

練馬区産業振興ビジョン

夢なき者に成功なし (吉田 松陰)

“ 練馬区は夢を持って頑張る事業者を
全力で応援します ”

平成 28 年 (2016 年) 3 月

練馬区

【目 次】

1	はじめに	1
	(1) 産業振興ビジョン策定の目的	1
	(2) 産業振興ビジョンの見直し	1
2	事業者・区民・区の役割	3
	(1) 主役は事業者です	3
	(2) 区民は消費者であり担い手です	3
	(3) 区はコーディネーターです	4
3	区の産業振興における基本方針	5
	(1) 72万人の人口が持つ活力を活かす	5
	(2) 事業者の強化と連携を推進する	6
	(3) まちづくりと連動して産業振興を推進する	7
4	区民や地域に期待される波及効果	8
5	区の特徴を活かして取組を強化する分野	10
	(1) 福祉・生活関連産業を育成・支援する	10
	(2) 都市農業の振興と都市農地の保全を推進する	12
	(3) 特色ある産業としてアニメ産業を応援する	14
	(4) 商店街の新たな魅力づくりを支援する	16
	(5) 「練馬ならではの観光」を推進する	18
6	新しい成熟都市・練馬をめざして	20
	【今後取り組む施策】	21
	【資料編】	24
	【練馬区産業振興ビジョン専門家委員会名簿】	34
	【専門家委員会の検討経過】	35
	【練馬区産業振興ビジョン専門家委員会設置要綱】	36

【表紙の言葉】

表紙に掲載している言葉、「夢なき者に成功なし」は、明治維新を先導した人材を育てたことで知られる吉田松陰の「夢なき者に理想なし、理想なき者に計画なし、計画なき者に実行なし、実行なき者に成功なし、故に夢なき者に成功なし」という言葉から引用したものです。この言葉から、いつの時代も成功の出発点は夢を描くことから始まることがうかがえます。実際、私たちが日常生活の中で当たり前で使用している製品、サービス、商品なども先人たちが思い描いた夢から創り出されたものと言えるのではないのでしょうか。練馬区は、新たな夢が一つでも多く創り出されるよう、事業者・区民の皆様と一体となり、産業振興を進めたいと考えています。

吉田 松陰(よしだ しょういん)(1830年 - 1859年)
日本の武士(長州藩士)、思想家、教育者。一般的に明治維新の精神的指導者・理論者として知られる。



【表紙のデザイン】 練馬区伝統工芸会 生駒 暉夫作(東京手描友禅)

1 はじめに

(1) 産業振興ビジョン策定の目的

平成27年3月、区では、今後の区政運営の方向性を明らかにし、現状を踏まえつつ将来を見据えた戦略を提示するため、「みどりの風吹くまちビジョン～新しい成熟都市・練馬をめざして～」を策定しました。産業振興分野においては、農地やみどりの豊かさと都市生活の利便性が両立しているという練馬区の特徴を活かして、多彩な魅力を楽しむことができるまちづくりを進めることとしました。

産業振興の主役は、事業者自身であり、区内産業がさらに活性化するためには、農業、商業、工業など様々な事業者が、それぞれ創意工夫を重ねながら事業を発展させることが基本となります。区の役割は、こうした事業者の自立した活動に対し、適切な支援を行うことです。区内において意欲ある事業活動が進められることによって、区民生活に豊かさや数多くの恩恵をもたらします。また、税収への貢献や、活力ある区の魅力を発信する役割を担うことも期待できます。

そこで「新しい成熟都市・練馬」を実現するための産業振興分野における区の基本的な考え方を、事業者や区民の皆様にお示しするために、「産業振興ビジョン」を策定します。また、区の特徴を活かして取組を強化する分野についても明らかにします。

区内の事業者の積極的な経済活動を区民と区が支え、区内経済が発展・振興し、その結果として区民の皆様が豊かになる連環を創り出したいと考えています。

(2) 産業振興ビジョンの見直し

「産業振興ビジョン」は、区の産業振興における基本的な考え方を示すもので、計画期間の定めはありません。

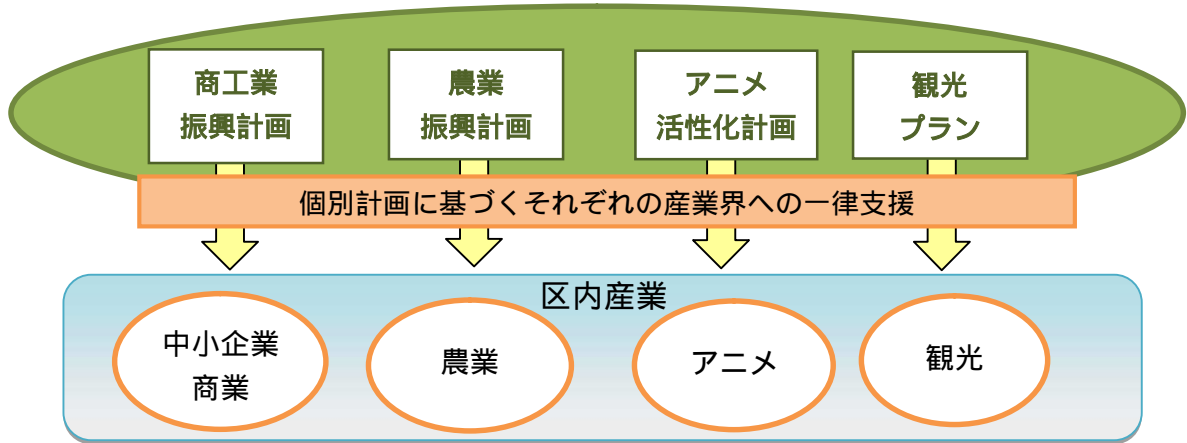
「産業振興ビジョン」は、「産業振興における基本方針」など、その性格上基本的に変わらないものですが、「取組を強化する分野」については、社会経済情勢の変化をはじめ、国や東京都の動向、「みどりの風吹くまちビジョン」の改定状況などを踏まえ、適宜見直しを行います。

なお、「産業振興ビジョン」の策定にあたっては、区内事業者・各産業団体代表・学識経験者などで構成する「練馬区産業振興ビジョン専門家委員会」で協議、検討を行ってきた経過から、見直しについても、当該委員会や産業団体の意見を踏まえ行うものとしします。



これまでの産業支援

これまで区では、商工業、農業、アニメ、観光の分野ごとに個別計画を策定して産業振興に取り組んできた。個別計画では、産業ごとの一律支援に留まっていた。

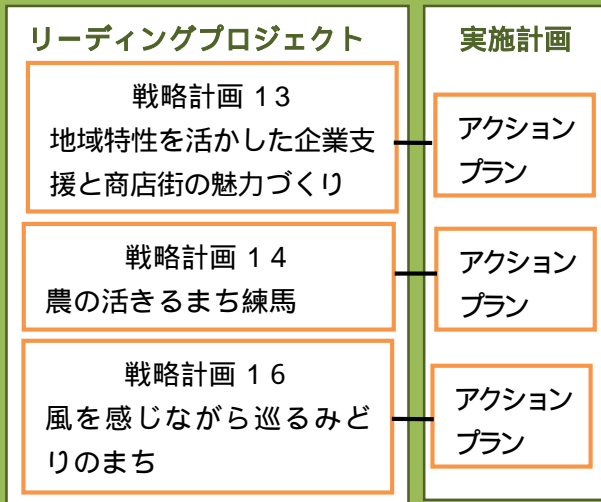


「新しい成熟都市・練馬」における産業支援

意欲ある事業者が創意工夫・努力して発展することを、区が支援する。
重点的に支援する事業を明示し、一律支援からメリハリの効いた支援を行う。

産業振興ビジョンは、みどりの風吹くまちビジョンを補完するものとして、産業振興における区の基本的な考え方や取組を強化する分野について明示。

みどりの風吹くまちビジョン (産業振興分野の事業計画)



産業振興ビジョン (産業振興の基本的な考え方)

- ・ 事業者・区民・区の役割
- ・ 区の産業振興における基本方針
- ・ 区の特徴を活かして取組を強化する分野
 - (1) 福祉・生活関連産業
 - (2) 都市農業
 - (3) アニメ産業
 - (4) 商店街
 - (5) 「練馬ならではの観光」

メリハリの効いた支援

区内産業

意欲ある中小事業者・農業者・商業者等



2 事業者・区民・区の役割

区内産業振興のためには、事業者、区民そして区はそれぞれの役割を踏まえ、協力することが必要です。区が考える各主体の役割・責任は以下のとおりです。

(1) 主役は事業者です

区内産業の発展は、事業者の皆様が担っています。適正な競争原理のもとで、事業者が発展するよう自ら創意工夫・努力することが必要です。そのためには、以下の考え方・意識のもとで、事業者同士で切磋琢磨することが求められます。

経営基盤の強化・安定化が必要です。

利益を追求し、収益を上げること、すなわち「稼ぐ力」を高めることが企業活動の基本です。良質な商品・サービスを提供し、消費者の購買意欲を高め、顧客を確保し、経営基盤を安定化させることが必要です。

創意工夫・努力が必要です。

時代のニーズ、消費者の動向を常に意識し、新たなサービスを生み出し、販路拡大を進めるなど、創意工夫・努力する姿勢で取り組むことが必要です。

(2) 区民は消費者であり担い手です

区民の皆様は、区内事業者にとって大事な消費者（顧客）です。また、創業の新たな担い手としても期待されています。

区内の事業者を知り、消費者として支えていただきたいと思います。

区内には、良質な商品・サービスを扱う事業者が多く存在します。そうした身近な事業者を知ってください。そして、良質な商品・サービスを消費者として利用することで、事業者を応援してください。それが、創意工夫・努力を促し、事業者の更なる成長につながります。

創業する人・事業承継する人が必要です。

これからの練馬の産業界を支える人材・事業者が必要です。若い方から様々な経験をお持ちの方まで、練馬の地でチャレンジしてください。



(3) 区はコーディネーターです

区の大きな役割は事業者が事業展開しやすいように支援することです。

区は、販路拡大や他業種との連携など、事業者が意欲をもって挑戦する取組を後押しするため、必要な支援や仕組みづくりを行います。区の行政目的と合致する事業には財政上の支援を行うとともに、事業者が積極的に事業展開でき、区の特性にあった制度となるよう、法制度の整備・改善等を国や東京都に働きかけます。

