

北区産業活性化ビジョン2018（素案）

平成29年12月

目次

1 ビジョンの位置づけ	
（1）ビジョンの目的.....	1
（2）ビジョンの位置づけ.....	2
（3）ビジョンの計画期間.....	3
（4）前回ビジョンの概要.....	3
2 北区産業を取り巻く環境	
（1）少子高齢化、人口減少と国内需要縮小の進行.....	5
（2）グローバル経済の進行.....	6
（3）雇用・就業形態の多様化.....	6
（4）AI、ロボット、IoTなどの先端技術の活用推進の動き.....	6
3 北区産業の現状と動向	
（1）産業構造.....	7
（2）商業・サービス業.....	9
（3）工業.....	15
（4）創業.....	19
（5）観光・スポーツ.....	21
（6）まちづくりの動き.....	21
4 産業振興の理念・方針	
（1）北区産業の将来像.....	22
（2）産業活性化の基本理念.....	22
5 分野別重点施策方針	
（1）商業・サービス業.....	25
（2）工業.....	28
（3）創業.....	31
6 達成目標	34
7 ビジョンの推進に向けて	
（1）計画の進行管理.....	35
（2）国、東京都、近隣自治体との連携強化.....	35
（3）産業に関するデータや情報の収集.....	35
資料編	
1 検討委員会・各部会委員名簿と開催経過	
（1）北区産業活性化ビジョン検討委員会.....	38
（2）北区産業活性化ビジョン商業（商店街）・観光検討部会.....	40
（3）北区産業活性化ビジョン工業（ものづくり）検討部会.....	42
（4）北区産業活性化ビジョン創業・起業検討部会.....	44

1 ビジョンの位置づけ

(1)ビジョンの目的

北区では基本構想の基本目標として「一人ひとりがいきいきと活動するにぎわいのあるまちづくり」を掲げ、産業活動が活発に展開し、にぎわいのあるまちづくりを目指しており、産業振興施策の基本戦略となる「北区産業活性化ビジョン」を概ね10年単位で策定しています。

現在の国内景気は緩やかな回復基調にありますが、少子高齢・人口減少社会が到来し、人口減少による産業活力の低下や消費市場の縮小等、地域の経済状況にも深刻な影響を及ぼすことが懸念されています。

また、雇用を取り巻く環境では、企業や働き方の価値観の変化、IoT^{*1}など先端技術の発達、グローバル化の進行など、区内産業を取り巻く環境は大きく変化しつつあります。

このような社会情勢の急激な変化に対応し、地域経済のさらなる活性化を図るためには、個々の事業者が持つ強みを生かし、より競争力のある技術や製品、独自のサービスを創出する産業へと生まれ変わっていく必要があります。また、地域に新たな人材や事業者を呼び込むため、北区産業としての発信力の強化を図ることも今後の重要な課題となっています。

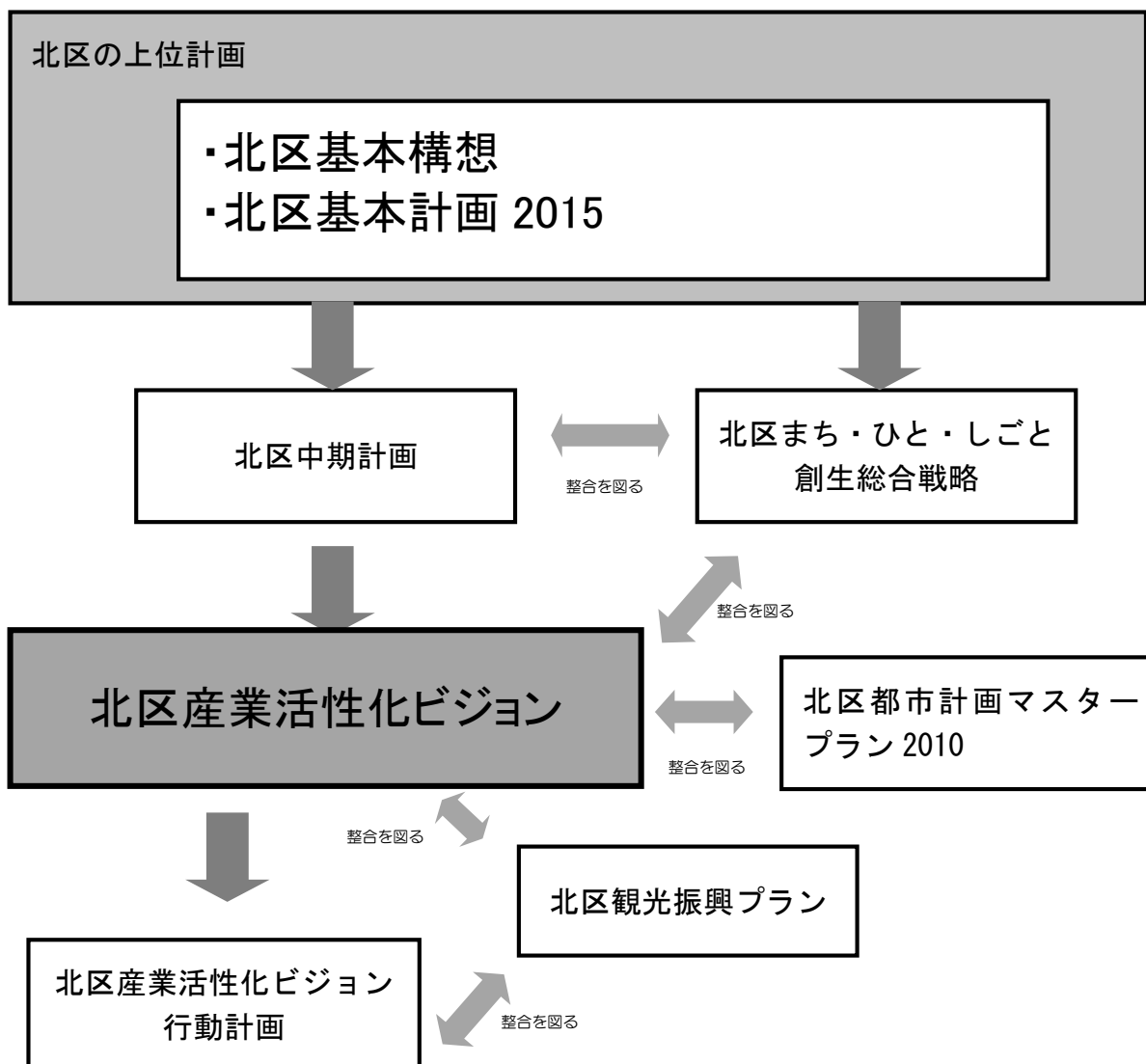
こうした状況を踏まえ、社会・経済状況の変化と課題に迅速に対応し、北区産業のさらなる活性化に向け、新たな戦略として「ビジョン」を策定します。

^{*1} IoTとは、Internet of Thingsの略で、センサーやデバイスといった「モノ」がインターネットを通じてクラウドやサーバーに接続され、情報交換することにより相互に制御する仕組みのこと。

(2) ビジョンの位置づけ

本ビジョンは、北区の全体的な構想を示す「北区基本構想」（平成11年6月）や「北区基本計画2015」（平成27年3月）、「北区中期計画 平成29年度～31年度」（平成29年3月）を上位計画とし、北区の産業全般の振興を事業者、区民、区が一体となって推進していくための取組みの方向性、方針等を示しています。関連計画である「北区まち・ひと・しごと創生総合戦略」（平成28年3月、平成29年3月改定）、「北区都市計画マスタープラン2010」（平成22年7月）など、各種個別計画や方針との整合・調整を図りながら進めていきます。

なお、観光分野については、前回ビジョン策定後に個別計画である「北区観光振興プラン」（平成27年3月）を新たに策定しました。北区観光振興プランでは北区観光がめざすべき方向性を示すとともに、それを実現するための戦略と、さまざまな施策を示しています。本ビジョンにおいても、観光分野に関連する取組みについては、北区観光振興プランとの整合・調整を図りながら進めていきます。



(3) ビジョンの計画期間

前回のビジョン（平成 20 年 1 月）及びこれに基づく行動計画の最終年度は平成 29 年度であり、計画期間は概ね 10 年間と設定しています。本ビジョンにおいても、計画期間は平成 30 年度を初年度とし、概ね 10 年間と設定します。また、社会情勢の変動や国・東京都の動向、上位計画の改定などを踏まえ、必要に応じて見直しを図ります。

(4) 前回ビジョンの概要

①産業を取り巻く環境変化と課題について

前回のビジョンでは、社会経済状況の変化について、経済のグローバル化、少子高齢化、地域格差の拡大、地球温暖化、資源の枯渇問題等が直近の問題として急浮上し、これまでの価値観や経済のしくみでは企業経営、地域経営が立ち行かなくなることが懸念されているとしています。また、資源多消費型経済から脱却し、知識集約的で持続可能な地域経済への転換を地域それぞれが工夫し、その方向に向けてのグランドデザインを描き直すことが急務となっているという課題認識のもと、区内企業の先鋭的な動きを地域全体に定着させ、北区産業の新たな展望を切り拓くためのビジョンを策定するとしています。

②前回ビジョンの基本目標

「創造」——多元化社会に向け新たな価値を創造する北区——

産業を取り巻く環境変化と課題を踏まえ、多様な主体やしくみで構成され多元化していく地域社会のなかで、新たな価値を率先して創造していく北区、北区産業でありたいとの願いから「創造」を基本目標に掲げています。

③行動計画策定の経緯と評価

行動計画は、ビジョンに掲げられた理念・目標の具体化を目的としており、活性化イメージを実現する施策やその運営姿勢、工程を具体的に示しており、3 か年ごとに策定しています。各行動計画の評価は次のとおりです。

ア 第 1 期行動計画（平成 21～23 年度）

第 1 期行動計画では、リーマンショックに端を発する世界不況の影響で景気が急激に悪化する中、「裾野産業の下支え」を中心に活性化事業に取り組みました。北区産業も景気低迷の影響を免れ得ませんでした。倒産件数や負債額が比較的軽微であったことから、一定の成果を上げたものと考えられます。計画した事業は、ほぼ計画通りに進捗しました。

イ 第 2 期行動計画（平成 24～26 年度）

長引く不況が続く中、平成 23 年 3 月 11 日に東日本大震災が発生し、日本経済は大きな打撃を受けました。また、世界的には、欧州の経済危機が顕在化しました。こうした状況を受け、第 2 期行動計画では、急激な環境変化に対応するため、目標を「新たな価値の創造へ」としました。厳しい経済状況の中、事業の廃止を含めた見直しを

行うとともに、重点事業について、拡充・改善を行うことで、一定の成果を上げることができました。

ウ 第3期行動計画（平成27～29年度）

国内景気の緩やかな回復を受け、第2期行動計画のさらなる推進を図ることに加え、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会開催に向けた動き、東洋大学赤羽台キャンパスの開設など、さまざまな変化を活性化のチャンスとして捉え、目標を「創造へのチャレンジ都市北区」として北区産業のさらなる活性化に努めました。

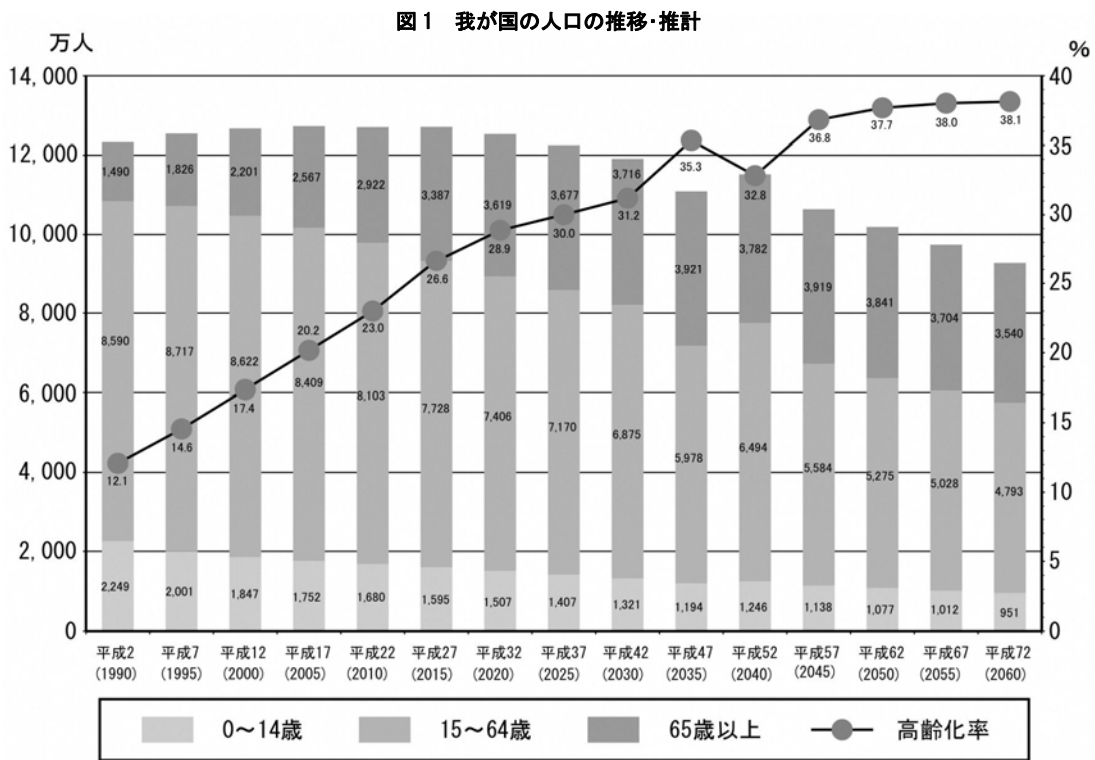
これまで、北区まちなかゼミナールの開講や東京北区観光協会の設立、技術相談員・販路拡大コーディネーターなどによるワンストップ相談窓口の開設、企業・大学・行政の連携による地域の魅力発信プロジェクトの開催など、新しい創造に向けたチャレンジを続けています。

