

板橋区産業振興事業計画 2025
＜中間のまとめ＞（案）

目次

第1章 産業振興事業計画 2025 の策定にあたって	1
策定の背景と目的	1
計画の期間	2
進行管理・評価	2
第2章 産業振興事業計画 2021 の振り返りと区内産業の現状	4
産業振興事業計画 2021 の振り返り	4
事業計画 2021 の成果	5
事業計画 2021 の課題・事業計画 2025 でも引続き実現していく事業	9
区内産業の現状	12
今後取り入れるべき経済環境の変化や視点	20
新型コロナウイルス感染症拡大に対する区と板橋区産業振興公社の取組	24
コロナ禍における区・板橋区産業振興公社の取組	24
第3章 産業振興事業計画 2025	26
産業振興事業計画 2025 の全体像	26
今後4年間でめざす産業振興の進むべき方向	28
4つの観点	29
人づくり	29
ブランド力向上	29
にぎわい魅力再生	30
まちづくりとの連動	31
資料編	32
令和2年度 板橋区全産業調査 調査結果	32

第1章 産業振興事業計画 2025 の策定にあたって

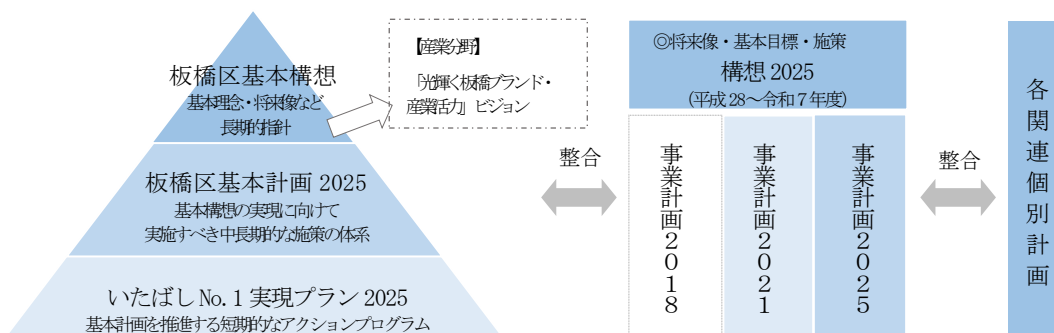
策定の背景と目的

板橋区（以下「区」という。）は、平成 28（2016）年 3 月に区内産業の将来像を示した「板橋区産業振興構想 2025」（以下「構想 2025」という。）及びそのアクションプランである「板橋区産業振興事業計画 2018」を策定し、その後、平成 31（2019）年 3 月に「板橋区産業振興事業計画 2021」（以下「事業計画 2021」という。）を策定、構想 2025 で掲げた将来像である「未来を輝かせる産業文化都市・いたばし」の実現に取り組んできました。

一方、事業計画 2021 策定後には、新型コロナウイルス感染症が世界的に蔓延し、日本経済に深刻な打撃を与えたばかりか、「新たな日常」への対応など、多くの課題を顕在化させました。また、SDGs の視点で見た持続可能な社会への移行や、AI・IoTをはじめとしたデジタル技術の発展と、それらを活用したビジネスモデルの再構築（DX（デジタルトランスフォーメーション））の広がりなど、区内産業を取り巻く環境は加速度的に変化し続けています。

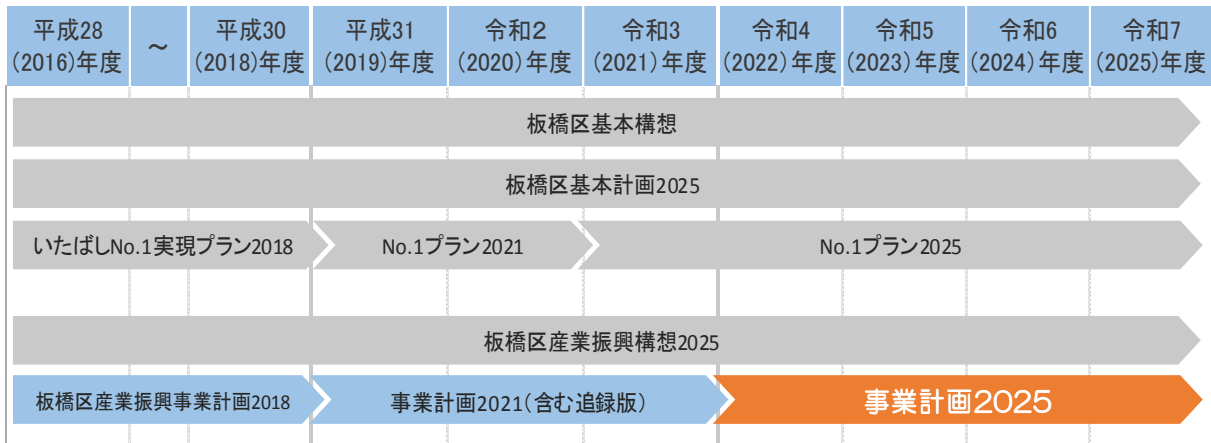
次期 4 年間を計画期間とする「板橋区産業振興事業計画 2025」（以下、「事業計画 2025」という。）では、板橋区基本構想や各個別計画と相互に連携・協働を図りつつ、いたばし No.1 実現プラン 2025 で打ち出された「SDGs 戦略」「DX 戦略」「ブランド戦略」の 3 つを柱とする重点戦略を踏まえ、区内事業者が直面する経営課題に柔軟かつ的確に対応した実効性の高い計画にしていきます。

【計画の位置づけ】



計画の期間

事業計画 2025 の計画期間は、令和 4（2022）年度から令和 7（2025）年度までの 4 ヶ年とし、区内産業の実態に即した施策展開を図るため、毎年度 P D C A（P l a n = 計画、D o = 実行、C h e c k = 評価、A c t i o n = 改善）サイクルを繰り返し、4 年後に改定を行います。



進行管理・評価

構想 2025 の策定に向けた指針の検討及び提案を行い、策定後も引き続き設置している、学識経験者、産業関連団体の代表等により構成される板橋区産業活性化推進会議（以下「推進会議」という。）から、構想 2025 における施策の具現化や施策の進捗状況に応じた改善策等についての点検・評価や、必要に応じた施策の見直し等の提言を受けることとします。

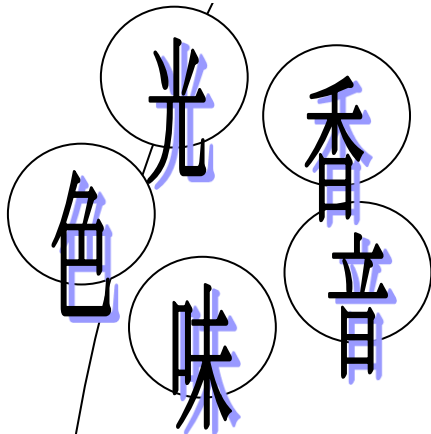
【構想 2025 のイメージ図】

<将来像>

未来を輝かせる産業文化都市・いたばし

<方向性>

五感産業による
新たな伝統の創造

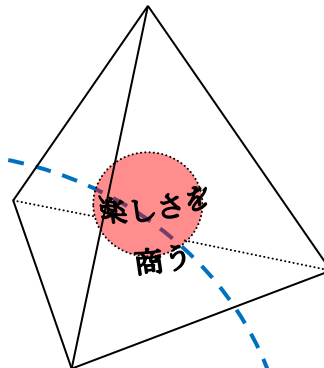


安心 やすらぎ 楽しさ
健康 革新
多様性 感性 知覚

<実現のために>

産業振興施策の強化

(商業その他産業)

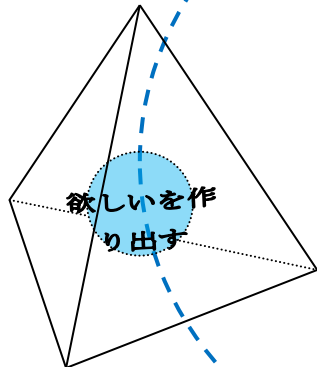


商店街の魅力再生

個店の商い力
向上

商業基盤の整備

(工業)



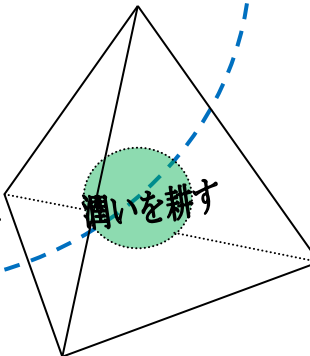
新たな企業・
産業集積

ものづくり基盤整備

地場産業力
の向上

戦略

(農業)



地産地消

農の多面性

農の継承

第2章 産業振興事業計画 2021 の振り返りと区内産業の現状

産業振興事業計画 2021 の振り返り

※一時的に令和2年度3月末実績を記載しています。

分野・戦略名	事業数	達成	前倒し	順調	(一部)遅延等	(一部)中止・延期等
1 工業	23	2 8.7%	1 4.3%	7 30.4%	5 21.7%	8 34.8%
戦略1 ものづくり産業の基盤整備	4	0	0	0	3	1
戦略2 地場産業力の向上※1	15	2	1	5	2	5
戦略3 新たな企業立地や産業集積の推進	4	0	0	2	0	2
2 商業その他産業	15	1 6.7%	1 6.7%	6 40.0%	2 13.3%	5 33.3%
戦略1 商業その他産業の基盤整備	4	1	1	1	0	1
戦略2 商店街の魅力再生	6	0	0	3	1	2
戦略3 個店の商い力の向上	5	0	0	2	1	2
3 農業	27	2 7.4%	1 3.7%	11 40.7%	1 3.7%	12 44.4%
戦略1 農業の基盤整備	10	2	0	7	0	1
戦略2 板橋産の農作物の活用	12	0	1	3	0	8
戦略3 農の多面的な機能の活用	5	0	0	1	1	3
4 産業ブランドの確立に向けて	8	0 0.0%	1 12.5%	3 37.5%	1 12.5%	3 37.5%
5 共通施策	14	0 0.0%	2 14.3%	7 50.0%	1 7.1%	5 35.7%
合計	87	5 5.7%	6 6.9%	34 39.1%	10 11.5%	33 37.9%

【評価の評語と定義】

評語	定義
「達成」	3か年の事業量を達成または、事業として完了している。
「前倒し」	計画事業量を前倒して実施している。(2か年目標達成率100%超)
「順調」	計画に基づいた進捗が図れている。(2か年目標達成率90%以上)
「(一部)遅延等」	事業が一部遅延したり、事業量の見直しや翌年度以降への繰り延べを行ったりしている。(2か年目標達成率90%未満)
「(一部)中止・延期等」	新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2年度の事業が中止・延期等となったもの。

事業計画 2021 の成果

(1) いたばし産業見本市のリモート開催

区内企業の優れた製品や技術を展示する機会を設け、商取引の拡大及び企業間の情報交換を通じて、区内企業の活性化を支援してきました。

なかでも、ポストコロナの「新たな日常」に向けて、令和2（2020）年度には初めて完全オンラインによる見本市を開催しました。オンライン上の展示ブースへの出展が初めての企業が大多数を占める中での開催でしたが、オンライン見本市を機に動画を作成する企業やオンライン配信によるセミナーの聴講者数の増加等、従来の開催形式では得られなかった成果がありました。

また、会場開催では足を運ぶことのできない遠方からの来場者もあり、全国に「産業のまち”いたばし”」を周知し、認知度を高めることができました。



■見本市オンラインページ

(2) 株式会社トプコンとの包括連携協定

区は、地域の持続的な発展及び活力ある地域産業の形成に寄与することを目的として、株式会社トプコンと令和2（2020）年9月2日に包括連携協定を締結しました。

本協定では、「地域の商工業及び農業の振興」や「産学公の連携」など、主に4つの事項について連携・協力していくことを確認しました。

本協定を契機として、双方の強みやノウハウを活かした官民連携の確たる協力関係を維持し、更なる区内産業の発展及び区民生活の向上を図っていきます。



■「包括連携協定」調印式
(坂本 板橋区長(左)、平野 トプコン社長(右))

連携事項

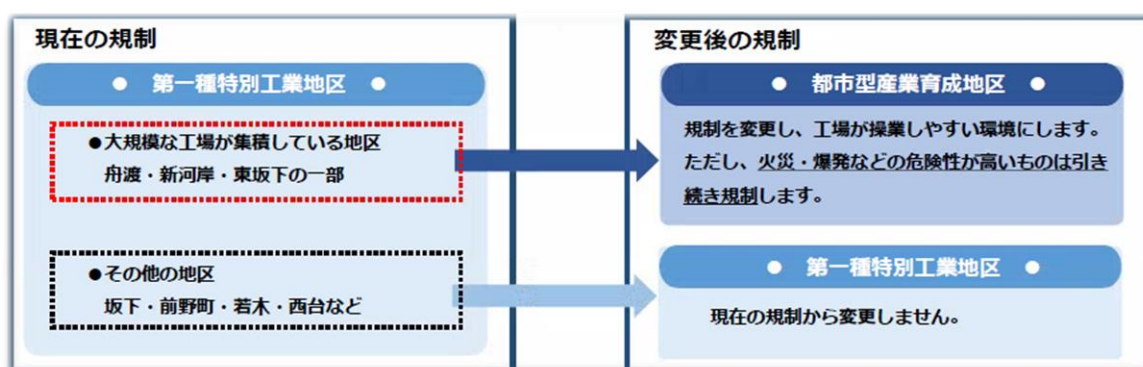
- 地域の商工業及び農業の振興
- 国際交流及びこれに付随する連携
- 産学公の連携協力
- 地域の持続的な発展に資する取組

(3) 都市づくり推進条例の策定・特別区工業地区建築条例の見直し

平成30(2018)年3月に策定した区の都市計画の基本方針である「板橋区都市づくりビジョン」の実現に向け、「板橋区都市づくり推進条例」(以下「都市づくり条例」という。)を令和3(2021)年4月1日に施行しました。

都市づくり条例では、「まちづくり協議会」等、区民発意の都市づくりを促す制度を新設したほか、大規模敷地の土地利用転換(工場跡地がマンションに転換するなど)による公共需要の変化や周辺環境の影響に対応するため、まちづくり協議会や周辺工場への事前の情報提供、土地取引前の区への届出を義務付けました。

また、近年の建物・工場設備の性能向上や環境基準の変化を踏まえ、工場に対する規制の一つである「特別工業地区」を見直し、区内製造業における操業環境の維持・充実や産業集積の更なる活性化・発展を図りました。



■「特別工業地区」の変更概要

(4) 空き店舗活用事業「板五米店」オープン

旧中山道の宿場であった「板橋宿」のほぼ中央に位置する土蔵造りの旧商家「板五米店(大正3年築)」を、仲宿商店街振興組合が空き店舗活用事業を活用して整備し、令和元(2019)年12月に地域の交流拠点としてリニューアルオープンさせました。

「板五米店」の店内は、「おむすびカフェ」のほか、板橋宿ゆかりの品等の展示や観光情報を提供する観光コーナーが設置されており、商店街が地域や民間事業者と連携しながら、にぎわいの創出に向けた取組を展開しています。

「板橋宿」は、宿場町と近代産業の歩みという歴史的背景に裏打ちされた江戸から昭和初期の雰囲気が色濃く残る観光資源に恵まれた地域です。今後は「板五米店」を核として、観光ボランティアを活用したまち歩きなど、観光振興の観点からも地域の活性化や魅力発信に繋げていきます。



■板五米店

(5) 魅力ある個店の連携支援事業創設

個店の魅力向上を目的に、個性豊かなお店が連携して商業活性化に取り組む事業を支援する「魅力ある個店の連携支援事業」を令和元（2019）年度に創設しました。

区内のお店が商店街の枠を超えて連携し、バル事業やスタンプラリーなど地域住民に楽しんでもらいながらお店の魅力発信に繋げる取組が行われています。

また、コロナ禍に対応したイベントも企画されており、YouTube LIVE によるオンラインイベント事業やクラウドファンディングを活用した「未来に使えるクーポン」発行事業など、地域の範囲を超えて区内店舗の情報を発信するとともに、自粛要請解除後の顧客確保にも繋がるイベントが実施されました。

柔軟かつ斬新な発想により、新たな時代を見据えた企画を打ち出すことができる向上心のある個店を中心とした、商業活性化に寄与する事業となっています。



■つなぐってオンラインマルシェ



■未来に使えるクーポン発行事業

(6) まちづくり事業に伴う商店街活性化事業

区内では、大山駅、板橋駅、上板橋駅及び高島平駅などの鉄道駅周辺において、商店街を含むまちづくり事業が進められています。

特に、ハッピーロード大山商店街が位置する大山駅周辺地区では、令和2（2020）年度から「大山町クロスポイント周辺地区市街地再開発事業」の解体工事が始まるなど、まちづくり事業の整備が動き出したところです。

ハッピーロード大山商店街振興組合は、工事に伴い設置された白い仮囲いに壁面ラッピングを施し、工事中の商店街に明るくにぎやかな風景を演出しました。壁面ラッピングには、商店街の歴史を振り返る写真と、大山の未来の姿が描かれています。

また、まちづくりを契機とした商店街の魅力やにぎわい創出のため、令和3（2021）年度から商店街活性化専門家派遣事業を始めました。専門家の幅広い知識に裏打ちされた知見により、商店街が行う商業環境の維持・発展に繋がる取組を支援していきます。



■ハッピーロード大山商店街

(7) 板橋区初の認定農業者の誕生

農業経営基盤強化促進法に基づく認定農業者制度は、農業者が自らの創意工夫に基づき、経営の改善を進めようとする事業計画を区が認定し、認定を受けた意欲的な農業者に対して、区が重点的に支援していく制度です。令和元（2019）年度に、4 農業経営体を板橋区初の認定農業者として認定しました。



■認定農業者認定証交付式

(8) 援農ボランティア制度の運用開始

農業従事者の高齢化や後継者不足により低下している労働力を確保するため、平成31（2019）年4月、援農ボランティア制度の運用を開始しました。主に区民農園など農業経験のあるシニア層や、成増農業体験学校修了者などと労働力が不足している区内農業者のマッチングを行う制度で、併せて区が主催する農業体験事業にも、農業支援者として参加して頂いています。

登録済の援農ボランティア人数は、令和元（2019）年度末時点で14名、令和2（2020）年度末時点では26名となり、区内農業者への耕作支援や区が実施する農業体験事業等で、ボランティアの派遣による支援活動を実施しています。



■成増農業体験学校 募集チラシ



■収穫体験

(1) 優良企業表彰（いたばし働きがいのある会社賞）の制度再構築

いたばし働きがいのある会社賞は、区内中小企業等に継続的な経営革新を実現する組織づくりの機会を提供することにより、地域の産業基盤を強化することを目的に事業を行ってまいりましたが、令和2（2020）年度から新型コロナウイルス感染拡大の影響により事業を休止しています。

働き方改革や「新たな日常」への転換期を迎え、時代に即した表彰事業にすべく、審査基準、審査方法並びに表彰制度のあり方について見直しを行い、新たな仕組みを検討していきます。



■「いたばし働きがいのある会社賞」

(2) 板橋産業ミュージアムの整備・再検討

区では、平成29（2017）年度に国史跡指定された「陸軍板橋火薬製造所跡」を「史跡公園（仮称）」として整備するとともに、公園内にある「旧理化学研究所板橋分所」跡を板橋産業ミュージアムとして開設するため、学識経験者や地域代表者等からなる策定委員会を設置し、令和元（2019）年度に保存活用計画と整備基本計画を策定しました。

その後、地盤や基礎等に関する調査が必要となったため、開園予定を令和7（2025）年度から令和11（2029）年度に延期することとなりました。

令和11（2029）年度の開園に向け、板橋産業ミュージアムの展示内容を検討するために、「光学」や「デジタル映像」、「理化学研究所の研究」などのテーマで、定期的に事前展示会を行っていく予定です。



