

葛飾区

# 地域産業活性化プラン

平成17年3月

葛飾区

# 目次

第1章 プラン策定の基本的考え方	1
(1) 策定の目的	1
(2) 位置付け	1
(3) 期間	2
(4) 戦略イメージ	3
第2章 現状と課題及びプラン策定にあたっての基本的な視点	4
(1) 葛飾区の産業の現状と課題	4
① 区内産業構成・分野別の変化	4
② 社会経済の潮流の変化	8
③ 既存産業の競争力強化への取組み	12
④ 地域産業の交流と連携	15
⑤ 産業基盤と地域居住との調和と共存	18
⑥ 次世代の産業を支える人材確保と育成	21
(2) プラン策定にあたっての基本的視点	26
① グローバルな視野で経済環境の変化を踏まえる	26
② 地域の特性・個性と歴史を尊重する(こだわる)	26
③ 施策間の連携を深め、総合的な施策を展開する	27
④ 事業者の意欲を尊重し、改善に取り組む 自助努力への支援に重点を置く	27
⑤ 事業者・区民・関連機関との協働を進める	28
第3章 プランの5つの戦略と事業展開のイメージ	29
(1) 社会変化を踏まえた新事業展開・起業の促進	29
(2) 高付加価値化・個性化による既存産業の競争力強化	32
(3) 異業種・同業種間等の連携による産業の活性化	35
(4) 産業と生活の調和し、ともに発展するまちづくり	39
(5) 産業を支える人材の育成	43
第4章 プラン推進のために	46
(1) 事業者・区民・行政等の連携の強化	46
(2) 社会・経済環境の変化に応じた見直し	46
(3) 必要な財源の確保と効果的・効率的施策展開	47

<参考資料> 委員会設置要綱・委員会委員名簿・検討経過

# 第1章 葛飾区地域産業活性化プラン策定の基本的考え方

## (1) 策定の目的

葛飾区の産業は、時代の変化とともに大きくその姿を変えてきましたが、いつの時代にあっても、地域の活力の源泉となり、区民生活を支える基盤となってきました。

葛飾区としてはこれまでも産業関係者との緊密な意見交換や連携に基づいて、タイムリーな施策を積極的に実施して産業の振興に努めてきましたが、今日、日本の社会・経済環境はかつてないほどの速度で変化しています。

特に、少子化の一方で団塊の世代といわれている方々が高齢化に向かう中で、人口構造の変化が需要の質や量に大きく影響を与えることなどから、葛飾区の産業もそれに対する的確な対応を迫られています。

そこで、これまでの施策の基礎となってきた「葛飾区産業振興ビジョン」(平成元年度作成)と工業・商業・農業の各産業分野ごとに策定した振興プランとをあわせて、新たな動きへの対応の必要性や現在の区内産業の実態、産業関係者の意見などをふまえた見直しを行い、今後の産業政策実施の指針とするために、『葛飾区地域産業活性化プラン』を策定するものです。

## (2) 位置付け

- (1) このプランは、区の基本構想に定める基本目標である「快適な生活を支える魅力あるまち-街づくりと産業-」を実現するための産業分野における計画です。

(2) このプランは、産業の活性化を進め、元気な葛飾をつくるための基本的方向性を明らかにするとともに、取り組むべき戦略を明確化した長期計画です。

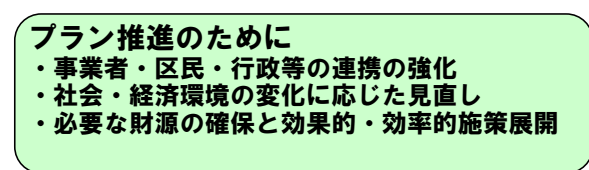
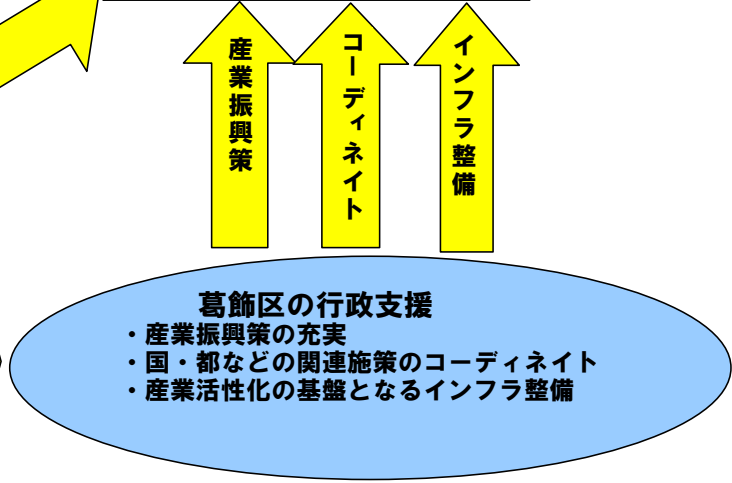
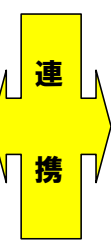
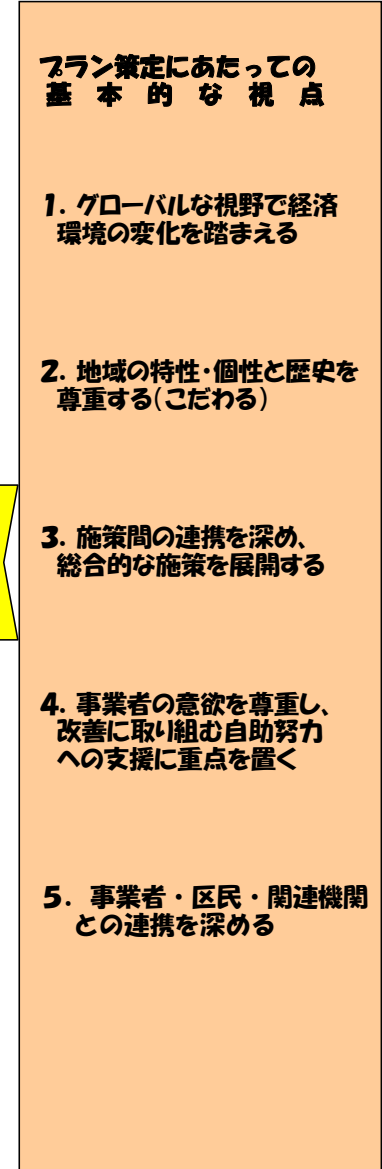
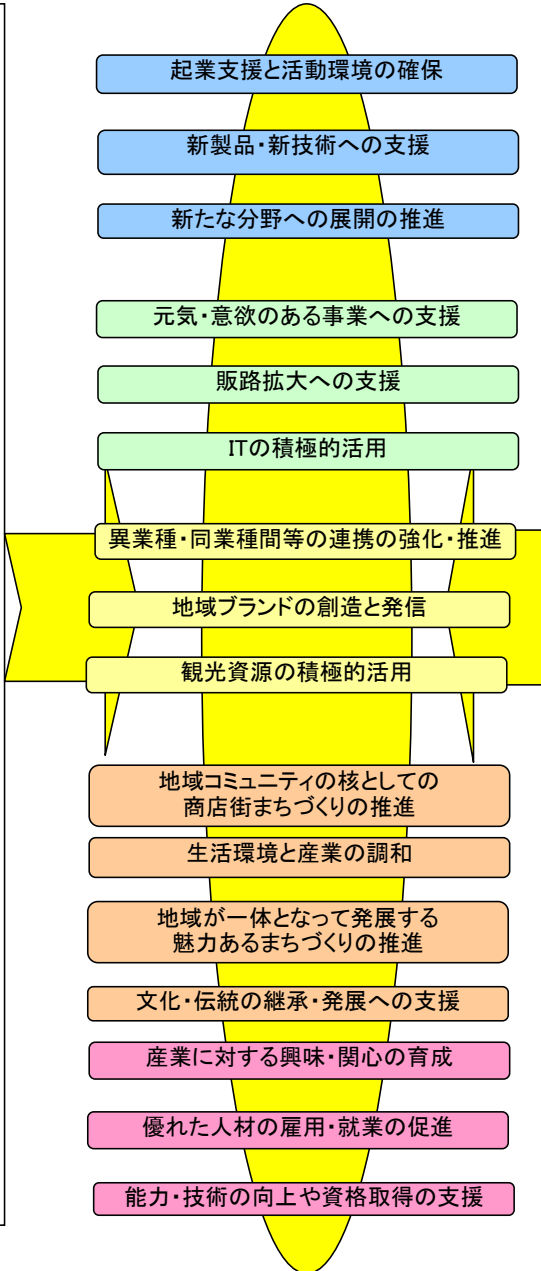
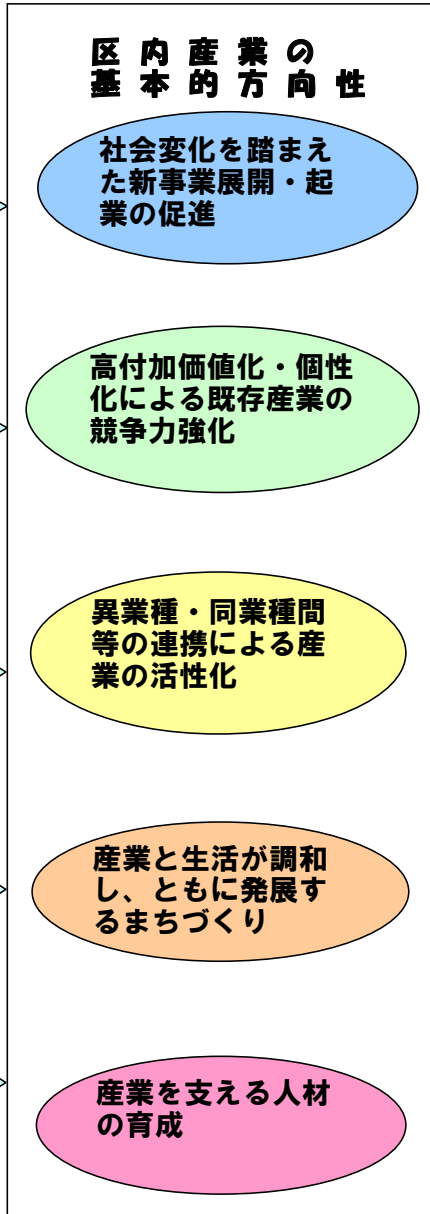
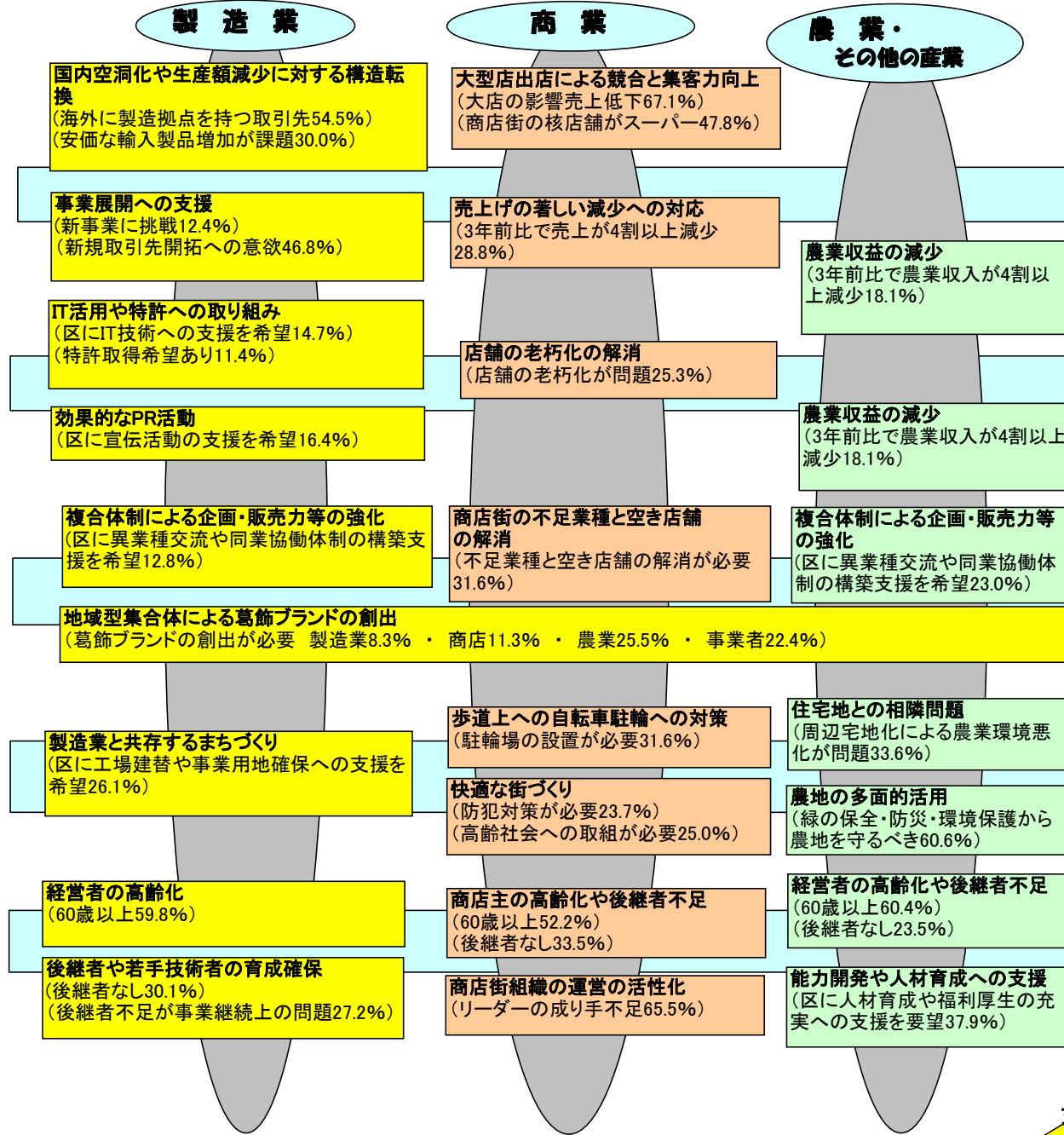
(3) このプランの方向性は、次期「葛飾区基本計画」「葛飾区実施計画」に反映されます。

