

第1章 産業振興で目指すもの

- 1 背景：産業振興に当たって
- 2 市内事業者・団体・市民に対する調査結果
- 3 アクションプランにおける事業の進捗状況
- 4 課題：どのような問題・資源があり、どういった対応が求められるか
- 5 基本理念：どのような考えのもと、産業振興に取り組むのか
- 6 将来像：産業振興で目指す姿
- 7 目標：産業振興でどのような効果をあげようとするのか
- 8 産業振興施策の特徴

第1章 産業振興で目指すもの

1 背景:産業振興に当たって

1.1 西東京市の人口の動き

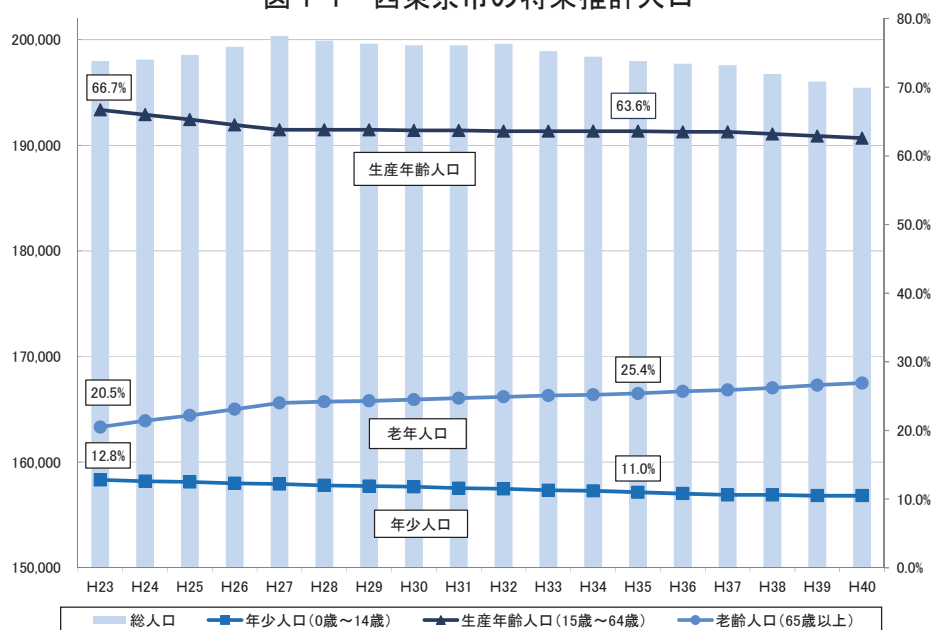
本市は、東京都の西北部、武蔵野台地のほぼ中央、都心より約 20km に位置しています。北は埼玉県新座市、南は武蔵野市及び小金井市、東は練馬区、西は小平市及び東久留米市に接し、西から東になだらかに傾斜したほぼ平坦な地域であり、植物の育成に適した関東ローム層の地質を有しています。

市域は 15.85 平方キロメートルの面積を有し、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、住宅を中心とした都市が形成されてきました。

本市の総人口数は、全国の人口数がほぼ横ばいで推移する中、依然として増加が続いており、平成 25 (2013) 年 10 月 1 日現在、人口は 197,607 人、世帯数は 91,672 世帯 (住民基本台帳) となっています。

西東京市人口推計調査報告書 (平成 23 (2011) 年 12 月) によると、全国の人口数が減少に転じる中、本市では平成 27 (2015) 年まで人口が増加すると予測されています。しかし、平成 27 (2015) 年以降は、人口数が減少に転じ、産業振興マスタープランが終了する平成 35 (2023) 年には 197,990 人、平成 40 (2028) 年には 195,468 人まで減少する予測となっています (図 1-1)。

図 1-1 西東京市の将来推計人口



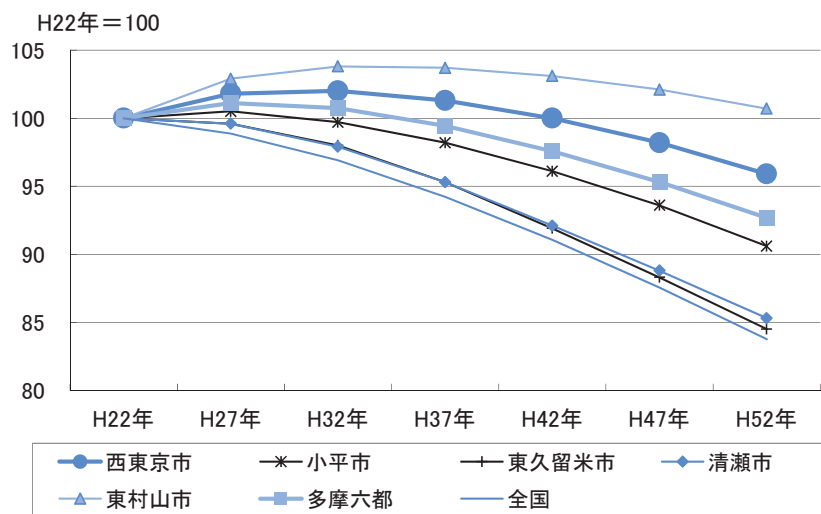
出所：西東京市「人口推計調査報告書」 (平成 23 年 12 月)

一方、人口の年齢構成に着目すると、高齢化率*については、全国と同様に本市でも上昇傾向にあります。平成 23（2011）年時点における本市の高齢化率は 20.5%ですが、平成 35（2023）年には 25.4%と、約 4 人に 1 人が高齢者という状況になることが予想されます。さらに、平成 40（2028）年には 26.9%まで上昇する見通しであり、高齢化がより一層進展することが見込まれます。一方、生産年齢人口*割合について見ると、平成 27（2015）年までは低下しますが、その後は、ほぼ横ばいで推移し、平成 35（2023）年は 63.6%、平成 40（2028）年は 62.6%となる見込みです。

（参考）

今後の総人口数について、近隣地域（多摩六都*地域）と比較すると、本市は他地域よりも人口の減少スピードが緩やかとなることが予測されています（図 1-2）。また、高齢化率の水準は他地域よりも相対的に低く（図 1-3）、生産年齢人口割合は他地域よりも高水準で推移する（図 1-4）という特徴が見られます。

図 1-2 多摩六都別の総人口数の将来予測



(注)他市と比較するため、本グラフで使用する西東京市の数値は「西東京市人口推計調査報告書」ではなく、下記の出所の数値を使用しています。

出所：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 25 年 3 月）

図 1-3 多摩六都別の高齢化率の将来予測

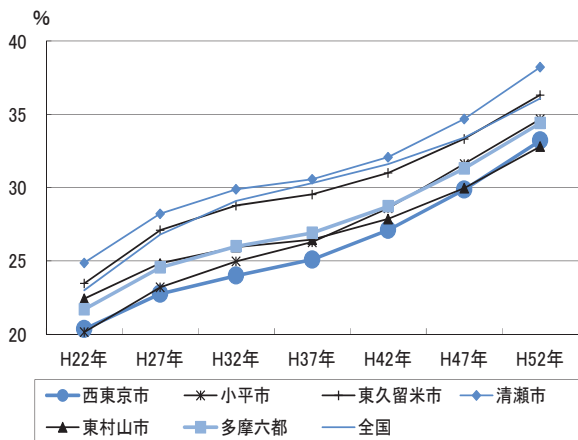
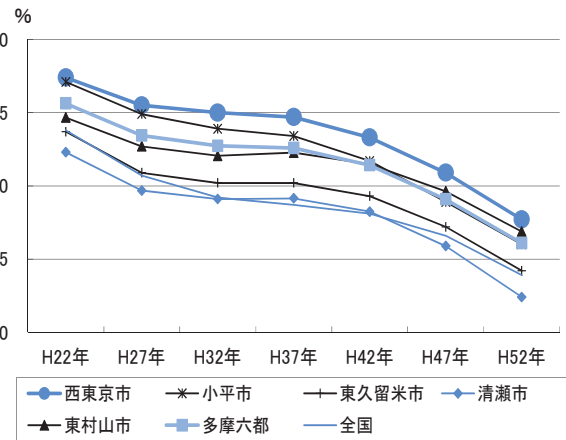


図 1-4 多摩六都別の生産年齢人口割合の将来予測

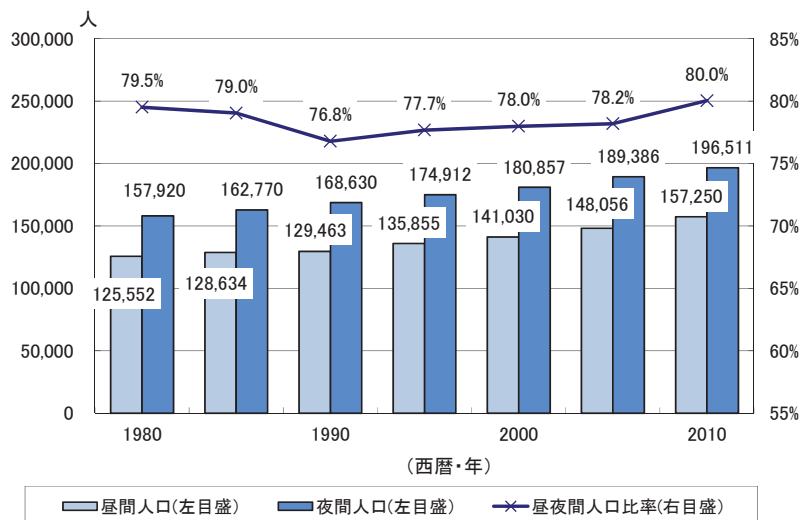


(注) 他市と比較するため、本グラフで使用する西東京市の数値は「西東京市人口推計調査報告書」ではなく、下記の出所の数値を使用しています。
出所：国立社会保障・人口問題研究所「日本の市区町村別将来推計人口」（平成 25 年 3 月）

1.2 昼夜間人口比率が上昇している西東京市

本市では、高度成長期以降、都心部のベッドタウン*として住宅都市が形成されたこと等を背景に、一貫して人口の増加が続いています。本市の住宅都市であるという特色の影響もあり、夜間人口数（本市に住んでいる人）が昼間人口数を上回っていますが、昼間人口数の増加スピードが夜間人口数の増加スピードを上回っている状況にあります。その結果、昼夜間人口比率*を見ると、平成 2（1990）年以降は上昇傾向にあり、平成 22（2010）年には 80.0%まで上昇しました（図 1-5）。

図 1-5 西東京市の昼夜間人口比率の推移



出所：総務省「国勢調査報告」

本市に住む就業者数を見ると、平成12(2000)年は86,668人でしたが、平成22(2010)年には、88,770人と10年間で約2,000人増加しました。

本市在住の就業者の勤務先の内訳を見ると、半数近くが東京23区で働いており、市内で働いている就業者数は全体の27.0%となっています(図1-6)。一方、本市で就業する就業者の居住地の内訳について見ると、市内に在住している割合は50.2%と、ほぼ2人に1人が市内に住んでいる状況です(図1-7)。

図1-6 市内に住んでいる人の働く先 (平成22年)

