「開業率10%台を目指す」とする日本再興戦略に掲げる目標の達成に向けて、より一層の取り組みが必要な状況にあります。

図4: 起業の担い手の推移



出典：中小企業白書 2017（中小企業庁）

中小企業庁ウェブサイト（<http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H29/h29/index.html>）

足立区の現況

区内新設法人数は平成24年（2012年）の618社から年々増加しており、平成28年（2016年）は906社、都内で第13位でした。

一方、増加率は前年比10.8%（821社⇒906社）と、品川区の同11.9%（1,168社⇒1,308社）に次いで2位となっています。

【課題】

区は、都心にアクセスしやすい交通の利便性に加え、7つのエリアデザインの推進により、区内での起業・創業を増やす好機を迎えています。しかし、オフィスの広さや賃料など物件の条件が折り合わないなどの理由により、区の創業支援施設を退室後、区外に移転する事業者もみられます。

今後も、地域経済の活力源となる事業者を増やしていくために、区は区民が求める魅力的な店舗や治安、健康など区のボトルネック的課題解決に向けた分野における起業・創業の支援を強化していくことが重要です。また、創業間もない事業者や創業後一定期間経過した事業者が区内で継続して事業を営めるように、課題であるオフィスの物件に対する新たな対策を講じる必要があります。

(4) 産業構造の変化

国全体で産業構造の変化を見ると、製造業は国内総生産(※5)(名目GDP)の約2割を占める基幹産業ですが、その比率は徐々に減少しています。一方、サービス産業は7割以上を占め、比率も増加の一途を辿っています。中でも高齢化の進展に伴う医療・福祉・介護サービスや、企業の外部委託拡大による「対事業所サービス(※6)」の増加が顕著になっています。

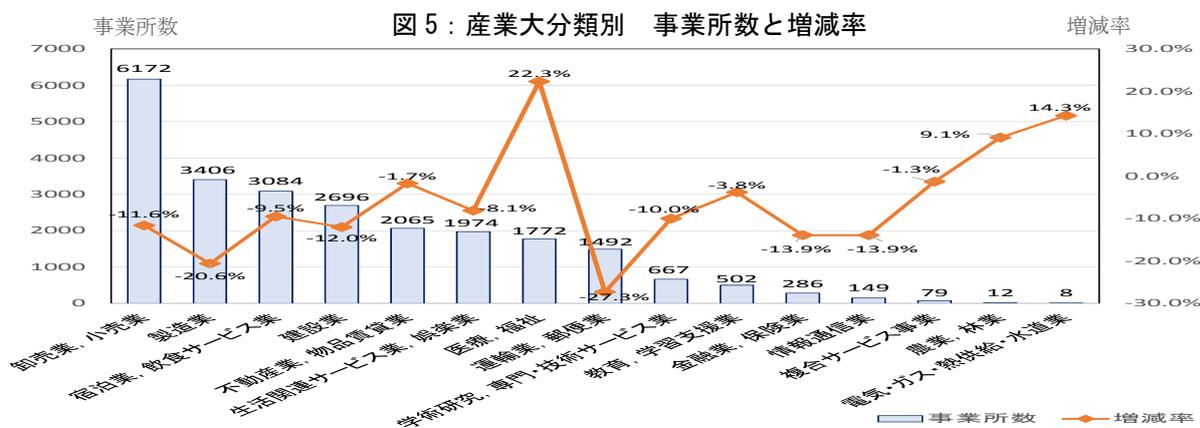
足立区の現況

平成21年から同26年の産業大分類別事業所数の増減率をみると、ほとんどの業種で減少していますが、「医療、福祉」は22.3%と大幅に増加しており、「医療、福祉」に対するニーズが増えていることが窺えます。

一方、付加価値額(※7)が高い業種は「建設業」「運輸業」「医療、福祉」、稼ぐ力(※8)が強い業種は「道路旅客運送業」「なめし革・同製品・毛皮製造業」、雇用力(※9)が高い業種は「飲食店」「医療業」「社会保険・社会福祉・介護事業」となっており、「医療、福祉」の力強さが表れています。

また、区内の農業は農家数、担い手ともに減少傾向にあります。

なお、区内では特定業種の地域的な集積はほとんど見られず、同業種・異業種間連携は行われているものの、異業種交流会の会員数は減少傾向です。



【課題】

多くの小規模事業者は、原材料価格高騰等の外部環境と同時に、経営者の高齢化と後継者不足などの内部環境の影響を大きく受け、今後も厳しい状況であることが想定されます。特に、農業では、担い手の育成が急務となっています。

経済環境等の変化を注視することを通じて、収益性の高い事業分野等を把握し、それまで強みのある技術を有していても小規模に取り組んでいた個々の事業者が、事業テーマに応じて同業種・異業種間のネットワークに入ることにより、取組みを通じた各種気づきや対応力の広がりなどにより、稼げるビジネスへの取組みを促して行くための支援が必要です。

(5) 技術の進展と市場

IoT (Internet of Things) やAI (Artificial Intelligence) では、製造業におけるサプライチェーンの最適化、製品ストックや在庫データ収集、運輸業でのルート最適化等をはじめ、ビッグデータの活用が始まっています。平成17年(2005年)には約1.6エクサバイトであった流通量は、平成25年(2013年)には約10.8エクサバイトと、8年間で約6.7倍に増えています。

ビッグデータの収集手段であるIoT市場は、2020年には14兆円規模にまで拡大するとの予測もあります。

なお、総務省が実施した「平成28年通信利用動向調査」によると、ICT(※10)を利活用している企業の方が、利活用していない企業よりも1社あたりの労働生産性(※11)が高くなっています。

図6：IoTやビッグデータによる新たなビジネスサイクルの出現



出展：経済産業省ウェブサイト
http://www.meti.go.jp/report/whitepaper/mono/2015/honbun_html/010103.html

足立区の現況

全体的にみると、ICTを業務に活用している事業者は10%前後と低調ですが、卸売業では宣伝や販路開拓(19.6%)、医療・福祉では業務改善や宣伝(17.6%)にICTを活用しており、他の業種と比較して高くなっています。なお、労働生産性は全国と比較して、いずれの業種も低い状況です。

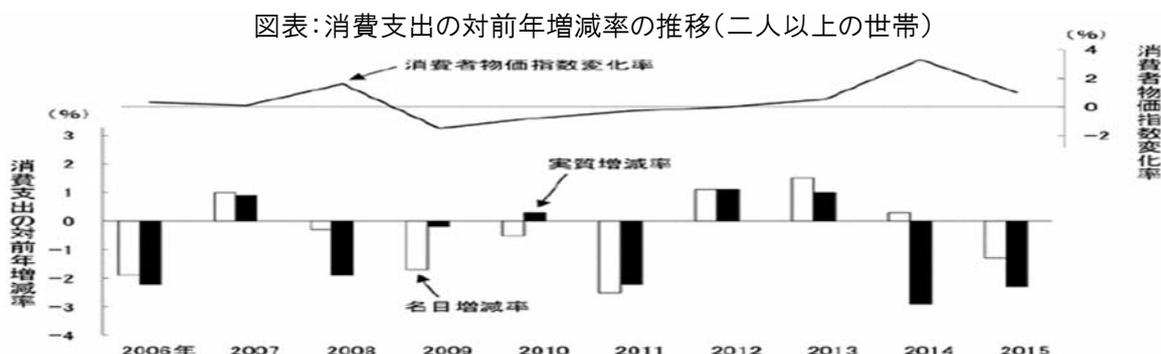
【課題】

区内事業者は、下請けを中心とした小規模事業者が多いことから、単独でIoTやAIに対応した技術の導入・投資等が困難であることが予想されます。そのため、先進的技術を活用した取組みは、資本力や開発投資に余力の有る大手企業が中心であり、さらに大手企業の優位性が高まることが予想されます。すでに区内にはIoTを活用した取組みを始めている企業もあり、時代の趨勢でもあるこうした技術を活用した生産性の向上や新製品・新技術の開発等を推進するための支援施策が必要です。

(6) 消費動向

2014年の消費支出の対前年実質増減率は、消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動減や夏場の天候不順の影響などもあって低下に転じました。2015年は対前年比で実質2.3%と低下率は縮小したものの、2年連続の実質低下となっています。特に注目すべきは、百貨店やスーパーでは年間販売額が長期にわたり減少を続けている一方、コンビニエンスストアや電子商取引などの商品やサービスが販売額を伸ばしていることです。生活の様々な面でインターネットの利用が進む中、我が国の消費者向け電子商取引の市場規模は、2006年から2016年にかけて4.4兆から15.1兆円へと、この10年間で約3.4倍増加しており、流通構造とともに消費者の消費購買スタイルも変化してきていることは明らかです。

こうした状況の下、全国の消費者センターに寄せられる相談の中で、インターネット通販に関する相談の割合は年々、拡大しています。



(注) 名目増減率…実際に支出した金額の増減率
 実質増減率…消費者物価の変動分を取り除いた実質的な増減率
 消費者物価指数は、「持家の帰属家賃を除く総合」

出典：消費者庁「消費者調査」

足立区の現況

多くの区民は、「身近で安いから最寄品(※12)は近所のスーパー」「品揃え、欲しいものがあるから買回品(※13)は都心部」「クリーニング、理美容は行きつけの近所のお店を利用」といった消費行動がみられます。また地域商店街の主要顧客は、地元の女性高齢者となっています。

【課題】

区内の多くの小売業は「売上げの伸び悩み」を経営課題に挙げており、平成26年の年間商品販売額は同19年と比較して15.8%減少しました。

一方、EC(電子商取引)を利用している区民は約8割と高く、消費者センターが受ける相談の中でECに関する相談割合も年々増加しています。

消費者のニーズに合った実店舗の魅力向上や、商取引に伴う安全・安心のための支援が必要になっています。

(7) まちづくり、地域づくりの動向

国は、少子高齢化の進展に的確に対応し、人口減少に歯止めをかけるとともに、東京圏への人口の過度な集中を是正し、それぞれの地域で住みよい環境を確保して将来にわたって活力ある日本社会を維持していくために、まち・ひと・しごと創生法を制定しました。これに基づき、国はまち・ひと・しごと創生総合戦略、地方は地方版総合戦略を各々策定し、各地域の実情に即した具体的な取り組みが始まっています。

こうした中、都市の特性や資源等の創出や活用により、地域内外から多くの人を呼び込み賑わう都市や地域と、そうでないところの二極化が顕著となりつつあります。

足立区の現況

区は、現在、「綾瀬」「六町」「江北」「花畑」「千住」「西新井・梅島」「竹の塚」の7つのエリアを対象に、まちの特徴・魅力や求めるべき将来像などをエリアデザインとしてとりまとめ、区内外に広く発信することで、民間活力を誘導しながら区有地等の活用を図り、さらなるイメージアップにつなげる取組みを推進しています。



約8割の区民が交通や買い物の利便性を理由に「居住地域に満足」する一方、「治安の良い生活環境」を希求しています。区では犯罪のない美しい住みよいまちを目指すために、地域や警察ほか関係団体と連携し、一丸となって「ビューティフル・ウィンドウズ運動」を展開し、治安向上に努めています。

また、都市計画マスタープランでは道路・鉄道などで拠点間ネットワークを強化し、交通アクセス環境を高めるなど、交通・交通拠点の整備による魅力あるまちづくりを計画しています。

【課題】

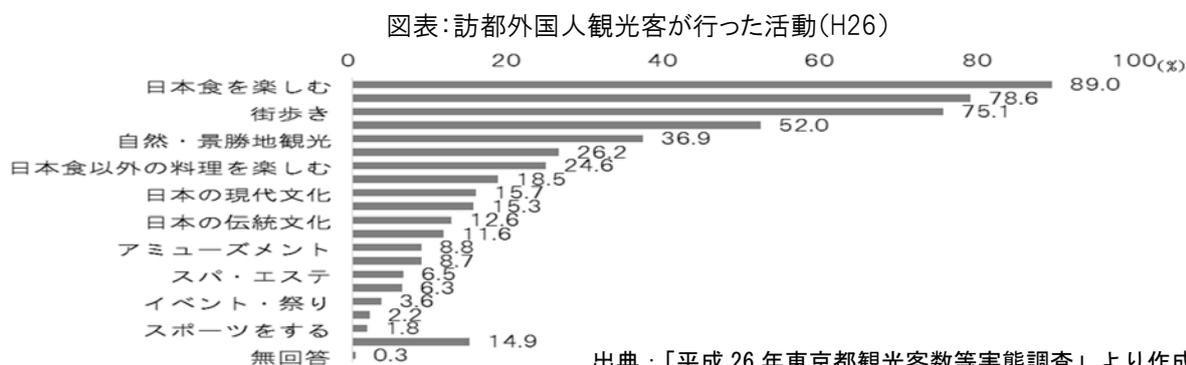
都市計画マスタープランやエリアデザイン計画と連動して、商業・業務地域の活性化を図るための施策を展開し、地域経済の発展を促し活力あるまちづくりを進めていくことが重要です。

