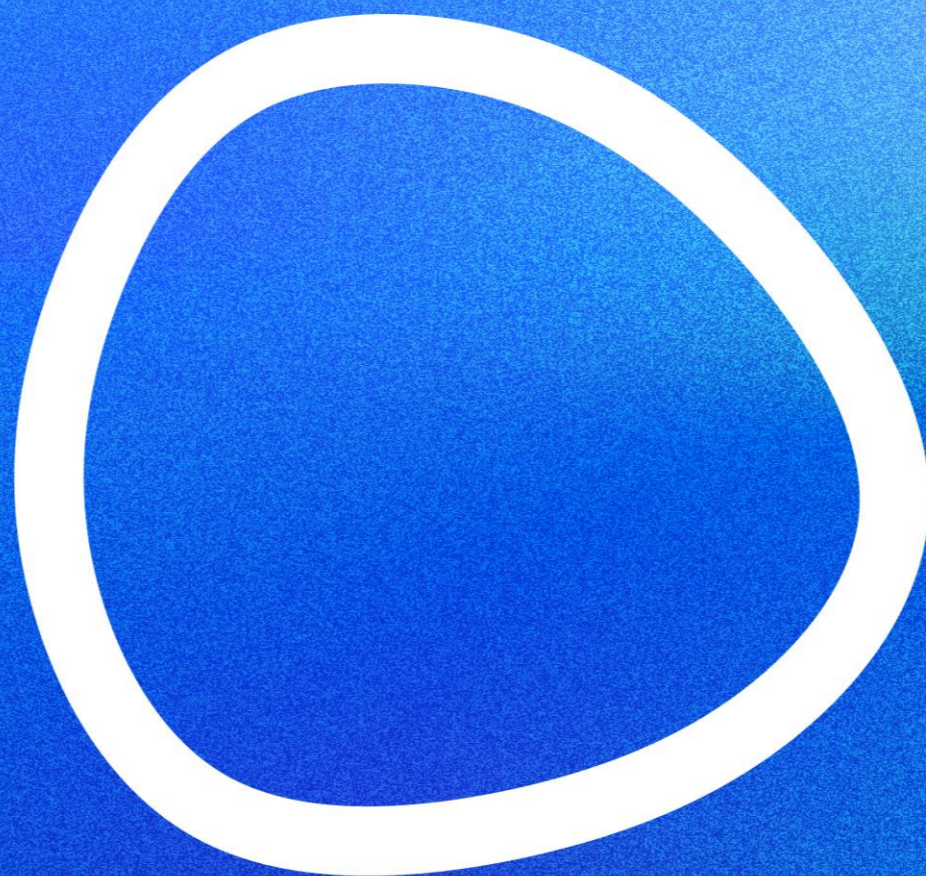


大田区 産業振興ビジョン

令和6年発行



はじめに

世界を取り巻く情勢は刻一刻と変化しております。米中間の摩擦、ウクライナや中東情勢の影響、また、世界中で猛威を振るった感染症など、区内中小企業を取り巻く経済環境も厳しい状況が続いています。

一方で、こうした変化を契機に世界的なサプライチェーンの見直しが進み、国内「ものづくり産業」の価値が見直される動きが本格化しています。また、訪日外国人旅行客の拡大、コロナ禍を踏まえたデジタル化の急速な進展や消費者の生活様式の変化、新たなニーズの創出など、「商業・観光産業」においても様々なチャンスが芽生えてきています。

大田区内での動きとしては、コロナ禍の令和2年にまち開きをした羽田イノベーションシティが、令和5年11月にグランドオープンを迎え、国内外から大きな注目を集めています。先端医療研究センターや空港等の課題解決に異業種連携で取り組む研究開発拠点など、区内産業に波及効果を及ぼすことが期待できる機能が新たに誕生しました。今こそ、区内中小企業各社がもつ強みを活かすとともに、新たな挑戦を続けることで、今まで以上に付加価値の高い多くの仕事を創出する契機を迎えています。

こうした背景や社会情勢などを踏まえて、この度、今後10年間の大田区の産業の目指す姿と産業振興の方向性を定める「大田区産業振興ビジョン」を策定いたしました。大田区産業を支える区内中小企業支援のあり方として、大田区の最上位計画である「大田区基本構想」や長期的な基本計画などとの連動を図りつつ、SDGs未来都市として「新産業と匠の技が融合するイノベーションモデル都市」の実現をして参ります。また、羽田空港をゲートウェイとして区内への回遊を促進することで商業・観光産業等の活性化を図るなど、大田区産業の更なる発展を実現してまいります。

大田区は多様性に富み、創造力ある企業や人々が集まる地域であり、こうした企業や人々は大田区の大切な宝です。様々な地域の魅力と資源を最大限に活用し、産業の活性化を通じて、区民生活の豊かさの向上を実現することが重要と考えております。区内の雇用創出や地域に賑わいをもたらす大田区産業の更なる成長を後押しし、あたたかく、笑顔あふれる大田区の輝かしい未来を築いていくために、総力をあげて取り組んでまいります。

最後に、ビジョンを策定するにあたり、様々な形でご意見やご提案をお寄せくださいました多くの皆様に対しまして、心より感謝を申し上げます。

令和6年3月
大田区長

鈴木晶雅



目次

1章 大田区産業振興ビジョンの概要

1.1 策定目的	2
1.2 位置づけ	2

2章 大田区産業の特徴

2.1 経済センサスデータからみる大田区産業	4
2.2 産業分野別の特徴	7

3章 産業を取り巻く環境の変化と大田区産業

3.1 産業構造の転換	12
3.2 少子高齢化・労働力人口の減少	19
3.3 都市機能の充実	20
3.4 地球環境対応の重要性の増大	22
3.5 デジタル技術の発展	24
3.6 連携・オープンイノベーションの重要性の増大	26
3.7 羽田イノベーションシティにおける新産業の創造と発信	27

4章 大田区産業の課題の整理・分析

4.1 環境変化と現状の課題の整理	30
4.2 SWOT分析	32

5章 大田区産業の目指す姿と産業振興の方向性

5.1 大田区産業振興ビジョンが目指す将来像	36
5.2 区内の多様な産業の自立（自律）的取組の支援による地域経済活性化	37
5.3 ものづくり産業の目指す姿と産業振興の方向性	38
5.4 商業・観光産業の目指す姿と産業振興の方向性	48

1章

大田区
産業振興
ビジョンの概要1.1
策定目的

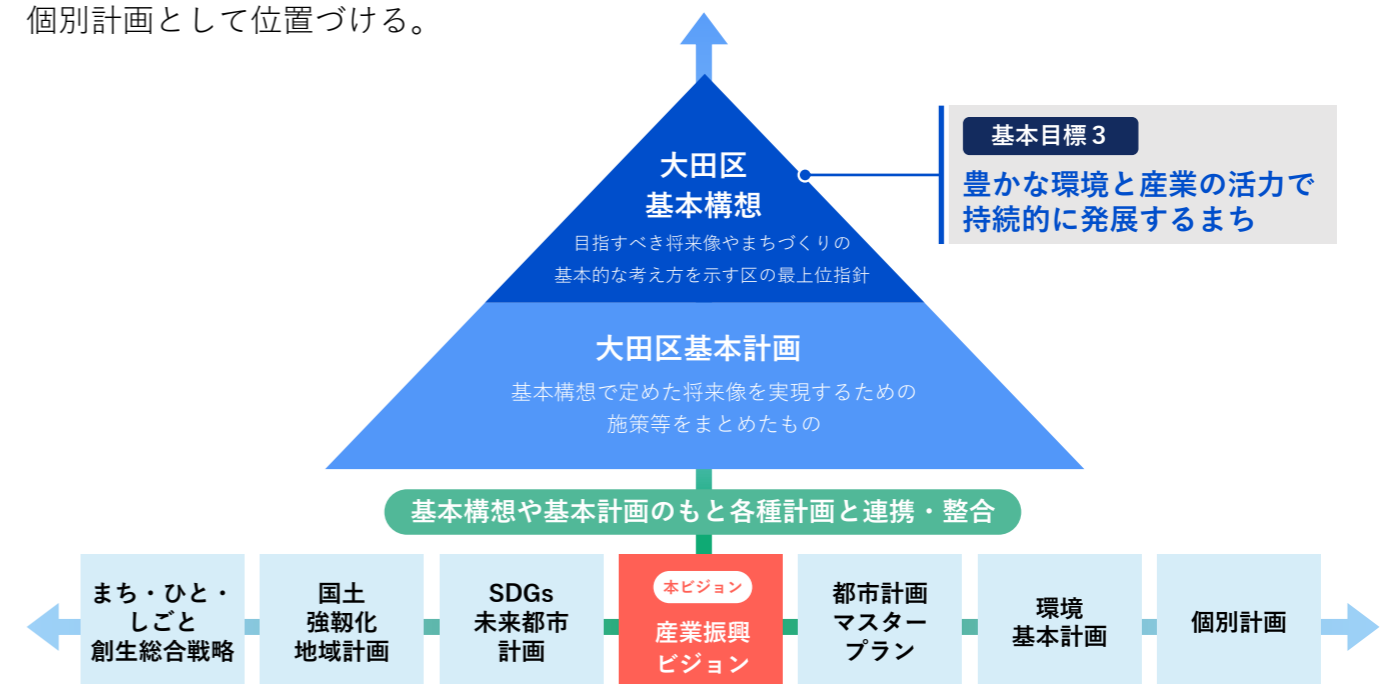
大田区では、平成20年度に策定された大田区産業振興基本戦略のもと、約15年間にわたって、地域産業活性化のための各種支援事業を推進することで、ものづくり産業及び商業・サービス業の集積の維持・発展に寄与してきた。また、羽田イノベーションシティのまち開き（令和2年）により、大企業、スタートアップ、海外企業など新たなプレイヤーが大田区に集まる基盤ができた。

一方で、世界情勢の目まぐるしい変化、サプライチェーン再構築の動き、脱炭素化をはじめとした新たな環境対策、新型コロナウイルス感染症の影響等、我が国の経済環境は大きく変化しており、国内有数の産業集積を誇る大田区のものづくり企業や商店街等、中小企業を取り巻くビジネスの環境は厳しさを増している。

これまでの取組や社会情勢の変化も踏まえ、大田区の産業の目指す姿やその実現に向けた施策の方向性、あり方を示すため、令和6年度から令和15年度までを計画期間とした本ビジョンを策定する。

1.2
位置づけ

本ビジョンは、大田区基本構想及び基本計画のもと、SDGs未来都市計画、都市計画マスタープラン、環境基本計画等の各種計画との連携・整合を図り、産業分野の目標達成を目指す個別計画として位置づける。



2章

大田区
産業の特徴

2.1

経済センサスデータからみる大田区産業

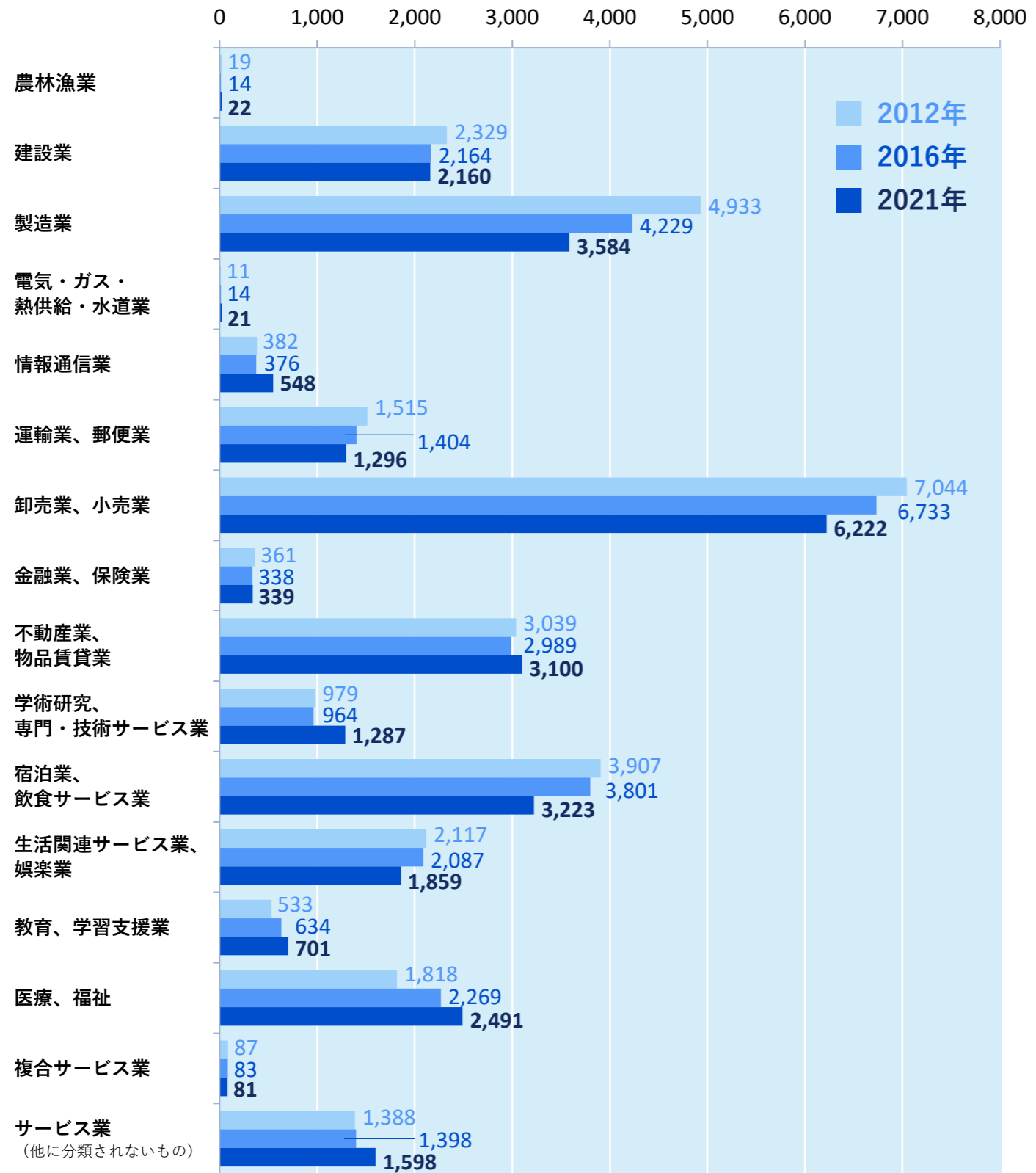
経済・事業規模からみた大田区の産業構造



出所：総務省・経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査」

区内の業種別事業所数の推移

(事業所)



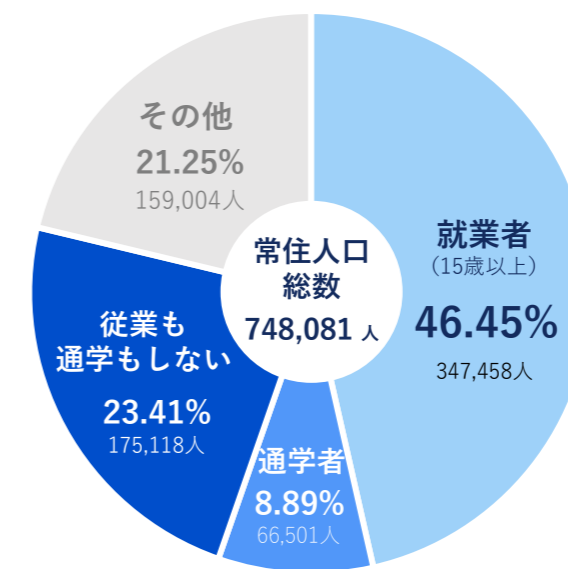
出所：総務省・経済産業省「平成24年、平成28年、令和3年経済センサス-活動調査」

大田区には、28,000を超える多様な産業の事業所が立地している。中でも製造業は、東京23区最大の集積であり、3,584事業所が高密度に集積し、売上・付加価値創出の源泉として大きな割合を占め、区内産業の中核を担っている。また、卸売業、小売業、宿泊業、飲食業、サービス業等が集積する東京都内最大級の商店街数を誇り、多くの個店と従業者を有し、他産業とともに大田区の雇用を含めた地域経済を支えている。さらに銭湯の数においても東京23区最大級であり、ものづくり企業とともに大田区の特徴、魅力となっている。

大田区は、ものづくり企業をはじめ様々な企業で働く人々が、銭湯で癒しを感じ、多様な特色ある商店街で買い物やおいしい食事を楽しむ「産業と暮らしが調和するまち」であるとともに、その魅力を発信することで、国内外から多くの来訪者が訪れている。

また、大田区は就業者のうち区内で就業する人口の割合が23区内トップクラスであり、「職住近接」の傾向にある。産業振興施策の実施が、区民の生活基盤向上や域外への人や消費の流出を防止することに寄与しているといえる。

常住人口における就業者・通学者等状態別人口



常住人口

区内住居に3か月以上にわたって住んでいるか、又は住むことになっている者

就業者

調査週間中、賃金、給料、諸手当、営業収益、手数料、内職収入など収入（現物収入を含む。）を伴う仕事を少しでもした者

通学者

非労働力人口のうち、調査週間中、学校に通っていた者

従業も通学もしない

常住者のうち、労働力状態が「完全失業者」「家事」「その他」の者

出所：総務省「令和2年国勢調査」

※本データは、総務省・経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査結果」をもとに作成しており、令和2年から流行した新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けている可能性があることに留意。

