

# 令和4年度 第一回 足立区経済活性化会議

## 次 第

令和4年6月27日（月）13:30～  
Cisco Webex Meetings による Web 会議

### 1 報告事項

- (1) 経済活性化会議の意見検討結果及び地域経済活性化基本計画の改定時期について
- (2) 経済活性化会議中間見直し専門部会における各委員の主な発言と対応方針

### 2 審議事項

- (1) 地域経済活性化基本計画の柱立てと施策の方向性（案）
- (2) 地域経済活性化基本計画の指標設定（案）

### 資料

- |   |                    |     |
|---|--------------------|-----|
| 1 | 専門部会委員名簿           | 資料1 |
| 2 | 報告事項資料             | 資料2 |
| 3 | 審議事項資料             | 資料3 |
| 4 | 「足立区地域経済活性化基本計画」冊子 |     |

## 足立区経済活性化会議 委員名簿

(区分・五十音順)

委員任期:令和2年12月17日～令和4年12月16日

No.	区分	団体等	肩書	氏名
1	学識経験者	流通経済大学	経済学部 教授	池村 恵一
2		文教大学	経営学部 教授	鈴木 誠
3	事業者	株式会社リ・パブリック	共同代表	市川 文子
4		株式会社しまや出版	代表取締役	小早川 真樹
5		足立荒川職業協会	会長	鈴木 又右衛門
6		足立区工業会連合会	会長	瀬田 章弘
7		TOKYO町工場HUB	代表・プロデューサー	古川 拓
8		株式会社安心堂	代表取締役	丸山 有子
9		足立区しんきん協議会	代表世話人	森田 善信
10		足立区商店街振興組合連合会	後任の選出を打診中	
11		一般社団法人 西新井青色申告会	相談役	大和 猛
12	区 民	足立区消費者友の会	会長	瀧野 静江

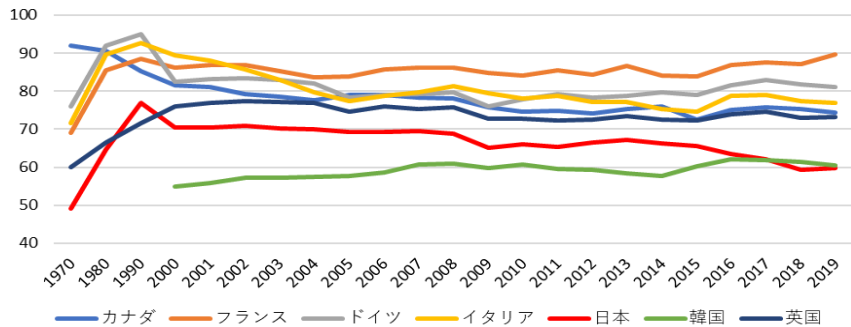
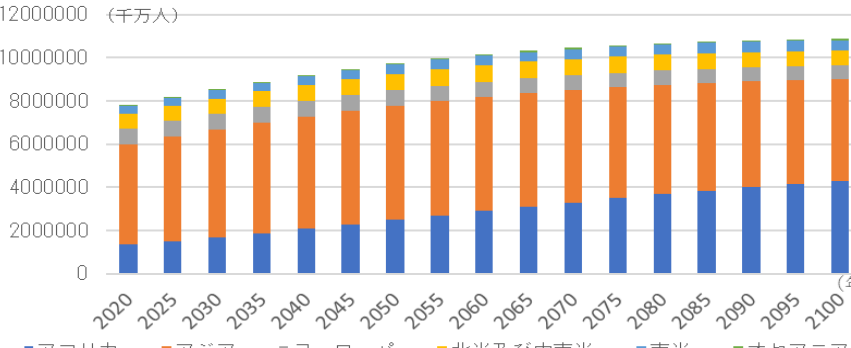
令和 4 年度 第一回 足立区経済活性化会議

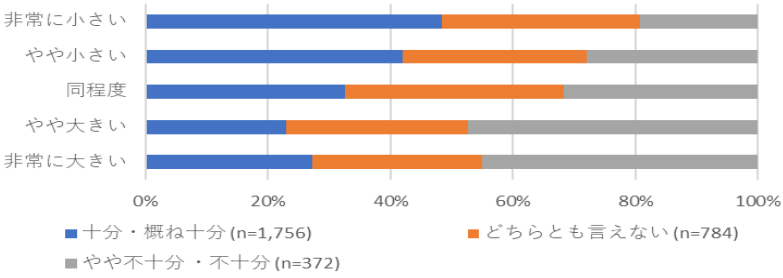
**【報告事項】**

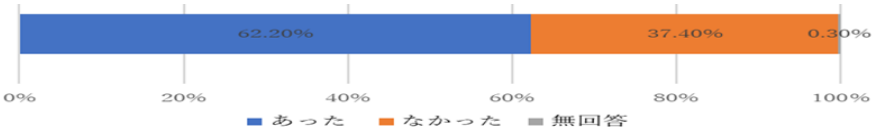
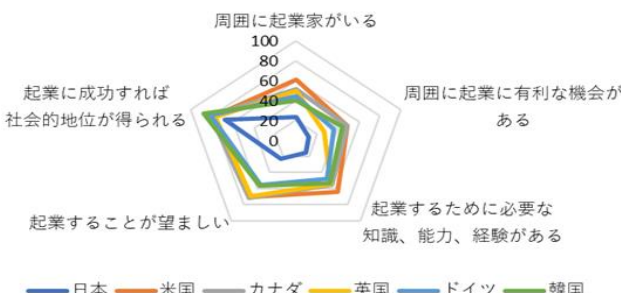
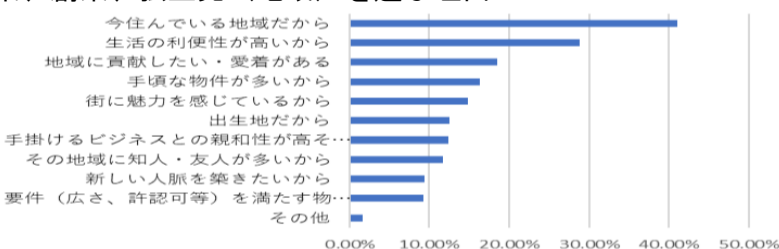
## 経済活性化会議報告資料

令和4年6月27日

件名	経済活性化会議の意見検討結果及び地域経済活性化基本計画の改定時期について												
所管部課	産業経済部 産業政策課												
内容	<p>経済活性化会議でいただいたご意見の検討結果及び地域経済活性化基本計画改定時期について報告する。</p> <p><b>1 経済活性化会議での意見反映結果について</b></p> <p>(1) 前回の会議開催概要</p> <p>ア 日時 令和4年1月24日(木) 15時30分～</p> <p>イ 開催方法 オンライン</p> <p>ウ 議題</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地域経済活性化基本計画の中間見直し部会部会員選任について</li> <li>・ 地域経済活性化基本計画のアンケート調査結果及び中間見直しについて</li> <li>・ 産業経済部の新規事業及び今後の展開について</li> </ul> <p>(2) アンケート調査結果に対していただいた意見の地域経済活性化計画中間見直し内容への反映について【別紙1、2参照】</p> <p>昨年度に区が行ったアンケート調査結果を踏まえ、現行計画に記載の「区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況」に関して、委員からご意見をいただいた点について、別紙1及び別紙2のとおり検討結果を報告する。</p> <p><b>2 地域経済活性化基本計画中間見直しスケジュール</b></p> <p>(1) 中間見直しスケジュール(予定)</p> <table border="1" data-bbox="379 1332 1444 1792"> <tr> <td>令和4年5月23日</td> <td>中間見直し専門部会開催(柱と施策体系の検討)</td> </tr> <tr> <td>令和4年6月27日</td> <td>全体会開催(柱と施策体系、指標の検討)</td> </tr> <tr> <td>令和4年8月下旬 ～9月上旬</td> <td>全体会開催(全体計画案の検討)</td> </tr> <tr> <td>令和4年9～10月</td> <td>パブリックコメント実施</td> </tr> <tr> <td>令和4年11月下旬</td> <td>全体会開催(計画答申)</td> </tr> <tr> <td>令和5年1月</td> <td>完成報告</td> </tr> </table>	令和4年5月23日	中間見直し専門部会開催(柱と施策体系の検討)	令和4年6月27日	全体会開催(柱と施策体系、指標の検討)	令和4年8月下旬 ～9月上旬	全体会開催(全体計画案の検討)	令和4年9～10月	パブリックコメント実施	令和4年11月下旬	全体会開催(計画答申)	令和5年1月	完成報告
令和4年5月23日	中間見直し専門部会開催(柱と施策体系の検討)												
令和4年6月27日	全体会開催(柱と施策体系、指標の検討)												
令和4年8月下旬 ～9月上旬	全体会開催(全体計画案の検討)												
令和4年9～10月	パブリックコメント実施												
令和4年11月下旬	全体会開催(計画答申)												
令和5年1月	完成報告												
問題点 今後の方針	経済活性化会議の中間見直し専門部会及び全体会での意見も踏まえ、地域経済活性化基本計画中間見直し案を作成していく。												

項目	課題	委員からの主な意見																								
<p>【1】 人口の動向 労働生産性の比較</p>	<p>■人口減少、労働生産性の低下は日本の経済力低下につながり、国内市場は縮小していく可能性が高い</p>	<p>◆ 課題設定自体について、人口減少と経済低迷、GDPなど価値の減少との関係性は明確ではないため、課題設定の見直しが必要である。</p> <p>➔ 設定する課題を変更する</p>																								
	<p>■世界の人口は増加し、労働生産性も上昇しているため、国際比較で、日本の競争力低下が顕著となっていく可能性が高い</p> <p>課題の根拠となる統計 米国と比較した主要国の就業者1人当たり労働生産性 (米国の労働生産性を100とした場合の指数)</p>  <p>公益財団法人日本生産性本部 労働生産性の国際比較より</p> <p>課題の根拠となる統計 世界の人口推計</p>  <p>国連 World Population Prospects 2019より</p>	<p>◆ 労働生産性の国際比較は、為替の影響等も受けるため取扱いに注意が必要である</p> <p>➔ 本統計は計画に採用しない</p> <p>◆ 世界人口の動向はとても大きな事象であり、区内経済との有意な関連性を見出すことは難しく、参照に値しない</p> <p>➔ 本統計は計画に採用しない</p>																								
<p>【2】 景況と 雇用情勢</p>	<p>■ 売上の回復、向上に苦心する事業者が多い</p> <p>■ 依然として人手不足が多く事業者の課題となっている</p> <p>課題の根拠となる統計 収入（8万円／月以上）を伴う仕事をしたいと思う年齢の上限</p> <table border="1" data-bbox="311 1747 1165 1993"> <thead> <tr> <th></th> <th>総数</th> <th>ぐら 5 さい まで</th> <th>ぐら 6 さい まで</th> <th>ぐら 7 さい まで</th> <th>つ働 ま け る で も な ら い</th> <th>歳 6 未 満 か 6 0</th> <th>無 回 答</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>回答者数</td> <td>887</td> <td>171</td> <td>123</td> <td>44</td> <td>335</td> <td>168</td> <td>46</td> </tr> <tr> <td></td> <td>100.0%</td> <td>19.3%</td> <td>13.9%</td> <td>5.0%</td> <td>37.8%</td> <td>18.9%</td> <td>5.2%</td> </tr> </tbody> </table> <p>足立区消費・就労に関する意識調査より</p>		総数	ぐら 5 さい まで	ぐら 6 さい まで	ぐら 7 さい まで	つ働 ま け る で も な ら い	歳 6 未 満 か 6 0	無 回 答	回答者数	887	171	123	44	335	168	46		100.0%	19.3%	13.9%	5.0%	37.8%	18.9%	5.2%	<p>◆ 高スキル高齢者を活用しようとする場合、就労意欲は年金受給開始年齢との関係性が深いと考えられるため、人手不足解消の一手とするのであれば、そうした事も踏まえた制度設計が必要</p> <p>➔ 今後検討していく</p>
	総数	ぐら 5 さい まで	ぐら 6 さい まで	ぐら 7 さい まで	つ働 ま け る で も な ら い	歳 6 未 満 か 6 0	無 回 答																			
回答者数	887	171	123	44	335	168	46																			
	100.0%	19.3%	13.9%	5.0%	37.8%	18.9%	5.2%																			