2 北区産業を取り巻く環境

(1) 少子高齢化、人口減少と国内需要縮小の進行

我が国の少子高齢化、人口減少は今後も進行していくものと予測されています。総人口に占める生産年齢人口*2の比率が低下することから、労働者1人当たりの生産性を高めることが課題となっています（図1参照）。

少子高齢化の進展により、医療・介護サービスなど一部の分野で国内需要が拡大する一方、多くの分野で国内需要は縮小していくものと予測されています。事業者が将来にわたって事業経営を継続するためには、製品やサービスの高付加価値化を進めると同時に、海外市場への展開やインバウンド*3需要への対応を図ることが重要です。



資料：2015年まで「国勢調査」総務省、2020年以降は「日本の将来推計人口（平成29年推計）」国立社会保障・人口問題研究所

*2 生産活動の中心となる15歳以上65歳未満の人口のこと。

*3 訪日外国人旅行者のこと。

(2) グローバル経済の進行

ICT^{*4}の発展などにより、国家の枠を超えたモノ、カネ、ヒト、情報の移動や貿易、経済のボーダーレス化が急速に進行しており、特にアジアの新興国の台頭は顕著です。我が国の産業にとって、新興国等の市場規模の拡大は、縮小する国内需要を補完できる可能性があるものとして期待されています。北区産業としても新たな成長市場の拡大をチャンスとしてとらえ、積極的に対応を図ることが必要です。

さらに、観光や MICE^{*5}の目的で我が国に来訪する外国人は毎年増加しています。2020年には東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会の開催を控えており、特に観光業や小売業、飲食業、サービス業では、外国人向けサービスの向上などにより、インバウンド需要を的確につかむことが求められています。

(3) 雇用・就業形態の多様化

生産年齢人口減少の影響を受け、特に中小企業では人材不足が深刻化しています。このため、外国人労働者の受け入れや高齢者・女性の活躍推進が社会的な課題となっており、国は、ワークライフバランス^{*6}の実現や働き方改革の推進に取り組んでいます。生活や仕事に対する様々な価値観が広がりを見せる中、雇用・就業形態の多様化は今後さらに進むものと予測されています。

(4) AI、ロボット、IoT などの先端技術の活用推進の動き

国は、新たな有望成長市場を創出するため、AI^{*7}、ロボット、IoT などを活用する「第4次産業革命^{*8}」を推進しています。第4次産業革命は、生産性の向上や製品・サービス等の高付加価値化、オープンイノベーション^{*9}の実現などに向け大きな効果を生み出すものとして期待されています。また、産業活動ばかりでなく、健康、医療、公共サービス等の幅広い分野や、人々の働き方、ライフスタイル等にも影響を与えるものとして考えられています。

第4次産業革命は世界的な潮流であり、規模の小さな事業所でも、先端技術の活用による生産性の向上や新たな製品やサービスの開発を図る試み^{*10}が始まっています。

^{*4} 情報通信技術のこと。

^{*5} 国際会議や展示会など、多くの集客が見込めるビジネスイベントのこと。

^{*6} 「仕事と生活の調和」の意味。働きながら私生活も充実させられるように職場や社会環境を整えること。

^{*7} AI とは、人工知能のことで、知的行動を人間に代わってコンピューターに行わせる技術のこと。

^{*8} IoT、ビッグデータ、ロボット、AI 等による技術革新のこと。

^{*9} 新技術・新製品の開発などに際して、組織の枠組みを越え、広く知識・技術の結集を図ること。

^{*10} IoT 機器の導入により、加工機械の稼働データを社内全体で共有することで、生産性の向上を図っている工場や、スマホの信号を感知する機器を導入し、来街者や来店者に様々な情報を提供するサービスを行う商店街などの例があります。

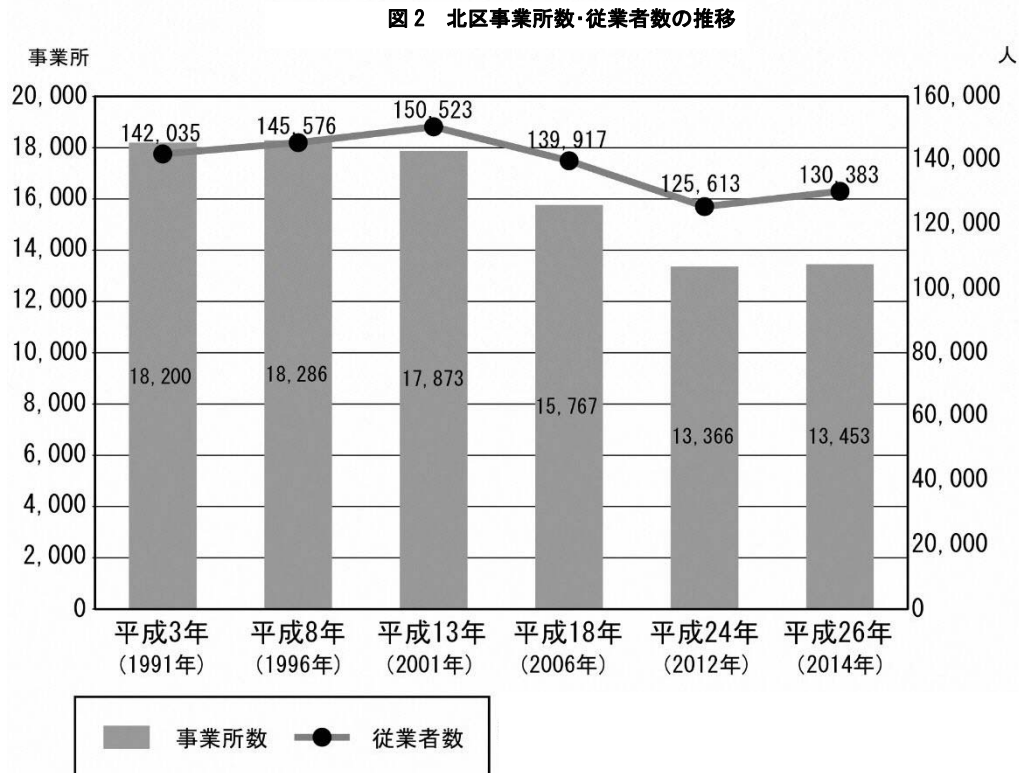
3 北区産業の現状と動向

(1) 産業構造

北区産業全体の事業所数、従業者数は減少傾向にありましたが、「平成 26 年経済センサス-基礎調査」では横ばい傾向に転じています（図 2 参照）。

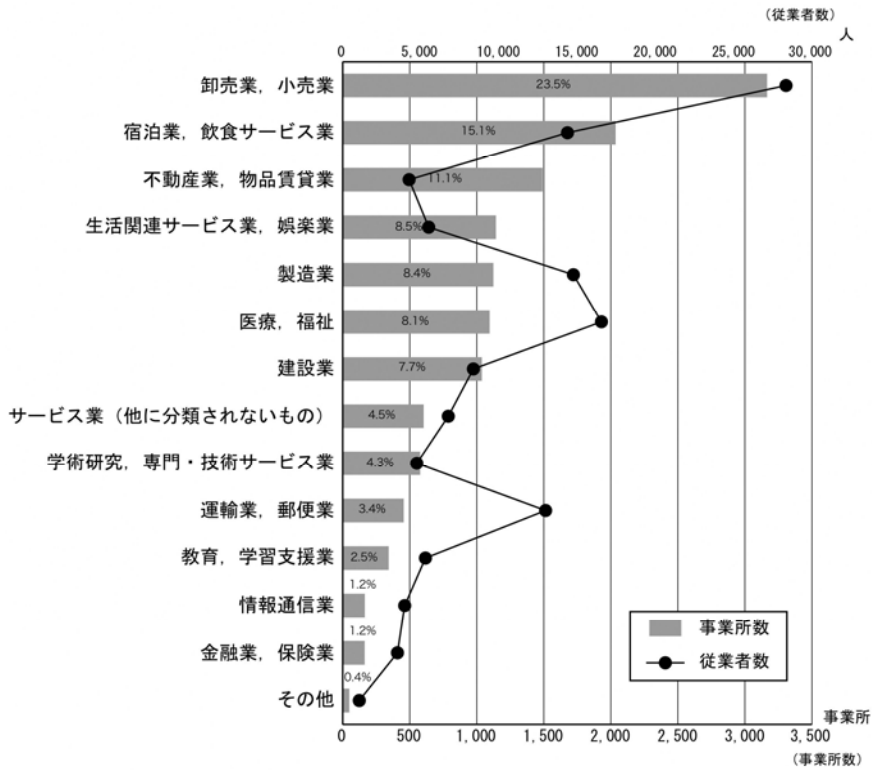
業種別の構成比は、事業所数では「卸売業、小売業」「宿泊業、飲食サービス業」「不動産業、物品賃貸業」「生活関連サービス業、娯楽業」「製造業」の順となっており、従業者数では「卸売業、小売業」「医療・福祉」「製造業」「宿泊業、飲食サービス業」の順となっています（図 3 参照）。

事業所の業種別売上（収入）は、「卸売業」が最も多くなっている点は区部平均と同様ですが、区部平均では多い順に「医療・福祉」「小売業」「不動産、物品賃貸業」と続いているのに対し、北区では「製造業」「小売業」「医療・福祉」となっており、製造業の存在が目立っています（図 4 参照）。



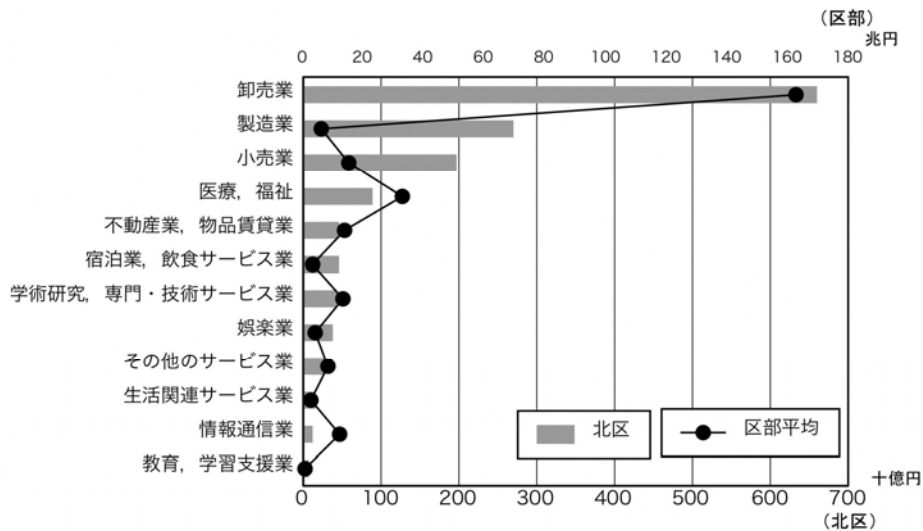
資料：「事業所・企業統計調査」総務省、「経済センサス-基礎調査」総務省、「経済センサス-活動調査」総務省

図3 北区産業大分類別事業所数・従業者数



資料：「平成26年経済センサス基礎調査」総務省
注：横棒グラフの数値は、事業所総数に対する構成比を示す。

図4 民営事業所業種別売上(収入)金額



資料：「平成26年経済センサス基礎調査」総務省

※産業大分類のうち、「農業, 林業」「漁業」「鉱業, 採石業, 砂利採取業」「建設業」「電気・ガス・熱供給・水道業」「運輸業, 郵便業」「金融業, 保険業」「複合サービス事業」の売上(収入)金額は不明であるため、除外した。また「情報通信業」「教育, 学習支援業」「サービス業(他に分類されないもの)」は、中分類項目の売上(収入)金額の一部が不明だが、明示されているものの総計を大分類の総計とした。
※「卸売業, 小売業」「生活関連サービス業, 娯楽業」については、中分類ごとの売上(収入)金額で分割した。
※「サービス業(他に分類されないもの)」は、「その他のサービス業」と表記した。

