

板橋区産業振興構想2035素案について (概要版)

「板橋区産業振興構想2035素案」の概要

1. 構想策定の目的と構想の期間（第1章）

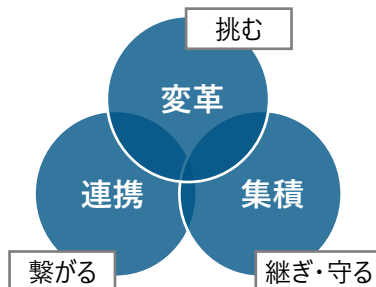
人口減少、脱炭素化、ライフスタイルの多様化、原料・資材の高騰、地政学リスクの高まり、急速なAI技術の進展など、社会情勢の大きな変化により、区内産業を取り巻く経済環境は先行きの見通しが不透明な状況にあります。

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年間とします。

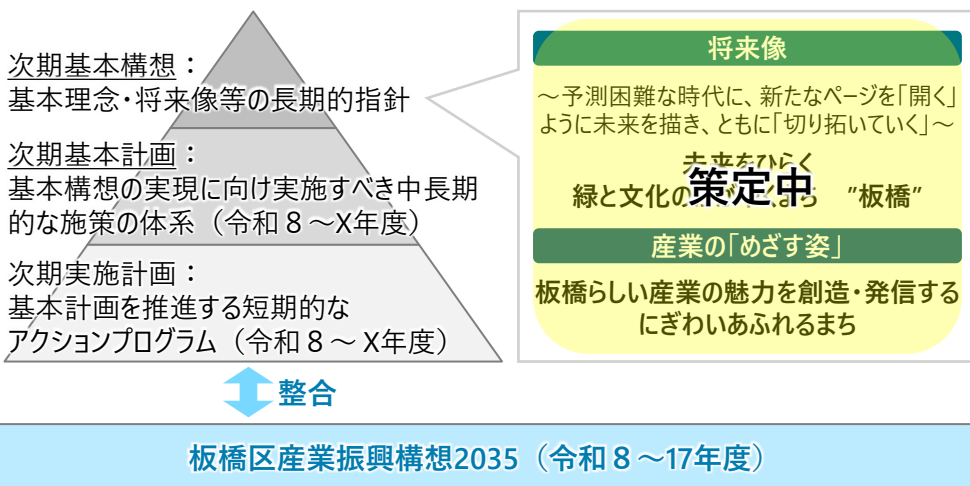
2. 構想の策定方針（第1章）

「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、次期基本構想・基本計画・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。



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。

調査① 区内産業の現状	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
調査② 係る世の潮流	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	