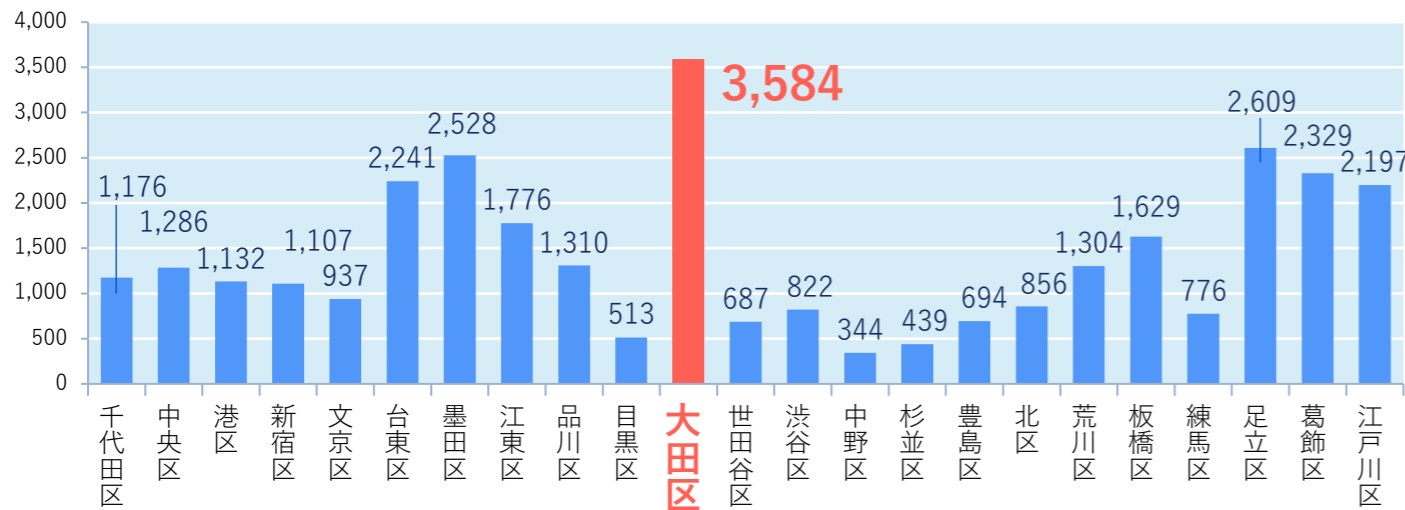
2.2

産業分野別の特徴

(1) ものづくり産業の特徴

大田区は国内有数のものづくり産業の集積地であり、東京23区では最大の集積を誇る。これらのものづくり企業が独自の魅力、強みを活かすことで大田区の産業を支えている。

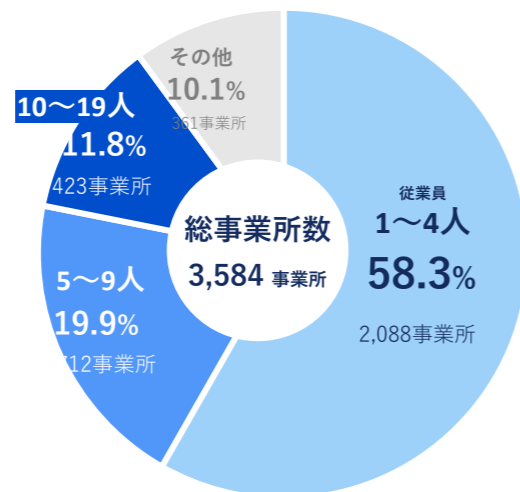
東京23区における製造業事業所数の比較



出所：総務省・経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査」

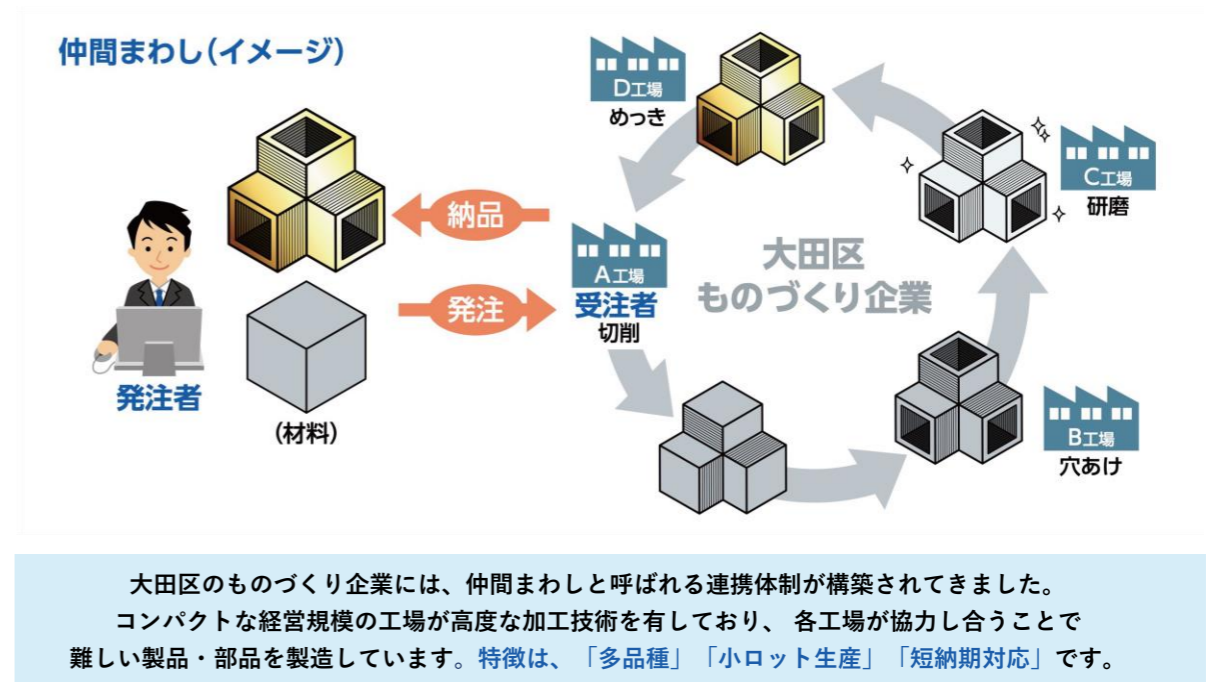
大田区のものづくり産業は従業員が1～4名の小規模の企業が多数集積する特徴を有し、特定の業種や製品に特化し、高品質な加工技術や製品を提供している。中でも金属加工をはじめとする部品生産の試作開発に強みを持つ企業が多く、高い技術力で多様な製品を手掛けている。

製造業の従業者規模別事業所数



出所：総務省・経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査」

大田区ものづくり企業の強み「仲間まわし」ネットワーク



中小企業同士が協力し、各社が有する高い基盤技術を持ち寄ることにより、短納期・難加工を実現する「仲間まわし^(注1)」の文化が大田区ものづくり産業には根付いており、仲間まわしにより、様々な製造ニーズへの対応が可能となり、市場での競争力を高めている。

この仲間まわしの起点となるコネクターハブ企業^(注2)は、取引の重要な役割を担っており、域外の製造ニーズと地域のものづくり産業を結び付けて、大田区外から仕事を呼び込み、仲間まわしの仕組みにより仕事を区内に循環させることで地域経済を活性化させている。

これら高い基盤技術を有する企業群や、多様な技術基盤を活かして新たなビジネスを獲得する企業群の重層的な集積が、全国に名の知れた大田区ブランドを構築するとともに、新しいビジネスチャンスを創出し、地域経済に新たな息吹をもたらしている。

(注1) 多様な基盤技術を持つものづくり企業が連携する仕組み。自社では「切削」作業しかできなくても、「穴あけできる工場」「研磨ができる工場」といった近くの工場に工程をまわして、発注された製品を納品できる、ものづくり産業の集積を特長とした大田区ならではのネットワーク。
 (注2) 区外から受注があり、区内を主体に外注を行っている企業。区内産業への波及効果が高い経済活動を展開し、地域の中核的企業としての役割を担う。

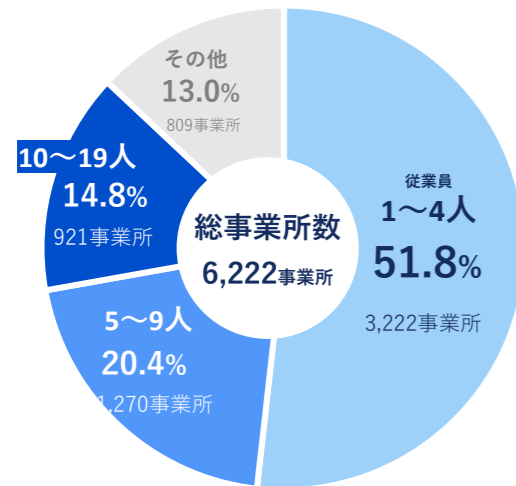
(2) 商業・観光産業^(注3)の特徴

大田区は、商店街や銭湯なども都内最大規模の集積を誇り、個性的な小売店や魅力的な飲食店などが多数立地している。このような商店街、個店、銭湯、町工場などは、大田区民の生活を支えるとともに、区内外からの来訪者を呼び込むことのできる観光資源になり得る。これら多様な地域の魅力が集積することで、大田区ならではの特性を形成し、区内各地に点在する地域性豊かで地域に根付いている飲食店などをはじめ、ディープな東京の風情を醸成している。

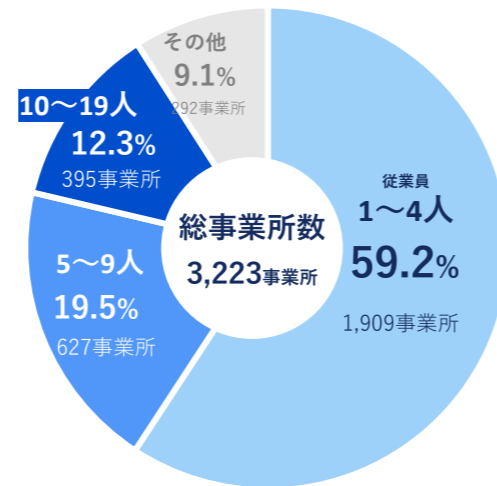
さらに、大田区には羽田空港が立地しており、インバウンド需要の回復による観光ニーズも高まっている。こうしたインバウンド需要に対し、大田区ならではの観光資源を訴求させ、区内周遊を促進することによる地域経済の活性化が期待されている。

なお、区内事業者の事業規模は、1～4名の規模が多くを占め、総じて大田区は中小企業の中でも小規模比率が高いという特徴を有している。

卸売業、小売業の
従業者規模別事業所数



宿泊業、飲食サービス業の
従業者規模別事業所数



出所：総務省・経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査」

(注3) 大田区における観光振興施策として、羽田空港を有する立地を生かし、地域の魅力を掘り起こし、区内外からの来訪者に大田区ならではの魅力を楽しんでもらうことを注力している。

これは、大田区がいわゆる「観光地」ではなく、商店街や魅力ある個店、銭湯、町工場等が立ち並ぶ街並みや人々の暮らしなど、ここにしかない地域の魅力が、観光資源としての価値を持つと考えているためである。

よって、大田区における観光振興では、商業の現場である商店街、銭湯、さらには、町工場等の支援、それらの連携の促進支援をすることで回遊を生み、観光に伴う地域経済循環の創出を目指していく。

このように、大田区における商業振興と観光振興は密接に関連しており、商店街・個店、銭湯等、観光資源となる地域の魅力を結集し、MICEをはじめとする集客機能を高め、地域経済への波及効果を生む「商業・観光産業」として相互に連携することで、より効果的な施策を展開することができる。

よって、本ビジョンでは、「商業・観光産業」として、その目指す姿や施策の方向性を示すものとする。

3章

産業を取り巻く 環境の変化と 大田区産業

3.1

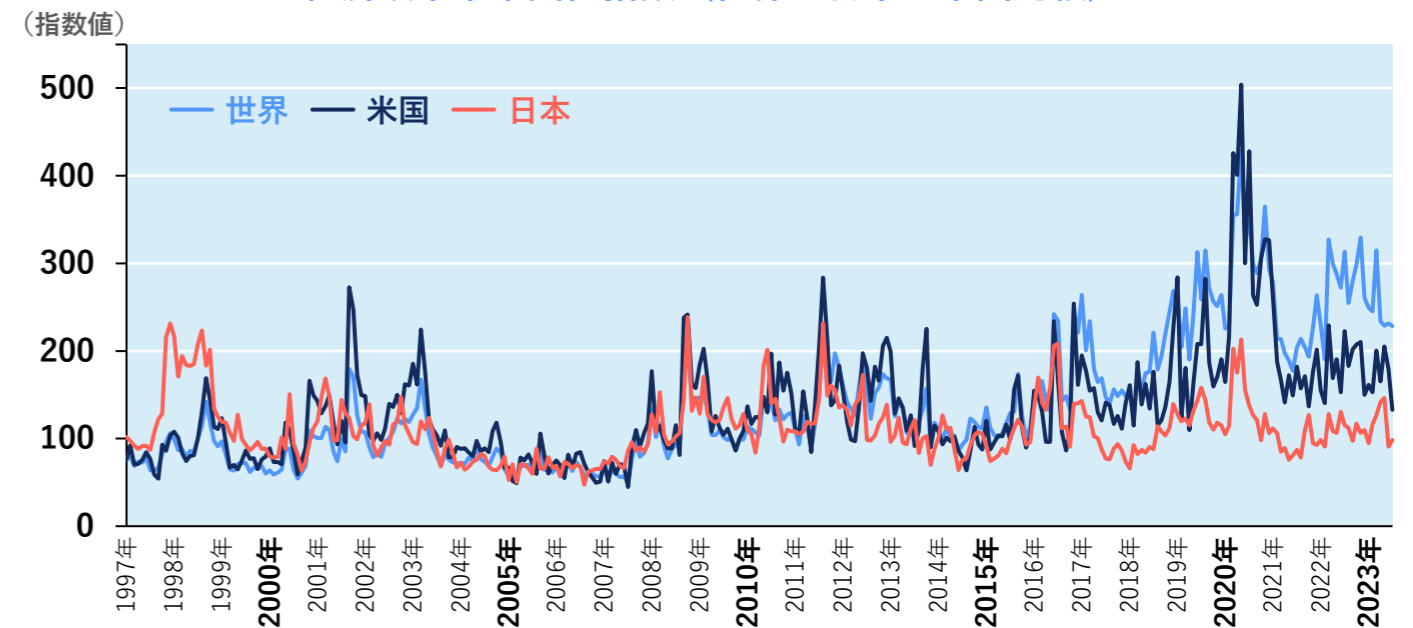
産業構造の転換

(1) 不確実性の高まり

今日、情報通信技術の飛躍的な進歩でインターネットにより世界の隅々が距離や時間を越えてつながり、データ通信量は年々増加するとともに、金融資本においても国を越えてグローバルに拡大している。世界を移動する人口は14億人を越えており、コロナ禍でいったん減少に転じたものの、現在はその数が回復傾向にある。

これら情報、金、人の世界を流通する量の拡大、スピードの加速により、世界のどこかで生じた変化が瞬時に拡大して各国に影響を与えることにより、世界を取り巻く環境の変化が激化している。近年では、米中の摩擦、新型コロナウイルス感染症拡大、ロシアによるウクライナ侵攻など、予測不能な事象が次々に発生する不確実性の高い環境となっている。これにより世界経済が分断され、エネルギーや部素材等の価格高騰・不足、サプライチェーンの断絶など、世界経済を取り巻く環境において多くの課題が露呈した。

経済政策不確実性指数（世界・日本・米国比較）



※経済政策不確実性指数は、新聞記事を元データとして、人々がメディアとの接触を通じて感じる経済政策に関する不確実性の高まりを捉える指標

出所：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

大田区のものづくり産業も、このような不確実性の高い経済・社会情勢に直面しており、IoTやAI、ブロックチェーン技術などのテクノロジーの進展や脱炭素社会やサーキュラーエコノミーの実現に向けた取組など、区内のものづくり企業が自社の経営戦略を検討するうえで考

慮すべき事項が多様化している。加えて、昨今の原材料価格の高騰や半導体をはじめとする部材の不足といった課題が顕在化しており、区内ものづくり企業の経営を圧迫している。

一方で、こうした状況を受けて、ものづくり産業における各分野ではリスク分散を含むサプライチェーンの再構築が求められている。特に地政学リスクを回避できるという観点から、日本での製造拠点を拡大や海外進出した大手企業等の国内回帰の機運が高まっており、大田区のものづくり企業にとって大きなビジネスチャンスと捉えることができる。

また、商業・観光産業においても、国際情勢の変化やテクノロジーの進化、社会の多様な課題などが絡み合い、経済環境の不安定さが増す中、新たな顧客ニーズへの対応やデジタル化、環境配慮など、多岐にわたる課題に直面している。一方で、新型コロナウイルス感染症拡大によって、消費者に新たな価値観が生まれるとともに、急減した訪日外客数は急速に復調しており、その需要はコロナ禍前を上回る勢いがある。これは、大田区の商業・観光産業にとって大きなチャンスであるといえる。

(2) 既存市場の縮小と競合の競争力向上

社会的動向やイノベーションの進展がもたらす影響により、産業構造が変化しており、既存市場の縮小が懸念されている。例えば、自動車産業では脱炭素化を背景にEV化の流れが加速しており、エンジン関連市場の縮小が予測されている。

同時に、製品や製造プロセスを含む領域がデジタル化され、設計、試作、加工等の各分野においてCAD/CAM、NC旋盤、マシニングセンタなどの機械技術の高度化が進んでいる。これにより、これまで高い知識や熟練技術が必要であった工程がデジタル化によりコモディティ化（一般化）している。

これら一般化された技術を背景に、インターネットを通じて、受発注を結びつける製造業プラットフォームが複数立ち上がっており、自動見積りにより価格、品質、納期等に応じて、即座に生産・納品するデジタルの仕組みがシェアを拡大しており、ものづくり企業にとっては更なる競争の激化に繋がっている。

