

平成 29 年度 第 3 回 足立区経済活性化会議 次 第

平成 30 年 2 月 7 日 (水) 15:30～

場所：中央館 8 階 特別会議室

1 経過報告 資料 3

- (1) 足立区地域経済活性化基本計画案のパブリックコメント実施結果

2 審議事項 資料 4 資料 5 資料 6

- (1) 足立区地域経済活性化基本計画の答申について
- (2) 足立区経済活性化会議 専門部会の新設及び廃止について

3 区長への答申

4 検討事項

- (1) 計画の着実な推進と実効性の確保に向けて

5 報告事項 資料 7

- (1) 平成 29 年度「足立ブランド企業」の認定について
- (2) 平成 29 年度 あだち産業センター「IT支援室」協働事業者評価委員会の開催状況について

配付資料

- 1 委員名簿
- 2 席次表
- 3 足立区地域経済活性化基本計画案のパブリックコメント実施結果
- 4 審議事項
- 5 足立区地域経済活性化基本計画 (答申案)
- 6 足立区地域経済活性化基本計画 (完成イメージ)
- 7 報告事項

足立区経済活性化会議 委員名簿

資料 1

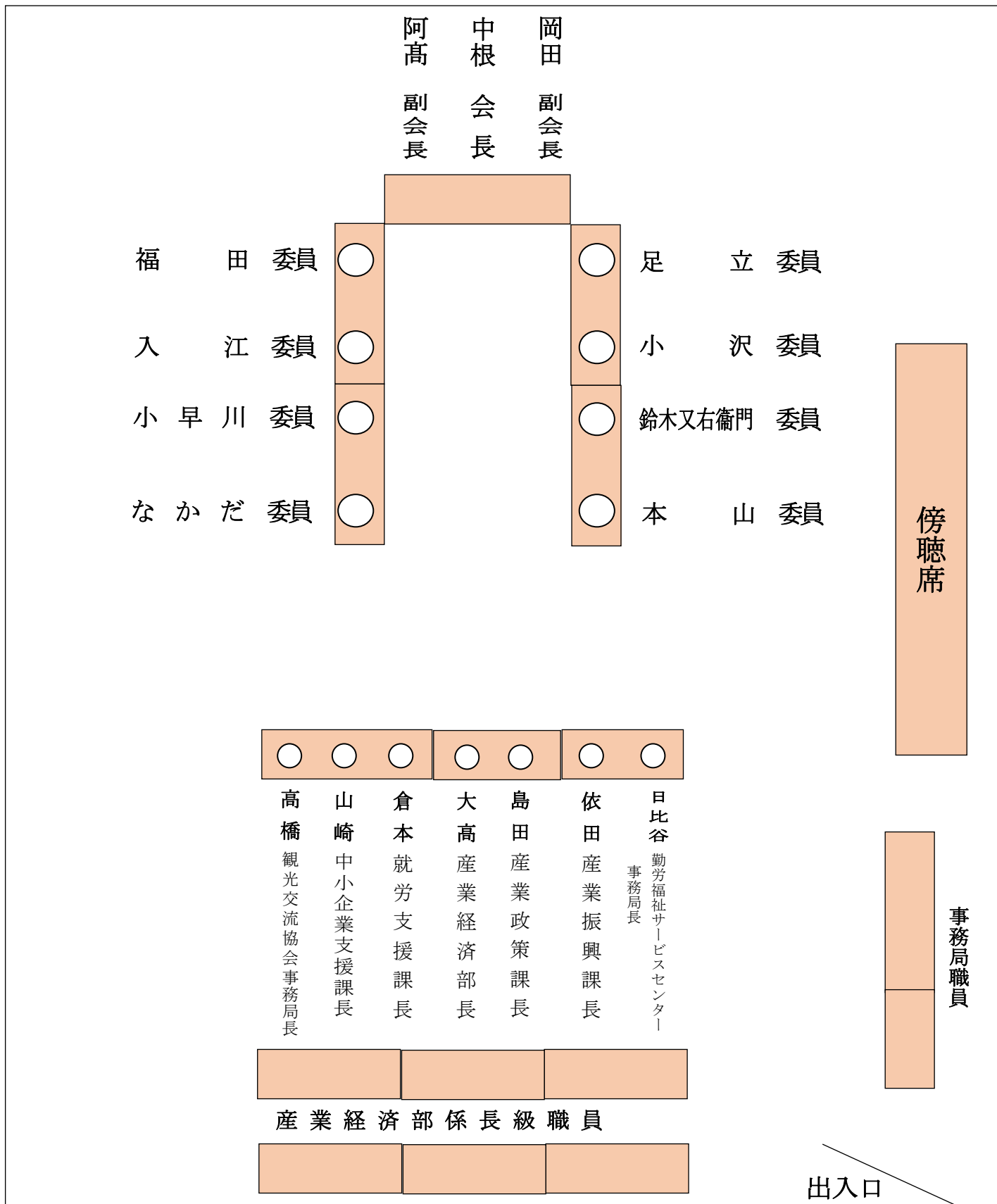
No.	区分	団 体 等	氏 名	部会	
1	会長	国士舘大学	経営学部 学部長 教授	中根 雅夫	第3部会 (部会長)
2	副会長	東京電機大学	産官学交流センター 名誉教授	阿高 松男	第1部会 (部会長)
3	副会長	消費生活アドバイザー		岡田 ヒロミ	第2部会 (部会長)
4	関係行政機関	(公財) 東京都中小企業振興公社	城東支社長	福田 友子	第1部会
5	事業者	足立区商店街振興組合連合会	理事長	足立 義夫	第1部会
6	事業者	エンブレムジャパン株式会社	代表取締役社長	入江 洋介	第3部会
7	事業者	東京スマイル農業協同組合 足立地区青壮年部	顧問	宇佐美 一彦	第1部会
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 3 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30年2月7日

件名	足立区地域経済活性化基本計画案のパブリックコメント実施結果
所管部課	産業経済部 産業政策課
内容	<p>1 実施期間 平成29年11月24日（金）から12月25日（月）</p> <p>2 意見提出等 (1) 意見提出者数 4名 (2) 提出方法 ① 区ホームページの意見受付フォーム 1名 ② 郵送 3名 ③ ファクシミリ 1名 ※同一の方から郵送とファクシミリで異なるご意見をいただいたため、提出方法の合計は5名 (3) 意見の件数 5件</p> <p>3 意見の概要及び区の考え方 別紙資料のとおり</p> <p>4 今後の予定 足立区経済活性化会議の答申をもとに「足立区地域経済活性化基本計画」の決定を行い、平成30年3月下旬に計画書を製本する。</p>

「足立区地域経済活性化基本計画（案）」に関するパブリックコメントに寄せられた意見に対する区の考え方について

No.	寄せられた意見の概要	区の考え方	件数
1	<p>今まで、足立区の産業政策では建設産業の位置づけは明確にされてきませんでした。</p> <p>建設業は地域経済の更なる活性化や災害に強い安全なまちづくりに大きく貢献する産業です。</p> <p>しかし、事業所数、従業者数ともに年々減少し、他業種と比較して高齢化も進んでいるため、新たな担い手の創出や技能者・技術者不足への対応、さらに、若者や女性の就労を促す就労環境の改善が必要です。</p> <p>建設産業を地場産業と位置づけて、地域経済活性化基本計画においても建設産業の位置づけを明確にして下さい。</p>	<p>区内で事業所数や従業員数が多く、区内経済や地域に貢献している産業は建設業を含めていくつかありますが、「地場産業」とは足立区の歴史や風土に根付いた、その地域独特の産業であると認識しております。</p> <p>よって、本計画で「建設産業」を地場産業として新たに位置づける考えはありません。</p> <p>なお、本計画では業種を特定することなく、建設業も含めたすべての業種を対象として地域経済の活性化に向けて施策を展開していきます。</p> <p>「従業員の高齢化」「従業員の確保」「専門技術を有する人材不足」といった課題に対しては、本計画の柱3「就労促進と雇用の安定」の各施策で対応していきます。</p>	4件
2	<p>住宅は個人の最大の消費であり、地域の方が仕事をする事で地域経済の活性化につながるものです。例えば、足立区と協定を結んでいる自治体の住民が植林や木材の伐採、製材を行い、足立区の大工が仕事をすれば、仕事が循環し、双方の自治体の地域経済に大きく貢献します。</p> <p>あらゆる事業者や区、他自治体が知恵を出し合って、地域経済の活性化を図っていただきたい。</p>	<p>あらゆる事業者や区、他自治体等が知恵を出し合って、地域経済の活性化を図ることは重要であると考えます。そのため、本計画では、幅広い主体が自由に集える場や機会であるプラットフォームを設け、事業者や地域の声を拾い上げ、地域経済の活性化に向けたコーディネートや新たな施策を立案していくことを区の役割とします。</p>	1件

平成 2 9 年度 第 3 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30年2月7日

件名	足立区地域経済活性化基本計画の答申について		
所管部課名	産業経済部 産業政策課		
内容	<p>「平成29年度 第2回足立区経済活性化会議」において各委員からいただいたご意見や庁内検討委員会の意見を踏まえて、事務局において資料5のとおり、足立区地域経済活性化基本計画の答申案を整理した。</p> <p>については、経済活性化会議において、答申案について審議を行う。</p> <p>なお、答申案について、これまでの計画案からの主な変更点は以下のとおり。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 第2章「地域経済活性化に係る現状と課題」（5～20ページ） 8つの「動き」について、それぞれの「動き」を1ページで記載していましたが、読みづらかったため、それぞれ2ページで記載しました。 2 柱の順番（22ページ等） 柱4と柱6の順番を入れ替えました。内容に変更はありません。 <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <p>【修正後】</p> <p>柱4「豊かで安全な消費生活の実現」 柱6「訪れたいまちづくり」</p> </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <p>【修正前】</p> <p>柱4「訪れたいまちづくり」 柱6「豊かで安全な消費生活の実現」</p> </td> </tr> </table> <ol style="list-style-type: none"> 3 仕事・まちを育てるために（23ページ） 文章とイラストを修正しました。 4 第3章「柱6 訪れたいまちづくり」（49ページ） 「6-①-3 まちづくりと連動したにぎわいづくり」を追加しました。 5 資料編（69ページ以降） 「2 各種調査の分析結果概要」「3 地域別産業特性と可能性」 「4 足立区経済活性化基本条例」「5 策定の経緯」を追加しました。 <p style="text-align: right;">以上</p>	<p>【修正後】</p> <p>柱4「豊かで安全な消費生活の実現」 柱6「訪れたいまちづくり」</p>	<p>【修正前】</p> <p>柱4「訪れたいまちづくり」 柱6「豊かで安全な消費生活の実現」</p>
<p>【修正後】</p> <p>柱4「豊かで安全な消費生活の実現」 柱6「訪れたいまちづくり」</p>	<p>【修正前】</p> <p>柱4「訪れたいまちづくり」 柱6「豊かで安全な消費生活の実現」</p>		

足立区経済活性化会議 資料

平成30年2月7日

件名	足立区経済活性化会議 専門部会の新設及び廃止について
所管部課名	産業経済部 産業政策課
内容	<p>足立区経済活性化会議規則第6条に基づき設置している専門部会について、以下のとおり新設及び廃止する。</p> <p>1 専門部会の新設</p> <p>外部の有識者を審査員とした補助金の審査を実施するため、以下のとおり専門部会を新設する。</p> <p>(1) 「足立区新製品・新事業開発補助金選考委員会」</p> <p>2 専門部会の廃止</p> <p>事業の終了に伴い、(1) から (3) を廃止する。また、外部の有識者による審査の終了に伴い、(4) (5) を廃止する。</p> <p>(1) 企業提案型緊急雇用創出委託事業選考部会</p> <p>(2) 足立区ビジネスチャレンジコース選考委員会</p> <p>(3) 足立区コア個店リニューアル事業審査会</p> <p>(4) 足立区産業展示会出展者選考委員会</p> <p>(5) 足立区商店街企画提案型事業審査会</p>

(変更前)

足立区経済活性化会議

専門部会

- ① 企業提案型緊急雇用創出委託事業選考部会 (廃止)
- ② 足立区創業支援施設入居者選考委員会
- ③ 足立区ビジネスチャレンジコース選考委員会 (廃止)
- ④ 創業プランコンテスト選考委員会
- ⑤ 足立区コア個店リニューアル事業審査会 (廃止)
- ⑥ 足立ブランド認定事業推進協議会
- ⑦ 足立ブランド認定選考委員会
- ⑧ 足立区産業展示会出展者選考委員会 (廃止)
- ⑨ 足立区商店街企画提案型事業審査会 (廃止)
- ⑩ あだち産業センター「IT支援室」協働事業者選考委員会
- ⑪ 足立区経済活性化会議 第一専門部会
- ⑫ 足立区経済活性化会議 第二専門部会
- ⑬ 足立区経済活性化会議 第三専門部会
- ⑭ 足立区経済活性化会議 第四専門部会

(変更後)

足立区経済活性化会議

専門部会

- ① 足立区創業支援施設入居者選考委員会
- ② 創業プランコンテスト選考委員会
- ③ 足立ブランド認定事業推進協議会
- ④ 足立ブランド認定選考委員会
- ⑤ あだち産業センター「IT支援室」協働事業者選考委員会
- ⑥ 足立区新製品・新事業開発補助金選考委員会 (新設)
- ⑦ 足立区経済活性化会議 第一専門部会
- ⑧ 足立区経済活性化会議 第二専門部会
- ⑨ 足立区経済活性化会議 第三専門部会
- ⑩ 足立区経済活性化会議 第四専門部会



○足立区経済活性化会議規則

平成 17 年 4 月 1 日規則第 29 号

改正

平成 28 年 6 月 30 日規則第 99 号

足立区経済活性化会議規則を公布する。

足立区経済活性化会議規則

(趣旨)

第 1 条 この規則は、足立区経済活性化基本条例（平成 17 年足立区条例第 11 号。以下「条例」という。）第 8 条第 8 項の規定に基づき、足立区経済活性化会議（以下「活性化会議」という。）の組織及び運営に関し必要な事項を定めるものとする。

(組織)

第 2 条 条例第 8 条第 4 項の規定に基づき委嘱する委員は、次に掲げる者のうちから当該各号に定める人数の範囲内において委嘱するものとする。

(1) 区民 5 人以内

(2) 事業者 25 人以内

(3) 学識経験者 5 人以内

(4) 中小企業の振興に関する事業、事務等を行うことを主たる目的とする次のいずれかに該当する法人の職員 3 人以内

ア 公益財団法人（公益社団法人及び公益財団法人の認定等に関する法律（平成 18 年法律第 49 号）第 2 条第 2 号に規定する公益財団法人をいう。）

イ 独立行政法人（独立行政法人通則法（平成 11 年法律第 103 号）第 2 条第 1 項に規定する独立行政法人をいう。）

ウ 地方独立行政法人（地方独立行政法人法（平成 15 年法律第 118 号）第 2 条第 1 項に規定する地方独立行政法人をいう。）

2 会長は、前項に規定する委員のほかに、参考人を招くことができる。

(会長及び副会長)

第 3 条 活性化会議に会長 1 人及び副会長 2 人を置き、会長は前条第 1 項第 3 号の委員の中から委員の互選によって定め、副会長は委員の中から会長が指名する。

2 会長は、会務を総理し、活性化会議を代表する。

3 副会長は、会長を補佐し、会長に事故あるときは、その職務を代理する。

4 会長は、あらかじめ職務を代理する者の順位を定めるものとする。

(会議の招集)

第 4 条 活性化会議は、会長が招集する。

(会議の議事)

第 5 条 活性化会議は、過半数の委員の出席がなければ、会議を開くことができない。

2 活性化会議の議事は、出席委員の過半数をもって決し、可否同数のときは、会長の決するところによる。

(部会)

第6条 活性化会議は、専門的事項を調査するため、部会を置くことができる。

(会議録)

第7条 会長は、会議録を作成し、これを保存しなければならない。

(会議の公開)

第8条 条例第8条第6項に規定する会議の公開の方法及び手続その他必要な事項は、区長が別に定める。

2 会議の公開にあたっては、会長は傍聴人の人数を制限することができる。

3 会長は、傍聴人が係員の指示に従わないとき又は会場の秩序を乱したと認めるときは、これに退場を命ずることができる。

(庶務)

第9条 活性化会議の庶務は、産業経済部産業政策課において処理する。

(委任)

第10条 この規則の施行に関し必要な事項は、区長が別に定める。

付 則

この規則は、公布の日から施行する。

付 則 (平成28年6月30日規則第99号)

この規則は、公布の日から施行する。

足立区地域経済活性化基本計画

(答申案)

足立区経済活性化会議

足立区地域経済活性化基本計画の改訂にあたって

区長あいさつ文

目 次

第1章 活性化計画とは.....	1
1 活性化計画の目的.....	1
2 位置付け.....	1
3 計画期間.....	1
4 目指すべき姿.....	2
第2章 地域経済活性化に係る現状と課題.....	3
1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況.....	3
2 課題の整理と地域経済活性化の方向性.....	21
第3章 計画の体系と個別施策.....	23
1 仕事・まちを育てるために ～ 区の役割 ～.....	23
2 施策体系.....	25
3 個別施策.....	27
柱1 起業・創業の促進.....	27
柱2 事業者の経営力強化.....	31
柱3 就労支援と雇用の安定.....	37
柱4 豊かで安全な消費生活の実現.....	41
柱5 都市農業の保全.....	43
柱6 訪れたいくなるまちづくり.....	47
第4章 計画の着実な推進と実効性の確保に向けて.....	53
1 計画の推進体制.....	53
2 計画の進行管理.....	54
3 成果指標 及び 活動指標一覧.....	55

資料編

1	用語解説.....	65
2	各種調査の分析結果概要.....	69
3	地域別産業特性と可能性.....	79
4	足立区経済活性化基本条例.....	89
5	策定の経緯.....	93

本文中（※）で表示されている語については、資料編の1（P65～67）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

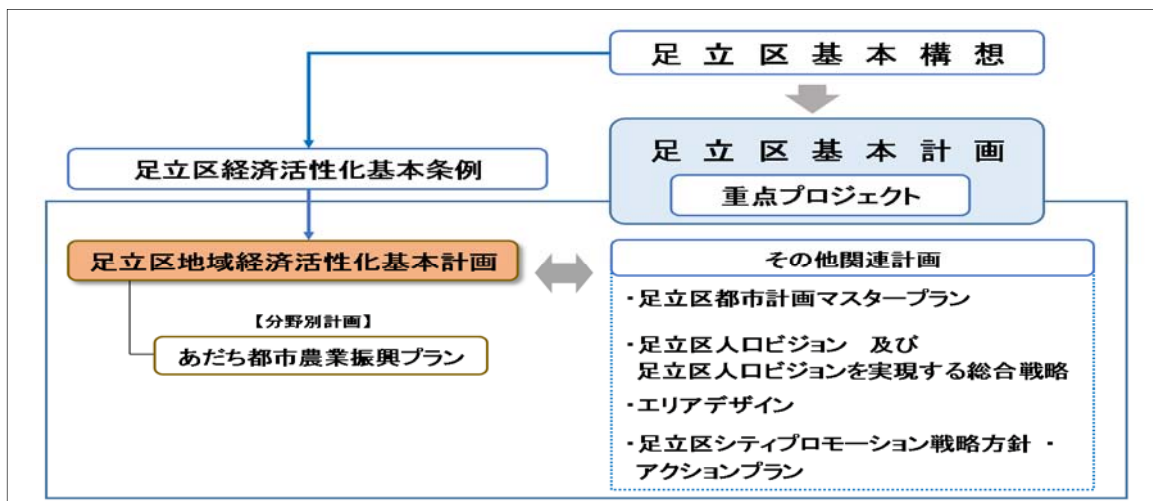
1 活性化計画の目的

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月策定）、足立区基本計画（平成29年2月策定）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ています（図表1参照）。

図表1 「足立区地域経済活性化基本計画」と他計画との関係



3 計画期間

活性化計画の期間は、2018年度（平成30年度）から8年間とします。

なお、計画の中間年にあたる2021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。

図表2 計画期間

年度	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
足立区基本構想	※30年後を見据えて策定									
足立区基本計画	←-----									
足立区地域経済活性化基本計画	←-----									
					↑ 中間検証					

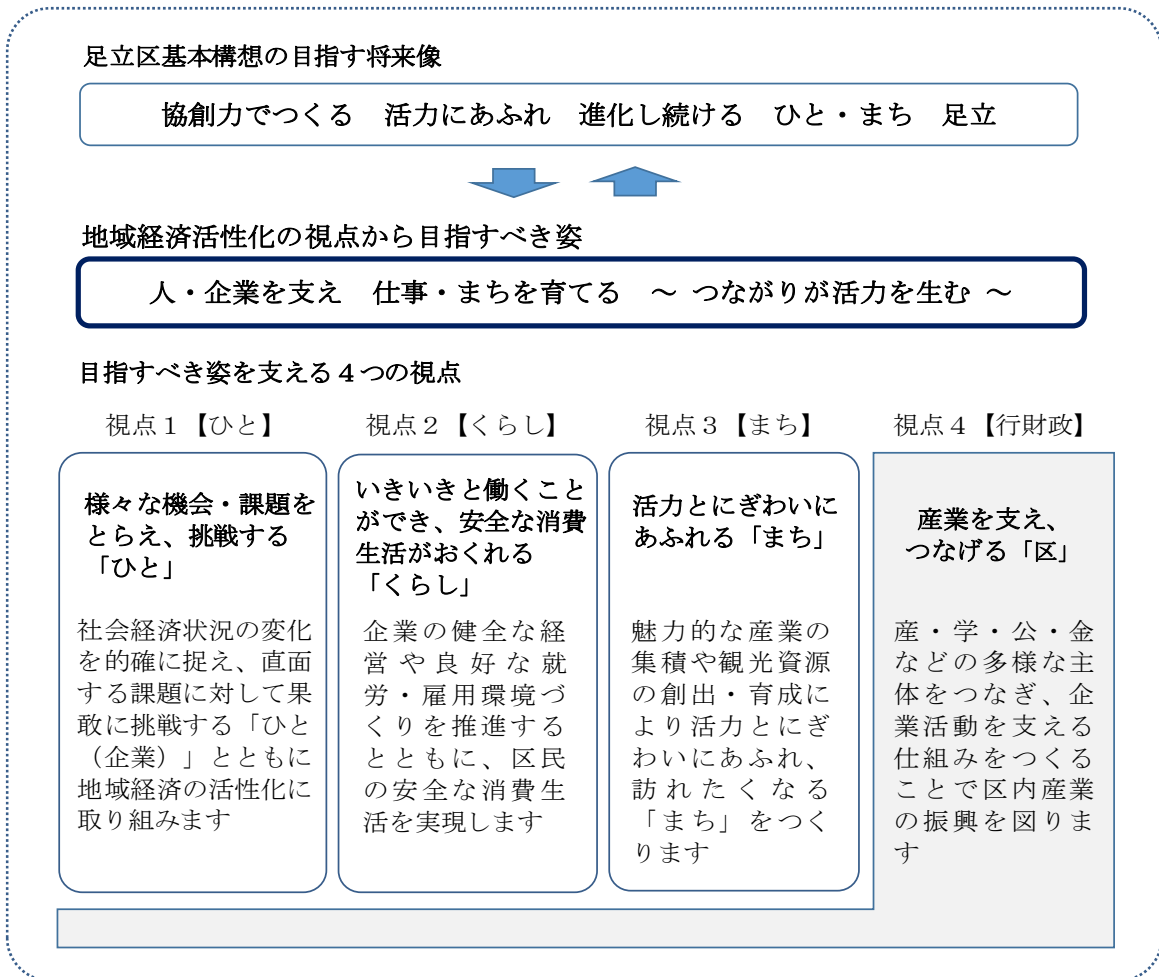
4 目指すべき姿

足立区基本構想では区の将来像として「協創力でつくる 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（図表3）。

また、目指すべき姿の実現に向けて、「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。

図表3 活性化計画の目指すべき姿



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、ひいては区内経済の好循環につなげていきます。

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。

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

2016年度(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 | (P5～6) |
| (2) | 景況と雇用情勢 | (P7～8) |
| (3) | 起業・創業(※3)の現状 | (P9～10) |
| (4) | 産業構造の変化 | (P11～12) |
| (5) | 技術の進展と市場 | (P13～14) |
| (6) | 消費動向 | (P15～16) |
| (7) | まちづくり、地域づくりの動向 | (P17～18) |
| (8) | 観光需要の動向 | (P19～20) |

なお、現況の整理は、2017年(平成29年)4月に実施した統計データや調査の分析結果をもとに行いました(図表4)。

「足立区産業実態等アンケート調査」及び「魅力的な足立区の産業・まちづくりに向けた意識調査」は区内事業者の経営課題や区民の購買行動等を把握するために今回、初めて実施した調査です。

図表4：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)
足立区産業実態等アンケート調査①	製造業、建設業、運輸業、卸売業等の事業者 1,500 サンプル(471 件・31.4%)
足立区産業実態等アンケート調査②	小売業、サービス業、医療・福祉等の事業者 1,500 サンプル(340 件・22.7%)
魅力的な足立区の産業・まちづくりに 向けた意識調査	足立区に居住する18歳以上の男女個人 2,000 サンプル(658 件・32.9%)
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

※調査分析結果の概要は、資料編（P69～78）を参照

※1 中小企業基本法では中小企業を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

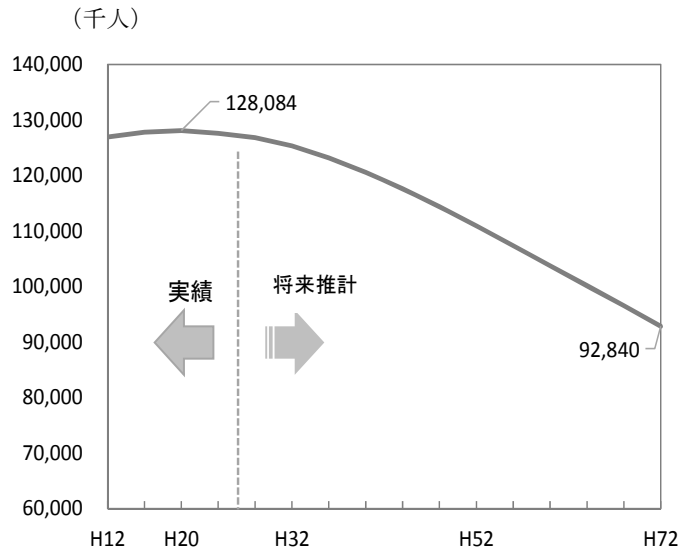
※2 商業・サービス業は従業員数5人以下、製造業・その他の業種は従業員数20人以下の事業者

※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。

(1) 人口の動向

日本の人口は、2008年（平成20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、2060年の総人口は、現在の約72.5%に相当する9,284万人まで減少すると推計されています（図表5）。

