

第3章

後期計画

■ 後期計画の考え方

■ 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

■ 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

■ 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

■ 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

■ 計画の実現に向けて

後期計画の考え方

後期計画では、中期計画から継続して「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」を将来像として掲げるとともに、総合戦略で掲げた「健康」応援都市の実現に向けて、社会や経済、居住や教育といった、まち全体の「健康」の達成を目指し、産業振興に取り組みます。

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。

完了した事業以外は、中期計画から継続して実施しますが、費用対効果や重要度を考慮し、同じ目的や類似内容のものについて事業を統合しました。また、中期計画の進捗よくを踏まえて内容や位置付けを再確認し、事業内容や事業主体を整理しています。

また、計画策定後も、継続して消費者ニーズや事業者の意向を聴き取り、現状を踏まえて事業に取り組みます。

後期計画の考え方

- 中期計画からの将来像の継続
- 「健康」応援都市の実現
- 分野連携を促す施策体系
- 「西東京市ブランド」の創出
- 事業内容や事業主体の整理
- 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

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

[農業]

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

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

[商業・サービス・ものづくり]

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

施策 1

活力ある組織づくり

施策 2

新たな価値の創造

[商店街]

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

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

[横断的視点]

「いこいな」をよろしくね！

西東京いこいの森公園に住んでいるよ。みどりや生き物を育てるお手伝いをしているんだ。

帽子に付いているのは、「ハンカチの木」のお花。「ハンカチの木」の花は、毎年ゴールデンウィークの前後に咲くので、ぜひ見に来てね！



© シンエイ / 西東京市

「いこいな」の誕生

本市のマスコットキャラクター「いこいな」は、西東京市誕生10周年記念事業のシンボル事業として、市の存在やイメージを広く内外にアピールし、地域振興に活用していくために作成され、平成23(2011)年1月に誕生しました。

キャラクターの決定にあたっては、企業連携の一環として市内のアニメ制作会社であるシンエイ動画株式会社に候補作品3案の製作を依頼。その後、市民投票を経て選ばれました。「いこいな」という名前は、市民公募でいただいた217点の中から選ばれ、「いこいの森って楽しくていいな」というイメージから名付けられました。

みんなの人気者に成長！

各種イベントへの出演はもちろん、グッズやLINEスタンプの販売、西武鉄道のラッピング電車「いこいなトレイン」の実施(平成27(2015)年)など、多くのみなさんに支えられて、少しずつ認知度を高めてきました。



いこいなトレイン

その結果、現在では市内の子どもたちに愛される人気者です。まちのイベント会場で登場すれば、たちまち人だかりができてしまうことも珍しくありません。

そんな市民が育てた「いこいな」を、産業振興の観点からも効果的に活用し、まちを盛り上げていきたいと思えます。みなさんも、魅力的な活用方法についてぜひご意見をお寄せください！



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

基本的な考え方

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。



1 都市と共生し続けられる農業・農地のあり方

- 国による都市農業振興や東京都の農業政策の流れに応じた施策展開
- 市民の農業・農地に対する認知度を高め、多面的な機能が発揮できるような積極的な農地の利活用
- 農業・農地を西東京市のブランドとして捉えたプロモーション

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

- 消費者の多様化する購買行動に合わせた直売所などの充実
- 少量多品目生産の特徴に合わせた、多様な販売チャネルの拡大
- 他業種や様々な主体との連携・協力による農産物のブランド化
- 新規就農、後継者確保に向けた支援と農業生産技術の継承の検討

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

- 農業体験や農業者との交流機会に対する市民ニーズへの対応
- 農業・農地に対する市民理解の促進
- 体験イベントの充実による情報提供
- 市民農園・農業体験農園のあり方と支援策についての検討



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

農地は、安全で安心な農産物を供給する生産の場であるとともに、緑地空間、災害時の避難場所など、様々な役割と可能性を兼ね備えており、多面的機能の発揮が期待されています。また、「子どもの農業体験の場」や「新鮮、かつ安心な農産物の供給の場」としての役割も期待されています。

本市では、都市近郊にある貴重な農地を残していくために、農業者の協力を得ながら、農のアカデミー体験実習農園*や農のアトリエ「蔵の里」などの農業拠点を整備・運営してきました。これらの農業拠点を活用した農業学習や防災訓練などには、多くの市民が参加しています。

今後も、農業・農地が地域社会にとって重要な役割を果たしていることを積極的にPRしながら、農業者との連携・協力のもと、農地の持つ多面的機能を活かした事業を展開していきます。また、農業者との交流をとおして市民理解の促進に取り組みます。



