

令和5年度 第一回 足立区経済活性化会議

次 第

令和5年7月10日（月）15:30～
足立区役所本庁舎1205C会議室

- 1 足立区経済活性化会議委員の委嘱について

- 2 審議事項
 - (1) 会長・副会長の選任について
 - (2) 物価高騰・人手不足等の課題に関する意見交換

- 3 報告事項
 - (1) 地域経済活性化基本計画の活動指標の状況について

資料

- | | |
|--------------------------|-----|
| 1 委員名簿 | 資料1 |
| 2 審議事項資料（事前アンケート回答内容まとめ） | 資料2 |
| 3 報告事項資料（活性化計画活動指標の状況） | 資料3 |

足立区経済活性化会議 委員名簿 (区分・五十音順)

| No. | 区分 | 団体等 | 肩書 | 氏名 |
|-----|-----------|----------------------------|------------|---------|
| 1 | 学識 経験者 | 文教大学 | 経営学部 教授 | 鈴木 誠 |
| 2 | | 東洋大学 | 経営学部 准教授 | 池村 恵一 |
| 3 | 事業者 | (業界団体／個人事業主支援) 西新井青色申告会 | 事務局長 | 岩谷 絹子 |
| 4 | | (卸売・小売業) 株式会社あきば商会 | 代表取締役 | 遠藤 美代子 |
| 5 | | (飲食業) 株式会社一步一步 | 代表取締役 | 大谷 順一 |
| 6 | | (出版・印刷業) 株式会社しまや出版 | 代表取締役 | 小早川 真樹 |
| 7 | | (業界団体／金融業) 足立区しんきん協議会 | 代表世話人 | 小林 高広 |
| 8 | | 足立区商店街振興組合連合会 | 理事長 | 鈴木 健嗣 |
| 9 | | (運輸業) 足立荒川職業協会 | 会長 | 鈴木 又右衛門 |
| 10 | | (業界団体／製造・印刷業) 足立区工業会連合会 | 会長 | 瀬田 章弘 |
| 11 | | (中小企業支援者) TOKYO町工場HUB | 代表・プロデューサー | 古川 拓 |
| 12 | | (交通・観光業) 東武鉄道株式会社 | 北千住駅長 | 谷田貝 淳 |
| 13 | 区 民 | (消費者団体) 足立区消費者友の会 | 会長 | 瀧野 静江 |

