

第3章

主な取組み内容

1 施策体系

2 取組み内容

農

身近な「農」がまちと共生し、次世代に受け継がれる

しごと

個性豊かな「しごと」が、人もまちもいきいきと輝かせる

商店街

元気な「商店街」が人々の暮らしを支え、にぎわいを生む

西東京市ブランド

魅力あふれる「西東京市ブランド」が、まちに活気をもたらす

3 計画の実現に向けて

1 施策体系

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

農		
身近な「農」がまちと共生し、次世代に受け継がれる	施策1 収益力向上を目指した農業経営の推進	<ul style="list-style-type: none"> 地産地消の推進 農産物の安定した販路の確保 多様な農業者への支援
	施策2 農地の保全と活用	<ul style="list-style-type: none"> 生産緑地の保全と次世代農業者の農地確保 農地の多面的機能の発揮
		★
		★

農業・農地

しごと		
個性豊かな「しごと」が、人もまちもいきいきと輝かせる	施策1 経営基盤の強化	<ul style="list-style-type: none"> 社会や消費者ニーズの変化に対応するための事業者向けセミナー等の開催 経営力・収益力の強化に向けた支援の実施 事業融資あっせん制度の実施 人材の確保・育成支援 事業承継支援
	施策2 事業者の連携の推進	<ul style="list-style-type: none"> 市内外への事業者情報の発信支援 事業者と多様な主体の交流・マッチングの推進
	施策3 多様な人々のチャレンジの後押し	<ul style="list-style-type: none"> 市内で創業する事業者への支援 創業拠点の利活用の推進 幅広い世代を対象とする起業・創業支援の推進 創業及び新分野融資あっせん制度の実施
	施策4 働きやすい環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> 国、東京都との連携による求職ニーズへの対応 多様な働き方ができる環境整備の支援

商業・サービス・ものづくり

施策体系中の★は重点項目を示しています。



いこいな
©シンエイ/西東京市

商店街		
元気な「商店街」 が人々の暮らしを 支え、にぎわいを 生む	施策1 活力ある商店会 づくり	消費者ニーズの把握と対応策の検討
		商店会の組織力強化の推進
		商店会連絡会議等の開催
	施策2 魅力的な商店街 づくり	利用しやすい商店街づくりの推進
		商店街振興を通じたまちのにぎわい創出の支援
		商店街の情報発信支援
		空き店舗の活用支援

商店街

西東京市ブランド		
魅力あふれる 「西東京市ブランド」 が、まちに活気をもたらし	施策1 「西東京市ブランド」 の構築・情報発信・ PR	一店逸品事業の推進
		市内産農産物のPRと販路拡大の推進
		西東京市ブランドの積極的な情報発信の推進
	施策2 イベント開催による にぎわいづくり	イベントを通じた新たなマーケットの創出
		商店街を中心とした地域・市民団体等との連携によるイベントの開催
		西東京市ブランドづくりプロジェクトの推進
	施策3 新たな連携の創出	多様な関係者の参画と協働による産業振興策の検討
		産学公金連携事業の検討
		農業と地域や商店街との連携
	施策4 地域資源の活用	近隣市との広域連携
		訪れたいなるまちづくりの推進

横断的視点

身近な「農」がまちと共生し、次世代に受け継がれる

市内の農地を将来にわたって保全するために、市民が日常的に「農」に親しみながら農業・農地の重要性を理解し、農地の様々な機能を積極的に活用して、都市と農地が共生するまちを目指します。

現状

農家・農地の減少

本市の農家数は令和2（2020）年時点において187戸（農林業センサス）となっており、平成2（1990）年からの30年間で半減し、農業従事者の高齢化も進行しています。本市の農地面積は平成20（2008）年時点においては約163haでしたが、令和4（2022）年度末時点においては117.6haとなっており、年々減少しています。また、本市は販売金額規模が小さい農家が多く、農業者の所得においては、農業所得以外の所得が多い状況となっています。

市内産農産物の消費動向

令和5（2023）年時点において、市内には野菜、果樹、花卉の直売所が計104か所設置されており、その中でも、野菜の直売所は増加傾向にあります。市民意向調査（令和4年12月）によると、約6割の市民が市内産農産物を購入しており、その理由として「新鮮だから」や「地域の農業を守りたいから」等の意見があります。一方、市内産農産物を購入していない理由としては、「直売所等が自宅の近くにないから」や「直売所の存在・場所を知らないから」等の意見が多くあります。本市は、市内産農産物の消費促進とPRのため、市内の農業者や飲食店等と連携して、めぐみちゃんメニュー事業の実施や市内産農産物を利用した学校給食の提供等に取り組んでいます。これらの事業を通じて、市内の小・中学生は本市の農業への理解を深めており、子どもアンケート調査（令和4年12月）の結果における本市の農産物キャラクター「めぐみちゃん」の認知度は9割を超えています。

農に対する人々の理解

都市農業の継続には、周辺住民の農業に対する理解が不可欠です。本市は、JAや農業者と連携し、市内産農産物を活用したイベントの開催や農業体験農園、市民農園の利用等を通じて、農業に対する市民の理解を深める取組みを進めています。令和6（2024）年時点において、市内には農業体験農園が5か所、市が運営する市民農園が3か所、農業者が運営する市民農園が8か所存在し、多くの市民が農業に親しみ、楽しんでいます。

また、平成30（2018）年に都市農地の貸借の円滑化に関する法律が制定され、生産緑地の貸借がよりスムーズに行えるようになったことを受けて、農業委員会やJAと連携して、生産緑地を貸したい農業者と借りたい人のマッチングを行っています。

