

令和元年度 大田区まち・ひと・しごと創生総合戦略 進行管理・検証シート

【基本目標1】		様々な産業を支える世界トップレベルの技術力の集積や、人と人とのつながりにより、新たなチャレンジが次々と生まれる創造のまちを目指す						
No.	数値目標	現状値	平成27年度 (2015年度)	平成28年度 (2016年度)	平成29年度 (2017年度)	平成30年度 (2018年度)	令和元年度 (2019年度)	目標値 令和2年度 (2020年度)
1	製造品出荷額等(億円)	4,110億円 (2014年度)	—	4,019億円	—	—	—	5,000億円 以上
2	開業率(%)	7.5% (2014年度)	—	5.6%	—	—	—	10%
3	大田区内従業者数(人)	359,410人 (2014年度)	—	349,551人	—	—	—	361,000人 以上

施策1		ものづくりにおける新たな価値の創出		
No.	KPI(重要業績評価指標)	現状値	最新値 令和元年度 (2019年度)	目標値 令和2年度 (2020年度)
1	臨海部(平和島・昭和島・京浜島・東海・城南島・羽田空港)に立地する事業所数(社)	2,154社 (2011年度)	2,231社 (2016年度)	2,300社以上
2	指定集積業種の企業立地件数または新規事業件数(件)	124件 (2014年度)	125件 (2015~2019 年度計)	150件
3	指定集積業種の製品出荷額(億円)	4,312億円 (2012年度)	3,694億円 (2018年度)	4,412億円
4	新製品・新技術開発助成(実用化・製品化助成)を受けた企業のうち、展示会出展または取引につながった企業の割合(%)	82.1% (2015年度)	92.3%	100%
5	受発注商談会をきっかけとした取引成立金額と件数(千円・件)	50,669千円 209件 (2014年度)	16,784千円 80件	73,500千円 268件
施策の内訳		具体的な取り組みの例		主な部局
1-1-1	企業誘致を中心とした大田区の立地デザインの確立	①ものづくり工場立地助成 ②研究開発企業等拠点整備助成事業 ③企業立地サポート事業 ④工場アパート等の整備		産業経済部
I. 令和元年度中の主な実績や事業効果等		○ものづくり工場立地助成 新規認定企業数21件、1年目から3年目の交付企業数56件 ○工場アパート立地助成 交付企業数1件 ○ものづくり企業立地継続補助金の認定及び交付企業件数 14件 ○研究開発企業等拠点整備助成事業(ファブレス企業等立地助成) 交付企業数 1件 ○企業立地促進サポート事業における企業訪問数 181件 拡張・移転意向のある企業に対しては、工場アパートや民間の物件等を紹介した。 ○区内に立地意向のある区外企業の誘致件数 10件 ○区内立地を確実に実現させるため、受け皿となる区内の空き工場・空き事業用地等不動産情報を調査した。93件 併せて不動産所有者等に対し、製造業系用途への活用を促すため個別面談等を実施した。		
II. 課題や今後の方針等		○平成30年11月1日付け30産産発第11384号区長決定「産業支援施設等のあり方及び今後の方向性について」に基づき産業支援施設の整備を進め、区内での持続可能な操業環境を確保する。 ○区外企業の区内への立地意向についてのアンケート調査の結果に基づき、区内立地の可能性が高い企業の誘致を積極的に進める。さらに多様な広報手段により事業者への周知拡大を図り、助成金の申請を促し、産業集積を維持する。		

令和元年度 大田区まち・ひと・しごと創生総合戦略 進行管理・検証シート

【基本目標1】		様々な産業を支える世界トップレベルの技術力の集積や、人と人とのつながりにより、新たなチャレンジが次々と生まれる創造のまちを目指す						
No.	数値目標	現状値	平成27年度 (2015年度)	平成28年度 (2016年度)	平成29年度 (2017年度)	平成30年度 (2018年度)	令和元年度 (2019年度)	目標値 令和2年度 (2020年度)
1	製造品出荷額等(億円)	4,110億円 (2014年度)	—	4,019億円	—	—	—	5,000億円 以上
2	開業率(%)	7.5% (2014年度)	—	5.6%	—	—	—	10%
3	大田区内従業者数(人)	359,410人 (2014年度)	—	349,551人	—	—	—	361,000人 以上