■「史跡公園(仮称)」完成イメージ図

(3) 商店街組織力の弱体化

商店街は、商店街店舗数の減少や役員の高齢化など、商店街活動を行うための組織力が弱体化してきています。区では、各団体が商店街組織力強化のために行う事業に対する支援メニューを設けていますが、事業実施にまで至りませんでした。

商店街は身近な買い物の場であるだけでなく、地域コミュニティの核として、地域のにぎわい創出や安心・安全なまちづくりを実現するために欠かせない存在です。

令和2（2020）年度には、コロナ禍の影響を踏まえ、商店街の事業継続を支援するため、「商店街活動支援金交付事業」を実施しました。商店街加盟店に対する感染拡大防止用品の配布や未加入店舗への加入促進など、事業継続に向けた取組に活用されました。

今後は、商店街に加入していない店舗や地域の協力を得た商店街活動など、広い視野で組織力強化に向けた恒常的な取組についての検討が必要となります。

(4) 商業におけるブランド戦略の検討

「板橋のいっぴん」は、区内商業の活性化を目的として、お惣菜、お菓子、お酒などの商品を区民から募集し、選定委員会の審査を経て認定された商品で、区内のイベント等を通して地域から愛され親しまれています。

一方で、最後の認定が行われてから10年以上が経過し、新たな商品の取り込みや魅力向上の観点を取り入れた「板橋のいっぴん」リニューアル事業の立ち上げが求められています。

「板橋のいっぴん」リニューアル事業では、販路拡大に向けた事業展開、区のブランド戦略の一つである「絵本のまち」にちなんだ商品や「他分野との新たな連携」の視点から、区内産の野菜や果実を取り入れた商品の認定等の展開も含めて、ブランド戦略の方向性を検討していきます。



■板橋のいっぴん紹介冊子

(5) 成増農業学校修了者及び援農ボランティアの活用

区内農業の支援者のすそ野を広げるため、通年型講習会として年間30回のプログラムによる成増農業体験学校を、平成30(2018)年度に開講しました。令和2(2020)年度までの3年間で30名(平成30年度12名、令和元年度7名、令和2年度11名)が講習を修了しましたが、修了後に活躍する場が限られていることから、今後の事業展開を検討していく必要があります。

また、令和元(2019)年度に運用を開始した援農ボランティア制度は、2年間で26名の登録を受けていますが、ボランティア派遣実績については、令和元(2019)年度が延べ4人、令和2(2020)年度が延べ12人であり、ボランティアを活用しきれない状況です。

なお、成増農業体験学校の修了者で、援農ボランティアに登録した人数は、15名(1期生5名、2期生4名、3期生6名)です。

(6) 新たな認定農業者の認定及び既認定農業者に対する支援の拡充

令和元(2019)年度に4農業経営体を認定農業者として認定し、このうちの一農業経営体が令和3(2021)年度に都補助事業を活用した農業施設整備事業を実施しました。

一方、他自治体では、認定農業者同士のコミュニティの場として、「認定農業者ネットワーク」を構築し、定期的にミーティングを実施するなど、認定農業者同士の情報交換の機会を設ける取組を行っています。区では、新たな認定農業者の認定を

促進することにより認定農業者数を増加し、認定農業者への支援策を構築していくことが必要と考えています。

区内産業の現状

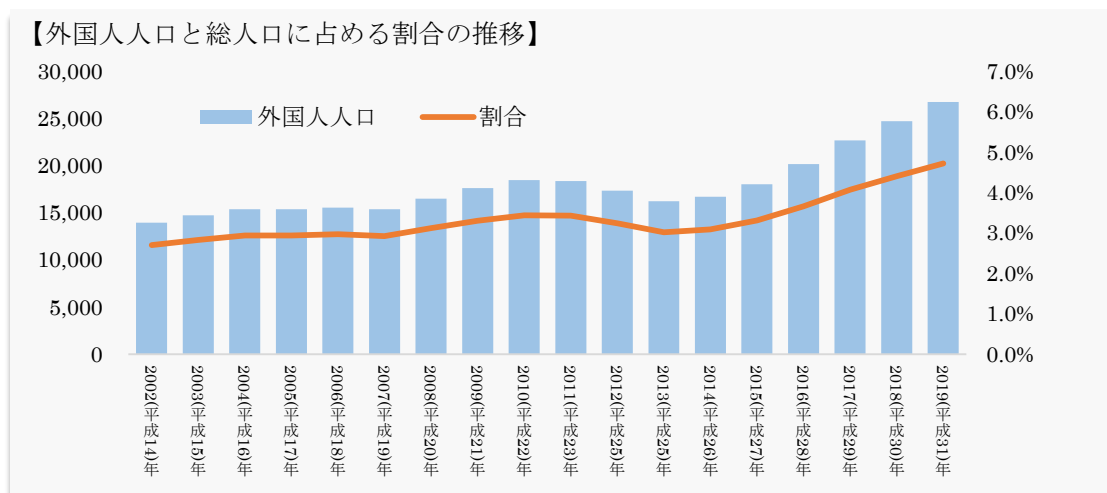
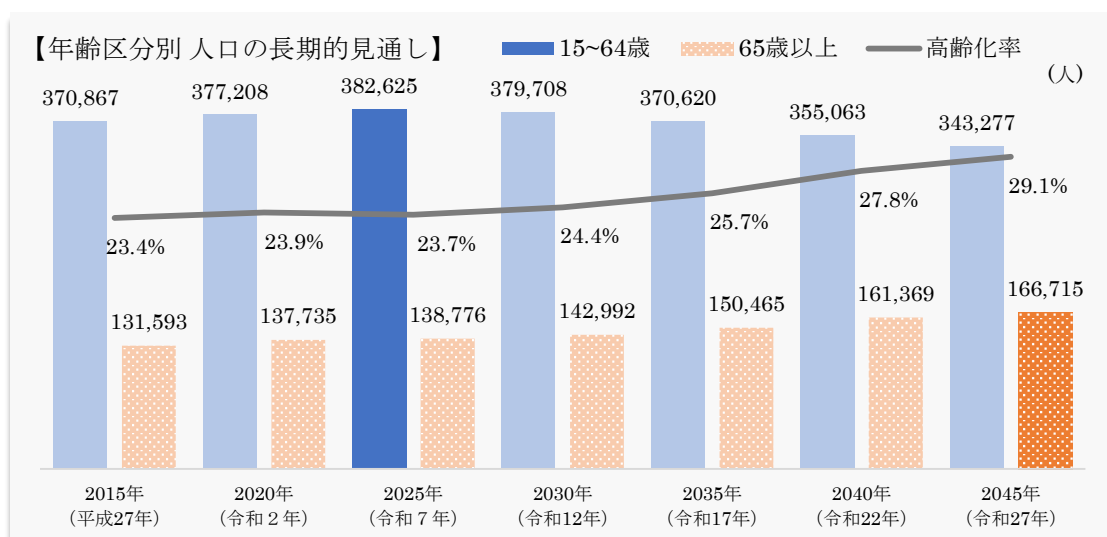
(1) 板橋区の人口の推移

区の総人口は令和3（2021）年1月1日現在570,213人で、平成23（2011）年以降増加を続けていますが、国内全体の人口減少傾向もあり、令和12（2030）年を境に区の総人口も減少に転じる見込みです。

また、令和7（2025）年頃には15～64歳の生産年齢人口のピークを迎えるとともに、65歳以上の高齢者の割合を示す高齢化率の上昇スピードが速まることが想定されます。

外国人人口においては、平成23（2011）年から一時的に減少したものの、平成26（2014）年に再び増加に転じてからは急激な上昇をみせ、板橋区の総人口に占める外国人の割合は5%に迫る勢いで年々上昇しています。

一方で、新型コロナウイルス感染症拡大によるリモートワークの広がりや在留外国人の帰国、出入国制限措置などにより、令和2（2020）年は総人口、外国人人口ともに減少に転じており、今後の動向を注視する必要があります。

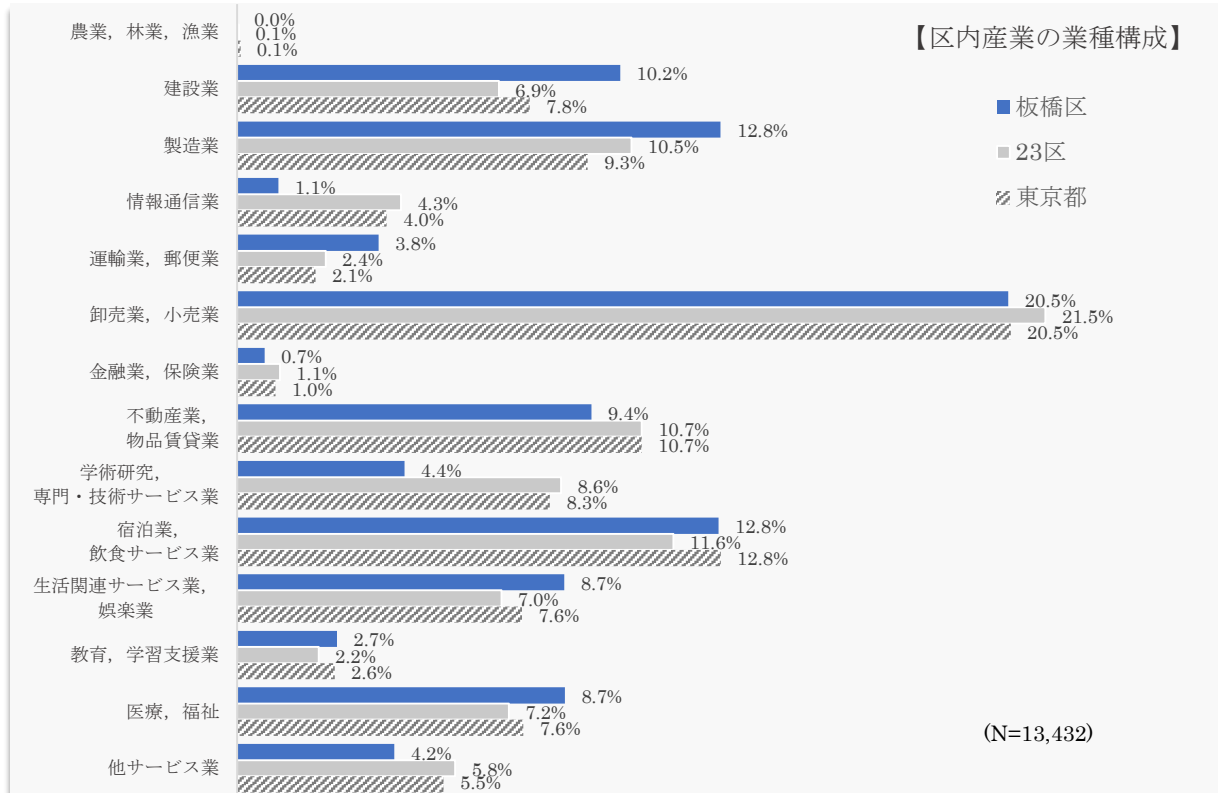


出展：「板橋区人口ビジョン」（平成31年1月）

(2) 区内産業の業種構成

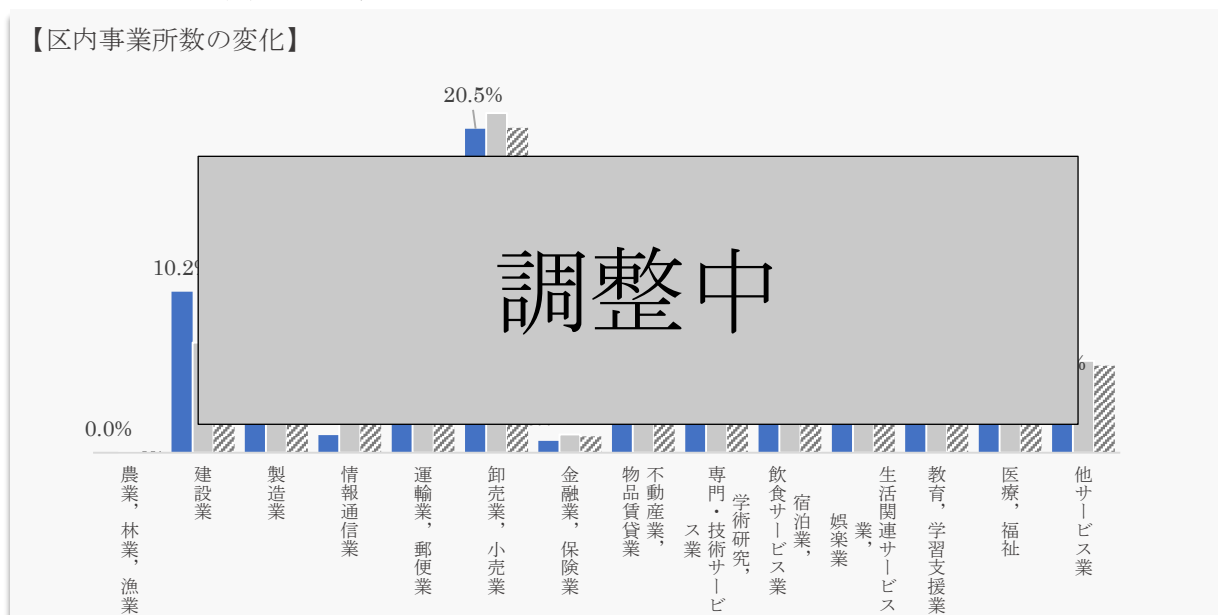
企業数を業種別にみると、卸売・小売業が 2,750 社 (20.5%) と最も多く、次いで製造業 1,724 社 (12.8%)、宿泊業、飲食サービス業 1,717 社 (12.8%) が続きます。

また、東京都及び特別区と比較すると、情報通信業や学術研究、専門・技術サービス業が少ない一方、建設業、製造業、運輸業、郵便業、生活関連サービス業、娯楽業、医療、福祉などが比較的多いことが分かります。



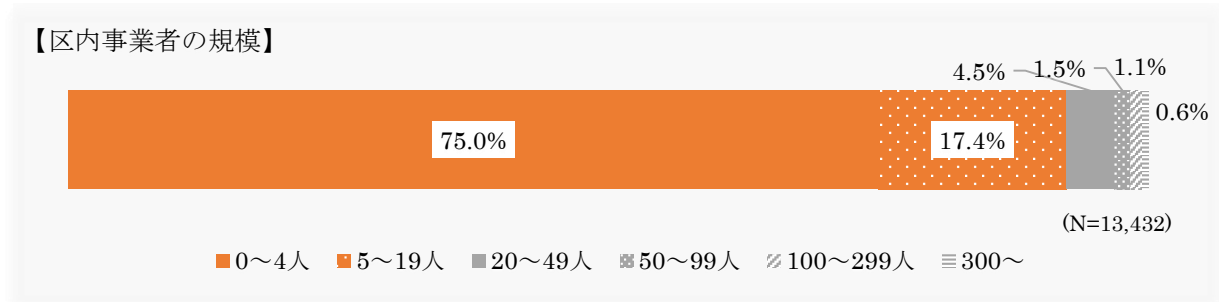
出典：経済産業省「経済センサス-活動調査」(平成 28 年)

(3) 区内事業所数の変化



(4) 区内事業者の規模

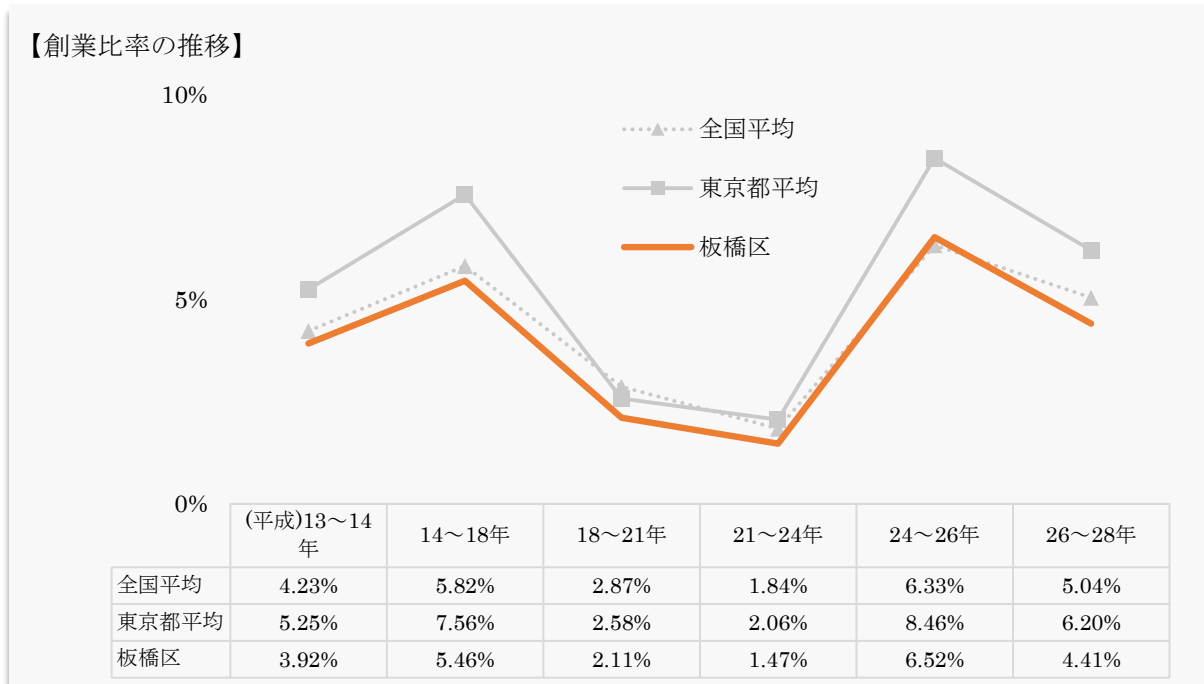
区内事業者の従業者規模をみると、4人以下が75.0%、5人～19人が17.4%と、19人以下の事業者で92.4%を占めています。



出典：経済産業省「経済センサス-活動調査」(平成28年)

(5) 創業の動向

区内の創業比率は、全国平均、東京都平均に比べ長期に渡り低い水準で推移しています。平成26～28(2014～2016)年においては、板橋区の創業比率が4.41%に対し、全国平均は5.04%、東京都平均が6.20%となっています。

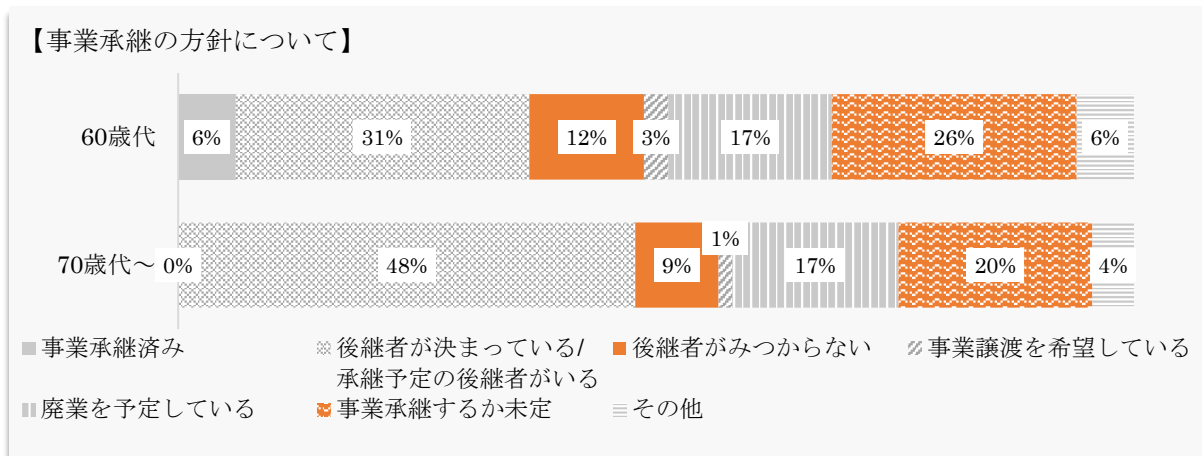


出典：総務省「事業所・企業統計調査」、総務省「経済センサス-基礎調査」、総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」
 【注記】「平成21年経済センサス-基礎調査」及び「平成24年経済センサス-活動調査」では、新設事業所の定義が異なるため、「2006-2009年」及び「2009-2012年」の創業比率は、前後の数字と単純に比較できない。

