

平成 19 年 度

(2007年度)

行政監査結果報告

「地域経済の活性化について」

平成 20 年 3 月

練馬区監査委員

目 次

第1	監査テーマ	1
第2	監査テーマ選定の趣旨	1
第3	監査対象事業	2
第4	監査対象課	2
第5	監査方法	2
第6	監査実施期間	3
第7	監査の着眼点	3
第8	監査結果	4
I	区における産業の現状と特徴	4
1	産業基礎基盤の状況	
2	区内にある産業の現状	
3	産業の特徴	
4	区の予算	
II	商業、商店街振興施策の状況	14
1	経営の指導	
2	商店街活性化	
3	魅力的な個店作り	
4	振興のための基礎情報・計画づくり	
5	人材育成	
III	観光振興と練馬のPR	28
1	観光振興の基本的な考え方	
2	区が実施している事業の状況	
3	練馬区観光協会	
4	課題	
IV	工業・生活支援型産業振興に関する施策の状況	34

1	経営支援の充実	
2	情報の提供・共有化	
3	新事業、創業への支援の取組みについて	
4	区を特徴づける産業について	
V	まちづくりとの連携	41
1	区の施策の状況	
2	課題	
VI	産業振興推進体制と関係団体等	44
1	区の産業振興体制	
2	区内産業団体の産業振興に対する考え方	
第9	監査委員意見	49
1	商業・商店街を巡って	49
2	観光振興と練馬のPR	51
3	工業・生活関連産業	51
4	練馬ブランド	52
5	まちづくり	52
6	産業振興のマネジメントと中心的組織	53
第10	むすび	54

第1 監査テーマ

「地域経済の活性化について」

第2 監査テーマ選定の趣旨

区の区内事業所の産業別構成は、平成18年事業所・企業統計調査(速報版)によれば、製造業(5.4%)、農業(0.1%)に対し、卸売・小売業(25.6%)、サービス業(16.9%)、飲食店、宿泊業(11.6%)を合わせると全体の54.1%となり、区民の日常生活に関連した分野が過半を占めている。

そして、景気低迷の長期化、生活様式の変化、価格競争の激化などにより地域の産業を取り巻く厳しい環境が続いたことから、平成18年の調査では、区内の事業所数は、21,553所、従業者は179,583人となり、平成8年と比較すると事業所数で15.2%、従業者数で4.9%減少している。また、平成16年商業統計調査では、小売業全体の年間販売額は、4,666億円で、平成9年と比較すると6.3%減少しており、地域産業構造の弱体化が懸念されている。

このような区内産業の現状の中で、特別区制度改革や地方分権が進展しており、自立的、自主的な自治体運営が強く求められ、区内産業の振興等を通じての地域経済の活性化を図ることが、区政の主要な課題となっている。

区では、これまで、練馬区商工業振興計画(平成15～22年度)を策定し、商工業振興を図ってきており、平成16年度には、練馬区産業振興指針を策定し、練馬区産業振興基本条例を制定することにより、産業振興に関する基本理念を明確にしている。また、練馬区新長期計画(平成18～22年度)では、区内産業を育成し、地域経済の活性化を図ることを重点課題の1つとし、安心して快適に買い物や飲食ができる日常生活に密着した区内産業の活性化を支援するとしている。そして、平成19年度予算では、商工振興費1,413,495千円のうち、産業融資資金あっせん経費927,627千円(構成比65.6%)、商店街振興経費249,308千円(構成比17.6%)、中小企業振興経費91,292千円(構成比6.5%)という状況にある。

そこで、農業を除く区内産業や区の産業振興に関する施策の現状および地域経済の活性化に対する効果について検証することとする。

第3 監査対象事業

- 1 経済課所管事業
- 2 商工観光課所管事業
- 3 東部地域まちづくり課所管事業
- 4 西部地域まちづくり課所管事業

第4 監査対象課

「地域経済の活性化について」に関するつぎの課について、監査を実施した。

区民生活事業本部 産業地域振興部 経済課

区民生活事業本部 産業地域振興部 商工観光課

環境まちづくり事業本部 都市整備部 東部地域まちづくり課

環境まちづくり事業本部 都市整備部 西部地域まちづくり課

第5 監査方法

- 1 監査委員は、平成19年7月25日、同月26日、同月27日に監査対象課の区民生活事業本部産業地域振興部経済課長、区民生活事業本部産業地域振興部商工観光課長、環境まちづくり事業本部都市整備部東部地域まちづくり課長、環境まちづくり事業本部都市整備部西部地域まちづくり課長に対し「地域経済の活性化」に関する区の現状および課題等について説明を求め、質疑を行った。
- 2 監査事務局は、監査対象課ほか関係各課から資料の提出を求め、提出された資料の分析を行うとともに、関係職員に事情聴取を行った。
- 3 監査事務局は、平成19年10月3日に、東京商工会議所練馬支部における

中小企業の経営支援、地域振興等の活動状況について職員からの聴取を行った。

第6 監査実施期間

平成19年7月9日（月）から平成20年3月24日（月）まで

第7 監査の着眼点

- 1 産業関連統計などから見る練馬の産業の現状はどのような状況にあるのか
- 2 地域経済の活性化に向けての行政の取り組み状況はどのような状況にあるのか
 - (1) 商業・商店街振興に関する施策の方向は、地域経済の活性化に向けて効果的・効率的に行われているか
 - (2) 観光事業に関する施策は、地域経済の活性化に向けて効果的・効率的に行われているか
 - (3) 工業、生活支援型産業振興に関する施策の方向は、地域経済の活性化に向けて効果的、効率的に行われているか
 - (4) まちづくりに関する施策との連携による地域経済の活性化は、どのように行われているか
 - (5) 区の支援体制は、地域経済の活性化に向けて効果的、効率的に行われているか
- 3 産業界から見た練馬の産業の現状はどのような状況にあるのか

第8 監査結果

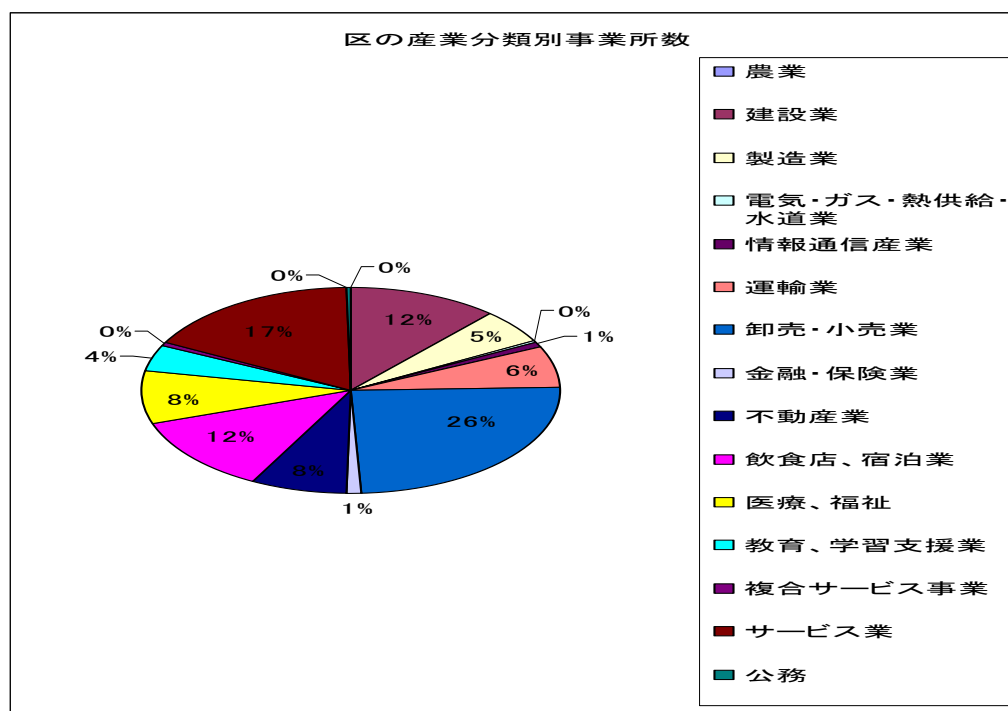
I 区における産業の現状と特徴

1 産業基礎基盤の状況

(1) 産業構造

ア 区の産業構成は、卸売・小売業、サービス業、飲食店、宿泊業などをあわせると 54.1% となり、区民の日常生活に密着、関連した産業が過半数を超えている(図1)。また、事業規模では、従業者数 10 人未満の事業所が 81.4% を占め、経営規模の小さい事業所が区内産業活動の中心となっている(図4)。

〔図1〕 区の産業分類別事業所数



【資料：平成 18 年事業所・企業統計調査速報版】

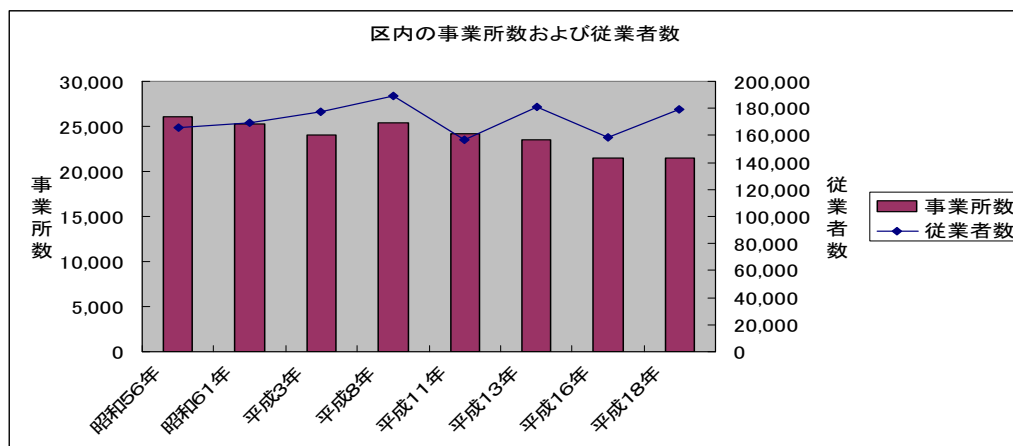
※%の数値は、小数点以下を四捨五入している。

イ 区内の事業所数および従業者数の推移

区内の総事業所数は、平成 8 年調査時以降減少が続いていたが、平成 18 年の速報値では、若干の上昇に転じ、21,553 事業所、従業者数 179,583 人である。

事業所数および従業者数の変化は、東京都の調査においても同様な動きをしている。

〔図2〕 区内の事業所数および従業者数



【資料：平成18年版練馬区統計書（事業所・企業統計調査）】

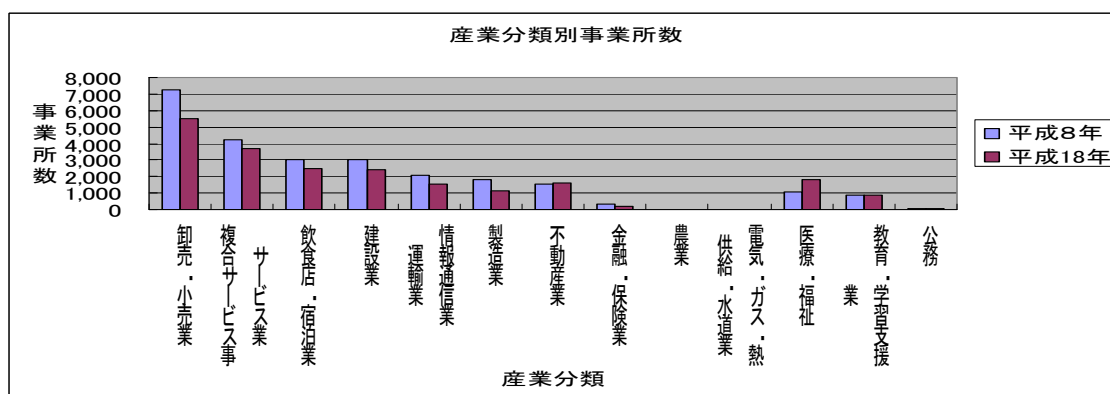
※ 平成18年の数値は、平成18年事業所・企業統計調査の速報値

ウ 産業分野別事業所数

平成18年における区内総事業所数は、21,553か所ある。総事業所数の平成8年と平成18年速報値との比較では、約3,800を超える事業所が減少している。減少している分野は、卸売・小売業、サービス業などである。特に、卸売・小売業が約1,700事業所減少している。一方で、介護保険制度の開始に伴う医療・福祉関連の増加が目立っている。

産業分類別事業所の推移は、つぎのとおりである。

〔図3〕 産業分類別事業所数の推移



【資料：平成18年版練馬区統計書（事業所・企業統計調査）】

※ 平成18年の数値は、平成18年事業所・企業統計調査の速報値

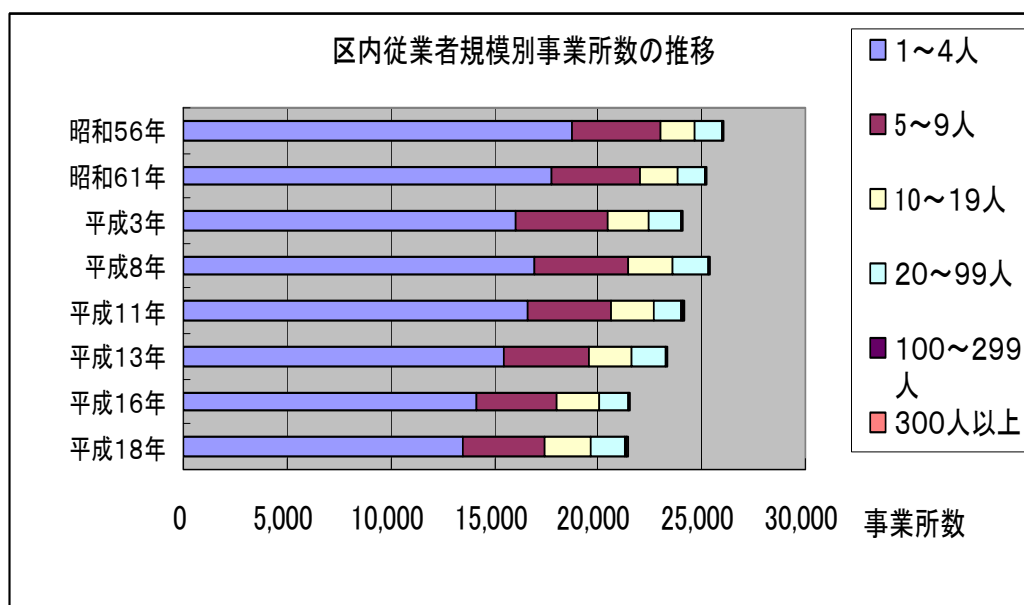
平成8年の数値は、旧産業別分類による数値を新産業別分類へ組み替えた。

エ 従業者数規模別事業所数の推移

平成 18 年の従業者規模別事業所数のうち、従業者 1～4 人の零細な事業所は、平成 8 年と比較して、3,438 か所減少し、そのつぎに従業者 5～9 人の事業所が 595 か所減少している。

従業者 1～4 人の零細な事業所を取り巻く環境は、生活様式や生活時間帯の変化による営業時間の拡大、低価格競争の激化などにより厳しい状況が続いている。そのうえ、後継者の不足などにより事業所数の減少が続いていると考えられる。