施策1		ものづくりにおける新たな価値の創出		
No.	KPI(重要業績評価指標)	現状値	最新値 令和元年度 (2019年度)	目標値 令和2年度 (2020年度)
1	臨海部(平和島・昭和島・京浜島・東海・城南島・羽田空港)に立地する事業所数(社)	2,154社 (2011年度)	2,231社 (2016年度)	2,300社以上
2	指定集積業種の企業立地件数または新規事業件数(件)	124件 (2014年度)	125件 (2015~2019 年度計)	150件
3	指定集積業種の製品出荷額(億円)	4,312億円 (2012年度)	3,694億円 (2018年度)	4,412億円
4	新製品・新技術開発助成(実用化・製品化助成)を受けた企業のうち、展示会出展または取引につながった企業の割合(%)	82.1% (2015年度)	92.3%	100%
5	受発注商談会をきっかけとした取引成立金額と件数(千円・件)	50,669千円 209件 (2014年度)	16,784千円 80件	73,500千円 268件
施策の内訳		具体的な取り組みの例		主な部局
1-1-2	高付加価値を生み出す技術革新・経営革新	①オーダーメイド型福祉用具製作・利用促進事業 ②新製品・新技術開発の支援 ③医工連携支援事業の推進 ④協創プロジェクト発足に向けた取り組み		産業経済部 福祉部
I 令和元年度中の主な実績や事業効果等		○障がい者総合サポートセンターの相談支援部門窓口において福祉用具の利用や整備についての相談に対応することを明示し、ホームページでも周知を行った。 ○新製品・新技術開発のための支援として、以下を実施した。 開発ステップアップ助成 7件 実用化製品化助成 5件 新製品・新技術コンクール 9件(応募20件) ○文京区、川崎市とともに医工連携フェアを開催し、医療系製造販売企業との事前マッチングによる商談会を実施した。 同フェア内において、セミナーと名刺交換会を実施した。		
II 課題や今後の方針等		○オーダーメイド型福祉用具製作・利用促進事業については、障がい者総合サポートセンター内でできる軽微な補修等についてはサポートセンターで随時対応し、新製品製作の必要性が高い相談があった場合には産業振興協会の受発注相談サービスに照会することとした。 ○大手企業・大学・大田区企業との積極的マッチングを行い、大田区内に各種産業クラスターの構築を目指していく。 ○医工連携支援事業については、令和元年度まで開催していた医工連携フェアが、新型コロナウイルスの影響により、オンライン上での開催となった。今後は、オンラインでの開催の継続可能性に加え、当初の目的である企業同士のマッチングに資するための施策検討を継続して行っていく。		

令和元年度 大田区まち・ひと・しごと創生総合戦略 進行管理・検証シート

【基本目標1】		様々な産業を支える世界トップレベルの技術力の集積や、人と人とのつながりにより、新たなチャレンジが次々と生まれる創造のまちを目指す						
No.	数値目標	現状値	平成27年度 (2015年度)	平成28年度 (2016年度)	平成29年度 (2017年度)	平成30年度 (2018年度)	令和元年度 (2019年度)	目標値 令和2年度 (2020年度)
1	製造品出荷額等(億円)	4,110億円 (2014年度)	—	4,019億円	—	—	—	5,000億円 以上
2	開業率(%)	7.5% (2014年度)	—	5.6%	—	—	—	10%
3	大田区内従業者数(人)	359,410人 (2014年度)	—	349,551人	—	—	—	361,000人 以上