農地が持つ多面的機能

農地は、学習・交流機会の提供や、生物多様性の保全等、多くの機能を有しています。令和4（2022）年度末時点において、生産緑地面積全体の約10%にあたる約1,051aの農地が災害時協力農地に登録されており、農地が持つ多面的機能の一つとして、市民の安全・安心な暮らしを守る役割を担っています。

課題

都市農業の 継承

- 農業者の減少の抑制
- 後継者や新たな担い手の育成
- 市内産農産物の販路の拡大
- 農業収入の安定化

まちと農地の 持続的な共生

- 適切な農地の管理と保全
- 農地貸借の推進
- 農地が持つ多面的な機能の積極的な活用

「農」に対する 市民理解の促進

- 市内産農産物の消費促進
- 「農」とふれあえる機会の拡充
- 都市農業の魅力や価値の周知

西東京市農産物キャラクター
「めぐみちゃん」



農業者の収益力向上と持続的な経営のため、地産地消を推進して農産物の安定的な販路の確保につなげます。また、意欲ある農業者の農業経営継続のために、効果的な支援を検討します。

1 地産地消の推進

農業者の主要な販路であり、本市の農業の情報発信の拠点としても重要度が高い直売所のさらなる利用促進を図るため、周知の強化や利便性向上等を検討します。

また、公共施設等における市内産農産物の販売機会の拡大等により、市内産農産物を市内各地で消費できる仕組みをつくることで、市民に新鮮な農産物を提供するとともに、本市の農業への理解促進につなげます。

さらに、学校給食に市内産農産物を安定して提供できるよう、栄養士と農業者の意見交換会を実施し、効率的な運用を検討します。

2 農産物の安定した販路の確保

持続的な農業経営を推進するため、市内外の事業者等と連携しながら、市内産農産物の安定的な販路の確保と生産の拡大につながる方策を検討します。

また、市内の飲食店等における、市内産農産物を使用しためぐみちゃんメニューの活用を検討し、情報発信に向けた取組みを推進します。

3 多様な農業者への支援

東京都農業会議やJA等と連携して、本市の農業を先導する認定農業者をはじめ、規模や経営形態に関わらず意欲ある農業者の持続的な農業経営のための支援の拡充について検討します。



直売所



市内の農業者

今ある農地を保全して次世代に継承するため、農地の適正な管理と活用を推進するとともに、安心して農地の貸借ができる体制を整えます。また、農業者開設の市民農園や、農業体験農園の開設支援等に取り組みます。さらに、農地が持つ多面的な機能を活用するため、災害時協力農地の拡大等を進めます。

1 生産緑地の保全と次世代農業者の農地確保



重点項目

農業委員会の協力のもと、農地の適正な管理を行うとともに、農地に関する相談体制を整えます。また、DX活用による農地の活用や管理の効率化の検討を進めます。

また、安心して農地の貸借ができるよう、東京都農業会議やJA等と連携して、貸し手と借り手の仲介や相談対応等のフォロー体制を整え、後継者や新規就農者等の農地確保を推進します。

さらに、市民等と農業のふれあいを通じて、本市の農業・農地・農産物についての理解促進や農業者の経営安定化等を図るため、農業者開設の市民農園や農業体験農園の開設支援等、市民の利用の促進を進めます。

2 農地の多面的機能の発揮

農地の防災機能の周知方法の検討やJAとの連携を図り、農地が防災機能を発揮できる環境を整備することにより、災害時協力農地の拡大を推進します。

また、市民や子どもたちが農業者と交流できる取組み等、農地が持つ多面的機能をさらに活用していくための取組みの検討を進めます。



キャベツ畑



災害時協力農地

個性豊かな「じば」とが、人もまちもいきいきと輝かせる

市内産業が持続的に活性化していくために、一人ひとりが自分に合った働き方（「しごと」）を実現できる環境づくりを進め、誰もが充実した支援を受けられ、やりがいや夢を持ってチャレンジできるまちを目指します。

現状

事業所・従業員の減少

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

社会情勢の大きな変化

新型コロナウイルス感染症の感染拡大や、海外情勢の影響を受けたエネルギー・食料品等の価格高騰は、現在も多くの市内事業者の企業活動に大きな影響を与えており、特に飲食サービス業や卸売業等の業種は、引き続き厳しい状況にあります。また、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、事業者同士の連携や交流の機会が大幅に減少しました。

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

本市における起業・創業支援

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

働き方改革の進展

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

課題

持続的な 経営基盤の 構築

- 市内事業者の経営力の底上げ
- 社会や消費者等の変化への柔軟な対応
- 事業資金の確保
- 誰もが働きやすい職場環境の整備
- リスキリング（学び直し）の推進
- 人材の確保・育成
- 後継者の育成・事業承継

事業者間の つながりの 強化

- 事業者に関する情報の積極的な発信
- 事業者同士の交流・連携の機会の拡充

起業・創業を する人材の育成

- 幅広い層を対象とする起業・創業支援の拡充
- 起業・創業支援に関する取組みの周知

事業者が持続的かつ継続的に事業ができる土台をつくるため、創業支援・経営革新相談センターや金融機関等と連携し、専門家を招いたセミナーの開催や融資のあっせん、事業承継の推進支援等、様々な角度から支援していきます。

1 社会や消費者ニーズの変化に対応するための事業者向けセミナー等の開催

創業支援・経営革新相談センター等と連携して、社会のあり方や個人の価値観等が大きく移り変わっていく中で、市内事業者が消費者ニーズを的確に把握し、変化に対応できるよう、専門家から最新のトレンド等について学べるセミナー等を開催します。