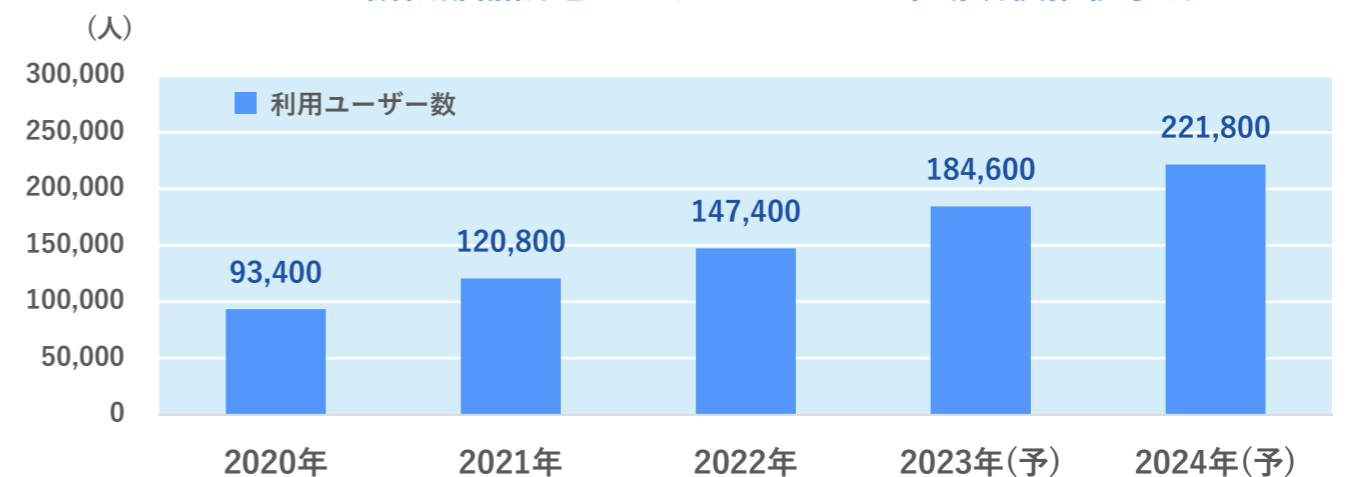
国外においては、新興国の産業における技術力の向上が著しく、一足飛びに最先端のIoTやデジタルテクノロジーを活用したスマートファクトリーが導入されるなど、効率的な生産や品質管理が実現されつつあり、急速に市場での競争力を向上させている。これらの国では、アディティブマニュファクチャリング（積層加工技術）を活用して製造工程を大幅に簡素化するなど従来の製造におけるビジネスモデルや産業構造が大きく変化する事例が生じている。

製造プロセスのデジタル化

	アナログ時代の製造プロセス		デジタル化した製造プロセス	デジタル化のメリット
設計	設計担当者の手作業による製図	高度な製図知識が不要に	CAD (Computer Aided Design)	2次元の設計、製図をコンピュータで支援し、作業効率化に貢献
	試作と設計変更の繰り返し		3次元CAD	3次元（立体映像）で動的な画像表示により視認性が向上
試作	粘土・木型等による試作	制作コスト低減・期間短縮	CAE (Computer Aided Engineering)	CADと連携し構造解析、流体解析等のシミュレーションをコンピュータ上で実施。開発コスト低減や期間短縮に貢献
	加工指示		3次元プリンタ	3次元CADと連携し、樹脂や金属製の立体試作品を造形。試作コスト低減や期間短縮に貢献
加工	加工担当者の経験・ノウハウ	熟練技術者が不要に	CAM (Computer Aided Manufacture)	CADと連携してNC旋盤・マシニングセンタへの指示プログラムを作成、高精度な加工を実現
	汎用工作機械（旋盤・フライス盤・ボール盤）を手動で操作		NC旋盤	コンピュータによる数値制御で自動運転。加工の失敗や精度のばらつきが少ない
			マシニングセンタ	多種類の加工を連続して行うことが可能。それぞれの加工に必要な工具を自動で交換する等、生産性が高い

出所：経済産業省「2013年版ものづくり白書」をもとに大田区作成

オンライン機械部品調達プラットフォーム 市場規模推移予測



出所：株式会社テクノ・システム・リサーチ「プレスリリース2023年4月」

こうした状況の中、区内ものづくり企業においては、既存市場の縮小や競合の競争力向上といった環境変化に対応するため、長年にわたり培ってきた高度な技術力、試作開発・提案力、仲間まわしネットワークといった強みを活かした稼ぐ力の強化、高付加価値化を図り、新分野進出・販路拡大を推進する必要がある。

従来の区内ものづくり企業は、高い製造技術を有しているものの、マーケティング戦略策定や実行ノウハウ等が不足する傾向にあったが、今後は、新たな販路拡大、顧客開拓に向け、マーケティング力の強化に取り組むことが求められる。

さらに、少子高齢化に伴う国内需要の減少等を背景に、新たな販路として海外展開が求められている。海外法務や商習慣など区内企業各社が単独で対応することが困難なケースも見受けられるため、円滑な海外展開の推進に向けた、行政による支援の重要性が高まっている。加えて、複数企業が合同で海外見本市に出展することや、代理店機能を設けて区内企業が利用できる体制を整えるなどの支援施策が重要である。

また、大田区のものづくり産業が培ってきた高度な技術・知識を財産として守るとともに、戦略的に活用することも重要である。現在は、取引の過程で実質的に自社のノウハウの無償提供を行うなど、知的財産が流出する事例が見受けられ、知的財産戦略策定の重要性が高まっている。高度な基盤技術や設計ノウハウなどの蓄積された知見を守り、それを付加価値としてマネタイズにつなげるため、特許による権利化に留まらない幅広い知的財産の有効活用の促進及び普及啓発を強化していく必要がある。

(3) 産業集積の変化

国内における中小ものづくり企業数は、1980年代初頭をピークに減少が続いている。1980年代後半からは円高や安価な土地や賃金を背景に、国内製造拠点の海外移転による産業空洞化の影響が大きく、また、海外からの製品輸入の増加、既存市場の成熟化、消費者の購買意識・ニーズの変化等の国内市場の構造的変化により、中小ものづくり企業の存続に影響が出ている。

大田区は、全国有数のものづくり産業の集積地であるものの、1983年に9,177あった事業所が2021年には3,584事業所まで減少しており、仲間まわしネットワークの弱体化が懸念されている。仲間まわしは、ハブとなる企業が発注者のクオリティ、納期、価格などのニーズに合わせて、最適なものづくり企業でチームを編成して製造する仕組みであり、多様な企業の集積力が背景にあることで、多岐に渡るニーズに対応することができる。

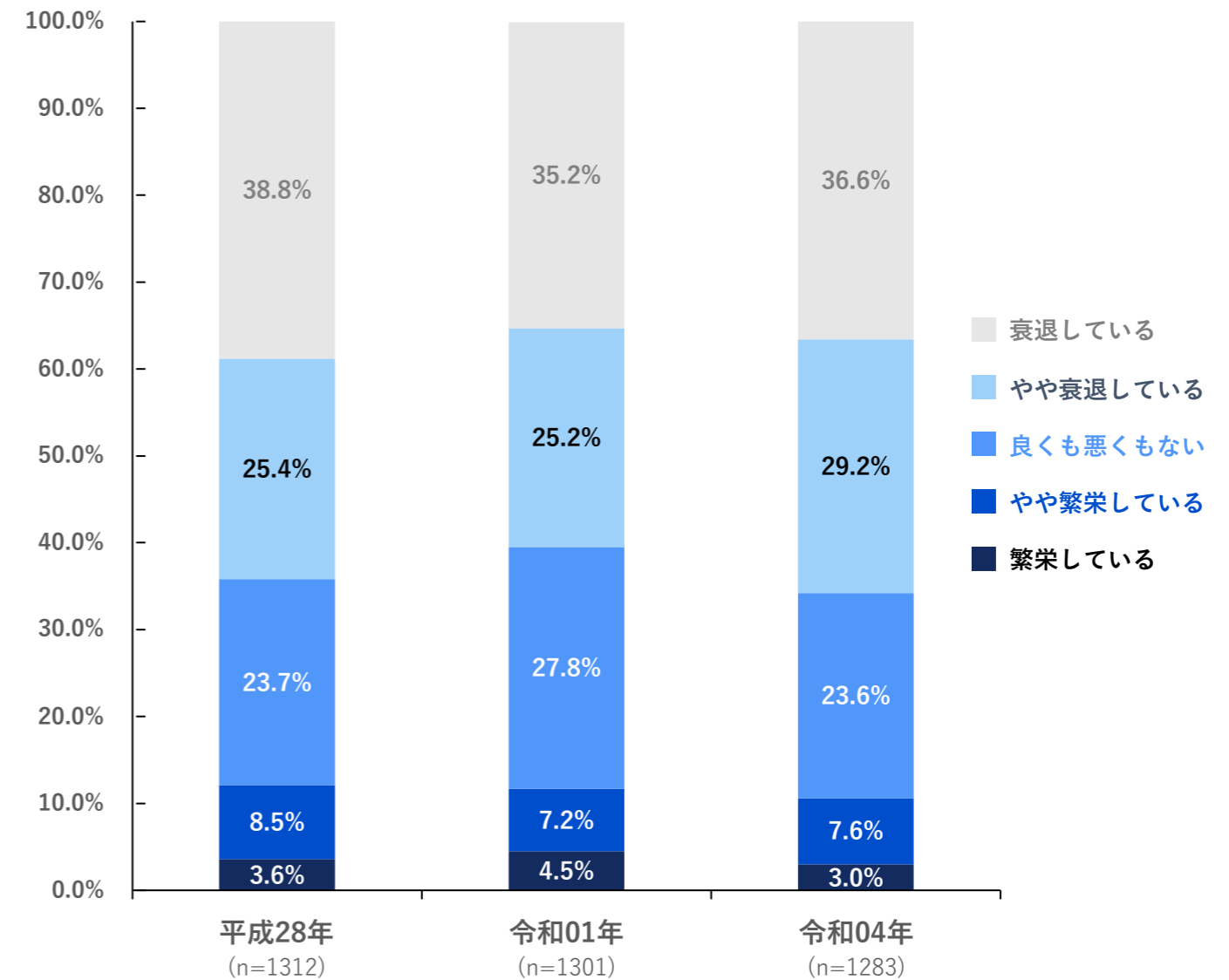
工場数の減少や代替わりに伴う関係性の希薄化等が進んでいるが、大田区ものづくり企業の強みの源泉を維持・発展させるため、広域連携やデジタル技術活用を推進することで、次世代の仲間まわしネットワークを構築する必要がある。

さらに、区内ものづくり企業の基盤技術や企画設計力等を求めて、研究開発型の工場を持たないファブレス企業やハードウェアスタートアップなどの集積が始まっており、これらの企業等ともものづくり企業が連携・協業する新たな大田区の産業集積が形成されつつある。

こうしたことから、ものづくり企業間のネットワーク強化に加え、ものづくり関連産業等との連携や受発注の拡大等を促進することにより、ものづくり産業集積の維持・発展を図ることが重要である。

また、商業・観光産業においては全国の商店街は人口減少や大型店との競合、電子商取引（EC）の普及などにより、商業集積機能・地域コミュニティとしての公共機能が弱体化しており、都内商店街においても、65.8%の商店街が衰退への懸念を示している。

都内商店街の現在の景況



出所：東京都産業労働局「令和4年度東京都商店街実態調査報告書概要版」

大田区においては、約73万人の人口とそれに伴う人流、都内最大級の商店街数を誇るものの、他地域と同様に、大型店の展開やチェーン店の比率が高まる傾向が見受けられるとともに、後継者不足等により商店街数が減少している。一方で、商店街には、大田区ならではの魅力的な個店が多く立地していることに加え、大型店等と連携した集客・地域の賑わい創出に成功している事例もある。

持続可能な商店街づくりを推進するために、多様化する地域ニーズに応え、活気ある商店街や魅力ある個店の集積の維持・発展を図ることが重要である。

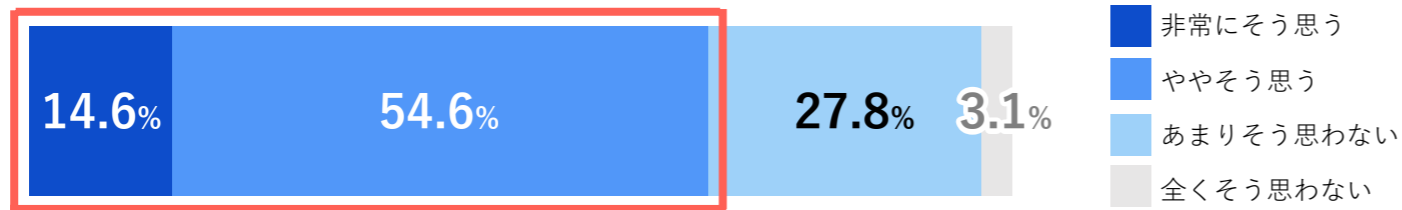
(4) ニーズの多様化

新型コロナウイルス感染症拡大への対応を経て、EC・テイクアウトニーズが拡大するとともに、SDGs対応への関心の高まりに伴う食品ロス削減の対応や、デジタル技術の進展によるキャッシュレス対応へのニーズが高まっている。

また、インターネットやSNSの普及により必要なものがいつでも手に入るようになった結果、消費志向は「モノ消費」から「コト消費」「トキ消費」の比重が高まり、体験型消費の需要が高まっている。これらモノ消費からコト・トキ消費へ移行する傾向は、デジタル化の更なる進展により、今後も続くことが予想される。企業は、消費者の志向の変化に敏感に対応し、多様なニーズに応えるためにモノの提供以上の付加価値を提供する必要がある。

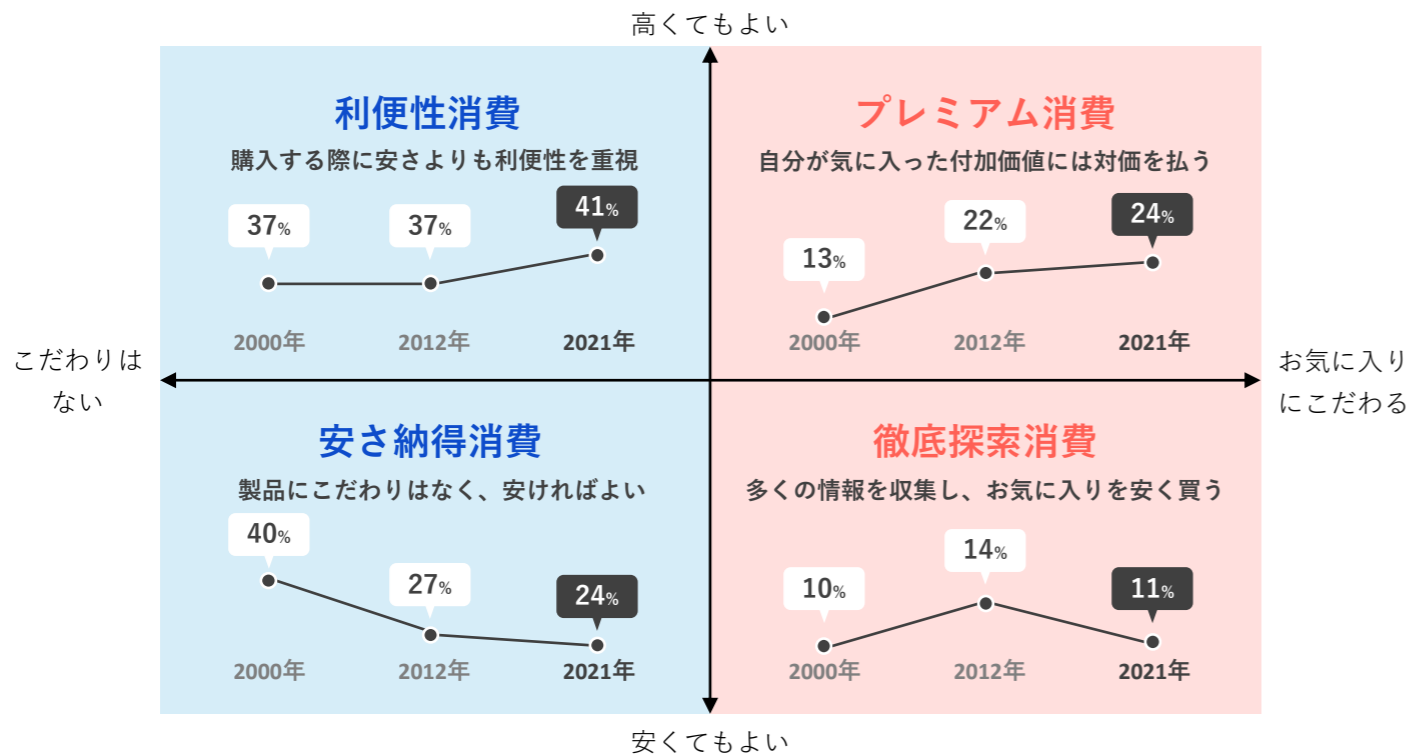
日本社会における消費者価値観の変化

モノの所有より得られる体験にお金をかけたい



約7割がモノよりコト(体験)を重視して消費を実施

消費スタイル分類



出所：経済産業省「消費者理解に基づく消費経済市場の活性化」研究会（消費インテリジェンス研究会）報告書（平成29年3月）、野村総合研究所「生活者1万人アンケート（9回目）にみる日本人の価値観・消費行動の変化（令和3年11月）」をもとに大田区にて作成

大田区の商店街においても、こうした変化に対応して持続的な発展を遂げるため、身近な買い物場としての機能に加え、地域交流、子育て支援、高齢者支援、防災・防犯など多様なニーズに対応できる地域コミュニティの中核としての役割がより一層求められている。

国内における観光の動向としては、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た。しかし、その落ち着きと共にインバウンド需要は急速に回復し、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ある。

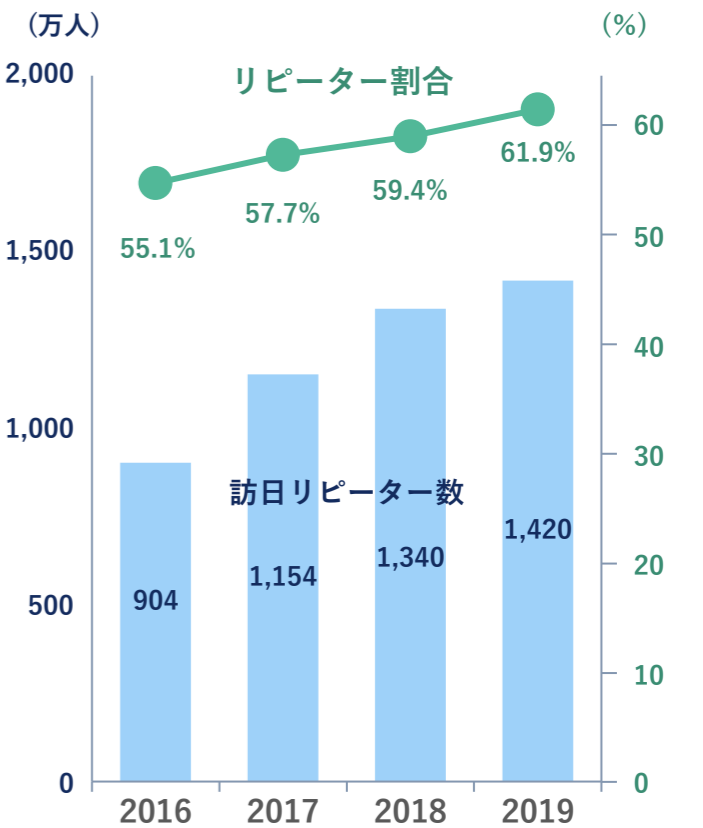
加えて、新型コロナウイルス感染症拡大の前後でインバウンドの旅行需要に変化が現れており、主要な観光地に加えて、地域固有の体験を求める傾向が強まっている。こうした変化を見据え、大田区の魅力ある商店街、個店、銭湯などを観光資源として活かすことはもちろん、町工場などの地域特性も活用してインバウンドニーズを捉えた仕組み構築を進めるとともに、区内回遊を促進して地域経済を活性化することが重要である。

