

品川区産業支援施策調査分析 最終報告書

【製造業・情報通信業編】

平成 29 年 3 月
品 川 区

目次

序章 製造業・情報通信業への支援等にかかる調査分析の概要	1
(1) 調査分析のねらい	1
(2) 調査分析の方法	1
①各種統計データ等の分析	1
②企業訪問調査	1
③創業10年以内企業アンケート調査	2
④研究機関、大学等へのヒアリング調査	2
⑤先進事例の調査研究	2
第1章 製造業・情報通信業の状況	3
(1) 製造業・情報通信業を取り巻く環境	3
①日本の経済成長を牽引する製造業	3
②産業構造の変化と情報通信業の進展	3
③リーマンショックによる事業環境の変化	3
④国内製造業の活性化	4
⑤IoTの進展とビッグデータの活用	4
(2) 品川区の製造業・情報通信業の状況	5
①産業構造の特徴	5
②製造業	8
③情報通信業	10
④新設・廃業に関する特徴	12
⑤景況の推移	14
⑥知的財産権（産業財産権）の取得状況	15
第2章 品川区の支援施策の取組状況	16
(1) 長期基本計画及び総合戦略における位置づけ	16
①品川区長期基本計画（平成26年度～平成30年度）	16
②品川区総合戦略（平成27年度～平成31年度）	17
(2) 数値目標の達成状況	18
(3) 事業の実施状況	20
①事業コスト	20
②実施事業の概要	21
(4) 施策ごとの事業効果分析（※達成率は平成27年度末時点の実績値を基に算出）	24
①地域産業の創業支援	24
②地域産業の経営力強化	25
③製造業・情報通信業等への総合的支援	26
④産学公連携の推進	27
⑤ものづくり人材の育成	28

⑥マーケット拡大への支援	28
⑦産業活性化拠点施設の運営	30
第3章 アンケート調査等からみる区内事業所の状況	32
(1) 区内事業所の状況	32
①回答のあった事業所の特性	33
②立地の状況（立地のメリット・デメリット）	36
③取引の状況	38
④事業所の強み・弱み・経営上の課題	42
⑤産学連携・企業間連携の状況	46
⑥SHIPの認知度・利用状況	51
⑦知的財産権（産業財産権）の取得・活用状況	52
⑧区の支援について	53
(2) 支援施策の活用状況	54
(3) 自由意見	61
(4) 研究機関、大学等へのヒアリング調査結果概要	65
第4章 製造業・情報通信業支援にかかる課題の整理	67
(1) 創業・立地に関すること	67
(2) 研究開発・製品開発に関すること	67
(3) 事業展開・取引・人材等に関すること	68
(4) 知的財産権（産業財産権）の保護・活用に関すること	69
(5) 産学連携・企業間連携に関すること	69
(6) 品川産業支援交流施設（SHIP）に関すること	70
(7) その他	71
第5章 品川区の支援施策の再構築	72
(1) 基本的な考え方	72
(2) 施策の対象及び支援の方向性	72
(3) 施策体系	74
基本政策1 はぐくむ ー区内事業所のチャレンジと成長を支援するー	74
基本政策2 つなげる ー多様な連携によるイノベーションの創出を支援するー	74
基本政策3 ひろげる ーポテンシャルを最大限活用した事業展開を支援するー	74
(4) 施策の方向性と具体的な取組	75
基本政策1 はぐくむ ー区内事業所のチャレンジと成長を支援するー	75
個別施策1-1 研究開発・向上支援	75
個別施策1-2 人材育成・確保支援	78
個別施策1-3 創業・立地支援	80
個別施策1-4 知的財産権の取得・活用支援	84
基本政策2 つなげる ー多様な連携によるイノベーションの創出を支援するー	86
個別施策2-1 産学連携支援	86

個別施策 2-2 企業間連携支援	88
個別施策 2-3 SHIP活用支援	92
基本政策 3 ひろげる ―ポテンシャルを最大限活用した事業展開を支援する―	94
個別施策 3-1 製品・商品開発・ブランド化支援	94
個別施策 3-2 販路拡大・海外展開支援	97
(5) 支援施策の推進	98
あとがきにかえて ―今後の品川区の産業活性化に向けて―	100

序章 製造業・情報通信業への支援等にかかる調査分析の概要

(1) 調査分析のねらい

○産業構造の変化やI o T技術等の技術革新、後継者不足による廃業、先行き不透明な経済状況等、区内中小企業を取り巻く環境が今後大きく変化する可能性がある中、現在区が実施している中小企業支援施策の効果や新たなニーズ等を調査研究することにより、産業活性化に向けた新たな中小企業支援施策の展開を図ることを目的とします。

(2) 調査分析の方法

○実態調査・事業効果分析・事例研究・独自調査による多角的な検証を通じて、品川区の特長である製造業の集積と成長の期待が大きい情報通信業の独自技術を活かし、時代を切り拓く都市型産業の「高度化（ものづくり技術の高付加価値化、サービス業への進化等）」を具現化するための施策の方向性を設定するとともに、区が推進する製造業・情報通信業への総合的支援の事業展開、SHIPの事業展望等を提案します。

①各種統計データ等の分析

○各種統計調査等を活用し、区内中小企業が置かれている現状や諸課題にかかる分析を行いました。

※なお、統計データの分析で活用した「経済センサス」の調査時点は、以下のとおりです。

- ・平成 21 年、26 年経済センサス：6 月 1 日現在
- ・平成 24 年経済センサス：2 月 1 日現在

②企業訪問調査

○区内中小企業の経営動向や現状課題、区が実施している支援施策の効果、新たな支援ニーズ等を把握することを目的として、区職員による訪問ヒアリング調査を実施しました。

【企業訪問調査 実施概要】

項目	実施概要
調査対象	品川区内の製造業、情報通信業 118 社
調査期間	訪問調査：平成 28 年 4 月 7 日～平成 28 年 8 月 10 日 ※郵送による回答を行った企業については、9 月 16 日まで回答を受領
実施状況	個別ヒアリング調査

③創業 10 年以内企業アンケート調査

○創業からの年数が短い企業の現状課題や品川区に進出した（創業した）理由等を把握することを目的として、品川区内の創業 10 年以内の企業を対象に、郵送によるアンケート調査を実施しました。

【創業 10 年以内企業アンケート調査 実施概要】

項目	実施概要
調査対象	創業 10 年以内の品川区内の製造業、情報通信業 196 社
調査期間	平成 28 年 6 月 20 日～平成 28 年 7 月 20 日
実施状況	実施方法は郵送にて配布・回収。回収数 42 票（回収率 21.4%）

④研究機関、大学等へのヒアリング調査

○今後の産学公連携の参考とするため、区内及び近隣の研究機関、大学等を対象にヒアリング調査を実施しました。

【研究機関、大学等へのヒアリング調査 実施概要】

対象機関、大学等	実施日時	
芝浦工業大学 複合領域産学官民連携推進本部	7 月 21 日（木）	14：00～15：30
東京都立産業技術研究センター（産技研） 交流連携室	8 月 25 日（木）	13：00～15：00
国立研究開発法人産業技術総合研究所（産総研） 臨海副都心センター	8 月 25 日（木）	10：00～12：00
東京工業大学 産学連携推進本部	8 月 31 日（水）	15：00～16：00
首都大学東京 総合研究推進機構 URA 室	9 月 29 日（木）	13：30～17：00
産業技術大学院大学 管理部 O P I 企画運営係	11 月 8 日（水）	11：00～12：00
	11 月 24 日（木）	9：30～10：30
電気通信大学 産学官連携センター	12 月 15 日（木）	13：30～16：30
東京海洋大学 産学・地域連携推進機構	1 月 26 日（木）	13：30～15：30
星薬科大学 イノベーションセンター	2 月 28 日（火）	15：00～17：00

⑤先進事例の調査研究

○製造業・情報通信業の先進事例の調査として、近隣区のほか、大阪市、横浜市などの政令市等の取組状況について情報収集を行い、品川区の今後の施策検討の参考としました。

第1章 製造業・情報通信業の状況

(1) 製造業・情報通信業を取り巻く環境

①日本の経済成長を牽引する製造業

○製造業は、戦後以降、急速な工業化とともに高度経済成長を牽引した産業であり、その後、サービス、情報の高度化、産業構造の*高度化が進む中であっても、製造業の付加価値額（国内総生産）は大きく、付加価値を創造する産業分野として重要な役割を担い、時代とともに、産業内においてもその主要分野を変化させ、発展してきました。

*産業構造の高度化

経済の発展に伴い、国民経済に占める第1次産業の比重は次第に低下し、第2次産業、次いで第3次産業の比重が高まること。（ペティ・クラークの法則）

○製造業は他産業への波及効果が大きいのも特徴であり、総務省平成23年産業連関表による生産波及の大きさをみると、「全産業（平均）」が1.92に対し、「製造業」関連の部門では2倍を超えるものが増えています。

このように、製造業のポテンシャル低下は日本経済全体の成長を妨げる可能性があり、持続的な発展を遂げるためにも、今後の製造業の重要性を踏まえた取組が求められます。

○品川区は、京浜工業地帯発祥の地として、ものづくり企業、工場が集積するまちとして発展してきた経緯があり、これまで電機・機械分野等で高い技術力を誇る工業集積地として発展してきましたが、近年は地方や海外への生産部門の移転等が進んでいます。

②産業構造の変化と情報通信業の進展

○国内の産業構造は、経済成長や技術革新等により、その動向は一様ではなく、時代とともに変化してきました。

○社会の成熟とともに情報化社会は進展し、また、情報処理・通信技術の飛躍的な発展により、情報通信技術（ICT）を活用した分野の市場はさらに拡大しています。

○特に近年では、グローバル化による国際競争の激化、金融や流通をはじめとする各種の規制改革などの社会、経済環境の変化により、ますますサービス化・ソフト化が進行すると考えられ、情報通信業は今後も成長が見込まれます。

○品川区は、昭和57年に大崎駅周辺が東京都の「副都心」に指定され、以降は、工場の移転が進んだ跡地にマンションやオフィスが建設されるようになり、大崎、五反田地区にはIT関連企業が進出し、都内でも有数のソフト系IT産業の立地・集積が進んでいます。

③リーマンショックによる事業環境の変化

○リーマンショック後の円高の進行、東日本大震災後に生じた生産拠点の分散化、電力料金の上昇などを背景として、製造業を中心に海外進出が加速し、生産設備や従業者の海外移転、国内の関連産業の生産減少や雇用縮減につながり、事業環境は大きく変化しました。

④国内製造業の活性化

- 近年、製造業においては、生産効率向上のため世界各地に生産拠点を配置する「グローバル最適地生産」が重視されています。
- 一方で、欧米や新興国と比較して単位労働コストの相対的な低下や、法人実効税率の引き下げなどもあり、国内での製造業の立地環境が改善したことなどから、海外で行っていた生産の国内回帰や国内における拠点再編、既存施設の増強など、様々な形で国内投資が活発化しています。
- 製造業のうち、国内と海外の両方に製造拠点を持つ企業の6割以上で、国内と海外での生産等について差別化を図っています。また、国内で生産することの優位性として、国内拠点の技術力・品質等のレベルの高さや柔軟性を挙げる企業が多くを占めています。

⑤IoTの進展とビッグデータの活用

- 「モノのインターネット」を意味する「IoT」は、あらゆるものがインターネットでつながり、モノのデータ化やそれに基づく自動化が進展し、新たな付加価値が生み出されることが期待されています。
- 今後、日本においては、自然災害対策やインフラの老朽化に伴う安全・安心面の確保、工場等における生産性の向上、医療・福祉分野での活用等、社会的な課題の解決に向けて、大きな期待が寄せられています。
- また、これらの大きな変革によって産業構造が大きく変わる可能性があり、大きな経済効果をもたらすことが予想されています。
- ビッグデータについては、実験段階を終えてビジネスツールとして活用される段階となりました。
- データ流通量は、平成17年から平成26年までの9年間で約9.3倍に増えています。データの種類や分析が幅広い分野に浸透することで、今後も大きく伸びることが予想されます。

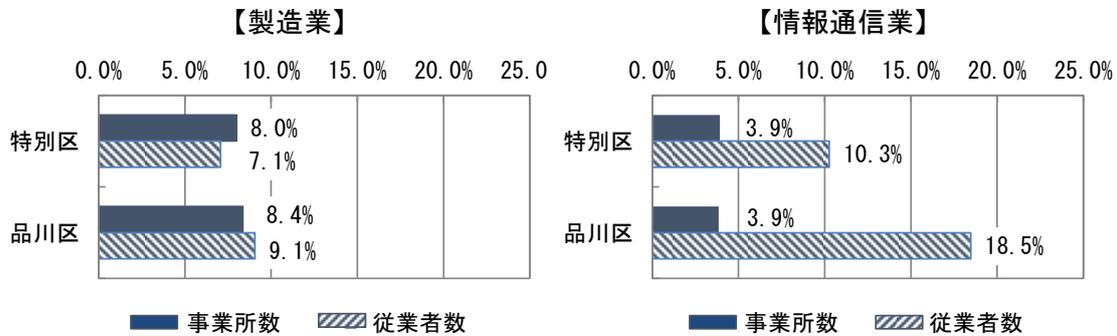
(2) 品川区の製造業・情報通信業の状況

①産業構造の特徴

■製造業・情報通信業の従業者数が全体の3割近くを占めている。

- 製造業は、平成26年現在1,785事業所、従業者数36,558人。産業全体のうち、事業所数で約12%、従業者数で約9%となっています。
- 情報通信業は、平成26年現在824事業所、従業者数74,558人。事業所数は全体の4%程度ですが、従業者数は約18%を占めています。
- 製造業、情報通信業とも、事業所数は特別区とほぼ同等の割合となっていますが、従業者数は特別区と比べて割合が高く、製造業、情報通信業あわせて全体の3割近くを占めています。

図表 製造業・情報通信業が占める事業所数・従業者数の割合



資料：総務省・経済産業省「平成26年経済センサス」

■製造業・情報通信業の付加価値額¹は全体の4割を占めている。

- 平成24年経済センサスにおける、品川区産業の付加価値額（総額）は3,933,256百万円であり、その中で製造業は25.6%（1,008,383百万円）、情報通信業は17.1%（671,698百万円）と上位を占めています。
- 東京都及び全国との比較においても区の製造業・情報通信業の占める付加価値額の比率は高く、製造業・情報通信業は区の代表的な産業となっています。

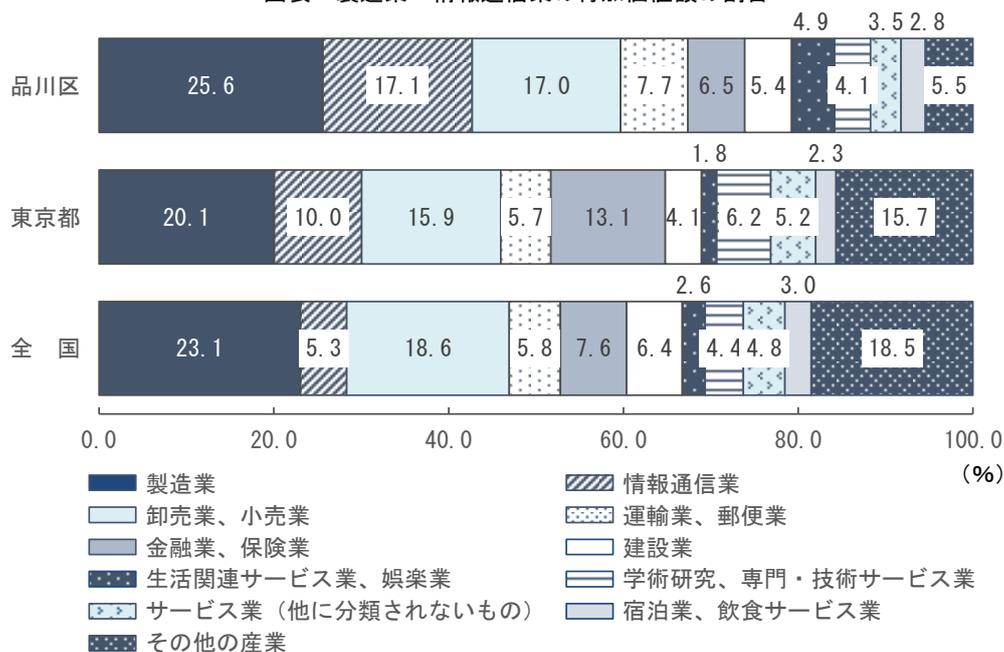
図表 付加価値額（上位5位）

順位	産業分類	付加価値額	(割合)
第1位	製造業	1,008,383百万円	(25.6%)
第2位	情報通信業	671,698百万円	(17.1%)
第3位	卸売業、小売業	667,061百万円	(17.0%)
第4位	運輸業、郵便業	303,660百万円	(7.7%)
第5位	金融業、保険業	255,177百万円	(6.5%)

資料：総務省・経済産業省「平成24年経済センサス」

¹付加価値額：付加価値とは、企業等の生産活動によって新たに生み出された価値のことで、生産額から原材料等の中間投入額を差し引くことによって算出できる。経済センサスでは、次の計算式を用いている。
 付加価値額 = 売上高 - 費用総額 + 給与総額 + 租税公課

図表 製造業・情報通信業の付加価値額の割合



資料：総務省・経済産業省「平成 24 年経済センサス」

■製造業では、機械器具を製造する事業所の割合が高い。

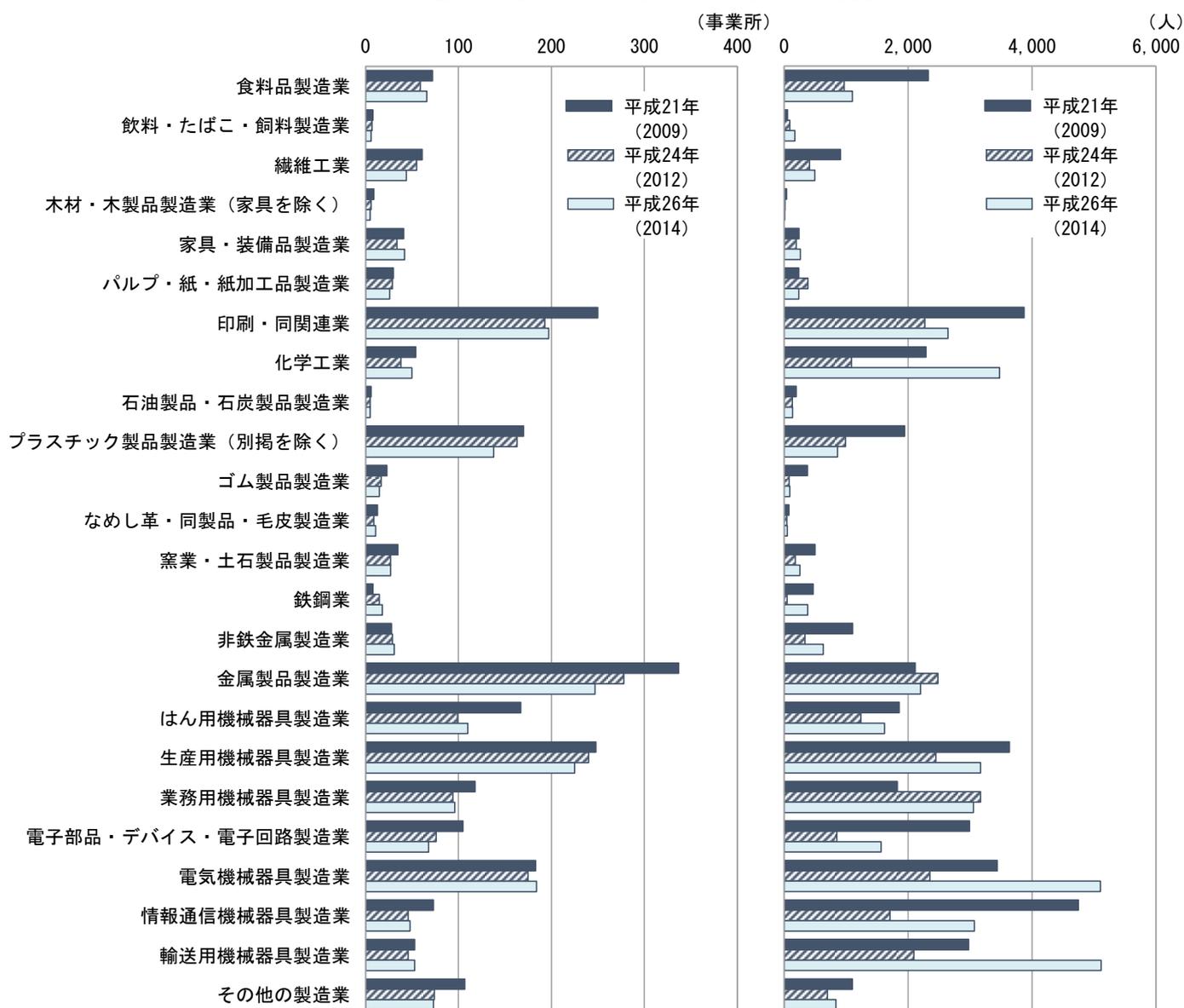
- 平成 26 年経済センサスにおける製造業の内訳を中分類ごとにみると、事業所数では「金属製品製造業」が 247 事業所で最も多く、次いで「生産用機械器具製造業」（225 事業所）、「印刷・同関連業」（197 事業所）、「電気機械器具製造業」（184 事業所）と続いています。
- 従業者数では、「輸送用機械器具製造業」が 5,114 人で最も多く、次いで「電気機械器具製造業」（5,104 人）、「化学工業」（3,477 人）、「生産用機械器具製造業」（3,168 人）、「情報通信機械器具製造業」（3,071 人）と続いています。

図表 製造業（中分類）における事業数、従業者数（上位 5 位）

事業所数			従業者数	
第 1 位	金属製品製造業	247 事業所	輸送用機械器具製造業	5,114 人
第 2 位	生産用機械器具製造業	225 事業所	電気機械器具製造業	5,104 人
第 3 位	印刷・同関連業	197 事業所	化学工業	3,477 人
第 4 位	電気機械器具製造業	184 事業所	生産用機械器具製造業	3,168 人
第 5 位	プラスチック製品製造業	138 事業所	情報通信機械器具製造業	3,071 人

資料：総務省・経済産業省「平成 26 年経済センサス」

図表 製造業（中分類）における事業数、従業者数の推移



資料：総務省・経済産業省「平成21年・平成24年・平成26年経済センサス」

■情報通信業では、情報サービス業が中心となっている。

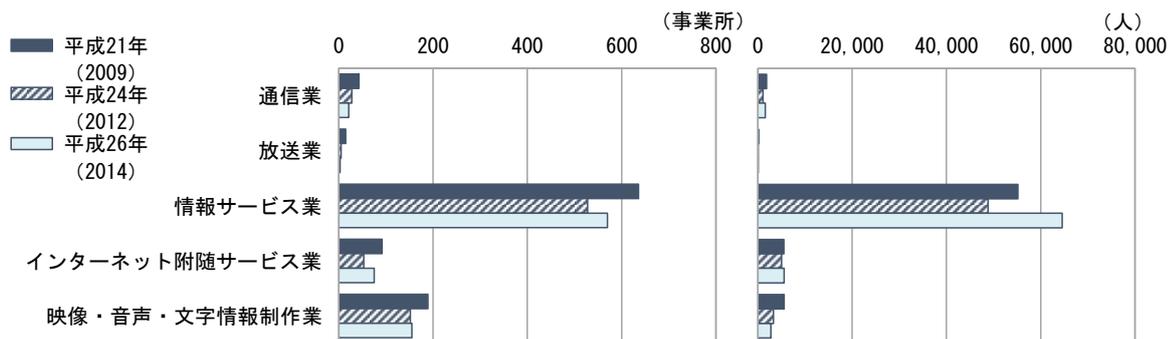
○平成26年経済センサスにおける情報通信業の内訳を中分類ごとにみると、「情報サービス業」が570事業所、64,554人で最も多く、事業所数で全体の約7割、従業者数では全体の約9割を占めています。

図表 情報通信業（中分類）における事業数、従業者数（上位順）

事業所数			従業者数	
第1位	情報サービス業	570事業所	情報サービス業	64,554人
第2位	映像・音声・文字情報制作業	155事業所	インターネット附随サービス業	5,577人
第3位	インターネット附随サービス業	75事業所	映像・音声・文字情報制作業	2,799人
第4位	通信業	21事業所	通信業	1,577人
第5位	放送業	3事業所	放送業	51人

資料：総務省・経済産業省「平成26年経済センサス」

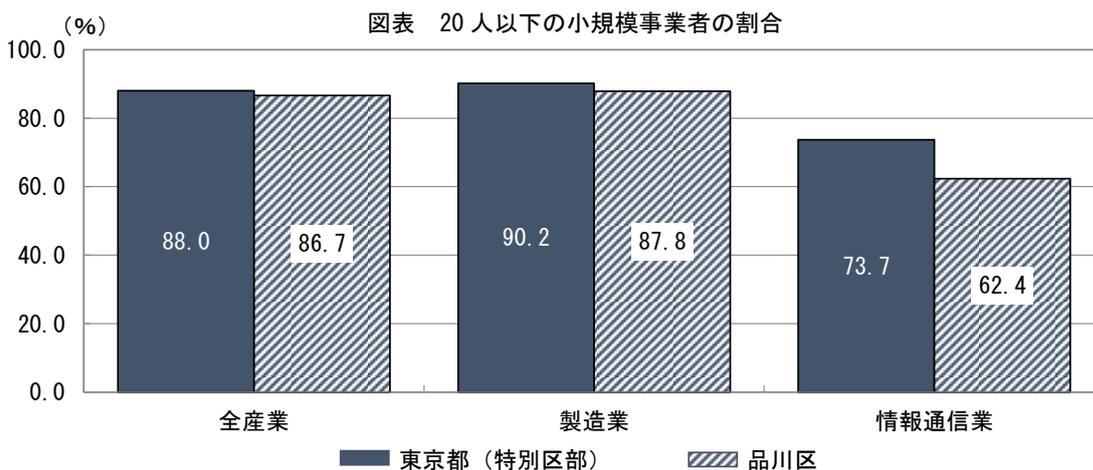
図表 情報通信業（中分類）における事業数、従業者数の推移



資料：総務省・経済産業省「平成26年経済センサス」

■（事業所の規模について）

- 品川区内の事業者全体において、20人以下の小規模事業者が86.7%（東京都88.0%）、創業から30年以上の事業所が31.9%（東京都32.6%）を占めます。
- 品川区内における製造業の20人以下の小規模事業者は、東京都と概ね同程度の割合となっていますが、情報通信業の20人以下の小規模事業者の割合は、東京都よりも1割程度低くなっています。



資料：総務省・経済産業省「平成26年経済センサス」

②製造業

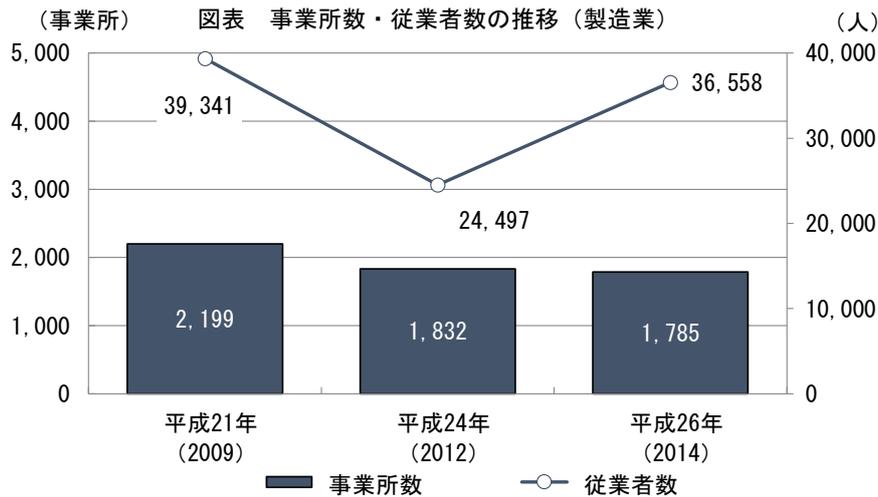
■事業所数の推移

- 経済センサスによる区内の製造業事業所数は、平成21年から平成24年にかけて大きく減少し、その後、減少幅が鈍化しています。
- 中分類ごとにみると、「金属製品製造業」、「印刷・同関連業」など主要業種において大きく減少している一方、「電気機械器具製造業」等では一旦減少しているものの、平成26年には平成21年と同水準まで回復しています。
- 法人・個人別にみると、平成26年の法人事業所は1,525事業所、個人事業所は260事業所となっています。平成24年から平成26年まで3年間では、法人事業所がやや増加しているものの、個人事業所が2割減と大きく減少しています。

■従業者数の推移

○区内製造業の従業者数は、事業所数と同様、平成21年から平成24年にかけて大きく減少していますが、その後回復し、平成26年には平成21年時点と比べて約9割まで回復しています。

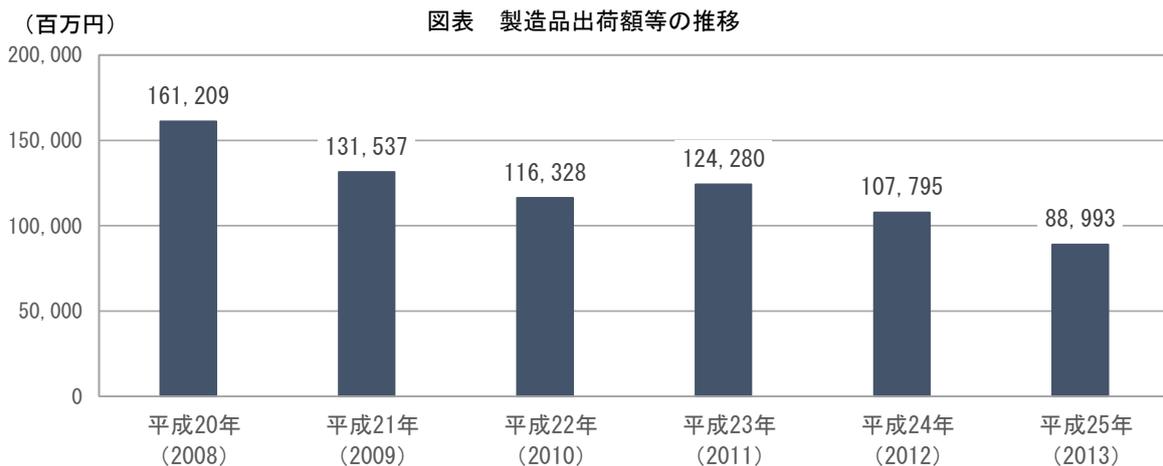
○中分類ごとにみると、「印刷・同関連業」、「電子部品・デバイス・電子回路製造業」、「情報通信機械器具製造業」で大幅に減少する一方、「輸送用機械器具製造業」、「電気機械器具製造業」、「業務用機械器具製造業」、「化学工業」で大きく増加しています。



資料：総務省・経済産業省「平成21年・平成24年・平成26年経済センサス」

■製造品出荷額等の推移

○区内製造業における製造品出荷額等の推移をみると、平成20年（2008）以降、減少傾向で推移しており、平成25年（2013）までの6年間でほぼ半減しています。



資料：経済産業省「工業統計調査」、総務省・経済産業省「平成24年経済センサス」

③情報通信業

■事業所数の推移

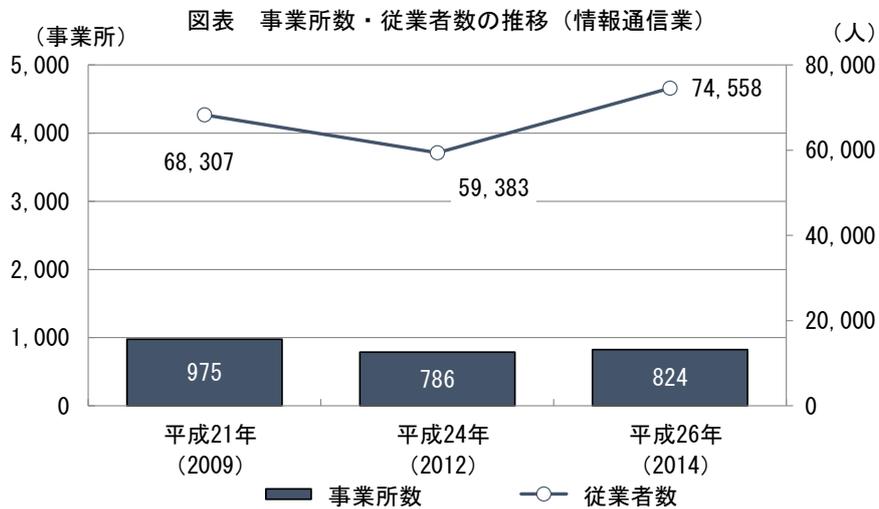
○区内の情報通信業事業所数は、平成21年から平成24年にかけて減少し、その後、増加に転じています。

○法人・個人別にみると、平成26年の法人事業所は818事業所と、ほとんどの事業所が法人格を有しています。

■従業者数の推移

○区内情報通信業の従業者数は、平成21年から平成24年にかけて大きく減少していますが、その後増加に転じ、平成26年には平成21年時点と比べて約1.1倍となっています。

○中分類ごとにみると、「情報サービス業」が全体の9割近くを占めています。

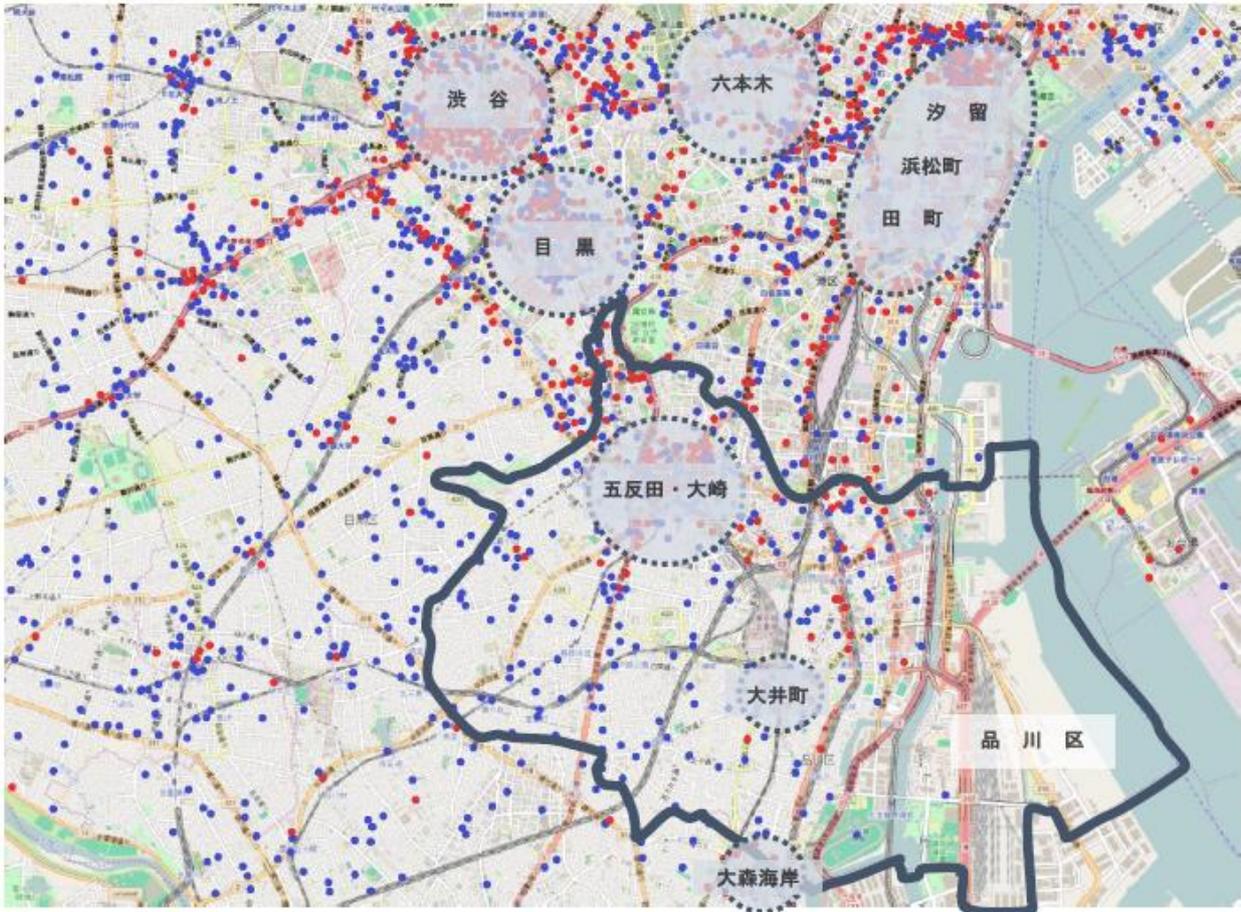


資料：総務省・経済産業省「平成21年・平成24年・平成26年経済センサス」

■事業所の立地状況

○区内及び周辺地域の情報通信業の事業所立地状況をみると、区内においては五反田・大崎周辺に事業所が集中しており、周辺地域では、渋谷、目黒、六本木、汐留、浜松町、田町周辺に事業所の集積がみられます。