施策1		ものづくりにおける新たな価値の創出		
No.	KPI(重要業績評価指標)	現状値	最新値 令和元年度 (2019年度)	目標値 令和2年度 (2020年度)
1	臨海部(平和島・昭和島・京浜島・東海・城南島・羽田空港)に立地する事業所数(社)	2,154社 (2011年度)	2,231社 (2016年度)	2,300社以上
2	指定集積業種の企業立地件数または新規事業件数(件)	124件 (2014年度)	125件 (2015~2019 年度計)	150件
3	指定集積業種の製品出荷額(億円)	4.312億円 (2012年度)	3,694億円 (2018年度)	4,412億円
4	新製品・新技術開発助成(実用化・製品化助成)を受けた企業のうち、展示会出展または取引につながった企業の割合(%)	82.1% (2015年度)	92.3%	100%
5	受発注商談会をきっかけとした取引成立金額と件数(千円・件)	50,669千円 209件 (2014年度)	16,784千円 80件	73,500千円 268件
施策の内訳		具体的な取り組みの例		主な部局
1-1-3	取引・市場拡大の促進	①受発注相談の実施 ②展示会及び商談会の開催 ③海外取引の拡大 ④海外との取引拡大につながるホームページリニューアル ⑤IoTによる「仲間まわし」ネットワークの構築		産業経済部
I 令和元年度中の主な実績や事業効果等		<ul style="list-style-type: none"> ○受発注相談件数 967件 取引成立件数 130件 取引成立金額 144,544千円 ○受発注商談会を1回開催した。実績は以下のとおり。 取引成立件数 80件 取引成立金額 16,784千円 ○ニーズ型商談会を2回開催した。実績は以下のとおり。 1回目(大手企業):参加企業数16社、商談件数20件、取引成立金額3,220千円 2回目(ベンチャー企業):参加企業数16社、商談件数27件 ○大田区加工技術展示商談会を開催した。 出展社数100社・2団体、商談件数2,098件、取引成立金額22,738千円 ○おおた研究開発フェアを開催した。 出展者数97社・団体、商談件数5,798件 ○海外取引拡大のため、以下を実施した。 海外取引相談925件、海外取引セミナー3回、欧州市場勉強会3回 国際取引あっせん 成約件数 11件 4,769千円 ○海外見本市出展支援として、以下を実施した。 「COMPAMED(ドイツ)」、「FBC上海」に共同出展 商談件数218件 海外見本市出展助成金(単独出展) 採択件数8件 商談件数180件 取引成立金額10,148千円 ○IoTによる「仲間まわし」ネットワークについて、設立された合同会社が自立した運営を行えるよう、売り上げ拡大に向けたブランディング、区内外への展開・浸透を図る活動を進めた。同時に実証実験を進めてきたIoTツールの活用に向けた体制構築を行った。 		
II 課題や今後の方針等		<ul style="list-style-type: none"> ○シルバー人材の活用とものづくり連携コーディネーターの日々の巡回訪問により、区内企業のデータベース登録を促進する他、情報の少ない企業を中心に訪問することでデータベースの内容を充実し、より精度の高い受・発注あっせんを行い、取引成立金額の向上に繋げる。 ○従来の受発注商談会を年1回開催する他、高付加価値かつ利益率の高い川上・川下企業との「スマイルカープ商談会」、withコロナを見据えたオンライン商談会等、多様な商談会を開催することで区内企業の取引促進機会を拡大する。 ○高付加価値品を適正単価で求める傾向が強い欧州の展示会には、引き続き区内企業と共同出展する。また、中国華東地域の調達ニーズに訴求すべく、上海開催の展示会にも共同出展する。さらに、自動化機器・ロボティクス関連の需要が旺盛な台湾の展示会に出展する。 ○IoTによる「仲間まわし」ネットワークの構築については、①コンソーシアムの自立化支援、②ハブ企業の水平連携による提案型ものづくり(プロダクトイノベーション)、③仲間まわしのプロジェクト化(垂直連携)による生産性向上(プロセスイノベーション)の3つのテーマの具体的検討を進める。 		

令和元年度 大田区まち・ひと・しごと創生総合戦略 進行管理・検証シート

【基本目標1】		様々な産業を支える世界トップレベルの技術力の集積や、人と人とのつながりにより、新たなチャレンジが次々と生まれる創造のまちを目指す						
No.	数値目標	現状値	平成27年度 (2015年度)	平成28年度 (2016年度)	平成29年度 (2017年度)	平成30年度 (2018年度)	令和元年度 (2019年度)	目標値 令和2年度 (2020年度)
1	製造品出荷額等(億円)	4,110億円 (2014年度)	—	4,019億円	—	—	—	5,000億円 以上
2	開業率(%)	7.5% (2014年度)	—	5.6%	—	—	—	10%
3	大田区内従業者数(人)	359,410人 (2014年度)	—	349,551人	—	—	—	361,000人 以上

