板橋区産業振興構想2035原案について
（概要版）

1．構想策定の目的と構想の期間（第１章）

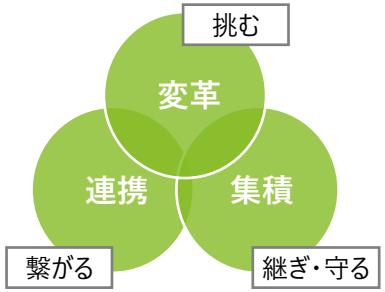
人口減少、脱炭素化、ライフスタイルの多様化、原料・資材の高騰、地政学リスクの高まり、急速なAI技術の進展など、社会情勢の大きな変化により、区内産業を取り巻く経済環境は先行きの見通しが不透明な状況にあります。

この状況を踏まえ、今後も長期的に区内産業が発展を続けられるよう、区内産業の現状と産業振興を巡る世の潮流を踏まえた、板橋区の産業振興政策の指針となる「板橋区産業振興構想2035」を策定します。

上位計画にあたる「板橋区基本構想」に合わせ、「板橋区産業振興構想2035」の構想期間は、令和８年度を初年度とした令和17年度までの10ヶ年とします。

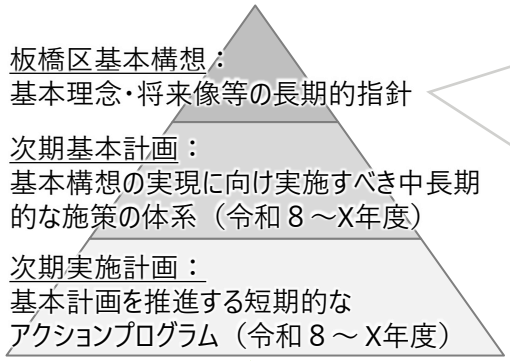
2．構想の策定方針（第１章）

「板橋区産業振興構想2035」は、
「変革」「連携」「集積」を
基本的な視点とし
成長志向の産業育成
に取り組んでいきます



3．構想の位置づけ（第１章）

本構想は、板橋区基本構想・次期基本計画・次期実施計画との連携・整合を図り、産業分野の目標達成をめざす個別計画として位置づけます。



将来像

未来をひらく
緑と文化のかがやくまち　"板橋"

産業の「めざす姿」

板橋らしい産業の魅力を
創造・発信する
にぎわいあふれるまち

整合

板橋区産業振興構想2035（令和８～17年度）

4．調査・分析（第２・３章）

調査・分析パートにあたる第１章では、板橋区産業の強み・弱みと、産業振興を取り巻く世の中の流れにおける板橋区にとっての機会・脅威を調査し、今後の板橋区産業に求められる戦略を導出しました。

区内産業の現状 調査①：	強み	工業を中核とした多様な産業	板橋区ならではのストーリー	都内外を繋ぐ結節点	光学の競争力の高さ
	弱み	創業者数の低迷	付加価値に繋がる企業間連携の不足	人材不足・後継者不足	生活の中で産業に触れる機会の減少
係る世の潮流 調査②：産業振興に	機会	イノベーション創出による競争力の獲得	光学関連市場の成長	データ活用等による事業領域の拡大	
	脅威	事業者間でのエコシステム形成の必要性	人材の奪い合いの加速	高度なデータ活用の必須化	

