

西東京市産業振興マスタープラン
(中期計画編)
(素案)

平成25年12月

西東京市

目 次

序章 中期計画の策定に当たって	1
序1 産業振興マスタープランの概要	2
序2 中期計画策定の背景と目的、位置付け	4
序3 策定に向けた基本的な考え方（見直しのポイント）	6
序4 計画の期間	7
序5 産業振興マスタープランの実現に向けての進め方	8
序6 策定体制	9
序7 産業振興マスタープラン中期計画の構成	10
第1章 産業振興で目指すもの	11
1 背景：産業振興に当たって	12
2 市内事業者・団体・市民に対する調査結果	18
3 アクションプランにおける事業の進ちょく状況	30
4 課題：どのような問題・資源があり、どういった対応が求められるか	35
5 基本理念：どのような考えのもと、産業振興に取り組むのか	44
6 将来像：産業振興で目指す姿	47
7 目標：産業振興でどのような効果をあげようとするのか	48
8 産業振興施策の特徴	50
第2章 中期計画	53
1 施策選定の考え方	54
2 中期計画における事業の選定（施策体系）	55
3 取り組み内容	61

第3章 中期計画の実現に向けて	81
1 中期計画実現に向けた流れ	82
2 中期計画の推進体制	82
資料編	85

本文中に*を付した用語については、資料編の「用語解説」に解説を掲載しています。
(なお、同じ用語が複数出てくる場合には、本文中に最初に出てくる箇所のみ、*を付けています。)

序章 中期計画の策定に当たって

序章 中期計画の策定に当たって

序1 産業振興マスタープランの概要

「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。）」は、西東京市（以下「本市」という。）の産業振興の礎として、平成 23（2011）年3月に策定しました。

産業振興マスタープランは、西東京市基本構想・基本計画を上位計画とする分野横断的な産業振興に関するビジョンであり、西東京市商工業振興基本条例及び個別の産業分野の計画と整合するとともに、産業振興に関連する各種計画と連携を図りつつ、本市における産業振興の方向性を定めています。

産業振興マスタープランにおいては、本市の産業振興の目標、基本理念及び将来像について、以下のとおり掲げています。

【目標】・・・産業から生み出されることを期待する3つの効果

- 『業』^{ぎょう}として収益を上げ、市の財政に貢献するとともに、雇用を生むという効果
- 産業の『多面的な役割』を活かして、市民生活の安心を支えるという効果
- 『地域の顔・イメージ』をつくり、地域の価値や市民の愛着を高める効果

【基本理念】・・・目標に掲げた3つの効果から期待される相乗効果

- 『多面的な役割』や『地域の顔・イメージづくり』が、『業』^{ぎょう}を行う環境をさらに良くしていくことが期待できます。
- 『業』^{ぎょう}で農地や商店からの収益があがり、『多面的な役割』で農地や商店街が市民生活になくてはならないものとなることで、農地や商店街が残り、空き店舗も減ることが期待できます。
- また、『業』^{ぎょう}が良くなれば、本業に余裕が生まれ、地域貢献等『多面的な役割』を發揮しやくすなり、『地域の顔・イメージづくり』にも力を入れやすくなります。

【将来像】

地域に根ざし、みんなに必要とされる産業が育ち・育てるまち 西東京

また、本市の産業振興の目標を具現化するための取組みについて、施策体系を以下のとおり掲げています。

表1 施策体系

分野	大項目	中項目
農業	農地の保全と活用	多面的機能の発揮
	農業を通じた交流	各種イベント、即売会等の実施
		農商工・産学公連携の推進
		市民農園の新しい展開と農業体験農園の推進
ものづくり	営業力が高まり、活躍し続けられる	独自技術を活かした営業展開の強化
		事業者間の連携強化・協働の促進
		事業継続への環境づくり
		行政と大手事業者の連携強化
	新規事業展開・新分野開拓が進む	産学公連携の取組み推進
		ソフトなものづくり産業の展開
		地元農産物の積極的な利用
	事業者（企業）が次々と生まれる	起業家支援の推進
		ものづくり事業所（企業）の誘致
	商業・サービス	地元の購買力を着実に取り込む
購入方法の多様化への対応		
商業・サービス業の担い手が育つ		個店の経営力の向上
		新たな担い手・人材の育成
地域資源がめぐり、地域を活発にする	地域内の連携・循環の仕組みづくり	
商店街	5駅の特徴を活かし、相当規模の魅力ある商店街づくり	地域の特徴を活かした、西東京市の顔となる商店街づくり
		戦略的な空き店舗の活用
		一部買い回り品を含む商店街の活性化
		地域のひとを活かした商店街づくり
	コミュニティを担い、地域の生活基盤となる商店街が息づく	魅力ある店舗構成・コミュニティ機能を持つ商店街づくり
		まちおこしのための商店街と地域住民の交流促進
	商店街が活発に活動する	商店街組織の強化
		意欲に応じた支援の強化
	安心して買物ができる商店街づくり	

産業振興マスタープランは、平成 23（2011）年度から平成 35（2023）年度までの13年を計画期間としています。

産業振興マスタープランがスタートして3年が経過し、この間、アクションプラン（計画期間：平成 23（2011）年度～25（2013）年度）が事業展開されてきました。その実施状況を評価するとともに、地域特性や新たな産業振興に対するニーズを的確に把握した上で、平成 26（2014）年度から平成 30（2018）年度までの5年間の実行プログラムである「産業振興マスタープラン中期計画（以下「中期計画」という。）」を策定するものです。

序2 中期計画策定の背景と目的、位置付け

1. 策定の背景と目的

本市では、平成 23（2011）年 3 月に産業振興マスタープランを策定するとともに、緊急性の高さや上位関連計画との関係、波及効果のほか、着手のしやすさを選定基準としたアクションプランを軸に、産業振興を目指した施策を展開してきました。

一方、産業振興マスタープランの策定から3年が経過し、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。

産業振興マスタープラン策定後の日本経済は、平成 20（2008）年9月に生じたリーマン・ショック*に端を発した経済情勢の悪化から徐々に持ち直しつつあったものの、平成 23（2011）年3月に発生した東日本大震災の影響を受け、一転して、厳しい状況となりました。その後、景気は緩やかな回復傾向にあるものの、長引くデフレ*の影響や急激な為替の変動等により、地域経済を底上げするほどの力強い回復には至っていません。そうした中、平成 26（2014）年4月には、平成7（1995）年以来、19年ぶりに消費税が引き上げられることが決定される等、社会経済情勢は依然として先行き不透明な要素が数多く存在しています。

一方、国の産業施策に目を向けると、平成 25（2013）年に新たな成長戦略として「日本再興戦略-JAPAN is BACK-*」が策定され、そのアクションプランの1つとして、産業の新陳代謝の促進のほか、雇用制度改革や人材力の強化、中小企業・小規模事業者の革新を進めるための「日本産業再興プラン*」が策定されました。このプランでは、民間の投資水準の回復や失業者数の減少、黒字の中小企業・小規模事業者の増加等を目標としています。

また、東京都においても、平成 23（2011）年に「東京都産業振興基本戦略*（2011-2020）」が策定され、地域産業の活性化や経営基盤の強化等、5つの戦略を掲げる等、産業施策について新たな戦略が構築され、今後の成長とイノベーション*が期待される産業分野の育成や中小企業の活力向上等が期待されています。

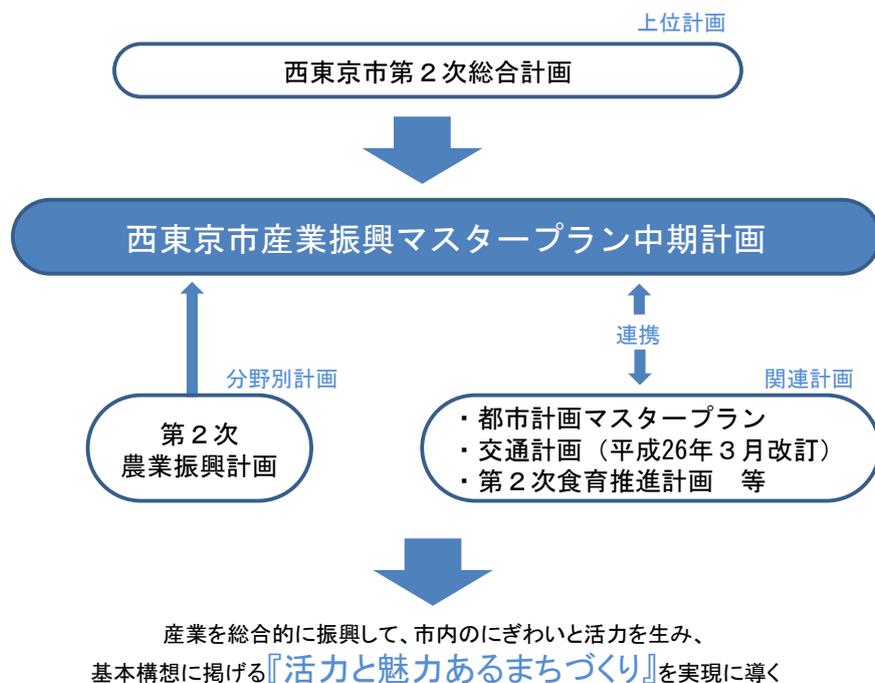
このような状況のもと、社会経済情勢や国内の産業施策の動向を的確に把握するとともに、アクションプランに基づく3年間の成果と課題を踏まえつつ、本市における地域特性や新たな産業振興に対するニーズ等を積極的かつ的確に取り込み、平成 26（2014）年度から平成 30（2018）年度までの5年間における本市の産業を着実に振興させることを目的とした中期計画を策定します。

2. 策定の位置付け

産業振興マスタープランは、西東京市第2次基本構想・基本計画及び実施計画からなる西東京市第2次総合計画（以下「第2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あり、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。

中期計画は、産業振興マスタープランの平成26（2014）年度から平成30（2018）年度までの5年間における実行プログラムとして、産業を着実に振興させる実効性の高い取り組み等を位置付けるものです。

図1 計画の位置付け



序3 策定に向けた基本的な考え方(見直しのポイント)

中期計画の策定に当たっては、以下のポイントを重視した上で、策定を行います。

1. アクションプラン策定後の環境変化を踏まえた見直し

産業振興マスタープラン策定後の社会経済情勢は大きく変化しており、これらに対応し、着実に産業振興を推進するためには、環境変化に対応した実行プログラムの選定が必要になります。加えて、本市の最上位計画である第2次総合計画や、産業振興マスタープランと関連性が非常に高い「第2次西東京市農業振興計画（以下「第2次農業振興計画」という。）」が新たに策定されることから、それぞれの計画との整合性を図ることが必要となります。

こうした点に十分配慮した上で、中期計画を策定します。

2. 産業振興マスタープランの産業振興施策体系の継続

中期計画の施策体系については、産業振興マスタープランの施策体系（3ページの表1参照）を継続することを前提に策定します。

ただし、農業分野については、第2次農業振興計画における施策とします。

3. アクションプランの取組み成果と課題を踏まえた上での見直し

産業振興マスタープランでは、計画初期の3年間においてアクションプランを着実に実施することで、所定の成果を収めてきました。しかしながら、その一方で、いくつかの課題も浮き彫りになりました。また、平成25（2013）年6月から実施した事業者ヒアリングや「産業振興マスタープラン推進委員会（以下「推進委員会」という。）」等における意見集約を通じて、アクションプランに対する評価や、新たな産業振興に対するニーズを把握しました。

産業振興マスタープランの中間期を支える中期計画は、中・長期にわたる本市の産業振興を大きく左右することとなります。したがって、課題や新たな産業振興に対するニーズを積極的かつ的確に把握し、実効性の高い事業等を中期計画に位置付けます。

序4 計画の期間

産業振興マスタープランの計画期間は、平成 23（2011）年度から平成 35（2023）年度までの 13 年間ですが、中期計画については、そのうちの平成 26（2014）年度から平成 30（2018）年度までの 5 年間で計画期間とします。

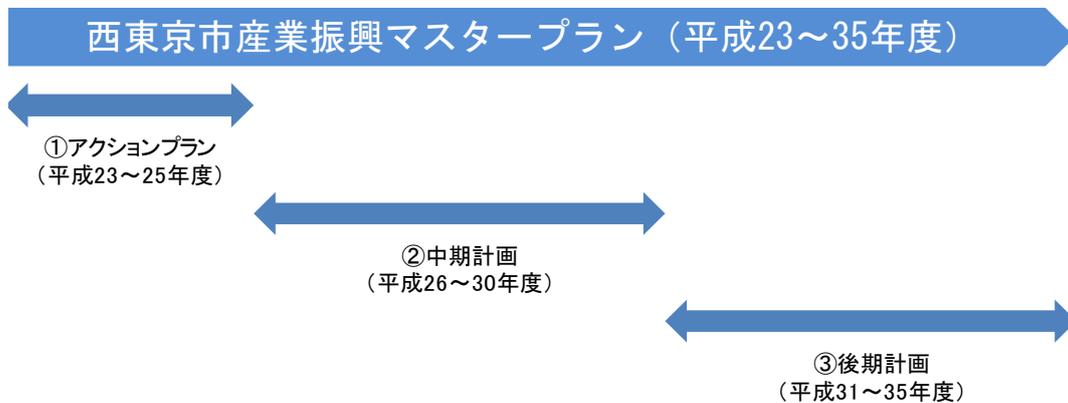
ただし、計画の進ちょく状況や社会経済情勢の変化に応じて、適宜必要な見直しを行い、状況に即した計画としていきます。

表2 産業振興マスタープラン及び上位・関連計画の計画期間

		(平成、年度)																			
		16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35
総合計画	第1次総合計画																				
	第2次総合計画																				
							← 後期基本計画 →										← 後期基本計画 →				
産業振興マスタープラン	マスタープラン																				
	アクションプラン																				
	中期計画																				
							← 中間見直し →					← 前期計画 →					← 後期計画 →				
農業振興計画	農業振興計画																				
	第2次農業振興計画																				
都市計画マスタープラン																					
		平成37年度まで																			
交通計画	交通計画																				
	交通計画(平成26年3月改訂)																				
食育推進計画	食育推進計画																				
	第2次食育推進計画																				

序5 産業振興マスタープランの実現に向けての進め方

産業振興マスタープランは以下の流れで、実現へとつないでいきます。



● 産業振興マスタープラン

- 平成 23（2011）年度から平成 35（2023）年度までの 13 年間における西東京市の産業を振興するための基本的な方向性を定めるとともに、分野横断的に取組む振興戦略を策定したものです。

① アクションプラン

- 西東京市後期基本計画等に位置付けられている事業のほか、アンケート・ヒアリングからみて必要性・緊急性が高い事業や、早期着手による波及効果が期待される事業等を抽出したものです。平成 23（2011）年度から平成 25（2013）年度までの3年間で実施しました。

② 中期計画

- 産業振興マスタープラン策定後の社会経済情勢の変化やアクションプランの評価のほか、ヒアリング調査等を通じて把握した課題や新たなニーズに対応するための実行プログラムとして中期計画を新たに選定します。
- 平成 24（2012）年度に推進委員会を設置し、平成 26（2014）年度から平成 30（2018）年度までに実施する事業の検討を行い、計画を策定します。

③ 後期計画

- 産業振興マスタープランの最終5ヵ年について、時代潮流や新たな市民・事業者ニーズを把握し、基本的な方向性並びに施策及び事業の見直しを図ります。
- 平成 29（2017）年度に（仮称）産業振興マスタープラン推進委員会を設置し、平成 31（2019）年度から平成 35（2023）年度までに実施する事業の検討を行います。

序6 策定体制

中期計画は、推進委員会を設置し、アクションプランに対する評価や課題の検証を行いながら策定します。

① 産業振興マスタープラン推進委員会の設置

計画の策定に当たり、学識経験者、各分野の関係者、市民等で構成する推進委員会を設置し、アクションプランの評価及び中期計画の検討を行います。

② 市内事業者・団体向けヒアリング調査の実施

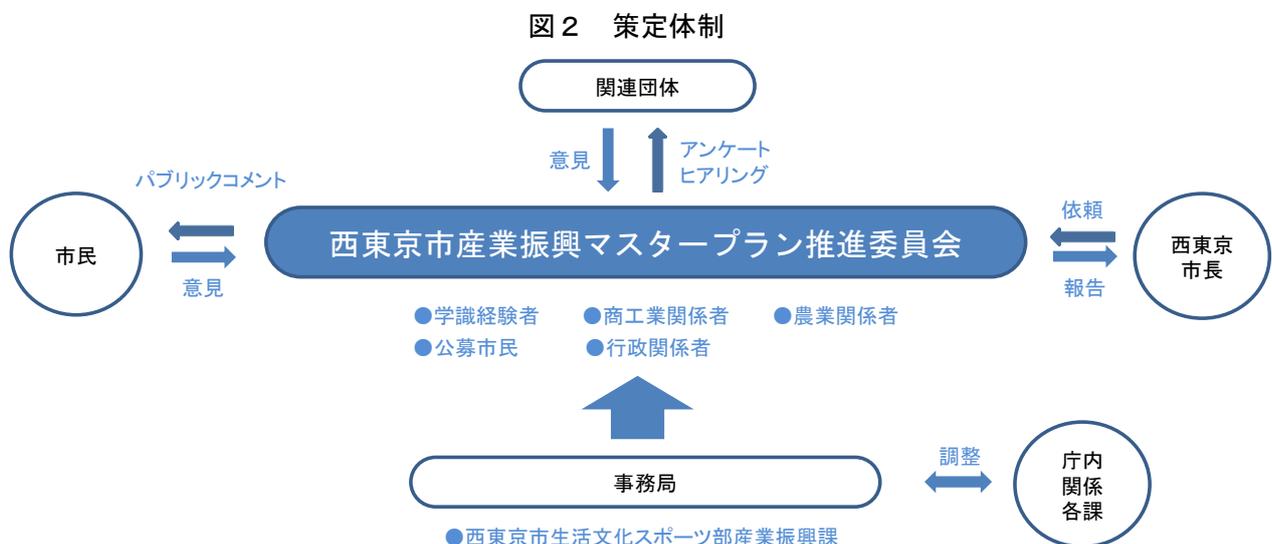
計画の策定に当たり、ものづくり関連や商業・サービス関連等の市内事業者及び大学・研究機関の団体等を対象にヒアリング調査を実施し、アクションプランの施策の評価や課題、改善点を把握するとともに、市内の産業振興全般に関するニーズや要望等についても把握しました。また、商店街に対しては、アンケート調査も実施し、商業振興に対するニーズ等についても把握しました。

