

第4章

指針における方向性と取組

- 1 産業振興指針の全体像
- 2 取組の方向性



1 産業振興指針の全体像

行政だけでなく、働く人や学ぶ人、住む人や訪れる人も一体となって取組を進め、あらゆる障壁をなくし、誰もが活躍できる、活気あふれるまちを実現します。

目指す姿

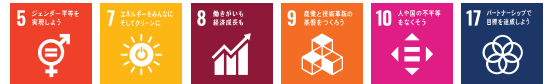
- 持続的な経営力を誇る”としま100年企業”を輩出するとともに、起業へのチャレンジを地域全体でサポートするまち
- 商店街が地域コミュニティの核となり、産学官、分野を超えた多様な主体・多彩な人が連携し、誰もが楽しめる活気あるまち
- あらゆる主体が安心して長く働き続けることができ、多くの未来の担い手が育つまち
- 地域資源の魅力が輝き、国内外多くの人々をひきつけ、常ににぎわいを創出し続けるまち
- 消費者と事業者がお互いを信頼し、手を取り合いながら発展していくまち

将来像 多彩な人がつながり 発展し続ける産業都市 としま

指 針	取組の方向性
指針1 中小企業の経営力強化と起業の促進	①経営基盤の強化 ②多角的なビジネス支援 ③あらゆる人材へのスタートアップ支援
指針2 持続可能な商店街に向けた活性化支援	①商店街のにぎわい向上支援 ②地域連携によるコミュニティ強化 ③安全・安心で持続可能な商店街づくり
指針3 これからの産業を支える人材の育成と多様な働き方の推進	①中小企業における人材の確保 ②人材の育成と事業承継 ③職場環境の充実 ④伝統工芸技術の承継と発信
指針4 観光振興による地域社会・経済の好循環化	①まちの魅力の活用推進 ②誰もが観光を楽しめる環境の整備 ③産業と観光の融合による新たな価値の創造
指針5 未来へつながる消費者市民社会の形成	①サステナブル経営の推進 ②消費者の権利とつかう責任の啓発

2 取組の方向性

指針1 中小企業の経営力強化と起業の促進



【方向性① 経営基盤の強化】

●相談機能の充実と情報発信の強化

事業者の多様化する経営課題に適切に対応するため、としまビジネスサポートセンター*（以下、としまビジサポ）連携機関の強みを活かした専門相談員や社会保険労務士、税理士、ビジネスコーディネーターによるワンストップ相談に加え、各種専門機関の紹介や専門家相談料の補助を行い、最も身近な相談役として相談機能の充実を図ります。

また、令和5（2023）年にリニューアルしたとしまビジサポホームページやSNS*等を活用したプル型・プッシュ型周知を実施し、としまビジサポの支援制度の効果的な周知や区内事業者の新事業・新商品PRの支援、DX推進に資する専門家派遣制度や相談窓口の紹介など、情報発信を強化していきます。

●資金調達の円滑化

起業希望者や事業者が必要な資金を低利で受けられるよう、区が融資のあっせんや利子の一部補助を行います。それに加えて、新時代に対応した区独自補助金制度（DXの推進、見本市・商談の出展料補助、販路拡大支援、専門家への相談補助、人材育成支援等）を創設し、利用促進を図ります。

また、Web予約や希望者への訪問相談・オンライン相談の導入とともに、庁内で検討を進めている電子契約・請求の動きと合わせて申請手続きのデジタル化を図り、事業者の利便性向上に努めます。

さらに、事業者のニーズに合った資金調達の一助となるよう、としまビジサポホームページ等で国・東京都・関係団体等の各種補助金の情報提供等を行います。

【方向性② 多角的なビジネス支援】

●販路拡大に向けたサポート

事業者にとって最大の経営課題である販路拡大を支援するため、SNSの活用など、時流に合った販路拡大・マーケティングに関するセミナーや相談会の開催、連携機関との協働による個別相談を実施します。さらに、ファーマーズマーケットや協力企業でのテストマーケティングの場の提供、それに合わせた出店サポート相談、としまMONOづくりメッセ等による異業種交流によるコラボレーション・マッチング支援を継続していきます。

また、新たな取組として、区内優良事業者の商品やサービスをふるさと納税の返礼品としてPRすることで、販路拡大を支援します。



としまMONOづくりメッセ

SDGs達成に向けた取組支援

区内事業者の約3割がSDGsを理解していない実態があることから、事例紹介やセミナー等の情報提供を行い、事業者がSDGsに取り組む意義やメリットを普及啓発し、SDGsへの理解向上を図ります。ホームページ等でSDGsの取組の好事例・モデル事業者のPRを行い、公民が一体となってSDGs達成に向けた取組を推進します。また、世界的なGXへの動きに対応し、「2050年カーボンニュートラル」が実現できるよう、東京都や庁内関係部署と連携し、補助金・税制優遇制度や診断ツールの提供などの各種支援策について、メールマガジンやとしまBizサポホームページ等を活用して事業者への情報発信を強化します。

【方向性③ あらゆる人材へのスタートアップ支援】

多様な人材への起業支援

起業希望者が抱える課題は、性別や年齢、起業準備レベルによって多岐にわたり対応策が異なることから、個別起業相談、セミナー、チャレンジ出店等の準備段階に応じたきめ細やかなサポートを継続します。

今後は、女性のための起業支援を継続するとともに、庁内関係部署と連携した広報や、イベント開催を通じた子育て世代やアクティブシニア*への働きかけ、学生を対象としたビジネスコンテストや意見交換会の開催による学生起業家の支援を行い、新たな潜在起業家を発掘します。また、外国人起業家は言葉の壁による起業に関する手続きの困難さ、文化や風習の違いによるトラブル等の特有の課題があります。庁内の多文化共生推進担当部署と連携し、外国人起業家の課題やニーズ分析を進め、必要な支援を検討していきます。



女性相談窓口

起業支援施設や人的ネットワークを活用した新ビジネスの創出

安価に利用できるシェアデスク*方式のレンタルオフィスであるとしまスタートアップオフィスを活用し、起業時の大きな課題であるハード面への支援を継続します。

また、近隣区と合同の起業家交流会や、民間の起業支援事業者と連携した起業家交流会の開催、区内産業団体が行うネットワーク支援への協力など、ソフト面での支援の充実を図り地域全体で起業家を下支えすることで、豊島区に愛着を持つ地域密着型の起業家を増やします。



としまスタートアップオフィス

指針2 持続可能な商店街に向けた活性化支援



【方向性① 商店街のにぎわい向上支援】

●商店街のにぎわいをもたらす事業への支援

単一商店会では経費や人員の制約により実施可能な企画が限られてしまう現状があります。商店会同士の交流を促進し、複数商店会での共催や若手や女性などの新たな人材を活用した企画を支援することで、より多彩なイベントを増やし、商店街のにぎわい創出を目指します。区内の大小様々な商店街が、イベントを通じてそれぞれの特色特徴を内外にアピールし、そのにぎわいが面的に拡がり、商店街やまち全体の活気につながるよう事業を推進していきます。また、商店街の空き店舗に事業者を誘致するなど、商店街の活性化と担い手の確保を支援します。



商店会イベント

●来街者が利用しやすい商店街づくりへの支援

集客力や来街者の利便性の向上を図るため、商店会が作成するホームページやマップなどの販売促進事業を支援します。また、回復してきているインバウンド*に対応するため、多言語化やキャッシュレス*化に取り組む事業への支援を強化し、商店街が観光の目的地となり、更に来街者が増えてより一層にぎわう商店街を目指します。

【方向性② 地域連携によるコミュニティ強化】

●他団体との連携強化

商店街だけでなくまち全体の活力を創出するため、大学生が商店会へ活性化策を提案するなど商店会と大学や町会などとの連携を促進し、地域の文化資源や観光資源を活かしたにぎわいの創出を図るとともに、商店会を核とした地域コミュニティを強化します。

【方向性③ 安全・安心で持続可能な商店街づくり】

●安全・安心な商店街づくりへの支援

来街者が安全・安心に買い物ができるよう、老朽化した街路灯の整備を推進するとともに、LED街路灯の設置など環境に配慮した事業を強化します。

また、商店街の路面店の空き店舗は、街の景観を損ねるとともに防犯面の問題も指摘されています。地域の大学が空き店舗を活用してアンテナショップを企画・運営した取組を参考に、商店街内の個店に近隣大学の学びの場を誘致するなど、さらなる空き店舗対策を推進します。



