

## 第1章 | 産業振興でめざすもの

## 第1章 産業振興でめざすもの

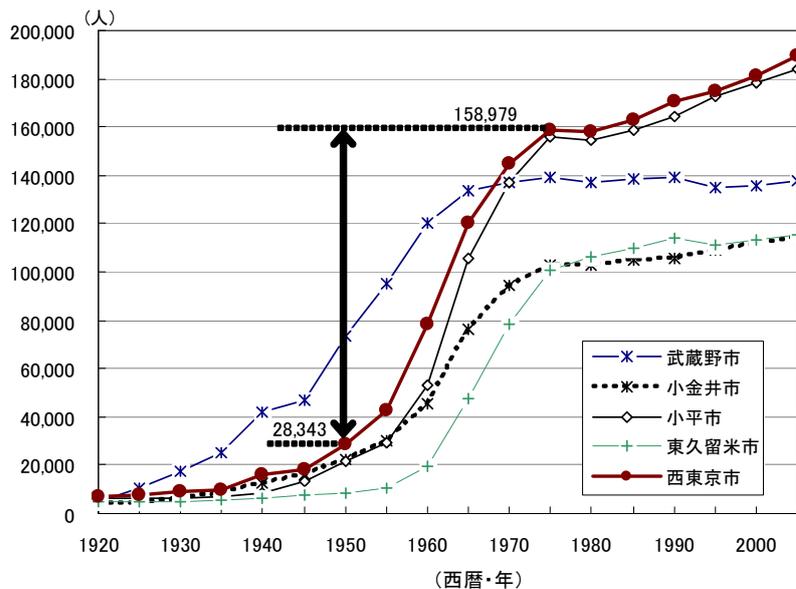
### 1 背景:産業振興にあたって

#### 1.1 西東京市の人口の動き

西東京市は、新宿や池袋からおよそ 20Km、鉄道で 20 分程度の所にあります。都心との近接性や交通利便性を背景に、高度成長期には人口が急激に増加して（図 1-1 参照）、住宅を中心とした都市が形成されてきました。

近年、日本全体は人口減少の時代に入りましたが、西東京市の人口は、近隣市とともに、現在も増加しています。（次ページ図 1-2 参照）

図 1-1 西東京市及び近隣市の人口の長期推移



資料) 東京都「東京都統計年鑑」(平成 19 年) 原典) 総務省統計局「国勢調査報告」

国の推計<sup>※</sup>で西東京市の今後の人口動向をみると、全国的な状況と異なり、今後とも伸びていくと予測されており、高齢者比率は全国平均と比べると低めで推移するという特徴があります。（次ページ図 1-3 参照）

一方で、全国平均より低めとはいえ、2020 年(平成 32 年)頃には、4 人に 1 人が高齢者となることも推計されています。そのため、高齢者比率の高まりに備えつつ、今後とも増え続ける人口を活かした産業政策を展開していくことが求められます。

※国立社会保障・人口問題研究所による「将来推計人口」(平成 20 年 12 月推計)

図 1-2 総人口の将来予測  
(2005 年を 100 とした指数)

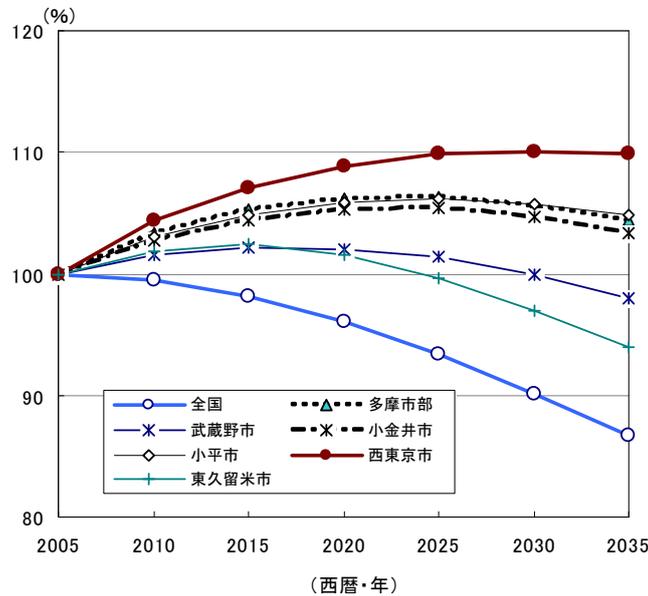


図 1-3 65 歳以上の高齢者比率の将来予測

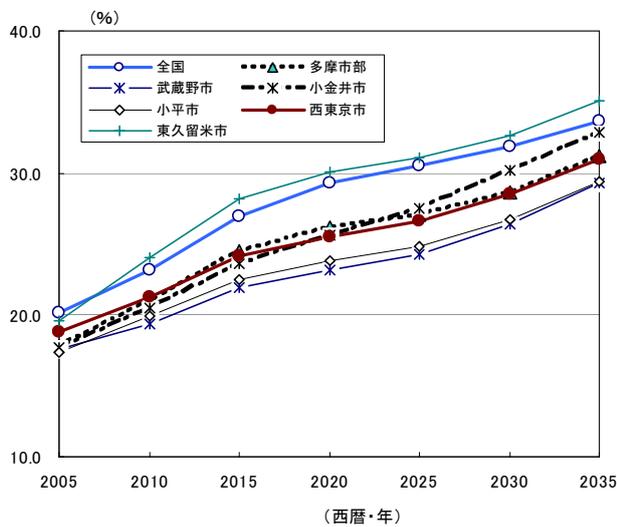
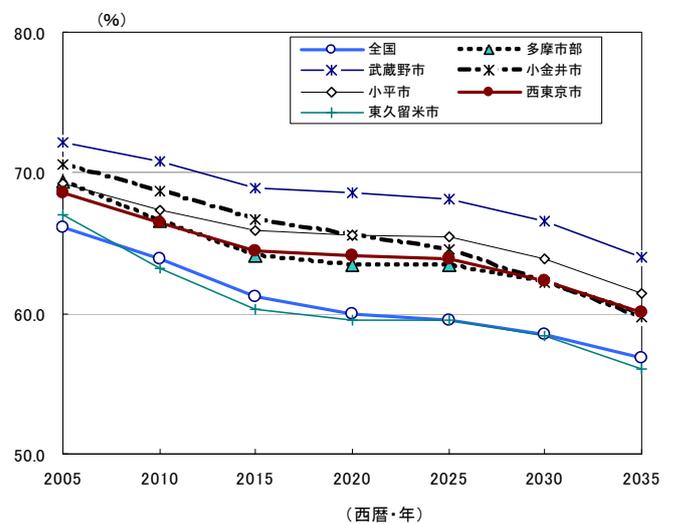


図 1-4 15~64 歳の生産年齢人口比率の将来予測



注) 図 1-2~1-4 すべてのデータの推計方法は、コーホート要因法による、以下のとおり

基準人口に、人口動態率や移動率など、以下の仮定値を当てはめて推計する方法  
 基準人口：平成 17 年 10 月 1 日現在の市区町村別、男女・年齢（5 歳階級）別人口  
 将来の生残率：平成 12 年と平成 17 年の市区町村別生命表をもとに算出  
 将来の純移動率：一時的な要因によって大きく変化することも加味し、平成 12~17 年の純移動率をもとに設定  
 将来の子ども女性比：「日本の都道府県別将来推計（平成 19 年 5 月推計）」において算出された数値をもとに設定  
 将来の 0~4 歳性比：「日本の都道府県別将来推計（平成 19 年 5 月推計）」において算出された数値をもとに設定  
 詳細は、[http://www.ipss.go.jp/site-ad/index\\_Japanese/population.html](http://www.ipss.go.jp/site-ad/index_Japanese/population.html)