| 委員所属 委員氏名 | テーマ1 物価高騰に関して | |
|---|--|--|
| | 課題等 | 区への期待 |
| 文教大学 経営学部 教授 鈴木 誠 | 国外出張や海外研修費用がコロナ前に比べて5割程度上昇している。物価（航空運賃）の上昇+為替効果（円安）によるもの。 | 物価高騰は基本的に地方行政ではなく、日本銀行が対応すべきことであると考えている。 |
| 東洋大学 経営学部 准教授 池村 恵一 | 教育および研究活動に及ぼす影響についてはあまり感知できていない。学生からは、生活品の価格の上昇についての負担感をよく聞き、消費者一人としては、日頃の食費・生活費関連の支出増加を感じる。 円安傾向が続いており、輸入に頼る業者にとっては経済的に苦しい状況が継続するが、他方で輸出を中心とする業者にとっては収益および利益の上昇につながり、株式市場の活況にみるように必ずしもマイナス面のみが生じている状況とはいえない。海外から原材料を調達する中小規模業者を中心に物価高騰対策支援を実施してはどうかと考える。 | 足立区内の居住者・消費者に対する物価高騰対策支援金の給付が考えられる。 また、足立区内の業者に対する物価高騰対策支援金の給付も考えられる。 給付金の支給といった基本的な施策については、足立区には十分な実績があると思われ、継続して実施されてはどうかと思う。 |
| 業界団体/個人事業主支援 西新井青色申告会 事務局長 岩谷 絹子 | 飲食店など、電気代の値上げに加え、仕入れ値が高くなるなど、物価高騰により経費負担が大きくなった分を、売上値上げができれば良いが、個人事業主は、顧客が離れてしまう為、それができないという方が多い。 | 足立区公共の施設を、足立区民のみが無料で利用できるようにすることや、以前、足立区区内でのキャッシュレス決済者に対するポイント還元があったが、還元対象を足立区民のみにするなど、区民に重点を置いた対策を検討していただきたい。 |
| 卸売・小売業 株式会社あきば商会 代表取締役 遠藤 美代子 | 車のアフターマーケットで部品販売卸の弊社に関しては、仕入価格の値上げを販売価格に8割程転嫁できているので、売上は前年比5%UPでプラスに作用している。 食料品・光熱費UPによる社員の実質所得は急速に悪化しているため給料UPを早急にしないと人材確保にも影響が出る。人件費増により経営に影響が及ぶ懸念あり。 | 一番切実な食料品に関し（例えばパン屋、スーパーなど）ネットワークを作って、食品ロスをなくす工夫・・・区内の数か所に時間を定めて値引き販売や無料配布をする。 |
| 出版・印刷業 株式会社しまや出版 代表取締役 小早川 真樹 | 現状電気代は1.5倍。印刷業界関連資材は、用紙・刷版・インク・溶剤・配送料すべてのものが値上がり。用紙はこの1年で2回値上げ、15%~30%程度上昇。価格転嫁は中小零細企業間では難しい状況（特にBtoC市場）。当社においては賃金UPを考える中で平均約10%程度の値上げ（14年ぶり）予定。顧客離れを防ぐ施策を行うが不安はぬぐえない。 BtoB同業者の状況として、大手クライアントに逆に値下げ交渉をされたとの話を聞いた。大手企業は高収益となっているが、下請けには中々恩恵が無い。業界によっては下請けでも高収益に変わってきている話もあるが、これは付加価値を活用し、技術力を持っている企業の特徴かと思う。 印刷業界では、製造部門を無くして外注する事業者が増える傾向。各資材（人件費）等の高騰によって、事業承継をせずにブローカーになる、廃業を前提に動く企業が増えつつある。 | 企業にとって重要なことは「利益の確保」。中小零細企業側としてはまだまだ元受けや顧客に対して価格改定が出来ない話を聞く。自社の利益減でまかなっている状況になるが、この傾向はしばらく続くと思う。 設備やシステムの新規導入・更新などで固定費を削減できることもありIT・IoT導入補助金の補助額引き上げ、小規模事業者経営改善補助金（200万円補助）などは効果がある。 小規模事業者経営改善補助金は製造業は20人以下が対象の補助金となっており、まだまだ不安定な要素もありながら試行錯誤して奮闘している30名以下の規模感の企業への支援の検討をお願いしたい。 |