③ パブリックコメントの実施

計画の策定に当たり、パブリックコメント*を実施することにより、市民等から広く意見を募ります。

④ 庁内関係各課との調整

計画の策定に当たり、全庁的かつ計画的に推進することを踏まえて、庁内関係各課と調整を行います。



序7 産業振興マスタープラン中期計画の構成

序章 中期計画の策定に当たって

- 計画策定の背景と目的、位置付け、計画の期間等

第1章 産業振興で目指すもの

- 西東京市の現状（人口、産業の動向）

- 市内事業者・団体・市民に関する調査



- どのような問題・資源があり、どういった対応が求められるか



- どのような考えのもと、産業振興に取り組むのか



- 産業振興で目指す姿
- 産業振興でどのような効果をあげようとするのか

第2章 中期計画

- 施策選定の考え方

- 施策体系図、取組み内容

- 分野横断的な方針

第3章 中期計画の実現に向けて

- 中期計画の推進体制、進ちょく管理

第1章 産業振興で目指すもの

第1章 産業振興で目指すもの

1 背景:産業振興に当たって

1.1 西東京市の人口の動き

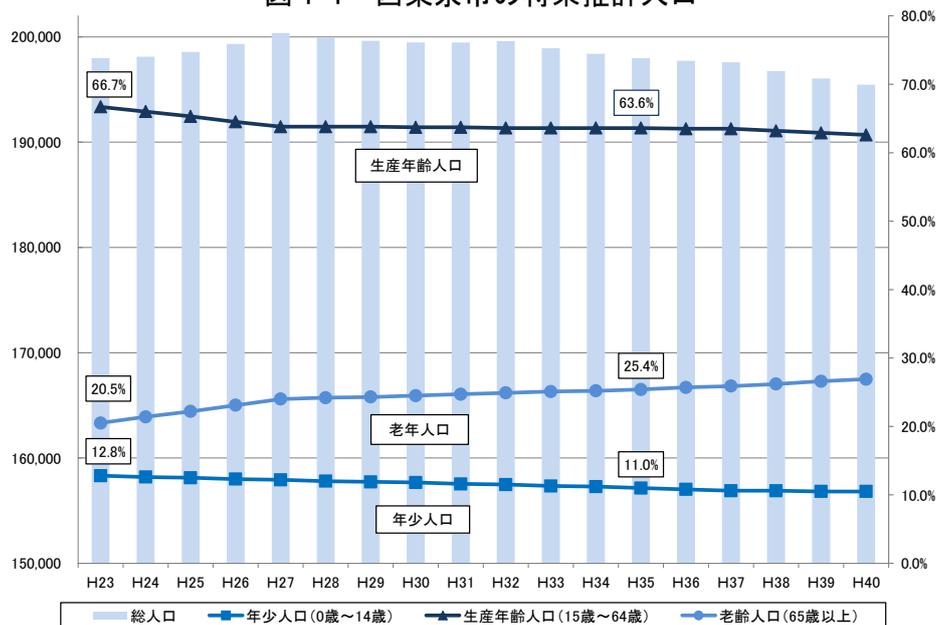
本市は、東京都の西北部、武蔵野台地のほぼ中央、都心より約 20km に位置しています。北は埼玉県新座市、南は武蔵野市及び小金井市、東は練馬区、西は小平市及び東久留米市に接し、西から東になだらかに傾斜したほぼ平坦な地域であり、植物の育成に適した関東ローム層の地質を有しています。

市域は 15.85 平方キロメートルの面積を有し、都心との近接性や交通利便性を背景に、高度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。

本市の総人口数は、全国の人口数がほぼ横ばいで推移する中、依然として増加が続いており、平成 25（2013）年 10 月 1 日現在、人口は 197,607 人、世帯数は 91,672 世帯（住民基本台帳）となっています。

西東京市人口推計調査報告書（平成 23（2011）年 12 月）によると、全国の人口数が減少に転じる中、本市では平成 27（2015）年まで人口が増加すると予測されています。しかし、平成 27（2015）年以降は、人口数が減少に転じ、産業振興マスタープランが終了する平成 35（2023）年には 197,990 人、平成 40（2028）年には 195,468 人まで減少する予測となっています（図 1-1）。

図 1-1 西東京市の将来推計人口



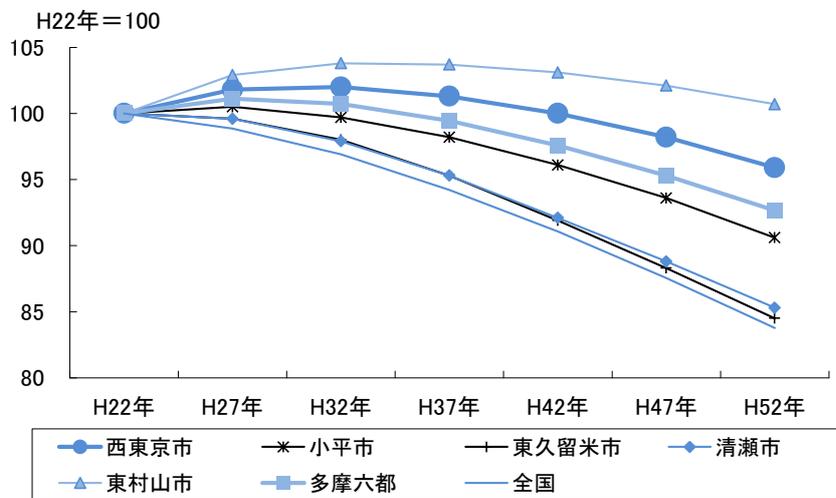
出所：西東京市「人口推計調査報告書」（平成 23 年 12 月）

一方、人口の年齢構成に着目すると、高齢化率*については、全国と同様に本市でも上昇傾向にあります。平成 23（2011）年時点における本市の高齢化率は 20.5%ですが、平成 35（2023）年には 25.4%と、約 4 人に 1 人が高齢者という状況になることが予想されます。さらに、平成 40（2028）年には 26.9%まで上昇する見通しであり、高齢化がより一層進展することが見込まれます。一方、生産年齢人口*割合について見ると、平成 27（2015）年までは低下しますが、その後は、ほぼ横ばいで推移し、平成 35（2023）年は 63.6%、平成 40（2028）年は 62.6%となる見込みです。

（参考）

今後の総人口数について、近隣地域（多摩六都*地域）と比較すると、本市は他地域よりも人口の減少スピードが緩やかとなることが予測されています（図 1-2）。また、高齢化率の水準は他地域よりも相対的に低く、生産年齢人口割合は他地域よりも高水準で推移するという特徴が見られます。

図 1-2 多摩六都別の総人口数の将来予測



（注）他市との比較を公平にするため、本グラフで使用する西東京市の数値は「西東京市人口推計調査報告書」ではなく、下記の出所の数値を使用しています。

出所：国立社会保障・人口問題研究所「日本の市区町村別将来推計人口」（平成 25 年 3 月）

図 1-3 多摩六都別の高齢化率の将来予測

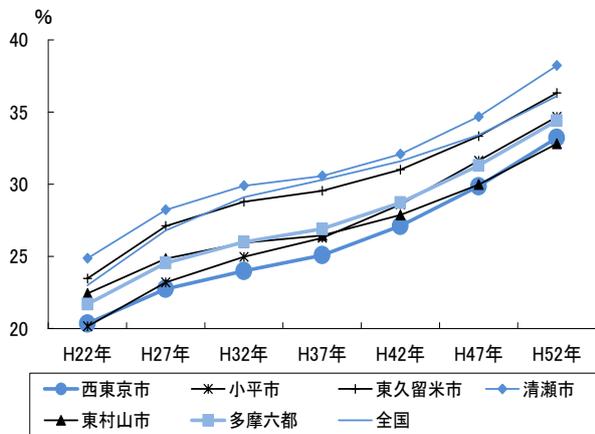
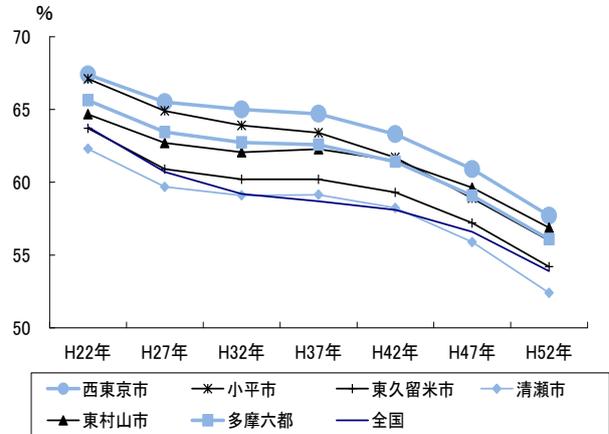


図 1-4 多摩六都別の生産年齢人口割合の将来予測



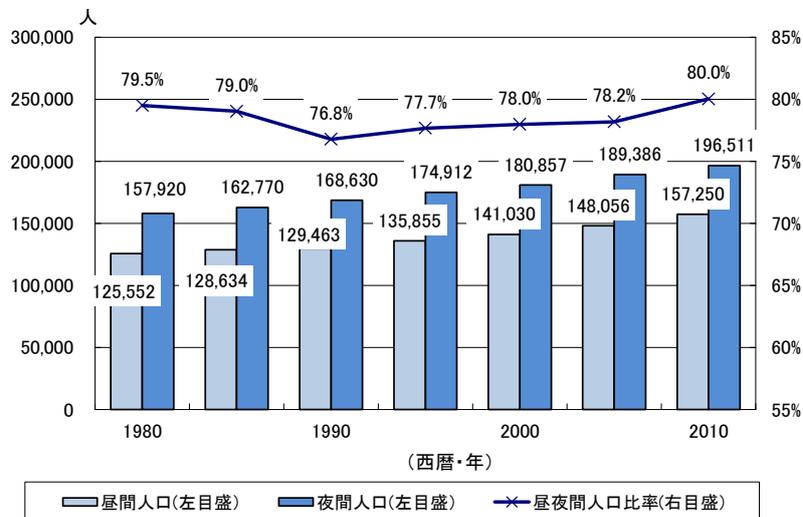
(注) 他市との比較を公平にするため、本グラフで使用する西東京市の数値は「西東京市人口推計調査報告書」ではなく、下記の出所の数値を使用しています。

出所：国立社会保障・人口問題研究所「日本の市区町村別将来推計人口」（平成 25 年 3 月）

1.2 昼夜間人口比率が上昇している西東京市

本市では、高度成長期以降、都心部のベッドタウン*として住宅都市が形成されたこと等を背景に、一貫して人口の増加が続いています。本市の住宅都市であるという特色の影響もあり、夜間人口数（本市に住んでいる人）が昼間人口数を上回っていますが、昼間人口数の増加スピードが夜間人口数の増加スピードを上回っている状況にあります。その結果、昼夜間人口比率*を見ると、平成 2（1990）年以降は上昇傾向にあり、平成 22（2010）年には 80.0%まで上昇しました（図 1-5）。

図 1-5 西東京市の昼夜間人口比率の推移



出所：総務省「国勢調査報告」

本市に住む就業者数を見ると、平成 12（2000）年は 86,668 人でしたが、平成 22（2010）年には、88,770 人と 10 年間で約 2,000 人増加しました。

本市在住の就業者の勤務先の内訳を見ると、半数近くが東京 23 区で働いており、市内で働いている就業者数は全体の 27.0%となっています（図 1-6）。一方、本市で就業する就業者数の居住地の内訳について見ると、市内に在住している割合は 50.2%と、ほぼ 2 人に 1 人が市内に住んでいる状況です（図 1-7）。

図 1-6 市内に住んでいる人の働く先
(平成 22 年)

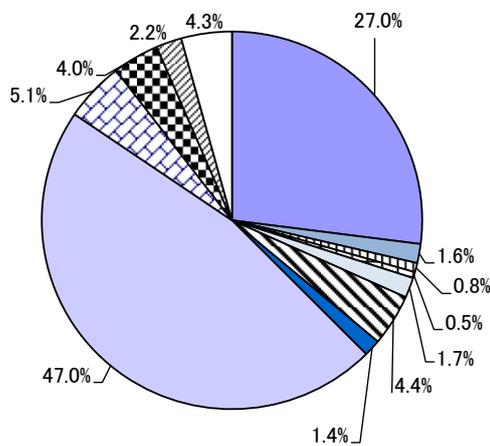
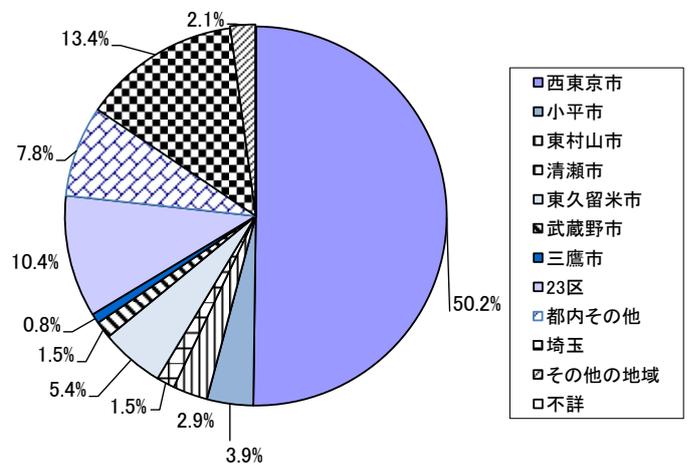


図 1-7 市内で働いている人の住んでいる先
(平成 22 年)



従業地先	実数(人)	構成比(%)
就業者総数(従業地不詳除く)	81,060	100.0
西東京市内	21,888	27.0
西東京市外	59,172	73.0
小平市	1,329	1.6
東村山市	639	0.8
清瀬市	417	0.5
東久留米市	1,403	1.7
武蔵野市	3,584	4.4
三鷹市	1,163	1.4
23区	38,065	47.0
都内その他	4,126	5.1
埼玉県	3,203	4.0
その他の地域	1,757	2.2
不詳	3,486	4.3

居住地先	実数(人)	構成比(%)
就業者総数(従業地不詳除く)	43,594	100.0
西東京市内	21,888	50.2
西東京市外	21,706	49.8
小平市	1,706	3.9
東村山市	1,285	2.9
清瀬市	671	1.5
東久留米市	2,355	5.4
武蔵野市	637	1.5
三鷹市	368	0.8
23区	4,535	10.4
都内その他	3,386	7.8
埼玉県	5,835	13.4
その他	928	2.1

(注) 従業地が市内か市外が「不詳」である就業者は除く
出所：総務省「国勢調査報告」

1.3 事業所数は3年間で大きく減少

本市の産業について見ると、市内に立地している事業所数は減少しています。平成 24 (2012) 年時点の事業所数については、5,103 か所と平成 21 (2009) 年からの 3 年間で 463 か所の減少 (対平成 21 年比▲8.3%) となっています。また、従業者数についても、48,271 人と平成 21 (2009) 年よりも 920 人減少 (同▲1.9%) しています。

近隣市と比較すると、事業所数については減少幅が大きい一方で、従業者数については、減少幅は他地域に比べると小さいことから、3年間で従業者数が少ない事業所が廃業あるいは市外に移転したケースが非常に高いと考えられます。

事業所数について業種別に見ると、「医療、福祉」を除き、減少しています。特に、「製造業」は 20%を超える減少であり、他業種に比べても減少が顕著となっています (表 1-1)。一方、従業者数については、「建設業」「学術研究、専門・技術サービス業」「宿泊業、飲食サービス業」では大きく減少した一方で、「運輸業、郵便業」で大幅に増加しました。また、「医療、福祉」や「教育、学習支援業」「生活関連サービス業、娯楽業」といった、市民生活に関連性の高い業種については、3年間で増加していることがうかがえます。

表 1-1 西東京市の大分類別事業所数及び従業者数の推移 (平成 21 年→平成 24 年)

