

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。

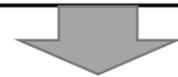
- ① 他事業者や団体等との連携を望む声が多い
- ② 既存の枠組みを超えた、多様な関係者同士の連携機会の創出が必要
- ③ 西東京市を売り込む新たなブランドづくりが必要
- ④ 事業者のモチベーション向上につながる「稼ぐ」ための施策が必要

(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