

令和元年度 第二回 足立区経済活性化会議

【報告事項】

足立区経済活性化会議 資料

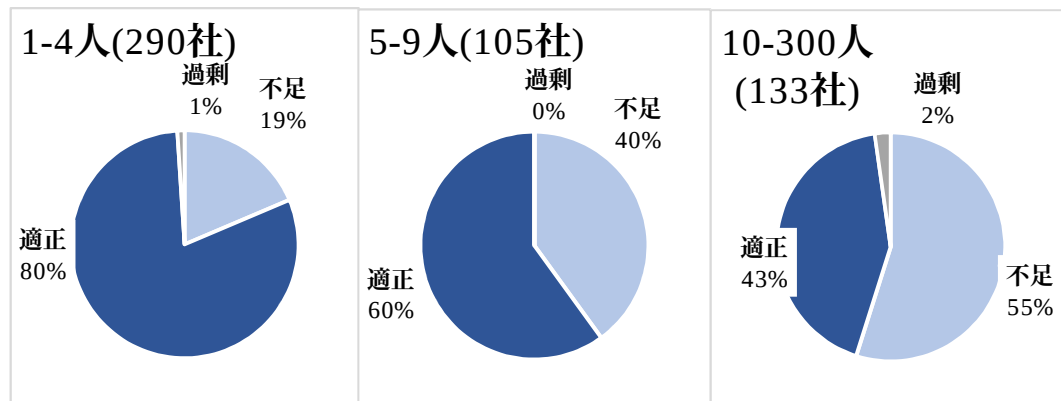
令和2年2月5日

件名	区内企業に関わる状況について			
所管部課	産業経済部 産業政策課			
内 容	一般社団法人東京都信用金庫協会が9月に行ったアンケート調査を元に、株式会社東京商工リサーチが分析した区内企業に関わる状況について、以下のとおり報告する。			
	1 東京都信用金庫協会聴き取り調査			
	(1) 調査概要			
	ア 調査機関	一般社団法人東京都信用金庫協会		
	イ 調査手法	信用金庫営業店から企業へ聴取		
ウ 調査時期	令和元年6月上旬（平成31年4月～令和元年6月期）			
エ 有効回答数	528社			
2 区内新設法人数の減少について				
(1) 新設法人数の経年比				
	2018年		2017年	
	新設法人数	前年比	新設法人数	前年比
足立区	781社	▲17.9%	952社	5.1%
東京都	40,926社	1.0%	40,519社	6.7%
(2) 新設法人数の減少理由				
ア 都全体で建設業はオリンピック特需がピークアウトした。				
イ 都心区では再開発により、新設法人数は増加。足立区をはじめ周辺区の一部では減少、新設法人は都心部に集中する傾向が強まった。				

