

## 参考資料

### 検討会で頂戴したご意見（サマリ）

- 製造・建設業検討会
  - ✓ 第1回：10/17（木） 17-19時
  - ✓ 第2回：11/18（月） 10-12時
- 商業・サービス業等検討会
  - ✓ 第1回：10/18（金） 10-12時
  - ✓ 第2回：11/18（月） 13-15時
- 農業検討会
  - ✓ 第1回：12/3（火） 15-16時

# 第1回製造・建設業検討会で頂戴したご意見の振り返り（1/2）

凡例： ■課題感、見解 ■期待する取組

カテゴリ	ご意見
スタートアップ支援	<p><b>スタートアップ向けのマッチング支援および補助金支援</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ ものづくりスタートアップはプロダクト完成前に事業撤退するケースが多々あるため、開発推進のために区内事業者等を紹介してもらえる窓口があると良い（ソラリス）</li> <li>■ 国の助成金は使いづらいため区による補助金支援があると良い（ソラリス）</li> </ul>
企業間の繋がり	<p><b>企業間の横のつながりの醸成</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 企業同士の繋がりが薄い。同世代の経営者が業界の区切りなく繋がれると機会が必要（三興塗料）</li> <li>■ 単に飲食する場ではなく、より事業に係る深い議論ができる交流会が必要（オフセット岩村）</li> <li>■ 板橋区の若手経営者の会が必要（技研精機）</li> <li>■ 困ったときに相談できるネットワークを構築することが、経営者の支えになる（明邦運輸）</li> <li>■ 例えばテーマ別に小規模な交流会などがネットワーキングに効果的ではないか（太陽油化、三興塗料）</li> <li>■ 若手従業員の表彰制度があるが、若手従業員同士の繋がりは出来ていない（明邦運輸）</li> </ul>
人材確保	<p><b>区内学生の採用強化</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 中小企業が若手人材を確保するのは難しいため行政による区内大学生への働きかけが必要（三興塗料）</li> <li>■ 大学側にも学生の就職先として区内企業を紹介したいというニーズがある（産業経済部長）</li> </ul> <p><b>高齢者や外国人など多様な人材の活用</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 高齢化と人手不足が課題。採用コンサルを活用している（明邦運輸）</li> <li>■ 高齢者・技能実習生・専門学校生等、外国人を含む様々な人材を活用していくことが重要（技研精機）</li> </ul>
カーボンニュートラル	<p><b>カーボンニュートラル対策</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ サプライチェーン上の炭素排出量の可視化義務が拡大する中、中小企業にとってもカーボンニュートラルへの対応は必要になっていく（日本カーボンマネジメント）</li> </ul>

# 第1回製造・建設業検討会で頂戴したご意見の振り返り（2/2）

凡例： ■ 課題感、見解 ■ 期待する取組

カテゴリ	ご意見
販路拡大	<p><b>海外展開支援</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 日本の印刷業は海外の事業者と比較して品質が高く、海外進出は大いに行ける（オフセット岩村）</li> <li>■ 他区よりも海外展開支援に注力する等、突出した特徴があると多くの企業が集積していくのではないかと。コンソーシアムを組み、板橋区の支援のもと海外進出をすることも一案（太陽油化）</li> </ul>
情報発信・ブランディング	<p><b>区産業の概要や社会課題の発信による企業の誘引</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 区内事業者も区内産業の概要をあまり把握できていない。産業マップ等、板橋区の産業を俯瞰できるものがあると良い（日本カーボンマネジメント）</li> <li>■ 区の社会課題を発信することでソリューションを持つ企業の誘致に繋がるのではないかと（ブルーイノベーション）</li> </ul> <p><b>表彰制度の活用による企業認知度の向上</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 表彰制度の活用によって区内事業者の認知度向上・ブランド力強化に繋がっている。また、周年祝い等の表彰はモチベーション向上にもつながる（三興塗料）</li> </ul> <p><b>他地域と差別化を図った取り組みの強化・発信</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 他区よりも国際展開支援に注力している等、なにか突出した特徴を持たせると、より多くの企業が集積していくのではないかと。板橋区で事業を行うメリットを発信できると良い（太陽油化）</li> </ul>
インナーブランディング	<p><b>操業環境改善および区民への産業の発信</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 「産業廃棄物」に対する悪印象から用地確保が困難（太陽油化）</li> <li>■ 準工業地帯では騒音などへのクレームが多く、行政による対策が必要（オフセット岩村）</li> <li>■ 板橋区の産業が世の中にどのように役立っているか、区民に対する啓発が必要（産業経済部長）</li> </ul> <p><b>起業家教育や区内学生への産業の発信</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 区内高校にてアントレプレナー教育を推進しているが、産業との繋がりが薄い（ブルーイノベーション）</li> </ul>