商店会街路灯

●商店街の維持・発展

商店街の減少を防ぐだけでなく商店街をより発展させていくため、会員加入促進を支援するとともに、各会員店舗の経営力強化を図ります。合わせて商店会同士が連携して行う事業や、近隣商店会の合併など、区域や会員数の拡大による組織力向上を目指す取組も支援します。また、新たな商店街づくりに積極的に取り組む商店会に対する計画策定から事業実施までの一貫した伴走支援や、先進的な取組を行う商店会の事例紹介、国や東京都の支援策の情報提供を広く行い、持続可能な商店街を目指します。

コラム

新たな取組で進化する商店街

豊島区では、時代の流れに対応した“新たな商店街づくり”に積極果敢に取り組む商店会を「未来を創る商店街支援事業」として東京都とともに支援しています。本事業は、商店会ごとにアドバイザーを派遣し、グランドデザイン策定から実行支援まで3年間伴走支援を行うものです。区からは、以下の3商店会が都より採択を受け、本事業に取り組んでいます。

※以下、各商店会企画書より抜粋

子どもに優しい商店街づくりを推進

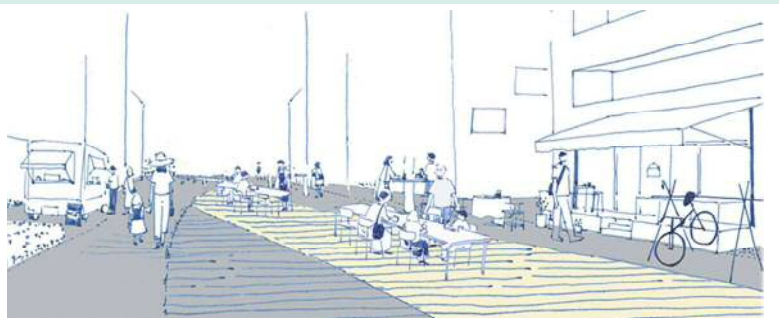
巣鴨大鳥神社商店街では、来街者を今以上に呼び込むため、新しいコンテンツを活用した取組を商店会自ら実施しています。新たなコンテンツとして、会話ができるAI*を商店街内にある神社などに設置し、楽しみながら商店街を知ってもらう仕組みを作ります。また、AR*技術を活用し、商店街内を回遊できる取組を行い、子どもにとっても楽しい商店街を目指しています。



多彩な人が集う拠点を整備

巣鴨地藏通り商店街振興組合では、来街者がより快適に商店街を楽しめるように、イベントスペースなど多様な目的で公園と一体となって活用できる施設を整備します。

また、池袋平和通り商店街振興組合では、多世代の交流をはじめ起業家支援の拠点などを整備し“オープンに集いあえるコミュニティ性の高い商店街”を目指しています。



池袋平和通り商店街の将来イメージ図

指針3 これからの産業を支える 人材の育成と多様な働き方の推進



【方向性① 中小企業における人材の確保】

●中小企業の人材確保支援

現在、事業者における大きな課題の一つが人材不足です。未来に向かって発展するためには、適切な人材確保の仕組みづくりが必要です。人材不足に悩む事業者を支援するため、事業者向けのセミナーや就職イベント、助成案内、相談窓口設置等を実施している国や東京都の関係団体等の事業を検索できるデジタルツールを整備します。

また、ハローワーク池袋と就職面接会を開催するとともに、公益財団法人東京しごと財団などの関係団体と連携し、就労を促進するセミナーを実施します。さらに、区内事業者への就職や定着を支援するため、事業者や働き方の魅力アップを図ることをテーマとしたセミナー情報の提供などで事業者を後押しします。

そして、多様な価値観を持つ若い働き手の獲得対策として求められる職住近接やワーク・ライフ・バランス*を重視した多様な働き方などの課題をどう実現していくか、転職しキャリアアップすることが一般的になりつつある今、就職先として選ばれるために事業者はどうアピールしていくべきかなどについて研究していきます。

そのほか、業務効率を高めることで人手不足の解消につながるよう、AI等の先端技術を活用するなど、時代に適した経営手法を取り入れたDX推進を目指します。

●多様な労働力の活用

生産年齢人口が減少傾向にある中、年齢や性別にかかわらず高度な知識や多様な経験を有する即戦力な労働力を獲得していく必要があります。シルバー人材センターに登録している職務経験が豊富で専門知識を有するアクティブシニアの情報を、事業者が活用しやすくなる仕組みづくりをシルバー人材センターと協力して進めていきます。また、高度な知識・技能を持つ外国人や離職した子育て世代など、多様な人材を雇用する際の注意点や相談窓口の情報を事業者が取得できるよう、産業団体と連携しながら情報を発信していきます。

【方向性② 人材の育成と事業承継】

●次世代の育成

関係団体と連携し、就業体験やものづくり体験、工場見学などを行い、次世代を担う子ども達に区内産業に触れる機会を提供することで、地域産業への愛着を醸成します。また、区内大学などの教育機関と事業者がつながり、区内で活躍する人材と触れ合える職場見学会や意見交換会といった新たな取組を進め、若い人材の区内産業への理解向上を図ります。



工場見学バスツアー

●事業承継の支援

経営者の高齢化による事業者や商店街の事業承継問題に対応するため、優良事例の紹介をはじめ、事業承継・引継ぎ支援センターや日本政策金融公庫などが実施する相談窓口やマッチング支援策に関する情報を、としまビジサポの窓口やホームページで周知するなど情報発信を強化します。また、従来実施していた事業者向けの事業承継セミナーに加え、新たに商店街向けの事業承継セミナー・相談会を実施し、豊島区で長年愛された個店の魅力を持続できるようなマッチングを支援します。

【方向性③ 職場環境の充実】

●多様な働き方の推進

コロナ禍で多くの事業者に広まった多様な働き方は、働く時間や場所に柔軟性を持たせることで、育児や介護による離職を防ぎ新たな人材確保ができると期待されています。区内事業者の魅力をアップする取組として、テレワーク*やフレックスタイム制*などについて、導入に向けた課題解決への相談窓口の案内を行うとともに、事業者が国の健康経営優良法人認定制度を活用し、従業員の健康管理を経営的な視点で考え戦略的に取り組んだり、ワーク・ライフ・バランスに配慮した事業者に対する豊島区ワーク・ライフ・バランス推進企業認定制度を活かして、誰もが働きやすい環境整備を推進できるよう周知アピールしていきます。



(出典) 経済産業省ウェブサイト

●安心して働ける労働環境の整備

事業者が発展するためには、適切な人材確保に加え、人材が定着する仕組みづくりが必要です。従業員が長く働き続けられる事業所となるためには、経営者が雇用に伴うリスク管理を適切に行い、積極的に職場の労働環境を整備する必要があります。としまビジサポにおける労働相談をはじめ、東京都労働相談情報センター等の関係団体と連携し、労働環境の改善に向けたセミナー情報や法令改正等の情報提供を行うことで、労働環境の向上に向けた事業者の取組を支援していきます。

【方向性④ 伝統工芸技術の承継と発信】

●伝統工芸品の発信強化と販路拡大

長きにわたり受け継がれてきた伝統工芸の技術は、工芸士の高齢化により承継が危ぶまれています。伝統工芸の技術習得には時間を要し、すぐには生業としにくいのが現状です。体験教室や伝統工芸展等のイベントを通じて次世代のものづくりへの関心を喚起するとともに、若い世代を対象とした職人体験や後継者育成など、時流に合わせて段階を踏んだ技術承継の支援を行っていきます。

また、現在も実施している伝統工芸保存会ホームページや映像、リーフレットを活用したPRに加え、ふるさと納税の返礼品として工芸品や工芸体験をPRすることで、豊島区外の新たな購買層を開拓し、さらなる商品開発や販路拡大を支援します。



