

西東京市産業振興マスタープラン（中期計画編）
策定に伴う参考資料

平成25年12月

西東京市

産業振興マスタープラン中期計画策定に伴う事業者・団体ヒアリング結果

1 事業者・団体ヒアリング結果の概要

■ヒアリングの目的

- 産業振興マスタープランアクションプランに対する評価、および同マスタープラン中期計画に盛り込むべき施策の方向性に対するご意見、施策ニーズ等の情報を広く収集すべく市内事業者等を対象にヒアリング調査を実施した。

■ヒアリングの実施方法

- 限られた期間内で効率的かつ効果的に情報を収集するため、個別訪問とグループインタビュー形式によるヒアリングを組み合わせで行った。
- また、ヒアリング先に対して事前にお伺いしたい項目をお送りし、当該項目に沿った内容について聞き取りを行う形をとった。
- なお、商店会については、グループヒアリングとアンケートの組み合わせにより情報収集を行った。

(1) 区分ごとのヒアリング実施状況

- ▶ ヒアリング実施時期：平成 25（2013）年 6 月 12 日～同年 8 月 19 日
- ▶ ヒアリング実施状況：下表のとおり

区 分	ヒアリング先
ものづくり関連 (13)	◆ 大手事業者懇談会関係（7 社、1 団体） （株）旭製菓、三幸自動車（株）、シチズンビジネスエキスパート（株）、シンエイ動画（株）、西武バス（株）、西武信用金庫、西東京商工会、西武鉄道（株） ※西武鉄道（株）は懇談会の構成員ではないので、個別訪問。
	◆ ソフトなものづくりビジネス交流会参加者（3 社）、マッチング・コーディネート利用者（1 社）
	◆ 創業支援・経営革新相談センター（1 団体・相談員 4 人）
商業・サービス関連 (8)	◆ 一店逸品事業認定者（4 社）、チャレンジショップ事業認定者（2 社）、創業資金融資あっせん制度利用者（2 社）
商店街 (21)	◆ 市内商店会（アンケート回答 21 商店会、ヒアリング参加 11 商店会）
大学・研究機関関連 (5)	◆ 市内大学、研究機関、観光関係機関（5 団体） 武蔵野大学、早稲田大学、東大生態調和農学機構、東京都産業技術研究センター多摩テクノプラザ、多摩六都科学館・乃村工藝社

■ヒアリング結果の整理方法

- ▶ 次ページ以降にヒアリング結果の要旨（農業を除く、ものづくり、商業・サービス、商店街の区分ごと）および各ヒアリング・グループインタビュー結果、商店会向けアンケート結果を掲載。
 - ▶ 個別にヒアリングを行った企業・団体については個々の結果を、グループヒアリングを行った先については、グループ別に作成したヒアリング結果を記載している。また、商店会は、グループヒアリング結果とアンケート結果の要旨、単純集計結果を掲載した。
- (※)ヒアリング結果は、参加された企業・団体の発言内容をベースに掲載している点に留意。

(2) ものづくり関連

項目	主なご意見
事業環境の変化	<p>◆大手事業者・関係団体</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 工場周辺の宅地化に伴う操業環境の悪化 ・ 近隣への大型ショッピングセンターの出店 ・ 経済のグローバル化に伴う合理化の進展 ・ 東急東横線との相互直通運転により、路線の価値が向上。保谷駅駅舎改良及び商業施設の整備 <p>◆中小企業者</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ スポンサー・取引先の業況の悪化、特に買回り品小売業の停滞・廃業、受注単価の下落
アクションプラン事業の評価・改善点・今後	<p>◆大手事業者懇談会</p> <p>【評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 市内事業所とのつながりができた。地元との関係が深まった。 ・ 市民に知ってもらった貴重な機会となった。 <p>【改善点】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 新たなメンバー、地元事業者の参加 ・ 他会議との連携、オブザーバーとしての参加 ・ 交流目的か、コスト投下まで行う成果重視か懇談会の役割の明確化が必要。 <p>【他への影響】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 社内での評価、意識の変化があった。地域と関係の深い企業としての認知度が高まった。 <p>◆ソフトなものづくり産業への支援策の検討（主にビジネス交流会実施関連）</p> <p>【評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 人的なネットワークは広がった。 <p>【改善点】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ いかにも行政主催といった雰囲気であり、もう少し活気があった方がよい。 ・ 継続的な情報提供（ニュースレター等）を通じたきっかけづくりが大切 ・ 交流のテーマや参加業種、交流手法について、様々なものを検討すべき。 <p>【他への影響】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 市に関わるきっかけとなった。

項目	主なご意見
	<p>◆マッチング・コーディネート事業</p> <p>【評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ マッチングはされたが、その後の販売実績はわずかであった。ニーズはあったが、単価で折り合いがつかなかった。 ・ 現在のやり方（相談員によるマッチング）のみでは、真のマッチングニーズを汲み上げる方法として、効率が悪い。 <p>【改善点】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 成功事例を元にしたマッチングの検討 ・ 市、商工会、創業支援・経営革新相談センターでの情報共有。ビジネス交流会の実施。企業のリスト化等。 <p>【他への影響】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 地元の事業者と連携や交流を行いたい気持ちが強くなった。 ・ 相談員が事業者を訪問することで、行政が事業者を応援する姿勢について理解が得られるようになった。 <p>◆創業支援・経営革新相談センター事業</p> <p>【評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 創業融資あっせん制度ができてから、創業融資関係の相談が圧倒的に多くなった。 ・ 相談者の満足度は高いと感じている。 <p>【改善点】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 資金調達以外の経営上のテーマに対する相談 ・ 各種講習会、セミナーの周知について、市報・ホームページ以外の活用検討
他機関や地域との連携状況	<ul style="list-style-type: none"> ・ 武蔵野大学等との連携 ・ 市内企業と災害時相互応援協定
人材育成・後継者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 中小企業では難しい経営講習会やビジネスマナー研修等があると助かる。 ・ 中小企業の人材育成は自力でやるしかないが、現状は厳しい。
地域活性化に向けた協力	<ul style="list-style-type: none"> ・ ビジネス交流会、フォーラムの開催、産官学金の連携事業等 ・ 交通系ICカードを活用した一日乗車券（ワンデーパス）による市内の回遊 ・ 自社の業務で協力できることがあればしていきたい。 ・ 広告媒体としての協力要望が多いが、基本的に有償のものを無償で提供することは難しい。ウォーキング・ハイキングイベント等では連携できることもある。

項目	主なご意見
観光施策	<ul style="list-style-type: none">• 商業便利度向上事業との連携• 観光資源を見つけ、随時提案できるような事業• 観光は、行政主導よりも観光協会等の方がうまくいきやすいと思う。また周辺の自治体と連携した取組みも有効だと思う。 【活用可能な地域の資源】 <ul style="list-style-type: none">• 東大生態調和農学機構の敷地• 多摩六都科学館• 西東京サマーフェスティバル、西東京市民映画祭
産業振興策全般	<ul style="list-style-type: none">• 創業者が利用できる会議室付のコワーキング施設• 展示会に出展する場合の出展支援• 創業支援・経営革新相談センターという経営や融資に関して相談できるところがあるが、認知度が低く金融機関等と連携していくと良い。

(3) 商業・サービス関連

項目	主なご意見
事業環境の変化	<ul style="list-style-type: none"> ・ 本市で事業を創業したのは主に市内に自宅があるから。 ・ 道路拡幅によるまちの分断 ・ 創業資金融資あっせん制度がスタートしたが、創業の業種としては、物販が少なくサービス業が多い。
アクションプラン 事業の評価・改善点・今後	<p>◆一店逸品事業</p> <p>【評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 一店逸品の認定により認知度は高まったが、売上の向上や来客数の増加には結びついていない、または、微増にとどまった。 ・ 経費をかけず宣伝できるのは魅力的だ。認定品の注文が増えた。 <p>【改善点】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 定期的なPRが必要。 ・ B-1グランプリのように市民まつり等での投票で選ぶ仕組みがあると良い。 ・ 認定のプロセスにもっと市民の方が参加すると良い。 ・ 逸品の食材を活用した料理教室等の展開があると良い。 ・ 逸品が一堂に会する場があると良い。また認定事業者同士の意見交換の機会もあると良い。 <p>【他への影響】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 地産地消につながれば良い。 ・ お客様や自己の意識に変化がある。 <hr/> <p>◆チャレンジショップ事業</p> <p>【評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 資金面で余裕が生まれたほかにも、商工会とつながりができた。 <p>【改善点】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ この事業を知るきっかけ（周知方法）が重要 ・ 事業終了後の関わりが持てると良い。 <p>【他への影響】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 地元や人とのつながりが大切だとわかった。 <hr/> <p>◆創業資金融資あっせん制度</p> <p>【評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 創業計画通りの売上は確保できていない。 ・ 自分自身で数字的なものを詳細に把握する必要があることを、創業支援・経営革新相談センターでの相談を通じてよくわかった。 <p>【改善点】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 女性起業家に対するPRが大切

項目	主なご意見
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 創業後、認知度を上げるため、個店をPRする方法があると良い。 <p>【他への影響】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ あっせん制度を受けたことで、自社の信頼力が高まり金融機関の反応が良かった。
他機関や地域との連携状況	<ul style="list-style-type: none"> ・ 朝市等の開催・参加（地元の農家や事業者との連携） ・ 市内事業者との連携（マルシェ、市等）
人材育成・後継者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経営者になると、様々な勉強が必要であるため無料のセミナーがいろいろあると良い。
地域活性化に向けた協力	<ul style="list-style-type: none"> ・ 仕入れ材料の市内調達 ・ 自社の業務で協力できることがあればしていきたい。
観光施策	<p>【活用可能な地域の資源】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 多摩六都科学館 ・ 東大生態調和農学機構の敷地
産業振興策全般	<ul style="list-style-type: none"> ・ バリアフリー環境の整備に対する補助 ・ 市の歴史を掘り下げ、産業振興に結びつけられると良い。

(4) 商店街（アンケート及びヒアリング結果）

項目	主なご意見
<p>事業環境の変化 （現状と課題）</p>	<p>【ヒアリング】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 道路拡幅による商店街の分断 ・ 近隣への大型ショッピングセンターの出店 ・ 商店街への未加入、チェーン店の出店 ・ 個店の後継者、商店街役員の担い手不足、高齢化 ・ 商店街の業種構成、商店数の問題 <p>【アンケート】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 商店会加入率は、「低下した」が10件（48%）と最も多かった。 ・ 商店会で活発に活動している人は、50歳代以上が全体の67% ・ 補助事業・助成事業は、多くの商店会が実施しており、「プレミアム商品券」「イルミネーション」が主であった。 ・ 商店会を構成している業種のうち、5年間で増加した業種は「飲食店」「サービス関連（美容院、接骨院）」、反対に、5年間で減少した業種は「物販店（生鮮3品を含む）」「飲食店」 ・ 5年前と比べて全体の店舗数は、43%がほぼ同じ、33%が減少と回答 ・ 半数以上の商店街が5年前よりも賑わいがなくなったと回答。また、全体の業績も半数以上が悪化 ・ 大規模店舗の影響については、半数以上が何らかの影響を受けていると回答した。その具体的な影響については、「客足の減少」や「売上高の減少」、「価格面での影響」等
<p>アクションプラン 事業の評価・今後</p>	<p>【アンケート】</p> <p><有効性の有無></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「生活者が参画できる商店街のイベントの開催」と「安心して買物ができる空間づくりの推進」については、半数以上の商店会が有効であると回答。また、次いで「生鮮4品取扱店舗の整備支援」については、4割以上が「有効である」と回答 ・ 実際に活用したことがある事業については、「複数の商店街連携による統一的なイベントの開催」「生活者が参画できる商店街のイベントの開催」「空き店舗支援の活用」等が回答されており、活用したことがある事業すべてにおいて「成果あり」と回答 <p><今後の取組み意向></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「生活者が参画できる商店街のイベントの開催」は全体の4割以上が意向あり。次いで「安心して買物ができる空間づくりの推進」について、29%が「意向あり」と回答

項目	主なご意見
商店街振興に対する考え方	【アンケート】 <ul style="list-style-type: none"> 「ソフト・ハードによらず、商店街からの企画提案に応じて行政が支援・協働すべき」や「市そのもののブランド力を上げ、価値が生まれる・人が来る状況をつくるべき」について、それぞれ48%が振興の大きな方向性として回答
商店街振興のための施策ニーズ	【ヒアリング】 <ul style="list-style-type: none"> イベント支援 例えば駅周辺エリアごとの魅力を創出するような商店街支援 イベントだけだと日常の買物行動につながらない。 宅配サービス需要はありそうだが、費用負担や仕組みづくりが難しい。
他機関や地域との連携状況	【アンケート】 <ul style="list-style-type: none"> 交流・連携実績は、「小中高等の教育機関」や「他の商店街」が多い。 連携分野や内容については、「地域コミュニティづくり」が多い。
人材育成・後継者	【アンケート】 <ul style="list-style-type: none"> 半数以上の商店街は後継者育成や確保について、何らかの課題があると回答 しかし、半数以上の商店会では、後継者の確保や育成に向けて取組みを「行っていない」と回答
商店会への加入促進	【アンケート】 <ul style="list-style-type: none"> 事業者（個店）が商店会・商工会に加入しない理由は、「活動の内容にメリットが感じられない」や「活動のために時間を割くことが難しい」「商店会・商工会の活動内容が知られていない（理解されていない）」の回答が多い。 商工会・商店会加入促進に向けた取組みを行っている商店会は全体の24%。具体的な取組み内容については「事業者（店舗）への声かけ」や「商工会との連携」「新規出店者に対する商店会の事業説明」等
観光施策	【アンケート】 <ul style="list-style-type: none"> フィルムコミッションの実施 サマーフェスティバルや田無神社例大祭にも協力しているが、そういった事業の告知を行政サイドで市内外に発信 B-1グランプリのような企画開催や市民まつりスタイルをさらに進化させてほしい。 飲食業が多いのだから、市の名物料理を打ち出したら良い。
産業振興策全般	【アンケート】 <ul style="list-style-type: none"> 行政側から施策提案を頂き、商店会同士が協力できるような事業について、調整・検討して頂きたい。

(5) 市内大学・研究機関関連

項目	主なご意見
<p>事業環境の変化 (現状と課題)</p>	<p>【武蔵野大学】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 有明キャンパスの新設（連携の窓口は有明キャンパスに移転）、学部数の増設 <p>【早稲田大学】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 教務部社会連携推進室において自治体等と地域連携を進めているが、あくまで「教育」に資する活動であることを要する。 <p>【東大生態調和農学機構】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 西東京キャンパスとして再整備をする。平成 27（2015）年度頃から着工が始まる予定である。 <p>【東京都立産業技術センター多摩テクノプラザ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 多摩地域は電子部品、制御機器製造業を中心に集積している。 ・ 近年の動向として大企業が撤退し、中小企業を支援する機運が高まっている。 ・ 都区部と比較すると事業所数は 1/6 弱であるが、製造品出荷額等ベースでは数年前から多摩地域が上回っている。また研究開発志向型企業が多いことも特徴の一つとなっている。 <p>【多摩六都科学館】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ プラネタリウムの機器更新 ・ 観光施設ではなく、集客施設として認識。プラネタリウムの機器更新に伴い、マスコミ報道や日食等天文学の話題等相乗効果があり、平成 24 年度の来館者数は過去最高となった。
<p>他機関や地域との 連携状況</p>	<p>【武蔵野大学】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 西東京市とは、相互協力に関する協定を結んでいる。 ・ 地元自治体や企業とのインターンシップの実施 ・ 地域住民に対する生涯学習講座、日曜講演会等 <p>【早稲田大学】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 社会連携推進室としては、民間企業や自治体等と 30～40 程度の連携事業を行っている。 ・ 西東京市とは、理科教育や職員研修等で連携事業を行っている。 ・ 技術を軸にした連携もあれば、企業の人材育成に関する連携のほか、所沢キャンパスではスポーツ科学、人間科学といった分野も検討可能である。 <p>【東大生態調和農学機構】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 西東京市とは、ひまわりプロジェクトの連携事業を行っている。 ・ 公開セミナーの実施、東大マルシェ、観桜会、農家との交流、市外企業や多摩六都科学館との連携事業

