

# 令和4年度 第二回 足立区経済活性化会議

## 次 第

令和4年9月6日（火）10:00～  
Cisco Webex Meetings による Web 会議

### 1 報告事項

- (1) 経済活性化会議（部会・全体会）における委員の主な意見と計画への反映の  
検討内容について

### 2 審議事項

- (1) 「足立区地域経済活性化基本計画」改定版について

#### 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」（現行版）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	理事長	鈴木 健嗣
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 第二回 足立区経済活性化会議

**【報告事項】**

## 経済活性化会議（部会・全体会）における 委員の主な意見と計画への反映の検討内容

該当箇所	委員の主な意見／計画への反映
【柱1】 意欲的な事業者の取組を積極支援	ものづくり事業者と製品を使う現場が近い足立区の特徴を活かし、両者が意見交換できる場があると良い。
	製品を売るには見せ方（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欲しい。 ➡ <b>「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」の表現を、柱立て1の記載内容に加筆する（26、28、29ページ）。</b>
【柱2】 チャレンジ意欲や事業者の対応力の向上を促進	足立区の特徴を柱立てや施策の方向性のなかで打ち出し、区の戦略を明確にしてはどうか。
	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。
	➡ <b>区の戦略としては、特に注力する柱立て1を「突き抜け」、柱立て2を「底上げ」と位置付けて記載し、区の特徴を出していく（26、27、29、32ページ）。</b>
	途方に暮れている事業者に寄り沿う姿勢を示すべき。
	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。
【柱3】 企業の成長を促す人材確保を支援	I T活用のメリットの啓発を強化すべき。
	➡ <b>今年度から「事業者なんでも相談」「ウェブ活用アドバイザー」等の奔走支援を導入しており、第3章の個別事業にも記載済み（33、34ページ）。</b>
その他 (全体)	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区で働きかけてはどうか。
	女性や高齢者など多様な人材の就業意欲を応援し、就労環境を整えていくべき。
	➡ <b>高校生への働きかけや多様な人材の就業支援は、各所管事業で対応しており、第3章の個別事業に記載済み（36、38ページ）。</b>
その他 (全体)	小売を中心に物価高騰が顕著だが、物価高についても計画へ反映してはどうか。
	➡ <b>第2章の現状と課題に「原材料価格の高騰」や「物価高」という表現を加筆する（5、11ページ）。</b>
その他 (全体)	時勢を捉え、SDGsの文言を計画に入れてはどうか。
	➡ <b>第2章の現状と課題にSDGsの項目を新設するほか、柱立て1にSDGsの表現を加筆する（23、26、28、29、30ページ）。</b>

※ 上記の意見を踏まえ、体裁を整えて冊子にしました。

令和 4 年度 第二回 足立区経済活性化会議

**【審議事項】**

足立区地域経済活性化基本計画の改定  
(中間見直し)

文章が入ります。

令和5年●月  
足立区長 近藤 やよい

# 目次

<b>第1章 計画の基本事項</b> .....	<b>1</b>
1 計画の目的.....	1
2 計画の位置付け.....	1
3 計画期間.....	1
4 目指すべき姿.....	2
5 計画の推進体制.....	3
6 計画の進行管理.....	4
<b>第2章 地域経済活性化に係る現状と課題</b> .....	<b>5</b>
1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況.....	5
2 課題の整理と地域経済活性化の方向性.....	25
<b>第3章 計画の体系と個別施策</b> .....	<b>27</b>
1 施策体系.....	27
2 個別施策.....	29
柱1 意欲的な事業者の取組を積極支援.....	29
柱2 チャレンジ意欲・事業者の対応力の向上を促進.....	32
柱3 事業者の成長を促す人材確保を支援.....	35
柱4 創業者の成長支援と区内起業の促進.....	39
柱5 新たな消費生活への適応.....	43
柱6 訪れたいまちの観光施策とプロモーション.....	46
3 成果指標及び活動指標一覧.....	49

## 資料編

1	計画策定経過	61
2	用語解説	63
3	足立区経済活性化基本条例	66



# 第1章 計画の基本事項

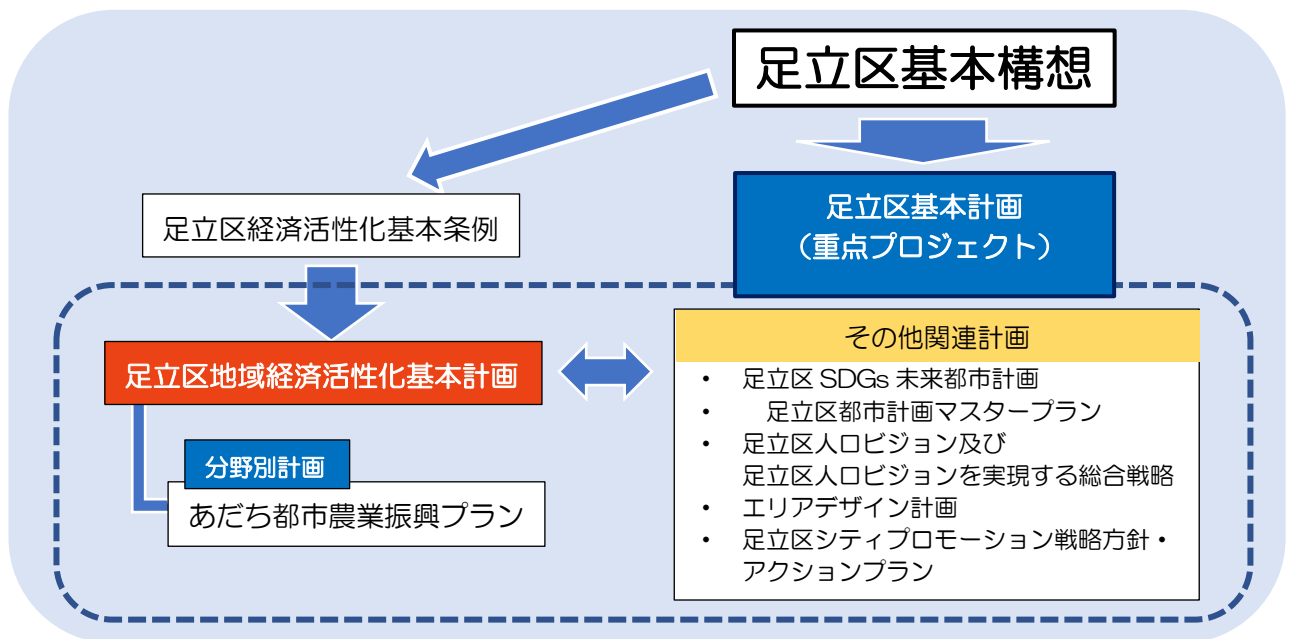
## 1 計画の目的

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、区のみならず民間の資源が効果的に活用され、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、2016（平成28）年10月策定の「足立区基本構想」、2017（平成29）年2月策定・2021（令和3年）3月改訂の「足立区基本計画」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」等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（平成30）年度から8年間です（図表2）。本来は、計画の折り返しである2021（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（令和4）年度の見直しとしました。

※● 新型コロナウイルス感染症：人に感染する「コロナウイルス」として新たに見つかった「新型コロナウイルス（SARS-CoV-2）」による感染症で、令和2年初頭から世界的に流行した。発熱、呼吸器症状、倦怠感等の症状を引き起こし、その感染力の強さから世界の経済や人々の生活様式等に甚大な影響を与えている。

図表2：計画期間

年度	2017 平成 29	2018 平成 30	2019 令和元	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 ～つながりが活力を生む～

足立区の産業の特徴として、高い技術力を持つ製造事業者や加工事業者が集積し、ものづくりの現場と製品を使用する生活者が近いことがあげられます。こうした区の特徴を活かし、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。

#### 5 計画改定に係る新たな事業の位置付け

活性化計画の改定にあたっては、販路拡大や先進技術の導入等、売上げ向上に取り組む意欲的な区内事業者への支援を「突き抜け支援」、アウトリーチ（※●）や伴走支援（※●）等、変化する事業環境への適応を図る区内事業者に対する、経営基盤・経営意欲の向上支援を「底上げ支援」として、新たに本計画における重要な柱に位置付け、2025（令和7）年度の本計画最終年度まで、特に注力して取り組んでいきます。

なお、「突き抜け支援」の柱1、「底上げ支援」の柱2のほか、各柱立てで目指す今後の事業展開のイメージは、第3章の「施策の方向性」（28ページ以降）に記載しています。

- ※● 協創：行政と区民・事業者・団体等が、互いの個性や価値観を認め合い、ゆるやかにつながり支えあうことで、より一層力を発揮する仕組み
- ※● アウトリーチ：自ら出向いてサービスを提供する支援
- ※● 伴走支援：マラソンランナーの伴走者のように、対象者に寄り添いながら行う支援

## 6 計画の推進体制

活性化計画の推進にあたり、区、事業者、金融機関、大学、区民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。各主体に求められる主な役割のイメージは以下のとおりです。

### 【区の役割のイメージ】

- 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、交流できる場を設ける。
- 国、都、その他関係機関と連携しつつ、庁内関係部署との調整を図り、効果的に施策を進めていく。

### 【区民の役割のイメージ】

- 日々の消費活動が地域経済の活性化に寄与することを理解し、事業者及び区と協力して地域社会の一翼を担う。
- 就業意識及び職業能力を向上する意識を持つ。

### 【事業者の役割のイメージ】

- 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する。
- 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商品開発及びサービスを提供する。

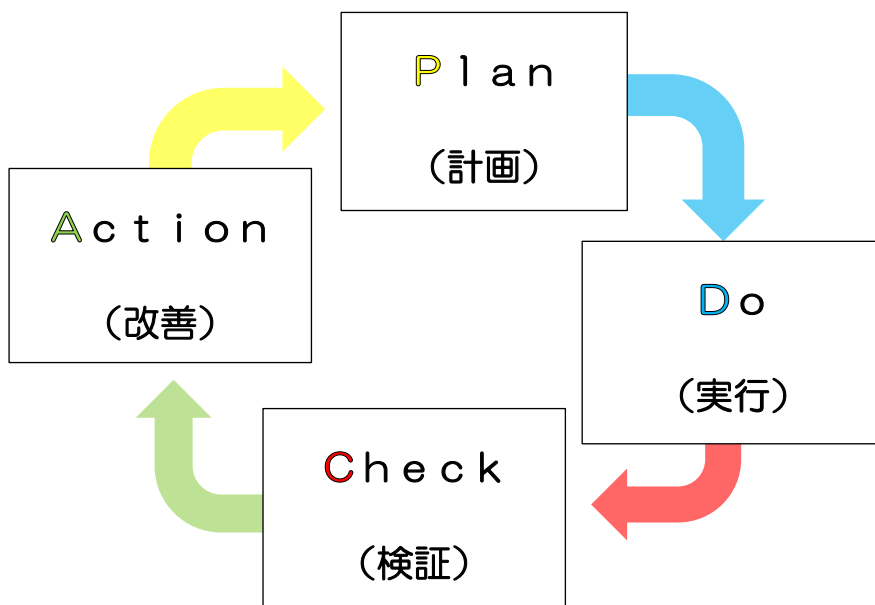
## 7 計画の進行管理

活性化計画で掲げた諸施策を着実に推進し、実効性のある計画とするためには、目標に対する施策の進捗状況の検証を行っていくことが不可欠です。

そのため本計画では、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・活動成果を測る「活動指標」を設定し、計画の進行管理を行っていきます（P49～60 参照）。

「活動指標」は毎年度、「成果指標」は最終年度である2025（令和7）年度に検証を行います。施策等の進行管理については、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い、着実に事業を推進します。

事業推進のため、数値目標や事業の取り組み実績に基づき客観的な視点で検証を行うとともに、足立区経済活性化会議での評価等を踏まえ、活性化計画の推進と進行管理の徹底を図ります。



## 第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（令和4）年度の日本経済は、長引く新型コロナウイルス感染症の流行や不安定な国際情勢等の影響を受け、特に中小規模の事業者にとっては、収益や雇用環境等に関して厳しい状況が続いています。民間設備投資や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や国際情勢の影響は、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おり、今後も注視していく必要があります。

都内経済は、個人消費、事業者の景況感、雇用情勢等に感染症等の影響はみられるものの、緩やかに持ち直しています。

このようにコロナ禍で事業環境が大きく変化する中、小規模事業者（※●）が約8割を占める区内事業者の事業の先細りを防ぐには、経営基盤の強化や変化する社会経済環境への柔軟な対応力の向上が不可欠です。区は、区内事業者を支え、地域経済の好循環を生み出すため、的確かつ迅速な取り組みを行っていきます。

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
- (8) SDGs（※●）

現況の整理は、2021（令和3）年7月から8月に実施した各種調査や統計データ等の分析内容をもとに行いました（図表4）。

なお、足立区の産業実態に関するアンケート及び調査の結果については、以下のとおり足立区ホームページで公開しています。

(<https://www.city.adachi.tokyo.jp/sangyo/industrialstatusquestionnairesurvey.html>)

二次元  
コード

- ※● 小規模事業者：「商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律」では、商業・サービス業（宿泊業・娯楽業除く）の場合は従業員数5人以下、サービス業（宿泊業・娯楽業）及び製造業・その他業種の場合は従業員数20人以下の事業者を指す。
- ※● 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。
- ※● SDGs：Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）。国連サミットにおいて採決された2030年を期限とする国際社会全体の17の開発目標（詳細はP23参照）。

図表4：中間見直しに際して実施した調査、情報収集

調査名称等	調査概要
足立区産業実態等アンケート調査①	<p>【調査対象】 小規模事業者（*1）：従業員4人以下の区内事業者</p> <p>【対象者の抽出】 事業所母集団データベース（令和元年度経済センサス基礎調査）の情報を基に特定業種（金融業等）を除外し、従業員数別に無作為抽出</p> <p>【標本数（回収数・回収率）】 1,500サンプル（453件・30.2%）</p>
足立区産業実態等アンケート調査②	<p>【調査対象】 中規模以上事業者（*2）：従業員5人以上の区内事業者</p> <p>【対象者の抽出】 事業所母集団データベース（令和元年度経済センサス基礎調査）の情報を基に特定業種（金融業等）を除外し、従業員数別に無作為抽出</p> <p>【標本数（回収数・回収率）】 1,500サンプル（417件・27.8%）</p>
消費・就労に関する意識調査	<p>【調査対象】 足立区に居住する18歳以上の男女個人</p> <p>【対象者の抽出】 足立区住民基本台帳より単純無作為抽出</p> <p>【標本数（回収数・回収率）】 2,000サンプル（887件・44.4%）</p>
起業・創業に対する意識 WEB 調査	<p>【調査対象】 足立区及び足立区周辺の指定9市区（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歳で、下記①～③の対象条件のいずれかを満たす人</p> <p>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>【対象者の抽出】 大手WEB調査機関が保有するインターネット調査モニターから、スクリーニング調査で、条件該当者&amp;有効回答者を抽出</p> <p>【標本数（回収数）】 1,000サンプル+<math>\alpha</math>（1,201件）</p>
各種統計データ等	国勢調査、経済センサス、中小企業白書、官公庁の統計等

（\*1）（\*2）アンケート実施にあたり、事業者を区独自に「小規模」と「中規模以上」で区分しており、「商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律」の事業者区分の定義とは異なる。本計画中、足立区産業実態等アンケート調査の内容と紐づけて「小規模事業者」と記載がある場合は、区独自の分類に従う。



