

構想評価のための年次調査 ご説明資料

「板橋区産業振興構想2035」の成果指標

成果指標
の観点

区の産業振興施策の成果が反映され
真摯に結果に向き合うことが出来る

目標値の達成が産業の発展に
つながっていることが実感できる

区と事業者が共に
目標値の達成に向けて取組める

将来像
新たな発見に出会える、ブランド創造都市

3つの柱	7つの施策
時代の変化を 乗り越える 産業基盤の 強化	1 産業連携体制の充実
	2 次代を担う人づくり
イノベーションを 起点とした 成長志向の 産業育成	3 時代に合わせた トランスフォーメーション戦略
	4 多様な主体の共創 によるイノベーション創出
	5 板橋産業ブランドの 発信強化
産業の成長と 区民生活の 融和	6 子どもや区民への 板橋産業ブランドの浸透
	7 社会実装を通じた 体感機会の創出

KGI
ブランド創造都市の実現度

KPI	
KPI ①	経営基盤を維持している区内事業者の割合
KPI ②	多様な人材・中核人材が充足している区内事業者の割合
KPI ③	競争力が向上している 区内事業者の割合
KPI ④	イノベーションを創発・実装している 区内事業者の割合
KPI ⑤	ブランド確立を通じて新規ビジネス・人材確保 の機会を獲得できている区内事業者の割合
KPI ⑦	区の産業に愛着を有し将来は区の産業に 関わりたいと考えている子どもたちの割合
KPI ⑧	板橋区工業・商業・農業によって 区民生活の質を向上させていると感じている区民の割合