項目	主なご意見
	<ul style="list-style-type: none"> ・今年4月から社会連携協議会を立ち上げて、行政や企業、市民の方にも参加していただき、様々なテーマで議論を行っている。 <p>【東京都立産業技術センター多摩テクノプラザ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・多摩地域では、産学公連携に積極的な大学が多いほか、金融機関や中小企業振興公社でも産学公連携事業を進めている。しかし、スキームは整っているが、成功事例は極めて少ない。大学と企業のスタンスの違いや、費用対効果の問題が大きい。 <p>【多摩六都科学館】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東大との連携、商工会や商店街との連携、民間企業との連携等
地域活性化に向けた協力	<p>【東大生態調和農学機構】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・キャンパス整備に伴う歴史的建造物保存のため維持管理について等大学の状況を知った上で、提案するところがあれば連携のきっかけとなり得る。 ・市内企業と知り合うきっかけがないので、そういう場があれば良い。 <p>【東京都立産業技術センター多摩テクノプラザ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・主な役割として製造業全般を支援するため技術相談、依頼試験、応用研究をバランスよく行っている。ここにしかない試験装置もあるので利用してほしい。
観光施策	<p>【多摩六都科学館】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・他地域での具体例としては、東京にある科学技術館は全国から修学旅行生が集まる。その要因は、科学技術館の人が全国の教育委員会を訪問し、営業していたことが大きい。
その他の産業振興策	<p>【多摩六都科学館】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域のキーパーソンを見つけること。主人公は市民であり、市民がその気になれるような仕掛けづくりが重要

2 個別ヒアリング整理表

(1) 大手事業者懇談会 ヒアリング整理表

項目	大手事業者懇談会
実施概要	<p>○ヒアリング日時：平成 25（2013）年 8 月 9 日 10：00～11：30</p> <p>○ヒアリング会場：イングビル会議室</p> <p>○ヒアリング対象：大手事業者懇談会構成事業者（6 社 1 団体）</p>
事業環境の変化	<p>【本市内での事業環境の変化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 住宅化に伴う夜間人口数の増加により、工場を拡張することが困難である。 ・ 事業所周辺の宅地化の進展により、工場が立地できる環境ではなくなっている。全社的な生産体制の再編を行う予定である。 ・ 直近の数年は客単価が低下傾向にある。 ・ 法改正により市内の営業台数は減少したが、1 台あたり収益性は向上しておらず、結果的に営業収入は減少している。 ・ 高齢化を踏まえ、高齢者支援と事業活性化の取組みとして新たなサービスを導入しており、利用回数は増加傾向にある。 ・ 市の補助金を用いた「プレミアム商品券」について、当初は6割が大型店で使用されていたが、各商店街の一斉売出しイベント等を開催した結果、昨年は5割が個々の商店で使用されるようになってきている。 ・ 以前に比べて、市内にある制作協力会社との関係は深まっている。 ・ 西東京市は、周辺地域も含め農地の宅地化や住宅・商業施設の開発が進んでおり、道路環境の整備も進んでいる。 ・ 西東京市では、近年、鉄道、道路等のインフラ面では変化があったが、基本的には、他の地域から資本参入してくるエリアではなく、地元の方が地元で事業を行っている事業者が多く、業績の大きな変化は見受けられない。 ・ 取引先の業況が悪化している。 ・ 新規に店舗を出店する。 <p>【周辺地域での環境変化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 本市と東久留米市の境に今年4月に大型店が出店し、商店街に大きな影響を与えており、商店街の中には個別の商店街での対策は難しいという雰囲気がある。 ・ 親会社の意向で、海外への販売や、それに合わせた海外での製作も行うようになってきている中で、西東京市との関わりは出てきにくい状況にある。 ・ 西東京市とその周辺の利用状況は好調だが、多摩地域西部や埼玉県内では利用者が減少している。 ・ 西東京市周辺の地域では、大きな変化は見受けられない。

項目	大手事業者懇談会
本事業の評価・改善点等	<p>【懇談会に対する評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実施してもすぐに成果に結びつくわけではなく地道にやっていくしかないが、何もやらないよりはやった方が良い。 ・当社の関わり方として、直接的に具体的な成果につながったものがあったわけではなく、協力にとどまっており、自分たちが直接的に関わることができないことにジレンマを感じている。 ・セグメント別（会議の種類が多く断片的）になりすぎていて、全体の方向性がわかりづらい感がある。 ・ある問題について、ある部会で良い意見が出ても、実行する別の部会に反映されないとその場限りとなってしまふ。 ・懇談会を通じて市内事業者とつながりができた。 ・異業種交流機能により視野が広がった。 ・普段、大手事業者との接点はないが、懇談会を通じて各事業者の地域に根差した活動等を知る良いきっかけとなった。 ・産業振興に関わることが少なかったため、異業種の方から情報をいただける機会に参加できて参考になっている。 ・当社の認知度が上がった。また、取引先でなかった事業者と交流ができた。 ・取引先との関わり方について、個々の関わりだけでなく、地域に対する貢献の結果として取引先も活性化するという今までとは違う関わり方ができている。 ・異業種交流会では、参加者に共通項があると成果が出やすいが、この懇談会は参加者の業種が様々で共通項が弱い。 ・行政（産業振興課）との距離が縮まった。 ・これまで社内で行っていた技能訓練が、この懇談会を契機に、市の協力を得て市民に公開してできるようになる等、当社にとって官民の交流ができる機会は貴重であり、感謝している。 ・市の協力を得て実施した公開技能訓練は、市民に当社を知ってもらふ貴重な機会になった。 ・具体的な変化は少ないが、社内での評価はある。 ・懇談会の目的や事業を実施する上での採算に対する意識等、懇談会の運営について官民のスタンスの違いを感じる。 ・この会議が年2回しか実施されず、少ないイメージがある。 ・年2回の会議では開催に間隔があるため、前回の記憶が薄れてしまう。また、なかなか本音の議論にならない。 ・開催回数は年2回程度であれば参加の負担感はない。

項目	大手事業者懇談会
	<ul style="list-style-type: none"> • 懇談会を契機に実施した展示会を通じて、大学との連携事業を再確認できたとともに、地域へPRすることができた。 <p>【懇談会の実効性を高めるために必要な点・懇談会において改善が求められる点】</p> <ul style="list-style-type: none"> • 行政が他の部会の会議内容を把握し、大手事業者に関係がありそうなアイデアがあればこの懇談会に資料を提出する。 • 会議の開催回数や開催メンバーの選出を工夫する。テーマによって、ゲストやオブザーバーを参加させてアイデアを出して頂けるような工夫が必要である。 • テーマにより、小委員会をつくり、詳細な内容で意見交換をすることが必要である。 • 新メンバーの参加やメンバーの交代を実施することで、広がりが出てくると考えられる。 • 参加事業者数を増やした方が良い。また、参加事業者の構成についても、地域に密着した事業を実施している事業者を入れた方が、具体的な意見、要望が出てくるのではないかと。 • 具体的な成果を得るためには、地域に密着した事業者同士のつながりを作った方が良いと思う。 • 懇談会の開催が目的ではなく、何を生み出していくかが重要である。懇談会の目的、方針を明確にする必要がある。 • 企業の場合は、新しい事業に取り組む場合、そのための態勢を組んで期間を区切って集中的に取り組む。この懇談会は年間数回の開催だが、具体的な成果を求めるのであれば相應の開催頻度が必要である。 • 成果を得るためには投資が必要だが、行政側からも規制緩和や予算措置等の支援（投資）がなければ、成果につながらないのではないかと。 • 地域の活性化のためのテーマを広く募集し、そのテーマに沿った人材を懇談会のメンバーとした方が良い。 • 懇談会参加者の業種の幅が広い中で、懇談会の目的として、具体的に何かをつくっていくものにするのか、それとも交流会にするのかを明らかにする必要がある。 • 今までは、一店逸品のような事業者単位でのブランドづくりという意味合いが強かったように感じているが、今後は市内で事業を行っている幅広い事業者を取り込みながらメンバーの幅を広げ、市内事業者の経営課題を集約し、皆で意見交換を行いながら地域の産業振興を図っていくことができると良い。 • 当社が他地域で関わっている産学連携や産産連携のマッチング等の経験やノウハウを提供することも可能なので、参考にさせていただきながら、具体的なかたちにしていくことができると良い。 • 西東京市を全国にアピールできる施策を検討する。 • さらに多くの大手事業者の参加を誘致する。 • 大手事業者の地域発展事業に対する協力体制を期待する。

項目	大手事業者懇談会
	<ul style="list-style-type: none"> • 名産品がほしいという要望はかなりある。名産品等の事業は一企業・一商店が事業化するより、様々な業種が参加することで、より効果が得られる。 <p>【今後の参画意向・関わり方】</p> <ul style="list-style-type: none"> • 様々なことを考えているが、人をお願いして動いてもらうより、自分自身で行動した方が良い。 • 年2回の会議では本音の議論にならないが、一方で開催回数を増やすと毎回参加できるかという課題がある。ビジネスにつながる話がないと毎回の参加は難しい。 • 市内に立地しているが、地元で営業を実施していないので、市の産業振興の具体的なイメージを想起することが難しい。 • 現在の懇談会のかたちでは、アイデアを出す、あるいは市等が実施することに協力するという関わり方にとどまる。 • これまで産業振興の分野では行政との連携の実績がないため、当社として地域の産業振興への協力として何ができるかを検討するところから始める必要がある。 • もう少し直接的に関与できる方法を模索したいと考えており、他地域での産学連携等のノウハウを活かしながら、西東京市の産業振興の支援を行っていきたい。 • 地域ブランドを意識するようになる等、社会貢献に対する意識は変わってきている。 • 行政との関係により、具体的ではないが意識の変化はある。 • 市民と一緒に市が活性化するような事業展開をするために、消費者のニーズを的確に捉えることが必要

項目	大手事業者懇談会
連携・交流実績	<ul style="list-style-type: none"> • 大学と連携し、学生に対して当社が福祉に関する講義と実演を行う青空教室を開催している。 • 大学との連携事業で、当社のCM作成やPRビデオ作成に協力して頂いている。また、特別講義も受け持っている。 • 大学の人材開発シンポジウムへの参加や地元商店街への協力等を行っている。 • 地域住民関係では、子育てに関連するサークルの事務局として参加している。 • 広域の委員会組織や金融機関の主催する工業交流展に参加している。工業交流展は、PR活動・営業活動面で不得手な小規模工業者への支援として参加を継続し、成果をあげていきたい。 • 市内建設業者(会員企業)案内を作成・配布し、市民向けに住宅リフォームや修繕等で信頼できる事業所を紹介している。 • 行政からの依頼で、多摩国民体育大会のPRステッカーを当社車両に貼付、PRに協力している。 • 西東京市内での関わりとしては、市合併記念のキャラクター制作、鉄道会社との連携によるキャラクター制作・発信を実施した実績がある。 • 市内企業と災害時相互応援協定を結び、訓練等の相互交流を行っている。 • 西東京市民まつりに協賛して参加している。 • 田無工業高校デュアルシステム協議会に協議委員として参加している。 • 商工会への助成金の提供、ビジネスフェア等による商工会への後援を行っている。 • 交流・連携の具体的な実施には費用負担を伴うケースもあるので、その割り振りを明確にしておく必要がある。
人材確保・後継者	<ul style="list-style-type: none"> • 月3回程度、市内で会社説明会を開催し、年間5～10名程度採用している。 • 人材育成の一環として、利用者の満足度向上を目的に、従業者に多摩・武蔵野検定（知のミュージアム 多摩・武蔵野検定）を薦めている。 • 中長期的に免許取得者の減少による運転要員の不足が課題となる。社会貢献度の高い就業に対してインセンティブがあると良い。 • インターンシップ等の受け入れ企業の紹介

項目	大手事業者懇談会
産業振興に協力できること	<ul style="list-style-type: none"> • 本市在住者の積極的な採用 • 共稼ぎ夫婦の子育て支援 • 当団体としてできることはすべてに協力する方針である。 • 当社としては、キャラクターづくりを通じて市や商店街の活性化に協力できるのではないかと考えている。ただし、テレビで放送しているキャラクター等は権利の関係で活用が難しい。また、キャラクターの活用についてはボランティアで協力することは難しいので、ビジネスとして成り立つか検討する必要がある。 • 当社では、市民まつりで体験教室等のボランティアを実施しているが、それ以外での参加・協力は難しい。 • 人の移動・流動を支えることで地域活性化に貢献する。例えば、交通ＩＣカードを活用したバスの全線 1 日乗車券を活用して市域の回遊性を高めることで活性化に寄与できると考えている。 • 商工会では「商業便利度向上事業」として事業者や消費者向けの調査を平成 25 年度から 3 年間かけて行うので、このマスタープランと連携できると良い。 • 協調できる分野としては、ネットワークの活用、あっせん、融資、PR等の面での協調が考えられる。 • 事業先の紹介活動や、事業推進における融資支援 • ビジネス交流会、フォーラム、産学官金の連携事業
観光振興	<ul style="list-style-type: none"> • 本市における多摩・武蔵野検定の積極的なPRを行うことが必要である。 • 市内観光タクシーについて、普通タクシー車両あるいはユニバーサルタクシーでのニーズがあれば検討することを考える。 • 観光資源を見つけ出すことを随時提案できるような事業をしていくと良いと思う。 • 西東京市は商業施設は充実しているが、観光面ではアピールできる材料が少ない。 • 観光マップ、ブランド商品の募集や認定によるガイドブックの作成（近隣市町村では観光マップや飲食マップを作成している） • 市の歴史をたどり、見込みのある題材を集中的にクローズアップし、多様な方法で世間一般にPRして定着させる。

項目	大手事業者懇談会
産業振興全般	<ul style="list-style-type: none"> • 会議で討論しても、プロジェクトが進まないこともあるが、様々な人に対して、意見を聞くべきである。 • 当社の利用者の観点からという、例えば、練馬区では「子育てキッズドライバー検定」を区で認定している。本市ではまだ実施していないが、やはり、安心・安全という観点から、行政が認定して頂けたら、信用力が高まる。 • 市の公設市場等で実験的に販売する場所を提供して、認知度向上を行い、その後に空き店舗を紹介するという仕組みがあれば、本人も起業が容易な上、大手事業者の知恵を活用して相談に乗ることが可能である。 • 現状では行政の方と話し合う場が少ない。行政の人を踏まえて、もっと討論を行いたい。 • 商店街の振興については、行政に対して補助金を要望するのは、現状の厳しい財政状況下では難しい。ただ、我々では思いつかないようなアイデアという事で、知恵の方を出して頂きたい。

(2) 西武鉄道 ヒアリング整理表

項目	西武鉄道
実施概要	○ヒアリング日時：平成 25（2013）年 6 月 21 日 12：30～13：30 ○ヒアリング会場：西武鉄道本社応接室 ○ヒアリング対象：西武鉄道社員 3 名
事業環境の変化	【本市での環境変化】 <ul style="list-style-type: none"> 市内の 5 駅では、いずれも東日本大震災の影響で平成 22（2010）年度～23（2011）年度は乗降人員が減少した。直近では増加傾向にあるが震災以前の水準までは回復していない状況にある。 西東京市内では、保谷駅の駅舎改良と商業施設の整備を行ったほか、現在は、西東京市が推進しているひばりヶ丘駅北口の開発について、当社が協議をしている。 【本市周辺地域での環境変化】 <ul style="list-style-type: none"> 東急東横線との相互直通運転により、路線の価値が向上し、ひいては沿線の西東京市にも効果が出てくることが期待される。
施策の産業	<ul style="list-style-type: none"> 当社が発行している情報誌では、グルメが人気の高いコンテンツの一つとなっており、一店逸品事業についてどれくらい誘客できるものか関心がある。
他機関や地域住民との連携・交流	【連携・交流の実績】 <ul style="list-style-type: none"> シンエイ動画との連携によりキャラクターをつくり、沿線の観光名所やイベントの紹介に活用した。 当社が実施しているウォーキングイベントでは、西東京市内のシチズンから参加者プレゼントや FM 西東京でのイベント PR の面で協力を得ている。 早稲田大学のグラウンドを活用したスポーツフェスタについて、駅へのポスター掲出等の誘客への協力を行っており、大学との協働事業として発信していきたいと考えている。 【連携・交流を行う上での課題】 <ul style="list-style-type: none"> 当社に対して交通広告媒体として協力要望が多い。両者の方向性が合致し、双方にとって有益なものであれば協力できるが、そうでないと協力するのは難しい。 連携・交流を行う上で参加企業・団体同士の信頼関係をいかに構築できるかが重要である。 【他地域での連携】 <ul style="list-style-type: none"> 当社沿線にはアニメ制作会社が多いことから、アニメを使った沿線価値向上を目指し、日本動画協会と共同でアニメのふるさとプロジェクト（社会貢献活動）を実施している。 アニメの舞台を訪れる「聖地巡礼」等、沿線でアニメをテーマにして集客を目指す取り組みが増えており、当社もイベントの開催等に協力している。