2 経営力・収益力の強化に向けた支援の実施

創業支援・経営革新相談センター及び金融機関等において、経営や財務等の専門知識に関する相談に対して、個別相談や幅広いテーマの経営セミナー等を開催し、経営力・収益力の強化を図ります。

3 事業融資あっせん制度の実施

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

また、中小企業等資金融資検討委員会を通じて、市内の中小企業者が社会情勢の変化等に対応できるよう、ニーズに応える制度の実施を検討します。

4 人材の確保・育成支援

ハローワーク等の関係機関と連携して、市内事業者の人手不足解消のため、事業者と求職者のマッチングを推進します。

また、経営者や従業員のキャリア形成を支援するため、セミナーや面接会の開催や相談対応等に取り組みます。

5 事業承継支援

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

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

1 市内外への事業者情報の発信支援

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

2 事業者と多様な主体の交流・マッチングの推進

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

★
重点項目



セミナー



西東京市匠 navi



展示会



事業者交流会

これまで「創業するなら西東京市」を掲げて取り組んできた起業・創業支援をより一層拡充し、ブランドイメージの定着を目指すために、幅広い世代の人々が自分の夢や目標を達成できるよう、寄り添いながら支援していきます。起業・創業にあたっての事前準備や安定した経営のための相談対応、創業後のアフターフォローまで、長期的・継続的に支援し、人々が安心して新たな事業に挑戦できる環境の整備を進めます。

1 市内で創業する事業者への支援

市内での起業・創業を目指す人に寄り添いながら、その準備から安定した事業継続に至るまで、継続的に支援していきます。

また、商店街を中心とする市内の空き店舗へ出店する起業・創業者に対して、商工会が店舗家賃を補助するチャレンジショップ事業等により、市内での創業や事業継続を支援します。

2 創業拠点の利活用の推進

商工会や金融機関と連携して、H I B A R I D O等の創業サポート施設を活用して創業者の様々なニーズに対応し、市内での起業・創業を支援します。

また、創業サポート施設のさらなる有効的な活用方法等について検討します。

3 幅広い世代を対象とする起業・創業支援の推進

若者や高齢者等を含めた幅広い世代を対象として、起業・創業を後押しする支援体制を構築します。創業支援・経営革新相談センターにおいて、創業資金融資あっせん制度やチャレンジショップ事業等の起業・創業支援の案内のほか、創業に関する様々な相談・助言を行います。

また、女性の働き方サポート推進事業におけるハンサム・ママプロジェクトを通じて、子育て世代の女性が理想の働き方を実現できるように支援します。

★
重点項目

4 創業及び新分野融資あっせん制度の実施

市内での創業に際して、必要な事業資金を低利で確保できるよう、本市が融資をあっせんして金融機関に対する利息の一部等を補助します。

また、事業の発展に効果的な融資あっせん制度のあり方について検討します。

誰もが働きやすい環境の中で自分らしく働くことができるよう、就業支援や職場環境の整備支援等に積極的に取り組みます。

1 国、東京都との連携による求職ニーズへの対応

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

2 多様な働き方ができる環境整備の支援

子育てや病気等の治療、家族の看護や介護等、様々な事情を抱える人々が自身のライフスタイルに合う働き方を選択できるよう、誰もが働きやすい職場環境の整備等に関する相談対応や中小企業退職金共済掛金補助により、雇用の確保及び働き方改革に関する取組みを支援します。

また、障害者や高齢者の就業に関しても、事業者や庁内の関係部署と連携しながら支援します。



ハンサム・ママフェスタ



就職面接会



創業スクール



創業サポート施設 HIBARIDO

Photo Ryokan Abe

元気な「商店街」が人々の暮らしを支え、にぎわいを生む

長年にわたって愛されてきた「商店街」がこの先も続いていくために、人々のニーズに応える便利で楽しい「商店街」が地域のにぎわいを生み、人々の居場所となるまちを目指します。

現状

商店街が持つ多様な機能

商店街は買い物をする場であるだけでなく、人と人をつなげ、地域における居場所を提供し、防災・防犯の面でも重要な役割を果たす場でもあります。商店街活性化に向けた取組みの推進は、このような商店街の多様な機能を活かし、地域で長く愛され続ける商店街を維持することにつながります。

商店会の減少

本市には、5つの駅の周辺に商店街等の商業地が存在します。商店街は地域住民の買い物の場として日常生活を支えるとともに、イベントの開催等を通じた地域活性化の拠点となっています。しかし、商店会数は減少傾向にあり、令和5（2023）年時点では16商店会で、平成14（2002）年時点における37商店会から半数以下に減少しています。また、個店の廃業等によって空き店舗が増加しており、本市はチャレンジショップ事業等を通じて空き店舗の活用支援を進めています。

商店街の利用状況

消費者動向を見ると、若い世代ほど商店街の利用率が低く、自宅近くに商店街がない消費者も商店街を利用する頻度が低くなっています。また、消費者は今後の商店街に対して、歩いて楽しめる商店街づくりや、必要なものが一通り揃う利便性等を求めています。

商店街が抱える課題

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

商店街に対する本市の取組み

本市はこれまで、商店会の組織づくりや商店街の利便性と魅力の向上等に取り組んできました。商店街のさらなる活性化を図るため、商工会や事業者等と協力しながら、商店会のイメージ・認知度の向上に向けた取組みや、エリアごとの一体的な商店街振興の支援等を実施しています。