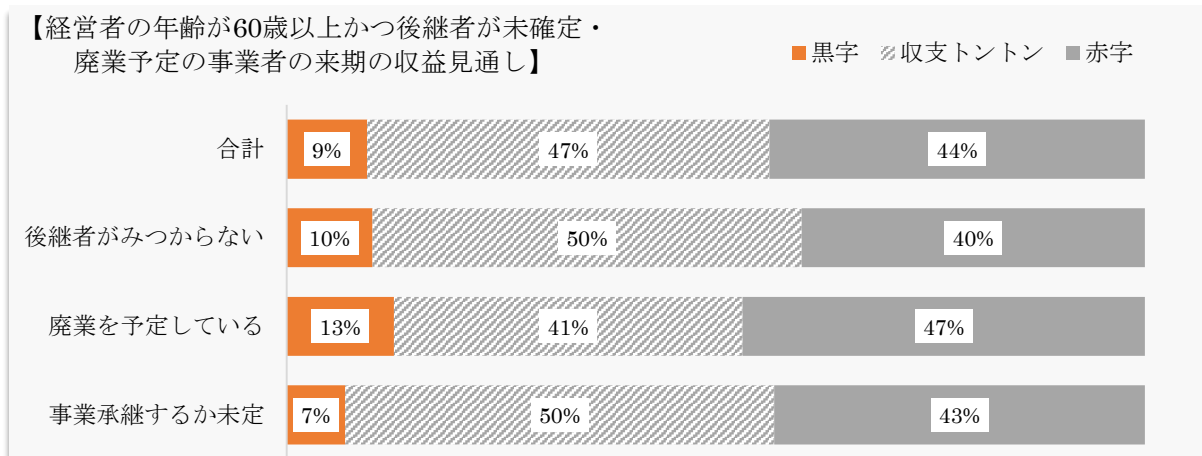
(6) 事業承継の動向

区内事業者の事業承継の方針をみると、60歳代において28.2%、70歳代以上においても29%が「後継者が見つからない」、「事業承継するか未定」と回答しました。

また、経営者の年齢が60歳以上かつ後継者が未確定・廃業予定の事業者の来期の収益見通しをみると、10%近くの事業者が「黒字」と回答しており、黒字廃業の可能性のある事業者が一定数います。



出典：「令和2年度 板橋区全産業調査」

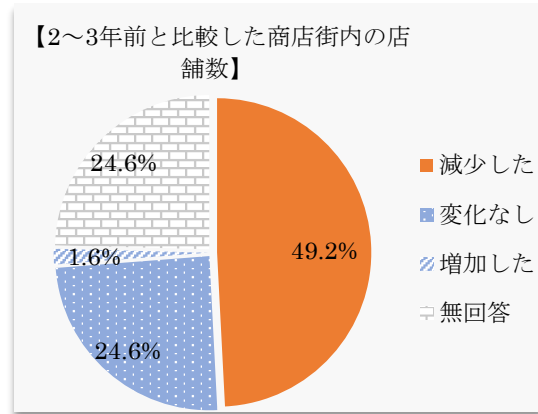
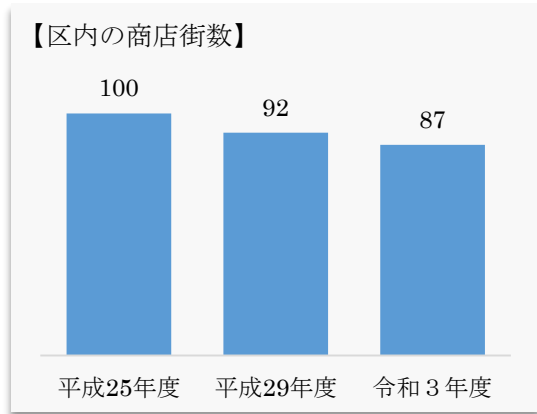


出典：「令和2年度 板橋区全産業調査」

(7) 区内商店街の推移

板橋区の商店街は、商店街数の減少が続いています。令和3（2021）年の商店街数は87件で、平成29（2017）年から5件減少しています。

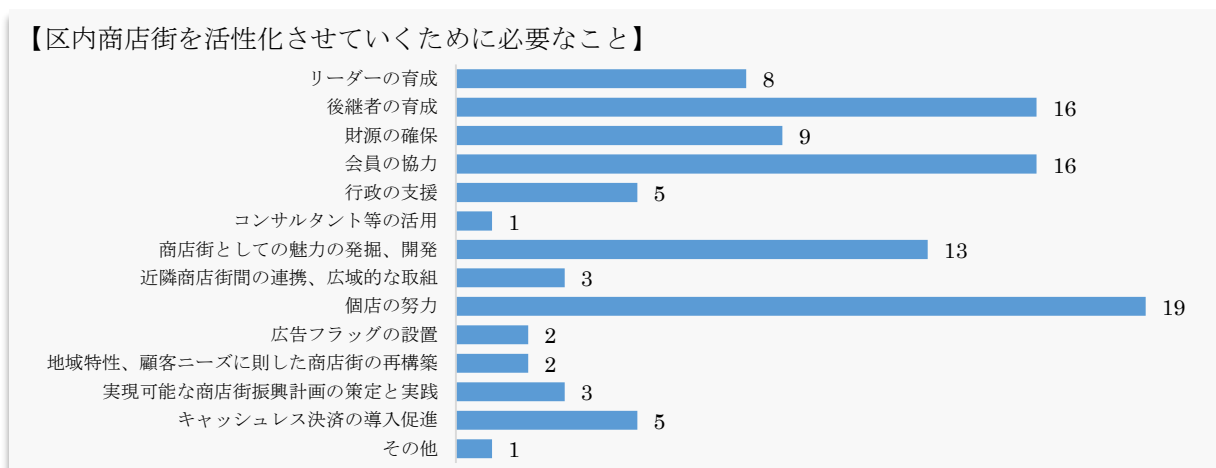
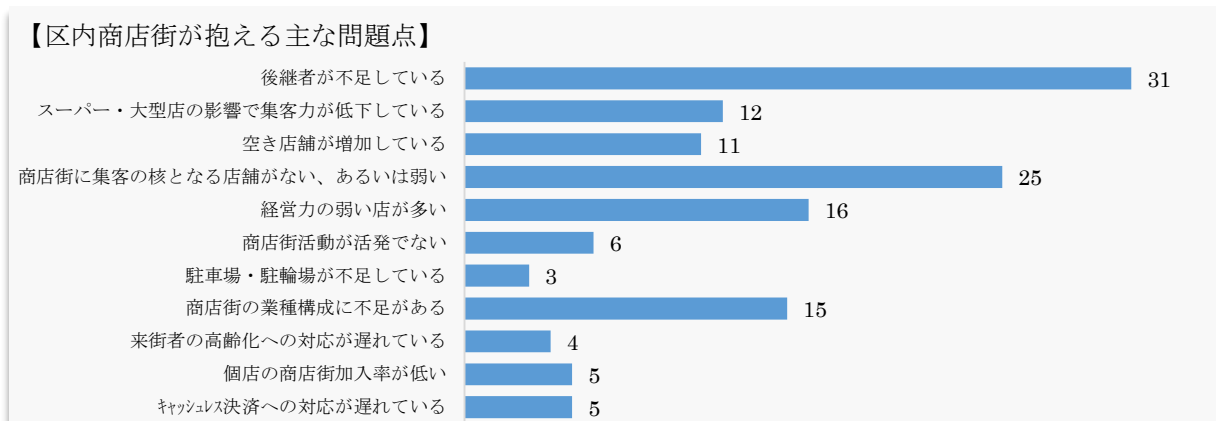
商店街内の店舗数も、2～3年前と比較して減少した商店街が49.2%と、減少が続いています。



出典：「令和元年度東京都商店街実態調査」

(8) 区内商店街の抱える課題

令和元（2019）年度の商店街実態調査（東京都）の結果から、区内の商店街では「後継者が不足している」（50.8%）、「商店街に集客の核となる店舗がない、あるいは弱い」（41.0%）といった問題点を抱えていることが浮きぼりになっています。また、商店街の活性化に向けて必要なこととして、「個店の努力（31.1%）」「後継者の育成（26.2%）」「会員の協力（26.2%）」が挙げられており、問題の解決に向けて、事業承継対策及び商店街内にある個店の力の強化が重要であることがうかがえます。



出典：「令和元年度東京都商店街実態調査」

(9) 区内におけるまちづくりの動向

大山駅周辺地区では、都市計画道路補助第 26 号線の整備事業、大山町クロスポイント周辺地区と大山町ピッコロ・スクエア周辺地区の市街地再開発事業、駅前広場整備事業、東武東上線の連続立体交差化事業など、様々なまちづくりが進められています。また、大山駅西地区では地区計画の変更に向けた手続きが進められています。板橋駅西口地区では、区の玄関にふさわしい個性と魅力ある市街地を形成するため、令和 3（2021）年 6 月（予定）に、板橋駅西口周辺地区地区計画が都市計画決定されました。今後、板橋口地区市街地再開発事業のほか、板橋駅西口地区市街地再開発事業及び駅前広場の再整備が予定されています。

上板橋駅南口周辺地区では、再開発先行区域で、令和 3（2021）年 3 月に「上板橋駅南口駅前東地区市街地再開発組合」の設立が認可されました。また、検討継続区域では「上板橋駅南口駅前西地区協議会」がまちづくりを進めています。

高島平地域では、平成 27（2015）年に「高島平グランドデザイン」（以下「グランドデザイン」という。）を策定しまちづくりに取り組んでいます。グランドデザインで掲げた将来像の実現に向けた高島平地域の都市再生を更に推進するため、「高島平地域都市再生実施計画」の策定を進めています。



■大山町クロスポイント周辺地区完成イメージ
（大山町クロスポイント周辺地区市街地再開発組合より資料提供）

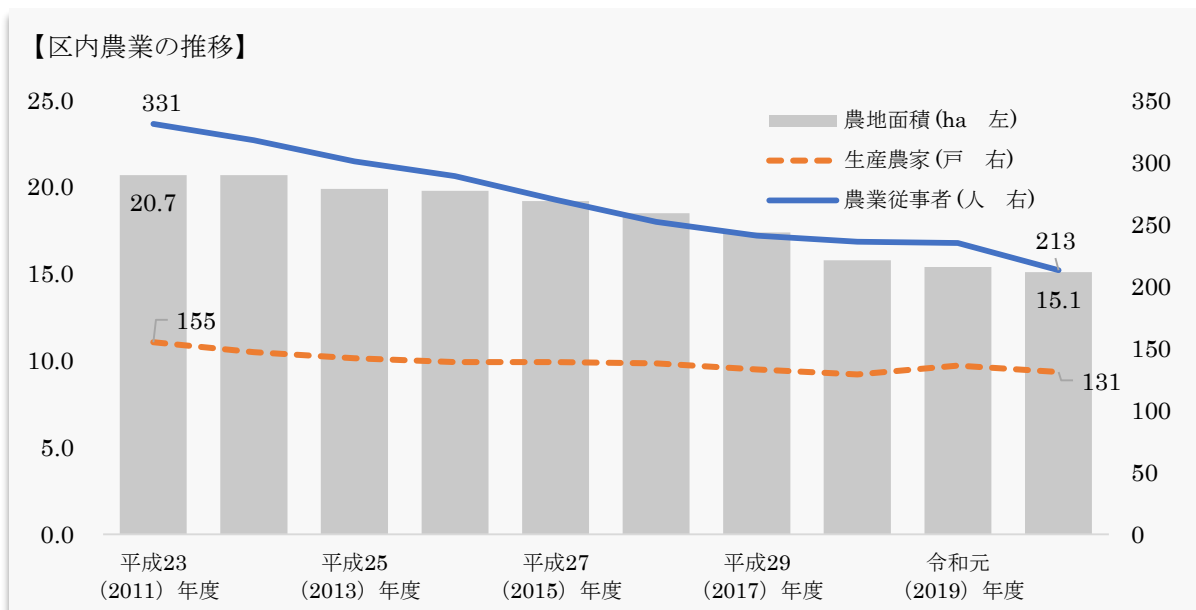
(10) 区内農業の現状

「令和2年度板橋区農業経営実態調査」によると、農業従事者や農地は減少傾向が続いています。

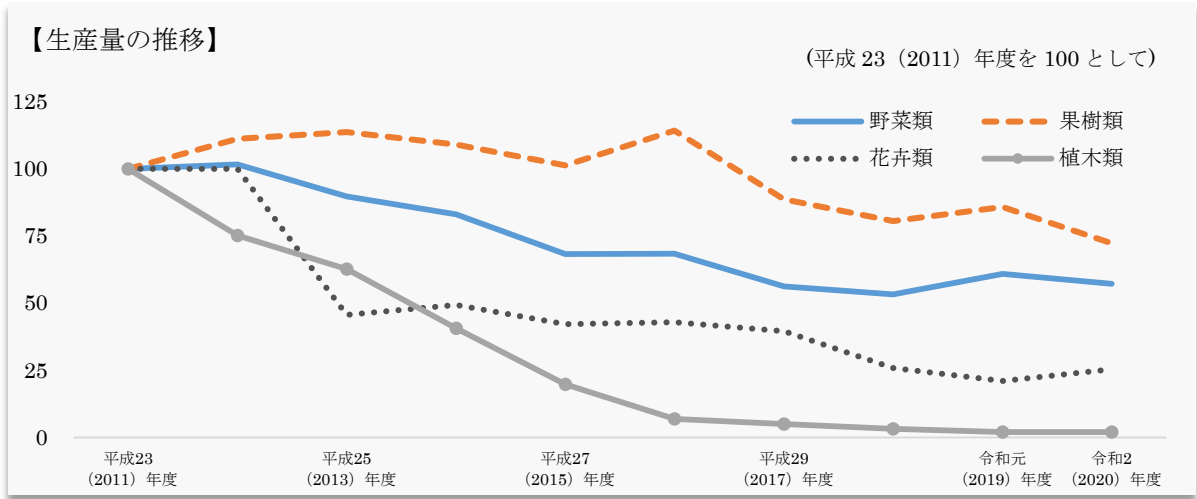
平成23(2011)年度～令和2(2020)年度までの10年間で農地面積は▲27%、生産農家数は▲15.5%、農業従事者数は▲35.6%と、それぞれ減少しています。それに伴う形で生産量も野菜類▲42.8%、果樹類▲27.7%、花卉類▲74.6%、植木類▲98%と大きく減少しています。また、生産農家の減少数24戸のうち、販売農家が17戸を占めています。

農業従事者の年齢を見ると、40%が70歳以上で、60歳代を含めると72%となり、全体の3分の2を占めている一方で、40歳未満は約8%、新規就農者もここ10年で4人ととどまります。平成27(2015)年に施行された「都市農業振興基本法」により、都市農地を保全していく方針転換がなされましたが、農業従事者の高齢化・後継者不足などによる労働力の低下が課題です。

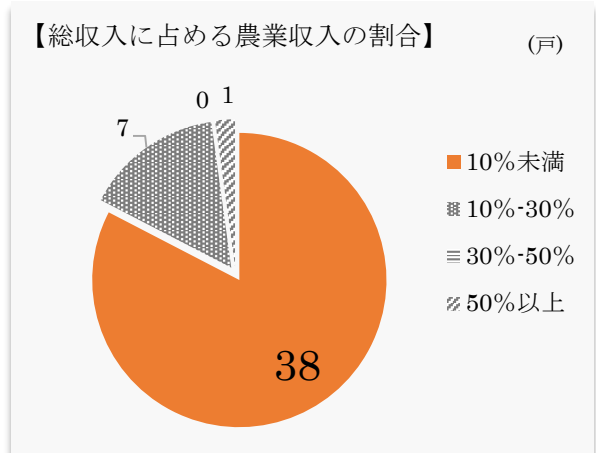
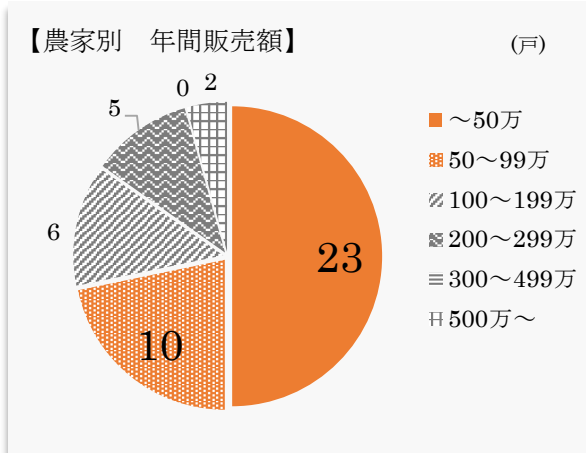
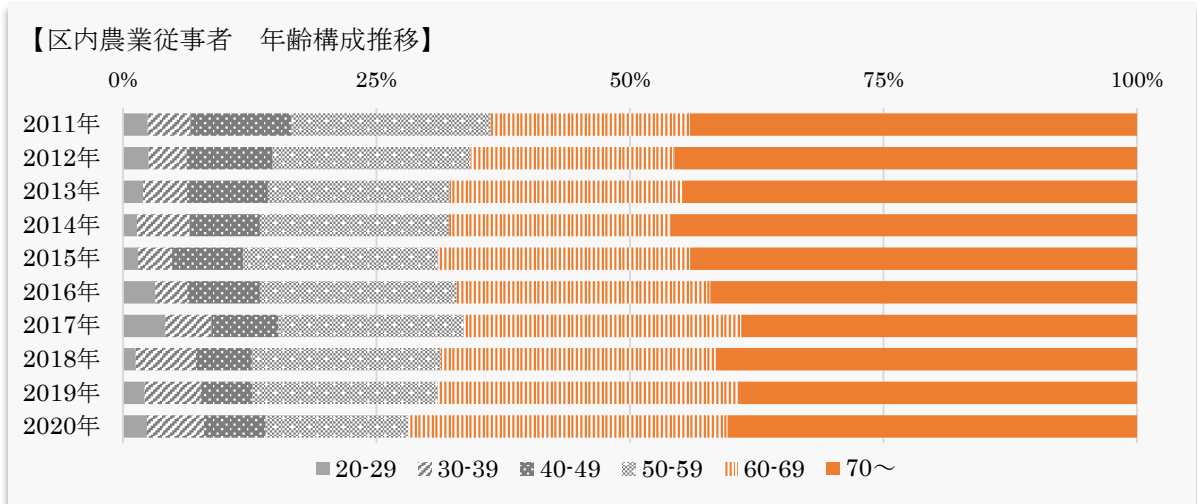
一方、年間販売額は、100万円未満が全体の71.7%を占めており、年間収入に占める農業収入の割合も10%未満が全体の82.6%と、農業以外の収入が大半を占めている農家が多くいることが分かります。



出典：「令和2年度 板橋区農業経営実態調査」



	平成23 (2011)年度	平成25 (2013)年度	平成27 (2015)年度	平成29 (2017)年度	令和元 (2019)年度	令和2 (2020)年度
野菜類(t)	242.81	217.81	165.68	136.59	147.88	138.90
果樹類(t)	7.32	8.32	7.41	6.49	6.28	5.29
花卉類(鉢)	47,300	21,600	19,930	18,700	9,950	12,000
植木類(本)	25,016	15,676	4,959	1,238	500	500



出典：「令和2年度 板橋区農業経営実態調査」

今後取り入れるべき経済環境の変化や視点

(1) SDGs（持続可能な開発目標）の採択

平成 27 年（2015）年の国連サミットにおいて、「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」即ちSDGs（Sustainable Development Goals）が全会一致で採択されました。

