

# 産業振興マスタープラン(後期計画:平成31年度~35年度)(素案)の概要

## 《産業振興マスタープラン後期計画策定の背景と目的》

- 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た。
- 最初の 3 年間はアクションプラン、平成 26(2014)年度からは中期計画に取り組むとともに、平成 28 (2016) 年 3 月に策定した総合戦略と並行して実施した。

- 国の成長戦略により緩やかな景気回復の動きが見られる一方で、市内中小事業者においては、厳しい経済情勢が続いており、持続的な成長が求められる。
- 平成 29 (2017) 年 4 月に人口が 20 万人を突破。市内経済の好循環を拡大させていく必要がある。



市内産業を取り巻く社会経済情勢や、国や東京都の施策動向、中期計画及び総合戦略の成果と課題を踏まえつつ、地域特性や新たなニーズを的確に取り込み、地域経済を支える担い手と一体となった施策を推進するため、本計画を策定する。

## 《計画の位置付け・期間》

- 西東京市第 2 次総合計画を上位計画とし、第 2 次農業振興計画や関連計画との整合性を図る。
- 産業振興マスタープランの計画期間は、平成 23 (2011) 年度から平成 35 (2023) 年度までの 13 年間。後期計画は、平成 31 (2019) 年度から平成 35 (2023) 年度までの最後の 5 年間の計画期間とする。

### 《産業を取り巻く社会経済情勢》

- ◆ **◆ 景気**
  - 平成 24 (2012) 年 11 月を底にゆるやかな回復基調。
  - 労働市場では人手不足感の高まり。女性や高齢者の就業者が大きく増加。
- ◆ **◆ 消費**
  - 「モノ消費」から「コト消費」へのシフトが進行。
  - 平均消費は若年世帯では低下。一方、高齢世帯では消費意欲が上昇傾向。
  - スマートフォン等の発達等により、ネットショッピング市場の拡大傾向が続く。
- ◆ **◆ 働き方・キャリア形成**
  - 多様な働き方・キャリア形成を実現できる社会を築くことが必要。
- ◆ **◆ 各分野を取り巻く国・東京都の動向**
  - 平成 26 (2014) 年「まち・ひと・しごと創生総合戦略」閣議決定。
  - 東京都は、観光を有力産業に発展させるための戦略を打ち出している。
  - 都市農地の位置付けが「宅地化すべきもの」から「都市にあるべきもの」へと転換。
  - 商店街の分野では、自ら取り組んでいく商店街に対して支援を重点化すべきとの方向性が示されている。
  - ものづくり分野は人材不足が深刻化。