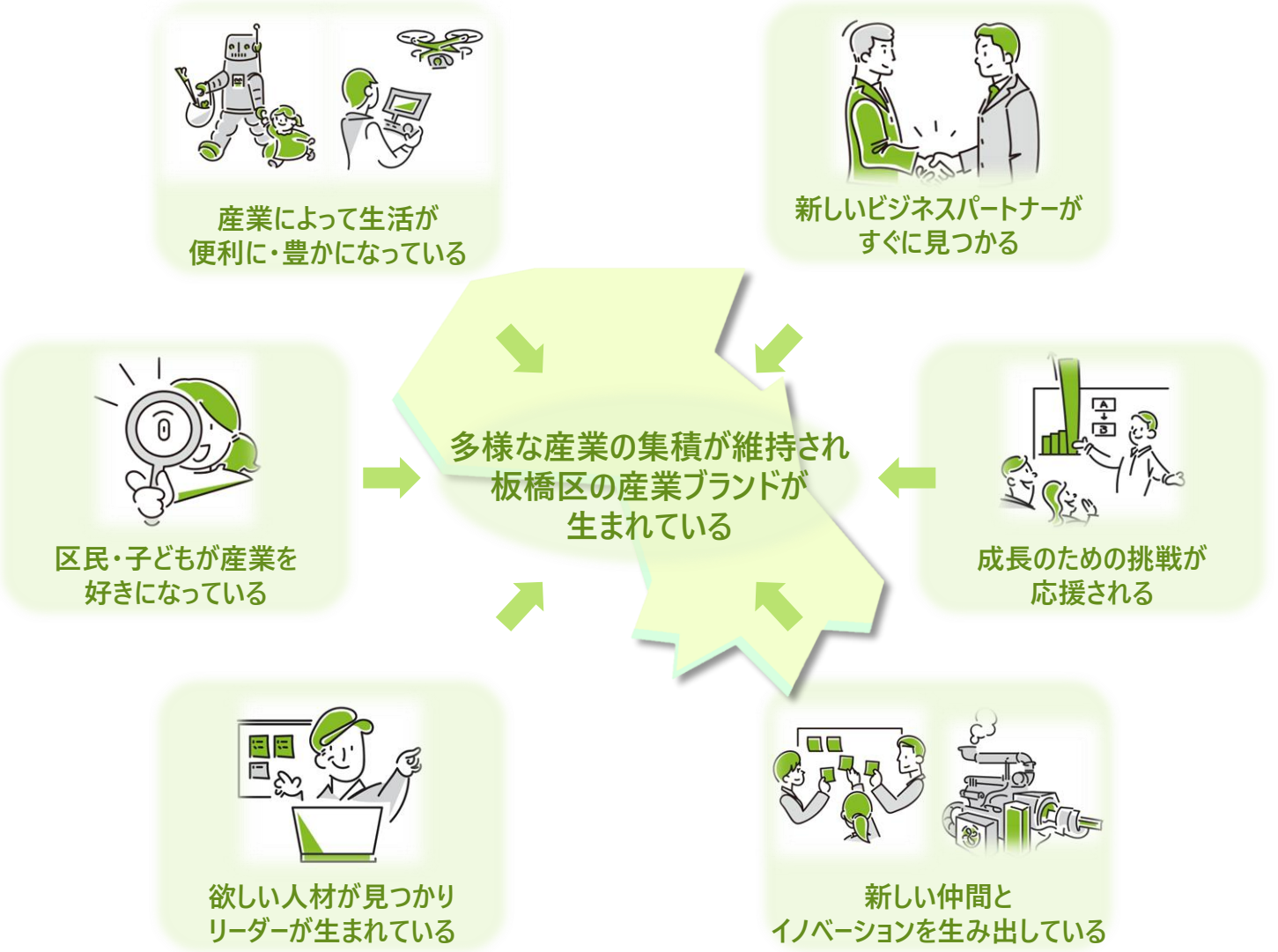
分析

	機会	脅威
	強みを伸ばし産業成長を促す	強みを活かし脅威を克服する
強み	**イノベーション・エコシステム形成によるイノベーションの創出** **「新しい稼ぎ方」への転換支援**	**情報発信・ブランディングによる区外事業者の誘引** **事業者の成長を推進する次代を担う人づくり**
弱み	**社会実装を通じた体感機会の創出** **次世代を中心とした区民と区内産業の距離を縮めるインナーブランディング**	**区内産業を支える産業連携体制の充実**
	機会を活かし弱みを強みに変える	弱み・脅威を乗り越える抜本的改革