伝統工芸体験

コラム

豊島区の伝統工芸 ～としまの匠たち

豊島区では、13業種21名の伝統工芸士が「豊島区伝統工芸保存会」を結成し、伝統文化と工芸技術の保存・伝承を目的に活動しています。

主な活動

①伝統工芸教室

- ・区内在住の方を対象とした工芸教室を定期的を開催しています。

②夏休み親子伝統工芸教室

- ・夏休み恒例の小学生と保護者を対象にした教室を開催しています。

③豊島区伝統工芸展

- ・豊島区伝統工芸保存会に所属する工芸士による作品の展示、実演、販売を行っています。



伝統工芸展の様子

業種

東京籐工芸・東京手描友禅・東京組紐・貴金属装身具・江戸提灯・東京三味線・東京彫金・江戸べっ甲・江戸象牙・和服仕立・金工・つまみ細工・江戸根付



指針4 観光振興による地域社会・経済の好循環化



【方向性① まちの魅力の活用推進】

●地域の魅力発見・発信

新型コロナウイルス感染症の拡大期には、人流は大きく変化し豊島区内の観光産業も打撃を受けました。豊島区には、欲しいもの食べたいものがすぐに手に入る池袋、昭和レトロを感じるマンガのまち南長崎、歴史と文化が息づく雑司が谷・目白、都電とバラの街並みに「和」が溶け込んだ大塚、商店街の魅力あふれる巣鴨、花とみどり豊かな駒込など、各地域が異なる魅力を持っています。遠方からの来街者に限らず区民が自分のまちを楽しむ視点も重要です。池袋をはじめとして街歩きで楽しめる「ウォーカブルなまち」を目指し、消費行動へもつなげていきます。

また、区の文化・観光にまつわる様々な情報を、WEBサイト「IKE-CIRCLE (イケ・サークル)」に集約し、SNSを活用した若年層への情報発信の強化やデータ分析に基づいた効果的・効率的な観光施策を展開していきます。さらに、区内で増加しつつある外国人留学生の情報ネットワークを活用した観光魅力の発信について、検討を進めます。



IKE-CIRCLE (イケ・サークル) ホームページより

●としまの地域ブランドのさらなる磨き上げ

豊島区では、芸術・音楽などをはじめとするクリエイティブ産業が活発です。なかでもマンガ・アニメは、令和2(2020)年にオープンしたトキワ荘マンガミュージアムをはじめ、アニメグッズの大型ショップが進出し、マンガ・アニメを活用したイベントが多く開催されるなど、マンガ・アニメ・コスプレの聖地として注目を集めています。今後も、東京都のアニメ拠点「アニメ東京ステーション」や関係団体・事業者との連携を強化します。また、文化都市としての地域ブランドを高めるための観光事業を推進し、来街者のさらなる増加と、それに伴う観光消費額の拡大による地域経済の活性化を目指します。



◎池袋ハロウィンコスプレフェス

【方向性② 誰もが観光を楽しめる環境の整備】

●ユニバーサルツーリズム*の推進

来街者の利便性を向上させ、安全・安心に観光をすることができる環境整備には、バリアフリーの視点が重要です。豊島区では、「池袋駅地区バリアフリー基本構想」に基づき、案内サインやトイレ、エレベーターなどのハード面に加え、心のバリアフリーなどのソフト面も含めた、一体的で質の高いバリアフリーの充実を関係事業者と連携し推進しています。これに加えて、外国人などそれぞれが持つ多様な文化・習慣への対応や、コミュニケーションの障壁をなくすことで、誰もが心地よく過ごせる環境づくりを目指します。

また、キャッシュレス化やデジタルメニューの導入など、デジタル技術を活用することで、誰もが快適に過ごせるおもてなし環境の整備を促進します。

●インバウンドに向けた取組

アフターコロナの状況で海外からの来街者が戻りつつある今、多くの外国人旅行者が豊島区の魅力を体感し、快適な観光を楽しめるような仕組みが必要です。

商品の購入だけでなく、日本文化体験やその時にその場でしか経験できない特別な体験プログラム、体験型ツアーの充実を進め、観光の高付加価値化を図ります。そして、まちをよく知る各地域の案内人の活用や、外国語通訳ガイドなどの養成を一般社団法人豊島区観光協会と連携して行い、おもてなしの実践の場を提供していきます。また、快適な滞在とするために、観光案内標識における多言語表示の充実、インバウンド冊子の発行の取組も進めていきます。



インバウンド冊子

【方向性③ 産業と観光の融合による新たな価値の創造】

●商店街振興と融合した観光施策

豊島区内には、神社仏閣や文化遺産、伝統工芸、食など、各地域に特色豊かな観光資源があり、それらを目的に内外から来街者が集まります。しかし、目的地を観光後、すぐに移動してしまうケースも多く、隣接する商店街を周遊し長く滞在してもらう仕組みづくりが必要です。

商店街の個々の店舗の魅力を高めることに加え、商店街内の老舗店やそこでしか買えない銘品、商人まつりなどの商店街イベントについて、WEBサイト「IKE-CIRCLE (イケ・サークル)」でPRし、商店街を観光名所のひとつとして人を呼び込む取組を進めていきます。



観光マップ

●区内銘品のブランディング

豊島区内でしか買うことのできない銘品や伝統工芸品、伝統芸能の体験型コンテンツを、ファーマーズマーケットやふるさと納税の返礼品など、区が有する販路を活用し広く来街者へもPRしていきます。

また、商店会と交流都市の連携によるコラボ商品の開発や、近隣の商店会が連携したまちおこしブランドの立ち上げなど、地域ブランドの振興に関する新たな取組が進みつつあります。今後は、それらの自発的な取組を支援し、豊島区のファンを増やし、消費額の拡大へつなげていきます。



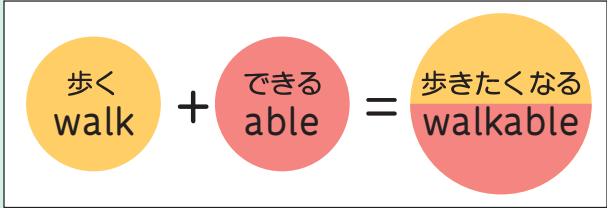
イケ・サンパークにて土日開催される、ファーマーズマーケット

コラム

誰もが暮らしやすい 「ウォーカブル都市・池袋」を目指して

ウォーカブル”って何？

「歩く (walk)」と「できる (able)」を組み合わせた造語です。車中心だった都市から、人中心の都市へシフトするための言葉として、世界中で注目されています。



どうして“ウォーカブル”なの？

歩きたくなるまちなかになることで、地域消費や投資の拡大、観光客の増加や健康寿命の延伸など、様々な地域課題の解決や新たな価値の創造につながる事が期待されています。

人が主役のまちづくりで、もっと歩きたくなる池袋に

豊島区では、実現に向け**3つの取組**を進めています。

1. 世界に選ばれるアート・カルチャーによるまちづくり



劇場空間化された公園や広場などを活用し日常的に文化活動やアクティビティを創出するとともに、人の活動が見える質の高い空間を形成します。

2. アイレベルの自然(みどり・水)を生かしたまちづくり



水戸岡鋭治氏デザインのIKEBUS



南池袋公園

4つの公園をグリーンスローモビリティ※[IKEBUS]でつなぎ回遊性を高めるとともに、まちなかの小さなみどりをつなげることで身近な“みどりの体感価値”を向上させます。

※グリーンスローモビリティは、時速20km未満で公道を走ることができる電動車を活用した小さな移動サービスで、その車両も含めた総称

3. 東西のシンボルストリートを基軸としたまちづくり

西口周辺の開発事業による駅前広場の再整備や、東口のクルドサク化による歩行者広場化により、駅東西に広大な歩行者空間を形成します。また、デッキの整備や地下通路により、駅を起点にまちの東西をつなぐ「ダンベル型のまちづくり」を推進します。



※[いけぶくろウォーカブルコンセプトブック]より抜粋

指針5 未来へつながる消費者市民社会の形成



【方向性① サステナブル*経営の推進】

●事業者に向けた啓発と情報発信

環境・社会・人に配慮するエシカル消費など、消費者志向の経営に取り組む事業者情報を、消費者および消費者団体等関係団体と共有して、事業の推進をサポートします。また、エシカル消費の推進のため、区内事業者の社員向け研修などを対象とした出張講座を新たに開催します。

さらに、消費者と事業者がお互いを信頼し手を取り合いながら発展していく健全な市場を形成するため、法令を遵守した事業活動と消費者保護に向けた取組が推進されるよう、事業者向けのコンプライアンス講習会等の情報を共有します。

