

令和3年度 葛飾区行政評価委員会評価表

事業名	葛飾ブランド創出支援事業	担当部	産業観光部
		担当課	商工振興課

基本情報

施策番号	1401	新たな技術や事業の創出を支援するとともに、区内産業の魅力を広くアピールして、産業を活性化します
事業の目的	区内で製造された優れた製品や技術を「葛飾ブランド」として認定し、区内外に発信することにより、区内製造業者の誇りとやる気を喚起するとともに町工場の魅力を伝えることで、販路の拡大など、活性化につなげることを目的とする。	

実施内容	<p>【主な実施内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇葛飾町工場物語集(マンガ)の発行 区内製造業者の優れた製品や技術を葛飾ブランド「葛飾町工場物語」に認定し、その製品等が産み出された背景やエピソードをストーリー性豊かに物語集(マンガ)で紹介。 ◇国際雑貨EXPOへの出展 東京ビッグサイトで開催する国際展示会に葛飾ブランドとして出展。 ◇葛飾町工場百貨市の開催 KITTE丸の内イベントスペースで販売会を実施。 ◇機械要素技術展でのマンガ配布 東京ビッグサイトで開催する区内製造業者と区が共同出展しており、葛飾区ブースにおいてマンガを配布。 ◇葛飾区産業フェアへの出展 ◇認定者交流会の実施 認定者どうしの交流を深めることで、企業間ネットワークを拡げる。
------	---

実績情報

成果指標									
目標・実績	指標	指標の根拠	単位	区分	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	目標
	認定製品・技術数	累計	件	目標	94	92	93		
			実績	87	88	90			
			目標						
			実績						
実績の評価・分析	これまでの総認定数104件のうち認定製品の製造中止や廃業による認定取り消しが14件あり、令和2年度時点で90件認定している。なお、認定後3年ごとに再認定審査を行っている。								



活動指標									
目標・実績	指標	指標の根拠	単位	区分	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	目標
	新規認定数	年度毎の新規認定数	件	目標	5	5	5		
			実績	3	3	3			
			目標	4	4	4	4		
			実績	4	4	4			
			目標	1	1	1	1		
			実績	1	1	1			
			目標						
			実績						

今後の方向性

評価の視点	認定企業の特典として、ストーリーマンガを作成・配布するほか、東京ビッグサイトで行われる国際展示会への出展や、KITTE丸の内での販売会を開催することでPRを行ってきている。より一層のPRを図るための、今後の取り組みについて評価をいただきたい。
「改善」に向けた所管課の見解	マンガによる認定製品・技術のPRは他に見えない方法であり、継続していく。国際展示会への出展や販売会開催によりPRするほか、認定企業どうしの連携強化やコラボレーションによる相乗効果策を図っていきたい。

コスト内訳(決算)(千円)

項目		平成30年度	令和元年度	令和2年度	コストの主な内訳
収入	特定財源	0	0	0	
	国庫支出金	0	0	0	
	都道府県支出金	0	0	0	
	その他	0	0	0	
一般財源 (a)		11,606	14,820	13,625	

事業費	直接事業費 (b)	6,866	10,080	8,945	
	報償費	138	125	138	審査会委員謝礼
	消耗品費	30	30	31	見本市・展示即売会用消耗品
	印刷製本費	900	932	994	物語集(マンガ)、チラシ、認定証
	通信運搬費	5	6	6	会議用通知発送
	手数料	27	27	27	審査員手数料(都産業技術研究センター)
	保険料	2	2	2	KITTE丸の内販売会来場者賠償保険
	委託料	4,184	5,467	5,516	業務委託、設営委託、マンガ原稿制作委託
	使用料及び賃借料	1,080	2,155	2,231	国際雑貨EXPO出展料
	補助金	500	1,336	0	認定企業見本市出展経費助成
人件費等	職員人件費 (c)	4,740	4,740	4,680	
	人件費	4,740	4,740	4,680	
		0.60人	0.60人	0.60人	
	旧再雇用職員	0.00人	0.00人	0.00人	
	間接費 (d)				
	調整額 (e)	600	540	570	
	減価償却費	0	0	0	
金利	0	0	0		
退職給与引当	600	540	570		
(控)コスト対象外	0	0	0		
トータルコスト (f=b+c+d+e)		12,206	15,360	14,195	

単位あたりコスト	項目	平成30年度	令和元年度	令和2年度	コスト増減の理由
	単位の定義	新規認定数(件)			
	実績数値 (g)	3	3	3	
	単位あたり区単コスト (a/g)	3,868,666.67円	4,940,000.00円	4,541,666.67円	
	単位あたりコスト (f/g)	4,068,666.67円	5,120,000.00円	4,731,666.67円	