同時に、区内宿泊施設の利便性や観光情報センターなどの多言語対応施設を活用するなど区内の受入体制を強化していくことで、多様なニーズに対応したサービスの提供や多言語対応、情報発信などをワンストップで対応するハブ機能を充実させ、大田区の立地特性を活かした、来訪者の多様なニーズに応えていく必要がある。

訪日外客数の月間推移



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】



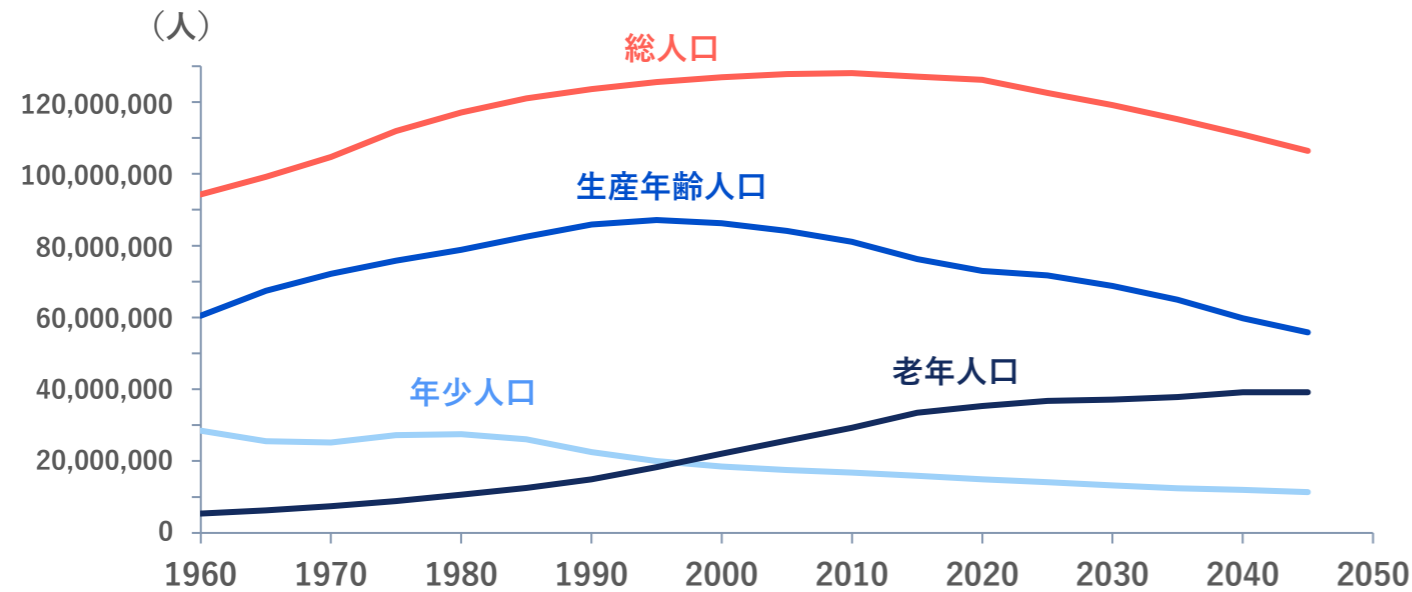
出所：日本政府観光局「訪日外客統計（2017年1月～2023年5月）」 出所：観光庁「令和元年訪日外国人消費動向調査」

3.2

少子高齢化・労働力人口の減少

我が国では、少子高齢化とともに生産年齢人口の減少が進んでいる。総人口、生産年齢人口ともに1995年をピークに減少しており、2070年には、総人口は約8,699万人（2023年から30.1%減）、生産年齢人口は約4,535万人（2023年から38.6%減）に減少する見込みである。この労働力の減少により、労働力不足や国内需要の低下など、様々な社会的・経済的な課題が深刻化する懸念がある。

全国の総人口、生産年齢人口等の推移



出所：総務省「令和2年国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（令和5年推計）」

さらに、不確実性が増す経済環境への対応や、地球環境対応・デジタル化対応など、新たな取組や事業分野への展開を担う人材が不足していることも課題となっており、多様な人材の活用促進のための働き方改革や人材教育に関する取組が重要となっている。

大田区のものづくり産業も、慢性的な人材不足に陥っている。ものづくり産業における就業者の割合は2002年以降低下傾向である上に、大田区全体でも2030年以降生産年齢人口が減少傾向となることが見込まれ、人材不足がさらに深刻化することが懸念される。技術者などのものづくり人材の不足に加え、新たな事業領域における競争力の維持や営業、マーケティングを強化するための人材を確保する必要があるが、十分に確保・育成が進まず、取組が遅れる傾向にある。

そこで、女性やシニア人材、障がい者、外国人、副業者をはじめとした外部人材の活用推進など、多様な人材が働きやすい雇用環境の整備と教育・研修機会の提供、雇用に限らない人材活用など柔軟な人材活用の重要性が高まっている。

また、後継者不足も深刻な問題となっている。大田区ものづくり企業の基盤技術は、大田区のみならず日本の技術力を支える重要な技術である。しかし、後継者不在により廃業することで、ものづくり企業が長年培ってきた技術の承継がなされず、競争力の源泉が失われつつある。後継者の育成に加え、大田区の地域特性を踏まえた事業承継、技術継承を推進する必要がある。

商店街においても、その運営を担う後継者が不足している。持続可能な商店街運営を実現するためには、若手会員を次世代のリーダーとして育成し、若手に活躍の場を提供するとともに、地域や商店街の中核を担う個店を支援し、地域活性化の担い手を増やすための取組が重要である。

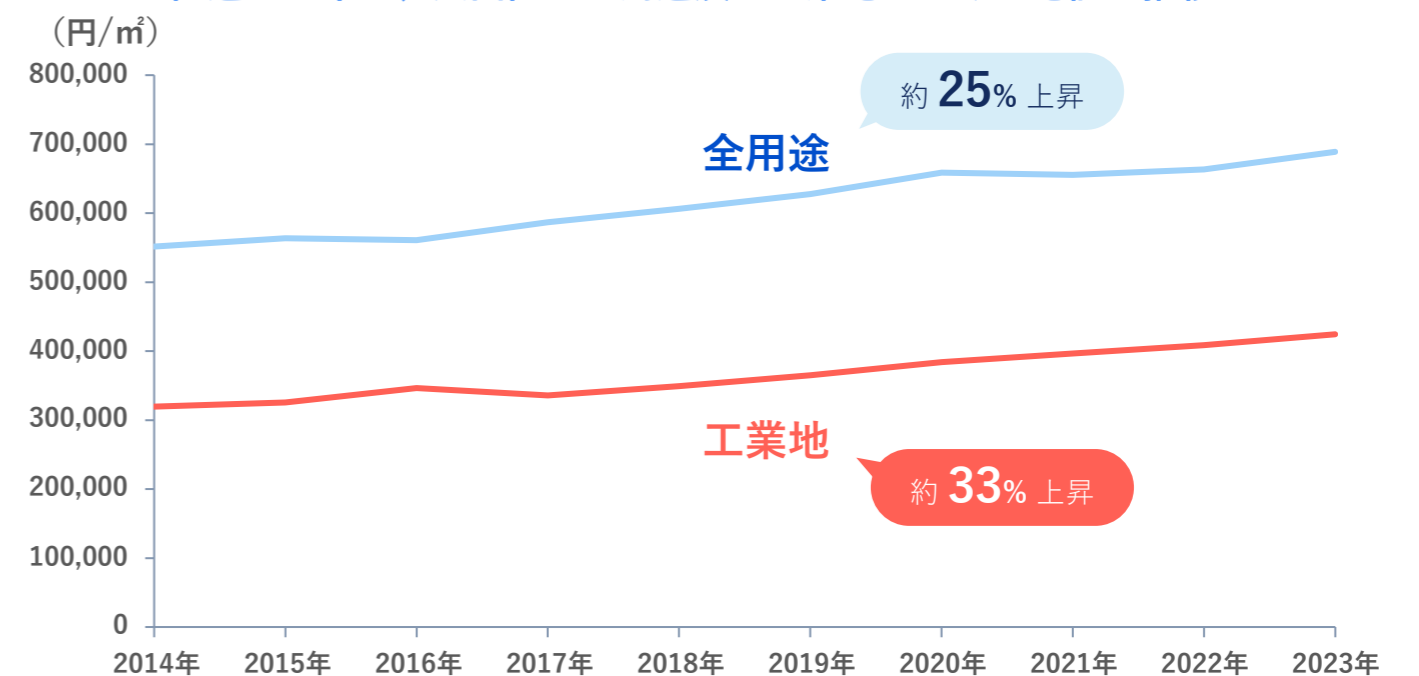
また、地域の賑わい創出や運営基盤強化のためのデジタル化など、多様化するニーズへの対応においては、担い手を育成するとともに、副業者をはじめとした外部人材やスタートアップなど、多様な人材との連携が重要である。

3.3

都市機能の充実

大田区では、工業地における平均地価が2014年と比較し10年間で約33%高騰するなど、地価が年々上昇傾向にあることに加え、マンション等新規住宅の建設や物流等他業種の立地が拡大している。一方で、区内ものづくり企業の工場拡張・建て替えのニーズや、他地域から大田区への立地ニーズも多く、工場用地が不足している。

直近10年の、大田区の全用途及び工業地における地価の推移

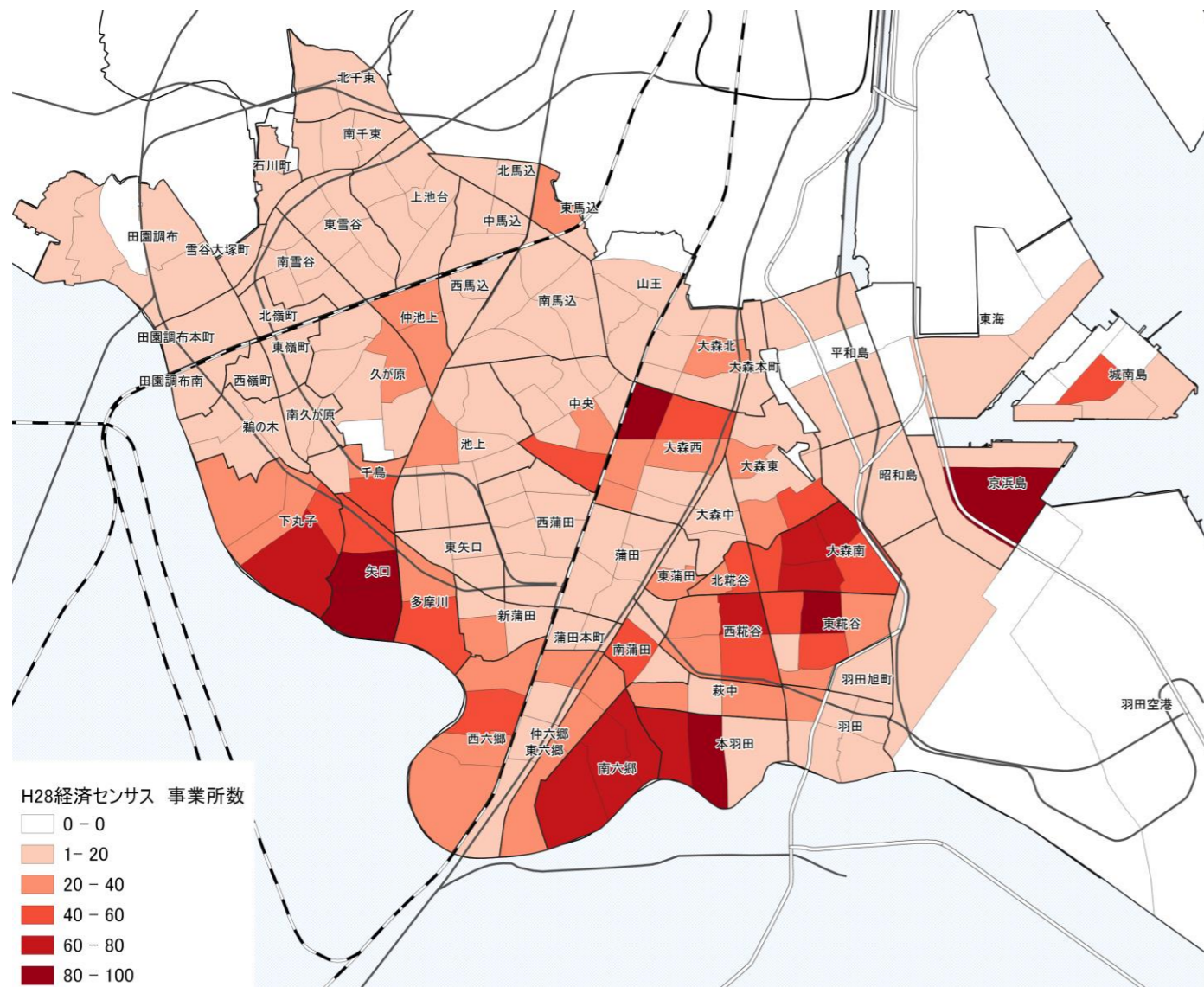


出所：東京都財務局「令和5年地価公示価格」

大田区は区内全域にもものづくり企業が立地しているが、中でも、大森南、東糀谷、羽田旭町、昭和島、京浜島、城南島、東海の工業専用地域及び工業・準工業地域は、ものづくり企業やものづくり関連産業等が特に多く立地する重点立地推進エリアである。さらに、これまで区が先導してモデルを示してきた工場アパートの建設・運営事業について、民営化や民間主導の工場アパート建設の動きが拡大している。

当該エリアの操業環境の維持に重点を置き、環境対応のための支援や、民設民営の工場アパート建設を推進することで、大田区の強みである企業集積を維持・発展させていくことが重要である。

また、工場と住宅が近接する大田区においては、周辺住民に配慮した操業が不可欠であり、住宅と工場が調和した、大田区ならではのまちづくりが求められている。



出所：大田区「令和元年度大田区ものづくり産業等実態調査報告書」、総務省・経済産業省「平成28年経済センサス-活動調査」

3.4

地球環境対応の重要性の増大

地球温暖化による気候変動の問題が深刻化しており、国際的な取組として、パリ協定による温室効果ガスの抑制が進んでいる。日本では、カーボンニュートラルの実現に向けて、2030年度までに温室効果ガスを2013年度から46%の削減、2050年までに実質ゼロの目標を掲げており、大田区においても2050年に向けた温室効果ガス排出量実質ゼロ、プラスチックごみゼロ、食品ロス実質ゼロの3つのゼロを通じた持続可能な環境先進都市おたの実現を目指している。

経済面でも、カーボンプライシングなどの市場メカニズムの広がりや、サプライチェーン全体の脱炭素化への動きが活発化しており、特に、国内外の大手企業において、取引先に脱炭素化をはじめとする地球環境への配慮を求める動きが広がっている。これらの対応への遅れは、企業の競争力低下を招く恐れがあるため、中小企業においても、事業維持・発展のために脱炭素化等の取組が一層不可欠となっている。

このような中、大田区のものづくり産業においては、脱炭素化等の取組や再生可能エネルギーの活用を推進するとともに、既に実施している取組を可視化することも重要である。今後、中小企業においても、地球環境への配慮の要求がさらに拡大すると推測されるため、時代の変化を捉えて、いち早く脱炭素化等の取組を推進することで、既存の発注者からの信頼を得るだけでなく、新規取引先の開拓につながる可能性がある。さらに、大田区の仲間まわしネットワークによるものづくりは、海外で製造し、国内に輸送するものづくりに比べてCO2排出量が少ないため、環境負荷の少ないものづくりとして更なるブランド力を持つものと考えられる。

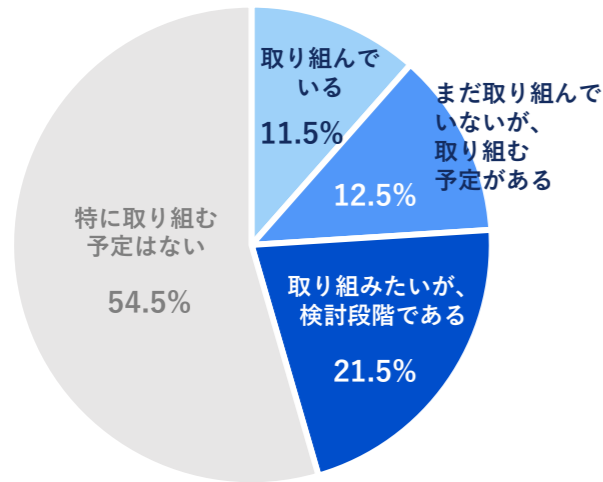
加えて、脱炭素化等の取組を推進するための新しい技術やハードウェア開発においても、試作開発に強みがあり、高度なものづくりノウハウを有する大田区ものづくり企業のビジネスチャンスが見込まれる。

また、脱廃プラスチックの取組や食品ロスの削減も重要な課題である。世界の人口増加等に伴い、食品産業でも環境負荷の低減が求められており、バイオテクノロジーやフードテックを活用した社会課題の解決や新たなビジネスの創出にも関心が集まっている。併せて、消費者ニーズも変化しており、余剰食品やSDGs対応店舗からの購入ニーズが高まっている。

これらの動きを捉えて、大田区の商業・観光産業においても、食品ロスの軽減、ごみの減量やリサイクルの普及啓発を通じて、将来的なビジネスチャンスとして生かしていくことが重要である。

