

持続可能な
「農」
が共生する
まちをつくる

身近な
「商店街」
が暮らしを支える
まちをつくる

地域に根ざし、みんなに必要とされる産業が育ち、
画入るまち

西東京市

産業振興 マスタープラン

後期計画

— 概要版 —

平成 31 (2019) 年 3 月

多様な
「しごと」
が生まれ循環する
まちをつくる

魅力ある
「西東京市ブランド」
が輝く
まちをつくる



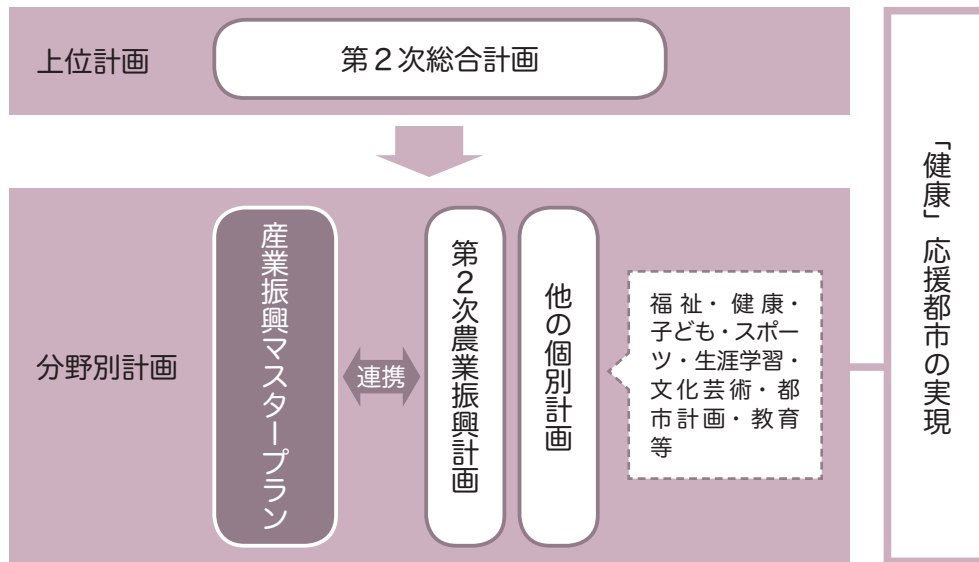
西東京市産業振興マスタープランとは

西東京市（以下「本市」という。）では、産業振興の礎として、平成 23（2011）年 3 月に「西東京市産業振興マスタープラン」（以下「産業振興マスタープラン」という。）を策定しました。

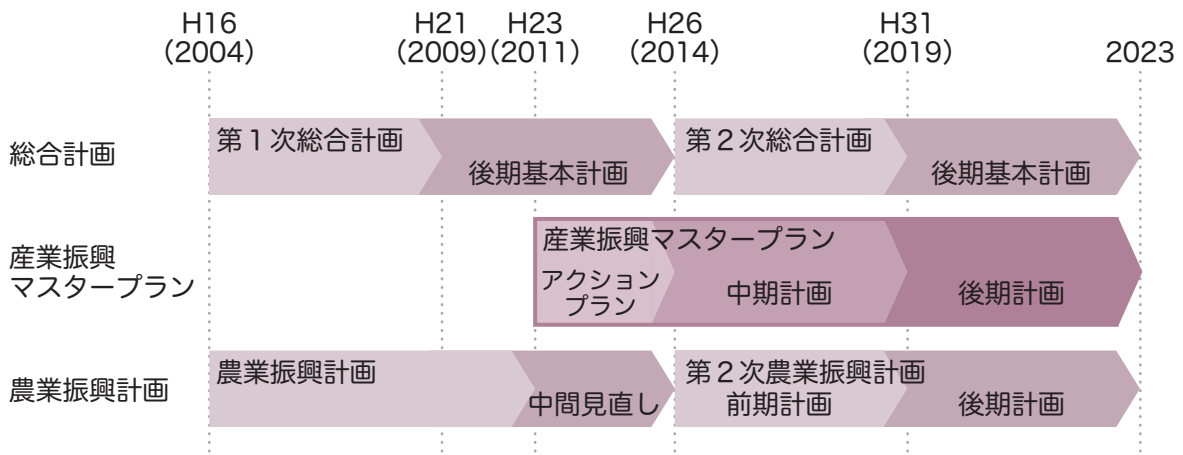
産業振興マスタープランは、西東京市第 2 次基本構想・基本計画及び実施計画からなる「西東京市第 2 次総合計画」（以下「第 2 次総合計画」という。）を上位計画とする産業振興に関する分野横断的な計画です。個別の産業分野の計画との整合性を意識するとともに、産業振興に関連する各種計画との連携を図りつつ、本市の産業振興の方向性を定めています。

計画期間は、平成 23（2011）年度から 2023 年度までの 13 年間です。最初の 3 年間はアクションプラン、さらに平成 26（2014）年度からは中期計画として、産業振興を目指した取組みを進めてきました。後期計画については、そのうちの平成 31（2019）年度から 2023 年度までの最後の 5 年間に計画期間とします。