KPI ⑥	板橋区工業・商業・ 農業ブランドを 実感している 区内外のひと・事業者 ・団体の割合
----------	--

成果指標設計のポイントと大方針

成果指標設計
のポイント

前回の推進会議にて頂戴したご意見から整理

事業者・区民が
直感的に理解できるシンプルさ

構想見直しに活用するための
事業成果との連動

KPIは事業者・区民の
主観評価に基づき算出

KPIの変化と事業効果の関係性を
把握するための階層的な分析

各指標に対する感覚値を
5段階評価で回答頂く

施策、取組（事業領域）、事業
の因果関係が分かるよう項目を設計

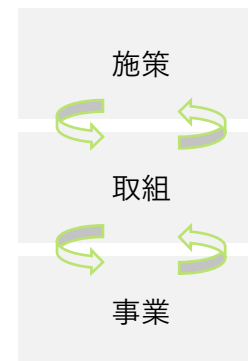
例）KPI③「競争力が向上している区内事業所の割合」の場合

Q.現在、自社の競争力は高いと感じますか

※競争力＝競合比較、価格競争力、製品・サービス品質等から総合的に判断ください

A. 1.とても高い 2. 高い 3.どちらとも言えない 4.やや低い 5.とても低い

内閣府が実施する「景気ウォッチャー調査」と同様の考え方



KPIの分析・
目標値の設計

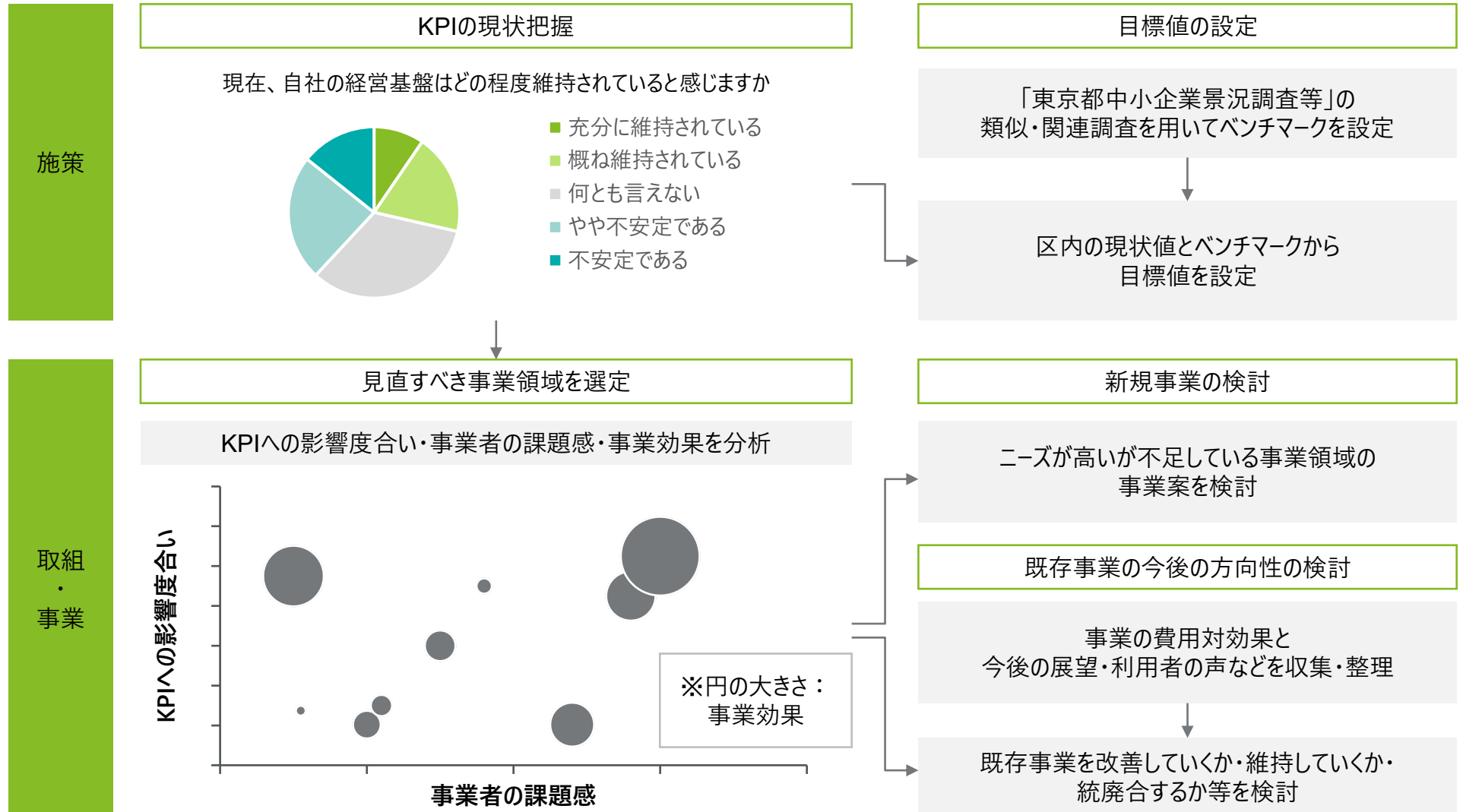
KPIの向上に有効な
事業領域の分析

改善・統廃合を優先的に
検討すべき事業の分析

KGIはKPI調査の詳細化後、調査・推計方法を検討

大方針

年次調査結果の分析イメージ

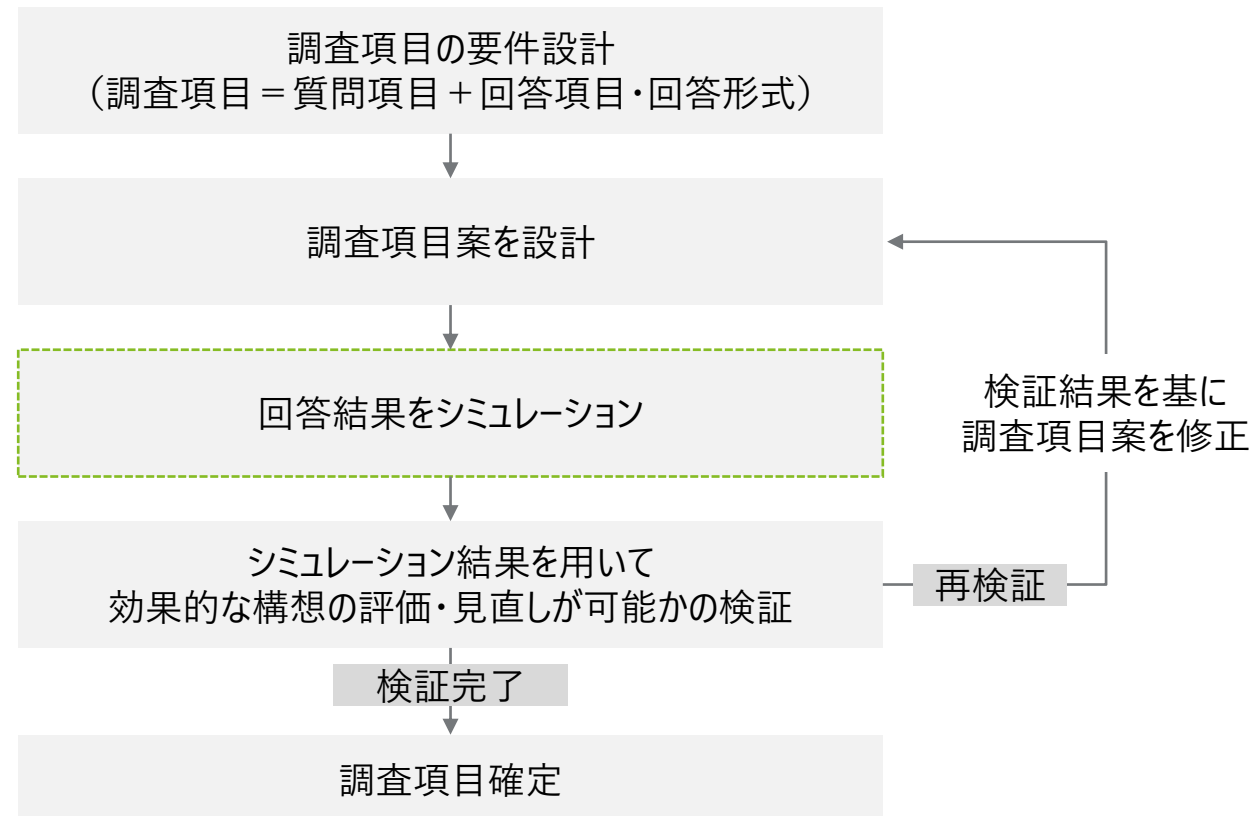


調査項目の検討アプローチ

調査項目の 作成アプローチ

調査結果を用いて、効果的な構想の評価・見直しが可能か、
調査実施前にシミュレーションを行い、最も妥当な調査項目を作成する

調査アプローチ



本会議でご意見を伺いたいポイント

会議体の趣旨を踏まえて、詳細な分析方法・調査項目内容よりも、
「板橋区産業振興構想2035」が事業者に浸透し、10年間にわたって産業振興の指針となる為の、
本調査の実施方法についてご意見を伺いたい

- 事業者の皆様から本調査が前向きに捉えられ、積極的にご回答を頂くためには
どのような仕組み・伝え方が必要か
- 本調査は測って終わりではなく、構想の見直し、さらには事業者・区民への構想の浸透に繋げることを
