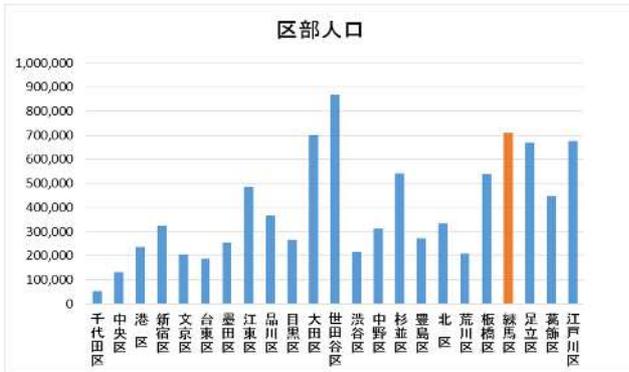


練馬区の産業の現状

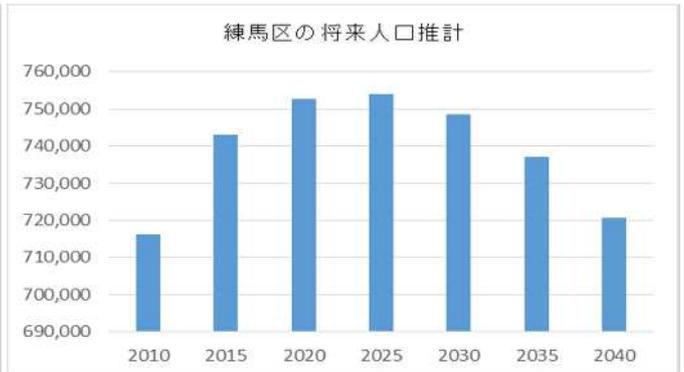
練馬区の産業全般を取り巻く環境

1. 練馬区の人口

練馬区の人口は平成26年9月1日時点で、714,216人を数え、東京都区部では、世田谷区に次ぐ第二位の人口規模となっている。人口の推移は増加傾向にあり、将来の人口推計についても、減少傾向に転じている自治体が多い中、練馬区は平成37年（2025年）まで増加傾向であることが予測されている。



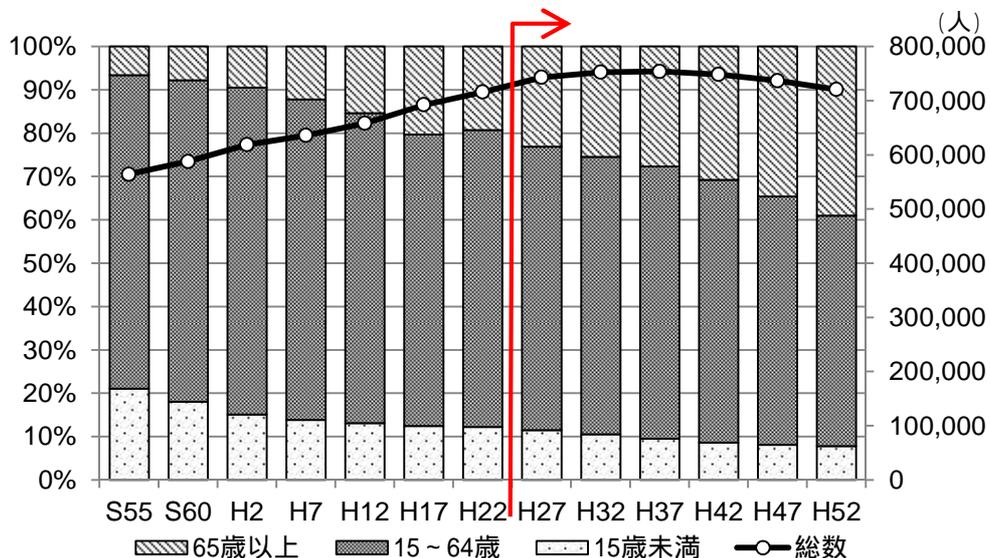
出典：住民基本台帳（平成26年1月現在）

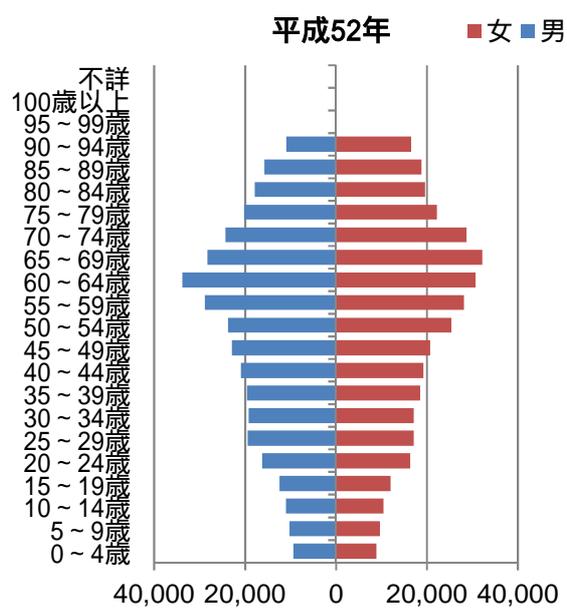
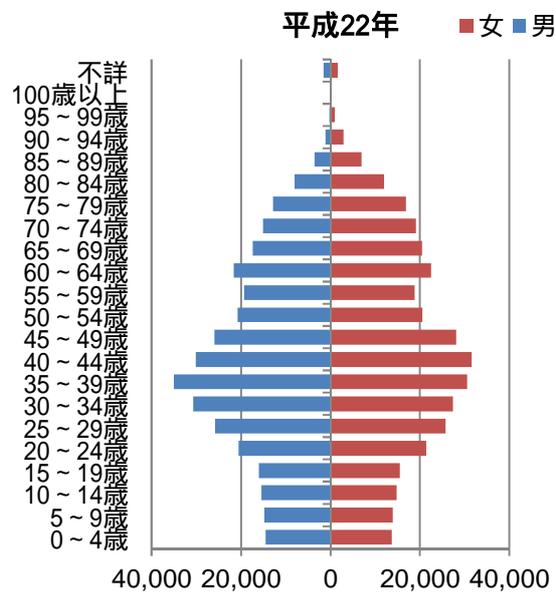
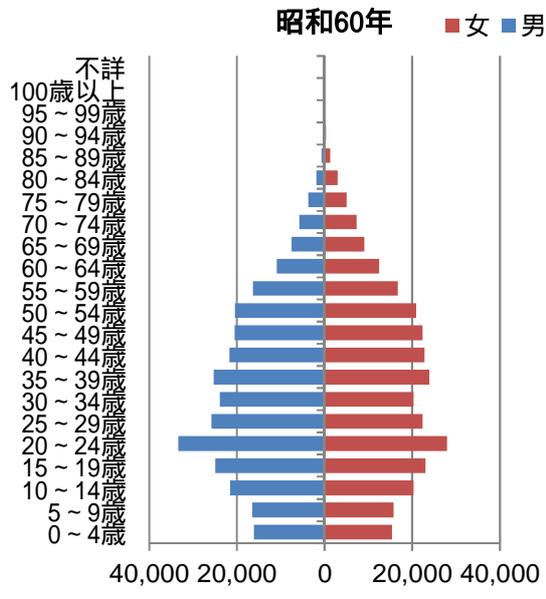