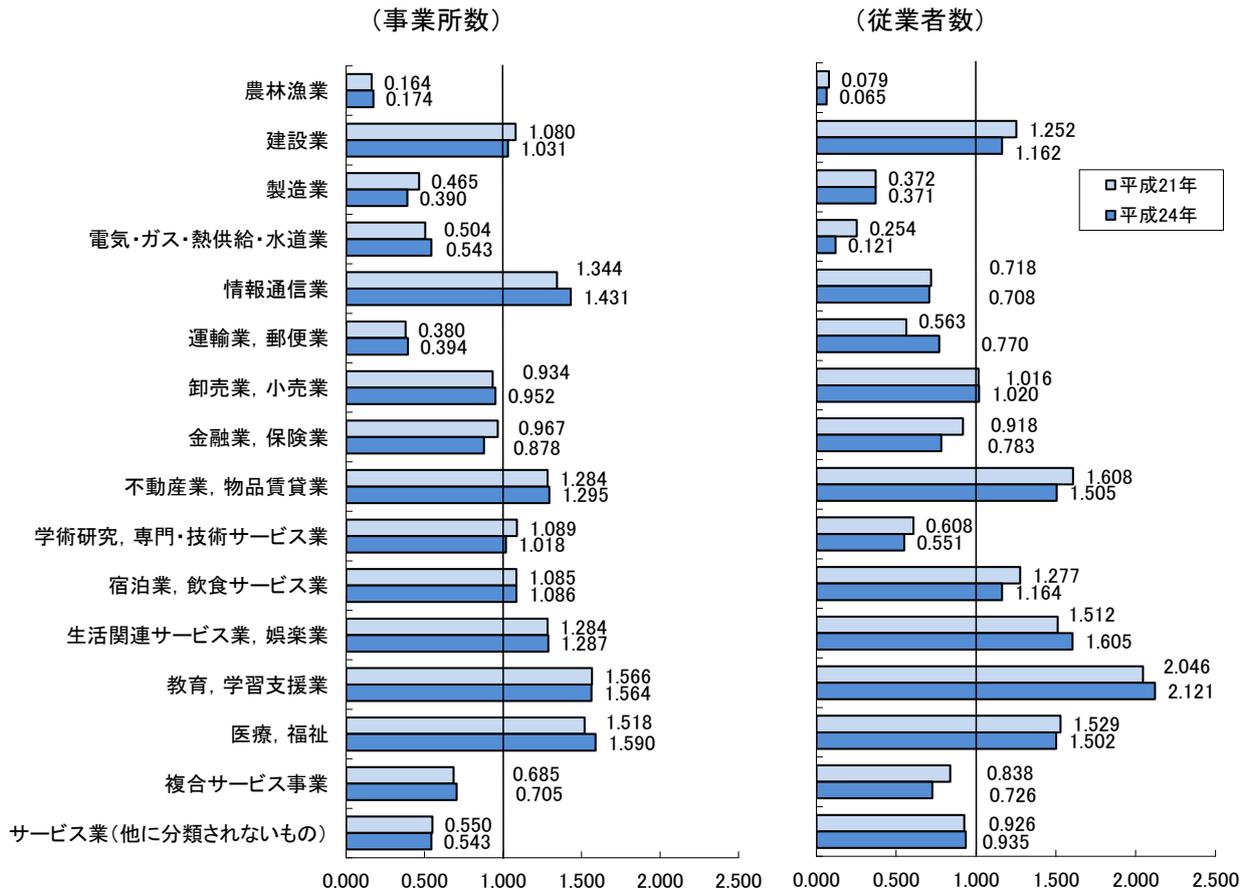
	事業所数(か所)			従業者数(人)		
	平成21年	平成24年	増減率(%)	平成21年	平成24年	増減率(%)
全産業(公務を除く)	5,566	5,103	▲ 8.3	49,191	48,271	▲ 1.9
農林漁業	5	5	0.0	25	20	▲ 20.0
非農林漁業(S公務を除く)	5,561	5,098	▲ 8.3	49,166	48,251	▲ 1.9
鉱業、採石業、砂利採取業	0	0	—	0	0	—
建設業	596	507	▲ 14.9	4,553	3,895	▲ 14.5
製造業	236	180	▲ 23.7	3,078	2,965	▲ 3.7
電気・ガス・熱供給・水道業	2	2	0.0	45	21	▲ 53.3
情報通信業	99	90	▲ 9.1	1,042	995	▲ 4.5
運輸業、郵便業	53	50	▲ 5.7	1,692	2,197	29.8
卸売業、小売業	1,373	1,252	▲ 8.8	10,862	10,359	▲ 4.6
金融業、保険業	84	73	▲ 13.1	1,227	1,076	▲ 12.3
不動産業、物品賃貸業	495	460	▲ 7.1	2,093	1,918	▲ 8.4
学術研究、専門・技術サービス業	247	209	▲ 15.4	912	792	▲ 13.2
宿泊業、飲食サービス業	798	723	▲ 9.4	6,127	5,453	▲ 11.0
生活関連サービス業、娯楽業	619	579	▲ 6.5	3,454	3,531	2.2
教育、学習支援業	249	236	▲ 5.2	2,971	3,157	6.3
医療、福祉	494	534	8.1	7,244	8,021	10.7
複合サービス事業	25	22	▲ 12.0	287	215	▲ 25.1
サービス業(他に分類されないもの)	191	181	▲ 5.2	3,579	3,656	2.2

(注) 民営事業所ベース

出所：総務省「経済センサス」

本市の産業構造の特徴を特化係数*で見ると、事業所数で「情報通信業」「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うかがえます（図1-8）。一方、従業者数については、「教育，学習支援業」や「不動産業，物品賃貸業」等で1を大きく超えており、特化していることがわかります。

図1-8 本市における産業大分類別の特化係数（平成21年、平成24年）



(注1) 民営事業所ベース

(注2) 特化係数の算出方法は以下のとおり。

特化係数＝当該地域の全産業に占める各産業の割合÷全国の全産業に占める各産業の割合。

なお、特化係数が1を超えている産業については、その産業が全国平均に比べて相対的に特化していることを表します。

出所：総務省「経済センサス」

2 市内事業者・団体・市民に対する調査結果

2.1 調査の目的

中期計画の策定に当たっては、アクションプランに対する評価、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、市民や市内事業者のほか、各種団体に対してアンケート調査及びヒアリング調査を実施しました。

2.2 調査実施状況

農業分野については、平成 24（2012）年度に第2次農業振興計画策定にかかる基礎調査の一環として、市内の農業者や市民、市民農園利用者等を対象としてアンケート調査を実施し、アクションプランの施策評価や新たな施策ニーズの把握を行いました。

表 1-2 中期計画策定に向けた調査実施概要（農業）

区分	調査対象
農業	◆農業者アンケート調査（回収数 200 件・回収率 71.4%）
	◆市民アンケート調査（回収数 1,138 件・回収率 56.9%）
	◆市民農園利用者アンケート調査（回収数 76 件・71.0%）
	◆事業者アンケート調査（回収数 10 件・回収率 16.7%）

また、平成 25（2013）年度において、ものづくり、商業・サービス、商店街、大学・研究機関（観光、産学連携）等の市内事業者や各種団体等に対してヒアリングを中心とする調査を実施し、農業分野と同様にアクションプランの評価や施策ニーズの把握を行いました。

表 1-3 中期計画策定に向けた調査実施概要
（ものづくり、商業・サービス、商店街、大学・研究機関）

区分	調査対象
ものづくり関連（13件）	◆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ないため個別訪問を実施
	◆ソフトなものづくり産業事業者（3社）、マッチング・コーディネート事業利用者（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件）	◆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件）	◆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件）	◆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・（株）乃村工藝社

2.3 農業分野に関する調査結果の概要

農業を取り巻く現状や農業振興を行うために必要な施策ニーズ等を把握するために市内の農業者や市民、市民農園利用者に対して行ったアンケートの結果は以下のとおりです。

調査結果を見ると、農業経営では市場への出荷が減り、直売所での販売が増加しており、身近な生産流通が主体となりつつあります。

一方、市民からも農産物や農地の多面的機能に対し、好意的な意見が多いものの、農との触れ合い（農業者との市民の交流）が不足していることも明らかになりました。

表 1-4 市内の農業者や市民、市民農園利用者に対するアンケート調査結果概要

項目	主なアンケート結果
農業経営の状況	<ul style="list-style-type: none"> ・ 営農種類、生産品目の変化を見ると、多くが変わらない状況。また、露地野菜や植木では規模の縮小が目立つ。 ・ 収入の変化としては、市場への出荷が減少し、直売所での販売が増加している方が多いことがうかがえ、全体として農業所得が減少している方が多い。 ・ 今後の取組みについては、特に何もしたくないという方の割合が多いものの、直売の比率が高まる中での出荷形態の多様化に注目する方は多く、併せて農産物の高付加価値化、生産技術の向上への意欲が見られた。
消費動向	<ul style="list-style-type: none"> ・ 市民の日常の農畜産物の購入は、スーパーマーケットや生協店舗が最も多く、次いで、市内の青果店や個人商店、直売所 ・ 国内産であることへのこだわりはうかがえるが、必ずしも西東京市産であることには注目されておらず、品質、価格が重視される。 ・ 西東京市産の農産物購入の理由は、新鮮であること、購入する場所はスーパーマーケット・生協店舗が最も多い。
農産物直売所について	<ul style="list-style-type: none"> ・ 農業者の収入源として「直売所での販売」が多くの部分を占めており、一方で、多くの市民が直売所を利用している状況が見られた。 ・ 直売所を「利用したことがない」市民の利用しない最も多い理由としては、「直売所の存在・場所を知らないから」が挙げられた。
市民農園や農業体験農園について	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「市民農園」の利用意向及び整備意向は高い。 ・ 農業者の関与が少ない「市民農園」にあっては、利用者のマナーの問題や、きちんと作付ができていない区画がある等の課題が見られた。
農作業の担い手の確保	<ul style="list-style-type: none"> ・ アルバイトや、援農ボランティアを受け入れている農業者数は少なく、多くは、家族経営であった。 ・ 農業の規模（農業所得等）が、小さくない（100万円以上等）農業者の中には、アルバイトや、援農ボランティアの受け入れ意向が見られた。 ・ 農業や農作業の手伝いに興味がある方は、一定程度見られた。特に、「20歳代」、「30歳代」、「40歳代」といった比較的若い年齢層で、援農ボランティアへの興味が高い結果となった。
市内農産物キャラクター（めぐみちゃん）の活用	<ul style="list-style-type: none"> ・ 市民意向として、めぐみちゃんメニューへの関心度合いは比較的高い。一方で、めぐみちゃんメニュー等に関して「わからない」という意見も回答者の30%強を占めた。 ・ 農業者であっても、「めぐみちゃんを知らない」が約2割だった。

項目	主なアンケート結果
農地の保全・活用	<ul style="list-style-type: none"> 市民の中では、「新鮮な野菜を供給している」といった、“安全な食の供給地”としてのイメージが最も強いこと、さらには、「季節感や都市の緑の創出、生態系等の環境保全の役割」や、「子どもの教育等にも役立っている」という意見が挙げられた。 一方で、「税制面で都市農地を維持していくことが難しいこと」や、「規模等の面から効率的な農業経営が困難である」といった、農地保全上の課題が、農業者から挙げられた。
農業・農地が有する機能	<ul style="list-style-type: none"> 農業者、市民それぞれが、農業や農地が持つ役割として重要なこととして、双方とも、「市民の日常生活への新鮮で安全な農産物の供給」、「まちなかに農地がある景観風景」、「潤いのある環境」が上位に挙げられた。 農業者が重要な役割として位置付ける、「災害発生時の避難先としてのオープンスペース確保」、「環境に配慮した農業の推進」については、市民の中では、中位に位置付けられていた。
農との触れ合い、市民との交流について	<ul style="list-style-type: none"> 農業者、市民とも、農との触れ合い（市民との交流）を「行っていない」人が過半数を占めた。
量販店や小売店への販売・取引	<ul style="list-style-type: none"> 量販店や小売店の中では、今後、「市内産農産物を取扱いたいと考えている」との回答も寄せられていた。 現在、量販店や小売店への販売・取引を行っている農業者のうち、「現在の取引を持続・拡大したい」との回答が最も多く挙げられているものの、「取引を始めたい」と回答した農業者は2.0%に過ぎなかった。
学校給食の状況	<ul style="list-style-type: none"> 「JA等がとりまとめ、組織化等の仕組みづくりに市域一体で取組むのが良い」という意見が多かった。
農業者への支援	<ul style="list-style-type: none"> 支援対象は、「経営規模の大小に関わらず意欲ある方へ」の要望が多かった。また、支援内容については、「資金」「情報」「人的支援」の順であった。

2.4 ものづくり事業者に対する調査結果の概要

市内ものづくり事業者によるアクションプランに対する評価や施策ニーズを把握するため、大手事業者懇談会関係、ソフトなものづくり産業*事業者、マッチング・コーディネート*利用者及び西東京創業支援・経営革新相談センター（以下「創業支援センター」という。）に対して行ったヒアリングの結果は以下のとおりです。

アクションプランに基づいて実施した事業に対して一定の評価をする意見が見られる一方、内容のさらなる充実、改善に向けたご指摘もありました。

また、今後に向けて産産（産金）・産学連携、行政の事業間の連携、近隣自治体との連携等、「連携」をキーワードとした新たな施策に対するニーズが相対的に多く見られました。

表 1-5 ものづくり事業者に対するヒアリング調査結果概要

項目	主なご意見
事業環境の変化	<ul style="list-style-type: none"> ◆大手事業者・関係団体 <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 ◆中小企業者 <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	<ul style="list-style-type: none"> ◆大手事業者懇談会 <ul style="list-style-type: none"> 【評価】 <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。 【改善点】 <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 【他への影響】 <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。 ◆ソフトなものづくり産業事業者（主にビジネス交流会実施関連） <ul style="list-style-type: none"> 【評価】 <ul style="list-style-type: none"> ・人的なネットワークは広がった。 【改善点】 <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 【他への影響】 <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利用者</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</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。 ・ 商業便利度向上事業との連携
観光施策	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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。 <p>【活用可能な地域の資源】</p> <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場所があるが、認知度が低く金融機関等と連携していくと良い。

2.5 商業・サービス事業者に対する調査結果の概要

商業・サービス事業者（一店逸品事業認定者、チャレンジショップ利用者、創業資金融資あっせん制度利用者）に対して行ったヒアリングの結果は、以下のとおりです。

商業・サービス事業者においても、前述のものづくり事業者と同様、アクションプランの事業に対して評価をする意見が多く見られました。

一方、既存事業の周知啓発や、各種施策を活用した事業者に対する継続的な支援等を求める意見が今後の課題として挙げられています。

表 1-6 商業・サービス事業者に対するヒアリング調査結果概要

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>◆一店逸品事業認定者</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。 <p>◆チャレンジショップ事業認定者</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。 <p>◆創業資金融資あっせん制度利用者</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。

項目	主なご意見
	<p>【改善点】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 女性起業家に対するPRが大切 ・ 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。

2.6 商店街に対する調査結果の概要

市内の商店街に対して実施したアンケートとヒアリングの結果は、以下のとおりです。

調査結果を見ると、商店会加入率の低下、大規模店舗との競合の激化、商店会活動の担い手の高齢化、個店の後継者確保等、市内の商店街が様々な問題に直面していることがわかりました。

また、アンケートを通じて商店街振興策の方向性に対する考え方についてうかがったところ、「商店街からの企画提案に応じた支援」や「街のブランド力を高めて人が来る状況を作るべき」といった意見が多く見られました。

なお、具体的な支援策としては、イベント支援等、ソフト面での施策の充実を望む意見が比較的多くなっています。

表 1-7 商店街に対するヒアリング調査結果概要

項目	主なご意見
事業環境の変化 (現状と課題)	<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」(※チェーン店の飲食店は増加・個店の飲食店は減少) 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
アクションプラン 事業の評価・今後	<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

項目	主なご意見
	<p>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> <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
商店街振興に対する考え方	<p>【アンケート】</p> <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	<p>【ヒアリング】</p> <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。 ・ 宅配サービスの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	<p>【アンケート】</p> <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	<p>【アンケート】</p> <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	<p>【アンケート】</p> <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	<p>【アンケート】</p> <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	<p>【アンケート】</p> <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。

2.7 大学・研究機関に対する調査結果の概要

本市における産学連携の実績と今後の意向、中小製造業の動向、観光分野でのポテンシャル等について情報を収集するため、5件の大学・研究機関に対してヒアリングを行いました。調査結果の概要は、以下のとおりです。

まず、産学連携について見ると、現状においても市内にキャンパスを置く大学と企業や商店街等との間で一定の連携が行われていることがわかりました。その上で、ヒアリングを行ったいずれの大学においても、さらなる連携機会の充実を望む意見が聞かれました。

また、東京都立産業技術センター多摩テクノプラザに対するヒアリングでは、中小製造業に関連し、多摩地区に産学公連携に積極的な大学が集積している一方、大学と企業との連携に臨むスタンスの違いや費用対効果等がネックとなり連携が進まない実態についてご意見をいただきました。

さらに、多摩六都科学館に対するヒアリングでは、当該施設の集客増に向けた産学公連携の必要性や、観光振興における市民を中心とした活動の重要性等についてご意見をいただきました。

表 1-8 大学・研究機関に対するヒアリング調査結果概要

項目	主なご意見
事業環境の変化 (現状と課題)	<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 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。
他機関や地域との 連携状況	<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

項目	主なご意見
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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 ・ 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

3 アクションプランにおける事業の進ちょく状況

アクションプランに基づいて実施された事業（全38件：※1）の進ちょく状況について、推進委員会等での議論を踏まえて評価（※2）を行った結果、進ちょく度「A」の事業が6件、「B」の事業が25件、「C」の事業が5件、「D」の事業が2件という結果となりました。

アクションプランにおいては、全体の約8割の事業が計画策定当初に設定した計画通りに進ちょくしたことになります。特に市内事業者間の交流・連携促進等の面で新しい取組み（「ソフトなものづくり産業」ビジネス交流会等）や目に見える成果（「一店逸品事業」によるメニュー・商品の認定や、「活・西東京プロジェクト」によるキャベツかりん糖・小松菜かりん糖の開発・商品化等）が出る等、同プランは本市の産業振興に一定の成果があったものと考えられます。

表 1-9 アクションプランにおける事業の進ちょく状況

分野	施策（大項目）	事業の進ちょく度				総計
		A	B	C	D	
農業	農業の魅力が増し、担い手が育つ	0	4	0	0	4
	それぞれに合わせて、続けられる	0	1	0	0	1
	市民が農を大切にする	0	0	0	0	0
ものづくり	営業力が高まり、活躍し続けられる	2	4	0	0	6
	新規事業展開・新分野開拓が進む	0	2	1	0	3
	事業者（企業）が次々と生まれる	0	4	0	0	4
商業・サービス	地元の購買力を着実に取り込む	1	3	0	1	5
	商業・サービス業の担い手が育つ	0	5	1	0	6
	地域資源がめぐり、地域を活発にする	1	1	0	0	2
商店街	5駅の特徴を活かし、相当規模の魅力ある商店街づくり	1	2	0	0	3
	コミュニティを担い、地域の生活基盤となる商店街が息づく	2	2	0	1	5
	商店街が活発に活動する	1	2	3	0	6
総計（重複分除く）		6	25	5	2	38

（※1）事業によっては、複数の分野にまたがっている場合があります。その場合は、それぞれの分野にカウントしています。

（※2）事業の進ちょく度は、推進委員会等での議論を踏まえ、以下の四段階で評価をしています。

A：当初の目的は達成した（達成する見込みである）、B：概ね計画どおり取組みが進んでいる、

C：計画どおり進んでいない、D：当初計画したが、見直しを行う必要がある

3.1 農業

農業分野における事業（全5件）の進ちょく状況について見ると、全ての事業で進ちょく度が「B」という結果となりました。同分野の振興施策は、全般的に当初設定した計画通りに進んでいます。