SDGs では、発展途上国や先進国を含むすべての国が令和 12（2030）年までに取り組む国際目標として、17 のゴールと 169 のターゲットが設定されています。

また、SDGs は国や地方自治体だけでなく、民間事業者においても経営リスクを回避するとともに、新たなビジネスチャンスを獲得し、企業の持続可能性を追求するためのツールとして注目を集めています。

【SDGs で設定されている 17 のゴール】



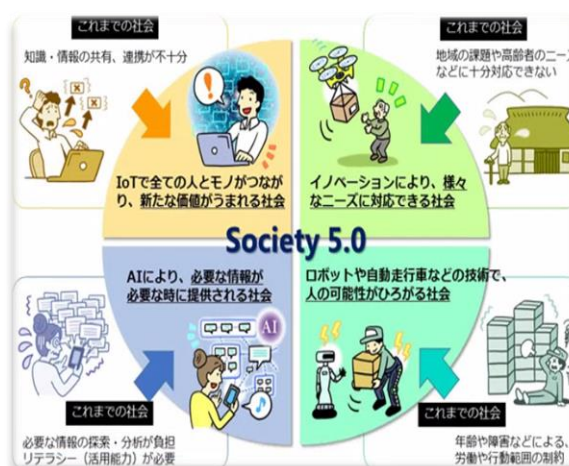
出典：内閣府ホームページより抜粋

(2) デジタルトランスフォーメーション（DX）推進

令和 3（2021）年 6 月に閣議決定された「経済財政運営と改革の基本方針 2021」では、あらゆる要素がデジタル化されていく Society5.0 の実現をめざしてきた従来の取組を更に加速させ、ポストコロナ時代を見据えた「新たな日常」の構築に向けてDXの推進を掲げています。

また、令和 3（2021）年度の税制改正では、「つながる」デジタル環境の構築（クラウド化等）による企業変革に向けた投資について、税制上の優遇措置を創設し、企業のデジタル化を後押ししています。

【Society5.0 のイメージ図】



出典：内閣府ホームページより抜粋

また、「DXレポート2 中間取りまとめ」（経済産業省 令和2年12月28日）によると、「95%の企業はDXにまったく取り組んでいないか、取り組み始めた段階」であることから、DXの推進に向けては段階的な支援が求められています。

	未着手	デジタルイノベーション	デジタルライゼーション	デジタルトランスフォーメーション
ビジネスモデルのデジタル化				ビジネスモデルのデジタル化
製品/サービスのデジタル化	非デジタル製品/サービス	デジタル製品	製品へのデジタルサービス付加	製品を基礎とするデジタルサービス デジタルサービス
業務のデジタル化	紙ベース・人手作業	業務/製造プロセスの電子化	業務/製造プロセスのデジタル化	顧客とのE2Eでのデジタル化
プラットフォームのデジタル化	システムなし	従来型ITプラットフォームの整備		デジタルプラットフォームの整備

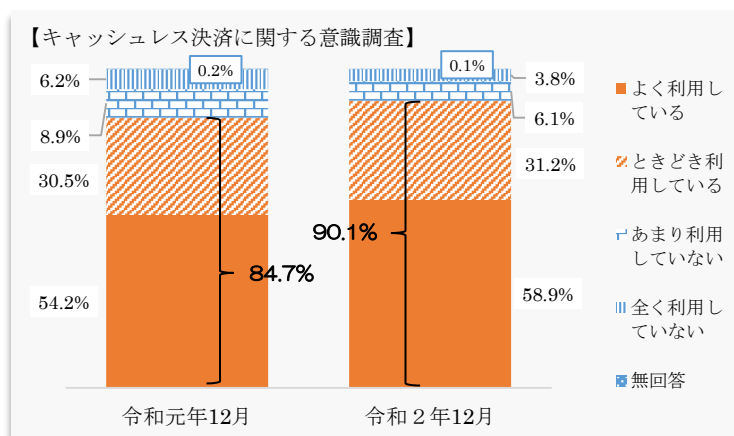
■出典：経済産業省「DXレポート2中間取りまとめ」（令和2年12月28日）より抜粋

（3）キャッシュレス化の推進

令和2（2020）年7月に閣議決定された「成長戦略実行計画」では、「決済インフラの見直し及びキャッシュレスの環境整備」を柱の一つとして掲げています。

令和2（2020）年12月に消費者庁が実施した調査によると、キャッシュレス決済を「よく利用している」「ときどき利用している」と回答した消費者は9割を超えており、コロナ禍における「新しい生活様式」として、キャッシュレス決済の利用が推奨されているなか、消費者によるキャッシュレス決済の利用は増加しています。

一方で、東京都商店街連合会が令和2（2020）年度に実施した商店街事業所勤務者の「キャッシュレス動向調査」によると、キャッシュレス決済を導入している都内商店街内の事業所の割合は39.7%にとどまっており、商店街内での実店舗において手数料負担等が障壁となり、キャッシュレス化に踏み切れていない店舗が多いことが分かります。



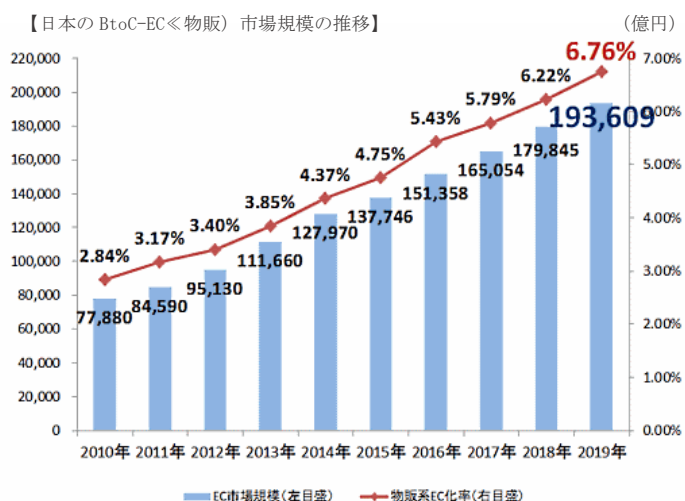
出典：消費者庁「キャッシュレス決済に関する意識調査」

(4) EC市場の拡大

経済産業省が令和元（2019）年7月に発表した「令和元年度内外一体の経済成長戦略構築にかかる国際経済調査事業（電子商取引に関する市場調査）」によると、EC（電子商取引）市場は堅調に拡大しています。

また、EC市場の普及に影響を与えるスマートフォンを保有している世帯は83.4%（令和元年度通信利用動向調査（総務省））と全体の8割を超え、デジタルデバイスが広く一般に普及していることが分かります。

スマートフォンの普及により消費行動及び商品・サービスの販路が多様化しており、実店舗での商品の販売、サービスの提供に加えて、いつでもリアルタイムで購入することができるEC（電子商取引）サイトを導入した販売方法が市場で広がりを見せています。



出典：経済産業省「令和元年度電子商取引に関する市場調査」

(5) そのほかの国の動き

令和3（2021）年6月に閣議決定された「経済財政運営と改革の基本方針2021」及び「成長戦略実行計画」では、先述のDXの推進やキャッシュレス化の推進をはじめ、女性・外国人・子育て世代等の雇用環境の整備や、事業承継・M&Aを通じた中小企業の成長支援を掲げています。また、コロナ禍によって大きな影響が生じた業種に対する事業継続支援や、ポストコロナの時代に向けた新たな取組や業態転換といった事業再構築支援に取り組むこととしています。

(6) 東京都の産業振興施策

東京都では、経済のグローバル化やICT技術の進展、人口減少など、都内中小企業を取り巻く環境の変化を踏まえ、将来にわたり東京都の持続的な成長の担い手として中小企業が輝き続けるために、平成31（2019）年1月に「東京都中小企業振興ビジョン 未来の東京を創るV戦略」を策定しました。

同ビジョンでは、中小企業の10年後のめざすべき姿を示すとともに、その実現に向け、「経営マネジメントの強化」「中小企業の成長戦略の推進」「起業エコシステムの創出」「活力ある地域経済に向けた基盤整備」「人材力の強化と働き方改革の推進」の5つの施策を掲げ、中小企業振興を総合的かつ計画的に進めることとしています。

また、令和3（2021）年度の東京都の予算概要をみると、ECサイト等、オンライ

ンによる販路開拓やテレワークの普及など、ポスト・コロナを見据えた支援施策を主な取組として掲げています。

事業計画 2025 の策定にあたっては、同ビジョンで掲げられているめざすべき姿・施策や、ポスト・コロナに対する東京都の取組を踏まえ、区も一体的に施策を展開していきます。

【東京都中小企業振興ビジョンの概要】

戦略Ⅰ 経営マネジメントの強化

- ① ICT化の推進や設備導入などによる生産性の向上
- ② 販路開拓の強化
- ③ 経営の安定化に向けた基盤づくり
- ④ 危機発生時の事業継続に向けた対策の推進
- ⑤ 円滑な事業承継のためのサポート

(1) 持続可能性のある経営を実現

都内の黒字企業の割合が50%超

<参考>
2016年度32.0% 東京都「東京都税務統計年報」

戦略Ⅱ 中小企業の成長戦略の推進

- ① 次世代型ものづくりのサポート
- ② 革新的な製品やサービスの創出への支援
- ③ オープンイノベーションの促進
- ④ 社会的な課題解決に向けた開発への支援
- ⑤ 中小企業の海外展開への後押し

(2) イノベーション創出や海外展開による力強い成長

業績*が成長している都内中小企業の割合が55%以上

<参考>
2017年度45.5% 東京都「東京都中小企業の景況」
※ 売上高の前年対比

戦略Ⅲ 起業エコシステムの創出

- ① 起業が身近な選択肢となる環境の形成
- ② ベンチャー企業の育成支援
- ③ 世界に通用するベンチャー企業を数多く生み出す重点的な支援
- ④ 女性の起業家等のより一層の活躍の後押し
- ⑤ 質と量の両面からの着実な起業支援

(3) 世界有数の起業しやすい都市へと発展

都内の開業率が12%

<参考>
2017年度5.9% 厚生労働省「雇用保険事業年報」

戦略Ⅳ 活力ある地域経済に向けた基盤整備

- ① 地域のものづくり企業の集積を活かした産業の発展
- ② 小規模企業の持続的発展に向けたきめ細かい支援
- ③ 商店街の活力向上のためのサポート
- ④ 多摩・島しょ地域のポテンシャルを活かした産業の活性化
- ⑤ 地域金融機関等からの円滑な資金調達

(4) 小規模企業の活躍等による地域力の向上

都内の全ての自治体で経済成長率*がプラス

<参考>
2016年53% (33/62自治体) 総務省・経済産業省
「経済センサス活動調査」
※ 区市町村ごとの付加価値額の伸び率

戦略Ⅴ 人材力の強化と働き方改革の推進

- ① 中小企業の成長を支える人材の確保と育成の強化
- ② 中小企業における中核人材の育成促進
- ③ 多様な働き方を実現する職場環境の整備

(5) 多様な人材が中小企業で活躍

都内企業(従業員30人以上)のテレワークの導入率が70%

<参考>
2018年度19.2% 東京都「多様な働き方に関する実態調査(テレワーク)」

出典：東京都産業労働局「東京都中小企業振興ビジョン 未来の東京を作るV戦略」より抜粋

(7) 農業における環境の変化

平成 27 (2015) 年に「都市農業振興基本法」が施行され、都市農地は新鮮な農産物の供給、防災空間の確保、良好な景観の形成、農業体験の場の提供等、多様な機能を有するものであり、農地は保全していくものとして国の方針が示されています。また、生産緑地法の改正や、都市農地の貸借の円滑化に関する法律が施行され、生産緑地の貸借がしやすくなるなど、農地を保全していく方向に進んでいます。

新型コロナウイルス感染症拡大に対する区と板橋区産業振興公社の取組

新型コロナウイルス感染症（COVID-19）は、令和元（2019）年12月に中国湖北省武漢市において確認されて以降、国際的な広がりを見せ、保健や医療の問題のみならず、世界の経済活動の停滞にも甚大な影響を及ぼしています。

東京都においては、令和2（2020）年4月に新型インフルエンザ等対策特別措置法に基づく緊急事態宣言が初めて発出されて以降、令和3（2021）年1月、4月、7月にも同宣言が発出されています。緊急事態宣言により、サプライチェーンの混乱による商取引の停滞や、出勤抑制を含む人々の広域的な移動制限による区や商店街のイベント中止、飲食店等における営業自粛等、多くの事業者が経済的な影響を受けています。

コロナ禍における区・板橋区産業振興公社の取組

区は、新型コロナウイルス感染症の拡大を踏まえ、区産業融資制度における優遇制度の創設や、小規模事業者に対する事業所等の賃料補助等により、区内事業者の資金繰りをサポートするとともに、飲食・小売店における消費需要の低迷や区内農業者への影響を踏まえ、「キャッシュレス決済ポイント還元事業」や「オンライン物産展」、こども食堂等への区内産野菜の無償提供等を実施しました。

板橋区産業振興公社においても、感染拡大防止対策に対する助成をはじめ、飲食店における宅配やテイクアウト等の取組に対する支援や、テレワーク環境の整備に対する経費の助成等を行っており、区・公社一体となって区内事業者の支援に取り組んでいます。



■キャッシュレス決済ポイント還元事業



■いたばしプレミアムバル参加店舗PR冊子



■ビジネス環境適応助成金

新型コロナウイルス感染症拡大に対する
令和2（2020）年度・令和3（2021）年度の区・板橋区産業振興公社の取組

区	板橋区産業振興公社
「新型コロナウイルスに関する中小企業などの特別相談窓口」の設置（令和2年度）	動画で解説！中小事業者向け新型コロナ対策情報（令和2年度）
「板橋区立企業活性化センター 経営改善チーム コロナ対策チーム」の設置（令和2年度・3年度）	窓口相談会（令和2年度） 専門家派遣事業（令和2年度）
「新型コロナウイルス感染症対策利子補給優遇加算」の新設（令和2年度）	持続化支援事業（飲食店サポート事業）（令和2年度）
「セーフティネット保証4号・5号・危機関連」の認定(参考)（令和2年度・3年度）	持続化支援事業(クラウドファンディング活用支援事業)（令和2年度・3年度）
板橋区小規模企業者等緊急家賃助成金交付事業（令和2年度）	ビジネス環境適応助成金（令和2年度・3年度）
旬の「おまかせ野菜セット」を区内の子ども食堂へ無償提供（令和2年度）	営業活動促進事業助成金（令和2年度・3年度）
キャッシュレス決済ポイント還元事業（令和2年度）	テレワーク導入支援セミナー(オンライン同時配信)（令和2年度）
お届け！うまいもんマルシェ（令和2年度）	
いたばしプレミアムバル(中止)	令和3年度事業については一部調整中。
いたばしプレミアムバル参加店舗 PR 冊子の作成（令和2年度）	
商店街活動支援金交付事業（令和2年度）	
感染拡大防止協力金（令和2年度）	



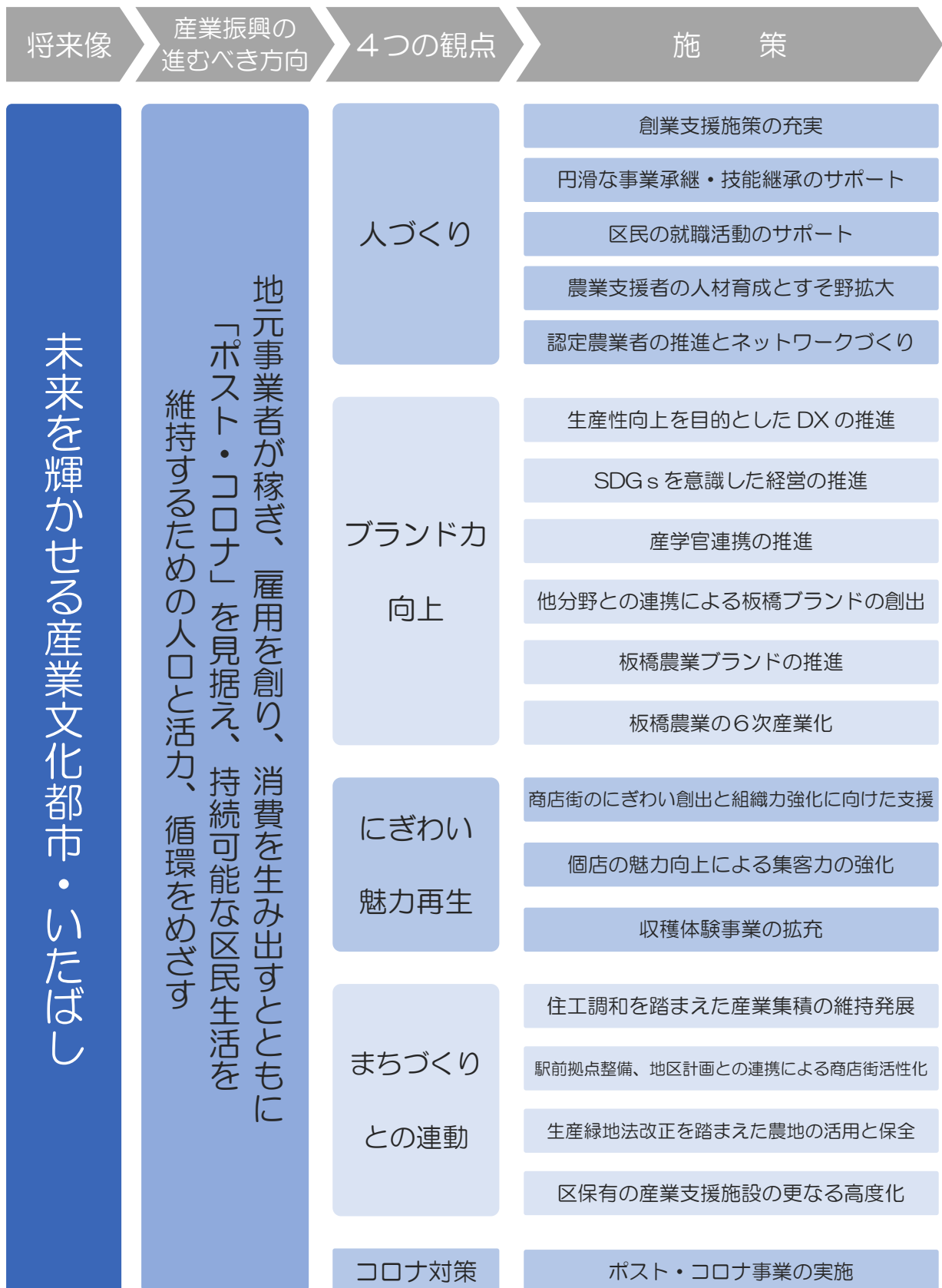
■お届け！うまいもんマルシェ



■「おまかせ野菜セット」を子ども食堂へ無償提供

第3章 産業振興事業計画 2025

産業振興事業計画 2025 の全体像



検討中

**「地元事業者が稼ぎ、雇用を創り、消費を生み出すとともに、
「ポスト・コロナ」を見据え、持続可能な区民生活を
維持するための人口と活力、循環をめざす」**

平成31（2019）年度から始まる事業計画2021の3年間では、令和2（2020）年1月以降の新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大により、人流・物流をはじめとした経済活動の停滞や、それに伴う事業者の資金繰りの悪化、新しい生活様式への対応など、多くの事業者にとって想定外の対応を強いられることとなりました。

区では、事業者の経営の安定化と区内の消費喚起のため、様々な施策を矢継ぎ早に展開してきましたが、依然として感染症収束の目途もたたない中、厳しい経済情勢が続いています。

令和4（2022）年度を始期とする事業計画2025では、区内事業者の経営の安定化に向けた施策を強力に推進していきます。また、「ポスト・コロナ」を見据え、SDGsを念頭においた持続可能な企業経営を支援していくことで、区内事業者の長期安定的な成長と区内雇用の創出、区民の消費活動の活性化をめざしていきます。