〔図 4〕 区内従事者規模別事業所数の推移



【資料：平成 18 年版練馬区統計書（事業所・企業統計調査）】

※ 平成 18 年の数値は、平成 18 年事業所・企業統計調査の速報値

※ 事業所数には、派遣・下請従業者のみの事業所数（平成 17 年 1 事業所、平成 16 年 100 事業所、平成 18 年 120 事業所）を含まない。

(2) 人口構成と小売業年間販売額の推移

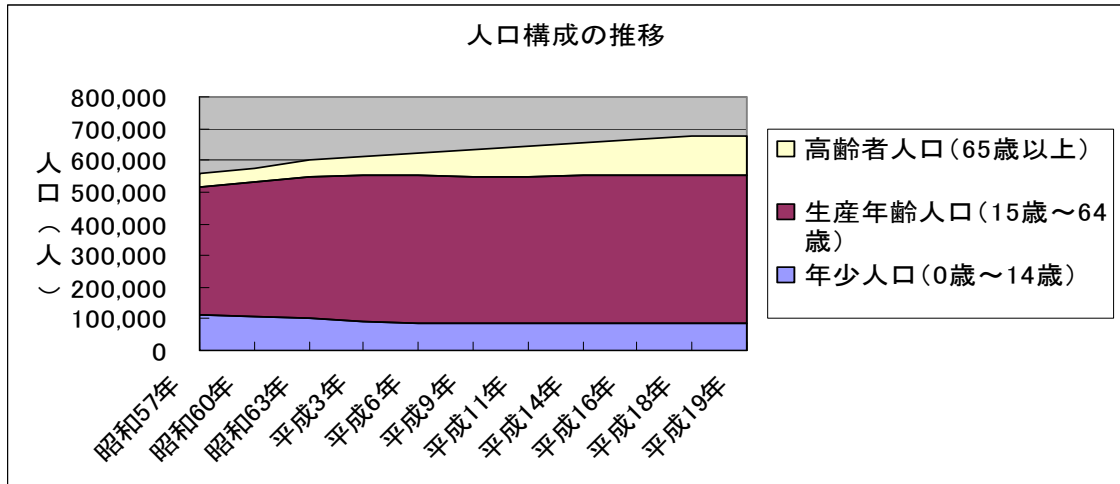
区では、昭和 30 年代の高度経済成長期から人口の増加を示し、農地の宅地化を伴いながら住宅都市として発展してきている。区内の人口はほぼ一貫して増加してきている。

区の人口は、住民基本台帳によると、平成 9 年 1 月 1 日現在 631,140 人から平成 19 年 1 月 1 日で 678,869 人とこの 10 年間で、約 7.6%増加している。

年齢 3 区分別人口構成は、平成 19 年 1 月 1 日現在、年少人口(0～14 歳)は 88,105 人(13.0%)、生産年齢人口(15～64 歳)は 466,020 人(68.6%)、

老年人口（65歳以上）は124,744人（18.4%）となっており、各区分の人数は増加しているものの、年々、生産年齢人口の割合が減少し、老年人口の割合が増加している。（図5）

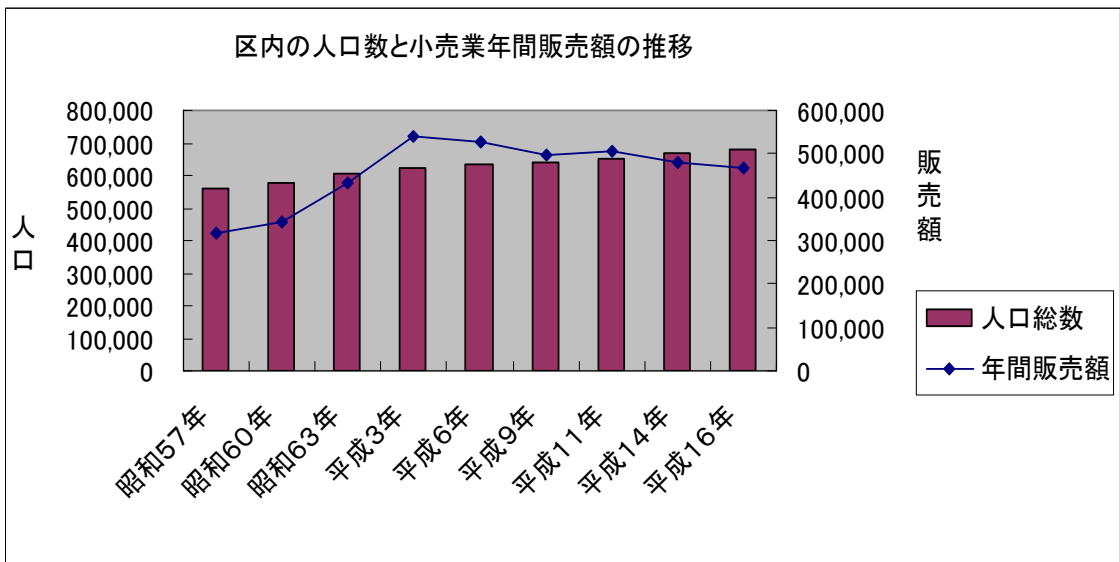
〔図5〕人口構成の推移



【資料：平成19年版練馬区勢概要】

区内の人口は増加してきているが、小売業年間販売額は、平成3年以降減少に転じている。区内人口と小売業年間販売額の推移はつぎのとおりである。

〔図6〕区内の人口数と小売業年間販売額の推移



【資料 平成18年版練馬区統計書（商業統計調査）】

※ 人口の単位は人、販売額は小売業の年間販売額で単位は百万円

(3) 用途地域からみる土地利用

区の用途地域は、練馬区区勢概要（平成 19 年版）によると、面積比では、第 1 種低層住居専用地域が 58.7%、第 1 種中高層住宅地域が 17.1%、第 1 種住居地域 10.2%と住居系が多く、近隣商業地域 6.1%、商業地域 1.9%、準工業地域 2.9%、工業地域 0.1%であり、産業系、特に工業地域、準工業地域は非常に限られている。

2 区内にある産業の現状

(1) 商業関係

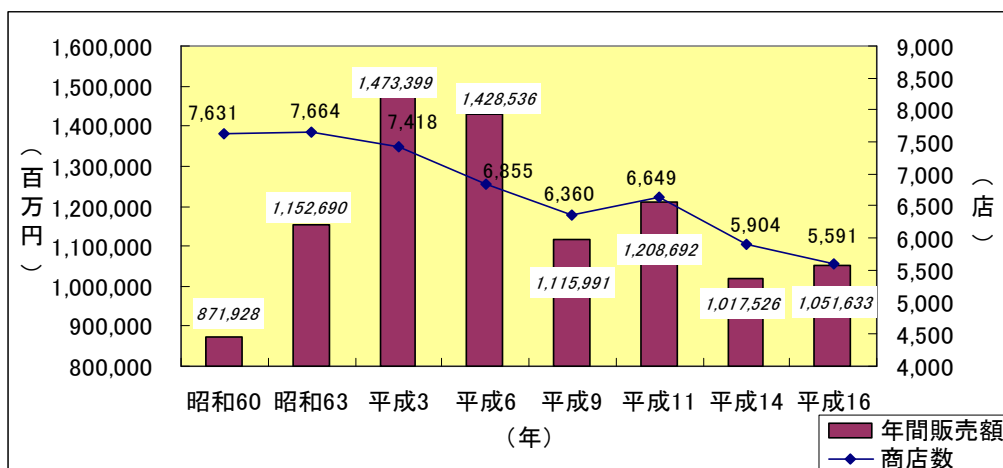
ア 商店数、年間販売額等の推移

卸売業・小売業の商店数は、平成 11 年を除き減少傾向にあり、年間販売額も、ばらつきはあるが減少傾向という厳しい状況が続いている。（図 7）

小売業の一店当たりの従業者数および年間販売額は増加しているが、これは従業者 1～10 人以下の小売業の商店数が減少していることが影響している。（図 8）

また、商店会数および会員数についても、同様に減少傾向に歯止めがかからない状況が続いている。（図 9）

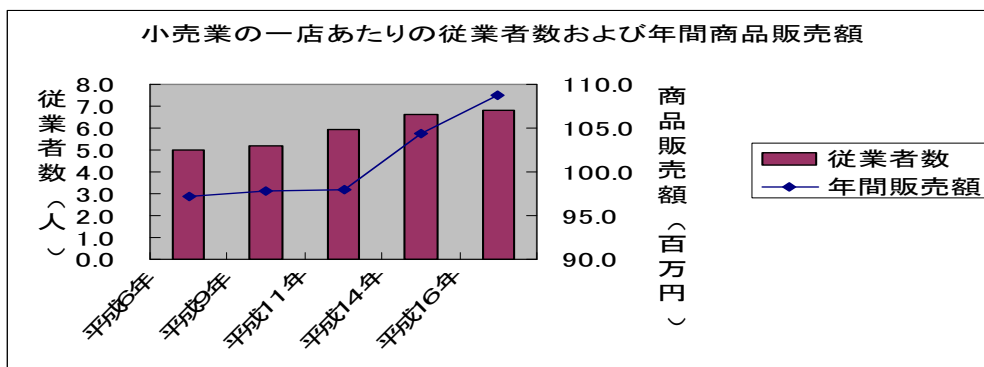
〔図 7〕 区の商店数、年間販売額の推移



【資料：平成 18 年版練馬区統計書（商業統計調査）】

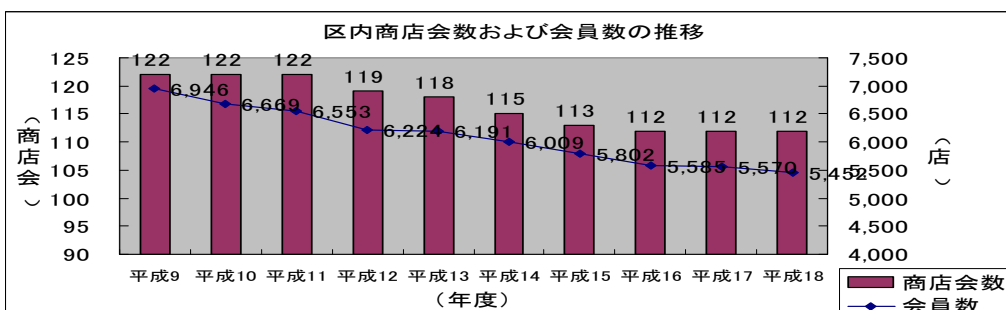
※ 年間販売額、商店数は、卸売業と小売業の年間販売額、商店数を合計したものである。

〔図 8〕 小売業一店当たりの従業員数および年間販売額の推移



【資料：平成 18 年版練馬区統計書（商業統計調査）】

〔図 9〕 商店会および会員数の推移



【資料：商工観光課資料】

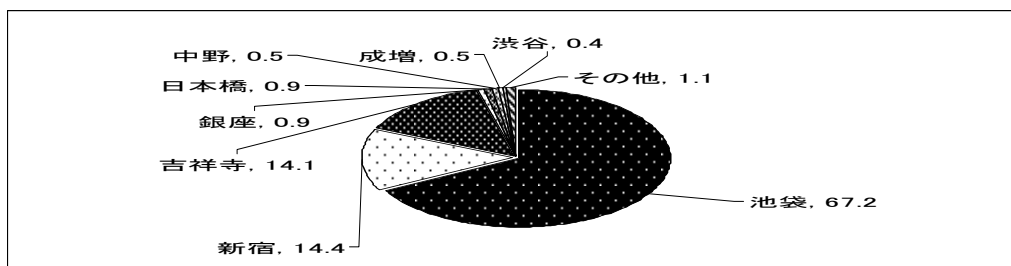
※ 会員数は、正会員と準会員とを足した総会員数とする。

イ 区民の買物実態

平成 10 年練馬区区民意識意向調査によると、食料品や日用雑貨などの身の回り品は、区内での利用が多いが、高級衣料品、家具など（買回り品）は区外の大型小売店、百貨店などを利用することが多いとなっている。百貨店の利用で、交通の便の良い池袋をあげる区民が約 7 割と非常に多くなっている。

区民が最もよく行く百貨店の場所は、つぎのとおりである。

〔図 10〕 区民が最もよく行く百貨店の場所



【資料：平成 10 年練馬区区民意識意向調査】 ※単位は、%

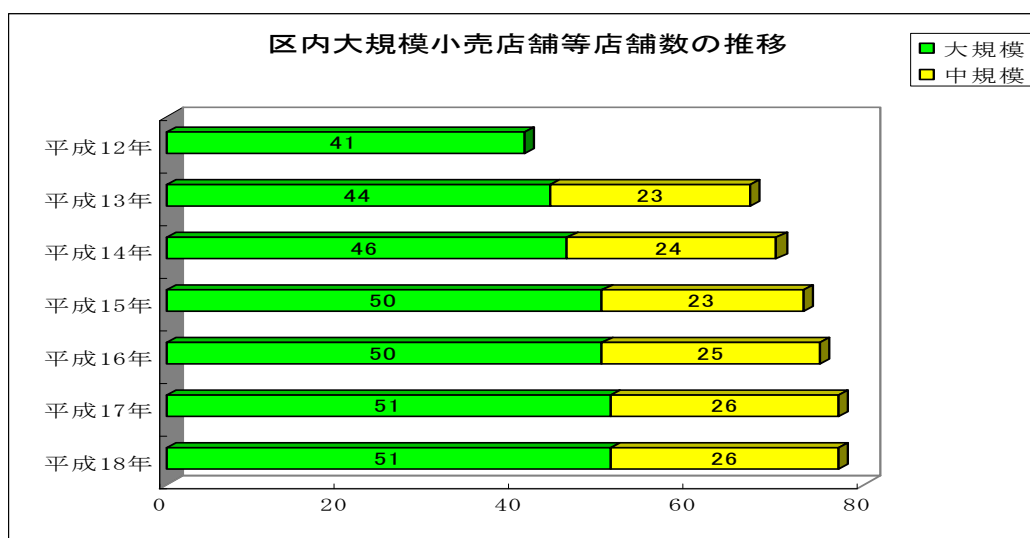
ウ 区内大規模小売店舗等の推移

店舗規模の制限を主目的とした大規模小売店舗法が規制緩和の流れの中で廃止され、大規模小売店舗の周辺地域の生活環境の保持の観点からの規制を行う大規模小売店舗立地法が平成12年から施行となった。平成12年度から平成15年度にかけて区内の大規模小売店舗が増加したが、それ以降は微増の状況である。

区では、中規模小売店舗についても周辺地域の生活環境の保持の観点からの規制を行う条例が平成13年から施行されているが、中規模小売店舗も微増の状況である。

ただし、ライフスタイルの変化に対応し、営業時間を延長する店舗が増える状況が見られる。

〔図11〕 区内大規模小売店舗等店舗数の推移



【資料：経済課資料】

大規模＝大規模小売店舗立地法に係る店舗（1の建物であって、店舗面積の合計が1,000平方メートルを超えるもの）

中規模＝練馬区中規模小売店舗の立地調整に関する条例に係る店舗（1の建物であって、店舗面積の合計が500平方メートルを超え、1,000平方メートル以下のもの）

※店舗数には、東京都が平成12年6月1日に発行した大規模小売店舗名簿に記載された店舗を含む。

※いずれの店舗も、廃止届出が出されていない場合があり得る。

※各年8月1日現在。ただし、平成12年の大規模は10月1日現在、平成13年の中規模は6月1日現在。

(2) 工業その他関係

ア 産業分類別の比率からみた状況

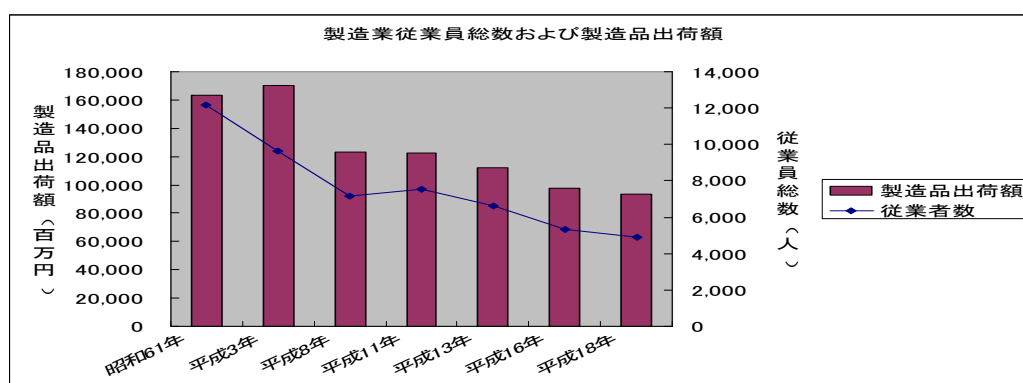
区の工業（製造業）の特徴として、産業分類別の比率をみた場合、事業所数では 5.4%、従業員数でも 5.7%にすぎない（平成 18 年事業所・企業統計調査（速報版））。