(1) 人口動向と雇用情勢

【課題】

- 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ます。
- 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、業務の効率化等、事業者の課題に応じた支援を行う必要があります。

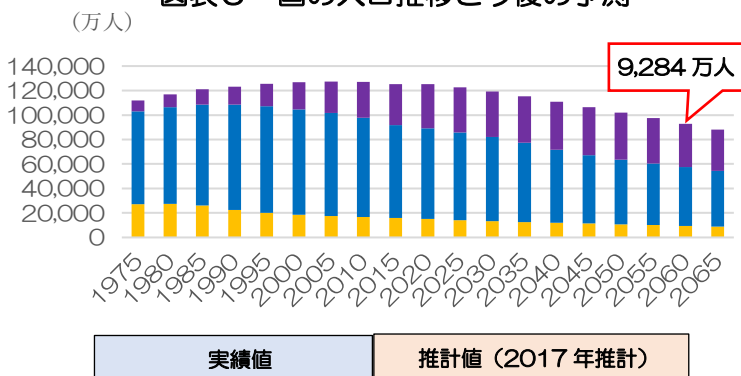
【概況】

ア 全国・都の人口動態

日本の人口は、2008（平成20）年をピークに減少しており、人口減少スピードは今後さらに早まる見込みです。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（令和42）年の我が国の総人口は、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）。

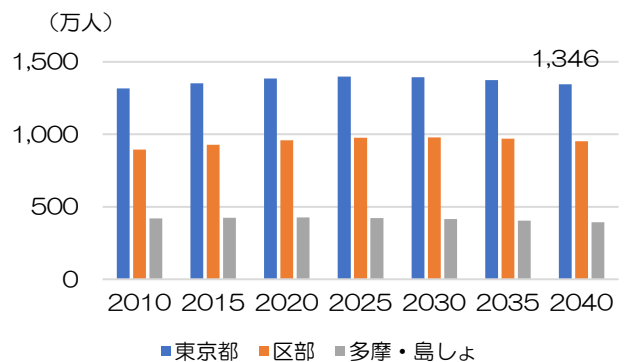
また、東京都の総人口は、2022（令和4）年7月1日現在1,403万人ですが、「東京都区市町村別人口の予測（平成29年）」によれば、今後減少に転じ、2040（令和22）年には1,346万人となる見込みです（図表6）。

図表5 国の人口推移と今後の予測



出典：2015年までは総務省「国勢調査」、2015年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成29年推計）」（出生中位・死亡中位推計）を基に作成

図表6 東京都の人口推移と今後の予測

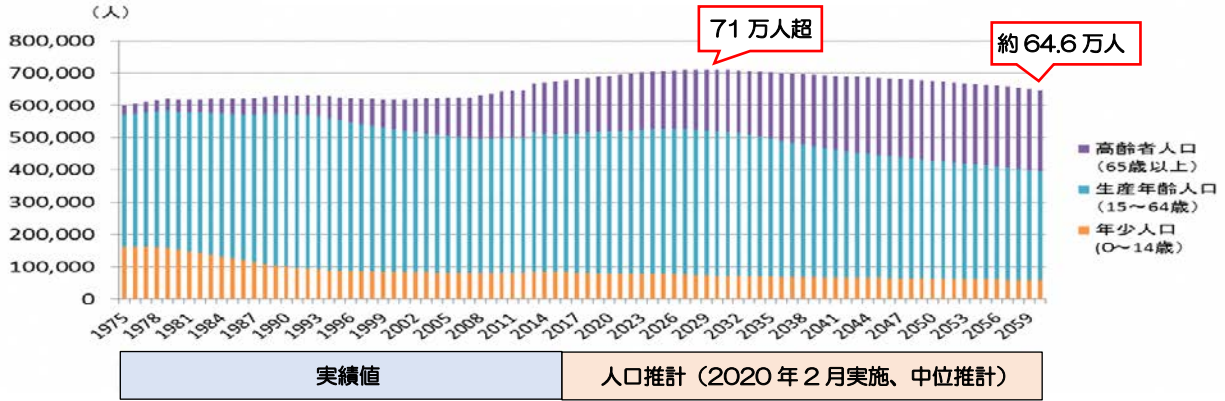


出典：東京都「東京都区市町村別人口の予測（平成29年）」を基に作成

イ 足立区内の人口動態

足立区の人口は、2020（令和2）年2月に実施した人口推計（中位推計）によれば、今後もしばらく増加を続け、2030（令和12）年前後に71万人を超えるものの、それ以降は減少に転じ、2060（令和42）年には約64.6万人になると予測しています（図表7）。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。

図表7 足立区の人口推移と今後の予測

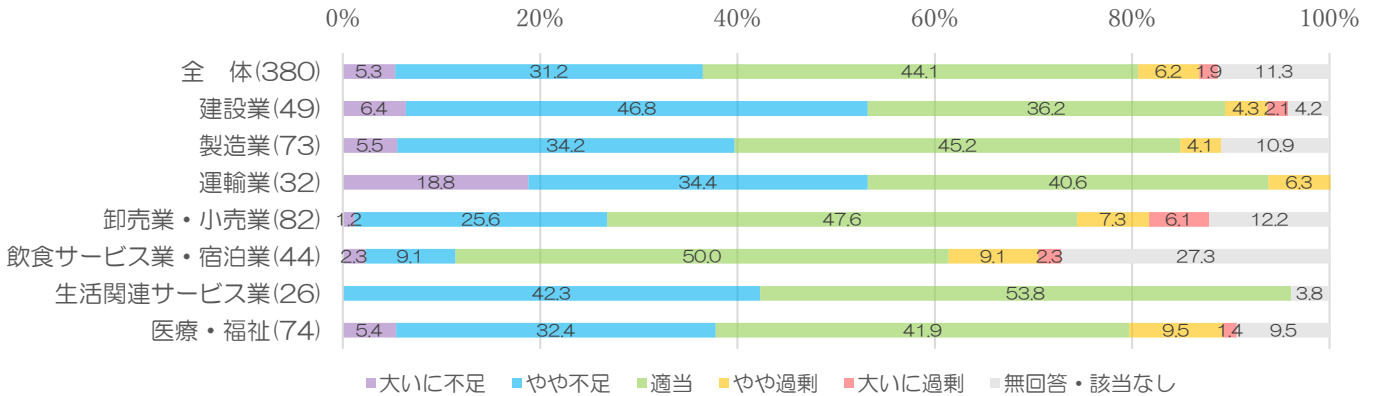


※ 令和4年1月1日現在、住民基本台帳に基づく人口は令和2年2月に実施の人口推計（中位推計）を約9,000人下回っているものの、今後の人口推移傾向を示すため推計の数値をそのまま使用している。  
 出典：足立区人口ビジョン改訂版第二期総合戦略（令和3年3月）より

ウ 区内の雇用情勢

区内事業者の正社員の雇用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、建設業を中心に人材が不足していると感じる事業者が多くなっています（図表8）。

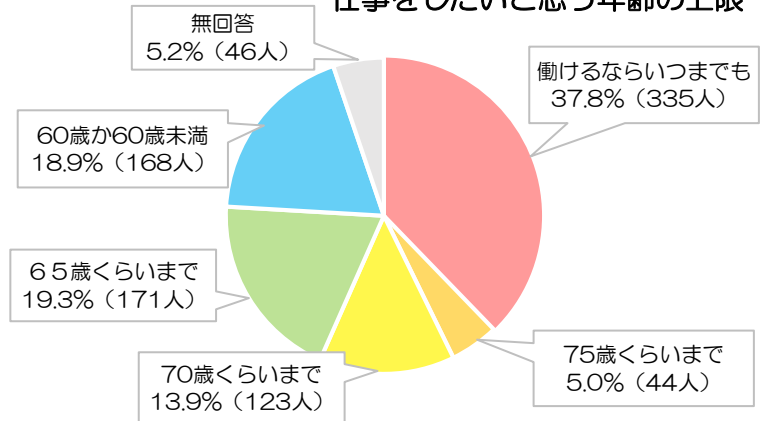
図表8 2021年現在の正社員の雇用状況



出典：足立区産業実態等アンケート調査より

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（図表9）。

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



出典：足立区消費・就労に関する意識調査より



(2) 景況

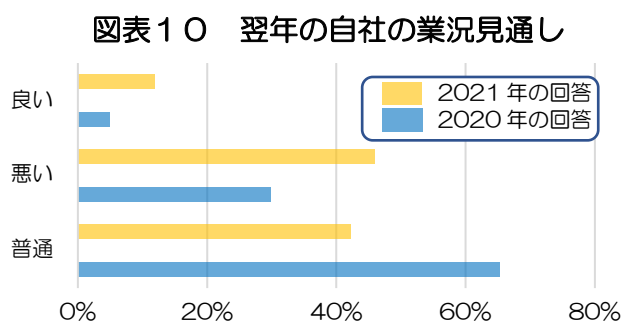
【課題】

- 売上げが減少したと答えた事業者が多いため、売上げの回復、増加につながる事業者の取り組みを支援し、景況感の改善を下支えする必要があります。
- 支援を通して成功モデルを示すことで、新たな取り組みに挑戦する意欲をもつ事業者を増やすことが課題です。

【概況】

ア 都内事業者の景況感

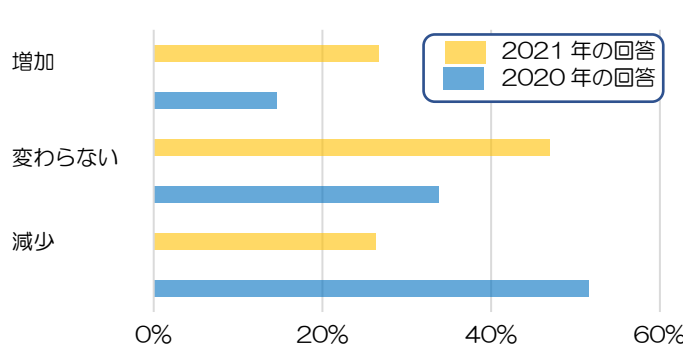
東京都信用金庫協会が行った「都内中小企業景況調査」によると、翌年の業況（※●）見通しは、2021（令和3）年12月時点では、新型コロナウイルス感染者数が若干落ち着いていたこともあり、2020（令和2）年12月時点の同調査の回答よりも、明るい見通しを持つ事業者が多くなっています（図表10）。



出典：東京都信用金庫協会 都内中小企業景況調査  
（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（令和2）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ます（図表11）。

図表11 翌年の自社の売上額伸び率見通し



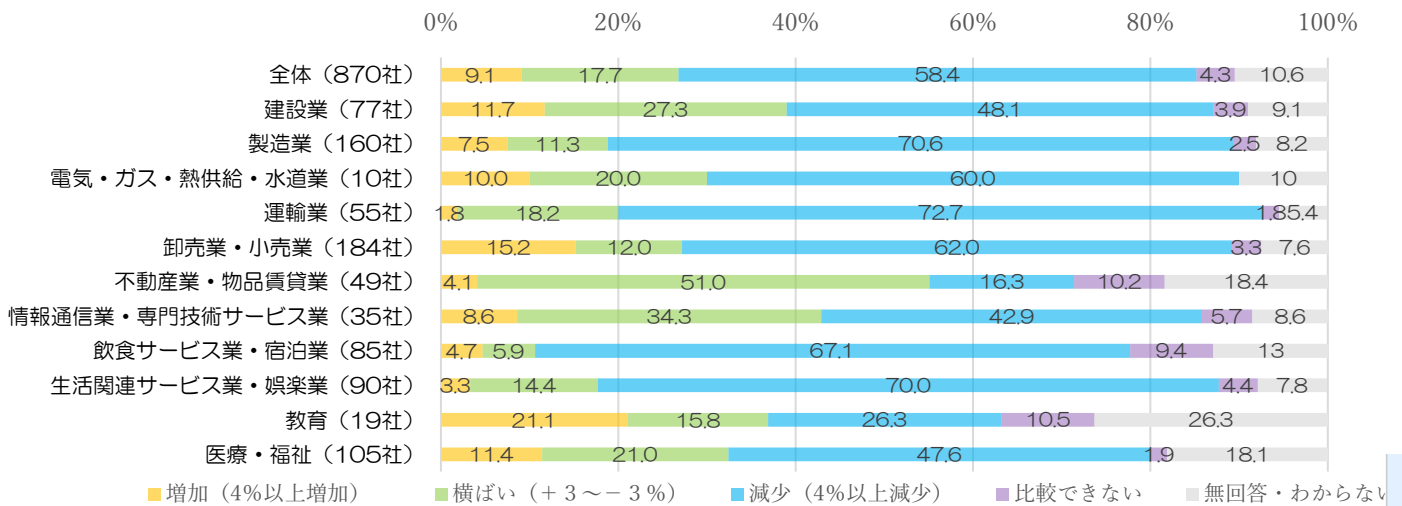
出典：東京都信用金庫協会 都内中小企業景況調査  
（2021年10～12月期）より

イ 区内事業者の景況感

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（令和元）年と、感染症の影響が大きかった2020（令和2）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（図表12）。

※● 業況：各業種別、企業規模別等に判断する、ある時期の景況の状況

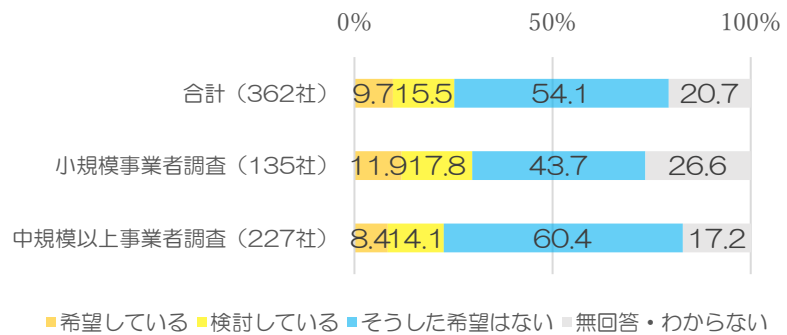
図表12 2020年（1月～12月）の年間売上高の対前年増減比較（業種別）



出典：足立区産業実態等アンケート調査より

また、新型コロナウイルスの影響により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（図表13）。

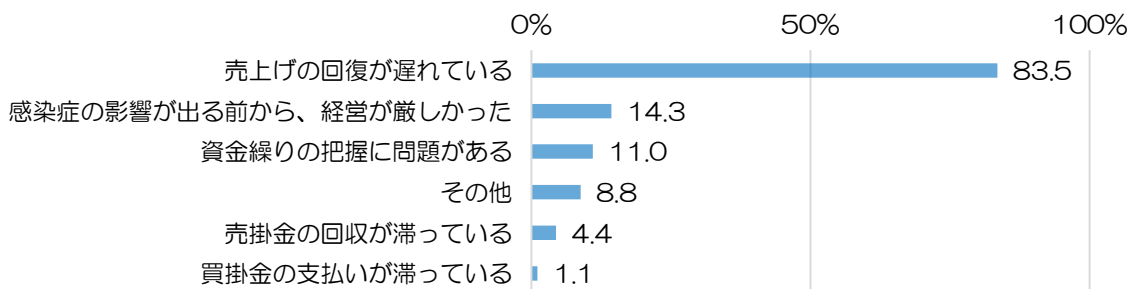
図表13 新型コロナウイルスの影響を受けて調達した資金に関する返済期間や返済方法等の変更希望有無



