

## 中期計画二次評価（委員評価）の結果概要

分野	大項目	中項目
1 農業	2 農業を通じた交流	(1) 各種イベント、即売会の実施
事業名	農業普及啓発プロジェクトの活用	

## ① 今後の展開（一次評価: 拡充）

拡充：6名

継続実施：1名

改善・見直し：1名

## ② 判断理由及び事業展開の方向性（主なご意見を抜粋）

- ・市内でのめぐみちゃんの認知度を上げ、その後市外への対策を考えることが効果的。
- ・農地がいかに地域社会にとって重要な役割を果たしているかをもっとPRすべき。
- ・市内外へのプロモーションやマスコミ戦略が必要。
- ・「たっぷり畑の恵み」は魅力的な情報を発信している。市外への情報発信にも力を入れるべき。
- ・多摩六都フェアなどへの参加・参画によるPR。
- ・主体は「農業事業者」であるべき。農業事業者が市民の思いを先取りし、自らプロモーションを行わなければ、うまくいかないだろう。

分野	大項目	中項目
1 農業	2 農業を通じた交流	(1) 各種イベント、即売会の実施
事業名	めぐみちゃんマーケットの開催	

## ① 今後の展開（一次評価: 拡充）

拡充：6名

改善・見直し：2名

## ② 判断理由及び事業展開の方向性（主なご意見を抜粋）

- ・質の良い地元野菜を市民に知ってもらう機会となっており、回数が増えると良い。
- ・農業者との連携拡大は、農業者の努力も必要。
- ・農業者側が「めぐみちゃんマーケット」というネーミングを利用し、共同出店するなどしてマーケットを拡充させる。
- ・消費者が農産物を購入する際に何を基準に選択しているかを把握して推進すべき。
- ・HPが充実しているとは言い難く、事前告知がどの程度行われたのか不明。
- ・店舗の少ないエリアでの農畜産物の即売実施。

分野	大項目	中項目
1 農業	2 農業を通じた交流	(1) 各種イベント、即売会の実施
事業名	ファームカーを活用した即売会（マルシェ）の検討	

① 今後の展開（一次評価：拡充）

拡充：6名

改善・見直し：2名

② 判断理由及び事業展開の方向性（主なご意見を抜粋）

- ・質の良い地元野菜を市民に知ってもらう機会となっており、回数が増えると良い。
- ・農業者の連携の拡大が重要。
- ・災害時に被災地への支援としても活用できる。
- ・課題を踏まえての連携及びエリア拡大であれば、進展が見られるのでは。
- ・めぐみちゃんメニュー提供事業者も協力し、スマホ広報を充実すべき。
- ・店舗の少ないエリアでの農畜産物の即売実施。

分野	大項目	中項目
1 農業	2 農業を通じた交流	(3) 市民農園の新しい展開と農業体験農園の推進
事業名	農業体験農園の推進	

① 今後の展開（一次評価：拡充）

拡充：5名

継続実施：1名

改善・見直し：1名

抜本的見直し：1名

② 判断理由及び事業展開の方向性（主なご意見を抜粋）

- ・農業体験は市民ニーズが高く、西東京市に住むメリットにつながる。
- ・体験を通じて農業への理解が深まり、先の消費へとつながる。
- ・「都市農業の賃借の円滑化に関する法案」成立による体験農園の位置付けや影響を考慮すべき。
- ・事業評価がCであるのに拡充する理由が不明。民間によるシェア畑等との関係も検討すべき。
- ・開設に向けた農業者へのPR強化。

分野	大項目	中項目
2 ものづくり	1 営業力が高まり、活躍し続けられる	(1) 独自技術を活かした営業展開の強化
事業名	マッチング・コーディネート推進	

① 今後の展開（一次評価：拡充）

拡充：6名

継続実施：1名

改善・見直し：1名

② 判断理由及び事業展開の方向性（主なご意見を抜粋）

- ・「相談しやすさ」「実績のできる支援」や事業周知について検討が必要。
- ・商工会によるマッチングサイトの構築。
- ・マッチングの先に、企業や消費者への売り込みまでサポートできる支援が必要。
- ・マッチング実績4件は、意味ある4件か。拡充すべきだが方法の改善が必要ではないか。

分野	大項目	中項目
2 ものづくり	1 営業力が高まり、活躍し続けられる	(4) 行政と大手事業者の連携強化
事業名	活・西東京プロジェクトの推進	

① 今後の展開（一次評価：抜本的見直し）

改善・見直し：2名

抜本的見直し：5名

廃止：1名

② 判断理由及び事業展開の方向性（主なご意見を抜粋）

- ・平成29年度実績がないのは魅力が薄れているからではないか。プロモーションとして取り組むべき事業ではないか。
- ・どのように市内外へ「西東京市」を売り込み、注目してもらうか、事業者との連携を検討すべき。
- ・ビジネスプランコンテストのように大手事業者との連携ができないか。
- ・事業者間での協力による新事業、新商品等の開発。
- ・平成29年度から未実施であるため、廃止が妥当。

