

西東京市ソフトなものづくり産業育成策  
調査報告書

平成24年1月

西東京市 生活文化スポーツ部 産業振興課







## 目 次

第1章 背景と目的.....	1
1. 背景.....	1
2. 目的.....	1
3. 本調査の実施フロー.....	2
第2章 西東京市の社会経済の現状と課題.....	3
1. 本市の社会経済の動向.....	3
2. 市内産業における課題.....	15
3. 「ソフトなものづくり産業」を基点とする地域経済の活性化の可能性.....	16
第3章 「ソフトなものづくり産業」事業所の集積状況把握.....	17
1. 「ソフトなものづくり産業」の範囲.....	17
2. 市内事業所の抽出・整理.....	19
3. 市内事業所の集積状況の可視化.....	21
4. 製造業事業所に対するアンケート調査.....	35
第4章 市内「ソフトなものづくり産業」事業所へのヒアリング調査.....	37
1. ヒアリング実施概要.....	37
2. ヒアリング結果のまとめ.....	43
第5章 先進事例調査.....	45
1. 先進事例調査の実施概要.....	45
2. 先進事例調査の結果.....	47
3. 先進事例調査のまとめ.....	52
第6章 「ソフトなものづくり産業」育成策の検討.....	53
1. 「ソフトなものづくり産業」に関する現状の整理.....	53
2. 「ソフトなものづくり産業」支援の考え方.....	54
3. 「ソフトなものづくり産業」支援策の方向性の検討.....	55
4. モデル施策のケーススタディ.....	56
資料編.....	61



# 第1章 背景と目的

## 1. 背景

2001（平成13）年1月21日に、旧田無市と旧保谷市が合併して誕生した西東京市（以下、本市）は、2011（平成23）年1月に10周年を迎えた。この10年を振り返ると新宿や池袋などのターミナル駅までのアクセス利便性や自然が多く残る環境などが評価され、工場が撤退した跡地に大規模な集合住宅等が建設されたことなどにより人口が増加し、20万人都市となるのも目前である。

一方、産業を取り巻く環境に目を向けると、2008（平成20）年に「中小企業者と農林漁業者との連携による事業活動の促進に関する法律（通称：農商工等連携促進法）」が、また、2009（平成21）年に「商店街の活性化のための地域住民の需要に応じた事業活動の促進に関する法律（通称：地域商店街活性化法）」が施行されたほか、2010（平成22）年には立川市・昭島市にまたがる場所に「産業サポートスクエア・TAMA」が開設され、（公財）東京都中小企業振興公社、（地独）東京都立産業技術研究センター（多摩テクノプラザに改称）、東京都商工会連合会などが立地するなど、産業振興を支援する法制度や施設の整備が進められている。

このような状況のもと、本市では、2011（平成23）年3月に「西東京市の産業のこれから」の礎となすべく、「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」を基本理念とする「西東京市産業振興マスタープラン」（以下「産業振興マスタープラン」）を策定し、本年度からその実現に向けてさまざまな施策を展開しているところである。

本調査は、「産業振興マスタープラン」推進に向けた取組の一環として、本市の住宅都市としての特徴を踏まえ、住宅との共存共栄が可能な「ソフトなものづくり産業」に焦点を当てた調査を実施するものである。

## 2. 目的

本調査では、上述の背景を踏まえ、「産業振興マスタープラン」のアクションプランの「ものづくり」の分野における「ソフトなものづくり産業の育成策の検討」に位置付けられた項目を対象として、下記内容のとおり調査・研究を実施するものである。なお、用語の定義については「産業振興マスタープラン」と基本的には同一とする。

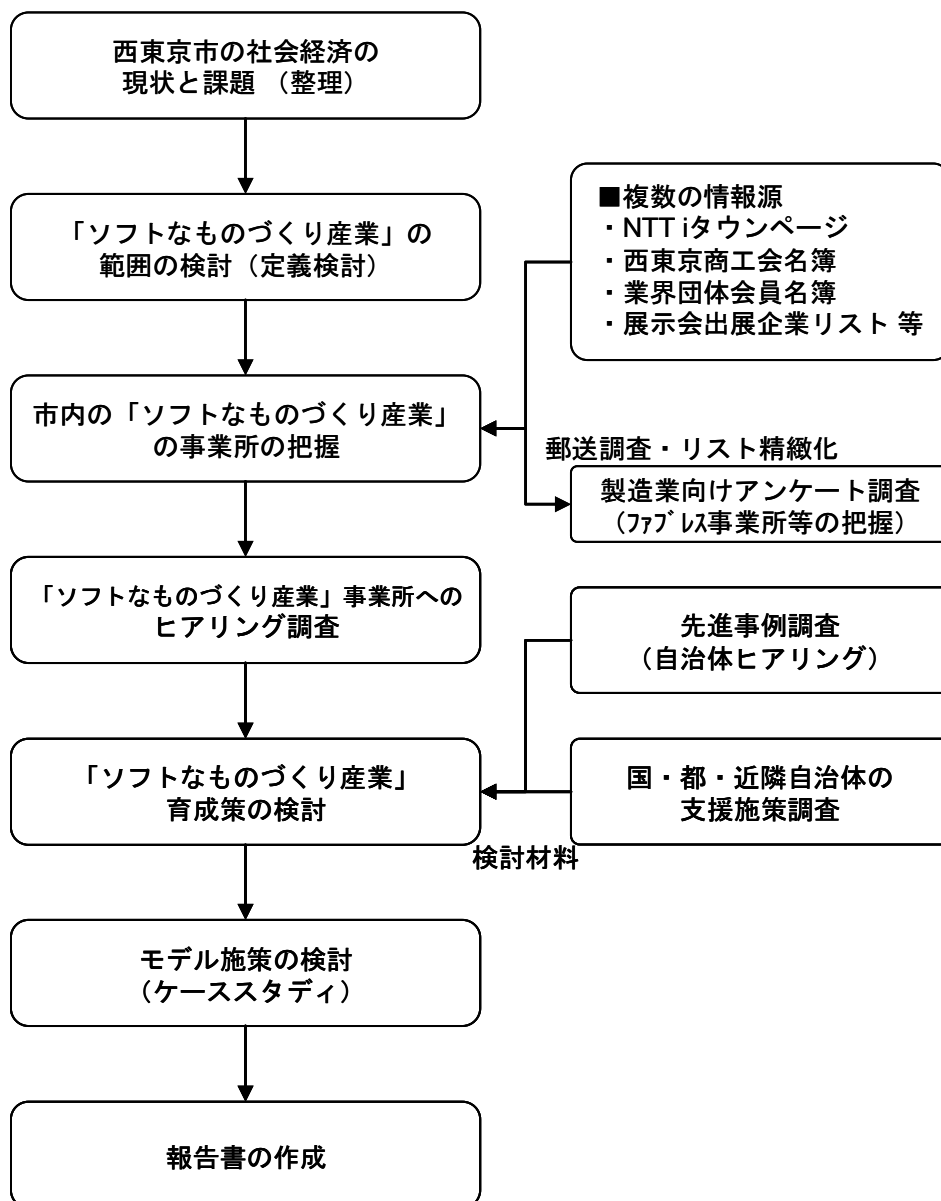
- ① 本市内に立地している「ソフトなものづくり産業」事業所の集積状況を把握する。
- ② 集積の見られる業種の事業所に対するヒアリング調査を通じて、市内に所在する「ソフトなものづくり産業」の課題・優位性と立地要件等の整理を行う。
- ③ 本市に先駆けて「ソフトなものづくり産業」関連業種の振興に注力している先進自治体の取組を調査し、本市が今後検討すべき「ソフトなものづくり産業」育成策の参考となる情報を収集する。

- ④ 上記①～③の結果を踏まえ、「ソフトなものづくり産業」が地域産業の核となり得るかその可能性を検証するとともに、可能性がある場合、必要な支援策について検討を行い、報告書にとりまとめる。

### 3. 本調査の実施フロー

本調査においては、前節の目的の達成に向けて下記の手順で作業を進める。

図表 1：本調査の実施フロー





## 第2章 西東京市の社会経済の現状と課題

本章では、本市における「ソフトなものづくり産業」事業所の集積実態を把握するための前段として、本市の経済社会の動向について統計データを用いて現状の整理を行う。また、現状整理から見えてくる本市の産業振興における課題についても言及する。

### 1. 本市の社会経済の動向

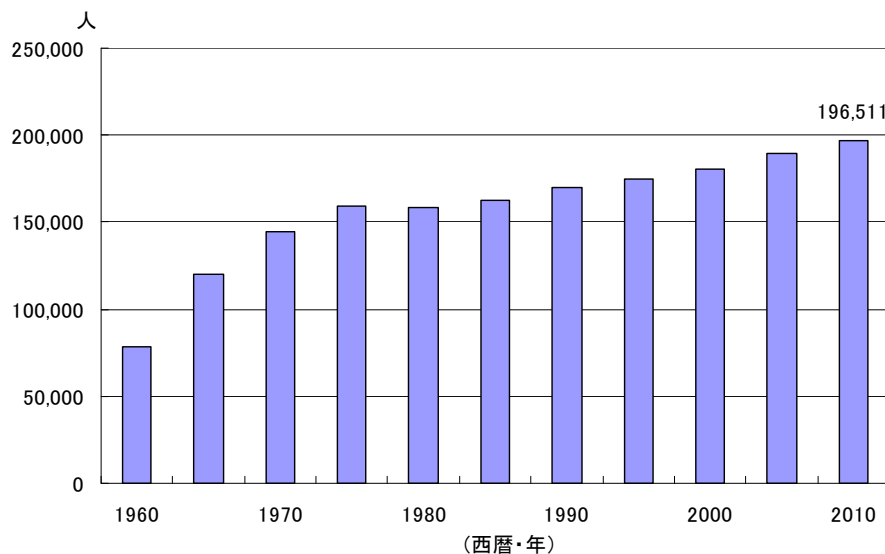
#### (1) 西東京市の社会経済の動向

##### ①人口の推移

本市は、新宿や池袋から約20km、電車で20分程度の場所に立地しており、面積は15.85平方キロメートルとなっている。都心に近く、交通の利便性が良いこと等を背景に、人口は着実に増加しており、総務省の国勢調査によると、2010（平成22）年の本市の人口は196,511人と、5年前に比べ、約6,800人増加した。

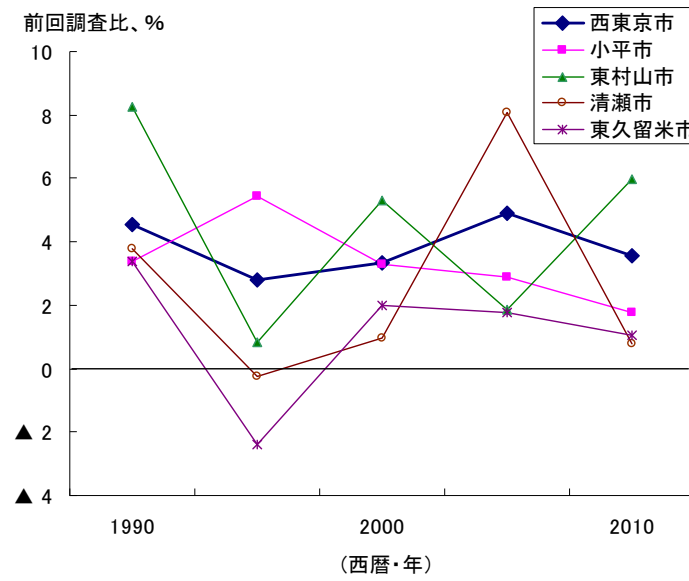
わが国の人口がほぼ横ばいで推移する中、本市は現在も人口が増加基調にあり、近隣の自治体に比べても、人口増加率が比較的高い地域となっている。

図表 2：西東京市の人口



出所：総務省統計局「国勢調査報告」

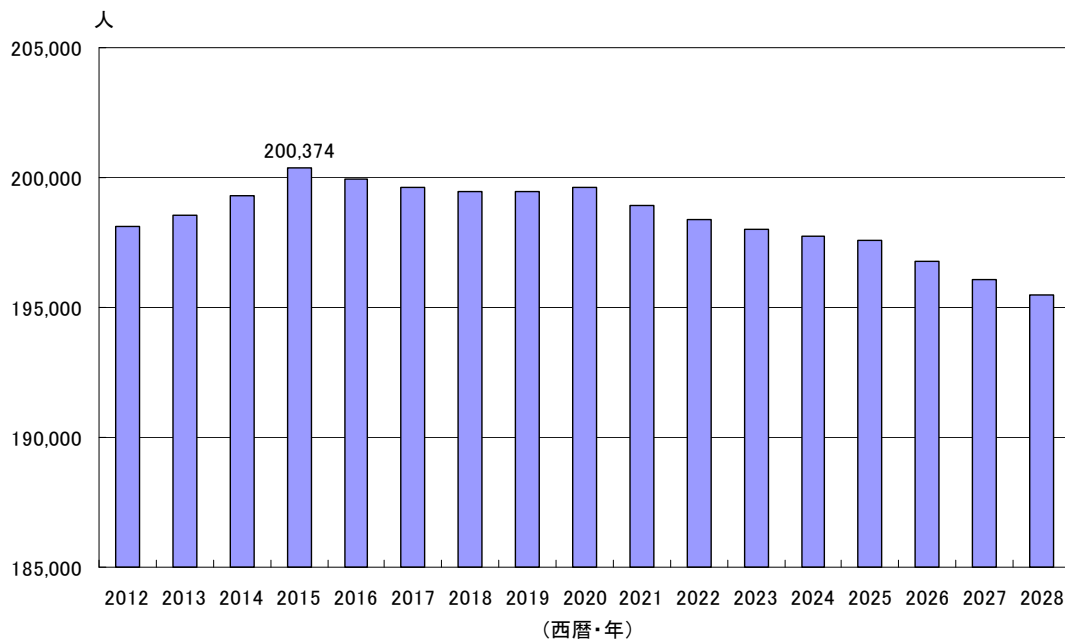
図表 3：本市および多摩北部地域における近隣4市の人口増減率



出所：総務省統計局「国勢調査報告」

本市の人口は今後もしばらくは増加し、2015（平成27）年にピークに達した後、緩やかに減少する見通しとなっている。

図表 4：今後の西東京市の人口



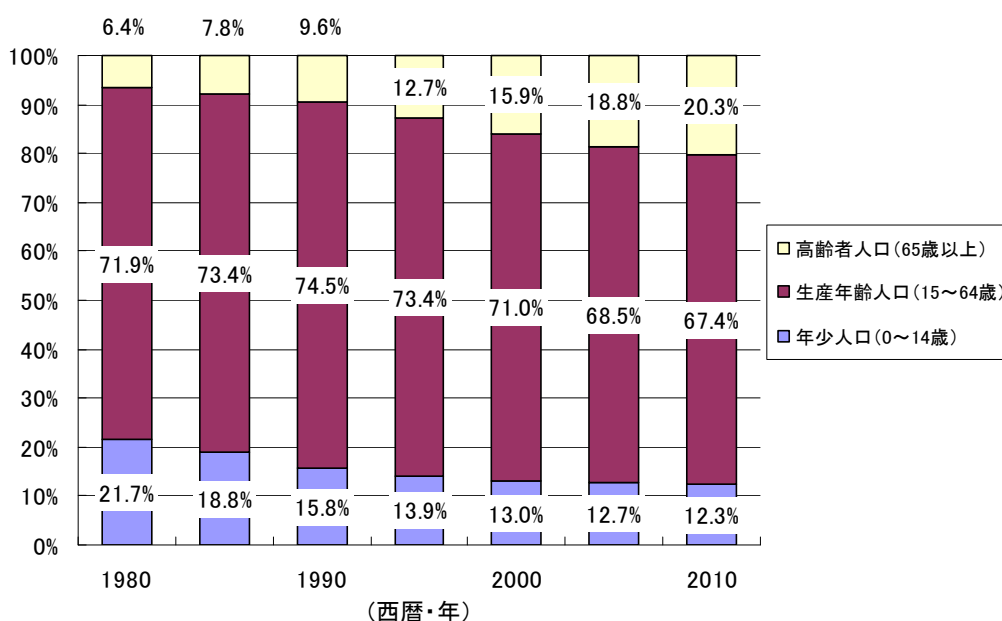
(注) 推計値は中位推計。出所：西東京市「西東京市人口推計調査（2011年12月推計）」

## ②年齢3区分別人口

本市の人口を年齢3区分別に見ると、2010（平成22）年時点における0～14歳の「年少人口」が24,117人、15～64歳の「生産年齢人口」が132,419人、65歳以上の「高齢者人口」が39,972人となっている<sup>1</sup>。

5年前と比較すると、「年少人口」、「生産年齢人口」、「高齢者人口」の人数はいずれも増加しており、とりわけ、「高齢者人口」が大きく増加した。その結果、本市の2010（平成22）年の高齢化率（全人口に占める「高齢者人口」の割合）は20.3%と、5人に1人が高齢者という状況であり、全国や近隣市と同様に、本市でも高齢化が進展していることがうかがえる。

図表 5：西東京市の年齢3区分別人口構成比



(注) 年齢不詳の人口を除く。出所：総務省統計局「国勢調査報告」

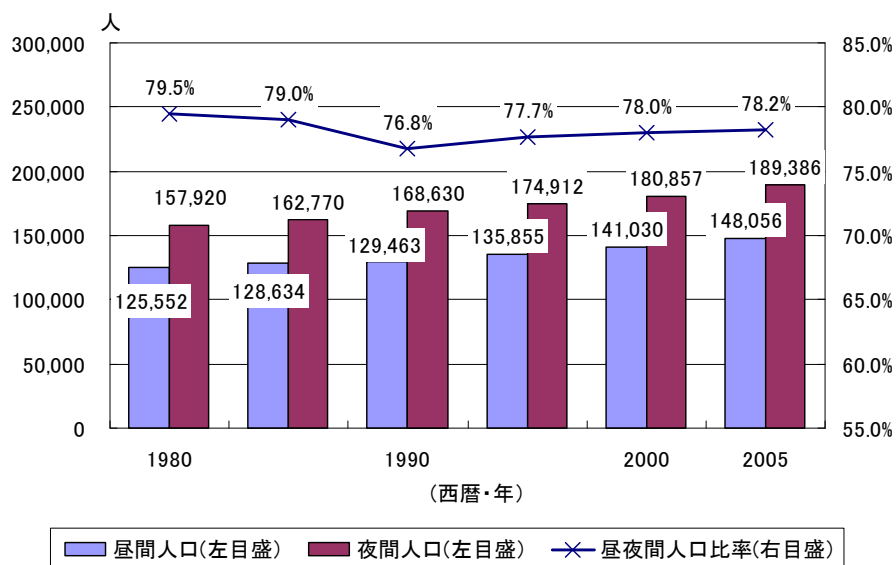
<sup>1</sup> 本報告書3ページ記載の総人口には年齢不詳の方も含まれているため、ここで記載した各年齢区分人口の合計とは一致しない。

### ③昼夜間人口および昼夜間人口比率

本市の「昼間人口」は増加基調であり、2005（平成17）年時点で148,056人と、2000（平成12）年時点よりも約7,000人増加した。一方、「夜間人口（常住人口）」についても2000年の180,857人から2005（平成17）年時点で189,386人へと、約8,500人増加している。

なお、「昼間人口」と「夜間人口」で構成される「昼夜間人口比率」（夜間人口100人当たりの昼間人口の割合）を見ると、1990（平成2）年以降については、「昼間人口」の伸びが「夜間人口」の伸びを上回っていることから上昇基調にあり、2005（平成17）年時点では78.2%まで上昇した。

図表 6：西東京市の昼間人口、夜間人口、昼夜間人口比率



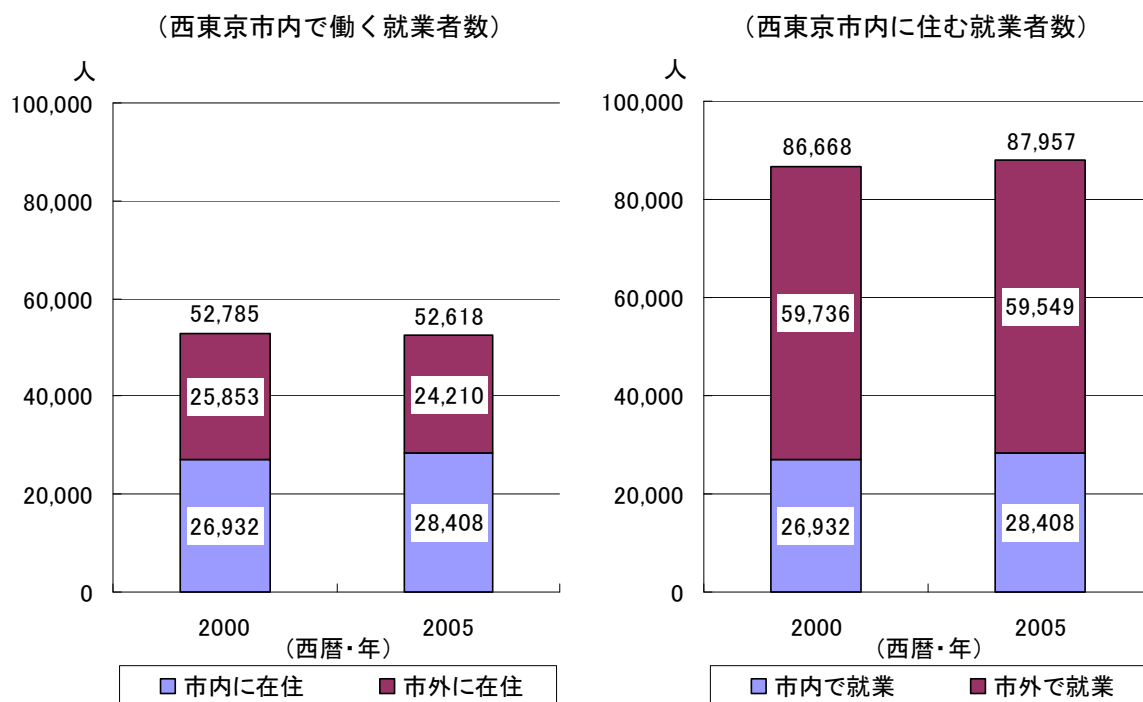
出所：総務省統計局「国勢調査報告」

#### ④通勤の構造

本市の通勤の構造について、市内で働く就業者の数（住んでいる場所が市内・市外に関わらず市内で働いている人）を見ると、2000（平成12）年が52,785人、2005（平成17）年が52,618人と5年間でわずかながら減少した。

