

## 基本目標 ▶▶

3 } 豊かな環境と産業の活力で  
持続的に発展するまち

環境は、経済・社会などわたしたちの暮らしの基盤です。

地域社会のすべての主体が環境に配慮した行動をとともに起こし、  
将来の世代によりよい形で引き継いでいくことが大切です。

そして、環境が守られた上で、国内有数の産業集積の維持・発展と新産業の創造を通じ、  
産業が持続的に成長することが、区の活力を将来にわたって高めていくことにつながります。

一人ひとりに環境への意識が浸透して具体的な行動につながることも、  
多様な産業がたえまなく成長することで、持続的に発展するまちをめざします。

自分の行動が未来の環境を  
大きく左右するという意識を持ち、  
環境に配慮した行動を実践しています。



次世代クリーンエネルギーや  
新技術の活用を含む脱炭素への  
積極的な行動により、  
カーボンニュートラルの実現に向けた  
歩みを着実に進めています。



資源を無駄なく利用する意識が浸透し、  
循環型社会が形成されています。



誰もが新たにチャレンジできる環境で、  
業種の垣根を越えたより一体的な協力関係の形成により、  
新たな産業やサービスが生み出され、  
区内企業の「稼ぐ力」が向上しています。

区内企業が社会環境の変化に  
柔軟に対応することにより、  
生産性の向上や産業集積の  
維持・発展につながっています。



磨き上げられた「大田区ブランド」が  
世界の人々を魅了し、  
多くの人々が訪れることで、  
にぎわいや経済の活性化につながっています。



### 3-1 次世代クリーンエネルギーや新技術の活用を含む脱炭素化の推進

#### 1 関連する個別計画

- (1) 大田区環境アクションプラン (2) 大田区脱炭素戦略 (3) 大田区役所エコオフィス推進プラン  
 (4) 大田区産業振興ビジョン (5) 大田区SDGs未来都市計画

#### 2 これまでの成果（令和元～5年度）

- 大田区の温室効果ガス排出量は、地球温暖化防止の機運の高まりとともに、環境配慮行動の浸透や省エネ対策によるエネルギー消費量の減少、また再生可能エネルギーの利用拡大などが進み、基準年度となる2013（平成25）年度以降減少傾向にあります。（参考：図表①）
- 大田区役所の温室効果ガス排出量は、環境に配慮した電力の調達などにより、2030（令和12）年度51%削減（2013（平成25）年度比）の目標に向け、順調に減少してきました。（参考：図表②）
- 区民運動おたクールアクション推進連絡会を中心とした区民・事業者等との連携・協働の取組、エコフェスタワンダーランド等の環境イベントなどを実施し、区民・事業者等の環境に配慮した行動変容を図りました。
- 次世代クリーンエネルギーとして期待される水素の利活用拡大に向け、令和5年6月、川崎市・大田区・東京都による三者連携協定を締結しました。

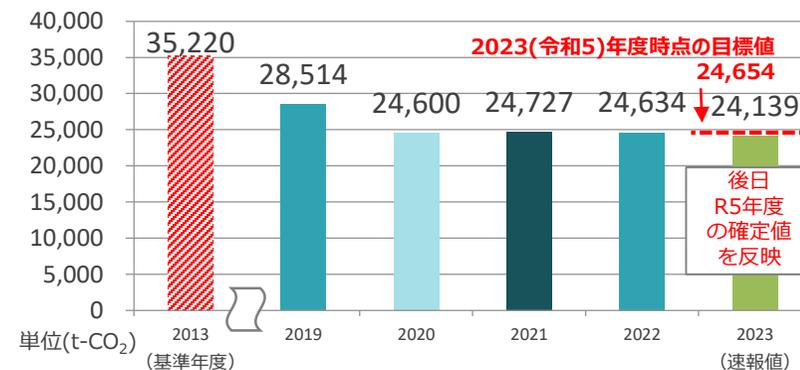
図表①

大田区温室効果ガス排出量の推移



図表②

大田区役所の温室効果ガス排出量の推移



### 3-1 次世代クリーンエネルギーや新技術の活用を含む脱炭素化の推進

#### 3 現状と課題

##### 現状①

2021（令和3）年度の大田区における温室効果ガス排出量のうち、CO<sub>2</sub>が91.5%を占めています。残り8.5%の「その他ガス」は、ほとんどがエアコンの冷媒などに使用される代替フロンガスです。【図表①】

##### 現状②

2021（令和3）年度の部門別CO<sub>2</sub>排出量のうち、家庭部門は30%を超え、大きな割合を占める排出部門です。また、区民の大部分が何らかの省エネ行動を取っていますが、その取組内容に広がりが見られません。【図表②、③、④】



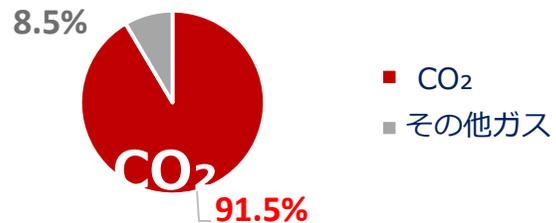
##### 課題①

日常生活や経済活動の中で排出する温室効果ガスの多くを占めるCO<sub>2</sub>を削減するため、区民・事業者・区が一体となって、再生可能エネルギーの導入拡大や省エネ機器・設備の導入、省エネ行動による削減を進める必要があります。

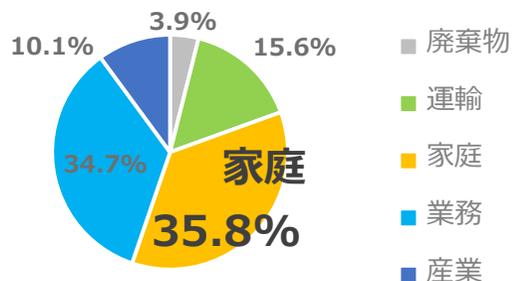
##### 課題②

家庭においては省エネ機器や再生可能エネルギーの導入を進めるとともに、区民一人ひとりが自分ごととして、日常生活の中で環境に配慮した省エネ行動を実践し、持続可能な生活様式へ転換していくことが重要です。

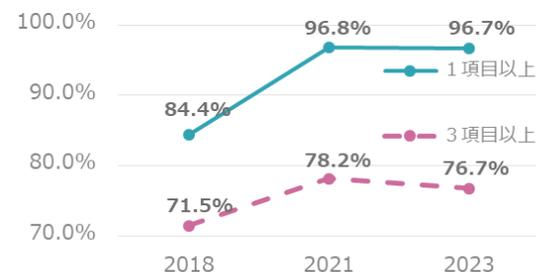
【図表①】 2021年度温室効果ガス排出量のうち、CO<sub>2</sub>が占める割合



【図表②】 2021年度CO<sub>2</sub>排出量（部門別割合）



【図表③】 【推移】省エネ行動に取り組む区民の割合



資料：オール東京62市区町村共同事業「みどり東京・温暖化防止プロジェクト」による算定結果

資料：大田区政に関する世論調査（環境配慮行動の取組数別人数割合）3

### 3-1 次世代クリーンエネルギーや新技術の活用を含む脱炭素化の推進

#### 3 現状と課題

##### 現状③

2021（令和3）年度のCO<sub>2</sub>排出量において、業務部門（事業所ビルや飲食店等のサービス関連産業及び公共機関）は、基準年度の2013（平成25）年度以降減少傾向にあります。部門別では34.7%と2番目に多く、産業部門（主に製造業）をあわせると約半分近くを占めています。【図表⑤、⑥】

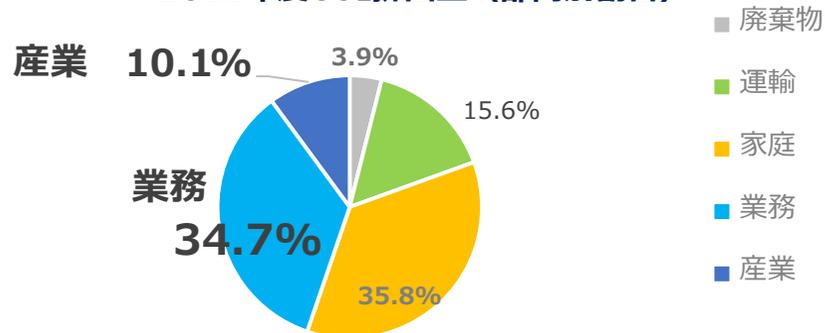


##### 課題③

環境と産業の好循環を生むために、区のCO<sub>2</sub>排出量の多くを占める業務・産業部門の脱炭素化は欠かせない課題です。各事業者は未来を見据えて自ら行動変容を起こし、脱炭素化に向かう世界から選ばれる存在となる必要があります。

