

政策 310

活力ある、 新たな産業の創出を図る

企業の後継者や若手起業家がすみだ特有のものづくり企業を牽引して、技術を継承した付加価値の高い製品を生み出しています。また、新たなニーズに対応したベンチャー企業の立地が進むなど、これまでの産業の集積と新しい産業の進出による調和が生まれ、産業に関わる人口が増えています。



政策を実現させるための施策

310 活力ある、新たな産業の創出を図る

311 すぐれたものづくりの技術や技能を継承し、発展させる

- すみだ地域ブランド戦略推進事業
- 経営・技術・取引相談および指導事業
- IT化支援事業、経営革新事業（産学官連携事業）
- 区内生産品販路拡大支援事業
- 3M（小さな博物館・マイスター・工房 ショップ創出）運動推進事業

312 ニュービジネス、ベンチャー企業など次世代を担う産業を創出する

- マッチング支援事業（産学官連携事業）
- インキュベーション支援事業
- ★ 産学官連携プラザ整備事業

313 明日のすみだ企業を担う人材を育成する

- フロンティアすみだ塾事業
- 次世代ものづくり人材育成支援事業
- 工業振興スクール事業
- 他機関（（財）ファッション産業人材育成機構、東京商工会議所墨田支部等）との連携による企業人材育成支援事業

※★の事業は施策を達成するための、「主要な公共施設整備事業」です。



政策を取り巻く現状

本区は近代産業の発祥の地であり、現在も多種多様な業種の企業が集積するものづくりのまちです。都内でも有数の産業集積が維持されており、産業振興は区民生活の向上や地域の活性化に大きく関わる重要な課題の一つとなっています。

区では、区内中小企業の健全な発展と区民福祉の向上のため、昭和54年3月に「墨田区中小企業振興基本条例」を制定しました。この条例を具現化するために、産業振興会議を設け、学識経験者や事業者、区民からさまざまな意見を聴きながら、3M運動の展開やすみだ中小企業センター、国際ファッションセンターの開設など、多種多様な施策を行ってきました。また、平成14年12月には早稲田大学との間で包括的な事業連携に関する協定を締結し、産学官連携による幅広い地域振興にも取り組んできました。

しかし、こうした区民、地域、事業者、区の取り組みにもかかわらず、区内産業は、産業構造の転換、後継者難などから事業所数が減少し続けています。

平成23年3月に発生した東日本大震災によって、世界に占める日本のものづくりの重要性が再確認されましたが、区内の中小企業にとっては、技術力を高め付加価値の高い製品づくりに取り組んでいかなければ競争力が低下し、産業集積を維持することが困難となる恐れがあります。

区では、平成21年度から、すみだ地域ブランド戦略推進事業を進めており、区内企業の優れた商品等を区内外に広くPRするとともに、技術力や企画開発力の向上を図るために、区内企業の自社商品開発の支援などに取り組んでいます。



政策実現に向けての課題

本区には、多種多様なすぐれたものづくりの技術や技能が蓄積されています。これらを継承しニーズにあった製品や技術に発展させていくことが必要です。また、今後の地域経済を牽引する新しいスタイルのビジネスやベンチャー企業を創出・誘致し、育成することも重要です。

東京スカイツリーの開業を契機に、区内の産業構造も大きく変化することが予測されるなかで、地域との結びつきが強い産業を創出するとともに、柔軟で実行力のある中小企業の人材の育成に取り組む必要があります。さらに、消費者向けの最終商品づくりに取り組んでいる中小企業に対しては、積極的に販路を確保するための支援が必要となっています。

これらのことから、従来の政策を検証し、今後の産業振興を展開していくためのビジョンを、新たな「産業振興マスタープラン」として描き直していくことが求められています。

施策 311

すぐれたものづくりの技術や技能を継承し、発展させる

施策の目標 区民とともにめざす平成 27 年度の姿

すみだのものづくり企業が、経営革新を進めるとともに、その技術や技能を継承発展させ、付加価値の高い製品をいくつも生み出し、国内外に広く販路を拡大しています。



施策の達成をはかる指標

■ 製造業における従業者 1 人あたりの付加価値額

指標とした理由

技術力向上等による企業経営の改善状況をあらわす数値を指標としました。

平成 17 年度	平成 22 年度		平成 27 年度	データ出所
<実績値> 926 万円 (平成 15 年)	<中間目標> 950 万円	<現状値> 989 万円 (平成 20 年)	<最終目標> 1,050 万円	工業統計調査

*目標値を変更した理由：最終目標（970 万円）を達成したため、この間の増加率を踏まえ、より高い目標値に変更します。

■ 東京都に占める区の製造業事業所数の割合

指標とした理由

東京都における区の工業集積をあらわす数値を指標としました。

平成 17 年度	平成 22 年度		平成 27 年度	データ出所
<実績値> 8.46% (平成 15 年)	<中間目標> 8.67%	<現状値> 8.45% (平成 20 年)	<最終目標> 8.87%	工業統計調査