一方、本市に住む就業者数（働く場所が市内・市外に関わらず、市内に住んでいる人）を見ると、市内で働いている就業者数が増加したことから、2000（平成12）年の86,668人から2005（平成17）年の87,957人へと5年間で約1,300人増加した。

図表 7：西東京市の通勤の構造



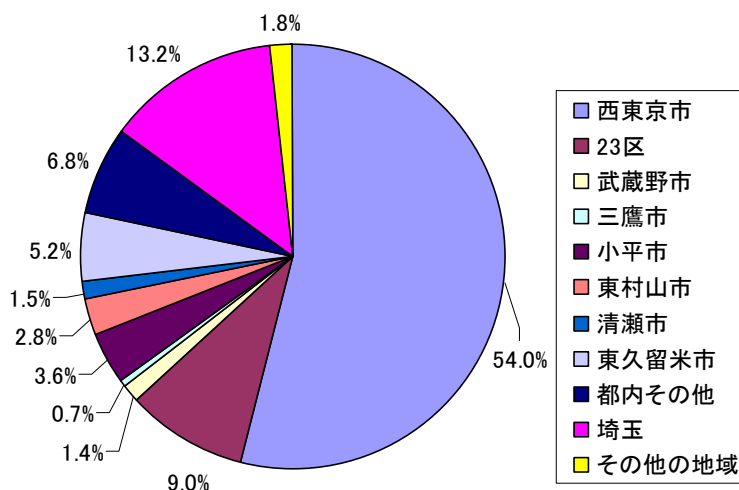
出所：総務省統計局「国勢調査報告」

### ⑤ 就業者の通勤元

市内で働いている就業者について、その通勤元を見ると、市内に住む就業者数が全体の54.0%と半数以上を占めている。一方、市外からの就業者数については、「埼玉県」が13.2%、次いで、「23区」が9.0%を占める。

次に、市内に住む就業者数について、その通勤先を見ると、市内に通勤している就業者数は全体の32.3%と、約3人に1人が市内で、残りの67.7%は市外で働いている。中でも全体の46.8%の就業者は「23区」で就業している。

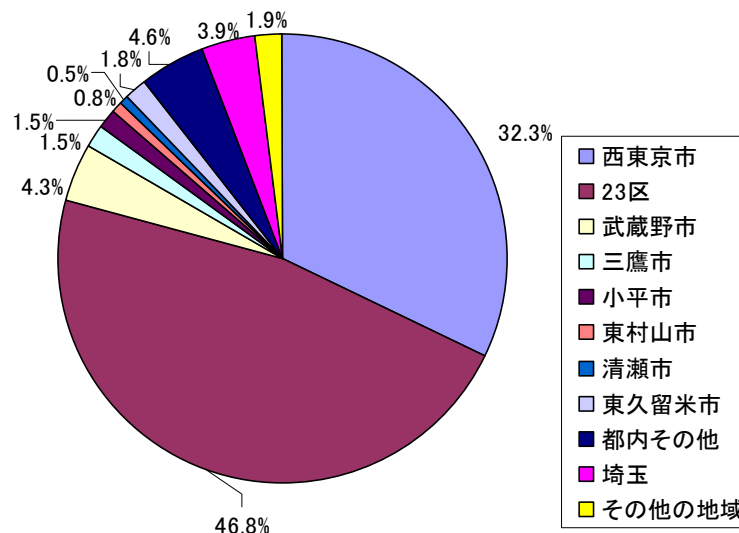
図表 8：西東京市内で働く就業者の通勤元割合（2005年）



(注) 「都内その他」は本市および近隣6市と23区以外の都内の地域。「その他の地域」は東京と埼玉以外の地域。

出所：総務省統計局「国勢調査報告」

図表 9：西東京市内に住む就業者の通勤先割合（2005年）



(注) 「都内その他」は本市および近隣6市と23区以外の都内の地域。「その他の地域」は東京と埼玉以外の地域。

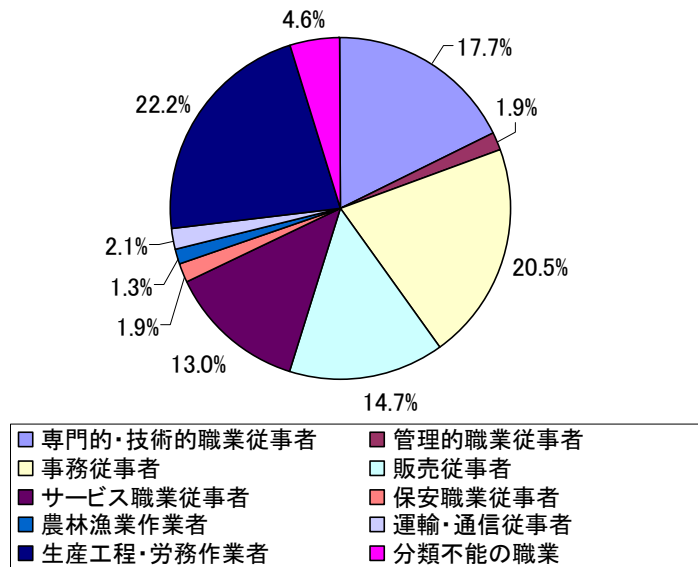
出所：総務省統計局「国勢調査報告」

## ⑥就業者の職業

2005（平成17）年の市内の就業者を職業別に見ると、まず、市内で働いている就業者（居住地が市内・市外に関わらず、市内で働いている人）については、「生産工程・労務作業者」及び、「事務従事者」がそれぞれ2割程度となっており、以下、「専門的・技術的職業従事者」、「販売従事者」、「サービス職業従事者」と続いている。

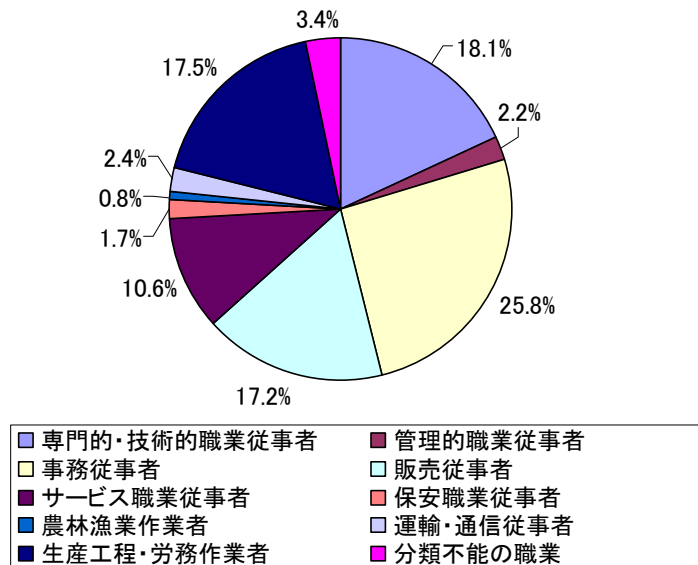
一方、市内に住んでいる就業者数（働く場所が市内・市外に関わらず、市内に住んでいる人）の職業については、約4人に1人が「事務従事者」であり、以下、「専門的・技術的職業従事者」、「生産工程・労務作業者」、「販売従事者」がそれぞれ17～18%を占めている。

図表 10：西東京市内で働く就業者の職業構成（2005年）



出所：総務省統計局「国勢調査報告」

図表 11：西東京市内に住む就業者の職業構成（2005年）



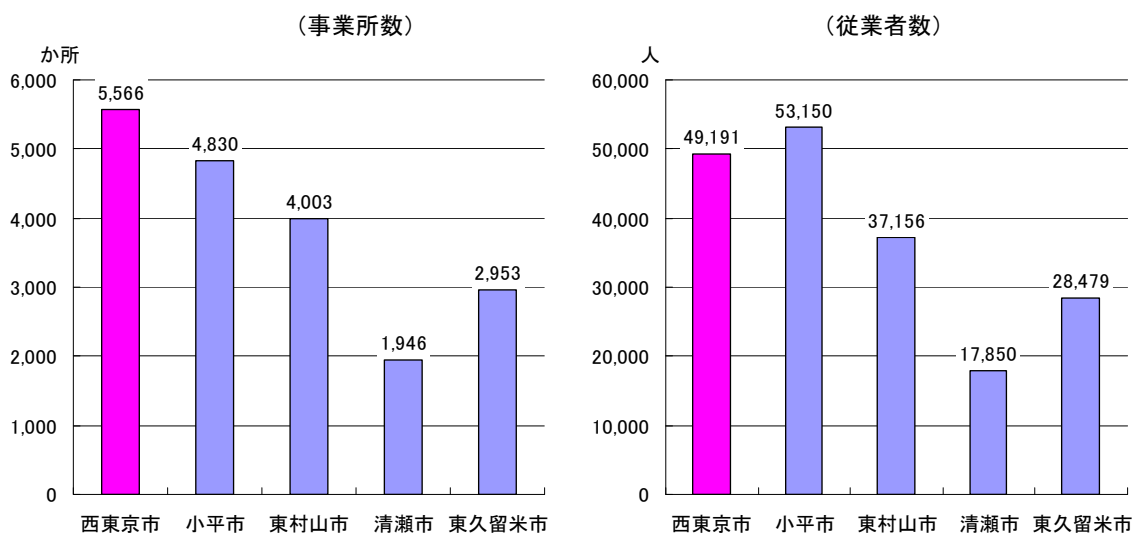
出所：総務省統計局「国勢調査報告」

## (2) 西東京市の産業の動向

### ①事業所数および従業者数

総務省の「経済センサス」によると、2009（平成21）年時点の本市内の事業所数（民営ベース）は5,566か所、従業者数は49,191人と、本市および多摩北部地域における近隣4市の中で事業所数は最多、従業者数は小平市に次いで多くなっている。

図表 12：本市および多摩北部地域における近隣4市別の事業所数及び従業者数（2009年）



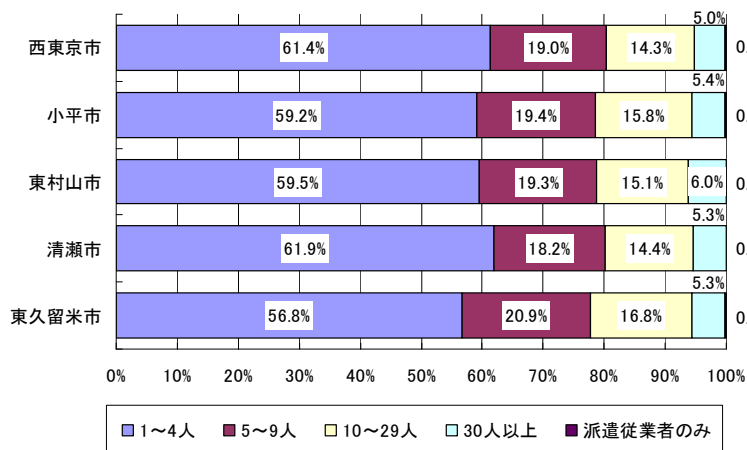
(注) 民営ベース。

出所：総務省統計局「経済センサス-基礎調査」

### ②従業者数規模別の割合

市内の事業所数を従業者数規模別に見ると、従業者数4人以下の事業所数が全体の6割を超え、同9人以下では全体の8割を超えており、本市および多摩北部地域における近隣4市の自治体と比較して、小規模の事業所の割合が高くなっている。

図表 13：本市および多摩北部地域における近隣4市別の従業者規模別の割合（2009年）



(注) 民営ベース。

出所：総務省統計局「経済センサス-基礎調査」

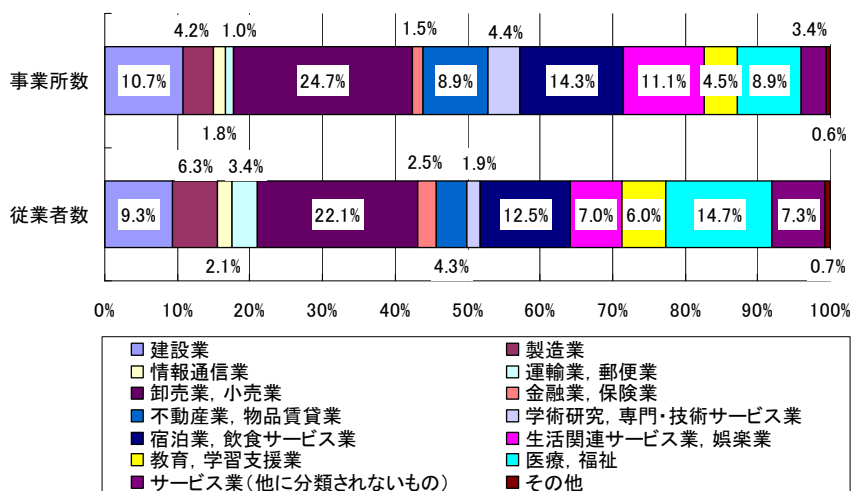


### ③産業分類別の事業所数割合及び従業者数割合

市内の事業所数を産業分類別に見ると、「卸売業、小売業」が24.7%と全体の約4分の1を占めている。次いで、「宿泊業、飲食サービス業」、「生活関連サービス業、娯楽業」、「建設業」となっており、それぞれ全体の約10%を占めている。

一方、従業者数では事業所数と同様に、「卸売業、小売業」が22.1%と最も割合が高くなっており、以下、「医療、福祉」、「宿泊業、飲食サービス業」と続いている。

図表 14：西東京市の産業分類別事業所数及び従業者数の構成比（2009年）



(注) 民営ベース。

出所：総務省統計局「経済センサス-基礎調査」

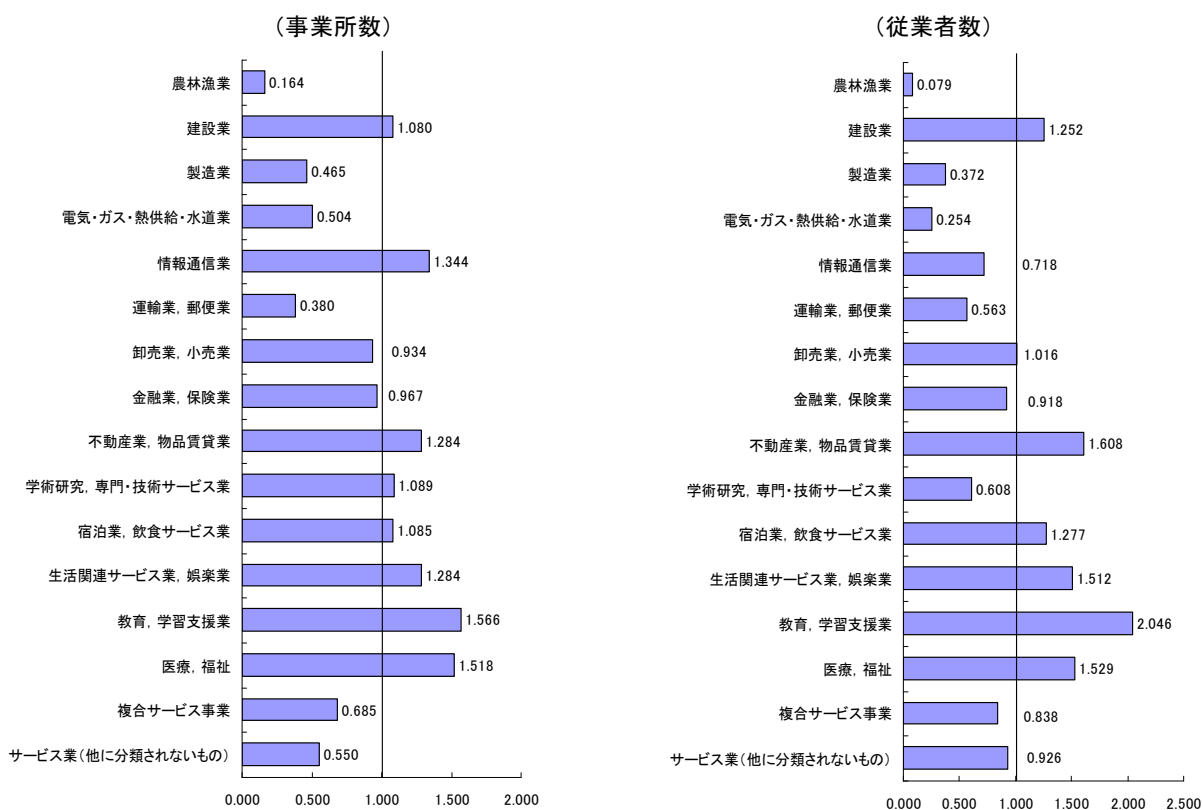
#### ④産業の集積度

特化係数（本市の全産業に占める各産業の割合÷全国の全産業に占める各産業の割合）により、本市の産業の集積度を見ると、事業所数では、「情報通信業」や「不動産業、物品賃貸業」、「生活関連サービス、娯楽業」、「教育、学習支援業」、「医療、福祉」などで1を上回っていることから、これらの産業については、全国に比べると事業所が集積していることが分かる。

一方、従業者数の特化係数について見ると、「不動産業、物品賃貸業」、「生活関連サービス業、娯楽業」、「教育、学習支援業」、「医療、福祉」などで1を上回っており、これらの産業は全国よりも雇用集積があることがうかがえる。

産業の集積度の特徴をみると、「情報通信業」や「学術研究、専門・技術サービス業」では事業所の特化係数が1を超えているものの、従業者数の特化係数が1未満であることから、本市におけるこれらの業種は小規模の事業所が多いものと推察される。

図表 15：西東京市の産業分類別事業所数及び従業者数の特化係数（2009年）



(注1) 民営ベース。

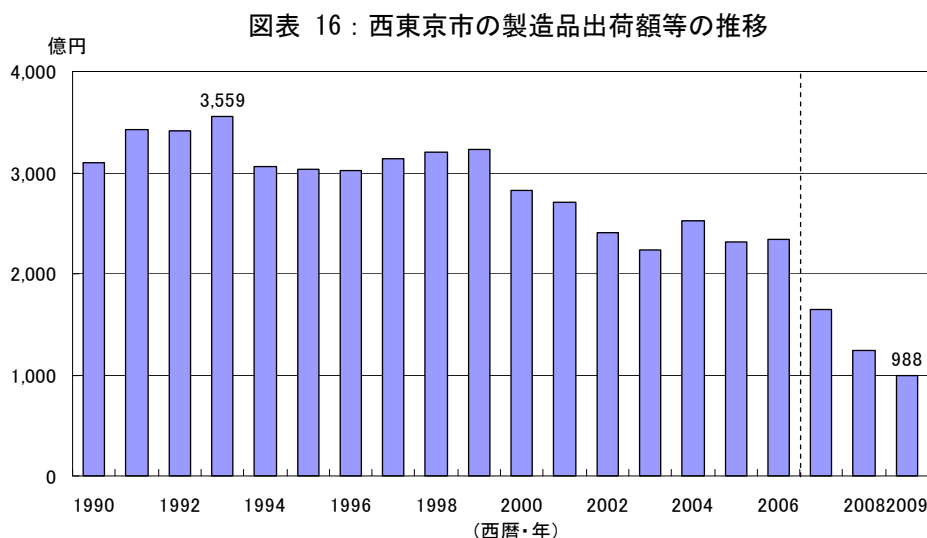
(注2) 特化係数の算出方法は以下のとおり。

特化係数＝当該地域の全産業に占める各産業の割合÷全国の全産業に占める各産業の割合。なお、特化係数が1を超えている産業については、その産業が全国平均に比べて相対的に集積していることを表す。

出所：総務省統計局「経済センサス-基礎調査」

### ⑤製造品出荷額等の推移

本市における製造業の製造品出荷額等の推移を見ると、1993（平成5）年には3,559億円まで達したものの、2000（平成12）年以降は減少傾向となっており、直近の2009（平成21）年の製造品出荷額等は988億円と1,000億円を下回っている。



(注1) 従業者規模4人以上の事業所を対象。

(注2) 2007年に製造品出荷額等の調査項目の変更が行われたことから、前年の数値とは連続しない。

出所：経済産業省「工業統計調査」

### ⑥製造品出荷額等の内訳

本市の製造品出荷額等の上位5分類を見ると、時計・同部品製造業を含む「その他の製造業」が全製造品出荷額等の7割超を占めている。また、次に多いのは「業務用機械器具製造業」（複写機や精密測定器、医療用機械器具等を製造）が18.6%となっており、この2つの産業で全体の9割を占めている。このことから本市の製造業は、時計製造業の大手メーカーであるシチズン時計（株）とその関連事業所に大きく依存している可能性が示唆される。

図表 17：西東京市の産業中分類別製造品出荷額等の上位5分類（2009年）

順位	産業分類	事業所数 (か所)	製造品出荷額等 (百万円)	構成比 (%)
1	その他の製造業	3	71,654	72.5
2	業務用機械器具製造業	8	18,404	18.6
3	印刷・同関連業	7	2,070	2.1
4	食料品製造業	15	1,919	1.9
5	情報通信機械器具製造業	3	1,644	1.7
	製造業計	68	98,776	100.0

(注1) 従業者規模4人以上の事業所を対象。

(注2) その他の製造業は時計・同部品製造業や運動用具製造業などが含まれている。

出所：経済産業省「工業統計調査」

⑦西東京市における主要工場の現在の状況および閉鎖状況

市内の現在の主要な工場は、以下のとおりである。

図表 18：西東京市内の主要工場一覧

事業所・工場名	住 所	主な製品	設立年
シチズン時計(株) 本社 東京事業所	田無町六丁目	時計	1936年
住友重機械工業(株) 田無製造所	谷戸町二丁目	防衛装備品、極低温冷凍機器	1939年
日本瓦斯(株) 田無工場	芝久保町一丁目	L P ガス	1959年
小宮山印刷(株) 田無工場	芝久保町二丁目	刷版、印刷、加工	1964年
坂田電機(株) 本社工場	柳沢二丁目	計測器、センサー	1952年

(注) 工場等の生産施設が西東京市に立地、かつ資本金規模が5,000万円以上の事業所を抽出している。

出所：各社ホームページ等

一方、本市における主要な工場の閉鎖状況について、円高が進み、産業空洞化が加速した1995（平成7）年以降の動きをみると、石川島播磨重工業(株)（現：(株)IHI）およびその関連事業所や三共(株)（現：第一三共(株)）といった大手企業の大規模な工場が本市から撤退している。工場の撤退後の跡地利用については、多くが住宅となっている。