項目	西武鉄道
	<ul style="list-style-type: none"> • 当社沿線の観光地である秩父と川越では、行政、商工会議所、観光協会と連携して観光キャンペーンの実施等様々な活動を行っている。 • 所沢、入間、狭山、飯能の4市が共同で行っている地域振興の取組みにも観光キャンペーンの実施等で協力している。一つの自治体だけで取り組むのではなく、周辺自治体と連携した取組みを行うことも有効である。
<p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">地域活性化に協力できる取組みこと</p>	<ul style="list-style-type: none"> • アニメ、ウォーキング等何かきっかけがあれば地域の活性化につながり、さらには鉄道利用にもつながるので、それぞれの地域の魅力を発信するとともに、それを横につないで面として広げていくことに取り組んでいきたいと考えている。 • ウォーキングイベントについては西東京市内でも年間 1、2 回は開催している。集客力もあり、地元住民の参加もあるイベントなので、地元のイベントとして継続していきたい。 • 地域からウォーキングイベントの企画提案があれば、次年度の新たなコースとして設定し、情報発信することも可能である。コースの企画では、有名な観光資源でなくても、木影のある遊歩道や地元の神社等、ちょっとした地域の資源を見つけることが重要である。 • 当社の各種広報媒体を通じて沿線情報を発信しており、ウォーキング・ハイキングイベント、沿線の花の見所、祭り等を紹介している。情報誌では、集客数の多いイベントや賑わいのある特徴的な店舗等を優位性のあるものが掲載しやすい。 • 昨年度、保谷車両基地で開催した車両展示イベントでは予想を上回る集客があり、集客力のある場であることはわかったが、イベントを開催するには費用等の課題があり、当社独自で継続的にイベントを開催することは難しい。
<p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">産業振興施策全般</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 鉄道事業者として、乗客数増加につながるイベントには積極的に参加していきたいと考えているが、西東京市だけで考えるのではなく、沿線の他の市町村と連携した取組みになると、当社として参加しやすい。 • 例えば、一店逸品事業について、他の地域の限定メニューと連携するような周遊コースをつくり、沿線地域内で人が回遊するような企画ができると良い。 • 観光については、市役所が主導的に動くのではなく、商工会や観光協会が動いたほうがうまくいきやすい面もある。 • コンテンツについては、持続的に使えるものを作ろうとするとありきたりのものになってしまうので、一過性のものでも良い。 • イベントについては、やってみないと何が当たるかわからないので常に新しいことをやっていくことが望ましい。

(3) ソフトなものづくり産業 ヒアリング整理表

項目	ソフトなものづくり産業への支援策の検討（主にビジネス交流会関連）
実施概要	<p>○ヒアリング日時：平成 25（2013）年 8 月 7 日 16：00～17：00 ○ヒアリング会場：西東京市役所保谷庁舎 ○ヒアリング対象：「ソフトなものづくり産業ビジネス交流会」参加事業者 3 社</p>
環境の変化・事業展開・事業	<ul style="list-style-type: none"> ・ ヒアリング先 3 社とも、事業環境に大きなあるいは一定の変化あり。 ・ マーケットからの需要が激減し、供給側から強い P Rが必要となったこと。 ・ 仕事量の減少や受注単価の下落、低価格化による低品質化の対応。 ・ 最近の事業展開の変化については、スポンサーとなる企業の業績に影響され、出稿量減少。
本事業の評価・改善点等	<p>【ビジネス交流会事業を通じての成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 特に目に見えた成果はなかったものの、本市の「産業振興マスタープラン」について把握する良い機会となった。 ・ 交流会を通じて人的なネットワークが拡大したが、自身でネットワークを広げることができなかった。 <p>【参加による社会貢献意識・地域との関わり方の変化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 市の産業振興に向けた姿勢を知るきっかけとなった。また、産業振興課の存在を知るきっかけにもなった。 ・ これまで実施してきたことを、さらに積み重ねていくことが重要であると感じた。 <p>【ソフトなものづくり産業ビジネス交流会に対する意見・評価（改善点）等】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 行政側が義務感でやってきたという印象が少し残った。 ・ 企業同士で交流することは重要だが、市の方針に関する交流会では、参加者が言いたいことを言えない交流会になる可能性もある。 ・ 目的等について参加者がわかりやすい表現に文章を翻訳することが必要。行政側の立場やコンセプトはむしろ必要なく、明確な文章やコンセプトがあれば事業者はもっと関心を持つと思う。 ・ テーマが漠然としすぎて、専門性の違う事業者同士が集まったことから、少し物足りない印象を感じた。より良い交流会にするために、手法を変えることも必要。 ・ 受注者側、発注者側とはっきり分けることや、明確に共通のテーマを設定して、討論することが重要である。ビジネス交流会は友達づくりのためではない。 ・ 行政側で 1 つのテーマを設定して（民間に）知恵を貸してくださいというスタンスで交流会を開催すれば、各事業者が各々専門的な立場からものを言えて、議論が活発になる。 ・ 交流会は、回数を増やし（年 2 回+α）、集まることを大切にす。

項目	ソフトなものづくり産業への支援策の検討（主にビジネス交流会関連）
	<ul style="list-style-type: none"> ・ ポイントは、交流会後の懇親会なので、懇親会を前提にプログラムを組んだ方が良い。 ・ ソフトなものづくりに関心がある事業者も対象にしても良い。ソフトなものづくり事業者はハードな業種との連携もしやすいと思う。 ・ 商工会が担い手になるという方法もある。第1回目は商工会が主催して、2回目以降は、有志が実行委員を担うという方法も考えられる。 ・ テーマ等を上手く打ち出さないと他の交流会と差別化が難しい。建前が「交流」だけだと難しいので、ビジネスのテーマやタイトルはあったほうが良く、それをきっかけに集まった人が交流できる場や機会を創出することが重要 ・ 交流が進むことにより、本市で働く人たちや子ども達の地元意識が芽生えていくと良い。 <p>【ソフトなものづくり産業分野全般に関して必要な支援策やニーズ等】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 様々な企業が自分たちのできることを深く掘り下げ、どのような連携・事業展開ができるか情報を共有できるような機会が必要である。 ・ 市内事業者への「優先」発注 ・ 産業振興に関する情報や交流会参加の呼びかけについて、ニュースレターやメール等で継続的に発信すれば、関心がある事業者も出てくるので、市の施策等の認知度上昇につながると思われる。 ・ コワーキングスペースのような交流促進ができるハード面の支援が必要である。
実績・交流	<ul style="list-style-type: none"> ・ 産学連携等は非常に難しい。本質的な成果物は期待することが困難。 ・ 当社主催の交流会を年2回開催し、また、本業を通じて様々な企業や団体との連携を実施。 ・ 市内大手企業との業務のマッチングを望む。
継者人材確保・後	<ul style="list-style-type: none"> ・ 優秀な人材は大手企業にもっていかれてしまう。社会人教育、人間教育を早い段階から実施すべき。 ・ 後継者の確保や育成については、商工会と連携して、セミナー等を開催する方法が良いと思う。
できること	<ul style="list-style-type: none"> ・ 大規模な展示会において、本市の産業振興に関するプランや施策等をPRする。 ・ 本業を通じた協力であれば実施可能（チラシ印刷、WEBデザイン、産業振興に関するラジオ番組制作等）

項目	ソフトなものづくり産業への支援策の検討（主にビジネス交流会関連）
観光振興	<ul style="list-style-type: none"> ・ 安心・安全な街、子供を安心して遊ばせられる街ということ 키워드에 PR する方法もあり。 ・ イベントで市外から観光客を呼べるポテンシャルはあると思う。 ・ ただ、一過性のイベントではなく、規模は小さくても頻繁にイベントを実施し、浸透させていくことが重要 ・ 市域全体を回遊してもらうのは難しい。駅周辺の観光資源を活用して駅を軸に回遊してもらう方法もある。 ・ 多摩六都科学館や東大農場を修学旅行のルートとして企画し、旅行会社等に売り込んでみてはどうか。 ・ 地元の名産品があれば、取引先等に持参すると相手から喜ばれる。かりん糖以外の名産品もあっても良い。 ・ いろいろな媒体に「ミス西東京」や西東京市のPRしたい産物・名物を掲載
産業振興施策全般	<ul style="list-style-type: none"> ・ 様々な企業に対して、何がほしいかではなく、何ができますかと問いかける逆の発想も必要。 ・ 民間事業者からアイデアが生まれ、それをどのようにマスタープランに含めるかについて考える方が本当の意味で街の活気につながる。 ・ 大きな展示会や見本市のブースを行政が借り上げ、それを細分化して、市内事業者にシェアをさせてはどうか（出展補助）。 ・ 皆が専門性を持って事業に関わることができるようなプロジェクトやプランを具体的に検討して頂けたらと思う。 ・ 起業家やソフトなものづくりを行っている人が本市で事業を展開する上でのメリットが打ち出されていない。 ・ 他市で実施している取組みのうち、本市で取り組んでおらず、有効な効果がある取組みは上手く取り込むことが重要である。 ・ 行政も住民も企業も面白い事業やイベントを実施しているが、市民に知られていないという印象が強い。そこを如何にして伝えていき、本市の特徴を浸透させることが今後必要である。 ・ 創業支援・経営革新相談センターという経営や融資に関して、相談できるところがあるが認知度が低く、金融機関と連携していくと良いと思う。 ・ 産業振興だけという観点ではなく、より全体的に見てまちづくりや福祉等の横断的な観点を持つことが必要 ・ 市民同士が顔を合わせる機会が増えることで、人のつながりの重要性が見えてくる。行政と外部市民スタッフが協働して、事業を進めていけると良い。

(4) マッチング・コーディネート事業 ヒアリング整理表

項目	マッチング・コーディネート事業
実施概要	<p>○ヒアリング日時：平成 25（2013）年 7 月 30 日 16:00～17:00</p> <p>○ヒアリング会場：西東京商工会保谷事務所</p> <p>○ヒアリング対象：マッチング・コーディネート事業利用者 1 社</p>
事業展開・事業環境の変化	<ul style="list-style-type: none"> ・ 従来は、音楽関連が中心であったが、他の分野にも携わるようになった。 ・ 事業展開については、営業活動に注力した点や正社員を採用した。そのために、組織化のための規則の作成や研修等を行った。
本事業の評価・改善点等	<p>【マッチング・コーディネート事業を利用するきっかけ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 新たな分野に進出を考えていたところ、市外の事業者はそのニーズがあることの紹介を受け、その依頼を受けたことがきっかけ <p>【マッチング・コーディネート事業を通じての成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 経営的には、1、2件と販売実績はその後伸びなかった。 ・ 理由としては、顧客からのニーズはあるものの、単価が高く、販売にまでうまくつながらなかった。 <p>【参加による社会貢献意識・地域との関わり方の変化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 地元の事業者とも連携や交流を行いたい気持ちが強くなった ・ 昨年のソフトなものづくり産業ビジネス交流会も含めて、交流会に積極的に参加した。その結果、事業者やNPOと事業面での連携を行うこともできた。 <p>【サービス関連分野に関して必要な支援策やニーズ等】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ サービス業関係者と知りあうきっかけがほしい。市内で頑張っている企業が掲載している冊子及びリスト等があれば、情報を把握しやすいので良いと思う。
実績・連携・交流	<p style="text-align: center;">—</p>
後継者人材確保	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経営講習会やビジネスマナーをテーマとした研修会が充実していると大変助かる。

項目	マッチング・コーディネート事業
力 産 業 振 興 に 協 力 可 能 な 事 業	<ul style="list-style-type: none"> 事業内容に関連することならできるだけ協力していきたい。
観 光 振 興	—
施 策 全 般 産 業 振 興	—

(5) 西東京創業支援・経営革新相談センター相談員ヒアリング整理表

項目	西東京創業支援・経営革新相談センター相談員
実施概要	<p>○ヒアリング日時：平成 25（2013）年 7 月 24 日 15：00～17：00</p> <p>○ヒアリング会場：西東京商工会田無事務所</p> <p>○ヒアリング対象：西東京創業支援 経営革新相談センター相談員 4 名</p>
展開・事業環境の変化 市内の中小企業の事業	<ul style="list-style-type: none"> ・ 商業面では、買回品を扱っていた店の撤退が進んでいるような印象。理由としては、後継者の確保難という内的要因によるものが大きいと思われる。 ・ 市の創業融資あっせん制度が導入されて以降は、導入前にも増して借入を希望する創業者の相談が多くなった。 ・ 起業に関する業種を見ると、物販関係ではなく、サービス関連が多い。
創業支援・経営革新相談センター事業の評価・改善等	<p>【創業支援の実施状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 市の創業資金融資あっせん制度が導入されて以降は融資に関連する相談が圧倒的に多くなった ・ 全体の相談のうち、約 8 割が創業に関連するものであり、そのうち半数は融資に係る相談 ・ 創業資金融資あっせん制度に関する相談が多い。制度に対する関心からすれば、潜在的な創業希望者数は多いと考えられる。 <p>【創業支援を実施された際の手ごたえ等】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 創業資金融資あっせん制度ができて以降、資金面での相談者に市の制度を薦めることができるようになった。相談者の満足度は高いと感じる。 <p>【創業支援の実効性を高めるために必要なこと】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 働きながら起業を考えている人を対象に、夜間対応や電話、メールでの相談といった相談方法を拡大する必要がある。 ・ 相談者の時間的な制約等からすべての経営に必要な項目（理念、事業計画、資金等）を高いレベルに引き上げることが困難な場合がある。
	<p>【経営相談（経営指導）の実施状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 相談内容は知的財産や事業承継等、多岐にわたっているものの、相談件数は減少傾向にある。 ・ 当センターへ相談する日程を事前に決め、相談のための資料を準備すること等、相談の準備に関しては、既存事業者にとって負担が大きい。 <p>【経営相談（経営指導）を実施された際の手ごたえ等】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 最初の相談を終えた後、2 回目以降の相談がない事業者が比較的多く、相談した事業者の状況がわからないことがある。

項目	西東京創業支援・経営革新相談センター相談員
	<p>【経営相談（経営指導）の実効性を高めるために必要なこと】</p> <ul style="list-style-type: none"> 当センターの機能について、より多くの事業者に周知することが必要 <p>【各種セミナー・各種講習会の実施状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> 毎月開催しており、対象は経営者向けが比較的多い。 受講者は1～10名と小規模なセミナーが多い。 <p>【各種セミナー・各種講習会を実施された際の手ごたえ等】</p> <ul style="list-style-type: none"> 創業関連のテーマは、受講者からの要望が多く、過去実施した際には好評。ただし、創業を希望する職種により、参加者が知りたい情報には隔たりがある印象を受ける。 既存事業者の受講者が少ない。理由としては、セミナーに行く時間がないことが考えられる。 <p>【各種セミナー・各種講演会の実効性を高めるために必要なこと】</p> <ul style="list-style-type: none"> 何よりも受講者数を増やすことが重要であり、そのためには、センター来訪者へのダイレクトメール発送等の新たな告知方法や、事業者が関心のあるテーマの選定が必要。 受講者の中で、個別のテーマがある方のニーズに答えるような解決方法を提示することが重要。たとえば、セミナーのみならず、セミナー＋個別相談のような形式で実施すれば、内容がより充実すると思う。
<p>の 評 価 ・ 改 善 点 等</p> <p>マ ッ チ ン グ ・ コ ー デ ィ ネ ー ト 事 業</p>	<p>【事業者からの反応】</p> <ul style="list-style-type: none"> 事業者を訪問することで、産業振興マスタープランの主旨や行政が事業者を応援していることに対する理解は得られたと感じた。 <p>【活発に展開するために必要な支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> 同業種の人に声を掛けてビジネス交流会を開催し、そこに集まった人がアイデアを得ることができたら、マッチングのニーズは増えると思う。 事業者や研究機関に対して、何らかの優位性を与えるような施策があれば、マッチング・コーディネート利用が進むと思う。 実際の成功事例があれば、マッチングが必要と感じている中小事業者もマッチング・コーディネート事業への利用意向が高まると思う。
<p>後 継 者</p> <p>人 材 確 保 ・</p>	<ul style="list-style-type: none"> 単に「人材」ではなく、経営者となりうる人材の育成を支援する仕組みが必要である。 ハローワークや職業訓練施設と提携して、情報提供や出張講演、セミナー等の機会の提供
<p>観 光 振 興</p>	<ul style="list-style-type: none"> 西東京サマーフェスティバルと市民映画祭は集客力があるので、これらのイベントの認知度を高める支援が期待される。 近隣の自治体に比べると、独自性のアピールが弱い印象がある。 特産品やB級グルメのようなPRできるイベントがあれば良いと思う。