項目	課題	委員からの主な意見																																																	
<p>【3】事業環境の変化への対応</p>	<p>■ 今後も断続的に起こる事業環境の大きな変化に、対応していく力が重要である</p> <p>課題の根拠となる統計 新型コロナウイルス感染拡大を契機とした、事業の見直しの必要性</p>  <p>全産業（3,124社）</p> <p>0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%</p> <p>■ 大幅な見直しが必要 ■ 一部見直しが必要 ■ 大きな見直しは必要ない</p> <p>企業行動に関する意識調査結果（中堅企業）2021年6月 日本政策金融公庫より作成</p> <p>課題の根拠となる統計 感染症流行前における経営計画の見直し状況別に見た同業他社と比べた感染症の影響</p>  <p>非常に小さい やや小さい 同程度 やや大きい 非常に大きい</p> <p>0% 20% 40% 60% 80% 100%</p> <p>■ 十分・概ね十分 (n=1,756) ■ どちらとも言えない (n=784) ■ やや不十分・不十分 (n=372)</p> <p>(株) 東京商エリサーチ「中小企業の財務・経営及び事業承継に関するアンケート調査」より</p>	<p>◆ 事業の組み換えや承継など、事業者にとって不可欠な取り組みが重要なのであって、事業計画をただ見直しただけでは、感染症の影響を軽減できるわけではない</p> <p>➡ この統計の計画への掲載を再検討する</p>																																																	
<p>【4】技術の進展と活用状況</p>	<p>■ 中小企業のインターネット活用は十分ではなく、課題意識の有無も大きく二分している</p> <p>課題の根拠となる統計 区内事業者のインターネット活用状況</p> <table border="1" data-bbox="304 1352 1193 1608"> <thead> <tr> <th></th> <th>回答者数</th> <th>活用している</th> <th>今後予定活用する</th> <th>活用できない/できていない</th> <th>活用する必要がある</th> <th>無回答</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>総数</td> <td>870</td> <td>336</td> <td>25</td> <td>105</td> <td>319</td> <td>85</td> </tr> <tr> <td></td> <td>100.0%</td> <td>38.6%</td> <td>2.9%</td> <td>12.1%</td> <td>36.7%</td> <td>9.8%</td> </tr> <tr> <td>小規模事業者</td> <td>453</td> <td>122</td> <td>10</td> <td>52</td> <td>204</td> <td>65</td> </tr> <tr> <td></td> <td>100.0%</td> <td>26.9%</td> <td>2.2%</td> <td>11.5%</td> <td>45.0%</td> <td>14.3%</td> </tr> <tr> <td>中規模以上事業者</td> <td>417</td> <td>214</td> <td>15</td> <td>53</td> <td>115</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td></td> <td>100.0%</td> <td>51.3%</td> <td>3.6%</td> <td>12.7%</td> <td>27.6%</td> <td>4.8%</td> </tr> </tbody> </table> <p>足立区産業実態等アンケート調査より</p>		回答者数	活用している	今後予定活用する	活用できない/できていない	活用する必要がある	無回答	総数	870	336	25	105	319	85		100.0%	38.6%	2.9%	12.1%	36.7%	9.8%	小規模事業者	453	122	10	52	204	65		100.0%	26.9%	2.2%	11.5%	45.0%	14.3%	中規模以上事業者	417	214	15	53	115	20		100.0%	51.3%	3.6%	12.7%	27.6%	4.8%	<p>◆ 業種業態により、必ずしもインターネットの活用が必要でない事業者もいるためアンケート調査の細かい分析が必要なのではないか</p> <p>◆ インターネット活用の意識の低さを、経営者の年代や業種別等で丹念に分析していくことが重要である</p> <p>➡ 業種、経営者の年代等を加味した統計の追加を検討する</p>
	回答者数	活用している	今後予定活用する	活用できない/できていない	活用する必要がある	無回答																																													
総数	870	336	25	105	319	85																																													
	100.0%	38.6%	2.9%	12.1%	36.7%	9.8%																																													
小規模事業者	453	122	10	52	204	65																																													
	100.0%	26.9%	2.2%	11.5%	45.0%	14.3%																																													
中規模以上事業者	417	214	15	53	115	20																																													
	100.0%	51.3%	3.6%	12.7%	27.6%	4.8%																																													

項目	課題	委員からの主な意見																															
<p>【5】消費動向</p>	<p>■ インターネットを介した消費は今後も拡大していくため、事業者はそのことを踏まえた対応が求められる</p> <p>課題の根拠となる統計 インターネットショッピング利用有無（2021年6月時点）</p>  <p style="text-align: right;">足立区消費・就労に関する意識調査より</p>	<p>◆ 区民の4割が利用していないと答えている。事業者も区民も、70歳代がインターネット活用に消極的な事が推測されるため、年代別の分析が必要</p> <p>➔ 年代等を加味した統計の追加を検討する</p>																															
	<p>■ キャッシュレス決済の利用率は高まっていく可能性が高いが、事業者側の対応が遅れている</p> <p>課題の根拠となる統計 キャッシュレス決済の利用経験</p> <table border="1" data-bbox="311 817 1189 952"> <thead> <tr> <th></th> <th>全体</th> <th>20歳代以下</th> <th>30歳代</th> <th>40歳代</th> <th>50歳代</th> <th>60歳代</th> <th>70歳以上</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>回答者数</td> <td>887</td> <td>165</td> <td>123</td> <td>161</td> <td>165</td> <td>145</td> <td>128</td> </tr> <tr> <td>ある</td> <td>762 85.9%</td> <td>153 92.7%</td> <td>115 93.5%</td> <td>151 93.8%</td> <td>152 92.1%</td> <td>125 86.2%</td> <td>66 51.6%</td> </tr> <tr> <td>ない</td> <td>123 13.9%</td> <td>12 7.3%</td> <td>8 6.5%</td> <td>10 6.2%</td> <td>13 7.9%</td> <td>20 13.8%</td> <td>60 46.9%</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: right;">足立区消費・就労に関する意識調査より</p>		全体	20歳代以下	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	回答者数	887	165	123	161	165	145	128	ある	762 85.9%	153 92.7%	115 93.5%	151 93.8%	152 92.1%	125 86.2%	66 51.6%	ない	123 13.9%	12 7.3%	8 6.5%	10 6.2%	13 7.9%	20 13.8%	60 46.9%
	全体	20歳代以下	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上																										
回答者数	887	165	123	161	165	145	128																										
ある	762 85.9%	153 92.7%	115 93.5%	151 93.8%	152 92.1%	125 86.2%	66 51.6%																										
ない	123 13.9%	12 7.3%	8 6.5%	10 6.2%	13 7.9%	20 13.8%	60 46.9%																										
<p>【6】起業・創業の現状</p>	<p>■ 新たなビジネスの登場は、経済の活力となり、今後も起業者を増やしていくことは重要である</p> <p>課題の根拠となる統計 起業意識の国際比較</p>  <p>みずほ情報総研株式会社「平成30年創業・起業支援事業（起業家精神に関する調査）」より</p> <p>課題の根拠となる統計 起業、創業、独立先（地域）を選ぶ理由</p>  <p style="text-align: right;">足立区 起業・創業に対する意識WEB調査より</p>	<p>◆ 国際比較で、日本の創業に関する動きが見劣りするの事実であり、特に創業を支援する場の不足が問題となっている</p> <p>➔ 今後検討していく</p> <p>◆ 創業の地として足立区が選ばれる理由、選ばれない理由を丁寧にみていく必要がある</p> <p>➔ 今後検討していく</p>																															

地域経済活性化計画 中間見直し 原稿案（第 1 章）

<暫定版>



1 活性化計画の目的 / 2 計画の位置付け / 3 計画期間

## 第 1 章 活性化計画とは

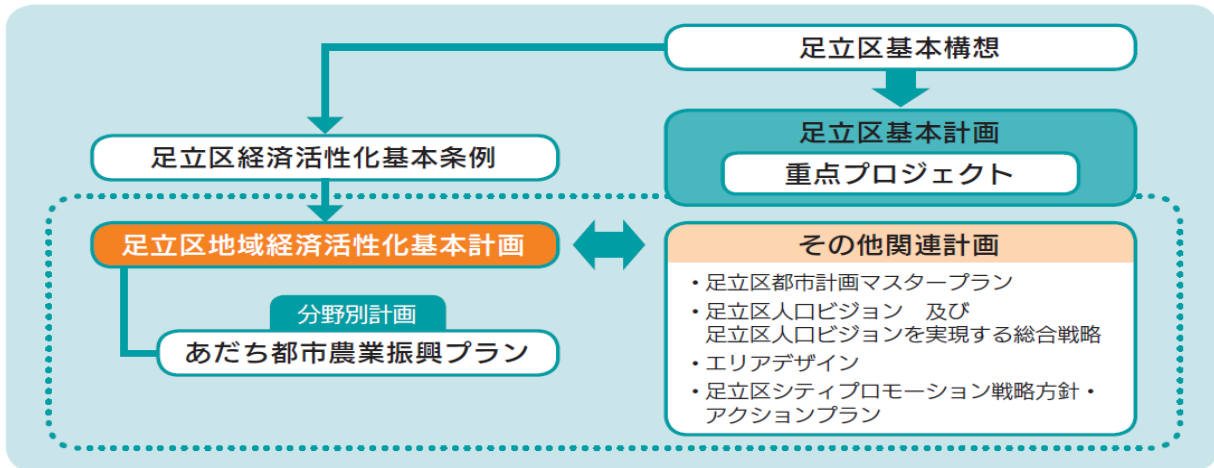
### 1 活性化計画の目的

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 計画の位置付け

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、令和 3 年 3 月改訂）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）。

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年間となっています（図表 2）。本来は、計画の折り返しである2021年度（令和3年度）中に計画内容の見直しを予定していましたが、社会情勢に甚大な影響を与えた新型コロナウイルス感染症が長期化し、区内産業実態等アンケート調査の結果を踏まえた課題設定の見直しが必要となったため、2022年度（令和4年度）に見直しを行いました。

図表 2：計画期間

年度	2017 平成 29	2018 平成 30	2019 令和 1	2020 令和 2	2021 令和 3	2022 令和 4	2023 令和 5	2024 令和 6	2025 令和 7	2026 令和 8
足立区基本構想	30年後を見据えて策定									
足立区基本計画	←				中間見直し	→				←
足立区地域経済活性化基本計画	→		←			中間見直し	→			←

## 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踏まえ、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ています（図表 3）。

図表 3：活性化計画の目指すべき姿

## 足立区基本構想の目指す将来像

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



## 地域経済活性化の視点から目指すべき姿

人・企業を支え 仕事・まちを育てる ～つながりで活力を生む～

足立区の強みとして、高い技術を持つ製造事業者や加工事業者が集まり、ものづくりの現場と製品を使用する生活者が近いこと、人情味のある下町気質が残り、人と人との距離が近いことがあげられます。こうした区の強みを活かし、業種を超えた多様な主体をつなぎ、協創とイノベーションを促進することで区内事業者を支え、区内経済の活性化を目指します。

具体的には、販路拡大や先進技術の導入等に取り組む意欲的な事業者の支援、アウトリーチや伴奏型支援による事業者の経営基盤・経営意欲の向上促進に注力していくほか、企業と求職者の人材マッチングや創業者支援の推進、事業者・消費者双方のデジタル決済対応支援や情報発信等によるまちの魅力づくりを実施していきます。

## 1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況

### 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

2022年3月現在の日本経済は、新型コロナウイルス感染症の影響を受け、企業収益や雇用環境など厳しい状況が続いています。個人消費は持ち直しに足踏みがみられ、変異を繰り返す感染症の影響が、原材料価格の高騰、商品、材料等の国際的な物流の滞り等の形で表れています。不安定な世界情勢の影響も含めて、今後注視していく必要があります。

都内経済は、個人消費、産業活動、雇用情勢等、感染症の影響の影響がみられるものの、緩やかに持ち直しています。←東京都の経済情勢報告より（必要に応じて、最新の表現へ変更）

このような状況の下、区は今後とも、小規模事業者が約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7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) 人口の動向と雇用情勢
- (2) 景況
- (3) 事業環境の変化への対応
- (4) 技術の進展と活用状況
- (5) 起業・創業の現状
- (6) 消費動向
- (7) 観光需要の動向

なお、現況の整理は、2021年（令和3年）7月に実施したアンケート調査や各種統計データ等の分析結果をもとに行いました（図表4）。

図表 4 : 中間見直しに際し独自に実施した調査・分析

起業・創業に対する意識 WEB 調査	<p>【調査地域】 足立区及び足立区周辺の指定 9 市区（足立区、葛飾区、越谷市、草加市、柏市、流山市、松戸市、八潮市、三郷市、吉川市）に居住する 20 歳～69 歳</p> <p>【調査対象】 下記①～③の対象条件のいずれかを満たす人 ①「最近 10 年以内に自身で起業（創業・独立）の経験がある」 ②「今後 10 年以内に自身で起業（創業・独立）の計画・意向がある」 ③「自分の起業（創業・独立）について興味・関心がある」</p> <p>【調査対象者の抽出】 大手 WEB 調査機関が保有しているインターネット調査モニターの中から、スクリーニング調査により、条件該当者 &amp; 有効回答者を抽出</p> <p>【スクリーニング調査配信数】 約 86,000 サンプル（調査地域の 20～69 歳の全数配信）</p> <p>【回収目標標本概数】 1,000 サンプル + <math>\alpha</math></p> <p>【有効回収数】 1,201 件</p>
足立区産業実態等アンケート調査①	従業員 4 人以下の区内事業者 1,500 サンプル (453 件 30.2%)
足立区産業実態等アンケート調査②	従業員 5 人以上の区内事業者 1,500 サンプル (417 件 27.8%)
消費・就労に関する意識調査	足立区に居住する 18 歳以上の男女個人 2,000 サンプル (887 人 44.4%)
各種統計データ等の収集、分析	国勢調査、経済センサス等、中小企業白書等

1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況

(1) 人口動向と雇用情勢

日本の人口は、2008年(平成20年)をピークに減少しており、人口減少スピードは早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29年推計、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9,284万人にまで減少すると推計されています。

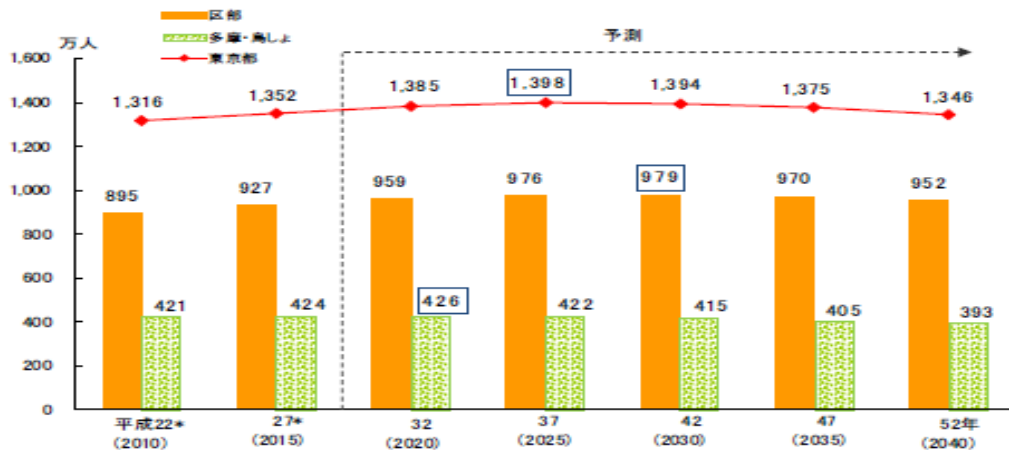
図表5：国の人口推移と今後の予測



出典：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)」より

東京都の総人口は、今後もしばらく増加を続け、2025年(令和7年)に1,398万人でピークを迎えたのち、減少に転じて2040年には1,346万人となる見込みです。