計画の位置付け



計画の期間



策定に向けた基本的な考え方

産業振興に向けた現状と課題

本市を取り巻く社会経済情勢や、中期計画、総合戦略の検証及び各種調査などを踏まえて、本市の産業振興に向けた現状と課題を以下のように整理しました。

(1) 拡大する市場に対する事業者の期待感や意欲を、産業振興に活かす必要がある。

大規模工場の撤退や縮小は、関連する事業所の減少など、市内産業に大きな影響を与えました。一方、工場跡地の宅地化が進んだことで、現在、市内にはファミリー世帯をはじめとした多世代が居住しており、今後も数年間は人口増加が見込まれています。事業者は、市場拡大に向けた可能性に期待感を持ち、事業を展開しています。

また、本市独自の起業・創業支援策の推進により、起業・創業に向けた基盤が整いつつあり、市内における新たな事業者の輩出が期待されます。

本市の産業振興にあたり、既存事業者だけでなく、新たな事業者の意欲も積極的に活かしていく必要があります。

(2) 既存事業者の事業継続に向けて、人材育成や経営力強化、独自技術の魅力発信、事業承継などの重要度が高まっている。

製造業をはじめとした事業者では、人材育成・後継者育成、情報発信などが課題となっています。独自の技術力を持った中小企業が、技術を継承し、今後も活躍し続けるためには、市内事業者を市内外へアピールするとともに、事業者間のマッチングにより、技術を活かした新たな商品開発などが求められています。

また、商業・サービスを担う事業者に対しての人材育成や経営力強化に向けた支援は、商店街の活性化にもつながるため、引き続き取り組む必要があります。

(3) 都市と共生し続けられる農業・農地のあり方が求められている。

自然とふれ合える場として、市民の農業・農地への関心は高まる一方、市内の農地や農業者数は減少しています。法改正等を経て都市農業の位置付けが大きく転換され、農地の利用拡大が期待される中、体験イベントや情報発信などを通じて、都市農業への理解を促す取組みを継続する必要があります。また、農業経営の継続のためには、『業』として成り立たせる必要があり、農業生産技術の継承や新たな販路形成に向けた取組みが課題となっています。

(4) 多様な働き方・キャリア形成の実現機会として、市の起業・創業支援の拡充や就労支援が求められている。

近年、働き方改革等を背景として、年齢や性別に関わらず、誰もが自らの意欲や能力をもって多様な働き方に挑戦できる環境が求められています。本市は、ベッドタウンとして市外に通勤する居住者が多い一方、市内で起業・創業を目指す方や、住まいの近くで仕事に就きたい方も多く存在します。緑が豊かで暮らしやすく、都心に近く交通利便性が高いという立地を活かして、多様なライフスタイルの実現が求められています。起業・創業支援を拡充し、誰もが新たなきっかけにより起業できる環境を整えるとともに、求職ニーズに対応できる就労支援の推進を図る必要があります。

また、今後の生産人口の高齢化も視野に入れ、地元で新たな仕事の展開を可能とするビジネスプランの形成に向けた支援も求められています。

(5) 商店街の組織力強化と、市民が訪れたいくなる新たな価値付けが求められている。

購買方法の多様化や、大型店やスーパーマーケットとの競合などにより、生鮮4品を取り扱う個店の減少や空き店舗の増加、会員の高齢化など、商店街は厳しい状況にあります。

商店街の運営を維持していくためには、個店や商店街全体の魅力づくりに取り組むとともに、消費者に向けた情報発信、担い手育成などを行い、組織力を高めていく必要があります。

また、買物場所としてだけでなく、地域コミュニティの拠点や地域の顔として、商店街の役割を再認識するとともに、市民が訪れたいくなる新たな付加価値を生み出す必要があります。

(6) 事業者間や地域との連携により、新たな事業創出や地域活性化が求められている。

本市では、一店逸品事業やめぐみちゃんメニュー事業など、農商工が連携した取組みを実施してきましたが、さらなる認知度向上やより魅力的なコンテンツづくりが求められています。また、市内には農業、商業、工業などの多様な事業者だけでなく、知名度の高い企業や大学などの研究機関も存在しています。様々な主体間の連携により、人脈づくりや商品開発、新たな顧客獲得などを望む意見が多く見られますが、現状では効果的な連携が進んでいない状況です。

市内の資源を循環させ、それぞれの技術力や専門性を活かした連携を図ることで、新たな事業創出や地域活性化が求められています。

(7) 地域資源を循環させる観光振興や、市全体の魅力づくりが求められている。

観光振興への機運の高まりにより、市内においてもまち歩きなどの観光施策に取り組んできました。市内外からの消費を取り込む重要性は、今後も増していくと考えられます。地域内における連携に加えて、他市との連携を図ることにより、広域で効果的な観光まちづくりに取り組む必要があります。

また、地域資源を活かした商品開発など、西東京市ならではの消費を生み出す魅力づくり・ブランドづくりが求められています。



いこいな
@シンエイ / 西東京市

見直しのポイント

産業振興に向けた現状と課題を踏まえて、後期計画策定に向け、必要な見直しのポイントを以下のように整理しました。

(1) 分野共通の課題解決に向けて連携を促進させる。

中期計画では、農業、ものづくり、商業・サービス、商店街の4つの分野により施策を展開してきました。その中で人材育成や商品開発、情報発信などは分野共通の課題であり、その解決のためには分野を超えた横展開の連携が不可欠となっていました。

また、市内では行政や他分野・他事業者との連携を望む声が高まっています。これまでに取り組んできた、事業者や商店会、農業者等に対する個別の支援を継続しつつ、より連携を促進させる施策展開が求められています。