項目	西東京創業支援・経営革新相談センター相談員
産業振興施策全般	<ul style="list-style-type: none"> • 様々な支援があるにも関わらず、認知されていないことが一番の問題であるので、まずは様々な支援を周知することが重要 • 産業振興マスタープランでは網羅的に計画が出ているが、3年経過したので、事業を絞る必要もあると思う。 • 退職者の中には起業希望者もいるので、そういう人を対象に在職中の起業セミナーの開催や市内で創業するメリットについてPRすることが重要である。 • 行政と商工会の連携がしっかりしているので、このメリット活かして、スピード感のある対応や具体的な振興策を実施することに期待したい。 • マッチングに関しては、大手事業者からデータを頂き、それに合う市内の中小企業を探して面談をさせる方法もある。具体的なテーマが見えるのでマッチングにもつながりやすくなると思う。

(6) 一店逸品認定事業（食品販売） ヒアリング整理表

項目	一店逸品認定事業者（食品販売）
実施概要	<p>○ヒアリング日時：平成25（2013）年7月26日13：00～14：00</p> <p>○ヒアリング会場：西東京商工会保谷事務所</p> <p>○ヒアリング対象：一店逸品認定事業者（食品販売）2社</p>
事業展開・事業環境の変化	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業環境に多少の変化が見られる（新規開通の道路により街の分断、農地の減少、自店の認知度向上） ・ 新たに店舗を借りると資金がかかるため、家族が営んでいた店舗の一部を改装して営業を始めた。 ・ 店舗を借り、賃料負担をして事業を行うほどの規模ではなかったため自宅で開業した。 ・ お客様は近隣の方々が多く、遠くても大泉やひばりが丘くらいまでである。 ・ 市内のお客様が多いが、口コミで武蔵野市や東久留米市、小平市等からお越しになられることもある。
本事業の評価・改善点等	<p>【一店逸品事業に応募したきっかけ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 商工会から話があり、もともとこだわりを持って作っていた惣菜を応募（自薦） ・ 一店逸品の募集は市報で認知 ・ こだわりの商品を知ってもらいたいというのが一番の動機だが、結果的に売上増にもつながればという意識はある。 ・ 認定商品は従来から自店の人気商品であり、もう少し広く知ってもらいたいと考えて応募した（自薦） ・ 応募後、お客様からも推薦をいただいていたことを知った。 <p>【認定事業を通じて得られた成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 市報等を見たというお客様が何人かいらっしまった。ただ、そうしたお客様はそれほど多くない。 ・ 認定により、こだわって仕事をしている店として認識され、注文をいただく先の幅が少し広がったという印象 ・ 認定は大きな宣伝効果があった。商工会の会費と宣伝費を比較すると、商工会に入り、認定を受けることができればコストパフォーマンスが非常に良いと感じている。 ・ 認定後、市報を見て来たというお客様が続き、今でも常連でないお客様を見かけることがある。そういう点では認定による波及効果があったと思う。 <p>【本事業に参加することによる周囲の反応や反響】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ お客様や仕入先等から自分が考えている以上に評価をされたことがあった。 ・ 一店逸品に選ばれたことにより、周囲から高い評価を受け非常に喜んでいる。 <p>【参加による社会貢献意識・地域との関わり方の変化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 今まで以上に、食の安心・安全に対する意識が高まった。

項目	一店逸品認定事業者（食品販売）
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 認定を受けた商品の在庫には気をつけるようになった。 ・ 地産地消に積極的に取り組んでいきたい。 <p>【一店逸品認定事業に対する意見・評価（改善点）等】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 応募段階で特に困ったことはなかった。 ・ 認定メニューを定期的・継続的にアピールする取組みが重要 ・ 認定事業者が姉妹都市へ赴き、交流等を行うことも考えられる。 ・ 一店逸品認定マークのシールを作ってもらい商品にシールを貼付する等して活用していきたい。有償でも構わないので、導入を前向きに検討してもらいたい。 ・ 今後の展開については、市民まつり等の一角で認定事業者が集まって、アピールできれば効果的だと思う。 ・ また、認定を受けた食材や料理等を活用して料理教室等を行えば、楽しいイベントになるのではないかと。 ・ ある程度実績を重ねていく中で、課題や改善点が見えてくると思う。 <p>【商業・サービス業分野全般に関して必要な支援策やニーズ等】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「めぐみちゃん」メニューの関係で、市内の農業事業者と懇談する機会を得た。顔の見える関係づくりは非常に重要 ・ 市内で生産されている全ての農業生産物のリストがあれば、より連携しやすい。
連携・交流	<ul style="list-style-type: none"> ・ 商工会への参加、商店会主催の秋祭りへの参加 ・ 市内で実施されている朝市等に参加
後継者 人材確保	—
力 できる こと 産 業 振 興 に 協	—
観光振興	<ul style="list-style-type: none"> ・ 自然を活かした総合的な運動公園を作れば良い。 ・ 多摩六都科学館等は全国にアピールできる。また、東大農場は、自然教育の観点から観光資源になりうる。 ・ 観光振興はハコモノではなく、地域の歴史を掘り起こしてその中から資源を見つけ出すことが重要

項目	一店逸品認定事業者（食品販売）
産業振興施策全般	<ul style="list-style-type: none"> ・ 保谷駅北口地域の発展を考えるのであれば、何らかの事業所・施設を誘致したほうが良い。 ・ 農地が急速に減少している中で、農業を大切にしていけるべきだと思う。 ・ 他都市の真似をするのではなく、西東京市独自の産業を作り上げたほうが良い。 <p>【一店逸品のお土産としての活用について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 複数の一店逸品商品を組み合わせ、お土産としてパッケージ商品を作るのは非常に良い。 ・ パッケージ化することに馴染まないものもあるが、お菓子だけでまとめる等、展開の方向性としては良いと思う。 <p>【西東京市のアンテナショップ等について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 一店逸品を含む市の物産を一か所で買えるようなアンテナショップがあれば良い。 ・ 地元の農家が収穫した野菜を売り、そこに地元の産品を並べるような仕掛けがあると良い。 ・ 店舗外のイベント等に出店するのは、人繰りの問題等で非常に難しい。ただし、品物の用意はできるので、販売部分を委託できれば参加は十分可能

(7) 一店逸品認定事業（飲食） ヒアリング整理表

項目	一店逸品認定事業者（飲食）
実施概要	<p>○ヒアリング日時：平成25（2013）年7月30日 15：30～16：30 ○ヒアリング会場：西東京商工会田無事務所 ○ヒアリング対象：一店逸品認定事業者（飲食）2社</p>
事業環境の変化	<ul style="list-style-type: none"> ・ 過去5年間においては、事業環境に大きな変化なし。 ・ 創業者が本市在住であることから、市内で開業
本事業の評価・改善点等	<p>【一店逸品事業に応募したきっかけ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 多くの人に店のことを知ってもらえるのではないかと商工会からアドバイスを受け、応募した（自薦）。少しでも売上増につながればと考え応募したというのが多くの飲食店の意向だと思う。 ・ お客様から推薦があったことを商工会から聞いたが、自身が一店逸品事業のことを全く知らなかった（他薦）。 <p>【事業を通じて得られた成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 認定を受けたことで声をかけられることはあったが、来店客数に大きな変化はなし。 ・ 来店された方がメニューを見て認定の話をされることはあるが、そのメニューを食べるために来店をされるというケースはない。 ・ 商工会ホームページや店頭での認定証の掲示を通じて来店、注文につながったケースあり。 ・ また、認定を受けたことが新聞に取り上げられた。その結果、新聞を見たというお客様が来られたことがある。 ・ おそらく、市報だけでは、PR効果はないと思う。 ・ 何かの媒体で認定を受けたことをご覧になり新たにお越しただけなのは1日1、2人。こうした動きが続いたのは当初1、2週間程度だと思う。 <p>【一店逸品に認定されたことによる周囲の反応・変化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 認定を受けたことを外にアピールしているわけではない。また、小規模な店舗のためか、仕入先、取引先から認定について何かを言われたことはない。 ・ 食事メインの店舗とアルコールメインのお店では、お客様の反応が少し違うのではないと思う。 ・ ケーブルテレビの紹介番組を見たというお客様が数名いらっしまった。 <p>【一店逸品に認定されたことによる意識の変化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 紹介冊子等ができてくれば、市内にこうした店があるとアピールでき、お客様に来てもらえる機会が増すと思う。 ・ 田無駅の南口に人が流れてくるようなきっかけになればと期待している。

項目	一店逸品認定事業者（飲食）
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 公的な認定を受けることで市内の他の事業者や農家の方とお話をする機会ができ、地域とのつながりが増えていくのではないかと感じている。 <p>【一店逸品事業に対する意見・評価（改善点）等】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 短期間の売上向上、オーダー数の変化はあったが、継続的な効果は得られていない。 ・ そもそも、今回の一店逸品事業については、あまり知られていないと思う。 ・ 認定事業自体、産業振興課だけが熱心に取り組んでいるような印象。行政内部でも横断的に盛り上げていくような仕掛けが必要だと思う。 ・ 一店逸品認定事業は、毎年継続をしてもらいたい。紹介冊子を見れば、うちも応募したいという店が出てくると思う。 ・ 活動の継続、市民の認知度を高めるための活動が必要 ・ B-1グランプリのように、市民まつり等で投票をして認定メニューを決めるというような形にすれば良いと思う。 ・ 認定メニューの仕組みや決め方、制度等をオープンにすることで購買意欲の向上につながると思うので、認定プロセスに市民の方をもっと巻き込むような仕掛けが必要 <p>【商業・サービス業分野全般に関して必要な支援策やニーズ等】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ はなバス等公共交通機関に商業マップ、一店逸品マップを掲示
連携・交流	<ul style="list-style-type: none"> ・ 異業種交流会等は店舗が休みでないと参加が難しい。 ・ スタッフ等のつながりをベースに日曜朝市を実施、地域と連携してイベントを開催していければと考えている。
後継者 人材確保	<ul style="list-style-type: none"> ・ 人材確保時の支援、人材募集広告に対する補助等があると助かる。
力 できること 産 業 振 興 に 協	<ul style="list-style-type: none"> ・ 本業（調理）に関すること。 ・ 市内事業者からの仕入れ、朝市の出展者を募り、活動の場を提供
観 光 振 興	<p style="text-align: center;">—</p>

項目	一店逸品認定事業者（飲食）
産業振興施策全般	<ul style="list-style-type: none"> ・ 今回のヒアリングのような機会がないと行政の方と関わる機会がない。意見交換等の機会を通じて街や産業がよくなれば良いと思う。 ・ 年配や子連れの方々が活動的に動けるようにバリアフリー店舗に改装するための費用補助、移動手段の充実等の取組みがあると良い。 <p>【想定商圈と冊子の配布エリアについて】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 近くの市役所の方にランチや帰宅途中に来店いただくようなイメージ。 ・ ランチをやっているということを冊子に記載するだけでも、集客が違ってくると思う。 ・ 市外からの集客に力を入れている。市内だけでなく、周辺の市区の駅にも冊子を配布してもらえればありがたい。 <p>【イベント等への出展・出店について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 火の管理や水周りの用意等野外での調理はハードルが高い。 ・ イベント等へ出店する場合には、そのために別のメニューを考えるということになる。 ・ 市民の方が調査員になり、店舗に食べに行ってポイントをつけるような方法が良いと思う。 <p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 料理の作り方等を教えることは可能。ただ、参加者が少ないとやりづらい。 ・ 当店では不定期で料理教室等を実施しているが、リピーターの方も多い。

(8) チャレンジショップ事業ヒアリング整理表

項目	チャレンジショップ事業認定事業者
実施概要	<p>○ヒアリング日時：平成 25（2013）年 7 月 29 日 13：00～14：00</p> <p>○ヒアリング会場：西東京商工会保谷事務所</p> <p>○ヒアリング対象：チャレンジショップ事業認定事業者 2 社</p>
変化 事業展開・事業環境の	<ul style="list-style-type: none"> ・ 本市に引っ越してきたとき、居ぬき出店の話があったため、市内で創業した（飲食店）。 ・ 商店街内で、創業すると、知り合いがいる場合や繁華街で立地する場合を除くと集客が非常に難しかった。ただ、認知度が向上し、創業時よりも利用客（固定客や常連客）が増加した（飲食店）。 ・ 本市では競合する事業者がなかったことや、自宅から近いこと等から市内で創業した（情報系事業）。
本事業の評価・改善点等	<p>【チャレンジショップ事業を利用するに至ったきっかけ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 偶然、商工会の訪問を受け、その後、事業の説明を数回聞いた後に利用した。 ・ 商工会のホームページで事業の存在を知り、問い合わせした後、商工会から事業の説明を受けて利用した。 <p>【事業を通じて得られた成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 家賃補助分の資金を、他の設備の資金に充てることができたので、経営面では役に立った。 <p>【参加による周囲の反応・意識】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 本事業は家賃に関係しているため、わざわざ他人に話すことはしないので、特になし。 <p>【参加による社会貢献意識・地域との関わり方の変化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 初期段階で商工会とつながりを持ったことにより、経営上の問題や相談がある場合、商工会に気軽に依頼することができるようになった。 ・ 商工会の会報誌に掲載をいただく等、集客手段の 1 つとして商工会を活用することができた。 ・ 特に個人経営の方は、経営上、知らないことも多数あるので、商工会を上手く活用することが非常に有効だと思う。 ・ 商工会を通じて、商店会ともつながりを持つことができ、加盟している商店の方と知り合っていくうちに、商店会の方が当事業者を利用して頂けるようになった。 <p>【チャレンジショップ事業に対する意見・評価（改善点）等】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 本事業のような情報を知るきっかけがない。人と人の直接の対話が大事であり、そういう機会がより増えたら、知るきっかけも多くなると思う。 ・ チャレンジショップ事業に参加した人が継続的に商工会とつながるような仕組み、事業 O B のための支援・特典（創業後のフォローアップ指導）があると良い。

項目	チャレンジショップ事業認定事業者
	<p>【商業・サービス分野等全般に関して必要な支援策やニーズ等】</p> <ul style="list-style-type: none"> 「安ければ良い」から「良いものは金額も高い」といったような、消費者の意識を変える働きかけがほしい。
<p>連携・交流 実績</p>	<ul style="list-style-type: none"> 商工会を通じて、地元の商店街の店の方と知り合うことができ、お互いに取引をする機会が増えた。
<p>後継者 人材確保</p>	<p>—</p>
<p>産業振興に協 力できること</p>	<p>—</p>
<p>観光振興</p>	<p>—</p>
<p>産業振興施 策全般</p>	<ul style="list-style-type: none"> 行政の方で商店街の設備等（道路や電灯の設備）に関する整備をやって頂けたら、商店街内の商店は販売だけに専念することができる。 基本的には自分自身でやらなくてはいけないと考えている。行政に要望を出すにしても、要望を出せる範囲がどこまでかがよくわからない。