出典：日本の地域別将来推計人口（平成25年3月推計）、国立社会保障・人口問題研究所

人口ピラミッドの推移

西暦	実数(人)			構成比(%)			
	総数	15歳未満	15～64歳	65歳以上	15歳未満	15～64歳	65歳以上
昭和55年	564,156	118,509	407,489	37,276	21.0	72.3	6.6
昭和60年	587,887	105,577	435,973	45,925	18.0	74.2	7.8
平成2年	618,663	92,988	463,246	58,412	15.1	75.4	9.5
平成7年	635,746	87,038	466,364	76,964	13.8	74.0	12.2
平成12年	658,132	85,765	467,346	101,039	13.1	71.4	15.4
平成17年	692,339	80,006	432,926	130,755	12.4	67.3	20.3
平成22年	716,124	87,257	488,098	137,625	12.2	68.5	19.3
平成27年	743,084	85,209	486,006	171,869	11.5	65.4	23.1
平成32年	752,620	79,317	481,268	192,035	10.5	63.9	25.5
平成37年	753,912	71,437	473,503	208,972	9.5	62.8	27.7
平成42年	748,389	64,214	453,677	230,498	8.6	60.6	30.8
平成47年	736,983	59,590	422,149	255,244	8.1	57.3	34.6
平成52年	720,768	55,881	383,467	281,420	7.8	53.2	39.0





2. 産業構造

平成 24 年度経済センサス活動調査結果では、練馬区の全事業所数は 20,194 事業所、従業者数が 167,060 人となっており、平成 18 年事業所・企業統計調査の事業所数 21,499 事業所、従業者数 170,340 人と比較するとやや減少しているが、「医療・福祉」は事業所数・従業者数ともに微増している。

【全事業所数の推移】

	H18	H21	H24	対H18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%

【全従業者数の推移】

	H18	H21	H24	対H18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、平成 24 年経済センサス

練馬区の産業構造(業種別構成比)を見ると、「卸売業・小売業」が事業所数及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」が続いている。区部の分野別構成と比較すると、「建設業」「宿泊業・飲食サービス業」「医療・福祉」等の生活に関連する産業が多くなっている。また、農業事業者は少ないものの、農業は約 500 軒の農家が区内で営農している。

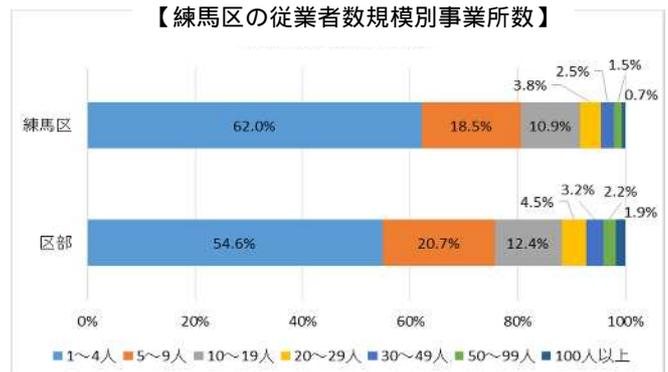
【練馬区と東京都区部における産業大分類別事業所数】

	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%

出典:平成 24 年度経済センサス

また、右図の「練馬区の従業者数規模別事業所数」から、従業者規模が小さい小規模事業者が多い点も特徴となっている。

【練馬区の従業者数規模別事業所数】



出典:平成 24 年度経済センサス

3. 商業・サービス業・製造業の動向

(1) サービス業の全体像

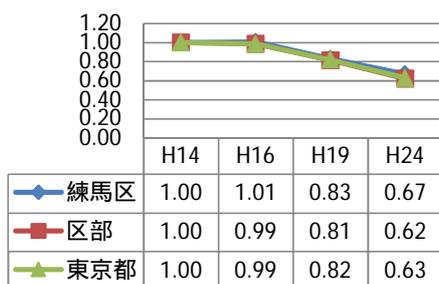
- 区内事業所の産業別構成では、卸売・小売業（23.6%）、宿泊業、飲食サービス業（11.1%）、不動産業、物品賃貸業（10.0%）、生活関連サービス業、娯楽業（9.4%）、医療、福祉（9.3%）を合わせると全体の63.4%となり、区民の日常生活に関連した産業が過半を占めている。

(2) 卸売業・小売業の現状

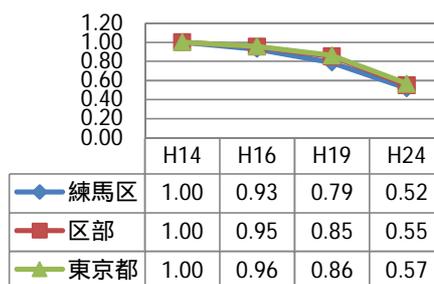
- 平成24年度経済センサス活動調査結果では、練馬区の卸売業は864事業所、従業者数7,178人、年間商品販売額558,838百万円、小売業は2,391事業所、従業者数19,910人、年間商品販売額365,321百万円となっている。
- 下表の通り、練馬区における過去10年間の事業所数、従業者数、年間商品販売額は卸売業の年間商品販売額を除いて減少傾向にあり、対14年の比率は東京都及び区部より下回るものが多くなっている。卸売業の年間商品販売額における対14年の比率は東京都及び区部を上回り、平成24年は平成19年より減少したものの、10年前（平成14年）を上回っている。

卸売業（左）・小売業（右）の事業所数・従業者数・年間商品販売額の推移

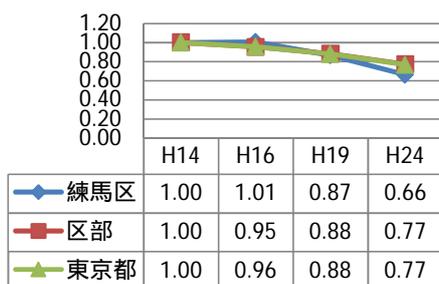
事業所数の推移 (H14=1.00)



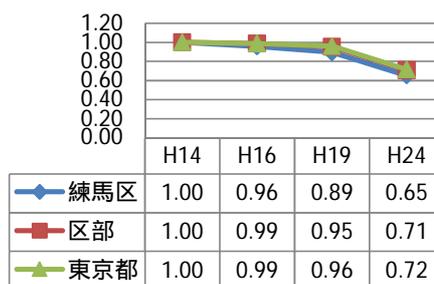
事業所数の推移 (H14=1.00)



従業者数の推移 (H14=1.00)



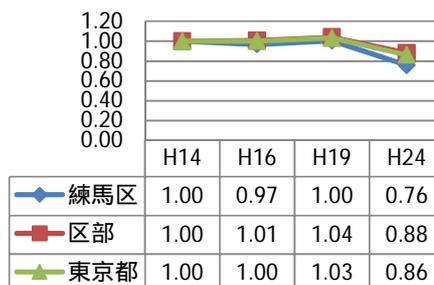
従業者数の推移 (H14=1.00)



年間商品販売額の推移 (H14=1.00)



年間商品販売額の推移 (H14=1.00)