3 足立区の人手の過不足状況について

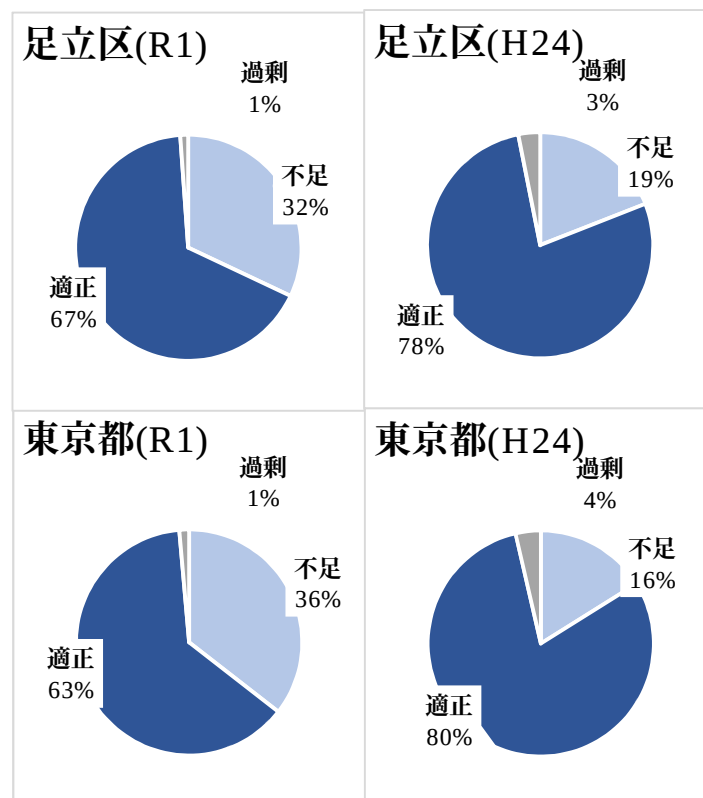
(1) 区内従業員規模別の人手の過不足状況

従業員規模が大きくなるに比例し、人手不足の割合は大きくなる。



(2) 東京都および平成24年に実施した前回調査との比較

区および都で人手が不足していると回答した企業の割合が増えている。



【参考】 区内企業の実態

区の特徴として従業員規模1～9人の企業が約8割を占めている。

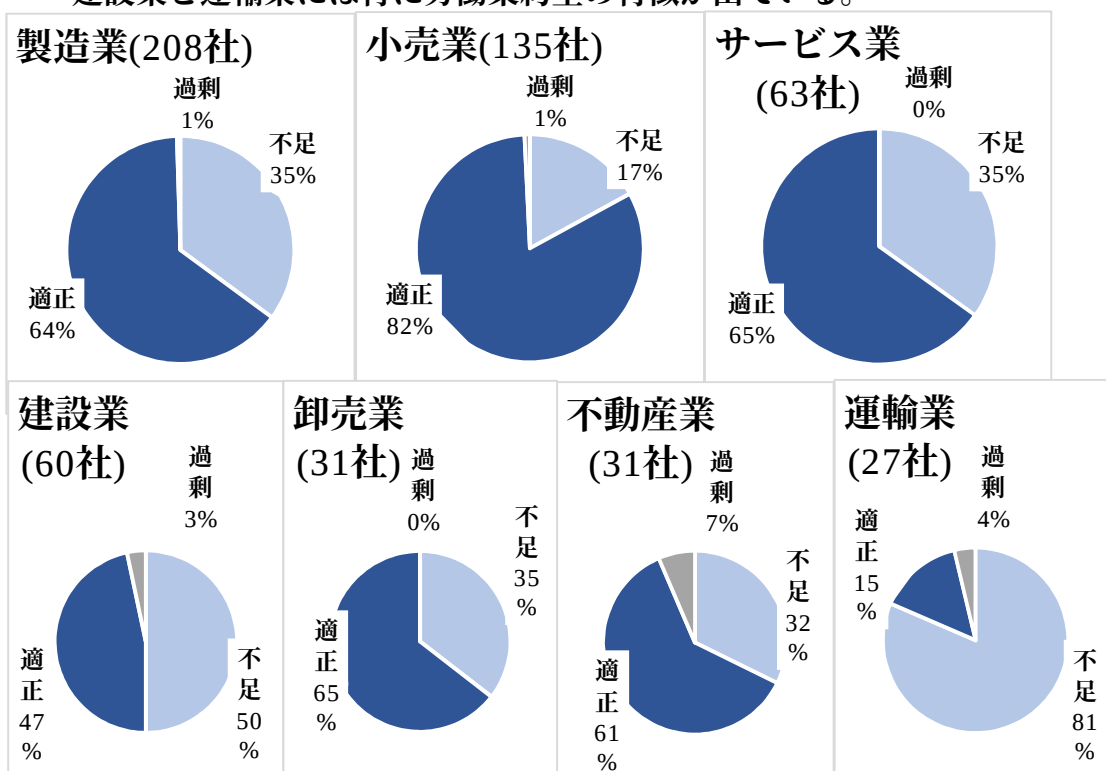
※ 平成28年度経済センサス活動調査より

区内従業員別企業数

区内従業員別企業数	企業数	割合
1～4人	14,060社	59%
5～9人	4,414社	19%
10人以上	5,083社	22%

(3) 業種別の人手の過不足状況

調査回答数が少ない業種もあり、足立区全体の傾向とはいえないものの、本調査では、運輸業での不足がもっとも多く、次いで建設業となっている。建設業と運輸業には特に労働集約型の特徴が出ている。



(4) 足立区中小企業人材確保支援事業実績

平成30年度より区内企業の人材に関する課題改善支援を目的とした委託事業を実施。その結果、人材採用に関する相談のうち、従業員規模の大きい企業が人手不足に悩みをかかえている様子がうかがえる。

人材採用に関する相談の あった業種（平成30年度実績）	従業員規模	
	1人～4人	5人～300人
製造業	2社	11社
介護福祉	2社	2社
建設業	1社	1社
印刷業	1社	
一般乗用旅客自動車運送業		2社
運輸・運送業		2社
サービス業		1社
卸売業		1社
警備業		1社
電気工事業		1社
計	6社	22社

同様の調査を他の調査機関等が行っているが、企業の状況を正確に把握するためには、各調査で得られた結果だけではなく、設問内容や回答企業の規模、業種など、詳細に結果を確認したうえで、施策立案等に活かしていく。

足立区経済活性化会議資料

令和2年2月5日

件 名	消費税率引き上げによる事業者への影響について
所管部課	産業経済部 産業政策課
内 容	事業者へのアンケート調査結果や関係機関との意見交換の内容を、下記のとおり報告する。 1 東京都信用金庫協会聴き取り調査 (1) 調査概要 ア 調査機関 一般社団法人東京都信用金庫協会 イ 調査手法 信用金庫営業店から企業へ聴取 ウ 調査時期 令和元年9月上旬(令和元年7月～9月期対象) エ 有効回答数 525社 オ 業種分類 製造業、建設業、不動産業 卸売業(建築材料、機械器具、食料品、衣服等) 小売業(飲食料品、飲食店、家具、紳士服等) サービス業(自動車整備、理容、美容、メンテナンス等)