(2) 商業・サービス業^{*11}

①商店街の現状

商店街は商業施設としての役割ばかりでなく、地域のコミュニティや防犯、まちのにぎわいなど区民生活を支える多くの役割を担っています。北区には 88 の商店街があり、対昼夜間人口^{*12}比で区部 2 位と多く、区民にとっては近隣に利用可能な商店街が多くあることが特色となっています。

②小売業・サービス業の現状

ア 小売業事業所数・従業者数・年間商品販売額の推移

平成 26 年の商業統計調査（経済産業省）では、区内の小売業の事業所数は 1,760、従業者数は 13,025 人、年間商品販売額は 1,773 億 78 百万円となっています。平成 11 年から平成 26 年までの推移をみると、事業所数は約 51%、従業者数は約 26%減少し、年間商品販売額は約 32%の減少となっています。また、平成 19 年との比較では、事業所数は 1,000 近く減少し、従業者数も約 3,000 人減少しており、特に従業者 4 人以下の小規模事業所で減少傾向がより顕著となっています（図 5 参照）。

図 5 北区小売業事業所数・従業者数・年間商品販売額の推移

	調査年次					
	平成11年	平成14年	平成16年	平成19年	平成26年	
事業所総数	3,588	3,276	3,081	2,747	1,760	
従業者総数(人)	17,642	17,331	16,995	15,973	13,025	
従業者規模別内訳	2人以下	1,893	1,666	1,578	1,365	852
	3～4人	855	791	723	632	343
	5～9人	466	447	394	377	282
	10～19人	231	238	245	239	171
	20～29人	80	74	80	81	61
	30～49人	43	32	33	29	24
	50～99人	14	21	20	15	18
	100人以上	6	7	8	9	9
年間商品販売額(百万円)	262,507	235,167	234,447	237,078	177,378	
事業所総数の推移(*)	100.0	91.3	85.9	76.6	49.1	
従業者総数の推移(*)	100.0	98.2	96.3	90.5	73.8	
年間商品販売額の推移(*)	100.0	89.6	89.3	90.3	67.6	

*:平成11年=100とする指数

資料:「商業統計調査」経済産業省

^{*11} 日本標準産業分類（総務省）において「サービス業」は、個人向けサービスのほか、情報通信や専門・技術サービスなども含む産業分類とされていましたが、平成 14 年の改定で「サービス業」という産業分類はなくなりました。ここでは、区民の生活に密着したサービス業である、「飲食店」「生活関連サービス業」（洗濯・理容・美容・浴場業など）や「教育、学習支援業」、「医療・福祉」を便宜上「サービス業」としています。

^{*12} 地域に常住する人口を夜間人口といい、昼間だけ現存する人口を昼間人口といいます。昼夜間人口とは、両者を合わせた人口を指します。

イ サービス業の現状

北区のサービス産業の産業別事業所数の推移（平成18年～26年、総務省 事業所・企業統計調査、経済センサス）を見ると、近年増加傾向にあるものは「不動産業、物品賃貸業」「医療・福祉」、その他では減少傾向にある「運輸業、郵便業」を除きおおむね横ばい傾向となっています（図6参照）。従業者数の推移では、とりわけ「医療・福祉」の近年の伸びが目立っています（図7参照）。

図6 北区サービス産業事業所数の推移（平成18年～平成26年）

事業所数（事業所）	調査年次			
	平成18年	平成21年	平成24年	平成26年
情報通信業	152	204	170	165
運輸業、郵便業	721	518	478	455
不動産業、物品賃貸業	1,342	1,431	1,447	1,492
学術研究、専門・技術サービス業	591	646	557	578
宿泊業、飲食サービス業	2,355	2,218	1,984	2,036
生活関連サービス業、娯楽業	1,395	1,266	1,141	1,143
教育、学習支援業	462	422	318	343
医療、福祉	1,071	1,060	944	1,096
サービス業（他に分類されないもの）	630	623	609	645
（平成18年=100とする指数）	調査年次			
	平成18年	平成21年	平成24年	平成26年
情報通信業	100.0	134.2	111.8	108.6
運輸業、郵便業	100.0	71.8	66.3	63.1
不動産業、物品賃貸業	100.0	106.6	107.8	111.2
学術研究、専門・技術サービス業	100.0	109.3	94.2	97.8
宿泊業、飲食サービス業	100.0	94.2	84.2	86.5
生活関連サービス業、娯楽業	100.0	90.8	81.8	81.9
教育、学習支援業	100.0	91.3	68.8	74.2
医療、福祉	100.0	99.0	88.1	102.3
サービス業（他に分類されないもの）	100.0	98.9	96.7	102.4

資料：「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、「経済センサス活動調査」総務省

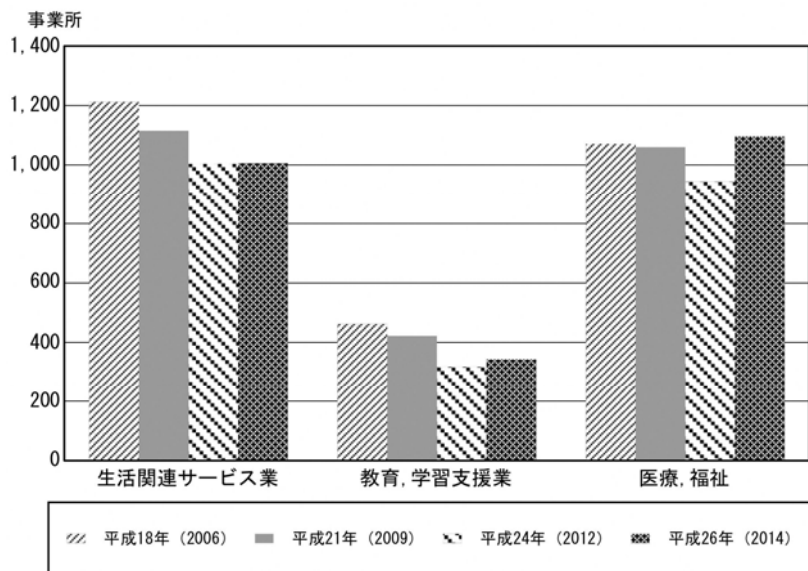
図7 北区サービス産業従業者数の推移（平成18年～平成26年）

従業者数（人）	調査年次			
	平成18年	平成21年	平成24年	平成26年
情報通信業	3,673	3,489	3,355	3,963
運輸業、郵便業	13,909	13,785	14,097	12,972
不動産業、物品賃貸業	3,964	4,127	4,196	4,245
学術研究、専門・技術サービス業	4,735	6,119	4,832	4,737
宿泊業、飲食サービス業	12,388	14,522	13,692	14,372
生活関連サービス業、娯楽業	6,213	6,203	5,699	5,498
教育、学習支援業	7,087	7,251	5,041	5,290
医療、福祉	12,843	13,519	13,372	16,544
サービス業（他に分類されないもの）	6,737	6,914	8,086	7,444
（平成18年=100とする指数）	調査年次			
	平成18年	平成21年	平成24年	平成26年
情報通信業	100.0	95.0	91.3	107.9
運輸業、郵便業	100.0	99.1	101.4	93.3
不動産業、物品賃貸業	100.0	104.1	105.9	107.1
学術研究、専門・技術サービス業	100.0	129.2	102.0	100.0
宿泊業、飲食サービス業	100.0	117.2	110.5	116.0
生活関連サービス業、娯楽業	100.0	99.8	91.7	88.5
教育、学習支援業	100.0	102.3	71.1	74.6
医療、福祉	100.0	105.3	104.1	128.8
サービス業（他に分類されないもの）	100.0	102.6	120.0	110.5

資料：「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、「経済センサス活動調査」総務省

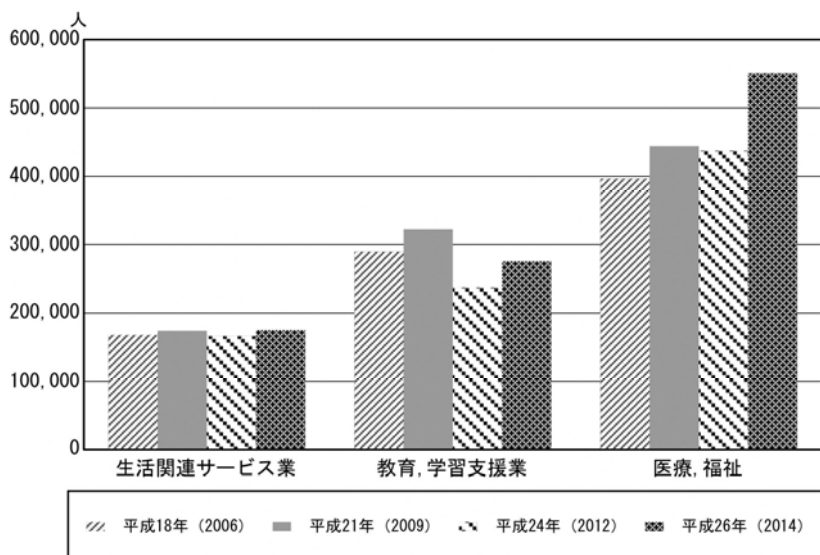
「生活関連サービス業」（理容・美容店、クリーニング店、浴場など）や「教育、学習支援業」、「医療・福祉」は、小売業同様、区民生活を支える重要な産業です。近年、北区のサービス業の事業所数はいずれも横ばいで推移しており（図8参照）、また従業者数は、「生活関連サービス業」「教育、学習支援業」では横ばい傾向、「医療・福祉」では増加傾向で推移しています（図9参照）。

図8 北区生活関連サービス業事業所数の推移（平成18年～平成26年）



資料：「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、「経済センサス活動調査」総務省

図9 北区生活関連サービス業従業者数の推移（平成18年～平成26年）



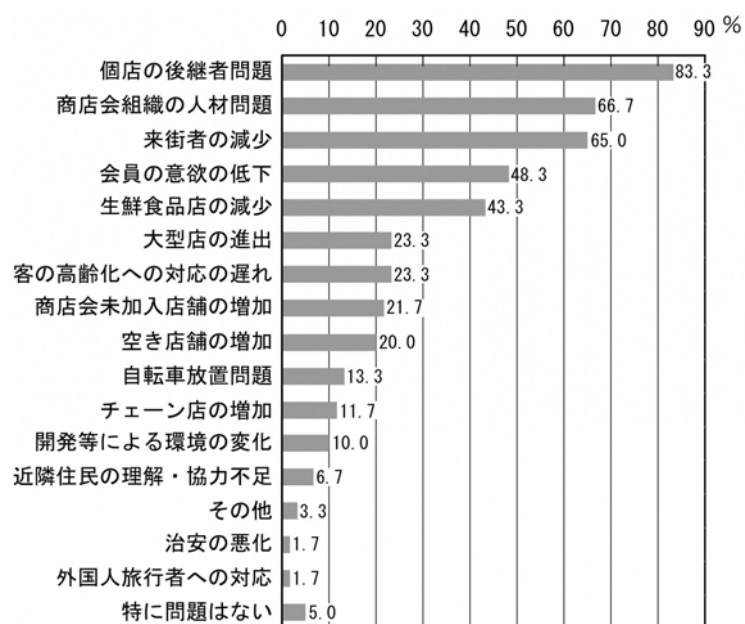
資料：「事業所・企業統計調査」総務省、「経済センサス基礎調査」総務省、「経済センサス活動調査」総務省

③商店街の実態

ア 商店会としての現在の課題

平成 28 年度に実施した「北区産業活性化ビジョン基礎調査^{*13}」（以下、「基礎調査」という。）の「商店会アンケート」では、商店会が抱える現在の課題として、「個店の後継者問題」「商店街組織の人材問題」「来街者の減少」「会員の意欲の低下」が回答の上位を占めています（図 10 参照）。

図 10 商店会としての現在の課題〈複数回答 母数=60〉



資料：北区産業活性化ビジョン基礎調査（平成 28 年 11 月）商店会アンケート

^{*13} 「北区産業活性化ビジョン基礎調査」（平成 28 年 11 月）では、〈製造業、商店会、事業所、消費者（区民）〉の 4 種類のアンケート調査や、ヒアリング調査（製造業・創業）などを実施しました。

イ 区民の買い物傾向と商店街への応援意向

基礎調査の「消費者（区民）アンケート」では、区民は日常の買い物を主にスーパーやコンビニエンスストアで行い、インターネット通販なども利用する傾向が顕著になる反面、商店街の利用は相対的に少なくなっています（図 11 参照）。一方、「地元商店街に協力したい」「なるべく地元で買い物したい」といった意向のある区民が約 6 割いる（図 12 参照）ことから、消費者ニーズに応じた商店街づくりに取り組むことで、にぎわいを再生できる可能性があります。