SDGsへの取組状況

全体における取組状況



業界ごとの取組状況

	全体 321件	製造業 123件	小売業 73件	建設業 73件	運輸業 52件
取り組んでいる	11.5%	11.4%	17.8%	9.6%	5.8%
まだ取り組んでいないが、取り組む予定がある	12.5%	11.4%	13.7%	11.0%	15.4%
取り組みたいが、検討段階である	21.5%	24.4%	12.3%	23.3%	25.0%
特に取り組む予定はない	54.5%	52.8%	56.2%	56.2%	53.8%

出所：大田区「令和4年4～6月度景況調査」

このような中、大田区は、持続可能な地域社会の実現に向けた取組が評価され、2023年度「SDGs未来都市」及び「自治体SDGsモデル事業」に選定された。

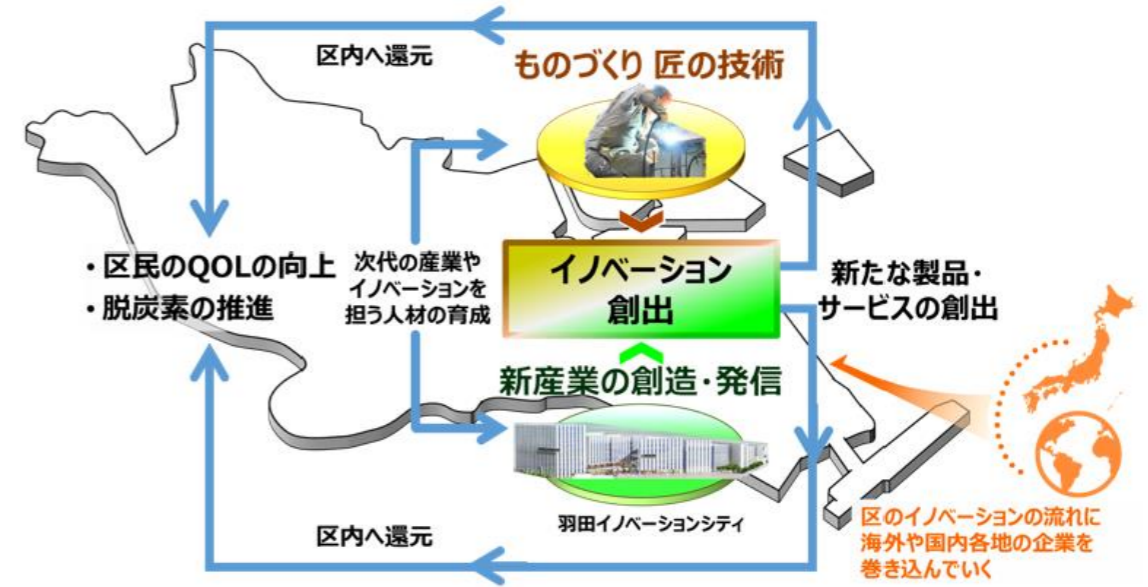
これを契機に、環境に配慮した製品やサービス、地域資源を活用した事業など、新たな産業を生み出し、雇用の創出や経済の活性化に繋げていくことが求められる。また、本認定は、大田区の取組を全国にアピールする機会となり、大田区の地域ブランドが向上し、観光客の増加や移住者の増加等の可能性を秘めている。さらに、SDGsの目標は、健康と福祉の向上、教育の機会の均等化など、人々の生活を直接向上させるものが多く含まれており、これらに取り組むことで、区民の生活の質の向上が期待できる。

大田区SDGs未来都市計画概要

大田区SDGs未来都市計画の「2030年のあるべき姿」では、「ものづくりのまち」と「新産業を創造・発信するまち」という二つの側面を強固に結び付け、更なる大きなイノベーションを生み出し、このイノベーションを通じて、区民の生活利便性の向上や環境改善に資する革新的な技術・サービスを生み出すとしている。

また、合わせて次代の産業やイノベーションを担う人材を育成することで、このイノベーションの流れを一過性ではなく将来にわたって持続可能なものとし、さらにはこの流れに国内外の企業を巻き込むことで、「新産業と匠の技が融合するイノベーションモデル都市」としての地位が確立した姿を目指す。

新産業と匠の技が融合するイノベーションモデル都市



3.5

デジタル技術の発展

企業の競争力を高めるうえで、急速に発展するデジタル技術の活用が必要不可欠となっている。2000年代にアメリカのIT企業であるGAFがデジタルプラットフォームとして台頭し、これまでのリアルを中心としたビジネス環境を激変させた。これにより、1990年代に世界の時価総額ランキングの上位を席巻していた日本企業から、現在のアメリカ、中国等を中心とする企業勢へと様相を大きく変容させた。

このように、今後のグローバル環境でのビジネスを考えるうえで、デジタル技術をどのように組み込むかは日本企業の最重要課題であるが、経営資源の乏しい中小企業のデジタル技術の活用は一朝一夕には進まない。手作業で行う業務をデジタル技術の活用により効率化する「デジタル化」から、AI等のデジタル技術や蓄積したビックデータを活用してビジネスモデルを変革する「DX」へと順を追って取り組んでいくことが必要となる。

大田区産業におけるデジタル化の取組は、全国の中小企業と同様に対応が遅れている。その一つの要因としては、特に大田区の中小企業の規模は小規模企業比率が高く、デジタル化に関心があっても、対応する人員や予算の確保、教育体制の構築が難しいという現状がある。個々の企業の対策には限界があるため、外部人材との連携により、専門的な視点から企業各社が抱える本質的な経営課題を明確にし、それに対応する取組を経営戦略として具体化していくことが重要である。さらに、経営戦略を実行に移す上で、最適なデジタルツールを特定するとともに、その導入と定着に向けて、継続的なサポートを行うことが必要である。

また、顧客ニーズの変化や市場での競争激化に伴い、ビジネスモデルの変革や競争力強化を目指す高度なデジタル化対応の重要性が増している。特に、近年、注目すべき動向としては、目まぐるしい革新が進むAI（人工知能）技術であり、コンピューターの処理速度の発展により、数年前と考えられていた技術が日々進化を遂げている。その汎用性、利便性の高さから、企業における活用が急速に広まっており、従来のAI活用から次なるステージへと展開が進んでいる。また、ブロックチェーン技術を活用したトークン経済を形成するWeb3.0への関心の高まりに伴い、そのビジネス的価値が注目されている。

AI技術の活用例

新興 ↑ 成熟度合い ↓ 成熟	活用分野		
	テクノロジー	産業・製造	小売・消費財
活用例	個人に最適化されたAR/VRコンテンツの生成	自社ノウハウ・市場動向を踏まえた新規事業開発	個人に最適化された会話型小売体験・経験
	自動化された製品・ハードウェア設計	生産シミュレーション及び安全性テスト	個人の趣向にカスタマイズされた製品設計とレコメンド
	個人に最適化かつ自動化されたUI/UX設計	3Dモデルや設計図面の生成・品質チェック	製品説明と画像生成
	製品テストとフィードバック生成	自動化された技術設備におけるトレーニング	個人の趣向に応じた製品情報の収集
	ソフトウェアの販売、CX、顧客囲い込みのサポート	スマートファクトリーの生産工程自動化	アートの生成・編集

デジタル技術の発展は、労働力不足や競争力維持・強化等の課題に対する解決策として期待されており、大田区の産業においても業務効率化やビジネスモデル変革にデジタル技術を取りこむことで、ビジネスを拡大するチャンスが到来している。

一方、これら世界的なデジタル化の進展とともに、サイバー攻撃が増加しており、生産設備や社内システムのセキュリティ対策の重要性が高まっている。被害件数の内訳は、中小企業が過半数を超えているが、対策が不十分な状況であるため、区内ものづくり企業の意識醸成と対策を推進することが重要である。

3.6

連携・オープンイノベーションの重要性の増大

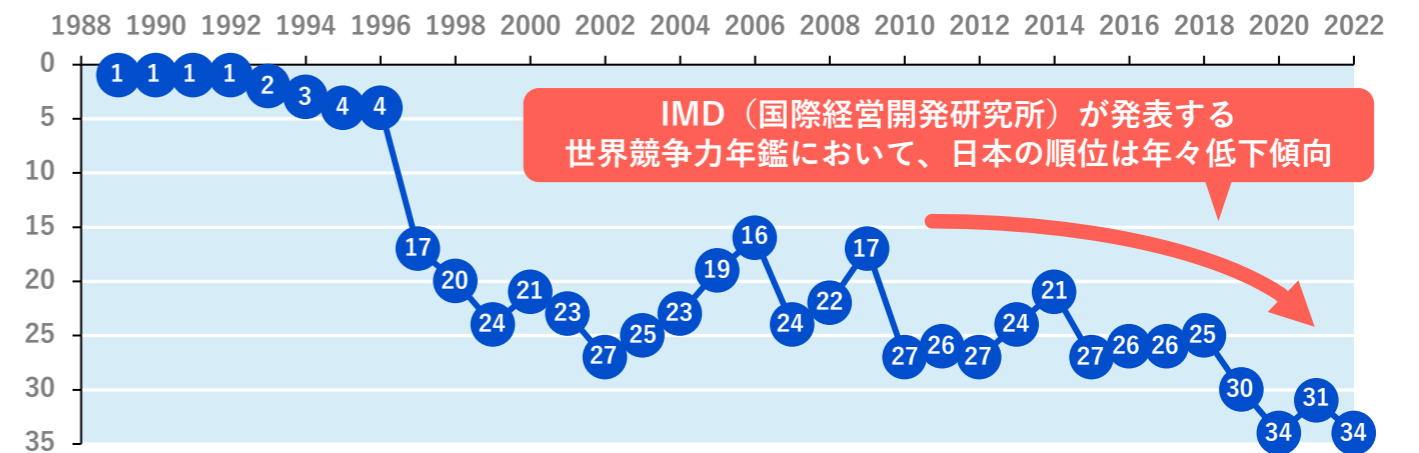
2000年代以降の日本の潜在成長率は、1%を大きく割り込んでおり、IMD（国際経営開発研究所）が発表する世界競争力年鑑における日本の順位は低下傾向が続き、2022年には過去最低の34位と低迷している。加えて、日本におけるオープンイノベーションへの取組は、諸外国と比較して遅れる傾向にある。

競争力を向上させるためには、オープンイノベーションの推進は重要な観点であり、積極的な異業種連携が求められる。デジタル化の進展等を背景に、企業が自身のビジネスモデルを変革し、新たな市場や事業領域への進出を模索する中で、異業種企業間の連携によって、多様な知見・ノウハウやリソースを結集することが可能となり、新たなイノベーションの創出や競争力の向上が期待される。大田区においても、企業間の連携やネットワークの支援を強化することが重要である。

ものづくり産業においても、研究開発から販売までのサプライチェーン上の工程を自社グループ内で完結させるのではなく、異業種との連携や知見の共有を通じてリスク分散と効率化を図るため、企業は従来の垂直統合型経営から水平分業型（アメーバ型）経営への移行が模索され始めている。

さらには、スタートアップをはじめとする新たなプレイヤーの台頭も大きな経済的トレンドとなっており、これらの新興企業は、市場の新陳代謝を促進し、労働生産性の向上やイノベーションの創出をもたらしている。大田区においても、「アイデアはあるがものがつくれない」といったハードウェアスタートアップがものづくり企業に相談を持ちこむケースが増えており、単に製造発注を請け負うのみならず、新市場に展開していくためのパートナーとして、スタートアップとの連携を深めていくべきである。さらに、「ものづくりに困ったら大田区に相談する」といった大田区のブランドをスタートアップ等に広くプロモーションしていくことが重要である。

「IMD世界競争力年鑑」における日本の総合順位の推移



出所：三菱総合研究所「IMD「世界競争力年鑑2022」からみる日本の競争力」、IMD「世界競争力年鑑2022」

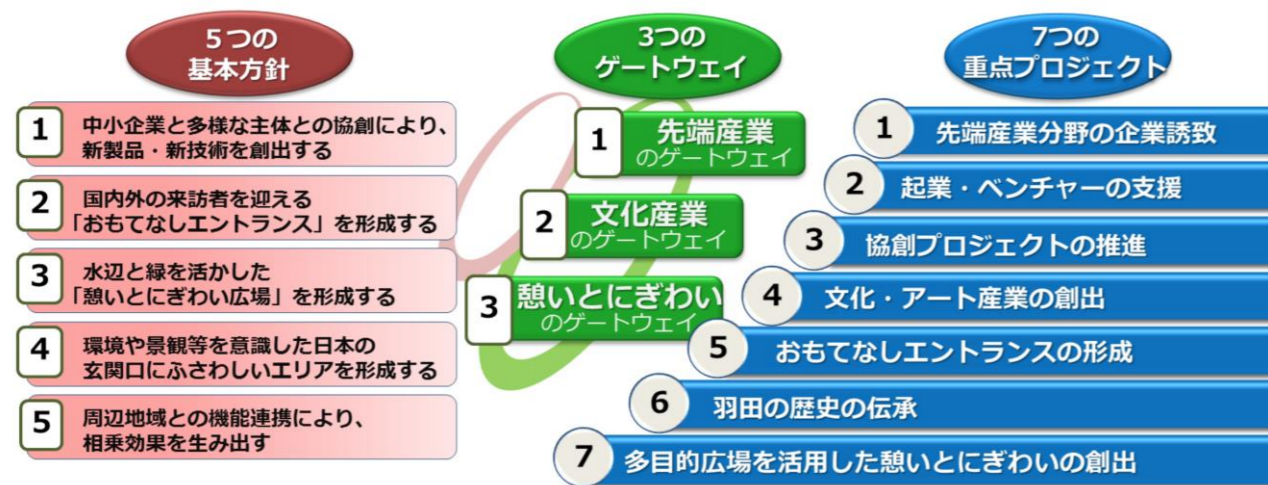
3.7

羽田イノベーションシティにおける 新産業の創造と発信

大田区が公民連携によりまちづくりを進めている羽田イノベーションシティ（以下「HICity」という。）が、令和2年7月のまち開き（先行開業）を経て、令和5年11月にグランドオープンを迎えた。HICityが立地する羽田空港跡地第1ゾーンは、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、ここに集う国内外のプレイヤーが互いに交流し、新たなビジネスやイノベーションを創造するとともに、国内外に日本のものづくり技術や日本各地域の魅力を発信する「新産業創造・発信拠点」の形成を目指している。また、HICityでは、解決が困難な社会課題に対する解決策を生み出すため、先端技術を活用した実験の場（テストベッド）となるスマートシティの取組を推進しており、国の「実装化支援事業」に選定されている。

さらに、大田区は、区施策活用スペースHANEDA×PiOとして、HICity内にテナントゾーン及び交流空間ゾーン(PiO PARK)を運営することで、区内企業をはじめ、国内外大手企業・中堅企業、大学・研究機関、団体、起業家・スタートアップなど、多くの主体や人々が集結する拠点としての機能を強化している。

世界と地域をつなぐ「新産業創造・発信拠点」を形成 ～HANEDA ゲートウェイ～



大田区SDGs未来都市計画の「2030年のあるべき姿」において掲げる「新産業と匠の技が融合するイノベーションモデル都市」においても、HICityでの新産業創造・発信拠点の取組をものづくりを中心とした区内産業と結び付け、イノベーションを起こし、区内へ波及・還元することを目指している。

イノベーションモデル都市の実現に向けて、HICityを連携の拠点として地域課題解決等に資する実証実験を充実させ、HICityから区内へと波及・還元する取組や、匠の技との連携など、HICityやHANEDA×PiOをハブとしたオープンイノベーションを促進する取組、さらには羽田空港隣接といった立地特性を生かして国内外へ向けて大田区発の新産業を発信し、国内外との連携を強化する取組を進めていくことが求められる。



4章

大田区産業の
課題の整理・分析

4.1

環境変化と現状の課題の整理

これまで見てきたとおり、世界情勢を取り巻く環境は厳しさが増す中、これまで大田区産業の成長の原動力となってきた主要産業の状況も変化をしている。大田区中小企業がもつ競争力は、引き続き強みを有するものの、競合の競争力向上やマーケットニーズの多様化が進む中、今一度、他では代替が難しい分野に特化するなど、差別化を明確にしていく必要がある。

また、労働力人口の減少や操業環境の変化、地球環境への配慮など、経営環境は厳しさを増すとともに、専門性も高まっている。これらへの対応を図るためには、日々一刻と進化するデジタル技術の活用に加えて、多様な外部関係者との連携が不可欠である。これら外部環境の変化を踏まえた区内産業の現状と課題を項目ごとに整理することで、大田区産業振興の今後のポイントを整理・分析した。本整理により、外部環境における機会・脅威や大田区産業の強み・弱みが見える化することが重要である。

“外部環境の変化”と“現状の課題”を踏まえた大田区産業振興のポイント①

	外部環境の変化	区内産業の現状の課題	ポイント	
市場の変化	不確実性の高まり	<ul style="list-style-type: none"> 予測不能な経済環境の変化 自然災害の激甚化 サイバー攻撃の増加 感染症への備え、新たな生活様式への対応 	<ul style="list-style-type: none"> 激しい変化の中でいかに対応していくか 自然災害発生時にいかに事業を継続するか セキュリティ強化への対応を行うか 次なる感染症、新たな価値観への対応 	<ul style="list-style-type: none"> 経営のコアとなる強みの再認識 経営変革のための伴走支援 事業継続するためのBCP策定促進 デジタルリテラシーの向上、セキュリティ対応と人材育成
	既存市場の縮小	<ul style="list-style-type: none"> 自動車等の従来市場の縮小 新たな成長分野への転換の遅れ、イノベーションのジレンマ 	<ul style="list-style-type: none"> 従来の市場の縮小が予想される中、区内産業の競争力をいかに維持・発展するか これまでの強みや競争力を活かしていかに新たな市場へと移行できるか 	<ul style="list-style-type: none"> 新成長分野企業やスタートアップ等の多様な主体との連携促進のためのネットワーク構築、マッチング 既存技術を活かした新分野への転換を促進する開発支援、販路開拓
	競合の競争力向上	<ul style="list-style-type: none"> アジア諸国の技術力向上 工作機械のコモディティ化 国内デジタル競合の台頭 EC、大型・チェーン店の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> 特有の技術力、匠のノウハウ等の強みを高めて、いかに稼ぐかに転換するか 地域の強みを活かして、他との差別化をいかに図っていくか 	<ul style="list-style-type: none"> 強みの更なる向上（コンサルティング力強化等） 匠の暗黙知の形式知への転換 オープンイノベーションを通じた付加価値の向上 コミュニケーションツールや受発注システム等、業務の効率化に資するデジタル化、仲間まわしの強化
	産業集積の衰退	<ul style="list-style-type: none"> 中小企業（企業、店舗）数の減少 仲間まわしネットワーク衰退への懸念 コミュニティ機能衰退への懸念 集積の多様化、操業環境の変化 	<ul style="list-style-type: none"> 数の減少を補い、いかに集積の強みを維持、発展していくか 多様な集積を促進し、集積としての価値をいかに高めていくか 	<ul style="list-style-type: none"> 産業支援施設の機能強化、施設ごとの特徴を活かした連携支援 固有技術や事業・設備等の承継の仕組みづくり 操業維持のための継続的な支援
	ニーズの多様化	<ul style="list-style-type: none"> 多様なものづくりニーズの拡大 消費者ニーズの多様化 観光消費の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> 技術のコモディティ化が進む中いかにオンリーワン技術を活かした事業展開を行うか 国内消費絶対数の減少が見込まれる中、いかに新たな市場を獲得するか 	<ul style="list-style-type: none"> HiCityをハブとした競争力強化・情報発信の仕組みづくり 固有技術の磨き上げ 新たなニーズに対応するためのマーケティング力向上

