

補助資料

足立区地域経済活性化基本計画（令和5年度～7年度） 活動指標進捗

- 柱1 意欲的な事業者の取り組みを積極支援【突き抜け】**
- 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】**
- 柱3 企業の成長を促す人材確保を支援**
- 柱4 創業者の成長支援と区内起業の促進**
- 柱5 新たな消費生活への適応を支援**
- 柱6 訪れたいまちにする観光施策とプロモーション**

柱 1 意欲的な事業者の取り組みを積極支援【突き抜け】

活動指標								
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	参考実績 2022年度 令和4年度	実績値 2023年度 令和5年度	2023年度 活動指標分析	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 《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	14回	伝統工芸品展を4年ぶりに開催したほか、足立ブランドでの見本市への出展、海外展示会出展などにより予定通り実施・出展を行うことができ、区内製品のPRや、消費者及びバイヤー等との接点を提供した。令和6年度は、伝統工芸振興会が発足20周年を迎え、庁舎ホールの使用も可能なため、伝統工芸士等一堂に会した展示・販売を行うなど、引き続き、販路拡大や売上向上に向けて機会を提供していく。	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	30社	30社	国内・海外への販路拡大のため展示会等への出展を支援した。 海外販路の拡大には課題があり、思ったより販路に繋がっていない、継続した出展が必要等の声があるため、意欲や運営体制が持続できる事業者に絞ってより丁寧支援し、現地視察により直接バイヤー等から成約の可能性や改善点をヒアリングする。	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）	0社	65社に増えた認定企業の再認定に道筋を付けるため、認定基準の見直しを行い、令和5年度は新規認定・再認定を休止した。 新たな認定基準を定め、順次再認定を行っていく。新規認定は再認定の状況を見ながら再開時期を検討していく方針のため、目標値も下方修正する。	20社 ↓ 3社に変更	産業振興課
	I - iv ECモール出店支援事業者数	— 社	8社	10社	12社	専門アドバイザーに、新たにメディアアプローチの講師を追加し、これまでのSNS等を活用した情報発信や商品のブランディングと合わせて伴走型支援を実施した。 消費者のECモールの需要は増加傾向にあるため、SNSの効果的な活用・アドバイスも併せたオンラインショップの出店支援を拡充し、これまでECモールを活用してこなかった事業者へも有用性をPRし販売促進していく。	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】

活動指標								
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	参考実績 2022年度 令和4年度	実績値 2023年度 令和5年度	2023年度 活動指標分析	目標値 2025年度 令和7年度	所管課
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 資料1 P3	51件	67件	56件	379件	令和5年度は、区内事業者約4,700者へDMを送付する等の周知を増やし、補助上限額（60万円⇒200万円）、補助率（1/2⇒2/3）、対象者数（区内操業年数3年⇒1年）を拡充したことで、件数が大幅に増加した。 令和6年度も拡充した内容で継続する。実績の増加に応じて目標値も変更する。	70件 ↓ 200件に変更	産業振興課
	I-ii 中小企業相談件数	672件	860件	759件	1,453件	令和4年度と比べ約2倍の実績となった。令和5年度に小規模事業者経営改善補助金の補助上限額等を拡充し、申請数が約7倍に増加したことに伴い、経営改善計画の相談も飛躍的に増加した。 引き続き、各専門相談員が連携し訪問・窓口・電話など利用者に合わせた丁寧な相談を通じて区内事業者を支援していく。	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（*1）、事業者なんでも相談員（*2））による課題解決誘導件数（*3）	1,392件	1,278件	1,558件	1,554件	令和4年度とほぼ変わらぬ実績だが、内訳は小規模事業者経営改善補助金の審査協力等でマッチングクリエイターの訪問実績が177件減少し、事業者なんでも相談は、訪問、電話、窓口相談数が約2倍の173件に増加した。 令和6年度は産業振興課で補助金の相談員を雇用したので、マッチングクリエイターの訪問相談実績を伸ばしていく。	1,600件	企業経営支援課
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（*4））による課題解決誘導件数（*3）	— 件	— 件	211件	238件	ホームページ作成・更新補助金事前相談の増加等により令和4年度を上回った。 支援内容については、ホームページを作成するために必要な基本的な相談からLINEやInstagramを活用した集客方法の相談等、幅広く対応した。 今後も、ホームページ作成・更新補助金の申請数の増加が見込まれるため目標値を変更する。	100件 ↓ 250件に変更	企業経営支援課