現状と課題

現状とこれまでの取り組み

ものづくりのまちとして発展してきた本区の製造業もその事業所数が大きく減少してきています。また、技術者の高齢化や後継者難により、これまで培われてきた技術や技能も失われつつあります。区は、このような状況に歯止めをかけるため、先進的な施策として、ものづくり企業の高度化やIT化を積極的に推進してきました。しかし、区内全体の工場数、出荷額は減少傾向にあります。

今後の課題

技術や技能を継承・発展させ、付加価値の高い製品を生み出し、経営革新を進めていくためには、個々の企業の努力はもちろん、行政の積極的な支援も欠かせません。IT化への対応支援や企業の技術者の育成支援および技術開発支援が重要となります。また、大学との連携などにより新たな技術の導入や製品開発も大きな課題となります。さらに、東京スカイツリーの開業を契機として、すみだのイメージアップを図ることにより、区内産業の活性化につなげていく必要があります。

各主体が担う役割

区が取り組むこと

ものづくりの技術者育成、技術開発のための企業活動を支援します。

主
な
事
業

すみだ地域ブランド戦略推進事業

区内企業の優れた商品等を認証する、すみだブランド認証事業を中心に、「ものづくりのまち」すみだの地域ブランドを確立し、区内産業の活性化を図ります。

経営・技術・取引相談および指導事業

経営技術取引相談指導事業・機器の開放利用、新たなものづくりを担う人材の育成、経営の基盤強化、技術・技能の向上を図り、販路拡大に寄与します。

IT化支援事業、経営革新事業（産学官連携事業）

区内企業のIT化を推進しつつ、産学官連携を活用した経営環境の合理化と高度化を支援します。

区内生産品販路拡大支援事業

Webを活用した販売促進、共同出展、イチから始める運動など区内商工団体等の行う区内生産品等の販路拡大のための事業を支援します。

3M(小さな博物館・マイスター・工房ショップ創出)運動推進事業【再掲：施策122】

小さな博物館・マイスター・工房ショップの創出を進め、産業観光の視点から、来街者のニーズにあった運動を展開します。

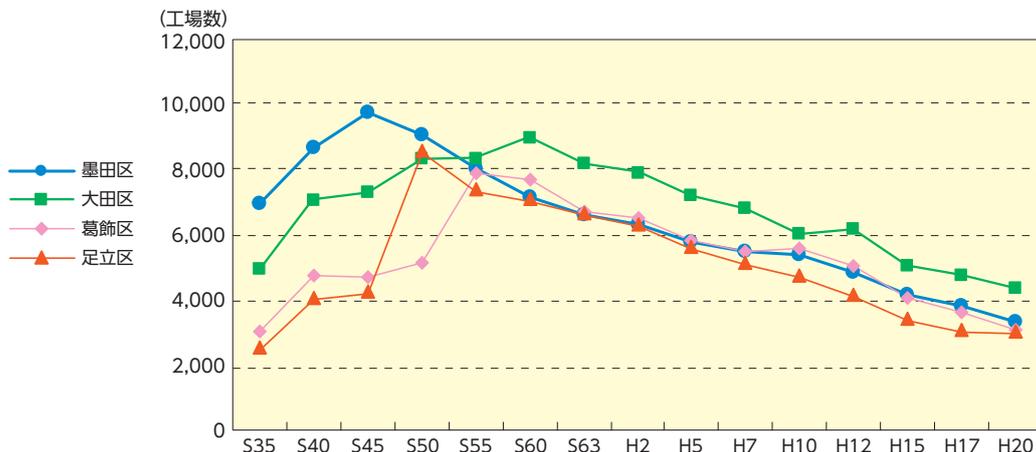
区民が取り組むこと

区内の生産品情報に敏感になり、消費者としての意見を積極的に提供します。また、すみだブランド認証商品など、優れた商品の価値を理解し、区内で生産される商品を積極的に購入します。

事業者が取り組むこと

みずから、技術の継承・発展や新商品・新技術の開発、販路開拓などを積極的に進めるとともに、企業経営革新に不断に取り組みます。

◆主要区の工場数の推移 出典：東京都統計年鑑



施策 312

ニュービジネス、ベンチャー企業など次世代を担う産業を創出する

施策の目標 区民とともにめざす平成 27 年度の姿

交通利便性やものづくり企業の集積といった立地メリットを活かして創業や企業の流入が活発に行われ、ものづくりと結びついた新たなビジネスが起これ、次世代をリードするベンチャー企業が数多く集積しています。



施策の達成をはかる指標

■ 1 年あたりの新設事業所数

指標とした理由

新たな事業展開の可能性をあらわすことから、この数値を指標としました。

平成 17 年度	平成 22 年度		平成 27 年度	データ出所
<実績値> —	<中間目標> —	<現状値> 295 事業所 (平成 21 年)	<最終目標> 310 事業所	経済センサス基礎調査

***指標を変更した理由**：事業所・企業統計調査は、平成 21 年から経済センサス基礎調査に統合されました。その調査対象は同じですが、調査手法が多少異なっており、同一のデータとして単純に比較することができないため、経済センサス基礎調査のデータを新たな指標とします。