## 第2回製造・建設業検討会で頂戴したご意見の振り返り（1/4）

凡例： ■課題感、見解 ■期待する取組

カテゴリ	ご意見
人材確保	<p><b>人材紹介や多様な人材の雇用に係る支援</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 主な住居の供給手段は大手ハウスメーカーの建売であり、<b>区内から現場監督や職人が流出しているため、労働力不足が課題</b>（中尾建設）</li> <li>■ 最近の若い世代は車に興味関心が無く、なかなか<b>人材が集められない状況</b>（技研精機）</li> <li>■ <b>同業人材の紹介や外国人雇用の支援等</b>を区が担うと良い（太陽油化）</li> </ul> <p><b>社会課題の解決による人材確保・定着</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 現在の20代若手は一社に勤め上げる志向性ではないため、2-3年で離職してしまうことが多く、人材確保が難航している（オフセット岩村）</li> <li>■ 地域貢献活動や社会課題の解決など、若手社員がキャリアプランに求める機会を提供できる環境があると、人材の確保・定着が行いやすいと感じている（三興塗料）</li> </ul>
人材育成・定着	<p><b>企業間での若手社員の交流促進</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 若手社員の人間性の育成にも繋がるため、<b>企業間の若手社員での交流会</b>は必要である（三興塗料）</li> </ul> <p><b>地域や消費者と社員間の交流促進</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 営業職だけでなく、<b>製造職社員にも消費者との対話機会が必要</b>であり、これが定着率向上に繋がる（オフセット岩村、ブルーイノベーション）</li> </ul> <p><b>社員との全社方針の共有</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 飲食業態の事例だが、日報を使用し店長と意見交換することで、まずは店長に全社方針に共感してもらった。店長を通じて全従業員にも共感の輪を広げられるようにしたことで、定着率が向上した（明邦運輸）</li> </ul> <p><b>中核人材・イノベーション人材の育成</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 外部との接点を持つ社員が社長と同じ目線で営業やプロジェクトに取り組むことでよりイノベーション創出につながるが、視座の高い社員が育たない状況（ルケオ）</li> </ul>

## 第2回製造・建設業検討会で頂戴したご意見の振り返り（2/4）

凡例： ■課題感、見解 ■期待する取組

カテゴリ	ご意見
M&A	<p><b>企業同士のマッチング、情報共有に係る取組</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 廃業する企業と同業者をマッチングさせ、廃業企業が持つネットワーク等の資産を失わないための支援が必要（太陽油化）</li> <li>■ 企業活性化センターに事業承継センターはあるものの、印刷業のように各業界団体内に事業承継を支援する機関があると良い（産業経済部長）</li> <li>■ 企業同士のマッチングや人材採用にも繋がる情報を共有・活用できる仕組みがあると良い（ルケオ）</li> </ul>
スタートアップ支援	<p><b>知財に係るアドバイス</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 東京都産技研の補助金を受けて大企業と共同開発のプロジェクトを実施したことがある。その際、大企業にメリットが偏る形ではなく、スタートアップの知財を保護した形で共同開発として頂けたため大変助かった。スタートアップの成長を助けられるような補助制度のもと、知財保護に係るアドバイス等を受けられると良い（ブルーイノベーション）</li> </ul>
ビジネスモデル転換	<p><b>BtoC需要の喚起</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 内装塗料の需要が減少しているため、BtoC需要の喚起が必要と考える。消費者が塗料に触れる・見る機会を増やし、塗料が身近なものであると伝えたい（三興塗料）</li> </ul> <p><b>環境配慮型への転換</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 製品やマーケット自体が、環境配慮型へ転換していくことは重要である。遮熱塗料×太陽光発電・売電×固体燃料の取組も面白い（日本カーボンマネジメント）</li> </ul>