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

都市における農業が継続・発展していくためには、農業が『業』として確立されることが必要不可欠です。そのためにも、少量多品目生産の特徴を活かしながら、直売所やスーパー、商店街などの普段の買物場所で気軽に市内産農産物を購入できる機会を増やし、消費者の購買行動に合わせた販路の拡大を目指す中で、収益力を高めていく必要があります。

また、農業従事者の高齢化に伴い、後継者不足が今後さらに深刻になることが予測されます。市民が様々な農業体験をとおして農業への理解や関心を深めることで、様々な形で農業を支えていくことが期待されます。

今後は、農業のイメージアップや販路拡大に向けて、農産物キャラクター「めぐみちゃん」を活かした事業などによる農業の普及啓発に取り組むとともに、直売所の利用を促進するための情報発信の強化などに取り組みます。また、農業の担い手確保につながるよう、子どもから大人まで、多様な世代が農業を体験できる場や機会の拡大に努めます。



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。

コラム

都市農業が生み出す魅力…もっと身近に！

西東京市では、野菜、果樹、^{かき}花卉、植木の4品目が生産されています！



市内で生産される農産物

野菜は、多摩地域で作付け面積1位であるキャベツをはじめ、人気が高まるサラダ系の葉物など、多品目の生産が行われています。果樹は、梨やぶどうに加え、最近はブルーベリーやキウイフルーツを栽培される方も増えてきています。花卉は、^{かき}施設栽培により、春夏秋冬、どの季節でも色鮮やかな花が栽培されています。植木は、都内有数の生産地であり、海外由来の植木も栽培されています。



西東京市農産物キャラクター
「めぐみちゃん」

直売所

自宅近くの直売所を利用されたことはありますか？

朝収穫したばかりの野菜や果樹が並ぶ直売所は、まさに「農業者の方の顔が見えるマーケット」です。

農業者の方を見かけたら、ぜひ声をかけて、栽培のポイントや旬の時期のおいしい食べ方などを聞いてみてください。新たな知識が、新たな味覚を生み出します。新鮮な農産物の味を、ぜひ食卓でお楽しみください。

直売所情報は、市ホームページでもご紹介しています。農業者の方々が大切に育てた、野菜や果樹のみずみずしいおいしさを味わってください！



直売所

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

基本的な考え方

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。



1 事業の継続・拡大に向けた既存事業者の経営基盤強化

- 地域特性を活かし、時代の急速な変化に対応した事業展開
- 長年営業してきた中小企業の事業継続に向けた経営・人材育成支援
- マッチングなどによる新たな事業展開
- 事業者の現状・課題に合わせた支援メニューの充実
- 事業者の市内外へ向けた効果的なPR
- 事業参加を促すための効果的な情報発信

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

- これまでの支援の継続と起業・創業後も含めた支援策の拡充
- 経営力の高い事業者輩出に向けた体制づくり
- 地域課題解決に向けた起業・創業支援事業の活用

3 求人・求職ニーズに対応した環境整備

- 多様な働き方の実現に向けた求職希望者への支援
- 中小企業の人材不足に対応した地元雇用の推進

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

中小企業や個店が商品やサービスの魅力の磨き上げに注力するためには、しっかりとした経営基盤を整える必要があり、専門家による経営診断・相談機能の充実や提案・アドバイスなどの支援が求められます。

創業支援・経営革新相談センター、金融機関などの支援組織の機能を最大限に活用し、人材育成や経営力・営業力強化に向けた各種セミナー、融資あっせん制度などの支援策を進めます。さらに、こうした各支援策が事業者積極的に活用されるよう、支援内容の周知啓発を積極的に進めます。

また、産業ニュースの発行や展示会への出展などをとおして、市内で活躍する事業者の魅力を外へ発信していくための支援を行い、新たな顧客獲得や販路拡大を目指します。



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。



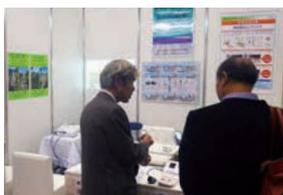
経営力・収益力の強化に向けた各種セミナーの実施

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おして、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

平成 28 (2016) 年 3 月に策定した総合戦略において新たに位置付けた支援の取組みにより、市内における起業・創業が活発化しています。新たなきっかけにより、やる気があれば誰でも起業・創業できる環境を整えるとともに、創業後も見据え、継続的に活躍できる事業者を輩出します。創業支援・経営革新相談センターによる相談や助言、チャレンジショップ事業や融資あっせん制度の情報提供など、各自のステージに合わせた支援を行います。

