

第二期武蔵野市産業振興計画（案）
（2019年度～2023年度）

平成 31（2019）年 2 月 25 日

目 次

第1章 計画策定の主旨	1
1. 計画策定の背景	
2. 計画の位置付け	
3. 計画期間	
4. 計画策定の経緯	
第2章 武蔵野市の産業の現状と現行計画の実績	5
1. 市の概況	
2. 市の産業の状況	
3. 市民や事業者等の意識・意向	
4. 現行計画の実績	
5. 現状のまとめ	
第3章 課題の整理と産業振興の方向性	28
1. 国内外の環境の変化	
2. 国や地方自治体における産業政策の動向	
3. 産業振興の方向性の検討	
4. 武蔵野市が取り組むべき課題	
第4章 基本理念と目標	40
1. 基本理念	
2. 基本目標	
目標1 武蔵野市の魅力や価値を高める産業振興	
目標2 地域の生活を支え合う産業振興	
目標3 都市の活力を担う産業振興	
目標4 情報化や国際化に対応した産業振興	
目標5 武蔵野市内で働く多様な人材による産業振興	
第5章 計画の体系	42
1. 施策体系一覧	
2. 基本施策および施策の概要	
第6章 計画の推進と見直し	53
1. 計画の推進体制	
2. 計画の点検・評価	
3. 次期計画の改定	
資料編	54
1. 計画の策定体制	
2. 計画の策定スケジュール	
付属資料1. 第二期武蔵野市産業振興計画（中間のまとめ）パブリックコメント募集結果	
付属資料2. 用語説明	

第1章 計画策定の主旨

1. 計画策定の背景

(1) 社会経済情勢

近年の国内の社会経済情勢をみると、2012年11月を底に緩やかな回復が続く中、平成31(2019)年1月には戦後最長の景気回復期を更新し、この傾向は平成32(2020)年の東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会まで続く見通しとされています。

一方、生産年齢人口は平成27(2015)年には7,728万人(国勢調査)ですが、将来の生産年齢人口は、平成62(2050)年には5,270万人(51.8%)(出典：国立社会保障・人口問題研究所平成29年推計)にまで減少すると推計されており、超少子高齢化に伴う人手不足が様々な産業で深刻化しつつあります。

また、団塊世代経営者の引退期を間近に控え、親族内承継が中心であった従来の形から、M&A*や従業員承継が増加するなど、事業承継の形態は多様化してきています。

あわせて、近年、IoT*、ビッグデータ*、AI(人工知能)*といった情報技術の進展に伴う産業構造の変化、さらには、人々の価値観、生活様式(ライフスタイル)にも変化が見られ、電子商取引による市場規模拡大は、武蔵野市の基幹産業である小売業に大きな影響をもたらしています。

さらに、「女性活躍推進法」*(平成28(2016)年4月)や、「働き方改革関連法」*(平成31(2019)年4月)が施行され、暮らし方・働き方の多様化がより一層顕著になり、産業を取り巻く環境は大きく変化しています。

社会経済情勢を注視した上で、ニーズに合った産業政策が必要とされています。

(2) 武蔵野市のあゆみ

昭和22(1947)年11月に都内で八王子市、立川市に次いで、3番目の市としてスタートした武蔵野市は、平成29(2017)年に市制施行70周年を迎えました。

昭和30年代後半より、都市基盤の先導的な整備とまちづくり、商業振興が相まって、利便性の高い住宅都市として発展してきました。

都内有数の商業集積地と言われる現在の吉祥寺駅周辺は、大型商業施設を核として回遊性の高いまちが形成されています。

これには、百貨店が吉祥寺駅周辺商業地の核として魅力を与え、ひいては地元商店街の活性化を促進するという武蔵野商工会議所や商店会等からの意見に基づき進めてきた、昭和46(1971)年の伊勢丹吉祥寺店に始まる百貨店の誘致・出店が大きな役割を果たしています。

また、武蔵野市では3駅周辺における商業振興のみならず、緑と水のネットワークを推進する等に努め、都市農地や屋敷林等を地域資源として保全・活用することで、緑豊かで利便性の高い暮らしやすい住宅都市を形成してきました。

さらに武蔵野市は、市民参加による住環境を意識したまちづくりを進めてきたこともあり、「住みたいまち」として全国的に認知されています。市民の定住意向は81.3%(出典：平成26年度武蔵野市民意識調査結果)と高い状況にあります。また、定住のきっかけは「交通の便がよい」、「公園などが整備され、緑が比較的多い」、「買い物が便利」が上位3項目となっており、魅力あるまちとして多くの人に評価されています。

また、計画行政によるまちづくりは、堅実な行財政基盤を築き、必要な財政支出を行うことで、生産機能や生活機能の向上などの好循環を育んできました。この好循環の維持には、行政による投資先の選定や執行だけでなく、地域生活を支える事業者等の知恵や努力、市民

のまちへの愛着や理解、協力が大きく寄与してきました。

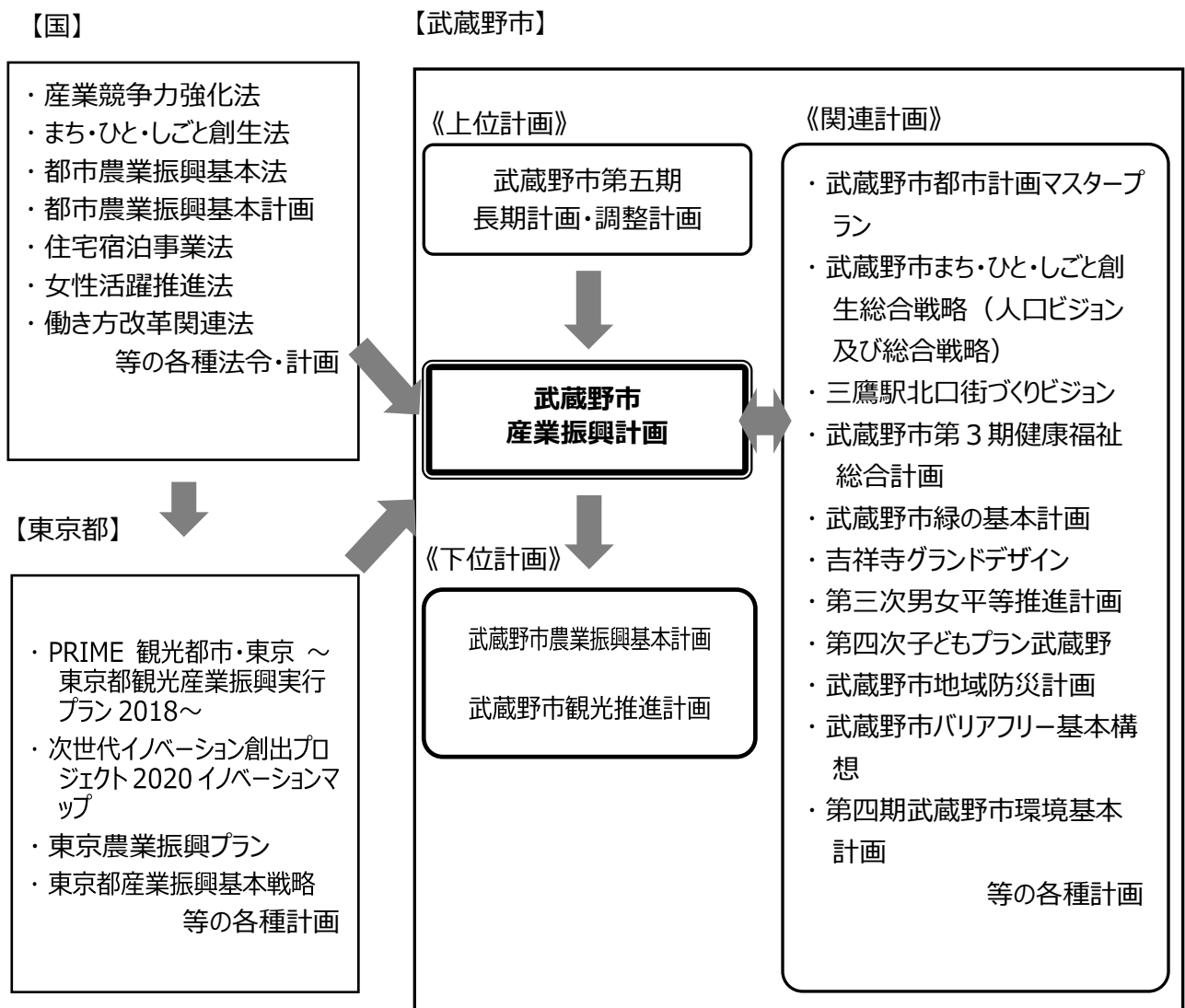
2. 計画の位置付け

武蔵野市産業振興計画は、武蔵野市第五期長期計画・調整計画（平成 28 年度～32 年度）の中の「Ⅲ 文化・市民生活」分野の個別計画として策定するものであり、長期計画において示されている考え方や方針を踏まえた、武蔵野市の産業分野全般を対象とした中位計画です。

また、武蔵野市農業振興基本計画（平成 28（2016）年度～37（2025）年度）と、第二期武蔵野市観光推進計画（平成 29（2017）年度～38（2026）年度）の上位計画という関係にあり、武蔵野市商店街振興プランとしての性格も合わせ持つものです。

なお、産業施策は、他の分野の施策との関わりの中で総合的に推進することが必要なため、関連する計画との整合を図りながら取り組むものとします。

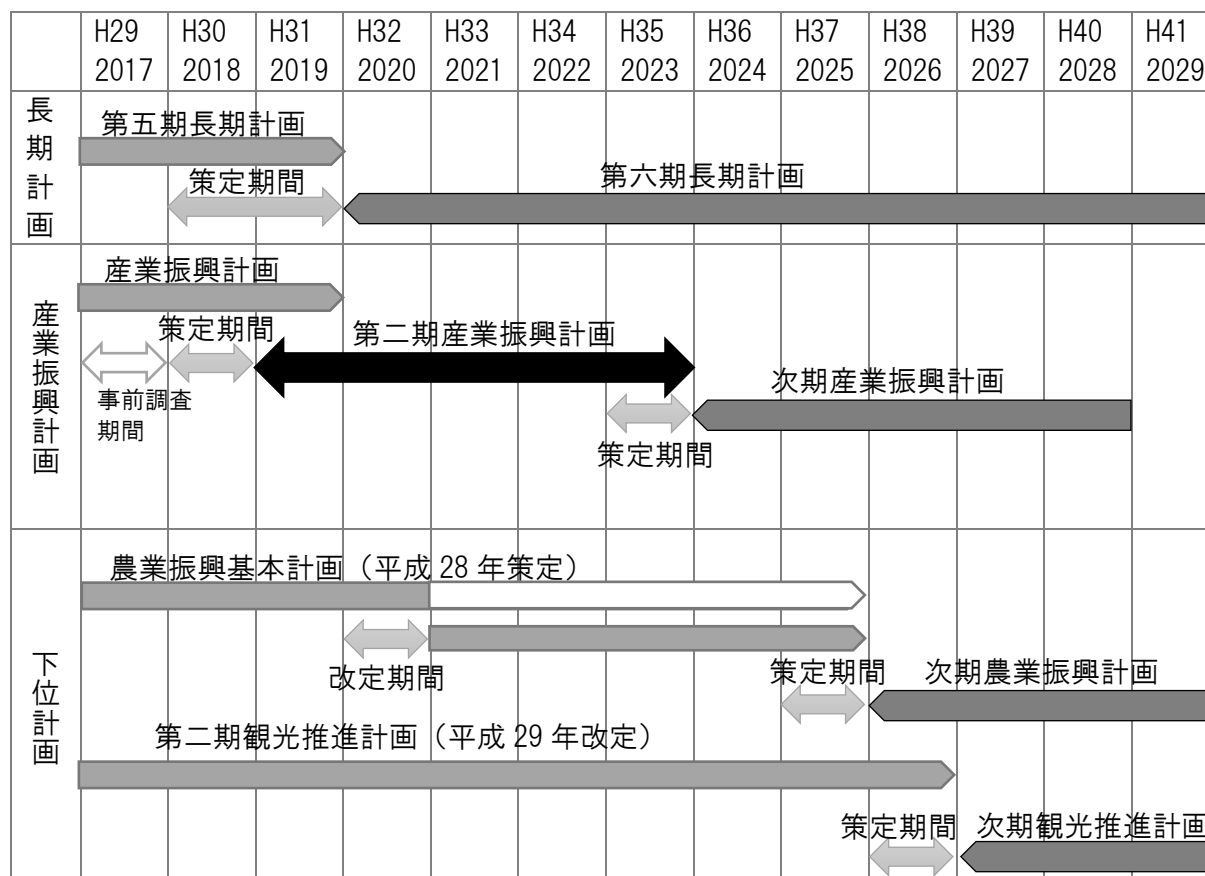
■ 第二期武蔵野市産業振興計画の位置付け



3. 計画期間

本計画の計画期間は、平成 31（2019）年度を初年度とする平成 35（2023）年度までの 5 か年とし、次期改定作業を平成 35（2023）年度に実施するものとします。

ただし、事業については取組みの成果や社会経済状況の変化を見据え、必要に応じて見直しを行っていきます。



4. 計画策定の経緯

本計画の策定にあたっては、上位計画である武蔵野市第五期長期計画・調整計画、関連する他分野の各種計画、他委員会などからの報告や提案、アンケート調査・ヒアリング調査の結果などを踏まえて多様な市民意見を得るとともに、策定過程を公開しながら、以下のとおり取り組んできました。

（1）武蔵野市産業振興計画策定委員会の設置

第二期武蔵野市産業振興計画を策定するにあたり、課題を調整し、必要な事項を検討するため、12名の委員からなる武蔵野市産業振興計画策定委員会を設置しました。

（2）武蔵野市産業振興計画策定庁内推進本部の設置

武蔵野市の産業振興施策の効果的かつ戦略的な実施と進行管理のために、武蔵野市産業振興計画策定庁内推進本部を設置しました。推進本部では、策定委員会や関係機関との連絡調整を行い、庁内における横断的連携を促進しました。

(3) 産業振興基礎調査（事前調査）等の実施

市内産業を取り巻く現況や、事業者、来街者、近隣住民、学生等の意識、実態を把握し、より適切で効果的な施策を検討するため、平成 29（2017）年度に本市と包括連携協定を締結している亜細亜大学の都市創造学部と連携し、「武蔵野市産業振興計画事前調査」を実施しました。

調査内容は「産業振興基礎調査（地域産業構造分析・都内インキュベーション*施設調査・アンケートによる商店街の実態調査）」、「意向調査（学生調査・近隣住民アンケート・企業アンケート・来街者アンケート）」、「事業者ヒアリング調査」となっています。

調査結果は、武蔵野市産業振興計画策定委員会、武蔵野市産業振興計画策定庁内推進本部に報告するとともに、それらのデータは、計画策定や今後の施策を検討するための参考として活用しました。

第2章 武蔵野市の産業の現状と現行計画の実績

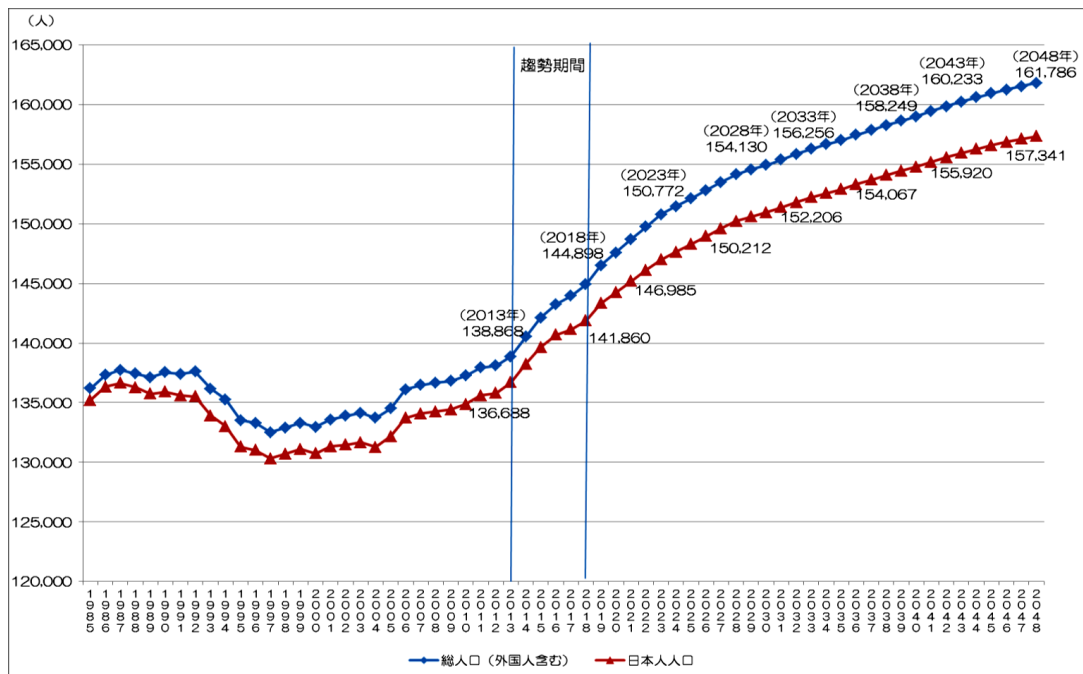
1. 市の概況

(1) 人口

平成 31 (2019) 年 1 月 1 日現在の総人口は 146,399 人となっています。

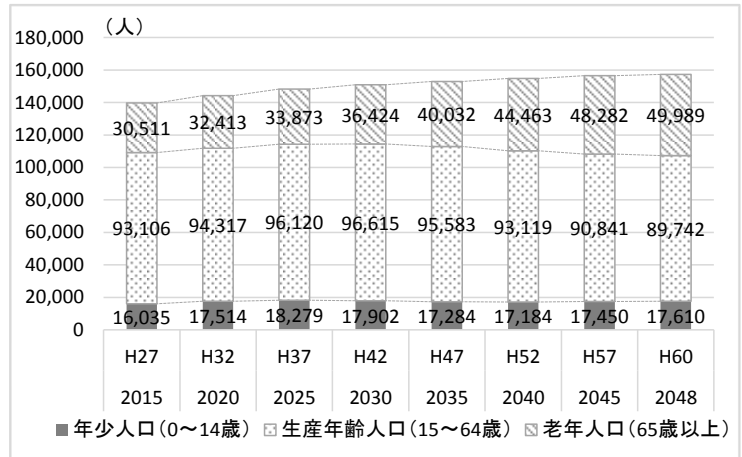
総人口は平成 35 (2023) 年には 150,772 人と 15 万人を突破し、平成 60 (2048) 年で 161,786 人となると見込まれています。

また、市内の日本人人口は、平成 30 (2018) 年の 141,860 人から、平成 60 (2048) 年に 157,341 人に達すると見込まれます。



■将来人口 (総人口及び日本人人口)

