

第2章 将来像の実現に向けて

基本目標 3

活力にあふれ多彩な魅力が輝く
まちの実現
(産業分野)

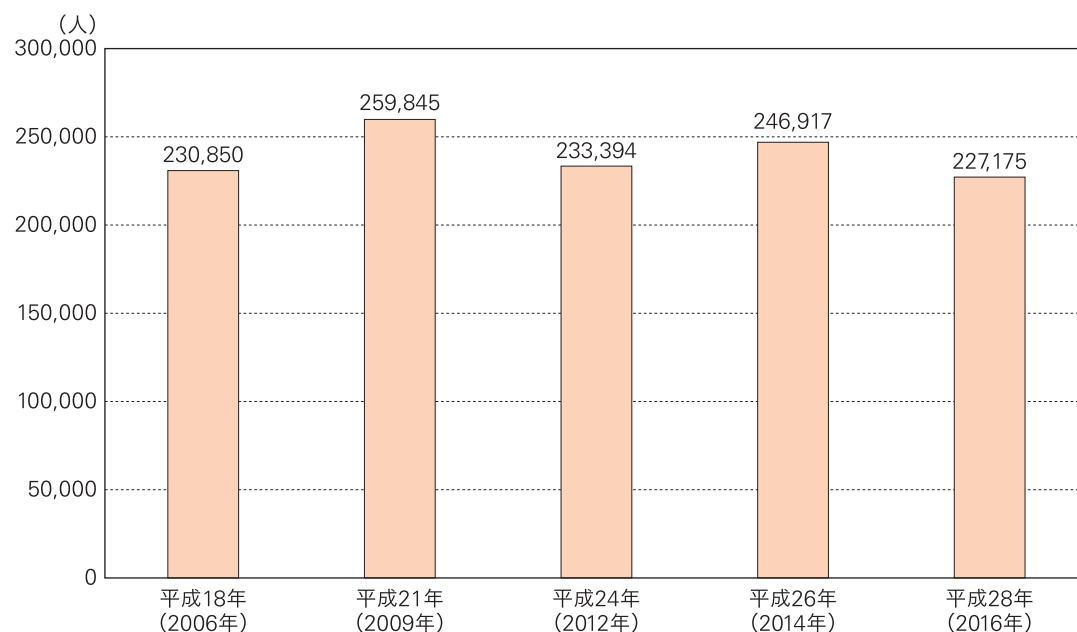
現 状

企業の競争力を高める上で、最も重要な資源の一つが人材です。2018年版「中小企業白書」によると、中小企業の抱える経営課題として「求人難」を挙げた企業の割合が、ここ数年で増加の一途をたどり、中小企業の人手不足が深刻化しています。その背景には、少子高齢化による生産年齢人口の減少といった影響や、大卒予定者や転職者の大企業志向の高止まりなどがあり、中小企業の人手不足の状況は、今後も継続すると予想されています。

台東区においても、従業者数が平成8年の約28万2,000人から平成28年には約22万7,000人となり、減少傾向が続いています。また、平成27年度「台東区産業振興計画策定のための実態調査」によると、経営者の年齢層は70歳以上が全体の約3割を占めており、経営者の高齢化が進んでいます。事業者にとって、事業の承継や従業員の確保が一段と厳しいものになっています。

区では、人材確保に向けた雇用・就業支援を展開するとともに、経営者や従業員に対して、起業・創業への支援、資質向上などを目的とした創業塾やセミナーを開催するほか、事業承継や職場環境の向上を図る中小企業を支援しています。

従業者数の推移



〈出典〉総務省「事業所・企業統計調査」、「経済センサス」



課題

台東区の産業の活力を高めるためには、深刻化している人手不足を解消するとともに、経営者の経営能力向上や、従業員の職務技能の習得など人材育成に向けた支援が必要です。

また、経営者の高齢化や後継者不足などの問題を抱えている事業者が少なくないことから、事業者の事業承継に対する一層の支援が必要です。

さらに、ワーク・ライフ・バランスの推進など、多様な働き方の普及啓発を行うとともに、若者、女性、高齢者などの多様な人材が活躍するための支援が必要です。

10年後の目指す姿

- 区内で起業する経営者が増えるとともに、経営者の資質向上や従業員の育成が進むことで、企業の安定した経営が実現しています。
- 区内事業者のスムーズな事業承継が図られ、蓄積されてきた技術や企業価値が受け継がれています。
- 若者、女性、高齢者など、すべての労働者に対応した職場環境が整備されることで、多様な働き方が推進され、労働力が確保されています。