5．2035年の板橋区産業の将来像（第４章）

区は**2035年の将来像に「新たな発見に出会える、ブランド創造都市」を掲げ**、産業振興に取組みます。

2035年の将来像	新たな発見に出会える、ブランド創造都市



ブランド創造都市の状態

産業が成長を続ける
循環が出来る

ブランドを確立し
「板橋区産」・「板橋区発」が
付加価値となり

多くのイノベーションが
創出されることで

新たな出会いを通じて

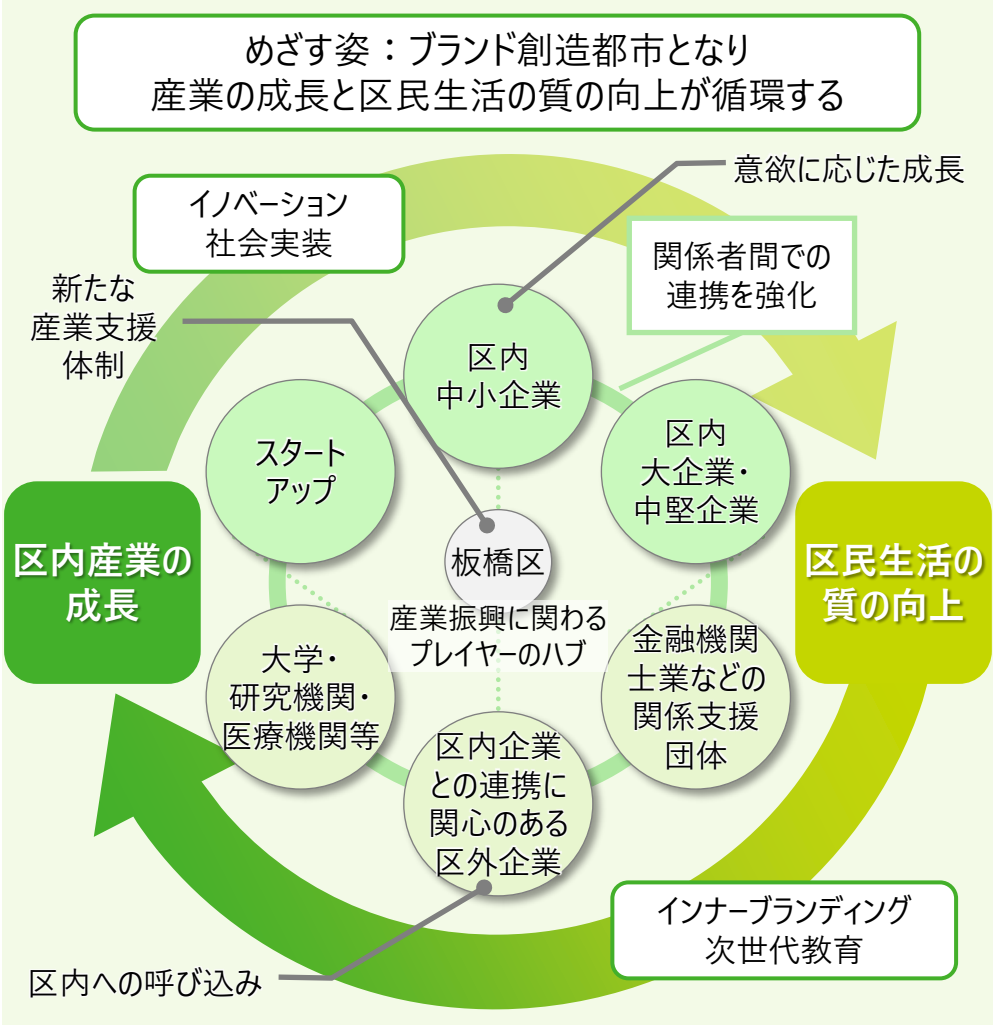
ブランド創造都市へのステップ

6．将来像実現に向けた方向性と「板橋重点イノベーション分野」（第４章）

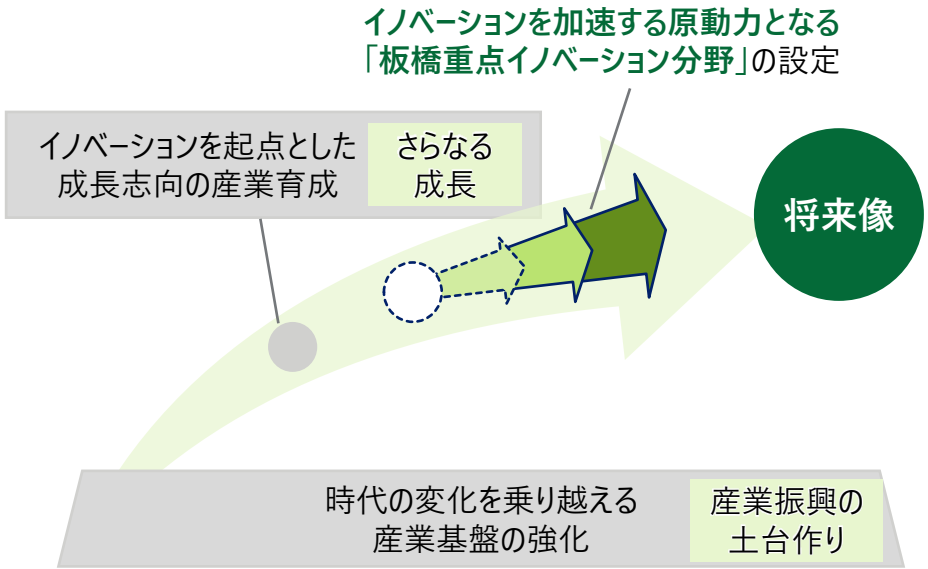
区が産業振興に関わるプレイヤーのハブとなり連携を強化することで、**産業の成長と区民生活の質の向上が循環するブランド創造都市となる**ことをめざします。

また、将来像を実現するために、**区独自のイノベーションを加速させるため、「板橋重点イノベーション分野」を定めます。**当面は**「ヘルスケア」と「ドローン」**を本分野とし、時代の変化に合わせ2035年までの10年間で定期的に見直します。

