

西東京市

第2次産業振興マスタープラン

2024
↓
2033

しごと



農



ここで うまれる
ここで そだつ
ここで つながる
西東京市

商店街



西東京市ブランド



令和6（2024）年3月

はじめに



本市は、平成 23（2011）年 3 月に西東京市産業振興マスタープランを策定し、平成 23（2011）年度から平成 25（2013）年度までをアクションプラン、平成 26（2014）年度から平成 30（2018）年度までを中期計画、令和元（2019）年度から令和 5（2023）年度までを後期計画として、「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」を将来像に掲げ、多様な産業振興施策に取り組んでまいりました。

近年、SDGs の視点でみる持続可能な社会への移行や、IoT をはじめとしたデジタル技術の発展、働き方の多様化等、地域産業を取り巻く環境は急速な変化を続けています。また、新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大により、日本経済にも多大な影響を与え、さらには原油価格や電気・ガス等の様々な物価が高騰したことにより、事業者及び市民の皆様におかれましては、大変多くの困難に直面したこととと思われます。

このような状況から、著しく変化する産業の動向を見極めつつ、地域資源の活用や市内産業の現状と課題、社会情勢を踏まえ、今後における持続的な発展を目指すため、新たに「西東京市第 2 次産業振興マスタープラン」を策定いたしました。

本計画では、「ここで生まれる ここでそだつ ここでつながる 西東京市」を将来像に掲げ、市内事業者が抱える経営課題に対してスピード感を持って対応し、本市の産業振興における分野ごとの目指す姿の実現に向けて、効果的かつ実効性の高い産業振興施策を展開していくことといたします。重点的な取組みとしては、商店街を含む事業者と多様な主体の交流や連携、若者から高齢者までの幅広い世代を対象とする起業・創業支援の推進等を掲げています。

本計画に掲げた各種取組みの更なる推進や発展、市内産業の着実な推進のためには、事業者、市民、各種関係機関等の皆様の一層のご理解とご協力をお願い申し上げます。

結びに、本計画の策定にあたり、多大なご尽力を賜りました西東京市第 2 次産業振興マスタープラン策定委員会の委員の皆様をはじめ、アンケート調査やパブリックコメント等で多くの貴重なご意見をお寄せいただいた事業者、市民の皆様に心から感謝を申し上げます。

令和 6（2024）年 3 月

西東京市長

池澤隆史

目次

第1章 計画の策定にあたって 1

1	策定の背景と目的	2
2	計画の位置づけ	3
3	計画の期間	3
4	西東京市の概況	4
5	これまでの取組みの振り返り	6
6	今後取り組むべき課題	9
7	計画策定のポイント	11

第2章 産業振興で目指すもの 13

1	将来像	14
2	分野ごとの目指す姿	16
3	産業振興がもたらす効果	18
	①「まち」にもたらす効果	18
	②「ひと」にもたらす効果	20

第3章 主な取組み内容 23

1	施策体系	24
2	取組み内容	26
	身近な「農」がまちと共生し、次世代に受け継がれる	26
	個性豊かな「しごと」が、人もまちもいきいきと輝かせる	30
	元気な「商店街」が人々の暮らしを支え、にぎわいを生む	36
	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	40
3	計画の実現に向けて	46
	①各主体の役割	46
	②計画の推進体制	47
	③計画の進行管理	48
	④実行プログラム年次計画	51

資料編 **57**

1 西東京市の概況 58

2 西東京市の産業を取り巻く社会経済情勢 64

3 西東京市産業振興マスタープラン後期計画の検証 66

4 西東京市第2次産業振興マスタープラン策定委員会設置要綱 72

5 西東京市第2次産業振興マスタープラン策定委員会委員名簿 73

6 策定の流れ 74

 ① 西東京市第2次産業振興マスタープラン策定委員会 74

 ② アンケート調査及びヒアリング調査 75

 ③ パブリックコメント 77

7 調査結果の概要と産業振興に対する意見・アイデア 78

8 用語解説 83

コラム

アニメキャラクターが多摩地域の魅力を発信！ 12

昔ながらの銭湯でほっと一息 19

発展を続けるハンサム・ママプロジェクト 22

「多品目栽培」が特徴！ 新鮮でおいしい西東京市産の農産物 55

ご存知ですか？ めぐみちゃんメニュー 55

商店街のイベントに行ってみよう！ 56

第1章

計画の策定にあたって

- 1 策定の背景と目的
- 2 計画の位置づけ
- 3 計画の期間
- 4 西東京市の概況
- 5 これまでの取組みの振り返り
- 6 今後取り組むべき課題
- 7 計画策定のポイント

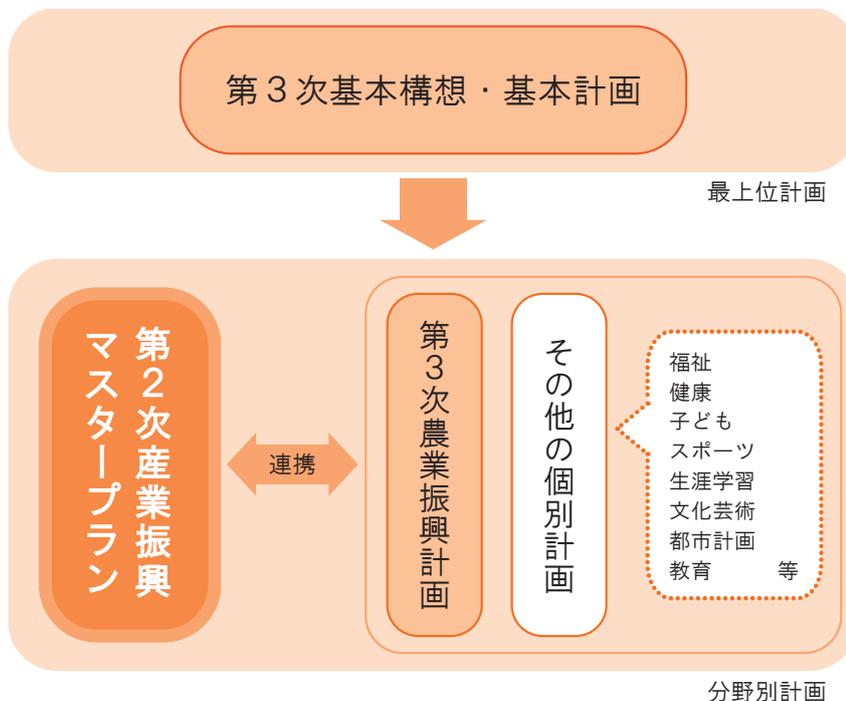
1 策定の背景 と目的

- ▶ 西東京市（以下「本市」という。）では、産業振興の礎として、平成23（2011）年3月に「西東京市産業振興マスタープラン」を策定しました。最初の3年間はアクションプラン、さらに平成26（2014）年度からは中期計画、令和元（2019）年度からは後期計画として、産業振興を目指した取組みを進めてきました。
- ▶ 令和2（2020）年から世界的に流行した新型コロナウイルス感染症の影響を受け、日本経済は大きく落ち込んだものの、経済活動の正常化によって国内景気は回復傾向にあります。一方で、中小企業においては厳しい経営状況が続いており、持続的な成長が求められています。
- ▶ また、我が国の総人口は、平成20（2008）年の1億2,808万人をピークとして減少しており、今後も人口減少と少子高齢化が進むと予想されています。これにより、地域産業においても、国内市場の縮小や医療・福祉・介護需要の増大、労働力不足等の影響を受けることが懸念されています。
- ▶ 国では、令和3（2021）年6月に「まち・ひと・しごと創生基本方針2021」を閣議決定し、新型コロナウイルス感染症をきっかけに国民の意識・行動が変化したことを受けて、地域の将来を「我が事」として捉え、地域が自らの特色や状況を踏まえて自主的・主体的に取り組めるようになるための支援を実施しています。
- ▶ 本市の産業は、都心に近い立地と豊かな土壌を活かし、都市農業として育まれてきた農業や、5つの駅を中心に小売業・飲食店等が集積した商店街、独自技術を持った製造業をはじめとした中小企業等が、地域に根ざして発展してきました。一方、海外情勢の影響による原材料価格の高騰や原材料不足への不安、コロナ禍を契機とする個人の価値観やライフスタイルの変化、脱炭素化やDX（デジタルトランスフォーメーション）の推進等の社会情勢の変化、宅地化に伴う農地の減少、個人商店の廃業等による空き店舗の増加等、市内産業を取り巻く状況は大きく変化しています。そのため、本市の地域資源を活用しながら、まちの魅力の醸成と課題解決を目指す取組みが求められています。
- ▶ 本市は、こころやからだの健康だけでなく、社会や経済、居住、教育といった生活環境も健康水準を向上させるための要素と捉え、地域やまち全体の「健康」を達成するため、「健康」応援都市の実現を目指しています。そのためにも、市内産業が抱える課題を解決し、市内における経済の好循環を促進する必要があります。
- ▶ このように、本市を取り巻く社会経済情勢や、国の産業関連の施策は大きく変化しています。また、地域経済を支える担い手と一体となった施策の推進も求められています。このような動向を的確に捉え、これまでの取組みの成果と課題を踏まえて、地域の特性やニーズ等を反映させた効果的な施策に取り組む必要があります。これらの背景を踏まえ、本市の産業を着実に振興させることを目的として、「西東京市第2次産業振興マスタープラン」（以下「本計画」という。）を策定します。

2

計画の位置づけ

本計画は、「西東京市第3次基本構想・基本計画」（以下「第3次総合計画」という。）を最上位計画とする、産業振興に関する分野横断的な計画です。分野別計画における産業振興の取組み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。



3

計画の期間

本計画の計画期間は、令和6（2024）年度から令和15（2033）年度までの10年間です。

なお、前期5年間の最終年度である令和10（2028）年度には、本計画の進ちよく状況や社会経済情勢の変化等を踏まえて、基本的な方向や施策及び事業の見直しを図り、令和11（2029）年度からの後期5年間を計画期間とする、「西東京市第2次産業振興マスタープラン後期計画」を策定します。



4 西東京市の概況

●市の位置

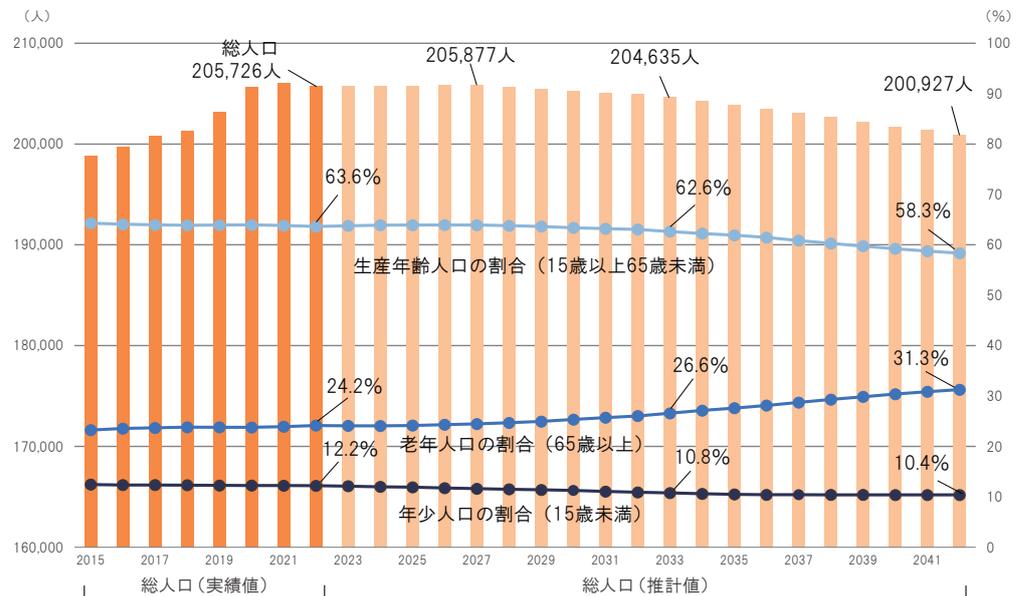
本市は、東京都心から約20km北西に位置し、北は埼玉県新座市、南は武蔵野市及び小金井市、東は練馬区、西は小平市及び東久留米市に接しています。

市域は東西4.8km、南北5.6kmにわたり、面積は15.75km²です。都心との近接性や交通利便性を背景に、高度経済成長期には人口が急激に増加し、住宅を中心とした都市が形成されてきました。



●人口

本市の人口は平成29（2017）年4月に20万人を突破し、令和6（2024）年1月時点の人口は205,899人となっています。西東京市人口推計調査報告書（令和4年11月）によると、本市の人口は令和9（2027）年まではおおむね横ばいの状態が続き、その後緩やかに減少し、本計画の最終年度である令和15（2033）年における人口は204,635人になると想定されています。



出所:西東京市人口推計調査報告書(令和4年11月)