| 委員所属 委員氏名 | テーマ1 物価高騰に関して | |
|--|--|---|
| | 課題等 | 区への期待 |
| <p>業界団体／金融業</p> <p>足立区しんきん協議会 代表世話人</p> <p>小林 高広</p> | <p>足立成和信用金庫の独自調査結果 (2022年度第4四半期) 276社</p> <p>○経営課題(複数回答348) 人材問題(人手不足) 35.6% 価格高騰(価格転嫁) 19.5% 販路拡大13.2% 後継者問題12.6%</p> <p>○賃上げの状況(回答総数266) 賃上げ予定30.8% 賃上げ実施28.3%</p> <ul style="list-style-type: none"> ・飲食業で人手不足の声が大きい ・価格転嫁できない→利益が上がらない →賃上げできない→人が集まらない、 という負のスパイラルにはまっている。 ・電気代が約2倍になり廃業を決めた | <ul style="list-style-type: none"> ・価格転嫁できる体制支援 (セミナー開催、相談窓口設置) ・下請けをいじめない法制度の遵守促進 <p>自助努力が最も大切だと思うが</p> <ul style="list-style-type: none"> ・売り手側への支援(補助金、助成金) ・買い手側への支援(補助金、助成金) |
| <p>足立区商店街振興組合連合会 理事長</p> <p>鈴木 健嗣</p> | <p>仕入れ価格が高騰しているのに、販売価格に反映しづらい。</p> | <p>店舗経営は、一過性のもではなく継続性があるので、信用金庫との連携など地域行政ならではの長期的で細やかな対応が必要ではないか。</p> |
| <p>運輸業</p> <p>足立荒川職業協会 会長</p> <p>鈴木 又右衛門</p> | <p>物流業者は直接的な影響は大きくないが、事業継続上、ガソリン代、電気代ほかエネルギー価格の引き上げの影響がある。土地や倉庫建設コストの上昇も事業拡大にブレーキをかけている。</p> <p>諸物価高騰により、賃上げが必須となっている。人件費率が50%を超えるため、収益圧迫の最大要因。さらに今後も上げて行かないと人員確保は困難。</p> | <p>DX、GX絡みの投資について、補助金など中小企業の効率化を進めることを後押しして頂きたい。</p> |
| <p>業界団体／製造・印刷業</p> <p>足立区工業会連合会 会長</p> <p>瀬田 章弘</p> | <p>印刷業を営んでいる弊社の状況は、用紙代150%、電力代239%、材料代20%、その他資材10%上昇している。</p> <p>業界全体でも同じ傾向で、大ロットの印刷物を製造する工場ではガス代の高騰に悩まされている。一方価格転嫁は全て行えず、吸収せざるを得ない状況。</p> <p>印刷用紙出荷額はコロナ禍前と比較し約80%で推移、市場が急速に縮小したものと考えられる。</p> | <p>行政の発注する印刷物が物価高騰に対し適正価格になっていないと思われる。行政の発注は市場の模範となるべき。区内事業者優先発注と共に、東京都の様に最低価格制度の導入やSR調達制度の導入を求める。</p> |
| <p>中小企業支援者</p> <p>TOKYO町工場HUB 代表</p> <p>古川 拓</p> | <p>物価高騰は、単価を引き上げる良い機会であると考えている。弊社の取引のある企業等の課題で言えば、製品数が多いと単価引き上げの手間がかかっているところや、十分な引き上げができていないところもある。</p> <p>大事なことは、自社の付加価値をきちんと把握して、それを価格に織り込む努力をすること。単純に物価動向だけに頼るのではなく、自社の付加価値と対応する対価という形で理解してもらう工夫が必要。</p> <p>なお、日本では物価高騰だが、国際的には日本の物価は低い。この機会に海外市場を目指すのも有効な選択肢であると考えられる。</p> | <p>インバウンド需要を足立区に引っ張ってくる努力をもっと行うべきである。国内需要だけで物価高騰の対策は難しい。円安も加速しており、ますます日本の物価は国際的に安くなっている。すぐに輸出取引を拡大することは難しいが、すでにあるインバウンド需要を足立区にシフトさせることは、十分現実的である。</p> <p>足立区を国際的な観光地としてプロモーションし、様々な業種が裨益を受けられるように仕組むことが求められている。</p> |
| <p>交通・観光業</p> <p>東武鉄道株式会社 北千住駅長</p> <p>谷田貝 淳</p> | <p>燃料やエネルギー、メンテナンス部品等の鉄道運営コストが上昇していると感じる。これにより利益や収入が上がらず、施設や設備投資への制約や人件費への影響もある。</p> | <p>区だけでは対応しきれない問題。一部企業のみでなく、全体的な底上げをするには思い切った減税や金融政策、輸出入の規制が必要。</p> |