【図表⑤】

2021年度CO<sub>2</sub>排出量（部門別割合）



資料：オール東京62市区町村共同事業「みどり東京・温暖化防止プロジェクト」による算定結果

【図表⑥】

【推移】CO<sub>2</sub>排出量（業務部門+産業部門）



資料：オール東京62市区町村共同事業「みどり東京・温暖化防止プロジェクト」による算定結果

### 3-1 次世代クリーンエネルギーや新技術の活用を含む脱炭素化の推進

#### 【参考】対応する基本構想で描いた2040年ごろのまちの姿

**基本目標** 豊かな環境と産業の活力で持続的に発展するまち

**まちの姿**

- ・自分の行動が未来の環境を大きく左右するという意識を持ち、環境に配慮した行動を実践しています。
- ・次世代クリーンエネルギーや新技術の活用を含む脱炭素への積極的な行動により、カーボンニュートラルの実現に向けた歩みを着実に進めています。

#### 4 めざす姿

##### めざす姿①

省エネ・再エネ・畜エネを通じたカーボンハーフの取組の進捗とともに、次世代クリーンエネルギーや新技術の社会実装が始まる中、「2050年までの脱炭素社会の実現」に向けて、区民・事業者・区が一体となって温室効果ガス排出量の削減に取り組んでいます。

##### 対応する課題

課題①②③

#### 5-1 指標名

##### 指標①（めざす姿①に対応）

大田区の温室効果ガス排出量の削減率

## 3-1 次世代クリーンエネルギーや新技術の活用を含む脱炭素化の推進

### 5-2 指標・目標値

#### ■ 指標① 大田区の温室効果ガス排出量の削減率

##### (1) 指標の把握方法・算出方法

オール東京62市区町村共同事業者「みどり東京・温暖化防止プロジェクト」の算定結果

##### (2) 指標の過去データ



##### (3) 最新値

▲13.9% (令和3年度)  
※実績は2年遅れの報告

##### (4) 目標値

▲44% (令和10年度)  
▲50% (令和12年度) ※環境における中期目標  
▲55% (令和14年度)  
※実績は2年遅れの報告

##### (5) 目標値の設定理由

目標値は大田区脱炭素戦略における中期目標(2030年度)を基準に推計。

## 3-1 次世代クリーンエネルギーや新技術の活用を含む脱炭素化の推進

### 6 施策の方向性

#### ①脱炭素ライフスタイルへの転換



地球温暖化を“自分ごと”として、日常生活や経済活動の中で環境配慮行動を実践し、温室効果ガスの排出を最小限に抑える持続可能な生活様式「脱炭素ライフスタイル」への転換を推進していきます。

取組成果の「見える化」と実践のサイクルを通じて、更なる取組強化を促すとともに、区民・事業者・区のあらゆる主体が互いに「つながる」ことによって、「脱炭素ライフスタイル」への行動変容の輪を広げていきます。

#### ②脱炭素まちづくりの推進



区有施設の再生可能エネルギー導入や省エネルギー・省資源対策の徹底等、区自らが率先して行動し、区役所の業務に起因するエネルギー消費量及びCO<sub>2</sub>排出量を削減していきます。

さらに、次世代クリーンエネルギーや新技術の社会実装を見据えた先駆的な取組を進め、区が牽引役となって区内の建築物及び移動手段の脱炭素化を促進していきます。

区民・事業者・区が一体となって環境と産業の好循環を生み、にぎわいのある脱炭素まちづくりをめざします。

## 3-2 持続可能な循環型社会の構築

## 1 関連する個別計画

(1) 大田区環境アクションプラン (2) 大田区一般廃棄物処理基本計画

## 2 これまでの成果（令和元～5年度）

## ● 区民1人1日当たりのごみと資源の総量

大田区一般廃棄物処理基本計画に基づき、令和7年度の目標値を「608g」とし、令和5年度に「585g」となりました。(参考：図表①)

## ● 資源回収

行政による分別回収に加え、廃食用油及び小型家電10品目、古着の拠点回収を実施しています。また、リサイクル活動グループが自主的に資源回収を行う集団回収事業への支援も実施しています。

## ● 資源プラスチックの回収事業の開始

令和4年11月から約2万世帯を対象に実施し、令和5年10月には約12万世帯に拡大しました。回収実績は、令和4年度119t、令和5年度936tです。

## ● 食品ロスの削減

大田区環境アクションプランに基づき、民間企業等と連携した出前授業をはじめ、フードドライブ、食べきり応援団など、区民・事業者への普及啓発を通じて、食品ロス削減を推進しています。

## ● 事業者に対する指導

再生利用計画書の提出等を依頼したほか、立入指導により事業系廃棄物の減量と適正処理に向けた助言等を行いました。

図表① 区民1人1日当たりのごみと資源の量



資料：大田区一般廃棄物処理基本計画

## 3-2 持続可能な循環型社会の構築

### 3 現状と課題

#### 現状①

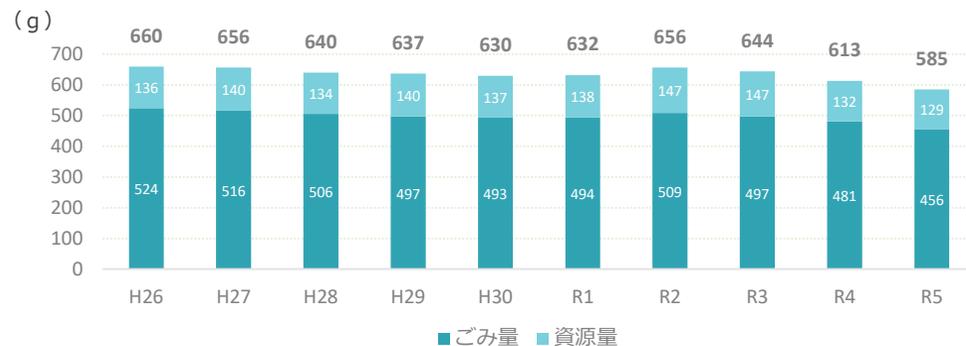
過去10年の区民1人1日当たりのごみと資源の総量は減少傾向にあります。（参考：図表①）

また、令和5年度に実施した組成分析調査では、可燃物として排出されたごみのうち、新たに資源として取り扱っているプラスチックを含む資源物は29.6%であり、可燃ごみに占める食品ロスの割合は10.4%でした。

#### 課題①

一般廃棄物処理基本計画において重点施策とした「プラスチックごみの削減」及び「食品ロスの削減」を中心とし、引き続き、資源やごみの適正排出を促進し、ごみの減量やリサイクルの推進について、普及啓発に取り組む必要があります。

図表① 区民1人1日当たりのごみと資源の量



資料：大田区一般廃棄物処理基本計画

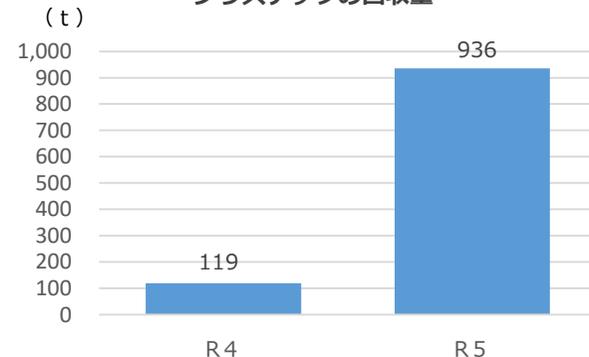
#### 現状②

プラスチックの回収地域について令和4年11月から令和5年9月までを第Ⅰ期（約2万世帯）、令和5年10月からを第Ⅱ期（約12万世帯）として対象地域を拡大しました。また、第Ⅱ期において「プラ曜日」を設定したことで、残渣率（プラスチック以外の混入率）が第Ⅰ期と比較して約15%減少しました。

#### 課題②

環境アクションプランで掲げる温室効果ガスの削減に向け、プラスチックが可燃ごみとしてではなく、資源として出される割合の向上をめざし、普及啓発に取り組む必要があります。

図表② プラスチックの回収量



資料：一般廃棄物組成分析調査

## 3-2 持続可能な循環型社会の構築

### 【参考】対応する基本構想で描いた2040年ごろのまちの姿

**基本目標** 豊かな環境と産業の活力で持続的に発展するまち

**まちの姿**

- ・自分の行動が未来の環境を大きく左右するという意識を持ち、環境に配慮した行動を実践しています。
- ・資源を無駄なく利用する意識が浸透し、循環型社会が形成されています。