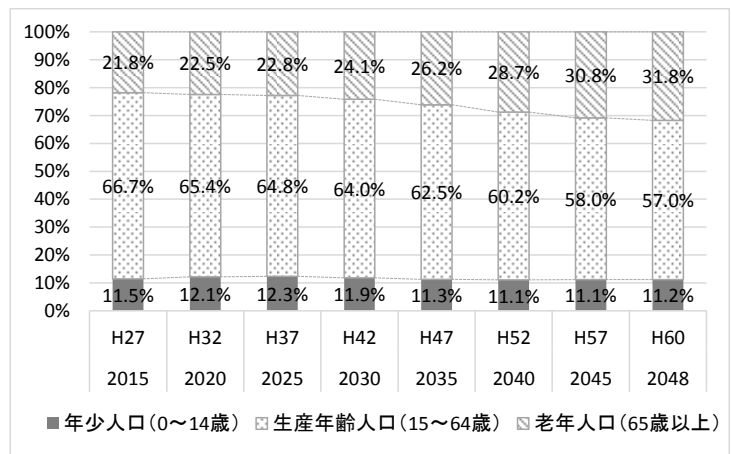
年齢3区分別人口では、老年人口（比率＝高齢化率）は平成27（2015）年の30,511人（21.8%）から平成60（2048）年には49,989人（31.8%）と大幅な増加が見込まれます。



■将来年齢3区分人口

年少人口は、平成27（2015）年の16,035人（11.5%）から平成60（2048）年には17,610人（11.2%）へと微増が見込まれます。

一方、生産年齢人口は、平成27（2015）年の93,106人（66.7%）から、平成42（2030）年までは微増傾向ですが、この年をピークに減少に転じ、平成60（2048）年には89,742人（57.0%）まで減少が見込まれています。



■将来年齢3区分人口比率

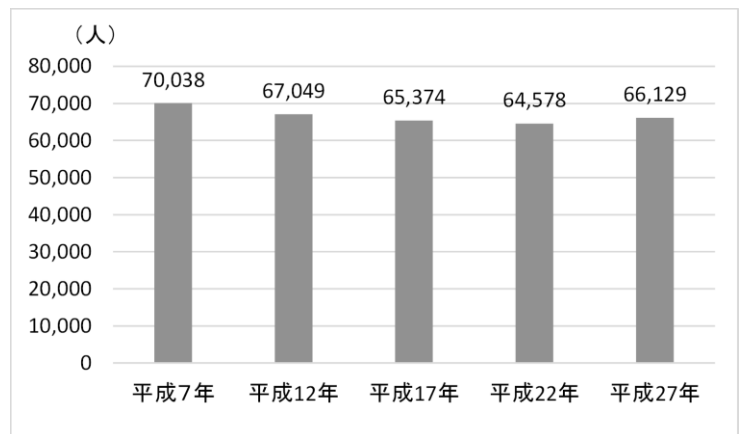
（2）常住従業者数

平成27（2015）年に、武蔵野市に常住した従業者数は66,129人、市内で従業していた従業者数は69,897人となっています。

このうち、市内に常住し従業する従業者数は18,415人であり、市内産業の4分の1を支えていることがわかります。

市内に常住する就業者は平成7（1995）年の調査以降減少傾向にありましたが、近年、増加に転じています。

【出典：平成27年度国勢調査】



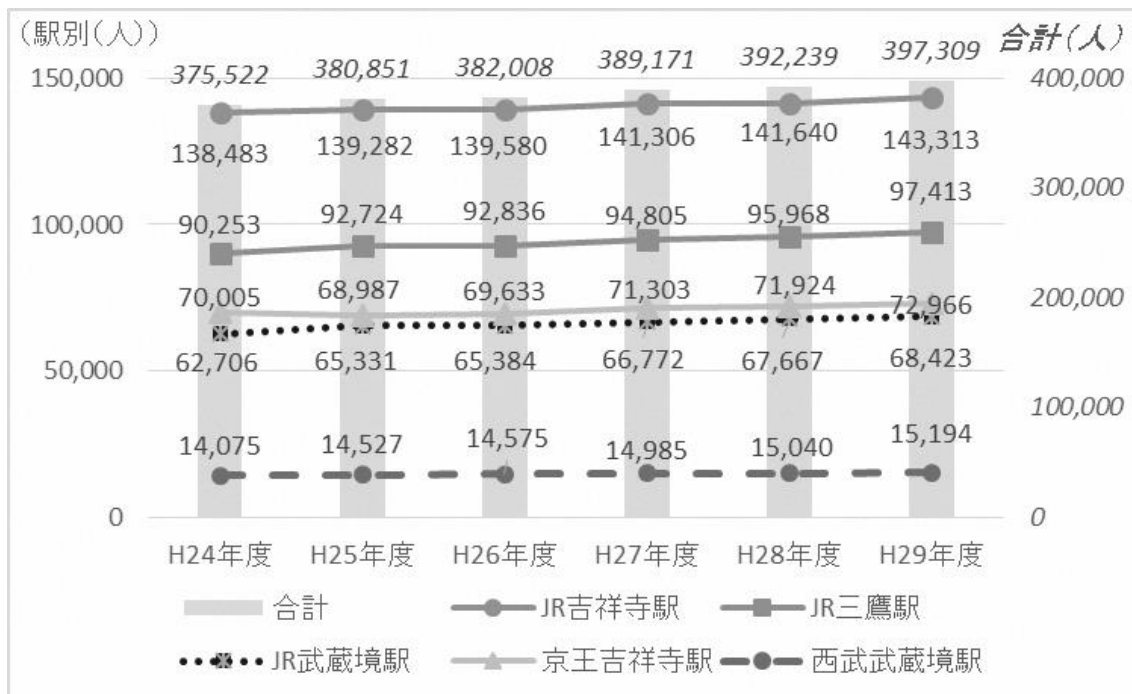
■常住従業者数の推移

(3) 交通

①鉄道

市内にはJR 3 駅（吉祥寺駅・三鷹駅・武蔵境駅）、京王井の頭線吉祥寺駅、西武多摩川線武蔵境駅があり、平成 29（2017）年度の 1 日の平均乗客数は 397,309 人となっています。

（注）JR では降車の人員は集計していないため、乗客のみの計算。



■ 駅別 1 日平均乗客数の推移

②バス

市内には関東バス、京王電鉄バス、小田急バス、西武バスが運行しており、平成 29（2017）年度の 1 日平均乗客数は 208,935 人となっています。

③ムーバス*

コミュニティバス（ムーバス）は 9 路線が運行されています。平成 29（2017）年度の年間乗客数は 2,678,827 人で年間 144,963 便が運行されました。1 日平均乗客数は 7,339 人となっています。

④駐輪場

平成 30（2018）年 4 月現在の 3 駅周辺の公共の自転車等駐車場設置状況は、

- ・吉祥寺駅周辺 20 か所（自転車 12,859 台、原付バイク 358 台）
- ・三鷹駅周辺 10 か所（自転車 6,612 台、原付バイク 83 台）
- ・武蔵境駅周辺 10 か所（自転車 8,667 台、原付バイク 167 台）

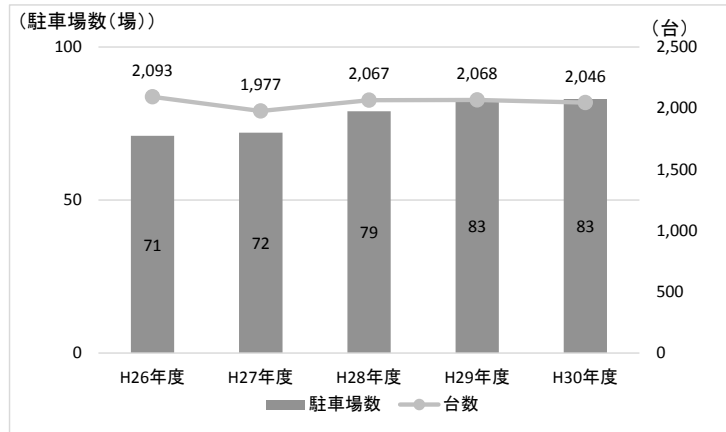
で、合計 40 か所（自転車 28,138 台、バイク 608 台）の駐輪場が整備されています。

平成 29（2018）年 10 月に実施した「市内 3 駅周辺自転車停留台数調査」では、晴天の平日午前 10 時～11 時頃の駅周辺停留台数 24,485 台のうち放置自転車は 108 台であり、放置自転車はほぼ解消されています。

⑤ 駐車場

吉祥寺駅周辺で、5台以上の駐車スペースのある駐車場は現在 83 か所で、2,046 台となっています。

吉祥寺駅周辺では、しばしば車両混雑による交通渋滞が見られることから、市では車両混雑の緩和や違法駐車等の抑制等を目的し、「ムーパーク」*に車を止め、吉祥寺との往復は「ムーバス」を利用できるパークアンドバスライドを実施しています。



■ 吉祥寺駅周辺の駐車場数・駐車台数の推移

(4) 財政

平成29(2017)年度の一般会計は、当初予算635億4,800万円から補正などを経て最終予算額は658億4,345万円となっています。歳入歳出差引額から30(2018)年度への繰越事業にかかる財源を除いた実質収支(翌年度への繰越金)は28億6,116万円となっています。

①歳入

平成29(2017)年度一般会計における歳入は667億1,840万円となっています。

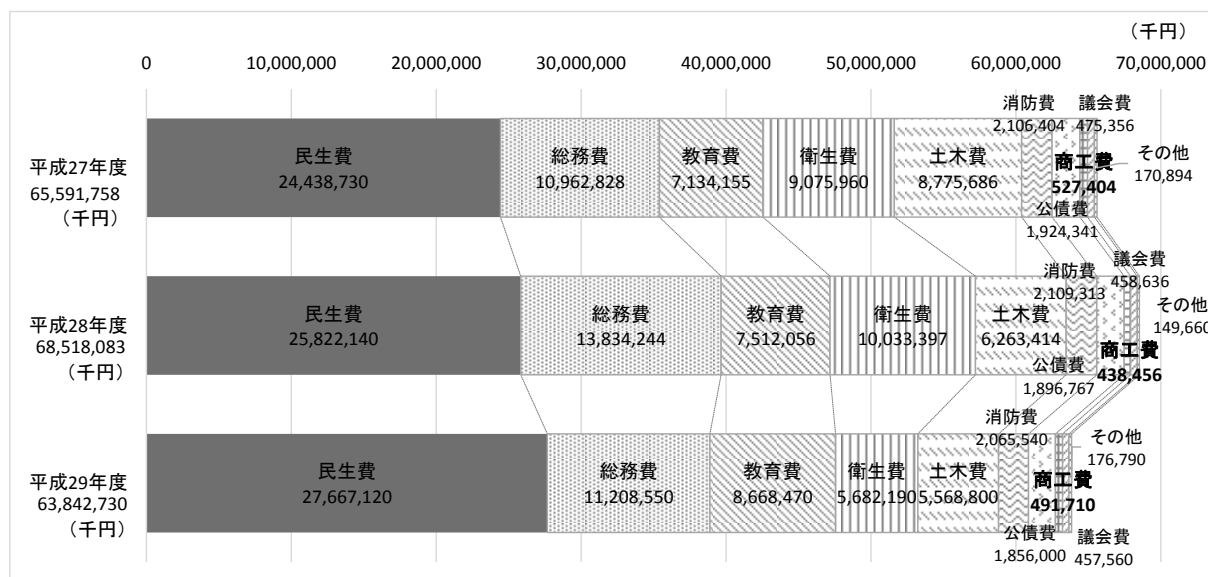
納税義務者数は増えていますが、ふるさと納税の影響などにより個人市民税が微減、税制改正などの影響により法人市民税も微減となるなど、市税全体で前年度比0.8%の減となっています。



■一般会計決算額(歳入)の推移

②歳出

平成29(2017)年度一般会計における歳出は638億4,273万円となっています。市民一人当たりの歳出決算額は43万8,809円となっています。



■一般会計決算額(歳出)の推移

③財政力指数*

武蔵野市における平成 30（2018）年度財政力指数は 1.522、平成 29（2017）年度は 1.511 となっており、東京都 26 市の中で最も高く、全国の中でも財政力の高い状況にあります。（参考：平成 29 年度全国市町村平均 0.51）

【出典：総務省平成 29 年度地方公共団体の主要財政指標一覧】

④財政将来推計

歳入では、その 6 割を占める市税は、人口の増加により個人市民税は増額となり、固定資産税も地価の動向や、建築動向を受け、安定的に推移することが見込まれます。一方、法人市民税は、税制改正により減額が見込まれます。また、ふるさと納税制度も税収減の要因の一つであり、今後も同制度の利用拡大が見込まれることから、危機感を持って注視しなければなりません。あわせて、同制度による市財政への影響を深刻な問題として捉え、市民に周知していく必要があります。

市税全体では今後 5 年間（平成 32（2020）年度～平成 36（2024）年度）は微増で推移することを見込んでいます。

歳出では、子育て支援、障害者や高齢者への福祉施策に要する経費は、引き続き増加が見込まれるほか、今後、学校施設の更新や公共施設の老朽化への対応等による投資的経費が必要となります。

中長期（平成 37（2025）年度以降）の財政見通しとしては、平成 30（2018）年度に実施した将来人口推計において、老年人口は増加傾向が続き、生産年齢人口は一旦増加した後、前回推計よりは緩やかに減少していくことが推計されていることから、市税収入は当面は微増から、横ばいとなりますが、平成 50（2038）年頃からは微減することを想定しています。また、将来人口推計で示された人口構成の変化から、社会保障関係費をはじめとする経費の増加が続くことが想定されます。さらに、老朽化する公共施設や都市インフラの更新や大規模改修が平成 30 年代中盤以降に本格化します。

こうした状況を踏まえ、市民福祉の向上のために、基金や市債を活用し持続可能な財政運営を図りながら、必要な投資を行っていく必要があります。

2. 市の産業の状況

(1) 産業構造

- ①事業所数、従業者数ともに「卸売業・小売業」「宿泊業・飲食サービス業」と「サービス業（他に分類されないもの）」が多く、過去 20 年程度大きな構造の変化は見られません。
- ②近年においては、「医療・福祉」の事業所数および従業者数の伸びが大きくなっています。
- ③「小売業」の事業所あたり年間商品販売額は、以前は東京都の平均を上回っていましたが、近年は減少傾向にあり東京都の平均を下回っています。
- ④武蔵野市の小売吸引力指数*は低下傾向にあるものの、平成 28（2016）年度は、1.42 と未だに高く、市内の小売業が周辺地域から買物客を引き付ける力を有していることを示しています。

(2) 事業所数・従業者数

事業所数は、「卸売業・小売業」が 20 年の間、最も多い割合でしたが、その数は減少傾向にあります。

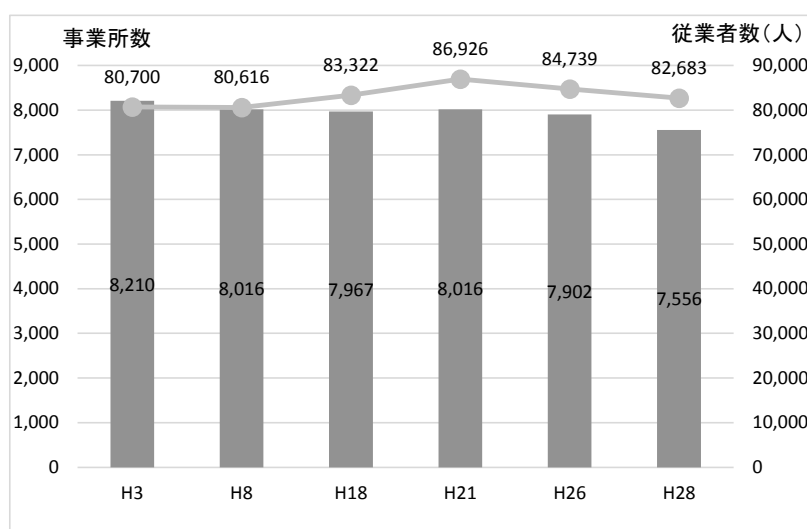
平成 28（2016）年度の事業所数は、従業者数と同様に「卸売業・小売業」が最も多く、次いで「宿泊業・飲食サービス業」と「サービス業（他に分類されないもの）」となっており、「医療・福祉」が増加傾向にあります。

「卸売業・小売業」に次いで「宿泊業・飲食サービス業」と「サービス業（他に分類されないもの）」の 3 業種で市内の従業者数・事業所数の約 6 割を占めています。

従業者数は平成 24（2012）年までおおむね増加傾向にありましたが、平成 26（2014）年から減少に転じて、その後、横ばいとなっています。

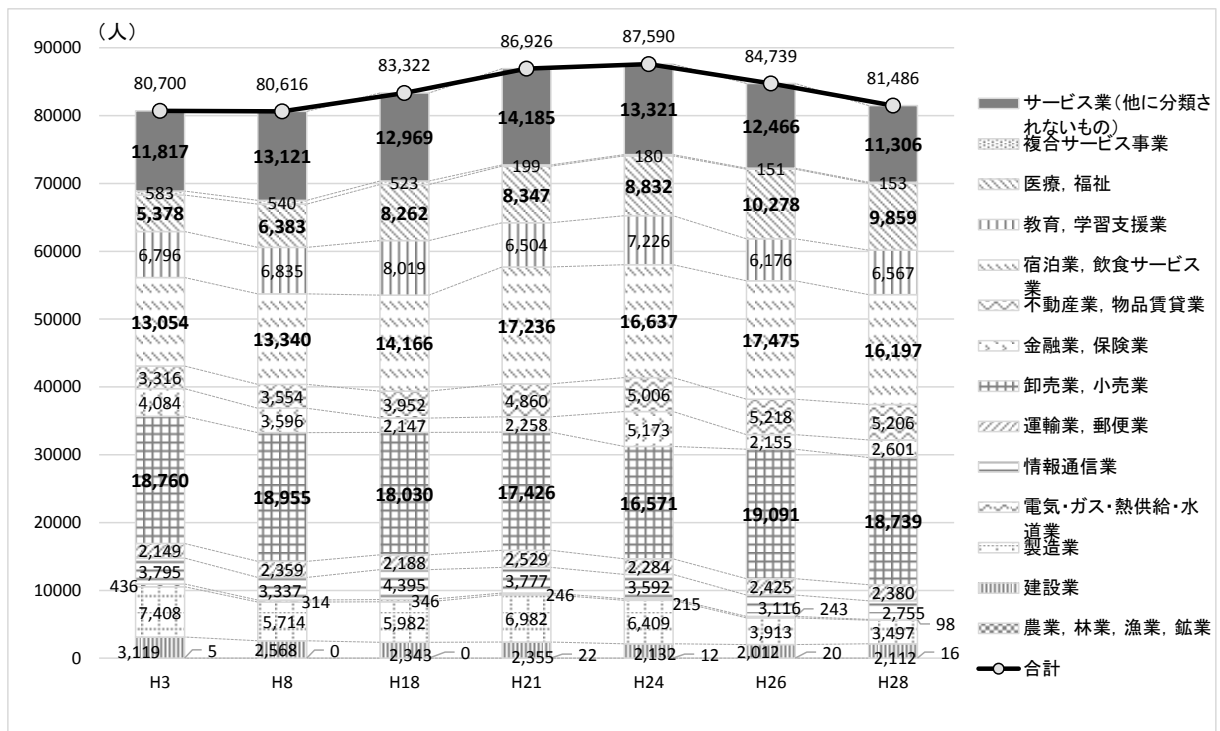
最も従業者数が多いのは「卸売業・小売業」であり、次いで「宿泊業、飲食サービス業」「サービス業（他に分類されないもの）」となっています。