なお、石川島播磨重工業(株)（現：(株)IHI）田無工場の跡地には、住宅や商業施設以外にも、今後、事業所等が立地する予定である。

図表 19：閉鎖した主要な工場および跡地の用途

事業所・工場名	住 所	跡地の用途	撤退年
三共(株)（現：第一三共(株)） 田無工場	芝久保町一丁目	住宅、商業施設	2002年
住友重機械工業(株) 田無製造所（一部閉鎖）	谷戸町二丁目	住宅、商業施設	2004年
石川島播磨重工業(株)（現：(株)IHI） 宇宙事業本部 田無工場	向台町三丁目他	住宅、商業施設等	2007年

(注) 過去、西東京市に工場等の生産施設が立地し、かつ、資本金規模が5,000万円以上の事業所を対象としている。

出所：日刊工業新聞社「全国工場通覧」、(株)データフォーラム「工場ガイド（東京）」、企業ホームページ等

## 2. 市内産業における課題

「産業振興マスタープラン」の他、総務省「経済センサス」、同「国勢調査」、経済産業省「工業統計」といった統計データから本市の社会経済および産業（特にソフトなものづくり関連）の現状を踏まえて、下記のように市内産業における課題を整理することができる。

### ①人口構造の変化と市内に集積する人材の活用

本市の人口は今後しばらく増加を続けるものと考えられているが、高齢化が進展していく中で市内在住の就業者数が定年退職などのため減少すれば、税収が落ち込む要因となり得る。こうした問題については、市内における就業促進が1つの対応方法と考えられる。

また、市内に住む就業者約8.8万人のうち、「専門的・技術的人材」は約1.6万人となっているが、こうした人材の多くは市外で就業をしている状況にある。今後の産業振興に取り組む上で、市外に流出している「専門的・技術的人材」の目をどのように市内の産業に向けさせるかという点が課題である。

### ②大手事業者への依存

本市の産業構造、とりわけ、ものづくり産業の状況を見ると、大規模工場の撤退や縮小が見られる一方で、製造品出荷額等の約7割を時計・同部品製造業を含む「その他製造業」が占めるなど、依然として大手事業者に大きく依存していることが推察される。

既存の大手事業者に本市で事業を継続してもらうための取組を進めていくとともに、地域経済の活性化や大手事業者の撤退リスク等に対応するため、いかに新たな産業を創出していくかという点が課題である。

### ③住宅都市とものづくり産業との調和

本市の昼夜間人口比は100を大きく下回っており、本市は住宅都市としての傾向を有している。また、本市内にかつて立地していた大規模工場の跡地の大半が住宅地へと変容していることから、本市の住宅都市化は今も継続しているものと推察される。

本市においては、住宅とものづくり産業の事業所が混在している地域があり、騒音や臭いなどの問題による近隣住民とのトラブルを避けるためであったり、また、事業用地の確保などのために市外への事業所の転出が続く可能性がある。地域経済の下支えのため、住宅地との調和が可能な産業の育成策が求められている。

### 3. 「ソフトなものづくり産業」を基点とする地域経済の活性化の可能性

前項で示したような課題を有する本市の産業であるが、総務省「経済センサス」を見ると、本市には「教育、学習支援業」、「医療、福祉」といった住宅都市に比較的多く見られる産業に加え、「情報通信業（情報サービス業や映像・音声・文字情報制作業など）」（事業所ベースの特化係数1.34）などの業種が全国平均に比べると集積していることが分かる。「情報通信業」を始めとする「ソフトなものづくり産業」は「産業振興マスタープラン」において、新たな地域の産業の核となる可能性について記述しているところであるが、各事業所の活動実態や産業構造など明らかとなっていない部分も多い。

そこで、本年度は、「情報通信業」などの「ソフトなものづくり産業」<sup>2</sup>が、本市の地域産業の核となり得るかその可能性を検証するとともに、展開すべき支援策について調査・研究を行うものである。

---

<sup>2</sup> 本報告書における「ソフトなものづくり産業」の定義については、第3章を参照。

## 第3章 「ソフトなものづくり産業」事業所の集積状況把握

本章では、まず「ソフトなものづくり産業」に含まれる業種の範囲・定義を明確化した上で、各種情報源を組み合わせ、市内に集積する同産業の事業所のリストを作成する。その後、地理情報システム（GIS）を活用して事業所の集積状況の可視化を図る。

### 1. 「ソフトなものづくり産業」の範囲

「産業振興マスタープラン」では、「ソフトなものづくり産業」の明確な定義は示していないものの、同産業に含まれる業種として、「情報サービス業（ソフトウェア業、情報処理サービス業、情報提供サービス業など）」、「インターネット付随サービス業」、「映像・音声・文字情報制作業（映像情報制作・配給業、出版業など）」、「デザイン業」、「機械設計業」といったものが挙げられている。

一方、東京都の取組を見ると、「ソフトなものづくり産業」を包含しつつ、それよりも含まれる業種の幅をやや拡大した「創造的都市型産業」を対象とした産業振興が進められている（「創造的都市型産業」集積創出助成事業など）。

また、「産業振興マスタープラン」策定時の委員会では、本市における技術力のある中小企業やファブレス企業の集積の可能性を指摘している。

本調査においては、都の振興施策の内容との整合性や「産業振興マスタープラン」（策定委員会における討議内容含む）の内容を考慮し、本市の産業誘致・育成戦略のあり方について幅広い角度から検討を行うべく、下記の要件を満たす業種を「ソフトなものづくり産業」と定義し、調査の対象とする。

#### ◆本調査における「ソフトなものづくり産業」の定義

- 西東京市の住宅都市としての特性を踏まえ、住宅との共生が可能な産業であること。
- 製造業の企画・開発など工程の一部を担う、あるいは製造業の企画・開発などと類似の工程を有する産業であること。
- 創造力や知識、ノウハウといった「見えざる資源」をインプットとし、それらの資源から、業務プロセスを通じて、コンテンツやコンピュータプログラム、設計図といったソフトな資産を創出する産業であること。

図表 20：本調査における「ソフトなものづくり産業」の範囲

大分類	中分類	小分類
製造業	製造業のうちファブレス・R&D型事業所 <sup>3</sup>	製造業のうちファブレス・R&D型事業所
情報通信業	放送業	公共放送業
		民間放送業
		有線放送業
	情報サービス業	ソフトウェア業
		情報処理サービス業
		情報提供サービス業
		その他の情報処理・提供サービス業
	インターネット付随サービス業	インターネット付随サービス業
	映像・音声・文字情報制作業	映像情報制作・配給業
		音声情報制作業
		新聞業・出版業
		ニュース供給業
		その他の映像・音声・文字情報制作に附帯するサービス業
サービス業(他に分類されないもの)	専門サービス業(他に分類されないもの)	建築設計業
		デザイン業
		機械設計業

<sup>3</sup> R&Dとは「Research & Development」の略であり、日本語で「研究・開発」のことを指す。ここでは、「R&D型事業所」という語を、製造業の各工程のうち、研究・開発工程に強みを持つ事業所の意味で使用している。



## 2. 市内事業所の抽出・整理

集積状況を把握するための第1段階として、市内に拠点を置く「ソフトなものづくり産業」関連業種の事業所について、総務省「平成21年経済センサス」における各分類の事業所数を参考にしながら複数の情報源を組み合わせ、より網羅性の高い事業所リストを作成する。なお、リスト作成に向けた具体的な作業手順は下記のとおりである。

### ◆市内集積事業所リストの作成手順

- ① NTT iタウンページ、西東京商工会会員リスト、西東京商工会 HP 検索、各種業界団体会員名簿など、比較的内容が新しく信頼性が高いと考えられる情報源をベースに、本市内の「ソフトなものづくり産業」の事業所リスト（1次リスト）を作成。
- ② 複数の情報源から情報を収集したことにより生じる1次リストでの同一事業所の重複を修正するため、名寄せ作業を実施。事業所名と住所が同じ事業所が複数存在していた場合、1事業所のみリストアップを行った（事業所が同一でも住所が異なる場合は、それぞれリストアップを行っている）。（2次リスト）
- ③ 2次リストの内容を精査し、住所が不明の事業所や明らかに現段階で本市に存在していない事業所について、個別に削除を実施。
- ④ 業種別に分類し、集積事業所リストを作成。

### (1) 「ソフトなものづくり産業」事業所リストの作成

#### ①「ソフトなものづくり産業」全般にかかる事業所情報の収集源

上記の手順により「ソフトなものづくり産業」業種に当てはまる事業所の名称および住所を抽出し、市内に拠点を置く「ソフトなものづくり産業」関連業種の事業所リストを作成するに当たり、まず次の情報源を活用して情報の収集を行った。

図表 21：「ソフトなものづくり産業」全般にかかる事業所情報の収集源

情報源	内容
ONTT iタウンページ	・ NTTがインターネット上でサービス提供を行う「iタウンページ」の検索機能を活用し、「ソフトなものづくり産業」に該当する事業所の検索を実施。
○東京都中小企業振興公社 企業情報検索	・ 東京都中小企業振興公社がHP上で提供している「企業情報」および「東京デザイナー情報」の検索サービスを活用し、本市内の事業所の情報を抽出。
○西東京商工会会員名簿	・ 西東京商工会よりご提供をいただいた会員名簿から、「ソフトなものづくり産業」に該当すると考えられる事業所を抽出。

## ②特定業種における事業所情報の収集源

また、①で掲載した情報源から得られた各業種の事業所数と総務省「平成21年経済センサス」における事業所数とを比較し、事業所件数が大きく異なる場合、下記の情報ソースを活用し、追加的に市内の「ソフトなものづくり産業」事業所の情報を収集した。

図表 22：特定業種の事業所情報の収集源

大分類	中分類	情報源
○製造業	製造業のうちファブレス・R&D型	・「たま工業交流展」出展事業所リストなど
○情報通信業	放送業	・日本コミュニティ放送協会（会員一覧） ・情報サービス産業協会HP（会員名簿） ・コンピュータソフトウェア協会HP（会員名簿） ・首都圏ソフトウェア協同組合HP（会員名簿） ・日本ソフトウェア産業協会HP（会員名簿） など
	情報サービス業	
	インターネット付随サービス業	
	映像・音声・文字情報制作業	【映像情報制作・配給業】 ・「映像産業振興機構（VIPO）」の会員である映像関連各団体のHP（会員名簿） など
○サービス業（他に分類されないもの）	専門サービス業（他に分類されないもの）	・東京都建築士事務所協会HP ・「設計・製造ソリューション展」出展事業所リスト ・日本機械設計工業会HP（会員名簿） など
○その他		・西東京商工会のHPやその他のインターネット上のWebサイトの情報を用いて情報を補足。

## ③本市「ソフトなものづくり産業」事業所の状況

①～②の情報源から作成した1次リストの結果について、名寄せやデータの整理などを行い最終的な事業所リストを作成した。その上で、記載されている事業所を業種ごとに整理すると、下表のとおり各「ソフトなものづくり産業」事業所が市内に立地していることが明らかとなった（「抽出件数」記載部分を参照）。

図表 23：本市「ソフトなものづくり産業」事業所の立地状況

分類	平成21年 経済センサス (件)	本調査での 抽出件数 (件)	差分 (件)
製造業（※）	213	283	70
放送業	1	1	0
情報サービス・インターネット付随サービス業	39	37	▲2
映像・音声・文字情報制作業	51	51	0
デザイン業	14	17	3
建築設計業	57	38	▲19
機械設計業	6	6	0

※「製造業」については、現段階ではファブレスやR&D型の事業所を含めた市内製造業事業所全体の数となっている（印刷業を除く）。

### 3. 市内事業所の集積状況の可視化

#### (1) GISによる集積状況の可視化

前節で作成した事業所リスト（製造業を除く）をもとに、事業所の立地状況をより詳細かつ分かりやすく把握するため、立地情報（住所）を地理情報分析支援システム（GIS：ソフトウェアMANDARA）を用いて、本市の地図（全域図）へプロットを行った（地図資料参照）<sup>4</sup>。

「ソフトなものづくり産業」の事業所は市内全域に点在しているが、強いて上げればオフィスビルや金融機関、商業施設が存在し、また、通勤や顧客先への移動が容易な、駅前や主要道路沿いの地域に比較的多くの事業所の立地が見られた。特に西武新宿線田無駅北口から新旧青梅街道までの地域においては、「映像・音声・文字情報制作業」や「技術サービス業」を中心として多くの事業所が立地している。

ただし、駅や主要道路から離れた住宅地と考えられる地域においても事業所の立地が見られないわけではなく、本調査の当初の問題意識を裏付けるように住宅と事業所が混在している地域が市内全域で見られる。

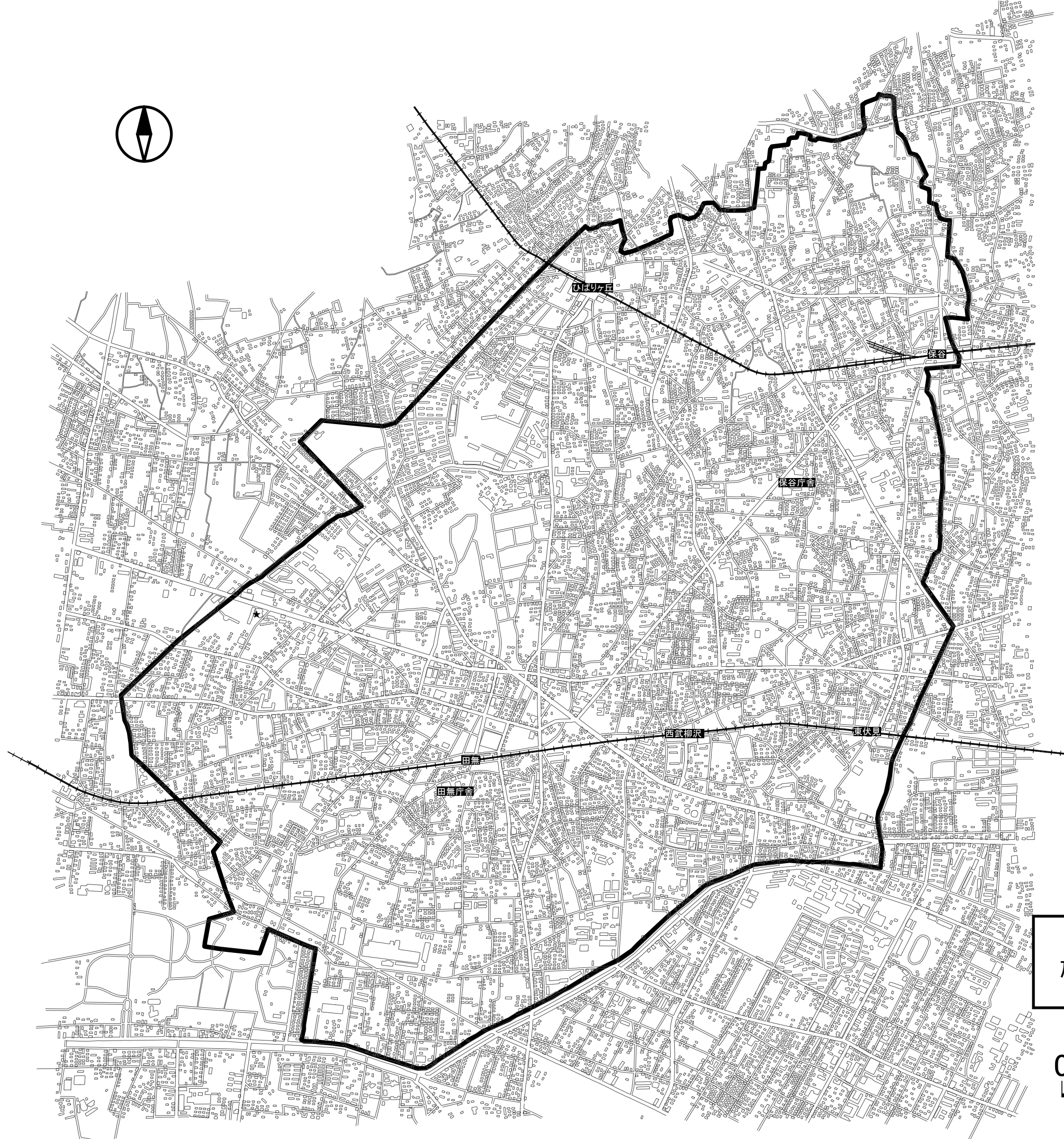
図表 24：本市「ソフトなものづくり産業」の集積状況

業種	集積が見られる地域・集積地域の状況
放送業	・芝久保町五丁目の新青梅街道沿い、多摩六都科学館、スカイタワー西東京周辺地域に立地。
情報サービス インターネット付随 サービス業	・特定の地域に集積をしておらず、市内全域に事業所が分散しているように見受けられる。 ・市全体で見ると、主要道路・街道沿い（青梅街道、新青梅街道、所沢街道、主要地方道36号線、武蔵境通りなど）や駅前に点在。
映像・音声・文字 情報制作業	・西武新宿線田無駅北口から新青梅街道・所沢街道の分岐点周辺地域にかけて比較的多くの集積が見られる（田無町三～五丁目、西原町一丁目地域）。 ・また、武蔵境通りに沿って事業所が点在している。
専門サービス業 （デザイン業）	・事業所数そのものが少ないが、新旧青梅街道、主要地方道36号線など主要道路沿いに若干の集積が見られる。
技術サービス業 （建築・機械設計）	・西武新宿線田無駅周辺、西武池袋線ひばりヶ丘駅の南側に事業所の集積が見られる。 ・また、武蔵境通り（向台町）周辺地域への集積も見られる。 ・向台町六丁目、芝久保町一丁目と比較的多くの事業所が見られる点は他業種と比較して特徴的である。
ソフトなものづくり 産業	・ソフトなものづくり産業全般の集積状況を見ると、市内各駅前周辺地域に事業所の立地が見られ、特に西武新宿線田無駅および西武池袋線ひばりヶ丘駅を中心とする半径1km圏内に事業所が集中している。 ・また、駅から離れている地域においては、上述したような市内の主要道路沿いに比較的多数の事業所の立地が見られる。 ・ただし、駅や主要道路から離れた地域において事業所の立地が見られないわけではなく、田無高校周辺や谷戸町、住吉町など住宅地と考えられる地域においても事業所が一定数存在している。

<sup>4</sup> ソフトウェアの制約上、同一の住所に同じ業種の事業所が複数立地している場合、地図上へのプロット件数は1件となる。そのため、図表23の事業所数と次ページ以降に掲載している地図上のプロット件数は必ずしも一致しない点に留意されたい。