### **(3) 期 間**

このプランは、平成 17 年度(2005 年度)からおおむね 10 年間の期間を想定して策定しました。

# (4) 葛飾区地域産業活性化プラン 戦略イメージ

## 葛飾区の産業が抱える課題



## 第2章 現状と課題及びプラン策定にあたっての基本的視点

葛飾区では、区内産業の現状とその抱えている課題を把握するために、統計資料調査や製造業・商店・商店街・農業・その他事業所についてのアンケート調査、各産業団体へのヒアリングなどを実施いたしました。

その結果から導き出された葛飾区の産業の現状と課題と、これらを踏まえて策定検討委員会の中で提示されたプラン策定にあたっての基本的視点は以下のとおりです。

### (1) 葛飾区の産業の現状と課題

#### ① 区内産業構成・分野別の変化

##### ア. 事業所数の推移

＜事業所・企業統計による葛飾区産業の事業所数推移＞

	昭和61年	平成3年	平成8年	平成13年
総事業所数	28,793	26,905	25,479	22,443
製造業	8,413	7,527	6,515	5,285
卸売・小売業、飲食店	11,044	10,071	9,389	8,276
サービス業	4,364	4,495	4,625	4,491
建設業	1,719	1,668	1,720	1,492
運輸・通信業	1,633	1,474	1,536	1,270
不動産業	1,214	1,292	1,328	1,315
金融・保険業	306	283	291	247
その他	100	95	75	67

	事業所構成			
	昭和61年	平成3年	平成8年	平成13年
総事業所	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
製造業	29.2%	28.0%	25.6%	23.5%
卸売・小売業、飲食店	38.4%	37.4%	36.8%	36.9%
サービス業	15.2%	16.7%	18.2%	20.0%
建設業	6.0%	6.2%	6.8%	6.6%
運輸・通信業	5.7%	5.5%	6.0%	5.7%
不動産業	4.2%	4.8%	5.2%	5.9%
金融・保険業	1.1%	1.1%	1.1%	1.1%
その他	0.3%	0.4%	0.3%	0.3%

以上のように、平成元年度に「葛飾区産業振興ビジョン」を策定した時点で使用した昭和61年度事業所統計と直近の平成13年度事業所統計の数値とは、約15年の間に著しく変動しています。

特に顕著なのは、製造業と卸売り・小売・飲食業の事業所数の大幅な減少であり、製造業では37.2パーセント、卸売り・小売・飲食業では25.1パーセントの減少率となっています。

この変化を、従業者ベースで見ると以下のとおりとなり、15年の間に製造業の従業者数は、43.1パーセントの大幅な減少が見られます。

<事業所・企業統計による産業別従業者数>

	昭和61年	平成3年	平成8年	平成13年
従業者総数	176,182	171,110	164,613	147,344
製造業	58,248	52,969	42,044	33,125
卸売・小売業、飲食店	48,935	46,977	49,590	45,683
サービス業	30,075	32,738	34,092	35,270
建設業	12,465	12,967	12,906	10,012
運輸・通信業	13,793	13,288	13,834	12,283
不動産業	2,431	2,777	2,906	3,071
金融・保険業	5,498	4,693	4,471	3,376
その他	4,737	4,701	4,770	4,524

	構成比			
	昭和61年	平成3年	平成8年	平成13年
従業者総数	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
製造業	33.1%	31.0%	25.5%	22.5%
卸売・小売業、飲食店	27.8%	27.5%	30.1%	31.0%
サービス業	17.1%	19.1%	20.7%	23.9%
建設業	7.1%	7.6%	7.8%	6.8%
運輸・通信業	7.8%	7.8%	8.4%	8.3%
不動産業	1.4%	1.6%	1.8%	2.1%
金融・保険業	3.1%	2.7%	2.7%	2.3%
その他	2.7%	2.7%	2.9%	3.1%

## イ. 産業別に見た事業所数等の推移

工業・商業・農業の各分野での事業者数等の変化については、以下のとおりです。

### <工業統計による区内工場数・製造品出荷額等の推移>

		平成2年	平成7年	平成12年	増減率 (%)※
工場数		6,683	5,471	5,049	△24.5
製造品 出荷額 等 (万円)	総額	71,367,524	53,110,448	45,686,570	△36.0
	製造品出荷額	61,019,800	45,848,832	39,757,652	△34.8
	加工賃収入額	10,179,893	7,129,681	5,666,264	△44.3
	修理料収入額	160,299	131,201	259,560	61.9
	その他	7,532	734	3,049	△59.5