また、ポータルサイトなどを活用し、起業・創業支援に関する戦略的な情報発信を行うとともに、実力のある事業者を輩出する「創業するなら西東京市」のイメージ醸成を目指します。



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おして、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

昼夜間人口比率が減少傾向にある一方で、身近な場所で仕事を探すニーズも増えていきます。ワーク・ライフバランスの観点から、市内で働きたい人が、ひとりひとりのライフスタイルに合った就労先が見つかるよう、国や東京都と連携した就労支援を行います。

また、働き方改革や女性の活躍促進等により、企業側としても従業員の働きやすさへの取組みの重要度が増しています。企業単体では取組みが難しい福利厚生に関する支援を行い、中小企業の福利厚生を充実させることで、雇用確保や従業員の働きやすい環境づくりを進めます。



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。



市では、「創業するなら西東京市」を掲げ、新たな事業に踏み出す起業・創業者の方々への支援を積極的に行っています。
 今後も、市民のみなさんにとって魅力ある産業を生み出す取組みを進めていきます。

ハンサム・ママプロジェクト

平成 28 (2016) 年度から開始したハンサム・ママプロジェクトは、「子育てしながらの理想の働き方の実現」に向けて、創業や就労の支援を行う本市独自の事業です。



1年を3回のクールに分け、それぞれ導入・基礎・専門といった受講者のレベルに合わせたセミナーの開催や、情報交換や仲間づくりのための交流会を実施。平成 29 (2017) 年度からは、実践的ノウハウを学ぶ出店イベント「ハンサム・ママフェスタ」を開催。平成 30 (2018) 年度には、「男性歓迎講座」の新設や、「西東京市ビジネスプランコンテスト」を実施するなど、年々メニューを充実させてきました。

西東京市創業ポータル

本市の創業に関連する情報を、各ウェブサイトから集約して提供する「西東京市創業ポータル」。セミナー情報はもちろん、事業計画作りから資金調達、国や東京都の支援メニューまで、必要な情報をワンストップで入手できます。



<http://sogyo-portal.com>

創業サポート施設

平成 30 (2018) 年 3 月、本市が開設を支援し、2つの創業サポート施設が誕生しました。

サロンルーム、シェアキッチン、ワークショップや物販ができるスペースなど、創業者の様々なニーズに対応します。単なるレンタルスペースではなく、利用者ニーズに合わせて最適なサポートやアドバイスを受けながら、事業経営を前進させるための施設です。



HIBARIDO



Ripple NishiTokyo



コラム

産業ニュース「匠ナビ」が伝えるもの

平成 26 (2014) 年から発行している、市内産業の PR 紙「匠ナビ」。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する媒体です。

産業振興課や庁舎の総合案内、公民館などで配布しています。また、市のホームページからもダウンロードできます。



市内産業の魅力を発信

国内を走る多くの車に使われている部品を製作している会社、日本中で販売され親しまれている加工食品を作っている会社、全国から修理依頼品が集まり確かな技術で信頼を集めている会社など、広いフィールドで事業展開する事業者がいらっしゃいます。一方で、地元密着型の堅実な商売を営む会社や飲食店など、市民生活に深くつながっている事業者情報も積極的に掲載しています。

共通するのは、単なる企業紹介にとどまらない、市内産業を担う方たちの熱い思いや、人生そのものが垣間見えることです。取材現場で毎回感じるのは、経営者の方の商売にかける実直さと魅力的な人柄です。それは「産業は人が作っているんだ」と感じる瞬間でもあります。人が生み出し、人を動かしていく市内産業の現場の今を、リアルに伝えていくべく、今後も紙面の充実を図ってまいります。



匠ナビ

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

基本的な考え方

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発揮するためには、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。



1 商店街の存続に向けた推進力のある運営

- 商店会の解散抑止に向けた対応策
- 消費者ニーズの把握と利用促進に向けた具体策
- 個店の経営サポートなどの支援策
- 長期的な視点で地域全体の将来を見据えた担い手の育成

2 商業空間に限らない商店街の新たな価値付け

- 商店街の「見える化」につながる個店の魅力向上
- 空き店舗の解消と有効活用の促進に向けた具体策
- 商業に限らない商店街の空間としての再評価
- 地域の特性に応じた商店街のブランディング

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

- 市民に向けた商店街や個店に関する効果的な情報発信
- 防災・防犯など、商店街の多面的機能の活用に向けた理解促進
- 多様な組織、団体等との連携によるイベントなどの継続的な取組み