図表5: 日本の総人口の推移



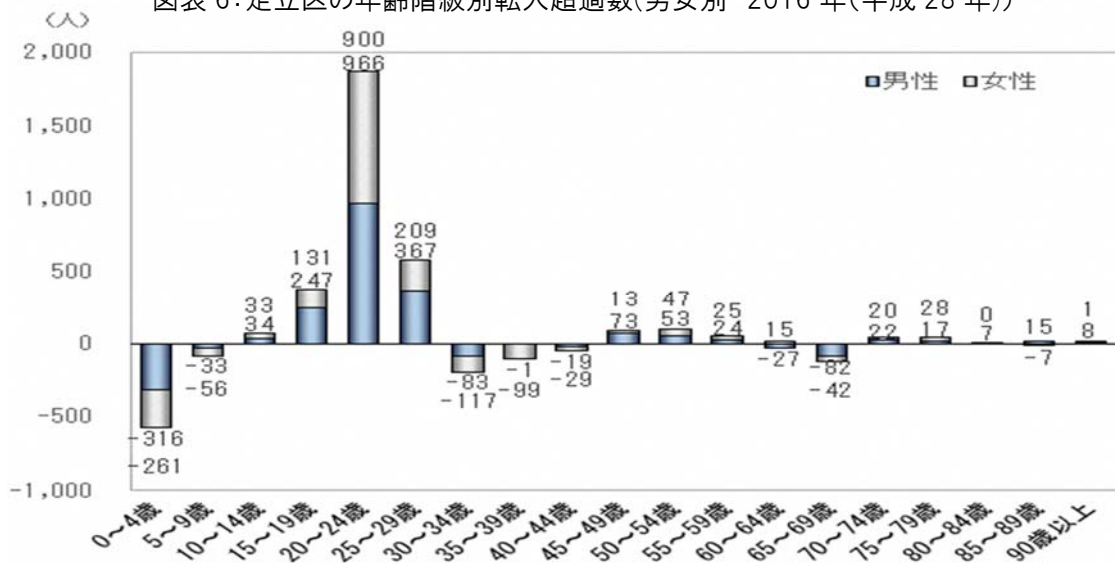
出典：2015年（平成27年）までは「国勢調査」及び同「人口推計」、2016年（平成28年）からは国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成29年）」における出生中位、死亡中位

足立区の現況

1975年（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、2017年（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。

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（図表6参照）。

図表6: 足立区の年齢階級別転入超過数(男女別 2016年(平成28年))

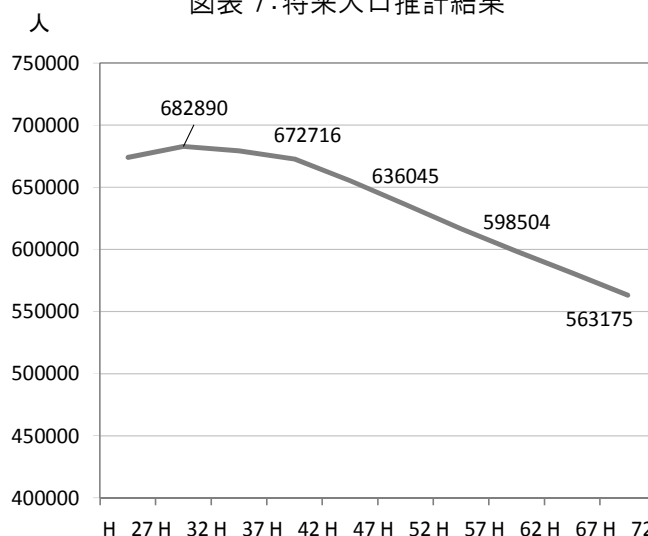


出典：「足立区人口ビジョン総合戦略 図9」

なお、高齢化率は2017年（平成29年）現在24.7%と、23区で2番目に高くなっています。

2015年（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、2020年以降は減少に転じ、2060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（図表7）。

図表7:将来人口推計結果



【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による地域の活性化や、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。

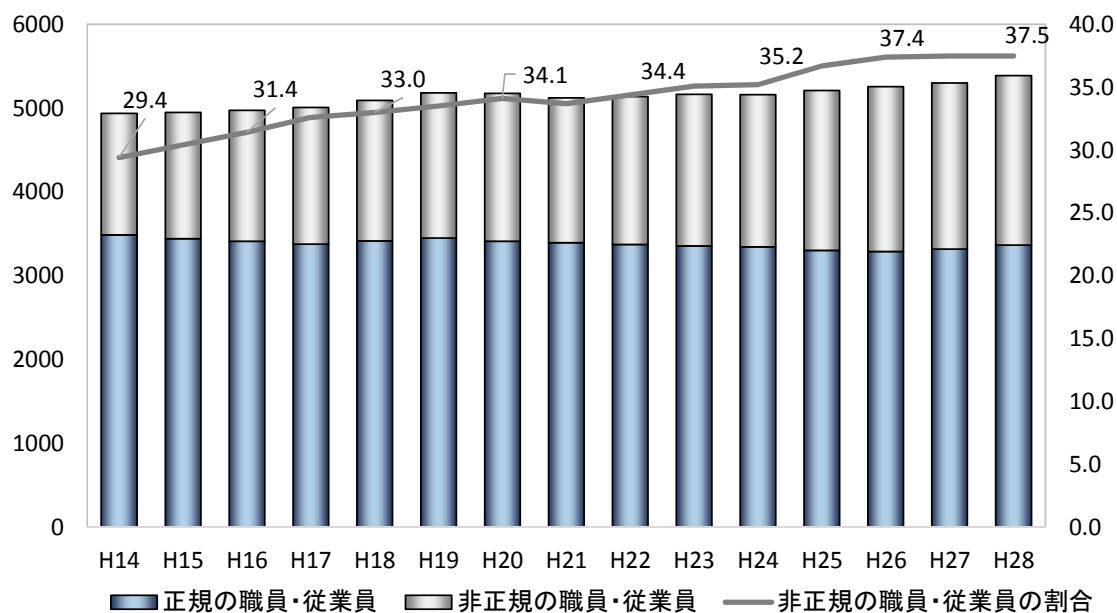
(2) 景況と雇用情勢

2017年（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（平成29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（※4）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%（2017年（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。

図表 8: 国内雇用者の推移



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（図表9）。

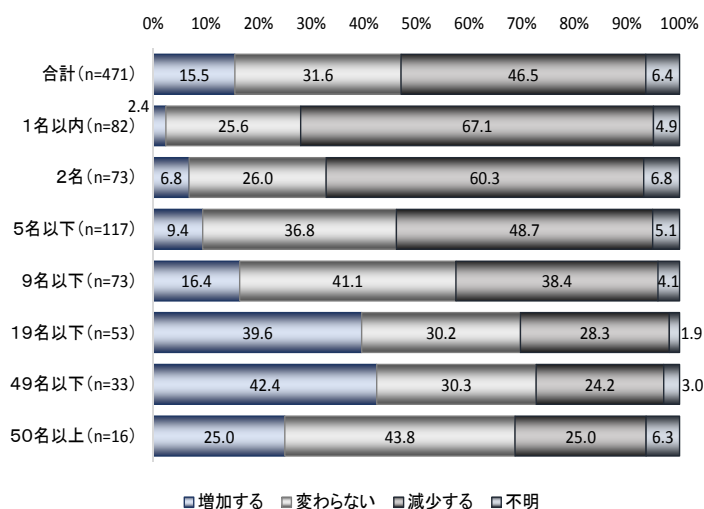
区内の多くの事業所では、人手不足が経営課題の上位を占める一方、2017年（平成29年）8月現在、ハローワーク足立の有効求人倍率は未だ1.0を割り込んでおり、特に若年層では希望する種類・内容の仕事がないと思う求職者と、希望する能力水準を満たしていないと考える事業者との間でミスマッチが生じていることが窺えます。

【課題】

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、職場体験などを通じて、就労希望者が仕事内容等への理解を高めるとともに、コンサルタント派遣やセミナー等を通じて事業者側の受入体制づくりを支援することで、雇用のミスマッチを解消していくことが重要です。

図表9：製造業・建設業・運輸業等の従業員規模別
今後3年間の営業利益予測



出典：足立区産業実態等アンケート調査①

※4 Diffusion Index の略。増加、上昇、楽などと回答した企業割合から、減少、下降、苦しいなどと回答した企業割合を差し引いた数値のことで、不変部分を除いて増加したとする企業と減少したとする企業のどちらの力が強いかを比べて時系列的に傾向をみようとするもの。

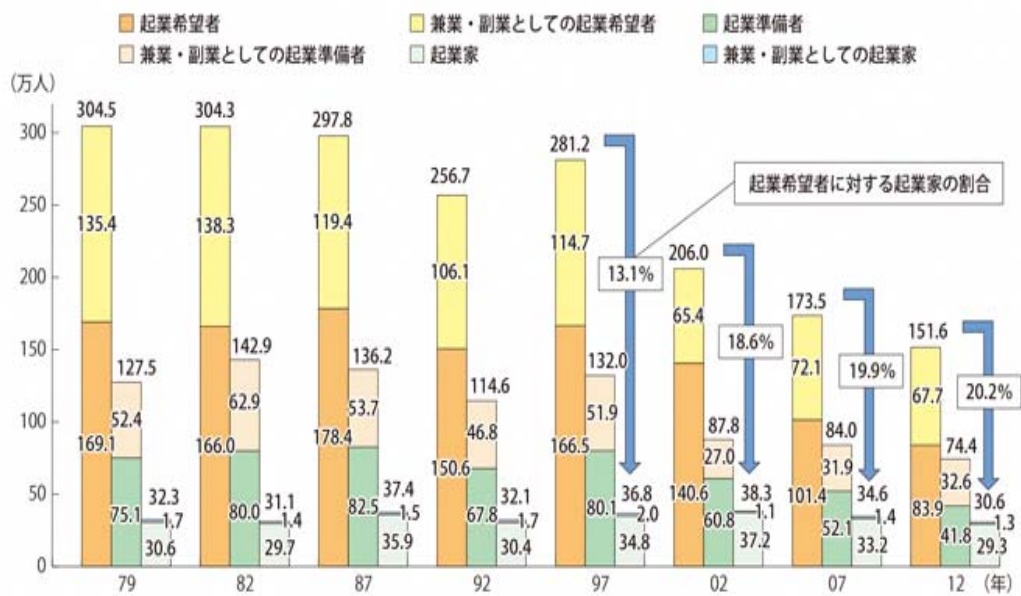
D I の値がプラス域で推移していれば堅調、マイナス域で推移していると低迷と判断する。

(3) 起業・創業の現状

国内の起業希望者数、起業準備者数は1997年（平成9年）以降減少傾向にあり、その結果、起業家数も2002年（平成14年）38.3万人、2007年（平成19年）34.6万人、2012年（平成24年）30.6万人と徐々に減少しています（図表10）。

また、開業率（※5）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。

図表10: 起業の担い手の推移



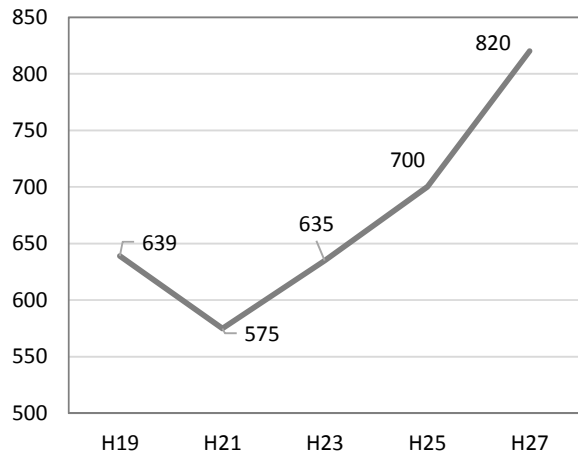
出典：中小企業白書 2017（中小企業庁）
 中小企業庁ウェブサイト（<http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H29/h29/index.html>）

足立区の現況

区内新設法人数は2012年（平成24年）の618社から年々増加しており、2016年（平成28年）は906社、都内で第13位でした（図表11）。

一方、増加率は前年比10.3%（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。

図表11: 区内新設法人数の推移



出典：民間調査会社調べ

【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(※6)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。



図表 12: エリアデザイン計画

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。

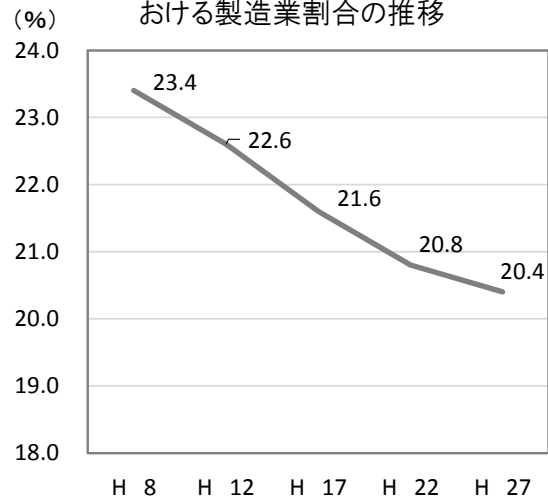
※5 特定の期間において、「①新規に開設された事業所を年平均にならした数」の「②期首において既に存在していた事業所」に対する割合。①/②で求める。

※6 「綾瀬・北綾瀬」「六町」「江北」「花畑」と「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もの

(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（※7）（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（図表13）。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（※8）」の増加が顕著になっています。

図表 13:国内総生産(名目 GDP)における製造業割合の推移

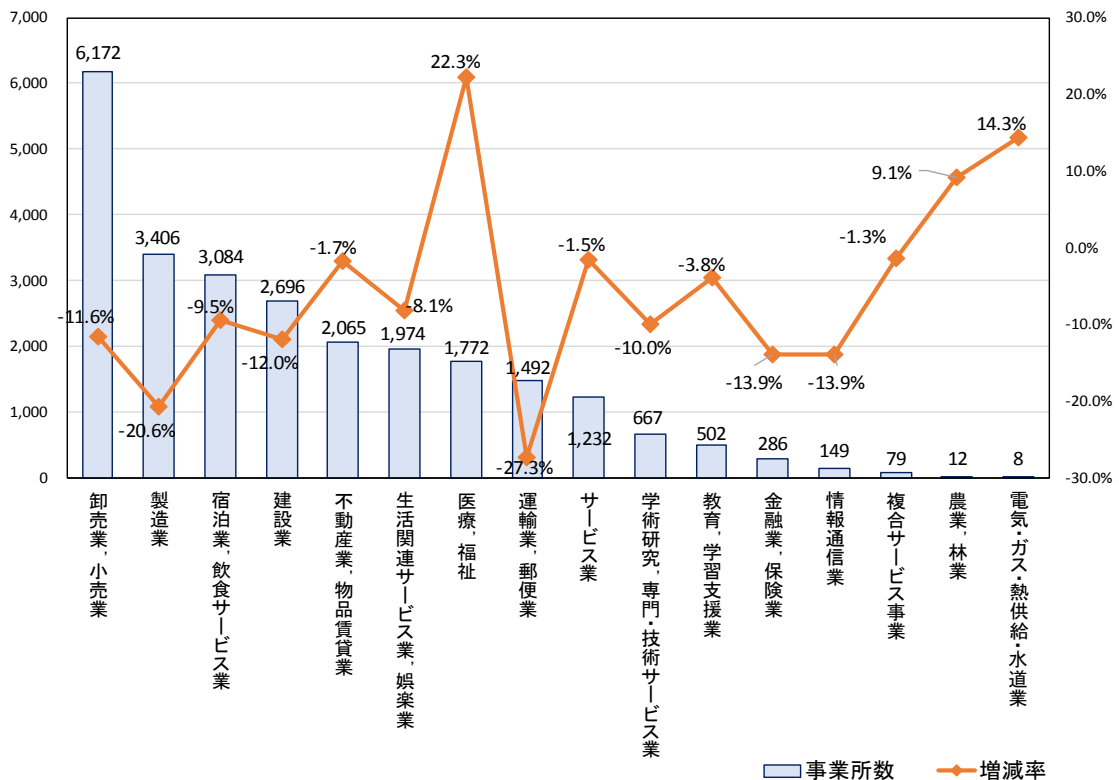


出典：内閣府「国民経済計算」をもとに作成

足立区の現況

2009年（平成21年）から2014年（平成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（図表14）。

図表 14: 産業大分類別 事業所数と増減率



出典：平成26年、平成21年経済センサスより作成

一方、付加価値額（※9）が高い業種は「建設業」「運輸業」「医療、福祉」、稼ぐ力（※10）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（※11）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。

厳しい環境の中で経営力の維持・強化を図っていくために、同業種・異業種のネットワークに参加している事業者の営業利益率や景況感が良い状況を踏まえ、区は、自社にない技術を保有する企業との連携を通じた技術レベルの強化や販路開拓等の対応力強化のための支援を行っていく必要があります。

また、経済環境や顧客ニーズ等の変化を注視しつつ、稼ぐ力の強い業種の雇用力の向上や収益力の維持・強化を進めていくことが重要です。

-
- ※7 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。
 - ※8 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
 - ※9 事業活動によってどれだけの新しい価値が生み出されたかを表した数値
 - ※10 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)
 - ※11 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

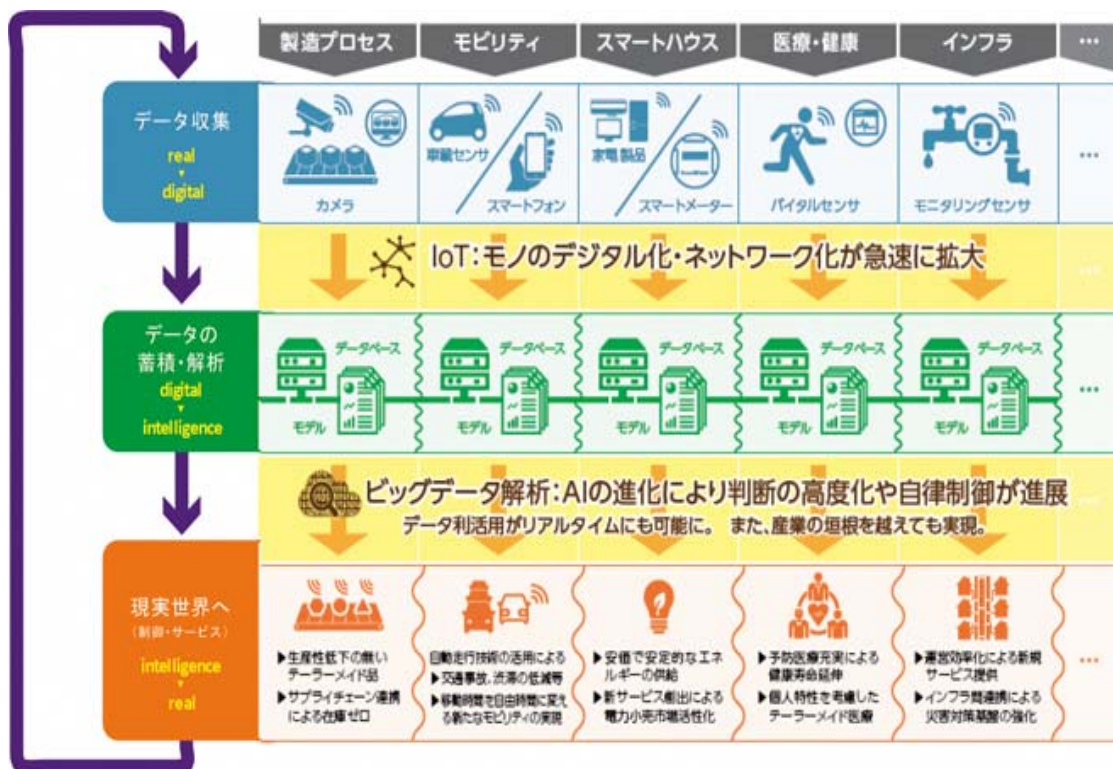
(5) 技術の進展と市場

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。2005年(平成17年)には約1.6エクサバイト(※12)であった流通量は、2013年(平成25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(※13)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(※14)が高くなっています。

図表15: 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

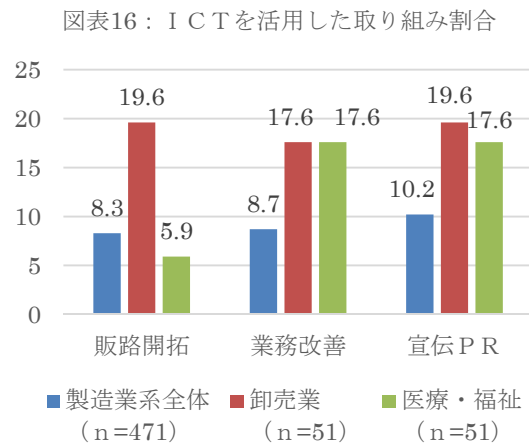


出典：経済産業省ウェブサイト
http://www.meti.go.jp/report/whitepaper/mono/2015/honbun_html/010103.html

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（図表16）。

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。



出典：足立区産業実態等アンケート調査①

【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を中心であり、さらに大手企業の優位性が高まることが懸念されます。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、時代の趨勢でもあった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。

※12 100京（10の18乗）バイト

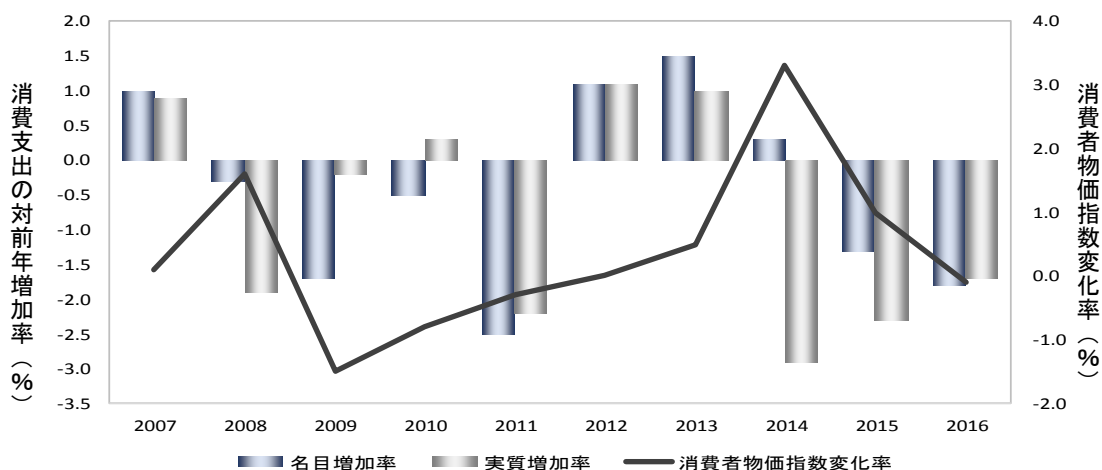
※13 情報通信技術（Information & Communication Technologyの略）

※14 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

(6) 消費動向

2014年（平成26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（平成27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（図表17）。

図表17:消費支出の対前年増減率の推移(二人以上の世帯)

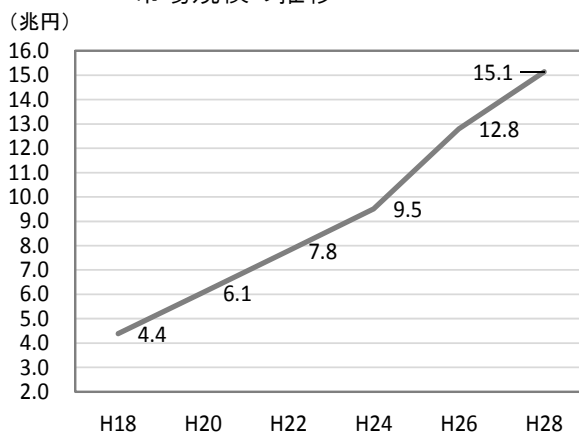


(注) 名目増減率…実際に支出した金額の増減率
 実質増減率…消費者物価の変動分を取り除いた実質的な増減率
 消費者物価指数は、「持家の帰属家賃を除く総合」

出典：総務省「家計調査報告」より作成

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(平成18年)から2016年(平成28年)にかけて4.4兆から15.1兆円へと、この

図表18:日本における消費者向け電子商取引市場規模の推移



出典：経済産業省「電子商取引に関する市場調査」をもとに作成

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（図表18）。

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。

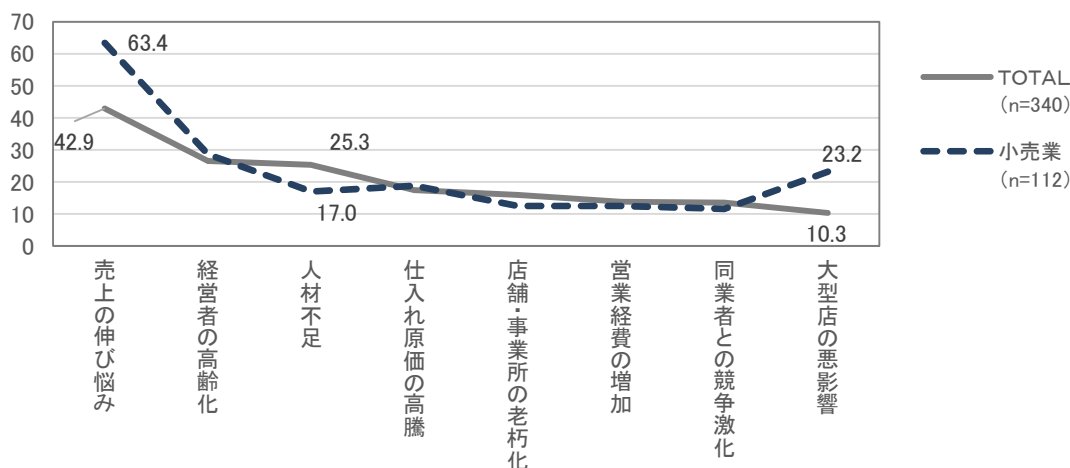
足立区の現況

多くの区民は、「身近で安いから最寄品（※15）は近所のスーパー」「品揃え、欲しいものがあるから買回品（※16）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、2014年（平成26年）の年間商品販売額は2007年（平成19年）と比較して15.8%減少しました（図表19）。

図表 19: 経営課題(商業・サービス業全体と小売業との比較)上位8項目

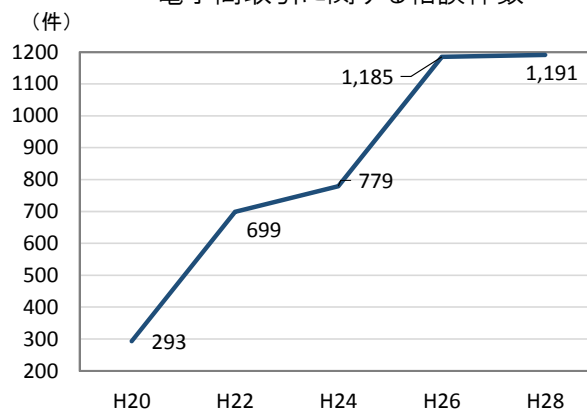


出典：足立区産業実態等アンケート調査②

一方、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電子商取引に関する相談割合も増加傾向にあります（図表20）。

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。

図表 20: 足立区消費者センターが対応した電子商取引に関する相談件数



※15 食料品や日用雑貨等の日頃頻繁に購入する商品
 ※16 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