また、多くの区民が求めている安全なまちを実現するために、体感治安の向上に向けた取り組みが必要です。

(8) 観光需要の動向

「東京都観光産業振興プラン」では日本のゲートウェイとしての役割を活かした外国人旅行者の誘致強化が、施策展開の方向性の一つに位置付けられています。実際、平成27年(2015年)の訪日外国人観光客は約2,000万人、うち訪都外国人観光客数は約1,200万人で、依然として都への外国人観光客集中が見られます。また将来的には3,000万人を達成する見込みで、2020年東京オリンピック・パラリンピック開催決定を契機に、インバウンド観光関連需要はさらに拡大し続けています。

なお、訪都外国人観光客の活動は、「日本食を楽しむ」「ショッピング」が上位2項目を占めています。



足立区の現況

区内でシンボルとなるような名所は、西新井大師のみですが、区内随一の繁華街として賑わっている北千住駅周辺は、駅ビルを中心に、魅力的なショップや飲食店が増え、また、足立区観光交流協会が実施するイベントのほか、事業者やNPOなどによる魅力ある地域イベントが開催され、若者に人気のまちとして注目され始めています。

まちの魅力向上のために重視すべきこととして、およそ6割の区民が「魅力のあるお店が多く立地していること」を挙げ、地域活性化に活用できる資源としては、「商店街」や「川、公園等の水や緑」を挙げる区民も多い状況です。

また、区内には多くの農地がありますが、身近に土に触れることができる区民農園が人気を博しています。近年、足立区産の小松菜を「あだち菜」と名づけ、区の特産として「あだち菜うどん」などを販売する動きがあります。

【課題】

区民や来街者にとって魅力のあるショッピング環境が備わったまちづくりを進めていく必要があります。加えて、民間事業者や地域の団体など多様な主体との連携により、区内の施設や農地、お店、食、文化、そして人とのふれあいといった地域資源を活用した魅力づくりを進め、区内外に発信することで人を呼び込んでいくことが重要です。

2 課題の整理と地域経済活性化の方向性

8つの「動き」に着目した分析や調査結果から見えてきた課題を、「ひと」「くらし」「まち」「区」の4つの視点をもとに、地域経済活性化に向けた計画の柱を以下のとおり整理しました。

4つの視点		課 題
産業を支え、つなげる「区」	様々な機会・課題をとらえ、 挑戦する「ひと」	<ul style="list-style-type: none"> 区内は、交通の利便性に加え、7つのエリアデザインの推進により、地域経済の活力源となる起業・創業を増やす好機を迎えており、オフィス利用の支援等、創業しやすさへの後押しが急務です。 経済環境の変化、産業技術等が進展する中、下請けを中心とした小規模事業者が多い区内事業者の経営力強化を図り、収益性を維持・向上できるように、新たな技術を活用できる土台づくりが必要です。 強みのある技術等を有する小規模事業者が、テーマに応じて参集し同業種・異業種間のネットワークに入ることにより対応力の幅を広げ、販路開拓、新たなビジネスへと発展させていくことが重要です。
	いきいきと働くことができ、 安全な消費生活がおくれる「くらし」	<ul style="list-style-type: none"> 今後迎える人口減少、少子化や超高齢社会の到来による、区内経済の停滞、地域コミュニティの希薄化等に対しては、「まちの魅力」を高めることにより、さらなる人の呼び込みと新たなネットワーク形成、地域活性化や消費の拡大につなげていかなければなりません。 「売上げの伸び悩み」を課題とする事業者に対し、顧客ニーズに合った店舗の魅力向上やICT利活用の支援を進める必要があります。 人手不足が経営課題となっている一方で、事業者と労働者の採用のミスマッチが生じており、就労促進と人材確保支援を進めるとともに、労働者が働きやすい環境づくり等を進めていくことが不可欠です。 EC（電子商取引）の利用者増加に伴い、消費者センターへの相談も増える中、商取引での安全・安心な対策の強化が必要です。
	活力とにぎわいに あふれる「まち」	<ul style="list-style-type: none"> 区民や来街者等にとって安全で魅力あるショッピング環境も備わったまちづくりを目指し、多様な主体とともに、新たな賑わいづくりと体感治安の向上への努力を積み重ねていくことが不可欠です。 区の産業の特性や強みを活かした取組み等を進めるとともに、区内各エリアが有する文化や歴史、人とのふれあいなどを通じた魅力づくりを進めていくことが必要です。 農業を支える担い手の育成を進めつつ、農地の持つ多面的機能の観点から、農地の維持や各種取組みを進めていくことが望まれます。 今後も区内の様々な魅力等のプロモーションを効果的に進め、地域経済の活性化に寄与していくことが重要です。

活性化計画の柱

柱Ⅰ 起業・創業の促進

- ・意欲ある人による起業・創業を促進することで、新たな地域経済の担い手を創出します。

柱Ⅱ 事業者の経営力強化

- ・幅広い業種を対象として、経営力の強化を図ることで、事業者の「稼ぐ力」を伸ばし、地域経済全体の活力を高めます。

柱Ⅲ 就労促進と雇用の安定

- ・就労促進と人材確保・定着支援を進め、企業の人手不足解消を図るとともに、働きやすい職場環境づくりを推進することで地域経済の主役である働く人と事業者を支えます。

柱Ⅵ 豊かで安全な消費生活の実現

- ・様々な関係機関との連携により消費者教育を進めることで、消費者被害の未然防止を図り、豊かで安全な区民の消費生活を実現します。

柱Ⅳ 訪れたいまちづくり

- ・多様な主体と連携して、区の魅力を育み、磨き、創ることで、まちのにぎわいを高めます。

柱Ⅴ 都市農業の保全

- ・農業の担い手の育成とともに、地産地消や農地が持つ多面的機能の強化を図ることで、まちと共存し、区民生活に貢献する都市農業を保全します。

第3章 計画の体系と個別施策

1 活性化計画の全体像

区はこれまでも創業支援に力を入れてきましたが、今後も新たな地域経済の担い手の創出をするため、引き続き「創業するなら、足立区で」をキャッチフレーズとして、起業・創業支援を一層進めていきます。

また、地域経済全体の活力を高めるために、様々な切り口で区内事業者の経営力強化を図るとともに、就労支援と雇用の安定を図ります。

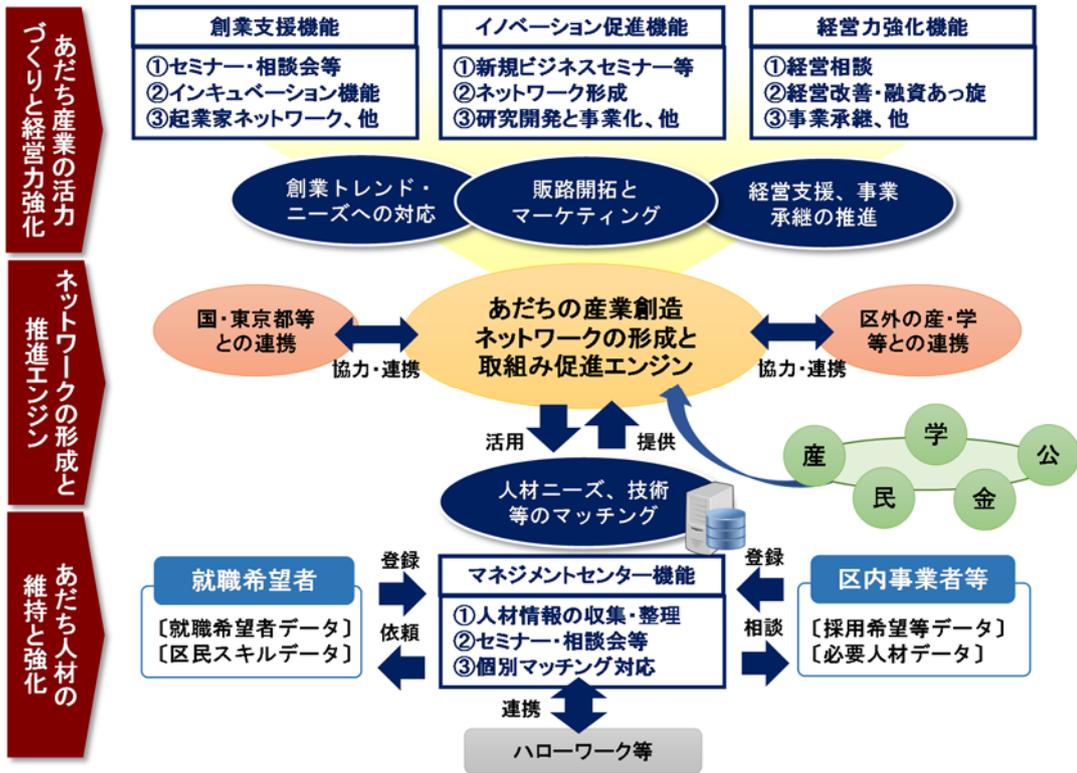
そして、創業したいまち、区内外の人が訪れたいまちをつくり、にぎわいを創出するとともに、区内経済の好循環を生み出していきます。