目的に実施する。
そのために、調査結果の事業者への発信を行うが、どのような方法・機会であれば浸透に繋がるか
 - 例) 調査結果と併せて、事業者にとって身近な具体事業の成果発信を行う など
- 調査項目をシミュレーションするためにプレ調査を行うが、プレ調査に当たって留意すべき点は何か
 - 例) プレ調査から、構想の浸透機会として活用する

構想評価のための年次調査

【参考】調査項目初期案

KPI①の調査項目（案）

調査対象

区内事業者

区民

KPIが示す要素

単一

複数
(並列)

複数
(階層)

施策1 KPI①		経営基盤を維持している区内事業所の割合
施策 レイヤー	総合 評価の 現状値	Q.1 現在、自社の経営基盤はどの程度維持されていると感じますか ※経営基盤＝売上の安定性、人材定着、財務安全性等から総合的に判断ください A. 1.十分に維持されている 2.概ね維持されている 3.どちらとも言えない 4.やや不安定である 5.不安定である
	総合 評価の 変化	Q.2 昨年度に比べて、自社の経営基盤はどのように変化していると感じますか A. 1.より安定した 2.やや安定した 3.変わらない 4.やや不安定になった 5.より不安定になった
取組 レイヤー	総合 評価の 要因	Q.3 自社の経営基盤の維持に影響している要因は何と考えていますか A. 【回答項目】 売上の安定性 / 人材定着 / 財務安全性 【選択肢】 1.強く影響している 2.やや影響している 3.変わらない 4.あまり影響していない 5.ほぼ影響していない
	自社の 課題感	Q.4 自社の経営基盤の維持に向けた課題は何と考えていますか A. 【回答項目】 売上の安定性 / 人材定着 / 財務安全性 【選択肢】 1.非常に重要な課題 2.やや重要な課題 3.どちらとも言えない 4.あまり重要な課題ではない 5.課題ではない
	支援 利用 状況	Q.5 自社の経営基盤の維持に対する、区の支援は利用していますか A. 【回答項目】 相談窓口 / 補助金・支援制度 / 金融機関・支援機関への繋ぎ込み 【選択肢】 1.利用している 2.取組は知っているが利用していない 3.取組を知らない