## 第2回製造・建設業検討会で頂戴したご意見の振り返り（3/4）

凡例： ■課題感、見解 ■期待する取組

カテゴリ	ご意見
ブランディング	<p><b>工業の地としてのブランディング、ものづくりスタートアップが集積する仕組みづくり</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 区が工業の地としてのブランディングを実施し、ものづくりスタートアップを支援した企業に補助金が支給される等の座組もセットで構築した上で、ものづくりスタートアップが集積する仕組みができると良い（ソラリス）</li> </ul> <p><b>対外的発信による自社ブランドの再認識</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 他社との交流会等、社員に自社の強みを説明する機会を設けているほか、HPやSNS等の情報発信に係る業務を社員へ任せ自社ブランドを再認識させることで、イノベーションへ繋げることを目指している（ルケオ）</li> <li>■ 大手企業との協業による業務が主である。ゆえに機密契約が多く、製造品に係る社外への情報発信が難しいため、社員に自社ブランドを認識してもらうことに課題を感じている（技研精機）</li> </ul>
インナーブランディング	<p><b>区民への工業的特徴の発信</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 板橋区は福祉・環境等のソフト面に注力しており、住む方は増加しているものの、区民でさえも板橋区の工業的な特徴を知らないケースが多い（中尾建設）</li> </ul> <p><b>工業のイメージ向上に繋がる情報発信</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ ドローン配送は社会的受容性が低い。一方、災害現場では医薬品・飲食品配送においてドローンが重宝されたため、これらの実績を区民に共有する機会があると良い（ブルーイノベーション）</li> <li>■ 建設業のイメージを向上させる施策として、カフェ運営、オペラ開催、「野菜クル」（野菜×リサイクル）等の地域貢献活動を行っている（中尾建設）</li> </ul>

## 第2回製造・建設業検討会で頂戴したご意見の振り返り（4/4）

凡例： ■ 課題感、見解 ■ 期待する取組

カテゴリ	ご意見
イノベーション 創出	<p><b>事業の多角化</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 10年前の主力事業は現在の主力事業になっていない。長期的に成長を続けるためには、現業に拘らずに事業を多角化していく必要がある（太陽油化）</li> </ul> <p><b>社内でのイノベーションに係る機運醸成</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 業界内には様々な固定観念があるが、社員の創造性に任せ、新しい方向性を見出していくようにしている。その一環として社会貢献活動を行っているが、これらの取組を事業に繋げたいと考える（三興塗料）</li> <li>■ 各部署の社員が全員出席する形式で、毎年1日、外部の会議室を借り、5年後～10年後の将来像を考える未来構想会議を実施している。新しい価値をどのように生み出すか、会社全体でイノベーションの意識を高めるように機運を醸成している（太陽油化）</li> </ul>
企業間や 支援団体との ネットワーク	<p><b>「新しい繋がり」が企業の成長につながる</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 第1回検討会でコーディネーターの存在を知り、企業との連携が急速に進んでいる。新たな繋がりが入ると、収集できる情報が広がり、イノベーション創出が進む（ソラリス）</li> <li>■ 新規事業を推し進める中で偶然の出会いが今の事業に繋がっている。新たな企業、新たな人との出会いが常に提供されている状態であれば様々なイノベーション創出が起こると思う（太陽油化）</li> </ul>
物流	<p><b>物流ネットワーク</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 他区より先進的に、河川や送電線を使用した物流ネットワークを構築できると良い（太陽油化）</li> </ul>

# 第1回商業・サービス業等検討会で頂戴したご意見の振り返り（1/2）

凡例： ■課題感、見解 ■期待する取組

カテゴリ	ご意見
企業間 ネットワーク	<p><b>企業間の横のつながりの醸成</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 商工会議所等の年会費の支払が難しく、横の繋がりを作れない事業者も存在する（ひまわり福祉会）</li> <li>■ <b>小規模な新規事業者</b>は既存の区内事業者との<b>パイプ作りも困難</b>であるため、<b>行政によるマッチング支援</b>があると良い（コンパス造形）</li> <li>■ 同業種の企業同士が情報交換できる場はあるものの、<b>業界をまたぐ連携は難しい</b>ため、<b>行政が商業系の各組合と連携し、繋がり</b>を醸成すると良い（大山商店街）</li> </ul>
事業承継・ 新規創業 支援	<p><b>後継者確保および廃業情報の連携</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>後継者不足が課題</b>（あっぷる）</li> <li>■ 例えば飲食店が後継者不足で閉業する場合において、<b>廃業の情報は区内事業者には入って来ない</b>。情報をキャッチできていたら後継者として名乗り出る方もいるのではないかと（大山商店街）</li> </ul>
人材確保・ 育成	<p><b>前例に捉われない人材確保方法の検討</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 社会福祉法人での高校生アルバイトは前例が無く、行政側の確認に時間を要している状況。今後人口が減っていく中で、<b>前例に捉われない人材確保方法も実行していくべき</b>（ひまわり福祉会）</li> </ul> <p><b>地域内での働き手確保</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 小さい商店では人口増加は売上増加に直結しない。<b>地域の商店で消費をする人が増加する施策</b>があると良い。また、<b>地域の中で働き手が増加する取組</b>があると良い（若松屋酒店）</li> <li>■ ただ人を集めるだけであれば求人サイトに出せばよいが、<b>本当は地元の人を雇用したい</b>。一方で、地元へのPRは時間が取れず店の前に張り紙を貼る程度（若松屋酒店）</li> </ul>
事業拡大・ ビジネスモデル 転換	<p><b>事業拡大</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>先代の事業をそのまま引き継ぐだけでは継続は困難</b>、<b>新しい付加価値を生み出す必要がある</b>（大山商店街、若松屋酒店）</li> </ul>