主な取り組み

●次代の産業を担う人材の育成支援

若手経営者や起業して間もない経営者の資質向上を支援するとともに、起業に不安を抱える女性創業者へのサポートに取り組むなど、次代の産業を担う人材の経営力向上を図ります。

さらに、区内産業団体や中小企業などの人材育成の取り組みを支援することで、経営の強化を図ります。

●円滑な事業承継の促進

事業承継を望む区内事業者に対し、事業承継に係る国の制度などの情報提供やセミナーによる普及啓発を図るとともに、計画的に事業承継が進むよう支援します。

●働きやすい職場環境整備の支援

ワーク・ライフ・バランスや多様な働き方を推進する区内事業者を支援し、職場環境の向上を図ります。

●雇用・就業支援

区内中小企業などの雇用における課題解決を促進するため、様々な情報の提供を行うとともに、人材活用に向けた取り組みを行います。

また、若者・女性・高齢者などの活躍を促進するため、ハローワークなどの関係機関と連携を図りながら、就業を支援します。

施策の指標

指標名	現状 (2018年度末)	目標		出典
		(2023年度末)	(2028年度末)	
台東区の中小企業 に向けた人材育成 支援件数	年50件	年60件 (累計350件)	年60件 (累計650件)	所管課調べ



現 状

経済のグローバル化が進む中、TPP（環太平洋パートナーシップ）協定や日欧EPA（経済連携協定）などの発効により、経済活動の拡大が期待できる一方、関税の引き下げや輸入枠の拡大による海外製品の更なる流入など、台東区の産業へ大きな影響をもたらすことが懸念されています。また、人口減少に伴う産業活力の低下や消費市場の縮小、ICTの発展によるIoT（モノのインターネット）^{*1}、ビッグデータ^{*2}、AI（人工知能）の活用など、産業構造に変化が生じています。

このような状況の中、中小企業が継続して成長していくためには、時代の変化に対応し、積極的に新市場の開拓や新たな事業展開に取り組んでいくことが大切です。

平成27年度「台東区産業振興計画策定のための実態調査」によると、今後取り組みたい点としてICTの活用を掲げる事業所は少なく、対応の遅れなどが懸念されます。

一方、台東区内の製造業・卸売業・小売業における経営上の課題については、「販売先や取引先の開拓」を掲げる事業所が多くあります。そのうち、製造業で約4割の事業所が「海外展開をしている・関心がある」と答えるなど、海外展開に意欲的な姿勢を示しています。

区では、台東区の中小企業による新製品・新技術の開発支援など、企業力の向上に取り組むとともに、国内外に向けてものづくりの魅力を発信する「台東区産業フェア」の開催や海外プロモーション推進などを実施し、中小企業の海外展開を支援しています。

課 題

厳しい競争環境に対応していくため、新たな製品技術の開発やICTなどの利活用が求められています。

新たな販路を必要としている事業所が多いことから、国内のみならず、海外を含めた販路開拓についての支援が必要です。特に、海外展開については、国ごとに異なる商習慣、輸出入に関する法規制のほか、現地の市場動向、ニーズの把握などを考慮する必要があります。専門機関と連携したきめ細かなサポートが求められています。

10年後の目指す姿

- 区内中小企業が経営に関して適切なサポートを受けながら、付加価値の高い製品開発を進め、海外製品に負けない競争力を有しています。
- 多くの区内中小企業が、海外への販路を広げるとともに、新たなビジネスに挑戦しています。

主な取り組み

●企業の経営力向上と競争力強化

経営力の向上を図るため、ビジネス支援ネットワークをはじめ、専門相談員による支援体制をさらに強化し、経営の安定化を図ります。

また、新製品・新技術の開発や販路開拓などに意欲的な企業を支援し、競争力を高めます。

さらに、ICTなどの利用に関する普及啓発や、導入に向けた相談などの支援を行い、中小企業の生産性の向上を図ります。

●海外展開支援

海外での販路開拓に意欲的な中小企業に対し、海外展示会への合同出展や国内の国際展示会出展支援を行うとともに、為替や物流などのリスクを伴う海外取引に関する専門的な相談などを実施して、海外展開をサポートします。

施策の指標

指標名	現状 (2018年度末)	目標		出典
		(2023年度末)	(2028年度末)	
一事業所あたりの売上額	3億7,816万円 (2016年度)	増加	増加	経済センサス
国内外の展示会出展企業数	年450社	年450社 (累計2,700社)	年450社 (累計4,950社)	所管課調べ



※1 IoT (モノのインターネット)

「Internet of Things」の略称で、コンピュータなどの情報・通信機器だけでなく、世の中に存在する様々な物体（モノ）に通信機能を持たせ、インターネットに接続したり相互に通信したりすることにより、自動認識や自動制御、遠隔計測などを行うことです。

