

西東京市
第 2 次産業振興マスタープラン
骨子案

目次

第1章 計画の策定にあたって	1
1 策定の背景と目的	1
2 計画の位置づけ	2
3 計画の期間	2
4 これまでの取組みの振り返り	3
5 今後取り組むべき課題	5
6 計画策定のポイント	6
第2章 産業振興で目指すもの	7
1 将来像	7
2 分野ごとの目指す姿	8
3 産業振興がもたらす効果	9
第3章 主な取組み内容	12
1 施策体系	12
2 取組み内容	13
(1) 「農」	13
(2) 「しごと」	14
(3) 「商店街」	20
(4) 「西東京市ブランド」	24
3 計画の実現に向けて	30
(1) 各主体の役割	30
(2) 計画の推進体制	31
(3) 計画の進行管理	31
(4) 実行プログラム年次計画	31
資料編	32
1 西東京市の概況	32
2 西東京市の産業を取り巻く社会経済状況	35
3 第2次産業振興マスタープラン後期計画の検証	37
4 市内産業に対する意見・アイデア	41
5 西東京市第2次産業振興マスタープラン策定委員会設置要綱	41
6 西東京市第2次産業振興マスタープラン策定委員会委員名簿	41
7 策定の流れ	41
8 用語解説	41

第1章 計画の策定にあたって

1 策定の背景と目的

西東京市（以下「本市」という。）では、産業振興の礎として、平成23（2011）年3月に「西東京市産業振興マスタープラン」（以下「産業振興マスタープラン」という。）を策定しました。最初の3年間はアクションプラン、さらに平成26（2014）年度からは中期計画、令和元（2019）年度からは後期計画として、産業振興を目指した取組みを進めてきました。

令和2（2020）年以降続く新型コロナウイルス感染症の影響を受け、日本経済は大きく落ち込んだものの、ウィズコロナ・アフターコロナの考え方のもと、国内景気は回復傾向が見られます。一方で、中小企業においては、厳しい経済情勢が続いており、持続的な成長が求められています。

また、我が国の総人口は、平成20（2008）年の1億2,808万人をピークとして減少しており、今後も人口減少と少子高齢化が進むと予想されます。これにより、地域産業においても、国内市場の縮小や医療・福祉・介護需要の増大、労働力不足等の影響を受けることが懸念されます。

国では、令和3（2021）年6月に「まち・ひと・しごと創生基本方針2021」を閣議決定し、新型コロナウイルス感染症をきっかけに国民の意識・行動が変化したことを踏まえて、地域の将来を「我が事」として捉え、地域が自らの特色や状況を踏まえて自主的・主体的に取り組めるようになるための支援を実施しています。

本市の産業は、豊かな土壌と都心に近い立地を活かし、都市農業として育まれてきた農業や、5つの駅を中心に小売業・飲食店などが集積した商店街、独自技術を持った製造業をはじめとした中小企業などが、地域に根ざして発展してきました。一方、海外情勢の影響による原材料価格の高騰や原材料不足への不安、コロナ禍を契機とする個人の価値観やライフスタイルの変化、脱炭素化やDX（デジタルトランスフォーメーション）の推進などの社会情勢の変化、宅地化に伴う農地の減少、個人商店の廃業などによる空き店舗の発生など、市内産業を取り巻く状況は大きく変化しています。そのため、本市の地域資源を活用しながら、まちの魅力の醸成と課題解決を目指す取組みが求められています。

本市は、こころやからだの健康だけでなく、社会や経済、居住、教育といった生活環境も健康水準を向上させるための要素と捉え、地域やまち全体の「健康」を達成するため、「健康」応援都市の実現を目指しています。そのためにも、市内産業が抱える課題を解決し、市内における経済の好循環を促進する必要があります。

このように、本市を取り巻く社会経済情勢や、国や東京都の産業施策は大きく変化しています。また、地域経済を支える担い手と一体となった施策の推進も求められています。それらの動向を的確に捉えるとともに、後期計画に基づく成果と課題を踏まえつつ、地域特性や新たなニーズなどを積極的に把握する必要があります。

このような状況のもと、令和6（2024）年度から令和15（2033）年度までにおける本市の産業を着実に振興させることを目的に、第2次産業振興マスタープランを策定します。

2 計画の位置づけ

第2次産業振興マスタープランは、西東京市第3次基本構想・基本計画及び実施計画からなる「西東京市第3次総合計画」（以下「第3次総合計画」という。）を上位計画とする産業振興に関する分野横断的な計画です。個別の産業分野の計画との整合性を意識するとともに、産業振興に関連する各種計画との連携を図りつつ、本市の産業振興の方向性を定めています。



図

3 計画の期間

第2次産業振興マスタープランの計画期間は、令和6（2024）年度から令和15（2033）年度までの10年間です。

なお、前半5年間の最終年度である令和10（2028）年度には、計画の進ちよく状況や社会経済情勢の変化などを踏まえて、基本的な方向や施策及び事業の見直しを図り、令和11（2029）年度からの後期5年間の計画（後期計画）を策定します。



図

4 これまでの取組みの振り返り

本市の産業振興は、後期計画の施策体系に基づき、農業、商業・サービス・ものづくり、商店街、横断的視点の4分野11施策で取組みを展開してきました。後期計画の進ちょく状況を検証するにあたり、以下の3つの視点から評価を行いました。

- ① 4分野に設定した効果測定指標の目標値の達成状況
- ② 施策に対する事業者による評価（満足度及び重要度）
- ③ 各施策に位置づけた実行プログラム（41事業）の実施状況

■ 農業分野：持続可能な「農」が共生するまちをつくる

都市と「農」が共生し続けられるよう、農地の多面的な機能を活かした事業を展開するとともに、農業者との交流等を通して、農に対する市民理解の促進に努めました。農業や農地に対する市民の関心が高まっていますが、引き続き、市民理解を得るための取組みを進める必要があります。

①効果測定指標	<ul style="list-style-type: none"> ・市内における農業産出額および農地面積は目標値を上回っているが、市民の農業に対する満足度は下回っている。 ※指標「市内産農産物の販路拡大」について結果を確認
②農業者による評価	※調査結果を確認
③実行プログラムの実施状況	<ul style="list-style-type: none"> ・市民が農業や農地、市内産農産物にふれる機会となる事業等については、新型コロナウイルス感染症の影響により一部中止となった。 ・農のアトリエ「蔵の里」等を活用した農業学習など、農が持つ多面的な機能の理解を深めるための取組み等を実施した。 ・市内産農産物の普及啓発のため、ファームカーの活用やスポーツ施設を利用したマルシェの開催など、新たな取組みを実施した。

■ 商業・サービス・ものづくり分野：多様な「しごと」が生まれ循環するまちをつくる

中小企業や小規模事業者が安定的に経営を継続できるよう、また、新たな「しごと」の創出により地域全体が活性化するよう、事業の継続・拡大に向けた様々な支援を行うとともに、起業・創業支援をさらに進めてきました。「創業するなら西東京市」のブランドイメージが認知されつつあり、今後は、より幅広い世代に向けた創業支援や起業後の支援の充実に取り組む必要があります。

①効果測定指標	<ul style="list-style-type: none"> ・市内事業者を対象とした各種セミナーの満足度や、事業による創業件数など、すべての指標で目標値を上回っている。
②事業者による評価	<ul style="list-style-type: none"> ・施策「経営基盤の強化」および「就労環境の整備」については、満足度・重要度ともに平均より高く、引き続き、取組みを継続していくことが求められている。 ・施策「新たな「しごと」の創出」についても満足度が高い。
③実行プログラムの実施状況	<ul style="list-style-type: none"> ・人材育成や経営力強化に向けた各種セミナーの実施や、市内外への事業者情報の発信媒体である産業ニュース「匠ナビ」を発行した。

	<ul style="list-style-type: none"> ・「ハンサム・ママプロジェクト」や「ビジネスプランコンテスト」など、起業のきっかけとなる事業を行った。 ・新型コロナウイルス感染症や物価高騰などの影響による厳しい経営状況を踏まえ、事業者ニーズに合わせた新たな融資あっせん制度の導入や持続的な経営を後押しする支援事業を行った。
--	--

■商店街分野：身近な「商店街」が暮らしを支えるまちをつくる

商店街の利便性向上やイメージアップのための取組みを進めてきましたが、商店会組織の解散の動きに歯止めはかからず、個店の廃業や空き店舗の増加も見られます。今後は、消費者のニーズや購買行動に関する調査結果を活用し、様々な主体と連携しながら商店街の魅力向上に向けた取組みを推進し、地域住民とともに商店街の存在意義を高めていく必要があります。