これらの方針をもとに、目指すべき姿「人・企業を支え 仕事・まちを育てる ～つながりが活力を生む～」を実現していきます。

足立区地域経済活性化基本計画 第3章イメージ図



図表：仕事を育てるイメージ

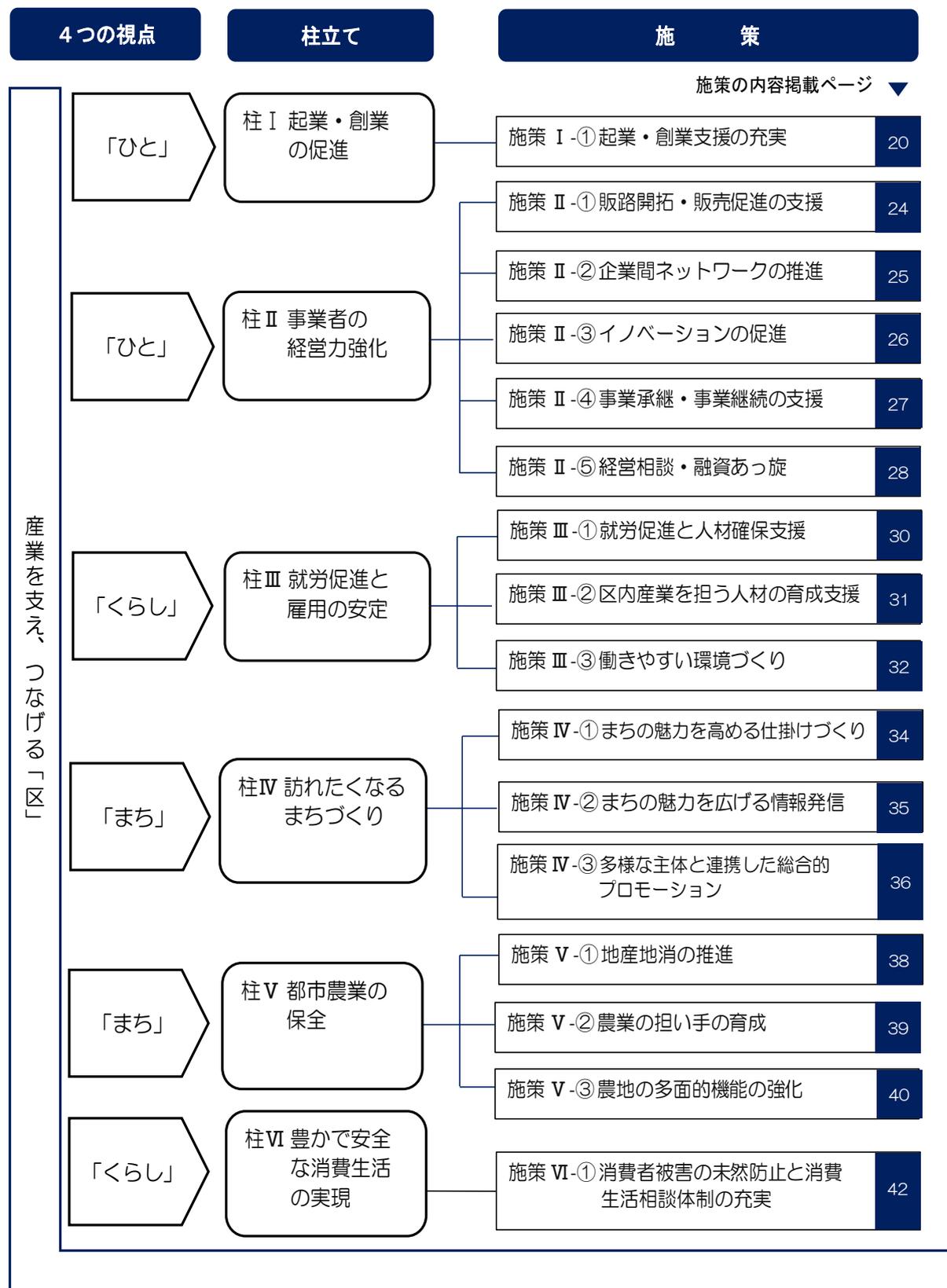


図表：まちを育てるイメージ



2 施策体系

第2章で設定した活性化計画の6つの柱に対して、以下のとおり16の施策を体系的に整理しました。



事業の方向性	
1 起業・創業ステージにマッチした支援/2 地域ニーズの高い業種や成長分野の起業・創業等の促進/3 起業・創業希望者の発掘と総合的な支援体制	【目指すべき姿】 人・企業を支え 仕事・まちを育てる くつながりが活力を生む
1 販路開拓のための場や機会づくり/2 販売促進に向けた効果的支援	
1 ネットワークの形成支援/2 ビジネスマッチングの推進	
1 新産業・新業態等促進への支援/2 先端技術等へのチャレンジや導入支援	
1 事業承継の支援/2 事業継続の促進	
1 中小企業融資の強化/2 中小企業相談支援の充実	
1 効果的な就労支援/2 人材マッチングの促進	
1 人材能力開発支援/2 職業・職場体験の促進	
1 良好な職場環境の形成支援/2 中小企業の福利厚生支援	
1 イベントを通じた来街者の増/2 地域資源を活用した取組みの推進/ 3 来街者等のニーズに応えるまちづくり	
1 分かりやすい情報の提供/2 多様な主体への情報発信	
1 多様な主体と連携したプロモーション	
1 地産地消の推進	
2 農業の担い手の育成	
3 農地の多面的機能の強化	
1 消費者相談対応の充実/2 消費者被害防止に向けた啓発の充実/3 関係機関等とのネットワーク強化	

3 個別施策

柱Ⅰ 起業・創業の促進

【目指す姿】

創業するなら足立区で！ 都内^{イチ} 起業・創業しやすいまち

これまでも区は、「創業するなら足立区で！」をキャッチフレーズに、様々な創業支援事業を展開してきました。

都心にアクセスしやすい交通の利便性や、女性が安心して住める治安の良さや物価の安さなど、ここ数年、北千住駅周辺が、住みたいまちランキング等で高評価を得ている状況です。また、7つのエリアデザインの推進などで、区内での起業・創業を増やす好機を迎えています。

今後も、新たな地域経済の活力源となる担い手を輩出し、地域課題の解決に役立つ起業・創業を後押ししていくため、さらなる支援策の充実を進めていきます。

【成果指標】

	項 目	基準値 (平成 28 年)	中間値 (平成 33 年)	目標値 (平成 37 年)
①	新設法人数	906 社	1,040 社	1,125 社
②	アンケート調査の結果、「足立区は起業・創業しやすい施策や環境が整っている」と回答した区内創業者の割合	—%	85%	90%

柱Ⅰ 起業・創業の促進

施策Ⅰ-① 起業・創業支援の充実

起業・創業は、当区の地域経済の活性化を促す重要な要素であることから、これまでも様々な施策を展開してきました。今後もさらに区内における起業・創業を促進するための支援策を強化し、「起業・創業しやすいまち」の魅力を高めることで地域経済全体の活性化を図ります。

Ⅰ-①-1 起業・創業ステージにマッチした支援

事業の概要	学習・準備時期、トライアル時期（事業立ち上げ時期）、経営が軌道に乗っていく時期など、起業・創業の各ステージにおける、ニーズや課題に応じた支援策を講じます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ 起業家育成事業（セミナー等の開催） ・ 創業支援事業計画による関係機関と連携した創業支援 ・ 創業支援施設の管理運営事業 ・ 新規 金融機関が開設する創業支援施設との連携 その他

Ⅰ-①-2 地域ニーズの高い業種や成長分野の起業・創業等の促進

事業の概要	区内の各エリアの特性やエリアデザインに伴う開発動向等を踏まえ、地域ニーズの高い業種や、今後成長が見込まれる分野の起業・創業促進や誘致、地域課題解決に寄与するソーシャルビジネス等への起業家の参入を推進していきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域ニーズの高い産業分野（介護・福祉・健康、防犯・防災等）の創業支援 ・ ニュービジネス支援事業（創業プランコンテスト）の支援対象を防犯など地域課題解決型事業へ拡充 ・ コミュニティビジネス、ソーシャルビジネスの促進 【区民参画推進課との連携】 ・ 創業や誘致に伴うオフィス等施設面の支援及び不動産情報の受発信 【民間との協創事業】 ・ 新規 空き家を活用したオフィス確保と創業支援 【住宅課との連携】 その他

柱Ⅰ 起業・創業の促進

I-①-3 起業・創業希望者の発掘と総合的な支援体制

事業の概要	女性やシニア、学生をはじめ、潜在的な起業意向を持つ人々に対して起業・創業に関わるあらゆる支援がワンストップで受けられる総合的な支援体制を構築していきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ 起業・創業に関わる支援窓口のワンストップ化 ・ 女性やシニア、学生など創業の担い手として期待される人材への支援 ・ 新規 国の女性起業家等支援ネットワークを通じた創業支援 ・ 大学生を対象としたアントレプレナーシップ（※14）セミナー ・ 新規 起業準備者や創業者と区内経営者とのネットワーク構築 その他

足立区創業支援事業計画と独立・起業セミナーの様様

イメージイラスト

イメージ写真

3 個別施策

柱Ⅱ 事業者の経営力強化

【目指す姿】

様々な分野で活躍している人、技術のネットワークが生み出されるまち

区内にはおよそ2万6千の事業所があり、そのほとんどが中小企業です。

長年に渡って培われてきた高度な技術やノウハウを有しているところも少なくありませんが、国内外の社会経済環境が変わって行く中、区内企業は自社の得意分野や技術等を強化しつつ、社会のトレンドを先取りした取組みや、顧客のニーズに応じていかなければなりません。

しかし、他区のように特定業種の地域的な集積はほとんど見られず、また、同業種・異業種間のネットワーク形成を積極的に行っている事業者も多くありません。

多種多様な企業間ネットワークを形成して、高度な技術やノウハウ等をつなぎ、企業間連携や産学連携による販路開拓・販売促進や新たなビジネスへと発展させていく必要があります。

【成果指標】

	項 目	基準値 (平成 28 年)	中間値 (平成 33 年)	目標値 (平成 37 年)
①	アンケート調査の結果「受注量・取引量・売上高の減少が経営課題」と回答した事業者の割合 ※低減目標	22.7%	19.7%	16.7%
②	アンケート調査の結果「同業種連携・異業種連携に取り組んでいる」と回答した事業者の割合	14.6%	19.0%	24.0%
③	アンケート調査の結果「3年前と比較して昨年度の営業利益が増加した」と回答した事業者の割合	21.7%	24.0%	27.0%

Ⅱ 事業者の経営力強化

施策Ⅱ - ① 販路開拓・販売促進の支援

区内の製造業や建設業などでは人手不足やノウハウ不足により、販路開拓や新たな顧客獲得に向けた取組みが十分でないところが多く、結果的に景況に対して明るい見通しが立てられていません。

そのため、公益財団法人東京都中小企業振興公社や独立行政法人中小企業基盤整備機構などの支援機関や金融機関と連携して、区内企業や団体が販路開拓や販売促進を行う取組みを支援していきます。

Ⅱ-①-1 販路開拓のための場や機会づくり

事業の概要	区内事業者の製品・サービスや技術等を紹介・PRする場や商談等の機会をつくり、新たな販路やビジネスパートナーの開拓、取引拡大の支援を行います。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・産業展示会事業（あだちメッセ） ・ビジネス機会創出支援事業（マッチングクリエイター） ・産業製品普及促進事業（国内・海外見本市出展助成） その他

Ⅱ-①-2 販売促進に向けた効果的支援

事業の概要	区内で製造した製品のPR等、商品や製品、そしてサービス等の販売促進を図る中小企業に対して、共同販売やPR等を行い、販売促進が着実に進展していくための各種支援を行います。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・区内企業向け官公需発注の推進【各課】 ・商店街活動支援事業（プレミアム商品券） ・新規 区内産菓子等の共同販売事業【民間企業連携事業への支援】 ・新規 あだち産業センターを活用したアンテナショップ事業【区内企業製品の展示、販売】 その他

産業展示会



イメージ写真

II 事業者の経営力強化

施策II - ② 企業間ネットワークの推進

区内の産業団体、事業者、区内外の大学、東京都、その他関連機関等が協力・連携して、関係性づくりを進めるとともに、企業間のネットワーク化を図ります。企業同士が互いを知る場を設定し、専門家等によるコーディネートのもとで、新たな販路開拓やビジネスマッチング等を行います。

II-②-1 ネットワークの形成支援

事業の概要	区内企業間の交流機会の創出や、国の施策情報、専門家情報の共有などの推進により、企業間の連携ネットワークを形成し、さらにビジネス創出等に向けて他地域との連携を進めていくための支援をしていきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ 特定テーマのビジネス検討ネットワーク等の形成支援 ・ 工業団体活動助成事業（工連、異業種、伝統） ・ 新規 デザイナーを含めたネットワーク構築と新製品開発 その他

II-②-2 ビジネスマッチングの推進

事業の概要	区内企業による新たな製品開発やサービスづくりを進めるにあたり、専門家と連携して個々の企業の有する技術やネットワークなどを結び付ける支援を行います。また、大学、研究機関の技術シーズ等と中小企業等の各種ニーズとのマッチング支援を推進していきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ マッチングクリエイターによる魅力倍増プロジェクト ・ 区内大学、金融機関等のビジネスマッチング支援 その他

異業種フォーラム 2017 in あだち

イメージ写真

Ⅱ 事業者の経営力強化

施策Ⅱ - ③ イノベーションの促進

新技術・新製品の開発や事業化に必要な各種支援を行うとともに、産学公金の連携体制の構築や国や都等と連携した新たな技術導入、経営革新等を進め、区内企業がイノベーションを起こしやすくする環境づくりを推進します。

Ⅱ-③-1 新産業・新業態等促進への支援

事業の概要	区内事業者による経営革新や新たな取組みを促進するにあたり、専門家等と連携して各種支援を行っていきます。また、研究機関等と連携して新産業や業態開発に資する検討や取組みに対する支援をします。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経営革新支援事業（小規模事業者経営改善補助金等） ・ 各種専門相談（中小企業診断士、弁護士、税理士、社労士等） ・ 産学公連携促進事業（技術支援補助金、研究開発補助金） ・ ビジネスチャレンジコース（地域課題解決型事業への支援の拡充） ・ 新製品開発講座 その他

Ⅱ-③-2 先端技術等へのチャレンジや導入支援

事業の概要	社会経済環境の変化に伴い、今後ますます必要となる ICT、IoT、AI などの新たな技術導入等について、積極的に取り組む区内企業・団体に対して、国や都、関連機関等と連携して支援していきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ 中小企業向け先端 IT 技術導入支援【国、都、中小機構等連携】 ・ 新技術導入専門家派遣等【国、都、中小機構等連携】 ・ 新規 実践事例紹介や企業見学会等の講習会 その他

イメージ写真

II 事業者の経営力強化

施策II - ④ 事業承継・事業継続の支援

金融機関等と連携して、後継者問題を抱える区内企業が、円滑な事業承継を行なえるよう相談支援を行います。また、区内での事業が継続して行えるよう工場移転・改修等の支援を行っていきます。

II-④-1 事業承継の支援

事業の概要	国、都、金融機関等との連携を行い、専門家による相談等を通じて、区内事業者の円滑な事業承継を支援します。
個別事業例	・東京都中小企業振興公社、事業承継引継センター、金融機関等との連携による事業承継支援（新規） その他

II-④-2 事業継続の促進

事業の概要	周辺環境や近隣住民へ配慮するために行う防音・防臭・防振などの改修・移転等に伴う支援を行うとともに、金融機関等との連携による土地活用情報の流通を進め、区内で事業を継続的に行っていただけるように関係各所と連携して支援していきます。
個別事業例	・ものづくり企業立地継続助成金 ・ 新規 土地活用情報のネットワーク化 その他

事業承継セミナー等例

イメージ写真

II 事業者の経営力強化

施策II - ⑤ 経営相談・融資あっ旋

区内中小企業の経営改善や設備の向上等に必要な事業資金として、各種低利融資を金融機関にあっ旋するとともに、売上向上、販路開拓、ブランド形成など、幅広い相談に対して専門家等と連携して対応していきます。