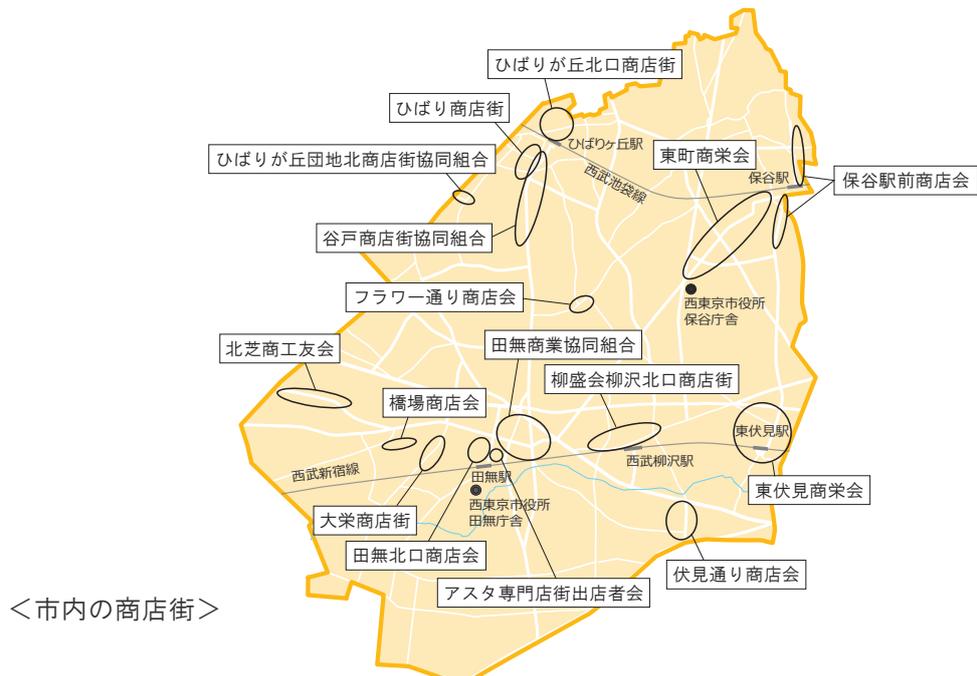
課題

商店会の組織力の強化

- 商店会への加入促進
- 商店会に加入するメリット等の積極的な発信
- 商店会同士や地域住民等と交流・連携する機会の拡充

幅広い世代の人々が訪れる商店街づくり

- 店舗の種類や品揃え等の充実
- キャッシュレス決済等への対応
- 商店街が持つ多様な機能の活用
- 積極的な情報発信
- 空き店舗の活用



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

1 消費者ニーズの把握と対応策の検討

品目ごとの購買動向や商店街の利用等についての消費者ニーズを把握するためのアンケート調査結果を活用し、商店会に求められる取組みやそれに対する支援等について、商店会・商工会・事業者とともに検討します。

また、今後も必要に応じて、消費者ニーズの把握に努めます。

2 商店会の組織力強化の推進

商店会に関する情報発信の支援を通じて、商店会に加入するメリットを新規開業者等に伝え、商店会の存在のPRと商店会への加入促進を図ります。

また、会員や商店会同士の交流の促進や、商工会との連携の推進等、組織力の強化に向けた取組みを進めます。

3 商店会連絡会議等の開催

商店会や商工会との定期的な会議を開催し、商店街振興に向けた意見交換を行います。商店会同士が顔を合わせて共通のテーマや課題について話し合う機会を定期的に設けることで、商店会のつながりや仲間意識を強め、イベント等の連携事業の実施に向けた取組みを進めます。



市内の商店街



夏祭り

商店街を中心にまちのにぎわいと活力を生むため、幅広い世代の人々が訪れる商店街づくりに取り組みます。空き店舗の活用や情報発信等、多角的な視点から商店街の活性化を推進し、長く愛され続ける商店街を目指します。

1 利用しやすい商店街づくりの推進

商工会等と連携して消費者のニーズに応える商店街づくりを進めます。店舗の種類や品揃えの充実、キャッシュレス決済等への対応、サービス品質の向上等を推進し、子どもから高齢者まで、幅広い世代に利便性と楽しさを提供する商店街を目指す取り組みを進めます。

2 商店街振興を通じたまちのにぎわい創出の支援



重点項目

創業支援・経営革新相談センターや事業者、大学等の団体と連携しながら、各商店街が持つ多彩な魅力を活かして、より多くの人々が訪れる商店街へと発展していくための支援を推進し、まちのにぎわいの創出に向けた取り組みを進めます。

また、様々な人々が安心・安全に、集い、交流する場として商店街が親しまれるよう、ハード・ソフトの両面での支援を検討します。

3 商店街の情報発信支援

各商店街における、ホームページやSNS等の様々な手段を用いた情報発信及び「見える化」に向けた取り組みを支援します。

また、商店街を訪れる人を増やし、リピーターを増加させるため、商店街の魅力をより多くの人々に伝える取り組みを検討します。

4 空き店舗の活用支援

商工会が中心となり、空き店舗の所有者に対して、効果的な活用方法を提案します。

また、空き店舗活用を検討する事業者に対して、利用に関するアドバイス等を実施するとともに、空き店舗の所有者とのマッチングを行い、空き店舗の解消に努めます。

魅力あふれる「西東京市ブランド」が、まちに活気をもたらす

西東京市がより魅力的になるために、既存の地域資源の魅力発信や、まちの新たな魅力の創出・磨き上げを通じて、「西東京市ブランド」をきっかけとして多くの人々が「行ってみたい！」と思うまちを目指します。

現状

地域ブランドの構築に向けて

地域ブランドの構築・強化のためには、気候や風土等の自然的特性や、地域文化等の人的な特性が商品と結びつき、生産者側が一定の品質を保証するとともに、他地域の商品との差別化を図ることが求められています。また、商品が消費者に固有の印象を想起させ、消費者側においてもその印象が共通に認知されることも必要です。