出典：足立区産業実態等アンケート調査より

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、感染症の影響以降、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にすぎず、真に資金繰りを改善するためにも、売上げ自体の回復や向上を図る根本的な取り組みの重要性が増してきています（図表14）。

図表14 調達した資金の返済期間や返済方法等の変更希望理由（複数回答可）



出典：足立区産業実態等アンケート調査より

(3) 事業環境の変化への対応

【課題】

- 今後も事業環境は大きく変化していくことが見込まれており、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不可欠です。
- 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ります。

【概況】

ア 国内外の経済動向

近年、自然災害や感染症の世界的な蔓延、不安定な国際情勢の煽りを受けた物価高、税制改革によるインボイス制度の導入等、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）。

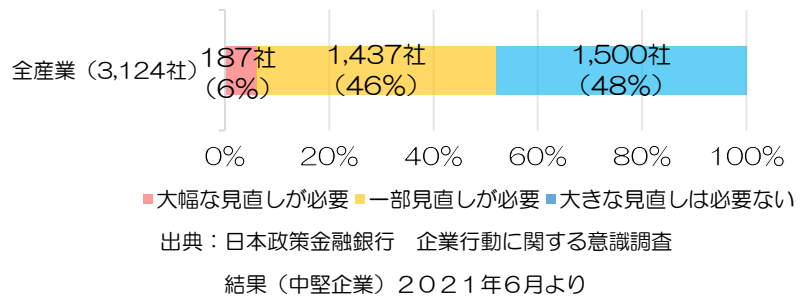
図表15 近年の様々な出来事

年（西暦）	経済に影響を及ぼした主な出来事
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
2022年	ロシアによるウクライナ侵攻開始

イ コロナを契機とした事業見直しの必要性

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、「新たな製品やサービスの提供」や「サービスのAI・デジタル化」等、事業の見直しの必要性を感じる事業者も多くなっています（図表16）。

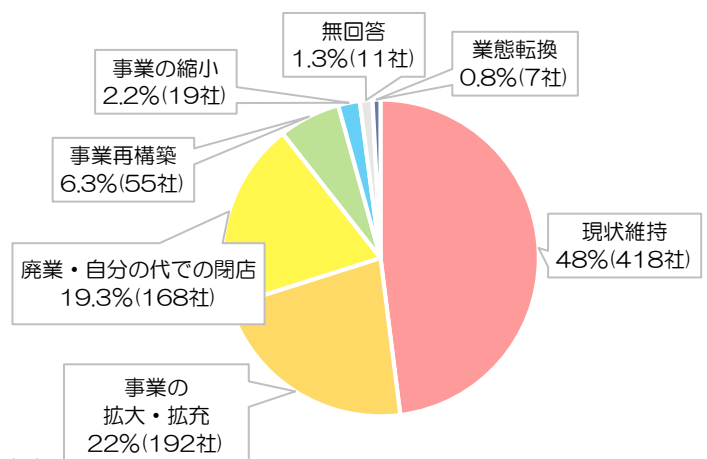
図表16 新型コロナウイルス感染拡大を契機とした事業の見直しの必要性



ウ コロナ禍における事業見直し等（区内事業者）

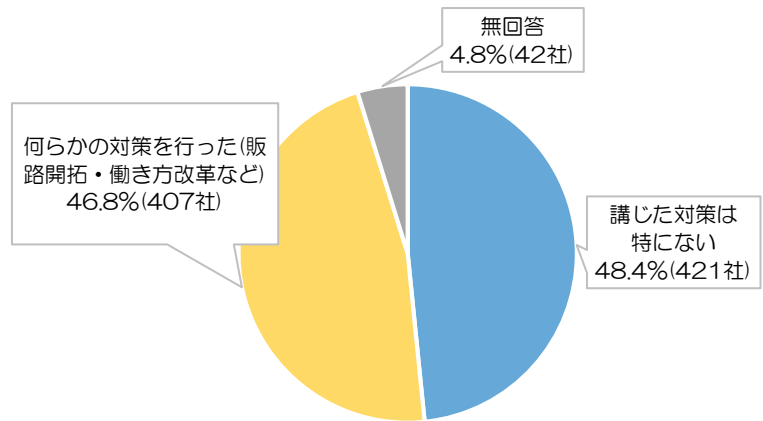
そのような状況の中、区内事業者に対して中長期的な経営方針をたずねたところ、約半数にあたる48%の事業者が「現状維持」、19.3%が廃業や自分の代での閉店と答えています（図表17）。

図表17 中長期的な経営方針



区内事業者に対して新型コロナウイルス感染拡大や売上げ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（令和3）年7月時点において、対策を打っていない事業者が多いことが明らかとなりました（図表18）。

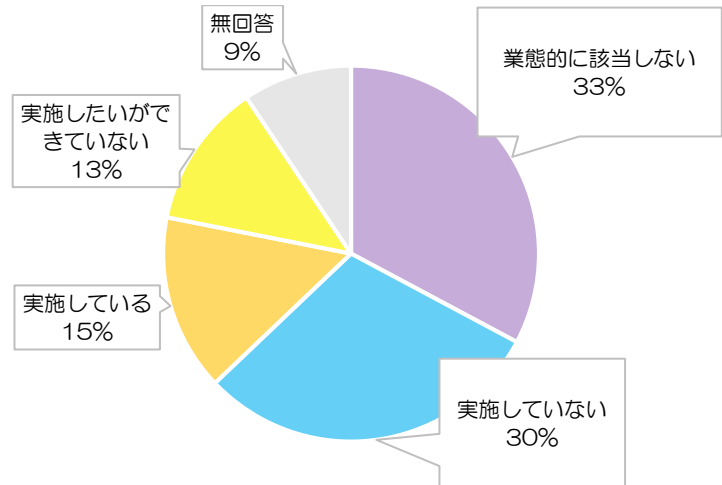
図表18 新型コロナウイルスの感染拡大や売上げ減少に対して、講じた対策



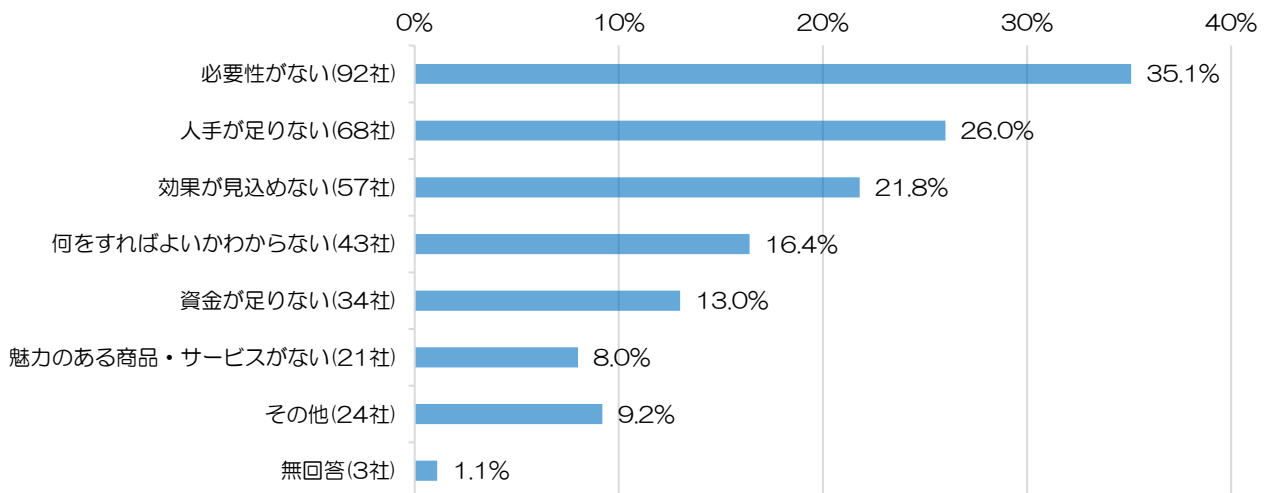
出典：足立区産業実態等アンケート調査より

また、売上げ回復、向上に資する、販路開拓の実施状況を区内事業者にとずねたところ、「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（図表19）。「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20）。

図表19 販路開拓の実施状況



図表20 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

(4) 技術の進展と活用状況

【課題】

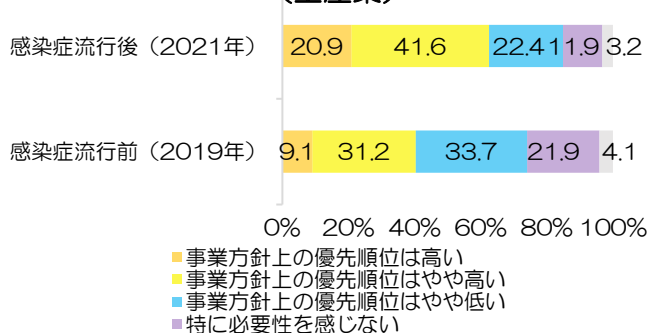
- 全国的に、テレワークや業務効率化、生産性向上等に IT ツール・システムを導入する事業者が増えている一方、区内事業者のインターネット活用状況は十分とは言えません。
- 業種業態による違いはあるものの、インターネット活用の重要性は日増しに高まっており、活用をたくても導入が進まない事業者の支援と、導入の必要性を感じていない事業者に対する活用促進が必要です。

【概況】

ア 全国のデジタル化の動向

長引く新型コロナウイルス感染症や不安定な国際情勢等の影響を受け、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上でも、デジタル技術を活用する重要性は増えています。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21)。

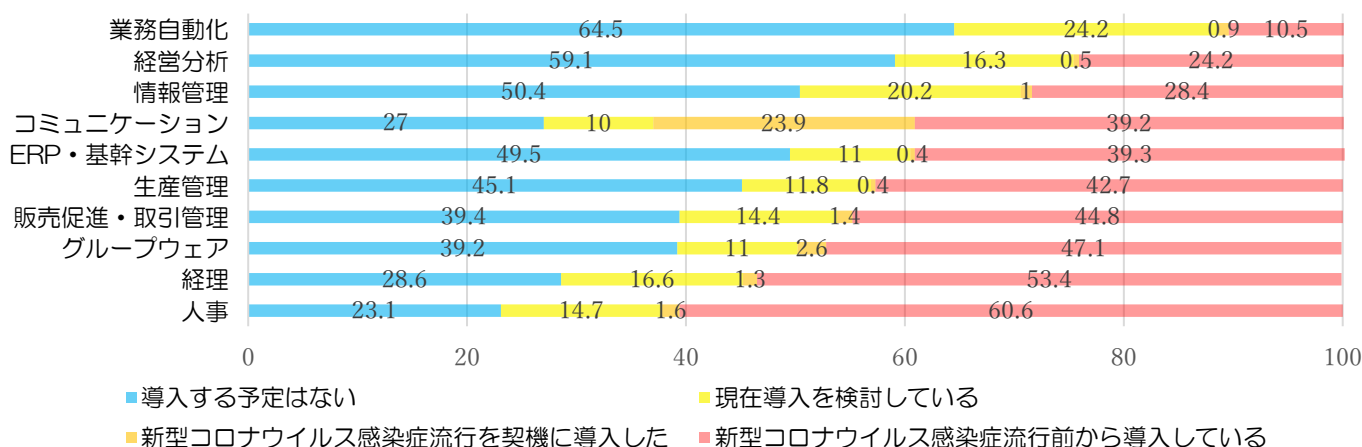
図表21 デジタル化に対する優先度の変化(全産業)



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・システム導入状況の調査を見ると、「現在導入を検討している」「新型コロナウイルス感染症流行を契機として導入した」といった事業環境の変化に対応しようとする動きが見られます。(図表22)。

図表22 ITツール・システムの導入状況



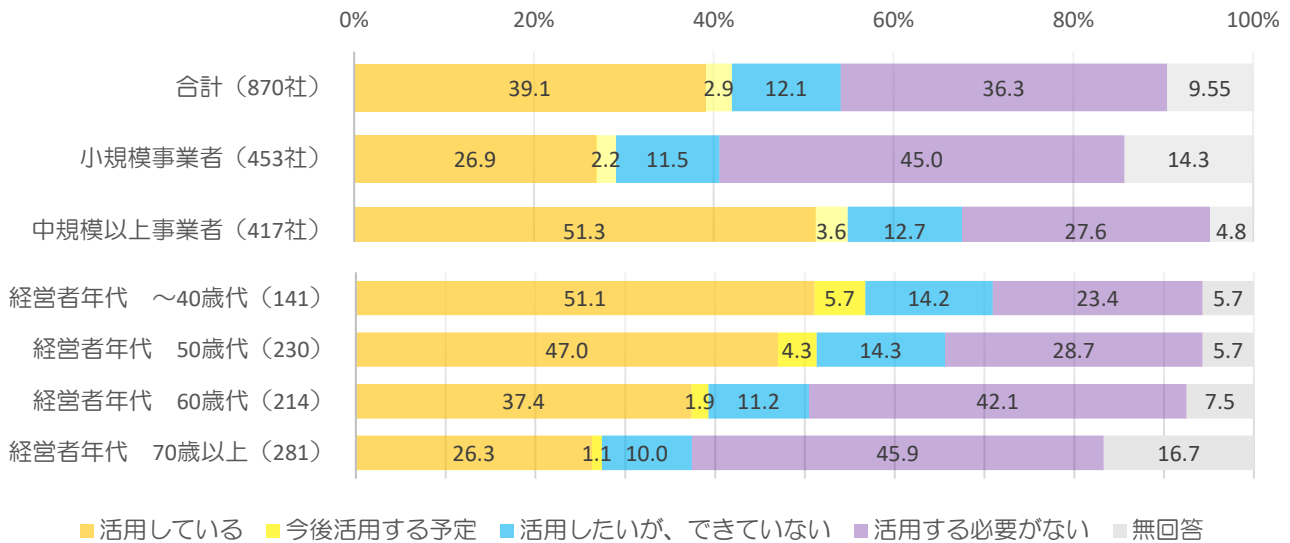
出典：中小企業白書2021年度版より

※● デジタル化：アナログの業務プロセスをデジタルに変える「デジタイゼーション」と、デジタル技術によって業務プロセスや製品・サービスを変革し、新たな価値を生み出す「デジタライゼーション」の2種類の意味がある。ここでは両方の意味を含んでいる。