# 第1回商業・サービス業等検討会で頂戴したご意見の振り返り（2/2）

凡例： ■課題感、見解 ■期待する取組

カテゴリ	ご意見
情報発信・ブランディング	<p><b>区の強みや訴求点の明確化</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 何を以て板橋区を売り出していくのかを区が決めるべき（大山商店街、イオンリテール）</li> <li>■ トップダウン型の構想に民間事業者が合わせるよりも、事業者の意志をもとにボトムアップ型で区の強みを検討することはできないか。半官半民等、板橋区らしいやり方を模索したい（若松屋酒店）</li> <li>■ 23区内で知名度が低い区である認識。知名度の低さは課題ではないが特色が必要（ひまわり福祉会）</li> </ul> <p><b>廃工場の情報連携</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 不動産に空き工場の情報は入ってくるが、その情報を誰に提供すれば企業誘致に繋がるか把握できていない。区に仲介してもらうことで大学などに情報を連携頂くことは可能（あっぷる）</li> </ul>
商店街振興	<p><b>事業継続のための商店街の環境づくり</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 小規模事業者が続々とオーナー業へ変わって行っている。協道ないところで事業を継続できる環境づくりを進めている（大山商店街）</li> </ul>
インナーブランディング	<p><b>区民への産業の発信</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 昔は町内会に入っていて区民も工場との繋がりを持っていたが、今は区民が企業の内情を知らない（大山商店街）</li> </ul>
構想の在り方	<p><b>事業者を向いた構想の設計</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 構想を基にして事業者が連携を図れるような書きぶりにするべき（イオンリテール）</li> </ul>

## 第2回商業・サービス業等検討会で頂戴したご意見の振り返り（1/3）

凡例： ■ 課題感、見解 ■ 期待する取組

カテゴリ	ご意見
人材確保	<p><b><u>採用間口の拡大</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ 有資格者だけでなく、無資格者を採用し資格取得を支援する方針に切り替えることで間口を広げている（ひまわり福祉会）</li><li>■ <b>区内では人材が不足</b>しているが、地方には有資格者であっても就職先が無いケースもあるため、地方に募集範囲を広げることも一案（あっぷる）</li></ul> <p><b><u>世代の価値観に合った自社の魅力の発信</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ ライフワークバランスの有無といった、<b>若い世代が就職時に重視する点を発信していくことが人材採用において重要</b>（イオンリテール）</li></ul> <p><b><u>多様な人材を採用できる仕組みづくり</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ <b>小規模な店舗、企業は人材採用が難しい</b>。<b>お子さんがいる方や、高齢者等、多様な人材を採用できる仕組み</b>を区が構築すると良い（若松屋酒店）</li><li>■ お子さんがいる方同士は繋がりがやすいが、お父さんが孤立しているように思う。<b>異なる目的によって人と人が繋がった結果、結果的に地元で働く人が増えると良い</b>（若松屋酒店）</li></ul> <p><b><u>地域貢献活動がブランディングと人材確保・定着に繋がる</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ 今の若手は社会貢献に意欲的。自身の力を地元還元する機会がある職場は人手も確保しやすいのではないか（ひまわり福祉会）</li></ul>