放送業



凡例  
放送業



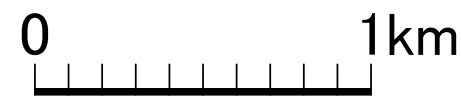


# 情報サービス・インターネット付随サービス業

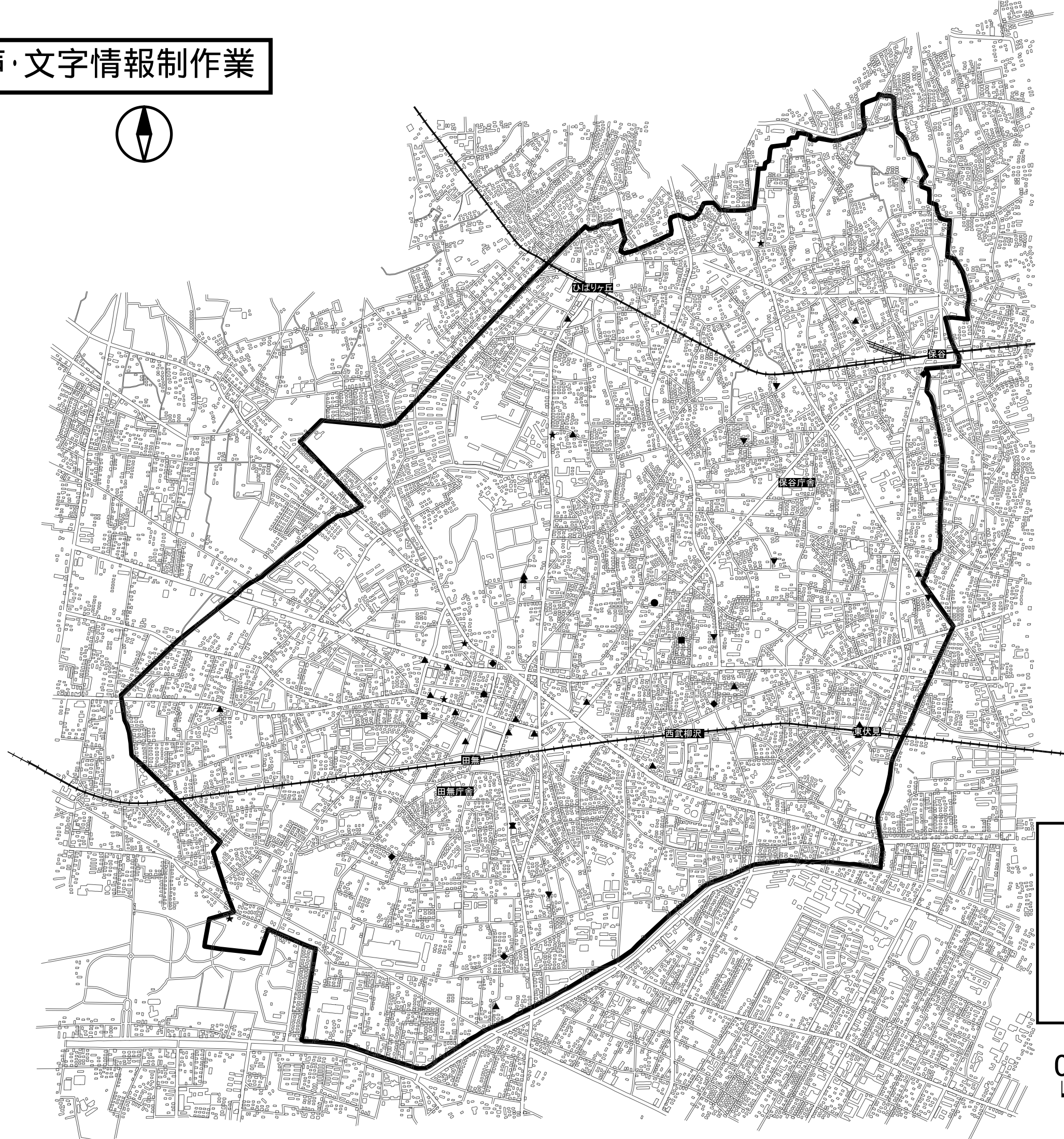


## 凡例

- ソフトウェア業
- 情報処理サービス業
- 情報提供サービス業
- インターネット付随サービス業



映像・音声・文字情報制作業



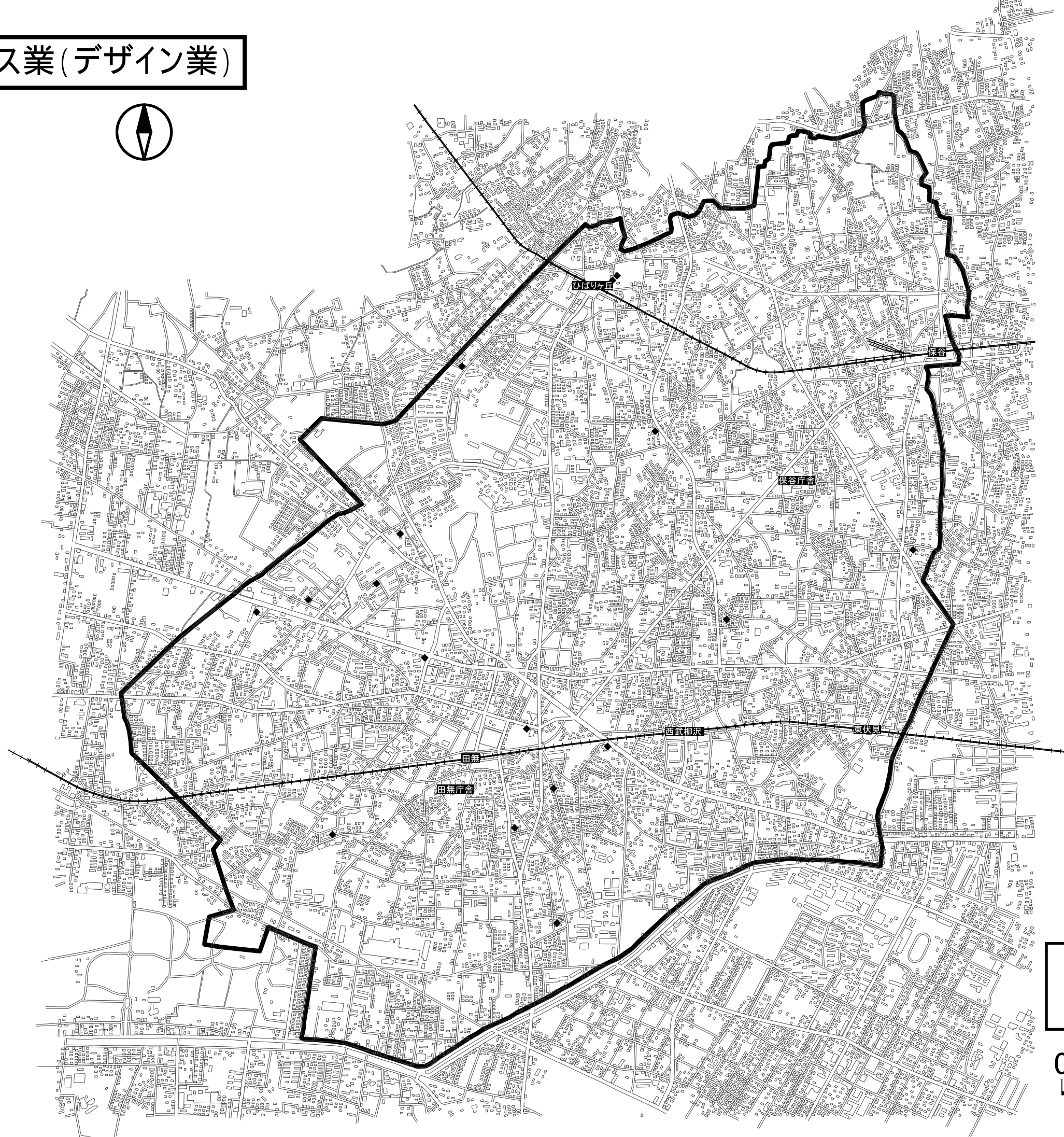
凡例

- 映像情報制作・配給業
- 音声情報制作業
- 新聞業
- 出版業
- 広告制作業
- その他の付帯サービス業

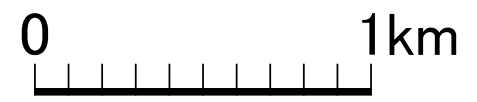




# 専門サービス業(デザイン業)

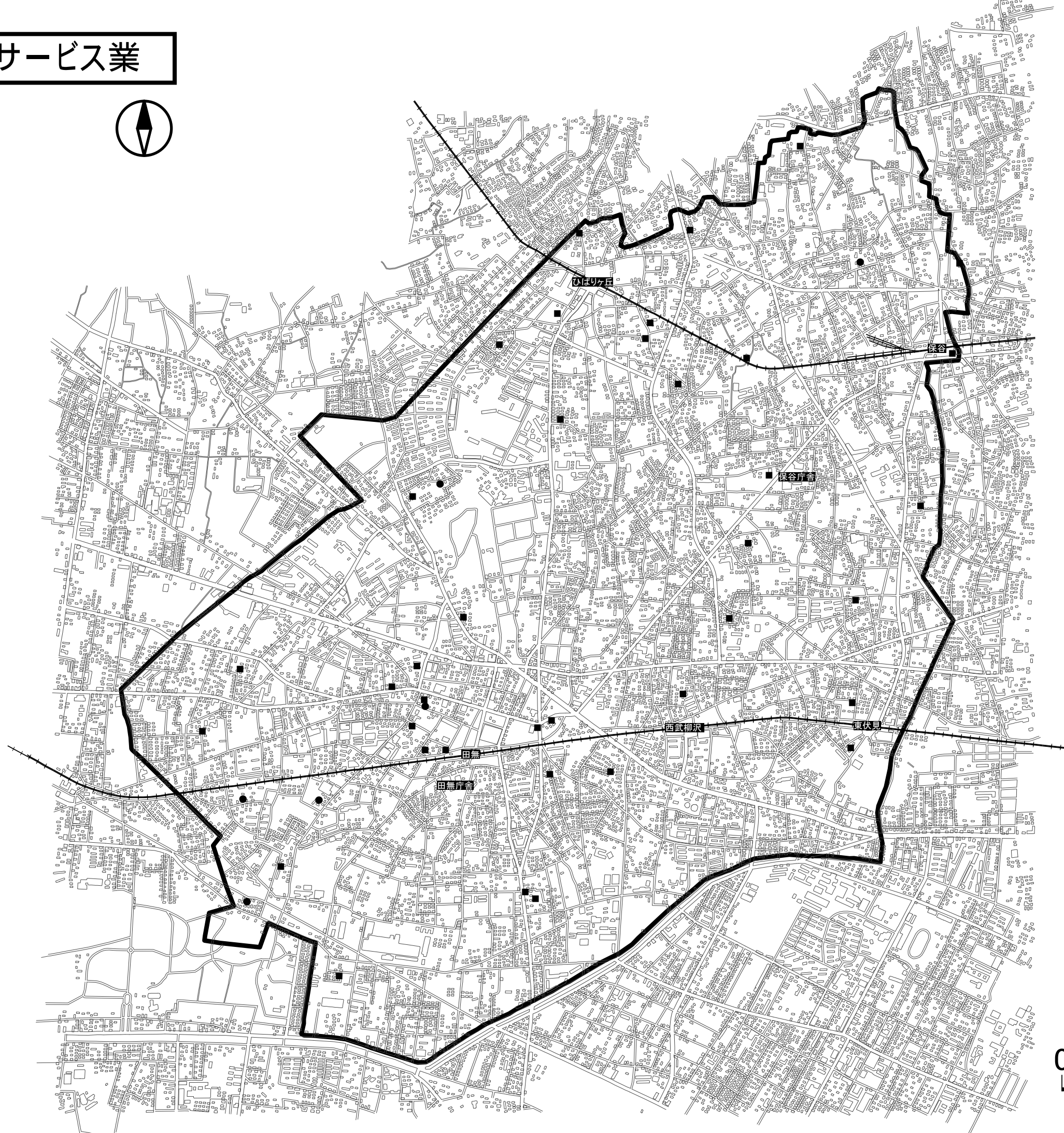


凡例  
専門サービス業(デザイン業)





# 技術サービス業

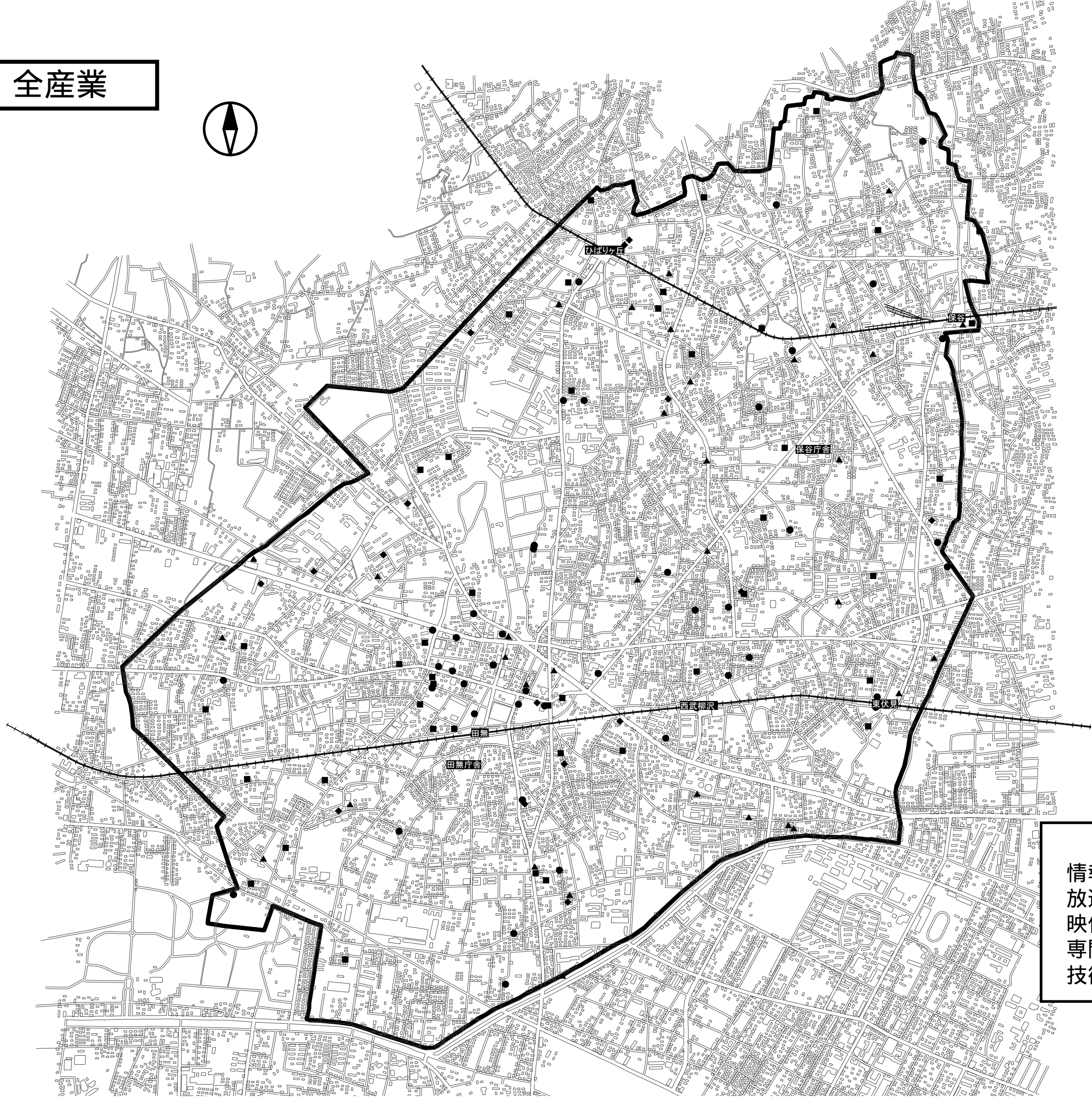


## 凡例

- 建築設計業
- 機械設計業

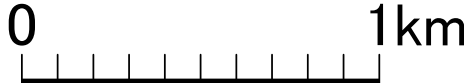


# 全産業



**凡例**

- 情報サービス・インターネット付随サービス業
- 放送業
- 映像・音声・文字情報制作業
- 専門サービス業
- 技術サービス業





## 4. 製造業事業所に対するアンケート調査

本調査では、「産業振興マスタープラン」策定時の委員会での意見などを踏まえ、市内におけるファブレス事業所・R&D型事業所の立地状況についても把握を試みた。なお、具体的には、特定の製造業事業所がファブレス事業所等であるか否かを二次情報から判別することが極めて難しいため、ここでは本章第1～2節のプロセスを通じてリストアップされた全製造業事業所に対して以下の方法でアンケート調査を実施した。

### ①調査実施概要

- ・実施期間：2011（平成23）年8月8日～8月24日（初回調査）  
2011（平成23）年9月9日～9月20日（簡易調査）
- ・配布件数：市内の製造業事業所（機械設計業含む）289件
- ・調査方法：郵送調査（郵送配布・FAX回収）
- ・回収状況（2011（平成23）年10月5日現在）：回収率33.9%（不着分を配布件数に含む）

図表 25：市内製造業向けアンケート調査の回収状況

回収状況		
有効回答	98件	33.9%
調査票不着	20件	6.9%
未回答	171件	59.2%

- ・調査項目：アンケートの主な設問項目は下記のとおり。

図表 26：市内製造業向けアンケート項目

項目	設問内容
○事業所属性	・社名、業歴、資本金、売上高、本市立地時期など
○主力製品	・主たる製品（製品、部品、試作品など）
○ものづくりプロセス	・会社全体および本市事業所で手がけるものづくりプロセス
○研究開発への取組	・研究開発への取組形態、取組内容
○研究開発の重視度	・戦略上の研究開発の位置づけ、経営資源の配分状況、成果
○顧客・取引先の状況	・顧客・取引先の種類、取引先の立地、取引先との業務上のやり取りの方法
○本市に対する評価	・本市への立地経緯、立地上のメリット・デメリット
○今後の事業展開	・事業所移転等の有無、新規参入分野、地域連携の現状と意向
○産業振興施策	・本市振興施策の認知度・活用状況、市外振興施策の活用状況など
○支援策に対する要望など	・自由回答

※網掛けの設問項目については、初回調査のみ実施。

## ②調査結果概要

有効回答 98 件のうち、「製造業である」が 52 件、「製造業ではない」が 46 件となっている。また「製造業である」52 件のうち初回調査の回答が 25 件、簡易調査の回答が 27 件である。

これらの回答より、下記のような選定基準案を示しながらファブレス事業所又は R&D 型事業所の選定を試み、ある程度これらが立地していることを推定することはできたが、本調査のみだけでは具体的に事業所を選定してリスト化・可視化するまでにはいたらない結果となった。なお、アンケート結果の詳細は資料編を参照されたい。

### ◆【ファブレス型事業所】の選定基準案

- ① 本市内の事業所で企画・開発・設計業務のみを手がけている（製造・販売を行っていない）。
- ② 経営上、研究開発を重視している。
- ③ ヒト・モノ・カネ等の経営資源を研究開発に手厚く投入している。

### ◆【R&D型事業所】の選定基準案

- ① 本市内の事業所で企画・開発・設計業務のいずれかを手がけている。
- ② 経営上、研究開発を重視している。
- ③ ヒト・モノ・カネ等の経営資源を研究開発に手厚く投入している。

## 第4章 市内「ソフトなものづくり産業」事業所へのヒアリング調査

本章では、前章で抽出・整理した市内に立地する「ソフトなものづくり産業」事業所に対して行ったヒアリング調査の実施概要の整理および調査結果のとりまとめを行う。

### 1. ヒアリング実施概要

#### ①ヒアリング対象先の選定と実施概要

前章で実施した集積状況把握の結果を踏まえ、また、業種や事業所規模等を考慮しながら、市内の「ソフトなものづくり産業」事業所の中から10事業所を選定し、ヒアリングを実施した。ヒアリングの実施概要は下記のとおりである。

図表 27：市内立地事業所向けヒアリング調査の実施概要

要件	内容
○調査目的	・集積事業所の属性や取引関係、市内への立地理由などについて、詳細な情報を収集すること。
○調査対象	・市内に集積する業種の事業所の中から、業種や集積地域、事業所規模などを考慮の上、調査対象を選定。 ・事業所の取引関係や立地上のメリット・デメリットなどを把握する経営層を対象に調査を実施する。
○調査先の例	・コンテンツ系、情報サービス系など各業種1～2社程度実施。
○調査件数	・最終的に10事業所程度を想定（集積状況に応じて増減する可能性あり）。
○調査時期	・2011年8月上旬～12月下旬
○調査手法	・事前に送付したヒアリングシートに沿って「半構造化面接」の形式で実施。

なお、ヒアリングにあたっては、調査日数等に限りがある中で効率的に情報を収集するため、ビジネスの手法の類似性などを踏まえて業種の再整理を行い（6業種→3業種へ再整理）、再整理後の3業種について3事業所を目安に聞き取りを実施した。

図表 28：市内立地事業所向けヒアリング対象業種

当初分類	ヒアリングのための再分類	事業所リスト 件数	ヒアリング 実施件数
情報サービス・インターネット付随サービス業	・情報通信・ICT系業種	37	3
映像・音声・文字情報制作業 放送業	・映像等コンテンツ系業種	52	4
デザイン業 建築設計業 機械設計業	・設計・デザイン系業種	61	3

## ②ヒアリング項目（聞き取り調査実施項目）

今回のヒアリングでは、市内で事業を営む上でのメリット・デメリットや市に対して期待する産業振興施策（施策ニーズ）などを明らかにするため、下記の項目についてヒアリングシートを作成した。実際のヒアリングにおいては、まず日程調整等の段階で対象事業所に対して下記のヒアリング項目を送付し、訪問時に事前に送付した項目に従って聞き取りを行う方法を取った。

図表 29：市内立地事業所向けヒアリング項目

項目	ヒアリング内容
○業界構造と域外との関係性について	・ 主な顧客および外注先の所在（市外か市内か）
	・ 顧客との業務上のやり取りの方法（相対、電子メール、郵便等）
○立地について	・ 本市への立地を決めた経緯・理由
	・ 事業所の立地選定において重視する点
	・ 本市の立地上の利点と問題点（メリット・デメリット）
○今後の市内での事業展開について	・ 今後の事業展開（拠点の新設・移転の有無とその立地）
	・ 近隣住民との関係（苦情等の有無など）
	・ 市内の同業他社、異業種、市民、大学、行政などとの交流・連携の現状と今後の取組方針
	・ 市内の同業他社、異業種、市民、大学、行政などとの交流・連携を促進する上で重要な点（連携促進要因）
○行政に対する要望	・ 本市の産業振興施策の認知度
	・ これまで活用した行政等による支援策の内容（国や都、他都市の施策を含む）
	・ 今後、「ソフトなものづくり産業」の育成・誘致を進めていく上で、本市に求められる役割・支援策