KPI②の調査項目（案）

調査対象

区内事業者

区民

KPIが示す要素

単一

複数
(並列)

複数
(階層)

施策2 KPI②		多様な人材・中核人材が充足している区内事業所の割合
施策 レイヤー	総合 評価の 現状値	Q.1 現在、自社では十分に人材が確保できていると感じますか A. 【回答項目】 多様な人材（年齢、性別、専門性等） / 代表・役員の右腕となって事業を推進する人材（中核人材） 【選択肢】 1.十分に確保できている 2.概ね確保できている 3.どちらとも言えない 4.やや確保できていない 5.確保できていない
	総合 評価の 変化	Q.2 昨年度に比べて、人材の確保状況はどのように変化していると感じますか A. 【回答項目】 多様な人材（年齢、性別、専門性等） / 代表・役員の右腕となって事業を推進する人材（中核人材） 【選択肢】 1.より確保しやすくなった 2.やや確保しやすくなった 3.変わらない 4.やや確保しにくくなった 5.より確保しにくくなった
取組 レイヤー	総合 評価の 要因	Q.3-1 多様な人材の確保状況及び昨年度からの変化に影響している要因は何と考えていますか A. 【回答項目】 自社の採用力 / 働きやすい職場環境づくり / 組織風土の醸成 【選択肢】 1.強く影響している 2.やや影響している 3.変わらない 4.あまり影響していない 5.ほぼ影響していない
		Q.3-2 中核人材の確保状況及び昨年度からの変化に影響している要因は何と考えていますか A. 【回答項目】 自社の育成力 / 働きやすい職場環境づくり / 権限移譲・挑戦機会の提供 【選択肢】 1.強く影響している 2.やや影響している 3.変わらない 4.あまり影響していない 5.ほぼ影響していない
	自社の 課題感	Q.4-1 多様な人材の確保に向けた課題は何と考えていますか A. 【回答項目】 自社の採用力 / 働きやすい職場環境づくり / 組織風土の醸成 【選択肢】 1.非常に重要な課題 2. やや重要な課題 3.どちらとも言えない 4.あまり重要な課題ではない 5.課題ではない
		Q.4-2 中核人材の確保に向けた課題は何と考えていますか A. 【回答項目】 自社の採用力 / 働きやすい職場環境づくり / 組織風土の醸成 【選択肢】 1.非常に重要な課題 2. やや重要な課題 3.どちらとも言えない 4.あまり重要な課題ではない 5.課題ではない
	支援 利用 状況	Q.5-1 多様な人材の確保を推進する区の支援は利用していますか A. 【回答項目】 助成金 / セミナー / 表彰制度 / 合同企業説明会 / 大学生との交流会 【選択肢】 1.利用している 2.取組は知っているが利用していない 3.取組を知らない
		Q.5-2 中核人材の確保を推進する区の支援は利用していますか A. 【回答項目】 助成金 / セミナー / リスキング支援 【選択肢】 1.利用している 2.取組は知っているが利用していない 3.取組を知らない

KPI③の調査項目（案）

調査対象

区内事業者

区民

KPIが示す要素

単一

複数
(並列)

複数
(階層)

施策3 KPI③		競争力が向上している区内事業所の割合
施策 レイヤー	総合 評価の 現状値	Q.1 現在、自社の競争力は高いと感じますか ※競争力＝競合比較、価格競争力、製品・サービス品質等から総合的に判断ください A. 1.とても高い 2. 高い 3.どちらとも言えない 4.やや低い 5.とても低い
	総合 評価の 変化	Q.2 昨年度に比べて、自社の競争力は高まったと感じますか A. 1.より高まった 2. やや高まった 3. 変わらない 4.やや低くなった 5.より低くなった
取組 レイヤー	総合 評価の 要因	Q.3 自社の競争力に影響している要因は何と考えていますか A. 【回答項目】 売上単価上昇 / コスト削減 / M&A・事業拡大 / GX・DXへの対応 【選択肢】 1.強く影響している 2.やや影響している 3.変わらない 4.あまり影響していない 5.ほぼ影響していない
	自社の 課題感	Q.4 自社の競争力向上に向けた課題は何と考えていますか A. 【回答項目】 売上単価上昇 / コスト削減 / M&A・事業拡大 / GX・DXへの対応 【選択肢】 1.非常に重要な課題 2. やや重要な課題 3.どちらとも言えない 4.あまり重要な課題ではない 5.課題ではない
	支援 利用 状況	Q.5 競争力の向上に対する、区の支援は利用していますか A. 【回答項目】 セミナー / DX助成金 / 経営相談 / SDGs経営伴走支援 【選択肢】 1.利用している 2.取組は知っているが利用していない 3.取組を知らない