## 第2回商業・サービス業等検討会で頂戴したご意見の振り返り（2/3）

凡例： ■ 課題感、見解 ■ 期待する取組

カテゴリ	ご意見
人材定着	<p><b>本業外での評価、区のブランド形成と情報発信</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 人材が定着してくれるように育成することに課題を持っている（コンパス造形）</li> <li>■ 既存の人材を育成できず、定着率が向上しないという悪循環に陥っている。社員一人一人のエンゲージメントを向上させるために、日常的なオペレーションの見直しを始めている（ひまわり福祉会）</li> <li>■ 新人を業務のみで評価することは難しいため、社会貢献的な取組等、本業外の取組の中でも評価を実施し、定着率を向上させるよう努めている（ひまわり福祉会）</li> <li>■ 地元愛の連鎖が生まれる取組によって、人材が流出しないようにすることは可能。区がブランドイメージを育成し、情報発信を行うと良い（イオンリテール）</li> </ul>
地域消費の活性化	<p><b>通勤者を対象とした地域消費の活性化</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 福祉施設の入居者、家族及び職員は、地元住民ではなく遠方の方が多いため、地域イベントへの参加や、地域の商店での買い物等に繋がっていないように思う（若松屋酒店）</li> </ul>
商業間での連携	<p><b>大型店舗と商店街や個店との連携</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 商店街とショッピングモールが同じ方向を向いて連携していける時代になった。連携によって相乗効果を生み出したい（山中電気）</li> <li>■ ショッピングモールを、顧客との接点・人が集まる中心地として、情報発信のハブとして活用してもらいたい。不動産の相談会や、子供2時間店員や、車の販売会など、様々な取り組みが好評である。また、地元との連携方針としては、地産地消など、安価だけではない付加価値の乗った商品の販売などもあ（イオンリテール）</li> </ul>

## 第2回商業・サービス業等検討会で頂戴したご意見の振り返り（3/3）

凡例： ■ 課題感、見解 ■ 期待する取組

カテゴリ	ご意見
業種間連携	<p><b>業種間で連携した事業が自社の付加価値向上に繋がる</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ ただの地域貢献活動に終わらず、異業種間で連携して、真に地域のためになることや、人口減少下での新たなサービス価値の出し方に繋がりたい。特に、地元にある商店やものづくりの会社と連携したい。福祉領域は、公と民の間。異業種と連携した次世代教育のフィールドとして、ハブになりうると考えている（ひまわり福祉会）</li> <li>■ 酒販業は斜陽産業。農業や製造業と連携した新規事業に取り組みたい思いは強いが、繋がりが全く無く、始められない（若松屋酒店）</li> </ul>
インナーブランディング	<p><b>ブランド形成と次世代の巻き込み</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 昔、映画館等の施設に来ていた方たちが、子供を連れて戻ってくる等、世代間での連鎖を起こせると板橋ブランドを形成していけると考える（大山商店街副理事長、イオンリテール）</li> <li>■ 板橋区のアピールポイントは多々あるため、情報発信していくと良い（あっぷる）</li> <li>■ お祭りの山車を担ぐ人や町会加入者も減少しているため、情報発信によって若い世代を巻き込みたい（大山商店街）</li> <li>■ 区内住民であれば地域の取組に参加できる旨を発信していくと良い。弊社では子供が空想の通貨を持ち職場体験ができる取組を実施しているが、斯様な取組により板橋のブランドイメージを子供に伝えると良い（イオンリテール）</li> <li>■ 絵本のまち板橋と弊団体は親和性が高いため、区内の子供に対して取組を実施している（コンパス造形）</li> <li>■ 板橋区で育った人は地元愛が強いが、板橋区に転入してきた若い世代との間に壁があるように思う。この敷居を低減させる取組を実施できると良い（コンパス造形）</li> </ul>

# 第1回農業検討会で頂戴したご意見の振り返り（1/3）

凡例： ■ 課題感、見解

カテゴリ	ご意見
構想全体	<p><b><u>構想における農業分野の示し方全体に係る意見</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ 現構想で行われてきた<b>施策の振り返りを踏まえて構想を作成すべきではないか</b> （農業改良普及センター）</li></ul> <p><b><u>区内農業の目的</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ 板橋区農業で経済的なメリットを追求していくことには一定限界があり、<b>農業をどれだけ維持できるか、がゴールである</b>認識。そのために、農に触れ合う区民が増え、理解醸成およびすそ野拡大を推進していくべき （板橋区農業委員会）</li></ul>
継続した 農地保全	<p><b><u>環境保全</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ <b>環境、農地を保全していくことが重要</b>。昨今の大雨や酷暑等の異常気象や、鳥獣やハクビシンの影響が気になっている（板橋区農業委員会）</li><li>■ 板橋の手つかずの自然を守ろうという考え方に則ると、ハクビシンなどの動物は必然的に増える。これらの<b>動物や人間も含め、共存できる体制を作れたらと良い</b>と考える（東京あおば農協）</li></ul> <p><b><u>農地確保</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ 認定農業者には農地を借りたい人も一定数存在する。JAや区が仲介して農地の貸借を促していくべきではないか（東京都農業会議）</li></ul>