①効果測定指標	・商店会数及び空き店舗の活用につながるチャレンジショップ事業の件数は目標を下回ったが、市民の買い物に対する満足度は目標を上回った。
②事業者による評価	・施策「活力ある組織づくり」および「新たな価値の創造」とともに、満足度が平均より低く、重要度が平均より高くなっており、今後、重点的に取り組んでいくことが求められている。
③実行プログラムの実施状況	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者のニーズや購買動向を把握するための調査を行った。 ・商店街の利便性やイメージの向上のため、グッズ作成等による「見える化」を支援する商店街ブランドデザイン事業を実施した。

■横断的視点分野：魅力ある「西東京市ブランド」が輝くまちをつくる

地域への愛着を醸成するためのイベントの開催や、一店逸品事業やめぐみちゃんメニュー事業などの市内産品のPR事業の新たな展開などに取り組んできましたが、新型コロナウイルス感染症の影響もあり、市内来訪者数は減少しています。今後は、様々な地域資源を有効に活用しながら、市内外の消費者にとって魅力な商品やサービスを創出し、西東京市ならではの魅力を磨き上げていく必要があります。

①効果測定指標	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染症の影響もあり、市内への来訪者数は目標を大きく下回った。 ・西東京市ブランドの取組みである「めぐみちゃんメニュー事業」のホームページアクセス数は目標を上回った。
②事業者による評価	・施策「観光まちづくりの推進」および「イベント開催によるにぎわいづくり」については、満足度・重要度ともに平均より低く、今後は、取組みを見直し、より効果的な事業実施が求められている。
③実行プログラムの実施状況	<ul style="list-style-type: none"> ・めぐみちゃんメニュー事業では、小・中学生が考案したメニューを販売するなど、新たな取組みを行った。 ・めぐみちゃんマルシェやファーマーズマーケットなど、市内産農産物をPRするイベントを開催したが、新たなマーケットを創出するためのイベントの開催には至らなかった。 ・近隣市との連携によるスタンプラリーなど、新たな観光事業を実施した。

5 今後取り組むべき課題

本計画を策定するにあたり、本市の産業振興を取り巻く社会経済状況の整理及び後期計画の進捗よく状況の検証を行い、新たな課題を抽出しました。また、市内事業者を対象としたアンケート調査やヒアリング調査により、事業者が抱えている課題やこれからの産業振興に向けたニーズを把握し、市民を対象としたアンケート調査により、消費者行動の実態や就労に対する意向等を把握しました。

これらの調査結果を踏まえ、本計画において取り組むべき課題を以下のように整理しました。なお、各分野における具体的な課題については、第3章で整理しています。

○次代を担う人材の確保と育成

全国的に労働人口が減少する中で、本市においても人材の確保と育成が課題となっています。そのため、事業所の雇用支援と求職者の就労支援の双方の視点から支援を行うことが必要です。

また、市内の農業者、事業者、商店街における安定した事業継続のため、後継者の育成や事業承継に対する支援も求められています。

産業振興のためには、事業所や企業、大学、地域住民、学生、自治体など、様々な主体が一丸となって取り組んでいくことが重要です。そのために、本市の産業に関わる多様な主体を結び付け、連携の促進のために積極的に活動できる人材の育成が必要です。

○産業に関わる多様な主体の連携の強化

本市に関わる人々が日頃からつながりを持ち、積極的に連携することは、産業振興において大きな役割を果たします。地域が一丸となって産業振興に取り組む体制を構築するために、事業者同士の同業種・異業種交流のほか、事業者と大学、企業、地域住民や学生など、市内の様々な主体とのつながりをつくる必要があります。

○積極的な情報発信

本市の魅力を生内外に伝え、まちの知名度と存在感を向上させるためには、今まで以上に積極的な情報発信が必要不可欠です。市報やSNSなどの様々な媒体を活用して、本市に関する情報のほか、市内事業者や商店街、特産品などのPRを実施することで、本市の魅力を広く伝える必要があります。

また、より多くの人を本市に呼び込むためには、多摩六都科学館や下野谷遺跡、東大生態調和農学機構の農場などの既存の地域資源の魅力のPRも重要です。

○消費の市内循環の促進

本市は都心へのアクセスが良いというメリットを持つ一方で、人々の消費需要が都心に流れやすいという課題を抱えています。そのため、市内のお店や商品、サービスの魅力や利便性を向上させ、市内で買い物やサービスの利用をする人を増やすことで、市内経済の好循環を今まで以上に促進する必要があります。商店街の活性化や消費者ニーズへの対応、市内産農産物の消費促進、市内全域における魅力的な店舗、商品、サービスの展開など、様々な方向から市内消費の増加のための取り組みを実施することが重要です。

○SDGsの実現

SDGsは、平成27(2015)年に国連総会で採択された、誰一人取り残さない社会の実現に向けた「持続可能な開発目標：Sustainable Development Goals」を指し、貧困、気候変動、ジェンダー平等、平和といった幅広い17の分野において、2030年までに達成すべき目標を定めています。SDGsの視点は様々な物事に取り入れられ、人々の意識改革を促しています。本市の産業振興においても、SDGsとの関連を意識しながら様々な取組みを進めていく必要があります。

○デジタル化の推進

IOT、ビッグデータ、AIの発展といった、「第4次産業革命」による新しい技術の台頭によって、産業においても大きな変革期が訪れています。市内事業者においても、キャッシュレス化の推進やDXの促進といった取組みの推進とともに、デジタルデバイドの解消等の、デジタル化にともなう課題の解決も求められています。

○気候変動への取組み

気候変動対策として、脱炭素化の動きが世界各地に広がっています。本市もカーボンニュートラル宣言を発表し、2050年までに二酸化炭素排出量を実質ゼロにするための取組みを進めています。

また、脱炭素化の推進とともに経済成長や人々の意識改革も進め、持続的に発展することを目指すGX(グリーントランスフォーメーション)の推進も必要です。

○コロナ禍による変化への対応

新型コロナウイルス感染症の感染拡大は、多くの物事に大きな変化をもたらしました。オンラインツールの普及による働き方の変化のほか、消費者の意識や消費行動の変化など、その影響は多岐にわたります。こうした変化に対応し、今後のウィズコロナ・アフターコロナに沿った取組みを進めていくことが重要です。

6 計画策定のポイント

第2次産業振興マスタープランの策定にあたっては、以下のポイントを重視しています。

①計画の視点

産業振興と人々の暮らしが密接につながっていることを示します。

②計画のあり方

事業者だけではなく、市民や在勤・在学者なども含めた、本市の産業に関わる全ての主体を対象とする計画をつくります。

③取組みの進め方

庁内各部署や、本市の産業に関わる多様な主体の分野を超えた連携によって、取組みを進めていきます。

第2章 産業振興で目指すもの

1 将来像

「○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○」

将来像全体の説明
※検討中

語句の説明
※検討中

2 分野ごとの目指す姿

産業には、様々な分野が存在します。将来像に掲げた「○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○」という共通の目標を見据えながら、それぞれの分野において効果的な取組みを実施し、それらの結果を積み重ねていくことで、産業振興が実現されます。

第2次産業振興マスタープランでは、産業振興マスタープラン後期計画に引き続き、農業・農地に関する「農」分野、商業・サービス・ものづくりに関する「しごと」分野、商店街に関する「商店街」分野、横断的視点であり西東京市のイメージや魅力の向上に関する「西東京市ブランド」分野の4つの分野において、取組みを進めていきます。

各分野における目標は、「分野ごとの目指す姿」として示します。将来像をそれぞれの分野の視点から見た姿を示すことで、将来像をさらに具体化します。



●「農」

身近な「農」がまちと共生し、次世代に受け継がれる

市内の農地を将来にわたって維持するために、市民が日常的に農業や市内産農産物に親しめ、農地が持つ様々な機能を積極的に活用して、農業・農地の重要性を広く理解し、みんなで農地を守って受け継いでいくまちを目指します。

●「しごと」

個性豊かな「しごと」が人もまちもいきいきと輝かせる

地域産業が持続的に活性化していくために、事業者等が充実した支援を受けられ、自分らしい働き方を選択できる環境が整っている、誰もがやりがいや夢を持っていきいきと働き続けられるまちを目指します。

●「商店街」

元気な「商店街」が人々の暮らしを支え、にぎわいを生む

長年にわたって愛されてきた商店街がこの先も変わらず続いていくために、人々の暮らしや価値観の変化に合わせて、新しい物事を積極的に取り入れて商店街の利便性がさらに向上し、便利で楽しい商店街がまちのにぎわいを生み、地域の人々の居場所となるまちを目指します。

●「西東京市ブランド」

魅力あふれる「西東京市ブランド」が人々の誇りとなる

人々の西東京市に対する愛着や誇りをより一層高めるために、特産品やお出かけスポット、イベントなどの地域資源の魅力が市内外に広く発信され、また、新たなまちの魅力の創出や磨き上げも行われている、「西東京市ブランド」が多彩な魅力の象徴となるまちを目指します。