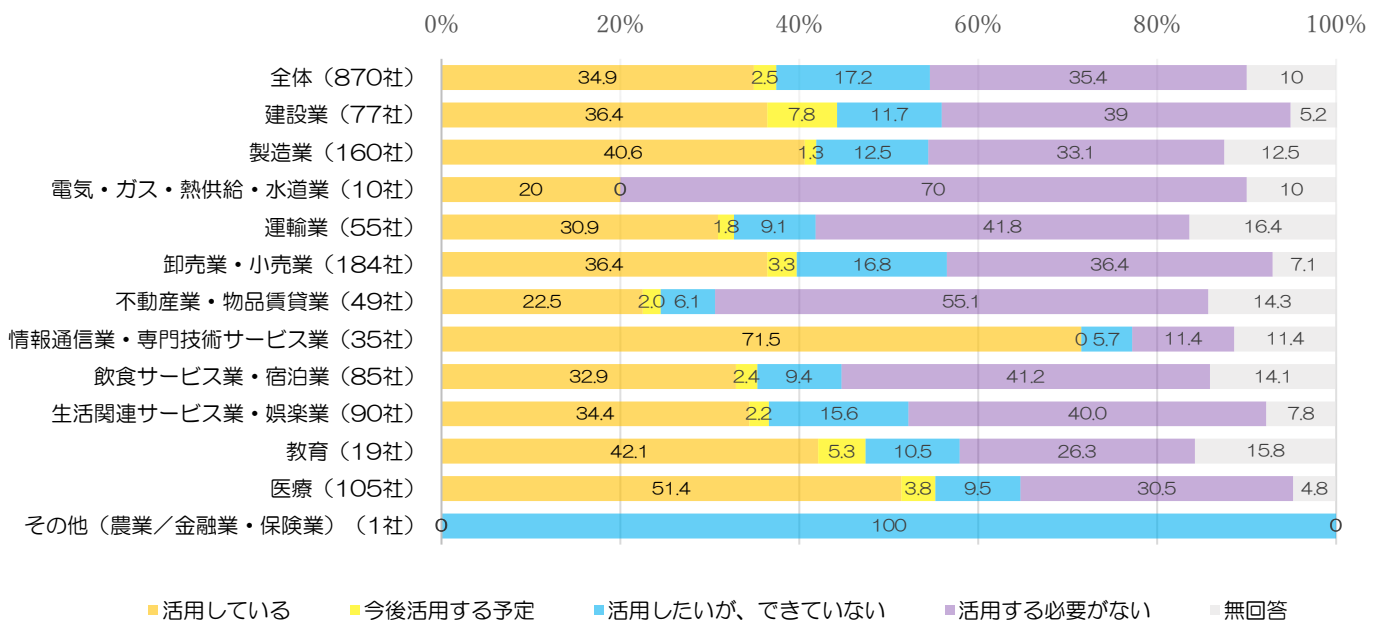
イ 区内事業者のインターネット活用状況

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す（図表23、24）。

図表23 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）



図表24 区内事業者のインターネット活用状況（業種別）

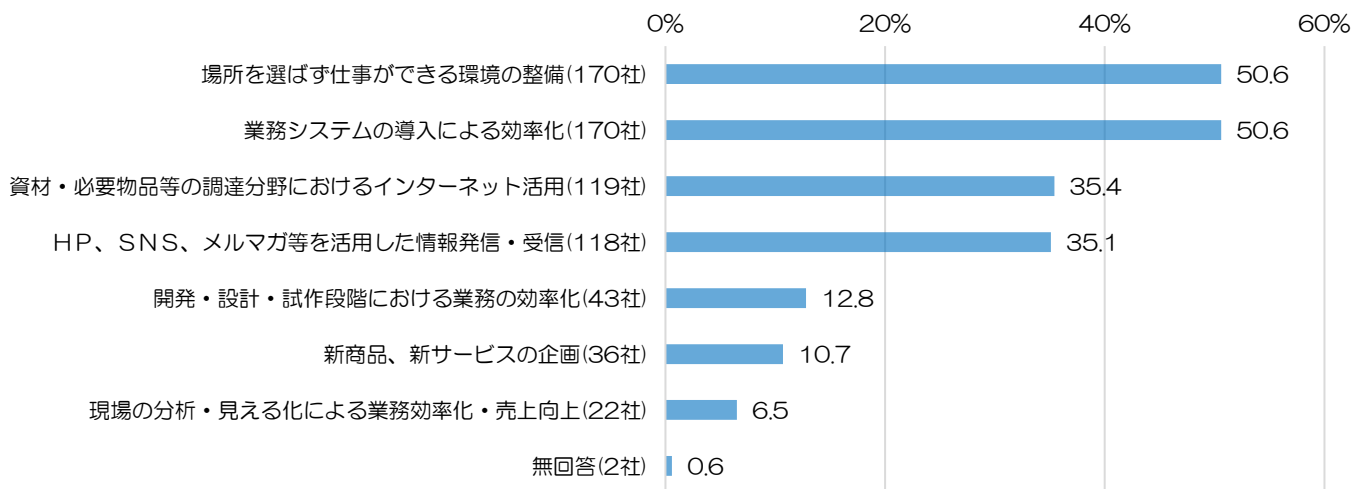


出典：いずれも足立区産業実態等アンケート調査より

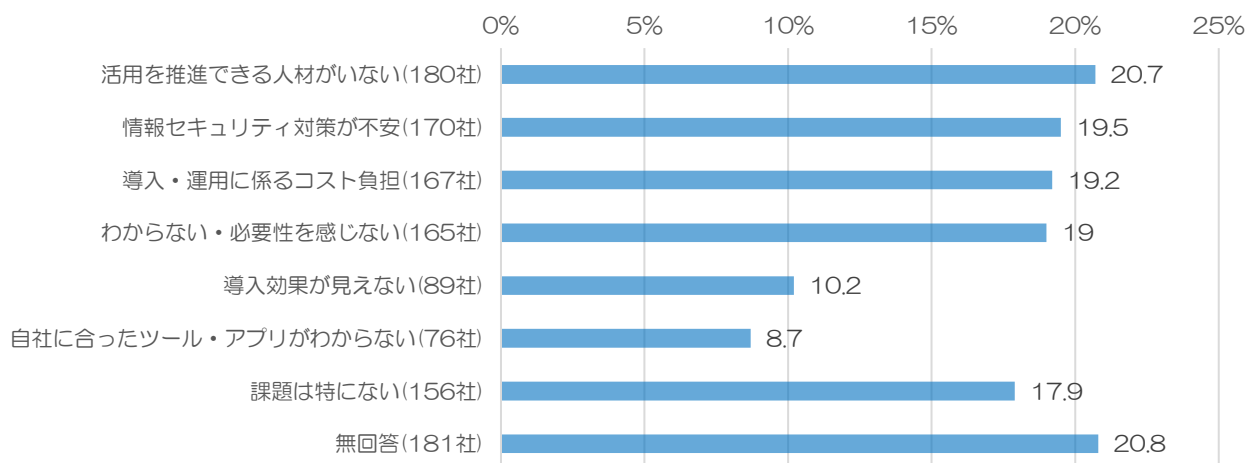


インターネット活用ができていない区内事業者の用途は、業務環境の整備、効率化に関する内容が多くなっています（図表25）。一方、インターネット活用の課題については、人材、セキュリティ、コスト等に加え、「わからない・必要性を感じない」との回答が多くなっています（図表26）。

図表25 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（複数回答可）



図表26 区内事業者のインターネット活用の課題（複数回答可）



出典：いずれも足立区産業実態等アンケート調査より

(5) 起業・創業の現状

【課題】

- 足立区や足立区の近隣自治体の住民には、起業に関心のある方が一定数いるものの、起業にあたって資金やノウハウ不足等の不安を抱える人が少なくありません。
- 区内で創業した事業者を手厚く支援することで、区内创业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創業の地として評判を高め、起業を志す方に選ばれる区になることが必要です。

【概況】

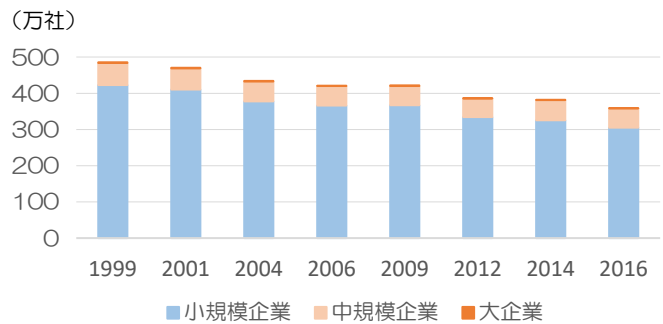
ア 日本の企業数の推移と起業家意識の国際比較

我が国では、産業構造の変化、経営者の高齢化の進展等に伴い、特に、中小規模の企業数は年々減少を続けており、これまで地域経済を支えてきた事業者が市場から撤退することで、地域活力の喪失が懸念されています(図表27)。

こうした状況において、新たな地域経済の担い手を創出するため、起業を促進することは重要と考えられます。

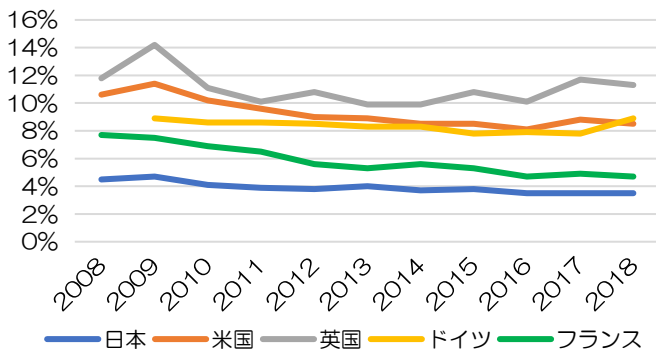
しかし、中小企業庁の小規模企業白書等によれば、日本は欧米諸国と比べて、開業率(※●)、人々の起業家意識のいずれも低い数値となっており、潜在的な起業家も少ないことが推測されます(図表28、29)。

図表27 企業規模別企業数の推移



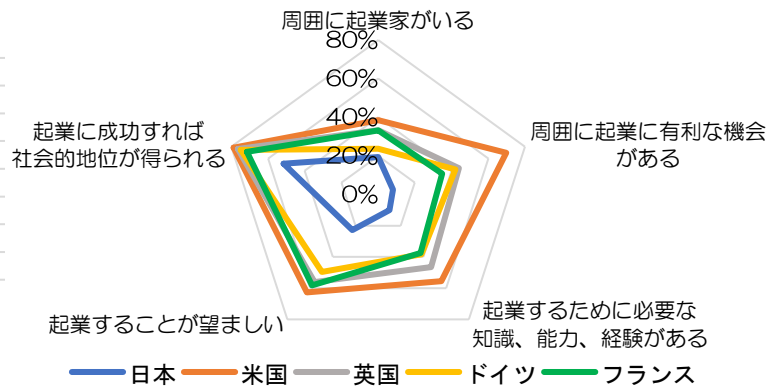
出典：中小企業庁 2020年版中小企業白書・小規模企業白書より

図表28 開業率の国際比較



出典：中小企業庁 2021年版小規模企業白書より

図表29 起業家意識の国際比較



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)を基に作成

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

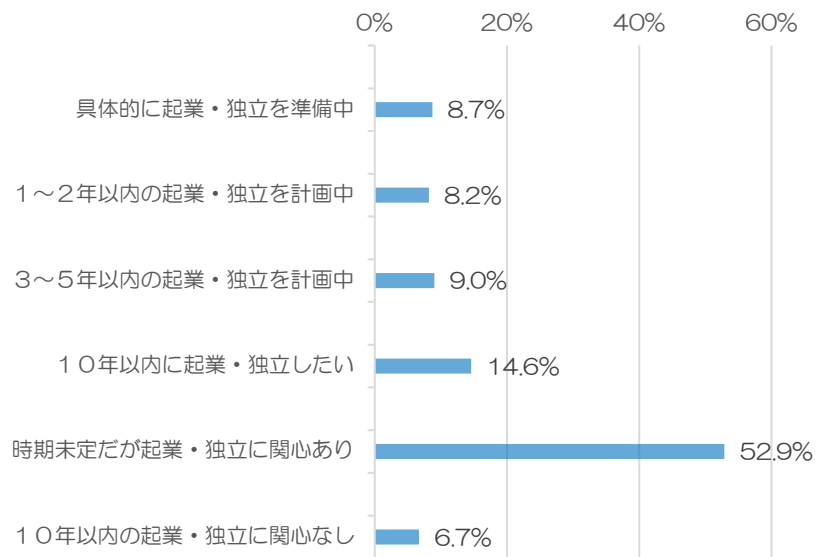


イ 足立区及び近隣自治体の住民の起業に対する意識

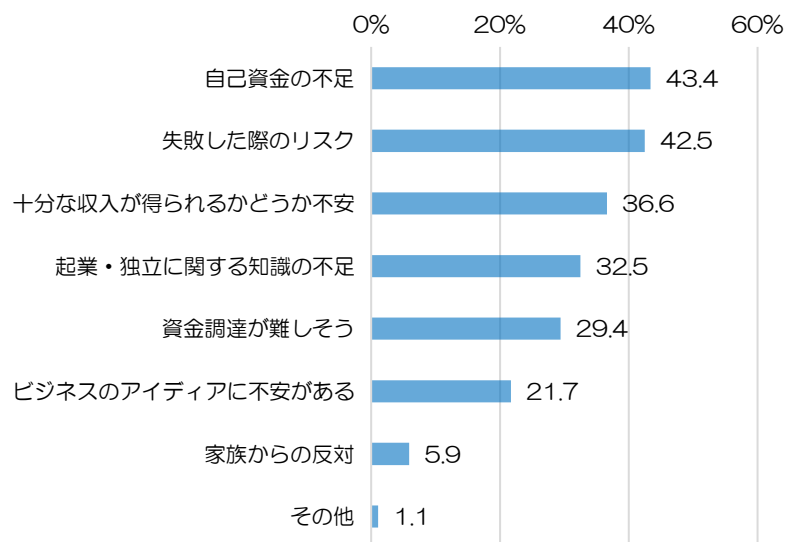
一方、足立区、葛飾区及び千葉県、埼玉県の近隣市の起業に関心がある人々を対象に行った調査では、近い将来の起業・独立に対する気持ちについて、53%が「時期未定だが起業・独立に関心あり」と答えただけ、10年以内に起業・独立する意思を持つ人が40%を超えています（図表30）。

また、起業・独立の実行、検討時の懸念事項については、「資金的な不安」と、「起業・創業に関連するノウハウの不足」をあげる声が多いことから、起業を志す人を増やすためには、こうした不安に寄り添い、解消する支援が重要であると考えられます（図表31）。

図表30 足立区及び近隣自治体で起業に関心のある人の、近い将来の起業・独立に対する気持ち



図表31 起業・独立の実行・検討時の懸念事項（複数回答）



出典：いずれも足立区起業・創業に対する意識 WEB 調査より

(6) 消費動向

【課題】

- インターネットを介した消費や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、消費者ともに、デジタル機器を使いこなしていく必要があります。
- 消費者、事業者双方がデジタル機器を使いこなすための利活用促進策が求められています。

【概況】

ア インターネットを介した消費動向（全国）

経済産業省が行った調査によれば、2013（平成25）年以降、我が国のECサイトを介した消費額は増加傾向が続いており、新型コロナウイルス感染症拡大が本格化した2020（令和2）年には、特に大幅な増加が見られました（図表32）。

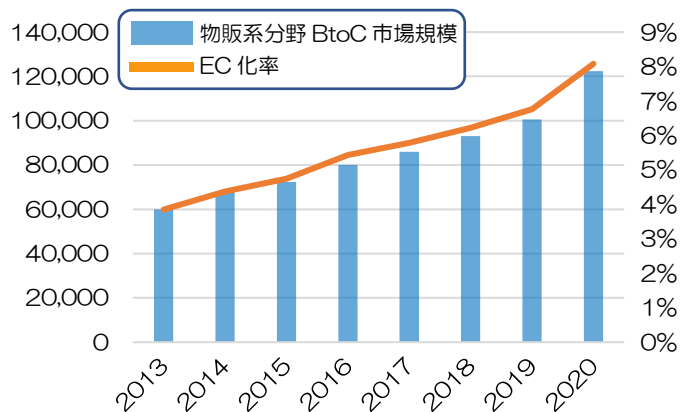
近年、インターネットを介した消費の伸びの強さが際立っています。

イ インターネットを介した消費動向（足立区）

区民に対して、インターネットショッピング利用経験についてたずねたところ、「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33、34）。