	A社（情報通信・ICT系業種：8/9実施）	B社（設計・デザイン系業種：8/9実施）	C社（映像等コンテンツ系業種：8/23実施）
事業所概要	<p>○設立：1990年代前半</p> <p>○本社所在地：西東京市田無町</p> <p>○法人形態：個人事業主</p>	<p>○設立：2000年代前半（1990年代後半創業）</p> <p>○本社所在地：西東京市ひばりが丘北</p> <p>○法人形態：有限会社（中小規模）</p>	<p>○設立：2000年代前半</p> <p>○所在地：西東京市富士町（本社は長野県）</p> <p>○法人形態：有限会社（個人事業主の集合体）</p>
業界構造と域外事業所との関係性について	<p>○主要顧客および外注先の所在について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取引先の多くは中小事業所。ただし、売上は大手中心。</li> <li>・市内取引先は4社/40社。</li> <li>・技術力のある個人事業主に業務を外注（市内にはなし）。</li> </ul> <p>○顧客との業務上のやり取りの方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・トラブル発生は現地に行って原因を探るケースもあり。</li> </ul>	<p>○主要顧客および外注先の所在について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取引先は市外のみ。業界団体のイベントやHPなどを通じて取引に至る。</li> <li>・市内業者への外注は品質とコストの面から実施せず。</li> </ul> <p>○顧客との業務上のやり取りの方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・メールや直接面談、メールや宅配便（外注）などが中心。</li> </ul>	<p>○主要顧客および外注先の所在について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・同社の主要顧客および下請先は西武新宿線、同池袋線、JR中央線に集中。</li> <li>・顧客先、外注先ともに市内外を意識しているわけではない。</li> </ul> <p>○顧客との業務上のやり取りの方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・元請会社や外注先とともに相対の打ち合わせが比較的多い。</li> </ul>
事業立地に対する考え方について	<p>○西東京市に立地を決めた経緯・理由について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・現経営者の自宅のあった旧田無市で創業。</li> <li>・打合せ場所として駅と自宅から近いマンションを購入。</li> </ul> <p>○西東京市で事業を営む上での立地上のメリットについて</p> <p>【顧客先へのアクセス利便性】</p> <p>【オフィス賃料の安さと落ち着いた街の雰囲気】</p> <p>○西東京市で事業を営む上での立地上のデメリットについて</p> <p>【潜在顧客の少なさ】</p> <p>【変化に消極的な地域性】</p>	<p>○西東京市への立地を決めた経緯・理由について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新座市で創業。2000年の有限会社設立時に市内へ移転。</li> </ul> <p>○西東京市で事業を営む上での立地上のメリットについて</p> <p>【職住近接】</p> <p>【都心までのアクセス利便性】</p> <p>【オフィス賃料の安さ】</p> <p>○西東京市で事業を営む上での立地上のデメリットについて</p> <p>【西東京市という都市名が顧客に与えるイメージ】</p> <p>【駅周辺の手ごろなオフィス物件の少なさ】</p>	<p>○西東京市への立地を決めた経緯・理由について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・顧客や外注先の分布の中心にスタジオを開業したいと考えていた。</li> <li>・本市は当初の条件を満たす地域だが、必ずしも本市でなければならぬということはない。</li> </ul> <p>○西東京市で事業を営む上での立地上のメリットについて</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・23区より賃料は安価だが、特に利点は思いつかない。</li> </ul> <p>○西東京市で事業を営む上での立地上のデメリットについて</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・夜間、食事場所に困ることがある。</li> </ul>
今後の市内での事業展開について	<p>○市内の同業他社等との交流・連携の現状および今後の交流・連携意向について</p> <p>■市内事業所との取引意向</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・変化に消極的な事業所が多く、商売の相手にするのは難しい。</li> <li>・ただ、取引を行いたくないわけではなく、これまでマッチング等の機会がなかっただけ。</li> </ul> <p>■商工会等への参加による市内事業所との連携意向</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・商工会は退会。動きが鈍いと印象あり。</li> <li>・金融機関の勉強会も参加する意味はないと考えている。</li> </ul> <p>■その他</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市内の同業他社の実力がわからないため、連携は難しい。</li> </ul> <p>○市内人材の活用状況と今後の展望について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市内人材限定で雇用するつもりは無い。ネットで募集すれば、いくらでも優秀な人材が集まる。</li> </ul>	<p>○現在の市内事業所の位置づけについて</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市外移転の予定なし。長期的には都心などに出先事務所を設ける可能性あり。</li> </ul> <p>○市内の同業他社等との交流・連携の現状および今後の交流・連携意向について</p> <p>■市内事業所との取引意向</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市内事業所との取引はないが、可能ならば取引を行いたい。</li> </ul> <p>■商工会等への参加による市内事業所との連携意向</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・商工会は地場事業所の仲良しクラブとの印象。期待せず。</li> </ul> <p>■同業者との連携</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市内同業者の存在を知らない（PRが不足しているのでは）。</li> </ul> <p>■市の施策に対する協力可能性</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・自社ノウハウの活用による市の施策への協力は可能。</li> </ul> <p>○市内人材の活用状況と今後の展望について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・今後も市内人材を活用予定（職住近接の強み）。</li> </ul>	<p>○現在の市内事業所の位置づけについて</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事業内容の拡充等は考えていない。</li> <li>・中長期的には、元請会社になりたいと考えている。</li> </ul> <p>○市内の同業他社等との交流・連携の現状および今後の交流・連携意向について</p> <p>■同業他社との交流・連携について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・同業他社とは業務上の関係が中心。</li> </ul> <p>■異業種事業所との交流・連携について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・本市で異業種との業務を積極的に行う予定はない。CM等の仕事を掘り起こしても、収入面の大勢に影響がない。</li> </ul> <p>○市内人材の活用状況と今後の展望について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・採用したスタッフが西東京市に住むというケースが大半。</li> </ul>
行政への要望	<p>○これまでに活用した行政等による支援策の内容について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「産業振興マスタープラン」のことは知らなかった。</li> <li>・過去、国や都の支援策を利用したことはない。また、特許を保有しているが、知財支援策等を利用したことはない。</li> </ul> <p>○西東京市が「ソフトなものづくり産業」の育成・誘致を進めるために必要な支援策や市に求められる役割について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・官公需を地元業者に対して優先発注する仕組み。</li> <li>・市内事業所とのビジネスマッチングの機会。</li> <li>・SOHOの実態把握と支援（賃料助成、インキュベーション施設、SOHOオフィスの設置など）。</li> </ul>	<p>○これまでに活用した行政等による支援策の内容について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・本市の産業振興施策は、ほとんど知らない。</li> <li>・これまで行政の支援策や助成金など活用したことはない。</li> </ul> <p>○西東京市が「ソフトなものづくり産業」の育成・誘致を進めるために必要な支援策や市に求められる役割について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市内事業所間の取引促進に向けた展示会等の開催。</li> <li>・技術力ある市内事業所の発掘と国内外への紹介・情報発信。</li> <li>・経営に関するメール等による無料相談対応。</li> <li>・官公需へ新規事業所が参入できる環境づくり。</li> <li>・税制優遇。</li> <li>・産業振興委員会などでの中小事業所の意見の検討。</li> </ul>	<p>○これまでに活用した行政等による支援策の内容について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・本市の産業振興施策は、ほとんど知らないのが現状である。</li> <li>・市内外の産業振興施策についても利用したことはない。</li> <li>・市による融資の斡旋等は、機会があれば活用を検討したい。</li> </ul> <p>○西東京市が「ソフトなものづくり産業」の育成・誘致を進めるために必要な支援策や市に求められる役割について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・現場スタッフに対する支援をお願いしたい。市内で働くスタッフに対する住宅補助などがあれば非常に有難い。</li> </ul>

	D社（映像等コンテンツ系業種：8/25実施）	E社（映像等コンテンツ系業種：文書回答）	F社（情報通信・ICT系業種：9/16実施）
事業所概要	<p>○設立：1970年代前半</p> <p>○本社所在地：西東京市田無町</p> <p>○法人形態：株式会社（中小規模）</p>	<p>○設立：1990年代半ば</p> <p>○本社所在地：西東京市向台町</p> <p>○法人形態：株式会社（1人事業所）</p>	<p>○設立：1980年代前半</p> <p>○本社所在地：西東京市向台町</p> <p>○法人形態：株式会社（中小規模）</p>
業界構造と域外事業所との関係性について	<p>○主要顧客および外注先の所在について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>顧客は1都3県を中心に広域に渡る。市内の顧客は中小事業所が多く、長期取引先も多数。</li> <li>外注先は営業担当者の使い勝手の面から市外業者が多い。</li> <li>また、デザイナー等は都心の事業所との取引が中心である。</li> </ul> <p>○顧客との業務上のやり取りの方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>顧客や外注業者とは相対での打合せが中心。</li> </ul>	<p>○主要顧客および外注先の所在について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>主要顧客は東京都心部の事業所。市内取引はなし。</li> <li>製作は新宿区、保管・配送は埼玉県の実業所に外注。</li> <li>業務上ネットワークのある大学の研究者等は東京都内に限らず様々。</li> </ul> <p>○顧客との業務上のやり取りの方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>顧客等とのやり取りはメール中心。</li> </ul>	<p>○主要顧客および外注先の所在について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>主要な取引先は都内の学校。一部、市外の民間事業所と取引あり。</li> <li>外注先は市外のみであり、市内事業所は1社もなし。</li> </ul> <p>○顧客との業務上のやり取りの方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>メール、電話が中心だが重要な事項を決定する際には、顧客を訪問するケースもある。</li> </ul>
事業立地に対する考え方について	<p>○西東京市への立地を決めた経緯・理由について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>現社長が70年代に創業。1996年に新宿区に営業所を開設。</li> </ul> <p>○西東京市で事業を営む上での立地上のメリットについて</p> <p>【既存顧客の集積】</p> <p>【電車による交通アクセス】</p> <p>【職住近接】</p> <p>○西東京市で事業を営む上での立地上のデメリットについて</p> <p>【都心からの距離】</p> <p>【オフィス立地が顧客に与えるイメージ】</p> <p>【若手人材の採用・定着】</p> <p>【市内の道路状況】</p>	<p>○西東京市に立地を決めた経緯・理由について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>経営者が前職の経験を活かして自宅創業。</li> </ul> <p>○西東京市で事業を営む上での立地上のメリットについて</p> <p>【顧客先へのアクセス利便性】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>打合せや営業等で東京都心部に出るのに便利。</li> </ul> <p>○西東京市で事業を営む上での立地上のデメリットについて</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>特になし</li> </ul>	<p>○西東京市に立地を決めた経緯・理由について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>現経営者の自宅（旧保谷市）から近い。</li> <li>他の自治体も考慮したが、コスト面や利便性等を総合的に判断して、本市に立地。</li> </ul> <p>○西東京市で事業を営む上での立地上のメリットについて</p> <p>【都心までのアクセス利便性】</p> <p>【他都市に比べてコスト安】</p> <p>○西東京市で事業を営む上での立地上のデメリットについて</p> <p>【弱い顧客集客力】</p> <p>【潜在的な外注先事業所が皆無】</p>
今後の市内での事業展開について	<p>○現在の市内事業所の位置づけについて</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>本市以外にも本社の選択肢はあると思っている。移転する際も登記上の本社は市内に置き、納税したい。</li> </ul> <p>○市内の同業他社等との交流・連携の現状および今後の交流・連携意向について</p> <p>■市内事業所との取引意向</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>近隣の事業所とは競合先になる可能性あり。積極的な連携は今現在必要ない。</li> </ul> <p>■地域との連携</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>商工会からのイベント等への協力依頼には積極的に対応。</li> <li>学校等から打診があれば、インターン等の受入は歓迎する。</li> <li>スポーツを通じた次世代育成、コミュニティ再生に注力。</li> </ul>	<p>○市内の同業他社等との交流・連携の現状および今後の交流・連携意向について</p> <p>■市内事業所との取引意向</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>市内で営業活動を行っているわけではなく、市内事業所との直接的な取引はない。</li> </ul> <p>■商工会等への参加による市内事業所との連携意向</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>市内の同業他社との交流や連携はない。</li> </ul> <p>■その他</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>市内の大学等との交流や連携はない。</li> </ul> <p>○市内人材の活用状況と今後の展望について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>業務拡大の意思はないため、市内での人材確保や人材活用の意向はない。</li> </ul>	<p>○市内の同業他社等との交流・連携の現状および今後の交流・連携意向について</p> <p>■市内事業所との取引意向</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>同社のニーズを満たす事業所がいれば、交流や連携を検討しても良い。しかしオンリーワン事業所を目指しており、簡単に交流や連携を行うつもりはない。</li> </ul> <p>■商工会等への参加による市内事業所との連携意向</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>加入はしているが、現時点では連携の意向はない。</li> </ul> <p>○市内人材の活用状況と今後の展望について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>同社の採用条件を満たす人がいれば、積極的に採用したいと考えている。</li> </ul>
行政への要望	<p>○これまでに活用した行政等による支援策の内容について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>支援施策について、Web公開だけでは伝わってこない。</li> </ul> <p>○西東京市が「ソフトなものづくり産業」の育成・誘致を進めるために必要な支援策や市に求められる役割について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>西武新宿線がJR新宿駅へ直結すれば、都市としてのさらなる発展が見込めるのではないかと。</li> <li>支援策の案内を事業所へ郵送するような取組が必要。</li> <li>新規事業進出への助成など、特別なメリットのある施策があれば良い。</li> <li>雇用に関し、国と異なる視点での助成があれば有難い。</li> <li>市内立地に対し、金銭的メリットが得られる施策があれば、事業所流入等につながるのではないかと。</li> </ul>	<p>○これまでに活用した行政等による支援策の内容について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>市の産業振興施策については知らない。</li> <li>支援策を利用したこともない。</li> </ul> <p>○西東京市が「ソフトなものづくり産業」の育成・誘致を進めるために必要な支援策や市に求められる役割について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>特になし。</li> </ul>	<p>○これまでに活用した行政等による支援策の内容について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>本市の産業支援施策については全く知らない。</li> <li>補助金の制度など情報収集を行っているが、実際に活用するまでには至っていない。</li> <li>事業に前向きな事業所を後押しする施策が少ないので、そのような事業所に対して援助して頂ける施策があると良い。</li> </ul> <p>○西東京市が「ソフトなものづくり産業」の育成・誘致を進めるために必要な支援策や市に求められる役割について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>起業する人を増やすような施策。</li> </ul>



	G社（設計・デザイン系業種：9/27実施）	H社（情報通信・ICT系業種：10/11実施）	I社（設計・デザイン系業種：10/28）
事業所概要	<p>○設立：1970年代前半</p> <p>○本社所在地：西東京市芝久保町</p> <p>○法人形態：株式会社（中小規模）</p>	<p>○設立：1990年代後半</p> <p>○本社所在地：西東京市西原町</p> <p>○法人形態：株式会社（中小規模）</p>	<p>○設立：1980年後半（創業は1970年代前半）</p> <p>○本社所在地：西東京市田無町</p> <p>○法人形態：株式会社（中小規模）</p>
業界構造と域外事業所との関係性について	<p>○主要顧客および外注先の所在について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 主要な取引先は首都圏から関東近辺の市外電機メーカー。加えて、研究機関との取引もあり。反面、市内事業所との取引先は1社もなし。</li> <li>・ 外注先も市外のみであり、市内事業所は1社もなし。</li> </ul> <p>○顧客との業務上のやり取りの方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ メール、電話が中心だが重要な事項を決定する際には、顧客を訪問するケースもある。</li> </ul>	<p>○主要顧客および外注先の所在について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 取引先の多くは大手事業所。業務多忙のため、新規取引先ではなく、既存取引先中心。市内取引先はなし。</li> <li>・ 取引先は、23区内及び23区周辺に立地。</li> </ul> <p>○顧客との業務上のやり取りの方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 以前は西東京市内の事業所で開発請負をしていたが、事業所の情報資産の管理強化により、東京23区内及び23区周辺顧客先に常駐する請負派遣の形態に変化した。</li> </ul>	<p>○主要顧客および外注先の所在について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 現在の顧客は西東京市を中心として、小金井、練馬、他県にも広がっている。また、外注先・協力会社は工事が行われる周辺地域の業者を活用することが多い。</li> </ul>
事業立地に対する考え方について	<p>○西東京市に立地を決めた経緯・理由について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 創業当時は23区に立地していたが、顧客の所在地が広範囲に及んでいたことから、顧客訪問の際に便利な地点として本市を選択。</li> <li>・ 設備の増強を行ううえでスペースが手狭だったため、より広い敷地確保の必要性が生じたため。</li> </ul> <p>○西東京市で事業を営む上での立地上のメリットについて【特になし】</p> <p>○西東京市で事業を営む上での立地上のデメリットについて【特になし】</p>	<p>○西東京市に立地を決めた経緯・理由について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 23区内で創業したが、市内立地事業所の資本参加を契機に市内に移転。ただし、親会社との取引自体は無し。</li> </ul> <p>○西東京市で事業を営む上での立地上のメリットについて【関連事業所ビル内立地によるオフィス賃料の安さ】</p> <p>○西東京市で事業を営む上での立地上のデメリットについて【顧客先が遠い】</p> <p>【西武線しかないため、交通が不便】</p>	<p>○西東京市への立地を決めた経緯・理由について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 創業者の実父が旧田無市で事業を営んでおり、創業者自身も同市出身。</li> </ul> <p>○西東京市で事業を営む上での立地上のメリットについて【地元経営者との信頼関係・ネットワーク】</p> <p>【職住近接】</p> <p>○西東京市で事業を営む上での立地上のデメリットについて</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 立地上のデメリットを感じたことはない。</li> <li>・ 旧東大農場への新市庁舎の移転が実現すれば、現在のオフィスの利便性が高まるのではないかと考えている。</li> </ul>
今後の市内での事業展開について	<p>○市内の同業他社等との交流・連携の現状および今後の交流・連携意向について</p> <p>■市内事業所との取引意向</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 市内事業所との連携は今までは特になし。ただし、同業種の事業所と連携は行いたいので、今後、本市にそのような事業所が出てくれば、検討していきたい。</li> </ul> <p>■商工会等への参加による市内事業所との連携意向</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 加入しているものの、他の会員事業所との業務上の連携は特になし。</li> </ul> <p>■その他</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 他社との連携方法は、インターネットによる事業所検索が主要。連携したい事業所があれば、電話やメールで直接連絡。</li> </ul>	<p>○市内の同業他社等との交流・連携の現状および今後の交流・連携意向について</p> <p>■市内事業所との取引意向</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 市内取引先は欲しいが、市内立地事業所の情報が得られないし、接点もない。</li> </ul> <p>■その他</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 業務が請負派遣に変わってしまったため、市内事業所で業務を行うことはあまりない。</li> <li>・ 大学講師は面白いが、産学連携での開発は、開発期間中に収入を得られないので、その補填がないと厳しい。</li> </ul>	<p>○市内事業所における今後の事業展開について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 増築はしたいが、現在地から移転する予定はない。</li> </ul> <p>○市内の同業他社等との交流・連携の現状および今後の交流・連携意向について</p> <p>■市内事業所との関係</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 経済団体などを通じた異業種との交流が中心。</li> <li>・ 異業種交流やまちづくりを目的とする「夢の会」を立ち上げて活動。同会では市長とも情報交換を実施。</li> <li>・ 市内の同業者とは情報交換を行う程度。</li> </ul> <p>■医療・福祉関連業界との業務</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 近隣市などの老人ホームの設計も手がけている。またサービス付高齢者向け住宅（以下、サ高住）に興味があり、制度改正等について勉強をしている。</li> </ul>
行政への要望	<p>○これまでに活用した行政等による支援策の内容について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 本市の産業振興施策については名前すら知らない。</li> <li>・ 他の自治体等の補助金制度には申請したが、審査が通らなかったことから、実際に活用したことはない。</li> </ul> <p>○西東京市が「ソフトなものづくり産業」の育成・誘致を進めるために必要な支援策や市に求められる役割について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 大手と中小のニーズをマッチングさせる橋渡しの役割。</li> <li>・ 区画整理による交通の利便性の向上や商業地域と工業地帯の区分け。</li> </ul>	<p>○これまでに活用した行政等による支援策の内容について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 行政が何をやっているか、メールでいいから送って欲しい。</li> <li>・ 業界団体や銀行から薦められ、職安の雇用調整助成金、市の利子補給制度を活用。</li> </ul> <p>○西東京市が「ソフトなものづくり産業」の育成・誘致を進めるために必要な支援策や市に求められる役割について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 駅前へのインキュベーション施設の設置。</li> <li>・ 事業所が立地している周辺自治体との連携。</li> <li>・ 市内や周辺自治体立地の事業所とのマッチング支援。</li> </ul>	<p>○西東京市の産業振興施策の認知度について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 本市の産業振興施策は、ほとんど知らないのが現状である。</li> </ul> <p>○西東京市が「ソフトなものづくり産業」の育成・誘致を進めるために必要な支援策や市に求められる役割について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 行政施策等の情報を市の広報で流すだけでは不十分。</li> <li>・ サ高住等への支援に市が力を入れるべきと考えており、建築の立場からサポートしていきたい。</li> <li>・ 地場の事業所を大事に育てる姿勢を示すことが必要。</li> <li>・ 街路筋の活性化に向け、自由に意見交換できる場が欲しい。</li> </ul>

	J社（映像等コンテンツ系業種：12/22実施）
事業所概要	<p>○設立：1990年代後半</p> <p>○本社所在地：西東京市芝久保町</p> <p>○事業規模：株式会社（中小規模）</p>
業界構造と域外事業所との関係性について	<p>○主要顧客及び外注先の所在について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・主要顧客は市内企業、大学、個人団体等多岐に渡る。市外よりも市内の顧客が多い。</li> <li>・外注先については、市外と市内ほぼ同じ割合である。</li> </ul> <p>○顧客との業務上のやり取りの方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・プロジェクトの方向性が決まるまでは直接の、方向性が決定した後はメールでのやり取りが中心。</li> </ul>
事業立地に対する考え方について	<p>○西東京市に立地を決めた経緯・理由について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・親会社が音声・映像等コンテンツ系事業の参入を決めた際に、同社を設立。本市以外では規制により事業実施が不可能なため、本市に立地。</li> </ul> <p>○西東京市で事業を営む上での立地上のメリットについて</p> <p>【企業や組織間連携を実施するには、適度な人口規模】</p> <p>○西東京市で事業を営む上での立地上のデメリットについて</p> <p>【他の沿線に比べると潜在顧客が少ない】</p>
今後の市内での事業展開について	<p>○市内の同業他社等との交流・連携の現状および今後の交流・連携意向について</p> <p>■市内事業所との取引意向</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・今後も異業種と積極的に取引を行いたい。また、同社と企業間のみでの取引だけではなく、同社と取引がある企業同士の交流や連携に対する支援（企業と企業との橋渡しの存在）も引き続き積極的に行いたい。</li> </ul> <p>■企業以外との連携</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・病院や大学とも連携を行っている。病院からは、講演の進行役を任される場合がある。また、大学とは、大学側が持ち込んだ企画を共同で実施する代わりに、同社の事業の一部を手伝って頂いている場合もある。</li> </ul> <p>■行政との連携</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市と事業連携しているほか、防災関連等の情報伝達体制の1つとして同社が位置づけられている。</li> </ul> <p>○市内人材の活用状況と今後の展望について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・仕事を通じて知り合った人のうち、本市に関心がありそうな人に対して、面談等を経てボランティアスタッフとして登録してもらうことがある。</li> </ul>
行政への要望	<p>○これまでに活用した行政等による支援策の内容について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・産業振興マスタープランは認知しているが、詳細は把握していない。</li> <li>・国や都の支援制度は活用したことがない。</li> </ul> <p>○西東京市が「ソフトなものづくり産業」の育成・誘致を進めるために必要な支援策や市に求められる役割について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・空きスペースの有効活用（例：個人事業主（SOHO 事業者）等に対する仕事する場所の提供）。</li> </ul>

## 2. ヒアリング結果のまとめ

ヒアリング結果を通じて得られた本市の「ソフトなものづくり産業」の特徴、立地上のメリット・デメリット、産業振興施策に対する要望等を次のとおり整理する。

### ○事業所概要

今回の調査においては、ヒアリング対象の選定に当たり事業所規模について偏りが出ないように配慮をしたが、それでもなお、比較的規模が大きい事業所でも売上高3億円程度であるなど個人事業主や零細事業所などを含め中小規模の事業者が多く見られた。

### ○主要顧客や外注先の状況

今回のヒアリング対象先事業所（以下、対象先）についてその主要顧客の状況を見ると、各事業所の事業内容や本市への立地経緯などにより顧客の事業規模や事業立地などは様々であった。ただし、本市およびその周辺地域など限られた地域だけでビジネスを行っている対象先はほとんどなく、23区を中心に首都圏やより広域の顧客との取引が行われている点は共通していた。

一方、外注先については、市外の業者に外注を行っているとの回答が多く聞かれた。その理由としては、自社のニーズ（コスト・納期）を満たせる事業所が市内にない、自社の競合先になりかねないといった意見が挙げられていた。

### ○顧客および外注先とのやり取り

顧客・外注先とのやり取りについては、メールや電話が使用される一方で、「ソフトなものづくり産業」であってもFace to Faceのコミュニケーションが重視されていた。

### ○本市への立地経緯と立地上のメリット・デメリット

#### ■本市への立地経緯

一部において戦略的な立地選定理由が挙げられていたが、最も多く見られたのは、対象先の創業者の自宅が市内にあったため開業時に本市を立地として選択したというケースであった。

#### ■本市の立地上のメリット・デメリット

本市の立地上のメリットとしては、①鉄道によるアクセス利便性（顧客先・都心部など）、②都心部と比較したオフィス賃料の安さ、③住宅都市として「職住近接」が可能である点の大きく3点が挙げられていた。また、長く本市内で事業を営んでいる対象先の中には、過去の経緯から市内での顧客基盤が確立されている点を指摘する事業所も見られた。