“外部環境の変化”と“現状の課題”を踏まえた大田区産業振興のポイント②

外部環境の変化	区内産業の現状の課題	ポイント
少子高齢化労働力人口減少 <ul style="list-style-type: none"> 労働力人口の減少 多様な人材（兼業・副業、外国人等）の活用 働き方改革 	<ul style="list-style-type: none"> 限られた人材の奪い合いの中、区内産業の競争力をいかに維持・発展するか 後継者不足による、固有技術や個店の魅力の喪失をいかに防止するか 働き方の多様化へいかに対応するか 	<ul style="list-style-type: none"> 多様な価値観・多様な働き方への対応促進 副業等の外部人材プールや再雇用者のマッチング 固有技術や事業・設備等の承継に係る仕組みづくり
デジタル技術の進展 <ul style="list-style-type: none"> 業務効率化 ビジネスモデル変革、競争力強化 Web3.0 	<ul style="list-style-type: none"> 付加価値向上に資するイノベーションをいかに促進するか 生産性をいかに上げていくか 最新技術への対応の促進 	<ul style="list-style-type: none"> データ蓄積、分析、活用による新たな付加価値ビジネスの創出（DX） コミュニケーションツールや生産管理、受発注など業務の効率化に資するデジタル化 WEB3.0やAI等の先進技術の知見獲得、対応支援
地球環境への対応 <ul style="list-style-type: none"> 脱炭素、脱廃プラスチック 再生可能エネルギー活用 食品ロス削減 	<ul style="list-style-type: none"> 環境面でいかに価値を創出するか SDGsを含め、地域のブランディング、地域へいかに貢献するか サーキュラーエコノミー（循環型経済）をいかに確立するか 	<ul style="list-style-type: none"> SDGs対応、脱炭素対応の促進 リテラシー向上と人材育成 環境対応に係る認証取得促進 カーボンニュートラル対応に係る炭素排出トラッキング等への対応
グローバル化の進展 <ul style="list-style-type: none"> 日本の経済的な地位低下 半導体不足、物流や原料価格の高騰 インバウンド需要の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> 競合国との差別化、いかに新市場を獲得するか 拡大するインバウンド需要をいかに獲得するか 	<ul style="list-style-type: none"> 海外展開のハードルを下げるための専門家支援、現地サポート機能（代理店等）の検討 HICityをハブとした競争力強化・情報発信・マッチング等の仕組みづくり 地域の魅力を踏まえたインバウンドのターゲティング
都市化の進展 <ul style="list-style-type: none"> 操業環境の変化、住工調和の必要性 東京一極集中、地方創生への寄与 住民意識の多様化 	<ul style="list-style-type: none"> 工場数の減少による集積力をいかに維持するか 地域の特性や強みの住民理解をいかに促進するか、地域ブランドを確立するか 	<ul style="list-style-type: none"> 工場アパート等産業支援施設の高度化 多様な価値観の包摂 地域の特性を活かしたまちづくりの促進、住民の理解促進 社会変容を捉えた新たな集積の構築
連携・オープンイノベーション <ul style="list-style-type: none"> 自前主義からの脱却 大企業等のオープンイノベーション機運の高まり スタートアップ、第二創業等の増加 	<ul style="list-style-type: none"> 新たな取組に対する機運をいかに醸成するか 外部資源の活用をいかに促進するか 多様な関係者との連携をいかに促進するか 	<ul style="list-style-type: none"> スタートアップ等との連携（ベンチャーフレンドリーPJ等） HICityにおける多様な企業、人材の連携促進、ネットワーク拡充

4.2

SWOT分析

上記整理・分析を踏まえて、俯瞰的に大田区産業の強みと弱みに分類の上、外部環境の変化に伴い、大田区産業が成長・発展するための機会と悪影響を及ぼしかねない脅威について再整理した。

大手企業の国内におけるサプライチェーン再構築やデジタル技術の発展等の「機会」が訪れているものの、不確実性の高まりや競合の競争力向上等の「脅威」が迫っていることが見受けられる。また、全国有数のものづくり産業、商業機能の集積が特徴的な「強み」として挙げられる一方、企業数の減少や人材不足が「弱み」として見受けられる。さらに、こうした「強み」「弱み」「機会」「脅威」をしっかりと認識するとともに、それぞれを掛け合わせ、大田区の産業の在り方を模索することが重要である。

上記を踏まえた分析・検討を進めた結果、今後の不確実性の高い環境に適応し挑戦するための「変革」、産業の強みを継ぎ・守るための「集積」、更なる大田区産業の成長のために多様な関係者が繋がる「連携」の3つのポイントが浮き彫りとなった。

大田区のものづくり産業におけるSWOT分析

外部環境

O 機会	T 脅威
<ul style="list-style-type: none"> 市場ニーズの多様化 サプライチェーン再構築、大手企業の国内回帰 グローバル化 デジタル技術の発展 地球環境への対応 	<ul style="list-style-type: none"> 世界的な環境変化（不確実性の高まり） 既存市場の変化 アジア諸国の技術力向上、国内競合の競争力向上、工作機械の高機能化 少子高齢化 デジタル化、脱炭素対応の遅れ

- 変革**
不確かな環境に適応し"挑む"
- 集積**
産業の強みを"継ぎ・守る"
- 連携**
更なる成長のため"繋がる"

S 強み

- 多様な基盤技術を有するものづくり企業の集積
- 仲間まわしのハブとなっている企業の高い企画力、コンサルティング力
- 羽田空港の立地、HiCity
- スタートアップ等、幅広い産業の集積
- 新たな価値を提供する後継者の存在
- 充実した産業支援施設
- 都市機能の進展

変革

- 自己変革力の強化
- 稼ぐ力の強化、高付加価値化
- ハブ機能の強化

変革

- 匠の技や実績などの大田区ならではの強みの見える化・差別化
- PR強化

集積

- 産業支援施設の機能強化
- 仲間まわしの高度化

集積

- 仲間まわしの効率化
- 人材や機械の共用

連携

- 羽田空港・HiCityを活用した国内外への展開・連携
- 多様な主体との連携

連携

- 新市場を牽引する外部主体との連携

W 弱み

- 企業数の減少
- 産業集積の衰退
- 後継者・人材不足
- 変革マインドの不足
- デジタル化、脱炭素化対応の不十分さ
- 産業間連携体制の未整備
- 地価の高騰、住宅増加等による工場の立地用地の不足
- 大田区の特長への継続的な普及・啓発の不足

変革

- 事業承継の多様化対応
- 技術承継対応
- コンサルティング領域への転換
- デジタル化対応、脱炭素対応

変革

- 企業合併

集積

- 域内外の立地ニーズへの対応

集積

- 基盤技術維持型産業支援施設の立地、企業集約

連携

- 産業を越えた連携の促進

大田区の商業・観光産業におけるSWOT分析

外部環境

O 機会	T 脅威
<ul style="list-style-type: none"> デジタル技術の発展 社会ニーズの多様化 観光ニーズの変化（見物→体験へ） インバウンドの拡大 地球環境への対応 	<ul style="list-style-type: none"> 大手資本によるECの拡大 消費者の選択肢増加 インバウンド熱の過剰化 少子高齢化

- 変革**
不確かな環境に適応し"挑む"
- 集積**
産業の強みを"継ぎ・守る"
- 連携**
更なる成長のため"繋がる"

S 強み

- 都内最大の商店街数
- 都心・羽田空港等の好立地
- 人口の増加、人流
- 魅力的な個店
- 幅広い産業の集積
- 新たな価値提供できる後継者の存在
- 都市機能の進展

変革

- 自己変革力の強化
- 稼ぐ力の強化、高付加価値化

変革

- 昔ながら/大田区ならではの/ここにしかない個店の魅力の見える化・差別化
- PR強化

集積

- 魅力ある多様な個店の集積
- 循環・回遊モデルの構築

集積

- 地域コミュニティ機能の多様化

連携

- 羽田空港・HiCityを活用したインバウンド需要の取り込み
- 多様な主体との連携

連携

- 多様な事業者の連携によるデジタルにはない魅力・利便性の創出

W 弱み

- 魅力ある個店のPR不足
- 商業集積の衰退
- 後継者・人材不足
- 変革マインドの不足
- デジタル化、脱炭素化対応の不十分さ
- 産業間連携体制の未整備
- 地域のおもてなし機運の不足（より一層の醸成）

変革

- ターゲット明確化、個性・強みの更なる強化
- グリーン対応（食品ロス削減等）
- デジタル化
- 事業承継の多様化対応

変革

- 企業合併

集積

- おもてなし機運の更なる醸成

集積

- 新たな集積基盤の構築

連携

- 産業を越えた連携の促進

5章

大田区産業の 目指す姿と 産業振興の方向性

5.1

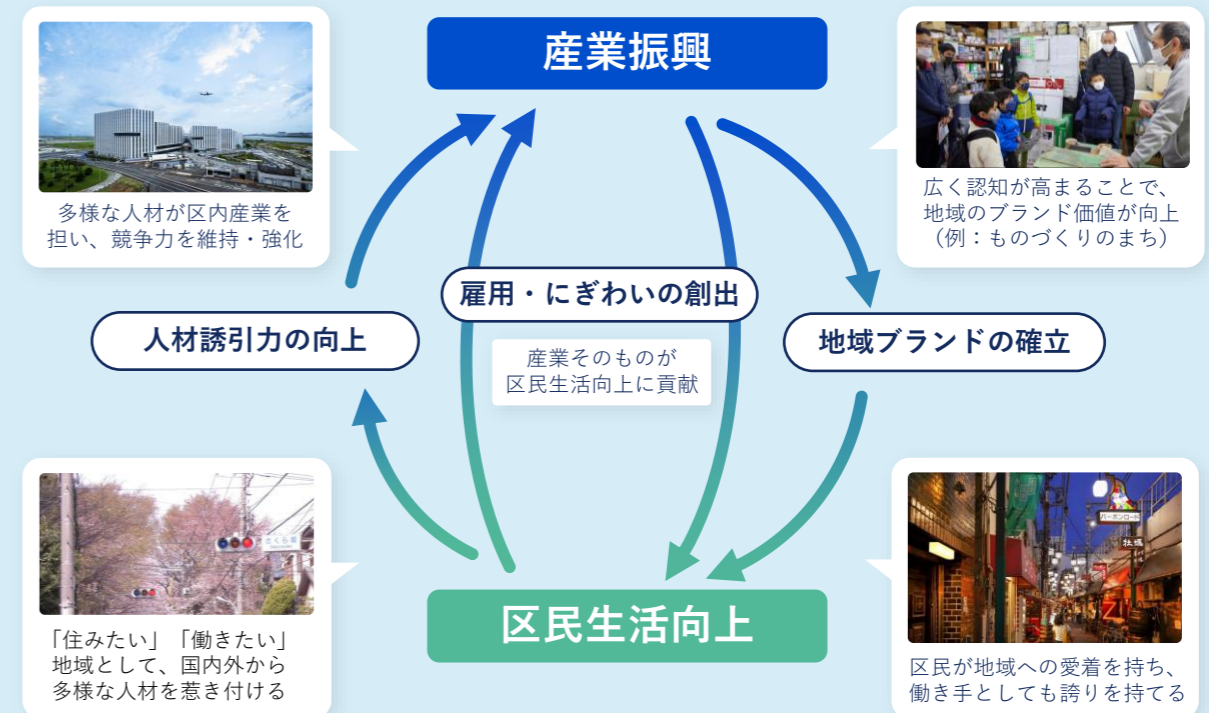
大田区産業振興ビジョンが目指す将来像

(1) 本ビジョンが目指す大田区の未来の姿

産業都市と住宅都市としての顔を併せ持ち、多数の人口を抱える大田区においては、事業所と住宅が近接し、企業人と区民の顔を併せ持つケースも多くあるため、産業振興によって雇用を守り、また、区民生活向上によって人材維持・確保を図るという循環が確立された「稼ぐ力を創出し、豊かな地域経済が未来に引き継がれるまち」の実現を目指す。

稼ぐ力を創出し、豊かな地域経済が未来に引き継がれるまち

産業振興と区民生活向上との好循環イメージ



(2) 本ビジョンを実現するための政策評価について

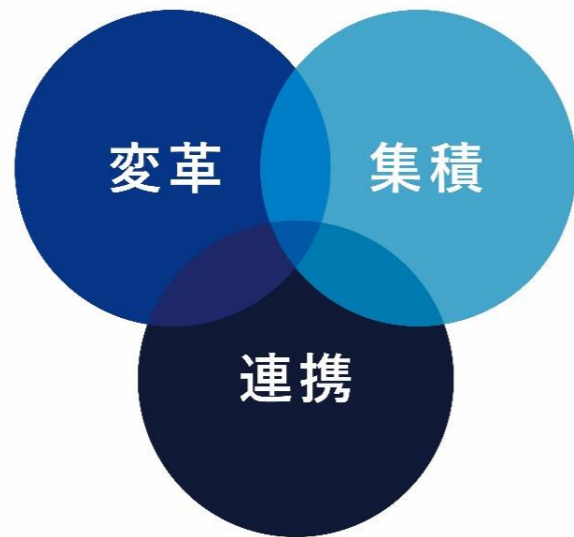
本ビジョンは、令和6年度から運用を開始し、令和15年度までの向こう10年の将来の目指す姿を描いたものである。上位計画である大田区基本構想及び基本計画と連携・整合して、政策評価及び事業実施に係る改善を図るとともに、それを予算要求プロセスに反映させることで、効率的かつ効果的な支援策を講じることとする。

5.2

区内の多様な産業の自立（自律）的取組の支援による地域経済活性化

世界情勢の目まぐるしい変化や不確実性の高まり、脱炭素化への取組等、大田区のものづくり産業や商業・観光産業を取り巻くビジネスの厳しさは増している状況である。このような中、多様化する課題や高速化する変化スピードに対応する区内企業の自立（自律）的な取組を支援していく産業振興施策の重要性が増している。

これらの状況や地域の産業特性を踏まえて、大田区では、「変革」「集積」「連携」という3つの基本方針を掲げ、産業振興に取り組む。



不確かな環境に適応し
挑む

区内企業がその環境に合わせて
**自ら変革（経営力・競争力強化）し、
挑み続ける**取組を支援する

産業の強みを
継ぎ・守る

大田区の最大の強みである
高い技術力や賑わいを**継ぎ・守り、
製造業、商業・観光をはじめとする
産業集積を維持・発展する**

更なる成長のため
繋がる

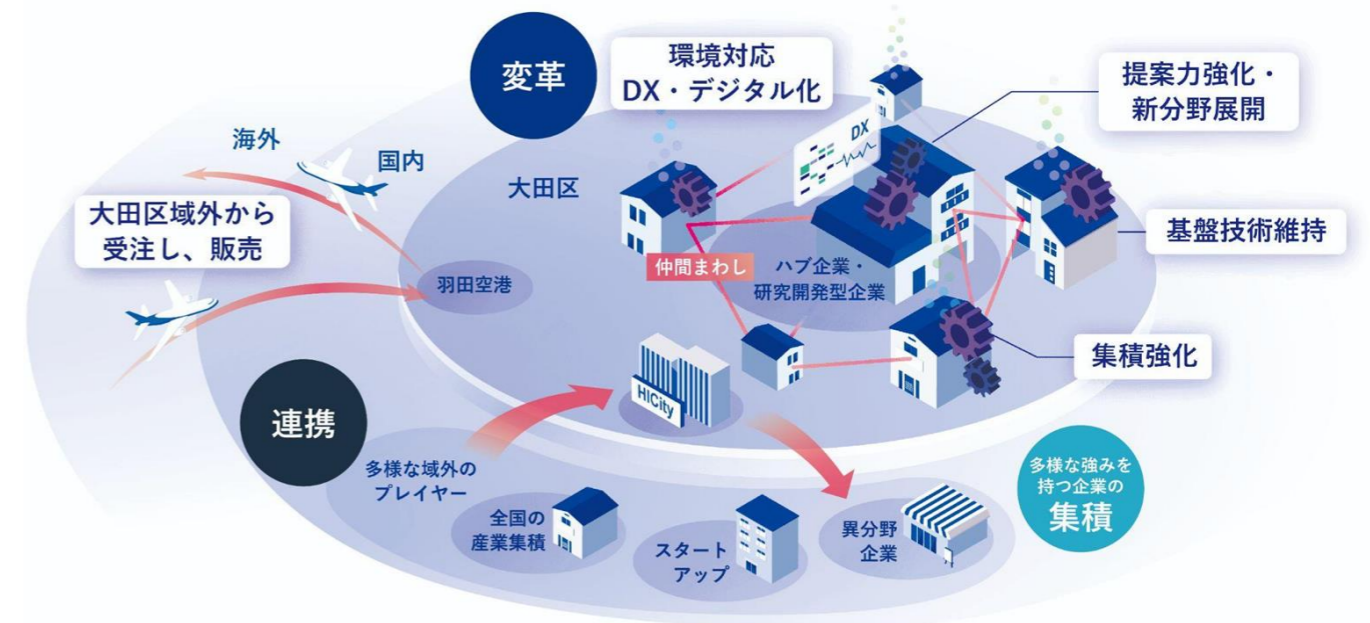
HICityなどを活用した
**多様な企業や人材が繋がり、
連携することにより、
変革と集積を加速する**