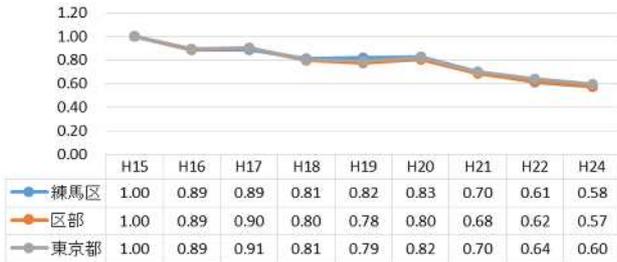
商業統計（平成14年～19年）経済センサス（平成24年）

(3) 製造業の現況

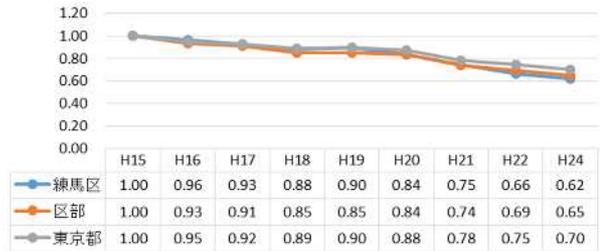
平成 24 年経済センサス活動調査結果では、練馬区の製造業は 926 事業所、従業者数 7,884 人となっている。下表の通り、練馬区における過去 10 年間の製造業事業所数、従業員数、製造品出荷額等、付加価値額はすべて、減少化傾向にあるが、東京都及び区部と同等レベルの減少率である。

事業所数、従業者数、製造品等出荷額等、付加価値額を東京都区部と比較すると、14~16 位に位置付けている。

事業所数の推移(4人以上) 平成 15 年 = 1.00



従業者数の推移(4人以上)(単位:人)平成 15 年 = 1.00



製造品出荷額等の推移(4人以上)平成 15 年 = 1.00



付加価値額の推移(4人以上)平成 15 年 = 1.00



東京都区部における練馬の工業(4人以上)

順位	事業所数		従業者数		製造品出荷額等		付加価値額	
	区市町村	実数	区市町村	実数	区市町村	実数	区市町村	実数
		件		人		万円		万円
	総数	14,034	総数	291,620	総数	818,053,898	総数	331,032,668
	区部	11,030	区部	167,613	区部	348,527,580	区部	152,645,908
1	大田区	1,628	大田区	23,748	大田区	47,961,715	大田区	20,644,031
2	足立区	1,015	板橋区	17,811	板橋区	39,938,775	板橋区	15,058,237
3	墨田区	957	足立区	13,755	足立区	32,267,412	墨田区	14,871,583
4	江戸川区	912	墨田区	13,104	江東区	29,077,058	足立区	13,345,026
5	葛飾区	908	新宿区	11,269	墨田区	27,065,315	江東区	12,182,766
6	板橋区	779	江東区	11,147	新宿区	23,776,896	北区	11,176,739
7	江東区	664	江戸川区	11,024	北区	23,539,219	新宿区	8,928,068
8	荒川区	587	葛飾区	10,668	江戸川区	22,090,848	江戸川区	8,591,546
9	台東区	532	北区	7,874	葛飾区	18,116,411	葛飾区	7,525,962
10	品川区	484	文京区	6,902	文京区	13,267,614	文京区	6,533,411
11	新宿区	361	荒川区	6,502	品川区	10,779,503	品川区	5,285,376
12	文京区	358	品川区	6,492	荒川区	9,593,302	荒川区	4,029,171
13	北区	345	台東区	4,855	台東区	7,604,736	豊島区	3,715,957
14	練馬区	229	練馬区	3,454	豊島区	7,253,039	台東区	3,456,786
15	中央区	195	豊島区	3,296	練馬区	6,536,746	港区	3,199,613
16	世田谷区	182	中央区	2,678	港区	6,469,200	練馬区	2,980,603
17	豊島区	182	目黒区	2,631	中央区	5,378,800	中央区	2,445,029
18	港区	158	港区	2,581	目黒区	4,889,777	目黒区	2,092,495
19	目黒区	154	世田谷区	2,387	世田谷区	4,067,633	千代田区	2,049,734
20	千代田区	120	千代田区	1,939	千代田区	3,740,420	世田谷区	1,962,051
21	杉並区	112	渋谷区	1,189	渋谷区	1,946,124	渋谷区	939,631
22	中野区	102	杉並区	1,176	杉並区	1,728,769	杉並区	874,128
23	渋谷区	66	中野区	1,131	中野区	1,438,268	中野区	757,965

資料:経済産業省「工業統計調査」

3. 地域、地目別土地面積の推移

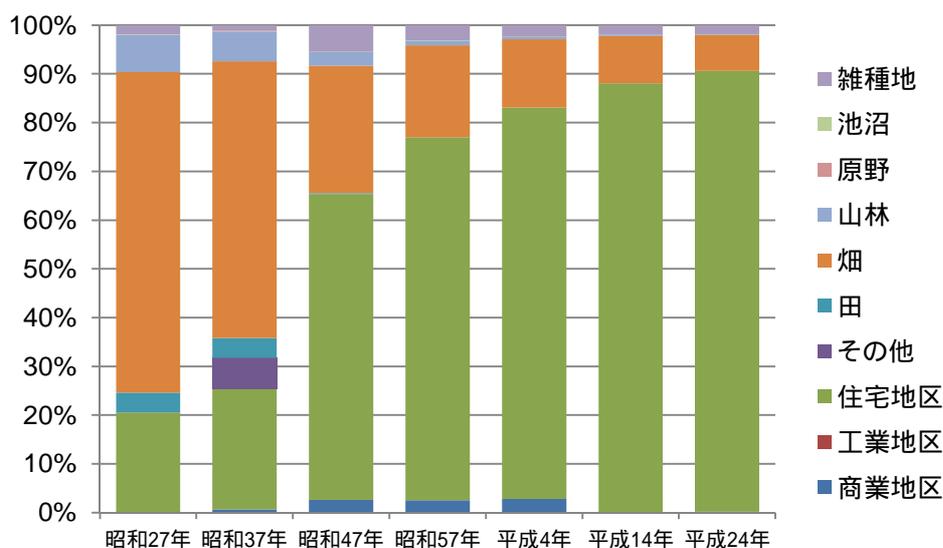
練馬区の土地利用の変遷を見ると、昭和27年時は畑が2,463.9haと全土地面積の65.7%を占めていたが、その後急速に減少し、平成24年には231.3ha、7.4%まで減少している。代わって住宅地区が、昭和27年768.2ha、20.5%から継続的に増加していき、平成24年には2,822.7ha、全土地面積の90.4%を占めている。

実数(ヘクタール)

	昭和27年	昭和37年	昭和47年	昭和57年	平成4年	平成14年	平成24年
総数	3,747.5	3,472.0	3,481.0	3,394.3	3,231.6	3,153.2	3,123.8
宅地総数	770.1	1,093.4	2,255.5	2,611.8	2,684.2	2,774.5	2,829.0
商業地区	1.9	23.6	90.6	87.0	90.0	4.3	6.3
工業地区	-	-	-	-	-	-	-
住宅地区	768.2	848.8	2,164.9	2,524.8	2,594.3	2,770.2	2,822.7
その他	-	221.0	-	-	-	-	-
田	152.0	141.9	6.8	0.0	-	-	-
畑	2,463.9	1,956.4	902.9	639.0	452.6	306.3	231.3
山林	283.5	207.3	96.1	34.5	15.2	7.1	4.2
原野	2.9	3.1	0.4	-	-	-	-
池沼	2.6	2.3	4.0	1.4	0.7	0.1	-
雑種地	72.4	42.2	187.4	105.8	76.8	63.2	57.3