(9) 創業資金融資あっせん制度利用者 ヒアリング整理表

項目	創業資金融資あっせん制度利用者
実施概要	<p>○ヒアリング日時：平成 25（2013）年 7 月 30 日 17:30～18:30</p> <p>○ヒアリング会場：西東京商工会田無事務所</p> <p>○ヒアリング対象：創業資金あっせん制度利用者 2 社</p>
事業環境の変化・事業展開・事業	<ul style="list-style-type: none"> ・ 本市に住み、本市で働いてきたことでネットワークができていたことから市内で創業した（福祉系事業）。 ・ 本市に自宅があったため市内で創業した（美容系事業）。
事業の評価・改善点等	<p>【創業資金融資あっせん制度を利用するきっかけ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 創業時に親族に相談した際に、本市に創業支援や経営に関して相談する窓口があることを紹介され、ホームページをみた。 ・ 他地域で過去にも同じような制度を活用したことがあった。本市でも類似制度があるのでないかと調べた際、西東京創業支援・経営革新相談センターの存在を知り、同センターから制度を紹介された。 <p>【創業資金融資あっせん制度や事前経営診断の成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 数回の打合せを通じ、創業計画について経営相談員から助言をもらった。その際に、数字面をより詳細に把握しなくてはいけないと実感することができた。 ・ 相談員と一緒に創業計画を作り上げたので、その点は非常に心強かった。 ・ 相談員の方とは電話等で頻繁に打合せを行っていたので、創業や経営に関する助言を頂けて、非常によかった。 <p>【参加による周囲の反応・反響】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ あっせん制度を同業の方に紹介 ・ あっせん制度を受けていたことにより、自社の信用度が高まり、金融機関の反応がよかった。 <p>【参加による社会貢献意識・地域との関わり方の変化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 本市で商売できることに感謝しており、自分のネットワークの中でできることがあれば、協力したい。 ・ 業務が忙しく、地域の活動や異業種交流会等には参加できていない。 <p>【創業資金融資あっせん制度や事前経営診断、経営相談員に対する意見・評価（改善点）等】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 当制度を通じて作成した事業計画を用いて東京都の融資制度に申し込んだ際に、事業計画が甘いと言われた。（現状、売上が計画通りにっていない） ・ 事前診断をより細かく、なおかつ、金融機関に情報を提供してくれるような仕組みがあれば良いと思う。 ・ 創業後の運転資金に関するフォローが必要である。

項目	創業資金融資あっせん制度利用者
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 個人事業主にとっては、3か月後、1年後の経営状況をチェックして頂ける制度があれば非常にうれしいし、心強い。 ・ 勉強するためには莫大なコストが必要。公的な主体が実施する無料セミナーの種類を増やしてほしい。 <p>【商業・サービス分野等全般に関して必要な支援策やニーズ等】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 新規開業時の店舗家賃の補助制度（チャレンジショップ）を活用しやすくして頂けたら、助かる。 ・ 固定費負担を軽減するような制度があると良い。 ・ 市や商工会のホームページ等で企業のPRを載せる場所を提供してもらいたい。 ・ 本当に起業したい人（女性起業家等を含む）に対するバックアップに力を入れてほしい。
実績 連携・交流	—
後継者 人材確保・	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経営者になると、様々な勉強が必要であるため無料のセミナーがいろいろあると良い。
力 できること 産業振興に協	—
観光振興	—
施策全般 産業振興	—

(10) 商店街向け アンケート結果要旨

項目	商店街向け アンケート結果要旨
実施概要	<p>○アンケート対象：市内 27 商店会 ○アンケート回収数：21 商店会</p>
商店街の組織状況	<p>【商店街の組織】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 法人化の有無については、「法人化していない」が 15 件（71.4%）と「法人化している」（3件、14.3%）よりも多かった。 ・ （5年前と比べて）商店会加入率の状況については、「低下した」が 10 件（47.6%）と最も多かった。 ・ （5年前と比べて）組織の活動状況については、「変わらない」が 8 件（38.1%）と最も多かった。一方、「活発になった」は6件（28.6%）と「停滞した」（2 件）、「活動していない」（4 件）の合計（6件）と同じだった。 ・ 活発に活動している人は、「複数人いる」が 15 件（71.4%）と、多くの商店会は数人以上いる結果となった。平均年齢については、50 歳代が6件（28.6%）と最も多く、60 歳代や 70 歳代以上も含めると 14 件（66.7%）が 50 歳以上と高齢の方が活動を行っている商店会が多い結果となった。 ・ 過去5年間の補助事業・助成事業については、多くの商店会で実施しており（18 件、85.7%）、その具体的な内容は「プレミアム商品券」や「イルミネーション」を実施した商店会が多かった。 <p>【商店街の組織の状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 商店会の弱みについては、「会員が不足」（4件）や「物販店の不足」（3件）、「生鮮3品がない」（2件）等の意見があった。 ・ 商店会で構成されている業種のうち、5年間で増加した業種は「飲食店」「サービス関連（美容院、接骨院）」、反対に、5年間で減少した業種は「物販店（生鮮3品含む）」「飲食店」との回答がみられた。 ・ （5年前と比べて）全体の店舗数の動向については、「ほぼ同じ」が9件（42.9%）、「減少した」が7件（33.3%）であった。 ・ （5年前と比べて）空き店舗数の動向については、「ほぼ同じ」が 10 件（47.6%）と最も多く、「減少した」「増加した」はそれぞれ 1 件（4.8%）であった。 ・ 店舗の老朽化の状況については、「さほど目立たない」が 12 件（57.1%）と最も多かった。

項目	商店街向け アンケート結果要旨
商店街の状況	<p>【賑わいの動向】</p> <ul style="list-style-type: none"> 現状の賑わいについては、「やや衰退している」が7件（33.3%）、「衰退している」が3件（14.3%）であった。5年前に比べると「やや衰退した」が9件（42.9%）と最も多く、「より衰退した」（3件、14.3%）を合わせると半数以上の商店街が5年前よりも賑わいがなくなったと回答した。 （5年前に比べて）全体の業績については、「悪化した」が11件（52.4%）と全体の半数以上を占めた。
	<p>【大規模店舗や市外との共存・競合】</p> <ul style="list-style-type: none"> 市内の近接する大規模店舗との関係については「共存競合の関係はない」が10件（47.6%）と最も多かった。 近接する大規模店舗については、「影響を受けている」（5件、23.8%）と「やや影響を受けている」（8件、38.1%）を合わせると、半数以上が、大規模店舗から何らかの影響を受けていると回答した。その具体的な影響については、「客足の減少」や「売上高の減少」、「価格面での影響」等の回答がみられた。 市外の商業地・店舗の影響については、「影響はほとんどない」が8件（38.1%）と最も多かった。なお、影響を受けている商店会に対して、対策をたずねたところ、「設備改善、従業員の強化」や「イベントの実施」「独り暮らしの高齢者の家に物品を配達」との回答がみられた。
	<p>【買物客のプロフィール】</p> <ul style="list-style-type: none"> 買物客の多い年代は、「60歳代」「70歳代以上」「ほぼ全年齢層」がそれぞれ3件（14.3%）と最も多かった。 市外からの流入については「ほとんどない」が14件（66.7%）と最も多かった。 （5年間にける）買物客数の変化については、「やや減少した」が6件（28.6%）、「減少した」が5件（23.8%）と両方合わせると、半数以上の商店会で買物客数が減少したと回答した。 買物客数の増加の背景、要因については、「街が開発され、新しい店舗ができた」との回答がみられた（「やや増加した」と回答した1商店会のみ記述）。 一方、減少の要因については、「買物客の高齢化」や「顧客ニーズへの対応難」「大型店の影響」等の回答がみられた。
	<p>【現在、抱えている課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> 「買物客の減少」（14件、66.7%）や「個店の後継者の問題」（11件、52.4%）の回答が多くみられた。

項目	商店街向け アンケート結果要旨
アクションプラン（商店街振興）について	<p>【商店街振興関連の事業の有効性について】</p> <ul style="list-style-type: none"> 商店街振興に「有効である」と回答された事業について見ると、「生活者が参画できる商店街のイベントの開催」と「安心して買物ができる空間づくりの推進」がそれぞれ11件（52.4%）と最も多く、半数以上の商店会は有効であると回答している。以下、「生鮮4品取扱店舗の整備支援」が9件（42.9%）、「出店希望者に対する市内空き店舗に関する情報提供」「生活者等と地域と連携しての協働活動の推進」が8件（38.1%）の順となっている。 実際に活用したことがある事業については、「複数の商店街連携による統一的なイベントの開催」「生活者が参画できる商店街のイベントの開催」「空き店舗活用の支援」等の事業が回答されており、成果については活用したことがある事業すべてにおいて「成果あり」との回答だった。 <p>【今後の取組み意向】</p> <ul style="list-style-type: none"> 「意向あり」と回答された事業について見ると、「生活者が参画できる商店街のイベントの開催」が9件（42.9%）と最も多く、以下、「安心して買物ができる空間づくりの推進」（6件、28.6%）、「生活者等と地域と連携しての協働活動の推進」（5件、23.8%）と続いた。 <p>【商店街活性化に求める支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> お客様を集客できるイベント開催の増加 駅周辺に各店舗のお得情報コーナー設置 商店街区内の出店者に対して、積極的に加入促進
連携・交流実績	<ul style="list-style-type: none"> （小中高校等の教育機関や他の商店街等）何らかの機関と交流・連携実績がある商店会は8件（38.1%）と「交流・連携の実績はない」の6件（28.6%）を上回った。 交流・連携実績を行っている機関について見ると、「小中高等の教育機関」や「他の商店街」との回答が比較的多くみられた。 （小中高校等の教育機関や他の商店街等）何らかの機関と交流・連携実績がある商店会（8件）について、その具体的な連携分野や内容を見ると、「地域コミュニティづくり」が8件中5件と他の項目よりも多い結果となった。また、特に力を入れている分野については「お祭り等のイベント」等の回答がみられた。
人材確保・後継者	<ul style="list-style-type: none"> 後継者育成・確保の状況については、「一部の事業者で課題となっている」が7件（33.3%）と最も多く、「商店街全体で課題となっている」（5件、23.8%）を合わせると、半数以上の商店会では後継者育成や確保について、何らかの課題があるという回答となった。 半数以上の商店会では後継者の確保や育成に向けて実施されている取組みは「行っていない」と回答

項目	商店街向け アンケート結果要旨
商店会への加入促進	<ul style="list-style-type: none"> 事業者（個店）が商店会・商工会に加入しない理由は、「活動の内容にメリットが感じられない」が8件（38.1%）と最も多く、以下、「活動のために時間を割くことが難しい」（7件、33.3%）、「商店会・商工会の活動内容が知られていない（理解されていない）」（6件、28.6%）の順となった。 商工会・商店会加入促進に向けた取組みの実施の有無については、「取組みを行っていない」が8件（38.1%）であった。一方、「取組みを行っている」は5件（23.8%）であり、その具体的な取組み内容については「事業者（店舗）への声かけ」や「商工会との連携」「新規出店者に対する商店会の事業説明」等の回答がみられた。
商店街振興に対する考え方	<ul style="list-style-type: none"> 商店街振興の対象については、「商店街全般を対象に振興対策支援を進めるべき」が9件（42.9%）と、「商店街としての活動に積極的な所に重点を置いて振興対策支援を進めるべき」（7件、33.3%）を上回った。 本市の商業振興の大きな方向性に対する考え方については、「ソフト・ハードによらず、商店街からの企画提案に応じて行政が支援・協働すべき」や「市そのもののブランド力を上げ、価値が生まれる・人が来る状況をつくるべき」がそれぞれ10件（47.6%）と半数の商店会が回答した。以下、「商店街の地域住民のコミュニティ交流拠点としての機能を強化すべき」「販売促進等のソフト事業をより支援すべき」の回答が多かった。
観光振興	<ul style="list-style-type: none"> フィルムコミッションの実施 サマーフェスティバルや田無神社例大祭にも協力しているが、そういった事業の告知を市政サイドが市内外に発信してほしい。 商店会の活力を取り戻すには、自助努力のみでは難しいので、地域の理解や協力を得て、元気を取り戻す方法が良いと思う。 他市から来訪する観光施設は無いので、ものづくりで名品・名物を市をあげて対外にPRできるよう物を要望したい。 B-1グランプリのような企画の開催や、市民まつりスタイルをさらに進化させてほしい。 飲食業が多いのだから、市の名物料理を打ち出したら良いと思う。例えば、「餃子の町宇都宮」のようなものがあってほしいと思う。

項目	商店街向け アンケート結果要旨
産業振興施策全般	<ul style="list-style-type: none">• 活力のある商店会を目指して、市産業振興課、商工会等の施策を取り入れて行きたい。• 商店会が協力して事業を行うことにより、消費者の利用数増大が見込まれることから、今後は行政側から施策提案を頂き、商店会同士が協力できるような事業について、調整・検討して頂きたい。• 「はなバス」の開通により、多くの商店街がなくなっている。一部の方のみの利便性向上のため、地域全体の発展が妨げられていると思うので、その辺をもう少し考慮してほしい。

(11) 商店街 ヒアリング整理表

項目	商店街ヒアリング結果
実施概要	<p>○ヒアリング日時：平成 25（2013）年 8 月 9 日 19：30～20：40</p> <p>○ヒアリング会場：西東京市役所保谷庁舎</p> <p>○ヒアリング対象：柳盛会柳沢北口商店街、大栄商店街、伏見通り商店会、フラワー通り商店会、東町商栄会、かえで通り商店会、田無商業協同組合、アスタ専門店街出店者会、橋場商店会、谷戸商店街協同組合、東伏見商栄会</p>
商店会の現状と課題	<ul style="list-style-type: none"> ・ 店主は 50～60 歳代が中心で、それ以上の世代の人も多く、後継者も不足している。 ・ 個店の後継者の問題が大きな課題である。今後、商店街として成立するか否かという状況になりつつある。 ・ 商店会組織の運営を後継者に継がせることが非常に難しい時期になってきている。役員等についてもなかなか承諾してもらえない。 ・ 商店会の加盟店は漸減傾向にある。新規の出店はあるが、商店会に勧誘しても会費を納めてまで入るメリットを感じないようだ。 ・ 店舗数は多数あるが、組合に未加入の店が多い。 ・ 店舗構成比の半数は飲食店で夜まで営業しているので、商店会の会合に出られない。 ・ 増加している個店が塾や美容院、クリーニング店といったサービス関連のチェーン店であり、商店街活動ができるような業種（生鮮産品等）の店舗が減少しており、商店街の売出しに参加する店も減少している。 ・ 売り出し等をやっても参加するのは半分程度で、商店会全体としてまとまりづ。 ・ 経営者の高齢化が進んでおり、従来の事業は継続できるが、新規事業は賛同を得にくい。 ・ 住宅地内にある商店街として商店数が少ない中で頑張っているが、事業をやろうと思っても予算がないのが現状である。商店同士の親睦の場として会員が継続している面がある。 ・ 商店街内に生鮮三品の店舗がないことが集客できない原因だと考えている。 ・ 商店数が少ないこと、施設の老朽化も課題となっている。 ・ 店舗が老朽化しており、空き店舗にテナントを入れるためには耐震補強等の改修が必要となるが、大家としてはテナントが継続的に入居するかわからない中で費用をかけてまで改修することに踏み切れない。 ・ 商売は廃業しても駅前立地でテナントが入るため、オーナーとしては成り立つ状況にある。 ・ テナントについては、店舗を貸す際に商店会に入ることを条件にしているため、入居時に商店会に加盟はするものの、イベント等の活動に参加してくれるかどうかはわからない。

項目	商店街ヒアリング結果
	<ul style="list-style-type: none"> • イベントについては、テナントでも普段から付き合いのあるところは参加してくれる。 • 大型店の出店が一番の課題であり、当商店会の売上に大きく影響している。 • 以前は市内でも大規模な商店街だったが、幹線道路整備に伴って商店街が分断されたかたちになり、廃業や移転が相次いで商店数が減少しており、衰退は免れないと感じている。 • 道路が拡幅されたことにより、反対側の店舗と分断されたことが課題となっている。 • 商店街は都道により分断されている状況であり、活動そのものは良いが、集客力という観点からは問題がある。 • 商工会等の中でも衰退している商店街と繁盛している商店街とで同じ条件で話し合うことは難しいと思う。
商店会として活動継続していくための後継者問題における課題等	<ul style="list-style-type: none"> • 商店街内の若い人に活動に参加するように誘っているが、本業優先等の理由でなかなか参加してもらえない。 • 商店会の会合に集まるのはいつも同じメンバーである。青年部も状況は同じで、メンバーも固定化している。 • 若い世代とはジェネレーションギャップを感じる。自分たちは親の世代の役員に反発して何か新しいことをやろうという気持ちがあったが、下の世代にはそういうところがみられない。若い人たちがやってくれないといきづまってしまう。後継者不足とはいっても、多少は人がいるのでそうした人を育てる努力が必要だと思う。 • 商店会で親睦会を開くと人は集まるが、商店会として物事を決めたり、補助金等を活用して商店街を活性化するような事業をやろうとすると、役員にお任せという雰囲気になる。 • 若い人がイベント等に参加するきっかけをつくり、その機会に商店会活動の面白さを伝えることができれば、最初は嫌がっていても、商店会の活動に引き込むことができる。 • 商店会の役員交代等については、イベントの前に必ず実施している。誰も役員にはなりたくないなので、そこをお願いしてやってもらっているのが現状である。 • 祭りに参加してもらうことにより、商店会への参加を依頼することは多い。祭り等のイベントについては、補助金がなければ、開催することができない。 • 組織の運営を後継者に継がせることが非常に難しい時期になってきている。役員等についてもなかなか承諾してもらえず、限られた人で会合を実施している。 • 年齢の問題等の理由から役員の引き受け手がない状況にある。しかも、1人で店を切り盛りしている方に役員を依頼することは難しい。