資料) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の市区町村別将来推計人口」（平成 20 年 12 月推計）

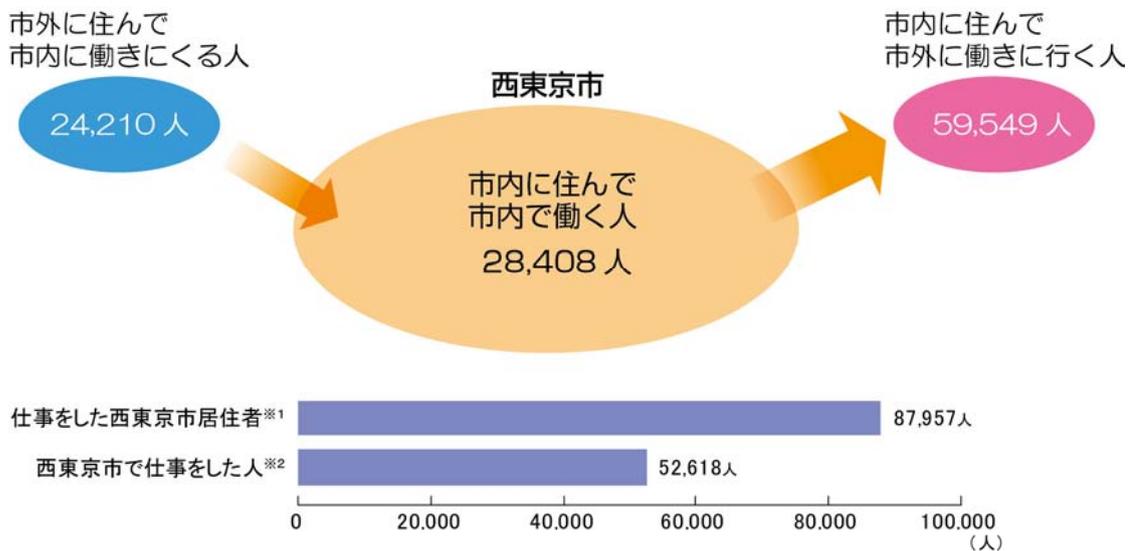
## 1.2 市外で働く人が多い西東京市

こうした高度成長期の人口増加を背景に、西東京市は、ベッドタウン的な住宅都市が形成されたことから、市外へ通勤する人が多くなっています。

今後、この市外通勤者の方々の高齢化が進み、定年退職を迎えることとなります。このことは、さまざまな知識や技術、経験をもった人々が地元に戻ることを意味しており、地元にとってプラスと考えることができます。しかし、その一方で、市財政の立場からは、市税収入への影響が懸念されるところです。

そのため、市内の産業を振興することで事業者や事業者の収益が増加し、退職する市民や子育て中の女性などが身近で働くことができる機会が増え、安定した収入を得ることができれば、市税収入の確保に結びつくこととなります。したがって、市内産業の振興が、今まで以上に求められるようになります。

図 1-5 働く場所は？（西東京市・平成 17 年）



※1 「仕事をした西東京市居住者」とは、働いた場所が市内・市外にかかわらず、西東京市の住民で仕事をした人。国勢調査の15歳以上の常住地就業者の調査結果による

※2 「西東京市で仕事をした人」とは、住んでいる場所が市内・市外にかかわらず、西東京市内で仕事をした人。国勢調査の15歳以上の従業地就業者の調査結果による

注) 就業者とは、国勢調査の調査期間内に、収入となる仕事を少しでもした人  
資料) 総務省統計局「国勢調査報告」(平成17年)

### 1.3 産業振興関連予算(近隣市との比較)

多摩北部都市広域行政圏\*（多摩六都）に属する5市の産業振興関連予算を平成22年度ベースで比較すると、農業関係では、東村山市が総予算額に占める割合が0.22%と最も高く、次いで清瀬市が0.21%で、他は0.11%から0.18%となっています。

商工関係では、東久留米市が0.45%と最も高く、次いで西東京市が0.40%で、他は0.29%から0.31%となっています。

西東京市は5市の中で総予算に占める割合が、農業関係では最も低く、商工関係では2番目となっています。

表 1-1 産業振興関連予算（近隣市との比較）

1 農業関係予算		単位:千円				
		西東京市 (人口197,498)	小平市 (人口184,003)	東久留米市 (人口116,549)	清瀬市 (人口74,023)	東村山市 (人口153,141)
平成20年度	A 予算総額	61,130,000	49,461,000	33,671,000	23,574,000	44,318,859
	B 農業関係予算額	99,238	98,765	102,737	63,909	107,154
	予算総額に占める割合(B/A)	0.16%	0.20%	0.31%	0.27%	0.24%
平成21年度	A 予算総額	60,588,000	48,880,000	34,164,000	26,546,000	43,206,483
	B 農業関係予算額	80,712	67,676	67,330	87,898	73,593
	予算総額に占める割合(B/A)	0.13%	0.14%	0.20%	0.33%	0.17%
平成22年度	A 予算総額	67,696,000	53,992,000	36,865,000	27,104,000	46,052,703
	B 農業関係予算額	76,545	70,674	65,355	57,653	100,151
	予算総額に占める割合(B/A)	0.11%	0.13%	0.18%	0.21%	0.22%

2 商工関係予算		単位:千円				
		西東京市 (人口197,498)	小平市 (人口184,003)	東久留米市 (人口116,549)	清瀬市 (人口74,023)	東村山市 (人口153,141)
平成20年度	A 予算総額	61,130,000	49,461,000	33,671,000	23,574,000	44,318,859
	B 商工関係予算額	160,642	143,038	197,810	70,280	116,316
	予算総額に占める割合(B/A)	0.26%	0.29%	0.59%	0.30%	0.26%
平成21年度	A 予算総額	60,588,000	48,880,000	34,164,000	26,546,000	43,206,483
	B 商工関係予算額	184,270	131,755	176,646	91,184	124,005
	予算総額に占める割合(B/A)	0.30%	0.27%	0.52%	0.34%	0.29%
平成22年度	A 予算総額	67,696,000	53,992,000	36,865,000	27,104,000	46,052,703
	B 商工関係予算額	270,493	169,681	164,101	79,674	132,377
	予算総額に占める割合(B/A)	0.40%	0.31%	0.45%	0.29%	0.29%

注)

< 共通 >

- ・表の数値は各市の当初予算書によるもの
- ・各市の人口は平成23年1月1日現在のもの
- ・A 予算総額は各市の当初一般会計歳出予算総額

< 農業関係予算 >

- ・B 農業関係予算額は各市の農業振興費等及び農業委員会費の当初歳出予算

< 商工関係予算 >

- ・B 商工関係予算額は各市の商工振興費等の当初歳出予算（消費者対策費を除く）

## 2 目標:産業振興でどんな効果をあげようとするのか

産業から生み出されることを期待する効果を、以下の3つととらえます。

《産業に期待する3つの効果》

- 『業』<sup>ぎょう</sup>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という効果



### ■『業』<sup>ぎょう</sup>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

- ・産業を振興して、市内事業者の業績が上がり、新たに創業・開業が増えれば、
  - ⇒ 事業者からの税収が増えることが期待されます。
  - ⇒ 身近に働く場が増えて、市内での仕事に就きやすくなります。
  - ⇒ 働く市民が増えれば、個人市民税の増収につながることを期待されます。