※平成2年に対する平成12年の増減率

### <商業統計による区内商店数・年間販売額の推移>

	平成元年	平成6年	平成9年	平成14年	増減率(%)※
商店数(卸 売・小売業)	6,867	6,190	6,012	5,234	△ 23.8
年間販売額 (百万円)	975,473	853,202	876,827	714,257	△ 26.8

※平成元年に対する平成14年の増減率

### <農家台帳による区内農業の推移>

	昭和63年	平成3年	平成8年	平成13年	増減率(%)※
農家数	388	353	272	257	△ 33.8
区内農地面積 (ha)	103	93	61	56	△ 45.6

※昭和63年に対する平成13年の増減率

以上の統計からも分かるように、区内の産業はその構成を大きく変化させてきているとともに、従来、区の産業の基盤を成していた工業・



商業のいずれも、事業者数及び出荷額・販売額ともに大きな落ち込みを見せています。また、農業については、農家数・区内農地面積の落ち込みも著しく、宅地化が一層進んでいることがうかがえます。

## ② 社会経済の潮流の変化

### ア. 経済のグローバル化

近年の中国をはじめとする海外への製造業の工場移転及び技術供与は、本区の中小企業にとって、生産高の減少など多大な影響を受けるとともに、安価な輸入品増加など深刻な問題となっています。

また、工業団体からのヒアリングでは、その影響として国内の主要な顧客からの発注減少、生産コストの低減化要求、小ロット・短納期の発注、製品原料部材の国際的な高騰などを招き、一部の業者を除き深刻な状況であるという声が聞かれ、海外製品の品質向上と価格競争において、過去の単品大量生産の業態構造のままでは、事業継続が困難な状況となっています。

### イ. 今後の事業展開

区内の製造業者における今後の事業展開の方向性をみると、いずれは休廃業が約1/3と最も多く、次いで現状維持で耐えていく、現在の分野での専門性を高めたいとなっていますが、一方で新分野や新事業への挑戦に積極的な事業者が約18%となっています。

< 製造業実態アンケートより今後の事業展開 >

今後の事業展開について	回答数	割合(%)
現事業分野を中心に専門性を高める	538	24.0
新分野への事業機会をうかがう	126	5.6
現事業分野を強化しながら、新分野にも挑戦	278	12.4
現状維持で耐える	586	26.1
いずれ休廃業	717	31.9

また、将来的に成長が見込まれる主力製品に該当するものが無いという事業者が多いなか、一方では成長が見込まれる製品や企画開発しようと思う製品がある積極的な事業者や開発への意欲がある事

業者がみられることから、将来、成長が見込まれる新製品の開発や新規事業の展開を図ることが今後の課題となっています。

＜製造業実態アンケートより将来の主力製品＞

将来の主力製品や成長が見込まれる製品がありますか（複数回答可）	回答数	割合(%)
現主力製品で将来も維持	467	24.0
成長が見込まれる製品がある	181	9.3
製品開発しようと思う製品がある	82	4.2
企画開発したいが思いつかない	263	13.5
将来の展望は描けていない	953	49.0

ウ. 商店の売上減少と地元商店街への期待

商店の景況となる売上状況については、この3か年で4割以上の減少が3割近くを占め、多くの店舗において売上が2割以上減少している状況がみられます。その理由としては、お客様が節約しているが最も多く、大規模店舗に流れているや商品単価の低減化などがあげられ、事業継続上の問題点にもなっています。

＜商店実態アンケートよりお店の景況＞

3年前と比較したお店の景況について	回答数	割合(%)
4割以上減少	112	28.8
3割ぐらい減少	103	26.5
2割ぐらい減少	95	24.4
1割ぐらい減少	33	8.5
ほぼ横ばい	34	8.7
増加	12	3.2

＜商店実態アンケートより売上げ変化の理由＞

3年前と比較した売上げ変化の理由（複数回答可 上位5項目）	回答数	割合(%)
顧客の節約	229	58.9
大規模店への顧客流失	155	39.9
商品単価自体が低くなっている	94	24.2
顧客が他の地域に流失	94	24.2
理由がわからない	89	22.9

また、商店街全体の問題点として、経営力の弱い店舗からなる商店街が多い、大型店の出店等により地元商店街への影響などがあげられています。一方、区内で買物している区民には、高齢化社会での地元商店街の必要性は十分に認識され、魅力ある商店街としての充実が期待されています。

買い物客からは、商店街でまとめて買物ができること、かつ品揃えがあるといった要望が多く見受けられることから、商店や商店街には新たな事業展開が求められています。

＜商店実態アンケートより商店街の問題点＞

商店街が抱えている問題点 (複数回答可 上位4項目)	回答数	割合(%)
経営力の弱いお店が多い	65	73.9
スーパーや大規模店の影響	59	67.1
後継者不足	51	58.0
集客の核となる店や施設がない	45	51.1

＜買い物アンケートより商店街の問題点＞

地元の商店街への要望 (複数回答可 上位4項目)	回答数	割合(%)
自転車対策など安全性の向上	101	37.4
1箇所の商店街で買い物が揃う	84	31.1
魅力的な品揃え	82	30.4
価格を安く	81	30.0

## エ. 大型店との関係

地元商店街と競合する大型店の有無については、区内商店街の大部分において大型店との競合がみられる一方で、逆に集客の核となっている大型店も多くみられます。

地元商店街にとって大型店は、競合関係にある一方、他地域からの集客効果への期待も高いことから、大型店と既存商店街との共存共栄を図る事業展開が課題となっています。

< 商店街実態アンケートより大型店との競合 >

徒歩圏内に競合する大型店があるか	回答数	割合(%)
ない	11	12.0
あるが影響はない	9	9.8
ある	72	78.3

< 商店街実態アンケートより集客核となる大型店 >

徒歩圏内に集客の核となる大型店があるか	回答数	割合(%)
ある	61	72.6
あるが効果はない	9	10.7
ない	14	16.7

### ③ 既存産業の競争力強化への取組み

#### ア. 技術集積の積極的かつ効果的なPR活動

区内の製造業には、金属・プレス・スプリング・ゴム・プラスチック・ネジなど多岐にわたる中小の製造業者が数多くあり、それらの専門的な技術や経験は豊富でかつ優れています。また、区内の各事業所や技術者、職人が保有している特殊技術や特殊能力も多くあり、それらは世の中に広く知られることなく潜在的に埋もれているものも多くあります。

これらの技術や能力、知恵について、事業所内に留めておくことのないよう、積極的かつ効果的なPR活動が求められています。

<製造業実態アンケートより重点支援>

区が重点的に支援すべき事業・施策 (複数回答可 上位4項目)	回答数	割合(%)
融資あっせん支援	738	48.9
工場建替等の用地対策	394	26.1
地場生産・地域消費について普及宣伝	258	17.1
市場開拓への情報提供や宣伝支援	247	16.4

#### イ. IT活用や特許など知的財産への取組み強化

製造業事業者のインターネットの活用についてみると、活用は特に考えていないが半数以上を占めており、本区の小規模事業者における高齢化や後継者の不在などにもないパソコンやインターネットに対して不得手である場合が多いことなど、導入しても効果的な活用がなされていない状況がみられます。

既にインターネットなどを新規取引に活用している一部の事業所もみられるなかで、IT化の流れへの対応不足があることがうかがわれ、IT活用への一層の取組みが求められています。

＜製造業実態アンケートよりインターネット活用＞

宣伝や市場開拓でのインターネット活用	回答数	割合(%)
活用して取引先確保	122	5.7
活用しているが今のところ効果なし	202	9.4
現在活用していないが今後検討	386	18.0
効果的な活用方法がわからない	89	4.2
パソコンに不慣れで活用できない	182	8.5
考えていない	1163	54.2

また、特許や実用新案、意匠登録などの所有についてみると、区内事業者に数多くの所有がみられるものの、その効果については、宣伝効果や経営効果があったという事業者が一部であり、宣伝などにより一層有効に活用することで、高付加価値化・個性化による競争力の強化が求められています。

＜製造業実態アンケートより知的所有権の取得と効果＞

知的所有権	特許	実用新案	意匠登録
区内事業者保有件数	691	655	592

知的所有権の取得と効果について	回答数	割合(%)
取得して経営効果あり	73	7.3
取得して宣伝効果あり	74	7.4
今後取得を検討したい	114	11.4
取得方法がわからない	23	2.3
所有する自社技術がない	630	63.0
その他	86	8.6

## ウ. 農業経営への取組みと農業収入の減少

農家経営者の半数の意見として、農業を維持していく上で、耕作農地における周辺の宅地化により日当たりの問題や排水状況の悪化

がみられること、かつ収益性の悪化に繋がるものとして問題があげられています。

収穫を良くするための土壌改良が必要と考えている農業経営者が多くみられ、今後の農業経営についても、土壌や土作りを重視した農業に取り組むという意見が多く、次いで有機栽培や低農薬・無農薬栽培に取り組む、ハウスなど施設利用といった農業への本格的な取り組みを考えているなど、積極的な経営者が多くみられます。

