

足立区地域経済活性化基本計画（案）【2027（令和9）年度から2034（令和16）年度】

第1章 計画の基本事項

1 計画の目的・位置づけ

地域経済活性化及び産業振興に資する施策の方向性を明らかにし、達成すべき指標及び目標値を示すことにより、区内経済の好循環を生み出すことを目的とする。「足立区基本構想」「足立区基本計画」を上位計画とした、産業経済分野の個別計画に位置づけられる。

2 計画のビジョン（目指す姿）

「協創の深化と成長への挑戦によって 活力が続く 足立の産業」

3 計画期間

2027（令和9）年度～2034（令和16）年度の8年間。2030（令和12）年度に中間見直しを行う。

4 各主体の役割と協創

事業者、区民、区がそれぞれの主体的な役割を果たすとともに、相互に協創を進める。

主体	地域経済活性化における役割
事業者	➤ 顧客ニーズに適した付加価値の高い商品・サービスを提供。 ➤ 雇用創出、働きやすさ（労働環境改善、人材育成）の推進。
区民 （消費者・働く人など）	➤ 消費活動やイベント参加を通じた、地域の賑わい創出への貢献。 ➤ 企業活動を支える重要な人材としての活躍。
区	➤ 区内経済の課題把握と的確な対策の実行。 ➤ 機会提供や伴走支援、情報発信。

5 予期せぬ経済環境変化にも緊急対応

予期せぬ外部環境の変化には、補正予算等でスピーディーに対応し、一体的に施策を推進する。

第2章 地域経済活性化の現状と課題・取り組みの方向性

1 区を取り巻く経済状況と対応する活性化計画の全体像

区を取り巻く産業・経済環境は厳しい状況が続いている。活性化計画では、相互に関連性がある6つの柱を設定し、大きな環境変化に対応していく。

取り巻く状況	内容
物価上昇と消費動向	消費者物価の上昇に伴う実質消費支出の低迷により、買い控えが懸念される
生産年齢人口の減少	区の生産年齢人口は将来的に減少する見込みであり、将来にわたって人手不足が懸念される
価格転嫁は進んでいるが道半ば	中小企業におけるコスト全般の価格転嫁率は54.2%と上昇傾向にあるが、依然として価格転嫁が進まない事業者も存在する
金利のある世界に	日銀によるマイナス金利解除に伴い約30年ぶりの高水準に達し、中小企業の経常利益減少や設備投資意欲の抑制などが懸念される
自分の代で廃業意向が高い	区内事業者の後継者決定状況において、「自分の代で廃業予定」が最多を占めている
AIの活用が進展	全産業において生成AI（人工知能）の進展が急速に進んでおり、中小企業でも成長を実現するチャンスとして注目される

2 現状・課題の整理、計画の柱立て

区が実施した各調査結果等から区内経済や産業の現状・課題を整理し、それらを解決するための6つの柱を設定する。

テーマ	現状・課題	対応する課題解決の柱・方針
1 人手不足	【現状】 採用・育成・定着などの課題により、人手不足が進み、売上げを伸ばす取り組みができないなど、経営に大きな影響を与えている。	柱1 事業の成長を支える人材の確保 【方針】 人材に選ばれ、人材とともに成長を目指す事業者を増やすため、それぞれの状況や課題に応じて支援する
	【課題】 人手不足により事業者の経営に影響がみられるため、業種や事業者ごとに異なる人手不足の原因にアプローチし人材確保を支援することが必要。	
2 デジタル活用	【現状】 売上増加とデジタル活用に相関関係が見える一方で、自社ホームページを開設していない事業者が多いなど、必要性の認識不足やノウハウ・デジタル人材不足などにより、デジタル活用に遅れがみられる。	柱2 各社のニーズに合わせたデジタルの活用 【方針】 時代に取り残されず、競争力を強化するため、「一社」「一者」の状況に適したデジタル化を促進する
	【課題】 事業者の状況や課題に応じてデジタル活用を後押しし、効率化や売上向上を支援する必要がある。	
3 事業成長	【現状】 売上や利益が増加した事業者、中長期的な経営方針を拡大・拡充とする事業者が少ない。また自分の代で廃業予定としている事業者が多い。	柱3 事業者の持続的な成長の実現 【方針】 売上拡大・利益確保を支え、適切な事業承継に繋げることで、事業者の持続的な成長を後押しする
	【課題】 持続的な成長に向け、業種業態に応じた売上向上・利益確保策を講じていくことが重要である。また廃業による活力喪失等を防ぐため、早期に事業承継の検討や準備を始められる後押しが必要である。	
4 起業・創業	【現状】 既存事業者の廃業増加の可能性があり起業促進が求められる中、心理的不安やノウハウ不足が起業をためらう理由となっている。起業できたとしても廃業するケースは5年未満が多く、売上停滞が原因となっている。	柱4 区内での起業・創業の活発化 【方針】 起業を希望する区民の「やりたい」を叶えるとともに、区外の起業家も呼び込み、区内経済に活力を与える
	【課題】 区内外の起業希望者に支援内容の充実度をアピールし、不安やノウハウ不足などの課題を解消することで区内起業を促進する必要がある。また、準備段階からの周到的な事業計画立案や、事業継続に向けて早期の売上基盤構築の支援が必要。	
5 区内消費	【現状】 小売や飲食、サービス業等においても売上が増加している事業者は少なく、決済手段の導入状況などで区民ニーズとギャップがある。一方、消費生活相談件数にやや増加傾向が見られ、トラブル様態は複雑化が続いている。	柱5 区内消費の活性化と安心の消費生活 【方針】 切れ目のない消費喚起策により、消費の活性化を図り、区内経済を支えるとともに、消費者トラブルの予防や解決を支援する
	【課題】 区民から消費・購入先として選択されるよう、インセンティブによって消費を喚起するとともに、利便性の高い決済手段を広める必要がある。また、区民の安心な消費生活のため消費トラブルや詐欺被害の予防も重要である。	
6 観光施策	【現状】 大型イベントは天候の影響を受けるケースもあるが、イベント内での魅力ある企画や、地域の力を活かせる民間団体等との連携、情報発信の充実等により、賑わいを生み出し、プロモーションにつながる可能性がある。	柱6 賑わいの創出と来街者の増加 【方針】 地域を盛り上げる観光イベントの推進と区内外に向けたプロモーションで、賑わいを創出するとともに、来街者を増やす
	【課題】 持続可能で効果の高いイベント実施や連携先となる民間団体等のさらなる掘り起こし、観光資源を活用した情報発信等により、来街者を増やし賑わいを創出することが重要。	