区内の多様な産業に対して、創業支援、融資あっせん、専門家派遣をはじめとする各種経営支援を実施するとともに、HICity及びHANEDA×PiO等の拠点を活用した交流・連携機会の創出や、産業分野の垣根を超えた異業種連携による地域経済の活性化を図る。

これに加え、大田区産業の特徴であり、域外から多くを稼ぎ出す工業と、地域の賑わいを創出する商店街・商業、国内外からの集客機能を持つ観光の目指す姿に向けて、産業振興施策を実施していく。

5.3

ものづくり産業の目指す姿と産業振興の方向性



(1) 区内企業の自己変革による稼ぐ力の強化・高付加価値化【変革】

目指す姿

変化の激しい環境が続く中でも、ものづくり企業各社がそれぞれの強み・コアコンピタンスを明確にするとともに、自社の本質的な課題を理解して、新たな市場やビジネスにあわせて変革し続けることで、コネクターハブ企業を中心に、国内はもとより海外からも付加価値の高い仕事を持続的に取り込み、大田区ものづくり産業の特徴である「仲間まわし」を通じて、地域経済へ大きな波及効果を生んでいる。

これらの実現に向けては、デジタル技術を活用して、自らの業務プロセスを効率化するとともに、それにより生じた余剰を活かしつつ、蓄積された匠のノウハウや知恵、製造データ、AI等の先進技術等を活用して、新たなビジネス創出に挑戦している。

また、地球温暖化対策の観点やサプライチェーンの再構築を背景にして、これまでのグローバルでの製造プロセスへの見直しが進む中、多様な中小製造企業が地域に高密度に集積する特性を活かして、環境にやさしいものづくり産業を実現しつつ、その価値がさらに地域のブランド構築に貢献している。

① 変化への対応

- ・不確実性の高い経済状況においても持続可能な企業経営がなされるための施策
- ・経営者が自社の本質的な課題を認識し、経営ビジョンを持つための施策

(主な支援内容)

- 経営者・企業の自己変革力向上のための伴走支援
- 企業の本質的な課題を明確化する支援
- BCP対策の推進

② 稼ぐ力の強化、高付加価値化

- ・区内企業の強みである提案力と仲間まわしネットワークを生かして、新分野進出や販路拡大を促進する施策
- ・新ビジネス、イノベーションの創出を支援する施策
- ・知財戦略策定、実行を支援する施策

(主な支援内容)

- 自社の強みの見える化支援
- 高付加価値化支援
- 営業力・マーケティング力強化支援
- 新分野進出・販路拡大支援
- 区内企業独自のノウハウを活かした新ビジネスの開発の支援
- 知財戦略策定等支援

③ 海外展開

- ・世界情勢を踏まえて、区内企業が強みである試作開発力・独自の製品等を生かすことのできる最適なマーケットを選択するための施策
- ・HICityを拠点として、海外企業等との交流・連携がなされるための施策
- ・HICityを拠点として、海外へのプロモーションを推進し、区内企業が市場を獲得するための施策

(主な支援内容)

- 海外展開支援
- 既存の海外拠点の活用
- 現地代理店等の開拓
- HICity及びHANEDA×PiOを拠点とした交流・連携

④ 脱炭素化への取組・デジタル化対応

- ・世界的な競争力維持のために必須となる脱炭素化への取組に加えて、輸送にかかるCO2排出量の抑制が期待できる「仲間まわし」の価値を高めるための施策
- ・区内企業が技術力・試作開発力をいかして、脱炭素化への取組のためのイノベーションを創出するための施策
- ・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、蓄積したデータや先進的なAI技術等の活用による高付加価値化を実現するための施策

(主な支援内容)

- 脱炭素化への取組支援
- 脱炭素化への取組を契機とした新分野進出支援
- デジタル化による生産性の向上及び高付加価値化支援
- サイバーセキュリティ対策の支援

区内製造業のデジタル化と デジタル受発注プラットフォーム



区内中小企業の「変革」を後押しする上で重要となるのがデジタル技術の活用です。本コラムでは、大田区が取り組むデジタル化の事業を紹介していきます。

生産年齢人口が減少する中、区内企業の課題の多くが人材不足となっています。そこでデジタルツールで代替可能な業務を転換することで、業務の効率化を図り、その余剰を活かして、新たな事業活動に振り向けていくことが求められています。

企業内のデジタル化のシーンは、経理等のバックオフィス、3DCAD等の図面作成、生産管理、最先端の工作機械やロボットの導入といった生産現場まで多岐にわたりますが、部分的な対応の視点にとらわれずに、企業活動全般を俯瞰したうえで、将来的な全体最適のあるべき姿を描き、段階を追って着手することが重要です。



しかし、人材や資金が潤沢ではない中小企業がこれらデジタル化の全体像を描き、個別に対応していくことは現実的ではありません。そのため大田区では、中小企業のデジタル化に多くの実績をもつ専門家を企業に派遣する事業を開始しました。各社のデジタル化の課題のみならず、経営者とのディスカッションの中から本質的な経営課題を浮き彫りにして、その解決に向けて最適なデジタル導入を伴走支援します。

さらに、これら企業活動全般に対するデジタル化支援のみならず、企業の売上に直結する受発注業務のデジタル化として、大田区が古くから競争力の源泉としてきた『仲間まわし』のデジタル化として、2022年より「デジタル受発注プラットフォーム」の運用を開始しています。

本仕組みを活用することで、これまでの電話やFAXによる仲間まわしから、大幅に時間が短縮され、業務量が1/10に軽減されたとの実証結果を得るなど、業務効率化に貢献しています。また、デジタルの特性をいかして、これまで大田区内で知らなかった企業同士がネットワーク上で新たに連携を開始するなど、柔軟で強靱なネットワークが構築されています。

次の段階では、大田区だけでなく、日本全国の産業集積地と連携して、大田区で試作開発したものを地方工場で量産する等の体制をつくり、日本のものづくり技術を結集することを目指しております。

世界的なサプライチェーンの再構築が進み、日本企業の国内回帰や外資企業の工場設置といった新たな動きに合わせて、全国の中小企業が、デジタルで繋がり、付加価値の高い事業を獲得することで、稼ぐ力の向上を図っていきます。

(2) ものづくりの次世代への承継と立地支援による産業集積の維持・発展 【集積】

目指す姿

全国を代表するものづくり産業集積地のひとつとして、長年にわたり大田区ものづくり企業の強みである「短納期・難加工な試作開発」を支えてきた多様な基盤技術と職人・匠のノウハウや知恵が維持され、次世代へと着実に承継されている。

これら重層的な集積力を維持するために、既存の工場アパートや産業支援施設に加えて、民間主導による新たな支援施設も設置され、ハードのみならずソフトを含めた両面より、創業から事業拡大までの成長段階に応じた、きめ細かな支援が充実している。さらに、企業誘致のための立地支援により、製造業はもとより、デザインやソフトウェアといったものづくり関連企業等の幅広い産業が集積している。

良質な住宅地として、住工の調和がとれた操業環境が維持されるのみならず、「産業のまち大田区」として、区独自教科「おおたの未来づくり」を中心とした各学校における「ものづくり教育や体験」等により次世代のものづくり人材の育成や確保が進んでいる。

施策の方向性

① 基盤技術の維持、次世代への継承

・多様な基盤技術を有する小規模なものづくり企業の高密度な集積、強みの仲間まわし機能が維持されるための施策

(主な支援内容)

- 産業集積としての厚み(多様な基盤技術)の維持・発展に向けた支援
- 大田区の実情に応じた事業承継支援(仕事、人材、場所等の承継)

② 人材育成・確保

・大田区固有の提案力や技術力などの個社の強みを受け継ぐ次世代の人材が育成、継承されるための施策

・集積の維持・発展に加え、新たな変革を先導するとともに、企業・専門人材等との積極的なコミュニケーションにより連携を推進できる人材を確保・活用するための体制を整備する施策

(主な支援内容)

- 人材育成支援
- 後継者・技術者等の育成
- 人材確保支援
- 外部人材(副業者等)活用支援
- 区独自教科「おおたの未来づくり」を中心としたものづくり教育の推進

③ 立地・拡張ニーズへの対応

- ・企業の成長段階（創業から事業拡大まで）・産業分野（ものづくり企業に限定しないものづくり関連産業などの幅広い産業分野）に合わせた立地・拡張ニーズへ対応する施策
- ・まちづくりと連携した大田区ならではの産業集積を実現するための施策

（主な支援内容）

- 産業支援施設の高度化
- 工業専用地域及び工業・準工業地域等への立地促進
- 工場用地の把握、工業用地への活用促進、マッチング
- 企業誘致

④ 住工調和

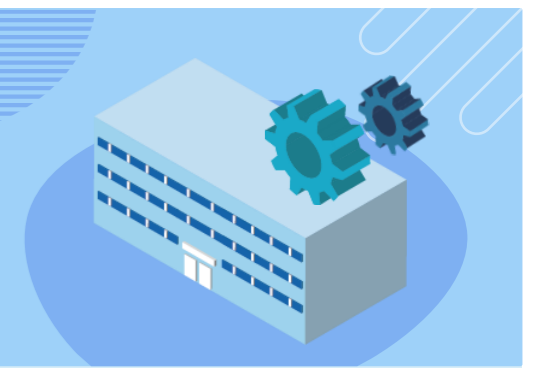
- ・区民の雇用を支え、住工の調和がとれた操業環境を維持する施策
- ・産業のまち大田区としての全国的なブランドを確立するための施策

（主な支援内容）

- 住工調和支援
- 区民の理解増進

Column

公民連携 旧羽田旭小学校敷地活用事業



大田区の特徴である高度な技術を持つものづくり企業の「集積」は、企業同士が協力し、部品供給や技術の共有などを行うことで、様々な製造ニーズへの対応が可能となる「仲間まわし」を源泉として、市場での競争力を高めています。本コラムでは、ものづくり企業の「集積」に必要な操業環境の確保に向け、大田区が取り組む公民連携手法を活用した事業を紹介します。

大田区では、旧羽田旭小学校の跡地（大田区羽田旭町7番1号）において、「製造業の操業環境確保」、「財政負担の平準化及び整備維持管理費の削減」等を目的に、公民連携手法を活用した敷地活用事業に取り組んでいます。令和4年度に整備・運営等事業者選定プロポーザルを実施し、令和5年3月にミサワホーム株式会社と事業契約を締結しました。

「つくと暮らすを一体に。」羽田空港至近の地にもものづくりエコシステム拠点を整備

本事業は、「つくと暮らすを一体に。」をコンセプトに、区内外企業（海外含む）を繋ぐ交流拠点として「イノベーションファクトリー」を令和9年度に整備し、様々な特色のものづくり企業等が入居することで、区内産業の持続的発展、取引拡大に繋がっていきます。

また、居住スペースや日用品等の購入が可能な生活利便施設を設けた「リビングスタジオ」を令和9年度に整備することで、「イノベーションファクトリー」で新規事業に取り組む国内外の方々等の豊かな住環境を提供します。加えて、「コミュニティセンター羽田旭」を同敷地内に整備することで産業と地域との連携等を創出し、「地域コミュニティの活性化」に寄与していきます。

さらに、外部協力企業を加えた「ものづくりコンソーシアム」を組成し、国内外の大手企業やスタートアップなど多様なプレイヤーの誘致、試作開発・量産段階における区内町工場への部品発注、大学・大学発ベンチャーとの連携による人材育成支援等により区内への波及効果を創出する「ものづくりエコシステム」を形成します。

以上、本事業は、羽田空港の近接地である強みを生かすとともに、HICity等との連携を推進することにより、大田区のこれまでにない取組として、イノベーションの創出、地域経済の活性化等に寄与することを目指していきます。

イメージパース・施設機能



イノベーションファクトリー

- 令和9年度開設予定
- 試作開発拠点、工場、オフィス、プレゼンテーションスペース等

リビングスタジオ

- 令和9年度開設予定
- 居住スペース、生活利便施設（日用雑貨等）等

（仮称）コミュニティセンター羽田旭

- 令和8年度開設予定
- 体育室、集会室、コミュニケーションスペース等の地域交流拠点

(3) HiCity等のリアルな拠点やデジタル環境を活用した交流・連携機会の創出 【連携】

目指す姿

日本最大の国際空港である羽田空港を有するという唯一無二の環境を最大限に活かした「HiCity」を結節点として、区内ものづくり企業はもとより、スタートアップ、大企業、異業種企業、大学・研究機関、専門人材等の多様な主体が集まり、交流・連携が常態化されている。

連携により、ものづくり企業の新たな取組やイノベーションが促進されるとともに、ロボティクス、医療、モビリティ等の新たな成長分野における実証実験が推進され、多様な社会課題の解決に貢献している。

国内各地と繋がる羽田空港のポテンシャルを活用して、全国の自治体や企業が産業分野や距離を越えて広域連携するとともに、世界へのゲートウェイとして、大田区ものづくり企業の海外展開や海外からの発注拡大、企業誘致が活発になされて、大田区産業の競争力が強化されている。

施策の方向性

① 多様な主体との交流・連携

- ・区内企業と大企業やスタートアップ、海外企業等の多様な主体がHiCity及びHANEDA×PiOや区内産業支援施設を活用して、交流・連携し、オープンイノベーションを推進するための施策
- ・外部人材（副業者等）とのネットワーク構築・連携により、不足する専門知識・ノウハウ等を区内企業が活用できる環境を整備する施策
- ・金融機関、大学・研究機関等と産学官金連携を推進する施策
- ・物流、リサイクル事業者等と中小ものづくり企業の連携等による高付加価値なものづくりと域内で循環するサーキュラーエコノミーの構築が両立されるための施策

（主な支援内容）

- HiCity及びHANEDA×PiOを活用した交流・連携によるオープンイノベーション促進
- 新たな知見を養う場の提供
- 外部人材（副業者等）の活用の支援
- 産学官金連携の推進
- 物流、リサイクル事業者等との連携の推進

② 社会課題解決のためのイノベーション創出

- ・区内企業のものづくり力を活用したハードウェアを開発・製造により、ソフトウェアだけでは解決できない社会課題解決がなされるための施策
- ・HiCityでの実証実験をはじめ、行政が関与しているからこそ活用できる区内のアセット（教育・保育・高齢者・福祉施設等）を活用した実証実験により、イノベーションの社会実装を推進する施策

（主な支援内容）

- HiCity及びHANEDA×PiOの取組を区内に波及・連携するための支援
- 実証実験の推進

③ 他地域等との連携・世界と地域をつなぐ

- ・区内のものづくり拠点間の連携を高め、活発な交流を推進する施策
- ・HiCity、羽田空港を活用して、日本全国とつながり、広域連携を推進する施策
- ・大田区で試作開発したものを地方で量産するなど、ものづくりネットワークが拡大されるための施策
- ・HiCityから日本の技術、イノベーション等を世界に発信する施策
- ・世界の企業・キーマンがHiCityに来訪し、世界と地域をつなげるための施策

（主な支援内容）

- 区内のものづくり拠点間の交流促進支援
- 地域や分野を越えた多様な主体との交流促進・ネットワーク構築支援
- HiCity及びHANEDA×PiOを拠点とした交流・連携
- 産業支援施設の更なる活用、地方創生への貢献

多様な連携の動き

ベンチャーフレンドリープロジェクト、
おたオープンファクトリー、産業のまちネットワーク



区内町工場の「連携」を象徴する取組として、「仲間まわし」が大田区製造業の特徴ですが、本コラムでは、大田区内外で活発化している連携の取組を紹介します。

短納期、難加工の試作開発が強みである地域として知名度の高い大田区ですが、これらの特徴に加えて、各町工場の匠や職人が蓄積してきたノウハウや知恵を活かしたコンサルティング能力を活かして、新たなプレイヤーとの連携を図ろうとする取組が活発化しています。

そのひとつが2代目、3代目の若手の後継ぎを中心とする「ベンチャーフレンドリープロジェクト」です。これまでの「ものづくりのまち」から「開発の聖地」へと新たな地域ブランドを構築することを目指している。新市場にトライするハードウェアベンチャーやスタートアップの「アイデアはあるが形にできない」といった課題に対して、単に工程の一部を請け負うのではなく、製造業のプロフェッショナルとして開発に共同で取り組み、新市場を切り開いています。

また、「おたオープンファクトリー」は、東急線武蔵新田駅、下丸子駅周辺の大田区でも町工場の集積度の高いエリアから平成24年よりスタートして、回数を重ねるごとに対象エリアが拡大している。町工場のみならず、工場アパートや地域の商店街、商業施設なども連携しながら区内各所において様々なイベントが開催され賑わっています。

その取組の特徴は、大田区町工場が主体となりつつも、東京都立大学や横浜国立大学等の先生方や学生の多大な協力を得ながら産学連携で実施されていることも大きな特徴です。

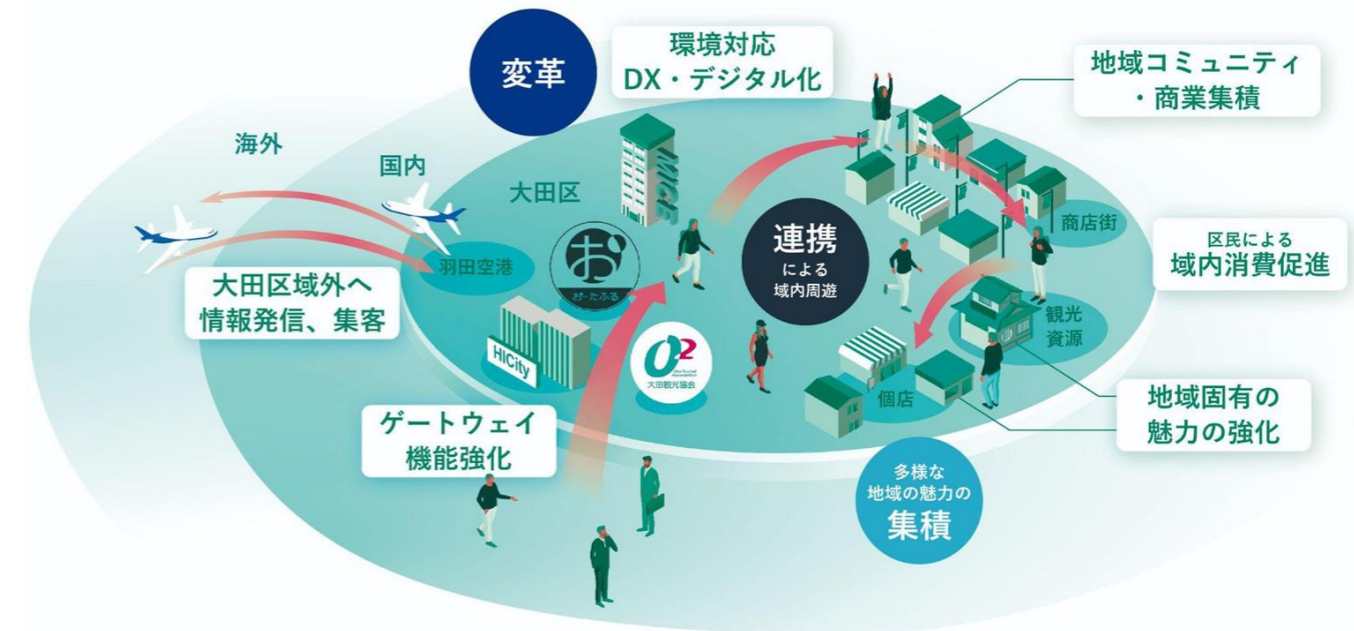
さらに、区内の動きのみならず、自治体同士の産業集積地間の連携も進んでいます。大田区が幹事を務める「産業のまちネットワーク」では、これまでは北日本、関東地域の自治体が主な構成メンバーでしたが、今後はこの連携を全国に広げて、地域間連携を加速したいと考えています。