一方、年間の農業収入(農業販売額)は、500万円以上が全体の約1割でしかなく、その農業収入も2～3割ぐらい減少している農家が約半数を占めており、その減少理由については、作物販売単価の低下や労働力や農地面積の減少による収穫量の減少がみられることから、販路の拡大や高付加価値化、個性的な作物づくりなどが課題となっています。

＜農業実態アンケートより今後の農業経営＞

今後の農業経営について(複数回答可) 上位6項目	回答数	割合(%)
土壌や土作りに取り組む	61	44.2
有機栽培や低農薬・無農薬栽培に取り組む	51	37.0
現状維持	40	29.0
ハウスなど施設利用によって高収入を目指す	28	20.3
区民農園やふれあい農園	22	16.0
手間のかからない農業にシフト	18	13.0



## ④ 地域産業の交流と連携

### ア. 地域産業の活性化への葛飾ブランドの創出

本区の地域産業としてのブランドやイメージの向上による付加価値は重要な意味を持つものであり、“葛飾ブランド”という付加価値をつけることにより、イメージの差別化や固定化を図るとともに、大企業に対抗する上で多くの製造業者の技術やノウハウを結びつけることが求められています。

また、区独自の製品としての特徴や方向性をつくり出すこと、あわせて下請企業からの脱皮を図ることも重要な課題となります。

葛飾ブランドの創出にあたっては、伝統工芸、観光産業や地元商店街との連携、区民への周知や意識向上といった形で、地域における事業者間の連携が求められるとともに、早期に葛飾ブランドを確立していくことが求められています。

### イ. 企画販売活動強化への外部交流や業種連携

区内製造業者が大企業と比較した場合に不足しているものは、様々な技術を複合・統合し、社会的なニーズを見据え、新たな製品を企画・販売する能力を有する組織や人材の確保であると考えられます。区内製造業者は、多くが小規模であり、組織や人材の確保には困難をともない、優れた技術を有していてもその活用や企画販売には限界があります。

現在、産学連携や同業種・異業種間連携については、経営効果が既にあったとする事業者もみられますが、多くの事業者は積極的な参加や効果的な業種連携に至っていない現状にあり、今後の取組みが課題となっています。

＜製造業実態アンケートより連携及び交流＞

同業種間連携の効果について	回答数	割合(%)
経営効果があった	63	13.4
今後に期待が持てる	76	16.2
まだわからない	133	28.4
期待はもてそうにない	197	42.0

異業種間連携の効果について	回答数	割合(%)
経営効果があった	28	11.3
今後に期待が持てる	45	18.2
まだわからない	91	36.7
期待はもてそうにない	84	33.9

産学間交流について	回答数	割合(%)
産学交流をしている	23	1.4
近い将来交流を考えている	51	3.2
機会やノウハウがない	75	4.6
特に考えていない	1139	70.3
期待がもてない	243	15.0
その他	89	5.5

## ウ. 地元商店街への期待と空き店舗等の活用

区内の多くの近隣型商店街において、そのニーズの対象となるお客様の要求を把握してみると、地元商店街の満足度の高い内容としては、気楽に買物ができることが極めて多く、接客が親切でサービスの対応が良い、商品の品質鮮度が良いなど大型店にはない内容となっており、お客様の買物先の選定理由をみても、なじみの店や近くで便利だからという理由が最も多くあげられています。

一方、逆に不満度の高い内容を見ると、食事や喫茶が楽しめる場所がない、個性的で魅力ある店がない、商店街に買いたい商品が揃っていないという意見もみられ、商店街への要望としては、1カ所の商店街で買物が全て揃う、魅力的な品揃えといった意見も多くみられます。

身近な地元商店や商店街には、新鮮な野菜や食品の提供が期待されており、地元商店街の店舗構成として、まずは商品の品質鮮度を確保した生鮮3品の業種構成、さらに、魅力的な品揃えと商店街で全ての買物が揃うような業種構成を確保するため、空き店舗等の活用により不足業種の解消を図っていく必要があります。

＜買い物・商店街・商店実態アンケートより必要な対策＞

	早急に対策が必要なこと	件数	割合 (%)	順位
買い物調査	空き店舗対策・不足業種の解消	91	35.1	2
商店街実態調査	空き店舗対策・不足業種の解消	24	31.6	1
商店実態調査	空き店舗対策・不足業種の解消	138	43.4	1

## エ. 地域内産業の連携による地域全体の活性化

本区の地域産業活性化において牽引役となるのは集積がみられる製造業であり、商業活動においても地元消費の増大に効果のある製造業の活性化が求められています。

また、一部の製造業においては、旧来の企画販売機能を担っていた問屋自体が失われてきている業種もみられることから、区内で製造された優良製品については、区内店舗での販売及び卸機能をあわせて商店街に設けることなどにより、工業だけでなく商業や農業、サービス業が地域内で連携する仕組みを模索することにより地域産業全体の活性化につなげていく必要があります。

## ⑤ 産業基盤と地域居住との調和と共存

### ア. 製造業と地域の共存

現在、事業所や工場などの廃業や移転後、その跡地に中高層型マンションや住宅などがとることが多くなっています。新たに転入される住民にとっては、地域での付き合いも浅く、近隣事業所の操業時における騒音や臭気、搬出入車の出入り等が住環境の悪化要因や苦情の原因となっており、中小の製造業者にとって、これら近隣の住宅や住民との相隣問題は、操業維持にとって深刻な環境問題となってきました。

また近年、多くの製造業者が取り扱う原料や資材などへの環境基準に対する取扱い規制がますます厳しくなっており、その対応への負担経費も中小製造業者にとっては、経済環境が厳しいなか経営的な痛手となっており、製造業と地域の共存が求められています。

### イ. 魅力ある商店街とあわせた快適なまちづくり

繁華街をはじめとする商店街においては、防犯や防災への取り組みが求められており、お客様の商店街への具体的な要望として、歩車道分離や狭い歩道など交通問題への安全対策、街路灯の増設や防犯カメラなどの防犯対策への要望が見受けられます。

防犯カメラや街路灯の増設や照度の確保など夜間の単独歩行でも安心できる商店街が求められています。

また、進展する高齢社会を踏まえたバリアフリー化への配慮や街並み景観の向上など快適で魅力のある商店街が求められています。

## ウ. 安全な買物ができる商店街への駐輪対策

全国的に駅前市街地の自転車の駐輪問題は、歩行者の通行時の支障や狭い歩道での自転車とのすれ違いの危険性、高齢者や障害者にとっても歩道上の駐輪が障壁(バリアー)となることから、社会的な問題となっています。

本区においてもこれら歩道上の駐輪問題は、商店街への交通手段として歩行者と自転車の相互利用が多いことから極めて顕著であり、自転車の歩道上の駐輪も多く、歩行者にとって危険であるという商店の意見も多く、お客様の不満度の高い内容を見ても、自転車駐輪場や交通利便性がないという不満が最も多くを占め、歩行者にとって安全でないという意見が多くみられます。

お客様や各店舗にとって商店街の問題は、駅前の駐輪対策や放置、来客者の歩道上の駐輪が迷惑ということであり、安全に買物ができる商店街の形成と自転車利用者のマナーの徹底といった対策が求められています。

### < 買い物アンケートより必要な対策 >

商店街で早急に対策が必要なこと (複数回答可) 上位 6 項目	回答数	割合(%)
自転車駐輪場の設置	105	40.5
空き店舗対策・不足業種解消	91	35.1
歩車道分離など交通問題の対策	83	32.1
街路灯の増設など防犯対策	52	20.1
消費者ニーズに対応した商品・サービス提供	50	19.3
バリアフリー化など高齢者対策	47	18.2

## エ. 農地の多面的機能と生活環境

都市部で農業を維持していく上での問題は、周辺の宅地化により通風・水はけの悪化や日影になりやすくなったことが多くみられ、また、犬や猫・鳥などによる農作物被害、空き缶やゴミなど投げ捨て、農薬

散布など周辺に気遣う必要があるなど、都市部での農業生産活動における問題が大きな負担となっています。

しかしながら、農地については、緑の保全や防災環境保護から農地を守るべき、転用農地とあわせ魅力ある街づくりを誘導すべきという意見もみられ、また、災害時のオープンスペースとして役立てたい、自然や緑を残し潤いのある景観や街並みとして、子供たちの農業体験など学校を通じてふれあいをもちたいという意見もみられます。

これらの農地の持つ多面的な機能について、地域の緑化やオープンスペース・環境保全など様々な役割を持っていること、緊急災害時は地域住民の生命を守るための避難場所となる都市部での貴重な土地として、広く区民に認識してもらうことが課題となっています。

< 農業実態アンケートより地域交流 >

農業と地域との交流について (複数回答可) 上位 6 項目	回答数	割合(%)
新鮮な農作物の提供を通して	57	51.8
災害時のオープンスペースとして	54	49.1
緑を残し、潤いのある景観として	48	43.6
地域活動や行事を通して	32	29.1
子供の農業体験などを通じて	22	20.0
区民農園やふれあい農園として	19	17.3

## ⑥ 次世代の産業を支える人材確保と育成

### ア. 経営者層の高齢化による製造業の不安定要因

本区の製造業は、日本の高度経済成長を担ってきた小規模な製造業者が集積しており、その経営者は、年齢的にも70歳代に差し掛かり、経営者や従業者の高齢化による地域的な現象がうかがえます。