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

消費者により必要とされる買物支援や、生鮮4品のニーズを把握するとともに、買物場所や暮らしの拠点として、商店街に求められる支援について検討を進めます。

商店会の中には、組織としては存在するものの、イベントや売り出しなどを実施できず、消費者に対して認知されていない状況もあります。各商店会が持つ地域資源を前面に押し出し、商店会のイメージ向上及び「見える化」に資する取組みを行い、入りやすい店づくりに向けた支援を行います。

空き店舗対策や人材育成、地域資源の活用、情報発信など、商店街全体としての共通課題に加え、各商店会によって異なる課題を抱えています。それぞれの商店会に合わせた支援が求められるため、行政、商工会、商店会による定期的な協議を行いながら、適切な取組みや支援などを検討します。また、資金面では、助成事業の活用を視野に入れつつ、将来的には各商店会が自立できる組織づくりを目指します。



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

商業空間として利便性向上を図るとともに、各商店会の周辺を含めた地域のブランディングの観点から、消費者に選ばれる商店街を目指します。そのために、各商店会が有する人材や歴史、文化などの資源を可視化・活用しながら、商工会や創業支援・経営革新相談センターをとおして、必要な取組みを検討・実施します。

商店会の魅力向上に寄与する空き店舗の効果的な活用方法を検討します。また、消費者が訪れたい個店をひとつでも多く増やすことを目指し、出店希望の事業者と、空き店舗の所有者とのマッチング支援を行います。

一方で、空き店舗の所有者に賃貸する意思がない場合や住宅化してしまう状況があります。所有者の抱えている不安や課題の解決に向けた取組みも併せて検討します。



商業利便度向上事業の実施

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。

コラム

意外と知らない商店街のいろいろ

市内には現在、20の商店街があり、900以上の会員（お店）で構成されています。

新しいお店や歴史を感じさせる老舗まで、まち歩きをしながら楽しめます。



年間をとおして感じる商店街の魅力

普段の買い物だけではなく、実は知らないところで、みなさんも商店街の活動に参加しているかもしれません。

まずはお祭り。地域になくてはならない盆踊り、夏祭りに秋祭りといった風物詩は、その多くが商店街によって運営されています。夏に市のホームページで公開している、商店街イベント情報のページの月間アクセス数は、毎年断トツの1位となっており、市民のみなさんの注目や期待度の高さがうかがえます。

そのほか、売出しやガラポン抽選会などはもちろん、ステージを設営するような大きなイベントも、商店街が中心となり、市民団体等と連携して実施されている例が多くあります。

そして冬の街を彩るイルミネーションも、商店街が主体となって実施されています。冬の売出しセールと合わせて、年末から2月にかけて楽しめます。

このように、何気なく行ったり目にしたりするものが、実は商店街の企画・運営によるものだったということは、意外と多いかもしれません。

抱えている課題

市民生活に直結している商店街ですが、空き店舗や高齢化、後継者の確保など、課題を抱えていることも事実です。本市としては、引き続き商店街活動の支援を積極的に行い、市民のみなさんにとって魅力的なまちづくりにつなげてまいります。まち歩きの際は、ぜひ商店街の魅力を感じ、楽しんでください。

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

基本的な考え方

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。



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

- 産業振興の取組みに関する効果的な情報発信
- オリジナリティのある施策の魅力度・認知度の向上
- 市内事業者に関する市外への情報発信

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

- 商店街や地域を盛り上げるイベントなどの継続的な実施
- 市内産業の魅力を体験できるイベントなどの実施

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

- 既存の枠組みを超えた、多様な関係者同士の連携機会の創出
- 西東京市を売り込む新たなブランドづくり
- 事業者のモチベーション向上につながる「稼ぐ」ための施策

4 地域内の資源を循環させる観光まちづくりの推進

- 地域資源を有効活用した西東京市の魅力向上と発信
- 他市との連携による観光まちづくりの振興



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

本市独自の取組みである「一店逸品事業」や「めぐみちゃんメニュー事業」については、事業内容のグレードアップを図るとともに、認知度向上に努め、西東京市のイメージ向上につなげていきます。さらに、産業ニュースの発行やマルシェの開催などをとおして、「西東京市ブランド」を積極的に発信していきます。

また、市内産農産物を活用した「農」を身近に体感できるイベントなどを開催することで、農業をはじめとする地域産業に対する市民理解を促します。



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

市内5駅周辺に広がる商店街などの商業地は、来訪者に対して市や地域を印象付ける重要な役割を果たしています。市民や消費者に対して商店会の存在をアピールするとともに、地域のにぎわいづくりを進める必要があります。

