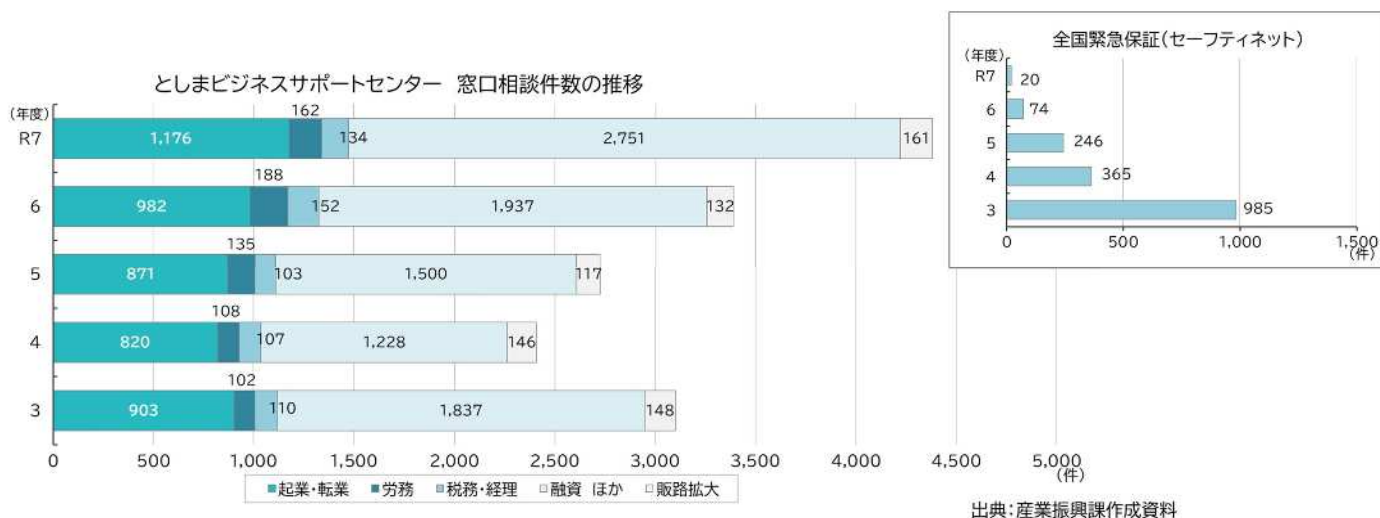


5. 活気とにぎわいを生み出す産業と観光のまち

1. 中小企業の経営力強化と起業・スタートアップの支援

1. としまビジネスサポートセンター窓口相談件数の推移

平成 22 年度、民間金融機関や産業団体等との連携による「としまビジネスサポートセンター」を開設し、起業・創業サポートから販路拡大サポートまで、多様な相談に各種専門相談員がワンストップサービスで対応している。令和 6 年度は、5 年度よりも相談件数が増加したが、全国緊急保証（セーフティネット）の相談件数は減少している。令和 6 年 6 月末に新型コロナウイルス感染症の特例措置が終了したことが大きな要因と考えている。



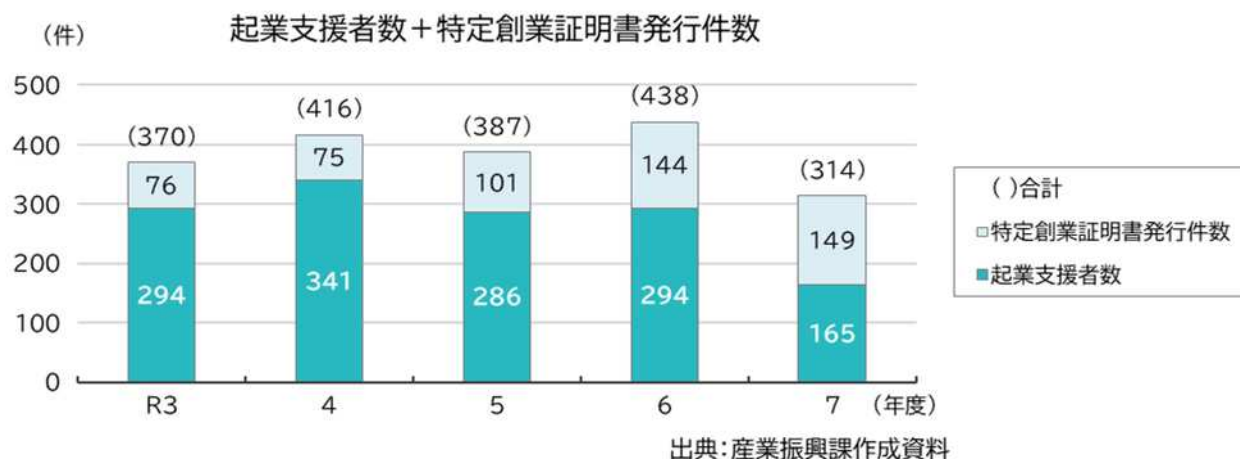
2. としまビジネスサポートセンターの来場件数（融資以外）の推移

令和 7 年度は、特定創業支援証明書の発行件数が最大となり、証明書にかかる相談のうち起業・売上拡大が、令和 6 年度と比較し増加となった。また、その他の事案のうち中小企業支援事業補助金についての相談も大幅に増加している。