図表6：東京都の総人口の推移(推計)

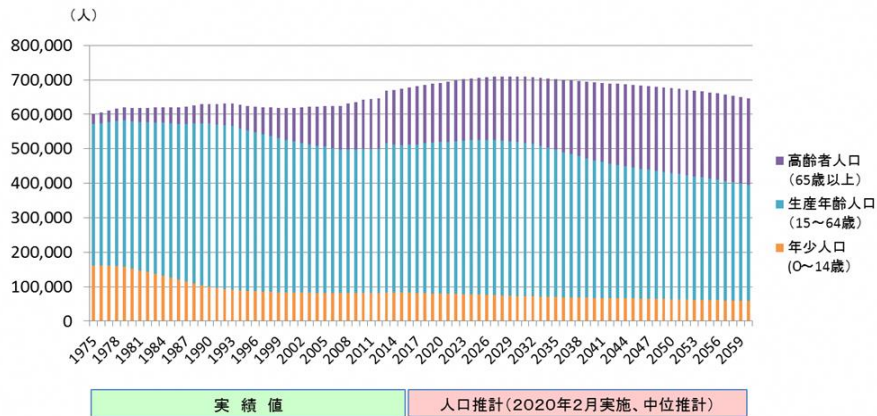


出典：東京都 東京都区市町村別人口の予測(平成29年)より

足立区の人口については、2020年(令和2年)2月に実施した人口推計(中位推計)によれば、人口は今後もしばらく増加を続け、2030年前後に71万人を超えるものの、2030年以降は減少に転じ、2060年には約64.6万人になると予測しています。また、15歳から64歳の生産年齢人口は、今後更に減少していくと見込まれることから、就業者の確保や納税者の減少が課題になると考えられます。

1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現状

図表 7 足立区の人口の推移と今後の予測

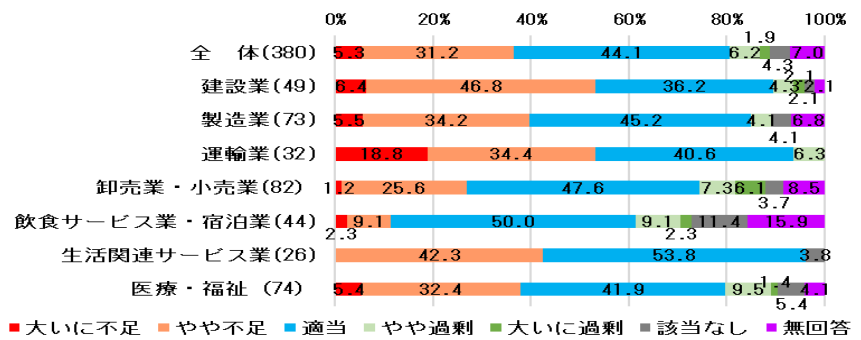


※令和 4 年 1 月 1 日現在、住民基本台帳に基づく人口は令和 2 年 2 月に実施の人口推計（中位推計）を約 9,000 人下回っているものの、今後の人口推移傾向を示すため推計の数値をそのまま使用している。

出典：足立区人口ビジョン改訂版第二期総合戦略（令和 3 年 3 月）より

区内事業者の人材の状況は、業種によって大きく異なっているものの、全国的な傾向と同様に、運輸業、建設業を中心に不足感が強くなっています。

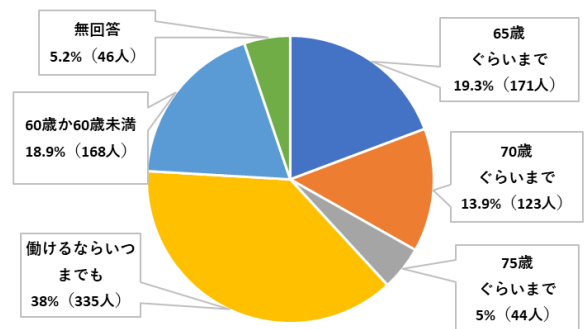
図表 8 2021年現在の人材の状況 正社員



出典：足立区産業実態等アンケート調査より

図表 9 収入（8万円／月以上）を伴う仕事をしたいと思う年齢の上限

一方、働き手となりえる区民に対し、収入を伴う仕事をしたいと思う年齢の上限を聞いたところ、「働けるならいつまでも」との回答が最多となっており、65歳を超えても働きたいと考える人が全体の半分以上となっています。



出典：足立区消費・就労に関する意識調査より

【課題 1】 生産年齢人口の減少が進む中、求職者の希望職種と人手が不足している業種とのミスマッチにより、一部業種では人材確保が大きな課題となっている。

本計画の最終年度である 2025 年度までの課題

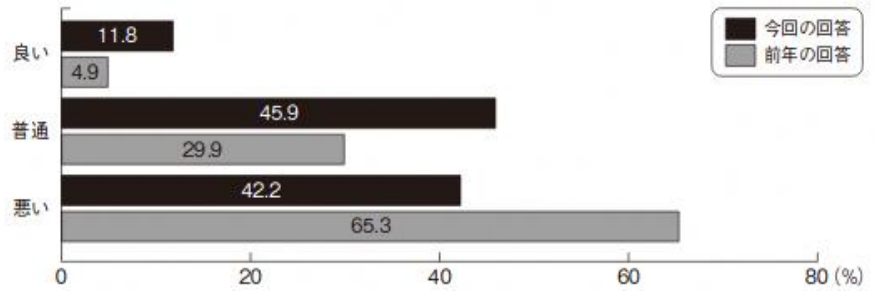
人手不足の解消を画一的な取り組みで解消することは難しいため、就労意欲が旺盛な高齢人材の活用、業務効率化等、課題を有する事業者に応じた支援を行っていく必要がある。

1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況

(2) 景況

東京商工リサーチが都内東部地域（江東、足立、葛飾、江戸川）の中小企業を対象に行った景況調査によると、翌年の業況見通しは、2021年12月時点で新型コロナウイルス感染者数が落ち着いていたこともあり、2020年12月時点の同様の回答よりも、明るい見通しを示す事業者が多くなっています。

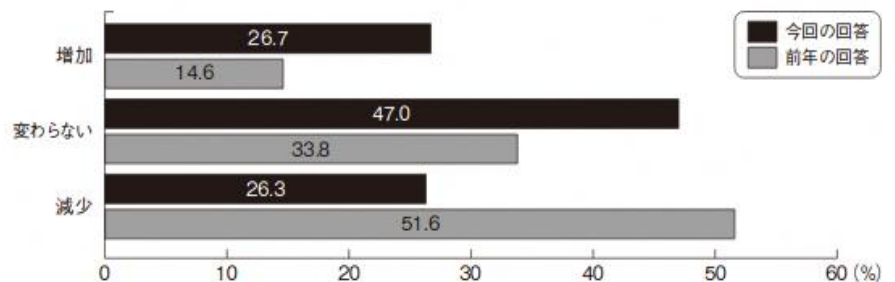
図表 10 2022年の自社の業況見通し



出典：東京商工リサーチ 中小企業景況調査  
(2021年10~12月期)より

また、同調査における中小事業者の売上額伸び率見通しは、2020年12月時点よりも、「増加」との回答が増えているものの、「変わらない」との回答が約半数を占めている。

図表 11 2022年の自社の売上額伸び率見通し

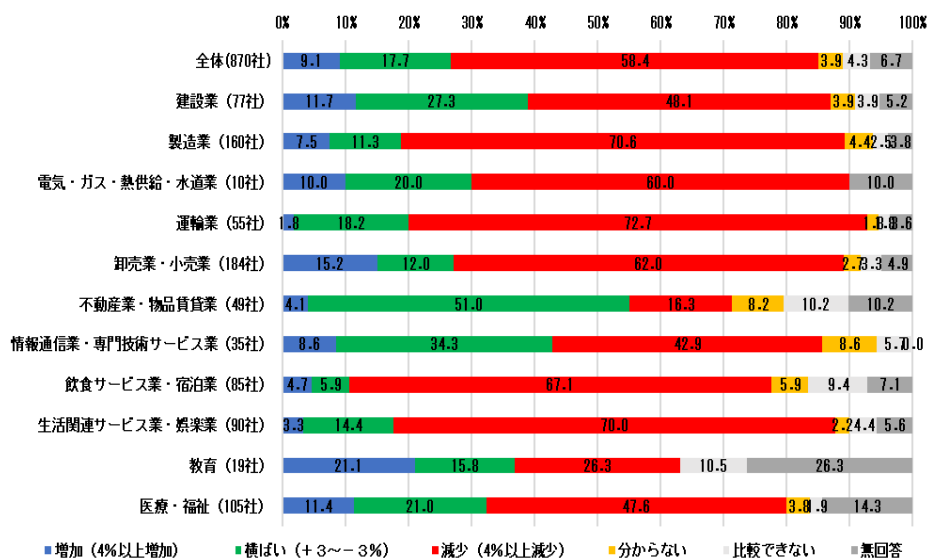


出典：東京商工リサーチ 中小企業景況調査  
(2021年10~12月期)より

一方、区内事業者に対して、感染症拡大の影響がなかった2019年と、感染症の影響が大きかった2020年の売上高の増減を尋ねたところ、半数以上の事業者が減少したと回答しています。

調査時期、調査対象が異なるものの、図表11と図表12から、感染症の影響を受けて2020年度の売上が減少した事業者が多く、2021年

図表 12 2020年の年間売上高の対前年増減比較



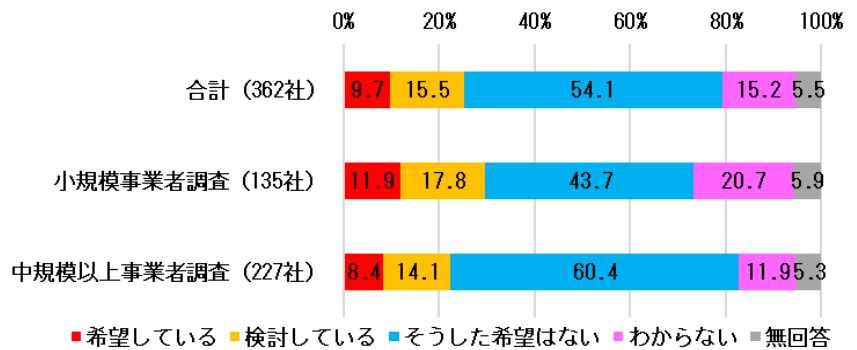
出典：足立区産業実態等アンケート調査より

1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況

の売上や2022年以降の売上の回復、増加について苦心している事業者が多いことが伺えます。

図表 1 3 新型コロナウイルスの影響を受けて調達した資金に関する返済期間や返済方法等の変更希望の有無

また、新型コロナウイルスの影響を受けて融資を受けた区内事業者のうち、その融資の返済期間や返済方法に変更の意向がある事業者が約25%程度となっています。

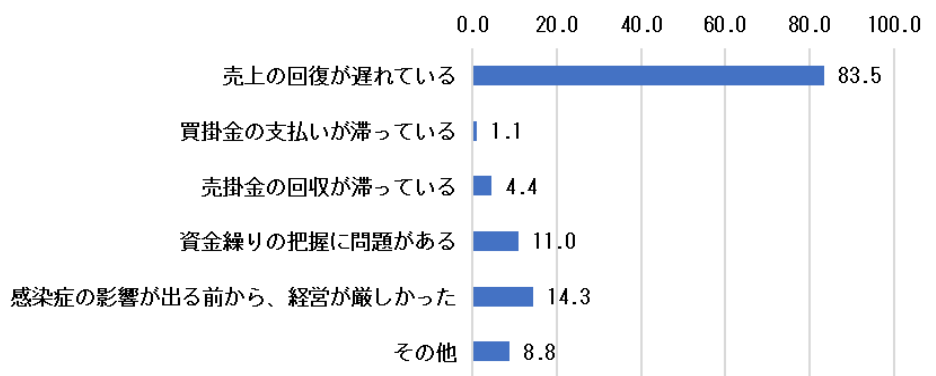


出典：足立区産業実態等アンケート調査より

図表 1 4 調達した資金の返済期間や返済方法等の変更希望理由

上記の理由としては、売上げの回復が遅れていることをあげる事業者が多くなっています。

感染症の拡大以降、各種融資や補助金等が実施されてきましたが、あくまで一時的な支援であり、真に資金繰りを改善するためにも、売上自体の向上、回復を図る取り組みの重要性が増してきています。



出典：足立区産業実態等アンケート調査より

【課題 2】 売上の回復、増加に苦心する事業者が多い。

本計画の最終年度である2025年度までの課題

売上の回復、増加につながる企業の取り組みを支援し、成功例を示していくことで、新たな取り組みに挑戦する意欲をもった事業者を増やしていくことが重要である。



1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況

(3) 事業環境の変化への対応

近年、自然災害や感染症の世界的な蔓延等、事業環境に大きな影響を与える事象がたびたび起こっており、対策が可能なものから、予測不可能な事象まで、今後も様々な転機を迎えることが予想されます。