現状と課題

現状とこれまでの取り組み

企業の廃業数が開業数を上回る状況が続き、地域における企業活力の低下が懸念されています。一方で、本区の立地メリットに注目してこの地に拠点を構える企業や、ニュービジネス、コミュニティビジネスなど新しいタイプの企業、本区の下町らしい地域特性や東京スカイツリーの開業にビジネスチャンスを見出すサービス業をはじめとする企業も現れてきています。このようななか、区では、新規創業支援事業によって創業の場の提供や交流の場の提供などを行い、新規創業やベンチャー企業に対する支援を進めてきました。

今後の課題

本区の立地メリットを広くPRし、ニュービジネス、ベンチャービジネス、コミュニティビジネスなど、新たな産業創出の芽となる企業の立地を促していくとともに、既存企業とのネットワークを強化することなどにより、地域の産業力を高めていくことが求められています。

各主体が担う役割

区が取り組むこと

創業・起業しやすい本区の立地の良さをPRします。また、事業者の創業・起業が入居しやすいオフィスを用意することで支援します。

主
な
事
業

マッチング支援事業（産学官連携事業）

大学等研究機関と連携し、新規製品開発や新分野への進出など、チャレンジしようとする区内企業を支援します。

インキュベーション*支援事業

区内での起業を促進するため、インキュベーション施設の運営等を支援します。

産学官連携プラザ整備事業

旧西吾嬬小学校内に暫定設置している施設を、中小企業センター内（あずま図書館跡）に再整備し、早稲田大学と新たな産業を創出するインキュベーション的機能を持った施設等を開設します。

区民が取り組むこと

地域が抱える課題をビジネスチャンスとするコミュニティビジネスを創業します。また、創業をしようとする人とともに地域の課題を見つめ、積極的な関わりあいを持ちます。

事業者が取り組むこと

地域のネットワークの強化を含め、新規創業や新分野開拓に取り組み、新しい産業を創出します。



*インキュベーション：設立して間もない企業に国や地方自治体などが経営技術・資金・人材などを提供し、育成することです。

施策 313

明日のすみだ企業を担う人材を育成する

施策の目標 区民とともにめざす平成 27 年度の姿

子どもの頃から、ものづくりに親しみ、ものづくりの重要性や意義を理解し、みずからの職業として選択する人が増え、企業の後継者や若手経営者による事業がすみだの産業を牽引するような事例が出ています。



施策の達成をはかる指標

■ 人材育成事業（フロンティアすみだ塾）への参加者累計数

指標とした理由

すみだの産業を牽引する可能性をもつ人材として考えられる数値を指標としました。

平成 17 年度	平成 22 年度		平成 27 年度	データ出所
<実績値> 19 人	<中間目標> 65 人	<現状値> 77 人	<最終目標> 110 人	所管課データ

■ 都立橋高校卒業生の区内企業就職者累計数

指標とした理由

区内企業へ就職し育っていく人材と考えられる数値を指標としました。

平成 17 年度	平成 22 年度		平成 27 年度	データ出所
<実績値> 0 人	<中間目標> 20 人	<現状値> 17 人	<最終目標> 120 人	都立橋高校

現状と課題

現状とこれまでの取り組み

中小のものづくり企業では、技術者の高齢化や後継者難により次代を背負って立つ技術者や人材の確保が困難な状況にあります。また、地域産業の活性化のためには、企業経営に取り組む経営者や後継者の育成が欠かせません。後継者問題への取り組みとして平成 16 年 6 月から実施しているフロンティアすみだ塾の卒業生は地域産業を牽引するリーダーとして成長しており、卒業生による組織も発足しました。また、わが国初の総合的な産業科を設置した都立橋高校と区内企業とは、インターンシップの受け入れや経営者による授業の実施などの取り組みを進めています。

今後の課題

小・中・高校生等がものづくり企業に興味を持ち、将来ものづくりの道に携わるよう支援することが求められています。また、区内教育機関等とも連携し、個々の企業では取り組みにくい人材・後継者・若手経営者の育成を支援し次世代の産業の担い手を育てていく必要があります。

各主体が担う役割

区が取り組むこと

地域産業に着目した人材育成に取り組むため、単独の企業や企業間ネットワークでは取り組みが困難な学齢期からのものづくり教育や、若手経営者、後継者等の育成を支援します。

主
な
事
業

フロンティアすみだ塾事業

若手経営者や後継者を対象に私塾形式のビジネススクールを開催し、地域産業をリードする人材を育成します。

次世代ものづくり人材育成支援事業

中学生にものづくりを職業として捉えてもらえるよう、すみだマイスターによる事業を行います。また、高校生には区内事業者等によるインターンシップ体験への支援を行います。