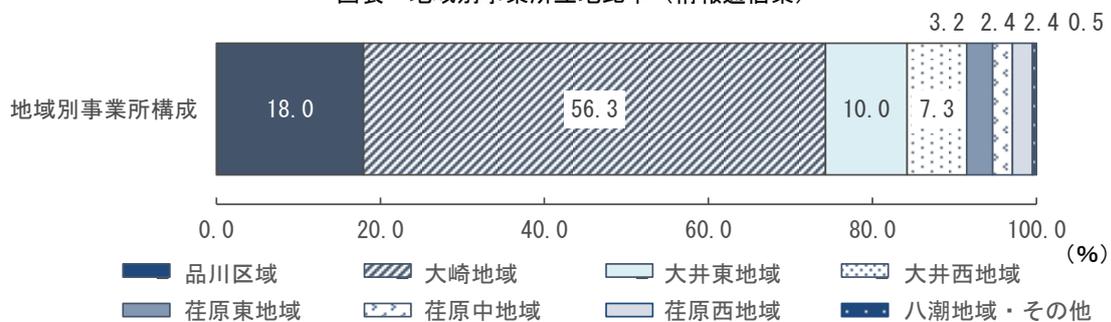
図表 周辺地域と区内の情報通信業事業所立地



資料：地域経済分析システム「2015年事業所立地動向（株式会社日本ソフト販売「電話帳データ」）」

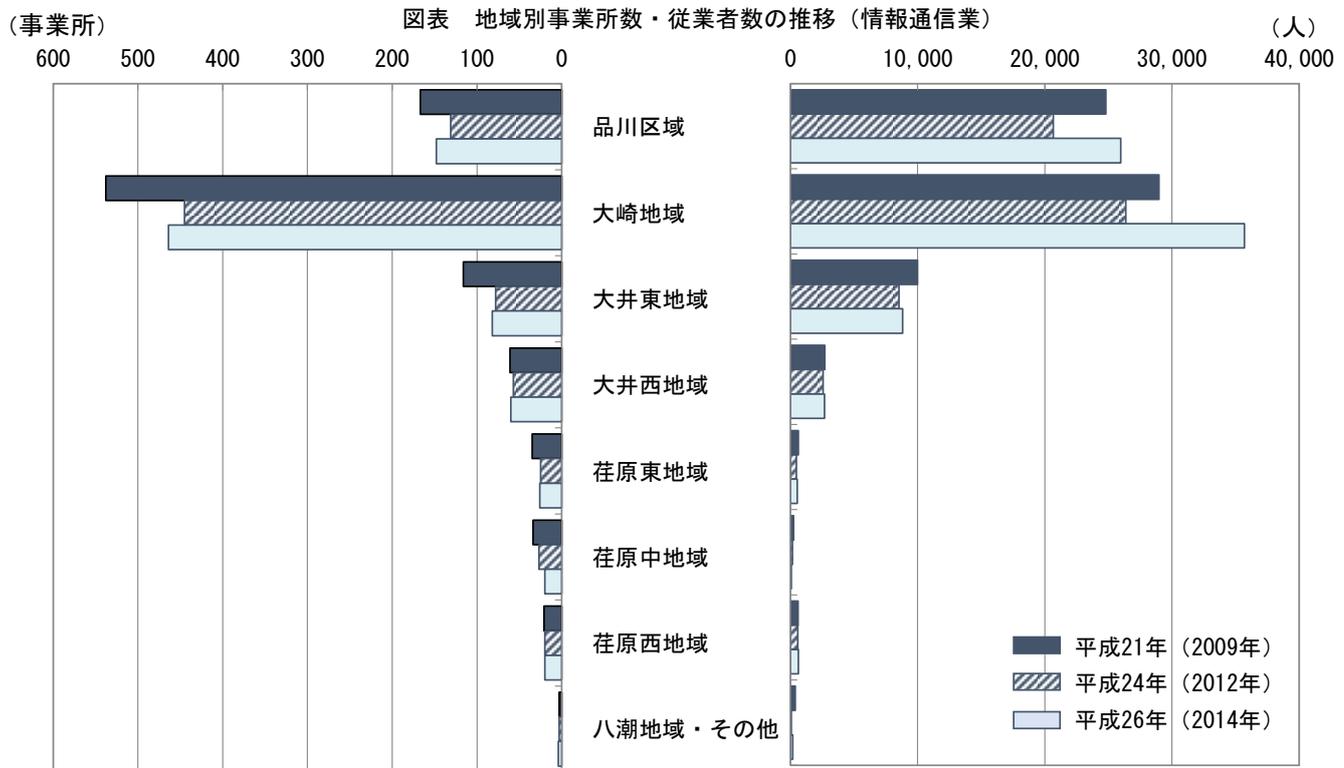
○区内の情報通信業事業所を地域別にみると、区内では大崎地域（上大崎、東五反田、西五反田、大崎）に立地する事業所が56.3%を占めています。

図表 地域別事業所立地比率（情報通信業）

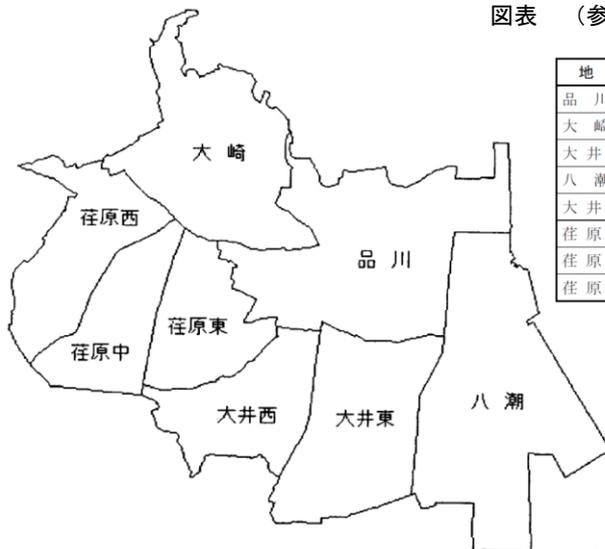


資料：総務省・経済産業省「平成26年経済センサス」

○平成 21 年～26 年における地域別事業所数・従業者数の推移では、事業所の減少がみられるものの、従業者数では増加しており、1 事業所あたりの従業者数が増加し、事業規模としては拡大の傾向にあることが見込まれます。



図表 （参考）地域区分



地域名	左記地域に包括される町（丁）名
品川地域	東品川、北品川、南品川、西品川、広町
大崎地域	上大崎、東五反田、西五反田、大崎
大井東地域	東大井、南大井、勝島
八潮地域	八潮
大井西地域	大井、西大井
荏原東地域	戸越、豊町、二葉
荏原中地域	平塚、中延、西中延、東中延、旗の台（2～5丁目）
荏原西地域	小山台、小山、荏原、旗の台（1・6丁目）

資料：品川区世論調査（最新：第 21 回（平成 26 年 6 月調査））

④新設・廃業に関する特徴

■（全体）

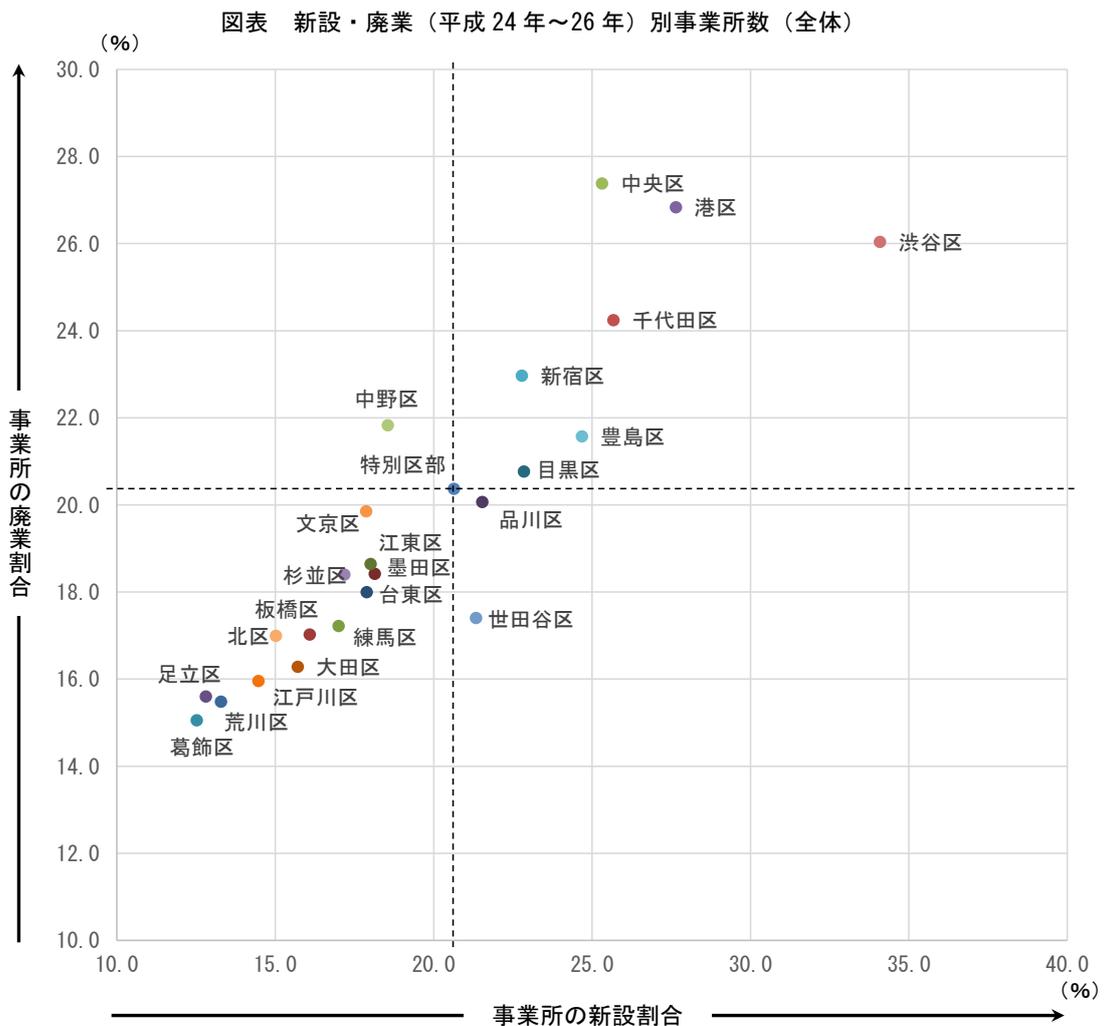
○事業所全体の新設割合及び廃業割合の状況をみると、23 区の中で「渋谷区」、「港区」、「中央区」、「千代田区」では新設割合、廃業割合とも高く、事業所の新陳代謝が高い地域です。品川区は 23 区内では新設割合、廃業割合とも平均並みとなっています。

■（製造業）

- 平成 24～26 年の製造業における新設事業所数及び廃業事業所数をみると、品川区での新設数は 210 件、廃業数は 352 件となっています。
- 23 区内の状況をみると、「千代田区」、「中央区」、「渋谷区」で新設事業所数が廃業事業所数を上回っています。

■（情報通信業）

- 平成 24～26 年の情報通信業における新設事業所数及び廃業事業所数をみると、品川区での新設数は 252 件、廃業数は 231 件となっています。
- 23 区の状況をみると、「渋谷区」、「港区」、「千代田区」、「中央区」、「新宿区」の 5 区で新設数が大きくなっています。一方、5 区のうち「渋谷区」を除く 4 区で廃業数が新設数を上回っており、新陳代謝が激しい地域といえます。
- 「渋谷区」で新設事業所数が廃業事業所数を大きく上回っているほか、「豊島区」、「世田谷区」、「目黒区」、「品川区」など多くの区で新設が廃業を上回っています。

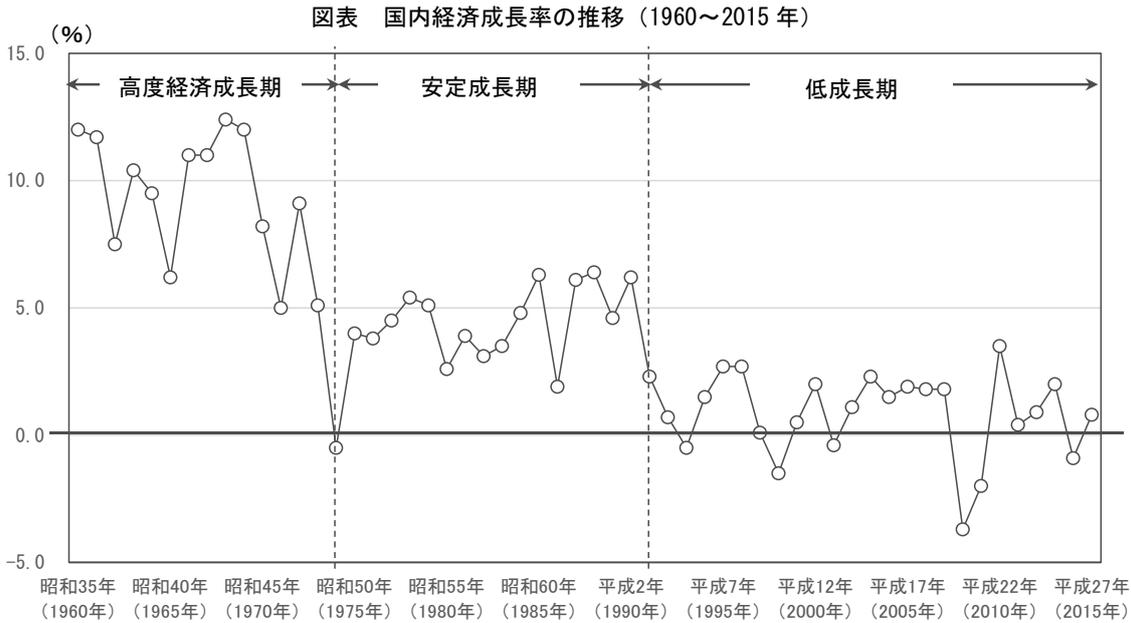


資料：総務省・経済産業省「平成 21 年・平成 24 年・平成 26 年経済センサス」

⑤景況の推移

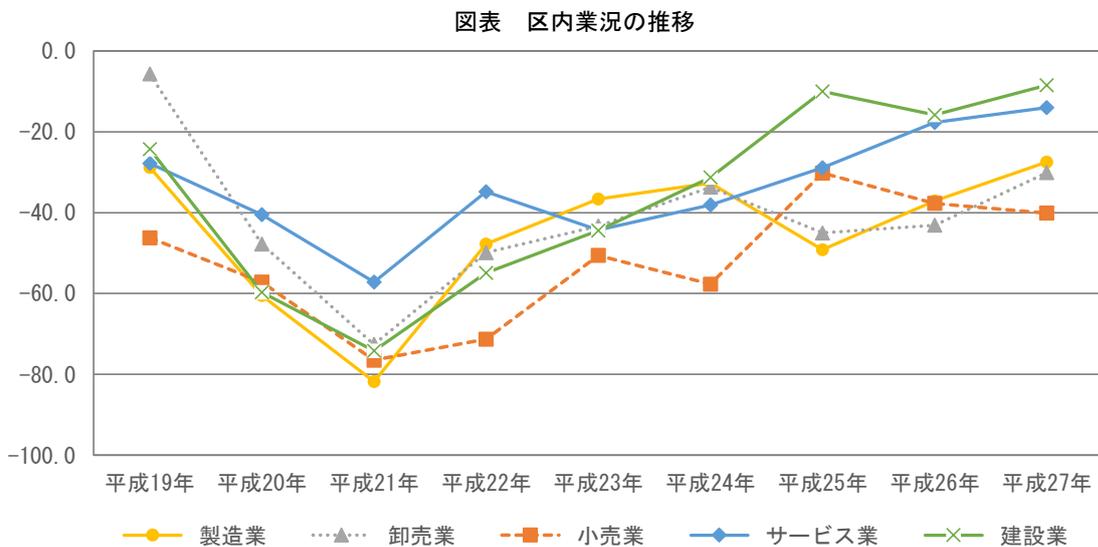
■国内GDPの推移

○国内経済成長率は、各年の動きとしては、景気変動とともに毎年変化しながらも、1970年代にかけての「高度経済成長期」、昭和48年（1973年）のオイルショック以降の「安定成長期」、バブル経済の崩壊後、1990年代以降の「低成長期」へ移行する中で、世界経済の影響を受けながら、段階的に低下しています。



■区内業況の推移

○平成19年以降の各年7～9月時点の区内業況（D I 値）の推移をみると、リーマンショックの影響もあり、平成21年にかけて各産業ともに低下していますが、以降は緩やかな回復傾向がみられます。



⑥知的財産権（産業財産権）の取得状況

○特許申請を行っているのは大企業が多いですが、平成 26 年 9 月現在で区内 279 社、特許技術テーマ 1,348、総特許申請件数 8,939 件に及ぶ多様な技術を有する産業集積地域といえます。

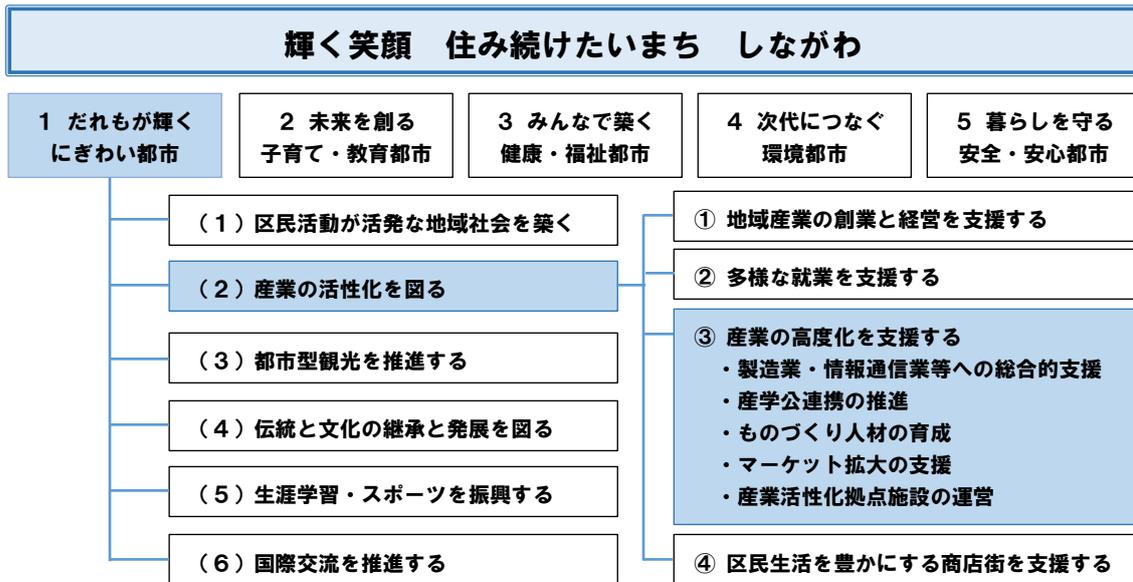
第2章 品川区の支援施策の取組状況

(1) 長期基本計画及び総合戦略における位置づけ

①品川区長期基本計画（平成26年度～平成30年度）

- 平成20年4月に策定した「品川区基本構想」において、「輝く笑顔 住み続けたいまち しながわ」を将来像とし、5つの理念及び5つの都市像を掲げ、進むべき基本的な方向を示しています。
- 平成30年度を目標年度とする「品川区長期基本計画」では、「品川区基本構想」で掲げた5つの都市像ごとに、その実現に向けた政策・施策の方向性を明らかにしています。
- さらに、「品川区総合実施計画」を策定し、具体的な事業の計画的かつ着実な実行を図っています。平成28年度から平成30年度の3か年を計画期間とする第4次計画では、事業に対するコストと成果指標を明示し、財政に裏付けられた費用対効果の高い取組の実施につなげるとともに、社会経済情勢の変化への迅速な対応及び施策の重点化の推進をしています。

図表 品川区長期基本計画の施策体系



図表 品川区総合実施計画 平成28年度計画事業費

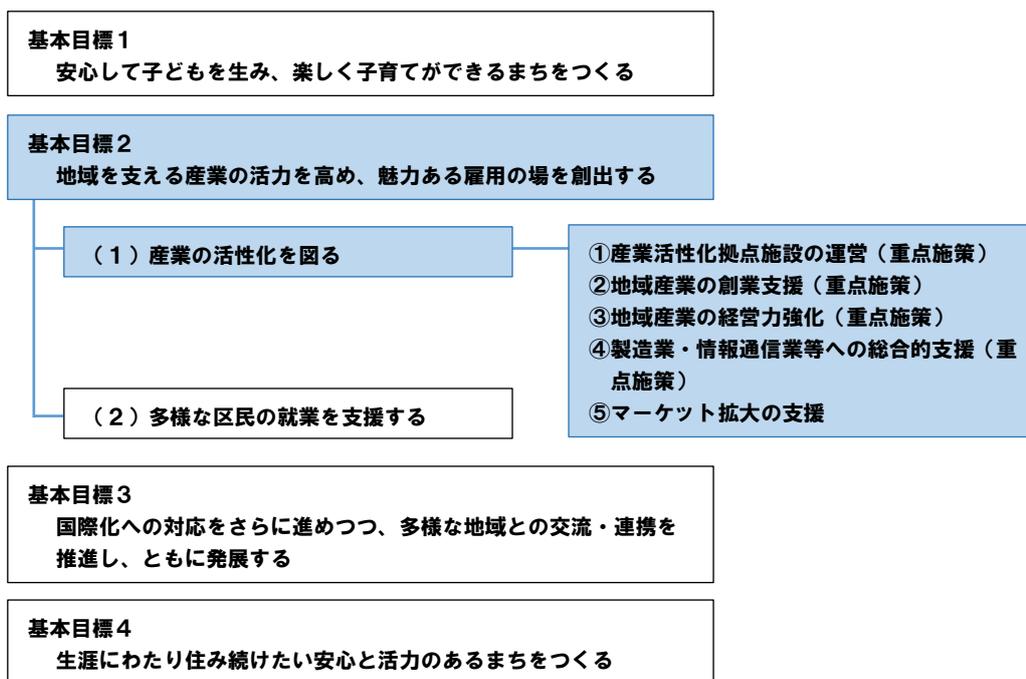
1 だれもが輝くにぎわい都市	1,833 百万円
(1) 区民活動が活発な地域社会を築く	148,795 千円
(2) 産業の活性化を図る	1,328,004 千円
① 地域産業の創業と経営を支援する	759,294 千円
② 多様な就業を支援する	170,399 千円
③ 産業の高度化を図る	138,957 千円
④ 区民生活を豊かにする商店街を支援する	259,354 千円
(3) 都市型観光を推進する	248,363 千円
(4) 伝統と文化の継承と発展を図る	22,019 千円
(5) 生涯学習・スポーツを振興する	74,197 千円
(6) 国際交流を推進する	11,669 千円

②品川区総合戦略（平成 27 年度～平成 31 年度）

○平成 28 年 3 月に策定した「品川区総合戦略」において、「品川区長期基本計画」「品川区総合実施計画」に関連する取組として、目標達成に向けた視点で平成 27 年度～平成 31 年度までの 5 か年の取組を示しています。

○総合戦略には、4 つの基本目標を掲げており、それぞれに具体的施策及び数値目標として「重要業績評価指標」（K P I）を定めています。

図表 品川区総合戦略の基本目標及び具体的施策

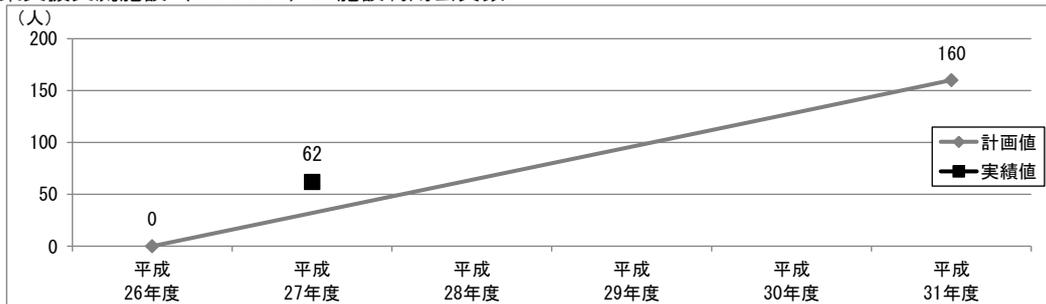


(2) 数値目標の達成状況

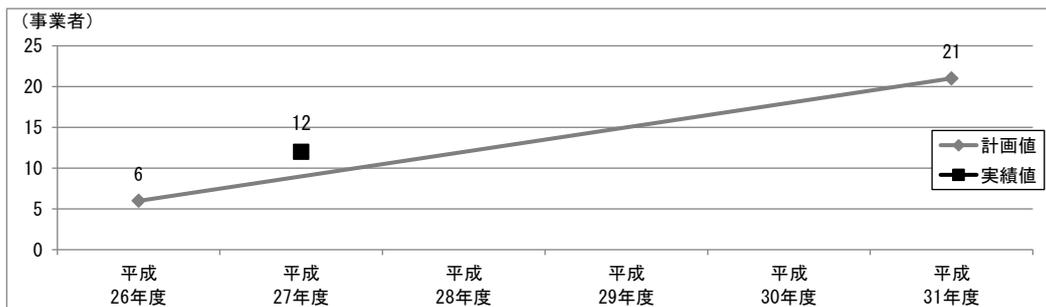
- 「品川区総合戦略」では、産業支援（就業支援を除く）に関する具体的施策について7つの数値目標（KPI）が示されています。
- 各KPIは、平成31年度を目標としており、現段階で把握可能な平成27年度（5か年計画の1年目）実績による達成率は下表のとおりとなっています。なお、7つの数値目標のうち「事業承継支援事業相談件数（年間）」については、平成28年度から開始される事業であるため、平成27年度時点で実績はありません。
- その他の6つの数値目標のうち、「品川産業支援交流施設（SHIP）の施設利用会員数」、「武蔵小山創業支援センター入居経験者のうち、区内で事業継続している事業者数（累計）」、「知的財産権取得支援企業数（累計）」については、目標値を上回るペースで増加しています。
- また、「立地継続支援事業助成件数（累計）」「ソフトウェア開発費助成企業数（累計）」については、ほぼ目標値に向けて順調に増加しています。
- 一方で、「区内企業間の新規取引件数（年間）」については、目標値を下回っています。

図表 KPI指標の進捗状況

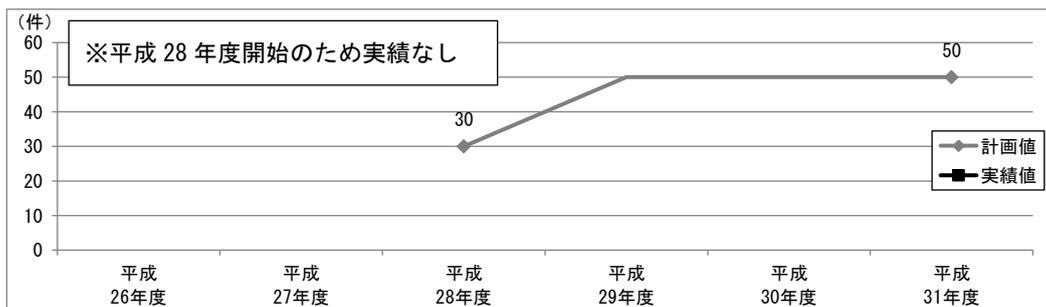
品川産業支援交流施設（SHIP）の施設利用会員数



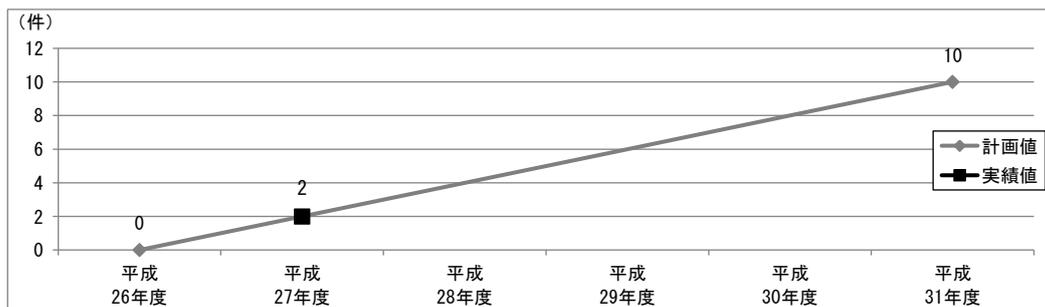
武蔵小山創業支援センター入居経験者のうち、区内で事業継続している事業者数（累計）



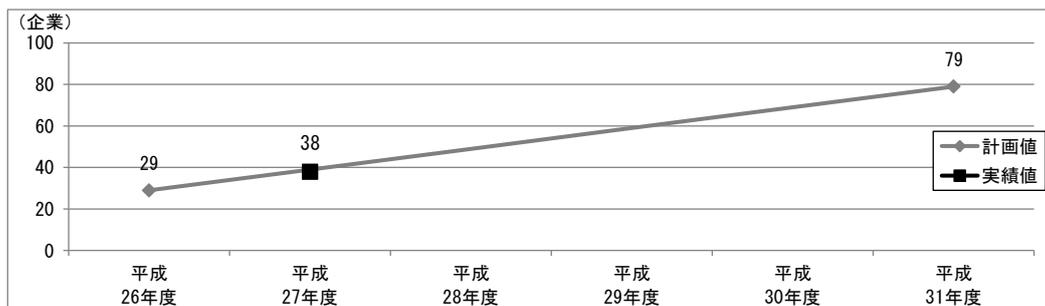
事業承継支援事業相談件数（年間）



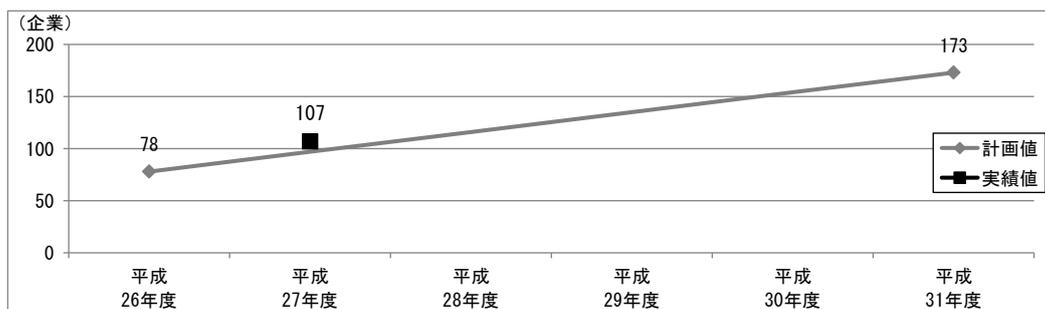
立地継続支援事業助成件数（累計）



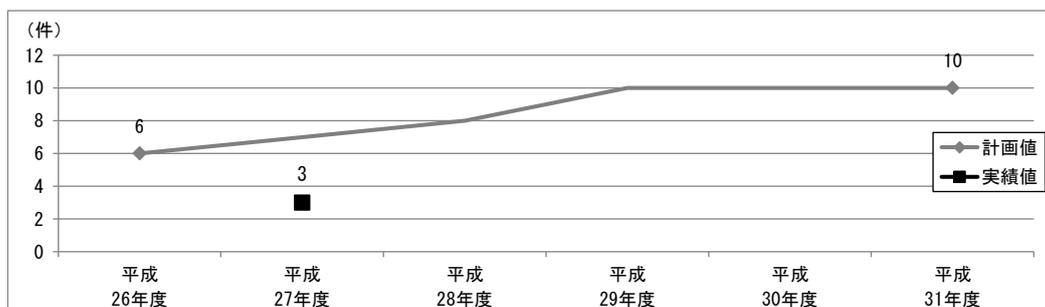
ソフトウェア開発費助成企業数（累計）



知的財産権取得支援企業数（累計）



区内企業間の新規取引件数（年間）（※）



（※）ものづくり地域企業ネットワーク再生事業
 ⇒区が主催する商談会等を通し、区内企業同士の取引が新規に発生した場合、その取引額の一部について発注企業に対し助成している。

(3) 事業の実施状況

①事業コスト

※ 本項では、比較可能な平成 25 年度から 27 年度までの 3 か年の推移状況について、記述します。

○7 つの施策の事業費の推移は、下表のとおりです。

○このうち、「製造業・情報通信業等への総合的支援」については、平成 25 年度から平成 26 年度にかけて、ビジネスカタリスト派遣や都立産技高専といった専門家による技術支援の件数が減少したこと、ソフトウェア開発費助成の利用件数が減少したこと等により、一時的に事業費は減少しました。その後、平成 27 年度には、平成 25 年度に近い水準まで増加しています。

○「マーケット拡大の支援」については、年度によって支援事業の助成件数等に増減がみられますが、過去 3 年間の事業費は概ね 30,000 千円程度となっています。

○「地域産業の経営力強化（立地継続の支援）」、「産業活性化拠点施設の運営」は、平成 27 年度から開始した事業です。

(単位：千円)

施策名	H25	H26	H27
地域産業の創業支援	48,859	52,145	54,993
地域産業の経営力強化 (立地継続の支援)			7,500
製造業・情報通信業等への 総合的支援	80,658	69,690	78,746
産学公連携の推進	1,463	1,547	1,099
ものづくり人材の育成	500	1,000	1,000
マーケット拡大の支援	30,685	28,358	29,541
産業活性化拠点施設の運営			17,712
合計	162,165	152,740	190,591