(2) 市民の暮らしや地域活性化に対して、産業が果たす役割を広い視野で捉える。

個々の事業者が収益を上げることは重要ですが、個別の成果を目指すだけでなく、各事業者の収益向上が、農業や商店街、さらには、まち全体の地域活性化や市民の暮らしの豊かさ、愛着の醸成などにつながることを意図する必要があります。

まちづくり・地域活性化において、産業振興の果たす役割は大きいと言えます。行政として、事業者や市民に対して、地域全体で目指す産業振興のイメージの共有が求められています。

(3) 本市の産業振興の強みの強化とさらなるブランディングを進める。

基盤が整いつつある起業・創業支援など、本市の強みとなる取組みをより一層推進することで、本市の産業振興の底上げと活気付けが期待されます。また、地域資源や人材を活用し、市内外に情報発信・PRを進め、市内における消費を促進・循環させる必要があります。

そのためには、一店逸品事業やめぐみちゃんメニュー事業などの既存の事業をブラッシュアップするとともに、「西東京市ブランド」として、本市の産業振興の取組みに対する消費者の認知度向上を目指し、積極的なブランディングが求められます。

産業振興で目指すもの

産業振興マスタープランでは、将来像として「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」を掲げるとともに、3つの目標を掲げます。

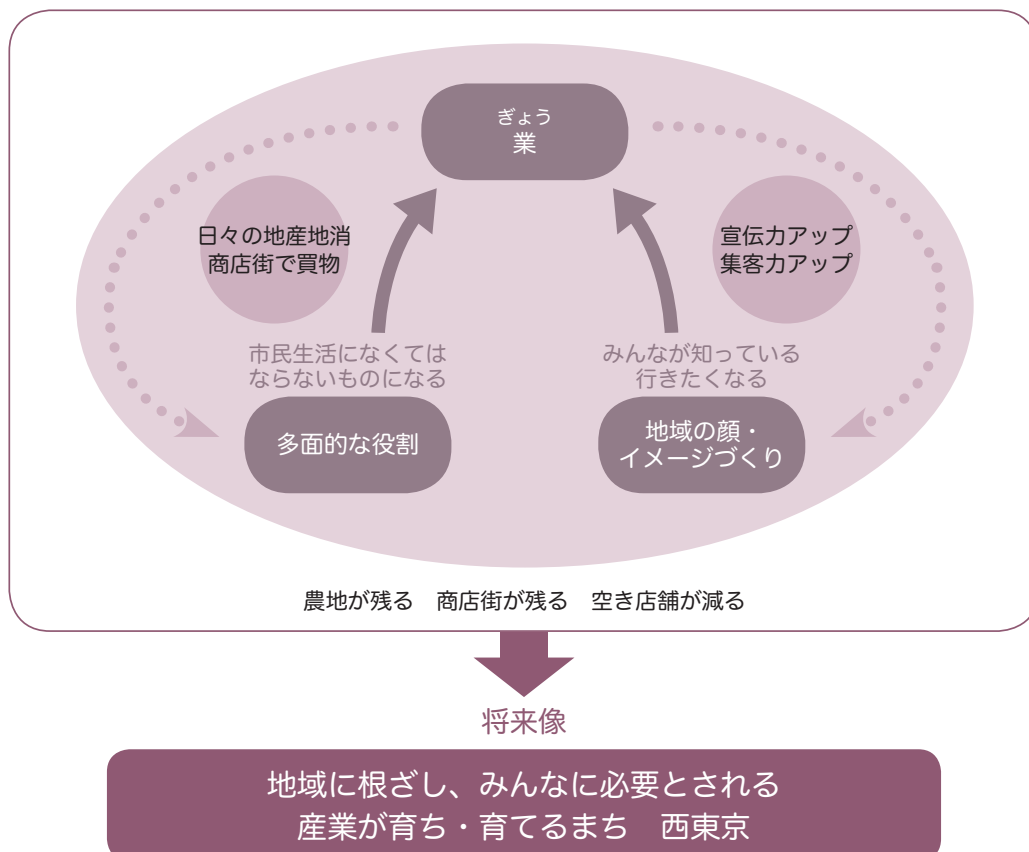
[目標]

- 『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、雇用を生み出す。
- 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。
- 『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。

以上の目標を達成することにより、次の相乗効果が期待できます。

[相乗効果]

- 『多面的な役割』や『地域の顔・イメージづくり』によって、『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）』で農地や商店街からの収益が上がり、『多面的な役割』により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、空き店舗も活用されることが期待できます。
- また、『業（ぎょう）』が良くなれば、本業に加え、地域貢献など『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。



後期計画の考え方

後期計画の施策体系では、中期計画の分野を再編した上で、それぞれの分野において目指すまちの姿を「取組みの方向性」として示し、その姿を実現するために必要な施策及び事業を位置付けています。取組みの方向性1は農業分野、取組みの方向性2は商業・サービス・ものづくり分野、取組みの方向性3は商店街分野としています。

さらに、3つの方向性に基づく施策・事業による相乗効果をより力強くするために、横断的な視点による取組みの方向性として、「4 魅力ある「西東京市ブランド」が輝くまちをつくる」を掲げました。取組みの方向性1～3によって各分野の基礎を整えるとともに、取組みの方向性4では、多様な事業者、市民、団体、その他地域資源と産業との連携を推進することを目指します。これにより、市内外に向けて本市の産業のイメージや認知度の向上を図り、「西東京市ブランド」の確立を目指します。