工業振興スクール事業

中小企業の経営者や従業員を対象に、企業の経営改善、技術・技能のレベルアップ、時代に対応しうる人材の育成を目的として、各種の講座を実施しています。

他機関（（財）ファッション産業人材育成機構、東京商工会議所墨田支部等）との連携による企業人材育成支援事業

他の産業支援機関との連携により、区内企業の従業員等を対象に、中小企業みずからでは実施しにくい研修の実施など、企業に必要な人材育成を支援します。

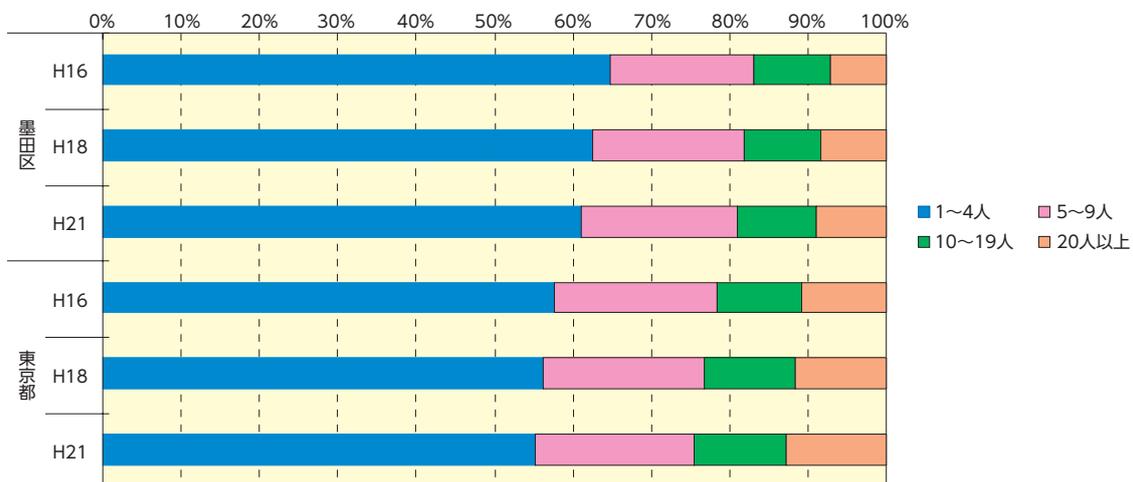
区民が取り組むこと

子どもの頃からものづくりに興味をもち、職業として積極的にものづくりを選択する次世代の区民を応援します。

事業者が取り組むこと

地域産業をリードする人材を育てるとともに、後継者や技術者など企業の発展に欠かせない人材を積極的に育成します。

◆従業員規模別事業所数の推移 出典：事業所・企業統計調査、経済センサス基礎調査



政策 320

楽しく時間を過ごせる、こだわりをもった
商業・サービス業の集積を進める

消費者ニーズを反映した豊かな生活を支える商業・サービス業が増え、地域の特色をもった商業空間がいくつも整備され、多くの区民が買い物を楽しんでいます。



政策を実現させるための施策

320 楽しく時間を過ごせる、こだわりをもった商業・サービス業の集積を進める

321 質の高い消費生活を提案できる商業集積を進める

- 工房ショップ創出事業
- 「個こだわりすみだ発掘隊」支援事業

322 地域にふさわしい特色をもった、楽しめる商業空間を創出する

- 商業活性化すみだプログラム推進事業
- 地域特性を活かした商店街づくり事業
- 商店街支援組織活性化事業



政策を取り巻く現状

本区の商店街は、日常生活に必要な商品やサービスを提供する地域経済の中心として、また、生活に密着した地域文化の継承・発展と創造の担い手として、さらに子どもから高齢者までが集う地域の「顔」としての役割を果たしてきました。

しかし、区内事業所の減少に加え、少子高齢化や消費者ニーズの多様化、大型店の出店、小売り店舗間の競争の激化など、小売業を取り巻く社会経済環境は厳しさを増し、転廃業を余儀なくされ、売上額・小売店舗数ともに減少しています。

さらに、店主の高齢化や、空き店舗の増加などから、商店街そのものの存続が危ぶまれるところも増えています。

このため、平成19年3月に「商業活性化すみだプログラム」を策定し、墨田区商店街連合会や個々の商店街、個別店舗の支援に取り組んできました。

また、平成22年6月には「墨田区商店街活性化に関する条例」を制定し、商店街の組織強化を促すとともに、同年10月に開始された墨田区商店街連合会が事業主体となって実施する「すみだぼいんと事業」の支援を行っています。

これらの結果、任意団体である商店会が法人としての商店街振興組合に移行し、組織強化の取り組みが促進されるとともに、東京スカイツリーの開業を契機にした観光施策と連携した空き店舗活用事業が展開されるなどの成果が現れはじめています。



政策実現に向けての課題

消費者ニーズを反映したサービスを提供して地域の特色を活かした商業空間を創出するには、それぞれの商店および各商店街が他にはない個性を演出し魅力を発揮することが必要です。

それぞれの商店が、常に消費者のニーズをつかみ、魅力ある品揃えやきめ細かなサービス、質の高い商品を提供することで、区内はもとより、区外からも感性の高い消費者をひきつけることができます。このような商店が集積することによって、波及効果が高まり、墨田区全体の商業活性化につながります。

商店街は、それぞれの地域の歴史的・文化的資源を活かし、商店街全体での品揃えや魅力の発信をすることや、地域の生活、文化などと深く関わり地域とのつながりを深めることで、来街者や住民が楽しく過ごせる場となります。