また、平成 18 年事業所・企業統計調査（速報版）では、事業所数・従業員数が総数で平成 16 年より増加したのに対し、製造業については事業所数・従業員数ともに減少している。

イ 区内製造業の従業員および製造品出荷額

製造業の従業員および製造品出荷額ともに平成 3 年から減少傾向が続いている。平成 8 年と平成 18 年を比較すると、従業員数で、31.5%、製造品出荷額で 24.2%の大幅な減少となっている。

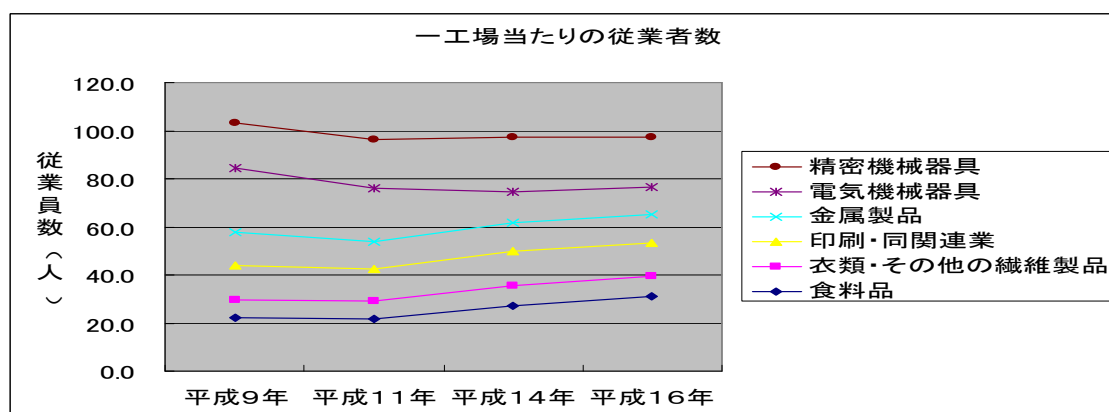
〔図 12〕 区内製造業の従業員総数、製造出荷額の推移



【資料：平成 18 年版練馬区統計書（工業統計調査）】

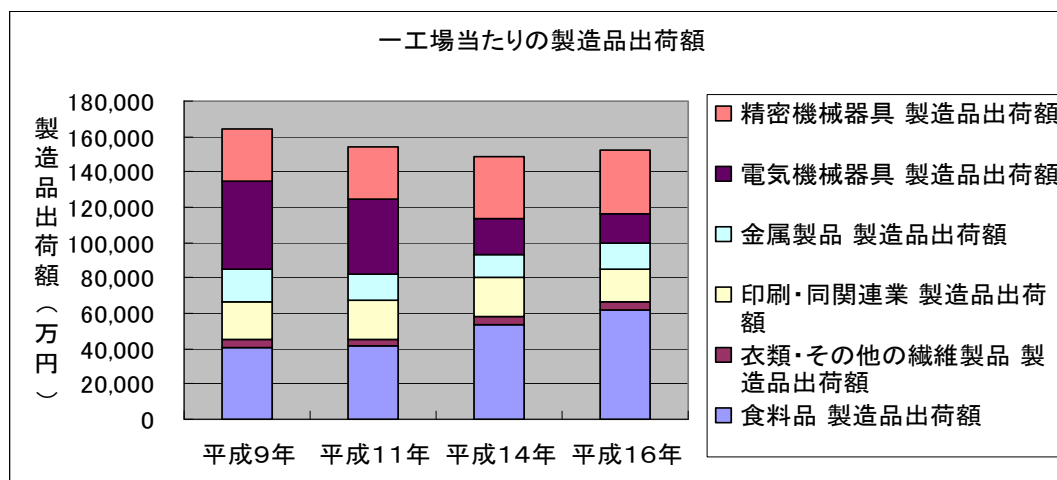
※平成 18 年度は、平成 18 年工業統計調査（速報）

〔図 13〕 一工場当たりの従業員数



【資料：平成 11・13・16・18 年版特別区の統計（工業統計調査）】

〔図 14〕 一工場当たりの製品出荷額



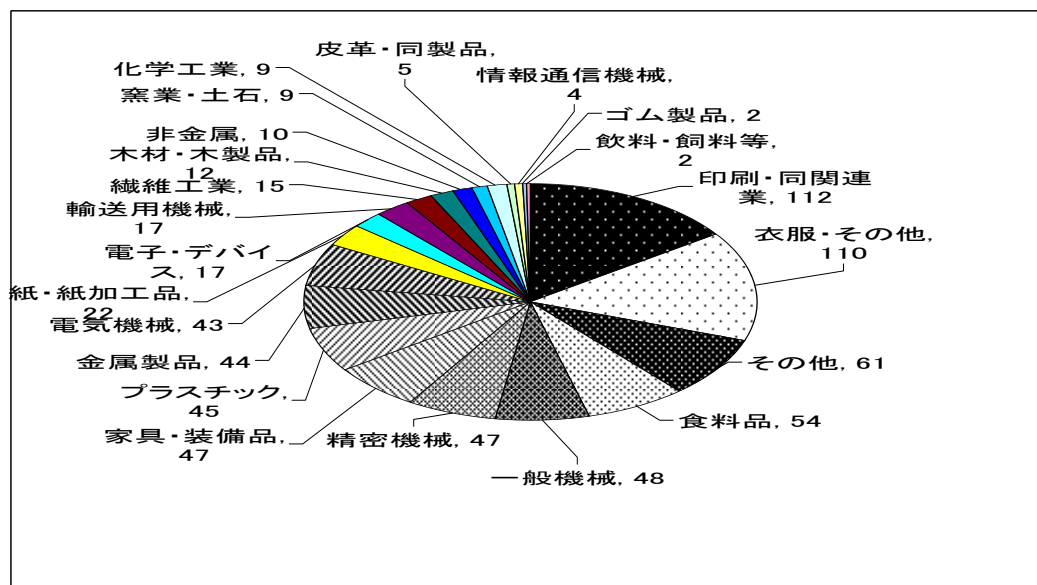
【資料：平成 11・13・16・18 年版特別区の統計（工業統計調査）】

ウ 区内製造業の業種別構成

平成 16 年事業所・企業統計調査の製造業の分野では、事業所数においては、印刷・同関連業、衣服・その他の繊維製品製造業、その他の製造業が多く、従業員数では、印刷・同関連業、食料品製造業、精密機械器具製造業が多い。

平成 17 年工業統計調査においても、事業所数は、印刷・同関連業、衣服・その他、その他の順である。

〔図 15〕 産業別工場数



【資料：平成 17 年工業統計調査】※単位は、事業所数

3 産業の特徴

- (1) 伝統的な産業や農業基盤等を活かした産業（農業と関連した漬物産業や伝統工芸）がある。

ア 伝統工芸産業の状況

伝統工芸は、東京手描友禅、和裁などを中心に多種の集積を有する。練馬区伝統工芸会には、平成 19 年現在 46 人の伝統工芸者が、15 の伝統工芸で登録されており、地域の特色ともなりうるものであるが、いずれも業種毎の事業所数は少ない。

イ 伝統的漬物産業の状況

区内の漬物産業は、練馬漬物親睦会に所属する区内漬物業者 24 社を中心に展開しており、練馬大根のたくあんを生産するなど、伝統的産業として特徴ある産業を形成している。

- (2) 産業集積が見られる産業として、アニメーション産業がある。

5 兆円規模ともいわれる日本のアニメーション産業では、440 社ほどある制作会社の約 8 割が東京に集中している。区は、日本初の東映アニメ「白蛇伝」の製作地であり、アニメ発祥の地として、わが国有数の集積地となっている。事業所数では杉並区を上回るなど地域経済の活性化の重要な資源である。

区内には、アニメーション事業者による団体として練馬アニメーション協議会が平成 16 年 7 月に設立されており、現在では 52 社が会員となっている。特に東映アニメーションなど業界をリードする企業も立地しており、更なる発展の可能性がある。

- (3) 産業規模において、小規模、零細事業者が多い。

事業規模では、従業者 10 人未満の事業所が 81.4%を占め、経営規模の小さい事業所が区内産業の中心となっている。

4 区の予算

予算額は総額で見ると、平成 14 年度 9.63 億円から平成 19 年度 14.13 億円と 1.46 倍と増加し、決算額で見ても、平成 14 年度 9.27 億円から平成 18 年度 12.39 億円と 1.33 倍の増加である。この間、商工振興に積極的に取り組んできている経過が把握される。

内訳を見ると、平成 18 年度決算においては、産業融資幹旋経費が 70.8%、商店街振興経費が 16.5%、中小企業振興経費が 6.1%、観光振興経費が 2.0%である。

Ⅱ 商業、商店街の振興施策の状況

1 経営の指導

(1) 区が実施している事業の状況

ア 商店の経営改善に関する支援（【商店経営改善事業】平成16～18年度）

(ア) 概要

小売業、印刷業、サービス業などの従業員5人以下の店主による店舗改装・商品構成の改善などの経営改善に向けた自発的な取り組みについて、中小企業診断士・建築士・弁護士などの専門家を派遣することにより、意欲的な経営者の育成および魅力的な個店づくりを支援する事業である。東京商工会議所練馬支部への委託事業であり、区は広報と参加経費徴収を行い、それ以外は東京商工会議所練馬支部が行う形式であった。

(イ) 事業の推移

平成16年度に事業を開始したが、専門家の派遣事業については、東京商工会議所や(財)東京都中小企業振興公社の類似事業が普及してきていることもあり、平成18年度で事業完了した。派遣実績は、平成16年度7件、平成17年度9件であった。

イ 商工相談に関する事業

(ア) 概要

中小企業の税務・経営・労務問題について、専門の相談員（税理士・中小企業診断士・社会保険労務士）が、区民相談所等で相談に応じ、中小企業者の経営改善および近代化を図る事業である。

(イ) 事業の推移

相談件数は、平成16年度1,043件、平成17年度912件、平成18年度1,007件とほぼ横ばいで推移している。相談の内容は、平成18年度においては、税務相談が73%であり、労務相談が17%、その他の相談が10%であった。相談結果に関するデータの分析は特に行われていない。

ウ 経営指導に関する事業

(ア) 概要

専門の指導員（中小企業診断士）が直接、事業所に出向き、経営状態の診断や改善策についての相談に応じ、助言・指導を行うことにより区内中小企業者の経営改善および近代化を図ることを目的としている。

なお、産業融資あっせん制度における「創業支援貸付」「技術・事業革新等支援貸付」「大型店出店対策資金貸付」「街づくり事業協調貸付」については、この経営指導を受け適格と認められることが必要とされている。

(イ) 事業の推移

全体としては、経営指導のみを受ける事業は利用はきわめて少ない。

また、平成 18 年度においては、産業融資斡旋 5 %、創業支援貸付 93 % と、創業支援貸付にかかる経営指導が大半を占めている状況である。

エ 産業融資資金あっせん事業

(ア) 概要

区内中小企業者が必要とする事業資金の融資あっせんを取扱金融機関に対して行い、利子の一部を区が負担することにより、区内中小企業者の経営の安定と維持改善を図ることを目的とする。

また、貸付事業の内容は、以下のとおりである。

- ①普通貸付（運転資金・設備資金）
- ②新旧債務一本化特別貸付（運転資金・設備資金）
- ③不況対策特別貸付
- ④BSE（狂牛病）および鳥インフルエンザ対策特別貸付
- ⑤IT 化促進特別貸付
- ⑥創業支援貸付
- ⑦災害特別貸付
- ⑧年末短期貸付
- ⑨技術・事業革新等支援貸付
- ⑩大型店出店対策資金貸付
- ⑪団体貸付
- ⑫商店街整備資金貸付
- ⑬街づくり事業協調貸付
- ⑭小規模企業小口貸付（平成 19 年 10 月から実施）

(イ) 事業の推移

年度別の実行率および貸付残高の推移、業種別紹介実績の推移、業種別貸付実績の推移、資金用途別推移は以下のとおりである。

〔表1〕年度別実績

年度 (平成)	紹介(あっせん)		貸付(実行)		実行率		貸付残高	
	件数	金額(万円)	件数	金額(万円)	件数 (%)	金額 (%)	件数	金額(円)
9	3,101	1,482,362.0	2,560	1,047,038.0	82.6	70.6	10,270	24,649,580,000
10	3,866	1,912,868.0	3,249	1,480,121.0	84.0	77.4	10,084	26,267,770,000
11	3,758	1,995,607.7	2,950	1,343,289.7	78.5	67.3	10,370	28,620,000,000
12	3,775	2,265,177.0	3,007	1,535,584.9	79.7	67.8	11,082	32,890,000,000
13	4,129	2,686,236.0	3,193	1,741,854.0	77.3	64.8	11,798	37,643,193,506
14	3,667	2,457,682.0	2,927	1,630,917.0	79.8	66.4	12,236	40,108,027,022
15	3,774	2,578,003.0	3,286	1,895,854.0	87.1	73.5	12,452	44,441,739,108
16	2,918	1,931,448.0	2,496	1,366,686.0	85.5	70.8	12,383	44,472,389,150
17	3,077	2,034,098.0	2,693	1,613,053.0	87.5	79.3	13,272	46,441,000,781
18	3,500	2,377,532.0	3,174	1,996,531.0	90.7	84.0	14,099	50,690,780,141

【資料：経済課資料】

〔表2〕業種別実績(紹介)

(単位：千円)

業種	平成14年度		平成15年度		平成16年度		平成17年度		平成18年度	
	件数	金額	件数	金額	件数	金額	件数	金額	件数	金額
製造業	410	2,718,310	380	2,804,190	286	1,973,200	312	2,126,650	358	2,593,270
卸売業	390	3,121,170	378	2,923,030	284	1,961,070	298	2,294,900	372	3,098,900
小売業	473	2,913,520	478	3,004,260	380	2,355,520	352	2,182,770	460	2,848,950
飲食業	214	1,045,710	213	971,930	205	975,560	180	849,820	202	965,340
サービス業	642	4,224,020	614	4,122,670	484	3,056,550	593	3,575,180	626	3,901,790
運輸通信業	192	1,164,980	213	1,276,660	136	764,470	154	884,090	157	1,021,640
建設業	1,110	7,646,900	1,238	8,536,170	893	6,082,940	924	6,257,240	1,027	6,998,690
不動産業	131	1,135,450	131	1,189,960	131	1,216,050	159	1,375,210	176	1,439,678
その他	105	606,760	129	953,160	119	929,120	105	797,120	122	907,060
合計	3,667	24,576,820	3,774	25,782,030	2,918	19,314,480	3,077	20,342,980	3,500	23,775,318