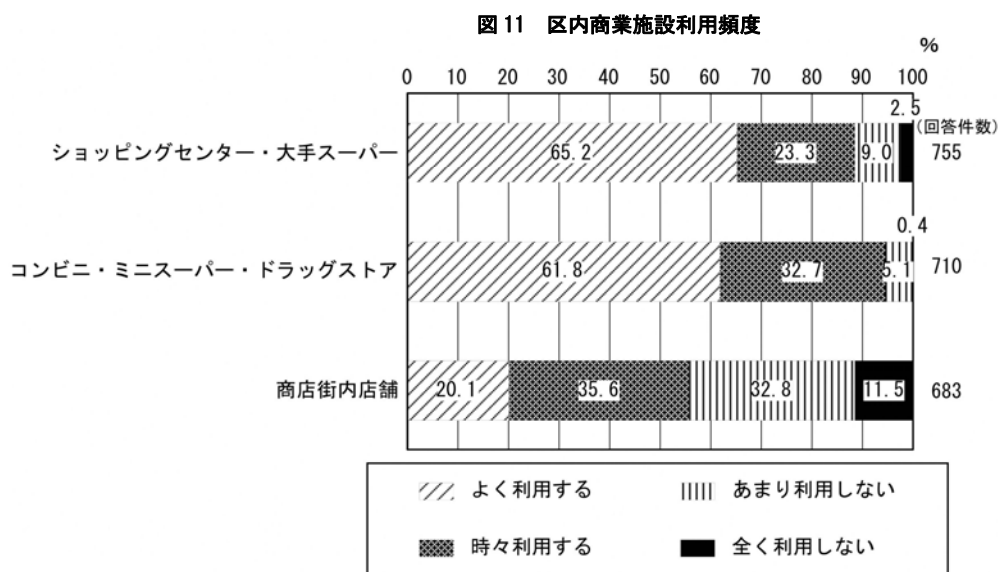
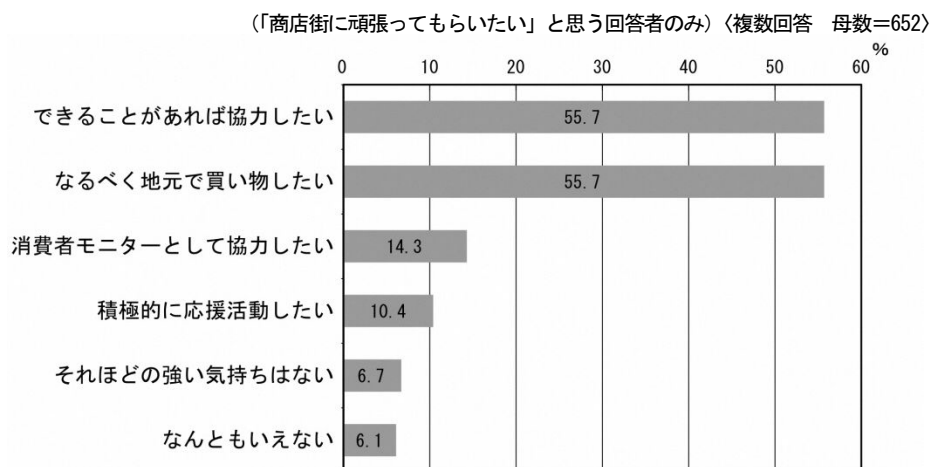


図 12 商店街応援意向

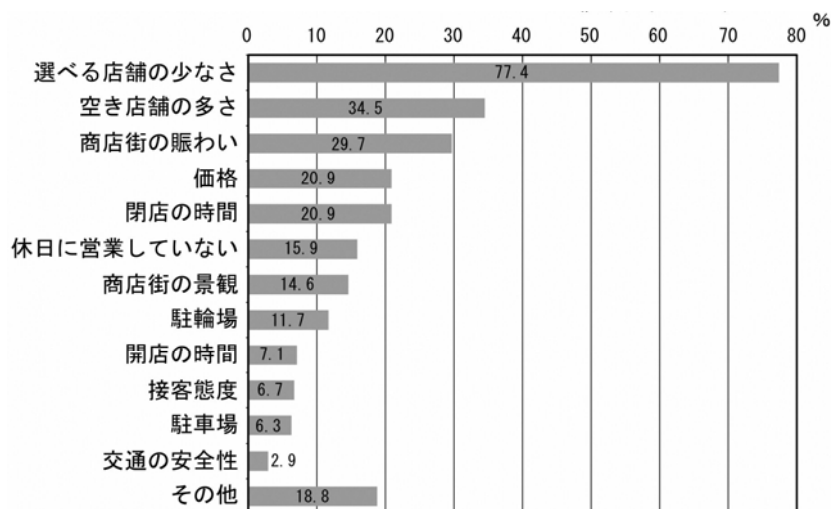


ウ 個店同士の連携がもたらす新たな活力

基礎調査の「消費者（区民）アンケート」では、地元商店街に対する不満の理由として、「選べる店舗の少なさ」を挙げる回答が約8割となっており（図13参照）、魅力ある個店の集積が商店街活性化の大きな要素となっています。近年、意欲ある個店同士が連携し、地域や北区全体を盛り上げようとする動きがみられます。個店が連携したイベントの実施や製品・サービスの開発などに取り組むことにより、他地域から来街者を呼び込み、商店街に新たな活力をもたらす可能性があります。

図13 地元商店街に対する不満の理由

（「不満」「やや不満」とする回答者のみ）〈複数回答 母数=478〉



資料：北区産業活性化ビジョン基礎調査（平成28年11月）消費者（区民）アンケート

(3) 工業

①北区工業集積の歴史

北区は、石神井川や千川用水、隅田川の水資源に恵まれていたことから、明治時代になると、紡績工場や製紙工場が創設されるとともに、軍需工場も数多く立地しました。戦前から戦後にかけては、産業を牽引する工業集積地として発展を続け、隣接する板橋区とともに城北産業集積地域の一翼を担うこととなりました。その後は、衣服、紙加工品、印刷、化学、金属、一般機械、精密機械などの都市立地型産業が集積し、現在の住工商混在地域が形成されました。

②製造業の現状

ア 事業所数、従業者数、製造品出荷額の推移

平成 26 年の工業統計調査（経済産業省）では、区内の工場数（従業者 4 人以上）は 285、従業者総数は 7,895 人、製造品出荷額は 2,130 億 68 百万円となっています。また、平成 23 年工業統計調査では、3 人以下を含めた全工場数は 914、従業者総数は 10,587 人、製造品出荷額は 2,234 億 88 百万円となっています。

北区工業の工場数や従業者数、製造品出荷額は減少傾向にあります*¹⁴（図 14 参照）。なお、工場数は、昭和 63 年を 100%とした場合、平成 26 年の減少率は 75.7%と高くなっています。

図 14 北区製造業事業所数・従業者数・製造品出荷額の推移

	調査年次									
	平成15年		平成17年		平成20年		平成23年		平成26年	
	(全数)	(従業者4人以上)	(全数)	(従業者4人以上)	(全数)	(従業者4人以上)	(全数)	(従業者4人以上)	(従業者4人以上)	
事業所総数	1,359	642	1,189	559	1,047	489	914	447	285	
従業者総数(人)	13,154	11,708	12,346	11,073	10,474	9,348	10,587	9,664	7,895	
従業者規模別内訳	1~3人	717	-	630	-	558	-	467	-	-
	4~9人	404	404	356	356	301	301	274	274	153
	10~19人	129	129	101	101	97	97	84	84	62
	20~29人	50	50	41	41	37	37	36	36	29
	30~49人	24	24	27	27	22	22	20	20	13
	50~99人	19	19	18	18	17	17	17	17	16
	100~199人	8	8	8	8	8	8	8	8	5
	200~299人	4	4	3	3	3	3	3	3	3
	300~499人	2	2	3	3	4	4	4	4	3
	500~999人	2	2	2	2	0	0	0	0	0
1,000人以上	0	0	0	0	0	0	1	1	1	
製造品出荷額(百万円)	280,021	222,147	271,971	225,945	236,954	232,251	223,488	219,667	213,068	
事業所総数の推移(*)	100.0	100.0	87.5	87.1	77.0	76.2	67.3	69.6	44.4	
従業者総数の推移(*)	100.0	100.0	93.9	94.6	79.6	79.8	80.5	82.5	67.4	
製造品出荷額の推移(*)	100.0	100.0	97.1	101.7	84.6	104.5	79.8	98.9	95.9	

*：平成15年=100とする指数

資料：「工業統計調査」経済産業省

*¹⁴ 経済産業省によって毎年実施される工業統計調査は、実施年により、製造業に属する全事業所を対象とした全数調査と従業者 4 人以上の製造業事業所を対象とする調査に分かれています。本ビジョン作成時点で公表されている最新の調査結果は、従業者 4 人以上を対象とした平成 26 年調査結果であり、全数調査結果としては平成 23 年が最新となっています。

イ 従業者規模、業種構成

全数調査を行った平成23年工業統計調査(経済産業省)では、事業所の従業者規模は、「49人以下」が9割超を占めています。区部平均との比較では、中・大規模の事業所の割合がやや高くなっています(図15参照)。

業種構成比は、事業所数の多い順に「印刷・同関連業」「金属製品」「繊維工業」「生産用機械」「業務用機械」と続いています(図16参照)。

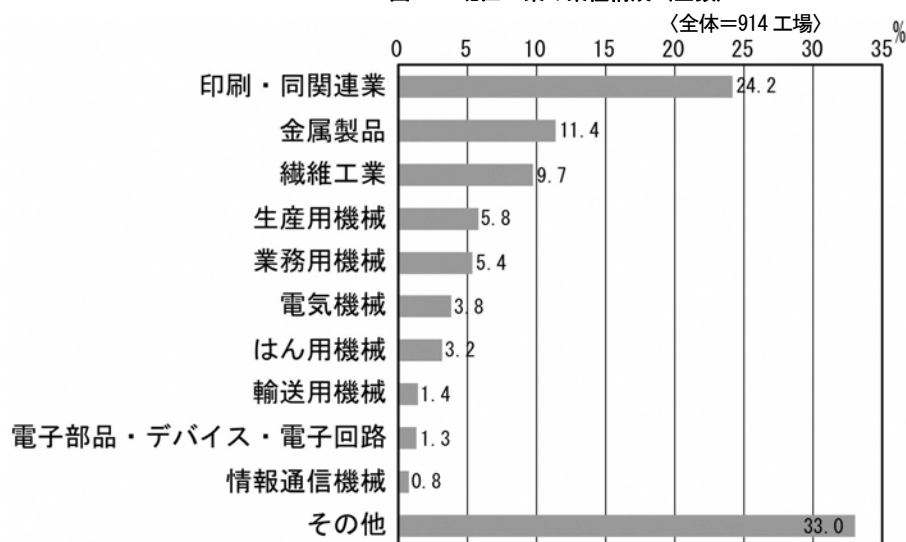
なお、従業者4人以上を対象とした平成26年工業統計調査でも同様の傾向を示しています。

図15 従業者規模別工業事業所数(全数)

		従業者規模									
		合計	1~3人	4~9人	10~19人	20~29人	30~49人	50~99人	100~199人	200~299人	300人以上
北区	事業所数	914	467	274	84	36	20	17	8	3	5
	構成比(%)	100.0	51.1	30.0	9.2	3.9	2.2	1.9	0.9	0.3	0.5
区部	事業所数	29,271	15,933	8,588	2,730	1,013	541	309	108	21	28
	構成比(%)	100.0	54.4	29.3	9.3	3.5	1.8	1.1	0.4	0.1	0.1

資料：「平成23年工業統計調査」経済産業省

図16 北区工業の業種構成(全数)



資料：「平成23年工業統計調査」経済産業省

ウ 従業者 1 人当たり粗付加価値額^{*15}

平成 26 年工業統計調査（経済産業省）では、売上高から原材料費や仕入原価などを差し引いた従業者 1 人当たりの粗付加価値額は、区部で第 1 位となっているほか、業種別では、「印刷・同関連業」で区部第 1 位、「金属製品」で区部第 3 位となっており（図 17 参照）、相対的に高付加価値のものづくりが展開されています。