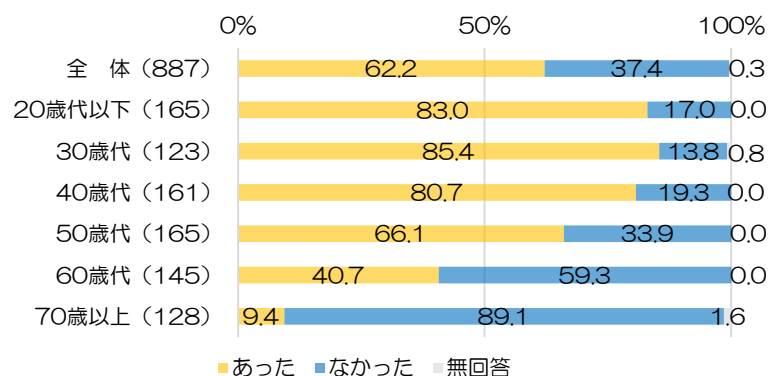
区内においても、インターネットを介した消費は今後も増えていくことが予測されます。

図表32 物販系分野のBtoC(※●)-EC市場(※●)規模及びEC化率(※●)の経年推移  
(億円)



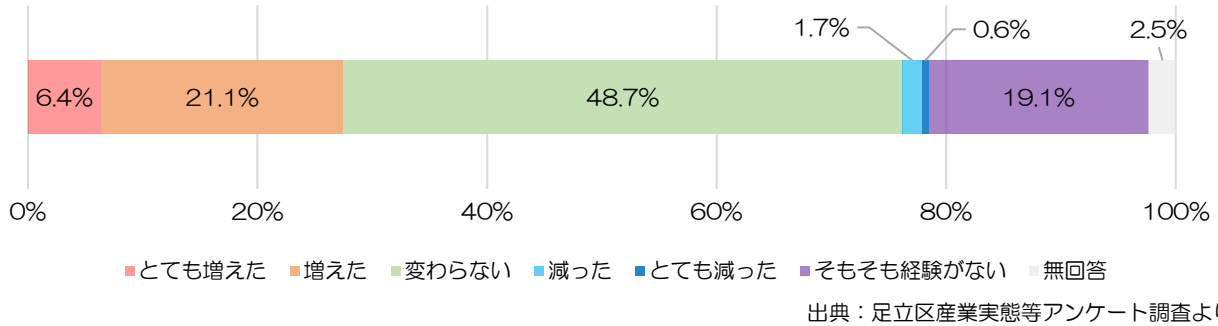
出典：経済産業省 令和2年度産業経済研究委託事業（電子商取引に関する市場調査）より

図表33 インターネットショッピング利用有無（2021年6月時点）



- ※● BtoC=Business to Consumer（事業者と消費者間）で行う取引形態。
- ※● EC市場=Electronic Commerce（電子商取引、Eコマースとも呼ばれる）の市場。インターネット等のネットワークを利用して、売買や決済、サービスの契約等を行う。
- ※● EC化率=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算出

図表34 インターネットショッピング利用頻度  
(2020年6月と2021年6月の比較)



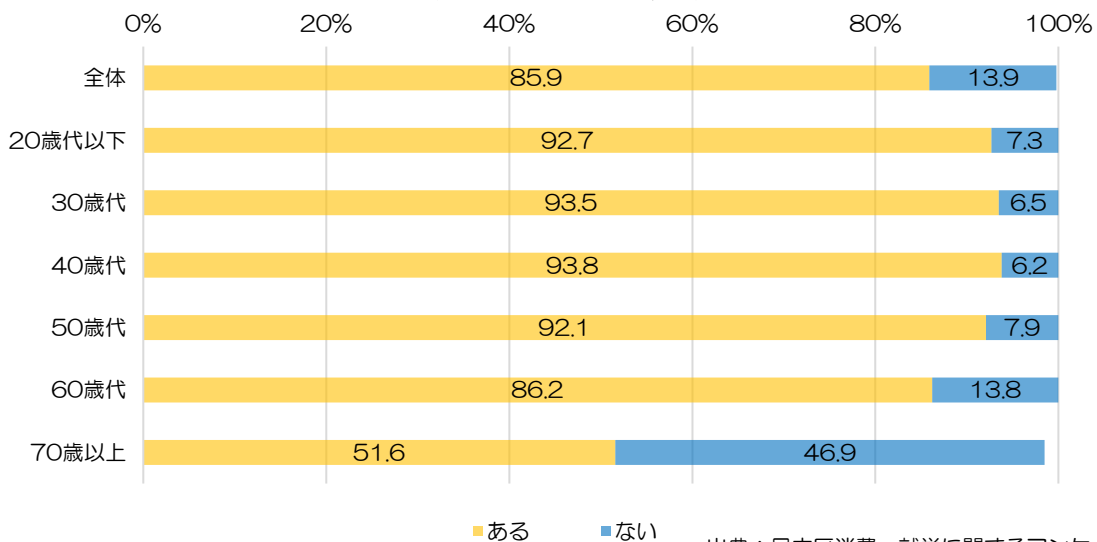
インターネットを介した消費が増えていく中、実店舗での消費もキャッシュレス化が進んでいます。キャッシュレス化は、消費者にとって、買い物時の支出管理がインターネットバンキングや家計簿アプリの利用により容易になる等のメリットがあり、店舗にとっても、現金取扱の手間やリスクの軽減、売上げ機会の増加、顧客の購買情報の分析・利活用による、集客や売上げアップ等の利点があります。

また、コロナ禍で始まった「新しい生活様式（※●）」として、現金を介した顧客と従業員の接触機会を減らす、キャッシュレス化の必要性が高まっています。

### ウ 区内におけるキャッシュレス決済の利用・導入状況

2021（令和3）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たずねたところ、80%以上の方が「ある」と回答しています。年齢別に見ると、70歳代以上の利用経験は約50%に留まっているものの、60歳代以下の全世代では、85%以上となっており、区民生活にもキャッシュレス決済が浸透していることが伺えます（図表35）。

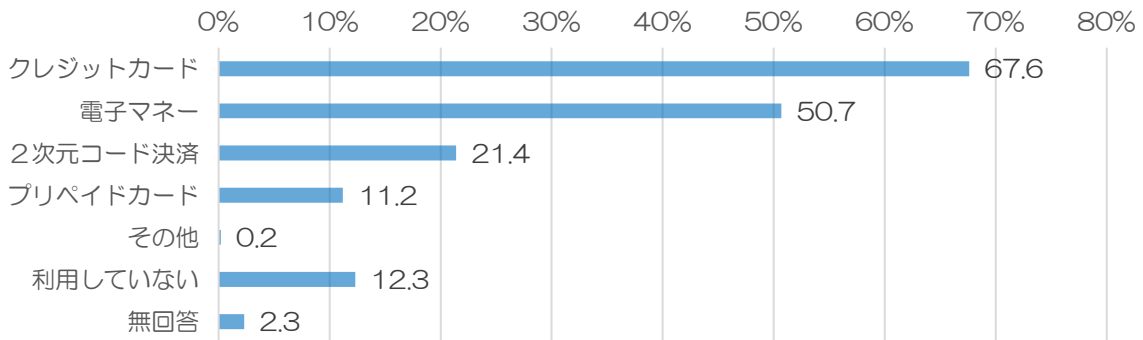
図表35 キャッシュレス決済の利用経験



※● 新しい生活様式：新型コロナウイルス感染症の影響が長期化するなか、日常生活と感染拡大防止策を両立させるため、厚生労働省が公表した行動指針

なお、よく利用するキャッシュレス決済手段を、複数回答可で区民にたずねたところ、「クレジットカード」が7割強で最も多く、「電子マネー」が5割強で次に多くなっています（図表36）。

図表36 よく利用するキャッシュレス決済手段（複数回答可）



出典：足立区消費・就労に関するアンケート調査より

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、スマホ決済、その他のキャッシュレス決済ともに、半数以上の店舗が「導入していない」と回答しました（図表37）。

各店舗の業態や顧客層も考慮する必要があるものの、東京都が目標に掲げるキャッシュレス決済比率50%達成に向け、対応店舗を増やしていく必要があります。

図表37 キャッシュレス決済方法の導入状況

	スマホ決済	その他のキャッシュレス決済 (クレジットカード、交通系ICカード等)
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  
(令和3年10月)より

(7) 観光需要の動向

【課題】

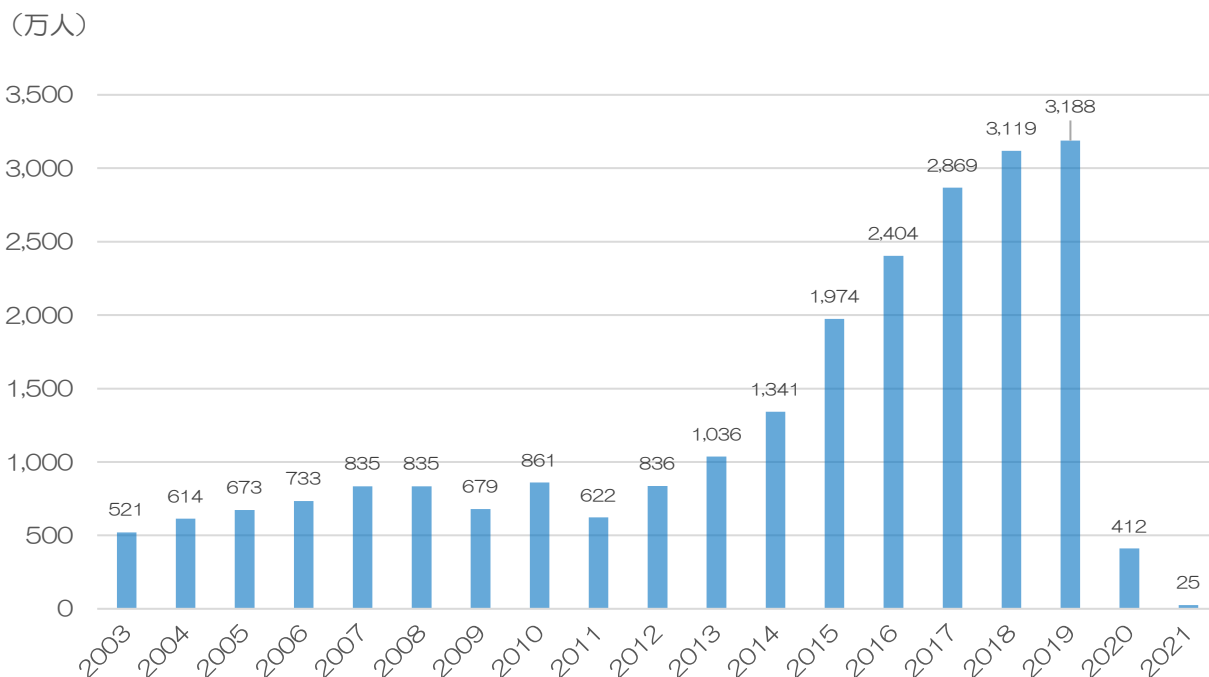
- 訪日外国人、国内宿泊延べ人数ともに、新型コロナウイルス感染症の影響を受けて大きく落ち込んでいますが、旅行、観光の潜在的需要は健在であり、感染症との共存や感染症収束後に向けた準備が重要になります。
- 感染症と共存する取り組みのほか、感染症収束後に向けて、多様な主体と連携したまちの魅力の発掘、情報発信が必要です。

【概況】

ア 訪日外国人旅行者数の推移

観光庁によれば、2020（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412万人となりました。さらに、2021（令和3）年は、感染症拡大に伴う水際措置の強化や移動制限等により、前年に続く大幅減で前年比94%減の25万人となっています（図表38）。

図表38 訪日外国人の推移

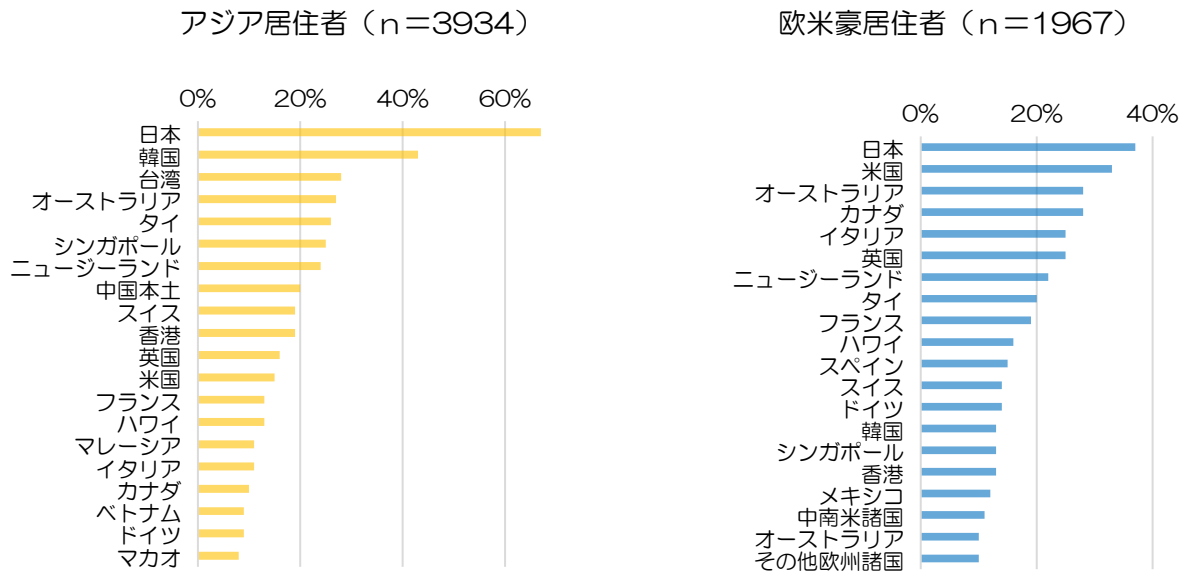


出典：観光庁 令和4年度観光白書より

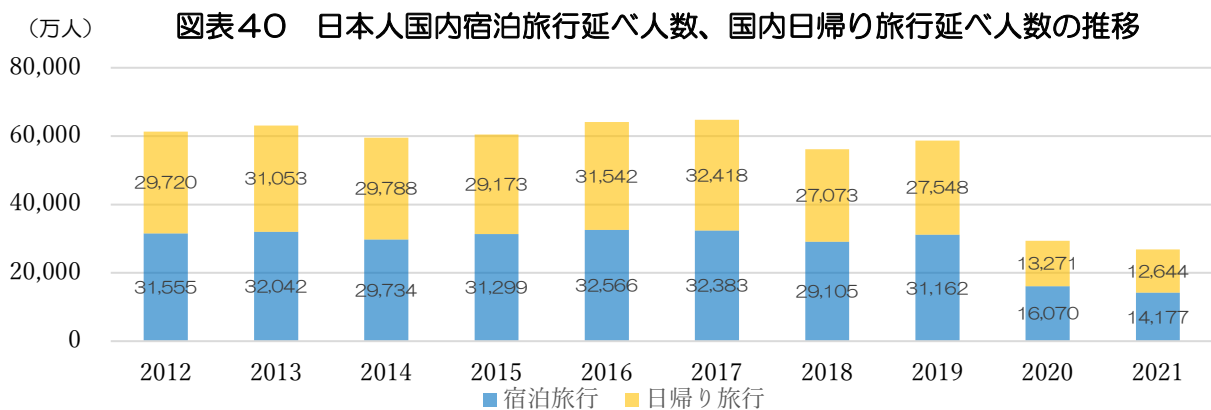
### イ 日本の観光需要

訪日外国人の減少により、観光業は大きく落ち込んでいるものの、日本政策投資銀行及び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意識調査によれば、アジア居住者及び欧米豪居住者による「次に海外旅行をしたい国・地域（複数回答）」という設問への回答で、日本の人気が最も高くなっています（図表39）。