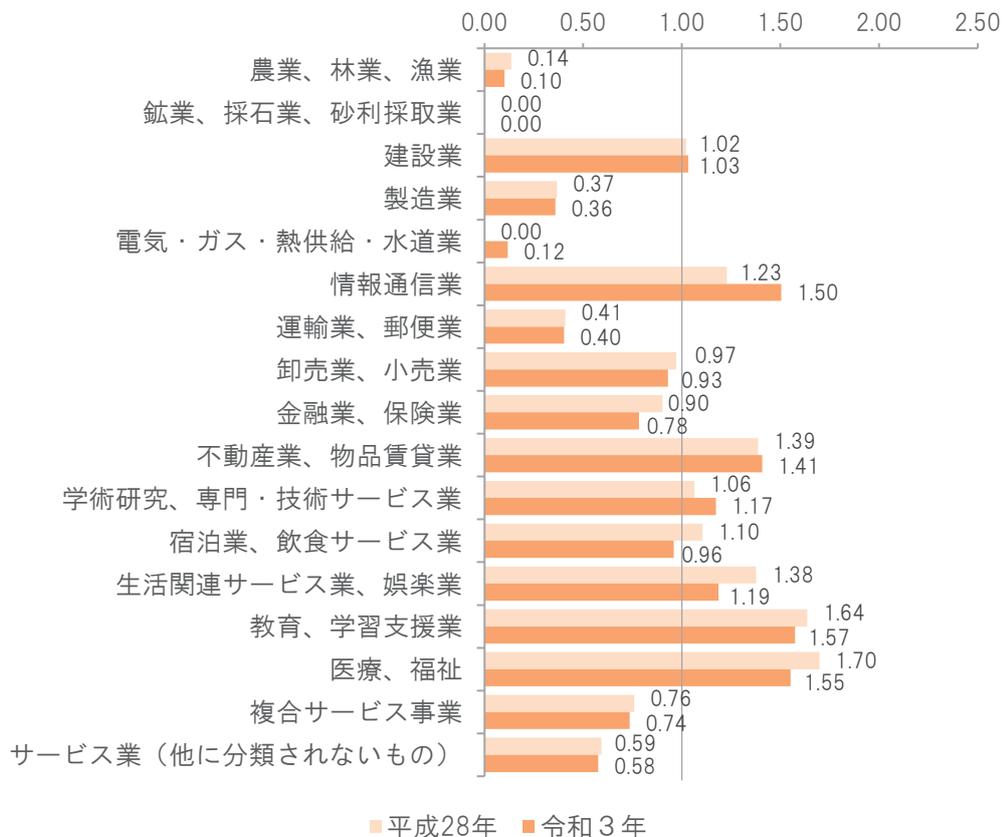
● 産業の主な特徴

本市の産業別就業者数の構成割合は、令和2（2020）年時点において、第一次産業が0.6%、第二次産業が13.5%、第三次産業が83.0%となっており、第三次産業の就業者数が8割以上を占めています。

また、従業者数が5人以下の小規模事業所が過半数を占めており、本市における産業大分類別の特化係数*を見ると、「教育、学習支援業」、「医療、福祉」、「情報通信業」等の産業が集積しています。なお、平成26（2014）年に施行された産業競争力強化法に基づいて策定し、国の認定を受けた「創業支援等事業計画」に基づき、起業・創業に関する支援体制が整備されてきたため、起業・創業に向けた動きが活発になっています。

本市は都心のベッドタウンとして宅地化が進められてきましたが、市内に残る農地では、キャベツや小松菜等の野菜のほか、果樹や花卉、植木等が生産されています。都心に近い立地と、少量多品目生産という特徴を活かしながら、新鮮で安全な農産物を提供しています。

＜西東京市における産業大分類別の特化係数＞



出所：経済センサス（平成28年活動調査、令和3年活動調査）

*本市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を超えている産業は、全国平均に比べて相対的に特化していると言える。

5

これまでの 取組みの 振り返り

本市の産業振興は、西東京市産業振興マスタープラン後期計画（以下「後期計画」という。）の施策体系に基づき、農業・農地に関する「農」分野、商業・サービス・ものづくりに関する「しごと」分野、商店街に関する「商店街」分野、横断的視点であり西東京市のイメージや魅力の向上に関する「西東京市ブランド」分野の4分野で取組みを展開してきました。後期計画の進ちょく状況を検証するにあたり、以下の3つの視点から評価を行いました。

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

※各分野の実施内容・評価の詳細は資料編 p.66～p.71 に記載。

● 農業・農地

持続可能な「農」が共生するまちをつくる

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

評価の視点	実施内容・評価
① 効果測定指標	・ 市民の農業に対する満足度及び農地面積は目標値を下回っているが、市内における農業産出額は目標値を上回っている。
② 農業者による評価	・ 「農地の貸借における仲介の仕組みづくりの支援」については、重要度が平均より高く、農地の保全を推進するにあたり、引き続き農地貸借制度の周知とマッチングの実施が求められている。
③ 実行プログラムの実施状況	<ul style="list-style-type: none"> ・ 市民が農業や農地、市内産農産物にふれる機会となる事業等については、新型コロナウイルス感染症の影響により一部中止となった。 ・ 農のアトリエ「蔵の里」等を活用した農業学習等、農が持つ多面的な機能の理解を深めるための取組み等を実施した。 ・ 市内産農産物の普及啓発のため、ファームカーの活用やスポーツ施設を利用したマルシェの開催等、新たな取組みを実施した。

● 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

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

評価の視点	実施内容・評価
①効果測定指標	・市内事業者を対象とした各種セミナーの満足度や、事業による創業件数等、全ての指標で目標値を上回っている。
②事業者による評価	・「経営基盤の強化」及び「就労環境の整備」については、満足度・重要度ともに平均より高く、引き続き、取組みを継続していくことが求められている。 ・「新たな「しごと」の創出」についても満足度が高い。
③実行プログラムの実施状況	・人材育成や経営力強化に向けた各種セミナーの実施や、市内外へ事業者情報を発信する産業ニュース「西東京市匠 navi」を発行した。 ・「ハンサム・ママプロジェクト」や「ビジネスプランコンテスト」等、起業・創業のきっかけとなる事業を実施した。 ・新型コロナウイルス感染症や物価高騰等の影響による厳しい経営状況を踏まえ、事業者ニーズに合わせた新たな融資あっせん制度の導入や持続的な経営を後押しする支援事業を実施した。

● 商店街

身近な「商店街」が暮らしを支えるまちをつくる

商店街の利便性向上やイメージアップのための取組みを進めてきましたが、商店会組織の解散や合併の動きのほか、個店の廃業や空き店舗の増加も見られます。今後は、消費者のニーズや消費動向に関する調査結果を活用し、多様な主体と連携しながら商店街の魅力向上に向けた取組みを推進し、地域住民とともに商店街のにぎわいをさらに高めていく必要があります。

評価の視点	実施内容・評価
①効果測定指標	・商店会数とチャレンジショップ事業の件数は目標値を下回っているが、買い物利便度は目標値を上回っている。
②事業者による評価	・「活力ある組織づくり」及び「新たな価値の創造」とともに、満足度が平均より低く、重要度が平均より高くなっており、今後、重点的に取り組んでいくことが求められている。
③実行プログラムの実施状況	・消費者のニーズや消費動向を把握するための調査を行った。 ・商店街の利便性やイメージの向上のため、商店街マップやフラッグ作成等による「見える化」を支援する商店街ブランドデザイン事業を実施した。

●横断的視点

魅力ある「西東京市ブランド」が輝くまちをつくる

地域への愛着を醸成するためのイベントの開催をはじめ、一店逸品事業やめぐみちゃんメニュー事業等の、「西東京市ブランド」のPR事業の新たな展開等に取り組んできましたが、新型コロナウイルス感染症の影響もあり、市内来訪者数は減少しました。今後は、様々な地域資源を有効に活用しながら、市内外の消費者の目を引く商品やサービスを創出し、西東京市の魅力を磨き上げていく必要があります。

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

6

今後取り組むべき課題

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

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

● 社会全体における課題

SDGsの実現

SDGsは、平成27(2015)年に国連総会で採択された、誰一人取り残さない社会の実現に向けた「持続可能な開発目標：Sustainable Development Goals」であり、貧困やジェンダー平等のほか、産業やまちづくり等の幅広い分野において、2030年までに達成すべき17個の目標を定めています。本市の産業振興においても、一人ひとりがSDGsを意識し、行動につなげていく姿勢が求められています。

推進 デジタル化の

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

対する取組み 気候変動に

気候変動対策として、脱炭素化の動きが世界各地に広がっています。本市においても「西東京市ゼロカーボンシティ」を宣言し、2050年までに二酸化炭素排出量を実質ゼロにするための取組みを進めています。

また、脱炭素化と経済成長を両立して、経済社会システム全体の変革を目指すGX(グリーントランスフォーメーション)の推進も必要です。

変化への対応 コロナ禍による

新型コロナウイルス感染症の感染拡大は、オンラインツールの普及による働き方の変化のほか、消費者の意識や消費行動の変化等、広い範囲に大きな変化をもたらし、本市の事業者にも様々な影響を及ぼしました。こうした変化に対応するとともに、ポストコロナ時代を見据えた取組みを進めていくことが重要です。

● 市内における課題

次代を担う人材の確保と育成

全国的に生産年齢人口が減少する中で、本市においても人材の確保と育成が課題となっています。そのため、雇用と就業の双方の視点から支援を行うことが必要です。

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

さらに、事業者や企業、大学、地域住民、学生、自治体等の多様な主体を結びつけるコーディネーターの育成も重要となります。

産業に関わる多様な主体の連携強化

事業者同士が幅広く交流することは事業の円滑化や拡大等につながり、また、事業者と事業者以外の主体（大学や地域住民等）とのつながりは、市内における産業振興の取組みの支えとなります。そのため、事業者同士の同業種・異業種交流のほか、事業者や農業者と、大学、企業、地域住民、学生等の市内の多様な主体とのつながりをつくり、地域が一丸となって産業振興に取り組む体制を構築することが必要です。

積極的な情報発信

産業振興を推進するためには、本市の魅力を市内外に発信し、まちの知名度と存在感を向上させることが重要です。そのため、市報やSNS等の様々な媒体を活用し、市内の事業者や商店街、市内産農産物や特産品等のPRに積極的に取り組むことが求められています。

また、より多くの人に本市を訪れてもらうためには、多摩六都科学館や下野谷遺跡等、既存の地域資源の魅力発信も重要です。

市内経済の循環の促進

本市は都心へのアクセスが良いことから、市民の消費需要が都心に流れやすいという課題を抱えています。そのため、市内の店舗や商品、サービスの魅力や利便性を向上させ、市内で買い物やサービスを利用する人を増やすことで、市内経済の好循環を今まで以上に促進する必要があります。商店街の活性化や消費者ニーズへの対応、市内産農産物の消費促進と販路拡大、市内全域における魅力的な店舗、商品、サービスの展開等、様々な方向から市内消費の増加に向けた取組みを進めていくことが重要です。

7

計画策定の
ポイント

本計画の策定にあたっては、以下のポイントを重視しています。

1 計画の視点

産業振興と人々の暮らしが密接につながっていることを示す計画をつくります。

2 計画のあり方

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

3 取組みの進め方

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

コラム

アニメキャラクターが多摩地域の魅力を発信!

北多摩5市（西東京市、小平市、東村山市、清瀬市、東久留米市）は、多摩地域の豊かな自然や多様な観光資源を活かして、観光で訪れた人々に多摩の魅力を伝え、「また多摩地域に行きたい」と思ってもらうための取組みとして、『TAMA☆ろくと巡礼物語!』北多摩TOKYOアニメスタンプラリー」を令和2（2020）年から毎年開催しています。

このイベントでは、北多摩5市の観光施設や神社仏閣、駅、商店街等の名所をモチーフにしたオリジナルキャラクターを制作し、スタンプラリーや御朱印集め等を開催しています。西東京市のキャラクターは、多摩六都科学館を訪れる人々に加護を与える天使のステラ（多摩六都科学館）、縄文時代と現代を行き来できる特殊な能力を持つ椎太（西東京市郷土資料室）、まちの良さを伝えるために情報発信を続けているテル（まちテナ西東京）、一見クールだが心優しい宮司の氷神蒼（東伏見稻荷神社）、人々の声を龍神に伝える巫女の五龍命（田無神社）、笑顔で人々を幸せにする30000 系列車・スマイルトレインのトレーヌ（西武新宿線田無駅）であり、それぞれが魅力的な個性を持っています。

令和5（2023）年度のアニメスタンプラリーは、台紙とアプリのハイブリッド方式で実施しました。開催期間中には多くの方にご参加いただき、北多摩5市のスポット巡りを楽しんでいただきました。今後も北多摩5市で連携し、アニメスタンプラリー等の取組みを通じて、より多くの方に多摩地域の魅力を伝えていきます。



ステラ



椎太



テル



氷神蒼



五龍命



トレーヌ

©TAMA☆ろくと巡礼物語 2023

第2章

産業振興で 目指すもの

- 1 将来像
- 2 分野ごとの目指す姿
- 3 産業振興がもたらす効果

1 将来像

ここで うまれる ここで そだつ ここで つながる 西東京市

本市は、市内の農地で様々な農産物が生産され、多岐にわたる事業者が活動し、昔ながらの商店街が息づく中を、多くの在住・在勤・在学者等が行き交うまちです。

本市で事業を営んでいる人、長年住んでいる人、最近引っ越してきた人、通勤・通学している人等、本市に縁のある人全員が産業振興に不可欠な存在であり、一人ひとりの日々の活動を通じて、多様なものが市内で生まれ、そだち、つながり、そして、循環していきます。この過程において、より多くの人それぞれのタイミングで自由に参画し、協力しながら、さらに積極的に活動することで、西東京市の産業がますます発展し、将来にわたって続いていきます。

人々がやりがいと希望を持っていきいきと活動することで、多くのものが生まれ、そだち、つながっていく、にぎわいのある元気なまちを目指して、

「ここで うまれる ここで そだつ ここで つながる 西東京市」
を本計画の将来像に掲げます。

うまれる

- 地域に根ざした産業が**うまれる**
- 地域課題の解決に向けた活動が**うまれる**
- 生活をより豊かで便利にする商品やサービスが**うまれる**
- 西東京市の魅力を感じられる特産品やお出かけスポットが**うまれる**
- 商店街の空き店舗を活用して、新しいお店が**うまれる**
- 多くの人が西東京市に集まり、まちににぎわいが**うまれる**