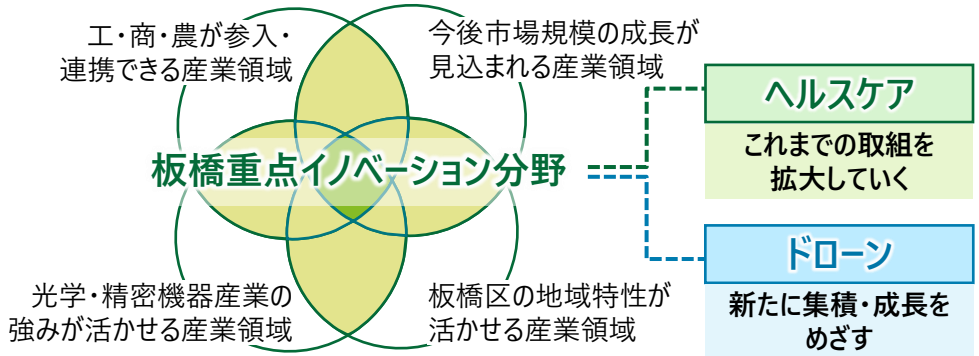
2035年の将来像　**新たな発見に出会える、ブランド創造都市**



将来像実現に向けた方向性



「板橋重点イノベーション分野」の設定



7．将来像を実現するための３つの柱と７つの戦略（第４章）

「新たな発見に出会える、ブランド創造都市」という将来像を実現するために、**3つの柱に基づく7つの戦略と15の施策**に取り組みます。

将来像

新たな発見に出会える、ブランド創造都市

3つの柱

- 時代の変化を乗り越える産業基盤の強化
- イノベーションを起点とした成長志向の産業育成（将来像実現に向け注力）
- 産業の成長と区民生活の融和

7つの戦略

1. 区内産業を支える産業連携体制の充実
2. 事業者の成長を推進する次代を担う人づくり
3. 「新しい稼ぎ方」への転換支援
4. イノベーション・エコシステム形成によるイノベーション創出
5. 情報発信・ブランディングによる区外事業者の誘引
6. 次世代を中心とした区民と区内産業の距離を縮めるインナーブランディング
7. 社会実装を通じた体感機会の創出