高齢者の定年退職のほか、リーマンショック\*に端を発する世界的不況による景気の悪化や個人所得の減少などにより、個人・法人市民税をはじめとする市税が減収し、市の財政は、大変厳しい状況にあります。

このことに対し、市内の産業を振興することにより、市内事業者の業績が上がり、また、新たな創業・開業が増えれば、法人市民税や固定資産税などの増収が期待できます。

また、定年退職した方の中には、まだまだ働きたい、活躍したいと考える人が多くいます。さらに、仕事に就きたい、外で働きたいという主婦なども増加しています。

これら高齢の方々や子育て中のお母さん方など、なるべく近くで働きたいという市民にとって、身近に働ける場があるということはとても重要です。さらに、働く市民が増えることで、個人所得が伸び、結果として個人市民税の増収につながることも期待できます。

## ■ 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

- ・ 産業を振興して、市内のあちらこちらに農地や商店街が残り、そこで日中に活動している人がいれば、
  - ⇒ 身近で買い物をしたり、サービスを受けられ、「生活の安心」が確保されます。
  - ⇒ 顔が見える農産物や商品、製品が供給されて、「生活の安心」感が増します。
  - ⇒ 日中、地域に「人の目・手」があるので、「防災・防犯面の安心」が確保されます。

高齢化が進展し、単身や少人数の世帯が増える中、「外出が困難で買い物が大変」「生活や子育てを助けてくれる人が近くにいない」など、生活面に不安を抱える人が増えています。さらに、振り込め詐欺などの悪質な犯罪や災害への不安も高まりつつあり、人々が漠然とした不安を抱える時代になってきています。

このような中、身近で買い物やサービスが提供され、顔が見える農産物や製品が供給されることは、「生活の安心」を支える上で重要な要素です。それが地域のニーズにきめ細かく対応したものであれば、さらなる効果が期待できます。

また、市内のあちらこちらに商店街や農地、事業所があり、日中市内で活動している人がいること、つまり、地域に「人の目・手」があることは、死角を減らすとともにコミュニケーションが醸し出され、「防災・防犯面の安心」につながります。

## ■ 『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という効果

- ・ 市内で活動する知名度の高い企業と地元の産業、市民が協力しながら産業振興を進め、市内の事業者や農業、商店街の素晴らしさ・個性を内外にアピールできれば、
  - ⇒ 地域の顔ができ、地域のイメージが上がります。
  - ⇒ 地域イメージが上がれば、産物や商品、立地面のブランド力が高まります。
  - ⇒ 市民の地域への愛着や誇りを高めることにつながります。

トヨタと豊田市、とげぬき地蔵通り商店街と巢鴨など、知名度の高い企業や特徴のある商店街が地域のイメージを形作っている例は多くあります。

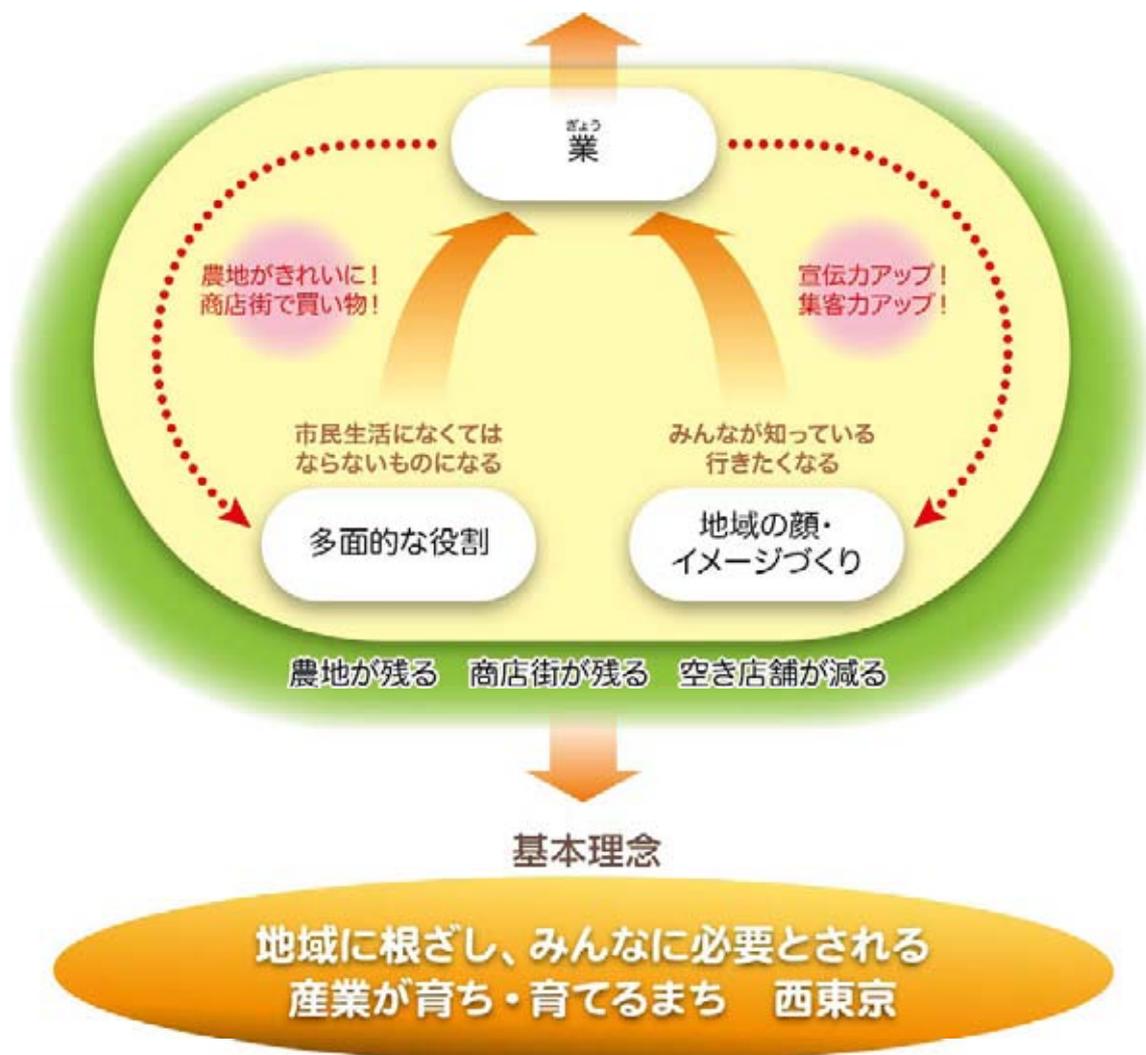
また、駅を降りて最初に目にする商店街は、その場所の第一印象を大きく左右する存在で、いわば「地域の顔」にあたる部分とも言えます。

地域イメージが優れていることは、そこで事業を営む事業所のイメージが上がる、商品などの付加価値アップにつながる、人を呼び込むチャンスが広がるなど、産業面で大きなメリットがあります。また、市民は、そこに住んでいることに誇りを持つようになり、地域への愛着も増します。

### 3 基本理念：どんな考えのもと、産業振興に取り組むのか

以上の3つの効果をあげられれば、その相乗効果で、

- 『多面的な役割』や『地域の顔・イメージづくり』が、『業』を行う環境をさらに良くしていくことが期待できます。
- 『業』で農地や商店からの収益があがり、『多面的な役割』で農地や商店街が市民生活になくてはならないものとなることで、農地や商店街が残り、空き店舗も減ることが期待できます。
- また、『業』が良くなれば、本業に余裕が生まれ、地域貢献など『多面的な役割』を発揮しやすくなり、『地域の顔・イメージづくり』にも力を入れやすくなります。