そだつ

- 事業を安定して継続できる、しっかりとした経営基盤が**そだつ**
- 市内の農地で、人々の豊かな食生活と健康を支える農産物が**そだつ**
- 地域を盛り上げ、様々な場面で活躍する人材が**そだつ**
- 様々な活動を通じて、西東京市の魅力が**そだつ**
- 西東京市が好き！ という気持ちが**そだつ**

つながる

- 市内の事業者が市内外の多様な主体との交流や連携を通じて**つながる**
- 交流や連携を通じて得た情報やアイデアが、新規事業等に**つながる**
- 事業承継によって、市内産業が次世代に**つながる**
- 人々が農業に親しみ、市内の農地が次世代に**つながる**
- 消費者が事業者や農業者と**つながる**
- 市が事業者や市民と密接に**つながる**
- 市内の身近なお店を利用して地域に顔見知りが増え、人と人が**つながる**

2 分野ごとの 目指す姿

本計画では、後期計画に引き続き、農業・農地に関する「農」分野、商業・サービス・ものづくりに関する「しごと」分野、商店街に関する「商店街」分野と、これら3つの分野にまたがる横断的視点であり、西東京市のイメージや魅力の向上に関する「西東京市ブランド」分野の4つの分野において、取組みを実施します。

各分野における目標は、将来像を各分野の視点から見た具体的な姿である「分野ごとの目指す姿」として示します。

「ここで うまれる ここで そだつ ここで つながる 西東京市」を共通の目標として見据え、「分野ごとの目指す姿」の実現のために各分野において効果的な取組みを実施し、それらの成果を積み重ねることで、着実に産業振興を進めていきます。

ここで うまれる ここで そだつ ここで つながる 西東京市

身近な「農」がまちと共生し、次世代に受け継がれる

農業・農地

個性豊かな「しごと」が、人もまちもいきいきと輝かせる

商業・サービス・ものづくり

元気な「商店街」が人々の暮らしを支え、にぎわいを生む

商店街

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

横断的視点

「農」の目指す姿

身近な
「農」がまちと
共生し、次世代に
受け継がれる

市内の農地を将来にわたって保全するために、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。

「しごと」の目指す姿

個性豊かな
「しごと」が、人も
まちもいきいきと
輝かせる

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。

「商店街」の目指す姿

元気な
「商店街」が人々の
暮らしを支え、
にぎわいを生む

長年にわたって愛されてきた「商店街」がこの先も続いていくために、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。

「西東京市ブランド」の目指す姿

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。

3

産業振興がもたらす効果

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

ここでは、産業振興によって期待される効果を、「まち」と「ひと」の2つの側面から示します。

1 「まち」にもたらす効果

①

安定した事業の継続や事業者数の増加により、まちの活力と豊かさが増す

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

②

産業が持つ様々な役割を活かし、市民の暮らしの安心と安全を支える

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

③

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

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

昔ながらの銭湯でほっと一息

今から50年以上前の昭和40年代、旧田無市と旧保谷市には合計22軒の銭湯が存在していましたが、家庭用のお風呂の普及や後継者不足等の様々な理由から、時代の流れとともにその数は減っていきました。現在市内には、庚申湯（芝久保町）、ゆパウザひばり（谷戸町）、みどり湯（ひばりが丘）の3軒の銭湯があり、多くの人々に癒しと元気を提供する地域の憩いの場として、長年愛されています。

庚申湯は、伝統的な破風づくり屋根が地域のシンボルとなっています。ゆパウザひばりは、休符を意味する音楽用語「パウザ」の名のとおり、訪れる人々が一息ついて休める時間を提供しています。みどり湯には、ジェットバスや電気風呂などの充実した設備があり、いろいろな楽しみ方ができます。

また、利用者同士の交流も銭湯の大きな魅力の一つです。お湯につかりながらのちょっとしたおしゃべりで身も心もほぐれ、リフレッシュできます。大きな湯船がある銭湯ならではの魅力をぜひ味わってみませんか。



庚申湯



ゆパウザひばり



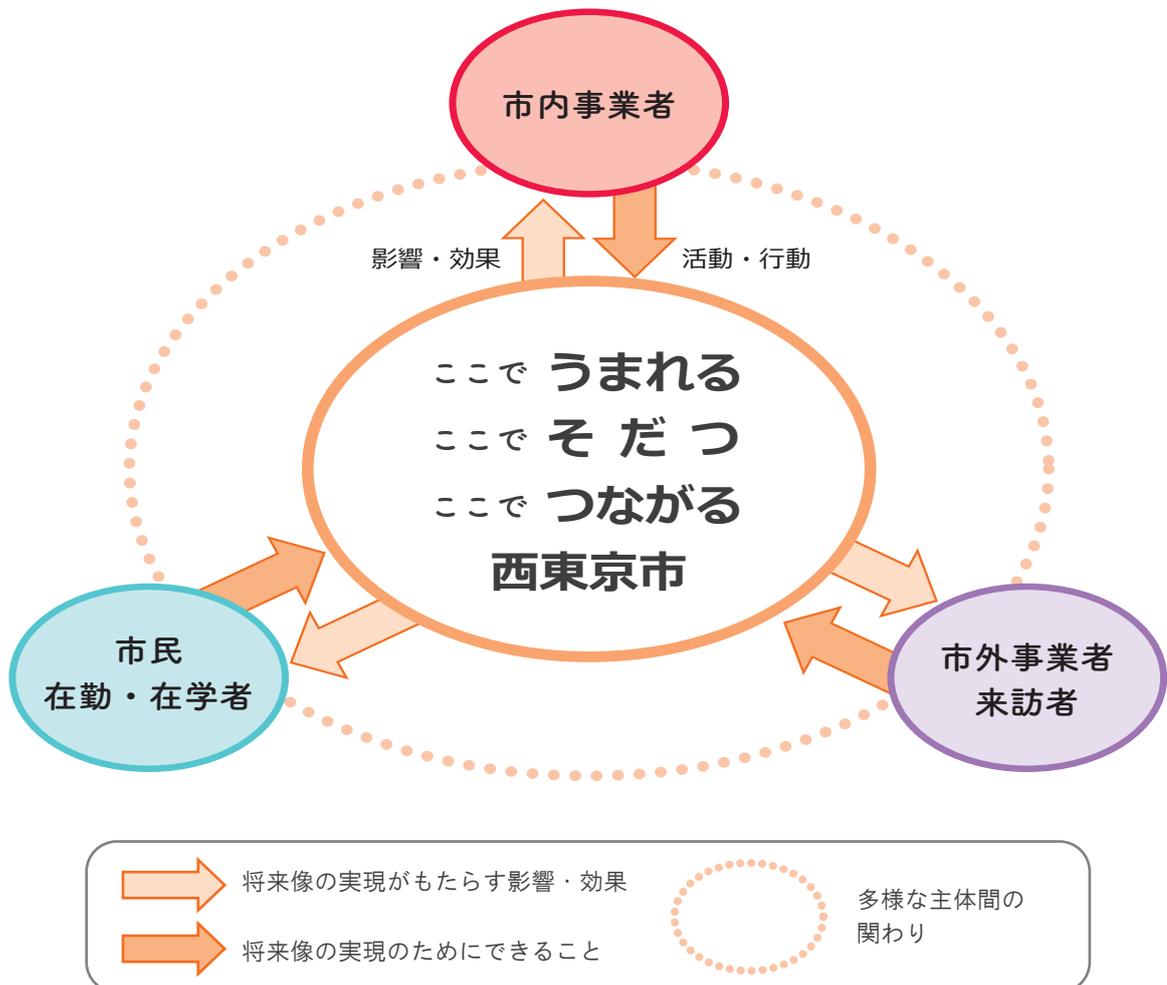
みどり湯

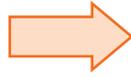
2 「ひと」にもたらす効果

多様な主体が関わり合いながら様々な活動を実施することにより、地域の産業が発展し、将来像が実現されると、様々なプラスの影響や効果がもたらされることが期待されます。それらは、事業者だけでなく、西東京市に関わる全ての人々の暮らしや仕事等の幅広い範囲にあらわれます。

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

このような産業振興と人々の相互的な関係により、これまで以上に西東京市の産業の活性化を進めることで、より豊かで便利な生活につながるという好循環が生まれることが期待されます。





将来像の実現がもたらす
影響・効果



将来像の実現のために
できること

<p>市内事業者</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業の継続・拡大ができる ・ 市内外の事業者等との連携によって、新たな事業が生まれる ・ 人材・後継者の確保につながる ・ 多面的な機能を持つ農地が維持及び活用される ・ 「西東京市ブランド」の魅力が高まることで、事業者の商品やサービス等の価値も高まる ・ 地域とのつながりが強くなる <p>など</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 市内の事業者と交流・連携する ・ 西東京市や商工会等からのお知らせを積極的に受け取る ・ 地域コミュニティに参加する ・ 地域のためになる活動を行う ・ 地域のイベントに参加する ・ 西東京市の新たな特産品を開発する <p>など</p>
<p>市民 在勤・在学者</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 市内で働く選択肢が増える ・ 自分らしい働き方が見つかる ・ 買い物等、日々の暮らしがより便利になる ・ 市内産農産物や商品が手に入り、暮らしの安心感が増す ・ 地域とのつながりが強くなる ・ 西東京市に住みたくなる・住み続けたいくなる <p>など</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 市内産農産物や商品を購入する ・ 市内の商店街や直売所等を利用する ・ 市内にお気に入りのお店を見つける ・ 西東京市からのお知らせ（SNS等）を自発的に受け取る ・ まち歩き等を通じて、西東京市についてもっと知る ・ 地域活動やボランティア活動に参加する ・ 地域のイベントに参加する ・ 市内の情報を発信する <p>など</p>
<p>市外事業者 来訪者</p>	<p>市外事業者</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 市内事業者等との連携によって新たな事業が生まれる ・ 市内への出店等、事業拡大の可能性が高まる <p>など</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 市内で開催されるイベント等に出店する ・ 市内で開催されるセミナー等に参加する ・ 商工会や商店会等と交流する <p>など</p>
	<p>来訪者</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 市内での就職が選択肢に加わる ・ 起業・創業の候補地に加わる ・ 市内に魅力的な場所が増える ・ 西東京市に住みたくなる <p>など</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 市内で開催されるイベント等に参加する ・ 市内の魅力的な場所に行く ・ 西東京市のファン・リピーターになる ・ SNS等を使って、西東京市の情報や魅力を発信する <p>など</p>

発展を続けるハンサム・ママプロジェクト

子育てしながら理想の働き方を実現するための支援事業であるハンサム・ママプロジェクトは、起業・創業を志す方に向けた講座の開催や個別相談の実施など、受講者が自身のレベルに応じて選べる様々なプログラムを提供しています。

また、講座等で学んだことを実践する場として、ハンサム・ママフェスタを毎年開催しており、出展者同士だけでなく、出展者を応援する方やハンサム・ママプロジェクトの他の講座の受講者等との交流の場になっています。

ハンサム・ママプロジェクトは、本市独自の起業・創業支援策として発展を続けており、令和5（2023）年度で8年目を迎えました。毎年多くの方にご参加いただく中で講座内容もより一層充実し、市内での起業・創業者の増加に大きく貢献しています。今後も、「西東京市ブランド」の一つとして、起業・創業者のニーズに応えるための支援を検討及び実施し、本市における起業・創業の動きを加速させていきます。



講座の様子



ハンサム・ママフェスタ出展者

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	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	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	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	市内外への事業者情報の発信支援 事業者と多様な主体の交流・マッチングの推進
	施策3 多様な人々のチャレンジの後押し	市内で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	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。