3 産業振興がもたらす効果

産業振興によって将来像や分野ごとの目指す姿が実現されると、地域経済が活性化するだけでなく、人々の暮らしが豊かになり、その暮らしを支えるまちの質も向上することが期待されます。

ここでは、産業振興によって期待される効果を、「まち」と「ひと」それぞれにもたらす効果として示します。

(1) 「まち」にもたらす効果

①安定した事業の継続や事業者数の増加により、まちの活力と豊かさが増す

- ・事業者の経営が安定し、新規事業も生まれることで、市内の雇用や消費が増える。
- ・西東京市がより便利で住みやすいまちになることで多くの人が集まり、まちに活気とにぎわいが生まれる。
- ・西東京市内で働き、西東京市内で消費する人々が増えることで、市内事業者の収益がさらに増えるという好循環が生まれる。

②産業が持つ様々な役割を活かし、市民の暮らしの安心と安全を支える

- ・地域の人々とのつながりが強化され、日常の困りごとや災害時などの困難に幅広く対応し、助け合える関係が構築される。
- ・日中に市内で活動する人が増えることで、まちに人の目が行き届き、防犯上の安全性が増す。

③地域資源の魅力が磨き上げられて西東京市の存在感が高まり、地域の価値が向上する

- ・既存の地域資源を活用しながら、積極的な情報発信を通じて西東京市の魅力を市内外に広く伝えることで、西東京市のイメージが向上する。
- ・西東京市の知名度とイメージが向上することで、市内事業者や市内産農産物・商品などの付加価値が高まる。

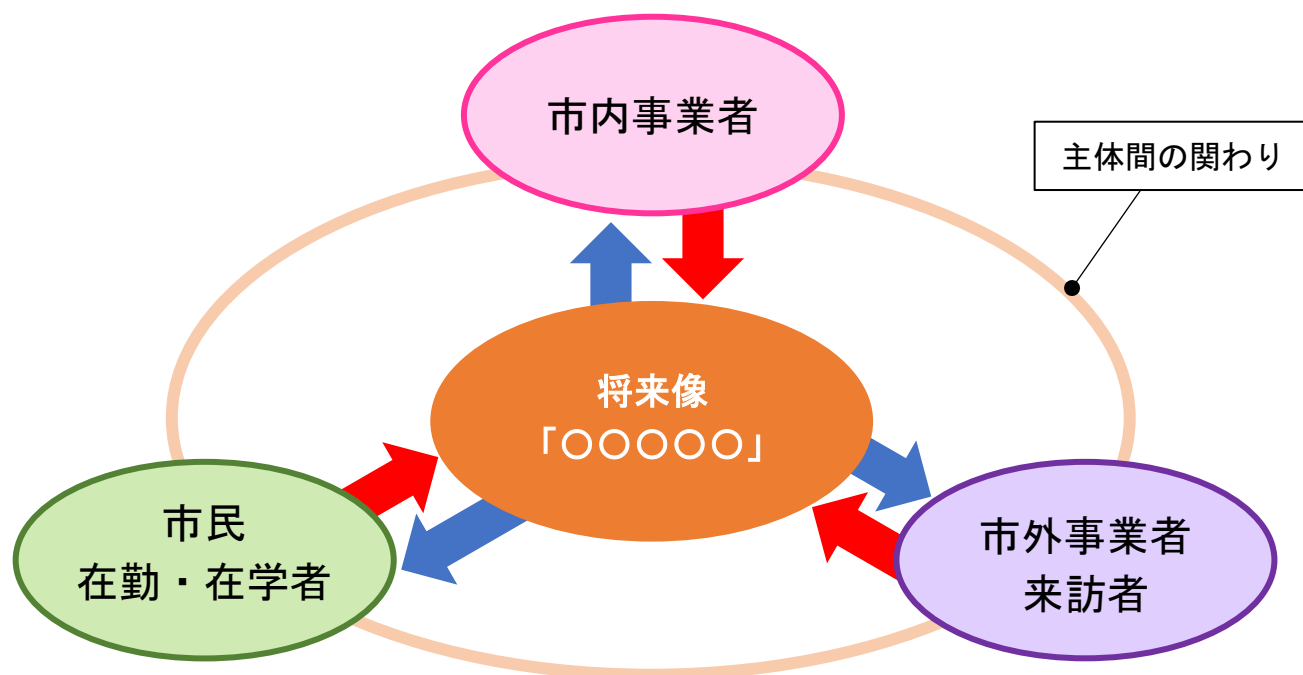
写真、図等

(2) 「ひと」にもたらす効果

多様な主体が関わり合いながら様々な活動を実施していくことにより地域の産業が発展し、将来像が実現されると、様々なプラスの影響や効果をもたらされることが期待されます。産業振興による効果は、事業者だけでなく、西東京市に関わる全ての人々の暮らしや仕事など、幅広い範囲にあらわれます。

産業振興には、事業者や市民、在勤・在学者、来訪者など、西東京市に関わる一人ひとりの日頃の意識や行動が重要となります。それぞれの立場によって、産業振興のためにできることは様々に異なり、各主体が連携しながら一つ一つの活動を積み重ねていくことで、西東京市の産業が大きく発展していきます。また、市や商工会、金融機関等は各主体に対して支援を行い、地域産業の発展に向けてともに取り組みます。

このような、産業振興と人々の相互的な関係によって西東京市の産業が今以上に活性化し、より豊かで便利な生活につながるという好循環が生まれることが期待されます。



	 将来像の実現がもたらす影響・効果	 将来像の実現のためにできること	
市内事業者	<ul style="list-style-type: none"> ○事業の継続・拡大ができる ○市内外の事業者等との連携によって、新たな事業が生まれる ○人材・後継者の確保につながる ○西東京市ブランドの魅力が高まることで、事業者の商品やサービス等の価値も高まる ○地域とのつながりが強くなる ○西東京市への愛着や誇りが育つ <p style="text-align: right;">など</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○市内の事業者と交流・連携する ○西東京市や商工会等からのお知らせを積極的に受け取る ○地域コミュニティに参加する ○地域のためになる活動を行う ○地域のイベントに参加する ○西東京市の新たな特産品を開発する <p style="text-align: right;">など</p>	
市民 在勤・在学者	<ul style="list-style-type: none"> ○市内で働く選択肢が増える ○自分らしい働き方が見つかる ○買い物など、日常生活がより便利になる ○市内産の農産物や商品が手に入り、暮らしの安心感が増す ○地域とのつながりが強くなる ○西東京市への愛着や誇りが育つ <p style="text-align: right;">など</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○市内産の農産物や商品を買う ○市内の商店街等で買い物をする ○市内にお気に入りのお店を見つける ○西東京市からのお知らせを積極的に受け取る ○まち歩きをするなど、西東京市についてもっと知る ○地域活動やボランティア活動に参加する ○地域のイベントに参加する ○市内の情報を発信する <p style="text-align: right;">など</p>	
市外事業者 来訪者	市外事業者	<ul style="list-style-type: none"> ○市内事業者等との連携によって、新たな事業が生まれる ○西東京市内への出店など事業拡大の可能性が増える <p style="text-align: right;">など</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○市内で開催されるイベントに出店する ○市内で開催されるセミナー等に参加する ○商工会や商店会等と交流する <p style="text-align: right;">など</p>
	来訪者	<ul style="list-style-type: none"> ○西東京市内での就職が選択肢に加わる ○起業・創業の候補地に加わる ○魅力的なお出かけ先が増える <p style="text-align: right;">など</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○西東京市内で開催されるイベントに参加する ○西東京市内の魅力的な場所に行く ○西東京市のファン・リピーターになる ○SNS等を使って、西東京市の情報や魅力を発信する <p style="text-align: right;">など</p>

第3章 主な取組み内容

1 施策体系

第2次産業振興マスタープランでは、「農」、「しごと」、「商店街」の3分野と、それらにまたがる横断的な視点による「西東京市ブランド」の4つの分野に施策・事業を紐づけて取り組みます。横断的な視点による分野を設けることで、分野を超えた連携による効果的な施策に取り組むことが可能となります。