商店会ではイベントのマンネリ化やアイデア不足といった課題を抱えていることから、商店会が中心となりつつ、市民や事業者、創業者、団体等との連携を図りながらイベントを開催します。

さらに、商店街という場所をフィールドとしながら、事業者等が主体となったイベントなどを実施し、新たなマーケット創出を目指します。



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

農業者や事業者をはじめ、商店会、商工会、大学等との連携した取組みを進め、地域課題の解決と産業振興の相乗効果を図ります。

多様な産業の担い手が参加する産業振興戦略会議をとおして、西東京市ブランドづくりや産学公金連携*など、産業振興に向けた新たな連携の創出のための取組みを検討します。

また、事業者間の連携強化や営業展開の強化に向けて、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ます。

市内産農産物や加工品の販売など、農業を軸とした地域や商店街との連携も進めていきます。



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をとおして、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に、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をとおして、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にも、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

市内の人口は、現状、増加しつつあるものの、少子高齢化の進行に合わせて、本市も数年後には人口減少に向かうことが予想されます。そのため、市民の消費だけでなく、市外からも消費者を呼び込むために、市内にある様々な地域資源を活用した観光まちづくりを推進する必要があります。

多摩六都科学館、下野谷遺跡、市民まつりなど、集客力のある施設や場所を拠点として、商店街や一店逸品事業の認定店、文化財などを回遊することにより、市内での消費が増加する取組みを進めます。



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。

コラム

地域の魅力発見！まち歩きイベント

身近なまちの魅力を感じながら、オリジナルデザインのカードを集める旅を楽しみましょう！

カードラリー

平成 27 (2015) 年度から実施し、平成 30 (2018) 年度には北多摩 5 市 (西東京・小平・東村山・清瀬・東久留米) にフィールドを広げ展開しているのが「カードラリー」です。

地域のスポットを回ってカードを集めるというイベントですが、これまでの累計参加者が 2 万人を超す大人気イベントとなっています。

なぜそのような広がりを見せたのか。参加された方の感想を見ると「家族で取り組める楽しいイベントだった」、「パパらしいことができた」といった感想に加えて、「はじめは子どものカード集めに付き合うつもりで始めたが、スポットを回るうちに、楽しくなって最終的に自分のはまってしまった」など、大人の方が楽しんでいる声も少なくありません。

そこには家の周りから市内、市内から市外へと、次々に地元が身近になっていく感覚、もしくは知っている場所が増えて地元が広がっていく感覚が生まれるからではないでしょうか。まだまだ知らない地域の魅力の発見が、多くの人を惹きつけています。

今後も、地域資源が生み出す経済の活性化に向け、魅力的な事業を展開してまいります。



市内農業のナビゲーター「めぐみちゃん」

本市の農産物キャラクター「めぐみちゃん」。「農家と市民が育てる豊かな農業 西東京」をテーマに、一般公募により、平成 16 (2004) 年に誕生しました。実は、「いこいな」より7年も先輩です。



「めぐみちゃん」のミッション

「めぐみちゃん」は、都内有数の産地となっている本市のキャベツをイメージした女の子で、市内産農産物のシンボルです。市民まつりをはじめ、農業関連イベントで会うことができるほか、直売所ののぼり旗にデザインされるなど、みなさんもまちのどこかで目にしたことがあるかもしれません。

「めぐみちゃん」には、「市内産農産物のブランド化を進めていく」という重要なコンセプトも込められています。それはイコール、本計画に掲げる、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」において、とても大切な役割を担うということでもあります。

かわいい「めぐみちゃん」に課せられた重要なミッション。市民のみなさんの応援とともに、「めぐみちゃん」を目印に、地産地消の広がりに向けた取組みへのご理解とご協力をお願いします！

めぐみちゃんを
見つけてね！



ファームカーとめぐみちゃん



パッケージに登場しているめぐみちゃん

住んでいるだけではもったいない。まちを楽しむ羅針盤！

西東京市の魅力をもっと知りたい！そんなみなさんにぜひ手に取ってもらいたいのが、「おでかけ図鑑」と「一店逸品」の冊子です。

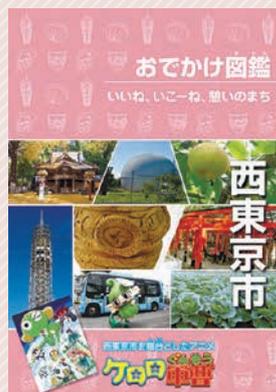


おでかけ図鑑

平成 27 (2015) 年に初版を発行し、リニューアルを重ねながら市内外に広く配布している「おでかけ図鑑」。ご覧になったことはありますか？

動画と連動したおでかけスポットの紹介をメインに、市の歴史、イベント、産業振興事業などの情報が満載で、まち歩きガイドブックとして好評をいただいています。

この「おでかけ図鑑」を、市内の魅力発見ツールとして、ぜひ手に取ってほしいと思います。冊子を開けば、様々な知らないスポットや情報があることに気がつきます。何気ない場所も、その由来を知ったり、実際に訪れることで、これまでと違った風景を感じることができるかもしれません。