それに対して後継者の存在は、おおむね1/3の事業者に見込みがみられるものの、全事業者のおよそ半数において後継者がいない、自分の代で廃業するという意見がみられ、その要因としては、昨今の国内空洞化や国内景気の低迷による経済の回復見通しへの不安を背景に、後継者や雇用者の確保にも著しく障害がみられるものとなっています。

これら経営者層の高齢化とあわせ後継者の不在は、今後の地域産業活性化に向けた取り組みにあたって、経営的な柔軟性や積極的な開発意欲、新規顧客開拓やIT活用促進など、様々な側面での不安定要因となっています。

<製造業実態アンケートより経営者と後継者>

経営者の年代	回答数	割合(%)
40未満	95	3.6
40代	252	9.5
50代	660	24.8
60代	1126	42.3
70代	467	17.5
80以上	63	2.4

後継者の有無	回答数	割合(%)
いる	732	27.8
あてがある	137	5.2
いない	792	30.1
自分の代で廃業する	638	24.2
まだ考えていない	336	12.8

## イ. 後継者不足による技術的財産の希薄化

経営者層の高齢化に対して、世襲も含め後継者の確保が産業維持として有効な手立てであるものの、多くの小規模事業主においては企業組織と異なり後継者の確保が困難な状態にあります。また、後継者不足は、製造業だけではなく、本区の基幹産業である商業、農業においてもみられる問題でもあり、かつ製造業においては、区内の外注先や下請け業者自体の後継者不在と複合的に重なり、より一層深刻な問題となっています。

さらに最も心配されることとして、後継者や若手技術者の不在により、産業の核となる“ものづくり”への様々な技術や知識、知恵など本区に集約している技術的財産が、このままでは次世代への若手技術者に継承されることなく途絶えてしまうことであり、また、それら技術の海外流出や霧散にともない本区の“ものづくり”の技術的財産の集積が希薄化していくことにもなります。

## ウ. 店主の高齢化と後継者不足や店舗老朽化

商業においても製造業と同じく深刻な店主の高齢化や後継者不足の状況がみられます。経営者の年齢については、60～69歳が約4割と最も多くみられ、次いで50～59歳、70～79歳となっており、その後継者の有無についても、後継者はいないが約1/3を占めており、自分の代で廃業をあわせると全体の約半数を占めています。

なお、後継者がいない理由については、子供が他の仕事に就いて継ぐ意志がないが半数以上を占め、次いで収入が少なく後継者の成り手がない、立地環境や商店街に魅力がないとなっており、事業継続上の問題点として、販売額の減少や店舗施設の老朽化とともに後継者がいないことが商店街の活性化においては大きな問題となっています。



＜商店実態アンケートより経営者と後継者＞

経営者の年代	回答数	割合(%)
40未満	31	7.6
40代	42	10.3
50代	122	29.9
60代	160	39.2
70代	51	12.5
80以上	2	0.5

後継者の有無	回答数	割合(%)
いる	110	28.1
あてがある	26	6.7
いない	131	33.5
自分の代で廃業する	57	14.6
まだ考えていない	67	17.1

## エ. 商店街組織の運営上の課題

本区の商店街は全部で106あり、各商店街による組織活動をみると、一部には活発な組織活動を実践している商店街組織があるものの、全体的には会合の出席率が代理人含めて7割未満がほとんどであり、次代を担う青年部の活動状況についても青年部がない商店街組織が約8割も占めています。

また、商店街組織の最大の問題点としては、商店街リーダーへの成り手が少ないことであり、商店街活動を担う人材の育成が、商店街組織運営の課題となっています。

## オ. 農業経営者の高齢化と農地の相続

農業経営者の年齢については、70～79歳が最も多くみられ、製造業や商業よりも切実な高齢化の進捗がみられます。

また、農業の後継者の有無については、あくまで跡継ぎ本人の意思にまかせるが多くを占めているとともに、跡継ぎはいないも多くみられます。農業を引き継ぐであろう跡継ぎがいる農家は、全体の約1／

3を占めており、それ以外の約2/3の農家については、農家主体の農業経営の維持が困難になるものと思われます。また、農業の維持継続にあたっては、跡継ぎの問題とともに、農地の相続対策の問題が重複してくることから、農業経営において基盤となる耕作農地の縮小化を避けることができないことも問題となっています。

< 農業実態アンケートより経営者と後継者 >

経営者の年代	回答数	割合(%)
40未満	1	0.7
40代	10	6.9
50代	36	25.0
60代	37	25.7
70代	50	34.7
80以上	10	6.9

後継者の有無	回答数	割合(%)
いる	45	40.1
あてがある	6	4.4
本人の意思次第	35	25.7
いない	32	23.5
農業は継がせない	8	5.9
まだ考えていない	10	7.4

## カ. その他の産業での能力開発や人材育成確保

その他の産業についてみると、事業を継続していく上での問題点として、同業他社との競争が厳しい、受注が安定していない、受注単価が低い又は受注量が少ないなどといった問題点があげられるとともに、能力開発や人材育成確保へ投資できないという意見が多くみられます。

また、行政支援への要望として運転資金への支援が最も多く半数を占めているものの、公的支援制度のわかりやすい情報提供、資格取得や能力開発研修機会の充実など人材確保と育成への支援が多くみられることが特徴となっています。

さらに、今後の経営の方向についても、人材の育成確保に力を入れるが半数以上で最も多くあること、重点的支援すべき事業施策への要望についても、新たな人材育成確保の研修支援や福利厚生充実が最も多く見られるなど、事業を支える人材の育成が重大な課題となっていることが伺えます。

＜その他事業者実態アンケートより行政支援＞

特に必要な行政支援 (複数回答可)上位3項目	回答数	割合(%)
運転資金への支援	47	51.1
公的支援制度の情報提供	42	45.7
研修機会の充実や人材育成	26	28.3

## (2) プラン策定にあたっての基本的な視点

本プランの策定にあたっては、策定検討委員会の中で実業界において日々努力されている専門家の方々、学識経験者の方々から、次の5つの基本的な視点が提示されました。

### 1 グローバルな視野で、経済環境の変化を踏まえる

経済の世界では、国と国との距離は狭まる一方であり、他国の経済状況が日本の経済に大きな影響を与えるようになっていきます。

葛飾区においても、中国を始めとしたアジア諸国の経済発展により、製造業のあり方が大きく変化したように、地域産業の活性化を考える上でグローバルな視野は欠かせません。

また、グローバルな視野で地域の産業を見直すことによって、いままで気づかなかった葛飾の個性に気づかされることもあります。

このような考え方から、グローバルな視野で経済環境の変化を踏まえることを本プラン策定の基本的な視点にするとともに、刻々と変化する世界経済の状況を鑑み、適切な見直しを本プランの推進のための条件といたしました。

### 2 地域の特性、個性と歴史を尊重する(こだわる)

葛飾区は、国の中においても、東京都の中においても、産業の集積状況や映画・コミックなどを通じた知名度、またそれを育んできた地域風土・文化や歴史など、際立った特性や個性をもった地域であります。

この地域の特性、個性、歴史を十分に踏まえ、尊重するとともにこだわることで、地域産業の特色や諸外国を含めた他地域と比べた場合のメリットなどが見えてくるものと考え、本プラン策定の基本的な視点といたしました。

### **3 施策間の連携を深め、総合的な施策を展開する**

大規模な事業者は、研究や開発に豊かな経営資源を投入できますが、中小規模の事業者は、異なる産業分野を含む他の事業者等との交流・連携により、多彩な発想を得ることで技術向上や商品開発のヒントとする必要があります。

葛飾区内産業においては中小規模の事業者が多数を占めることから、地域における産業構造の変化を踏まえ、施策間の連携や産業間の連携を深め、総合的な施策を展開することを本プランの視点のひとつといたしました。

### **4 事業者の意欲を尊重し、改善に取り組む自助努力への支援に重点を置く**

本来、事業活動は私的な経済活動であり、事業者の意欲が産業の活性化に結びつくものです。本プランでは、意欲ある元気な事業者が主となるものであり、行政はその活動が行いやすい環境基盤を整備したり、事業者間では行いにくい連携をコーディネートしたり、産業全般に向けた支援などを行うことにより、側面支援するということを基本的な視点といたしました。

## 5 事業者・区民・関連機関との連携を深める

健全な地域社会は、製造業や商業・農業などを始めとする多くの産業がバランスよく存在し、区民生活の基盤を支えることが必要条件と考えます。これらの産業が衰退することは、地域社会の活力が失われることにほかなりません。

事業者・区民・行政等の関連機関は連携を深め、協力して地域産業の活性化を図ることが必要との思いから基本的な視点のひとつといたしました。

## 第3章 プランの5つの戦略と事業展開のイメージ

第2章での、葛飾区の産業の現状と課題及びプラン策定にあたっての基本的な視点に基づき、元気な葛飾をつくるために取り組むべき5つの戦略を下記のとおり定めるとともに、事業展開のイメージを明らかにしました。

### (1) 社会変化を踏まえた新事業展開・起業の促進

少子高齢化・国際化・高度情報化など、現代社会は従来のスピードを超える速さで変化しており、工業・商業・農業を始めとした全ての産業分野において、その動きに柔軟に対応することが必要となっています。