II-⑤-1 中小企業融資の強化

事業の概要	区内の中小事業者に対して、事業経営等に必要な資金調達を支援するために、金融機関等の協力による融資あっ旋を行います。
個別事業例	・ 中小企業融資事業 その他

II-⑤-2 中小企業相談支援の充実

事業の概要	専門家等と連携して、新規事業への取組み、設備投資に伴うノウハウなど、幅広い相談内容に対応していきます。
個別事業例	・ 中小企業支援事業（専門家による各種相談支援） その他

3 個別施策

柱Ⅲ 就労促進と雇用の安定

【目指す姿】

働きたい人すべてが仕事に巡り合いイキイキと働けるまち

区では、全国的にも有名な若年者就労準備支援事業など、就労支援セミナーや面接会をはじめ、様々な取り組みで若者の就労に大きく寄与してきました。しかし、事業者の多くが「従業員の確保・育成」を今後の重要取り組みテーマに挙げるなど、近年の人手不足は顕著です。

まず、就労希望者と企業とのミスマッチの原因を解消し、就労促進と雇用の安定を図るとともに、働きやすい職場環境や働き方を模索しながら、区の特徴の1つである職住近接を進めていくことが必要です。

こうした人手不足解消に向けた取り組みとともに人材育成を着実に進めていくことで、働く意思を持った人の就職と事業者の雇用の安定を図り、区内経済の好循環を目指します。

【成果指標】

	項 目	基準値 (平成 28 年)	中間値 (平成 33 年)	目標値 (平成 37 年)
①	就労支援事業を活用した人のうち、就労に結びついた人数	一人 (調査中)	一人 (調査中)	一人 (調査中)
②	アンケート調査の結果「従業員の確保」を経営課題として回答した事業者の割合 ※低減目標	23.4%	20.0%	16.0%
③	アンケート調査の結果「働きやすい職場環境が整備されていると思う」と回答した事業者の割合	—%	43.0%	50.0%

Ⅲ 就労促進と雇用の安定

施策Ⅲ - ① 就労促進と人材確保支援

区内で働きたい若者、女性、高齢者等に対して、ハローワークや区内企業と連携し、ミスマッチの原因分析を経た上で、希望に叶った就労支援やマッチングを進めていきます。

また、高校・大学等とも連携して就職へのスキルアップを進めるとともに、中高年者に対しては、(再)就職活動等を促す施策を推進していきます。

Ⅲ-①-1 効果的な就労支援

事業の概要	くらしとしごとの相談センター等関係機関と連携して、就労希望者の状況やニーズを踏まえて、職業相談や職業紹介を行い、就労機会の充実に努めます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ 就労支援事業 ・ 雇用・就業・人材育成対策事業（女性の再就職支援等） ・ 生活困窮者就労支援事業【くらしと仕事の相談センター】 ・ ひとり親家庭自立支援事業【親子支援課】 ・ 生活保護受給者の就労支援事業【足立福祉事務所】 ・ 就労促進定着支援事業【障がい福祉センター】 ・ 介護人材雇用創出事業、介護の仕事・面接相談会【高齢福祉課】 ・ 保育士確保・定着支援事業【子ども施設整備課】 その他

Ⅲ-①-2 人材マッチングの促進

事業の概要	区内企業と就労希望者のスムーズかつ互いのニーズに合った就職を実現するため、人材のマッチングに向けた雇用に関わる相談支援、企業向けセミナー、企業見学等の取組み支援をしていきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新規 人材マッチング支援事業（区内就労希望者と企業のマッチング機会の提供、ワークシェアリングの導入支援等） ・ 高校・大学等とのマッチング支援 ・ 企業のインターンシップ支援 その他

Ⅲ 就労促進と雇用の安定

施策Ⅲ - ② 区内産業を担う人材の育成支援

区内の多くの事業所では、厳しい経済環境の中で、それぞれの事業に必要な能力や技術力を維持・向上させるための人材育成が不可欠になっています。関係機関等と連携して、必要かつ効果的な人材育成を積極的に進めていきます。

Ⅲ-②-1 人材能力開発支援

事業の概要	区内の事業所が求める人材について、同じニーズを持つ事業所が集まって行う合同研修会の開催など、必要な支援を進めていきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・人材能力開発支援事業（産業技術・経営研修会助成金） ・新規採用者等合同研修会の開催 ・東京都立城東職業能力開発センターと連携した職業訓練 ・運輸業等の免許・資格取得支援 その他

Ⅲ-②-2 職業・職場体験の促進

事業の概要	中・高校生、大学生やフリーター等に対する職場体験などを通じ、働くことの意義や区内企業の持つ技術や人との触れ合いを通じた取組みを促進します。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ものづくり体験ワークショップ、工場見学会、農業ボランティア ・インターンシップ支援事業 ・中学生の職場体験学習【教育指導課】 その他

イメージ写真

Ⅲ 就労促進と雇用の安定

施策Ⅲ - ③ 働きやすい環境づくり

関係機関等と連携し、従業員それぞれの状況に応じた柔軟な働き方を支える就業形態の整備や、それを利用しやすい職場風土づくりなど、多様な働き方ができる職場環境づくりや福利厚生等に関する取組みを行う企業への支援を行なっていきます。

Ⅲ-③-1 良好な職場環境の形成支援

事業の概要	心身健康で安心して働くことのできる職場環境づくりを進める区内企業に対して必要な支援を進めていきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ 良好な雇用環境づくり支援 ・ ワーク・ライフ・バランスの推進事業【区民参画推進課】 その他

Ⅲ-③-2 中小企業の福利厚生支援

事業の概要	共済・保険制度をはじめとして、区内の事業主やその家族、従業員などの健康管理、福利厚生への支援を行います。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ 中小企業の福利厚生支援【勤労福祉サービスセンター】 ・ 勤労福祉会館運営事業 その他

3 個別施策

柱Ⅳ 訪れたいくなる まちづくり

【目指す姿】

住む人・来る人みんなが楽しめる 歴史、文化、賑わいのあるまち

区内には、巨大な観光施設やテーマパークはありませんが、広大な荒川土手や都立公園、シアター1010やギャラクシティ、生物園や郷土博物館などの憩いの場や学習施設、あるいは子育て支援施設や高齢者向けの各種施設など、快適な区民生活を支える機能が充実しています。また、今後エリアデザイン計画による開発が進むにつれ、生活しやすい都市としての色合いがますます濃くなっていくと思われま

す。さらに、区民が望む、安全・安心なまちづくりに向けて、様々な地域団体や機関等とともに、ビューティフル・ウィンドウズ運動などの地道な努力を積み重ねていく必要があります。

一方で、区内には、旧日光街道沿いの江戸の宿場の面影や、松尾芭蕉の足跡を残しつつ、5つの大学の立地も進む千住地域や、古くから参拝客の多い西新井大師のほか、町会や神社仏閣を基点とした各地域の盆踊りや祭礼など、区民の日頃の生活の中に、自然と溶け込み育まれてきたまちの伝統や歴史、文化、賑わいがあります。

このように、生活都市としての様相とまちの歴史や文化等を様々な角度から評価し、民間事業者等多様な主体と連携して、その価値を磨き高めていくとともに情報発信していきます。

【成果指標】

	項 目	基準値 (平成 28 年)	中間値 (平成 33 年)	目標値 (平成 37 年)
①	足立区に「誇り」をもつ区民の割合	51.4%	55.0%	60.0%
③	アンケート調査の結果「魅力あるまちだと思う」と回答した区民の割合	—%	65.0%	70.0%

IV 訪れたいくなる まちづくり

施策IV - ① まちの魅力を高める仕掛けづくり

その地域でしかできない体験や交流を求める都市観光へのニーズが増えていく状況を踏まえ、区の様々なまちの文化や資源等を掘り起こしてプロモートしていきます。また、区民とともに、まちの安全・安心を維持・向上していくことで、さらにまちの魅力を高めていきます。

IV-①-1 イベントを通じた来街者の増

事業の概要	「足立の花火」をはじめとした区を代表する5大イベントやその他の地域の祭りやイベントには、区内外から多くの人を訪れます。集まった区民や来街者が、千住や綾瀬などの区内各地域に再来訪してもらうことを意識した取組みを推進していきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ 5大イベントの魅力向上【観光交流協会】 ・ 千住を中心としたイベントの実施支援【シティプロモーション課】 ・ 各部や各施設が実施するイベントでの集客【庁内各課、各施設】 ・ 町会など各地域で行われるイベントのPR【観光交流協会】 その他

IV-①-2 地域資源の戦略的活用

事業の概要	区内に賦存する歴史、文化（「食」を含む）、商店街、公園や施設など、様々な地域資源を戦略的に活用・演出して、参加者及び関係者がそれぞれのまちの多様な色彩を楽しめる取組みを推進していきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新規 集客力のある施設との連携 ・ 観光資源ネットワーク事業（千住まち歩き等）【観光交流協会】 ・ HP等でのまちやグルメ情報の受発信【観光交流協会】 ・ 再掲 ものづくり体験ワークショップ、工場見学会 その他

IV-①-3 来街者等のニーズに応えるまちづくり

事業の概要	来街者及び地域住民にとって、安全・安心で、必要なものが揃い、満足度の高い個店の育成や商店街活動等への支援を行っていきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ 魅力と個性に満ちた店づくりの推進 ・ 個店間のネットワーク構築 ・ 商店街活動支援事業 ・ 商店街環境整備支援事業 ・ ビューティフル・ウィンドウズ運動 その他

IV 訪れたいくなる まちづくり

施策IV - ② まちの魅力を広げる情報発信

区の各エリアが持つ歴史や文化、商店街、飲食・サービスなどをまちの資源と捉え、各種情報媒体や関連施設、イベントなどを通じて区内外に発信していきます。また情報発信に際して、その実効性を高めるため、マスコミや旅行会社等との連携を進めていきます。

IV-②-1 分かりやすい情報の提供

事業の概要	開催予定のイベント情報や特徴あるお店の情報など、各エリアの新たな情報について、多数の人に対して効果的に到達しやすい情報発信を推進していきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・あだち観光ネットの運営【観光交流協会】 ・「千住街の駅」の運営【観光交流協会】 ・外国人旅行者向け案内の充実【観光交流協会】 ・輝く個店マップ事業 その他

IV-②-2 多様な主体への情報発信

事業の概要	区の魅力や良さなどについて認知度を高めたり、来街を促していくために、イベント等の魅力を磨き高めて、大型ショッピングセンターや観光関連事業者、マスコミ等、様々な主体と連携し、イベント情報や各エリアの新たな情報について、効果的な発信を進めていきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・鉄道各社と連携した広報活動【観光交流協会】 ・マスコミや旅行会社等に対する区内情報の売り込み【観光交流協会】 ・協会会員へのメールマガジンの発信【観光交流協会】 その他

IV 訪れたくなる まちづくり

施策IV - ③ 多様な主体と連携した総合的プロモーション

鉄道事業者や企業、団体等と連携して、共通の話題やテーマによるプロモーション活動を推進していきます。

IV-③-1 多様な主体と連携したプロモーション

事業の概要	観光関連事業者や企業、団体など、様々な主体と連携して、それぞれのまちのトピックやイベント等の情報提供を共同して進めていくとともに、社会ニーズやトレンドを踏まえ、マスコミ等に対して、区の有する様々な魅力や特性、隠れた資源などについてのプロモーション活動を推進していきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ 鉄道事業者や企業、団体等と連携した事業展開【観光交流協会】 ・ ロケーションボックス事業【シティプロモーション課】 ・ 総合的なプロモーション事業【シティプロモーション課】 その他

イメージ写真

3 個別施策

柱Ⅴ 都市農業の保全

【目指す姿】

都市の魅力を高める農のあるまち

区内には173の農家がありますが、5年前と比べて20%以上減少しており、また自給的農家は半数以下となっています。農地面積も減少の一途を辿っていますが、東京23区の中では、練馬区、世田谷区に次いで3番の面積を有しており、えだまめや小松菜を中心に少量多品目栽培を行っています。

これまで農業体験など都市型農業の魅力を活かした取り組みも行われてきていますが、後継者問題、相続時の税負担などから農地や農業者が減少し続けていることもあり、農業の維持・継続に向けた方策を検討し進めていかなければならない状況です。

都市防災の観点、区民が農業や農地と触れる機会創出による無形の価値創出の観点など、農地の持つ多面的な機能を維持していくことが必要です。

【成果指標】

	項 目	基準値 (平成28年)	中間値 (平成33年)	目標値 (平成37年)
①	アンケート調査の結果「過去3ヶ月間に足立区産の野菜を食べた」と回答した区民の割合	—	5.0%	10.0%