構成比(%)

	昭和27年	昭和37年	昭和47年	昭和57年	平成4年	平成14年	平成24年
総数	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
宅地総数	20.5	31.5	64.8	76.9	83.1	88.0	90.6
商業地区	0.1	0.7	2.6	2.6	2.8	0.1	0.2
工業地区	-	-	-	-	-	-	-
住宅地区	20.5	24.4	62.2	74.4	80.3	87.9	90.4
その他	-	6.4	-	-	-	-	-
田	4.1	4.1	0.2	0.0	-	-	-
畑	65.7	56.3	25.9	18.8	14.0	9.7	7.4
山林	7.6	6.0	2.8	1.0	0.5	0.2	0.1
原野	0.1	0.1	0.0	-	-	-	-
池沼	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	-
雑種地	1.9	1.2	5.4	3.1	2.4	2.0	1.8



東京都統計年鑑(都主税局資産税部固定資産税課)

練馬区の中小企業の景況（平成 23 年度～平成 25 年度）

1. 全体の動向

～東日本大震災後、緩やかに回復基調～

平成 23 年 3 月に発生した東日本大震災の影響を受け、23 年 4 - 6 月期は全産業とも下落しているが、その後、回復基調に転じている。平成 25 年 10 - 12 月期からはさらに上昇率が高くなっているが、平成 26 年 4 月以降は消費税増税等により下降している。

～全産業が回復基調、複数の産業分野による産業構造～

極端に低迷している産業分野がなく、多様な産業分野が練馬区の産業を構成していることが特徴としてうかがえる。

区内業種別業況 DI



～原材料・仕入れ価格の高騰により、求められる生産・事業・サービスの合理化～

全業種とも、原材料価格及び仕入れ価格等はプラス値で、高い水準で推移しており、景気回復とともに上昇している。そのため、「利幅の縮小」が経営上の課題の上位に位置している期が多い。

2. 業種別動向

(1) 製造業

～業種による差異が大きく、産業構造の変化が進んでいる～

製造業全体でみると、緩やかながら回復基調にある。業種別でみると、「一般機械等」は安定的で、これまで都市型産業を牽引してきた「出版等」、「繊維工業等」が低迷しており、練馬区の製造業の構造変換が起きつつあることがうかがえる。

製造業 DI



製造業分野別業況 DI



(2)卸売・小売業

～衣服等の日用品以外の購買が区外流出～

卸売業及び小売業ともに、東日本大震災後、業況、売上高、収益が落ち込んだが、アベノミクス政策が打たれた平成24年11月ごろから緩やかな回復基調を見せている。小売業の業種別を見ると、「飲食料品」は平成26年4月以降、消費税増税等により下降している。一方、「飲食店」は増減があるものの増加基調である。



(3) サービス業・建設業

～好況な建設業やサービス業では人材育成・確保が課題～

業種別でみると、サービス業及び建設業が好況である。事業者アンケート結果を見ると、双方ともに、重点経営施策に、人材の確保が上位に挙がっており、人材育成・確保が課題となっている。

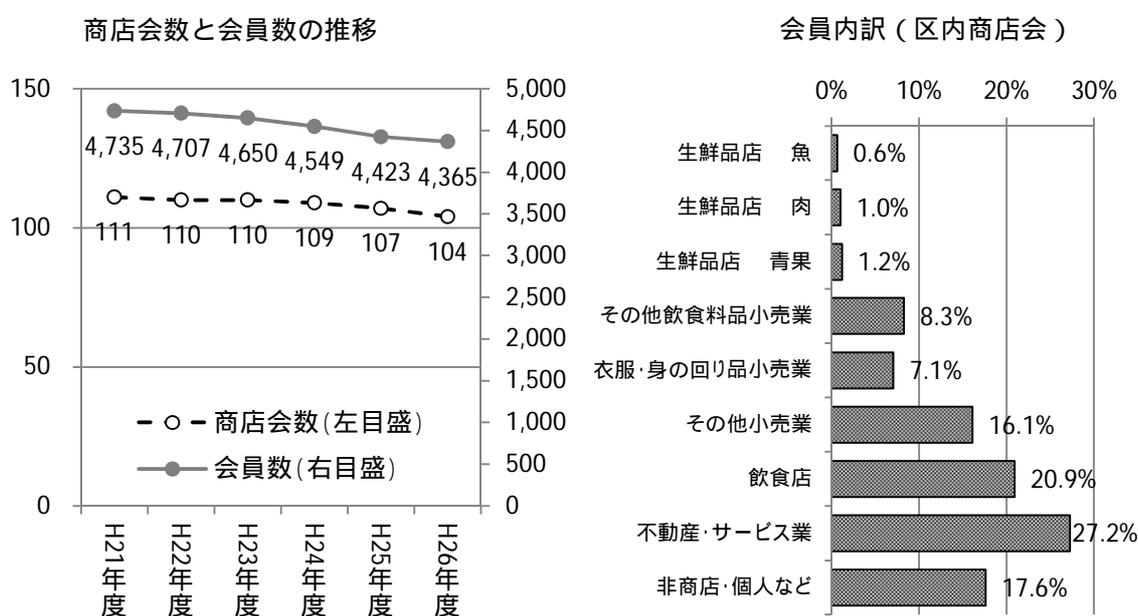


練馬区の商店街および個店の現状と課題

1. 現状

(1) 商店会数および会員数

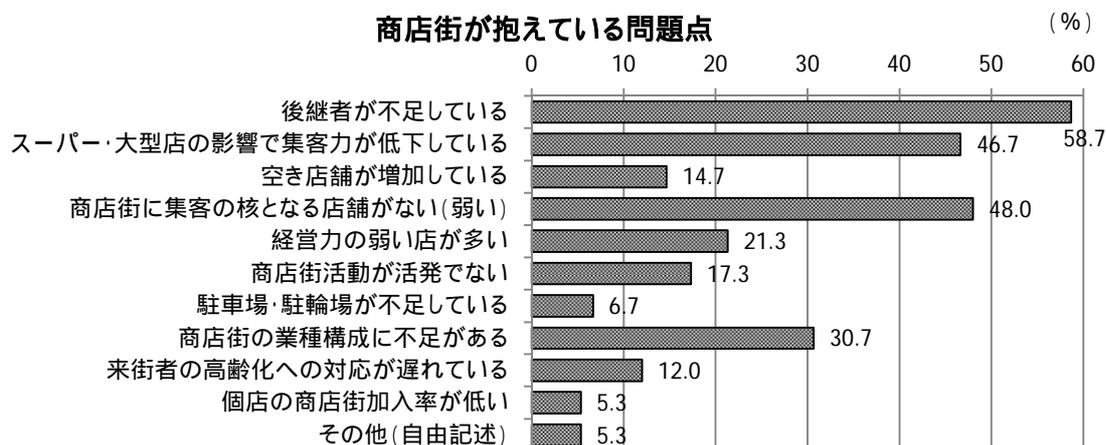
- ・商業の中心として区民生活を支えてきた商店街においては、後継者不足、大型小売店・コンビニの進出等により個店が減少傾向となり、平成 12 年度に 122 会あった商店会数が平成 26 年 7 月 1 日現在には 104 会（会員数 4,365 人）に減少している。
- ・区内商店会（全体）の内訳を見ると、不動産・サービス業の割合が大きく、生鮮 3 品取扱店の割合が小さくなっている。
- ・生鮮 3 品を扱う店舗は、平成 24 年度 149 店舗で、平成 13 年度と比較すると、225 店舗減少している。