「医療・福祉」は高い伸びを見せている一方で、「製造業」が大きく減少しています。



■事業所数・従業者数の推移

【出典：経済センサス基礎調査、事業所・企業統計調査】



■産業別従業者数の推移

【出典：経済センサス基礎調査、事業所・企業統計調査】

(3) 産業別

①農業

1) 農家戸数・農業従事者数

平成 30 (2018) 年 1 月現在の農家戸数は 69 戸、農業従事者は 180 人となっており、年々減少傾向にあります。

2) 農地

平成 30 (2018) 年 1 月現在、市内には 28.78ha の農地があり、そのうち生産緑地*は 25.80ha で指定率は約 90%となっています。

平成 21 (2009) 年に 33.84ha あった農地面積は、平成 29 (2017) 年に 30ha を割り込み、現在の武蔵野市における農地比率は 2.6%となっています。

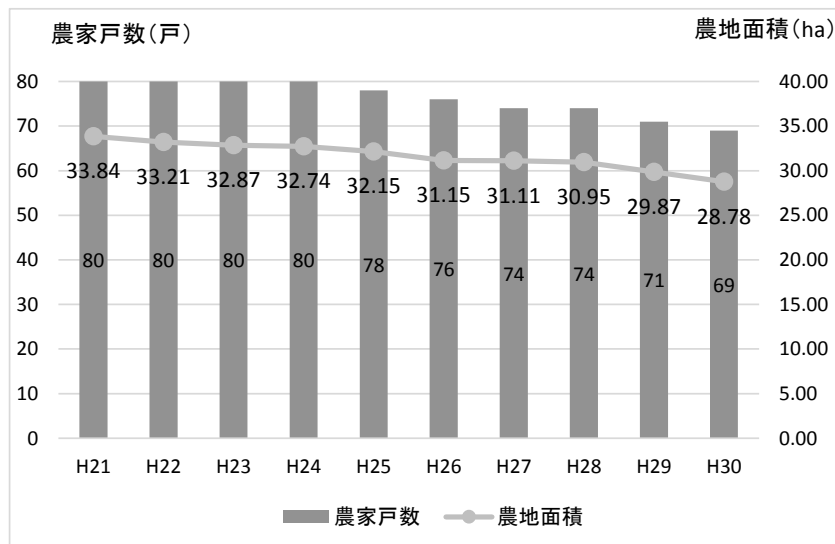
武蔵野市農業振興基本計画においては、農地面積の減少を 10%に抑え、28ha の農地を確保することを平成 37 (2025) 年度の目標値としています。

都市に残る農地は、農産物を供給するという基本的役割のほか、貴重な緑地空間として環境や景観の保全、潤いと安らぎの場、災害時の避難場所、農業体験学習の場など多面的な機能をもっています。武蔵野市では農業者の経営の安定及び農地の保全を期待し、平成 30 (2018) 年に生産緑地の下限面積を引き下げる条例を制定しています。

3) 農業生産

平成 28 (2016) 年度の武蔵野市の農業産出額は 2 億 3 千万円となっています。

なお、武蔵野市農業振興基本計画においては、学校給食における市内産農産物の使用割合を、現在の 26.3%から 35%に増やすことを平成 37 (2025) 年度の目標値としています。



■農家戸数と農地面積の推移

②工業

1) 事業所数・従業者数

平成 29 (2017) 年の従業者数 4 人以上の工業事業所数は 22 事業所で、従業者数は 299 人となっており、平成 22 (2010) 年の 37 事業所、4,540 人に比べ、大きく減少しています。

2) 製造品出荷額

平成 29 (2017) 年の従業者数 4 人以上事業所における製造品出荷額等は 45 億 2,642 万円となっています。

製造業全体の製造品出荷額等を見てみると、平成 29 (2017) 年は平成 22 (2011) 年と比べると約 68%の減となっています。

産業	平成 28 年 12 月 31 日			平成 22 年 12 月 31 日		
	事業所数	従業者数 (人)	製造品出荷額等 (万円)	事業所数	従業者数 (人)	製造品出荷額等 (万円)
食料品製造業	2	11	X	5	64	75,494
印刷・同関連業	5	87	86,935	10	143	170,352
プラスチック製品製造業	1	9	X	1	5	X
なめし革・同製品・毛皮製造業	1	8	X	1	11	X
窯業・土石製品製造業	1	16	X	1	18	X
金属製品製造業	-	-	-	1	4	X
はん用機械器具製造業	1	19	X	1	11	X
生産用機械器具製造業	2	22	X	2	19	X
業務用機械器具製造業	1	16	X	6	82	137,560
電子部品・デバイス電子回路製造業	3	55	95,624	1	25	X
電気機械器具製造業	3	45	72,832	6	82	185,423
輸送用機械器具製造業	-	-	-	1	4,069	X
その他の製造業	2	11	X	1	7	X
総 数	22	299	452,642	37	4,540	1,406,463

(注 1) 従業者 4 人以上の事業所。

(注 2) 「X」は秘匿情報。

■産業別事業所数、従業者数及び製造品出荷額等

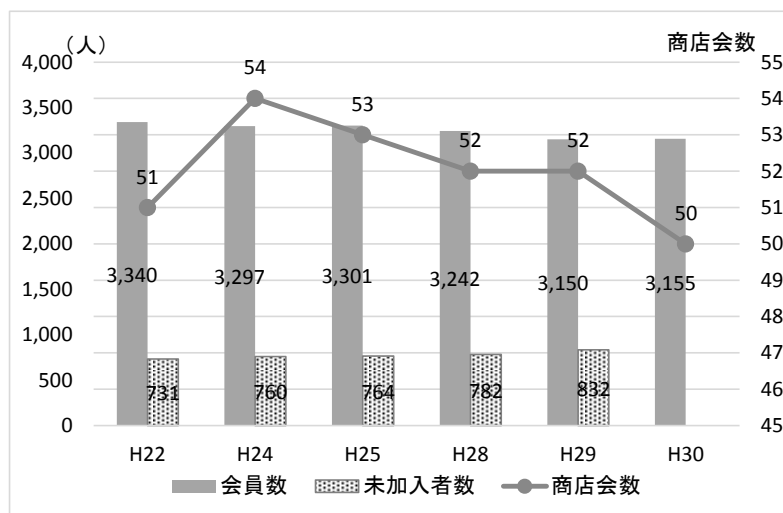
③商業

1) 商店会数・会員数

平成 30 (2018) 年 6 月現在、市内には 50 か所の商店会があり、会員数は 3,155 人となっています。

近年は会員の高齢化や事業の撤退など商店会数・会員数ともに減少傾向にあり、平成 24 (2012) 年度以降 4 つの商店会が解散しています。また、解散した 4 つの商店会のうち 3 つの商店会が住宅地に立地していました。

会員数は緩やかな減少となっていますが、未加入者は増加傾向にあります。



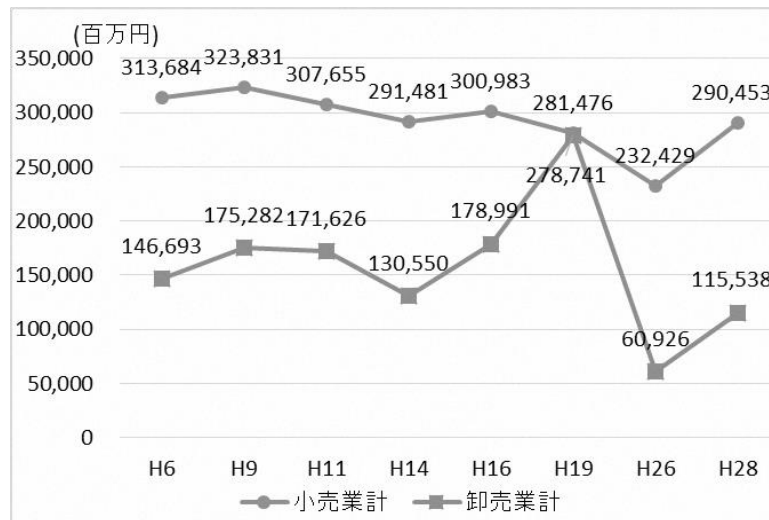
■商店会会員数・未加入者数・商店会数の推移

2) 年間販売額

小売年間商品販売額は平成 13 (2001) 年以後、大型百貨店の閉店が続いたことなどが影響し、減少が続きましたが、その後、新たな店舗の出店などもあり平成 28 (2016) 年には 2,904 億 5,300 万円まで持ち直しています。

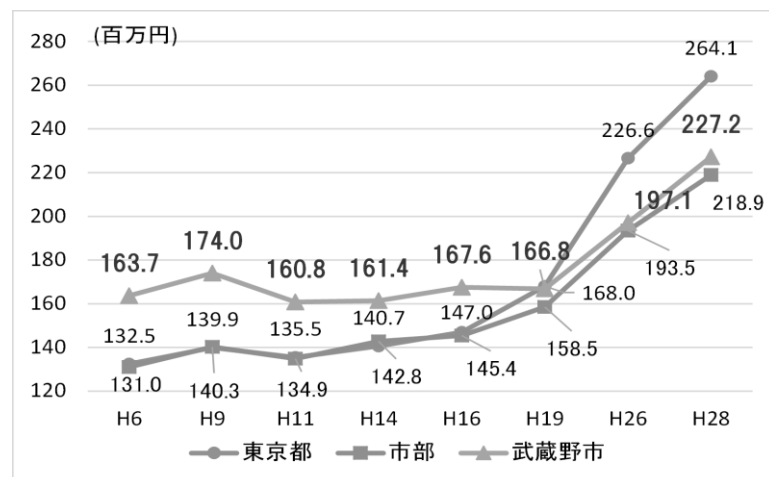
小売業で最も大きな割合を占めていたのは「各種商品小売業」*でしたが、平成 6 (1994) 年から平成 28 (2016) 年にかけて 6 割程度にまで減少し、近年では「飲食料品小売業」の占める割合が 26.5% と最も大きくなっています。

卸売年間商品販売額は平成 28 (2016) 年に 1,155 億 3,800 万円となり、平成 6 (1994) 年に比べて 8 割程度となっています。



【出典：商業統計調査、事前調査報告書より作成】

小売業の事業所あたりの年間商品販売額を見ると、平成 6 (1994) 年においては東京都、市部^(注)の平均を 3,000 万円ほど上回っていました。しかし近年は、東京都、市部の伸びに対して武蔵野市の伸びは弱く、平成 19 (2007) 年には東京都の平均を下回り、市部の平均に近づきつつあります。



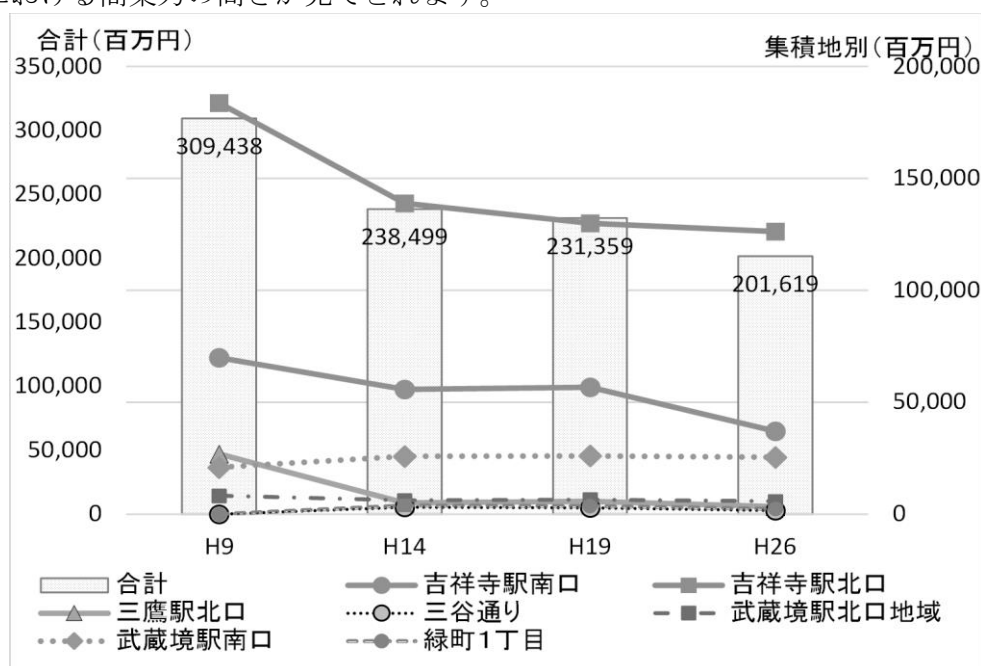
■小売業の 1 事業所あたり小売年間商品販売額 (百万円) の推移

(注) 東京都とは特別区・市部・郡部の全て、市部は本市を含む 26 市を表す。

【出典：商業統計調査、経済センサス活動調査、事前調査報告書より作成】

小売業の立地環境特性*別集計を見ると、市内7つの商業集積地区のうち5つが駅周辺型商業集積地区となっています。

商業集積地区年間商品販売額の合計は、小売業全体の年間販売額の86.7%で、3駅周辺における商業力の高さが見てとれます。

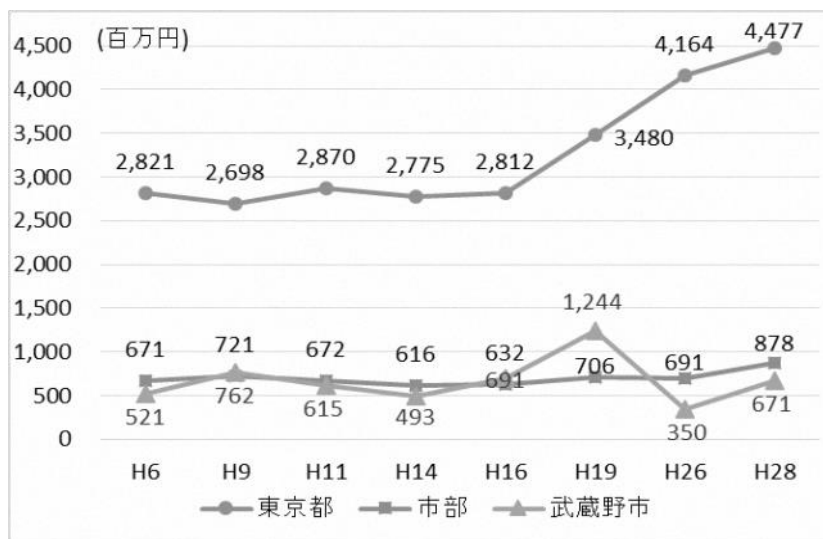


■小売業（立地環境特性格別集計）商業集積地区年間商品販売額の推移

【出典：商業統計調査】

卸売業の事業所あたりの年間商品販売額を見ると、もともと東京の中でも強かった小売業に対し、卸売業の年間商品販売額は低い傾向にあり、平成6（1994）年時点においても事業所あたり卸売年間商品販売額は市部の平均よりも低くなっています。

平成6（1994）年以降、増減をしながらも販売額は増加し平成19（2007）年には市部平均を大きく上回りました。しかし、平成26（2014）年には「建築材料、鉱物・金属材料等卸売業」で大きく落ちこみ以前の水準よりも減少しました。平成28（2016）年には「機械器具卸売業」で大きな伸びを示し1事業所あたりの卸売年間販売額が持ち直しています。

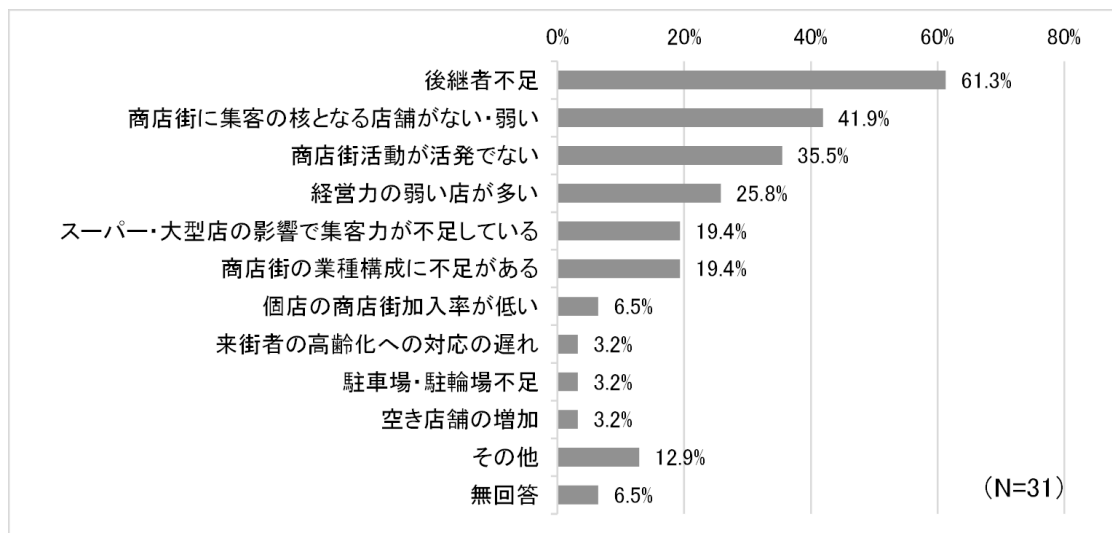


■卸売業の1事業所あたり卸売年間商品販売額（百万円）の推移

【出典：商業統計調査】

平成 28（2016）年度に東京都が実施した東京都商店街実態調査（東京都産業労働局）では、武蔵野市における経営環境の変化については「変化なし」との認識が多く見られましたが、2、3年前と比べた売り上げに関しては、「減少した」と答えた商店が約半数を占めています。

