
板橋区産業振興構想 2025 (素案)

平成 28 年 2 月

目 次

序章 板橋区産業振興構想 2025 の策定にあたって	
1 前構想の策定.....	1
2 前構想に基づく施策の推進.....	2
3 前構想の評価について.....	6
4 新たな産業振興構想の策定について.....	8
5 区内産業の現況と課題.....	11
第1章 板橋区産業の将来像	
1 板橋区産業の将来像.....	17
2 将来像の実現に向けた方向性.....	19
第2章 産業振興施策の強化	
産業振興の戦略.....	21
戦略・施策体系図.....	22
1 工業.....	23
(1) 基本目標.....	23
(2) 工業振興の施策のあり方.....	23
2 商業その他産業.....	26
(1) 基本目標.....	26
(2) 商業その他産業振興の施策のあり方.....	26
3 農業.....	29
(1) 基本目標.....	29
(2) 農業振興の施策のあり方.....	29
4 産業ブランドの確立に向けて.....	32
(1) 産業ブランド確立の重要性.....	32
(2) 産業ブランドの確立に必要なこと.....	32
(3) 未来に向けた産業ミュージアムの整備.....	32
(4) 産業観光によるブランドストーリーの伝道.....	33
第3章 達成目標	
1 達成目標.....	34
2 参考指標.....	36
第4章 推進に向けて	
1 推進体制.....	37
2 進行管理について.....	39

序章 板橋区産業振興構想 2025 の策定にあたって

1 前構想の策定

板橋区では、平成17年3月に、区内産業の持続的な発展を促進することにより、区民生活の向上に寄与することを目的として「板橋区産業活性化基本条例」（以下「基本条例」といいます。）を制定しました。同年12月には、基本条例第4条に基づき、区産業の将来像を明らかにし、その実現に向けた産業振興の方策を示す「板橋区産業振興構想」（以下「前構想」といいます。）を策定して産業振興施策を推進してきました。

前構想は、板橋区産業の将来像を「夢に形を 産業文化都市 いたばし」と定め、将来像を実現するための方策として「新産業の育成」と「産業支援施策の強化」を掲げました。

（1）新産業の育成

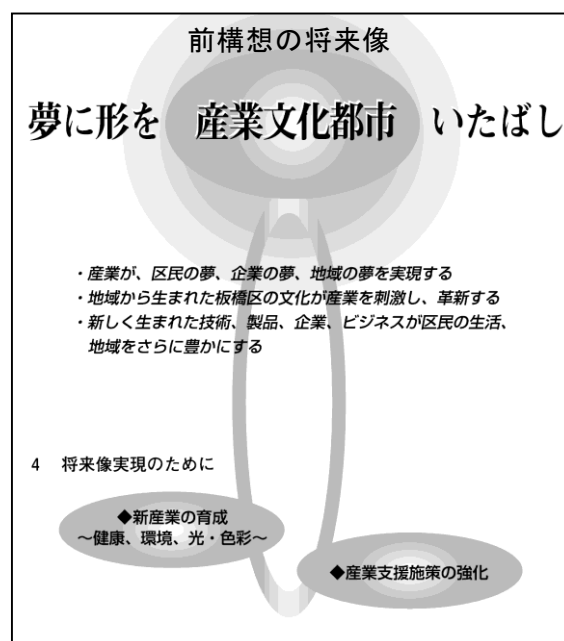
新産業の育成にあたり、区の地域特性や産業構造などを分析し、板橋区の地域資源を活かした産業を育成するため、「健康」「環境」「光・色彩」の3つのテーマを選びました。

これらの産業を板橋区産業の特色として育成していくために、新産業育成ゾーンの整備と、テーマに沿った産業振興施策や産学公連携によるプロジェクト等の推進を提言しました。とくに、「板橋区の新産業育成ゾーン」として、工場の操業環境など立地条件の良好な新河岸・舟渡地域を選び、このゾーンの核として、新産業を育成する研究開発やデザインセンター機能を集約した「新産業育成プラザ」の整備の検討を提言しました。

（2）産業支援施策の強化

区内産業の環境変化への対応力を高めるための産業支援施策として、次の7項目を掲げ、施策体系を明らかにしました。

- ・人材育成 ・知識・技術・市場対応力の高度化 ・創業の促進
- ・魅力ある産業まちづくりの推進 ・地域循環の促進 ・広域連携 ・ITの強化



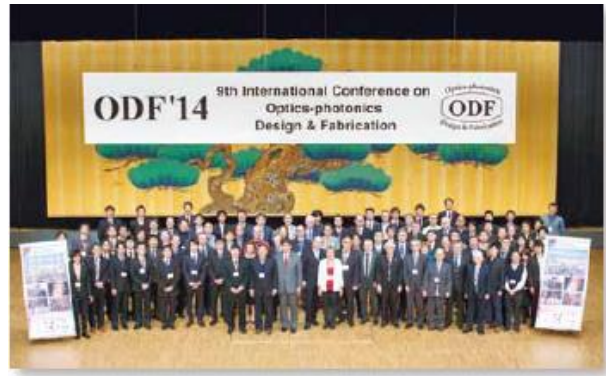
2 前構想に基づく施策の推進

前構想の期間である、平成18年度から27年度までを振り返ると、経済のグローバル化の進展、地球温暖化、労働力人口の減少、世界同時不況、東日本大震災など、区の産業や事業者を取り巻く環境は急速かつ大きく変化しました。また、情報通信技術（以下「ICT」といいます。）が飛躍的に発展し、経済活動や区民生活にも大きな変化をもたらしました。こうした変化の中で板橋区は、前構想に基づき様々な産業振興施策を推進してきました。

(1) 新産業の育成

① 光学のまち・板橋を世界に「ODF'14 in ITABASHI」

新産業育成のためのテーマの一つである「光・色彩」では、『光学設計・製造に関わる国際会議（ODF）』を板橋区に招致し、平成26年2月に開催しました。これは区の代表的な産業の一つである光学を軸としたブランド戦略であるとともに、招致までの過程で連携を深めた日本光学会をはじめ、宇都宮大学、大阪大学、理化学研究所など、学術研究機関との関係強化にも寄与する取組でした。さらにこの取組を契機に、区内の有力な企業や関係団体が連携し、産業ブランド確立のために取り組む「板橋産業ブランド戦略会議（ブランド・コア）」の発足にもつながり、産業ブランド確立に向けた飛躍の第一歩となりました。



ODF'14 in ITABASHI の開催風景

② 個性とアイデアで勝負！新産業育成に向けた商店街活動

新しいライフスタイルに注目した「健康、環境、光・色彩」商店街活動のうち、健康商店街活動の展開では、平成27年度に株式会社タニタと連携した「いたばし健康プロジェクト」商店街事業としてハッピーロード大山商店街にタニタ監修のヘルシーランチを提供する「大山SUKUSUKUカフェ&キッズ」を開設しました。

「環境商店街」活動の展開としては、商店街街路灯のLED化を推進し、街路灯設置71商店街のうち、48商店街が完了しました。

「光・色彩商店街」活動の展開では、「区民が選んだ板橋のいっぴん」のロゴマーク・キャラクターデザインを東京家政大学の協力により平成20年度に制作しました。

「子育て」に注目した上板南口銀座商店街では、淑徳短期大学の協力により、デザイン性にバリアフリーの視点を加えた、「子育て支援情報マップ」を平成23年度に制作しました。

商店街と地域が連携した取組として、ハッピーロード大山商店街で平成17年に「とれたて村」を開店しました。とれたて村は、商店街が運営する地方の物産を扱うアンテナショップです。商店街にとっては地方の特産品やイベントで賑わいや集客力を高め、提携市町村にとっては物産品の販路拡大や地域の情報発信だけ



とれたて村の様子

でなく大消費地でのマーケティング等の情報収集にもなり、板橋区にとっては区民と地方との交流を商店街の力で促進することで産業振興・地域振興に寄与することとなり、三者相互にメリットのある仕組みを構築することに成功しました。この取組は、平成26年5月、農林水産省「ディスカバー農山漁村(むら)の宝」(第1回)の中で、全国23の優良事例の一つに選定されました。

③ 新産業育成ゾーンが新たなステージへ

新産業育成ゾーンの整備では、工場立地法準則条例を改正し、特定工場に義務付けられる緑地率を、都区内では他に先駆けて緩和し、規模の大きい工場の立地継続を促進しました。このゾーンの核となる施設の整備では、区立工場ビル(現：区立ものづくり研究開発連携センター)を立地推進拠点と位置付け、「板橋区産業技術支援センター」や「理研板橋連携研究センター」を設置して技術支援機能を充足させました。また、企業誘致機能についても、区立工場ビルの中に先進的優良企業を誘致するための減免制度の運用により有力なベンチャー企業の誘致に成功し、さらにベンチャーや研究開発型企业向けのラボの整備も進めています。新産業育成ゾーンの整備は、新しい企業群と区内企業の集積と融合という新たなステージへの展開が始まっています。

(2) 産業支援施策の強化

① 住みやすく・働きやすく(魅力ある産業まちづくりの推進)

新河岸二丁目の工業地域において「住みやすく働きやすい魅力あるまちづくり」をめざす地区計画を平成23年に決定しました。板橋区は、工場の操業環境を保全する地区計画として舟渡三丁目地区計画を全国に先駆けて決定