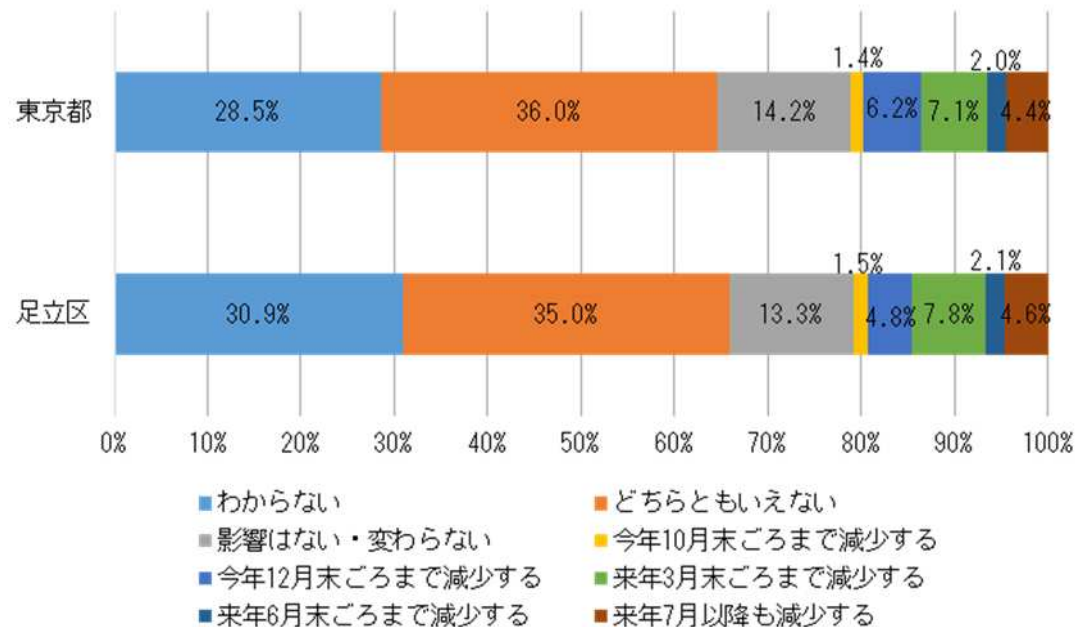
(2) 調査結果

ア 消費税率引上げに伴う売上への影響について

(ア) 区全体としては、「どちらともいえない」(35%)が最も多い。

(イ) 次に「わからない」(30.9%)となっている。

(ウ) 業種別の特徴として、卸売業の約半数が「どちらともいえない」(46.7%)、サービス業の40%超が「わからない」(42.2%)と回答している。

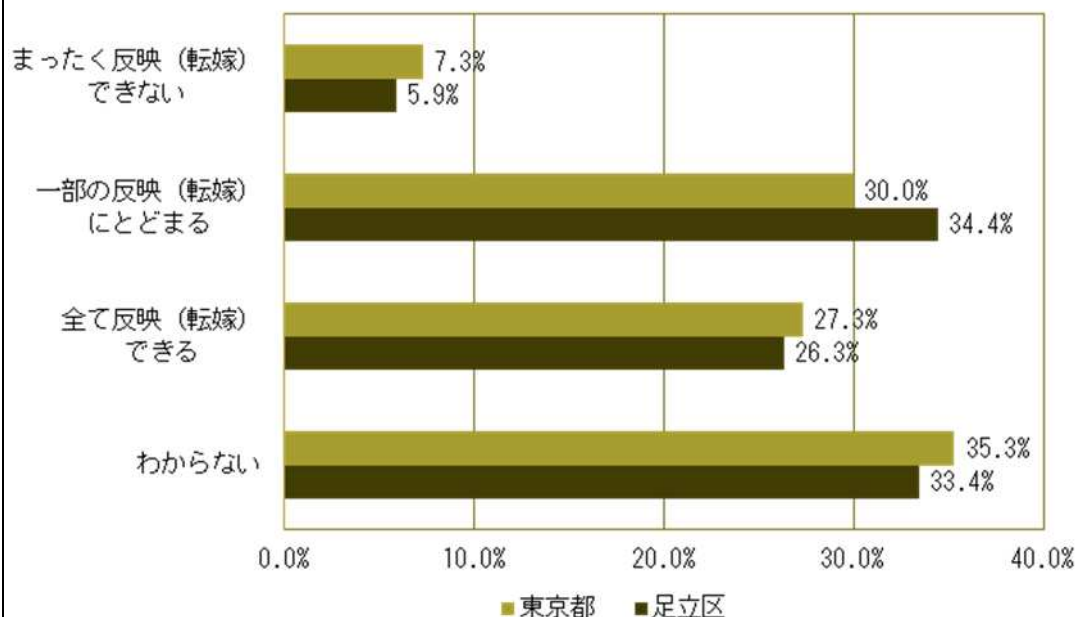


		回答数	どちらともいえない		わからない		影響はない・変わらない		今後減少する	
足立区総数		525	184	35.0	162	30.9	70	13.3	109	20.8
業種	製 造 業	208	67	32.2	73	35.1	24	11.5	44	21.1
	卸 売 業	30	14	46.7	7	23.3	3	10.0	6	19.9
	小 売 業	134	51	38.1	32	23.9	16	11.9	35	26.2
	サービス業	64	19	29.7	27	42.2	10	15.6	8	12.5
	建 設 業	59	22	37.3	16	27.1	9	15.3	12	20.4
	不 動 産業	30	11	36.7	7	23.3	8	26.7	4	13.3
	従業者規模	1人～4人	288	104	36.1	81	28.1	37	12.8	66
5人～9人		104	32	30.8	39	37.5	16	15.4	17	16.4
10人～19人		67	26	38.8	20	29.9	5	7.5	16	23.9
20人～300人		66	22	33.3	22	33.3	12	18.2	10	15.2