また、区民の区内産業、事業者への理解が進むよう、事業者の情報を発信するとともに、区民の意見・要望を事業者に伝え、区民と事業者の橋渡しをします。さらに、国や東京都、公益団体等で行っている事業の情報提供も行います。

区は、こうした事業者支援について、練馬区産業振興公社や各産業団体と連携を取りながら進めていきます。

主役は事業者



- ・ 事業者がしっかり儲かる（経営基盤の強化・安定化）
- ・ 継続的に事業活動を行う（創意工夫・努力）

区民は消費者・担い手



区は コーディネーター



3 区の産業振興における基本方針

区はコーディネーターとして、区民とともに事業者を支えます。「みどりの風吹くまちビジョン」に掲げたリーディングプロジェクトを中心に据え、以下の視点・考え方をもとに産業振興に取り組みます。

(1) 72万人の人口が持つ活力を活かす

練馬区は72万人の人口を擁する住宅都市であり、一大消費地です。この人口規模を区内消費につなげる取組が必要です。また、区民の創業意欲を高め、区内産業を担う人材を増やし、産業振興につなげます。

(取組の方向性)

- ・ 区民に加え、近隣自治体の住民や在勤者を消費者、顧客として獲得するために行う事業者の創意工夫・努力を支援します。
- ・ 創業や起業を促進し、練馬区の産業を担う人材を広く育成・支援します。
- ・ 練馬区の特徴ある産業である農業、アニメ等の技術やノウハウを受け継ぐ人材の育成を支援します。



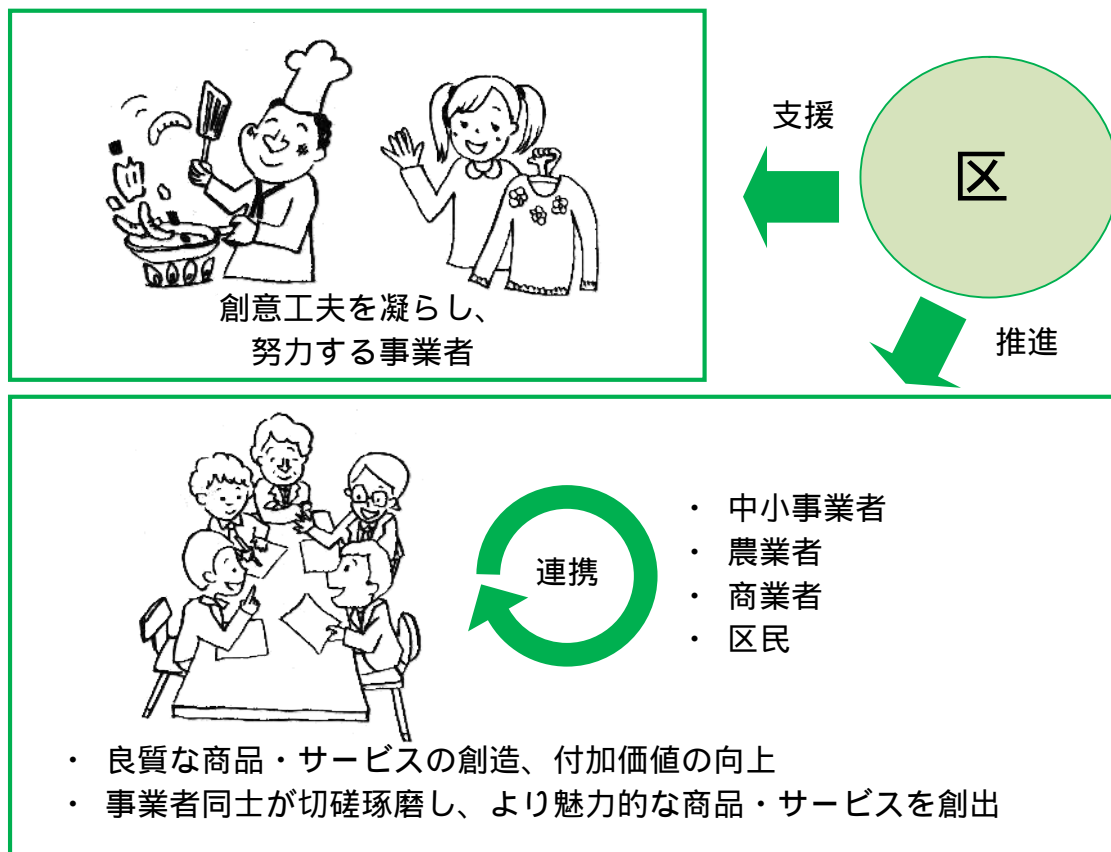
(2) 事業者の強化と連携を推進する

事業者が、良質な商品・サービスを消費者に提供し続けることが、事業者自身の経営の安定につながり、区内産業を発展させることとなります。区では、創意工夫を凝らし、日々努力する事業者を優先的に応援します。

また、事業者同士が連携することにより、商品開発等のヒントを掴むことができ、新たな商品・サービスや付加価値を生み出すことにつながります。さらに事業者同士が切磋琢磨することで、より魅力的な商品・サービスが生まれ、区内産業の活性化が期待されます。

(取組の方向性)

- ・ 事業者の顧客獲得、商品等の販売機会を増やすための販路拡大への取組を支援します。
- ・ 事業者の成長、新しい挑戦を支援する機会や体制を充実します。
- ・ まち全体の特色をつくり、地域のブランド力を高めるため、商店街同士が連携を図り、新たな魅力や価値が生まれるよう支援します。
- ・ 新たな商品・サービスや付加価値が生まれるよう、事業者同士が連携する仕組みづくりを進めます。



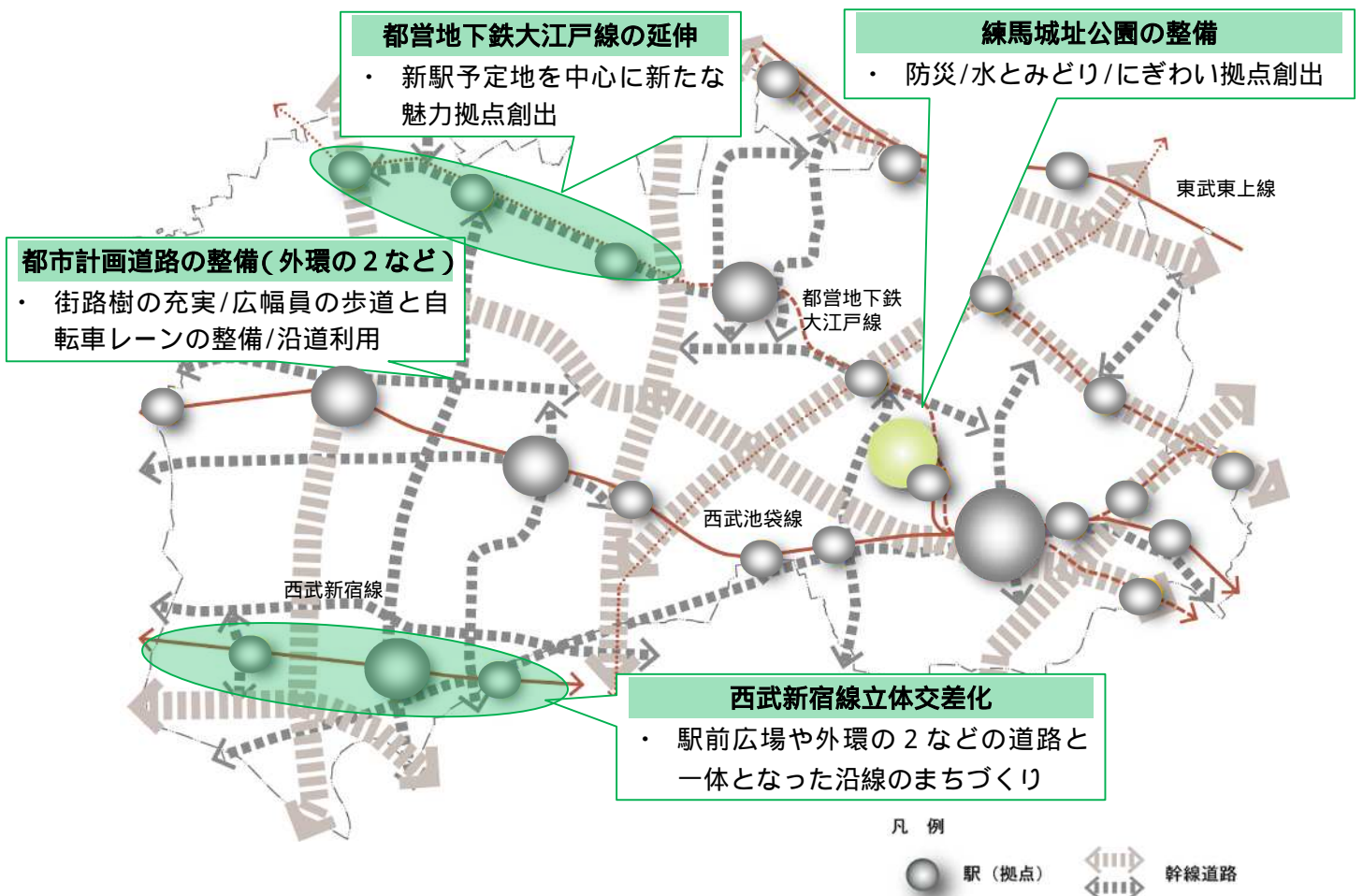
(3) まちづくりと連動して産業振興を推進する

まちづくりの実施は、産業振興にとっても大きなチャンスです。道路や鉄道などの整備とともに進めるまちづくりによって、人口の構成、車や人の流れ、土地の利用が変化するとともに、周辺地域とのネットワークも強化されます。この機会をとらえて、新たな産業振興につなげていくことが大切です。

(取組の方向性)