例えば、試作は大田区が行い、大量生産は別の産地が担うという広域連携を拡大するとともに、企業同士もエリアを越えて縦横無尽に連携して、単独ではできないものづくりを実現していきます。

この動きは、大手企業を中心に国際的な生産体制の見直しが進む中、近接する国内地域や企業がネットワーク化することで、国内生産を後押しする取組に発展するとともに、脱炭素（カーボンフットプリント）の観点でも期待されています。

これらの官民の動きを拡大しようと、HICityをハブとして関係者が集まり、連携が深まっています。今後も羽田空港や産業集積地という大田区ならではの特性を活かして、新たな連携を次々に創出させる環境を整備することで、地域全体の稼ぐ力の向上へとつなげていきます。

5.4 商業・観光産業の目指す姿と産業振興の方向性



(1) 環境変化による新たなニーズを捉えた変革による魅力の向上【変革】

目指す姿

首都圏に位置し、羽田空港を有するという立地条件を最大限に活かすとともに、歴史や風景、食文化などの地域の強みをベースにして、外部環境の変化や消費者ニーズの多様化にあわせて柔軟に変革することで、多様な魅力ある個店が増加して賑わいを創出している。

また、マーケットニーズの把握やターゲットに向けた情報発信などのマーケティングにおいて、デジタル技術を積極的に活用するとともに、AIやWeb3.0環境下における先進技術を活用した新ビジネス創出に挑戦している。さらに、食品ロス削減や脱廃プラスチックなどの地球環境対策が進んでいる。

あわせて、国内外からの集客を促進するためのハブとなるワンストップ窓口が整備され、大田区内の商店街、個店、観光資源等の多様な魅力を繋ぎ・発信することで、区内の回遊と消費が促進され、地域経済が活性化されている。

① 変化への対応

・不確実性の高い経済状況や次なる感染症の拡大を見据えた持続可能な経営がなされるための施策

(主な支援内容)

- 事業者の自己変革力向上のための伴走支援
- 事業者の本質的な課題を明確化する支援
- BCP対策の推進

② 大田区ならではの魅力の見える化・価値の発掘

・大田区ならではの歴史や社会的な背景、食の魅力などの地域資源の見える化がなされるための施策

・大田区の特徴を生かした新たな価値の発掘や既存の魅力を磨き上げ、新たな消費者ニーズに対応し、新ビジネスの創出がなされるための施策

(主な支援内容)

- 商店街・個店の魅力の見える化支援
- 地域資源の再価値化（磨きなおし・発掘）支援
- マーケティング・プロモーション力強化支援

③ 創業・事業拡大による多様な魅力を持つ個店・繁盛店の増加

・創業や事業拡大により、大田区ならではの強みを活かした魅力ある多様な個店・繁盛店の集積が維持・拡大されるための施策

(主な支援内容)

- 創業支援
- 繁盛店創出支援

④ ハブ機能（ワンストップ窓口）の強化・国内外需要の獲得

・域外からの集客を促進するためのハブ機能（ワンストップ窓口）を強化し、多様なニーズに応えるとともに、商店街、地域企業、観光資源の回遊が実現されるための施策

・拡大するインバウンドのうち、大田区に最適なターゲットが滞在、周遊、消費することで地域経済が活性化されるための施策

(主な支援内容)

- ハブ機能（ワンストップ窓口）強化支援
- 商店街、地域企業、観光資源の回遊推進支援
- インバウンド対応支援
- プロモーションの強化

⑤ 地球環境への対応・デジタル化対応

・食品ロス削減、脱廃プラスチックをはじめ、地球環境への対応を実現するとともに、新ビジネスの創出やブランディングにつなげるための施策

・デジタル技術を活用した業務の効率化とマーケティング力の強化により売上増加がなされるための施策

・キャッシュレス決済の普及を推進する施策

(主な支援内容)

- 普及啓発
- 新たな知見を養う場の提供
- 食品ロス削減、脱廃プラスチック等対応支援
- デジタル化支援
- サイバーセキュリティ対策の支援

商店街・個店の変革へのチャレンジ



区内商店街や各個店の「変革」を後押しする上では、不足する専門性を補うために外部の専門人材の活用が効果的です。本コラムでは、商店街や各個店が取り組む、「稼ぐ力」を高めるための外部人材を活用した変革の取組を紹介していきます。

都内最大規模の多様な商店街は、区民の日々の生活を支え、域外からも多くの来訪者を惹きつけており、「賑わい」と「個店の魅力」に溢れています。しかし、商店街店舗の減少や各個店の人材不足等が慢性化するとともに、多様化するマーケットニーズやデジタル化、脱炭素対応など専門性の高い課題が増加しています。

このような中、外部の専門人材を積極的に活用して、商店街組織運営の生産性向上や、商店街の遊休資産の活用、個店のマーケティング強化により、稼ぐ力を高める動きが拡大しています。

例えば、蒲田東口商店街では、アーケードフラッグの広告価値に着目して、外部の広告宣伝やデザイン等の専門人材と連携することで、広告媒体として商品化に成功し、新たな収益を得ることを実現しています。この動きは、周辺商店街へも波及しており、従来にはない新たな収益として商店街を元気にするための新たな動きに繋がっています。また、広告主からも広告機能としてのみならず、企業ブランディングやSDGs対応の具体的な手法としても注目されています。

また、各個店でもデジタルツール活用の専門人材のサポートにより、LINEの無料機能をつかって、店舗の生産性向上や新たな顧客獲得に成功しています。

例えば、理髪店ではこれまで予約の電話の度に手を止めていましたが、デジタルによる予約が進むことで、大幅な効率化を図ることができました。

また、小売店舗でも登録された顧客に定期的に情報を発信することで、売上が倍増した事例も創出されており、同様の取組が広がりつつあります。

時代の変化、ニーズの多様化などが進む中、多くの企業では自ら変革する必要性を認識していますが、自社のみでは、その取組は思いのほか捗らないことがあります。

古くから、地域活性化には「よそ者、若者、ばか者」が必要であるといわれています。外部人材の活用により、内部の関係者には気づけない潜在的な魅力を掘り起こして、最適なチャネルを通じてニーズをもつ顧客に繋ぎ、大田区ならではの価値を提供することで、商店街や個店が自ら稼ぐ力を高めていくことが期待されています。

(2) 賑わいのある商店街と商業・観光資源集積の維持・発展【集積】

目指す姿

都内有数の商業の集積地であり続けるため、様々な個店を繋ぐ商店街の運営の効率化が進むとともに、若手会員が次世代のリーダーとして育成されることで、商店街のリソース（人、時間、資産等）が地域の更なる賑わい創出に活用されている。これにより、従来からの小売・飲食を中心とする商業集積機能に加えて、商店街が多様な地域コミュニティの核として機能し続けている。

大田区ならではの魅力をもつバラエティ豊かな小売店や飲食店などの個店が高密度に集積することで、さらに人や情報が集まり地域のブランド力が向上するという好循環が生まれている。

住民の地域への愛着がさらに深まることで、域外からの来訪者に対してのおもてなし機運が醸成され、拡大するインバウンド等の来訪者の増加と満足度が向上している。また、区内施設において多様な形態のMICEが開催され、ビジネス顧客等の滞在、消費により地域が活性化している。

施策の方向性

① 商店街の持続的な運営と賑わいの創出

- ・商店街運営の効率化等により、商店街の自律的で持続可能な運営基盤が確立されるための施策
 - ・商店街のリソース（人、時間、資産等）が地域の賑わい創出に活用されるための施策
 - ・従来からの小売・飲食を中心とする商業集積機能に加えて、商店街が多様な地域コミュニティの核としての機能を担い続けるための施策
- （主な支援内容）
- 地域の特色を生かした商業・観光資源の集積としての厚みの維持・発展に向けた支援
 - 主体的な商店街活動・事業の推進による地域の賑わい創出支援
 - 商店街の運営の効率化
 - 商店街主催イベントやハード整備の支援

② 次世代リーダー人材の育成とネットワーク形成

- ・商店街や地域の次世代を担うリーダーが育成され、地域に根ざしたネットワークが形成されるための施策
- （主な支援内容）
- 商店街や地域の次世代を担う若手人材の育成
 - 地域活性化をけん引する個店の強化支援

③ 大田区ならではの魅力ある商業集積

- ・大田区ならではの、ここにしかない地域（区民）ニーズを反映した小売・飲食店舗等の集積を維持・発展するための施策
- ・商店街に魅力ある個店が多く集まり、地域の賑わい創出に貢献することでまちの価値が向上するという好循環を生むための施策

（主な支援内容）

- 地域の特色を生かした商業・観光資源の集積としての厚みの維持・発展に向けた支援
- 持続可能な商店街を実現するための運営基盤強化支援

④ シビックプライドとおもてなし機運の醸成

- ・地域住民がシビックプライド/愛着を持ち、自信を持ってPRできる観光資源を創出することで、地域が主体的・積極的に国内外からの来訪者をおもてなしする機運が醸成されるための施策

（主な支援内容）

- おもてなし機運醸成支援

⑤ MICE誘致による地域経済の活性化

- ・大田区産業プラザPiOやHiCityをはじめとする区内MICE施設が効果的に活用されるための施策
- ・羽田空港や都心からのアクセスの良さなどを活かしたMICE需要によりビジネス顧客等が滞在、消費して地域経済が活性化されるための施策
- ・MICE主催者および参加者と区内事業者との人的交流によりビジネスイノベーションの機会が創出され、産業力強化が促進されるための施策

（主な支援内容）

- MICE推進

Column

商業、飲食、銭湯等の 集積力を活かした観光振興



直近の令和3年経済センサス活動調査を見ると、大田区では、卸売業・小売業や宿泊業、飲食サービス業の事業所数、従業者数が大きな割合を占めているのが特徴です。本コラムでは、この「集積」の特徴を活かした観光関連の取組を紹介していきます。

大田区は全国有数の町工場、商店街、銭湯の集積地であり、「産業のまち」として知名度も高いです。長い歴史の中で継承されてきた古き良き風情や昭和の街並みなどの魅力が残るまちです。

さらに、これら各分野の従来の魅力に加えて、羽田空港周辺部の開発として、HiCityのみならず、羽田空港第3ターミナルに直結の「羽田エアポートガーデン」では、大規模な宿泊施設や全国の有名店を集めた飲食・小売の集積が進みました。

各種メディアでは、こうした大田区の新旧の魅力がクローズアップされることも増加しています。

インバウンドの増加で観光振興の取組が全国的に活発化している中、大田区にはメジャーな観光地のような、圧倒的に集客力の高いコンテンツは多くありません。しかし代わりに、空港に近接しつつ、昔ながらの商店街や銭湯、特徴的なグルメなどが地域内に近接している集積力を活かして、それらを巡るマイクロツーリズムに力を入れているところです。

また、大田区を訪れる方々への情報提供の拠点として、区内400か所以上が「ウェルカムスポット」として登録されています。街中の飲食店や小売店、宿泊施設など、外国人旅行者等のお客様への接客、サービス提供等を実施するほか、まちの観光案内所として、地域情報の提供やパンフレットやマップを配布する店舗・施設として、大田区を知らない来訪者のニーズにあわせて地域の魅力をPRする体制の整備が進んでいます。



インバウンドもリピート率が上がり、メジャー観光地にはない「知る人ぞ知る」ニッチでディープな日本の魅力への関心が年々高まっています。国内最大の国際空港のおひざ元で、これらが気軽に体験できる大田区の魅力を多くの方々に知ってもらい、大田区内で消費してもらおうべく、区内の集積力をいかして、魅力を繋ぎ周遊を促進していきます。



羽田イノベーションシティを 起点とする持続的なイノベーション創出

地域産業の魅力を高め、相乗的な価値を創出して持続的なイノベーションを創出していくためには、区内外の多様なプレイヤーとの連携が重要となります。本コラムでは、HICityを起点とし、区内における持続的なイノベーション創出に関して、具体的な事例を交えて紹介していきます。

国土交通省「都市の多様性とイノベーションの創出に関する懇談会」では、人口減少社会において経済成長を持続するために、「多様性」と「イノベーション」を通じた付加価値創出が重要であるとし、偶然の出会いを生む都市空間とリアルな繋がりを育むコミュニティなど、まち全体の価値を高める都市のあり方の検討がなされています。

また、米国ブルッキングス研究所や内閣府のレポートでは、イノベーションの創発に向けた地域のあり方として、ウォークブルで居心地の良い街としての「場」と「空間」の工夫により、多様なクリエイティブ人材やイノベーターを引き付け、「ネットワーキング」が交流を起し、「イノベーション」や「しごと」を生み出す循環構造を実現するとしています。



大田区は、23区最大の面積を有し、閑静な住宅街から湾岸・空港エリアまで多様な顔を持ち、産業のまち、また生活の場として東京の縮図としての特徴を有しています。加えて、新産業創造発信拠点として令和5年11月にグランドオープンしたHICityは、空港隣接という立地特性を生かすとともに、「先端」と「文化」をコア産業として新たなビジネスやイノベーションを創出する、まさに大田区におけるイノベーション創出の「場」と「空間」を有する拠点としての役割を担っています。

また、HICity内に設置している区施策活用スペース「HANEDA×PiO」は、①多様な主体による交流・連携機会、②持続可能な社会への課題解決策、③挑戦や学びの機会、という3点を創出することを通じて、区内産業振興と地域活性化に寄与することを目的としています。

特に、同スペース内の交流空間PiO PARKは、多様な主体が出会い、新たなイノベーションを起こしていく場であり、区内企業をはじめとする多様なプレイヤーが集積しつつあり、アパレルセレクトショップを展開する区外企業と精密板金加工を特徴とする区内企業によるオープンイノベーションによる製品開発などの事例も生まれています。

今後も、PiO PARKを中心に、こうした区内ものづくり企業の匠の技とHICityへと集積する多様なプレイヤーが交わることでイノベーションを生み出すとともに、この地の魅力を国内外にPRすることで、将来にわたり持続的に企業集積とオープンイノベーション創出が図られるように取り組んでいきます。

(3) 商店街・個店・観光資源の連携による地域経済の活性化【連携】

目指す姿

活気あふれる町工場、賑わいある商店街、情緒を残す銭湯など、従来からの集積による魅力に加えて、機能強化される羽田空港や整備が進む臨海部など他地域にはない魅力を有機的に結び付け、相互に連携することで、大田区に滞在することの相乗的な価値を創出している。

各分野の意欲的な地域事業者に加えて、域外から新たな挑戦を志すスタートアップや創業人材、副業者等が集まり、ネットワークが構築されることでイノベティブな取組が次々に創出される環境が整っている。

羽田空港を有する強みとHICityのハブ機能を活用して、世界に向けて大田区の魅力を発信するとともに、全国の自治体・企業が広域で連携することで、交流人口の増大を図り、大田区経済が持続的に成長している。

施策の方向性

① 連携による稼ぐ力の強化・地域経済への波及効果

- ・商店街・個店・観光資源等が相互に連携することで、その魅力や集客力を高め、相互誘客により地域経済が活性化されるための施策
- ・「ものづくりのまち大田区」という地域特性を生かして、町工場と商店街・個店・観光資源が連携した大田区ならではの取組が推進されるための施策
- ・区内企業とスタートアップや副業者等が連携することで、新たな取組が推進されるための施策
- ・区内に立地する様々な産業のネットワーク拡大や、日本各地との広域連携により、連携体制が構築されるための施策
(主な支援内容)
 - HICity及びHANEDA×PiOの取組を区内に波及・連携するための支援
 - 商店街・個店・観光資源の連携促進、異分野連携支援
 - 連携による相乗効果を高めるための外部人材活用（副業者等）

② 他地域等との連携・世界と地域をつなぐ

- ・HICityでの実証実験をはじめ、HICityを拠点に生まれた活動が地域に波及し、地域の魅力が形成されるための施策
- ・HICityを拠点に集まる日本各地域の魅力が国内外に発信されるための施策
(主な支援内容)
 - HICity及びHANEDA×PiOや区内産業支援施設の更なる活用
 - 地域や分野を越えた良質なネットワーク構築支援

本冊子のデザインコンセプト

真面目、難しそう、といった印象を払拭し、幅広い層の方々にとってより抵抗感少なく手に取りやすい印象を与えるデザインを目指しました。

従来の大田区のWebサイトやシンボルマークで使用されている青色をアレンジし、ポップで明るい印象にまとめています。表紙では“様々な産業や人々が連携し、混ざり合っていた上に大田区の未来が描かれる”というイメージを表現し、中表紙では“ビジョンを読んでいる方々も含めたみんなで、様々なかたちの未来を作っていきたい”という想いを込めて、各章で全て形の異なる円を描いています。

大田区産業振興ビジョン

令和6年3月

編集・発行 大田区産業経済部産業振興課
〒144-0035
東京都大田区南蒲田一丁目20番20号
電話：03-6424-8655
メールアドレス：sangyo@city.ota.tokyo.jp

大田区