このため、質の高い消費生活を提案できる商業集積を進め、地域にふさわしい特色を持った、楽しめる商業空間を創出する必要があります。また、地域密着型の商店街が観光客をも顧客として取り込む商業空間を創出していくことが必要です。そのためには、商店街の努力に加え、町会・自治会や外部人材との協力体制を構築していくことが求められています。

施策 321

質の高い消費生活を提案できる商業集積を進める

施策の目標 区民とともにめざす平成 27 年度の姿

消費者ニーズを的確にとらえ、より豊かな生活を提供する商業・サービス業が多数集積し、特に個性ある魅力的な個店には区外からも多くの感性の高い消費者が訪れ、消費を楽しんでいます。



施策の達成をはかる指標

■ 小売業における売り場面積あたりの年間販売額

指標とした理由

魅力ある効率のよい売り場であることをあらわす数値を指標としました。

平成 17 年度	平成 22 年度		平成 27 年度	データ出所
<実績値> 1,446,000 円/m ² (平成 16 年)	<中間目標> 1,470,000 円/m ²	<現状値> 1,209,000 円/m ² (平成 19 年)	<最終目標> 1,500,000 円/m ²	商業統計調査

■ 中心性指数*

指標とした理由

区内外から消費者が区内の小売店を利用することをあらわす数値を指標としました。

平成 17 年度	平成 22 年度		平成 27 年度	データ出所
<実績値> 1.01 (平成 16 年)	<中間目標> 1.10	<現状値> 0.89 (平成 19 年)	<最終目標> 1.15	商業統計調査

*中心性指数：区内小売年間販売額/区の人口÷都内小売年間販売額/都の人口
1 以上ならば、区外の消費者が買い物に来ている。
1 以下ならば、区内の消費者が区外で買い物をしている。

現状と課題

現状とこれまでの取り組み

中小小売店は、従事者の高齢化、後継者難、店舗施設の老朽化、競争の激化、消費者による選別など厳しい経営環境にさらされ、売上不振に陥り、転廃業に追い込まれるところも多くなっています。一方、きらりと光る個性を持ち消費者の感性に強く訴える個店では、区内外から多くの顧客を集めています。また、新たな商業形態を模索する若手の経営者も現れてきています。区では、魅力ある個店づくりを応援し、こだわりの店を発掘し区内外に紹介するなど、個店の積極的事業展開の支援を行っています。

今後の課題

個性豊かで感性あふれる店舗づくりや品揃え、心温まる接客など、他にない特色をもったお店が多く育ち、地域に根づいていくことが必要です。また、業態転換などにより、時代のニーズにあった新たな店舗やサービスが多く集積することが望めます。さらに、東京スカイツリーの開業により多くの観光客が見込まれますが、観光との連携によりまち歩きのポイントとなるような、もてなしの心をもち何度も訪れたくなる個店の集積が求められています。

各主体が担う役割

区が取り組むこと

商業者へのアドバイス、活動支援、魅力ある個店づくりの支援などを行います。

主
な
事
業

工房ショップ創出事業

すみだマイスターなどの製造業者を対象に、製造と販売を一体化させた、観光客にも楽しんでいただける工房ショップの創出を支援します。

「個だわりすみだ発掘隊」支援事業

消費者などの声をもとに発掘した「こだわりの店」や「隠れた名店」のPR活動を展開し、区内のお店に足を運んでもらうことにより、地域全体の活性化をめざします。

区民が取り組むこと

身近にある魅力的な店を再発見し、買い物をして、多くの人にその店の魅力を伝えます。

事業者が取り組むこと

みずから積極的に、消費者の嗜好を敏感に察知して、魅力ある個店づくりに取り組みます。

◆小売業における売り場面積あたりの年間販売額 出典：東京都統計年鑑

	年間商品販売額 (百万円)	売場面積 (m ²)	円/(m ²)
平成 11 年度	308,064	221,113	1,393,242
平成 14 年度	302,028	214,527	1,407,879
平成 16 年度	306,102	211,735	1,445,684
平成 19 年度	285,012	235,741	1,209,005

施策 322

地域にふさわしい特色をもった、楽しめる商業空間を創出する

施策の目標 区民とともにめざす平成 27 年度の姿

快適に楽しく滞在できる商業空間を多くの区民や区外からの来街者が訪れている一方で、高齢者へのきめ細かな対応など、商店街が地域とのつながりをより深めています。



施策の達成をはかる指標

■「区内で楽しく買い物ができる」と思う区民の割合

指標とした理由

区内の訪れたい商業空間をあらわす数値を指標としました。

平成 17 年度	平成 22 年度		平成 27 年度	データ出所
<実績値> 48.9%	<中間目標> 51.0%	<現状値> 53.9%	<最終目標> 56.0%	区民アンケート調査

■「区内で日常の買い物が便利にできる」と思う区民の割合

指標とした理由

商店街、個店の努力の可能性をあらわす数値を指標としました。

平成 17 年度	平成 22 年度		平成 27 年度	データ出所
<実績値> 61.5%	<中間目標> 65.0%	<現状値> 62.6%	<最終目標> 69.0%	区民アンケート調査