- ・ まちづくりは、まちの姿をより良いものへと大きく変えていくものです。こうした変化を契機とした商店街の再生や地域資源の創出など産業振興に資する取組を検討します。
- ・ 都営地下鉄大江戸線延伸による新駅予定地を始め、駅の周辺は生活の拠点として都市生活を支えるサービス施設等の充実を図ります。こうした施設等の立地にあわせて、地域特性に応じた産業振興を図っていきます。
- ・ 都市農地を保全・創出していくため、制度改正や財源等の支援を国・東京都等に要望するとともに、農の持つ魅力を活かしたまちづくりを進め、都市農業の振興や農を活かした産業振興を図っていきます。

今後想定されている代表的なまちづくり



4 区民や地域に期待される波及効果

区内産業の振興により、地域経済が活性化するほか、それ以外でも区民や地域に対して様々な波及効果が期待できます。

豊かで便利な生活を送ることができる

- ・ 近隣に店舗が増えたり、新たな商品・サービスが生まれることで、区民生活の利便性や質が向上します。
- ・ 企業の社会貢献意識の高まりにより、災害時の避難場所の提供やイベント協賛など、区民は企業活動の恩恵を受けることができます。

産業を通じたチャレンジや自己実現の機会が増える

- ・ 自ら事業をはじめめるチャンスが芽生えます。
- ・ 自らのスキルを上げる機会を得られます。

雇用が創出される

- ・ 身近な場所で区民の働く場所が増え、ライフスタイルに合わせた働き方ができるようになります。
- ・ 仕事を通じた新たな出会いや発見により、区民の生きがい広がります。

区民や来街者がみどり豊かな環境を享受できる

- ・ 身近な都市農地では安全でおいしい農産物を購入でき、観光農園や農業体験農園などで農の体験ができます。区民や来街者は練馬のみどりにちなんだ商品を買って求めたり、樹林地や農地といった練馬らしいみどりに癒されるなど、みどり豊かな環境を享受することができます。

地域が活性化し、にぎわいが生まれる

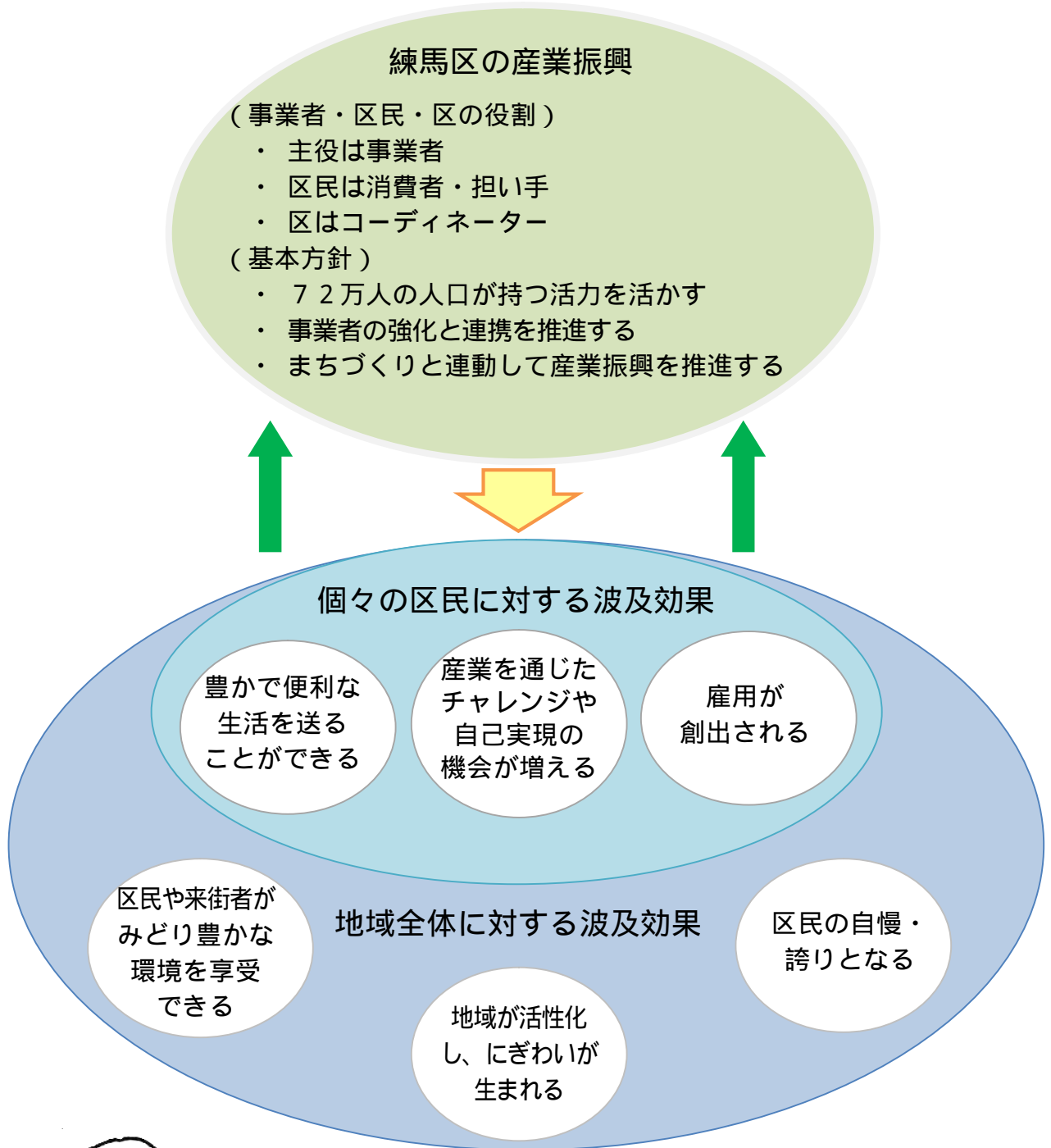
- ・ 魅力的な商品等を購入するため、来街者が増え、にぎわいが生まれます。
- ・ 雇用が生まれることで在勤者が増え、地域の活性化につながります。

区民の自慢・誇りとなる

- ・ 先進的な企業、注目される事業者が区内にあることで、区民の自慢・誇りにも結び付き、区民の地元愛を醸成します。



練馬区の産業振興のイメージ



5 区の特徴を活かして取組を強化する分野

新しい成熟社会における住宅都市としての可能性を発展させるために区の特徴を活かした産業振興を進めます。具体的には、超高齢社会を迎えて区民生活を支える福祉・生活関連産業、区の歴史とともに歩み、区独自の文化を育んできた農業やアニメ産業、多くの住民が住まう自治体として欠かせない商業、区の魅力を高めることによって産業経済の活性化にも貢献する「練馬ならではの観光」、以上5つの分野への取組を強化します。

(1) 福祉・生活関連産業を育成・支援する

《現状と課題》

練馬区は72万区民が生活するみどり豊かな住宅都市です。多くの人が住まうまちだからこそ、良好な住環境の中から生活に密着した住宅都市ならではの産業が発展し、根づく可能性があります。

身近な飲食店などの小売業から情報通信業まで区民生活を豊かで快適にする生活関連産業は様々あります。とりわけ、医療・福祉・介護といった分野は、超高齢社会を背景に事業所数も増加傾向にあり、必要性も高まっています。一方で、事業所数は増えているものの、人材の確保・育成や、経営の安定化などの課題があるとともに、多様な需要に応える新製品の開発などが期待されています。

また、区内でも高齢化が進んだ地域や交通が不便な地域など、地域によって、区民が必要とする企業サービスは変わると考えます。地域需要を踏まえた産業支援をモデル事業として行うなど、地域特性に応じた産業支援が必要です。

《取組の方向性》

方向性その1 福祉分野の事業者支援や人材活用を進めます

福祉事業者の持続可能な経営に向けて、支えあい、いきがいつくりの観点から元気高齢者の活用や福祉分野専門の創業相談・経営相談などにより支援します。

方向性その2 意欲ある事業者の取組を支援します

福祉・生活関連産業での創業や新製品開発などに積極的に取り組む事業者を育て、支える仕組みづくりを進めます。

重点的に取り組む事業

- ・ 福祉事業者向け創業相談・経営相談の実施
- ・ 人材の確保・育成
- ・ 企業連携による新製品の開発支援
- ・ 空き店舗・空き家の活用による支援





介護人材の研修

(改装前)

(改装後(美容院))



(外装)



(内装)

空き店舗の活用



(2) 都市農業の振興と都市農地の保全を推進する

《現状と課題》

練馬区は23区一番の農地面積を有しており、少量多品目栽培による充実した庭先直売や農業体験農園、観光農園など都市農業の魅力を活かした農業経営が意欲的な農業者により展開されています。都心近くにありながら農を身近に感じられる都市であるというのは区の大きな魅力です。

課題は、相続時の税負担や後継者問題などから農地や農業者が減少し続けていることで、都市農業の安定的な継続と発展のためには、農地制度の改善と農業者の農業収入を向上させて経営基盤を強化することが必要です。

《取組の方向性》

方向性その1 意欲ある農業者の取組を支援します

練馬産農産物の魅力を更に向上させて、事業の拡大や販路の拡大などに取り組む意欲的な農業者を積極的に支援します。

また、小規模農家や高齢化の進む農家が、都市農業・農地が持つ様々な魅力を発揮できるよう、支え手の育成・活用促進に取り組みます。

方向性その2 練馬の都市農業の魅力を発信します

農業、商業等が連携した即売会や駅等での練馬産農産物の直売イベントなどを開催し、区内外の住民が都市農業の魅力を実感・体験できる事業を推進します。

また、練馬産農産物のブランド化に取り組み、練馬産農産物の魅力を発信します。

方向性その3 都市農地を保全し都市農業の発展に取り組みます

都市農業・農地は、大切な社会資本であり、世界の最先端をいく東京の中で維持されていることは、住民にとって貴重な財産でもあります。

都市農業・農地がもたらす恩恵を住民が将来にわたって享受できるよう、農地保全に向けた活動や国内外の都市との交流、積極的な情報発信を行うなどして、都市農地を保全し都市農業の発展に取り組みます。