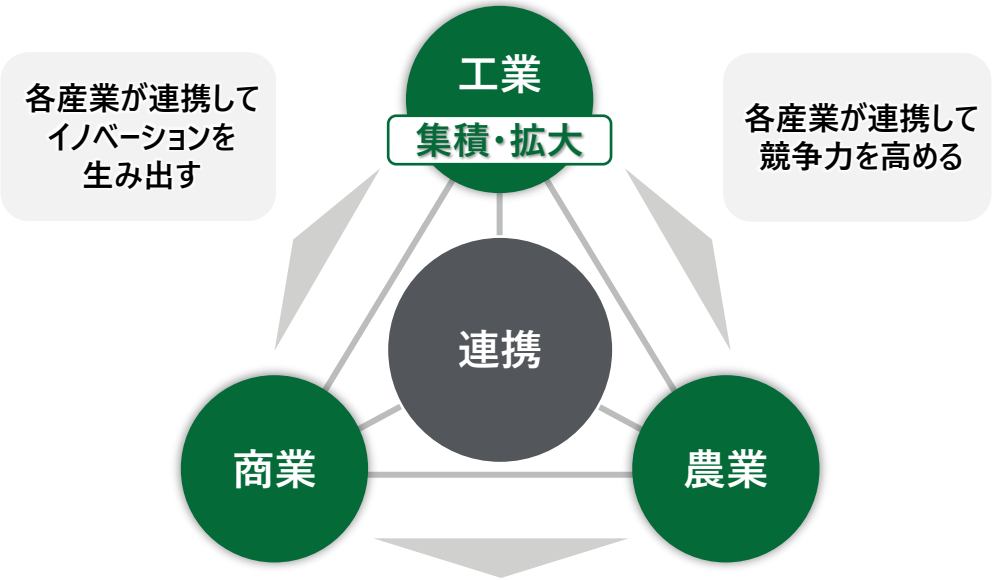
15の施策

1. 産業振興施策の評価・推進体制の構築
2. 包括的な伴走支援体制の強化
3. 多様な人材の確保・定着支援
4. 現場のリーダーとなる中核人材の育成支援
5. 産業の潮流を捉えた事業継続・事業承継・新規創業支援
6. 事業者の成長を加速させる業態転換・事業拡大支援
7. 「板橋重点イノベーション分野」を中心としたイノベーション創出をリードするスタートアップの育成
8. 「板橋重点イノベーション分野」を中心とした多領域での連続したイノベーション創出支援
9. 付加価値の高い板橋産業ブランドの構築
10. イノベーション・エコシステムの形成・拡大につながる産業情報の発信
11. 区民が区内産業に共感する体験機会の創出
12. 将来の区内産業を担う子ども・学生を育てる次世代教育
13. イノベーションを高速化するための社会実証・実装フィールドの整備
14. 事業者と区民に利益をもたらす社会実装の仕組の構築
15. 戦略的な産業支援施設の整備と工業専用地域の機能維持

8．業種間での連携強化と各業種の方向性（第４章）

工業が中核でありつつ、工業・商業・農業と多様な産業が集積する板橋区においては、**工業を起点とした工・商・農の連携を促進する**ことで、産業全体の競争力強化と、区民生活と産業の融和につなげます。

また、業種間で連携を促進することを前提に、板橋区の主要産業である工業・商業・農業の特徴に基づき、**各産業の役割と方向性を定める**ことで、板橋区産業全体の成長を実現します。