施策2		暮らしを支え豊かにする地域ビジネスの発信			
No.	KPI(重要業績評価指標)		現状値	最新値 令和元年度 (2019年度)	目標値 令和2年度 (2020年度)
1	ビジネスプランコンテストにソーシャルビジネス・コミュニティビジネスとして提案されたプラン件数(件)		19件 (2015年度)	30件 (2018年度)	28件
2	おおたオープンファクトリーの参加者数(人)		3,500人 (2015年度)	4,850人	5,000人
施策の内訳		具体的な取り組みの例		主な部局	
1-2-1	暮らしを支えるあきないの活性化	①新・元気をさせ！商店街事業 ②商店街活性化テーマ別選択事業 ③商店街景観整備事業 ④商店街PR事業 ⑤繁盛店創出事業 ⑥文化交流・多言語習得でおもてなし事業 ⑦商店街女性・若手チャレンジ事業 ⑧若手商人ネットワーク事業		産業経済部	
I. 令和元年度中の主な実績や事業効果等		○区内商店街の活動を支援するため、以下の補助金を交付した。 ・新元気をさせ！商店街事業補助金 125件(イベント事業117件、活性化事業4件、商店街組織力強化支援事業4件) ・商店街活性化テーマ別選択事業補助金 33件 ・若手商人ネットワーク事業補助金 22件 ○若手商人ネットワーク事業を以下のとおり実施した。 「次世代リーダー育成塾(全3講座×2日間、25人参加)」を実施。 次代を担う区内商店街の若手会員のスキルアップを図り、商店街の垣根を超えた若手のネットワーク構築を目的に実施した。 「成功するプロジェクトマネジメント」と題したビジネスセミナーの開催や、中小企業診断士をファシリテータとして招いた実践的なワークショップを行い、若手が実践するイベントのブラッシュアップを行うことで、効果的な事業実施について学び、次代を担う若手の育成を図った。 ○景観整備事業を以下のとおり実施した。 田園調布商店街振興組合へコーディネーターを派遣し、設計計画を基に駅西側の装飾灯を建替え、2か年に渡る事業を完了した。 洗足池商店街振興組合へコーディネーターを派遣し、デザイン案を基に基本設計及び実施設計を行った。			
II. 課題や今後の方針等		○次世代リーダー育成塾では、商店街の垣根を超えた若手間の連携や卒業生が育成塾の運営に携わるなど成果が現れてきている。次代の商店街を担う人材を生み出してきており、引き続き継続していく方針である。ただし、新しい生活様式への適合や、塾生の習熟度を動かし、事業内容の見直しは随時行っていく。 ○景観整備事業は、令和2年度をもって計画が進んでいた景観整備事業は全て完了する。計画検討地区の4商店会については、無電柱化や道路整備に対する要望が強く、事業推進の見通しが立てづらいことから、令和3年度以降は都市基盤整備部との連携を視野に入れた事業全般の見直しを図る。			

令和元年度 大田区まち・ひと・しごと創生総合戦略 進行管理・検証シート

【基本目標1】		様々な産業を支える世界トップレベルの技術力の集積や、人と人とのつながりにより、新たなチャレンジが次々と生まれる創造のまちを目指す						
No.	数値目標	現状値	平成27年度 (2015年度)	平成28年度 (2016年度)	平成29年度 (2017年度)	平成30年度 (2018年度)	令和元年度 (2019年度)	目標値 令和2年度 (2020年度)
1	製造品出荷額等(億円)	4,110億円 (2014年度)	—	4,019億円	—	—	—	5,000億円 以上
2	開業率(%)	7.5% (2014年度)	—	5.6%	—	—	—	10%
3	大田区内従業者数(人)	359,410人 (2014年度)	—	349,551人	—	—	—	361,000人 以上

施策2		暮らしを支え豊かにする地域ビジネスの発信		
No.	KPI(重要業績評価指標)	現状値	最新値 令和元年度 (2019年度)	目標値 令和2年度 (2020年度)
1	ビジネスプランコンテストにソーシャルビジネス・コミュニティビジネスとして提案されたプラン件数(件)	19件 (2015年度)	30件 (2018年度)	28件
2	おおたオープンファクトリーの参加者数(人)	3,500人 (2015年度)	4,850人	5,000人
施策の内訳		具体的な取り組みの例		主な部局
1-2-2	ビジネス手法を活かした地域の課題解決・魅力向上支援	①地域課題解決型ビジネスの支援 ②道路法の特例を活用したエリアマネジメントの推進 ③各種産業団体への経営革新・多言語化支援の充実 ④旅館業法の特例を活用した外国人滞在施設経営事業の環境整備 ⑤ビジネスプランコンテストの実施		企画経営部 産業経済部 健康政策部
I. 令和元年度中の主な実績や事業効果等		○コミュニティビジネス創業塾を開催し、実績は以下のとおりであった。 4回(延べ79人参加) ○旅館業法の特例を活用した外国人滞在施設経営事業の実績及び効果 物件数:162件 居室数:706室 定員:2,711人 安全・安心に配慮した認定業務を遂行し、これまで特段大きなトラブルもなく認定件数を増やす等、着実に実績を積み上げている。		
II. 課題や今後の方針等		○コミュニティビジネス講座では、創業予定者向けに加え、創業者へのフォローアップも行う。 ○新型コロナウイルス感染症拡大による外国人旅客等の減少により、事業者は影響を受けている。今後も着実な認定業務の遂行、及び事業者への感染症等に係る情報提供を、適時適切に実施していく。 ○コンテストにより地域を活性化させるプランを表彰することができた。しかし、今後は大田区の課題を解決しつつ、大田区を発信地とした社会課題を解決するビジネスを創出する必要がある。近年の創業者が求めるものとして「表彰」「融資」よりも「共同創業者」「アイデアを実現させるバックアップ」「出資」等に移ってきていることを踏まえ、現在の創業者支援事業全体のあり方を見直す。		