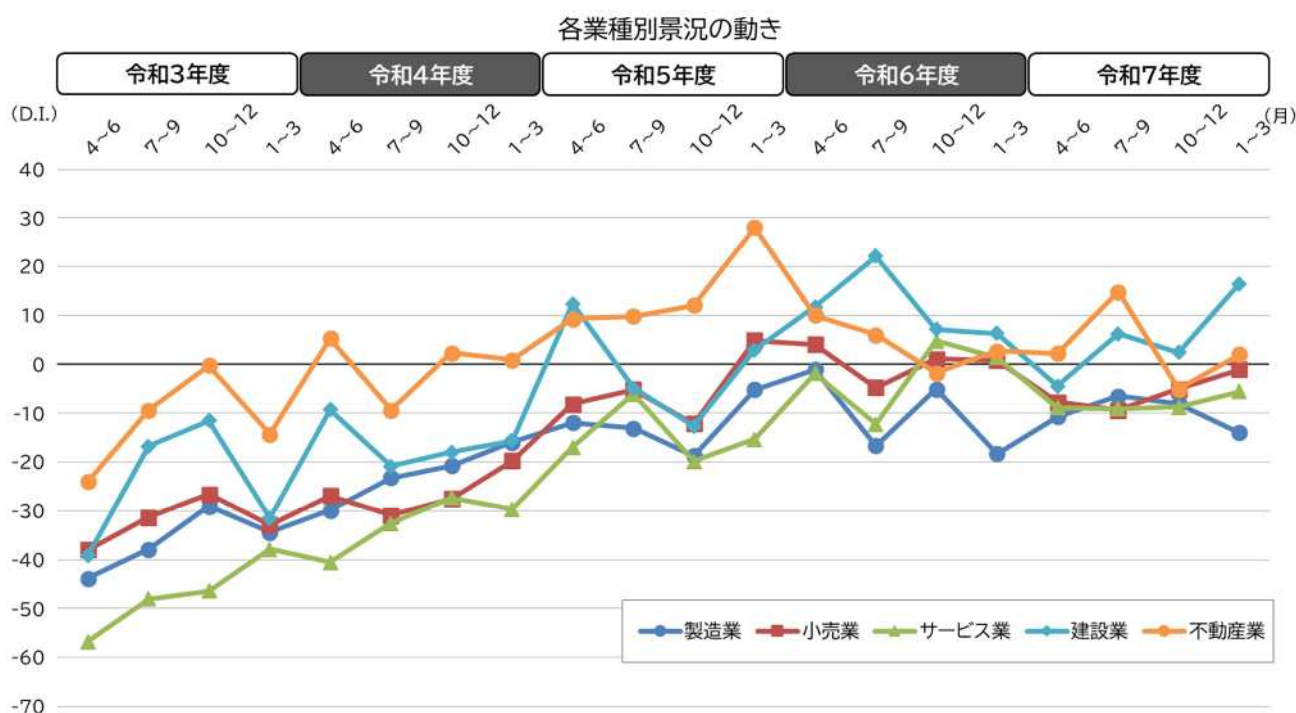
3. 起業のサポート体制

起業者が一定の優遇を受けられる特定創業支援等事業の証明書発行件数は、増加を続けており、令和7年度はここ数年で最多となった。なお起業塾のプログラムを令和8年度に再編し、一層の起業支援に注力する。



4. 豊島の景況

全業種において、新型コロナウイルスの影響を強く受けた令和2年度を底に、低迷状態から徐々に回復傾向となった。令和6年度には、業種ごとに増減に差がみられたが、令和7年度には、製造業、小売業、サービス業に大きな増減は見られない一方、建設業と不動産業には増減が見られた。