②実施事業の概要

○「品川区長期基本計画」における施策・事業分類ごとの事業名・事業目的・事業内容のうち、製造業・情報通信業等に関する事業は以下のとおりです。

1-2-1①地域産業の創業支援		
事業名	事業目的	事業内容
各創業支援センターの運営・事業実施	(武蔵小山創業支援センター) 「子育て」「子ども」「女性」を重点化のテーマとした施設として、チャレンジショップ・インキュベーションオフィスの提供及び創業に関する情報交換の拠点となる情報センターを確保し、創業者をハード・ソフト両面から支援する。	(武蔵小山創業支援センター) ○低廉な料金でチャレンジショップ・インキュベーションオフィススペースを提供するとともに、インキュベーションマネージャーをはじめとした専門スタッフによるアドバイスなどソフト面での支援サービスを提供することで、創業から事業化に至るまでの一貫支援を行う。
創業支援セミナー開催	(武蔵小山創業支援センター) 創業前や創業間もない段階にいる者に対し、創業に関する知識や、企業経営のノウハウに対する学習の場を提供し、創業率の向上を図るとともに創業者の経営を支援する。	(武蔵小山創業支援センター) ①漠然と創業を考えている者が創業のイメージを抱けるよう、創業のヒントを提供するプリセット講座 ②実際に起業を考えている者が自分で事業計画を立てられるよう、事業計画の立て方を教授する講座 ③既に創業済の者に対し、企業経営のノウハウや小規模企業が生き残るための経営戦略等を教授する講座という主に3種類の講座を開催し、創業におけるあらゆる段階のニーズに応える。
1-2-1②地域産業の経営力強化		
事業名	事業目的	事業内容
立地継続支援事業助成	住工混在地域における環境規制や、近隣住民とのトラブル等による工場の転出を防ぎ、円滑な事業継承につなげるため、操業環境の改善を目的とした現工場の改修費用・一時移転に伴う費用の一部を助成する。これによりものづくり企業の区内での立地継続及び事業継承を支援する。	○現工場の改修費・一時移転費用の一部助成 ○助成率 3/4 (負担割合：都 1/2 区 1/4) ○助成額上限 375 万円
1-2-3①製造業・情報通信業等への総合的支援		
事業名	事業目的	事業内容
ビジネスカタリスト派遣	自社製品の開発等による高付加価値化、新分野進出、販路開拓及び技術指導等、個々の企業が必要とするメニューをきめ細やかに提供することで、区内中小企業が抱える各種課題の解決を目的とする。	○豊富なビジネス経験と知識を有する「個人ビジネスカタリスト」、及び総合的・技術的に特化したアドバイスが提供できる「法人ビジネスカタリスト」が企業が直面している課題・問題点に対し、解決に向けたアドバイスを提供する。
新製品・新技術開発費助成	区内の中小製造業(企業・グループ)が新製品・新技術の開発に要する費用の一部を助成し、下請け脱却と新たな産業構造への転換を図る企業等の開発意欲を促進する。	○開発にかかる経費の一部を助成する。(助成率 2/3) ○成長産業分野(環境・医療・福祉) 助成額上限 500 万円 ○その他分野 助成額上限 250 万円
ソフトウェア開発費助成	組込ソフト、パッケージソフト、アプリケーションソフト等の開発に要する費用の一部を助成することで、近年区内に集積がみられる情報通信	○開発にかかる経費の一部を助成する。(助成率 2/3) ○助成額上限 100 万円

	業者の開発意欲を向上させ、新たな都市型産業の育成を目指す。	
事業名	事業目的	事業内容
知的財産権取得費助成	自社開発した独自技術の特許等の取得により保護し、また商標等の取得により他社との差別化を図った自社製品のブランド力を向上させることで、販路拡大に寄与することを目的とする。	○国内の知的財産権（特許、実用新案、意匠、商標）取得にかかる弁理士費用及び特許庁費用（出願料、審査請求料、審判請求料、特許料、登録料）の一部補助。 ○助成率 2/3 ○助成額上限 20 万円
都立産技高専技術指導	都立産技高専と共同で産学連携を発展させることにより、製品・技術開発の強化等、区内中小製造事業者が抱える各種課題の整理や解決を図る。	○産技高専の測定器・工作機器等の設備を利用し、産技高専の教員が技術指導を行う。また、区内中小製造事業者の生産現場に高専の教員が出向き、個々の企業の実情に応じた技術指導を実施する。
品川ビジネスクラブ助成金	東京のものづくり産業をリードする拠点形成を目指すため、(一財)品川ビジネスクラブの諸活動を支援する。	○品川ビジネスクラブの組織充実と円滑な運営、活動領域の拡大を図るため、活動に要する経費等の補助を行う。
1-2-3②産学公連携の推進		
事業名	事業目的	事業内容
インターンシップ助成	インターンシップ制度を通じて、産学交流を促進することにより、区内中小製造事業者等の振興を図ることを目的とする。	○産技高専等の工業系学生をインターンシップ生として受け入れた区内中小企業に、助成金を交付する。 ○学生一人当たりの限度額 2.5 万円（1 日 5,000 円×5 日間） ○受入学生の上限 3 人
都立産業技術研究センター利用料助成	製品・技術の開発、改良に伴う技術的課題等を、都立産業技術研究センターの各種サービスを利用することで解決へと導き、結果として区内産業の活性化につなげる。	○産技研の各種サービス利用にかかる経費の一部を助成する。 ○助成率 2/3 ○助成額上限 10 万円
1-2-3③ものづくり人材の育成		
事業名	事業目的	事業内容
技術者育成支援	区内企業の技術者の技術力・創造力等の向上を図ることで、区内産業のさらなる振興を目指す。併せて特に若手技術者のものづくり技術のスキルアップを支援することにより、技術力の底上げと次世代の中核を担う人材育成を支援する。	○都立産業技術高等専門学校及び（公財）大田区産業振興協会と連携し、産技高専教員を中心とした講師陣による技術系基礎講座を開催する。 また、産業技術大学院大学と連携し、産技大が得意とする分野での技術系セミナーを開催する。
1-2-3④マーケット拡大の支援		
事業名	事業目的	事業内容
メイドイン品川PR事業	区内企業が開発・実現化した優れた製品・技術を区が認定しPRすることにより、その製品の販路拡大を支援するとともに、区内企業の高い技術力を広くPRしブランドイメージを確立していく。	○自社開発し既に市場に投入されている優れた製品・技術について、審査により「メイドイン品川」ブランドとして認定し、広くPRする。また（公財）東京都中小企業振興公社との連携により公社が実施する「ニューマーケット開拓支援」において販路開拓を支援する。
ものづくり商談会（ものづくり地域企業ネットワーク再生事業）	区が主催する商談会等をきっかけに、新規販路開拓及び地域企業ネットワークの構築を図る。	○開催する商談会等において、区内企業同士の取引が新たに発生した場合、その取引額の一部を発注企業に対し助成する。 ○助成率（取引額の 5%） ○助成額上限 100 万円

事業名	事業目的	事業内容
大手企業とのビジネスマッチング	優れた要素技術・研究シーズ・加工技術等を持つ区内中小企業と大手企業がビジネスマッチングを行うことにより、両者の技術の共有化（共同による研究開発や生産技術開発、市場ニーズの獲得等）を図ることを目的とする。	○「技術レポート登録企業」の中からマッチングの可能性の高い企業を大手企業が選定し、商談形式による商談等を行う。
国内展示会出展費助成 品川パビリオン共同出展事業	対象企業が持つ高い技術力や高品質の製品等について、各種展示会を活用した効果的な情報発信を支援することにより、技術力を広くPRするとともに、受発注機会の増大、販路の拡大など区内企業の事業活動の活性化を図る。	○助成対象展示会に出展した際の小間料の2/3（助成額上限20万円）を助成する。 また各種産業展示会に「品川パビリオン」を出展し、対外的に品川のものづくりをPRするとともに、スケールメリットを活かしより多くの来場者を呼び込む。
海外展示会出展費助成	国際的な取引や海外進出を検討している企業に対し、海外販路拡大の支援を目的とする。	○助成対象展示会に出展した際、出展スペース料、展示品等輸送料、保険料、通訳人件費の2/3（助成額上限50万円）を助成する。
国際化対応専門相談等	高度な技術や高付加価値な自社製品を基に、海外取引・進出を考えている企業に対し、様々な側面から販路開拓等を支援する。	○特定の地域に限定した少人数制の「国際ビジネス支援講座」を開催するとともに、海外取引相談員を配置することで、進出ニーズのあるアジア市場をターゲットとした実務レベルの支援を展開する。
外国語版ホームページ作成経費助成	外国語版ホームページを作成することで、海外への販路拡大の機会を創出することを旨とする。	○新規に外国語版のホームページを作成するにあたっての翻訳経費、ホームページ改修経費、自動翻訳サービス活用経費の一部補助。 ○助成率2/3 ○助成額上限10万円
1-2-3⑤産業活性化拠点施設の運営		
事業名	事業目的	事業内容
品川産業支援交流施設（SHIP）運営	東京のものづくり産業をリードする拠点形成を目指し、平成27年6月に開設した品川産業支援交流施設（SHIP）の施設運営等を行う。	○指定管理者による当施設における各種産業振興事業の実施等を通じて、当施設が、新ビジネスの創造拠点及び都市型ものづくり産業拠点の象徴となることを目指す。

(4) 施策ごとの事業効果分析 (※達成率は平成27年度末時点の実績値を基に算出)

①地域産業の創業支援

■関連目標（「品川区総合戦略」におけるKPI）

○「武蔵小山創業支援センター入居経験者のうち、区内で事業継続している事業者数（累計）」については、年平均で3事業者ずつ増加し、平成31年度には21事業者を目指すこととしています。平成27年度時点の実績は、前年度から6事業者増加し12事業者となっており、目標値を上回るペースで推移しています。

指標	基準値 (H26)	目標値 (H31)	実績値 (H27)	達成率
武蔵小山創業支援センター入居経験者のうち、区内で事業継続している事業者数（累計）	6事業者	21事業者	12事業者	40.0%

■事業コスト（インプット） (※記述は、比較可能な平成25年度以降の3か年のみ)

○年度ごとに、セミナーの内容や回数、参加者数等に差がみられ、その状況により事業コストは変化しています。

○セミナーやイベントの内容等の充実を目指しており、事業コストは年々増加傾向にあります。

(単位：千円)

事業名	H25	H26	H27
武蔵小山創業支援センターの運営・事業実施	45,709	48,905	50,859
創業支援セミナー開催 (武蔵小山創業支援センター)	3,150	3,240	4,134
計	48,859	52,145	54,993

■事業実績（アウトプット）

○武蔵小山創業支援センターにおける「チャレンジショップ・インキュベーションオフィス稼働率」については、平成25年度、27年度では94%でしたが、その他の年度では96%以上となっています。これは、入居の要件が「創業希望者」・「創業3年未満」であることから、個人・法人の退去後、一定の空室の期間が発生しているものとみられます。

○「創業支援セミナー実施回数」については、平成26年度、27年度は40回程度となっており、平成23年度、24年度の半数程度となっています。これは、施設自体の周知の充実を図る必要があった開設当初から数年が経過し、比較的ニーズが高いセミナーの内容の充実等を図ったことによるものです。なお、セミナーについては、既に創業している個人・法人に対しても経営戦略や中小企業経営に関する講座など、幅広く行われています。

指標	H23	H24	H25	H26	H27
チャレンジショップ・インキュベーションオフィス稼働率	96%	100%	94%	96%	94%
創業支援セミナー実施回数	85回	83回	68回	43回	42回

■今後の課題

- 4 か所の創業支援センターのうち、武蔵小山において特に積極的な取組が行われています。加えて、西大井についてもインキュベーションマネージャーが常駐し、創業に係る各種支援を行っています。今後は、その他の2施設においても入居企業に対する支援の充実等を検討していく必要があります。
- 創業支援センターの運営について、効率化や独自性、事業の活性化等の観点から、施設の改修や建て替え、指定管理制度の導入等、運営方法の見直しの検討が必要です。

②地域産業の経営力強化

■関連目標（「品川区総合戦略」におけるKPI）

- 「事業承継支援事業相談件数（年間）」については、平成28年度からの新規事業であるため、平成27年度時点での実績はありません。
- 「立地継続支援事業助成件数（累計）」については、年平均2件の助成を行い、平成31年度には10件を目指すこととしています。平成27年度時点の実績は2件となっています。支援の対象は、いずれも防音工事となっており、騒音対策と考えられます。

指 標	基準値 (H26)	目標値 (H31)	実績値 (H27)	達成率
事業承継支援事業相談件数（年間）	—	50件	—	0.0%
立地継続支援事業助成件数（累計）	—	10件	2件	20.0%

■事業コスト（インプット）

- 「立地継続支援事業助成」については、平成27年度に計画通り2件を対象に実施し、予算通り7,500千円を執行しています。

（単位：千円）

事業名	H25	H26	H27
立地継続支援事業助成	—	—	7,500

■事業実績（アウトプット）

- 平成27年度に防音工事のため、2件の助成を行っています。

指 標	H23	H24	H25	H26	H27
立地継続支援事業助成件数	—	—	—	—	2件

■今後の課題

- 「立地継続支援事業」については、東京都と区の補助事業であり防音、防臭、防振の工事が助成対象となっています。しかし、企業からは防災対策（耐震工事等）のための活用を希望する声が寄せられています。今後、助成対象に耐震工事を含める（東京都との調整が必要）など、実態に合った事業の検討が必要です。

③製造業・情報通信業等への総合的支援

■関連目標（「品川区総合戦略」におけるKPI）

- 「ソフトウェア開発費助成企業数（累計）」については、年平均 10 企業に支援し、平成 31 年度に累計 79 企業を目指すこととしています。平成 27 年度の実績は 9 企業となっており、目標値に向けて着実に推移しています。
- 「知的財産権取得支援企業数（累計）」については、年平均 19 企業ずつ増加し、平成 31 年度には累計 173 企業を目指すこととしています。平成 27 年度の実績は 29 企業で目標値を上回るペースで推移しています。

指 標	基準値 (H26)	目標値 (H31)	実績値 (H27)	達成率
ソフトウェア開発費助成企業数（累計）	29 企業	79 企業	38 企業	18.0%
知的財産権取得支援企業数（累計）	78 企業	173 企業	107 企業	30.5%

■事業コスト（インプット）（※記述は、比較可能な平成 25 年度以降の 3 か年のみ）

- 6 つの事業のうち、「新製品・新技術開発費助成」を除く 5 つの事業で、平成 25 年度から平成 26 年度にかけて、事業コストが減少したものの、平成 27 年度には増加に転じています。
- 「品川ビジネスクラブ助成金」を除く 5 つの事業で、実施回数・助成件数の増減等に伴い、事業コストも推移しています。

（単位：千円）

事業名	H25	H26	H27
ビジネスカタリスト派遣	3,700	2,740	3,495
新製品・新技術開発費助成	23,240	24,204	19,972
ソフトウェア開発費助成	9,000	5,000	9,000
知的財産権取得費助成	2,955	2,796	3,365
都立産技高専技術指導	1,060	600	924
品川ビジネスクラブ助成金	40,703	34,350	41,990
計	80,658	69,690	78,746

■事業実績（アウトプット）

- 「ビジネスカタリスト派遣回数」「新製品・新技術開発費助成件数」「知的財産権取得費助成件数」「都立産技高専技術指導実施回数」については、年度ごとに増減を繰り返しています。
- 「ソフトウェア開発費助成件数」については、平成 24 年度から 26 年度にかけて減少傾向が続いていましたが、平成 27 年度には 9 件へと増加しています。
- 「ビジネスクラブ会員数」については、平成 25 年度から平成 26 年度までは増加しましたが、平成 27 年度には 171 人へと減少しています。

指 標	H23	H24	H25	H26	H27
ビジネスカタリスト派遣回数	131 回	145 回	147 回	129 回	165 回
新製品・新技術開発費助成件数	13 件	12 件	16 件	18 件	11 件
ソフトウェア開発費助成件数	5 件	10 件	9 件	5 件	9 件
知的財産権取得費助成件数	16 件	15 件	25 件	22 件	29 件
都立産技高専技術指導実施回数	46 回	39 回	53 回	30 回	44 回
ビジネスクラブ会員数	—	—	178 人	203 人	171 人

■今後の課題

- 「ビジネスカタリスト派遣」については、民間企業等を退職した 65 歳以上の技術者が多くを占めていることや、近年区内で集積が進んでいる情報通信業に係るカタリスト登録者は少数となっていること等から、時代の変化に対応できるよう多様な人材の確保が必要です。
- 「新製品・新技術開発費助成」については、国や東京都の助成事業もあることから、区の助成事業と国・東京都との役割分担・すみわけ等について検討が必要です。
- 「ソフトウェア開発費助成」については、年間上限 100 万円の助成金が主に人件費に充てられている状況にあり、助成のあり方について検討が必要です。
- 「知的財産権取得費助成」については、申請件数が多く、予算が不足しがちな状況となっており、企業のニーズや取得の効果等を検証しながら、助成のあり方について検討が必要です。なお、中小企業が知的財産権の申請を目指すにあたっては、新たな技術開発に長期間を要すること、単独で知的財産権取得を進めることに困難が多いことなど、解決すべき課題が残されていると考えられます。

④産学公連携の推進

■事業コスト（インプット）

- 「インターンシップ助成」については、企業のインターンシップ受入人数により変動していますが、平成 24 年度を除き、概ね 400 千円台で推移しています。
- 「都立産業技術研究センター利用料助成」については、助成件数の増加傾向があり、併せて事業コストも増加しています。

(単位：千円)

事業名	H23	H24	H25	H26	H27
インターンシップ助成	450	200	490	425	275
都立産業技術研究センター利用料助成	629	920	973	1,122	824
計	1,079	1,120	1,463	1,547	1,099

■事業実績（アウトプット）

- 「インターンシップの受入人数」については、平成 25 年度の 20 人をピークに減少傾向となっています。
- 「都立産業技術研究センター利用料助成件数」については、平成 25 年度まで増加傾向が続

いていましたが、その後は減少傾向に転じています。

指 標	H23	H24	H25	H26	H27
インターンシップ受入人数	18人	8人	20人	17人	11人
都立産業技術研究センター利用料助成件数	13件	19件	26件	21件	18件

■今後の課題

- 「インターンシップ助成」については、従来の産技高専の学生支援のための事業から、人手不足の解消を目指す企業のための事業に変わりつつあります。人材確保、とりわけ若手技術者の確保は区内企業にとって大きな課題になっていることや、東京都においても同様の助成事業があることから、助成のあり方について検討が必要です。

⑤ものづくり人材の育成

■事業コスト（インプット）

- 「技術者育成支援」については、平成25年度を除き、1,000千円となっています。

(単位：千円)

事業名	H23	H24	H25	H26	H27
技術者育成支援	1,000	1,000	500	1,000	1,000

■事業実績（アウトプット）

- 「若手技術者支援講座等（都立産技高専若手技術者支援講座および産業技術大学院大学セミナー）参加者数」については、平成24年度の76人をピークに、平成26年度まで減少していましたが、平成27年度には77人となり、平成24年度の水準まで増加しています。
- 「若手技術者支援講座」は産技高専や大田区との共同事業です。区内の企業のうち、単独での研修が困難な企業にとっては有益な事業となっています。

指 標	H23	H24	H25	H26	H27
若手技術者支援講座等（都立産技高専若手技術者支援講座および産業技術大学院大学セミナー）参加者数	44人	76人	33人	25人	77人

■今後の課題

- 実施内容や年度によって参加者に差が大きいため、事業のあり方や内容等の検討が必要です。

⑥マーケット拡大への支援

■関連目標（「品川区総合戦略」におけるKPI）

- 「区内企業間の新規取引件数（年間）」については、平成28年度には年間8件、平成29年度以降は年間10件の新規取引を目指すこととしています。平成27年度の新規取引件数は3件となり、目標値を下回っています。近年「ものづくり商談会」に参加する企業の入れ替わりが少なくなってきたり、新規取引が生まれにくい状況になりつつあります。

指 標	基準値 (H26)	目標値 (H31)	実績値 (H27)	達成率
区内企業間の新規取引件数（年間）	6件	10件	3件	30.0%

■事業コスト（インプット）（※記述は、比較可能な平成25年度以降の3か年のみ）

- 平成24年度に開始した「メイドイン品川PR事業」については、毎年度4～5件を認定しPR活動を行っています。PR活動の内容に応じて、事業コストは増減していますが、平成26年度、平成27年度とも2,900千円となっています。
- 「ものづくり商談会（ものづくり地域企業ネットワーク再生事業）」については、商談会等を通して区内企業同士の新規取引が発生した場合の助成の有無により、年度ごとに増減があります。
- 「大手企業とのビジネスマッチング」については、事業コストは毎年度2,500千円前後で推移しています。
- 「国内展示会出展費助成・品川パビリオン共同出展事業」については、助成件数の増減等に応じて、事業コストも増減しています。
- 「海外展示会出展費助成」については、平成25年度以降、1件ずつ増加していますが、事業コストは平成25年度以降減少しており、平成26年度と平成27年度はほぼ同額となっています。
- 「外国語版ホームページ作成経費助成」については、助成件数の増減に応じて、事業コストも増減しています。

（単位：千円）

事業名	H25	H26	H27
メイドイン品川PR事業	3,000	2,900	2,900
ものづくり商談会 （ものづくり地域企業ネットワーク再生事業）	1,584	2,129	1,897
大手企業とのビジネスマッチング	2,480	2,400	2,506
国内展示会出展費助成・ 品川パビリオン共同出展事業	14,394	13,238	14,888
海外展示会出展費助成	7,467	5,705	5,559
国際化対応専門相談等	1,368	1,314	1,350
外国語版ホームページ作成経費助成	392	672	441
計	30,685	28,358	29,541

■事業実績（アウトプット）

- 7つの指標のうち「メイドイン品川認定件数」については、平成26年度に5件となりましたが、事業が開始された平成24年度以降、概ね4件で推移しています。
- 「ものづくり商談会参加企業数」と「国際ビジネス支援講座参加企業数」については、年度ごとに参加企業数が増減を繰り返しています。
- 「大手企業とのビジネスマッチング参加企業数」については、毎年40件程度で推移してき

ましたが、平成 27 年度は 11 件に減少しました。

- 「国内展示会出展費助成件数」については、平成 26 年度まで増加傾向となっていました、平成 27 年度には減少しています。
- 「海外展示会出展費助成件数」と「外国語版ホームページ作成経費助成件数」については、毎年 1～3 件程度の増減で推移しています。

指 標	H23	H24	H25	H26	H27
メイドイン品川認定件数	—	4 件	4 件	5 件	4 件
ものづくり商談会参加企業数	114 件	61 件	117 件	110 件	101 件
大手企業とのビジネスマッチング参加企業数	49 件	52 件	49 件	34 件	11 件
国内展示会出展費助成件数	18 件	19 件	24 件	30 件	21 件
海外展示会出展費助成件数	6 件	4 件	4 件	5 件	6 件
国際ビジネス支援講座参加企業数	127 件	78 件	94 件	38 件	65 件
外国語版ホームページ作成経費助成件数	—	6 件	4 件	7 件	5 件

■今後の課題

- 「メイドイン品川 P R 事業」については、平成 24 年度の開始から平成 28 年度で 5 年が経過することから、今後、事業のあり方等について検討が必要です。
- 「ものづくり商談会」については、毎年一定の成果がみられるものの、参加企業が固定化されると新規の商談が生まれにくくなります。効果的に参加者を循環させ、新規取引が増やせるよう、開催方法等の検討が必要です。
- 「大手企業とのビジネスマッチング」については、近年、様々な支援機関がマッチング事業に参入しており、区の事業が当初ほど効果を上げにくくなっています。今後は、参加企業の意見を検証しながら、縮小や廃止を含めた検討が必要です。
- 「品川パビリオン共同出展事業」については、毎年継続して出展している企業が多く、イベントとして停滞気味となっていますが、継続して出展することにより認知度が上がり事業効果が高くなるという出展企業の意見もあります。また、2020 年に開催される東京オリンピック・パラリンピック開催により、現在使用している東京ビッグサイトが利用できなくなることから、会場の確保等について検討が必要です。
- 「国際化対応専門相談等」については、国際ビジネス支援講座への参加者が年々減少しています。また、平成 28 年度には開催回数をこれまでの 8 回から 3 回に減らしており、縮小傾向にあります。今後は、事業のあり方や運営方法等について検討が必要です。

⑦産業活性化拠点施設の運営

■関連目標（「品川区総合戦略」における K P I）

- 品川産業支援交流施設（SHIP）の施設利用会員数については、平成 27 年度末時点で 62 人となっています。この時点で、平成 31 年度の目標値の 38.8%に達しており、比較的早いペースで推移しています。その背景として、当該施設のサービス内容等に加えて、SHIP

が立地している大崎地区が情報通信業（ICT）の進出が多い地域であることから、その社員や関連する個人事業主等が利用しやすい場所と環境にあること等が考えられます。

指 標	基準値 (H26)	目標値 (H31)	実績値 (H27)	達成率
品川産業支援交流施設（SHIP）の施設利用 会員数	—	160人	62人	38.8%

■事業コスト（インプット）

○平成27年度から開始した事業であり、施設整備や開設に必要な諸費用を含めて17,712千円となっています。

（単位：千円）

事業名	H25	H26	H27
品川産業支援交流施設（SHIP）運営	—	—	17,712

■事業実績（アウトプット）

○平成27年度末時点でオープンラウンジの会員数が62人となっており、施設の認知度の向上により今後も増加が見込まれます。

指 標	H23	H24	H25	H26	H27
オープンラウンジ会員数	—	—	—	—	62人

■今後の課題

- 開設して1年が経過し、オープンラウンジ会員数も増えてきたところですが、今後、SHIPを品川区における産業の高度化に向けた総合的な支援の拠点としていくためには、認知度の向上によるさらなる利用者の拡大と会員同士の交流拠点としての役割の充実に加え、異業種間連携や産学連携をはじめとする多様なつながりと新たなイノベーションを創出する拠点として、さらなる機能強化と実施事業の充実等を図る必要があります。
- SHIPの指定管理者である品川ビジネスクラブについては、品川ビジネスクラブとしての事業内容とSHIPの指定管理者としての事業内容とのすみわけ・役割分担について今後調整していく必要があります。

第3章 アンケート調査等からみる区内事業所の状況

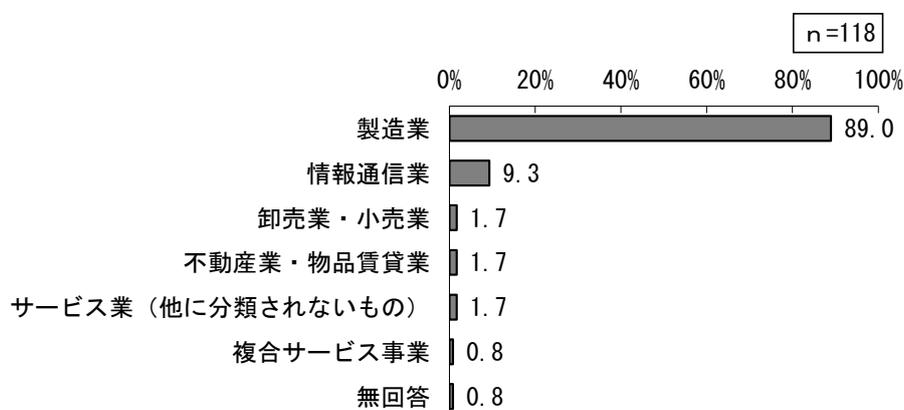
(1) 区内事業所の状況

(調査結果における留意事項)

○企業訪問調査では、回答のあった事業所（118 事業所）の 9 割（89.0%）は製造業であり、回答全体として製造業の意向が強く反映されるほか、情報通信業を含むその他の業種割合は 1 割（12.7%）となります。

(※調査対象となる製造業・情報通信業以外の業種が含まれるのは、本業の製造業・情報通信業と合わせて、別の事業を展開している事業者があるためです)

図表 業種（企業訪問調査）

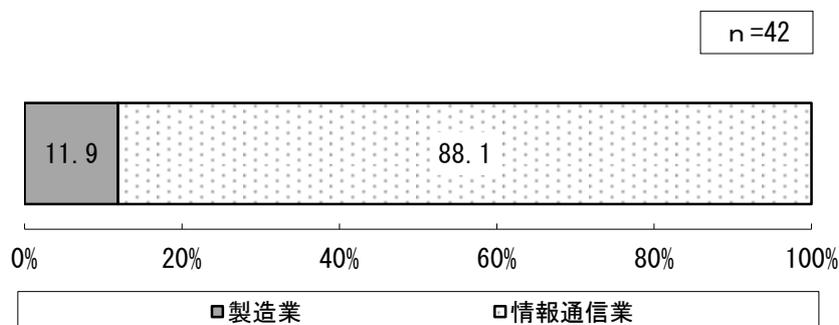


※回答がなかった（0%）項目は非表示

○創業 10 年以内企業へのアンケート調査では、回答のあった事業所の 9 割（88.1%）は情報通信業であり、回答全体として情報通信業の意向が強く反映されます。

○そのため、企業訪問調査を製造業、創業 10 年以内企業へのアンケート調査を情報通信業の意向として整理します。

図表 業種（創業 10 年以内企業アンケート）

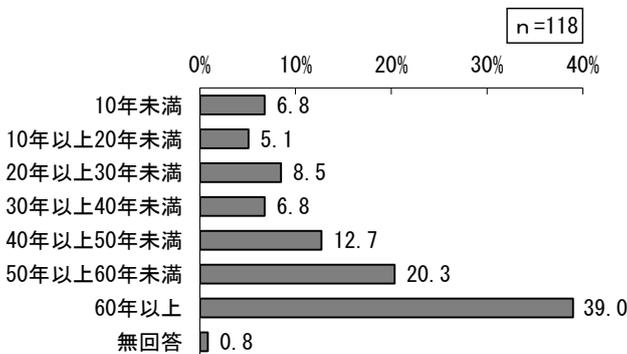


①回答のあった事業所の特性

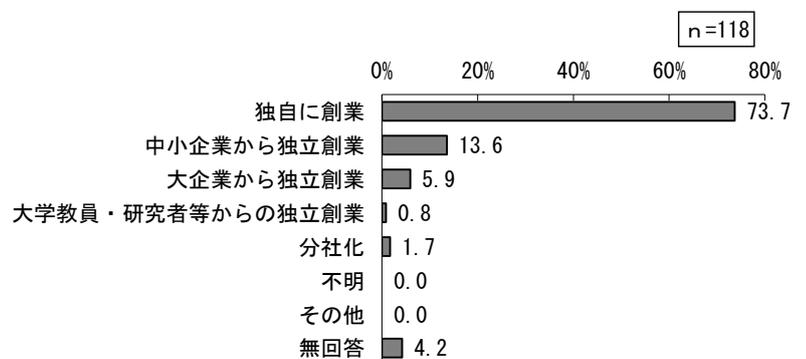
■企業訪問調査（製造業）

○創業年数を見ると、「60年以上」が4割（39.0%）あり、8割（78.8%）の事業所が30年以上となっています。また、独自に創業した事業所が7割（73.7%）を占め、大企業、中小企業からの独立は2割（19.5%）となっています。

図表 創業年

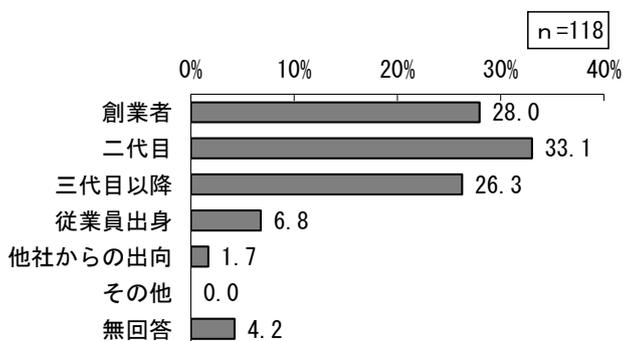


図表 創業の経緯

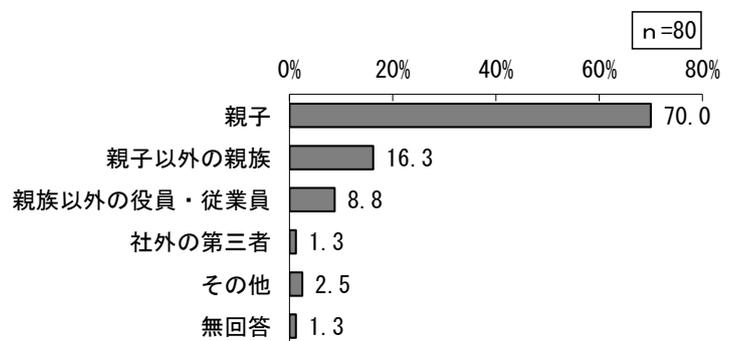


○現在の経営者の続柄・出身については、「2代目」（33.1%）が最も多く、次いで「創業者」（28.0%）、「3代目以降」（26.3%）が上位に挙がっており、また、先代経営者の間柄の最上位は「親子」（70.0%）となっていることから、親から継いだ2代目や3代目が運営する事業所が回答の中心となっています。