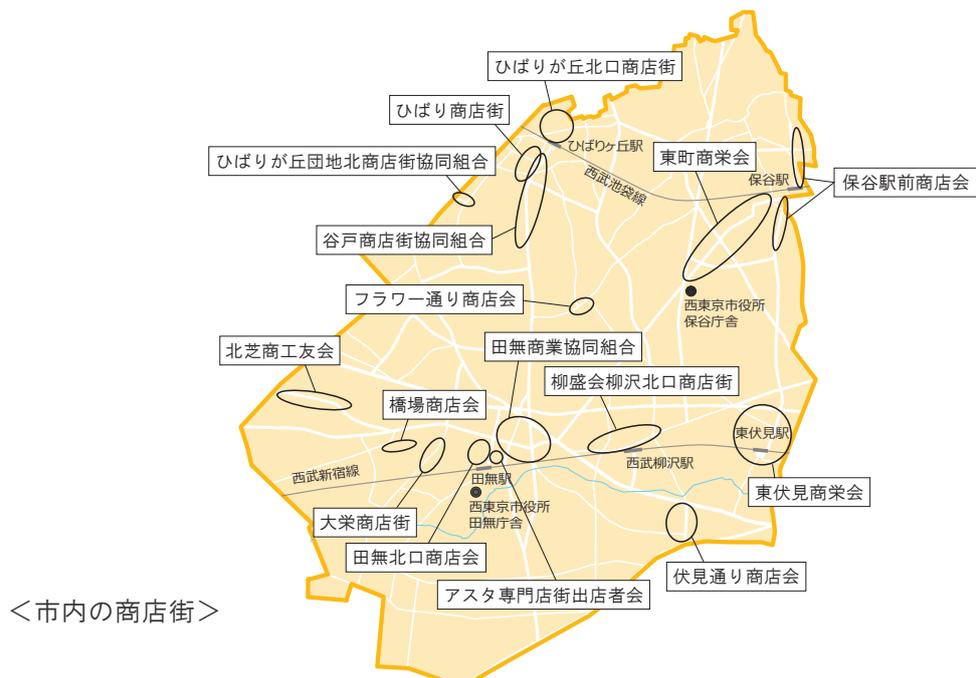
課題

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」

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。

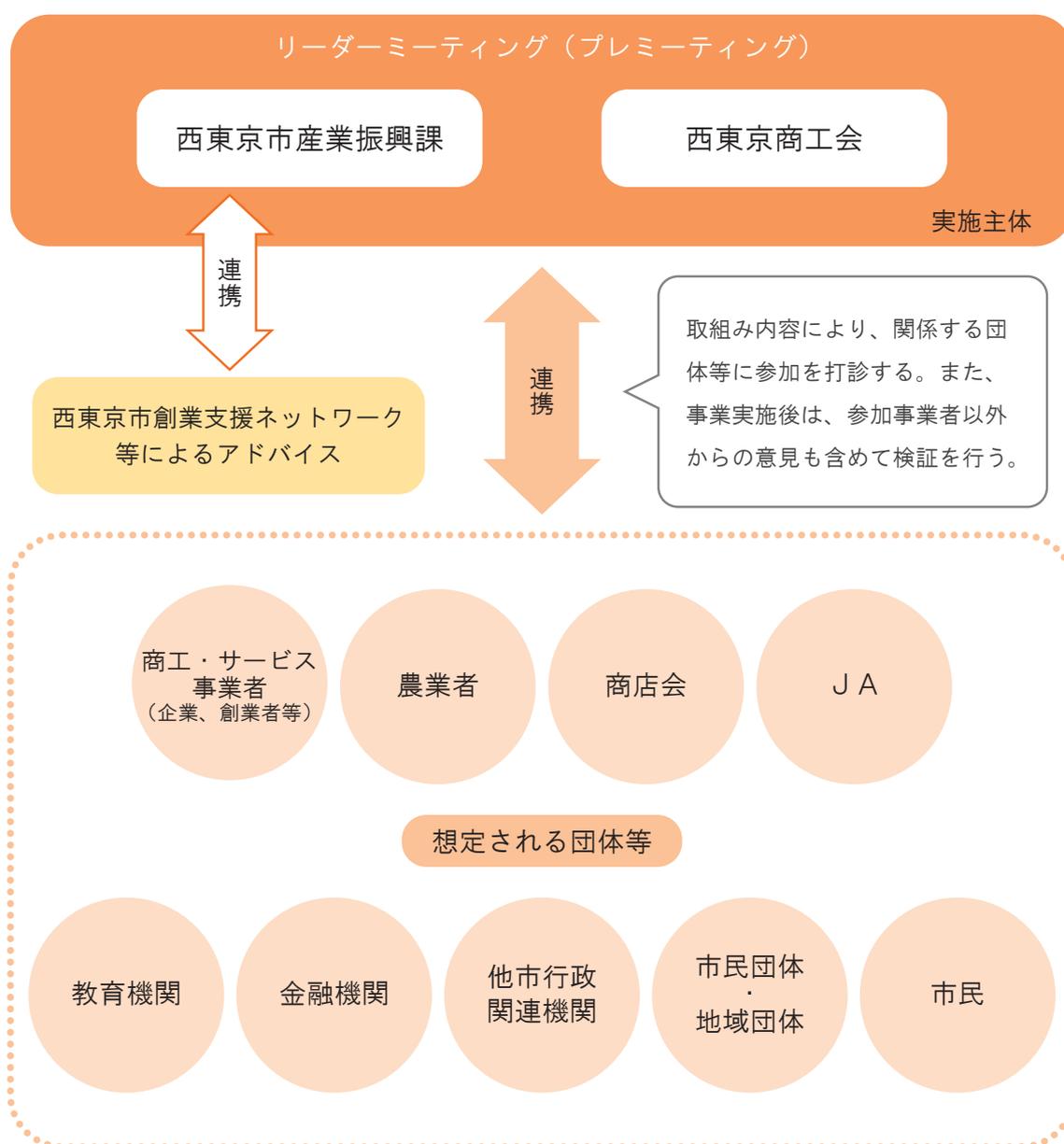
	主体	求められる役割
事業者	商工・サービス事業者 (大手企業・中小企業・店舗等)	<ul style="list-style-type: none"> 市内での事業継続、後継者確保等の取組み 市内でのビジネスチャンスの拡大に向けた、異業種・異分野等を含めた事業者、農業者との交流・連携 事業活動を通じた、まちづくりへの貢献
	農業者・JA	<ul style="list-style-type: none"> 農業の担い手としての農業振興及び農地保全に向けた取組み 新たな農業振興に向けた商工業者、市民等との連携
	商店会（街）	<ul style="list-style-type: none"> 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

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

資料編

- 1 西東京市の概況
- 2 西東京市の産業を取り巻く社会経済情勢
- 3 西東京市産業振興マスタープラン後期計画の検証
- 4 西東京市第2次産業振興マスタープラン策定委員会設置要綱
- 5 西東京市第2次産業振興マスタープラン策定委員会委員名簿
- 6 策定の流れ
- 7 調査結果の概要と産業振興に対する意見・アイデア
- 8 用語解説

1

西東京市の概況

● 位置・地勢

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

市内の北部には白子川、中央には新川、南部には石神井川が流れており、その沿岸は 2～3m の低地となっています。西から東になだらかに傾斜したほぼ平らな地域であり、地質は植物の育成に適した関東ローム層です。

市域は東西 4.8km、南北 5.6km にわたり、面積は 15.75km²です。都心との近接性や交通利便性を背景に、高度経済成長期には人口が急激に増加し、住宅を中心とした都市が形成されてきました。

近年、都市計画道路の整備が進み、市内の交通利便性や防災性が高まっています。また、駅周辺の整備も継続して実施されています。

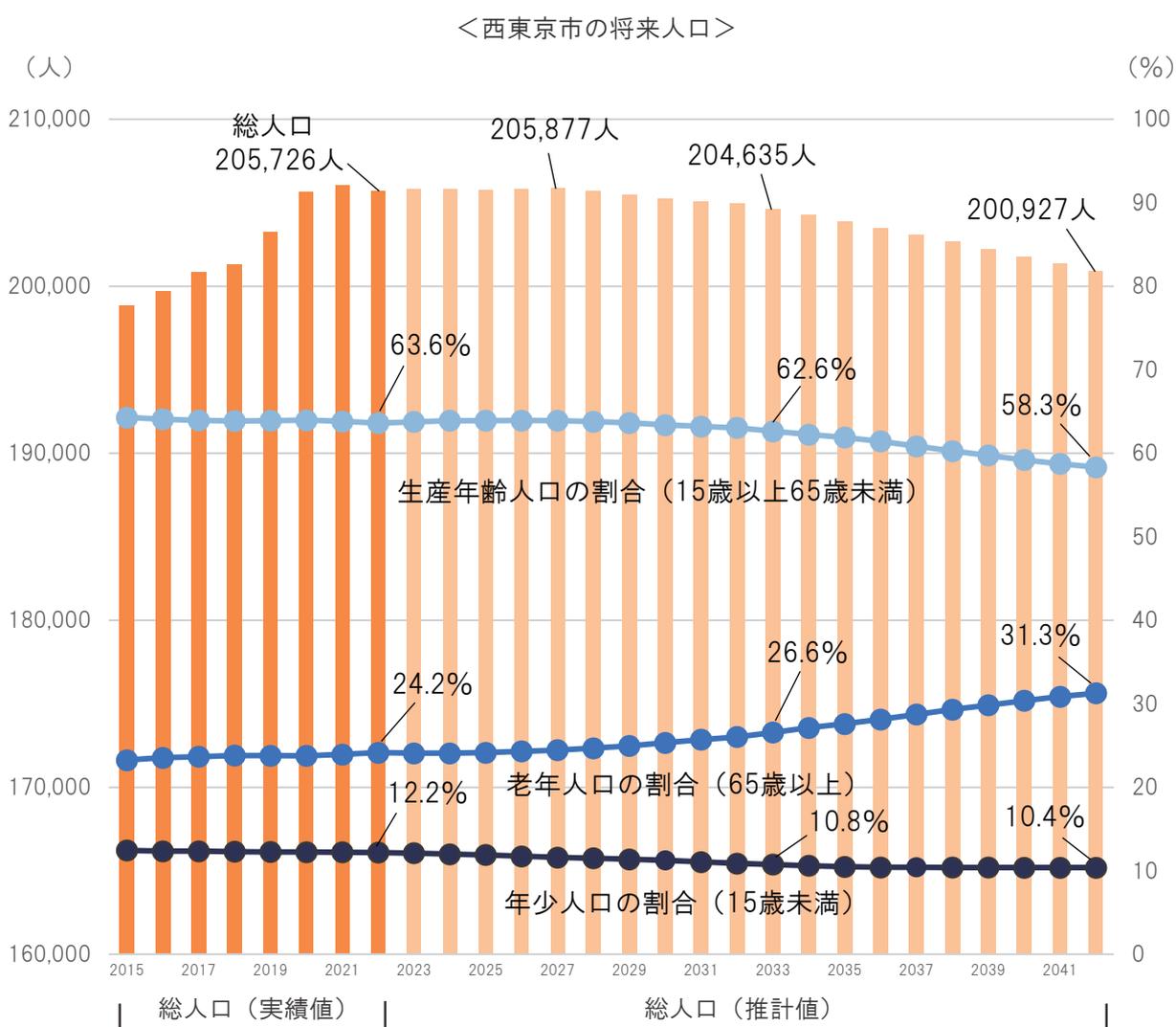


電子地形図（国土地理院）を基に作成

●人口

平成 29 (2017) 年 4 月に、人口が 20 万人を突破しました。西東京市人口推計調査報告書 (令和 4 年 11 月) によると、本市の人口は、令和 9 (2027) 年まではおおむね横ばいの状態が続き、その後は緩やかに減少し、本計画の最終年度である令和 15 (2033) 年における人口は 204,635 人になると想定されています。

年齢別に見ると、年少人口、生産年齢人口が緩やかに減少するのに対し、老年人口は令和 5 (2023) 年以降も増加し続け、令和 24 (2042) 年には 31.3%になると予想されています。

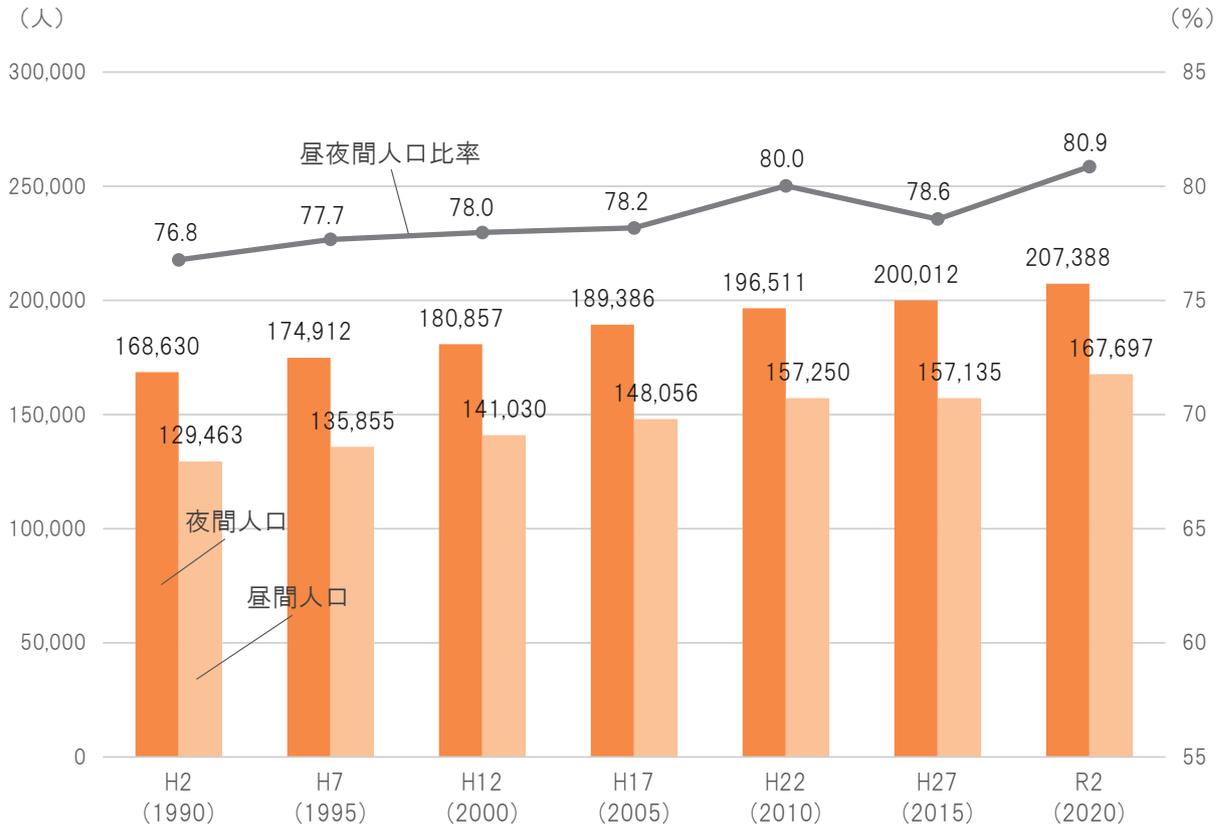


出所：西東京市人口推計調査報告書 (令和 4 年 11 月)

本市は、住宅都市という特色の影響もあり、夜間人口が昼間人口を上回っています。

昼夜間人口比率は、平成 27（2015）年に一度減少に転じましたが、平成 2（1990）年以降、おおむね増加傾向にあり、令和 2（2020）年には 80.9%となりました。