KPI④の調査項目（案）

調査対象

区内事業者

区民

KPIが示す要素

単一

複数
(並列)

複数
(階層)

施策4 KPI④		イノベーションを創発・実装している区内事業者の割合
施策 レイヤー	総合 評価の 現状値	Q.1 現在、自社でイノベーション創出に取り組んでいますか ※イノベーション＝新たな事業者・団体と連携した新製品・サービス開発等の新たなビジネス創出 A. 1.継続的に取り組んでおり、創出したイノベーションを実装している 2. 継続的に取り組んでおりイノベーション創出は出来ているが、実装には至っていない 3. まだ途中だがイノベーション創出に取り組んでいる 4. イノベーションの創出に取り組みたいと考えているが実現に至っていない 5.イノベーション創出に取り組む意向が無い
	総合 評価の 変化	Q.2 昨年度に比べて、自社のイノベーション創出の取組はどのように変化していると感じますか A. 1.より取組みやすくなった 2. やや取組みやすくなった 3. 変わらない 4.やや取組みにくくなった 5.より取組みにくくなった
取組 レイヤー	総合 評価の 要因	Q.3 自社のイノベーション創出状況及び取組みやすさの変化に影響しているのは何が要因ですか A. 【回答項目】 新たな挑戦を後押しする風土 / 新規テーマに使える人材・時間の確保 / 社外の知見・技術との接点 【選択肢】 1.強く影響している 2.やや影響している 3.変わらない 4.あまり影響していない 5.ほぼ影響していない
	自社の 課題感	Q.4 自社のイノベーション創出の強化に向けた課題は何と考えていますか A. 【回答項目】 新たな挑戦を後押しする風土 / 新規テーマに使える人材・時間の確保 / 社外の知見・技術との接点 【選択肢】 1.非常に重要な課題 2. やや重要な課題 3.どちらとも言えない 4.あまり重要な課題ではない 5.課題ではない
	支援 利用 状況	Q.5 イノベーション創出の推進における、区の支援は利用していますか A. 【回答項目】 ネットワーキング・共創相手確保支援 / 実証フィールドの提供 / 実証費用支援 / 実証伴走支援 【選択肢】 1.利用している 2.取組は知っているが利用していない 3.取組を知らない

KPI⑤の調査項目（案）

調査対象

区内事業者

区民

KPIが示す要素

単一

複数
(並列)

複数
(階層)