項目	商店街ヒアリング結果
商店会振興施策	<p>【商店会が提案する企画提案に対する支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> • 商店会の企画提案に対する後押しをするといっても、補助金を渡して後は商店会でやってくれというのでは難しい。 • 補助金は申請手続きをしてから交付されるまで1年ほどかかり、商店会で何かやりたいということに対して、すぐに補助金を出してもらうことができず、補助金を使う場合もいろいろな制約があり、使い勝手が悪い。 • 商店会で補助金について要望を出しても、市に受け入れてもらえなければ意味がない。そのため、市内の全商店会が参加する商業祭りのようなイベントを開催することを連合会から要望している。 • 行政や商工会が商店街にできる支援というのはお金の面だけだと思う。 • 行政側が一商店街のために動いたという話は聞かない。ある動画のキャラクターを商店街で使用したくて自分たちで動いたことがあるが、市からの支援はなかった。 • 一つ一つの商店が潤わないと、商店街の活性化はないと思う。 • 特定の商店街のみを支援するのではなく、各駅周辺エリア毎に複数の商店街の支援を実施するのが良いと思う。
	<p>【西東京市のイメージ】</p> <ul style="list-style-type: none"> • 西東京市全体として、「西東京市はこんな街」というイメージを対外的にアピールしてもらえれば、大きな商店街も小さな商店街も関係なく、そのイメージを持って取り組みがしやすい。 • 西東京市に住みたいと思う人が持っているイメージは、緑が多い、安全、通勤に便利等であると思う。地域への愛着等はあまり関係なく、住みやすく住居費が練馬区や武蔵野市より安いから住んでいるという人も多いと思う。 • 西東京市は地震に強い地盤の土地であるから、安心を求める人が西東京市に引っ越してきている。 • 市のイメージを発信するにはフィルムコミッションが効果的だと思う。 • 田無・保谷という隔たりはなくなりつつあるが、未だ発展途上だと思う。 • 「めぐみちゃんメニュー事業」等様々なことを行っているが、ブランドになるまでには至っていないのが現状である。昨年の一店逸品事業で40品以上が認定されたが、それがブランド化されれば望ましい。 • 本市は住み良い街とうたっているが、現在、世間でいちばん住みたい街としては吉祥寺が挙げられる。住みたい街にしていくためには、商店街だけでなく、総合的な観点から考える必要がある。

項目	商店街ヒアリング結果
	<p data-bbox="295 353 582 387">【コミュニティの拠点】</p> <ul data-bbox="295 398 1428 1003" style="list-style-type: none"><li data-bbox="295 398 1428 481">• 商店街だけで活動するには限界を超えており、今後は地域住民と一緒に活動していく必要があると考えている。<li data-bbox="295 492 1428 575">• 商店街内に社会福祉協議会の活動拠点を設け、地域の自治会や老人会、民生委員、学生等が参加して運営している。<li data-bbox="295 586 1428 719">• 商店街には地域の核になって地域の人をつなげていく役割があり、地域の中でそうした役割を地道に果たしていく努力が必要である。地域のイベントにおいて人を集めること等商店街が貢献できることは大きい。<li data-bbox="295 730 1428 813">• 東日本大震災以降、地域の防災に商店街を活用しようと働きかけてくる組織もたくさんあるが、商店街としてそれを全部受け入れると対応が難しい。<li data-bbox="295 824 1428 907">• 商店街の活性化のために、イベントに近隣の人を巻き込むことから取り組みを始めている。<li data-bbox="295 918 1428 1003">• 防災を糸口にした地域の人たちとの連携は良いと思う。防災を含めて1つ1つ地域との連携を作り出していくことが大事である。

項目	商店街ヒアリング結果
商業振興全般	<p>【空き店舗対策】</p> <ul style="list-style-type: none"> • 空き店舗を使って新たに新店したいという若い人がいても、若い人が支払える賃料とオーナーの求める賃料の間に隔たりがあり、出店できないことがある。 • 空き店舗の活用について、オーナーは市等には貸してくれるが、出店希望者が借りようと思っても借りるのは難しい。空き店舗活用について、市が保証するのは難しいにしても、出店したい人が店舗を借りるための支援をしてほしい。 <p>【観光】</p> <ul style="list-style-type: none"> • 西東京市には、観光を考える上で集客の核となるものがない。 • 田無には田無神社や総持寺といった名所もあるので、そういった名所を上手く活用することによる、街づくりも必要である。 <p>【商業振興全般】</p> <ul style="list-style-type: none"> • 個店の売上やイベントにはお金の問題が絡むので、その部分についてどのような支援があるか行政にも考えて頂きたい。 • 商店街が活性化されれば、税収が増加し、市の財政が良好となり、商店街の支援も厚みが増すと思うので、良い街づくりをし、様々な意見を集約して、マスタープランに反映して頂きたい。 • 他の自治体の取組みの二番煎じでも良いので、やりたいという意見等が出たら、行政が後押ししてほしい。 • 事前に想定される効果や予想される効果が厳しく求められないお金の支援があると大変助かる。 <p>【商業振興全般】</p> <ul style="list-style-type: none"> • 時代が変わってきている中で、商店街振興についても時代の変化を踏まえて考える必要がある。 • 高齢化に対応して、高齢者向けの宅配サービス等ができると思うが、そのための人を置かなくてはならず、商品集配の場所等も必要となり、費用もかかる。宅配サービスの需要はあると思うが、実施するための仕組みをどうするのが課題となる。

(12) 大学ヒアリング整理表

項目	武蔵野大学
実施概要	<p>○ヒアリング日時：平成 25（2013）年 6 月 24 日 15：00～16：30</p> <p>○ヒアリング会場：武蔵野大学応接室</p> <p>○ヒアリング対象：武蔵野大学職員 1 名</p>
事業内容や最近の動向	<ul style="list-style-type: none"> ・有明にキャンパスを新たに開設した。そして、社会福祉や児童教育、薬学等の実習系の学部は武蔵野キャンパス、政治経済、人間科学、環境関連等のビジネス系の学部を有明キャンパスに配置した。 ・なお、平成 26（2014）年の 4 月からは経済学部及び法学部の 2 学部を新たに有明キャンパスに設置する。 ・学生数については、既存学部の定員増や新学部の設立を背景に年々増加している。特徴としては、自宅から通う学生が全体の 8 割を超えている点、自宅生でない学生も関東圏が多い点が挙げられる。武蔵野キャンパスに通学する学生は、西武線沿線、埼玉方面が多いが、最近では千葉や神奈川方面も増加している。
向 市内企業・団体、行政機関等との交流・連携実績及び今後の意	<p>【行政機関との連携実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・西東京市とは包括連携協定を結んでおり、それに基づき、インターンシップとして受け入れて頂いている。 ・教育インターンシップに伴った市内の小・中学校で学生を受け入れて頂いている等、インターンシップを中心とした連携を行っている。 <p>【市内企業との連携実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・老人ホームや障害者施設等の社会福祉関連施設においては、実習という形で受け入れて頂いている。 ・一部の大手事業者や多摩六都科学館にも学生を受け入れて頂いた実績があるほか、市内放送事業者と共同で電車内ポスターを作成した実績もある。 <p>【市外企業との連携実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・有明キャンパスのある江東区やその周辺と連携を行っている。例えば、学生自らがプロジェクトを企画した上で、企業に働きかけるといった取組みも実施しており、企業と学部との連携は徐々に進みつつある。 <p>【地域住民との連携実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大学の研究成果を地域住民に還元することを目的に日曜講演会や有料の生涯学習講座を実施。講座内容については、アンケートを行い、受講者のニーズを踏まえた上で、反映している。

項目	武蔵野大学
産学公連携の課題	<ul style="list-style-type: none"> • 連携に関しては、一教授と一企業といった個人同士のつながりによる部分が多い。個人同士の連携も重要だが、本来ならば、教授と企業の橋渡し・取りまとめを行う窓口が必要だが、残念ながら、そういった専用窓口を設けていない。 • 武蔵野キャンパスは文学部や地域福祉等実習を行う学科が集中していることから、学生の実習という観点（インターンシップ、実習を行う際の受入先としての企業）以外で連携することはなかなか難しい状況である。
地域活性化に協力できること	<ul style="list-style-type: none"> • 西東京市にある総合大学は当学だけなので、機会があれば、是非とも協力したいと考えている。単に市の委員会の委員として参加するだけでなく、例えば、市内の中小事業者を集めて、あるテーマを設けて講演会を実施する等、もう少し、現場サイドで協力できる部分もあると思う。
産業振興施策全般	<ul style="list-style-type: none"> • 武蔵野キャンパスには産学連携を行う窓口となる企画広報課がないので、市内企業の皆様に直接来て頂いても対応することが難しい。行政の方で、行政や市内企業のニーズを整理し、まとめて頂けたら、やりとりもスムーズになるので可能な限り対応したいと考えている。

項目	早稲田大学
実施概要	<p>○ヒアリング日時：平成 25（2013）年 6 月 21 日 15：30～17：00 ○ヒアリング会場：早稲田大学教務部社会連携推進室オフィス会議室 ○ヒアリング対象：早稲田大学職員 3 名</p>
事業内容や最近の動向	<ul style="list-style-type: none"> ・早稲田大学教務部社会連携推進室は、教育を軸に地域や企業との連携を進めるということが主眼。 ・教務部の外局として、あくまでも「教育」に資する活動を基軸として連携を進めている。 ・現在の連携プロジェクトは、30～40 程度 ・最近の連携先としては自治体が増えてきている。大学が自治体と包括協定を結んだことにより連携事業を推進する奈良県のような例もあれば、飛び込み的な問合せからスタートするケースもある。
市内企業・団体、行政機関等との交流・連携実績及び今後の意向	<p>【本市との連携実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・西東京市に早稲田大学の東伏見キャンパスがある関係から、現在よりは大学と市の関係を深いものにしていきたいという意向がある。 ・現在、教育委員会では、西東京市に隣接する早稲田大学高等学院（上石神井）を主体とした、小学生向けの「理科算数だいすき実験教室」を開催している。 ・平成 22（2010）年度より、市の職員を対象とした研修も行っている。 ・その他、企画政策課では、様々な連携事業を企画したり請け負ったりしており、早稲田大学のOB（大学校友）や東伏見商店街も巻き込んだ、東伏見芸術祭や講演会についても連携している。 <p>【市内企業との連携実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市内企業との連携について、特段の実績はなし。 <p>【市外企業・行政との連携実績：一部】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・奈良県との連携によるプロジェクトは、平成 21（2009）年度から始まっており、今年度で 13 もの教員（研究室）を中心としたプロジェクトが立ち上がっている。その一つである、吉野杉活用のプロジェクトでも、大学の研究者と学生が地域に入り込み、地元の人たちとの交流の中から、確実に新しい成果を生んでいる。 ・長野県木島平村では、過疎地域に学生を派遣し、限界集落の現実を学びながら、価値の再認識、都市住民との共生等のテーマで解決策を検討するという取組みを実施している。 ・中野区では、同区内の中小企業の経営者を対象に経営塾を開催している。 ・墨田区では、同区の食育推進計画案の策定作業について連携事業を行ったり、地域のものづくり企業を学生が訪問し交流を行う取組みを進めたりしている（学生から質問を受けることが刺激となって地域企業の社員が勉強をするようになったとの報告を受けている）。 ・りそな総合研究所との連携事業では、早稲田大学で学ぶ留学生と、日本の中小企業経営者が日本企業のあり方について共に考える「異文化交流セミナー」を開催。留学生のキャリ

項目	早稲田大学
	<p>ア形成のための重要な機会になっている。</p> <p>【地域住民との連携実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> 市立小学校の教員やPTAを対象に、教育学部の教員や大学院生による研修を行っている。 学生の独自活動として、野球教室やスケート教室、盆踊りや相撲大会の手伝い等の実績がある。 稲門が設立したNPOが、通常の塾に通えない児童を対象に勉強を教える、「稲門寺子屋」を行っている。 東伏見では、毎年秋にスポーツフェスタを開催している（体育局）。 <p>【今後の本市での連携について】</p> <ul style="list-style-type: none"> 早稲田大学の寮が東伏見と田無にある。そこには留学生も多く住んでいるため、それらの学生が、地域住民と交流できる機会となる連携事業も考えていかなければならない。
産学公連携の課題	<ul style="list-style-type: none"> 連携事業の担当者が自分なりに地域の課題を何とかしなくてはいけないという視点を持つことによって、糸口が見つかることが多い。 異動等により、連携事業が立ち消えになることがある。これは、前任者の思いまでマニュアル化することができないからである。また、自分の担当の仕事しか考えていない場合、進まない。 例えば、産業振興に直結するテーマのみに絞られると、連携事業は進まないことが多い。大学には様々な分野の教員がおり、それはマーケティングだったり、文学やスポーツ芸術だったりする。一見つながらないように見える分野の研究であっても、想像力を持って、地域とつなぐことの可能性を検討することが重要 実際に連携していくと、教育研究機関という性質と、産業や一企業の利益というものが大きく相反する面がある。その相反する部分をどうつないでいくかについても考える必要がある。
きる地域活性化に協力を組みこむこと	<ul style="list-style-type: none"> 早稲田大学としては、従来はつながっていなかったところに、関係性を持たせていくことが重要であると考えている。 墨田区の例のように、他の地域の農業従事者と、墨田区の行政および、市民をつなぎ、連携事業を進められるような関係をつくる活動は実績もあり、支援が可能だと思う。
全般 産業振興施策	—

項目	東京大学大学院農学生命科学研究科附属生態調和農学機構
実施概要	<p>○ヒアリング日時：平成 25（2013）年 7 月 19 日 13：30～14：30 ○ヒアリング会場：東京大学大学院農学生命科学研究科附属生態調和農学機構 二宮研究室 ○ヒアリング対象：東京大学教員 1 名</p>
事業内容や最近の動向	<ul style="list-style-type: none"> ・最近の動向で大きいのは、キャンパスの整備と道路計画である。 ・キャンパスの整備については、今年から始まり、今年は道路が開通するところの設備（温室、一部の圃場）の設計をはじめめる。来年は研究庁舎の本格的な設計が始まり、平成 27（2015）年度から着工が始まる予定である。キャンパス整備については、これまで膠着状態だったが、環境保全審議会から許可が出たので、動き出した状況である。 ・今年 4 月から社会連携協議会を立ち上げて、行政や企業、市民の方にも参加していただき、様々なテーマで議論を行っている。
市内企業・団体、行政機関等との交流・連携実績及び今後の意向	<p>【市内企業との連携実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一部の市内農業事業者は交流がある。 ・市内のある大手事業者から、学生が実習で作ったキャベツを販売してほしいという要望があり、協力した。キャベツ購買者に対しては、アンケートに協力していただき研究対象になってもらったことがある。 ・多摩六都科学館とは様々な分野で連携している。 <p>【市外企業との連携実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・様々なプロジェクトに関して、市外の事業者と連携を実施している。例えば、バイオエタノールの案件で、大手石油事業者と連携しているほか、教員の中には個人的に大手通信事業者や家電メーカーと研究分野で連携している。 <p>【地域住民との連携実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・バイオエタノールについて市民に勉強してもらうための公開セミナーや、江戸東京野菜について、市民と一緒に維持管理することを検討している。 ・ひまわりを作って、ディーゼル油を搾取というプロジェクトを西東京市とともにやっているほか、農場博物館については、市民ボランティアに運営を委託している。 ・当機構をイベント会場として市民に提供する場合もある。例えば、観桜会を桜が見ごろの週末に行い、市民に敷地の一部を開放しているほか、東大マルシェ（当学にとっては、教育・研究プロジェクトの 1 つであり、市民にとってはイベント）については、市民ボランティアにもお手伝いしていただいた。
産学公連携の課題	<ul style="list-style-type: none"> ・イベントを開催すれば、当学に大勢来客が集まるが、当学にとって、教育研究関連が絡まないイベントをすることが難しい。 ・市内事業者との連携の可能性については、現在、様々な研究が動いているが、展開できるものはない。大学で研究している内容が基礎的なものばかりなので、企業のニーズとマッチングすることは難しい。

