

板橋区基本計画 2025 等の進捗状況

基本目標	Ⅱ 「いきいきかがやく元気なまち」		
個別政策	Ⅱ-3 「光輝く板橋ブランド・産業活力」	(主な行政分野)	産業
10年後の あるべき姿	<p>都内有数の産業集積地である優位性を存分に発揮し、戦後の区の成長を支えてきた光学・精密機器関連産業によって培われた技術力を背景に新しい産業が生まれ、「ものづくりの板橋」としてのブランドが定着しています。</p> <p>消費者のニーズに対応した魅力ある個店が増え、商店街が地域と連携して、まちに活力をもたらしています。</p> <p>また、数多く立地する医療関連機関、大学・研究機関や企業、農地などの地域資源の活用と都市交流・観光振興によって地域経済が活性化され、様々な地域課題を解決しています。</p> <p>生活と産業が共存・調和する環境の中から、新しい明日（価値）が生み出され、楽しく心豊かに暮らせるまちを実現しています。</p>		
当該分野の 主な個別計画	板橋区産業振興事業計画 2025		

1 板橋区基本計画 2025 施策指標の達成状況

指標項目	当初値	目標値 (令和7年度)	現状値 (令和5年度)	進捗状況
01 ネットワーク・ブランド戦略による産業活力の強化				
産業都市板橋の認知度 (㊦)	21% (H27年3月)	50%	38%	概ね順調
製造業事業者の新規分野への参入実績・意向比率	18.6% (H26年度)	25%	—	
02 産業集積の維持・発展の促進				
製造品出荷額等(工業統計調査)の23区中順位 (㊦)	2位 (H25年)	1位	3位	停滞
付加価値率(4人以上事業所) (㊦)	42.83% (H25年)	50%	41%	
03 創業・経営支援と人材育成・就労支援				
区内企業の年間倒産件数 (⇒)	38件 (H26年度)	32件	33件	停滞
創業比率 (㊦)	1.47% (H24年)	㊦	—	
04 地域特性を活かした魅力ある商業振興				
区民の商店街イベント事業への参加者延人数 (㊦)	603,990人 (H26年度)	600,000人	944,510人	順調
1店舗(個店)当たりの売上高 (㊦)	1,000万円 (H24年)	㊦	—	
05 都市農業の支援と農の活用				
区民農園用地面積 (㊦)	45,470.52㎡ (H27年3月)	⇒	35,645.4㎡	停滞
過去1年間に区内の農業にふれた(農業まつり参加、区内産農産物消費、区民農園活用、収穫体験参加等)区民の割合 (㊦)	—	㊦	23.5%	

指標項目	当初値	目標値 (令和7年度)	現状値 (令和5年度)	進捗状況
06 「もてなしの心」による魅力ある観光振興と都市交流の推進				
ボランティアガイド利用件数 (㊦)	196件 (H26年度)	230件	93件	概ね順調
いたばし花火大会・板橋区民まつり満足度 (㊦)	花火大会 75.2% 区民まつり 72.3% (H19年)	㊦	花火大会 78.3% 区民まつり 66.9%	
07 消費生活の安定と向上				
消費生活講座等に参加した区民の人数 (㊦)	過去3年間の平均 720人 累計2,160人	8,000人 (10年間の累計)	4,800人 (H28年度～R5 までの累積)	停滞

【進捗状況の評語】

「順調」：計画どおりに進捗しており、目標達成が見込める状態。

「概ね順調」：進捗状況に課題はあるが、事業の継続により目標達成が見込まれる状態。

「停滞」：目標に対してあまり進展していない状態。

2 No.1プラン 2018～2025 における実施計画事業の進捗状況

事業名	10 年間の目標量	平成 28～令和 5 年度実績	進捗状況
産業集積の維持・発展の促進	①ものづくり企業立地 継続支援助成 70 件 ②ベンチャー企業育成 170 社 ③先進的ものづくり企業誘致 1 件 ④ものづくり企業相談 9,900 件 ⑤企業誘致 P R 事業 ⑥特別工業地区見直し検討調査	①ものづくり企業立地 継続支援助成 57 件 ②ベンチャー企業育成 106 社 ③先進的ものづくり企業誘致 1 件 ④ものづくり企業相談 9,992 件 ⑤企業誘致 P R 事業 ⑥特別工業地区見直し検討調査	順調
商店街の環境・安全対策支援 (照明の LED 化・安全対策)	商店街 88 団体 LED 化事業 68 団体 安全対策事業 20 団体	商店街 16 団体 LED 化 10 団体 安全対策 6 団体	令和 2 年度 計画事業変更
農業の継承支援と農にふれる 環境の充実	農業公園の検討と農業の新た な継承者を養成する仕組みの 構築	農業ボランティア育成 認定農業者制度の策定・活用 農業園整備 農業体験学校開設 農業スキル育成講習開講及び 農のサポーター事業の策定	順調
観光振興の推進	①新たな観光ビジョン策定 ②観光センター来館者 116,700 人 ③観光ガイドツアー参加者 日本人 26,700 人 外国人 420 人 ④産業観光ツアー参加者 600 人 ⑤産業観光見学者 5,250 人	①板橋区観光振興ビジョン 2025 の策定 ②観光センター来館者 58,007 人 ③観光ツアーの実施 観光ガイドツアー参加者 15,607 人 ④産業観光ツアー参加者 200 人 ⑤産業観光見学者 20,970 人 ガイドマップ・エリアマップの 発行	平成 30 年度 計画事業完了