※ 網掛け部分は単位%

イ 消費税率引上げに伴う販売価格への反映・転嫁

- (ア) 区全体としては「一部の反映にとどまる」(34.4%)が最も多い。
 (イ) 「全部反映できる」(26.3%)を含めて、60%以上が、価格転嫁を行えるとしている。
 (ウ) 次に「わからない」(33.4%)となっている。
 (エ) 業種別の特徴として、建設業は「一部反映にとどまる」(44.1%)との回答割合が突出して多くなっている。



	回答数	全て反映(転嫁)できる	一部の反映(転嫁)にとどまる	まったく反映(転嫁)できない	わからない
足立区総数	524	138 26.3	180 34.4	31 5.9	175 33.4
業種	製造業	208 49 23.6	68 32.7	17 8.2	74 35.6
	卸売業	30 11 36.7	9 30.0	0 -	10 33.3
	小売業	134 32 23.9	50 37.3	6 4.5	46 34.3
	サービス業	63 19 30.2	19 30.2	3 4.8	22 34.9
	建設業	59 16 27.1	26 44.1	4 6.8	13 22.0
	不動産業	30 11 36.7	8 26.7	1 3.3	10 33.3
従業者規模	1人～4人	288 63 21.9	95 33.0	22 7.6	108 37.5
	5人～9人	103 35 34.0	29 28.2	4 3.9	35 34.0
	10人～19人	67 19 28.4	27 40.3	4 6.0	17 25.4
	20人～300人	66 21 31.8	29 43.9	1 1.5	15 22.7

※ 網掛け部分は単位%

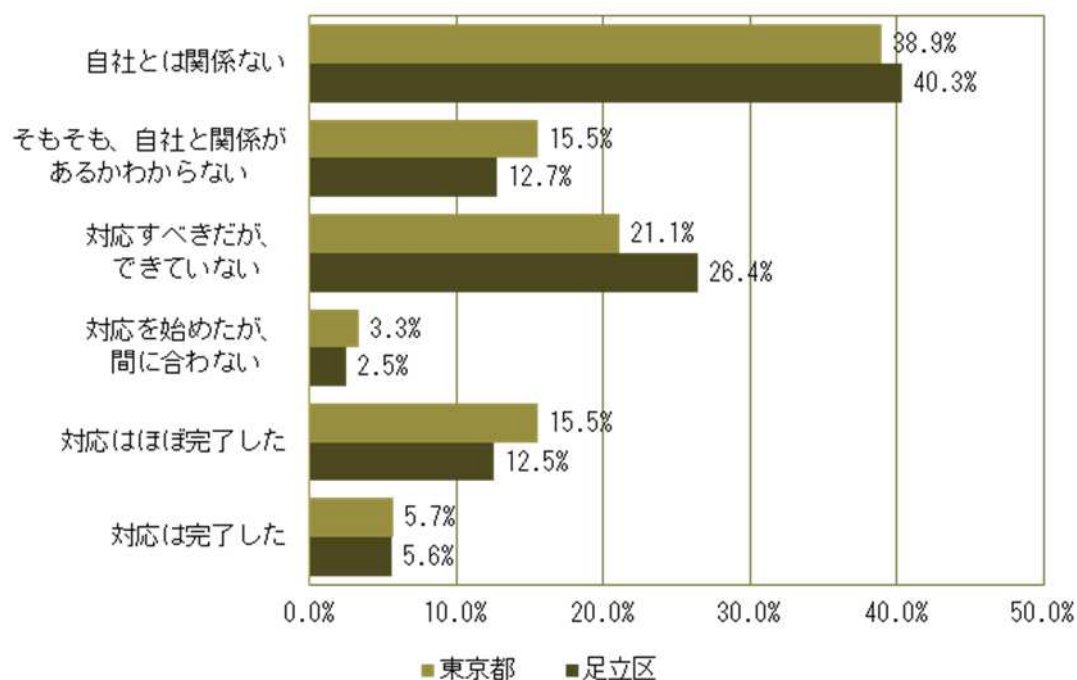
ウ 軽減税率制度の導入に伴う対応について

(ア) 区全体として、「自社とは関係ない」(40.3%)が最も多い。

(イ) 次に「対応すべきだができていない」(26.4%)となっている。

(ウ) 業種別の特徴として、軽減税率制度の対象品目である飲食料品を扱わない業種が、「自社とは関係ない」と回答している一方で、「対応すべきだが、できていない」との回答は、小売業で43.3%、サービス業で39.1%となっている。

(エ) 従業員規模別にみると、従業員1～4人の事業者のうち「対応すべきだが、できていない」と答えた割合が35%となっており、他の従業員規模に比して高い割合となっている。



		回答数	対応は完了した		対応はほぼ完了した		対応を始めたが、間に合わない		対応すべきだが、できていない		自社とは関係ない		そもそも、自社と関係があるかわからない	
足立区総数		519	29	5.6	65	12.5	13	2.5	137	26.4	209	40.3	66	12.7
業 種	製 造 業	204	8	3.9	27	13.2	4	2.0	35	17.2	100	49.0	30	14.7
	卸 売 業	30	2	6.7	4	13.3	0	-	5	16.7	15	50.0	4	13.3
	小 売 業	134	11	8.2	23	17.2	4	3.0	58	43.3	23	17.2	15	11.2
	サービス業	64	4	6.3	5	7.8	2	3.1	25	39.1	21	32.8	7	10.9
	建 設 業	59	2	3.4	6	10.2	3	5.1	9	15.3	31	52.5	8	13.6
	不 動 産業	28	2	7.1	0	-	0	-	5	17.9	19	67.9	2	7.1
従 業 者 規 模	1人～4人	286	11	3.8	30	10.5	10	3.5	100	35.0	94	32.9	41	14.3
	5人～9人	101	9	8.9	16	15.8	0	-	20	19.8	47	46.5	9	8.9
	10人～19人	67	5	7.5	11	16.4	2	3.0	10	14.9	30	44.8	9	13.4
	20人～300人	65	4	6.2	8	12.3	1	1.5	7	10.8	38	58.5	7	10.8