将来像 「○○○○○○○○○○○○○○」		
分野ごとの目指す姿	施策	取組み内容
身近な「農」がまちと共生し、次世代に受け継がれる	施策1 収益力向上を目指した農業経営の推進	販路拡大に向けた直売所の利活用の促進
		市内産農産物の付加価値の向上 意欲ある農業者への支援検討 農業体験農園の推進
	施策2 農地の多面的機能の発揮	農業の交流拠点の利活用の推進
		災害時協力農地の拡大 農業交流事業の展開
農業		
個性豊かな「しごと」が人もまちもいきいきと輝かせる	施策1 経営基盤の強化	社会や消費者の変化に対応するための事業者向けセミナー等の充実
		経営力・収益力の強化に向けた支援の充実
		事業融資あっせん制度の実施
		人材の確保・育成支援 事業承継支援
	施策2 事業者の連携の推進	市内外への事業者情報の発信支援
		事業者と多様な主体の交流・マッチングの推進
	施策3 多様な人々のチャレンジの後押し	市内で開業する事業者への支援
		創業拠点の利活用の推進 幅広い世代を対象とする起業・創業支援の推進 創業及び新分野融資あっせん制度の実施
施策4 働きやすい環境の整備	国、東京都との連携による求職ニーズへの対応 多様な働き方ができる環境整備の推進	
商業・サービス・ものづくり		
元気な「商店街」が人々の暮らしを支え、にぎわいを生む	施策1 活力ある商店会づくり	消費者ニーズの把握・研究
		商店会の組織力強化の推進
		商店会連絡会議等の開催
	施策2 魅力的な商店街づくり	利用しやすい商店街づくりの推進
		商店街振興を通じたまちのにぎわい創出の支援
		商店街の情報発信支援 空き店舗の活用支援
商店街		
魅力あふれる「西東京市ブランド」が人々の誇りとなる	施策1 「西東京市ブランド」の構築・情報発信・PR	一店逸品事業の推進
		市内産農産物のPRと販路拡大の推進
		西東京市ブランドの積極的な情報発信の推進
	施策2 イベント開催によるにぎわいづくり	イベントを通じた新たなマーケットの創出
		商店街を中心とした地域・市民団体等との連携によるイベントの実施
	施策3 新たな連携の創出	西東京市ブランドづくりプロジェクトの推進
		多様な関係者の参画と協働による産業振興策の検討 産学公金連携事業の検討 農業と地域や商店街との連携
	施策4 観光まちづくりの推進	観光振興に関する近隣市との連携 既存の地域資源の活用
横断的視点		

2 取組み内容

(1)「農」

【目指す姿】

身近な「農」がまちと共生し、次世代に受け継がれる

市内の農地を将来にわたって維持するために、市民が日常的に農業や市内産農産物に親しめ、農地が持つ様々な機能を積極的に活用して、農業・農地の重要性を広く理解し、みんなで農地を守って受け継いでいくまちを目指します。

【現状】

【課題】

【施策】

【取組み内容】

(2) 「しごと」

【目指す姿】

個性豊かな「しごと」が人もまちもいきいきと輝かせる

地域産業が持続的に活性化していくために、事業者等が充実した支援やサポートを受けられ、自分らしい働き方を選択できる環境が整っている、誰もがやりがいや夢を持っていきいきと働き続けられるまちを目指します。

【現状】

市内に立地している事業所は令和3（2021）年時点では4,792か所であり、平成28（2016）年の5,000か所から、5年間で208か所減少しています。また、従業者数は令和3（2021）年時点において47,292人で、平成28（2016）年の47,900人から608人減少しています。事業者は人材の確保や事業承継に課題や困難を抱えており、特に個人事業主や経営者が高齢である事業者は、廃業を予定しているところが多くなっています。

新型コロナウイルス感染症の感染拡大や、海外情勢の影響を受けたエネルギー・食料品等の価格高騰は、現在も多くの市内事業者の企業活動に大きな影響を与えており、特に飲食サービス業や卸売業などの業種は、引き続き厳しい状況にあります。新型コロナウイルス感染症の感染拡大は、事業者同士の連携や交流の機会の大幅な減少にもつながっています。

また、DXの推進やカーボンニュートラルの実現など、取り組むべき重要課題は多様化・複雑化しており、中小企業や小規模事業者もこれらの課題への対応を迫られています。

本市は、「創業するなら西東京市」をテーマに掲げ、様々な起業・創業支援に取り組んできました。平成28（2016）年にスタートしたハンサム・ママプロジェクトでは、主に出産・育児により離職中の女性を対象として、子育てしながら働くための講座やサポートプログラムを実施しています。そのほかにも、ビジネスプランコンテストの開催や、起業・創業についての多種多様な情報をワンストップで提供するウェブサイト「西東京市創業PORTAL」の整備等に取り組んでいます。

近年、働き方改革が進展し、さらにコロナ禍をきっかけにテレワークが急速に普及したことから、人々の働き方はより一層多様化しています。また、男性の育児休暇取得率も上昇しているほか、高齢化社会の中で介護が必要な家族を抱える現役世代も増加しています。

【課題】

1) 事業者の経営の安定化

大きな社会的変化があった際にも対応できるように、西東京市内の事業者の経営力を底上げし、事業の安定化を図ることが求められています。

また、長期にわたって安定して事業を継続するためには、事業資金の確保のほか、人材の確保・育成や、事業承継に関する取組みも不可欠です。

2) 事業者同士がつながる機会の拡充

相談や情報共有ができる仲間を市内に増やし、西東京市で事業を続けていくにあたっての不安を解消するため、事業者間のつながりをさらに強化できるよう、新型コロナウイルス感染症の影響によって激減した事業者同士の交流・連携の機会を積極的につくることが求められています。

3) 起業・創業できる人材の育成

今後は子育て世代のみならず、若者や高齢者など、さらに幅広い層を対象として、西東京市で新たに事業を始めたいという意欲を育み、一人ひとりが望む働き方を実現するための行動をサポートすることが求められています。

4) 就労環境の充実

人々が各自の生活に合わせて最適な働き方を選択し、自分らしく働き続けることができるようにするため、福利厚生の実施等の職場の環境整備の重要性が高まっています。



写真等

施策 1 経営基盤の強化

事業者が持続的に事業を継続できる土台をつくるため、創業支援・経営革新相談センターや金融機関等と連携し、専門家を招いたセミナーの開催や融資のあっせん、事業承継の推進支援など、様々な角度から支援を提供します。

【取組み内容】

①社会や消費者の変化に対応するための事業者向けセミナー等の充実

社会のあり方や個人の価値観等が大きく移り変わっていく中で、市内事業者が消費者のニーズを的確に把握し、変化に適応できるよう、専門家から最新のトレンドなどについて学べるセミナー等を開催します。

②経営力・収益力の強化に向けた支援の充実

創業支援・経営革新相談センター及び金融機関において、経営や財務の知識などの相談に対応するとともに、事業者のニーズに沿った幅広いテーマの経営セミナー等を開催し、経営力・収益力の強化を図ります。

③事業融資あっせん制度の実施

市内の中小事業者が必要な事業資金を低利で確保できるよう、本市が融資をあっせんして金融機関に対する利息の一部等を補助し、事業者の自主的な経済活動を促進します。

④人材の確保・育成支援

市内事業者の人手不足解消のため、事業者と就労希望者のマッチングを推進します。また、従業者や経営者のキャリア形成を支援するため、セミナー等の実施や相談対応などに取り組みます。

⑤事業承継支援

関係機関と連携して、後継者の確保や技術の継承等の課題を抱える事業者のニーズに応じて、事業承継に関する相談対応や情報発信、承継希望者とのマッチング支援などの取組みを実施します。

施策 2 事業者の連携の推進

事業者と多様な主体との交流・連携を通じて新たな事業展開を生み、市内での活動をより発展させるために、事業者同士が顔を合わせて情報や意見を交換する場を設けるほか、事業者の積極的な情報発信を支援していきます。

【取組み内容】

①市内外への事業者情報の発信支援

商工会や金融機関と連携して、産業ニュース「匠ナビ」の発行や各種展示会への出展など、市内事業者を市内外へ積極的にPRする取組みを進めます。

②事業者と多様な主体の交流・マッチングの推進

事業者が、市内外の事業者や企業、大学等の多種多様な主体との間に強固な関係を築き、新たな事業や取組みの実施につなげられるよう、同業種・異業種交流会の開催やマッチング支援などを実施し、活発な交流を推進します。

施策3 多様な人々のチャレンジの後押し

これまで取り組んできた起業・創業支援をより一層拡充し、幅広い世代の人々が自分の夢や目標を達成できるよう、寄り添いながらサポートしていきます。起業・創業にあたっての事前準備や安定した経営のための相談対応、創業後のアフターフォローまで、長期的・継続的に支援を提供し、人々が安心して新たな事業に挑戦できる環境の整備を進めます。

【取組み内容】

①市内で開業する事業者への支援

商店街を中心とする市内の空き店舗へ出店する起業・創業者に対して、商工会が店舗家賃を補助するチャレンジショップ事業等により、市内での開業を支援します。また、市内での開業を目指す人に寄り添いながら、開業のための準備からその後の安定した事業継続に至るまで、継続的なサポートを実施します。

②創業拠点の利活用の推進

商工会や金融機関と連携して、リップル西東京などの創業サポート施設を活用して創業者の様々なニーズに対応し、市内での創業を支援します。また、創業サポート施設のさらなる有効的な活用方法等について検討します。