重点的に取り組む事業

- ・ 経営改善や事業拡大に取り組む農業者の支援、農の支え手の育成・活用促進
 - ・ ねりマルシェ等の販売イベントの開催や練馬産農産物のブランド化の推進
 - ・ 都市農業振興基本法に基づく取組の推進
 - ・ 世界都市農業サミットの開催
 - ・ 農の風景育成地区制度の活用などによる農地保全に向けた取組
- 農の風景育成地区制度...農のある風景を将来に引き継ぐことを目的として東京都が創設した制度。





練馬区農の学校の初級コースの講習（高松1丁目）



区内の農の風景（石神井台5丁目のキャベツ畑）



(3) 特色ある産業としてアニメ産業を応援する

現状と課題

アニメはいまやクールジャパンの象徴として世界中から認知されています。現在、日本アニメを制作する会社が練馬区を中心とする東京西部地域に集積し、日本のアニメーションを世界に送りだしています。全国に約420社あるアニメ企業のうち約80社は練馬区に立地していることから、アニメ産業は練馬区の特色ある産業であると言えます。しかし、世界的に競争が厳しさを増す中、日本のアニメ制作を支える動画、原画などの人材の育成が急務となっています。

また、練馬区は多くの有名マンガ家が練馬の地に居住していること、日本初の劇場用アニメ、テレビアニメが制作された地であることから、アニメ・マンガ文化を育んできた地であると言えます。これら練馬区の特色や資源をまちのにぎわいづくり、特色づくりに活かしていく取組も必要です。

取組の方向性

方向性その1 アニメ企業の集積、人材育成を応援します

世界を魅了する新しいアニメ作品やキャラクターが練馬の地から生まれ続けるよう、企業の集積を進め、日本アニメを支える人材の育成等を応援していきます。

方向性その2 アニメ・マンガの魅力を発信し、アニメ文化の普及・地域の活性化に活用します

アニメやマンガの文化的な意義や価値を高め、練馬区の魅力として広く発信していきます。また、アニメ・マンガを地域の資源としてまちの活性化等にも活用していきます。

重点的に取り組む事業

- ・ 動画・原画のアニメーターなどアニメ制作を担う人材育成の仕組みづくりを支援（作品等発表の場の提供、動画等実務講座開催支援）
- ・ アニメ事業者、映像事業者、商店街等と連携し、アニメを活かしたまちづくりの推進
- ・ 練馬を舞台にしたアニメ作品の誘致とまち歩き等への活用
- ・ アニメ・マンガの魅力を区内外に発信（他自治体、事業者と連携した情報の発信）
- ・ 区内小中学校等におけるアニメを活かした教育プログラムの充実





大泉アニメゲート（大泉学園駅北口）



区内アニメ事業者の制作現場の様子



練馬アニメカーニバル



練馬を舞台にしたアニメ作品



(4) 商店街の新たな魅力づくりを支援する

現状と課題

商店街は、区民の身近な買い物の場だけでなく、安全・安心やコミュニティ形成など地域の核を担う場です。練馬区には、100を超える商店街が存在します。近年は、コンビニや大型スーパーの進出による顧客離れや担い手不足による商店街の組織力の低下など、商店街を取り巻く環境は厳しい状況です。今まで通りの単体の商店街への支援だけでは、効果が限定的になっており、商店街を構成する各店舗が経営基盤を安定させる努力が必要です。

加えて、商店街を含む地域全体で、まちの魅力を高め、特色ある地域となる取組を進めていく必要があります。

取組の方向性

方向性その1 魅力ある個店づくりを支援します

商店街を構成する個店の新商品開発や魅力あるサービスの提供といった意欲ある取組を支援し、個店の顧客獲得や売上向上につなげ、商店街の核となる個店・人材の育成を進めます。

方向性その2 複数の商店街が連携した、地域の特色づくり・商店街の再生を進めます

商店街同士の連携強化を進め、複数の商店街が合同で行う地域の特色を活かした取組を支援し、商店街を含むまち全体のブランド力を生み出していきます。支援にあたっては、まちづくりを契機とした商店街の再生にも取り組んでいきます。

方向性その3 誰にでも優しい商環境づくりを進めます

少子高齢化を見据え、高齢者や子育て世代など誰もが買い物をしやすい環境づくりをソフト・ハード両面から進めていきます。

重点的に取り組む事業

- ・ 個店同士の連携による商品開発やイベント等の取組への支援
- ・ 個店の魅力や店主のスキルを向上させる「まちゼミ」への支援
- ・ 魅力ある店舗づくりにつながる店舗改修支援
- ・ まちのブランド化に向けた取組や、まちづくりを契機とした商店街再生に対する重点的な支援制度の創設



商店街のイベント



北町阿波踊り

商店街の風景



栄町本通り商店街振興組合

個店の創意工夫により生まれた商品の一例



洋菓子屋と和菓子屋のコラボレーションによるどら焼きアイス



大根の葉を使った大福



練馬産の大根を使ったとんかつ

まちゼミの様子



スイーツ店によるまちゼミ



美容院によるまちゼミ



(5)「練馬ならではの観光」を推進する

現状と課題

練馬区はいわゆる観光都市のように、直接的な経済効果が期待できる有名な観光資源が多く存在するわけではありません。

しかしながら、練馬区内にも、日常の中にきらりと光る特色ある資源やこれまでに育まれてきた伝統や文化があります。また、区民や事業者が新しい価値を創り出す取組も様々な場所で行われています。練馬区全体の魅力を高め、区民の誇り・愛着に繋げていくため、これらの資源や活動を磨き、価値を高め、特色あるものとして広く発信する必要があります。

事業者や産業団体においても、このような取組を進め、事業や商品、サービスの魅力を高め、経済効果につなげていく必要があります。

取組の方向性

方向性その1 「練馬ならではの観光」の仕組みをつくります

地域で育まれた文化や資源、区民の様々なチャレンジを磨き、効果的に発信し、区民のみならず、区外や外国人など多くの方々に体感してもらう取組を「練馬ならではの観光」として位置づけ、仕組みづくりを行います。

練馬区の良さを肌で感じてもらうことによって、「住んでよし」「訪れてよし」の区のイメージを高めていきます。

方向性その2 「練馬ならではの観光」を経済の活性化につなげます

事業者や産業団体が「練馬ならではの観光」の取組に参加し、区民や様々な団体との交流が生まれる機会を増やします。区民や事業者同士の交流・連携を進め、新たなビジネスやまちのにぎわいを創出し、区内経済の活性化につなげます。

重点的に取り組む事業

- ・ 練馬の魅力を徒歩や自転車で巡れるコースの設定と戦略的なPRの推進
- ・ 工場見学、農業体験、アニメ制作体験、伝統工芸体験等、区内産業を体験できる場の創出
- ・ 未来に向けて区の活力を発信し、区民が一体となるシンボルとして練馬まつりを充実
- ・ 区の歴史や伝統文化を発信する照姫まつりの充実
- ・ オリンピック、パラリンピック開催をチャンスと捉え、外国人や区外の人々を誘客
- ・ 練馬果樹あるファーム事業やねりマルシェなどによる農の魅力発信



【練馬の魅力】



照姫まつり（照姫行列）



練馬まつり（としまえん会場）



みどりある景観（石神井公園三宝寺池）



新鮮な農産物の直売所（石神井台）



歩いて巡る（ねり歩き）



自転車で巡る



子ども達のアニメ制作体験
（アニメプロジェクト in 大泉）



産業・観光情報コーナー（ココネリ3階）



6 新しい成熟都市・練馬をめざして

人口72万人を有する練馬区は、可能性に満ちた土地です。大都市東京の利便性を享受しながら、みどりなど自然環境にも恵まれています。練馬区をさらに発展させ、新しい成熟都市を実現するためには、こうした練馬区の特徴を活かした、経済の活性化と産業振興に取り組むことが必要です。

今後、区では、「みどりの風吹くまちビジョン」「アクションプラン」「産業振興ビジョン」に示した取組を中心に産業振興に努めていきます。さらに産業振興の効果を区民生活の豊かさ、潤い、生きがいにまで高めることで、新しい成熟都市・練馬の実現に努めます。



【今後取り組む施策】

区の産業振興の考え方を基本として、戦略計画やアクションプランの体系を踏まえ、平成31年度までに取り組む施策は以下のとおりです。

（中小企業・商店街の支援）

創業者への（総合的な）支援

- ・創業セミナーの開催
- ・創業支援融資の実施
- ・空き店舗・空き家の活用による支援

販路拡大への取組

- ・産業見本市の拡大・充実
- ・企業連携による新製品の開発支援

福祉・生活関連産業への支援

- ・福祉事業者向け創業相談・経営相談の実施
- ・人材の確保・育成
- ・企業連携による新製品の開発支援
- ・空き店舗・空き家の活用による支援

魅力ある個店づくりに向けた支援

- ・個店同士の連携による商品開発やイベント等の取組への支援
- ・個店の魅力や店主のスキルを向上させる「まちゼミ」への支援
- ・魅力ある店舗づくりにつながる店舗改修支援

特色ある商店街づくりに向けた支援

- ・商店街の集約化・連携強化に向けた相談体制の強化
- ・まちのブランド化に向けた取組や、まちづくりを契機とした商店街再生に対する重点的な支援制度の創設

商店街の魅力発信

- ・新商品やサービス、商店街の特色ある取組の戦略的なPR

○誰にでも優しい商環境づくりの推進

- ・福祉のまちづくりと連携した、店舗のバリアフリー化への支援
- ・誰にでも優しい店舗づくりにつながる店舗改修支援



アニメ産業への応援

- ・アニメ企業集積化・企業同士の連携支援
- ・動画・原画のアニメーターなどアニメ制作を担う人材育成の仕組みづくりを支援（作品等発表の場の提供、動画等実務講座開催支援）

アニメ・マンガの魅力発信・地域の活性化への活用

- ・アニメ事業者、映像事業者、商店街等と連携し、アニメを活かしたまちづくりの推進
- ・アニメ・マンガの魅力を区内外に発信（他自治体、事業者と連携した情報の発信）
- ・練馬を舞台にしたアニメ作品の誘致とまち歩き等への活用

アニメ・マンガ文化の普及・醸成

- ・区内小中学校等におけるアニメを活かした教育プログラムの充実
- ・アニメ制作を体験する機会の提供
- ・練馬と映画・アニメ文化史冊子の編集・発行
- ・美術館等の企画展やアニメカーニバル等のイベントの充実