現状と課題

現状とこれまでの取り組み

中小小売店の売上不振・後継者難・転廃業による空き店舗の増加、競争激化により商店街来街者数が減少しているとともに、商店街施設の老朽化や組織の弱体化が進んでいます。区では、これまで墨田区商店街連合会が行う事業への支援や、各商店街の実施するイベントをはじめとしたさまざまな事業への支援を行ってきましたが、平成 22 年 10 月に始まった「すみだぼいと事業」では、区的环境活動との連携が実施されています。また、東京スカイツリーの建設を契機とした「商業活性化すみだプログラム推進事業」の展開では、浅草通りに面した押上・業平橋地区や吾妻橋地区の商店街において「おしなりくん」や「あづちゃん」など、商店街の新しいキャラクターが生み出され、商店街活動に新たな展開を促しました。

今後の課題

商店街を活性化し、発展させるリーダーの育成が求められています。また、商店街ごとの特性を活かした商店街活性化策を検討し、特色のある商店街づくりを進めていく必要があります。さらに、東京スカイツリーの開業に伴い、周辺地域も含めた新たな商業空間の創出や観光の視点から、まち歩きのできる商店街の創出も必要となっています。

各主体が担う役割

区が取り組むこと

商店街が行う商業振興活動を専門家派遣、融資、団体間のコーディネートなどにより支援をします。

主
な
事
業

商業活性化すみだプログラム推進事業

東京スカイツリーの開業にあわせた事業展開をしている押上・業平橋地区や吾妻橋地区など、区内6か所の商業拠点において、商店街ごとの特性を活かした商店街づくりを支援します。

地域特性を活かした商店街づくり事業

商店街が行うイベントや特色のある事業、環境整備を支援することにより、地域特性を活かした商店街づくりを行います。

商店街支援組織活性化事業

「すみだぼいんと事業」をはじめ、墨田区商店街連合会が行う各種事業を支援することにより、組織の活性化と加入商店街の強化を図ります。

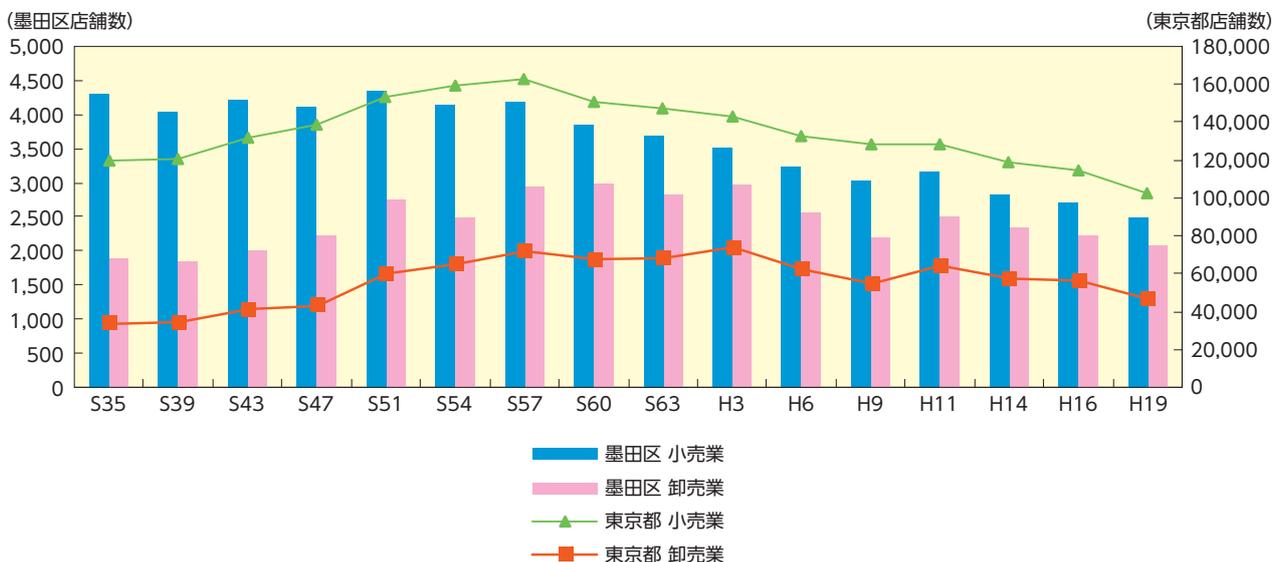
区民が取り組むこと

地域の商店街で買い物を楽しみ、地域のよさを見直し、地域商店街を積極的に活用します。

事業者が取り組むこと

地域の商店街が積極的に消費者ニーズに合った品揃えをし、にぎわいのある商店街づくりに取り組みます。

◆小売業・卸売業の店舗数推移 出典：東京都統計年鑑



政策 330

誰もが地域のなかで、生きがいをもって働くことができるしくみをつくる

従来の事業所だけでなく、コミュニティビジネスやNPOによる雇用が増え、能力やライフスタイルにあわせて働きやすい条件が整い、地域で能力を発揮して活躍する区民が増えています。