図表 現在の経営者の続柄・出身

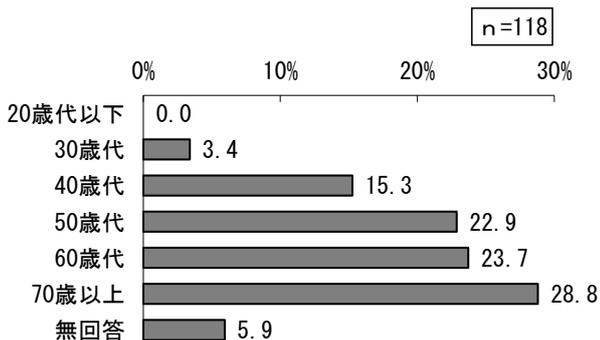


図表 現経営者と先代経営者の間柄

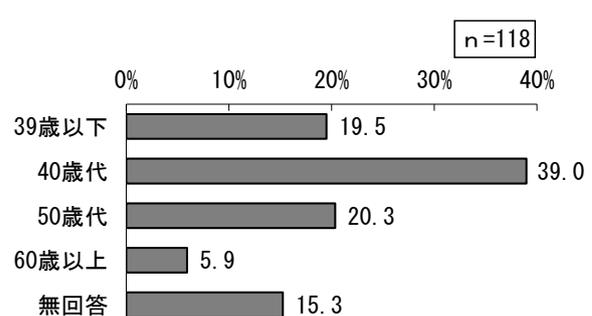


○事業所の代表者の年齢は70歳代以上（28.8%）、従業員の平均年齢は40歳代（39.0%）が最も多くなっています。

図表 代表者の年齢

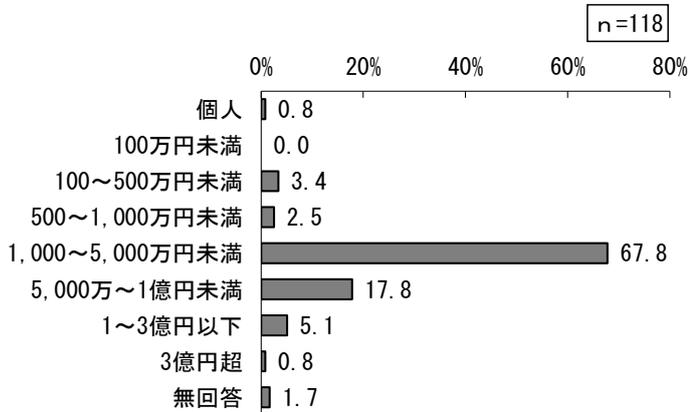


図表 従業員の平均年齢

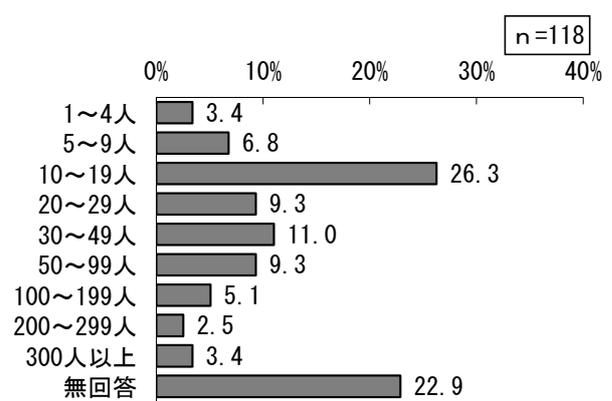


○事業所の規模は、資本金 1,000～5,000 万円未満が 7 割（67.8%）、従業員数は 10～19 人が 2 割半ば（26.3%）と多くなっています。

図表 資本金

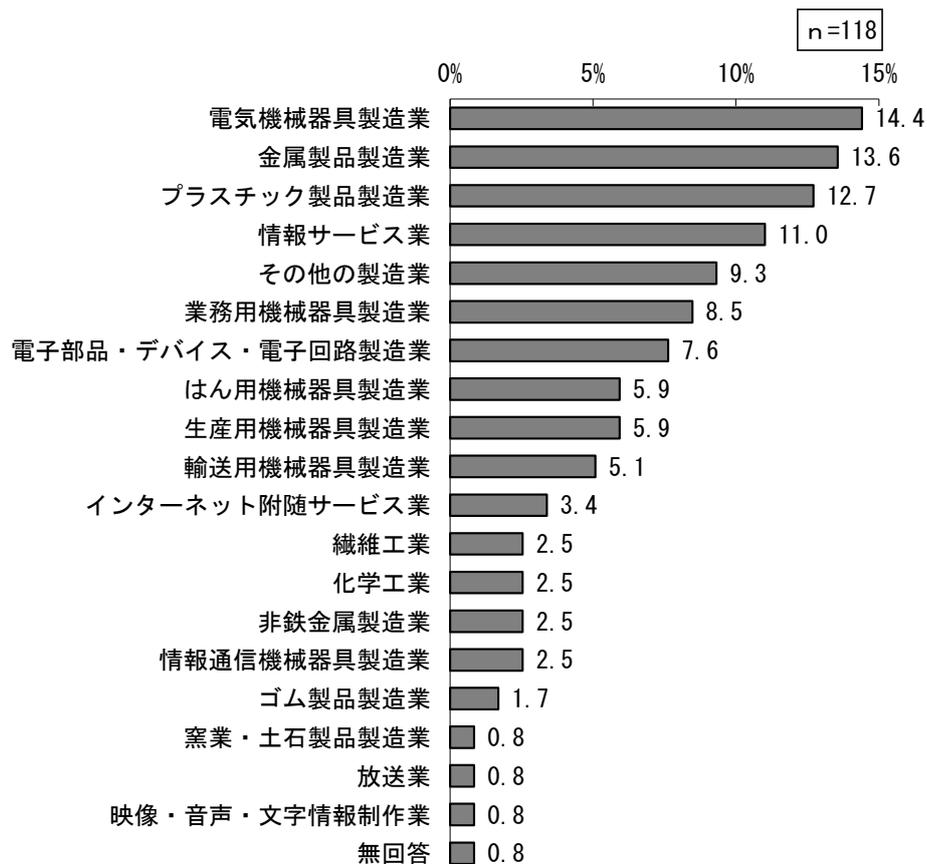


図表 事業所従業員数（合計）



○事業所の業種は「電気機械器具製造業」（14.4%）、「金属製品製造業」（13.6%）、「プラスチック製品製造業」（12.7%）が上位に挙がっています。

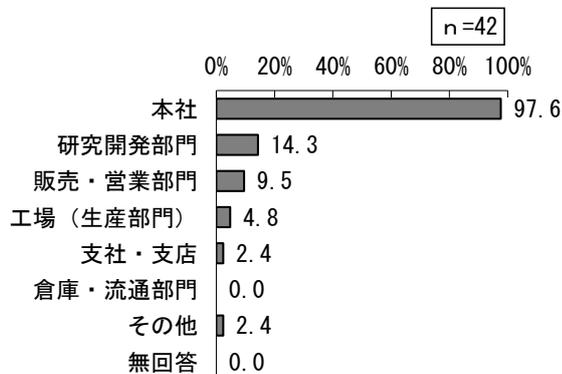
図表 事業所の業種



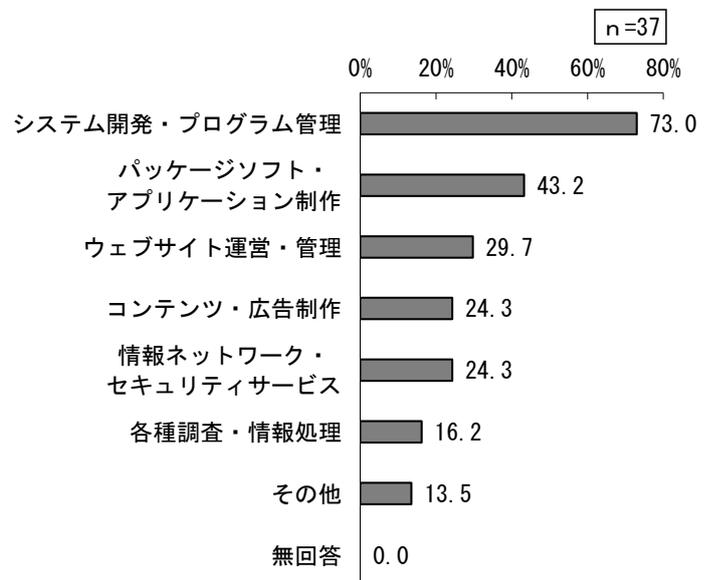
■創業10年以内企業へのアンケート調査（情報通信業）

○事業所の機能として、事業所の9割強（97.6%）が「本社」であり、事業内容は「システム開発・プログラム管理」（73.0%）、「パッケージソフト・アプリケーション制作」（43.2%）、「ウェブサイト運営・管理」（29.7%）が上位に挙がっています。

図表 事業所の機能（複数回答可）

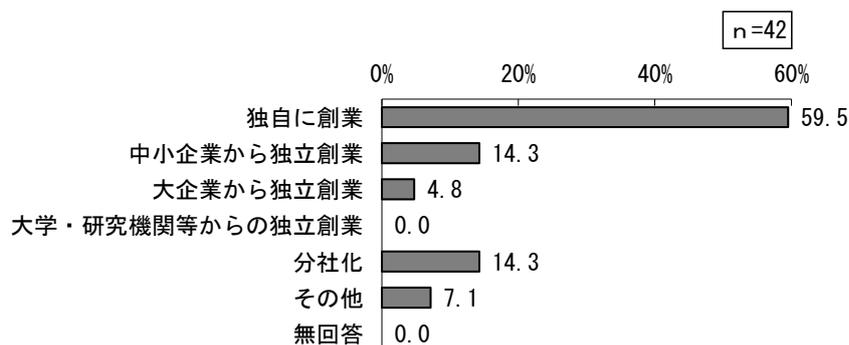


図表 事業内容（情報通信業）（複数回答可）



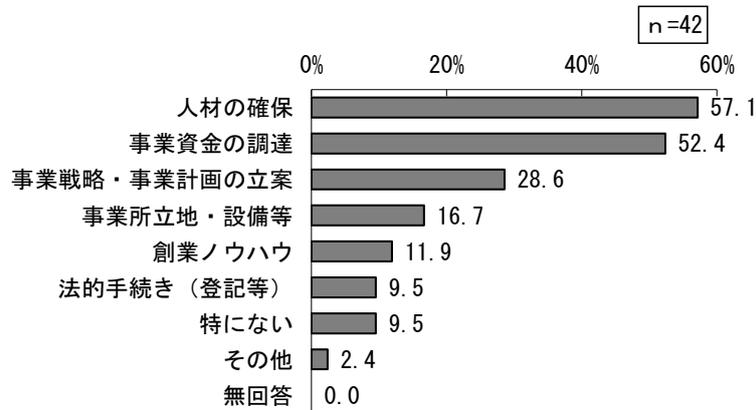
○創業にあたっては、独自に創業した事業所が6割（59.5%）を占め、大企業、中小企業からの独立は2割（19.1%）となっています。

図表 創業の経緯



○創業時の苦勞、課題では、「人材の確保」(57.1%)、「事業資金の調達」(52.4%)、「事業戦略・事業計画の立案」(28.6%)が上位に挙がっています。

図表 創業時の苦勞・課題（複数回答可）

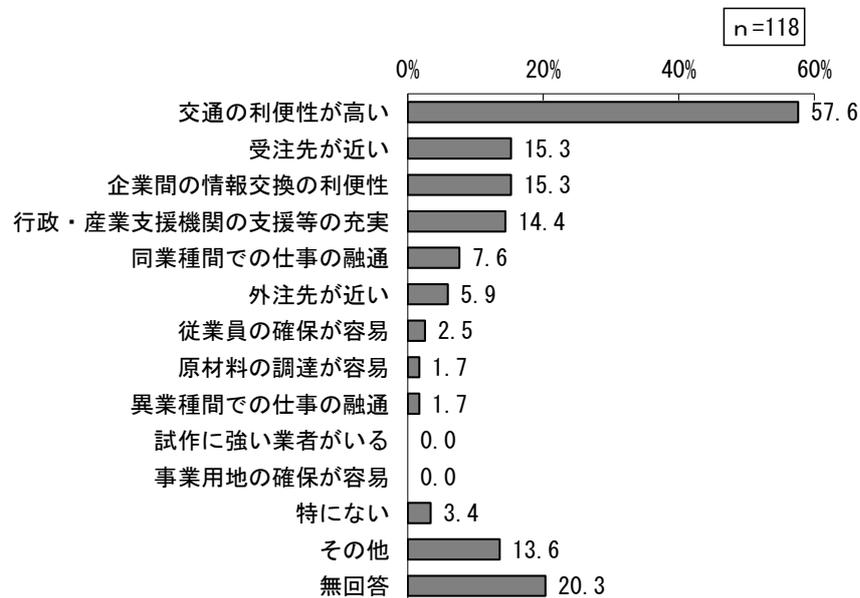


②立地の状況（立地のメリット・デメリット）

■企業訪問調査（製造業）

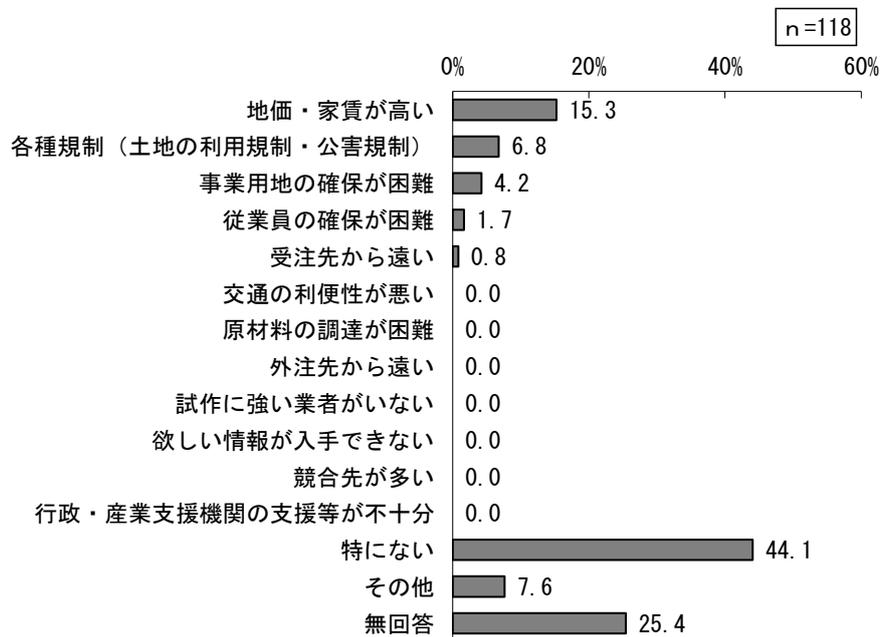
○区内に立地しているメリットについては、「交通の利便性が高い」(57.6%)、「受注先が近い」、「企業間の情報交換の利便性」（ともに 15.3%）が上位に挙がっています。

図表 区内に立地しているメリット（複数回答可）



○区内に立地しているデメリットについては、「地価・家賃が高い」(15.3%)、「各種規制(土地の利用規制・公害規制)」(6.8%)、「事業用地の確保が困難」(4.2%)が上位に挙がっています。「特にない」を除く)

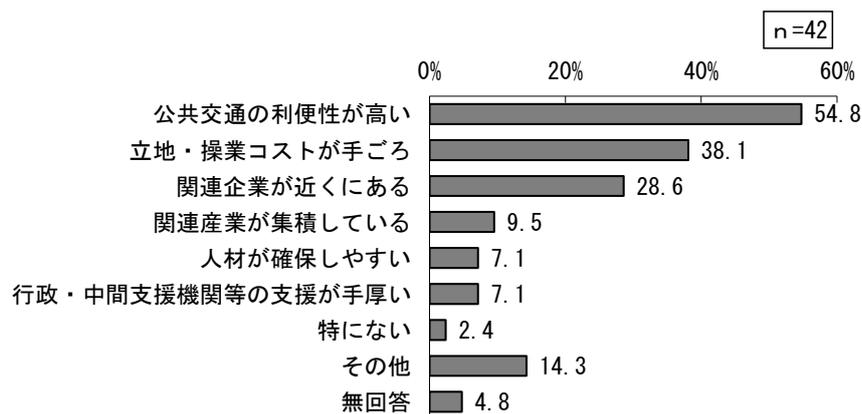
図表 区内に立地しているデメリット(複数回答可)



■創業10年以内企業へのアンケート調査(情報通信業)

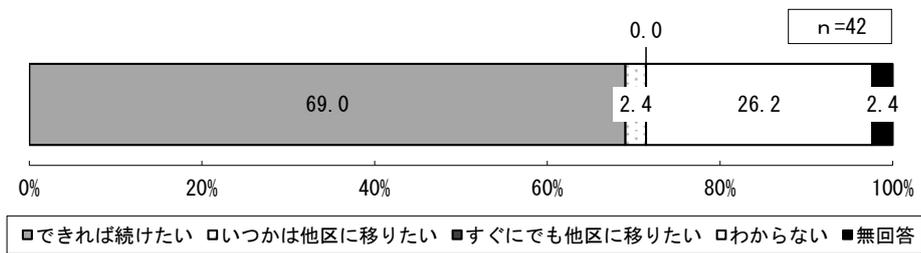
○品川区内に立地した理由としては、「公共交通の利便性が高い」(54.8%)、「立地・操業コストが手ごろ」(38.1%)、「関連企業が近くにある」(28.6%)が上位に挙がっています。

図表 区内に立地した理由(複数回答可)



○今後も、品川区に立地し続けたい意向としては「できれば続けたい」が7割（69.0%）を占めています。

図表 区内に立地し続ける意向



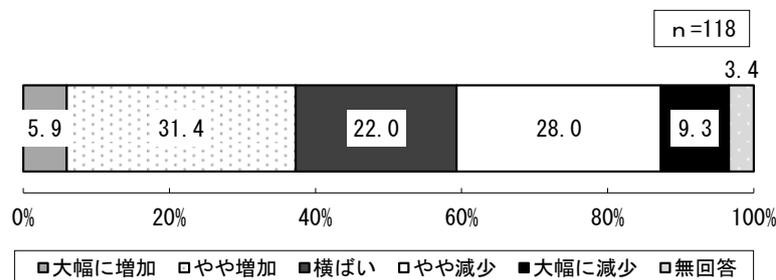
③取引の状況

■企業訪問調査（製造業）

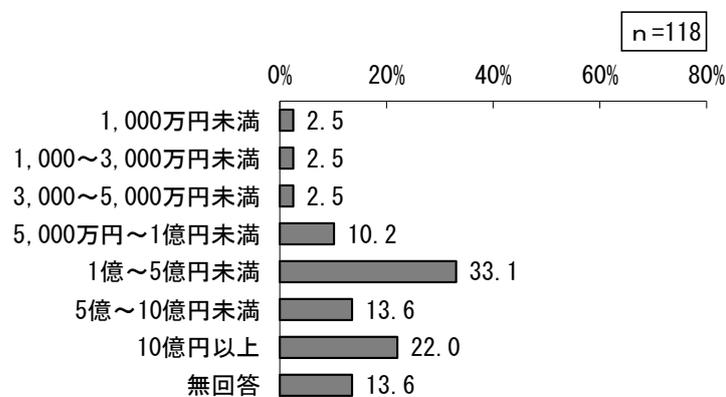
○ここ3年間の売上高から取引の状況をみると、売上高の推移では「やや増加」が最も多く、3割（31.4%）を占める一方で「横ばい」が2割（22.0%）、「やや減少」（28.0%）、「大幅に減少」（9.3）を合わせた3割強（37.3%）は“減少”と回答しており、売上げについて好転している様子はあまりみられません。

なお、直近の売上げは「1億～5億円未満」が3割（33.1%）となっています。

図表 売上高の推移（ここ3年間）

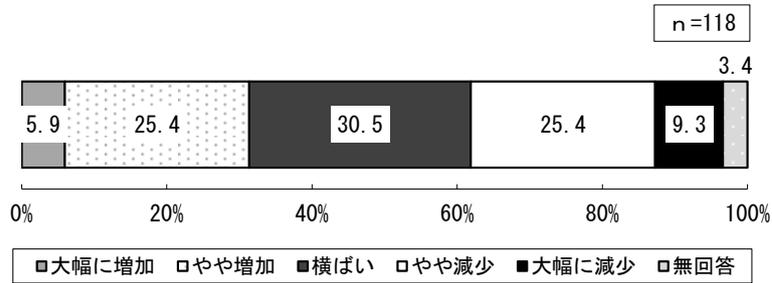


図表 売上高（直近）



○営業利益の推移では「横ばい」が3割（30.5%）で、「大幅に減少」（9.3%）と「やや減少」（25.4%）を合わせた“減少”（34.7%）が、「大幅に増加」（5.9%）と「やや増加」（25.4%）を合わせた“増加”（31.3%）を3.4ポイント上回っています。

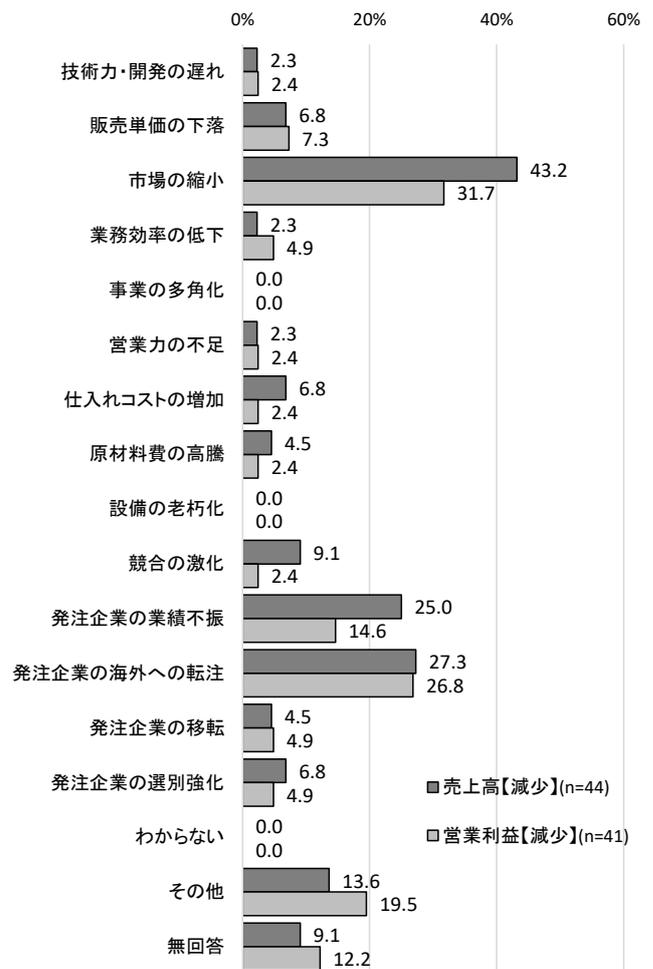
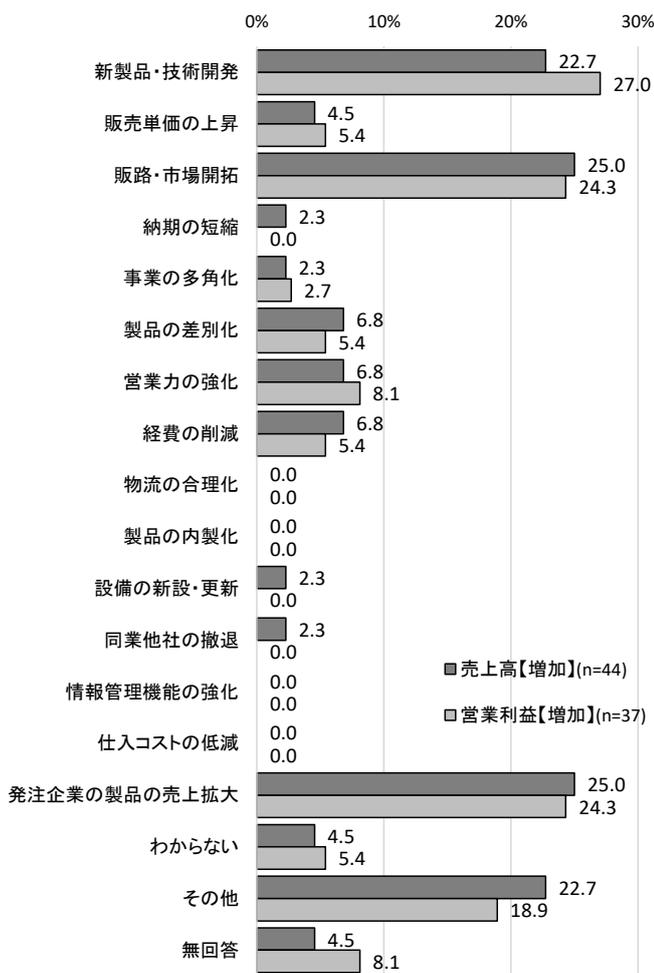
図表 営業利益の推移（ここ3年間）



○事業所の取引の状況について、増加と回答した事業所の売上高、営業利益の増加要因として、「販路・市場開拓」、「発注企業の製品の売上拡大」、「新製品・技術開発」を上位に挙げています。一方、減少と回答した事業所の売上高、営業利益の減少要因では、「市場の縮小」、「発注企業の海外への転注」、「発注企業の業績不振」が上位に挙がっています。

図表 増加要因（複数回答可）

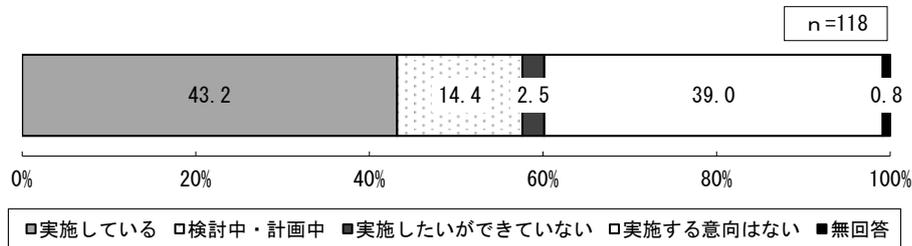
図表 減少要因（複数回答可）



○海外との取引の状況を見ると、「実施している」と回答した事業所は4割（43.2%）、「実施する意向はない」と回答した事業所も4割（39.0%）となっています。

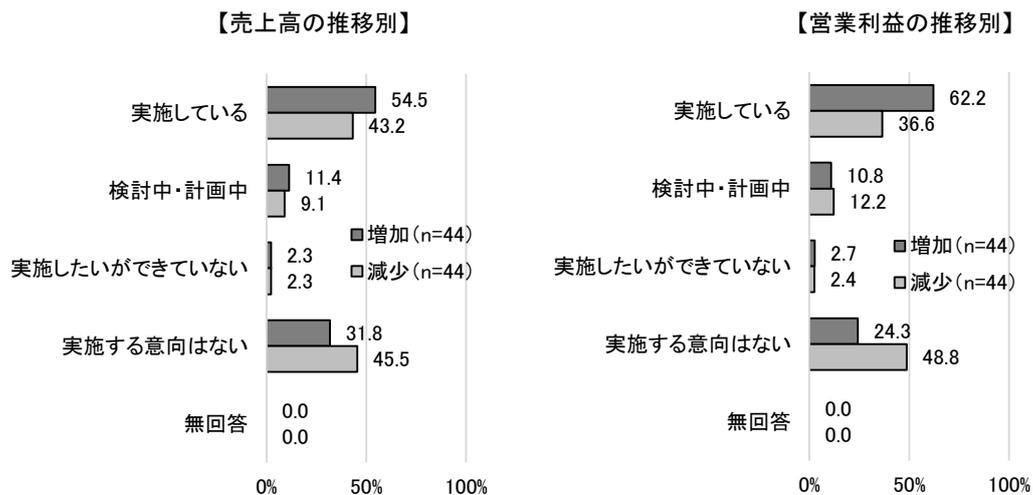
なお、海外との取引を「検討中・計画中」と回答した事業は1割（14.4%）となっています。

図表 海外ビジネスの実施状況



○ここ3年間の売上高及び営業利益の推移別に、海外ビジネスの実施状況を見ると、売上高、営業利益が増加している事業所では、海外ビジネスを「実施している」割合が高く、減少している事業所では、「実施する意向はない」割合が高くなっており、売上高・営業利益の推移と海外ビジネスの実施の有無に若干の関連性がみられます。

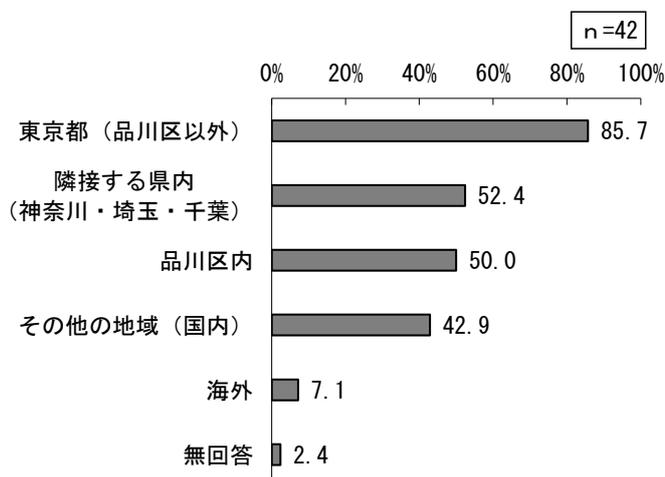
図表 売上高・営業利益の推移別にみる海外ビジネスの実施状況



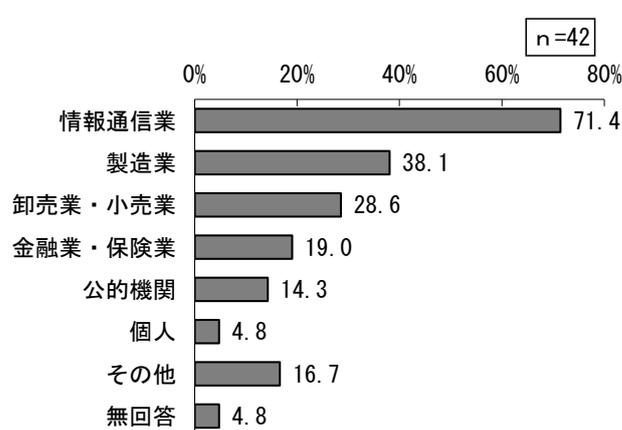
■創業10年以内企業へのアンケート調査（情報通信業）

○受注について、取引先の所在地は「東京都（品川区以外）」（85.7%）、「隣接する県内（神奈川県・埼玉県・千葉県）」（52.4%）、「品川区内」（50.0%）、業種では「情報通信業」（71.4%）、「製造業」（38.1%）、「卸売業・小売業」（28.6%）が上位に挙がっています。

図表 取引先の所在地（受注元）（複数回答可）

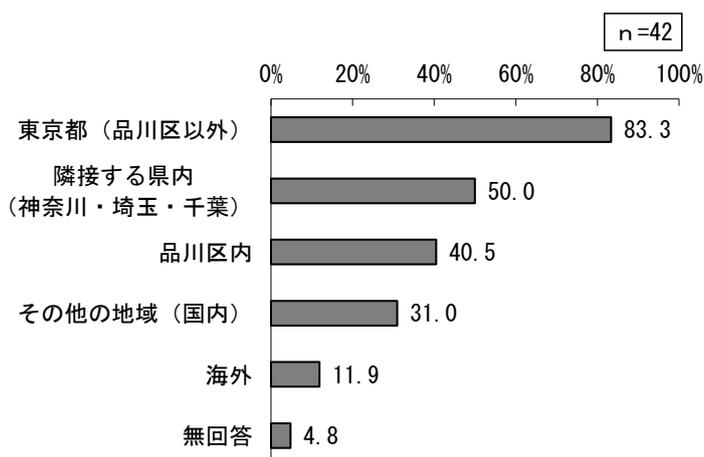


図表 取引企業の業種（受注元）（複数回答可）

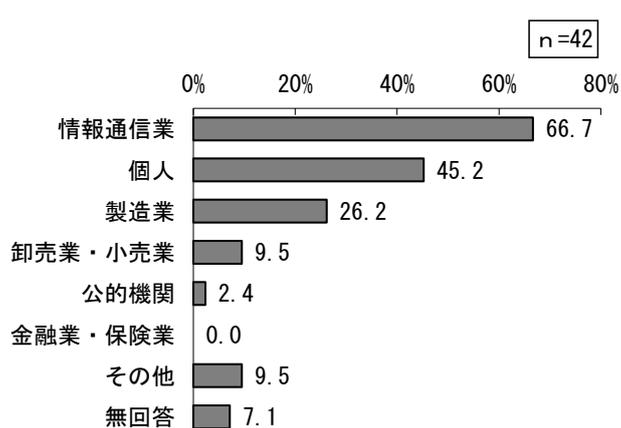


○発注に関して、取引先の所在地は「東京都（品川区以外）」（83.3%）、「隣接する県内（神奈川県・埼玉県・千葉県）」（50.0%）、「品川区内」（40.5%）、業種では「情報通信業」（66.7%）、「個人」（45.2%）、「製造業」（26.2%）が上位に挙がっています。

図表 取引先の所在地（発注先）（複数回答可）



図表 取引企業の業種（発注先）（複数回答可）



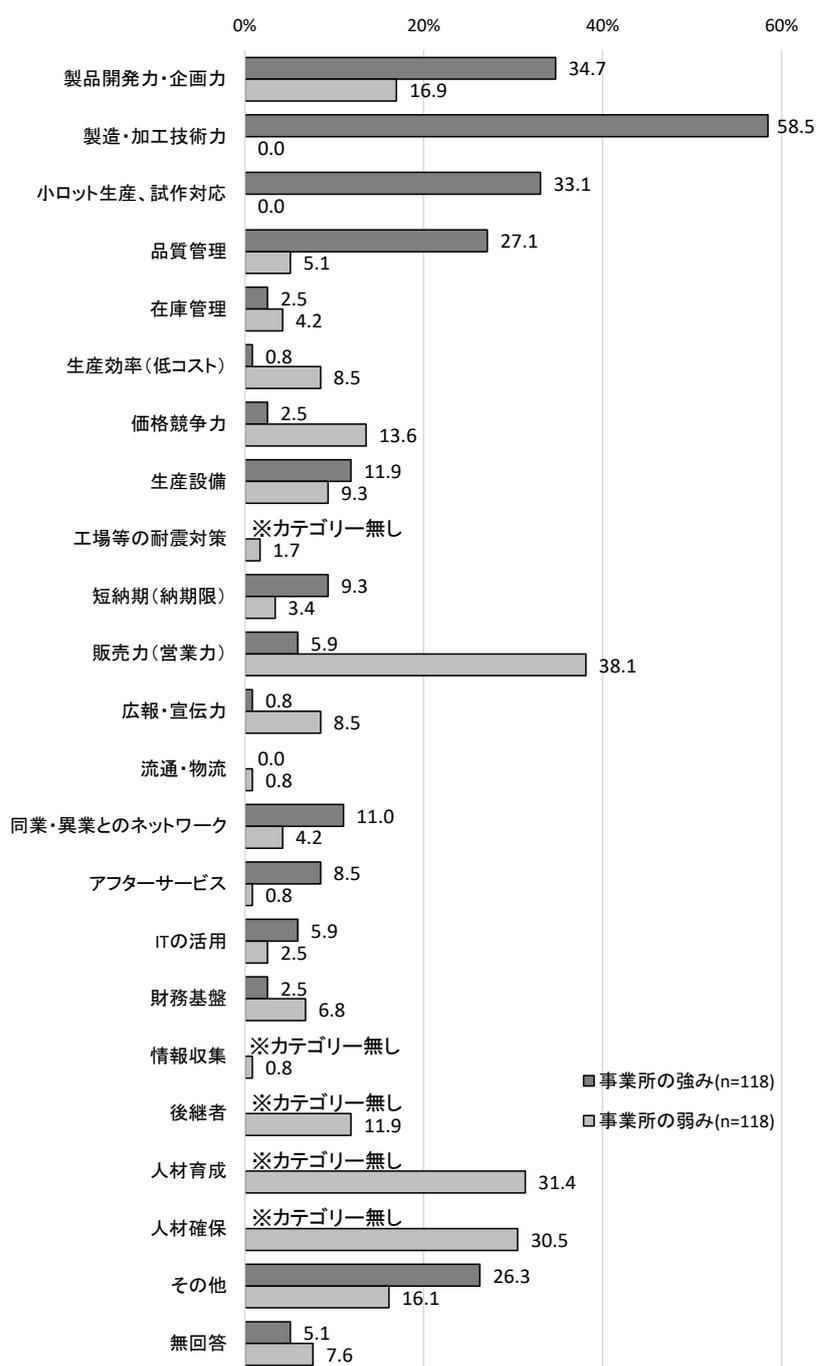
④事業所の強み・弱み・経営上の課題

■企業訪問調査（製造業）

○区内に立地する事業所の強み(セールスポイント)の上位には、「製造・加工技術力」(58.5%)、「製品開発力・企画力」(34.7%)、「小ロット生産、試作対応」(33.1%)、「品質管理」(27.1%)、「生産設備」(11.9%)が挙げられています。

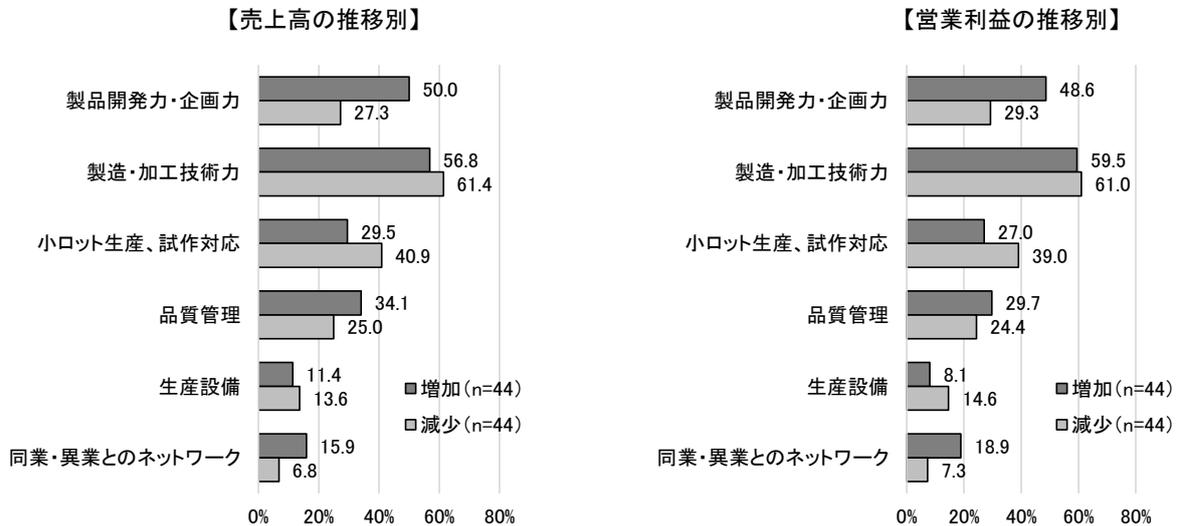
○事業所の弱み(課題・問題点)の上位には、「販売力(営業力)」(38.1%)、「人材育成」(31.4%)、「人材確保」(30.5%)、「製品開発力・企画力」(16.9%)、「価格競争力」(13.6%)、「後継者」(11.9%)が挙げられています。(「その他」を除く)

