産業振興マスタープラン後期計画における目指すべき方向性（たたき台）

資料１

中期計画から継続

【目指す将来像】

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

【目標】

『業（ぎょう）』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

【市の産業を取り巻く状況の現状・変化】

(1) 国・都の動向や統計データ

(2) 中期計画の進ちょく（調書による庁内分析）

(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

【分野・目指すべき方向性】

《農業》

安定した農業経営による「持続可能で稼げる農業」
まちの価値を高める「市民に身近な農業」

市には販売金額規模の小さな農家が多く、安定した農業経営に向けては、ブランド化や販路拡大等の取組みが求められる。農地減少や担い手不足等の課題を解決し、稼ぐ力のある農業の実現を目指す。

農業は、産業としてだけではなく、防災や良好な景観、身近な自然として等、多様な役割を果たしている。市内農産物を使用した「めぐみちゃん」メニューの推進や農業体験農園の活用等、農業を市民にとって身近なものにしていく。

法制定など、近年都市農業を取り巻く状況が大きく変化している中で、市としての農業のあり方を整理し、活性化を図る。

《ものづくり》

モノづくりにとどまらない「サービス・ソリューションの展開」
創業後も事業を継続できる「創業するなら西東京市」

大規模工場の撤退・縮小後も、中小企業が多く立地し、事業を継続している。今後も事業者が市内で活躍し続けるために、独自技術を活かし、地域資源を活用しながら、人材確保や営業展開を強化していく。付加価値が「モノ」から「サービス・ソリューション」へ移行しつつある中で、新規の事業展開や新分野を開拓していく。

昨今、国では、起業・創業や女性の活躍に関する施策が推進されている。起業・創業及び創業後も事業を継続できるよう支援し、「創業するなら西東京市」のブランドイメージを醸成する。

《商業・サービス》

地域社会のニーズに対応できる「地域密着型の商業・サービス」
市外からの来訪者を増やす地域の資源を活かした「観光まちづくり」

郊外や近隣自治体への大規模店舗の進出や、都心部への交通利便性の高い立地を背景に、市外へ消費が流出している現状にある。個店の経営力を高めながら、地域内連携を促進し、地域社会のニーズに対応できる商業・サービスを生み出していく。

東京都では、観光振興に対する機運が高まっている。関係機関との連携により、地域資源を活かした観光まちづくりを進める。

《商店街》

付加価値を高めた「訪れたくなる商店街」

市内の５駅周辺には、商店街等の商業地が広がっている。市の顔としてのイメージのほか、防犯・防災、地域コミュニティの核として商店街の役割は重要であるが、一方で、解散が進んでいる。大型店やインターネット通販など、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品専門店の減少といった課題を抱える。

商店街を存続させていくために、地域の特色やひとを活かして、おもてなしやサービス、地域コミュニティなどの新たな価値付けをし、人が訪れる空間づくりを推進していく。

【効果を計る指標（案）】

○市民の農業・農地に係る理解促進
- 農業に関する満足度（西東京市「市民意識調査」）
- 「めぐみちゃん」メニューの認知度（新規）

○市内農産物収穫量・出荷量の増加
- 農業産出額・作付延べ面積（東京都農業会議「東京都農作物生産状況調査」）

○市内農産物の販路の拡大
- 農業事業者ヒアリング（新規）

○製造品出荷額の増加
- 製造品出荷額（工業統計調査）

○起業・創業者数の増加
- 創業支援事業計画に基づく創業者数（累計）（所管課資料）

○法人市民税 納税義務者数の増加
- 納税義務者数（市税白書）

○市民の市内消費満足度の向上
- 市民意識調査（新規）

○事業継承の促進・事業所数の維持
- 事業所数（経済センサス）
- 経営力強化に向けた各種セミナーの参加者数（所管課資料）

○来訪者人口の増加
- まち歩き事業の参加者数（新規）

○商店会数の維持
- 商店会数（所管課資料）

○空き店舗の活用拡大
- チャレンジショップ事業を利用した事業者の件数（累計）（所管課資料）