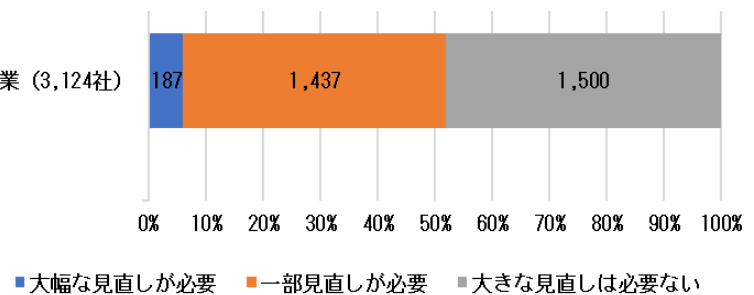
図表 15 近年の様々な出来事

年（西暦）	経済に影響を及ぼした出来事
2008年	リーマンショック
2009年	新型インフルエンザ感染拡大
2011年	東日本大震災
2016年	熊本地震
2019年	台風19号
2020年	新型コロナウイルス感染拡大開始

新型コロナウイルス感染症拡大の影響が長期化していることもあり、刻々と変化する事業環境に合わせ、事業内容や職場環境を見直す必要性を感じる事業者も多くなっています。

全産業 (3,124社)

図表 16 新型コロナウイルス感染拡大を契機とした事業の見直しの必要性

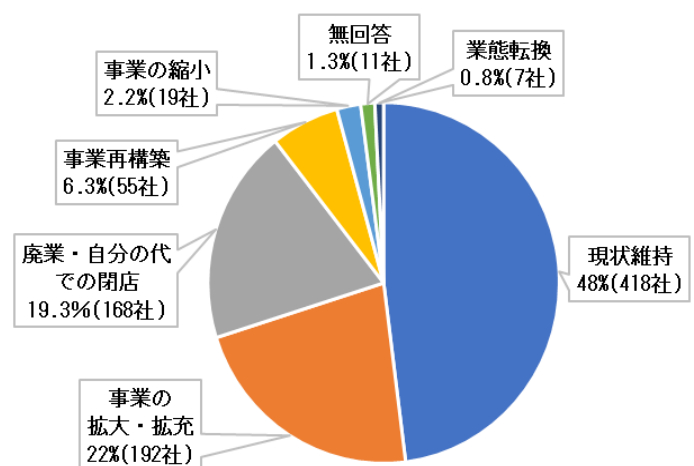


出典：企業行動に関する意識調査結果（中堅企業）  
2021年6月 日本政策金融公庫より

こうした状況の中、区内事業者に対して、中長期的な経営方針をたずねたところ、約半数が「現状維持」と回答しており、「事業の拡大・拡充」と回答した事業者を大きく上回っています。

また、「廃業・自分の代での閉店」との回答も19%に達しており、消極的な経営方針が目立つ結果となっています。

図表 17 中長期的な経営方針

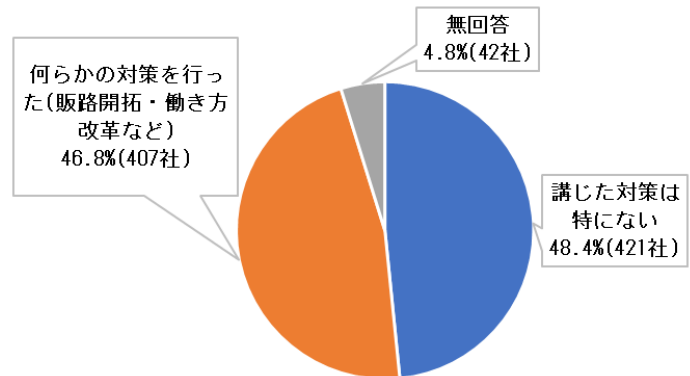


出典：足立区産業実態等アンケート調査より

1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況

図表 18 新型コロナウイルスの感染拡大や売上減少に対して、講じた対策

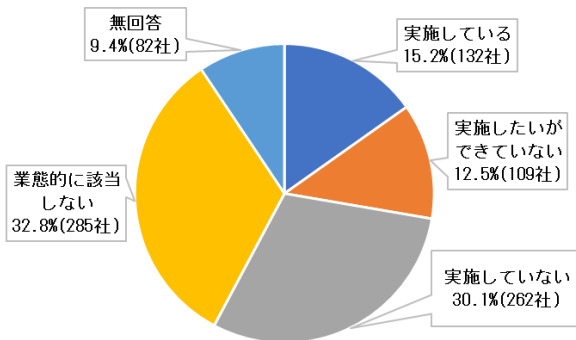
区内事業者に対して新型コロナウィルス感染拡大や売上減少に対して講じた対策をたずねたところ、「講じた対策は特にない」との回答が約半数で最多となっており、2021年7月時点において、対策を行っていない事業者が多いことが明らかとなりました。



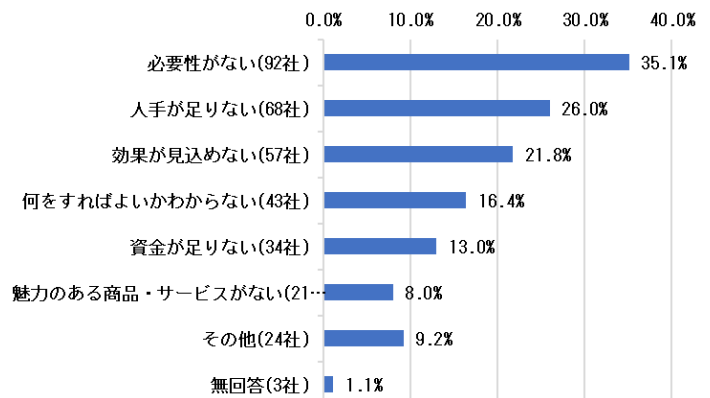
出典：足立区産業実態等アンケート調査より

また、売上回復、向上に資する、販路開拓の実施状況を区内事業者にたずねたところ、「業態的に該当しない」または「実施していない」と回答した事業者が多くなっています。「実施していない」理由としては、明確な理由を挙げる事業者も多い一方、「何をすればよいかわからない」といった、取り組みに迷いがみられる事業者も一定数いることが判明しました。

図表 19 販路開拓の実施状況



図表 120 販路開拓を実施しないと回答した事業者のその理由（複数回答）



出典：いずれも足立区産業実態等アンケート調査より

【課題 3】 予測可能なものから予測不可能なものまで、今後も事業環境は大きく変化していくことが見込まれ、事業を継続していくためには、変化に対応する力をつけることが重要である。

本計画の最終年度である2025年度までの課題

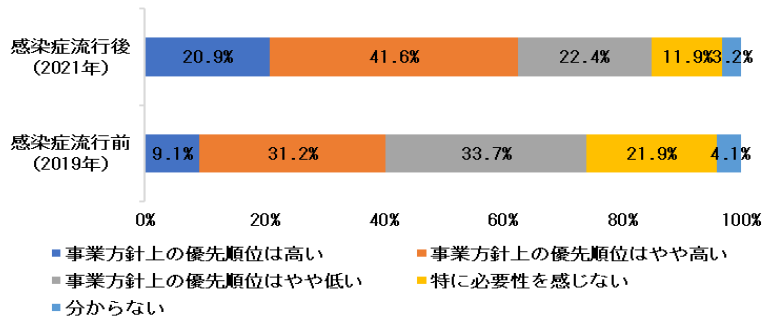
現状維持を志向する事業者や、コロナ禍にあって販路拡大等、何らかの対策を講じていない事業者が多い現状を鑑み、変化への対応の重要性を認識し、行動を起こす事業者を増やしていく必要がある。

1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況

(4) 技術の進展と活用状況

事業環境の不確実性が高まっている昨今においては、新たな製品、サービスを生み出すだけでなく、事業を継続していく意味でも、デジタル活用の重要性は高まっており、感染症の拡大を契機として、事業者のデジタル化に対する意識は高まっています。

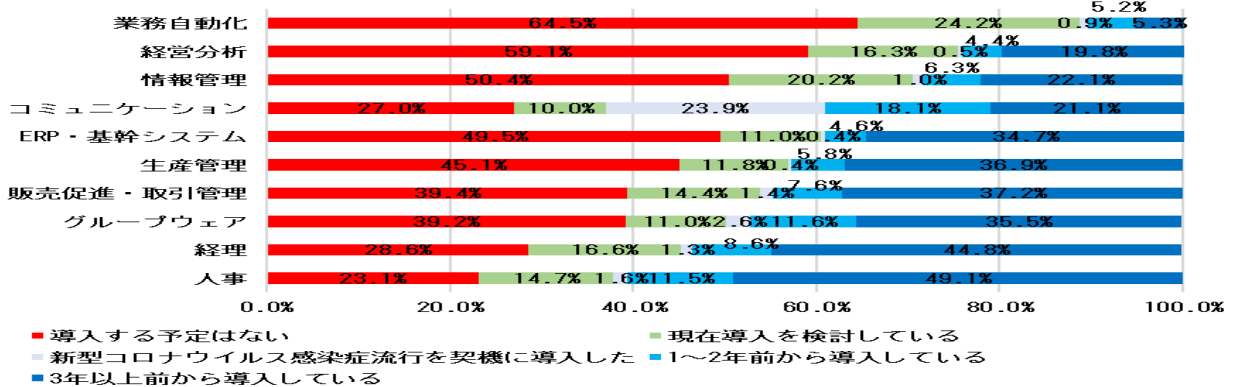
図表 2 1 デジタル化に対する優先度の変化（全産業）



出典：東京商工リサーチ 令和3年度中小企業の経営戦略及びデジタル化の動向に関する調査報告書より

こうした状況の中、全国の中小企業を対象としたITツール・システム導入状況についての調査を見ると、新型コロナウイルス感染症流行を契機として、導入が進んでいる様子が伺えます。

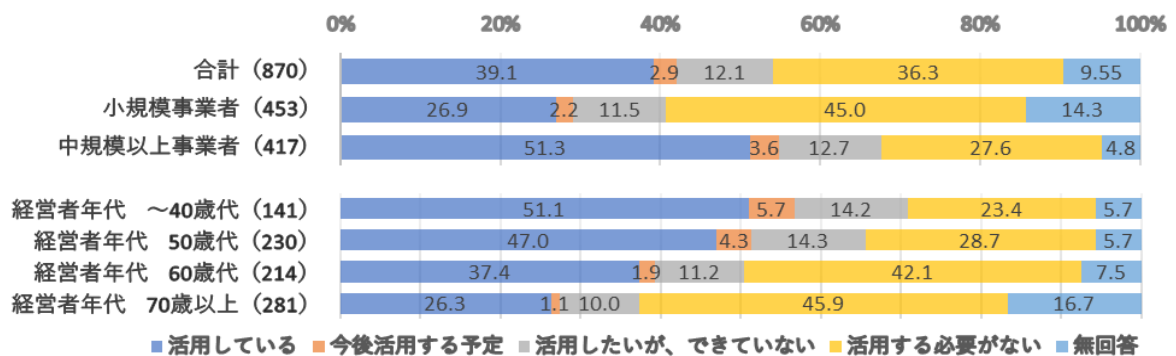
図表 2 2 ITツール・システムの導入状況



出典：中小企業白書2021年度版より

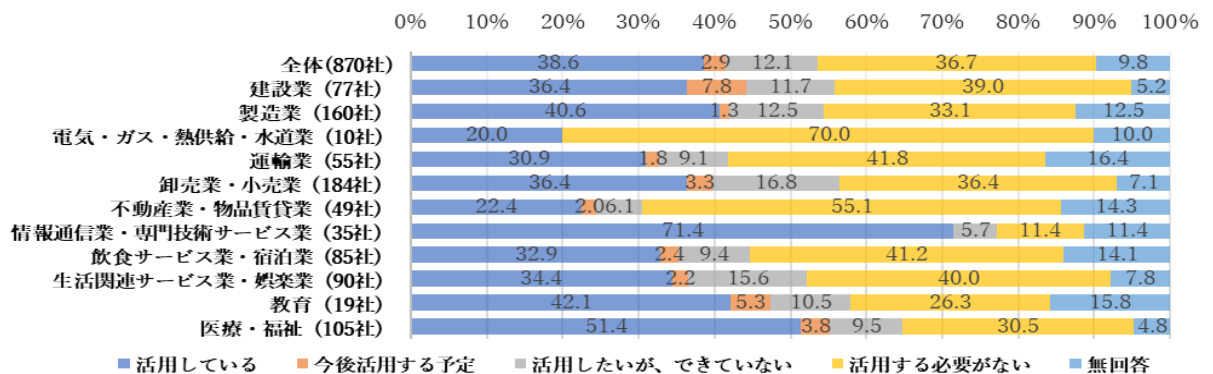
一方、区内事業者のインターネット活用状況は、特に小規模事業者では3割に満たず、経営者の年代が高くなるにつれ、活用が進んでいない状況が伺えます。業種業態による必要性の違いはあるものの、事業継続性や付加価値を向上させるためにも、さらなる活用が必要であると考えられます。

図表 2 3 区内事業者のインターネット活用状況（事業者規模別・経営者年代別）



1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況

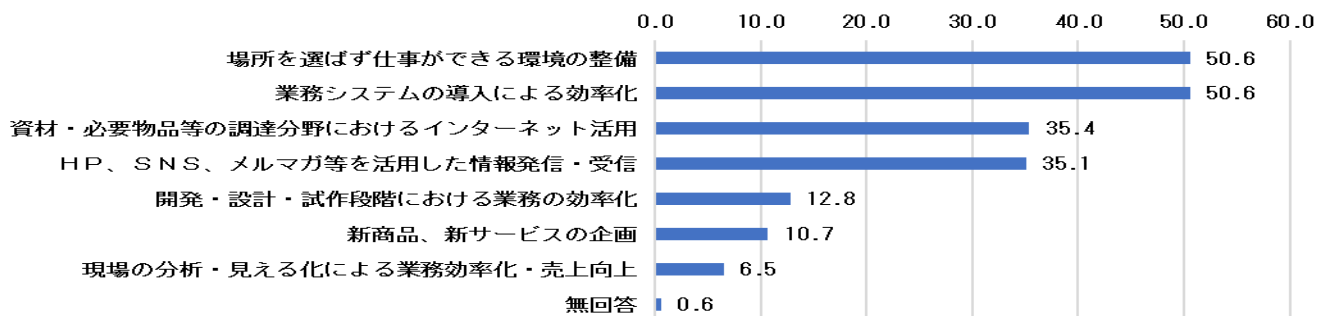
図表 2 4 区内事業者のインターネット活用状況 (別)