3 各柱の施策体系

6つの柱をより具体的に取り組む内容として施策としてまとめ、その方向性を示す。

柱	各柱の施策		施策の方向性	代表的な事業例
柱1 事業の成長を支える人材の確保	施策1 (1)	採用競争力強化支援	採用コストの負担や職場の魅力や強みの伝え方など、採用の課題を解決し、効果の高い採用方法の選択や求職者への自社PR力向上など、採用競争力強化を支援する	・専門家伴走支援 ・人材採用支援助成金
	施策1 (2)	人材育成におけるリソース不足解消支援	育成にかけられる時間や担い手、コストなどのリソース不足の課題解決を支援するとともに、労働者のスキルアップを促し仕事への満足度を高める	・専門家伴走支援 ・人材育成・資格取得研修費補助金
	施策1 (3)	従業員ニーズに合わせた人材定着支援	働く環境や条件について労働者のニーズとのギャップを埋め、労働環境を整える支援を実施して離職を防止し、労使のWIN-WINの関係構築を促進する	・専門家伴走支援 ・定着サポート助成金 ・元氣な職場づくり応援事業
	施策1 (4)	カスタマーハラスメント対策の促進	国や都のマニュアル及び事業を活用して対策を進められるよう、区の相談事業などにより支援し、従業員を守る取り組みを促進する	・対策セミナーの実施
柱2 各社のニーズに合わせたデジタルの活用	施策2 (1)	事業環境変化に「追いつく」デジタル化支援	事業環境変化が進む中でデジタル化に遅れをとり、顧客や商機を損失することにならないよう、活用の必要性の認識が高くない事業者を中心に、デジタル化のメリットの理解を促し、状況に応じて取り組みやすいものから活用できるよう支援する	・ウェブ活用アドバイザー ・ホームページ作成・更新補助金
	施策2 (2)	勝ち抜くための「攻める」デジタル化支援	積極的にデジタル活用を進めたい事業者を中心に、導入コスト支援やさらに優秀なデジタル人材の育成や採用、専門的な相談支援など「攻め」のデジタル化を通して、さらなる売上や利益向上を支援する	・IT・IoT導入補助金 ・デジタル人材育成 ・IT・IoT相談
柱3 事業者の持続的な成長の実現	施策3 (1)	販路開拓等による売上向上・利益確保支援	成長を目指す事業者を中心に、取引形態等に応じて、販路開拓、新製品開発などにより、売上を伸ばし利益を確保できる支援を進める	・販路拡大支援 ・見本市出展助成 ・足立ブランド
	施策3 (2)	チャンスを生み出す事業者間・産学連携の促進と、地域課題解決への挑戦の促し	産学連携や異業種交流会などによって、協創や自社にはないスキルの活用を促すとともに、ビジネスチャンスにつながる地域課題解決の場を提供する	・異業種交流 ・産学公連携
	施策3 (3)	成長志向の事業者を増やす相談支援・設備投資支援	「現状維持」志向の事業者も「成長拡大」を見通すことができるよう、相談事業による課題解決や経営改善に繋がる設備投資等を支援していく	・中小企業相談 ・小規模事業者等経営改善補助金
	施策3 (4)	避けられる廃業を防ぎ、事業承継を促進	後継者不在等により廃業を見据える事業者を中心に、早期の相談開始や事業承継に向けた課題解決を支援する	・三者連携による事業承継支援 ・事業承継促進支援助成金
	施策3 (5)	SDGs達成に貢献し、自らも成長につなげる取り組みの促進	SDGs達成に貢献することが企業価値向上に資することを事例等で伝え意識を高めるとともに、エネルギーコスト削減等の新ビジネス立ち上げなどに取り組む事業者を後押しする	・環境基金助成 ・省エネルギー対策工場設備更新補助金