【方向性② 消費者の権利とつかう責任の啓発】

●相談窓口の充実と関係団体との連携強化

区民サービスの充実を図るため、消費生活センターの開設時間を延長しました。相談状況については分析を行い、消費者問題の傾向を中小起業支援関係部署とも情報共有します。

また、高齢者総合相談センターなどの関係団体との連携の強化や SNS を活用し、相談窓口の周知を図ります。



区役所内の相談窓口

●消費者トラブルの未然防止啓発と消費者教育

区民ひろばを中心にした高齢者向けや、子どもスキップと連携した若者向けの消費者被害防止啓発を行います。

また、消費生活相談員が小学校、中学校、高校および大学へ出向き「出張講座」を開催し、よりよい社会の形成に参画する消費者になるための消費者教育を実施します。



出前寄席

●消費者のつかう責任に関する啓発・教育の充実

消費者が自ら責任を持った消費行動を行い、公正で持続可能な社会の形成が実現できるように「消費生活講座」等を開催し、「食品ロス」や「エシカル消費」「カーボンニュートラル」など消費者問題に関する啓発事業を実施します。

また消費者教育の充実により、消費者と事業者の格差により発生する消費者問題の未然防止を図ります。



消費生活講座



第5章

指針の推進

- 1 指針の推進体制
- 2 指針の評価および進捗管理



1 指針の推進体制 ●●●●●●●●●●

(1) 推進体制

指針に掲げた事業の推進にあたっては、本指針における将来の目指す姿や具体的な取組について、区民、事業者・商店会のほか、教育機関・金融機関・産業団体へ広く周知し、それぞれの役割を担いながら、連携して取り組みます。また、国・東京都・他自治体などの外部団体とも連携・協力し、事業効率の向上と効果の拡大を図ります。

●事業者の役割●

- ・自らの創意工夫と自主的な努力により、経営基盤の強化、経営の革新、人材育成等に努める
- ・相互の情報交換、協力をいながら、地域の活動に取り組み、社会に貢献する
- ・消費者が安心して消費生活を送ることができる商品開発やサービスの提供を行う

●商店会の役割●

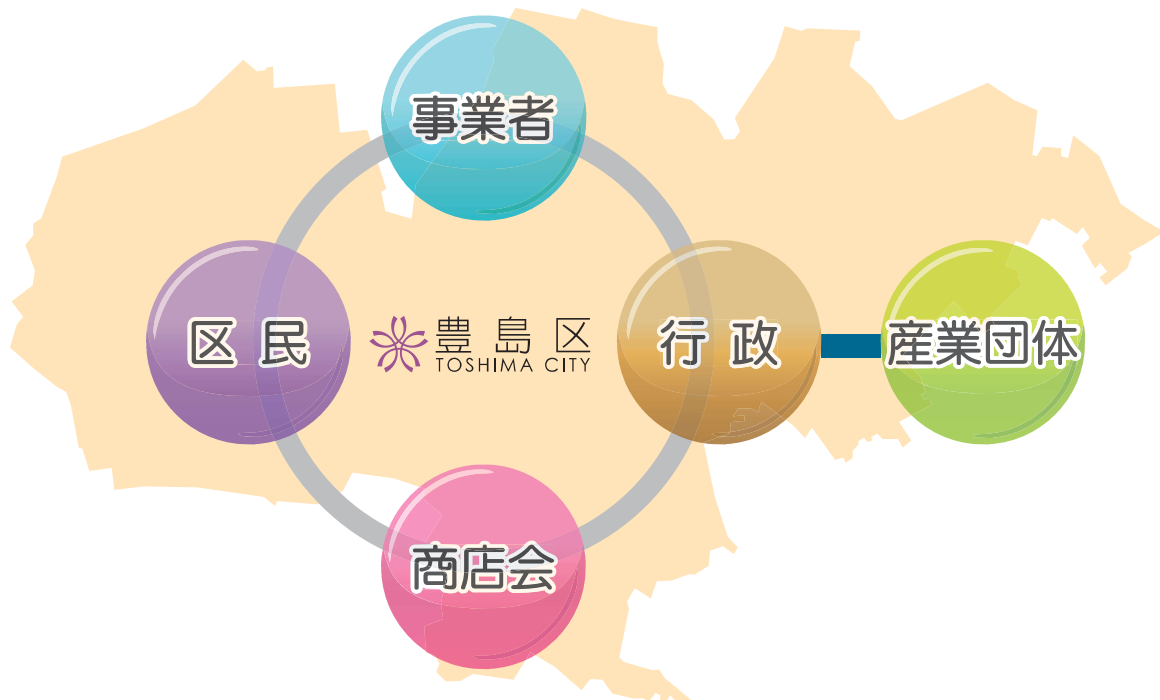
- ・地域におけるにぎわいと交流の場、安全・安心なまちづくりの拠点として、まちの活性化を図る
- ・商店会会員や商店会の横の連携を深め、円滑な運営を行う
- ・商店会組織の基盤を強化するため、会員数の維持および新規会員の加入促進に努める

●区民の役割●

- ・良質な商品・サービスを消費することで事業者を応援する
- ・商店街イベントや体験教室などの地域活動に積極的に参加し、区内産業への理解を深める
- ・起業や事業承継、就労により、としまの産業を支える一員となる

●行政の役割●

- ・事業者、区民、教育機関等がつながり、協働する仕組みを推進する
- ・指針を広く発信し、各主体が将来像を共有しやすい環境を整える
- ・国、東京都、関係団体と連携しつつ、庁内関係部署との調整を図り、効果的に施策を進める

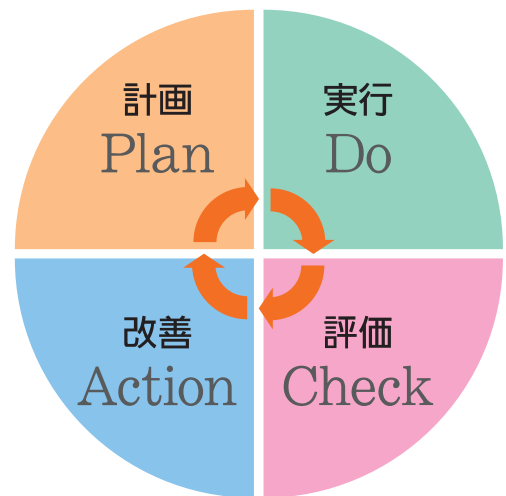


2 指針の評価および進捗管理

(1) 指針の進捗管理

P D C Aサイクル(Plan：計画、Do：実行、check：検証・評価、Action：改善)の考え方を、確実に施策や事業を展開します。

指針に関する基本的事項の目標設定や進捗管理は、「豊島区基本計画」や「未来戦略推進プラン」、「事務事業評価」を活用して行います。また、豊島区商工政策審議会において各年度における進捗状況を点検・評価するとともに、区内産業団体等の意見を聴取する機会を定期的に設定し、取組の方法や内容の適切な見直しを、継続的に行っていきます。



A-Z

○AI

人工知能のこと。人間が知能によって遂行している問題解決や意思決定といった能力を、コンピューターをはじめとする機械を用いて模倣および再現するもの。

○AR

仮想空間の情報やコンテンツを現実世界に重ね合わせて表示することなどにより、現実世界に仮想空間を作り出す技術。

○DX(デジタルトランスフォーメーション)

デジタルの力を活用し、人々の生活をより良いものへと変革させること。

○GX(グリーントランスフォーメーション)

温室効果ガスを発生させる化石燃料から太陽光発電、風力発電などのクリーンエネルギー中心へと転換し、経済社会システム全体を変革しようとする取り組みのこと。

○SNS(ソーシャルネットワーキングサービス)

登録された利用者同士が交流できる Web サイトの会員制サービスのこと。

あ行

○アクティブシニア

自分なりのこだわりや価値観を持ち、仕事や趣味に意欲的で元気なシニア世代のこと。

○イノベーション

モノや仕組み、サービスなどに新たな考え方や技術を取り入れて新しい価値を生み出し、社会に大きな変革をもたらすこと。

○インバウンド

外国人が訪れてくる旅行のこと。

○インフレ

「インフレーション」の略。一定期間にわたって経済の価格水準が一般的に上昇すること。

○エシカル消費

倫理的で人や社会、環境に配慮した消費行動のこと。例えば、地産地消・寄付付き商品・リサイクル品などを選んで購入すること。個人の消費だけでなく企業としても取り入れることができる視点。