V 都市における農業の保全

施策V - ① 地産地消の推進

生産地と消費地が近接している強みを活かし、区民に、区で育った新鮮で安全・安心な農産物を供給し、区内での地産地消の観点から、生産から消費に至るネットワークづくりを進めていきます。

V-①-1 地産地消の推進

事業の概要	農家の生産規模に合った出荷先の確保の支援、旬の農産物の学校給食への食材提供、共同直売所での提供など、区民が区内産農産物を入手しやすい地産地消を推進していきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地場農産品普及促進事業（区内農産物の品評会等） ・ 区内直売所のPR・支援 ・ 学校給食への区内産野菜の供給支援 その他

V 都市における農業の保全

施策V - ② 農業の担い手の育成

農業研修を実施し、新規就農者や農業ボランティア育成のため研修を実施することで高齢化や後継者不足による担い手の解消を図っていきます。

V-②-1 農業の担い手の育成

事業の概要	関係機関と連携した人材育成をはじめとして、新たに農業に取り組みたい方や、農作業をボランティアで手伝いたいという区内外の人々を受入希望農家に派遣するボランティア制度に基づいた取組みなど、担い手の育成を進めていきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none">・ 農業人材育成・経営支援事業・ 農業者団体活動支援事業（補助金の交付、体験型農園等）・ 農地の維持・整備事業（区民農園、農業ボランティア等） その他

農業体験の様様

イメージ写真

V 都市における農業の保全

施策V - ③ 農地の多面的機能の強化

農地には生産活動だけではなく、防災、環境など多面的な機能があります。こうした多面的機能の強化を進めます。

V-③-1 農地の多面的機能の強化

事業の概要	農地は、まちなかの緑の空間として重要であったり、災害時には避難場所や延焼遮断帯となるなど、多面的機能の効用を農業者や区民等へPRしていくとともに、その機能を十分に活用できるよう管理を進めていきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ 農業委員会運営事務 ・ 国有農地管理事務 ・ 農業体験 ・ 防災等での連携 ・ 福祉との連携 その他

3 個別施策

柱Ⅵ 豊かで安全な消費生活の実現

【目指す姿】

区民の消費者意識が高く、安全な消費生活がおくれるまち

足立区消費者センターでは、商品やサービスの購入に伴うトラブルなど、区民の消費生活に関する相談を受け付け、解決に向けた助言や専門家の紹介などを行っており、年間に約4,500件の相談が寄せられています。

年々、高齢者を狙った勧誘販売などによる被害、また今後、成人年齢が引き下げられるなど、若年層での被害の増加も予測されることから、今後も、消費者被害を防ぐ講座など、啓発活動等を充実させ、「安全な消費生活がおくれるまち」を目指していきます。

【成果指標】

	項 目	基準値 (平成 28 年)	中間値 (平成 33 年)	目標値 (平成 37 年)
①	アンケート調査の結果、「消費者被害にあったときに消費者センターに相談する」と回答した区民の割合	24.0%	27.0%	30.0%
②	消費生活相談を受けた人のうち、2回以上利用した人の割合 ※低減目標	－%	12.0%	10.0%

VI 豊かで安全な消費生活の実現

施策VI - ① 消費者被害の未然防止と消費生活相談体制の充実

消費者が商品やサービスについて、自らの判断に基づいて選択を行うことができるよう、悪質商法や契約、食品の安全性、財産や保険などの消費生活に関わる学習の機会を提供するとともに、情報発信を強化し、消費者被害防止ネットワークの拡大・充実等を推進していきます。

VI-①-1 消費者相談対応の充実

事業の概要	消費者センターでの相談事業を通じて、さまざまな消費者トラブルの解決に向けた助言や必要なあっ旋等を行うことにより、消費者被害の減少に努めます。
個別事業例	・消費者センターの認知度及び信頼度の向上、消費生活相談事業 その他

VI-①-2 消費者被害防止に向けた啓発の充実

事業の概要	区民が消費者被害にあわないために、正確な知識の習得と判断力の向上を目的とした消費者講座、出前講座、くらしフェスタなどの学びの場や機会を提供するとともに、消費者団体への支援、様々な情報媒体を通じた啓発活動を行います。
個別事業例	・消費者支援事業（各種講座・教室の実施、くらしフェスタ開催、消費者団体活動支援消費者センターだより発行等） ・出前講座の充実 ・消費者セミナーの充実（ライフステージに応じた消費者教育、啓発事業） ・消費者被害防止に向けたHPやSNS、広報誌等による情報発信の強化 その他

VI-①-3 関係機関等とのネットワーク強化

事業の概要	各種関係機関と連携したネットワークづくりを進め、新たな被害情報の共有化を図り、消費者被害の拡大を防ぎます。
個別事業例	・様々な関係機関との連携による啓発事業 （警察、弁護士会、社会福祉協議会（権利擁護センター）、地域包括支援センター、携帯ショップ等） ・危機管理課との情報共有【危機管理課】 その他

第4章 計画の着実な推進と実効性の確保に向けて

1 計画の推進体制

活性化計画の推進にあたり、区、事業者、区民、金融機関、大学等がそれぞれの役割を担い、お互いに協働及び協創による取り組みを進めていくことが重要です。各主体が担う主な役割の考え方は、以下のとおりです。

〔区の役割〕

区は、活性化計画で掲げた目指すべき姿の実現に向けて、地域経済活性化に係る各柱立てを示し、各施策の取り組みの目標や手順、その取り組みにおける進行管理とフォローを行っていきます。

進行管理に当たっては、「足立区経済活性化会議」において、活性化計画の進捗状況等について審議を行い、定期的に評価していきます。

さらに、国、都、その他関係機関と連携しつつ、庁内関係部署との連携や調整を図り、効果的に施策を進めていきます。

〔事業者の役割〕

活性化計画の推進のためには、事業者自らの主体的・自主的な取組が重要です。事業者は、事業環境を踏まえ、自らの事業の発展が地域経済の活性化をもたらすことを認識し、自社の強みを活かした事業展開をはじめとして、事業者間の連携、労働環境の充実に取り組みます。

〔区民の役割〕

区民は自主的かつ合理的な選択による消費活動が地域経済の活性化及び産業の振興に寄与することを理解するよう努めるとともに、事業者及び区と協力して活力ある地域社会の創造に努めるものとします。

また、就業意識及び職業能力の向上に努めるものとします。

〔協創の場や機会づくりと推進〕

社会経済環境の変化を踏まえ、自社及び地域の活性化や価値創造等に取り組んでいる区内外の事業者、区民、大学、金融機関、そして区などが一緒になり、プラットフォームを作り、情報共有、事業活動支援などを通して、各施策の実効性確保と各主体が活動しやすい環境づくりに向けた総合的コーディネート役を担うとともに、自主的な組織形成を行い、各種必要な事業を推進していきます。

2 計画の進行管理

活性化計画で掲げた諸施策について、その具現化を図るとともに、それらを着実に推進し、併せて進捗状況の検証を行っていくことが不可欠です。

活性化計画では、各柱立てに施策の達成度を測る「成果指標」と各施策に紐付く事務事業の活動量・活動結果を測る「活動指標」を設定し、計画の進行管理を行います【表1（45頁から54頁）参照】。

施策等の進行管理に向けては、PDCAサイクル、すなわちPlan（計画）— Do（実行）— Check（検証）— Action（改善）といったマネジメントサイクルを用いることにより、事業のチェックと改善を常に行って、着実な事業展開を図ります。

さらに、推進に向けて、数値目標や事業の取組実績に基づき、客観性を担保しつつ、足立区経済活性化会議での評価等を踏まえ、活性化計画の推進と進行管理の徹底を図ります。



第4章 計画の着実な推進と実効性の確保に向けて

(表1) 成果指標 及び 活動指標一覧

各柱立てに設定した「成果指標」と各施策に紐付く事務事業の「活動指標」を一覧表にしました。

柱	成 果 指 標			
		基準値 (平成28年)	中間値 (平成33年)	目標値 (平成37年)
I 起 業 ・ 創 業 の 促 進	(I-1) 新設法人数	906社	1,040社	1,125社
	(I-2) アンケート調査の結果、「足立区は起業・創業しやすい施策や環境が整っている」と回答した区内创业者の割合	—	85.0%	90.0%

第4章 計画の着実な推進と実効性の確保に向けて

成果 指標	活 動 指 標				
	指標	実績値 (平成28年)	中間値 (平成33年)	目標値 (平成37年)	担当所管
(I-1) (I-2)	区の創業支援施策を活用して区内で起業した企業数	75社	100社	120社	中小企業支援課
	区および関係機関が開催した起業・創業セミナーの受講者数	199人	220人	240人	中小企業支援課 区民参画推進課
	起業・創業に関する相談対応件数	394件	420件	460件	中小企業支援課
	起業・創業に関する融資あっせん件数	75件	100件	120件	中小企業支援課
	創業支援施設を退室した事業所の区内定着率	— (調査中)	— (調査中)	— (調査中)	中小企業支援課
	創業プランコンテスト応募件数	16件	18件	20件	中小企業支援課
	オフィスの確保支援に係る事業の指標 (事業開始後に設定)	—	—	—	中小企業支援課

第4章 計画の着実な推進と実効性の確保に向けて

成 果 指 標				
柱		基準値 (平成28年)	中間値 (平成33年)	目標値 (平成37年)
II 事業者の 経営力 強化	(II-1) アンケート調査の結果「受注量・取引量・売上高の減少が経営課題」と回答した事業者の割合 ※低減目標	22.7%	19.7%	16.7%
	(II-2) アンケート調査の結果「同業種連携・異業種連携に取り組んでいる」と回答した事業者の割合	14.6%	19.0%	24.0%
	(II-3) アンケート調査の結果「3年前と比較して昨年度の営業利益が増加した」と回答した事業者の割合	21.7%	24.0%	27.0%

第4章 計画の着実な推進と実効性の確保に向けて

成果指標	活動指標				
	指標	実績値 (平成28年)	中間値 (平成33年)	目標値 (平成37年)	担当所管
(II-1)	展示会等を通じた商談成約件数	36件	50件	80件	産業振興課
	産業展示会の来場者数	2,993人	3,000人	3,500人	産業振興課
	国内・国外見本市出展助成の実行件数	87件	90件	90件	産業振興課
	F C 足立の活動（含む見本市等の出展）件数	47件	55件	60件	産業振興課
(II-2)	A B サロン参加者数	70人	40人	40人	中小企業支援課
	あだち異業種フォーラムの参加者数	45人	150人	150人	産業振興課
	区が実施する企業間ネットワーク構築事業に参加している企業数 (事業開始後に設定)	—	—	—	産業政策課
(II-3)	産学公連携促進事業の参加者数	625人	650人	680人	中小企業支援課
	区の事業を通じた新たなビジネス等の創出件数	—	20件	50件	産業振興課 中小企業支援課
	区が実施する経営改善に係る事業を活用した企業数	— (調査中)	— (調査中)	— (調査中)	中小企業支援課
	IoT、AIなど先端技術導入促進事業への参加企業数	- 社	20社	30社	中小企業支援課
	事業承継や事業継続に係る支援施策を活用した企業数 (事業開始後に設定)	—	—	—	産業政策課 中小企業支援課
	マッチングクリエイター（訪問相談員）による相談対応件数	1,392件	1,400件	1,400件	中小企業支援課
	中小企業相談員が経営相談に対応した企業数	672	750社	850社	中小企業支援課
設備投資のあっ旋件数	564件	600件	650件	中小企業支援課	

第4章 計画の着実な推進と実効性の確保に向けて

成 果 指 標				
柱	指標	基準値 (平成28年)	中間値 (平成33年)	目標値 (平成37年)
Ⅲ 就労促進と雇用の安定	(Ⅲ-1) 就労支援事業を活用した人のうち、就労に結びついた人数	一人 (調査中)	一人 (調査中)	一人 (調査中)
	(Ⅲ-2) アンケート調査の結果「従業員の確保」を経営課題として回答した事業者の割合 ※低減目標	23.4%	20.0%	16.0%
	(Ⅲ-3) アンケート調査の結果「働きやすい職場環境が整備されていると思う」と回答した事業者の割合	—%	43.0%	50.0%