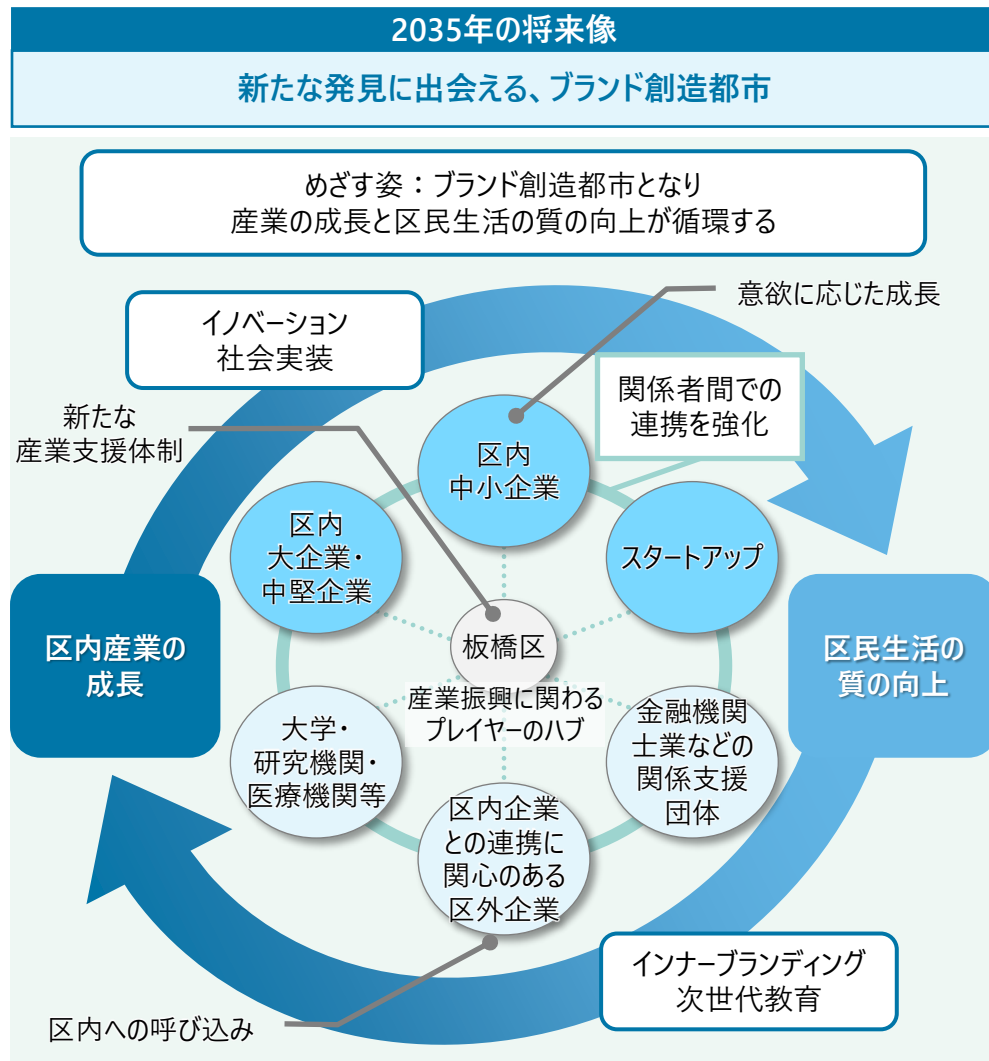
		機会		脅威	
		強みを伸ばし産業成長を促す		強みを活かし脅威を克服する	
分析	強み	事業者間ネットワークの構築によるイノベーションの創出 「新しい稼ぎ方」への転換支援		情報発信・ブランディングによる 域外企業の誘引 企業の成長を推進する 次代を担う人づくり	
	弱み	社会実装を通じた 体感機会の創出 次世代を中心とした区民と 区内産業の距離を縮める インナーブランディング		区内産業を内側から 支える産業支援体制の構築	
		機会を活かし弱みを強みに変える		弱み・脅威を乗り越える抜本的改革	

「板橋区産業振興構想2035素案」の概要

5. 2035年の板橋区産業の将来像と板橋重点イノベーション分野（第4章）

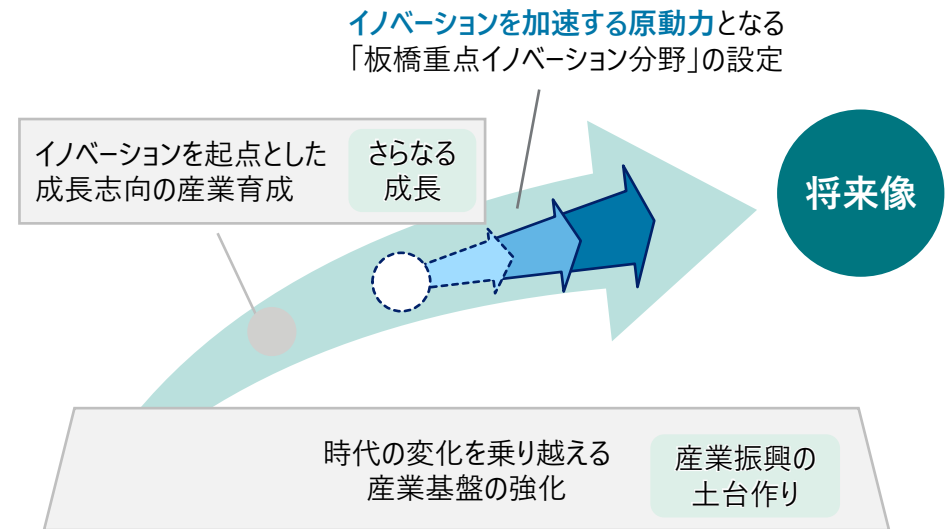
板橋区は新たなひとや技術等との出会いを通じて多くのイノベーションが創出される「ひととひとつながることで産業が成長するまち」というブランドを確立します。