本市の消費者動向

本市には、西武池袋線の2駅と西武新宿線の3駅があり、都心へのアクセスも良いことから、消費が市外に流出しやすい状況となっています。市内の消費傾向として、食品や日用品等は市内の店舗等で購入し、耐久消費財（家具、家電等）や趣味・娯楽用品の購入、外食等の際は市外の商店・商業施設を利用する傾向があります。

本市の多彩な地域資源

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

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

産業振興を推進する取組み

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

課題

西東京市の 知名度と ブランド力の 向上

- 特産品や市内産農産物等のPR
- 西東京市の魅力の積極的な情報発信
- 地域資源の活用の推進

市内経済の 好循環の創出

- 来訪者の増加とリピーターの獲得
- まちの活性化を通じた市内消費の促進
- イベント開催等を通じたまちのにぎわいの創出
- 新規マーケットの開拓

多様な主体との 連携の強化

- 多様な主体による分野を超えた連携の強化
- まちの活性化のために輪の中心となって活躍できる人材の育成
- 近隣市との連携の推進

一店逸品事業やめぐみちゃんメニュー事業、ハンサム・ママプロジェクト等の、これまで取り組んできた事業の拡充を図るとともに、新たな事業展開や販路の拡大等を通じて、「西東京市ブランド」の推進を図ります。また、積極的な情報発信とPRを通じて「西東京市ブランド」の魅力を市内外に発信することで、西東京市のイメージと知名度を高めます。

1 一店逸品事業の推進



商工会と協力して、認定した個店独自の「逸品」をより多くの方に利用してもらうため、市内外へのPRを強化します。

また、認定方法の見直しを検討するとともに、新たな事業展開と地域の活性化に向けた取組みを進めます。

2 市内産農産物のPRと販路拡大の推進

めぐみちゃんメニュー事業やめぐみちゃんマルシェ等のイベントを通じて、消費者へ市内産農産物を提供し、地産地消を推進します。

また、農業者やJA、商店会等と連携し、イベント等を通じた市内産農産物の認知度向上と販路の拡大に取り組みます。

3 西東京市ブランドの積極的な情報発信の推進

商工会及び金融機関と連携して、産業ニュース「西東京市匠 navi」等を活用し、市内事業者に関する情報発信を推進します。

また、特産品やハンサム・ママプロジェクト等の「西東京市ブランド」の積極的な情報発信を通じて、西東京市の魅力を市内外に広く発信します。



一店逸品認定商品紹介冊子



めぐみちゃんとファームカー

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

1 イベントを通じた新たなマーケットの創出

商工会や事業者、商店会等が連携しながら様々なイベントを企画し、新たなつながりづくりや新規マーケットの開拓に向けた取組みを進めます。

2 商店街を中心とした地域・市民団体等との連携によるイベントの開催

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

★
重点項目



西東京市民まつり



イルミネーション



夏祭りでのダンスパフォーマンス



商店街と小学校の連携事業

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

1 西東京市ブランドづくりプロジェクトの推進

産業振興戦略会議等を通じて、産業振興につなげるための「西東京市ブランド」の構築・強化について検討し、市内産業を担う多様な関係者と連携しながら取組みを進めます。

2 多様な関係者の参画と協働による産業振興策の検討

市や商工会を中心として、市内産業を担う多様な関係者が参画し、時事のテーマに沿ったアドバイザーを招いて、産業振興策について検討する産業振興戦略会議等を実施します。

また、より一体感を持って産業振興とまちの活性化に取り組むため、輪の中心となって活躍できる人材の育成を検討し、推進します。

3 産学公金連携事業の検討

産業振興戦略会議等を通じて、市内の産学公金の各主体が連携して産業振興を目指す取組みを検討します。

4 農業と地域や商店街との連携

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



産業振興戦略会議



市内産農産物を使用して作られた「宝船」

地域資源の活用

近隣市や市内の関係者等と連携し、地域資源の活用を推進して西東京市を訪れる人を増やし、何度でも訪れたい魅力にあふれたまちを目指します。

1 近隣市との広域連携

近隣市との連携を図りながら、地域ブランド等のさらなる活用を目指す取組みについて検討します。

また、取組みの実施にあたっては、市内外の多様な関係者と協力して取り組めます。

2 訪れたいまちづくりの推進

多摩六都科学館や下野谷遺跡等の市内のお出かけスポットのほか、商店街やイベント等の西東京市の多様な地域資源の魅力を活かし、何度でも訪れたいまちづくりを進めます。

また、新たなまちの魅力の創出や磨き上げも行い、地域の価値をさらに高め、来訪者の増加と地域経済の活性化を推進します。



北多摩TOKYOアニメスタンプラリー



西東京市姉妹・友好都市観光物産展



多摩六都科学館のプラネタリウム



下野谷遺跡

3

計画の実現に向けて

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

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

1 各主体の役割

産業振興には、主役である事業者だけでなく、暮らしの中で消費者として産業と密接に関わる市民、産業と連携しながら新たな活動の展開を図る市民団体や地域団体、事業者を多方面から支援する行政や関係機関等の支援者等、多様な主体が関わっています。