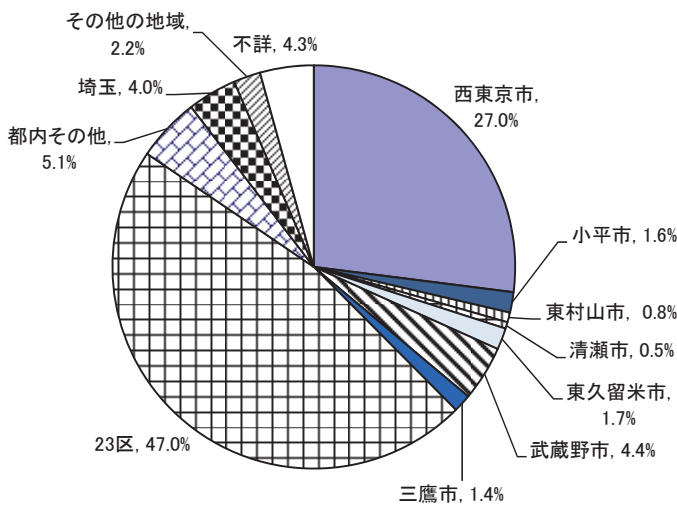
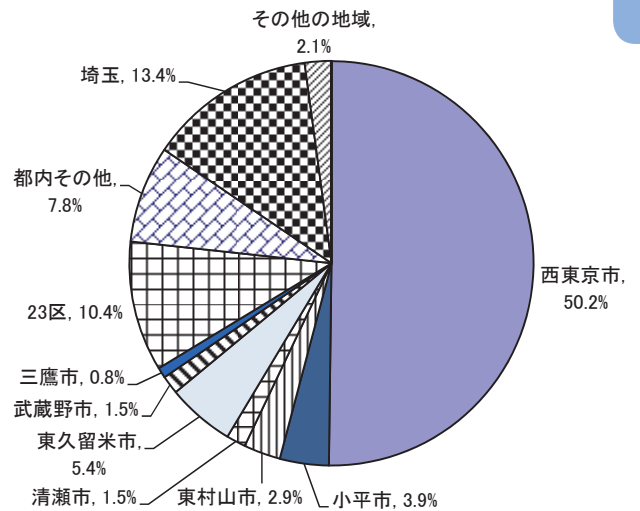


図1-7 市内で働いている人の住んでいる先 (平成22年)



従業地先	実数(人)	構成比(%)
就業者総数(従業地不詳除く)	81,060	100.0
西東京市内	21,888	27.0
西東京市外	59,172	73.0
小平市	1,329	1.6
東村山市	639	0.8
清瀬市	417	0.5
東久留米市	1,403	1.7
武蔵野市	3,584	4.4
三鷹市	1,163	1.4
23区	38,065	47.0
都内その他	4,126	5.1
埼玉県	3,203	4.0
その他の地域	1,757	2.2
不詳	3,486	4.3

居住地先	実数(人)	構成比(%)
就業者総数(従業地不詳除く)	43,594	100.0
西東京市内	21,888	50.2
西東京市外	21,706	49.8
小平市	1,706	3.9
東村山市	1,285	2.9
清瀬市	671	1.5
東久留米市	2,355	5.4
武蔵野市	637	1.5
三鷹市	368	0.8
23区	4,535	10.4
都内その他	3,386	7.8
埼玉県	5,835	13.4
その他	928	2.1

(注) 従業地が市内か市外が「不詳」である就業者は除く。
出所：総務省「国勢調査報告」

1.3 事業所数は3年間で大きく減少

本市の産業について見ると、市内に立地している事業所数は減少しています。平成 24 (2012) 年時点の事業所数については、5,103 か所と平成 21 (2009) 年からの 3 年間で 463 か所の減少 (対平成 21 年比▲8.3%) となっています。また、従業者数についても、48,271 人と平成 21 (2009) 年よりも 920 人減少 (同▲1.9%) しています。

近隣市と比較すると、事業所数については減少幅が大きい一方で、従業者数については、減少幅は他地域に比べると小さいことから、3年間で従業者数が少ない事業所が廃業あるいは市外に移転した可能性が高いと考えられます。

事業所数について業種別に見ると、「医療、福祉」を除き、減少しています。特に、「製造業」は 20%を超える減少であり、他業種に比べても減少が顕著となっています (表 1-1)。一方、従業者数については、「建設業」「学術研究、専門・技術サービス業」「宿泊業、飲食サービス業」では大きく減少した一方で、「運輸業、郵便業」で大幅に増加しました。また、「医療、福祉」や「教育、学習支援業」「生活関連サービス業、娯楽業」といった、市民生活に関連性の高い業種については、3年間で増加していることがうかがえます。

表 1-1 西東京市の大分類別事業所数及び従業者数の推移 (平成 21 年→平成 24 年)

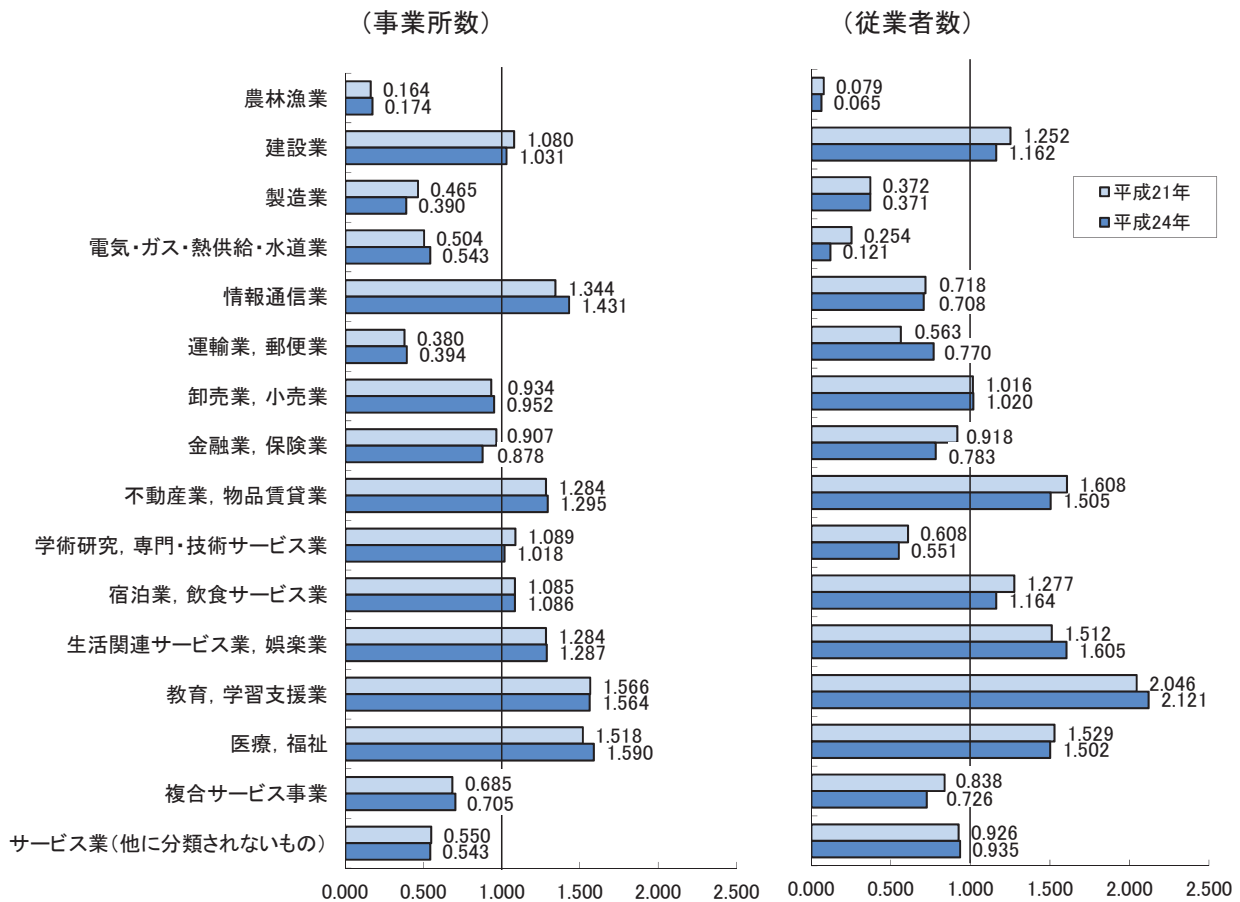
	事業所数(か所)			従業者数(人)		
	平成21年	平成24年	増減率(%)	平成21年	平成24年	増減率(%)
全産業(公務を除く)	5,566	5,103	▲ 8.3	49,191	48,150	▲ 2.1
農林漁業	5	5	0.0	25	38	52.0
非農林漁業(公務を除く)	5,561	5,098	▲ 8.3	49,166	48,112	▲ 2.1
鉱業、採石業、砂利採取業	0	0	—	0	0	—
建設業	596	507	▲ 14.9	4,553	3,833	▲ 15.8
製造業	236	180	▲ 23.7	3,078	3,150	2.3
電気・ガス・熱供給・水道業	2	2	0.0	45	18	▲ 60.0
情報通信業	99	90	▲ 9.1	1,042	1,006	▲ 3.5
運輸業、郵便業	53	50	▲ 5.7	1,692	2,289	35.3
卸売業、小売業	1,373	1,252	▲ 8.8	10,862	10,652	▲ 1.9
金融業、保険業	84	73	▲ 13.1	1,227	1,035	▲ 15.6
不動産業、物品賃貸業	495	460	▲ 7.1	2,093	1,872	▲ 10.6
学術研究、専門・技術サービス業	247	209	▲ 15.4	912	764	▲ 16.2
宿泊業、飲食サービス業	798	723	▲ 9.4	6,127	5,345	▲ 12.8
生活関連サービス業、娯楽業	619	579	▲ 6.5	3,454	3,409	▲ 1.3
教育、学習支援業	249	236	▲ 5.2	2,971	3,143	5.8
医療、福祉	494	534	8.1	7,244	7,982	10.2
複合サービス事業	25	22	▲ 12.0	287	276	▲ 3.8
サービス業(他に分類されないもの)	191	181	▲ 5.2	3,579	3,338	▲ 6.7

(注) 民営事業所ベース

出所：総務省「経済センサス」

本市の産業構造の特徴を特化係数*で見ると、事業所数で「情報通信業」「教育，学習支援業」「医療，福祉」で1を大きく超えており、これらの産業が集積していることがうかがえます（図1-8）。一方、従業者数については、「教育，学習支援業」や「不動産業，物品賃貸業」等で1を大きく超えており、特化していることがわかります。

図1-8 本市における産業大分類別の特化係数（平成21年、平成24年）



(注1) 民営事業所ベース

(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特化していることを表します。

出所：総務省「経済センサス」

2 市内事業者・団体・市民に対する調査結果

2.1 調査の目的

中期計画の策定に当たっては、アクションプランに対する評価、中期計画に盛り込むべき施策の方向性に対するご意見、施策ニーズ等の情報を広く収集すべく、市民や市内事業者のほか、各種団体に対してアンケート調査及びヒアリング調査を実施しました。

2.2 調査実施状況

農業分野については、平成 24（2012）年度に第2次農業振興計画策定に係る基礎調査の一環として、市内の農業者や市民、市民農園*利用者等を対象としてアンケート調査を実施し、アクションプランの施策評価や新たな施策ニーズの把握を行いました。