政策を実現させるための施策

330 誰もが地域のなかで、生きがいをもって働くことができるしくみをつくる

331

地域企業、NPOの育成を図り、雇用・就労を増やし、地域での活躍の機会を創出する

- 商工業融資事業
- すみだ就職相談室運営事業
- 就職サポート事業

332

勤労者が働きやすい環境づくりを支援する

- (社) 墨田区勤労者福祉サービスセンター運営支援事業
- 勤労者福祉事業 (すみだ中小企業センター)



政策を取り巻く現状

誰もが地域の中で自分の能力を十分に発揮し活躍できる、活力あふれたまちにするためには、人々の生活に最も近い自治体と、地域の人々や事業者がともに知恵を出し、協力して高齢者や障害者を含めたさまざまな人々の社会参画する場をつくる必要があります。また、地域や福祉のための活動に生きがいを見出す人も増えてきており、従来の企業だけでなく、NPO活動に参加したり、コミュニティビジネス、ソーシャルエンタープライズ、SOHO*を立ち上げるなど多種多様な労働形態も生まれています。

本区では、窓口において、一般の方々だけでなく、高齢者や若者の就労の相談に応じています。また、起業家・創業家の支援に取り組むほか、NPO法人の立ち上げや運営の支援も進めています。



政策実現に向けての課題

勤労者の働きやすい環境づくりのためには、従来の形態の事業所だけでなく、新しい形態の事業展開に対する区民の理解を醸成することが必要です。

また、企業等の事業者も、能力やライフスタイルにあわせた求人に配慮することが求められています。

さらに、依然として厳しい雇用情勢の中で、就職したくてもできない方に対する就労支援の強化が重要となっています。このため、ハローワーク墨田との連携を強化するとともに、より効果的な就労支援を行い、区民の就労促進を図る必要があります。

誰もが地域のなかで、生きがいをもって働くことができるしくみをつくるために、地域社会に根ざした企業、NPOの育成を図ることで雇用・就労を増やし、地域での活躍の機会の創出を区が支援することが必要となっています。



*SOHO：Small Office Home Officeの略で、個人起業家や自営業者が自宅や小規模なオフィスで仕事をする新しいワークスタイルです。

施策 331

地域企業、NPOの育成を図り、雇用・就労を増やし、地域での活躍の機会を創出する

施策の目標 区民とともにめざす平成 27 年度の姿

地域社会に根ざした数多くの企業やNPO法人が生まれ、多数の就労機会と多様な就労形態に恵まれています。



施策の達成をはかる指標

■ 創業支援資金融資あっせん件数

指標とした理由

地域社会を中心に創業支援の状況をあらわす数値を指標としました。

平成 17 年度	平成 22 年度		平成 27 年度	データ出所
<実績値> 21 件	<中間目標> 25 件	<現状値> 117 件	<最終目標> 140 件	所管課データ

*目標値を変更した理由：制度の見直しに伴う利便性の向上により、最終目標（30 件）を大幅に上回ったため、より高い目標値に変更します。

■ 有効求人倍率（ハローワーク墨田管内）

※ハローワーク墨田管内：国の機関である「ハローワーク墨田」の管轄地域は墨田区・葛飾区です。

指標とした理由

就労機会の増減の状況をあらわす数値を指標としました。

平成 17 年度	平成 22 年度		平成 27 年度	データ出所
<実績値> 0.70 倍 (平成 18 年)	<中間目標> 0.73 倍	<現状値> 0.40 倍	<最終目標> 0.73 倍	ハローワーク墨田

*目標値を変更した理由：経済状況の悪化に伴い中間目標を大幅に下回りましたが、東京スカイツリー完成後の求人発生や、就労支援の強化等を踏まえ、最終目標（0.77 倍）は中間目標を引き継いだ数値に変更します。

現状と課題

現状とこれまでの取り組み

平成 20 年の世界的金融危機の影響に伴う長期不況や後継者不足等により、区内の事業所数が長期漸減傾向にあります。そこで、区ではインキュベーション施設の提供、創業を対象とした融資や相談等の創業支援事業、後継者や創業目的の人材育成事業に取り組んでいます。また、長期不況や雇用のミスマッチ、ニート・フリーター問題により、雇用対策が強く求められたことから、ハローワークと連携した高齢者や、一般の方を対象とした求職相談事業を平成 16 年度から実施し、平成 18 年度から 40 歳未満の方の就労支援事業に取り組んでいます。

今後の課題

区民や区内法人によるコミュニティビジネスへの支援はもとより、創業をめざす人や団体を区内に呼び込むような施策展開が求められます。さらには、資金面でのバックアップと経営ノウハウの相談を充実していくことが望まれます。また、雇用情勢の回復の兆しがなく、特に若年者の就労について支援をしていくとともに、女性や団塊世代が地域で活躍できる場を創出していくことが求められています。