葛飾ブランド「葛飾町工場物語」

KATSUSHIKA



町工場物語®

葛飾区 産業観光部 商工振興課

事業概要について

区内工場の優れた製品・部品・技術のすごさを
“未来を照らす技”葛飾ブランド「葛飾町工場物語」と認定

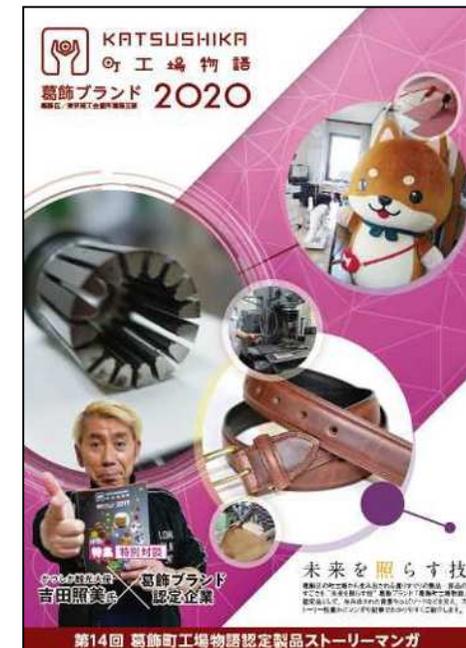
製造背景やエピソード等を交えストーリー性豊かにマンガや
紹介記事で広く区内外にPRしていく地域ブランド発信事業

平成19年に
葛飾ブランド創出支援事業が始まる

今年で事業開始から15年目

毎年度5件程度の認定を予定

現在90の製品・技術を認定



ブランド戦略に至る背景

① 区内製造業の大多数は下請け

→ 自社のオリジナル製品を持たない企業が大半

② 中小企業の中でもいわゆる零細企業が多い

→ 従業員数4人未満の工場が約6割を占めている

③ 下請け体質からの脱却を目指していた

→ 自社製品開発に乗り出す企業が増えてきていた

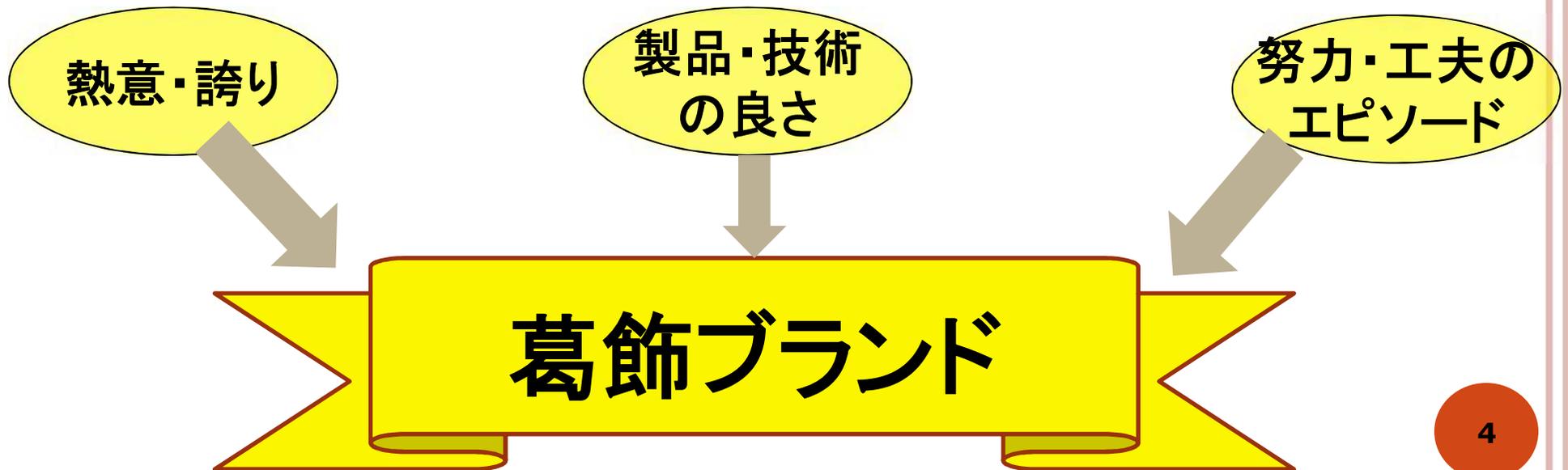


この状況を踏まえ、期待できる商品を応援するための仕組みづくりとして、「葛飾ブランド創出支援事業」に取り組むこととなる

葛飾ブランドのコンセプト

【現 状】

- 都内23区第3位の工場数(2,131件)があり、多くの町工場が熱意と誇りを持って取り組んでいる
- 葛飾区の工業製品の多くは部品であり、職人の技術によって支えられている
- 製品や部品を作る過程で様々な努力や工夫を行っており数多くのエピソードがある



として認定

葛飾ブランドのコンセプト

メイドイン葛飾の製品のすごさ

ユーザーに対する安心・信頼 など..