(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。

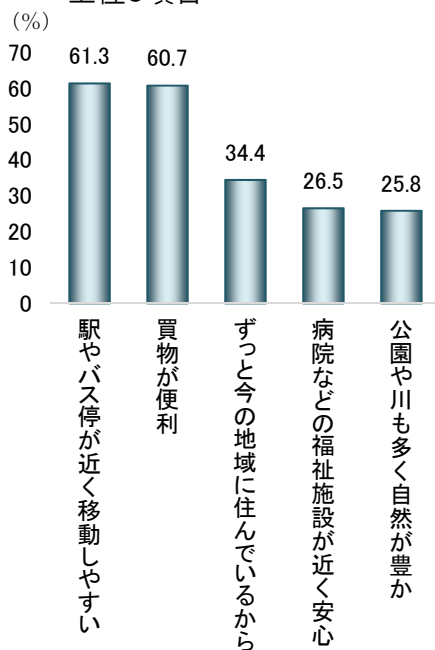
こうした中、都市の特性や資源等の創出や活用により、地域内外から多くの人を呼び込み賑わう都市や地域と、そうでないところの二極化が顕著となりつつあります。

足立区の現況

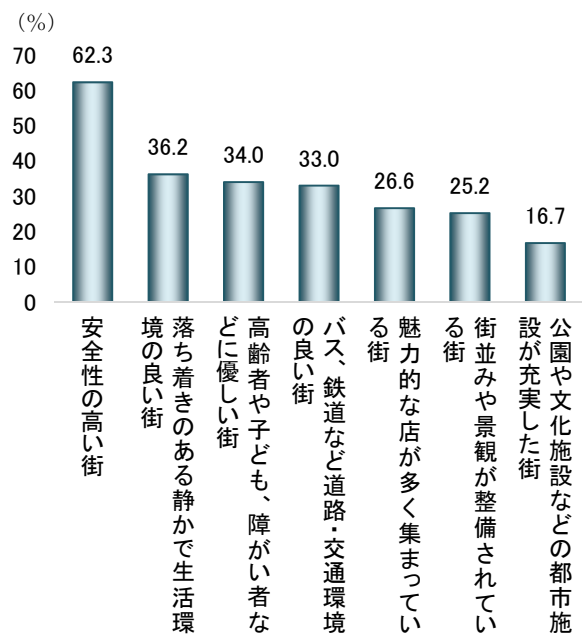
区は、現在、「綾瀬・北綾瀬」「六町」「江北」「花畑」「千住」「西新井・梅島」「竹の塚」の7つのエリアを対象に、まちの特徴・魅力や求めるべき将来像などをエリアデザインとしてとりまとめ、区内外に広く発信することで、民間活力を誘導しながら区有地等の活用を図り、さらなるイメージアップにつなげる取組みを推進しています。

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(図表21、22)。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。

図表 21: 居住地域を満足している理由 上位5項目



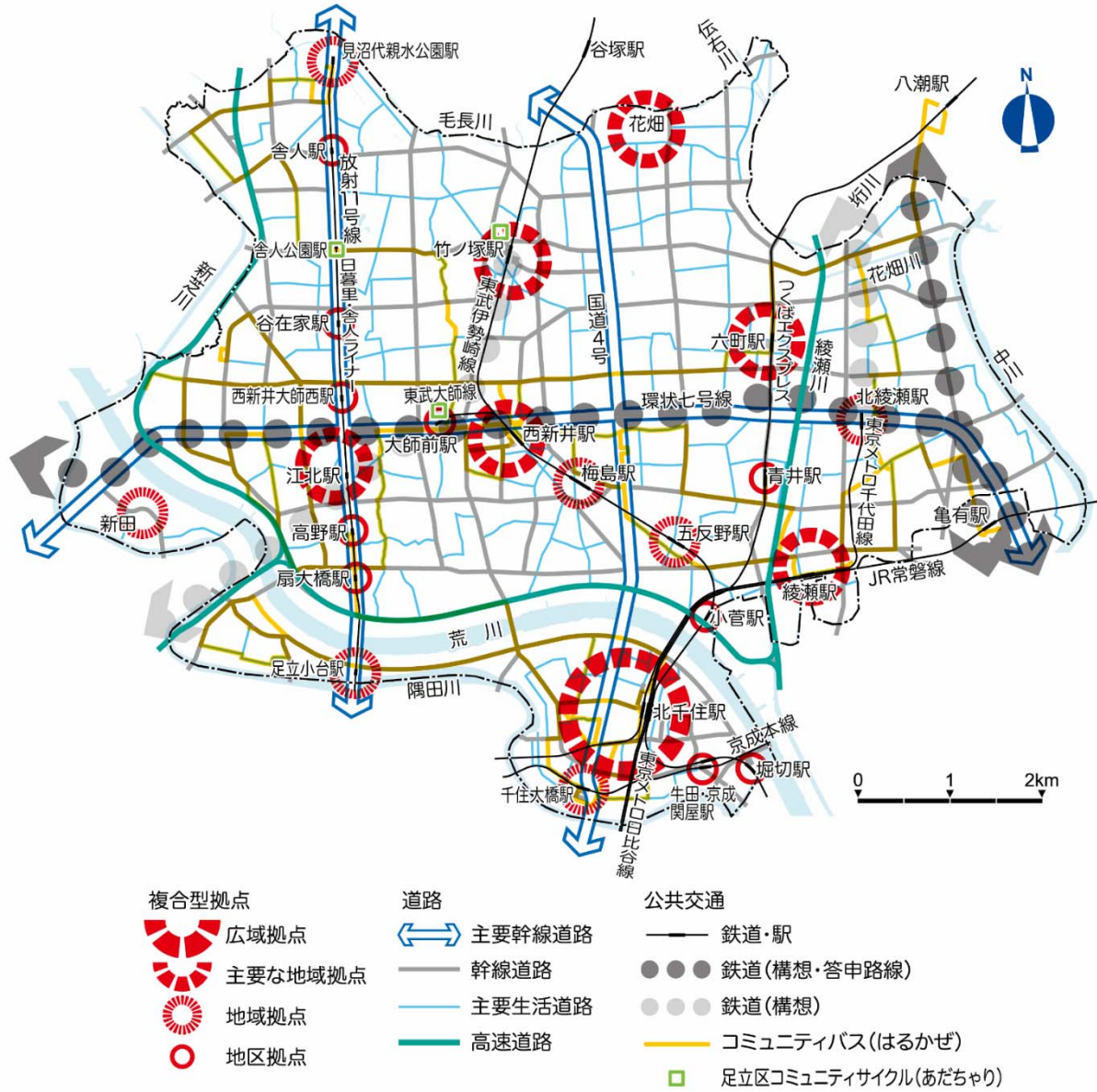
図表 22: 望ましい将来の街の姿 上位7項目



出典：魅力的な足立区の産業・まちづくりに向けた意識調査

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（図表23）。

図表23：複合型拠点と道路・交通網の形成図



【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。

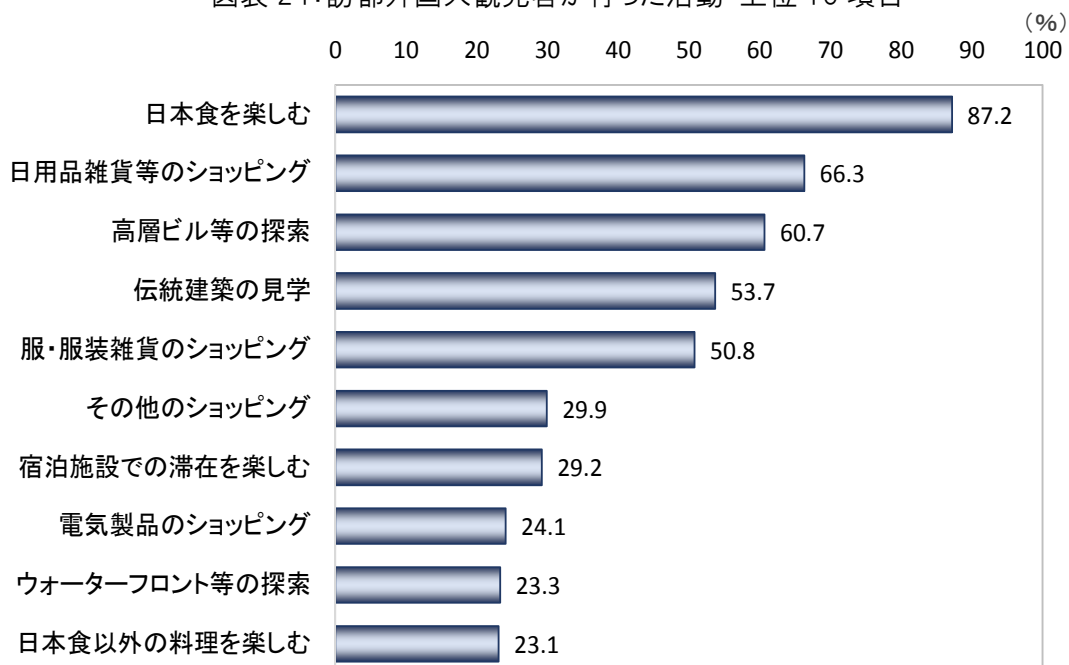
また、多くの区民が求めている安全なまちを実現するために、体感治安の向上に向けた取り組みが必要です。

(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、2015年（平成27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（図表24）。

図表 24: 訪都外国人観光客が行った活動・上位10項目



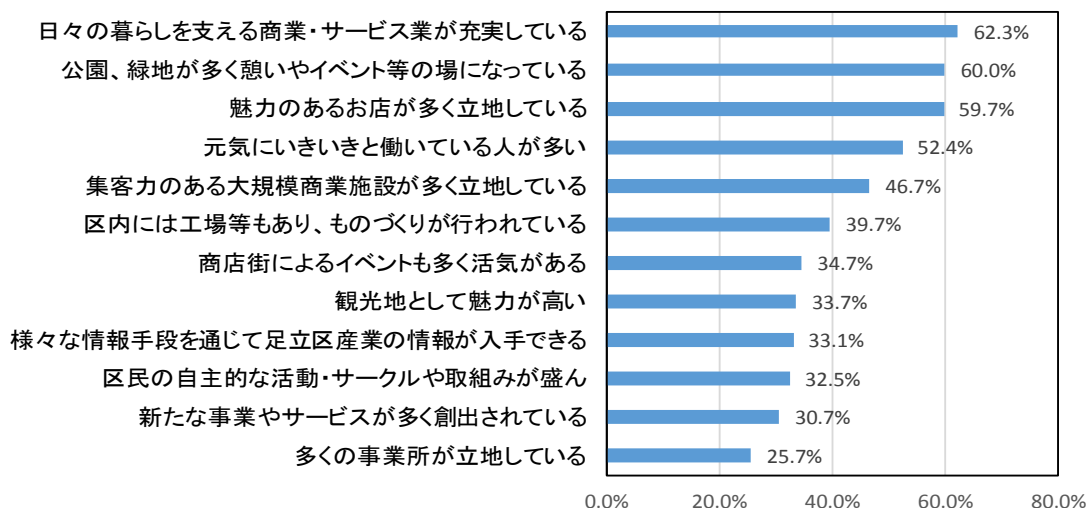
出典：東京都「平成28年東京都観光客数等実態調査」より作成

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などによる集客力の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「日々の暮らしを支える商業・サービス業が充実している」「公園、緑地が多く憩いやイベント等の場になっている」「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（図表25）。

図表25 まちや産業の重要性 上位8項目



出典：魅力的な足立区の産業・まちづくりに向けた意識調査

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。



図表26 あだち菜うどん あだち菜パスタ

【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」「行財政」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として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」	<ol style="list-style-type: none"> 1 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。 2 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、新たな技術を導入するための支援が必要です。 3 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加わることで対応力の幅を広げ、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」	<ol style="list-style-type: none"> 1 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、さらなる人の呼び込みと新たなネットワークの形成を図り、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。 2 「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。 3 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、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。 4 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」	<ol style="list-style-type: none"> 1 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。 2 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。 3 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。 4 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1 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2 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3 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4 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5 都市農業の保全

- ・農業の担い手の育成支援とともに、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。

柱6 訪れたいまちづくり

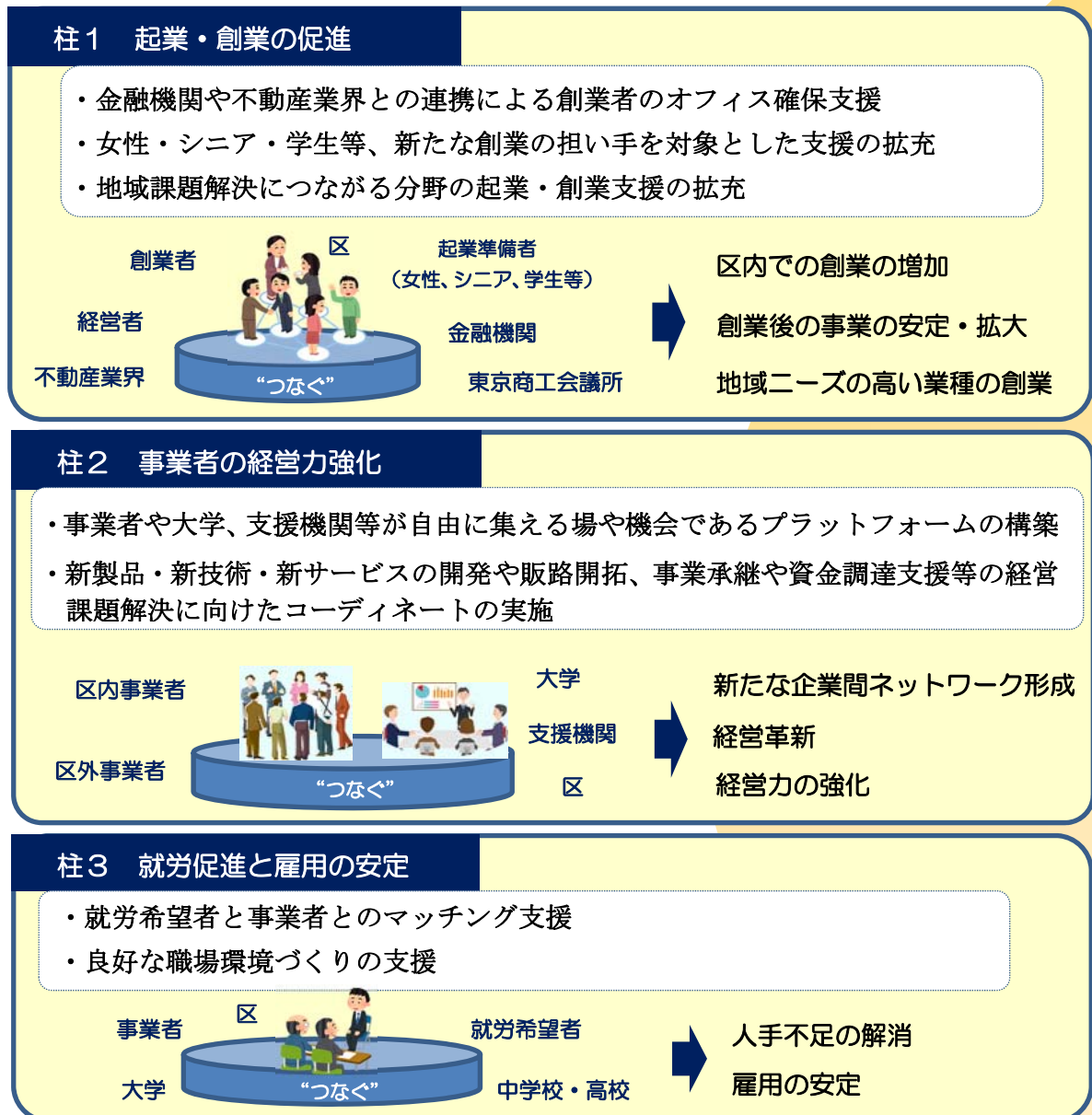
- ・多様な主体と連携して、区の魅力を育み、磨き、創ることで、まちのにぎわいを高めます。

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 ～ 区の役割 ～

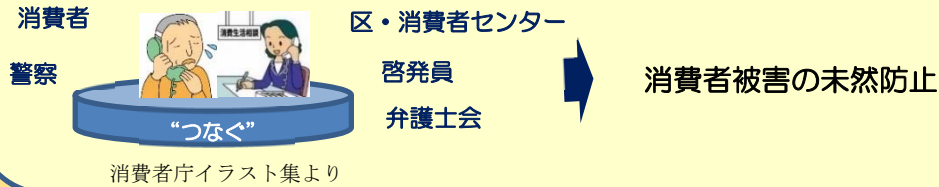
活性化計画の目指すべき姿「人・企業を支え 仕事・まちを育てる～つながりが活力を生む～」を実現するため、区は各施策を展開する中で、幅広い主体が自由に集える場や機会であるプラットフォームを設けます。そして、区はプラットフォームの一員として、事業者や地域の方々の声を拾い上げ、課題解決に向けて多様な主体をつなぎ、活動のコーディネートを行います。また、各事業やプラットフォームから生まれた活動の成果を検証し、新たな施策の立案を行います。

さらに、各柱のプラットフォームをつなぎ、横断的・複合的に事業を展開することで新たな協創力を生み出し、地域経済の活性化を図っていきます。



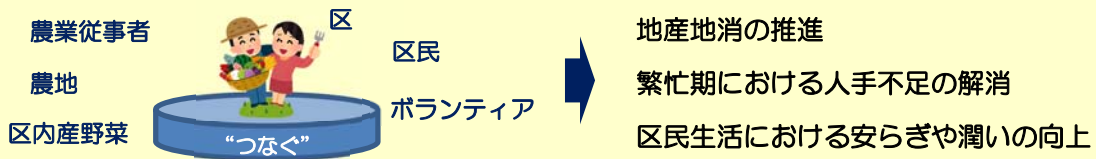
柱4 豊かで安全な消費生活の実現

- ・職員が地域に出向いて消費者教育を行う「出前講座」の拡充
- ・関係機関や啓発員との連携による啓発事業の強化



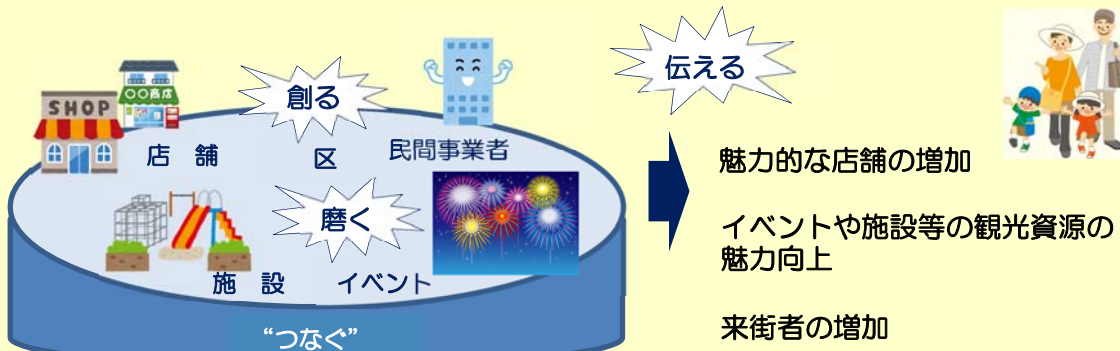
柱5 都市農業の保全

- ・区民に区内産野菜を提供する機会の増加
- ・農作業をボランティアで手伝いたい区内外の人々を農家に派遣
- ・防災や市街地内の緑地、景観形成など農地の多面的機能の強化



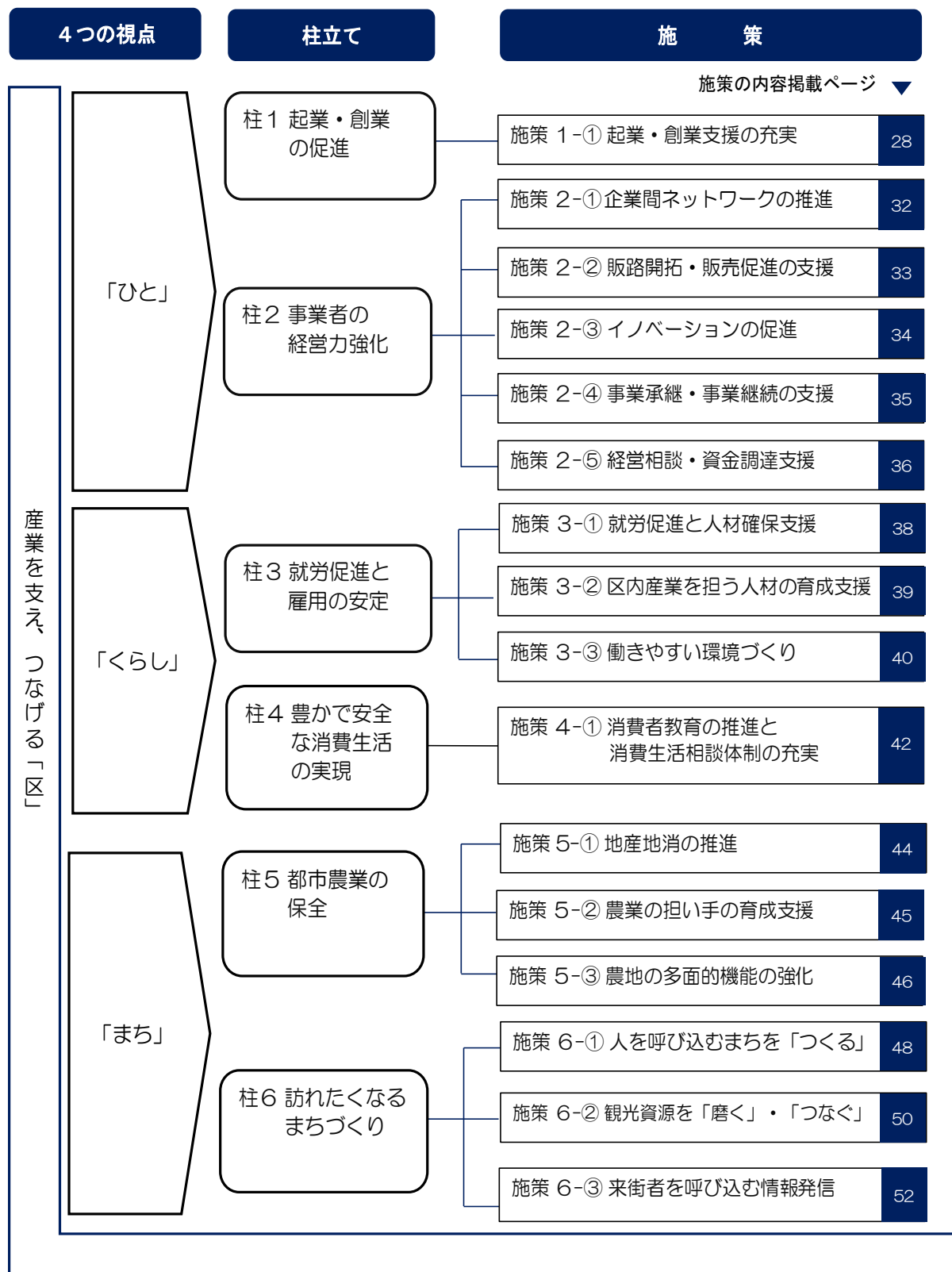
柱6 訪れたいなるまちづくり

- ・個店の魅力向上に向けた支援
- ・地域コミュニティの核としての商店街の機能向上
- ・まちづくりと連動した にぎわい の創出
- ・区内外のイベントや施設、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
- ・新たに創り、磨かれた観光資源を多様なメディアで取り上げてもらうための効果的な情報発信



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 起業希望者の発掘と起業準備支援 2 起業・創業ステージにマッチした支援
3 地域ニーズの高い業種や成長分野の起業・創業等の促進

1 ネットワークの形成支援 2 ビジスマッチングの推進

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 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 事業資金調達支援 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 消費者相談対応の充実 2 消費者教育の推進 3 関係機関等とのネットワーク強化

1 地産地消の推進

1 農業の担い手の育成支援

1 農地の多面的機能の強化

1 訪れたい店づくり 2 安全・安心なまちづくり 3 まちづくりと連動したにぎわいづくり

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

【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」

3 個別施策

柱1 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

これまで区は、「創業するなら足立区で！」をキャッチフレーズに、金融機関等と連携して、相談支援やセミナーの開催、融資あっ旋など様々な創業支援事業を展開してきました。また、区が運営する創業支援施設では事務所の賃貸や専門スタッフによる経営支援を行ってきたほか、東京電機大学東京千住キャンパスとの協働により、理系大学との産学連携も可能な創業支援にも取り組んできました。こうした取り組みを通じて、多くの起業・創業者を輩出し、中には従業員数100名を超える企業も現れています。

区は、現在、都心にアクセスしやすい交通の利便性や7つのエリアデザインの推進により、区内での起業・創業を促進する好機を迎えています。そのため、起業・創業者が事業を立ち上げてから安定軌道に乗るまでの手厚い支援や、課題であるオフィス物件に関する対策に取り組み、「起業・創業しやすいまち」としての魅力をより一層高めていきます。また、地域ニーズの高い業種や地域課題解決に寄与する産業、さらには成長分野の起業・創業を支援し、地域経済の活性化を図っていきます。

【成果指標】

	項目	基準値 2016年度 (平成28年度)	中間値 2021年度	目標値 2025年度
①	新設法人数(暦年)	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	—%	85.0%	90.0%

柱1 起業・創業の促進

施策1 - ① 起業・創業支援の充実

区内での起業・創業を促進するために、起業・創業の新たな担い手として期待される女性やシニア、学生などを対象とした事業を推進します。
 また、東京都や金融機関等との連携により、課題である創業者のオフィス確保と区内での事業継続に向けた支援を行います。
 さらに、地域経済の活性化を図るために、地域ニーズの高い業種や成長分野の起業・創業を支援していきます。

1-①-1 起業希望者の発掘と起業準備支援

事業の概要	女性やシニア、学生、さらには週末起業家（※17）などの潜在的な起業意向を持つ人々を対象としたセミナーや先輩起業家との交流会等を通じて、起業家マインドの醸成を図り、起業・創業に向けた次のステップに進むためのサポートを行います。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ 拡充 女性やシニアなど創業の担い手として期待される人材を対象とした起業・創業セミナーの開催 ・ 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（※18）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



独立・起業セミナーの様様

※17 週末や退勤後の空いた時間を利用して、自分の望む事業を始める人。
 週末起業は会社を辞めることによる収入減リスクを最低限に抑え、副収入を確保し、起業願望を充足しながら会社に依存しない自立した生き方を実現できるとして注目を浴びている。

※18 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

柱1 起業・創業の促進

1-①-2 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"> ・ 起業家支援塾 ・ 創業支援事業計画に基づく関係機関と連携した創業支援（創業相談、起業・創業セミナー、融資あっ旋、物件情報紹介等） ・ 起業・創業に関わる支援窓口のワンストップ化 ・ 創業プランコンテスト ・ 創業支援施設の管理運営事業 ・ 新規 金融機関が運営する創業支援施設との連携 ・ 新規 創業者経営力アップ支援事業 ・ 新規 オフィスや空き店舗などの民間物件情報の提供 【東京都企業立地相談センターとの連携】 ・ 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（再掲） その他

1-①-3 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	区内の各地域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"> ・ 新規 地域ニーズの高い産業分野や成長分野（介護・福祉・健康、防犯・防災等）の創業支援 ・ 拡充 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】 ・ 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

あなたの夢を応援する 充実のサポート

支援対象者 創業予定の方から 創業5年未満の方

補助金200万円 **ビジネスプラン コンテスト**

その後いつでも **無料相談**が できます!