表 1-2 中期計画策定に向けた調査実施概要（農業）

区分	調査対象
農業	◆農業者アンケート調査（回収数 200 件・回収率 71.4%）
	◆市民アンケート調査（回収数 1,138 件・回収率 56.9%）
	◆市民農園利用者アンケート調査（回収数 76 件・71.0%）
	◆事業者アンケート調査（回収数 10 件・回収率 16.7%）

また、平成 25（2013）年度において、ものづくり、商業・サービス、商店街、大学・研究機関（観光、産学連携）等の市内事業者や各種団体等に対してヒアリングを中心とする調査を実施し、農業分野と同様にアクションプランの評価や施策ニーズの把握を行いました。

表 1-3 中期計画策定に向けた調査実施概要
（ものづくり、商業・サービス、商店街、大学・研究機関）

区分	調査対象
ものづくり関連（13件）	◆大手事業者懇談会関係（7社、1団体） （株）旭製菓、三幸自動車（株）、シチズンビジネスエキスパート（株）、シンエイ動画（株）、西武バス（株）、西武信用金庫、西東京商工会、西武鉄道（株） ※西武鉄道（株）は懇談会の構成員でないため個別訪問を実施
	◆ソフトなものづくり産業事業者（3社）、マッチング・コーディネート事業利用者（1社）
	◆創業支援・経営革新相談センター（1団体・相談員4人）
商業・サービス関連（8件）	◆一店逸品事業認定者（4社）、チャレンジショップ事業認定者（2社）、創業資金融資あっせん制度利用者（2社）
商店街（21件）	◆市内商店会（アンケート回答21商店会、ヒアリング参加11商店会）
大学・研究機関関連（5件）	◆市内大学、研究機関、観光関係機関（5団体） 武蔵野大学、早稲田大学、東大生態調和農学機構、東京都産業技術研究センター多摩テクノプラザ、多摩六都科学館・（株）乃村工藝社



大手事業者へのヒアリング

2.3 農業分野に関する調査結果の概要

農業を取り巻く現状や農業振興を行うために必要な施策ニーズ等を把握するために市内の農業者や市民、市民農園利用者に対して行ったアンケートの結果は以下のとおりです。

調査結果を見ると、農業経営では市場への出荷が減り、直売所での販売が増加しており、身近な生産流通が主体となりつつあります。

一方、市民からも農産物や農地の多面的機能に対し、好意的な意見が多いものの、農との触れ合い（農業者との市民の交流）が不足していることも明らかになりました。

表 1-4 市内の農業者や市民、市民農園利用者に対するアンケート調査結果概要

項目	主なアンケート結果
農業経営の状況	<ul style="list-style-type: none"> ・ 営農種類、生産品目の変化を見ると、多くが変わらない状況。また、露地野菜や植木では規模の縮小が目立つ。 ・ 収入の変化としては、市場への出荷が減少し、直売所での販売が増加している方が多いことがうかがえ、全体として農業所得が減少している方が多い。 ・ 今後の取組みについては、特に何もしたくないという方の割合が多いものの、直売の比率が高まる中での出荷形態の多様化に注目する方は多く、併せて農産物の高付加価値化、生産技術の向上への意欲が見られた。
消費動向	<ul style="list-style-type: none"> ・ 市民の日常の農畜産物の購入は、スーパーマーケットや生協店舗が最も多く、次いで、市内の青果店や個人商店、直売所 ・ 国内産であることへのこだわりはうかがえるが、必ずしも西東京市産であることには注目されておらず、品質、価格が重視される。 ・ 西東京市産の農産物購入の理由は、新鮮であること、購入する場所はスーパーマーケット・生協店舗が最も多い。
農産物直売所について	<ul style="list-style-type: none"> ・ 農業者の収入源として「直売所での販売」が多くの部分を占めており、一方で、多くの市民が直売所を利用している状況が見られた。 ・ 直売所を「利用したことがない」市民の利用しない最も多い理由としては、「直売所の存在・場所を知らないから」が挙げられた。
市民農園や農業体験農園について	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「市民農園」の利用意向及び整備意向は高い。 ・ 農業者の関与が少ない「市民農園」にあっては、利用者のマナーの問題や、きちんと作付ができていない区画がある等の課題が見られた。
農作業の担い手の確保	<ul style="list-style-type: none"> ・ アルバイトや、援農ボランティアを受け入れている農業者数は少なく、多くは、家族経営であった。 ・ 農業の規模（農業所得等）が、小さくない（100万円以上等）農業者の中には、アルバイトや、援農ボランティアの受け入れ意向が見られた。 ・ 農業や農作業の手伝いに興味がある方は、一定程度見られた。特に、「20歳代」、「30歳代」、「40歳代」といった比較的若い年齢層で、援農ボランティアへの興味が高い結果となった。
西東京市農産物キャラクター（めぐみちゃん）の活用	<ul style="list-style-type: none"> ・ 市民意向として、めぐみちゃんメニューへの関心度合いは比較的高い。一方で、めぐみちゃんメニュー等に関して「わからない」という意見も回答者の30%強を占めた。 ・ 農業者であっても、「めぐみちゃんを知らない」が約2割だった。

項目	主なアンケート結果
農地の保全・活用	<ul style="list-style-type: none"> 市民の中では、「新鮮な野菜を供給している」といった、“安全な食の供給地”としてのイメージが最も強いこと、さらには、「季節感や都市の緑の創出、生態系等の環境保全の役割」や、「子どもの教育等にも役立っている」という意見が挙げられた。 一方で、「税制面で都市農地を維持していくことが難しいこと」や、「規模等の面から効率的な農業経営が困難である」といった、農地保全上の課題が、農業者から挙げられた。
農業・農地が有する機能	<ul style="list-style-type: none"> 農業者、市民それぞれが、農業や農地が持つ役割として重要なこととして、双方とも、「市民の日常生活への新鮮で安全な農産物の供給」、「まちなかに農地がある景観風景」、「潤いのある環境」が上位に挙げられた。 農業者が重要な役割として位置付ける、「災害発生時の避難先としてのオープンスペース確保」、「環境に配慮した農業の推進」については、市民の中では、中位に位置付けられていた。
農との触れ合い、市民との交流について	<ul style="list-style-type: none"> 農業者、市民とも、農との触れ合い（市民との交流）を「行っていない」人が過半数を占めた。
量販店や小売店への販売・取引	<ul style="list-style-type: none"> 量販店や小売店の中では、今後、「市内産農産物を取扱いたいと考えている」との回答も寄せられていた。 現在、量販店や小売店への販売・取引を行っている農業者のうち、「現在の取引を持続・拡大したい」との回答が最も多く挙げられているものの、「取引を始めたい」と回答した農業者は2.0%に過ぎなかった。
学校給食の状況	<ul style="list-style-type: none"> 「JA等がとりまとめ、組織化等の仕組みづくりに市域一体で取り組むのが良い」という意見が多かった。
農業者への支援	<ul style="list-style-type: none"> 支援対象は、「経営規模の大小に関わらず意欲ある方へ」の要望が多かった。また、支援内容については、「資金」「情報」「人的支援」の順であった。

◆◆◆ コラム 1 ◆◆◆

めぐみちゃんをご存知ですか？



西東京市農産物キャラクター
「めぐみちゃん」

本市では、「農家と市民が育てる豊かな農業 西東京」をテーマに、市内で生産された農産物のイメージキャラクターを一般から公募し、「めぐみちゃん*」が誕生しました。

「めぐみちゃん」は、都内有数の産地となっている市内のキャベツをイメージしたかわいらしい女の子で、市内農産物のシンボルです。市民まつりをはじめ農業関連イベントで会うことができます。

本市では、さまざまな種類の野菜や果物、花き（かき）が多く生産されていますが、キャベツの作付面積は、多摩地域でトップです。（東京都農作物生産状況調査結果報告書【平成22年度調査】）

2.4 ものづくり事業者に対する調査結果の概要

市内ものづくり事業者によるアクションプランに対する評価や施策ニーズを把握するため、大手事業者懇談会関係、ソフトなものづくり産業*事業者、マッチング・コーディネート*利用者及び西東京創業支援・経営革新相談センター*（以下「創業支援センター」という。）に対して行ったヒアリングの結果は以下のとおりです。

アクションプランに基づいて実施した事業に対して一定の評価をする意見が見られる一方、内容のさらなる充実、改善に向けたご指摘もありました。

また、今後に向けて産産（産金）・産学連携、行政の事業間の連携、近隣自治体との連携等、「連携」をキーワードとした新たな施策に対するニーズが相対的に多く見られました。

表 1-5 ものづくり事業者に対するヒアリング調査結果概要

項目	主なご意見
事業環境の変化	<ul style="list-style-type: none"> ◆大手事業者・関係団体 <ul style="list-style-type: none"> ・工場周辺の宅地化に伴う操業環境の悪化 ・近隣への大型ショッピングセンターの出店 ・経済のグローバル化に伴う合理化の進展 ・東急東横線との相互直通運転により、路線の価値が向上。保谷駅駅舎改良及び商業施設の整備 ◆中小企業者 <ul style="list-style-type: none"> ・スポンサー・取引先の業況の悪化、特に買回り品小売業の停滞・廃業、受注単価の下落
アクションプラン事業の評価・改善点・今後	<ul style="list-style-type: none"> ◆大手事業者懇談会 <ul style="list-style-type: none"> 【評価】 <ul style="list-style-type: none"> ・市内事業所とのつながりができた。地元との関係が深まった。 ・市民に知ってもらった貴重な機会となった。 【改善点】 <ul style="list-style-type: none"> ・新たなメンバー、地元事業者の参加 ・他会議との連携、オブザーバーとしての参加 ・交流目的か、コスト投下まで行う成果重視か懇談会の役割の明確化が必要 【他への影響】 <ul style="list-style-type: none"> ・社内での評価、意識の変化があった。地域と関係の深い企業としての認知度が高まった。 ◆ソフトなものづくり産業事業者（主にビジネス交流会実施関連） <ul style="list-style-type: none"> 【評価】 <ul style="list-style-type: none"> ・人的なネットワークは広がった。 【改善点】 <ul style="list-style-type: none"> ・いかにも行政主催といった雰囲気であり、もう少し活気があった方がよい。 ・継続的な情報提供（ニュースレター等）を通じたきっかけづくりが大切 ・交流のテーマや参加業種、交流手法について、様々なものを検討すべき 【他への影響】 <ul style="list-style-type: none"> ・市に関わるきっかけとなった。