## 『地域に根ざし』とは

地元で長く事業を行ってきた地元由来の事業者は、地元を知り、地元ならではのサービスを提供できる素地があります。また、防災・防犯活動などで地域コミュニティに深くかわり、まちづくりにも貢献しています。これら「もともと『地域に根づいて』いる事業者」は、今後も市民に身近な事業者としての役割を果たすことが期待されます。

一方、市外から進出してきた事業者や大規模店舗からは、新たな雇用の創出や税収の増加などの効果もたらされます。これらの事業者・店舗の中には、市内で長く事業を行ってきた、地域に親しまれ、市民に必要とされているものが多くあります。そのため、これら事業者が「『西東京市に根をはって』、今後とも市内で事業をし続けたい」と思える環境を提供することも重要です。さらに、地域コミュニティやまちづくりの担い手としての役割も果たしてもらい、よりしっかりと『地域に根をはって』もらうことも望まれます。

すなわち、『地域に根ざし』とは、「もともと地域に根づいている事業者」と「市外から来て、市内に根をはっていく事業者」とが、お互いを補完し合うことで共存共栄を図り、市外との都市間競争を戦う、コミュニティ・まちづくりをともに進めて、より深く地域や市民の生活に根をはっていく状況をつくっていくことを意味しています。

## 『みんなに必要とされる』とは

先に述べたとおり、人々が漠然とした不安を抱える時代となりつつある現在、商店街などは、単なる身近な買い物場所というだけでなく、「子ども・お年寄りの見守り役」などの見守り機能が、これまで以上に重要になると思われます。

また、農業・農地も、「緑や生態系を保全する」「食育の場となる」「景観をつくる」「災害時の避難場所となる」「いざというときに地元で食糧を供給する」など、様々な役割を果たしています。

さらに、商店、農地、事業所などを拠点とした活動は、地域における「人の目・手」となり、いざというときの防災・防犯面の安心につながります。

すなわち、産業が『業』として活躍するとともに、『多面的な役割』を果たすことで、生活の安心・安全を支え、みんなに必要とされるということの意味しています。

## 『育ち・育てる』とは

『育てる』とは、行政・市民が協力しあって、事業者が事業活動を行いやすい環境や事業が生まれやすい環境づくりに取り組むことを意味しています。

しかしながら、事業を行うのはあくまでも事業者であり、何より重要なのは、事業者自らの『育ちたいという意欲・育とうという努力』です。そのため、これからの産業振興では、『育てる』とともに『育ち』を促すということの意味しています。

## 4 課題：どんな問題・資源があり、どんな対応が求められるか

### 4.1 農業

#### ■生産基盤・経営基盤の強化、経営多角化などを支援し、事業者本人がその可能性を最大限に発揮できる環境をつくる必要がある

- ・農業の収益性が低いため農業で生計を立てることは困難で、これが後継者と農地の減少につながっているといわれています。しかし、一方で、生産基盤の高度化や新たな技術の習得、農産物の質の向上、顧客開拓等で、固定客をつかみ成果をあげている農業者もいます。
- ・そこで、生産基盤・経営基盤の強化、経営多角化などを支援し、事業として農業経営を行う農業者が、その可能性を最大限に発揮できる環境をつくる必要があります。

#### ■質の確保と知名度アップで、農産物のブランド力・付加価値を高める必要がある

- ・農産物については、投入資材等に比して農産物の付加価値が低く、収益性を高めることは困難だといわれています。しかし、質の高さはもとより、安全・安心、資源循環などといった付加価値をアピールすることにより、高値の販売価格で取引されるものがあります。
- ・西東京市農産物キャラクター「めぐみ」ちゃんの認知度が不足しており、質・知名度ともに、訴求力のあるブランドを形成するには至っていません。そこで、農業協同組合（以下「JA」という。）などと連携し、ブランドとしてふさわしい質の確保と、知名度の向上をともに進め、収益性向上を導く必要があります。

#### ■生産規模や生産力に応じた営農の支援や、販路の確保などが必要

- ・農業者の高齢化などで市場出荷から撤退せざるを得ない、農地規模が小さい、定年帰農で農業経験が浅いなど、様々な理由で本格的な農業経営が困難な例が見られます。
- ・そこで、規模や能力に応じた営農の支援や、援農者を含む担い手の育成、販売先・販売場所の確保の支援など、営農を継続し農地を保持できるような対策が必要です。

#### ■農業・農地への親しみや理解を高め、農業・農地を大切にしたいと思う市民の気持ちを育む必要がある

- ・地元農産物を買う・買いたい市民は多く、農家の庭先販売も100箇所近く設けられ、農業体験農園\*の開設や食育も進められています。一方で、農地へのごみ捨てが問題になるなど、農業・農地に対する理解・気づきが不十分という指摘があります。
- ・そこで、農業体験や食育、農業景観散策\*などにより、農業・農地を大切にしたい、地元農産物を買いたいという気持ちを高め、営農環境の改善につなげていく必要があります。

- ・また、地元農産物の供給体制の不足や仕組みの構築の遅れが指摘される学校給食については、その充実を図ることにより、地産地消を促進することが必要です。



農業景観散策で西東京市の農地を知る



食育事業 親子で農業体験

## コラム

### ●「めぐみ」ちゃんをご存知ですか？

「めぐみ」ちゃんは、キャベツをモチーフにした西東京市の農産物キャラクターです。直売所に立つ緑ののぼりや、野菜の袋でみかけたことはありませんか？

「めぐみ」ちゃんには、市民まつりなどのイベントで、会うことができます。

ところで、なぜ「めぐみ」ちゃんはキャベツなのでしょう？

⇒ 実は、西東京市は多摩地域で第1位\*のキャベツの産地なのです！  
西東京市では、野菜や果物（梨など）や、花きが多く生産されていますが、作付面積、収穫量ともキャベツがトップ。

ご存知でしたか？

※多摩の農業統計（平成20年度版）による



西東京市農産物キャラクター  
「めぐみ」ちゃん



市民まつりにて（平成21年度）

## 4.2 ものづくり

### ■市内事業者の持つ独自技術をアピールし、マッチングのコーディネートをして、営業力を高めることが必要

- ・大規模工場の撤退や縮小で関連する事業所等が大きく減少した後も、独自の技術力を持った事業者は市内で事業を継続しています。しかし、中小企業が営業部門を持つことは困難で、技術はあっても営業が弱いのが現状です。また、独自技術の次世代への継承も課題となっています。
- ・系列や元請け・下請け関係が崩れる中、独自技術を持って他社と連携する動きが顕著になってきています。しかし、本市の場合、技術力を十分アピールできない、西東京商工会（以下「商工会」という。）等に引き合いがきても、それを事業者につなげる機能が弱いという指摘があります。
- ・そこで、技術力をアピールし、マッチングをコーディネートするなど、営業力を強化するとともに新分野展開・連携のきっかけづくりを進めることが必要です。合わせて、独自技術を絶やさないため、次世代の育成も求められます。