③幅広い世代を対象とする起業・創業支援の推進

現役世代や子育て中の人だけでなく、若者や高齢者などを含めた幅広い世代を対象として、起業・創業を後押しする支援体制を構築します。創業支援・経営革新相談センターにおいて、創業資金融資あっせん制度やチャレンジショップ事業等の案内のほか、創業に関する様々な相談・助言を行います。また、市が実施している創業支援に関する情報発信にも積極的に取り組みます。

④創業及び新分野融資あっせん制度の実施

市内での創業に際して、必要な事業資金を低利で確保できるよう、本市が融資をあっせんして金融機関に対する利息の一部等を補助します。また、事業の発展に効果的な融資あっせん制度のあり方について検討します。

施策4 働きやすい環境の整備

誰もが働きやすい環境の中で自分らしく働き続けられるよう、就労支援や職場環境の整備支援などに積極的に取り組みます。

【取組み内容】

①国、東京都との連携による求職ニーズへの対応

ハローワーク及び東京しごとセンター多摩などと連携して、就労に関する情報提供を実施するとともに、各種セミナーや就職面接会などを開催し、就労を目指す人々を支援します。

②多様な働き方ができる環境整備の支援

子育てや病気の治療、家族の看護や介護など、様々な事情を抱える人々が自身のライフスタイルに合う働き方を選択できるよう、誰もが働きやすい職場環境の整備等に関する相談対応などを実施し、働き方改革に取り組む事業者を支援します。また、障害者や高齢者の就労に関しても、事業者や庁内の関係部署と連携しながら支援していきます。

(3)「商店街」

【目指す姿】

元気な「商店街」が人々の暮らしを支え、にぎわいを生む

長年にわたって愛されてきた商店街がこの先も変わらず続いていくために、人々の暮らしや価値観の変化に合わせて、新しい物事を積極的に取り入れて商店街の利便性がさらに向上し、便利で楽しい商店街がまちのにぎわいを生み、地域の人々の居場所となるまちを目指します。

【現状】

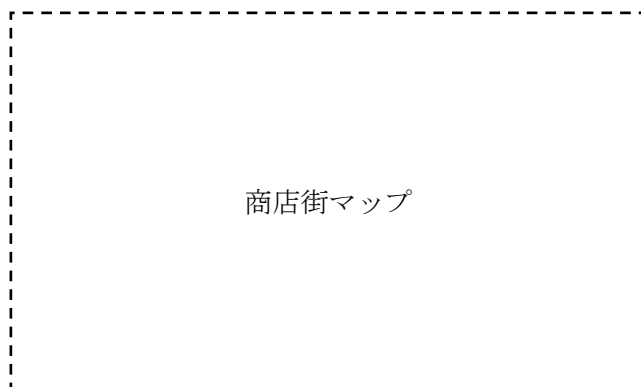
商店街は買い物をする場だけではなく、人と人をつなげ、地域の居場所であるとともに、防災・防犯の面でも重要な役割を果たす場でもあります。商店街活性化に向けた取組みの推進は、このような商店街の多面的な役割を活かし、地域で長く愛され続ける商店街を維持することにつながります。

本市には、5つの駅の周辺に商店街などの商業地が存在します。商店街は地域住民の買い物の場として日常生活を支えるとともに、イベントの開催等を通じた地域活性化の拠点となっています。しかし、商店会数は減少傾向にあり、令和5（2023）年時点では17商店会で、平成14（2002）年時点における37商店会から半数以下に減少しています。また、個店の廃業等による空き店舗が増加することを課題としており、本市では「西東京市空き家バンク」やチャレンジショップ事業等を通じて空き店舗の活用支援を進めています。

消費者動向を見ると、若い世代ほど商店街の利用率が低く、自宅近くに商店街がない消費者も商店街を利用する頻度が低くなっています。また、消費者は今後の商店街に対して、歩いて楽しめる商店街づくりや、必要なものが商店街で一通り揃う利便性などを求めています。

一方、商店街は経営者の高齢化と商店会の会員数の減少により人材が不足し、ホームページやSNS等を用いた情報発信や、キャッシュレス決済の導入等のデジタル化対応など、新しい取組みの実施が困難な状況となっています。また、商店街の現在のメイン顧客層である高齢者以外の、新たな顧客層の獲得も必要とされています。

本市は、産業振興マスタープランにおいて商店街を取組みの方向性の1つに位置づけ、商店会の組織づくりや商店街の利便性と魅力の向上に取り組んできました。商工会や事業者等と協力しながら、商店会のイメージ・認知度の向上に向けた取組みや、エリアごとの一体的な商店街振興の支援などを実施し、商店街の活性化を積極的にサポートしています。



【課題】

1) 持続的な商店会組織の構築

商店会会員の高齢化や後継者不足により、会員数が減少しています。そのため、商店会に加入するメリット等を積極的に発信して新規会員を増やし、商店会組織の世代交代を推進することが必要です。また、商店会同士の交流・連携の機会の拡充も求められています。

2) 人々が訪れたいくなる商店街づくり

人々が訪れたいくなる・楽しめる商店街であり続けるために、店舗の種類や品揃えのさらなる充実、キャッシュレス決済等への対応など、消費者のニーズに応える取組みが必要です。商店街がただ買い物をする場所だけではなく、まちににぎわいをもたらし、人々に地域とのつながりや居場所を提供する拠点になるために、積極的な情報発信をはじめとする様々な取組みが求められています。

また、個店の廃業に伴う空き店舗の増加は、商店街の連続性の喪失につながるほか、防災・防犯上のリスクにもなり得るため、空き店舗の積極的な活用が求められています。



写真等

施策 1 活力ある商店会づくり

商店会の持続的な組織体制の構築を目指して、新規会員の加入や商店会同士の交流を促進します。また、商店街の活性化に向けて、商店会や商工会が中心となって、商店街振興のための様々な取組みを検討します。

【取組み内容】

①消費者ニーズの把握・研究

品目ごとの購買動向や商店街の利用等についての消費者ニーズを把握するためのアンケート調査結果を活用し、商店会に求められる取組みやそれに対する支援等について、商店会・商工会・事業者とともに研究します。また、今後も必要に応じて、消費者ニーズの把握に努めます。

②商店会の組織力強化

商店会に関する情報発信の支援を通じて、商店会に加入するメリットを新規開業者等に伝え、商店会の存在のPRと商店会への加入促進を図ります。また、会員や商店会同士の交流を促進し、組織力の強化に向けた取組みを実施します。

③商店会連絡会議等の開催

商工会・商店会との定期的な会議を行い、商店街振興に向けた意見交換を実施します。商店会同士が顔を合わせて共通のテーマや課題について話し合う機会を定期的に設けることで、商店会のつながりや仲間意識を強めます。

施策 2 魅力的な商店街づくり

商店街を中心にまちのにぎわいと活力を生むため、人々が訪れたいくなる商店街づくりに取り組みます。空き店舗の活用や情報発信など、多角的な視点から商店街の活性化に取り組み、長く愛され続ける商店街を目指します。

【取り組み内容】

①利用しやすい商店街づくりの推進

商工会が中心となり、商店会と連携して消費者のニーズに応える商店街づくりを進めます。店舗の種類や品揃えの充実、キャッシュレス決済等への対応、サービスやおもてなしの磨き上げなどを推進し、子どもから高齢者まで、幅広い世代に利便性と楽しさを提供する商店街を目指す取り組みを実施します。

②商店街振興を通じたまちのにぎわい創出の支援

創業支援・経営革新相談センターが、事業者や民間団体と連携しながら、各商店街の活性化を通じたまちのにぎわいの創出に向けた支援を検討・実施します。

③商店街の情報発信支援

各商店街がホームページやSNSなどの様々な手段を用いて情報発信に取り組めるよう、支援します。商店街の魅力や取り組みをより多くの人々に伝えることで、商店街を訪れる人を増やし、リピーターの増加を目指します。

④空き店舗の活用支援

商工会が中心となり、空き店舗の所有者に対して、効果的な活用方法を提案します。また、空き店舗活用を検討する事業者に対して、利用に関するアドバイスなどを実施するとともに、空き店舗の所有者とのマッチングを行い、空き店舗の解消に努めます。

(4)「西東京市ブランド」

【目指す姿】

魅力あふれる「西東京市ブランド」が人々の誇りとなる

人々の西東京市に対する愛着や誇りをより一層高めるために、特産品やお出かけスポット、イベントなどの地域資源の魅力が市内外に広く発信され、また、新たなまちの魅力の創出や磨き上げも行われている、「西東京市ブランド」が多彩な魅力の象徴となるまちを目指します。

【現状】

地域ブランドの構築・強化のためには、気候や風土などの自然的特性や、地域文化などの人的な特性が商品と結びつき、生産者側が一定の品質を保証するとともに他地域の商品との差別化を図り、消費者に商品固有の印象を想起させることが必要です。また、地域ブランドの確立には、商品の差別化と、商品から想起される印象が消費者に認知されていることが必須とされています。

