

中期計画から継続

【目指す将来像】

【目標】

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

『^{ぎょう}業』として収益を
上げ、市の財政に貢献
するとともに、雇用を
生むという効果

産業の『多面的な役割』
を活かして、市民生活の
安心を支えるという効果

『地域の顔・イメージ』
をつくり、地域の価値
や市民の愛着を高める
効果

【市内産業の現状と課題の把握】

- (1) 国・部の動向や統計データ
- (2) 中期計画の進捗よく（調査による分析）
- (3) 市内事業者や各種団体等に対するヒアリング調査
- (4) 消費者（エンドユーザー）調査

方向性1 持続可能な「農」が共生するまちをつくる

農業・農地の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とともに、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、西東京市らしい都市と「農」が共生し続けられるまちを目指す。

（農業）

農地の多面的機能の発揮

- 農業交流拠点の利活用の推進
- 災害時協力農地の拡大
- 農業交流事業の展開

販売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
- 直売所の利用の促進
- 緑のアカデミー事業の実施
- 農業体験農園の推進

方向性2 多様な「しごと」が生まれ循環するまちをつくる

経営を担う人材育成や事業者間マッチング等により、事業を継続・発展できる経営環境を整えるとともに、活発化している起業・創業をさらに推進し、多様化する就労ニーズにも応えられる「しごと」があるまちを目指す。

（商業・サービスものづくり）

経営基盤の強化

- 経営（営業）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

新たな「しごと」の創出

- 女性の働き方サポート推進事業
- チャレンジショップ事業の実施
- 創業に関する相談・助言の実施

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

方向性3 身近な「商店街」が暮らしを支えるまちをつくる

商店街と地域との連携を図りながら商店街の新たな価値を創造し、地域コミュニティの核や日常生活の拠点としての役割を発揮していくとともに、消費者が利用したくなる多くの個店を創出し、にぎわいのある「商店街」があるまちを目指す。

（商店街）

運営環境の整備

- 消費者ニーズの調査・研究
- 商店街ブランドデザイン事業の実施
- 商店会連絡会議及び商店街連合会の開催

新たな価値の創造

- 商業利便度向上事業の実施
- 駅周辺エリアごとの一体的な商店街振興の支援
- 空き店舗活用の支援

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

多様な事業者、市民、地域等の連携を図りながら、情報発信、イベント開催、観光まちづくりの推進等に取り組む。また、様々な資源を活かした「西東京市ブランド」を生み出し、市内外にPRすることで、人が集まるまちを目指す。

（横断的視点）

西東京市ブランドの情報発信・PR

- 一店逸品事業の推進
- 産業ニュース等の発行
- めぐみちゃんメニューの推進

新たな連携の創出

- 西東京市ブランドづくりプロジェクトの推進
- 産業振興戦略会議の実施
- 事業者間マッチングの支援

イベント開催によるにぎわいづくり

- 商店会を中心とした地域、市民団体等との連携によるイベントの実施

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

1 農業分野

農業分野を取り巻く現状と課題

(1) 都市と共生し続けられる農業・農地のあり方が求められている。

- ① 農地の減少が進行するとともに、農家数も減少している。
- ② 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が必要
- ③ 市民の農業・農地に対する認知度を高めるために、多面的な機能が発揮できるよう、積極的な農地の利活用が必要
- ④ 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が必要

(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が求められている。

- ① めぐみちゃんメニューなどの取組みにより成果が出ているが、商工業事業者及び消費者の認知度は低い
- ② 消費者の多様化する購買行動に合わせた直売所等の充実が必要
- ③ 少量多品目生産の特徴に合わせた、多様な販売チャンネルの拡大が必要
- ④ 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が必要
- ⑤ 新規就農、後継者確保に向けた支援、農業生産技術の継承の検討が必要

(3) 農業・農地が都市と共生していくためには、市民による理解と交流が求められる。

- ① 農業体験や農業者との交流機会に対する市民ニーズの高まり
- ② 農業・農地に対する市民理解を促進していくことが必要
- ③ 市民理解を促進するためには、体験イベントの充実による情報提供が効果的
- ④ 市民農園、農業体験農園のあり方、支援策についての検討が必要

西東京市の農業分野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
- イベント等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

方向性1
で対応

方向性4
(横断的視点)
で対応

方向性1 持続可能な「農」が共生するまちをつくる

農業・農地の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とともに、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、西東京市らしい都市と「農」が共生し続けられるまちを目指す。