項目	主なご意見
	<p>◆マッチング・コーディネート事業利用者</p> <p>【評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ マッチングはされたが、その後の販売実績はわずかであった。ニーズはあったが、単価で折り合いがつかなかった。 ・ 現在のやり方（相談員によるマッチング）のみでは、真のマッチングニーズを汲み上げる方法として、効率が悪い。 <p>【改善点】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 成功事例を元にしたマッチングの検討 ・ 市、商工会、創業支援・経営革新相談センターでの情報共有。ビジネス交流会の実施。企業のリスト化等 <p>【他への影響】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 地元の事業者と連携や交流を行いたい気持ちが強くなった。 ・ 相談員が事業者を訪問することで、行政が事業者を応援する姿勢について理解が得られるようになった。 <p>◆創業支援・経営革新相談センター</p> <p>【評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 創業資金融資あっせん制度ができてから、創業融資関係の相談が圧倒的に多くなった。 ・ 相談者の満足度は高いと感じている。 <p>【改善点】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 資金調達以外の経営上のテーマに対する相談 ・ 各種講習会、セミナーの周知について、市報・ホームページ以外の活用検討
他機関や地域との連携状況	<ul style="list-style-type: none"> ・ 武蔵野大学等との連携 ・ 市内企業と災害時相互応援協定
人材育成・後継者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 中小企業では難しい経営講習会やビジネスマナー研修等があると助かる。 ・ 中小企業の人材育成は自力でやるしかないが、現状は厳しい。
地域活性化に向けた協力	<ul style="list-style-type: none"> ・ ビジネス交流会、フォーラムの開催、産官学金の連携事業等 ・ 交通系ICカードを活用した一日乗車券（ワンデーパス）による市内の回遊 ・ 自社の業務で協力できることがあればしていきたい。 ・ 広告媒体としての協力要望が多いが、基本的に有償のものを無償で提供することは難しい。ウォーキング・ハイキングイベント等では連携できることもある。 ・ 商業便利度向上事業との連携
観光施策	<ul style="list-style-type: none"> ・ 観光資源を見つけ、随時提案できるような事業 ・ 観光は、行政主導よりも観光協会等の方がうまくいきやすいと思う。また、周辺の自治体と連携した取組みも有効だと思う。 <p>【活用可能な地域の資源】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 東大生態調和農学機構の敷地 ・ 多摩六都科学館 ・ 西東京サマーフェスティバル、西東京市民映画祭
産業振興策全般	<ul style="list-style-type: none"> ・ 創業者が利用できる会議室付のコワーキング施設 ・ 展示会に出展する場合の出展支援 ・ 創業支援・経営革新相談センターという経営や融資に関して相談できる場所があるが、認知度が低く金融機関等と連携していくと良い。

2.5 商業・サービス事業者に対する調査結果の概要

商業・サービス事業者（一店逸品事業*認定者、チャレンジショップ事業*利用者、創業資金融資あっせん制度利用者）に対して行ったヒアリングの結果は、以下のとおりです。

商業・サービス事業者においても、前述のものづくり事業者と同様、アクションプランの事業に対して評価をする意見が多く見られました。

一方、既存事業の周知啓発や、各種施策を活用した事業者に対する継続的な支援等を求める意見が今後の課題として挙げられています。

表 1-6 商業・サービス事業者に対するヒアリング調査結果概要

項目	主なご意見
事業環境の変化	<ul style="list-style-type: none"> 本市で事業を創業したのは主に市内に自宅があるから 道路拡幅によるまちの分断 創業資金融資あっせん制度がスタートしたが、創業の業種としては、物販が少なくサービス業が多い。
アクションプラン事業の評価・改善点・今後	<p>◆一店逸品事業認定者</p> <p>【評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> 一店逸品の認定により認知度は高まったが、売上の向上や来客数の増加には結びついていない、又は、微増にとどまった。 経費をかけず宣伝できるのは魅力的だ。認定品の注文が増えた。 <p>【改善点】</p> <ul style="list-style-type: none"> 定期的なPRが必要。 B-1グランプリのように市民まつり等での投票で選ぶ仕組みがあると良い。 認定のプロセスにもっと市民の方が参加すると良い。 逸品の食材を活用した料理教室等の展開があると良い。 逸品が一堂に会する場があると良い。また、認定事業者同士の意見交換の機会もあると良い。 <p>【他への影響】</p> <ul style="list-style-type: none"> 地産地消につながれば良い。 お客様や自己の意識に変化がある。 <p>◆チャレンジショップ事業認定者</p> <p>【評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> 資金面で余裕が生まれたほかにも、商工会とつながりができた。 <p>【改善点】</p> <ul style="list-style-type: none"> この事業を知るきっかけ（周知方法）が重要 事業終了後の関わりが持てると良い。 <p>【他への影響】</p> <ul style="list-style-type: none"> 地元や人とのつながりが大切だとわかった。 <p>◆創業資金融資あっせん制度利用者</p> <p>【評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> 創業計画どおりの売上は確保できていない。 自分自身で数字的なものを詳細に把握する必要があることを、創業支援・経営革新相談センターでの相談を通じてよくわかった。

項目	主なご意見
アクションプラン 事業の評価・改善 点・今後	<p>【改善点】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 女性起業家に対するPRが大切 ・ 創業後、認知度を上げるため、個店をPRする方法があると良い。 <p>【他への影響】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ あっせん制度を受けたことで、自社の信頼力が高まり金融機関の反応が良かった。
他機関や地域との 連携状況	<ul style="list-style-type: none"> ・ 朝市等の開催・参加（地元の農家や事業者との連携） ・ 市内事業者との連携（マルシェ、市等）
人材育成・後継者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経営者になると、様々な勉強が必要であるため無料のセミナーがいろいろあると良い。
地域活性化に向け た協力	<ul style="list-style-type: none"> ・ 仕入れ材料の市内調達 ・ 自社の業務で協力できることがあればしていきたい。
観光施策	<p>【活用可能な地域の資源】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 多摩六都科学館 ・ 東大生態調和農学機構の敷地
産業振興策全般	<ul style="list-style-type: none"> ・ バリアフリー環境の整備に対する補助 ・ 市の歴史を掘り下げ、産業振興に結びつけられると良い。

2.6 商店街に対する調査結果の概要

市内の商店街に対して実施したアンケートとヒアリングの結果は、以下のとおりです。

調査結果を見ると、商店会加入率の低下、大規模店舗との競合の激化、商店会活動の担い手の高齢化、個店の後継者確保等、市内の商店街が様々な問題に直面していることがわかりました。

また、アンケートを通じて商店街振興策の方向性に対する考え方について伺ったところ、「商店街からの企画提案に応じた支援」や「街のブランド力を高めて人が来る状況を作るべき」といった意見が多く見られました。

なお、具体的な支援策としては、イベント支援等、ソフト面での施策の充実を望む意見が比較的多くなっています。

表 1-7 商店街に対するヒアリング調査結果概要

項目	主なご意見
事業環境の変化 (現状と課題)	<p>【ヒアリング】</p> <ul style="list-style-type: none"> 道路拡幅による商店街の分断 近隣への大型ショッピングセンターの出店 商店街への未加入、チェーン店の出店 個店の後継者、商店街役員の担い手不足、高齢化 商店街の業種構成、商店数の問題 <p>【アンケート】</p> <ul style="list-style-type: none"> 商店会加入率は、「低下した」が10件(48%)と最も多かった。 商店会で活発に活動している人は、50歳代以上が全体の67% 補助事業・助成事業は、多くの商店会が実施しており、「プレミアム商品券」「イルミネーション」が主であった。 商店会を構成している業種のうち、5年間で増加した業種は「飲食店」「サービス関連(美容院、接骨院)」、反対に、5年間で減少した業種は「物販店(生鮮3品を含む)」「飲食店」(※チェーン店の飲食店は増加・個店の飲食店は減少) 5年前と比べて全体の店舗数は、43%がほぼ同じ、33%が減少と回答 半数以上の商店街が5年前よりも賑わいがなくなったと回答。また、全体の業績も半数以上が悪化 大規模店舗の影響については、半数以上が何らかの影響を受けていると回答した。その具体的な影響については、「客足の減少」や「売上高の減少」、「価格面での影響」等
アクションプラン 事業の評価・今後	<p>【アンケート】</p> <p><有効性の有無></p> <ul style="list-style-type: none"> 「生活者が参画できる商店街のイベントの開催」と「安心して買物ができる空間づくりの推進」については、半数以上の商店会が有効であると回答。また、次いで「生鮮4品取扱店舗の整備支援」については、4割以上が「有効である」と回答 実際に活用したことがある事業については、「複数の商店街連携による統一的

項目	主なご意見
	<p>なイベントの開催」「生活者が参画できる商店街のイベントの開催」「空き店舗支援の活用」等が回答されており、活用したことがある事業すべてにおいて「成果あり」と回答</p> <p><今後の取組み意向></p> <ul style="list-style-type: none"> ・「生活者が参画できる商店街のイベントの開催」は全体の4割以上が意向あり。次いで「安心して買物ができる空間づくりの推進」について、29%が「意向あり」と回答
商店街振興に対する考え方	<p>【アンケート】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「ソフト・ハードによらず、商店街からの企画提案に応じて行政が支援・協働すべき」や「市そのもののブランド力を上げ、価値が生まれる・人が来る状況をつくるべき」について、それぞれ48%が振興の大きな方向性として回答
商店街振興のための施策ニーズ	<p>【ヒアリング】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ イベント支援 ・ 例えば駅周辺エリアごとの魅力を創出するような商店街支援 ・ イベントだけだと日常の買物行動につながらない。 ・ 宅配サービスの需要はありそうだが、費用負担や仕組みづくりが難しい。
他機関や地域との連携状況	<p>【アンケート】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 交流・連携実績は、「小中高等の教育機関」や「他の商店街」が多い。 ・ 連携分野や内容については、「地域コミュニティづくり」が多い。
人材育成・後継者	<p>【アンケート】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 半数以上の商店街は後継者育成や確保について、何らかの課題があると回答 ・ しかし、半数以上の商店会では、後継者の確保や育成に向けて取組みを「行っていない」と回答
商店会への加入促進	<p>【アンケート】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 事業者（個店）が商店会・商工会に加入しない理由は、「活動の内容にメリットが感じられない」や「活動のために時間を割くことが難しい」「商店会・商工会の活動内容が知られていない（理解されていない）」の回答が多い。 ・ 商工会・商店会加入促進に向けた取組みを行っている商店会は全体の24%。具体的な取組み内容については「事業者（店舗）への声かけ」や「商工会との連携」「新規出店者に対する商店会の事業説明」等
観光施策	<p>【アンケート】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ フィルムコミッションの実施 ・ サマーフェスティバルや田無神社例大祭にも協力しているが、そういった事業の告知を行政サイドで市内外に発信 ・ B-1グランプリのような企画開催や市民まつりスタイルをさらに進化させてほしい。 ・ 飲食業が多いのだから、市の名物料理を打ち出したら良い。
産業振興策全般	<p>【アンケート】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 行政側から施策提案を頂き、商店会同士が協力できるような事業について、調整・検討して頂きたい。

2.7 大学・研究機関に対する調査結果の概要

本市における産学連携の実績と今後の意向、中小製造業の動向、観光分野でのポテンシャル等について情報を収集するため、5件の大学・研究機関に対してヒアリングを行いました。調査結果の概要は、以下のとおりです。

まず、産学連携について見ると、現状においても市内にキャンパスを置く大学と企業や商店街等との間で一定の連携が行われていることがわかりました。その上で、ヒアリングを行ったいずれの大学においても、さらなる連携機会の充実を望む意見が聞かれました。

また、東京都立産業技術センター多摩テクノプラザに対するヒアリングでは、中小製造業に関連し、多摩地区に産学公連携*に積極的な大学が集積している一方、大学と企業との連携に臨むスタンスの違いや費用対効果等がネックとなり連携が進まない実態についてご意見をいただきました。

さらに、多摩六都科学館に対するヒアリングでは、当該施設の集客増に向けた産学公連携の必要性や、観光振興における市民を中心とした活動の重要性等についてご意見をいただきました。