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

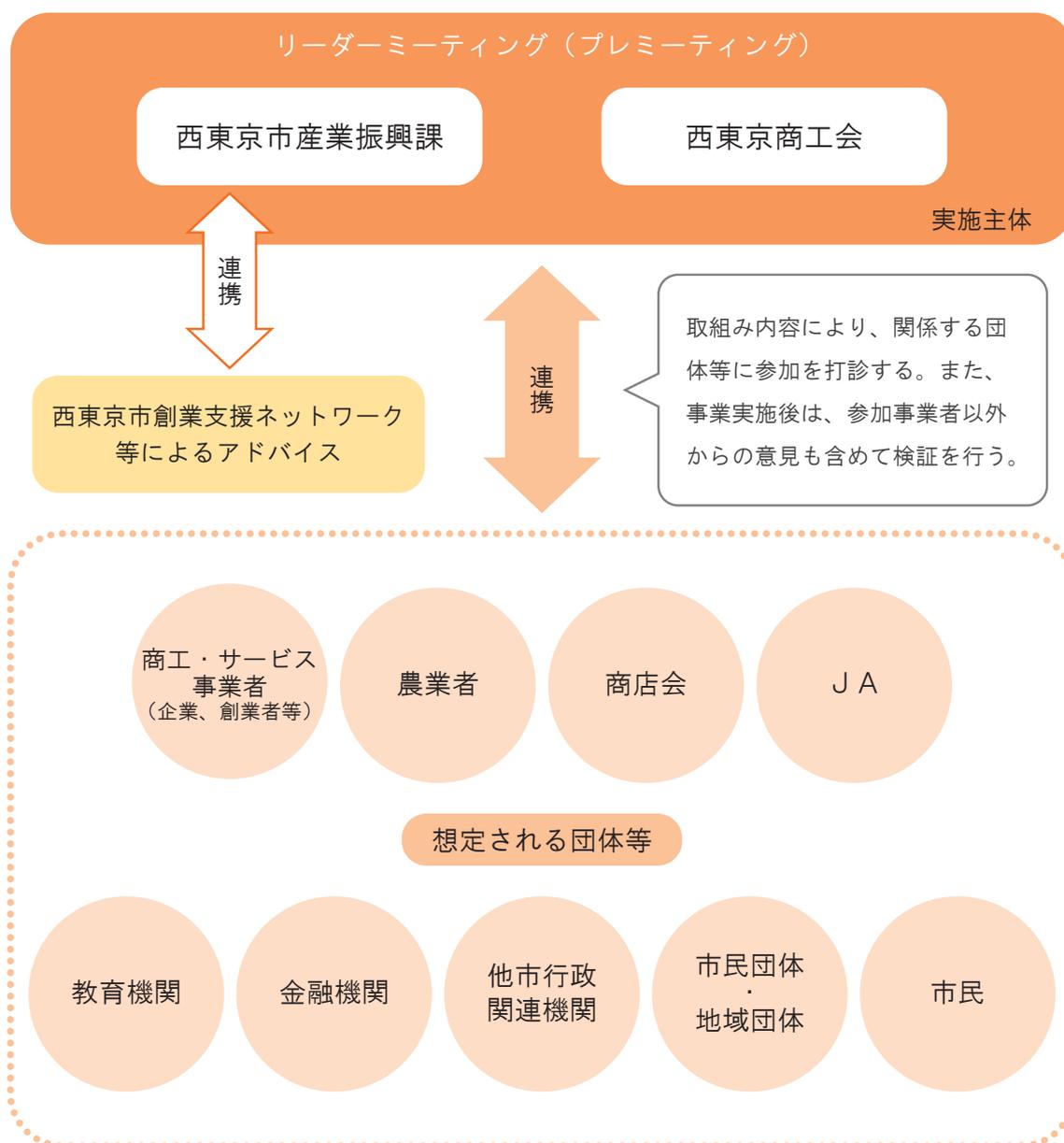
	主体	求められる役割
事業者	商工・サービス事業者 (大手企業・中小企業・店舗等)	<ul style="list-style-type: none"> 市内での事業継続、後継者確保等の取組み 市内でのビジネスチャンスの拡大に向けた、異業種・異分野等を含めた事業者、農業者との交流・連携 事業活動を通じた、まちづくりへの貢献
	農業者・JA	<ul style="list-style-type: none"> 農業の担い手としての農業振興及び農地保全に向けた取組み 新たな農業振興に向けた商工業者、市民等との連携
	商店会（街）	<ul style="list-style-type: none">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

2 計画の推進体制

本計画の推進にあたっては、産業に関わる各主体の連携を図るとともに、庁内の関係部署と各種情報を共有し、連携をさらに密にしながら各分野の施策に取り組みます。

また、市と商工会が中心となって開催する産業振興戦略会議において、多様な主体の参画と協働を図りながら、事業者、関係団体、消費者等のニーズを的確に把握し、より効果的な産業振興策について検討します。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、それぞれの働きについて効果検証を進めていきます。

＜産業振興戦略会議体制図＞



3 計画の進行管理

産業経済分野においては、短期間に社会情勢や諸制度が大きく変化することが多く、また、消費者や市民のニーズ、意向等も日々変化していきます。そのため、計画策定後においても、それらの変化に柔軟に対応していく必要があります。

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、「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、事業の見直しや改善につなげていきます。なお、「現状値」は原則として令和4（2022）年度時点の数値を示し、「目標値」は、「現状値」を基準とした10年後の令和14（2032）年度時点の目標数値を示しています。現状値の年度が異なる場合は、個別に示しています。

<効果を測定するための指標一覧（10年間）>

身近な「農」がまちと共生し、次世代に受け継がれる			
	指標	現状値	目標値
地産地消の推進	市内産農産物の購入率	60.7%	70.0%
	直売所の周知、公共施設等での販売を通じて、市内産農産物の購入を推進します。 算出：市民意向調査		
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)	4,786千円	7,489千円
	農業経営の促進や都市農業の魅力向上により、市内における農業産出額の確保に努めます。 算出：第3次基本構想・基本計画		
	農地面積	117.6ha	99.0ha
	農地面積の減少抑制を図ります。 算出：第3次基本構想・基本計画		
生産緑地の保全と次世代農業者の農地確保	農地貸借件数	12件	22件
	農地の貸し手と借り手の仲介や相談等を実施し、農地貸借を推進します。 算出：農地貸借における事業計画の認定数		