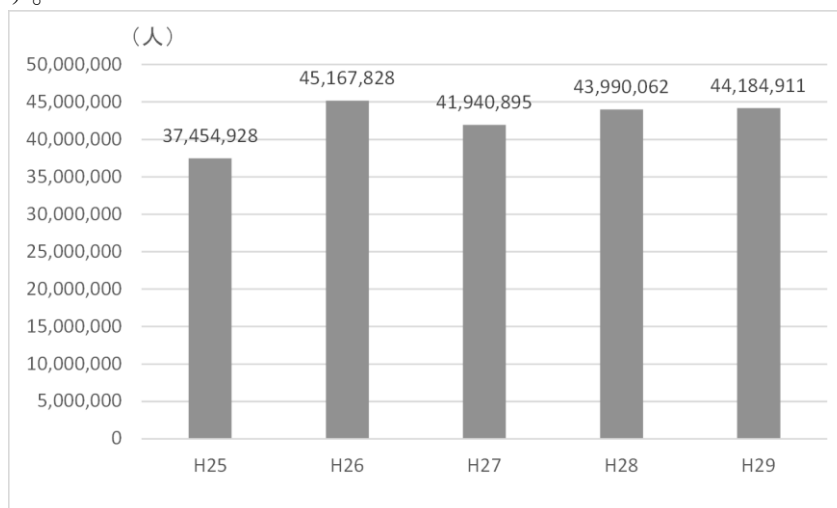
また、経営課題については、「後継者不足」（61.3%）、「商店街に集客の核となる店舗がない・弱い」（41.9%）などの回答が多く、今後商店街に必要なこと（活性化ニーズ）としては「会員の協力」や「店舗の努力」、「後継者の育成」、「リーダーの育成」、「近隣商店街との協力」など、商店会組織の人的資本のブラッシュアップを求める意見が多くなっています。



■ 経営課題

④観光

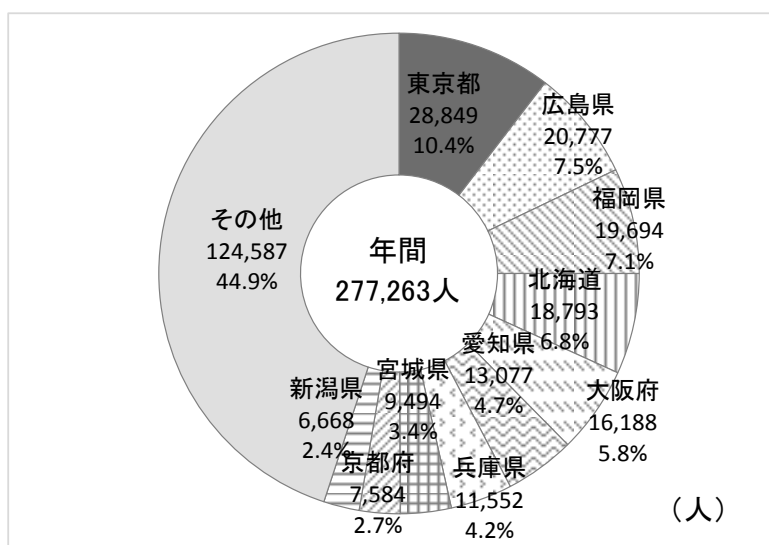
平成 29（2018）年度の武蔵野市の観光入込客数は、観光施設関連に年間約 4,400 万人となっています。



■ 観光施設関連観光入込客数の推移

【出典：東京都観光客数等実態調査】

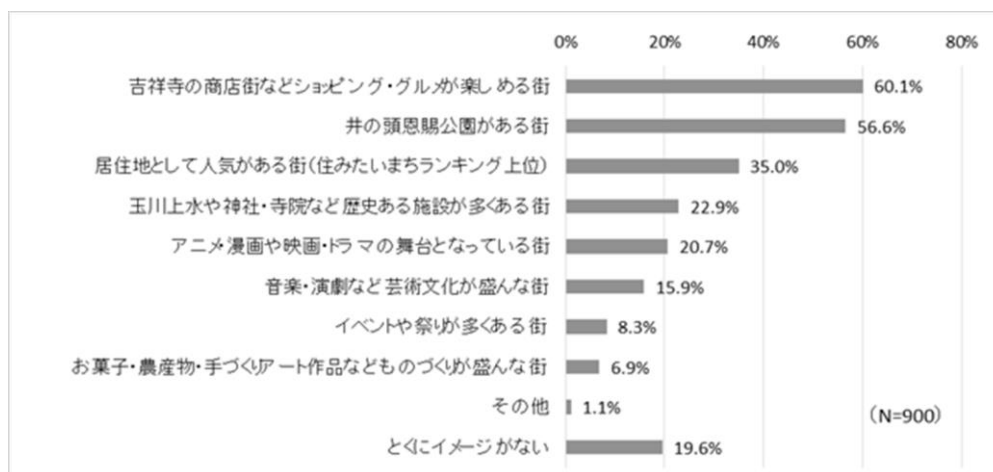
平成 28（2017）年の武蔵野市における延べ宿泊者数は年間約 30 万人となっています。
日本人宿泊者を居住地別にみると、東京都が最も多く、次いで広島県、福岡県となっています。海外からは、米国、台湾、韓国からの来訪者が多くなっています。



■平成 28 年居住都道府県別の延べ宿泊者数（日本人）

【出典：観光予報プラットフォーム推進協議会（事務局：公益社団法人日本観光振興協会）】

平成 28（2016）年 8 月に実施した、武蔵野市の観光に関する WEB アンケート（対象：東京都（23 区、23 区外）、神奈川県、埼玉県、千葉県在住の 10～70 代 900 名）では、武蔵野市のイメージとして「吉祥寺の商店街などショッピング・グルメが楽しめる街」（60.1%）が最も多く、次いで「井の頭恩賜公園のある街」（56.6%）、「居住地として人気のある街（住みたいまちランキング上位）」（35.0%）となっています。



■武蔵野市のイメージ

このほか、市内には映画・音楽・アニメーション・漫画などのコンテンツ*が豊富にあり、これらに関わる制作会社やクリエイターが多数存在していますが、これらを観光やシティプロモーション*として十分に活用できていないのが現状です。

3. 市民や事業者等の意識・意向

(1) 市内企業の意識・意向 (武蔵野市産業振興計画事前調査結果からの抜粋)

①企業アンケート調査

調査方法：インターネット調査（アンケートサイト記載のはがき郵送、WEB サイトで回答）

対象：市内事務所・企業 8,378 事業所（回答数 273 件）

1) 売上高（3年前との比較）について

トップは、「横ばい」の 41.8%、次いで「多少減少」（23.1%）、「多少増加」（21.6%）となっています。

2) 経営課題について

トップは、「人材確保」が 41.4%、次いで「販路開拓」（27.5%）、「人材開発」（26.4%）となっています。

3) 武蔵野市での立地について

メリット：「交通の便がよく地理的にも便利」（70.3%）、「自宅等が近い」（37.7%）、「街並みが整備されていて魅力的」（23.1%）が多く挙げられました。

デメリット：「建物・施設の賃貸借の費用が高い」（49.8%）、「競争相手が多く、競争が激しい」（23.1%）、「人件費が高い」（9.5%）が多く挙げられました。

②ヒアリング調査（期待や要望等主なご意見）

調査方法：分野別に選定し個別訪問のうえ、直接面談・ヒアリング

対象：事業者（35社）、既存団体（5団体）

1) 事業承継／維持・発展に関すること

建物の更新、電線類地中化といったインフラ整備に関することや、地域との連携、異業種との連携などネットワークづくりに関するご意見が多く挙がりました。

また、買い物困難者やキャッシュレス化*への対応などの意見も多く挙げられました。

<主なご意見（カッコ内業種）>

- ・ 既存物件をDIY等で活用できるよう、特例で建築基準法の適用をコントロールしてほしい。（物販・建築・不動産業）
- ・ ビルの老朽化が進んでおり、ハード面での専門家によるバックアップもしていきたい。（金融機関）
- ・ キャッシュレス化への対応が課題である。（金融機関）
- ・ 建物の更新を促進するための方策が必要である。（既存団体）
- ・ 商店街、地域という枠にとらわれず、コミュニケーションや連携が図れる環境づくりが必要である。（既存団体）
- ・ 市の既存の会議はネットワークが限定されるため、同業者に限定しないかたちで事業者間の連携の仕組みづくりが必要である。（製造販売等）

2) 創業・起業に関すること

創業・起業支援だけではなく、その後の継続的サポートが重要とのご意見が多く出されました。

また、起業しやすい環境整備や事業者のマッチングの場の提供を望む意見もありました。

<主なご意見（カッコ内業種）>

- ・ 企業誘致には場所と税制優遇措置が必要である。（製造販売等）
- ・ インキュベーションセンターのような起業しやすい環境を設け、マッチングのためのコミュニティの場を提供してほしい。（サービス・研究等）
- ・ 現在の事務所は手狭、作品数増には内部の効率化が重要、事務所の集約化は欠かせない。（アニメ制作関係）
- ・ アニメは手作業の労働集約型。広い事務所が必要だが、オフィスビルが不足している。（アニメ制作関係）
- ・ 創業後の付き合い・バックアップの方が重要。3年超えるには持続的サポートが必要。（金融機関）
- ・ 販路開拓や人材採用など創業後のバックアップが必要である。（金融機関）
- ・ 創業したい人のやりがいづくりや、皆で支援する仕組みづくりが必要である。（金融機関）

3) その他

土地利用に関することや、空き地・空き家の活用に関する意見のほか、働き方改革に対応した就労機会の提供に関する意見があがりました。

また、市内3駅圏の特徴に合わせた産業振興策の必要性などについても意見がありました。

<主なご意見（カッコ内業種）>

- ・ 駅近くでオフィス床が不足している。（飲食業）
- ・ 商業に適した場所は、現行範囲より広い。用途地域*を広げてほしい。（物販・建築・不動産業）
- ・ 人材確保に苦労している。人材が不足している。（物販・建築・不動産業、保育・福祉）
- ・ 女性の働き方を重視した仕組み（経験者採用や短時間勤務など）づくりをすすめてほしい。（保育・福祉）
- ・ 店舗は多いが企業が少ない。オフィス機能があれば税収増になる。ソフト開発や研究開発などの産業も増やしていくべき。（製造販売等）
- ・ 空き地の利活用。商店街も宅地化が進み、商いをする場がない。（創業支援事業者）
- ・ 働き方やライフスタイルの変化への対応が必要である。
- ・ 青梅線沿線住民は立川・三鷹や国分寺、武蔵野が就業場所となっており、それより東にまでは通勤範囲が及んでいない。その意味で武蔵野市に雇用の場が増えると良い。（金融機関）
- ・ 吉祥寺・中央・武蔵境に分けた産業振興策が必要である。（金融機関）
- ・ 頑張っている事業者を大切にしていける施策に力を入れる仕組み、担税力ある事業者を選んで成長してもらう仕組みをつくるべき。（既存団体）

(2) 来街者の意識・意向 (武蔵野市産業振興計画事前調査結果からの抜粋)

調査方法：来街者へのヒアリング調査

対象：15歳以上の駅周辺利用者（回答数：吉祥寺駅周辺 1,029 件・三鷹駅北口 411 件・武蔵境駅周辺 366 件）

- ①来街所要時間：各駅とも 15 分以内が最も多く、近隣から来ている人が多くなっています。
- ②来街目的：吉祥寺駅周辺では買物が約半数を占めています。各駅とも飲食が 15%程度と多くなりましたが、三鷹駅北口ではビジネス (6.9%)・行政サービス (3.3%)・病院 (3.1%) が目的の方も見られました。
- ③買物の目的：三鷹駅北口・武蔵境駅周辺では食料品が 8 割以上となっています。吉祥寺駅周辺では食料品は 61.5%で、衣料品 (57%) などの食料品以外の目的も多く見られました。
- ④主な訪問場所：各駅とも大型店が上位を占めました。その他の訪問地として、吉祥寺駅周辺では井の頭恩賜公園 (17.1%)、三鷹駅北口では図書館・コミュニティセンター (12.7%) や中央図書館 (10.7%)、武蔵境駅周辺では武蔵野プレイス (39.2%) といった文化施設もみられました。

	武蔵境駅周辺(366 票)	三鷹駅北口(411 票)	吉祥寺駅周辺(1,029 票)
来街所要時間	「15 分以内」43.7%、「15～30 分」28.8%、と 30 分以内で 7 割を占める。 「1 時間以上」は 8.8%。	「15 分以内」48.9%、「15～30 分」27%と 30 分以内で 75%以上を占める。	「15 分以内」38.9%、次いで「15～30 分」33.5%、と 30 分以内が 7 割を占める。 「1 時間以上」は 9.9%。
移動手段	徒歩 27%、自転車 21.2%、バス 29.2%、電車 19.8%。他地域よりもバスの割合が高い。	徒歩 47.1%、自転車 14.6%、バス 12.9%、電車 21.1%と、徒歩の割合が高い。	徒歩 27.5%、自転車 17.1%、バス 19.7%、電車 32.9%。他地域よりも電車の割合が高い。
来街目的	買物 28.2%、散歩 18.2%、飲食 15.4%、通学・通勤 14.8% でした。イベント目的が 4.7%と 3 地域の中では最も高い。	買物 25.7%、散歩 22.4%、通学・通勤 15%、飲食 14.5%のほか、ビジネス 6.9%、行政サービス 3.3%、病院 3.1%なども一定数見られる。	買物 45.8%、散歩 18.0%、飲食 15.5%と、買い物目的が最も高い。
買物目的	食料品が約 8 割、衣料品が約 4 割を占める。	食料品が約 9 割、ほかは 2 割以下。	食料品 61.5%、衣料品 57%、身の回りの品や文化品がそれぞれ約 3 割。
主な訪問場所	イトーヨーカドー 75.9%、武蔵野プレイス 39.2%、すきっぷ通り界隈 31.7%。 すきっぷ通りのほか、スイング通りや高架下「ののみち」などの商店街も 10%以上。	三鷹コラル 35%、アトレヴィ三鷹 33.3%、中央大通り界隈(北口)33.1%と、三鷹駅南口(三鷹市)が最も多い。 買物以外の目的の回答も多く、図書館・コミュニティセンター 12.7%、中央図書館 10.7%、市民文化会館 7.5% などへの訪問者も多い。	アトレ吉祥寺 50.9%、サンロード 33.5%、コピス 28.2%、東急、ヨドバシカメラの順 大型店が回答上位を占めるなか、サンロード商店街が上位にあがる。 井の頭恩賜公園 17.1%、井の頭自然文化園 6.7%への訪問者も多い。

■ 駅・駅周辺別回答結果概要

(3) 近隣住民の意識・意向 (武蔵野市産業振興計画事前調査結果からの抜粋)

調査方法：インターネット調査

対象：市内・近隣自治体居住者 (回答数 1,953 件)

①購買行動

武蔵野市内の駅周辺の大型商業施設が最も利用されており、地元商店街よりも市内外での大型商業施設やネットショップを利用する割合が高い傾向が見られました。

②働き方意向

概ね現在の職業や勤務条件で働くことを希望する回答でしたが、「主婦・主夫・家事手伝い」や「無職」の属性の半数以上で「地元で短時間 (3～5時間) 働きたい」との意向がありました。

「武蔵野市内及び近隣で起業してみたいと思いますか」との質問に対し「是非してみたいと思う」と回答している割合が、吉祥寺地域で 25.0%、中央地域 7.7%、武蔵境地域 9.6% となり、吉祥寺地域が突出して高くなっています。

(4) 学生の意識・意向 (武蔵野市産業振興計画事前調査結果からの抜粋)

調査方法：インターネット調査

対象：亜細亜大学都市創造学部在学学生 1～2 年生 (回答数 179 件)

① 業後進路

仕事を選ぶ理由 (複数回答)：「仕事をしていて楽しいかどうか」48.6%、「たくさんお金がもらえる」42.5%、「自分が納得できる」40.8%の順で多くなっています。

起業に関する意向：「チャンスがあればしてみたい」32.4%、「興味はある」30.7%となっています。

②購買行動

居住地近くの商店街を利用する頻度：「ほとんど利用しない」が 36.3%と最も多く、次いで「週 1 回程度」「週 2～3 回」が 15.6%となっています。

外食場所 (複数回答)：「自宅周辺の飲食店」が 79.9%で最も多く、次いで「大学周辺の飲食店」57.5%となっています。

4. 現行計画の実績

平成 30（2018）年 11 月現在の、現行計画における計画期間（平成 26 年度～平成 30 年度）の施策（事業）の進捗状況は、以下のとおりです。

（1）武蔵野のブランド力を高める産業振興

①武蔵野の特性を活かした産業振興

1）武蔵野のブランドイメージの確立と向上

平成 28（2016）年度に産業振興条例を制定しました。

むさしのプレミアム*や Musashino ごちそうフェスタなどの商工会議所等のイベントや、まちづくりと連携した情報発信を進めてきました。

2020 年にむけたスポーツイベント等との連携や、多言語対応、情報交流拠点の整備などが検討課題となっています。

2）都市型産業の誘致・育成等の推進

ビルの老朽化による建替えなど、市街地の更新にあわせた新たな産業の誘致・育成について調査、学習会などを行ってきました。

策定済みの三鷹駅北口街づくりビジョン*の具体的な展開等を進める必要があります。

3）都市農業の振興と農地の保全

武蔵野地粉うどんなど新たな展開を進めてきました。

特定生産緑地制度等への対応を図るための準備等を行っています。

営農の継続と、農地の保全のため、法や制度の創設・改正に対応した取組みを進めていきます。

②都市観光の推進

1）武蔵野の資源を活用した都市観光

平成 29（2017）年度に観光推進計画を策定しました。市内の大学と共同事業やお土産創出、まち歩きなどを推進してきました。

各種イベント等の効果測定と評価の実施が必要となります。

2）観光・シティプロモーションの推進

（一社）武蔵野市観光機構のホームページの多言語化や観光マップの対応言語数の増加などを進めてきました。サンロード、アトレ吉祥寺店内に設置されている 2 つのまち案内所で来街者に対応しています。

3）推進体制等の充実と強化

（一社）武蔵野市観光機構の機能強化や周辺自治体との連携に取り組んできました。市内の関係機関（商工会議所、商店会連合会等）との連携強化や、周辺自治体との共同事業をさらに進めていくとともに、武蔵野市の産業部門における強みを見出し、より積極的に市外に発信していく必要があります。

③都市生活を支えるまちづくり

1）商業地域のリニューアル

吉祥寺駅周辺の建物所有者とともに勉強会を開催するなどして、老朽化建物の更新にむけた検討を進めてきました。武蔵境駅周辺では、北口駅前広場整備が完了するとともに、駅周辺の区画道路の整備を進めました。現在、南口駅前広場のリニューアル