施策5 KPI⑤		ブランド確立を通じて新規ビジネス・人材確保の機会を獲得できている区内事業者の割合
施策 レイヤー	総合 評価の 現状値	Q.1 現在、板橋区の産業ブランドが強化されることで、自社のビジネス機会や人材確保に繋がっていると感じますか A. 【回答項目】 新たなビジネス機会 / 人材確保 【選択肢】 1.強く繋がっている 2.概ね繋がっている 3.どちらとも言えない 4.やや繋がっていない 5.繋がっていない
	総合 評価の 変化	Q.2 昨年度に比べて、人材の確保状況はどのように変化していると感じますか A. 【回答項目】 新たなビジネス機会 / 人材確保 【選択肢】 1.より繋がりがやすくなった 2.やや繋がりがやすくなった 3.変わらない 4.やや繋がりにくくなった 5.より繋がりにくくなった
取組 レイヤー	総合 評価の 要因	Q.3-1 産業ブランドの強化による新たなビジネス機会の獲得状況及び昨年度からの変化に影響している要因は何と考えていますか A. 【回答項目】 各産業のブランドコンセプト / 区内外への産業情報の発信機会 / ブランドを体現する板橋区産・製品の開発 【選択肢】 1.強く影響している 2.やや影響している 3.変わらない 4.あまり影響していない 5.ほぼ影響していない
		Q.3-2 産業ブランドの強化による人材の獲得状況及び昨年度からの変化に影響している要因は何と考えていますか A. 【回答項目】 各産業のブランドコンセプト / 区内外への産業情報の発信機会 / ブランドを体現する板橋区産・製品の開発 【選択肢】 1.強く影響している 2.やや影響している 3.変わらない 4.あまり影響していない 5.ほぼ影響していない
	自社の 課題感	Q.4-1 産業ブランドの強化による新たなビジネス機会の獲得に向けた課題は何と考えていますか A. 【回答項目】 各産業のブランドコンセプト / 区内外への産業情報の発信機会 / ブランドを体現する板橋区産・製品の開発 【選択肢】 1.非常に重要な課題 2.やや重要な課題 3.どちらとも言えない 4.あまり重要な課題ではない 5.課題ではない
		Q.4-2 産業ブランドの強化による人材の確保に向けた課題は何と考えていますか A. 【回答項目】 各産業のブランドコンセプト / 区内外への産業情報の発信機会 / ブランドを体現する板橋区産・製品の開発 【選択肢】 1.非常に重要な課題 2.やや重要な課題 3.どちらとも言えない 4.あまり重要な課題ではない 5.課題ではない
	支援 利用 状況	Q.5-1 産業ブランドの強化を推進する区の支援は利用していますか A. 【回答項目】 ブランドマネジメント / 新製品・サービスの開発支援 / 表彰制度 / 産業イベント・情報発信機会 【選択肢】 1.利用している 2.取組は知っているが利用していない 3.取組を知らない

KPI⑥の調査項目（案）

調査対象

区内事業者

区民

KPIが示す要素

単一

複数
(並列)

複数
(階層)

工商農 KPI⑥

板橋区工業・商業・農業ブランドを実感している区内外のひと・事業者・団体の割合

施策 レイヤー

総合
評価の
現状値

Q.1 現在、板橋区の産業ブランドを実感していますか

- A. 【回答項目】 産業全体 / 製造業等工業のブランド / 商業・サービス業のブランド / 農業のブランド
【選択肢】 1.強く実感している 2.やや実感している 3.どちらとも言えない 4.あまり実感していない 5.実感していない

総合
評価の
変化

Q.2 昨年度に比べて、板橋区の産業ブランドの実感はどのように変化していると感じますか。

- A. 【回答項目】 産業全体 / 製造業等工業のブランド / 商業・サービス業のブランド / 農業のブランド
【選択肢】 1.より実感するようになった 2.やや実感するようになった 3. 変わらない 4.やや実感しにくくなった 5.より実感しにくくなった

取組 レイヤー

総合
評価の
要因

Q.3 板橋区の産業ブランドの実感及び昨年度からの変化に影響している要因は何と考えていますか

- A. 【回答項目】 各産業ブランドコンセプト等 / 区内外への産業情報の発信機会 / 表彰・展示機会 / 産業イベント
【選択肢】 1.強く影響している 2.やや影響している 3.変わらない 4.あまり影響していない 5.ほぼ影響していない

自社の
課題感

Q.4 板橋区の産業ブランドの実感を高めるうえでの課題は何だと考えていますか

- A. 【回答項目】 各産業ブランドコンセプト等 / 区内外への産業情報の発信機会 / 表彰・展示機会 / 産業イベント
【選択肢】 1.非常に重要な課題 2. やや重要な課題 3.どちらとも言えない 4.あまり重要な課題ではない 5.課題ではない

支援
利用
状況

Q.5 板橋区の産業ブランドに関する取組に触れたことはありますか

- A. 【回答項目】 各産業ブランドコンセプト等 / 区内外への産業情報の発信機会 / 表彰・展示機会 / 産業イベント
【選択肢】 1.触れたことがある/参加したことがある 2. 取組は知っているが目にしたこと/参加したことは無い 3.取組を知らない

KPI⑦の調査項目（案）

調査対象

区内事業者

区民

KPIが示す要素

単一

複数
(並列)

複数
(階層)