個性豊かな「しごと」が、人もまちもいきいきと輝かせる

指標		現状値	目標値
市内事業者の 経営意欲の向上	各種セミナーの満足度	4.6点	4.8点
	社会経済情勢や消費者ニーズを的確に捉えたセミナーを実施し、市内事業者が社会等の変化に適応できるように努めます。 算出：商工会が実施するセミナーのアンケート結果		
起業・創業者数 の増加	起業・創業者数	292人	492人
	幅広い世代を対象として、起業・創業を後押しする支援体制を整備し、各支援策により、商工業者を増やします。 算出：起業・創業者数（累計）		
法人市民税の 納税義務者数の増加	法人市民税の 納税義務者数	3,499人	3,700人
	起業・創業支援を含めた各種の取組みにより、納税義務者の増加を目指します。 算出：市税白書		

元気な「商店街」が人々の暮らしを支え、にぎわいを生む

指標		現状値	目標値
商店会運営の継続	商店会数	16商店会	16商店会
	商店会活動を支援して、個店の経営力及び商店会の組織力の向上を図り、現状の商店会数を維持します。 算出：商店街実態調査		
空き店舗の活用	チャレンジショップ 事業の活用件数	57件	106件
	商店街をはじめとする市内の空き店舗の有効活用を図る、チャレンジショップ事業の利用を促進します。 算出：チャレンジショップ事業を活用した事業者数（累計）		
市民の商店街 利用率の向上	商店街の利用率	56.3%	70.0%
	利用しやすい商店街づくりを推進してにぎわいを創出し、商店街の利用を促進します。 算出：消費者アンケート調査		

魅力あふれる「西東京市ブランド」が、まちに活気をもたらす

指標		現状値	目標値
「西東京市ブランド」の認知度向上	めぐみちゃんメニュー事業の認知度	25.1%	45.0%
	市内の飲食店における市内産農産物を活用したメニューの提供や、マルシェ等を通じて、事業のPRに努めます。 算出：市民意向調査		
	一店逸品事業の認知度	36,742 アクセス	55,000 アクセス
	個店独自の「逸品」を確立し、イベント等を通じて、認定店の魅力発信及び事業のPRに努めます。 算出：一店逸品事業ホームページの年間アクセス数		
	ハンサム・ママプロジェクトの認知度	11,833 アクセス	30,000 アクセス
	子育て世代の女性等の理想の働き方の実現を推進し、セミナーやハンサム・ママフェスタ等を通じて、事業のPRに努めます。 算出：ハンサム・ママプロジェクトホームページの年間アクセス数		
交流人口の増加	市内来訪者数	36,501 千人 (令和3(2021)年度時点)	50,000 千人
	「西東京市ブランド」のPRの推進等によるにぎわいの創出により、交流人口を増やします。 算出：市内5駅の年間累計降者数		
「西東京市ブランド」事業の参加事業者の増加	めぐみちゃんメニュー事業参加事業者数	50 事業者	83 事業者
	地産地消の推進及びPRに向けて、めぐみちゃんメニュー事業に参加する事業者を増やします。 算出：めぐみちゃんメニュー事業認定事業者数(累計)		
	一店逸品事業参加事業者数	126 事業者	175 事業者
	「西東京市ブランド」の構築及び逸品づくりの推進に向けて、一店逸品事業に参加する事業者を増やします。 算出：一店逸品事業認定事業者数(累計)		

4 実行プログラム年次計画

本計画においては、各分野の今後の取組み内容及び事業主体を整理した年次計画に基づき、具体的な取組みを推進していきます。

身近な「農」 がまちと共生 し、次世代に 受け継がれる	スケジュール								主体							
	令和6 (2024) 年度	令和7 (2025) 年度	令和8 (2026) 年度	令和9 (2027) 年度	令和10 (2028) 年度	令和11 (2029) 年度	令和15 (2033) 年度		事業者	農業者・JA	商店会(街)	市民等	支援機関	商工会	行政	
施策1 収益力向上を目指した農業経営の推進																
地産地消の推進	検討・実施								○							○
農産物の安定した 販路の確保	検討・実施							○	○							○
多様な農業者への 支援	検討・実施								○							○
施策2 農地の保全と活用																
生産緑地の保全と 次世代農業者の 農地確保	検討・周知・実施								○			○				○
農地の多面的機能 の発揮	周知・実施								○							

個性豊かな「しごと」が、人もまちもいきいきと輝かせる	スケジュール						主体							
	令和6 (2024) 年度	令和7 (2025) 年度	令和8 (2026) 年度	令和9 (2027) 年度	令和10 (2028) 年度	令和11 (2029) 年度	令和15 (2033) 年度	事業者	農業者・JA	商店会(街)	市民等	支援機関	商工会	行政
施策1 経営基盤の強化														
社会や消費者ニーズの変化に対応するための事業者向けセミナー等の開催	検討・実施											○	○	○
経営力・収益力の強化に向けた支援の実施	検討・実施											○	○	○
事業融資あっせん制度の実施	検討・実施・見直し											○	○	○
人材の確保・育成支援	検討・実施											○	○	○
事業承継支援	検討・試行	検討・実施										○	○	○
施策2 事業者の連携の推進														
市内外への事業者情報の発信支援	検討・実施・見直し						○					○	○	○
事業者と多様な主体の交流・マッチングの推進	検討・試行	検討・実施					○					○	○	○
施策3 多様な人々のチャレンジの後押し														
市内で創業する事業者への支援	検討・実施・見直し								○			○	○	○
創業拠点の利活用の推進	検討・実施											○	○	○
幅広い世代を対象とする起業・創業支援の推進	検討・実施・拡充									○		○	○	○
創業及び新分野融資あっせん制度の実施	検討・実施・見直し											○	○	○
施策4 働きやすい環境の整備														
国、東京都との連携による求職ニーズへの対応	検討・実施											○		○
多様な働き方ができる環境整備の支援	検討・実施・見直し						○					○	○	○