図表 事業所の強み（セールスポイント）・弱み（課題・問題点）（複数回答可）

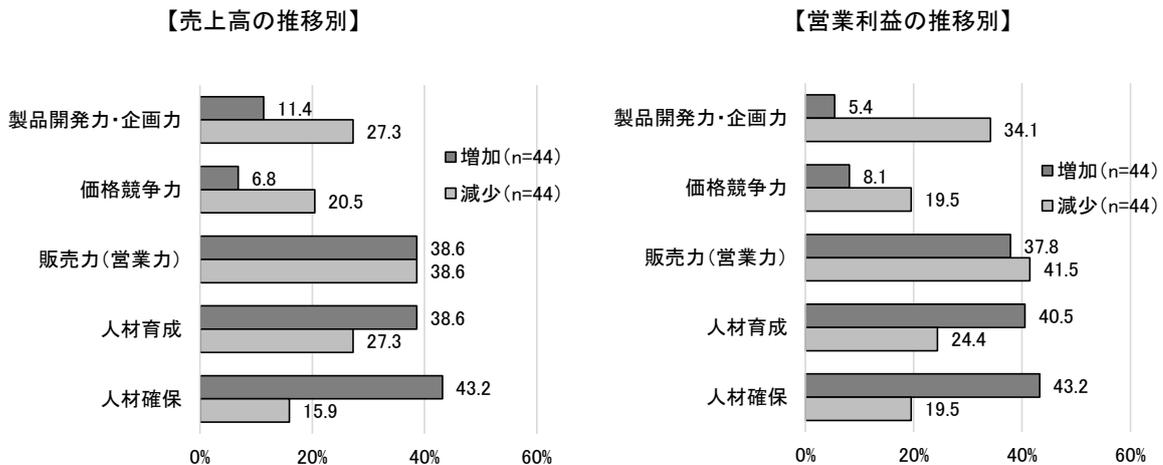


○ここ3年間の売上高及び営業利益の推移別に、事業所の強み（セールスポイント）、事業所の弱み（課題・問題点）をみると、売上高、営業利益が増加している事業所では、減少している事業所と比べて、「製品開発力・企画力」を強みとし、「人材育成」「人材確保」を弱みとしている事業所の割合が高くなっています。

図表 売上高・営業利益の推移別にみる事業所の「強み」（主な項目のみ）

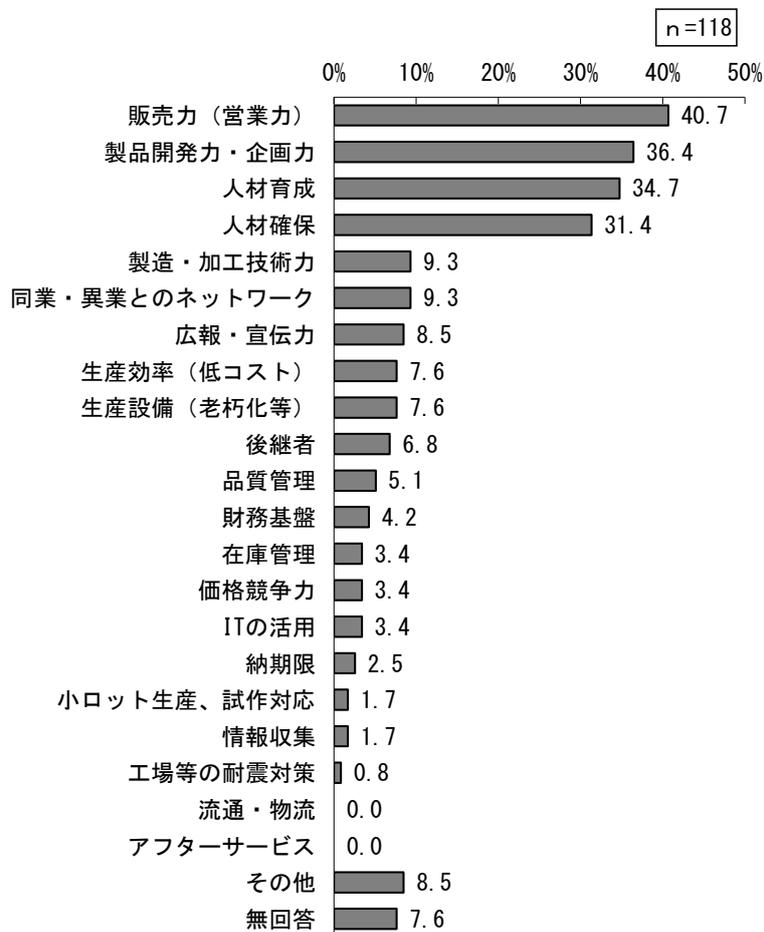


図表 売上高・営業利益の推移別にみる事業所の「弱み」（主な項目のみ）



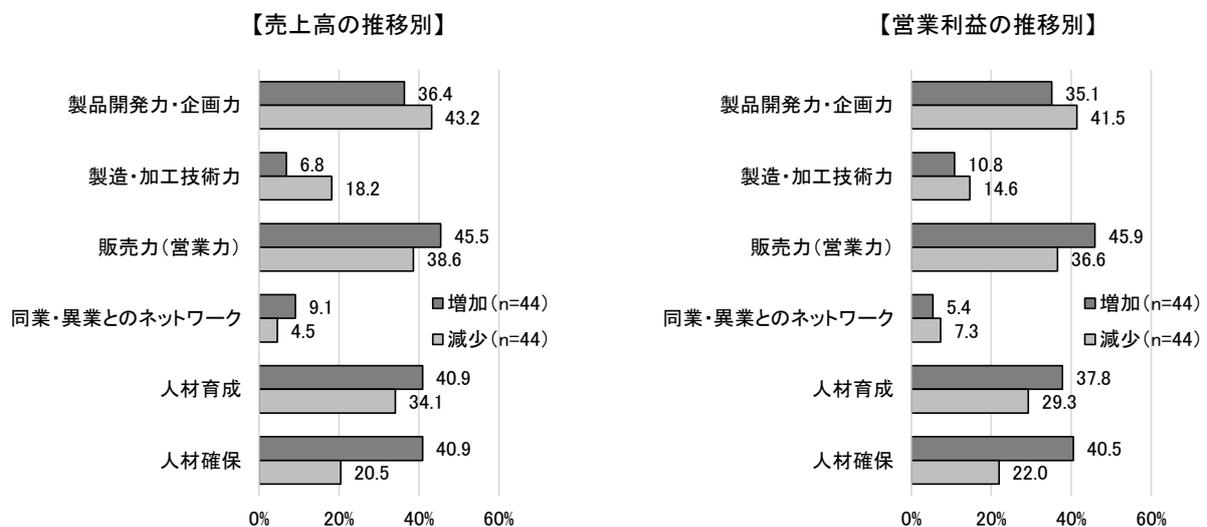
○今後事業所が強化したい点としては、「販売力（営業力）」（40.7%）、「製品開発力・企画力」（36.4%）、「人材育成」（34.7%）、「人材確保」（31.4%）が上位に挙がっています。

図表 今後強化したい点（複数回答可）



○ここ3年間の売上高及び営業利益の推移別に、今後強化したい点をみると、売上高、営業利益が減少している事業所では、「製品開発力・企画力」の割合が最も高くなっています。

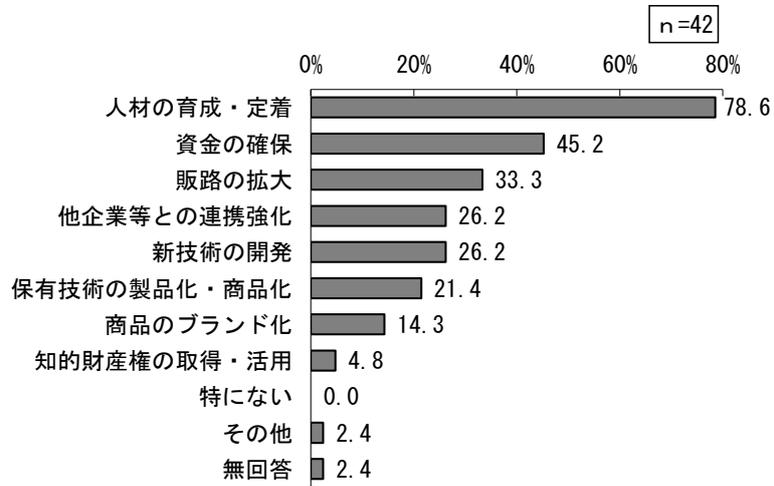
図表 売上高・営業利益の推移別にみる今後強化したい点（主な項目のみ）



■創業10年以内企業へのアンケート調査（情報通信業）

○事業展開するにあたり、特に課題となっている点として、「人材の育成・定着」（78.6%）、「資金の確保」（45.2%）、「販路の拡大」（33.3%）が上位に挙がっています。

図表 事業展開するにあたり、特に課題となっていること（複数回答可）



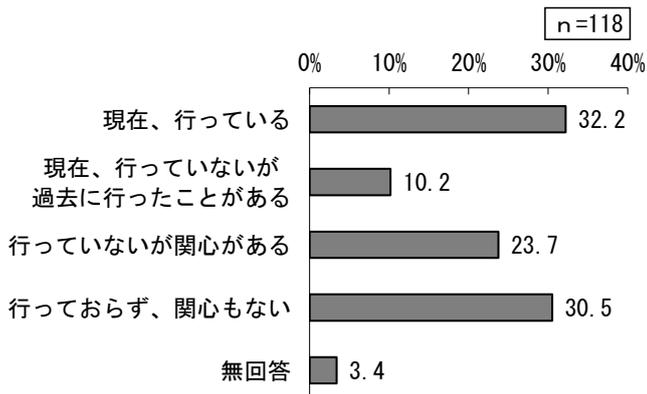
⑤産学連携・企業間連携の状況

■企業訪問調査（製造業）

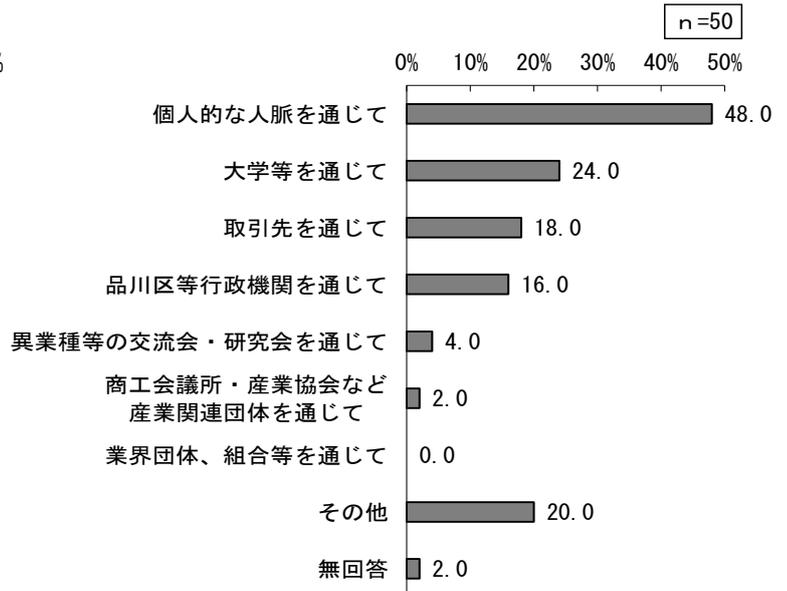
ア. 産学連携

○産学連携として、大学や公設試験研究機関等との連携状況をみると、回答のあった事業所では、「現在、行っている」(32.2%)、「現在、行っていないが過去に行ったことがある」(10.2%)を合わせた4割(42.4%)は連携の実績があり、連携のきっかけとしては、「個人的な人脈」(48.0%)、「大学等」(24.0%)、「取引先」(18.0%)が上位に挙がっています。

図表 大学や公設試験研究機関等との連携状況

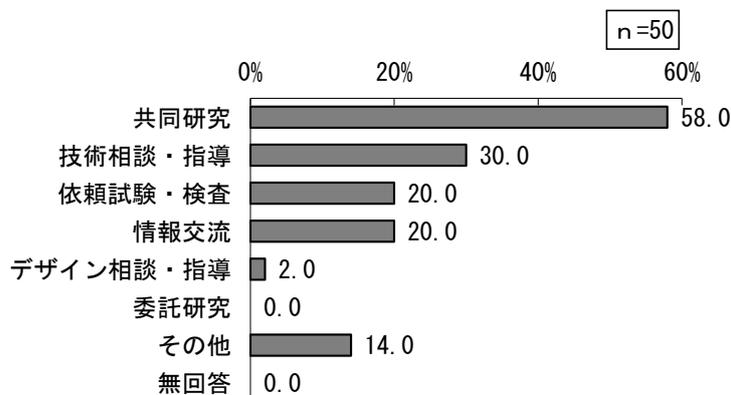


図表 連携の主なきっかけ（複数回答可）



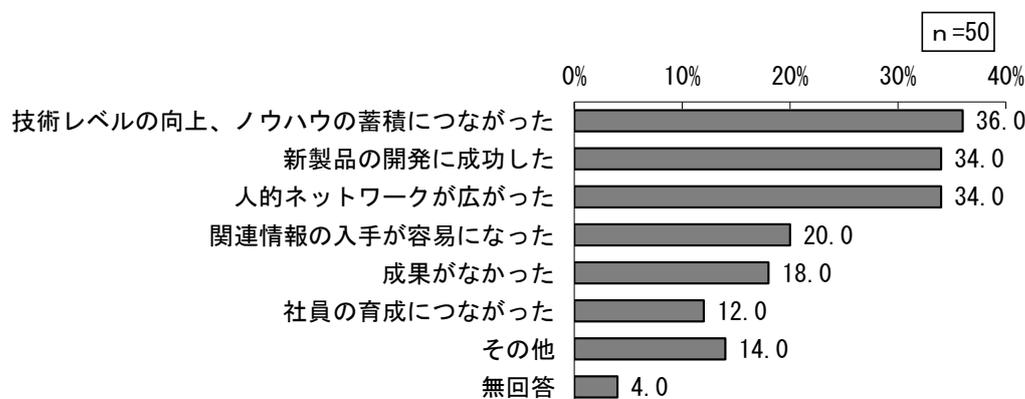
○産学連携の形態について、「共同研究」が約6割(58.0%)で最も高く、次いで「技術相談・指導」(30.0%)、「依頼試験・検査」(20.0%)、「情報交流」(20.0%)と続いています。

図表 産学連携の形態（複数回答可）



○大学や公設試験研究機関等との連携による成果をうかがったところ、「技術レベルの向上、ノウハウの蓄積につながった」(36.0%)、「新製品の開発に成功した」(34.0%)、「人的ネットワークが広がった」(34.0%)が上位に挙がっています。

図表 大学や公設試験研究機関等との連携による成果（複数回答可）



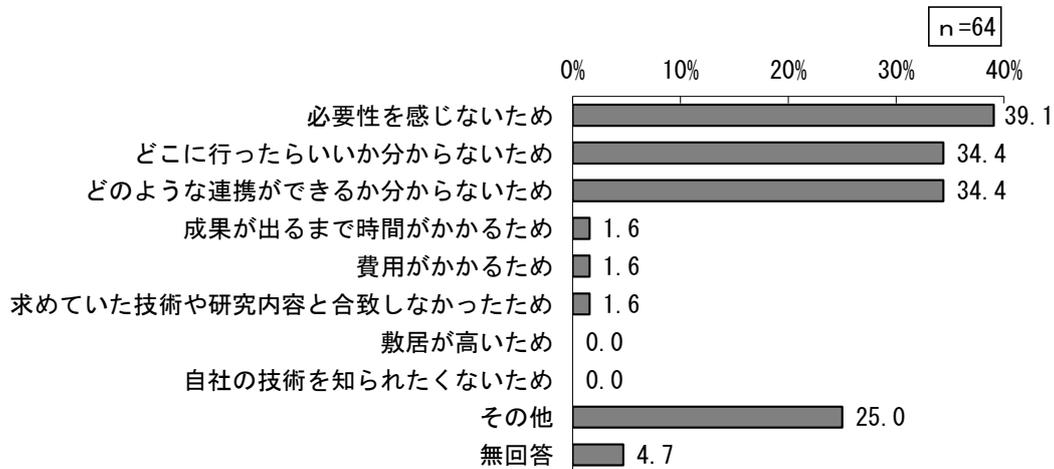
○産学連携の形態別に、連携の成果をみると、情報交流では8割の事業所が「人的ネットワークが広がった」と回答し、技術相談・指導では3社に2社の割合で「技術レベルの向上、ノウハウの蓄積につながった」と回答しています。共同研究では、「技術レベルの向上、ノウハウの蓄積につながった」や「新製品の開発に成功した」、「人的ネットワークが広がった」が4割を超える一方、約3割(27.6%)の事業所が「成果がなかった」と回答しています。

図表 産学連携の形態別 連携の成果（複数回答可）

上段：回答数 下段：回答割合 網掛：各項目の第1位	合計	新製品の 開発に成 功した	技術レベ ルの向 上、ノウ ハウの蓄 積につな がった	社員の育 成につな がった	人的ネッ トワーク が広がっ た	関連情報 の入手が 容易にな った	成果がな かった	その他	無回答
全体	50 100.0	17 34.0	18 36.0	6 12.0	17 34.0	10 20.0	9 18.0	7 14.0	2 4.0
共同研究	29 100.0	12 41.4	13 44.8	4 13.8	12 41.4	6 20.7	8 27.6	2 6.9	1 3.4
委託研究	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
技術相談・指導	15 100.0	5 33.3	10 66.7	3 20.0	4 26.7	2 13.3	2 13.3	3 20.0	0 0.0
デザイン相談・指導	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 100.0	0 0.0
依頼試験・検査	10 100.0	5 50.0	4 40.0	0 0.0	2 20.0	1 10.0	1 10.0	3 30.0	0 0.0
情報交流	10 100.0	5 50.0	4 40.0	1 10.0	8 80.0	4 40.0	0 0.0	0 0.0	1 10.0
その他	7 100.0	2 28.6	3 42.9	3 42.9	2 28.6	2 28.6	2 28.6	1 14.3	0 0.0

○大学や公設試験研究機関等との連携を行っていない事業所にその理由をうかがったところ、「必要性を感じないため」(39.1%)、「どこに行ったらいいか分からないため」(34.4%)、「どのような連携ができるか分からないため」(34.4%)が上位に挙がっています。

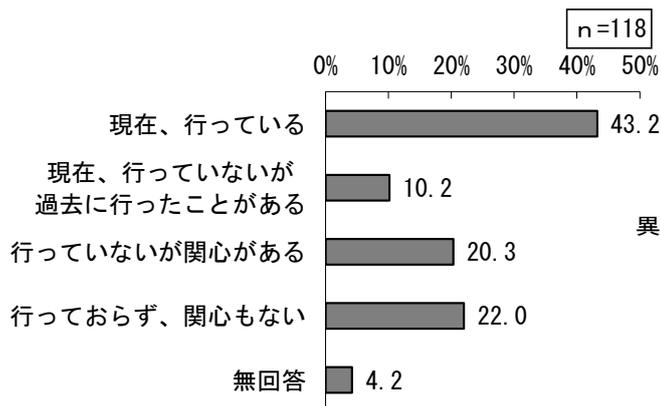
図表 大学や公設試験研究機関等との連携を行わない理由(複数回答可)



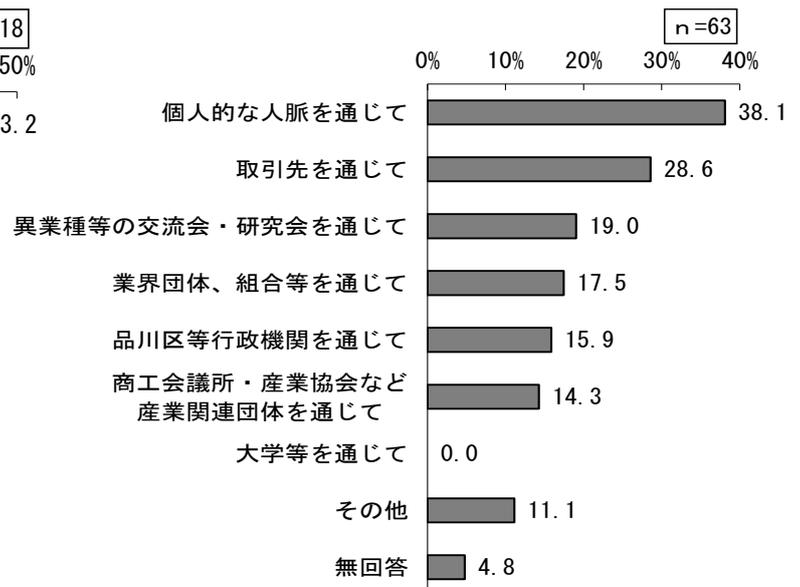
イ. 企業間連携

○企業間連携として、他の企業等との連携状況を見ると、回答のあった事業所では、「現在、行っている」(43.2%)、「現在、行っていないが過去に行ったことがある」(10.2%)を合わせた5割(53.4%)で連携の実績があり、産学連携と比べて割合が高くなっています。連携のきっかけとしては、「個人的な人脈」(38.1%)、「取引先」(28.6%)、「異業種等の交流会・研究会等」(19.0%)が上位に挙がっています。

図表 他企業との連携状況

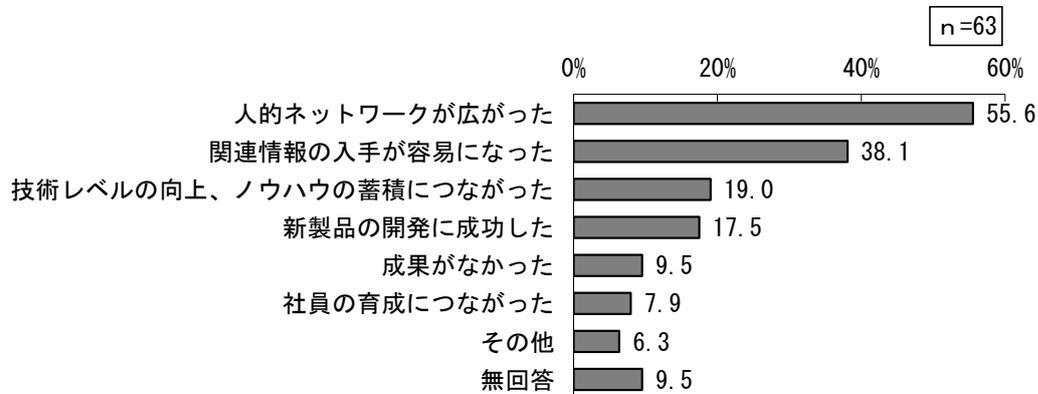


図表 連携の主なきっかけ(複数回答可)



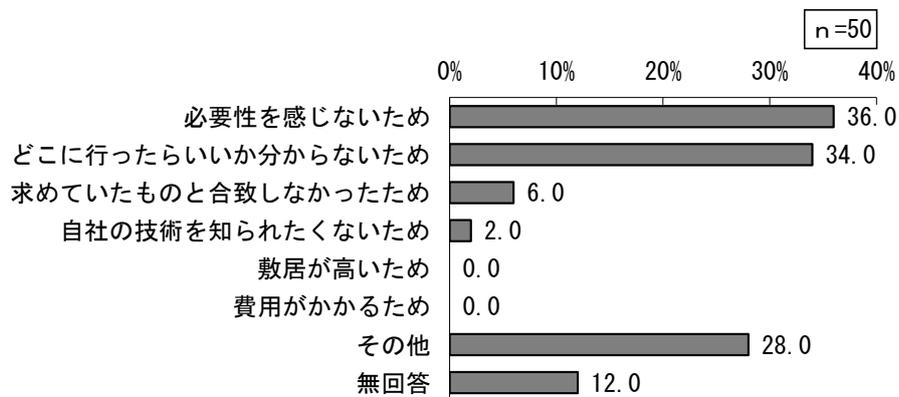
○他企業との連携による成果をうかがったところ、「人的ネットワークが広がった」(55.6%)、「関連情報の入手が容易になった」(38.1%)、「技術レベルの向上、ノウハウの蓄積につながった」(19.0%)が上位に挙がっています。

図表 他企業との連携による成果（複数回答可）



○他企業との連携を行っていない事業所にその理由をうかがったところ、「必要性を感じないため」(36.0%)、「どこに行ったらいいか分からないため」(34.0%)、「その他」(28.0%)が上位に挙がっています。

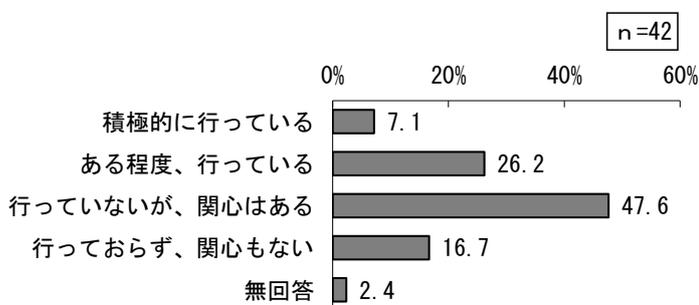
図表 他企業との連携を行わない理由（複数回答可）



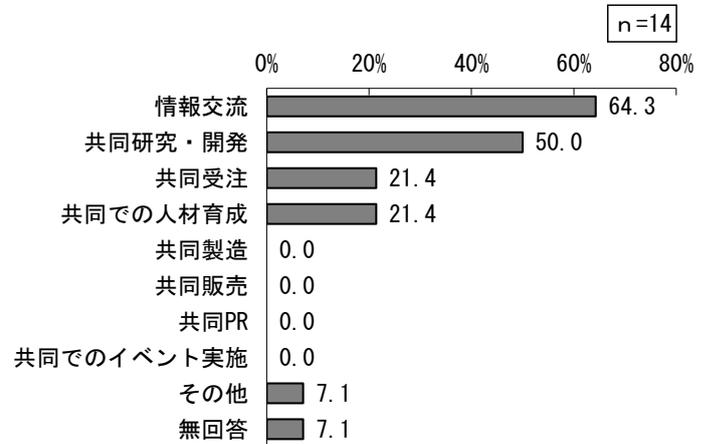
■創業10年以内企業へのアンケート調査（情報通信業）

○他の企業や大学・研究機関等との連携状況については、「積極的に行っている」（7.1%）、「ある程度、行っている」（26.2%）を合わせた3割（33.3%）は連携の実績があり、主な連携内容では、「情報交流」（64.3%）が最上位に挙がっています。

図表 他企業・大学・研究機関等との連携状況

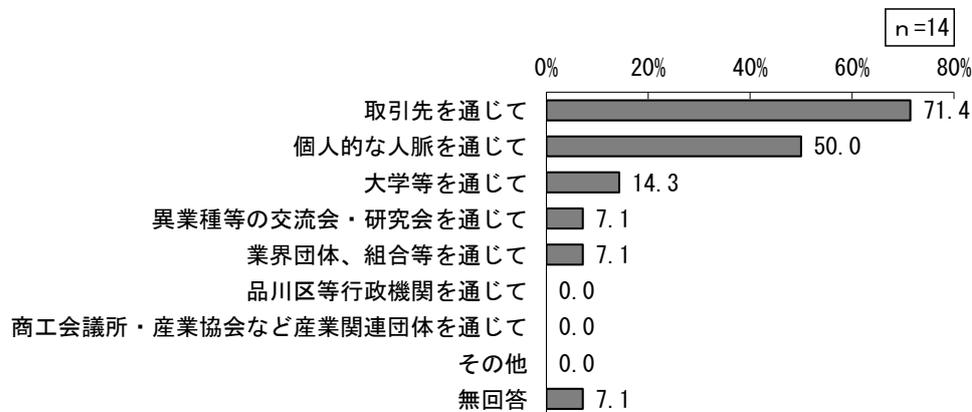


図表 主な連携内容（複数回答可）



○連携・交流のきっかけとしては、「取引先」（71.4%）、「個人的な人脈」（50.0%）、「大学等」（14.3%）が挙がっています。

図表 連携・交流のきっかけ（複数回答可）

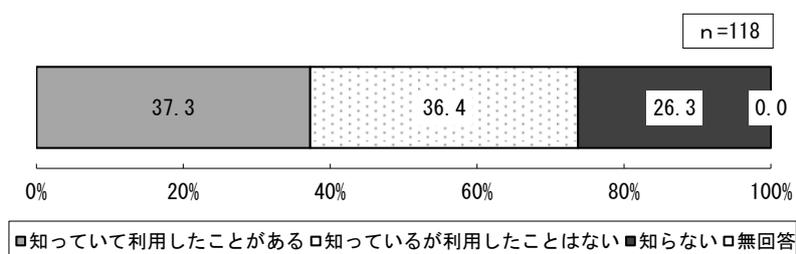


⑥ SHIPの認知度・利用状況

■企業訪問調査（製造業）

○SHIPの認知度、利用状況について、「知っているが利用したことがある」（37.3%）、「知っているが利用したことはない」（36.4%）を合わせた7割（73.7%）の事業所がSHIPを“知っている”と回答しています。

図表 SHIPの認知度・利用状況



○SHIPの認知度、利用状況別に、産学連携及び企業間連携の取組状況をみると、SHIPを利用したことがある事業所では、5割以上が産学連携、企業間連携を「現在、行っている」と回答し、利用したことがない事業所と比べて高い割合となっています。

図表 SHIPの認知度・利用状況別 産学連携の状況

上段：回答数 下段：回答割合 網掛：各項目の第1位	合計	現在、行っている	現在、行っていないが過去に行ったことがある	行っていないが関心がある	行っておらず、関心もない	無回答
全体	118 100.0	38 32.2	12 10.2	28 23.7	36 30.5	4 3.4
知っているが利用したことがある	44 100.0	22 50.0	3 6.8	9 20.5	7 15.9	3 6.8
知っているが利用したことはない	43 100.0	10 23.3	5 11.6	9 20.9	19 44.2	0 0.0
知らない	31 100.0	6 19.4	4 12.9	10 32.3	10 32.3	1 3.2

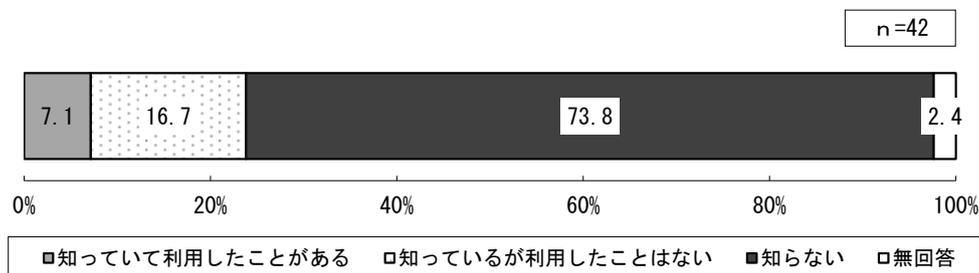
図表 SHIPの認知度・利用状況別 企業間連携の状況

上段：回答数 下段：回答割合 網掛：各項目の第1位	合計	現在、行っている	現在、行っていないが過去に行ったことがある	行っていないが関心がある	行っておらず、関心もない	無回答
全体	118 100.0	51 43.2	12 10.2	24 20.3	26 22.0	5 4.2
知っているが利用したことがある	44 100.0	25 56.8	3 6.8	7 15.9	6 13.6	3 6.8
知っているが利用したことはない	43 100.0	16 37.2	5 11.6	10 23.3	10 23.3	2 4.7
知らない	31 100.0	10 32.3	4 12.9	7 22.6	10 32.3	0 0.0

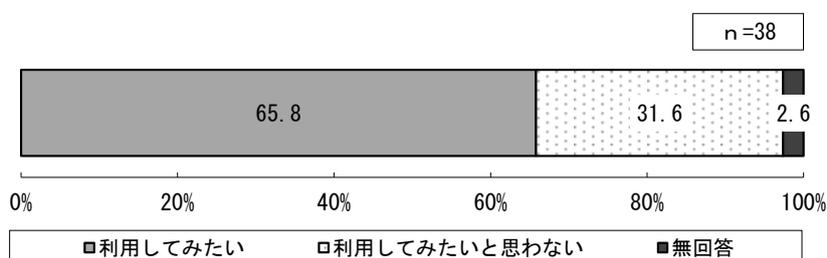
■創業10年以内企業へのアンケート調査（情報通信業）

○SHIPの認知度、利用状況としては、「知らない」と回答した事業者が7割（73.8%）占め、今後の利用意向は6割強（65.8%）となっています。

図表 「SHIP」の認知度・利用状況



図表 今後の利用意向

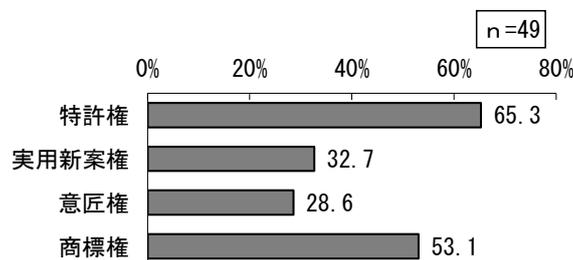


⑦知的財産権（産業財産権）の取得・活用状況

■企業訪問調査（製造業）

○回答のあった事業所の知的財産権（産業財産権）の取得状況をみると、4割（49事業所：41.5%）が特許等を取得しており、取得内容としては、「特許権」（65.3%）、「実用新案権」（32.7%）、「意匠権」（28.6%）、「商標権」（53.1%）となっています。（取得内容は複数回答）

図表 知的財産権（産業財産権）の取得状況（複数回答可）



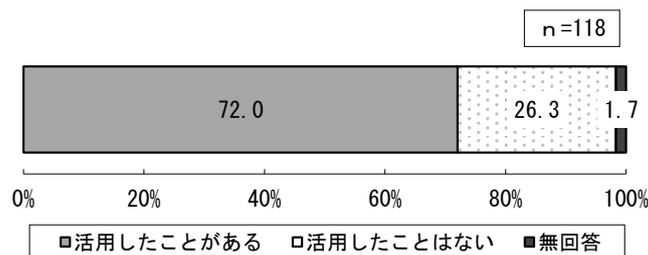
⑧区の支援について

■企業訪問調査（製造業）

○現行の区の支援施策（助成金等）の活用状況について、「活用したことがある」事業所は7割（72.0%）を占め、活用した支援内容の上位には「新製品・新技術開発費助成、ソフトウェア開発費助成」、「合同商談会参加（区主催商談会・城南地域合同商談会）」、「ビジネスカタリスト派遣」が挙がっています。