し、新河岸二丁目での取組は二例目となりますが、建物の最低敷地面積を盛り込むなど、新河岸二丁目ではさらに一步踏み込んだ内容となっています。また、地区計画の決定に当たっては、地域の産業団体として様々な地域活動を行い、地域住民との良好な関係を築いている「新河岸工業会」が大きな役割を担いました。

商業系では「地域連携型モデル商店街事業」を展開し、延べ5か所の商店街の取組に対して支援しました。



新河岸二丁目地区計画パンフレット

② 働きがいのあるまちをめざして（人材育成）

「働きがいのある会社賞」を創設し、従業員満足度の高い企業を表彰するとともに、セミナーや講演会などの啓発事業を併せて行いました。他にも各種セミナーや見学会、就職面接会などの事業を展開し、産業人材開発、就労支援、次世代育成などの施策を充実させてきました。

③ イノベティブ・いたばし（知識・技術・市場対応力の高度化）

「新製品・新技術開発チャレンジ支援事業」などにより、区内企業の研究開発機能を強化するとともに、航空産業への参入支援やデザイン機能の強化のための講座を開講しました。

④ チャレンジ！起業家（創業の促進）

企業活性化センターが中心となって、平成20年3月「創業支援ネットワーク」を創設し、専門家や金融機関等が連携して、創業時・創業後の様々な課題や悩みに対応しています。また、産業競争力強化法に基づく区の創業支援事業計画が国の認定を受け、区内で創業する際、修了者が株式会社設立時に登録免許税の減免等が受けられる「創業4分野マスターコース」を平成26年度から開始しています。一方、創業時に必要な資金調達のための地域支援ファンドの設立については、将来的な検討課題となっています。

⑤ 安心地元野菜で地産地消（地域循環の促進）

地産地消活動の推進として、若手農業者の農産物直売会や学校給食への区内野菜の供給などを実施しました。また、環境活動の促進として、環境商店街活動への支援、(一社)板橋産業連合会が主催する環境・公害研修、板橋区商店街連合会が実施するペットボトルキャップの回収などの活動を支援しました。

⑥ 板橋から広がる多様な連携（広域連携）

産学公連携として首都大学東京と包括協定を締結したほか、ものづくり夜間大学校などの事業で各大学との連携を進めました。また、産業ブランド構築に向けた取組の中で、学術研究機関等との連携を進めるとともに、板橋産業ブランド戦略会議による連携を強化してきました。

⑦ 知って得する板橋区企業情報（ITの強化）

リーディング企業ガイドの内容充実に努め、製造業データベースの情報整備・充実に努めるとともに、メールマガジンを発行し、ツイッター、フェイスブックの活用などにより、情報発信力を強化しました。

⑧ 災害に打ち勝つ安心・安全 No.1 都市（災害対応力の強化）

BCP策定支援を行い、災害に強い企業づくりへの支援を行いました。また、災害に対応した産業融資制度の検討については、災害により事業所などがり災した企業について、利子補給率を3割加算する制度を導入し、運用しています。

⑨ 板橋発の全国モデル・経営改善チーム（その他の取組）

前述した「創業支援ネットワーク」を活用し、リーマンショック後、平成21年度より、企業活性化センターにおいて、経営改善チームによる相談事業を開始しました。経営状況の厳しい企業の経営者に寄り添い、専門家や金融機関とのネットワークを活かして、丁寧に経営改善を支援するこの取組は、国からも注目され、中小企業庁が全ての都道府県に平成26年度より設置した「よろず支援拠点」のモデルになりました。

このように、前構想のもと、様々な施策を展開し、「産業文化都市いたばし」の実現に向けて一定の成果を上げてきました。

3 前構想の評価について

(1) 前構想における達成目標

工業	商店街	創業
[平成 22 年度まで] 23 区中製造業事業所数が 上位 10 区(板橋区と同じ工 業集積地域)の中で労働生 産性が第 1 位であること。 (ただし、4 人以上 100 人 未満の事業所に限る。)	近隣商店街に対する区民の 満足度が 50%を超えるこ と。	新規事業所開業数・・・5,000 社(5 年間の累計)に達す ること。
[平成 23 年度以降] 23 区中、付加価値額が第 1 位であること。※		

※工業の達成目標については、「外部要因」に左右されないよう事業所規模を一部に絞り込んでいきましたが、わかりにくいことや、あくまでも区の全体数値で比較すべきとの判断から、平成 23 年度に上記のように改定を行いました。

(2) 目標の達成状況について

① 工業：付加価値額

平成 24 年は 23 区内において大田区に次いで第 2 位、平成 25 年は大田区、墨田区に次いで第 3 位、平成 26 年速報値では第 1 位となり、目標を達成しました。

23 区における付加価値額順位（上位 5 区）

	平成 24 年		平成 25 年		平成 26 年(速報値)	
	区名	金額(百万円)	区名	金額(百万円)	区名	金額(百万円)
1	大田区	206,440	大田区	187,103	板橋区	183,792
2	板橋区	157,836	墨田区	157,977	大田区	179,287
3	墨田区	148,716	板橋区	153,464	墨田区	153,415
4	足立区	134,270	江東区	115,309	江東区	119,286
5	江東区	121,828	足立区	109,680	北区	102,057

出典：2011～2013 東京の工業（東京都）

② 商店街：近隣商店街に対する区民の満足度の推移

「板橋区区民意識意向調査」においては、「魅力ある商店街が身近にある」という設問に対し、平成 15 年度以降、満足している（「満足」＋「まあ満足」）区民の比率は 3 割以上 5 割未満となっています。平成 23 年度には、44.1% に上昇しましたが、翌年の平成 25 年度には減少に転じ、38.6% となりました。

近隣商店街に対する区民の満足度の推移

平成15年度	平成17年度	平成19年度	平成21年度	平成23年度	平成25年度
34.1%	36.2%	34.6%	35.8%	44.1%	38.6%

出典：平成25年度板橋区区民意識意向調査報告書（板橋区）

③ 創業：新規事業所開業数

平成6年以降の区内の新規事業所開業数は下表の通り、平成18年10月から平成24年2月までの約6年間の開業数合計は、1,928件となっており、1年間に約300件が開業されていることがうかがえます。

新規事業所開業数

期間	平成6年 5月～ 8年9月	平成8年 10月～ 11年6月	平成11年 7月～ 13年9月	平成13年 10月～ 16年6月	平成16年 7月～ 18年9月	平成18年 10月～ 21年6月	平成21年 7月～ 24年2月
開業数 (件)	1,492	2,730	1,301	2,295	2,846	1,110	818

出典：事業所統計及び経済センサス基礎調査、活動調査（公務を除く）（総務省）

(3) 総括

前記のとおり、構想の実現に向けた様々な施策に取り組んだことにより一定の成果は見られたものの、全ての目標の達成までには至りませんでした。リーマンショックに端を発する世界同時不況や東日本大震災などにより区内産業にとって極めて厳しい経済状況が続いたことや、各施策間のつながりが弱かったためその実施結果が達成目標に強く作用しなかったことなどが主な理由に挙げられます。

4 新たな産業振興構想の策定について

わが国は少子高齢・人口減少社会が到来し、これからの10年においては消費絶対量の減少、人材確保の困難さの増大、事業承継や技術・技能承継の困難化による経営資源の散逸等、産業面でも多大な影響が生じることが予測されます。一方、明るい話題としては、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催による国際的情報発信力の向上、国内外からの来街者の増加が期待されます。

このような社会・経済環境の変化に対応し、区産業の一層の活性化を図っていくために、前構想を継承する「板橋区産業振興構想2025」（以下「構想2025」といいます。）を策定します。

構想2025では、外的要因の変化などに柔軟に対応できるように、構想とその実現に向けた事業計画とを分離して改訂しやすくするとともに、将来像の実現に向けた方向性と戦略を明確に打ち出し、施策相互の関連性を強め、一体的な施策体系をもって強力に施策を推進します。

（1）構想期間

平成28年度を始期として概ね10年間の板橋区全体の将来像を描く「板橋区基本構想」が平成27年10月13日に策定されました。これに合わせ、平成28年度を初年度とし、平成37年度までの10年間を構想期間とします。

（2）構想2025の位置づけ

① 基本条例との関係性

構想2025は基本条例第3条に定める産業活性化の基本方針に基づき、次のとおり産業の振興を図ります。

- ・ 事業者自らの創意工夫によって自律的な発展を促進します。
- ・ 生活及び産業が調和したまちづくりを推進します。
- ・ 地域資源を積極的に活用して新たな価値を創造します。
- ・ 事業者を中心に、区民及び区が一体となって産業の活性化に努めます。

② 政策体系における位置づけ

板橋区基本構想では、板橋区全体の将来像を「未来をはぐくむ緑と文化のかがやくまち“板橋”」とし、産業分野を「光輝く板橋ブランド・産業活力ビジョン」として、そのあるべき姿を次のように定めています。

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）が生まれ出され、楽しく心豊かに暮らせるまちを実現しています。

構想 2025 では、この板橋区基本構想及び板橋区基本計画 2025 の考え方に基づき、より具体的な、区産業の将来像、将来像の実現に向けた方向性と、産業振興施策の強化に向けた戦略と各分野別目標、施策のあり方などを示すこととします。