練馬区産業経済部商工観光課「商店会調査報告書」(平成 26 年 7 月 1 日現在)

(2) 商店街を担う人材不足

- ・区内商店を取り巻く経営環境は、規制緩和による大型小売店等の進出や販売形態の多様化などがもたらす競争の激化、事業者の高齢化や後継者不足など、厳しい状況下におかれている。練馬区商店街実態調査 (H22.3) によると、後継者のいる商店はほぼ 1/4 に留まり、人材不足は深刻である。



(3) 空き店舗

- ・区内空き店舗は、5年前と比較すると減少傾向にあるが、200店舗を超える空き店舗が存在する。

	H20	H21	H22	H23	H24	H25
商店街空き店舗数	332	322	323	348	236	212

練馬区産業経済部商工観光課「商店会調査報告書」(平成26年7月1日現在)

(4) 商店街のイベント効果

- ・区のイベント補助金を活用する商店会は全体6割～7割だが、イベント時の来街者数は年々減少傾向である。

2. 課題と解決の方向性

商店街活性化については、今までの商店会単位での支援では効果が限定的である。そのため、やる気のある人材、個店への支援にシフトし、強み(特色)があり、消費者に支持される個店を増やし、結果として商店会の活性化につなげる必要がある。

商店街を担う人材不足、高齢化、商店会加盟店の減少に伴う組織力の低下に対応するため、やる気のある人材の発掘、新たな店舗の誘致などの取組を行う必要がある。

新たに出店を希望する創業者と空き店舗の紹介機能を高め、空き店舗を活用した商店街活性化への取組が必要である。

イベント等で商店会へ訪れる来街者を、個店の売り上げにつなげる仕組みが必要である。

大規模な再開発や道路整備事業に併せた商店街の環境整備を実施し、商店街の魅力や集客力を高める必要がある。

商店街の各地域にある資源(特色)を活用した商店街の魅力づくりに資する取組を推奨し、支援を進めていく必要がある。

練馬区のものづくり産業の現状と課題

1. 製造業の現状

(1) 産業中分類別事業所数(練馬区、23区、東京都)

- ・「繊維工業」「食料品製造業」「印刷・同関連業」等の都心部をマーケットとした都市型製造業が比較的多く立地している。

	練馬区	%	23区	東京都		練馬区	%	23区	東京都
食料品製造業	68	7.3%	4.2%	4.7%	鉄鋼業	8	0.9%	1.2%	1.1%
飲料・たばこ・飼料製造業	1	0.1%	0.4%	0.4%	非鉄金属製造業	16	1.7%	1.4%	1.4%
繊維工業	128	13.8%	8.0%	7.4%	金属製品製造業	62	6.7%	13.2%	12.8%
木材・木製品製造業(家具を除く)	13	1.4%	1.0%	0.9%	はん用機械器具製造業	24	2.6%	3.2%	3.2%
家具・装備品製造業	45	4.9%	2.7%	2.9%	生産用機械器具製造業	37	4.0%	7.3%	7.8%
パルプ・紙・紙加工品製造業	40	4.3%	3.8%	3.5%	業務用機械器具製造業	46	5.0%	3.6%	4.0%
印刷・同関連業	142	15.3%	18.2%	16.6%	電子部品・デバイス・電子回路製造業	19	2.1%	1.5%	2.4%
化学工業	16	1.7%	2.1%	2.1%	電気機械器具製造業	52	5.6%	3.6%	4.4%
石油製品・石炭製品製造業	-	-	0.1%	0.1%	情報通信機械器具製造業	15	1.6%	1.0%	1.3%
プラスチック製品製造業(別掲を除く)	53	5.7%	4.8%	4.8%	輸送用機械器具製造業	16	1.7%	1.9%	2.2%
ゴム製品製造業	6	0.6%	1.8%	1.6%	その他の製造業	87	9.4%	7.9%	7.8%
なめし革・同製品・毛皮製造業	5	0.5%	4.6%	3.9%	製造業 内格付不能	12	1.3%	1.0%	1.0%
窯業・土石製品製造業	15	1.6%	1.5%	1.6%	合計	926	100.0%	100.0%	100.0%

出所:平成24年度経済センサス活動調査

(2) 平成25年度練馬のものづくり産業調査から見た特性

事業の特性

- ・業種別では、「材料・部品(非金属)」「電機・電子」「一般・精密機械」等の機械製造関連で黒字基調、「材料・部品(金属)」「木製品・家具等」「繊維・身の回り品」「紙・印刷」で赤字基調の事業所比率が高い。
- ・47.0%の事業所が自社製品を製造し、「品質」「信頼」「技術力」が「安価な価格」を押さえて自社の強みとして捉えられており、多くの事業所が高付加価値型の製造に取り組んでいる。
- ・51.3%が事業所を住居と併設しており、住宅地でも操業がしやすい事業を展開している。ヒアリング調査では、大手メーカーをリタイア後、企画・開発を自社で行い、ファブレス型(工場を持たず製造は外部委託して、企画・開発・販売だけを自社で手掛ける製造)で自社製品を製造している事業所や商社機能を備え市場ニーズを収集し、ニーズにあった製品を企画して、複数社で製造するコーディネーター企業の事例が見られた。

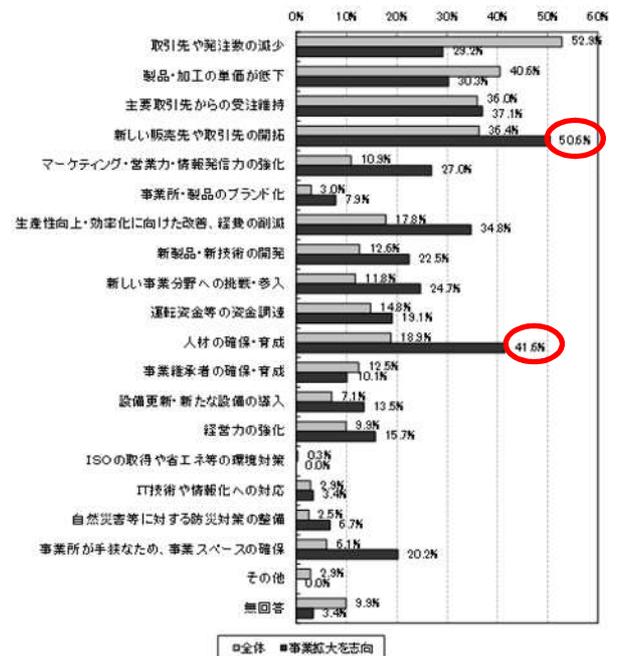
事業推進上の課題点

- ・市場・取引先開拓が主要課題となっているが、事業拡大を志向している事業所は、新しい販売先や取引先の開拓(50.6%)、「人材の確保・育成」(41.6%)が課題となっている。
- ・代表者は70歳以上が35.5%を占め、東京都の中小企業(製造業)と比較しても高齢化が進んでおり、事業継承も今後の課題となる。