4つの観点

事業計画 2025 を推進するにあたっては、「人づくり」「ブランド力向上」「にぎわいと魅力再生」「まちづくりとの連動」の4つを新たな観点として掲げ、施策を集中的に取り組みます。

人づくり

- 創業を志す人たちを支援するため、専門家による創業相談や融資、オフィスの貸出など、ヒト・モノ・カネ・情報の観点から総合的に施策を展開します。また、人口減少社会において産業の担い手となりうる女性・高齢者等をターゲットとした創業向け講座など、ニーズに即した施策を検討し実施します。
- 経営者・技術者が事業承継・技能継承を円滑に遂行できるよう、国や東京都の施策と連動しながら多角的に支援施策を検討、実施します。また、承継後の経営者・技術者の人脈形成や知識・技能向上のサポートも行います。
- 区内事業者の人材不足解消と、新型コロナウイルス感染症拡大による失業者の支援という観点から、就労支援施策を展開します。若年層・女性・高齢者・障がい者等の就労に向けては、関係部署と連携しながらサポートを実施していきます。
- 農業従事者の高齢化や後継者不足など、農業者の減少に対応するために平成 30（2018）年度から開設している成増農業体験学校の卒業生を主な対象に、更に農業技術が高い人材を育成するため、「農のサポーター制度」を構築していきます。
- 令和元（2019）年度から始まった認定農業者制度について、新たな農業者の認定や、認定農業者の交流の場の提供など、支援の拡充を図ります。

ブランド力向上

- 区内事業者のDX化に向け、DXの必要性を周知するとともに、製品・サービスの導入に対する支援を行うことで、区内事業者の生産性向上を図ります。
- SDGs の認知度向上を図るとともに、区内事業者のSDGs 経営を支援することで、企業価値の向上と地域経済の活性化を図ります。

- 大学、病院、金融機関等との連携を通じて、区内事業者の技術力の向上や経営力の向上をめざします。また、区が区内のリーディングカンパニー等と連携することで、区内産業の活性化や区民生活の向上を図ります。
- 工業・商業・農業や福祉、中央図書館など、他課と連携し事業を検討・展開することで、新たな板橋ブランドを創造していきます。
- 農業まつりやさつきフェスティバルなどのイベントや、「板橋農業ステッカー」などを活用し、板橋農業の魅力を広く伝えていきます。また、児童・生徒に対する食育活動の一環として昭和 63（1988）年度から実施している区立小・中学校への区内産野菜の給食食材提供事業を、地産地消を推進する取組の一つとして継続して実施していきます。
- JA 東京あおばや農業者が製造・販売している江戸東京野菜である志村みの早生大根を活用したドレッシングや、白菜の漬物など、区内産農産物を活用した新たな加工品の実現に向けての検討や、6次産業化を推進する農業者への支援方法等について検討していきます。

にぎわい魅力再生

- 商店街への来街者の呼び込みや組織力強化に向けた取組を支援することで、地域のにぎわいを創出するとともに、地域コミュニティの核として多様な機能を有する商店街の維持・発展を図ります。
- 商店街の土台とも言うべき魅力的な個店を増やすため、各個店の売上向上を目的とした講座の実施や、個店同士が連携して商業活性化に取り組む事業を支援することで集客力を強化し、個店の魅力向上を図ります。
- 区民が農に触れる機会として実施している農産物の収穫体験事業について、じゃがいも、大根、人参、お茶以外にも、新たな品目の追加を農業者と協議しながら検討・実施していきます。

まちづくりとの連動

- 区内製造業の維持・充実を図るため、都市づくり条例や特別工業地区建築条例等、各種条例施行・改正への対応や、事業者の操業環境の改善支援、操業環境の良好な地区への移転等を支援します。
- 商店街を含む駅前拠点整備事業において、にぎわい創出の観点から、各地域の特性に応じた支援を進めることで、まちづくりを契機とした商店街の更なる活性化を図ります。
- 生産緑地法改正（平成 29〔2017〕年）及び都市農地の貸借の円滑化に関する法律の施行（平成 30〔2018〕年）により生産緑地の貸借が可能となったことを踏まえ、農地の貸借について生産緑地等所有者へ周知し、農地の活用と保全を推進していきます。
- 区が保有する各施設について、駅前拠点整備事業や都市づくり条例の施行なども踏まえながら、更なる高度化を図っていきます。

調査概要

1. 調査目的

この調査は、区内事業者の経営状況や抱える課題、新型コロナウイルス感染症拡大による企業活動への影響や対策等に関する実態を把握し、令和3年度に策定を予定している「板橋区産業振興事業計画2025」の基礎資料とするとともに、今後の区の産業支援施策に活かすことを目的として実施しました。

2. 実施期間

令和3年2月1日（月）から3月7日（日）

3. 調査対象

板橋区内に本社を置く企業・個人事業主 11,230 社
（H26 経済センサス基礎調査の板橋区内企業数）

4. 調査方法

広報いたばし等、各種広告媒体を活用し、区内事業者に対して幅広く回答を募集

5. 回収状況

373 社から回答

6. 実施所管

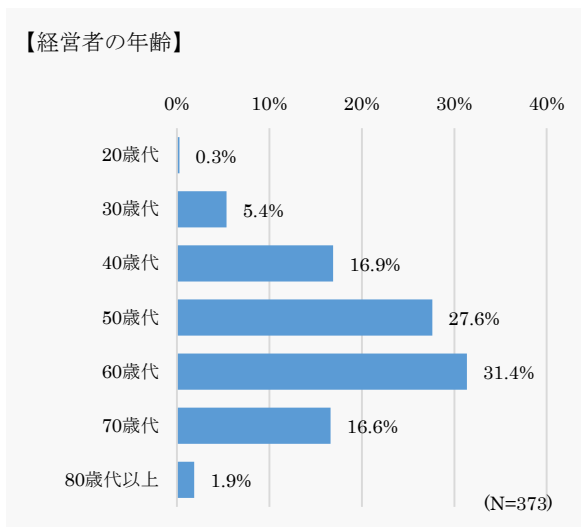
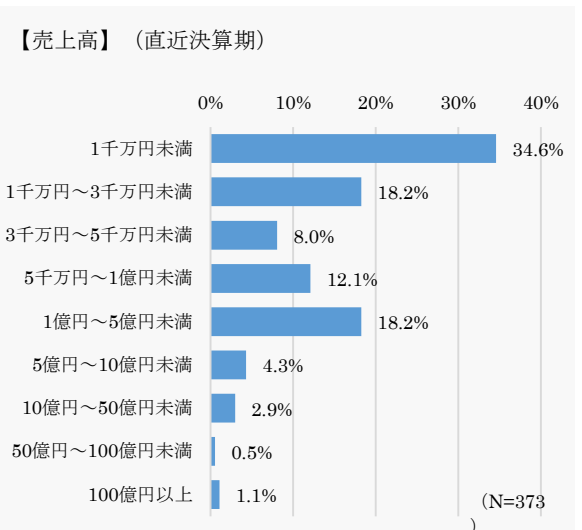
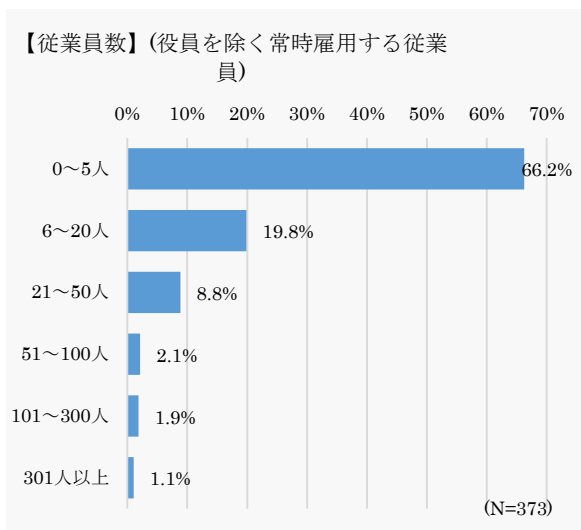
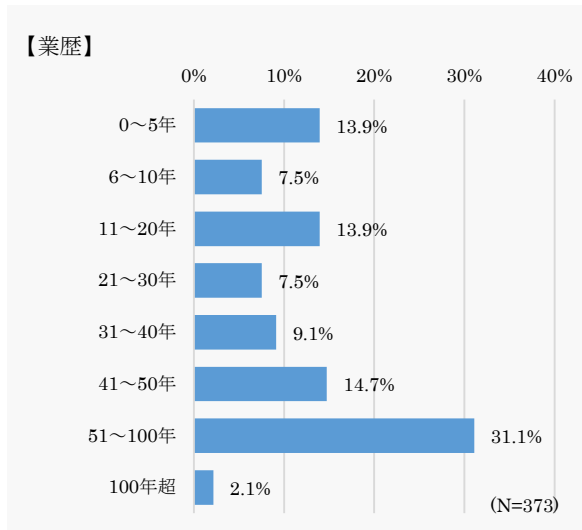
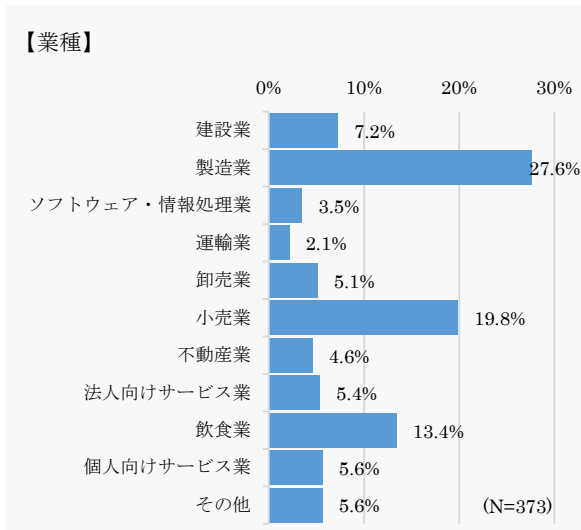
板橋区役所産業振興課工業振興係

7. 調査結果の見方

- ・ 調査結果の数値は回答率（％）で表示しています。
- ・ 回答率（％）の基数は、その質問項目に該当する回答者の総数であり、その数はNで示しています。そのため、複数回答の場合、選択肢ごとの割合を合計すると100.0%を超えることがあります。
- ・ 回答率（％）は、小数点第2位以下を四捨五入により端数処理をし、小数点第1位までを表示しています。このため、その合計数値は必ずしも100.0%とはならない場合があります。
- ・ アンケート調査票の選択肢の文章が長い場合、図・表や本文では要約して短く表現している場合があります。

調査結果

●回答企業の属性



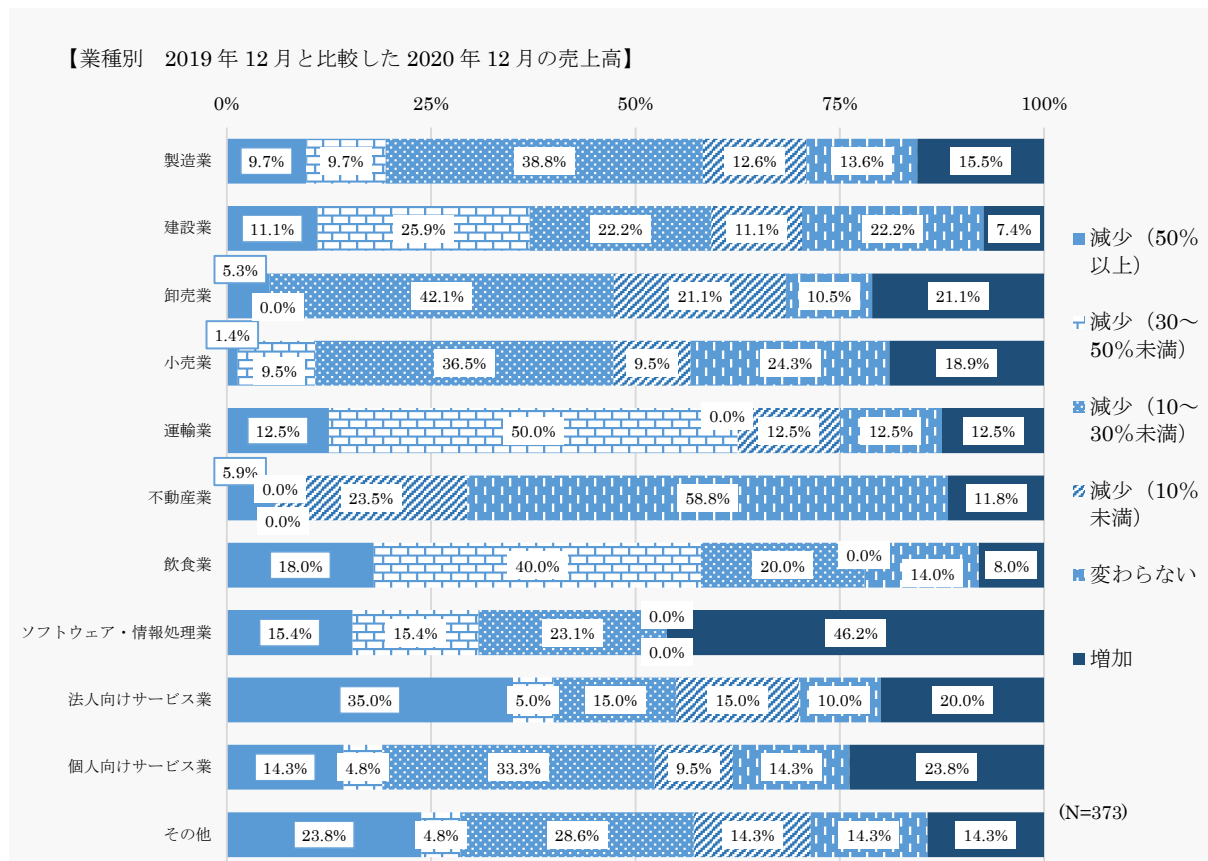
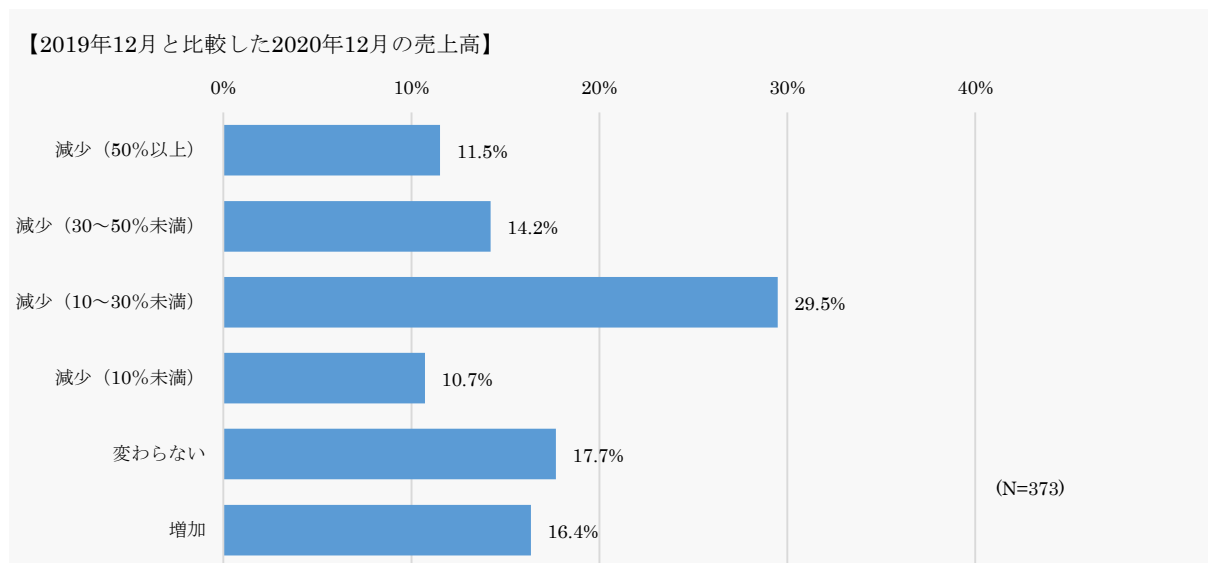
1. 現在の経営状況について

(1) 2019年12月と比較した2020年12月の売上高

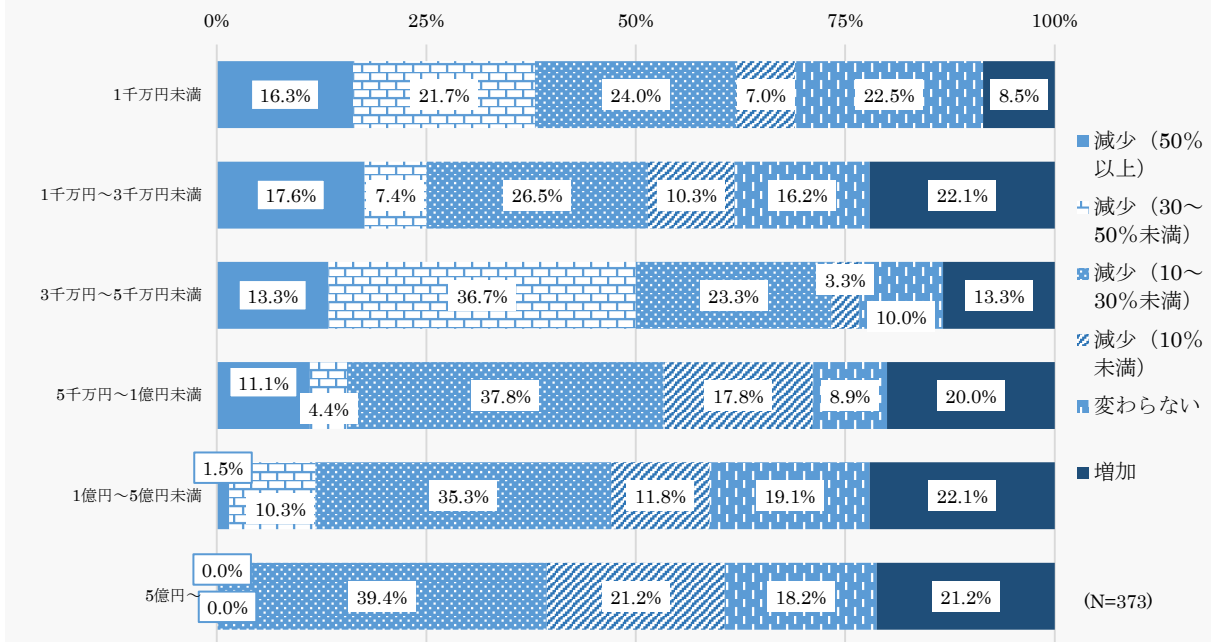
「減少（10～30%未満）」が29.5%と最も多く、減少と答えた事業者の割合は65.9%でした。

業種別にみると、減少と答えた事業者の割合が最も多かったのは飲食業の78.0%で、減少と答えた事業者の割合が最も少なかったのは不動産業の29.4%でした。また、「増加」と答えた事業者の割合が最も多かったのはソフトウェア・情報処理業の46.2%でした。