※ 網掛け部分は単位%

	2 足立区しんきん協議会との情報交換会 令和元年11月29日、区内に支店を置く9信用金庫で組織する、しんきん協議会と、上記調査内容や、各信用金庫が独自に行った事業者へのヒアリング結果等について、情報交換を行った。 (1) 消費税率変更に伴う事業者への影響について ・ 7～8割程度の事業者は影響がなく、関心がない。 ・ 固定客が多い事業者は、客足への影響がない。 ・ 10月は台風、12月～1月は平常期でないため、それ以降に影響を見る必要がある。 ・ そもそも、増税に関することよりも、他の問題（働き方改革、貿易摩擦等）の関心が高い。 (2) 新レジの導入について ・ 従前どおりで、入れ替えない。 ・ 訪問した事業者の8割は新レジを導入していない。 ※ 21事業者中、3事業者（サービス1、小売2）のみ新レジ導入 (3) キャッシュレス決済について ・ 消費者のポイント還元に対する意識は高く、カード決済が急激に増えている。 ・ 事業者側の対応は進んでいない。 (対応が進んでいない理由) ・ クレジットカード決済は、現金化に1～2ヶ月程度かかる。 ・ 高齢の経営者は、キャッシュレス決済を導入するつもりがない。 ・ キャッシュレス決済の手数料メリットが、令和2年6月に終了するため、手数料負担に不安感がある。 ※ 商店街振興組合連合会加盟事業者のうち、キャッシュレス決済大手PayPay導入事業者は約220店（令和元年9月末現在）。
問 題 点 今後の方針	今後、決算期、キャッシュレス決済の手数料メリットが終了以降に、事業者への影響を把握していく。

足立区経済活性化会議 資料

令和2年2月5日

件 名	包括的支援施策の展開について
所管部課	産業経済部 産業政策課
内 容	令和元年度より実施している、包括的産業支援施策について、取組内容を下記のとおり報告する。 1 委託事業者 株式会社 ロフトワーク（渋谷区道玄坂一丁目22番7号） 2 事業効果 （1）創業等を希望する事業者の発掘、育成及び集積 （2）事業者の新しいネットワーク拡大・創出 （3）区の魅力を発信 3 取組内容（予定） ※ 資料4 1ページ参照 （1）パネルディスカッション（30社×2回） 令和2年1月26日（日）、2月27日（木）開催予定 （2）集中ワークショップ（3回） 令和2年2月3日（月）、4日（火）、14日（金） （3）メンタリング 随時 （4）展示会（Japan Brand Festival） 令和2年3月5日（木）～8日（日） （5）Open Factory（プレ実施） 令和2年3月（日付未定） 4 本事業の対象となる事業者の公募について 上記3（1）は「公社ニュースときめき」令和2年1月号にて周知。 また、（2）～（4）の対象となる事業者を令和元年12月に公募し、令和2年1月に9社を選定。 5 情報発信 本事業の取り組みの経過やコンセプト等を、区、委託事業者それぞれのホームページや、SNS（note、Facebook、twitter）等で発信していく。
問 題 点 今後の方針	本事業については、今年度の実施結果を踏まえた改善を行い、令和2年度の拡大実施を目指していく。

足立区経済活性化会議 資料

令和2年2月5日

件 名	足立ブランド認定推進事業の今後の方向性について
所管部課	産業経済部 産業振興課
内 容	1 足立ブランド認定企業の実態調査結果 (1) 調査対象：平成30年度足立ブランド認定企業（53社） (2) 調査時期：平成31年1月 (3) 調査票回収率：90.6%（48社） (4) 調査内容 ア 足立ブランド認定の効果・成果に対する満足度 イ 足立ブランド認定による直接・間接の効果 ウ 足立ブランド認定前と現在との比較 (5) 調査結果 調査結果の詳細は、資料4 2ページを参照 ア 足立ブランド認定の効果・成果に対する満足度 認定効果・成果に対する満足度は高く、「満足」と「やや満足」を合わせるとほぼ9割で、とくに従業員の少ない企業が、満足度が高くなっている。 イ 足立ブランド認定による直接・間接の効果 認定による直接・間接の効果は、「情報・知識の取得」「企業の認知度・知名度の向上」「PR・発信力の拡充」「企業の活性化・モチベーションの向上」が、「効果あり」と「やや効果あり」を合わせて9割を超えている。 ウ 足立ブランド認定前と現在との比較 認定前と比較して、売上額及び従業員数が10%以上増加している企業の割合は、売上額は約4割、従業員数は約3割となっている。 2 見本市の出展結果 昨年と今年に出展した大型見本市の出展結果は資料4 3ページのとおり。 現在、出展効果が高いと予想される大型見本市を選んで、「機械要素技術展」と「国際雑貨EXPO」に出展している。会場で確保した名刺の数や説明した人数、商談可能性件数及び商談可能金額等から、出展の成果を見ることができる。 3 足立ブランド認定事業開始時からこれまでの事業状況 資料4 4ページのとおり