| 委員所属 委員氏名 | テーマ2 人手不足に関して | | |
|---|---|--|---|
| | 事業活動への影響に関する 課題 | それ以外の課題 | 区への期待 |
| 文教大学 経営学部 教授 鈴木 誠 | <p>大学教育における人手不足や人材難という話は聞かない。臨時雇用による雇止めが問題。</p> <p>公立の小中学校等では、労働条件や労働環境の問題により新卒者の新規雇用が次第に困難となっているなどの報道を目にする。</p> | 労働需給のミスマッチを解消。 | <p>労働市場でのミスマッチの解消には、需要が今後高まる業態の人材の育成が欠かせない。</p> <p>例えば、DXやAIに対応できる人材を育成するための助成金などを支給するなど考えてはどうか。</p> |
| 東洋大学 経営学部 准教授 池村 恵一 | <p>インバウンドの回復やサプライチェーンの正常化に伴い、人手不足に陥るのはやむを得ない面があると思われる。</p> <p>区としてはこれまでの正規・非正規の採用を促すようなマッチングやそれに関連するサポートを継続することが望ましいと思われる。</p> | <p>人手不足の解消をはかるうえで、採用活動・人材開発・研修に関して経済的な負担が生じていると思われる。（すでに行われているかもしれませんが）このような経済的な負担を補てんするような給付金の支給といったことも考えられる。</p> | <p>コロナ禍にあつては、インバウンドの減退やサプライチェーンの停止が生じることにより、足立区内の事業創造やブランド創出に大きな影響があったのではないかと懸念する。</p> <p>足立区の施策の中心にあると思われる、事業創造支援、ブランド創出支援をてこ入れする必要があるのではないかと懸念する。</p> |
| 業界団体／個人事業主支援 西新井青色申告会 事務局長 岩谷 絹子 | <p>コロナが規制緩和され、営業が活発になってきているが、現在コロナにより従業員が退職しており人員が少なく、求人を出しても、なかなか人員の確保が難しい。</p> | 最低賃金が高くなり、欲しい人材を確保するためには、賃金が高くなり、雇うのが困難な状況となっている。 | 雇用した従業員の給与支払いに対する補助金制度など。 |
| 卸売・小売業 株式会社あきば商会 代表取締役 遠藤 美代子 | <p>一年中、募集をかけているが誰でもいいということでもなく、また、働く側も必ずしも、じっくり腰を落ち着ける気持ちがない場合もある。</p> <p>粘り強く探すしかない。給料を上げれば求める人材が採用しやすくなるが、元々の社員より高くすることは難しい。</p> | アフターコロナの景気浮揚は長くは続かない。そのうち需給バランスは逆転すると考える。 | パートの募集でも応募がないので、女性が働きやすい環境作りをお願いしたい。 |
| 出版・印刷業 株式会社しまや出版 代表取締役 小早川 真樹 | <p>人手不足は製造業では以前からあったが、コロナ後も厳しい。求人広告に数十万かけて採用できなかった、採用できても研修で苦勞するなど。無料掲載できるネット媒体もあるが特徴が無いと応募に結びつかず、広告費をかけて上位表示させるなどの手段が取られている。</p> <p>人手不足の一因として、離職率の高さ、退職決断の速さもある。退職のハードルが下がった。帰属意識の低さなど複数理由があると思う。</p> | <p>グローバル人材の採用と、会社の強みを活かした採用・雇用がポイント。外国人雇用については経営者側の意識改革も重要。</p> <p>一方で、就職出来ていない若者、高齢者もいる。現場体験の受け入れをする中で、経営側が時代に合ったマネジメントによって人材を活用できない問題と、仕事に就く側が、自分に合う仕事の判断基準を高くしている問題の双方を感じる。</p> | <p>「ジョブサポートあだち」などを知らない経営者が多い。マッチングクリエイターの活用など「区内の人材のマッチング」という点で行政内で横断を通すような業務の運営、事業のより効果的なPR、実践的な活用をしていただきたい。</p> <p>区の学生、区内在住者が区内企業に就職できるように、各大学、高校等と連携し、今まで以上に就職説明会などを実施できる仕組みがあれば良い。</p> <p>就労体験による人材の成長は、結果として人手不足の改善につながる一つの手段として「ジョブサポートあだち」などの就労体験に補助金利用企業等が積極的に協力する仕組みを構築できないか。</p> |