工業

区内産業の中核を担う存在であり続ける

- 工業集積の維持・拡大
- 区内のイノベーション創出のけん引
- 新たな物流網の構築による産業の成長

光学・精密機器産業

国内のトップ産業をめざし区内産業の成長をけん引する

- 成長分野でのイノベーション創出
- 国内外の広域ネットワークの強化
- 区内の看板としてのブランド強化

印刷・同関連業

地場産業としての伝統を守りつつ変革のモデルとなる

- 新技術への注力やソリューションビジネスへの転換
- 絵本産業の創出による高い技術力の維持・発展と稼ぐ力の強化

商業

事業者が垣根を越えて連携し新たな消費者を獲得する

- 継続した商店街の組織力強化
- 個店の集客力と経営力の強化
- 垣根を超えた連携の促進

農業

新たな農の価値創造により区民生活に彩りと豊かさをもたらす

- 継続した農地保全と農業人材育成
- 新たな「農との触れ合い機会」の創出
- 都市農業への挑戦

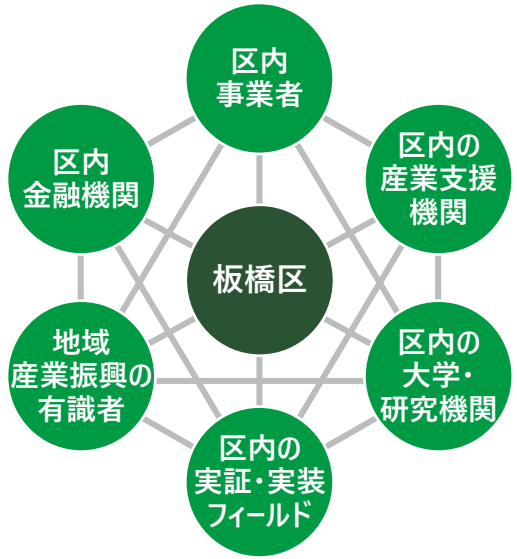
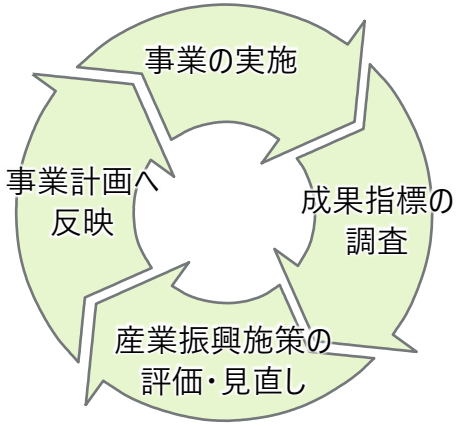
9．「板橋区産業振興構想2035」の成果指標（第５章）

本構想の達成状況を評価するために、**区として大事にするべき観点を踏まえて、板橋区独自の成果指標を設定**します。
また、**戦略・施策のさらなる加速や見直し等ができる評価・推進体制を組成**し、各成果指標の調査結果と本構想で見直した内容は定期的に公表し、**区内外の事業者・団体・ひとと共に将来像の実現をめざします。**

成果指標の観点	区の産業振興施策の成果が反映され真摯に結果に向き合うことが出来る	目標値の達成が産業の発展につながっていることが実感できる	区と事業者が共に目標値の達成に向けて取組める

設定する成果指標	
将来像	新たな発見に出会える、ブランド創造都市
KGI	ブランド創造都市の実現度
将来像実現の柱①	時代の変化を乗り越える産業基盤の強化
戦略1 KPI①	経営基盤を維持している区内事業所の割合
戦略2 KPI②	多様な人材・中核人材が充足している区内事業所の割合
将来像実現の柱②	イノベーションを起点とした成長志向の産業育成
戦略3 KPI③	競争力が向上している区内事業所の割合
戦略4 KPI④	イノベーションを創発・実装している区内事業者の割合
戦略5 KPI⑤	ブランド確立を通じて新規ビジネス・人材確保の機会を獲得できている区内事業者の割合
工商農 KPI⑥	板橋区工業・商業・農業ブランドを実感している区内外のひと・事業者・団体の割合
将来像実現の柱③	産業の成長と区民生活の融和
戦略6 KPI⑦	区の産業に愛着を有し将来は区の産業に関わりたいと考えている子どもたちの割合
戦略7 KPI⑧	板橋区工業・商業・農業によって区民生活の質を向上させていると感じている区民の割合

評価・推進体制の主な構成員



評価・見直しサイクル