*1 中小企業診断士の資格を持つ相談員が、経営に関しての相談や受発注のあっ旋等を支援している。
*2 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。
*3 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。
*4 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

活動指標								
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	参考実績 2022年度 令和4年度	実績値 2023年度 令和5年度	2023年度 活動指標分析	目標値 2025年度 令和7年度	所管課
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 資料1 P6	— 社	86社	120社	132社	令和4年度に比べ12件登録企業数が増加したが、新規企業の開拓が進まず、目標値まではほど遠い状況である。 現行の区内中小企業人材確保支援事業は令和6年度で終了となるため、令和6年度の登録目標企業数を令和7年度目標値とする。 令和6年度からは、新たに求人広告費や人材紹介業者への成功報酬等の一部を助成する事業を開始している。	170社 ↓ 140社に変更	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	129社	現在の認定制度から約10年以上が経過し制度の見直しを行うため、令和5年度については新規の募集を停止した（2社非更新、3社認定取消し）。 認定制度について令和6年度からは新規募集及び更新は行わず、現行の認定期限をもって制度を終了するため、目標値を令和7年4月時点で認定期間内の認定企業数（現状値）へと変更する。	150社 ↓ 117社に変更	多様性社会推進課
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 資料1 P7	26社	58社	172社	125社	アスベスト関連の法改正もあり、建築関連企業においては、徐々に認知度が高まってきている。 さらに認知度を高めるため、令和6年度から名称を「中小企業人材育成・資格取得研修費補助金」へ変更した結果、認知度が向上し申請数が増加した。そのため目標値も上方修正する。	60社 ↓ 130社に変更	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	178人	助成範囲を変更し、より利用しやすくしたこと及びメールによる周知や事業者会合での事業説明など丁寧なPRを実施した結果、令和4年度の実績を上回った。 令和6年度から助成対象の資格を18種追加し支援を行うため、目標値を変更する。	100人 ↓ 280人に変更	医療介護連携課（←高齢福祉課）

柱3 企業の成長を促す人材確保を支援

活動指標								
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	参考実績 2022年度 令和4年度	実績値 2023年度 令和5年度	2023年度 活動指標分析	目標値 2025年度 令和7年度	所管課
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、企業の人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（*1）	— 回	3回	17回	21回	例年実施しているマンスリー就職面接会や高校生向け企業説明会に加え、新たに足立成和信用金庫と共催実施の人材確保相談会や委託事業での高校生向け企業見学を実施したことで、前年度に比べ事業実施回数が4回増加した。 令和6年度においても、区内高校生向け企業見学、人材確保相談会ともに参加者や関係者の意見を参考により効果のある内容としていく。	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（*2）	— 人	152人	194人	190人	令和5年度の実績値（延べ人数）は、対前年度比でほぼ横ばいでの推移となった。 ひとり親家庭は子育てと生計の維持を1人で担うため、時間に制約がある。アプリやメール、現況届へのチラシの同封等により、当該事業（支援情報）の周知とともに、個々の状況に適した多様な働き方の支援を行っていく。	200人	親子支援課
	Ⅲ-iii 就労準備支援事業参加者数（*3）	58人	173人	168人	183人	令和5年5月で5類となったが、コロナ禍の影響による生活困窮など、就労へのニーズは依然として多くあったことから、令和4年度実績を上回った。 今後は、重層的支援体制における包括的相談支援のなかで、就労相談支援・自立支援・就労定着支援を一体的に行い、生活の安定や自立に向けた支援を行っていく。	250人	福祉まると相談課（←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（*4）	— 件	71件	130件	119件	シニア人材マッチング事業は11件増、マンスリー就職面接会は22件減となり合計で11件減と令和4年度実績を下回った。 求職活動のオンライン化の加速に伴い、ハローワークの利用件数自体が低下していることから、マンスリー就職面接会は事前予約制から自由参加型へ変更するなど、効果的な方法をハローワーク足立と検討する。 面接会でのマッチング件数の目標も下方修正する。	330件 ↓ 130件 に変更	企業経営支援課