図 17 従業者 1 人当たり粗付加価値額（万円／人）区部上位 10 位（従業者 4 人以上）

順位	<全業種>		順位	<印刷・同関連業>		順位	<金属製品>	
第 1 位	北 区	1,392.4	第 1 位	北 区	2,086.7	第 1 位	江戸川区	867.1
第 2 位	墨田区	1,312.9	第 2 位	千代田区	1,161.4	第 2 位	大田区	810.7
第 3 位	江東区	1,194.0	第 3 位	江東区	1,109.8	第 3 位	北 区	771.0
第 4 位	板橋区	1,192.2	第 4 位	中央区	1,027.2	第 4 位	世田谷区	731.3
第 5 位	千代田区	1,113.7	第 5 位	港 区	999.3	第 5 位	江東区	724.2
第 6 位	港 区	1,057.1	第 6 位	新宿区	978.2	第 6 位	板橋区	708.5
第 7 位	豊島区	955.9	第 7 位	豊島区	957.7	第 7 位	品川区	704.0
第 8 位	中央区	955.0	第 8 位	世田谷区	936.7	第 8 位	荒川区	703.0
第 9 位	新宿区	932.2	第 9 位	板橋区	913.7	第 9 位	足立区	660.1
第 10 位	練馬区	868.6	第 10 位	渋谷区	900.0	第 10 位	豊島区	646.2

資料：「平成 26 年工業統計調査」経済産業省

^{*15} 売上高から原材料費や仕入原価などの変動費を差し引いた額のこと。粗付加価値は、製造経費や人件費、営業利益、賃借料、租税公課、支払利息、減価償却費などを合わせたものでもあります。なお、国レベルでは、国民総生産（GNP）や国内総生産（GDP）などが粗付加価値に相当します。

③製造業事業所の実態

ア 事業経営上の課題

基礎調査の「製造業アンケート」では、事業経営上の課題として、「従業員の高齢化」「価格競争の激化」「受注の確保」「社員の確保」が回答の上位を占めています。また、従業員平均年齢は約半数が50歳以上、代表者年齢は3割超が70歳以上と高齢化が顕著となっていることから、事業・技術の承継や人材不足、受注確保などが課題となっています。

イ 新事業展開への意向

平成29年中小企業白書（中小企業庁）では、新市場開拓や新製品開発、多角化や事業転換などの新事業展開に取り組んでいる企業は、取り組んでいない企業と比べて、経常利益率が増加する傾向にあるとしています。経営の安定化や事業の発展を図るうえで、新事業への展開は重要な要素となっています。

基礎調査の「製造業アンケート」では、事業所として新たな展開へのきっかけとなる、企業間交流や産学連携、IoTの活用について、実際に取り組んでいる事業所はまだ少ないものの、企業間交流については6割（図18参照）、産学連携については4割（図19参照）、IoTについては4割（図20参照）が関心を示しており、こうした事業所の前向きな意欲を実際の取組みとして促進することが課題となっています。

図18 企業間交流の意向

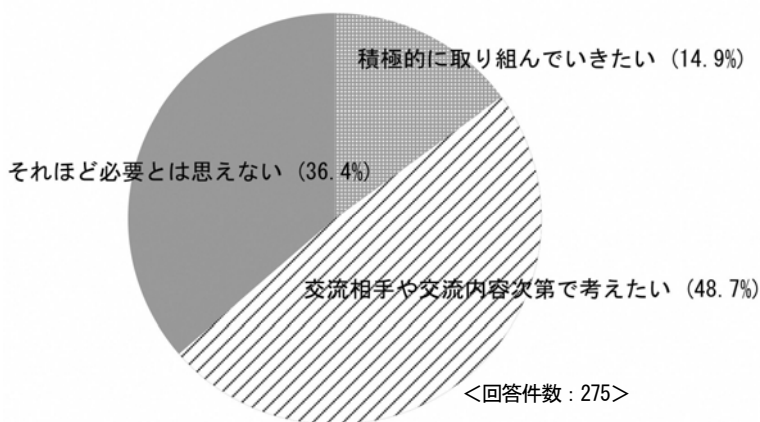


図19 産学連携経験の有無

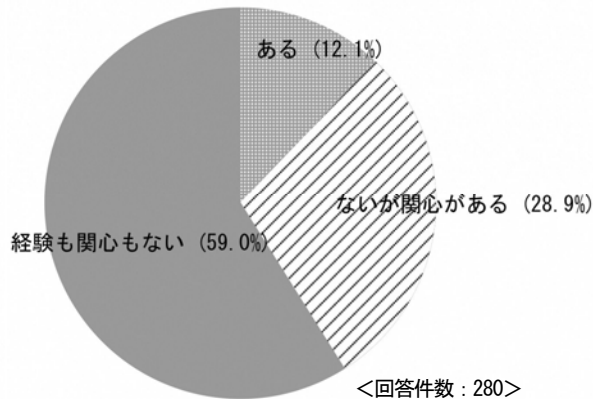
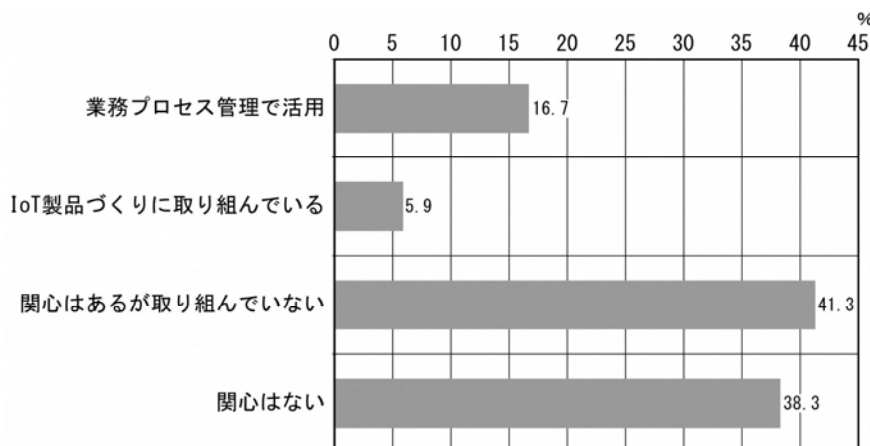


図20 IoTへの取組み状況 <複数回答 母数=269>



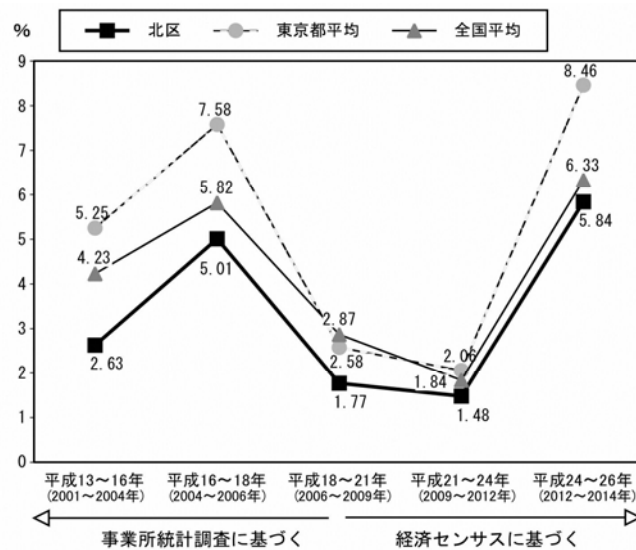
資料：北区産業活性化ビジョン基礎調査（平成28年11月）製造業アンケート

(4) 創業

①創業の現状と傾向

地域の活性化や雇用創出、新産業創出を図るためには、起業・創業を促進することが重要です。国が提供している地域経済分析システム (RESAS^{*16}、まち・ひと・しごと創生本部) では、平成 24 年から平成 26 年の北区の創業比率^{*17}は、5.84%となっており、東京都平均の 8.46%や全国平均の 6.33%よりも低くなっています (図 21 参照)。女性の起業希望者や高齢者、学生を実際の起業に導く環境づくりなどにより、北区における創業を増やす取り組みを推進する必要があります。

図 21 創業比率



資料：「RESAS」まち・ひと・しごと創生本部

また、平成 29 年中小企業白書 (中小企業庁) では、近年の起業・創業の主な傾向として、女性の起業希望者が増加傾向にある一方で実際にはなかなか起業にまで至っていない状況や、起業家全体に占める 60 歳以上の起業家の割合が増加傾向にある状況が指摘されています。業種別では、製造業、卸売業、小売業、飲食サービス業の割合が低下する一方で、学術研究、専門・技術サービス業、生活関連サービス業、娯楽業、教育、学習支援業などのサービス業の割合が上がっており、創業の業種・業態が多様化している傾向が指摘されています。

^{*16} 地方創生の様々な取組みを情報面から支援するために、経済産業省と内閣官房 (まち・ひと・しごと創生本部事務局) が提供する地域経済分析システムの名称。産業構造や人口動態、人の流れなどの官民ビッグデータを集約し、可視化するシステムであり、多くの人々から幅広く活用されています。

^{*17} RESAS によると、創業比率とは、「[1] 新設事業所 (又は企業) を年平均にならした数」の「[2] 期首において既に存在していた事業所 (又は企業)」に対する割合であり、[1] / [2] で求めるとされています。

②コミュニティビジネスの現状と傾向

コミュニティビジネスは、地域のネットワークや人脈を活用して地域課題をビジネスの手法を利用して解決するもの、魅力的に自らの地域を活性化する存在として期待されています。

現在、北区でも、子育て世代が憩い交流できるカフェや障害者雇用、まちづくりを目的としたものなど、20 から 30 件程度のコミュニティビジネスが展開されています。

平成 29 年中小企業白書(中小企業庁)ではソーシャルビジネス^{*18}の近年の傾向として、女性の起業家の割合が高くなっている傾向や、年齢が高くなるにつれてソーシャルビジネス起業の割合が上がっている傾向が指摘されています。また、「医療、福祉」や「サービス業(医療、福祉を除く)」、「教育、学習支援業」の割合が高い傾向が指摘されています。

③北区の創業支援体制

北区では、創業支援施設「ネスト赤羽」(平成 17 年開設)を設置しています。起業間もない創業者を支援するための小規模オフィスの提供や専門家による相談支援を実施しており、年間で約 260 件の相談に応じています。

また、平成 27 年からは、産業競争力強化法に基づく創業支援事業計画を策定し、東京商工会議所北支部、城北信用金庫、瀧野川信用金庫、日本政策金融公庫(上野支店、板橋支店)、NPO 法人コミュニティビジネスサポートセンターと連携して、創業希望者に対するセミナーの実施や融資のあっせん、保証料・利子補給の補助、創業支援施設への入居のあっせんなどの創業支援事業を推進しています。

^{*18} 社会的課題を市場としてとらえ、持続可能な経済活動を通して問題解決に取り組む事業のこと。一定の地域との結びつきが強い「コミュニティビジネス」と区別されることもありますが、重なる部分も多くあります。

(5) 観光・スポーツ

東京都では、年間訪都外国人旅行者数を 2020 年には 2,500 万人に、2024 年には 3,000 万人に増やすことを目標に観光振興を推進しています。北区でも平成 27 年に策定した「北区観光振興プラン」に基づき、「観光」を核とした総合的地域づくりの展開に取り組んでいます。観光を切り口とした地域の特性を活かした魅力づくりを行い、さまざまな世代が生きがいを持って長く住み続けられるまちをつくっていくことが求められています。

また、東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会開催に伴う東京都への経済波及効果は約 20 兆円に達するものと試算されています。国内外からの来街者の増加や、世界に向けた情報発信力の向上につながることから、区内事業者にとっても大きなチャンスとなります。国内唯一のトップアスリートの拠点施設である味の素ナショナルトレーニングセンターや東京都障害者総合スポーツセンターなどの北区ならではの環境を活かしながら、産業活性化に向けた特色ある取組みが期待されています。

(6) まちづくりの動き

東京都は、平成 29 年 9 月に 2040 年代の目指すべき東京の都市の姿とその実現に向けた、都市づくりの基本的な方針と具体的な方策を示した「都市づくりのグランドデザイン」を策定しました。このなかで北区域は、国際的なビジネス・交流の拠点や業務・商業などの複合機能を有する中核的な拠点、芸術・文化、スポーツなどの多様な特色を有するなど拠点が形成される「中枢広域拠点域」（環状 7 号線内側）と、緑と水に囲まれたゆとりある市街地が形成され、良質で機能的な住環境をベースとし、芸術・文化、教育、産業、商業などの機能が複合的に利用されることで、多様なライフスタイルや新たな価値を生み出す場となる「新都市生活創造生域」（環状 7 号線外側）に位置付けられています。

また、王子駅周辺では、平成 29 年 7 月に「にぎわいの拠点」として魅力あるまちづくりを進めるための「王子駅周辺まちづくりグランドデザイン」を策定し、十条駅周辺では、駅西口地区市街地再開発事業や JR 埼京線の連続立体交差事業の推進など、駅周辺を中心に、まちづくりに向けた動きが大きく進展し、今後、まちが大きく変化していくことが見込まれます。

まちづくりは、新たな人やビジネスを引きつけ、新たな産業を創出する契機となります。まちづくりを産業活性化に資する好機ととらえ、個々の事業展開に生かす取組みが重要となります。