第4章 計画の着実な推進と実効性の確保に向けて

成果指標	活動指標				担当所管
	指標	実績値 (平成28年)	中間値 (平成33年)	目標値 (平成37年)	
(Ⅲ-1)	区主催・共催の就労支援事業の開催回数 (参加者総数)	一回 (一人) 調査中	一回 (一人) 調査中	一回 (一人) 調査中	就労支援課 障がい福祉センター くらしとしごとの相談センター 生活保護指導課 親子支援課
	あだち若者サポートステーション、セーフティネットあだちの延べ利用者数	4,883件	4,300件	4,500件	就労支援課
(Ⅲ-2)	人づくり・人材確保支援事業の実施件数 (参加者総数)	2件 (75人)	3件 (80人)	3件 (80人)	就労支援課
	人手不足業種に対する就労支援事業の参加者総数	一人 (調査中)	一人 (調査中)	一人 (調査中)	高齢福祉課 子ども施設整備課
	産業技術・経営研修会助成件数	26件	30件	40件	産業振興課
(Ⅲ-3)	ワーク・ライフ・バランス推進認定企業数	49社	— (調査中)	— (調査中)	区民参画推進課
	勤労福祉サービスセンターの加入事業所数 (加入会員数)	4,924事業所 (12,235人)	— (調査中)	— (調査中)	勤労福祉サービスセンター
	働きやすい職場環境づくりに関する事業 (事業開始後に設定)	—	—	—	就労支援課

第4章 計画の着実な推進と実効性の確保に向けて

成 果 指 標				
柱	指標	基準値 (平成28年)	中間値 (平成33年)	目標値 (平成37年)
IV 訪れたいくなるまちづくり	(IV-1) 足立区に「誇り」をもつ区民の割合	51.4%	55.0%	60.0%
	(IV-2) アンケート調査の結果「魅力あるまちだ」と回答した区民の割合	74.0%	80.0%	85.0%

第4章 計画の着実な推進と実効性の確保に向けて

成果 指標	活動指標				担当所管
	指標	実績値 (平成28年)	中間値 (平成33年)	目標値 (平成37年)	
(IV-1) (IV-2)	区のイメージアップにつながる情報提供 件数	360件	－件 (調査中)	－件 (調査中)	シティプロモーション課
	観光交流協会が発信した地域イベントの 件数	－件 (調査中)	－件 (調査中)	－件 (調査中)	観光交流協会
	観光交流協会が後援したイベントの件数	－件 (調査中)	－件 (調査中)	－件 (調査中)	観光交流協会
	5大イベントへの来場者数	1,422,000人	－人 (調査中)	－人 (調査中)	観光交流協会
	5大イベント開催時の最寄駅の乗降客数	1,900,862人	－人 (調査中)	－人 (調査中)	観光交流協会
	観光交流協会の事業実施回数 (参加者数)	58回 (2,141人)	－回 (－人)	－回 (－人)	観光交流協会
	観光イベント事業に関わる区内協力団体 数	340団体	－団体 (調査中)	－団体 (調査中)	観光交流協会
	商店街イベント助成件数 (集客数)	72件 (686,000人)	－件 (－人)	－件 (－人)	産業振興課
個店の支援に関する事業 (事業開始後に設定)	－	－	－	－	

第4章 計画の着実な推進と実効性の確保に向けて

成 果 指 標				
柱	指標	基準値 (平成28年)	中間値 (平成33年)	目標値 (平成37年)
V 都市 農業 の 保 全	(V-1) アンケート調査の結果「過去3ヶ月間に足立区産の野菜を食べた」と回答した区民の割合	—	5.0%	10.0%

成 果 指 標				
柱	指標	基準値 (平成28年)	中間値 (平成33年)	目標値 (平成37年)
VI 豊 か で 安 全 な 消 費 生 活 の 実 現	(VI-1) アンケート調査の結果、「消費者被害にあったときに消費者センターに相談する」と回答した区民の割合	24.0%	27.0%	30.0%
	(VI-2) 消費生活相談を受けた人のうち、2回以上利用した人の割合 ※低減目標	-	12.0%	10.0%

第4章 計画の着実な推進と実効性の確保に向けて

成果指標	活動指標				担当所管
	指標	実績値 (平成28年)	中間値 (平成33年)	目標値 (平成37年)	
(V-1)	農業PRイベントへの農産物供給点数	26,958点	30,000点	30,000点	産業振興課
	J A直売所の来場者数	—	— (調査中)	— (調査中)	産業振興課
	農業ボランティアの派遣延べ人数	2,828人	3,150人	3,430人	産業振興課

成果指標	活動指標				担当所管
	指標	実績値 (平成28年)	中間値 (平成33年)	目標値 (平成37年)	
	消費生活相談受付件数	4,307件	4,200件	4,000件	産業政策課
	消費者講座の開催回数	33回	28回	28回	産業政策課
	消費者講座の参加者数	1,030人	1,000人	1,000人	産業政策課
	出前講座の開催回数	49回	60回	100回	産業政策課
	出前講座の参加者数	1,906人	2,200人	4,000人	産業政策課
	消費生活に係る情報発信回数	24回	28回	40回	産業政策課

資料編

1 用語解説

※1 中小企業

中小企業基本法では以下のとおり定義しています。

- 製造業・その他の業種 … 資本金 3 億円以下の会社又は従業員数 300 人以下の会社又は個人
- 卸売業 … 資本金 1 億円以下の会社又は従業員数 100 人以下の会社又は個人
- 小売業 … 資本金 5 千万円以下の会社又は従業員数 50 人以下の会社又は個人
- サービス業 … 資本金 5 千万円以下の会社又は従業員数 100 人以下の会社又は個人

※2 小規模事業者

商業・サービス業は従業員数 5 人以下、製造業・その他の業種は従業員数 20 人以下の事業者。

※3 起業・創業

起業、創業ともに「新しく事業を始めること」。起業は「Starting a Business」と英訳され、会社設立前の視点で使われることが多く、創業は「Establishment」と英訳され、会社設立後の視点で使われることが多い。活性化計画ではこれに従い、言葉を使い分けることとする。

※4 開業率

特定の期間において、「①新規に開設された事業所を年平均にならした数」の「②期首において既に存在していた事業所」に対する割合。①/②で求める。

※5 国内総生産

国内で一定期間内に生産されたモノやサービスの付加価値の合計額。

※6 対事業所サービス業

物品賃貸業や貸自動車業、広告、労働者派遣サービスなど、事業所を対象としてサービスを提供する業種。

- ※7 付加価値額
企業が一定期間に生み出した利益。
- ※8 稼ぐ力
地域の産業の世界における強みをあらわしたもの（地域の産業別従事者比率を日本全体の産業別従事者比率で割った値を輸出入額で調整したもの）。
- ※9 雇用力
全業種の従業者数合計に占める各業種の従業者数の割合。
- ※10 ICT
情報通信技術（Information & Communication Technology の略）。
- ※11 労働生産性
投入した労働量に対して、どのくらいの生産量が得られたかを表す指標。
- ※12 最寄品
食料品や日用雑貨等の日頃頻繁に購入する商品。
- ※13 買回品
ファッション関連、家具、家電等の店舗を回って比べて購入する商品。
- ※14アントレプレナーシップ
起業家精神。新しい事業の創造意欲に燃え、高いリスクに果敢に挑む姿勢。

2 その他

アンケート結果の概要、現況整理と分析、エリア別産業特性など
（今後作成予定）

平成 29 年度 第 2 回 足立区経済活性化会議

【報告事項】

足立区経済活性化会議報告資料

平成29年11月6日

件名	平成29年度ニュービジネス支援事業の実施状況について														
所管部課名	産業経済部 中小企業支援課														
内容	<p>1 概要</p> <p>創業プランコンテストコース及びビジネスチャレンジコースについて、以下のとおり採択事業を決定した。</p> <p>(1) 募集期間 平成29年4月10日(月)～5月8日(月)</p> <p>(2) 採択者の表彰式 平成29年7月14日(金)</p> <p>2 創業プランコンテストコース</p> <p>創業予定または創業3年未満の事業者からビジネスプランの提案を受け優秀な計画の提案者を表彰する。また、表彰者の実際の事業展開状況を評価し、着実に進捗した事業者に対象経費の2分の1(上限200万円)を補助金として交付する。</p> <p>(1) 応募件数 5件</p> <p>(2) 審査方法</p> <p>第一次選考(書類審査)を通過した5提案について、第二次選考(プレゼンテーション10分・質疑応答15分)を実施し決定。</p> <p>(3) 審査選考日 平成29年6月18日(日)</p> <p>(4) 選考委員 5名(学識経験者4名・区職員1名)</p> <p>(5) 採択結果 1件</p> <p>(6) 補助金総額 200万円</p> <table border="1"> <tr> <td>事業者名</td> <td>株式会社COLABO 久米 亮一</td> </tr> <tr> <td>創業年</td> <td>平成29年4月</td> </tr> <tr> <td>提案事業名</td> <td>義肢装具の製造販売と義肢装具者のフォローアップ</td> </tr> <tr> <td>事業内容</td> <td>区内唯一の義肢装具工場を開設し、脳卒中片麻痺者の装具の製造と、その後のアフターフォローとして細かい調整や修理を行い、「使用者」・「その家族」・「支援者」の生活を支える。</td> </tr> <tr> <td>審査委員の主な評価</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 代表者自身が業界に長く在職し、その中で感じた課題であり、事業性に期待が持てる。 義肢装具学会でのパネリストやケアマネージャー等への講演も行っており、業界での人脈も申し分ない。 </td> </tr> <tr> <td>賞種別</td> <td>最優秀賞</td> </tr> <tr> <td>補助限度額</td> <td>200万円</td> </tr> </table>	事業者名	株式会社COLABO 久米 亮一	創業年	平成29年4月	提案事業名	義肢装具の製造販売と義肢装具者のフォローアップ	事業内容	区内唯一の義肢装具工場を開設し、脳卒中片麻痺者の装具の製造と、その後のアフターフォローとして細かい調整や修理を行い、「使用者」・「その家族」・「支援者」の生活を支える。	審査委員の主な評価	<ul style="list-style-type: none"> 代表者自身が業界に長く在職し、その中で感じた課題であり、事業性に期待が持てる。 義肢装具学会でのパネリストやケアマネージャー等への講演も行っており、業界での人脈も申し分ない。 	賞種別	最優秀賞	補助限度額	200万円
事業者名	株式会社COLABO 久米 亮一														
創業年	平成29年4月														
提案事業名	義肢装具の製造販売と義肢装具者のフォローアップ														
事業内容	区内唯一の義肢装具工場を開設し、脳卒中片麻痺者の装具の製造と、その後のアフターフォローとして細かい調整や修理を行い、「使用者」・「その家族」・「支援者」の生活を支える。														
審査委員の主な評価	<ul style="list-style-type: none"> 代表者自身が業界に長く在職し、その中で感じた課題であり、事業性に期待が持てる。 義肢装具学会でのパネリストやケアマネージャー等への講演も行っており、業界での人脈も申し分ない。 														
賞種別	最優秀賞														
補助限度額	200万円														

3 ビジネスチャレンジコース

区内で新技術・新製品・新サービス等の開発を伴う革新的な事業を展開しようとする事業者（創業3年以上）から事業計画の提案を受け、優秀な提案を採択し、対象経費の2分の1（上限500万円）を補助金として交付する。翌年度の継続申請が可能。

【新規採択分】

- (1) 応募件数 6件
- (2) 審査方法
第一次選考（書類審査）を通過した6提案について、第二次選考（プレゼンテーション10分・質疑応答15分）を実施し決定。
- (3) 審査選考日 平成29年6月11日（日）
- (4) 選考委員 5名（学識経験者4名・区職員1名）
- (5) 採択件数 3件
- (6) 補助金総額 1,318万円
- (7) 採択概要

事業者名	有限会社佐々木畳店 佐々木 信晴
創業年	昭和63年2月
提案事業名	衝撃緩和型建材畳の製造及び施工
事業内容	高齢化社会に対応した歩きやすく、転倒時に怪我しにくい衝撃値を低減した新しい建材畳の開発・施工を行う。
審査委員の 主な評価	・転倒衝撃値を追及した革新的な畳として興味深い。 ・販売価格のコストダウンを検討すべきである。
補助限度額	500万円

事業者名	ジャパンモード株式会社 保科 孝
創業年	平成26年2月
提案事業名	口腔内改善剤の開発
事業内容	「ラクトフェリンとリン酸化オリゴ糖カルシウムを主成分としたカップリングが唾液の分泌を促す」特許を使い、錠剤として口の中で舐めるだけで、唾液の分泌を促進させる食品の開発を行う。
審査委員の 主な評価	・新しい健康食品として新規性が高い。 ・事業計画、販売計画が明確になっている。
補助限度額	348万円

	事業者名	ミユキ精工株式会社 小暮 孝一
	創業年	昭和61年10月
	提案事業名	オリジナルプラスチック製玩具の開発
	事業内容	立方体の各面に角穴が開いているブロックを、連結ジョイントで繋げて、縦・横・斜め・曲線で組み立てられる知育玩具の開発を行う。
	審査委員の主な評価	<ul style="list-style-type: none"> ・ 足立区初のブロック玩具として、注目される可能性が高い。 ・ 製造・販売体制がしっかりしており、区内での雇用の創出が期待できる。
	補助限度額	470万円
	<p>4 今後のスケジュール</p> <p>(1) 定期的な進捗状況の確認</p> <p>(2) 業績の評価と補助金交付の決定及び支払い (平成30年3月下旬予定)</p>	
備考	<p>中小企業相談員等が採択された事業者と定期的に面接を行い、事業プランの着実な進展に向けた支援を行っていく。</p>	