令和元年度 大田区まち・ひと・しごと創生総合戦略 進行管理・検証シート

【基本目標1】		様々な産業を支える世界トップレベルの技術力の集積や、人と人とのつながりにより、新たなチャレンジが次々と生まれる創造のまちを目指す						
No.	数値目標	現状値	平成27年度 (2015年度)	平成28年度 (2016年度)	平成29年度 (2017年度)	平成30年度 (2018年度)	令和元年度 (2019年度)	目標値 令和2年度 (2020年度)
1	製造品出荷額等(億円)	4,110億円 (2014年度)	—	4,019億円	—	—	—	5,000億円 以上
2	開業率(%)	7.5% (2014年度)	—	5.6%	—	—	—	10%
3	大田区内従業者数(人)	359,410人 (2014年度)	—	349,551人	—	—	—	361,000人 以上

施策2		暮らしを支え豊かにする地域ビジネスの発信		
No.	KPI(重要業績評価指標)	現状値	最新値 令和元年度 (2019年度)	目標値 令和2年度 (2020年度)
1	ビジネスプランコンテストにソーシャルビジネス・コミュニティビジネスとして提案されたプラン件数(件)	19件 (2015年度)	30件 (2018年度)	28件
2	おおたオープンファクトリーの参加者数(人)	3,500人 (2015年度)	4,850人	5,000人
施策の内訳		具体的な取り組みの例		主な部局
1-2-3	地域産業のブランディング促進	①大田の工匠100人のPR ②大田区・川崎市浴場連携事業 ③大田の工匠Next Generationの認定 ④優工場の認定 ⑤大田ブランド発信事業 ⑥OTA! いちおしグルメのPR ⑦おおたオープンファクトリーの充実 ⑧大田のおみやげ100選		観光・国際都市部 産業経済部
I. 令和元年度中の主な実績や事業効果等		<p>○大田区・川崎市浴場連携事業では、平成29年度から京浜急行電鉄と連携し、両組合に加盟する銭湯をめぐるスタンプラリーを行い、銭湯のPR及び来場促進に繋がる事業を継続してきた。令和元年度は京浜急行電鉄との連携に孤独のグルメを加え、「ぐるっとQusumi！」キャンペーンによるスタンプラリーを実施し、幅広い年齢層に銭湯への利用促進を図ることができた。 大田区参加浴場数:36浴場(川崎市35浴場) スタンプラリー応募総数:4,503件(大田区・川崎市合計)</p> <p>○大田の工匠 技術・技能継承 新たに10社(10組)の受賞企業を選定した。新型コロナウイルス感染拡大により技術・技能継承展は中止。webや区関係施設へのパンフレットの配布を通じ、受賞者と所属企業のPRに努めた。</p> <p>○大田区「優工場」 10社を選定した。このうち、総合部門賞4社、人に優しい部門賞1社、まちに優しい部門賞1社を表彰した。プロジェクトについては、交流会1回、工場見学会1回、プロジェクト会議6回、都立六郷工科高校とのランチミーティング1回を実施。</p> <p>○おおたオープンファクトリー 地域のモノづくりマインドの醸成とともに、区内外の来訪者誘致及び大田区のモノづくりの魅力を広く発信することができた。また、他エリアでの同取組と連携して事業実施を行うことで、大田区のエリアセールスにつながった。来場者数4,850人、参加工場53社。</p> <p>○大田のお土産100選 39点の製品・商品(ものづくり部門:14点、食品部門:25点)を選定した。公共交通機関広告に加え、区内百貨店やイベントへの出展や駅貼り広告の無償掲載等、区内事業者と連携しプロモーションを行った。</p> <p>○商店街・個店グループモデル事業 3地区10商店街12グループが、専門家の支援を通じ、7件の商品開発と、9件のPR戦略策定・広報を行った。</p>		
II. 課題や今後の方針等		<p>○大田区・川崎市浴場連携事業では両浴場組合の連携により、新規利用者獲得やPR等、相乗効果を生み出すための事業を引き続き展開していく。</p> <p>○大田の工匠 技術・技能継承は、大田の工匠 Next Generationの後継事業として平成29年度からスタートした。これに伴い、グランデュオ蒲田3階東西通路で行っていた工匠展の企画内容を見直し、工匠展に加え、関連イベントとして受賞企業の工場見学とロボット・プログラミング教室を実施しPRに努めた。次年度は工匠展企画内容を検討していく。</p> <p>○大田区「優工場」については、「人材確保・育成」「新規顧客開拓」「受発注拡大」をテーマとして、民間主導の形で課題解決を図る。協会は事務局としてできる限りのサポートを行っていく。</p> <p>○オープンファクトリーについては、大田の観光における産業観光(モノづくり観光)の取扱いと、それに応じた第10回の節目を経た後の持続性、関係者の功労・関与の歴史に鑑みた今後の実施の方向性(発展の仕方、実施主体・開催手法のあり方等)を検討する。</p> <p>○大田のお土産100選については、売上や来店者増等の表彰効果を85%の事業者が実感し、毎年度の満足度においても80%以上を記録しているが、未だ認知度は低い状況となっている。そのため、次年度以降もより一層の区内外への戦略的プロモーション展開や、表彰製品・商品(事業者)のフォローアップを推進していく。</p> <p>○商店街・個店グループモデル事業では、個店をグループ単位で支援するという新たな枠組みを通じて、商店街・個店支援のあり方を検討した。個店の商品力向上と、エリアやグループ単位でのプロモーション活動の両側面から商店街活性化に取り組むため、潜在的課題の掘り起しを経常的に行う仕組みの構築と、商品開発やブランディングなどの専門的支援を今後行っていく。令和2年度は新型コロナウイルスの感染拡大にあつて積極的な来街促進が憚られる中で、改めて近隣商店街へ回帰する流れが生まれてきている。その流れを受け、商店街の魅力を発掘し区内及び周辺市区にPRすることで、地域の魅力の再発見を促し、商店街を賑わい創出の場としていく。</p>		