総合的な相談体制の整備

- ・事業者からの様々な相談に応える地域プラットフォームの構築
- ・ワンストップサービスの充実

（都市農業の振興）

経営基盤強化のための取組

- ・経営改善に取り組む農業者の支援（認定農業者・都市型認定農業者制度）
- ・「練馬果樹あるファーム事業」に取り組む農業者への支援およびPR
- ・「練馬区農の学校」の運営による農の支え手の育成および農業者とのマッチング
- ・6次産業化に取り組む農業者への支援

6次産業化...農林漁業を1次産業としてだけでなく、加工などの2次産業、さらにはサービスや販売などの3次産業まで含め、1次から3次まで一体化した産業として農林漁業の可能性を広げようとするもの。

都市農業の魅力の発信

- ・練馬産農産物のブランド名の決定・周知
- ・農業・商業等が連携した即売会「ねりマルシェ」の開催・支援
- ・駅等での直売イベントによるPR
- ・区民が都市農業とふれあう機会の充実
- ・来街者への都市農業とふれあう機会の提供
- ・学校教育における、練馬産農産物を活用した食育の推進や農業体験の充実
- ・都市農業の役割や重要性を発信する世界都市農業サミットの開催



都市農地の保全

- ・規制緩和に向けた特区制度の活用
- ・都市農業振興基本法に基づく取組の推進
- ・都市農地保全推進自治体協議会 の会長区としての取組推進
- ・農の風景育成地区制度 を活用した農地や屋敷林のある風景の保全
- ・宅地の農地化の支援
- ・農をテーマとした公園の開設
- ・多面的機能の発信
- ・農業委員会活動の充実

都市農地保全推進自治体協議会...市街化区域内農地のある都内 38 の自治体連携組織。

農の風景育成地区制度...農のある風景を将来に引き継ぐことを目的として東京都が創設した制度。

(「練馬ならではの観光」)

区の魅力を発信・体感する仕組みづくり

- ・練馬の魅力を徒歩や自転車で巡れるコースの設定と戦略的な PR の推進
- ・工場見学、農業体験、アニメ制作体験、伝統工芸体験等、区内産業を体験できる場の創出
- ・未来に向けて区の活力を発信し、区民が一体となるシンボルとして練馬まつりを充実
- ・区の歴史や伝統文化を発信する照姫まつりの充実
- ・練馬果樹あるファーム事業やねりマルシェなどによる農の魅力を発信
- ・練馬ならではの魅力の戦略的な発信

経済活性化に繋げる取組

- ・オリンピック、パラリンピック開催をチャンスと捉え、外国人や区外の人々を誘客
- ・事業者の連携による練馬ならではの商品開発への支援(農業、商店街、中小企業)

(その他)

産業振興を担う組織の強化

- ・区組織や外郭団体の見直しによる産業振興に向けた組織の強化



【資料編】

1. 人口と土地利用からみた練馬の特性

～ 都内 2 位、全国基礎自治体の中でも有数の人口を擁する～

練馬区の人口は、平成 28 年 1 月 1 日時点で 719,109 人を数えます。

平成 27 年 1 月時点の住民基本台帳の実績から全国の基礎自治体の人口を見ると、東京都内では世田谷区に次ぐ 2 番目、全国でも有数の人口規模を有することが分かります。

一方、高齢者人口(65 歳以上)は平成 27 年 1 月 1 日時点で、約 15 万 2 千人、高齢化率は 21.3%と超高齢社会を迎えています。

今後も高齢者人口の増加とともに高齢化が進むことが予測されています。

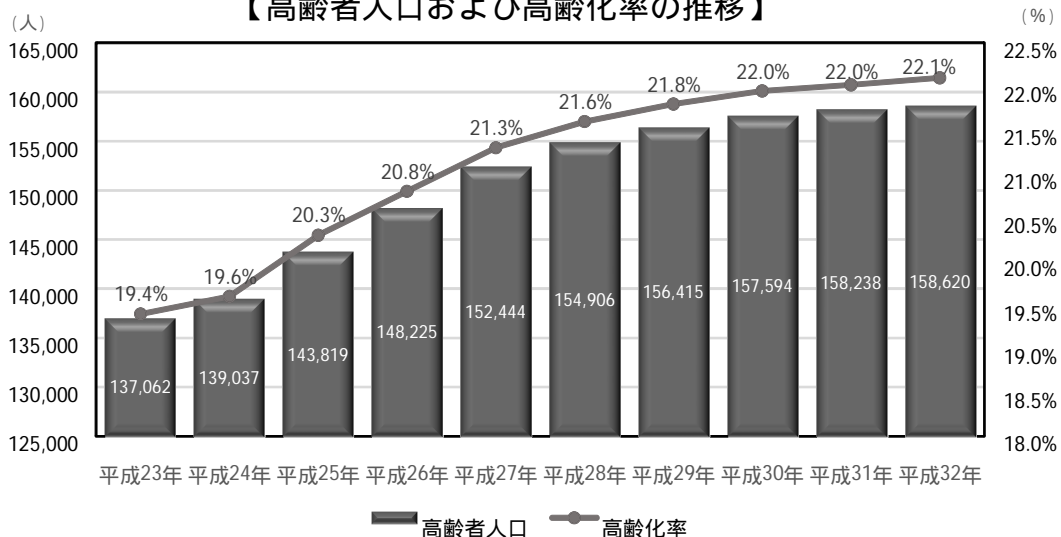
【全国の基礎自治体における人口順位】

順位	自治体名	人口(人)	順位	自治体名	人口(人)
1	横浜市	3,722,250	16	浜松市	810,317
2	大阪市	2,670,766	17	新潟市	804,413
3	名古屋市	2,260,440	18	熊本市	734,917
4	札幌市	1,936,016	19	静岡市	715,752
5	神戸市	1,550,831	20	相模原市	715,145
6	福岡市	1,486,314	21	練馬区	714,656
7	川崎市	1,445,484	22	大田区	707,455
8	京都市	1,419,474	23	岡山市	706,027
9	さいたま市	1,260,879	24	江戸川区	680,262
10	広島市	1,188,398	25	足立区	674,111
11	仙台市	1,053,509	26	船橋市	622,988
12	北九州市	976,925	27	鹿児島市	608,240
13	千葉市	962,376	28	川口市	589,205
14	世田谷区	874,332	29	八王子市	562,572
15	堺市	847,719	30	大分市	478,792

政令指定都市

出典：「平成 27 年 1 月 1 日住民基本台帳年齢階級別人口(市区町村別)(総計)」(総務省)

【高齢者人口および高齢化率の推移】



平成 23 年～平成 27 年：実績値、平成 28 年～平成 32 年：推計

出典：練馬区「練馬区高齢者保健福祉計画 介護保険事業計画(第 6 期 平成 27～29 年度)」(平成 27 年 3 月)

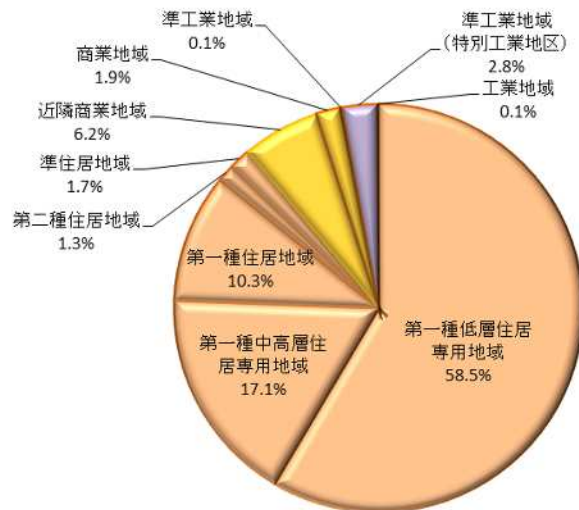


～約90%が住居系の用途地域～

用途地域が指定されている区域状況を見ると、約90%が住居系の用途地域となっています。中でも、第1種低層住居専用地域が全体の約60%を占めています。こうした状況から、練馬区は住宅都市としての特性が高いことが分かります。

用途地域…都市計画法の地域地区のひとつで、建築物の用途の無秩序な混在を防ぎ、合理的な都市機能の維持・増進を図ることを目的としている。住居、商業、工業など市街地の大枠としての土地利用を定めるもので、第一種低層住居専用地域など12種類があり、練馬区では、9種類を指定している。

【用途地域等の指定状況】



出典：練馬区「練馬区の土地利用」（平成26年3月）

図 - 練馬区の用途地域イメージ図



出典：練馬区産業経済部作成



2. 産業構造と特性

～生活関連産業が区内産業の中核～

練馬区の産業構造をみると、「卸売業、小売業」が事業所数および従業者数ともに最も多く、次いで、事業所数では「建設業」、「宿泊業、飲食サービス業」が続いており、従業者数では「医療、福祉」、「宿泊業、飲食サービス業」が続いています。区部の分野別構成と比較すると、「建設業」、「生活関連サービス業、娯楽業」、「医療、福祉」等の生活に関連する産業が多くなっています。

事業所数、従業員数の推移をみると、区内事業所が減少する中、「医療、福祉」については、事業所数が増加傾向にあります。

【練馬区と東京都区部における産業大分類別事業所数】

	民営事業所数			従業者数		
	練馬区	(比率)	区部(比率)	練馬区	(比率)	区部(比率)
全産業(公務を除く)	20,194	100.0%	100.0%	167,060	100.0%	100.0%
農業、林業	20	0.1%	0.0%	147	0.1%	0.0%
漁業	-	-	0.0%	-	-	0.0%
鉱業、採石業、砂利採取業	-	-	0.0%	-	-	0.0%
建設業	2,403	11.9%	6.0%	17,501	10.5%	5.3%
製造業	926	4.6%	8.5%	7,884	4.7%	7.4%
電気・ガス・熱供給・水道業	10	0.0%	0.1%	402	0.2%	0.4%
情報通信業	379	1.9%	3.9%	3,163	1.9%	10.3%
運輸業、郵便業	887	4.4%	2.9%	12,860	7.7%	5.4%
卸売業、小売業	4,773	23.6%	24.8%	39,130	23.4%	22.5%
金融業、保険業	248	1.2%	1.8%	3,776	2.3%	5.2%
不動産業、物品賃貸業	2,019	10.0%	9.4%	6,938	4.2%	4.1%
学術研究、専門・技術サービス業	872	4.3%	7.1%	4,260	2.5%	5.2%
宿泊業、飲食サービス業	2,250	11.1%	14.2%	17,808	10.7%	9.5%
生活関連サービス業、娯楽業	1,893	9.4%	6.9%	10,176	6.1%	3.8%
教育、学習支援業	754	3.7%	2.2%	8,450	5.1%	3.3%
医療、福祉	1,869	9.3%	5.8%	24,768	14.8%	6.1%
複合サービス事業	68	0.3%	0.3%	663	0.4%	0.2%
サービス業(他に分類されないもの)	823	4.1%	6.2%	9,134	5.5%	11.1%