③ 事業計画の策定

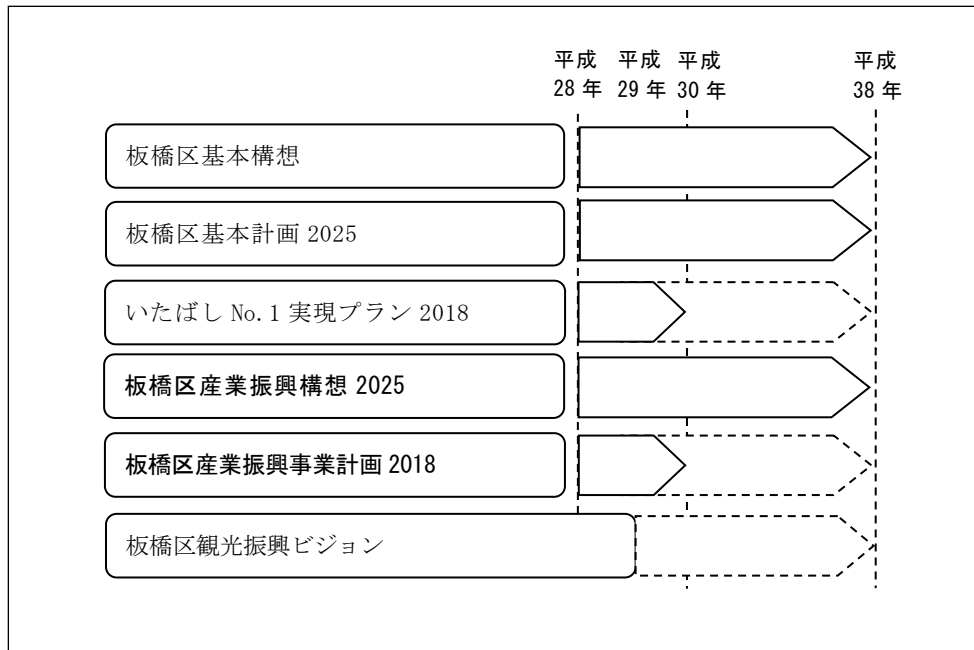
構想 2025 では、社会・経済環境の変化に対応し、柔軟に施策を展開できるようにするため、構想に基づく区の施策の具体的な事業内容を記載した「板橋区産業振興事業計画 2018」（以下「事業計画」といいます。）を別途策定します。

事業計画は、区内産業の実態に即した施策展開を図るため、短期間ごとに PDCA（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）を実施し、3年後に更新を行います。

④ 板橋区農業振興計画について

平成 27 年 4 月に制定された「都市農業振興基本法」に基づき、農業振興のための施策を体系的に展開していくための指針とすべき基本計画として「板橋区農業振興計画」を策定することから、この構想 2025 と事業計画をもって板橋区農業振興計画とします。

政策体系における位置づけ



5 区内産業の現況と課題

構想 2025 の策定に際し、区内産業の現況と課題を整理します。

(1) 社会環境

① 人口減少・高齢化社会の到来

板橋区の人口は平成 32 年をピークに、徐々に減少していくことが予測されています。年々生産年齢人口の減少と高齢化率の上昇が進んでいる状態であり、今後本格的な人口減少・高齢化社会を迎えます。

② 成熟社会の到来

わが国は、高度経済成長を経て安定成長期を迎え、確実に量的拡大のみを追求する経済成長が終息に向かう中で、精神的豊かさや生活の質の向上を重視する「成熟社会」の時代を迎えています。経済活動や人々の生活に対する価値観において、量から質への転換が起こっており、人々の消費行動においても「心の豊かさ」を重視した消費動向が見られます。

③ 持続可能社会の必要性

地球の物質循環や生態系の破壊、ひいては人類社会の破綻を回避するために、私たちは、地球という有限な器の中で「持続可能な社会」を築いていかねばなりません。事業者の視点でも、環境に配慮した経営はコスト削減などのメリットがあり、環境に寄与する技術の開発・普及においても産業界は大きな役割を担っています。

④ グローバル化の進展

デフレや少子高齢化が進み、国内需要が縮小する一方、経済活動のグローバル化が進んでいます。事業規模を問わず、国内と海外の市場を隔てる様々な障壁が取り払われつつあり、日本に居ながらにして、新興国等との競争環境に置かれるようになりました。そのような中、ものづくり産業においても、国内と海外との機能分担を図り、世界最適生産による優位性を形成することが重要となっています。

⑤ ICTの発展と普及

近年の ICT の発展により I o T (Internet of Things : センサーや機械類など“モノ”をインターネットに接続する技術) を活用した、製造業の構造を一変させるような新たな動きが見られます。これまでは財務管理や業務管理は PC で、生産管理や工程管理はそれぞれの工作機械で行うといった具

合に、ICTの活用は「部分」に留まっていた。しかし、ICTの急速な発展により、ものづくりに必要なすべての管理を一元的に行うことが可能になりつつあります。例えば一元管理された工場が外部の企画開発部門や研究施設や他の工場とつながることで、生産が市場と直結したリアルタイム多品種大量生産が実現可能になる等、ものづくりの生産プロセスが劇的に変化しつつあります。さらに3Dプリンター等のデジタル工作機械の普及により、ものが印刷機で容易に作り出されたり、クラウドファンディングによる資金調達の環境が整うなど、ものづくりの垣根が飛躍的に低くなったことで、個人やベンチャー企業などものづくりにチャレンジできる主体が多様化してきています。

また、商業においても、インターネットを活用した様々な販売形態が生まれたり、物流においてシステムの革新が進む等、ICTが多くの産業分野に多大な影響を与えています。

(2) 区内産業の特性

① 産業構造と創業の実態

区の事業所数及び従業者数については年々減少しており、その減少率は23区の平均値よりも高くなっています。

区の産業構造（業種別構成比）を見ると、卸売業・小売業が事業所数及び従業者数ともに最も多く、次いで宿泊業・飲食サービス業、製造業が多くなっています。製造業や医療・福祉については従業者数が、23区の平均値と比較してはるかに高い比率を示しており、大規模な工場や病院が多いことを示しています。中でも後述のとおり製造業は、区産業を特徴づける産業といえます。

また、区では1年間に約300件が開業していますが、東京都や全国に比べ、創業比率は低くなっています。

② ものづくり産業の主な特性と課題

1) 東京都を代表する工業都市

区のものづくり産業は、明治9年に建設された陸軍の板橋火薬製造所から始まり、光学兵器などの軍需工場が集積しました。戦後は、その技術者たちが区内で数多くの工場を立ち上げました。特に、光学・精密機器産業と、高度経済成長期に伸びてきた印刷業が、区の地場産業として挙げられます。中でも光学・精密機器産業については、国内をはじめ海外シェアにおいてトップクラスの企業もあり、最先端の技術と品質を誇っています。

近年は事業所数、従業者数、製造品出荷額等、付加価値額ともに減少傾向にあるものの、23区内では常に上位を維持しており、東京都を代表する工

業都市としての役割を担っています。

区の立地メリットとして、都区内陸部随一の工業専用地域や全国でも珍しい産業育成型の地区計画を策定した工業地域など、豊富な工業系用地を有していること、中山道、川越街道、環状7・8号線等の主要幹線道路やJR、私鉄、地下鉄やその他路線バス等の公共交通網の整備により、都心部へのアクセスに恵まれていること、都心部に比べて土地価格等の立地コストが安価であることが挙げられます。そのようなものづくり産業にとって恵まれた立地環境のもと、新河岸・舟渡地域には、日本を代表する鉄鋼大手企業等の大規模な工場が立地し、区域全域に、印刷業や光学機器等をはじめとする都市型ものづくり産業の事業所が立地しています。

しかし、事業所数の減少による集積力の低下やマンション等の住宅の増加による住工混在の中での操業環境の維持が近年の課題になっています。ものづくり産業の立地基盤となる立地環境を、広くまちづくりの視点から整備していくことが重要となっています。

2) 新たな事業発展に向けた取組状況

変化する市場の中で厳しい競争環境を勝ち抜くためには、技術の開発・向上、生産ネットワークの形成、設備の充実など自社製品の付加価値を高めるための様々な取組が必要です。しかし、「平成26年度板橋区産業実態調査」の結果では、これらの取組を行っている事業所は半数に満たないことが判明しました。一方で、経営状況が黒字基調の事業所は7割弱がこれらに取組んでいることから、新たな事業発展に向けた取組は経営の安定化につながる要素であることがうかがえ、その促進が課題となっています。

3) 事業承継の現況

事業所代表者の高齢化が進んでおり、「平成26年度板橋区産業実態調査」の結果では、事業承継者が決定している事業所が3割に達しておらず、事業承継やそれに付随して生じてくる技術や技能の承継が課題となっています。

③ 商業その他産業の主な特性と課題

1) 宿場町が形成してきた商業都市

江戸時代に中山道や川越街道の宿場ができ、この宿場町での商品経済が現在の区商業の礎となりました。区内にはターミナル駅がなく、各駅や団地を中心とした商業集積が数多く展開しており、現在95商店街が区内に立地しています。

55万人の定住人口をターゲットとした個人消費の潜在力を有しており、全国的にも注目を浴びている独自の商店街活動も見られます。

このように、活動に積極的な商店街がある一方で、東京都全体と比較すると、会員数規模が小さい商店街が多く、商店数及び従業者数はともに継続的に減少しており、事業環境として、大型店やコンビニの影響、インターネット販売等消費者の買い物手段の多様化などにより、年間商品販売額も減少しています。