か行

○カーボンニュートラル

温室効果ガスの排出が差し引きゼロになること。

○キャッシュレス

現金を用いずにお金の支払いや受け取りを行うこと。

○クルドサック

フランス語で袋小路を意味し、道路の一端を行き止まりにした道路形式のこと。行き止まり部分をロータリー状にするなどして利用し、無関係な車の侵入を排除する目的などで用いられる。

さ行

○サステナブル

「持続可能な」「ずっと続けていける」という意味。

○サプライチェーン

製品の原材料や部品の調達から、製造、在庫管理、配送、販売、消費までの全体における一連の流れ。

○シェアデスク

複数の利用者が、一つの建物や部屋の共有をする形態の事務所。

○スタートアップ

革新的な新しいビジネスモデルを考え、新たな市場を提供することで、短期的に事業価値を高めて成長する企業や組織のこと。

た行

○地域コミュニティ

地域をより良くするために活動する住民同士のつながりや集まりのこと。

○テレワーク

情報通信技術を活用した、場所や時間にとらわれない柔軟な働き方のこと。

○電子商取引

インターネットやコンピューター上での電子的な手段によって、商品の売買やサービスなどの取引を行うこと。

○としまビジネスサポートセンター

地元金融機関や関係団体と区が連携し、平成 22(2010)年に誕生した相談窓口。専門相談員による面談等、それぞれの課題に寄り添ったサポートを無料で利用することができる。

は行

○フレックスタイム制

一定の期間についてあらかじめ定めた総労働時間の範囲内で、労働者が日々の始業・終業時刻、労働時間を自ら決めることのできる制度。

や行

○ユニバーサルツーリズム

すべての人が楽しめるよう創られた旅行であり、高齢や障害等の有無にかかわらず、誰もが気兼ねなく参加できる旅行のこと。

わ行

○ワーク・ライフ・バランス

老若男女誰もが、仕事・家庭生活・地域生活・個人の自己啓発など、様々な活動について、自ら希望するバランスで展開できる状態のこと。

1 各種調査の分析結果概要

「豊島区産業振興指針」の改定にあたり、区内産業の実態を把握し、区内事業者の現状や課題、支援ニーズを把握することを目的として実態調査を実施しました。本調査の詳細な結果やその他参考となる情報については、豊島区ホームページで公開しています。

(1) 実態調査の概要

●実施期間：令和4年9月30日(金)～11月18日(金)

●実施方法：専用 URL による、WEB 回答形式

	(1)区内企業編	(2)商店街編	(3)起業家編	計
対象者	6,000件 区内中小企業者	3,000件 区内商店会加盟店	1,000件 創業後5年以内の事業者	10,000件
主な調査項目	<ul style="list-style-type: none"> 雇用、人材育成 事業承継 新型コロナウイルス感染症および物価高騰による影響 DXの推進 SDGsの推進 多様な人材の活用 区の支援策 	<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルス感染症および物価高騰による影響 外国人への対応 キャッシュレス、デジタル化対応 事業承継 商店会活動の効果 区の支援策 	<ul style="list-style-type: none"> 起業理由、起業時の状況 新型コロナウイルス感染症および物価高騰による影響 DXの推進 SDGsの推進 区の支援策 	
有効対象者	5,814件	2,866件	871件	9,551件
回答数	1,109件	549件	175件	1,833件
回答率	19.1%	19.2%	20.1%	19.2%

(2) その他参考情報

●豊島区中小企業の景況

●過去に実施した実態調査

※詳細は、豊島区ホームページよりご覧いただけます

ホーム > 区政情報 > 施策・計画・予算・財政・行政評価 > 施策・計画、白書・報告書 >

各課による計画等 > 生活産業課(計画・方針)

<https://www.city.toshima.lg.jp/121/kuse/shisaku/shisaku/kekaku/004263.html>

■参考データ■

2 産業データ

(1) 特別区事業所数および従業者数

■特別区事業所数ランキング■

順位	区名	事業所数
1	港区	41,049
2	千代田区	35,990
3	中央区	34,126
4	渋谷区	33,284
5	新宿区	33,094
6	大田区	28,532
7	世田谷区	27,500
8	足立区	23,123
9	台東区	22,881
10	練馬区	20,343
11	品川区	19,897
12	江戸川区	19,778
13	江東区	19,443
14	杉並区	19,274
15	豊島区	19,141
16	板橋区	17,238
17	葛飾区	15,600
18	墨田区	14,895
19	文京区	13,761
20	目黒区	12,275
21	中野区	11,962
22	北区	11,709
23	荒川区	8,346

■特別区従業者数ランキング■

順位	区名	事業所数
1	港区	1,117,898
2	千代田区	1,111,656
3	中央区	771,139
4	新宿区	678,632
5	渋谷区	581,127
6	品川区	424,205
7	江東区	395,707
8	大田区	355,138
9	豊島区	269,773
10	世田谷区	269,751
11	台東区	234,662
12	足立区	222,194
13	文京区	212,735
14	板橋区	196,065
15	江戸川区	186,365
16	練馬区	175,956
17	墨田区	160,318
18	杉並区	155,138
19	目黒区	131,943
20	葛飾区	129,637
21	北区	124,931
22	中野区	122,974
23	荒川区	74,344