	4 足立ブランドの今後の方向性 認定企業は、一定の成果を得ているが、事業全体としては、「新たな魅力の開拓とPR活動」、「他の地域ブランドとの競争力強化」、「世界に向けたブランド価値の創出」等に向けた変革が必要である。今後、抜本的な対策として、事業委託内容の見直しを行い、専門性を重視して事業者を選定し、事業を推進していく。
問 題 点 今後の方針	令和2年度に向けて、プロポーザルによる提案を受けて、「認定に係る運営業務委託」と「PRに係る運営業務委託」に分けて事業者を選定する。

令和元年度 第二回 足立区経済活性化会議

【報告事項 別紙】

包括的産業支援施策 取組内容(予定)

取組	パネルディスカッション(トークイベント) (約50社×2回) ① 2020年1月26日 ② 2020年2月27日	集中ワークショップ (8社) ①2020年2月3~4日 ②2020年2月14日	メンタリング (8社) 随時	展示会 Japan Brand Fes 2020年3月5~8日 @渋谷ヒカリエ	Open Factory 2020年3月 【本取組の対象者】 ・バイヤー等のプロ ・一般参加者 ・次年度の対象候補
取組の詳細	【形式】 ディスカッションイベントを開催する 【目的】 ①課題よりもビジョンを語りあうことで、モチベーションを高める ②目の前の仕事から少し離れ、新しい考え方に触れたり、マクロな視点で社会を捉える	【形式】 専門家から、経験やノウハウに基づくアドバイスを受けたり、参加事業者同士の議論を重ねる、集中ワークショップ 【目的】 ①なぜその事業を行っているのかを問い直し、これからのビジネスの基礎となる自社の原点を探る ②自社の原点を自らの言葉で語る ③次の一步となるアクションへ導く	【形式】 専門家と共にPDCAサイクルをまわし(伴走支援)事業を具体化していく 【目的】 ①事業展開を具体化する ②自社の思想や事業が完成するまでの過程など、事業にストーリー性を持たせる	【形式】 半年間の活動を見える化し、展示会にて発表する 【目的】 ①目利きの前で、発表する経験を通じて、自信の醸成、更なるモチベーションのアップにつなげる ②様々なプレイヤーとつながり、新たな発見や手ごたえを得る	【形式】 区民やバイヤーに自社の活動をオープンファクトリーにて伝える(プレ実施) 【目的】 ①コラボレーションのきっかけを生む ②モノではなく、作り手の想いや技術といった価値を伝える ③オープンな交流の場を設け、次年度以降の対象者を掘り起す 《農と食の連携を検討》
位置づけ	動機付け	気づく	伸ばす	つながる	ひらく (次年度に向けた動機付け)

足立ブランド認定企業の実態調査結果

(1) 足立ブランド認定の効果・成果に対する満足度 (単位：%)

	満足 A	やや満足 B	A+B	やや不満 C	不満 D	C+D
全体 (48 社)	58.3	31.2	89.6	8.3	2.1	10.4
従業員 3 人以下 (11 社)	72.7	27.3	100.0	0	0	0
従業員 4～9 人 (12 社)	66.7	25.0	91.7	0	8.3	8.3
従業員 10～19 人 (15 社)	46.7	33.3	80.0	20.0	0	20.0
従業員 20 人以上 (10 社)	50.0	40.0	90.0	10.0	0	10.0

(2) 足立ブランド認定による直接・間接の効果 (単位：%)

	効果あり E	やや効果あり F	E+F	効果なし
企業の活性化・モチベーションの向上	60.9	30.4	91.3	8.7
企業の認知度・知名度の向上	57.4	38.3	95.7	4.3
PR・発信力の拡充	55.3	40.4	95.7	4.3
情報・知識の取得	48.9	48.9	97.9	2.1
横のつながりの拡充	48.9	31.9	80.9	19.1
信用度の向上 (取引面・金融面)	41.7	43.8	85.4	14.6
受注先・販路の拡大	41.3	32.6	73.9	26.1
自社ブランド製品の創出・充実	29.8	40.4	70.2	29.8
足立ブランド企業同士の受発注	29.2	54.2	83.3	16.7
外注先の拡大	19.6	47.8	67.4	32.6
事業のスムーズな承継	17.8	28.9	46.7	53.3