事業発展に向けた取組

- ・47.8%の事業所が事業発展に向けた取組を実施しており、今後の取組意向も有している。「生産工程の効率化」(28.3%)や「技術開発や新製品開発」(24.1%)、「異業種企業との連携(商業者や農業者との連携等)」(15.7%)や「製造企業間との連

事業推進上の問題点



携（工程分担、共同受注等）」（19.4％）などの事業所間の連携、環境マネジメントや自然エネルギーの導入などの環境に係る取組などに関心が持たれている。

2．パン・菓子製造業の現状

（1）事業所の特性

- ・区内事業所は140件。（「菓子小売業（製造小売）」・「パン小売業（製造小売）」平成24年度経済センサス
- ・「個人事業」が67.1％を占め、直近3年間の売上高の変化は「減少」が72.9％と厳しい。
- ・主な顧客が「近隣地域（およそ500m以内）」が70.0％を占めており、区内を商圈とする事業所が8割を占めている。

（2）今後の展開

- ・スーパーやコンビニでは手ごろな値段で良質な商品が充実してきており、それらの商品との差別化が必要となっている。競争環境に対応するため「特徴ある商品づくり」（58.6％）や「こだわりの素材・材料の利用」（40.0％）が志向されている。
- ・ヒアリング調査を通じて、地域の農業事業者（農家）がつくる農産物を活用した特徴ある商品づくりへの関心の声が聞かれた。

3．情報関連業の現状

（1）事業所の特性

- ・区内事業所は180件。（「情報サービス業」及び「インターネット付随サービス業」、平成24年度経済センサス）
- ・年間売上高が5,000万円未満の事業所が約6割、従業者数9人以下の事業所が約9割と、全体的に小規模な事業所が多く、住居と併用しているところが約半数を占めている。
- ・主要な取引先及び外注先の地域は、「その他東京都区内」が最も多い。「情報関連業」が集積する港区、千代田区、渋谷区等の都心部での賃貸相場と比較すると、練馬区は安価に事業スペースが確保できる点がメリットである。一方で、「取引先と離れている」「人材が確保しにくい」といった点が課題となっている。

（2）今後の展開

- ・自宅での開業がしやすく、通信技術の発達による自宅でのビジネス環境の向上が予測されることから今後、女性やりタイア層を含む創業者の増加が期待される分野となる。
- ・小規模事業者が多いことから、関連事業者との連携による受注開拓も関心が持たれている。

4．練馬区の特徴ある産業

- ・練馬区では技術・技法を有した多くの伝統工芸職人や漬物等の地場産業事業者がおり、練馬区の特徴ある産業として根付いている。

5．練馬区のものづくり産業の課題

小規模な事業所における経営の安定化
円滑な事業継承と新産業の振興
住宅と共存する高付加価値型ビジネスモデルの構築
住宅で開業できる新規ビジネス支援（高齢者や女性によるビジネス支援、産官学金の連携による支援体制の構築）
人材の確保・育成支援
新製品開発・市場開拓に向けた事業者間の連携促進
伝統工芸や漬物などの地域産品等と観光との連携促進

練馬区の農業の現状と課題

1. 現状

(1) 都市型農業経営の展開（農業経営の安定化）

- ・9割が販売農家であり、農業収入額も500万円以上の農家が15%を超えるなど販売に熱心な農家もいる。農産物の販売形態は、市場出荷（22%）よりも、自宅販売・無人販売（62%）やJA東京あおばの共同直売所（25%）など直販率が高くなっており、都市近郊型農業として付加価値の高い農業を手がけている。
- ・区内農家数は年々減少しており、61歳以上の農業者が全体の6割弱を占めるなど、高齢化が進んでいる。
- ・農産物生産面積は野菜が半分を占めており、上位から、キャベツ、ブロッコリー、大根となっているが、それぞれ減少傾向であり、特にキャベツの減少が目立っている。

	平成 15 年度	平成 20 年度	平成 25 年度
農家戸数（戸）	620	535	480
指数；平成 15 年度 = 100	100	86	77
販売農家（戸）	571	497	435
農業従事者数（人）	1,391	1,159	1,014
うち 61 歳以上	739 (53%)	635(55%)	593(58%)
農業収入額 100 万円未満（戸）	335	301	265(55%)
100～500 万円未満（戸）	221	176	153(32%)
500 万円以上（戸）	64	58	62(13%)
農産物販売形態：市場出荷（戸）	248	178	106(22%)
自宅販売・無人販売（戸）	363	324	299(62%)
共同直売所（朝市等）（戸）	113	114	118(25%)
スーパー量販店等（戸）	32	37	39(8%)
農産物生産面積：キャベツ（a）	9,112	5,243	2,890
ブロッコリー（a）	1,958	1,886	1,203
大根（a）	1,416	1,327	1,019

農業経営実態調査による調査結果（各年 8 月 1 日に実施）

(2) 農とふれあう機会の提供

区民農園、市民農園、農業体験農園など、区民が農に親しむ場の人気が高くなっているが、農業体験農園以外は減少傾向である。また、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 26 年には約 30 園まで増加している。

	平成 15 年度	平成 20 年度	平成 25 年度
区民農園（園 / 区画）	23 / 2,406	23 / 2,188	23 / 1,954
市民農園（園 / 区画）	9 / 426	6 / 294	6 / 285
農業体験農園（園 / 区画）	8 / 919	13 / 1,427	16 / 1,735

区民農園等の数字：各年 4 月 1 日時点の数値

(3) 都市農地の保全

区内の農地面積は、区部では 1 番目、都内でも 4 番目の規模となっているが、宅地化農地を中心に年々減少している。

	平成4年	平成15年	平成25年	平成15～25年	
				増減数	増減率
農地面積 計 (ha)	488.4	306.1	230.4	-75.7	-24.7%
生産緑地地区 (ha)	242.4	223.1	192.6	-30.5	-13.7%
宅地化農地 (ha)	246.0	83.0	37.8	-45.2	-54.4%
生産緑地比率	49.6%	72.9%	83.6%	10.7%	-

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

2. 農業者と区民の意向

(1) 農業者の意向 (平成26年度練馬区農業者意向調査)

- ・今後の担い手について、農業に従事する後継者がいる農家は全体の5割弱となっており、後継者に見通しがたかない農家も多い状況である。一方、農作業ヘルパーや援農ボランティアの活用を当てにしている農家は1割強と必ずしも多くはない。
- ・今後の農業経営について、拡大が約5%、現状維持が約47%、縮小が約21%、継続困難が約25%となっている。
- ・今後の農業者の取組としては、省力型農業(約22%)の意向が多い一方で、有機・減農薬栽培(約19%)、施設栽培による少量多品種・高収益の農業(約14%)などの意欲的な意向も見られる。

(2) 練馬区の農業に対する区民の意向 (平成26年6月、区民モニター調査)