| 委員所属 委員氏名 | テーマ2 人手不足に関して | | |
|--|--|---|--|
| | 事業活動への影響に関する 課題 | それ以外の課題 | 区への期待 |
| <p>業界団体／金融業</p> <p>足立区しんきん協議会 代表世話人</p> <p>小林 高広</p> | <p>○課題・問題</p> <ul style="list-style-type: none"> ・飲食業で料理人が不足して予約枠を広げられない ・飲食業で人（ホール等）が戻ってこないで、店を開けられない ・建築業で、特に重機のオペレーターがいない <p>○実態</p> <ul style="list-style-type: none"> ・海外からの実習生を雇っている | <ul style="list-style-type: none"> ・離職希望者への対応 ・Z世代への対応（業界でもZ世代への対応の冊子を作製している） | <ul style="list-style-type: none"> ・雇用側と働く側のマッチング ・適正価格での販売、サービスの提供が行われる環境整備 |
| <p>足立区商店街振興組合連合会 理事長</p> <p>鈴木 健嗣</p> | <p>最低賃金の値上げが続いていること。</p> <p>雇用保険料、社会保険料の負担増。</p> <p>新たな雇用に対して積極的に考えられない。</p> | | <p>区として何ができると考えているのか、具体的な選択肢を出してもらいたい。</p> |
| <p>運輸業</p> <p>足立荒川職業協会 会長</p> <p>鈴木 又右衛門</p> | <p>慢性的な人員不足により、2024年問題が取り上げられている物流業界は、確保できた人材で可能な運営するしかない。</p> <p>現場作業のDX化は困難で、投資が回収できない。技能実習制度も見直されと思うが、物流業界でも活発な外国人労働者の活用が不可欠になる。</p> | <p>特になし</p> | <p>外国人労働者受け入れのインフラ整備</p> |
| <p>業界団体／製造・印刷業</p> <p>足立区工業会連合会 会長</p> <p>瀬田 章弘</p> | <p>業界を俯瞰すると中規模～大規模の工場では人手不足が慢性化している。特に外国人実習生が不足しているとの声を聞く。</p> | <p>区内で学んだ若い人材が地元企業に就業しない状況が続いている。</p> | <p>区内企業に就職またはUターン就職する若者が増える様、区内の教育機関や大学との橋渡しを進めて頂きたい。</p> |
| <p>中小企業支援者</p> <p>TOKYO町工場HUB 代表</p> <p>古川 拓</p> | <p>弊社の関連では、人手不足の影響はあまり聞かない。むしろ人材不足が深刻であると考えている。</p> | <p>今後、AI（人工知能）が一般業務に使用される中、生産効率の差が大きくなるのが予想される。</p> <p>中小企業が競争を生き抜くためには、いかに事業環境の変化に対応できる人材を自社の中に持つことができるかが重要。業務を格段に効率化し、多品種少量生産に対応できることが差をつけるようになる。</p> <p>なお、製造業では今後5年ほどの間に、高齢の職人が大きく減少する可能性が高い。その穴埋めをできるかどうかは、喫緊の課題となるであろう。</p> | <p>働く場としての足立区の魅力を作り込み、アピールしていくことが大事である。</p> <p>特に女性の能力を生かす場所としてメリットがあるように、様々な施策があると良いと考える。区内企業に対する啓蒙活動や、積極的な対外広報も必要。</p> |
| <p>交通・観光業</p> <p>東武鉄道株式会社 北千住駅長</p> <p>谷田貝 淳</p> | <p>人手不足が理由で事業活動に影響は今のところない。</p> | <p>働くうえでは、やはり賃金は重要な要素。</p> | <p>特になし</p> |