しかしながら、援農ボランティア*と受入先農家との効果的な「マッチング」体制の構築、市内産農産物を活用した商品の流通経路の確立に向けた業種間連携の支援（農業と商業等）といった点については、さらなる改善の余地があるものと考えられ、中期計画に盛り込むべき事業において考慮すべきと考えられます。

表 1-10 アクションプランにおける事業の進ちょく状況（農業）

施策(大項目)	施策(中項目)	事業の進ちょく度				総計
		A	B	C	D	
農業の魅力が増し、担い手が育つ	魅力ある農業経営の推進	0	1	0	0	1
	多様な担い手の育成	0	1	0	0	1
	市民に身近な生産加工流通体制づくり	0	2	0	0	2
それぞれに合わせて、続けられる	市民との進める農地保全	0	1	0	0	1
市民が農を大切にする	農かと市民の交流の促進	0	0	0	0	0
総計		0	5	0	0	5

3.2 ものづくり

ものづくり分野における事業（全 13 件）の進ちょく状況について見ると、進ちょく度「A」の事業が2件、「B」の事業が 10 件と、大半の事業において「概ね計画通り」の進ちょくとなりました。

ただし、「産学公連携の取組み推進」については、進ちょく度が「C」となっています。これは、大手事業者懇談会等、産と公との連携については一定の成果が見られた一方で、市内事業者と大学等との連携が進んでいないことが一因となっています。産学連携においては、研究を重視する大学側と事業化を求める事業者側との間で連携目的の共有が難しい面があります。そのため、両者のマッチングを円滑に進めるためのさらなる支援策の検討が、中期計画の事業内容を考える上で重要になると考えられます。

なお、進ちょく度「B」以上の事業についても、マッチング・コーディネートを通じた同業種・異業種連携の支援方法（「企業データの蓄積や事業内容の認識の共有方法の構築」）等、一部、充実を図るべき点があると考えられます。

表 1-11 アクションプランにおける事業の進ちょく状況(ものづくり)

施策(大項目)	施策(中項目)	事業の進ちょく度				総計
		A	B	C	D	
営業力が高まり、活躍し続けられる	独自技術を活かした営業展開の強化	0	2	0	0	2
	事業者間の連携強化・協働の促進	0	1	0	0	1
	事業継続への環境づくり	1	1	0	0	2
	行政と大手事業者の連携強化	1	0	0	0	1
新規事業展開・新分野開拓が進む	産学公連携の取組み推進	0	0	1	0	1
	ソフトなものづくり産業の展開	0	2	0	0	2
	地元農産物の積極的な利用	0	0	0	0	0
事業者(企業)が次々と生まれる	起業家支援の推進	0	2	0	0	2
	ものづくり事業所(企業)の誘致	0	2	0	0	2
総計		2	10	1	0	13

3.3 商業・サービス

商業・サービス分野における事業（全 13 件）の進ちょく状況について見ると、進ちょく度「A」の事業が2件、「B」の事業が9件となっています。また、進ちょく度が「C」の事業、「D」の事業がそれぞれ1件ずつとなっています。

進ちょく度「D」の「購入方法の多様化への対応」に関する事業については、経営者を対象にインターネットの普及や高齢化の進展等に伴う購買方法の多様化に対応するために必要な技術や知識等に関する研修を実施しましたが、受講者数の伸びが見られず、当該評価となりました。

また、「個店の経営力の向上」に向けて「経営診断、指導の充実」を図りましたが、経営革新計画の承認件数が目標件数を下回ったため進ちょく度「C」としています。

なお、進ちょく度が「B」以上の事業について見ると、特に創業支援施策に関連して、施策間の整合を図りつつ効果的な運用を進めていくこと、さらなる創業支援施策の充実等が必要と考えられます。

表 1-12 アクションプランにおける事業の進ちょく状況(商業・サービス)

施策(大項目)	施策(中項目)	事業の進ちょく度				総計
		A	B	C	D	
地元の購買力を着実に取り込む	地元ならではの魅力の向上	1	3	0	0	4
	購入方法の多様化への対応	0	0	0	1	1
商業・サービスの担い手が育つ	個店の経営力の向上	0	1	1	0	2
	新たな担い手・人材の育成	0	4	0	0	4
地域資源がめぐり、地域を活発にする	地域内の連携・循環の仕組みづくり	1	1	0	0	2
総計		2	9	1	1	13

3.4 商店街

商店街分野における事業（全 11 件）の進ちよく状況を見ると、進ちよく度「A」の事業が2件、「B」の事業が5件、「C」の事業が3件、「D」の事業が1件となっています。

進ちよく度「C」の事業を見ると、施策中項目「商店街組織の強化」に関連する事業として行った「商店会・商工会への加入促進」について、商工会の加入率が目標値を下回る結果となりました。また、「安心して買物ができる商店街づくり」に向けて、支援のあり方等に関する調査研究を行い、その上で具体的な施策を検討する流れを想定していましたが、調査の結果、商店街ごとに環境が異なり一律の対応が難しいことが明らかとなりました。そこで、事業のあり方について再検討を行う必要があると考え、進ちよく度「C」としています。

進ちよく度「D」の事業である「生鮮4品の整備支援」については、研究の結果、競合店が多い商店会において対応をしていくことが困難な面があることが明らかになりました。しかしながら、商店会へのアンケート調査により、この事業へのニーズが確認されたことから、個々の商店会の実情を踏まえた上で、改めて検討を行う必要があると考えられます。

表 1-13 アクションプランにおける事業の進ちよく状況(商店街)

施策(大項目)	施策(中項目)	事業の進ちよく度				総計
		A	B	C	D	
5 駅の特徴を活かし、相当規模のある商店街づくり	地域の特色を活かした、西東京市の顔となる商店街づくり	0	0	0	0	0
	戦略的な空き店舗の活用	0	2	0	0	2
	一部買い回り品を含む商店街の活性化	1	0	0	0	1
	地域のひとを活かした商店街づくり	1	0	0	0	1
コミュニティを担い、地域の生活基盤となる商店街が息づく	魅力ある店舗構成・コミュニティ機能を持つ商店街づくり	0	2	0	1	3
	まちおこしのための商店街と地域住民の交流促進	2	0	0	0	2
商店街が活発に活動する	商店街組織の強化	1	2	2	0	5
	意欲に応じた支援の強化	0	0	0	0	0
	安心して買物ができる商店街づくり	0	0	1	0	1
総計(重複分除く)		2	5	3	1	11

(※)事業によっては、複数の分野にまたがっている場合があります。その場合は、それぞれの分野にカウントしています。

4 課題:どのような問題・資源があり、どういった対応が求められるか

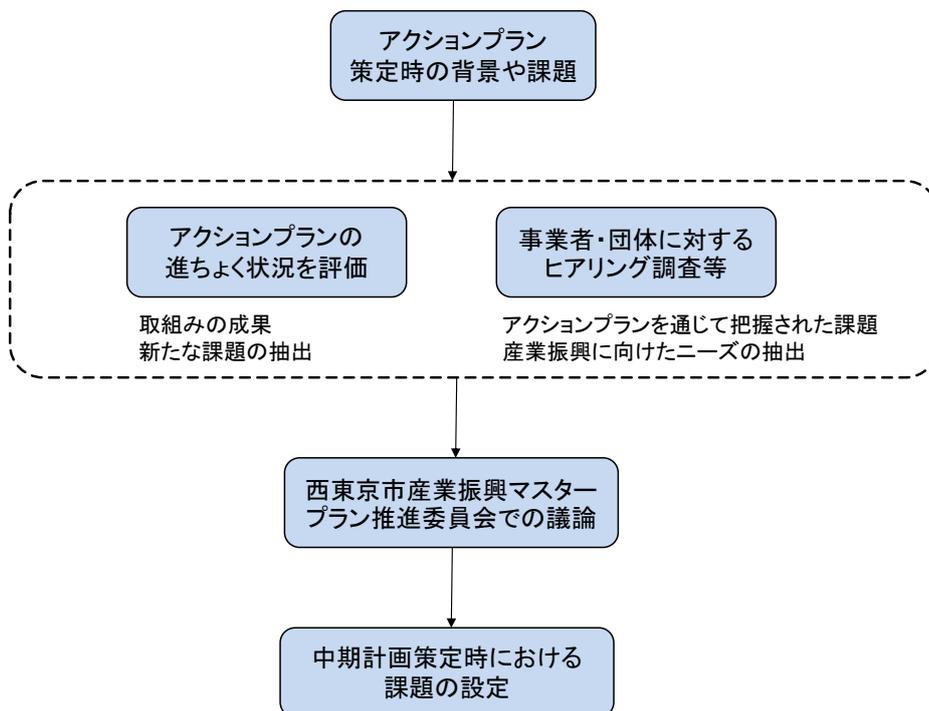
4.1 課題抽出プロセス

中期計画における課題は、以下の手順により抽出しました。

始めに、アクションプラン策定時の背景や課題を踏まえつつ、アクションプランの進捗よく状況を評価し、取組みの成果や新たな課題の抽出を行いました。同時に、事業者や団体に対してヒアリング調査等を実施し、アクションプランを通じて把握された課題やこれからの産業振興に向けたニーズを抽出しました。

次に、上記から抽出された課題やニーズを基に、推進委員会での議論を経て、中期計画策定時における課題を設定しました。

図 1-9 課題抽出のフロー図



4.2 農業

■農地に対する多面的機能の理解を促進させること、農業経営支援を通じた農地の保全を図るための支援が必要

- ・ 現在、市内には農業体験農園が5園開設され、農業者の指導のもとで、多くの市民が農業に親しんでおり、また、市内には市が運営する5カ所の市民農園があります。
- ・ 併せて、災害時の避難場所等として活用することが取り決められている災害協力農地も、生産緑地の約1割を占め、市民の安全・安心な暮らしを守る役割を担っています。
- ・ しかしながら、本市の農地は宅地化等が進む中で減少傾向にあり、小規模な農地で経営を行う農家が多くなっています。また、生産緑地の面積も減少傾向にあります。
- ・ そこで、持続可能な農業経営の支援を通じた農地の保全を図るとともに、農地の多面的な機能への理解等の促進に向けた取組みが求められます。

■農業体験や食育等の連携等による市民に身近な農業の実現が必要

- ・ 現在、農業の理解、食育、市内産農産物消費促進に関連した各種イベントが本市やJA等の主催により開催されています。また、JAにおいては、即売会の定期開催を行い、多くの方々が市内農産物を購入する機会として定着しており、市立小・中学校でも給食への地場野菜の利用のほか、学校農園の実施等が行われています。
- ・ さらに、西東京市都市と農業が共生するまちづくり事業として、平成23（2011）年度から市内各エリアの農業・農地の特徴を活かした各種事業が展開されています。
- ・ 中期計画においても体験イベントの充実による生産者と市民との接点づくり、農業・農産物への理解増進・PRを進めていくことが必要と考えられます。

4.3 ものづくり

■市内事業者の持つ独自技術をアピールし、マッチングのコーディネートをして、営業力を高めることが必要

- ・大規模工場の撤退や縮小により関連する事業所等が減少した後も、独自の技術力を持った事業者が市内で事業を継続しています。しかし、中小企業が自前で営業部門を持つことは難しい面があり、大手企業と比較し、技術はあっても販路開拓等の営業面が弱いケースが散見されます。また、独自技術の次世代への継承も課題となっています。
- ・系列や元請け・下請関係が崩れる中、独自の技術を活かし、従来の系列関係を越えて他社と連携する動きが顕著になってきています。しかし、市内事業者の傾向として、技術力を十分にアピールできないことや、西東京商工会（以下「商工会」という。）等に引き合いがきても、それを事業者につなげる機能が弱いという指摘があります。
- ・そこで、技術力のアピールやマッチング・コーディネート、展示会等への出展支援等を通じて中小企業の営業力を補完・強化するとともに、新分野展開・連携のきっかけづくりを進めることが必要です。合わせて、独自技術を絶やさないため、次世代の育成も求められます。

■事業者が市内に残り、活躍し続けられる環境の確保が必要

- ・製造業の事業所においては、周辺の宅地化が進む中で、建替が困難な場合や、事業所から発生する音への苦情等の問題から、住宅と共生しながら操業を継続することが難しくなるケースも見られます。
- ・そこで、見学・体験、企業紹介、インターンシップ*の受け入れ等を通じて地域に開かれた企業づくりを行い、ものづくりへの理解を深めてもらう機会を提供することにより、良好な相隣関係の構築を図ることが必要です。こうした取組みは、次世代を担う子供たちのものづくりへの関心を育むことにもつながります。
- ・また、行政等との関係を深め、課題を共有して、操業を継続できるような環境づくりを図ることも重要です。

■市内事業者間の連携の強化が必要

- ・技術の急速な進歩や消費者ニーズの多様化等を背景に、大手事業者等を中心に個々の事業者が自社の得意とする分野において協力し、単独では提供することが難しい新たな製品やサービスを生み出す、事業者間の連携、オープンイノベーション*への取組みが全国各地で進められています。
- ・本市においても、中小企業における事業者間の連携を強化し、個々の力を結集して、販路拡大や開発に当たるような体制づくりが必要とされていますが、現時点では、適切な連携先の

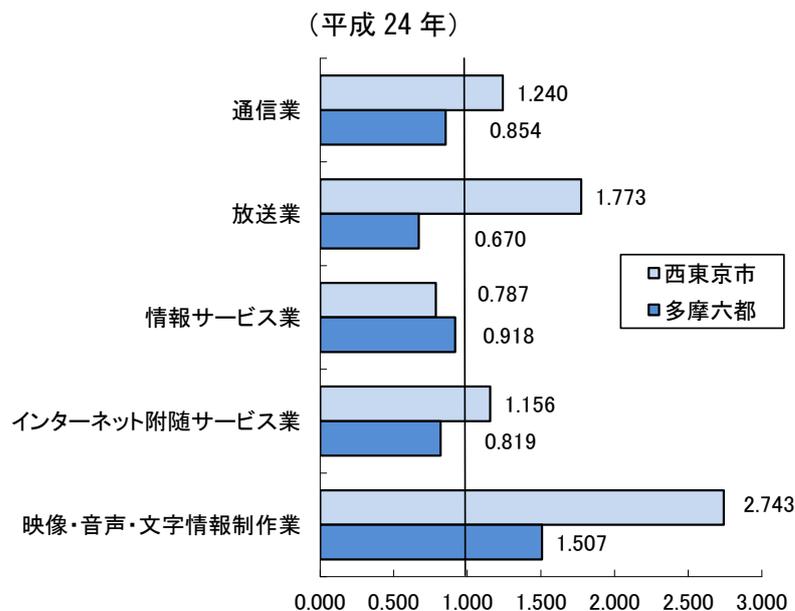
探索等が難しく、連携の成功事例は少ないのが現状です。

- ・そこで、事業者間の連携強化に向けて、成功事例を参考にしたマッチング方法の模索や、企業情報のデータベース化、リスト化等を行い、連携が円滑に進むための支援や体制づくりを行うことが必要です。

■市内に集積する「ソフトなものづくり産業」の誘致・発展に向けた取組みが必要

- ・近年、ハード・ソフト分野ともに、独自の技術やアイデアを活かして特徴的な事業を展開する情報系、コンテンツ系企業が各地で生まれています。
- ・また、省資源や低炭素への取組み、少子高齢化といった社会潮流の変化により、それに大きく関連している環境や医療・福祉関連等も今後、成長が見込まれる分野と考えられています。
- ・これらの成長が見込まれる産業について、本市は他の近隣自治体と比較すると、情報産業やコンテンツ産業等の「ソフトなものづくり産業」の集積が高い地域と考えられます。
- ・そこで、アクションプランにおいては、こうした市内のソフトなものづくり産業に対する支援策として、事業者同士を交流させ、新たなビジネス機会を拡大させる試みを実施しました。
- ・中期計画においては、オフィススペースの確保への支援策の検討のほか、「ソフトなものづくり産業」事業者の交流機会、ビジネスマッチング機会の拡充等を進めることが求められます。

図 1-10 ソフトなものづくり産業に関連する分野の事業所の特化係数



(注1) 民営事業所ベース

(注2) 特化係数の算出方法は本報告書 17 ページに記載。

出所：総務省「経済センサス」

■市内の知名度の高い企業等を活用して、地域と製造業のイメージアップを図ることが必要

- ・市内には、シチズンホールディングス(株)の本社やシンエイ動画(株)等、ハードやソフトなものづくりを行う知名度の高い企業があります。しかし、それらが「西東京市にある」ということを知らない市民が多くいる等、地域の資源を市のイメージづくりや産業振興に活かし切れていません。
- ・そこで、市内の知名度の高い企業等の地域資源等を活用して、地域そのものあるいは本市の製造業のイメージアップを図っていくことが必要です。

4.4 商業・サービス 商店街**■地元ならではの魅力を高めることが必要**

- ・個店の廃業や空き店舗の増加、生鮮4品取扱店の減少による業種バランスの崩れ等から、商店街の取扱い品目の多様性や商店街の利便性が失われつつあるケースが見られます。
- ・その結果、買物のために遠方まで外出することが難しく、インターネット等を利用した物品購入に不慣れな高齢者等を中心に、買物に困窮する方が増加する可能性があります。
- ・また、本市における人口は今だに増加傾向にあることから、潜在的な購買力は高いと考えられますが、郊外や近隣自治体への大規模店舗の進出や、都心部への交通便利性の高い立地を背景に、実際の消費は、市外へ流出しているものと考えられます。
- ・そこで、地元の商店(街)は、地元ならではの品揃えの追求や、高齢者や子育て層等へのきめ細やかな温かみのある個性的なサービスを提供する等、商店街としての魅力と付加価値を高め、地元の購買力を着実に取り込むだけでなく、市外からの消費を流入させることが必要です。