創業

ビジネスプラン コンテスト

連続金融機関が 利用者負担分をさらに補助!

足立区創業資金融資

特定創業支援事業とは?

創業前の方 創業後5年未満の個人の方	創業後6ヶ月以内 創業後5年未満の方	メリットを受けるためには...
創業前・創業後5年未満の個人の方 株式会社・有限会社・個人事業主等の 設立申請が済んだ事業者 返済利率 0.7% ▶ 0.35% 返済期間 15万円 ▶ 7か5千円 保証料 5万円 ▶ 3万円	創業前・創業後6ヶ月以内・創業後5年未満の個人の方 株式会社・有限会社・個人事業主等の 設立申請が済んだ事業者 返済利率 0.7% ▶ 0.35% 返済期間 15万円 ▶ 7か5千円 保証料 5万円 ▶ 3万円	特定創業支援事業認定事業者の証明書を足立区が発行します。必要方は、申請書および事業計画書を区に提出してください。

足立区創業支援事業計画



創業支援施設 かがやき 外観



東京電機大学東京千住アネックス
創業支援施設 かけはし 外観

3 個別施策

柱2 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化していく中、区内事業者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。

区内事業者の経営改善や事業承継等の課題解決に向けて、区は、国や東京都などの支援機関、金融機関、大学などと連携して施策を進めていきます。

また、個々の事業者が有する高度な技術やサービス等を活用して社会的ニーズの高い分野でイノベーションを生み出していくために、事業者同士や支援機関、金融機関、大学等をつなぎ、ネットワーク化を図り、コーディネートしていくことで、販路開拓・販売促進や新たなビジネス創出へと発展させていきます。

【成果指標】

	項 目	基準値 2016年度 (平成28年度)	中間値 2021年度	目標値 2025年度
①	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%
②	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%
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%

柱2 事業者の経営力強化

施策2 - ① 企業間ネットワークの推進

区内外の事業者や産業団体、金融機関、大学、その他関係機関等が参加する多様な企業間ネットワークを創出します。また、区がコーディネートを行い、企業同士や企業と支援機関をつなぎ、新規事業への進出や事業の拡大など企業の経営力強化に向けたビジネスマッチングを推進します。

2-①-1 ネットワークの形成支援

事業の概要	様々なテーマのもと、企業や関係機関が自由に交流できる場や機会であるプラットフォームを創出します。また、区はプラットフォームの一員として企業同士をつなぎ、活動のコーディネートを行い、企業間のネットワーク化を図ります。さらに、既存の企業間ネットワークと新たなネットワークをつなぎ、ネットワークの拡大を図ります。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新規 ドローンやIoT、SDGs（※19）などテーマ別のビジネス検討ネットワークの形成支援 ・ 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 ・ 足立ブランド認定推進事業 ・ 産業製品普及促進事業（異業種フォーラム、・TASKプロジェクト） ・ 工業団体活動助成事業（足立区工業会連合会、足立区異業種連絡協議会、足立区伝統工芸振興会） その他

2-①-2 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推進するため、専門家等と連携して個々の企業が有する技術やサービス、人材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"> ・ 拡充 マッチングクリエイターによる魅力倍増プロジェクト ・ 産学公技術連携促進事業 ・ 拡充 金融機関や大学等が実施するビジネスマッチングとの連携 その他

※19 Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）。国連総会において採決された、2030年を期限とする先進国を含む国際社会全体の17の開発目標。環境、エネルギー、健康・福祉、教育など幅広い社会的ニーズに取り組むことが必要とされている。

柱2 事業者の経営力強化

施策2 - ② 販路開拓・販売促進の支援

区内の製造業や建設業、小売業などは人手不足やマーケティングに関するノウハウの不足等により、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の連携を強化して、区内企業や団体が行う販路開拓や販売促進の取組みを支援していきます。

2-②-1 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） ・足立区大商談会 【足立区しんきん協議会との連携】 ・足立ブランド認定推進事業（再掲） ・産業製品普及促進事業（国内・海外見本市出展助成） ・マッチングクリエイターによる受発注に関する相談支援 ・拡充 中小企業ニューマーケット開拓支援事業との連携強化 【東京都中小企業振興公社との連携】 その他

2-②-2 販売促進に向けた効果的支援

事業の概要	区内で製造された商品や提供されるサービス等の販売促進を図るために、区内事業者が行うPRや共同販売等の取組みを支援します。また、区の事業実施にあたり、区内事業者の受注機会確保に努めます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街活動支援事業（プレミアム商品券事業） ・産業製品普及促進事業（伝統工芸品展、ものづくりフェスタ等） ・新規 区内産菓子等の共同販売事業支援 【区内金融機関との連携】 ・新規 あだち産業センター等を活用したアンテナショップ事業 ・区内事業者への発注の促進【各部】 ・区内事業者の受注機会確保（省エネ機器等助成制度【環境部】等） その他

柱2 事業者の経営力強化

施策2 - ③ イノベーションの促進

社会経済環境が変化する中、事業の安定と発展に向けて経営革新に取り組む企業を支援するために、新製品・新技術・新サービスの開発や生産性の向上等に必要な各種事業を展開していきます。

また、産・学・公・金による連携体制の強化を図り、区内企業がイノベーションに取り組みやすい環境づくりを進めます。

2-③-1 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ために、専門家等による相談支援やセミナーの開催、経営革新に係る費用の補助等を行っていきます。また、大学や研究機関、金融機関等との連携を強化して、新産業や業態開発に関する取組みの支援を行います。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ 小規模事業者経営改善補助金 ・ 新規 新製品・新事業開発補助金 ・ 中小企業診断士、弁護士、税理士、社労士等による各種専門相談 ・ 新製品開発講座 その他

2-③-2 先端技術等へのチャレンジや導入支援

事業の概要	ICT、IoT、AIなどの新たな技術導入について、積極的に取り組む区内企業や団体に対して支援を行い、区内産業を牽引するリーディングカンパニーの育成を図ります。また、これらの企業のネットワーク化を図り、先端技術を活用した企業間連携の取組みを促進します。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新規 イノベーション推進支援事業 ・ 産学公技術連携促進事業（再掲） ・ 新規 IT・IoT補助金 ・ 新規 新製品・新事業開発補助金（再掲） ・ 技術支援補助金 その他

柱2 事業者の経営力強化

施策2 - ④ 事業承継・事業継続の支援

後継者問題を抱える区内企業が円滑な事業承継を行えるように、国や東京都、金融機関等と連携して支援を行います。また、住工混在問題や事業の拡大等により移転を検討している企業が、引き続き区内で事業を行えるように事業所の移転や工場の改修等に対する支援を行っていきます。

2-④-1 事業承継の支援

事業の概要	国や東京都、金融機関等との連携により、専門家による相談支援等を通じた区内事業者の円滑な事業承継を推進します。また、事業承継により新たに経営者となった方へのフォローアップを行います。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新規 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 事業承継後の承継者フォロー事業 ・ あだち若手経営者ゼミナール 【東京商工会議所足立支部との連携】 その他

2-④-2 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います。また、東京都との連携により土地活用情報の流通を進め、区内企業が区内で継続的に事業を行っていただけるように支援していきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ ものづくり企業立地継続助成金 ・ 新規 事業用地や空きオフィス、空き工場等の民間物件情報の提供 【東京都企業立地相談センターとの連携】 その他

柱2 事業者の経営力強化

施策2 - ⑤ 経営相談・資金調達支援

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つ旋するとともに、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。

なお、クラウドファンディング等の新たな資金調達手段についても、関係機関と連携した支援策を充実していきます。

2-⑤-1 事業資金調達支援

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つ旋を行います。また、新たな資金調達に関する支援策も充実していきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ 中小企業融資事業 ・ クラウドファンディングを活用した新たな資金調達事業 【東京都との連携】 その他

2-⑤-2 中小企業相談支援の充実

事業の概要	新規事業への取組みや設備投資に関するノウハウなど、区内企業の幅広い相談内容に対して、専門家等による支援を行っていきます。また、国や東京都、金融機関等が実施している中小企業相談支援事業との連携を図ります。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ 中小企業支援事業（専門家による各種相談支援） ・ マッチングクリエイターによる経営相談支援 ・ 専門家派遣助成金 その他

3 個別施策

柱3 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、全国的に見ても大きな成果を挙げた若年者就労準備支援事業をはじめ、就労支援セミナーや就職面接会など、様々な取り組みで区民の就労を積極的に支援してきました。一方、区内事業者の多くが「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あり、こうした事業者を人材面から支えるため、新たなしくみが必要となっています。

区は、求職者と求人事業者の相互理解を深めるための場づくりや仕事に必要な資格・技能等の習得支援、さらには事業者側の受入態勢づくり等を通じて、求職者と求人事業者をつなぎ、就労促進と雇用の安定を図っていきます。

こうした人手不足解消や人材育成に向けた取り組みとともに働きやすい職場づくりを進めていくことで、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を目指します。

【成果指標】

	項 目	基準値 2016年度 (平成28年度)	中間値 2021年度	目標値 2025年度
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	221人	300人	350人
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%

柱3 就労促進と雇用の安定

施策3 - ① 就労促進と人材確保支援

就労を希望する若者、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、就労・雇用の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。

3-①-1 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所管と連携して、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、スキルアップにつながる講座等を行い、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（女性の再就職支援等） ・ 生活困窮者就労準備支援事業【くらしとしごとの相談センター】 ・ ひとり親家庭総合支援事業【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】 その他

3-①-2 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、企業の取組みを支援していきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新規 区内中小企業人材確保支援事業（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 ・ 新規 企業のインターンシップ支援 ・ 介護人材雇用創出事業、介護のしごと相談・面接会【高齢福祉課】 ・ 保育士確保・定着対策事業【子ども施設整備課】 その他

柱3 就労促進と雇用の安定

施策3 - 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従業員の能力や技術力を維持・向上させるための人材育成が経営課題となっています。関係機関等と連携して、必要かつ効果的な人材育成の支援を積極的に進めていきます。

3-②-1 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や従業員の資格取得など、人材育成に必要な支援を進めていきます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ 拡充 産業技術・経営研修会助成金（免許・資格取得や研修参加等に係る費用の助成） ・ 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 その他

3-②-2 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の場や機会を設け、区内企業の持つ技術や人との触れ合いを通じた職業観の醸成や区内企業への理解・関心の向上を図ります。
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 ・ 新規 インターンシップ支援事業（再掲） ・ 中学生の職場体験学習【教育指導課】 その他

柱3 就労促進と雇用の安定

施策3 - ③ 働きやすい環境づくり

関係所管や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っていきます。

3-③-1 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 ・ 従業員の健康管理支援 ・ 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

3-③-2 中小企業の福利厚生支援

事業の概要	中小企業の事業所や商店で働く従業員や事業主の余暇活動や健康管理、生活安定など、福利厚生に関する支援を行います。
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4 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。

高齢者を狙った勧誘販売などによる被害や電子商取引に関する相談に加え、今後、成人年齢の引き下げに伴う若年層の被害の増加も予測されることから、消費者被害を防ぐ講座の開催や情報発信など、啓発活動等を充実させていきます。

また、消費行動は購入だけでなく、使用、廃棄、再生の各場面において、消費者が主体的に社会、経済、環境に影響を及ぼす社会的な営みであることを踏まえて消費者教育を推進し、「安全な消費生活がおくれるまち」を目指します。

【成果指標】

	項 目	基準値 2016年度 (平成28年度)	中間値 2021年度	目標値 2025年度
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%

柱4 豊かで安全な消費生活の実現

施策4 - ① 消費者教育の推進と消費生活相談体制の充実

消費者が商品の購入、使用、廃棄、再生等について、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、相談体制や情報発信を強化し、消費者被害の減少に努めます。

4-①-1 消費者相談対応の充実

事業の概要	消費生活に関する最新の情報収集や弁護士等を交えた事例検討を行い、相談員のスキルアップを図ります。また、様々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います。
個別事業例	・消費生活相談事業（消費者センターの認知度及び信頼度の向上） その他

4-①-2 消費者教育の推進

事業の概要	区民が主体的に消費行動を行うとともに、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講座やイベントの開催など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） ・ライフステージに応じた消費者教育、啓発事業 ・ 拡充 出前講座（開催回数の増） ・ 拡充 小中学生や高校・大学生など若年層を対象とした消費者教育 ・ 拡充 消費者被害防止に向けたホームページやSNS、広報誌等による情報発信の強化 その他

4-①-3 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 その他

3 個別施策

柱5 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

2015年（平成27年）農林業センサスによると、区内の総農家数は173戸で、5年前と比べて20%以上減少しており、また販売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、世田谷区に次ぐ面積を有しており、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、新鮮で安全な農産物の供給や農業体験など、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、後継者問題や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。

農業の担い手の育成支援とともに、地産地消や農地が持つ多面的機能の強化に取り組み、まちと共存し、区民生活に貢献する都市農業を保全していきます。

【成果指標】

	項 目	基準値 2016年度 (平成28年度)	中間値 2021年度	目標値 2025年度
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%

柱5 都市農業の保全

施策5 - 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、区内で生産した新鮮かつ安全・安心な農産物を供給します。また、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。

5-①-1 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

柱5 都市農業の保全

施策5 - ② 農業の担い手の育成支援

新規就農者や農業ボランティア育成のための研修を実施することで、後継者不足や高齢化による農業の担い手不足の解消を図っていきます。

5-②-1 農業の担い手の育成支援

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、担い手の育成支援を進めていきます。
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

柱5 都市農業の保全

施策5 - 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、防災や環境保全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。

5-③-1 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、多面的機能を有しています。こうした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6 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、今後は、より専門的なノウハウや実行力、ネットワーク等を有する区内外の事業者や団体、個人と積極的に連携し、観光資源を活用した事業を展開していきます。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 2016年度 (平成28年度)	中間値 2021年度	目標値 2025年度
①	足立区に「誇り」をもつ区民の割合	51.4%	55.0%	60.0%
②	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%

柱6 訪れたいくなるまちづくり

施策6 - 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。

6-①-1 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

6-①-2 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を行える環境の整備を行います。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

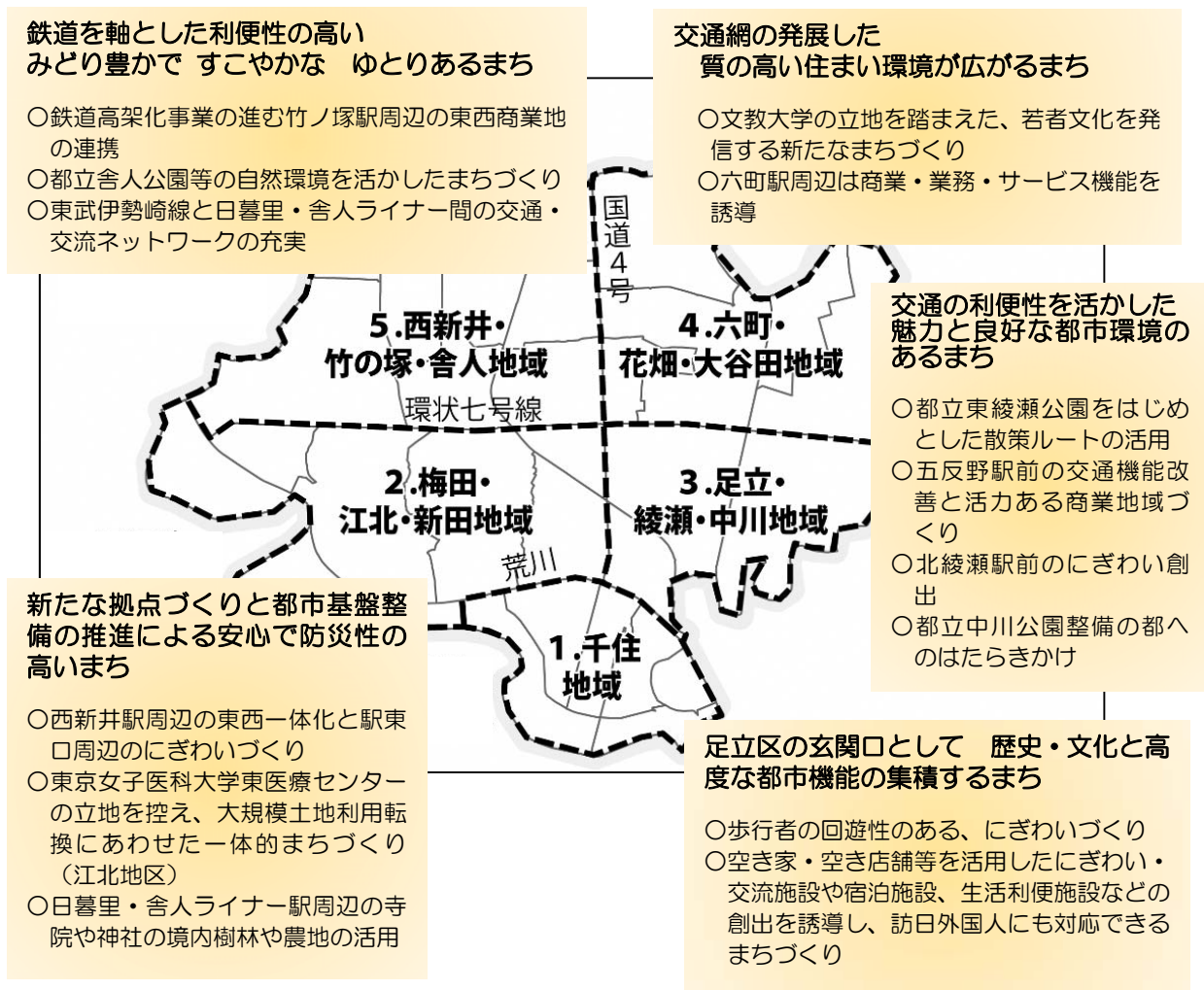
柱6 訪れたいくなる まちづくり

6-①-3 まちづくりと連動したにぎわいづくり

事業の概要	都市計画マスタープランやエリアデザインに基づいて進められるまちづくりと連動して、まちのにぎわいを創出するために、関係所管との連携を密にした事業展開を図ります。
個別事業例	・地域別まちづくりと連動した商業・業務地域の活性化及び観光振興事業 その他

【参考】足立区都市計画マスタープラン 「地域別まちづくり」

足立区都市計画マスタープランでは区を5地域30地区に区分して、以下のとおり、地域別にまちづくりの方針を示しています。



柱6 訪れたいくなるまちづくり

施策6-② 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、足立区に行かなければ「観る・聴く・味わう」ことができない様々なイベントが、千住を中心に区民や民間事業者が主体となって行われています。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みます。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。

6-②-1 「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"> ・ 足立区観光交流協会実施の足立区5大イベント（※20） ・ あだち国際まつりや環境フェアなど行政PR型イベント（※21） ・ タートルマラソンや梅まつりなど観光型イベント（※22） ・ 大学イベントなど地域型イベント（※23） ・ 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 ・ 駅からハイキング ・ ものづくり体験ワークショップ、工場見学会（再掲） その他

※20 「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」

※21 「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

※22 「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

※23 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

柱6 訪れたいくなる まちづくり

6-②-2 「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街並み、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、鉄道やバス事業者などとも連携しながら、磨きつなぐことでまち全体の魅力を高めていきます。(☆1)
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・シティプロモーション事業 ・音まち千住の縁 ・ギャラクシティ（科学・運動・ものづくりなどの体験事業等） ・郷土博物館（☆2）（特別展、浮世絵等美術品の収集、文化遺産調査） ・パークイノベーション事業 ・都市農業公園（農業体験、園芸教室、秋の収穫祭等） ・生物園（期間展示、ガイドツアー、夜間特別開園 in 光の祭典等） ・「千住街の駅」の運営・千住街歩き事業 ・アートリンクカフェ ・新規 ちょっとお得なまち巡り事業（☆3） その他

☆1 〔事業例：ギャラクシティの活用〕

東武スカイツリーライン西新井駅から徒歩数分、年間140万人以上が訪れるギャラクシティを核として、近隣の商店や宿泊施設はもとより、東武線沿線上の大師前駅・北千住駅・竹ノ塚駅、コミュニティバスはるかぜがつなぐ区役所・綾瀬駅・大谷田方面（亀有駅）や都市農業公園までも含めた周辺施設へと来場者を回遊させる仕掛けづくり。

☆2 〔事業例：郷土博物館の成功例〕

郷土博物館は、区制80周年記念事業から引き続き取り組んでいる文化遺産調査により、専門家から高い評価を得る絵画等を発掘し、また多くの浮世絵を収蔵しています。こうした強みを活かして、資料借用や研究協力などの形で区外施設と連携して展示会等を開催することで、交通の利便性が高くない立地にもかかわらず、区内外からの集客に成功しています。

☆3 〔事業例：ちょっとお得なまち巡り事業〕

特色ある公園や施設と、魅力ある個店やプレミアムなサービスを提供してくれる事業者とをつなぎ、それらへのアクセス情報も載せた案内マップ等によって、ちょっとお得感のあるまち巡りを楽しませる仕組み。

柱6 訪れたくなる まちづくり

施策6 - 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、「足立区に行ってみたい」と思ってもらうことが重要です。

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きます。

6-③-1 多様な主体と連携したプロモーション

事業の概要	<p>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。</p> <p>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。</p>
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

6-③-2 多様な主体への情報発信

事業の概要	<p>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。</p> <p>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。</p>
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・あだち観光ネットの運営 ・「千住街の駅」の運営（再掲） ・外国人旅行者向け案内の充実 ・あだちの輝くお店セレクション（再掲） ・足立区観光交流協会会員へのメールマガジンの発信 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〕

- ◆ 協働・協創による地域経済の活性化を図るために、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、金融機関等がつながり、交流できる機会や場であるプラットフォームを設けます。
- ◆ プラットフォームの一員として、事業者や地域の方々の声を拾い上げ、情報共有や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ター役を担います。
- ◆ 各事業やプラットフォームから生まれた活動の成果を検証し、新たな施策の立案を行います。
- ◆ 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〕

- ◆ 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。
- ◆ 地域環境との調和に配慮し、消費者が安心して消費生活を送ることができるよう商品及び役務の提供に努めます。

〔区民の役割〕

- ◆ 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し、事業者及び区と協力して活力ある地域社会の創造に取り組めます。
- ◆ 就業意識及び職業能力の向上に努めます。

2 計画の進行管理

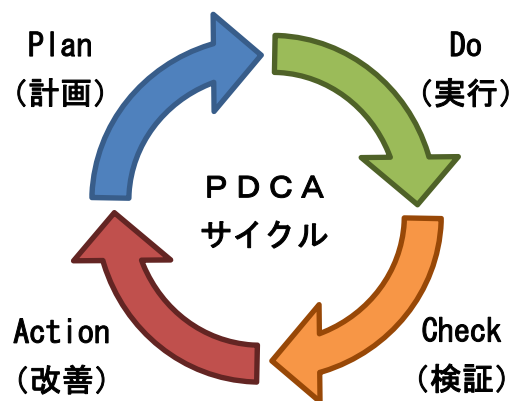
活性化計画で掲げた諸施策について、その具現化を図るとともに、それらを着実に推進し、併せて進捗状況の検証を行っていくことが不可欠です。

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っていきます（P55～64 参照）。

「活動指標」は毎年度、「成果指標」は計画の中間年度である2021年度及び最終年度である2025年度に検証を行います。

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）のマネジメントサイクルを用いることにより、毎年度、事業のチェックと改善を行って、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。



3 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。

なお、活動指標は事務事業の改廃に伴い、変更する可能性があります。

成 果 指 標				
柱		基準値 2016年度 (平成28年度)	中間値 2021年度	目標値 2025年度
1 起 業 ・ 創 業 の 促 進	(1-1) 新設法人数 (暦年)	906社	1,040社	1,125社
	(1-2) 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%

成果 指標	活 動 指 標				
	指標	実績値 2016年度 (平成28年度)	中間値 2021年度	目標値 2025年度	担当所管
(1-1) (1-2)	区の起業・創業支援施策を活用して区内 で起業・創業した企業数	75社	100社	120社	企業経営支援課
	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	企業経営支援課 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	企業経営支援課
	起業・創業に関する融資あっせん件数	75件	100件	120件	企業経営支援課
	創業支援施設を退室した事業所の区内定 着率	63%	65%	70%	企業経営支援課
	創業プランコンテスト応募件数	16件	18件	20件	企業経営支援課
	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)	—	—	—	企業経営支援課

成果指標 及び 活動指標一覧

成 果 指 標				
柱		基準値 2016年度 (平成28年度)	中間値 2021年度	目標値 2025年度
2 事業者の 経営力 強化	(2-1) 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%
	(2-2) 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%
	(2-3) 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%

成果指標 及び 活動指標一覧

成果指標	活動指標				
	指標	実績値 2016年度 (平成28年度)	中間値 2021年度	目標値 2025年度	担当所管
(2-1)	A Bサロン参加者数	70人	40人	40人	企業経営支援課
	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)	—	—	—	—
(2-2)	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
(2-3)	産学公連携促進事業の参加者数	625人	650人	680人	企業経営支援課
	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 企業経営支援課
	区が実施する経営改善に係る事業を活用した企業数 (事業開始後に設定)	—	—	—	—
	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	企業経営支援課
	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)	—	—	—	—
	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	企業経営支援課
	中小企業相談員が経営相談に対応した企業数	672社	750社	850社	企業経営支援課
	設備資金の融資あっ旋件数	564件	600件	650件	企業経営支援課

成果指標 及び 活動指標一覧

成 果 指 標				
柱	指標	基準値 2016年度 (平成28年度)	中間値 2021年度	目標値 2025年度
3 就 労 促 進 と 雇 用 の 安 定	(3-1) 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	221人	300人	350人
	(3-2) 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%
	(3-3) 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%

成果指標 及び 活動指標一覧

成果指標	活動指標				
	指標	実績値 2016年度 (平成28年度)	中間値 2021年度	目標値 2025年度	担当所管
(3-1)	区主催・共催の就労支援事業の件数 (参加者・利用者数)	9件 (2,528人)	8件 (2,790人)	8件 (3,090人)	企業経営支援課 くらしとしごとの相談センター 親子支援課 障がい福祉センター 生活保護指導課
	あだち若者サポートステーションの延べ利用者数	4,883人	2,200人	2,200人	企業経営支援課
(3-2)	人づくり・人材確保支援事業の実施件数 (参加者総数)	1件 (42人)	2件 (40人)	2件 (40人)	企業経営支援課
	区内中小企業人材確保支援事業のコンサルティング支援対象企業数	—社	70社	70社	企業経営支援課
	人手不足業種に対する就労支援事業の参加者総数	170人	175人	130人	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	企業経営支援課
(3-3)	ワーク・ライフ・バランス推進認定企業数	49社	60社	68社	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)	4,923事業所 (12,235人)	5,000事業所 (13,000人)	5,100事業所 (13,500人)	足立区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)	—	—	—	—