4 産業振興の理念・方針

(1) 北区産業の将来像

多様な人材が集まり育ち、
さらなる価値と魅力を創出する
挑戦都市 東京北区

- ①北区産業は、事業者・区民・区の連携・協力のもと、『価値』を創出し挑戦を積み重ねることで、北区産業ならではの『魅力』を醸成・発信し、多様な人や事業所を呼び込み、共に成長します。
- ②北区では約34万の区民が生活を営み、約1万3千5百の事業所があります。北区は、区内で活動するすべての人たちと共に、北区産業のさらなる発展を目指し、挑戦を続けます。

(2) 産業活性化の基本理念

①事業者・区民・区の役割

北区産業の活性化を図るためには、事業者と区民、区がそれぞれの役割を担い、連携・協力することが重要です。産業活性化の主役は、「事業者」と「区民」であり、「区」は全体のコーディネーターとしての役割を担います。

ア 「事業者」の役割

北区産業の担い手として、北区産業発展に貢献する役割と、経営基盤の強化・安定化、将来の事業継続・発展に向け創意工夫とチャレンジに努める必要があります。

イ 「区民」の役割

区民は、消費者として北区産業を支える一方、起業・創業の担い手でもあります。北区産業の活性化に向けて、区内の事業者を知っていただくと共にさまざまな面で事業者の応援・支援が必要となります。

ウ 「区」の役割

区は、事業者の意欲的な取組みを後押しするための支援などを実施する役割と、新たな価値の創造を促すため、コーディネーターとして多様な交流・連携を図る責務があります。

②基本理念

本ビジョンでは、事業者・区民・区がつながり波及し、活力ある産業地域を形成し、北区産業のさらなる発展を図っていききたいとの願いから、基本理念を「共奏」としました。

「共奏」は造語で、事業者・区民・区がつながり、それぞれが持てる力を十分に発揮し、互いに作用し合うことで、意欲ある取組みを展開していくことを表現しています。

基本理念 共 奏

事業者・区民・区がつながり波及し、活力ある産業地域を形成します

③基本理念実現のための3つの戦略

北区産業の将来像、基本理念の実現を目指し、次の3つの戦略に基づき、全ての業種を対象にして今後の産業振興施策を展開していきます。

戦略1 将来を担う「人材と企業」の育成

意欲ある若手事業者の交流促進や企業の経営改革の取組みなどの支援により、北区産業のけん引役となるリーダーの育成に取り組むとともに、新製品・新技術の開発や成長分野への進出、チャレンジ環境の整備などの支援を通じて、区内企業の意欲的な取組みを支え、成長を促進します。

戦略2 イノベーションを促す「交流と連携」の推進

企業や個店・商店街、創業の担い手である区民など、区内で事業活動を行う人々の分野を横断した交流・連携を促進します。また、大企業や中小企業、大学をはじめとする研究機関等との連携を通じたオンリーワンの製品や技術開発といったイノベーションを促進することで、企業の競争力強化や新分野への事業展開、製品・技術の高付加価値化に向けた取組みを推進します。

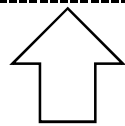
戦略3 魅力ある「産業ブランド」の確立

東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会を、北区産業活性化のきっかけとして、人情味にあふれる商店街、個性豊かな個店、付加価値や技術力の高いものづくりといった北区産業の魅力を「北区産業ブランド」として位置付けるとともに、多様な観光資源との組み合わせなどにより、商店街・個店の魅力や優れた製品・技術を国内外に積極的に発信していくことで北区産業の認知拡大、活性化を図ります。

産業活性化ビジョン2018 施策の体系図

将来像

多様な人材が集まり育ち、
さらなる価値と魅力を創出する
挑戦都市 東京北区



基本理念

「共奏」
事業者・区民・区がつながり波及し、活力ある産業地域を形成します

戦略1
将来を担う「人材と企業」の育成

戦略2
イノベーションを促す「交流と連携」の推進

戦略3
魅力ある「産業ブランド」の確立

重点施策			
分野	目指すべき姿	方針	取組
商業・サービス業	個店の魅力づくりから地域に不可欠な商店街へ	1 魅力ある個店づくりの支援	(1) 個店同士の連携による商品開発やイベントへの支援 (2) 個店や店主の魅力を発信する取組みへの支援 (3) 個店のリニューアル支援
		2 商店街の新たな魅力づくりの推進	(1) 商店街の核となる個店・人材の育成支援 (2) 商店街の強みを活かした取組みや地域、学生等との連携による新たな魅力づくり (3) 観光との融合による新たな来街者の獲得 (4) まちづくりを契機とした産業振興の推進
		3 区民生活を支える産業の振興	(1) 生活関連サービス産業の振興
工業（ものづくり）	人と人 企業と企業がつながり新たな展開に挑戦するものづくりへ	1 ものづくりイノベーションの推進	(1) AI、ロボット、IoTなどの先端技術の活用と製品の高付加価値化の推進 (2) 産学連携・企業間連携の促進 (3) 新規市場開拓への支援
		2 ものづくり人材・企業の育成	(1) 若手を含めたリーディング企業群の育成 (2) 円滑な事業承継の支援 (3) 人材確保・活用支援
		3 ものづくりのPR・ブランド力の強化	(1) 「北区ものづくり」のブランド化の推進 (2) 観光との融合による、ものづくり企業の魅力発信
創業・起業	東京北区を創業であふれるまちに	1 創業へのチャレンジ環境の整備	(1) 創業の成長段階に応じた効果的な支援 (2) 創業者ネットワークの構築 (3) 北区で創業することへの関心を高める取組みの推進
		2 コミュニティビジネスの振興	(1) 高齢者・女性・若者を中心としたコミュニティビジネス起業の推進
		3 インキュベーション機能の拡充	(1) 多様な創業ニーズへの対応 (2) 区内の民間創業支援施設との連携強化 (3) 地域に根差した大学との連携推進
		4 創業支援機関との連携強化	(1) 支援機関の強みを活かした創業支援 (2) 広域的な連携の推進

5 分野別重点施策方針

北区産業の将来像を実現するためには、基本理念と3つの戦略に基づき、効果的な産業振興施策を展開する必要があります。「商業・サービス業」、「工業」、「創業」の分野ごとに、目指すべき姿や重点的に取り組む施策を設定し、計画的に施策を推進します。

(1) 商業・サービス業

個店の魅力づくりから地域に不可欠な商店街へ

現状と課題

北区には80を超える商店街があります。商店街は、区民の身近な買物、飲食、サービスを提供する場として、さらには地域住民の安全・安心やコミュニティを形成する場として重要な役割を担っています。しかし、近年は、大型店・コンビニ等の進出、インターネット購買の普及などによる顧客離れや、後継者不足による廃業や高齢化による担い手不足など、商店街を取り巻く環境は厳しいものとなっています。そうした状況の中、これまでの単独の商店街への支援だけでは、効果が限定的になっており、商店街を構成する意欲ある個店の魅力を高め、経営基盤を安定化させる取組みが重要となっています。そして、魅力ある個店が集まる商店街を含む地域全体で、魅力あるまちづくりを推進し、北区ならではの特色ある取組みを進めていく必要があります。さらに、少子高齢化が進展する中、日々の区民生活の利便性の向上につながる生活に密着した福祉、健康、教育、生活関連などのサービス業等の振興・支援も重要となっています。

取組みの方針

① 魅力ある個店づくりの支援

個店や商店街が消費者や地域に支持されるには、個店同士が連携して取り組む商品開発や魅力的なサービスの提供、販路拡大など、個店の魅力づくりに向けた意欲的な取組みが重要になります。区は商店街を構成する個店の活性化に向けて、個店のファン獲得および来街者の増加につながる、意欲的な取組みを支援します。また、魅力的な個店の創出に向けて、空き店舗の活用対策や事業承継の支援を促進します。

【取組—1】 個店同士の連携による商品開発やイベントへの支援

商店街を構成する個店が連携して取り組む商品開発や魅力的なサービスの提供、販路開拓といった意欲ある取組みを支援することで、個店同士の相乗効果が生み出す新しい事業の創出を促し、商店街等の活性化につなげていきます。

【取組—2】 個店や店主の魅力を発信する取組みへの支援

個店の店主が講師となって専門的知識や情報を講義する「まちゼミ」や、来街者が複数の店舗を訪れる回遊イベントなど、意欲ある個店やその店主の魅力を発信し、個店のファンづくりにつながる取組みへの支援を推進します。

【取組—3】 個店のリニューアル支援

個店の商いの力の向上に向けて、リノベーションなどの手法による空き店舗の活用支援の推進や事業承継の支援の促進など、商店街の中核となる個店のリニューアルを支援することで、魅力的な個店の創出を図ります。また、商店街の空き店舗調査の結果を基に、地域ニーズや、その商店街に適した業種態様の把握に努めます。

②商店街の新たな魅力づくりの推進

区民に選ばれる商店街をめざして、魅力ある商品やサービスを生み出していく意識と意欲を持った商店街のけん引役となるリーダーや若手事業者の育成を促進するとともに、地域資源、来街者などの商店街独自の強みを活かした特徴的な取組みや商店街同士・地域・学生などとの連携や協働による取組みを支援することで、商店街の新たな魅力づくりを推進します。また、外国人観光客や新たな来街者の獲得に向け、区内の観光資源と個店や商店街が持つ魅力を組合せた取組みを推進するとともに、一般社団法人東京北区観光協会と連携したより効果的な情報発信を図ります。さらに、都市計画道路の整備などのまちづくりを、産業振興を図る契機と捉え、商店街の再生や新たな産業の創出につながる取組みの推進を図ります。

【取組—1】 商店街の核となる個店・人材の育成支援

区民に選ばれる商店街をめざし、魅力ある商品やサービスを生み出していく意識と意欲の喚起を目的に、商店街への専門家の派遣や商店街運営の担い手候補となる若手事業者の意欲・能力の向上のための勉強会等の実施、若手事業者グループによる意欲的な取組みなどの支援を行うことで、商店街のけん引役となるリーダーの育成を図ります。

【取組—2】 商店街の強みを活かした取組みや地域、学生等との連携による新たな魅力づくり

商店街自らが消費者の「いま」や商店街の「強み」をあらためて見つめ直し、ターゲットの絞り込みや地域資源、来街者、人材などの商店街独自の強みを活かした特徴的な取組みへの支援を行うことで、社会状況の変化に対応した商店街の新たな魅力づくりを推進します。また、商店街同士や地域、学生、企業など商店街以外の団体等との連携・協働を進め、地域の特色を活かした新たな取組みや子育て世代・高齢者への対応など地域の実情を踏まえた課題解決に資する取組みなどを支援することで、商店街の新たな活力と魅力の創出を推進します。

【取組—3】観光との融合による新たな来街者の獲得

魅力的な個店や商店街と区内の多彩な観光資源をつないで巡る「まち歩き」や、飲食店、商店街などから発信される豊かな食文化を巡る「食べ歩き」など、個店や商店街が持つ魅力を組合せ、磨き上げることで、外国人観光客を含む新たな来街者の獲得に向けた取組みを推進します。さらに、一般社団法人東京北区観光協会と連携し、より効果的な情報発信を図ります。

【取組—4】まちづくりを契機とした産業振興の推進

都市計画道路の整備や再開発などとともに進めるまちづくりは、人の流れや人口の構成が変化し、新たな施設の立地などまちをより良い姿に変えていくものです。また、商店街の再生や新たな産業の創出など産業振興を図る契機にもなります。このような変化をチャンスと捉えて、都市生活を支える商業施設などの充実や地域特性を活かした産業に資する取組みへの支援を推進します。

特に、まちづくりが進展する十条駅・王子駅周辺においては、商店街を含む地域全体の活性化を目指し、ターゲットの絞り込みや地域特性を活かした取組みなどへの支援を行うことで、魅力あるまちづくりの推進を図ります。

③区民生活を支える産業の振興

少子高齢化が進展し、区民一人ひとりのライフスタイルやニーズが多様化する中、日々の暮らしの利便性の向上に繋がる商業や福祉、教育、生活関連サービス業などの区民生活に不可欠な産業の振興・支援がますます重要となっています。

区は、区民にとって暮らしやすい地域を形成するために、区民生活に密接に関連したサービス産業の振興・支援を図ります。

【取組—1】生活関連サービス産業の振興

区民のライフスタイルの多様化に伴い、高齢者の見守り・介護や子育て支援のニーズなど求められるサービスも多様化しています。変化する区民ニーズに対応し、区民生活を豊かなものとするため、生活に不可欠な医療や福祉、健康をはじめ、理容・美容、クリーニング等の生活の利便性を高める産業、学習塾、習い事等の教育分野などの区民生活に密接に関連したサービス産業の振興・支援を通じて、区民が暮らしやすい地域の形成を目指します。