【進捗状況の評語】

「順調」：概ね計画に基づいた進捗が図られているもの。（7割以上）

「完了」：計画策定当初の目標又は目的はすでに達成し、計画事業としての役割を終えたもの。

「一部遅延等」：計画事業量に一部遅延等が生じているもの。

「変更」：事業実績や方法等の見直しにより、計画事業外としたもの。

3 令和 5 年度区民意識意向調査の結果

調査内容		全体	10～20 歳代	30 歳代	65 歳～74 歳
板橋区の「ブランド」 になりうると考える もの	第 1 位	大規模イベント (花火大会、区民 まつり、農表まつ り、板橋 City マラ ソン) 61.0%	大規模イベント (花火大会、区民 まつり、農表まつ り、板橋 City マラ ソン) 70.6%	大規模イベント (花火大会、区民 まつり、農表まつ り、板橋 City マラ ソン) 66.9%	大規模イベント (花火大会、区民 まつり、農表まつ り、板橋 City マラ ソン) 59.8%
	第 2 位	大規模病院が多 く、病床数も 23 区 内随一を誇る豊富 な医療機関： 44.7%	都内有数のハッ ピーロード大山商 店街・遊座大山商 店街などにぎわい のある商店街： 39.5%	都内有数のハッ ピーロード大山商 店街・遊座大山商 店街などにぎわい のある商店街： 45.6%	大規模病院が多 く、病床数も 23 区 内随一を誇る豊富 な医療機関： 50.8%
	第 3 位	都内有数のハッ ピーロード大山商 店街・遊座大山商 店街などにぎわい のある商店街： 35.1%	大規模病院が多 く、病床数も 23 区 内随一を誇る豊富 な医療機関： 31.9%	乳幼児向け児童 館、赤ちゃんの駅、 待機児ゼロのあい キッズなど板橋発 の子ども政策： 32.4%	武蔵野台地の崖線 や赤塚の森、ス ポーツ等に親しめ る荒川河川敷など 緑豊かな自然： 27.4%
区が取り組んでいる ブランドの創造・魅力 発信についての認知 度	第 1 位	荒川対岸の戸田市 と合同で開催する 「いたばし花火大 会」：82.5%	荒川対岸の戸田市 と合同で開催する 「いたばし花火大 会」：73.9%	荒川対岸の戸田市 と合同で開催する 「いたばし花火大 会」：87.5%	荒川対岸の戸田市 と合同で開催する 「いたばし花火大 会」：85.5%
	第 2 位	板橋区の魅力が つまった区内最大 のおまつり「板橋 区民まつり」：47.9%	板橋区の魅力が つまった区内最大 のおまつり「板橋 区民まつり」：26.1%	区民に選ばれた区 を代表する食のブ ランド「板橋の いっぴん」：36.8%	板橋区の魅力が つまった区内最大 のおまつり「板橋 区民まつり」：57.0%
	第 3 位	区民に選ばれた区 を代表する食のブ ランド「板橋の いっぴん」：40.8%	絵本のイラスト・ コンクール入選作 品を展示する「ポ ローニャ国際絵本 原画展」：25.2%	絵本のイラスト・ コンクール入選作 品を展示する「ポ ローニャ国際絵本 原画展」：35.3%	区民に選ばれた区 を代表する食のブ ランド「板橋の いっぴん」：45.3%

調査内容		全体	板橋地域	赤塚地域	高島平地域	30 歳代	
いたばし花火大会	満足*	78.3%	76.0%	79.1%	82.3%	79.3%	
	参加した ことがない	18.9%	28.2%	23.4%	5.4%	32.4%	
板橋区民まつり	満足*	66.9%	77.0%	58.9%	56.5%	65.0%	
	参加した ことがない	41.8%	34.2%	47.7%	44.2%	63.2%	
板橋農業まつり	満足*	53.6%	51.5%	66.3%	44.1%	54.5%	
	参加した ことがない	53.4%	62.1%	41.1%	51.4%	74.3%	
		全体	10～20 歳代	30 歳代	65 歳～74 歳	板橋地域	
区内の身近な 商店街に対す る印象	内 訳	好意的な印象を 持っている	54.4%	63.0%	66.9%	48.0%	74.4%
		にぎやかで 活気がある	11.3%	15.1%	16.2%	8.9%	18.6%
		身近で 便利である	39.8%	40.3%	44.1%	38.5%	52.5%
		個性的な 店が多い	3.3%	7.6%	6.6%	0.6%	3.3%