成果指標 及び 活動指標一覧

成 果 指 標				
柱	指標	基準値 2016年度 (平成28年度)	中間値 2021年度	目標値 2025年度
4 豊かで安全な消費生活の実現	(4-1) 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%
	(4-2) 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%
5 都市農業の保全	(5-1) 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 及び 活動指標一覧

成果指標	活動指標				担当所管
	指標	実績値 2016年度 (平成28年度)	中間値 2021年度	目標値 2025年度	
(4-1) (4-2)	消費生活相談受付件数	4,307件	4,200件	4,000件	産業政策課
	消費者相談の解決率	98.4%	98.0%	98.0%	産業政策課
	消費者講座の開催回数 (参加者数)	33回 (1,030人)	28回 (1,000人)	28回 (1,000人)	産業政策課
	出前講座の開催回数 (参加者数)	49回 (1,906人)	60回 (2,200人)	100回 (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
(5-1)	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 及び 活動指標一覧

成 果 指 標				
柱	指標	基準値 2016年度 (平成28年度)	中間値 2021年度	目標値 2025年度
6 訪 れ た く な る ま ち づ く り	(6-1) 足立区に「誇り」をもつ区民の割合	51.4%	55.0%	60.0%
	(6-2) 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	—%	65.0%	70.0%

成果指標 及び 活動指標一覧

成果指標	活動指標				担当所管
	指標	実績値 2016年度 (平成28年度)	中間値 2021年度	目標値 2025年度	
(6-1) (6-2)	区のイメージアップにつながる情報提供件数	360件	400件	400件	シティプロモーション課
	観光交流協会が発信した観光情報の件数	19件	48件	60件	足立区観光交流協会
	観光交流協会が発信した地域イベントの件数	163件	350件	400件	足立区観光交流協会
	観光交流協会が後援した地域イベントの件数	15件	30件	40件	足立区観光交流協会
	5大イベントへの来場者数	1,422,000人	一人 (調査中)	一人 (調査中)	足立区観光交流協会
	観光イベント事業に関わる区内協力団体数	一団体 (調査中)	一団体 (調査中)	一団体 (調査中)	足立区観光交流協会
	商店街イベント助成件数 (集客数)	72件 (686,000人)	80件 (700,000人)	85件 (720,000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)	—	—	—	—	

資料編

1 用語解説

※1 中小企業

中小企業基本法では中小企業を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 D I

Diffusion Index の略。増加、上昇、楽などと回答した企業割合から、減少、下降、苦しいなどと回答した企業割合を差し引いた数値のことで、不変部分を除いて増加したとする企業と減少したとする企業のどちらの力が強いかを比べて時系列的に傾向をみようとすもの。

D I の値がプラス域で推移していれば堅調、マイナス域で推移していると低迷と判断する。

※5 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。

※6 エリアデザイン

「綾瀬・北綾瀬」「六町」「江北」「花畑」と「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もの

※7 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

※8 対事業所サービス

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

※9 付加価値額

事業活動によってどれだけの新しい価値が生み出されたかを表した数値

※10 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）。

※11 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

※12 エクサバイト

100京（10の18乗）バイト

※13 ICT

情報通信技術（Information & Communication Technology の略）。

※14 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

※15 最寄品

食料品や日用雑貨等の日頃頻繁に購入する商品

※16 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

※17 週末起業家

週末や退勤後の空いた時間を利用して、自分の望む事業を始める人。

週末起業は会社を辞めることによる収入減リスクを最低限に抑え、副収入を確保し、起業願望を充足しながら会社に依存しない自立した生き方を実現できるとして注目を浴びている。

※18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

※19 SDGs

Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）。国連総会において採決された、2030年を期限とする先進国を含む国際社会全体の17の開発目標。環境、エネルギー、健康・福祉、教育など幅広い社会的ニーズに取り組むことが必要とされている。

※20 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」

※21 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

※22 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

※23 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 各種調査の分析結果概要

活性化計画の改訂にあたり、区内産業の実態を把握し、施策を立案するための基礎資料とすることを目的として、「区民」及び「区内事業者」を対象としたアンケート調査（図表1）や産業に関する統計データの分析を実施しました。

ここでは、第2章の「地域経済活性化に係る現状と課題」で記載した内容に関する調査分析結果を掲載します（P70～78参照）。

なお、アンケート調査の詳細な分析結果については、以下のとおり、足立区ホームページで公開しています。

産業実態アンケート調査報告

(<http://www.city.adachi.tokyo.jp/sangyo/sangyouanke-to.html>)



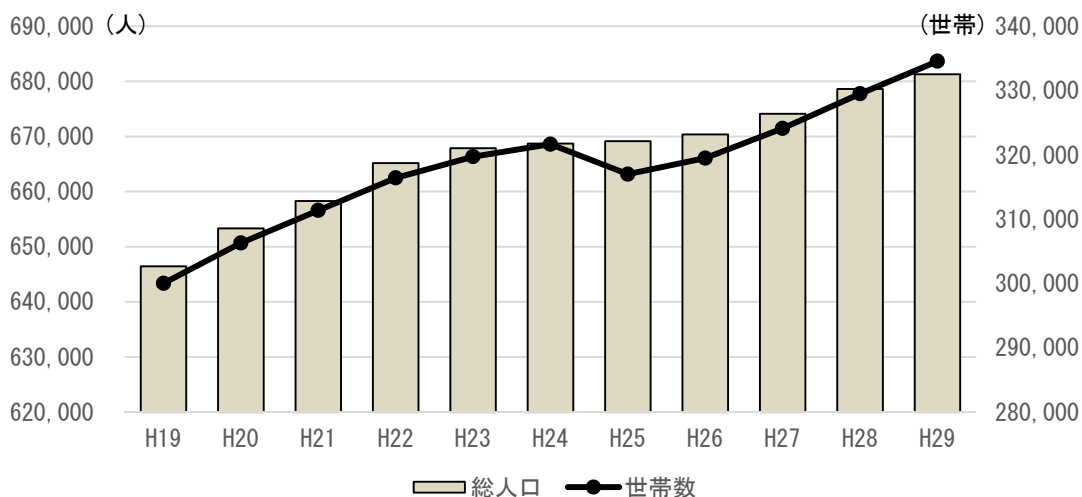
（図表1）アンケート調査の概要

	魅力的な足立区の産業・まちづくりに向けた意識調査	足立区産業実態等アンケート調査①	足立区産業実態等アンケート調査②
調査仕様	【調査地域】 足立区全域 【調査対象】 足立区に居住する18歳以上の男女個人 【標本数】 2,000サンプル 【抽出方法】 住民基本台帳から無作為抽出 【調査方法】 郵送配布・郵送回収法 【調査期間】 2017年（平成29年）4月17日～5月2日	【調査地域】 足立区全域 【調査対象】 区内の製造業、建設業、運輸業、卸売業等の事業者 【標本数】 1,500サンプル 【抽出方法】 経済センサス 【調査方法】 郵送配布・回収法 【調査期間】 2017年（平成29年）4月6日～26日	【調査地域】 足立区全域 【調査対象】 区内の小売業、サービス業、医療・福祉等の事業者 【標本数】 1,500サンプル 【抽出方法】 経済センサス 【調査方法】 郵送配布・回収法 【調査期間】 2017年（平成29年）4月6日～26日
回収率	658サンプル（32.9%）	471サンプル（31.4%）	340サンプル（22.7%）

(1) 人口の動向（P5～6）

区のこれまでの人口動向をみると、年々増加傾向にあり、2017年（平成29年）1月には約68.1万人まで増加しています。また、世帯数は2013年（平成25年）から2017年（平成29年）にかけて増え続けており、17,550世帯増加しています。

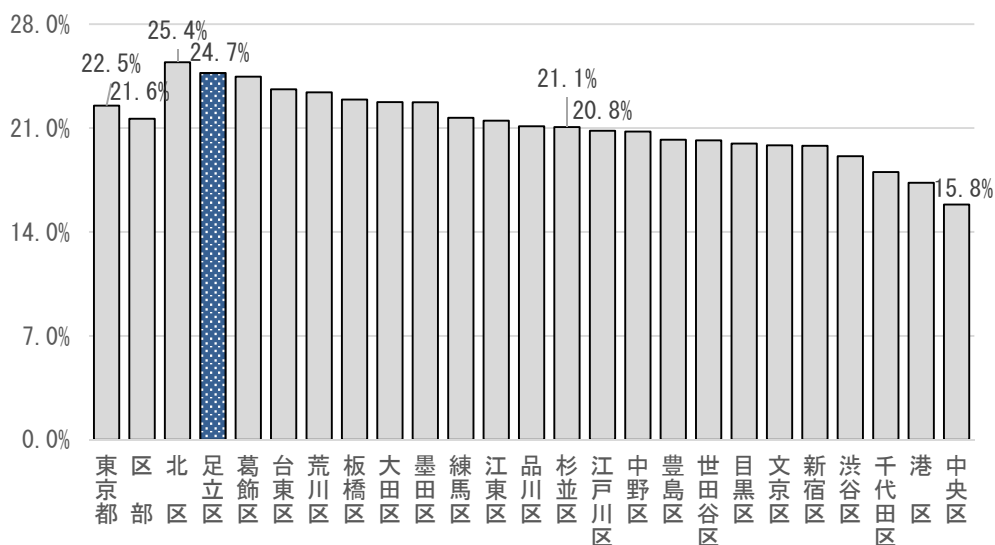
図表2：足立区の人口と世帯数の推移



出典：住民基本台帳（各年1月1日現在）より作成。住民基本台帳＋外国人登録法による登録者数。
 ※外国人登録制度の廃止に伴い、2013年（平成25年）以降は外国人住民も住民基本台帳法の適用対象となっている。

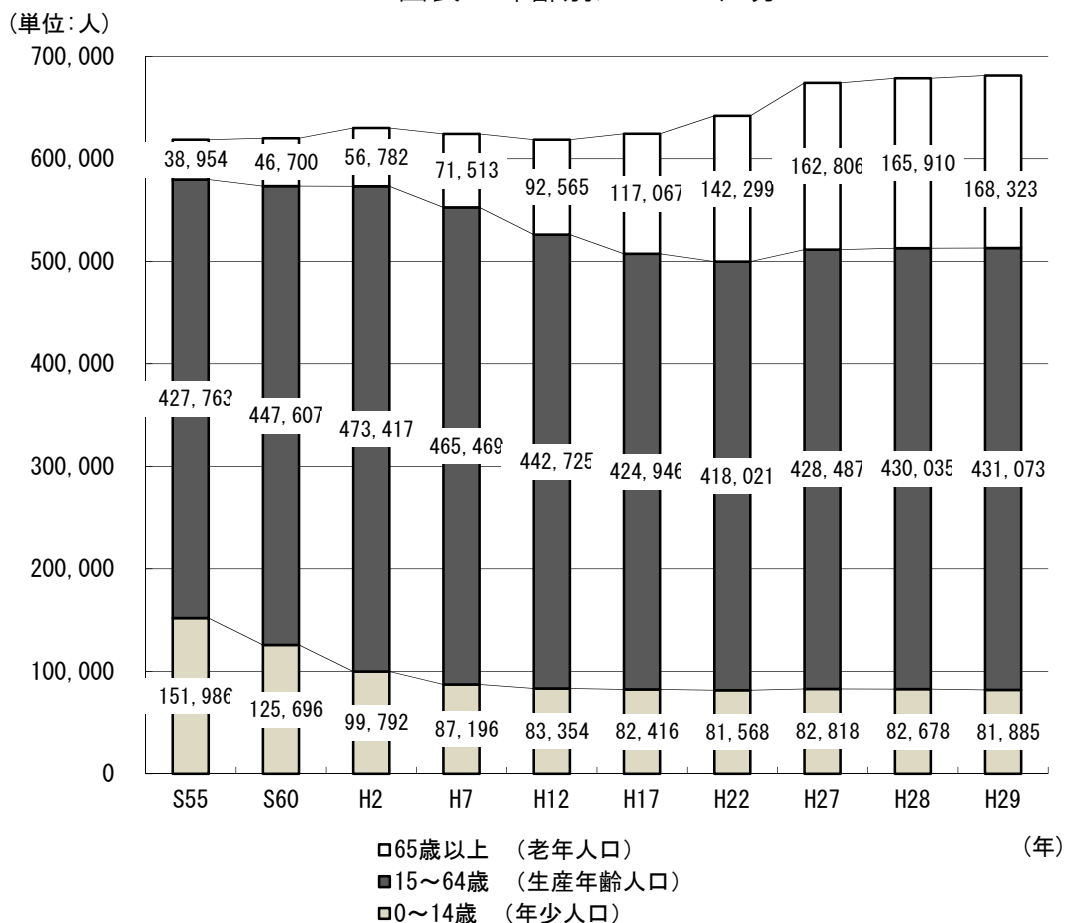
足立区の2017年（平成29年）の総人口に占める65歳以上の割合は、24.71%であり、東京都平均(22.50%)よりも、2.2ポイント高くなっています。また23区内では、北区に続いて高齢化が進んでいます。

図表3：23区高齢化率の比較



2017年（平成29年）1月現在の人口構成は、年少人口（14歳以下）は12.0%、生産年齢人口（15～64歳）は63.3%、老年人口（65歳以上）は24.7%となっており、超高齢化社会が到来しています。

図表4：年齢別人口＜3区分＞



出典：住民基本台帳（各年1月1日現在）より作成。住民基本台帳＋外国人登録法による登録者数。

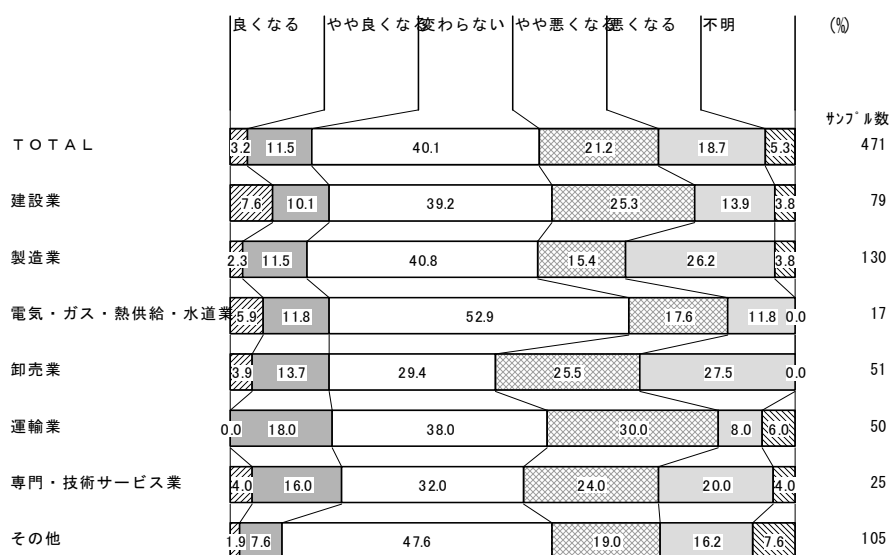
※外国人登録制度の廃止に伴い、2013年（平成25年）以降は外国人住民も住民基本台帳法の適用対象となっている。

(2) 景況と雇用情勢 (P 7 ~ 8)

今後3年間の業況予測では「変わらない」が40.1%と最も多く、次いで「やや悪くなる」が21.2%となっており、業種別では、卸売業で「悪くなる」「やや悪くなる」の合計割合が最も高く、従業員数別に見ると、49名以下の従業員規模で「良くなる」が18.2%と最も多くなっています。また、19名以下で「良くなる」、「やや良くなる」の合計割合が最も多いといった特徴も見られます。

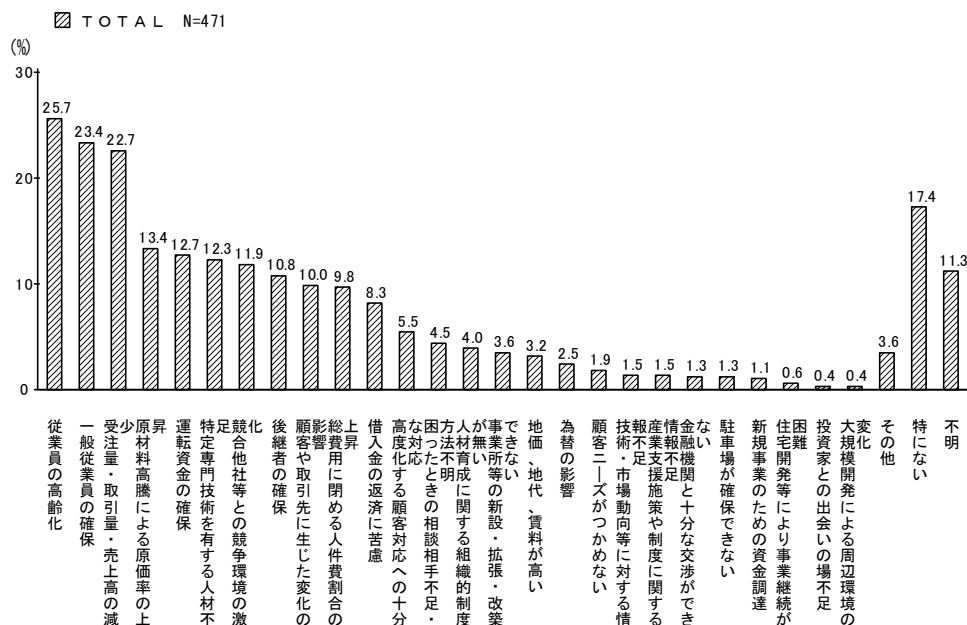
経営課題では、「従業員の高齢化」が25.7%と最も高く、次いで「一般従業員の確保」、「受注量・取引量・売上高の減少」が高くなっており、今後の重点取り組みテーマでも同じく「従業員の確保・育成」が30.8%と突出して高くなっています。次いで「取引先企業との協力・連携推進」も18.0%と他項目と比較するとやや高くなっています。

図表5: 今後3年間の業況予測(業種別)



(注)表側の「不明」は除く。

図表6: 経営課題

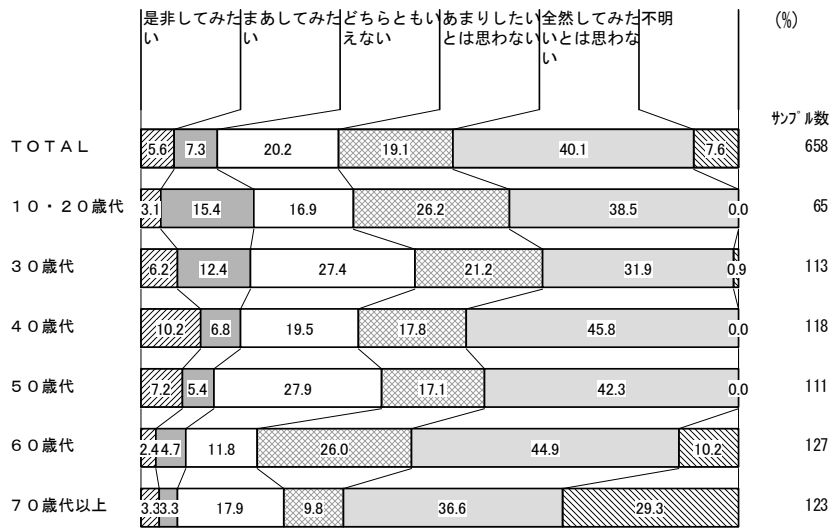


(3) 起業・創業の現状 (P 9~10)

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

区民の起業意向について見ると、10・20歳代及び30歳代で「是非してみたい」「まあしてみたい」の合計割合が高く、また、会社役員や自営業で起業意向(新たな分野への進出意向)が高くなっています。

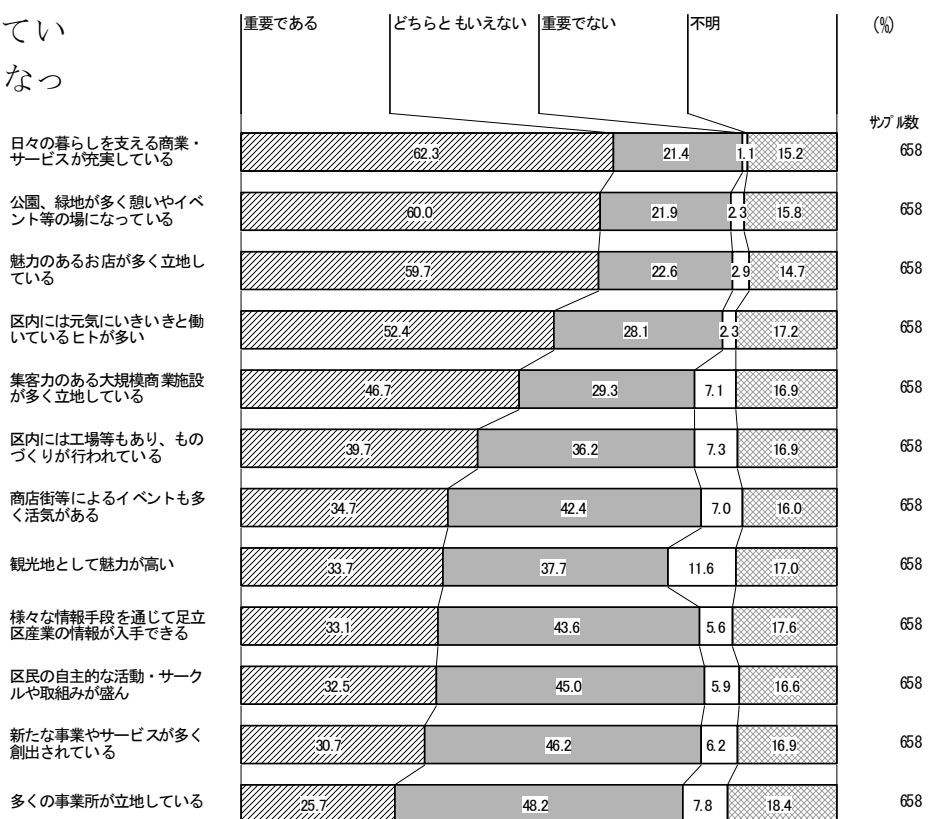
図表7: 起業意向(年代別)



(注)表側の「不明」は除く。

足立区のまちや産業において重視すべきことは、「日々の暮らしを支える商業・サービスが充実している」、「公園、緑地が多く憩いやイベント等の場になっている」、そして「魅力のあるお店が多く立地している」などが高くなっています。

図表8: 足立区のまちや産業の重要性



(4) 産業構造の変化（P11～12）

区の産業大分類別特化係数を見ると、付加価値額及び従業員数においては、「建設業」、「運輸業、郵便業」、「医療、福祉」で全国と比較して特化していることがわかります。一方、労働生産性に関しては、「農業、林業」以外の産業大分類別において1より低く、労働生産性が低いことが伺えます。

図表9: 足立区産業大分類別特化係数

	特化係数 (付加価値額)	特化係数 (従業員数)	特化係数 (労働生産性)
建設業	1.82	1.40	0.92
運輸業、郵便業	1.68	1.78	0.67
医療、福祉	1.65	1.22	0.96
サービス業(他に分類されないもの)	1.40	1.01	0.99
生活関連サービス業、娯楽業	1.20	1.08	0.79
不動産業、物品賃貸業	1.16	1.15	0.71
卸売業、小売業	1.16	1.00	0.82
宿泊業、飲食サービス業	1.19	0.96	0.88
製造業	0.81	0.93	0.62
教育、学習支援業	0.55	0.54	0.72
学術研究、専門・技術サービス業	0.46	0.60	0.54
農業、林業	0.27	0.16	1.21
情報通信業	0.11	0.17	0.45
金融業、保険業	0.06	0.20	0.20
複合サービス事業	0.05	0.08	0.42

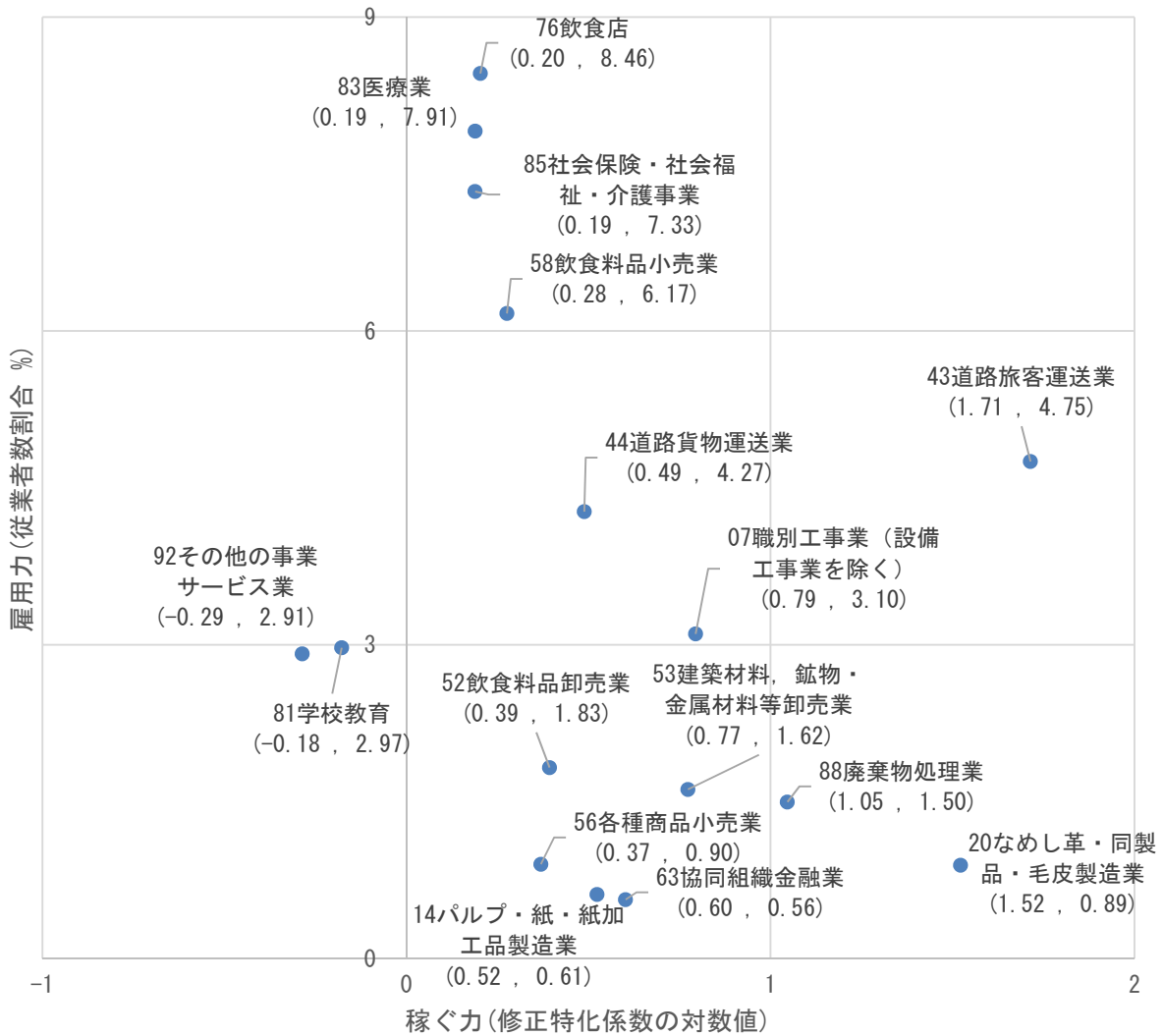
(注1) 特化係数：域内のある産業の比率を全国と同産業の比率と比較したもの。1.0を超えていれば、当該産業が全国に比べて特化している産業とされる。労働生産性の場合、全国の当該産業の数値を1としたときの、ある地域の当該産業の数値。