		民営事業所数			従業者数	
		練馬区	(比率)		練馬区	(比率)
第1位	卸売業、小売業	4,773	23.6%	卸売業、小売業	39,130	23.4%
第2位	建設業	2,403	11.9%	医療、福祉	24,768	14.8%
第3位	宿泊業、飲食サービス業	2,250	11.1%	宿泊業、飲食サービス業	17,808	10.7%
第4位	不動産業、物品賃貸業	2,019	10.0%	建設業	17,501	10.5%
第5位	生活関連サービス業、娯楽業	1,893	9.4%	運輸業、郵便業	12,860	7.7%

出典：「平成24年経済センサス-活動調査」(総務省)



【練馬区における産業大分類別事業所数の推移】

	平成18年	平成21年	平成24年	対平成18年比
全産業(公務を除く)	21,499	22,126	20,194	93.9%
製造業	1,164	1,160	926	79.6%
運輸業, 郵便業	1,369	1,123	887	64.8%
卸売業, 小売業	5,520	5,229	4,773	86.5%
医療, 福祉	1,789	1,865	1,869	104.5%

【練馬区における産業大分類別従業者数の推移】

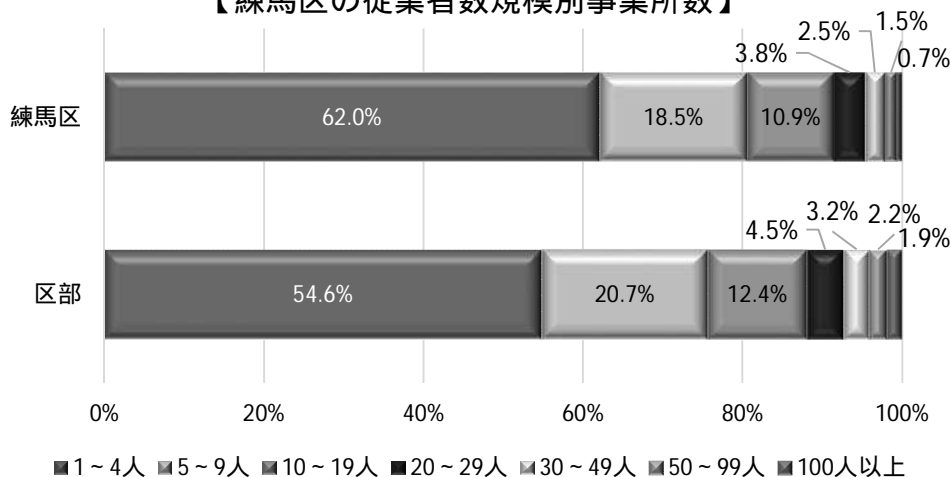
	平成18年	平成21年	平成24年	対平成18年比
全産業(公務を除く)	170,340	184,150	167,060	98.1%
製造業	10,235	10,186	7,884	77.0%
運輸業, 郵便業	12,293	13,416	12,860	104.6%
卸売業, 小売業	42,140	40,648	39,130	92.9%
医療, 福祉	21,846	26,245	24,768	113.4%

出典：「平成18年事業所・企業統計調査」「平成21年経済センサス-基礎調査」
 「平成24年経済センサス-活動調査」(総務省)

～大半を占める小規模事業所～

練馬区の従業者数規模別事業所数をみると、従業者数が19人以下の事業所が全体の91.4%を占めており、小規模事業所が多くなっています。

【練馬区の従業者数規模別事業所数】



出典：「平成24年経済センサス-活動調査」(総務省)

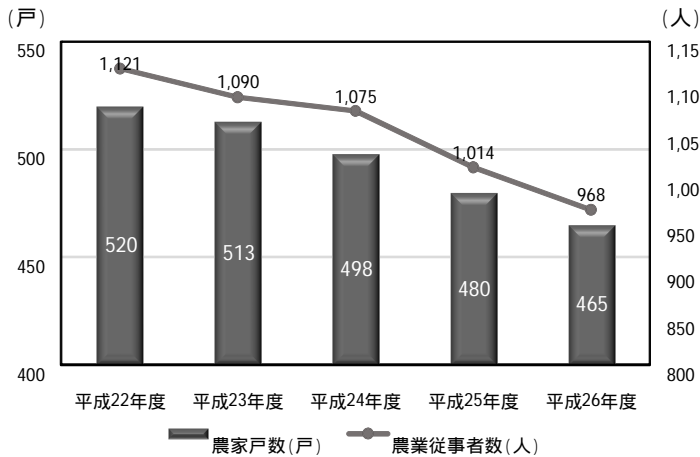


3. 練馬の農業

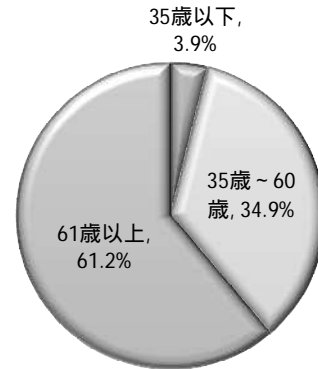
～農家戸数と農業従業者数は減少傾向～

農家戸数と農業従業者数は減少傾向にあるとともに、61歳以上の農業者が全体の6割を超えるなど、高齢化が進んでおり、後継者育成が喫緊の課題となっています。

【農家戸数・農業従事者数の推移】



【農業従業者の年代別比率】

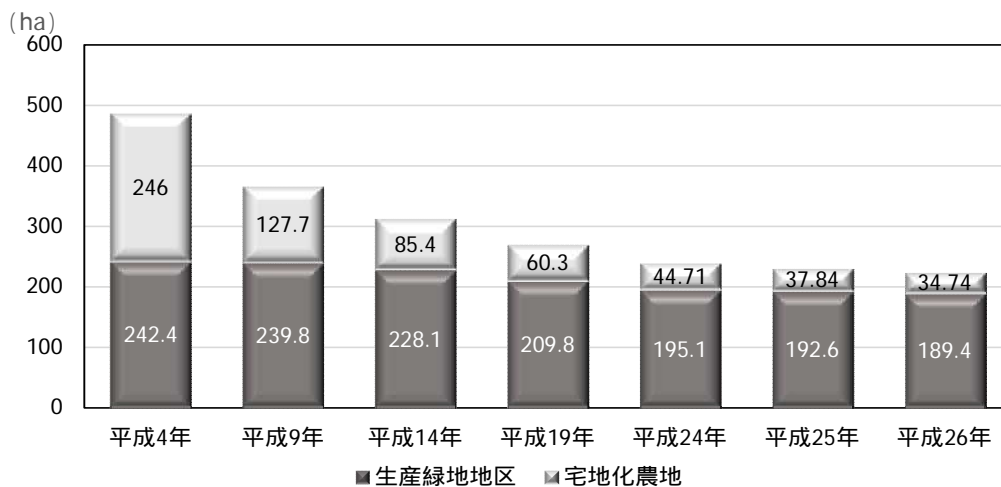


出典：練馬区農業委員会「農業経営実態調査」（平成26年度）

～求められる農地保全～

区内の農地面積は、23区で1番の規模を有していますが、宅地化農地を中心に年々減少しています。区民の農地を残すことに対する考えをみると、8割弱が「残してほしい」という意向を示しています。

【農地面積（課税面積等）の推移】



農地面積：各年1月1日現在の課税面積に基づく数値

生産緑地：各年の都市計画の公示に基づく数値

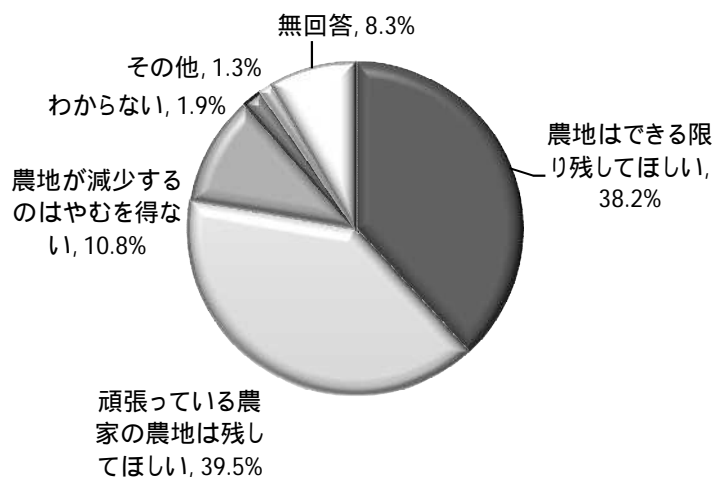
宅地化農地：市街化区域内農地面積 - 生産緑地

出典：練馬区産業経済部資料（平成26年度）



【農地を残すことに対する区民の考え】

n=157



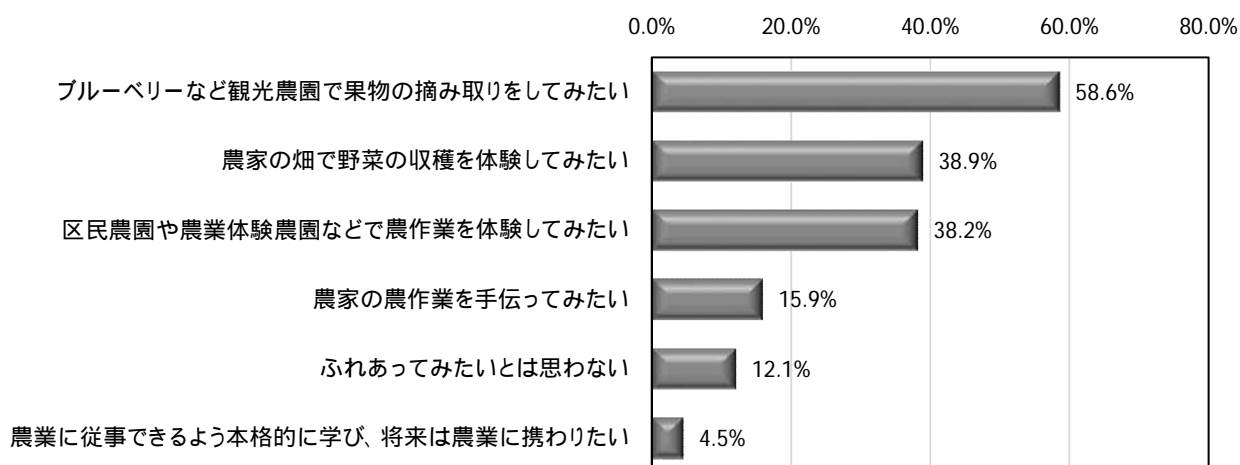
出典：練馬区「モニターアンケート報告書」(平成 26 年度)