施策6 KPI⑦		区の産業に愛着を有し将来は区の産業に関わりたいと考えている子どもたちの割合	
回答者 選定		Q.0-1 ご家族に小学生～大学生までの子どもがいらっしゃいますか	
		A. 1.はい 2.いいえ ※「1.はい」と回答した方のみ以降の質問へ回答頂く	
		Q.0-2 お子様はどれに該当しますか（複数人お子様がいる場合は最年長のお子様について回答ください）	
		A. 1.大学生 2.高校生 3.中学生 4.小学生	
施策 レイヤー	総合 評価の 現状値	Q.1 自身の子どもの板橋区産業・企業への関心はどの程度ですか	
	総合 評価の 変化	A. 1.板橋区産業・企業へ愛着を持ち、将来的には仕事として関わりたいと考えている 2.板橋区産業・企業へ愛着を持っているが、将来的には仕事として関わりたいとは考えていない・分からない 3.板橋区産業・企業への愛着は薄い	
取組 レイヤー		Q.2 昨年度に比べて、自身の子どもの板橋区産業・企業への関心はどのように変化したと感じますか	
		A. 1.より高まった 2.やや高まった 3.変わらない 4.やや薄まった 5.より薄まった	
	総合 評価の 要因	Q.3 自身の子どもの板橋区産業・企業への関心に影響しているのは何が要因ですか	
		A. 【回答項目】 区内産業・企業を知る機会 / 区内産業・企業の製品・サービスを体感する機会 / 理系教育など専門的な教育機会 / 職業体験機会 【選択肢】 1.強く影響している 2.やや影響している 3.変わらない 4.あまり影響していない 5.ほぼ影響していない	
	自社の 課題感	Q.4 自身の子どもの板橋区産業・企業への関心喚起に効果的な機会は何と考えていますか	
		A. 【回答項目】 区内産業・企業を知る機会 / 区内産業・企業の製品・サービスを体感する機会 / 理系教育など専門的な教育機会 / 職業体験機会 【選択肢】 1.非常に効果的 2.やや効果的 3.どちらとも言えない 4.あまり効果的ではない 5.効果的ではない	
	支援 利用 状況	Q.5 区民・子どもに対する産業への関心を高めるイベント・機会に参加されていますか	
		A. 【回答項目】 区内産業・企業を知る機会 / 区内産業・企業の製品・サービスを体感する機会 / 理系教育など専門的な教育機会 / 職業体験機会 【選択肢】 1.参加している 2.取組は知っているが参加していない 3.取組を知らない	

KPI⑧の調査項目（案）

調査対象

区内事業者

区民

KPIが示す要素

単一

複数
(並列)

複数
(階層)

戦略7 KPI⑧		板橋区工業・商業・農業によって区民生活の質が向上していると感じている区民の割合
施策 レイヤー	総合 評価の 現状値	Q.1 現在、区の産業によって生活の質が向上していると感じていますか A. 【回答項目】 産業全体 / 製造業などの工業 / 商業・サービス業 / 農業 【選択肢】 1.向上している 2.やや向上している 3.どちらとも言えない 4.やや向上していない 5.向上していない
	総合 評価の 変化	Q.2 昨年度に比べて、区の産業による生活の質の向上実感はどのように変化していると感じますか A. 【回答項目】 産業全体 / 製造業などの工業 / 商業・サービス業 / 農業 【選択肢】 1.より実感しやすくなった 2.やや実感しやすくなった 3. 変わらない 4.やや実感しにくくなった 5.より実感しにくくなった
取組 レイヤー	総合 評価の 要因	Q.3 区の産業による生活の質の向上実感及び昨年度からの変化に影響している要因は何と考えていますか A. 【回答項目】 質向上に繋がる製品・サービスの開発 / 産業と生活の繋がっていることの理解 / 日常の中で板橋区産製品・サービスに触れる機会 【選択肢】 1.強く影響している 2.やや影響している 3.変わらない 4.あまり影響していない 5.ほぼ影響していない
	自社の 課題感	Q.4 区の産業による生活の質の向上をさらに進めるうえでの課題は何だと考えていますか A. 【回答項目】 質向上に繋がる製品・サービスの開発 / 産業と生活の繋がっていることの理解 / 日常の中で板橋区産製品・サービスに触れる機会 【選択肢】 1.非常に重要な課題 2. やや重要な課題 3.どちらとも言えない 4.あまり重要な課題ではない 5.課題ではない
	支援 利用 状況	Q.5 区の産業による生活の質向上に関わる取組に触れたり参加したりしていますか A. 【回答項目】 産業イベント / 新製品の実証実験 / 板橋区産製品・サービスの生活実装 【選択肢】 1.触れたことがある/参加したことがある 2. 取組は知っているが目にした事/参加したことは無い 3.取組を知らない