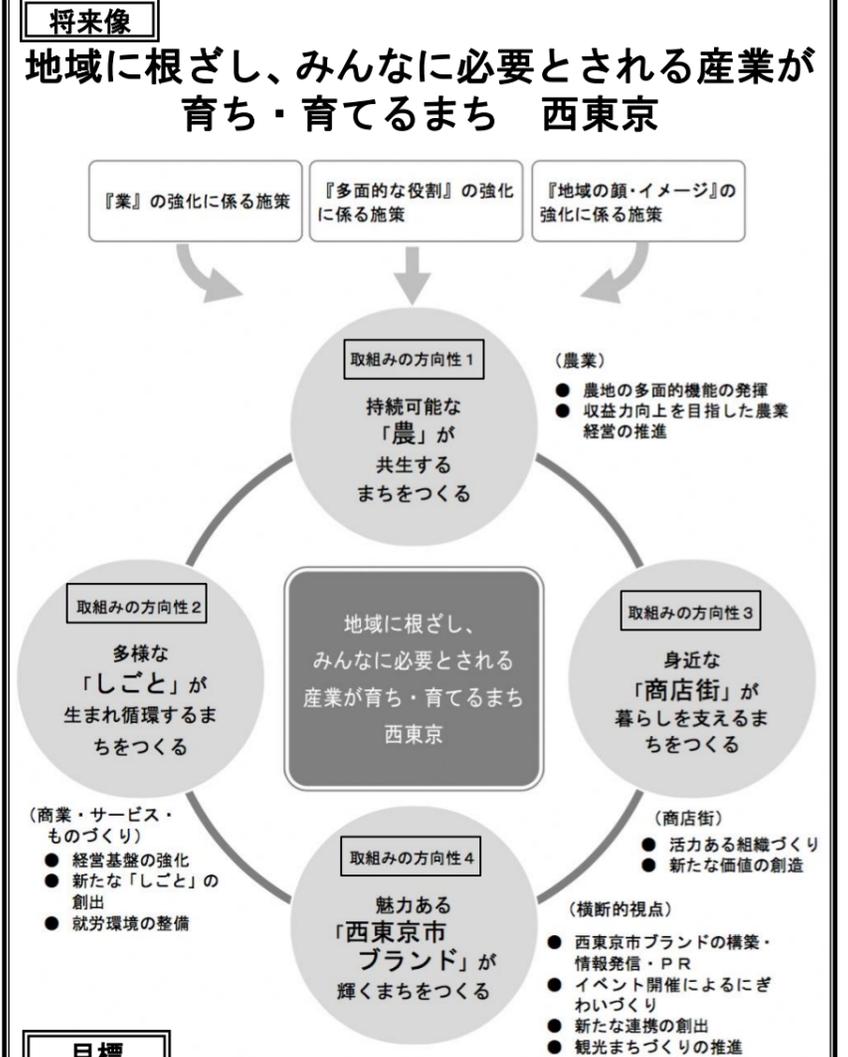
### 《中期計画及び総合戦略の検証》

- ◆ **◆ 農業分野**
  - 体験・交流イベントを実施し、都市農業に対する市民の理解促進を図った。
  - 農地や農家数が減少。持続的な農業経営に向けた支援が必要。
- ◆ **◆ ものづくり分野**
  - 後継者不足や、技術を活かした新たなイノベーション創出が課題。
  - 事業者間や他分野との連携ニーズの高まり。
- ◆ **◆ 商業・サービス分野**
  - 個店の経営力・人材育成に向けた支援や、起業・創業支援の実施、消費者ニーズへの対応を検討した。
  - 一店逸品やめぐみちゃんメニューの認知度向上や商品の魅力向上が課題。
- ◆ **◆ 商店街分野**
  - イベント等の実施は、消費者に向けた認知拡大や地域振興に寄与。
  - 空き店舗対策の取組み内容の改善が必要。
  - 商店会の存続に向け新たな価値付けにつながる取組みが必要。
- ◆ **◆ 総合戦略**
  - 女性の働き方サポート推進事業等により、起業・創業に向けた機運の高まり。

### 《市内産業に対する意見・アイデア》

- ◆ **◆ 農業**
  - 新たな販路形成や農業生産技術の継承が課題。
  - 都市農業に対する理解促進や担い手確保を期待。
- ◆ **◆ 大手事業者**
  - ファミリー層増加等に期待を寄せ、前向きな事業を展開。
  - まちづくりの視点からの産業振興の可能性に期待。
- ◆ **◆ 創業支援事業者**
  - さらなる起業・創業の推進に期待が高まっている。
  - 段階に合わせた支援策の構築が望まれる。
- ◆ **◆ 起業・創業者/ハンサムママ参加者/チャレンジショップ利用者**
  - 市の創業支援による効果として、創業者が実感しているメリットは大きい。
  - 支援事業の継続と、さらなる事業周知が望まれる。
- ◆ **◆ 多摩六都科学館**
  - 多様な事業者や団体等と連携し、地域振興に取り組んでいる。
  - 来場者の施設への誘導環境の整備が課題。
- ◆ **◆ 商店街**
  - 特徴的な専門店や集客力のある店舗が少ない現状。
  - 商店街の組織力を高めていくことが求められている。
- ◆ **◆ ものづくり関連事業者**
  - 人材育成・後継者確保、情報発信、営業力強化等が課題。
  - 高い技術力の PR、商品開発へ向けた事業者のマッチングが必要。
- ◆ **◆ 一店逸品・めぐみちゃんメニュー事業参加者**
  - 地域内の人脈づくりや販売先・顧客開拓等の効果がある。
  - 地域や他事業者との交流機会を望む。
- ◆ **◆ 大学及び研究機関**
  - 連携の具体化に向けた継続的な意見交換が必要。
- ◆ **◆ 消費者インタビュー調査(サンプル調査)**
  - 商店街に求めるものとして、接客やコミュニケーション等、個店ならではの要素が挙がっている。
  - 市内産農産物の購入意向は高い。
  - 子どもが自然とふれ合う機会として、農業や農地の役割を期待。