※2 ビッグデータ

ビッグデータとは、技術の進展により収集が可能になった、膨大かつ複雑なデータのことであり、これをツールにより効率的に分析することで、組織の問題解決や付加価値向上に活用する技術が普及しつつあります。



台東区産業フェア

現 状

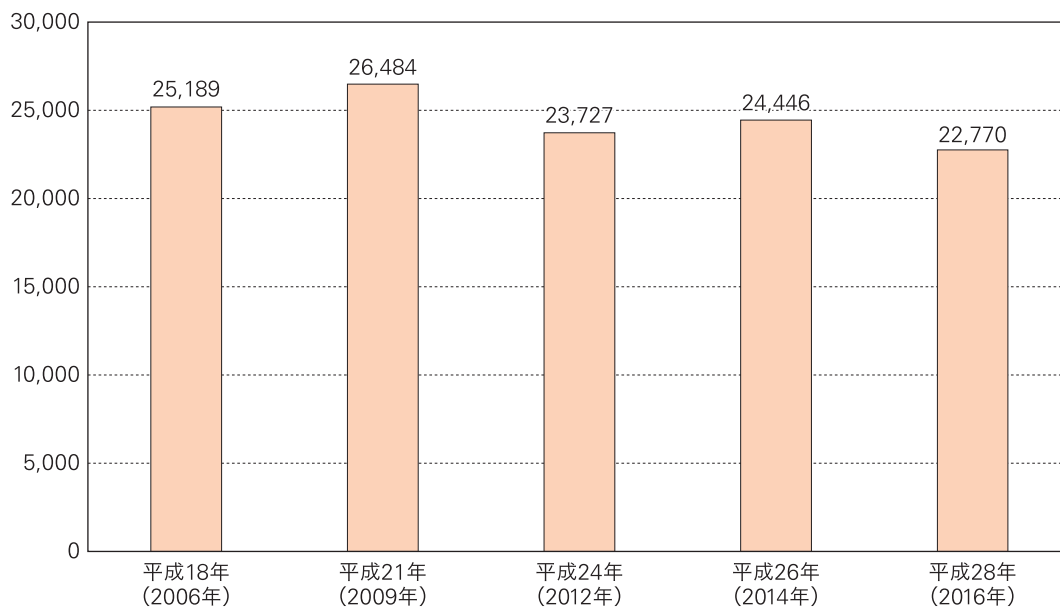
台東区は、江戸時代より商工業の中心地の一つとして、手工業や製造業、それらの生産や流通を担う問屋・卸売業が集積するまちとして発展してきました。今もなお、皮革製品、伝統工芸品、ジュエリーなどの多種多様な商品について、製造から販売までの一連の関連業種が台東区に集積し、ものづくりのまちとしての魅力となっています。

また、「モノマチ」や「エーラウンド」などのものづくりをテーマとした地域活性化イベントにより、まちの魅力が高まり、新たな企業が台東区に定着しています。

一方で、台東区の事業所数は、平成8年の3万1,361事業所から平成28年には2万2,770事業所と減少傾向が続いており、近年では、製造業、卸売業・小売業などで事業所数が大きく減少しています。

区では、平成27年4月に台東区中小企業振興センターを開設し、中小企業の身近な相談窓口として、各種経営支援メニューを実施するほか、他区と連携した地域産業活性化の推進や、多業種を集めた「ビジネス交流フェスタ」を開催するなど、異業種間のネットワークづくりを進めています。

事業所数の推移



〈出典〉総務省「事業所・企業統計調査」、「経済センサス」



課題

台東区の特徴である皮革産業や伝統工芸産業をはじめ、多くの業種で、経営者や職人の高齢化が進み、事業継続が難しくなっていることから、地域産業の活性化を図るためのきめ細かな支援が必要です。

また、新たな活力をもたらす企業の誘致や、業種を超えた交流・連携、創業・起業の促進など、台東区の産業の活力を維持・発展させていく必要があります。

さらに、産業集積の維持・発展のために、ものづくりのまちとしてのポテンシャルを最大限に引き出しながら、産業都市としての魅力を台東区内外へアピールする必要があります。

10年後の目指す姿

- ものづくりのまちの魅力が広く台東区内外に認知され、企業の誘致や創業・起業者の定着が進み、多彩な産業が集積しています。
- 従来の取引関係や業種を超えて事業者間の交流・連携が促進され、新たな商品・サービスが創出されるなど、ビジネスが活性化されています。