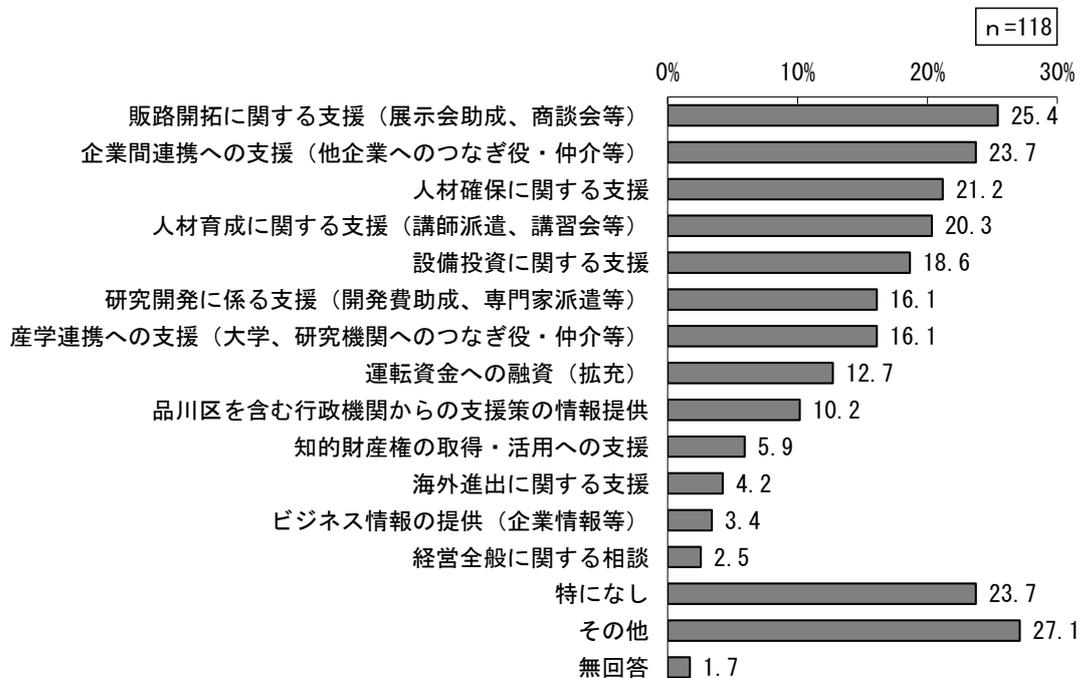
また、利用にあたっての情報入手源は、「区職員（商工相談員等）からの直接案内（企業訪問や相談窓口等での紹介）」が6割（61.2%）を占めます。

図表 現行の区の支援施策（助成金等）を活用状況



○今後、品川区に期待する支援策としては、「販路開拓に関する支援（展示会助成、商談会等）」（25.4%）、「企業間連携への支援（他企業へのつなぎ役・仲介等）」（23.7%）、「人材確保に関する支援」（21.2%）、「人材育成に関する支援（講師派遣、講習会等）」（20.3%）、「設備投資に関する支援」（18.6%）が上位に挙がっています。

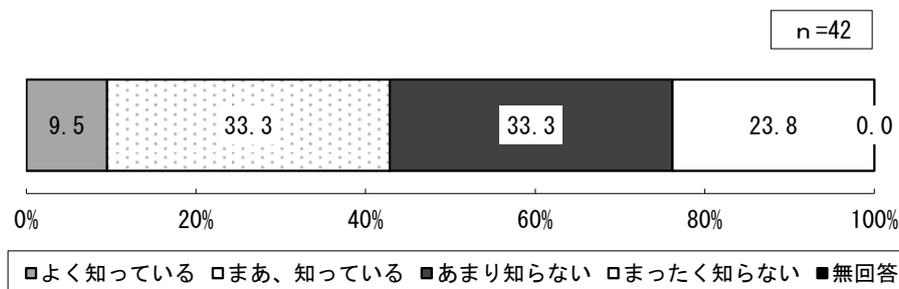
図表 今後、区に期待する支援策（複数回答可）



■創業10年以内企業へのアンケート調査（情報通信業）

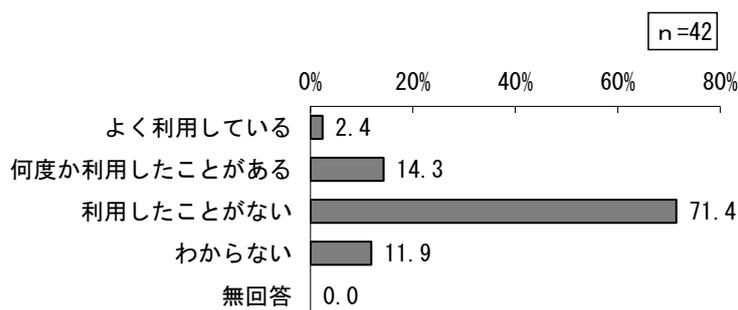
○区の支援施策（助成金等）については、「よく知っている」（9.5%）、「まあ、知っている」（33.3%）を合わせた4割（42.8%）が“知っている”と回答し、「あまり知らない」（33.3%）、「まったく知らない」（23.8%）を合わせた5割強（57.1%）が“知らない”と回答しています。

図表 区の支援施策（助成金等）の認知度



○区の支援施策（助成金等）の利用状況については、7割（71.4%）が「利用したことがない」と回答しています。

図表 区の支援施策（助成金等）の利用状況



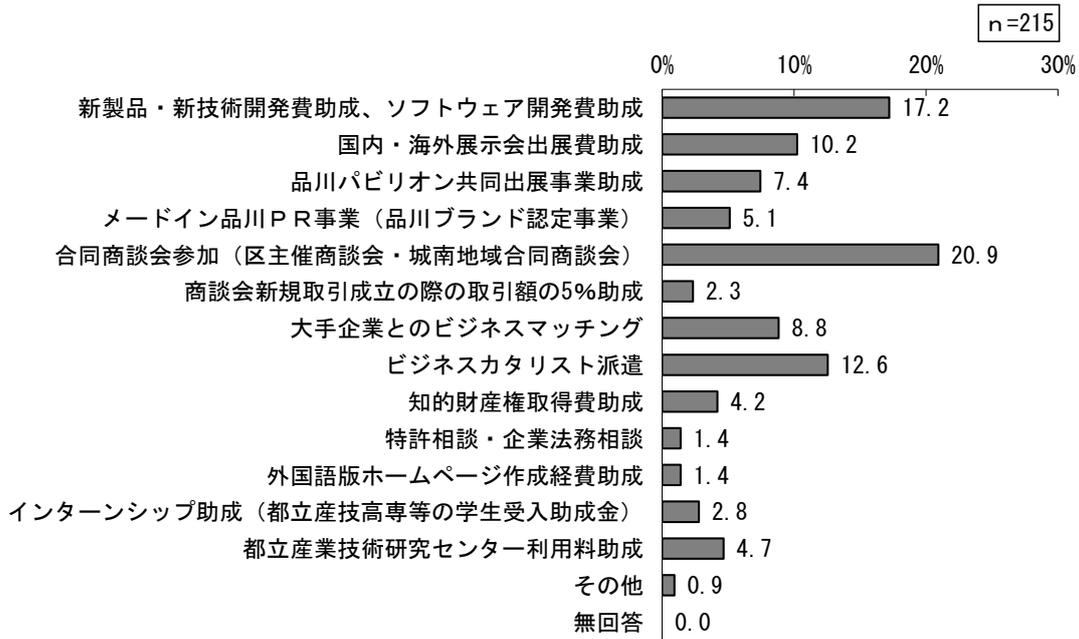
（2）支援施策の活用状況

○区内企業への訪問調査において、助成事業等の個別施策ごとに行った調査結果の概要は以下のとおりです。（回答数 215 件）

■個別施策の活用状況

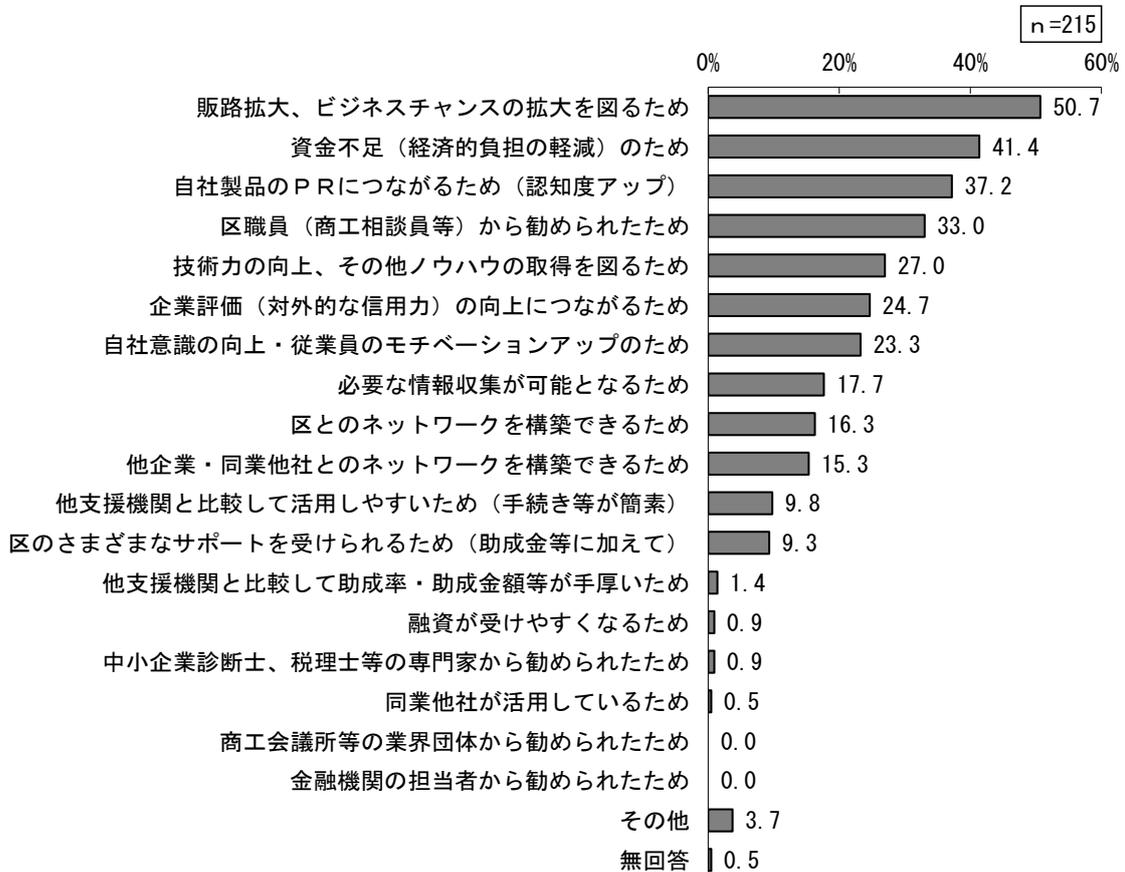
○14 の施策のうち、最も活用が多かった支援施策（助成金等）は「合同商談会参加（区主催商談会・城南地域合同商談会）」で 20.9%となっています。その他「新製品・新技術開発費助成、ソフトウェア開発費助成」（17.2%）、「ビジネスカタリスト派遣」（12.6%）、「国内・海外展示会出展費助成」（10.2%）の 4 施策が 10%以上となっています。

図表 活用した支援施策の内容（複数回答可）



○支援施策（助成金等）を活用した理由は「販路拡大、ビジネスチャンスの拡大を図るため」が 50.7%と半数以上となっています。次いで「資金不足（経済的負担の軽減）のため」が 41.4%となっています。

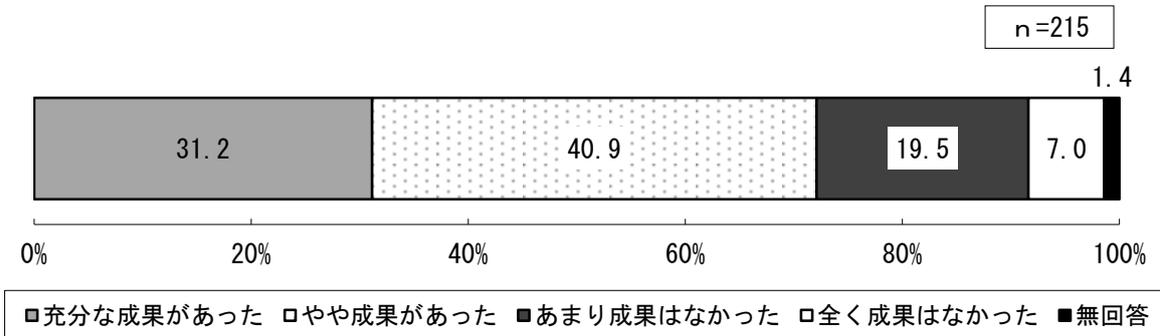
図表 支援施策を活用した理由（複数回答可）



■支援施策の成果

○支援施策（助成金等）の成果については、「十分な成果があった」が31.2%、「やや成果があった」が40.9%で、合計72.1%となっており、一定の成果があったとみられます。

図表 支援施策の成果の有無



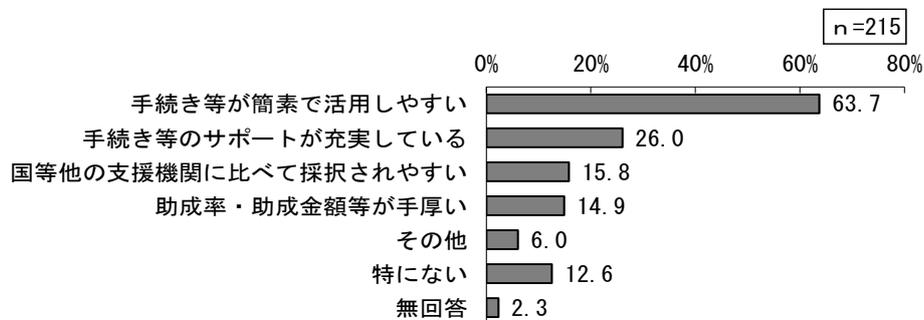
○これを14の施策別でみると、「合同商談会参加（区主催商談会・城南地域合同商談会）」と「大手企業とのビジネスマッチング」では成果があったとする回答が、それぞれ35.5%、42.1%と半数以下となっています。しかし、その他の12施策においては、成果があったとする回答が半数以上となっています。

上段：回答数 下段：回答割合 網掛：各項目の第1位	合計	十分な成果があった	やや成果があった	あまり成果はなかった	全く成果はなかった	無回答
新製品・新技術開発費助成、ソフトウェア開発費助成	37 100.0	16 43.2	15 40.5	5 13.5	0 0.0	1 2.7
国内・海外展示会出展費助成	22 100.0	4 18.2	15 68.2	2 9.1	0 0.0	1 4.5
品川パビリオン共同出展事業助成	16 100.0	4 25.0	6 37.5	5 31.3	0 0.0	1 6.3
メイドイン品川PR事業（品川ブランド認定事業）	11 100.0	5 45.5	5 45.5	1 9.1	0 0.0	0 0.0
合同商談会参加（区主催商談会・城南地域合同商談会）	45 100.0	5 11.1	11 24.4	19 42.2	10 22.2	0 0.0
商談会新規取引成立の際の取引額の5%助成	5 100.0	2 40.0	3 60.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
大手企業とのビジネスマッチング	19 100.0	1 5.3	7 36.8	7 36.8	4 21.1	0 0.0
ビジネスカタリスト派遣	27 100.0	16 59.3	9 33.3	1 3.7	1 3.7	0 0.0
知的財産権取得費助成	9 100.0	2 22.2	7 77.8	0 0.0	0 0.0	0 0.0
特許相談・企業法務相談	3 100.0	2 66.7	1 33.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0
外国語版ホームページ作成経費助成	3 100.0	0 0.0	3 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
インターンシップ助成（都立産技高専等の学生受入助成金）	6 100.0	2 33.3	2 33.3	2 33.3	0 0.0	0 0.0
都立産業技術研究センター利用料助成	10 100.0	6 60.0	4 40.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
その他	2 100.0	2 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0

■活用した支援施策の良かった点、悪かった点

○活用した支援施策（助成金等）の良かった点について「手続き等が簡素で活用しやすい」が63.7%と半数以上となっています。

図表 活用した支援施策の良かった点（複数回答可）

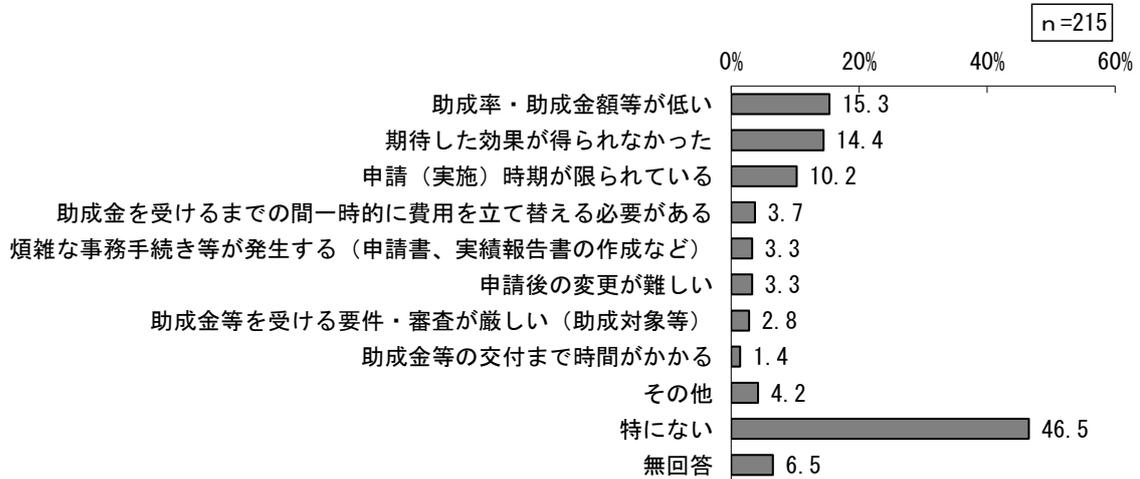


○これを14の施策別でみると、「メイドイン品川PR事業（品川ブランド認定事業）」では「手続き等のサポートが充実している」が63.6%と半数以上となっています。

上段：回答数 下段：回答割合 網掛：各項目の第1位	合計	助成率・ 助成金額 等が手厚 い	手続き等 が簡素で 活用しや すい	手続き等 のサポート が充実 している	国等他の 支援機関 に比べて 採択され やすい	その他	特にない	無回答
新製品・新技術開発費助成、ソフトウェア開発費助成	37 100.0	7 18.9	24 64.9	6 16.2	12 32.4	2 5.4	5 13.5	3 8.1
国内・海外展示会出張費助成	22 100.0	5 22.7	16 72.7	4 18.2	4 18.2	0 0.0	1 4.5	0 0.0
品川パビリオン共同出展事業助成	16 100.0	7 43.8	12 75.0	9 56.3	2 12.5	0 0.0	1 6.3	0 0.0
メイドイン品川PR事業（品川ブランド認定事業）	11 100.0	2 18.2	5 45.5	7 63.6	1 9.1	1 9.1	0 0.0	0 0.0
合同商談会参加（区主催商談会・城南地域合同商談会）	45 100.0	1 2.2	25 55.6	5 11.1	3 6.7	4 8.9	11 24.4	0 0.0
商談会新規取引成立の際の取引額の5%助成	5 100.0	0 0.0	1 20.0	1 20.0	1 20.0	1 20.0	1 20.0	0 0.0
大手企業とのビジネスマッチング	19 100.0	2 10.5	9 47.4	3 15.8	2 10.5	3 15.8	6 31.6	0 0.0
ビジネスカタリスト派遣	27 100.0	3 11.1	20 74.1	14 51.9	2 7.4	1 3.7	0 0.0	1 3.7
知的財産権取得費助成	9 100.0	0 0.0	9 100.0	1 11.1	4 44.4	0 0.0	0 0.0	0 0.0
特許相談・企業法務相談	3 100.0	0 0.0	2 66.7	1 33.3	1 33.3	0 0.0	1 33.3	0 0.0
外国語版ホームページ作成経費助成	3 100.0	0 0.0	3 100.0	0 0.0	1 33.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0
インターンシップ助成（都立産技高専等の学生受入助成金）	6 100.0	1 16.7	4 66.7	1 16.7	0 0.0	0 0.0	1 16.7	0 0.0
都立産業技術研究センター利用料助成	10 100.0	3 30.0	6 60.0	4 40.0	1 10.0	0 0.0	0 0.0	1 10.0
その他	2 100.0	1 50.0	1 50.0	0 0.0	0 0.0	1 50.0	0 0.0	0 0.0

○活用した支援施策（助成金等）の悪かった点について「特にない」が46.5%と最も多くなっています。悪かった点としては「助成率・助成金額等が低い」が15.3%、「期待した効果が得られなかった」が14.4%、「申請（実施）時期が限られている」が10.2%となっており、この3つの項目が10%以上と比較的高くなっています。

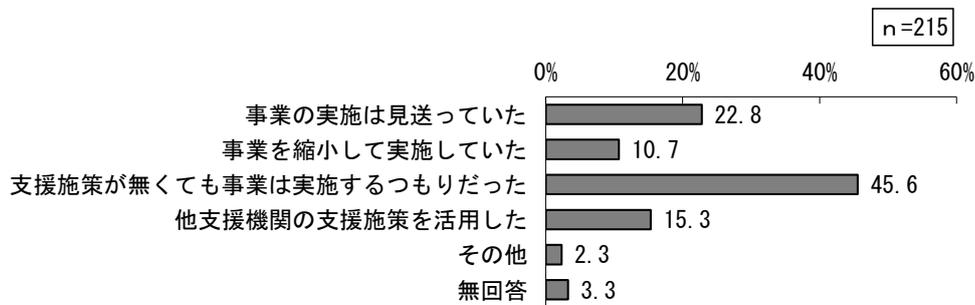
図表 活用した支援施策の悪かった点（複数回答可）



■支援施策の有無と事業の実施について

○活用した支援施策がなかった場合の事業の実施について「支援施策が無くても事業は実施するつもりだった」が45.6%と最も多くなっています。その一方で「事業の実施は見送っていた」「他支援機関の支援施策を活用した」もそれぞれ22.8%、15.3%となっています。

図表 支援施策を活用しなかった場合の事業実施の有無



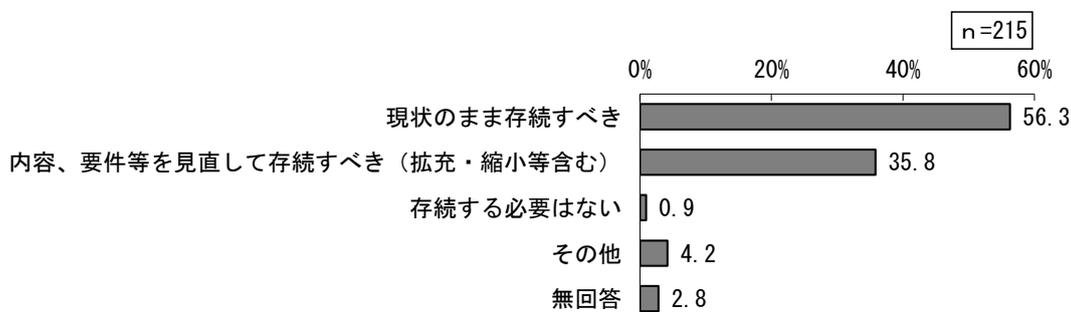
- 「事業の実施は見送っていた」の回答が多かった支援施策として「品川パビリオン共同出展事業助成」(31.3%)、「合同商談会参加(区主催商談会・城南地域合同商談会)」(33.3%)、「大手企業とのビジネスマッチング」(31.6%)の3事業があります。

上段：回答数 下段：回答割合 網掛：各項目の第1位	合計	事業の実施は見送っていた	事業を縮小して実施していた	支援施策が無くても事業は実施するつもりだった	他支援機関の支援施策を活用した	その他	無回答
新製品・新技術開発費助成、ソフトウェア開発費助成	37 100.0	4 10.8	7 18.9	21 56.8	4 10.8	0 0.0	1 2.7
国内・海外展示会出展費助成	22 100.0	6 27.3	4 18.2	10 45.5	2 9.1	0 0.0	0 0.0
品川パビリオン共同出展事業助成	16 100.0	5 31.3	4 25.0	5 31.3	2 12.5	0 0.0	0 0.0
メイドイン品川PR事業(品川ブランド認定事業)	11 100.0	1 9.1	2 18.2	4 36.4	3 27.3	0 0.0	1 9.1
合同商談会参加(区主催商談会・城南地域合同商談会)	45 100.0	15 33.3	0 0.0	17 37.8	12 26.7	0 0.0	1 2.2
商談会新規取引成立の際の取引額の5%助成	5 100.0	0 0.0	1 20.0	2 40.0	2 40.0	0 0.0	0 0.0
大手企業とのビジネスマッチング	19 100.0	6 31.6	0 0.0	5 26.3	3 15.8	3 15.8	2 10.5
ビジネスカタリスト派遣	27 100.0	7 25.9	1 3.7	11 40.7	4 14.8	2 7.4	2 7.4
知的財産権取得費助成	9 100.0	1 11.1	0 0.0	7 77.8	1 11.1	0 0.0	0 0.0
特許相談・企業法務相談	3 100.0	2 66.7	1 33.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
外国語版ホームページ作成経費助成	3 100.0	1 33.3	0 0.0	2 66.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0
インターンシップ助成(都立産技高専等の学生受入助成金)	6 100.0	1 16.7	1 16.7	4 66.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0
都立産業技術研究センター利用料助成	10 100.0	0 0.0	2 20.0	8 80.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
その他	2 100.0	0 0.0	0 0.0	2 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0

■支援施策の必要性について

○活用した支援制度の必要性について、「現状のまま存続すべき」が56.3%と半数以上となっています。その一方で「内容、要件等を見直して存続すべき（拡充・縮小等含む）」も35.8%みられます。

図表 支援施策の必要性



○これを14の施策別でみると、「新製品・新技術開発費助成、ソフトウェア開発費助成」（59.5%）、「国内・海外展示会出展費助成」（54.5%）、「知的財産権取得費助成」（55.6%）、「外国語版ホームページ作成経費助成」（66.7%）の4施策において、「内容、要件等を見直して存続すべき（拡充・縮小等含む）」が半数以上となっています。

上段：回答数 下段：回答割合 網掛：各項目の第1位	合計	現状のまま 存続す べき	内容、要 件等を見 直して存 続すべ き (拡充・ 縮小等 含む)	存続する 必要はな い	その他	無回答
新製品・新技術開発費助成、ソフトウェア開発費助成	37 100.0	13 35.1	22 59.5	0 0.0	1 2.7	1 2.7
国内・海外展示会出展費助成	22 100.0	10 45.5	12 54.5	0 0.0	0 0.0	0 0.0
品川パビリオン共同出展事業助成	16 100.0	11 68.8	4 25.0	0 0.0	1 6.3	0 0.0
メイドイン品川PR事業（品川ブランド認定事業）	11 100.0	7 63.6	4 36.4	0 0.0	0 0.0	0 0.0
合同商談会参加（区主催商談会・城南地域合同商談会）	45 100.0	22 48.9	16 35.6	1 2.2	6 13.3	0 0.0
商談会新規取引成立の際の取引額の5%助成	5 100.0	4 80.0	1 20.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
大手企業とのビジネスマッチング	19 100.0	9 47.4	5 26.3	1 5.3	1 5.3	3 15.8
ビジネスカタリスト派遣	27 100.0	21 77.8	4 14.8	0 0.0	0 0.0	2 7.4
知的財産権取得費助成	9 100.0	4 44.4	5 55.6	0 0.0	0 0.0	0 0.0
特許相談・企業法務相談	3 100.0	2 66.7	1 33.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0
外国語版ホームページ作成経費助成	3 100.0	1 33.3	2 66.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0
インターンシップ助成（都立産技高専等の学生受入助成金）	6 100.0	5 83.3	1 16.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0
都立産業技術研究センター利用料助成	10 100.0	10 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
その他	2 100.0	2 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0

(3) 自由意見

■会社の経営状況について

- 後継者不足。下請けの中小企業には人が入ってこない。
- 企画力のある人材が不足、人手不足。
- 技術者が高齢化しており技術の継承が課題。
- 取引先（大手企業）の品質管理が厳しい。電子顕微鏡や三次元測定機でチェックされる。
- アベノミクスの効果はあまり感じられない。
- 国内市場が縮小しているため、海外のマーケットを探している。
- リーマンショック以降、業績の良くない状態が続いている。
- 東日本大震災による東電の業績悪化が続いており、その影響を受けている。
- 今後強化したい分野が見つからない。

(創業10年以内企業について)

- 創業時に、設立の手続きは司法書士の力を借りたが、それでも書類の作成等は煩雑だと感じた。また、公的機関に収める手数料が高い。
- 小規模な企業に対して、金融機関の融資の審査が厳しい。
- 即戦力となる人材が見つからない。教育するにしても、資金・時間の問題がある。

■海外との取引について

- 技術が盗まれてしまう可能性があるため、海外には進出しない。
- JETROはあまり親身になって話を聞いてくれなかった。
- 東南アジアでは、労務費が上昇している。
- 余力がなく、海外展開はできない。
- 中国でプロジェクトが動いていたが、日本と中国との外交問題をきっかけに事業から撤退。債権の回収ができなかった。

■産学連携について

- 大学から連携の打診を受けたことがあるが、費用が多額になるため、話が進まなかった。
- 特許を取得したとしても共同特許になり権利関係が複雑になるため、大学との連携は行わない。
- 連携のためのセミナーに参加したが、どの分野に進めばいいかターゲットが絞り込めない。
- 共同研究して売り出したが、あまり売れなかった。
- 大学と共同研究を続けたが、研究費の負担が大きかった。
- アカデミックな要素は必要ない。

■区の支援施策（全般）について

- 内容が充実しており、非常に助かっている。
- 支援事業のパンフレットは読んでいたが、制度の中身を詳細に知らなかった。

- 業態に制度がマッチしていない事業がある。
- 区の制度をほとんど（全く）知らなかった。
- 支援制度を必要としていない。
- 区役所は、国や都に比べて親切に対応してくれる。
- 金額が大きい助成金については、個別に説明会を開催したほうがいい。
- 行政の支援（特に国や都）は書類が煩わしいので、支援制度は利用していない。
- 都は区と比較して書類が多い。区は少なくて助かる。
- 区内で移転先を探している。そういったことを支援してほしい。

■区外の支援機関等について

- 製品納品時の検査、試験等のため産技研、産技高専を利用している。
- 産技研の三次元測定機はよく利用している。
- リーマンショック後に雇用調整助成金を利用した。

■SHIPについて

- SHIPができたこと自体を知らなかった。
- 当社にとってはビジネス支援講座以外に、あまり必要性を感じない。
- 3Dプリンタを使用するには3次元プログラムが必要なため、そのようなデータを用意し、利用できる企業は限られているのではないか。
- 経営者同士の交流会をするよりは、セミナーで学びを得たい。
- SHIPに若い起業家・創業者を呼び込む努力をもっとすべき。

■企業間交流・連携について

- 大崎・五反田エリアは、システムやWEB系の会社に人気の地域なので、企業グループの立ち上げは面白い。
- 情報通信業の企業グループを作るのであれば、製造業やその他の業種も一定数入れたほうがいい。さらに、ユーザーや現場の人間も参加できるようにしてほしい。
- 異業種交流会の必要性をあまり感じない。成功しても各企業の利益にはすぐにならないのではないか。
- すぐにはビジネスにつながらないかもしれないが、どこにビジネスの種があるかわからないので交流会や商談会等にはいつも参加している。
- 以前は交流会等に参加していたが、メリットがあまりなかったなので、現在は参加していない。
- かしこまったグループではダメ、本音を話せるグループや団体との連携が効果的。
- 異業種交流は何もない段階では皆一生懸命頑張るが、うまく行きだすと利害調整が大変になる面がある。
- 自社単独での新製品開発は難しいため、関係団体・各支援機関との協力・連携が必要になる。
- 「異業種」といっても、結局は同業ばかりになることがある。
- リーダー的な人が企業グループには必要。
- 共同受注を狙いたいが、外からみて知名度が低い等分ばかりにくい企業もあるため、区が情報

- を把握し、外部に情報提供してもらえるようにしてほしい。
- 異業種交流会は、実際の商売・ビジネスにつながらないとなかなかうまくいかない。
 - 「下町ボブスレー」「イタテック」のような事業が立ち上がるのであれば参加したい。

■区に期待する施策等について

- 融資あっせんを拡充してほしい。
- 区の制度について、表面的には知っていたが、よく知らなかった。今回訪問してもらえたのは有益だった。
- 企画力のある人、提案できる人の育成、また、そういう企業や人とマッチングしてもらえる仕組みがあるとよい。
- 当社では一つの開発について、通常3年程度かかる。そのため、3年間もしくは、毎年の助成で3年間は支援を継続する、などの長期的な支援をしてほしい。
- 検査のための機器は高額で使用頻度が低いため、区で用意してもらい、それを企業が利用できるようにしてほしい。
- 支援メニューがあることは知っているが、利用方法（申請方法）がよくわからない。
- 今回に限らず、訪問してほしい。助成金等の説明をしてもらえると助かる。
- 若い人たちがモノづくりに関心を持てるような取組を充実させてほしい。
- 「下町ボブスレー」のような案件先行型の連携に期待する。
- 中小企業単独では難しい産学連携のマッチングをしてほしい。
- 区内に工業団地を建設してほしい。規模を拡大したいが、地価が高い。近隣住民（後から転入してきた人）とのトラブルもある。
- 展示会助成の要件を見直して、増額してほしい。
- 助成金の申請書類をより簡素化してほしい。書類を書く時間があまりない。
- 環境基準が厳しくなり ISO14000 の取得は必須だが、維持するための負担も大きいため、支援してほしい。
- 工場の立地継続が難しい。再開発してもオフィスと住宅にしかない。
- 計測器等の校正のための助成がほしい（ノギス、マイクロメーター）。
- 区と国・都との間を埋める助成メニューがあるとよい。
- 事業を利用したくても、申請の期間が限られている。使いたいときに使えないことがある。
- 工業系、技術系の人材の確保が難しいので、支援してほしい。技術系に特化した求人（就職）説明会があってもいい。
- 地域、業界のリーダー的存在を育成してほしい。
- セミナーや助成などの事業について、区からもっとアナウンスしてほしい。
- インターンシップについて、企業と参加者の目的をすり合わせてほしい。学生が単位目的であったり、違う業界を目指していることがある。
- 創業支援センター間の交流が必要ではないか。
- 都や国に似たような制度があれば、可能な範囲で併用できるようにしてほしい。
- オリンピック関連の支援メニューがあると良い。
- ベンチャー企業は「人・もの・金」が不足しているので、重点的に支援してほしい。

- 個別のテーマに係る相談というより、経営者への全般的な相談窓口等があるとよい。
- 工場の耐震化のための支援をしてほしい。
- 「品川ブランド」は分かりにくい面がある。
- 品川区は、商店街や商店の声が強い区なので、ビジネスクラブにはものづくりの声を発信する組織としてもっと頑張ってもらいたい。
- IT業界だけの商談会を開催してほしい。区の商談会は製造業がメインで情報通信業にはあまり効果的ではない。

（創業10年以内企業について）

- 知名度が不足しているので商品のPRのサポートをしてほしい。
- IT企業向けのオフィススペースの提供サービス、IT特区の設定等をしてほしい。
- ゲーム開発、エンターテインメント分野への助成制度を創設してほしい。

■その他

- 行政に頼るときりがないので、頼らないことを続けている。

(4) 研究機関、大学等へのヒアリング調査結果概要

■連携の実現について

- 企業から相談を受けても、すべてに応えられるわけではない。実際に共同研究に繋がるのは一部にとどまっている。(共同研究に繋がるのは全体の1割程度が多い、1割以下の大学もある。)
- 連携の問い合わせは、漠然としたものも多く、何を連携したいのか分からないままに相談にくる企業もみられる。
- 積極的に産学連携を進めたい大学もみられる。しかし、中小企業と大学との間には認識のズレがある(双方の目的が異なるためマッチングが難しいことがある)。
- 大企業との連携が多いのが現状(一部の大学)。
- 中小企業の立場から、産学連携は敷居が高いのではないかと。
- 産学連携の取り組み自体を知らない中小企業が多いのではないかと。
- 数千ある研究室からどこを選べば(どこに聞けば)よいか分からない中小企業も多いのではないかと。
- 中小企業は、開発の補助金が取れないと資金不足により共同研究が止まってしまう場合がある。
- 5～10年先を見据えた長期的な研究になると、中小企業単独では継続が難しい。
- 大学で使用する研究・検査機器等を区内企業で受注することも産学連携の一つとして考えられる。ただし、大学は委託先が固定化されていることが多い。
- 産技研は、中小企業との連携は密だが、大学との連携はあまり進んでいない。
- 産学連携は、交流会等がきっかけとなり企業から個別に相談を受けて成立している例が多い。よって、交流会の開催等のきっかけづくりが重要。
- 企業間連携は各社が窓口を立てて実施するためうまく行かないケースが多いが、大学が間に入るとそれぞれの企業の担当者と直接やりとりできるケースが多いため、企業間の連携がうまく行くケースがある。