(出典) 総務省統計局「経済センサス活動調査(2021年)」より作成

(2) 特別区従業者数規模別比較

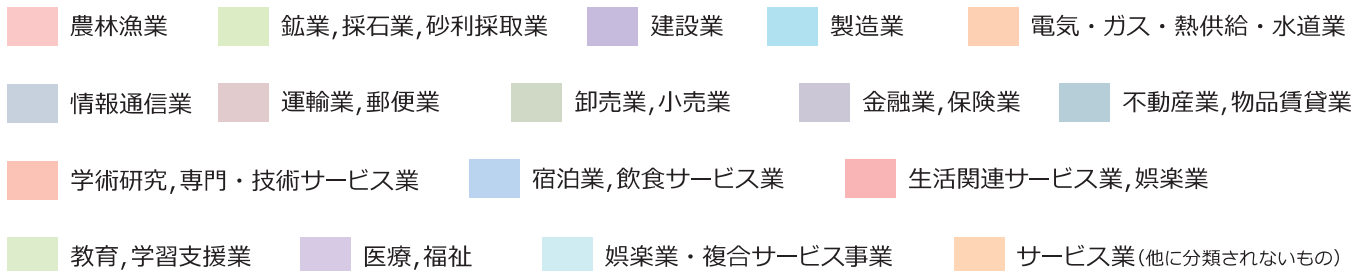
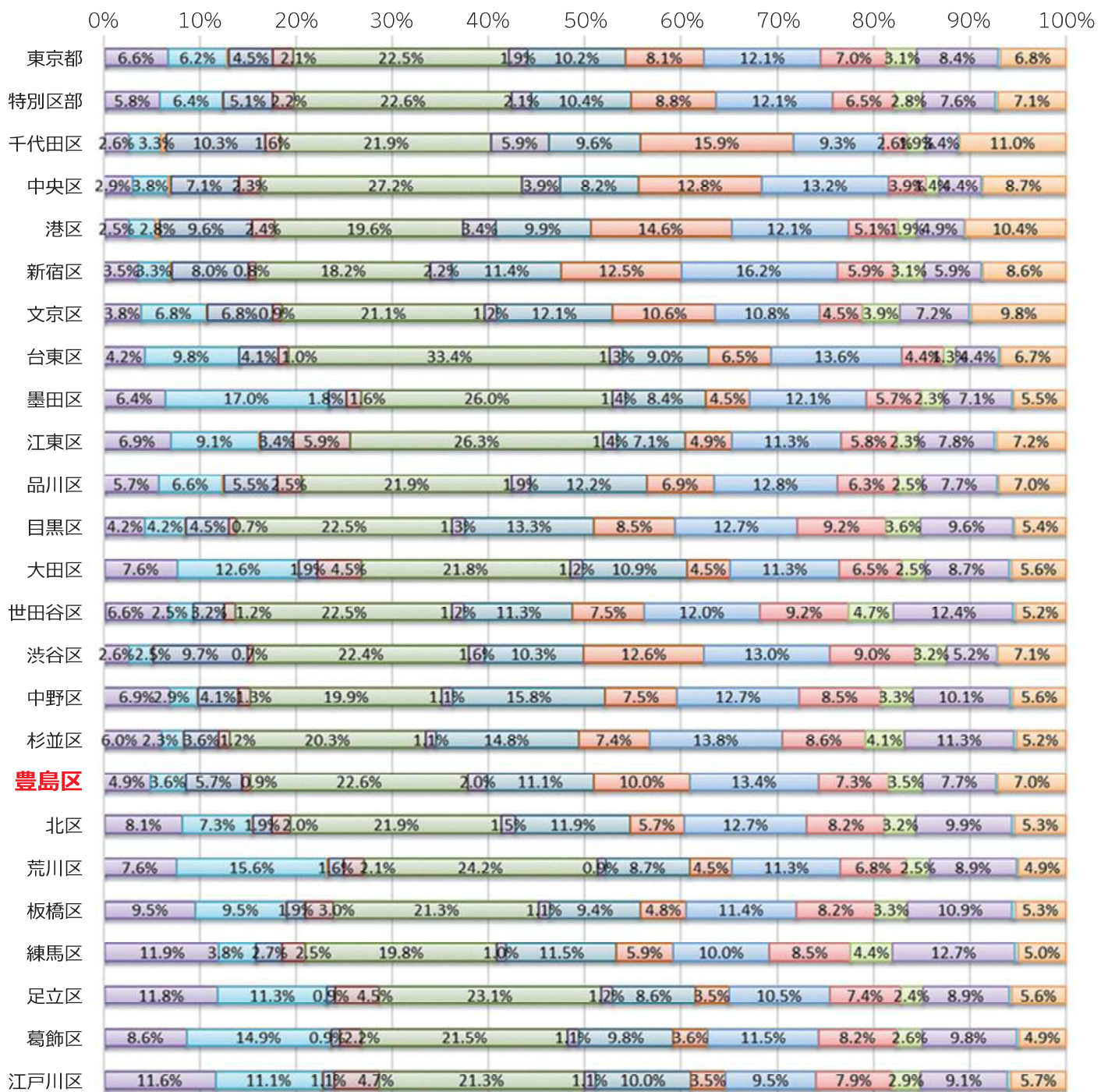
	総数	1~4人		5~9人		10人以上		
		実数	割合	実数	割合	実数	割合	ランキング
東京都	628,239	336,384	53.5%	123,505	19.7%	161,997	25.8%	-
特別区部	503,699	267,804	53.2%	99,244	19.7%	130,909	26.0%	-
千代田区	35,990	14,370	39.9%	7,190	20.0%	11,549	32.1%	3
中央区	34,126	15,082	44.2%	7,401	21.7%	11,071	32.4%	2
港区	41,049	18,565	45.2%	8,201	20.0%	13,343	32.5%	1
新宿区	33,094	16,087	48.6%	6,763	20.4%	9,942	30.0%	5
文京区	13,761	7,875	57.2%	2,588	18.8%	3,158	22.9%	11
台東区	22,881	13,204	57.7%	4,570	20.0%	4,946	21.6%	15
墨田区	14,895	8,632	58.0%	2,823	19.0%	3,366	22.6%	14
江東区	19,443	9,325	48.0%	3,947	20.3%	5,967	30.7%	4
品川区	19,897	10,273	51.6%	3,783	19.0%	5,662	28.5%	6
目黒区	12,275	7,383	60.1%	2,254	18.4%	2,569	20.9%	19
大田区	28,532	16,370	57.4%	5,347	18.7%	6,660	23.3%	9
世田谷区	27,500	16,268	59.2%	5,297	19.3%	5,814	21.1%	17
渋谷区	33,284	15,947	47.9%	7,735	23.2%	9,233	27.7%	7
中野区	11,962	7,500	62.7%	2,078	17.4%	2,331	19.5%	22
杉並区	19,274	12,238	63.5%	3,453	17.9%	3,505	18.2%	23
豊島区	19,141	9,920	51.8%	3,823	20.0%	5,239	27.4%	8
北区	11,709	7,031	60.0%	2,143	18.3%	2,476	21.1%	16
荒川区	8,346	5,107	61.2%	1,579	18.9%	1,635	19.6%	20
板橋区	17,238	9,921	57.6%	3,311	19.2%	3,924	22.8%	12
練馬区	20,343	12,323	60.6%	3,691	18.1%	4,260	20.9%	18
足立区	23,123	13,376	57.8%	4,438	19.2%	5,229	22.6%	13
葛飾区	15,600	9,623	61.7%	2,856	18.3%	3,044	19.5%	21
江戸川区	19,778	11,247	56.9%	3,859	19.5%	4,610	23.3%	10