を行っています。

今後、建物の更新にむけた方策の検討が必要となります。また、既存建物の耐震化の推進も課題となっています。

2) 交通・物流体系の整備

吉祥寺駅南口の駅前広場整備事業はおおよそ6割程度の進捗であり、区画道路整備とともに今後も継続して進めていく必要があります。

三鷹駅、武蔵境駅周辺についても、道路の改修や整備に伴い回遊性や賑わいを創出する空間づくりを進めていくことが求められています。

3) 歩いて楽しい快適なまちづくり

整備計画に基づき道路整備を進めるとともに、道路・歩道上の違法占用の規制強化も進めてきました。

今後は、電線類地中化を進めるとともに、路上看板等の違法性PRにも努めていきます。

4) 安全・安心なまちづくり

平成27(2015)年度に地域防災計画を改定しましたが、近年の大地震を受けて次回改定にむけた準備を進めています。

商店街における防犯カメラの増設など、まちの体感治安の向上を図ってきました。

地域力を活かした防犯パトロールなどをさらに進めていく必要があります。

(2) 地域生活を支えあう産業振興

①市民の生活を支え、高める商店街の形成

1) 魅力ある商店づくり

アドバイザー派遣及びムーショップ*やむさしのプレミアムの認定などを推進してきましたが、賃料の高騰により個性ある小規模店舗の参入が困難となっています。

2) 商店街環境整備の推進

街路灯のLED化を進めてきました。

3) 活力ある商業・商店街活動の推進

商店街等の活性化事業に補助金を出しイベント実施を支援したり、むさしの創業サポートネット*と連携し空き店舗等を活用した創業支援事業の拠点形成などを進めてきました。一方で補助金を交付しているイベント等の効果測定・評価が課題となっています。

4) 大型店と商店街が連携・協力した商業活性化

吉祥寺活性化協議会*や武蔵境商店会連合会等のイベントなどを通じて、大型店と商店街との協力・連携が行われています。

②市民ニーズ等に対応したサービスの充実

1) 市民生活の課題に対応したサービス等の推進

生活支援型産業や買い物困難者等に関する調査、研究が行われておらず、その進捗を図る必要があります。

(3) 武蔵野市内で働く多様な人材による産業振興

①起業・創業の活性化

1) 起業・創業の支援

むさしの創業サポートネットを設置するとともに、同ネットと連携し、民間のインキュベーションオフィスの整備への支援、各種情報提供等を進めてきました。

創業後の事業者へのフォローや、既存事業者の承継支援などが課題です。

②雇用・労働環境の充実

1) 就労支援策及び市内雇用の推進

武蔵野商工会議所が、関東商工会議所連合会と連携して企業と大学や専門学校との情報交換会等を開始しています。

2) ワーク・ライフ・バランス*の推進

セミナーの開催等により、事業者への啓発や制度導入を支援してきました。

今後は、優良事業者の表彰制度等の導入により誘導していくことが必要となります。

3) 高齢者・障害者の雇用・就労支援

(公財)武蔵野市シルバー人材センターを中心に高齢者層の就労支援や、障害者就労支援センターによる障害者の雇用促進を図ってきました。

今後は、各センターのさらなる機能強化をはかり、高齢者や障害者の雇用を促進していくことが課題となっています。

③人材の育成と活用

1) 人材育成の充実

イベントやセミナー等を開催し、各層の人材育成に努めてきました。

技能・産業功労者の表彰事業を行い奨励してきましたが、高齢化にともない対象者が減少傾向にあることが課題となっています。

2) 後継者育成

後継者育成への支援を進めていますが、これをさらに充実、継続していくことが必要となります。

3) 地域人材等の活用

官民の役割分担のあり方や、期待する成果の整理とともに、市内在住の豊富な人材を地域産業の振興に活かす方法等について検討していく必要があります。

(4) 都市の活力を担う産業振興

①産業基盤の高度化の推進

1) 事業等の高度化推進

むさしの創業サポートネットを設置するとともに、中小企業診断士が商工会議所に常駐し、各種相談に対応し成果を上げています。

創業後の支援、フォローについて新たな方法を検討する必要があります。

2) 連携・共同事業の推進

地元事業者の育成をはかるための公共事業の制度運用や、TAMACOM*などにより地域の異業種間のビジネスマッチングの仕組みが育ってきましたが、経営者の高齢化と後継者不足の傾向は続いており、今後は金融機関等とも連携し、後継者のいない

事業者と創業希望者のマッチング等を推進していく必要があります。

3) 広域的連携の推進

観光施策等で近隣市との連携事業が始まっていますが、他の産業振興施策でも周辺自治体との連携を図っていくことが必要となります。

4) 市内事業者の環境対策の推進

グリーンパートナー事業*等を活用して事業者の省エネ対策や再生可能エネルギーの活用等を推進してきました。

技術開発動向にあわせた制度内容の見直し等を図ることが必要となります。

5) 情報化、国際化の推進

サイバーセキュリティセミナー等を開催し事業者のICT*対応を支援してきました。また、レジへのIT導入を促進する補助金申請の支援等を行ってきました。

技術開発動向やインバウンド*増加にあわせて新たな推進方策について検討が必要となります。

②産業基盤の安定化

1) 中小企業の経営支援の充実

武蔵野商工会議所等で、中小企業診断士の常駐や各種融資制度の申請支援などの経営支援を進めてきました。

社会経済情勢にあわせて融資条件の見直しなどを図り継続していくことが必要です。

2) 事業承継の推進

商工会議所が、市内金融機関や他地域の商工会議所等とも連携して事業承継への支援を進めていますが、これをさらに充実、継続していくことが必要となります。

3) 市内事業者の状況把握

平成29(2017)年度に産業振興計画事前調査事業を実施しましたが、今後は定期的な調査の頻度や調査項目を増やし、産業状況についてきめ細やかに把握していくことが必要です。

5. 現状のまとめ

本市の現状について、1. 市の概況～4. 現行計画の実績を概括すると以下のとおりです。

緑豊かで利便性の高い暮らしやすい住宅都市として、人口は増加傾向が維持されるものの、他地域と同様に少子高齢化は進みつつあります。

産業面では、大きな構造変化は認められませんが、主力である小売業の販売額をはじめ、既存産業分野は売上や生産高が減少傾向にあります。

既存事業者は、後継者不足、事業承継などの問題があります。また、高い賃料やオフィス床の不足などにより、新規出店や創業がしづらいつつあるといった課題があります。

		特 徴
概況	人 口	○人口は当面増加傾向にある ○少子高齢化が進み、生産年齢人口は増減を経ながら減少傾向になる
	就業者数	○市内に常住する従業者数が近年増加傾向にある ○平成7（1995）年以降減少傾向にあったが、近年やや持ち直している
	財 政	○財政力指数は1.5と全国でも上位である ○ふるさと納税の影響による減収額が、平成29（2018）年度は約3億7千万円と拡大している
産 業	構 造	○「卸売業・小売業」「宿泊業・飲食サービス業」「サービス業（他に分類されないもの）」で6割を占め、大きな構造変化はない ○「医療・福祉」の事業所数と従業者数が増加しているが、担い手の確保に苦労している ○「小売業」の販売額が東京都の平均を下回ってきた ○「建設業」の需要は高いが人手不足が課題となっている。 ○豊富なコンテンツがあるが、十分に活用されていない
	農 業	○農家戸数、農業従事者数、農地面積とも減少傾向にある
	工 業	○事業所数、従業者数とも、平成22（2010）年から大きく減少している ○製造品出荷額も年々低下している
	商 業	○商店会数、会員数ともに減少傾向にある ○小売吸引力指数は高く、周辺地域から買物客を引き付ける力はある ○小売業の販売額は減少傾向にあり、東京都の平均を下回った ○3駅周辺で販売額全体の9割近くを占めている
	観 光	○観光入込客数は増加している
意識・意向	事 業 者	○経営課題のトップは後継者問題及び人材確保となっている ○交通の便が良く地理的に便利と評価が高い ○賃貸料が高い ○建物が古い（老朽化） ○事業者のネットワークが限定的である
	来 街 者	○武蔵野市周辺に住む人が多い ○買い物、散歩、飲食でまちを訪れる
	住 民	○地元商店街より、市内外の大型施設やネットショップ利用割合が高い ○地元で短時間働きたい主婦層が多い ○吉祥寺は地元創業意識が高い
	学 生	○居住地近くの「地元商店街をほとんど利用しない」との回答が約4割と最も多い

第3章 課題の整理と産業振興の方向性

1. 国内外の環境の変化

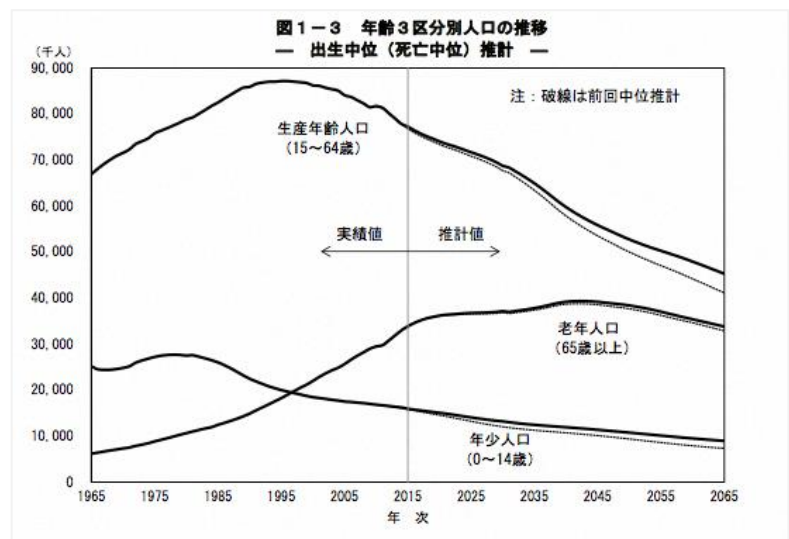
武蔵野市をとりまく国内外の社会経済情勢の近年の主な変化には、次のようなものがあります。

(1) 少子高齢化・生産年齢人口の減少

高齢社会白書（平成30年版）によると、国内の出生数は減少を続け、平成77（2065）年には、56万人になり、この減少により、年少人口（0～14歳）は平成68（2056）年に1,000万人を割り、平成77（2065）年には898万人と、現在の半分程度になると推計されています。

出生数の減少は、生産年齢人口にまで影響を及ぼし、平成41（2029）年に6,951万人と7,000万人を割り、平成77（2065）年には4,529万人となると推計されています。

これにより、働き手、担い手の減少が、すでに国内各地で問題となっています。本市においても、従業員の確保が課題であるとする事業者からの意見が出されています。

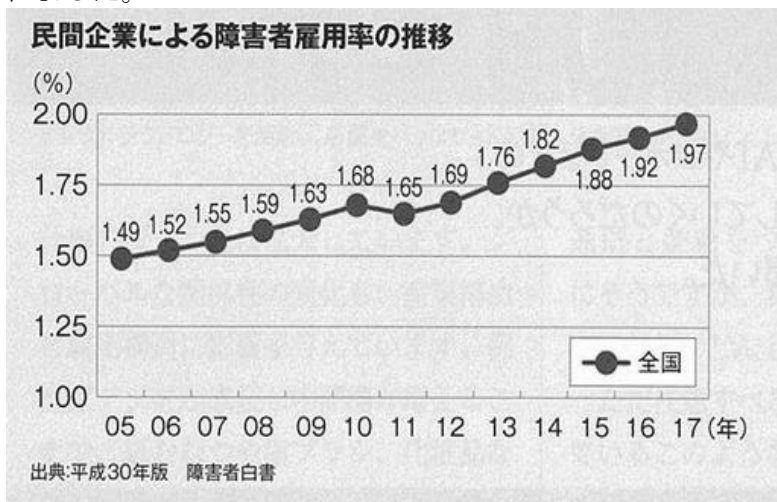


(2) 働き方改革

生産年齢人口の減少への対策であるとともに、介護や子育てをしながらも働き続けることができるなど、多様な働き方を可能にするために「働き方改革を推進するための関係法律の整備に関する法律」が制定されました。

これらに基づき、ワーク・ライフ・バランスを改善し健康の確保を図るとともに、女性や高齢者、障害者など、多様な人々の多様な生き方・働き方を認める考え方が広がっています。

これにより障害者の雇用や、働く高齢者なども増加しています。



(3) グローバル化（国際化）への対応

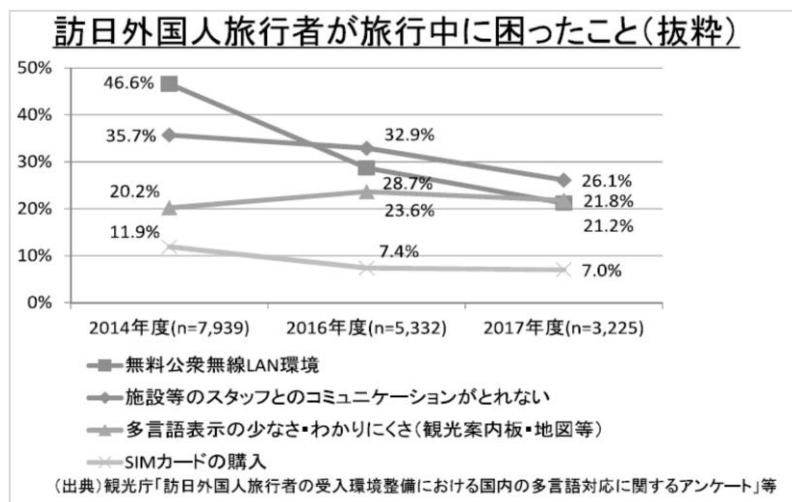
資本や労働力の国境を越えた移動の活発化、貿易を通じた商品・サービスの取引や、海外への投資が増大など、今や、経済活動は世界の経済活動と切り離せなくなっています。

同時に、外国人旅行者が増加し、さらに今後は働き手としての外国人の一層の増加なども見込まれる中、直接的に輸出入など諸外国との取引を行わない事業者にとっても、様々な対応が迫られています。

図に示すように、訪日外国人旅行者の数や消費額が伸びるなか、彼らの「困りごと」には、スタッフとのコミュニケーションや多言語表示の少なさ・わかりにくさが挙げられています。

このような環境の未整備の評判は、SNS*等を通じて広く拡散する時代です。

事業機会や担い手を確保していくためには、市内の各事業者においてもグローバル化（国際化）への対応が求められています。



(4) 情報化社会への対応

労働生産性の向上や、グローバル化の対応を進めるために、今やICTの導入は不可欠な社会になりつつあります。

特に、決済手段における電子マネーやクレジット対応、インターネットによる情報発信、蓄積されるデータを用いた市場・顧客分析や経営分析などは、ますます重要性が高まっていくと考えられます。

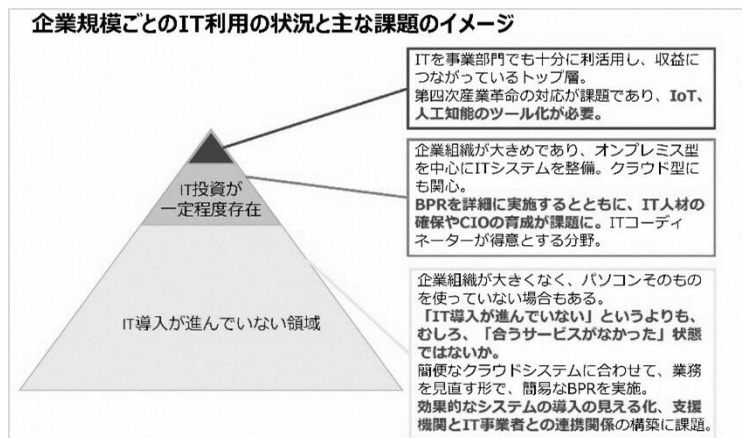


■BtoC*-EC*市場規模および EC 化率の経年推移

【出典：経済産業省平成 28 年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）報告書】

しかしながら、経済産業省の資料に見られるように、中小企業ではITの導入や効果的な活用が進んでいない状況です。

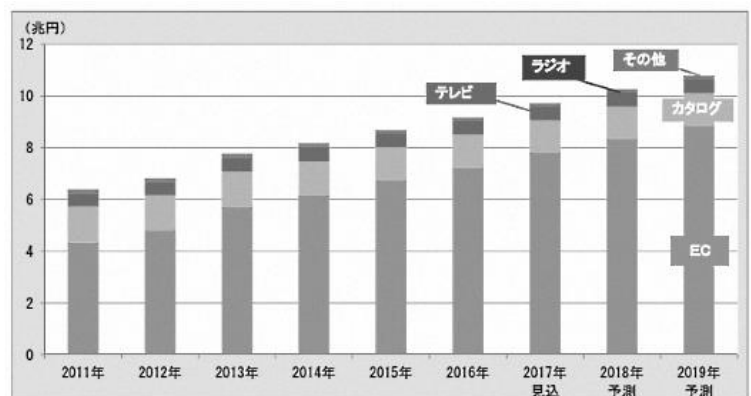
【出典：経済産業省中小企業・小規模事業者の IT 利用の状況及び課題について（第 1 回スマートSME(中小企業)研究会説明資料)】



(5) 成長分野の変化

①インターネット通販の成長

「国内における通販・EC（物販）の市場規模調査」（富士経済）によると、ECの伸びが通販・EC市場の拡大をけん引し、市場規模は2019年には10兆7,833億円に拡大すると予想しています。



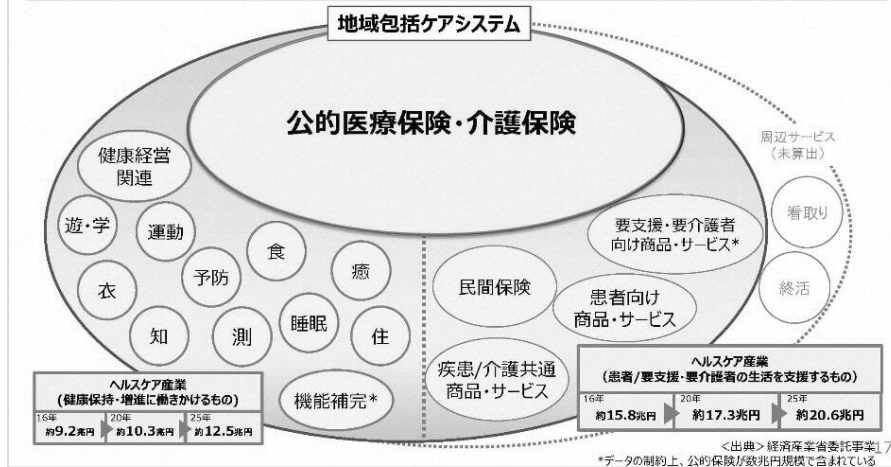
②福祉・健康産業

経済産業省によると、ヘルスケア産業は2025年には約33兆円まで拡大すると推計されています。介護などの福祉分野で21兆円、健康分野で約12兆円とされています。

本市においても福祉関連の事業者が増加しています。【出典：経済産業省 次世代ヘルスケア産業協議会資料】

ヘルスケア産業（公的保険外サービスの産業群）の市場規模（推計）

- ヘルスケア産業（公的保険を支える公的保険外サービスの産業群）の全体像を整理した上で、民間調査会社等が既に試算している各産業分野の市場規模を集計し、現状及び将来の市場規模を推計。2016年には約25兆円、2025年には約33兆円になると推計された。
- 今後、ヘルスケア産業政策の動向等を踏まえ、随時見直しを行っていく。