■区への要望

- 事業承継だけでなく、技術の承継も支援対象にした方がよい。
- 産学連携の契約につながる仕組みを構築してほしい。
- 高専生に対して、大企業からの求人が多く、大企業に就職する人が多い。その一方で、地元志向を持つ学生もいるため、地元企業の就職説明会等を区が開催してほしい。
- 知名度が低いと、大学の取り組みを地元企業に周知し、産学連携につながるよう協力してほしい。
- 企業が何を困っているのか、行政と情報を共有したい。
- 共同研究には費用がかかるので、助成があると助かる。
- 相談を受ける際に行政のフィルターを通してもらえる(行政が仲介役になってくれる)と安心。

■その他

- 産総研と産技研が平成27年度から「都産技研・産総研 共同技術支援プロジェクト」を立ち上げ、新製品や新事業開発に向けた技術支援事業を開始した。

- 産総研では、IT系の若い人材を集めた交流やセミナーの実施、コワーキングスペースの設置等をする動きがある。
- 電気通信大学では、共同研究施設の開設を予定している。中小企業、ベンチャー企業等の入居も予想される。
- 東京海洋大学では、金融機関と連携した研究室の見学会や中小企業との懇談会を実施している。
- 医歯薬系の学部が設置されていない大学では、医工連携の問い合わせに対応できないことが多い。

第4章 製造業・情報通信業支援にかかる課題の整理

(1) 創業・立地に関すること

■交通の利便性や企業集積の特性など、区の強みを活かした立地促進

○企業訪問調査および創業10年以内のアンケート調査では、区内に立地しているメリットとして、製造業、情報通信業ともに、「交通の利便性」が最上位に挙がっており、国内外へのアクセスに恵まれた、ビジネス面において高いポテンシャルを有する地域であることがわかります。

○特に近年は、情報通信業をはじめとするIT関連企業が進出し、機械工業等を主力とする製造業とIT企業が融合する地として大きな特徴を有しています。今後は立地特性を活かすとともに、IoT等の進展を契機に区内の製造業、情報通信業の連携を図っていくことも必要と考えられます。

■創業支援センター等の機能強化と連携促進による創業・起業支援

○近隣の区の中には、民間のインキュベーション施設が多く設置され、多くの起業家が集まっている地域があります。

○創業支援センターは、区内に4か所設置されています。そのうち、特に武蔵小山創業支援センターでは、創意工夫をもって起業支援や経営支援を行っています。今後は、他の3か所の創業支援センター及びSHIPを含めた創業支援センター間での連携を図るなど、支援を充実させていくことが必要です。

■立地継続、事業承継に向けた支援の充実

○区内の製造業の中には、環境規制や周辺の住宅とのトラブル等が原因で閉鎖・移転を余儀なくされる企業がみられます。また、後継者不足や社会構造の変化により、倒産・閉鎖する企業もみられます。製造業は地域に根付き、雇用と経済循環を生み出す産業でもあることから、区内での立地・操業が継続できるよう、引き続き支援していくことが必要です。

○企業訪問調査において、事業所の代表は70歳代以上が最も多く、代表者の高齢化とともに、建物や土地等が代表者の個人資産に含まれているケースもみられ、円滑な事業承継が困難となることも想定されます。そのため、今後は円滑な事業承継に向けた支援事業の充実等が求められます。

(2) 研究開発・製品開発に関すること

■事業所が有する技術力等を生かす製品開発に向けた支援の充実

○製造業における事業所の強みとして、「製品開発力・企画力」が上位に挙げられていることから、その強みを活かした事業展開を望む意向がうかがえます。また、売上高や営業利益が増加している事業所では、「製品開発力・企画力」を強みとしている事業所の割合も高くなっており、その製品開発力や企画力向上のための支援は、業績向上にもつながることが期待

されます。そのため、今後は研究開発を促進するための事業所間、産学連携の支援のほか、研究開発の成果を活かすための需要の開拓につながる支援（例：情報の収集及び分析、マーケティング活動、広報及びPR活動への支援等）も重要となります。

- 一方で、弱みとしても「製品開発力・企画力」を挙げる事業所が多く、また、強みと同様、売上高や営業利益とも関連性があることから、ノウハウの提供や市場ニーズ把握支援、専門的人材の育成・確保支援など、各事業所が保有する技術を活用した製品開発に向けた支援を図っていくことが必要です。

■研究開発・技術力向上に対する支援の在り方の検討

- 企業訪問調査において、研究開発に対する長期間の支援を求める意見がみられます。1年間では、（研究開発から）最終的な製品化にはなかなか至らないという意見がありました。
- 区内企業への研究開発の助成について、国や東京都の助成事業もあることから、区の助成事業と国・東京都との役割分担・すみわけ等について検討が必要です。
- ビジネスカタリスト派遣や都立産技高専による技術指導は、企業の技術力向上・人材育成のための手段として有効に活用されています。特にビジネスカタリスト派遣については、区の「強み」「売り」の事業として今後も事業の継続が望まれますが、民間企業等を退職した65歳以上の技術者が多くを占めていることや、近年区内で集積が進んでいる情報通信業に係るビジネスカタリスト登録者は少数となっていること等から、時代の変化に対応できるよう、多様な人材の確保が必要です。
- 産学連携では、共同研究や技術相談・指導等により、技術レベルの向上やノウハウの蓄積、新製品開発の成功等の成果につながっている状況がみられており、産学連携を促進するための取組にも力を入れていく必要があります。

（3）事業展開・取引・人材等に関すること

■支援ニーズを踏まえた効果的な販路拡大施策の検討

- 製造業、情報通信業ともに、事業展開における課題や区に期待する支援策として、“販路拡大”や“人材”に関するニーズが上位に挙げられており、販路開拓や人材育成・人材確保等につながる支援は今後も重要であることがうかがえます。
- 企業訪問調査では、事業所の弱み、今後事業所が強化したい点として、「販売力（営業力）」が挙がっており、事業所として技術力がありつつも、市場での販売力や受け入れられる価格帯で製品を提供できていないという、各事業所の困難が想像されます。
- 製造業においては、地方や海外への工場の移転が一定程度進みましたが、海外との取引を実施、検討、計画している事業所もあることから、海外への販路開拓や進出を後押しする支援は、引き続き重要となります。
- 国内・海外の展示会について、助成を受けた企業のうち半数以上が、助成要件や助成金額の増額等を「検討すべき」と回答しています。
- ものづくり商談会や大手企業とのビジネスマッチングについて、参加企業の固定化や運営主

体の多様化等の事情もあるため事業の再検討が必要です。

■人材育成・確保に向けた中長期的な視点による支援の充実

- 中小製造業の慢性的な人材不足（特に技術者不足）が続いており、区に対しても人材育成および人材確保への支援の期待が高まっています。区では、これまで都立産技高専と連携した技術指導、インターンシップ助成の実施、就業支援事業（就業体験事業、求人企業支援事業等）の実施等を通じて中小企業の人材育成および人材確保につながる取り組みを実施してきましたが、今後も人材育成および人材確保に向けた中長期的な取組が必要と考えられます。
- 創業10年以内企業アンケート調査では、事業展開における課題として「人材の育成・定着」を挙げる企業が8割近くと最も高く、情報通信業においても人材不足が大きな課題となっており、効果的な支援施策を講じていくことが求められています。

（４）知的財産権（産業財産権）の保護・活用に関すること

■利用しやすい支援施策の検討と利用促進

- 知的財産取得費助成を利用した9社について、そのうち7社は区の助成の有無に係わらず知的財産の取得をする予定であったと回答しています。また、半数以上が、助成金額の増額等を「検討すべき」と回答しています。
- 企業訪問調査において、大学や研究機関と共同研究をした場合、特許は共同保有になるため取得には消極的になるという意見もあります。
- 中小企業が知的財産権の申請を目指すにあたっては、新たな技術開発には長期間を要すること、単独で知的財産権取得を進めることは困難が多いことなど、解決すべき課題が残されていると考えられます。課題を踏まえた利用しやすい支援施策を検討し、利用促進を図っていく必要があります。

■知的財産権の積極的な活用のための支援の検討

- 区内には、様々な知的財産権（産業財産権）を有する事業所が多数存在しており、その活用が事業所の業績向上につながる要素の一つとなります。そのため、有効活用に結び付けていくためのマッチングなどの仕組みとともに、新製品・新技術への資金調達等、ビジネスの拡大を支援する体制や知的財産権保護に向けた総合的な取組が必要と考えられます。

（５）産学連携・企業間連携に関すること

■企業間連携のきっかけとなる機会の創出・拡充

- 企業訪問調査において、製造業、情報通信業ともに、連携の主なきっかけが取引先や個人的な人脈といった流動的な機会である点や「連携を行っていないが関心がある」企業が一定数（2割程度）存在することからも、産学連携・企業間連携の創出は今後も重要な取組と考えられます。

○企業間連携については、一部、否定的な意見もみられますが、区に期待する支援施策の上位に来ており、支援の充実が求められています。また、他区における共同受注組織に類する組織への期待や、大崎・五反田周辺に集積している情報通信業を中心とした企業間交流・連携を望む意見がみられます。

■産学連携への抵抗感の低減やメリットの周知等による連携促進

○産学連携については、現在連携している都立高専等との事業の充実を図るとともに、近隣大学等他の支援機関との連携についても検討していく必要があります。

○大学等における知的財産の活用は、近年増加している状況を踏まえ、ニーズ、シーズのマッチングにつながるよう、機会の創出や相談体制の充実を図っていくことも重要と考えられます。

○大学等へのヒアリング調査では、産学連携における企業側と大学側との意識・目的のギャップや開発費用の負担のほか、産学連携に対する認識不足や心理的な抵抗感等が連携を阻む要因となっていることが指摘されています。産学連携のメリットや具体的なスキームの周知、連携機会の創出・拡大など、入り口部分での支援を行っていく必要があります。

○また、中小企業には長期間にわたる大学等との研究を継続することが困難な場合もあるため、共同での研究の継続を後押しするための支援が必要です。

(6) 品川産業支援交流施設（SHIP）に関すること

■認知度の向上と多様な連携・イノベーション創出拠点としての機能強化

○SHIPは立地条件や施設内容が評価され、登録会員数は順調に伸びており、入居企業も確保できています。

○今後、SHIPを品川区における産業の高度化に向けた総合的な支援の拠点としていくためには、認知度の向上によるさらなる利用者の拡大と、会員同士の交流拠点としての役割の充実に加え、異業種間連携や産学連携をはじめとする多様なつながりと新たなイノベーションを創出する拠点として、さらなる機能強化と実施事業の充実等を図る必要があります。

○企業訪問調査の結果をみると、SHIPを利用している事業所では、利用していない事業所と比べて、産学連携、企業間連携を行っている割合が高くなっており、SHIPの利用を促進していくことが産学連携、企業間連携につながっていく可能性があります。また、産学連携、企業間連携に積極的な事業所については、今後SHIPの利用につながっていく可能性もあります。

○創業10年以内企業アンケート調査の結果をみると、7割超の企業が「知らない」と回答する一方で、6割強の企業が「利用してみたい」としており、周知による利用促進を図るとともに、課題となっている“人材”や“販路”といった事業所のニーズをテーマとした事業展開を図っていくことも重要です。

○また、区内よりも周辺地域との取引等が多いことから、SHIP等を拠点とした区内事業所間の交流、連携の促進、取引の活性化等を図っていくことが重要であり、そのことが事業所

の区内への定着にもつながると考えられます。

■運営体制と役割分担の調整

- 品川ビジネススクラブのSHIPの運営については、品川ビジネススクラブとしての事業内容とSHIPの指定管理者としての事業内容とのすみわけ・役割分担について今後調整していく必要があります。

(7) その他

- 区から発信・提供している情報が、区内企業に十分に伝わっておらず、利用できる支援を利用できていない状況があります。また、区職員が区内企業の実態を十分に把握できていないこともあり、相互の情報共有のため、企業訪問調査等の継続的な取組が必要です。
- 区内には大小含めて多くの製造業、情報通信業が立地しており、世界的に知名度の高い企業もあります。その一方で、世界の最先端を進む企業が十分に育っていない現状があります。

第5章 品川区の支援施策の再構築

(1) 基本的な考え方

品川区では、長期基本計画において、都市像の一つに「だれもが輝くにぎわい都市」を掲げ、地域産業の活性化に向けて「産業の高度化の支援」等に取り組むとしています。

昨今の社会経済情勢及び製造業・情報通信業を取り巻く環境が大きく変化している中、品川区が地域に密着した産業を支援し、その活性化を推進していくことは、区内における新たな雇用を生み出し、区民の暮らしを豊かにするとともに、産業を通じた交流・連携等により新たなビジネスが創出され、品川のブランド力が強化されること等にもつながります。

特に、品川区には、日本のものづくりを支えてきた高い技術力を誇る製造業に加え、大崎・五反田地区を中心にIT関連企業が集積しています。この品川区の強みを活かし、確かな技術と柔軟な発想を組み合わせ、品川発の新しい付加価値を生み、育て、広げていくことが重要であると考えます。

こうした考えのもと、品川区が今後推進すべき支援施策の再構築にあたり、基本的な考え方は以下の3点であると考えます。

■社会経済情勢の変化に迅速かつ的確に対応するための支援

(概要)

グローバル化、IoTへの対応、成長が見込まれる分野への進出など

■企業が持つポテンシャルを最大限引き出し、伸ばすための支援

(概要)

多様な連携によるイノベーションの創出支援、研究開発にチャレンジしやすい、失敗しても再チャレンジできるための支援、所有する技術や知的財産権の活用支援など

■地域全体の利益につながるための支援

(概要)

品川ブランドの他分野への波及効果、地域課題の解決（医療・介護、環境保全、安全・安心、雇用創出など）につながる取組への積極的な支援など

(2) 施策の対象及び支援の方向性

品川区の製造業・情報通信業の活性化を支援するための施策を推進するにあたり、施策の対象となる区内事業所及び関係機関等を、地域への密着度や連携・開発等に対する積極性等により、以下のとおり分類しました。それぞれの特性に応じた支援を通じて、区内企業が高い付加価値を生み続けることができる環境づくりを目指します。

ア ベンチャー企業・外資系企業等（1群）

新たに創業・立地してきた情報通信業やファブレスメーカー、外資系企業など、地域に基盤を持たないが、他企業や異業種と積極的に連携し、新製品・新技術等の開発に力を入れている

企業に対し、多様な主体による連携・ネットワーク形成支援や技術開発に向けた支援、品川区での創業・定着支援等を行います。

イ 自社製品開発・高収益体質企業（2群）

自社製品を開発し、あるいは独自の技術や販売ルートを持つなど、強みを活かした積極的な事業展開を図っている企業に対し、技術の製品化支援や知的財産権の保護・活用に向けた支援、ブランド力強化や販売・流通支援を行うとともに、地域産業のリーダー的企業として地域産業の活性化を牽引するための他の区内事業所及び関係機関等との連携した取組を推進します。

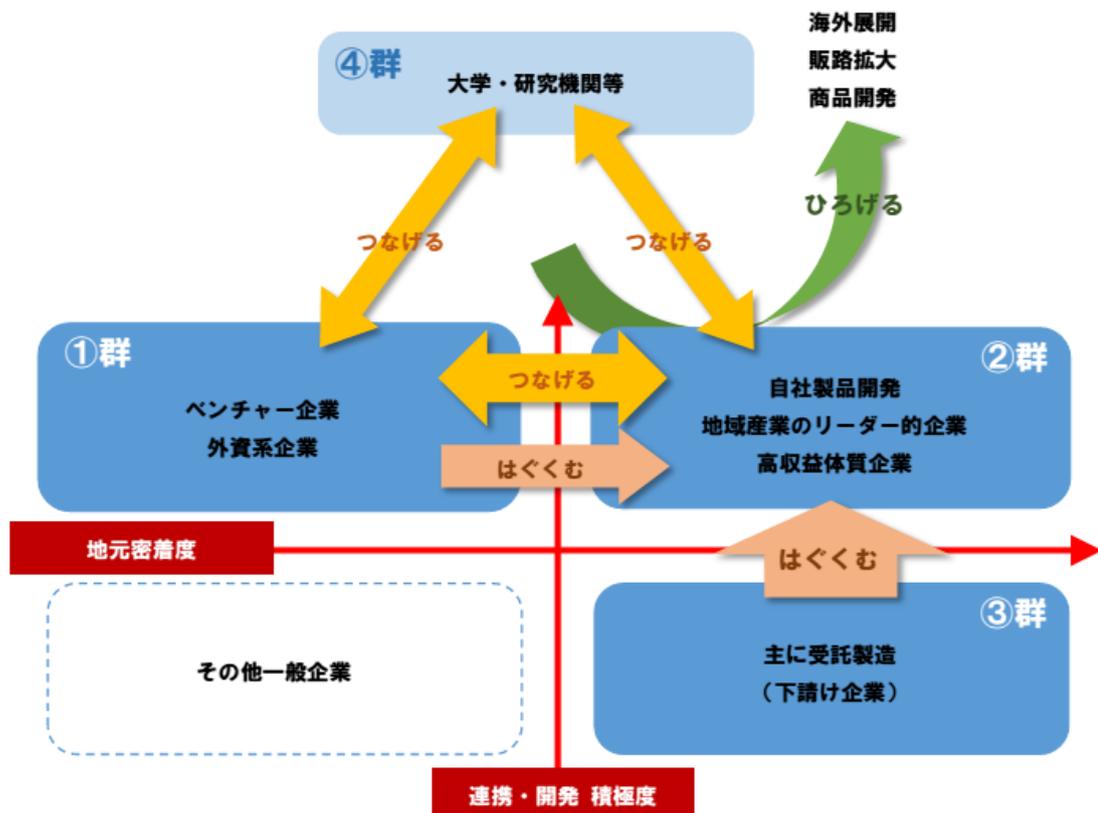
ウ 主に受託製造・下請け企業（3群）

高い技術を持ちつつ、下請け企業として主に受託製造を行っている企業に対し、経営基盤の強化や製品の高付加価値化に向けた支援等を行います。

エ 大学・研究機関等（4群）

支援施策を進めるうえでのパートナーとして、品川区の産業活性化のための連携した取組を進めるとともに、各機関が取組む産業支援、連携事業等を支援し、産学連携による産業の高度化と交流促進を図ります。

【施策の対象と支援の方向性のイメージ】



(3) 施策体系

区内企業が高い付加価値を生み続けることができる産業支援を総合的に推進していくためには、個々の企業が力をつけていくための取組に対する支援に加え、それらの企業と企業、企業と大学・研究機関等をつなげることにより、新しい価値、イノベーションを生み出すことを促進するとともに、それらを実用化し、より多くの市場に広げていくことを後押ししていくことが重要です。

そこで、産業の高度化に向けた総合的な施策推進の方向性を、「はぐくむ」、「つなげる」、「ひろげる」の3つのキーワードで表し、それぞれの目的に応じた効果的な施策を展開することとします。

基本政策1 はぐくむ —区内事業所のチャレンジと成長を支援する—

- 個別施策1-1 研究開発・向上支援
- 個別施策1-2 人材育成・確保支援
- 個別施策1-3 創業・立地支援
- 個別施策1-4 知的財産権の取得・活用支援

基本政策2 つなげる —多様な連携によるイノベーションの創出を支援する—

- 個別施策2-1 産学連携支援
- 個別施策2-2 企業間連携支援
- 個別施策2-3 SHIP活用支援

基本政策3 ひろげる —ポテンシャルを最大限活用した事業展開を支援する—

- 個別施策3-1 製品・商品開発・ブランド化支援
- 個別施策3-2 販路拡大・海外展開支援

(4) 施策の方向性と具体的な取組

基本政策1 はぐくむ –区内事業所のチャレンジと成長を支援する–

個別施策1-1 研究開発・向上支援

【施策推進の背景】

○区では、これまでも区内中小企業が行う研究開発に対し助成を行うなどの支援を行ってきま
したが、国や東京都の助成事業もあることから、区内企業のニーズに即した独自の支援を検
討する必要があります。

○研究開発の成果を上げるには長期間を要するものも多いことから、長期的な視野に立った支
援策も求められています。

【施策の方向性】

○自社の付加価値を高めるための研究開発・技術向上に取り組む中小企業に対し、資金援助や技
術指導、設備の提供等を実施します。

○特に成長が見込める分野や、品川区が抱える社会的な課題の解決に向けた技術開発等に資す
る取組に対して、重点的に支援を行います。

【主な取組】

◎【新規】 品川区版C O Iの推進	<ul style="list-style-type: none"> ・区の将来像の実現及び社会的課題の解決に向けて、長期的な視野に立った技術革新を推進する取組を支援します。 ・社会のあるべき姿を出発点とする「バックキャスト型」の研究開発を長期的に支援し、革新的な挑戦を促します。
◎【新規】 産学連携による研究開発等の促進	<ul style="list-style-type: none"> ・大学や研究機関等と連携して研究開発・技術向上等に取り組む区内企業に対し、当該研究開発等に係る費用の一部を助成します。また、新たな連携を希望する区内企業に対し、連携に向けた相談や大学・研究機関等とのマッチングを行います。
【継続】 新製品・新技術支援の充実	<ul style="list-style-type: none"> ・区内の中小製造業が新製品・新技術の開発に要する費用の一部を助成します。 ・国や東京都の助成内容や区内事業所のニーズ等を踏まえつつ効果の高い支援を行います。
【継続】 ソフトウェア開発支援の充実	<ul style="list-style-type: none"> ・ソフトウェアの開発に要する費用の一部を助成します。 ・特に、I o T時代を見据えた組み込みソフトウェア開発等に取り組む企業を支援します。 ・情報通信業の区での立地優位性を高め、更なる集積を図るため、支援ニーズの把握に努め、内容・方法等について検討します。
【継続】 ビジネスカタリストの派遣	<ul style="list-style-type: none"> ・企業が直面している課題の解決に向け、豊富な経験と知識・技術等を有するビジネスカタリストを派遣します。 ・高い専門性を持った多様なビジネスカタリストを継続的に確

	保できる仕組みについて検討します。
【継続】 都立産技高専による技術指導	・都立産業高専と連携し、設備を利用しながら、教員が技術指導を行うとともに、出張による技術指導にも応じます。

【新規事業提案】

事業名	品川区版 C01 推進事業
提案の背景	製造業・情報通信業への企業訪問調査において、長期間の研究開発への支援を求める意見がみられた。新商品の開発のためには、単年度で成果を出すことは難しい場合もあるため、長期間の支援も必要である。
目的	区の将来像（10年後）を見据え、長期的に区内企業の挑戦的な技術革新を支援することで「品川発」の新しい産業および新ビジネスの創造を目指す。
内容	まず、区が10年後の将来像や社会的な課題（区の行政課題）を設定し、その実現・解決に必要な技術革新を、区内の中小企業を含む産学連携等により進めていくための費用の一部助成を行う。 なお、当事業については、長期的な取組が必要なため、助成の期間を初年度から5年間程度とする。（3年目に中間評価、最終年度終了後に最終評価を行う。）
想定する効果 課題	長期間にわたる研究開発のため、単年度では実現できない技術革新・新たな製品等が生まれることが期待される。 その一方で、設定する目標によっては、参加可能な企業や参加意欲をもつ企業が限定される可能性がある。
先進事例 他自治体の類似 事業例	国立研究開発法人科学技術振興機構による「センター・オブ・イノベーション（C01）プログラム」…主に大学を拠点とし、平成25年度から事業を開始

事業名	産学連携による研究開発等の促進
提案の背景	中小企業は技術力・資金力・人員等に限りがあることから、高度な知識や技術等をもつ大学や研究機関等との連携を行うことで、新たな技術や製品の開発につながる可能性がある。
目的	区内の中小企業が独自の技術や製品をもち、高収益の体質をもつ企業に成長することを目的とする。
内容	①研究開発（共同研究）費用等の一部助成 ②企業と大学・研究機関等との連携支援 企業からの相談を受け付け、企業が希望する連携内容を聞き取り、最適な連携機関を提案し、マッチングを行う。連携後も、随時相談対応等ハンズオンの支援を行う。 また、新たな連携先の大学や研究機関等の開拓を行う。
想定する効果	区内製造業等がもつ技術と大学や研究機関等がもつ研究開発力・シーズを連携させ、新たな技術・製品等を生み出すことで、区内製造業等の競争力強化等につ

	ながる。
先進事例 他自治体の類似 事業例	①（公財） 板橋区産業振興公社／中小企業サポートセンター 産学公連携研究開発支援事業助成金 助成率：対象経費の 2/3 以内 助成上限額：300 万円 助成件数：3 件（予定）
	②足立区産学公連携事業 産学連携コーディネーターによる技術的な相談に対応
	③東京商工会議所産学公連携相談窓口 33 の大学・研究機関と連携体制を構築済み

個別施策1-2 人材育成・確保支援

【施策推進の背景】

- 調査の結果をみると、弱みとして、人材育成、人材確保を挙げる事業所が多く、区内事業所の事業の継続および持続的な発展に向けた支援が求められています。
- 一方で、国全体の労働力人口の減少が見込まれる中、女性の就業支援の促進や国が進めている外国人労働者の受入拡大等に向けた取組みを今後検討していく必要があります。
- 産業の高度化を進めるためには、高い技術や専門知識を有する人材のみならず、イノベーションを生み出す柔軟な発想力や経営戦略に長けたマネジメント能力を持つ高度人材を確保していくことが重要となっています。

【施策の方向性】

- 中小企業の人材確保に向けた取組みを総合的に支援します。
- 中小企業が持つ高い技術力の継承を支援するとともに、技術力を活かした製品やイノベーションを生み出し、マネジメントする能力を有する高度人材の育成・確保に努めます。
- 教育機関や企業等と連携し、ものづくりや情報通信技術に関心を持ち、将来の製造業・情報通信業を担う人材の育成に取組みます。

【主な取組】

◎【新規】 ものづくり高度人材確保支援	<ul style="list-style-type: none"> ・高い専門性を有する高度人材の確保・雇用にかかる費用の一部を助成します。 ・外国の高専等と高度人材の交流を図り、区内中小企業の人材確保や技術交流の仕組みづくりについて検討します。
【拡充】 次世代ものづくり・ICT人材の育成支援	<ul style="list-style-type: none"> ・小中学生向けにもものづくりやプログラミングの体験教室、区内中小企業での現場体験を実施します。 ・区内の高専生、大学生等を対象に、区内の製造業の紹介や区内の製造業に就職したOBとの交流会を開催するなど、地元中小企業への理解を深めてもらう機会を設けます。
【継続】 技術者育成支援	<ul style="list-style-type: none"> ・都立産技高専や産技大等との連携による技術系の講座・セミナーを開催し、若い技術者の育成を支援します。 ・基礎的な技術取得に加え、柔軟な発想や応用力、経営戦略・マネジメント能力の習得にかかる支援を行います。
【継続】 インターンシップ助成の実施	<ul style="list-style-type: none"> ・工業系の学生をインターンシップ生として受け入れた区内中小企業に助成金を交付します。 ・受入企業の拡大を図り、多様な体験機会の拡充につなげます。
【継続】 就業支援事業の実施	<ul style="list-style-type: none"> ・職場実習（インターンシップ）の機会を提供することで、区内中小企業の人材確保を支援します。 ・「就業支援コーディネーター」が人材不足や求人活動に悩みを抱える区内中小企業を訪問し、自社の魅力の打ち出し方や現状の求人活動の見直し・提案などアドバイスを行います。

事業名	ものづくり高度人材確保支援
提案の背景	中小企業が、技術力向上や事業拡大、新分野進出など新たな取組を行うために必要となる高度人材を確保することが困難な状況にある。
目的	中小企業による高度人材の確保を支援することにより、当該企業の技術力向上による成長・発展および後継者不足に悩む中小企業の事業継続等を支援する。
内容	中小企業が高度人材を雇用する場合にかかる費用の一部を助成する。 ※主な助成対象 ①人件費（最大6か月分程度） ②採用に要した経費（求人媒体出稿料、就・転職フェア等出展料等）
想定する効果	中小企業の技術力向上による成長・発展および後継者不足に悩む中小企業の事業継続につながる。
先進事例 他自治体の類似 事業例	三重県「ものづくり高度人材確保支援補助金」 補助率：対象経費の1/2以内 補助上限額：100万円 主な補助対象：①人件費（最大6か月分程度） ②採用に要した経費 （求人媒体出稿料、就・転職フェア等出展料等） （公財）富山県新世紀産業機構「高度ものづくり人材確保支援事業」 （公財）京都産業21 ものづくり企業新事業創造「高度人材確保支援事業」

個別施策1-3 創業・立地支援

【施策推進の背景】

- 製造業は、地域に根付き、雇用の創出と地域経済の活力を生み出す産業でもあることから、立地の継続を支援していく必要があります。
- 情報通信業は、交通の利便性や比較的手ごろな立地コストを強みとして、五反田や大崎周辺を中心に集積していますが、他の地域へ移転しやすい業種でもあり、区内立地のメリットを高めていく必要があります。

【施策の方向性】

- 区内での創業を支援するとともに、創業後の経営支援等により、区での立地継続・定着を促進します。
- 区における立地優位性を高め、製造業及び情報通信業の集積を促進することで、区内企業間の取引の拡大等を図り、地域経済循環と地域産業の活性化につなげます。

【主な取組】

◎【新規】 新規開業家賃助成	<ul style="list-style-type: none">・区内で起業する法人・個人を対象に、一定期間、事務所の賃料の一部を助成します。・家賃助成対象事業所に対し、期間中、専門家の派遣等による様々な支援を行うことにより、助成期間終了後の立地の継続につなげます。
◎【新規】 工場跡地等への立地促進	<ul style="list-style-type: none">・区内で閉鎖・廃業した工場（空き工場）の再利用を促進するための情報提供及び整備に要する費用の一部を助成します。
◎【新規】 中小製造業のアトリエ化支援	<ul style="list-style-type: none">・住工が近接する中小製造業等が、「見せる」工場として、製造工程の一部を外部に公開等するための施設・設備の整備を支援します。
【継続】 創業支援センターによる創業支援	<ul style="list-style-type: none">・区内4か所にある創業支援センターにおいて、創業スペースの提供や専門スタッフによるアドバイスなど、創業から事業化に至るまでの一貫した支援を行います。・各支援センター間の連携体制を構築します。・創業支援センターの運営に関し、指定管理者の導入を検討します。

【新規事業提案】

事業名	新規開業家賃助成
提案の背景	創業支援については、創業スペースの提供等施設面での支援も必要だが、行政からの施設提供には限界があり、別の面からの支援が必要である。
目的	区が創業スペースの提供等を直接行わずに「品川生まれ」の企業を育成する
内容	区内で起業を予定している法人・個人に対して事務所等の家賃を助成する。
想定する効果	区内での起業・創業が促進される。
課題	その一方で、家賃の助成だけでは、発展の途上で区外に転出される可能性がある。
先進事例 他自治体の類似 事業例	<p>港区「新規開業賃料補助」</p> <p>主な補助要件</p> <ul style="list-style-type: none"> ●創業1年未満であること。 ●港区内に事務所または店舗があること。 ●中小企業基本法第2条に規定する中小企業者であること。 ●大企業（中小企業者以外の者）が実質的な経営に参画していないこと。 ●次のいずれかに該当していること。 <ul style="list-style-type: none"> ①平成28年12月16日現在、港区創業計画書作成支援事業を利用し、募集期間内に創業計画書の作成が完了すること。 ②平成28年12月16日までに港区創業アドバイザー派遣事業に申し込み、募集期間内に創業計画書の作成が完了すること。 ●賃貸借契約日が申請期間初日を基準に13か月前以内であること <p>補助内容：月額賃料の1/3（上限5万円）</p> <p>期間：最大1年間</p> <p>荒川区「事務所等賃料補助金」</p> <p>対象：区内で新たに創業を計画する法人または個人事業主。</p> <p>ただし、以下の要件をすべてを満たす者のみ。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●一定期間内に創業した方または創業可能であること。 ●創業後の企業等の規模が中小企業であること。 ●原則、大企業が実質的に経営に参画しないこと。 ●原則、フランチャイズチェーンの加盟店等でないこと。 ●国等から事務所等の賃料に対する補助金（国の「創業補助金」等）を受けないこと。 ●税金を滞納していないこと。 ●区内産業及び地域の活性化に寄与する事業を行うこと。等 <p>限度額：1年目5万円／2年目3万円(月額)</p> <p>期間：最大2年間</p> <p>（公）大田区産業振興協会</p> <p>対象：個人、中小企業者のうち、次に掲げる要件のいずれかに該当する者。</p> <p>ただし、国等の公共的団体から支援を受けている者は除く。</p> <p>(1) 既に事業を行なっている者で創業後3年以内の者</p>

	<p>(2) 大田区創業支援施設退出者であって退出後1年以内の者</p> <p>(3) 大田区ビジネスプランコンテスト入賞者で大田区において開業届または事業所登記を行い、事業を開始する者</p> <p>助成内容：賃料月額1/3、限度額4万円</p> <p>製造業及び区内商店街空き店舗を活用する対象事業者は月額賃料の1/2、限度額8万円</p> <p>期間：1年</p>
--	---

事業名	空き工場活用支援事業（不動産情報提供）
提案の背景	区内製造業の中には、近隣住民（特に転入者）とのトラブルや環境規制等により工場を閉鎖・移転を選択する企業がみられる。また、後継者不足や社会構造の変化により、倒産・閉鎖する企業（工場）もみられる。閉鎖した工場の敷地は、その後、オフィスビルやマンション等に転換されることが多く、区内製造業ひいては区内経済の活力低下につながっている。区内経済、雇用等への影響を最小限に抑えるためにも、製造業の減少・活力低下に歯止めをかける必要がある。
目的	区内で閉鎖した工場（空き工場）の再利用を促進し、区内経済の活性化を図る。
内容	<p>① 工場が閉鎖・廃業により利用されなくなった場合、区内で製造拠点を探している区内外企業や創業を希望している法人・個人に対して空き工場の情報を提供し、再利用につなげる（実際の仲介は、東京都宅地建物取引業協会品川支部等と連携して行う）。</p> <p>② 区内企業、区内企業同士、または、区内企業＋区外企業等による製造拠点として整備する場合、整備費用の一部を助成する。</p>
想定する効果課題	<p>周囲との関係や経営、事業承継等の問題から起こる区内製造業の減少に歯止めがかかり、かつ、新たな製造業の参入が期待できる。</p> <p>その一方で、品川区は中小規模の工場が多く、住宅との隣接している場合も多いため、工場を活用する業種が限定される可能性がある。また、不動産は個人のものであり、権利者の意向が優先される。</p>
先進事例 他自治体の類似 事業例	<p>①墨田区</p> <p>区ホームページにおいて、「東京都宅地建物取引業協会墨田区支部のホームページ」のリンク先を掲示し、個々に物件の検索ができる。</p> <p>②墨田区「新ものづくり創出拠点整備事業」</p> <p>対象：補助の対象者は、次に掲げる要件を全て満たす者で区長から事業の採択を受けたものとする。</p> <p>(1) 中小企業（個人を除く。）、一般社団法人、一般財団法人、NPO法人</p> <p>(2) 補助金の趣旨を理解し、新ものづくり創出拠点を運営する者</p> <p>(3) 新ものづくり創出拠点を継続して5年以上運営することができる者</p> <p>(4) 国税及び地方税を滞納していない者</p> <p>(5) 事業の実施に必要な許認可等を有している者</p> <p>限度額：空き工場等の改修費、機械設備等購入費その他区長が必要と認める経費</p>