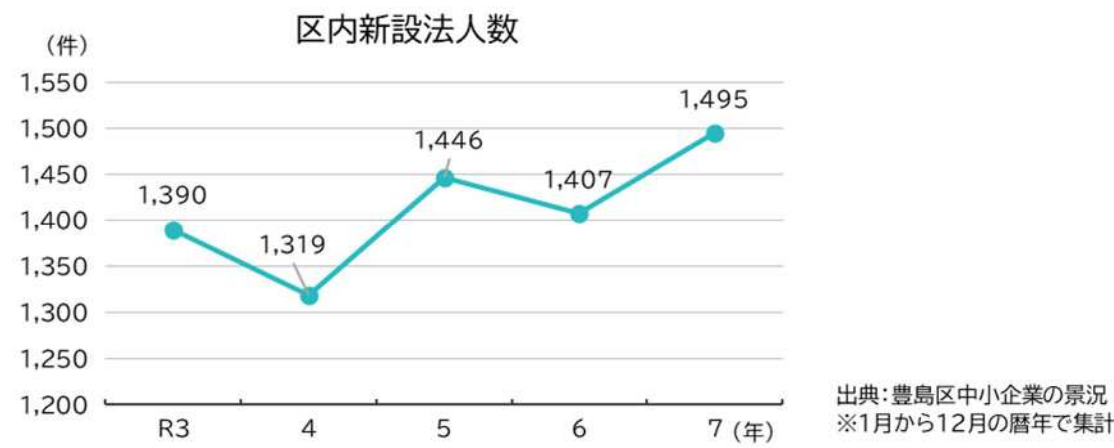


[D.I.(Diffusion ディフュージョン Index インデックスの略)とは]

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。

5. 新設法人数の推移

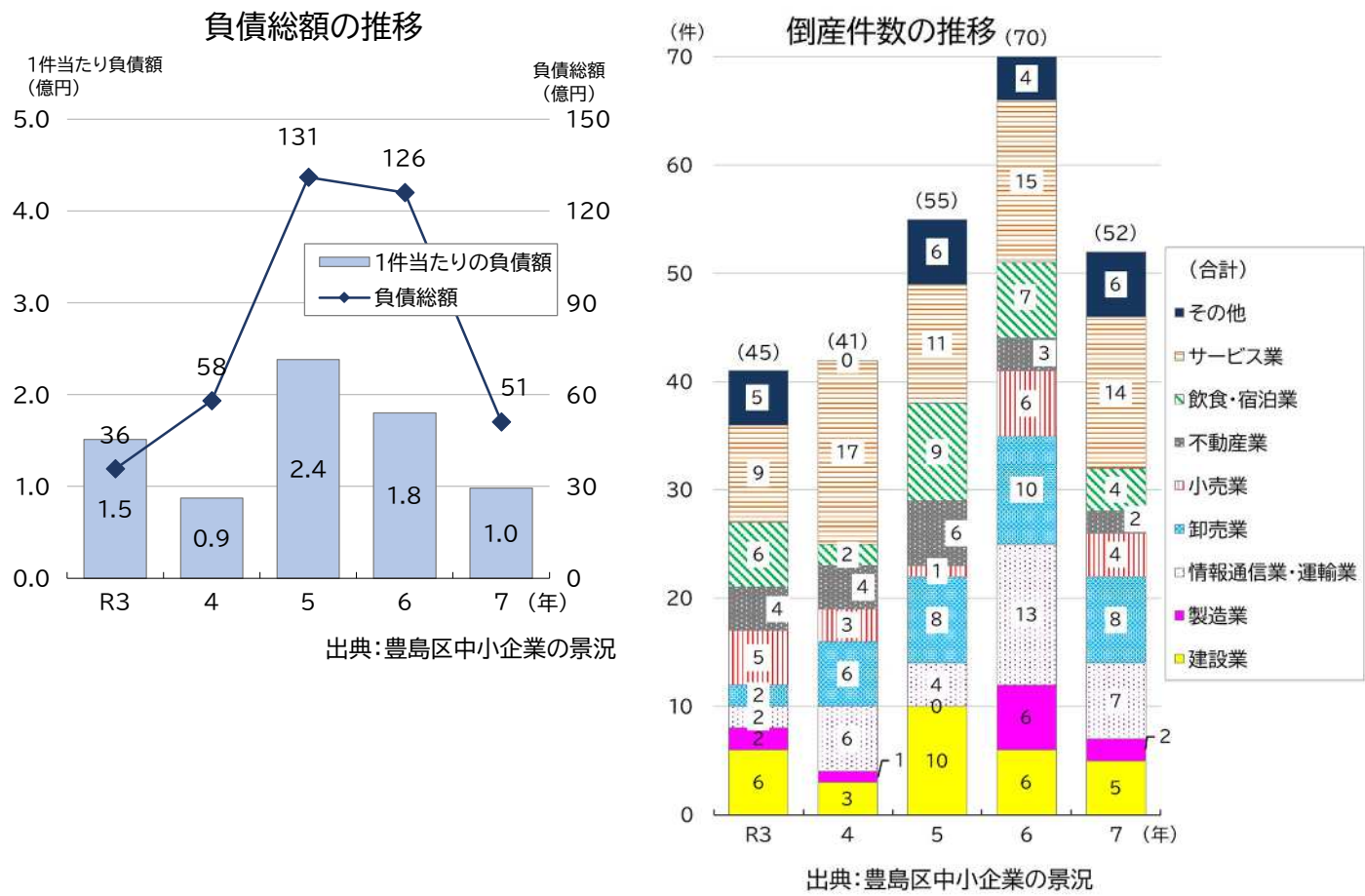
区内新設法人数は、令和6年に減少したものの、令和7年は過去5年間の中で最も多い件数となった。