■商業経営強化のために、商工会等の支援機能を広くPRすることが必要

- ・上記のような魅力づくりを個店が進めるに当たっては、専門家による経営診断・相談機能の充実や提案・アドバイス等の支援が極めて有効と考えられます。そのため、商工会や創業支援センター等の支援組織の機能を最大限に活用し、的確かつ多面的な支援をより一層強化することが求められます。
- ・しかし、商工会や創業支援センターが提供する経営診断や相談事業等を知らない個店も多く、各支援組織の機能が十分に活用されていないことが課題となっています。
- ・そこで、個店経営の充実に向けて商店主の方々が気兼ねなく経営相談等ができるよう、商工会等の団体が提供する支援内容の周知啓発を図っていくことが必要です。

■市の顔としての役割も意識した、商業空間づくりを図ることが必要

- ・市内の5駅周辺には、商店街等の商業地が広がっています。これは、市外から来た人が、駅を出てからまず目にする風景が駅前の商店・商店街であり、それらが市の顔となって、西東京市の印象を左右していると言っても過言ではありません。
- ・そのため、市の顔としての役割も意識して、独自性や特徴的な商業空間づくりを進め、市全体のイメージアップを図ることが必要です。
- ・また、駅周辺エリアはそれぞれの歴史や特徴、魅力が存在することから、市内各駅の周辺エリアの特性を活かす振興策の展開が求められます。

■生活の安心・安全を支える、商店街の機能と活力を高めることが必要

- ・東日本大震災の発生以降、地域コミュニティの重要性について注目が高まりつつある中で、商店街が持つ地域コミュニティの機能が改めて評価されています。
- ・しかしながら、社会経済情勢が厳しく、商店街機能の低下や商店の担い手が危惧される中で、こうした地域コミュニティの再生に向けた取組みを商店街単独で行うことがますます難しくなっているのが現状です。
- ・そこで、複数の商店街同士や市民との連携、商店と市民の協働を通じて商店街を活性する取組みを進めていくことが必要と考えられます。また、コミュニティビジネス*、ソーシャルビジネス*との連携も視野に入れる必要があります。

■商店街活動と個店の経営を盛り立てる人材の育成を図ることが必要

- ・商店街活動に対する担い手の不足や商店街組織の求心力の低下等により、組織的な振興活動が難しい商店街が一部に見られます。
- ・また、多くの商業者が後継者育成や確保に関して課題を感じている現状がありますが、商店街として組織的な対応策を講じることは難しく、結果的に商店街活動の低下の要因となっている面があります。
- ・このような人材の問題から、積極的なイベント等の開催や機能の強化等が難しい商店街も多く、新たな担い手確保・人材の育成に対する支援等を行い、商店街（組織）を強化することが求められます。

4.5 分野横断的な課題

■産業分野間連携：産業分野を超えた、横のつながりを生むきっかけをつくる必要がある

- ・食品製造業が農業者等と連携して地域ブランド等を形成する、空き店舗で農産加工品の直売を行うといった例が全国で見られます。国も農商工の連携に力を入れ「中小企業者と農林漁業者との連携による事業活動の促進に関する法律*」が平成 20（2008）年に施行されました。
- ・本市においても、めぐみちゃんメニュー*事業者等をはじめとして、市内産農作物を活用した商品開発やメニュー開発等を志向する商業事業者が少なくありません。
- ・そこで、まずは産業分野の枠を超えた横のつながりを生むきっかけとしての交流機会をつくることや、めぐみちゃんメニュー等具体的な連携に向けたスキームを拡充していくことが必要です。

■地域内連携：地域内の大学(農場)、知名度の高い企業等と連携を図っていく必要がある

- ・本市には、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（旧東大農場）（以下「東大生態調和農学機構」という。）や武蔵野大学、早稲田大学、シンエイ動画(株)、シチズンホールディングス(株)のほか、地域に関わりの深い西武鉄道(株)等、産業振興に関わることが期待される大学や知名度の高い企業があります。
- ・また、市内には「ソフトなものづくり産業」事業者をはじめとして、上記のような知名度の高い企業との域内連携、中小企業間の域内取引の拡大等を志向する企業も多く見られます。
- ・そこで、市内における大学・大手企業・中小企業等との間の連携を検討・試行することが必要です。

■まち歩きによる連携の誘発：地域資源活用型のまち歩き観光で、連携を誘発することが必要

- ・市内には、多摩六都科学館、西東京いこいの森公園、田無山総持寺、田無神社、東伏見稻荷神社、下野谷遺跡、ダイードリンコアイスアリーナ、東大生態調和農学機構等、観光資源となる素材が数多くあります。
- ・また、商店街等が開催するイベントはもとより、一店逸品事業に代表される優れたメニューや特徴的な商品、サービスを提供する個店等についても、地域資源として活用することが重要です。
- ・地元の観光資源や商店街等に集積する個性的な店舗をイベント等で組み合わせ、まち歩き観光として市外からの集客に結びつける仕組みを検討することが必要です。これは、各分野の垣根を超えたオール西東京として取り組むことが不可欠です。

■移動・回遊性：買物・まち歩き・観光等の促進に向けた市内・近隣市との回遊性の向上が必要

- ・ 快適な移動環境づくりは、買物やまち歩き、観光のベースとなります。
- ・ 移動環境の向上に向けては、自動車や自転車・歩行者のすみ分けやバリアフリー化のほか、交通系ＩＣカード*の活用、市内を巡回するはなバス*のルート再検討等様々な意見が見られます。
- ・ そこで、買物、まち歩き、市内観光の促進に向けて、自転車利用環境の改善やはなバスの活用等を検討し、市内の回遊性の向上を図ることが必要です。
- ・ 併せて、近隣市との連携により、各市に点在する観光資源間の回遊性を高め、多摩六都地域等で一体的に観光振興に取り組む仕組みづくりも検討する必要があります。

■支援体制：組織の機能強化と連携が必要

- ・ 減少傾向にある商工会の会員増加を図るには、商工会の本来業務である支援機能を今まで以上に充実させ、PRすることが重要です。また、一店逸品事業に続く独自性の高い取組みが求められます。
- ・ 産業振興に関しては、商工会本体のほか創業支援センターや、NPO等の市民活動団体の支援等を行う「市民協働推進センターゆめこらぼ*」（以下「ゆめこらぼ」という。）等さまざまな組織があります。コミュニティビジネス・ソーシャルビジネスでは、ゆめこらぼとの連携等、個々の組織が連携し、対象に明確にした事業を展開することが必要です。

■セーフティネット：いざというときのために支援ができる仕組みが必要

- ・ 今後起こりうる経済不況や大規模災害等に対し、備えを固める必要があります。
- ・ そこで、商工会等が中心となり、経営改善・再建を必要とする事業者に対し、今まで以上に速やかな経営指導を行うとともに、国・地方公共団体・民間が行うセーフティネット*についてきめ細やかに情報を提供し、適切な支援を実施することも必要です。

■地元就職の拡大：産業振興による地元雇用の創出、関係機関との連携による地元就職の情報提供が必要

- ・ 定年退職者や子育て中の女性をはじめ、身近な場所で働きたい人が多くいます。ワーク・ライフ・バランス*の観点から、市内で働きたい人が、それぞれの事情に合った職場を見つめられることが理想です。
- ・ そこで、市内産業を振興することで、雇用を創出するとともに、雇用の情報を取得しやすい情報提供のあり方等関係機関との連携が必要です。

■地域イメージ・地域ブランドの向上に戦略的かつ積極的に取り組むこと、西東京市の産品、ひと、資源に関する情報やイメージを、掘り起し、戦略的に発信することが必要

- ・市内には、事業者や市民のほかにも、教育、歴史・文化、農地等の多くの資源があり、未だ、見出されていない潜在的な資源が数多くあるものと考えられます。
- ・そうした資源を活用するためには、まずは資源の発掘・再評価が必要ですが、その活動を進めていくためには、広く行政や事業者、市民との協働が求められます。
- ・地域の資源に脚光を当てるとともに、積極的な情報発信を通じてより多くの市外の人に知ってもらい、戦略的な地域イメージ・地域ブランドの向上に組み、産業振興や観光振興に結びつけることが必要です。

■情報発信：取り組みや成果について積極的な情報発信が必要

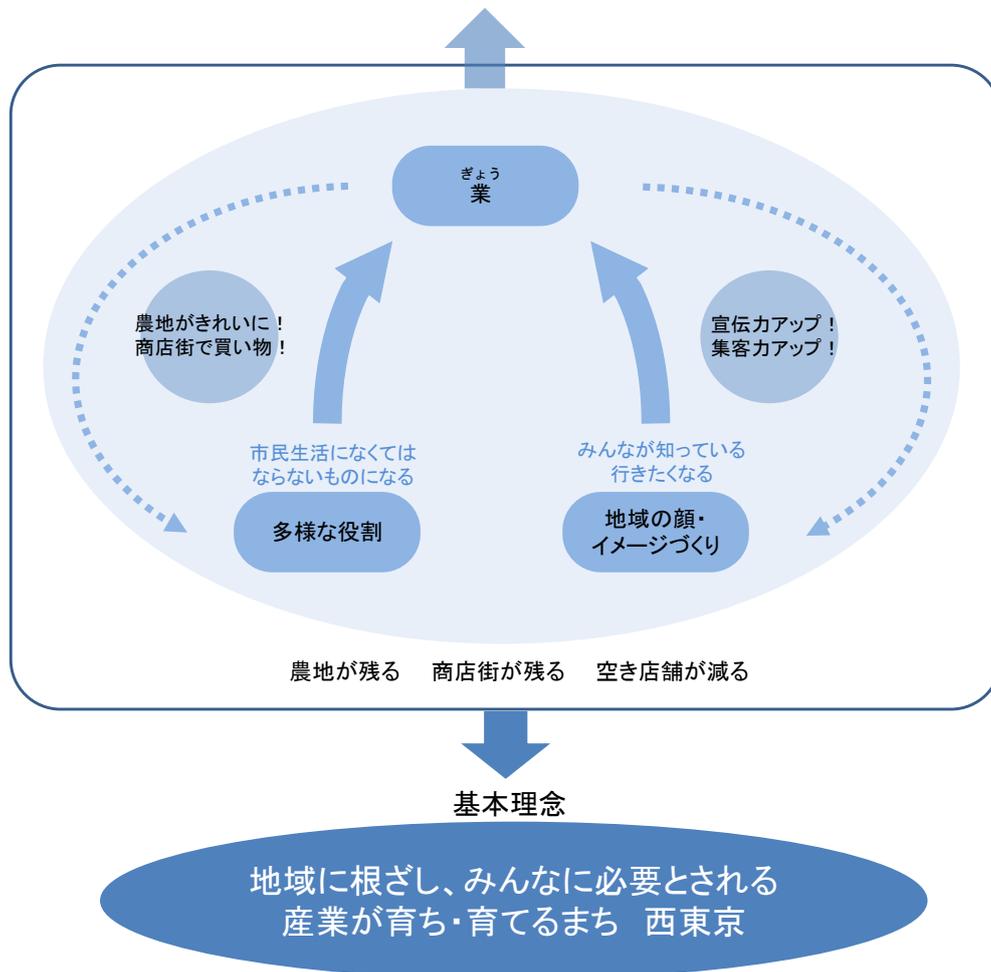
- ・平成 23（2011）年度から、本市はアクションプランを基に様々な産業振興施策を展開してきましたが、市民や事業者に対して、産業振興施策の情報が十分に周知しきれていないことがヒアリング調査等を通じてわかりました。
- ・このことを踏まえ、中期計画では、アクションプラン以上に実効性の高い事業を展開する中で、その取り組みや成果を広く周知する情報提供の仕方が重要になります。
- ・また、事業ごとの情報提供はもとより、中期計画を通じて本市が目指す産業振興のあり方や進ちょく状況を広く周知することで、市民や事業者の理解や参加を呼び掛けることも必要です。

5 基本理念:どのような考えのもと、産業振興に取り組むのか

中期計画は、本市を取り巻く人口や産業の現状、アクションプランに基づき実施された事業評価、ヒアリング調査から導きだされた課題の解決に向け、西東京市の産業振興を目指します。

中期計画で期待される効果は以下のとおりです。

- 『多面的な役割』や『地域の顔・イメージづくり』が、『業』を行う環境をさらに良くしていくことが期待できます。
- 『業』で農地や商店からの収益があがり、『多面的な役割』で農地や商店街が市民生活になくてはならないものとなることで、農地や商店街が残り、空き店舗も減ることが期待できます。
- また、『業』が良くなれば、本業に余裕が生まれ、地域貢献等『多面的な役割』を発揮しやすくなり、『地域の顔・イメージづくり』にも力を入れやすくなります。



『地域に根ざし』とは

地元で長く事業を行ってきた地元由来の事業者は、地元を知り、地元ならではのサービスを提供できる素地があります。また、防災・防犯活動等で地域コミュニティに深く関わり、まちづくりにも貢献しています。これら「もともと『地域に根づいて』いる事業者」は、今後も市民に身近な事業者としての役割を果たすことが期待されます。

一方、市外から進出してきた事業者や大規模店舗からは、新たな雇用の創出や税収の増加等の効果もたらされます。これらの事業者・店舗の中には、市内で長く事業を行ってきて、地域に親しまれ、市民に必要とされているものが多くあります。そのため、これら事業者が「『西東京市に根をはって』、今後とも市内で事業をし続けたい」と思える環境を提供することも重要です。さらに、地域コミュニティやまちづくりの担い手としての役割も果たしてもらい、よりしっかりと『地域に根をはって』もらうことも望まれます。

すなわち、『地域に根ざし』とは、「もともと地域に根づいている事業者」と「市外から来て、市内に根をはっていく事業者」とが、お互いを補完し合うことで共存共栄を図り、市外との都市間競争を戦う、コミュニティ・まちづくりをともに進めて、より深く地域や市民の生活に根をはっていく状況をつくっていくことを意味しています。

『みんなに必要とされる』とは

先に述べたとおり、人々が将来に不安を抱える時代となりつつある現在、商店街等は、単なる身近な買物場所というだけでなく、「子供・高齢者の見守り役」等のコミュニティ機能が、これまで以上に重要になると思われます。

また、農業・農地も、「緑や生態系を保全する」「食育の場となる」「景観をつくる」「災害時の避難場所となる」「いざというときに地元で食糧を供給する」等、様々な役割を果たしています。

さらに、商店、農地、事業所等を拠点とした活動は、地域における「人の目・手」となり、いざというときの防災・防犯面の安心につながります。

すなわち、産業が『業』として活躍するとともに、『多面的な役割』を果たすことで、生活の安心・安全を支え、みんなに必要とされるということの意味しています。

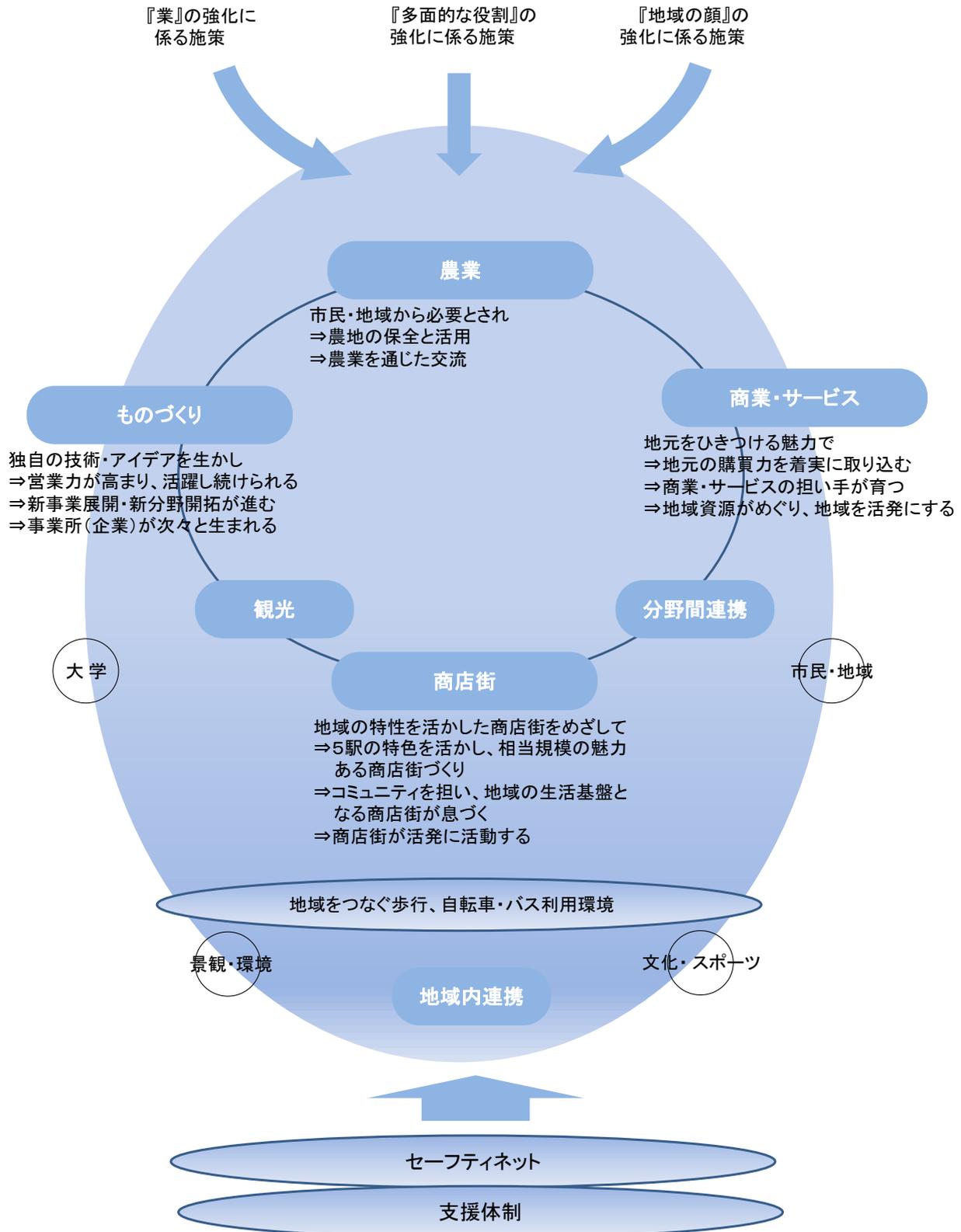
『育ち・育てる』とは

『育てる』とは、行政・地域及び市民が協力し合って、事業者が事業活動を行いやすい環境や事業が生まれやすい環境づくりに取り組むことを意味しています。

しかしながら、事業を行うのはあくまでも事業者であり、何より重要なのは、事業者自らの『育ちたいという意欲・育とうという努力』です。そのため、これからの産業振興では、『育てる』とともに『育ち』を促すということの意味しています。