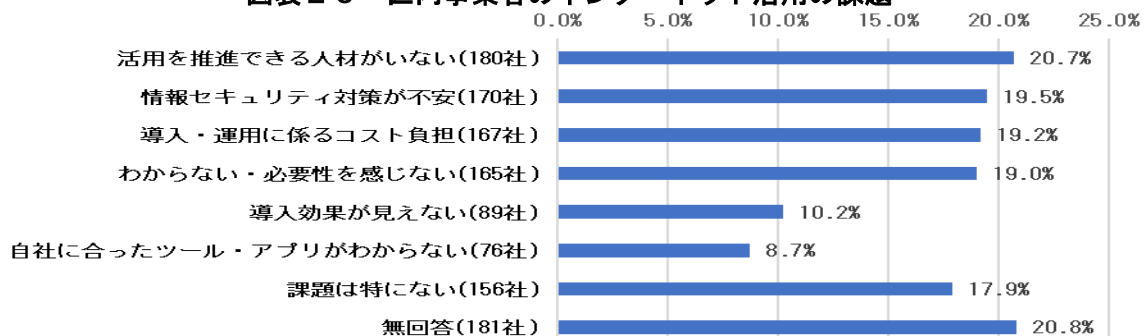
出典：いずれも足立区産業実態等アンケート調査より

区内事業者のインターネット活用ができていない事業者の実践内容は業務環境の整備、効率化に関する内容が多くなっています。一方、インターネット活用の課題については、人材、セキュリティ、コスト等に加え、「わからない・必要性を感じない」との回答が多くなっています。

図表 2 5 区内事業者のインターネット活用ができていない事業者の実践内容



図表 2 6 区内事業者のインターネット活用の課題



出典：いずれも足立区産業実態等アンケート調査より

【課題 4】 テレワークや業務効率化、生産性向上等でインターネットを活用する事業者が増えている一方、区内事業者のインターネット活用状況は十分ではない。

本計画の最終年度である 2025 年度までの課題

業種業態による違いはあるものの、インターネット活用の重要性は日増しに高まっており、インターネット活用をしたくても導入が進まない企業の支援と、導入の必要性を感じていない企業に対する活用促進が必要である。

1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況

(5) 起業・創業の現状

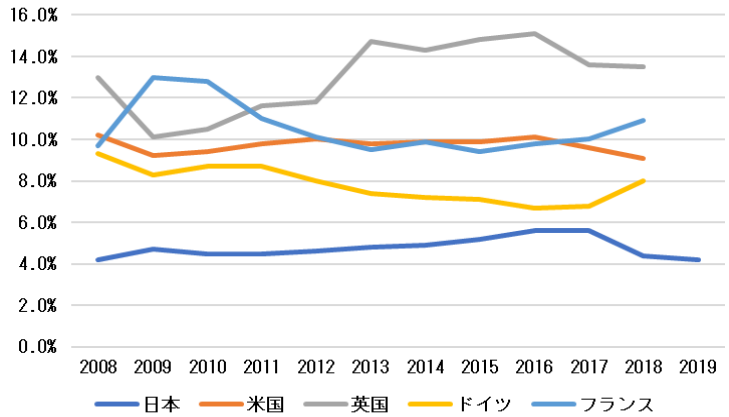
中小企業・小規模事業者数は減少傾向にあり、経営の担い手たる経営者の数も減少していると考えられます。

そのような中で、我が国の経済が今後ますます発展していくためには、中小企業・小規模事業者における新たな経営者の参入を活性化させる必要

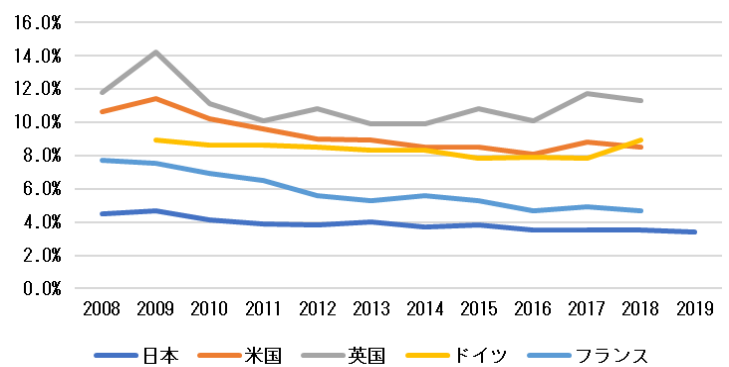
があります。

しかし、2021年度版中小企業白書によれば、我が国の開業率、廃業率、人々の起業意識のいずれも、日本は世界各国と比べて低く、潜在的な起業家も少ないことが推測されます。

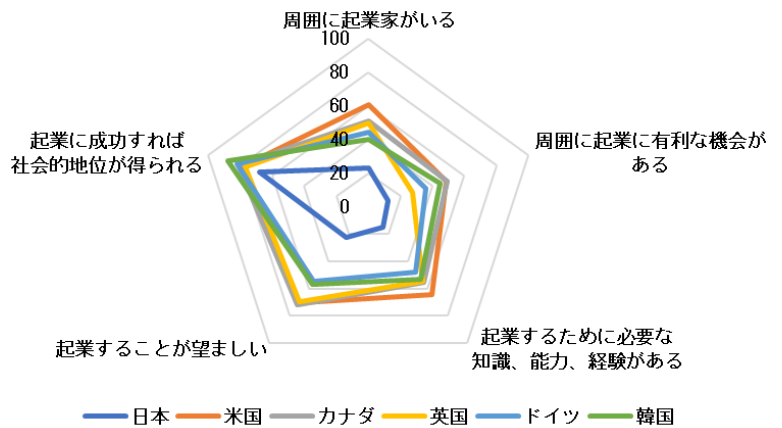
図表 2 6 開業率の国際比較



図表 2 7 廃業率の国際比較



図表 2 8 起業家意識の国際比較

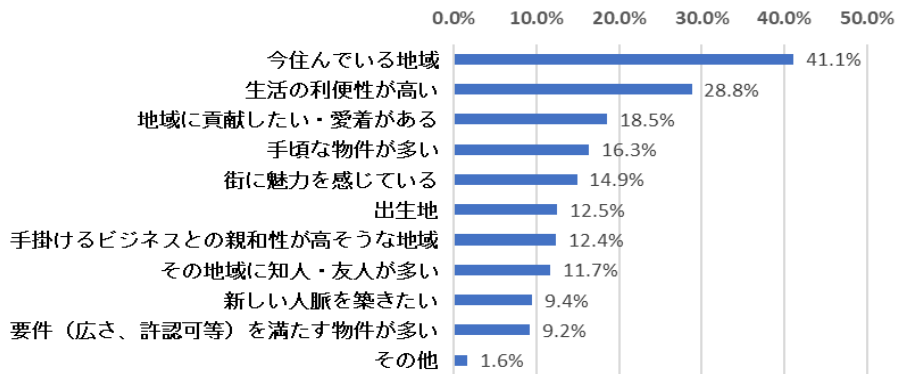


図表 2 6 ~ 2 8 出典：みずほ情報総研株式会社  
「平成 30 年創業・起業支援事業（起業家精神に関する調査）」

1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況

図表 29 起業、創業、独立先（地域）を選ぶ理由

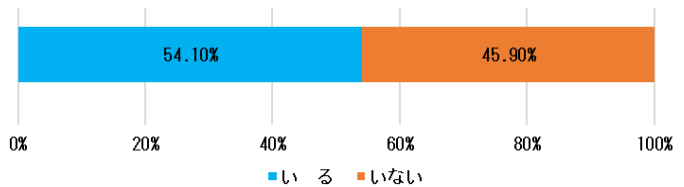
一方、足立、葛飾及び千葉、埼玉の近隣市の起業・創業に関心がある人々を対象に行った調査によれば、居住地が起業・創業する地域として有力な候補となっていることが伺えます。



出典：足立区起業・創業に対する意識 WEB 調査 より

図表 30 起業・独立・開業した人が身近にいる人の割合

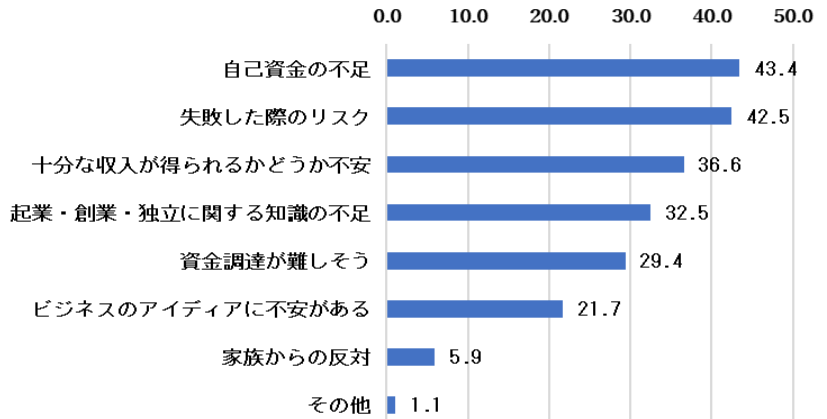
また、前述の起業家精神に関する調査の数値よりも、起業・創業に関心がある人々を対象に区が行った調査結果の方が、身近に起業・独立・開業をした人がいる割合が高くなっており、起業・創業への関心と、身近に起業・創業・開業をした人がいるか否かは、相関関係があるといえます。



出典：足立区起業・創業に対する意識 WEB 調査 より

図表 31 起業・創業の実行・検討時の懸念事項（複数回答）

加えて、起業、創業の実行・検討時の懸念事項については、資金的な不安と、創業・起業に関連するノウハウの不足をあげる声が多く、起業・創業者を増やすためには、こうした不安に寄り添う支援が重要であると考えられます。



出典：足立区起業・創業に対する意識 WEB 調査 より

【課題 5】 足立区で起業・創業する人を増やしていく必要がある。

本計画の最終年度である 2025 年度までの課題

区内で創業した事業者を手厚く支援することで、区内創業者の満足度を高めるとともに、創業の成功事例を増やしていくことで、起業を志す方に選ばれる区にしていくことが重要である。

1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況

(6) 消費動向

2020年の消費支出の対前年実質増減率は、大幅に減少している一方、インターネットを介した消費は増加傾向が続き、2020年は大幅に増加しています。インターネットを介した消費の伸びの強さが際立っています。

※BtoC-EC 市場規模=企業と消費者間でのECによる取引金額

※BtoCの商取引市場規模を分母、BtoC-ECの市場規模を分子としてEC化率を算出

図表 3 2 物販系分野のBtoC-EC市場規模及びEC化率の経年推移（市場規模の単位：億円）



出典：電子商取引に関する市場調査（経済産業省委託調査）より

区民に対して、インターネットショッピング利用経験

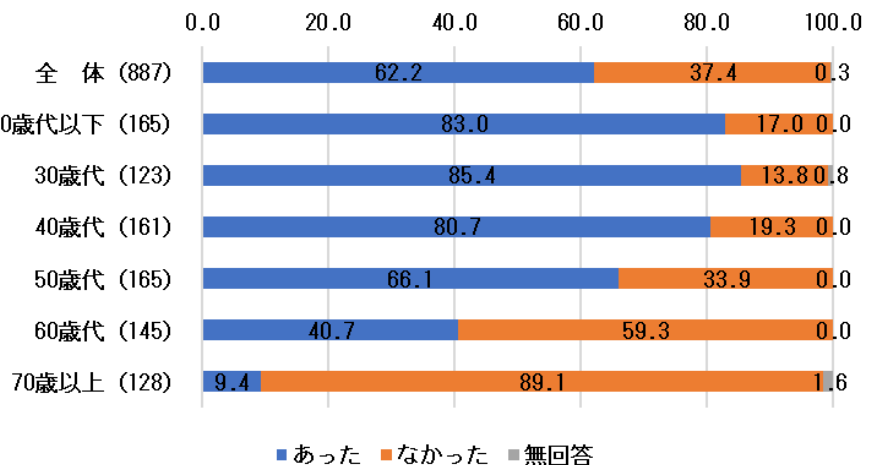
尋ねたところ、利用経験有り

と回答した人は、全体の6割を超えており、利用頻度が

増えていると回答した人も

27.5%に達しています。

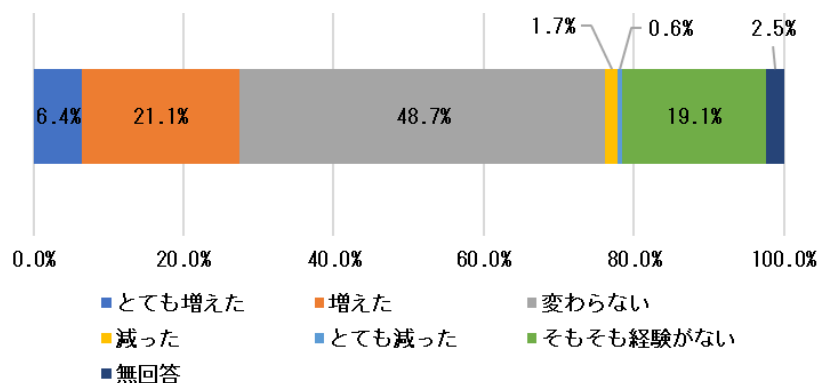
図表 3 3 インターネットショッピング利用有無（2021年6月時点）



■ あった ■ なかった ■ 無回答

出典：足立区産業実態等アンケート調査より

図表 3 4 インターネットショッピング利用頻度



出典：産業実態等アンケート調査より

1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況

インターネットを介した消費が増えていく中、実店舗での消費もデジタル化、キャッシュレス化が進んでいます。キャッシュレス化は、消費者にとって、お買い物時の利便性向上や消費管理が容易になる等のメリットがあり、店舗にとっても、現金取扱の手間やリスクの軽減、売上機会の増加、顧客の購買情報を分析・利活用による、集客や売上アップの取組が可能なこと等の利点があります。また、コロナ禍における「新しい生活様式」として、現金及び顧客と従業員の接触機会を減らすという観点からもキャッシュレス化の必要性が高まっています。