＜西東京市の昼夜間人口比率＞



出所：国勢調査（令和 2 年 10 月 1 日時点）

市内在住者の勤務先の内訳を見ると、令和2（2020）年時点において、半数近くが東京23区に勤務しています。一方で、市内に勤務している就業者数は、全体の32.1%の28,272人となっており、平成22（2010）年の21,888人（全体の27.0%）から10年間で6,384人増加しました。また、市内就業者の居住地の内訳を見ると、令和2（2020）年時点において、市内に在住している割合は53.7%と半数を超えています。

<市内在住者の勤務先の内訳>

勤務先	実数（人）	構成比（%）
就業者総数	88,162	100.0
西東京市内	28,272	32.1
西東京市外	59,890	67.9
小平市	1,556	1.8
東村山市	699	0.8
清瀬市	449	0.5
東久留米市	1,726	2.0
三鷹市	1,376	1.6
武蔵野市	3,792	4.3
東大和市	220	0.2
立川市	733	0.8
23区	40,719	46.2
都内その他	3,284	3.7
埼玉県	3,496	4.0
その他の地域	1,840	2.1

<市内就業者の居住地の内訳>

居住地	実数（人）	構成比（%）
就業者総数	52,631	100.0
西東京市内	28,272	53.7
西東京市外	24,359	46.3
小平市	1,813	3.4
東村山市	1,348	2.6
清瀬市	601	1.1
東久留米市	2,386	4.5
三鷹市	422	0.8
武蔵野市	750	1.4
東大和市	476	0.9
立川市	336	0.6
23区	5,275	10.0
都内その他	2,665	5.1
埼玉県	6,095	11.6
その他の地域	2,192	4.2

出所：国勢調査（令和2年10月1日時点）

● 産業構造

市内に立地している事業所は、令和3(2021)年時点において4,792か所であり、平成28(2016)年の5,000か所から208か所減少しています。また、従業者数は、令和3(2021)年時点において47,292人となっており、平成28(2016)年の47,900人から608人減少しています。

業種別に見ると、「情報通信業」、「不動産業、物品賃貸業」、「学術研究、専門・技術サービス業」において事業所数や従業者数が増加しており、特に「情報通信業」は、事業所数、従業者数ともに増加率が高くなっています。一方で、「宿泊業、飲食サービス業」、「生活関連サービス業、娯楽業」は、事業所数、従業者数がともに大きく減少しており、新型コロナウイルス感染症の影響がうかがえます。

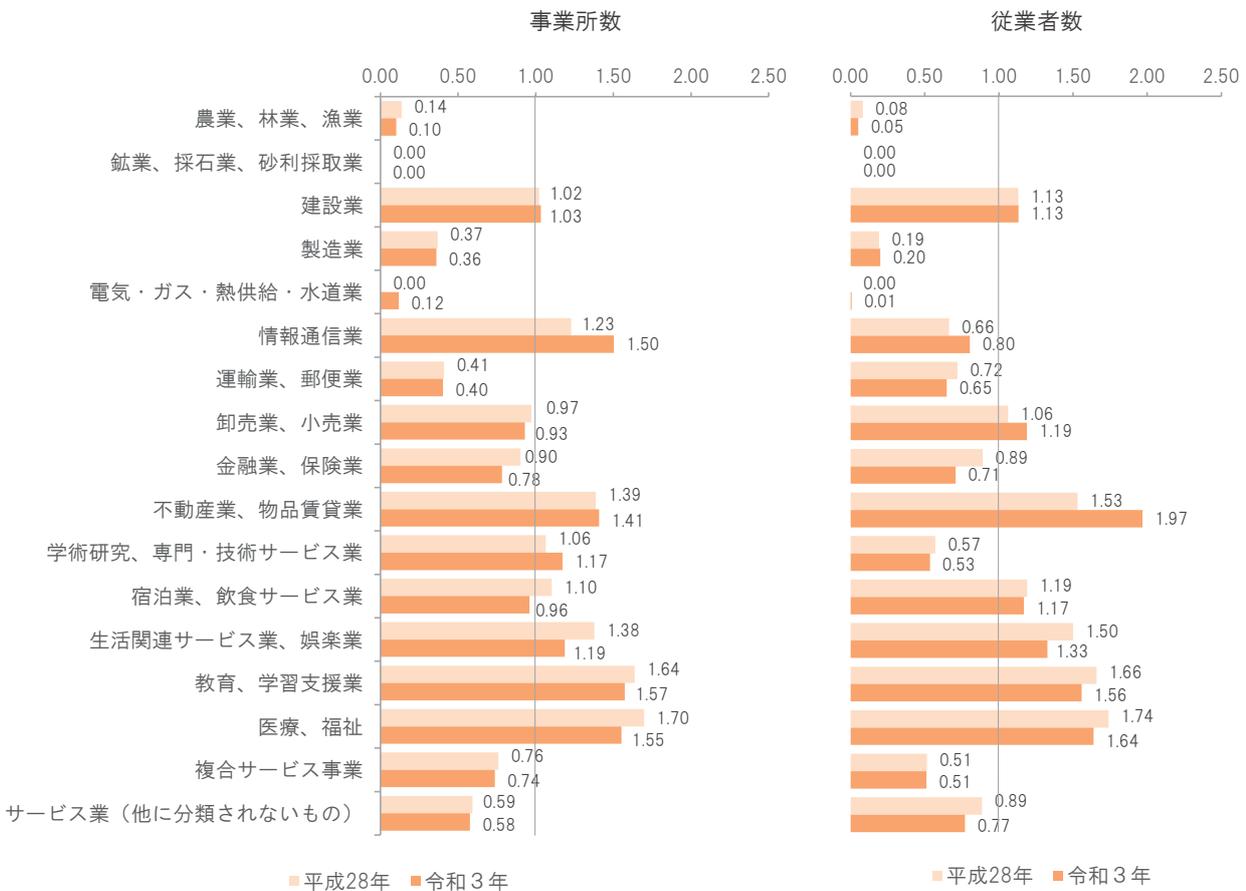
＜西東京市の産業大分類別事業所数及び従業者数の推移＞

	事業所数（か所）			従業者数（人）		
	平成28年 (2016)	令和3年 (2021)	増減率 (%)	平成28年 (2016)	令和3年 (2021)	増減率 (%)
総数	5,000	4,792	▲ 4.2	47,900	47,292	▲ 1.3
農業、林業、漁業	4	4	0.0	25	19	▲ 24.0
鉱業、採石業、砂利採取業	0	0	-	0	0	-
建設業	451	466	3.3	3,516	3,454	▲ 1.8
製造業	150	138	▲ 8.0	1,435	1,442	0.5
電気・ガス・熱供給・水道業	0	1	100.0	0	1	100.0
情報通信業	70	107	52.9	918	1,304	42.0
運輸業、郵便業	48	48	0.0	1,940	1,727	▲ 11.0
卸売業、小売業	1,181	1,063	▲ 10.0	10,597	11,268	6.3
金融業、保険業	68	61	▲ 10.3	1,148	863	▲ 24.8
不動産業、物品賃貸業	439	490	11.6	1,885	2,599	37.9
学術研究、専門・技術サービス業	213	275	29.1	886	925	4.4
宿泊業、飲食サービス業	689	534	▲ 22.5	5,373	4,461	▲ 17.0
生活関連サービス業、娯楽業	581	479	▲ 17.6	3,059	2,357	▲ 22.9
教育、学習支援業	246	239	▲ 2.8	2,553	2,481	▲ 2.8
医療、福祉	653	667	2.1	10,801	10,913	1.0
複合サービス事業	23	22	▲ 4.3	210	182	▲ 13.3
サービス業（他に分類されないもの）	184	198	7.6	3,554	3,296	▲ 7.3

出所：経済センサス（平成28年活動調査、令和3年活動調査）

本市の産業構造を特化係数*で見ると、事業所数、従業者数ともに「不動産業、物品賃貸業」、「教育、学習支援業」、「医療、福祉」で1を大きく超えており、これらの産業に特化していることがわかります。また、「情報通信業」、「学術研究、専門・技術サービス業」においては、従業者数の特化係数に対して事業所数の特化係数が大きいことから、小規模な事業所が多く集積していることがわかります。

＜西東京市における産業大分類別の特化係数＞



出所：経済センサス（平成28年活動調査、令和3年活動調査）

*本市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を超えている産業は、全国平均に比べて相対的に特化していると言える。

資料編

2 西東京市の産業を取り巻く社会経済情勢

● 景気

令和2（2020）年に新型コロナウイルス感染症が世界的に流行し、感染拡大防止のための緊急事態宣言等の発出により社会経済活動が抑制され、日本経済は大きく落ち込みました。しかし、行動抑制の緩和や新型コロナウイルス感染症の5類移行等による社会経済活動の正常化に伴い、国内景気はコロナ禍以前の水準まで回復しつつあります。賃金の上昇と企業の設備投資拡大によって、内需主導の景気回復が進んでいます。全国的に賃上げ傾向は続いています。海外情勢の影響等により物価が上昇しているため、実質賃金は減少しています。

失業率は、令和2（2020）年及び令和3（2021）年には一時3%を超えましたが、令和4（2022）年以降は2%台半ばで推移しています。社会経済活動の再開により、飲食業や宿泊業等を中心に多くの業種で人手不足が生じています。

● 消費

コロナ禍により全国的に社会経済活動が制限され、消費行動が抑制された結果として貯蓄が増加していましたが、社会経済活動が再開されるにつれて、その貯蓄を支えに個人消費が緩やかに回復しつつあります。

コロナ禍は消費者のライフスタイルや生活環境等に多くの影響を与え、行動変容を促しました。ステイホームが推奨されたことで、オンラインツールが急速に普及し、非対面・非接触型のサービスが増加しました。巣ごもり消費の影響により、令和2（2020）年には物販系分野の消費者向け電子商取引市場規模の大幅な拡大が見られ、外出機会が回復した令和3（2021）年以降も市場規模は引き続き拡大しており、電子商取引の利用が消費者の間で定着しつつあることがわかります。物販系分野・サービス系分野・デジタル分野を合わせた消費者向け電子商取引の市場規模は令和3（2021）年に20兆円を突破しています。

● 働き方

終身雇用制度等の従来の日本的雇用形態が変化し、独立や起業のほか、副業・兼業を希望する人々が増えています。また、コロナ禍を契機にオンラインツールが急速に普及したことにより、人々の働き方はますます多様化しています。厚生労働省は、個人が自由度の高い働き方や暮らしを通じて、生産性を高め、豊かさや仕事のやりがいを感じられるとともに、企業が組織の多様性を成長につなげられるよう、職務内容、勤務地、労働時間などを限定して選択できる「多様な正社員」制度の導入を推進しています。

共働き世帯の割合が増加を続け、男女を問わず家庭と仕事を両立することが求められている中、産後パパ育休制度の創設等、育児を積極的に行う男性を支援する取組みが進められ、男性の育休取得率も低水準ながら徐々に上昇しつつあります。

日本は、企業によるOJT以外の人材投資や、個人による社外学習・自己啓発が諸外国と比べて不十分な状態にあります。デジタル社会においては、全ての国民が役割に応じた相応のデジタル知識・能力を習得する必要があるため、経済産業省は、現役のビジネスパーソンの学び直し（＝リスキリング）を推奨しています。

● 各分野を取り巻く国・東京都の動向

政府は、令和4（2022）年12月に「デジタル田園都市国家構想総合戦略」を策定し、「新しい資本主義」の一柱として位置付けられたデジタル田園都市国家構想を通じて、デジタル技術の活用により、地域の個性を活かしながら地方の社会課題の解決や魅力の向上を図り、地域活性化に向けて取組みを進めています。

インバウンドが徐々に回復傾向にある中で、東京都は「未来の東京戦略2023」を策定し、コロナ禍で深刻な影響を受けた観光業が時宜を逸せずインバウンド需要を獲得できるようにするための施策を推進しています。

農業分野においては、都市農地の貸借の円滑化に関する法律が平成30（2018）年に施行されたことにより、生産緑地地区の農地の貸付がしやすくなりました。農地貸借が進展したことで、市街化区域内の農地面積が減少を続ける中、生産緑地地区の農地面積はほぼ横ばいで推移しています。

ものづくり分野においては、新型コロナウイルス感染症の感染拡大や、国際情勢の変化等、事前の予測が困難な事象が相次いで発生し、サプライチェーンの強靱化が課題となっています。また、脱炭素化の実現や人手不足、原材料・エネルギーの価格高騰等も重要な課題です。これらの課題を解決するため、現場の強みを活かしつつ、サプライチェーンの最適化を図り、競争力を強化することが求められています。また、DXに向けた投資の拡大やイノベーションの推進により、生産性の向上や利益の増加につなげ、所得に還元する好循環を創出することも重要です。

3 西東京市産業振興マスタープラン後期計画の検証

後期計画では、農、しごと、商店街、西東京市ブランドの4分野で施策を展開しました。これらの進ちょく状況を、実行プログラム、効果測定指標、農業者・事業者による評価に基づいて検証しました。