柱	各柱の施策		施策の方向性	代表的な事業例
柱4 区内での起業・創業の活発化	施策4 (1)	【起業前】 起業準備を進める支援	将来の起業家を育てるとともに、連続セミナー等で「区内で起業すること」の具体化や、不安・ノウハウ不足を解消し、現実的で精度の高い事業計画の策定と資金調達ができるよう支援する	・起業家支援塾 ・創業融資
	施策4 (2)	【創業後（5年程度）】 事業基盤確立に向けた支援	創業5年以内の事業者を中心に、「起業家交流会」によるネットワーク形成支援や伴走支援、事務所家賃などの固定費負担を軽減する支援を実施するとともに、支援の充実度をアピールし、区内での事業基盤確立及び定着、区外からの呼び込みを促進する	・創業プランコンテスト ・創業支援施設 ・起業家交流会
柱5 区内消費の活性化と安心の消費生活	施策5 (1)	消費意欲と売上向上につながる消費喚起策	各区民の消費方法や利便性ニーズに応えることで消費意欲を喚起するとともに、年間を通して種々の切れ目のない消費喚起策を実施し、小売やサービス業を中心とした事業者の売上向上につなげる	・消費喚起策 ・あだちの輝くお店セレクション
	施策5 (2)	魅力向上に取り組む商店街を支援	イベントによる賑わい創出やイメージ向上、安心して買い物できる環境整備、地域住民が集える場所の創出、後継者育成など、魅力向上や活性化に取り組む商店街を後押しする	・新・元気を出せ商店街イベント事業補助金 ・商店街U50事業補助金
	施策5 (3)	安心な消費生活のためのトラブル予防と解決支援	様々な販売形態が増える中で、SNS等を活用した最新のトラブル事例の発信や地域包括支援センターなどの他機関と連携した啓発、相談業務を通して、消費者トラブルの予防及び解決を支援する	・消費生活相談 ・消費者支援・情報提供（啓発）
柱6 賑わいの創出と来街者の増加	施策6 (1)	イベントによる賑わい創出	大型イベントの実施や民間団体主催イベントとの連携などにより、来街者を増やし賑わいを創出して、区内経済の活性化を図る	・観光5大イベント ・民間イベントとの連携
	施策6 (2)	情報発信により区内外に観光資源をプロモーション	区外観光情報センター等へのマップ付き観光冊子の配布拡充や、SNS等によって文化・食・モノ・街の魅力を区内外にプロモーションし、賑わいの創出及び区のイメージアップに繋げる	・マップ付き観光冊子 ・SNS等情報発信 ・街フォトコンテスト

第3章 個別施策（P13～46 参照）

- ・第2章で示した柱ごとに、現状や課題を細かく整理し、施策の分類を行っている。
- ・施策ごとに、現状や課題を分析し、各事業の狙いや内容を整理している。

第4章 計画の推進に向けた進行管理と指標

1 計画の進行管理

「計画達成指標」「施策成果指標」「事業活動指標」の3層の指標を定め進捗を管理する。

- (1) 計画達成指標
各柱の達成目標を設定し区経済として望ましい姿への到達度を測る
- (2) 施策成果指標
各柱の中に位置づける「施策」の達成度（成果）を測る
- (3) 事業活動指標
各施策に紐づく「事業」の活動成果や活動量を測る

「計画達成指標」は3年目の2029（令和11）年度に中間調査（産業実態等調査等）を行い、2030（令和12）年度の中間見直しに活用する。

「施策成果指標」「事業活動指標」は毎年度の目標を設定し、足立区経済活性化会議等において効果の検証及び事業改善の評価を行う。

2 計画達成指標

6つの柱ごとに設定し、区の経済として望ましい状態にどの程度到達しているか確認する。

柱	計画達成指標	基準値 (2025年度)	最終目標値 (2034年度)
柱1 事業の成長を支える人材の確保	人手が不足している事業者の割合（低減目標）	23.3%	20.0%
柱2 各社のニーズに合わせたデジタルの活用	デジタル活用を始めている事業者の割合	31.8%	50.0%
柱3 事業者の持続的な成長の実現	営業利益が増加している事業者の割合	11.7%	22.3%
柱4 区内での起業・創業の活発化	区内での事業運営に満足している割合（創業5年未満事業者）	—	90.0%
柱5 区内消費の活性化と安心の消費生活	売上が増加している小売・サービス業等の事業者の割合	9.1%	15.0%
柱6 賑わいの創出と来街者の増加	観光5大イベントにおける区内消費額	44.4億円	46.5億円

3 事業活動指標と施策成果指標（P51～64 参照）

柱に紐づく施策単位で、36の事業活動指標と20の施策成果指標を設定している。