## 4 めざす姿

### めざす姿①

区民・事業者・区がそれぞれの役割と責任を認識し、ごみを出さない・つぐらない工夫が日常生活や事業活動などで定着しています。

### 対応する課題

課題①②

## 5-1 指標名

### 指標①（めざす姿①に対応）

区民1人1日当たりのごみと資源の総量

## 3-2 持続可能な循環型社会の構築

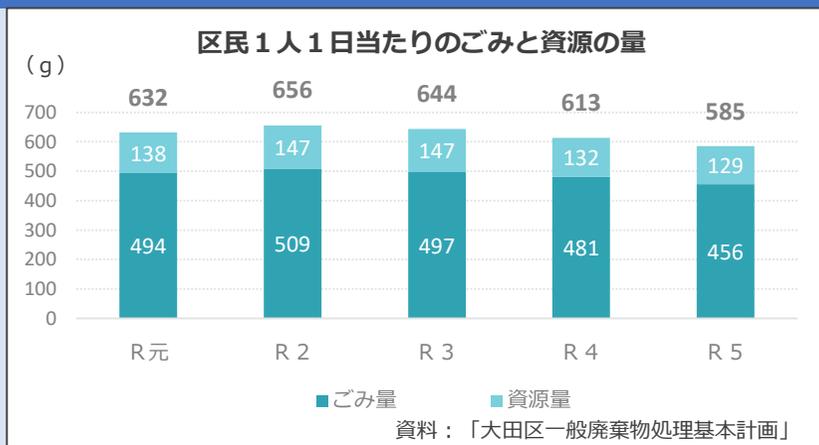
### 5-2 指標・目標値

#### ■ 指標① 区民1人1日当たりのごみと資源の総量

##### (1) 指標の把握方法・算出方法

一般廃棄物組成分析調査結果

##### (2) 指標の過去データ



##### (3) 最新値

585g (令和5年度)

##### (4) 目標値

※設定中 (令和10年度)

※設定中 (令和14年度)

##### (5) 目標値の設定理由

大田区一般廃棄物処理基本計画と整合をとる。

## 3-2 持続可能な循環型社会の構築

### 6 施策の方向性

#### ① 3R+Renewableの推進



区民や事業者に対して、発生抑制(Reduce)、再使用(Reuse)を心がけるよう、様々なツールを活用し、継続的かつ効果的な情報発信を行い、可能な限りごみを排出しない生活様式の定着を図ります。排出される不要物については、可能な限り再生利用(Recycle)に向けた排出を促し、再生可能(Renewable)な資源を無駄なく循環利用することを通じて、区民や事業者の意識改革と行動変容を促進し、環境負荷の低減に努めます。

## 3-3 区内企業の自己変革の促進

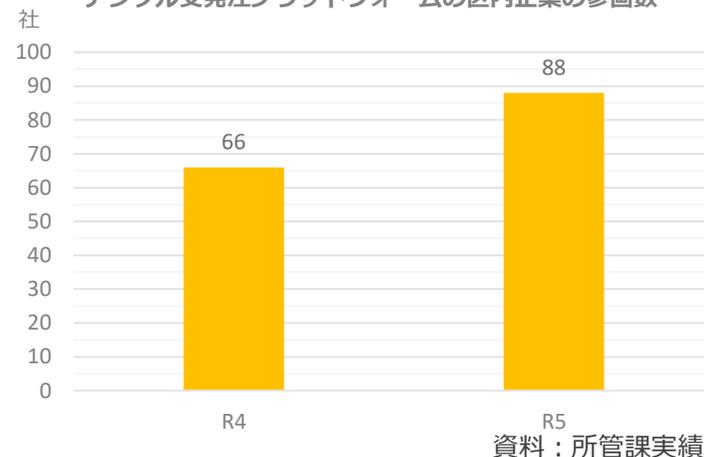
## 1 関連する個別計画

(1) 大田区産業振興ビジョン (2) 大田区SDGs未来都市計画

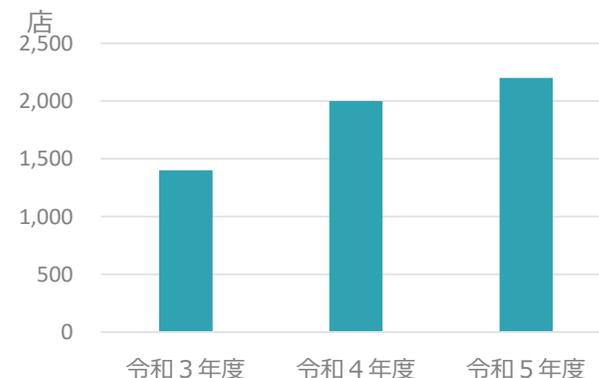
## 2 これまでの成果（令和元～5年度）

- 大田区ものづくり産業の特徴である仲間まわしネットワークをデジタル化するとともに、図面のない企画・アイデア段階からの高付加価値な受注拡大をめざすデジタル受発注プラットフォームを令和4年度に立ち上げ、88社（令和4～5年度）が参画しました。（参考：図表①）
- 専門的な知見・経験を持つ副業者等外部人材の活用による区内企業の稼ぐ力の創出事業を令和3年度に立ち上げ、これまでに20の商店街・個店・企業のデジタル化等の支援を行いました。（令和3～5年度）
- 地域のキャッシュレス化を更に定着させ、デジタルの力を活用した区内経済の循環創出を図るため、令和3年度からプレミアム付デジタル商品券事業を実施しました。参加店舗は、令和3年度の約1,400店から令和5年度の約2,200店へと、年々増加しました。（参考：図表②）
- 企業等に対して、事業活動に伴う環境負荷の低減や優れた取組を加速化するため、「大田区企業立地・SDGs促進助成制度」や「SDGs・脱炭素推進企業支援資金制度」など必要な支援を行っています。

図表① デジタル受発注プラットフォームの区内企業の参画数



図表② プレミアム付デジタル商品券参加店舗数



### 3-3 区内企業の自己変革の促進

#### 3 現状と課題

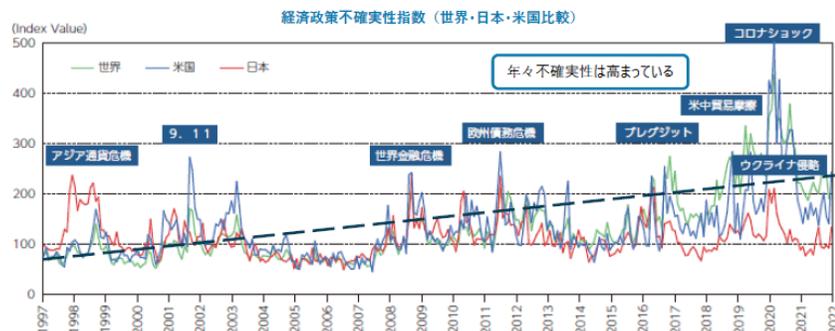
##### 現状①

国際情勢の変化をはじめとする不確実性の高まりやニーズの多様化など、区内企業は多岐にわたる課題に直面しています。(参考：図表①)

##### 課題①

環境変化に対応するための自己変革力を向上させるとともに、大田区産業が成長・発展するための機会と捉え、ビジネスチャンスにつなげていく必要があります。

図表①



資料：経済産業省「令和4年版通商白書」、Economic Policy Uncertainty「Economic Policy Uncertainty Index」をもとに大田区にて作成

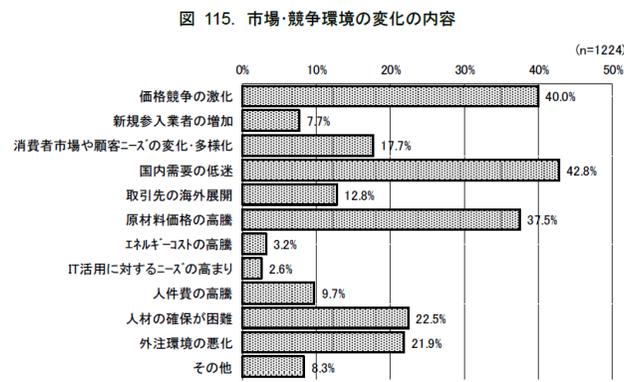
##### 現状②

産業構造の変化に伴い、既存市場の縮小が懸念されています。特に、ものづくり企業を取り巻く市場環境では、価格競争の激化、国内需要の低迷といった変化が見られます。(参考：図表②)

##### 課題②

区内企業の強みを活かした販路拡大・顧客開拓のため、マーケティング力を強化し、国内のみならず海外を含めた多角的な市場展開を推進することが求められます。

図表②



資料：令和元年度大田区ものづくり産業等実態調査

## 3-3 区内企業の自己変革の促進

## 3 現状と課題

## 現状③

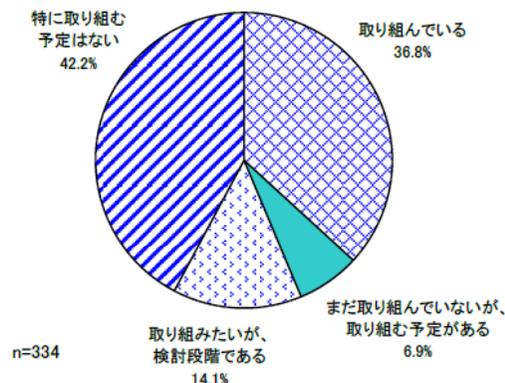
業務を効率化して競争力を高めるために、デジタル技術の活用は不可欠ですが、デジタル化を進める上で、個々の企業や個店の取組には限りがあります。  
(参考：図表③)