© 吉崎観音 / KADOKAWA・BNP・テレビ東京・NAS・BV
おでかけ図鑑

一店逸品事業

市内の魅力を発見するという意味では、「一店逸品事業」も、ぜひ注目してほしい事業のひとつです。西東京商工会と協力して、飲食店やサービス・ものづくりなど、毎年テーマを変えながら、市内のお店の逸品を認定・紹介しています。近所のおいしいお店を再認識したり、行ったことのないお店を目指してまち歩きをしてみたりと、楽しみ方は様々です。

他にも、グランプリを決めたり、紹介冊子を作ったり、そのお店の「技」を体験しながら学べる「逸品ゼミナール」を開催したりと、幅広く事業を展開しています。



「一店逸品」の冊子
(平成 30 (2018) 年度版)

「西東京市ブランド」の創出に向けて

「西東京市ブランド」をつくり出すのは、市民のみなさんを含めた消費者の「声」です。どんなに美味しい料理や優れたサービスなどの「魅力」を提供しても、それが消費者の「声」につながらなければ、そこに発信力は生まれません。本計画が、産業振興をとおして「魅力」と「声」につながるように様々な連携を行ってまいります。

計画の実現に向けて

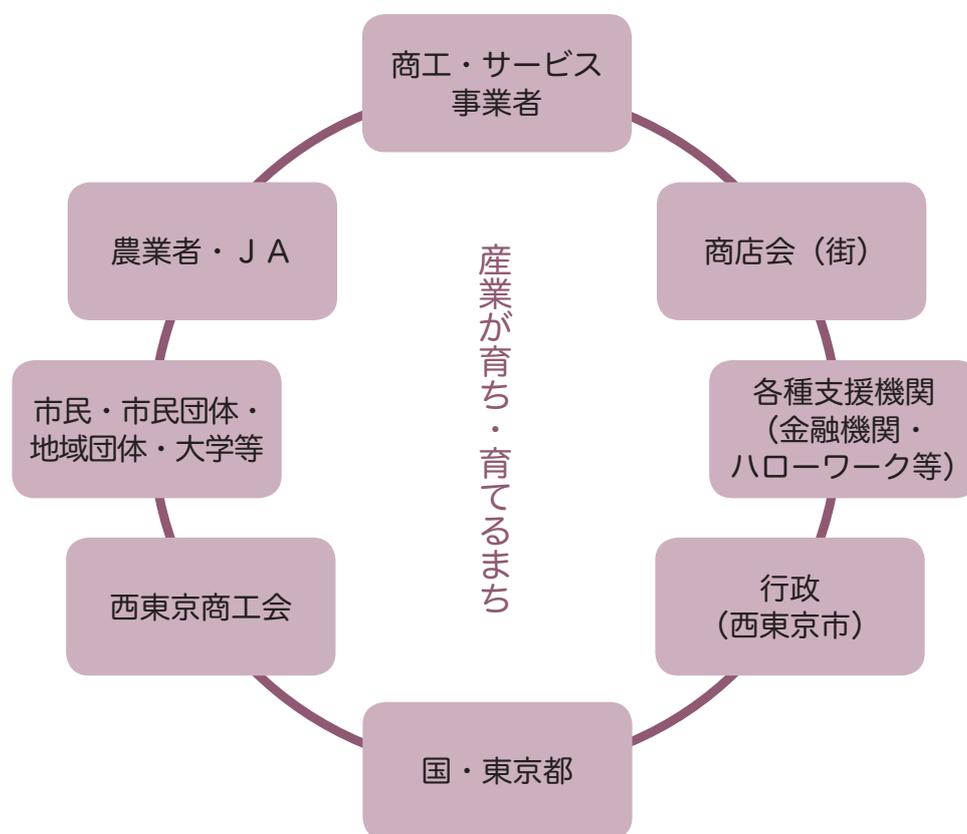
第2章で示した将来像や目標を実現するためには、本計画を着実に推進し、次期産業振興マスタープランへとつなげていくことが重要です。