元気な「商店街」が人々の暮らしを支え、にぎわいを生む	スケジュール							主体						
	令和6 (2024) 年度	令和7 (2025) 年度	令和8 (2026) 年度	令和9 (2027) 年度	令和10 (2028) 年度	令和11 (2029) 年度	令和15 (2033) 年度	事業者	農業者・JA	商店会(街)	市民等	支援機関	商工会	行政
施策1 活力ある商店会づくり														
消費者ニーズの把握と対応策の検討	検討・実施							○		○			○	○
商店会の組織力強化の推進	検討・実施・見直し									○			○	○
商店会連絡会議等の開催	継続実施									○			○	○
施策2 魅力的な商店街づくり														
利用しやすい商店街づくりの推進	検討	実施	検討・実施					○		○			○	○
商店街振興を通じたまちのにぎわい創出の支援	検討・実施・見直し		新たな展開					○		○	○	○	○	○
商店街の情報発信支援	検討	実施	検討・実施					○		○			○	○
空き店舗の活用支援	検討・実施							○		○		○	○	○

魅力あふれる 「西東京市 ブランド」が、 まちに活気を もたらす	スケジュール						主体								
	令和6 (2024) 年度	令和7 (2025) 年度	令和8 (2026) 年度	令和9 (2027) 年度	令和10 (2028) 年度	令和11 (2029) 年度	令和15 (2033) 年度	事業者	農業者・JA	商店会(街)	市民等	支援機関	商工会	行政	
						～									
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	検討	実施	拡充					○						○	○
市内産農産物のPRと 販路拡大の推進	周知・検討・実施							○	○	○				○	○
西東京市ブランドの積 極的な情報発信の推進	実施・見直し							○	○	○	○	○	○	○	○
施策2 イベント開催によるにぎわいづくり															
イベントを通じた新た なマーケットの創出	検討・実施・見直し							○		○		○	○	○	○
商店街を中心とした 地域・市民団体等との 連携によるイベントの 開催	検討	実施	検討・実施					○		○	○	○	○	○	○
施策3 新たな連携の創出															
西東京市ブランドづく りプロジェクトの推進	検討・実施・見直し							○	○	○	○	○	○	○	○
多様な関係者の参画と 協働による産業振興策 の検討	検討・実施・拡充							○	○	○	○	○	○	○	○
産学公金連携事業の 検討	検討・実施							○	○	○	○	○	○	○	○
農業と地域や商店街 との連携	検討・実施							○	○	○	○	○	○	○	○
施策4 地域資源の活用															
近隣市との広域連携	検討・実施							○	○	○		○	○	○	○
訪れたいなる まちづくりの推進	検討・実施・見直し							○	○	○	○	○	○	○	○

「多品目栽培」が特徴！新鮮でおいしい西東京市産の農産物

西東京市では、キャベツやホウレンソウ、小松菜、ブロッコリー、大根等、多くの種類の野菜が生産されています。また、梨やぶどう、ブルーベリー、キウイフルーツ等の様々な果物も生産されています。そのほかにも花卉や植木も生産されており、特に植木については、都内でも有数の苗木の産地となっています。

これらの市内産農産物は、直売所やスーパー、即売会等で購入できます。また、西東京市ホームページでは、直売所のリストを公開しています。新鮮でおいしい西東京市産の農産物をぜひご家庭でお楽しみください！



市内産農産物の即売会

ご存知ですか？ めぐみちゃんメニュー

めぐみちゃんメニュー事業は、市内産農産物のPRと地産地消を推進するため、平成25（2013）年度からはじまった事業です。市内の飲食店の協力を得て、市内産農産物を使用した料理やスイーツ、加工品等をメニュー化し、提供しています。

令和5（2023）年には、市内の小・中学生から市内産農産物を使ったメニューを募集し、市内の飲食店でアレンジした「グルめぐメニュー」を販売しました。また、グルめぐメニューの提供店や直売所でもらえるチケットを集めて応募すると、抽選で市内産農産物の詰め合わせ等が当たる「グルめぐメニュー回遊イベント」も同時に開催し、市内産農産物のおいしさと様々な可能性を多くの方に感じていただきました。



小学生が考案したメニュー



実際に市内の飲食店で提供されたメニュー

コラム

商店街のイベントに行ってみよう！

市内に存在する16の商店会では、集客力を上げ、地域を盛り上げるために、様々なイベントを開催しています。

夏には、多くの商店街で夏祭りが開催されます。ダンスや歌のステージを楽しんだり、たくさんの屋台を見てまわったり……。中には打ち上げ花火が上がるお祭りも！ 夏祭りの開催中は、家族連れなどの多くの人々が訪れ、商店街がより一層にぎやかさを増します。

冬には、11月頃から2月頃にかけてイルミネーションが飾り付けられ、商店街の夜を華やかに彩ります。フォトスポット等も設置され、訪れる人々を楽しませていきます。

商店街では、これらのイベントに加え、セールや福引などの様々な取組みが実施されています。商店街のイベント情報は西東京市ホームページに掲載されているので、ぜひチェックして足を運んでみてください！



夏祭り



イルミネーション