| 委員所属 委員氏名 | テーマ3 物価高騰・人手不足以外 | |
|---|---|--|
| | 課題等 | 区への期待 |
| <p>東洋大学 経営学部 准教授 池村 恵一</p> | <p>会議開催などこれまで対面で行われていたものが、コロナ禍を経て、オンラインで対応することが常態化されている。時間と労力の浪費が回避されているイメージがついてまわるが、そこでは何気ない会話を通してのアイデアの共有や意見交換の機会が失われているような気がする。イノベーションの停滞・減速が懸念される。</p> | <p>コロナ禍のさなかに取りやめになった、アイデア共有や意見交換の機会の復活を支援するような施策。事業者の交流会といった場の開催を促すような施策。</p> |
| <p>業界団体／個人事業主支援 西新井青色申告会 事務局長 岩谷 絹子</p> | <p>顧客・取引先の高齢化。</p> | <p>顧客や取引先が高齢になり、後継者もおらず取引を続けることができない状態である。また、新しい取引先を探すことにも苦労している。取引先の紹介や相談をしていただける窓口があるか、もしくは、なければ新たに作っていただきたい。</p> |
| <p>卸売・小売業 株式会社あさば商会 代表取締役 遠藤 美代子</p> | <p>高齢化により、免許返上や車を手離す人が増えるが、若者はレンタカーやカーシェアで車の「所有」から必要な時だけ「使用」の時代になりつつある。さらにEV化が進むと従来のガソリン車の部品の将来は暗い中でどう生き残るかが課題。</p> | <p>この流れを止めることはできない。区に期待するとしたらシャッター通りになっている商店街の活性化によって人を（在住を問わず）引き寄せ、保育設備の充実によって働くお母さんを増やすことを期待したい。</p> |
| <p>出版・印刷業 株式会社しまや出版 代表取締役 小早川 真樹</p> | <p>足立ブランドの認知度が低く、予算に見合った活動が出来ているか悩んでいる。認知度向上に向けて、紹介冊子についても他区を参考にマンガなどインパクトがある効果的なものを作成するように期待する。認定企業が年間の活動の企画立案に携わっていないことが活動が自分事とならない要因かもしれない。</p> <p>足立ブランド内でも情報共有化ツールの活用が進まないなどがあるが、システム化を推進していくことが求められる時代になってきており、独自性をもたない中小零細企業の今後は、厳しい状況になることが予想されるため、足立ブランドが足立区のものづくりをけん引できる企業連合に育つべく、支援をお願いしたい。</p> <p>印刷・製本業界では、廃業も増えきたが、分業制のためM&Aなどにより企業体力を上げることも可能。行政・金融機関などが連携をとり、マッチングなどが推進されれば、失業危機に陥る従業員の雇用確保にもつながるのではないかと。</p> | <p>ネットセキュリティ強化が重要な中で、ISO認証取得助成金があるが、27001取得はかなりハードルが高いため、プライバシーマーク（または業界でそれに準じた規格）等の取得にあたりコンサル費等の支援があれば大変助かる。</p> |
| <p>業界団体／金融業 足立区しんさん協議会 代表世話人 小林 高広</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・ 少子高齢化 ・ マイナス金利の長期化 ・ 急激な円安の進行 ・ 急激な金利の上昇 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 婚活支援 ・ 結婚後の生活支援 ・ 「ばらまき」よりも自立支援 ・ 中小企業者の事業継続支援（資金繰り、事業承継） |

| 委員所属 委員氏名 | テーマ3 物価高騰・人手不足以外 | |
|---|---|---|
| | 課題等 | 区への期待 |
| 足立区商店街振興組合連合会 理事長 鈴木 健嗣 | ごみの回収回数減について、商店街は飲食店や惣菜店も多く、生ごみ等大量のごみが出されるため、回収回数が減らされると集積所の衛生面での問題が危惧される。集積所の清掃についても、負担が大きくなる。 | ごみ回収回数は、減らさないでほしい。 |
| 運輸業 足立荒川職業協会 会長 鈴木 又右衛門 | 固定資産税の上昇。千住の地価は異常な速度で上昇しており、固定資産税がコストアップ要因。 事業承継についても同様に深刻な問題である。 | 地方税の問題ではあるが、地域の産業を残すためにも、区当局のご支援を頂きたい。 |
| 業界団体／製造・印刷業 足立区工業会連合会 会長 瀬田 章弘 | デジタル化対応のための人材育成、ITリテラシーの強化 | 区内事業者の従業員向けにオンラインのリスキリング教育を推進して頂きたい。 |
| 中小企業支援者 TOKYO町工場HUB 代表 古川 拓 | 新しい事業やビジネスが生まれる機運が低いことが課題であると考えます。事業環境が大きく変化し、その加速がついている。変化についていけない企業は生き残れない。 区としては、産業の新陳代謝を促し、既存企業の維持も大事であるが、新しい企業や事業が生まれる環境を作っていくことが重要である。 | まずは、スタートアップを含め、新しい事業や企業が生まれる事業環境づくりを戦略的に構築する計画を明確に持つべきである。 また、そのような意思を持っていることを区外に積極的にアピールし、人材が集まるように施策を打つべきであると考えます。 |