(注2) 労働生産性＝付加価値額（企業単位）÷従業員数（企業単位）

出典：平成24年経済センサスより作成

区内全産業(中分類)のうち、稼ぐ力が最も高い業種は、「道路旅客運送業」であり、次いで、「なめし革・同製品・毛皮製造業」、「廃棄物処理業」となっています。また、雇用力が最も高い業種は、「飲食店」であり、次いで、「医療業」、「社会保険・社会福祉・介護事業」となっています。

図表 10: 足立区 2014 年度(平成 26 年度) 産業・雇用創造チャート

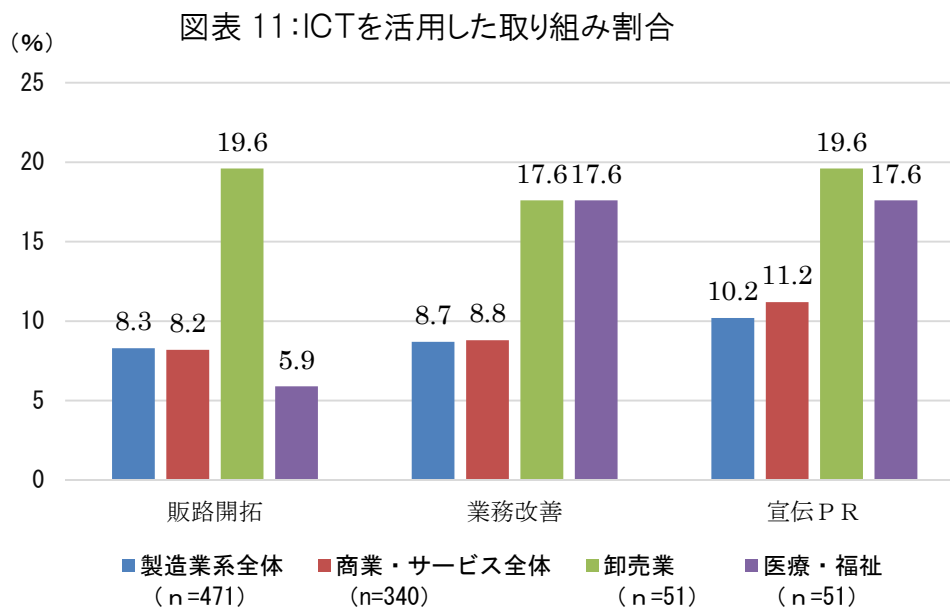


※地域のある産業の従業者数比率を、全国と同産業の従業者数比率で割った値を特化係数と呼び、その産業の国内生産高を需要合計で割った値(国内の自足率)を、さらに特化係数に乗じた値のことを「稼ぐ力」と呼ぶ。稼ぐ力が強いほど、域外から外貨を稼いでいるという意味。また、「雇用力」とは、地域のある産業における従業者の割合。詳細は「地域の産業・雇用創造チャート」総務省 HP を参照。

出典：2014 年(平成 26 年)経済センサスより作成

(5) 技術の進展と市場 (P13~14)

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。



出典：足立区産業実態等アンケート調査①

(6) 消費動向 (P15~16)

多くの区民は、「身近で安いから最寄品 (※15) は近所のスーパー」「品揃え、欲しいものがあるから買回品 (※16) 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。

図12: 区民の商品別買物先

	自宅 周辺 のお店 (小規模 店)	ク 自 宅 周 辺 の ス ー パ ー ミ ニ マ ル ト ス ト ア	ラ ソ の 他 の 区 内 ス ー パ ー ミ ニ マ ル ト ス ト ア	ト 自 宅 周 辺 の コ ン ビ ニ エ ン ス	等 北 千 住 駅 周 辺 の 大 型 商 業 施 設	業 西 新 井 駅 周 辺 の 商 店 街 な ど 商	業 北 千 住 駅 周 辺 の 商 店 街 な ど 商	商 業 地 区 内 主 要 駅 周 辺 の 商 店 街 な ど	施 上 野 ・ 東 京 ・ 銀 座 周 辺 の 商 業	等 そ の 他 シ ョ ッ ピ ン グ セ ン タ ー	通 信 販 売	そ の 他	不 明
青果・精肉・鮮魚	20.1	59.1	9.4	2.7	12.2	7.1	2.7	2.3	1.1	4.0	1.7	2.1	13.2
弁当・惣菜	15.0	43.6	7.1	25.5	10.8	4.6	3.0	1.8	2.0	2.1	0.3	1.8	18.4
酒類・飲料	12.8	52.7	10.5	16.3	2.9	3.6	1.4	1.4	0.3	4.0	4.3	2.6	17.6
日用雑貨	7.8	55.8	15.2	3.8	5.2	5.3	2.6	3.5	2.6	5.3	7.0	1.4	16.4
普段着・寝具	4.6	15.2	4.3	0.3	17.5	12.2	3.6	6.1	10.8	19.0	15.8	3.6	21.1
高級衣料	1.2	1.7	0.9	0.3	14.7	4.9	3.8	3.6	28.6	17.8	8.1	6.1	30.2
医薬品	3.8	58.1	22.3	1.4	1.4	2.4	0.9	0.9	0.9	1.8	2.6	1.8	19.5
化粧品	3.3	40.9	13.4	0.6	8.4	3.3	2.0	1.2	5.5	4.3	14.0	4.7	24.3
趣味・本・スポーツ用品	9.9	11.2	2.7	0.6	19.6	10.0	2.7	4.6	8.5	13.7	15.2	4.0	24.0
家電・家具等	5.5	6.5	2.6	0.2	7.8	6.1	1.8	6.1	10.6	22.0	19.6	7.8	23.3
カバン・靴	4.7	6.4	1.8	0.5	21.3	8.2	3.5	3.3	18.5	19.8	13.8	5.2	22.3
理・美容	35.7	5.2	0.5	0.0	3.3	4.9	5.6	6.7	5.2	5.0	0.6	9.3	22.5
クリーニング	49.5	14.4	1.5	0.0	1.5	2.6	1.7	1.4	0.0	1.5	0.6	3.3	25.5
外食・飲食	12.2	29.3	9.6	1.1	15.3	7.9	5.6	5.3	14.6	10.0	0.5	4.6	21.7
贈答品	3.3	4.9	1.1	0.2	20.2	5.2	4.4	3.0	28.3	14.3	15.3	4.6	24.0

(注) 網掛けは20%以上のもの。「不明」は除く。

(n=658)

出典：魅力的な足立区の産業・まちづくりに向けた意識調査

3 地域別産業特性と可能性

(1) 地域構成

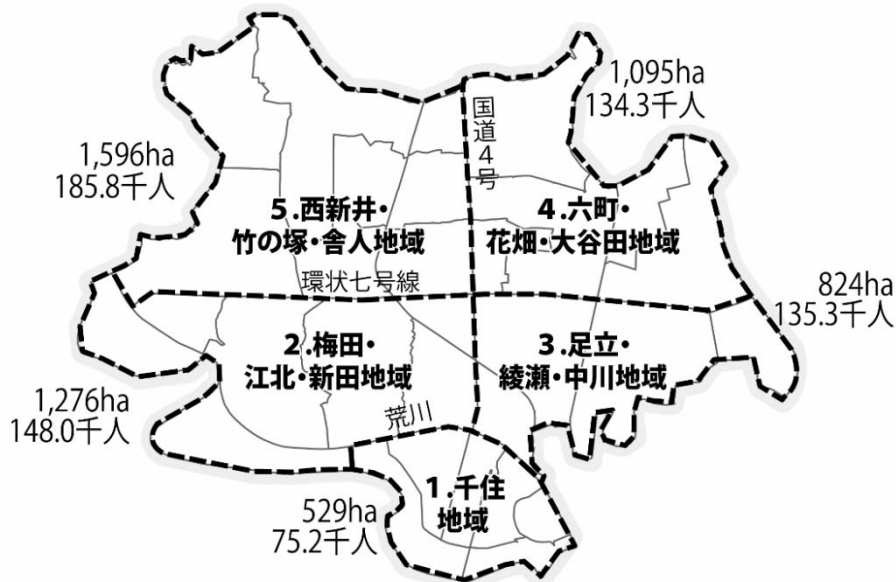
足立区は、東京 23 区の最北端に位置し、新田地区をはじめとした大規模工場跡地の新しい集合住宅市街地、下町風情を残した旧来の住工混在の木造密集市街地、都営住宅の集中した市街地、駅前周辺の商店街、といった大きく 4 つの側面があり、かつ、千住、竹の塚、西新井をはじめとして、多様な特徴や個性を持った地域により構成されています。

魅力的で個性ある地域づくりとそれを支え高める地域経済の活性化を目指すため、区全体の地域経済活性化策の方向性との整合を図りつつ、各地域の特性、資源等を最大限活かしながら、区民や事業者アンケート等より得られた各地域が抱える課題や区民等のニーズに対して、より効果的な施策展開を進める必要があります。

このため、地域別の産業等の特性と課題を整理し、必要な施策案を掲げます。

地域区分については、これまで区は、13 ブロックに分けてまちづくりや各種施策展開等を行ってきましたが、区を取り巻く社会経済環境の変化を踏まえ、「足立区都市計画マスタープラン」と同じ地域区分の考え方に立ち、「千住」、「梅田・江北・新田」、「足立・綾瀬・中川」、「六町・花畑・大谷田」そして「西新井・竹の塚・舎人」の 5 つの地域で構成します。

図表：地域区分図（5 地域 30 地区）



出典：足立区都市計画マスタープラン

(2) 地域別特性

① 各地域の概要

区内を5つの地域に分けると、西新井・竹の塚・舎人地域が最も人口が多く、面積も最も大きくなっており、面積比は全区の30%を占めていますが、人口密度は足立・綾瀬・中川地域、千住地域では1ha 辺り140人を超えて区平均を大きく上回っています。

図表 5つの地域の概要

地域	人口 (千人)	面積 (ha)	人口密度 (人/ha)	面積比 (%)
1 千住	75.2	529	142.2	9.9
2 梅田・江北・新田	148.0	1,276	116.0	24.0
3 足立・綾瀬・中川	135.3	824	164.2	15.5
4 六町・花畑・大谷田	134.3	1,095	122.6	20.6
5 西新井・竹の塚・舎人	185.8	1,596	116.4	30.0
計	678.6	5,320	127.6	100.0

出典：足立区都市計画マスタープラン

業種特性を見ると、いずれの地域でも「卸売業・小売業」が最も多く、次いで「製造業」や「宿泊業・飲食サービス業」等が続いています。

各地域の面積で事業所数を比較すると、「卸売業・小売業」と「宿泊業・飲食サービス業」で、千住地域が2.18軒/ha、1.23軒/haと最も多く、他の地域の約2倍となっています。製造業では、梅田・江北・新田地域に多く集積しています。

図表 主要事業所の集積状況（面積比：軒/ha）

地域	面積 (ha)	卸売業・ 小売業	製造業	宿泊業・飲食 サービス業
1 千住	529	2.18	0.77	1.23
2 梅田・江北・新田	1,276	1.04	0.97	0.51
3 足立・綾瀬・中川	824	1.24	0.57	0.74
4 六町・花畑・大谷田	1,095	0.96	0.61	0.36
5 西新井・竹の塚・舎人	1,596	1.09	0.56	0.50

出典：足立区都市計画マスタープラン、平成24年経済センサス

② 各地域の区民特性とニーズ

区民の居住地域の満足度の平均は80.8%でしたが、千住地域では90.6%、足立・綾瀬・中川地域では86.1%など、5ポイント以上高くなっています。日頃の生活で必要に思うことや困りごとを聞くと、「治安のよい生活環境」がほとんどの地域で1位、望ましい将来のまちの姿についても、全ての地域で「安全性の高い街」が最も多くなっています。また西新井・竹の塚・舎人地域、梅田・江北・新田地域などでは「安心して利用できる医療機関」、六町・花畑・大谷田地域では「バス・鉄道など道路・交通環境の良い街」が上位で、安全・安心な生活環境へのニーズの高さが分かります。千住地域では「食品や日用品などの買物環境」が最も多くなっており、飲食店等が多く出店し賑わいが増す中で、区民は日頃の買物場所の必要性を意識していることが分かります。



【1. 千住地域】

区民特性	
地域満足度	90.6 %
生活での困りごと	[1位]食品や日用品などの買物環境 [2位]治安のよい生活環境 [3位]安心して利用できる医療機関
望ましい将来のまちの姿	[1位]安全性の高い街 [2位]高齢者や子ども、障がい者などに優しい街 [3位]街並みや景観が整備されている街
地元商店街等利用頻度	67.1 %
地域商店街に欲しいお店	[1位]新鮮な食材、身の回り品等を提供するスーパー [2位]雰囲気の良い喫茶店 [3位]安く比較的良い服を提供するお店

※地元商店街等利用頻度は月2～3回程度以上の割合

【2. 梅田・江北・新田地域】

区民特性	
地域満足度	81.4 %
生活での困りごと	[1位]治安のよい生活環境 [2位]安心して利用できる医療機関 [3位]居心地の良い場所
望ましい将来のまちの姿	[1位]安全性の高い街 [2位]高齢者や子ども、障がい者などに優しい街 [3位]バス、鉄道など道路・交通環境の良い街
地元商店街等利用頻度	45.0 %
地域商店街に欲しいお店	[1位]こだわりのケーキ、パンなどを提供するお店 [2位]雰囲気の良い喫茶店 [3位]様々なテナントが集まったショッピングモール

※地元商店街等利用頻度は月2～3回程度以上の割合

区民が月に2～3回程度以上地元商店街を利用する割合の平均は52.4%で、千住地域では67.1%と、他の地域と比べて高くなっています。地域の商店街に欲しい店舗について聞いたところ、多くの地域で「雰囲気の良い喫茶店」が上位になっていましたが、千住地域では「新鮮な食材、身の回り品等を提供するスーパー」、西新井・竹の塚・舎人地域では「安くて比較的良い服を提供するお店」が最も多く、いずれの地域でも「雰囲気の良いお店」を求めているとともに、地域ごとにニーズに特徴が見られます。

【3. 足立・綾瀬・中川地域】

区民特性	
地域満足度	86.1 %
生活での困りごと	[1位]治安のよい生活環境 [2位]安心して利用できる医療機関 [3位]食品や日用品などの買物環境
望ましい将来のまちの姿	[1位]安全性の高い街 [2位]落ち着きのある静かで生活環境の良い街 [3位]高齢者や子ども、障がい者などに優しい街
地元商店街等利用頻度	54.1 %
地域商店街に欲しいお店	[1位]雰囲気の良い喫茶店 [2位]様々なテナントが集まったショッピングモール [3位]こだわりのケーキ、パンなどを提供するお店

※地元商店街等利用頻度は月2～3回程度以上の割合

【4. 六町・花畑・大谷田地域】

区民特性	
地域満足度	73.5 %
生活での困りごと	[1位]治安のよい生活環境 [2位]居心地の良い場所 [3位]安心して利用できる医療機関
望ましい将来のまちの姿	[1位]安全性の高い街 [2位]バス、鉄道など道路・交通環境の良い街 [3位]落ち着きのある静かで生活環境の良い街
地元商店街等利用頻度	50.4 %
地域商店街に欲しいお店	[1位]雰囲気の良い喫茶店 [2位]安くて比較的良い服を提供するお店 [3位]様々なテナントが集まったショッピングモール

※地元商店街等利用頻度は月2～3回程度以上の割合

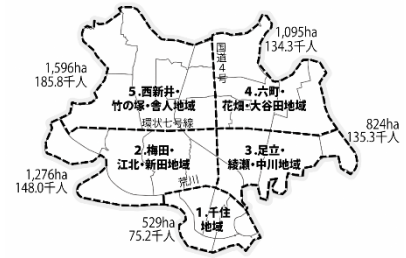
【5. 西新井・竹の塚・舎人地域】

区民特性	
地域満足度	78.3 %
生活での困りごと	[1位]治安のよい生活環境 [2位]安心して利用できる医療機関 [3位]防災体制の整った生活環境
望ましい将来のまちの姿	[1位]安全性の高い街 [2位]高齢者や子ども、障がい者などに優しい街 [3位]落ち着きのある静かで生活環境の良い街
地元商店街等利用頻度	52.4 %
地域商店街に欲しいお店	[1位]安くて比較的良い服を提供するお店 [2位]雰囲気の良い喫茶店 [3位]様々なテナントが集まったショッピングモール

※地元商店街等利用頻度は月2～3回程度以上の割合

③ 地域別区民の消費行動

区民が日頃利用する買物先を見ると、ほとんどの地域では青果・精肉・鮮魚と外食・飲食については「自宅周辺のスーパー・ドラッグストア・ファミレス」が最も多くなっていますが、千住地域では「北千住駅周辺の大型商業施設等」になっています。普段着・寝具については、地元の駅周辺で購入する区民が多い中、西新井・竹の塚・舎人地域、六町・花畑・大谷田地域などでは「その他ショッピングセンター等」が多くなっています。高級衣料は多くの地域で「上野・東京・銀座周辺の商業施設」、理・美容は「自宅周辺のお店（小規模店）」が最も多くなっており、品目により地域別の利用先が変わっていることが分かります。



【1. 千住地域】

区民が日頃利用する買物先	
青果・精肉・鮮魚	[1位]北千住駅周辺の大型商業施設等 [2位]自宅周辺のスーパー・ドラッグストア・ファミレス [3位]自宅周辺のお店(小規模店)
普段着・寝具	[1位]北千住駅周辺の大型商業施設等 [2位]自宅周辺のスーパー・ドラッグストア・ファミレス [3位]自宅周辺のコンビニエンスストア
高級衣料	[1位]上野・東京・銀座周辺の商業施設 [2位]北千住駅周辺の大型商業施設等 [3位]その他ショッピングセンター等
理・美容	[1位]自宅周辺のお店(小規模店) [2位]北千住駅周辺の商店街など商業地 [3位]北千住駅周辺の大型商業施設等
外食・飲食	[1位]北千住駅周辺の大型商業施設等 [2位]北千住駅周辺の商店街など商業地 [3位]自宅周辺のお店(小規模店)

【2. 梅田・江北・新田地域】

区民が日頃利用する買物先	
青果・精肉・鮮魚	[1位]自宅周辺のスーパー・ドラッグストア・ファミレス [2位]自宅周辺のお店(小規模店) [3位]西新井駅周辺の商店街など商業地
普段着・寝具	[1位]西新井駅周辺の商店街など商業地 [2位]その他ショッピングセンター等 [3位]自宅周辺のスーパー・ドラッグストア・ファミレス
高級衣料	[1位]上野・東京・銀座周辺の商業施設 [2位]その他ショッピングセンター等 [3位]北千住駅周辺の大型商業施設等
理・美容	[1位]自宅周辺のお店(小規模店) [2位]西新井駅周辺の商店街など商業地 [3位]上野・東京・銀座周辺の商業施設
外食・飲食	[1位]自宅周辺のスーパー・ドラッグストア・ファミレス [2位]上野・東京・銀座周辺の商業施設 [3位]西新井駅周辺の商店街など商業地

【3. 足立・綾瀬・中川地域】

区民が日頃利用する買物先	
青果・精肉・鮮魚	[1位] 自宅周辺のスーパー・ドラッグストア・ファミレス [2位] 自宅周辺のお店(小規模店) [3位] 北千住駅周辺の大型商業施設等
普段着・寝具	[1位] 北千住駅周辺の大型商業施設等 [2位] その他ショッピングセンター等 [3位] 自宅周辺のスーパー・ドラッグストア・ファミレス
高級衣料	[1位] 上野・東京・銀座周辺の商業施設 [2位] 北千住駅周辺の大型商業施設等 [3位] その他ショッピングセンター等
理・美容	[1位] 自宅周辺のお店(小規模店) [2位] 区内主要駅周辺の商店街など商業地 [3位] 自宅周辺のスーパー・ドラッグストア・ファミレス
外食・飲食	[1位] 自宅周辺のスーパー・ドラッグストア・ファミレス [2位] 北千住駅周辺の大型商業施設等 [3位] 上野・東京・銀座周辺の商業施設

【4. 六町・花畑・大谷田地域】

区民が日頃利用する買物先	
青果・精肉・鮮魚	[1位] 自宅周辺のスーパー・ドラッグストア・ファミレス [2位] 自宅周辺のお店(小規模店) [3位] その他の区内スーパー・ドラッグストア・ファミレス
普段着・寝具	[1位] その他ショッピングセンター等 [2位] 自宅周辺のスーパー・ドラッグストア・ファミレス [3位] 北千住駅周辺の大型商業施設等
高級衣料	[1位] 上野・東京・銀座周辺の商業施設 [2位] その他ショッピングセンター等 [3位] その他ショッピングセンター等
理・美容	[1位] 自宅周辺のお店(小規模店) [2位] 区内主要駅周辺の商店街など商業地 [3位] 上野・東京・銀座周辺の商業施設
外食・飲食	[1位] 自宅周辺のスーパー・ドラッグストア・ファミレス [2位] 北千住駅周辺の大型商業施設等 [3位] 上野・東京・銀座周辺の商業施設

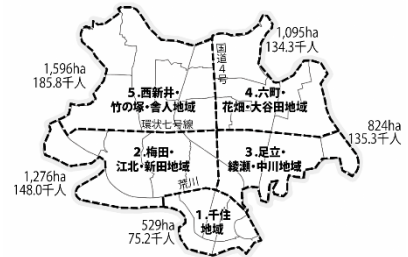
【5. 西新井・竹の塚・舎人地域】

区民が日頃利用する買物先	
青果・精肉・鮮魚	[1位] 自宅周辺のスーパー・ドラッグストア・ファミレス [2位] 自宅周辺のお店(小規模店) [3位] 西新井駅周辺の商店街など商業地
普段着・寝具	[1位] その他ショッピングセンター等 [2位] 西新井駅周辺の商店街など商業地 [3位] 自宅周辺のスーパー・ドラッグストア・ファミレス
高級衣料	[1位] 上野・東京・銀座周辺の商業施設 [2位] その他ショッピングセンター等 [3位] 北千住駅周辺の大型商業施設等
理・美容	[1位] 自宅周辺のお店(小規模店) [2位] 西新井駅周辺の商店街など商業地 [3位] 自宅周辺のスーパー・ドラッグストア・ファミレス
外食・飲食	[1位] 自宅周辺のスーパー・ドラッグストア・ファミレス [2位] 自宅周辺のお店(小規模店) [3位] その他の区内スーパー・ドラッグストア・ファミレス

④ 地域別産業の取組み方針と立地特性

商業・サービス事業者には今後の経営方針を聞いたところ、多くの地域では「廃業又は自分の代で閉店」が最も多くなっていますが、千住地域では「接客態度を向上させる」、他の地域でも「品質・鮮度・サービスを良くする」や「店舗・事業所の情報提供」などが上位になっています。製造・建設・運輸等事業者では、全ての地域で「従業員の確保・育成」が最も多く、また「取引先企業との協力・連携の推進」なども上位にあります。

立地のメリットについては、ほとんどの業種で「交通の便が良く地理的にも便利」が最も多く、取引先や自宅からの近さなど、様々な意味でアクセスの良さについての評価が高くなっています。



【1. 千住地域】

商業・サービス事業者特性	
今後の経営方針	[1位]接客態度を向上させる [2位]店舗・事業所の情報提供 [3位]廃業又は自分の代で閉店
足立区立地メリット	[1位]交通の便が良く地理的にも便利 [2位]自宅等が近い
製造・建設・運輸等事業者特性	
今後の重点取り組みテーマ	[1位]従業員の確保・育成
足立区立地メリット	[1位]交通の便が良く地理的にも便利 [2位]取引先から近い [3位]人件費や地代等が安い

【2. 梅田・江北・新田地域】

商業・サービス事業者特性	
今後の経営方針	[1位]品質・鮮度・サービスを良くする [2位]廃業又は自分の代で閉店 [3位]店舗・事業所の情報提供 [3位]接客態度を向上させる
足立区立地メリット	[1位]交通の便が良く地理的にも便利 [2位]自宅等が近い [3位]人件費や地代等が安い
製造・建設・運輸等事業者特性	
今後の重点取り組みテーマ	[1位]従業員の確保・育成 [2位]取引先企業との協力・連携の推進 [3位]新製品・新技術の開発
足立区立地メリット	[1位]交通の便が良く地理的にも便利 [2位]自宅等が近い [3位]取引先から近い

【3. 足立・綾瀬・中川地域】

商業・サービス事業者特性	
今後の経営方針	[1位] 廃業又は自分の代で閉店 [2位] 店舗・事業所の情報提供
足立区立地メリット	[1位] 交通の便が良く地理的にも便利 [2位] 自宅等が近いため
製造・建設・運輸等事業者特性	
今後の重点取り組みテーマ	[1位] 従業員の確保・育成 [2位] 現状維持 [3位] 取引先企業との協力・連携の推進
足立区立地メリット	[1位] 交通の便が良く地理的にも便利 [2位] 取引先から近い [3位] 自宅等が近いため

【4. 六町・花畑・大谷田地域】

商業・サービス事業者特性	
今後の経営方針	[1位] 廃業又は自分の代で閉店
製造・建設・運輸等事業者特性	
今後の重点取り組みテーマ	[1位] 従業員の確保・育成 [2位] 取引先企業との協力・連携の推進 [3位] 販路開拓・拡大
足立区立地メリット	[1位] 自宅等が近いため [2位] 交通の便が良く地理的にも便利 [3位] 取引先から近い

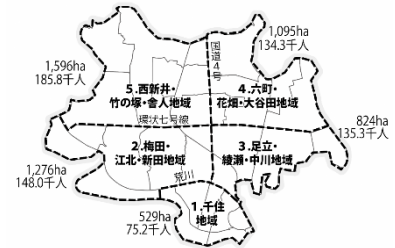
【5. 西新井・竹の塚・舎人地域】

商業・サービス事業者特性	
今後の経営方針	[1位] 廃業又は自分の代で閉店 [2位] 品質・鮮度・サービスを良くする [3位] 店舗・事業所の情報提供
足立区立地メリット	[1位] 自宅等が近いため [2位] 交通の便が良く地理的にも便利 [3位] 人件費や地代等が安い
製造・建設・運輸等事業者特性	
今後の重点取り組みテーマ	[1位] 従業員の確保・育成 [2位] 現状維持 [3位] 取引先企業との協力・連携の推進
足立区立地メリット	[1位] 自宅等が近いため [2位] 交通の便が良く地理的にも便利 [3位] 取引先から近い