基本計画(2025-2029)の施策の効果を表す代表的な指標	現状値(2025年度)	目標値(2029年度)
区内新設法人数【件】	1,495	1,500

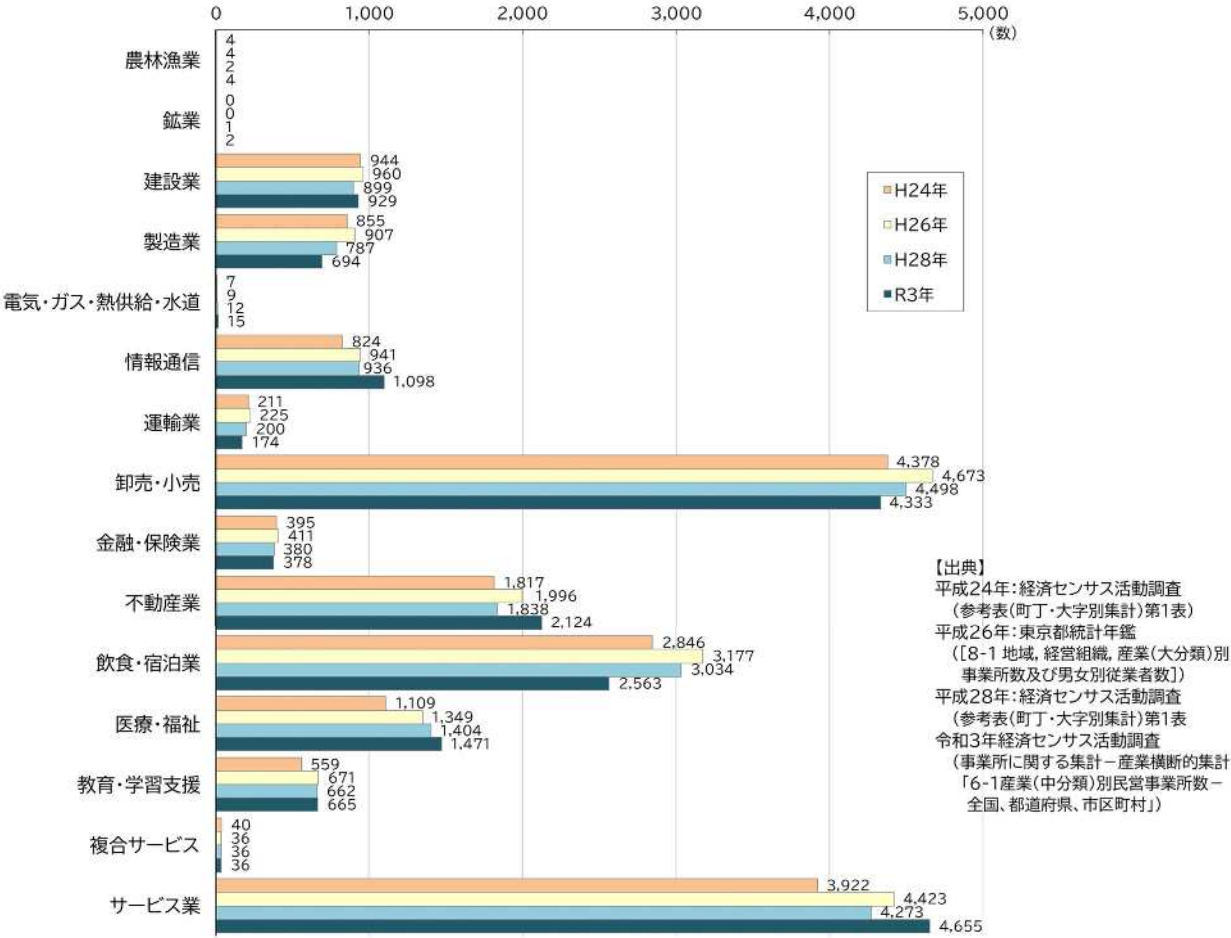
6. 企業倒産状況

令和7年の倒産件数は、前年より減少し、負債総額は2年連続の減少となった。



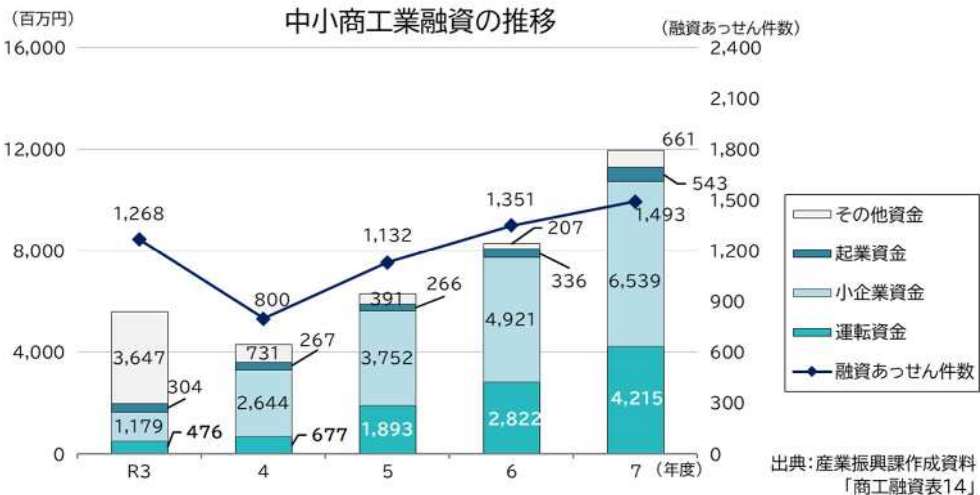
7. 業種別事業所数の推移

豊島区内事業所数は「サービス業」、「卸売・小売」、「飲食・宿泊業」の順に多く、3業種が占める割合が突出して高いことが分かる。



8. 中小商工業融資の状況

令和2・3年度は、新型コロナウイルス感染症対策として、無利子の融資あっせん制度「新型コロナウイルス感染症対策緊急資金」を新設したため、その他資金の割合が急増した。しかし、令和3年度いっぱい「新型コロナウイルス感染症対策緊急資金」の新規受付を終了した。令和4年度を底に、令和5年度・令和6年度・令和7年度は、あっせん件数と融資総額ともに増加傾向となっている。