図表39 次に海外旅行をしたい国・地域（複数回答）



一方で、日本人の国内宿泊旅行延べ人数は、2020（令和2）年に1億6,070万人（前年比48.4%減）、2021（令和3）年に1億4,177万人（前年比11.8%減）となり、日帰り旅行延べ人数は、2020（令和2）年に1億3,271万人（前年比51.8%減）、2021（令和3）年に1億2,644万人（前年比4.7%減）となり、減少傾向にはあるものの、一定の需要は依然として存在していることが見てとれます（図表40）。



出典：観光庁 令和4年度観光白書より



(8) SDGs

SDGs（持続可能な開発目標）とは、2015（平成27）年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に記載されている、2030（令和12）年までに、持続可能でよりよい世界を目指すための国際目標です。

17のゴール・169のターゲットから構成され、地球上の「誰一人取り残さない（leave no one behind）」ことを誓っています。SDGsは、途上国の貧国、教育、保健等の開発課題のみならず、先進国も取り組む普遍的なものであり、持続可能な開発の3本柱とされる、経済面・社会面・環境面の課題に幅広く対応しています。

2019（令和元）年12月に改訂された、我が国のSDGs実施方針において「官民が連携し、事業者が本業を含めた多様な取り組みを通じてSDGs達成に貢献する機運を、国内外で醸成することが重要である」とされているように、本業を含めた取り組みを通じて社会課題の解決を図るというアプローチへの注目が高まっています。

足立区でも、こうした取り組みを推進することで、中小規模の事業者を取り巻く課題の解決を図り、持続可能性を高めていくことが一層重要となります。環境に配慮した商品開発・サービス提供に着手する事業者を後押しする等、将来を見据えた持続可能な取り組みを推進していきます。

本計画では、各柱とSDGsとの関わりを示すため、関連するSDGsの目標アイコンを、第3章「2 個別施策」の各柱のページに掲載しています（図表42）。

図表42 SDGsのロゴと17の目標アイコン



出典：国際連合広報センターHPより





2 課題の整理と地域経済活性化の方向性

分析や調査結果から見てきた課題を、「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通り整理しました。

4つの視点		課題
協創力でつくる 活力あふれ 進化し続ける ひと・まち・足立	ひと	◆売上げの回復、増加に苦心する事業者が多い。 【2025（令和7）年度までの課題】 売上げの回復、増加につながる取り組みを支援し、成功モデルを示すことで、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。
		◆多くの事業者は、事業環境の大きな変化に対応しきれていない。 【2025（令和7）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。
	暮らし	◆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。 【2025（令和7）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事業者の支援と、導入の必要性を感じていない事業者に対する活用促進が重要である。
		◆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。 【2025（令和7）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。
	まち	◆起業・創業するにあたって、資金やノウハウ不足等の不安を抱える人が多い。 【2025（令和7）年度までの課題】 創業の成功事例を増やしていくことで、起業を志す方に選ばれる区にしておくことが重要である。
		◆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るが、デジタル機器を使いこなしている事業者及び消費者は少ない。 【2025（令和7）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。
	行財政	◆旅行、観光の潜在的需要は健在だが、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。 【2025（令和7）年度までの課題】 デジタルコンテンツを開拓・推進するとともに、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。

柱立て

柱1 意欲的な事業者の取組を積極支援【突き抜け】

「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（リーディングカンパニー）の支援」「将来を見据えた持続可能な事業展開」により売上げ増を図り、地域経済の活性化を実現します。

柱2 チャレンジ意欲や事業者の対応力の向上を促進【底上げ】

「アウトリーチ」や「伴走支援」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。

柱3 企業の成長を促す人材確保を支援

様々なスキルを持つ人材を区内事業者にマッチングし、「企業経営力の強化」と「就業の促進」を図ります。

柱4 創業者の成長支援と区内起業の促進

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。

柱5 新たな消費生活への適応を支援

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・消費者双方の適応を後押しします。

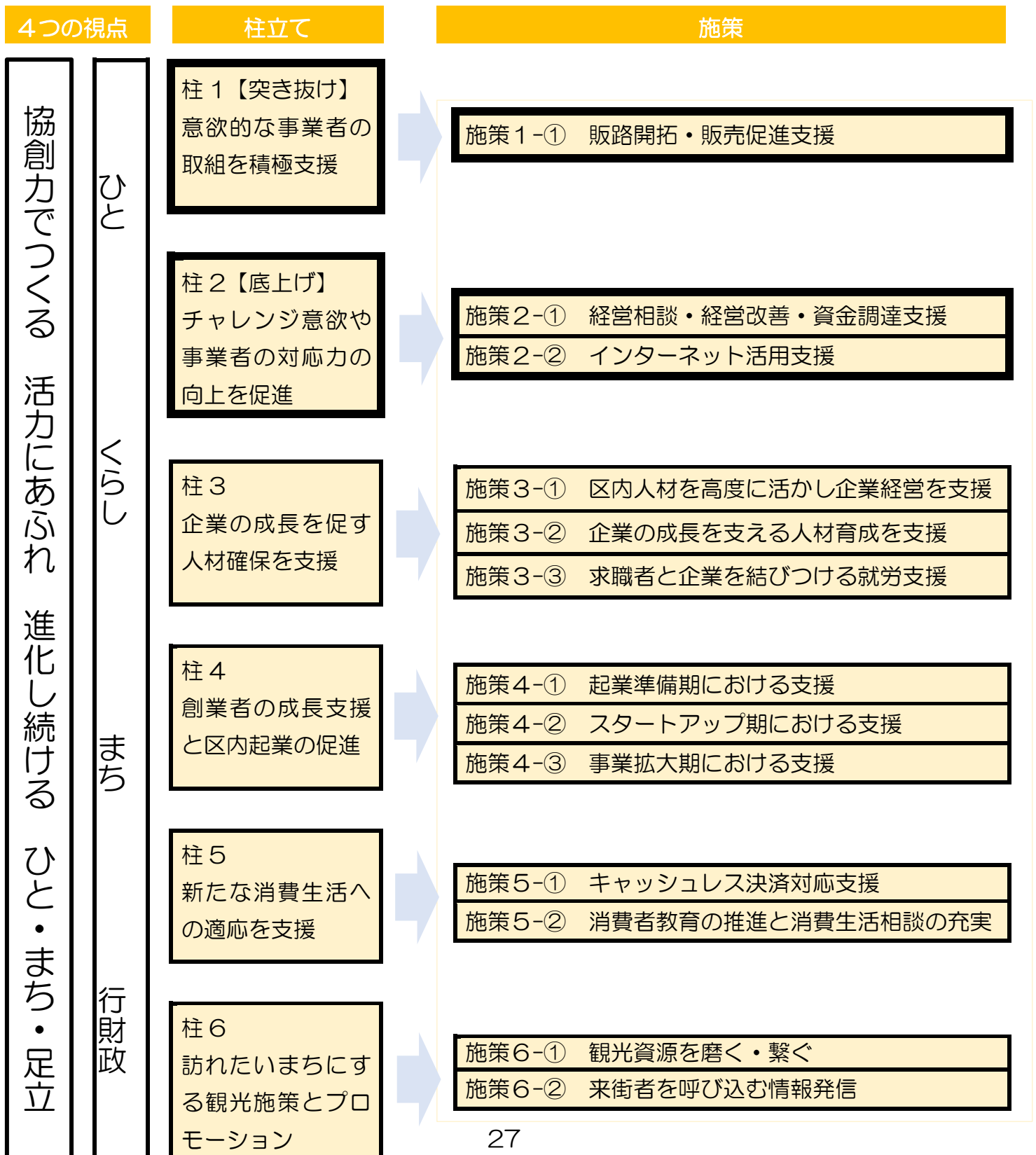
柱6 訪れたいまちにする観光施策とプロモーション

地域資源の発掘・活用に努め、区内エリアの回遊性を向上させるとともに、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。

# 第3章 計画の体系と個別施策

## 1 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13の施策を体系的に整理しました。



施策の方向性

「異業種団体との協業や販路拡大」、「先進技術の導入や将来を見据えた持続可能な事業展開」等に挑戦する意欲的な事業者を支援することで、売上げの向上や効率的な経営を後押しし、リーディングカンパニーの育成を図ります。

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。

ホームページやSNSの活用による事業課題の解決を支援するとともに、「事務の効率化」や「生産性向上」につながる、ITツール・システム導入等を促進します。

区内中小企業の人材確保・定着を支援します。

従業員の能力や技術力を向上させ、企業の成長を支える人材育成を支援します。

関係機関が連携し、ひとり親やシニア等様々な求職者に対する就労支援を行います。

起業家マインドの醸成を図るとともに、起業を志す人の不安を解消します。

創業から3年目までの最も不安定な時期の伴走支援を行います。

事業拡大へ向けた継続的な支援を行います。

キャッシュレス決済等、新時代に対応した決済方法の導入・利活用を推進します。

インターネットに関連した新たな消費者被害等を防ぐため、消費者啓発を進めます。

足立区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。

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。

人・企業を支え 仕事・まちを育てる しっかりとつながりが活力を生む

【目指すべき姿】

2 個別施策

柱1 意欲的な事業者の取り組みを積極支援

～販路拡大・先進技術導入等により「突き抜け」を支援～



【目指す姿】



「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（リーディングカンパニー）の支援」「将来を見据えた持続可能な事業展開」により売上げの増を図り、地域経済の活性化を実現します。

現状・課題

- 2020（令和2）年初頭から世界的に広まった新型コロナウイルス感染症の影響は区内経済にも及び、特に、小売業・製造業等を中心とした多くの区内事業者感染症流行前からの売上げ減少等の結果をもたらしました。
- 売上げや利益の回復・増加につながる取り組みを支援し、成功体験に繋げ、意欲をもった事業者を増やしていくことで、区内経済を先導する「リーディングカンパニー」が生まれる風土を醸成していく必要があります。
- 将来を見据えた持続可能な企業活動を展開することで、環境等に配慮した取り組みを行うことが求められています。

区の方針

- 製造業・加工業等が集積する特性を活かし、区が企業間交流の場を設ける等により異業種との協業を促進し、イノベーションが生まれやすい仕組みづくりを推進します。
- 先進技術の導入や、国内・海外で販路拡大に挑戦する意欲的な事業者を積極的に支援し、足立区から突き抜けるリーディングカンパニーを育成していきます。
- SDGsの視点から、環境負荷軽減やコスト削減につながる商品開発・サービス提供等に取り組む事業者を支援し、効率的な経営を後押しします。

【成果指標】

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)
区の支援を受けて売上げが向上した事業者数【累計】	—	—	1029社



施策 1-① 販路開拓・販売促進支援

<課題>

コロナ禍の影響による売上げ減少等の状況から回復し切れていない事業者が多い一方、売上げの向上につながる販路拡大や環境に配慮した取り組み等を積極的に行う事業者は多くありません。

<施策の方向性>

「異業種団体との協業や販路拡大」、「先進技術の導入や将来を見据えた持続可能な事業展開」等に挑戦する意欲的な事業者を支援することで、売上げの向上や効率的な経営を後押しし、リーディングカンパニーの育成を図ります。

【主な個別事業】

■ 国内販路拡大支援事業 新規

現状	今後の方針
2020（令和2）年度から、多様な販売経路を持つバイヤー（※●）との接点の提供等により区内事業者の販路拡大を支援していますが、多様な事業者の実情に応じた支援が必要となってきました。	催事出展や売上げの追及等、事業者ごとの目標を設定し、それに応じた支援を行っていきます。

■ 海外販路拡大支援事業 新規

現状	今後の方針
2021（令和3）年度から、海外市場に知見のある事業者等のサポートにより、区内事業者の海外展開を支援しています。	現在は、アジア市場のみとなっていますが、今後は、事業者の製品の特性等に応じて、他の市場も視野に入れた販路拡大や売上げ向上を目指していきます。

■ 異業種団体の交流・協業推進事業 新規（本計画改定後）

現状	今後の方針
製造業・加工業の事業者には、新たな気付きや価値創造につながる異業種間の交流・協業に意欲的な事業者もいますが、異業種間の交流・協業の機会は限られています。	足立ブランド認定企業やワーク・ライフ・バランス推進企業等、異なる目的を持つ企業団体同士の交流・協業を推進することで、新たな商品開発や販路拡大につながるシナジー効果を生み出す仕組みづくりを行います。

新規 . . . . . 本計画策定後（2018（平成30）年度以降）に開始した事業

新規（本計画改定後） . . . 令和5年度以降に開始を予定している事業

※● バイヤー：卸売業・小売業において、仕入れや調達を担当する者

■ 事業系食品ロス削減事業【実証実験】

新規（本計画改定後）

現状	今後の方針
区では食品ロスの削減に向けて、事業者に対する食品ロス量の調査や排出指導、廃棄となる食品を安価で販売するフードシェアリングアプリの運営事業者との連携などを実施しています。	事業者に対し廃棄前の未利用食品を子ども食堂やNPO等に提供するフードバンク活動を推奨するとともに、区内の飲食業や小売業の店舗等の協力を得て、需要を予測するAIシステムのテスト導入を実施し、効率的な経営を行う環境を整備していきます。

■ 環境基金助成事業

現状	今後の方針
環境に関する先進的な技術開発・研究や、環境負荷の軽減に効果のある取組み等の環境貢献活動に対し、助成しています。	庁内連携による企業向けの環境基金活用に関する情報発信強化により、多くの企業への助成につなげ、区内企業の環境改善への取組みを通して、経営改善につなげていきます。



国内販路拡大支援事業  
テストマーケティングの様子  
（東京都千代田区）



海外販路拡大支援事業  
テストマーケティングの様子  
（香港）

## 柱2 チャレンジ意欲や事業者の対応力の向上を促進 ～事業者に寄り添いながら、意欲の「底上げ」を支援～



### 【目指す姿】



「アウトリーチ」や「伴走支援」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。

### 現状・課題

- コロナ禍にあっても、売上げ減少等に対する特段の対策を講じていない事業者や現状維持を志向する事業者の割合が高く、企業の存続に直結するような事業環境の大きな変化への対応力に課題があります。
- テレワークや業務効率化等を支える IT ツール・システムの導入が進んでおらず、さらなるインターネット活用の促進が必要となっています。

### 区の方針

- 「事業者なんでも相談員」等を活用し、事業者に寄り添った伴走支援を展開することで、変化する事業環境に対応する第一歩を踏み出せるようにサポートしていきます。
- 企業の経営改善や設備の向上等に必要な融資をあっせんすることで、地域経済全体の活力を底上げするほか、ICT（※●）、IoT（※●）等の新たな技術導入・活用を支援し、新しい事業展開や経営環境の刷新を推進します。