また、商店街などが、自ら地域のニーズを調査・把握し、区民ニーズや地域課題に対応したサービスの提供を空き店舗等を活用して実施する取組みを支援します。

(2) 工業

人と人 企業と企業がつながり 新たな展開に挑戦するものづくりへ

現状と課題

北区には900近くの工場があり、印刷関連業をはじめ金属製品製造業・繊維工業・各種機械器具製造業等の多様な業種で構成されています。区内産業全体に占めるものづくり関連産業の割合は減少傾向にあるものの、従業員1人あたりの粗付加価値額は区部で1位となっており、付加価値の高いものづくりが行われています。近年は、経済のグローバル化や人口減少に伴う国内市場の縮小の懸念、経営者・従業員の高齢化に伴う事業承継や人材不足の問題など、区内企業を取り巻く環境は厳しいものとなっています。

このような状況の中、北区工業のさらなる発展を図るためには、AI、ロボット、IoTなどの先端技術を活用した生産性の向上や新製品・新技術の開発に加え、企業間連携の活発化や大学をはじめとする研究機関の研究シーズ活用の促進など、企業の高付加価値化に向けた取組みが重要となります。また、北区産業をけん引するリーディング企業の育成や、経営基盤の強化を図るための事業承継・人材不足への対応が必要です。さらに、区内企業が持つ優れた製品や技術を区内外へ向けて効果的に発信し、ブランド力の強化を図る必要があります。

取組みの方針

①ものづくりイノベーションの推進

AI、ロボット、IoTなどの先端技術の活用や販路の拡大・開拓など、新たな事業展開に向けた企業の取組みを支援することで、ものづくり企業の競争力強化を図ります。また、区内企業と大学をはじめとする研究機関をつなぎ、産学連携や企業同士の交流・連携を促進することで、製品の高付加価値化や技術の開発を推進します。

【取組—1】AI、ロボット、IoTなどの先端技術の活用と製品の高付加価値化の推進

今後、区内企業が競争力強化を図るためには、AI、ロボット、IoTなどの先端技術等に対応した、新たな事業展開に向けた積極的な取組みが重要となります。そのため北区では、最先端のICT技術やコミュニケーションスキルを持った人材の育成、人・システム・組織・分野の「連携」のあり方を研究する東洋大学情報連携学部との連携をはじめとした区内企業の先端技術等の活用に向けた取組みを推進します。また、企業間取引中心の企業が、新規事業展開や自社PRの充実を目的に実施する消費者向け製品の開発などの取組みを支援し、区内企業の生産性の向上や製品の高付加価値化を図ります。

【取組—2】産学連携・企業間連携の促進

区内企業が、より良い製品や技術を生み出し続けるためには、企業の優れた技術力と、大学をはじめとする研究機関が持つ高度な研究シーズを活用していく必要があります。北区では、包括協定を締結している大学をはじめとする研究機関と区内企業との連携をさらに促進し、企業が必要としている専門的知見の活用や、デザイン力の向上による製品の高付加価値

化の推進などを図ることで、企業の新たな事業展開を支援します。

また、企業間の連携を促進することにより、企業間のネットワーク構築や、技術力の向上などを推進します。

【取組—3】新規市場開拓への支援

区内企業が、将来にわたり安定的な経営を持続するためには、優れた技術や製品開発力を活かし、国内外の新たな市場を開拓していくことが重要となります。北区では、東京都中小企業振興公社や東京都立産業技術研究センターなど他団体と連携を図りながら効果的な支援を行うことで、区内企業の国内外への販路拡大・開拓を推進していきます。

②ものづくり人材・企業の育成

北区の工業が今後も発展を遂げるためには、地域産業をけん引し、さらなる発展に向けた意欲的な取組みを行うリーディング企業の育成が必要です。北区では、企業間交流の推進やマッチング支援などの取組みを通じてリーディング企業の育成を推進するとともに、区内の産業・経済団体や金融機関との連携を強化し、区内企業の強みを引き出すきめ細かな相談支援の充実を図ります。また、区内企業は、経営者・従業員の高齢化や、人材不足といった課題を抱えています。このため、事業承継の支援、事業展開を支える人材の確保や育成に対する支援などに取り組むことで、企業経営の基盤強化・安定化を図ります。

【取組—1】若手を含めたリーディング企業群の育成

地域産業をけん引するリーディング企業は、他社・他団体などとの多様な連携を図りながら、さらなる発展に向けた、意欲的な活動を行っています。北区では、企業の経営者間のネットワーク構築を目的としたゼミ形式のセミナーの実施や企業間の連携交流、マッチング支援などの取組みを推進することで、将来の北区産業をけん引するリーディング企業・グループの育成を図ります。

また、北区が実施する専門家による相談などを通じて、区内企業の強みを引き出し、経営課題の解決に向けた支援に取り組むとともに、東京商工会議所北支部をはじめとする区内の産業・経済団体や金融機関との連携を強化し、きめ細かな相談支援の充実を図ります。

【取組—2】円滑な事業承継の支援

区内企業は、経営者の高齢化や人材不足などを背景とした、後継者不足の課題を抱えています。北区では、区内の産業経済団体が取り組む支援制度との連携・協力を強化することで、後継者不足による廃業の未然の防止や、M&A等を含めた円滑な事業承継に向けた取組みを推進します。

【取組—3】人材確保・活用支援

区内企業は、従業員・技術者の高齢化や人材不足に伴う、技能承継者の不足といった課題を抱えており、特に企業の将来を担う若年層の確保、育成が急務となっています。区内企業従業員の採用やマッチングに関する支援や、区内企業の社員を対象とした合同研修の実施など、人材確保・育成に関する取組みを推進します。また、女性・高齢者・若者などのさまざまな人材が区内企業で働き、成長・活躍できるよう、ハローワークや高校・専門学校・大学などの関係機関との連携を図りながら、北区として実施可能な取組みを推進します。

③ものづくりのPR・ブランド力の強化

区内のものづくり企業のさらなる活性化を図るためには、区内企業の共同開発等によるオンリーワンの製品や技術などの産業ブランドの構築を推進し、北区のものづくりの魅力を国内外に向けて積極的に発信する必要があります。北区では、区内企業のブランド力の強化や観光との融合による効果的な魅力発信に向けた取組みを展開することで、産業都市としての価値を最大限に高めていきます。

【取組—1】「北区のものづくり」のブランド化の推進

「北区のものづくり」の価値や魅力をさらに高めていくため、区内企業の連携によるオンリーワン製品・技術の共同開発やデザイナー等とのコラボレーションの促進、優れた技術力・開発力をもつ企業の顕彰など、区内のものづくり企業のブランド力の構築に向けた取組みを推進します。また、見本市の共同出展などの多様なPR機会を通じて、北区のものづくりの魅力を国内外に積極的に発信し、海外も含めた販路開拓・拡大につないでいきます。

【取組—2】観光との融合による、ものづくり企業の魅力発信

区内のものづくり企業の工場見学や、伝統工芸のものづくり体験など、外国人観光客や子どもが楽しみ、ものづくりへの関心を持つきっかけとなるイベントを行うことで、北区のものづくりの認知向上、イメージアップを図ります。さらに、一般社団法人東京北区観光協会との連携により、産業と観光の融合を図り、区内の様々なものづくりを活かしたより効果的な魅力発信を推進します。

(3) 創業

東京北区を創業であふれるまちに

現状と課題

北区は都内で最多の JR 駅数に加え、地下鉄や路面電車が通るなど交通利便性が高く、さらには都心に比べて賃料も安価であるなど、創業に有利な条件を備えている地域です。北区の創業比率は 23 区平均を下回る数値となっていますが、創業者の業種・業態は多様化の傾向にあります。また、子育て世代が憩い交流できるサロンをはじめ、地域の課題解決に寄り添うコミュニティビジネスも少しずつ広がりをみせています。

今後、北区の地域特性を活かした創業を促進していくためには、潜在的創業者に対する創業への関心を高める取組みのほか、起業家の成長段階に応じたセミナーや相談、融資のあっせん等のきめ細かな支援により、創業の成功率を高めることが重要です。また、起業家や区内の産業・経済団体、金融機関などの支援機関を中心としたネットワークを形成し、相乗効果を発揮できる場づくりの推進や、新たな成長産業の振興・育成につながる起業支援など、創業しやすい環境の整備が必要となります。さらに、一般的な創業やベンチャー創業だけでなく、地域特性を踏まえたコミュニティビジネス、ソーシャルビジネスを振興し、活力ある地域コミュニティを形成することも重要となっています。

取組みの方針

①創業へのチャレンジ環境の整備

起業家は、創業し経営を安定化させるまで、様々な経営課題を解決する必要があり、情報収集や協力者の存在が重要となります。北区では起業家の成長段階に応じたきめ細かな支援を行うとともに、創業関係者ネットワークの形成を推進することで、創業しやすい環境づくりを推進します。また、北区での創業希望者の増加を図るため、潜在的創業者の創業へのモチベーション喚起の促進に取り組むとともに、北区をはじめ関係機関が実施する創業支援施策等の情報を広く発信します。

【取組—1】創業の成長段階に応じた効果的な支援

起業家は、創業を志してから事業が安定するまで、様々な経営課題に直面します。北区ではビジネスモデルの構築手法や人材・資金の調達、会社設立に必要な手続きなど、起業家の成長段階に応じたセミナーや相談のほか、融資のあっせんやクラウドファンディングの活用支援等、きめの細かい支援を区内の産業・経済団体、金融機関などの協力機関と連携して推進します。また、起業家にとって有益な支援施策などの情報の発信を推進し、支援機能の効果の最大化を図ります。

【取組—2】創業者ネットワークの構築

起業家にとって、実践的な経験談やアドバイスを聞くことができる先輩起業家や、ビジネス展開のブラッシュアップにつながる支援者・協力者との出会いは重要です。北区では起業

家や東京商工会議所北支部をはじめとする区内の産業・経済団体、金融機関などの支援機関等を中心としたネットワークの形成など、新たな出会いによる相乗効果が発揮できる交流の場づくりを推進します。

【取組—3】北区で創業することへの関心を高める取組みの推進

女性・高齢者・若者を中心とした潜在的創業者の北区での創業を促進するため、ビジネスプランコンテストやセミナーの開催など、創業へのモチベーション喚起につながる取組みを推進するとともに、中学生・高校生等への起業教育の機会を設けることについて検討します。また、北区の地域性や支援施策など「北区で創業するメリット」の認知拡大へ向けた取組みを推進します。

②コミュニティビジネスの振興

暮らしやすい地域の実現や、地域活力の創出を図るために、北区ではコミュニティビジネス（以下「CB」という。）、ソーシャルビジネス（以下「SB」という。）の振興を推進します。推進にあたっては、地域課題を解決したいという意欲ある住民やグループに対しCB・SB起業の紹介を行うなど、CB・SBの起業に向けた相談・支援の充実を図ります。また、取組みを行っているCB・SB事業者に対する地域の理解向上に向けた取組みを推進します。

【取組—1】高齢者・女性・若者を中心としたコミュニティビジネス起業の推進

CB・SB起業家の輩出に向け、北区では、区民の地域課題の解決へ向けたチャレンジ精神を喚起する取組みを推進するとともに、CB・SB起業希望者に向けたハンズオン支援（個別相談）やセミナーなどの相談・支援の充実を図ります。特に、担い手として期待される高齢者・女性・若者によるCB・SBの創業を促進するとともに、担い手の発掘や支援にあたっては、区の関連部署間の連携を図りながら取組みを推進します。また、地域課題の解決に取り組むCB・SB事業者の活動への地域の理解を高め、定着させる取組みを行うことで、事業の継続に向けた支援を推進します。

③インキュベーション^{*19}機能の拡充

北区では小規模オフィスの提供や、専門相談員による経営相談、有益な情報の発信等を通じて創業者の成長を支援する創業支援施設ネスト赤羽を設置しています。今後、さらに多様化する創業ニーズに対応するため、創業支援施設の機能拡充を図るとともに、より多くの起業希望者がインキュベーション機能を利用できる環境を整えるため、民間の創業支援施設との連携を推進します。

また、地域に根差した大学との連携を図り、IoTなどの先端技術の活用を含む起業を促進することで、新たな成長産業の振興・育成を図ります。

^{*19} 英語で「（卵などが）ふ化する」という意味。これになぞらえ、起業家の育成や、新しいビジネスを支援する施設を「（ビジネス）インキュベーション」施設と呼びます。

【取組—1】多様な創業ニーズへの対応

多様な创业者のニーズに対応するため、様々な広さのオフィスの提供や、ものづくり・飲食に対応したスペースの確保などの、業種や業態、経営規模等に応じた創業支援環境の整備や機能の拡充について検討を進めます。さらに、支援期間の拡大などを推進することで、创业者が長期的に安定した経営が行える環境の整備を図ります。また、CB・SB活動拠点の整備についても合わせて検討を行います。

【取組—2】区内の民間創業支援施設との連携強化

区内の民間創業支援施設との連携を推進することで、より多くの創業希望者が創業支援施設や専門家による相談、セミナーなどの支援を利用できる環境を整備します。また、各施設で実施している支援情報を広く発信するなど、区内の創業支援機関全体として支援機能のさらなる充実を図ります。