わかりやすく伝えるためにストーリー性を持たせて
「葛飾町工場物語」として漫画で紹介

企業の意欲
モチベーションの向上

企業間交流
見本市出展

PR効果による
販路拡大や販売促進

区内製造業の活性化

推進体制

「葛飾区」と「東京商工会議所葛飾支部」の共同プロジェクト

葛飾ブランド 推進協議会

事業推進、普及・PRの検討
工業関係者・行政関係者から結成

葛飾ブランド 認定審査委員会

認定基準や認定について検討
学識経験者・工業関係者から結成

ブランド名称の設定・ロゴマークの制定

- ◆ブランドカラーは臙脂(エンジ)色
熟練した職人の技と情熱を共通のコンセプトに
六角レンチとネジで人の形を表現し、バンザイした
人の形は、「未来を照らす技」こそが明るい未来を
開くという応援のメッセージ

KATSUSHIKA



町工場物語®

応募者資格等

●応募者資格

区内で製造を行っている事業者、または活動拠点が葛飾区内にある団体

●応募期間

例年ゴールデンウィーク明け～約1か月程度

※令和3年度は4月19日(月)～6月4日(金)

●応募方法

下記の書類5点を提出

- ①申請書
- ②定款または登記簿謄本の写し
- ③前年度の納税証明書
- ④企業概要
- ⑤審査に必要な参考資料(商品パンフレット、会社案内など)

認定までの流れ(令和3年度予定)

募 集

- ・葛飾区
 - ・商工会議所
 - ・専門調査員
- による1次現地調査

7月下旬

第1回認定審査会



(R2認定の“エア着ぐるみ”)

同メンバーによる
2次現地調査

8月下旬

第2回認定審査会

認定基準

- 区内で製造している製品・部品等である
- 製品や部品の品質・性能が優れている
- 安全性が十分確保されている
- 製品・部品等の製造過程において、人を魅了するエピソードがある など…

9月中旬

推進協議会

推進協議会で認定承認

認定実績

年度	認定数		
19	10	26	11
20	10	27	5
21	10	28	5
22	8	29	5
23	10	30	3
24	11	31	3
25	10	2	3
		合計 104件	



※廃業等で現在では14件認定取り消し

認定特典について

製品・技術を
マンガでPR

各種メディアへの広報
公式HP・Facebookへ掲載

ロゴマーク
の使用

H25に商標登録している
ロゴマークの使用の認可

KATSUSHIKA



町工場物語®

展示会等
への出展

KITTE販売会 町工場見本市
国際雑貨EXPO ミライテラス
葛飾区産業フェア

交流会への
参加

「葛飾ブランド認定者交流会」
会員として異業種との交流

『葛飾町工場物語』集の発行

- ◆1製品につき漫画6ページ文章4ページで構成
 - ◆漫画家は公募で毎年8,000部程度発行
- 認定者、区内学校、図書館、展示会等で配布



※第14回かつしか町工場物語より

展示会等への出展(令和3年度予定)

6/27、1/30 かつしか ミライテラス	6/30~7/2 国際雑貨 EXPO	9/9、10 区外販売会 (KITTE)
10月上旬 区外販売会 (その他)	10/16、17 葛飾区 産業フェア	2/3、4 町工場 見本市



(区外販売会〔KITTE〕の様子)

様々な種類の展示会に出展することで・・・

- ・認定企業の販路拡大
- ・葛飾ブランドの認知度の向上

展示会出展補助制度

上記などの展示会出展に合致しない企業向けに
上限を50万円として補助制度を用意

事業の効果

マンガを営業ツールとして活用

事業内容が分かりやすい 第一印象のインパクトが大きいいため
営業での話しが進みやすい



(国際雑貨EXPOの様子)

メディア露出と広報PR

問い合わせや商談の機会が増えることで
新規顧客の開拓に寄与している

ロゴマーク活用による宣伝

「自社の名刺・製品に
ロゴマークを入れて使用」
ブランドの説明を織り交ぜながら
商談することでブランド事業の宣
伝にも繋がっている