「板橋区産」・「板橋区発」であることが付加価値となり、さらに新たなひとが板橋区に集まり産業が成長を続ける循環ができる、ブランド創造都市となることをめざします。

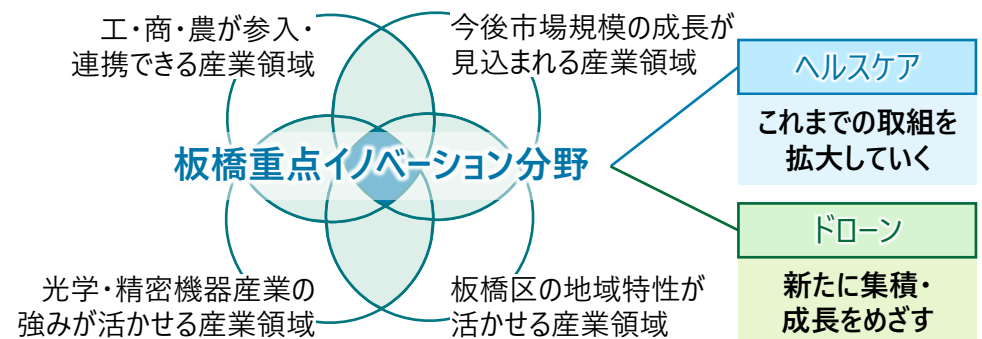


将来像を実現するために、まず土台となる産業基盤を強化します。さらに成長志向の産業育成を行い、区独自のイノベーションを加速させるため、「板橋重点イノベーション分野」を定めます。当面は「ヘルスケア」と「ドローン」を本分野とし、時代の変化に合わせ2035年までの10年間で定期的に見直します。

