

1 現基本構想・基本計画の実績など

基本構想：「光輝く板橋ブランド・産業活力」ビジョン
～概ね10年後のあるべき姿～

都内有数の産業集積地である優位性を存分に発揮し、戦後の区の成長を支えてきた光学・精密機器関連産業によって培われた技術力を背景に新しい産業が生まれ、「ものづくりの板橋」としてのブランドが定着しています。消費者のニーズに対応した魅力ある個店が増え、商店街が地域と連携して、まちに活気をもたらしています。

また、数多く立地する医療関連機関、大学・研究機関や企業、農地などの地域資源の活用と都市交流・観光振興によって地域経済が活性化され、様々な地域課題を解決しています。生活と産業が共存・調和する環境の中から、新しい明日(価値)が生み出され、楽しく心豊かに暮らせるまちを実現しています。

基本計画2025：
実施施策（7施策）
※施策指標は資料3-2 参照

【時代の変化を乗り越える産業基盤の強化】
3 創業・経営支援と人材育成・就労支援

【技術革新を起点とした成長志向の区内産業育成】
1 ネットワーク・ブランド戦略による産業活力の強化
2 産業集積の維持・発展の促進

【区民生活との融和、魅力・にぎわいの創出】
4 地域特性を活かした魅力ある商業振興
5 都市農業の支援と農の活用
6 「もてなしの心」による魅力ある観光振興と都市交流の推進
7 消費生活の安定と向上

2 国・都などの動向

1 時代の変化を乗り越える産業基盤の強化

- 【国】
(1)全国の都道府県に「事業承継・引継ぎ支援センター」を設置し、親族内承継支援や第三者承継支援、経営者保証を支援
(2)創業の活性化に向けて「スタートアップ育成5か年計画」(R4年11月)を策定
(3)地域の企業群が、地域の自治体・金融機関・教育機関等の関係機関と連携し、将来の経営戦略実現を担う人材の確保や域内でのキャリアステップの構築等を行う総合的な取組「地域の人事部」を推進
- 【都】
(1)中小企業者を対象として東京都中小企業振興公社による事業承継支援を実施
(2)新たなスタートアップ戦略「Global Innovation with STARTUPS」(R4年11月)を策定【図表1】

2 技術革新を起点とした成長志向の区内産業育成

- 【国】
(1)産業史上初のイノベーション・マネジメントシステムの国際規格が発行されたことを受け、「日本企業における価値創造マネジメントに関する行動指針」を策定(R元年10月)
- 【都】
(1)地域未来投資促進法に基づく、「東京都基本計画」を策定(R6年4月同意)
成長ものづくり分野やデジタル分野など、地域特性を活かした地域経済牽引事業に対して支援を実施する。

3 政策分野の主要課題・区の状況

1 時代の変化を乗り越える産業基盤の強化

- (1) 中小企業をはじめとする区内企業への支援体制の強化
①製造品出荷額、付加価値額とも23区で3位と高い水準【図表2】
②経営相談件数はコロナ時期に上昇し、R5は減少【図表3】
現在、物理的に分散している相談窓口の一元化が課題
③区内にはものづくり研究開発センター(MIC)をはじめ、3つの産業支援施設を保有し、研究施設や貸会議室、セミナー施設として活用
- (2) 後継者不足への対応と次代を担う人材の育成
①各業種において、経営者の後継者不足が課題。黒字廃業の事業者も一定数存在し、今後も廃業者は増加の見込み
②全国の労働力人口、就業者数は増加傾向【図表4・5】
③全国の失業者数、完全失業率は横ばい【図表6・7】
- (3) 創業・経営支援と人材確保支援の取組
①創業支援ネットワークの相談件数は横ばい【図表3】
②区内の創業数は減少傾向にあり、区内事業所の創業比率は23区で17位と低い水準に留まる【図表8】
③区内企業の倒産件数はR2年まで減少していたが、その後増加傾向【図表9】
④産業融資の貸付・利子補給実績はR3年以降大幅な増加傾向【図表10】
⑤製造業事業所数、従業員数、出荷額、粗付加価値額は減少傾向【図表11・12】
⑥R5年度以降、人材確保支援を充実させ、地元で働きたい区民等と区内企業をつなぐ人材確保支援事業やハローワークと連携した就職面接会等を定期的に実施

2 技術革新を起点とした成長志向の区内産業育成

- (1) 「光学の板橋」の強みを活かした区内産業の強化・ブランディング
①光学は高い技術力を誇り、光学産業のイノベーションを加速するため、「板橋オプトフォーラム」をH26年から毎年開催
②「いたばし産業見本市」を毎年開催し、区内製造業のビジネス展示会やセミナー等、区内外への魅力発信や効果的なマッチングの機会を創出
- (2) ネットワーク構築によるイノベーションの創出
①経済情勢や技術進化など、変化のスピードが速い現代において、これまでと変わらないビジネスの限界
→企業間ネットワークや既存産業とベンチャーなどの新しい技術・考え方の融合によって、イノベーションによる付加価値向上が求められる。

3 区民生活との融和、魅力・にぎわいの創出

- (1) 区民の理解・共感を生むインナーブランディング※
①区内産業の世界に誇る高い技術力に対する区民の認知度が低い
→社会実装を通じた区内産業の技術・製品を体感する機会の創出
- (2) 地域の生活を支える魅力ある商業支援
①商店街数・商店街連合会加盟店舗数は微減傾向【図表13】
→区の魅力向上のため、地域の生活利便性を支える商店街への支援が重要だが、その他の個店への支援等も必要
②区内経済の活性化等を図るため、プレミアム付商品券やいたばしpayのポイント還元を実施
- (3) 区独自の観光資源の活用・創出と魅力の発信
①いたばし花火大会、区民まつり等の既存事業だけでなく、新たな観光資源・コンテンツの創出と効果的なプロモーションが必要
②各地域で進められているまちづくりと連動・融合して新しい観光資源の創出をめざす
- (4) 都市農業の維持・保全
①農作物を生産できる担い手「農のサポーター」が7名登録しているが、高齢化が進み農業を支えていく人材の確保に課題
②区内農家数、農業人口とも減少傾向【図表14・15】
③区民農園数は減少【図表16】
- (5) 消費生活の安定と向上
①消費生活相談件数は年間4,000件前後で概ね横ばい

※インナーブランディング…区民に対して区の魅力等を周知・共有し、理解を深めてもらうことで、共感や愛着心を持ってもらうための取組・活動のこと。

4 論点

政策分野における「あるべき姿」と「施策のあり方」の事務局案

あるべき姿

“ひと（個人）”の視点
多様な人材が活躍し、新たな価値をもたらす産業が生み出されるまち

“まち（地域）”の視点
地域に根差した多様な産業が持続的に発展し、活気にあふれたまち

“みらい（環境・仕組み）”の視点
産業がひとをよび、つないでいく人々の心と生活が豊かなまち

施策のあり方(方向性)

伴走支援体制の強化と人材確保・育成

産官学や企業間等のネットワーク構築によるイノベーションの創出

区独自の観光振興と効果的な魅力発信

区内産業が持つ魅力の周知・浸透と区民生活向上に寄与する仕組みの構築

都市農業の基盤整備と担い手の育成