足立区経済活性化会議報告資料

平成29年11月6日

件名	平成29年度創業支援施設の入居審査について										
所管部課名	産業経済部 中小企業支援課										
内 容	<p>1 概要 意欲ある起業家を積極的に支援するために設置している創業支援施設（千住一丁目創業支援館「かがやき」）の入居審査を行ったので報告する。</p> <p>2 入居条件等 創業予定または創業3年未満の法人・個人を対象に、最長2年間（継続申請が認められた場合は3年間）において事務所を賃貸する。</p> <p>3 第1回審査会内容（平成29年8月1日入居） (1) 採択者数 2社（応募者数2社） (2) 審査方法 面接審査を実施し、決定 (3) 審査選考日 平成29年7月9日（日） (4) 選考委員 5名（学識経験者4名・区職員1名）</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>企業名</th> <th>部屋番号</th> <th>主な事業内容</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>地域情報サービス(同)</td> <td>かがやき1号室</td> <td>デジタルサイネージサービス事業</td> </tr> <tr> <td>バイツ(株)</td> <td>かがやき5号室</td> <td>玩具、雑貨、出版物の企画・製造、販売</td> </tr> </tbody> </table>		企業名	部屋番号	主な事業内容	地域情報サービス(同)	かがやき1号室	デジタルサイネージサービス事業	バイツ(株)	かがやき5号室	玩具、雑貨、出版物の企画・製造、販売
	企業名	部屋番号	主な事業内容								
地域情報サービス(同)	かがやき1号室	デジタルサイネージサービス事業									
バイツ(株)	かがやき5号室	玩具、雑貨、出版物の企画・製造、販売									
備 考	<p>4 第2回審査会内容（平成29年11月1日入居） (1) 採択者数 1社（応募者数1社） (2) 審査方法 面接審査を実施し、決定 (3) 審査選考日 平成29年10月20日（金） (4) 選考委員 3名（学識経験者2名・区職員1名）</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>企業名</th> <th>部屋番号</th> <th>主な事業内容</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>(株)ヒューマライフ</td> <td>かがやき6号室</td> <td>不動産売買仲介サービス</td> </tr> </tbody> </table> <p>中小企業相談員等が入居企業と定期的に面接を行い、事業プランの着実な進展に向けた支援を行っていく。</p>		企業名	部屋番号	主な事業内容	(株)ヒューマライフ	かがやき6号室	不動産売買仲介サービス			
企業名	部屋番号	主な事業内容									
(株)ヒューマライフ	かがやき6号室	不動産売買仲介サービス									

足立区地域経済活性化基本計画（案）

一部差替え

- 15～18 ページ
「計画の体系と個別施策」
- 33～36 ページ
「訪れたくなるまちづくり」
- 55～57 ページ
「資料編」 用語解説

平成30年〇月〇日

足 立 区

第3章 計画の体系と個別施策

1 “仕事”・“まち”を育てるために行政が“つなぐ”

足立区基本構想が掲げる区の将来像「協創力で作る 活力にあふれ 進化し続ける ひと・まち 足立」を地域経済活性化の視点から実現するために、活性化計画では目指すべき姿を「人・企業を支え 仕事・まちを育てる～つながりが活力を生む～」としました。仕事・まちを育てるために多様な主体をつなげることを区の役割とし、つながりをコーディネートすることから新たな協創のタネを生み出していきます。

そしてまず、「仕事を育てる」方向性を3つのステップとしました。

第1ステップは、区がこれまでも力を入れてきた創業支援の実績を踏まえ、今後も新たな地域経済の担い手を創出するため、引き続き「創業するなら、足立区で」をキャッチフレーズとして、起業・創業支援を一層進めていくことです。

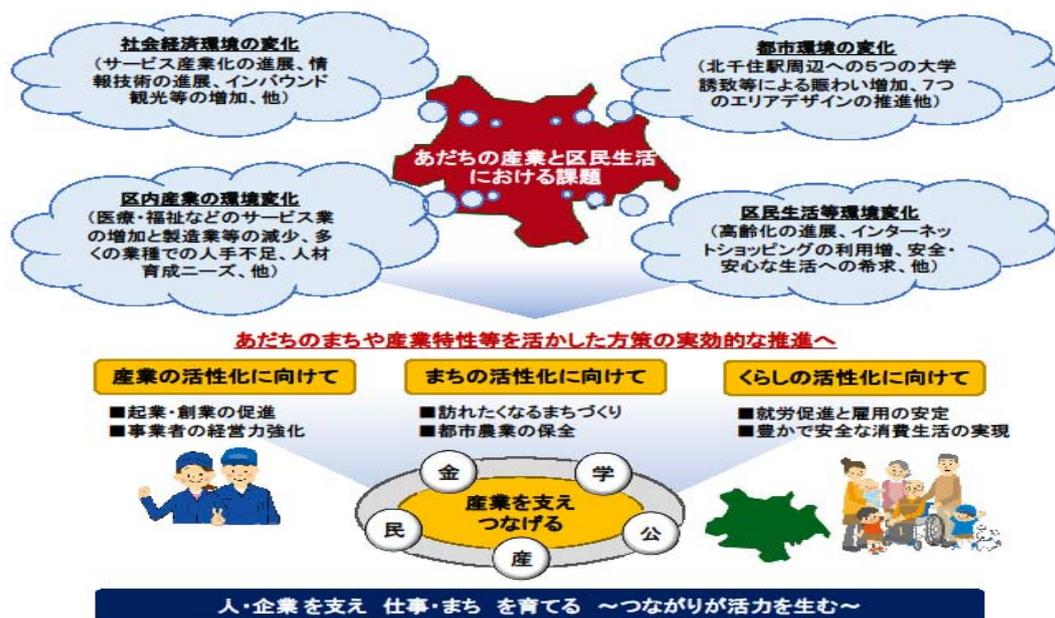
第2ステップは、地域経済全体の活力を高めるために、様々な切り口で区内事業者の経営力強化を図ることです。

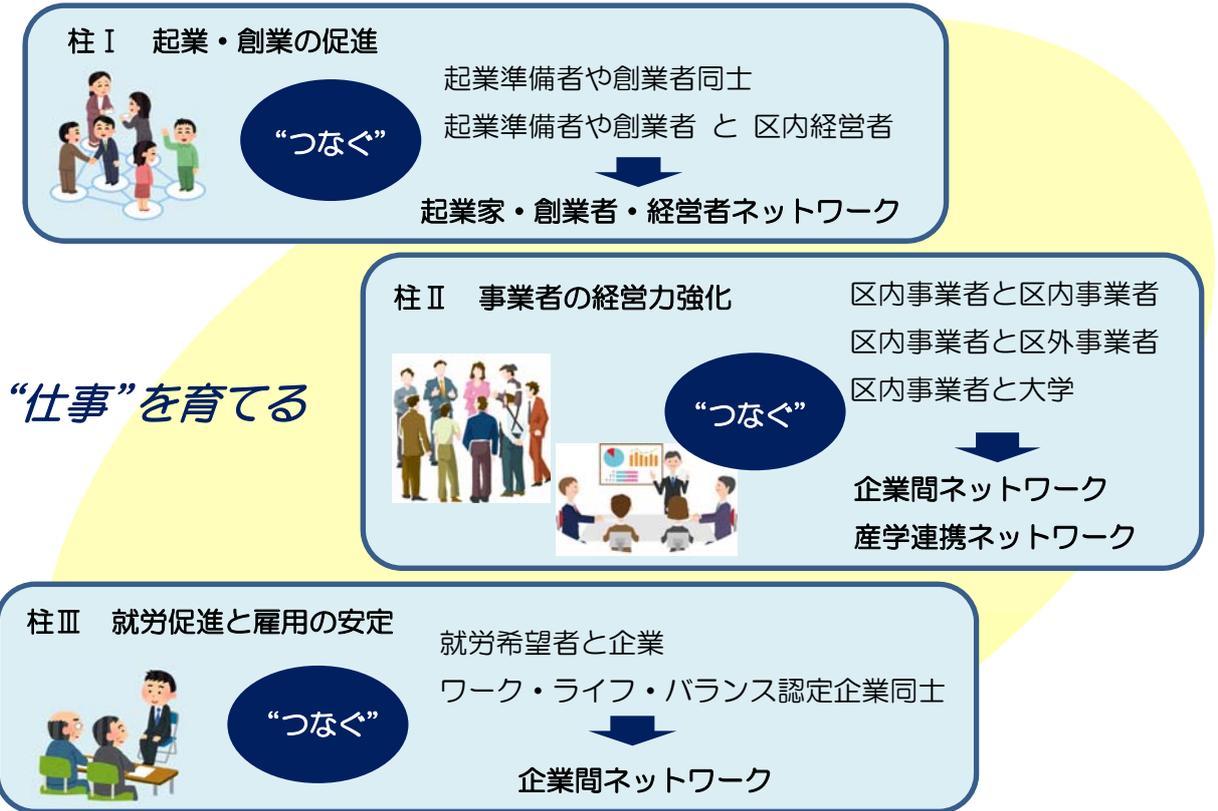
第3ステップは、就労支援と雇用の安定を図ることです。

一方、「まちを育てる」方向性は、創業したいまち、区内外の人が訪れたいまちをつくり、にぎわいを創出することで、区内経済の好循環を生み出していこうとするものです。ここには都市農業や消費生活も含まれます。