後期計画の考え方

- 中期計画からの将来像の継続
- 「西東京市ブランド」の創出
- 「健康」応援都市の実現
- 事業内容や事業主体の整理
- 分野連携を促す施策体系
- 消費者ニーズや事業者意向の継続的な把握

[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

[後期計画]

取組みの方向性1

[農業]

持続可能な「農」が共生するまちをつくる

施策1

農地の多面的機能の発揮

施策2

収益力向上を目指した農業経営の推進

取組みの方向性2

[商業・サービス・ものづくり]

多様な「しごと」が生まれ循環するまちをつくる

施策1

経営基盤の強化

施策2

新たな「しごと」の創出

施策3

就労環境の整備

取組みの方向性3

[商店街]

身近な「商店街」が暮らしを支えるまちをつくる

施策1

活力ある組織づくり

施策2

新たな価値の創造

取組みの方向性4

[横断的視点]

魅力ある「西東京市ブランド」が輝くまちをつくる

施策1

「西東京市ブランド」の構築・情報発信・PR

施策2

イベント開催によるにぎわいづくり

施策3

新たな連携の創出

施策4

観光まちづくりの推進



平成 27 (2015) 年の都市農業振興基本法の制定、平成 28 (2016) 年の都市農業振興基本計画の策定等、都市農業を取り巻く環境は大きく変化しています。また、都市農地の位置付けも「宅地化すべきもの」から「都市にあるべきもの」へと転換され、都市と共生し続けられる農業・農地が求められています。

本市における農地は、宅地化などが進む中で減少傾向にあります。また、近年の猛暑や大雨などの天候不順により、安定した農業生産が難しい状況が見られます。一方、市民の「農」に対する関心は高まっており、市民農園・農業体験農園などの利用ニーズや市内産農産物の購買意向なども高まっています。

本市の重要な地域資源である農業・農地を今後も継続・発展させていくためには、農業・農地が持つ多面的な機能や、まちの貴重な資源としての価値を市民に認識してもらうことが必要です。さらに、農業が『業』として維持・発展していくための多角的な支援策を講じ、西東京市独自の都市と「農」が共生し続けられる環境を整えていくことも必要です。そのために、本市における農業振興の方針・施策及び具体的な事業を示した第 2 次西東京市農業振興計画に基づき、各種の施策を推進し、都市農業の振興を担う自治体としての取組みを進めます。

農業分野を取り巻く現状と課題から求められるもの

- 1 都市と共生し続けられる農業・農地のあり方
- 2 農業が『業』として確立され、次世代へと継承されるための支援策
- 3 農業・農地が都市と共生していくための市民による理解と交流

西東京市の農業を考えるためのキーワード

- 農業・農地の多面的機能の発揮
- 農地を活かした交流の促進
- 地産地消の推進と販路の拡大
- イベントなどによる市民理解の促進
- 多様な主体との連携・協力
- 消費者ニーズの的確な把握
- 戦略的なプロモーション

施策1 農地の多面的機能の発揮



農業交流拠点の利活用の推進

JA 及び農業者と協議しながら、農業学習や畑の防災訓練などで、農のアカデミー体験実習農園や農のアトリエ「蔵の里」を活用します。また、本市が開設した市民農園について、利用料やサービス内容についての見直しを進め、新たな展開を目指します。



災害時協力農地の拡大

JA 及び農業者と連携して、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時協力農地の認定を締結する農地の拡大を進めるとともに、災害時の活用方法などについても協議します。また、災害時の農地の役割について市民への理解促進を図ります。



農業交流事業の展開

JA 及び農業者と協議しながら、農業景観散策会などのイベントを開催することによって、農業に対する市民の理解を深めます。

施策2 収益力向上を目指した農業経営の推進



農業普及啓発プロジェクトの活用

JA 及び農業者と連携してファームカーやイメージビデオ、イメージソングなどを活用します。



販路拡大に向けた直売所の利用の促進

市内産農産物の販路拡大のため、JA 及び農業者と連携して直売所の効果的な情報発信を推進します。また、新たな販売先の創出に向けて、事業者と連携した取組みを検討・実施します。



緑のアカデミー事業の実施

都内でも有数の植木・苗木の生産地である特徴を活かし、JA 及び農業者と連携して市内産植木を活用したイベントなどを実施します。



親子で野菜づくりにチャレンジの実施

JA 及び農業者と連携して、親子参加型の収穫体験イベントを実施します。



農業体験農園の推進

農業者自ら開設する農業体験農園について、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。農業体験農園を通じて、農業者の収益向上を目指すとともに、市民への理解を深めます。



市内には、大規模工場の撤退・縮小が進む中であっても、独自の技術力を持った中小企業や商業・サービス業を営む個店など、また、製造業において知名度の高い企業も立地しています。

中小企業や小規模事業者は、大手企業に比べ、販路開拓などの営業面の課題や情報発信の不足、独自技術の次世代への継承などの問題を抱えています。今後も活躍し続けるためには、人材確保や営業展開の強化が求められます。また、経営側としては、働き方改革への対応も求められています。