施策1：農地の多面的機能の発揮

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、農業者との交流をとおして市民理解の促進を図ります。

- 農業交流拠点の利活用の推進
 - 災害時協力農地の拡大
 - 農業交流事業の展開
- など

施策2：販売力向上を目指した農業経営の推進

農業のイメージアップや販路拡大などに取り組み、農業が『業』として確立し、次世代へ継承していくための支援を行います。

- 農業普及啓発プロジェクトの活用
 - 直売所の利用の促進
 - 緑のアカデミー事業の実施
 - 農業体験農園の推進
- など

効果を測定するための指標

- 市民の農業・農地に対する理解促進：農業に関する満足度（市民意識調査）
- 市内生産量の拡大：農産物産出額・作付延べ面積（東京都農作物生産状況調査）
- 市内農産物の販路の拡大：農業者・商工業者ヒアリング（新規）

方向性4（横断的視点）
魅力ある「西東京市ブランド」
が輝くまちをつくる

施策1：西東京市ブランドの情報発信・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

後期計画における方向性

2 商業・サービス・ものづくり分野

商業・サービス・ものづくり分野を取り巻く現状と課題

(1) 事業の継承・拡大に向けて、既存事業者の経営基盤の強化が求められている。

- ① 都市交通網の整備や人口増加が企業の前向きな事業展開を後押ししている
- ② 地域特性を活かしながら、時代の急速な変化に対応した事業展開が必要
- ③ 長年営業してきた中小企業の事業継続に向けた経営・人材育成支援が必要
- ④ マッチング等による新たな事業展開に向けたニーズが高い
- ⑤ 事業者の現状・課題に合わせた支援メニューの充実が必要
- ⑥ 事業者の市内外へ向けた効果的なPRが必要
- ⑦ 事業参加を促すための効果的な情報発信が必要

(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て、起業・創業支援のさらなる推進が求められている。

- ① 起業・創業支援のこれまでの取組みにより、一定の成果が上がっている
- ② これまでの支援を継続しつつ、起業・創業後も含めた支援策の拡充が必要
- ③ 経営力の高い事業者創出に向けた体制づくりが必要
- ④ 地域課題解決に向けた起業・創業支援事業の活用が必要

(3) 求人・求職ニーズに対応した環境整備が求められている。

- ① 中小企業の人材不足に対応した地元雇用の支援が必要
- ② 多様な働き方の実現に向け、求職希望者への支援が必要

西東京市の商業・サービス・ものづくり分野を考えるためのキーワード

- 増加するファミリー層などのマーケットへの対応
- 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

方向性3
で対応

方向性4
(横断的視点)
で対応

方向性2 多様な「しごと」が生まれ循環するまちをつくる

経営を担う人材育成や事業者間マッチング等により、事業を継続・発展できる経営環境を整えるとともに、活発化している起業・創業をさらに推進し、多様化する就労ニーズにも応えられる「しごと」があるまちを目指す。

施策1：経営基盤の強化

市内事業者が事業を承継・拡大していくための支援を行います。

- 経営（営業）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 など

施策2：新たな「しごと」の創出

新たなきっかけにより起業・創業できる環境を整えるとともに、実力のある起業・創業者の輩出に向けた支援を行います。

- 女性の働き方サポート推進事業
- チャレンジショップ事業の実施
- 創業に関する相談・助言の実施 など

施策3：就労環境の整備

多様な働き方の実現向け、求職希望者のニーズに対応できる環境を整えます。

- 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 など

効果を測定するための指標

- 市内事業者の経営意欲増加：各種セミナーの満足度（新規）
- 起業・創業者数の増加：創業支援事業及び女性の働き方サポートによる起業件数（所管課資料）
- 納税客体の増加：法人市民税の納税義務者数（市税白書）

方向性4（横断的視点） 魅力ある「西東京市ブランド」 が輝くまちをつくる

施策1：西東京市ブランドの情報発信・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

後期計画における方向性

3 商店街分野

商店街分野を取り巻く現状と課題

(1) 商店街の存続に向けた、推進力のある運営が求められている。

- ① 商店会の解散抑止に向けた対応策が必要
- ② 消費者ニーズを把握し、利用促進に向けた具体策が必要
- ③ 個店の経営サポート等の支援策が必要
- ④ 長期的な視点を持ち、エリア全体の将来を見据えた担い手育成が必要

(2) 商業空間に限らない、商店街の新たな価値付けが求められている。

- ① 商店街の「見える化」につながる個店の魅力向上が必要
- ② 空き店舗の解消と有効活用の促進に向けた具体策が必要
- ③ 商業に限らない商店街の空間としての再評価が必要
- ④ 地域の特性に応じた商店街のブランディングが必要

(3) 市民理解を促進させるために、市民や多様な団体等との連携が求められている。

- ① 市民に向けた商店街や個店に関する効果的な情報発信が必要
- ② 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が必要
- ③ 多様な組織、団体等との連携によるイベント等の継続的な取り組みが必要