# 第1回農業検討会で頂戴したご意見の振り返り（2/3）

凡例： ■ 課題感、見解

カテゴリ	ご意見
農業人材の確保・育成	<p><b><u>新たな農家の確保</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 都内では、親族継承や既存農家の方だけでの農地継承では、農地を保全できない。<b>農外の方の参入を促していくべき</b>（農業改良普及センター）</li> <li>■ 板橋区には、<b>農地後継者候補の若手が30名ほどおり、彼らを確保することが重要。後継者候補の方々の声を拾って施策を検討していくべき</b>（東京都農業会議）</li> </ul> <p><b><u>農業人材の育成</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 農地の保全、人材確保が大きな課題である。援農ボランティアは手上げ式で、各人のスキルに差が出るものではあるが、成増体験学校、農業スキル育成講習、農のサポーター事業での人材育成の取組としては一定程度の成果をあげてきた認識（赤塚支所長）</li> <li>■ この10年間の間に、農業体験学校の取組を実施してきたが、<b>次期構想では一步踏み込んだ人材育成を行っても良い</b>と考える（東京都農業会議）</li> </ul>
新たな農との触れ合い機会の創出	<p><b><u>農業に触れる区民のすそ野拡大</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ コロナ禍で外出できなかった社会人の方などで、ベランダ家庭菜園を始めたような方も含めて、農との関わりを持っていただけるような取組をしたい（赤塚支所長）</li> <li>■ 体験農園であれば、農家が受け入れ先となり、区の負担は少なく実施できる。また、地域内でのコミュニティ活性化にも繋がる。応援団を作ることで、農家側にも利益がある（東京都農業会議）</li> <li>■ 葛飾区ではふれあい農園で畦畝売りを実施しており、農家の負担軽減と区民の農との触れ合い機会の確保に繋がっている（農業改良普及センター）</li> <li>■ まちづくりと連動し新たな農地を創出しコミュニティファームとして活用できないかと考えている（赤塚支所長）</li> </ul> <p><b><u>次世代教育、インナーブランディング</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 子供たちに対する給食食材提供事業を継続していきたい（赤塚支所長）</li> <li>■ 「食育」を農業の目的に掲げ、学校給食の30%を地域内で賄うことを打ち出している地域もある。<b>板橋区においても食育の強化は農業の方向性としてあり得るのではないか</b>（東京都農業会議）</li> </ul>

# 第1回農業検討会で頂戴したご意見の振り返り（3/3）

凡例： ■ 課題感、見解

カテゴリ	ご意見
都市型農業 への挑戦	<p><b>都市型農業への挑戦の必要性</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ 区内には、光学関連の大きな企業としてトプコンが拠点を構えているが、食の分野でアグリカルチャーに取り組まれていることを例に、大葉やレモンを使った産物の製造等を含む六次産業としての取組や、ゼロカーボンの取組の一環として地産地消を推進するなど、攻めの姿勢も必要であり、<b>既存の板橋区の都市農業を守ることをテーマに、今後10年後を見据えた施策案を検討する必要がある</b>（赤塚支所長）</li></ul> <p><b>スマート農業やイノベーション創出の方法</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ 東京の農地の中でも、農林水産振興財団のスマート農業事業等が推進されている状況で、<b>今後より一層の省力化に向かっていく</b>（農業改良普及センター）</li><li>■ 板橋区内は農地規模が小さく、多品種少量生産であるため、<b>区の状況に合ったスマート農業でなければ導入可能性は低いのではないか</b>（農業改良普及センター、東京あおば農協）</li><li>■ <b>地球温暖化への対策は重要。研究機関と協働でのイノベーション創出等の取組ができないか</b>（東京あおば農協）</li></ul> <p><b>地産地消の取組</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ 学校給食において、食育と絡めて地産地消を推進している自治体もある。都市地域だからこそ地産地消の考え方は必要（東京都農業会議）</li><li>■ <b>板橋区の地産地消は今後も推進していきたい。農地面積が小さいため、経済的側面の売上高ばかりに着目するのではなく、区民に都市農業のメリットなどを理解してもらい、「畑がここにあったよかった」と思ってもらえるような農業を目指すべき</b>（板橋区農業委員会）</li></ul>