*1 就職セミナーや講演会、就職面接会の実施回数
*2 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
*3 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
*4 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

活動指標								
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	参考実績 2022年度 令和4年度	実績値 2023年度 令和5年度	2023年度 活動指標分析	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 《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	418件	令和4年度と比べ57件増加した。令和4年度はロシアのウクライナ侵攻等による資材高騰等の影響もあり、起業へのマインドが減退したと推測される。令和5年度はコロナが5類になったこと等もあり、起業への意識が徐々に上向いてきたと考えられる。区の創業支援にかかる事業のPRを強化し、創業意欲向上を図っていく。	510件	企業経営支援課
	I－ii 起業家支援塾受講者数(実践編) 資料1 P8	52人	36人	45人	48人	実践編は年2回実施し、定員25人のところ1回目は21人、2回目は申込多数のため、定員を超える27人が受講した。入門編の受講者は更に多く、起業に関心を持つ人が増えていることが感じられる。当事業をきっかけにネットワークができ新たな交流やビジネスチャンスが創出されるなど受講者の評価も高いため、引き続き、起業準備等を支援する。	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 《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 資料1 P8	16件	6件	9件	9件	起業家支援塾の最終目標をコンテスト応募に設定したり、PRを活発に行うなどした結果、前年度と同数の応募が得られた。令和6年度もすでに募集を行い13件の応募があった。採択された事業者をバックアップし事業化に向けて支援していく。	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	61件	創業支援施設「かがやき」「かけはし」とともに入居率が減少し、結果として相談数が減る形となった。令和6年度は「かがやき」「かけはし」間で連携し、希望者の入居機会を逃さないよう両施設とも随時募集から定期募集とした。「かけはし」は東京電機大にあるメリットを前面に出せるよう、区から改善案を提示していく。	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	一回	374回	404回	401回	創業支援施設の入居企業が減ったことにより経営指導数が減少した一方、経営力アップ支援事業採択事業者が増えたことで経営指導数が増加したため、実績は横ばいとなった。創業支援施設の入居率上昇に取り組んでいく。	400回	企業経営支援課
	II－iv 創業支援施設退出後の区内定着数(累計)	51社	66社	68社	73社	令和5年度に退出した5社全てが区内にとどまっている。入居時に退出後の区内事業展開に重点を置いた効果が出ていると思われる。区内に移転できる適切なオフィスが少ないことから、今後は創業支援施設の利用年限延長等について検討する。	70社 ↓ 73社 に変更	企業経営支援課
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。	III－i ステップアッププログラム参加創業者数（累計） 資料1 P8	一人	一人	7人	15人	令和5年度の参加者は8人であり、定員を充足した。創業後の次のステップに移る時期に対応する伴走支援型のセミナーには一定の需要がある。参加者には、他の支援事業の活用に繋げていくとともに、事業拡大期における課題解決に向けて、新たな支援策を検討していく。	32人	企業経営支援課