■ 実行プログラム

取組みの方向性 1	スケジュール					着手状況	具体的な取組み
持続可能な「農」が共生するまちをつくる	令和元 (2019) 年度	令和2 (2020) 年度	令和3 (2021) 年度	令和4 (2022) 年度	令和5 (2023) 年度	令和4 (2022)年 度末時点	令和4(2022)年度末時点
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	活用及び新たな展開					○	農のアカデミー体験実習農園や農のアトリエ「蔵の里」を活用しての農業学習
災害時協力農地の拡大	協議・拡大・周知					○	災害時協力農地の認定を締結するためのPRを実施
農業交流事業の展開	実施					○	花つみの丘でイベント実施
施策2 収益力向上を目指した農業経営の推進							
農業普及啓発プロジェクトの活用	活用及び新たな展開					○	販売会等でファームカーを活用
販路拡大に向けた直売所の利用の促進	検討・実施					○	西東京市ホームページに直売所情報を掲載 スポーツ施設を利用したマルシェを開催
緑のアカデミー事業の実施	実施					○	継続実施
親子で野菜づくりにチャレンジの実施	実施					○	継続実施
農業体験農園の推進	周知・実施					○	農業体験農園整備補助金の活用

■ 『持続可能な「農」が共生するまちをつくる』の効果測定指標

指標		当初 (平成30(2018)年度)	現状 (令和4(2022)年度)	目標値
市民の農業・農地に対する理解促進	農業に対する満足度	29.9%	30.6%	40.0%
市内生産量の拡大	市内における農業産出額	4,346千円	4,786千円	4,346千円
	農地面積	135ha	117.6ha	118ha
市内産農産物の販路拡大	販路の多様性	55.9%	55.1%	61.0%

■施策に対する農業者による評価

事業	満足度	重要度	評価
事業 1 直売所の利用の推進	2.59	2.77	現状維持
事業 2 めぐみちゃんメニューの推進	2.22	2.48	見直し
事業 3 学校給食との連携・農産物等販売会（マルシェ）の実施	2.07	2.38	見直し
事業 4 めぐみちゃんブランドの普及啓発	2.45	2.50	現状維持
事業 5 地域や商店街との連携	2.40	2.55	現状維持
事業 6 地元と連携した後継者育成、若い担い手（新規就農者含む）の育成の検討	2.36	2.73	現状維持
事業 7 女性農業者の育成の検討	2.12	2.46	見直し
事業 8 農業者と援農ボランティアのマッチング機会の提供・援農ボランティアのスキルアップ	2.04	2.23	見直し
事業 9 認定農業者への支援の拡充の検討	2.50	2.81	現状維持
事業 10 営農支援事業の適正運営	2.58	2.90	現状維持
事業 11 生産緑地地区制度への意見の具申	2.71	2.95	現状維持
事業 12 農地の適正な肥培管理	2.88	2.93	現状維持
事業 13 市内農業関係施設の活用推進	2.27	2.51	見直し
事業 14 災害時協力農地の拡大	2.56	2.82	現状維持
事業 15 農業普及啓発プロジェクトの活用	2.26	2.46	見直し
事業 16 農地の貸借における仲介の仕組みづくりの支援	2.34	2.76	重点化
事業 17 めぐみちゃんマーケットの開催	2.20	2.44	見直し
事業 18 イベント等の実施	2.22	2.46	見直し
事業 19 市民農園の新しい展開	2.07	2.46	見直し
事業 20 農業体験農園の推進	2.31	2.47	見直し
平均	2.36	2.60	

出所：西東京市農業振興計画策定に係る調査・報告書（令和5年3月）

■ 実行プログラム

取組みの方向性2	スケジュール					着手状況	具体的な取組み
多様な「しごと」が生まれ循環するまちをつくる	令和元 (2019) 年度	令和2 (2020) 年度	令和3 (2021) 年度	令和4 (2022) 年度	令和5 (2023) 年度	令和4 (2022)年 度末時点	令和4(2022)年度末時点
施策1 経営基盤の強化							
人材育成に向けた各種セミナーの実施	見直し・実施					○	支援機関（創業支援・経営革新相談センター及び多摩信用金庫）による創業スクール開催（年2回）
経営力・収益力の強化に向けた各種セミナーの実施	見直し・実施					○	創業支援セミナー、創業・経営相談を随時実施
事業融資あっせん制度の実施	検証・実施					○	融資検討委員会を適宜開催し検証 新型コロナウイルス感染症対策運転資金融資あっせん制度創設
市外への事業者情報の発信支援	実施					○	産業ニュース「西東京市匠navi」発行（年3回）
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	実施					○	各種講座、ハンサム・ママプロジェクト、ビジネスプランコンテストの開催
チャレンジショップ事業の実施	実施					○	空き店舗対策、毎年度4件採択
創業拠点の利活用の推進	活用・実施					○	RIPPLE NISHITOKYO、HIBARIDO、OK西東京
創業に関する相談・助言の実施	実施					○	支援機関による個別相談 創業PORTAL（ウェブサイト）
創業及び新分野融資あっせん制度の実施	検討	実施	検討			○	融資検討委員会を適宜開催し検討 借換資金融資あっせん制度創設
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	実施					○	シニアワーキングセミナー、しごとフェア（セミナー・面接会）等 毎年度5回程度開催
福利厚生事業への支援	実施・見直し検討					△	中小企業退職金共済掛金補助事業 勤労者福祉サービスセンター

■ 『多様な「しごと」が生まれ循環するまちをつくる』の効果測定指標

指標		当初 (平成30(2018)年度)	現状 (令和4(2022)年度)	目標値
市内事業者の経営意欲の増加	各種セミナーの満足度	3.8点	4.6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	19件	29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	3,499人	3,313人

■ 実行プログラム

取組みの方向性 3	スケジュール					着手状況	具体的な取組み
	令和元 (2019) 年度	令和2 (2020) 年度	令和3 (2021) 年度	令和4 (2022) 年度	令和5 (2023) 年度		
身近な「商店街」が暮らしを支えるまちをつくる						令和4 (2022)年 度末時点	令和4(2022)年度末時点
施策1 活力ある組織づくり							
消費者ニーズの調査・研究	調査・研究実施					○	消費者アンケート調査の実施
商店街ブランドデザイン事業の実施	検討	実施			検証	○	商店会名入りエコバッグ、スタッフ半纏作成、街路灯フラッグ、商店会マップ作成
商店会連絡会議等の開催	実施					○	年3回開催
施策2 新たな価値の創造							
商業便利度向上事業の実施	実施					○	デジタル化推進活動巡回 情報セキュリティ強化・推進活動巡回 商店会巡回相談の実施
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検討と実施	検討・実施					○	
空き店舗活用の支援	見直し・実施					○	創業支援・経営革新相談センターの相談員として不動産業者を配置 建築家と巡る物件トーク&ツアー
空き店舗情報のマッチング	検討・試行	実施				○	

■ 『身近な「商店街」が暮らしを支えるまちをつくる』の効果測定指標

指標		当初 (平成30(2018)年度)	現状 (令和4(2022)年度)	目標値
商店会運営の持続	商店会数	20 商店会	16 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	57 件	61 件
市民の市内消費満足度の向上	買い物便利度	38.2%	44.6%	41.0%

■ 実行プログラム

取組みの方向性4	スケジュール					着手状況	具体的な取組み
魅力ある「西東京市ブランド」が輝くまちをつくる	令和元 (2019) 年度	令和2 (2020) 年度	令和3 (2021) 年度	令和4 (2022) 年度	令和5 (2023) 年度	令和4 (2022)年 度末時点	令和4(2022)年度末時点
	施策1 「西東京市ブランド」の構築・情報発信・PR						
一店逸品事業の推進	見直し・実施					○	認定店選定、冊子作成、逸品めぐりモバイルラリー
産業ニュース等の発行	実施・見直し検討					○	産業ニュース「西東京市匠navi」発行(年3回)
めぐみちゃんメニュー事業の推進	見直し・実施					○	小・中学生考案メニューを販売
めぐみちゃんマルシェの開催	見直し・実施					○	田無・保谷ペDESTリアンデッキ、スポーツセンター、いこいの森公園等で開催
ファームカーを活用した即売会の開催	実施・拡充					○	ファーマーズマーケットを開催(JA)
市内産農産物活用事業の実施	見直し・実施					○	農産物販売会の実施(JA)
施策2 イベント開催によるにぎわいづくり							
地方都市物産展の実施	実施					○	姉妹・友好都市観光物産展
新たなマーケット創出イベントの実施	検討	実施	検討・実施			△	スポーツ施設を利用したマルシェの開催
商店街を中心とした地域、市民団体等との連携によるイベントの実施	継続実施					○	田無名物盆踊り大会(田無商業協同組合)ふれあい市場(東伏見商栄会)
施策3 新たな連携の創出							
西東京市ブランドづくりプロジェクトの推進	検討・実施					○	ジュンスカの日イベント、駅前情報発信プロジェクト
産業振興戦略会議の実施	実施・拡充					○	年1回程度実施
産学公金連携事業の検討	実施					△	「西東京市ブランド」を輝かせる取組みについて検討
事業者間マッチングの支援	見直し・実施					○	創業カフェ(年6回)、事業者交流会
農業と地域や商店街との連携	実施・検証	新たな展開				○	スポーツ施設を利用したマルシェの開催
施策4 観光まちづくりの推進							
観光振興に関する近隣市との連携	実施	検証・新たな展開				○	北多摩TOKYOカードラリー、北多摩TOKYOアニメスタンプラリー

■ 『魅力ある「西東京市ブランド」が輝くまちをつくる』の効果測定指標

指標		当初 (平成30(2018)年度)	現状 (令和4(2022)年度)	目標値
「西東京市ブランド」の認知度向上	一店逸品事業の認知度	29,022 アクセス	36,742 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	54,363 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	36,501千人 (令和3(2021)年度時点)	47,000千人
市内事業者の経営意欲	ブランド事業参加事業者の意向	79.0%	89.7%	90.0%

■ 施策に対する事業者による評価

施策	満足度	重要度	評価
施策1 経営基盤の強化	0.18	0.97	現状維持
施策2 新たな「しごと」の創出	0.06	0.77	現状維持
施策3 就労環境の整備	-0.01	0.90	現状維持
施策4 活力ある組織づくり	-0.30	0.92	重点化
施策5 新たな価値の創造	-0.29	1.03	重点化
施策6 「西東京市ブランド」の構築・情報発信・PR	-0.13	0.86	現状維持
施策7 イベント開催によるにぎわいづくり	-0.23	0.85	見直し
施策8 新たな連携の創出	-0.18	0.94	重点化
施策9 観光まちづくりの推進	-0.29	0.66	見直し
平均	-0.13	0.88	

出所：西東京市事業者・消費者アンケート調査報告書（令和5年3月）

4 西東京市第2次産業振興マスタープラン策定委員会設置要綱

第1 設置

令和5年度に終了する西東京市産業振興マスタープラン後期計画及び令和6年度を開始年度として策定する西東京市第3次総合計画に基づき、西東京市第2次産業振興マスタープランを策定するため、必要な事項を調査及び検討する西東京市第2次産業振興マスタープラン策定委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

第2 所掌事項

委員会は、次の事項について調査及び検討をし、その結果を市長に報告する。

- (1) 西東京市第2次産業振興マスタープランの策定に関すること。
- (2) 西東京市内の農業及び商工業の振興に関すること。
- (3) その他市長が必要と認める事項に関すること。

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) 西東京市内の農業関係者 2人以内
- (4) 西東京市内の商工業関係者 3人以内

第4 任期

委員の任期は、第2に規定する所掌事項が終了するまでとする。

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 謝金

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謝金として支給する。

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、令和4年4月1日から施行する。

5

西東京市第2次産業振興マスタープラン策定委員会委員名簿

(敬称略)

役職	区分	氏名	職名等	在任期間
会長	市内の 商工業関係者	小野寺 崇	西東京商工会事務局長	令和4(2022)年8月から 令和5(2023)年3月まで
		清水 晋	西東京商工会事務局長	令和5(2023)年4月から 令和6(2024)年3月まで
副会長	市内の 農業関係者	村田 秀夫	西東京市農業委員会会長	令和4(2022)年8月から 令和5(2023)年1月まで
		保谷 隆司	西東京市農業委員会会長	令和5(2023)年1月から 令和6(2024)年3月まで
委員	学識経験者	木崎 英司	亜細亜大学経営学部 ホスピタリティ・ マネジメント学科教授	令和4(2022)年8月から 令和6(2024)年3月まで
委員	学識経験者	飯島 享	株式会社アスタ西東京 代表取締役	令和4(2022)年8月から 令和6(2024)年3月まで
委員	学識経験者	村山 浩宜	コンサルティングオフィス フットループ代表	令和4(2022)年8月から 令和6(2024)年3月まで
委員	市内の 商工業関係者	松川 紀代美	西東京商工会会長	令和4(2022)年8月から 令和6(2024)年3月まで
委員	市内の 商工業関係者	指田 泰弘	多摩信用金庫田無支店長	令和4(2022)年8月から 令和6(2024)年3月まで
委員	市内の 農業関係者	本橋 正明	JA 東京みらい西東京地区 統括支店長	令和4(2022)年8月から 令和5(2023)年2月まで
		松崎 諭志	JA 東京みらい西東京地区 統括支店長	令和5(2023)年3月から 令和5(2023)年10月まで
		井口 敏之	JA 東京みらい西東京支店 西東京地区統括支店長	令和5(2023)年10月から 令和6(2024)年3月まで
委員	公募市民	桐木 美里	—	令和4(2022)年8月から 令和6(2024)年3月まで
委員	公募市民	平松 沙彩	—	令和4(2022)年8月から 令和6(2024)年3月まで