本市は、西武池袋線と西武新宿線の駅が計5つあるほか、バス等の便も良く、新宿や池袋、吉祥寺等へ行きやすいため、消費が市外に流出しやすい状況となっています。市内の消費者の傾向として、食品や日用品などは市内のスーパー等で購入し、耐久消費財や趣味・娯楽用品の購入や外食等の際は市外の商店・商業施設を利用する人が多くなっています。

市内には、年間約20万人が来館する多摩六都科学館や国指定史跡である下野谷遺跡、市内各地の商店街など、誇れるお出かけスポットが多数存在します。本市では、近隣市と連携したアニメスタンプラリーの開催や下野谷遺跡公園内の竪穴住居の復元などを通じて、地域資源を活用して人々にまち歩き等を楽しんでもらう取組みを推進するほか、一店逸品事業を通じて市内事業者のサービスや商品等をPRしています。

市内で生産される多種多様な農産物や、それらを身近な場所で購入できる直売所は、本市の大きな魅力です。特にキャベツは多摩地域で第1位の生産量を誇り、本市の特産品の一つとなっています。本市は、これらの市内産農産物のPRと地産地消の促進のため、市内飲食店の協力を得て、市内産農産物を使用した飲食物をメニュー化して提供するめぐみちゃんメニュー事業や、めぐみちゃんメニュー事業参加者が新鮮な農産物や認定メニュー等を販売するめぐみちゃんマルシェ等を実施しています。

本市は、農業者や事業者、商店会、商工会、大学等と連携しながら産業振興のための取組みを進めています。本市の産業振興に関する方策を検討する産業振興戦略会議等においては、産業に関わる多様な主体が協議を重ねています。

【課題】

1) 西東京市の知名度とブランド力の向上

特産品等の積極的なPRを通じて、西東京市の知名度とブランド力を向上させ、まちとしての存在感を高めていくことが求められています。

2) 商店街や地域の活性化による、市内経済の好循環の創出

市外からの集客を増やして活気とにぎわいのあるまちをつくり、産業を活性化させて、西東京市の商品やサービスを市内で消費し、事業者の収益増加とまちのさらなる発展につなげる必要があります。

3) 多様な主体との連携の促進

まちの活性化のために、商店街や事業者、行政や市民など、様々な立場の主体が分野を超えて連携し、様々な視点から包括的に取組みを実施することが必要です。また、まちの活性化のために人々の中心となって活躍できる人材の育成も求められています。

4) 地域資源を活用した観光まちづくりの推進

まちを活性化させるためには、西東京市が持つ多種多様な地域資源を活用し、その魅力を広く発信して、西東京市を訪れる人を増やすことが重要です。



写真等

施策 1 「西東京市ブランド」の構築・情報発信・PR

一店逸品事業やめぐみちゃんメニュー事業等の、これまで取り組んできた事業の拡充を図るとともに、新たな事業展開や販路の拡大などを通じて、「西東京市ブランド」をより一層強化します。また、積極的な情報発信とPRを通じて「西東京市ブランド」の魅力を市内外に伝えることで、西東京市のイメージと知名度を高めます。

【取組み内容】

①一店逸品事業の推進

商工会と協力して、確立した個店独自の「逸品」をより多くの方に利用してもらうため、市内外へのPRを強化します。認定制度の見直しを図るとともに、新たな事業展開と地域の活性化を目指します。

②市内産農産物のPRと販路拡大の推進

めぐみちゃんメニュー事業やめぐみちゃんマルシェなど、市内産農産物を活用する事業やイベントをとおして、消費者へ市内産農産物を提供し、地産地消を推進します。また、農業者やJA、商店会等と連携し、イベント等を通じた市内産農産物の認知度向上と販路の拡大を目指します。

③西東京市ブランドの積極的な情報発信の推進

商工会及び金融機関と連携して、産業ニュース「匠ナビ」等を活用し、市内事業者に関する情報発信を推進します。また、西東京市の特産品や市内産農産物などの「西東京市ブランド」の積極的な情報発信を通じて、西東京市の魅力を市内外に広く伝えます。

施策2 イベント開催によるにぎわいづくり

多様な主体が連携して商店街や地域を盛り上げるイベントを開催します。イベントを通じてまちのにぎわいを生み、主体間のつながりを強化するとともに、新たなマーケットの開拓を目指します。

【取組み内容】

① イベントを通じた新たなマーケットの創出

商工会や事業者、商店会等が連携しながら様々なイベントを企画・開催し、新たなつながりづくりや新規マーケットの開拓を目指します。

② 商店街を中心とした地域・市民団体等との連携によるイベントの開催

商店街が中心となり、商工会や大学、市民団体等との連携を図りながら、商店街をPRしてまちのにぎわいを創出するイベントを企画・開催します。市は、イベントの開催を積極的に支援します。

施策3 新たな連携の創出

事業者、商店街、行政、大学など、西東京市の産業に関わる多様な主体が交流・連携して産業振興につながる新たな方策を多角的に検討し、「西東京市ブランド」に関する取組みを積極的に進めます。

【取組み内容】

①西東京市ブランドづくりプロジェクトの推進

産業振興戦略会議などをおして、産業振興につなげるための西東京市ブランドの構築・強化について検討し、市内産業を担う多様な関係者と連携しながら取組みを実施します。

②多様な関係者の参画と協働による産業振興策の検討

行政や商工会を中心として、市内産業を担う多様な関係者が参画し、時事のテーマに沿ったアドバイザーを招いて、必要な産業振興策について検討する産業振興戦略会議等を実施します。また、より一体感を持って産業振興とまちの活性化に取り組むため、人々の中心となって活躍できる人材の育成を検討・推進します。

③産学公金連携事業の検討

産業振興戦略会議などをおして、市内の産学公金の各主体が連携して産業振興を目指す取組みを検討します。

④農業と地域や商店街との連携

行政と農業者・JAが中心となり、商工会や商店会、事業者等の多様な主体と連携しながら、市内で開催されるイベントにおける市内産農産物の活用など、様々な方法で農業と地域や商店街との連携を図ります。

施策4 観光まちづくりの推進

近隣市や市内の関係者等と連携しつつ、地域資源を活用した観光まちづくりのための取組みを実施して、訪れたい魅力にあふれたまちを目指します。

【取組み内容】

①観光振興に関する近隣市との連携

近隣市との連携を図りながら、地域ブランド等を活用した観光振興のための取組みについて検討します。また、取組みの実施にあたって、市内外の多様な関係者と協力して取り組みます。

②既存の地域資源の活用

多摩六都科学館や下野谷遺跡などの市内のお出かけスポットのほか、商店街やイベント等の西東京市の多様な地域資源の魅力を活かし、人々が何度も訪れたい西東京市づくりに努めます。また、新たなまちの魅力の創出や磨き上げも実施して地域の価値をさらに高め、集客の増加と地域経済の活性化を推進します。

3 計画の実現に向けて

第2章で示した将来像や分野ごとの目指す姿を実現するためには、本計画を着実に推進していくことが必要です。そのため、計画に位置づけた取組み内容（事業）について、そのスケジュールと実施主体を示した「実行プログラム年次計画」を策定します。

計画の推進にあたっては、産業振興に関わる様々な主体が役割を発揮しつつ、互いに連携しながら取り組める体制を整えることが必要です。また、より効果的な事業を展開していくために、計画の進捗管理を行うとともに、必要に応じて実行プログラムの見直しを行っていくことが重要となります。

（1）各主体の役割

産業振興には、主役である事業者だけでなく、事業者を様々な側面から支援する市（行政）や関係機関、暮らしの中で消費者として産業と密接にかかわる市民、産業と連携しながら新たな活動の展開を図る市民団体や地域団体など、様々な主体が関わっています。