項目	東京大学大学院農学生命科学研究科附属生態調和農学機構
<p>地域活性化に協力できる取り組みこと</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 当学の既存の設備（例：蓮の花等）を知った上で、それに対して何らかの有効に活用することを提案する企業が出てくれば、協力することができ、連携のきっかけが出てくると思う。 • 今度建築するキャンパスについても、当学のみで省エネの技術を取り入れると多額なコストがかかるので、省エネ関連に強い企業等があれば紹介していただけたらと思う。企業側から見れば、宣伝効果になるし、当学においても実験や研究の場にもできるので、双方にメリットがあると思う。
<p>産業振興施策全般</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 市民が楽しむためには、行政からの何らかの協力がないと持続しない。連携体制があれば、当学では会場等も提供できる。現在は、市民の憩いの場としての機能も備わっているので、うまく活かせたらと思う。歴史的建造物の維持管理についても、議論する場が提供されるのもありかもしれない。 • 市内企業と知り合う機会がないので、そういった交流を持つ場があれば良いと思う。 • 外国人の研究者や学生も当学には来て頂いている。ただ、宿泊施設が少ないので、中・短期的に宿泊が可能なゲストハウスがあると良い。

(13) 研究機関ヒアリング整理表

項目	東京都立産業技術センター（多摩テクノプラザ）
実施概要	<p>○ヒアリング日時：平成 25（2013）年 6 月 14 日 10：00～11：30</p> <p>○ヒアリング会場：多摩テクノプラザ会議室</p> <p>○ヒアリング対象：多摩テクノプラザ職員 2 名</p>
多摩地域の製造業の動向	<ul style="list-style-type: none"> ・大企業が撤退しており、それに伴い、全体の生産量も減少し、中小企業を支援しなくてはいけないという機運が高まっている自治体もみられる。 ・東京都全体では直近 10 年の間でモノづくり事業者が激減しているが、その動向は多摩地域も同様である。 ・多摩地域について、東京都区部と比較すると、事業所数は 1/6～1/7 程度だが、製造品出荷額等ベースでは数年前から東京都区部を上回っている。中堅以上、かつ、コア技術を持った企業がまだまだ多くいることがうかがえる。 ・研究開発志向型の企業が多いのも多摩地域の 1 つの特徴である。 ・多摩地域内で飛躍的に伸びている地域はないが、青梅線沿線の自治体は製造業支援に力を入れているようだ。 ・自治体の中には、東京都の支援策を用いて、工業集積を再度検討し、中長期的な計画を考えているところもみられる。
多摩地域の製造業の産学公連携	<p>【産学公連携の現状と実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・多摩地域は東京都区部と比べると産学公連携は活発であると考えられる。実際、多摩地域では産学公連携に積極的な大学が多いほか、金融機関や東京都中小企業振興公社多摩支社も産学公連携を実施している。 ・多摩テクノプラザについては、コーディネーター事業において産産、産学等の連携が成立するケースが年間 5 件（都産技研全体では 30 件）であるほか、相談件数も 100 件程度ある。 ・相談内容については、企業が製品開発の初期段階であると、大学を紹介して、研究を進めるケースが多い。一方、製品ができて、提携して販売したい主旨であれば、企業を紹介して、産産連携を行う。 <p>【産学公連携における課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大学を利用する際の課題は、実用化の研究については大学院生がいないと開発が進まない。 ・開発を進めると、知財の問題も顕在化するほか、企業と大学、それぞれがお互いに信頼関係を構築しないと、本音の部分が出てこない。 ・現在、様々な機関において、産学公連携のスキームがあるが、事業化まで進む成功事例は極めて少ない。

項目	東京都立産業技術センター（多摩テクノプラザ）
	<ul style="list-style-type: none"> ・技術力はあるが、大学との連携に消極的な中小企業も多数ある。そういう企業に対して、産学公連携を推進しているが、費用対効果の問題が生じる等、連携まではあまり結びつかない。
<p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">製造業事業者間の交流・連携やビジネスマッチング</p>	<p>【交流・ビジネスマッチングの実績状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・毎年、異業種交流グループを実施している。具体的には、年度初めに募集要項をかけて、多摩地域では1グループ組成し、20社程度集める。1年目は当方が事務局を担い、交流会を運営するが、2年目以降は参加企業の中から幹事を決めたと、自主的に運営するスタイルにしている。 <p>【交流・ビジネスマッチングにおける課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・従来は募集するとすぐに企業が集まったが、現在は当法人以外でもビジネスマッチングを開催する機関が増加したためか、集まりづらくなっている。 ・全くの同業種同士であると、利害関係が生じるケースがあることや、お互いに遠慮して意見を言わない可能性も出てくるため、交流会のメンバーを選別する必要がある。 ・参加してもメリットを感じないと企業が思ってしまうと、参加企業が少なくなり、継続が難しくなる。 <p>【交流・連携やビジネスマッチングの成功要因】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・1年間でいかに参加企業同士が信頼関係を構築できるか否かがある。誰がキーパーソンとなるかを見極めることが重要であり、それにより、今後の運営の継続に大きく関わる。長続きしているグループでは共同で製品化したケースもみられる。
<p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">自治体が産学公連携の振興を行う上で必要な視点や考え</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ベッドタウンの都市の場合、退職者で優秀な方も多いと考えられるので、その人を活用して、上手く産業振興を進めても良いと思う。 ・大学を活用することも1つの方法である。大学と連携というものはイメージが良いと感じられるからである。農業関係の大学があるとする、製造業の事業者と連携させて、植物工場の開発を進めるということも1つの案だと考えられる。 ・最終的には人の問題である企業、大学、コーディネーターのやる気と質がそろわないと上手くいかない。企業としては、何らかのメリットがないとすぐに縁を切ってしまう。如何にしてニーズをうまくマッチングさせるかが重要であり、それを推進するためには人材の質を向上させる支援策が必要である。

項目	東京都立産業技術センター（多摩テクノプラザ）
産業振興全般	<ul style="list-style-type: none">• 補助金を申請する際に申請手続きが煩雑であるという声はよく聞かれるので、申請書類の簡略化を進めると良いと思う。• 特区申請があると良い。特区が創設されると、その地域に特徴が出るので、企業としても目標を立てやすい。実際、企業から自治体に対して特区を要望したいという意見もあった。• 加えて、市場が国内では飽和状態にあることから、海外に進出したい中小企業も多くなっているが、中小企業独自では文化や語学の問題等になかなか解決できない。そのため、行政に頼るケースも多いとみられるので、海外進出に対する支援も今後必要となってくると考えられる。

(14) 観光関係機関 ヒアリング整理表

項目	多摩六都科学館（指定管理者：乃村工藝社）
実施概要	<p>○ヒアリング日時：平成 25（2013）年 6 月 12 日 10：30～12：00</p> <p>○ヒアリング会場：多摩六都科学館応接室</p> <p>○ヒアリング対象：多摩六都科学館組合職員 1 名、多摩六都科学館（指定管理者：乃村工藝社）職員 3 名</p>
本市の事業環境	<p>【本市での環境変化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・来館者数は、平成 24（2012）年度が 181,715 人と、開館以来最高の数字。要因としては、プラネタリウムの更新が挙げられる。 ・また、リニューアル（プラネタリウムの機器の更新等）による開業効果やマスコミ報道により多摩六都以外の地域、静岡や長野、関東全域へ PR 効果があったことも挙げられる。 ・昨年は、日食等宇宙のことが話題になっていたことも来館客数が好調だったことも要因 ・来館者からの職員による解説の要望に応え、解説員 5 人が特徴を活かした解説を実施したことも集客効果につながったと考える。 <p>【事業を行う上での課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・来館者数の半数は小学生であり、平日は土日に比べると少ない。現在最も集客したいターゲット層はシルバー層であり、生涯教育の場であるということをアピールして、シルバーの方に来ていただくことを検討している。 ・また、圏域 5 市（70 万人）のうち、1 回も来たことがない人が 6 割ほどいると考えられるので、この人達に来ていただくことも視野に入れている。特に、情報の届かない人達にどうやって情報をつなげていくかといったことが今後の課題の 1 つである。 ・加えて、近隣に住んでいて徒歩で来られるにも関わらず、来たことがない人も多い。その人達に対して、当館の存在を知ってもらうことも課題である。
他機関や地域住民との連携・交流	<p>【市内の事業者や団体との連携・交流の実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東大と定期的に連携を実施しているほか、商工会や商店街と連携する動きが広がっている。 ・JPA（日本プラネタリウム協議会）の全国プラネタリウム大会 2013 が西東京で開催された際に、六都らしさを PR するために、物産展やお酒の販売を実施。それをきっかけに、夏休み土日限定であるが、圏域の商業事業者に声をかけて、敷地内に出店して頂いている。 <p>【市外の事業者や団体との連携・交流の実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・民間企業や浄水場と連携を実施している、大手ガス事業者と冷熱関係で連携しているほか、電力事業者ともエネルギーの利用について連携 ・上下水道分野では、東村山の浄水場や清瀬市の水再生センター等とも水処理についても説明してほしいという要望もあり、年に数回出張して、受講者にわかりやすいプログラムを実施している。

項目	多摩六都科学館（指定管理者：乃村工藝社）
観光資源のポテンシャル	<ul style="list-style-type: none"> 本市には魅力的な資源がある。また、国木田独歩の文学碑等も近隣にあり、幅広い観光プログラムを作成できる可能性は十分ある。 林間学校向けでは、自然の中でフィールドワーク等があるので、当館と連携した企画が十分に可能であると考えられる。ただし、宿泊施設については、本市を含めて北多摩地域にはほとんどないことが課題である。
観光振興に力を入れている団体等は成果を上げている、あるいは	<p>【市内関連について】</p> <ul style="list-style-type: none"> 東伏見商栄会は先進的である。早稲田大学と共同でのイベントや近隣イベントへの出店等は1つの観光振興に向けた取組みといえるのではないだろうか。 また夏休みにおいては、当館にかき氷を出店する等、他機関との連携には非常に積極的である。 <p>【市外関連について】</p> <ul style="list-style-type: none"> 西武鉄道が狭山球場のテコ入れを積極的に実施している。 FC東京の練習場が小平市にあるが、西東京市内にも営業の方が足を運んでいる。 修学旅行に来た学生を集める手法については、長崎歴史文化博物館は参考になる。 東京にある科学技術館は全国から修学旅行生が集まる。その要因は、科学技術館の人が全国の教育委員会を訪問し、営業していたことが大きい。
産業振興全般	<ul style="list-style-type: none"> 住んでいる人自身がその町で買物できるような魅力を作り出すことが第一歩だと思う。 田無やひばりが丘、花小金井から自転車が安全に来られるような道があると良い。自転車は利用率が高いが、駅には放置自転車があるので、コミュニティサイクルのような機能で、エコで安全なアクセス手法ができれば、人が集まると思う。 産業振興課と他の部署との連携を円滑に進めることが重要 産業振興を実施する際には、どの地域においてもキーパーソンがいる。キーパーソンが集まると拠点ができるので、拠点をうまく作り上げるサポートがあると良いと思う。主人公はあくまでも市民なので、市民がその気になれるような仕掛けを作ることが重要である。

3 商店街向けアンケート結果（単純集計）¹

I. 商店街の概要

（1）商店会の組織

①商店会組織の状況

■法人化の有無（単一回答、N=21）

回答項目	回答数	割合
1. 法人化している	3	14.3%
2. 法人化していない	15	71.4%
3. 今後、法人化する予定	0	0.0%
4. 無回答	3	14.3%

■（5年前と比べて）加入率の状況（単一回答、N=21）

回答項目	回答数	割合
1. 上昇した	2	9.5%
2. 変わらない	9	42.9%
3. 低下した	10	47.6%

■（5年前と比べて）組織の活動状況（単一回答、N=21）

回答項目	回答数	割合
1. 活発になった	6	28.6%
2. 変わらない	8	38.1%
3. 停滞した	2	9.5%
4. 活動していない	4	19.0%
5. 無回答	1	4.8%

■活発に活動している人（単一回答、N=21）

回答項目	回答数	割合
1. 複数人いる	15	71.4%
2. 2人の少数	1	4.8%
3. 誰もいない	4	19.0%
4. 無回答	1	4.8%

¹ 各設問の回答結果の割合については、四捨五入の関係から足し合わせても100%にならないものもある。

■活発に活動している人の平均年齢（単一回答、N=21）

回答項目	回答数	割合
1. 20歳代以下	0	0.0%
2. 30歳代	0	0.0%
3. 40歳代	1	4.8%
4. 50歳代	6	28.6%
5. 60歳代	5	23.8%
6. 70歳代以上	3	14.3%
7. 無回答	6	28.6%

■過去5年間の補助事業・助成事業の実施の有無（単一回答、N=21）

回答項目	回答数	割合
1. 実施した	18	85.7%
2. 実施していない	3	14.3%

■実施した事業の具体的な内容（自由回答を整理、N=17）

自由回答を項目化した内容	件数	割合
プレミアム商品券	6	35.3%
イルミネーション	5	29.4%
盆踊り等の祭り	5	29.4%
中元売出し、歳末売出し	4	23.5%

その他の回答としては、「映画祭」「街なかふれあいサロン」「新生活応援セール」「スポーツ関連イベント（オリンピック招致活動、スポーツ祭東京 2013 気運醸成事業）」等がみられた。

■商店会の特徴（N=18、自由回答）

商店数は少ないが、全員が協力的である。
チェーン店が多い。
地域が広すぎる。
商業・工業共に交じり合った組織の商店会
保谷駅前立地
つい最近では、シャッターの閉まっているところがなかったのが、最近急に目立つ様になった。
道路拡張（保谷－調布線）で商店会が分断され、一部分しか機能されない。
地域密着、会話を大切にし、お客様とのコミュニケーションによる信頼関係が商店会各店に築かれている。
地元商店が多いので、地元密着型の活動ができる。

年間継続事業は滞りなく実施され、地域住民とのコミュニケーションは図られている。
昔から住んでいるお客様については、その生活に合わせた商品、サービスを提案できる。
高齢者が多く、活動らしい事をしていない。
地元に着し、老人・子供連れ、大型店に行けない人。
駅前立地があり、デッキで駅と直結している。一つビル内にすべての加盟店が入っている。
親睦会的な組織で有効である。
老舗が多い。
駅前商店街のわりに物販業が少ない。飲食業とサービス業が多い。生鮮品の店舗が0である。
小売業が多いため、閉業する店がある。

■ 商店会の弱み (N=20、自由回答)

バス通りとなっている為、道路を分断される。連続性がない(宅地等)。
加盟店店舗数が少ない。
チェーン店が多く、商店会活動が一部の人に固定化してしまう。
大型店が近くにある。
役員不足
物販店がなくなり大手チェーンの出店
高齢化
道路拡張(保谷-調布線)で商店会が分断され、一部分しか機能されないため、商店会として活動が難しい。
会員の高齢化による会員不足、機動力不足
発足したばかりなので、活動基盤が確立されていない。
立地的にバス通りで二分されまとまりのない上に、業種構成が悪く、物販店が足りない。
鮮魚店、精肉店がない。
客が少なく、毎日が不安です。
店主の高齢化
会員がいない。
駐車場を所有していない。
協力があまりない。
生鮮3品が加盟店にない。
駅前に大型店が2店あるので、物販業が衰退している。
伏見駅と保谷駅の間にあるため、お客様が少ない。

②店舗構成

■増加した業種（自由回答、N=10）

自由回答を項目化した内容	回答数	割合
飲食店	4	40.0%
サービス関連（美容院、接骨院）	3	30.0%
薬局	1	10.0%
特になし	3	30.0%

■減少した業種（自由回答、N=10）

自由回答を項目化した内容	回答数	割合
物販店	6	60.0%
飲食店	5	50.0%
なし	1	10.0%

■（5年前と比べて）全体の店舗数の動向（単一回答、N=21）

回答項目	回答数	割合
1. 減少した	7	33.3%
2. ほぼ同じ	9	42.9%
3. 増加した	2	9.5%
4. わからない	0	0.0%
5. 無回答	3	14.3%