## 課題③

企業規模や経営課題等に適合するとともに、経営戦略に則った最適なデジタル化を進めることで、業務効率化やビジネスモデルの変革を図る必要があります。

## 図表③

大田区の景況 令和5年7月から9月  
特別調査「ITを活用した業務効率化・生産性向上について」  
問1 ITを活用した業務効率化  
・生産性向上の取組状況



### 3-3 区内企業の自己変革の促進

#### 【参考】対応する基本構想で描いた2040年ごろのまちの姿

**基本目標** 豊かな環境と産業の活力で持続的に発展するまち

**まちの姿** 区内企業が社会環境の変化に柔軟に対応することにより、生産性の向上や産業集積の維持・発展につながっています。

#### 4 めざす姿

##### めざす姿①

変化の激しい環境が続く中でも、区内企業が自社の本質的な課題を理解して、デジタル技術の積極的な活用や新たなビジネスの創出、環境にやさしいものづくりに挑戦することで自己変革が進み、国内外の需要を持続的に取り込んでいます。

##### 対応する課題

課題①②③

#### 5-1 指標名

##### 指標①（めざす姿①に対応）

区内全産業の付加価値額

##### 指標②（めざす姿①に対応）

付加価値額が増加した企業の割合

##### 指標③（めざす姿①に対応）

デジタル化の取組意向のある企業割合

### 3-3 区内企業の自己変革の促進

#### 5-2 指標・目標値

##### ■ 指標① 区内全産業の付加価値額

###### (1) 指標の把握方法・算出方法

総務省・経済産業省「経済センサス－活動調査」における区内全産業の付加価値額（企業単位）

###### (2) 指標の過去データ

平成24年 1, 898, 273百万円  
 平成28年 2, 288, 237百万円  
 令和3年 1, 920, 871百万円

資料：総務省・経済産業省  
 「経済センサス（活動調査）」

###### (3) 最新値

1, 920, 871百万円  
 （令和3年）

###### (4) 目標値

2, 093, 749百万円（令和8年）  
 2, 282, 187百万円（令和13年）

###### (5) 目標値の設定理由

平成24年から28年にかけては年平均5%の増加であった一方、平成28年から令和3年は年平均3.2%の減少であったため、令和3年以降は差し引きして年平均1.8%の増加を見込む目標設定とした。

##### ■ 指標② 付加価値額が増加した企業の割合

###### (1) 指標の把握方法・算出方法

大田区の景況調査における特別調査で「前年に比べて付加価値額が増加した」と回答した企業の割合

###### (2) 指標の過去データ

これまでに実施していないため過去データなし。

###### (3) 最新値

なし

###### (4) 目標値

40%（令和10年度）  
 50%（令和14年度）

###### (5) 目標値の設定理由

令和14年度には、およそ半数の企業が達成することを目指した目標設定とした。

### 3-3 区内企業の自己変革の促進

#### 5-2 指標・目標値

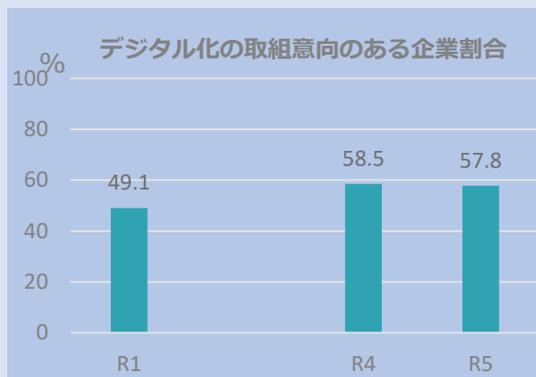
##### ■ 指標③ デジタル化の取組意向のある企業割合

###### (1) 指標の把握方法・算出方法

大田区の景況調査で「ITを活用した業務効率化・生産性向上の取組状況」に取組意向があると回答した企業の割合

###### (2) 指標の過去データ

令和元年度 49.1%  
 令和4年度 58.5%  
 令和5年度 57.8%



資料：大田区の景況調査

###### (3) 最新値

57.8% (令和5年度)

###### (4) 目標値

65% (令和10年度)  
 70% (令和14年度)

###### (5) 目標値の設定理由

令和元年度から4年度にかけては、コロナ禍による意識変化により年3%程度の増加であったが、5年度は一転して微減に転じたことを踏まえ、以降は年1%強の増加を見込む目標設定とした。

## 3-3 区内企業の自己変革の促進

### 6 施策の方向性

#### ①変化への対応・高付加価値化



各種経営支援の実施やマーケティング力の強化支援を実施することで、区内企業の稼ぐ力を強化します。区内企業の強みである「仲間まわし」及び試作・開発力を活かしたプラットフォームの拡大の推進、海外展開支援等により、区内企業の新分野進出、販路拡大に加え、新ビジネス・イノベーションの創出を促進します。

#### ②脱炭素化・デジタル化の促進



脱炭素化への取組や、デジタル技術を活用した業務効率化による生産性の向上と、高付加価値化を実現するための取組を推進します。脱炭素化への取組支援施策に加え、ものづくり企業や商店街・個店をはじめとして、多様な産業のデジタル化・キャッシュレス化を促進します。

## 3-4 ものづくりの次世代への承継と立地支援

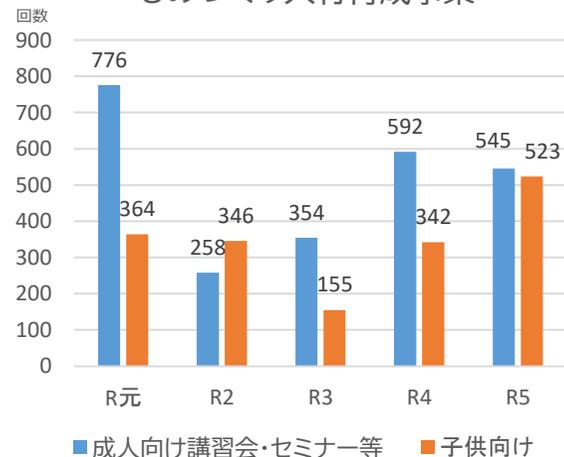
## 1 関連する個別計画

(1) 大田区産業振興ビジョン (2) 大田区SDGs未来都市計画

## 2 これまでの成果（令和元～5年度）

- ものづくり集積の維持・強化のため、工場の新増設・移転及び建物付帯設備の整備にかかる経費の一部を助成するものづくり工場立地助成を実施し、167件（令和元～5年度）を認定しました。また、民設民営の工場アパート建設を促すために工場アパート立地助成を実施し、合計38区画（令和元～5年度）の操業場所を創出しました。
- 近隣住民との調和を図るため、防音、防臭等操業環境改善を目的とした工場の改修事業等に係る費用の一部を補助するものづくり企業立地継続補助を実施し、37件（令和元～5年度）を認定しました。
- 中小企業の人材育成を支援していくために、次世代ものづくり人材育成事業を実施し、成人向けの技術指導講習会、セミナー、研修会等は、146回開催、2525名（令和元～5年度）の参加となりました。また、将来のものづくり人材を発掘・育成していくことを目的とした児童向けの「産業のまちスクール」「ものづくり実践教室」は、参加者は1730名（令和元～5年度）となりました。（参考：図表①）
- 産業集積のための区内企業の留置、区外からの企業誘致を進めていくために、受け皿となる不動産情報を収集して、新規立地・事業拡張等の意向がある企業に対してマッチングを、企業留置のための企業訪問数は767件、企業誘致のための訪問数は297件（令和元～5年度）となりました。

図表① ものづくり人材育成事業



資料：所管課実績

### 3 豊かな環境と産業の活力で持続的に発展するまち

## 3-4 ものづくりの次世代への承継と立地支援

### 3 現状と課題

#### 現状①

区内ものづくり企業の数が減少しており、産業集積の維持に影響がでています。事業承継についての調査では、約20%の企業が廃業、約35%の企業が事業承継について考えていないと答えており、事業承継についての意識が低いことがうかがえます。（参考：図表②・③）

#### 課題①

産業集積の維持や高度な基盤技術、仲間まわしネットワークの維持のため、事業や技術の承継が重要です。次の世代への事業承継は、準備に時間がかかるため、事業承継に対する意識を高め、できるだけ早く具体的な準備につなげていくことが求められています。

#### 現状②

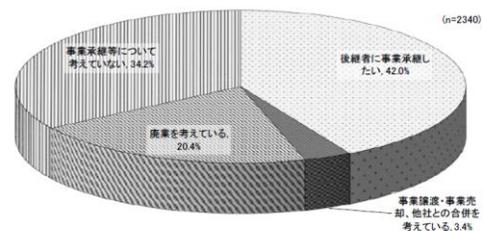
少子高齢化により労働力人口が減少し、慢性的な人手不足となっており、区内の中小ものづくり企業でも重要な経営課題となっています。企業規模が大きいほど、人材不足が事業展開に及ぼす影響が大きくなっています。（参考：図表④）

#### 課題②

区内企業は9人以下が約70%を占めるため、賃金や就業条件面、町工場のイメージなどにより採用力が弱い状況です。就業環境の改善や人材育成の支援、採用機会の創出やマッチングのサポートなどの人材確保策が求められています。