一方、平成 28(2016)年の女性活躍推進法の施行を契機として、国では、女性の活躍促進に向けた施策が展開され、起業・創業に関する動きも顕著になってきています。本市では、子育て世帯が多く居住しているという特色を活かし、主に出産・育児により離職中の女性を対象としたハンサム・ママプロジェクトを実施しています。また、創業サポート施設の開設など、積極的に起業・創業支援を行っており、新たに事業を始める機運が高まっています。

活性化している起業・創業をさらに推進するとともに、多様化する就労ニーズにも応えるために、新たな「しごと」が生まれる環境を整え、地域経済を循環させる必要があります。

商業・サービス・ものづくり分野を取り巻く現状と課題から求められるもの

- 1 事業の継続・拡大に向けた既存事業者の経営基盤強化
- 2 「創業するなら西東京市」のブランドイメージづくりに向けた起業・創業支援のさらなる推進
- 3 求人・求職ニーズに対応した環境整備

西東京市の商業・サービス・ものづくりを 考えるためのキーワード

- 顧客や環境など、時代の急速な変化に対応した事業展開
- 人材の確保・育成
- 事業者の段階に合わせた支援策の充実
- 女性の働き方サポートの推進
- 市外で活躍できる創業者の輩出
- 地域課題の解決に向けた職住近接の推進
- 新たな事業展開に向けたマッチング
- 戦略的なプロモーション
- 多様な主体との連携・協力

施策1 経営基盤の強化



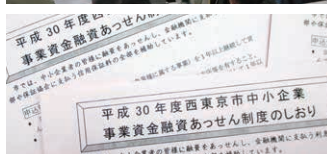
人材育成に向けた各種セミナーの実施

創業支援・経営革新相談センター及び金融機関において、創業スクールやその他セミナーなどを実施し、事業者の人材育成を図ります。



経営力・収益力の強化に向けた各種セミナーの実施

創業支援・経営革新相談センター及び金融機関において、経営セミナーなどを実施し、事業者の経営力・収益力の強化を図ります。



事業融資あっせん制度の実施

市内の中小企業者が必要な事業資金を低利で利用できるよう、本市が取扱金融機関に対してあっせんし、利息の一部を補助します。また、中小企業等資金融資検討委員会をととして、現行の融資あっせん制度の検証を行います。



市外への事業者情報の発信支援

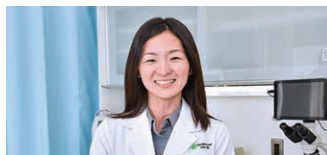
商工会や金融機関と連携して、産業ニュースなどの発行及び展示会への出展などを実施し、市内事業者を市外へPRする取組みを進めます。

施策2 新たな「しごと」の創出



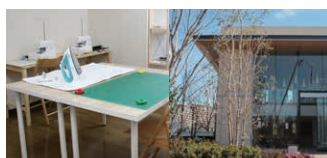
女性の働き方サポート推進事業の推進

出産・育児により離職中の女性を中心に、「働く」という行動のきっかけづくりとなる事業を実施します。



チャレンジショップ事業の実施

商工会が起業・創業者に対して、商店街を中心として市内で空き店舗となっている店舗への出店に際して、店舗家賃を補助するチャレンジショップ事業を実施し、市内での開業を支援します。また、開業後の経営のフォローアップを行います。



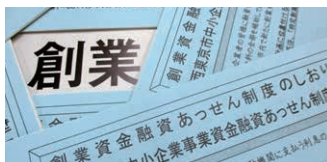
創業拠点の利活用の推進

商工会や金融機関と連携して、創業サポート施設などを活用し、市内での創業を支援します。また、創業サポート施設の有効的な活用方法や方向性について検討を行います。



創業に関する相談・助言の実施

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及び助言を行います。また、市が中心となり、創業に関する情報発信に積極的に取り組みます。



創業及び新分野融資あっせん制度の実施

市内での創業に際して、必要な事業資金を低利で利用できるよう、本市が取扱金融機関に対してあっせんし、利息の一部を補助します。また、中小企業等資金融資検討委員会をととして、事業の発展に効果的な融資あっせん制度について検討します。

施策3 就労環境の整備



国、東京都との連携による求職ニーズへの対応

ハローワーク及び東京しごとセンターなどと連携し、各種就労セミナーや面接会などを開催することで、情報提供を行い、就労を支援します。



福利厚生事業への支援

中小企業退職金共済掛金補助や福利厚生を提供している組織に対して支援・連携することで、中小企業の雇用確保及び従業員の雇用環境の改善を進めます。

身近な「商店街」が暮らしを支えるまちをつくる



市内の5駅周辺には、商店街などの商業地が広がっています。市内商店街では、イベントを実施するなど、地域活性化や商店会の活動のPRを進めてきました。一方で、商店会組織の解散の動きも見られます。また、大型チェーン店やインターネット販売など、購買方法の多様化により、個店の廃業や空き店舗の増加、生鮮4品取扱い店舗の減少、組織の高齢化、担い手不足などといった課題も抱えています。

商店街は、市の顔としてのイメージのほか、防災・防犯や地域コミュニティの核として重要な役割を担っています。目指すべきは、利便性に加え、誰もが気軽に集える場があり、普段の暮らしの中で地域コミュニティへの参加や交流を促すことができる商店街です。さらに、近年の大規模災害を経験し、地域コミュニティの重要さが再認識されました。商店街は、地域社会の絆を結ぶ場となることが改めて期待されています。