■（5年前と比べて）チェーン店舗数の動向（単一回答、N=21）

回答項目	回答数	割合
1. 減少した	2	9.5%
2. ほぼ同じ	9	42.9%
3. 増加した	4	19.0%
4. わからない	1	4.8%
5. 無回答	5	23.8%

■ (5年前と比較して) 空き店舗数の動向 (単一回答、N=21)

回答項目	回答数	割合
1. 減少した	1	4.8%
2. ほぼ同じ	10	47.6%
3. 増加した	1	4.8%
4. わからない	1	4.8%
5. 無回答	8	38.1%

■ 店舗の老朽化の状況 (単一回答、N=21)

回答項目	回答数	割合
1. 老朽化している	2	9.5%
2. やや老朽化している	4	19.0%
3. さほど目立たない	12	57.1%
4. 老朽化は見られない	0	0.0%
5. 無回答	3	14.3%

③賑わいの動向

■ 商店街の現状 (単一回答、N=21)

回答項目	回答数	割合
1. 賑わっている	0	0.0%
2. やや賑わっている	2	9.5%
3. 特に変化なし	6	28.6%
4. やや衰退している	7	33.3%
5. 衰退している	3	14.3%
6. 無回答	3	14.3%

■ 5年前に比べてにぎわい (単一回答、N=21)

回答項目	回答数	割合
1. より賑わった	1	4.8%
2. やや賑わった	1	4.8%
3. 特に変化なし	4	19.0%
4. やや衰退した	9	42.9%
5. より衰退した	3	14.3%
6. 無回答	3	14.3%

■5年前に比べた全体の業績（単一回答、N=21）

回答項目	件数	割合
1. 向上した	1	4.8%
2. 特に変化なし	6	28.6%
3. 悪化した	11	52.4%
4. 無回答	3	14.3%

④大規模店舗や市外との共存・競合

■市内の近接する大規模店舗との関係（単一回答、N=21）

回答項目	件数	割合
1. 共存関係にある	4	19.0%
2. 競合関係にある	5	23.8%
3. 共存競合の関係はない	10	47.6%
4. 無回答	2	9.5%

■近接する大規模店舗の影響（単一回答、N=21）

回答項目	件数	割合
1. 影響を受けている	5	23.8%
2. やや影響を受けている	8	38.1%
3. 影響はほとんどない	8	38.1%
4. 無回答	0	0.0%

■具体的な影響（自由回答、N=11）

大型店では、食品から家電、自転車等なんでも取り扱っているので、価格面での影響が大きい。
大型店のポイント等
イオンができてから、西友、オリンピック等近くの手スーパーがチラシを毎週入れるので、商店街に人が来なくなった。
商店会ですべての商品がそろわない。
開店間もないので、一度は行ってみたい。客足の減少
商店量・種類・価格等で太刀打ちできない。影響を受ける店が少ない（物販店、業種不足）。
業種が少なく、八百屋や魚屋がない。
若い人の買物客がほとんどなくなった。
イオン東久留米店オープンにより、全体売上が約5%ダウン。
大型店（アスタ、リヴィン）
バスが通ったため、お客さんが大型店に行ってしまう。

■市外の商業地・店舗の影響（単一回答、N=21）

回答項目	件数	割合
1. 影響を受けている	4	19.0%
2. やや影響を受けている	4	19.0%
3. 影響はほとんどない	8	38.1%
4. 無回答	5	23.8%

■商店街としての対策（N=6、自由回答）

中元、歳末売出等、また地域まつり、秋期祭礼等しています。
行政からアドバイス・協力頂いて、イベントの事業を多く実行したい。
ひとり暮らしのお年寄りの家に配達してさしあげる。
人通りが少なくなった。
施設内外設備の改善、従業員の強化 他
イオンモール

⑤買物客のプロフィール

■買物客の多い年代（単一回答、N=21）

回答項目	回答数	割合
1. 20歳未満	0	0.0%
2. 20歳代	0	0.0%
3. 30歳代	0	0.0%
4. 40歳代	2	9.5%
5. 50歳代	0	0.0%
6. 60歳代	3	14.3%
7. 70歳代以上	3	14.3%
8. ほぼ全年齢層	3	14.3%
9. 無回答	10	47.6%

■市外からの流入（単一回答、N=21）

回答項目	回答数	割合
1. かなりある	0	0.0%
2. ややある	6	28.6%
3. ほとんどない	14	66.7%
4. 無回答	1	4.8%

■5年間における買物客数の変化（単一回答、N=21）

回答項目	回答数	割合
1. 増加した	0	0.0%
2. やや増加した	2	9.5%
3. 特に変化なし	6	28.6%
4. やや減少した	6	28.6%
5. 減少した	5	23.8%
6. 無回答	2	9.5%

■買物客数の増減の背景、要因

「2. やや増加した」の回答理由（自由回答、N=1）

街が開発され、新しい店舗ができた。

「4. やや減少した」の回答理由（自由回答、N=5）

食事をあまり作らない。商店街で揃わないものがある。

顧客のニーズに対応できない。

近接に出店した大型競合店の影響。

お客様の高齢化。

お得意さんの高齢化が目立つ。新規住民が顧客にならない。

「5. 減少した」の回答理由（自由回答、N=4）

販路の変化により、家に居ながら、買物ができるようになった為（ネット・通販等）。

大型店に負けている。

店舗数が少なく、減少あるのみ。

隣の駅（花小金井）まわりにスーパーができて、花小金井から田無駅付近のお客さんが通らなくなった。又、田無～芝久保に「はなバス」が走り出してから、人の通りが少なくなった。

⑥商店街として、現在、抱えている課題（複数回答、N=21）

回答項目	回答数	割合
買物客の減少	14	66.7%
個店の後継者の問題	11	52.4%
大型店の出店	6	28.6%
客の高齢化への対応の遅れ	6	28.6%
商店会未加入店舗の増加	6	28.6%
空き店舗の増加	5	23.8%
防災への対策	2	9.5%
他組織等との連携不足	2	9.5%
施設の老朽化	1	4.8%
その他	0	0.0%
特に課題はない	2	9.5%
無回答	1	4.8%

II. 本市の産業振興マスタープランについて

問2-①. アクションプランに掲載されている事業に関する商店街振興への有効性

（「有効である」と回答した数、N=21）

回答項目	回答数	割合
生活者が参画できる商店街のイベントの開催	11	52.4%
安心して買物ができる空間づくりの推進	11	52.4%
生鮮4品取扱店舗の整備支援	9	42.9%
出店希望者に対する市内空き店舗に関する情報提供	8	38.1%
生活者等と地域と連携しての協働活動の推進	8	38.1%
空き店舗を活用した姉妹・友好都市の特産品等の常設売場の設置	6	28.6%
複数の商店街連携による統一的なイベントの開催	6	28.6%
空き店舗活用の支援	6	28.6%
商店会・商工会への加入促進に向けた組織強化推進員の配置	6	28.6%
利用者向上目的の市内共通スタンプ（ICカード）事業の導入	6	28.6%
創業支援・経営革新相談センターによる相談・補助事業活用支援	5	23.8%
創業支援・経営革新相談センターによる経営ノウハウ等の研修実施	3	14.3%

問2-②. アクションプランに掲載されている事業に関する今後の取組み意向
 (「意向あり」と回答した数、N=21)

回答項目	回答数	割合
生活者が参画できる商店街のイベントの開催	9	42.9%
安心して買物ができる空間づくりの推進	6	28.6%
生活者等と地域と連携しての協働活動の推進	5	23.8%
複数の商店街連携による統一的なイベントの開催	4	19.0%
創業支援・経営革新相談センターによる相談・補助事業活用支援	4	19.0%
商店会・商工会への加入促進に向けた組織強化推進員の配置	4	19.0%
出店希望者に対する市内空き店舗に関する情報提供	3	14.3%
利用者向上目的の市内共通スタンプ(ICカード)事業の導入	3	14.3%
生鮮4品取扱店舗の整備支援	2	9.5%
空き店舗活用の支援	2	9.5%
創業支援・経営革新相談センターによる経営ノウハウ等の研修実施	2	9.5%
空き店舗を活用した姉妹・友好都市の特産品等の常設売場の設置	0	0.0%

問3-①. 問2で記載した事業のうち、活用したことがある事業および事業を活用した成果 (N=5)

回答項目	回答数
複数の商店街連携による統一的なイベントの開催	2
生活者が参画できる商店街のイベントの開催	2
空き店舗活用の支援	2
生活者等と地域と連携しての協働活動の推進	1
商店会・商工会への加入促進に向けた組織強化推進員の配置	1
安心して買物ができる空間づくりの推進	1

事業を活用した成果については、全ての事業で「1. 成果あり」と回答。

問3-②、①で回答した事業について、より有効性を高めるために必要な改善策

「生活者が参画できる商店街のイベントの開催」

谷戸ふるさと祭りに地域自治会及び地元中学校との協賛親睦

「複数の商店街連携による統一的なイベントの開催」

周辺六商店街との共催のひばり祭イベントを毎年開催(西友・パルコと共催)

プレミアム商品券発売記念セール。1回目より2回目。お客様のニーズに答えて賞品を考え、回を重ねるごとにより、商品券の回収がよくなってきた。

「空き店舗活用の支援」

施設利用等の情報提供

「商店会・商工会への加入促進に向けた組織強化推進員の配置」

商店街区内の出店者に対して、積極的に加入促進

「安心して買物ができる空間づくりの推進」

補助金を頂いて街なかサロンをやっています。お客様に喜ばれているので、長続きすればより有効と思います。

問4. 商店街の活性化に向けて、求める必要な支援策等（自由回答、N=2）

お客様を集客できるイベント開催の増加、駅周辺に各店舗のお得情報コーナー設置等

商店街区内の出店者に対して、積極的に加入促進

Ⅲ. 商店街（商店会）の地域との連携交流活動について

問5. 企業・大学、行政機関等との交流・連携実績（複数回答、N=21）

回答項目	回答数	割合
（何らかの機関と）交流・連携の実績がある	8	38.1%
うち、小中高校等の教育機関と交流・連携を実施	5	23.8%
うち、他の商店街との交流・連携を実施	5	23.8%
うち、大学との交流・連携を実施	3	14.3%
うち、行政機関との交流・連携を実施	3	14.3%
うち、農業事業者との交流・連携を実施	3	14.3%
うち、市内企業との交流・連携を実施	1	4.8%
うち、その他の機関との交流・連携を実施	0	0.0%
交流・連携の実績はない	6	28.6%
無回答	7	33.3%

問6. 具体的な連携分野や内容

■ 交流・連携分野（複数回答、N=8）

回答項目	回答数	割合
地域コミュニティづくり	5	62.5%
商店街としての集客	3	37.5%
子育て支援	1	12.5%
防犯・防災	1	12.5%
高齢者支援	0	0.0%
環境活動	0	0.0%
観光振興	0	0.0%
その他	0	0.0%
無回答	2	25.0%

■ 特に力を入れている交流・連携の内容（自由回答、N=4）

イベントによる商店街としての集客
お祭り等イベント参加、野菜販売
商店会の中に社協、地域活動拠点、街なかサロンにここでも武蔵野大生、地域自治会、老人会、ふれまち商店会で運営して、活発に活動している。
谷戸ふるさと祭りは地域に育つ子供達のふるさとづくりをテーマに神輿・太鼓山車の巡行を行い、大道芸・縁日等のイベントを通じて、地域とのコミュニティづくりを図っている。

問7. 交流・連携を進める上での課題・阻害要因（自由回答、N=2）

会員の理解と協力
高齢化が進む組合員の動員が減少気味で課題

問8. 交流・連携の促進を図る上で必要な支援策（自由回答、N=2）

商店会が地域で必要であると認識してもらう活動を支援
周辺新規マンション自治会の加盟促進

IV. 商店街（商店会）の後継者育成・確保の状況について

問 9. 加盟されている事業者の後継者育成・確保の状況（単一回答、N=21）

回答項目	件数	割合
1. 後継者の育成・確保が商店街全体で課題となっている	5	23.8%
2. 後継者の育成・確保が商店街の一部の事業者で課題となっている	7	33.3%
3. 後継者の育成・確保は問題となっていない	4	19.0%
4. 無回答	5	23.8%

問 10. 後継者の確保や育成に向けて実施されている取組みの有無とその内容（単一回答、N=21）

回答項目	回答数	割合
1. 具体的な取組みを行っている	1	4.8%
2. 具体的な取組みを行っていない	11	52.4%
3. 無回答	9	42.9%

■ 具体的な取組みの内容（自由回答、N=1）

青年部を組織して、とりあえず商店街への行事に参加してもらうよう声かけを行っている。

V. 商工会への加入促進について

問 12. 商店街に立地されている事業者（個店）が商店会・商工会に加入しない理由

（複数回答、N=21）

回答項目	回答数	割合
活動の内容にメリットが感じられない	8	38.1%
活動のために時間を割くことが難しい	7	33.3%
商店会・商工会の活動内容が知られていない（理解されていない）	6	28.6%
チェーン店が多く個店が独自の判断ができない	4	19.0%
経費の負担が大きい	4	19.0%
その他	0	0.0%
未加入の事業者はいない	3	14.3%
無回答	4	19.0%

問 13. 商工会・商店会加入促進に向けた取組みの実施の有無とその内容（単一回答、N=21）

回答項目	回答数	割合
1. 具体的な取組みを行っている	5	23.8%
2. 具体的な取組みを行っていない	8	38.1%
3. 無回答	8	38.1%

■ 具体的な取組みの内容（自由回答、N=5）

店舗への訪問と店長とのコミュニケーション
声かけをしているが、応じてもらえず。
新規出店者に商店街事業内容の説明、定款規約の開示、出資金規制の詳細を理解の上、加入促進を行っている。
商工会と連携して加入促進を行っている。
防災組織として市に登録し、共同体としての連帯感を強める。

VI. 本市の産業振興施策に対するご意見・ご要望について

問 14. 本市の観光施策に関する意見やご要望（自由回答、N=5）

フィルムコミッション。
サマーフェスティバルや田無神社例大祭にも協力しているが、そういった事業の告知を市政サイドで市内外に発信してほしい。
商店会の活力を取り戻すには、自助努力のみでは難しいので、地域の理解や協力を得て、元気を取り戻す方法が良いと思う。
他市から来訪する観光施設は無いので、ものづくりで名品・名物を市をあげて対外にPR出来るよう物を要望したい。また、B-1 グランプリのような企画の開催や、市民まつりスタイルをさらに進化させてほしい。
飲食業が多いのだから、市の名物料理を打ち出したら良いと思う。例えば、「餃子の町宇都宮」のようなものがあってほしいと思う。

問 15. 本市の商店街振興策の対象についての考え（単一回答、N=21）

回答項目	件数	割合
1. 商店街全般を対象に振興対策支援を進めるべき	9	42.9%
2. 商店街としての活動に積極的な所に重点を置いて振興対策支援を進めるべき	7	33.3%
3. 各個店を対象に振興対策支援を進めるべき	1	4.8%
4. その他	0	0.0%
5. 無回答	4	19.0%

問 16. 本市の商業振興の大きな方向性についての考え方について（3つまでの複数回答、N=21）

回答項目	回答数	割合
ソフト・ハードによらず、商店街からの企画提案に応じて行政が支援・協働すべき	10	47.6%
市そのもののブランド力を上げ、価値が生まれる・人が来る状況をつくるべき	10	47.6%
商店街の地域住民のコミュニティ交流拠点としての機能を強化すべき	8	38.1%
販売促進等のソフト事業をより支援すべき	5	23.8%
商店街同士が連携して、事業を勧めるような状況をつくるべき	4	19.0%
観光・イベント等による人の呼び込みを勧めるべき	3	14.3%
施設整備等のハード事業をより支援すべき	1	4.8%
その他	0	0.0%
無回答	3	14.3%

問 17. 本市の産業振興施策に対するご意見やご要望（自由回答、N=3）

活力のある商店会を目指して、市産業振興課、商工会等の施策を取り入れていきたい。
商店会が協力して事業を行うことにより、消費者の利用数増大が見込まれることから、今後は行政側から施策提案を頂き、商店会同士が協力できるような事業について、調整・検討して頂きたい。
「はなバス」の開通により、多くの商店街がなくなっている。バスに乗れる人は、バスに乗れない人が買物するにはどうすればよいのか。一部の方のみの利便性向上のため、地域全体の発展が妨げられていると思うので、その辺をもう少し考慮してほしい。