	のうち 10/10 以内。2,000 万円以内
--	-------------------------

事業名	中小製造業のアトリエ化支援
提案の背景	区内製造業の中には、近隣住民（特に転入者）とのトラブルや環境規制等により工場を閉鎖・移転を選択する企業がみられる。近隣住民とのトラブルの原因の一つに、地域住民が工場の現場を知らないことが考えられる。そのため、地域住民に製造の現場を知っていただくことで、トラブルの減少を目指す。
目的	製造業が地域に溶け込み、地域のシンボルとして住・工近接の新しい関係づくりを目指す。
内容	区内製造業が、「作り手」による製造工程や「ものづくり」の現場を地域住民等に公開し、製品に対する理解や親しみを高めるとともに、製品の販売促進等を図る場合の施設・設備改装費用の一部を助成する。
想定する効果 課題	住宅に近接する製造業に対する苦情・トラブルの発生等を低減し、製造業の減少・流出を抑制する効果が期待できる。 その一方で、アトリエ化に適する業種や施設規模など、実現可能な事業所は限定的なものにとどまる可能性がある。
先進事例 他自治体の類似 事業例	（公）台東区産業振興事業団 「アトリエ化支援助成金」 限度額：100 万円 助成率：対象経費の 1/2 以内 助成対象経費：店舗の改装・改築費、看板等設置費、店舗デザイン費、体験教室に必要な設備購入費など

個別施策1-4 知的財産権の取得・活用支援

【施策推進の背景】

- 企業訪問調査の結果では、回答を得た企業の4割が知的財産権を保有していることから、販路拡大や事業連携のため、企業が保有する知的財産権の積極的な活用を支援していくことが必要です。
- 知的財産権取得費助成に対する申請件数が増えている一方で、単独で知的財産権の取得を進めるのは困難であることや、新たな技術開発には長期間を要することなどの課題もあり、助成のあり方や制度設計に工夫が必要です。

【施策の方向性】

- 自社技術の保護と高付加価値化を図るために、知的財産権（産業財産権）を積極的に取得しようとする中小企業を支援します。
- 保有する知的財産を活用した戦略的な経営に取り組む企業を支援し、独自技術を生かした製品開発や販路拡大、自社技術のブランド化等につなげます。また、中小企業の知的財産権取得・活用に対する意欲喚起を図ります。

【主な取組】

◎【新規】 知的財産権活用支援	<ul style="list-style-type: none">・知的財産権の活用に関する調査研究やコンサルティング、販路開拓等にかかる費用の一部を助成します。・知的財産権の取得・活用に関する情報提供等を行います。
【継続】 知的財産権取得支援	<ul style="list-style-type: none">・国内の知的財産権取得にかかる費用の一部を助成します。・取得ニーズに応じた事業拡大を図りつつ、特に取得・活用効果が高いと考えられる技術への重点支援についても検討します。

【新規事業提案】

事業名	知的財産権活用支援
提案の背景	高い技術や知的財産権をもちながら資金力や人材不足、ノウハウの欠如等によって知的財産権の活用が困難な企業がみられることから、知的財産権を活用した企業戦略の推進に向けて支援を行う必要がある。
目的	企業が知的財産権の活用によって独自技術の保護や製品開発、事業連携の拡大を進め、それにより収益力が向上し、事業規模が拡大等するよう支援する。
内容	企業が知的財産を活用した技術・製品開発や大学等の研究機関、他企業との連携を希望する場合、区または区から委託を受けた専門職、コーディネーターが相談を受け付け、企業の課題や要望に応じた支援を行う。 また、公開特許の活用アドバイス等も行う。 事業の実施に向けて、実際に相談を行う専門職の確保または専門支援機関等との提携が必要。
想定する効果	知的財産権の活用により、新たな製品開発や事業拡大等につながり、企業の収益力の向上等に寄与する。また、企業間連携、産学連携の促進につながる。
先進事例 他自治体の類似 事業例	板橋区「知的財産権に関する相談事業」（事前予約制） 実施内容：（一社）発明推進協会による特許等取得活用支援事業に協力し、知的財産権（特許権、実用新案権、意匠権、商標権、著作権など）に関する臨時相談窓口の開設等を行っている。 相談は、（一社）発明推進協会東京事業部から派遣された相談員が対応する。費用は無料。 足立区でも同事業を実施。 なお、ホームページ上では、「区が実施している」ではなく「（一社）発明推進協会東京事業部が区庁舎に相談窓口を設置」と表現している。

基本政策2 つなげる ー多様な連携によるイノベーションの創出を支援するー

個別施策2-1 産学連携支援

【施策推進の背景】

- 産学連携への支援については、品川区長期基本計画においても施策の柱の一つとして位置づけられており、現在、都立産業技術研究センター、都立産業技術高等専門学校等と連携した中小企業支援策を推進しています。
- 企業訪問調査の結果をみると、大学や公設試験研究機関等との連携を行ったことがある企業は4割程度にとどまることや、連携の主なきっかけが取引先や個人的な人脈といった流動的な機会であること、「連携を行っていないが関心がある」企業が一定数（2割程度）存在することから、今後も産学連携への関心を高めつつ、多様な機会を通じたきっかけづくりを積極的に提供していく必要があります。
- 既に産学連携に取り組んでいる区内企業に対しては、その取組を支援し、さらなる連携促進を図っていく必要があります。

【施策の方向性】

- 大学や研究機関等と連携し、各機関と区内中小企業とのマッチングを支援します。
- 区内中小企業と大学・研究機関等が実施する産学連携の取組みを支援します。
- 現在実施している都立高専等との連携の強化を図るとともに、近隣に立地する大学等他の支援機関との連携についても検討します。

【主な取組】

◎【新規】 シーズ・ニーズマッチング支援	・大学・研究機関等がもつシーズと市場・企業ニーズとのマッチング機会を創出・拡充します。
◎【新規】 産学連携による研究開発等の促進（再掲）	・大学や研究機関等と連携して研究開発・技術向上等に取り組む区内中小企業に対し、当該研究開発等に係る費用の一部を助成します。また、新たな連携を希望する区内企業に対し、連携に向けた相談や大学・研究機関等とのマッチングを行います。
【継続】 都立産技研等との連携	・産技研の各種サービスの利用にかかる費用の一部を助成します。 ・区が実施する産業支援施策において連携した取組を行います。
【継続】 インターンシップ助成の実施（再掲）	・工業系の学生をインターンシップ生として受け入れた区内中小企業に助成金を交付します。 ・受入企業の拡大を図り、多様な体験機会の拡充につなげます。

【新規事業提案】

事業名	シーズ・ニーズマッチング支援
提案の背景	大学・研究機関等がもつシーズと中小企業がもつ技術との連携・マッチングにより、市場が求めるニーズを満たす新たな技術・製品の開発につながる可能性がある。
目的	大学・研究機関等がもつシーズと中小製造業がもつ技術力をマッチングさせ、新たな技術・製品開発を目指す。
内容	個々の大学・研究機関や中小製造業がもつ技術情報を収集し、その効果的なマッチングを行い技術・製品開発を促進する。
想定する効果	新たな技術・製品開発につながる。参加している大学・研究機関等と中小製造業の双方から次の提案や連携が生まれやすくなり、技術・製品開発の好循環が期待できる。
先進事例 他自治体の類似 事業例	<p>(一社) 首都圏産業活性化協会「地域イノベ・技術連携交流会」 大学、研究機関、企業の交流イベント。展示会と面談を実施。</p> <p>墨田区「新分野ジョイント事業」</p> <ul style="list-style-type: none"> ●すみだの「ものづくり技術」の全国発信・特設ホームページの開設（随時更新）・情報誌への掲載 ●マッチング事業の開催・大学・企業等の研究者開発者のニーズと区内製造業者のシーズをマッチさせるための場を提供し、新たなビジネスチャンスにつながる機会を創出。 ●事業化のための支援・マッチングイベントにより事業化しうる可能性の高いと判断された4組の事業者と研究者に対し事業化するための調整や指導を行う。

個別施策2-2 企業間連携支援

【施策推進の背景】

- 区には、古くから立地する高い技術力を有する製造業に加え、情報通信業が集積してきており、イノベーション創出に向けた企業間連携において強みを活かすことができる地域といえます。
- 創業10年以内企業アンケート調査では、他の企業等との連携について、「行っていないが、関心はある」と回答した企業が5割近くと高くなっています。また、企業訪問調査でも、区に期待する施策として、「企業間連携への支援」が上位になっており、企業間連携に対するニーズは高いといえます。

【施策の方向性】

- 一企業単体では難しい技術開発や製品開発、販路拡大等において、多様な企業・研究機関等による共同での取組を支援します。
- 企業同士が連携・情報交換するきっかけとなる場を創出します。

【主な取組】

◎【新規】 共創グループ創設、育成、活動支援	・区内の製造業・情報通信業を中心に、複数の企業・研究機関等で構成する「共創グループ」の組織化を支援します。 ・「共創グループ」が実施する取組に対し、その費用の一部を助成します。
◎【新規】 創造的産業振興	・アーティスト・クリエイターと区内中小企業の連携による創造的な製品デザインやプロモーションツール等の開発を支援し、高付加価値化、販路拡大等につなげます。
【継続】 SHIPの活用促進	・SHIPを拠点とした企業間連携・交流を促進します。

【新規事業提案】

事業名	共創グループ創設、育成、活動支援
提案の背景	<p>製造業・情報通信業への企業訪問調査において、板橋区の共同受注組織「イタテック」や、大田区の「下町ポブスレー」のような仕組みがあれば、参加を希望する企業がみられる。</p> <p>区内には多種多様な分野の企業があることから、それぞれの企業が得意とする分野同士が組み合わさることにより、新たな技術・製品の開発が期待できる。</p>
目的	<p>複数の分野、複数の企業・研究機関が製品づくりに向けた「共創グループ」を組織し、一つの企業や研究機関では実現が困難な新しい成果・製品を生み出し、新たな「メイドイン品川」製品を世の中に送り出す。</p>
内容	<p>① 区内製造業・情報通信業を中心に、複数の企業等で製品づくりのための「共創グループ」の設立を支援する。</p> <p>② 「共創グループ」が実施する販路拡大及び技術力向上、人材育成等の取組に対し、その活動経費の一部を補助する。</p> <p>ア 研修会・勉強会の開催、講演会・セミナーへの参加・開催等による情報収集事業</p> <p>イ ホームページ開設、パンフレット作成等による広報活動事業</p> <p>ウ 展示会、見本市、商談会等への出展による販路開拓事業</p> <p>エ 新製品・新技術開発、共同受注等に取り組むための市場動向・技術調査事業</p> <p>オ 社会的な課題を解決するための新製品開発事業</p>
想定する効果	<p>区内企業同士の取引関係の構築・強化や新たな製品・サービスの開発等につながる。</p>
先進事例 他自治体の類似 事業例	<p>②横浜市『「チーム de ものづくり」応援事業』</p> <p>対象要件：次の「補助対象団体」の要件を全て満たす団体が行う「補助対象事業」のいずれかに該当する事業であること。</p> <p>●補助対象団体</p> <p>ア 3者以上で構成された団体で、その構成員の1/2以上が横浜市内に事業所（本社、支社、工場、研究所（部門））を置く製造業であること。</p> <p>イ 団体の構成員のうち1/2以上が中小企業であること。</p> <p>ウ 事業計画書及び規約等が明文化され、かつ会員名簿及び役員名簿を備えていること。</p> <p>エ 団体の代表者は市税及び横浜市に対する債務の支払等の滞納がない法人であること。</p> <p>オ 団体の構成員のうち1/2以上が、本補助金の申請をする他団体の構成員となっていないこと。</p> <p>カ 団体の構成員に暴力団が含まれておらず、かつ団体の代表者が暴力団員でないこと。</p> <p>キ 本補助事業の同年度の申請は、1団体1申請に限ること。</p> <p>ク 他の機関又は制度において、同種の補助金を受けていないこと。</p>

	<p>●補助対象事業</p> <p>ア 研修会・勉強会の開催、講演会・セミナーへの参加等による情報収集事業</p> <p>イ ホームページ開設、パンフレット作成等による広報活動事業</p> <p>ウ 展示会、見本市、商談会等への出展による販路開拓事業</p> <p>エ 新製品・新技術開発、共同受注等に取り組むための市場動向・技術調査事業</p> <p>オ その他市長が必要と認める事業</p> <p>●対象期間：申請日から指定期日までに契約、取得、実施及び支払が全て完了したもの</p> <p>●補助率、補助限度額等：補助対象経費の1/2の額又は20万円のうち、いずれか少ない額</p>
--	--

事業名	創造的産業振興事業（アート＋製造業）
提案の背景	高度な技術力を必要とする優れた機能等を持つ製品を持ちながら、収益力や販路拡大に伸び悩んでいる企業がある。
目的	製品に芸術性を付加することで製品の高付加価値化を図り、販路拡大による企業の収益力向上および競争力強化等を目指す。
内容	<p>① アーティスト・クリエイターのもつ創造性と、区内中小企業の製品開発などをつなぐコーディネーターの配置やマッチングの機会を設ける。</p> <p>② 自社の技術を活用して製品を開発したい区内製造業とデザイナーをマッチングし、両者の連携による製品開発に対して、費用の一部を助成。</p>
想定する効果	製品の高付加価値化による企業の競争力強化や、販路拡大による収益力向上が期待できる。
先進事例 他自治体の類似 事業例	<p>①横浜市「創造的産業振興モデル事業」（H25～27年度）</p> <p>事業内容：アーティスト・クリエイターと、ものづくり産業等をつなげる専門家「マッチングコーディネーター」を配置するとともに、アーティスト・クリエイターのビジネス機会の創出や創造的産業の新興に資する支援を行う。</p> <p>また、関内・関外地区に集積しているアーティスト・クリエイターとものづくり産業等をつなげるマッチングコーディネートを行うとともに、モデルプロジェクトコンソーシアムづくりに向けて必要な専門家の派遣を行う。</p> <p>②（公）東京都中小企業振興公社「デザインコラボ事業」</p> <p>●コラボマッチング</p> <p>デザインに関する具体的な案件を持つ中小企業とデザイナーを対象に、マッチング会（商談会）を行う。</p> <p>自社商品についてデザインによる魅力向上を目指す中小企業が、自社にあったデザイナーを探すためのマッチング会と、独自のアイデアを持つデザイナーがそのアイデアを形に出来る技術を持つ中小企業を探すためのマッチング会</p>

	<p>を、それぞれ開催する。(年各1回実施)</p> <ul style="list-style-type: none"> ●デザイナーの展示会出展 <ul style="list-style-type: none"> 中小企業とデザイナーが直接交流し、技術や作品をPRできる機会を設ける。(年2回実施) ●ワークショップ <ul style="list-style-type: none"> 中小企業とデザイナーが、デザインに関するワークショップを通してコミュニケーションを図る。(年2回実施) <hr/> <p>③大田区「開発コラボ助成」(H27年度)</p> <p>対象：大田区内で本社または事業所を1年以上操業している中小企業者または前記中小企業者3分の2以上で構成された中小企業団体等</p> <p>助成期間：15か月程度</p> <p>助成限度額：①開発に対する助成金300万円 (1年度目100万円、2年度目200万円)</p> <p>②デザイン契約に対する助成金150万円 (1年度目80万円、2年度目70万円)</p> <p>助成率：助成対象経費の2/3</p>
--	--

個別施策2-3 SHIP活用支援

【施策推進の背景】

- SHIPの認知度について、調査の結果をみると、企業訪問調査では7割以上が「知っている」と回答していますが、創業10年以内企業アンケート調査では、7割以上が「知らない」と回答しており、認知度向上に向けた周知の充実や、創業からの年数が短い企業等へのアプローチの仕方に工夫が必要です。
- 創業10年以内企業アンケート調査では、事業展開上の課題として、人材の育成・定着、資金の確保を挙げる企業が多くなっており、創業からの年数が短い企業等に対する総合的な支援が求められています。
- さらに、SHIPを品川区における産業の高度化に向けた総合的な支援の拠点としていくためには、認知度の向上によるさらなる利用者の拡大と、会員同士の交流拠点としての役割の充実に加え、異業種間連携や産学連携をはじめとする多様なつながりと新たなイノベーションを創出する拠点として、さらなる機能強化と実施事業の充実等が期待されています。

【施策の方向性】

- SHIP指定管理者と連携し、施設の認知度の向上及び機能強化を図りつつ、利用者の拡大と企業間連携の場の創出・拡充、情報発信の充実に取組み、革新的で新しいビジネスの創出につなげます。
- 産業支援にかかる他の支援機関等との連携強化及びSHIPを核とした中小企業支援ネットワークを構築し、創業期からの継続的、総合的な産業支援拠点としての役割強化を図ります。

【主な取組】

◎【新規】 中間支援組織等によるネットワークの構築	・企業と各種支援制度・サービス、企業と企業、企業と関係機関等をつなげる中間支援組織の活動支援を行うとともに、中間支援機関同士の連携・ネットワーク化を進めます。
【継続】 SHIP活用企業等の拡大	・SHIPの認知度及び利用に対するインセンティブ向上等により、利用者の拡大を図ります。
【継続】 企業間交流の促進	・会員同士の交流機会の拡充を図ります。 ・イベントの開催等により、企業同士のつながりや交流のきっかけをつくります。
【継続】 情報発信拠点機能の充実	・施設の機能を活用し、セミナーや展示会など様々な機会を通じて、イノベーションに通じる情報発信拠点としての機能の充実を図ります。
【継続】 人材の発掘・成長支援	・いわゆる“とんがった”能力、才能を持つ人材を発掘し、能力、才能を活かした起業や事業展開に結び付けるための支援を行います。

事業名	中間支援組織等によるネットワークの構築
提案の背景	<p>区では5か所の創業支援施設・センター（SHIP含む）を設置しており、それぞれに特徴のある運営が行われている。</p> <p>その一方で、施設間の連携が十分とはいえない状況がある。また、民間の創業支援施設との連携も進んでいない。</p>
目的	各施設がもつ強みを組み合わせ、個々の企業の個性や目標に適した幅広い支援の実施を目指す。
内容	<p>①区が設置している創業支援施設・センター5施設の運営者・職員による情報交流・共有</p> <p>②各創業支援施設・センターの企業同士の交流会の実施</p> <p>③各創業支援施設・センターの企業間連携の支援</p> <p>④区内外に設置されている民間の創業支援施設とのネットワークの構築</p>
想定する効果	ネットワーク構築による情報共有、新しいビジネスの展開、企業の成長の促進等につながる。
先進事例 他自治体の類似 事業例	<p>（公財）まちみらい千代田「千代田インキュベーション施設連絡協議会」</p> <p>概要：区内企業の活性化や創業間もない企業の成長を促進するという視点から、情報交換や施設間の連携を行う。</p> <p>参加施設：（公）まちみらい千代田を中心に、民間の8施設が参加している。</p> <p>（公財）横浜企業経営支援財団（IDEC）</p> <p>「横浜ビジネスインキュベーション連携」（H24.2.23 ニュースリリース）</p> <p>内 容：(1) 起業家のための支援策やセミナー情報などの相互広報による情報の共有化</p> <p>(2) 各インキュベーションオフィス利用者同士の交流の場の設定</p> <p>(3) その他イベントや施設利用の協力 等</p> <p>ねらい：(1) 起業家同士の交流による、新しいビジネス展開やコラボレーションの創出</p> <p>(2) IDEC開催の起業家向けのセミナーや支援策の利用拡大</p> <p>(3) 市内インキュベーション施設に関する情報を集約し、起業家に提供</p> <p>(4) 横浜における起業の促進</p>

基本政策3 ひろげる –ポテンシャルを最大限活用した事業展開を支援する–

個別施策3-1 製品・商品開発・ブランド化支援

【施策推進の背景】

○企業訪問調査の結果では、事業所が今後強化したい点として、販売力や人材育成とともに、「製品開発力・企画力」が上位になっており、市場ニーズ等に応じた製品・商品開発やブランド化を支援していく必要があります。

【施策の方向性】

○中小企業が持つ技術を活かした付加価値の高い製品・商品の開発とブランド力の強化を支援します。

【主な取組】

◎【新規】 市場ニーズ把握・調査支援事業	・区内中小企業の製品・商品開発・改良に必要なモニター調査等を事業所に代わって区が実施し、あるいは実施にかかる費用の一部を助成します。
◎【新規】 シーズ・ニーズマッチング支援 (再掲)	・大学・研究機関等がもつシーズと市場・企業ニーズとのマッチング機会を創出・拡充します。
◎【新規】 創造的産業振興(再掲)	・アーティスト・クリエイターと区内中小企業の連携による創造的な製品デザインやプロモーションツール等の開発を支援し、高付加価値化、販路拡大等につなげます。
◎【新規】 業界・業種イベントの誘致・主催	・区内のコンベンション施設(大崎ブライトコアホールなど)に情報通信業に関するイベントを誘致、または区主催でイベント等を実施し、品川区を情報通信業の拠点都市としてPRします。
【継続】 メイドイン品川PR事業	・区内中小企業が開発・実現化した優れた製品や技術を「メイドイン品川」ブランドとして認定し、広くPRします。 ・PR方法の検討と合わせ、認定を受けることのメリット・インセンティブを高めるための取組みを検討します。

【新規事業提案】

事業名	商品・製品モニター調査、事業者・消費者のニーズ調査
提案の背景	顧客、消費者のニーズを十分に把握していない企業がある。
目的	発注者や市場が求める商品・製品を供給し、区内製造業の売上・収益力向上等につなげることを目指す。
内容	<p>① 商品・製品の開発や改良に必要なモニター調査を事業者に代わって区が実施する。調査終了後、調査結果をまとめた報告書を事業者に提供する。</p> <p>② 区内の事業者や消費者を対象に、アンケート調査を定期的実施する。また、国や都、民間シンクタンクによる調査結果なども活用して、経営状況や経営方針、経営上の課題等のほか、区民の消費ニーズなどの実態を把握し、区の産業振興施策検討の基礎資料とする。</p> <p>また、その情報を企業に提供し、新たな事業展開等に活用してもらうほか、経営支援の充実にもつなげる。</p> <p>③ 区内の企業から、市場調査として希望する項目を収集し、区のアンケート調査として実施する。調査結果は、区内の各企業に提供し、各窓口でも公開する。</p>
想定する効果 課題	<p>市場ニーズに合った商品・製品の開発・提供が期待できる。</p> <p>その一方で、特定の企業・事業所等の支援に偏るなどの問題が発生する可能性がある。</p>
先進事例 他自治体の類似 事業例	<p>①港区「港区商品モニター調査支援事業」</p> <p>区内の中小企業が商品開発や商品改良をするのに必要な商品モニター調査について、区が代わって実施することにより、売上増加や販路拡大を支援する。 (調査実施のため、毎年度委託先を選定している。)</p> <p>支援対象：区内で1年以上操業している中小企業等(法人の場合は、区内で登記していること)</p> <p>募集企業数：3社(審査あり)</p> <p>モニター調査の種類：グループインタビュー調査、インターネットアンケート調査、製品使用感把握調査(ホームユーステスト)、企業モニター調査他</p> <p>②世田谷区「世田谷区産業基礎調査」…以下の実績はH28年度調査</p> <p>(1) 区民アンケート調査：4,977サンプル(有効回収率：29.5%)</p> <p>(2) 事業者アンケート調査(商業・サービス関連事業者) ：7,311サンプル(有効回収率：20.3%)</p> <p>(3) 事業者アンケート調査(建設・製造・その他事業者) ：2,429サンプル(有効回収率：21.7%)</p> <p>(4) 事業者ヒアリング調査(事業者) ：30事業者(対面インタビュー形式)</p>

事業名	業界・業種イベントの誘致・主催
提案の背景	品川区（特に大崎・五反田地区）には、情報通信業が多く集積しているが、知名度は渋谷等ほど高くはない。
目的	情報通信業（ICT）の拠点都市としてPRし、知名度の向上を目指す。
内容	区内のコンベンション施設（大崎ブライトコアホールなど）に情報通信業に関するイベントを誘致、または区主催でイベント等を実施し、品川区を情報通信業の拠点都市としてPRする。
想定する効果	区内への情報通信事業者の更なる進出や新規創業、区のイメージアップが期待できる。

個別施策3-2 販路拡大・海外展開支援

【施策推進の背景】

- 近年の国内製造業における事業環境の厳しさを背景に、区内の製造品出荷額等が落ち込んできています。
- 企業訪問調査の結果をみると、ここ3年間の売上・利益の増加要因として、「販路・市場開拓」、「発注企業の製品の売上拡大」の割合が高く、減少要因として、「市場の縮小」の割合が高くなっており、販路拡大・市場開拓は事業所の売上・利益に大きく影響していることがうかがえます。
- 海外展開においては、為替相場や外国の社会情勢等に影響される一方で、ビジネスチャンスも大きいことから、リスクを踏まえつつ支援をしていくことが必要です。

【施策の方向性】

- 区内中小企業における自社製品・商品や独自技術等のPRに資する取組みを支援し、受注機会の拡大や新たな販路開拓につなげます。
- 積極的に海外への事業展開に取り組む中小企業に対し、様々な側面から支援します。

【主な取組】

<p>【継続】 ものづくり商談会の開催</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・他区等との共催により、中小製造業事業者による商談会を開催します。商談会等で新たに取引が発生した場合には、その取引額の一部を助成します。 ・商談会での更なる商談成立を促すため、実施方法・内容等の見直しを検討します。
<p>【継続】 展示会への出展支援</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・国内展示会に「品川パビリオン」として共同出展し、品川のものづくりをPRします。 ・対象展示会への出展にかかる費用の一部を助成します。
<p>【継続】 海外進出支援</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・区内中小企業が海外の事業所と取引する際に必要な専門知識等の修得を支援します。 ・展示会への出展など海外への自社製品・商品のPRにかかる費用の一部を助成します。 ・JETRO等を活用した海外市場調査に要する費用の一部を助成します。
<p>【継続】 メイドイン品川PR事業（再掲）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・区内中小企業が開発・実現化した優れた製品や技術を「メイドイン品川」ブランドとして認定し、広くPRします。 ・PR方法の検討と合わせ、認定を受けることのメリット・インセンティブを高めるための取組を検討します。
<p>【継続】 企業PR用動画作成支援</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・企業PRを目的とした新規の動画作成に要する費用の一部を助成します。

(5) 支援施策の推進

品川区の強みを活かし、支援ニーズを踏まえた効果的な産業支援施策を展開するために、以下の取組を行います。

ア 区内産業の実態把握

○区内中小製造業、情報通信業の事業環境や経営状況等を把握し、実効性のある施策・事業の実施を図ります。

【主な取組】

【継続】 区内事業所・企業調査の実施	・区内中小製造業、情報通信業における事業展開の方向性や課題、支援ニーズ等を把握するため、事業所への訪問、ヒアリング、アンケート等による調査を継続的に実施します。 ・合わせて、区及び関係機関等が実施する支援施策について情報提供・周知の充実を図り、利用促進を図ります。
------------------------------	---

【取組継続の背景】

【平成 28 年度に実施した企業訪問調査から見えてきたこと】

- ①従来の郵送アンケート等では把握できない区内中小企業が抱える課題や区の支援施策に対する意見・要望等をより詳細に把握することができた。
- ②区の支援事業の認知度が低く、支援事業が十分に活用されていない。
- ③企業は多方面（国・都・区）から来る支援情報を整理できていない。
- ④支援事業を活用している企業としていない企業との差が激しい（二極化している）。
- ⑤訪問調査の中で直接事業説明を行った結果、実際の事業の活用につながった例が多数あり、企業にとってもメリットが大きかった（経営者と直に話をする事でニーズを引き出し、その企業にとって必要な施策が提案できる）。
- ⑥技術革新や経済環境の変化等のスピードが速いため、最新の情報（区の新たな施策、国・都の補助金情報等）を企業側に提供し続ける必要があるとともに、区として日々情報収集を行って企業ニーズにあった施策展開を図っていく必要がある。
※特に区とあまり接点のない企業への情報提供等は重要⇒区内には、このほかにも実態や情報を把握できていない多数の企業がある。

イ 支援施策の周知及び利用促進

- 多様な機会、メディア等を通じて区や関係機関等が実施する支援施策について周知します。
- 中小企業における事業経営の実態を踏まえ、利用しやすい制度設計に努めます。

ウ 進捗管理と点検・評価

- 施策・事業の実施状況を定期的に確認するとともに、施策目的の達成状況を点検・評価し、必要に応じて事業の見直しを行います。
- 客観的・定量的な評価を行うため、品川区総合戦略や品川区総合実施計画をはじめ各種計画

等に掲げる目標との整合性を図りつつ、産業支援にかかる成果指標及び活動指標の設定を検討します。

あしがきにかえて —今後の品川区の産業活性化に向けて—

品川区商業・ものづくり課
商工相談員 カタリスト・マネージャー 藤井達雄

今回の調査結果で示されている「事実」が、今後の新たな中小企業支援施策の立案や効果的な事業実施・評価等に活かされていくことに期待するが、新たな事業展開にあたって留意すべき点（一部調査結果と重複する点はあるが）を参考までに述べておきたい。

①中小企業支援のPDCAサイクルの継続的な実施について

経済状況や技術革新等、区内中小企業を取り巻く環境は日々刻々と変化していることから、中小企業が求める支援の形も今後変化していくことが想定される。

よって、中小企業向け支援施策については、継続的なPDCAサイクルを実施し、支援施策の継続的な評価・改善等を行い、その時々にあった中小企業への効果的かつ効率的な支援施策の実施を行っていくことが重要である。

PDCAサイクルの実施手法については、区がこれまでも実施してきた事務事業評価等の手法も活用しつつ、以下に記載する継続的な企業訪問の実施等により、現場の声・ニーズを吸い上げ、事業効果の把握や事務改善等に活用し、支援機関である区が考える中小企業の状況や必要な支援施策と実際の現場の実態や中小企業自身が望んでいる支援施策との間にギャップが生じないようにすることが期待される。

②企業訪問の継続的な実施について

今回実施した企業訪問調査については、区内中小企業が抱える潜在的なニーズの顕在化や区職員の現場感覚の向上、区の支援事業の周知・活用等、単なるアンケート調査では得られない大きな成果・意義があったといえる。

区は、国や都と比較して、中小企業の現場・現状の把握のための企業訪問が実施しやすい立場にあり、そのような「中小企業の一番身近にいる存在」という区の立場・優位性を活かして、今後もさまざまな形での区職員による企業訪問が継続的に実施されることが望ましい。なお、今回の企業訪問調査において、個々の企業からの生の声として収集した「自由意見」に対しては、その企業を再度訪問してフォローする等、潜在的なニーズの把握まで深く踏み込んで支援していくことが期待される。

企業訪問は一見、手間暇だけかかり非効率な手法と思われがちだが、中小企業が抱える潜在的なニーズ（いわゆる本音）やその企業の実態を把握するためには、最も効果的な手法の一つであり、上記のPDCAサイクルの実施にあたって有効な手法の一つである。

③区が有する各支援機関とのネットワークを生かした支援の強化について

区は、区内中小企業や大学、高専、産業関連団体、金融機関等、各産業支援機関との豊富なネットワークを有しているものの、区内中小企業同士、あるいは、区内中小企業と各産業支援機関との結びつきは一部の企業を除いて必ずしも強いとはいえない（今回の調査結果より）。

中小企業は、高い技術力等を有していても、単独では、資金力や販売力、マンパワー等経営資源に限りがあり、大企業等と比較して弱い立場にあることから、そのような立場にある中小企業をチーム力（ネットワーク力）でカバーし、支援機関ぐるみ、地域ぐるみで支援していくことや企業間連携、産学連携を推し進めていくことが、中小企業が持続的に成長していくために今後より一層重要となってくる。そのような仕組みを推し進めていくことが出来るのは豊富なネットワークを有する行政機関である区の重要な役割の1つである。

なお、今回の調査の中で、今後の連携の可能性を探るためヒアリング調査を実施した大学等の教育機関・研究機関については、企業情報を共有したい、企業との連携を強化していきたい等企業側との連携を望んでいるものの、一部の企業を除いて産学連携が十分に進んでいない現状があることから、今後、区が仲介役となって新たなネットワークの一員として連携を進めていくことが期待される。出張技術指導や若手技術者向けの講座の開催等、区が現在実施している都立産業技術高等専門学校との産学官連携の取り組みのような多くの成果を生み出す連携の形が今後増えていくことが期待される。

④結びに

品川区は、今回の調査結果にあるように、国内外へのアクセスに恵まれ、ビジネス面において高いポテンシャルを有する地域であるとともに、高い技術力を有する製造業の多くが立地していることや近年の大崎・五反田周辺の情報通信業の集積、100を超える商店街の存在等、他の地域にはない産業特性を有している。以上のような立地優位性や産業特性を活かし、今後の更なる産業活性化のため、以上述べた点に留意しつつ、今回示された調査結果を効果的に活用し、今後も中小企業向け支援施策の充実を図っていくことが期待される。

(※以下は参考)

今回の調査結果から導き出された新たな各事業提案の他に2点付け加えておく。

①国・都等の区以外の支援制度の活用の積極的なサポート

品川区では、他自治体と比較して充実した中小企業支援施策を展開しているものの、財源や区職員のマンパワー等にも限界がある。一方で、今回の調査結果にあるように、区以外の支援機関等が実施している中小企業支援施策で区内中小企業にとって事業効果の高い支援制度等も多く存在する。よって、これまでの区の支援施策は継続しつつ、うまくすみわけを考えながら国や都等他の支援機関の支援制度の活用を後押ししていく必要がある。

しかしながら、中小企業にとっては、国や都の補助金等の獲得や情報の収集等が困難な場合もある。今回の企業訪問調査の中では、さまざまな支援機関から発信されている情報を中小企業がうまく整理できていない現状が浮き彫りとなっており、そのような情報を区が収集・交通整理し、その企業に合った支援制度の紹介等サポート体制の充実を図っていくことが期待される。加えて、補助金等が採択されるための技術・技能のブラッシュアップ、申請書類の作成サポート等についても、ビジネスカタリスト派遣制度や都立産業技術高等専門学校による出張技術指導等、現行の区の支援制度を有効に活用しながら支援していくことも期待される。

以下、今回の調査結果で「区内製造事業者が今後強化したい」と考えている上位2項目「販路開拓（販売力強化）」「人材育成」等に資する国や都等における支援制度を以下に挙げておく。

●「販路開拓（販売力強化）」に資する支援制度

- ①中小基盤整備機構 販路開拓コーディネート事業
- ②東京都中小企業振興公社 中小企業ニューマーケット開拓支援事業
事業可能性評価事業
広告誌「ビジネスサポートTOKYO」への掲載
ビジネスフロンティア・フェア（展示・商談会）参加 等

●「人材育成」に資する支援制度

- ①中央技能振興センター 厚生労働省ものづくりマイスター制度
- ②中央職業能力開発協会 厚生労働省技能検定制度（受験および受験に向けた準備への助成があるとなお良い）

②ベンチマークとしての他自治体等支援策の研究・導入

今回の調査結果において、新たに提案された事業について、他自治体等の先進事例が記載されているが、実際にその自治体等を区職員が訪問して、各事例の内容や効果、課題等を詳細に分析し、区の施策として積極的に取り入れていくことも考えられる。ただし、それぞれの自治体の産業特性があることから、他自治体等の施策をそのまま導入するのではなく、区に合った形、一歩改善した形で導入することが期待される。

訪問先候補として、以下の自治体等を挙げておく。

- ・大阪府 ものづくりビジネスセンター大阪（MOBIO）
東大阪市経済部ものづくり支援室（住工共存共栄施策の展開）

以上

品川区産業支援施策調査分析 最終報告書【製造業・情報通信業編】

発 行：平成 29 年 3 月

発行者：品川区

編 集：品川区商業・ものづくり課

〒141-0033 品川区西品川 1-28-3

TEL:03-5498-6351 / FAX:03-5498-6338