平成29(2017)年7月に、経済産業省「新たな商店街政策の在り方検討会」による中間とりまとめが公表されました。その中でこれからの商店街には、地域の特色や人材などの地域資源を活かしながら、おもてなしやサービスなどの付加価値付けが求められています。また、空き店舗活用としては、市内で起業・創業する事業者による開業も期待されます。

個店の魅力向上だけでなく、商店街全体の魅力向上、商店街同士の連携による地域全体の価値を向上させる視点も重要です。商店街の多面的な役割を發揮するためには、市民や地域の多様な組織、団体と連携を図りながら、単に買い物に行く場所としてだけでなく、消費者が出かけたくなる、訪れたいくなる新たな魅力創出に向けた取組みが求められています。

商店街分野を取り巻く現状と課題から求められるもの

- 1 商店街の存続に向けた推進力のある運営
- 2 商業空間に限らない商店街の新たな価値付け
- 3 市民理解を促進させるための市民や多様な団体等との連携



西東京市の商店街を考えるためのキーワード

- 商店会組織の運営力強化
- 商店会の担い手育成
- 市民の利用を促す商店街の新たな価値付け
- 個店の経営力強化
- 消費者ニーズへの対応
- 空き店舗の有効活用
- 地域特性に応じた商店街のブランディング
- 戦略的なプロモーション
- イベントなどによる市民理解の促進
- 多様な主体との連携・協力

施策1 活力ある組織づくり



消費者ニーズの調査・研究

商工会等と連携して市民アンケートを実施し、買物支援及び生鮮4品などのニーズを調査します。調査結果を踏まえつつ、商店会に求められる整備支援について、商店会・商工会・事業者とともに研究を進めます。



商店街ブランドデザイン事業の実施

商店会・商工会・事業者と連携して商店会のイメージ向上及び「見える化」に向けた取組みを実施することで、消費者に商店会の存在をPRするとともに、訪れたい商店街づくりを進めます。



商店会連絡会議等の開催

商工会・商店会との定期的な会議を行い、商店街振興に向けた意見交換を行います。

施策2 新たな価値の創造



商業便利度向上事業の実施

商工会が中心となり、商店会と連携して、消費者が求める商店会づくりや商業の活性化を目指した取組みを実施します。



駅周辺エリアごとの一体的な商店街振興の支援についての検討と実施

創業支援・経営革新相談センターが商店会に対して巡回相談を実施し、駅周辺エリアごとの商店街振興に向けた支援について検討及び支援を実施します。必要に応じて、事業者や民間団体等と協力しながら取り組みます。



空き店舗活用の支援

商工会が中心となり、空き店舗の所有者に対して、効果的な活用方法の提案を行います。また、空き店舗を求める事業者に、利用に係るアドバイスなどを行います。



空き店舗情報のマッチング

商工会が中心となり、空き店舗を求める事業者と空き店舗の所有者とのマッチングを行い、空き店舗の解消に努めます。

魅力ある「西東京市ブランド」が輝くまちをつくる



本市は、都心部への交通利便性が高いという立地的要因や、近隣への大規模店舗の進出の影響などもあり、市外へ消費が流出している状況も見られます。今後、本市の産業振興を前に進めるためには、来訪者を増加させ、市内での消費を促進させることが重要となります。そのためには、消費者にとって魅力的なコンテンツの創出と、産業のイメージ向上が求められています。

本市はこれまで、一店逸品事業やめぐみちゃんメニュー事業をはじめとした、独自の各種事業を進めてきました。しかしながら、市内産業のさらなる知名度向上のためには、農業や商工業の分野を超えて、多様な事業者、市民、団体、行政等の地域内連携を促進させることが必要です。既存の枠組みを超えて、地域の多様な関係者同士が連携することは、これまでにない地域の課題解決となる取組みの創出や、事業者のモチベーション向上といった波及効果も期待できます。

市内の事業者が一体となり、魅力ある産業を創り出すことが、市内外の消費者を引き込む「西東京市ブランド」につながるものと考えます。そして、効果的なPRを展開することにより、その輝きがさらに増していきます。

具体的には、商店街や地域を盛り上げ、市内産業の魅力を体感できる新たなイベントなどを実施することも、本市の産業のイメージ向上に役立つと考えられます。

また、東京都では現在、観光振興の取組みを推進しており、多摩地域ではその機運が高まっていることから、他市との連携も視野に入れ、市外からの消費者を呼び込む観光まちづくりの取組みも重要となります。

さらに、多摩六都科学館、下野谷遺跡などの地域資源を有効に活用しながら、消費者にとってより魅力的な「西東京市ブランド」を創出し、ブランドが生み出す市内経済の活性化を目指します。

横断的視点における現状と課題から求められるもの

- 1 産業振興を推進するための「西東京市ブランド」の磨き上げと、積極的な情報発信・PR
- 2 地域への愛着醸成に寄与するイベントなどの開催によるにぎわいづくり
- 3 地域の課題解決や新たな事業創出に向けた市内の多様な団体、事業者同士の連携
- 4 地域内の資源を循環させる観光まちづくりの推進

西東京市の産業振興を横断的視点から考えるためのキーワード

- 一店逸品事業・めぐみちゃんメニュー事業などの独自事業の魅力度・認知度の向上
- 戦略的なプロモーション
- イベントなどによる市民理解の促進
- イベントなどによる市民の愛着の醸成
- 多様な主体との連携・協力
- 新たな事業展開に向けたマッチング
- 地域特性に応じた商店街のブランディング
- 空き店舗の有効活用
- 地域資源の発掘と有効活用
- 近隣市との連携による観光振興