※出向・派遣者を除く

(出典) 総務省統計局「経済センサス活動調査(2021年)」より作成

参考データ

(3) 特別区産業別事業所数の割合



(出典) 総務省統計局「経済センサス活動調査(2021年)」より作成

■参考データ■

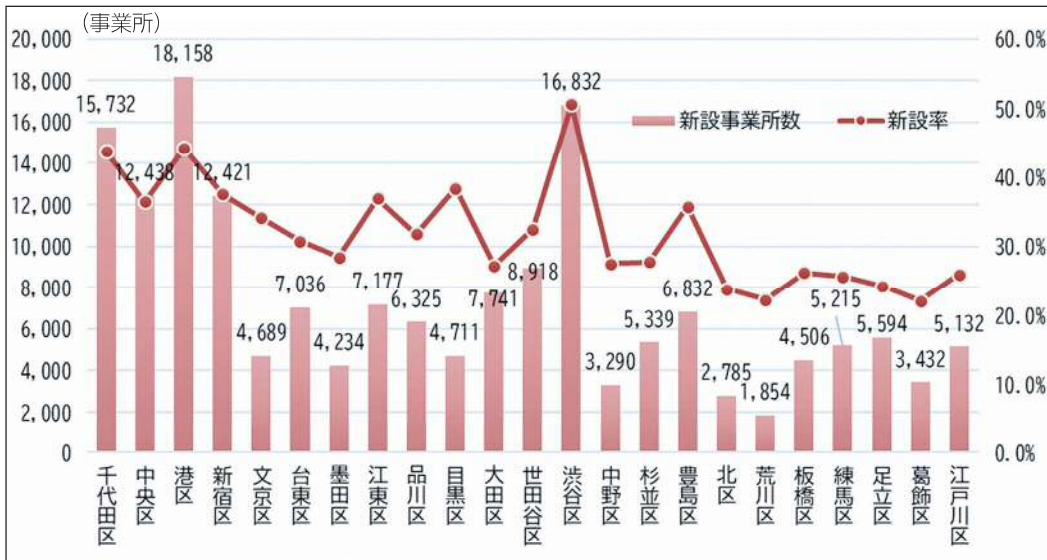
(4) 豊島区地域別事業所数

		農林漁業	鉱業・採石業・採砂採取業	建設業	製造業	電気・ガス・熱供給・水道業	情報通信業	運輸業郵便業	卸売業小売業	金融業保険業	不動産業物品賃貸業	学術研究・専門・技術サービス業	宿泊業、飲食サービス業	生活関連サービス業、娯楽業	教育、学習支援業	医療、福祉	複合サービス事業	サービス業（他に分類されないもの）	合計
豊島区	事業所数	4	2	929	694	15	1,098	174	4,333	378	2,124	1,914	2,563	1,395	665	1,471	36	1,346	19,141
	割合	0.0%	0.0%	4.9%	3.6%	0.1%	5.7%	0.9%	22.6%	2.0%	11.1%	10.0%	13.4%	7.3%	3.5%	7.7%	0.2%	7.0%	100.0%
駒込	事業所数	0	1	29	30	0	30	11	157	10	93	61	102	49	32	84	1	48	738
	割合	0.0%	0.1%	3.9%	4.1%	0.0%	4.1%	1.5%	21.3%	1.4%	12.6%	8.3%	13.8%	6.6%	4.3%	11.4%	0.1%	6.5%	100.0%
巣鴨	事業所数	1	0	69	43	0	49	14	382	12	161	92	177	111	48	122	2	87	1,370
	割合	0.1%	0.0%	5.0%	3.1%	0.0%	3.6%	1.0%	27.9%	0.9%	11.8%	6.7%	12.9%	8.1%	3.5%	8.9%	0.1%	6.4%	100.0%
西巣鴨	事業所数	0	0	28	28	0	5	4	94	5	30	19	46	24	11	35	2	34	365
	割合	0.0%	0.0%	7.7%	7.7%	0.0%	1.4%	1.1%	25.8%	1.4%	8.2%	5.2%	12.6%	6.6%	3.0%	9.6%	0.5%	9.3%	100.0%
北大塚	事業所数	0	0	37	24	1	48	2	109	14	72	48	133	67	24	79	1	45	704
	割合	0.0%	0.0%	5.3%	3.4%	0.1%	6.8%	0.3%	15.5%	2.0%	10.2%	6.8%	18.9%	9.5%	3.4%	11.2%	0.1%	6.4%	100.0%
南大塚	事業所数	0	0	90	59	0	107	7	302	16	138	149	182	82	34	104	1	141	1,412
	割合	0.0%	0.0%	6.4%	4.2%	0.0%	7.6%	0.5%	21.4%	1.1%	9.8%	10.6%	12.9%	5.8%	2.4%	7.4%	0.1%	10.0%	100.0%
上池袋	事業所数	0	0	51	29	0	8	4	80	1	46	24	41	35	12	37	1	22	391
	割合	0.0%	0.0%	13.0%	7.4%	0.0%	2.0%	1.0%	20.5%	0.3%	11.8%	6.1%	10.5%	9.0%	3.1%	9.5%	0.3%	5.6%	100.0%
東池袋	事業所数	0	0	147	88	5	293	17	731	142	346	486	416	236	99	164	4	298	3,472
	割合	0.0%	0.0%	4.2%	2.5%	0.1%	8.4%	0.5%	21.1%	4.1%	10.0%	14.0%	12.0%	6.8%	2.9%	4.7%	0.1%	8.6%	100.0%
南池袋	事業所数	0	0	46	25	0	148	14	670	57	184	259	291	147	103	123	2	146	2,215
	割合	0.0%	0.0%	2.1%	1.1%	0.0%	6.7%	0.6%	30.2%	2.6%	8.3%	11.7%	13.1%	6.6%	4.7%	5.6%	0.1%	6.6%	100.0%
西池袋	事業所数	0	0	43	36	2	97	30	596	60	276	220	461	193	80	144	4	170	2,412
	割合	0.0%	0.0%	1.8%	1.5%	0.1%	4.0%	1.2%	24.7%	2.5%	11.4%	9.1%	19.1%	8.0%	3.3%	6.0%	0.2%	7.0%	100.0%
池袋	事業所数	1	0	88	71	0	155	16	300	17	243	243	238	122	47	123	2	121	1,787
	割合	0.1%	0.0%	4.9%	4.0%	0.0%	8.7%	0.9%	16.8%	1.0%	13.6%	13.6%	13.3%	6.8%	2.6%	6.9%	0.1%	6.8%	100.0%
池袋本町	事業所数	1	0	47	43	1	11	9	103	6	61	23	25	32	14	52	2	21	451
	割合	0.2%	0.0%	10.4%	9.5%	0.2%	2.4%	2.0%	22.8%	1.3%	13.5%	5.1%	5.5%	7.1%	3.1%	11.5%	0.4%	4.7%	100.0%
雑司が谷	事業所数	0	0	25	16	3	11	5	57	1	31	23	34	23	9	31	1	16	286
	割合	0.0%	0.0%	8.7%	5.6%	1.0%	3.8%	1.7%	19.9%	0.3%	10.8%	8.0%	11.9%	8.0%	3.1%	10.8%	0.3%	5.6%	100.0%
高田	事業所数	0	0	30	56	2	57	3	109	8	61	78	56	25	29	29	1	47	591
	割合	0.0%	0.0%	5.1%	9.5%	0.3%	9.6%	0.5%	18.4%	1.4%	10.3%	13.2%	9.5%	4.2%	4.9%	4.9%	0.2%	8.0%	100.0%
目白	事業所数	0	1	17	17	0	25	3	106	8	106	67	60	43	53	78	1	35	620
	割合	0.0%	0.2%	2.7%	2.7%	0.0%	4.0%	0.5%	17.1%	1.3%	17.1%	10.8%	9.7%	6.9%	8.5%	12.6%	0.2%	5.6%	100.0%
南長崎	事業所数	0	0	48	41	0	11	6	153	5	87	31	83	62	18	81	2	31	659
	割合	0.0%	0.0%	7.3%	6.2%	0.0%	1.7%	0.9%	23.2%	0.8%	13.2%	4.7%	12.6%	9.4%	2.7%	12.3%	0.3%	4.7%	100.0%
長崎	事業所数	1	0	36	24	0	9	10	127	8	62	34	114	67	22	75	3	21	613
	割合	0.2%	0.0%	5.9%	3.9%	0.0%	1.5%	1.6%	20.7%	1.3%	10.1%	5.5%	18.6%	10.9%	3.6%	12.2%	0.5%	3.4%	100.0%
千早	事業所数	0	0	36	23	0	9	8	67	2	35	12	16	23	10	27	2	20	290
	割合	0.0%	0.0%	12.4%	7.9%	0.0%	3.1%	2.8%	23.1%	0.7%	12.1%	4.1%	5.5%	7.9%	3.4%	9.3%	0.7%	6.9%	100.0%
要町	事業所数	0	0	34	20	1	12	4	128	4	61	25	68	47	13	63	2	30	512
	割合	0.0%	0.0%	6.6%	3.9%	0.2%	2.3%	0.8%	25.0%	0.8%	11.9%	4.9%	13.3%	9.2%	2.5%	12.3%	0.4%	5.9%	100.0%
高松	事業所数	0	0	22	17	0	11	5	49	2	16	11	18	4	5	13	1	12	186
	割合	0.0%	0.0%	11.8%	9.1%	0.0%	5.9%	2.7%	26.3%	1.1%	8.6%	5.9%	9.7%	2.2%	2.7%	7.0%	0.5%	6.5%	100.0%
千川	事業所数	0	0	6	4	0	2	2	13	0	15	9	2	3	2	7	1	1	67
	割合	0.0%	0.0%	9.0%	6.0%	0.0%	3.0%	3.0%	19.4%	0.0%	22.4%	13.4%	3.0%	4.5%	3.0%	10.4%	1.5%	1.5%	100.0%

(出典) 総務省統計局「経済センサス活動調査(2021年)」より作成

参考データ

(5) 特別区新設事業所数および新設率

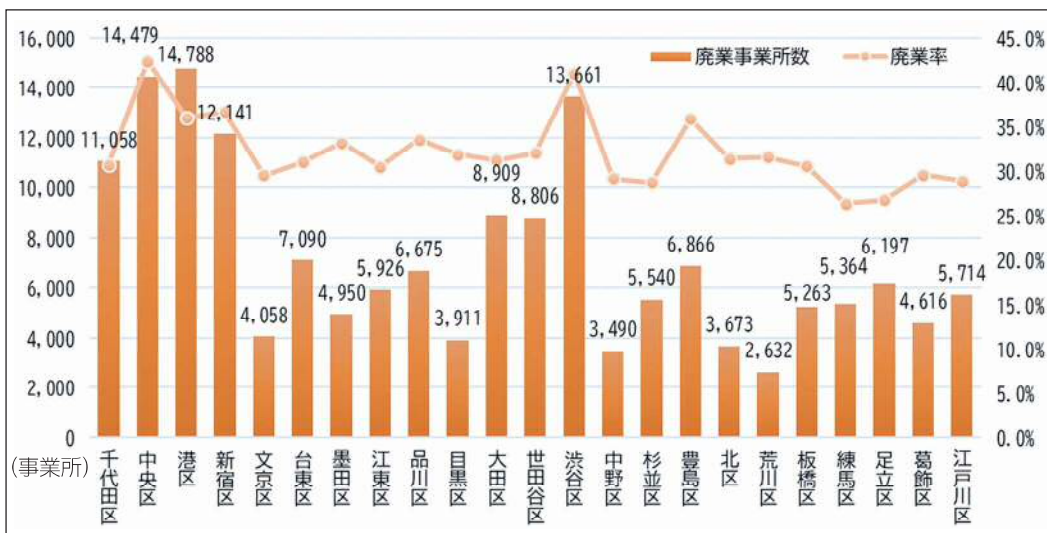


新設事業所：
令和3年調査で調査した事業所のうち、平成28年調査では調査しなかった事業所をいい、他の場所から移転してきた事業所や経営組織の変更を行った事業所が含まれている（平成28年調査以降新設で令和3年調査以前廃業の事業所は含まない）。
※新設事業所数は他の統計調査等と調整している。（総務省確認）