ここでは、産業振興において、各主体に求められる（又は、期待される）役割を整理します。

	主体	求められる役割
事業者	商工・サービス事業者 (大手企業・中小企業・店舗等)	<ul style="list-style-type: none"> ・市内での事業継続、後継者確保などの取組み ・市内でのビジネスチャンスの拡大に向けた、異業種・異分野などを含めた事業者、農業者との交流・連携 ・事業活動を通じた、まちづくりへの貢献
	農業者・JA	<ul style="list-style-type: none"> ・農業の担い手としての農業振興及び農地保全に向けた取組み ・新たな農業振興に向けた商工業者、市民等との連携
	商店会（街）	<ul style="list-style-type: none"> ・行政や商工会と連携した商店街振興施策の取組み ・地域や市民、事業者と連携した事業の展開
市民	在住・在勤・在学者 来訪者	<ul style="list-style-type: none"> ・地産地消の推進や「西東京市ブランド」の普及への貢献 ・市内での起業・創業や、市内事業所への就労 ・地域や商店街でのイベントなどへの積極的な参加
	市民団体・ 地域団体・大学等	<ul style="list-style-type: none"> ・身近な地域にある商店や事業所との積極的な連携
支援者	各種支援機関（金融機関・ハローワーク等）	<ul style="list-style-type: none"> ・専門性や知的資源を活用した事業活動のサポート ・経営基盤強化に向けたアドバイスやコンサルティング ・起業・創業支援や事業者間マッチング
	西東京商工会	<ul style="list-style-type: none"> ・行政及び事業者等との連携した各種産業振興施策の取組み ・市内事業者の施策ニーズの把握と行政との連携 ・各市の商工業施策に関する情報収集
	西東京市	<ul style="list-style-type: none"> ・産業振興マスタープランに基づく施策の実施及び進行管理 ・関係者及び関係団体等への情報提供と意見交換 ・多様な分野・業種の事業者が連携・協働する機会の創出 ・国や東京都との産業振興施策の充実に向けた協議・調整など ・周辺・近隣自治体との広域的な連携の促進
	国・東京都	<ul style="list-style-type: none"> ・地方創生の視点による地域の自立に向けた施策の展開 ・地域特性に応じた支援策の推進

(2) 計画の推進体制

(3) 計画の進行管理

(4) 実行プログラム年次計画

資料編

1 西東京市の概況

〈位置・地勢〉

本市は、武蔵野台地のほぼ中央にあり、東京都心から約20キロメートル西北に位置しています。北は埼玉県新座市、南は武蔵野市及び小金井市、東は練馬区、西は小平市及び東久留米市に接しています。

地勢は、北部に白子川、中央に新川、南部に石神井川があり、それぞれ西から東に向かって流れています。その沿岸は2～3メートルの低地となっており、西から東になだらかに傾斜したほぼ平らな地域であり、植物の育成に適した関東ローム層の地質を有しています。

市域は東西4.8キロメートル、南北5.6キロメートルにわたり、面積は15.75平方キロメートルです。都心との近接性や交通利便性を背景に、高度経済成長期には人口が急激に増加し、住宅を中心とした都市が形成されてきました。

近年、南北の幹線道路の整備が完了し、市内の交通利便性が高まりました。また、駅前の開発・整備が継続して実施されています。



地図

〈人口・世帯〉

平成29（2017）年4月に、人口が20万人を突破しました。西東京市人口推計調査報告書によると、本市の人口は、平成34（2022）年の202,532人まで増加し続けると予測されています。

平均世帯人員は減少傾向を示しており、今後も同様の傾向が続くと想定されます。世帯数は、平均世帯人員が今後も減少すると見込まれることから、平成39（2027）年には97,753世帯まで増加しますが、その後は総人口の減少に伴って世帯数も減少傾向に転じ、平成49（2037）年には96,181世帯になると見込まれます。

一方、世帯構成を見ると、「子どもがいる世帯」及び「単身世帯」がそれぞれ約4割を占めています。平均世帯人員が区部隣接5市（武蔵野市、三鷹市、調布市、狛江市）の中では最も多いことから、比較的ファミリー世帯が多いことがうかがえます。

本市は、住宅都市という特色の影響もあり、夜間人口が昼間人口を上回っています。平成2（1990）年以降、昼夜間人口比率*は増加傾向にありましたが、平成27（2015）年には、平成22（2010）年に比べて昼間人口が減少、夜間人口が増加したため、昼夜間人口比率が減少傾向に転じています。

なお、持ち家比率が約6割となっており、区部隣接5市の中では最も高くなっています。



グラフ

〈産業構造〉

西東京市の事業所数について業種別に見ると、「学術研究，専門・技術サービス業」「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」は増加しています。

なお、「医療，福祉」は、事業所数、従業者数ともに大きく増加しています。

本市の産業構造を特化係数で見ると、事業所数、従業者数ともに「教育，学習支援業」「医療，福祉」で1を大きく超えており、これらの産業が集積していることがわかります。



グラフ

2 西東京市の産業を取り巻く社会経済状況

〈景気〉

平成 20 (2008) 年のリーマン・ショックに加えて、平成 23 (2011) 年 3 月には東日本大震災が発生し、日本経済は厳しい状況に置かれました。その後、国によるデフレ* 脱却を目指した金融政策の展開や、日本銀行の大胆な金融緩和等により、平成 24 (2012) 年 11 月を底に、円安傾向、株価上昇といった動きが見られ、緩やかな回復基調が続いています。近年の海外経済の緩やかな回復に加え、我が国の輸出や生産の持ち直しが下支えとなっています。また、東京 2020 オリンピック・パラリンピックに向けて、増加している訪日外国人旅行者によるインバウンド消費* が景気を押し上げています。

戦後最長とも言われる長期にわたる景気回復により、労働市場では人手不足感が強くなり、失業率は、リーマン・ショック時の 5.5% をピークとして回復が続いています。正社員の有効求人倍率は、平成 16 (2004) 年の集計開始以来、平成 25 (2017) 年 6 月に初めて 1 倍を超えました。生産年齢人口は、減少傾向にあるものの、女性や高齢者の就業者数が大きく増加しています。

〈消費〉

雇用・所得環境の改善や株価の上昇を受けたマインドの改善などを背景に、個人消費が緩やかに持ち直しています。サービスでは、「モノ消費」から「コト消費*」へのシフトが進み、外食やテーマパーク入場料などへの支出が伸びています。

世帯ごとの平均消費の推移を見ると、59 歳以下、特に 39 歳以下の若年世帯では長期に低下しているものの、高齢者世帯では消費意欲が上昇傾向にあります。観光やスポーツ施設など、サービス需要が幅広く増加しており、アクティブシニア* の存在が個人消費を押し上げている状況にあります。

また、近年、スマートフォンの発達などにより、日本国内における消費者向けの電子商取引市場は拡大を続けています。企業対個人の取引に加え、最近では消費者同士が中古品などを売買するオンラインでの中古市場も存在感を強めています。今後も、電子商取引市場の拡大傾向は続くと思定されます。

一方、高齢化の中でインターネットを気軽に使用できない層を中心として、日用品などの買物に不便を感じる消費者の割合も高水準で推移しています。

〈働き方・キャリア形成〉

社会の急激な変化に伴い、従来の日本的雇用形態が変化してきました。長寿化・高齢化による就業期間の長期化、科学技術の進展、女性の活躍促進、若者の仕事に対するマインドの変化といった状況を踏まえると、多様な働き方・キャリア形成を実現できる社会を築く必要があります。女性や高齢者が働きやすい職場環境の整備や、子育て支援の推進が求められるとともに、「人生 100 年時代」を見据え、性別や年齢に関わりなく高いスキルを身につけられる環境を整備していくことも重要な課題となっています。

〈各分野を取り巻く国・東京都の動向〉

平成 26 (2014) 年に閣議決定された「まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、地域資源を活用することで、地域の「稼ぐ力」を引き出すことが必要であるとしています。具体的には、地域経営の視点に立った観光地域づくりや、地域ブランドづくりを打ち出しています。

人口減少に伴い、今後の内需の伸びが期待できなくなる中、観光の果たす役割の重要性が高まってい

ます。東京都は、平成 30（2018）年 2 月に「PRIME 観光都市・東京～東京都観光産業振興実行プラン 2018 ～」を策定し、観光を有力産業に発展させるため、良質な観光資源の開発や観光プロモーションの新たな展開などの戦略を打ち出しています。

農業の分野では、平成 27（2015）年に都市農業振興基本法* が制定、平成 28（2016）年に都市農業振興基本計画が策定され、都市農地の位置付けが、「宅地化すべきもの」から「都市にあるべきもの」へと大きく転換されました。また、平成 30（2018）年 9 月には都市農地の賃貸の円滑化に関する法律* が施行され、今後の都市農地の保全・活用が一層期待される状況にあります。

商店街の分野では、平成 29（2017）年 7 月に公表された国の「新たな商店街政策の在り方検討会*」による中間とりまとめにおいて、まちの中で商店街の必要性や果たすべき役割について合意するとともに、役割の実現に向けて自ら取り組んでいく商店街に対して支援を重点化すべきとの方向性が示されました。

ものづくりの分野では、深刻化する人材不足の中で、現場力を維持・強化しながら、デジタル人材* などの人材育成・確保や、単なるモノづくりにとどまらないサービス・ソリューション* による付加価値付けが主な課題となっています。また、イノベーション* 力・人材力の抜本的強化が急務となっています。さらに、革新的な人工知能*、ビッグデータ*、IoT* などの先端的研究開発の推進が求められています。