表 1-8 大学・研究機関に対するヒアリング調査結果概要

項目	主なご意見
事業環境の変化 (現状と課題)	<p>【武蔵野大学】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 有明キャンパスの新設（連携の窓口は有明キャンパスに移転）、学部数の増設 <p>【早稲田大学】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 教務部社会連携推進室において自治体等と地域連携を進めているが、あくまで「教育」に資する活動であることを要する。 <p>【東大生態調和農学機構】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 西東京キャンパスとして再整備をする。平成 27 年度頃から着工が始まる予定である。 <p>【東京都立産業技術センター多摩テクノプラザ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 多摩地域は電子部品、制御機器製造業を中心に集積している。 ・ 近年の動向として大企業が撤退し、中小企業を支援する機運が高まっている。 ・ 都区部と比較すると事業所数は 1/6 弱であるが、製造品出荷額等ベースでは数年前から多摩地域が上回っている。また、研究開発志向型企業が多いことも特徴の一つとなっている。 <p>【多摩六都科学館】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ プラネタリウムの機器更新 ・ 観光施設ではなく、集客施設として認識。プラネタリウムの機器更新に伴い、マスコミ報道や日食等天文学の話題等相乗効果があり、平成 24 年度の来館者数は過去最高となった。
他機関や地域との 連携状況	<p>【武蔵野大学】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 西東京市とは、相互協力に関する協定を結んでいる。 ・ 地元自治体や企業とのインターンシップの実施

項目	主なご意見
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域住民に対する生涯学習講座、日曜講演会等 <p>【早稲田大学】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 社会連携推進室としては、民間企業や自治体等と 30～40 程度の連携事業を行っている。 ・ 西東京市とは、理科教育や職員研修等で連携事業を行っている。 ・ 技術を軸にした連携もあれば、企業の人材育成に関する連携のほか、所沢キャンパスではスポーツ科学、人間科学といった分野も検討可能である。 <p>【東大生態調和農学機構】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 西東京市とは、ひまわりプロジェクトの連携事業を行っている。 ・ 公開セミナーの実施、東大マルシェ、観桜会、農家との交流、市外企業や多摩六都科学館との連携事業 ・ 今年 4 月から社会連携協議会を立ち上げて、行政や企業、市民の方にも参加していただき、様々なテーマで議論を行っている。 <p>【東京都立産業技術センター多摩テクノプラザ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 多摩地域では、産学公連携に積極的な大学が多いほか、金融機関や中小企業振興公社でも産学公連携事業を進めている。しかし、スキームは整っているが、成功事例は極めて少ない。大学と企業のスタンスの違いや、費用対効果の問題が大きい。 <p>【多摩六都科学館】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 東大との連携、商工会や商店街との連携、民間企業との連携等
地域活性化に向けた協力	<p>【東大生態調和農学機構】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ キャンパス整備に伴う歴史的建造物保存のため維持管理等、大学の状況を知った上で提案するところがあれば、連携のきっかけとなり得る。 ・ 市内企業と知り合うきっかけがないので、そういう場があれば良い。 <p>【東京都立産業技術センター多摩テクノプラザ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 主な役割として製造業全般を支援するため技術相談、依頼試験、応用研究をバランスよく行っている。ここにしかない試験装置もあるので利用してほしい。
観光施策	<p>【多摩六都科学館】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 他地域での具体例としては、東京にある科学技術館は全国から修学旅行生が集まる。その要因は、科学技術館の人が全国の教育委員会を訪問し、営業していたことが大きい。
その他の産業振興策	<p>【多摩六都科学館】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 地域のキーパーソンを見つけること。主人公は市民であり、市民がその気になれるような仕掛けづくりが重要

3 アクションプランにおける事業の進ちょく状況

アクションプランに基づいて実施された事業（全 38 件）の進ちょく状況について、推進委員会等での議論を踏まえて評価（※1）を行った結果、進ちょく度「A」の事業が6件、「B」の事業が 25 件、「C」の事業が5件、「D」の事業が2件という結果となりました。

アクションプランにおいては、全体の約8割の事業が計画策定当初に設定した計画どおりに進ちょくしたことになります。特に市内事業者間の交流・連携促進等の面で新しい取組み（「ソフトなものづくり産業」ビジネス交流会等）や目に見える成果（「一店逸品事業」によるメニュー・商品の認定や、「活・西東京プロジェクト*」によるキャベツかりん糖・小松菜かりん糖の開発・商品化等）が出る等、同プランは本市の産業振興に一定の成果があったものと考えられます。

表 1-9 アクションプランにおける事業の進ちょく状況

分野	施策（大項目）	事業の進ちょく度				項目計
		A	B	C	D	
農業	農業の魅力が増し、担い手が育つ	0	4	0	0	4
	それぞれに合わせて、続けられる	0	1	0	0	1
	市民が農を大切にする	0	0	0	0	0
ものづくり	営業力が高まり、活躍し続けられる	2	4	0	0	6
	新規事業展開・新分野開拓が進む	0	2	1	0	3
	事業者（企業）が次々と生まれる	0	4	0	0	4
商業・サービス	地元の購買力を着実に取り込む	1	3	0	1	5
	商業・サービス業の担い手が育つ	0	5	1	0	6
	地域資源がめぐり、地域を活発にする	1	1	0	0	2
商店街	5 駅の特徴を活かし、相当規模の魅力ある商店街づくり	1	2	0	0	3
	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	2	2	0	1	5
	商店街が活発に活動する	1	2	3	0	6
アクションプランに基づいて実施された事業件数		6	25	5	2	38 ^(※2)

（※1）事業の進ちょく度は、推進委員会等での議論を踏まえ、以下の四段階で評価をしています。

A：当初の目的は達成した（達成する見込みである） B：概ね計画どおり取組みが進んでいる
C：計画どおり進んでいない D：当初計画したが、見直しを行う必要がある

（※2）アクションプランに基づいて実施された事業件数は38件です。ただし、「項目計」の縦列総数と一致しないのは、6つの事業が分野をまたがり（又は同分野内で）重複して評価されているためです。そのため、一番下の「アクションプランに基づいて実施された事業件数」に記載した各評価件数は、A～Dの「事業の進ちょく度」評価の縦列の合計数と一致しない点にご留意ください。

3.1 農業

農業分野における事業（全5件）の進ちょく状況について見ると、全ての事業で進ちょく度が「B」という結果となりました。同分野の振興施策は、全般的に当初設定した計画どおりに進んでいます。

しかしながら、援農ボランティア*と受入先農家との効果的なマッチング体制の構築、市内産農産物を活用した商品の流通経路の確立に向けた業種間連携の支援（農業と商業等）といった点については、さらなる改善の余地があるものと考えられ、中期計画に盛り込むべき事業において考慮すべきと考えられます。

表 1-10 アクションプランにおける事業の進ちょく状況（農業）

施策(大項目)	施策(中項目)	事業の進ちょく度				項目計
		A	B	C	D	
農業の魅力が増し、担い手が育つ	魅力ある農業経営の推進	0	1	0	0	1
	多様な担い手の育成	0	1	0	0	1
	市民に身近な生産加工流通体制づくり	0	2	0	0	2
それぞれに合わせて、続けられる	市民と進める農地保全	0	1	0	0	1
市民が農を大切にする	農家と市民の交流の促進	0	0	0	0	0
農業分野での事業件数		0	5	0	0	5

3.2 ものづくり

ものづくり分野における事業（全 13 件）の進捗状況について見ると、進捗度「A」の事業が2件、「B」の事業が 10 件と、大半の事業において「概ね計画どおり」の進捗となりました。

ただし、「産学公連携の取組みの推進」については、進捗度が「C」となっています。これは、大手事業者懇談会等、産と公との連携については一定の成果が見られた一方で、市内事業者と大学等との連携が進んでいないことが一因となっています。産学連携においては、研究を重視する大学側と事業化を求める事業者側との間で連携目的の共有が難しい面があります。そのため、両者のマッチングを円滑に進めるためのさらなる支援策の検討が、中期計画の事業内容を検討する上で重要になると考えられます。

なお、進捗度「B」以上の事業についても、マッチング・コーディネートを通じた同業種・異業種連携の支援方法（「企業データの蓄積や事業内容の認識の共有方法の構築」）等、一部、充実を図るべき点があると考えられます。

表 1-11 アクションプランにおける事業の進捗状況(ものづくり)

施策(大項目)	施策(中項目)	事業の進捗度				項目計
		A	B	C	D	
営業力が高まり、活躍し続けられる	独自技術を活かした営業展開の強化	0	2	0	0	2
	事業者間の連携強化・協働の促進	0	1	0	0	1
	事業継続への環境づくり	1	1	0	0	2
	行政と大手事業者の連携強化	1	0	0	0	1
新規事業展開・新分野開拓が進む	産学公連携の取組みの推進	0	0	1	0	1
	ソフトなものづくり産業の展開	0	2	0	0	2
	地元農産物の積極的な利用	0	0	0	0	0
事業者(企業)が次々と生まれる	起業家支援の推進	0	2	0	0	2
	ものづくり事業所(企業)の誘致	0	2	0	0	2
ものづくり分野での事業件数		2	10	1	0	13

3.3 商業・サービス

商業・サービス分野における事業（全 13 件）の進ちょく状況について見ると、進ちょく度「A」の事業が2件、「B」の事業が9件となっています。また、進ちょく度が「C」の事業、「D」の事業がそれぞれ1件ずつとなっています。

進ちょく度「D」の「購入方法の多様化への対応」に関する事業については、経営者を対象にインターネットの普及や高齢化の進展等に伴う購買方法の多様化に対応するために必要な技術や知識等に関する研修を実施しましたが、受講者数の伸びが見られず、当該評価となりました。

また、「個店の経営力の向上」に向けて「経営診断、指導の充実」を図りましたが、経営革新計画の承認件数が目標件数を下回ったため進ちょく度「C」としています。

なお、進ちょく度が「B」以上の事業について見ると、特に創業支援施策に関連して、施策間の整合を図りつつ効果的な運用を進めていくこと、さらなる創業支援施策の充実等が必要と考えられます。

表 1-12 アクションプランにおける事業の進ちょく状況(商業・サービス)

施策(大項目)	施策(中項目)	事業の進ちょく度				項目計
		A	B	C	D	
地元の購買力を着実に取り込む	地元ならではの魅力の向上	1	3	0	0	4
	購入方法の多様化への対応	0	0	0	1	1
商業・サービスの担い手が育つ	個店の経営力の向上	0	1	1	0	2
	新たな担い手・人材の育成	0	4	0	0	4
地域資源がめぐり、地域を活発にする	地域内の連携・循環の仕組みづくり	1	1	0	0	2
商業・サービス分野での事業件数		2	9	1	1	13

3.4 商店街

商店街分野における事業（全 11 件）の進ちょく状況を見ると、進ちょく度「A」の事業が2件、「B」の事業が5件、「C」の事業が3件、「D」の事業が1件となっています。

進ちょく度「C」の事業を見ると、施策中項目「商店街組織の強化」に関連する事業として行った「商店会・商工会への加入促進」について、商工会の加入率が目標値を下回る結果となりました。また、「安心して買物ができる商店街づくり」に向けて、支援のあり方等に関する調査研究を行い、その上で具体的な施策を検討する流れを想定していましたが、調査の結果、商店街ごとに環境が異なり一律の対応が難しいことが明らかとなりました。そこで、事業のあり方について再検討を行う必要があると考え、進ちょく度「C」としています。