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



「板橋区産業振興構想2035素案」の概要

6. 将来像を実現するための3つの柱と7つの戦略（第4章）

将来像を実現するために、3つの柱と7つの戦略を掲げ、様々な施策に取り組みます。

柱1 時代の変化を乗り越える産業基盤の強化

戦略1：
区内産業を内側から支える
産業支援体制の構築

産業マネジメント
組織の組成

包括的な
伴走支援

戦略2：
企業の成長を推進する
次代を担う人づくり

多様な人材の
確保・定着支援

リーダーとなる
中核人材の
育成機会の創出

産業支援施設の整備と工業専用地域の機能維持

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：
「新しい稼ぎ方」への
転換支援

事業承継・
新規創業・
事業継続
支援

業態転換・
事業拡大
支援

戦略4：
事業者間ネットワークの
構築によるイノベーション創出

イノベーション
をリードする
スタートアップ
の育成

成長分野
での
イノベーション
創出

戦略5：
情報発信・ブランディング
による区外企業の誘引

ブラン
ディング

情報
発信

柱3 産業の成長と区民生活の融和

戦略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

原体験となる
にぎわい機会の
創出

区内産業を
担う児童・
生徒を育てる
次世代教育

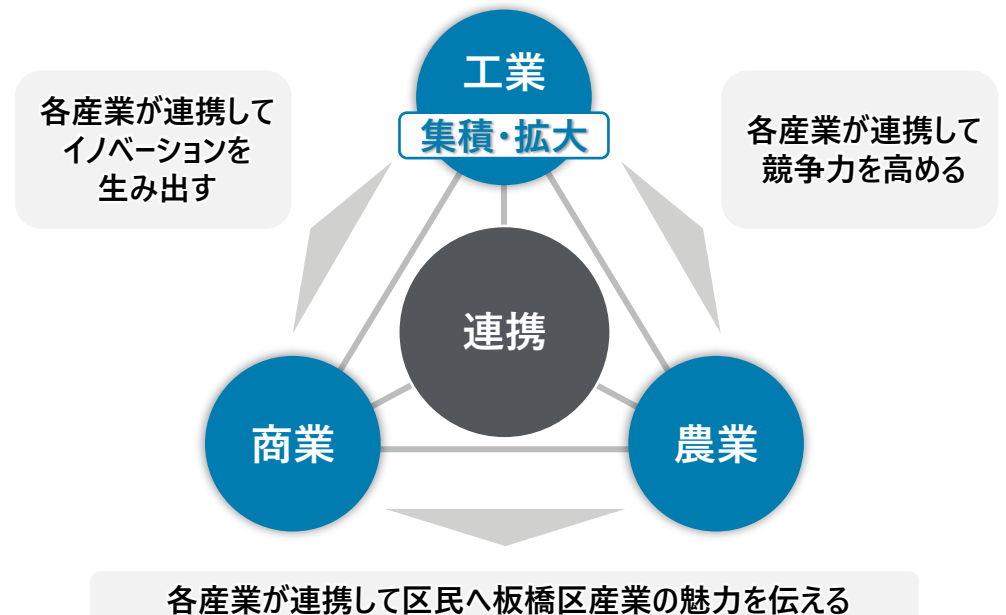
戦略7：
社会実装を通じた
体感機会の創出

実証フィールドと
実装フィールドの
整備

社会実装の
仕組み構築

7. 各業種の方向性（第4章）

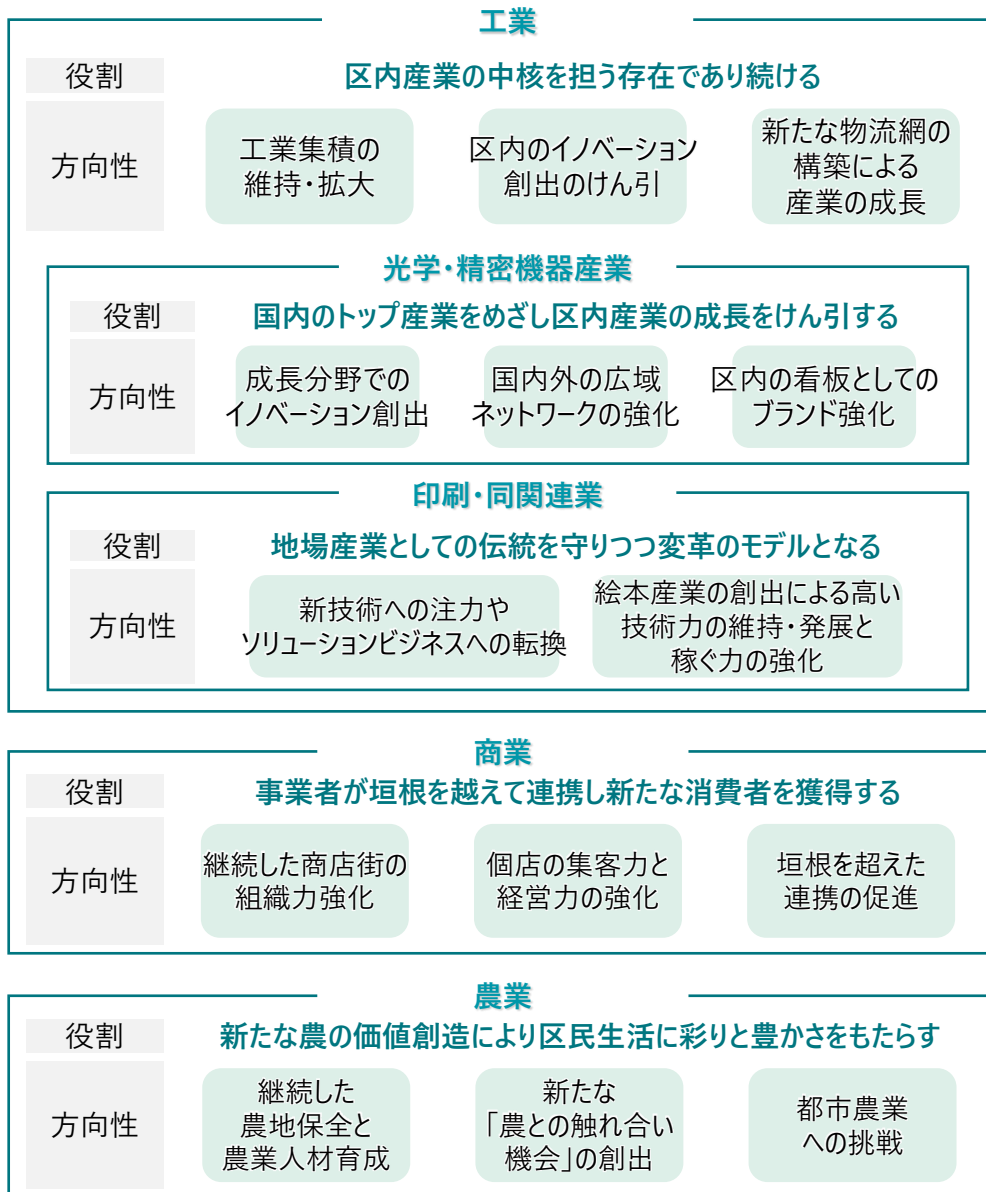
工業が中核でありつつ、工業・商業・農業と多様な産業が集積する板橋区においては、工業を起点とした工・商・農の連携を促進することで、**産業全体の競争力強化と、区民生活と産業の融和**につなげます。



「板橋区産業振興構想2035素案」の概要

7. 各業種の方向性（第4章）

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。



8. 「板橋区産業振興構想2035」の成果指標（第5章）

本構想の達成状態を評価するための最重要成果指標と重要成果指標を設定します。KGI・KPIは産業振興施策の成果が現れる指標であることを重要視し「板橋区独自の成果指標」を設定します。

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	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	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	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