図表②

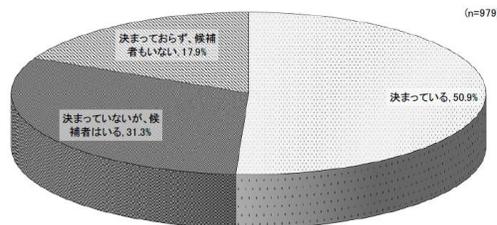
図 94. 事業承継の意向



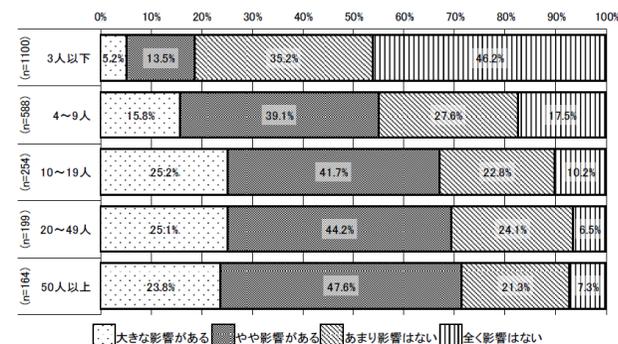
資料：令和元年度大田区ものづくり産業等実態調査

図表③

図 99. 事業の後継者の有無



図表④ 図 84. 人材不足が事業展開に及ぼす影響度 <会社全体の従業員規模別>



資料：令和元年度大田区ものづくり産業等実態調査

### 3 豊かな環境と産業の活力で持続的に発展するまち

## 3-4 ものづくりの次世代への承継と立地支援

### 3 現状と課題

#### 現状③

羽田空港から至近、産業集積の好立地、工場アパート人気などにより大田区の立地ニーズは高くなっています。一方で、住宅への転用などにより、産業立地や物件が不足しており、需要と供給が見合っておりません。

(参考：図表⑤・⑥)



#### 課題③

区内企業の留置、区外からの誘致を進めるため、貴重な区内産業用地、物件を効率よくマッチングすることが求められています。また、ものづくりを支える関連産業や付加価値の高い企業の誘致により、地域経済への波及効果を高めていくことも重要です。

#### 現状④

昨今の環境に対する意識の高まりにより、区民生活への配慮などがより重要となっています。また、ものづくりのまちに対して、若い層ほどそのイメージが低下しているため、産業集積の強みを活かした経営や人材確保などへの影響が考えられます。(参考：図表⑦)

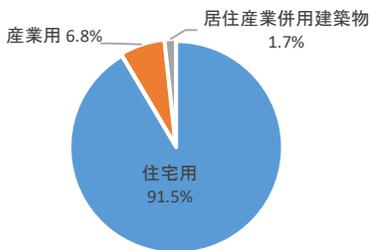


#### 課題④

住民の理解、住工の調和がとれた操業環境を維持していくことが必要です。また、かつてのものづくりのまちのイメージが低下しており、特に次の世代につながる若年層への訴求が求められています。

図表⑤

2019年 建築物数の構造による割合  
(2,393棟の内訳)



資料：国土交通省 建築物着工統計

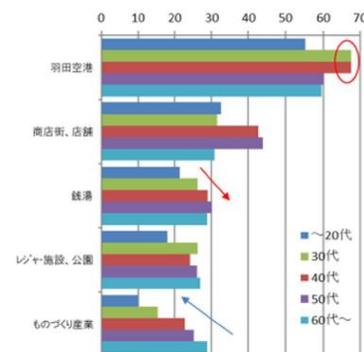
図表⑥

産業用建築物数の推移



図表⑦

大田区の好きなところ 年代別 (%)



資料：令和4年度シティプロモーション調査

### 3-4 ものづくりの次世代への承継と立地支援

#### 【参考】対応する基本構想で描いた2040年ごろのまちの姿

**基本目標** 豊かな環境と産業の活力で持続的に発展するまち

**まちの姿** 区内企業が社会環境の変化に柔軟に対応することにより、生産性の向上や産業集積の維持・発展につながっています。

#### 4 めざす姿

##### めざす姿①

日本の産業を支え、牽引するものづくり産業集積地の一つとして、多様な基盤技術と職人・匠のノウハウや知恵が維持され、次世代へ着実に継承されています。  
また、次世代を担う人材が確保・育成され、更に地域での新たな変革や連携を先導することで、区内の産業競争力が高まっています。

##### 対応する課題

課題①②

#### 5-1 指標名

##### 指標①（めざす姿①に対応）

新規採用人数が「充足している」企業の割合

##### 指標②（めざす姿①に対応）

「事業承継の意向」のうち、  
「事業承継について考えていない」企業の割合

### 3-4 ものづくりの次世代への承継と立地支援

#### 【参考】対応する基本構想で描いた2040年ごろのまちの姿

**基本目標** 豊かな環境と産業の活力で持続的に発展するまち

**まちの姿** 区内企業が社会環境の変化に柔軟に対応することにより、生産性の向上や産業集積の維持・発展につながっています。

#### 4 めざす姿

##### めざす姿②

##### 対応する課題

企業の成長段階に応じたハード・ソフト両面のきめ細かな支援により、ものづくり産業とそれを支える幅広い産業が重層的に集積しています。「産業のまち大田区」として、住工の調和がとれた操業環境が維持され、大田のものづくりの認知度が向上することで、企業立地や人材確保などに好循環が生まれています。

課題③④

#### 5-1 指標名

##### 指標③（めざす姿②に対応）

製造業の粗付加価値額

##### 指標④（めざす姿②に対応）

「大田区の好きなところ」について  
「ものづくり産業」を選んだ割合

### 3 豊かな環境と産業の活力で持続的に発展するまち

## 3-4 ものづくりの次世代への承継と立地支援

### 5-2 指標・目標値

#### ■ 指標①

求人数に対して、新規採用人数が「充足している」企業の割合

#### (1) 指標の把握方法・算出方法

「大田区の景況」調査における特別調査で製造業の企業が希望する求人数に対して、新規採用人数が「充足している」と答えた企業の割合

#### (2) 指標の過去データ

これまで実施していなかったため過去データなし

#### (3) 最新値

なし

#### (4) 目標値

20% (令和10年度)  
20% (令和14年度)

#### (5) 目標値の設定理由

厚生労働省「令和5年版 労働経済の分析」によると、製造業の充足率\*（求人数に対する充足された求人の割合）は、約2割となっている。充足率は、低下傾向にあるため、現状維持をめざす。

#### ■ 指標②

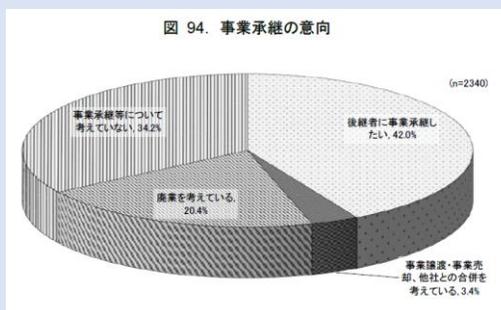
「事業承継の意向」のうち、「事業承継について考えていない」企業の割合

#### (1) 指標の把握方法・算出方法

「大田区ものづくり産業等実態調査」において、「事業承継の意向」のうち「事業承継について考えていない」企業の割合

#### (2) 指標の過去データ

図 94. 事業承継の意向



資料：令和元年度大田区ものづくり産業等実態調査

#### (3) 最新値

34.2% (令和元年度)

#### (4) 目標値

30% (令和10年度)  
25% (令和14年度)

#### (5) 目標値の設定理由

2020年度版の中小企業白書によると、経営者が60代以上の企業について「今はまだ事業承継について考えていない割合」が24.5%のため、令和14年度にその水準をめざす。

### 3 豊かな環境と産業の活力で持続的に発展するまち

## 3-4 ものづくりの次世代への承継と立地支援

### 5-2 指標・目標値

#### ■ 指標③ 製造業の粗付加価値額

##### (1) 指標の把握方法・算出方法

総務省・経済産業省「経済センサス（活動調査）」の結果による大田区製造業の粗付加価値額（従業員4人以上）

##### (2) 指標の過去データ



資料：総務省・経済産業省「経済センサス（活動調査）」

##### (3) 最新値

1,850億円（平成30年）

##### (4) 目標値

1,850億円（令和10年度）  
1,850億円（令和14年度）

##### (5) 目標値の設定理由

現状としては、原材料費・光熱費等の高騰、人材難に対する賃上げ圧力等により利益を上げづらい状況にあるため、現状維持をめざす。

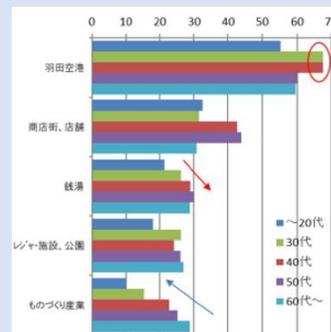
#### ■ 指標④ 「大田区の好きなところ」について「ものづくり産業」を選んだ割合