- ・練馬産の農産物に対する区民の認知度は9割強で、6割半ばが実際に購入したことがある状況である。今後は、スーパー等の量販店で販売してほしい意向が高くなっている。
- ・9割弱の区民が農とのふれあいに関心を持っており、その内容としては、「観光農園での果物の摘み取り」が6割弱と最も多い状況となっている。
- ・都市農地が有する、みどりの保全やヒートアイランド現象の緩和、教育等の多面的機能についての理解が高い状況であり、また東日本大震災の発生を受け、都市農地の持つオープンスペースとしての防災機能についても、改めて評価されている。
- ・区の農業振興施策として必要なものは、上位から、安全・安心で鮮度の高い農産物供給の仕組みづくり(約50%)、練馬産の農産物が購入できる場所・機会の充実(約43%)、学校給食などでの練馬産農産物の活用(約35%)、区民農園や農業体験農園など農作業が体験できる機会の充実(約33%)、農業に係る人材(支え手、後継者)の育成(約31%)となっている。

3. 課題

魅力ある都市農業を展開するため、意欲ある農業者に対する支援の強化
 担い手の高齢化や後継者不足に対応するため、農業の「支え手」の育成と活用の仕組み構築
 一層の地産地消と都市農業振興を図るため、区内産農産物の身近な購入機会を充実
 区民ニーズへの対応と農地保全・活用のために、農業を体験する場の拡大・充実
 継続的な都市農地の保全のための、生産緑地制度等の制度改善に向けた取組強化
 都市農地・農業の持つ多面的機能を発揮するための取組強化(食育機能、防災機能など)
 都市農業の存在価値や利用価値を高める、他分野との連携強化(商工、観光、健康、福祉等)

練馬区のアニメ制作業の現状と課題

1. アニメ制作業を取り巻く環境

・「アニメ産業レポート 2014」(一般社団法人日本動画協会)によると、日本のアニメ産業市場(広義)の2013年の合計は1兆4,913億円に達し、前年比で8.7%増加となった。特に、スマートフォンの普及に

より、アニメ配信が急伸している。

・狭義のアニメ産業市場(アニメ制作現場の売上を中心とした市場)の2013年の合計は1,834億円であ

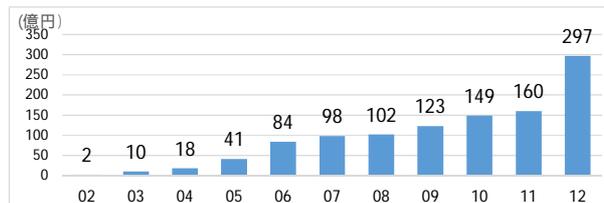
り、前年比11.6%の増加となった。練馬区内のアニメ企業の多くは、狭義のアニメ産業市場を担っている。

2. アニメ制作会社の集積

・アニメ制作業は、練馬区、杉並区を中心に、西武池袋線、中央線沿線に集積を形成しており、日本動画協会の調査では、練馬区内に79件のアニメ制作会社が把握されている。

出所:「アニメ産業レポート2011」(一般社団法人日本動画協会)

【アニメ配信市場の動向】



出所:「アニメ産業レポート2013」(一般社団法人日本動画協会)

【アニメ制作会社の集積状況】



3. 平成25年度練馬のものづくり産業調査から見たアニメ制作業の現況 有効回答数 45件

(1) 経営状況

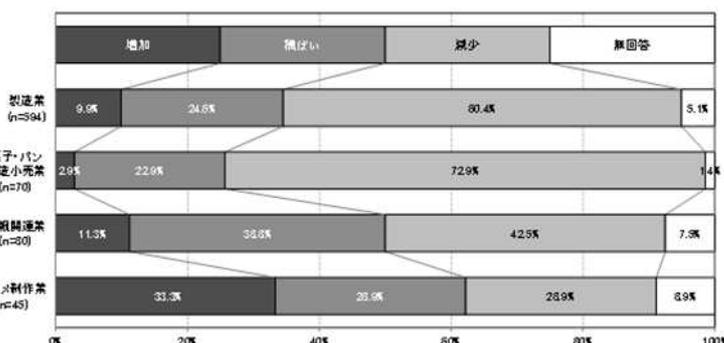
・直近3年間の売上高の変化は「増加」が33.3%で、「横ばい」(28.9%)、「減少」(28.9%)をやや上回っている。

・収支状況は、「赤字基調」が35.6%、「収支均衡」が33.3%、「黒字基調」が22.2%と、「赤字基調」が「黒字基調」を上回っている

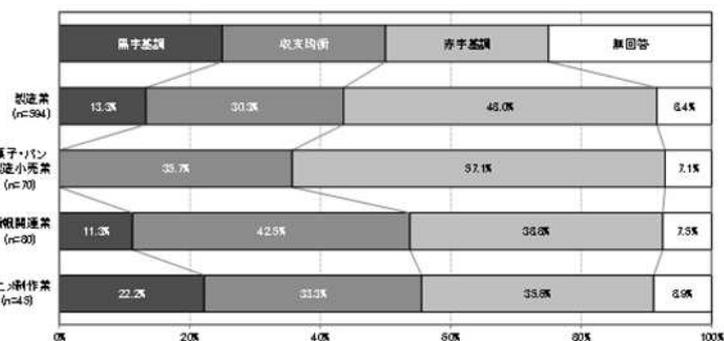
(2) 同業者の集積を評価、望まれる集積を活かした情報発信

・「同業者が多い」(44.4%)、「同業者との連携が図りやすい」(42.2%)といったアニメ制作業の集積が評価されている。集積内での受発注や事業者間連携、情報収集等の集積メリットを活かした事業展開を図っていくとともに、集積が有する情報発信力を活用した情報発信が期待されている。

【直近3年間における売上高の変化】



【直近3年間における収支状況の変化】



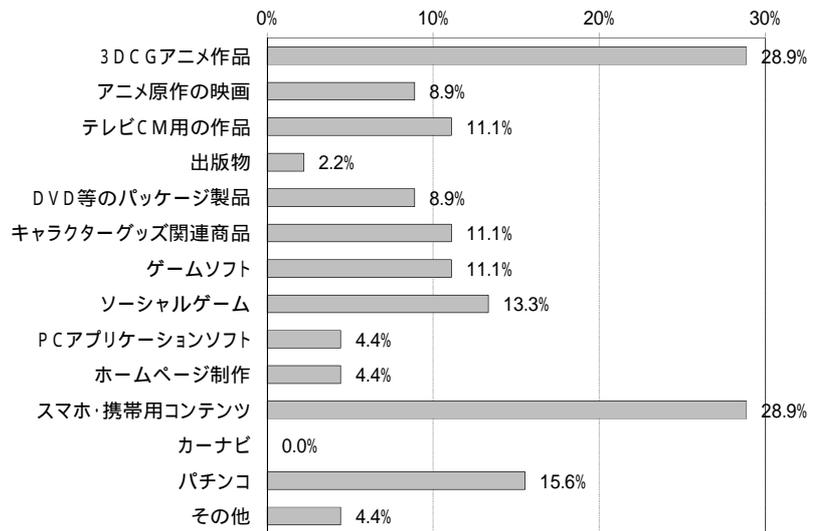
(3) 事業推進上の課題点(人材不足)

- ・経営力の強化や運転資金の調達に次いで、人材育成が課題となっている。即戦力となるアニメーター人材が求められているが、現状ではアニメの専門学校の卒業生でも職場での再教育が必要とされており、小規模な制作会社では人材育成が負担になっている。また、経営者もアニメーター出身者が多いことなどから、経営に関わる人材も必要とされている。