進ちょく度「D」の事業である「生鮮4品*の整備支援」については、研究の結果、競合店が多い商店会において対応をしていくことが困難な面があることが明らかになりました。しかしながら、商店会へのアンケート調査により、この事業へのニーズが確認されたことから、個々の商店会の実情を踏まえた上で、改めて検討を行う必要があると考えられます。

表 1-13 アクションプランにおける事業の進ちょく状況(商店街)

施策(大項目)	施策(中項目)	事業の進ちょく度				項目計
		A	B	C	D	
5 駅の特徴を活かし、相当規模のある商店街づくり	地域の特徴を活かした、西東京市の顔となる商店街づくり	0	0	0	0	0
	戦略的な空き店舗の活用	0	2	0	0	2
	一部買い回り品を含む商店街の活性化	1	0	0	0	1
	地域のひとを活かした商店街づくり	1	0	0	0	1
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	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	0	2	0	1	3
	まちおこしのための商店街と地域住民の交流促進	2	0	0	0	2
商店街が活発に活動する	商店街組織の強化	1	2	2	0	5
	意欲に応じた支援の強化	0	0	0	0	0
	安心して買物ができる商店街づくり	0	0	1	0	1
商店街分野での事業件数		2	5	3	1	11 ^(※)

(※) 商店街分野での事業件数は11件です。ただし、「項目計」の縦列総数と一致しないのは、2つの事業が施策をまたがり、重複して評価されているためです。そのため、一番下の「商店街分野での事業件数」に記載した各評価件数は、A～Dの「事業の進ちょく度」評価の縦列の合計と一致しない点にご留意ください。

4 課題:どのような問題・資源があり、どういった対応が求められるか

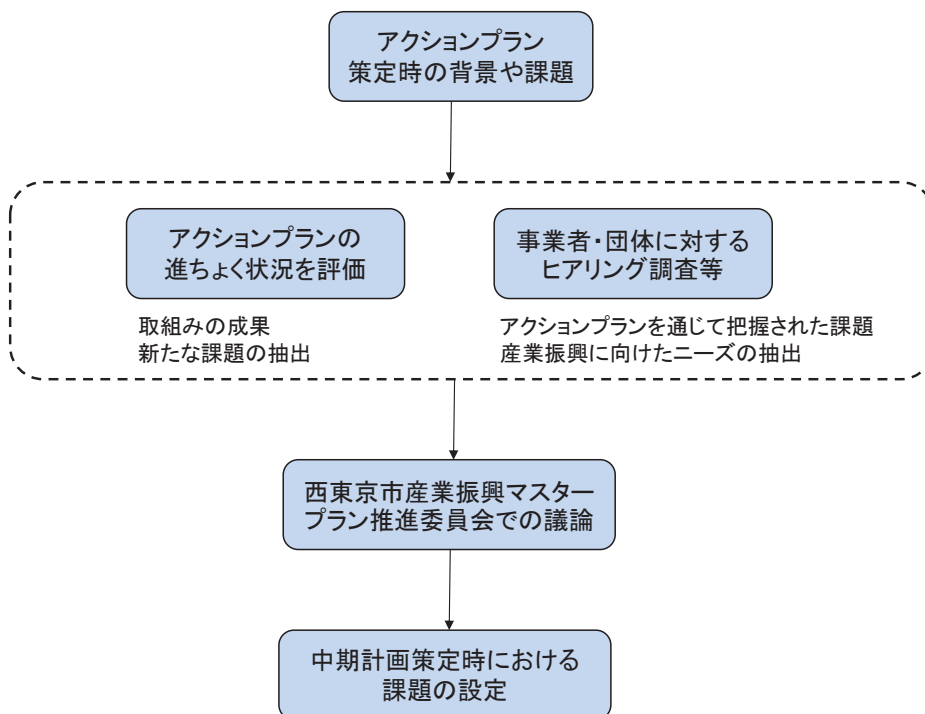
4.1 課題抽出プロセス

中期計画における課題は、以下の手順により抽出しました。

始めに、アクションプラン策定時の背景や課題を踏まえつつ、アクションプランの進捗よく状況を評価し、取組みの成果や新たな課題の抽出を行いました。同時に、事業者や団体に対してヒアリング調査等を実施し、アクションプランを通じて把握された課題やこれからの産業振興に向けたニーズを抽出しました。

次に、上記から抽出された課題やニーズを基に、推進委員会での議論を経て、中期計画策定時における課題を設定しました。

図 1-9 課題抽出のフロー図



4.2 農業

■農地に対する多面的機能の理解を促進させること、農業経営支援を通じた農地の保全を図るための支援が必要

- ・現在、市内には農業体験農園*が5園開設され、農業者の指導のもとで、多くの市民が農業に親しんでおり、また、市内には本市が運営する5ヵ所の市民農園があります。
- ・併せて、災害時の避難場所等として活用することが取り決められている災害協力農地*も、生産緑地*の約1割を占め、市民の安全・安心な暮らしを守る役割を担っています。
- ・しかしながら、本市の農地は宅地化等が進む中で減少傾向にあり、小規模な農地で経営を行う農家が多くなっています。また、生産緑地の面積も減少傾向にあります。
- ・そこで、持続可能な農業経営の支援を通じた農地の保全を図るとともに、農地の多面的な機能への理解等の促進に向けた取組みが求められます。

■農業体験や食育等の連携等による市民に身近な農業の実現が必要

- ・現在、農業の理解、食育、市内産農産物消費促進に関連した各種イベントが本市やJA等の主催により開催されています。また、JAにおいては、即売会の定期開催を行い、多くの方々が市内産農産物を購入する機会として定着しており、市立小・中学校でも給食への市内産野菜の利用のほか、学校農園の実施等が行われています。
- ・さらに、西東京市都市と農業が共生するまちづくり事業として、平成23(2011)年度から市内各エリアの農業・農地の特徴を活かした各種事業が展開されています。
- ・中期計画においても体験イベントの充実による生産者と市民との接点づくり、農業・農産物への理解増進・PRを進めていくことが必要と考えられます。



市民と農業のふれ合い



暮らしの身近にある農地

4.3 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により関連する事業所等が減少した後も、独自の技術力を持った事業者が市内で事業を継続しています。しかし、中小企業が自前で営業部門を持つことは難しい面があり、大手企業と比較し、技術はあっても販路開拓等の営業面が弱いケースが散見されます。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・下請関係が崩れる中、独自の技術を活かし、従来の系列関係を越え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、市内事業者の傾向として、技術力を十分にアピールできないことや、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、技術力のアピールやマッチング・コーディネート、展示会等への出展支援等を通じて中小企業の営業力を補完・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。併せて、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。

■事業者が市内に残り、活躍し続けられる環境の確保が必要

- ・製造業の事業所においては、周辺の宅地化が進む中で、建替が困難な場合や、事業所から発生する音への苦情等の問題から、住宅と共生しながら操業を継続することが難しくなるケースも見られます。
- ・そこで、見学・体験、企業紹介、インターンシップ*の受け入れ等を通じて地域に開かれた企業づくりを行い、ものづくりへの理解を深めてもらう機会を提供することにより、良好な相隣関係の構築を図ることが必要です。こうした取組みは、次世代を担う子供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、行政等との関係を深め、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。



市民まつりにおける、ものづくり体験（商工会工業部会）

■市内事業者間の連携の強化が必要

- ・ 技術の急速な進歩や消費者ニーズの多様化等を背景に、大手事業者等を中心に個々の事業者が自社の得意とする分野において協力し、単独では提供することが難しい新たな製品やサービスを生み出す、事業者間の連携、オープンイノベーション*への取組みが全国各地で進められています。
- ・ 本市においても、中小企業における事業者間の連携を強化し、個々の力を結集して、販路拡大や開発に当たるような体制づくりが必要とされていますが、現時点では、適切な連携先の探索等が難しく、連携の成功事例は少ないのが現状です。
- ・ そこで、事業者間の連携強化に向けて、成功事例を参考にしたマッチング方法の模索や、企業情報のデータベース化、リスト化等を行い、連携が円滑に進むための支援や体制づくりを行うことが必要です。

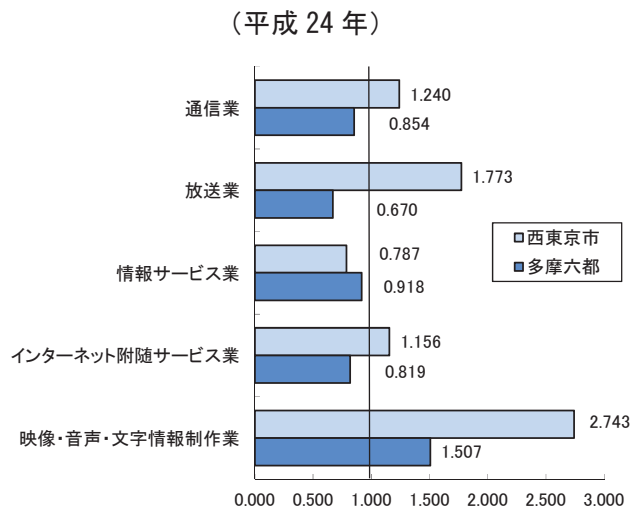


行政と大手事業者懇談会

■市内に集積する「ソフトなものづくり産業」の誘致・発展に向けた取組みが必要

- ・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て特徴的な事業を展開する情報系、コンテンツ系企業が各地で生まれています。
- ・また、省資源や低炭素への取組み、少子高齢化といった社会潮流の変化により、それに大きく関連している環境や医療・福祉関連等も今後、成長が見込まれる分野と考えられています。
- ・これらの成長が見込まれる産業について、本市は他の近隣自治体と比較すると、情報産業やコンテンツ産業等の「ソフトなものづくり産業」の集積が高い地域と考えられます。
- ・そこで、アクションプランにおいては、こうした市内のソフトなものづくり産業に対する支援策として、事業者同士を交流させ、新たなビジネス機会を拡大させる試みを実施しました。
- ・中期計画においては、オフィススペースの確保への支援策の検討のほか、「ソフトなものづくり産業」事業者の交流機会、ビジネスマッチング機会の拡充等を進めることが求められます。

図 1-10 ソフトなものづくり産業に関連する分野の事業所の特化係数



(注1) 民営事業所ベース

(注2) 特化係数の算出方法は本報告書 17 ページに記載。

出所：総務省「経済センサス」



ソフトなものづくり産業ビジネス交流会

4.4 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

- ・ 個店の廃業や空き店舗の増加、生鮮4品取扱店の減少による業種バランスの崩れ等から、商店街の取扱い品目の多様性や商店街の利便性が失われつつあるケースが見られます。
- ・ その結果、買物のために遠方まで外出することが難しく、インターネット等を利用した物品購入に不慣れな高齢者等を中心に、買物に困窮する方が増加する可能性があります。
- ・ また、本市における人口はいまだに増加傾向にあることから、潜在的な購買力は高いと考えられますが、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、実際の消費は、市外へ流出しているものと考えられます。
- ・ そこで、地元の商店（街）は、地元ならではの品揃えの追求や、高齢者や子育て層等へのきめ細やかな温かみのある個性的なサービスを提供する等、商店街としての魅力と付加価値を高め、地元の購買力を着実に取り込むだけでなく、市外からの消費を流入させることが必要です。