～高まる農とのふれあいに対する区民の意向～

練馬区には区民農園、市民農園、農業体験農園などの区民が農に親しむ場があり、特に、平成19年に8園が開園したブルーベリーの摘み取り農園は、平成27年には29園まで増加しています。区のモニターアンケート結果から農とのふれあいに対する区民の意向の高さが見られます。

【農とのふれあいに対する区民の意向】

n=157



出典：練馬区「モニターアンケート報告書」(平成 26 年度)



4. アニメ産業の状況

～日本最大数のアニメ企業が集積～

国内のアニメ制作会社数の9割弱が東京都に集中しており、特に、練馬区、杉並区を中心に、西武池袋線、中央線沿線に大きな集積を形成しています。そのなかでも練馬区は79件と最も多くのアニメ制作会社が立地しています。

立地企業からは同業者が多く、連携が図りやすい事業環境が評価されています。

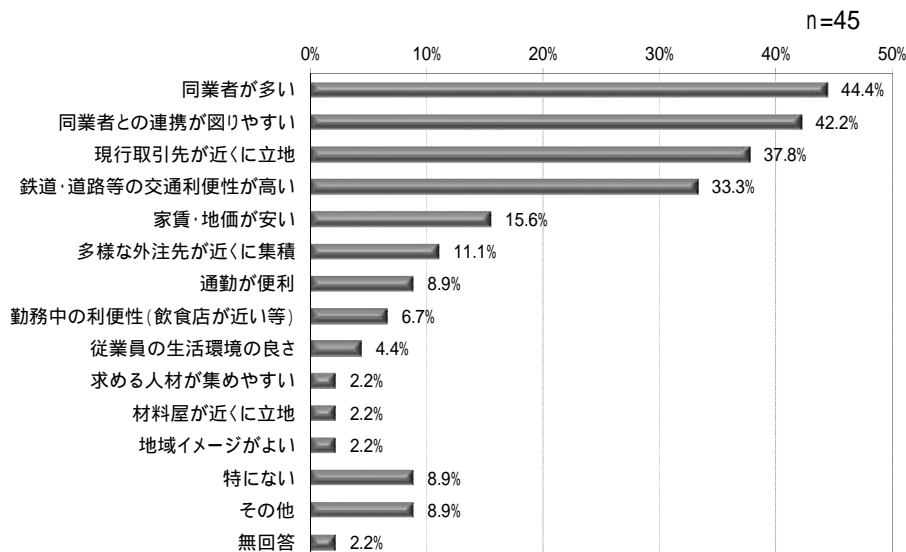
【都道府県別アニメ制作会社数】 【東京都におけるアニメ制作会社の集積状況】

都道府県名	件数	比率
北海道	2	0.5%
岩手県	1	0.2%
宮城県	1	0.2%
福島県	2	0.5%
茨城県	2	0.5%
千葉県	1	0.2%
埼玉県	13	3.1%
神奈川県	3	0.7%
東京都	365	87.1%
新潟県	2	0.5%
長野県	3	0.7%
富山県	1	0.2%
石川県	1	0.2%
福井県	1	0.2%
静岡県	1	0.2%
愛知県	2	0.5%
京都府	1	0.2%
大阪府	13	3.1%
兵庫県	1	0.2%
徳島県	1	0.2%
福岡県	1	0.2%
沖縄県	1	0.2%
合計	419	100.0%



出典：「アニメ産業レポート 2013」(一般社団法人日本動画協会)

【練馬区に立地するメリット】



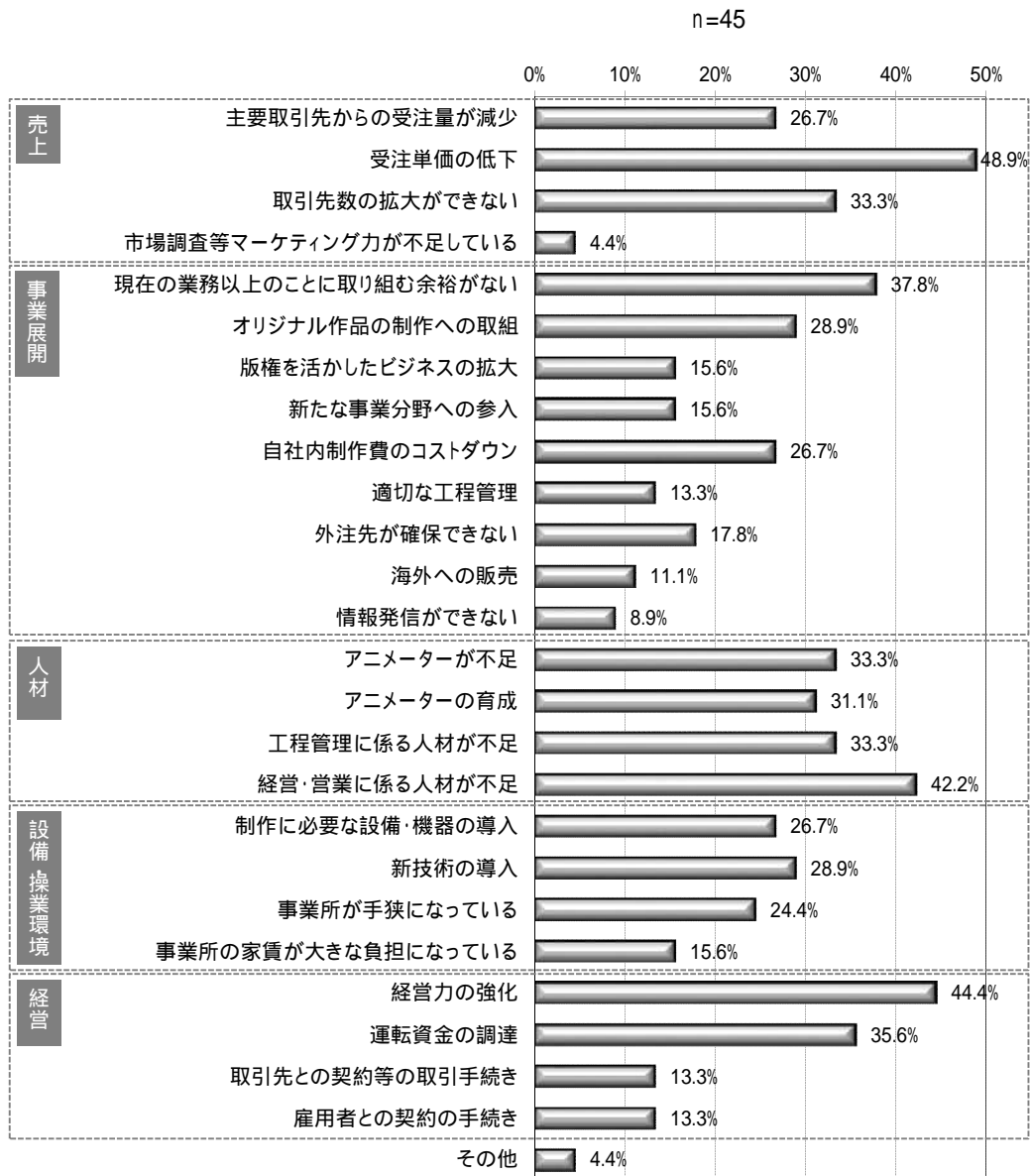
出典：練馬区「平成 25 年度練馬区ものづくり産業等実態調査報告書」(平成 26 年 3 月)



～アニメ制作会社が抱える課題～

アニメ制作会社が抱える課題点は、経営力の強化や売上等に次いで、人材育成が課題となっています。

【事業推進上の課題点】



出典：練馬区「平成 25 年度練馬区ものづくり産業等実態調査報告書」(平成 26 年 3 月)