※「満足」は「参加したことがない」「無回答」を除いた中で、「満足」「まあ満足」と回答した割合

4 基本計画 2025 計画期間における社会環境の変化等を踏まえた対応

■新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けた中小企業等への支援

- 令和元(2019)年末から感染が拡大し、全世界でパンデミックを引き起こした新型コロナウイルス感染症は、度重なる緊急事態宣言や変異株の発生など感染拡大の影響が長期化しました。その結果、サプライチェーンの混乱による商取引の停滞や、外出抑制を含む人々の広域的な移動制限による区や商店街のイベント中止、飲食店等における営業自粛等、多くの区内事業者が経済的な打撃を受けました。
- また、区民まつりや花火大会、農業まつりなどの大規模イベントが延期・中止となるなど、この間に失われた地域における魅力の再生及びにぎわいの創出が求められています。
- このような状況の中、区では、区内経済の維持・継続と回復を後押しするとともに、ポストコロナ社会に対応するための取組を進めてきました。
- なかでも、ポストコロナの「新たな日常」に向けて、令和2(2020)年度には初めて完全オンラインによる「いたばし産業見本市」を開催しました。オンライン見本市を契機に、動画を作成する企業やオンライン配信によるセミナーの聴講者数の増加等、従来の開催形式では得られなかった成果がありました。コロナ後においても、リアルとオンライン双方の特長を生かした展示・企画が行われています。
- また、令和4(2022)年度には、板橋区商店街振興組合連合会が実施する、区内限定で利用できるスマートフォンを使用したキャッシュレス決済「いたばし Pay」がスタートしました。区内の消費活動・経済循環を促進させるとともに、「新しい生活様式」に対応したキャッシュレス決済の推進、また行政ポイントの活用やアプリを通じた情報配信などによる、地域住民・事業者間の「つながり」を推進することをめざします。



デジタル地域通貨「いたばし Pay」

【グラフィックレコーディング】

～光輝く板橋ブランド、産業活カ～ グループ5

10年後のあるべき姿

個人商店が元気に
商店街の活性化
商店街がにぎやか
小規模飲食店
板橋らしい
住みやすい街
メディカル
印刷業
スマートシティ
子ども
ペット
アクセス

実現に向けて必要な政策と区民ができること

デジタル利活用
アナログ×
マイナンバーなど
AI・DX
大学誘致
区の施設活用
交通 高架化
バス
地下化
地域コミュニティ
住民祭
SNS発信
住みよまちづくり
企業との交渉
地元企業との連携
板橋区のPR
SNS発信
住民同士の意見交流会

次期板橋区基本構想・基本計画の策定に向けた区民検討会 2024.6.2

5 区民検討会の結果

【意見の概要】

10年後のめざす姿	実現に向けて必要な政策	区民ができること
元気の商店街	①いたばし Pay ②後継者探し支援 ③歩行者天国の整備 ④イベントへの支援	①商店街で物を買う ②町のイベントに参加する ③良さを宣伝する
持続可能な産業が育つ街	①大学病院等と連携したメディカル産業の育成 ②印刷産業（伝統的産業）とコンテンツ産業（新たな産業）との融合促進	①マイナンバーカードの使用 ②区への寄付（ふるさと納税の自粛） ③区内企業に関心を持つ
地域と企業のつながり	①企業との交渉 ②地元企業の住民との連携	①ジュニアリーダーの活用
独自産業のある街	①全国（全世界）への情報発信 ②絵本のまちとしてのPR	①SNSなどで個人が板橋の魅力を発信する ②絵本の読み聞かせなどのボランティア
商店街の発展と充実	①住民の意見の吸い上げ	①住民の意見と要望を区政に訴える場を設ける

～光輝く板橋ブランド、産業活カ～ グループ6

10年後のあるべき姿

自然（緑や花）がたくさん
独自の産業がある
高齢者も働ける
子供がたくさん
区内で働ける
犯罪少
教育の充実
電車・バスのアクセスがいい
住みよまちづくり
企業との交渉
地元企業との連携
板橋区のPR
SNS発信
住民同士の意見交流会

実現に向けて必要な政策と区民ができること

デジタル利活用
アナログ×
マイナンバーなど
AI・DX
大学誘致
区の施設活用
交通 高架化
バス
地下化
地域コミュニティ
住民祭
SNS発信
住みよまちづくり
企業との交渉
地元企業との連携
板橋区のPR
SNS発信
住民同士の意見交流会

次期板橋区基本計画策定に向けた区民ワークショップ 2024.6.2