一店逸品事業 認定商品紹介冊子



平成24年度認定商品

■商業経営強化のために、商工会等の支援機能を広くPRすることが必要

- ・ 上記のような魅力づくりを個店が進めるに当たっては、専門家による経営診断・相談機能の充実や提案・アドバイス等の支援が極めて有効と考えられます。そのため、商工会や創業支援センター等の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より一層強化することが求められます。
- ・ しかし、商工会や創業支援センターが提供する経営診断や相談事業等を知らない個店も多く、各支援組織の機能が十分に活用されていないことが課題となっています。
- ・ そこで、個店経営の充実に向けて商店主の方々が気兼ねなく経営相談等ができるよう、商工会等の団体が提供する支援内容の周知啓発を図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

■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、商店街等の商業地が広がっています。これは、市外から来た人が、駅を出てからまず目にする風景が駅前の商店・商店街であり、それらが市の顔となって、本市の印象を左右していると言っても過言ではありません。
- ・ そのため、市の顔としての役割も意識して、独自性や特徴的な商業空間づくりを進め、市全体のイメージアップを図ることが必要です。
- ・ また、駅周辺エリアはそれぞれの歴史や特徴、魅力が存在することから、市内各駅の周辺エリアの特性を活かす振興策の展開が求められます。



イルミネーション事業



駅周辺の商店街

■生活の安心・安全を支える、商店街の機能と活力を高めることが必要

- ・ 東日本大震災の発生以降、地域コミュニティの重要性について注目が高まりつつある中で、商店街が持つ地域コミュニティの機能が改めて評価されています。
- ・ しかしながら、社会経済情勢が厳しく、商店街機能の低下や商店の担い手不足が危惧される中で、こうした地域コミュニティの再生に向けた取組みを商店街単独で行うことがますます難しくなっているのが現状です。
- ・ そこで、複数の商店街同士や市民との連携、商店と市民の協働を通じて商店街を活性する取組みを進めていくことが必要と考えられます。また、コミュニティビジネス*、ソーシャルビジネス*との連携も視野に入れる必要があります。



商店街夏まつり



複数の商店街による連携イベント

■商店街活動と個店の経営を盛り立てる人材の育成を図ることが必要

- ・ 商店街活動に対する担い手の不足や商店街組織の求心力の低下等により、組織的な振興活動が難しい商店街が一部に見られます。
- ・ また、多くの商業者が後継者育成や確保に関して課題を感じている現状がありますが、商店街として組織的な対応策を講じることは難しく、結果的に商店街活動の低下の要因となっている面があります。
- ・ このような人材の問題から、積極的なイベント等の開催や機能の強化等が難しい商店街も多く、新たな担い手確保・人材の育成に対する支援等を行い、商店街（組織）を強化することが求められます。



人材の育成に関するセミナー風景

4.5 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等を形成する、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。国も農商工の連携に力を入れ「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*」が平成 20（2008）年に施行されました。
- ・本市においても、めぐみちゃんメニュー*事業者等をはじめとして、市内産農産物を活用した商品開発やメニュー開発等を志向する商業事業者が少なくありません。
- ・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や、めぐみちゃんメニュー等具体的な連携に向けたスキームを拡充していくことが必要です。



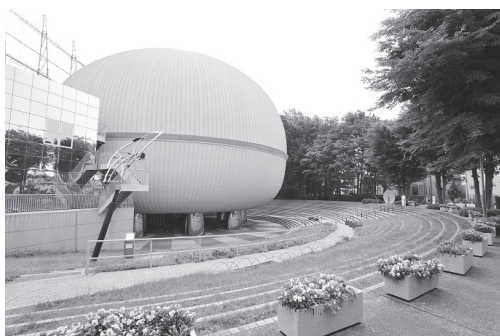
めぐみちゃんメニュー

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

- ・本市には、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、地域に関わりの深い西武鉄道(株)等、産業振興に関わることを期待される大学や知名度の高い企業があります。
- ・また、市内には「ソフトなものづくり産業」事業者をはじめとして、上記のような知名度の高い企業との域内連携、中小企業間の域内取引の拡大等を志向する企業も多く見られます。
- ・そこで、市内における大学・大手企業・中小企業等との連携を検討・試行することが必要です。

■まち歩きによる連携の誘発：地域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等、観光資源となる素材が数多くあります。
- ・また、商店街等が開催するイベントはもとより、一店逸品事業に代表される優れたメニューや特徴的な商品、サービスを提供する個店等についても、地域資源として活用することが重要です。
- ・地元の観光資源や商店街等に集積する個性的な店舗をイベント等で組み合わせ、まち歩き観光として市外からの集客に結びつける仕組みを検討することが必要です。これは、各分野の垣根を超えたオール西東京として取り組むことが不可欠です。



多摩六都科学館



西東京いこいの森公園



田無山総持寺



東伏見稲荷神社



ダイードリンコアイスアリーナ



東大生態調和農学機構

■移動・回遊性：買物・まち歩き・観光等の促進に向けた市内・近隣市との回遊性の向上が必要

- ・ 快適な移動環境づくりは、買物やまち歩き、観光のベースとなります。
- ・ 移動環境の向上に向けては、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、交通系ICカード*の活用、市内を巡回するはなバス*のルート再検討等様々な意見が見られます。
- ・ そこで、買物、まち歩き、市内観光の促進に向けて、自転車利用環境の改善やはなバスの活用等を検討し、市内の回遊性の向上を図ることが必要です。
- ・ 併せて、近隣市との連携により、各市に点在する観光資源間の回遊性を高め、多摩六都地域等で一体的に観光振興に取り組む仕組みづくりも検討する必要があります。



はなバス

■支援体制：組織の機能強化と連携が必要

- ・ 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。また、一店逸品事業に続く独自性の高い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センターや、NPO等の市民活動団体の支援等を行う「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。）等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等、個々の組織が連携し、対象に明確にした事業を展開することが必要です。



市民協働推進センターゆめこらぼ

■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や大規模災害等に対し、備えを固める必要があります。
- ・ そこで、商工会等が中心となり、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*についてきめ細やかに情報を提供し、適切な支援を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、市内で働きたい人が、それぞれの事情に合った職場を見つけられることが理想です。
- ・ そこで、市内産業を振興することで、雇用を創出するとともに、雇用の情報を取得しやすい情報提供のあり方等関係機関との連携が必要です。

■地域イメージ・地域ブランドの向上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掘り起し、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、農地等の多くの資源があり、未だ、見出されていない潜在的な資源が数多くあるものと考えられます。
- ・ そうした資源を活用するためには、まずは資源の発掘・再評価が必要ですが、その活動を進めていくためには、広く行政や事業者、市民との協働が求められます。
- ・ 地域の資源に脚光を当てるとともに、積極的な情報発信を通じてより多くの市外の人に知ってもらい、戦略的な地域イメージ・地域ブランドの向上に取組み、産業振興や観光振興に結びつけることが必要です。

■情報発信:取組みや成果について積極的な情報発信が必要

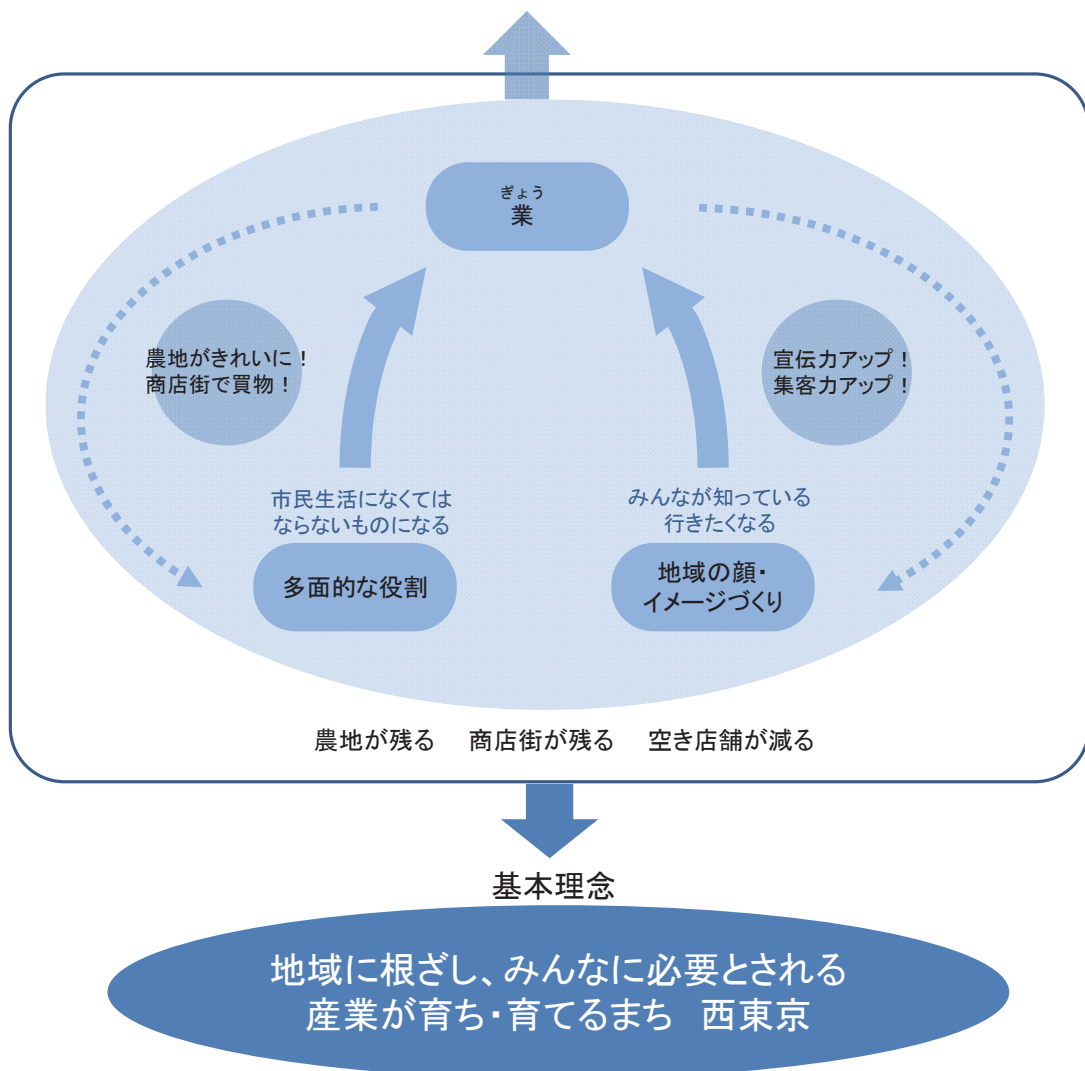
- ・ 平成 23（2011）年度から、本市はアクションプランを基に様々な産業振興施策を展開してきましたが、市民や事業者に対して、産業振興施策の情報が十分に周知しきれていないことがヒアリング調査等を通じてわかりました。
- ・ このことを踏まえ、中期計画では、アクションプラン以上に実効性の高い事業を展開する中で、その取組みや成果を広く周知する情報提供の仕方が重要になります。
- ・ また、事業ごとの情報提供はもとより、中期計画を通じて本市が目指す産業振興のあり方や進捗よく状況を広く周知することで、市民や事業者の理解や参加を呼び掛けることも必要です。