一方、本市の立地上のデメリットとしては、都市名が顧客に与えるイメージに関する問題が複数の対象先から指摘された（西東京市が遠方をイメージさせる、23区と比較したブランドイメージの弱さ）。また、若手人材の確保、オフィス物件の少なさ、変化に消極的な地域性などもデメリットとして挙げられている。なお、メリット・デメリットともに、「特にない」との意見も散見された。

## ○市内での事業展開

当面は現状維持（市内からの移転、市内事業所の拡充の予定なし）との意見が多数であったが、ある程度規模の大きい対象先において、中長期的に拠点の多様化・拡充、市外への拠点新設を志向する意見が見られた（個人事業主の場合、中長期的にも多くが現状維持志向）。

なお、市内人材の活用については、「本市内の人材」だから活用するという事業所は少なかった。市内の人材を活用するというよりも、採用した人材が本市内に移り住むケースが多いと推察される。

## ○市内事業所との取引意向

対象先が市内事業所と（顧客・外注先として）取引を行っていないケースが散見されたが、これは、市内での取引意向がないためではなく、過去、取引を行うきっかけがなかったことが理由として挙げられていた（きっかけがあれば取引を行いたいとの意見もあり）。

## ○商工会等との交流・連携意向

対象先の半数程度が商工会に加入しておらず（退会したケースも含む）、一部の対象先からは商工会の活動内容に対して懐疑的な意見も聞かれた（仲良しクラブ・動きが遅いなど）。また、異業種事業所、大学、行政との連携については、現状、行っていない事業所が多くなっていた。

## ○行政への要望

### ■施策の認知度・活用状況

本市の「産業振興マスタープラン」、産業振興施策の認知度は低く、また、支援施策の活用実績についてもほとんど見られなかった。さらに、国や他自治体等の施策も活用している事業所は少なかった。対象先の意見を踏まえれば、現行の支援施策（国や都含む）が、小規模事業者には使いづらい、あるいは小規模事業者には必要ない施策となっている可能性がある。

### ■本市に求める支援施策

本市に求める支援策の内容は事業規模や事業内容によって様々であったが、第一に、行政が「ソフトなものづくり産業」のみならず商業など既存の地元事業者全般に対する支援をより積極的に行う姿勢を示すことの重要性を指摘する意見が複数の対象先から聞かれた。

具体的な施策としては、市内事業所との交流・ビジネスマッチング機会の創出、官公需の市内事業所への発注など市内でのビジネス機会の拡大に向けた支援が求められていた。また、減税や本市に立地することに対する金銭的支援など、経済的なメリットを求める意見も複数の対象先から聞かれた。さらに、行政から市内事業所に対する情報提供のあり方（ホームページや市報に掲載するだけでよいのか など）に対する指摘もあった。

なお、特徴的なものとして、市内に集積するSOHOやクリエイターなど個人事業主に対する支援の充実を求める意見も聞かれた。

## 第5章 先進事例調査

本章では、「ソフトなものづくり産業」育成策の検討に向けた情報収集の一環として実施した、先進事例調査（自治体調査）の実施概要と調査結果について整理を行う。

### 1. 先進事例調査の実施概要

#### ①先進事例調査対象の選定基準

「ソフトなものづくり産業」およびそれに類する産業の誘致・育成に向けた取組を本市に先駆けて実施している他自治体を先進事例と位置づけ、当該地域における誘致・育成に向けた取組の内容を把握し、本市の「ソフトなものづくり産業」育成策の検討に向けた参考情報を収集することを目的として調査を実施した（以下、先進事例調査）。

先進事例調査については、各自治体のホームページ等の記述や調査委託先である株式会社浜銀総合研究所（以下、浜銀総研）のネットワークを通じて下記の基準を満たす事例を抽出し、当該自治体の取組について直接訪問によるヒアリング調査を実施した。

#### ◆【先進事例調査対象地域】の選定基準

- 東京都心部からの距離感が本市の立地と類似している。
- 「ソフトなものづくり産業」およびそれに類する産業の支援に向けた施策を実施している。
- 住宅地と工業・商業事業所が混在する地域である。

複数の自治体が先進事例調査の対象先候補となったが、本市産業振興課と調査委託先である浜銀総研との協議を通じ、下記の2市を最終的な調査先として選定した。

図表 30：先進事例調査の対象先

自治体名	取組の特徴
○神奈川県川崎市	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 2010年に「川崎市コンテンツ産業振興ビジョン」を策定し、現在、3カ年のリーディング事業を展開中。</li><li>・ コンテンツ産業と既存集積産業との連携を通じた地域経済の活性化を図っている。</li></ul>
○東京都三鷹市	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 2004年に「三鷹市産業振興計画2010」を策定し、「三鷹市都市型産業誘致条例」の制定に向けて活動。</li><li>・ なお、同市による都市型産業とは、研究開発型事業所、環境配慮型事業所、観光関連事業所、情報通信関連事業所、アニメーション・コンテンツ関連事業所などを指す。</li></ul>

## ②ヒアリング項目（聞き取り調査実施項目）

先進自治体向けヒアリング調査にあたっては下記の点をヒアリング項目として提示し、本市が確認をしたい情報のイメージをご理解いただいた上で、実際にお話をいただく内容は、先方ご担当者にお任せをした。そのため、次節に掲載をしたヒアリング結果については、下記よりも大枠で情報を整理している。

図表 31：先進事例調査のヒアリング項目

ヒアリング内容
・当該業種の誘致・育成への取組のきっかけ・経緯
・事業所の集積状況（取組の成果）集積事業所に多く見られる業態（本社、支社、個人事業主、SOHOなど）
・当該自治体が誘致・集積を進める上での強みと課題
・誘致・集積へ向けて具体的に講じた施策
・誘致・集積へ向けて最も苦勞した点
・当該自治体の施策に対する立地事業所の評価
・本市の取組に対する助言

## 2. 先進事例調査の結果

### ◇先進事例調査 ヒアリングメモ（川崎市 経済労働局 産業政策部）

#### ◆ ヒアリング実施概要

- 日 時：2011（平成23年）年10月8日 9：00～10：30
- 場 所：川崎市本庁舎5階会議室
- 先方対応者：川崎市 経済労働局 産業政策部 企画課 伊東課長補佐、産業政策担当 谷川氏
- 調査訪問者：西東京市 生活文化スポーツ部 産業振興課 増岡係長、杉野  
株式会社浜銀総合研究所 添野、田中

#### 【ヒアリング項目】

##### 1. 取組の経緯

- 川崎市（以下、ヒアリングメモ内では同市）では、以前から文化振興の側面から音楽、映像等を活かしたまちづくりの取組（音楽のまち、映像のまち等）とそれに伴うクリエイター・コンテンツ事業者に対する支援を行っていたが、それらの取組では産業振興や雇用創出といった視点はなかった。
- 国のコンテンツ促進法（2004（平成16）年）の成立などもあり、市内のクリエイター・コンテンツ事業者支援を文化振興としてだけではなく産業振興として位置づけ支援していくこととなった。
- 2008（平成20）年度に市内の関連事業所集積状況等に関する基礎調査を実施し、それを踏まえて、2009（平成21）年度に「コンテンツ産業振興ビジョン」を策定した。2010（平成22）年度からビジョンに基づき具体的な取組を開始している。
- 基礎調査の間に、コンテンツ事業者は、都内に一極集中していることが分かってきたこともあり、同市のビジョンではコンテンツ産業を一般的な定義よりも幅広く捉えることとし、様々な業種における商品開発、デザイン、広告宣伝などの部門もコンテンツ産業と位置付けるとともに、コンテンツ産業振興の取組としては、東京に集中する事業所を誘致するというのではなく、「市内に潜在するクリエイターの顕在化と市内産業とのマッチング」という視点で取組を展開することとしている。ただし、市内に仕事があればクリエイターを呼び込むことも可能になるのではないかと考えている。

##### 2. 取組の内容

- 同市の施策は、国が推進する、コンテンツそのものの海外展開等を推進する「クール・ジャパン戦略」の内容に沿ったものというよりも、コンテンツを市内産業の活性化に活かすという面が強い。
- 同市には一定数のコンテンツ事業者が立地していることに加え、製造業等の市内事業所の中にも広告やデザインなどクリエイティブな部門が見られる。そこで、コンテンツ事業者に加えて、そうした一般事業所の潜在的なコンテンツ人材を掘り起こし、同市の商工業事業者と結びつけることで既存産業の活性化を図ることが施策の大きな目的の1つである。

- ▶ 現在、同市のコンテンツ産業振興のための取組は、2010（平成 22）年度から3年間の「リーディング事業」として実施されている。リーディング事業は、コンテンツ振興に向けて「創造」（クリエイター発掘・コンテンツ創造）、「保護」（コンテンツを保護する土壌の形成）、「活用」（コンテンツの産業への活用）という3つの点からアプローチを行っている。
- ▶ 昨年度は、「コンテンツアワード」（創造）、「セミナー」（保護）、「活用研究会（ビジネスストライアルラボ）」（活用）、「コンテンツ産業フォーラム」の4本立てで施策を実施した。
- ▶ 「コンテンツアワード」は、農産物直売所「セレスモス」のPRや市内産農作物「かわさきそだち」の販促に向けたコンテンツ（映像、キャラクター、マンガ等）とアイデアを全国のクリエイターから募集し、200件を超える応募があった（市内からの応募は50件、うち市内の大学生がゼミ課題として応募してきたケースや簡単なアイデアメモのような内容も多く、純粋なクリエイターからの応募はそれほど多くなかった）。
- ▶ 「セミナー」は、既存の知的財産セミナー（全6回）の一部のコマを用いて著作権保護等に関する講座を開催した。
- ▶ 「活用研究会」については、クリエイターと墓石販売店および川崎浴場組合連合会などとのマッチングを行政主導で行い、市の予算により連携方法を試行した。いずれのケース（墓石販売：マンガ、浴場組合：パンフレット）も実際にビジネスの場での活用につながり、浴場組合連合会については市民からの評価が高かったため、試行が終了した本年度も独自予算でクリエイターへの依頼を行うなど一定の成果があがっている。
- ▶ なおクリエイターと事業者との間のコーディネートは、事業の委託事業者が行っている。
- ▶ 「フォーラム」については、コンテンツアワードの表彰式や活用研究会の成果発表などを通じ、クリエイターと市内事業者とのマッチングを行う予定であったが、東日本大震災による影響により表彰式のみ実施した。
- ▶ リーディング事業の2年目となる今年も、昨年同様、4本立ての施策を展開している。本年度の「コンテンツアワード」は、市内事業者の工業製品のPR・販促に向けたコンテンツやアイデアを募集した。しかし、工業製品というテーマがクリエイターにとって取り組みにくかったのか応募件数は50件程度にとどまった。なお、対象となる工業製品は市のホームページによる公募および市の施策に賛同をいただける事業者に対する声かけにより選定した。
- ▶ また、本年度からコンテンツアワードの応募者を研究会へつなげるべく働きかけを行っている。
- ▶ 昨年度および本年度に実施した（あるいは実施予定の）4つの施策のうちセミナー以外の3つについては、企画コンペで選定した事業者に運営を委託している。受託者は、都内のクリエイティブ系の人材派遣や育成などを行っている事業者である。

### 3. 今後の展望

#### ○クリエイターの「実態把握」および「発掘」

- ▶ 施策の最終的なイメージは、創造・保護・活用の各取組がつながることだが、現状、単年度で事業を進めていく中で、必ずしもつながりきれていない面がある。
- ▶ 特にクリエイターの実態把握・発掘が非常に難しく、著名なクリエイターであってもマンションの一室で個人事業主として活動をしているなど統計等ではなかなか把握できない。アワード等に応募をしてきてくれることで、ある程度実態が把握できるのではないかと考えたが、市内



クリエイターからの応募が多くない状況である。

- ▶ リーディング事業が終了する 2013（平成 25）年度以降、事業で拾い上げてきたクリエイターのネットワーク化が必要になると考えるが、発掘が思うように進んでいない中で、ネットワーク化・クラスター化と言えほどのものになるか不明確である。
- ▶ あらゆる業界にクリエイターはいるという考え方で、隠れたクリエイターを引っ張り上げるための取組を行っているが、今後、取組をもう一ひねりする必要性を感じている。

#### ○庁内の他部局との連携状況

- ▶ コンテンツの創造・保護・活用において、文化振興を行う部局との連携は必ずしも取りきれていない現状がある。
- ▶ また、既存の製造業とプロダクトデザインを結びつける取組「かわさき産業デザインコンペ」や福祉産業分野での「かわさき基準認証」などを行っているが、これらの取組は工業振興課や新産業創出担当などが主管する製造業支援の延長線上に位置づけられるものであり、コンテンツ産業振興とは直接的には連動していない。それぞれ異なる分野・対象に対して施策を講じることで役割分担を図っている。

以上

## ◇先進事例調査 ヒアリングメモ（三鷹市 生活環境部 生活経済課）

### ◆ ヒアリング実施概要

- 日 時：2011（平成23）年10月14日 10：00～11：30
- 場 所：三鷹市第二庁舎2階会議室
- 先方対応者：三鷹市 生活環境部 生活経済課 鈴木課長、商工労政係 渡邊主任
- 調査訪問者：西東京市 生活文化スポーツ部 産業振興課 増岡係長、杉野  
株式会社浜銀総合研究所 添野、小泉

### 【ヒアリング項目】

#### 1. 取組の経緯

- ▶ 三鷹市（以下、ヒアリングメモ内では同市）には、約5,000の町工場があるが、多くは大田区から事業所が政策的に移転してきたものである。1941（昭和16）年以降用途地域を指定したが、事業所が点在しており、工業系の用途地域に指定出来なかった。
- ▶ 戦後、米軍の関東村が近くにあったためその歓楽地候補となってしまったとき、歓楽街化から逃れるため、市域の殆どを都市計画で住居専用地域に設定した。このため、以前から中島飛行機など様々な産業があったが、工場の建替えが出来ないため多くが転出した。
- ▶ 工場が移転すると、すぐマンションが建ち、人口が増加する。その後、都市施設が不足する事態に陥った。特に近年は、年間1,000人など、急激に人口が増加して来たため、その対策として、2004（平成16）年の用途改正時に、特別用途地区の指定をし、住宅の中でも工場を立地可能とした。しかし、それでもマンションが出来るので、一転して、事業所を誘致する政策にシフトすることにした。
- ▶ 同市にも西東京市と同じ課題があり、1万人の事業所をつくるより、1万人の事業者を呼ぶ方が望ましいと考えた。現在の市長が、当時アメリカで流行していた工場跡地でパソコンを使って仕事をするSOHOの支援が始まった。

#### 2. 取組の内容

##### ○「三鷹市都市型産業誘致条例」の取組

- ▶ 条例の全体の仕組みとしては、国立市を参考にした。八王子市の制度もよかったが、国立市は特定産業等を定めていない条例だったので、参考になった。隣接する調布市の特定事業所を狙った条例は、同市には不適切と考えた。
- ▶ 条例の内容としては、一定規模の事業所を開設した事業所には、固定資産税、都市計画税、事業所税を最大5年間免除している。
- ▶ 事業所が土地を取得する場合は、事業所を対象とし、賃貸の場合は、地主を対象としている。
- ▶ マンション化の防止のために、市外事業所は500平米以上にしたが、市内事業所の場合は、250平米以上の増設であれば、対象とした。
- ▶ 対象地域は、住居専用地域を除く地域で、特別用途地区も可能とした。
- ▶ 対象業種は、環境配慮型でない製造業はないと思うので、環境配慮型製造業としたが、商業以外、すべての事業所を対象とした。

- ▶ 必要とする常用雇用者は、市外事業所なら 10 人、市内事業所なら純増で 5 人とし、市内の配置転換は不可としている。
- ▶ また、10 年間同市に立地することを義務付け、それができない場合は、助成金を返却してもらおうシステムになっている。
- ▶ 地主が頻繁に事業所を入れ替え、助成金をもらっても困るので、地主側、事業所側に瑕疵がない場合、5 年間は支給することとした。

### ○その他の取組

- ▶ オフィスに空きスペースが出来たときに、パーテーション設置の助成をしている。これは、市が借り上げるのではなく、オーナーが SOHO 施設を運営することを市が応援するものだ。募集等は株式会社まちづくり三鷹が担当するなど、このような民間事業所の市場をつくることが望ましいと考え、それを産業振興計画に盛り込んでいる。
- ▶ 事業所と綿密な情報交換をしている。工業会の支部会に参加したり、相談にも親切に応じるようにしており、また、住民への配慮のための環境基準以上の設備投資などにも助成をしている。
- ▶ 相談窓口の一元化も重要だ。以前は、市、商工会、まちづくり三鷹が窓口をやっており、今では経営アドバイザーという制度を作り、市がお金を出してはいるが、商工会に窓口を一元化し、インキュベーションマネージャーをやっている。

## 3. 今後の展望

### ○事業家たちのネットワーク作り支援

- ▶ 現在同市には、100 社の SOHO 事業所がある。事業所誘致には施設整備だけでは駄目で、ソフトの提供、特に、相談できる人、起業の仲間を集めることが必要だと考えている。
- ▶ 同市には横河電機、日本無線等の OB などが事業所の自立を指導するという土壌があったが、コンサルティング機能、金融機関の支援相談、仲間をつくれる土壌の 3 つがないと難しい。
- ▶ 現在策定中の産業振興計画の中では、その人たちのネットワークを構築することをあげている。
- ▶ 一人ひとりの技術は良いので、受注元を作る必要がある。作業を割り当て、1 つの製品を作るような仕組みを ICT 分野や、ものづくり分野で出来ないかを検討している。
- ▶ 仲間意識の醸成や同じ悩みを共有する人たちが集まれる場を作り、地域の中でマッチングが自動的に出来る場を作る。イメージとしては、事業者同士で、祭りが始まってもいいし、三鷹にいるから出来るという何かを作りたい。後継者を育成して、三鷹から出て行くと困るので、ネットワークでつなぎとめたいと思っている。コミュニティビジネスサロンを始めたが、かなり需要がある。

### ○庁内の他部局との連携状況

- ▶ 2000（平成 12）年の都市マスタープランの見直しと同時に産業振興との連携を行った。都市マスタープランの中で、用途地域の見直しの要望がある地域は、都市マスタープランだけではなく、産業振興にも相互に連携するような改正を行っている。

以上

### 3. 先進事例調査のまとめ

ここでは前節に掲載した川崎市および三鷹市に対する先進事例調査の内容を踏まえ、本市の「ソフトなものづくり産業」の振興に資すると考えられる点について整理を行う。

#### ①川崎市の取組内容について

##### ○コンテンツによる既存産業の活性化と市内クリエイターの顕在化のための仕掛けづくり

川崎市では「リーディング事業」の一環として既存事業者の PR や製品活用のアイデアなどを募集する「コンテンツアワード」を開催している。同アワードは、コンテンツを活用した既存産業の活性化のための具体的な施策であるのみならず、そこへの応募を通じて市内のクリエイターの実態を把握するための仕掛けとしても期待されている。川崎市のこうした「コンテンツによる市内産業の活性化」と既存の統計データやアンケート調査では把握が難しい「市内のクリエイターの顕在化」を同時に行うための仕掛けづくりについては、本市の施策を検討する際の参考になると考えられる。

#### ②三鷹市の取組内容について

##### ○三鷹市におけるSOHO支援

三鷹市では、事業所誘致の対象を検討するに当たり住宅との共生が可能な SOHO にターゲットを絞り、「株式会社まちづくり三鷹」によるオフィスの空きスペースの確保や経営相談窓口の一元化などの支援施策を講じている。本市は住宅都市としての特徴を有し、また、市内立地事業所に対するヒアリングなどから、個人事業主が多く立地しているものと推察され、三鷹市における SOHO 支援への取組からは得るところが多いと考えられる。

##### ○経営者に対するソフト面での支援

三鷹市では事業所誘致に向けてハード面のみならずソフト面の支援にも力を入れている。特に、経営者に対してコンサルティング機能、相談支援、仲間づくりの機会を提供する土壌を形成し、事業者のネットワーク構築、自動的にビジネスマッチングが生まれる仕掛けづくりなどに向けた取組を行っている点は特徴的である。本市では、立地事業者ヒアリングにより事業者間の横断的なつながりの構築や経営面での相談対応において課題が多いと考えられるため、三鷹市の施策からは多くの示唆が得られるものと考えられる。

##### ○都市計画と連携した事業所誘致

事業所誘致を行うに当たり三鷹市では、土地利用上の制約の緩和や都市計画マスタープランの見直し時に産業振興との連携を図るなど、事業所誘致を都市計画と連動させることでより実効性を高めるための取組が行われていた。本市において「ソフトなものづくり産業」の集積を図る地域と住宅地や商業地、農地などとの関係性を検討する中で、三鷹市の事業所誘致と都市計画の連携事例を見ていくことは有益と考えられる。

## 第6章 「ソフトなものづくり産業」育成策の検討

本章では、これまでに実施した集積状況把握、市内事業所へのヒアリング調査および先進事例調査（自治体調査）で得られた情報を踏まえ、「ソフトなものづくり産業」が本市の地域産業の核となり得るか可能性を検証するとともに、その育成策を含め幅広く支援策についての検討を行うものである。

### 1. 「ソフトなものづくり産業」に関する現状の整理

#### ①集積状況の整理

本報告書第3章に示した集積状況把握調査によれば、「情報サービス業（ソフトウェア業、情報処理サービス業、情報提供サービス業など）」、「インターネット付随サービス業」、「映像・音声・文字情報制作業（映像情報制作・配給業、出版業など）」、「デザイン業」、「機械設計業」

といった「ソフトなものづくり産業」事業所について市内に一定の集積が見られた。

また、集積の全容を明らかにすることは出来なかったものの、製造業におけるファブレス事業所およびR&D型事業所の市内への立地もある程度確認することができた。

#### ②集積する「ソフトなものづくり産業」の経営意向

市内に集積する「ソフトなものづくり産業」の事業所に対してヒアリング調査を行ったところ、事業規模は個人事業主・SOHOレベル～従業員数十人規模の中小事業所が中心であった。

また、顧客および外注先ともに市外事業所との取引が多く見られ、市内取引はもとより、同業他社間の情報交換などの交流についてもあまり行われていなかった。

さらに、市内人材の活用状況についてみると、一部の事業所は職住近接の強みを最大限活用するため市内人材の雇用を積極的に進めていたが、「採用をした人材が市内に住む」ケースが大半であった。なお、ヒアリング先の事業所においては、現状、経営的に厳しい状況であっても、中長期的な事業の成長（売上高の増大等）を志向する意見が聞かれた。