浅草ものづくり工房

主な取り組み

●台東区中小企業振興センターなどによる創業支援

創業期から事業承継までの企業のライフサイクル全般に渡って、専門家によるサポートを行う中小企業振興センターを運営し、台東区の中小企業を支援します。

また、創業支援施設において、ものづくりに係るデザイナー・クリエイターなどに対し、オフィス・工房の提供や経営支援を行うことで、経営者としての成長・自立を支援します。

さらに、中小企業が業種の垣根を越えて交流することで、異業種間の意見交換やビジネスパートナーの発見、新たな製品やサービスの創出を図ります。

●区内定着支援

台東区内で事業所や工房を開設したいデザイナー・クリエイターや中小企業を支援し、区内定着を促進します。また、地域産業を活性化させる新たな企業を誘致します。

●「ものづくりのまち」ブランディング

誰もが参加できるものづくりのイベントや、見学・体験を実施するほか、SNSなどを通じて台東区内外に発信することにより、台東区がものづくりのまちであるブランドイメージの定着を図ります。

また、伝統工芸館や創業支援施設などを起点に、まちを回遊できる体験ツアーを実施し、伝統工芸産業をはじめとする地域産業の魅力を発信します。

施策の指標

指標名	現状 (2018年度末)	目標		出典
		(2023年度末)	(2028年度末)	
台東区中小企業振興センターが支援する中小企業数	延べ4,600社	延べ4,700社	延べ4,800社	所管課調べ



現 状

台東区には、上野のアメ横、浅草の仲見世、谷中銀座、合羽橋道具街など、数多くの特徴ある商店街があり、それぞれの商店街がその特徴を活かして集客の工夫を進めることで、地元だけでなく国内外からも多くの来街者を集めています。商店街は、様々な商品やサービスをワンストップで販売・提供する「商いの場」であると同時に、地域の人々が交流する「公共の場」としての役割も果たしています。こうした機能を併せ持つ商店街は、まちの魅力の一つとなっています。

しかし、近年の商店街を取り巻く環境は、大型商業施設の進出やインターネット通信販売の増加などによる購買機会や消費行動の多様化、少子高齢化による人口減少などの構造的な要因により、さらに厳しさを増しています。

台東区には、区民の地域生活を支える近隣型商店街と、来街者が訪れる特徴ある問屋街や、専門商店街を含む広域・観光型商店街があります。平成27年度「台東区産業振興計画策定のための実態調査」によると、商店街全体の売上は、広域・観光型商店街では「増加した」が4割を超えていますが、近隣型商店街では「横ばい」・「減少した」を合わせると約9割を占め、厳しい状況となっています。

また、平成28年度「台東区区政サポーターアンケート調査」では、日頃よく買い物に行く場所として、「区内スーパー、デパート」とする回答が約6割あるのに対し、「商店街をよく利用する」と回答した方が1割を切るなど、区民の商店街離れが深刻な状況となっています。

商店街の再生や活力の向上が求められる中、区では、魅力ある地域づくりに向けて、商店街育成支援や環境整備などに取り組んでいます。

課 題

近隣型商店街については、売上や店舗数の減少など、活力の低下が見受けられることから、個店の魅力向上を図るなど、存続・発展に向けた支援が必要です。

また、来街者の増加や、消費者の消費行動の変化に伴い、安全安心や環境への配慮、キャッシュレス決済など多様なニーズへの対応が求められています。

魅力ある地域づくりのために、商店街が各々の個性や特徴を伸ばし、活性化することが求められています。

10年後の目指す姿

- 近隣型商店街に活力があふれ、人々の交流が広がる地域が形成されています。
- 誰もが利用しやすい商店街として、受入環境が整備され、個性と魅力ある地域が形成されています。

主な取り組み

● 近隣型商店街の活性化支援

商店街やその個店が抱える課題の整理・解決に向けて、商店街アドバイザーによる経営相談や効果的な情報発信などにより、魅力向上を図るとともに、集客力向上につながる取り組みを支援し、賑わいの創出や商店街の再生を図ります。

また、商店街の空き店舗に対して、魅力ある店舗の参入促進や有効活用を進めます。

● 商店街環境整備支援

安全安心や環境保全に配慮した取り組みを進める商店街の活動を支援することで、来街者にやさしい商店街づくりを推進します。

● 魅力づくり支援

おもてなしの力の向上や、誰もが買い物を楽しめるイベントを支援するなど、個性と魅力ある商店街づくりを促進します。

施策の指標

指標名	現状 (2018年度末)	目標		出典
		(2023年度末)	(2028年度末)	
商店街主催イベント時に商店街を訪れた来街者数	年200万人	年200万人 (累計1,200万人)	年200万人 (累計2,200万人)	所管課調べ
商店街主催イベント時の売上変化	17%増 (2017年度)	増加	増加	所管課調べ



谷中銀座商店街



佐竹商店街