(3) 地域別の課題と想定される解決策

地域別の区民の消費実態やニーズ、そして区内産業の今後の方針などを踏まえつつ、都市計画マスタープランにある主な課題の中で、地域経済に係る項目を整理すると、区民や産業の抱える課題は立地環境等によって異なります。

それぞれの地域の課題や7つの地域で進めているエリアデザイン計画に位置付けられている方針を踏まえて、各地域に必要なと思われる方策（解決策）を整理しました。



【1. 千住地域】

<課題>

- 安全・安心とともに賑わい、街並み景観など、様々な都市環境や機能への区民ニーズが高くなっています。日頃の買物は北千住駅周辺を利用することが多くなっています。区民の地域満足度は9割を超えており、商店街の利用も比較的多く、こうした地域意識を維持・向上していく施策展開が望まれます。
- 商業用地の減少や空き家の増加などの問題点を踏まえ、広域拠点としての機能向上に向け、エリアデザインによるまちづくりを進めることが必要です。

<施策案>

- 北千住駅周辺の商店街を核にした賑わい・交流施設、宿泊施設等、多様な機能を導入・拡大し、外国人をはじめとした様々な来街者への対応力を強化していきます。また、足立市場やそこでの水産物を活用した賑わい、区民の住みやすさの向上、5つの大学とのさらなる連携など都市力の向上を図っていきます。
- 事業例：下町風情や川を活かした生活文化の形成と各種取組み推進
安全・快適な職住近接生活を支える施設等の誘導、他

【2. 梅田・江北・新田地域】

<課題>

- 安全・安心な生活環境に対する区民ニーズが高くなっています。日頃の買物では、地元で商店が少ないことから、少し離れたスーパー等を利用することが多くなっています。事業者からアクセス環境の良さについて評価が高く、さらに取引先企業との協力・連携等の意識が高いため、具体的な取組への繋がりが望まれます。
- 東京女子医科大学東医療センターの立地が予定されている江北駅周辺は、エリアデザインによるまちづくりを進め、新たな魅力や活力を創出することが必要です。

<施策案>

- 各種都市整備事業を進め駅前の顔づくりを行う西新井駅西口周辺、東京女子医科大学東医療センターの立地をはじめとして、一体的なまちづくりを進めていく江北地区、その他日暮里・舎人ライナー沿線各駅で進む開発などに合わせて、地域特性を活かしつつ生活の場としての快適性を高める取組みを進めていきます。
- 事業例：医療機関を核にした ICT を活用した安全・安心ネットワークの形成
各種開発に伴う憩いの場や機能づくり、他

【3. 足立・綾瀬・中川地域】

＜課題＞

- 安全・安心な生活環境への区民ニーズが高くなっています。
日頃の買物は場所柄、地元のスーパー、北千住駅周辺の商業施設等を使い分けて買物をする傾向があります。また、事業者からアクセス環境の良さについて評価が高く、それを活かした施策展開が望まれます。
- 鉄道による都心部への利便性向上を図るために、綾瀬駅及び北綾瀬駅周辺はエリアデザインによるまちづくりを進める必要があります。

＜施策案＞

- 五反野駅周辺、北綾瀬駅周辺は商業・業務施設などの立地促進、青井駅周辺はまちづくりに伴う商店街等のネットワーク形成等を進めていきます。
- 事業例：安全・快適なまちの形成に寄与する関連産業の誘致・育成
地域団体等と連携した防犯等生活支援サービスの構築、他

【4. 六町・花畑・大谷田地域】

＜課題＞

- 安全な生活環境と交通アクセス環境への区民ニーズが高くなっています。
また、地元で商店が少ないことから、少し離れたスーパー等を利用することが多くなっています。こうした地域課題などにより、地域満足度も低く、各種課題に着実かつ実効的に対応していくことが望まれます。
- 文教大学進出予定の花畑、駅前区有地の開発が進む六町駅周辺は、エリアデザインによるまちづくりを進めていく必要があります。

＜施策案＞

- 六町駅周辺では拠点性を高める商業・サービス施設の誘導、北綾瀬駅北側周辺では商業施設の立地やオープンスペースの創出などを進めます。また、首都高速加平出入口周辺は工業・流通系業務の誘導を進め、花畑周辺では若者文化を発信する新たなまちづくりを進めます。
- 事業例：大学と連携した先端教育モデルづくりと関連産業の育成
買物弱者向け多機能宅配サービスの導入、他

【5. 西新井・竹の塚・舎人地域】

＜課題＞

- 安全・安心な生活環境に対する区民ニーズが高くなっています。
日頃の買物では地元のスーパー等を利用することが多く、商店街はあまり利用されていません。
区民も地元の事業者もアクセス環境の良さに対する評価が高く、それを活かした施策展開が望まれます。
- 鉄道高架化事業の進む竹ノ塚駅周辺は、エリアデザインによるまちづくりを進め、駅中心に各拠点間の交通・交流ネットワークを充実させる必要があります。

＜施策案＞

- 大師前駅周辺は門前町の歴史性を活かした文化・歴史の拠点として、景観形成を進め、観光と商業の活性化を図ります。竹ノ塚駅周辺は鉄道高架化事業を契機に鉄道、バスの交通結節性と拠点性を高めます。足立流通センターは流通業務施設の機能更新・高度化・効率化が進められ、新しい時代のニーズに応える物流拠点となるよう周辺まちづくりに配慮します。
- 事業例：寺社や商店街を活用したまちなか観光モデル事業
ICTを活用した安全・快適な生活サービス創造事業、他

4 足立区経済活性化基本条例

平成 17 年 3 月 25 日

条例第 11 号

足立区経済活性化基本条例を公布する。

足立区経済活性化基本条例

足立区産業振興基本条例(平成元年足立区条例第 16 号)の全部を改正する。

(目的)

第 1 条 この条例は、足立区(以下「区」という。)における地域経済の活性化及び産業の振興に関する基本理念、基本方針を定めるとともに、区、事業者及び区民の責務を明らかにし、もって活力ある地域社会の実現を図ることを目的とする。

(定義)

第 2 条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

- (1) 区民 区内に在住、在勤又は在学する者をいう。
- (2) 事業者 区内に事務所又は事業所を有し、経済活動を行うものをいう。
- (3) 中小企業等 中小企業基本法(昭和 38 年法律第 154 号)第 2 条第 1 項に規定する中小企業者、同法第 2 条第 5 項に規定する小規模企業者、中小企業団体の組織に関する法律(昭和 32 年法律第 185 号)第 3 条第 1 項に規定する中小企業団体及び商店街振興組合法(昭和 37 年法律第 141 号)第 2 条第 1 項に規定する団体並びにこれらに準ずる団体で区長が認めるものをいう。

(基本理念)

第 3 条 区民、事業者及び区は、地域経済の活性化及び産業の振興にあたっては、経済的及び社会的環境の変化に対応し、相互に協力してこれに取り組むことを基本とする。

(基本方針)

第 4 条 区は、基本理念を実現するため、次に掲げる基本方針に基づき、地域経済の活性化及び産業の振興に関する施策を講ずるものとする。

- (1) 区内消費の拡大を推進すること。
- (2) 区民の消費活動及び事業者の経済活動に資する情報の収集及び提供を図ること。
- (3) 観光資源の発掘及び創造等を図り、区の魅力を区の内外に発信すること。
- (4) 事業者自らの創意工夫と自助努力に基づく経営基盤の充実及び経営の革新を支援すること。
- (5) 産業基盤の整備及び拡充を図り、創業を支援すること。
- (6) 中小企業等に勤務する従業員等の福祉の向上を図ること。

(7) 就業意識の啓発、職業能力の開発及び向上並びに就業機会の充実を図ること。

(8) 消費者の権利を尊重し、その自立を支援すること。

(区の責務)

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、計画の策定及び実施にあたっては、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。

(事業者の責務)

第6条 事業者は、経営基盤の強化、経営の革新、人材の育成及び従業員の福利厚生の上昇その他の事項に自主的に取り組むよう努めるものとする。

2 事業者は、地域環境との調和に配慮し、消費者が安心して消費生活を送ることができるよう商品及び役務の提供に努めるとともに、区民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する。

3 事業者は、区が行う経済活性化に関する施策の実施について、積極的に協力するよう努めるものとする。

4 商店街等において事業を営む者は、商店街等の振興によるまちづくりに資するため、商店街等に参加し、又は商店街等が実施する事業に応分の負担をする等相互に協力するよう努めるものとする。

(区民の責務)

第7条 区民は、自主的かつ合理的な選択による消費活動に努めるものとする。

2 区民は、その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する。

3 区民は、区が行う経済活性化に関する施策の実施について、積極的に協力するよう努めるものとする。

4 区民は、就業意識及び職業能力の向上に努めるものとする。

(経済活性化会議)

第8条 地域経済の活性化及び産業の振興に関する施策を推進するため、区長の附属機関として、足立区経済活性化会議(以下「活性化会議」という。)を設置する。

2 活性化会議は、区長の諮問に応じ、次に掲げる事項を調査し、審議する。

(1) 計画に関すること。

(2) 前号に掲げるもののほか、第4条に定める基本方針に基づく施策に関し必要な事項

資料編

- 3 活性化会議は、前項の事項に関し、区長に意見を述べることができる。
- 4 活性化会議は、区民、事業者、学識経験者その他区長が必要と認める者のうちから、区長が委嘱又は任命する委員 30 人以内をもって組織する。
- 5 委員の任期は 2 年とし、再任を妨げない。ただし、補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。
- 6 活性化会議の会議は、公開とする。ただし、活性化会議の議決があったときは、非公開とすることができる。
- 7 活性化会議は、調査、審議のため必要があると認めるときは、委員以外の者を出席させて意見を聴き、又は必要な資料の提出を求めることができる。
- 8 前各項に定めるもののほか、活性化会議の組織及び運営について必要な事項は、規則で定める。

(委任)

第 9 条 この条例の施行に関し必要な事項は、規則で定める。

付 則

(施行期日)

- 1 この条例は、平成 17 年 4 月 1 日から施行する。
(足立区附属機関の構成員の報酬および費用弁償に関する条例の一部改正)
- 2 足立区附属機関の構成員の報酬および費用弁償に関する条例(昭和 39 年足立区条例第 17 号)の一部を次のように改正する。
別表区長の部に次のように加える。

足立区経済活性化会議	日額 7,000 円	
------------	------------	--

(足立区中小企業等の資金調達の支援に関する条例の一部改正)

- 3 足立区中小企業等の資金調達の支援に関する条例(平成 15 年足立区条例第 4 号)の一部を次のように改正する。
第 1 条中「足立区産業振興基本条例(平成元年足立区条例第 16 号)」を「足立区経済活性化基本条例(平成 17 年足立区条例第 11 号)」に改める。
(足立区創業支援施設条例の一部改正)
- 4 足立区創業支援施設条例(平成 15 年足立区条例第 5 号)の一部を次のように改正する。
第 1 条中「足立区産業振興基本条例(平成元年足立区条例第 16 号)第 4 条第 2 号」を「足立区経済活性化基本条例(平成 17 年足立区条例第 11 号)第 4 条第 5 号」に改める。

5 策定の経緯

(1) 策定経過

年月日	会議等	議題・内容
平成 28 年 10 月 31 日	経済活性化会議	計画策定に係る諮問
平成 29 年 3 月 15 日	経済活性化会議	計画の方向性に関する審議
6 月 12 日	第四専門部会	計画の骨子に関する審議
6 月 28 日	経済活性化会議	計画の骨子に関する審議
7 月 24 日	第四専門部会	施策体系に関する審議
8 月 4 日	第三専門部会	施策体系に関する審議
8 月 8 日	第一専門部会 第二専門部会	施策体系に関する審議
11 月 6 日	経済活性化会議	計画案に関する審議
11 月 24 日 ～12 月 25 日	パブリックコメント	
平成 30 年 2 月 7 日	経済活性化会議	計画案の答申

(2) 経済活性化会議委員

No.	区分	団 体 等		氏 名	部会
1	会長	国土舘大学	経営学部 学部長 教授	中根 雅夫	第三部会 第四部会
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	第一部会 第四部会
3	副会長	消費生活アドバイザー		岡田 ヒロミ	第二部会 第四部会
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	第一部会 第四部会
5	事業者	足立区商店街振興組合連合会	理事長	足立 義夫	第一部会
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	第三部会
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	第一部会
8	事業者	足立区しんきん協議会	代表世話人	岡部 克己	第一部会
9	事業者	あだち異業種連絡協議会	幹事	小沢 頼孝	第一部会
10	事業者	株式会社しまや出版	代表取締役	小早川 真樹	第一部会
11	事業者	東京商工会議所足立支部	副会長	近藤 勝	第一部会
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	第一部会
13	事業者	足立荒川職業協会	会長	鈴木 又右衛門	第一部会
14	区 民	足立区消費者友の会	会長	瀧野 静江	第二部会
15	区 民	イラストレーター		なかだ えり	第三部会
16	事業者	株式会社オレンジアーチ	代表取締役	本山 功	第一部会
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	第三部会

【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。

第一部会：「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。

第二部会：「消費者の安全・安心」の分野について調査、検討を行う。

第三部会：「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。

第四部会：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。

足立区地域経済活性化基本計画 (完成イメージ)

※全体から一部を抜粋しております

目次

第1章 活性化計画とは	1
1 活性化計画の目的.....	1
2 位置付け.....	1
3 計画期間.....	1
4 目指すべき姿.....	2
第2章 地域経済活性化に係る現状と課題	3
1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況.....	3
2 課題の整理と地域経済活性化の方向性.....	21
第3章 計画の体系と個別施策	23
1 仕事・まちを育てるために～ 区の役割 ～	23
2 施策体系.....	25
3 個別施策.....	27
柱1 起業・創業の促進.....	27
柱2 事業者の経営力強化.....	31
柱3 就労支援と雇用の安定.....	37
柱4 豊かで安全な消費生活の実現.....	41
柱5 都市農業の保全.....	43
柱6 訪れたくなるまちづくり.....	47
第4章 計画の着実な推進と実効性の確保に向けて	53
1 計画の推進体制.....	53
2 計画の進行管理.....	54
3 成果指標及び活動指標一覧.....	55

資料編

1	用語解説	65
2	各種調査の分析結果概要	69
3	地域別産業特性と可能性	79
4	足立区経済活性化基本条例	89
5	策定の経緯	93

本文中(※)で表示されている語については、資料編の1(P65～67)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

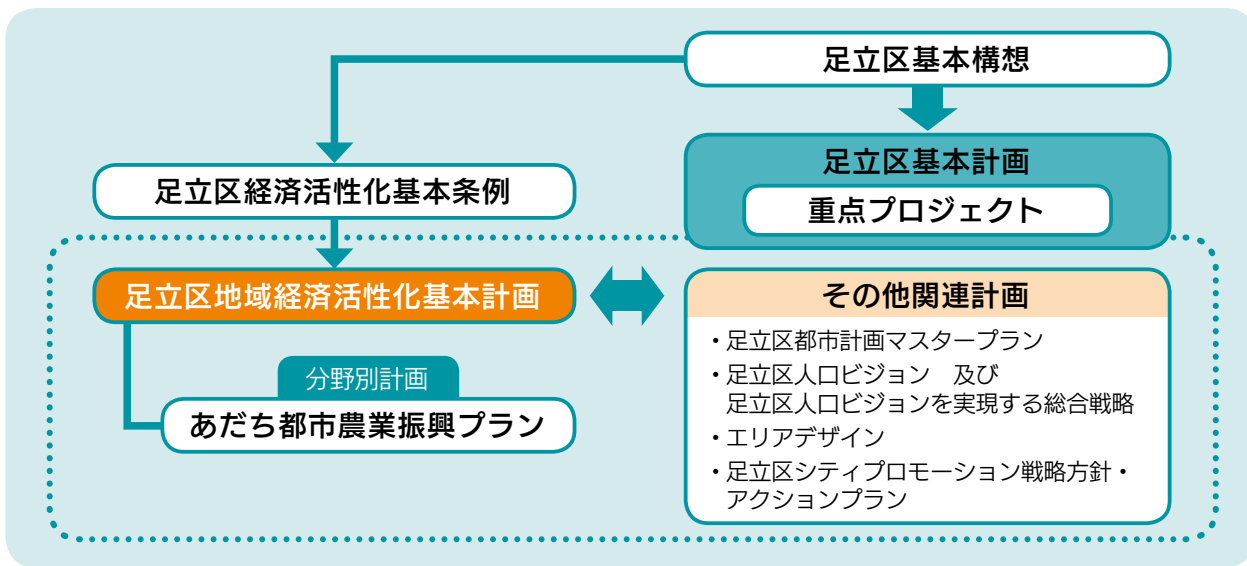
1 活性化計画の目的

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月策定）、足立区基本計画（平成29年2月策定）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ています（図表1参照）。

図表1：「足立区地域経済活性化基本計画」と他計画との関係



3 計画期間

活性化計画の期間は、2018年度（平成30年度）から8年間とします。

なお、計画の中間年にあたる2021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。

図表2：計画期間

西暦・年度	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
足立区基本構想	← ※ 30年後を見据えて策定									
足立区基本計画	← →									
足立区地域経済活性化基本計画	← → 中間検証									

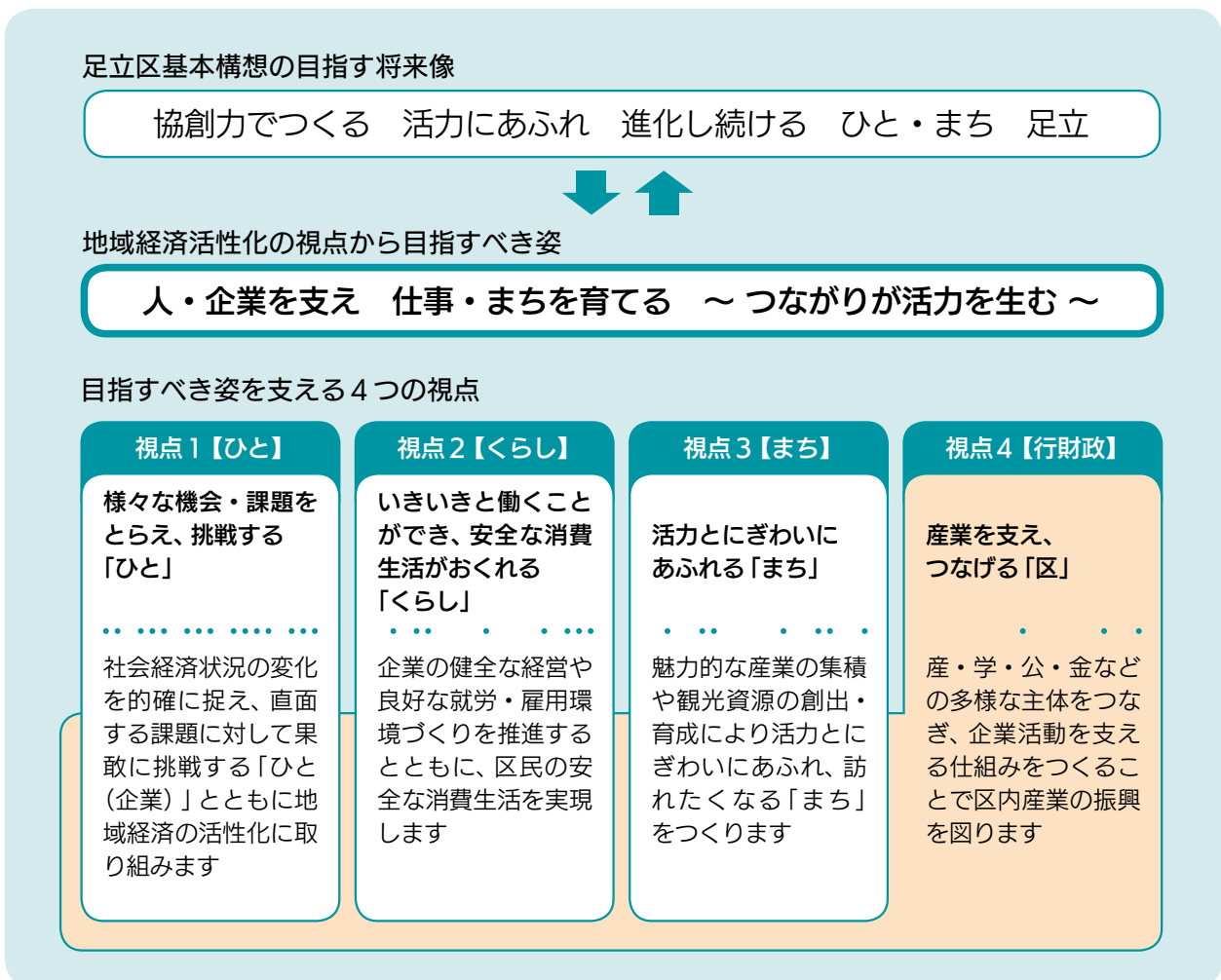
4 目指すべき姿

足立区基本構想では区の将来像として「協創力でつくる 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(図表3)。

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。

図表3：活性化計画の目指すべき姿



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。

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

2016年度(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た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 | (P5～6) |
| (2) 景況と雇用情勢 | (P7～8) |
| (3) 起業・創業(※3)の現状 | (P9～10) |
| (4) 産業構造の変化 | (P11～12) |
| (5) 技術の進展と市場 | (P13～14) |
| (6) 消費動向 | (P15～16) |
| (7) まちづくり、地域づくりの動向 | (P17～18) |
| (8) 観光需要の動向 | (P19～20) |

なお、現況の整理は、2017年(平成29年)4月に実施した統計データや調査の分析結果をもとに行いました(図表4)。

「足立区産業実態等アンケート調査」及び「魅力的な足立区の産業・まちづくりに向けた意識調査」は区内事業者の経営課題や区民の購買行動等を把握するために今回、初めて実施した調査です。

1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況

図表4：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)
足立区産業実態等アンケート調査①	製造業、建設業、運輸業、卸売業等の事業者 1,500サンプル(471件・31.4%)
足立区産業実態等アンケート調査②	小売業、サービス業、医療・福祉等の事業者 1,500サンプル(340件・22.7%)
魅力的な足立区の産業・まちづくりに 向けた意識調査	足立区に居住する18歳以上の男女個人 2,000サンプル(658件・32.9%)
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

※調査分析結果の概要は、資料編(P69～78)を参照

※1 中小企業基本法では中小企業を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 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

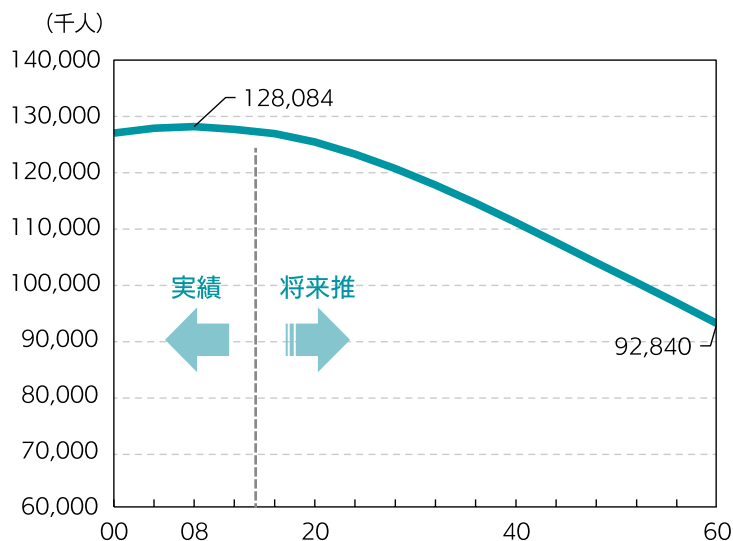
※3 起業、創業ともに「新しく事業を始めること」。起業は「Starting a Business」と英訳され、会社設立前の視点で使われることが多く、創業は「Establishment」と英訳され、会社設立後の視点で使われることが多い。活性化計画ではこれに従い、言葉を使い分けることとする。

1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況

(1) 人口の動向

日本の人口は、2008年（平成20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、2060年の総人口は、現在の約72.5%に相当する9,284万人まで減少すると推計されています（図表5）。

図表5：日本の総人口の推移



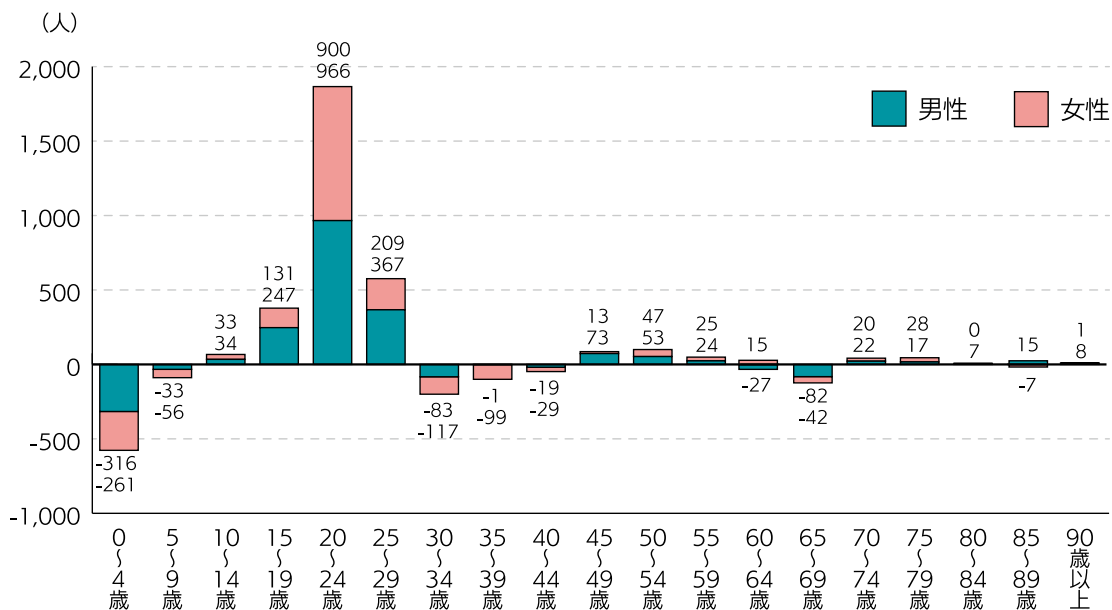
出典：2015年（平成27年）までは「国勢調査」及び同「人口推計」、2016年（平成28年）からは国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成29年）」における出生中位、死亡中位

足立区の現況

1975年（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、2017年（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。