6 策定の流れ

① 西東京市第2次産業振興マスタープラン策定委員会

学識経験者や市内事業者等が参加する西東京市第2次産業振興マスタープラン策定委員会を8回開催し、計画策定に向けて検討・協議しました。

回	開催日	概要
第1回	令和4（2022）年 8月29日	<ul style="list-style-type: none">・ 委員会の運営方法・ 西東京市を取り巻く社会経済状況・ 第2次産業振興マスタープラン策定の概要・ 産業振興マスタープラン後期計画の着手状況・ 第2次産業振興マスタープラン策定のスケジュール・ アンケート調査の実施概要
第2回	令和4（2022）年 10月24日	<ul style="list-style-type: none">・ 計画策定に向けた調査（後期計画の着手状況、西東京市の産業を取り巻く動向、人口推計結果、事業者アンケート調査、ヒアリング調査、消費者アンケート調査）
第3回	令和5（2023）年 2月20日	<ul style="list-style-type: none">・ 事業者・消費者アンケート調査の集計・分析について・ 事業者アンケート調査集計報告及び評価・ ヒアリング調査経過報告・ 施策体系について
第4回	令和5（2023）年 5月18日	<ul style="list-style-type: none">・ 令和5年度の策定スケジュール・ 第2次産業振興マスタープラン策定に向けた課題について・ 計画素案の作成について（計画の構成、計画策定におけるキーワード、取組みの方向性）
第5回	令和5（2023）年 7月10日	<ul style="list-style-type: none">・ 将来像の検討・ 地域産業の発展と事業者・市民等の相互的な関わりについて・ 施策体系について
第6回	令和5（2023）年 8月22日	<ul style="list-style-type: none">・ 将来像の検討・ 計画の骨子案の検討
第7回	令和5（2023）年 10月26日	<ul style="list-style-type: none">・ 第2次産業振興マスタープランの素案について・ パブリックコメントについて
第8回	令和6（2024）年 1月22日	<ul style="list-style-type: none">・ パブリックコメントへの対応について・ 第2次産業振興マスタープランの報告書について

② アンケート調査及びヒアリング調査

後期計画に対する評価や、本計画に盛り込むべき施策に対する意見及びニーズなどを収集し、市内産業の現状や課題の整理に役立てるため、市民や市内事業者等に対して、アンケート調査及びヒアリング調査を実施しました。なお、農業に関する市民意向調査と消費者アンケート調査を合わせて、市民意向調査として実施しています。

● アンケート調査

区分	調査名	実施時期	調査項目	回収数 (回収率)
農業	農業者 意向調査	令和4（2022）年 12月～ 令和5（2023）年 1月	<ul style="list-style-type: none"> ・ 属性 ・ 農業経営の現状 ・ 過去5年間の農業施策について ・ 農業者への支援策について ・ 農産物の販売（庭先販売、マルシェ出店等について） ・ 学校給食について ・ 農業の担い手について ・ 農地の状況について ・ 農業を通じた市民等との交流について ・ 環境に配慮した農業について ・ その他 	234件 (90.0%)
	市民 意向調査	令和4（2022）年 12月	<ul style="list-style-type: none"> ・ 属性 ・ 農産物の消費について ・ 西東京市の農業・農地の役割について ・ 農とのふれあいについて ・ 過去5年間の農業施策について ・ その他 	891件 (29.7%)
	子ども アンケート 調査	令和4（2022）年 12月	<ul style="list-style-type: none"> ・ 市内の農地の多さについてのイメージ ・ 西東京市の農業で思い浮かぶもの ・ 農業のことを知り、学ぶ場面 ・ 市内の農業・農地の貢献度 ・ 西東京市の農業について知っていること ・ 農とのふれあいの経験 ・ 農とのふれあいを目的にしたイベントの認知度 ・ 農業・農作業への興味 ・ めぐみちゃんメニューへの参加経験・意向 	1,097件

出所：西東京市農業振興計画策定に係る調査・報告書（令和5年3月）

区分	調査名	実施時期	調査項目	回収数 (回収率)
商業・サービス・ものづくり等	事業者アンケート調査	令和4(2022)年12月～ 令和5(2023)年1月	<ul style="list-style-type: none"> ・ 属性 ・ 産業振興に関する市の取組みについて ・ 事業承継について ・ 人材確保について ・ 外部連携について ・ 新型コロナウイルス感染症、物価高騰による影響等について ・ 商店会との関係について ・ 今後について 	739件 (37.0%)
消費者	消費者アンケート調査(市民意向調査)	令和4(2022)年12月	<ul style="list-style-type: none"> ・ 属性 ・ 日頃の買い物や外食について ・ 市内の商店街等について ・ 市の取組みについて ・ 就労や働き方について ・ 西東京市の産業振興について 	891件 (29.7%)

出所：西東京市事業者・消費者アンケート調査報告書(令和5年3月)

● ヒアリング調査

区分	調査対象(調査数)	実施時期	調査項目
農業	農業者団体等(15件)	令和4(2022)年10月、 令和5(2023)年2月	<ul style="list-style-type: none"> ・ 営農に係る課題と展望 ・ 販売に係る課題と展望 ・ 農地保全に係る課題と展望 ・ 後継者確保に係る課題と展望 ・ 市民の農業理解・消費促進についての課題と展望 ・ 農家との交流の現状・課題 ・ 地産地消促進の課題、施策要望等 ・ 他分野の民間事業者等との連携への可能性・関心 ・ 各団体の現状・課題等
商店街	市内商店会(13件)	令和5(2023)年2月	<ul style="list-style-type: none"> ・ 商店街・商店会の現状と課題 ・ 西東京市の現状と課題 ・ 産業振興に向けてのアイデア
商業・サービス・ものづくり等	ものづくり等事業者(7件) 商業・サービス等事業者(8件) 起業・創業者(3件)	令和5(2023)年2月	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業者の現状と課題 ・ 西東京市の現状と課題 ・ 産業振興に向けてのアイデア
大学・研究機関	大学(2件) その他(1件)	令和5(2023)年2月	<ul style="list-style-type: none"> ・ 現状と課題 ・ 産業振興に向けてのアイデア

③ パブリックコメント

西東京市第2次産業振興マスタープラン（素案）について、市民の皆さまに広く周知するとともに、本市の産業振興についてのご意見やご提案を本計画に反映させることを目的に、パブリックコメント（市民意見提出手続き制度）を実施しました。

実施概要	
実施根拠	西東京市市民参加条例（平成14年西東京市条例23号）第13条
実施期間	令和5（2023）年11月24日から12月25日まで
周知方法	広報西東京（11月15日号）・西東京市ホームページ
閲覧場所	情報公開コーナー（田無庁舎5階）・西東京市ホームページ
対象者	在住・在勤・在学者、市内に事務所または事業所がある法人・団体
提出方法	産業振興課へ直接持参・郵送・FAX・メール 西東京市ホームページの意見提出フォームより
パネル展示	令和5（2023）年12月16日午後1時から5時まで / コール田無

実施結果	
意見提出人数	8名
意見件数	10件

7 調査結果の概要と産業振興に対する意見・アイデア

アンケート調査とヒアリング調査の結果概要を、調査対象ごとに整理しました。アンケート調査の結果概要は、設問ごとの結果から読み取れる内容を記載しています。また、各調査の自由意見・アイデアと、ヒアリング調査の現状と課題等については、寄せられた意見の中から抜粋して掲載しています。

● アンケート調査

農業者意向調査

調査結果概要	<ul style="list-style-type: none">・ 販売金額規模が小さい農家が多く、その割合も微増傾向にある。・ 農業収入安定化への取組みとして、出荷先の多様化や新しい品目の生産導入、肥料や農薬の適正量の使用によるコスト管理・安全管理の要望が高い。・ 直売所での販売や機会の拡充が求められている。・ 規格外品の活用・販路形成の拡大や、市としてのブランド確立の要望が高い。・ 環境に配慮した農業など、社会課題に対応した農業が求められている。
自由意見 ・ アイデア	<ul style="list-style-type: none">・ 農業経営を生業にしたいという若者が増えることを期待する。・ 意欲ある農業者が今後も安心して農業を続けられる西東京市であってほしい。・ 食料自給率を回復するためにも都市近郊農地を保全する施策が必要である。・ 相続時の税負担が一番の問題である。

市民意向調査

調査結果概要	<ul style="list-style-type: none">・ 市民は、都市農業・農地の多面的な機能として、「新鮮で安全な農産物の供給」を重視している。・ 市内産農産物を購入しない理由として、自宅の近くにないことや直売所の存在・場所を知らないことなどが挙げられている。・ 農産物を購入する際に有機農産物等であるかを意識している市民が一定数いる。
自由意見 ・ アイデア	<ul style="list-style-type: none">・ 農地が減り続けていることが気になる。・ 地元の食材を使っているお店などをまとめたガイドブックを作る。・ 学校教育などを通じて、まず若年層に西東京市の農業をPRすることが必要。・ スーパーの店頭などで、マルシェ等を開催すると気軽に行けて良い。・ 直売所マップなどをネットで見られると嬉しい。・ 市民農園を増やして、気軽に利用できるようにしてほしい。

子どもアンケート調査

調査結果概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 西東京市の農業に関する事柄の中では、キャベツの認知度が高い。 ・ めぐみちゃんの認知度が高く、めぐみちゃんメニュー事業や学校給食の市内産農産物利用に対する関心や要望も比較的多い。 ・ 農業とふれあえるイベントの認知度は全体的に低いが、農業・農作業に興味を持っている子どもも一定数いる。
自由意見 ・ アイデア	<ul style="list-style-type: none"> ・ 育てたものを収穫し、調理して食べるイベントを開催する。 ・ 小・中学生が学校で農業を体験できる機会があると嬉しい。

事業者アンケート調査

調査結果概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 個人事業主や経営者が高齢である事業者は、事業承継を行わず、廃業を予定しているところが多い。 ・ 小規模事業者ほど後継者や人材の確保に課題や困難を抱えている。 ・ 事業者と企業・大学をつなぐ存在が求められている。 ・ 新型コロナウイルス感染症と物価高騰の影響は、未だに継続している。 ・ 原材料やエネルギー等のコストの増加が企業活動の大きな課題となっている。 ・ 商店会の加入率は業種によって異なるが、若い経営者も加入する意欲を持っている。 ・ 商店街の活性化や起業・創業支援を通じて市内に人を呼び込み、地域の経済循環を生むことが求められている。 ・ 事業者間の連携を推進・強化する仕組みや人材が必要とされている。 ・ 若い経営者や小規模事業者に対する定期的・継続的な支援が求められている。
自由意見 ・ アイデア	<ul style="list-style-type: none"> ・ 同業者だけでなく、他業種とも交流できる機会を増やす。自社を多方面にPRできる場がほしい。 ・ 空き店舗を活用した際の家賃補助などで若手経営者の新規事業を後押しする。 ・ 西東京市のファン作りを中心に、マーケティングを見直すことで自然と情報が拡散していく仕組みを作ってほしい。 ・ 東大農場とコラボしたイベントを開催する。 ・ 地域資源を活用するために、関係者や関係企業との連携の網渡しを行政が行えば、自然とその情報は広まり、その輪も広がっていくと思う。

消費者アンケート調査（市民意向調査）

<p>調査結果概要</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 食品や日用品以外の買い物や外食等については、市外の店舗の利用が多い。 ・ 商店街の利用状況は、自宅周辺の商店街の有無によって差が生じている。 ・ 若い世代は、収入を増やす手段として起業や副業に興味を持っている。 ・ 歩行者が楽しみながら買い物ができる商店街が求められている。 ・ イベントの開催や空き店舗の活用など、商店街の活性化を通じた地域振興が重視されている。 ・ 西東京市の特徴や特産品を市外にPRし、集客や人材確保につなげることが求められている。 ・ 西東京市で活躍できる人材の育成が必要とされている。 ・ 市内での雇用や消費を促進し、経済循環を生むことが期待されている。
<p>自由意見 アイデア</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 若者の起業家、技術者、芸術家等が安く起業できる集合施設を提供し、若者が集まる場をつくる。 ・ 商店街の認知度がもっと上がるようにPRをして、商店街のにぎわいや個店の売上増加につなげる。 ・ 商店街と学生が連携したイベントの開催や期間限定店舗の実施。 ・ 商品を試験的に売ってみたい人が利用できるシェア店舗のようなものがあったら良いと思う。 ・ 市民が楽しめ、それをきっかけに商店街や事業者の良さがアピールでき、幅広い世代の人が交流できる事業を作る。 ・ シンエイ動画などのアニメ制作会社とコラボしたPR動画の作成。

● ヒアリング調査

農業者団体等

<p>営農及び活動等の現状</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ スーパーでの市内産農産物の販売が好評である。生産者の顔がわかるため、安心して買ってもらえる。 ・ めぐみちゃんメニュー事業がきっかけで、レストランとの取引ができた。 ・ 需要に対応するための人手の確保が課題である。 ・ 作物の単価が安すぎるため、農業で生計を立てられない。 ・ 体験農園の利用者は継続利用者でほぼ満員である。以前は高齢者の利用が多かったが、今は若者や子育て世代の利用もあり、年齢層が変化している。
<p>西東京市の農業についての意見、今後の展望等</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 規格外品の販路を見つけたい。 ・ 野菜の販売ができる市民のための施設がほしい。 ・ 西東京市の農業の必要性をPRし、市民の農業への理解を深める施策が必要。 ・ 農地の減少について大きな対策を打たない限り、農地は減る一方である。 ・ 市民農園等の利用が広まると農業への理解が高まる。

商店会

商店会の 現状と課題	<ul style="list-style-type: none"> ・ 高齢化や事業承継、若手の育成が課題である。 ・ 商店会の加入率が低く、新規店舗が会員にならない。 ・ 店舗の閉業によって、会員数が減少している。 ・ 空き店舗が少ない地域と、空き店舗対策が急務である地域がある。 ・ 新しい住民との交流ができていない。
西東京市の 現状と課題	<ul style="list-style-type: none"> ・ 田無駅というターミナル駅がある。 ・ 線路で駅の南北が分断されている。
産業振興に 向けたアイデア	<ul style="list-style-type: none"> ・ 商店会の会員になるメリットを明確に示し、会員数を増やす。 ・ 商店街の情報や、まち歩きのための地域資源の情報等を掲載した、住民の役に立つホームページを作成する。 ・ 商店会同士が話し合う場を継続して開催する。