③コンテンツビジネス

モノの消費から、時（トキ）や事（コト）の消費への転換が進むと言われる中、映画・音楽・アニメーション・漫画などといったコンテンツ産業が注目を集めています。作品の舞台となったエリアを訪れる「コンテンツツーリズム」といった新たな観光行動も見られるようになり、都市型の観光資源として、またシティプロモーションの手法として捉える自治体も増加しています。

国内のコンテンツ市場の規模は、ここ数年、約 12 兆円で横ばい傾向にありますが、海外では今後アジアを中心に市場が拡大し、平成 34(2022)年には約 81 兆円と、平成 28(2016)年の 64 兆円のおよそ 1.3 倍になると見込まれています。

【出典：デジタルコンテンツ白書、経済産業省コンテンツ産業政策について】

(6) イノベーションとスタートアップ

国は、平成 30(2018)年6月に「統合イノベーション戦略」を閣議決定し、国の成長戦略に掲げる重要な柱として位置付けました。

我が国の企業は自前主義からの脱却が遅れており、必ずしも研究開発投資を事業化・企業収益にうまく繋げられていないとされており、事業構想から研究開発、市場獲得・開拓までを通じたイノベーション・システムの構築が必要としています。

このように新たなビジネスモデルを開発する企業を称して「スタートアップ企業」という呼び方も耳にすることが多くなりました。

スタートアップ企業は、「世の中に新しい価値をプラスし、人びとの役に立つ」企業であり、つまり、「イノベーション」の観点を持つとともに「社会貢献」を目的にしていることがスタートアップ企業です。

これから社会に広く製品を売り出していくためには、外部から資金を調達する必要があります。その際に使われるのが、ベンチャーキャピタル*（VC）です。最近では日本でもベンチャー企業やスタートアップへの投資を行うVCも増加しています。

(7) 都心のオフィスビル2020年問題

都内では、2020年の五輪開催に向けてビル建設が続き、オフィスビルが供給過剰になると言われています。

これにより、将来は都心のオフィスビルの値下げや、多様な企業のニーズに応えるべく様々な工夫がされていくことも推察され、本市の企業誘致にはマイナス要因として影響することが懸念されます。

2. 国や地方自治体における産業政策の動向

近年の国における産業政策の動向を抽出し、以下に示します。

(1) 国の産業政策の動向

政府は、少子高齢化に歯止めをかけ、若者も高齢者も、女性も男性も、ひとり親家庭の方々も、そして障害や難病のある方々も、一度失敗を経験した人も、一人ひとりが、家庭で、地域で、職場で、それぞれの希望が叶い、それぞれの能力を發揮でき、それぞれが生きがいを感じることができる一億総活躍社会を実現することを目標に掲げています。

① 主な政策動向

- 平成 25 年 (2013) 第二次安倍内閣における成長戦略として「日本再興戦略」を閣議決定。
日本再興戦略は 2014 年、2015 年、2016 年に改定。
- 平成 27 年 (2015) 一億総活躍社会の実現に向けて、「新三本の矢」が打ち出される。
「GDP600 兆円」、「希望出生率 1.8」、「介護離職ゼロ」が目標に。
- 平成 28 年 (2016) 「日本一億総活躍プラン」を策定。
経済成長の隘路の根本にある少子高齢化の問題の解決が経済を強くするという新たな経済社会システムの創造を目指し、広い意味での経済政策成長戦略として、子育て支援や社会保障の基盤を強化。
また、「働き方改革」を「最大のチャレンジ」とし、女性や若者などの多様で柔軟な働き方の選択を広げる「同一労働同一賃金の実現など非正規雇用の待遇改善」、仕事と子育て・介護等の家庭生活との両立を困難にし、少子化の原因等となる「長時間労働」の是正、生涯現役社会を実現するための「高齢者の就労促進」等に取り組むこととしている。こうした取組は、労働生産性の向上にも資するものであり、プランでは、「働き方改革」を新しい三本の矢を貫く横断的課題と位置付けています。
- 平成 29 年 (2017) 新たな成長戦略として「未来都市戦略 2017」を閣議決定。
I o T、ビッグデータ、A I（人工知能）などを産業や生活に取り入れ、さまざまな社会問題を解決する「ソサエティー5.0」*の社会の実現を目指すとしています。
「経済財政運営と改革の基本方針 2017～人材への投資を通じた生産性向上～」では、人口減少・少子高齢化をイノベーションのチャンスとして捉え、「人材への投資による生産性向上」を改革に向けた取組の中心に据え、我が国に立ちほだかる中長期的課題を克服するとしています。
また、政府は「人生 100 年時代構想会議」を設置し、人生 100 年時代を見据えた経済・社会システムを実現するための政策のグランドデザイン*に係る検討を行っています。
- 平成 30 年 (2018) 「未来投資戦略 2018」を閣議決定し、I o T、ビッグデータ、A I、ロボットなどの第 4 次産業革命の技術革新を存分に取り込み、「ソサエティー5.0」を本格的に実現することを目指すとしています。
また、10 月の臨時閣議で、平成 31 (2019) 年 10 月 1 日から消費税を現行の 8%から 10%に引き上げる方針を表明しました。それにより「酒類・外食を除く飲食料品」と「週 2 回以上発行される新聞(定期購読契約に基づくもの)」を対象とした消費税の「軽減税率制度」や、消費者がキャッシュレス決済で購入した商品などの金額の一部を消費者に還元する「ポイント還元制度」、2019 年度住民税非課税者及び 3 歳未満の子が属する世帯の世帯主を対象とした「プレミアム付商品券事業」等の実施が予定されています。

②中小企業・小規模事業者政策の動向

国内における全事業者数の99.7%が中小企業、全従業者の約70%が中小企業に就業しており、産業別事業者数を見ると地域の雇用を担う産業は製造業からサービス業へ変化しています。

また、中小企業の経営者年齢は高齢化しており、直近の経営者の平均引退年齢は、中規模企業で67.7歳、小規模事業者では70.5歳となっており、休廃業・解散企業のうち、経営者が60歳代以上、80歳代以上の企業の割合は過去最高を記録しました。

平成28(2016)年に日本政策金融公庫総合研究所が行った「中小企業の事業承継に関するインターネット調査」では、60歳以上の経営者のうち、50%超が廃業を予定しており、特に個人事業者においては、約7割が「自分の代で事業をやめるつもりである」と回答するなど、全国的に後継者難による廃業の可能性が高くなっています。

【出典：「最近の中小企業・小規模事業者政策について」平成30年4月中小企業庁】

■中小企業庁 中小企業・小規模事業者政策の基本的な方向性

- I. 経営力強化・生産性向上に向けた取組
- II. 活力ある担い手の拡大
- III. 安定した事業環境の整備
- IV. 災害からの復旧・復興

平成30(2018)年度税制改正においては、中小企業の事業承継をより一層後押しするため、事業承継時の贈与税・相続税の納税を猶予する事業承継税制が大きく改正され、10年間限定の特例措置^(注)が設けられました。

(注) 一般措置に加え、10年間の措置として、納税猶予の対象となる非上場株式等の制限(総株式数の3分の2まで)の撤廃や、納税猶予割合の引上げ(80%から100%)等

(2) 東京都の産業政策の動向

①「PRIME 観光都市・東京～東京都観光産業振興実行プラン 2018～」(平成 30 年 2 月策定)

6つの戦略に基づいて施策展開するとし、本プランで新たに国内外からの旅行者数に加えて、市場別訪都外国人旅行者数の目標を掲げています。

- 戦略： 1) 消費拡大に向けた観光経営
2) 集客力が高く良質な観光資源の開発
3) 観光プロモーションの新たな展開
4) MICE*誘致の新たな展開
5) 外国人旅行者の受入環境の向上
6) 日本各地と連携した観光振興

②「次世代イノベーション創出プロジェクト 2020 イノベーションマップ」

次世代の都内産業の礎となる技術の創出を目指して、健康・医療、環境・エネルギー、危機管理等の、大都市・東京が抱える課題の解決に役立ち、国内外において市場の拡大が期待される産業分野への都内中小企業の参入を促進する「次世代イノベーション創出プロジェクト 2020」事業を平成 27 (2015) 年度から実施しています。

③東京都中小企業・小規模企業振興条例

東京都では、平成 30 (2018) 年 2 月に中小企業振興に関する中長期的なビジョンの策定に向けて、中小企業の経営や働き手の実情などに詳しい様々な有識者との意見交換を行うため、「東京の中小企業振興を考える有識者会議」を設置しました。

本有識者会議においては、中小企業振興に関する中長期ビジョン(仮称)の策定に向けた協議を進めており、東京都における中小企業の振興を目的とした条例(東京都中小企業・小規模企業振興条例)が東京都議会で可決されました。

④東京都産業振興基本戦略(2011-2020)

産業力を高め、東京を新たな成長軌道に乗せるためには、変化を単に脅威と捉えるだけでなく、発展のチャンスと捉え、あわせて東京の強みを最大限活用していく視点が重要とし、中長期にわたる産業振興の方向を示しています。

■方向性

産業力を高め東京を新たな軌道に乗せる

■5つの戦略

戦略1 新しい成長機会を取り込む【成長機会】

戦略2 経営基盤を強化する【経営基盤】

戦略3 産業の集積を維持・発展させる【産業集積】

戦略4 都民生活・地域社会のニーズに対応した事業を活性化する【地域産業】

戦略5 産業を牽引し、支える人材を確保・育成する【産業人材】

(3) 他自治体の産業政策の動向

「創業期」、「成長期」、「成熟期」、「停滞期」といった事業の発展段階に合わせた支援策により、産業競争力強化を目的とした「産業競争力強化法」が平成 26 (2014) 年に施行されました。それにより、自治体による環境整備はもちろん、その制度を利用する起業家を増やす取組みなども増えてきています。また、コンテンツを活用したシティプロモーションやコンテンツを収集・集積した、発信基地による展開など観光人口・交流人口*の拡大を図るなど取組みも多くなっています。

■他自治体の取り組み事例■

①イノベーション

キーワード：「創業・起業支援」、「中心市街地」、「空きビルリノベーション」*、「シェアオフィス」*

横浜市では、横浜市都市整備局のモデル事業として関内地区の地域活性化事業に端を発し、企業出資により関内イノベーションイニシアティブ株式会社を平成 22（2010）年に設立しました。

地域の課題を解決したい社会起業家やNPO、ITベンチャーやデザイナーなど、多様なレイヤーの起業家やプロジェクトリーダーが、あたらしい一歩を踏み出すためのワークスペースとして、関内にあるコワーキングスペース&シェアオフィス“mass×mass|関内フューチャーセンター”の運営を行いながら、国や自治体とも連携しソーシャルビジネスの起業家を育成するスクール事業の企画運営を行い、ビジネスによる豊かな街づくりをテーマに、社会にイノベーションを起こすさまざまな仕掛けをプロデュースしています。

②アニメの活用

キーワード：「コンテンツの創造」、「人材育成」、「企業誘致」

ドラマ、小説などに登場する土地、場所、建物を訪れる、コンテンツツーリズムやロケツーリズムが近年、注目されています。その中でもアニメツーリズムは地域での施策展開によるものが大きいと言えます。従来から、観光行動の一つとして存在していたものの、アニメツーリズム協会が「訪れてみたい日本のアニメ聖地 88」*を発表することで、「聖地巡礼」と呼ばれ、その観光行動が地域の活性化と結びつき大きな経済効果をもたらしています。

練馬区は、東映アニメーションや虫プロダクションなどの業界大手から下請企業まで 100 社超が集積する区となっており、平成 21 年度から「地域共存型アニメ産業集積活性化計画」を策定、生産拠点としてのまちづくりを進めています。

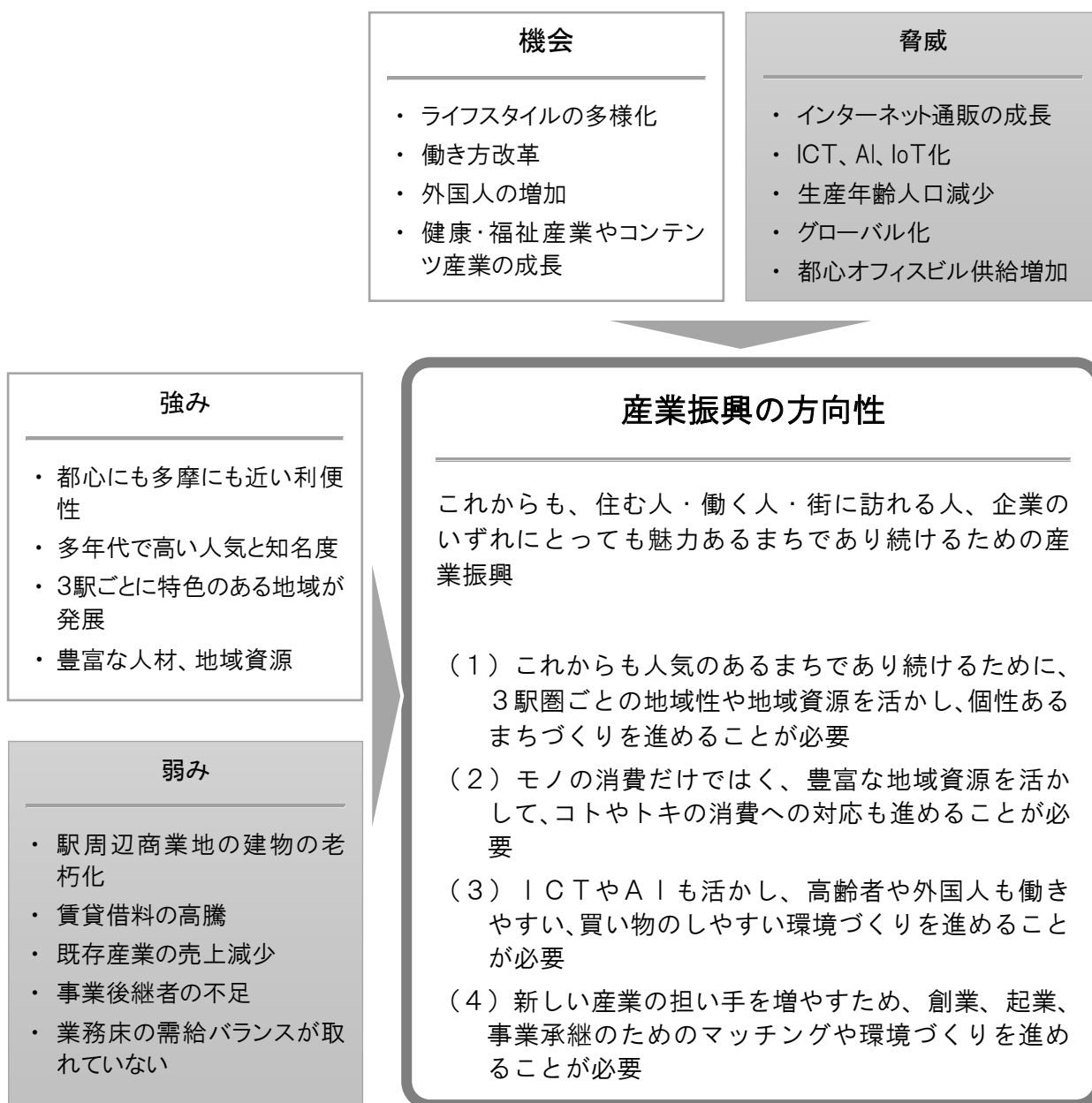
主な産業支援策の 1 つが企業誘致です。同区へスタジオを移転する企業に対しては、3 年間で最大約 1 千万円を補助しています。なお、平成 23（2011）～26（2014）年度の 4 年間のスタジオの定着・区内誘致実績は 4 社となっています。

立川市は、市の目指すべき姿を達成するために必要となるシティプロモーションの考え方を長期総合計画に位置付け、持続可能な都市経営を進めることを目的としたシティプロモーション基本指針を平成 26（2014）年 5 月策定しました。また、平成 27（2015）年度にはアニメまちづくりに向けて第二次観光推進計画を策定しています。

アニメ舞台・背景のまち「立川×アニメ」をまちづくり事業と据えて、PR 事業など街の賑わいを起こす事業も積極的に取り組み、アニメに関わる事業者を回遊するスタンプラリーなどを実施しています。

3. 産業振興の方向性の検討

本市の状況および、本市を取り巻く国内外の状況から、武蔵野市の産業振興の方向性について、SWOT分析^(注)を用いて検討しました。



(注) SWOT分析：市の地域資源や認知度、魅力や価値、立地といった内部環境と、景気や経済状況、法制度、社会情勢といった市を取り巻く外部環境を、プラス面・マイナス面に分け、それぞれ強み・弱み、機会・脅威として整理します。この4つの視点から産業振興における今後取り組むべき課題を導き出し、課題に対応する施策を効果的・効率的に推進していくための具体的な計画や事業を検討していきます。

4. 武蔵野市が取り組むべき課題

前項で整理した武蔵野市の産業振興の方向性を踏まえ、本市が取り組むべき主な課題を次のように整理します。

(1) 武蔵野市の魅力や価値を活かした産業振興 …産業振興の方向性(1)

緑の豊かな良好な住環境、都心や多摩地区への高い交通利便性、多様な文化の集積などが本市の魅力や価値として考えられます。今後も本市の独自性を発揮していくためには、これらの本市の魅力を活かし、さらに高めていく産業振興を図っていくことが必要です。

(2) 3 駅圏ごとの特性と課題を踏まえた産業振興 …産業振興の方向性(1)

市民や来街者、事業者の新しいニーズをとらえながら、本市の魅力である個性や多様性を継承していくことが必要です。

3 駅圏の特性に応じて、まちづくりと連携した産業振興が求められています。

・ 吉祥寺駅周辺

駅を中心に専用商業施設や住商併用施設が広がる商業集積地となっています。駅舎のリニューアルとともに南北通路も整備され、まちの回遊性も増しました。来街者が商店街を回遊するように大型店を街中に分散配置するなど、大型店と商店街が連携して人気の高い商業集積地を形成してきました。

一方で、近年では賃貸借料の高騰に伴い、個人経営の出店や、新たな創業のハードルが高くなっています。そのため、大規模な資本のチェーン店を含む店舗の入れ替わりも増え、個性的な店舗が減少しています。また、吉祥寺駅周辺ではまとまった広さの業務床の不足が指摘されています。