### 【成果指標】

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)
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】	—	48%	検討中
II 区の支援を受けて業務効率化や販路拡大に IT を利活用している事業者数（*）【累計】	—	—	507社

\* 利活用は、区内事業者自らがテレワークや労務管理、ホームページ作成等に取り組むことを想定



施策 2-① 経営相談・経営改善・資金調達支援

<課題>

コロナ禍であっても現状維持を志向し、何ら対策を講じていない事業者が多い。

<施策の方向性>

個々の企業の経営基盤強化を図り、地域経済全体の活力を高めます。

【主な個別事業】

■ 事業者なんでも相談員 **新規**

現状	今後の方針
コロナ禍で苦しむ区内事業者の課題解決と経営意欲向上等を図るため、新たな支援策として2022（令和4）年度から設置しました。	訪問相談による伴走支援を実施していますが、相談まで踏み切れない事業者の方に対しても、積極的な飛び込み訪問等を実施し、支援者拡大を目指していきます。

■ 小規模事業者経営改善補助金

現状	今後の方針
区内の小規模事業者が、経営改善計画作成を通して客観的に経営を見直し、収益に必要な設備投資や店舗改修、工場の商業環境改善に要する経費の一部を補助しています。	中小企業相談員による事前の計画作成支援やマッチングクリエイター（※●）による事後フォローをさらに充実させて経営力強化を図り、収益増加を目指します。

■ 足立区中小企業融資

現状	今後の方針
区内中小企業に融資をあっせんし、金融機関に支払う利息や東京信用保証協会に支払う保証料の一部または全部を補助しています。コロナ禍での売上げ減少や物価高騰等の影響を受ける事業者支援のため、緊急経営資金の借入上限額を拡充しています。	新型コロナウイルスの感染拡大の状況や国・都の動向を注視し、区内事業者等の状況に応じて、必要な支援を実施していきます。

- ※● ICT：Information and Communication Technology（情報通信技術）の略称で、コンピュータを単独で使うだけでなく、ネットワークを活用して情報や知識を共有することまで広い意味を持つ。
- ※● IoT：Internet of Things（モノのインターネット）の略称で、PCに限らず様々なモノがインターネットにつながることを意味する。
- ※● マッチングクリエイター：中小企業診断士の資格を持ち、他の公的機関での相談業務や経営コンサルタントとして経験を積んだ足立区内中小企業を訪問する相談員。

施策 2-② インターネット活用支援

<課題>

インターネット活用の重要性は増していますが、区内事業者においては活用が進んでいません。

<施策の方向性>

ホームページや SNS の活用による事業課題の解決を支援するとともに、「事務の効率化」や「生産性向上」につながる、IT ツール・システム導入等を促進します。

【主な個別事業】

■ ウェブ活用アドバイザー **新規**

現状	今後の方針
2022(令和4)年度から事業者のウェブ活用に関連した困りごとの相談窓口として設置しました。ホームページ作成方法やSNSを活用した集客方法等、様々な相談に対応しています。	伴走支援を継続し、ウェブ活用アドバイザーを頼ることなく、自社製品・サービスの受注に繋がる魅力的な情報発信ができる区内事業者の増加を目指していきます。

■ デジタル人材育成事業 **新規(本計画改定後)**

現状	今後の方針
区内企業の生き残りや成長にとって、企業のIT化は必要不可欠となっていますが、多くの企業でIT導入等を進めることができるデジタル人材の不足が課題となっています。	IT・IoT 導入補助金やデジタル人材育成につながるセミナー等を通じて、社員のデジタルスキルの向上や業務の効率化等を実現する区内企業の増加を目指していきます。

柱2の主な個別事業の写真が入ります

### 柱3 企業の成長を促す人材確保を支援

【目指す姿】



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。

現状・課題

- 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、人材確保が大きな課題となっています。
- 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ります。

区の方針

- 様々なスキルを持つ人材と企業のニーズをマッチングし、人材確保及び定着を支援します。
- 研修助成等を通じて企業の従業員の能力や技術力の向上を促進し、中長期的な企業の成長を支えていきます。
- ひとり親やシニア等就労が困難な求職者が取り残されることが無いように、就職面接会の案内や資格取得支援等を通じて就労促進と雇用の安定を図っていきます。

【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)
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%
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(*1)	—	—	250人
III 求職者支援事業のマッチング成功率(*2)	—	23% (46人)	25% (97人)

(\*1) 対象事業：産業技術・経営研修助成及び介護人材雇用創出事業

(\*2) 対象事業：シニア人材マッチング事業、マンスリー就職面接会

施策 3-①区内人材を高度に活かし企業経営を支援

<課題>

区内事業者を選び、働きたいと思う求職者が少ない状況です。

<施策の方向性>

区内中小企業の人材確保・定着を支援します。

【主な個別事業】

■ 区内中小企業人材確保支援事業（事業者へのコンサルティング支援）

現状	今後の方針
人材確保・定着、人材育成等の課題を持つ中小企業を対象にコンサルティングを行うほか、企業の若手社員向けセミナーの開催、高校生向け企業見学等を行っています。	企業の魅力を紹介する動画配信等により、求職者の区内企業に対する関心を高めていきます。

■ ワーク・ライフ・バランス推進企業認定制度

現状	今後の方針
認定により、企業のイメージアップ、優秀な人材の確保、従業員の定着率の向上等につなげます。制度拡大には、企業による取組みの拡大に加え、根強く残る性別による役割分担意識の解消が課題となっています。	企業と従業員が働き方に対する考え方をアップデートできるよう、制度の周知に加え、男女共同参画に関する意識啓発を行っています。

柱2の主な個別事業の写真が入ります

施策 3-② 企業の成長を支える人材育成を支援

<課題>

事業環境の変化への対応を求められる中、企業の存続・成長に貢献する従業員の能力開発を事業者内で行うことが難しい。

<施策の方向性>

従業員の能力や技術力を向上させ、企業の成長を支える人材育成を支援します。

【主な個別事業】

■ 産業技術・経営研修会助成事業

現状	今後の方針
従業員等の職務に関する技術・技能の習得、資格の取得につながる研修への参加費等を助成しています。	区内企業で働く従業員自らがスキルアップを行っていくことを後押しできる制度としていきます。

■ デジタル人材育成事業【再掲】 新規（本計画改定後）

現状	今後の方針
区内企業の生き残りや成長にとって、企業のIT化は必要不可欠となっていますが、多くの企業でIT導入を進めることができるデジタル人材の不足が課題となっています。	IT・IoT導入補助金やデジタル人材育成につながるセミナー等を通じて、社員のデジタルスキルの向上や業務の効率化等を実現する区内企業の増加を目指していきます。

■ 介護職員資格取得支援事業

現状	今後の方針
区内の介護保険事業所等に勤務している職員の資格取得を支援する事業者に対して、研修等の受講に必要な経費を助成しています。	高齢化が進む中、介護サービスの安定的な供給を図るため、介護人材の確保や育成、定着に向けて、助成対象の資格の拡大等を検討しながら進めます。

施策 3-③ 求職者と企業を結びつける就労支援

<課題>

人手不足を感じている事業者と就労機会が得られない求職者とのミスマッチが生じています。

<施策の方向性>

関係機関が連携し、ひとり親やシニア等の就労が困難な求職者に対する丁寧な就労支援を行います。

【主な個別事業】

■ 区内中小企業人材確保支援事業（シニア人材マッチング支援事業）

現状	今後の方針
令和2年度から、豊富な経験や知識を持ち社会貢献意識が高いシニア人材と企業をマッチングする取り組みを実施しています。	この取り組みを通じて区内企業のシニア人材活用意向を高めていきます。

■ マンスリー就職面接会

現状	今後の方針
ハローワーク足立、荒川区との協働により、毎月、合同就職面接会を開催しています。	ハローワーク足立とともに事業を広く周知し、より多くの企業と求職者の参加を促していきます。

■ ひとり親家庭向け就労支援事業

現状	今後の方針
児童扶養手当を受給しているひとり親を対象に、国家資格等の取得や就労支援を行っていますが、コロナ禍で希望する職種に変化が見られ、事業を活用する人が減少しています。	今後は、多様な働き方に応じた資格取得等を後押しし、ひとり親に寄り添った就労支援に力を入れていきます。

主な個別事業の写真が入ります



## 柱4 創業者の成長支援と区内起業の促進

### 【目指す姿】



区内創業者への継続的かつ手厚い支援を行うことで成長を促し、創業満足度を高め、区内での起業と定着を促進します。

### 現状・課題

- 産業構造の変化や経営者の高齢化等により事業者数が減少し、地域の活力の喪失が懸念される状況のなか、地域社会を活性化し、地域経済の新たな担い手を生み出すため、起業を促進することが必要です。
- 区内で創業した事業者を手厚く支援することで創業満足度を高めるとともに、創業の成功事例を増やす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す。

### 区の方針

- 起業準備期には、起業家マインドを醸成し起業の芽を着実に育てていきます。
- 創業から3年目までの経営が不安定なスタートアップ期には、伴走支援を行います。
- 3年目以後の事業拡大期には、事業拡大へ向けて継続的に支援します。

### 【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)
I 足立区で創業した法人数 (暦年)	906社	888社	1028社
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(*)	—	100%	100%
III 創業5年後の創業者満足度	—	—	85%

(\*)「事業として成立している事業者」は、廃業・休業・売上げ無し状況にない事業者をい



施策 4-① 起業準備期における支援

<課題>

起業家マインドを持った人が少なく、将来起業家になりうる人は様々な不安を抱えています。

<施策の方向性>

起業家マインドの醸成を図るとともに、起業を志す人の不安を解消します。

【主な個別事業】

■ 起業家支援塾

現状	今後の方針
経営のノウハウを学び、経営者としての基盤を確立することを目的に、これから起業する方を対象とした連続セミナーを行っています。	コロナ禍でオンライン開催となることも多い状況ですが、グループ討議を通じて、受講生同士の繋がりを生み、起業家マインドの醸成を図っていきます。

■ アントプレナー（※●）クラブ

現状	今後の方針
東京電機大学が運営する創業支援施設「かけはし」主催の大学生を対象にしてセミナーを実施しています。	大学連携の一環として区内大学に広報していますが、若年者の起業マインドを醸成するため、大学生だけでなく高校生等にも広く募集していきます。

■ アントプレナー教室（子ども起業家たまご塾） **新規（本計画改定後）**

現状	今後の方針
子どもが起業を身近に感じられる機会をつくる必要性が高まり、「足立区SDGs 未来都市計画」の将来ビジョンにおいて、「子どもと若者が『夢』や『希望』をもって挑戦できるまち」を掲げています。	将来を担う子どもたちが、自分で「稼ぐ」魅力を学ぶセミナーを開催します。高学年の小学生を対象に会社の設立、商品開発、販売等を体験的に学びます。

※● アントプレナー：ゼロの状態からオリジナリティ溢れるビジネスアイデアを用いて、新たな市場を切り拓いていく起業家

施策 4-② スタートアップ期における支援

<課題>

創業直後は資金面の不安定さとともに、経営に関する様々な知識・ノウハウ不足が創業者の課題となっています。

<施策の方向性>

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。

【主な個別事業】

■ 創業プランコンテスト

現状	今後の方針
優秀な事業計画（ビジネスプラン）提出者を表彰し、事業の実施状況を評価した上で、補助金を交付します。	採択後も足立区で成長し、事業拡大できるように経営相談等で、継続して支援していきます。

■ 創業支援施設

現状	今後の方針
低廉な賃料の事務所提供と、インキュベーションマネージャー（※●）による経営相談や勉強会を通じた経営支援を行っています。	退所後の区内定着が課題で、今後は入居中の区内事業者との交流、退所の際の物件探し時の支援等を通じて、定着率を高めていきます。

■ 家賃・使用料補助事業（創業者経営力アップ支援事業等） 新規

現状	今後の方針
金融機関と連携し、最大24か月間、経営相談と家賃補助を行っています。	今後は民間のレンタルオフィスとの連携等を通じて、実店舗のほか、レンタルオフィス利用者への支援充実を目指します。

※● インキュベーションマネージャー：英語で“(卵などが) 孵化する”という意味を持つ「インキュベーション」になぞらえて、「起業家の卵」を育てる支援を指す

施策 4-③ 事業拡大期における支援

<課題>

創業直後の不安定な時期から徐々に事業拡大を図っていくにあたり、経営者として新たな課題への対応が必要となってきます。

<施策の方向性>

事業拡大へ向けた継続的な支援を行います。

【主な個別事業】

■ 新製品・新事業開発補助金

現状	今後の方針
創業3年以上の事業者を対象に、新製品・新技術・新サービスを開発または改良し、新分野を切り拓く事業にかかる経費の一部を最大300万円助成しています。	多くの区内企業に貢献できるように対象経費、期間等を見直し、事業拡大に向けた支援を行っていきます。また、採択されたビジネスプランの売上げ拡大に繋がるよう継続的に支援していきます。

■ ステップアッププログラム

現状	今後の方針
概ね創業5年未満の創業者に対し、創業者の業種等に応じたメンターが起業後の不安定な時期をサポートする伴走支援型のセミナーです。	事業継続、拡大に向け、創業者のさらなる成長を支援していきます。

主な個別事業の写真が入ります

## 柱5 新たな消費生活への適応

## 【目指す姿】



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等、事業者・消費者双方に向けて、デジタル社会への適応を後押しします。

## 現状・課題

- 新型コロナウイルス感染症の影響で、現金を使わない非接触のキャッシュレス決済や、非対面のインターネットショッピング等に対する需要が高まりをみせています。
- 一方で、キャッシュレス決済にうまく順応できない事業者や、関連した消費者トラブルに巻き込まれる区民が増えています。

## 区の方針

- スマートフォン等を利用したキャッシュレス決済への移行に向け、商店街及び店舗の決済環境を整えられるよう、事業者を支援していきます。
- 消費者被害等を防ぐために、相談機能の充実を図るとともに、各種講座等の実施、消費者団体や警察等の関連団体等を通じた啓発に注力することで、安心・安全な消費生活の実現を目指します。

## 【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)
I キャッシュレス決済導入店舗の割合	—	42.8%	50%
II 消費生活相談解決率(*)	98.4%	97.8%	98%
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

(\*) 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

施策5-① キャッシュレス決済対応支援

<課題>

コロナ禍で急速に需要が高まったキャッシュレス決済等の事業者の導入が遅れています。

<施策の方向性>

キャッシュレス決済等、新時代に対応した決済方法の導入・利活用を推進します。

【主な個別事業】

■ **キャッシュレス決済推進** 新規

現状	今後の方針
<p>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ますが、現状は区内店舗の半数以上が導入しておらず、高齢者の利用率も高くない課題があります。</p>	<p>区内全域でのキャッシュレス決済を推進するための大規模なポイント付与のキャンペーン等を実施することで、多くの店舗のキャッシュレス決済導入を促していきます。その際、高齢者向けの講座やサポート窓口を設けることで区民のキャッシュレス決済も推進していきます。</p>

主な個別事業の写真が入ります

施策5-② 消費者教育の推進と消費生活相談の充実

<課題>

インターネットの普及・高度化に対し、消費者のITリテラシーが追い付いていません。

<施策の方向性>

インターネットに関連した新たな消費者被害等を防ぐため、消費者啓発を進めます。

【主な個別事業】

■ 消費生活相談

現状	今後の方針
消費者センターに寄せられる相談は、近年インターネット等の普及により、関連する相談が増加しています。	消費生活相談員は、専門機関の研修受講や、弁護士からの助言を共有する機会等を活用し、相談実務のレベルアップを図り、適切なアドバイスや助言を行うことで、相談解決へと導いていきます。