分野	大項目	中項目
2 ものづくり	2 新規事業展開・ 新分野開拓が進む	(1) 産学公連携の取組みの推進
事業名	産学公金連携事業の検討	

① 今後の展開（一次評価:抜本的見直し）

改善・見直し：1名

抜本的見直し：6名

廃止：1名

② 判断理由及び事業展開の方向性（主なご意見を抜粋）

- ・ものづくり分野の技術支援面で、大学等との連携を模索してはどうか。
- ・民間事業者と大学との連携が進むようなマッチングが進むと良い。
- ・連携ありきで、何をしたいのか不明。
- ・東京オリンピックに向けた外国語対応ガイドの育成など、留学生や高齢者の活躍の場づくり。
- ・大学機関との連携の実績がないため、廃止が妥当。

分野	大項目	中項目
3 商業・ サービス	1 地元の購買力を 着実に取り込む	(2) 購入方法の多様化への対応
事業名	買物支援の調査・研究	

① 今後の展開（一次評価:改善・見直し）

拡充：1名

改善・見直し：7名

② 判断理由及び事業展開の方向性（主なご意見を抜粋）

- ・この領域は今後大きな問題となり、連携ニーズを持つ事業者が多数いる。本気で取り組むと、市民の購買力向上につながり、波及効果が大きい。
- ・本当に困っている人のために何ができるかを検討すべき。
- ・高齢者などを対象とした買物弱者への支援調査。
- ・ファームカーの活用。
- ・消費者の移動だけでなく、移動販売の実現可能性も同時に探ってはどうか。

分野	大項目	中項目
4 商店街	2 コミュニティを担い、地域の生活基盤となる商店街が息づく	(1) 魅力ある店舗構成・コミュニティ機能を持つ商店街づくり
事業名	被災地支援物産展の実施	

① 今後の展開（一次評価：抜本的見直し）

継続実施：1名

改善・見直し：1名

抜本的見直し：6名

② 判断理由及び事業展開の方向性（主なご意見を抜粋）

- ・今後、被災した場合の被災地への復興支援の継続が必要。
- ・市内事業者の物販や一店逸品とのコラボによる義捐金プロジェクトに移行してはどうか。
- ・市の施策として実施するのは難しい分野ではないか。
- ・プラットフォーム事業が広がるなか、1市で行っても効果は薄い。
- ・被災地を限定しなくても良いのでは。また、限定しない場合、市の事業としての必要性を検討すべき。

分野	大項目	中項目
4 商店街	3 商店街が活発に活動する	(3) 安心して買物ができる商店街づくり
事業名	街路灯のLED化に向けた支援の検討	

① 今後の展開（一次評価：廃止）

廃止：7名

② 判断理由及び事業展開の方向性（主なご意見を抜粋）

- ・事業が完了しているため、廃止が妥当。
- ・目的達成したのであれば、廃止が妥当。

計 画	基 本 目 標	施 策
総合戦略	2 地域に根差した産業が 育ち、まちの活力を伸ばす	2-1 「やる気・勇気」 魅力ある新産業の振興
事 業 名	女性の働き方サポート推進事業	

① 今後の展開（一次評価:拡充）

拡充：7名

② 判断理由及び事業展開の方向性（主なご意見を抜粋）

- ・基礎固めが終わった段階であり、今後も勢いをつけて実施すべき。
- ・合計特殊出生率アップにつながるような、二次的なサポートまで考慮すべき。
- ・きっかけづくりのその後のサポート（HP・名刺・チラシ作製等の講座）が必要。

計 画	基 本 目 標	施 策
総合戦略	2 地域に根差した産業が 育ち、まちの活力を伸ばす	2-1 「やる気・勇気」 魅力ある新産業の振興
事 業 名	創業のための新たな拠点についての調査・研究	

① 今後の展開（一次評価:拡充）

拡充：8名

② 判断理由及び事業展開の方向性（主なご意見を抜粋）

- ・拠点を活用するソフト支援の拡充が必要。
- ・合計特殊出生率アップにつながるような、二次的なサポートまで考慮すべき。
- ・創業サポート施設の利用者の声を踏まえた改善が必要。
- ・事業規模や内容にあった支援を展開すべき。

計 画	基 本 目 標	施 策
総合戦略	2 地域に根差した産業が 育ち、まちの活力を伸ばす	2-2 「やる気・元気」 地域に根差した産業の振興
事 業 名	一店逸品事業の推進	

① 今後の展開（一次評価:拡充）

拡充：8名

② 判断理由及び事業展開の方向性（主なご意見を抜粋）

- ・事業者の販路開拓・市の魅力発信の観点から必要。
- ・パンフレット等によるPRが、商品の認知度不足となっている理由を検討すべき。
- ・シティプロモーションとしても商品ブランド化は重要。若手事業者グループによる活動を支援すべき。
- ・一店逸品事業自体のブランド化が必須。
- ・アンケート等の結果を踏まえ、事業全体、個々の認定品の認知度向上に向けて取り組むこと必要。