2) 商店街活動の現況

「平成25年度東京都商店街実態調査」によると、「後継者不足」、「業種構成に不足がある」、「集客の核となる店舗がない」といった問題を抱えていることが浮き彫りになっています。しかし、そのような問題に対して、個店の経営努力、売上を伸ばすための具体的取組を実施している商店街は板橋区では2割強に留まっています。その取組の大半を「イベント開催」が占めていますが、商店街が単独で実施しているところが多く、地域等との連携があまり進んでいません。

地域住民にとって、商店街は買い物の利便性を高めるためだけでなく、防犯・防災、安心・安全で環境にやさしいまちづくりなど、地域全体の公共的な役割を果たす重要な存在となっており、地域コミュニティとの連携が期待されています。そのような中、国では平成21年8月に「地域商店街活性化法」を施行し、商店街が「地域コミュニティの担い手」として行う地域住民の生活の利便を高める試みを支援することにより、商店街の活性化や商店街を担う人材の対策の強化を図っています。

3) その他産業の特性と課題

区の産業構造を見ると、事業所数では卸売業・小売業に次いで多い宿泊業・飲食サービス業や、生活関連サービス業・娯楽業等の産業は、55万区民の生活の利便性や街ににぎわいをもたらす来街者の受け入れ環境に関わる重要な産業となっています。これらの産業は、現場でサービスを提供する「人」が価値を創造するため、削減が困難な人件費の経費率が高く、利益率を上げていくことが困難な業態となっています。このように、製造業と比べ生産性が低いサービス産業は利用者に訴求する魅力を形成し、サービスの価値を増大させることが課題となっています。

4) 求められる個店の魅力づくり

地域住民が商店街にあまり行かない理由を見ると、「魅力的な個店がない」ことが最も大きな要因となっています。また、区内商店街でも商店街が活性化するためには、個店の努力が最も必要と認識されており、多種多様な業種で構

成されている商店街において、「個店の魅力づくり」が活性化のための重要な要素となっていることがうかがえます。

④ 農業の主な特性と課題

1) 農地の保全とその活力たる人材の継承

かつて板橋区は豊かな湧水に恵まれ、現在の高島平地区は見渡す限りの水田が広がり、東京屈指の米どころと言われていました。また、畑作も武蔵野台地の土の上に陸稲、雑穀をはじめ、大根、ごぼう、人参、里芋などの根菜類が栽培され、米と同様に市場に出荷してきました。

急激な都市化の波により、過去と比べ板橋区の農地面積も約23ヘクタールまで減少しました。しかし、現在東京23区で農地が存在するのは板橋区も含めた10区であり、首都東京における貴重な農地を形成しています。この農地の保全が区農業の振興上の大きな課題といえます。

この農地を守る活力としての人材面においては、農業従事者の高齢化が進んでおり、現在農業従事者の約7割を60歳以上が占めています。区農業の将来の担い手を確保するため、農業承継の環境整備、人材育成、就農希望者の取り込みも区農業を将来にわたって継続していくための重要な要素です。

2) 板橋産の農作物の活用

区内作付面積を見ると、「野菜類」が最も多く全体の約8割を占めています。野菜のほかにも、果樹、花き類、植木など幅広く生産されています。

農地面積が小さいため、区内農作物の生産量も多くはなく、対外的な認知度も高くはありません。ただ、農産物直売所や直売スタンド等で供給される新鮮で安心・安全な野菜や、給食食材として供給される区内産野菜は、地産地消の基礎を成し、区民や子どもたちの区農業に対する深い理解の醸成につながります。

トマトなど完熟果実の提供やブランド野菜の育成など、集約的農業ならではの地産地消の伸展も、区農業における課題といえます。

3) 農の持つ多面的な機能

農業というと、どうしても農地面積の広さや農作物に注目しがちですが、都市部だからこそ大事にしたい農の機能があります。コンクリートやアスファルトが大部分を占める生活環境の中に潤いをもたらす景観保持機能や環境保護機能、災害時の避難場所としての防災機能、子どもたちの農業体験や食育等の教育的機能など農は様々な機能を有しています。この農の持つ多面的な機能に注目し、農地や農作物以外の側面から農を活用していくことが、これからの農業振興において重要な意味を持っています。

また、日本の文化や地域社会を支えてきた農業の価値を見直す意味で、区民が区内で農業に触れることのできる環境づくりを行っていく必要があります。

1 板橋区産業の将来像

未来を輝かせる 産業文化都市・いたばし

板橋には三つの産業文化がある。

技術や経験を“価値のあるもの”にする文化
身近なにぎわいと豊かさを地域にもたらす文化
みどり豊かな大地の恵みを地域に伝える文化

これらの文化が産業を担う人々に刺激を与えることで、板橋区産業に独自の個性と強みを与えています。これからの10年、少子高齢化が進行し、精神的豊かさや生活の質の向上を重視する成熟社会に向けては、この個性や強み（＝地域資源）に一層のみがきをかけるとともに、板橋区になかった文化（＝外部資源）を積極的に受け入れ、双方が刺激しあうことにより、時代のニーズに応える新しい産業や製品技術を生み出します。さらに、三つの文化（工・商・農）相互が刺激し連携しあうことで、従来の産業の枠を超えた新たな価値が生み出され、区民の生活、地域をさらに豊かにし、産業文化都市として未来を輝かせる存在としてあり続けることを願うものです。

「産業文化都市・いたばし」の持つ三つの文化とは

板橋区は、55万人が生活し、都区内トップクラスの工業集積と、身近なところにある商業のにぎわいと、同時に緑豊かな農業の息づく地域で、これらが約32km²という範囲内に凝縮されているのは、23区を含む他の大都市圏においてあまり見られない特徴であり、板橋区産業の個性といえらるとともに、長い歴史の中で工業・商業・農業が独自の進化をしながら、それぞれの文化として存在感を持ち続けてきました。

(1) 技術や経験を “価値のあるもの” にする文化

※戦後直後の経済的混乱期の日本において、いち早く光学機器(双眼鏡)の輸出に活路を見出し、米国の輸入市場で圧倒的なシェアを獲得したのは、板橋区を中心に集積した中小企業のおかげでした。これは大企業の城下町としてではなく、板橋区の中企業が連携する力であり、技術や経験を“価値のあるもの”にする文化でした。

板橋の企業にはオンリーワン、ナンバーワンの製品を生み出すところがたくさんあります。こうした企業たちもその文化を受け継いでいます。光学・精密機器産業をはじめとする製造業はもとより、多様な業種において、優れた“もの”や独自のサービスを提供しています。

※佐賀大学経済論集 第41巻第6号「戦後復興期における中小企業の生産ネットワーク化と輸出競争力—双眼鏡業界にみる事例—」福島宏

(2) 身近なにぎわいと豊かさを地域にもたらす文化

板橋には鉄道のターミナル駅がなく、大きな求心力を持つ繁華街は存在しません。しかし、小さな駅の駅前には、それぞれの個性にあふれる商店街でにぎわっています。宿場町の面影を残す旧街道沿いも板橋の商業の顔です。他にも大型団地や工場街の周辺の商店街など、地域の様々なニーズに応える商店街が数多く形成されてきました。この多様性と親しみやすさも、板橋区の産業文化の一つの側面です。

(3) みどり豊かな大地の恵みを地域に伝える文化

工業化が早かった板橋区は、高島平団地など大規模な住宅開発も早くから行われたため、現在残る農地は決して広くありません。しかし、板橋の農業者の持つ活力は農地面積では測れません。学校や地域住民との交流、江戸東京野菜の栽培など、都市の農地の役割を活かした様々な取組を意欲的に行っています。毎年盛大に開催される板橋農業まつりも板橋の秋の風物詩です。

2 将来像の実現に向けた方向性

将来像の実現に向けた方向性

「五感産業による新たな伝統の創造」

バブル経済の崩壊を契機とした20年を超えるデフレを経て、日本は、ものが売れない時代になりました。良いものを作れば売れる時代は、はるか昔に終わりを告げ、人々がものを欲しがらない、所有したがない時代に、どのようにして会社や店舗さらには産業を持続的に発展させていくかということは、大きな課題となっています。そのような中で、作り手や売り手の視点で、ものを消費者に届けようとしても、それは、一方的な思いに留まり、消費者や区民の心をつかむことはできません。

そこで、構想2025では、人々の五感を通じて板橋区の既存の産業を新たに捉え直す、「五感産業」という視点を提唱します。五感とは、人が持つ視覚、聴覚、触覚、味覚、嗅覚の5つの感覚機能を指し、そこから派生して、ここでは、人のあらゆる感性をも意味する言葉と定義します。五感産業は、狭義では、人の感覚機能を代替することができる高度な五感技術を用いた革新的なデバイスの開発・普及を目指すものであり、また、広義には、人の感性に訴えて、人々の心を満たすような高い満足度を与える買物体験を通じて、ものやサービスを提供することを模索するものとなります。