区内の各産業は、社会変化を的確に捉え、それに伴う顧客ニーズの動きを予測し、新たな事業展開を積極的に図って行くことが求められています。

また、区内の事業所数は開業に比べて廃業の割合が多くなり、地域の経済や雇用の状況に深刻な影を落としています。社会の変化に呼応し、新たな事業者が区内で次々と生まれることによって、健全な競争が行われ産業全体が活性化するとともに、就業にも好影響を与えるなど、地域全体の活性化にも繋がっていくこととなります。

葛飾区では、社会変化を踏まえた新たな事業展開への積極的な取り組みを支援するとともに、起業を目指す方が活動しやすい条件を整備し、事業を起こすことができるようにすることで、区内産業の活性化を目指します。

#### ① 起業支援と活動環境の確保

新たに事業を起こすにあたっては、経営のノウハウの取得、資金調達、活動場所の確保など、様々な課題を克服しなければなりません。

葛飾区は、新たに事業を始めたい方が、実現・運営に至るまでの各段階において、経営のノウハウの取得や資金調達などの諸課題に対応できるよう支援を行うとともに、活動場所の確保などの環境整備を進めます。

<事業のイメージ>

- 起業を希望する方への経営ノウハウ等の習得支援  
( 例. 開業セミナー・経営講座の開催、アドバイザー派遣 )
- 実際の起業に至るまでの間、国や都、金融機関等との連携を図りながら、経営等の様々な課題に対して相談を受けられる体制の整備  
( 例. 開業相談、融資相談の充実 )
- 起業に向けた活動場所確保や資金調達への支援  
( 例. SOHO への支援、空き店舗等を活用したチャレンジショップへの支援、起業家支援融資 企業家グループ活動への支援)
- 起業してまもない事業者の資金調達への支援  
( 例. 創業安定支援利子補給制度の創設 )

② **新製品・新技術への支援**

厳しい経営環境を乗り越えて、発展的に事業を展開していくためには、新たな製品開発や新たな技術への取り組みが欠かせません。

葛飾区では、新たな製品の開発や新技術への積極的な取り組みを後押しし、区内産業の継続的な発展を図ります。

<事業のイメージ>

- 新製品、新技術開発への支援  
( 例. 新製品・新技術開発助成の拡大 営農研究助成 )
- 知的所有権の取得を推進  
( 例. 特許や意匠登録権など知的所有権の取得支援 )



- ・ 各種教育団体・官公署等と連携した新製品・新技術の開発を支援  
（ 例. 産学等連携事業支援融資 ）

### ③ 新たな分野への展開の推進

産業分野は非常に移り変わりの激しい分野であり、変化する顧客ニーズに応じていかなければ事業として存続していくことは困難です。

社会変化を見極めながら、新たな事業展開へ積極的に取り組む事業者の姿勢を葛飾区は支援していきます。

#### <事業のイメージ>

- ・ 新たな分野へ挑戦する事業者への相談機能の充実  
（ 例. 経営相談の充実 各種アドバイザー派遣 ）
- ・ 事業転換や多角化に向けた資金調達への支援  
（ 例. 事業転換・多角化資金融資 ）
- ・ 大規模店と商店街との共生へ向けた取り組み  
（ 例. 大型店の集客力を活かした共生策の検討 ）
- ・ 都市農業の新展開への取り組みを支援  
（ 例. チャレンジ農業(新たな農業)支援 ）
- ・ 区の枠を超えた地域産業資源を活用したものづくりへの支援  
（ 例. 城東地域の連携による地域資源活用産業活性化事業 ）

## (2) 高付加価値化・個性化による既存産業の競争力強化

葛飾区は、都内有数の工場の集積地であり、また身近で便利な商店街が多く存在するまち、23 区内でも有数の農業が盛んな地域という恵まれた産業地域ですが、製造業での海外との競争、商店街での大規模小売店との競争、農地の生産環境の悪化を始めとして、各産業分野で、事業を運営する環境はその厳しさを増しています。

これらの競争を乗り越え、地域の産業を活性化するためには、良質な製品や作物を作るのみではなく、その販売にあたってはデザインや宣伝方法に工夫を加えるなどして新たな価値を付け加えたり、商品や販売方法・店舗などについて他とは異なった個性を打ち出したりすることが、今までにもまして必要になっています。

葛飾区は、経営課題に立ち向かい、消費者や取引先に支持され、その結果として競争に打ち勝っていくための努力を尊重し、産業の活性化に取り組みます。

### ① 元気・意欲のある事業への支援

元気のある事業者、課題解決への意欲のある事業者や産業団体が活発に活動し、地域の産業を引っ張っていくことで、地域全体が活性化し、賑わいを見せるようになります。

葛飾区は、事業者や産業団体の元気・意欲のある取り組みを、相談機能や融資・助成制度等の充実により積極的に支援して行きます。

#### <事業のイメージ>

- ・ 意欲あふれる事業の実行に向けた相談機能を充実  
（ 例． 経営相談 各種アドバイザー派遣 ）
- ・ 工場施設・設備や商店の内装、商店街施設等の充実を支援

- ( 例. 工場立替資金融資、ハイテク設備導入資金融資  
大型店対策資金融資 装飾灯建替え等経費助成 )
- ・ 事業者の経営体質強化、競争力向上を支援  
( 例. 知的所有権取得支援 ISO 認証取得支援事業 )
- ・ 商店街の意欲ある取り組みを支援  
( 例. 商店街法人化促進事業 商店街活性化資金融資  
商店街イベント経費助成 商店街連合会への支援 )
- ・ 農業者の意欲ある取り組みを支援  
( 例. 農業技術の向上支援、土壌改良への支援 )

## ② 販路拡大への支援

区内の製造業は、他に誇るべき優れた技術を持っている場合が多く見られます。農業では、新鮮さが売り物の葛飾野菜が市場の評判となりつつあります。

また、商店街には、従来よりも広い地域から顧客を呼び込み、固定客化しようという積極的な取り組みが見られます。

葛飾区では、このような区内産業の個性や長所を広くアピールし、販路を拡大しようという前向きな取り組みを推進していきます。

### <事業のイメージ>

- ・ PR 効果の高い催しの開催や出展の促進  
( 例. 産業フェアの開催 展示即売会等助成 見本市等助成  
受発注交換会の開催 )
- ・ 顧客の底辺を広げ、固定化するような積極的な商店街活動に対し支援  
( 例. 共通商品券発行事業費助成 ポイントカード事業の支援  
駐車場整備への支援 商店街マップ作成への支援 )
- ・ 葛飾産の製品や作物を広く紹介し、社会的な評価・市場の評価を

高めるための取組み

( 例. 優良製品の表彰 野菜品評会の開催 )

- 多様な販売ルートを開拓する取組みへの支援

( 例. 農業販路拡大支援事業(朝市) 野菜直売への支援  
ふれあいレクリエーション農園事業の推進 )

### ③ IT の積極的活用

インターネットなどを始めとするインフォメーションテクノロジーは、急速に一般化し、新規取引の開拓や経営効率化など積極的な事業活動の推進にはなくてはならないものとなりました。しかし、葛飾区においては、小規模な事業者が多く、なかなかそこまで手が回らないというのが現状です。

区内産業が、PR やインターネットを介した取引など新たな事業展開の道具として IT に積極的に取り組むことを支援していきます。

<事業のイメージ>

- 新規取引の開拓や顧客の開拓等に一層活用できるよう産業データベースを充実

( 例. 製造業データベースの充実 お店検索システムの充実  
バーチャルかつしか伝統産業館の開設)

- ホームページの開設や効率的活用、適切な保守への支援

( 例. ホームページ開設支援 ホームページ管理へのアドバイザー派遣の検討 )

- 特許、実用新案等知的財産のITによる有効活用の推進

( 例. 区内産業知的財産データベースの作成検討 )

### (3) 異業種・同業種間等の連携による産業の活性化

問屋機能の低下などにより、製造業事業者は注文を受けて作るといった待ちの姿勢から、自らが顧客ニーズを捉え、製品を企画し、作った製品を商品化することが求められるようになってきています。

大規模な事業者は、企画や営業に資金や人材などの経営資源を比較的豊かに投入することも可能ですが、中小事業者が多い葛飾区においては単独の事業者ではなかなか手が回らないのが現状です。

そこで、大学等の研究教育機関や地域の金融機関等と連携を行い、その優れたノウハウなどを活かし、新技術や新製品の開発や市場の開拓に取り組みます。

また、都内有数の工場の集積地であるという葛飾区の強みを活かして、同業種間でも力を合わせて、個性豊かな技術・商品開発を推進し、地域産業の活性化に向けた取組みを行っていきます。

商店街においては、1箇所の商店街の中で欲しい商品が揃うことが顧客の確保に繋がることから、商店街の中で各個店が連携し、空き店舗等を活用しながら生鮮3品を始めとした不足業種の解消を図ることで、まちの賑わいをつくります。

さらに、製品や作物等を販売していくためには、包装や宣伝、運搬、小売を始めとした様々な分野での役割分担があります。

区内のそれぞれの分野が円滑に連携しながら積極的にその役割を果たすことで、地域内での経済循環を活発にするとともに、葛飾という地域の個性を対外的に発信し、葛飾ブランドを確立することができます。

葛飾区は、異業種・同業種間の交流や研究教育機関等との連携を一層深めることにより、地域産業の活性化の実現に取り組みます。

## ① 異業種・同業種間等の連携の強化・推進

葛飾区は、幅広い産業分野にわたって多くの事業者が集まっている地域であり、これらの事業者が異業種間・同業種間など様々な形で連携することができれば、個々では成しえない事業の展開や充実が可能となります。