## 2. 「ソフトなものづくり産業」支援の考え方

現状、市内の土地活用の状況等を見ると、従来型の製造業における大規模な生産拠点を誘致することは難しい側面がある。また、そうした生産拠点を仮に誘致できたとしても、住宅との共生という点で問題が生じる恐れがある。

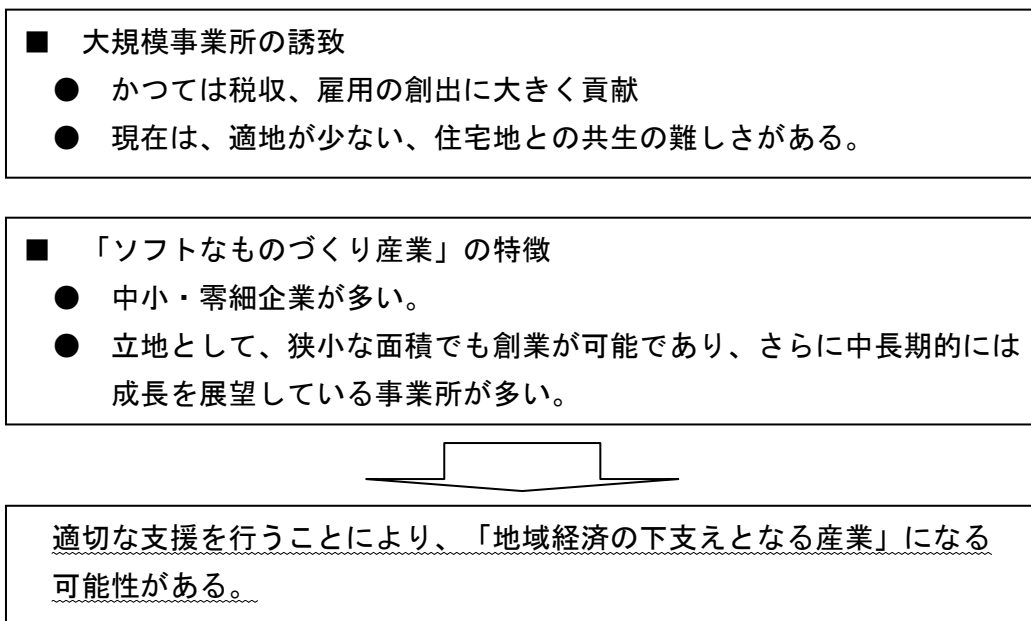
一方、本市では住宅との共生に大きな支障がないと考えられる「情報通信業」などの「ソフトなものづくり産業」が比較的集積しており、ヒアリング調査によれば、中小・零細事業者が多いものの、事業所としての成長を志向しているケースが多く見られた。

現状、「ソフトなものづくり産業」事業所の顧客および外注先の多くが市外にあると推測されるが、こうした状況は、各事業所が必ずしも市内での取引を回避しているためではなく、これまで取引の機会がなかったことが原因と考えられる。そのため、交流機会やビジネスマッチング機会の創出により、市内事業所間の取引が拡大する余地がある。加えて、川崎市の事例などのように既存の農商工事業者と「ソフトなものづくり産業」事業所との連携を促進することにより、市内の地域経済全般の底上げにつながる可能性が高い。

「ソフトなものづくり産業」は、個々の事業所の規模が小さいため、かつて市内にあった大手事業者のように一社で多数の雇用を創出したり、税収の増大につながるようなことを望むことはできない。

しかし、一方で適切な支援を行うことにより「ソフトなものづくり産業」の市内取引の拡大（同業者間での協働、市外に流出していた外注取引の内製化、市内外の新規顧客の開拓など）のみならず、これまで「ソフトなものづくり産業」と直接関係がなかったような市内の既存事業者の活性化にもつながる可能性があり、「地域経済の下支えとなる産業」に育つ余地はある。そのため、長期的な視点に立って行政として支援をしていく価値は十分にあると推察される。

図表 32：「ソフトなものづくり産業」支援の考え方



### 3. 「ソフトなものづくり産業」支援策の方向性の検討

本節では、「ソフトなものづくり産業」に対する支援策の方向性について、事業者ヒアリングで挙げられた本市立地上の課題に対応するための支援策のあり方、先進事例調査（自治体調査）やその他近隣自治体の施策に関する調査<sup>5</sup>で得られた情報を参考に検討を行うこととする。

ここでは、現状に対する課題を類型化して支援策の4つの方向性を示す。

図表 33：「ソフトなものづくり産業」支援策の方向性

現状に対する課題	支援策の方向性
<ul style="list-style-type: none"> <li>本市の立地に対するイメージ（遠方とのイメージ、23区と比較したブランドイメージの弱さなど）</li> <li>市の産業振興に向けた取組に対する普及・啓発（産業振興マスタープランの認知度など）</li> <li>市内事業所に関する情報不足（市内にどのような事業所がいるか分からない）</li> </ul>	① 情報発信
<ul style="list-style-type: none"> <li>市内事業所間での連携・経営者ネットワークの構築</li> <li>連携支援人材（コーディネーター）の不在</li> </ul>	② 域内連携
<ul style="list-style-type: none"> <li>市内に立地することによる経済的なメリット</li> <li>利便性の高い地域におけるオフィススペースの確保</li> </ul>	③ 起業誘致
<ul style="list-style-type: none"> <li>統計情報やアンケート等からは実態が把握しづらい個人事業主（クリエイターなど）やSOHO事業者の掘り起こし</li> <li>中小企業の経営者にとって使いづらい相談・支援機能</li> <li>市内事業所間での取引拡大、市内でのビジネス機会の拡充（既存産業とソフトなものづくり産業とのマッチング）</li> <li>市内コンテンツ系、ICT系事業者の知財保護</li> <li>従業員の確保・定着に対する支援（都心志向、若手クリエイターに対する経済的な支援）</li> </ul>	④ 育成支援

<sup>5</sup> 本年度は、先進事例調査に加え、近隣自治体である中野区、杉並区、練馬区、武蔵野市、小平市、東村山市、清瀬市、東久留米市のほか、八王子市、国立市といった多摩地区の産業振興施策についてもサーベイを行った。



## 4. モデル施策のケーススタディ

本章では、前節の図表33で示した「ソフトなものづくり産業」の支援策の方向性を踏まえ、それぞれの支援策を具体的に展開していくためのモデル施策について調査・研究を行う。

今回、内容の検討を行う施策については、本市の「ソフトなものづくり産業」支援がスタートして間もない初期段階であること、事業所ヒアリングにおいて比較的多くの要望が寄せられたこと、先進事例調査の結果の活用可能性などを考慮しながらとりまとめるものとする。

なお、以下の記載内容は、あくまでモデル施策として研究・検討を行ったものであり、2012（平成24）年度以降、必ずしも本市の事業として実施するものではない点について留意されたい。

### ①西東京市情報発信プロジェクト

市内立地事業所に対するヒアリング調査によれば、「（市外事業者等による）本市の立地に対するイメージ（遠方とのイメージ、23区と比較したブランドイメージの弱さなど）」、「市の産業振興に向けた取組に対する普及・啓発（「産業振興マスタープラン」の認知度など）」、「市内事業所に関する情報不足（市内にどのような事業所がいるか分からない）」といった点が本市の事業立地上の課題として挙げられていた。

こうした課題に対応するためには、市内外の事業所に対して産業立地上の強みや集積事業所、産業振興施策の内容などについて情報の提供を積極的に行う「西東京市情報発信プロジェクト」を進めることが有益と考えられ、具体的に下記のような施策を展開する。

### ○産業立地としての本市の強みをアピールするシティセールスの実施

「都心部へのアクセス利便性」、「職住近接」、「オフィス賃料の安さ」など、市内立地事業所へのヒアリングで挙げられていた本市の産業立地上の強みを市外へアピールすることを目的として、リーフレットやホームページ、市職員による見本市等での説明会の開催などの方法によりシティセールス事業を実施する。

### ○産業振興に向けた取組に関するPR活動の実施と情報提供方法の改善

「産業振興マスタープラン」や既存の産業振興施策の内容の認知度向上を図り、また、より多くの事業所に施策を活用してもらうことを目的として、本市の産業振興に向けた取組に関するPR活動を実施する。

また、一部の市内立地事業所から行政による情報提供方法の改善を求める意見が挙げられていたことから、PR活動にあたってはこれまでのホームページや市報への情報掲載に加え、個々の事業所に対するダイレクトメールや電子メールの送付、行政と事業所の懇談会など新たな方法による情報提供を行う。

### ○技術力等のある中小・零細事業所をアピールするための仕掛けづくり

市内立地事業所へのヒアリングによれば、「市内にどのような事業者がいるのか分からない」といった意見や「技術力のある事業所のアピール支援」を求める意見が挙げられていた。また、「市内の大手事業者の目を中小事業所に向けさせるための仕掛け」に対するニーズも寄せられていた。



こうした意見や要望に対応するため、特徴的な市内事業所の存在を市内外に向けてアピールする専用ホームページの開設や市内外の事業所による交流会の開催などの施策を展開する。

## ②市内連携ネットワークプロジェクト

市内立地事業所へのヒアリングによれば、ほとんどの事業所において市内の「ソフトなものづくり産業」事業所との連携が行われていない現状が明らかとなった。

市内事業所における域内連携の促進は、ネットワークを通じた新規創業・立地事業所に対する経営支援や既存事業所のビジネス機会の拡大・市内定着などの面で大きなメリットがあると考えられる。そこで、本市においても先進事例として調査を行った川崎市や三鷹市の事例などを参考として、「市内連携ネットワークプロジェクト」を実施する。

### ○市内事業所間のネットワーク構築支援

市内事業所間のネットワーク構築を支援するため、定期的に事業所関係者が顔を合わせる機会として交流会や経営塾などを開催し、自然とビジネスマッチングが生まれる土壌を形成する。

### ○連携構築を支援する人材の確保

事業所間連携を促進する上では、ビジネスと技術の両面に精通した連携の触媒となる有能なコーディネーターの確保が不可欠である。住宅都市としての本市の特徴を踏まえ、本市に多数在住すると予想される事業所OB・OG人材をコーディネーターとして育成する。

また、連携コーディネーターの育成には一定の時間を有するため、短期的には市外から経験豊富な連携人材を招聘することにより当該人材へのニーズに対応する。

## ③「ソフトなものづくり産業」集積プロジェクト

本市の「ソフトなものづくり産業」が「地域経済の下支え」として機能することをめざし、当該産業のより一層の促進に向けた「『ソフトなものづくり産業』集積プロジェクト」を推進する。

### ○新規立地、市内事業所の拡充に対する経済的メリットの提供

新規立地事業所や市内事業所の事業拠点拡充などに対して、近隣自治体をはじめとして多くの自治体で実施されているような助成金等の経済的メリットを提供し、本市への事業所の立地に対してインセンティブを付与する。

### ○オフィススペースの確保

本調査の結果、「ソフトなものづくり産業」には中小規模の事業所が多く、オフィスのスペースも比較的小さいものであった。その一方で、市内事業所に対するヒアリングによれば本市では駅前や幹線道路沿いなど利便性の高い地域にオフィス用の物件が少ないとの意見も見られた。そこで、小規模オフィスの需要と供給の問題に対応するため、オフィススペースの確保に向けた取組を進める。

具体的なスペース確保に向けた方法として、高架下スペースや既存の公共施設のリノベーション、民間の不動産事業者等による既存オフィスのSOHO向け改修に対する整備補助などを行う。

## ○都市計画と連携したオフィス立地可能地域の拡大

住宅都市としての特徴を持つ本市において、こういった地域にオフィスの集積を進めるかという点は、住宅と産業の共生の視点から、また、集積可能地域の拡大を図ることは「ソフトなものづくり産業」の量的な拡充の面から重要である。さらに、集積する産業とまちづくりのあり方は密接な関係を持つと考えられる。

そこで、本市においては都市計画セクションと産業振興セクションの庁内横断的な連携を意識しながら、「ソフトなものづくり産業」の集積を進める。

## ④「ソフトなものづくり産業」育成支援プロジェクト

③で示した「ソフトなものづくり産業」の集積に向けた取組に加え、市内にすでに立地していたり、新規に創業した事業者の育成に向けた「『ソフトなものづくり産業』育成支援プロジェクト」を実施する。

## ○「ソフトなものづくり産業」事業所の掘り起こし・実態把握

「ソフトなものづくり産業」の育成を進める上では、市内に立地する当該産業の現状を、より詳細に把握することが必要である。しかし、当該産業には小規模な事業者が多く、経済センサス等の統計データにより実態を把握することは困難と考えられる。

そこで、川崎市の事例などを参考として、「ソフトなものづくり産業」に関連するビジネスプランやコンテンツのコンテストを開催し、当該コンテストへの応募による掘り起こし、実態把握を進める。

## ○既存産業と「ソフトなものづくり産業」事業所とのビジネスマッチング機会等の開催

市内事業所に対するヒアリング等によれば、市内の既存産業と「ソフトなものづくり産業」との間でのビジネス交流がほとんど行われていないことが明らかとなった。こうした問題は、必ずしもビジネス交流の意思がないためではなく、交流の機会や立地事業所に関する情報の不足に起因するものと考えられる。そこで、「ソフトなものづくり産業」に関する展示会や見本市などを開催し、当該産業と既存産業のビジネスマッチングの場を設け、双方の産業にとって収益拡大の機会を提供することにより「ソフトなものづくり産業」のみならず市内事業所全体の底上げを図る。

## ○経営ノウハウに関する相談対応・情報提供

市内立地事業所へのヒアリングでは、大半の事業所において既存のセミナーや相談支援機関などを活用していないとの意見が聞かれた。そこで、既存経済団体や行政機関、外部委託などを活用した事業所からの経営相談等に柔軟に対応できる支援機関の設置・機能強化、「ソフトなものづくり産業」に特有の問題である知的財産保護に向けたセミナーの開催や相談支援機能の強化（下請けから脱却した際に必要）など、「ソフトなものづくり産業」事業所の育成に向け、事業規模、相談・情報ニーズなどに即したセミナーや相談対応を行う。

## ○「ソフトなものづくり産業」人材の確保

「ソフトなものづくり産業」において最も重要な経営資源は人材と考えられる。そこで、行政主催による市内および近隣自治体の高校・大学との就職説明会の開催や若手クリエイターに対する支援など、市内事業所による人材の確保を支援するための施策を展開する。



## 資料編



資料編①：市内製造業事業者の事業・業務内容に関するアンケート調査 単純集計結果

問 5-3 までの回答社数=52 件

問 5-4 以降の回答社数=25 件

(※問1は各社の事業所属性に関する設問のため省略)

問 2.主たる製品

n=52

	回答数	割合
a.自社製品	26	50.0%
b.OEM	13	25.0%
c.半完成品	11	21.2%
d.部品	17	32.7%
e.試作品	13	25.0%
f.その他	4	7.7%
g.無回答	2	3.8%

※複数回答

問 3.-(1)御社全体で手がけているプロセス

n=52

	回答数	割合
a.企画	19	36.5%
b.開発	19	36.5%
c.設計	19	36.5%
d.製造	41	78.8%
e.販売	28	53.8%
f.その他	7	13.5%
g.無回答	2	3.8%

※複数回答

問 3.-(2)西東京市内事業所で手がけているプロセス

n=52

	回答数	割合
a.企画	12	23.1%
b.開発	14	26.9%
c.設計	13	25.0%
d.製造	31	59.6%
e.販売	20	38.5%
f.その他	6	11.5%
g.無回答	10	19.2%

※複数回答

問 4.-(1)研究開発の取組形態

n=52

	回答数	割合
a.自主開発	24	46.2%
b.共同開発	11	21.2%
c.受託開発	9	17.3%
d.委託研究	1	1.9%
e.行なっていない	17	32.7%
f.無回答	4	7.7%

※複数回答



問 4-(2)研究開発の実施内容

n=52

	回答数	割合
a.自主開発	12	23.1%
b.共同開発	21	40.4%
c.受託開発	19	36.5%
d.委託研究	17	32.7%
e.行なっていない	4	7.7%
f.無回答	16	30.8%

※複数回答

問 5-1.経営戦略における研究開発の位置づけ

n=52

	回答数	割合
a.非常に重視している	13	25.0%
b.重視している	16	30.8%
c.あまり重視していない	5	9.6%
d.重視していない	14	26.9%
e.無回答	4	7.7%

※単数回答

問 5-2.研究開発に対する経営資源の配分状況

n=51

	回答数	割合
a.他の業務と比較して非常に多い	2	3.9%
b.他の業務と比較して多い	7	13.7%
c.他の業務と同水準	7	13.7%
d.他の業務と比較して少ない	13	25.5%
e.他の業務と比較して非常に少ない	14	27.5%
f.無回答	8	15.7%

※無効 1 件は除いている。単数回答

問 5-3.研究開発活動全般において過去 3 年間に得られた成果

n=52

	回答数	割合
a.期待を上回る大きな成果が得られた	1	1.9%
b.期待通りの成果が得られた	13	25.0%
c.期待した成果が得られなかった	9	17.3%
d.どちらともいえない	13	25.0%
e.その他	5	9.6%
f.無回答	11	21.2%

※単数回答

問 6-1.(1)最も関係の深い顧客・取引先事業所・事業所の種類

n=24

	回答数	割合
a.最終財製造業者	8	33.3%
b.中間財製造業者	4	16.7%
c.卸売業者	5	20.8%
d.小売業者	3	12.5%
e.その他	2	8.3%
f.無回答	2	8.3%

※無効 1 件は除いている。単数回答

## 問 6-1.(2)資本関係

n=25

	回答数	割合
a.資本関係あり	2	8.0%
b.資本関係なし	21	84.0%
c.無回答	2	8.0%

※単数回答

## 問 6-2.最も関係の深い顧客・取引先事業所・事業所の所在地

n=22

	回答数	割合
a.西東京市内	0	0.0%
b.清瀬市・小平市・東久留米市・東村山市	0	0.0%
c.武蔵野市・三鷹市	0	0.0%
d.杉並区・練馬区	0	0.0%
e.d.以外の 23 区	8	36.4%
f. a～e 以外の都内	3	13.6%
g.埼玉県	3	13.6%
h.千葉県・神奈川県	0	0.0%
i.その他	6	27.3%
j.無回答	2	9.1%

※無効 3 件は除いている。単数回答

## 問 6-3.最も関係の深い取引先との業務上のやりとり

n=25

	回答数	割合
a.従業員の訪問	14	56.0%
b.電話・FAX	20	80.0%
c.電子メール	13	52.0%
d.郵便・宅配便	12	48.0%
e.その他	3	12.0%
f.無回答	1	4.0%

※複数回答

## 問 7-2.本市で事業を営む上での立地上の利点

n=25

	回答数	割合
a.優秀な人材の確保が容易	1	4.0%
b.原材料等の調達が容易	3	12.0%
c.地価・賃料水準が安価	2	8.0%
d.取引先との近接性	4	16.0%
e.市場との近接性	3	12.0%
f.自社の他事業所との近接性	0	0.0%
g.事業用地の確保が容易	0	0.0%
h.道路等の交通利便性の良さ	2	8.0%
i.鉄道・バス等の交通利便性の良さ	2	8.0%
j.西東京市や商工会等による支援策が充実	4	16.0%
k.その他	2	8.0%
l.特に利点はない	7	28.0%
m.無回答	3	12.0%

※複数回答

## 問 7-3.本市で事業を営む上での立地上の不便さを感じている点

n=25

	回答数	割合
a.優秀な人材の確保が困難	5	20.0%
b.原材料等の調達が困難	1	4.0%
c.地価・賃料水準が高い	2	8.0%
d.取引先から距離が離れている	3	12.0%
e.市場との距離が離れている	0	0.0%
f.自社の他事業所との距離が離れている	2	8.0%
g.事業用地の確保が困難	3	12.0%
h.道路等の交通利便性が悪い	3	12.0%
i.鉄道・バス等の交通利便性が悪い	3	12.0%
j.西東京市や商工会等による支援策が不十分	3	12.0%
k.その他	1	4.0%
l.特に不便さを感じていない	11	44.0%
m.無回答	2	8.0%

※複数回答

## 問 8-1.本市における今後の事業展開について

n=24

	回答数	割合
a.現状の規模で事業を継続	20	83.3%
b.事業拠点の市内での新設・拡充を検討	2	8.3%
c.市内事業拠点の縮小を検討	1	4.2%
d.市内事業所の市外移転を検討	0	0.0%
e.その他	0	0.0%
f.無回答	1	4.2%

※無効 1 件は除いている。単数回答

## 問 8-2.本市の事業所において今後参入したい事業分野

n=25

	回答数	割合
a.環境関連機器	7	28.0%
b.環境関連サービス	5	20.0%
c.省エネ・新エネ関連	5	20.0%
d.医療・福祉・健康機器関連	8	32.0%
e.素材・ナノテク関連	1	4.0%
f.ロボット関連	3	12.0%
g.IT 機器関連	2	8.0%
h.航空・宇宙関連	2	8.0%
i.その他	7	28.0%
j.無回答	4	16.0%

※複数回答

問 8-3.本市において現在、地域交流・地域連携を行っている対象

n=25

	回答数	割合
a.同業他社	8	32.0%
b.異業種事業所	6	24.0%
c.大学・短大	3	12.0%
d.行政機関	2	8.0%
e.経済団体	0	0.0%
f.地域住民	0	0.0%
g.NPO	0	0.0%
h.その他	1	4.0%
i.特に交流・連携をしていない	10	40.0%
j.無回答	4	16.0%

※複数回答

問 8-4.地域交流・地域連携を行う上で必要と考える点について

n=25

	回答数	割合
a.ビジネスマッチングや交流会のようなイベント	7	28.0%
b.交流・連携に関する相談窓口	7	28.0%
c.交流・連携に関する成功事例等のノウハウ提供	2	8.0%
d.コーディネーターの設置	6	24.0%
e.交流・連携に対する助成金	4	16.0%
f.その他	4	16.0%
g.無回答	5	20.0%