【資料：経済課資料】

〔表3〕業種別実績（貸付）

（単位：千円）

業種	平成14年度		平成15年度		平成16年度		平成17年度		平成18年度	
	件数	金額	件数	金額	件数	金額	件数	金額	件数	金額
製造業	352	1,953,980	345	2,186,320	263	1,595,090	278	1,728,860	325	2,140,860
卸売業	325	2,168,100	341	2,241,810	246	1,446,040	286	1,947,130	341	2,606,300
小売業	370	1,892,970	421	2,169,590	332	1,710,350	306	1,722,740	425	2,419,450
飲食業	153	598,120	177	706,830	164	599,410	144	553,500	172	696,910
サービス業	498	2,751,130	530	2,988,080	418	2,241,710	495	2,596,590	572	3,260,580
運輸通信業	157	770,650	174	953,290	121	586,650	128	685,550	131	886,610
建設業	892	5,007,660	1,105	6,473,180	784	4,403,120	841	5,257,260	952	6,134,810
不動産業	103	757,920	94	654,810	88	625,580	127	1,022,000	140	1,050,774
その他	77	408,640	99	584,630	93	541,250	88	616,900	116	769,020
合計	2,927	16,309,170	3,286	18,958,540	2,509	13,749,200	2,693	16,130,530	3,174	19,965,314

【資料：経済課資料】

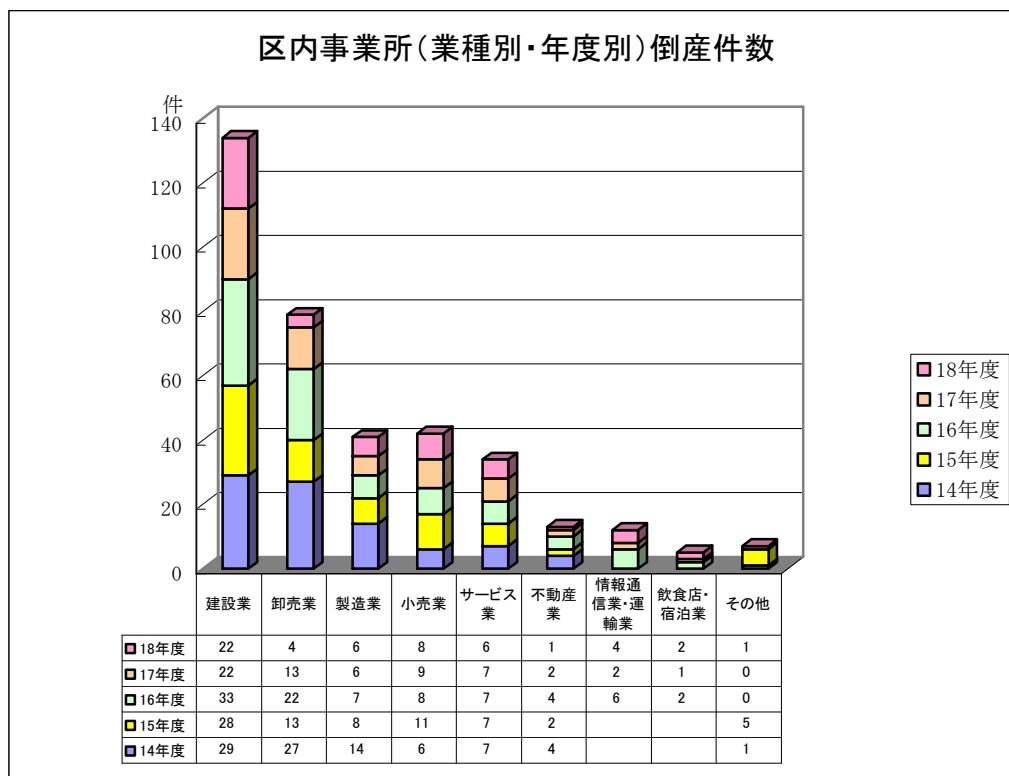
〔表4〕 資金用途別申込状況

（単位：万円）

	平成14年度		平成15年度		平成16年度		平成17年度		平成18年度	
	件数	金額	件数	金額	件数	金額	件数	金額	件数	金額
運 転	2,733	1,878,128.0	2,588	1,893,369.0	2,188	1,508,347.0	2,262	1,550,812.0	2,680	1,879,318.0
	74.5%	76.4%	68.6%	73.4%	75.0%	78.1%	73.5%	76.2%	76.6%	79.0%
設 備	626	335,166.0	868	427,256.0	515	260,034.0	558	285,554.0	559	302,903.8
	17.1%	13.6%	23.0%	16.6%	17.6%	13.5%	18.1%	14.0%	16.0%	12.7%
併 用	308	244,388.0	318	257,578.0	215	163,067.0	257	197,732.0	261	195,310.0
	8.4%	10.0%	8.4%	10.0%	7.4%	8.4%	8.4%	9.8%	7.5%	9.8%
合 計	3,667	2,457,682.0	3,774	2,578,203.0	2,918	1,931,448.0	3,077	2,034,098.0	3,500	2,377,531.8

【資料：経済課資料】

〔図 16〕 区内事業所(業種別・年度別)倒産件数



【資料：経済課資料】

(2) 課題

ア 商工相談、経営指導の活用

経営改善、商工相談の活用が低調な傾向がある。経営指導においても、産業融資関係の指導が多く、経営への効果など事業効果が把握されていない。そこで、相談機会の設定方法も含め、事業が所期の目的にどの程度寄与しているかという事業効果の評価が必要である。

また、上記事業の枠組みについて、事業内容や事業の実施方法の評価を踏まえた見直しを検討することが必要である。

イ 個店への実践的な助言指導

個店にとって、経営の問題の主軸は、集客能力の向上である。集客のためのノウハウを指導する経営指導やディスプレイ指導など、直接的、実践的な助言指導を受けることへの支援についても検討する必要がある。

ウ 産業融資の充実

産業融資の申込状況を見ると、運転資金への融資割合が7割を超えており、区内産業の事業運営を支える効果を有していると判断されるが、産業振興を図る観点からは、設備投資へ資金が投入されることが望ましい。特に、ソフト産業等の事業の成長が見込まれるので、これらの企業

への資金調達を支援する必要がある。そこで、融資実態を把握し、より充実した施策の展開を図る必要がある。

2 商店街活性化

(1) 区が実施している事業の状況

ア いきいき商店街支援事業

(ア) 概要

宅配、ポイントカード、IT活用、エコマネー活用、美化活動、装飾灯等の共同施設整備など、商店街が提案する事業に対し助成するものである。

平成15年度に、「活力ある商店街育成事業補助金」「商店街活性化事業補助金」「ふれあい商店街づくり事業補助金」「商店街宅配事業補助金」「カード化推進事業補助金」および「商店街先進地等視察事業補助金」を廃止統合して、「いきいき商店街支援事業補助金」制度が創設された。

本事業の例としては、平成18年度の栄町本通り商店街振興組合における「お客様トイレ事業」がある。この事業は、区のモデル商店街育成支援事業により平成17年度に策定した商店街活性化計画に基づき、商店街の利便性を高め、商店街のイメージアップをPRするためにお客様用トイレを5か所整備したものである。

(イ) 事業の推移

平成14年度に、活力ある商店街育成事業補助金により練馬区商店街振興組合連合会が消費者懇談会を実施した後、平成15年度には、旭丘千川通り商店会他4商店会で街路灯建替(4)、アーチ建替(1)が行われ、平成16年度には、江古田市場通り商店会他10商店会が、街路灯建替(4)、街路灯改修(2)、街路灯新設(1)、街路灯・アーチ改修(1)、案内板設置(1)、放送設備設置(1)、街路灯フラッグ設置(1)を行った。また、平成17年度には、大泉学園町商店会他9商店会が、街路灯建替(6)、街路灯新設(1)、放送スピーカー設置(1)、街路灯ペナント作成(1)、案内板建替(1)、商品開発研究(1)、商店街情報誌発行(1)を行い、平成18年度には、大泉学園町商店会他8商店会において、街路灯建替(2)、街路灯新設(1)、案内板建替(1)、お客様トイレ設置(1)、商品開発・実験販売(1)、映画とアニメを生かした活性化事業(1)、装飾ランプ取替(1)、放送設備取替(1)を行っている。

この間、決算額の推移を見ると、平成15年度3,456万円から平成18

年度 4,391 万円と 1.27 倍の増加となっている。

イ にぎわい商店街事業

(ア) 概要

商店街が近隣消費者との交流や商業活動の活性化を目的として実施する売出しおよび朝市や各種イベントなどに対し助成する事業である。平成 15 年度に「商店会イベント等事業補助金」「元気を出せ商店街事業補助金」、「商店会朝市等事業補助金」を廃止統合して、「にぎわい商店街支援事業補助金」が創設されている。

補助件数は、一商店会当たり年 5 事業まで（ただし、朝市等定期的に行われる事業については、1 事業とする。）、補助金額・補助率は、一商店会当たり 2 事業までは補助率 3 分の 2 以内、上限額 300 万円、残りの事業は、補助率 2 分の 1 以内、上限額 60 万円となっている。これは、2 事業までは東京都からの間接補助があるためである。

なお、平成 19 年度から複数の商店会での実施または商店街振興組合での実施事業は、2 事業までは補助率 4 分の 3 以内となった。

事業の例としては、高松町造商店会他 2 商店会合同実施の「光が丘いちょう通りふれあい祭り」、きたまち商店街振興組合・ニュー北町商店街振興組合合同実施の「きたまち阿波踊り大会」、桜台商業協同組合の「桜台まつり夏 中元感謝福引セール」などがある。

(イ) 事業の推移

イベント等事業補助金は、一商店会当たりの補助件数を平成 10 年度年 2 件だったものを平成 14 年度から年 3 件、平成 15 年度からは年 5 件に増やしてきている。

平成 16 年度から平成 18 年度までの推移を見ると、平成 16 年度の事業件数は 70 団体 162 件（都の補助があるもの 92 件、区単独補助 70 件）、補助額 8,315 万円、平成 17 年度、事業件数 66 団体 171 件（都の補助があるもの 99 件、区単独補助 72 件）、補助額 8,256 万円、平成 18 年度事業件数 74 団体 168 件（都の補助があるもの 99 件、区単独補助 69 件）、補助額 8,691 万円であり、大きな変化はなかった。ほとんどの商店会がこの制度を利用しているものの、利用件数には差がある。

ウ 空き店舗入居促進事業

(ア) 概要

平成 16 年度から開始した事業である。区内に本社あるいは主たる活動拠点を持ち、入居を希望する空き店舗のある商店会の承認が得られ、かつ商店会員となることができるものを対象に、出店に係る店舗改修費・賃借料などの経費を補助する事業である。

出店の内容としては、福祉関連施設で生産された物品の委託販売や障害者の製造品販売、饅頭等販売などの事例がある。

(イ) 事業の推移

空き店舗入居促進事業は、平成 16 年度は 1 件であったが、平成 17 年度 3 件、平成 18 年度 7 件と年々利用が増加している。しかし、予算に対する執行率は、平成 16 年度 6.5%、平成 17 年度 34.9%、平成 18 年度 51.4%であり、利用状況が低迷している。

エ 空き店舗活用事業

(ア) 概要

平成 12 年度から開始した事業である。商店会が空き店舗を活用して、商店街に不足する生鮮三品などの店やチャレンジショップの開設、自転車置き場などの共同施設を整備、運営する事業を助成する。また、商店会が地域住民と一体となって行う活動で、商店街の活性化に寄与する「ふれあい事業」も補助対象となる。

(イ) 事業の推移

平成 13 年度に石神井公園商店街振興組合が、買物客が空缶を持参すると交換に買物ポイントがもらえるエコステーション事業を行い、平成 18 年度まで継続的に実施している。なお、同振興組合においては、平成 16 年度に、チャレンジショップとしてたこ焼き店を実施している。そのほか、平成 16 年度から栄町本道り商店街振興組合が、子育て支援を目的とした民間学童クラブである「ゆうゆうポテト」を開設している。利用する商店街は 2 団体しかなく、利用状況が低迷している。

オ 商店街装飾灯維持管理への助成

(ア) 概要

快適な商店街環境の維持と商店街通行者の安全確保のため、区内商店会(街灯会のような街路灯管理組織を含む。)が管理している街路灯、アーチ、放送設備、案内板の維持補修経費および街路灯、アーチ等の電気料金を補助するものである。

平成 15 年度に、商店街装飾灯等維持管理費補助金、商店街共同施設設置等事業補助金、商店街美化促進事業補助金を廃止統合し、この補助制度が設置された。

補助率は、修繕・塗装は補助対象経費の 3 分の 1 以内、電気料金は、平成 17 年度までは補助対象経費の 3 分の 1 以内であったが、平成 18 年度から補助対象経費の 2 分の 1 以内になり、平成 19 年度からは補助対象経費の 3 分の 2 以内になった。

(1) 事業の推移

平成15年度から平成18年度までの修繕・塗装の補助対象数の推移は、年によって変動しているが、電気料金の補助は、街路灯84団体(平成18年度は83団体)、アーチ20団体でほとんど変わらない。

(2) 課題

ア 事業の検証

イベントも設備助成も、ほぼ全体の商店街が受けているのに、一般的に商店街活性化事業等の評価の検証が行われていない。事業評価を含めたPDCAサイクルに載せた事業展開が必要である。

また、商店街助成は設備面とソフト面があるが、設備面での効果はどのようなものか、ソフト面の事業は支援終了後に継続的に行われているのかなど、個々の事業における実例を分析、評価し、予算の効率的な配分や事業体系の検証につなげる取り組みが必要である。

イ 事業の利用者の固定化

補助事業を活用している団体が固定化している傾向があり、事業としての手詰まり感がある。より積極的な活用を図るため、どのように取り組んでいくのかについて、検討する必要がある。

ウ イベント事業に対する支援のあり方

集客力に関わる地域イベントに係る支援について、個別商店街を対象としたものに限定されている傾向がある。個別商店会のイベント実施による活性化とあわせて、一定の地域での連携したイベント事業などの取り組みについても支援策の中に位置づけ、補助のあり方を工夫することが求められる。

また、頑張る商店街を支援するという視点を一歩進め、頑張る商店街への上乗せ補助の必要性の検討も必要である。

3 魅力的な個店作り

(1) 区が実施している事業の状況

ア 「練馬区にちなんだ商品」事業

(ア) 概要

ねりまの名品 21 の後継事業として、平成15年度から区の地名、歴史、伝説、風物などにちなんだ、区のイメージの浮かぶアイデアあふれる商品を自薦、他薦により発掘し、練馬の名品、名店を愛称「ねりコレ」として区の内外にPRする事業を展開している。

なお、ねりまの名品 21 事業とは、21世紀幕開け記念事業として、練

馬ならではの名品を広く区の内外にPRするために、区民等の推薦に基づいて平成13年9月に「ねりまの名品21」として区民が選定したものである。

(イ) 事業の推移

平成15年度は、推薦点数110点うち44点を選定、平成16年度では、推薦数111点、選定数20点、平成17年度には推薦数85点、選定数12点、平成18年度には、推薦数75点選定数11点、これまでの累計81点である。年々、推薦数、選定数とも減少傾向にある。

商品の種類は、漬物、和菓子、洋菓子、加工品、お茶、コーヒー、お酒、パン、料理、工芸品等多岐に渡っている。

イ 観光資源としての情報発信

(ア) 概要

「練馬区にちなんだ商品」（ねりコレ）など、魅力的な商品や商店をガイドブックやインターネットを活用し、観光資源として情報発信している。

(2) 課題

ア 事業の検証

「練馬区にちなんだ商品」（ねりコレ）については、商品の選定までで事業が終わっている感がある。選定の後に、選定した商品の売上が地域外に拡大しているのか、地域ブランドのPRに関してどのように寄与しているのかなどの事業評価をする必要がある。一過性のイベントにしない工夫が求められる。

イ 観光施策との連携

観光施策との連携など有機的な地域の活性化の仕組みづくりに結び付けていく努力が必要である。

ウ 情報発信

情報の発信の視点から、系統的な情報提供の仕組みを構築する必要がある。また、個店の努力を地域や練馬のPRにつなげる工夫が求められる。

4 振興のための基礎情報・計画づくり

(1) 区が実施している事業の状況

ア 商店街活動の活性化のための基礎作り支援

(ア) 産業振興情報の提供（IPNET-NERIMA アイピーネットネリマ）

a 概要

平成9年度から実施している事業であり、ホームページを開設し

ている区内企業の情報を区役所のホームページから検索できるサービスを提供する事業である。会員制度で運営しており、平成15年度からはリンク会員のみとなった。会員数は年々増加しており、平成15年度279社だったものが、平成18年度は358社となっている。