6 将来像：産業振興で目指す姿

地域に根ざし、みんなに必要とされる産業が育ち・育てるまち 西東京



7 目標: 産業振興でどのような効果をあげようとするのか

産業から生み出されることを期待する効果を、以下の3つととらえます。

《産業に期待する3つの効果》

- 『業』^{ぎょう}として収益を上げ、市の財政に貢献するとともに、雇用を生むという効果
- 産業の『多面的な役割』を活かして、市民生活の安心を支えるという効果
- 『地域の顔・イメージ』をつくり、地域の価値や市民の愛着を高めるという効果



■『業』^{ぎょう}として収益を上げ、市の財政に貢献するとともに、雇用を生むという効果

- ・産業を振興して、市内事業者の業績が上がり、新たに創業・開業が増えれば、
 - ⇒ 事業者からの税収が増えることが期待されます。
 - ⇒ 身近に働く場が増えて、市内での仕事に就きやすくなります。
 - ⇒ 働く市民が増えれば、個人市民税の増収につながることを期待されます。

高齢者の定年退職のほか、デフレの長期化、市内事業者の減少、個人所得の低迷等を背景に、個人・法人市民税をはじめとする市税が減収し、市の財政は、大変厳しい状況にあります。

こうした状況のもと、市内産業の振興を図ることにより、市内事業者の業績が向上するほか、新たな創業・開業も増加が見込まれる、ひいては、法人市民税や固定資産税等の増収が期待できます。

一方、定年退職した方の中には、地元でまだまだ働きたい、活躍したいと考える人が多くいます。また、仕事に就きたい、外で働きたいという主婦等も増加しています。

これら高齢の方々や子育て中のお母さん方等、なるべく近くで働きたいという市民にとって、身近に働ける場があるということはとても重要です。働く市民が増えることにより、個人所得が伸び、その結果、個人市民税の増収につながることも期待できます。

■ 産業の『多面的な役割』を活かして、市民生活の安心を支えるという効果

- ・産業を振興して、市内の至るところに農地や商店街が残り、そこで日中に活動している人がいれば、
 - ⇒ 身近で買物をしたり、サービスを受けられ、「生活の安心」が確保されます。
 - ⇒ 顔が見える農産物や商品、製品が供給されて、「生活の安心」感が増します。
 - ⇒ 日中、地域に「人の目・手」があるので、「防災・防犯面の安心」が確保されます。

高齢化が進展し、単身や少人数の世帯が増える中、「外出が困難で買物が大変」「生活や子育てを助けてくれる人が近くにいない」等、生活面に不安を抱える人が増えています。また、東日本大震災等を背景に市民の防災や防犯に対する意識やニーズもこれまで以上に高まってきています。

このような中、身近で買物ができ、サービスが提供され、顔が見える農産物や製品が供給されることは、「生活の安心」を支える上で重要な要素です。それが地域のニーズにきめ細かく対応したものであれば、さらなる効果が期待できます。

また、市内の至るところに商店街や農地、事業所があり、日中市内で活動している人がいること、つまり、地域に「人の目・手」があることは、死角を減らすとともにコミュニケーションが醸し出され、「防災・防犯面の安心」につながります。

■ 『地域の顔・イメージ』をつくり、地域の価値や市民の愛着を高めるという効果

- ・市内で活動する知名度の高い企業と地元の産業、市民が協力しながら産業振興を進め、市内の事業者や農業、商店街の素晴らしさ・個性を内外にアピールできれば、
 - ⇒ 地域の顔ができ、地域のイメージが上がります。
 - ⇒ 地域イメージが上がれば、産物や商品、立地面のブランド力が高まります。
 - ⇒ 市民の地域への愛着や誇りを高めることにつながります。

日野自動車と日野市、トヨタ自動車と豊田市といった市の知名度を高める企業や、渋谷センター街、戸越銀座といった特徴のある商店街は、その地域のイメージを形成する代表的な例です。また、駅を出て最初に目にする事となる商店街は、その場所の第一印象を大きく左右する存在で、いわば「地域の顔」に当たる部分とも言えます。

地域イメージが優れていることは、そこで事業を営む事業者のイメージが上がる、商品等の付加価値アップにつながる、人を呼び込むチャンスが広がる等、産業面で大きなメリットがあります。また、市民は、そこに住んでいることに誇りを持つようになり、地域への愛着も増します。

8 産業振興施策の特徴

本章第5節から第7節の内容を踏まえ、本市では平成 23（2011）年度に産業振興マスタープランを策定し、産業振興施策を展開しています。

本市が展開する産業振興施策においては、分野ごとの振興施策はもとより、施策間や業種間、産業振興に係る各主体間（行政や商工会、市内事業者等）の分野横断的な連携を併せて進めていくことが特徴です。

1. 分野間連携

- ・ 農業と地域や商店街、飲食店等による農商工連携を推進し、地元農産物の付加価値向上や消費拡大への促進を図ります。また、地域内のみならず、地域外で流通・販売（循環）させていきます。
- ・ ものづくりは、事業者間のマッチングや販路開拓、ソフトなものづくりを活かしたアピール・イメージアップへの協力に至るまで、あらゆる場面で連携します。
- ・ 分野間連携のきっかけをつくるため、同じ分野あるいは分野を超えた様々な交流・意見交換の場づくりを進めます。

2. 地域内連携

- ・ 地域や市民団体が商店街イベントへの参画等を通じて、住民と事業者が互いに協力し、ともに産業の振興に取り組めます。
- ・ 産学の連携により、新製品や新商品等の開発や事業所の広報等、大学をはじめとする学校の得意分野を活かすとともに、西東京市そのもののイメージアップを図ります。
- ・ 援農ボランティアによる農業の支援のほか、地域で活動するボランティアやNPO等との意見交換や交流の促進を検討します。

3. 観光振興への取組み

- ・ 今ある資源を有効に活用することを念頭に置き、本市の地域資源をPRするとともに、潜在する資源の発掘や近隣自治体との連携も視野に入れながら、今後、まち歩き観光の推進策を検討します。
- ・ まち歩き観光等を通じ、本市を訪れる人に買物や飲食等で消費を誘発する仕掛けを商店街等と連携を図りながら検討します。

4. 産業振興に向けた基盤の整備(移動環境、セーフティネット、支援体制)

- ・ 買物が楽しめる、移動しやすい・歩きやすい環境づくりに努めます。併せて、市民が安心して商店街で買物することができるように、商店主(街)等の協力をいただきながら、街路灯のLED化について検討します。
- ・ 公共交通機関である鉄道、路線バス、はなバスとともにタクシー利用等について、産業振興と生活の安心確保の観点からそのあり方を調査・研究します。
- ・ 買物客やまち歩きのための、利便性の高い情報発信について、検討します。
- ・ 中小企業の自主的な経済活動の促進と、安定的な経営を支援するため、中小企業事業資金の融資あっせん制度を継続するとともに、第三者機関において、新分野の融資あっせん制度について議論し、実効性のある制度設計を検討します。
- ・ 産業振興を図るため、商工会及びJAをはじめとする関係機関が、個々の組織の責任と役割を明確にし、機能の充実を図るとともに組織間の連携を進めていきます。
- ・ 産業を振興するとともに、雇用を拡大し、市民が身近で就業する機会を増やす一方、ハローワーク及び(公財)東京しごと財団等の関係機関と連携を図り、就業支援に向けた環境を整備していきます。

第2章 中期計画

第2章 中期計画

1 施策選定の考え方

中期計画は、産業振興マスタープランの施策体系を継続しつつ、平成 26（2014）年度から平成 30（2018）年度までに着手する事業を集めた実施計画です。中期計画は主に下記の基準に従って、選定しました。

1. 必要性の高さを重視

事業者、団体や市民へのアンケート・ヒアリング調査及び推進委員会の議論を通じて、把握された産業振興に関する評価や施策ニーズのうち、要望が多かったものや、現状の社会経済情勢を踏まえた上で、必要性が高いと判断した施策を選定し、中期計画を策定しました。

2. 上位計画や関連計画と整合性を重視

本市の最上位計画である第2次総合計画や、産業振興マスタープランと関連性が非常に強い第2次農業振興計画が新たに策定されることから、それぞれの計画との整合性を踏まえた上で、施策を選定し、中期計画を策定しました。

3. アクションプランからの継続性を重視

アクションプランからの継続性を重視する中で、各事業の評価を行い、必要性の見直しや方向性の修正等を適宜加え、中期計画を策定しました。

4. 実効性の高さを重視

中期計画は、産業振興マスタープランの中間期を支える重要な実行プログラムであることから、成果を表すことができる実効性の高い事業を選定し、中期計画を策定しました。

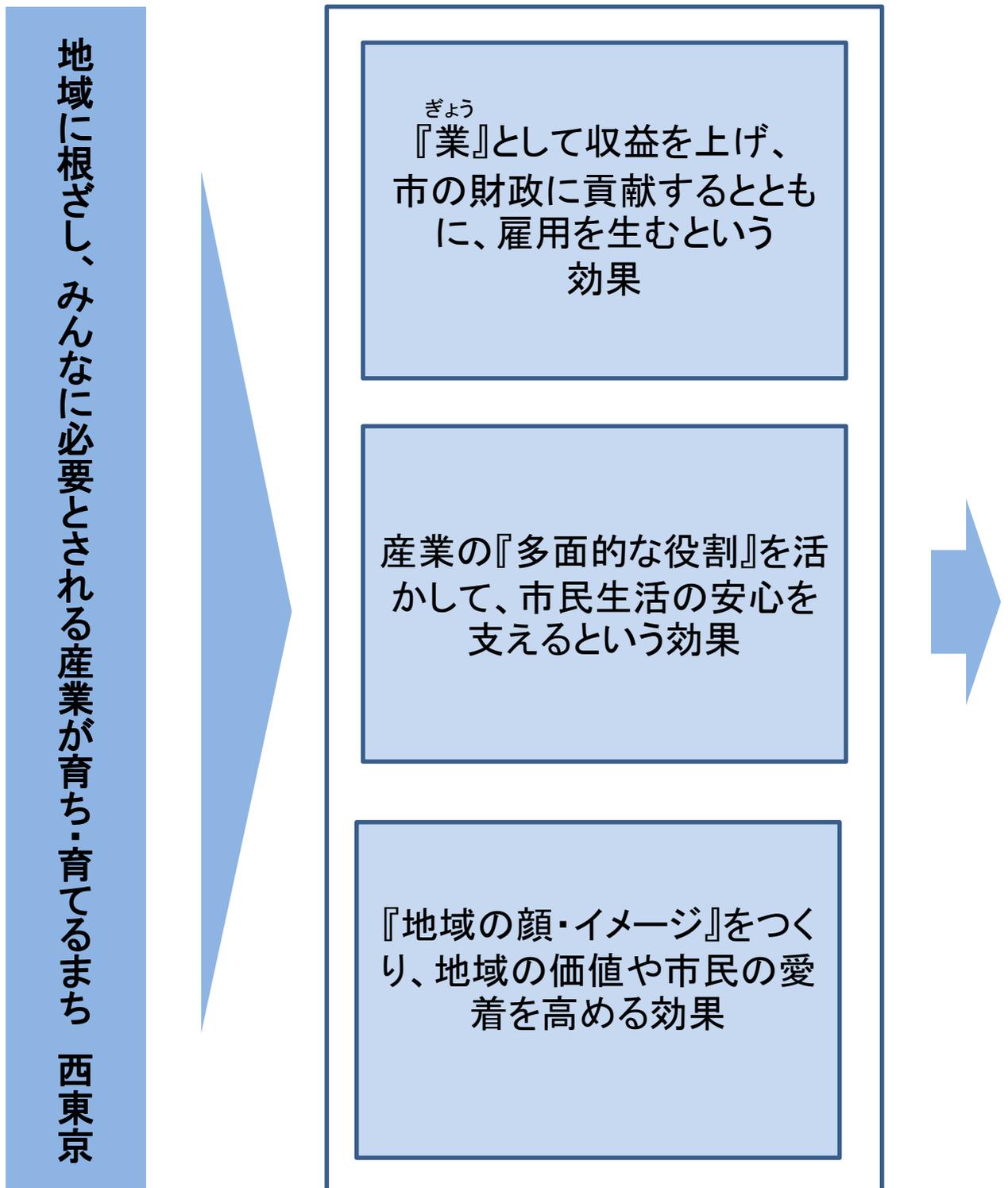
2 中期計画における事業の選定(施策体系)

中期計画においては、産業振興マスタープランの基本理念や目標を念頭に置き、事業者・団体ヒアリング等の結果や推進委員会等の議論を踏まえた上で、前章で示した課題の解決や本市の産業の振興に向けて、最終的に必要と考えられる事業を設定しました。次ページに中期計画の施策体系図を掲載します。

中期計画の施策体系図

【目指す将来像】

【目 標】



分野	大項目	中項目	中期計画（実行プログラム）
農業	1. 農地の保全と活用	(1) 多面的機能の発揮	<ul style="list-style-type: none"> ・花摘みの丘の活用 ・農のアトリエ「蔵の里」の活用 ・災害協力農地の拡大
	2. 農業を通じた交流	(1) 各種イベント、即売会等の実施	<ul style="list-style-type: none"> ・農業景観散策会の実施 ・市内産農業物活用事業の実施 ・親子で野菜づくりにチャレンジの実施 ・農業普及啓発プロジェクトの活用 ・めぐみちゃんマーケットの開催 ・緑のアカデミー事業の実施 ・農とのふれあい散歩道づくり ・ファームカーを活用した即売会（マルシェ）の検討
		(2) 農商工・産学公連携の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・めぐみちゃんメニューの推進 ・地域や商店街との連携 ・東大生態調和農学機構との連携
		(3) 市民農園の新しい展開と農業体験農園の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・市民農園の新しい展開 ・農業体験農園の推進

分野	大項目	中項目	中期計画（実行プログラム）
ものづくり	1. 営業力が高まり、活躍し続けられる	(1) 独自技術を活かした営業展開の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・ マッチング・コーディネートの推進 ・ 経営（営業）力の強化に向けた各種セミナーの実施 ・ 市内事業者の展示会等への支援に関する調査・研究
		(2) 事業者間の連携強化・協働の促進	<ul style="list-style-type: none"> ・ 同業種・異業種交流会の実施 ・ 産業ニュース等の発行
		(3) 事業継続への環境づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・ 産業ニュース等の発行（再掲） ・ 融資あっせん制度の実施
		(4) 行政と大手事業者の連携強化	<ul style="list-style-type: none"> ・ 産業振興戦略会議の実施 ・ 活・西東京プロジェクトの推進
	2. 新規事業展開・新分野開拓が進む	(1) 産学公連携の取組みの推進	<ul style="list-style-type: none"> ・ 産学公連携事業の検討
		(2) ソフトなものづくり産業の展開	<ul style="list-style-type: none"> ・ (仮称) SOHO 施設整備促進の支援
		(3) 地元農産物の積極的な利用	<ul style="list-style-type: none"> ・ めぐみちゃんメニューの推進（再掲）
	3. 事業所（企業）が次々と生まれる	(1) 起業家支援の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・ 創業に関する相談・助言の実施 ・ 創業資金融資あっせん制度の実施 ・ チャレンジショップ事業の実施
		(2) ものづくり事業所（企業）の誘致	<ul style="list-style-type: none"> ・ (仮称) SOHO 施設整備促進の支援（再掲） ・ 新分野の融資あっせん制度の検討

分野	大項目	中項目	中期計画（実行プログラム）
商業・サービス	1. 地元の購買力を着実に取り込む	(1) 地元ならではの魅力の向上	<ul style="list-style-type: none"> ・商業便利度向上事業の実施と結果の活用 ・一店逸品事業の推進 ・一店逸品事業の新たな展開
		(2) 購入方法の多様化への対応	<ul style="list-style-type: none"> ・買物支援の調査・研究
	2. 商業・サービス業の担い手が育つ	(1) 個店の経営力の向上	<ul style="list-style-type: none"> ・経営（営業）力の強化に向けた各種セミナーの実施（再掲）
		(2) 新たな担い手・人材の育成	<ul style="list-style-type: none"> ・人材育成に向けた各種セミナーの実施 ・創業に関する相談・助言の実施（再掲） ・創業資金融資あっせん制度の実施（再掲） ・チャレンジショップ事業の実施（再掲）
	3. 地域資源がめぐり、地域を活発にする	(1) 地域内の連携・循環の仕組みづくり	<ul style="list-style-type: none"> ・めぐみちゃんメニューの推進（再掲） ・観光に関する近隣市との調査・研究

分野	大項目	中項目	中期計画（実行プログラム）
商店街	1. 5 駅の特徴を活かし、相当規模の魅力ある商店街づくり	(1) 地域の特徴を活かした西東京市の顔となる商店街づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・地域連携型イベントの実施 ・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調査・研究
		(2) 戦略的な空き店舗の活用	<ul style="list-style-type: none"> ・空き店舗情報のマッチング
		(3) 一部買い回り品を含む商店街の活性化	<ul style="list-style-type: none"> ・買物支援の調査・研究（再掲）
		(4) 地域のひとを活かした商店街づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・地域連携型イベントの実施（再掲）
	2. コミュニティを担い、地域の生活基盤となる商店街が息づく	(1) 魅力ある店舗構成・コミュニティ機能を持つ商店街づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・生鮮4品の整備支援についての調査・研究 ・空き店舗活用の支援の検討 ・空き店舗情報のマッチング（再掲） ・被災地支援物産展の実施
		(2) まちおこしのための商店街と地域住民の交流促進	<ul style="list-style-type: none"> ・地域連携型イベントの実施（再掲）
	3. 商店街が活発に活動する	(1) 商店街組織の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街組織の強化に向けた支援 ・人材育成に向けた各種セミナーの実施（再掲） ・商店会連絡会議の開催
		(2) 意欲に応じた支援の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・企画提案型イベントの実施 ・被災地支援物産展の実施（再掲）
		(3) 安心して買物ができる商店街づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・街路灯のLED化に向けた支援の検討