※複数回答

問 9-1.(1)1 西東京市による融資のあっせん\_認知度

n=24

	回答数	割合
a.内容を知っている	13	54.2%
b.聞いたことはある	5	20.8%
c.聞いたことがない	5	20.8%
d.無回答	1	4.2%

※無効 1 件は除いている。単数回答

問 9-1.(1)2 西東京市による融資のあっせん\_利用実績

n=24

	回答数	割合
a.利用したことがある	10	41.7%
b.利用したことがない	12	50.0%
c.無回答	2	8.3%

※無効 1 件は除いている。単数回答

問 9-1.(1)3 西東京市による融資のあっせん\_満足度

n=15

	回答数	割合
a.満足	9	60.0%
b.どちらともいえない	1	6.7%
c.不満	0	0.0%
d.無回答	5	33.3%

※無効 10 件は除いている。単数回答

問 9-1.(2)1 西東京創業支援・経営革新相談センターによる経営相談の実施\_認知度 n=25

	回答数	割合
a.内容を知っている	4	16.0%
b.聞いたことはある	12	48.0%
c.聞いたことがない	6	24.0%
d.無回答	3	12.0%

※単数回答

問 9-1.(2)2 西東京創業支援・経営革新相談センターによる経営相談の実施\_利用実績 n=24

	回答数	割合
a.利用したことがある	1	4.2%
b.利用したことがない	21	87.5%
c.無回答	2	8.3%

※無効 1 件は除いている。単数回答

問 9-1.(2)3 西東京創業支援・経営革新相談センターによる経営相談の実施\_満足度 n=11

	回答数	割合
a.満足	0	0.0%
b.どちらともいえない	1	9.1%
c.不満	0	0.0%
d.無回答	10	90.9%

※無効 14 件は除いている。単純回答

問 9-1.(3)1 西東京創業支援・経営革新相談センターによるセミナー・講習会の開催\_認知度 n=25

	回答数	割合
a.内容を知っている	4	16.0%
b.聞いたことはある	10	40.0%
c.聞いたことがない	8	32.0%
d.無回答	3	12.0%

※単純回答

問 9-1.(3)2 西東京創業支援・経営革新相談センターによるセミナー・講習会の開催\_利用実績 n=24

	回答数	割合
a.利用したことがある	2	8.3%
b.利用したことがない	19	79.2%
c.無回答	3	12.5%

※無効 1 件は除いている。

問 9-1.(3)3 西東京創業支援・経営革新相談センターによるセミナー・講習会の開催\_満足度 n=12

	回答数	割合
a.満足	0	0.0%
b.どちらともいえない	1	8.3%
c.不満	1	8.3%
d.無回答	10	83.3%

※無効 13 件は除いている。

問 9-2.これまでに利用した国や自治体の産業振興施策の利用実績

n=25

	回答数	割合
a.利用したことがある	6	24.0%
b.利用したことがない	16	64.0%
c.無回答	3	12.0%

※単純回答

## 資料編②:国・東京都の関連施策の動向

### 1 国の施策

#### (1) 事業所立地促進法

企業立地の促進等による地域における産業集積の形成及び活性化に関する法律（以下「企業立地促進法」）が2007（平成19）年4月に成立した。地域による主体的かつ計画的な企業立地促進等の取組を支援し、地域経済の自立的発展の基盤強化を図ることを目的としている。

この法律は、国が策定する基本方針に基づき、自治体が地域産業活性化協議会での協議を経て、基本計画を作成し、主務大臣に協議し、同意を得ることにより基本計画に基づいて実施する事業について一定の支援措置を受けることができる。

#### (2) 新成長戦略、産業構造ビジョンの策定

政府は2009（平成21）年12月に「新成長戦略・基本方針」を閣議決定した。この「基本方針」を踏まえ具体的な施策を2010（平成22）年6月に「新成長戦略」及び「産業構造ビジョン2010」としてとりまとめている。

「新成長戦略」では①名目成長率3%、実質成長率2%を上回る成長②2011（平成23）年度中の消費者物価上昇率をプラス③早期に失業率を3%台に低下を目標に設定し、それらを実現するために7つの戦略分野と21の国家プロジェクトを設定し、新たな需要と雇用の創造を目指すとしている。

「産業構造ビジョン2010」においては、日本の産業がいわば行き詰まりともいえる状況の中、政府・民間を通じて4つの転換を求めており、その一つとして産業構造の転換があげられ「自動車・エレクトロニクス産業」の一極集中から戦略五分野の強化として、「インフラ関連/システム輸出」、「環境・エネルギー課題解決産業」、「文化産業（ファッション、コンテンツ等）」、「医療・介護・健康・子育てサービス」、「先端分野（ロボット、宇宙等）」を掲げた。

この点「新成長戦略」実現に向けて経済産業省は、これら五分野に予算と施策を注力するとともに、地域経済・中小事業所の活性化対策も講ずる必要があり、多様性に対応した支援策を展開している。

### 2 都の施策

#### (1) 東京都産業振興基本戦略

東京都は、東京の国際競争力を強化し、「10年後の東京」の目指す都市像の実現を産業振興の面から推進するため、今後10年の産業振興における施策展開の方向性を示すものとして、2007（平成19）年3月に東京都産業振興基本戦略を策定した。

この基本戦略においては、「国際競争の激化」、「労働力人口の減少」、「都市の刷新（リノベーション）の需要増大」という社会経済状況の変化を踏まえて「イノベーションにより国際競争力を強化」することをその方向性として示している。

そしてその実現のための「四つの戦略」として、「重点産業を育成し、東京の産業を牽引する」、「技術・経営革新の促進と経営基盤の強化を図る」、「「知」が交流し、価値が生まれる魅力ある都市を創出する」、「産業を牽引し、支える人材を育てる」を掲げている。



## (2) 東京都産業振興指針

この基本戦略に掲げた「四つの戦略」を着実に具体化するため、3年間で重点的に推進すべき産業振興策と主な取組を「東京都産業振興指針」として策定している。そこでは、「成長性の高い民間の事業化プロジェクトの集中支援」、「インキュベーション施設整備の促進」、「産業集積、事業所立地促進の支援」、「産業を牽引する人材育成支援」などが振興策として挙げている。

### 資料編③:本市の関連計画の動向

#### 1 西東京市基本構想・基本計画

2004（平成16）年3月に西東京市となって初めてとなる西東京市基本構想・基本計画を策定した。計画期間は2004（平成16）年度から2013（平成25）年度までの10年間となっており、現在第二次となる基本構想・基本計画の策定に向けて準備を進めている。

基本構想・基本計画ではまちづくりの6つの方向を掲げ、産業分野は「活力と魅力あるまちづくり」の中において様々な産業振興策を講ずることとしている。

#### 2 西東京市産業振興マスタープラン

平成23年3月に西東京市の産業のこれからの礎となる西東京市産業振興マスタープランを策定した。計画期間としては、2011（平成23）年度から2023（平成35）年度までの13年間となっている。このうち当初3年間はアクションプランとして優先的に実施すべき項目を実施している。

本計画では、産業分野を四分野に分け、特に「ものづくり」の分野においては、「事業者間の連携」、「ソフトなものづくり産業の展開」、「起業家支援の推進」などの施策を挙げている。

#### 3 西東京市都市計画マスタープラン

平成16年7月に西東京市のまちづくりの基本的・総合的・長期的方針となる西東京市都市計画マスタープランを策定した。計画期間としては、2004（平成16）年から概ね20年後の2025（平成37）年までとしている。都市計画マスタープランは社会経済情勢や市民ニーズなどの変化を踏まえて必要に応じて見直しを検討することとなっている。

本計画においては、将来都市像を「豊かなみどりに包まれた、安全でやすらぎの感じられる住宅都市」として掲げているが、土地利用の方針においては住宅地を中心とした住環境の確保を目指す一方で、駅周辺の商業地、工業集積地、幹線道路沿道など市の活性化と地域の生活を支えるための発展的な土地利用も志向するものとしている。

資料編④:周辺自治体の関連施策の状況

自治体名	関連計画	名称等	位置づけ	対象事業	体系(具体的な内容)	備考
中野区	総合計画①	新しい中野をつくる10か年計画(第2次)(平成22年度～平成31年度)(平成22年3月8日)	「産業新生のしかげづくり」のおもな取組として、「①都市型産業の誘導、②産業教育環境の整備、③経営改善のための環境づくりの推進」が掲げられている。「新しい中野をつくる10か年計画」内、「I-1 産業と人々の活力がみなぎるまち」の「施策の方向」より抜粋)	ICT・コンテンツ、生活産業	ICT・コンテンツ関連産業の情報交換の場の創設、ICT・コンテンツ関係の事業者の参入促進、順次開設する大学等教育関係機関との産学公連携による産業人材の育成、(仮称)産業振興センターの体制整備	—
	総合計画②	中野区基本構想(平成22年2月19日改定)	1「持続可能な活力あるまちづくり」の10年後、のうち、1-1 産業と人々の活力がみなぎるまち、の内容の1つとして挙げられている。	情報関連ビジネス、人材サービスなど、多様な都市生活のニーズに対応した産業	※具体的な施策の記載なし	「中野区基本構想(平成22年2月19日改定)」の「第4章 10年後に実現するまちの姿」「1-1 産業と人々の活力がみなぎるまち」に「情報関連ビジネス、人材サービスなど、多様な都市生活のニーズに対応した産業が発展しており、区外から起業をめざす人が多く集まるなど、地域全体の経済力が高まっています。」と記載がある。
	個別計画(産業振興計画等)	中野駅周辺まちづくりガイドライン2007(平成19年3月)	活力に満ちたまち実現のためのツール	IT・コンテンツ産業等	※具体的な施策の記載なし	「中野駅周辺まちづくりガイドライン2007」PDF版 ガイドライン2(P.26)「活力に満ちたまち実現のためのツール」項目「産業の誘導」に、方策「IT・コンテンツ産業の誘導」として内容の記載がある。

自治体名	関連計画	名称等	位置づけ	対象事業	体系(具体的な内容)	備考
杉並区	総合計画①	杉並区実施計画(平成20~22年度)(平成20年3月)	【平成22年度の杉並区のあるべき姿】の1つとして、「アニメーション産業や、SOHO(在宅・小規模オフィス)など、地域の特性や文化を活かしたみどりの産業が育ち、活力とにぎわいのある都市となっている」とされている。	アニメーション産業、SOHO(在宅・小規模オフィス)	(1) 環境と共生する産業の育成のために①産業振興の基盤整備(産業振興計画の見直し)	「杉並区実施計画(平成20~22年度)」の、3 みどりの産業で元気のでる都市をつくろう(P118~131)の項目で、「平成22年度の杉並区のあるべき姿」における「各分野の主要な取組と目標」として「(1) 環境と共生する産業の育成のために」の中でアニメーション産業に関する記載がある。
	総合計画②	すぎなみ五つ星プラン 杉並区基本計画・実施計画(平成17~22年度)(平成16年11月)	「アニメの杜すぎなみ構想の推進」 アニメーション産業が集積する立地条件を生かし、アニメーション産業を区の重要な産業と位置付け、地域経済の活性化につながるよう積極的に支援する。また、地場産業であるアニメーション産業の即戦力を育てる人材育成事業を実施する。	アニメーション産業	(1) アニメーションフェスティバル等の開催・出展、(2) アニメーションによる商店街の活性化、(3) アニメーションを核とした観光ルートの整備、(4) 人材育成支援	「すぎなみ五つ星プラン 杉並区基本計画・実施計画 平成17~22年度」の「(1) 環境と共生する産業の育成のために」内、「3 アニメの杜すぎなみ構想の推進」(P.103)より
	個別計画(産業振興計画等)	杉並区産業振興計画(平成15年2月)	アニメーション産業の発展支援	アニメーション産業	「アニメの杜すぎなみ構想の推進」(アニメーション産業支援施設の誘致(重点施策)、アニメーションフェスティバルの開催等、アニメーション、商店街、ものづくりとの融合事業への支援、アニメーションを核とした観光ルートの整備)、「アニメーション産業の経営基盤の強化」(新たな資金調達制度の開発と具体化(重点施策)、経営体質の改善支援、人材育成支援、国や東京都への課題提起)	「杉並区産業振興計画 平成15年2月」第3章 産業振興の基本計画 4 アニメーション産業の発展支援(P.33~35)に「アニメの杜杉並構想の推進」と「アニメーション産業の経営基盤の強化」の2つの施策がある。

自治体名	関連計画	名称等	位置づけ	対象事業	体系(具体的な内容)	備考
練馬区	総合計画①	練馬区長期計画(平成22年度～26年度)(平成22年3月)	地域と共存したアニメ産業の振興	アニメ産業など	「練馬区長期計画(平成22年度～26年度)」中の「政策32 経済活動を活発にする」「施策321 練馬区の特徴的な産業を支援する」の基本事務事業として「地域と共存したアニメ産業の振興」が記されている。(p.128～131)	「練馬区長期計画(平成22年度～26年度)第2部 基本計画編 第3章 各政策・施策の内容」の「3. 区民生活と産業分野 にぎわいとやすらぎのあるまちを創る 政策32 経済活動を活発にする 施策321 練馬区の特徴的な産業を支援する」(p.128～131)に基本事務作業として「地域と共存したアニメ産業の振興」がある。
	総合計画②	練馬区基本構想(平成21年12月11日)	「練馬区基本構想」(平成21年12月11日策定)の「ねりま未来プロジェクト」の1つとして「アニメプロジェクト」がある。	アニメ産業	練馬区のアニメ産業を育成・強化し、区全体の産業振興と雇用創出へつなげるとともに、練馬区発の文化として広く世界に発信。(1)国際競争力をもつ産業へ育成(国際競争力をもつ産業へと育成。製作環境の充実や、アニメ人材育成、知的財産としての活用などを進め、その牽引力により、雇用の創出をはじめ地域経済全体の活性化を図る) (2)アニメ文化を通して練馬の魅力高める(アニメ文化を区の内外に発信することで練馬の魅力をさらに高めていく。アニメを区のさまざまな施策展開に活用し、アニメを核として区民の地域への誇りを醸成する)。	「練馬区基本構想」(平成21年12月11日策定)の「第3章 未来の練馬を区民とともに築く」の「ねりま未来プロジェクト」に「2-2 アニメプロジェクト」の記載がある。
	個別計画(産業振興計画等)	練馬区商工業振興計画(平成23年度(2011年度)～26年度(2014年度))(平成22年9月)	個別事業「アニメプロジェクトとの連携」	アニメ産業	「練馬区商工業振興計画 平成23年度(2011年度)～26年度(2014年度)」中、「施策321 練馬区の特徴的な産業を支援する」の内容の1つ「アニメプロジェクトとの連携」個別事業として、「4 アニメ産業の育成・強化(地域共存型アニメ産業集積活性化計画)」「5 アニメ文化の普及による地域経済の活性化(*地域共存型アニメ産業集積活性化計画)」がある。	「練馬区商工業振興計画 平成23年度(2011年度)～26年度(2014年度)」第4章 施策の体系と個別事業に「施策321 練馬区の特徴的な産業を支援する」内容の1つ「アニメプロジェクトとの連携」の個別事業として「4 アニメ産業の育成・強化(地域共存型アニメ産業集積活性化計画)」「5 アニメ文化の普及による地域経済の活性化(*地域共存型アニメ産業集積活性化計画)」の記載がある。

自治体名	関連計画	名称等	位置づけ	対象事業	体系(具体的な内容)	備考
八王子市	個別計画(産業振興計画等)	八王子市産業振興マスタープラン(平成15年9月)	企業立地促進区域への積極的な企業等の立地を支援し、産業系用地の有効活用を促進するための必要な支援措置を講ずることにより、産業の振興及び雇用機会の拡大を図る。(条例目的より)	ものづくり産業、商業、物流系産業、事務所	企業立地・雇用促進奨励金、貸し施設設置奨励金、産業系用地確保奨励金、開発・生産設備設置奨励金	八王子市いきいき企業支援条例(平成21年4月1日改正)
		(先端技術センター構想)市の強みを生かし、この地域が国際的な競争力を保ち、さらなる企業の集積と、技術力の向上を目指していこうという構想。「ものづくりセンター(先端技術共同研究センター)と「開発・交流プラザ(先端技術開発・交流センター)」の2拠点施設を運営。	市内のものづくり企業	「ものづくりセンター」:市内の企業又は市内の大学が参加した共同研究グループに対し場を提供し、新製品や新技術開発に向けた研究活動を支援 「開発・交流プラザ」:市内の企業や大学のネットワークづくり、技術力の向上や技術的課題の解決、新しい事業の創出・展開に取組ため設置	市HP「製造業・IT産業の振興」の「先端技術センター構想」に「『先端技術センター構想』は、平成15年度に策定した「八王子市産業振興マスタープラン」において、ものづくり産業振興策の最重要施策として位置付けています。」の記載がある。	
武蔵野市	個別計画(産業振興計画等)	武蔵野市観光推進計画(平成19年8月)	「武蔵野市観光推進計画」の、「第4章観光推進の方策」の中で、推進方向として「アニメ・漫画を創作する場、あるいはアニメ・漫画に登場する場として知られる吉祥寺とその周辺の商業地を中心に、アーティストの協力を得ながら、吉祥寺アニメワンダーランドなどのイベントを柱とし、「アニメ・漫画の武蔵野市」をより広く発信し集客につなげていきます。」の旨記載あり。	アニメスタジオ、出版社	(1) 地元ゆかりのアニメ作家・漫画家等の原画やセル画等を集めた展示 (2) 市民、アニメファンなどが楽しめる交流イベントの企画・実施 (3) アニメ、漫画の工房、スタジオ見学の機会の整備、体験学習の提供	「第4章 観光推進の方策 1. 観光対象資源の整備」に「(3) アニメ・漫画」(p.19)とある。

自治体名	関連計画	名称等	位置づけ	対象事業	体系(具体的な内容)	備考
三鷹市	総合計画	第3次三鷹市基本計画(第2次改定)(平成20年3月)	一定の集積が見られる SOHO 事業者や情報関連・コンテンツ事業者等のさらなる集積・ネットワーク化を推進し、新たな都市型産業を育成していくことが必要。	SOHO 事業	平成18年度に実施した「SOHO 事業効果調査」等の結果を踏まえ、三鷹ネットワーク大学が取り組むまちづくり総合研究所事業の一環として「SOHO CITY みたか構想」を見直し、新構想の推進を図る。	「第3次三鷹市基本計画(第2次改定)(平成20年3月)」内の「第3編 各論 第2部 第3 都市型産業の育成」(p.83～)より
	個別計画(産業振興計画等)	三鷹市産業振興計画2010(平成16年3月)、三鷹市都市型産業誘致条例	市内に優良な企業を誘致することにより、市内産業の活性化、新たな雇用の創出、適正な土地利用の推進、及び税収構造の安定化を図っていく。	ア 環境配慮型・研究開発型の製造業 イ 情報・通信関連業 ウ アニメーション・コンテンツ関連産業 エ 観光関連業 オ その他市長が認める事業	固定資産税等の納税額を指定ランクに応じた割合で助成金として交付	市 HP「企業誘致を推進していきます」参照
小平市	※具体的な産業振興計画なし	第2次行財政構築プラン(平成23年3月)	市内産業の多様化による地域経済の活性化 新たな雇用の創出	商工業事業者	J A や商工会、大学など多様な機関との連携による産業育成策の検討(例:地産地消の推進・小平グリーンロードを軸とした観光事業・コミュニティビジネスなど) 多様な創業支援や産業育成支援の実施	「第2章 取組の内容 4 財政基盤の強化 (2) 自主財源の確保」に「No31 市内産業の育成」(P54)がある。
東村山市	総合計画	東村山市第4次総合計画基本構想・前期基本計画(平成23年3月)	商工業が活発に展開されまちのにぎわいと活力を創造する。	商工業事業者	市民産業まつりなど市民と地域のつながりを強めるイベントの等の事業を支援 異業種交流の推進、勉強会の開催、共同研究、販路開拓、展示会の取組支援 事業資金の融資	「第4次総合計画」内の「分野別計画Ⅱ 基本目標4 施策大綱4-3-2 商工業の育成・支援」(p.107)より
	—	—	東村山市内の住宅地等に混在する工場施設及び市外から市内に移転を希望する小規模企業者の工場施設を準工業地域に集約化し、適正な工業振興とその環境整備を図るため、東村山市立共同利用工場施設を設置。	小規模企業者	市が作業場その他生産活動に必要な設備等を有する工業施設を建設し、小規模企業者に利用させる(賃貸工場アパート)。	東村山市立共同利用工場施設条例 ※総合計画内にも特段の記述なし。

自治体名	関連計画	名称等	位置づけ	対象事業	体系(具体的な内容)	備考
国立市	※具体的な産業振興計画なし	国立市企業誘致基本方針(平成20年6月) 国立市企業誘致促進条例	民間事業所と共にまちを育むことを基本理念に、地域の特色に配慮し、生活者の視点に立った事業所誘致を促進することにより、地域経済の活性化と住民の雇用機会の拡大を図ることを目的とする。	中小事業所対象 (1)事業分野 ア 文学・芸術・教育関連 イ 学術・商品開発研究関連 ウ 生活文化関連 エ 情報・通信関連 オ 新製造技術関連 カ スポーツ・健康関連 キ 縫製・ファッション関連 ク 新エネルギー・省エネルギー関連 ケ バイオテクノロジー関連 コ その他市長が適当と認める分野 (2)事業業種 ア 製品の製造、加工又は修理に係る事業 イ 情報通信に係る事業 ウ 卸売に係る事業 エ 開発研究等を行う事業 オ その他市長が特に必要があると認める事業	まちづくり協力金 企業立地協力金 企業立地のあっせん 開設資金等の融資制度	民営の中間支援団体である「CESA くにたち」による起業・シェアオフィス活用支援などを実施。 また、地域プロモーションと企業誘致の専用サイト「ビジテ!国立」を通じて、シティセールスや立地あっせんなどを行っている。
清瀬市	総合計画	第3次清瀬市長期総合 後期基本計画(平成21年3月)	経営基盤の確立、新しい産業育成	商工業事業者、起業希望者等	経営診断、指導、助言 小口融資制度の充実 事業支援のための情報提供 ベンチャー企業支援	「第3次清瀬市長期総合 後期基本計画」内の「第3章 2 施策27 商工業の振興」(p.83)より
東久留米市	総合計画	東久留米市 第4次長期総合計画 基本計画(平成23年度3月)	経営の安定・向上に向けた取組の継続、新たな産業の育成・支援。	商工業事業者	経営改善に努力する中小企業への支援の継続、市内工業の核となる中小企業の活力維持のための取組を検討	平成20年~21年にかけて産業振興に向けた調査を実施済み。 総合計画内に具体的な施策の記載なし。





西東京市ソフトなものづくり産業育成策  
調査報告書  
平成24年1月

発行 西東京市生活文化スポーツ部産業振興課  
東京都西東京市中町1-5-1（保谷庁舎）  
電話 042-438-4041（直通）

調査委託先 株式会社浜銀総合研究所 地域戦略研究部