売上高規模別にみると、相対的に規模の小さい事業者ほど売上高の減少幅が大きい傾向にありました。



【売上高規模別 2019年12月と比較した2020年12月の売上高】

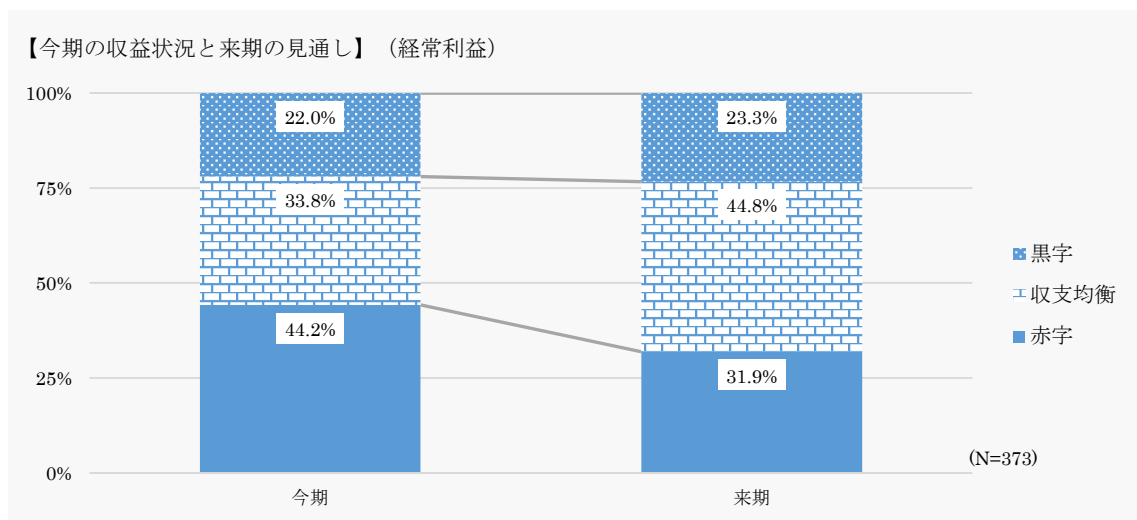


(2) 今期の収益状況と来期の見通し(経常利益)

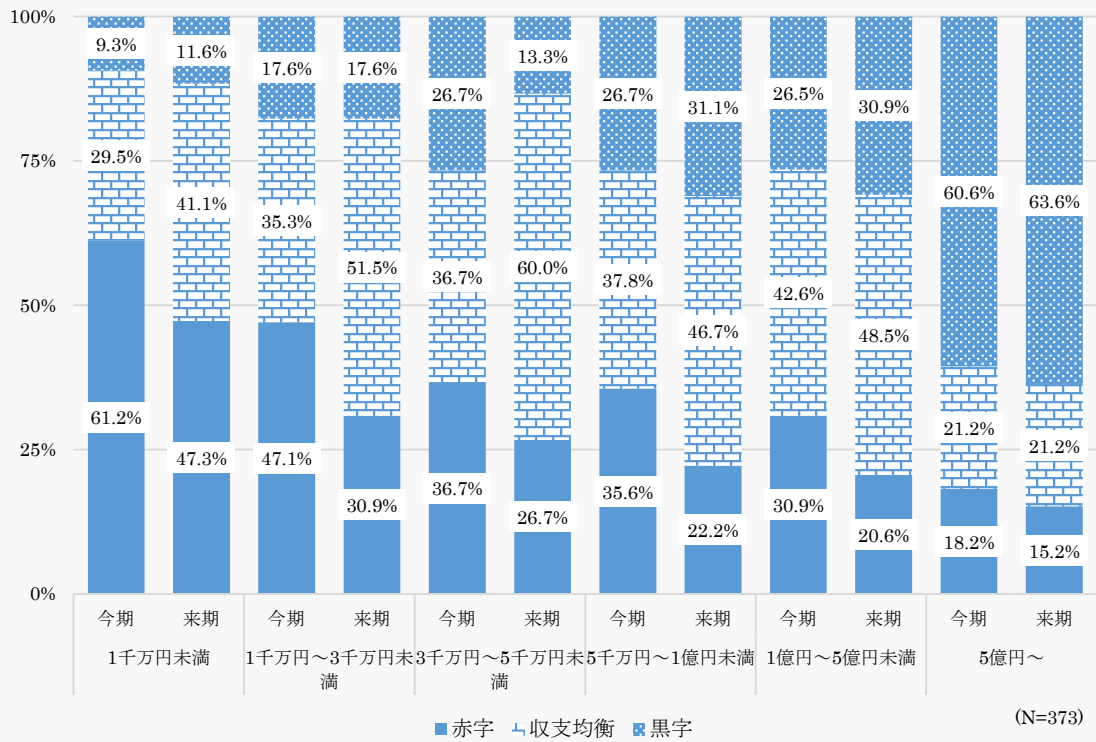
今期の収益状況は「赤字」と答えた事業者が44.2%と最も多い一方、来期の収益見通しは「収支均衡」と答えた事業者が44.8%と最も多くなっていました。

業種別にみると、飲食業の今期の収益見通しを「赤字」と答える事業者が他の業種と比べ多い傾向にありました。

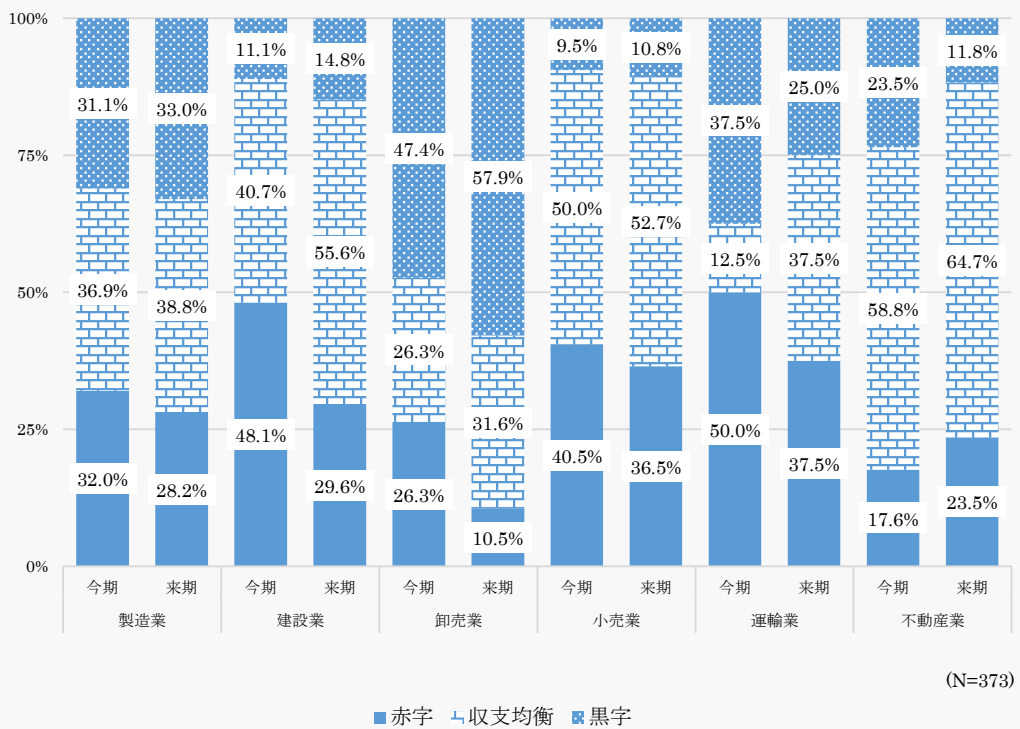
また、売上高規模別にみると、相対的に規模の小さい事業者ほど今期、来期ともに「赤字」と答える割合が多い傾向にありました。



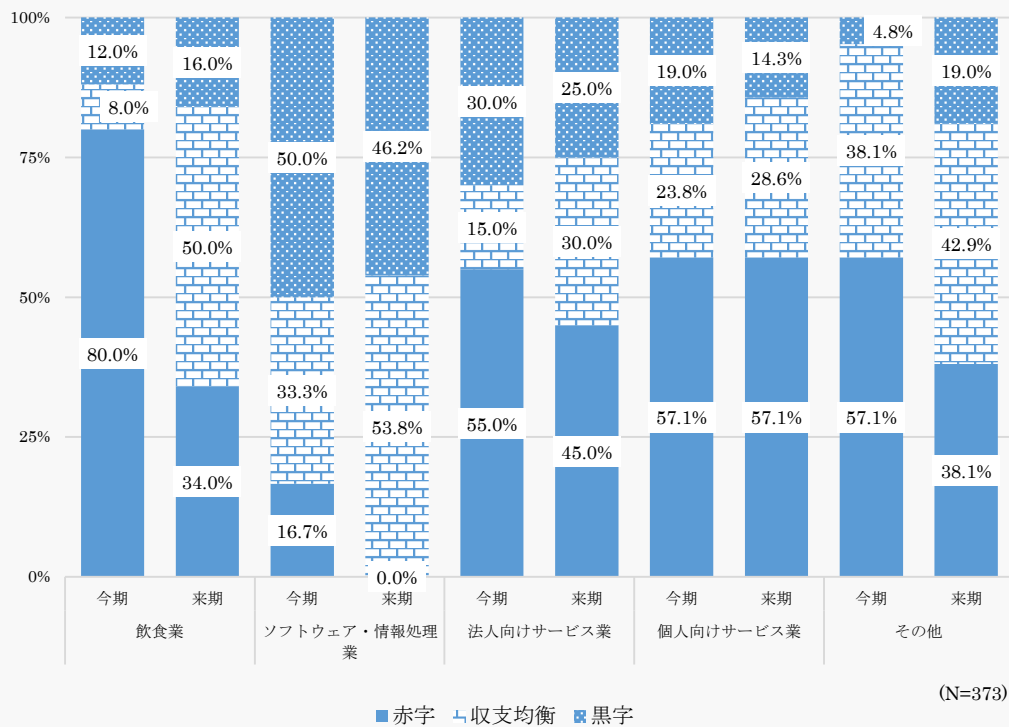
【売上高規模別 今期の収益状況と来期の見通し】（経常利益）



【業種別 今期の収益状況と来期の見通し】（経常利益）



【業種別 今期の収益状況と来期の見通し】（経常利益）

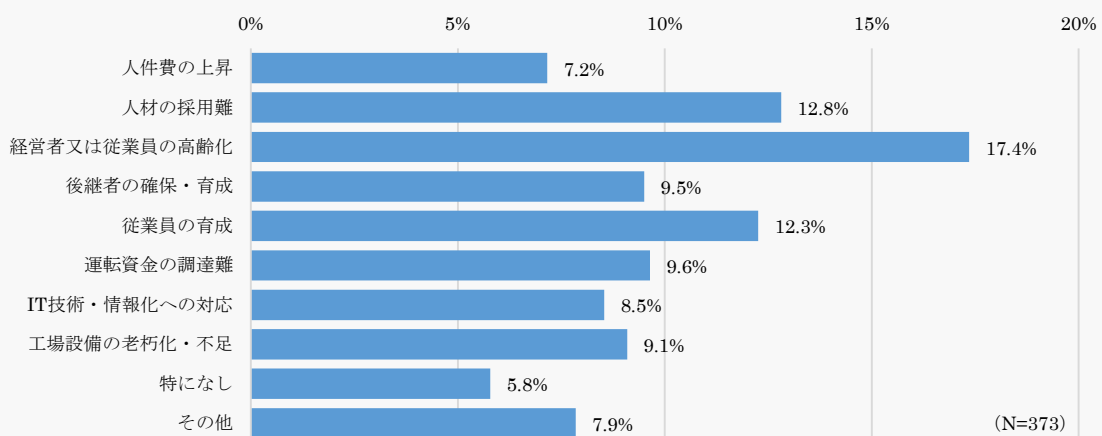


(3) 現在抱える経営課題

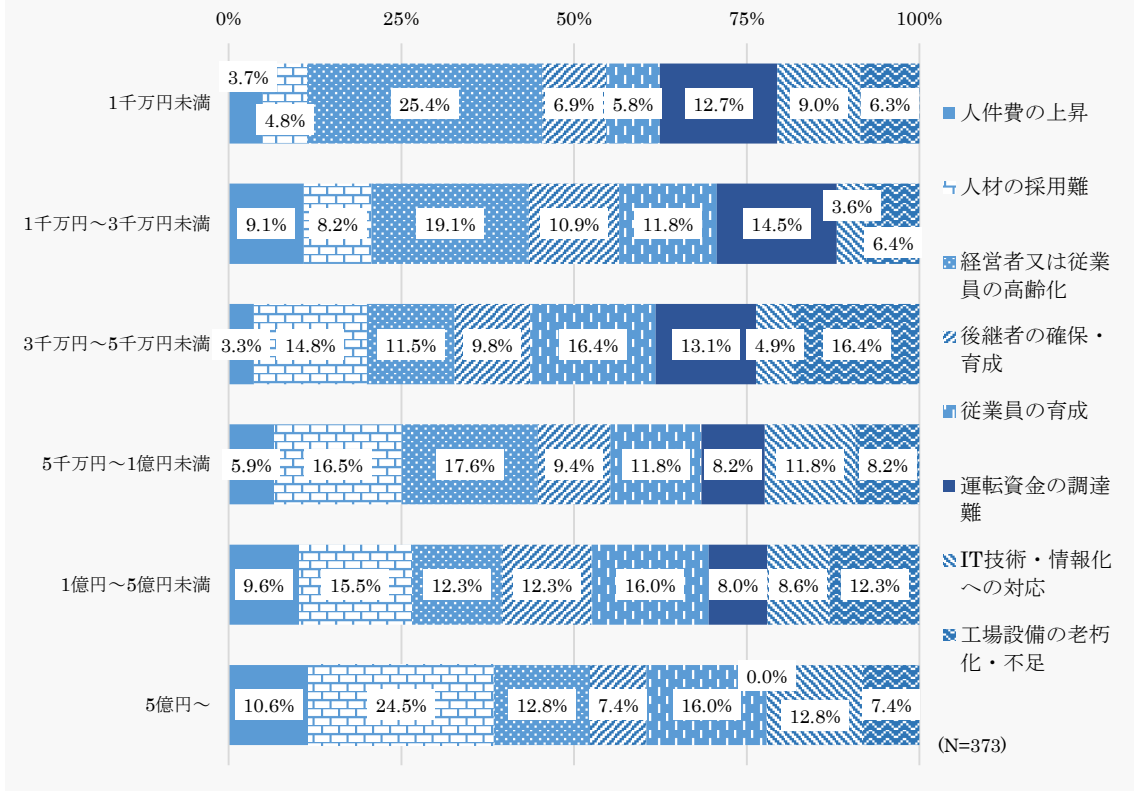
「経営者又は従業員の高齢化」が17.4%と最も多く、次いで「人材の採用難」が12.8%、「従業員の育成」が12.3%でした。

売上高規模別にみると、規模が大きくなるにつれて「人材の採用難」や「従業員の育成」などが課題となる一方、規模が小さくなるにつれて「経営者又は従業員の高齢化」や「運転資金の調達難」が課題としてあがる傾向にありました。

【現在抱える経営課題】



【売上高規模別 現在抱える経営課題】

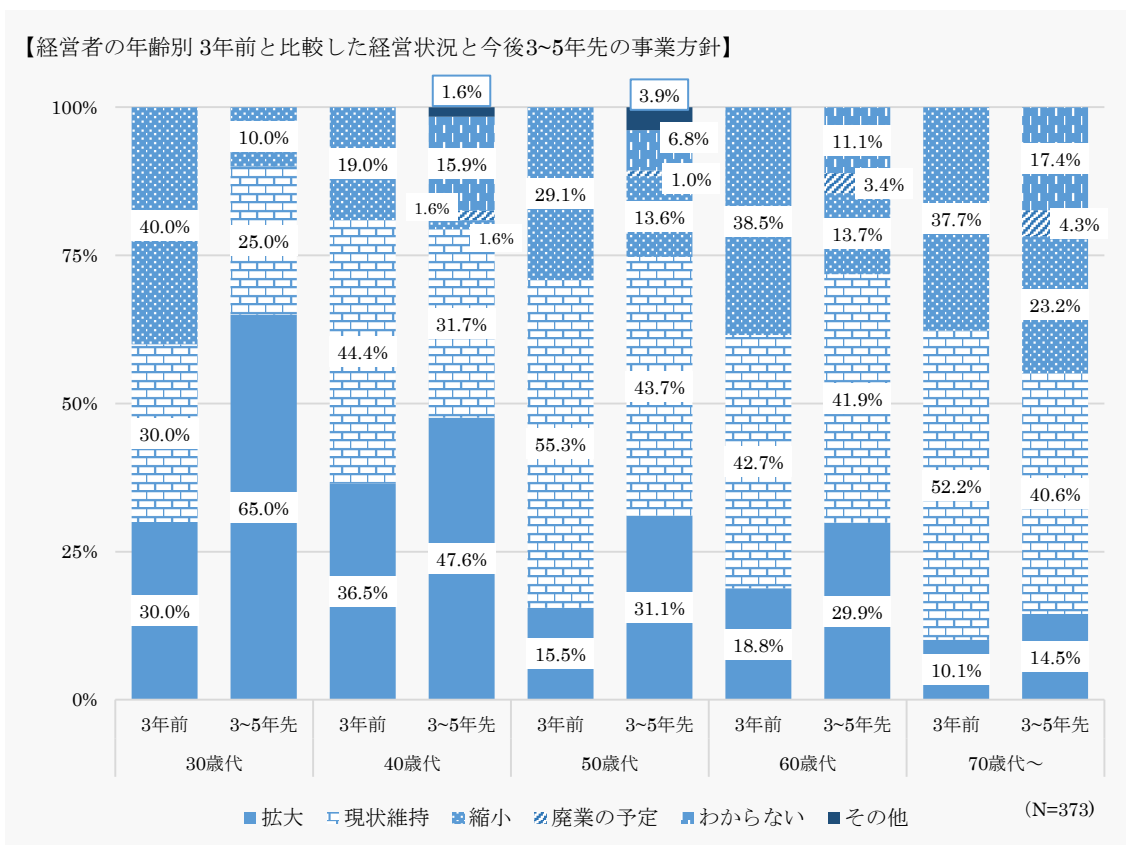
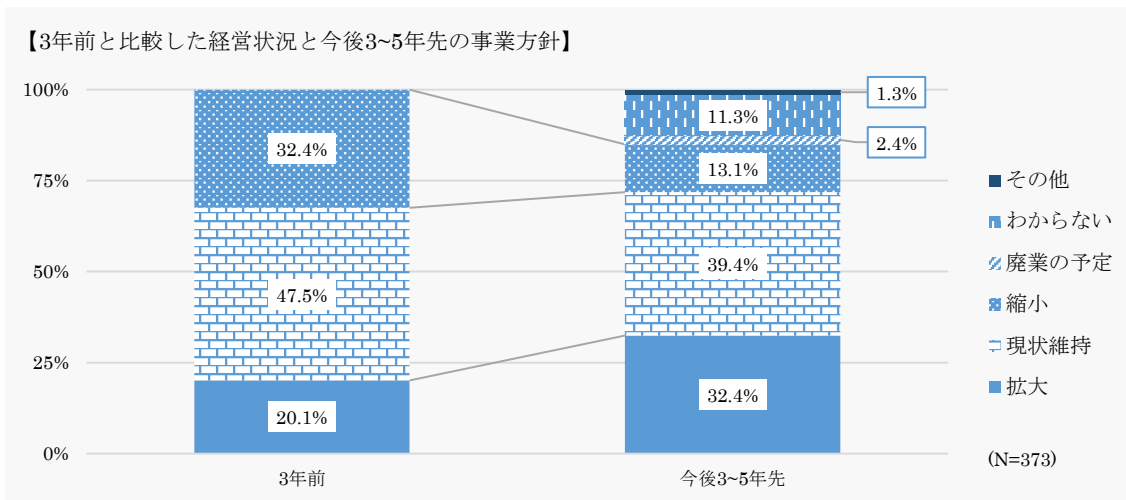