こうして、「仕事」と「まち」を育てること通じて、地域経済の活性化を図っていきます。

足立区地域経済活性化基本計画 第3章イメージ図





“つながり”が“活力”を生む

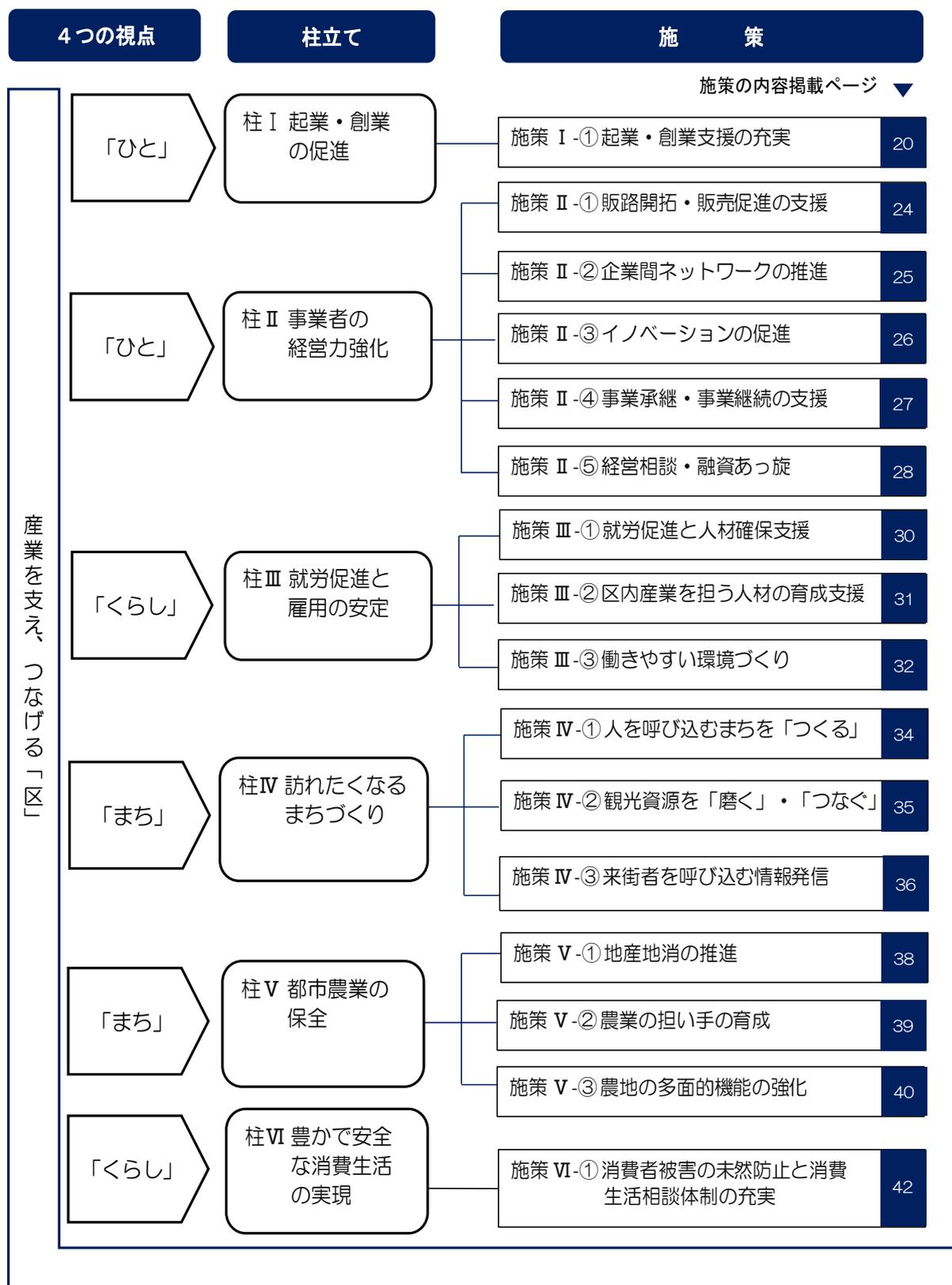


“まち”を育てる

消費者庁イラスト集より

2 施策体系

第2章で設定した活性化計画の6つの柱に対して、以下のとおり16の施策を体系的に整理しました。



事業の方向性	
1 起業・創業ステージにマッチした支援/2 地域ニーズの高い業種や成長分野の起業・創業等の促進/3 起業・創業希望者の発掘と総合的な支援体制	【目指すべき姿】 人・企業を支え 仕事・まちを育てる 〜つながりが活力を生む〜
1 販路開拓のための場や機会づくり/2 販売促進に向けた効果的支援	
1 ネットワークの形成支援/2 ビジネスマッチングの推進	
1 新産業・新業態等促進への支援/2 先端技術等へのチャレンジや導入支援	
1 事業承継の支援/2 事業継続の促進	
1 中小企業融資の強化/2 中小企業相談支援の充実	
1 効果的な就労支援/2 人材マッチングの促進	
1 人材能力開発支援/2 職業・職場体験の促進	
1 良好な職場環境の形成支援/2 中小企業の福利厚生支援	
1 訪れたくなる店づくり/2 安全・安心なまちづくり	
1 「イベント」を磨く・つなぐ/2 「地域資源」を磨く・つなぐ	
1 多様な主体と連携したプロモーション/2 多様な主体への情報発信	
1 地産地消の推進	
2 農業の担い手の育成	
3 農地の多面的機能の強化	
1 消費者相談対応の充実/2 消費者被害防止に向けた啓発の充実/3 関係機関等とのネットワーク強化	

3 個別施策

柱Ⅳ 訪れたいくなる まちづくり

【目指す姿】

住む人・来る人みんなが楽しめる 歴史、文化、賑わいのあるまち

区はこれまで千住エリアを強力にプロモーションしながら、区のイメージアップに取り組んできました。区民や事業者、NPO法人などの多様な主体と連携して地域資源に磨きをかけ、付加価値を付け、まちの魅力を創り、戦略的に発信することで多くのメディアに取り上げられるようになり、その結果、住みたいまちとしての評価も向上しています。

エリアデザイン計画の推進や2020年東京オリンピック・パラリンピック開催を契機としたインバウンド観光関連需要の拡大により、足立区は多くの来街者を呼び込む好機を迎えています。千住エリアの求心力をさらに高めるとともに、千住以外のエリアについても新たな魅力を創り上げていくことが重要です。

区内には広域から集客を見込めるような観光スポットが少ないため、区内の各施設やイベントに加え、宿場町としての面影の残る街並みや、日頃区民が親しみ楽しんでいる河川敷や公園等を観光資源と位置づけています。

区はこれまでも、「点」であったこれらの観光資源をつなぎ「面」として展開することでその魅力や強みを引き出してきましたが、さらにその「つながり」を区外の施設や民間事業者、イベント等へと拡大し、相乗効果を生み出すためのコーディネートに取り組んでいきます。また、多くの魅力的な店舗が立地する安全で快適な商業地域を創り出し、多くの人々が訪れたいくなるまちを目指します。

【成果指標】

	項 目	基準値 (平成28年)	中間値 (平成33年)	目標値 (平成37年)
①	足立区に「誇り」をもつ区民の割合	51.4%	55.0%	60.0%
①	アンケート調査の結果「魅力あるまちだと思う」と回答した区民の割合	—%	65.0%	70.0%

IV 訪れたいくなるまちづくり

施策IV - ① 人を呼び込むまちを「つくる」

近年、北千住駅周辺では、行列のできる飲食店ができるなど、魅力的なお店が多くの人をまちに呼び込んでいます。この賑わいを区内全域に広め、さらなる来街者の誘因と「魅力的なお店があるまち」を希求する区民の満足度を高めるため、「訪れたいくなる店づくり」と「安全・安心なまちづくり」を推進していきます。

IV-①-1 訪れたいくなる店づくり

事業の概要	個店の魅力向上に向け、連続セミナーや勉強会の開催と専門家派遣を行います。連続セミナーなどで同業種・異業種間のネットワーク化を図り、区内商業がより活性化される環境をつくります。 また、区内への新規出店を促すとともに先輩事業者とのつながりが生まれる場を提供していきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新規 あだちのお店魅力倍増プロジェクト（連続セミナー等） ・ 新規 専門家派遣・経営相談事業（商業設計士や一級建築士等） ・ 新規 個店の魅力向上補助金（店舗改修費用等） ・ 新規 チャレンジショップ制度（新規出店を促す家賃補助等） ・ 新規 個店ネットワークが行うイベントなどへの支援 ・ 新規 新規出店者交流促進事業（既存店舗とつながる場の提供） ・ 新規 インバウンド対策支援事業（多言語化などに向けた助成等） ・ あだちの輝くお店セレクション その他

IV-①-2 安全・安心なまちづくり

事業の概要	来街者や区民が、安心して買い物などが行える環境の整備を行っています。また、地域コミュニティの核としての商店街の機能を高め、高齢者が安心して訪れることができるまちにしていきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ ビューティフル・ウィンドウズ運動 ・ 商店街環境整備支援事業 ・ 商店街活動支援事業 その他

IV 訪れたいくなる まちづくり

施策IV - ② 観光資源を「磨く」・「つなぐ」

モノ消費からコト消費へと人々のニーズが変化するなか、千住を中心に区民や民間事業者が主体となったイベントが盛んに行われています。区は、これらの活動を行う区民や民間事業者間をつなぎ、支援することでさらなる活動の活発化に取り組めます。また、区が主体となって実施するイベントやギャラクシティのような公共施設についても民間事業者の力を上手く活用しながら中断なく魅力向上に努めてきました。区内外のイベント・施設・民間事業者等との連携を推進し、区の観光資源を効果的に演出することでさらなる魅力向上を図ります。

IV-②-1 「イベント」を磨く・つなぐ

事業の概要	区内外の施設やイベント、鉄道事業者など民間事業者との連携をさらに強化したイベントを実施します。また、各イベントの実施による地域経済への波及効果を高めるよう、まちの魅力発信も合わせて推進していきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ 観光交流協会実施の足立区5大イベント（※15） ・ あだち国際まつりや環境フェアなど行政PR型イベント（※16） ・ タートルマラソンや梅まつりなど観光型イベント（※17） ・ 大学イベントなど地域型イベント（※18） ・ 区民等が実施主体のイベントへの支援（紙フェス等） ・ 各地域や商店街などが実施するイベントへの支援や連携 ・ 再掲 ものづくり体験ワークショップ、工場見学会 その他

IV-②-2 「地域資源」を磨く・つなぐ

事業の概要	ギャラクシティや郷土博物館など区立の施設・公園だけでなく千住のまちなみ、都立公園や民間の美術館、アート施設、銭湯、公設市場など人を呼び込める魅力的な地域資源は多くあります。また、足立区には多くの魅力的な「人」がいます。これらの資源を、磨きつなぐことでまち全体の魅力を高めていきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ シティプロモーション事業 ・ 千住街の駅運営・千住街歩き事業 ・ ギャラクシティ管理運営、郷土博物館運営 ・ パークイノベーション事業 ・ 拠点公園の管理運営委託事業（都市農業公園・生物園・桜花亭等） その他

IV 訪れたいくなるまちづくり

施策IV - ③ 来街者を呼び込む情報発信

来街者を足立区に呼び込むためには、区内外の人に対してイベントや施設、まちの情報などを魅力的、効果的に発信し、「足立区に行ってみよう」と思ってもらえることが重要です。

多くのメディアに区の情報を取り上げてもらうために、効果的な演出を加えた情報発信を行います。また、鉄道事業者や旅行会社、団体等と連携してプロモーション活動を行っています。

IV-③-1 多様な主体と連携したプロモーション

事業の概要	区内で行われるイベントや区内施設等に関する情報について、多くのメディアに取り上げてもらうために、報道機関等への情報発信の頻度を上げ、露出量を増やします。 また、鉄道事業者や近隣の自治体等と連携して広域にイベント等の情報を発信します。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・メディアに取り上げてもらうためのニュースリリース ・マスコミや旅行会社等に対する区内情報の売り込み ・ロケーションボックス事業 ・鉄道事業者と連携した広報活動 ・区内のインターネット放送局やミニコミ誌との連携 その他

IV-③-2 多様な主体への情報発信

事業の概要	区内で行われるイベントや話題のお店、スポット情報など多くの人を呼び込める観光情報の集約を図ります。 また、情報を伝えたいターゲットを明確に設定して、ターゲットに応じた媒体を用いて分かりやすい情報発信を行います。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・あだち観光ネットの運営【観光交流協会】 ・「千住街の駅」の運営【観光交流協会】 ・外国人旅行者向け案内の充実【観光交流協会】 ・輝く個店マップ事業 ・協会会員へのメールマガジンの発信【観光交流協会】 その他

資料編

1 用語解説

※1 中小企業

中小企業基本法では以下のとおり定義しています。

- 製造業・その他の業種 … 資本金 3 億円以下の会社又は従業員数 300 人以下の会社又は個人
- 卸売業 … 資本金 1 億円以下の会社又は従業員数 100 人以下の会社又は個人
- 小売業 … 資本金 5 千万円以下の会社又は従業員数 50 人以下の会社又は個人
- サービス業 … 資本金 5 千万円以下の会社又は従業員数 100 人以下の会社又は個人

※2 小規模事業者

商業・サービス業は従業員数 5 人以下、製造業・その他の業種は従業員数 20 人以下の事業者。

※3 起業・創業

起業、創業ともに「新しく事業を始めること」。起業は「Starting a Business」と英訳され、会社設立前の視点で使われることが多く、創業は「Establishment」と英訳され、会社設立後の視点で使われることが多い。活性化計画ではこれに従い、言葉を使い分けることとする。

※4 開業率

特定の期間において、「①新規に開設された事業所を年平均にならした数」の「②期首において既に存在していた事業所」に対する割合。①/②で求める。

※5 国内総生産

国内で一定期間内に生産されたモノやサービスの付加価値の合計額。

※6 対事業所サービス業

物品賃貸業や貸自動車業、広告、労働者派遣サービスなど、事業所を対象としてサービスを提供する業種。

- ※7 付加価値額
企業が一定期間に生み出した利益。
- ※8 稼ぐ力
地域の産業の世界における強みをあらわしたもの（地域の産業別従事者比率を日本全体の産業別従事者比率で割った値を輸出入額で調整したもの）。
- ※9 雇用力
全業種の従業者数合計に占める各業種の従業者数の割合。
- ※10 ICT
情報通信技術（Information & Communication Technology の略）。
- ※11 労働生産性
投入した労働量に対して、どのくらいの生産量が得られたかを表す指標。
- ※12 最寄品
食料品や日用雑貨等の日頃頻繁に購入する商品。
- ※13 買回品
ファッション関連、家具、家電等の店舗を回って比べて購入する商品。
- ※14アントレプレナーシップ
起業家精神。新しい事業の創造意欲に燃え、高いリスクに果敢に挑む姿勢。
- ※15 観光交流協会実施の足立区5大イベント
「千本桜まつり」「しょうぶまつり&スタンプラリー」「足立の花火」「あだち区民まつり A-Festa」「光の祭典」
- ※16 行政PR型イベント
「地球環境フェア」「あだち国際まつり」など目的が明確なイベント。
- ※17 観光型イベント
「音まち千住の縁」「足立市場まつり」「タートルマラソン国際大会」など区内外に定着し、区の魅力づくりに貢献しているイベント。

資料編

※18 地域型イベント

町会・自治会のお祭りや商店街のフェア、寺社仏閣での行事や催し物、学園祭など地域で開催されるイベント。

2 その他

アンケート結果の概要、現況整理と分析、エリア別産業特性など
(今後作成予定)