施策1 「西東京市ブランド」の構築・情報発信・PR



一店逸品事業の推進

商工会と協力して、モノやサービスなど個店独自の「逸品」を確立し、入りたくなる店づくりへとつなげるための認定制度を実施し、市内外へ広くPRします。逸品のグレードアップを図るとともに、コンテストや商品のコラボレーションなど、新たな展開により事業の活性化を図ります。



産業ニュース等の発行

商工会及び金融機関と連携して、産業に関するニュースを発行するとともに、市内外に向けて市内事業者の情報発信を行います。



めぐみちゃんメニュー事業の推進

市内産農産物を使用した飲食物（加工品・土産物を含む。）を、飲食店などの協力を得てメニュー化します。めぐみちゃんメニュー事業をとおして、地産地消を推進するとともに、農商工連携を図り、市内産農産物の認知度向上と販路の拡大を目指します。



めぐみちゃんマルシェの開催

めぐみちゃんメニュー事業参加者が出品した、新鮮な農産物や認定メニューなどを販売するめぐみちゃんマルシェを開催し、消費者へ市内産農産物を提供します。



ファームカーを活用した即売会の開催

JA及び農業者と連携して、ファームカーを活用した即売会（マルシェ型イベント）を開催します。



市内産農産物活用事業の実施

JAや農業者、商店会と連携して、市内産農産物を活用したイベントを実施します。

施策2 イベント開催によるにぎわいづくり



地方都市物産展の実施

商工会が中心となり、商店会のイベントなどをとおして、地方都市の物産を販売することにより、地方活性化を支援するとともに、市民と地方とのコミュニケーションを醸成します。



新たなマーケット創出イベントの実施

事業者が中心となり、商工会や商店会等と連携を図りながら、新たなマーケットを創り出すためのイベントを企画・実施します。



商店街を中心とした地域、市民団体等との連携によるイベントの実施

商店会が中心となり、必要に応じて大学や市民団体等と連携を図りながら、商店街をPRするとともに、にぎわいを創出するイベントを企画・実施します。行政は、実施を支援します。

施策 3 新たな連携の創出



西東京市ブランドづくりプロジェクトの推進

産業振興戦略会議などとおして、産業振興に資する本市のブランドづくりについて検討し、市内産業を担う多様な関係者と連携した取組みを実施します。



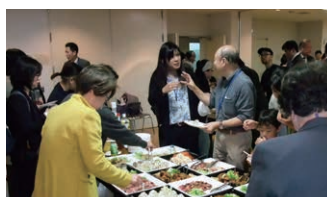
産業振興戦略会議の実施

行政、商工会などが中心となり、時事のテーマに沿ったアドバイザーを招き、市内産業を担う多様な関係者ととも、必要な産業振興策について検討します。



産学公金連携事業の検討

産業振興戦略会議などとおして、産業振興を目指した市内の産学公金連携の取組みを検討します。



事業者間マッチングの支援

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や同業種・異業種交流会などを実施し、事業者間の連携強化や営業展開の強化を図ります。



農業と地域や商店街との連携

行政とJA・農業者が中心となり、商工会や商店会、事業者と連携して、地域や商店街でのイベントでの活用など、多種多様な方法で農業との連携を図ります。

施策 4 観光まちづくりの推進



観光振興に関する近隣市との連携

近隣市との連携により、地域ブランドなどを活用した新たな「まち歩き観光」の実施について、検討します。実施にあたっては、市内の多様な関係者と連携を図りながら取り組みます。



西東京市農産物キャラクター
「めぐみちゃん」

計画の実現に向けて

各主体の役割

産業振興に関わる様々な主体が役割を担い、それぞれが機能を発揮できる体制を整えるとともに、計画の進行管理を行うことが求められます。また、必要に応じて実行プログラムの取組み内容の改善を行い、より効果的な事業を展開していくことが必要です。

産業振興には、主役である事業者のみならず、市民や産業関連団体、事業者を支える支援機関など、様々な主体が関わっています。本計画を着実に推進していくためには、計画に関連する各主体が、それぞれの役割を果たしていくことが求められます。