西東京市の商店街分野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
- イベント等による市民理解の促進
- 多様な主体との連携・協力

方向性2
で対応

方向性4
(横断的視点)
で対応

方向性3 身近な「商店街」が暮らしを支えるまちをつくる

商店街と地域との連携を図りながら商店街の新たな価値を創造し、地域コミュニティの核や日常生活の拠点としての役割を発揮していくとともに、消費者が利用したくなる多くの個店を創出し、にぎわいのある「商店街」があるまちを目指す。

施策1：運営環境の整備

商店会の担い手育成を進めるとともに、市民に求められる商店街を作り出していくための運営環境を整えます。

- 消費者ニーズの調査・研究
- 商店街ブランドデザイン事業の実施
- 商店会連絡会議及び商店街連合会の開催 など

施策2：新たな価値の創造

地域特性に応じた各商店街のブランディングや、地域コミュニティの「核」となる空間づくりに向けた支援を行います。

- 商業便利度向上事業の実施
- 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及び実施
- 空き店舗活用の支援 など

効果を測定するための指標

- 商店会運営の持続：商店会数（所管課資料）
- 空き店舗の活用：チャレンジショップ事業を利用した事業者件数（累計）
- 市民の市内消費満足度の向上：市民意識調査（新規）

方向性4（横断的視点） 魅力ある「西東京市ブランド」 が輝くまちをつくる

施策1：西東京市ブランドの情報発信・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

後期計画における方向性

4 横断的視点

横断的視点における現状と課題

(1) 産業振興を推進するために、磨きかけた「西東京市ブランド」の積極的な情報発信・PRが求められている。

- ① 市の産業振興の取組みに関する効果的な情報発信が必要
- ② オリジナリティのある施策の認知度向上が必要
- ③ 市内事業者に関する市外への情報発信が必要

(2) 地域への愛着醸成に寄与するイベント等の開催により、にぎわいづくりが求められている。

- ① 商店街や地域を盛り上げるイベント等の継続的な開催が必要
- ② 市内産業の魅力を体験できるイベント等が重要

(3) 地域の課題解決や新たな事業創出に向けて、市内の多様な団体、事業者同士の連携が求められる。

- ① 他事業者や団体等との連携を望む声が多い
- ② 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が必要
- ③ 西東京市を売り込む新たなブランドづくりが必要
- ④ 事業者のモチベーション向上につながる「稼ぐ」ための施策が必要

(4) 地域内の資源が循環させる観光まちづくりの推進が求められている。

- ① 地域資源を有効活用できていない
- ② 産業振興に向けて、観光まちづくりを事業拡大につなげる機運の高まり
- ③ 他市との連携による観光振興が必要

西東京市の産業振興を
横断的視点から考えるキーワード

- 一店逸品・めぐみちゃんメニューなどの独自事業の認知度向上
- 戦略的なプロモーション(方向性 1,2,3)
- イベント等による市民理解の促進(方向性 1,3)
- イベント等による市民の愛着の醸成
- 多様な主体との連携・協力(方向性 1,2,3)
- 新たな事業展開に向けたマッチング(方向性 2)
- 地域特性に応じた商店街のブランディング(方向性 3)
- 空き店舗の有効活用(方向性 3)
- 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

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

多様な事業者、市民、地域等との連携を図りながら、情報発信、イベント開催、観光まちづくりの推進等に取り組む。また、様々な資源を活かした「西東京市ブランド」を生み出し、市内外にPRすることで、人が集まるまちを目指す。

施策1：西東京市ブランドの情報発信・PR

西東京市オリジナルの事業を推進し、市内事業者や市内産農産物等の認知度向上を図ります。

- 一店逸品事業の推進
- 産業ニュース等の発行
- めぐみちゃんメニューの推進 など

施策2：イベント開催によるにぎわいづくり

実感・体験できるイベント等を開催し、市民の地域への愛着を醸成するとともに、地域のにぎわいを創出します。

- 商店会を中心とした地域、市民団体等との連携によるイベントの実施 など

施策3：新たな連携の創出

多様な市民や事業者、大学、地域団体等との連携を図りながら、新たな西東京市ブランドを創出します。

- 西東京市ブランドづくりプロジェクトの推進
- 産業振興戦略会議の実施 など

施策4：観光まちづくりの推進

地域資源を活用し、市内外から来訪者を呼び込むための観光振興に取り組みます。

- 観光振興に関する近隣市との連携 など

効果を測定するための指標

- 西東京市ブランドの認知度向上：「一店逸品」「めぐみちゃんメニュー」の認知度(新規)
- 交流人口の増加：市内来訪者数(リーサス)
- 市内事業者の経営意欲：各ブランド事業参加事業者の意向(アンケート)

後期計画における方向性