(イ) ホームページ作成への助成

b 概要

ホームページをまだ開設していない区内中小企業や商店会などに対して、ホームページを作成する経費の一部を補助するものである。平成18年度は、19件補助した。

イ 計画策定の支援

(ア) 商店会台帳の作成

a 概要

区内商店会の組織形態、活動状況、環境整備状況等を調査およびその調査結果に基づく区内商店街の状況分析を行い、商業振興施策の基礎資料とするために、平成18年度から練馬区商店街連合会に委託して台帳を作成するものである。

(イ) 商店街活性化計画策定への支援

a 概要

平成19年度に「モデル商店街育成支援事業」と「商店街大型小売店対策等計画策定支援事業」とを合わせて「商店街活性化計画策定支援事業」に一本化した事業である。その内容は、商店会自らが環境変化に対応した魅力ある商店街づくりや商店会組織の強化に取り組むために、その計画策定に対して、各種調査の実施と「特色ある商店街づくり」への提案・助言をする専門家(コンサルタント)を3か年を限度に派遣するというものである。策定した計画に基づく商店街事業については、いきいき商店街支援事業補助金制度において、補助率を4分の3に優遇する。

平成19年度の事業の現況としては、南大泉商愛会がこれを利用しており、商店街活性化計画の一環として実施したイルミネーションがイルミネーションコンテストで最優秀賞を受賞している。

b 従前の「モデル商店街育成支援事業」(平成16～18年度)

(a) 概要

- ・ 専門家(コンサルタント)の派遣：「特色ある商店街づくり」のための計画策定に活用できる地域資源、立地環境、周辺住民の構成などを把握するための調査を実施し、取り組むべき事業の提案や助言を行うコンサルタントを2か年を限度に派遣するものであ

る。

- ・ 補助金の優遇制度：策定した計画に基づく商店街事業については、いきいき商店街支援事業補助金制度において、補助率を4分の3に優遇する。

(b) 事業の推移

平成16年度は、栄町本通り商店街振興組合、東大泉商栄会が実施し、平成17年度は、前記2団体が継続するとともに、新たに富士見台商栄会が利用した。平成18年度は、富士見台商栄会が継続利用したが、それ以外に新たな利用はなく、活用する団体の広がりが見られなかった。

c 従前の「大型小売店対策等計画策定支援事業」（平成10～18年度）

(a) 概要

大型小売店の出店や大規模なまちづくり整備事業の実施により大きな影響を受ける商店会に対して、商店会が実施する商店街活性化を目的とした計画の策定（大型小売店の出店または大規模なまちづくり事業による影響調査、消費者アンケート等各種調査および分析を含む。）について、2か年を限度として支援する事業である。

事業の対象は、構成員数が80店舗以上の商店会であり、大型小売店とは、店舗面積が概ね1,000㎡を超え、商店会から概ね半径1km以内にあること、大規模なまちづくり事業とは、市街地再開発事業、土地区画整理事業、密集住宅市街地整備促進事業、鉄道連続立体化事業等としていた。

(b) 事業の推移

平成17年度および平成18年度は利用団体がなく、予算の未執行になっている。利用実績は、平成14年度は、おとり様商店会、練馬駅前中央通り商店会の2団体、平成15年度および平成16年度は、大泉学園町商店会の1団体のみであった。

ウ 組織強化の支援

(ア) 商店会の法人化の促進および商店街振興組合への助成

a 概要

商店街の宅配やポイントカード等の共同事業の進展に応じて商店街の経営などを担う地域密着型TMOとして法人化の促進を図るとともに、既存の振興組合の成長、発展を図るために、既存の商店街振興組合に対する運営経費の一部を助成する事業である。

b 事業の推移

商店街振興組合設立補助金は、商店街振興組合の設立が平成7年以降はなく、実績がない。

商店街振興組合運営費補助金については、平成14年度から平成18年度においては、補助団体数は13団体である。このほかに、練馬区商店街振興組合連合会については、共通商品券事業に対する補助があるが、平成15年度以降実績がない。

(1) 練馬区商店街連合会への支援

a 概要

練馬区商店街連合会が実施する共同事業への支援を行うものである。

具体的には、ニュース発行経費の補助、中小企業診断士等の雇用補助、商業まつり（中元・歳末売り出し）事業の補助、イベント用機材購入補助、加入促進補助、販売促進用文字入り提灯作成補助などがある。

b 事業の推移

中小企業診断士等の雇用補助は、平成17年度及び18年度は補助申請がなかった。

販売促進用文字入り提灯作成補助は平成18年度のみである。

また、補助総額の75%は、商業まつり事業補助であり、主に、中元・歳末売出しの観劇招待興行の補助という事業内容となっている。

(2) 課題

ア 商店街活性化計画の活用

商店会の計画策定事業の活用は、低調な傾向がある。計画策定事業の活用により地域性や発展性を考慮した中核的な商店街を育成するなど、より積極的な取り組みが必要である。

イ 商店街連合会の活性化

商店街連合会が商業の活性化に果たす役割は大きい。当該団体の活動の活性化のために、地域ブロックでの活動の充実が求められる。そのため、当該団体の組織活動の活性化を図る工夫が必要である。

ウ 商業まつり等のイベント内容の見直し

区の支援を受けている商店街連合会の事業をさらに効果的なものとするため、事業のあり方を検証する必要がある。歳末・中元の商業まつりイベントの現状は、主として高齢者が対象になっているが、若者を引き付け、商店街での購買に結びつける企画の検討も必要である。

5 人材育成

(1) 区が実施している事業の状況

ア 若手、後継者商人育成への支援

(ア) 概要

平成 19 年度に従前の「ねりま経営カレッジ事業」は講座内容、開催時間帯などに課題が多いとして、「後継者研修支援事業」（補助事業）に変更した。

「後継者研修支援事業」は、経営者が希望する多様な学習の支援を目的として、区内の中小企業経営者または個人事業主に対して、後継者・経営者が受講した講習会・研修会の受講料等に対して補助をするもので、一事業所に対して年 5 万円を上限として補助する（補助対象経費の 2 分の 1 補助）。

(イ) 従前の「ねりま経営カレッジ事業」（平成15～18年度）

これからの区内商店街を担う若手店主や商店の後継者などを対象に、経営に関する講義・討議を行う。参加者は平成 15 年度 19 人、平成 16 年度 11 人、平成 17 年度 5 人、平成 18 年度 39 人であった。

イ 商店街中堅リーダーの交流の促進

(ア) 概要

練馬区商工業振興計画では、商店街活動に関する経験の共有化を図り商店街間のネットワークを強化するため、商店街の中堅リーダーの交流を促進する事業が新規事業として計画されているが、事業化されていない。

(2) 課題

ア 人材育成事業の充実

人材の確保・育成は、商店の継続性や商店街の活性化に不可欠であるが、必ずしも十分な取り組みとなっていない。

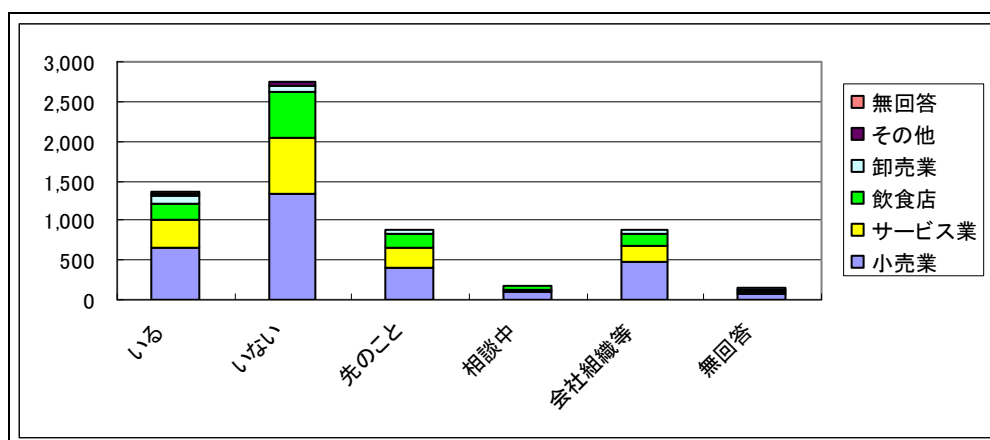
イ 事業の検証

人材育成事業は、研修支援事業（補助事業）に変更になったが、現在の商店ないし商店街が抱える課題に的確に対応するためにどのような研修が受講されているのか、研修内容・時間帯などの内容の検証を行い、人材の確保・育成事業の改善に生かす必要がある。

ウ 事業承継の支援

後継者のいない店主が廃業して空き店舗になったあとの活用とあわせて、商店街における事業承継を支援する仕組みの構築についても検討する必要がある。

〔図 17〕 後継者の有無



【資料：練馬区空き店舗等実態調査（平成 14 年 12 月）】

Ⅲ 観光振興と練馬の PR

1 観光振興の基本的な考え方

平成 15 年 3 月に策定された「練馬区観光ビジョン」では、区の観光の意義は、身近な個性あふれるまちを個人やグループで訪ね、都市の景観や生活文化を楽しみ、豊かな時を過ごしてもらう「まち歩き観光」であるとしている。この観光振興に取り組む目的は、①にぎわいの創出による地域経済の活性化と②愛着と誇りの持てるふるさとづくりであるとしている。

また、「練馬区観光ビジョン」における目標の実現に向けた具体的な観光施策、観光事業案として平成 17 年 3 月に「練馬区観光事業プラン」が策定された。この事業プランでは、観光事業を①観光商品開発、②来訪者誘致活動、③推進体制の整備の 3 つの分野に大別し、これに基づき、区の施策が実施されている。

2 区が実施している事業の状況

(1) 観光商品開発の取組み

ア 概要

「練馬区観光事業プラン」では、観光商品開発のための取組みの内容として①観光資源の発掘、②観光資源の開発、③地域特性の活用、④観光資源の組み合わせ、⑤安全性と快適性の向上、⑥観光案内の整備をあげている。

イ 主な取組み内容の推移

(ア) 観光資源の発掘に関する事業の実施状況

a 「練馬区の素敵な風景 100 選」事業

平成 17 年度および平成 18 年度の 2 ヶ年事業であり、区内の四季折々の魅力的な風景を発掘、紹介し、今後の「まち歩き観光」事業の材料として活用するもの。応募写真をもとに応募総数 473 点の中から選定委員会が 100 の風景を選定し、平成 19 年 1 月に発表し、平成 19 年 3 月観光ガイドブック「るるぶ練馬区 vol. 2」を活用し、PR を行った。

事業経費の推移は、平成 17 年度決算 542,100 円、平成 18 年度決算 6,007,109 円で 11.1 倍の増加であり、積極的な取り組みが行われた。

(イ) 観光資源の開発に関する事業の実施状況

観光資源の開発については、テーマ(アニメ、個性的な街、農、豊かな自然)を選び、商品づくりに向けた事業に取り組むとしている。

a アニメを活用したにぎわいづくりに関する事業の実施状況

平成 18 年度に区内のアニメーション等に関する資源を調査し、把握することにより、地域の資源としてアニメーション等を活用した観光・商店街振興の方策を検討するうえでの基礎資料とするため、アニメーション等資源調査を実施した。

また、東京都が開催する東京国際アニメフェアに協賛するとともに、「アニメのふるさと ねりま」のアニメ産業のアピールと、商店街の活性化を図る目的で、大泉学園駅周辺(大泉小学校ほか)を会場として、アニメ事業者や地元商店会を中心に実行委員会形式によりアニメフェスティバル in 大泉を実施した。来場者数は、平成 15 年度には 18,000 人であったが、平成 18 年度には 8,600 人であった。

また、平成 19 年 8 月には、区独立 60 周年記念事業として、「アニメのふるさと ねりま」を広く PR することを目的として、練馬文化センターを会場として、親子で参加する体験イベント、区とアニメの歴史の写真展・トークショーや西武鉄道電車でのオリジナルヘッドプレートを付けた記念列車の運行やスタンプラリーなどを行う「ねりたんアニメカーニバル」が練馬アニメーション協議会の企画運営により行われ、約 8,000 人の参加者があった。

b 「個性的な街」づくりに関する事業の実施状況

平成 18 年度から、区内の素敵なイルミネーションを広く募集し、紹介することで、区の魅力を発見し、にぎわいの創出と地域経済の

活性化を図ることを目的として、イルミネーションコンテストを実施している。

平成18年度は、区が主催し、練馬区観光協会が共催する方式で実施し、応募総数98点があった。なお、平成19年度は、練馬区観光協会が主催することとして、民間主体に移行した。

c 「農」（農地、農産物）の活用に関する事業の実施状況

平成19年度に、ブルーベリー観光農園を8園開設した。これは、平成16年3月に策定された「練馬区農業振興計画」における観光・交流型農業の推進の一環である区民がブルーベリーの収穫を体験する観光農園事業である。

また、平成19年11月に練馬大根創作料理コンテストと全国大根見本市を区独立60周年記念事業として実施した。これは、練馬大根を使った料理のコンテストと、練馬大根をはじめ日本全国と海外の有名地大根を一堂に集めた見本市であった。

(ウ) 観光資源の組み合わせに関する事業の実施状況

a 観光ポイント巡り事業

平成16年度から開始した事業である。「ねりまの散歩道」等をもとにした観光ポイント巡りを実施することにより、区の再発見につながるのと同時に、地域の協力店を利用することで商店街への集客を図ることを目的とした。

コース、観光ポイント、サービス協力店(兼スタンプ設置店)等を掲載したガイドマップ(スタンプ帳)を配布し、商店街で買い物をし、スタンプを集めると抽選でプレゼントが当たるという事業である。

平成16年度は区内2コース、平成17年度は区内を4地域に分割して実施した。平成18年度は区内7コースで実施した。

協力店は、コースが増えたことにより平成16年度55件から平成18年度137件へと増加している。参加者は、平成18年度では延べ300件弱であり、平成18年度の参加者アンケートでは、区外からの参加者を含め、各コースとも観光ポイントは好評であった。

(エ) 安全性と快適性の向上に関する事業の実施状況

「練馬区観光事業プラン」では、①遊歩道、街路の景観づくりを進め、快適な「まち歩き」ができるように整備する、②散策コースの整備にあたっては、起点へのアクセス、案内標示、休憩場所、トイレ、終点での「みやげ品」購入への仕掛けなどに注意する、③「ねりまタウンサイクル」の仕組みを、より利便性の高いものにする、④観光振

興に対する区民の合意形成を進め、来訪者に満足感を与えるような「ねりまらしい」もてなしのあり方を創りあげる、としている。

具体的な取り組みとしては、練馬駅南口地区および江古田駅北口地区において、地区計画を決定し、壁面後退などの建築の規制・誘導による魅力ある歩行者空間の確保に取り組んでいる。さらに、練馬駅南口地区では、まちづくり交付金を活用して、電線類の地中化を実施している。

(オ) 観光案内の整備に関する事業の実施状況

平成18年度から駅前観光案内板の整備調査を開始した。来訪者への道案内として、区内約20の駅に駅前観光案内板の整備（維持管理等を含む。）をするための調査を実施し、平成19年度末までに駅前観光案内板を区内4駅に設置し、平成20年度に区内5駅に設置することとしている。

(2) 来訪者誘致活動

ア 概要

「練馬区観光事業プラン」では、来訪者誘致活動のための取組みの内容として①広報活動の強化、②観光関連事業者との連携、③区内産業との連携、④販売促進活動の実施をあげている。