(3) 足立ブランド認定前と現在との比較

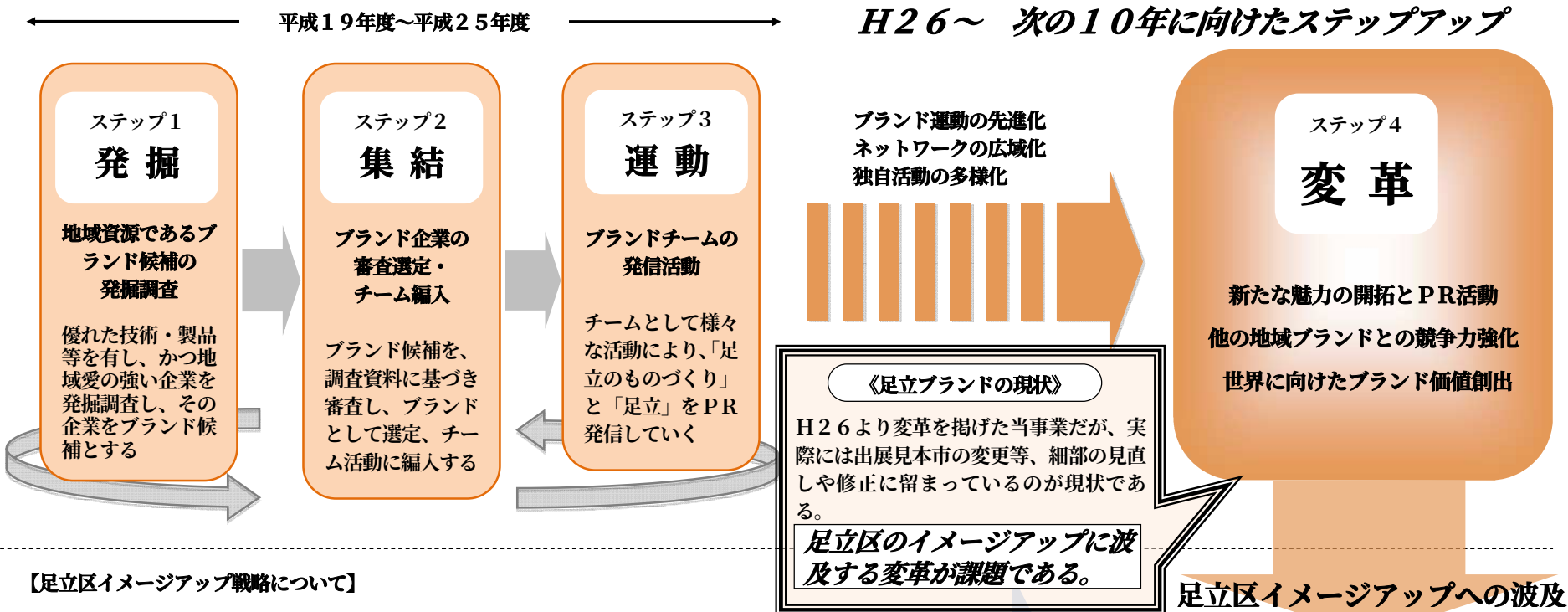
(単位：%)

	大幅増加 (+50%以上) G	増 加 (+10～+50%) H	G+H	横ばい (+10～-10%) I	減 少 (-10～-50%) J	大幅減少 (-50%以下) K	I+J+K
売上額	12.5	25.0	37.5	47.5	10.0	5.0	62.5
従業員数	6.4	23.4	29.8	46.8	23.4	0.0	70.2
従業員一人 あたり売上額	15.0	27.5	42.5	40.0	12.5	5.0	57.5

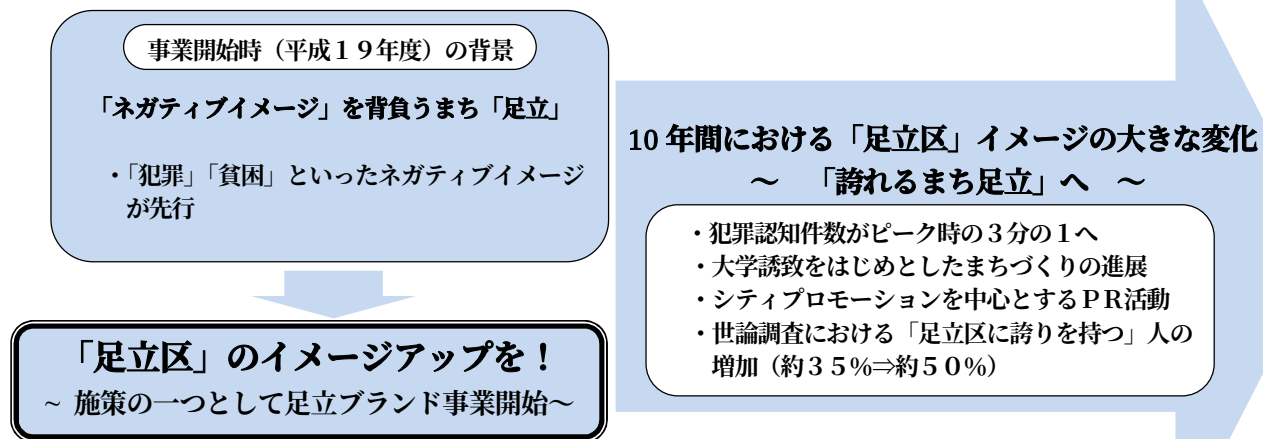
(4) 見本市の出展結果

	機械要素技術展 平成 30 年 6 月 20 日 ～6 月 22 日 場所：東京ビッグサイト	国際雑貨 EXPO 平成 30 年 7 月 4 日 ～7 月 6 日 場所：東京ビッグサイト	国際雑貨 EXPO 令和元年 6 月 26 日 ～6 月 28 日 場所：東京ビッグサイト
出展企業数	1 6 社	2 3 社	1 5 社
会場で確保した名刺の数	7 2 6 枚	9 2 5 枚	1, 0 8 7 枚
会場での商品説明人数	8 2 1 人	1, 4 9 0 人	1, 8 8 0 人
その後の問い合わせ件数	6 1 件	1 1 4 件	1 2 5 件
売約済み件数	5 件	2 0 件	1 6 件
売約済み金額	1 8 万円	1 2 1 万円	1 7 1 万円
今後の商談可能性件数	5 2 件	9 4 件	9 2 件
今後の商談可能金額	6 6 0 万円	2, 3 8 5 万円	2, 0 5 0 万円
1 社平均・商談可能性件数	3. 3 件	4. 1 件	6. 1 件
1 社平均・商談可能金額	4 1. 3 万円	1 0 3. 7 万円	1 3 6. 7 万円