【取組—3】地域に根差した大学との連携推進

地域に根差した大学との連携を推進し、大学等が保有する学術的知見の活用を図ることで、IoTなどの先端技術の活用を含む起業を促進し、区民ニーズや社会環境の変化に応じた新たな成長産業の振興・育成を図ります。

④創業支援機関との連携強化

地域における創業の促進を目的とした産業競争力強化法に基づく「創業支援事業計画」の推進にあたり、地域金融機関をはじめとする創業支援機関とのさらなる連携を図り、支援機関の強みを活かした効果的な創業支援の展開を推進します。また、近隣自治体や国、東京都、関係機関との連携による取組みの実施により、北区の創業地としての魅力を広域的に発信するとともに、区内外の创业者によるネットワークの構築に向けた取組みを推進します。

【取組—1】支援機関の強みを活かした創業支援

産業競争力強化法に基づく「創業支援事業計画」の推進にあたり協定を締結している東京商工会議所北支部・地域金融機関・日本政策金融公庫・NPO法人等の創業支援機関とのさらなる連携を図るとともに、ビジネスモデルの構築や資金調達などの創業に必要な課題に応じた、支援機関の強みを活かした効果的な創業支援の展開を推進します。また、連携支援機関の拡大を図ります。

【取組—2】広域的な連携の推進

創業セミナーや起業家同士の交流会などの創業支援の取組みを近隣自治体や国、東京都、関係機関と連携して実施することにより、北区の創業地としての魅力を広域的に発信するとともに、区内外の创业者によるネットワークの構築に向けた取組みを推進します。

6 達成目標

北区産業の将来像「多様な人材が集まり育ち、さらなる価値と魅力を創出する挑戦都市 東京北区」の実現に向け、各種施策の推進により達成すべき目標を以下のように設定します。

分野	目標指標	現状値	目標値 (平成 39 年度末)
商業	小売業1店舗当たりの年間商品販売額（従業者規模9人以下）【商業統計調査】	38 百万円 (平成 26 年度)	50 百万円以上
	サービス業* ²⁰ 1 事業所当たりの売上（収入）金額【経済センサス】	48 百万円 (平成 26 年)	62 百万円以上
	空き店舗活用支援件数		40 件以上 (累計)
工業	従業者1人当たり粗付加価値額（従業者数4人以上49人以下の事業所）【工業統計調査】	724 万円 (平成 26 年)	800 万円以上
	新技術・新製品に関する支援件数		80 件以上 (累計)
創業	創業比率【RESAS】	5.84% (平成 24～26 年)	10%以上
	創業支援によるCB・SBの創業件数		50 件 (累計)

*²⁰ ここでの「サービス業」とは、「生活関連サービス業」（洗濯・理容・美容・浴場業など）、「教育、学習支援業」、「医療・福祉」の業種を指しますが、「飲食店」は公表されている統計数値（経済センサス）が秘匿数値となっているため「宿泊業、飲食サービス業」の数値を準用しています。

7 ビジョンの推進に向けて

本ビジョンの推進にあたっては、北区の産業振興や観光、文化、福祉、教育、まちづくりなどの様々な分野の施策や事業を、区内産業の活性化の視点に立って、これまで以上に相互に連携し取り組んでいく必要があります。また、区内事業者はもとより、産業・経済団体や商店街、金融機関、大学をはじめとする研究機関、NPO法人などとの連携、協力関係の強化を図るとともに、シティプロモーションとの連動による戦略的・効果的な情報発信により、北区産業の知名度とイメージを高める取組みの推進を図ります。

(1) 計画の進行管理

本ビジョンで位置づけた施策の進行管理は、区長を座長とする北区産業振興会議において、施策の進捗状況や効果等を検証・評価し、必要に応じて、見直し、改善を図ります。また、学識経験者や区内産業・経済団体の代表者や関係機関などで構成する意見交換会を設置するなど、社会経済状況や区内企業のニーズの変化に、迅速かつ効果的に対応できる体制の構築を図ります。

(2) 国、東京都、近隣自治体との連携強化

本ビジョンの効果的、効率的な推進に向けて、中小企業施策に取り組む国や独立法人、東京都とその外郭団体、産業振興の課題や対応が共通する近隣自治体とのさらなる連携強化を図ります。

(3) 産業に関するデータや情報の収集

本ビジョンの策定にあたり、北区の産業振興に関連する事業を改めて整理するとともに、アンケート調査や、企業へのヒアリングなどにより、実態把握のための調査を実施しました。ビジョンの推進にあっても、他自治体での実態調査の結果や取組みの好事例などのデータや情報を積極的に収集し、北区産業を取り巻く状況の変化や、取組みの成果等の把握に努め、今後の計画や指標の見直し、改善に活用していきます。

資料編

1 検討委員会・各部会委員名簿と開催経過

(1) 北区産業活性化ビジョン検討委員会

①委員名簿

氏名（敬称略）	団体名・役職等	備考
鵜飼 信一	早稲田大学 商学部教授	委員長
中村 智彦	神戸国際大学 経済学部教授	副委員長
永沢 映	特定非営利活動法人コミュニティビジネスサポートセンター 代表理事	
田中 崇彦	東京商工会議所北支部 建設工業分科会 副分科会長	
矢口 哲也	北産業連合会 理事	
森岡 謙二	北区商店街連合会 常任理事	
関根 正直	王子法人会 副会長	
内海 千津子	(株)ほっこり～のプラス 代表取締役	
橋 明男	北区しんきん協議会 滝野川信用金庫 本店長	
新井 隆之	東京書籍(株) 総務部 部長	
向山 康紀	(株)なとり 総務部 副部長	
藤田 とし子	まちとひと感動のデザイン研究所代表	
木下 稔夫	東京都立産業技術研究センター 事業化支援本部 技術開発支援部長	
清水 郁男	東京都中小企業振興公社 総合支援部 総合支援課長	
清水 一都	東京都中小企業診断士協会理事 城北支部長	
浅川 謙治	北区地域振興部長	

②開催経過

回	開催日・開始時間	開催場所	主な検討内容
第1回	平成28年11月29日(火) 午後6～8時	北とぴあ7階 第一研修室	<ul style="list-style-type: none"> ・検討委員会の運営について ・北区産業の現状と課題について、基礎調査報告及び意見交換
第2回	平成29年1月17日(火) 午後5～7時	北とぴあ5階 多目的室A・B	<ul style="list-style-type: none"> ・ビジョン策定までのスケジュール ・産業活性化ビジョンの基本的方向性
第3回	平成29年3月21日(火) 午後5～7時	北とぴあ9階 901会議室	<ul style="list-style-type: none"> ・各検討部会報告 ・産業活性化ビジョン中間報告(案)について
第4回	平成29年6月20日(火) 午後5～7時	北とぴあ9階 902会議室	<ul style="list-style-type: none"> ・平成29年度第1回産業振興会議議事報告 ・各検討部会報告 ・産業活性化ビジョン中間報告書について ・産業活性化ビジョンの全体像・将来像について
第5回	平成29年8月23日(水) 午後5～7時	北とぴあ9階 901会議室	<ul style="list-style-type: none"> ・各検討部会報告 ・産業活性化ビジョン答申案について

(2) 北区産業活性化ビジョン商業（商店街）・観光検討部会

①委員名簿

氏名（敬称略）	団体名・役職等	備考
菊池 宏之	東洋大学 経営学部 マーケティング学科 大学院経営学研究科 教授	委員長
宮坂 薫	東豊名店街 会長	
中野 良宣	北区商店街連合会 青年部長	
東岡 晴子	カフェ マッカラン	
新部 博康	酒のタジマヤ (有) 田嶋屋専務取締役	
中村 歌子	パリーシューズ	
ボブ・レナス	red たんぽぽ(有) 代表取締役社長	
大和 和道	向島橋銀座商店街協同組合 理事・事務局長	
富永 祐美	産業振興課商工係	第3回まで
加藤 良典	産業振興課商工係	

②開催経過

回	開催日・開始時間	開催場所	主な検討内容
第1回	平成28年12月8日(木) 午後1～3時	北とぴあ11階 消費生活センター学習室	・商業(商店街)・観光事業における各種データの報告
第2回	平成29年1月26日(木) 午後6時30分～ 8時30分	北とぴあ8階 807会議室	・産業活性化ビジョン基本的方向性
第3回	平成29年3月10日(金) 午後6時30分～ 8時30分	北とぴあ7階 701会議室	・産業活性化ビジョン中間報告について ・産業活性化ビジョン策定に向けた施策方針<商業(商店街)・観光>について
第4回	平成29年5月22日(月) 午後6時30分～ 8時30分	北とぴあ9階 901会議室	・第3回産業活性化ビジョン検討委員会議事報告 ・産業活性化ビジョン中間報告について ・平成29年度第1回産業振興会議議事報告
第5回	平成29年7月24日(月) 午後6時30分～ 8時30分	北とぴあ8階 802会議室	・第4回産業活性化ビジョン検討委員会議事報告 ・産業活性化ビジョン全体像について

(3) 北区産業活性化ビジョン工業（ものづくり）検討部会

①委員名簿

氏名（敬称略）	団体名・役職等	備考
永井 竜之介	高千穂大学 商学部 助教	委員長
小山 久理	小山酒造（株） 常務取締役 広報担当	第3回まで
小林 潤	三陽電工（株） 取締役社長	第4回から
杉本 公太	（株）ジンナイ 専務取締役	
佐藤 文将	（株）玉越工業 取締役部長 経営管理統括	
篠田 直幸	東京インキ（株） 統制監査部 担当部長	
柏木 哲夫	インターリハ（株） 代表取締役	
大塚 太郎	（株）大塚楽器製作所 代表取締役社長	
米窪 健	産業振興課コーディネーター	
橋本 正道	産業振興課商工係	第3回まで
出井 英将	産業振興課商工係	第4回から

②開催経過

回	開催日・開始時間	開催場所	主な検討内容
第1回	平成28年12月16日(金) 午後6時30分～ 8時30分	北とぴあ8階 803会議室	・工業（ものづくり） 事業における各種デ ータの報告
第2回	平成29年2月6日(月) 午後6時30分～ 8時30分	北とぴあ8階 802会議室B	・産業活性化ビジョン 基本的方向性
第3回	平成29年3月1日(水) 午後2～4時	北区役所 第四庁舎3階 第一研修室	・産業活性化ビジョン 中間報告について ・産業活性化ビジョン 策定に向けた施策方 針＜工業（ものづく り）＞について
第4回	平成29年5月29日(月) 午後6時30分～ 8時30分	北とぴあ7階 701会議室	・第3回産業活性化ビ ジョン検討委員会議 事報告 ・産業活性化ビジョン 中間報告について ・平成29年度第1回産 業振興会議議事報告
第5回	平成29年7月31日(月) 午後6時30分～ 8時30分	北とぴあ8階 802会議室	・第4回産業活性化ビ ジョン検討委員会議 事報告 ・産業活性化ビジョン 全体像について

(4) 北区産業活性化ビジョン創業・起業検討部会

①委員名簿

氏名（敬称略）	団体名・役職等	備考
永沢 映	特定非営利活動法人コミュニティビジネスサポートセンター代表理事	委員長
三枝 康雄	東京成徳大学 経営学部 経営学科 准教授	
赤星 裕美	NPO 法人彩結び 共同代表	
保田 峰義	(株) ケア・ウイング 代表取締役	
大曲 信之	日本政策金融公庫 板橋支店 国民生活事業 融資課長	
西口 貴憲	東京都中小企業振興公社 事業戦略部創業支援課 創業支援係長	
鈴木 和政	産業振興課経営支援係	第3回まで
江川 樹一郎	産業振興課経営支援係	第4回から

②開催経過

回	開催日・開始時間	開催場所	主な検討内容
第1回	平成28年12月12日(月) 午後6時30分～ 8時30分	北とぴあ8階 801会議室	・創業支援事業における各種データの報告
第2回	平成29年2月2日(木) 午前10～12時	北とぴあ8階 801会議室	・産業活性化ビジョンの基本的方向性
第3回	平成29年2月27日(月) 午後6時30分～ 8時30分	北とぴあ8階 802会議室B	・産業活性化ビジョン中間報告について ・産業活性化ビジョン策定に向けた施策方針(創業・起業)について
第4回	平成29年5月25日(木) 午後6時30分～ 8時30分	北とぴあ8階 802会議室	・第3回産業活性化ビジョン検討委員会議事報告 ・産業活性化ビジョン中間報告について ・平成29年度第1回産業振興会議議事報告
第5回	平成29年8月2日(水) 午後6時30分～ 8時30分	北とぴあ7階 701会議室	・第4回産業活性化ビジョン検討委員会議事報告 ・産業活性化ビジョン全体像について

北区産業活性化ビジョン 2018(素案)

平成 29 年 12 月発行

【発行】北区 地域振興部産業振興課
北区王子 1-11-1 北とぴあ 11 階
TEL : 03 (5390) 1234

刊行物登録番号
29-1-078