そのためには、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。

1 各主体の役割

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。

ここでは、各主体に求められる（又は、期待される）役割を整理します。



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

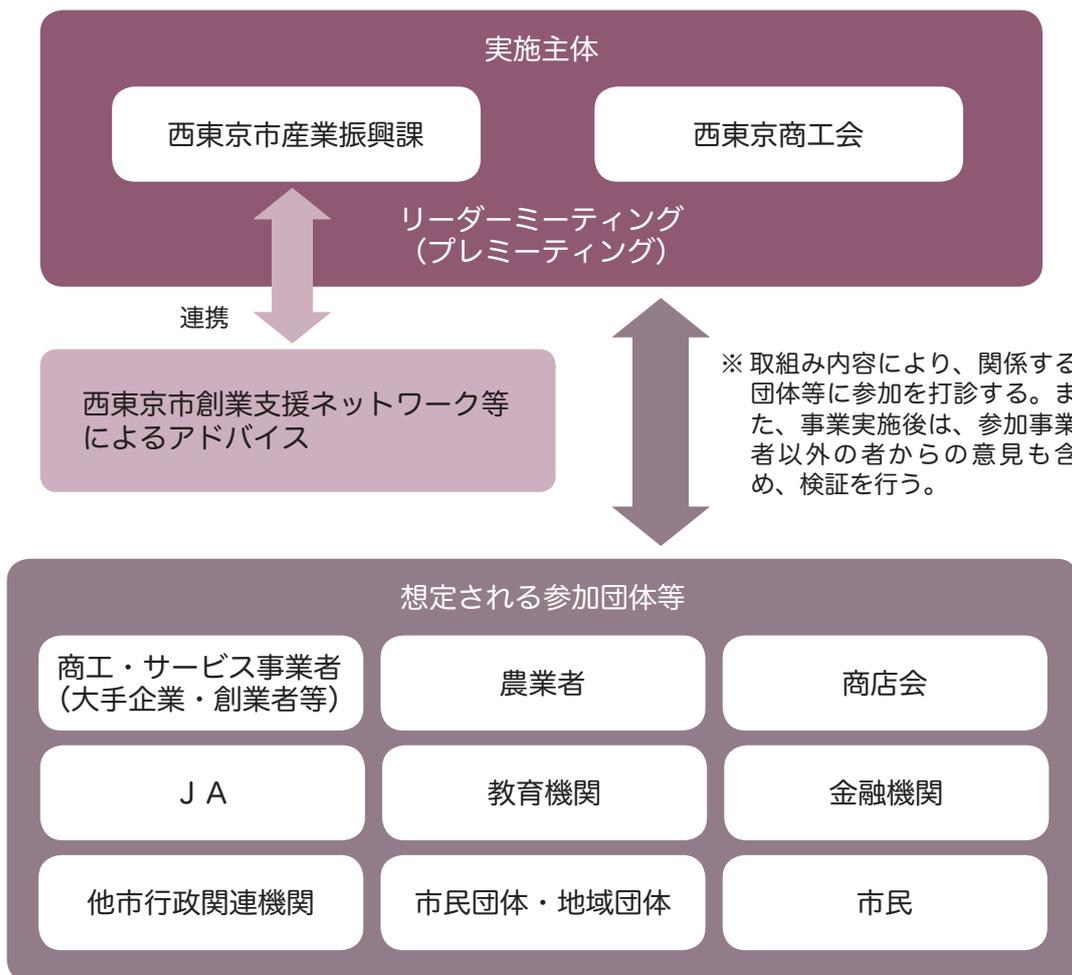
2 計画の推進体制

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ことが必要です。

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



3 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 年間を計画期間としています。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や意向なども変化していきます。そのため、計画策定後も、起こり得る諸課題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、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%
	都市農業の魅力向上のための取組みにより、農業施策の満足度を向上させます。 算出：市民意識調査		
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)	4,346 千円	4,346 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 2 次総合計画（後期基本計画）		
	農地面積	135ha	118ha
	2022 年の生産緑地に係る取扱いの変更に向け、農地面積の減少抑制を図ります。 算出：第 2 次総合計画（後期基本計画）		
市内産農産物の販路拡大	販路の多様性	55.9%	61.0%
	直売所（JA 直売所を含む。）以外の販路を有する割合（%）を増やします。 算出：第 2 次農業振興計画（中間見直し）に係るアンケート		