図表 3 5 世界主要国におけるキャッシュレス決済状況

2018年時点のキャッシュレス決済比率の国際比較においては、日本のキャッシュレス決済比率は24.2%であり、欧米諸国と比べると低い水準となっていました。2021年7月に区民に対して、キャッシュレス決済の利用経験を尋ねたところ、80%以上の方が「ある」と回答しており、年齢別にみても70歳代の利用経験が約50%となっているのを除くと、全世代で高い数値となっており、キャッシュレス決済が浸透していることが伺えます。



出典：世界銀行「Household final consumption expenditure (2018年 (2021/2/17版))」より

図表 3 6 キャッシュレス決済の利用経験

	全 体		20歳代以下		30歳代		40歳代		50歳代		60歳代		70歳以上	
回答者数	887		165		123		161		165		145		128	
ある	762	85.9%	153	92.7%	115	93.5%	151	93.8%	152	92.1%	125	86.2%	66	51.6%
ない	123	13.9%	12	7.3%	8	6.5%	10	6.2%	13	7.9%	20	13.8%	60	46.9%

出典：足立区消費・就労に関するアンケート調査より

図表 3 7 決済方法の導入状況

一方、事業者側のキャッシュレス決済対応状況について、足立区商店街振興組合連合会加盟店舗に聞いたところ、半数以上の店舗が導入していないと回答しており、現金のみを取り扱う店舗も293店舗（43.7%）あることが判明した。各店舗の業態や顧客層も考慮する必要があるものの、東京都が目標として掲げるキャッシュレス決済比率50%達成に向けて、対応店舗を増やしていく必要があります。

	スマホ決済	キャッシュレス決済
導入している	253 店舗 (37.8%)	287 店舗 (42.8%)
導入していない	414 店舗 (61.8%)	357 店舗 (53.3%)
未記入	3 店舗 (0.4%)	26 店舗 (3.9%)
合 計	670 店舗 (100%)	670 店舗 (100%)

出典：足立区商店街振興組合連合会加盟店舗の決済方法調査より

【課題6】 インターネットを介した消費及びキャッシュレス決済は、今後も拡大していくことが見込まれ、事業者及び消費者は、デジタル機器を使いこなしていく必要がある。

本計画の最終年度である2025年度までの課題

消費者、事業者双方がデジタル機器を使いこなしていくための利活用促進策が必要である。



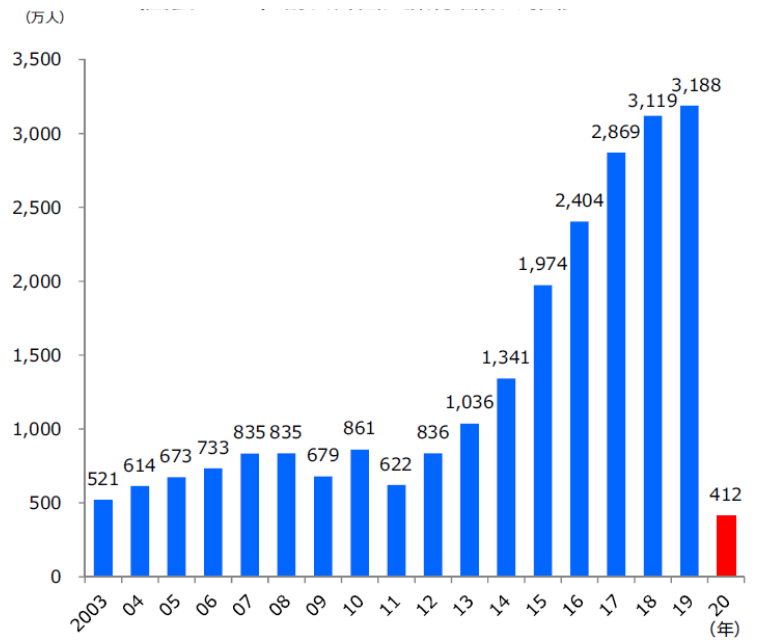
1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況

(7) 観光需要の動向

令和2年の訪日外国人旅行者数は、新型コロナウイルス感染症の影響により2月以降大きく減少し、対前年比87.1%減の412万人となった。また国籍・地域別では、中国が107万人と最も多く、台湾69万人、韓国49万人となった。

また、令和2年の訪日外国人旅行者消費額は、2020年4-6月期、7-9月期、10-12月期の調査が中止となったが、1-3月期の調査結果により試算すると7,446億円となった。

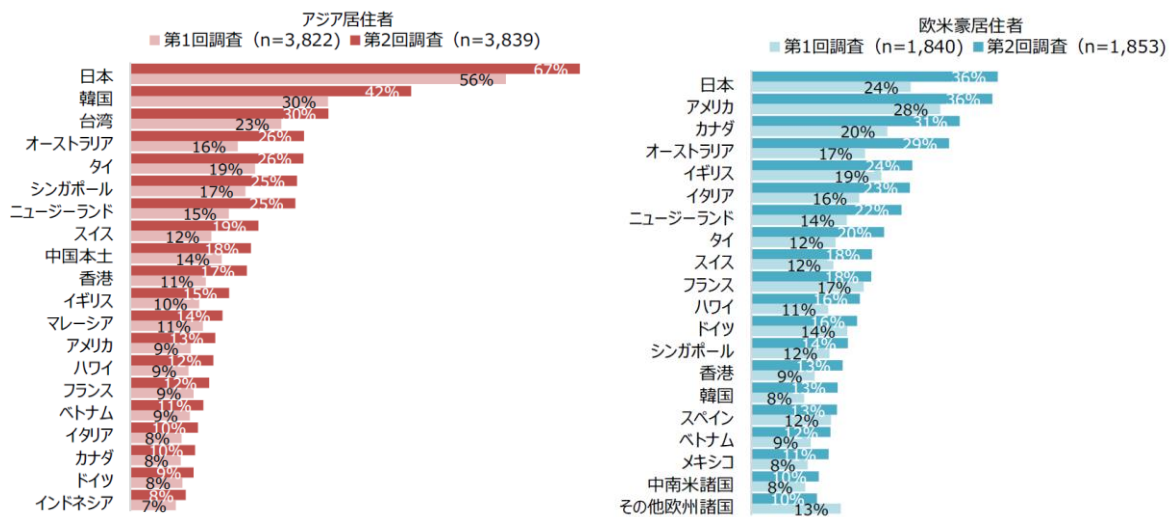
図表38 訪日外国人の推移



出典：令和3年度観光白書より

新型コロナウイルス感染症拡大が観光に及ぼす影響は甚大であり、上記のとおり訪日外国人は大きく落ち込んでいるが、株式会社日本政策投資銀行及び公益財団法人日本交通公社が世界12カ国の海外旅行経験者に対して実施した、アジア、欧米豪訪日外国人旅行者の意識調査によれば、「新型コロナが収束し、平常状態に戻った時、また海外旅行をしたいか」との設問に、「思う」または「どちらかといえばそう思う」と回答した人の割合が8割を超えており、次に海外旅行をしたい国と地域（複数回答）として、日本の人気が高くなっています。

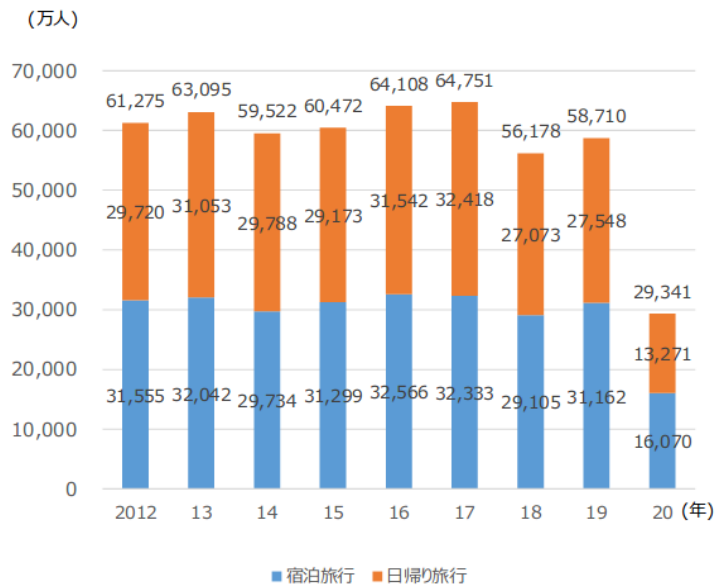
図表39 次に海外旅行をしたい国と地域（複数回答）



出典：DBJ J TBF アジア、欧米豪訪日外国人旅行者の意識調査より

1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況

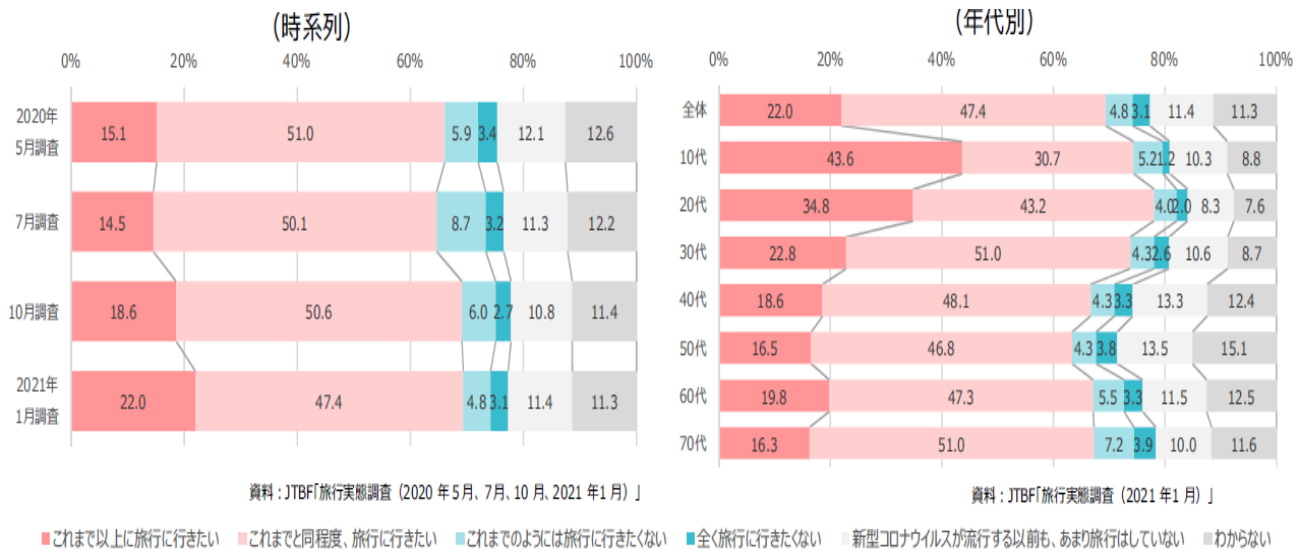
図表 4 0 日本人国内宿泊旅行延べ人数



2020年の日本人の国内宿泊旅行延べ人数は、1億6,070万人（前年比48.4%減）、日帰り旅行延べ人数は1億3,271万人（前年比51.8%減）となった。

コロナ終息後の旅行意向として、2020年7月以降、「これまで以上に旅行に行きたい」との回答割合が増加しており、特に若い世代でそうした意向が強くなっている。

図表 4 1 新型コロナウイルス収束後の旅行以降



出典：いずれも令和3年度観光白書より

【課題7】 訪日外国人、国内宿泊延べ人数ともに、コロナ禍の影響を受けて大きく落ち込んでいるが旅行、観光の潜在的需要は健在であり、感染症との共存や感染症収束後に向けた準備が重要である。

本計画の最終年度である2025年度までの課題

感染症と共存する取り組みや、感染症収束後に向けて多様な主体と連携したまちの魅力づくりが重要である。

## 5/23 経済活性化会議（中間見直し専門部会）委員の主な発言と対応方針

## 1 出席委員（五十音順）

所属団体等	肩書	氏名
株式会社しまや出版	代表取締役	小早川 真樹
足立荒川職業協会	会長	鈴木 又右衛門
足立区工業会連合会	会長	瀬田 章弘
TOKYO 町工場 HUB	代表・プロデューサー	古川 拓
一般社団法人 西新井青色申告会	相談役	大和 猛

## 2 発言内容と対応

## (1) 計画案の個別事業として記載済みのもの

発言委員	発言内容	「柱立てと施策の方向性」対応箇所
瀬田委員	D Xを推進する前に、その前段階である基本的なデジタル化を早急に推進していくべき	水色マーカー①
古川委員	・ 途方に暮れている事業者に寄り沿う姿勢を示すべき ・ I T活用のメリットの啓発を強化すべき	水色マーカー②
小早川委員	ものづくりの現場と近隣の工業高校を繋ぎ、就職のきっかけになるように働きかけてはどうか	水色マーカー③
古川委員	弱者も含めた多様な人材の就業意欲を応援していくべき	水色マーカー④