基本計画(2025-2029)の施策の効果を表す代表的な指標	現状値(2025年度)	目標値(2029年度)
融資あっせん件数【件】	1,493	1,272

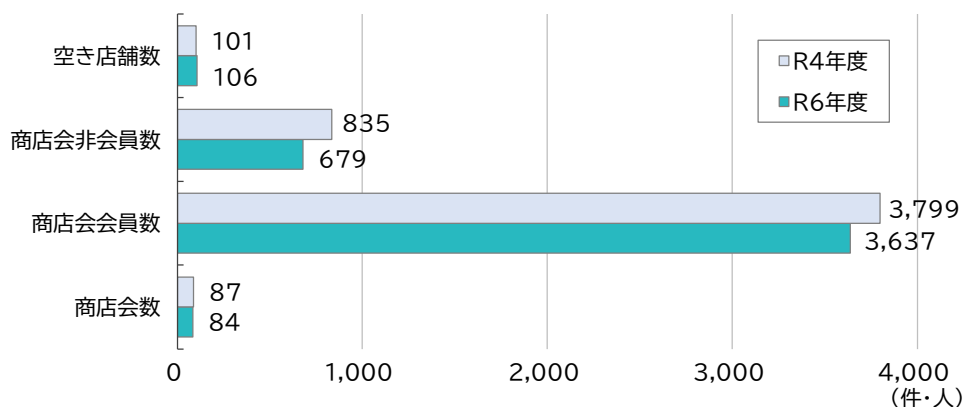
2. 持続可能な商店街に向けた活性化支援

1. 商店街の現況

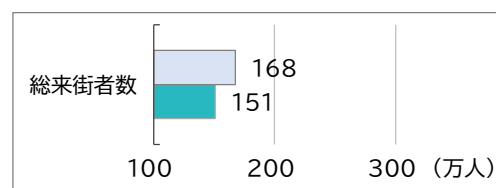
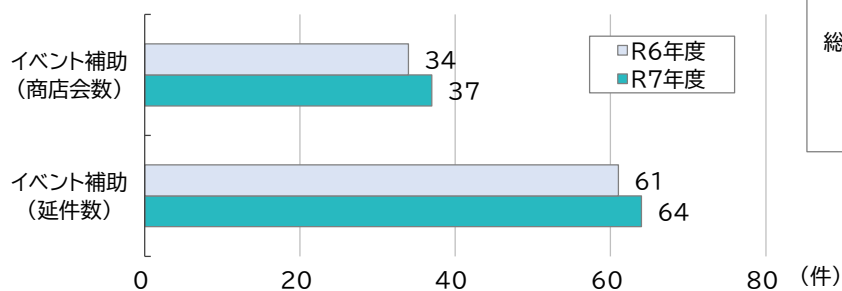
商店会数・会員数・非会員数は減り、空き店舗数は増えた。

イベント延件数およびイベントを実施する商店会数は増加し、総来街者数は減った。

①商店会・会員数等の推移



②イベント補助数の推移



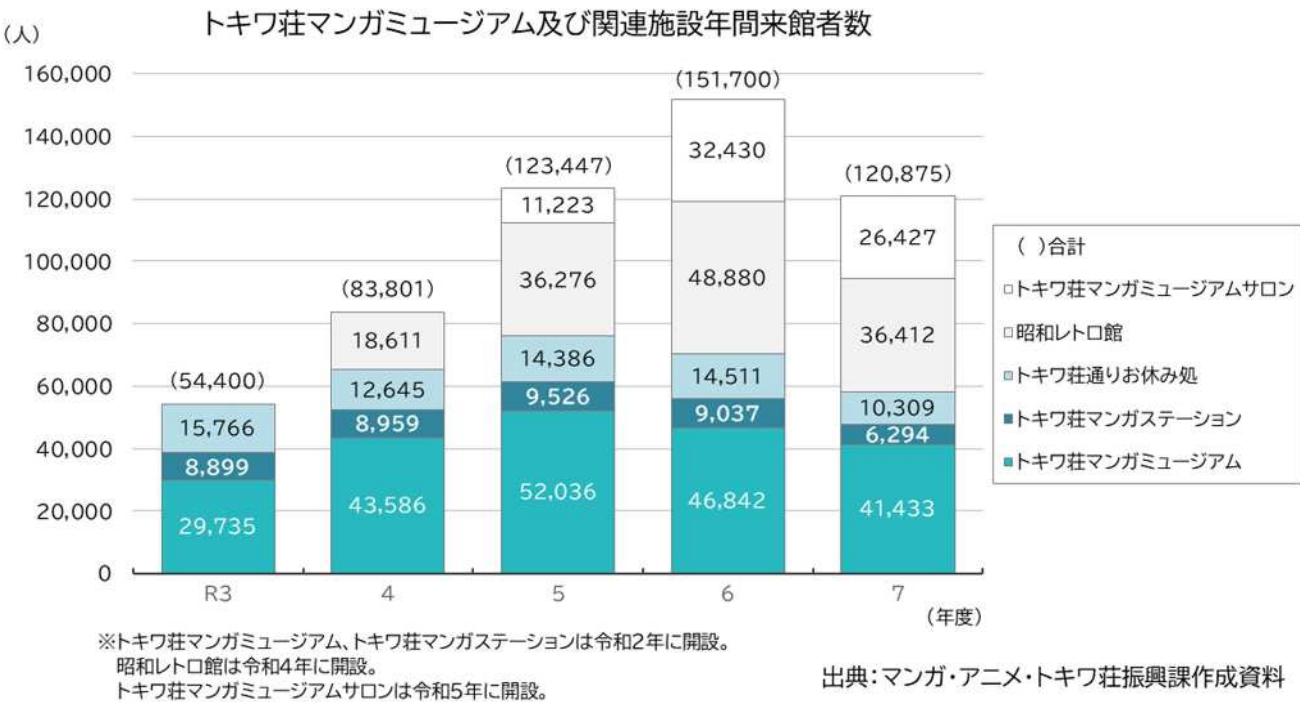
出典:①豊島区商店会届、②補助金事業実績報告

基本計画(2025-2029)の施策の効果を表す代表的な指標	現状値(2025年度)	目標値(2029年度)
商店街イベント事業来場者数【万人】	151	195

3. 観光資源の活用による地域経済の活性化

1. トキワ荘マンガミュージアム及び関連施設年間来館者数

令和2年7月にトキワ荘マンガミュージアムを開館。マンガ界の巨匠たちが、青春の日々を過ごした伝説のアパートを再現。同時にオープンしたトキワ荘マンガステーション、平成25年12月に開館したトキワ荘跡地周辺の散策拠点トキワ荘通りお休み処、さらに令和4年11月に開館した昭和レトロ館と令和5年12月に開設したトキワ荘マンガミュージアムサロンとも相互に連携し、マンガ家たちの取り組みやその時代背景も含めて地域文化としてとらえ、昭和を感じられる地域から世界へ、マンガ・アニメ文化を発信する。