令和元年度 大田区まち・ひと・しごと創生総合戦略 進行管理・検証シート

【基本目標1】		様々な産業を支える世界トップレベルの技術力の集積や、人と人とのつながりにより、新たなチャレンジが次々と生まれる創造のまちを目指す						
No.	数値目標	現状値	平成27年度 (2015年度)	平成28年度 (2016年度)	平成29年度 (2017年度)	平成30年度 (2018年度)	令和元年度 (2019年度)	目標値 令和2年度 (2020年度)
1	製造品出荷額等(億円)	4,110億円 (2014年度)	—	4,019億円	—	—	—	5,000億円 以上
2	開業率(%)	7.5% (2014年度)	—	5.6%	—	—	—	10%
3	大田区内従業者数(人)	359,410人 (2014年度)	—	349,551人	—	—	—	361,000人 以上

施策3		ビジネスがしやすいまち大田区の形成		
No.	KPI(重要業績評価指標)	現状値	最新値 令和元年度 (2019年度)	目標値 令和2年度 (2020年度)
1	大田区創業支援事業計画における事業を通じて創業した事業者数(件)	年間28件 (2014年度)	年間48件	年間59件
2	大田区中小企業融資あっせん制度(開業資金)を通じた金融機関の融資件数(件)	47件 (2014年度)	100件	100件
3	イノベーション創造サロン利用者のうち区内で開業した者の数(件)	—	年間2件 (2017年度)	年間3件
4	大田の工匠による指導回数(回)	3回 (2015年度)	0回	15回
施策の内訳		具体的な取り組みの例		主な部局
1-3-1	創業・起業支援	①創業支援施設の提供 ②中小企業融資あっせん制度 ③創業者支援事業 ④創業塾の実施		産業経済部
I. 令和元年度中の主な実績や事業効果等		<ul style="list-style-type: none"> ○創業支援施設における1年間の平均使用率は以下のとおり。 34.7%(オフィス46.3%、シェアード0%) ○中小企業融資あっせん制度(開業資金)に関する相談受付件数 230件 ○創業者支援相談を実施した。923件 ○区内大学と連携し、アントレプレナー育成特別講座を開催した。4回(延べ34人参加) 		
II. 課題や今後の方針等		<ul style="list-style-type: none"> ○創業支援施設での創業相談員による継続した定期的なサポートを行い、区内での成長退出を促していく。 ○部内(産業振興協会含む)の創業担当と連携を密にして、「大田区中小企業融資あっせん制度」の利用拡大に努める。 ○創業後に受講者が自らの力で営業又は販路拡大ができるようなスキルや基礎知識等を身に付けられる創業・起業支援を総合的に展開する。 ○創業支援機能(施設)については、平成30年度に決定した「産業支援施設等のあり方及び今後の方向性について」を踏まえて、BICあさひから南六郷創業支援施設(令和3年度開設予定)に移管する。 		

令和元年度 大田区まち・ひと・しごと創生総合戦略 進行管理・検証シート

【基本目標1】		様々な産業を支える世界トップレベルの技術力の集積や、人と人とのつながりにより、新たなチャレンジが次々と生まれる創造のまちを目指す						
No.	数値目標	現状値	平成27年度 (2015年度)	平成28年度 (2016年度)	平成29年度 (2017年度)	平成30年度 (2018年度)	令和元年度 (2019年度)	目標値 令和2年度 (2020年度)
1	製造品出荷額等(億円)	4,110億円 (2014年度)	—	4,019億円	—	—	—	5,000億円 以上
2	開業率(%)	7.5% (2014年度)	—	5.6%	—	—	—	10%
3	大田区内従業者数(人)	359,410人 (2014年度)	—	349,551人	—	—	—	361,000人 以上