イ 主な取組み内容の推移

(ア) 広報活動の強化

a 観光ガイドマップ作成

平成17年度から実施した事業である。区の魅力をPRするとともに区民や来訪者が実際に区内を回遊することによって新たな魅力を発見し、商店等の利用者増による地域経済の活性化をめざすことを目的として、区内の観光資源および観光施設などの情報を掲載した観光ガイドマップを発行した。

平成17年度および平成18年度の作成部数は、それぞれ50,000部であった。

b 観光ガイドブック出版

(株)JTBパブリッシングが発行する「るるぶ」シリーズで初の地域密着型の観光ガイドブックとして、平成15年11月に「るるぶ練馬区」が出版された。これは、区が作ると商店や商品を自由に引き上げにくいことや、「役所の作ったものでは面白くない」という声もあり観光ガイドブックとして知名度の高いJTBに依頼したものであり、その後、今日までに他の自治体版の「るるぶ」が次々誕生し、大きな反響を呼んだ。

平成 19 年 3 月には、区独立 60 周年の一環として、「るるぶ練馬区 vol. 2」が発行された。この発行にあたり、第 1 版では練馬区観光協議会が、第 2 版では練馬区観光協会が出版協力を行った。

平成 15 年度の第 1 版は、累計で約 60,000 部を売り上げ好評を博した。平成 18 年度の 2 版では、初版 40,000 万部発行した。

(4) 区内産業との連携に関する事業の実施状況

アニメで祝う区独立 60 周年の取組みとして、アニメ制作会社や原作者の協力を得て、商店街の装飾灯に区で生まれたアニメのキャラクターをデザインしたフラッグを掲示した。

また、ねりたんアニメカーニバルの企画運営は、練馬アニメーション協議会が担当し、西武鉄道では、西武池袋線・豊島園線でオリジナルヘッドプレートを付けた記念列車の運行を行った。

3 練馬区観光協会

(1) 概要

練馬区観光協会は、平成 18 年 4 月に設立された任意団体（権利能力なき社団）であり、設立会員は、産業経済関係団体、観光事業者など 17 団体で、事務局は区商工観光課に置かれている。

練馬区観光協会が行う事業はつぎのとおりである。

- ・観光資源の調査・研究に関する事業
- ・観光商品の開発・事業の実施に関する事業
- ・観光情報の受発信に関する事業
- ・練馬まつり・照姫まつりに関する事業
- ・観光ボランティアの育成・支援に関する事業
- ・協会の会員募集および協会運営に関する事業
- ・その他、協会の目的を達成するために必要な事業

(2) 推移

平成 18 年度に実施した事業はつぎのとおり

ア 事業計画に基づいて実施した事業

- ・練馬区観光協会オリジナルホームページ「ねりま大好き！」の開設・運営
- ・「るるぶ練馬区 vol. 2」出版協力
- ・「ねりコレ(練馬区にちなんだ商品)」の販売促進

イ 区との共催事業

- ・「観光ポイント巡り」事業の実施

- ・「イルミネーションコンテスト 2006」の開催(区独立 60 周年記念事業)
- ・「お花見散歩マップ」事業の実施(区独立 60 周年記念事業)

平成 19 年度には、西武池袋線練馬駅地下連絡通路に練馬区観光案内所を開設した。

区の支援は、平成 18 年度補助 650 万円、平成 19 年度 5,159 万円であり、約 8 倍の伸びである。

4 課題

(1) 情報発信

全国的に有名な名所旧跡があるわけではない区にとって、「まち歩き観光」のために区内外から多くの人々が来訪し、観光に伴って区内で消費行動を行ってもらうことは、地域経済を活性化させる有力な手段となりうる。そのために、素敵な風景 100 選、ガイドマップ、全国を対象とした「るるぶ練馬区」の出版など練馬を売り出す素材の開発や、ポイント巡り事業などの具体的事業、観光推進組織である観光協会の設立と観光案内所設置などの「練馬 PR」を主軸とした取り組みが、非常に前向きに、体系的、積極的に行われている。

課題は、区民だけでなく、近隣もしくは首都圏など広い範囲の居住者が「まち歩き観光」をしたいと思わせるための情報発信の仕方である。

区は観光ガイドブック「るるぶ練馬区」の出版を働きかけ、自治体の観光 PR としては画期的な手法を用いたことが注目されたが、今後は、区外へ出向いての情報提供などの積極的な働きかけにも努力することも重要である。また、PR 観光情報は、常に新鮮であることが求められるので、情報発信をどのように行っていくかが問われる。「るるぶ練馬区」の定期的な改訂やテレビ番組による紹介の働きかけを行うなど、思わず行ってみたいくなるような色々な手法を検討する必要がある。

(2) 観光資源の発掘・開発および地域ブランドの形成

観光資源としては、公園や「ねりまの散歩道」といったものだけでなく、歴史、芸術文化、祭り、寺社・仏閣、みどり、景観、練馬区にちなんだ商品(ねりコレ)、漬物・味噌、伝統工芸などもっと多くの素材の活用を検討する必要がある。たとえば、宇都宮の餃子、札幌のラーメンのように特定の飲食店の集積を作り出したり、区の特産品と他自治体の特産品とを組み合わせて相乗効果を狙うといった新たな開発を行うことも考えられてよい。

また、観光事業により地域経済を活性化するためには、狭い地域を対象

とするのではなく、首都圏など広域な範囲を意識して観光関連事業との連携により販売促進活動を行い、集客力をアップする必要がある。

そのためには、単なる住宅地ではない区独自の地域ブランドの形成が求められる。地域ブランドを形成する要素としては、特産品、観光、住み易さ、快適さ、交通利便性、投資受け入れ可能性などがある。区の場合、その要素は、伝統と事業集積の現状、あるいは練馬の産業の特色を活かしたものの、具体的には、みどり、アニメ、漬物、大根などのキーワードに集約されると考えられるので、これらをもとにした地域ブランドの形成に向けた取組みを検討する必要がある。

(3) 呼び寄せ効果の検証

観光ポイント巡りやガイドブックがどのように区外住民を呼び寄せているのかなどの検証も必要である。

また、もう一度来たいという、リピーターを増やすための工夫がされているかの検証が必要である。

(4) 観光組織の充実

練馬区観光協会の課題としては法人化があげられているが、観光協会には、今後、観光事業のシンクタンク機能や区民、事業者、産業経済団体のコーディネート機能を果たすといった地域の観光戦略を担える力量を目標とした組織展開が求められる。

また、観光協会の独自事業を実施していく上では、区商工観光課が事務局を担うのではなく、民間の発想を積極的にとり入れる必要がある。

そのため、事業をどのような方向で積み重ねることが必要か、人材など運営体制はどのように充実していくのかという点について検討が必要である。

(5) ホスピタリティ

「まち歩き観光」では、受け入れ側としての区民や商店街、事業者等の協力が欠かせない。区民等を巻き込むための仕掛けが考えられているか、お客を迎えるホスピタリティーの醸成をいかに図るかが課題となる。

IV 工業・生活支援型産業振興に関する施策の状況

1 経営支援の充実

(1) 区が実施している事業の状況

ア 商工業団体への情報提供等事業

(ア) 概要

ねりま産業情報「ペがさす」を発行し、地域の経済活動情報（業界状況、イベント情報等）の提供、公的助成制度（産業融資制度、各種共済制度等）の紹介等を行っている。年3回、各回8,000部、計24,000部発行し、区内商店会や産業経済団体加盟事業所等に配付している。

また、業種別団体調査を実施し、区内商工業団体の基礎資料の収集を行っている（平成18年度対象152団体）。

イ 産業融資あっせん

(ア) 概要および推移 P.15に記載

ウ 見本市等出展助成

(ア) 概要

平成7年度～平成16年度まで、産業フェアとして実施していたが、出店企業数の減少等により事業を廃止し、平成17年度から見本市等出展支援事業として開始したものである。区内の製造業者およびその団体が見本市等に出展する経費の一部を補助することにより、区内製造業者の販路拡大および自立的発展を図るものである。

補助対象経費は、見本市等への出展に要する経費のうち、会場使用料、展示装飾に要する経費、出品物の輸送委託費で、補助率は、補助対象経費の2分の1以内、限度額は10万円（団体は20万円）である。

(イ) 事業の推移

補助件数は、平成17年度5件、平成18年度3件であった。

エ ISO認証取得への助成

(ア) 概要

国際標準化機構が定めた規格の認証取得を予定している区内の中小企業者に対しその経費の一部を補助することにより、区内事業者による認証取得への取り組みを促進し、区内中小企業者の競争力および経営基盤の強化を図るものであり、平成17年度から実施している。

補助対象経費は、当該年度内に行う認証取得に要する経費のうち、コンサルタントの派遣に要する経費、内部監査員の養成研修に必要な経費、認証取得審査に要する経費で、補助率は、補助対象経費の3分の1以内、限度額は50万円である。

(イ) 事業の推移

補助件数は、平成17年度3件、平成18年度は、4件であった。

(2) 課題

ア 研究機関等との連携支援

製造業の事業所の収益力をあげるためには、企業の技術開発力や商品

開発力を強化することが有効であるが、区単独で技術開発力、商品開発力の強化を支援することには限界がある。研究機関等との連携による新技術の導入や独自商品の開発を進めていくことを支援する、あるいは橋渡しとなっていく役割をどこがどのように果たすかということを検討が必要である。

イ 製造業への支援内容

平成 15 年に行われた第二種特別工業地区内の工場に対するアンケート調査においては、騒音、振動といった環境面への対応に気がつかっている状況が見られた。したがって、これらの地域において都市型工業が存続していくために必要な工夫や支援の検討が必要である。

ウ 事業の検証

見本市等出展支援事業の利用者数が低い。事業の効果の測定などを行い、より効果的な施策の検討・調査が必要である。

2 情報の提供・共有化

(1) 区が実施している事業の状況

ア 情報の発信

(ア) 産業振興情報事業の概要および推移

平成 9 年度から実施し、平成 15 年度からリンク会員のみを対象として、事業内容は、区内の企業等がインターネットを活用して行う情報の受発信を支援する事業である。区ホームページ上で企業ホームページが検索できる。会員数の推移は、平成 15 年度 279 件、平成 16 年度 303 件、平成 17 年度 324 件、平成 18 年度 358 件であった。

(イ) ホームページ作成補助事業の概要および推移

平成 14 年度から開始した。区内の中小企業や商店会などが、ホームページを作成する場合に、その経費の一部を補助することにより、インターネットを活用した情報化を支援する事業である。平成 18 年度は 19 件の補助であった。

イ 4 区（豊島区・北区・板橋区・練馬区）合同受発注企業情報交換会

(ア) 概要および推移

平成 9 年度から区も参加している。製造業を中心とした中小企業に対して、情報交換の場を提供することにより、商談交流、懇親会、企業 PR、製品やパンフレットの展示等について、受注量の確保、経営体質の強化などをめざし、企業経営の発展と安定を図るものである。

区内の参加企業数は、平成 14 年度 8 社であり、この間概ね 10 社前

後で推移している。

ウ 異業種交流補助金

(ア) 概要

区内の中小企業グループの行う異業種交流活動に対して補助金を付する事業である。

補助対象となる事業は、企画活動（新製品・新技術のアイデアの設定、情報収集、研究・開発手順の企画立案、開発しようとする製品・技術の市場性および参入市場の調査等）、開発促進（新製品・新技術の研究開発および試作。新販売ルートシステム等の開発）、市場開拓（開発した新製品・新技術の市場開拓）である。平成4年度から実施されてきている。

(イ) 事業の推移

補助の実績は、平成4年度以来、毎年1団体のみであり、これまでに、生ごみ処理機の研究、事業化活動等が行われている。

(2) 課題

ア 事業の検証

4区合同受発注企業情報交換会の参加企業は、伸び悩んでいる。インターネットの活用が進んでいる現在では、ホームページの作成補助だけでなく、インターネットを活用した受発注システム等の構築の支援を検討していく必要がある。

イ 異業種交流による新製品・新技術の開発

異業種交流については、一定の活動を行っているが、異業種交流をさらに活発化し、新製品・新技術の開発につなげることが求められる。また、活発化のためのコーディネート機能の強化やどこが果たすべきかということについても検討する必要がある。

3 新事業、創業への支援の取組みについて

(1) 区が実施している事業の状況

ア 起業家支援講座

(ア) 概要および推移

創業を促すことによって区内産業の活性化を図るため、創業にあたって必要となる知識や起業までの手助けとなる実践的な講義を行う目的で平成7年度に開始し、平成11年度には「後継者育成カレッジ」から事業内容を変更し、平成15年度には、入門講座（無料）、ステップアップ講座（有料）、フォローアップ講座（有料、個別面談）の3段階

の講義形式になった。

平成 17 年度からは起業家セミナー「創業！ねりま塾」と改組した。

受講者は、平成 17 年度に改組してから入門講座で 130 人前後に増加しており、ステップアップ 30 数名前後、フォローアップの講座も 10 数名から 20 名ほどの参加があった。また、起業者も、平成 16 年 8 人、平成 17 年 8 人、平成 18 年 13 人であった。

イ 創業支援貸付利子補給金

産業融資の 1 つで、従来は「従業者開業資金貸付」として従業員が同一業種で開業する場合に限定していたものを、平成 12 年度から「創業支援貸付」に名称を改め、従業員でなくても、また、異なる業種であっても利用できる制度にした。融資利率のうち利用者負担分は、普通貸付の 0.9% より低い 0.4% としており、ここ数年、融資件数は着実に増えている。创业者の年齢は、30 歳代を中心に各年代にわたり、創業した業種もサービス業を中心に多岐にわたっている。

平成 18 年度の創業支援貸付利用者の年齢、創業業種は以下のとおりである。

〔表 5〕平成 18 年度の創業支援貸付利用者の年齢、創業業種

年齢				創業業種			
20 歳代	11 人	50 歳代	13 人	製造業	5 件	運輸通信業	1 件
30 歳代	26 人	60 歳代	2 人	卸売業	8 件	建設業	7 件
40 歳代	14 人	70 歳代以上	0 人	小売業	7 件	不動産業	1 件
				飲食業	9 件	その他	2 件
				サービス業	26 件		

【資料：経済課資料】

ウ コミュニティビジネス

(ア) 概要

「コミュニティビジネス」とは、地域の課題を地域の住民がビジネスの手法で解決していく取り組みであり、地域社会再生の効果的な手法として、全国で様々な取り組みがされている。

区においても、少子高齢化、産業構造の変化、住民ニーズの多様化など社会の変化に対応して、地域社会を活性化していくために、住民主体の地域に密着したコミュニティビジネスの推進に取り組んでいくものとしている。

(イ) 事業の推移

a 練馬区コミュニティビジネス研究会

平成15年度～平成16年度に、区内における産業創出の観点から、区内に立地する産業関係団体や事業所・大学・NPO(Non Profit Organization)など民間の力を活用した地域経済の発展に資する生活支援型産業のあり方と区における事業の可能性を調査するとともに、推進の方策の研究を目的として、経済団体が推薦する事業者、武蔵大学、区で設置したもの。活動内容は、コミュニティビジネスに対する可能性の調査や区で可能性が高いコミュニティビジネスの分野、内容等の検討およびコミュニティビジネス事業推進に向けた取組みなどであった。

b コミュニティビジネス推進事業補助金

平成16年度から、所在地と活動地域が区内である①5人以上の区民、学生で構成する団体②商店会およびその連合会③町会・自治会およびその連合会④NPO法人や任意団体、ボランティアグループ等民間活動団体⑤その他区長が適当と認める団体から、コミュニティビジネスとして新しく立ち上げる事業プランを募集し、事業経費の一部を補助する事業を、1事業3年間を限度として実施した。