3 取組み内容

1. 農業

1. 農地の保全と活用[大項目]

(1) 多面的機能の発揮 [中項目]

事業名：花摘みの丘の活用（事業主体：行政）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
花摘みの丘の特徴である景観をポイントにした拠点としての活用を推進します。	実施	実施	実施	実施	実施

（都市と農業が共生するまちづくり事業）

事業名：農のアトリエ「蔵の里」の活用（事業主体：行政）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
農のアトリエ「蔵の里」において、農業学習や畑の防災訓練などを実施します。	実施	実施	実施	実施	実施

（都市と農業が共生するまちづくり事業）

事業名：災害協力農地の拡大（事業主体：行政）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
災害時における一時的な避難場所や、農産物の供給を行う災害協力農地の協定を締結する農地を拡大するとともに、今後の活用方法等についてJAと協議します。	実施・協議	実施・協議	実施	実施	実施

2. 農業を通じた交流[大項目]

(1) 各種イベント、即売会等の実施 [中項目]

事業名：農業景観散策会の実施（事業主体：行政）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
花摘みの丘や農のアカデミー体験実習農園等を活用したイベントを実施するとともに、農とのふれあい散歩道を紹介し、農業に対する市民の理解を深めます。	実施	実施	実施	実施	実施

事業名：市内産農産物活用事業の実施（事業主体：行政）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
市内産農産物を活用したイベントを実施し、農業に対する市民の理解を深めます。	実施	実施	実施	実施	実施

事業名：親子で野菜づくりにチャレンジの実施（事業主体：行政）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
親子参加型の収穫体験イベントを実施し、農業に対する市民の理解を深めます。	実施	実施	実施	実施	実施

事業名：農業普及啓発プロジェクトの活用（事業主体：行政）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
農業普及啓発プロジェクト（ファームカー・イメージビデオ、イメージソング）を活用し、農業に対する市民の理解を深めます。	試行・検討	実施	実施	実施	実施

（都市と農業が共生するまちづくり事業）

事業名：めぐみちゃんマーケットの開催（事業主体：行政・JA・農業者）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
めぐみちゃんマーケットを開催し、消費者へ市内産農産物を提供することで、農業に対する市民の理解を深めます。	試行・検討	実施	実施	実施	実施

(都市と農業が共生するまちづくり事業)

事業名：緑のアカデミー事業の実施（事業主体：行政・JA・農業者）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
田無駅南部エリアの地域資源である植木に着目した緑のアカデミー事業を実施し、農業の生涯学習を展開します。	実施	実施	実施	実施	実施

(都市と農業が共生するまちづくり事業)

事業名：農とのふれあい散歩道づくり（事業主体：行政）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
農とのふれあい散歩道づくりを推進し、市民が農業と触れ合う機会を提供します。	実施	実施	実施	実施	実施

(都市と農業が共生するまちづくり事業)

事業名：ファームカーを活用した即売会（マルシェ）の検討（事業主体：行政・JA・農業者）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
ファームカーを活用した即売会（マルシェ型イベント）について検討します。	試行・検討	実施	実施	実施	実施

(都市と農業が共生するまちづくり事業)

(2) 農工商・産学公連携の推進 [中項目]

事業名：めぐみちゃんメニューの推進（事業主体：行政・農業者・商工業者）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
めぐみちゃんメニューを通じ、地産地消を推進するとともに農工商連携を図り、販路の拡大を目指します。	実施	実施	実施	実施	実施

(都市と農業が共生するまちづくり事業)

事業名：地域や商店街との連携（事業主体：行政・農業者・商工業者）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
地域や商店街でのイベント等の活用等、多種多様な方法で連携を図り、消費者へ市内産農産物を提供します。	実施	実施	実施	実施	実施

事業名：東大生態調和農学機構との連携（事業主体：行政）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
旧東大農場でのイベントを実施し、農業に対する市民の理解を深めるため、東大生態調和農学機構との連携を協議します。	試行・検討	実施	実施	実施	実施

(3) 市民農園の新しい展開と農業体験農園の推進 [中項目]

事業名：市民農園の新しい展開（事業主体：行政）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
市民農園の負担金について見直しを行うとともに、新たな付加価値の創造を検討します。	負担金の見直し	実施	実施	実施	実施
	付加価値の検討	試行	実施	実施	実施

事業名：農業体験農園の推進（事業主体：行政）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
農業体験農園の開設に係る経費の一部を補助するとともに、PRの支援を行います。	実施	実施	実施	実施	実施

2. ものづくり

1. 営業力が高まり、活躍し続けられる[大項目]

(1) 独自技術を活かした営業展開の強化 [中項目]

事業名：マッチング・コーディネート推進（事業主体：商工会）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
創業支援・経営革新相談センターを窓口、市内外の事業者間のマッチングをコーディネートする等、営業展開の強化を支援します。	実施	実施	実施	実施	実施

事業名：経営（営業）力の強化に向けた各種セミナーの実施（事業主体：商工会）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
創業支援・経営革新相談センターを窓口、各種セミナー等を実施し、経営（営業）力の強化を図ります。	実施	実施	実施	実施	実施

事業名：市内事業者の展示会等への支援に関する調査・研究（事業主体：行政）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
市内事業者が展示会等への出展に対する支援ニーズがあることを踏まえ、課題・問題点について調査・研究を行います。	調査・研究	検討	試行 検討	試行 検討	試行 検討

(2) 事業者間の連携強化・協働の促進 [中項目]

事業名：同業種・異業種交流会の実施（事業主体：商工会）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
同業種・異業種交流会を実施し、交流を促進することで、事業者間の連携強化を図ります。	実施	実施	実施	実施	実施

事業名：産業ニュース等の発行（事業主体：行政）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
産業に関するニュースを毎年度発行するとともに、企業紹介等を定期的に行います。	実施	実施	実施	実施	実施

(3) 事業継続への環境づくり [中項目]

事業名：産業ニュース等の発行（事業主体：行政）・再掲

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
産業に関するニュースを毎年度発行するとともに、企業紹介等を定期的に行います。	実施	実施	実施	実施	実施

事業名：融資あっせん制度の実施（事業主体：行政）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
中小企業等資金融資検討委員会を通じ、現行の融資あっせん制度の検証を行うほか、特別対策運転資金融資あっせん制度の継続について検討します。	実施	実施	実施	実施	実施

(4) 行政と大手事業者の連携強化 [中項目]

事業名：産業振興戦略会議の実施（事業主体：行政・商工会・民間事業者）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
行政、商工会等が中心となり、時事のテーマに沿ったアドバイザーを招き、産業振興策について検討します。	実施	実施	実施	実施	実施

事業名：活・西東京プロジェクトの推進（事業主体：行政・商工会・民間事業者）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
産業振興戦略会議を通じ、産業振興に資するテーマについて活・西東京プロジェクトを展開します。	実施	実施	実施	実施	実施

2. 新規事業展開・新分野開拓が進む [大項目]

(1) 産学公連携の取組みの推進 [中項目]

事業名：産学公金連携事業の検討（事業主体：行政・商工会・民間事業者）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
産業振興戦略会議を通じ、産学公金連携事業について検討します。	検討	検討	検討	検討	検討

(2) ソフトなものづくり産業の展開 [中項目]

事業名：(仮称) SOHO*施設整備促進の支援 (事業主体：行政)

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
(仮称) SOHO施設整備促進事業を創設し、市民と共存共栄を図ることができるソフトなものづくり産業の活性化を図ります。	検討	試行 検討	実施	実施	実施

(3) 地元農産物の積極的な利用 [中項目]

事業名：めぐみちゃんメニューの推進 (事業主体：行政・農業者・商工業者)・・・再掲

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
めぐみちゃんメニューを通じ、地産地消を推進するとともに農商工連携を図り、販路の拡大を目指します。	実施	実施	実施	実施	実施

(都市と農業が共生するまちづくり事業)

3. 事業所(企業)が次々と生まれる[大項目]

(1) 起業家支援の推進 [中項目]

事業名：創業に関する相談・助言の実施 (事業主体：商工会)

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
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の案内のほか、様々な創業に関する相談・助言を行います。	実施	実施	実施	実施	実施

事業名：創業資金融資あっせん制度の実施（事業主体：行政）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
創業資金融資あっせん制度を活用し、市内での創業を促進します。	実施	実施	実施	実施	実施

事業名：チャレンジショップ事業の実施（事業主体：商工会）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
チャレンジショップ事業を活用し、市内での創業を支援します。	実施	実施	実施	実施	実施

（2）ものづくり事業所（企業）の誘致〔中項目〕

事業名：（仮称）SOHO施設整備促進の支援（事業主体：行政）・・・再掲

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
（仮称）SOHO施設整備促進事業を創設し、市民と共存共栄を図ることができるソフトなものづくり産業の活性化を図ります。	検討	試行 検討	実施	実施	実施

事業名：新分野の融資あっせん制度の検討（事業主体：行政）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
中小企業等資金融資検討委員会を通じ、事業者の事業継続に効果的な融資あっせん制度について検討します。	検討	試行 検討	実施	実施	実施

3. 商業・サービス

1. 地元の購買力を着実に取り込む[大項目]

(1) 地元ならではの魅力の向上 [中項目]

事業名：商業便利度向上事業の実施と結果の活用（事業主体：商工会）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
商業便利度向上事業の調査を実施して、市内の事業者や消費者のニーズを把握し、商業振興のための活用方を検討します。	調査	調査結果の集計・分析	検討	試行 検討	試行 検討

事業名：一店逸品事業の推進（事業主体：商工会）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
一店逸品事業の更新を通じ、逸品のグレードアップを図り、西東京市のブランド化を推進します。	飲食物の認定更新	飲食物以外の認定更新	飲食物の認定更新	飲食物以外の認定更新	飲食物の認定更新

事業名：一店逸品事業の新たな展開（事業主体：商工会）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
一店逸品の中で、コンテストや商品のコラボレーション等、新たな展開により、事業の活性化を図ります。	試行 検討	実施	実施	実施	実施

(2) 購入方法の多様化の対応 [中項目]

事業名：買物支援の調査・研究（事業主体：行政）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
買物弱者の支援について調査・研究 します。	調査・研究	調査・研究	調査・研究	調査・研究	調査・研究

2. 商業・サービス業の担い手が育つ[大項目]

(1) 個店の経営力の向上 [中項目]

事業名：経営（営業）力の強化に向けた各種セミナーの実施（事業主体：商工会）・・・再掲

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
創業支援・経営革新相談センターを 窓口に、各種セミナー等を実施し、 経営（営業）力の強化を図ります。	実施	実施	実施	実施	実施

(2) 新たな担い手・人材の育成 [中項目]

事業名：人材育成に向けた各種セミナーの実施（事業主体：商工会）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
創業支援・経営革新相談センターを 窓口に、各種セミナー等を実施し、 人材育成を図ります。	実施	実施	実施	実施	実施

事業名：創業に関する相談・助言の実施（事業主体：商工会）・・・再掲

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
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の案内のほか、様々な創業に関する相談・助言を行います。	実施	実施	実施	実施	実施

事業名：創業資金融資あっせん制度の実施（事業主体：行政）・・・再掲

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
創業資金融資あっせん制度を活用し、市内での創業を促進します。	実施	実施	実施	実施	実施

事業名：チャレンジショップ事業の実施（事業主体：商工会）・・・再掲

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
チャレンジショップ事業を活用し、市内での創業を支援します。	実施	実施	実施	実施	実施

3. 地域資源がめぐり、地域を活発にする[大項目]

（1）地域内の連携・循環の仕組みづくり [中項目]

事業名：めぐみちゃんメニューの推進（事業主体：行政・農業者・商工業者）・・・再掲

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
めぐみちゃんメニューを通じ、地産地消を推進するとともに農商工連携を図り、販路の拡大を目指します。	実施	実施	実施	実施	実施

（都市と農業が共生するまちづくり事業）

事業名：観光に関する近隣市との調査・研究（事業主体：行政）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
近隣市との連携により、名所等を回遊する旧来型の観光に加え、地域ブランド等を活用した新たな仕組みの観光について、調査・研究を行います。	調査・研究	調査・研究	調査・研究	調査・研究	調査・研究

4. 商店街

1. 5駅の特徴を活かし、相当規模の魅力ある商店街づくり[大項目]

(1) 地域の特徴を活かした西東京市の顔となる商店街づくり [中項目]

事業名：地域連携型イベントの実施（事業主体：商店会・民間団体・市民）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
地域連携型イベントを通じ、地域の特徴を活かしたイベントを実施し、商店街の特性をPRします。	実施	実施	実施	実施	実施

(商店街活性化推進事業)

事業名：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調査・研究（事業主体：行政・商店会・商工会・市民）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
駅周辺エリアごとに特色ある商店街となるような支援について、調査・研究を行います。	調査・研究	検討	試行 検討	実施	実施

(2) 戦略的な空き店舗の活用 [中項目]

事業名：空き店舗情報のマッチング（事業主体：商工会）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
空き店舗を求める事業者と空き店舗を管理する事業所のマッチングを行い、空き店舗の解消に努めます。	実施	実施	実施	実施	実施

(3) 一部買い回り品を含む商店街の活性化 [中項目]

事業名：買物支援の調査・研究（事業主体：行政）・・・再掲

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
買物弱者の支援について調査・研究 します。	調査・研究	調査・研究	調査・研究	調査・研究	調査・研究

(4) 地域のひとを活かした商店街づくり [中項目]

事業名：地域連携型イベントの実施（事業主体：商店会・民間団体・市民）・・・再掲

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
地域連携型イベントを通じ、地域の 特色を活かしたイベントを実施し、 商店街の特性をPRします。	実施	実施	実施	実施	実施

(商店街活性化推進事業)

2. コミュニティを担い、地域の生活基盤となる商店街が息づく [大項目]

(1) 魅力ある店舗構成・コミュニティ機能を持つ商店街づくり [中項目]

事業名：生鮮4品の整備支援についての調査・研究（事業主体：行政・商店会・商工会）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
より効果的な生鮮4品の整備支援に ついて、調査・研究を行います。	調査・研究	検討	試行 検討	試行 検討	試行 検討

事業名：空き店舗活用の支援の検討（事業主体：商工会・行政）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
持続可能な空き店舗の活用について検討します。	検討	検討	試行 検討	試行 検討	試行 検討

事業名：空き店舗情報のマッチング（事業主体：商工会）・・・再掲

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
空き店舗を求める事業者と空き店舗を管理する事業所のマッチングを行い、空き店舗の解消に努めます。	実施	実施	実施	実施	実施

事業名：被災地支援物産展の実施（事業主体：商工会・商店会）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
商店会のイベント等を通じ、被災4県の物産を販売することにより、被災地の復興を支援するとともに、西東京市民と被災地のコミュニケーションを醸成します。	実施 検討	実施 検討	実施 検討	実施 検討	実施 検討

（被災地復興支援物産展等事業）

（2）まちおこしのための商店街と地域住民の交流促進【中項目】

事業名：地域連携型イベントの実施（事業主体：商店会・民間団体・市民）・・・再掲

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
地域連携型イベントを通じ、地域の特色を活かしたイベントを実施し、商店街の特性をPRします。	実施	実施	実施	実施	実施

（商店街活性化推進事業）

3. 商店街が活発に活動する[大項目]

(1) 商店街組織の強化 [中項目]

事業名：商店街組織の強化に向けた支援（事業主体：商工会）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
創業支援・経営革新相談センターを窓口、巡回相談等を実施し、商店街組織の強化を図ります。	実施	実施	実施	実施	実施

事業名：人材育成に向けた各種セミナーの実施（事業主体：商工会）・再掲

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
創業支援・経営革新相談センターを窓口、各種セミナー等を実施し、人材育成を図ります。	実施	実施	実施	実施	実施

事業名：商店会連絡会議の開催（事業主体：行政・商工会）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
行政と商店会で定期的な会議を行い、商店街振興に向けた意見交換を行います。	実施	実施	実施	実施	実施

(2) 意欲に応じた支援の強化 [中項目]

事業名：企画提案型イベントの実施（事業主体：商店会）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
商店街活性化推進事業を通じ、商店街が企画提案するイベントを実施し、商店街の自発性を促進します。	実施	実施	実施	実施	実施

（商店街活性化推進事業）

事業名：被災地支援物産展の実施（事業主体：商工会・商店会）・・・再掲

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
商店会のイベント等を通じ、被災4県の物産を販売することにより、被災地の復興を支援するとともに、西東京市民と被災地のコミュニケーションを醸成します。	実施 検討	実施 検討	実施 検討	実施 検討	実施 検討

（被災地復興支援物産展等事業）

（3）安心して買物ができる商店街づくり【中項目】

事業名：街路灯のLED化に向けた支援の検討（事業主体：行政）

事業の概要	取組み内容				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
商店会の所有する街路灯のLED化に係る支援について検討します。	検討	試行 検討	実施	実施	実施

第3章 中期計画の実現に向けて

第3章 中期計画の実現に向けて

1 中期計画実現に向けた流れ

中期計画の計画期間は、平成 26（2014）年度から平成 30（2018）年度までとなっています。5カ年の計画期間中に適宜事業を展開していきます。また、計画期間中に社会経済情勢の変化や新たな市民・事業者ニーズが生じる可能性があることから、平成 29（2017）年度中に（仮称）産業振興マスタープラン推進委員会を設置し、改めて後期計画（計画年度：平成 31（2019）年度～36（2024）年度）に向けた基本的な方向性並びに施策及び事業の見直しを図ります。