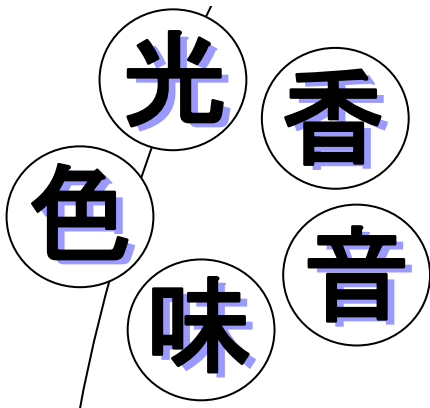
そしてこの五感産業という視点を板橋区産業の各分野にあてはめてみると、例えば、工業分野では、板橋区の強みである光学産業の高度なセンシング技術を利用した介護ロボットや遠隔医療技術などの開発が進められ、商業その他産業分野では、買物をするときはもとより歩くだけでも楽しくなるような、共通のコンセプトを持った統一感のある街並デザインが施された商店街に個性の光る店舗が広がり、さらに農業分野では、農地を身近に感じるような様々な農業体験ができる場を区民に提供するといったことが考えられます。このように、既存の産業をこれまでとは異なる視点で見つめ直すと、消費者や区民の感性を刺激することで消費を促す新しいタイプの産業として、地場産業の更なる発展の余地を見出すことができます。そして、その流れが時間を超えて、板橋区の新たな伝統産業として根付き、未来の区民に受け継がれていくことが期待されます。

<将来像>

未来を輝かせる産業文化都市・いたばし

<方向性>

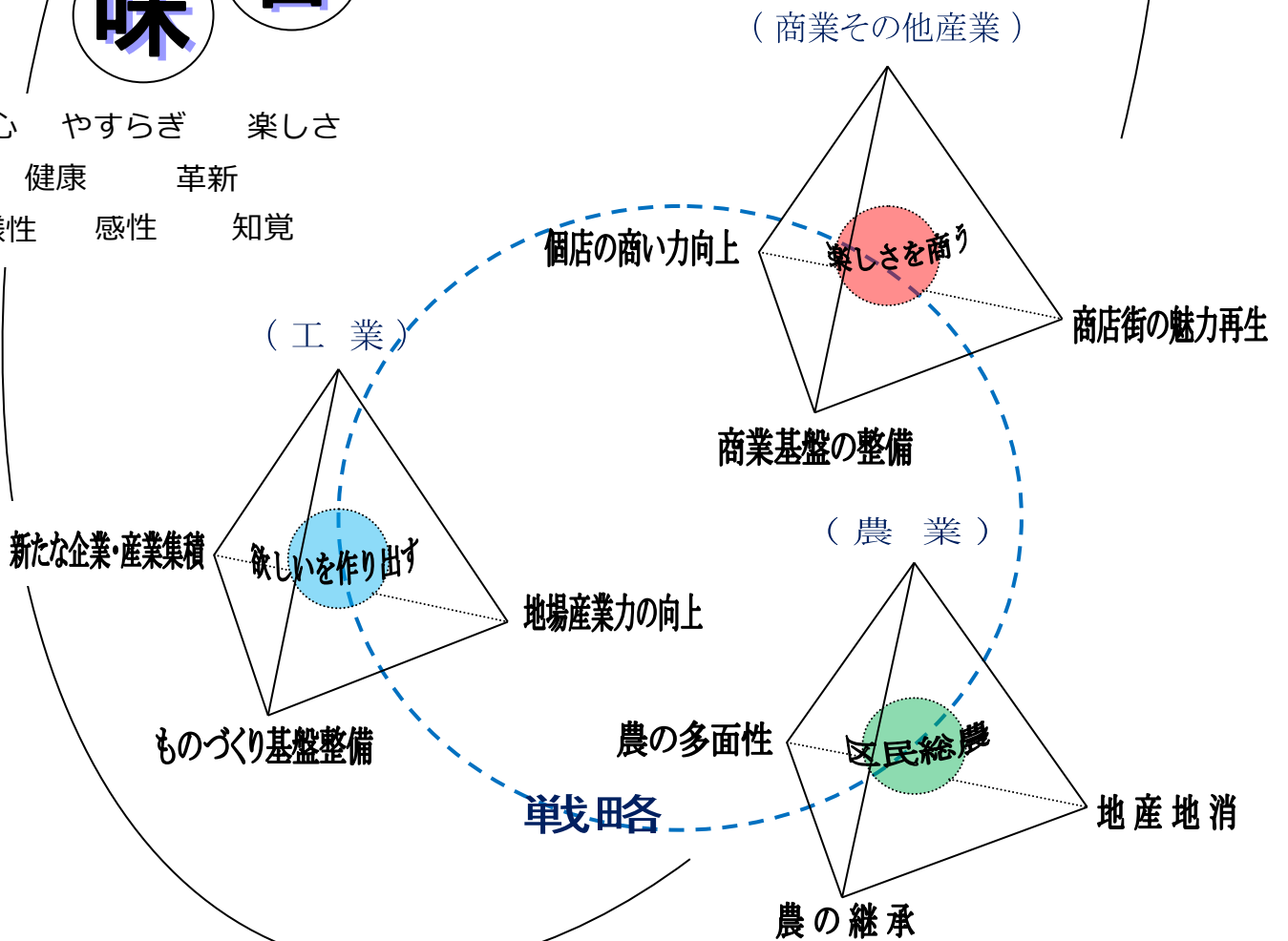
五感産業による
新たな伝統の創造



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



第2章 産業振興施策の強化

基本条例第6条に基づき産業振興施策を推進するにあたり、板橋区産業の将来像を構想期間の10年以内を実現するためには、将来像を見据え、これを実現するための方向性を踏まえて産業振興施策を強化する必要があります。産業振興施策を戦略的に打ち出し、各分野別に基本目標を立てて計画的に施策を推進します。

<産業振興の戦略>

戦略1 産業活動を支えるための基盤を整備する

立地に関する助成制度や生活と産業の調和するまちづくりの検討など、区内の産業人が安心して産業活動を継続できる環境を整えるとともに、貴重な技術や産業人としての志を次世代に継承するための仕組みなどを検討することにより、活発な産業活動を支えるための基盤を整備します。

戦略2 区内の産業人の自己変革や連携を応援する

経営改革や業務改善などの取組をサポートするとともに、新規販路開拓や新製品開発などの新たな取組、新たな連携ができるような仕組みを構築することにより、区内で産業に携わる人々が新しい時代に向けて持続し、成長できるような取組を応援します。

戦略3 新しい時代に向けた産業の風を巻き起こす

区外企業との交流や誘致、新規創業の促進などにより、先端的技術やアイデアなどを持つ人々が区内で活発に産業活動ができる環境を作り、新しい時代に向けニーズを先取りできる産業や文化の創発を促し、都市産業に旋風を巻き起こします。

<戦略・施策体系図>

	≪戦略1≫産業活動を支えるための基盤を整備する	≪戦略2≫区内の産業人の自己変革や連携を応援する	≪戦略3≫新しい時代に向けた産業の風を巻き起こす
	【基本目標】 受け継がれるものづくりの地盤と新たな価値の融合により、光輝く板橋ブランドを確立する		
工業	ものづくり産業の基盤整備 ○立地促進及び継続支援 ○産業のまちづくりの推進 ○産業防災体制の構築 ○事業承継の支援	地場産業力の向上 ○新製品・新技術開発支援 ○先端企業・研究機関・異分野等との連携 ○販路拡大・取引支援 ○ものづくり企業サポート拠点 ○経営者変革支援	新たな企業立地や産業集積の推進 ○研究開発型企業誘致等 ○ものづくりベンチャーの育成支援 ○ものづくり企業サポート拠点 ○立地価値を高める産業ブランド構築
	【基本目標】商店街や個店の個性が光る活気あふれる商いの場を実現する		
商業その他産業	商業その他産業の基盤整備 ○商店街の基盤整備 ○商店街と地域との連携 ○商業者経営サポートの強化 ○事業承継の支援	商店街の魅力再生 ○魅力ある商店街づくり (にぎわいのあるまちづくり) ○複数の商店街の連携事業 ○多言語対応 ○商店街の維持・発展の支援	個店の商い力の向上 ○個店魅力アップ支援 ○多店舗展開支援 ○経営者変革支援 ○起業家の育成
	【基本目標】 活力ある農業と大地の恵みを未来へつなぎ、潤いある区民生活と都市空間を創出する		
農業	農業従事者の育成と農地の保全 ～農の継承～ ○農業の新たな承継者の養成の仕組みの構築 ○農業従事環境の改善のための協働 ○都市計画など土地利用の視点による農地の保全 ○生産性向上のための支援 ○農業経営支援のためのネットワークづくり	板橋産の農作物の活用 ～地産地消の伸展～ ○地産地消のための仕組みづくり ○板橋ブランドの普及促進 ○品質・トレーサビリティの強化策 ○イベントを通じたふれあいの推進 ○農産物需給の安定化	農の多面的な機能の活用 ～農の無限の可能性～ ○農の景観保持や防災機能の促進 ○教育素材や文化創造機能としての活用 ○観光資源など新たな活用の検討 ○他の産業分野との新たな連携の促進 ○板橋区版6次産業の展開
共通	産業ミュージアムの整備 ○(仮称)板橋産業ミュージアムの整備		