【足立ブランド開始時からこれまでの事業状況】



【足立区イメージアップ戦略について】



次の10年は・・・
更なる魅力を感じる
「選ばれるまち」足立へ！

令和元年度 第二回 足立区経済活性化会議

【情報連絡】

足立区経済活性化会議 情報連絡資料

令和2年2月5日

件 名	令和元年度の観光イベント開催結果及び令和2年度観光イベント事業の日程について
所管部課	産業経済部 産業振興課（一般財団法人足立区観光交流協会）
内 容	令和元年度7月以降に区及び観光交流協会が主催したイベントの開催結果及び、次年度の日程について情報提供する。 1 第41回足立の花火 (1) 開催概要 ア 主催 一般財団法人足立区観光交流協会、足立区 イ 日時 令和元年7月20日（土）午後7時30分～8時30分 ウ 会場 荒川河川敷（東京メトロ千代田線鉄橋～西新井橋間） エ 打上発数 13,000発 オ 天候 曇 最高気温29℃ (2) 開催結果 ア プログラム ① 花火のスタートでは、NINJAがアクロバティックなパフォーマンスを行いながら登場する演出を実施 ② 昨年好評であった「Wナイアガラ」を実施 ③ 4号玉では珍しい「変化牡丹」花火の打上 ④ 第4幕では、エイベックス企画の「HANABI de Live」レーザー演出と花火の共演を実施 ⑤ 足立の花火定番になった音楽にあわせて「ヒカルモノ」を振り花火を盛り上げた。 イ 観客動員数 670,000人（前年実績700,000人） ウ 有料席チケット販売 ① 販売枚数 3,568枚（計5,205人分の席）完売 ※ 昨年度 1,942枚（計2,742人分の席）完売 ② 販売方法及び期間等 「チケットぴあ」で6月22日より販売。7月4日で完売した。 2 あだち区民まつり「A-Festa 2019」【中止】 (1) 開催予定日時 令和元年10月12日（土）午前10時40分～午後4時 13日（日）午前10時～午後4時 (2) 中止決定日・理由 ① 決定日：令和元年10月8日（火） ② 理 由：同日開催の水防準備本部にて、CEMI（NPO法人環境防災総合政策研究機構）より台風19号による荒天が予想されたため来場者の安全を最優先し中止した。

3 光の祭典2019

(1) 開催期間及び点灯時間

ア 期間

令和元年11月30日(土)から12月25日(水)まで

※ 竹ノ塚駅から元漕江公園までの街路樹は令和2年1月13日(月・祝)まで

イ 点灯時間

午後5時から午後9時まで

※ 竹ノ塚駅から元漕江公園までの街路樹は午後10時まで

(2) 会場

ア 元漕江公園(足立区保木間二丁目17番1号)

イ 東武スカイツリーライン竹ノ塚駅周辺

ウ 上記ア、イの2会場を繋ぐ1.2kmの街路樹

(3) 来場者数(元漕江公園会場)

ア 総来場者数

252,000人 (9,692人/日 26日間 開催)

前年度248,000人(9,920人/日 25日間 開催)

イ イベント日 ()内は前年度の実績

	11月30日(土) 晴/12℃(晴)	12月1日(日) 晴/12℃(晴)	合 計
ステージ・ 物産展・ 点灯式	<u>41,000人</u> (39,500人)	<u>28,000人</u> (28,000人)	<u>69,000人</u> (67,500人)

(4) 今年度の特色

ア メイン会場の元漕江公園では、五大陸に生息する動物たちをモチーフとしたオブジェを設置した。

イ 竹ノ塚駅前からの街路樹は、今年度は両側の街路樹の枝を人気のシャンパンゴールドで電飾した。

ウ 毎年好評を得ている8本ツリーとビームライトの演出も継続して実施した。

4 令和2年度観光イベント事業の日程について

(1) 日暮里・舎人ライナーとともに12年舎人公園千本桜まつり・あだち花紀行花めぐりバス

ア 開催予定日

令和2年4月4日(土)・5日(日)

イ 会場

舎人公園千本桜まつり：都立舎人公園

花めぐりバス：区内3コース

(2) 第42回足立の花火

ア 開催予定日

	令和2年5月30日（土） イ 会場 荒川河川敷（西新井橋～東京メトロ千代田線鉄橋間） （3）しょうぶまつり&世界の食広場 ア 開催予定日 令和2年6月6日（土）・7日（日） イ 会場 しょうぶ沼公園～都立東綾瀬公園 （4）あだち区民まつり「A-Festa 2020」 ア 開催予定日 令和2年10月10日（土）・11日（日） イ 会場 荒川河川敷「虹の広場」 （5）光の祭典2020 ア 開催予定期間 令和2年12月5日（土）～25日（金） ※ 竹ノ塚駅前からの街路樹は令和3年1月11日（月・祝）まで イ 会場 ① 元渕江公園 ② 東武スカイツリーライン竹ノ塚駅東口 ③ 上記①・②の2会場を繋ぐ1.2 kmの街路樹