ものづくり等事業者

事業者の 現状と課題	<ul style="list-style-type: none"> ・ 人材の確保や、事業・技術の承継が課題である。 ・ 新型コロナウイルス感染症や物価高騰の影響を受けている。 ・ 商工会に入ったことで仕事が増えた。
西東京市の 現状と課題	<ul style="list-style-type: none"> ・ 都心に出やすい。 ・ ホテルや、お酒を楽しめるお店や接待に利用できる場所が市内にあまりない。
産業振興に 向けたアイデア	<ul style="list-style-type: none"> ・ 交通の便が良く、自動車の交通量が多いので、道の駅や野菜の直売所等の施設を作り、西東京市で食事や消費をしてもらう。 ・ 西東京市が創業に力を入れていることをもっとPRする。 ・ 若者が起業・創業にチャレンジできる仕組みを作る。 ・ 特産物があれば、西東京市を知ってもらえる。

商業・サービス等事業者

事業者の 現状と課題	<ul style="list-style-type: none"> ・ 人材の確保や育成が課題である。 ・ 新型コロナウイルス感染症で、人が集まる事業をしづらい。 ・ 市の事業者支援策をそもそも知らない。
西東京市の 現状と課題	<ul style="list-style-type: none"> ・ 駅が市内に5つあることは大きなポテンシャルである。 ・ 市外の人に西東京市が知られていない。 ・ 「西東京市ブランドといえばこれ!」というものがない。
産業振興に 向けたアイデア	<ul style="list-style-type: none"> ・ 企業誘致を行う。 ・ 多摩六都科学館など、既存の地域資源を活用する。 ・ 事業者の交流会を開催する。市の主催だと安心できる。 ・ 事業者が連携して課題解決に取り組むことが重要である。 ・ もっと西東京市の知名度を上げる必要があるため、情報発信が必要である。

起業・創業者

起業・創業者の現状と課題	<ul style="list-style-type: none">・財務や雇用に関する基礎知識、業務の効率化、店舗拡大が課題である。・今後は地域の方と交流を広げていきたい。・地域の企業に依頼したいが、コスト面が折り合わないため大手企業を選んでいる。・雇用が課題であるが、何かからすれば良いのかがわからない状況である。
西東京市の現状と課題	<ul style="list-style-type: none">・都心に出やすく、緑がある。・西東京市の創業支援はサポートが温かく、シニアにも優しい。・西東京市の存在や長所が知られていないと感じている。・市の公式LINEがあることが知られていない。
産業振興に向けたアイデア	<ul style="list-style-type: none">・事業者のお悩み相談会や交流会等の機会がほしい。・事業承継や空き店舗等についての情報がほしい。・学生向けの創業サポートがあると良い。

大学

現状と課題	<ul style="list-style-type: none">・大学では専門分野によって地域との関わり方が異なっている。・SDGsやまちづくりに興味を持つ学生は多い。・西東京市は幅広い世代がいて人口も多いため、大学の活動フィールドに良い。
産業振興に向けたアイデア	<ul style="list-style-type: none">・学生をインターンシップとして受け入れてくれる企業が市内にあると良い。・学生はやりたいことがあっても活動できる場所がないため、空き店舗等を貸してほしい。・大きなイベントも良いが、小さなイベントを定期的を開催することも重要。

その他

現状と課題	<ul style="list-style-type: none">・多摩六都科学館では、科学館事業と、地域資源の活用や魅力発信を行う地域拠点事業を実施している。・東大農場との連携や、まち歩き等も実施している。
産業振興に向けたアイデア	<ul style="list-style-type: none">・市や地域の事業者と連携して、講座やイベント等を開催する。・シェアサイクル等を利用することで、科学館へのアクセスが改善される可能性がある。・科学館内に、地域の情報についてのチラシ等を置く。

8 用語解説

あ 行

IoT

「Internet of Things」の略で「モノのインターネット」と訳される。自動車、家電、ロボット、施設等のあらゆるモノがインターネットにつながり、相互に情報交換をする仕組み。様々なモノがインターネットにつながることで、モノのデータ化やそれに基づく自動化等が進展し、新たな付加価値が生み出される。

一店逸品事業

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事業。本市においては平成 24（2012）年度からスタートし、西東京商工会と連携して事業を展開している。

AI

「Artificial Intelligence（人工知能）」の略。言語の理解や認識、推論等の人間の知的行動をコンピューターに行わせることを目的とする研究や技術を指す。

か 行

カーボンニュートラル

二酸化炭素をはじめとする温室効果ガスの排出量と吸収・除去量を均衡させ、温室効果ガスの排出を全体としてゼロにすること。カーボンニュートラルの達成のために、温室効果ガスの排出の削減と、植林や森林管理等による吸収作用の保全・強化や、二酸化炭素を除去する技術の活用等が求められている。

さ 行

災害時協力農地

市内において大規模な災害が発生した際に、農産物の供給や緊急退避場所としての防災機能を保全するため、本市と協定を締結した生産緑地等の農地。災害発生時には、延焼遮断帯としての機能も有する。

産学公金連携

大学や研究機関と、市内事業者及び行政、金融機関が協働または連携し、各種事業を行う仕組み。

市民農園

本市が借用した農地（生産緑地以外の農地）や農業者が運営する農地に、市民が自ら作付けし、野菜づくり体験を行う場所。

新型コロナウイルス感染症

新型コロナウイルス（SARS-CoV-2）による感染症（COVID-19）。

厚生労働省は、新型コロナウイルス感染症を感染症法上の「新型インフルエンザ等感染症」（2類相当）に位置づけ、入院措置・勧告や外出自粛（自宅待機）要請等の対応を実施した。新型コロナウイルス感染症の位置づけは、令和5（2023）年5月8日から、季節性インフルエンザ等と同じ「5類感染症」に移行した。

創業支援・経営革新相談センター

平成14（2002）年に開設された、西東京商工会が本市の補助を受けて運営する機関。経営、創業・開業、経理、融資などの相談や経営講習会などを通じて、起業・創業支援を行う。

た 行

脱炭素

地球温暖化の原因となる二酸化炭素等の温室効果ガスの排出量をゼロにすること。

チャレンジショップ事業

市内空き店舗の家賃の50%（上限月額5万円以内）を最大12か月補助することで、創業希望者を支援するとともに、空き店舗対策や商店街の活性化等を図る事業。

昼夜間人口比率

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。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。

デジタルデバイド

インターネットやパソコン等の情報通信技術を利用できる者と利用できない者との間に生じる格差。インターネット等の利用可能性に関する国内地域格差である「地域間デジタルデバイド」、身体的・社会的条件（性別、年齢、学歴等）の相違に伴う情報通信技術の利用格差である「個人間・集団間デジタルデバイド」、先進国と発展途上国など、国家間におけるインターネット等の利用可能性に関する格差である「国際間デジタルデバイド」等に分類される。

DX（デジタルトランスフォーメーション）

データとデジタル技術を用いたビジネスモデルの変革。経済産業省はDXを「企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること。」と定義し、企業におけるDX推進を支援している。

都市農地の貸借の円滑化に関する法律（都市農地貸借法）

生産緑地の貸借を安心して行える仕組みを作り、都市農地を有効活用するための法律。平成30（2018）年9月に施行された。

な 行

西東京市匠 navi

平成26（2014）年度から発行している、市内産業のPR紙。ものづくり産業の育成支援の一環として、製造業を中心に市内事業者の活動を紹介している。産業振興課や庁舎の総合案内、公民館等で配布しているほか、西東京市ホームページからもダウンロードできる。

農業体験農園

農業者自らが開設し、市民が利用する農園。利用者が、農園主によるきめ細かい指導とサポートのもとで農業体験を行う。

農のアトリエ「蔵の里」

農園主が所有する蔵を改築し、農業学習や交流の場として整備した施設。震災用井戸も整備され、地域の防災訓練の拠点としても活用されている。

は 行

働き方改革

働く人々が、個々の事情に応じて多様で柔軟な働き方を自分で選択できるようにするための改革。一人ひとりがより良い将来の展望を持てるようにすることを目指し、労働時間法制の見直しや、雇用形態に関わらない公正な待遇の確保等を推進している。

ハンサム・ママプロジェクト

平成 28（2016）年度から開始した本市独自の事業。子育てしながらの理想の働き方の実現に向けて、セミナーや交流会等を開催し、創業や就業の支援を行う。

ビッグデータ

従来の方法では処理・解析が困難な巨大なデータ群。情報通信技術の進展により生成・収集・蓄積等が可能・容易となった多種多量のリアルタイムデータを活用することで、利用者のニーズに即したサービスの提供や業務運営の効率化、新産業の創出等が可能となる。

ま 行

まち・ひと・しごと創生基本方針

第 2 期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」（2020 改訂版）に掲げられた基本目標及びその達成に向けて作成された政策パッケージ・個別施策について、今後の対応方針を取りまとめたもの。

めぐみちゃん

本市の農産物キャラクター。本市が都内有数の産地となっているキャベツをイメージしたかわいらしい女の子で、「農家と市民が育てる豊かな農業 西東京」をテーマにした一般公募により誕生した。

めぐみちゃんマルシェ

めぐみちゃんメニュー参加農業者と認定提供店が出品して、市内産農産物や加工品を即売会形式で販売するイベント。

めぐみちゃんメニュー事業

市内産農産物を市内の商工業者の協力でメニュー化し、市内の飲食店等において消費者に提供することで、農業振興・地域経済活性化・地産地消を図ることを目的とした事業。平成 25（2013）年度からスタートした。

や 行

融資あっせん制度

中小企業者における経営の安定と地域振興を図るために、事業経営に必要な資金について、低利で金融機関に融資のあっせんを行う制度。本市においては、中小企業者を対象とする「事業資金融資あっせん制度」及び「借換資金融資あっせん制度」と、新規創業者または創業後 1 年未満の中小企業者を対象とする「創業資金融資あっせん制度」を設けている。

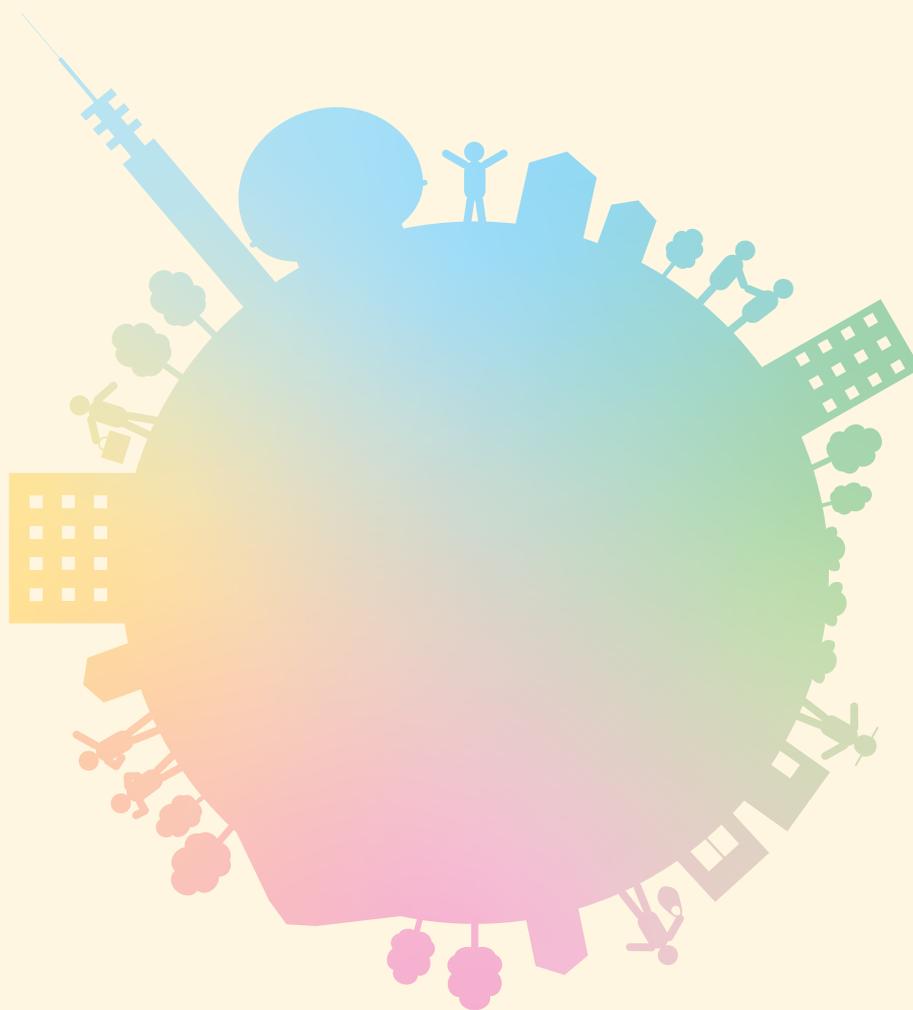
西東京市第2次産業振興マスタープラン

令和6（2024）年3月

発行 西東京市生活文化スポーツ部産業振興課
〒188-8666
西東京市南町五丁目6番13号（田無第二庁舎）

電話 042-420-2819（直通）

編集・デザイン・策定支援：株式会社 梵まちづくり研究所



リサイクル適性[Ⓐ]
この印刷物は、印刷用の紙へ
リサイクルできます。



西東京市