2 中期計画の推進体制

2.1 中期計画実現に向けた役割分担

今後、中期計画を推進していくためには、庁内の関連各課が連携した庁内横断的な取り組みが必要となります。

また、行政のみならず、計画に関連する商工会、農業者（JA含む）、商工・サービス事業者、市民等の各主体がそれぞれの役割を果たしていくことが求められます。併せて、各主体間の連携を図りながら、計画実現に向けた取組みを進めていくことが重要です。

表 3-1 各主体間の役割分担

計画に関わる主体	主な役割
行政（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各種産業振興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及び意見交換 国や都との産業振興施策の充実にに向けた協議・調整等
商工会	<ul style="list-style-type: none"> 行政及び市内事業者等と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
農業者（JA含む）	<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 農業振興に向けた商工業者、市民等との連携
商工・サービス事業者	<ul style="list-style-type: none"> 市内での事業継続、後継者確保等の取組み 市内でのビジネス機会の拡大に向けた事業者、農業者との連携
商店街	<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 地域や市民と連携した事業の展開

2.2 中期計画の推進体制

中期計画の推進に当たっては、行政、商工会、農業者（JA含む）、商工・サービス事業者、商店街、市民等が連携するとともに、庁内関係部署との協議・調整を通じて計画を着実に推進していきます。

また、中期計画の進行管理に当たっては、第2章の第3節に記載した中期計画の実施期間5年間における年次別の取組み内容に基づき進ちょく管理を行います。

具体的には、平成31（2019）年度からスタートする後期計画の策定作業に合わせ、平成29（2017）年度から（仮称）西東京市産業振興マスタープラン推進委員会を設置し、中期計画の振り返り・評価等を行います。

1 策定の経過

1.1 西東京市産業振興マスタープラン推進委員会設置要綱

西東京市産業振興マスタープラン推進委員会設置要綱

第1 設置

西東京市産業振興マスタープラン（平成23年3月15日付22西生産第1302号市長決裁。以下「マスタープラン」という。）に掲げる施策を推進し、及び西東京市（以下「市」という。）の産業の振興について必要な事項の検討及び協議をするため、西東京市産業振興マスタープラン推進委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

第2 所掌事項

委員会は、市長の依頼を受けて、次の事項について検討及び協議をし、その結果を市長に報告する。

- (1) マスタープランに掲げる市の産業の振興を進める為の基本的な施策（以下「基本施策」という。）及び基本施策に基づき作成する実効的な計画（以下「実行計画」という。）の策定に関する事。
- (2) 基本施策及び実行計画の評価及び見直しに関する事。
- (3) その他マスタープランに関して市長が必要と認める事項に関する事。

第3 組織

委員会は、次に掲げる委員10人以内で構成する。

- (1) 一般公募による市民 2人以内
- (2) 学識経験者 3人以内
- (3) 市内の農業関係者 2人以内
- (4) 市内の商業・工業関係者 2人以内
- (5) 関係行政機関の職員 1人

第4 任期

委員の任期は、第2の規定による所掌事項の報告が終了したときまでとする。

第5 会長及び副会長

委員会に会長及び副会長を置き、委員の互選によってこれを定める。

- 2 会長は、会務を総理し、委員会を代表する。
- 3 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき、又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。

第6 委員会

委員会は、会長が招集し、会長が委員会の議長を務める。

- 2 委員会は、委員の過半数が出席しなければ開催することができない。
- 3 会長は、必要があると認めるときは、委員会に委員以外の者の出席を求め、意見等を聴取することができる。
- 4 委員会の議事は、出席した委員の過半数をもって決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

第7 公開

委員会は、原則公開で行うものとする。ただし、委員会の出席委員の過半数をもって決したときは、非公開とすることができる。

第8 報償

第3第5号に規定する関係行政機関の職員を除く委員が委員会に出席したときは、予算の範囲内において定める額を報償として支給する。

第9 庶務

委員会の庶務は、生活文化スポーツ部産業振興課において処理する。

第10 委任

この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、会長が別に定める。

附 則

この要綱は、平成24年7月1日から施行する。

1.2 西東京市産業振興マスタープラン推進委員会委員名簿

西東京市産業振興マスタープラン推進委員会 名簿
 (任期：平成 24 (2012) 年 11 月 19 日から中期計画策定まで)

(敬称略)

	区 分	氏 名	職名等
委員長	市内の商業・ 工業関係者	高橋 寿之	西東京商工会事務局長
副委員長	市内の農業関係者	村田 秀夫	西東京市農業委員会会長
委員	一般公募による 市民	清水 君枝	
委員	〃	古谷 史織	
委員	学識経験者	山岸 一	中小企業診断士 社会保険社労士
委員	〃	高橋 勅徳	首都大学東京 准教授
委員	〃	大河内 一紀	西東京市商店会連絡会議代表
委員	市内の農業関係者	松本 光博	J A 東京みらい 西東京地区統括支店長
委員	市内の商業・ 工業関係者	海老澤 護	西東京商工会会長
委員	関係行政機関の 職員	小谷 寛治	公益財団法人東京中小企業振興公社 多摩支社長 (平成 25 (2013) 年 3 月 31 日まで)
		平川 浩一	公益財団法人東京中小企業振興公社 多摩支社長 (平成 25 (2013) 年 4 月 1 日から)

1.3 策定までの流れ

平成 24（2012）年度以降、西東京市産業振興マスタープラン推進委員会を7回（予定）開催し、計画策定に向けた検討・協議を進めました。

①第1回推進委員会

項目	内容
日時	平成 24（2012）年 11 月 19 日（月） 16 時 00 分から 18 時 00 分まで
場所	保谷庁舎 4 階第 3 会議室
出席者	（委員）高橋（寿）委員、村田委員、清水委員、古谷委員、山岸委員、高橋（勅）委員、大河内委員、松本委員、小谷委員 （事務局）手塚部長、萱野課長、増岡係長、鹿森主任、相澤主任
議事次第	（1）委員会の運営方法について （2）西東京市産業振興マスタープラン中期計画策定に向けた進め方について （3）産業振興マスタープランアクションプランの進捗について （4）その他

②第2回推進委員会

項目	内容
日時	平成 25（2013）年 1 月 28 日（月） 16 時 00 分から 18 時 10 分まで
場所	防災センター講座室 1
出席者	（委員）高橋会長、村田副会長、清水委員、古谷委員、山岸委員、高橋委員、大河内委員、松本委員、海老澤委員、小谷委員 （事務局）萱野課長、五十嵐課長補佐、増岡係長、鹿森主任、相澤主任
議事次第	（1）第1回会議録（案）の確認について （2）産業振興マスタープランアクションプランの進捗について （3）西東京市産業振興マスタープラン中期計画策定ヒアリング実施方法の骨子案について

③第3回推進委員会

項目	内容
日時	平成 25 (2013) 年 2 月 18 日 (月) 10 時 05 分から 11 時 45 分まで
場所	防災センター講座室 1
出席者	(委員) 高橋会長、村田副会長、清水委員、山岸委員、高橋委員、 大河内委員、松本委員、海老澤委員、小谷委員 (事務局) 萱野課長、増岡係長、鹿森主任、相澤主任
議事次第	(1) 第 2 回会議録(案)の確認について (2) 産業振興マスタープランアクションプランの進捗について (3) 西東京市産業振興マスタープラン中期計画策定ヒアリング実施方法の骨子案について

④第4回推進委員会

項目	内容
日時	平成 25 (2013) 年 9 月 10 日 (火) 10 時 00 分から 11 時 45 分まで
場所	防災センター講座室 1
出席者	(委員) 高橋会長、村田副会長、清水委員、古谷委員、山岸委員、 大河内委員、松本委員、海老澤委員、平川委員 (事務局) 増岡係長、鹿森主任、相澤主任
議事次第	(1) 平成 25 年度産業振興マスタープラン推進委員会の進め方 (2) 事業者・団体ヒアリング結果について報告 (3) 産業振興マスタープラン中期計画案<たたき台>

⑤第5回推進委員会

項目	内容
日時	平成 25 (2013) 年 10 月 28 日 (月) 10 時 05 分から 11 時 15 分まで
場所	防災センター講座室 1
出席者	(委員) 高橋会長、古谷委員、山岸委員、高橋委員、大河内委員 松本委員、海老澤委員、平川委員 (事務局) 萱野課長、小菅係長、鹿森主任、相澤主任
議事次第	(1) 平成 25 年度第 1 回(通算 4 回目)委員会会議録(案)の承認について (2) 産業振興マスタープラン中期計画案の検討について (3) その他

⑥第6回推進委員会

項目	内容
日時	平成 25 (2013) 年 11 月 18 日 (月) 14 時 00 分から 15 時 25 分まで
場所	防災センター講座室 1
出席者	(委員) 高橋会長、村田副会長、清水委員、古谷委員、山岸委員、 高橋委員、大河内委員、松本委員、海老澤委員、平川委員 (事務局) 萱野課長、五十嵐課長補佐、小菅係長、鹿森主任、相澤主任
議事次第	(1) 平成 25 年度第 2 回(通算 5 回目)委員会会議録(案)の承認について (2) 産業振興マスタープラン中期計画(農業分野)(案)の検討について (3) 産業振興マスタープラン(中期計画編)報告書(案)について

⑦第7回推進委員会

○平成 26 (2014) 年 1 月 29 日 (水) 14 時 00 分から開催予定。

2 用語解説

あ行

<p>イノベーション P4</p>	<p>オーストリアの経済学者であるシュンペーターにより定義された概念である。新しいものを生産する、あるいは既存のものを新しい方法で生産することであり、生産とはものや力を結合することを指す。イノベーションの例として、①創造的活動による新製品開発、②新生産方法の導入、③新マーケットの開拓、④新たな資源（の供給源）の獲得、⑤組織の改革などを挙げられ、日本語で、「技術革新」や「経営革新」などと言い換えられることも多い。</p>
<p>インターンシップ P37</p>	<p>大学生や専門学校等の学生が、ある一定期間において、企業や施設等に出向き、就業体験を行うこと、あるいは就業体験ができる制度を指す。</p>
<p>援農ボランティア P31,50</p>	<p>農作業体験や農業者との交流等を通じて、農業の意義や役割について理解を深めてもらい、農家とともに安全で新鮮・良質な農産物等の生産を担うボランティアであり、農業に関心を持つ方を対象としている。</p> <p>本市の援農ボランティアになるには、①公益財団法人東京都農林水産振興財団が実施する「援農ボランティア養成講座」の受講、②市内の農家における実技指導の受講が必要である。</p>
<p>オープンイノベーション P37</p>	<p>ハーバード大学のヘンリー・チェスブロウが提唱した概念であり、自社の技術やノウハウのみならず、他社が持つ技術やアイデアなどを積極的に取り入れ（組み合わせ）、革新的な商品やビジネスモデルを生み出すこと。</p>

か行

<p>高齢化率 P13</p>	<p>65 歳以上の高齢者人口が総人口に占める割合のこと。社会の高齢化の進展や死亡率の低下等から上昇傾向にあり、平成 22（2010）年には 23.1%まで上昇している。</p>
<p>交通系 ICカード P42</p>	<p>鉄道やバス等の公共交通機関で運賃として、利用できる ICカードのことである。最近では電子マネーの機能を備えたものが増えてきている。主なものでは、JR東日本の「Suica」等が挙げられる。</p>

コミュニティビジネス P40,42	地域の課題を地域住民が主体的に、ビジネスの手法を用いて解決する取組みのこと。ボランティアとは異なり、より効率的に活動し、一度始めた以上は、責任を持って継続的・安定的に行うために、ビジネスの手法を用いて、事業を運営するもの。
----------------------	---

さ行

市民協働推進センター ゆめこらぼ P42	田無庁舎の隣、イングビル（南町五丁目6番18号）1階に立地している。市民活動や協働によるまちづくりの拠点として、市民の多様な活動とまちづくりの拠点として、ハードとソフトの両面から市民活動を支え、市民同士、市民と企業、市民と行政等、地域における様々な主体の組み合わせによる協働を推進していくことを目的としている。活動内容としては、市民活動よろず相談や市民活動に役立つ講座の開催等を行っている。
生産年齢人口 P13	生産活動の中心となる15歳以上65歳未満の人口のこと。生産年齢人口が総人口に占める割合を「生産年齢人口割合」と呼び、近年、高齢化の進展により、割合は低下傾向にある。
セーフティネット P42	社会保障の一種であり「安全網」と訳され、網の目のように救済策を行い、安全や安心を提供するための仕組みのこと。
ソーシャルビジネス P40,42	地域社会で顕在化しつつある様々な社会的課題を、地域の住民と協力しながらビジネスの手法を活用して解決するビジネスのこと。環境保護や高齢者・障害者の介護・福祉から、共働き世帯支援、青少年・生涯教育、まちづくり・まちおこし・観光等に至るまで、様々な課題が対象となる。
SOHO P69,70	スモールオフィス・ホームオフィス（small office home office）の略称。個人事業主や中小企業がビジネスを行う自宅や小規模の事業所を指す。
ソフトなものづくり産業 P22,30,38,41,69,70	東京都「都のものづくり産業の集積施策のあり方 アジアのものづくりのハブを目指して 答申」（平成16（2004）年）に記載されており、情報サービス業（ソフトウェア業、情報処理サービス業、情報提供サービス業等）、インターネット付随サービス業、映像・音声・文字情報制作業（映像情報制作・配給業、出版業等）を含んだ産業の総称。本市では、これらの業種に製造業のうちファブレスや研究開発中心型の企業等も含めてソフトなものづくり産業と呼称している。

た行

多摩六都 P13,42	小平市、東村山市、旧田無市、旧保谷市、清瀬市、東久留米市の6市が、相互に連携・協力し広域的な事業を展開することにより質の高い住民サービスを提供するために設立された「多摩北部都市広域行政圏協議会」の愛称。旧田無市と旧保谷市が合併し、西東京市となったため、現在は5市で構成されている。
中小企業者と農林漁業者との連携による事業活動の促進に関する法律（通称：農商工等連携促進法） P41	農林漁業者と食品産業等の商工業者の連携による新事業の展開を支援することを目的とした法律で、平成20（2008）年7月に施行された。同法の活用等により、農林水産省と経済産業省が協力して、農商工連携による新商品開発や販路の拡大等を支援している。
昼夜間人口比率 P14	常住人口（夜間人口）100人当たりの昼間人口（従業地・通学地を反映した昼間の人口）の割合のこと。100を超えている場合は、通勤・通学人口の流入超過、100を下回る場合は、流出超過を示す。基本的に、都心部では100を超え、ベッドタウンの地域では100を下回る傾向にある。
デフレ P4,48	デフレーション（Deflation）の略称。継続的にモノやサービスの価格が下落する現象のこと。一般的には、不景気でモノが売れない状態や供給が需要を大きく上回るときに生じる。反対に価格が継続的に上昇する現象を「インフレ」という。
東京都産業振興基本戦略 P4	都政運営の長期ビジョンである「2020年の東京」が示す都市像の実現を産業振興の面から推進するために、産業振興の基本的考えと施策の方向をとりまとめたもの。平成19（2007）年3月に策定され、平成24（2012）年3月に改定が行われた。
特化係数 P17	当該地域にある産業がどのくらい特化しているかを見るための係数。当該地域の当該産業の構成比を全国と同産業の構成比で除した際に、「1」を超えていれば、全国に比べて地域における当該産業のウエイトが高いことを示す。

な行

日本再興戦略 —JAPAN is BACK— P4	日本経済の再生に向けた3つの政策（1.大胆な金融政策、2.機動的な財政政策、3.新たな成長戦略）の1つである「3.新たな成長戦略」についての考えや戦略を記載したものであり、平成25（2013）年6月に閣議決定された。「民間の力を最大限引
---------------------------------	--

き出す」「全員参加・世界で勝てる人材を育てる」「新たなフロンティアを作り出す」という3点を成長の道筋として、「成長の果実の国民の暮らしへの反映」を目指している。

日本産業再興プラン

P4

国の成長戦略である「日本再興戦略」において、成長実現に向けた具体的な取組みとして掲げた3つのアクションプランの1つ。「緊急構造改革プログラム（産業の新陳代謝の促進）」や「雇用制度改革・人材力の強化」等の6項目について具体策や成果目標を掲げている。

は行

はなバス

P42,51

西東京市が運営するコミュニティバスの愛称。既存のバスサービスではカバーしきれないニーズに対応するためのバスで、公共交通空白地域を中心に市内5路線が運行されている。

パブリックコメント

P9

行政機関が政策を実施するために政令や法令を定める場合や、計画を策定する場合において、事前に案を公表し、市民等から広く公に意見や改善案を募り、集まった意見を考慮する仕組みのこと。別名、意見公募手続。

ベッドタウン

P14

大都市周辺に位置する住宅都市のこと。住んでいる人の大部分が大都市に通勤し、夜だけ帰ってくるということが由来の和製英語。

ま行

マッチング・コーディネート

P22,32,37,66

種類の異なったものを組み合わせ、全体をまとめること。企業間の技術マッチングや産学公連携等、他の異なる機関との連携を円滑に進めるために重要な要素の1つである。

めぐみちゃんメニュー

P41,64,69,73

市内の農業者がつくった農産物を使用して、市内の飲食店が考案したオリジナルのメニューのこと。

ら行

リーマン・ショック

P4

国際的な金融危機の引き金となったリーマン・ブラザーズの経営破綻とその後の株価暴落等を指す。リーマン・ブラザーズの破綻後、欧米の大手金融機関が連鎖的に経営危機に陥る等、金融不安が深刻化した。金融市場のマヒを防ぐため、各国政府は

相次いで税金を投じて銀行に資本注入や損失保証を行い「金融機関の公的管理」に踏み切ったが、危機は实体经济に波及し、日米欧は軒並みマイナス成長に陥り、デフレ懸念も広がった。

わ行

ワーク・ライフ・バランス	仕事と生活の調和（バランス）のこと。少子高齢化が急速に進む中で、平成 17（2005）年 4 月に「次世代育成支援対策推進法」が施行され、事業主は従業員の両立支援策等次世代育成支援のための行動計画を策定する等、従業員の仕事と子育ての両立を支援する取組みが求められている。
P42	