平成16年度は、地元につながる商品開発や空き店舗利用による特産品店の運営、大学と連携した商店街サポート活動事業、地域住民のための情報利活用能力普及活動、障害者・高齢者移送サービスと交流事業の5団体が活用し、平成17年度は、前年度の継続事業4事業のほか、新規に、手づくり野菜による地域住民の「農」に親しむ健康増進事業、子どもを対象とした防犯知識普及啓発事業、地域に根ざした子育て相互支援を目的とした講演・講習会提供事業など3事業、計7事業行われた。平成18年度には、引き続き7事業行われた。

c 啓発パンフレットの作成

平成17年度に、コミュニティビジネスの事業分野や事例を紹介したパンフレットを作成した。

d コミュニティビジネスワークショップの開催

平成18年度には、コミュニティビジネス実践の場として商店街を活用し、地域住民の日常生活を支える商店街の活性化を図るため、コミュニティビジネスワークショップを開催し、3回、20人が参加した。

(2) 課題

ア 創業から事業安定化までの統一的な支援

起業家支援講座の受講者は順調に推移しており、創業支援貸付の利用

者数も増加している。そこで、起業意欲のある人を起業に結び付け、その経営の安定化のサポートをするシステムや創業から事業安定化までを視野に入れた統一的なプログラムを確立し、練馬で起業することが、起業意欲のある人にとってメリットになるような仕組みづくりが必要である。

イ 立地条件の PR

区は、住宅地というイメージで捉えられているが、外環や環八の整備により道路事情が良くなっている。また、地下鉄は、現在の練馬駅から池袋駅、新宿駅への交通のほかに、平成 20 年 6 月には、東京地下鉄副都心線が渋谷駅まで開通する。さらに、平成 24 年には渋谷駅から東急東横線・横浜高速鉄道みなとみらい線との相互直通運転も予定されている。そこで、区は起業者にとって立地条件が良いことを積極的にアピールすることが求められる。

ウ コミュニティビジネスの起業支援機能の充実

コミュニティビジネス推進事業補助金の受給者数は、増加が見られない。主婦層や定年により地域に戻ってきた元気な高齢者等の生活者を核として、コミュニティビジネスを振興するインキュベーション機能(企業支援機能)の充実にむけての取組みが必要である。

4 練馬を特徴づける産業について

(1) 区が実施している事業の状況

ア 伝統工芸展の概要及び推移

区は、東京手描友禅、江戸筆その他区内の伝統工芸品を展示や実演、体験を交えて紹介する伝統工芸展（主催：練馬区伝統工芸会）の開催を支援している。来場者数は年によって異なるが 3,500 人から 4,500 人規模であり、参加業種は、15 業種である。

イ 練馬アニメフェスティバル IN 大泉の開催など

練馬アニメフェスティバル IN 大泉および区独立 60 周年記念事業「ねりたんアニメカーニバル」については、P. 29 参照。

現在では、練馬アニメーション協議会主体で、海外への進出を試み、平成 19 年度には、フランスの国際アニメ見本市に出展し、海外でのビジネスチャンスをうかがってきた。平成 19 年 8 月には、パリの服飾ブランドのデザイナーとアニメ作品の共同制作の覚書を交わしている。また、同年 11 月には、協議会のメンバー 13 社が出資、業務執行社員、39 社が賛助会員として参加する形で会社を設立し、法人格を取得することによ

り契約主体として新しい事業をしやすくするかたちで活動を広げている。
ウ 漬物物産展への支援

練馬漬物親睦会が実施する区内伝統的産物である漬物の展示・即売事業に対し、経費の一部を補助する事業であり、西武百貨店の特設会場で毎年1月中旬の1週間に販売。参加業者は、毎年13社から14社ある。売上高は、年によって変化するが、平成18年度は462万円であった。

(2) 課題

ア 練馬ブランド

練馬ブランドとして打ち出していく産業として主軸にしていくものとして考えられるのは、アニメーション産業、漬物産業、伝統工芸といった練馬の特色ある産業である。これらの産業に対しどのような支援をするれば、地域経済の活性化につながるのかを精査し、必要な支援をしていく必要がある。

また、これらの産業は、観光事業とタイアップすることにより、集客能力を確保できる産業である。そこで、どのように観光事業とタイアップさせていくか、その際にはどこが調整機能を果たすか必きかが問われている。

特にアニメーション産業は、東京都産業振興基本戦略(平成19年3月)で重点産業として、東京の産業を牽引するものとして育成するものとされており、これとリンクさせて事業展開を支援することを検討する必要がある。

V まちづくりとの連携

1 区の施策の状況

(1) 商店街主体のまちづくりへの支援

ア 概要

練馬区商工業振興計画では、商店会等が商店街振興計画を策定する際などにおいて、まちづくりの手法と商店街振興施策を組み合わせることで快適な商店街づくりに取り組めるよう、庁内に支援チームを設置し必要に応じて機動的な対応を図るものとしているが、実際には、支援チームを設置した例はない。

(2) 駅周辺地区のまちづくりと連携した商店街整備の推進

ア 地区計画等まちづくりの手法の活用と住民、商店会の関わり

区内のいくつかの駅周辺地区においては、まちづくり事業の進展に合

わせて、地区計画等のまちづくり手法の活用により、商店街を中心とした街並みの整備等を総合的に推進している。

まちづくりの推進にあたっては、町会、商店会等から選出された委員で構成されるまちづくり協議会や地域住民を対象とした懇談会等により、まちづくり計画を検討するとともに、まちづくりの促進を図るための活動を行い、地区計画の策定等が進められている。

平成 18 年 4 月に施行された練馬区まちづくり条例では、地区まちづくり・テーマ型まちづくり等の推進のための仕組みが定められている。

① 練馬駅北口地区

地区内の道路は、狭隘で安全性、防災性にも欠けているため、地区計画制度を活用した安全で楽しく買物ができる商店街づくりのため、地域の区民との話し合いを現在進めているところである。

② 練馬駅南口地区

南口地区では、地区計画が決定し、そのルールに基づいた建て替えと電線類の地中化整備が進められている。電柱や電線がなくなった後、より一層快適な買物環境の形成を目指して商店の看板の出し方等について検討が進められている。

③ 石神井公園駅周辺地区

駅周辺は、幅員が狭いうえ歩道のない道路が多く、歩行者、自転車、自動車が交錯している。そのため、西武池袋線の連続立体交差事業や補助 132 号線、補助 232 号線等の都市計画道路の整備にあわせて、土地利用の転換を適切に誘導し、石神井公園と一体となった、買物したくなる商店街やみどりを大切にしたまちづくりを進めている。

④ 大泉学園駅周辺地区

南口地区は、再開発事業により駅前広場等の都市基盤施設が整備された。しかし、北口地区では、交通混雑の解消や歩行環境の改善などの課題が残されている。このため、地域住民のまちづくり活動を支援するとともに地権者勉強会を開催し、駅前広場整備や商店街の活性化など、北口地区のまちづくりを進めている。

⑤ 中村橋駅周辺地区

平成 20 年度に予定されている補助 133 号線の開通により、人の流れが大きく変わる可能性があり、こうした状況を踏まえ、身近でにぎわいのある街を中心としたまちづくりに取組んでいる。

また、バリアフリー基本構想に基づき、図書館、美術館周辺のバリアフリー化を平成 20 年度を目途に進めている。

⑥ 江古田駅周辺地区

北口地区は、道路が狭く、商業地としての活力が低下している等の問題を抱えている。これらの問題を解消し、魅力あるまちづくりを進めるため、密集住宅市街地整備促進事業に合わせて地区計画を決定し、整備を進めている。さらに、駅舎の改築に合わせて、駅周辺の整備が予定されている。

⑦ 東武練馬駅周辺地区

北町地区は、狭い道路が入り組み、木造住宅が密集している状況から、災害に強く安全で住みよいまちをめざして基盤整備に取り組んでいる。3つの町会と3つの商店街振興組合の参加を得て、区とまちづくりについて意見交換を行いながら取り組んでいる。

⑧ 上石神井駅周辺地区

南北交通が踏切で遮断され、駅前広場や南北方向の幹線道路が未整備なため、歩行者、自転車、自動車が一体混在となり、危険な状況になっている。このため、まちづくりの課題や整備の方針を示す「上石神井駅周辺地区まちづくり構想」を策定し、「区民の日常生活を支える生活拠点」としてのまちづくりに取り組んでいる。

イ 保谷駅南口周辺の取り組み

保谷駅南口では、西東京市により市街地再開発事業が施行されている。そこで、区の商店会は、「商店街活性化計画策定支援事業」を活用して、3年の計画で、魅力ある商店街づくりに取り組んでおり、平成19年度のイルミネーションコンテストでは最優秀賞を受賞する成果をあげている。

2 課題

(1) まちづくりと連携した商店街の活性化

商店街は、町の顔といわれ、地域への愛着を醸し出す空間であり、アメニティの機能、公益的機能、商業機能などを担ってきた。一方で、現在では、商店街が有していた商業機能や地域社会の核としての機能を失う商店街も出てきている現状がある。これらの地域への取り組みとして、まちづくりの視点を踏まえた商店街の活性化が課題である。

当区においても、公共空間、街並みの整備（店舗の連続性、形状、看板、植栽、お休みどころ、道路や歩道のデザイン、歩行者空間の快適性確保（例練馬駅南口の地区計画と電柱地下化の取り組み）など多くの事例があるが、まちづくりが産業の活性化に結びつくためには、道路の整備など市街地の環境整備（ハード面）と商業の活性化を中心としたソフト面の整備との連携をいかに図るかということが必要であり、その際には教育、文化、医療、

社会福祉などの機能も意識する必要がある。

(2) 関係機関の連携・協働

まちづくりの視点からは、関係機関の連携・協働体制がきわめて重要である。考え方の統一やコンセンサスなしでは、積極的な参加が得られない。この面で、行政のより積極的な取り組みが求められる。

(3) 実効性のある取り組み

まちづくりの視点を踏まえた商店街の活性化策は、コンパクトでも地域の実情に即した実効性がある取り組みが必要である。

VI 産業振興推進体制と関係団体等

1 区の産業振興体制

(1) 練馬区産業振興基本条例

練馬区産業振興基本条例は、区内産業の発展を図るためには、事業者、産業経済団体、区民、区が、産業振興の社会的役割や協力体制などについて、共通認識を持つことが重要であることから、学識経験者や産業経済団体関係者、区民からなる検討会議を設置して策定した「練馬区産業振興指針」を踏まえて、平成17年3月に制定された。

条例の内容には、区民の生活環境と調和した活力ある産業の発展を促し、区民生活の向上を図るため、産業振興の方向性、区の責務や事業者・産業経済団体の役割、区民の協力など、産業の振興に関する基本となる事項が規定されており、産業振興の基本方針が明示されている。

(2) (仮称) 産業振興会館の整備

産業振興の中核的な拠点として、産業経済活動の活性化に寄与し、区内事業者や産業経済団体を総合的に支援するため、整備するものである。

平成17年11月に区内大学、産業関連団体などの協力を得て、「関係者会議」を発足させ、調査・研究が進められてきたが、平成19年3月に(仮称)産業振興会館整備基礎調査報告書がまとめられた。

この報告書によると「区が産業振興に取り組むに当たっては、その担い手である民間事業者、NPO法人等を支援していくことが重要である。特に区内産業の担い手の多くは、中小・零細事業者や個人であり、区内外の行政、支援機関等による支援体制を確立することが必要である。」としており、その基本コンセプトは、「ひと、もの、情報が集い、新たな練馬の産業を創造するクロスロード(十字路)」としてまとめられた。このコンセプトのもとに(仮称)産業振興会館整備が進められようとしている。

また、練馬区商工業振興計画には、産業振興推進体制を強化するため、(仮称)産業振興会館整備とともに、(仮称)産業振興公社の設立が計画されている。

(3) 区の産業振興組織の体制

区の産業振興組織として、区民生活事業本部に産業地域振興部が置かれている。産業地域振興部は、平成16年度に産業振興担当部から産業経済部に組織改正され、平成18年度に産業経済部から産業地域振興部に組織改正されている。

産業地域振興部は、経済課、商工観光課、地域振興課の3課からなる組織であり、産業振興については、経済課、商工観光課が担っている。

経済課の事務の主なものとしては、商工業団体との連携に関する事務、中小企業の融資・雇用確保の支援・商工相談・経営指導に関する事務、大規模小売店舗および中規模小売店舗の立地調整に関する事務がある。

商工観光課の事務の主なものとしては、商店街の振興に関する事務、中小企業の振興に関する事務、観光の振興に関する事務がある。

2 区内産業団体の産業振興に対する考え方

(仮称)産業振興会館整備の基礎調査として区内産業経済団体に対し行われたインタビュー調査(平成18年6月22~30日)の区の産業振興に関する回答結果はつぎのとおりである。(「(仮称)産業振興会館整備基礎調査報告書(平成19年3月)」)。

(1) 社団法人 練馬産業連合会

ア 団体の概要

会員が相互に連携して公共の機関に協力し、区内商工業事業所の円滑な運営と進展を図り、併せて産業の興隆に寄与することを目的として、昭和21年に設立された団体で、平成18年度末の会員数は858社である。

主な事業内容は、①練馬産業会館の運営、②諸官庁との連携、③労働保険事務組合の業務、④講習会・研修会の開催、⑤会員従業員の健康診断の実施、⑥時間外・休日労働協定届(36協定)届出代行である。

イ 産業振興の考え方

- ・ 異業種交流の部会で商品開発に挑戦したが、区内事業者に対しては、技術や技能の能力向上や、商品開発力の向上を図ることが必要である。
- ・ そのために、指導や相談に乗る人材の確保や相談窓口の設置、定期的な技能研修の場などの充実が必要であると考えます。
- ・ 現在の産業連合会では、スタッフ等の面で、これらには対応できないが、

必要とあれば新たな人材を確保し、対応していくことも考えられる。

(2) 東京商工会議所練馬支部

ア 団体の概要

東京商工会議所練馬支部は、商工会議所法に基づく法人で、東京都 23 区を活動範囲とする東京商工会議所の支部として、昭和 49 年に設立されたものである。

主な事業内容は、①中小企業の経営支援、②地域活性化事業、③会員交流・サービス事業、④本部との連携による政策活動であり、19 年度は、「練馬駅南口商店街にぎわい創出 地域活性化事業」の実施が計画されている。また、特徴的な地場産業であるアニメーション産業の振興とその活用を目指して、練馬アニメーション協議会との連携事業にも取り組んでいる。

イ 産業振興の考え方

- ・ 現状の区内事業者については、日頃の部会活動等の充実を図りながら、積極的にニーズを拾い上げていくことが大切
- ・ 区の将来を考えると、新たな産業の芽を見だし、育てていくことが重要である。具体的にはアニメーション産業と食と観光、コミュニティビジネスなどが挙げられる。
- ・ アニメーション産業については、今ある集積が区外に失われないようにすること、次々と区内にアニメーション産業の担い手が生まれ、移転し、事業を興す環境づくりをすることが大切である。アニメーション産業の中でも中国や韓国などと競合しやすい制作分野ではなく、クリエイターやプロデューサーとなる若い人材が集う環境づくりが大切
- ・ 食と観光では、地元農家との連携を深めたり、ねりコレ等の仕組みを活かす方策が必要
- ・ 以前に板橋で主婦のみを対象にした起業家セミナーを東商で開催したところ、80 人近い参加者があった。地域的には類似の環境にあり、こうした主婦層等の生活者を核としたコミュニティビジネスを振興するインキュベーション機能の充実が必要

(3) 練馬区商店街連合会

ア 団体の概要

商店会の相互の連携の強化とより良い消費者サービスの向上、経営環境の整備改善を目的として、昭和 26 年に設立された団体で、平成 18 年度末の加入商店会数は 82、会員数は 3,845 である。