(4) 3年前と比較した経営状況と今後3～5年先の事業方針

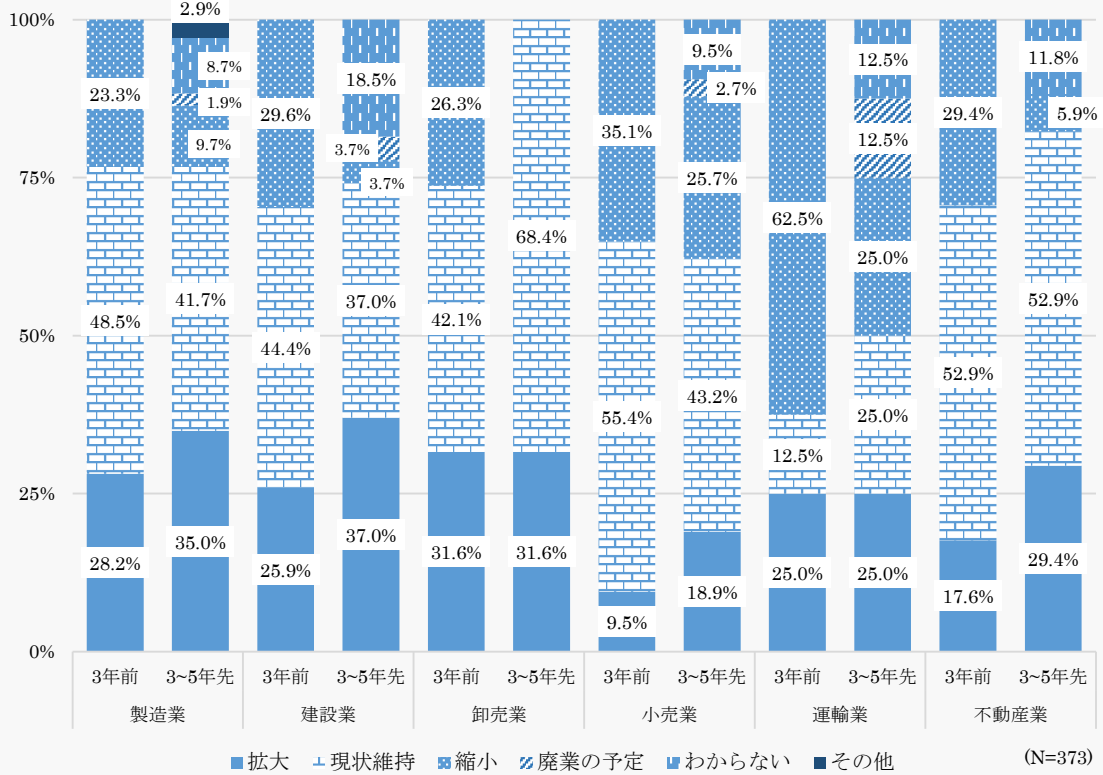
3年前と今後3～5年先のどちらも「現状維持」と回答する事業者が最も多くなりました(各47%、39%)。

経営者の年齢別でみると、3年前と今後3～5年先のどちらも、若い経営者ほど「拡大」と答える事業者が多い傾向にありました。

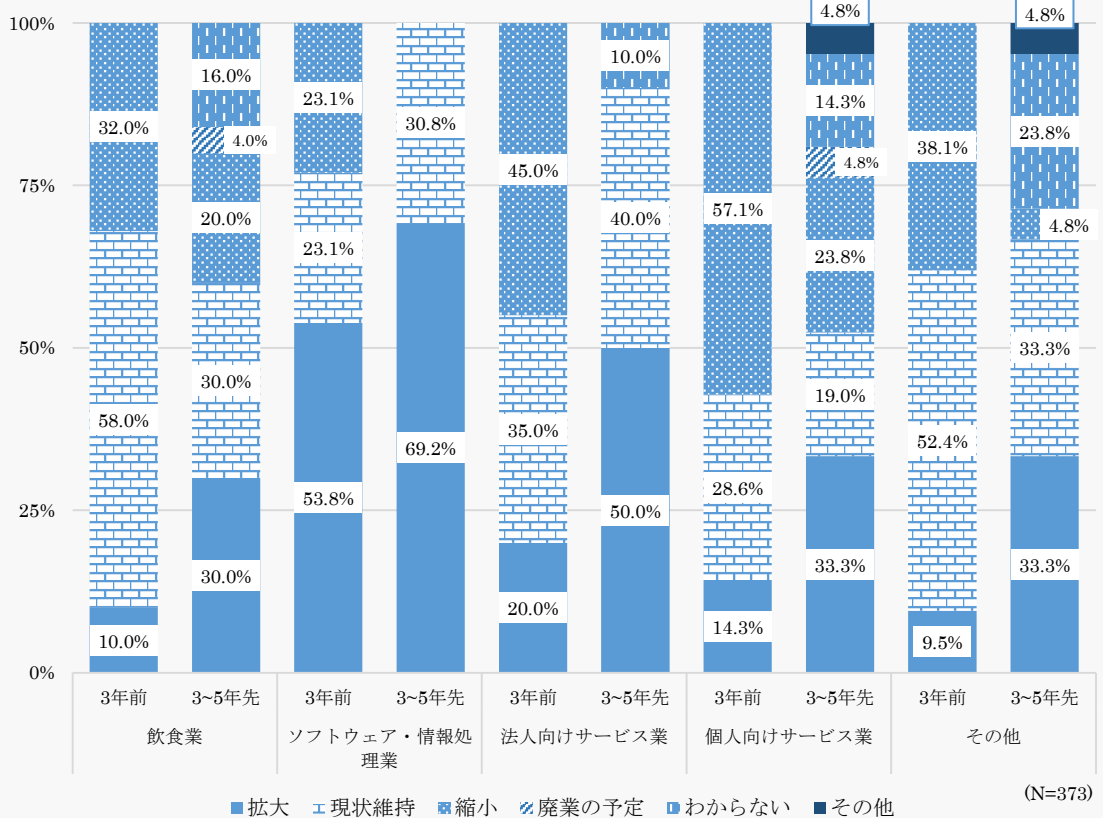
また、業種別にみると「拡大」と回答するソフトウェア・情報処理業が多く見られました。



【業種別 3年前と比較した経営状況と今後3~5年先の事業方針】



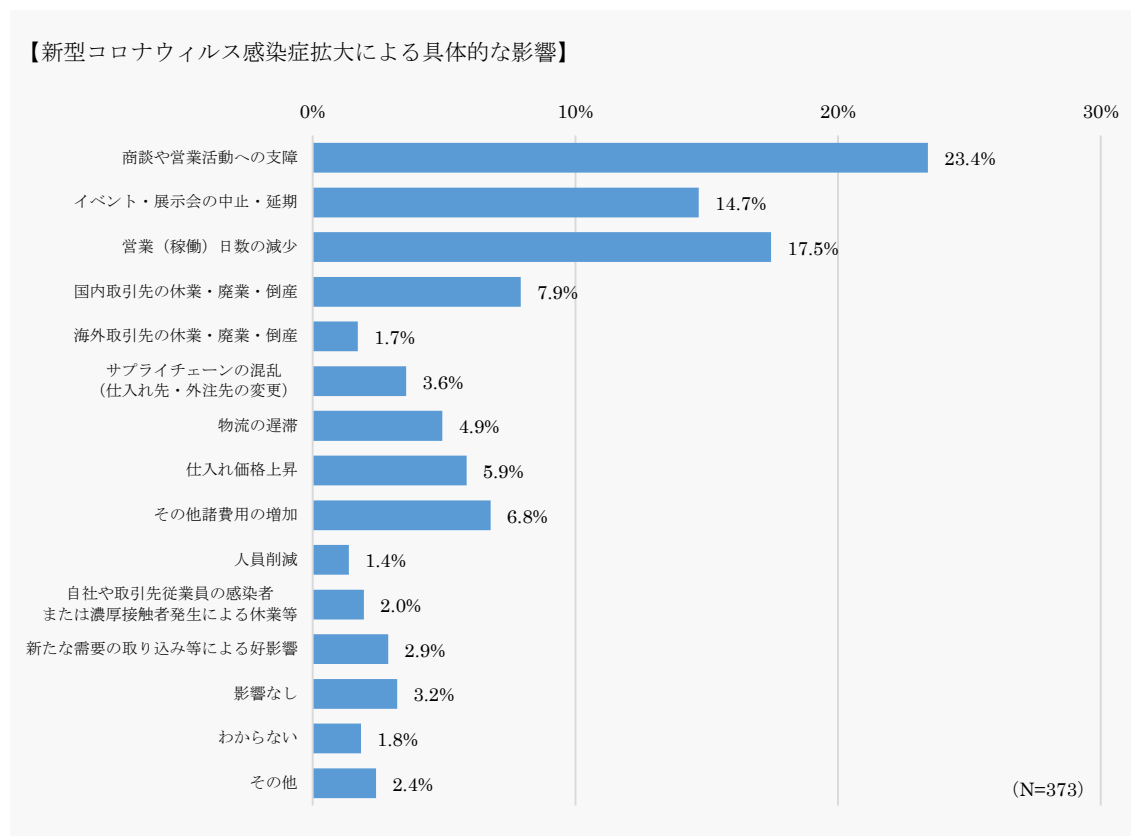
【業種別 3年前と比較した経営状況と今後3~5年先の事業方針】



2. 新型コロナウイルス感染症拡大による影響や対策について

(1) 新型コロナウイルス感染症拡大による具体的な影響

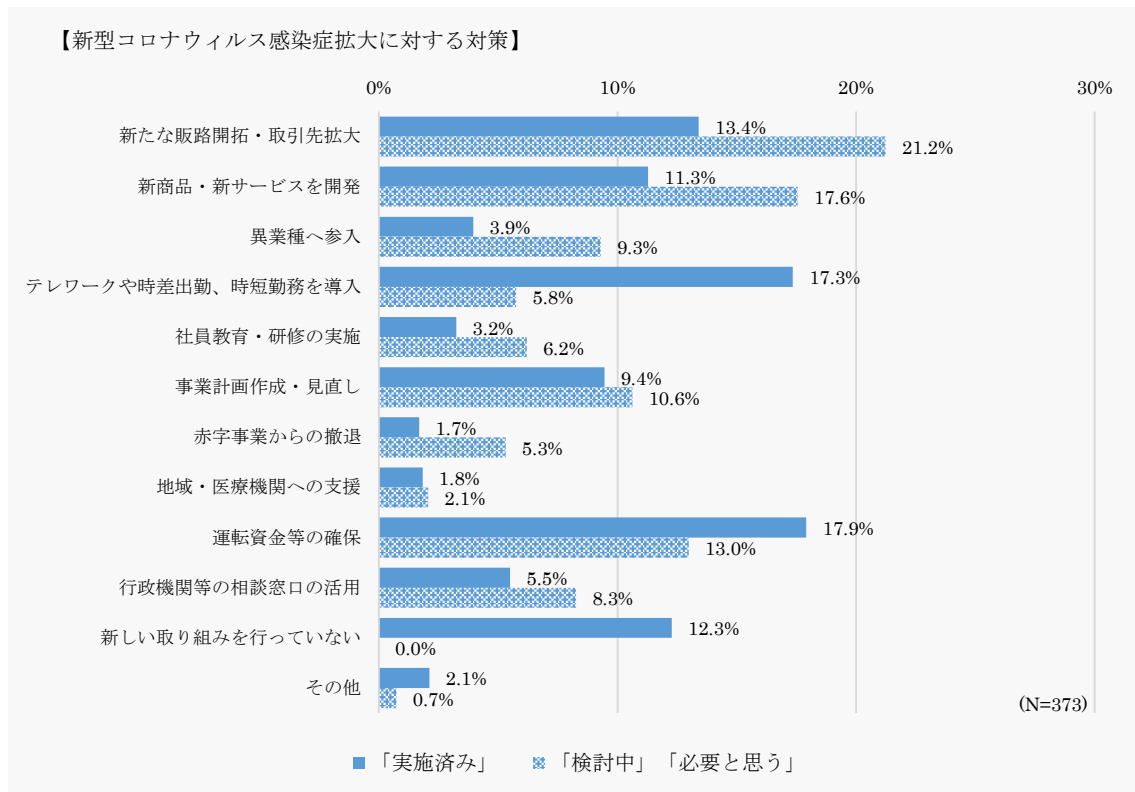
「商談や営業活動への支障」が23.4%と最も多く、次いで「営業（稼働）日数の減少」が17.5%、「イベント・展示会の中止・延期」が14.7%でした。



(2) 新型コロナウイルス感染症拡大に対する対策（「実施済み」、「検討中」・「必要と思う」）

「実施済み」の項目では、「運転資金等の確保」が17.9%と最も多く、次いで「テレワークや時差出勤、時短勤務を導入」が17.3%、「新たな販路開拓・取引先拡大」が13.4%でした。

また、「検討中」「必要と思う」の項目では、「新たな販路開拓・取引先拡大」が21.2%と最も多く、次いで「新製品・新サービスを開発」が17.6%、「運転資金等の確保」が13.0%でした。

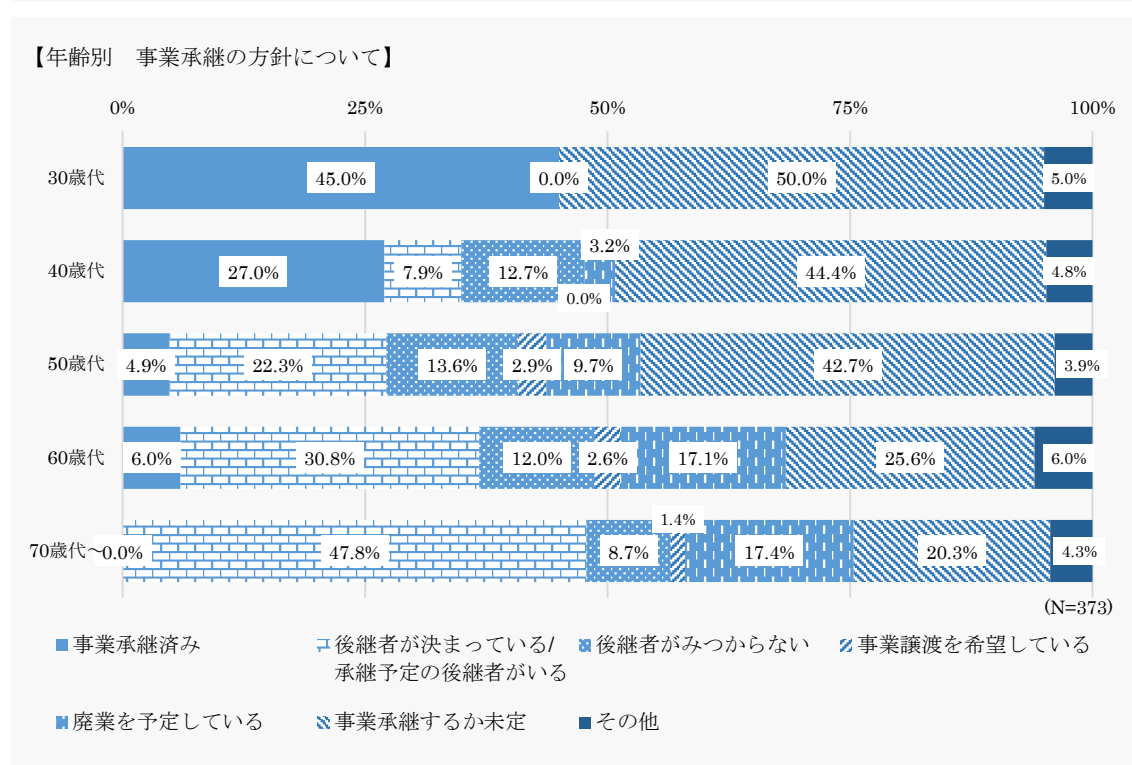
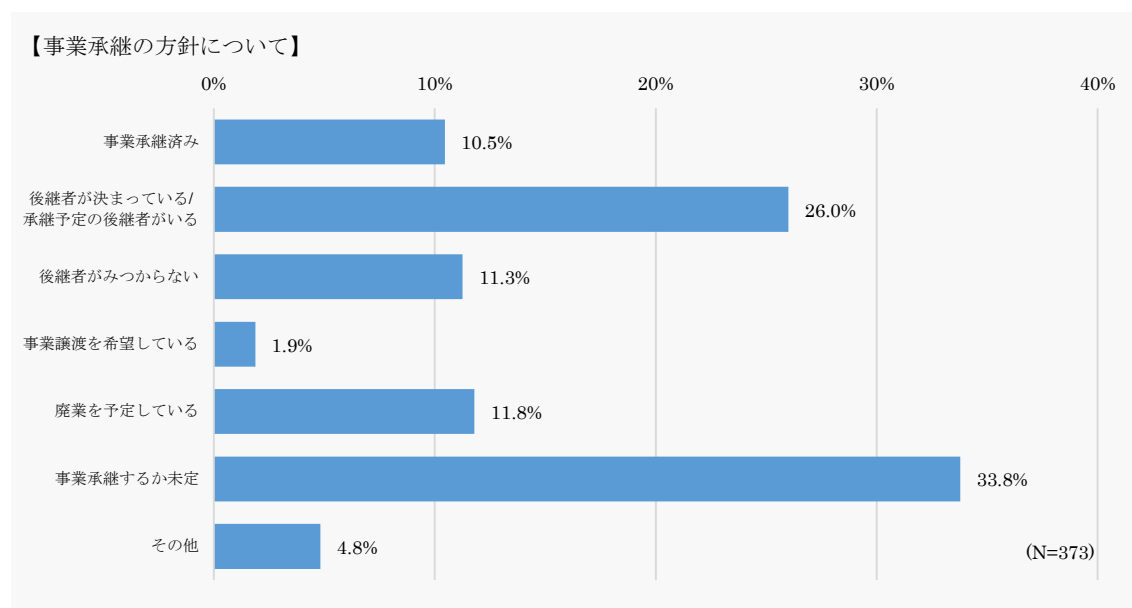


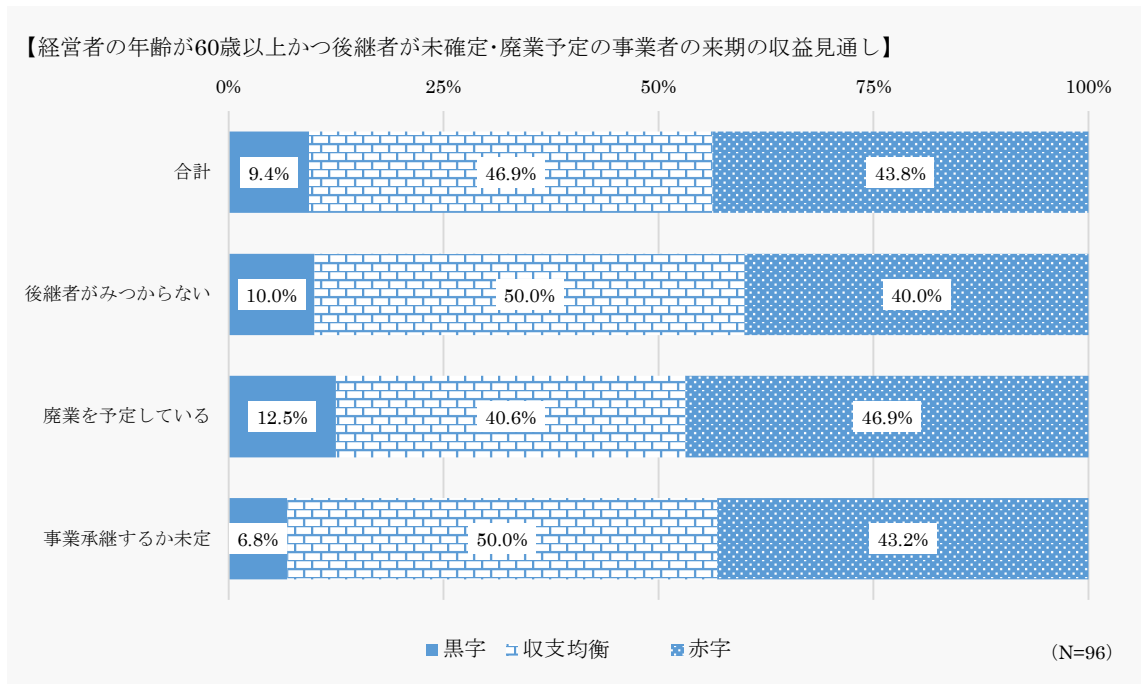
3. 事業承継について

(1) 事業承継の方針について

「事業承継するか未定」が33.8%と最も多く、次いで「後継者が決まっている／承継予定の後継者がいる」が26.0%でした。事業承継の方針を年齢別にみると、年齢が上昇するにつれて「廃業を予定している」と答える割合が上昇していることが分かります。