1 工業

(1) 基本目標

【基本目標】

受け継がれるものづくりの地盤と新たな価値の融合により、光輝く板橋ブランドを確立する

◆ 強み

都区内で一、二を争う工業集積を誇り、光学に代表される伝統に裏打ちされる高度な製品技術を有する企業が、付加価値の高い製品を生み出しています。

地価など固定費の高い都区内でありながら、都心へのアクセスや雇用環境、生活圏の近さなどの利便性を評価して立地する企業が近年増加しています。

物流の拠点、医療・福祉関係機関、大学、研究機関などの地域資源が豊富にあり、様々な異分野との連携が容易な環境にあります。

(2) 工業振興の施策のあり方

① ものづくり産業の基盤整備

住工商が混在し、様々な立場の人々が往来する過密な都市環境の中で、ものづくり産業の集積を維持・発展させるためには、企業が安心して事業を継続できる環境づくりが不可欠です。企業が区内に立地しやすく、操業を継続しやすくするための施策を展開するほか、大型災害でも業務を継続できるような支援体制を構築します。人材の面では、後継者不足や技術者不足による廃業を未然に防ぎ、技術や企業家としての志を継承するための支援施策を検討し、実施します。

《施策の方向性》

○立地促進及び継続支援

住工商が混在する地域で立地を継続し、発展していくために必要な操業環境の改善や工場の増設、操業環境の良好な地区への移転、区外から区内に移転しようとする企業に対する経費の助成を行います。

○産業のまちづくりの推進

今でも多くの工場が操業する準工業地域において、今後も安心して工場の操業を継続できるよう、産業と生活が融合するまちづくりの検討を行います。併せて工業専用地域等における土地利用のあり方等、区の産業集積を強化できるような立地誘導施策を検討します。

○産業防災体制の構築

災害時に備え、業務を円滑に復旧し継続できるようにするための取組として、中小企業が取り組みやすい板橋型BCP（業務継続計画）の普及に努めるとともに、都市間広域連携における産業防災の面からの支援のあり方について検討します。

○事業承継の支援

企業が、事業承継（M&Aを含む。）を円滑に遂行できるよう、具体的な支援内容を検討します。併せて、技術の継承や雇用の確保の観点から、人材育成・活用のために必要な施策を推進します。特に、女性と高齢者が活躍できる環境整備を図ります。

② 地場産業力の向上

区内の企業は、地価や人件費などの固定費が地方に比べて割高であり、様々な経営努力を払って経営を継続しています。こうした中で区内企業が一層成長していくためには、都市型産業に求められる高付加価値化を実現しなければなりません。そのための徹底した業務改善、ニーズに即応した差別化、新しい連携による新製品開発など、企業が自ら変革する取組を支援し、地場産業の力を向上させます。

《施策の方向性》

○新製品・新技術開発支援

区内のものづくり中小企業が行う新製品や新技術の研究開発に対し、助成制度等の支援策の充実を図ります。

○先端企業・研究機関・異分野等との連携

ものづくり企業が新たな価値を創造するためには、新技術を持つ学術研究機関や、医療・福祉関係など新たなニーズを求める分野とのネットワークづくりが不可欠です。それらのハブとなるべき行政の果たす役割を検討します。

○販路拡大・取引支援

ものづくり企業のさらなる事業発展のために、営業力の強化、取引先開拓、販路拡大等に向けた取組を支援します。

○ものづくり企業サポート拠点

意欲的に新たな価値を生み出そうとするものづくり企業を支援するための拠点を作ります。多種多様な技術力や製造力を持つ区内企業のポテンシャルを見出し、新しい時代のニーズを捉えた製品づくりへの活用を図ります。さらにものづくりベンチャー企業支援や企業立地促進などの拠点として機能させます。

○経営者変革支援

企業が持続し成長するため、変革に取り組もうとする経営者を支援するための仕組みを検討します。また、各分野の専門家と連携し、様々な経営課題の解決や経営基盤の強化に向けたサポートを実施します。

③ 新たな企業立地や産業集積の推進

区内のものづくり企業から新しい産業文化の風を巻き起こすため、区内ものづくり産業の活性化を図ることと併せて、産業文化都市としてのブランド価値を高め、求心力をつけることにより、新たなニーズを創り出す企業や技術者・研究者などを積極的に呼び込み、新しいイノベーションを生み出します。

《施策の方向性》

○研究開発型企业誘致等

ものづくりベンチャーをはじめとする、研究開発を積極的に行うものづくり企業の集積を図るため、先端的ものづくり企業や研究開発型企业を誘致するための施設整備及び一定期間入居を優遇する制度などを検討します。

○ものづくりベンチャーの育成支援

ものづくり産業のイノベーションには、新たなニーズを形にするベンチャー企業が不可欠です。区立ものづくり研究開発連携センター第一ビルの研究開発室や企業活性化センター等を活用して起業家の育成を図ります。

○ものづくり企業サポート拠点（再掲）

意欲的に新たな価値を生み出そうとするものづくり企業を支援するための拠点を作ります。多種多様な技術力や製造力を持つ区内企業のポテンシャルを見出し、新しい時代のニーズを捉えた製品づくりへの活用を図ります。さらにものづくりベンチャー企業支援や企業立地促進などの拠点として機能させます。

○立地価値を高める産業ブランド構築

都区内一、二を争う規模を誇り、多様な都市型ものづくり産業が栄える産業文化都市としての実力を磨き上げ、板橋区に企業が立地する価値（＝産業都市としてのブランド価値）を最大限に高めるための様々な施策を展開します。

2 商業その他産業

(1) 基本目標

【基本目標】

商店街や個店の個性が光る活気あふれる商いの場を実現する

◆ 強み

板橋区には鉄道交通の主要なターミナルが存在しないため、巨大な繁華街は形成されず、地元に着した庶民的で親しみやすい商店街が数多く形成されてきました。物価も安く庶民的な商店街の中に、区外にもその名を知られる菓子店や飲食店など、魅力的な個店も数多くあります。

商店街は、にぎわいや安心・温もりを地域にもたらすとともに、防犯・防災、健康推進、祭り等の生活文化の継承など、地域コミュニティにとって多様な機能を持っています。

板橋区は、住宅地の他にも様々な要素が豊富に含まれる地域であり、様々な業種に関する卸売店や専門店も豊富にあり、生活する人、働く人、学ぶ人など、多様なニーズに応えることのできる事業者が活躍しています。

(2) 商業その他産業振興の施策のあり方

① 商業その他産業の基盤整備

商店や商店街等が、持続して営業できる環境づくりに向けての必要な基盤整備や、区内外の元気な個店の創業環境の整備、事業の承継を円滑に進めるために必要とされる施策を検討し、実施します。

《施策の方向性》

○商店街の基盤整備

地域コミュニティの核である商店街を維持していくため、街路灯等のLED化促進（環境対策）や、老朽化した街路灯の撤去（防災）などの取組を支援します。また、大山駅周辺地区、板橋駅周辺地区や高島平地域など、商店街を含むまちづくりの推進事業を進めるにあたり、にぎわいの創出、商店街の活性化の観点から検討を行います。

○商店街と地域との連携

商店や商店街は、地域に商品やサービスを提供するだけでなく、にぎわいや安心、温もりを地域にもたらすとともに、防犯・防災、健康推進、祭り等の生活文化の継承など、地域コミュニティにとって多様な機能を有しています。地域や地域経済の活性化につながる商店や商店街の取組を支援します。

○商業者経営サポートの強化

店舗経営等のため時間がとりづらい経営者に、経営支援策をより活用してもらうためのサポートを強化します。

○事業承継の支援（再掲）

企業が、事業承継（M&Aを含む。）を円滑に遂行できるよう、具体的な支援内容を検討します。併せて、技術の継承や雇用の確保の観点から、人材育成・活用のために必要な施策を推進します。特に、女性と高齢者が活躍できる環境整備を図ります。

② 商店街の魅力再生

消費者は、地域の商店街に「驚きと発見」や「人間的つながり」等を求めています。「楽しい買い物」体験を提供できる独自の魅力づくりやコミュニティ機能の強化など商店街ならではの付加価値の提供を図ります。

《施策の方向性》

○魅力ある商店街づくり（にぎわいのあるまちづくり）

地域特性や消費者ニーズに対応したイベント事業及び、組織力・経営力の強化を図る取組等、商店街活性化事業を実施する際に経費の助成等の支援を行います。

○複数の商店街の連携事業

区内全域や各地域の有効な地域資源を活用し、又は新たな価値を見出して取り組む、区内全域や複数の商店街、他区の商店街と連携した事業を実施する際に経費の助成等の支援を行います。

○多言語対応

インバウンドや東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会に対応するために、商店街のホームページやポスター・チラシなど広告宣伝のための表示物への外国語併記など、多言語に対応するための支援を行います。

○商店街の維持・発展の支援

空き店舗等を活用し、コミュニティ機能の強化を図る事業、商店街が主体的に取り組むモデル事業に対する助成制度など、商店街のにぎわいを創出し、維持・発展を図るための施策を検討し、実施します。

③ 個店の商い力の向上

区内の意欲ある個店を対象に、それぞれの創意工夫による魅力ある個店づくりを支援します。さらに、これらの支援により創出された元気な個店によ

る魅力づくりの動きが同じ商店街や地域の個店へと次々に伝わり、元気な個店が増えていくことで商店街や地域の活性化を図ります。

《施策の方向性》

○個店魅力アップ支援

各個店のマーケティング方法に焦点を当てた講演・講座・臨店コーチングといった支援を行い、消費者が楽しく買い物できる個店を増やします。

○多店舗展開支援

既に1店舗目を出している個店が積極的に2店舗目を出店できるよう、多店舗展開のための支援策を検討します。

○経営者変革支援（再掲）

企業が持続し成長するため、変革に取り組もうとする経営者を支援するための仕組みを検討します。また、各分野の専門家と連携し、様々な経営課題の解決や経営基盤の強化に向けたサポートを実施します。