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（図表6参照）。

図表6：足立区の年齢階級別転入超過数（男女別 2016年（平成28年））



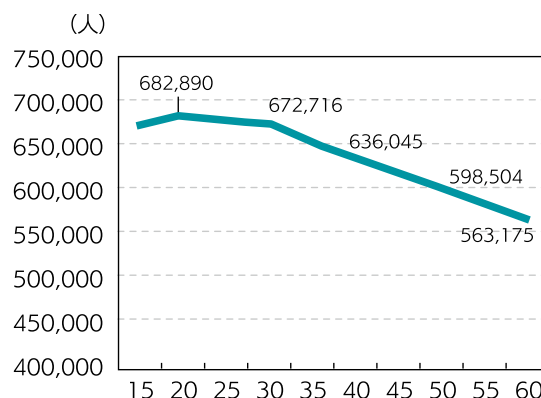
出典：「足立区人口ビジョン総合戦略 図9」

1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況

なお、高齢化率は2017年(平成29年)現在24.7%と、23区で2番目に高くなっています。

2015年(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、2020年以降は減少に転じ、平成2060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(図表7)。

図表7：将来人口推計結果



【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による地域の活性化や、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。

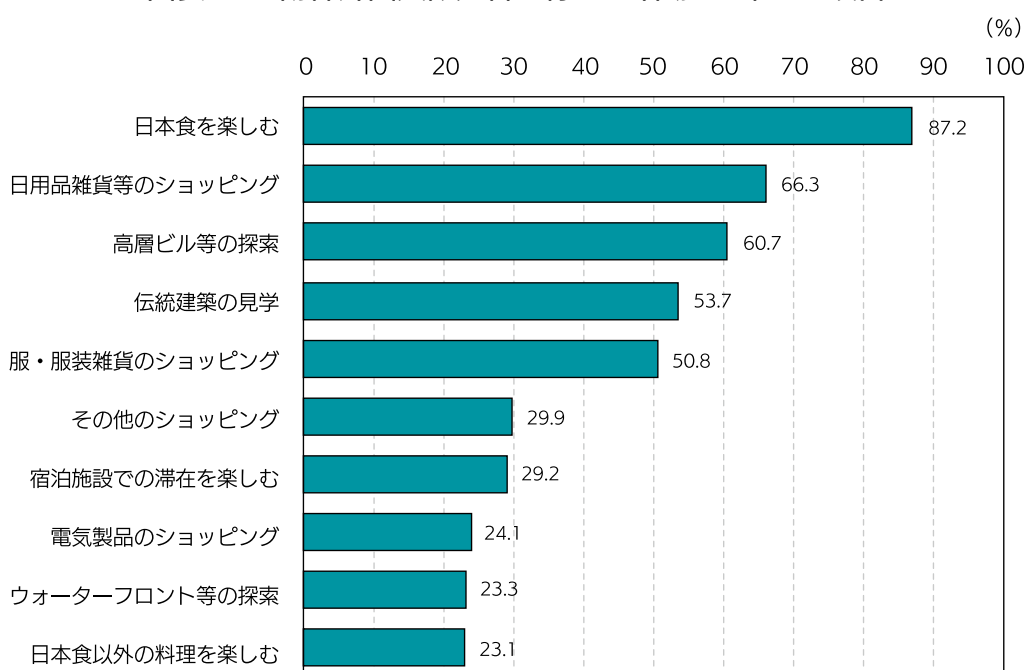
1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況

(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、2015年(平成27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(図表24)。

図表24：訪都外国人観光客が行った活動・上位10項目



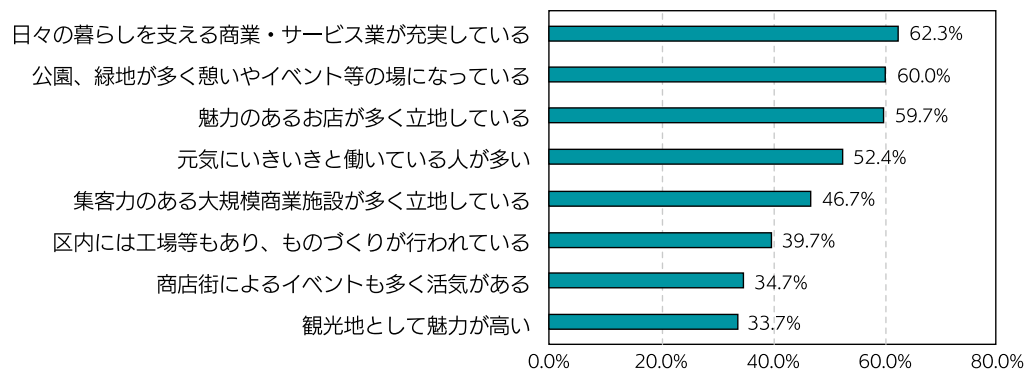
出典：東京都「平成28年東京都観光客数等実態調査」より作成

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などによる集客力の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「日々の暮らしを支える商業・サービス業が充実している」「公園、緑地が多く憩いやイベント等の場になっている」「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（図表25）。

図表25：まちや産業の重要性 上位8項目



出典：魅力的な足立区の産業・まちづくりに向けた意識調査

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。

図表26：あだち菜うどん あだち菜パスタ



【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

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」「暮らし」「まち」「行財政」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として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」	1	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。
	2	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、新たな技術を導入するための支援が必要です。
	3	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加わることで対応力の幅を広げ、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「暮らし」	1	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、さらなる人の呼び込みと新たなネットワークの形成を図り、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。
	2	「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。
	3	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、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。
	4	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」	1	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。
	2	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。
	3	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。
	4	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1 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2 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3 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4 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5 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。

柱6 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。

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～ 区の役割 ～

活性化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～」を実現するため、区は各施策を展開する中で、幅広い主体が自由に集える場や機会であるプラットフォームを設けます。そして、区はプラットフォームの一員として、事業者や地域の方々の声を拾い上げ、課題解決に向けて多様な主体をつなぎ、活動のコーディネートを行います。また、各事業やプラットフォームから生まれた活動の成果を検証し、新たな施策の立案を行います。

さらに、各柱のプラットフォームをつなぎ、横断的・複合的に事業を展開することで新たな協創力を生み出し、地域経済の活性化を図っていきます。

柱1 起業・創業の促進

- 金融機関や不動産業界との連携による創業者のオフィス確保支援
- 女性・シニア・学生等、新たな創業の担い手を対象とした支援の拡充
- 地域課題解決につながる分野の起業・創業支援の拡充



柱2 事業者の経営力強化

- 事業者や大学、支援機関等が自由に集える場や機会であるプラットフォームの構築
- 新製品・新技術・新サービスの開発や販路開拓、事業承継や資金調達支援等の経営課題解決に向けたコーディネートの実施



柱3 就労促進と雇用の安定

- 就労希望者と事業者とのマッチング支援
- 良好な職場環境づくりの支援



柱4 豊かで安全な消費生活の実現

消費者庁イラスト集より

- 職員が地域に出向いて消費者教育を行う「出前講座」の拡充
- 関係機関や啓発員との連携による啓発事業の強化



柱5 都市農業の保全

- 区民に区内産野菜を提供する機会の増加
- 農作業をボランティアで手伝いたい区内外の人々を農家に派遣
- 防災や市街地内の緑地、景観形成など農地の多面的機能の強化



柱6 訪れたいくなるまちづくり

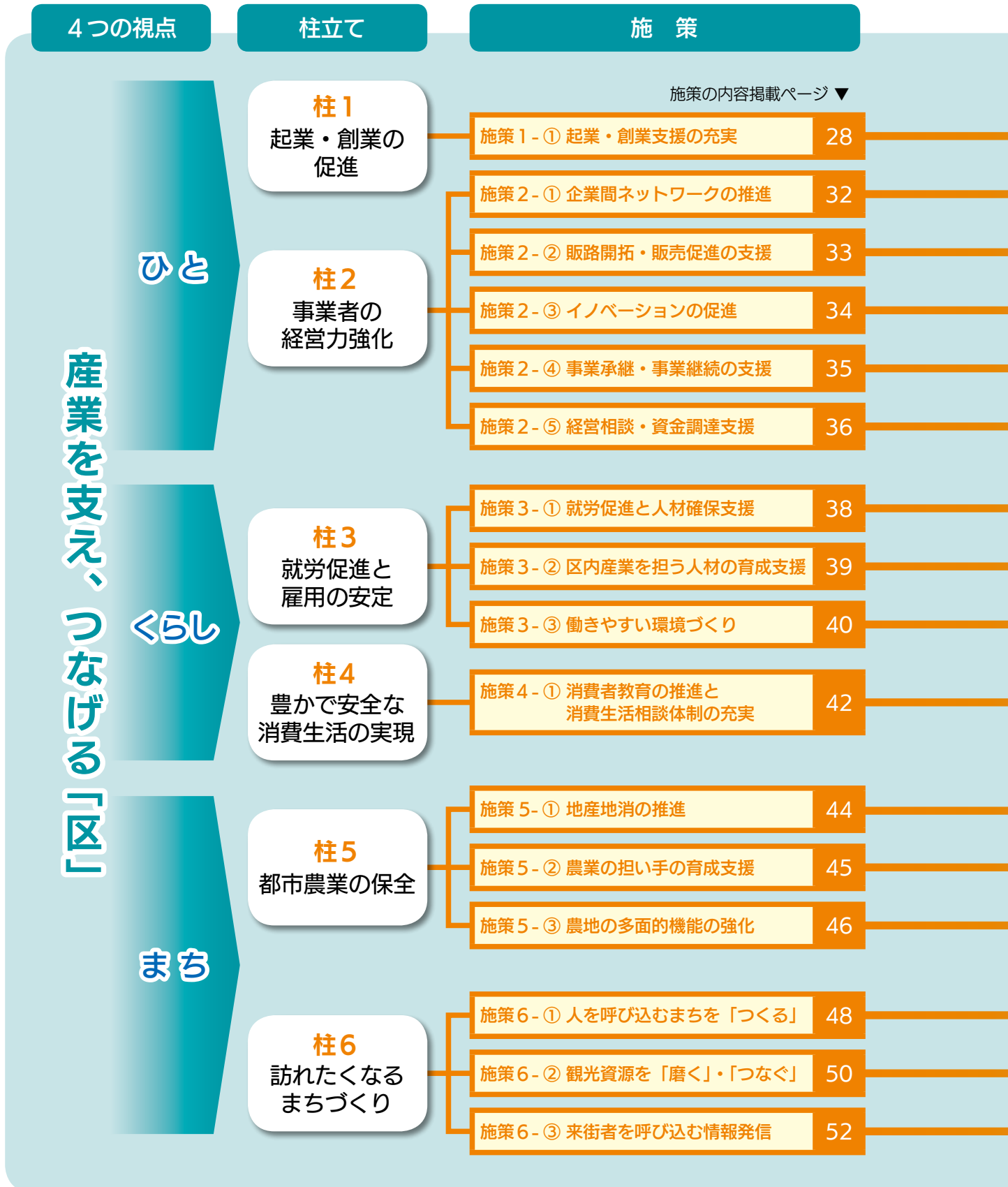
- 個店の魅力向上に向けた支援
- 地域コミュニティの核としての商店街の機能向上
- まちづくりと連動した にぎわいの創出
- 区内外のイベントや施設、民間事業者等との連携を推進し、区の観光資源を効果的に演出
- 新たに創り、磨かれた観光資源を多様なメディアで取り上げてもらうための効果的な情報発信



2 施策体系

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 起業希望者の発掘と起業準備支援 2 起業・創業ステージにマッチした支援
3 地域ニーズの高い業種や成長分野の起業・創業等の促進

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 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 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 事業資金調達支援 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 消費者相談対応の充実 2 消費者教育の推進
3 関係機関等とのネットワーク強化

1 地産地消の推進

1 農業の担い手の育成支援

1 農地の多面的機能の強化

1 訪れたい店づくり 2 安全・安心なまちづくり
3 まちづくりと連動したにぎわいづくり

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

【目指すべき姿】

人・企業を支え 仕事を育てる つながりが活力を生む

3 個別施策

柱1 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

これまで区は、「創業するなら足立区で！」をキャッチフレーズに、金融機関等と連携して、相談支援やセミナーの開催、融資あっ旋など様々な創業支援事業を展開してきました。また、区が運営する創業支援施設では事務所の賃貸や専門スタッフによる経営支援を行ってきたほか、東京電機大学東京千住キャンパスとの協働により、理系大学との産学連携も可能な創業支援にも取り組んできました。こうした取り組みを通じて、多くの起業・創業者を輩出し、中には従業員数100名を超える企業も現れています。

区は、現在、都心にアクセスしやすい交通の利便性や7つのエリアデザインの推進により、区内での起業・創業を促進する好機を迎えています。そのため、起業・創業者が事業を立ち上げてから安定軌道に乗るまでの手厚い支援や、課題であるオフィス物件に関する対策に取り組み、「起業・創業しやすいまち」としての魅力をより一層高めていきます。また、地域ニーズの高い業種や地域課題解決に寄与する産業、さらには成長分野の起業・創業を支援し、地域経済の活性化を図っていきます。

【成果指標】

	項目	基準値 2016年度 (平成28年度)	中間値 2021年度	目標値 2025年度
①	新設法人数(暦年)	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	—%	85.0%	90.0%

施策1-① 起業・創業支援の充実

区内での起業・創業を促進するために、起業・創業の新たな担い手として期待される女性やシニア、学生などを対象とした事業を推進します。

また、東京都や金融機関等との連携により、課題である創業者のオフィス確保と区内での事業継続に向けた支援を行います。

さらに、地域経済の活性化を図るために、地域ニーズの高い業種や成長分野の起業・創業を支援していきます。

1-①-1 起業希望者の発掘と起業準備支援

事業の概要	女性やシニア、学生、さらには週末起業家(※17)などの潜在的な起業意向を持つ人々を対象としたセミナーや先輩起業家との交流会等を通じて、起業家マインドの醸成を図り、起業・創業に向けた次のステップに進むためのサポートを行います。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・拡充 女性やシニアなど創業の担い手として期待される人材を対象とした起業・創業セミナーの開催 ・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(※18)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

低解像度



独立・起業セミナーの様相

※17 週末や退勤後の空いた時間を利用して、自分の望む事業を始める人。

週末起業は会社を辞めることによる収入減リスクを最低限に抑え、副収入を確保し、起業願望を充足しながら会社に依存しない自立した生き方を実現できるとして注目を浴びている。

※18 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

柱1 起業・創業の促進

1-①-2 起業・創業ステージにマッチした支援

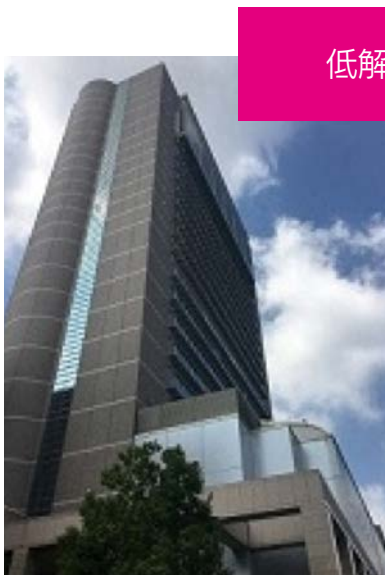
事業の概要	学習・準備時期、トライアル時期（事業立ち上げ時期）、経営が軌道に乗っていく時期など、起業・創業の各ステージにおける、ニーズや課題に応じた支援策を講じます。
個別事業例	<ul style="list-style-type: none"> ・ 起業家支援塾 ・ 創業支援事業計画に基づく関係機関と連携した創業支援（創業相談、起業・創業セミナー、融資あっ旋、物件情報紹介等） ・ 起業・創業に関わる支援窓口のワンストップ化 ・ 創業プランコンテスト ・ 創業支援施設の管理運営事業 ・ 新規 金融機関が運営する創業支援施設との連携 ・ 新規 創業者経営力アップ支援事業 ・ 新規 オフィスや空き店舗などの民間物件情報の提供 【東京都企業立地相談センターとの連携】 ・ 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（再掲） その他

1-①-3 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	区内の各地域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"> ・ 新規 地域ニーズの高い産業分野や成長分野（介護・福祉・健康、防犯・防災等）の創業支援 ・ 拡充 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】 ・ 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



足立区創業支援事業計画



創業支援施設 かがやき 外観



東京電機大学東京千住アネックス
創業支援施設 かけはし 外観

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〕

- ◆ 協働・協創による地域経済の活性化を図るために、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、金融機関等がつながり、交流できる機会や場であるプラットフォームを設けます。
- ◆ プラットフォームの一員として、事業者や地域の方々の声を拾い上げ、情報共有や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います。
- ◆ 各事業やプラットフォームから生まれた活動の成果を検証し、新たな施策の立案を行います。
- ◆ 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〕

- ◆ 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。
- ◆ 地域環境との調和に配慮し、消費者が安心して消費生活を送ることができるよう商品及び役務の提供に努めます。

〔区民の役割〕

- ◆ 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し、事業者及び区と協力して活力ある地域社会の創造に取り組みます。
- ◆ 就業意識及び職業能力の向上に努めます。

2 計画の進行管理

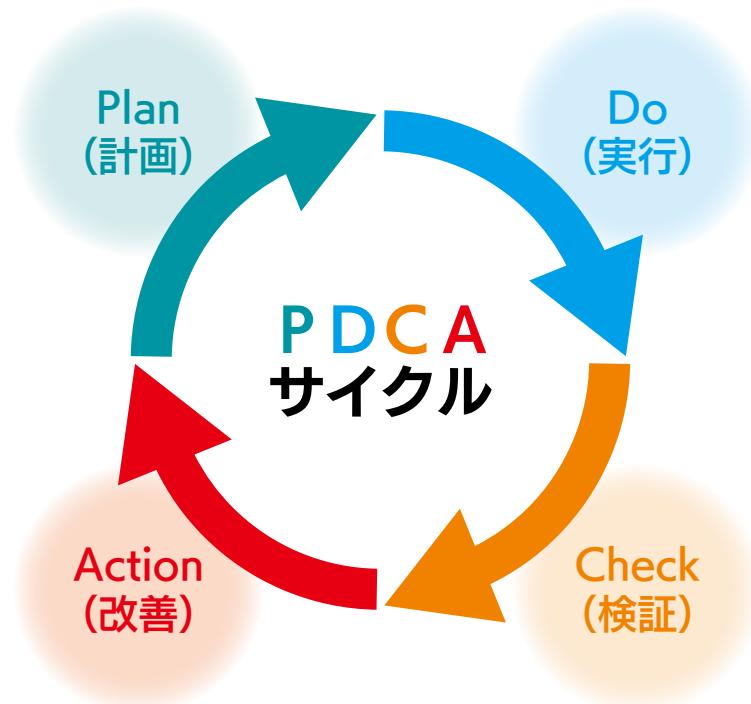
活性化計画で掲げた諸施策について、その具現化を図るとともに、それらを着実に推進し、併せて進捗状況の検証を行っていくことが不可欠です。

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っていきます（P 55～64参照）。

「活動指標」は毎年度、「成果指標」は計画の中間年度である2021年度及び最終年度である2025年度に検証を行います。

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）のマネジメントサイクルを用いることにより、毎年度、事業のチェックと改善を行って、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。



3 成果指標 及び 活動指標一覧

3 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。

なお、活動指標は事務事業の改廃に伴い、変更する可能性があります。

成 果 指 標				
柱	指 標	基準値 2016年度 (平成28年度)	中間値 2021年度	目標値 2025年度
1 起業・創業の促進	(1-1) 新設法人数(暦年)	906社	1,040社	1,125社
	(1-2) 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%

成果指標	活動指標				
	指標	基準値 2016年度 (平成28年度)	中間値 2021年度	目標値 2025年度	担当所管
(1-1) (1-2)	区の起業・創業支援施策を活用して区内で起業・創業した企業数	75社	100社	120社	企業経営支援課
	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	企業経営支援課 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	企業経営支援課
	起業・創業に関する融資あっせん件数	75件	100件	120件	企業経営支援課
	創業支援施設を退室した事業所の区内定着率	63%	65%	70%	企業経営支援課
	創業プランコンテスト応募件数	16件	18件	20件	企業経営支援課
	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)	—	—	—	企業経営支援課

5 策定の経緯

5 策定の経緯

(1) 策定経過

年月日	会議等	議題・内容
平成28年10月31日	経済活性化会議	計画策定に係る諮問
平成29年 3月15日	経済活性化会議	計画の方向性に関する審議
6月12日	第四専門部会	計画の骨子に関する審議
6月28日	経済活性化会議	計画の骨子に関する審議
7月24日	第四専門部会	施策体系に関する審議
8月 4日	第三専門部会	施策体系に関する審議
8月 8日	第一専門部会 第二専門部会	施策体系に関する審議
11月 6日	経済活性化会議	計画案に関する審議
11月24日 ～12月25日	パブリックコメント	
平成30年 2月 7日	経済活性化会議	計画案の答申

(2) 経済活性化会議委員

No.	区分	団体等		氏名	部会
1	会長	国土舘大学	経営学部 学部長教授	中根 雅夫	第三部会 第四部会
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	第一部会 第四部会
3	副会長	消費生活アドバイザー		岡田 ヒロミ	第二部会 第四部会
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	第一部会 第四部会
5	事業者	足立区商店街振興組合連合会	理事長	足立 義夫	第一部会
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	第三部会
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	第一部会
8	事業者	足立区しんきん協議会	代表世話人	岡部 克己	第一部会
9	事業者	あだち異業種連絡協議会	幹事	小沢 頼孝	第一部会
10	事業者	株式会社しまや出版	代表取締役	小早川 真樹	第一部会
11	事業者	東京商工会議所足立支部	副会長	近藤 勝	第一部会
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	第一部会
13	事業者	足立荒川職業協会	会長	鈴木又右衛門	第一部会
14	区民	足立区消費者友の会	会長	瀧野 静江	第二部会
15	区民	イラストレーター		なかだ えり	第三部会
16	事業者	株式会社オレンジアーチ	代表取締役	本山 功	第一部会
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	第三部会

【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。

第一部会：「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。

第二部会：「消費者の安全・安心」の分野について調査、検討を行う。

第三部会：「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。

第四部会：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 2 9 年度 第 3 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30年2月7日

件名	平成29年度「足立ブランド企業」の認定について													
所管部課名	産業経済部産業振興課													
内容	<p>下記のとおり「足立ブランド認定企業」が決定したので報告する。</p> <p>1 認定選考結果について</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>新規認定</th> <th>再認定（2・3回目含む）</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>応募企業数</td> <td>9社</td> <td>18社</td> </tr> <tr> <td>選考方法</td> <td>書類選考 プレゼンテーション</td> <td>書類選考</td> </tr> <tr> <td>認定企業</td> <td>5社</td> <td>18社</td> </tr> </tbody> </table> <p>2 認定企業について</p> <p>(1) 新規認定企業 ※別紙1のとおり</p> <p>(2) 再認定（2・3回目含む）企業 ※別紙2のとおり</p> <p>3 新規認定企業のPRについて</p> <ul style="list-style-type: none"> ・足立ブランド企業の紹介冊子に掲載（平成30年3月末発行予定） ・新規認定企業は、次年度の機械要素技術展（平成30年7月開催）等へ優先的に出展 <p>(参考)</p> <p>認定企業数 48社 新規認定企業数 5社 認定企業総数 53社</p>			新規認定	再認定（2・3回目含む）	応募企業数	9社	18社	選考方法	書類選考 プレゼンテーション	書類選考	認定企業	5社	18社
	新規認定	再認定（2・3回目含む）												
応募企業数	9社	18社												
選考方法	書類選考 プレゼンテーション	書類選考												
認定企業	5社	18社												
備考														

【新規認定企業】

	企業名	主な業態・製品
1	小川畳店	畳の材料を使った和雑貨の製造、プロデュース 国産いぐさの仕入れルートを確立し、利用者に対するきめ細かい対応で、生活環境に最適な畳床を提供している。
2	(株)トミテック	金属プレス加工、金型設計・製作 営業段階から発注先の要望に応じた技術提案が得意。薄板プレスの金型製作と順送プレス加工技術では、国内でもトップクラスの高難度技術を保持している。
3	富士医療測器(株)	卓上型高圧蒸気滅菌器製造 卓上型高圧滅菌器は、発熱釜を冷却しやすい構造のため、待ち時間がなく、連続滅菌ができる。社内一貫生産体制のため、安全、安心、低価格のみならず、修理体制も充実している。
4	パッケージアート(株)	各種緩衝材を組み合わせた梱包製品の製造、設計 緩衝材とダンボールとの最適な組み合わせにより、注文主のニーズにフィットする梱包製品を提供している。単品注文にも応じることができる対応力を持っている。
5	(有)ヴェールポイント	財布、バッグ、鞆製造 婦人もの財布は独特のふっくら感と柔らかさが特徴で、有名ブランドOEMを多数製造している。

【再認定(2・3回目含む)企業】

	企業名	認定内容等	認定年度
1	(有)プリントアート	偏光版アート製品製造販売	20年度
2	(株)横引シャッター	シャッター製造	20年度
3	(株)グレイスエンプ	刺繍製品製造	20年度
4	沼田光器(株)	サファイアガラス研磨	20年度
5	ザオー工業(株)	弱電部品等製造	20年度
6	堀田製作所	身体障害者用自転車製造販売	20年度
7	(株)よろず自動車	自動車板金塗装	20年度
8	野村畳店	畳製造販売	20年度
9	(株)洋かつらセンター ルミアン	かつら製造販売	20年度
10	岩城工業(株)	金属線材加工、線材製品製造	23年度
11	(有)大塚竹管楽器	江戸和笛の製造販売	23年度
12	進栄化成(株)	ペットボトルキャップ再生原料の製造	23年度
13	東京電源(株)	無停電電源装置等の設計及び製造	23年度
14	東京パック(株)	プラスチック真空成形によるパッケージ製造	23年度
15	(有)篠原刃型	靴の抜き型製造	26年度
16	(株)鈴木製作所	金属加工(曲げ、プレス、レーザー、溶接)	26年度
17	日通テクノ工業(株)	難削材切削加工	26年度
18	(株)ビーファクトリー	造形物の企画設計、製造	26年度

足立区経済活性化会議報告資料

平成30年2月7日

件名	平成29年度あだち産業センター「IT支援室」協働事業者評価委員会の開催状況について
所管部課名	産業経済部 中小企業支援課
内容	<p>1 概要 区内中小企業のIT化推進のために、協働事業者と連携し「IT支援室」を運営しており、毎年、評価委員会を行っているところである。 このたび、平成29年度の評価委員会を開催したので報告する。</p> <p>2 協働事業者 ランディック株式会社 代表者 代表取締役 風祭 富夫 所在地 足立区千住1-26-1 トロイアビル3階</p> <p>3 評価委員会 平成30年2月5日(月)に評価委員会を開催 審査(プレゼンテーション15分、質疑応答15分)を実施。 評価委員は4名 (学識経験者1名、中小企業診断士1名、社会保険労務士兼中小企業診断士1名、区職員1名)</p> <p>4 審査結果 400点満点中294点獲得(73.5%)で、平成30年度協働事業を継続決定</p> <p>5 業務期間 平成30年4月1日～平成31年3月31日</p> <p>6 昨年度からの変更項目 小中学生対象のプログラミング講座回数が増 企業の経営革新のためのIT・IoT活用講座の開催</p>
備考	<p>今後も、協働事業者と連携し、区在住者・企業向けにWordやExcel等の講座を通して基礎的なパソコンスキル習得のサポートを継続するとともに、IT・IoT活用講座、データベース活用講座やプログラマー向け講座を充実していく。</p>