## (2) 計画案の柱立てに新たに記載するもの

発言委員	発言内容	「柱立てと施策の方向性」対応箇所
瀬田委員	・ ものづくり事業者と製品を使う現場に近い足立区の特性を活かし、両者が意見交換できるハブがあると良い ・ 見せ方（デザイン）も重要なのでクリエイティブな関係者との繋がりを区にリードしてほしい	黄色マーカー①
古川委員 瀬田委員	・ 足立区の特性を柱や施策の方向性を打ち出し、区の戦略を明確にしていくべき ・ 人情味のある区の強みをいかして、事業者に寄り添った支援が必要ではないか	黄色マーカー②

## (3) 計画案の文章に今後記載していくもの

発言委員	発言内容
小早川委員	時勢を捉え、SDG sの文言を計画に入れてはどうか
瀬田委員	女性や高齢者の労働力を積極的に活用している企業を支援する仕組みを推進していくべきではないか
古川委員	足立区に呼び込みたい起業家を明確に打ち出してはどうか

基本構想  
基本計画

協創力でつくる 活力あふれ 進化し続ける ひと・まち・あだち

ひと  
暮らし  
まち  
行政

課題
<p>◆売上の回復、増加に苦心する事業者が多い</p> <p>【2025年度までの課題】 売上の回復、増加につながる取り組みを支援し、成功例を示していくことで、新たな取組に挑戦する意欲をもった事業者を増やしていくことが重要である。</p>
<p>◆今後も起こりうる事業環境の大きな変化に、対応していく力が重要である。</p> <p>【2025年度までの課題】 現状維持を志向する事業者や、コロナ禍にあっても何ら対策を講じていない事業者が多い現状に鑑み、変化への対応の重要性を認識し、行動を起こす事業者を増やしていく必要がある。</p>
<p>◆テレワークや業務効率化等でインターネットを活用する事業者が増えている一方、区内事業者の活用状況は十分ではない。</p> <p>【2025年度までの課題】 インターネット活用をしたくても導入が進まない企業の支援と、導入の必要性を感じていない企業に対する活用促進が重要である。</p>
<p>◆生産年齢人口の減少が進む中、求職者の希望業種と人手が不足している業種とのミスマッチにより、一部業種では人材確保が大きな課題となっている。</p> <p>【2025年度までの課題】 人手不足の解消を画一的な取り組みで解消することは難しいため、就労意欲が旺盛な高齢人材の活用、業務効率化等、課題を有する事業者に応じた支援を行っていく必要がある。</p>
<p>◆足立区で起業・創業する人を増やしていく必要がある。</p> <p>【2025年度までの課題】 創業の成功事例を増やしていくことで、起業を志す方へ選ばれる区にしていくことが重要である。</p>
<p>◆キャッシュレス決済及びインターネットを介した消費は、今後も拡大が見込まれ、事業者及び消費者はデジタル機器を使いこなしていく必要がある。</p> <p>【2025年度までの課題】 事業者、消費者双方がデジタル機器を使いこなしていくための利活用促進策が必要である。</p>
<p>◆訪日外国人、国内宿泊延べ人数共に、感染症の拡大によって大きな影響を受けているが、旅行、観光の潜在的需要は健在である。</p> <p>【2025年度までの課題】 感染症と共存する取り組みや、感染症収束後に向けて多様な主体と連携したまちの魅力づくりが必要である。</p>

柱立て (案)
<p><b>柱1 意欲的な事業者の取組を積極支援</b></p> <p>販路拡大や新製品の開発、先進技術導入等を試みる意欲的な区内事業者（リーディング企業）を支援し、売上増加による地域経済の活性化を図ります。</p>
<p><b>柱2 チャレンジ意欲・事業者の対応力の向上を促進</b></p> <p>アウトリーチや伴走型支援で事業環境の変化に伴う課題解決を支援し、事業者の経営意欲の向上を促します。</p>
<p><b>柱3 企業の成長を促す人材確保を支援</b></p> <p>様々なスキルを持つ人材を区内企業にマッチングし、企業経営力の強化と就業の促進を図ります。</p>
<p><b>柱4 創業者の成長支援と区内起業の促進</b></p> <p>区内創業者を継続的に手厚く支援することで成長を促し、創業満足度を高め、区内での起業を促進します。</p> <p>※「起業」は実際に事業を立ち上げる前、「創業」は事業を立ち上げた後の事業者（人）を指すものとして定義</p>
<p><b>柱5 新たな消費生活への適応</b></p> <p>拡大が見込まれるキャッシュレス決済、インターネットを介した消費に対する、事業者・消費者双方のデジタル社会への適応を後押しします。</p>
<p><b>柱6 訪れたいまちの魅力づくり</b></p> <p>地域資源の発掘・活用に努め、効果的な情報発信により区外評価を高めることで、来街者を増やします。</p>

施策の方向性 (案)	個別事業例
<p>施策1-①販路開拓・販売促進支援 ウィズコロナ、アフターコロナにおける販路拡大支援として、国内外に「メイドイン足立」を広げます。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>国内、海外販路拡大支援事業</li> <li>足立ブランド認定推進事業</li> <li>見本市等助成事業補助金</li> </ul>
<p>施策1-②新製品開発・新事業展開等促進支援 社会経済環境の変化に対応した新製品開発等を支援します。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新製品・新事業開発補助金</li> <li>技術支援補助金</li> </ul>
<p>施策2-①経営相談・経営改善・資金調達支援 個々の経営基盤を強化することで、地域経済全体の活力を高めます。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業者なんでも相談員</li> <li>トータルマッチング事業</li> <li>中小企業専門相談</li> <li>中小企業融資</li> </ul>
<p>施策2-②インターネット活用支援 インターネットを活用し、経営環境の刷新を支援します。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ウェブ活用アドバイザー</li> <li>IT-IoT相談</li> <li>IT-IoT導入補助金</li> <li>ECモール出店</li> <li>オンライン見本市等助成事業補助金</li> <li>ホームページ作成更新補助金</li> </ul>
<p>施策3-①区内人材を高度に活かし企業経営を支援 区内中小企業の人材確保・定着を支援します。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>区内中小企業人材確保支援事業（コンサルティング支援）</li> <li>中小企業の福利厚生支援</li> <li>ワークライフバランス推進企業認定制度</li> <li>保育士確保・定着対策事業</li> <li>元気な職場づくり応援事業</li> </ul>
<p>施策3-②企業の成長を支える人材育成を支援 従業員の能力や技術力を向上させ、企業の「突破力」を磨きます。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>産業技術・経営研修会助成事業</li> <li>都立城東職業能力開発センター（都）</li> </ul>
<p>施策3-③求職者と企業を結びつける就労支援 関係機関が連携し、ひとり親やシニアなど様々な求職者に対する就労支援を行います。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>女性・シニア向け就労支援セミナー（都区共催）</li> <li>ひとり親家庭総合支援事業</li> <li>介護人材雇用創出事業</li> <li>就労促進定着支援事業</li> <li>生活困窮者就労準備支援事業</li> <li>生活保護受給者等就労支援事業</li> </ul>
<p>施策4-①起業準備期における支援 起業マインドの醸成を図ります。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>起業家支援塾（実践編）</li> <li>創業塾（東京電機大学）</li> <li>アントレプレナークラブ（東京電機大学）</li> </ul>
<p>施策4-②スタートアップ期における支援 創業から3年目までの最も不安定な時期の創業者への伴走支援を行います。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>創業者経営力アップ支援事業</li> <li>創業支援施設</li> <li>空き店舗マッチング支援事業</li> <li>創業プランコンテスト</li> <li>創業資金①申告前（融資あっせん）</li> <li>創業支援等事業計画</li> </ul>
<p>施策4-③事業拡大期における支援 事業拡大へ向けた継続的な支援を行います。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ステップアッププログラム</li> <li>新製品・新事業開発補助金</li> <li>創業資金②申告後（融資あっせん）</li> </ul>
<p>施策5-①キャッシュレス決済対応支援 新時代に対応した決済方法の導入を推進します。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>商連プレミアム商品券事業</li> <li>キャッシュレス還元祭 de 90周年事業</li> </ul>
<p>施策5-②消費者教育の推進と消費生活相談の充実 安心してキャッシュレス決済が使えるようになること等、安心・安全な消費生活の実現を目指します。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者教育事業（各種講座等の実施、消費者団体活動支援）</li> <li>消費生活相談事業</li> </ul>
<p>施策6-①観光資源を磨く・繋ぐ 賑わい創出に資する、5大イベントの実施や民間企業・NPO団体等の取り組みの支援を行います。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>区の5大イベント</li> <li>御宿場印プロジェクトへの支援</li> <li>駅からハイキング</li> <li>千住街歩き</li> </ul>
<p>施策6-②来街者を呼び込む情報発信 ターゲットに応じて、地域資源の魅力を効果的にPRします。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>あだち観光ネットやSNSでの発信</li> <li>足立区街フォトコンテスト</li> <li>あだちの輝くお店セレクション</li> <li>区内PR冊子の配布</li> </ul>

基本構想  
基本計画

協創力でつくる  
活力あふれ  
進化し続ける  
ひと・まち・あだち

ひと  
暮らし  
まち  
行政

課題
<p>◆売上の回復、増加に苦心する事業者が多い</p> <p>【2025年度までの課題】 売上の回復、増加につながる取り組みを支援し、成功例を示していくことで、新たな取組に挑戦する意欲をもった事業者を増やしていくことが重要である。</p>
<p>◆今後も起こりうる事業環境の大きな変化に対応していく力が重要である。</p> <p>【2025年度までの課題】 現状維持を志向する事業者や、コロナ禍にあっても何ら対策を講じていない事業者が多い現状に鑑み、変化への対応の重要性を認識し、行動を起こせる事業者を増やしていく必要がある。</p>
<p>◆テレワークや業務効率化等でインターネットを活用する事業者が増えている一方、区内事業者の活用状況は十分ではない。</p> <p>【2025年度までの課題】 インターネット活用をしたくても導入が進まない企業の支援と、導入の必要性を感じていない企業に対する活用促進が重要である。</p>
<p>◆生産年齢人口の減少が進む中、求職者の希望業種と人手が不足している業種とのミスマッチにより、一部業種では人材確保が大きな課題となっている。</p> <p>【2025年度までの課題】 人手不足の解消を画一的な取り組みで解消することは難しいため、就労意欲が旺盛な高齢人材の活用、業務効率化等、課題を有する事業者に応じた支援を行っていく必要がある。</p>
<p>◆足立区で起業・創業する人を増やしていく必要がある。</p> <p>【2025年度までの課題】 創業の成功事例を増やしていくことで、起業を志す方へ選ばれる区にしていくことが重要である。</p>
<p>◆キャッシュレス決済及びインターネットを介した消費は、今後も拡大が見込まれ、事業者及び消費者はデジタル機器を使いこなしていく必要がある。</p> <p>【2025年度までの課題】 事業者、消費者双方がデジタル機器を使いこなしていくための利活用促進策が必要である。</p>
<p>◆訪日外国人、国内宿泊延べ人数共に、感染症の拡大によって大きな影響を受けているが、旅行、観光の潜在的需要は健在である。</p> <p>【2025年度までの課題】 感染症と共存する取り組みや、感染症収束後に向けて多様な主体と連携したまちの魅力づくりが必要である。</p>

柱立て（案）
<p>柱1 意欲的な事業者の取組を積極支援</p> <p>① 製造業・加工業等が集積する利点を活かした異業種との協業や販路拡大、先進技術の導入等を試みる意欲的な区内事業者（リーディング企業）を支援し、売上増加により地域経済の活性化を図ります。</p>
<p>柱2 チャレンジ意欲・事業者の対応力の向上を促進</p> <p>② 人情味のある足立区の特徴であるアウトリーチや伴走型支援で、事業環境の変化に伴う課題解決をサポートし、事業者の経営意欲の向上を促します。</p>
<p>柱3 企業の成長を促す人材確保を支援</p> <p>様々なスキルを持つ人材を区内企業にマッチングし、企業経営力の強化と就業の促進を図ります。</p>
<p>柱4 創業者の成長支援と区内起業の促進</p> <p>区内創業者を継続的に手厚く支援することで成長を促し、創業満足度を高め、区内での起業を促進します。</p> <p>※「起業」は実際に事業を立ち上げる前、「創業」は事業を立ち上げた後の事業者（人）を指すものとして定義</p>
<p>柱5 新たな消費生活への適応</p> <p>拡大が見込まれるキャッシュレス決済、インターネットを介した消費に対する事業者・消費者双方のデジタル社会への適応を後押しします。</p>
<p>柱6 訪れたいまちの観光施策とプロモーション</p> <p>区内エリアの回遊性を向上させるとともに、地域資源の発掘・活用に努め、インパクトある情報発信により区内外の評価を高めることで来街者を増やします。</p>