柱1 意欲的な事業者の取り組みを積極支援【突き抜け】

| 成果指標 | | | 活動指標 | | | | | | |
|---------------------------|-------------------------|------------------------|--|--------------------------------|-------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|----------------|
| 成果指標名 | 基準値 2016年度 平成28年度 | 目標値 2025年度 令和7年度 | 対応する施策名 | 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 | 実績値 2022年度 令和4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】 | — 社 | 1,029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先進技術の導入等に積極的に取り組む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。 | I-i 販路拡大に向けた販売会・商談会等の実施回数 | — 回 | 10回 | 13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 | — 社 | 21社 | 20社 | 25社 | 産業政策課 |
| | | | | I-iii 足立ブランド認定件数(*1) | 18社 | 3社(*2) | 2社(*2) | 20社 | 産業振興課 |
| | | | | I-iv ECモール出店支援事業者数 | — 社 | 8社 | 10社 | 10社 | 産業振興課 |

*1 認定には、新規認定と認定企業の再認定（3年で更新）がある。

*2 コロナ禍により再認定未実施

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】

| 成果指標 | | | 活動指標 | | | | | | |
|--|-------------------------|------------------------|--|---|-------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|---------|
| 成果指標名 | 基準値 2016年度 平成28年度 | 目標値 2025年度 令和7年度 | 対応する施策名 | 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 | 実績値 2022年度 令和4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】 | — % | 36% | 施策2-① 経営相談・経営改善・資金調達支援 <<課題>> コロナ禍で多くの事業者の売上げが減少し、国際情勢の急激な変化に伴う物価高により事業環境の厳しさが増えています。 <<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。 | I-i 小規模事業者経営改善補助金の実行件数 | 51件 | 67件 | 56件 | 70件 | 産業振興課 |
| | | | | I-ii 中小企業相談件数 | 672件 | 860件 | 759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（*2）、事業者なんでも相談員（*3））による課題解決誘導件数（*4） | 1,392件 | 1,278件 | 1,558件 | 1,600件 | 企業経営支援課 |
| 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（*1）【累計】 | — 社 | 507社 | 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。 | II-i 訪問相談員（ウェブ活用アドバイザー（*5））による課題解決誘導件数（*4） | — 件 | — 件 | 211件 | 100件 | 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

*2 中小企業診断士の資格を持つ相談員が、経営に関する相談や受発注のあっ旋等を支援している。

*3 中小企業診断士の資格を持つ相談員が、事業者が抱える商売や生活に関する悩みの解決を支援している。

*4 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「中小企業訪問等により助言を行った回数」を意味する。