##### (1) 指標の把握方法・算出方法

「シティプロモーション調査」により「大田区の好きなところ」について「ものづくり産業」を選んだ割合（特に20代以下の推移）

##### (2) 指標の過去データ

大田区の好きなところ 年代別（%）



資料：令和4年度シティプロモーション調査

##### (3) 最新値

10%(令和4年度)

##### (4) 目標値

15%（令和10年度）  
20%（令和14年度）

##### (5) 目標値の設定理由

令和10年度の目標は、令和4年度時点の30代と同レベル、令和14年度の目標は、令和4年度時点の40代と同レベルを想定。（20代の「銭湯」と同程度をめざす。）

## 3-4 ものづくりの次世代への承継と立地支援

### 6 施策の方向性

#### ①基盤技術の維持、次世代への承継ともものづくり人材育成・確保



小規模なものづくり企業の高密度な集積と、強みの仲間まわし機能が維持されるために、事業承継への意識を高め、具体的な行動に結びつくための支援体制を整備します。また、個社の強みを受け継ぐ次世代のものづくり人材を育成できるような教育・研修等を行い、関係各所との連携を積極的に推進する人材を確保・活用できる体制を整備します。

#### ②立地・拡張ニーズへの対応と産業と暮らしの調和



企業の成長段階や幅広い産業分野に合わせた立地・拡張ニーズに対応するために、需要と供給をマッチさせる取組を実施し、企業誘致・留置を進めていきます。また、住工の調和がとれた操業環境を維持するために、ものづくり産業への区民の理解を深め、「産業のまち大田区」としてのイメージを確立させていきます。

## 3-5 新たな挑戦への支援と企業同士の交流・連携機会の創出

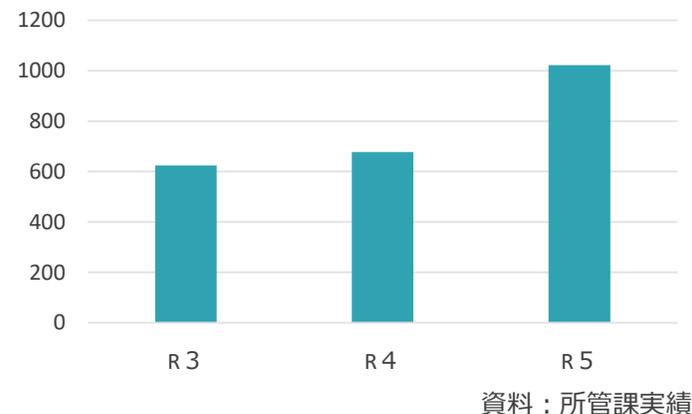
## 1 関連する個別計画

(1) 産業振興ビジョン (2) 大田区SDGs未来都市計画 (3) 羽田空港跡地まちづくり推進計画

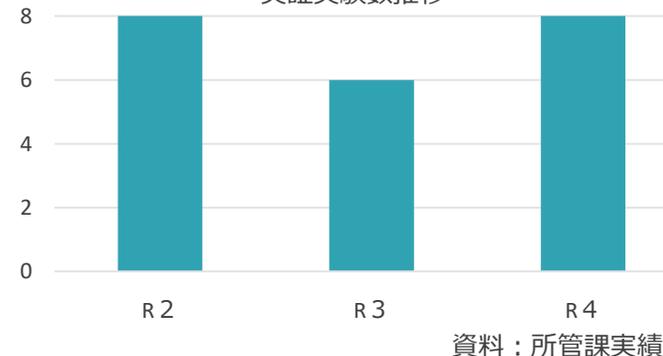
## 2 これまでの成果（令和元～5年度）

- 経営（創業）相談窓口「PiOフロント」では、3,244件（令和元～5年度）の創業相談を受けるとともに、特定創業支援等事業により支援を受けたことの証明書を479枚発行（令和元～5年度）するなど、創業支援に努めました。創業支援施設「六郷BASE」は、イベント等を通じた施設利用者数が1,000名を超える（令和5年度）など、創業の機運醸成等に取り組みました。（参考：図表①）
- 羽田イノベーションシティ及び区施策活用スペース「HANEDA×PiO」を積極的に活用し、家庭用サウナストーブやアバターロボットのスピーカーフォルダなど、区内企業の匠の技を生かした新製品が4件（令和5年）生まれるなど、オープンイノベーションの創出に取り組みました。
- 羽田イノベーションシティで恒常的に実証実験を行うとともに、東京都等とも連携し、換気自動制御による電力量削減など、区施設等での2件（令和5年）の実証につなげました。（参考：図表②）

図表① 施設利用者数（六郷BASE）



図表② 羽田イノベーションシティでの実証実験数推移



### 3-5 新たな挑戦への支援と企業同士の交流・連携機会の創出

#### 3 現状と課題

##### 現状①

経営（総合）相談窓口として「PiOフロント」を設け、令和5年度は、年間884件もの創業相談に応じています。また創業支援施設「六郷BASE」では、新規創業及び中小企業者の新分野進出の促進を図っています。（参考：図表①）

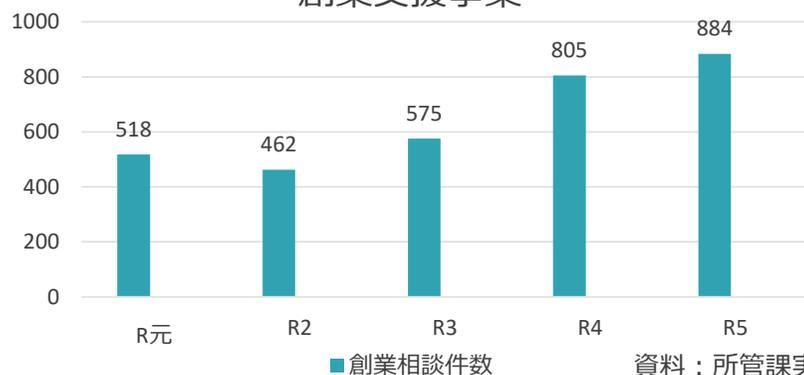


##### 課題①

地域経済への波及、相乗効果を高めていくためには、継続的に新しい事業が生まれて、育っていくことが重要です。創業支援窓口や支援施設の活用を促し、区内での操業、立地につなげていくことが求められています。

図表①

創業支援事業



##### 現状②

羽田イノベーションシティ及び「HANEDA×PiO」でのフォーラム開催時等にあわせて、国内外の様々な主体による企業交流イベントが開催されています。（参考：図表②）

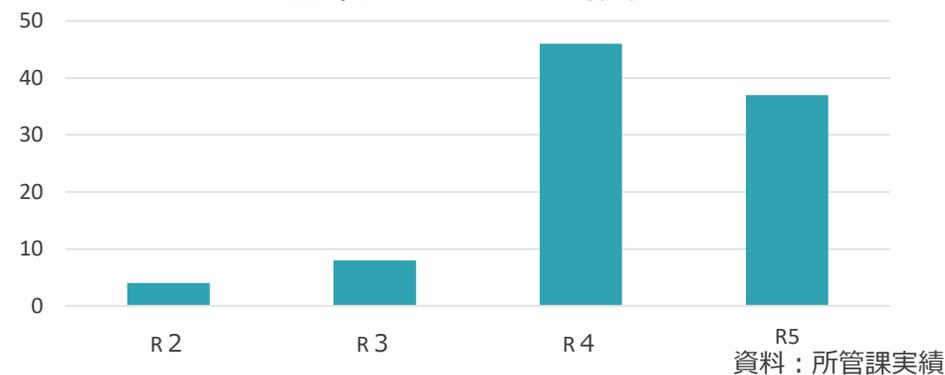


##### 課題②

交流で終わることなく、交流をきっかけとした新製品・新技術の開発など、区内ものづくり企業の新たな取組をこれまで以上に促進する必要があります。

図表②

企業交流イベント推移



### 3-5 新たな挑戦への支援と企業同士の交流・連携機会の創出

#### 3 現状と課題

##### 現状③

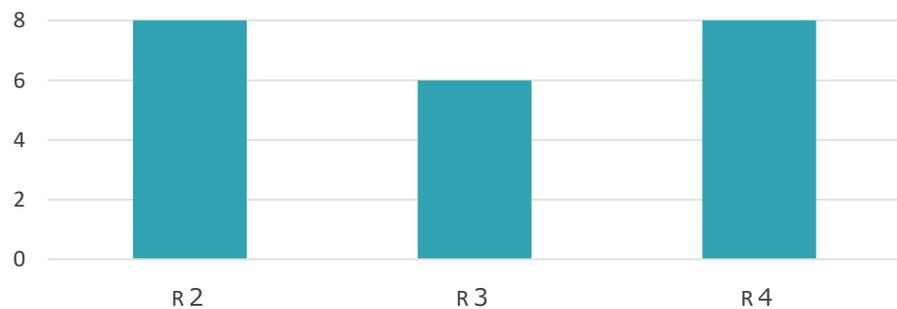
羽田イノベーションシティは様々な実証実験を行う「テストベッド」であることを活かし、地域課題解決に向けた実証実験を恒常的に行っています。（参考：図表③）