### ■事業者が居続けられる、活躍しつづけられる環境の確保が必要

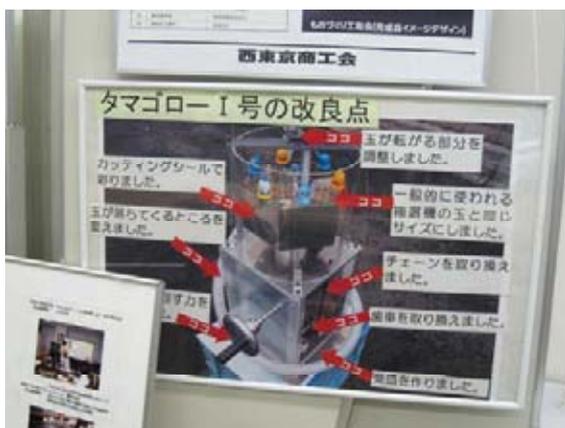
- ・製造業の中には、周辺の宅地化により住宅との相隣関係に直面する、建替えたくても敷地に余裕がなくて建替えられないなど、操業の継続が難しくなる工場なども出ています。
- ・また、行政や他分野の事業所、市民との関係もやや希薄な状況にあります。
- ・そこで、見学・体験、インターンシップの受け入れなど、地域に開かれた企業づくりで、ものづくりへの理解を深めることにより、相隣関係の緩和を図ることが必要です。こうした取り組みは、次世代を担う子どもたちのものづくりへの関心を育むことにもつながります。
- ・また、行政などとの関係を深め、課題を共有して、操業を継続できるような環境づくりを図ることも重要です。



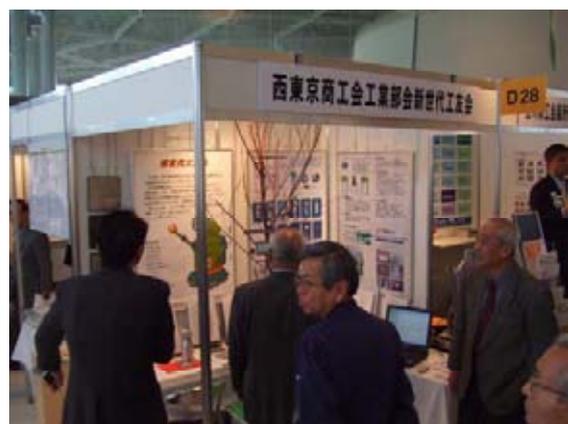
市民まつりで、ものづくり体験

## ■市内事業者間の連携の強化が必要

- ・平成 21 年に、商工会のものづくり工友会\*は、技術を結集してオリジナル抽選器「タマゴロー I 号\*」をつくり、外から見えにくい技術を「見える化」して、たま工業交流展\*等に出品するなど、マッチングのきっかけづくりを始めています。
- ・この試みは、市内事業者が互いに刺激しあって「新たな展開へのきっかけをつくる」試みですが、こういった例は限られており、個々の力が分散している状況です。
- ・そこで、事業者間の連携を強化し、個々の力を結集して、販路拡大や開発にあたるような体制づくりを導くことが必要です。



ものづくり工友会の「タマゴロー I 号」



たま工業交流展でマッチングの機会を探る

■産学公連携や、市内に集積する情報・コンテンツ産業の活用などが必要

- ・近年、ハード・ソフト分野ともに、独自の技術やアイデアを活かした事業者が各地で生まれています。また、情報産業やコンテンツ産業、環境、医療・福祉関連などは引き続き成長が見込まれる分野です。
- ・一方、情報産業やコンテンツ産業などの「ソフトなものづくり産業」の集積状況（平成18年）をみると、本市は多摩六都の中では抜きん出ています。特に、情報サービス業従業者は2,000人を超えます。映像・音声情報制作業等の従業者数も多く、杉並区、練馬区の4分の1ではありますが、400人を超えています。
- ・本市の後期基本計画にも産学公の連携への取組みが位置づけられていますが、具体的な進展がみられない状況です。そこで、引き続き産学公連携を模索するとともに、集積する「ソフトなものづくり産業」が持つイメージ、人材、技術の有効活用や、誘致・起業支援を後押しすることが必要です。

表 1-2 ソフトなものづくり産業の集積状況

■事業所数		(単位:事業所)								
面積 (Km <sup>2</sup> )	西東京市	小平市	東久留米市	清瀬市	東村山市	武蔵野市	三鷹市	杉並区	練馬区	
	15.85	20.46	12.92	10.19	17.17	10.73	16.50	34.02	48.16	
情報サービス業	20	12	5	5	8	110	65	144	61	
インターネット付随サービス業	0	0	0	0	0	19	4	19	10	
映像情報制作・配給、音声情報制作業等	30	1	3	2	3	51	18	138	77	
新聞・出版・ニュース供給業	6	1	4	1	2	23	7	73	28	
デザイン業	11	4	0	2	1	32	10	64	32	
機械設計業	6	12	3	1	8	7	19	11	10	
計	73	30	15	11	22	242	123	449	218	
(面積当たり)	4.6	1.5	1.2	1.1	1.3	22.6	7.5	13.2	4.5	

■従業者数		(単位:人)								
人口 (万人)	西東京市	小平市	東久留米市	清瀬市	東村山市	武蔵野市	三鷹市	杉並区	練馬区	
	19.2	18.2	11.6	7.4	14.7	13.7	17.5	53.0	69.1	
情報サービス業	2,045	249	345	72	236	3,295	1,433	4,730	550	
インターネット付随サービス業	0	0	0	0	0	111	217	80	44	
映像情報制作・配給、音声情報制作業等	425	4	54	33	9	441	183	1,655	1,733	
新聞・出版・ニュース供給業	47	2	16	3	7	298	80	2,140	247	
デザイン業	38	22	0	16	7	112	34	290	142	
機械設計業	23	753	10	3	70	101	483	41	163	
計	2,578	1,030	425	127	329	4,358	2,430	8,936	2,879	
(人口1万人当たり)	134.3	56.7	36.6	17.3	22.4	319.2	139.0	168.7	41.7	
計(情報サービス業・機械設計業を除く)	510	28	70	52	23	962	514	4,165	2,166	
(人口1万人当たり)	26.6	1.5	6.0	7.1	1.6	70.5	29.4	78.6	31.4	

注) 事業所統計による業種分類による。

映像情報制作・配給、音声情報制作業等：映像情報制作・配給業、音声情報制作業、その他の映像・音声・文字情報制作に附随するサービス業の合計

資料) 総務省統計局「事業所・企業統計調査統計調査報告」(平成18年10月1日調査)

人口：東京都「住民基本台帳による世帯と人口」(平成18年10月1日調査) 面積：「東京都統計年鑑 平成20年」

## ■市内の知名度の高い企業等を活用して、イメージアップを図ることが必要

- ・市内には、シチズンホールディングス(株)の本社やシンエイ動画(株)など、ハードやソフトなものづくりを行う知名度の高い企業があります。しかし、それらが「西東京市にある」ということを知らない市民が多くいるなど、地域の資源を市のイメージづくり・産業振興に活かせていません。
- ・そこで、市内の知名度の高い企業など、地域の資源等を活用して、地域そのもののイメージアップを図っていくことが必要です。



シチズンホールディングス(株)

## コラム

### ●「いこいな」をよろしく！

～「いこいな」は、自然と人と生き物のふれあいを守る森の妖精です。武蔵野の雑木林の復元を目指す西東京いこいの森公園に住んでいて、みどりや生き物を育てるお手伝いをしています。～

「いこいな」は、西東京市誕生 10 周年記念事業として、シンエイ動画(株)により開発された候補 3 作品への投票によって誕生しました。新市建設計画の重点事業「西東京いこいの森公園」をモチーフにしており、帽子には園内にある珍しい「ハンカチの木」の花を付けています。