*5 ウェブに関する一般的な相談の受付や、ホームページやSNS等を活用した販路拡大・販売促進の支援を行っている。

柱3 企業の成長を促す人材確保を支援

| 成果指標 | | | 活動指標 | | | | | | |
|--|-------------------------|------------------------|--|--|-------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| 成果指標名 | 基準値 2016年度 平成28年度 | 目標値 2025年度 令和7年度 | 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 | 実績値 2022年度 令和4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】 | — % | 10% | 施策3-① 区内人材を高度に活かし企業経営を支援 ≪課題≫ 特に中小企業においては、人材募集をしてもなかなか人が集まらず、採用に苦戦しています。また、採用に至ったとしても離職率が高く、人材の定着に課題を抱えています。 ≪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。 | I-i 区内中小企業人材確保支援事業の登録事業者数 | — 社 | 86社 | 120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 | 134社 | 150社 | 多様性社会推進課 |
| 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） | — 人 | 250人 | 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、企業の成長に貢献する従業員の能力開発を企業内で行うことが難しくなっています。 ≪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・リスキリングを支援します。 | II-i 産業技術・経営研修助成を受けた企業数 | 26社 | 58社 | 172社 | 60社 | 企業経営支援課 |
| | | | | II-ii 介護職員資格取得支援者数 | — 人 | 132人 | 105人 | 100人 | 高齢福祉課 |
| III 求職者支援事業のマッチング成功率（*2） | — % | 25% (97人) | 施策3-③ 求職者と企業を結びつける就労支援 ≪課題≫ 企業が求める人材と求職者とのミスマッチが生じており、企業の手不足が深刻になっています。 ≪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。 | III-i 区主催・共催の就労支援事業数（*3） | — 回 | 3回 | 17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（*4） | — 人 | 152人 | 194人 | 200人 | 親子支援課 |
| | | | | III-iii 就労準備支援事業参加者数（*5） | 58人 | 173人 | 168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（*6） | — 件 | 71件 | 130社 | 330件 | 企業経営支援課 |

*1 対象事業：産業技術・経営研修会助成事業及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支援事業、マンスリー就職面接会

*3 就職セミナーや講演会、就職面接会の実施回数

*4 看護師資格等の資格取得支援、自立支援プログラム策定、ライフプランセミナー等 就労支援講座を活用した人数

*5 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

*6 対象事業：シニア人材マッチング支援事業、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 | | | 活動指標 | | | | | | |
|---|-------------------------|------------------------|--|---------------------------------|-------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|---------|
| 成果指標名 | 基準値 2016年度 平成28年度 | 目標値 2025年度 令和7年度 | 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 | 実績値 2022年度 令和4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 | 1028社 | 施策4-① 起業準備期における支援 <<課題>> 起業を身近に感じる人が少なく、起業の意向を持つ人も少ない状況です。 <<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。 | I-i 中小企業診断士による開業相談数 | 444件 | 471件 | 361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 | 45人 | 50人 | 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年以上)に 事業として成立している 事業者(*)の割合 | — % | 100% | 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。 | II-i 創業プランコンテスト応募件数 | 16件 | 6件 | 9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 | 70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 | — 回 | 374回 | 404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 | 68社 | 70社 | 企業経営支援課 |
| III 創業5年後の創業者満足度 | — % | 85% | 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に対応することが求められています。 <<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。 | III-i ステップアッププログラム参加創業者数(累計) | — 人 | — 人 | 7人 | 32人 | 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・売上げ無しの状況にない事業者をいう。

柱5 新たな消費生活への適応を支援

| 成果指標 | | | 活動指標 | | | | | | |
|---------------------------|-------------------------|------------------------|---|---------------------------------|-------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|----------------|
| 成果指標名 | 基準値 2016年度 平成28年度 | 目標値 2025年度 令和7年度 | 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 | 実績値 2022年度 令和4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 | — % | 50% | 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。 | 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 | 実施 | 産業振興課 |
| II 消費生活相談解決率(*) | 98.4% | 98% | 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。 | II-i 消費生活相談受付件数 | 4,307件 | 5,386件 | 5,615件 | 5,200件 | 産業政策課 |
| | | | | II-ii 消費生活に係る情報発信回数 | 24回 | 45回 | 60回 | 50回 | 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 | 90件 | | III-i 特殊詐欺防止に係る情報発信回数 | — 回 | 57回 | 55回 | 60回 | 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

柱6 訪れたいまちにする観光施策とプロモーション

| 成果指標 | | | 活動指標 | | | | | | |
|---------------------------|-------------------------|------------------------|--|--|-------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|----------------------|
| 成果指標名 | 基準値 2016年度 平成28年度 | 目標値 2025年度 令和7年度 | 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 | 実績値 2022年度 令和4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% | 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、地域の繋がりが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。 | 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 | — 人 | 149,000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) | 3,700人 (21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% | 59.2% | 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。 | 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 | 344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） | — 件 | 149件 (362件) | 223件 (433件) | 200件 (500件) | 報道広報課 シティプロモーション課 |