

政策分析シート（平成20年度）

政策名	活力ある地域経済づくり	政策No	05	部名	産業経済部		
関連部名		部長名	高野 政義	内線	440		
行政評価事業体系	分野	産業革新都市[]					
目的	地域経済が区民生活の礎であることにかんがみ、区内産業の発展、地域経済の活性化及び雇用の創出を促進し、もって区民生活の向上と活力ある地域社会の実現を図ることを目的とする。						
指標	政策の成果とする指標名	指標の推移					指標に関する説明
		17年度	18年度	19年度	20年度	目標値 (28年度)	
	起業家支援塾受講者の開業率（％）	5	5	5	6	10	
	MACCプロジェクト参加企業数	-	43	65	75	150社	
	新製品・新技術助成件数	3	3	5	6	10件	
活性化事業実施件数	5	5	2	4	5		
現状と課題（指標分析）	<p>景気の低迷や外国製品との競合等による売上高の減少、経営者の高齢化や後継者難等により、事業所数の減少傾向が続き、区内の産業活力が低下している。</p> <p>こうした状況に対応するため、都心との近接性や産学官の連携の可能性など荒川区の強みを最大限に生かして、産業再生に取り組み、活力ある地域経済づくりを推進することが重要な課題となっている。</p> <p>商業については、売上高の減少や経営者の高齢化などにより、事業所数が大きく減少するなど、厳しい状況に置かれており、区民の消費生活の拠点、コミュニティの中核である商店街の活性化を図るための対策が求められている。</p>						
今後の方向性	<p>《今までの成果及び指標分析を踏まえて》</p> <p>国の産業クラスター計画と歩調を合わせ、つくばエクスプレス沿線の地域間連携・産学公連携によるモノづくりクラスターの形成を計画的に進めることにより、モノづくりのまちの再構築を図っていく。</p> <p>国、東京都、調査研究機関等との連携を強化し、区が中小・零細企業振興のポータル（窓口）となり、個々の企業や起業家のニーズに合った支援を提供していく。</p> <p>区内企業の後継者の育成や熟練技術者の技能の承継などを支援し、モノづくり企業の発展を促進する。</p> <p>意欲のある商店街の支援や繊維街、都電などの観光資源の活用により、商業の活性化を図っていく。</p>						

政策分析シート（平成20年度）

政策を構成する施策の分類			
施策名	政策推進のための分類		分類についての説明・意見等
	前年度設定	今年度設定	
産業基盤の整備・充実[05-01]	推進	推進	ハード、ソフト両面から産業基盤の整備・充実を図ることは、区内産業の活性化を促進していくために必要不可欠であり、当該施策の優先度は高いと考える。
新産業・新事業の創出支援[05-02]	重点的に推進	重点的に推進	荒川版クラスター形成に向けたMACCプロジェクトの推進は、区内産業活性化のためには極めて重要であり、当該施策の優先度は極めて高いと考える。
創業・起業の支援[05-03]	重点的に推進	重点的に推進	事業所数の減少傾向が続いている一方で、区内での創業・起業が非常に少ない現状を踏まえると、区内での創業・起業を支援することは、区内産業の活性化のためには極めて重要であり、当該施策の優先度は極めて高いと考える。
企業経営基盤の強化支援[05-04]	推進	推進	多面的に企業の経営基盤の強化を支援することは、区内産業の活性化のために重要であり、当該施策の優先度は高いと考える。
企業経営革新の支援[05-05]	重点的に推進	重点的に推進	区内企業が厳しい企業間競争に勝ち抜くためには、新製品開発や新事業進出、販路拡大等、絶えず経営革新に向けて新たな分野へ挑戦することが重要であり、その取組みを支援することは区内産業の活性化のため、極めて重要である。
技術・技能承継の支援[05-06]	推進	推進	区内企業の経営者の高齢化及びその後継者難によって事業の承継が困難となっている。また、特にモノづくりの現場においては、若者のモノづくりに対する関心の低下等により技術・技能の円滑な承継が難しくなっている。このため、後継者育成、技術・技能継承を支援することは、区内企業の継続的な発展を促進するために重要であり、当該施策の優先度は高いと考える。
活気あふれる商店街づくり[05-07]	重点的に推進	重点的に推進	区内の商店街を支援し、その活性化を図ることは、地域の活性化及び区民生活の安定のために極めて重要であり、当該施策の優先度は極めて高い。
就労支援[05-08]	推進	推進	区民の雇用促進及び区内企業の人材確保を図ることは、区の重要課題であり、当該施策の優先度は高い。
安心安全の消費生活[05-09]	重点的に推進	重点的に推進	区民の消費生活の安定と向上を図ることは重要な課題であり、消費生活に関する相談や情報提供、啓発活動を行う当該施策の優先度は極めて高い。