名前は、公募により「いこいの森は楽しくていいな」というイメージから名付けられました。

西東京市の新たな仲間になった「いこいな」をよろしくお願いします。



©シンエイ/西東京市

西東京市マスコットキャラクター  
「いこいな」

### 4.3 商業・サービス 商店街

#### ■地元ならではの魅力を高めることが必要

- ・ 個店の廃業と空き店舗の増加、生鮮4品店\*の不存在による業種バランスの崩れなどの要因から、商店街が衰退する状況が見られます。その一方で、遠くまで買い物にいけない、通信販売等を利用できない高齢者等も増えています。
- ・ 人口は、増加傾向にあり、大規模店舗の進出が見られるなど、食料品や日用品を中心とする地元購買力は高いと思われます。しかしながら、交通利便性や立地を背景に、買い回り品\*などの消費は、都心方面や吉祥寺などに流出しているものと思われます。
- ・ そこで、地元の商店（街）は、地元ならではの品揃えを追求する、高齢者や子育て層などへのきめ細かな温かみのある個性的なサービスで、地元で親んでもらうなど、地元の購買力を着実に取り込んで、消費の流出を防ぐことが必要です。

#### ■商業経営強化のために、商工会等の支援機能を充実させることが必要

- ・ 上記のような魅力づくりを個店が進めるにあたっては、経営診断・相談機能の充実や提案・アドバイスなどの支援が必要です。さらに、空き店舗の現状把握や活用対策も必要です。
- ・ そこで、商工会をはじめとする支援組織の機能を最大限に活用し、的確かつ多面的な支援をさらに強化することが求められます。
- ・ また、個々では対応できない魅力づくりを商店街のメンバーとともに進めていくには、後述の商店街組織の強化が必要です。

#### ■市の顔としての役割も意識した、商業空間づくりを図ることが必要

- ・ 市内の5駅周辺には、商店街などの商業地が広がっています。つまり、市外から来た人が、駅を降りてまず目にするのは、駅前の商店・商店街であり、これが市の顔となって、西東京市の印象を左右すると言っても過言ではありません。
- ・ そのため、個性や雰囲気づくりなど、市の顔としての役割も意識した商業空間づくりを図り、市全体のイメージアップを誘導することが必要です。



広域イベント

**■生活の安心やコミュニティを支える、商店街の役割を高めることが必要**

- ・国は、商店街をコミュニティの担い手と位置づけ、商店街に高齢者・子育て支援等の地域貢献機能や交流機能を充実させる、そのための空き店舗活用を支援するという内容の「地域商店街活性化法\*」を制定しました。こうしたニーズは今後高まると考えられます。
- ・しかし、経済環境が厳しくなり、商店街機能の低下が危惧される中、こうした取組みはますます難しくなっているのが現実です。
- ・そこで、きめ細かなサービスやコミュニティ機能を高めることで、市民が地元商店街を大切にしたい、商店街に行きたいと思う気持ちを育むことが必要です。
- ・さらに、商品づくりなどのアイデア募集や市民参加型イベントで市民を巻き込み、商店と市民がともに商店街を元気にする取組みも有効と考えられます。また、コミュニティビジネス\*、ソーシャルビジネス\*との連携も重要です。

**■個店を支え、商店街を盛り立てるため、商店街組織を強化することが必要**

- ・商店街運営や活動に対する人手不足や、商店街組織の求心力や魅力の低下などにより商店街としての機能が果たせず、空き店舗がそのままになる、イベント事業や企画提案型の助成事業へ応募ができないといった状況が見られます。
- ・一方で、シナジースキーム事業\*やイルミネーション事業\*など、独自性を持って意欲的に取り組むなど、商店街活性化に積極的な商店街も存在します。
- ・そこで、事業の企画・立案から実施までを行える商店街組織を目指し、商店街（組織）への支援を強化することが求められます。



シナジースキーム事業



イルミネーション事業

## 4.4 分野横断的な課題

### ■産業分野間連携：産業分野を超えた、横のつながりを生むきっかけをつくる必要がある

- ・食品製造業が農業者等と連携して地域ブランドなどを形成する、空き店舗で農産加工品の直売を行うといった例が全国で見られます。国も連携に力を入れ「中小企業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\*」も施行されました。
- ・商工会・JA 関係者ヒアリング等でも、農と商の枠を取り払って連携すべきといった提案が出ましたが、商工会と JA の交流が少ない、分野を超えた事業者間の交流機会が少ない状況です。
- ・そこで、まずは産業分野の枠を超えた横のつながりを生むきっかけとしての交流機会をつくること、連携の相手探しを支援することが必要です。

### ■地域内連携：地域内の大学(農場)、知名度の高い企業などと連携を図っていく必要がある

- ・市内には、東京大学大学院農学生命科学研究科附属生態調和農学機構（旧東大農場）（以下「東大生態調和農学機構」という。）や武蔵野大学、早稲田大学、シンエイ動画(株)、シチズンホールディングス(株)のほか、地域にかかわりの深い西武鉄道(株)など、産業振興にかかわることが期待される大学や知名度の高い企業があります。
- ・そこで、これら大学や企業との連携のあり方を検討することが必要です。

#### ●東大生態調和農学機構

市民の皆さんに「東大農場」として親しまれてきた「東京大学大学院農学生命科学研究科附属農場」は、平成 22 年 4 月 1 日より「東京大学大学院農学生命科学研究科附属生態調和農学機構」に生まれ変わりました。

緑豊かな風景のほか、春には桜が見事な花を咲かせます。

火曜日～金曜日の午前 9 時から午後 4 時 30 分まで公開されています。

※入場後に事務所で記帳が必要です。また、10 名以上の団体の場合は、事前申請が必要です。（緑町 1-1-1）

（市ホームページより抜粋に一部追記）



### ■まち歩きによる連携の誘発：地元資源活用型のまち歩き観光で、連携を誘発することが必要

- ・市内には、多摩六都科学館、西東京いこいの森公園、田無山総持寺、田無神社、東伏見稲荷神社、下野谷遺跡、ダイードリンコアイスアリーナ、東大生態調和農学機構など、観光資源の芽が数多くあります。また、近年、まち歩き観光に取り組む自治体も増えています。
- ・本市でも、地元の資源を活かしたまち歩き観光を検討することが必要です。これは、農・工・商の各分野をつなぐきっかけづくりとしても期待されます。

### ■移動・回遊性：買い物、まち歩きのための歩行と自転車利用環境の改善、駅やはなバス\*の活用が必要

- ・快適な移動環境づくりは、買い物やまち歩きのベースとなります。しかし、自動車や自転車・歩行者のすみ分けやバリアフリー化のほか、バスルートについて様々な要望が上がっています。
- ・そこで、買い物、まち歩きのための歩行と自転車利用環境の改善やバスの活用を検討することが必要です。

#### ●観光スポット（西東京市おでかけマップ「平成22年2月発行」より抜粋）

##### 東伏見稲荷神社（新東京百景）

東京に伏見稲荷大社のご分霊を奉迎してそのご神徳に浴したいとの熱望が高まり、京都伏見稲荷大社のご祭神の中から、宇迦御魂大神、佐田彦大神、大宮能売大神の3柱を分霊、勧請し、昭和4年に創建されました。

（東伏見 1-5-38）



##### 田無山総持寺（新東京百景）

明治8年、西光寺が密蔵院、観音寺と合併して、田無山総持寺と称するようになりました。立派な山門と大きなケヤキのある境内では、だるま市、梅の市などが行われます。

（田無町 3-8-12）



##### ダイードリンコアイスアリーナ

西武グループの所有施設で、関東大学や東京都リーグなどアイスホッケーリンクに使用しています。大会が行われない日でも年間を通して一般開放されており、スケート教室も開催しています。