### 産業振興で目指すもの



### 産業振興に向けた現状と課題

- (1) 人口増加による新たなマーケットに対する期待の高さ等を、産業振興に活かす必要がある。
- (2) 都市と共生しつづけられる農業・農地のあり方が求められている。
- (3) 商店街の新たな価値付けと、市民への理解促進が求められている。
- (4) 既存事業者の事業継続に向けて、人材育成や経営力強化、独自技術の魅力発信、事業承継等の重要度が高まっている。
- (5) 多様な働き方・キャリア形成の実現機会として、市の起業・創業支援の拡充や就労支援が求められている。
- (6) 事業者間や地域との連携により、新たな事業創出や地域活性化が求められている。
- (7) 地域資源を循環させる観光振興や、市全体の魅力づくりが求められている。

### 後期計画策定に向けた見直しのポイント

- (1) 分野共通の課題解決に向けて連携を促進させる。
- (2) 市民の暮らしや地域活性化に対して、「まちづくり」の視点で産業が果たす役割を広い視野で捉える。
- (3) 西東京市の産業振興の強みの強化とさらなるブランディング。

### 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

〈産業振興マスタープラン後期計画 施策一覧〉

取組みの方向性	施策	事業名（実行プログラム）	取組みの方向性	施策	事業名（実行プログラム）
1 持続可能な「農」が共生するまちをつくる	農地の多面的機能の発揮	<ul style="list-style-type: none"> <li>農業交流拠点の利活用の推進</li> <li>災害時協力農地の拡大</li> <li>農業交流拠点の展開</li> </ul>	3 身近な「商店街」が暮らしを支えるまちをつくる	活力ある組織づくり	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者ニーズの調査・研究</li> <li>商店街ブランドデザイン事業の実施</li> <li>商店会連絡会議及び商店街連合会の開催</li> </ul>
	収益力向上を目指した農業経営の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>農業普及啓発プロジェクトの活用</li> <li>直売所の利用の促進</li> <li>緑のアカデミー事業の実施</li> <li>親子で野菜づくりにチャレンジの実施</li> <li>農業体験農園の推進</li> </ul>		新たな価値の創造	<ul style="list-style-type: none"> <li>商業便利度向上事業の実施</li> <li>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</li> <li>空き店舗活用の支援</li> <li>空き店舗情報の公表・マッチング</li> </ul>
2 多様な「しごと」が生まれ循環するまちをつくる	経営基盤の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>人材育成に向けた各種セミナーの実施</li> <li>経営力・収益力の強化に向けた各種セミナーの実施</li> <li>事業融資あっせん制度の実施</li> <li>市外への事業者情報の発信支援</li> </ul>	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構築・情報発信・PR	<ul style="list-style-type: none"> <li>一店逸品事業の推進</li> <li>産業ニュース等の発行</li> <li>めぐみちゃんメニューの推進</li> <li>めぐみちゃんマルシェの開催</li> <li>ファームカーを活用した即売会の開催</li> <li>市内産農産物活用事業の実施</li> </ul>
	新たな「しごと」の創出	<ul style="list-style-type: none"> <li>女性の働き方サポート推進事業の推進</li> <li>チャレンジショップ事業の実施</li> <li>創業拠点の利活用の推進</li> <li>創業に関する相談・助言の実施</li> <li>創業及び新分野融資あっせん制度の実施</li> </ul>		イベント開催によるにぎわいづくり	<ul style="list-style-type: none"> <li>地方都市物産展の実施</li> <li>新たなマーケット創出イベントの実施</li> <li>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</li> </ul>
	就労環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>国、東京都との連携による求職ニーズへの対応</li> <li>福利厚生事業への支援</li> </ul>		新たな連携の創出	<ul style="list-style-type: none"> <li>西東京市ブランドづくりプロジェクトの推進</li> <li>産業振興戦略会議の実施</li> <li>産学公金連携事業の検討</li> <li>事業者間マッチングの支援</li> <li>農業と地域や商店街との連携</li> </ul>
				観光まちづくりの推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光振興に関する近隣市との連携</li> </ul>