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

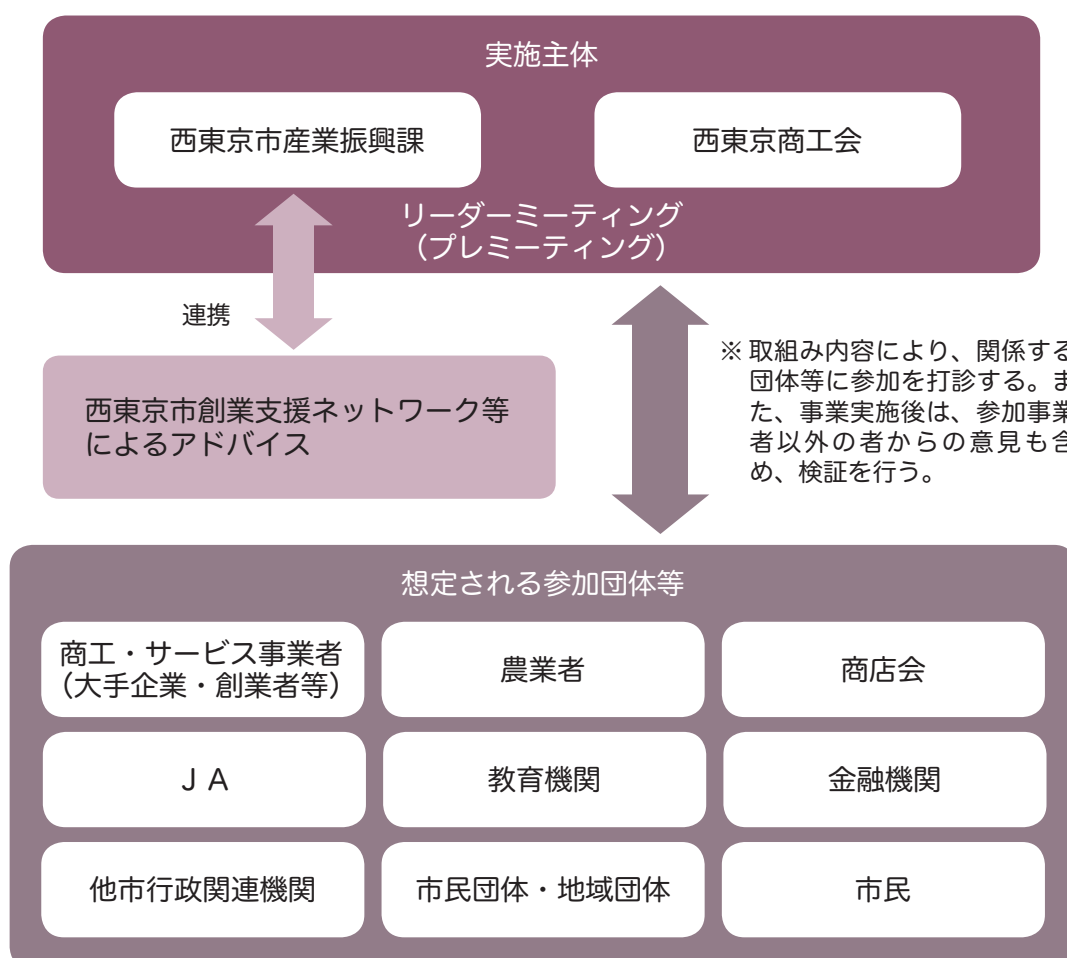
計画の推進体制

本計画の推進にあたっては、特に横断的視点による取組みに対応できるよう、各主体の連携を図るとともに、庁内の関係各課の連携を密にしていく必要があります。

庁内においては、庁内の関係部署と各種情報を共有するとともに、横断的分野の施策を推進していきます。また、行政と商工会が中心となって開催している産業振興戦略会議について、より多様な主体が参画・連携する場とし、事業者、関係団体、消費者等のニーズを的確に把握しながら、計画を推進します。

なお、会議の開催にあたっては、各事業に係る主体を明確にし、それぞれの関わりについて効果検証を行っていきます。

産業振興戦略会議体制図



計画の進行管理

本計画は、平成 31（2019）年度から 2023 年度までの 5 年間で計画期間としています。

本計画の進行管理にあたっては、年次別の取組み内容に基づき、進ちょく管理を行うとともに、新たに設定した「効果を測定するための指標」の定期的なチェックと施策の評価を行います。また、計画期間中に、エンドユーザーに対するアンケート調査を行うことにより、事業の見直し、改善につなげていきます。

効果を測定するための指標一覧（5 年間）

指標		現状値	目標値
取組みの方向性 1 持続可能な「農」が共生するまちをつくる			
市民の農業・農地に対する理解促進	農業に対する満足度	29.9%	40.0%
市内生産量の拡大	市内における農業産出額 (農家 1 戸あたりの平均)	4,346 千円	4,346 千円
	農地面積	135ha	118ha
市内産農産物の販路拡大	販路の多様性	55.9%	61.0%
取組みの方向性 2 多様な「しごと」が生まれ循環するまちをつくる			
市内事業者の経営意欲の増加	各種セミナーの満足度	3.8 点	4.3 点
起業・創業者数の増加	創業支援等事業及び女性の働き方サポート推進事業による創業件数	22 件	25 件
納税客体の増加	法人市民税の納税義務者数	3,193 人	3,313 人
取組みの方向性 3 身近な「商店街」が暮らしを支えるまちをつくる			
商店会運営の持続	商店会数	20 商店会	20 商店会
空き店舗の活用	チャレンジショップ事業の活用	41 件	61 件
市民の市内消費満足度の向上	買い物便利度	38.2%	41.0%
取組みの方向性 4 魅力ある「西東京市ブランド」が輝くまちをつくる			
「西東京市ブランド」の認知度向上	「一店逸品事業」の認知度	29,022 アクセス	50,000 アクセス
	「めぐみちゃんメニュー事業」の認知度	34,179 アクセス	55,000 アクセス
交流人口の増加	市内来訪者数	45,039 千人	47,000 千人
市内事業者の経営意欲	ブランド事業参加事業者の意向	79%	90%

西東京市産業振興マスタープラン 後期計画 - 概要版 - 平成 31（2019）年 3 月

西東京市生活文化スポーツ部産業振興課
〒202-8555 西東京市中町 1-5-1

電話 042-438-4041 ファックス 042-438-2021
ホームページ <http://www.city.nishitokyo.lg.jp/>

Growing and Branding



西東京市