新設率：
区内全事業所数に占める新設事業者数の割合。（新設事業所数 / 全事業所数 * 100）

(出典) 総務省統計局「経済センサス活動調査(2021年)」より作成

(6) 特別区廃業事業所数および廃業率

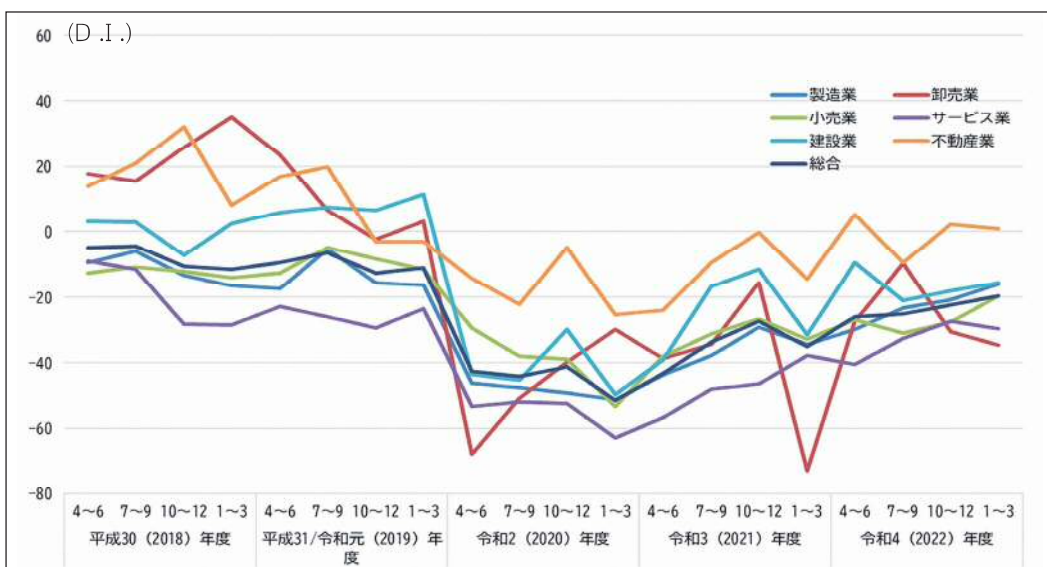


廃業事業所：
平成28年調査で調査した事業所のうち、令和3年調査時点では存在しなかった事業所をいい、他の場所へ移転した事業所や経営組織の変更を行った事業所が含まれている。
※廃業事業所数は他の統計調査等と調整している。（総務省確認）

廃業率：
区内全事業所数に占める廃業事業所数の割合。（廃業事業所数 / 全事業所数 * 100）

(出典) 総務省統計局「経済センサス活動調査(2021年)」より作成

(7) 豊島区の景況



D. I. とは
(Diffusion ディフュージョン Index インデックスの略)
D. I. (ディーアイ)は、増加(または「上昇」「楽」など)したと答えた企業割合から、減少(または「下降」「苦しい」など)したと答えた企業割合を差引いた数値のことで、不変部分を除いて増加したとする企業と減少したとする企業のどちらかの力が強いかを比べて時系列的に傾向をみようとするものである。

(出典) 豊島区「中小企業の景況」より作成

■参考データ■

4 産業分類一覧

大分類	中分類(一部小分類)
農林漁業	農業、林業、漁業、水産養殖業 等
鉱業, 採石業, 砂利採取業	鉱業、採石業、砂利採取業 等
建設業	総合工事業、職別工事業、設備工事業 等
製造業	食料品製造業、繊維工業、パルプ・紙・紙加工製造業、印刷・同関連業、 金属製品製造業、業務用機械器具製造業 等
電気・ガス・ 熱供給・水道業	電気業、ガス業、熱供給業、水道業 等
情報通信業	通信業、放送業、映像・音声・文字情報制作業(新聞業、出版業、広告制作業)、 情報サービス業、インターネット附随サービス業 等
運輸業 郵便業	鉄道業、道路旅客運送業、道路貨物運送業、水運業、航空運輸業、倉庫業 運輸に附随するサービス業、郵便業 等
卸売業 小売業	繊維・衣服等卸売業、飲食料品卸売業、建築材料・鉱物・金属材料等卸売業、 織物・衣服・身の回り品小売業、飲食料品小売業、機械器具小売業 等
金融業 保険業	銀行業、協同組織金融業、貸金業、クレジットカード等非預金信用機関、 金融商品取引業、商品先物取引業 等
不動産業 物品賃貸業	不動産取引業等、不動産賃貸業・管理業、物品賃貸業 等
学術研究, 専門・技術サービス業	学術・開発研究機関、専門サービス業(法律・特許事務所、デザイン業、 経営コンサルタント業)、広告業、技術サービス業(獣医業、建築設計業) 等
宿泊業 飲食サービス業	宿泊業(旅館, ホテル)、飲食店、持ち帰り・配達飲食サービス業
生活関連サービス業 娯楽業	洗濯・理容・美容・浴場業、その他の生活関連サービス業(旅行業、冠婚葬祭業)、 娯楽業(映画館、劇場、スポーツ施設、カラオケ) 等
教育, 学習支援業	学校教育(幼稚園、小・中・高等学校、専門学校)、その他の教育、 学習支援業(図書館、学習塾、教養・技能教授業) 等
医療, 福祉	医療業(病院、助産所、看護業)、保健衛生(保健所、健康相談施設) 社会保険・社会福祉・介護事業(保育所、特別養護老人ホーム) 等
複合サービス事業	郵便局、協同組合(農林水産協同組合、事業協同組合) 等
サービス業 (他に分類されないもの)	廃棄物処理業、自動車整備業、機械等修理業、職業紹介・労働者派遣業、 その他の事業サービス(建物サービス、警備業、コールセンター業)、集会場、と畜場、 政治・経済・文化団体、宗教 等

■産業振興指針の策定過程■

1 審議経過

回	開催日	策定経過
第1回	令和4年8月8日	<ul style="list-style-type: none"> ・商工政策審議会への諮問 ・豊島区産業振興指針の取組状況について ・区内産業等実態調査の実施案について
第2回	令和4年12月14日	<ul style="list-style-type: none"> ・区内産業等実態調査の速報について ・産業振興指針の構成について ・討議（産業振興の方向性について、中小企業支援について）
第3回	令和5年3月15日	<ul style="list-style-type: none"> ・討議（商店街支援について、観光と地域活性化について、消費者市民社会について）
第4回	令和5年6月14日	<ul style="list-style-type: none"> ・区内産業等実態調査の結果について ・産業振興指針の骨子案について
第5回	令和5年9月25日	<ul style="list-style-type: none"> ・産業振興指針の素案について
第6回	令和5年11月10日	<ul style="list-style-type: none"> ・産業振興指針（案）について ・パブリックコメントの実施について
第7回	令和5年11月10日	<ul style="list-style-type: none"> ・パブリックコメントの結果について ・答申

■産業振興指針の策定過程■

2 豊島区商工政策審議会委員名簿

●任期／令和4年8月8日～令和6年3月31日

役職	氏名	区分	所属等
会長	郭 洋春	学識経験者	立教大学経済学部
副会長	鴨田 和恵	商工関係者	豊島区中小企業診断士会
委員	福田 友子	商工関係者	公益財団法人 東京都中小企業振興公社
委員	河畑 洋子	商工関係者	一般社団法人豊島産業協会
委員	千野 富久	商工関係者	東京商工会議所 豊島支部
委員	遠藤 陽子	商工関係者	公益社団法人豊島法人会
委員	阿部 弘明	商工関係者	一般社団法人東京中小企業家同友会 豊島支部
委員	加藤 容子	商工関係者	豊島区商店街連合会
委員	志村 幸輝	商工関係者	豊島区しんきん協議会
委員	原 武	商工関係者	豊島区しんきん協議会(令和5年9月24日まで)
委員	神村 健一	商工関係者	豊島区しんきん協議会(令和5年9月25日から)
委員	細田 新子	商工関係者	一般社団法人豊島区観光協会
委員	羽生 冬佳	学識経験者	立教大学観光学部
委員	小寺 徹	商工関係者	一般社団法人 CSV 開発機構
委員	岩田 亜紀	公募委員	
委員	笠井 咲	公募委員	
委員	原田 敏郎	公募委員	
委員	小池 章一	区職員	豊島区