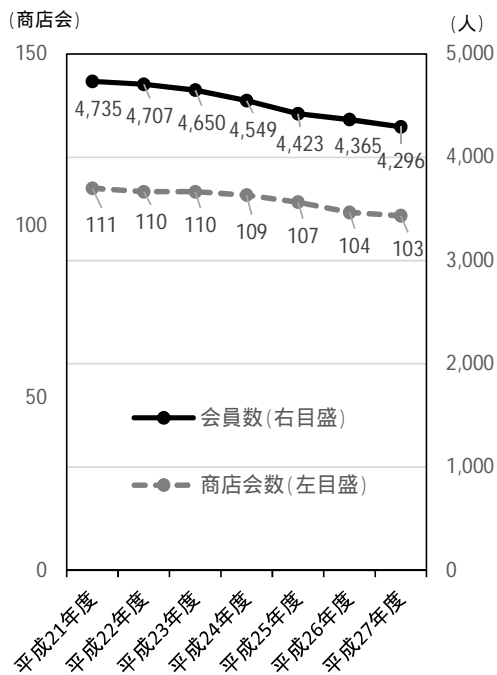
5. 商店街の状況

～練馬区の商店街の現況～

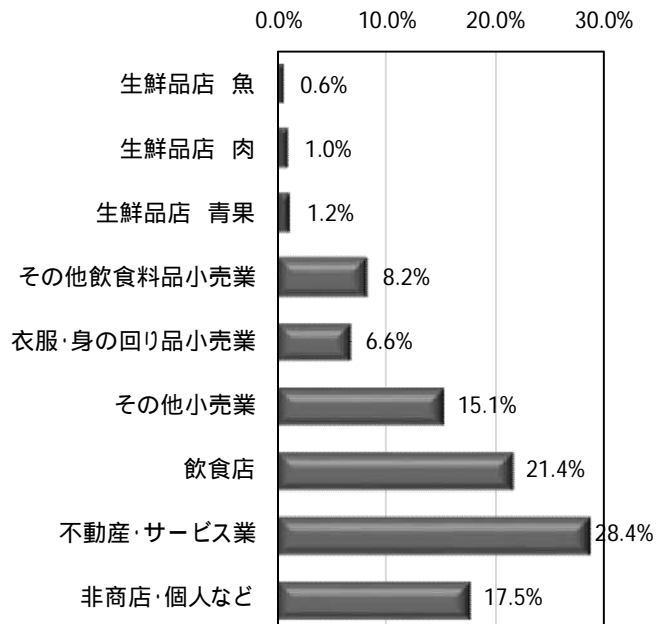
商業の中心として区民生活を支えてきた商店街においては、後継者不足、大型小売店・コンビニの進出等により個店が減少傾向となり、平成12年度に122商店会あった数が平成27年7月1日現在には103商店会（会員数4,296人）に減少しています。

区内商店会の内訳を見ると、不動産・サービス業の割合が大きく、生鮮3品取扱店の割合が小さくなっています。

【商店会数と会員数の推移】



【区内商店会員内訳】



出典：練馬区「商店会調査報告書」(平成27年7月1日)

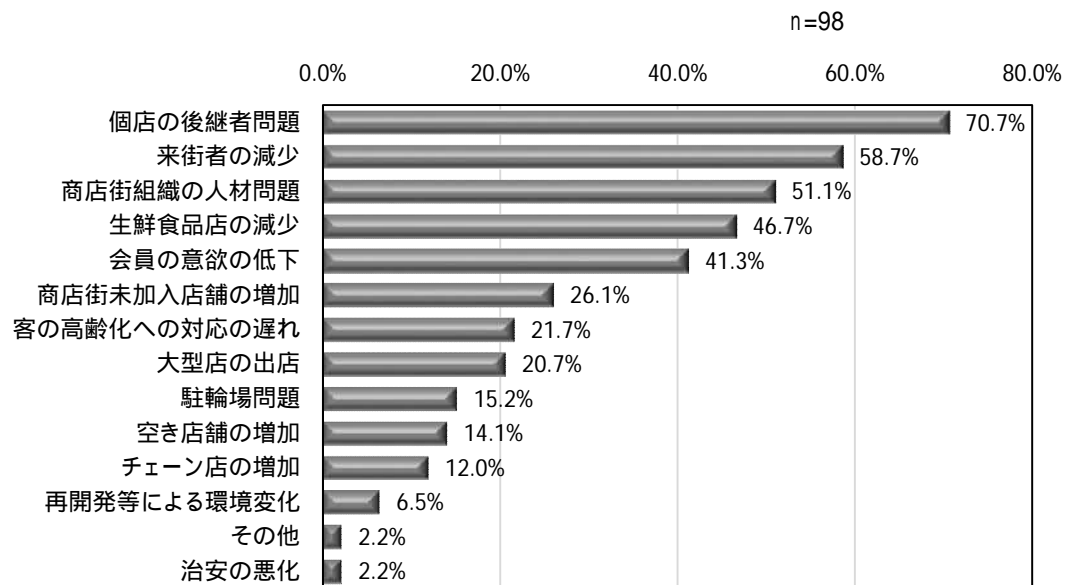


～商店街が抱える課題と空き店舗の状況～

商店街が抱えている問題点として、約7割が個店の後継者問題を、約半数が商店街組織の人材問題をあげており、人材が課題となっています。

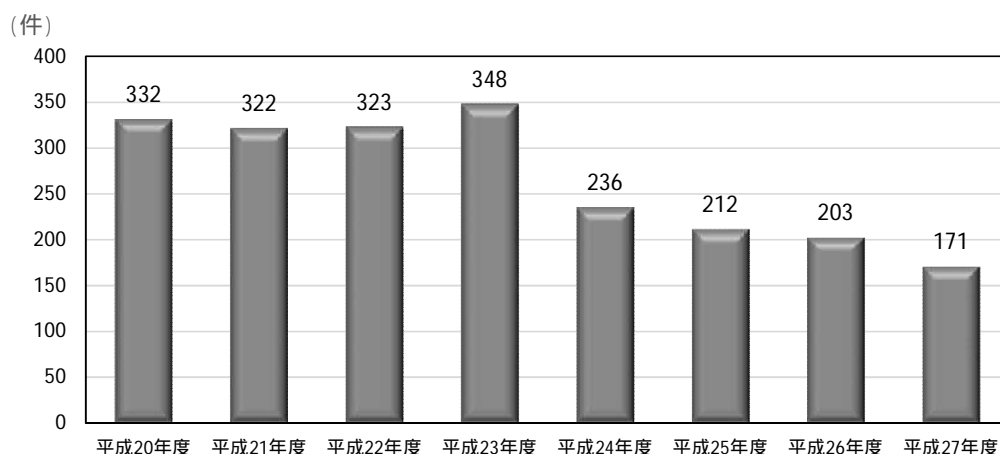
区内空き店舗数は減少傾向にあります。平成27年度は、約170店舗の空き店舗が存在しています。

【商店街が抱えている問題点】



出典：練馬区「練馬区商店街実態調査報告書」(平成22年3月)

【区内商店会における空き店舗数の推移】



出典：練馬区「商店会調査報告書」(平成27年7月1日)



【練馬区産業振興ビジョン専門家委員会名簿】

区 分	氏 名	所 属 等
事業者	さとう きみあき 佐藤 公明	株式会社 あわ家惣兵衛 代表取締役
	たかはし としみつ 高橋 利充	株式会社 アプローズ 代表取締役
	おおた まさや 太田 雅也	株式会社 フューチャー・ウェイブ 代表取締役
	たかはし こういち 高橋 宏一	株式会社 ステロタイプ スマーチル 取締役
	そう みつお 荘 光男	農業者
産業団体	いくち かおる 井口 薫	練馬産業連合会 副会長 (株式会社 井口機工製作所 代表取締役会長)
	たかうち つねゆき 高内 恒行	東京商工会議所練馬支部 副会長 (豊玉タクシー株式会社 代表取締役専務)
	えむら けんじ 江村 健二	練馬区商店街連合会 副会長(十一屋酒店 代表)
	かすや よしのり 粕谷 佳紀	東京あおば農業協同組合 地域振興部長
	いちやなぎ たけし 一柳 武	ねり歩きガイドの会 会長
消費者団体	おおしま いずみ 大島 いずみ	練馬区消費生活センター連絡会 会長
金融機関	しむら ゆきてる 志村 幸輝	巣鴨信用金庫 すがも事業創造センター次長
練馬区産業 振興公社	こみね ひでみ 小峰 英巳	練馬ビジネスサポートセンター ビジネスマネージャー
学識経験者	まつしま しげる 松島 茂	東京理科大学大学院教授
	しみず しんいち 清水 慎一	立教大学兼任講師
	ごとう みつぞう 後藤 光蔵	武蔵大学経済学部教授
区職員	いちむら たもつ 市村 保	産業経済部長
	みやした やすまさ 宮下 泰昌	都市整備部長



【専門家委員会の検討経過】

会議	開催日	主な議題
第1回	平成26年10月31日	<ul style="list-style-type: none">・国・東京都の産業政策の動向・練馬区の産業の現状・産業に関する各計画の基本的な考え方・現計画の進捗状況
第2回	平成26年11月19日	<ul style="list-style-type: none">・計画構成案について・具体的な施策と取組
第3回	平成27年1月13日	<ul style="list-style-type: none">・練馬区産業振興基本計画骨子案について
第4回	平成27年11月16日	<ul style="list-style-type: none">・練馬区産業振興ビジョン素案について
第5回	平成28年2月1日	<ul style="list-style-type: none">・区民意見反映制度による意見募集の結果について



【練馬区産業振興ビジョン専門家委員会設置要綱】

平成 26 年 8 月 18 日

26 練産経第 699 号

(設置)

第 1 条 練馬区における産業振興ビジョン(以下「ビジョン」という。)の策定および進行管理等を円滑に進めるため、練馬区産業振興ビジョン専門家委員会(以下「委員会」という。)を設置する。

(所掌事項)

第 2 条 委員会は、つぎに掲げる事項について意見を述べる。

- (1) ビジョンの策定に関する事項
- (2) ビジョンの進行管理等に関する事項
- (3) その他、委員会が必要と認めた事項

(構成)

第 3 条 委員会は、区内事業者、産業団体関係者、消費者団体関係者、金融機関職員、練馬区産業振興公社職員、学識経験者および区職員のうちから、委員 18 人以内をもって構成する。

(委員の任期)

第 4 条 委員の任期は、委員の委嘱の日から 3 年とする。

(会議)

第 5 条 委員会は、産業経済部長が招集する。

2 委員会は必要に応じて、委員以外の者に委員会への出席を求め、意見を聞くことができる。

(公開)

第 6 条 委員会の会議は、原則として公開で行うものとする。ただし、委員会の決定があったときは非公開とすることができる。

(庶務)

第 7 条 委員会の庶務は、産業経済部経済課において処理する。

(その他)

第 8 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産業経済部長が別に定める。

付 則

この要綱は、平成 26 年 8 月 18 日から施行する。

付 則(平成 27 年 11 月 30 日 27 練産経第 1161 号)

この要綱は、平成 27 年 12 月 1 日から施行する。



練馬区産業振興ビジョン

平成28年3月発行

発行 練馬区産業経済部

〒176-8501 東京都練馬区豊玉北6丁目12番1号

TEL : 03-3993-1111 (代)

FAX : 03-5984-1902

<http://www.city.nerima.tokyo.jp/>