（東伏見 3-1-25）



### ■支援体制：個々の組織の機能強化と、適切な役割分担・連携が必要

- ・減少傾向にある商工会の会員増加を図るには、商工会の本来業務である支援機能を今まで以上に充実させ、PRすることが重要です。さらに、空き店舗の把握や活用のための情報発信、農商工連携やまち歩き観光など新たな分野への取組みが求められます。
- ・産業振興に関しては、商工会本体のほか「創業支援・経営革新相談センター\*」や、NPO\*等の市民活動団体の支援などを行う「市民協働推進センターゆめこらぼ\*」（以下「ゆめこらぼ」という。）などさまざまな組織があります。コミュニティビジネス\*・ソーシャルビジネス\*では、「ゆめこらぼ」との連携が考えられます。
- ・そこで、個々の組織の責任と役割を明確にし、相談、診断・指導、企画・提案、情報提供などを的確に行っていくことが必要です。



創業支援・経営革新相談センターでの相談風景



ゆめこらぼでのトークサロンの風景

### ■セーフティネット：いざという時のために支援ができる仕組みが必要

- ・今後起こりうる経済不況などに対し、備えを固める必要があります。
- ・そこで、経営改善・再建を必要とする事業者に対し、今まで以上に速やかな経営指導を行うとともに、国・地方公共団体・民間が行うセーフティネットをきめ細やかに実施することも必要です。

### ■ 地元就職の拡大：産業振興による地元雇用の創出、関係機関との連携による地元就職の情報提供が必要

- ・ 定年退職者や子育て中の女性をはじめ、身近な場所で働きたい人が多くいます。ワーク・ライフ・バランス\*の観点から見ても、市内で働きたい人が、それぞれにあった職場を見つめられることが理想です。
- ・ そこで、市内産業を振興し、雇用を創出するとともに、取得しやすい情報提供のあり方など関係機関との連携が必要です。

### ■ 地域イメージ・地域ブランドカアップに戦略的かつ積極的に取り組むこと、西東京市の産品、ひと、資源に関する情報やイメージを、戦略的に発信することが必要

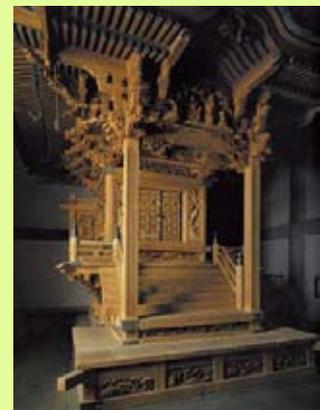
- ・ 市内には、事業者や市民のほかにも、教育、歴史・文化、農地などの多くの資源が見られますが、それらを活かしきれていない現状があります。
- ・ そのため、まずは資源を再評価し、戦略的な地域イメージ・地域ブランドカアップに取り組み、産業振興に結びつけることが必要です。また、イメージアップを図るには、情報発信を通じてより多くの市外の人知ってもらうことも重要です。

#### ● 西東京市の文化財

(西東京市おでかけマップ「平成22年2月発行」より抜粋)

##### 田無神社

市内には49件の市指定文化財のほか2件の国指定、1件の都指定文化財があります。そのうち、田無神社本殿は、安政5年(1858年)に大工鈴木内匠、彫工嶋村俊表が建築したもので、卓越した技や極めて優れた彫刻など江戸の堂宮建築の高度な水準も示すものとして、拝殿ともに、都の指定文化財になっています。



田無神社・本殿 (撮影：西濱剛)

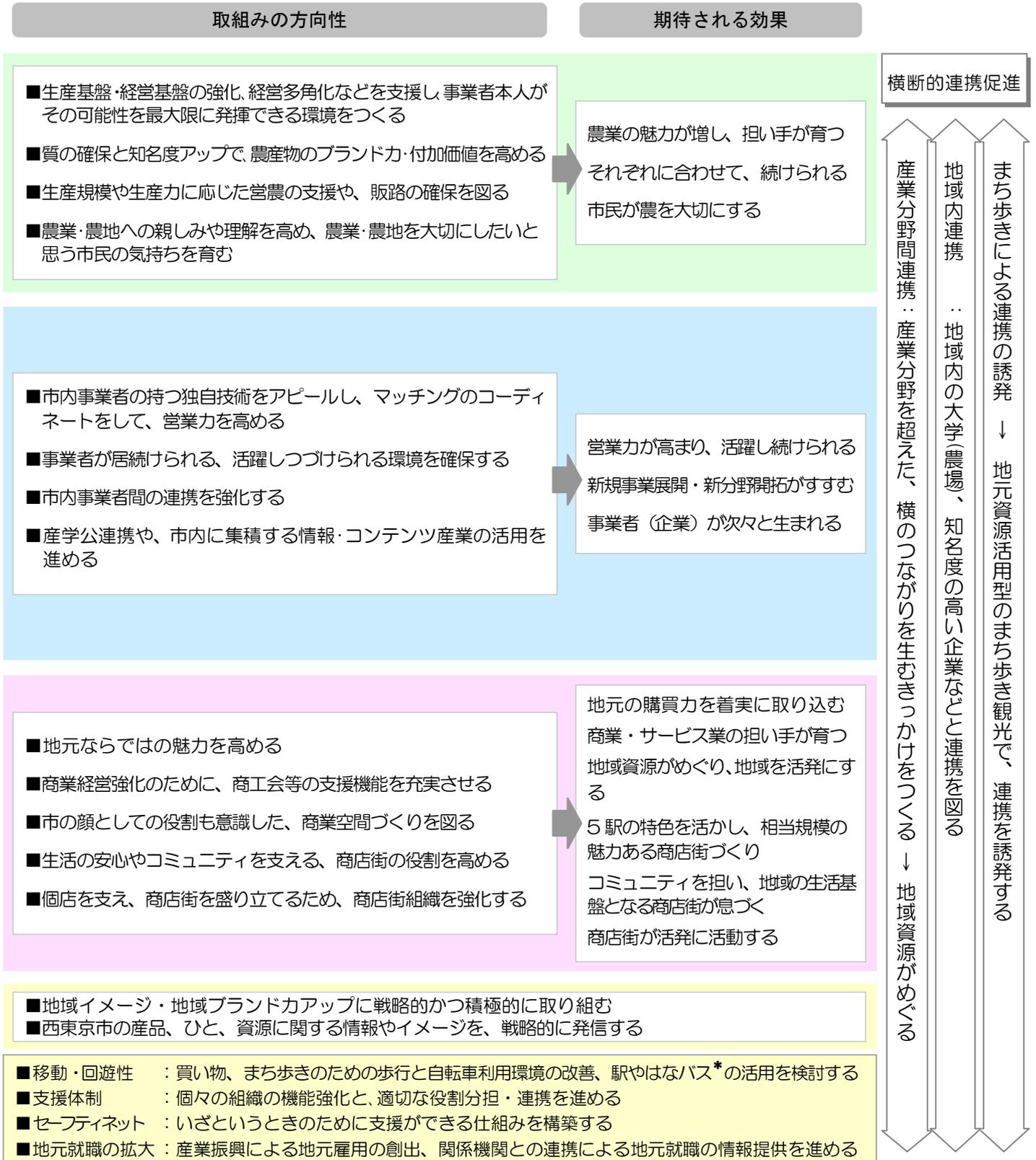
##### 下野谷遺跡

市内には人々の痕跡がのこる遺跡が14箇所見つかっています。そのうち、下野谷遺跡には、5~4000年前の縄文時代中期に、石神井川流域で中心となるようなムラがありました。現在一部に遺跡公園の地下に保存されています。