2. 外国人旅行者の池袋への訪問

令和2年以降調査が毎年行われず、令和4年より再開。

	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
訪都外国人旅行者における池袋への訪問割合	-	21.0%	24.1%	23.3%	26.5%

出典：国・地域別外国人旅行者行動特性調査報告書(東京都)

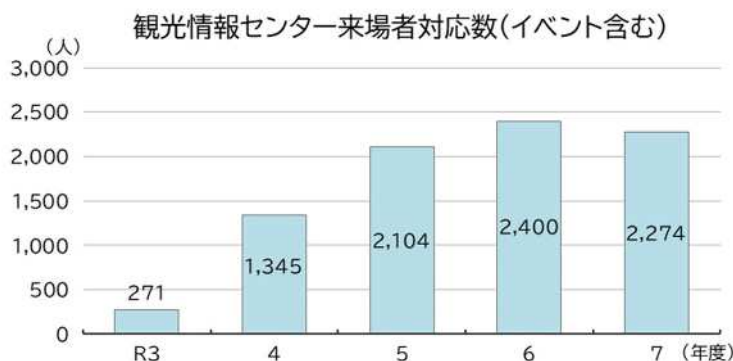
基本計画(2025-2029)の施策の効果を表す代表的な指標	現状値(2025年度)	目標値(2029年度)
訪都外国人旅行者における池袋への訪問割合【%】	26.5	27.0

4. 観光情報の発信強化と受入環境の整備

1. 観光情報センター

観光、ビジネスなど様々な目的で豊島区を訪れる人達に、観光情報の発信拠点として、名所、イベント、最新スポットなど、ニーズに即した観光情報を提供している。なお令和3年度は、新型コロナウイルスまん延防止対策等により休館等を行った影響等により、極端に来場者数が減少している。

平成30年1月31日、JNTO認定外国人観光案内所カテゴリ1を取得。

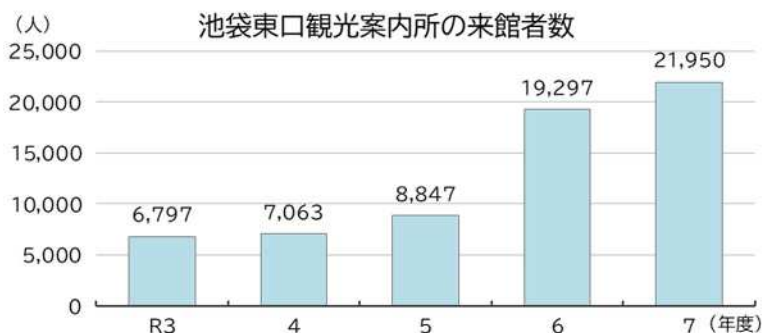


【施設の概要】
 【所在地】のとやビル3F
 (豊島区西池袋1-19-7)
 ※平成27年10月に豊島区民センター
 (豊島区東池袋1-20-10)より移転
 【開業時間】 平日:9:00~17:00
 日曜日:10:00~16:00
 (閉館日:土・祝・年末年始(12/29~1/3))
 【業務内容】 観光案内、観光パンフレット配布、
 観光関連サイトの検索・閲覧、
 イベント情報の提供、交流都市の紹介等
 【運営】 一般社団法人豊島区観光協会

出典:豊島区観光情報センター作成資料

2. 池袋東口観光案内所

令和5年度まではとしま区民センターインフォメーションとして運営していたが、令和6年度からは池袋東口観光案内所に名称を変更し、観光案内機能を強化。積極的な広報活動や、インバウンド観光客の増加に伴い、来館者数も増加している。今後は、さらなる来街者の増加を目指し、地域の観光資源の魅力を効果的に発信するよう努めていく。

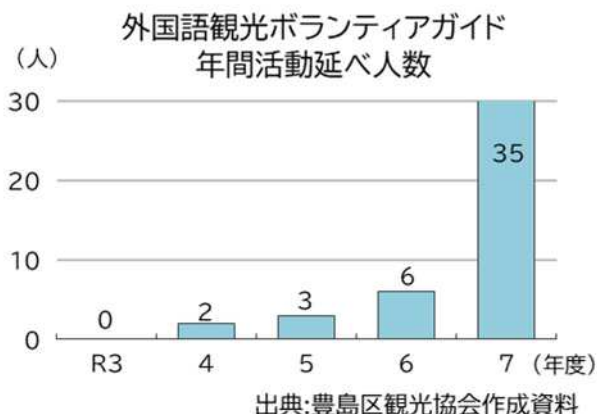


出典:池袋東口観光案内所作成資料

基本計画(2025-2029)の施策の効果を表す代表的な指標	現状値(2025年度)	目標値(2029年度)
池袋東口観光案内所の来館者数【人】	21,950	25,000