主な事業内容は、①商店街活性化活動（商業まつり（中元・歳末売出し）、商店街イベント支援、区商連ニュースの発行）、②社会貢献活動、③共通

商品券活動（共通商品券販売促進）であり、平成 19 年度は、新規事業として、ホームページ作成、My バッグ推進、軽包装推進などが計画されている。

イ 産業振興の考え方

- ・ 区商連では、区と連携しながら商店街の現状を調査研究するとともに、各種振興施策の周知を図っている。また、商業まつりの実施や共通商品券の販売等を実施することにより、商店街の活性化に努めてきた。区の産業振興のために、さらに活性化策の充実を図りたい。
- ・ 江古田地区では、地元大学と商店街が連携して、様々な取り組みを行っている。
- ・ 個性的な大学の立地は、練馬の大きな特徴であり、今後は大学との連携によるまちづくり、商店街活性化を広めていってもいいのではないかと
- ・ 平成 19 年夏には HP が立ち上がる予定である。商店街や個店の PR 部門を充実させ、区民にもそして区外の人にも積極的に情報発信していくことが大切であり、そのための HP としていきたい。

(4) 東京あおば農業組合

ア 団体の概要

地域の農業生産の振興を旨として、組合員の相互扶助の精神に基づき、協同して組合員の事業および生活のために必要な事業を行うことを目的とした農業協同組合法に基づく法人で、平成 9 年 4 月 1 日に練馬、石神井、大泉、板橋の 4 農業協同組合の合併により設立された。組合の地区は、板橋区、北区、豊島区、練馬区の区域としている。組合員数は、平成 18 年度末現在、正組合員 3,037 人、准組合員 20,672 人である。

イ 産業振興の考え方（都市型農業に関する考え方の部分は省略）

- ・ 他産業との連携については、現在農協として農産加工施設や体験加工施設等を持っていないが、地元飲食店や食品加工業者との連携、さらには地元産にこだわった食品の試作・商品化を支援するネットワークを形成し、地元事業者と協力関係を構築していくことは積極的に進めていきたい。ただし、現状でも生産物の安定的供給には難しい面があることから、大量の農産物の対応は難しいかもしれない。

(5) 練馬漬物親睦会

ア 団体の概要

区内の漬物業者が相互の親睦を図るとともに公正なる経済活動の機会を確保し、業務繁栄を促進するためにつくっている団体で、平成元年から、練馬の特産物である漬物を広く紹介しようと「ねりま漬物物産展」を開催している。

イ 産業振興の考え方

会員企業の技術開発力、商品開発力の強化が重要であり、そのためには都の食品総合研究所や農協等との連携による新技術の導入や独自商品の開発を進めていくことを支援する、あるいは橋渡しとなっていくことが必要であると考えている。

(6) 練馬区伝統工芸会

ア 団体の概要

江戸時代から今日まで受け継がれ、地域経済を支えてきた区内に残る伝統工芸を守り、継承していくことを目的に、区内で伝統工芸を営む者を会員とする団体で、会員は平成 19 年 10 月 1 日現在、46 人である。平成元年から、伝統工芸の持つ味わいや温かさを多くの人に知ってもらうため、区、区教育委員会との共催で「練馬区伝統工芸展」を毎年開催している。

イ 産業振興の考え方

- ・伝統工芸の定義があり、なかなか多くの職人が参加することは難しいが、都全体からみても、伝統的工芸の職人が区内にいることを、広く区民に知ってもらうことが、結果的には伝統工芸の技術・技能の伝承・継承や発展につながると考えている。
- ・そのためには、伝統工芸について工程を見せながら販売する実演販売の場を設けるなど多くの区民に見て、知ってもらう場づくりを進めていくべきと考えている。

(7) 練馬アニメーション協議会

ア 団体の概要

練馬アニメーション協議会は、新しいビジネスモデルの模索とアニメーション産業の活性化などを目的とし、区にあるアニメーション製作会社など 52 事業所が加盟する団体で、平成 16 年に設立されたものである。

マスメディア、各種イベントを通じて国内だけでなく、海外にも目を向けて広く情報発信していくことも設立目的としており、独立行政法人日本貿易振興機構(ジェトロ)の地域間交流(RIT)事業の指定を受け、フランスとの産業交流も重要なテーマと位置づけて活動を行っている。

平成 19 年度は、「ねりたんアニメカーニバル」の企画運営を行ったほか、区内のアニメ資源を紹介するテレビ番組(「ねりたんアニメワークス」)の企画制作や若手アニメ製作者コンテスト(「ねりたんアニメクリエイターズアワード」)を区と共同主催する。

イ 産業振興の考え方

- ・区内に立地するアニメーション関連産業や人材の流出を防ぎ、新たな人

材の誘致や育成・発掘を進め、区内関連産業の発展につなげていくべきと考える。

- ・ 練馬区に立地しているという「交通不便な場所」に立地していると思われがちだが、実際には中野等とはそう変わらない立地環境にある。こうしたイメージは練馬の産業立地にとってマイナスになっている可能性がある。
- ・ 若者(事業者)が、練馬で創業すると、あるいは練馬に事業所を置くと、「こういうメリットがある」ということを実感してくれるものを提示し、積極的に若いアニメーション産業の担い手を呼び込んでいきたい。その1つとしてパリアニメーション協議会との連携も上手く活用することができればと考えている。

3 課題

(1) 起業支援機能、経営支援機能の充実

企業経営は、事業所数、売上高の減少に見られるように区内産業を取り巻く経営環境は依然厳しい状況にある。そこで、産業振興推進体制とその支援体制を推進、強化することが求められている。

起業支援機能や既存団体の経営支援機能、多様な関係団体間のマネジメント機能をどこが担い、どのように充実させていくかという検討が必要である。

(2) 区の体制の充実

併せて、支援体制を推進、強化する観点からの区の組織体制の充実の検討も必要である。

(3) ソフト産業の積極的な誘致

区は、工業地域、準工業地域が非常に限られている。そこで、企業誘致を図るためには、ソフト産業の誘致に向けての取り組み、基本方針、条件整備など積極的な行政の取り組みが必要である。

併せて、都市型産業が存続していくために必要な支援の検討も必要である。

第9 監査委員意見

1 商業・商店街を巡って

(1) 事業の検証、再評価、改善

区の産業構成上、商業の活性化が地域経済の活性化に大きく影響する。

現在、商業、商店街の振興施策については、様々な事業が実施されているが、事業の利用率が必ずしも高くなかったり、事業の利用者が固定化しているといった面が見られた。平成18年度、平成19年度の「区民意識意向調査」における「区施策への満足度と必要度」という質問に対する回答でも、「中小企業・商店街の振興」は「不満評価」上位5項目に含まれている。

事業所管課においても、事業の見直しが行われてきているところではあるが、区民や顧客が商店街に求めているものを再度確認し、そこを強化する観点から各種事業が行われているか、事業を検証、評価し、事業内容を改善していく必要がある。

事業の評価、改善にあたっては、地域の中の商店街がこれまでコミュニティの核としての役割を担ってきたということも評価軸の1つとして留意されるべきである。「練馬区地域福祉計画（計画期間：平成18～22年度）」で地域福祉の課題とされている「地域のたまり場」機能を担うことなども検討されてよい。

(2) 個店への支援のあり方

ねりコレなどの練馬ブランドとなる商品や魅力ある個店づくりをしている個店について、継続的な情報発信の仕組みを構築して支援するなど、観光事業とも連携しながら、区内外から広く顧客を呼び込み、個店の努力を収益力の向上につなげる工夫が求められる。

(3) 商店街への支援のあり方

商店街活性化の事業を実施するにあたっては、横並びの支援だけでなく、実施意欲のある商店街への集中的な事業支援が可能になるような工夫が必要である。あわせて、そうした商店街を先導者とした地域の複数の商店街の連携による事業実施の支援策を充実するなど、広く区外からも人を呼び寄せられるような魅力のある企画により商店街活性化に面としての広がりを持たせていくことが求められる。このためには、活性化事業の企画・運営を担う人材を派遣するなど運営支援体制の充実が必要である。

また、これからの商店街には、宅配等の高齢社会に対応したサービスの拡充も求められる。このようなサービスの拡充や個々の商店会の運営機能の充実を図るためには、商店街連合会の組織を強化するなど、運営支援機能の充実を行っていくことが必要である。

(4) 人材育成

個店活性化、商店街活性化の前提となる人材育成の支援の強化も求められる

る。実際に個店を運営する人材、個々の商店会等でキーパーソンとなる人材、商店会運営支援機能を担う人材、高齢社会を視野にいれた地域福祉と商店街とをつなぐ人材等の育成支援が急務である。

2 観光振興と練馬の PR

(1) 行政の積極的関与

「練馬区観光ビジョン」（平成 15 年 3 月策定）や「練馬区観光事業プラン」（平成 17 年 3 月策定）に基づき、これまでの間に観光振興に関する様々な取り組みが体系的、積極的に行われてきている点は、評価すべきである。

街歩き観光は、集客力の観点からは、地域住民のホスピタリティの醸成や地域イベントとの連携といったことが不可欠であり、練馬区観光協会における取り組みが求められるが、行政は、それを積極的に支援していくことが必要である。

また、練馬の情報発信や観光資源の発掘・開発、地域ブランドの形成等に、行政は積極的に関与していくことが必要である。

(2) 練馬区観光協会への期待

練馬区観光協会は、練馬駅地下連絡通路に練馬区観光案内所を開設したほか、観光振興に関して、様々な取り組みを行ってきた。しかし、案内所運営のみでは、観光振興の推進に限界があり、むしろ今後は、観光戦略を練り、観光事業の企画・運営の指令塔としての機能を持つ組織を目指すべきである。たとえば、今後、集客力をアップするために、区民にボランティアとして、得意分野や知識を活かして街歩き観光のガイドを行ってもらったり、地域イベントへ広く区外から参加者を集めるため、地域の町会、商店街等とタイアップしていくといったことを検討する必要がある。

そのための人材の確保・育成や事業主体間のネットワークの形成・調整機能の強化等をいかに図っていくかを検討されたい。

3 工業・生活関連産業

(1) ソフト産業の積極的な誘致

工業用地が少ない、工業集積が少ないという区の特性を前提とした場合、事務所や IT 関連事業等の業務施設の誘致を図ることが雇用の拡大や人口の定着化による消費の拡大につながり、地域経済の活性化に結びついていくこととなる。こうしたソフト産業の誘致に向けて取り組むためには、基本方針の策定や条件整備等の行政の積極的な対応が必要となるので、検討さ

りたい。

(2) 起業支援

起業支援については、起業意欲のある人を起業に結び付け、その経営の安定化のサポートをするシステムや創業から事業安定化までを視野に入れた統一的なプログラムを確立し、練馬で起業することが、起業意欲のある人にとってメリットになるような仕組みづくりが必要である。地元商店街への出店など商店街の活性化へつなげる取り組みの必要性もある。

また、住民ニーズの多様化に対応するため、主婦、元気高齢者等の生活者を核とした住民主体のコミュニティビジネスの拡大を積極的に支援することが必要である。

4 練馬ブランド

(1) 練馬ブランドになり得るもの

練馬ブランドとなる要素は、伝統と事業集積の現状、あるいは練馬の産業の特色を活かしたものの、具体的には、みどり、アニメーション、漬物、大根などのキーワードに集約されると考えられる。これらを積極的に「練馬ブランド」として打ち出していくことを検討すべきである。

特にアニメーション産業は、伝統性、集積性、活用資源性など基礎条件が備わっており、マネジメント機能を担う組織も設置され、活動している。そこで、これらのアニメーション産業の活動を支援するとともに、産業基盤整備の観点からアニメーションセンター的な拠点を設置し、全国や世界への情報発信機能を果たすといったことも必要である。

(2) 情報発信

平成18年度区民意識意向調査の「アニメ関連事業の認知度」に対する回答では、区が商業アニメ発祥の地であることを知っている区民は2割台半ばであり、区内には70社以上に及ぶアニメーション関連企業が集結していることを知っている区民は、1割強と低い数値となっている。

「練馬ブランド」となりうるものを区内外に広く周知、浸透させるために情報発信を積極的に行うとともに、その方法としても情報内容をわかりやすく伝えるため、一層努力されたい。

5 まちづくり

(1) まちづくり事業と商店街の活性化

現在、駅周辺地区でまちづくり事業が進んでいるが、こうした事業によ

る市街地基盤整備(ハード面)と商店街活性化施策(ソフト面)との連携をいかに図っていくかということが問われる。

まちづくりの手法としては、駅周辺の町会、商店会から選出された委員により構成されるまちづくり協議会が設立され、まちづくり計画の検討等が行われているが、利害関係を有する多様な関係者の合意形成に向けてのマネジメントが不可欠である。

その際、単にハード面での合意形成に向けたマネジメントだけでなく、商店街活性化策の策定も併せたマネジメントを行うことにより、地域経済の活性化を積極的に図っていく必要がある。

そこで、マネジメント能力の強化が必要であるとともに、マネジメントを担う組織についても検討する必要がある。

(2) 「練馬の中心核」

練馬駅周辺については、「練馬の中心核」として位置づけられている。

そこで、練馬駅周辺地区は、現在検討されている練馬駅北口区有地の活用と併せて、区の魅力を区内外にアピールし、区の中心機能を担うにふさわしい都市拠点として、地域経済の活性化の起爆剤となることが期待される。

6 産業振興のマネジメントと中心的組織

(1) マネジメント機能の強化の必要性

地域の複数の商店街の連携による事業を実施するといった既存団体のネットワーク化や経営支援をするにあたって必要となるマネジメント機能の強化が求められている。また、創業から事業安定化までを視野に入れた起業支援を行うためのマネジメント機能や個店の集客力アップ支援のマネジメント機能の強化も必要である。このようなマネジメント機能をどこが担い、どのように強化していくのかということが問われる。産学連携や共同開発の支援・橋渡しを担っていく役割も含め、多様な関係者および関係団体間のマネジメント機能を担う体制づくりの検討が必要である。

(2) 産業団体の組織や活動の活性化のための支援体制を担う拠点づくり

区は、産業活性化の事業主体にはなれないが、一方、活性化は産業団体の流れに任せているだけでは必ずしもできるとは限らない。その意味で、一歩踏み込んだ支援が必要ではないか。このような意味から、産業振興の中核的な拠点として建設が予定されている(仮称)産業振興会館の完成後の運営にあたっては、産業団体の組織や活動の活性化を図るための支援体制を担う拠点として十分機能するよう検討していく必要がある。

第10 むすび

区の財政状況をみると、行政活動に必要な財源をどれだけ自力で調達できるかを総合的に把握する指標である財政力指数が過去5年間減少傾向で推移しており、特別区の平均と比較しても低下の傾向が見られる。

国においては、現在、都市と地方の税収格差是正を目的とする税配分の見直し等の動きが具体化しつつあり、それらが区財政へどのような影響を及ぼすか予断を許さない。

また、地方分権をめぐり、国の地方制度調査会では、平成18年2月に「道州制のあり方に関する答申」が出され、その後、「市町村合併を含めた基礎自治体のあり方」が審議されている。都と特別区との間においても、都区のあり方が議論されている。

こうした情勢の中で、より一層、自立的、自主的な自治体運営を行うことが求められており、このためには、今後、財政力を高める努力が区政の大きな課題となる。そして、自立的な自治体を支えていく基盤となるのは、活力あふれる地域社会づくりであり、地域経済の活性化を図る取り組みにはほかならない。

このような区の置かれた社会経済状況を踏まえ、地域経済の活性化を図るためには、区内産業の振興等が不可欠であることから、今回の行政監査においては、農業を除く区内産業や区の産業振興に関する施策の現状および地域経済の活性化に対する効果について検証を行ったものである。

その結果、現在、様々な産業振興に関する施策が行われ、着実に成果を挙げつつあることが認められるが、一方で、事業効果の検証や産業振興のマネジメント機能の強化の必要性等の課題も見られた。

監査結果において述べた事項について、検討が十分行われるよう期待するものである。