また、産業界が教育研究機関や金融機関等と連携することで、その高い能力・技術やノウハウを活用することで、今までになかった事業展開が期待できます。

新たな事業展開に取り組むために、交流の機会を充実し、多様な連携を進めることで、葛飾区は地域産業の活性化を図ります。

### <事業のイメージ>

- 産学公の連携を推進  
( 例. 産学公交流の場の確保 産学等連携事業支援融資  
産学交流講演会の開催 産学交流による都市農業  
活性化の推進 産学連携による新製品・新技術開発への支援 )
- 連携による共同開発モデルへの支援を検討  
( 例. (仮称)葛飾ブランド区民モニター制度 地域ブランド開発研究への支援 デザイン力強化への支援)
- 連携のための交流推進  
( 例. 異業種交流会の推進 )
- 不足業種の誘致による商店街全体の活性化  
( 例. 商店街空き店舗不足業種誘致への支援 空き店舗情報ホームページの充実 )
- 商店街と他業種との連携  
( 例. 商店街と他業種との連携イベントの推進 )

## ② 地域ブランドの創造と発信

葛飾区は、映画やコミックの影響もあり、全国的に知名度の高い地域となっており、「下町」や「人情」「親しみやすさ」などといった一定の地域イメージを確立しています。

この地域イメージを活用しながら、事業者間の連携などにより地域ブランドを創造していくという取組みを行います。

さらに、地域・産業の文化や伝統に根ざした葛飾区のイメージを、より一層積極的に内外に発信し、地域ブランドの確立を図ります。

農業においては、「とれたてイキイキ葛飾元気野菜」は、地域のブランドとして、市場での高い評価を受けるようになってきました。このように葛飾のブランドとして創造されたものについて、より広く認められるようイメージの定着化を図ります。

### <事業のイメージ>

- ・ 葛飾区のイメージを活用した区内産業のシンボルマークの作成を検討  
( 例. (仮称)葛飾産業シンボルマーク作成支援 )
- ・ 葛飾ブランドの創造支援  
( 例. 産学連携による葛飾ブランド創出の検討 )
- ・ 葛飾ブランドの確立・定着を促進  
( 例. 葛飾ブランド確立の検討 葛飾産野菜定着化の推進 )
- ・ 葛飾ブランドの区内活用の促進  
( 例. 葛飾野菜取扱モデル店事業 区内製品の区内商店販売の促進検討 )

### ③ 観光資源の積極的活用

柴又・水元・堀切地区を始めとして、区内に点在する豊富な観光資源は、葛飾という地域の特性や歴史・文化を体現したものであり、それを取り巻く生活空間とともに、葛飾のイメージを形作るものともいえます。この観光資源の魅力を取り込み、十分に活用することで、産業における葛飾の個性を際立たせ、対外的に発信することが可能です。

観光と伝統産業や商業、農業などをはじめとする各産業分野との連携を強化し、新たな事業展開を図ります。

#### <事業のイメージ>

- ・ 観光と都市農業との連携事業の検討  
（例. 観光農園モデル事業の検討）
- ・ 伝統産業の観光資源としての価値に着目し、体験型観光への展開を検討  
（例. 伝統産業体験観光コースの検討）
- ・ 観光客への区内物品 PR の充実  
（例. 観光ホームページの充実 観光案内・産業紹介施設開設の検討）
- ・ 観光客の増加がものづくり産業や幅広い分野の産業に波及する仕組みづくりの検討  
（例. (仮称)観光まちづくり推進連絡会の開催）



#### (4) 産業と生活が調和し、ともに発展するまちづくり

葛飾区は、区民が区内で働いている割合が高く、工業・商業・農業をはじめとした様々な産業と区民の生活環境との調和が図られてきました。

この調和をこれからも守っていくために、農業・製造業・商業をはじめとする各産業分野で、区民の生活の快適性や利便性を高め、良好な生活環境を保持するよう努めます。

また、近年、葛飾区内では工場移転等に伴う大型開発が計画・実施されています。これらの開発については、該当地域の魅力あるまちづくりに努めるのみならず、近隣の地域や商業を始めとした既存産業と十分に連携することで、地域が一体となって、ともに発展していくことが必要です。

地域の産業は、区民生活と密着しながら、地域固有の文化や伝統を育て、守ってきました。葛飾区は、この文化・伝統を次の世代に伝えるための努力を続けます。

##### ① 地域コミュニティの核としての商店街まちづくりの推進

商店街は、今までも地域経済の担い手であるとともに、地域の顔として、まちの賑わいや潤いを創り出すなど、地域コミュニティの核ともいえる、地域に欠くことのできない存在でした。今後、高齢化社会の進展など社会の変化とともに、その重要性はますます高まることが予想されます。

商店街やそれを構成する商店等がこれらの重要な機能を十分果たせるよう、安全かつ快適な街づくりに取り組みます。

また、商店街の実施する地域のイベントを盛り上げたり、観光施設や観光イベントなどと緊密な連携をとるなど様々な方法で、まちの賑わいを創り出し、地域の活性化を図ります。

<事業のイメージ>

- 商店街が地域コミュニティの核としての機能を十分果たせるような街づくりの推進  
( 例. 空き店舗を活用したコミュニティ機能の充実支援 公衆浴場への支援 商店街カラー舗装 自転車置き場設置支援 装飾灯新設改修支援 中心市街地活性化推進事業 バリアフリー化事業 エコマネー導入支援 環境にやさしい商店街づくりへの支援 )
- 観光との連携などによるまちのにぎわい創出  
( 例. 観光イベント経費助成 花火大会・菖蒲まつり等観光イベントとの連携 商業まつりへの支援 タウン誌発行支援 )
- 高齢者等に対する支援の充実  
( 例. NPO やボランティアによる買い物サポーターの検討 高齢者等にやさしい店づくりへの支援 高齢者用ポイントカード事業の検討 宅配サービスの検討)

② 生活環境と産業の調和

葛飾区では、住居と製造業・商業・農業が混在しながら調和を保って共存しています。農業や商業の生活へのうるおいを与える機能や安全を守る機能を確保するとともに、騒音や悪臭・駐輪問題など生活へ負の影響を与える要素の低減に努めます。

<事業のイメージ>

- ・ 農地の持つ潤いや防災機能・商店街の保安機能の確保  
（ 例. 近隣との環境調和を図る生産緑地保全整備 農地の防災避難所指定 商店街装飾灯電気料への助成 ）
- ・ 工場と近隣住環境との良好な関係の確保  
（ 例. 工場ビルの運営 優良工場の表彰 工場建替資金の融資 ）

③ 地域が一体となって発展する魅力あるまちづくりの推進

葛飾区では、近年、大規模工場の跡地など、広大な敷地を活かした開発が複数始まっています。これらの大規模開発は、区内の街並みや経済に大きな影響を与えるとともに、葛飾区のイメージを変えていくことも考えられます。

事業者と地域住民や商店街等の既存産業とが、密接に連携を図りながら、共に発展し葛飾区の賑わいを創り出すことができるよう、魅力あるまちづくりを推進します。

<事業のイメージ>

- ・ まちづくり研究・検討等への地域・近隣産業の参加  
（ 例. まちづくり研究会・協議会の推進 ）
- ・ 新たな地域イメージ等の検討  
（ 例. （仮称）観光まちづくり推進連絡会の開催 ）

#### ④ 文化・伝統の継承・発展への支援

葛飾区では、江戸期から続く伝統産業が現在でも元気に活動しています。

また、かつての農業地帯でもあり、現在でも23区でも有数の農業が行われています。

歴史の流れの中で、区民生活と密着しながら固有の文化や伝統を保持してきたこれらの産業を、区内外に広く周知するとともに、その貴重な技術を次の世代に引き継ぎ、更に発展させて行きます。

##### <事業のイメージ>

- ・ 伝統技術の保存と区民に対する伝統産業の周知  
（ 例. 伝統工芸士・工芸品の表彰 伝統産業展開催 伝統産業職人会まつりへの支援 伝統産業館 PR 事業 産業フェアの開催 ）
- ・ 都市農業への区民理解の促進  
（ 例. 野菜収穫オリエンテーリングの開催 ふれあいレクリエーション農園事業の推進 ）

## (5) 産業を支える人材の育成

本格的な少子高齢化社会の到来により、区内の各産業で、事業主の高齢化、後継者不足が深刻な問題となっています。また、就職しない若者が、社会的な問題ともなっています。

今後、地域産業が活性化し発展するためには、将来を担う若年層などの新たな力が必要不可欠です。

葛飾区では、教育機関等との連携を行いながら、子供のころから仕事や地域産業への興味を育みます。また、若年者層は就業への意欲を湧かすことができ、現在働いている者は、より一層、技術向上や就労への意欲を向上することができるような環境を整えるなどして、明日の産業を支え、リードする人材の育成に力を尽くします。