○起業家の育成

新しい夢に向かって起業・創業しようとする人たちを応援するための施策として、創業相談や融資をはじめ、創業を志す人たちを総合的に支援する創業支援ネットワークを充実させます。また、創業のための基本的な知識の習得や、女性・高齢者など、人口減少社会において特に注目すべき産業の担い手をターゲットとした講座など、ニーズに即応した起業家向け施策を検討し、実施します。

3 農業

(1) 基本目標

【基本目標】

活力ある農業と大地の恵みを未来へつなぎ、潤いある区民生活と都市空間を創出する

◆ 強み

都市化が進む東京において、農地が保全されていることが最大の強みといえます。農地の約六分の一は区民農園となっており、区民が農業を体験する機会が豊富にあります。区内産の野菜は学校給食に供給されており、次代を担う子どもたちの区内農業に対する深い理解の醸成につながります。

また、大都市における農地の役割は大きく、雨水の自然浸透、災害時の避難場所、都市部における貴重な緑、体験農園や学校給食への供給による教育的側面など多面的な機能を有しています。

(2) 農業振興の施策のあり方

① 農業従事者の育成と農地の保全～農の継承～

農業従事者の高齢化、後継者不足に対応するため、農業の魅力づくりによる継承意欲の醸成や、後継者の育成を支援します。また、就農を希望する人材の発掘や育成も検討します。

また、貴重な農地を保全するため、都市計画制度の活用や区民農園、農業体験農園など、新しい農地の活用方法について農業者と共に検討します。

《施策の方向性》

○農業の新たな承継者の養成の仕組みの構築

農業に従事する意欲のある者を対象に、農業技術の習得や実際の農作業の体験ができる仕組みの構築を検討します。

○農業従事環境の改善のための協働

集約的農業の長所を活かしつつ農作業の合理化が図れるよう、農業用機械の導入や都市に適した農作業空間の整備など農業従事者の環境の改善を支援します。

○都市計画など土地利用の視点による農地の保全

生産緑地制度の活用に加え、都市公園などを活用して、農業公園の設置などによる都市型農地空間の保全を図ります。

○生産性向上のための支援

新技術や機械化などに取り組む農家を支援し、生産性の向上やコスト削減を図ります。

○農業経営支援のためのネットワークづくり

農業後継者などが、農業経営に係る農業技術、農業関係税制、資金・資産運用など包括的に相談や支援を受けられるようなネットワークを構築します。

② 板橋産の農作物の活用～地産地消の伸展～

都市農業である区内農業を、区民の視点で見たときに、地元産・区内産の野菜の供給（地産地消）を受けられることは大きな利点の一つとなっています。学校給食で区内産野菜を食することができることは、次代を担う子どもたちの区内農業に対する深い理解の醸成につながります。農業の大切さを理解してもらえるよう、地産地消の取組を推進します。

また、区内産野菜の魅力を、区民を含め一人でも多くの人々に知ってもらうため、新たな販路開拓や流通経路の検討を行うなど、区内産野菜の認知度向上を図る取組を推進します。

《施策の方向性》

○地産地消のための仕組みづくり

小中学校に加え、福祉施設や高齢者住宅などへの区内産農作物の供給を検討します。

○板橋ブランドの普及促進

志村みの早生大根の普及に加え、商店街などと連携し、区内産農作物を加工品・調理品として消費者に提供し、新たなブランドイメージの形成を図ります。

○品質・トレーサビリティの強化策

安心・安全が目に見える農作物を区民に供給できるように、有機農業や低農薬化を促進するとともに、生産者や畑の見える化などを、農業団体と連携して推進します。

○イベントを通じたふれあいの推進

区内産農作物を用いた料理の紹介イベントや、農業者からのメッセージを発信するなどして、年間を通じて都市農業に触れることのできる場を創設します。

○農産物需給の安定化

農業者が計画的な作付が可能となるよう、学校給食をはじめとした施設への食材の供給などを促進するほか、販路の充実を推進します。

③ 農の多面的な機能の活用～農の無限の可能性～

区内農業から新しい産業文化の風を巻き起こすため、都市農業振興基本法の理念を踏まえ、防災機能、景観保持、環境保護、教育素材、文化創造といった農の多面的な機能を新たに活用する方策を検討します。

併せて、商店街など他事業者と農業者との協働や、農地の民間ベースでの新たな活用方法等について検討します。

≪施策の方向性≫

○農の景観保持や防災機能の促進

都市部において農地がもたらす潤いの保持や、災害時における農地のさらなる防災機能の強化について検討します。

○教育素材や文化創造機能としての活用

学校給食や農業体験を通じた食育の推進など農に触れる機会を通じて、区民に新たな発見や気づきの場を提供します。

○観光資源など新たな活用の検討

見せる農業としての「野菜植物園」など区農業に新たな魅力を見出すため、民間事業者との連携を検討します。

○他の産業分野との新たな連携の促進

区内産農作物による商店街の活性化を検討するなど他の産業分野との相乗的発展を目指します。

○板橋区版 6 次産業の展開

区内商店街の惣菜店などでの区内産野菜の活用を促進するなど、直売以外の区内産農産物の供給戦略「5. 5次産業」（板橋区版 6次産業）の展開を推進します。

4 産業ブランドの確立に向けて

(1) 産業ブランド確立の重要性

第1章で述べたとおり、板橋区の産業には、三つの文化があり、過去から脈々と受け継がれた技術や人、様式や風土といった伝統は、長い時間の中で、区内産業が生み出し続けてきた製品や商品、農産物に、他にはない機能や性能、独自性、特徴を芽吹かせてきました。区民や消費者は、これら製品等が持つ独自の価値を認知し、受け入れ、愛用、愛食しています。それは正に、ブランドそのものであり、事業者、商店、農家が区民や消費者の期待を裏切らないよう、しっかりと守り続けてきた製法やこだわりは、今日でいうブランディング活動そのものです。

ブランドとは、生産者にとっては区民や消費者に対する約束であり、区民や消費者にとっては、製品等や生産者に対する信頼に他なりません。ブランドとして広く認知を受けると、生産者は、自身の製品等の優位性を、多大な時間とコストをかけて区民や消費者に発信し続ける必要がなくなり、他との差別化で生み出された高い付加価値により、区民や消費者からより多くの対価を受け取ることが可能となります。

(2) 産業ブランドの確立に必要なこと

板橋区の産業が、全国に産業ブランドとして認知されるには、消費者にその歴史的背景、変遷、これまでに生み出された生産物などを、ストーリーとしてしっかり伝えていくことが重要となります。

例えば、商業で言えば、五街道の一つである中山道第一の宿場町であった板橋宿やここを起点に分岐した川越街道の上板橋宿などの宿場町を起源として区内に広がっていった歴史があり、農業で言えば、現在の高島平団地ができるまで都内有数の広大な水田地帯であった赤塚・徳丸田んぼが有名です。中でも製造業は、江戸時代の加賀藩下屋敷跡を含む一帯に、明治初期、日本最初の洋式火薬製造所が設けられたことに端を発し、戦後軍需産業が民生転用される流れの中で周辺に中小企業が集積し、一大発展を遂げた歴史があります。

(3) 未来に向けた産業ミュージアムの整備

板橋区が産業ブランドを確立するために、区産業の歴史をたどり、未来に向けて区産業のブランドストーリーを語る事ができる産業ミュージ

アムの整備を行います。日本有数の集積と技術を誇った光学産業を中心に、精密機器産業、印刷関連産業など板橋区の産業の隆盛を築いたあらゆる産業にまつわる歴史を、ミュージアムにより光を当てた産業遺産とともに、ブランドストーリーとして全国に語りかけることが、板橋区の産業ブランドの確立に大変重要となります。また、過去だけでなく、現在、さらには未来を含めた産業ミュージアムの整備を行うことで、区産業のバリューチェーン（価値創造の連鎖）の見える化が実現し、区民や消費者の区産業への理解が深まるとともに、生産者にとっても自身の生産活動を見つめ直す好機となり得ます。



(4) 産業観光によるブランドストーリーの伝道

観光資源の開発のため、体験観光の推進の中で始まった区の産業観光は、区が誇るものづくりの製造工場や製品など、区の産業を新たな観光資源として活用し、人々に親しまれてきました。次の10年における産業観光は、新たな舞台として、(仮称) 板橋産業ミュージアムを含む史跡公園全体の活用を図るとともに、新たな役割として、板橋区産業のブランドストーリーを語り伝えることが必要です。産業観光に参加して、多くの区民や区外の方が、区産業の歴史や最新技術に触れることで、区産業のブランドストーリーが広く伝播し、板橋区の産業ブランドの確立に大きく貢献することが期待されます。

第3章 達成目標

構想 2025 の将来像「未来を輝かせる産業文化都市・いたばし」の実現に向け、各種施策の実施により達成すべき目標を以下の通り設定します。また、参考指標を加えて設定することで、成果に対する正確な判断に努めます。

1 達成目標

(1) 工業

達成目標① 製造品出荷額等の都区内順位・額（従業者数4人以上の事業所）

策定時 (平成 25 年調査)	※参考 (平成 26 年調査速報値)	5 年後	10 年後
第 2 位 3, 583 億円	第 1 位 4, 218 億円	第 1 位 維持	第 1 位 維持