##### 課題③

羽田イノベーションシティでの実証だけに留めることなく、実際に課題を抱える区内現場での実装に向け、切れ目なく総合的に支援していく必要があります。

図表③ 羽田イノベーションシティでの実証実験数推移



資料：所管課実績

### 3-5 新たな挑戦への支援と企業同士の交流・連携機会の創出

【参考】対応する基本構想で描いた2040年ごろのまちの姿

**基本目標** 豊かな環境と産業の活力で持続的に発展するまち

**まちの姿** 誰もが新たにチャレンジできる環境で、業種の垣根を越えたより一体的な協力関係の形成により、新たな産業やサービスが生まれ、区内企業の「稼ぐ力」が向上しています。

#### 4 めざす姿

##### めざす姿①

新規創業や新分野進出等に意欲を持つ誰もが挑戦しやすい環境があり、継続的に新たな産業やサービスが生まれることにより、区内により経済循環が生まれて産業が活性化しています。

##### 対応する課題

課題①

#### 5-1 指標名

指標①（めざす姿①に対応）

大田区内の新設法人数

### 3-5 新たな挑戦への支援と企業同士の交流・連携機会の創出

【参考】対応する基本構想で描いた2040年ごろのまちの姿

**基本目標** 豊かな環境と産業の活力で持続的に発展するまち

**まちの姿** 誰もが新たにチャレンジできる環境で、業種の垣根を越えたより一体的な協力関係の形成により、新たな産業やサービスが生まれ出され、区内企業の「稼ぐ力」が向上しています。

#### 4 めざす姿

##### めざす姿②

羽田イノベーションシティを起点とし、区内企業はもとより、スタートアップなどの国内外の多様な主体が集まり交流することで、区民生活の向上や地域課題の解決につながるイノベーションが生まれています。

##### 対応する課題

課題②③

#### 5-1 指標名

##### 指標②（めざす姿②に対応）

羽田イノベーションシティ及び「HANEDA×PiO」を活用した交流・連携による区内企業とのオープンイノベーション創出数

##### 指標③（めざす姿②に対応）

羽田イノベーションシティを起点とした新技術の区内実装数

### 3-5 新たな挑戦への支援と企業同士の交流・連携機会の創出

#### 5-2 指標・目標値

##### ■ 指標①

#### 大田区内の新設法人数

##### (1) 指標の把握方法・算出方法

「大田区新設法人件数調査」の結果による大田区内の新設法人数

##### (2) 指標の過去データ



資料：大田区の新設法人件数調査

##### (3) 最新値

1,051社（令和5年）

##### (4) 目標値

1,114社（令和10年）  
1,167社（令和14年）

##### (5) 目標値の設定理由

平成30年からの5年間で約6%の増加であったことから、今後も同程度の増加率が続くものとして設定した。

##### ■ 指標②

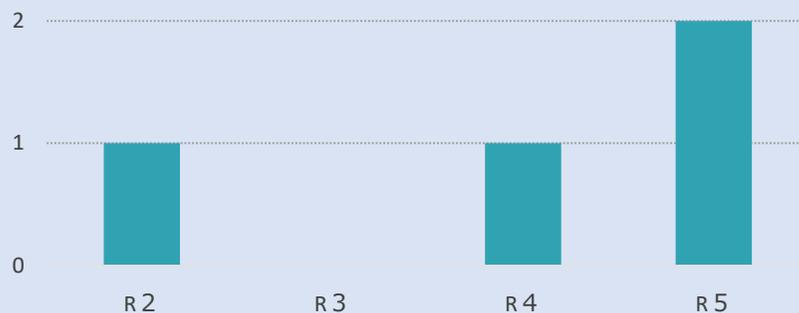
羽田イノベーションシティ及び「HANEDA×PiO」を活用した交流・連携による区内企業とのオープンイノベーション創出数

##### (1) 指標の把握方法・算出方法

産業振興協会へのヒアリング及び羽田イノベーションシティモニタリング報告書の結果

##### (2) 指標の過去データ

#### オープンイノベーション創出数推移



資料：所管課実績

##### (3) 最新値

2件（令和5年度）

##### (4) 目標値

2件（令和10年度）  
3件（令和14年度）

##### (5) 目標値の設定理由

羽田イノベーションが開業した令和2年度以降、令和5年度まで年間平均約1件のオープンイノベーションが創出されていることを踏まえ、年1～2件の増加目標を加えて設定した。

### 3-5 新たな挑戦への支援と企業同士の交流・連携機会の創出

#### 5-2 指標・目標値

- 指標③ 羽田イノベーションシティを起点とした  
新技術の区内実装数

##### (1) 指標の把握方法・算出方法

産業振興協会へのヒアリング及び羽田イノベーションシ  
ティモニタリング報告書の結果

##### (2) 指標の過去データ

令和5年度の1件のみ

資料：所管課実績

##### (3) 最新値

1件（令和5年度）

##### (4) 目標値

2件（令和10年度）  
3件（令和14年度）

##### (5) 目標値の設定理由

羽田イノベーションが開業した令和2年度以降、実証は増加して  
いるものの、実装は1件のみであることを踏まえ、年1～2件の  
増加目標を加えて設定した。

## 3-5 新たな挑戦への支援と企業同士の交流・連携機会の創出

## 6 施策の方向性

## ①新たな挑戦への支援（創業支援）



経営（総合）相談窓口「PiOフロント」にて創業相談を行うとともに、東京都等と連携し、区内での新たなチャレンジを支援します。また、六郷BASEでは、区内における新規創業及び中小企業者の新分野進出の促進を図るための活動の場を提供します。

## ②産業交流拠点の形成



羽田イノベーションシティや「HANEDA×PiO」で、産業振興協会や企業が有するネットワーク等を活用したイベントを行うとともに、多様な主体のコミュニティ化と活発な交流を促進し、区内企業の新たな連携機会を創出します。また、羽田空港近接地であることを活かし、海外企業を区内へ誘引し、連携を生み出すためのプロモーションを行います。

## ③イノベーション創出の推進



羽田イノベーションシティにおいて、公民連携により事業を進めることで、区内産業の活性化等の実現を図ります。また、羽田イノベーションシティで実証実験を行った企業等のうち、質が高く地域課題解決に資する技術について、区内での実証実験及び社会実装に向けて支援し促進します。

## 3-6 活気あふれる商店街づくりと魅力ある観光資源の創出・発信

## 1 関連する個別計画

## (1) 産業振興ビジョン

## 2 これまでの成果（令和元～5年度）

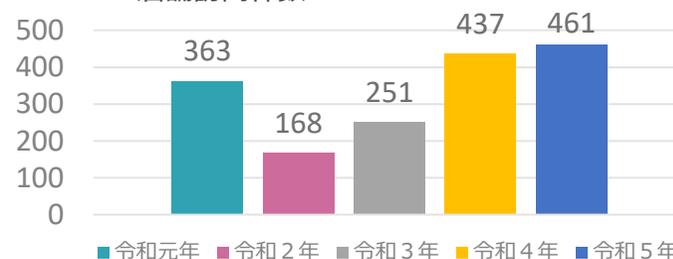
- 商店街機能の向上や、イベント等を通じた地域のにぎわい創出を図るため、商店街が実施するイベント事業等に支援しました。令和元年度の実施は121件でコロナ禍では実施数が減少しましたが、令和5年度は103件と再開の動きが見られました。
- 商店街を巡回して課題を抽出し、各種支援制度の案内、デジタルツール導入、商店街同士の連携強化、副業者等を活用した広報活動への支援を実施し、商店街の組織力強化へとつなげました。（参考：図表①）
- 「あきない活性化コーディネーター」による支援や、店舗改装・ホームページ作成等の新たな取組を支援する事業、区内店舗が出店するマルシェの開催など、区内の個店の経営基盤強化や販路拡大などにつながる支援を行ってきました。「あきない活性化コーディネーター」は、店舗訪問し個別に経営アドバイスや支援事業の案内等を行っており、店舗訪問件数は増加傾向にあります。（参考：図表②）
- 区内の観光資源の磨き上げのため、地域とともに区内の回遊促進事業に取り組み、魅力の創出を行うとともに、大田区観光情報センター、ウェルカムスポットを中心としたリアルでの情報発信、WEBサイトやSNS等、デジタルでの情報発信も強化しました。（参考：図表③）

図表① 商店街巡回数の推移

	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
商店街数	140	121	134	128
延べ巡回数	438	165	327	209

資料：所管課実績

図表② 「あきない活性化コーディネーター」の店舗訪問件数



資料：所管課実績

図表③



資料：所管課実績 36

## 3-6 活気あふれる商店街づくりと魅力ある観光資源の創出・発信

### 3 現状と課題

#### 現状①

商店街は、身近な買い物の場としての機能に加え、地域のコミュニティとしての役割が期待されていますが、高齢化や若手人材不足などが商店街運営の大きな課題となっています。