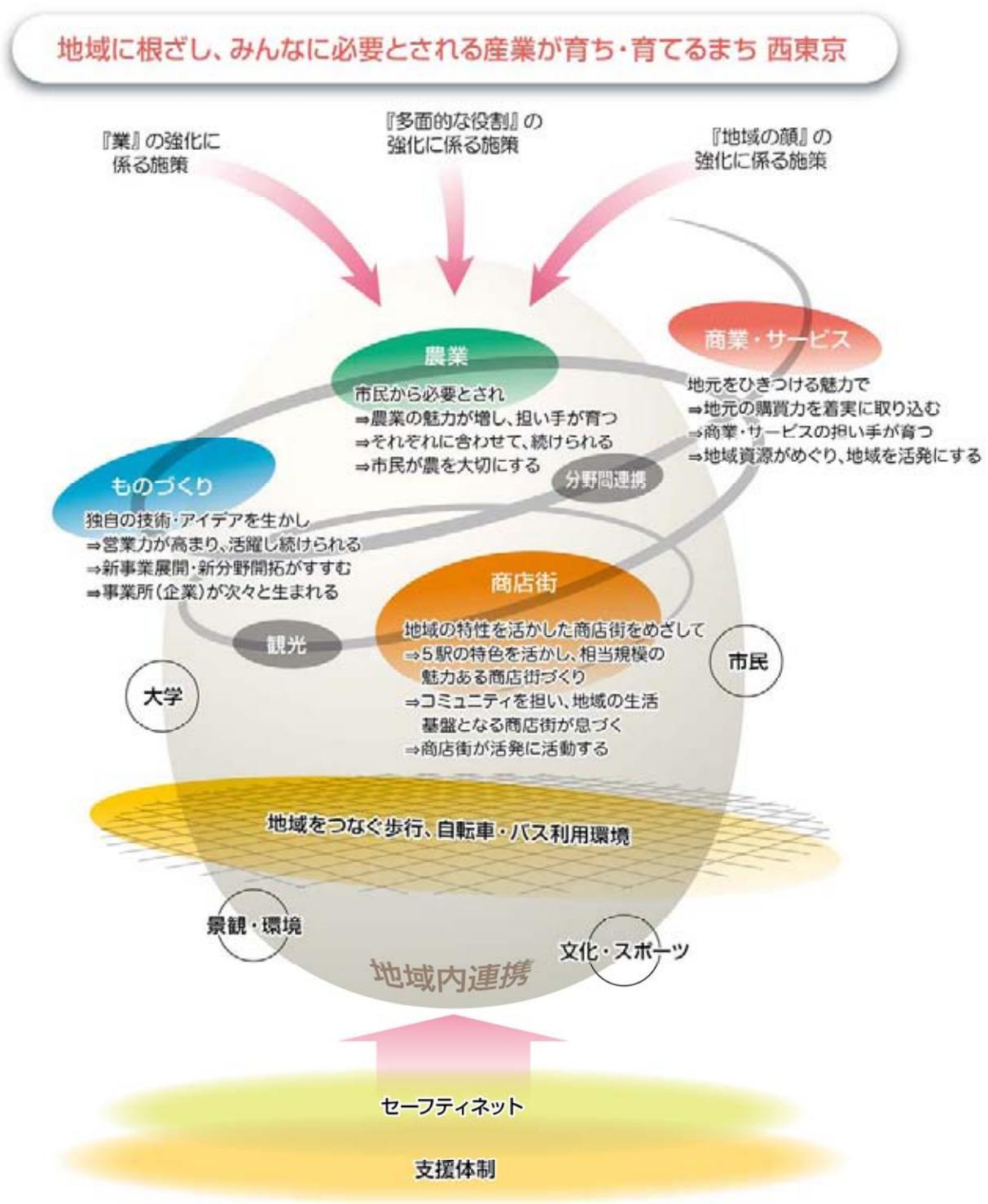


## 5 取組みの方向性：課題の解決に、どう取り組むか

	問題	資源	
農業	農業の収益性が低い	固定客をつかむ意欲的な農業者	➔
	質・知名度で訴求力をもつ地域ブランド力の不足		
	高齢化などで営農困難、状況にあった営農や農地保持の要望	直売等組織	
	農業・農地への理解・気づきの不足、学校給食への地元農産物供給体制の不足	市民の地元農産物購買意欲の高さ、直売、農業体験及び食育への取組み	
ものづくり	技術はあっても営業力が弱い	独自技術をもつ企業がいる	➔
	市内事業者間の連携は限られ、力が分散	ものづくり工友会*の連携の取組み	
	住宅との相隣問題や建替え困難で、操業の継続が難しくなる工場もある		
	ものづくりへの関心の低下		
	新たな成長分野等への展開が進まない	情報・コンテンツ産業が多い	
	知名度の高い企業を市のイメージづくり・産業振興に活かせていない	知名度の高い企業、技術力のある企業の所在	
商業・サービス 商店街	商店・商店街の衰退 (個店の廃業、空き店舗増加・生鮮4品*の欠落、寂れ感)	人口増による地元購買力の高さ	➔
	商工会等の支援機能の充実を求められている (診断・相談機能、空き店舗情報把握・情報発信など)		
	駅前商店街などが、市の顔としての役割を求められている		
	商店街のコミュニティの担い手としての機能の低下、市民の親近感の低下	活動が活発な商店街もある	
	担い手不足や求心力の低下で、商店街機能を果たしにくい商店街もある		
	現存する資源をうまく活用できていない	知名度の高い企業、大学・農場、歴史・文化、教育、農地	➔
	移動・回遊性 : 自動車・自転車・歩行者のすみ分けやバリアフリー化のほかバスルートの要望 支援体制 : 商工会の会員数の減少、関係組織の連携不足 セーフティネット : 今後起こりうる経済不況などに対し、備えを一層固める必要がある		➔



## 6 将来像：産業振興でめざす姿



## 7 実現にむけての進め方

以下の流れで、産業振興マスタープランの実現へとつないでいきます。



### ● 産業振興マスタープラン

- ・平成 23～35 年度までの 13 年間にわたる西東京市の産業を振興するための基本的な方向性を定めるとともに、分野横断的に取り組む振興戦略を策定したものです。

#### ① アクションプラン

- ・第3章にあるように、後期基本計画や商店街振興プラン等に位置づけられている事業のほか、アンケート・ヒアリングからみて必要性・緊急性が高い事業や、早期着手による波及効果が期待される事業などを抽出したものです。
- ・平成 23～25 年度に実施していきます。

#### ② 中期計画

- ・平成 26 年度を計画初年度とする（仮称）第2次基本構想・基本計画の策定に合わせ、基本的な方向性を見直しを図るとともに、施策を展開するための主要事業を新たに選定します。
- ・平成 24 年度中に、新たに（仮称）産業振興マスタープラン推進委員会を設置し、平成 26～30 年度に実施する事業の検討を行います。

#### ③ 後期計画

- ・産業振興マスタープランの最終5カ年について、時代潮流や新たな市民・事業者ニーズを把握し、基本的な方向性並びに施策及び事業の見直しを図ります。
- ・平成 29 年度中に（仮称）産業振興マスタープラン推進委員会を設置し、平成 31～35 年度に実施する事業の検討を行います。