・ 三鷹駅周辺

市役所を中心に行政機能や文化・スポーツ機能が集積しています。

三鷹駅北口周辺には、外食チェーンの本社や横河電機などの企業が立地しています。一方、駅周辺では、オフィス需要に見合った業務床が確保できていません。

また、駅から少し離れた場所には農地も広がっていますが、営農の継続や農地の保全が課題です。

・ 武蔵境駅周辺

鉄道の高架化及び武蔵野プレイスと境南ふれあい公園の完成により、南北の行き来が活発になり、駅周辺は商業施設等が増え大きく変化しました。特に、武蔵野プレイスには、市内外から多くの人が集まるようになりました。また駅の近くにも、貴重な農地が残されていますが、営農の継続や農地の保全が課題です。

(3) コンテンツを活かした新しい事業連携への取り組み …産業振興の方向性(2)

インターネット通販の成長の影響もあり、店舗でモノが買われない傾向が増えています。また、単にモノを買うことよりも、時(トキ)や事(コト)を楽しむ消費行動が増えています。

本市には多くのアニメ関係の制作会社やクリエイターが存在し、作品の舞台としても多数取り上げられており、アニメに限らず、ものづくりやデザイン、アートに関わ

る事業者やクリエイターが多数活動していることから、これらのコンテンツを活用し、新しい事業連携への取組みを図っていくことが必要です。

(4) 地域生活を支えるサービスの充実 …産業振興の方向性(3)

商店会の解散や、個店数の減少などにより、空き店舗、空き床が増加しています。また、高齢化の進展により、買い物困難者の増加も懸念されており、また、高齢者に対応した店舗や環境整備が求められています。住む場所、暮らす場所としての魅力を維持し、地域内での消費を喚起していくためには、地域生活を支えるサービスの充実を図っていくことが必要です。

(5) 情報化・国際化社会への対応 …産業振興の方向性(3)

すでに増加しているインバウンド(外国人旅行者、来街者)への対応に加え、大型スポーツイベントなどを控え、キャッシュレス化の推進など、急速に進むグローバル化、ICT化により、小売業を始めとした市内事業者もこれらへの対応が迫られています。また、多様なユーザーへの情報発信やニーズ把握のために、ICTの活用が求められています。

小規模事業者も含めて、セルフレジ、QRコード決済、キャッシュレス決済への対応など、事業者の電子化対応等を図り、情報化社会に備えることが必要です。

(6) 市内産業を支える人材の育成と支援 …産業振興の方向性(4)

結婚や出産、介護などを理由とした離職増加への対応、今後予想される障害者や外国人の雇用増加への対応が求められている一方で、シニア層や主婦層の起業、再就職への要望がある中で、地元で働きたいという市民に対応した相談窓口や支援メニューは限られています。市内での新規の出店や起業を希望する人にとって高い賃料も壁となっています。また、多様な人材の就労や、新たな事業の参入にむけて、専門家や関係団体との連携を踏まえたハード・ソフトの両面からの環境づくりが必要とされます。

第4章 基本理念と目標

1. 基本理念

武蔵野市は緑豊かな住宅都市であるとともに、商業施設や飲食店が集積し、広域的な集客力を持つ吉祥寺を有し、市民のみならず多くの人々に親しまれるまち、多様な文化を発信するまちとして発展してきました。

この特性を活かした都市型産業を育成し、都市や地域の抱える様々な課題に市民と事業者が一体となって取り組んでいくことで、誰もが安心して暮らし、働き、楽しむことのできるまちとして、取り巻く環境が時代とともに変化する中で、選ばれ続けるため、本計画の基本理念を次のように定めます。

“まちの魅力”を高め “豊かな暮らし”を支える 産業の振興

2. 基本目標

本計画における基本目標を次のように定めます。

目標1：武蔵野市の魅力や価値を高める産業振興

課題（1）

ライフスタイルや価値観の多様性を受容する時代において、多様な人々に選ばれる武蔵野市であり続けるために、地域の個性を活かし発信しながら、個々の期待に応えた産業の振興を図ります。

武蔵野市に暮らし、働き、学び、集う人々に、まちづくりや文化創造など多様な観点から、居心地の良い空間と充実した時間を提供します。

目標2：地域生活を支え合う産業振興

課題（4）（5）

“住みたいまち”“住んでよかったまち”として選ばれ続けるため、子どもから高齢者までが安心して暮らすことができ、住んでいる地域に誇りと愛着を持ち続けられるよう、個性ある店舗や飲食店をはじめ日常生活を支える身近な産業の振興を図ります。

商店会が近代化のために行うキャッシュレス決済の導入等ICT化の取組みを支援することにより、商店会の競争力を上げ、地域の生活を支えます。

目標 3 : 都市の活力を担う産業振興

課題 (2) (3)

市内には、鉄道 3 駅が設置されています。3 つの駅はその周辺に特徴的な市街地を形成しており、安全・安心のまちづくりを推進しながら、新たな企業の進出や創業を誘発するハード・ソフトの展開等を図るとともに、既存事業の承継にむけた支援制度を検討します。

近年コンテンツ産業の集積が進むとともに、全国展開している複数の飲食業の本社等も進出しています。これらの事業者との連携により、様々な交流を図り、地域の活性化につなげます。

目標 4 : 情報化や国際化に対応した産業振興

課題 (5)

I C T ・ A I 等の技術が日進月歩で進化していくことを背景に、「ヒト、モノ、カネ、情報」等が国境を越えて行き交うグローバル化が一層進展しています。

このような時代にあって、従来の事業のあり方を見直し、必要な変革が求められています。

市内事業者の I C T 化やグローバル化への取組みに対し、将来にわたり競争力を保てるよう支援していきます。

目標 5 : 武蔵野市内で働く多様な人材による産業振興

課題 (6)

人口減少社会の進行に伴い、労働力不足の慢性化が顕著になっています。女性や高齢者等の参画に加え、出入国管理・難民認定法の一部改正*により、様々な職場で外国人の就労が増えることが見込まれます。労働力を確保するためには、事業者側にも新しい働き方への対応が必要であり、働く人の事情に合わせた柔軟な勤務制度等の検討が求められます。

これらの多様な人材が、心地よく働き続けることのできる環境の整備や、働くことを希望する市民を支援する開かれた産業の振興を図ります。

第5章 計画の体系

1. 施策体系一覧【★…重点事業】

5つの基本目標を実現するため、基本施策と施策、それらに位置付けられる事業により計画を定めます。

基本理念 “まちの魅力” を高め “豊かな暮らし” を支える産業の振興

基本目標	基本施策	施策
-目標1- 武蔵野市の魅力や価値を高める産業振興	(1) 武蔵野市の特性を活かした産業振興	①武蔵野市の魅力や価値を高める発信 ②駅周辺への新規産業の誘致・育成 ★③産業と福祉の連携 ★④都市農業の振興と農地の保全 ★⑤コンテンツを活かした事業連携への取り組み
	(2) 都市観光の推進	①来街者を集める魅力的なイベント等への支援 ②武蔵野市ならではの魅力的な店舗を活かしたイベントや発信の検討
-目標2- 地域生活を支え合う産業振興	(1) 生活を支えるサービス(飲食業・小売業・サービス業等)の維持・発展	①魅力ある店舗の支援 ②商店街や大型店の広域連携の支援 ③商店街の環境整備の推進 ④空き店舗等への出店支援体制の検討
	(2) 市民ニーズ等に対応したサービスの充実	①高齢者等の買い物支援策の検討 ②民間サービスを活用した子育て支援策の検討
-目標3- 都市の活力を担う産業振興	(1) 3駅圏ごとの特性に応じたまちづくり	①吉祥寺駅周辺 ②三鷹駅周辺 ③武蔵境駅周辺 ④安全・安心のためのまちづくり
	(2) 産業基盤の安定化の推進	★①むさしの産業サポートネット(仮称)の設立 ②女性・若者の創業支援 ③高齢者の創業支援 ④事業承継支援 ⑤市制度融資や補助金のあり方の見直し ⑥市内産業に関する定期的な調査の実施
-目標4- 情報化や国際化に対応した産業振興	(1) 情報化への対応	★①キャッシュレス決済等 ICT 化への支援 ②ICT 技術導入を支援する制度融資の検討 ③サイバーセキュリティ等への対応
	(2) 国際化への対応	①情報収集と相談窓口の設置 ②外国人労働者の増加に対する対応の検討
-目標5- 武蔵野市内で働く多様な人材による産業振興	(1) 新しい働き方への対応	★①ワーク・ライフ・バランスの市民や事業者向けの啓発 ②女性・若者の雇用・就労支援 ③高齢者の雇用・就労支援 ④障害者等の雇用・就労支援 ⑤外国人労働者の増加への対応
	(2) 人材の育成と活用	①商工会議所等と連携した経営支援の強化 ②大学生の活躍の場づくり

2. 基本施策および施策の概要

基本施策とその内容、施策とそれらに位置づけられる事業及びその概要を以下に定めます。

目標 1：武蔵野市の魅力や価値を高める産業振興

基本施策（1） 武蔵野市の特性を活かした産業振興

産業振興条例を制定し、むさしのプレミアムやMusashino ごちそうフェスタなど事業者を中心としたイベントなどのほか、まちづくりと連携した各種取組みを駅周辺の商業地区を中心に展開してきましたが、今後は、予定される大規模スポーツイベント等との連携や、増加するインバウンドに向けた多言語対応などをさらに進めます。

また、都市郊外に残された貴重な農地や、全国に先駆けて取り組んできた福祉のまちづくりも本市の特徴であり、これらを活かした新たな事業展開を図ります。

— 施 策 —

① 武蔵野市の魅力や価値を高める発信

コンパクトで利便性の高いまち、緑豊かで良好な住環境が広がり、暮らしやすく働きやすいまち、文化の創造されるまちとして、様々な目的から選ばれるまちのイメージを、シティプロモーションの強化とともに、多様な方法により市内外に情報発信していきます。

ラグビーワールドカップ 2019 日本大会や東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会を契機に国内外から訪れる多くの来街者が、容易に情報を入手することができるよう、環境を整備していきます。

また、近年ではユーザーと事業者がより近い場で情報交流を図る中で、市場が求める商品・製品が生み出されているオープンイノベーション*の創設などが有効とされています。本市においても、異業種や市民活動団体との連携・交流の場を増やし、新たなビジネスやネットワークが生み出されるようにしていきます。

さらに市内の事業者とも協力し、ふるさと納税返礼品の検討・開発も行っていきます。

② 駅周辺への新規産業の誘致・育成

本市は、住宅都市と教育・福祉・健康・文化・スポーツなどの生活型の産業が高度に集積して調和した「生活核都市」として発展してきました。今後もこの特性に応じた成長性の高い産業や、国内外において市場の拡大が期待される産業分野の誘致・育成を図ります。

③ 産業と福祉の連携【重点事業】

健康・福祉分野の産業は成長産業と言われてはいますが、人手の確保においては厳しい状況にあります。拡大が見込まれる健康・福祉分野の産業を安定的に成長させるため、福祉分野と、健康分野や地域スポーツに関わる市内企業、農業従事者、市内研究所等が連携することで、健康・福祉に関わるサービスに新たな付加価値を生み出し、健康・福祉分野の雇用及び就労環境の改善を検討します。

また、市街地に新たな賑わいを生み出すため、産業分野と健康・福祉分野が連携し、健康長寿社会を支える環境の整備を推進します。

④ **都市農業の振興と農地の保全【重点事業】**

市内の農地の90%が生産緑地として指定を受けていますが、都市農地確保のため、特定生産緑地指定に向けた取組みを推進するなど、国の制度改革を踏まえて対応を行っていきます。都市農業の継続には、市民の農業への理解が不可欠です。市民農園、農業ふれあい公園、体験農園、摘み取り農園などで、多くの市民が農業体験に参加できるように、市・農業委員会・JA東京むさし・農業関係団体等との連携を図ります。

⑤ **コンテンツを活かした事業連携への取組み【重点事業】**

市内には映画・音楽・アニメーション・漫画などのコンテンツに関わる場所や人の資源が豊富にあることから、これらに関わる関係者・事業者等が異なる分野の事業者等とも連携することで、新しいビジネスチャンスやまちの魅力が生まれる可能性があります。新しい事業連携を支援するため、関心と意欲を持つ事業者等で構成する連絡協議会（仮称）の設置を図ります。

基本施策（２） 都市観光の推進

本市ならではの集客力のあるイベントや魅力的な店舗等を活かし、増加が予想されるインバウンド対応も進めながらより多くの来街者に来てもらうための取組みと魅力発信を行っていきます。
--

— 施 策 —

① **来街者を集める魅力的なイベント等への支援**

市内では、吉祥寺アニメワンダーランド、吉祥寺薪能、武蔵野市トレジャーハンティング、謎解きまち歩きなど、集客力のあるイベントが年間を通して開催されています。また、来街者へのサービスとして、吉祥寺ではベビ吉*（レンタルベビーカー）など乳幼児を連れた子育て世代に便利なサービスを手厚く提供しており、来街者から評価されています。今後も、各種イベントや来街者向けの多様なサービスがより魅力的なものとなるよう支援していきます。

② **武蔵野市ならではの魅力的な店舗を活かしたイベントや発信の検討**

市内には、インターネットでは手に入れることが難しい、そこでしか手に入らないお菓子やパン、雑貨などを扱う専門性の高い人気店が多数あります。街なかの公園等を活用し、人気店が出店する集客力の高いイベントを開催するなど、まちの魅力を発信するための支援策を検討します。さらに、オリンピック・パラリンピックで増加する外国人観光客に対しては、市民を中心に、外国人向けのコンシェルジュ（観光案内）を募集し育成講座を開催するなど、武蔵野市ならではの魅力的な店舗を広く発信するための支援を進めてまいります。

目標 2：地域生活を支え合う産業振興

基本施策（1） 生活を支えるサービス（飲食業・小売業・サービス業等）の維持・発展

駅周辺商店街などでは、賃料の高騰により資本力の小さい個人店などの新規出店が難しくなり、チェーン店が増加したことで、まちの魅力が失われてきているとの指摘があります。また、事業者の高齢化と後継者不足から廃業する店舗も増えてきています。

吉祥寺駅周辺では、大型店と商店会が連携してバランスを保ちつつ来街者の回遊性を高めて発展してきた歴史を有しています。このようなまちづくりの経験を活かし、市民生活を支えるとともに、まちの賑わいを生んできた飲食業や小売業などの維持発展を図ります。

— 施策 —

① 魅力ある店舗の支援

武蔵野市ならではの魅力ある店舗は集客力も強く、街全体への波及効果も生み、地域活性化につながっていくことが期待できます。既存制度のあり方を含め、認定制度など、店舗の支援を検討します。

② 商店会や大型店の広域連携の支援

これまで主に吉祥寺駅周辺で行われてきた商店会と大型店等による連携・協力体制を他地域にも広げられるよう支援を検討します。

③ 商店街の環境整備の推進

市民や来街者に便利で快適な買い物の場を提供するため、買物しやすい、歩きやすい歩行空間の確保や、建物の耐震化などの環境整備を推進します。

④ 空き店舗等への出店支援体制の検討

空き店舗、空き床等を活用した出店需要とのマッチングやチャレンジショップ、シェアオフィスなどによる若年層や創業者の出店を商店会連合会や不動産事業者と協力し支援します。

基本施策（2） 市民ニーズ等に対応したサービスの充実

市民の高齢化が進む中、駅周辺の商店街には高齢者向けの店舗が少ないとの指摘があります。また、子育て世代の買い物支援など、多様な市民ニーズに対応した民間サービスの充実を支援します。

— 施策 —

① 高齢者等の買い物支援策の検討

自宅付近での買い物に不自由を感じている高齢者など、買い物困難者が増加することが懸念されます。民間事業者と連携した宅配や買い物代行等、日常の買い物に不便を感じている市民への支援策を検討します。

② 民間サービスを活用した子育て支援策の検討

子育て世代や妊娠中の方のニーズに即した商品の品揃えやサービスの提供など、子ども・子育てを応援するまちとして、市民、企業や店舗、子育て関係団体、行政など

が連携した子ども・子育て支援事業を検討します。また、子育て中の方が子どもと一緒にまちを回遊し、買い物しやすい環境の整備を推進します。

目標 3：都市の活力を担う産業振興

基本施策（1） 3 駅圏ごとの特性に応じたまちづくり

本市には、それぞれ特徴的な市街地が形成されている鉄道 3 駅があります。産業振興を図る際には、それぞれの特性を考慮していくこととします。

— 施 策 —

① 吉祥寺駅周辺

吉祥寺駅周辺は、小売店や飲食店等の商業施設が集積しているとともに、ものづくりやデザイン（設計や工業、編集等も含める）に関わる個性的な店舗や事務所が多く、周辺に漫画やアニメーション、音楽や映像等の分野に関わる企業やクリエイターが集まる「ものづくりのまち」であることがまちの魅力となり、活力を生み出しています。

今後も個性的な店舗や新しい企業が集まるまちであり続けるため、武蔵野商工会議所や武蔵野市商店会連合会、（一財）武蔵野市開発公社、不動産事業者等とも連携して支援策を検討します。

駅に近接した一帯は高度経済成長期に大きく発展しており、建物やインフラ等の更新時期を迎えています。多くの人が集まる繁華街として、自然災害や火災等にも強く、来街者を守ることでできる街の在りようについて、改定中の吉祥寺グランドデザイン*の議論を注視し、地元の関係者等とも連携し検討を進めます。

また、周辺自治体と協力し、井の頭恩賜公園や駅周辺の公園等の公共空間を活用した、地域の商店街・店舗のPRにつながり、まちの回遊を誘導するイベントを支援し、まちの賑わいを創出するとともに、効果的なシティプロモーションの手法についても検討します。

② 三鷹駅周辺

三鷹駅は中央線の特別快速が停車し、総武線・東西線の始発駅でもある利便性の高い駅と言えます。駅周辺には、横河電機の本社及び関連企業や、外食チェーンの本社、アニメーション制作会社等が集まり、駅から少し離れた場所には、国内でも有数の情報通信関係の研究施設や農地も存在しています。

このような環境にあって、三鷹駅北口周辺は、オフィス街としてさらに発展する可能性を秘めているにもかかわらず、活用しきれない低未利用地が存在しており、成長可能性の高い分野の企業等が進出できるよう、三鷹駅北口街づくりビジョン等も踏まえ、オフィス需要に対応する方策を検討します。

さらに、企業スポーツの盛んな横河電機、総合体育館や陸上競技場、都立武蔵野中央公園などの立地を活かしたスポーツによる産業振興や、外食チェーン本社の集積を活かしたフードバレー構想*、企業誘致など開拓の可能性を検討します。

③ 武蔵境駅周辺

武蔵境駅周辺は武蔵野プレイスや複数の教育機関が集まり、駅の近くの住宅地の中にも、果実の摘み取りのできる農園も存在します。

農地も広がる落ち着いた雰囲気のみちとなっています。近年マンション建設が続き、若いファミリー層を中心に人口が増加し、賑わいも増しています。

武蔵境商店会連合会や、地元の商店会や大学等教育機関、企業、駅等が連携して活動している武蔵境活性化委員会が中心となって、駅の南北にある創業支援施設や駅前の広場や公園等を活用し、地域住民や学生、商業者らが一体となってマルシェなどの