#### 課題①

商店街が賑わいを創出し、地域コミュニティの核としての役割を担い続けるためには、商店街の組織力強化や運営を担う人材育成を図る必要があります。

#### 現状②

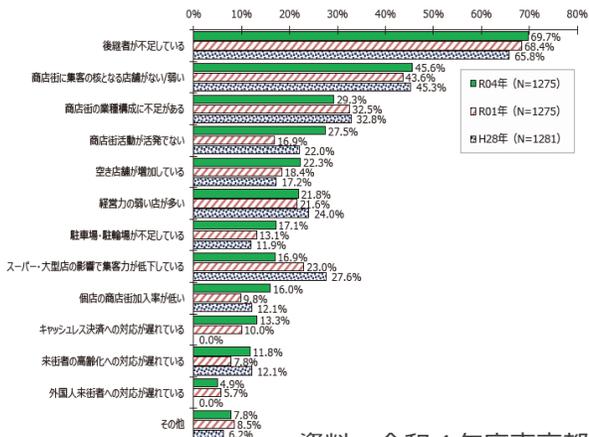
消費者ニーズの多様化やデジタル技術の発展、大型店の展開など、個店を取り巻く経営環境は大きく変化しています。また、飲食店、小売業などの非製造業は、製造業と比べ労働生産性が低い傾向にあります。

#### 課題②

経営力があり魅力的な商品・サービスを提供できる店舗へ成長するためには、各個店が、事業計画の見直しや新規顧客獲得等、新たな取組に積極的にチャレンジしていく必要があります。

#### 図表①

【都内商店街がかかえる問題点】

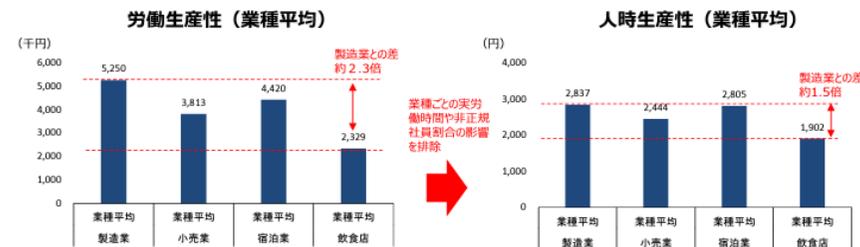


資料：令和4年度東京都商店街実態調査報告書

#### 図表②

#### 中小企業 労働生産性、人時生産性（時間当たりの労働生産性）

- 製造業と非製造業の労働生産性の差と人時生産性の差を比較すると、人時生産性で製造業と非製造業の差が縮まるが、依然として、非製造業の人時生産性は低い。



資料：2021年度 中小小売業・サービス業の生産性分析

## 3-6 活気あふれる商店街づくりと魅力ある観光資源の創出・発信

### 3 現状と課題

#### 現状③

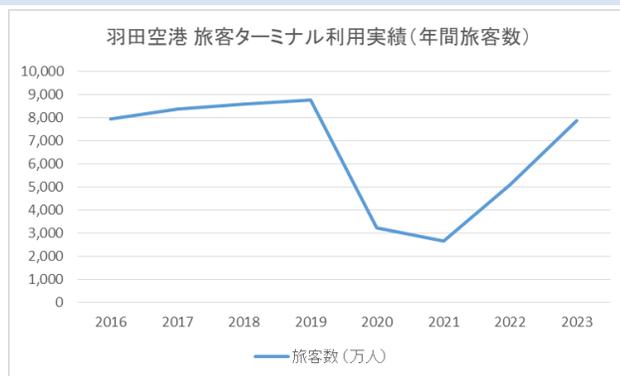
新型コロナウイルス感染症拡大の影響でインバウンド需要が消滅し、国内旅行需要も減少していました。しかし現在ではこれらの需要が急速に回復し、新型コロナウイルス感染症拡大前の水準を超える勢いです。



#### 課題③

羽田空港の乗降客数は右肩上がりの状況で、今後も堅調な推移が予想されます。（参考：図表③）しかし、来訪者は区外を目的地に設定しているケースが多く、区内での活動が限定的であることが課題です。

図表③



資料：日本空港ビルデング株式会社「羽田空港 旅客ターミナル利用実績」をもとに大田区にて作成

#### 現状④

訪日リピーターが増加傾向（参考：図表④）にあり、主要観光地に加えて、地域固有の体験を求める傾向が強まっています。大田区は都内近郊の観光拠点として好立地であり、多種多様な目的を持った来訪客が訪れています。



#### 課題④

大田区は「観光地」としての認知獲得は難しい一方、羽田空港を擁する立地特性から、国内観光の拠点となり得るポテンシャルがあります。来訪者が求める「大田区ならではの」の魅力の創出と情報発信が必要です。

図表④

訪日リピーター割合と訪日リピーター数の推移  
【観光・レジャー目的】



資料：観光庁「令和元年訪日外国人消費動向調査」をもとに大田区にて作成

### 3-6 活気あふれる商店街づくりと魅力ある観光資源の創出・発信

【参考】 対応する基本構想で描いた2040年ごろのまちの姿

**基本目標** 豊かな環境と産業の活力で持続的に発展するまち

**まちの姿** 磨き上げられた「大田区ブランド」が世界の人々を魅了し、多くの人を訪れることで、にぎわいや経済の活性化につながっています。

#### 4 めざす姿

##### めざす姿①

魅力的で繁盛する個店が増え、店舗や商店街に区内外から多くの人を訪れ、地域に元気と活気が生まれています。また、商店街の運営機能が向上し、主体的ににぎわいを創出するなど、商店街が地域コミュニティの中心としての機能を担い続けています。

対応する課題

課題①②

##### めざす姿②

区内来訪者向けのサービスが充実し、利便性高くにぎわいのある魅力的なまちとなっています。羽田空港を擁する大田区が国内観光の拠点として認知され、国内外に区の魅力が発信・拡散されることで、来訪客の増加・地域経済の活性化につながっています。

対応する課題

課題③④

#### 5-1 指標名

指標①（めざす姿②に対応）

買い物や食事、イベント等で商店街を利用している割合

指標②（めざす姿②に対応）

区内における年間観光消費額の推計値

### 3-6 活気あふれる商店街づくりと魅力ある観光資源の創出・発信

#### 5-2 指標・目標値

■ 指標① 買い物や食事、イベント等で商店街を利用している割合

##### (1) 指標の把握方法・算出方法

区の施策検証等に向けた大田区区民意識調査  
「買い物や食事、イベント等で商店街を訪れることがありますか。」という設問に対し、「ある」と回答した区民の数/調査回答総数×100

##### (2) 指標の過去データ

なし

##### (3) 最新値

●% (令和6年度)

##### (4) 目標値

- % (令和10年度)
- % (令和14年度)

##### (5) 目標値の設定理由

商店街の利用状況を調査し、施策のブラッシュアップを図りながら商店街利用割合の増を目指す。

令和6年度より区民意識調査を実施。

※現時点での測定値がないため目標値の設定不可

■ 指標②

区内における年間観光消費額の推計値

##### (1) 指標の把握方法・算出方法

観光庁の「観光入込客統計調査に関する共通基準及び調査要領」に基づき算出した観光消費額の推計値

##### (2) 指標の過去データ

平成26年度 85,243百万円  
平成29年度 132,595百万円

資料：大田区観光統計・マーケティング調査

##### (3) 最新値

132,595百万円  
(平成29年度)

##### (4) 目標値

165,000百万円 (令和10年度)  
172,000百万円 (令和14年度)

##### (5) 目標値の設定理由

都における観光消費額は、令和5年度調査で平成29年度比約120%となっている。大田区も令和5年度時点で同様に増加していると仮定し、以降毎年約1%増を見込んだ努力目標として設定した。

## 3-6 活気あふれる商店街づくりと魅力ある観光資源の創出・発信

### 6 施策の方向性

#### ①商店街の持続的な運営とにぎわい創出等の支援



商店街運営の効率化、次世代の担い手の育成等、商店街の自律的で持続可能な運営基盤を強化するための取組を進めるとともに、商店街環境の整備、地域の特性を活かしたイベントなど商店街が起点となり主体的に賑わいを創出する事業を支援します。

#### ②大田区ならではの魅力ある商業集積の発展



地域に元気と活気をもたらす個店を増やすために、個店の課題・ニーズ等を踏まえた新たな取組への伴走支援など、個店の継続的な成長につながる支援を積極的に実施していきます。

#### ③区の魅力の発信と来訪者の利便性向上



大田区ならではの歴史や文化、食の魅力、銭湯や商店街など、地域資源を見える化し、磨き上げ、魅力を創出していくため、回遊促進事業等の取組を引き続き行っていきます。

また、羽田空港を擁する大田区だからこそできる来訪者の利便性向上につながる取組等を、企業等との連携も視野に検討していきます。

観光関連情報を観光PRサイトや各種SNSで積極的に発信し、大田区の更なる認知向上につなげます。