3 第2次産業振興マスタープラン後期計画の検証

取組みの方向性1	スケジュール					着手状況	具体的な取組
	H31 (R1) (2019)	R2 (2020)	R3 (2021)	R4 (2022)	R5 (2023)		
持続可能な「農」が共生するまちをつくる						R3年度末時点	R3年度末時点
施策1 農地の多面的機能の発揮							
農業の交流拠点の利活用の推進	活用及び新たな展開					○	農のアカデミー体験実習農園や農のアトリエ「蔵の里」を活用しての農業学習
災害時協力農地の拡大	協議・拡大・周知					○	災害時協力農地の認定を締結するためのPRを実施
農業交流事業の展開	実施					○	花つみの丘でイベント実施 (コロナによりR2～中止)
施策2 収益力向上を目指した農業経営の推進							
農業普及啓発プロジェクトの活用	活用及び新たな展開					○	販売会等でファームカーを活用
販路拡大に向けた直売所の利活用の促進	検討・実施					○	HPで直売所情報を掲載 スポーツ施設を利用したマルシェを開催
緑のアカデミー事業の実施	実施					○	継続実施(コロナによりR3は中止)
親子の野菜づくりにチャレンジの実施	実施					○	継続実施(コロナによりR2～中止)
農業体験農園の推進	周知・実施					○	農業体験農園整備補助金の活用

『持続可能な「農」が共生するまちをつくる』の効果測定指標				
指標		当初 (H31)	現状 (R3)	目標値
市民の農業・農地に対する理解促進	農業に対する満足度	29.9%	32.0%	40.0%
市内生産量の拡大	市内における農業産出額	4,346千円	4,978千円	4,346千円
	農地面積	135ha	121.5ha	118ha
市内産農産物の販路拡大	販路の多様性	55.9%	アンケート未実施	61.0%

取組みの方向性2	スケジュール					着手状況	具体的な取組
	H31 (R1) (2019)	R2 (2020)	R3 (2021)	R4 (2022)	R5 (2023)		
多様な「しごと」が生まれ循環するまちをつくる						R3年度末時点	R3年度末時点
施策1 経営基盤の強化							
人材育成に向けた各種セミナーの実施	[進捗バー]					○	支援機関（創業支援・経営革新相談センター及び多摩信用金庫）による創業スクール開催（年2回） 創業支援セミナー、創業・経営相談を随時実施
	見直し・実績						
経営力・収益力の強化に向けた各種セミナーの実施	[進捗バー]					○	融資検討委員会を適宜開催し検証 借換資金（R2）、新型コロナ対策融資（R3）創設
	見直し・実績						
事業融資あっせん制度の実施	[進捗バー]					○	産業ニュース「匠ナビ」発行（H26～年3回程度）
	検証・実施						
市外への事業者情報の発信支援	[進捗バー]					○	
	実施						
施策2 新たな「しごと」の創出							
女性の働き方サポート推進事業の推進	[進捗バー]					○	各種講座、ハンサム・ママプロジェクト ビジネスプランコンテストの実施
	実施						
チャレンジショップ事業の実施	[進捗バー]					○	商工会補助事業 空き家対策、毎年度4件採択
	実施						
創業拠点の利活用の推進	[進捗バー]					○	RIPPLE西東京、HIBARIDO、OK西東京
	活用・実施						
創業に関する相談・助言の実施	[進捗バー]					○	創業支援・経営革新相談センター 創業ポータル（ウェブサイト）
	実施						
創業及び新分野融資あっせん制度の実施	[進捗バー]	[進捗バー]	[進捗バー]			○	融資検討委員会を適宜開催し検討 特定創業資金融資あっせん制度
	検討	実施	検討				
施策3 就労環境の整備							
国、東京都との連携による求職ニーズへの対応	[進捗バー]					○	シニアワーキングセミナー、しごとフェア（セミナー・面接会）等 毎年度5回程開催
	実施						
福利厚生事業への支援	[進捗バー]					△	中小企業退職金共済掛金補助事業 勤労者福祉サービスセンター
	実施・見直し検討						

『多様な「しごと」が生まれ循環するまちをつくる』効果測定指標				
指標		当初 (H31)	現状 (R3)	目標値
市内事業者の経営意欲の増加	各種セミナーの満足度	3.8点	4.8点	4.3点
起業・創業者数の増加	創業支援等事業及び女性の働き方サポート推進事業による創業件数	22件	27件	25件
納税客体の増加	法人市民税の納税義務者数	3,193人	3,392人	3,313人

取組みの方向性 3 身近な「商店街」が暮らしを支えるまちをつくる	スケジュール					着手状況	具体的な取組
	H31 (R1) (2019)	R2 (2020)	R3 (2021)	R4 (2022)	R5 (2023)		
施策1 活力ある組織づくり							
消費者ニーズの調査・研究	調査・研究実施					△	※今後実施する市民アンケートにて調査を検討
商店街ブランドデザイン事業の実施	検討	実施			検証	○	R2年度計4件(商店会名入りエコバッグ、スタッフ半纏作成) R3年度計5件(エコバッグ、街路灯フラッグ、商店会マップ作成)
商店会連絡会議等の開催	実施					○	年3回開催
施策2 新たな価値の創造							
商業便利度向上事業の実施	実施					○	デジタル化推進活動巡回 情報セキュリティ強化・推進活動巡回
駅周辺エリアごとの一体的な商店街振興の支援についての検討と実施	検討・実施					○	商店会巡回相談の実施
空き店舗活用支援	見直し・実績					○	創業支援・経営革新相談センターの相談員として 不動産業者を配置
空き店舗情報マッチング	検討・試行	実施				○	建築家と巡る物件トーク&ツアー (R1)

『身近な「商店街」が暮らしを支えるまちをつくる』の効果測定指標				
指標		当初 (H31)	現状 (R3)	目標値
商店会運営の持続	商店会数	20商店会	19商店会	20商店会
空き店舗の活用	チャレンジショップ 事業の活用	41件	53件	61件
市民の市内消費 満足度向上	買い物便利度	38.2%	44.6%	41.0%

取組みの方向性 4 魅力ある「西東京市ブランド」が 輝くまちをつくる	スケジュール					着手状況	具体的な取組
	H31 (R1) (2019)	R2 (2020)	R3 (2021)	R4 (2022)	R5 (2023)		
施策1 「西東京市ブランド」の構築・情報発信・PR							
一店逸品事業の推進	見直し・実施					○	認定店選定（～R1）、冊子作成（R1、R2） 逸品めぐりモバイルラリー（R3）
産業ニュース等の発行	実施・見直し検討					○	「匠ナビ」H26～年3回程度発行
めぐみちゃんメニュー事業の推進	見直し・実施					○	小・中学生考案メニューを販売（R2、R3）
めぐみちゃんマルシェの開催	見直し・実施					○	田無・保谷ペDESTリアンデッキ、スポーツセンター で開催
ファームカーを活用した即売会の 開催	実施・拡充					○	いこいの森公園でファーマーズマーケットを開催（JA）
市内農産物活用事業の実施	見直し・実施					○	農産物販売会の実施（JA）
施策2 イベント開催によるにぎわいづくり							
地方都市物産展の実施	実施					○	姉妹友好都市の物産展を開催 （コロナによりR2～中止）
新たなマーケット創出イベントの 実施	検討	実施	検討	実施		△	
商店街を中心とした地域、市民団体 等との連携によるイベントの実施	継続実施					○	田無名物盆踊り大会（田無商業協同組合） ふれあい市場（東伏見商栄会）
施策3 新たな連携の創出							
西東京市ブランドづくりプロジェ クトの推進	検討・実施					△	
産業振興戦略会議の実施	実施・拡充					○	ジュンスカの日イベント（R2） 駅前情報発信プロジェクト（R3）
産学公金連携事業の検討	実施					△	
事業者間マッチングの支援	見直し・実施					○	創業カフェ（年6回）、事業者交流会
農業と地域や商店街との連携	実施・検証	新たな展開				○	めぐみちゃんマルシェ
施策4 観光まちづくりの推進							
観光振興に関する近隣市との連携	実施	検証・新たな展開				○	北多摩TOKYOカードラリー（H30、R1） 北多摩TOKYOアニメスタンプラリー（R2、R3）

『魅力ある「西東京市ブランド」が輝くまちをつくる』の効果測定指標				
指標		当初 (H31)	現状 (R3)	目標値
「西東京市ブランド」 の 認知度向上	「一店逸品事業」の 認知度	29,022 アクセス	37,351 アクセス	50,000 アクセス
	「めぐみちゃん メニュー事業」の 認知度	34,179 アクセス	62,773 アクセス	55,000 アクセス
交流人口の増加	市内来訪者数	45,039 千人	34,452 千人 (R2時点)	47,000 千人
市内事業者の経営意欲	ブランド事業参加 事業者の意向	79.0%	88% (R1時点)	90.0%

- 4 市内産業に対する意見・アイデア
- 5 西東京市第2次産業振興マスタープラン策定委員会設置要綱
- 6 西東京市第2次産業振興マスタープラン策定委員会委員名簿
- 7 策定の流れ
- 8 用語解説