施策3		ビジネスがしやすいまち大田区の形成		
No.	KPI(重要業績評価指標)	現状値	最新値 令和元年度 (2019年度)	目標値 令和2年度 (2020年度)
1	大田区創業支援事業計画における事業を通じて創業した事業者数(件)	年間28件 (2014年度)	年間48件	年間59件
2	大田区中小企業融資あっせん制度(開業資金)を通じた金融機関の融資件数(件)	47件 (2014年度)	100件	100件
3	イノベーション創造サロン利用者のうち区内で開業した者の数(件)	—	年間2件 (2017年度)	年間3件
4	大田の工匠による指導回数(回)	3回 (2015年度)	0回	15回
施策の内訳		具体的な取り組みの例		主な部局
1-3-2	イノベーション創造支援	①産学連携施設の提供 ②イノベーション創造サロンの提供 ③空港跡地における産業支援・文化交流施設の整備推進		産業経済部 空港まちづくり本部
I. 令和元年度中の主な実績や事業効果等		<p>○平成30年度に引き続き、区内企業と海外ベンチャーの連携創出可能性調査事業において、東南アジア6か国と国内で周知・募集、計88件の申込があり、そのうち4件を採択し、試作開発を行った。また、キックオフイベント(120名参加)、成果発表会を行い、連携成果を広く発信した。</p> <p>○「新産業創造・発信拠点」の形成に向け、第一期事業者と連携し、着実に羽田イノベーションシティの整備を進めるとともに、令和2年7月3日のまち開きを決定した。</p> <p>○第1ゾーンが国土交通省のスマートシティモデル事業に選定され、公民連携事業として、実行計画の検討を進めた。</p> <p>○「羽田空港跡地」の第1ゾーン(第一期事業用地)を「羽田イノベーションシティ」と命名することに加え、「第1ゾーン」と「第2ゾーン」を包含するエリアの名称について、当地のまちづくりを進める関係者と協議を実施し、「HANEDA GLOBAL WINGS」に改称した。</p>		
II. 課題や今後の方針等		<p>○セミナーやイベント等を通じて、イノベーション創造サロンの知名度向上に努め、会員数増加を目指す。</p> <p>○機器を活用したものづくりプラットフォームにおける機能については、IoTを活用した「仲間まわし」ネットワークの構築におけるコンソーシアムとの共通性が確認されることから、事業間の相互連携を図りながら、将来的には両事業の一体的実施に向けて検討を進める。</p> <p>○空港跡地の産業支援・文化交流施設内の区施策活用スペースに置き込む機能の検討や運営体制の構築を着実に進める。</p> <p>○羽田イノベーションシティでは、公民が連携し、世界と地域をつなぐゲートウェイとして国内外のヒト・モノ・情報を集積させ、交流を生むことで新たなビジネスやイノベーションを創出し、区民に還元していく。また、多様な地域課題を解決し、持続可能な都市とするためのスマートシティを公民連携により構築していく必要がある。</p> <p>○産学連携施設については、施設暫定利用期間の終了のため令和3年5月末をもって施設を閉鎖する。産学連携を含む研究開発機能は他施設により代替する。</p>		

令和元年度 大田区まち・ひと・しごと創生総合戦略 進行管理・検証シート

【基本目標1】		様々な産業を支える世界トップレベルの技術力の集積や、人と人とのつながりにより、新たなチャレンジが次々と生まれる創造のまちを目指す						
No.	数値目標	現状値	平成27年度 (2015年度)	平成28年度 (2016年度)	平成29年度 (2017年度)	平成30年度 (2018年度)	令和元年度 (2019年度)	目標値 令和2年度 (2020年度)
1	製造品出荷額等(億円)	4,110億円 (2014年度)	—	4,019億円	—	—	—	5,000億円 以上
2	開業率(%)	7.5% (2014年度)	—	5.6%	—	—	—	10%
3	大田区内従業者数(人)	359,410人 (2014年度)	—	349,551人	—	—	—	361,000人 以上