各主体が担う役割

区が取り組むこと

ビジネスをはじめたい区民へのノウハウや資金面での支援や、区民の雇用・就労のサポート・相談を行います。

主
な
事
業

▶ 商工業融資事業

区内で創業しようとする個人・法人を資金面で、支援します。

▶ すみだ就職相談室運営事業

ハローワーク墨田との連携のもと、就職を希望する区民に対し、求人情報の提供と希望に適した職種の紹介を行うとともに、相談を受け就労を支援します。

▶ 就職サポート事業

より多くの40歳未満の若い世代の方が、区内をはじめとする企業に就職できるように、個別相談、就職活動支援セミナー等のさまざまな取り組みを通じて支援していきます。

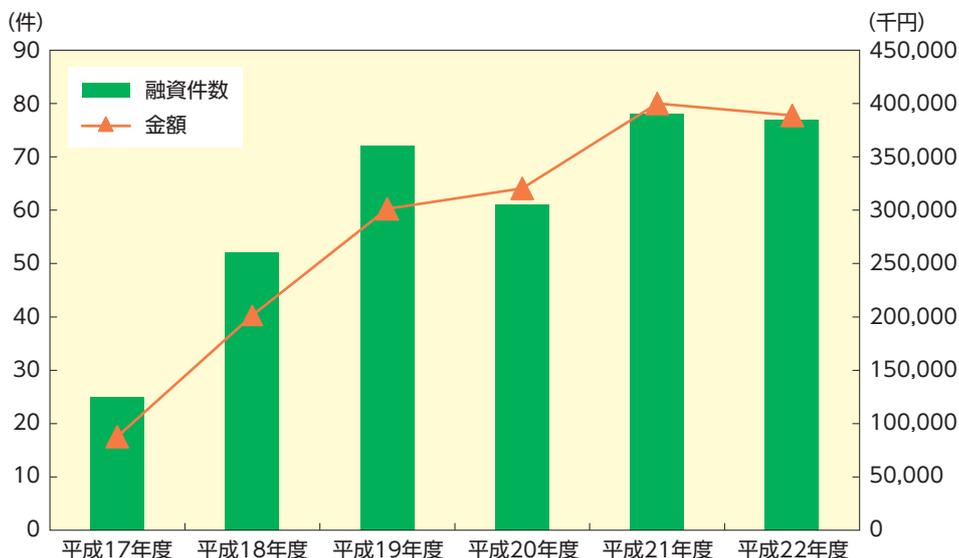
区民が取り組むこと

地域のニーズ・特性を把握し、自分の志向にあったビジネスを立ち上げ、また、自分のめざす企業に就職します。現役を退いた区民も、企業・家庭で培った技術や知識を活かし、地域の人たちの役に立つ地域活動およびビジネス等を通じて生きがいをもって働きます。

事業者が取り組むこと

新たな地域ニーズに対して、地域貢献や新規事業への取り組みを行い、見込みがあるビジネス分野への投資を行います。

◆創業支援資金融資の実績 出典：産業観光部資料



施策 332

勤労者が働きやすい環境づくりを支援する

施策の目標 区民とともにめざす平成 27 年度の姿

多くの企業では、働く意欲のある人々が能力を発揮できるように、安全で快適な労働環境になっています。



施策の達成をはかる指標

■ (社) 墨田区勤労者福祉サービスセンターの会員数

指標とした理由

区内中小企業勤労者の福利厚生の実現度をあらわす数値を指標としました。

平成 17 年度	平成 22 年度		平成 27 年度	データ出所
<実績値> 3,598 人	<中間目標> 3,700 人	<現状値> 3,319 人	<最終目標> 3,700 人	所管課データ

*目標値を変更した理由：平成 22 年度の現状値が 17 年度の実績値を下回りましたが、最終目標（3,800 人）は中間目標を引き継いだ数値に変更します。

現状と課題

現状とこれまでの取り組み

区ではこれまで、作業現場をよりクリーンで働きやすい労働環境に改善してきた工場をモデル工場と認定し、労働安全のための設備投資を支援してきました。また、すみだ中小企業センターに勤労者福祉施設を設置するとともに、(社) 墨田区勤労者福祉サービスセンターを通して、中小企業勤労者の福利厚生の実現に取り組んできました。しかし、長引く不況、さらに平成 20 年の世界同時不況により企業経営が厳しさを増し、製造業を中心に区内事業所の減少傾向が続いています。

今後の課題

不況等による区内事業所の減少に伴い、会員数の現状確保がむずかしくなる中で、(社) 墨田区勤労者福祉サービスセンターでは組織の強化を図り、より一層のサービスの充実に努め、会員の確保のために努力していくことが求められています。

各主体が担う役割

区が取り組むこと

労働環境の改善に取り組む民間企業と、能力開発や自己啓発等に取り組む勤労者の支援を行います。

主
な
事
業

(社) 墨田区勤労者福祉サービスセンター運営支援事業

(社) 墨田区勤労者福祉サービスセンターの運営を支援することで中小企業勤労者の福利厚生の上ととともに、自己啓発を促進しています。

勤労者福祉事業 (すみだ中小企業センター)

区内中小企業の勤労者の福利厚生事業に活用する、体育館・ヘルストレーニング室・和室・料理室等を整備し、開放しています。

区民が取り組むこと

職業能力の向上や自己啓発に取り組んでいます。

事業者が取り組むこと

労働基準法等を遵守し従業員の福利厚生の上上に積極的に努めるとともに、常に良好な労働・職場環境の確保に取り組んでいます。

◆ (社) 墨田区勤労者福祉サービスセンターの会員数 出典：産業観光部資料