(4) 今後の展開

- ・35.6%が「事業の拡大」を志向している。
- ・「アニメ制作業」では、「受注工程の増加」(24.4%)や「自社によるオリジナル作品の制作」(22.2%)に取り組む、競争力を形成していくことが志向されている。また、事業分野では、「3DCGアニメ作品」(28.9%)や「スマホ・携帯用コンテンツ」(28.9%)への参入が志向されている。

【今後、強化もしくは事業参入していく予定の業務(n=45 MA)】



出所：平成25年度練馬のものづくり産業調査

(5) 今後の立地の方向性

- ・「現状維持」が66.7%を占めている。「現状維持」に、「区内で移転」(4.4%)、「区内で事業所スペースの拡張」(8.9%)、「区内事業所を維持しながら、区外に拡張」(2.2%)を合わせた82.2%が区内で立地を継続する予定である。
- 練馬区で事業スペースを確保するコストが高く、事業や組織拡大を志向している事業所が区外へ移転していく可能性がある。

4. 練馬区のアニメの主な課題と方向性

アニメ事業者は賃料の安い地域への移転や海外への発注を増やす傾向にあることから、区内に事業者や起業者が集まるための支援やアニメ制作を支える人材の育成・確保を支援する取組が必要である。

練馬区の特色であるアニメ産業・文化を理解してもらうため、事業者や人材が集まる強みを活かし、アニメ制作を体験できる仕組みやイベントを充実する必要がある。

練馬区の観光の現状と課題

1. 練馬区の観光事業の考え方

特別に有名な観光資源のない住宅都市である練馬区は、地域にある資源を磨き、新たに創り出すことにより、練馬区の魅力として発信することで、まちへの来街者を増やし地域経済への波及を図るとともに、区民の地域への愛着を高めることを目的とする、都市型の観光施策を志向している。

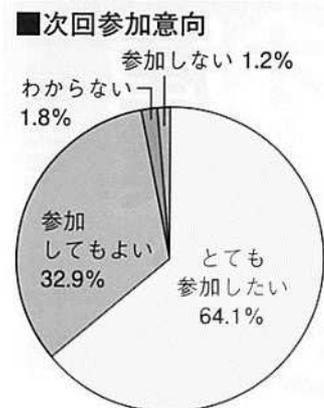
2. 主な事業 まち歩き観光事業「ねりまのねり歩き」の現状

(実施状況)

- ・区民ボランティアが「まち歩きガイド」となって、自分達で作り上げた観光コースを案内するイベントとして平成 21 年春から実施されており、春と秋の恒例イベントとして定着している。(事務局：練馬区観光協会)
- ・ガイドによる団体「ねり歩きガイドの会」が平成 26 年に設立され、今後は、ガイドの技術や知識の向上、勉強会などが行われていく予定である。

平成 21 年秋実施の 13 コース

	コース数	実施回数	参加人数
H21 年春	全 8 コース	23 回	198 名
" 秋	全 13 コース	24 回	241 名
H23 年秋	全 4 コース	16 回	197 名
H24 年春	全 7 コース	11 回	142 名
" 秋	全 5 コース	18 回	200 名
H25 年春	全 6 コース	20 回	192 名
" 秋	全 9 コース	23 回	259 名
H26 年春	全 8 コース	21 回	233 名



出所：『練馬区観光協会会報』第 8 号

(参加者意向)

- ・平成 26 年春の参加者アンケートの結果（回答者数 167 件）によると、次回参加意向のうち「とても参加したい」が約 3 分の 2 を占め、高い満足度を示している。

3. 主な事業 ねりコレ事業

練馬区にちなんだ商品を認定し、当該商品および練馬区の魅力を区内外へ発信する。

平成 25 年度新規認定 11 商品（合計 102 商品）

4. 主な事業 エリアガイドマップの作成

区民が気軽に区内を探訪することができるマップを作成している。

- ・まち歩き観光まっぷ
- ・お花見散歩まっぷ

5. 区内の観光資源の現状

- ・ 区立施設 各区立施設では、それぞれの設置目的に基づき、各種事業を実施し、区ににぎわいをあたえている。主な観光スポットの来場者数でみると、「練馬文化センター」が最も多く、次いで、平成22年3月に開館した「石神井公園ふるさと文化館」となっている。
- ・ イベント 毎年4月に石神井公園とその周辺で開催する「照姫まつり」や毎年10月に開催する「練馬まつり」は区内最大級のお祭りとなっている。なお、平成26年度は、「練馬まつり」は会場を「としまえん」に移し開催した。その他、「練馬まつり」と同時に練馬駅周辺で開催する「アニメカーニバル」など、様々なイベントを実施している。
- ・ 情報発信拠点 区の観光情報を発信する拠点として、平成26年4月に開館した「区民・産業プラザ」内に「産業・観光情報コーナー」を設置し、区内の観光情報の発信や練馬にちなんだ商品「ねりコレ」を販売している。

図 主なまち歩き観光スポットの来場者数の推移（主な区立施設、イベント）

主な観光スポット		H18	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25
観光施設	1 観光案内所 (練馬区観光協会)		41,460 人	80,015 人	74,926 人	70,398 人	64,556 人	63,654 人	59,211 人
公園等	3 向山庭園(貸室) 向山庭園(庭園見学) 合計	16,200 人	18,509 人	19,013 人	17,336 人	休館	休館	休館	13,071 人
		6,297 人	6,652 人	6,693 人	7,560 人				14,974 人
		22,497 人	25,161 人	25,706 人	24,896 人				28,045 人
	4 花と緑の相談所 (花と緑の相談所)	29,999 人	30,323 人	25,992 人	16,834 人	14,524 人	-	-	-
5 牧野記念庭園 (花と緑の相談所)	20,980 人	20,715 人	14,482 人	3,227 人	15,324 人	23,096 人	16,947 人	20,116 人	
文化・歴史	6 練馬文化センター(大・小ホール) (練馬区文化振興協会)	342,407 人	375,689 人	303,514 人	347,114 人	466,574 人	360,552 人	493,143 人	501,546 人
	7 ふるさと文化館					215,852 人	197,552 人	206,435 人	195,296 人
	8 練馬美術館	76,119 人	68,139 人	93,591 人	66,929 人	73,223 人	99,412 人	89,663 人	99,521 人
イベント	10 練馬まつり (練馬まつり実行委員会)	153,000 人	181,000 人	157,000 人	155,000 人	156,000 人	150,000 人	165,000 人	途中中止
	11 照姫まつり (照姫まつり実行委員会)	95,000 人	120,000 人	120,000 人	112,000 人	120,000 人	125,000 人	120,000 人	125,000 人
	12 アニメカーニバル (実施結果)		8,000 人	21,314 人	19,518 人	18,000 人	15,000 人	16,000 人	17,000 人
合計		740,002 人	870,487 人	841,614 人	820,444 人	1,149,895 人	1,035,168 人	1,170,842 人	1,045,735 人

注) ふるさと文化館は平成22年度から。向山庭園は平成22年度～24年度は休館。アニメカーニバルは平成19年度から。
出所) 練馬区観光協会

6. 練馬区の観光の課題

観光コンセプト目的の検証
実施体制の再整備・庁内の連携
民間・区民の活用方法検証