5 基本理念:どのような考えのもと、産業振興に取り組むのか

中期計画は、本市を取り巻く人口や産業の現状、アクションプランに基づき実施された事業評価、ヒアリング調査から導きだされた課題の解決に向け、本市の産業振興を目指します。

中期計画で期待される効果は以下のとおりです。

- 『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』で農地や商店街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、地域貢献等『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・防犯活動等で地域コミュニティに深く関わり、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等の効果もたらされます。また、これらの事業者・店舗の中には、地域に親しまれ、市民に必要とされるようになってきているものも多くあります。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、市内に根をはろうとする（あるいは、はりつつある）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・まちづくりをとともに進めて、より深く地域や市民の生活に根ざした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、人々が将来に不安を抱える時代となりつつある現在、商店街等は、単なる身近な買物場所というだけでなく、「子供・高齢者の見守り役」等のコミュニティ機能が、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」等、様々な役割を果たしています。

さらに、商店、農地、事業所等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。

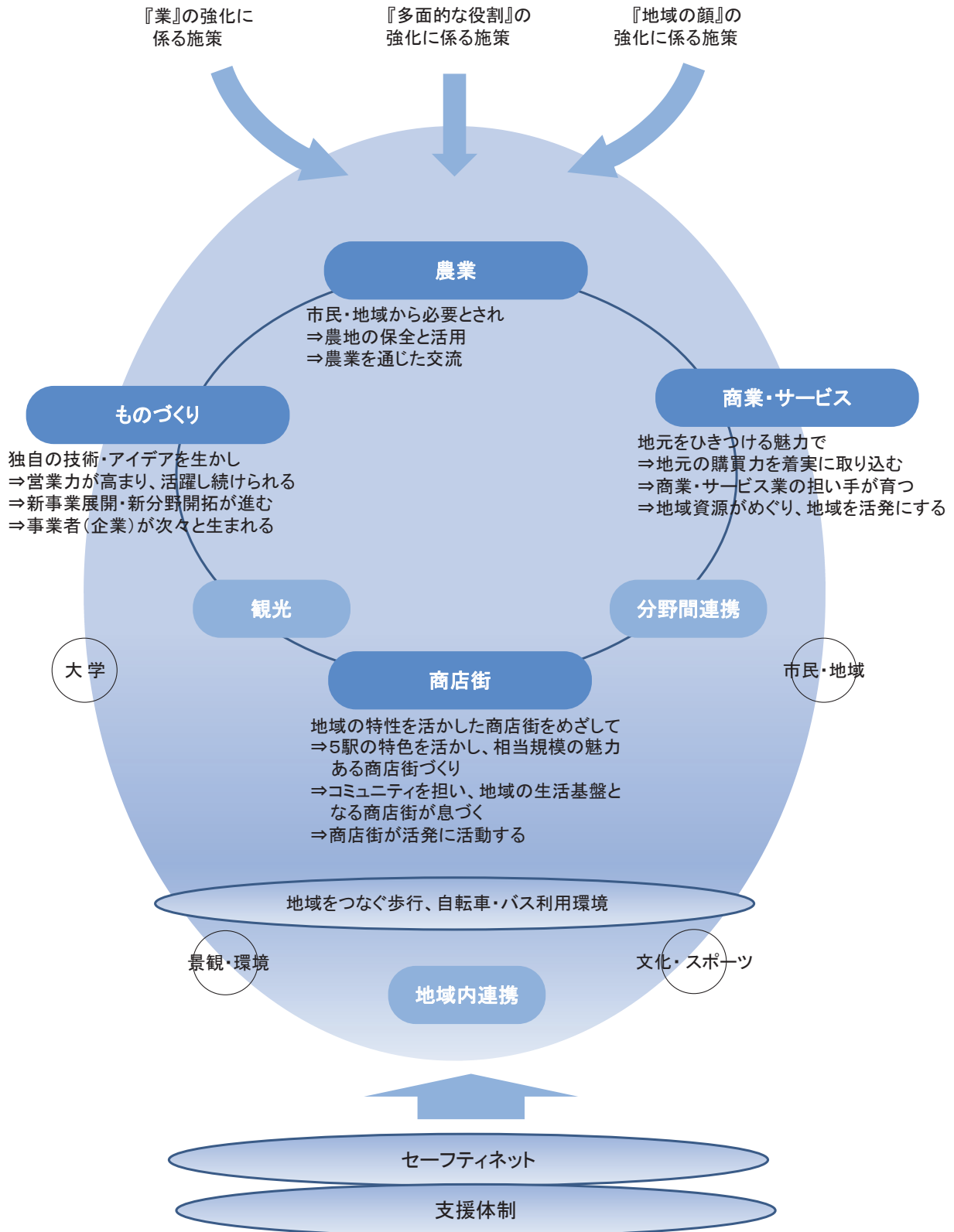
『育ち・育てる』とは

『育てる』とは、行政・地域及び市民が協力し合って、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。

6 将来像：産業振興で目指す姿

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



第1章

7 目標:産業振興でどのよう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』^{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という効果



■『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、デフレの長期化、市内事業者の減少、個人所得の低迷等を背景に、個人・法人市民税をはじめとする市税が減収し、本市の財政は、大変厳しい状況にあります。

こうした状況のもと、市内産業の振興を図ることにより、市内事業者の業績が向上するほか、新たな創業・開業も増加が見込まれる、ひいては、法人市民税や固定資産税等の増収が期待できます。

一方、定年退職した方の中には、地元でまだまだ働きたい、活躍したいと考える人が多くいます。また、仕事に就きたい、外で働きたいという主婦等も増加しています。

これら高齢の方々や子育て中のお母さん方等、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。働く市民が増えることにより、個人所得が伸び、その結果、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、市内の至るところ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」等、生活面に不安を抱える人が増えています。また、東日本大震災等を背景に市民の防災や防犯に対する意識やニーズもこれまで以上に高まってきています。

このような中、身近で買物ができ、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、市内の至るところに商店街や農地、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。

日野自動車と日野市、トヨタ自動車と豊田市といった市の知名度を高める企業や、渋谷センター街、戸越銀座といった特徴のある商店街は、その地域のイメージを形成する代表的な例です。また、駅を出て最初に目にする事となる商店街は、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」に当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者のイメージが上がる、商品等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等、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。

8 産業振興施策の特徴

本章第5節から第7節の内容を踏まえ、本市では平成 23（2011）年度に産業振興マスタープランを策定し、産業振興施策を展開しています。

本市が展開する産業振興施策においては、分野ごとの振興施策はもとより、施策間や業種間、産業振興に係る各主体間（行政や商工会、市内事業者等）の分野横断的な連携を併せて進めていくことが特徴です。

1. 分野間連携

- ・ 農業と地域や商店街、飲食店等による農商工連携*を推進し、地元農産物の付加価値向上や消費拡大への促進を図ります。また、地域内のみならず、地域外で流通・販売（循環）させていきます。
- ・ ものづくりは、事業者間のマッチングや販路開拓、ソフトなものづくりを活かしたアピール・イメージアップへの協力に至るまで、あらゆる場面で連携します。
- ・ 分野間連携のきっかけをつくるため、同じ分野あるいは分野を超えた様々な交流・意見交換の場づくりを進めます。

2. 地域内連携

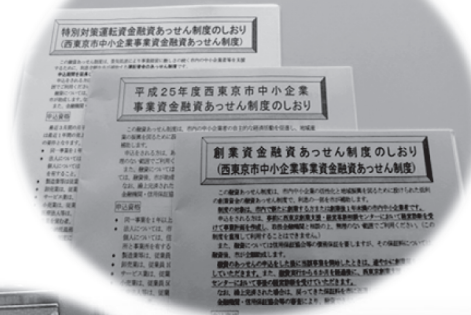
- ・ 地域や市民団体が商店街イベントへの参画等を通じて、住民と事業者が互いに協力し、ともに産業の振興に取り組みます。
- ・ 産学の連携により、新製品や新商品等の開発や事業所の広報等、大学をはじめとする学校の得意分野を活かすとともに、本市そのもののイメージアップを図ります。
- ・ 援農ボランティアによる農業の支援のほか、地域で活動するボランティアやNPO等との意見交換や交流の促進を検討します。

3. 観光振興への取組み

- ・ 今ある資源を有効に活用することを念頭に置き、本市の地域資源をPRするとともに、潜在する資源の発掘や近隣自治体との連携も視野に入れながら、今後、まち歩き観光の推進策を検討します。
- ・ まち歩き観光等を通じ、本市を訪れる人に買物や飲食等で消費を誘発する仕掛けを商店街等と連携を図りながら検討します。

4. 産業振興に向けた基盤の整備(移動環境、セーフティネット、支援体制)

- ・ 買物が楽しめる、移動しやすい・歩きやすい環境づくりに努めます。併せて、市民が安心して商店街で買物することができるように、商店主(街)等の協力をいただきながら、街路灯のLED化について検討します。
- ・ 公共交通機関である鉄道、路線バス、はなバスとともにタクシー利用等について、産業振興と生活の安心確保の観点からそのあり方を調査・研究します。
- ・ 買物客やまち歩きのための、利便性の高い情報発信について、検討します。
- ・ 中小企業の自主的な経済活動の促進と、安定的な経営を支援するため、中小企業事業資金の融資あっせん制度*を継続するとともに、第三者機関において、新分野の融資あっせん制度について議論し、実効性のある制度設計を検討します。
- ・ 産業振興を図るため、商工会及びJAをはじめとする関係機関が、個々の組織の責任と役割を明確にし、機能の充実を図るとともに組織間の連携を進めていきます。
- ・ 産業を振興するとともに、雇用を拡大し、市民が身近で就業する機会を増やす一方、ハローワーク及び(公財)東京しごと財団等の関係機関と連携を図り、就業支援に向けた環境を整備していきます。





コラム 3



西東京市一店逸品事業 ～ お店の自慢の逸品を紹介しています ～

本市では、西東京商工会と協力して、モノやサービスなど個店独自の「逸品」を確立し、入りたくなる店づくりへとつなげる一店逸品事業を平成24年度よりスタートしました。

平成24年度の第1弾では、食品関係（加工した食品販売・飲食業）の商店・事業所を対象として、お店の自慢の美味しい逸品を認定しました。

平成25年度の第2弾では、物品販売業・サービス業・製造業・ものづくり業などの商店・事業所を対象に、商品などの「モノ」に限らず、その店ならではの「サービス」やその店の持つ専門的な「技術」も選考の対象とし逸品を認定しました。

選考の方法は、商工会にて一店逸品事業運営委員会と選考委員会を組織し、中小企業診断士や一般消費者からなる選考委員が、応募のあった店舗へ実際に訪問し、応募された店主の熱意や意気込み、店舗の雰囲気などを中心に選考を行いました。

事業の周知のためにシンボルマークの公募決定を行い、のぼり旗等のPRグッズの作製や専用ホームページ（<http://www.ittenippin.com/>）の立ち上げ、紹介冊子の作成、イベント出店、スタンプラリー等を通じて、優れた地域資源を市内外に発信しています。



シンボルマーク と H24 年度認定商品



イベント出店の様子



お歳暮用の詰合せセット
期間限定販売



認定店をめぐる
スタンプラリー