柱5 新たな消費生活への適応を支援

活動指標								
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	参考実績 2022年度 令和4年度	実績値 2023年度 令和5年度	2023年度 活動指標分析	目標値 2025年度 令和7年度	所管課
<u>施策5-①</u> 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 資料1 P9	—	実施	実施	実施	区内のPayPay対象店舗でお買い物すると、最大30％還元されるキャンペーン「キャッシュレス決済還元事業」及び20％のプレミアムを付与したお得な商品券「商連プレミアム商品券（商店街応援券事業）」を発行し、店舗と消費者双方のキャッシュレス決済導入を図った。令和5年度で店舗のキャッシュレス決済導入店舗の割合が56％となった（目標値50％）。令和6年度、キャッシュレス決済還元事業は、対象の決済アプリを増やし期間を前倒して実施、商連プレミアム商品券は、デジタル券のプレミアム率と発行セット数を増加して、キャッシュレスを推進する。	実施	産業振興課
	II - i 消費生活相談受付件数	4,307件	5,386件	5,615件	5,338件	相談受付件数は前年度より減少したが、定期購入契約を結ばせるトラブルやインターネットに関連した相談が増えている。引き続き、消費者講座や出前講座、広報紙等を通して具体的な事例を紹介し、消費者被害の未然・拡大防止に努め、消費生活相談員は研修等を通じて最新の消費トラブル事例を学び、多様化する相談内容に対応していく。	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	80回	消費者講座や出前講座、消費者センターだより等による情報発信のほか、多く寄せられる相談をタイムリーに発信できるSNS投稿を増すなど、昨年度を上回った。引き続き、世代に合わせた情報伝達手段を活用していくとともに、必要な情報を幅広くタイムリーに発信していくことで、被害の未然・拡大防止を図っていく。	50回	産業政策課
<u>施策5-②</u> 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。	III - i 特殊詐欺防止に係る情報 発信回数	一回	57回	55回	97回	自動通話録音機の無料貸出し及びアポ電体験ダイヤルの周知をXとFacebookで週一回の定期的な配信を行った。X、Facebookでの情報発信を継続することに加えて、四半期に一度、LINEでも情報発信を行う予定であるため、目標値を変更する。	60回 ↓ 100回 に変更	産業政策課 危機管理課

柱6 訪れたいまちにする観光施策とプロモーション

活動指標								
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	参考実績 2022年度 令和4年度	実績値 2023年度 令和5年度	2023年度 活動指標分析	目標値 2025年度 令和7年度	所管課
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。	I-i 観光交流協会が行う5大イベントの来場者数 資料1 P11	1,418,000人	— 人	149,000人	1,905,000人	コロナ禍で中止されていたイベントが再開され、多くの方が来場された。「足立の花火」は74万人と過去最高を記録したが、会場である河川敷のキャパシティの上限に達しており、さらに来場者を増やすためのPRを行っていくことは、安全確保の面からも困難と考える。 舎人公園千本桜まつりを同一年度に2回実施したため、来場者数が目標値を大幅に上回った。 今後は、安心して楽しめるよう来場者の安全を最優先に考えた警備体制や会場レイアウト等に基づいてイベントを実施するとともに、SDGsの視点を取り入れ、イベントを通じた普及啓発を行う。	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)	5,957人 (30回)	民間団体等とのイベント等の来場者数及び実施回数とも前年度を大幅に上回った。年間を通じて民間団体等によるイベントが再開されたことにより、来場者数や実施回数とも増加したものと分析している。 引き続き、日ごろからの情報収集と団体等との関係構築に注力し連携を図っていく。	4,000人 (70回) ↓ 6,000人 (40回) に変更	観光交流協会
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	456回	投稿記事数は、協会ホームページ(325回)、インスタグラム(131回)となり、前年を大きく上回った。年間を通じてイベントが再開されたことにより、投稿記事数も増加したものと分析している。 令和6年度は、地域のイベントや祭りの情報をキャッチし発信を強化する。	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)	187件 (478件)	情報提供件数は増加したものの、掲載件数は前年度を下回った。コロナ禍明けにより、区以外の情報発信も増加したことなどの要因が考えられる。一方、地域の催しや季節の話題など最適なタイミングで発信することで、報道に結びついたものもあった。 引き続き、庁内外と連携して積極的に情報を得るとともに、報道機関に対してタイムリーな情報を発信していくことで、区のイメージアップを図っていく。	200件 (500件)	報道広報課 シティプロモーション課