3. 外国語観光ボランティアガイド通訳・案内業務対応件数

来街者の受入環境の整備として、外国人観光客の満足度の向上のため、区内の歴史、文化、景観や観光施設等について知識を持つ観光ボランティアガイドの育成や組織化を支援していく。平成27年度に「豊島区外国語観光ボランティアガイドの会」が発足し、平成28年度から案内業務を開始している。令和3年度は、コロナの影響もあり活動を中止していた。令和4年度から再開したものの、体制再構築などに時間を要していたが、令和7年度は街角案内やIKEBUS City Guide ツアーのガイド補助を実施。



出典:豊島区観光協会所作成資料

5. 消費者教育の推進と消費生活相談の充実

1. 消費生活相談件数の推移

特定商取引法で規制されている販売購入形態のうち、「通信販売」、「訪問販売」、「電話勧誘販売」等は「特殊販売」と言い、問題が発生しやすい販売方法であり、特に「通信販売」による相談が多く全体の34.0%を占めている。

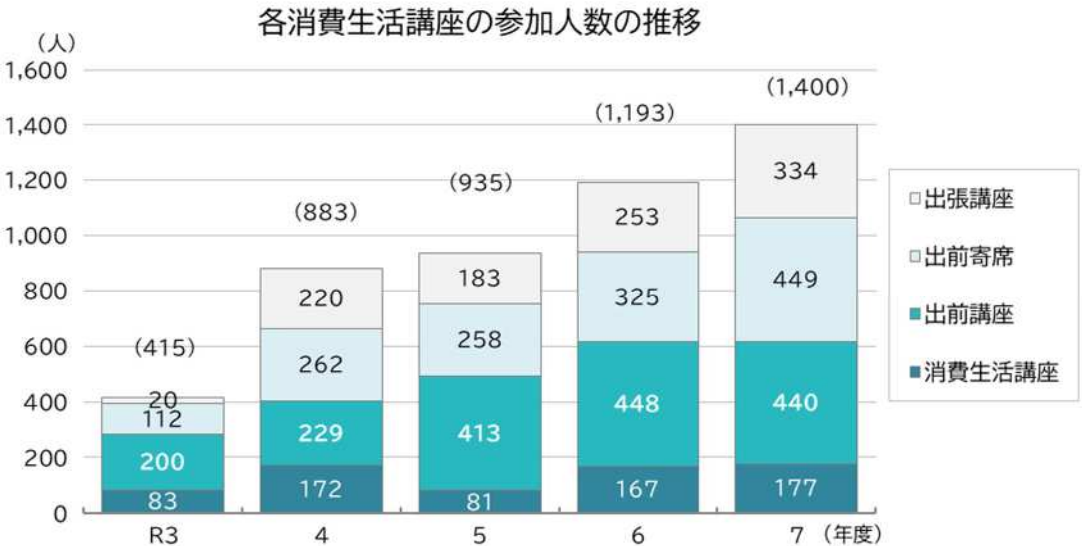
(件)

販売購入形態	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
店舗購入	591	621	722	716	900
訪問販売	218	180	122	129	129
通信販売	875	875	847	835	948
マルチ・マルチまがい取引	15	11	18	7	11
電話勧誘販売	57	70	55	61	97
ネガティブ・オプション	2	2	23	13	8
訪問購入・その他無店舗販売	28	15	34	26	101
不明・無関係	596	566	870	898	593
計	2,382	2,340	2,691	2,685	2,787

出典:全国消費生活情報ネットワークシステム(PIO-NET)

2. 出前講座・出張講座の参加者数の推移

消費生活センターでは、区内在住・在勤・在学の消費者を対象に、日常生活を取り巻く消費者問題を幅広く学ぶための、「消費生活講座」を実施している。また悪質商法等による消費者被害を未然に防止するために、消費生活相談員による「出張講座」や、「出前寄席」「出前講座」を開催している。



出典:産業振興課作成資料

基本計画(2025-2029)の施策の効果を表す代表的な指標	現状値(2025年度)	目標値(2029年度)
各消費生活講座(消費生活講座、出前講座、出前寄席、出張講座)の参加人数【人】	1,400	1,000