■ 消費者支援事業

現状	今後の方針
多様化・複雑化する契約トラブルや詐欺等の被害に遭わないためには、より多くの方に被害を未然に防ぐための情報提供・啓発が必要です。	高齢者の見守り部門に向けた勉強会開催や警察等との情報共有等の実施により、支援する側への情報発信強化を図り、被害の未然・拡大防止に努めていきます。

主な個別事業の写真が入ります

## 柱6 訪れたいまちにする観光施策とプロモーション

### 【目指す姿】



地域資源の発掘・活用に努め、区内エリアの回遊性を向上させるとともに、ターゲットを意識した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。

### 現状・課題

- コロナ禍により、国内外の観光需要が大きく落ち込んでいますが、潜在的な需要は健在であり、アフターコロナを見据え、デジタルコンテンツの開拓・推進により、多様な主体と連携したまちの魅力づくりが必要となっています。
- 大型イベントの中止等により、地域の繋がりや区に対する区内外の認知度が薄れ、区内の活気の衰退が懸念されます。

### 区の方針

- エリアデザイン（※●）により新たに生まれる、スポーツ・文化施設等と区内に点在する資源を線で繋ぎ、シェアリングサービス（※●）等で回遊性を向上させていきます。また、劇場・民間美術館・イベントスペース等を観光資源と連携させることで、来街者数の拡大を図っていきます。
- 鉄道事業者・大学・金融機関・NPO 団体等との連携を強化し、そこに区民を巻き込み地域に根を下ろした企画を育てていくことで、区に誇りと愛着をもつ区民を増やしていきます。

### 【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)
I 足立区を訪れたいと思う区外居住者の割合	—	—	40%
II 足立区を人に勧めたいと思う区民の割合	48%	44.4%	59.2%



施策6-① 観光資源を磨く・繋ぐ

<課題>

大型イベントの中止等により、地域の繋がりや区の認知度が薄れ、区の活気の衰退が懸念されています。

<施策の方向性>

足立区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。

【主な個別事業】

■ 足立区観光交流協会による情報発信

現状	今後の方針
現在、情報発信は観光交流協会のSNSやHPで5大イベント等の主催事業を主に発信していますが、イベントの周知のみで、区内のイベント情報や来街者に向けた発信ができていません。	区の魅力をさらに伝えるために、区内飲食店や民間イベント等を積極的に紹介していきます。また、区内での観光イベント実施による来街者の増や、区外で開催される観光見本市・民間マルシェ等への参加を通じて、区をPRする機会を増やしていきます。

■ 民間企業との連携 一部新規

現状	今後の方針
「駅からハイキング」等、年に数回、鉄道事業者の実施する街歩きを後援しています。さらに、新規民間事業者の開拓や駅ターミナルビル・劇場・大学等とのコラボレーションが求められています。	街歩きを実施している鉄道事業者や御宿場印関連事業（※●）等を実施している地元信用金庫等、多様な主体とともにさらなる地域資源を発掘し、それを効果的に区内外に発信することで来街者の獲得を目指します。

■ NPO団体との連携

現状・課題	今後の方針
千住街の駅の運営や街歩きガイド等、地域の特性等を熟知しているNPO団体と連携し、千住地域の魅力を磨き上げてきました。	今後は、千住以外の地域へも展開して、地域資源の発掘、磨き上げと積極的な発信により、賑わいを生み出していきます。

- ※● エリアデザイン：まちの特徴・魅力や求める将来像などを区内外に広く発信することで、区のイメージアップや地域の活性化を図るまちづくりの取り組みで、区内を「綾瀬・北綾瀬」「六町」「江北」「花畑」「千住」「西新井・梅島」「竹の塚」の7つのエリアに分けて整理している。
- ※● シェアリングサービス：物・空間・移動手段等を多くの人と共有、貸し借りができるサービスの総称。
- ※● 足立区5大イベント：舎人公園千本桜まつり、しょうぶまつり&世界の食広場、足立の花火、あだち区民まつり A-Festa、光の祭典
- ※● 御宿場印事業：日本橋と日光を結ぶ日光街道沿いを営業地域とする四つの信用金庫が連携して実施しており、宿場を訪れた証となる「御宿場印」を販売することで周辺地域の観光需要の創出を図っている。

施策 6-② 来街者を呼び込む情報発信

<課題>

コロナ禍により観光需要が落ち込み、区内外の来街者が減少しています。

<施策の方向性>

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。

【主な個別事業】

■ 千住地域から他地域への回遊 一部新規

現状	今後の方針
大学の進出や古民家の活用等で千住地区に注目が集まっています。それを区全体に広げるために、西新井大師などの名刹や舎人公園など大規模公園と地域に点在する観光スポットを繋ぎ、回遊性を高める必要があります。	御宿場印事業やホテル・飲食店との宿泊連携事業等、新たな事業開発により千住地域への来街者獲得を図るとともに、綾瀬や竹の塚等の他の地域にも足を運んでもらえるように、花小旅(クーポン連動)冊子やSNSを活用した情報発信をしていきます。

■ 観光マップや冊子の活用

現状	今後の方針
現在、「大千住マップ」「竹の塚マップ」や英語での PR 冊子を区内主要駅、都庁、中央区、浅草などの観光案内書に配置し来街者への情報発信をしています。さらに、マップを活用した街歩きツアーや情報掲載している観光スポットを繋ぎ回遊性を高める必要があります。	「大千住マップ」や「あだちのオハコ」等の PR 冊子を活用した区内周遊策を工夫していきます。例えば、新たなモデルコースの提案や飲食店とのタイアップ等を通じて、地域資源の発掘及び区内経済の活性化を図っていきます。

■ あだちの輝くお店セレクション

現状	今後の方針
テーマに沿った区内のおすすめ店舗を募集し、投票上位店を PR することで店舗の支援と区のイメージアップを図っています。第5回「パンがおいしいお店」では過去最多の3,400件を超える投票をいただきました。	より多くの方に事業を知ってもらえるよう、セレクションで選ばれた店舗商品の販売会等を行い、更なる足立区の魅力アップを目指します。

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新設・改廃に伴い、変更する可能性があります。

柱1 意欲的な事業者の取組を積極支援

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 区の支援を受けて 売上が向上した 事業者数【累計】	—	—	1029社	産業政策課 産業振興課

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 ロナ禍の販路拡大支援と 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-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(*)	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

(\*) コロナ禍により再認定未実施

柱2 チャレンジ意欲・事業者の対応力の向上

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 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】	—	48%	検討中	企業経営支援課 産業振興課
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(*1)【累計】	—	—	507社	企業経営支援課

(\*1)利活用は、区内事業者自らがテレワークや労務管理、ホームページ作成等に取り組むことを想定

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
<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
	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(*2)	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(*2)	—	—	100件	企業経営支援課

(\*2) 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

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 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
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(*1)	—	—	250人	企業経営支援課
III 求職者支援事業のマッチング成功率(*2)	—	23% (46人)	25% (97人)	企業経営支援課

(\*1) 対象事業：産業技術・経営研修助成および介護職員資格取得支援事業

(\*2) 対象事業：シニア人材マッチング事業、マンスリー就職面接会



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
<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-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-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、ひとり親やシニア等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(*3)	—	3回	20回	企業経営支援課
	III-ii ひとり親家庭向け就労支援事業を活用した人数	—	152人	200人	親子支援課
	III-iii 就労準備支援事業参加者数(*4)	58人	173人	250人	くらしと仕事の相談センター
	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(*5)	—	71社	330社	企業経営支援課

(\*3) 就職セミナーや講演会、就職面接会の実施回数

(\*4) 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

(\*5) 対象事業：シニア人材マッチング事業、マンスリー就職面接会

柱4 創業者の成長支援と区内起業の促進

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	—	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

(\*)「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。

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
<b>施策4-①</b> 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
<b>施策4-②</b> 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 インキューバ 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
<b>施策4-③</b> 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

柱5 新たな消費生活への適応

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 キャッシュレス決済導入店舗の割合	—	42.8%	50%	産業振興課
II 消費生活相談解決率(*)	98.4%	97.8%	98%	産業政策課
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

(\*)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

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。	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
施策5-② 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。	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-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
	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

柱6 訪れたくなるまちの観光施策とプロモーション

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
II 足立区を人に勧めたいと思う区民の割合	48%	44.4%	59.2%	シティプロモーション課

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
<p>施策6-①</p> <p>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>	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-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
<p>施策6-②</p> <p>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、地域資源の魅力を効果的にPRします。</p>	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（下段括弧内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



## 資料編

## 1 計画策定経過

活性化計画の改定にあたり、足立区経済活性化基本条例第8条に基づく足立区経済活性化会議（以下「経済活性化会議」という。）及び足立区経済活性化会議規則第6条に基づく部会において、以下のとおり審議、検討を行いました。

## (1) 経済活性化会議 委員名簿（区分ごと五十音順 / 同所属は着任順）

氏名	区分	所属等	部会
池村 恵一 (◎/※1)	学識経験者	流通経済大学 経済学部 教授	
鈴木 誠 (※1)	学識経験者	文教大学 経営学部 教授	
市川 文子 (※1)	事業者	株式会社リ・パブリック 共同代表	
小早川 真樹 (※1)	事業者	株式会社しまや出版 代表取締役	中間見直し専門部会
鈴木 又右衛門 (※1)	事業者	足立荒川職業協会 会長	中間見直し専門部会
瀬田 章弘 (※1)	事業者	足立区工業会連合会 会長	中間見直し専門部会
古川 拓 (※1)	事業者	TOKYO町工場HUB 代表・プロデューサー	中間見直し専門部会
丸山 有子 (※1)	事業者	株式会社安心堂 代表取締役	
阿部 忍 (※2)	事業者	足立区しんきん協議会 代表世話人	
森田 善信 (※3)	事業者	足立区しんきん協議会 代表世話人	
山崎 健 (※4)	事業者	足立区商店街振興組合連合会 理事長	
鈴木 健嗣 (※5)	事業者	足立区商店街振興組合連合会 理事長	
大和 猛 (○/※1)	事業者	一般社団法人西新井青色申告会 相談役	中間見直し専門部会
瀧野 静江 (※1)	区民	足立区消費者友の会 会長	

凡例 ◎：会長 ○：部会長

- ※1 任期：2020（令和2）年12月17日～2022（令和4）年12月16日  
 ※2 任期：2020（令和2）年12月17日～2021（令和3）年6月9日  
 ※3 任期：2021（令和3）年6月9日～2022（令和4）年12月16日  
 ※4 任期：2020（令和2）年12月17日～2021（令和3）年11月22日  
 ※5 任期：2022（令和4）年7月12日～2022（令和4）年12月16日

## (2) 策定経過

年月日	会議等	議題・内容
2020（令和2）年 12月17日	2020（令和2）年度 第一回 足立区経済活性化会議	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域経済活性化基本計画の中間見直し内容の骨子に関する検討</li> <li>経済活性化会議の部会設置と部会員選任に関する検討</li> </ul>
2021（令和3）年 6月10日～24日	2021（令和3）年度 第一回 足立区経済活性化会議 （書面開催）	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域経済活性化基本計画の中間見直しに係るアンケート調査内容の検討</li> </ul>
2022（令和4）年 1月26日	2021（令和3）年度 第二回 足立区経済活性化会議	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域経済活性化基本計画の中間見直しに係る部会の部会員選任に関する審議</li> <li>地域経済活性化基本計画のアンケート調査結果を踏まえた中間見直し内容に関する審議</li> </ul>
2022（令和4）年 5月23日	2022（令和4）年度 足立区経済活性化会議 第一回中間見直し専門 部会	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域経済活性化基本計画の改定時期の検討</li> <li>地域経済活性化基本計画の柱立て及び施策の方向性に関する審議</li> </ul>
2022（令和4）年 6月27日	2022（令和4）年度 第一回 足立区経済活性化会議	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域経済活性化基本計画の柱立て及び施策の方向性に関する審議</li> <li>地域経済活性化基本計画の指標設定に関する審議</li> </ul>
2022（令和4）年 9月●日	2022（令和4）年度 第二回 足立区経済活性化会議	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域経済活性化基本計画の改定案に関する審議</li> </ul>
2022（令和4）年 9月●日～10月●日	パブリック・コメント	—
2022（令和4）年 11月●日	2022（令和4）年度 第三回 足立区経済活性化会議	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域経済活性化基本計画の改定案の答申</li> </ul>







### 3 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

改正令和元年7月4日条例第6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。

(附属機関)

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、次に掲げる会議体を設置する。

- (1) 足立区経済活性化会議（以下「活性化会議」という。）
- (2) 足立区創業プランコンテスト選考委員会（以下「選考委員会」という。）
- (3) 足立ブランド認定選考委員会（以下「認定選考委員会」という。）
- (4) 足立区新製品・新事業開発補助金選考委員会（以下「補助金選考委員会」という。）

(経済活性化会議)

第9条 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
- 2 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。
  - 3 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。
  - 4 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。
  - 5 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。
  - 6 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。

7 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。  
(創業プランコンテスト選考委員会)

第10条 選考委員会は、区長の諮問に応じ、創業プランコンテスト（優秀な事業計画を選定し、表彰する競技会をいう。）について、次に掲げる事項の審査等を行う。

(1) 提出された事業計画の優劣に関すること。

(2) その他区長が必要と認める事項

2 選考委員会は、区長が委嘱又は任命する委員10人以内をもって組織する。

3 選考委員会の委員の任期は、区長が委嘱又は任命した日から審査等が終了する日までとする。

4 選考委員会は、非公開とする。

5 選考委員会は、審査等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。

6 前各項に定めるもののほか、選考委員会の組織及び運営について必要な事項は、規則で定める。  
(足立ブランド認定選考委員会)

第11条 認定選考委員会は、区長の諮問に応じ、足立ブランド（足立区内で優れた製品及び技術を有する企業等として足立区が認定したものをいう。以下同じ。）について、次に掲げる事項の審査等を行う。

(1) 個別企業等における足立ブランドの認定の妥当性に関する事項

(2) 足立ブランドの認定基準に関する事項

(3) その他区長が必要と認める事項

2 認定選考委員会の委員は、区長が委嘱又は任命する委員10人以内をもって組織する。

3 委員の任期は、区長が委嘱又は任命した日から審査等が終了する日までとする。

4 認定選考委員会は、非公開とする。

5 認定選考委員会は、審査等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。

6 前各項に定めるもののほか、認定選考委員会の組織及び運営について必要な事項は、規則で定める。

(新製品・新事業開発補助金選考委員会)

第12条 補助金選考委員会は、区長の諮問に応じ、新製品・新事業開発補助事業（区内事業者からの革新的な事業提案に対して補助金を交付する事業をいう。）において、提案内容の優劣に関する審査等を行う。

2 補助金選考委員会の委員は、区長が委嘱又は任命する委員10人以内をもって組織する。

3 委員の任期は、区長が委嘱又は任命した日から審査等が終了する日までとする。

4 補助金選考委員会は、非公開とする。

5 補助金選考委員会は、審査等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。

6 前各項に定めるもののほか、補助金選考委員会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13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。

付 則 (令和元年7月4日条例第6号)

(施行期日)

1 この条例は、公布の日から施行する。

(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。

(次のよう略)