施策の方向性（案）	個別事業例
<p>施策1-①販路開拓・販売促進支援</p> <p>ウィズコロナ、アフターコロナ下の販路拡大支援として、国内外に「メイドイン足立」を広げます。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>国内、海外販路拡大支援事業</li> <li>足立ブランド認定・推進事業</li> <li>見本市等助成事業補助金</li> <li>新製品・新事業開発補助金</li> <li>技術支援補助金</li> </ul>
<p>施策2-①経営相談・経営改善・資金調達支援</p> <p>個々の企業の経営基盤強化をはかり、地域経済全体の活力を高めます。</p>	<p>②</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>事業者なんでも相談員</li> <li>トータルマッチング事業</li> <li>中小企業専門相談</li> <li>中小企業融資</li> </ul>
<p>施策2-②インターネット活用支援</p> <p>インターネットを活用し、経営環境の刷新を支援します。</p>	<p>①②</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ウェブ活用アドバイザー</li> <li>IT-IoT相談</li> <li>IT-IoT導入補助金</li> <li>ECモール出店</li> <li>オンライン見本市等助成事業補助金</li> <li>ホームページ作成更新補助金</li> </ul>
<p>施策3-①区内人材を高度に活かし企業経営を支援</p> <p>区内中小企業の人材確保・定着を支援します。</p>	<p>③</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>区内中小企業人材確保支援事業</li> <li>中小企業の福利厚生支援</li> <li>ワークライフバランス推進企業認定制度</li> <li>保育士確保・定着対策事業</li> <li>元気な職場づくり応援事業</li> </ul>
<p>施策3-②企業の成長を支える人材育成を支援</p> <p>従業員の能力や技術力を向上させ、企業の「突破力」を磨きます。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>産業技術・経営研修会助成事業</li> <li>都立城東職業能力開発センター（都）</li> </ul>
<p>施策3-③求職者と企業を結びつける就労支援</p> <p>関係機関が連携し、ひとり親やシニアなど様々な求職者に対する就労支援を行います。</p>	<p>④</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>女性・シニア向け就労支援セミナー（都区共催）</li> <li>ひとり親家庭総合支援事業</li> <li>就労促進定着支援事業</li> <li>生活困窮者就労準備支援事業</li> <li>生活保護受給者等就労支援事業</li> <li>介護人材雇用創出事業</li> </ul>
<p>施策4-①起業準備期における支援</p> <p>起業マインドの醸成を図ります。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>起業家支援塾（実践編）</li> <li>創業塾（東京電機大学）</li> <li>アントレプレナークラブ（東京電機大学）</li> </ul>
<p>施策4-②スタートアップ期における支援</p> <p>創業から3年目までの最も不安定な時期の創業者への伴走支援を行います。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>創業者経営力アップ支援事業</li> <li>創業支援施設</li> <li>空き店舗マッチング支援事業</li> <li>創業プランコンテスト</li> <li>創業資金①申告前（融資あっせん）</li> <li>創業支援等事業計画</li> </ul>
<p>施策4-③事業拡大期における支援</p> <p>事業拡大へ向けた継続的な支援を行います。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ステップアッププログラム</li> <li>新製品・新事業開発補助金</li> <li>創業資金②申告後（融資あっせん）</li> </ul>
<p>施策5-①キャッシュレス決済対応支援</p> <p>新時代に対応した決済方法の導入を推進します。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>商連プレミアム商品券事業</li> <li>キャッシュレス還元祭 de 90周年事業</li> </ul>
<p>施策5-②消費者教育の推進と消費生活相談の充実</p> <p>キャッシュレス決済等に関連した新たな消費生活被害等を防ぐため、消費者啓発を進めます。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者教育事業（各種講座等の実施、消費者団体活動支援）</li> <li>消費生活相談事業</li> </ul>
<p>施策6-①観光資源を磨く・繋ぐ</p> <p>5大イベントの実施や民間企業・NPO団体等と連携した取り組みにより、賑わいを創出します。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>区の5大イベント（足立の花火、光の祭典等）</li> <li>御宿場印プロジェクトへの支援</li> <li>駅からハイキング</li> <li>千住街歩き</li> </ul>
<p>施策6-②来街者を呼び込む情報発信</p> <p>ターゲットに応じて、多様な媒体を活用し、地域資源の魅力をもっとPRします。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>あだち観光ネットやSNSでの発信</li> <li>足立区街フォトコンテスト</li> <li>あだちの輝くお店セレクション</li> <li>区内PR冊子の配布</li> </ul>

令和 4 年度 第一回 足立区経済活性化会議

**【審議事項】**

## 柱 1 意欲的な事業者の取組を積極支援

活動指標						成果指標				
対応する施策名	活動指標名	基準値 (2016年度) (平成28年度)	中間値 (2021年度) (令和3年度)	目標値 (2025年度) (令和7年度)	所管課	成果指標名	基準値 (2016年度) (平成28年度)	中間値 (2021年度) (令和3年度)	目標値 (2025年度) (令和7年度)	所管課
施策 1-① 販路開拓・販売促進支援 ウィズコロナ、アフターコロナ下の販路拡大支援として、国内外に「メイドイン足立」を広げます。	I-i 販路拡大に向けた販売会・商談会等の実施回数	—	10回	10回	産業政策課 産業振興課	I 区の支援を受けて売上が向上した事業者数【累計】	—	—	1029者	産業政策課 産業振興課
	I-ii 販路拡大支援事業 展示イベント等参加事業者数	—	21社	25社	産業政策課					
	I-iii 足立ブランド認定件数	18社	3社 ※コロナ禍により再認定未実施	20社	産業振興課					
	I-iv EC モール出店支援事業者数	—	8社	10社	産業振興課					

## 柱 2 チャレンジ意欲・事業者の対応力の向上を促進

活動指標						成果指標				
対応する施策名	活動指標名	基準値 (2016年度) (平成28年度)	中間値 (2021年度) (令和3年度)	目標値 (2025年度) (令和7年度)	所管課	成果指標名	基準値 (2016年度) (平成28年度)	中間値 (2021年度) (令和3年度)	目標値 (2025年度) (令和7年度)	所管課
<b>施策 2-①</b> 経営相談・経営改善・資金調達支援 個々の企業の経営基盤強化をはかり、地域経済全体の活力を高めます。	I-i 小規模事業者経営改善補助金の実行件数	51件	67件	70件	産業振興課	<b>I 中長期的な経営方針を「現状維持」と答えた事業者の割合【低減目標】</b>	—	48%	検討中	企業経営支援課 産業振興課
	I-ii 中小企業相談件数	672件	860件	800件	企業経営支援課					
	I-iii 訪問相談員（マッチングクリエイター、事業者なんでも相談員）による課題解決誘導件数※	1,392件	1,278件	1,600件	企業経営支援課					
<b>施策 2-②</b> インターネット活用支援 インターネットを活用し、経営環境の刷新を支援します。	II-i 訪問相談員（ウェブ活用アドバイザー）による課題解決誘導件数※	—	—	100件	企業経営支援課	<b>II 区の支援を受けて業務効率化や販路拡大にITを活用している事業者数【累計】</b> ※利活用は、区内事業者自らがテレワークや労務管理、ホームページ作成などに取り組むことを想定	—	—	507者	企業経営支援課

※ I-iii及びII-iの訪問相談員の課題解決誘導件数は、各社の課題解決のために「中小企業訪問により助言を行った回数」を意味する。



# 柱 3 企業の成長を促す人材確保を支援

活動指標						成果指標				
対応する施策名	活動指標名	基準値 (2016年度) (平成28年度)	中間値 (2021年度) (令和3年度)	目標値 (2025年度) (令和7年度)	所管課	成果指標名	基準値 (2016年度) (平成28年度)	中間値 (2021年度) (令和3年度)	目標値 (2025年度) (令和7年度)	所管課
<b>施策3-①</b> 区内人材を高度に活かし企業経営を支援 区内中小企業の人材確保・定着を支援します。	I-i 区内中小企業人材確保支援事業の登録事業者数	—	86社	170社	企業経営支援課	I 景況調査(1-3月期)において、経営上の問題点で「人手不足」と回答した企業の割合(低減目標)	—	17.2%	10%	企業経営支援課
	I-ii ワークライフバランス推進企業認定を受けた企業数	49社	112社	150社	多様性社会推進課					
<b>施策3-②</b> 企業の成長を支える人材育成を支援 従業員の能力や技術力を向上させ、企業の「突破力」を磨きます。	II-i 産業技術・経営研修助成を受けた企業数	26社	58社	60社	企業経営支援課	II 区の資格取得支援によって企業が従業員に資格取得させることができた人数(対象事業:産業技術・経営研修助成および介護人材雇用創出事業)	—	—	250人	企業経営支援課
	II-ii 介護職員資格取得支援者数	—	132人	100人	高齢福祉課					
<b>施策3-③</b> 求職者と企業を結びつける就労支援 関係機関が連携し、ひとり親やシニアなど様々な求職者に対する就労支援を行います。	III-i 区主催・共催の就労支援事業数 ※ 就職セミナーや講演会、就職面接会の実施回数	—	3回	20回	企業経営支援課	III 求職者支援事業のマッチング成功率(シニア人材マッチング事業、マンスリー就職面接会)	—	23% (46人)	25% (97人)	企業経営支援
	III-ii ひとり親家庭向け就労支援事業を活用した人数 ※ 正規就労人数はR3年度に7名	—	152人	200人	親子支援課					
	III-iii 就労準備支援事業参加者数(対象:生活困窮者) ※ 参加者数は、PCスキル講座や求人情報紹介等を行うジョブサポートの登録者数	58人	173人	250人	くらしとしごとの相談センター					
	III-iv 求職者支援事業における人材と企業のマッチングが成功した数(シニア人材マッチング事業、マンスリー就職面接会)	—	71社	330社	企業経営支援課					

## 柱 4 創業者の成長支援と区内起業の促進

活動指標					
対応する施策名	活動指標名	基準値 (2016年度) (平成28年度)	中間値 (2021年度) (令和3年度)	目標値 (2025年度) (令和7年度)	所管課
施策4-① 起業準備期における支援 起業マインドの醸成を図ります。	I-i 中小企業診断士による開 業相談数	444件	471件	510件	企業経営支援課
	I-ii 起業家支援塾受講者数(実 践編)	52人	36人	50人	企業経営支援課
施策4-② スタートアップ期における支援 創業から3年目までの最も不安定 な時期の創業者への伴走支援を行 います。	II-i 創業プランコンテスト応 募件数	16件	6件	10件	企業経営支援課
	II-ii インキュベーションマネ ージャーによる相談件数	221件	81件	90件	企業経営支援課
	II-iii 創業支援事業採択者への 経営指導数	—	374回	400回	企業経営支援課
	II-iv 創業施設退出後の区内定 着数(累計)	51社	66社	70社	企業経営支援課
施策4-③ 事業拡大期における支援 事業拡大へ向けた継続的な支援を 行います。	III-i ステップアッププログラ ム参加創業者数(累計)	—	—	32人	企業経営支援課

成果指標				
成果指標名	基準値 (2016年度) (平成28年度)	中間値 (2021年度) (令和3年度)	目標値 (2025年度) (令和7年度)	所管課
I 足立区で創業した法人数(暦年)	906社	888社	1028社	企業経営支援課
II 創業支援事業の支援終了時(支援 期間は3年以内)に事業として成立 している事業者の割合  ※ 「事業として成立している事業者」は、廃 業・休業・売上無しの状況にない事業者を いう。	—	100%	100%	企業経営支援課
III 創業5年後の創業者満足度	—	—	85%	企業経営支援課

## 柱 5 新たな消費生活への適応

活動指標						成果指標				
対応する施策名	活動指標名	基準値 (2016年度) (平成28年度)	中間値 (2021年度) (令和3年度)	目標値 (2025年度) (令和7年度)	所管課	成果指標名	基準値 (2016年度) (平成28年度)	中間値 (2021年度) (令和3年度)	目標値 (2025年度) (令和7年度)	所管課
<b>施策 5-①</b> キャッシュレス決済対応支援 新時代に対応した決済方法の導入を推進します。	I-i 区内全域を対象としたキャッシュレス推進事業の実施	—	実施	実施	産業振興課	I キャッシュレス決済導入店舗数	—	42.8%	50%	産業振興課
	II-i 消費生活相談受付件数	4,307件	5,386件	5,200件	産業政策課	II 消費生活相談解決率 ※ 相談対応件数のうち、助言・あっせん等により何らかの解決に導いた件数の占める割合	98.4%	97.8%	98%	産業政策課
	II-ii 消費生活に係わる情報発信回数	24回	45回	50回	産業政策課					
<b>施設 5-②</b> 消費者教育の推進と消費生活相談の充実 キャッシュレス決済等に関連した新たな消費生活被害等を防ぐため、消費者啓発を進めます。	III-i 特殊詐欺防止に係わる情報発信回数	—	57回	60回	産業政策課 危機管理課	III 区内における特殊詐欺の被害件数【低減目標】	98件	93件	90件	産業政策課 危機管理課

# 柱 6 訪れたいくなるまちの観光施策とプロモーション

活動指標						成果指標				
対応する施策名	活動指標名	基準値 (2016年度) (平成28年度)	中間値 (2021年度) (令和3年度)	目標値 (2025年度) (令和7年度)	所管課	成果指標名	基準値 (2016年度) (平成28年度)	中間値 (2021年度) (令和3年度)	目標値 (2025年度) (令和7年度)	所管課
<b>施策 6-①</b> 観光資源を磨く・繋ぐ 5大イベントの実施や民間企業・NPO 団体等と連携した取り組みにより、賑わいを創出します。	I-i 観光交流協会が行う5大イベントの来場者数	1,418,000人	—	1,750,000人	観光交流協会	I 足立区を訪れたいと思う区外居住者の割合	—	—	40%	シティプロモーション課
	I-ii 観光交流協会が民間企業・NPO 団体等と連携して行うイベント等の来場者数及び回数	320人 (8回)	2,000人 (29回)	4,000人 (70回)	観光交流協会		II 足立区を人に勧めたいと思う区民の割合	48%	44.4%	59.2%
<b>施策 6-②</b> 来街者を呼び込む情報発信 ターゲットに応じて、多様な媒体を活用し、地域資源の魅力を効果的にPRします。	II-i 観光交流協会HPやSNSを用いた情報発信の投稿数	19回	141回	450回	観光交流協会					
	II-ii 「区のイメージアップにつながる情報」のメディア掲載件数 ※ ( ) は報道機関への情報提供件数	—	149件 (362)	200件 (500)	報道広報課 シティプロモーション課					

活動指標 I・IIはともに、成果指標 I・IIの両方につながるイメージです。