施策3 ビジネスがしやすいまち大田区の形成

No.	KPI(重要業績評価指標)	現状値	最新値 令和元年度 (2019年度)	目標値 令和2年度 (2020年度)
1	大田区創業支援事業計画における事業を通じて創業した事業者数(件)	年間28件 (2014年度)	年間48件	年間59件
2	大田区中小企業融資あっせん制度(開業資金)を通じた金融機関の融資件数(件)	47件 (2014年度)	100件	100件
3	イノベーション創造サロン利用者のうち区内で開業した者の数(件)	—	年間2件 (2017年度)	年間3件
4	大田の工匠による指導回数(回)	3回 (2015年度)	0回	15回

施策の内訳	具体的な取り組みの例	主な部局
1-3-3 企業競争力の維持・継承支援	①ものづくり人材育成事業 ②商店街女性・若手チャレンジ事業 ③若手商人ネットワーク事業 ④事業承継セミナーの拡充 ⑤ヤングジョブクリエイションの実施 ⑥高齢者等就労・社会参加支援センター(大田区いきいきしごとステーション)の充実 ⑦シルバー人材センターへの支援 ⑧空港臨海部交通ネットワークの拡充	産業経済部 福祉部 まちづくり推進部

I. 令和元年度中の主な実績や事業効果等

○次世代のものづくり人材を確保・育成するため、講座やセミナーを実施した。合計45回開催。参加者アンケートにおける評価項目「満足」、「ほぼ満足」の割合は94%

○若手商人ネットワーク事業を以下のとおり実施した。
「次世代リーダー育成塾(全3講座×2日間、25人参加)」を実施。次代を担う区内商店街の若手会員のスキルアップを図り、商店街の垣根を超えた若手のネットワーク構築を目的に実施した。「成功するプロジェクトマネジメント」と題したビジネスセミナーの開催や、中小企業診断士をファシリテータとして招いた実践的なワークショップを行い、若手が実践するイベントのブラッシュアップを行うことで、効果的な事業実施について学び、次代を担う若手の育成を図った。(1-2-1再掲)

○事業承継に関して、ビジネスサポート専門家を派遣して個別相談を行った。37回

○直接的なマッチングの機会である「ヤングジョブクリエイション」は、平成29年度から区内中小企業魅力PRサイト「おおたシゴト未来図」というホームページに移行した。区内企業の若手人材の活躍に焦点を当て、大田区企業の魅力を若手求職者に発信した。
掲載企業数21社(新規掲載5社)

○いきいきしごとステーションで就職支援のための説明会やセミナー等を実施した。
12回実施(384人参加)。求人開拓件数は2,662件で、求職者数2,140人のうち168人が就職できた。

○元気高齢者就労サポート事業を実施し、介護職員等体験セミナー(参加者5人)や、保育補助員養成講習会(参加者19人)を実施した。

○シルバー人材センターへの支援を引き続き実施した。
正会員数3,114人、就業率62.91%、受託件数18,201件

○令和元年6月に東京港トンネル東行きが開通したことにより、城南島内の臨海道路を通過している自動車交通が減少し、環境改善されている。

○区内道路交通の円滑化と隣接都市を含む広域ネットワーク形成による地域発展に資する多摩川トンネルの早期整備を国土交通省に働き続けた結果、令和2年2月に多摩川トンネルの本体工事に向けた準備工事に着手された。

○内陸部と臨海部のアクセス改善に向けて、区と交通事業者による官民連携体制を構築した。

II. 課題や今後の方針等

○次世代リーダー育成塾では、商店街の垣根を超えた若手間の連携や卒業生が育成塾の運営に携わるなど成果が現れてきている。次代の商店街を担う人材を生み出してきており、引き続き継続していく方針である。ただし、新しい生活様式への適合や、塾生の習熟度を勘案し、事業内容の見直しは随時行っていく。(1-2-1再掲)

○事業承継については、引き続きビジネスサポート専門家を派遣して個別相談の対応を行う。

○ものづくり人材育成事業については、引き続き高い満足度を維持できるよう推進する。

○新型コロナウイルス感染症の影響により求人が減少している現状を、活力ある区内企業が優秀な若手人材を確保する機会ととらえ、オンラインによる合同企業説明会を時限的に開催する。魅力PRサイト「おおたシゴト未来図」新規募集をいったん休止(サイトは継続)、その財源に充てる。

○魅力PRサイト「おおたシゴト未来図」では、引き続き若手人材の活躍などに焦点を当て、区内企業で働くことへの魅力を若手求職者に発信する。

○高齢者の就労促進については、ハローワークやシルバー人材センター等様々な機関との連携が必要である。

○東京港トンネル開通後も依然として、慢性的な渋滞を引き起こしている主要幹線道路の渋滞緩和対策について、検討する。

○多摩川トンネルについて、国土交通省から情報収集・連携し、早期完成に向けて引き続き取り組んでいく。

○内陸部から臨海部へのアクセス改善について、引き続き検討する。