指標		現状値	目標値
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
	市内事業者のニーズを的確に捉えたセミナーを実施することで、満足度を向上させます。 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	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
	市内で起業・創業できる環境を整え、各種の支援策により、商工業者を増やします。 算出：産業競争力強化法に基づく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り創業に至った年間創業者数		
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
	起業・創業支援を含めた各種の取組みにより、納税義務者を増やします。 算出：市税白書		

指標		現状値	目標値
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
	商店街の活動を促進し、にぎわいを向上させることで、個店の経営力の向上を図り、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	41件	61件
	市内の空き店舗の有効活用を図るため、チャレンジショップ事業の利用を促します。 算出：チャレンジショップ事業を活用した累計事業者数		
市民の市内消費満足度の向上	買い物便利度	38.2%	41.0%
	市内での買い物に対する満足度を向上させます。 算出：市民意識調査		

	指標	現状値	目標値
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
	入りたくなる店づくりへとつなげる認定制度を実施し、個店独自の「逸品」を確立することを目的に、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		
	「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
	飲食店において市内産農産物を活用したメニューを提供し、地域経済の活性化を促進することを目的に、事業のPRに努めます。 算出：めぐみちゃんメニュー事業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	45,039 千人	47,000 千人
	まちの魅力向上事業の推進及び「西東京市ブランド」の構築により、交流人口を増やします。 算出：市内5駅の年間累計降者数		
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%
	「西東京市ブランド」の構築に向けた事業の実施により、参加事業者の満足度を上げ、事業継続に係る意向を増やします。 算出：一店逸品認定事業者へのアンケート		

4 実行プログラム年次計画

取組みの方向性で示した実行プログラムについて、各年度における取組み内容及び事業主体を整理します。後期計画においては、この年次計画に基づき、具体的な取組みを推進していきます。

取組みの方向性 1	スケジュール					主体						
	H31 (2019)	2020	2021	2022	2023	事業者	農業者・JA	商店会	市民等	支援機関	商工会	行政
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												
農業の交流拠点の利活用の推進	活用及び新たな展開						○					○
災害時協力農地の拡大	協議・拡大・周知						○					○
農業交流事業の展開	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						○					○
販路拡大に向けた直売所の利活用の促進	検討・実施					○	○					○
緑のアカデミー事業の実施	実施						○					○
親子で野菜づくりにチャレンジの実施	実施						○					○
農業体験農園の推進	周知・実施						○					○

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	スケジュール					主体						
	H31 (2019)	2020	2021	2022	2023	事業者	農業者・JA	商店会	市民等	支援機関	商工会	行政
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	→									○	○	○
経営力・収益力の強化に向けた各種セミナーの実施	→									○	○	○
事業融資あっせん制度の実施	→									○	○	○
市外への事業者情報の発信支援	→									○	○	○
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	→					○					○	○
チャレンジショップ事業の実施	→					○		○			○	○
創業拠点の利活用の推進	→					○				○	○	○
創業に関する相談・助言の実施	→					○				○	○	○
創業及び新分野融資あっせん制度の実施	→	→	→	→	→	○				○	○	○
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	→									○		○
福利厚生事業への支援	→					○				○	○	○

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	スケジュール					主体						
	H31 (2019)	2020	2021	2022	2023	事業者	農業者・JA	商店会	市民等	支援機関	商工会	行政
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					○		○			○	○
商店街ブランドデザイン事業の実施	検討		実施		検証	○		○			○	○
商店会連絡会議等の開催			実施					○			○	○
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					○			○	
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			○		○			○	
空き店舗情報のマッチング	検討・試行		実施			○		○			○	

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	スケジュール					主体						
	H31 (2019)	2020	2021	2022	2023	事業者	農業者・JA	商店会	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	→					○		○			○	○
	見直し・実施											
産業ニュース等の発行	→					○		○		○	○	○
	実施・見直しの検討											
めぐみちゃんメニュー事業の推進	→					○	○				○	○
	見直し・実施											
めぐみちゃんマルシェの開催	→					○	○					○
	見直し・実施											
ファームカーを活用した即売会の開催	→					○	○					○
	実施・拡充											
市内産農産物活用事業の実施	→						○	○				○
	見直し・実施											
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											
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								
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											
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											
産業振興戦略会議の実施	→					○	○	○	○	○	○	○
	実施・拡充											
産学公金連携事業の検討	→					○	○	○	○	○	○	○
	実施											
事業者間マッチングの支援	→					○				○	○	○
	見直し・実施											
農業と地域や商店街との連携	→	→	→	→	→	○	○	○	○		○	○
	実施	検証	新たな展開									
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									