◆測定手法：工業統計調査

達成目標② 製造業付加価値率（従業者数4人以上の事業所）

策定時 (平成 25 年調査)	※参考 (平成 26 年調査速報値)	5 年後	10 年後
42. 83%	43. 57%	策定時より増加	5 年後から増加

◆測定手法：工業統計調査（付加価値額／製造品出荷額等）

工業の基本目標である「受け継がれるものづくりの地盤と新たな価値の融合により、光輝く板橋ブランドを確立する」ための達成目標です。

「製造品出荷額等」は、区工業の総合的な実力を見る指標であり、区のものづくり産業の集積がその密度を維持し、活発な企業活動が行われていることを示します。「製造業付加価値率」は、製造品出荷額等の中に占める付加価値の割合で、区内ものづくり企業の製品・技術等にどれだけ価値がつけられたかを示す指標です。

(2) 商業

達成目標③ 1店舗（個店）当たりの売上額（中央値）

（卸売業・小売業、宿泊業・飲食サービス業、生活関連サービス業・娯楽業を対象）


策定時 (平成 24 年調査)	5 年後	10 年後
1, 000 万円	策定時より増加	5 年後から増加

◆測定手法：経済センサス-活動調査

※中央値＝全てのデータを小さい順に並べた時に中央に位置する値

達成目標④ 商業・サービス業等事業所数

(卸売業・小売業、宿泊業・飲食サービス業、生活関連サービス業・娯楽業を対象)

策定時 (平成24年調査)		5年後	10年後
8,512箇所		維持	維持

◆測定手法：経済センサス-活動調査

商業（サービス業その他を含む。）の基本目標である「商店街や個店の個性が光る活気あふれる商いの場を実現する」ための達成目標です。

「1店舗（個店）当たりの売上額（中央値）」は、地域商業の主役である個店の売上の増加減少度合を見て、個店の力や勢いを示す指標です。「商業・サービス業等事業所数」は、個店が大規模店舗等に飲み込まれることなく維持し、地域のきめ細かいニーズに応えられているかどうかを示す指標です。


(3) 農業

達成目標⑤ 生産農家戸数に占める販売農家戸数の割合

策定時 (平成26年度調査)		5年後	10年後
41.0%		策定時より増加	5年後を維持

◆測定手法：板橋区農業経営実態調査

達成目標⑥ 区民農園数

策定時 (平成27年度)		5年後	10年後
39農園		策定時より増加	5年後を維持


◆測定時期：4月1日時点

いずれも、農業の基本目標である「活力ある農業と大地の恵みを未来へつなぎ、潤いある区民生活と都市空間を創出する」ための達成目標です。

「生産農家戸数に占める販売農家戸数の割合」は、農業を産業として捉え、その活力度合を見る指標です。「区民農園数」は、その数の増減を見ることで、多くの区民が農に触れる機会を確保するとともに農地の保全に寄与した度合いを見る指標です。

(4) 産業全般

達成目標⑦ 創業比率

策定時(平成 21～24年調査)		5年後	10年後
1.47%		策定時より増加	5年後から増加

◆測定手法：地域経済分析システム

※創業比率＝一定の期間に新規開業した事業所数の年平均を、その期間の初めに存在していた総事業所数で割った比率

新たに創業し、または新たに開設した事業所数の、全事業所に対する比率を見ることで、全分野の区産業の新たな産業活動の活性度を示す指標とします。

2 参考指標

参考指標① 製造業 事業所数（従業者数4人以上の事業所）

策定時 (平成25年調査)	※参考 (平成26年調査速報値)
710 箇所	664 箇所

◆測定手法：工業統計調査

参考指標② 製造業 労働生産性（従業者数4人以上の事業所）

策定時 (平成25年調査)	※参考 (平成26年調査速報値)
924.93 万円	1,129.43 万円

◆測定手法：工業統計調査（労働生産性＝付加価値額／従業者数）

参考指標③ 区民意識意向調査による「魅力のある商店街が身近にある」満足度

策定時 (平成25年度調査)
38.6%

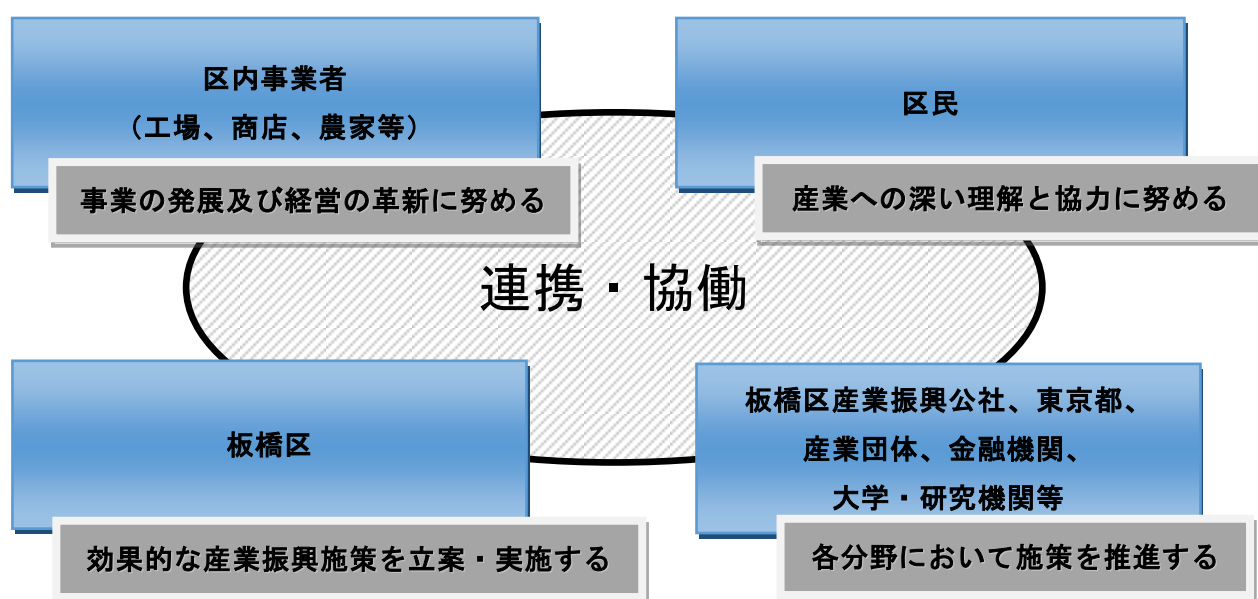
◆測定手法：板橋区区民意識意向調査

第4章 推進に向けて

1 推進体制

(1) 各主体の役割

構想 2025 の実現に向け、区、(公財)板橋区産業振興公社、区内事業者、区民、産業団体、金融機関、大学・研究機関等が連携・協働しながら産業振興施策を推進します。



(2) 施策の推進体制について

効果的な産業振興施策の展開のため、産業に精通した人材による支援体制を整える必要があります。

① サポート体制の強化

今までも、区は産業振興のため、様々なサポート体制を構築してきました。区立ものづくり研究開発連携センター第一ビル内に設置されている板橋区産業技術支援センターでは、主にもものづくり企業からの技術相談に対応し、企業活性化センターでは経営者に寄り添う経営相談や創業支援を実施しています。また、区内企業者と直接接する機会が多い板橋区産業振興公社とも連携し、区内事業者のニーズに合った施策の立案・実施に努めています。

構想 2025 で掲げる区産業の将来像を、次の 10 年間で実現するためには、今まで以上にサポート体制を強化し、振興施策に取り組みます。

<サポート体制の強化の内容>

○ものづくり企業サポート拠点

意欲的に新たな価値を生み出そうとするものづくり企業を支援するための拠点を作ります。多種多様な技術力や製造力を持つ区内企業のポテンシャルを見出し、新しい時代のニーズを捉えた製品づくりへの活用を図ります。さらにものづくりベンチャー企業支援や企業立地促進などの拠点として機能させます。

○商業者経営サポートの強化

店舗経営等のため時間がとりづらい経営者に、経営支援策をより活用してもらうためのサポートを強化します。

○農業経営支援のためのネットワークづくり

農業後継者などが、農業経営に係る農業技術、農業関係税制、資金・資産運用など包括的に相談や支援を受けられるようなネットワークを構築します。

○板橋区産業振興公社との連携強化

効果的な施策の実施のために、人事交流等を含めた区と公社の連携の強化策を検討します。

② 職員の育成の検討

社会・経済環境の変化が予測される中で、区職員についても、民間企業経験があるキャリア人材の有効な活用や、知識や経験の習得を目的とした国や他自治体への人事交流の可能性を検討し、産業振興施策を効果的に立案・実施できる人材を育成します。

2 進行管理について

(1) PDCAサイクルによる進行管理

構想 2025 を実効性のあるものとするため、PDCAサイクル（Plan＝計画、Do＝実行、Check＝評価、Action＝改善）の考え方にに基づき、構想 2025 の進行管理を行います。

(2) 板橋区産業活性化推進会議による点検・評価

構想 2025 の策定に向けた指針の検討及び提案を行った板橋区産業活性化推進会議（以下「推進会議」といいます。）を構想 2025 の策定後も引き続き設置し、構想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・評価や提言を行います。推進会議は、学識経験者、産業関連団体等の代表等から構成されます。

点検・評価にあたっては、進捗状況の客観的評価を行うため、各指標の目標達成状況や施策の実施状況を定期的に把握し、必要に応じて施策の見直しを行い、事業計画を更新します。

PDCAサイクルのイメージ