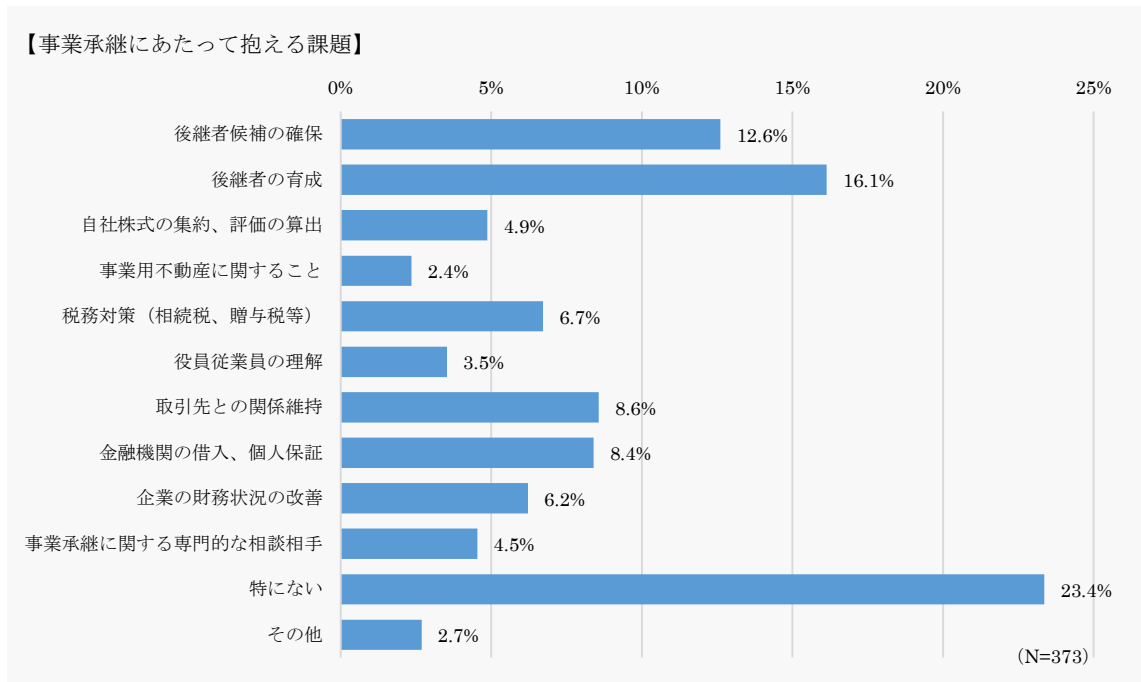
また、「経営者の年齢が60歳以上かつ後継者が未確定・廃業予定の事業者の来期の収益見通し」を抽出したところ、10%近い事業者が来期の収益見通しを黒字と回答しました。





(2) 事業承継にあたって抱える課題

「特にない」を除いた場合、「後継者の育成」が16.1%と最も多く、次いで「後継者候補の確保」が12.6%、「取引先との関係維持」が8.6%でした。

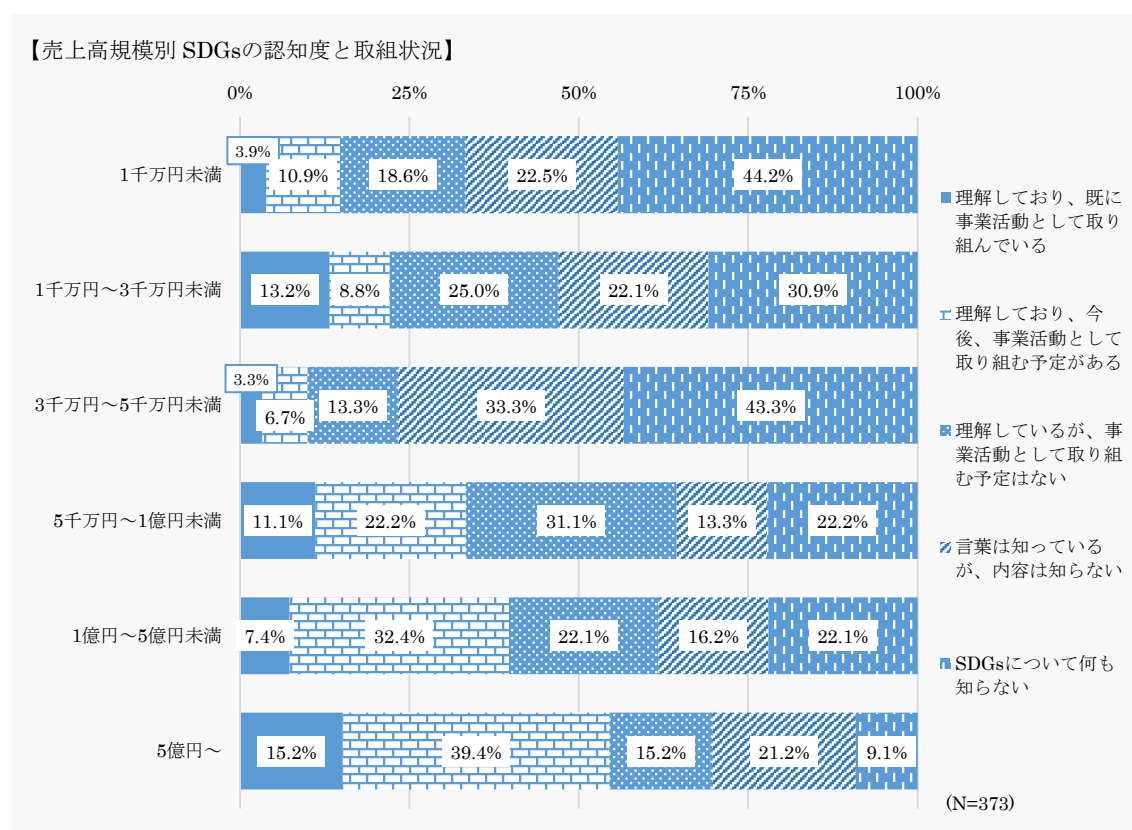
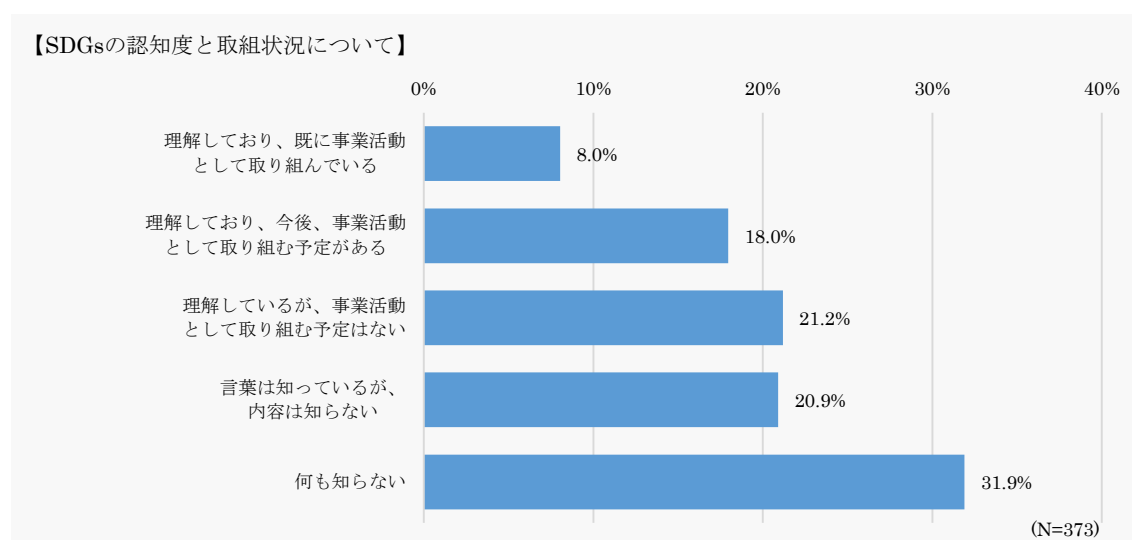


4. SDGsについて

(1) SDGsの認知度と取組状況について

「何も知らない」が31.9%と最も多く、次いで「理解しているが、事業活動として取り組む予定はない」が21.2%、「言葉は知っているが、内容は知らない」が20.9%でした。

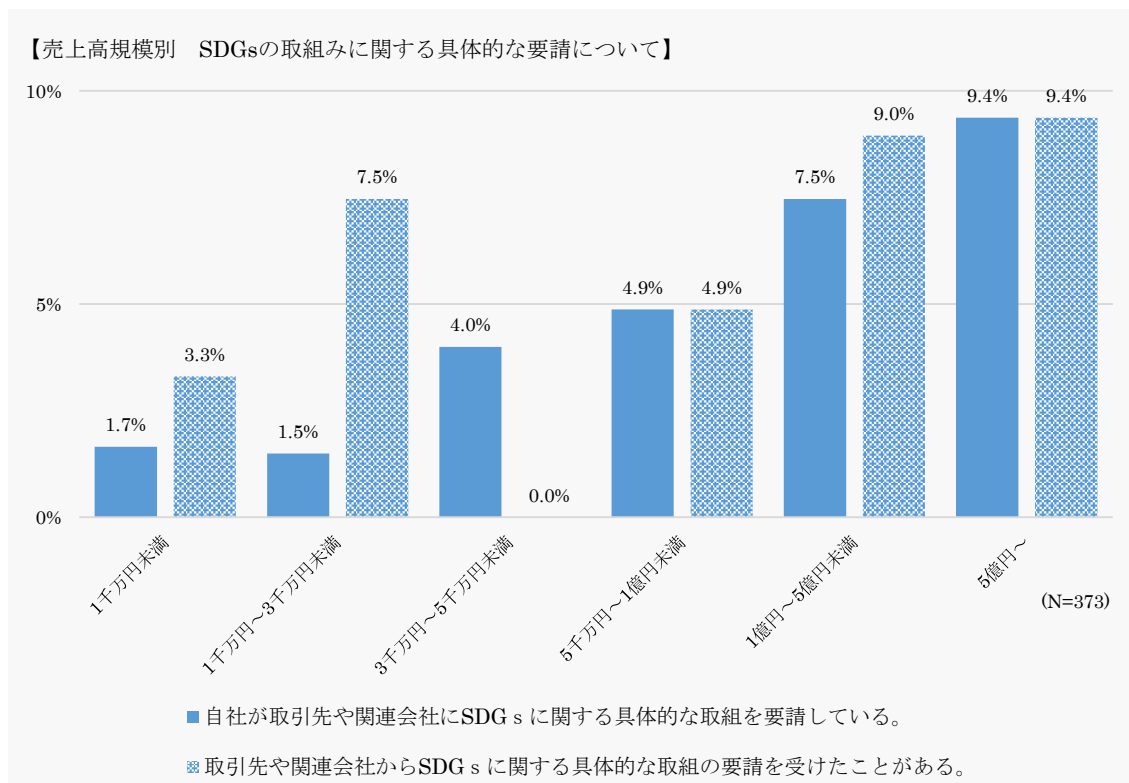
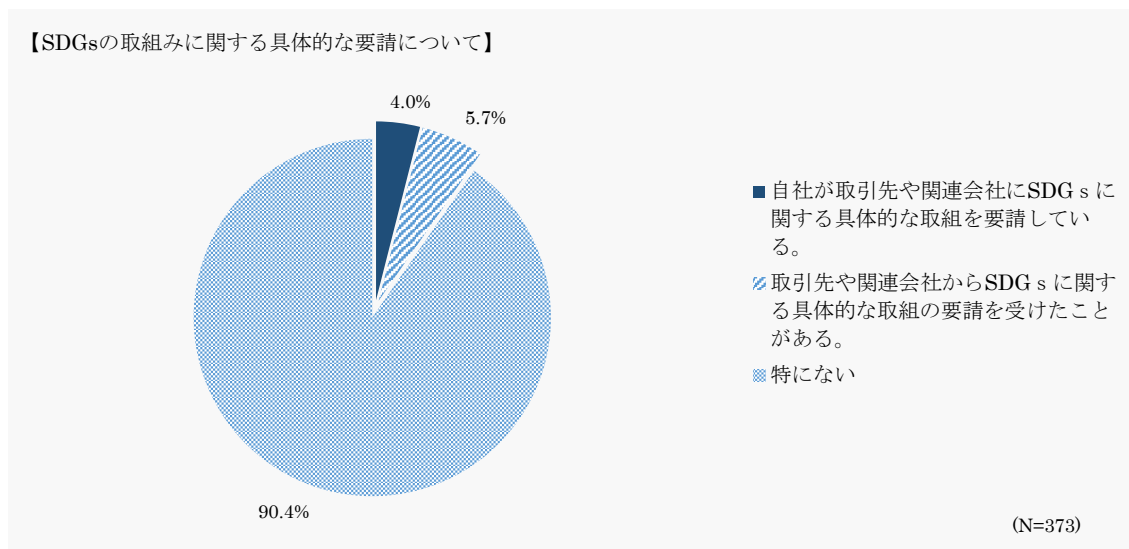
売上高規模別にみると、規模が大きくなるにつれて「理解しており、既に事業活動として取り組んでいる」や「理解しており、今後事業活動として取り組む予定がある」と回答する事業者が多くなる傾向にありました。



(2) SDGsの取組に関する具体的な要請について

「特にない」と回答した事業者が90.4%となりました。

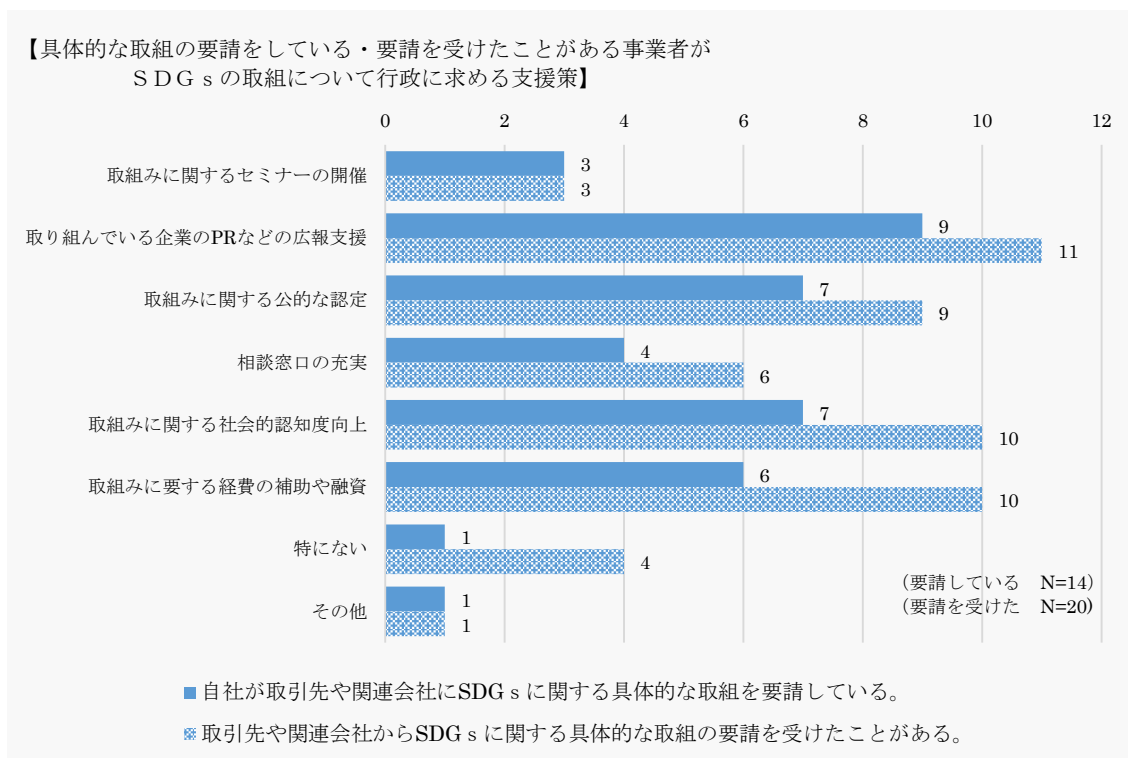
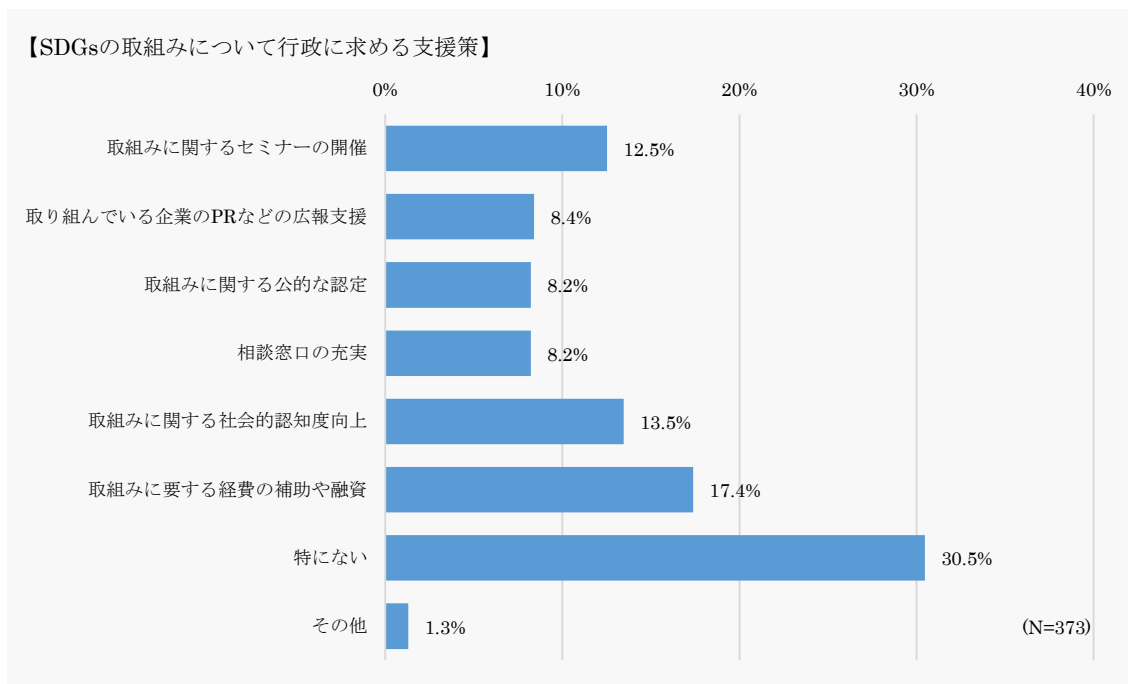
また、売上高規模別にみると、規模が大きくなるにつれて「自社が取引先や関連会社にSDGsに関する具体的な取組を要請している。」又は「取引先や関連会社からSDGsに関する具体的な取組の要請を受けたことがある。」と回答する事業者が多くなる傾向にありました。



(3) SDGsの取組について行政に求める支援策

「特にない」を除いた場合、「取組に要する経費の補助や融資」が17.4%と最も多く、次いで「取組に関する社会的認知度向上」が13.5%、「取組に関するセミナーの開催」が12.5%でした。

また、「具体的な取組の要請をしている又は要請を受けたことがある事業者がSDGsの取組について行政に求める支援策」を抽出したところ、どちらも「取り組んでいる企業のPRや広報支援」と回答する事業者が最も多くなりました。



5. 区に支援してほしい内容

「資金調達支援・低利融資」が12.4%と最も多く、次いで「販路開拓支援」が11.2%、「休業や損失への補償」が11.0%でした。