さらに、葛飾区の産業界において、永年にわたって培われた優れた技術が失われることなく次の世代に継承されていくための新たなしくみづくりを行っていきます。

### ① 産業に対する興味・関心の育成

若い世代が、働くことに対する興味を抱き、産業に対する関心を寄せるためには、子どもの頃からの意識付けが大切です。

葛飾の産業の次代を担う子どもたちを育て、世代を超えて伝えられてきた技術などの財産を伝え守るために、教育機関等との連携を一層強化し、協力を行って行きます。

#### <事業のイメージ>

- ・ 義務教育期から区内産業に触れる機会を作り、興味や関心を育成

( 例. 学校向け産業紹介パンフレット配布 産業フェアの開催  
小学生商業体験学習・中学生職場体験の推進

工場見学への協力促進 歴史的産業機械の保存・展示  
学校農園への協力促進)

- ・ 仕事に対する意識や関心を育成  
( 例. 教育機関等との連携・協力 )

## ② 優れた人材の雇用・就業の促進

企業は人なりといいますが、優秀な人材が区内産業に就業することは、その事業所にとって大きな財産となるとともに、各界のリーダーとなることで、地域の産業全般にとってもその効果が波及し、活性化することが期待できます。

優秀な人材の雇用を促進できるよう環境を整え、区内産業への就労を進めます。

### <事業のイメージ>

- ・ 雇用・就労情報の集積や職業紹介への支援  
( 例. ハローワークとの連携による面接会等の開催  
図書館のビジネス支援事業との連携・協力  
各種就労支援機関との連携による情報収集・提供の充実  
区内事業所雇用情報の収集提供の検討 )
- ・ 就業希望者が資格や能力を得ることができるような講座等の充実  
( 例. 資格取得講座の充実 )
- ・ 専門高校や専修学校、大学等に通っている生徒の実地体験の推進  
( 例. 高校生インターンシップの推進 産学公連携による実地体験の推進 )

### ③ 能力・技術の向上や資格の取得支援

現在、区内産業に従事している方々の能力や技術の向上は、事業所にとって大きな利点を生み、地域産業の活性化に繋がります。また、従事者の資格の取得は、事業所にとって、競争力を向上させる大きなアピールポイントとなると同時に、従事者自身にとっても大きな励みとなり実益にもつながります。

葛飾区では、技術が継承されるしくみづくりに取り組むとともに、講座や研修による能力や技術の向上、資格取得などを通じて、生き生きと働く人材の育成に努めます。

#### <事業のイメージ>

- ・ 各種資格取得講座の開講及び研修メニューの充実  
( 例. パソコン講習会の充実 各種資格取得講座の充実  
関連機関との連携による研修等メニューの充実 )
- ・ 優良な技能等に対する顕彰  
( 例. 優良技能士顕彰 野菜品評会の実施 )
- ・ 若手リーダーの育成  
( 例. 商店街活性化セミナーへの講師派遣 研究活動への支援  
活性化アドバイザーの派遣 )
- ・ 農業技術の継承支援  
( 例. 農業ボランティア制度の検討 )
- ・ ものづくりの技術継承  
( 例. ものづくり技術継承の仕組みづくり )

## 第4章 プラン推進のために

### 1 事業者・区民・行政等の連携の強化

このプランをより実効性のあるものにするためには、事業者、区民等の知恵を集めるとともにネットワークを作るなど緊密な連携が必要となります。

従来より、葛飾区では、工業振興会議、商業振興会議、農業振興会議などにより、事業者・区民と連携を図りながら産業振興を推進してきましたが、今後はより一層、事業者・区民との連携を強化するよう努めます。

また、城東地域中小企業振興センターをはじめとする関係行政機関との連携についても一層強化し、産業支援策を推進します。

### 2 社会・経済環境の変化に応じた見直し

この活性化プランはおおむね10年間で想定したものであり、プランに掲げた方向性で産業の活性化を目指して施策を推進していきます。しかし、10年間の間に社会・経済環境が大きく変化することも考えられます。その時には、必要に応じて見直しを行います。また、施策の推進に当たっては、適切な施策をタイムリーに実施します。



### 3 必要な財源の確保と効果的・効率的施策展開

産業の振興は区の最重要課題の一つですが、一方で区財政は長引く不況の影響もあり税収の伸びなどは期待できない状況にあります。

そこで、活性化プランの推進や施策の実施に際しては、東京都や国の補助制度など各種産業を振興するための制度の積極的な活用を図り、地域産業の活性化の実現に努めます。

また、施策の推進に当たっては、個々の事業の効果などを適切に評価しながら事業の改善や見直しを行い、効果的・効率的な施策の展開に努めます。

## < 参 考 資 料 >

- ・ 葛飾区地域産業活性化プラン策定検討委員会設置要綱
- ・ 葛飾区地域産業活性化プラン策定検討委員会委員名簿
- ・ 葛飾区地域産業活性化プラン策定検討委員会委員検討経過

## 葛飾区地域産業活性化プラン策定検討委員会設置要綱

15 葛第 10154 号

平成 16 年 1 月 26 日

区 長 決 裁

### (目的)

第 1 条 葛飾区の目指す産業振興の基本的指針とそれを実現する施策を定める葛飾区地域産業活性化プラン（以下「産業活性化プラン」という。）を策定するために、葛飾区地域産業活性化プラン策定検討委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

### (検討事項)

第 2 条 委員会は、次に掲げる事項について検討し、その結果を区長に報告する。

- (1) 活性化プランの策定に関すること。
- (2) その他活性化プランの策定に付随して必要なこと。

### (構成)

第 3 条 委員会は、次に掲げる者のうちから、区長が委嘱又は任命する委員をもって構成する。

- |                      |       |
|----------------------|-------|
| (1) 学識経験者            | 2 人以内 |
| (2) 中小企業診断士          | 1 人以内 |
| (3) 工業関係者代表          | 2 人以内 |
| (4) 商業関係者代表          | 2 人以内 |
| (5) 農業関係者代表          | 2 人以内 |
| (6) 伝統産業関係者代表        | 1 人以内 |
| (7) 観光関係者代表          | 1 人以内 |
| (8) 商工会議所代表          | 1 人以内 |
| (9) 商工会議所職員          | 1 人以内 |
| (10) 関係行政機関等職員       | 2 人以内 |
| (11) 葛飾区職員           | 4 人以内 |
| (12) 財団法人葛飾区地域振興協会職員 | 1 人以内 |

### (任期)

第 4 条 委員の任期は、委嘱又は任命した日から 2 年を上限として第 2 条に掲げ

る報告を終えた日までとする。

(委員長及び副委員長)

第5条 委員会に委員長及び副委員長を置き、委員の互選により定める。

2 委員長は、委員会を代表し、会務を総理する。

3 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故があるときは、その職務を代理する。

4 委員会は、委員長が招集する。

(部会の設置)

第6条 専門の事項を調査させるため必要があるときは、委員会に部会を置くことができる。

(委員以外の出席)

第7条 委員会及び部会は、必要があると認めるときは、委員以外の者を会議に出席させ、意見を聞くことができる。

(庶務)

第8条 委員会の庶務は、地域振興部産業経済課において処理する。

(その他)

第9条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が別に定める。

付 則

この要綱は平成16年1月26日から施行する。

付 則

この要綱は平成16年6月7日から施行する。

## 葛飾区地域産業活性化プラン策定検討委員会委員名簿

委員長	信川 仁道	東京商工会議所葛飾支部会長
副委員長	中戸川 進平	商業振興会議会長
委員	吉田 敬一	駒澤大学教授
委員	懸田 豊	青山学院大学専門大学院 GSIM 教授
委員	津幡 良平	中小企業診断士
委員	関口 要蔵	工業振興会議副会長
委員	佐川 安壽	工業振興会議副会長
委員	牧田 盛市郎	商業振興会議副会長
委員	志田 實	農業振興会議会長
委員	清水 宏悦	葛飾区農業委員会会長
委員	山中 新一	葛飾区伝統産業職人会会長
委員	齊藤 勝治	葛飾区観光協会会長
委員	岩本 勉	東京商工会議所葛飾支部事務局長
委員	十河 慎一	東京都産業労働局地域産業振興課長
委員	江畠 博 ※	城東地域中小企業振興センター所長
委員	青木 克徳	葛飾区政策経営部長
委員	柳澤 恒雄	葛飾区都市計画部長
委員	上野 祥二	葛飾区街づくり担当部長
委員	高橋 成彰	葛飾区地域振興部長
委員	田中 和男	(財)葛飾区地域振興協会常務理事

※ 平成 15 年度 草間 茂

## 葛飾区地域産業活性化プラン策定検討委員会検討経過

### 第1回 平成16年1月27日

- ・ 委員長に信川委員、副委員長に中戸川委員を選出
- ・ 地域産業活性化プランの策定について
- ・ 葛飾区における現在の産業施策について

### 第2回 平成16年6月7日

- ・ アンケート調査等による各分野の課題について  
(アンケート調査等の概要・製造業に係る課題・商業に係る課題・農業その他に係る課題)

### 第3回 平成16年7月5日

- ・ 葛飾区地域産業活性化プラン策定の基本的考え方について

### 第4回 平成16年8月6日

- ・ 葛飾区地域産業活性化プラン策定の基本的考え方と具体的な取り組みのイメージについて

### 第5回 平成16年9月6日

- ・ 葛飾区地域産業活性化プラン（案）について

### 第6回 平成16年11月22日

- ・ 葛飾区地域産業活性化プラン（案）への区民意見等について

### 第7回 平成17年1月28日

- ・ 葛飾区地域産業活性化プラン（案）の取りまとめについて