イベントを開催しています。これらの地域活動やネットワークづくりを支援していきます。

また、武蔵境地域を舞台としたアニメーション作品のイベントを通じて地域活性化やシティプロモーション、吉祥寺や三鷹地域との連携につながるよう支援していきます。

④ 安全・安心のためのまちづくり

いずれの地域においても、市民や来街者のためユニバーサルデザイン*に配慮するとともに、防犯カメラの設置等による防犯・防災への取組みを進め、安全・安心のまちづくりを推進します。

基本施策（２） 産業基盤の安定化の推進

経営環境の変化が激しいことから、各種の融資支援制度も、時代に即した対応を図っていくことが求められています。

また、このような変化を的確に捉えていくために、市内事業者の状況を定期的に調査していきます。

— 施策 —

① むさしの産業サポートネット（仮称）の設立【重点事業】

今後、高齢化や後継者不足等により市内事業者数の減少が見込まれているため、武蔵野商工会議所や金融機関、武蔵野市商店会連合会、（一財）武蔵野市開発公社等と連携し、「むさしの創業サポートネット」を「むさしの産業サポートネット（仮称）」として再編し、創業と事業承継を中心として市内事業者の経営を支援していきます。

② 女性・若者の創業支援

武蔵野市まち・ひと・しごと創生総合戦略に定める「地域の特性を活かした産業の振興」における創業支援事業では、女性の創業支援も位置付けており、子育てや介護などを理由に離職した女性や、若者が地域で働くことを支援するため、市内創業支援機関での、女性・若者を対象とした講座やセミナー開催などを支援します。

③ 高齢者の創業支援

人生100年時代に向けたセカンドキャリア構築のため、複業も含めた創業のためのセミナー開催などを進めます。

④ 事業承継支援

今後、高齢化や後継者不足等により市内事業所の減少が見込まれるため、むさしの創業サポートネットを「むさしの産業サポートネット（仮称）」として再編し、東京都や多摩地域事業引継センター、金融機関等とも連携し、事業の承継を希望する事業者向けにセミナー等を開催し、専門家への相談窓口の紹介等、対応を強化します。

⑤ 市制度融資や補助金のあり方の見直し

将来にわたって持続的な発展を遂げる産業振興を目指し、社会状況の変化や事業者のニーズに沿った融資制度や補助金のあり方を検討します。

⑥ 市内産業に関する定期的な調査の実施

市内産業（事業者）・来街者・景気動向等の調査を定期的実施し、市内の景況感を把握し、必要な施策を検討します。

目標 4：情報化や国際化に対応した産業振興

基本施策（１） 情報化への対応

ICT化が社会のあらゆる面に影響を及ぼし、市内事業者の仕事のあり方や市民の生活が大きく変化しています。市内産業におけるICT化への対応について、様々な面から支援していきます

— 施策 —

① キャッシュレス決済等ICT化への支援【重点事業】

商店会や店舗におけるキャッシュレス決済等のICT化について、国や東京都等の補助金等の情報提供や啓発による支援を行います。

② ICT技術導入を支援する制度融資の検討

新技術を導入することによって経営強化を目指す市内事業者を支援するため、ICT化を目的とする制度融資への利子補給について検討します。

③ サイバーセキュリティ等への対応

ICT化の進んだ現在、個人・法人を問わずほぼ全ての事業者がインターネットを利用して事業活動を行っています。万一、悪意のある者の攻撃を受け、受発注情報や設計等機密情報の類を漏えいした場合、被害者といえども責任を追及され、事業における信用を失ってしまいます。

市では、武蔵野警察署、武蔵野商工会議所と協定を結び、定期的にサイバーセキュリティ講習を開催するとともに、三者が協力してサイバーセキュリティの重要性を広く啓発し、被害を未然に防ぎます。また、災害が発生した後、速やかに事業活動を再開するために必要なBCP（事業継続計画）*を策定するための情報提供や啓発を行います。

基本施策（２） 国際化への対応

グローバル化の進展は、社会のあらゆる面に影響を及ぼし、市内事業者の仕事のあり方や市民の生活が大きく変化しています。市内産業におけるグローバル化への対応について、様々な面から支援していきます。

— 施策 —

① 情報収集と相談窓口の設置

武蔵野商工会議所等と連携し、事業の海外展開やICT化を検討する事業者に対して、補助金の説明会やセミナーを開催するとともに、相談窓口を設置し支援していきます。

② 外国人労働者の増加に対する対応の検討

今後ますます増加することが見込まれる外国人労働者について、市内事業者向けに必要な対応について、情報提供や啓発事業を検討します。

目標 5：武蔵野市内で働く多様な人材による産業振興

基本施策（１） 新しい働き方への対応

結婚・出産や介護による離職を減らし、地域で子育てや介護をしながら仕事を続けられるための支援策を検討するとともに、事業者を対象に多様な人材の能力を活かす勤務制度や兼業、複業を可能とする制度の導入と制度活用者増加への対応などに関する啓発事業を検討します。

— 施策 —

① ワーク・ライフ・バランスの市民や事業者向けの啓発【重点事業】

ワーク・ライフ・バランスの意義、重要性、メリットを理解し、取組を進めていただけるよう、先進的な取組を行う事業所を表彰するなどの啓発を行い、ワーク・ライフ・バランス社会の実現に向けた取組みを推進します。

② 女性・若者の雇用・就労支援

就労を希望する若年層や女性の採用・育成に積極的な企業情報等の収集・提供や就業機会の充実を図ります。

また、テレワーク*の導入等ハローワーク、(公財)東京しごと財団、近隣市区町村等との共催により実践的なセミナーを開催し、面接会等を通じて就職へつながる場づくりを行います。

③ 高齢者の雇用・就労支援

高齢者が生涯現役で、身近な地域で知識や経験・能力を活かし、地域に関わりを持って自立した暮らしを続けられるように、就労情報の収集提供や高齢者の就業機会の拡大を図ります。

④ 障害者等の雇用・就労支援

障害のある人の自立と社会経済活動への参加を促進するために、障害者就労支援センターあいるを中心とする就労支援ネットワークの充実などを通じて、一人ひとりの特性に十分配慮した就労支援を行います。

⑤ 外国人労働者の増加への対応

外国人労働者の受け入れ拡大に伴い、雇用条件のみならず雇用者の受け入れに対する啓発や、労働者及び労働者家族への日本語教育など、就労及び生活環境の整備にむけて、政府動向・社会動向を注視しながら対応を検討します。

基本施策（２） 人材の育成と活用

経営環境の変化や I o T などの技術革新へ対応するための知識習得やシステムの導入について、事業者への支援を検討します。

— 施策 —

① 商工会議所等と連携した経営支援の強化

「むさしの創業サポートネット」を「むさしの産業サポートネット（仮称）」として再編し、商工会議所等との連携を強化することで、創業、承継、事業継続のための経営支援を強化します。

② 大学生の活躍の場づくり

武蔵野地域5大学等*と連携を活かし、大学生が多様な分野でまちづくりに関わる場を増やしていきます。

第6章 計画の推進と見直し

1. 計画の推進体制

産業振興施策は多岐にわたり、その内容も多様であるため、その実施にあたっては、多様な主体がそれぞれの領域において、連携しながら積極的に行われるよう、産業分野に関わるあらゆる市民や関係機関と連携した取組みを推進していきます。

2. 計画の点検・評価

産業振興施策が着実に効果的に取組まれているかどうか、庁内に設置された武蔵野市産業振興推進本部において、武蔵野市産業振興計画に掲げる具体的施策について、その進捗状況を評価し、次年度の取組に反映できるよう進めていきます。

3. 次期計画の改定

次期計画の改定は、平成 35（2023）年度を目途に行うものとします。

資料編

1. 計画の策定体制

武蔵野市産業振興計画の策定は、以下に示す体制により取組みました。

「第二期武蔵野市産業振興計画」策定委員会をはじめ、「武蔵野市産業振興計画策定庁内推進本部」「武蔵野市産業振興計画策定庁内推進本部部会」等の名簿は以下に示すとおりです。

第二期武蔵野市産業振興計画策定委員会 委員名簿

会役職	氏名	所属・役職
委員長	福田 敦	関東学院大学 経営学部教授
副委員長	松岡 拓公雄	亜細亜大学 都市創造学部長
委員	姫野 裕基	中小企業診断士
委員	稲垣 英夫	武蔵野商工会議所 会頭 (一社)武蔵野市観光機構 代表理事
委員	花俣 延博	武蔵野市商店会連合会 会長
委員	榎本 一宏	武蔵野市農業委員会 会長
委員	川口 幸子	多摩信用金庫 地域連携支援部長
委員	野口 篤志	株式会社タツノコプロ 専務取締役
委員	黒竹 光弘	社会福祉法人とらいふ 理事長
委員	西塚 裕行	横河電機株式会社 総務部長
委員	目黒 裕人	公募市民
委員	渡邊 昭浩	武蔵野市 市民部長

第二期武蔵野市産業振興計画策定委員会 事務局名簿

氏名	所属・役職
西川 和延	市民部生活経済課長
平塚 香	市民部生活経済課長補佐
吉崎 勝哉	市民部生活経済課主査(平成30年9月30日まで)
劔持 宏幸	市民部生活経済課主任
北村 拓也	市民部生活経済課主任(平成30年10月1日より)
有賀 友哉	市民部生活経済課主事

第二期武蔵野市産業振興計画策定庁内推進本部 名簿

会役職	氏名	所属・役職
本部長	笹井 肇	副市長
副本部長	恩田 秀樹	副市長
本部員	名古屋 友幸	総合政策部長
本部員	渡邊 昭浩	市民部長
本部員	小島 麻里	市民部市民活動担当部長
本部員	森安 東光	健康福祉部長
本部員	伊藤 英穂	子ども家庭部長
本部員	笠原 篤	都市整備部長

第二期武蔵野市産業振興計画策定庁内推進本部部会 名簿

会役職	氏名	所属・役職
部会長	渡邊 昭浩	市民部長
副部会長	笠原 篤	都市整備部長
部会員	樋爪 泰平	総合政策部企画調整課長
部会員	西川 和延	市民部生活経済課長
部会員	綿貫 修	市民部市民活動推進課長
部会員	小山 聡	健康福祉部高齢者支援課長
部会員	横瀬 英樹	子ども家庭部子ども政策課長
部会員	中迫 健作	都市整備部まちづくり推進課長
部会員	松崎 泰	都市整備部吉祥寺まちづくり事務所長

2. 計画の策定スケジュール

第二期武蔵野市産業振興計画の策定は、以下に示すスケジュールで取組みました。

年度	月	トピック	主要な会議体		
			策定委員会	推進本部	推進本部部会
平成 29		事前調査の実施			
平成 30	4	公募市民委員選定			
	5				
	6	策定委員会の設置	第1回 6/11	第1回 6/28	第1回 6/28
	7		第2回 7/9		
	8		第3回 8/6		
	9		第4回 9/10		
	10		第5回 10/15		
	11		第6回 11/12 先進事例視察 11/19	第2回 11/6	第2回 11/6
	12		第7回 12/17		
	1	パブリックコメント (1/15～2/5)	第8回 1/21		
	2		第9回 2/25		
	3	市長に答申、計画策定	第10回 3/22		

付属資料 1.

第二期武蔵野市産業振興計画（中間のまとめ）パブリックコメント募集結果

第二期武蔵野市産業振興計画（中間のまとめ）について、市民の皆さまからご意見を募集しました結果、3名から意見が寄せられました。

寄せられたご意見の概要とこれに対する市の考え方・対応は、下記のとおりです。

- 募集期間 平成31年1月15日（火）～2月5日（火）
- パブリックコメントの提出 3名（複数意見）
- 市民意見の内容と対応

	該当箇所 意見概要	市の考え方・対応
1	買物客や観光客の市内の滞在時間を増やせるような工夫ができれば良い。	事業の実施段階の中で具体的に検討し取り組みを進めていきます。
2	第3章 3. 産業振興の方向性の検討 「豊富な人材」が産業の強みとされている一方で、「事業後継者の不足」が弱みに挙がっている。 「豊富な人材」を活かし、「事業後継者の不足」を解決できるのではないか。	「事業後継者の不足」への一つの対策として、「豊富な人材」を活かすことも含めて、「人材育成」に取り組んでいくことを検討していきます。
3	第3章 3. 産業振興の方向性の検討 脅威にあげられている「インターネット通販の成長」は、武蔵野市には該当しないのではないか。吉祥寺に行けば見て何でも買える、揃うのが武蔵野市の強み。強みを守るような計画を立ててほしい。	インターネット通販の成長は市内の小売業者に影響を及ぼしていると、市内事業者も実感しているとのことをご意見をいただいています。 脅威として対抗するのではなく、時代の趨勢である変化の一つとして捉え、この中で本市の強みを活かした産業振興に取り組んでいきます。
4	第3章 3. 産業振興の方向性の検討 年齢層・目的地によって交通利便性は異なる。交通利便性についてはもう少し丁寧な整理が必要。	企業の立地条件（場所）として、都心にも多摩地区にも近いと、交通利便性を高いと考えています。
5	「コトやトキ」の経済活動を伸ばせる原動力は、個性豊かで魅力ある市民コミュニティ。元気で笑顔あふれる市民を応援することが重要になるのではないか。	第5章 2. 目標1 (2) ①及び②に、市民活躍の場に関する文言を追記しました。
6	人と自然が触れ合えて癒される空間や、ガーデンセラピーの必要性を検討してほしい。	産業と福祉の連携を考えるうえで、参考とさせていただきます。
7	第3章 4. 武蔵野市が取り組むべき課題 (3) 店舗でモノが買われないことは、まちの衰退に直結する問題であり、対策を考えるべきではないか。	重要な課題として捉え、このような社会状況を踏まえながら、本市の強みを活かす事業に取り組んでいきます。

	該当箇所 意見要旨	対応
8	第3章 4. 武蔵野市が取り組むべき課題 (5) セルフレジやQRコード、キャッシュレス決済の強引な推進は高齢者が経営する小規模小売店の廃業に繋がるリスクが心配である。	市内既存事業所の状況にも十分に配慮して進めていきます。
9	第4章 2. 基本目標 目標3 「都市の活力を担う産業振興」について、ネット販売の拡大による大型店の退店懸念も考慮する必要があるのではないか。	大型店に限らず、インターネット通販の影響は出ていると考えます。社会の趨勢として捉え、このような状況の中でネット店舗と実店舗が共存できる産業振興のあり方を検討していきます。
10	第5章 2. 基本施策および施策の概要 目標1 (1) 「武蔵野市の特性を活かした産業振興」について、予定される大規模スポーツイベント等との連携について終わった後はどうするのか。また、本当に市民は外国人が武蔵野市を訪れることを求めているのか。	大規模スポーツイベント等を契機に交流人口や来街者が増加するものと考えられます。市民生活にも配慮しながら、様々な来街者に対応した取り組みが重要と考えます。
11	第5章 2. 基本施策および施策の概要 目標1 (1) ⑤ 「コンテンツを活かした事業連携への取組み」について、他の自治体でも積極的に取り組んでおり、武蔵野市としての独自性が必要なのではないか。	アニメ以外の映画や音楽、漫画なども含めた本市のコンテンツに関わる事業者が、異分野の事業者等と連携して、産業振興の方策について議論する場として連絡協議会（仮称）の設置を予定しています。
12	第5章 2. 基本施策および施策の概要 目標3 (1) ① 「吉祥寺駅周辺」に関する記述の中に、吉祥寺駅南口の再開発についても触れる必要があるのではないか。	現在改定作業中の吉祥寺グランドデザインは、検討状況を注視しつつ、本計画を進めていきます。
13	第5章 2. 基本施策および施策の概要 目標5 (1) ⑤ 「外国人労働者の増加への対応」について、児童の教育や保健など横断的な対応が必要なのではないか。	取り組みを進める中で配慮していきます。

付属資料2. 用語説明

□ あ

用語	解説
M&A	Merger&Acquisition の略で、企業の合併・買収のこと。企業全体の合併・買収だけでなく、一部株式譲渡、事業譲渡、資本提携等を含めた広い意味での企業間提携の総称として使われている。
I o T	Internet of Things の略で、建物、電化製品、自動車、医療機器など、パソコンやサーバーといったコンピューター以外の多種多様な「モノ」がインターネットに接続され、相互に情報をやり取りすること。「モノのインターネット」と呼ばれることもある。
I C T	Information and Communication Technology の略で、「情報伝達技術」と訳される。IT とほぼ同義だが、国際的に ICT が定着していることなどから、近年 ICT が IT に代わる言葉として広まりつつある。ICT では情報・知識の共有に焦点を当てており、「人と人」「人とモノ」の情報伝達といった「コミュニケーション」がより強調されている。
EC	インターネットを使って商品の売買をしたり、契約をしたりする電子商取引のこと。
インキュベーション	インキュベーション (incubation) 「孵化・卵をかえすこと」と訳される。新たなビジネスを始めようとしている人や企業に対し、不足する資源 (人材、技術、資金、オフィスなど) を提供し、その成長を促進すること。
インバウンド	外国人の訪日旅行のこと。インバウンド消費額は年々増大していることから、飲食店や小売業にとって大きなビジネスチャンスといわれている。
AI (人工知能)	人間が持っている、認識や推論などの能力をコンピューターでも可能にするための技術の総称。人工知能とも呼ぶ。
SNS	ソーシャル・ネットワーキング・サービス (social networking service) の略で、インターネットを通じて人と人のつながりを促進し、コミュニティの形成を支援する会員制サービスのこと。代表的なサービスとしてフェイスブックやツイッター、LINE (ライン)、インスタグラムなどがある。
オープンイノベーション	新技術・新製品の開発に際して、組織の枠組みを越え、広く知識・技術の結集を図ること。産学官連携プロジェクトや異業種交流プロジェクト、大企業とベンチャー企業による共同研究などがあげられる。
訪れてみたい日本のアニメ聖地88	(一社) アニメツーリズム協会がアニメ作品の舞台、モデルになった場所や、漫画家らの記念館がある自治体の中から、全世界のファン投票の上位 88 箇所を選定し発表している。2019 年版で、武蔵野市は「SHIROBAKO」と「そにアニ -SUPER SONICO THE ANIMATION-」の2作品の舞台として選ばれている。

□ か

用語	解説
各種商品小売業	衣、食、住にわたる各種の商品を一括して一事業所で小売する事業所のこと。百貨店、総合スーパーマーケットなどが該当する。(飲食料品を中心とするコンビニエンスストアは該当しない。)
吉祥寺活性化協議会	平成3年に、武蔵野商工会議所、まちづくりに関係する広範な企業、団体が協力して設立した任意団体。吉祥寺地区の発展に意欲を持つ企業、団体、商店会等が会員となっており吉祥寺の活性化のために、様々な取り組みを行っている。

吉祥寺グランドデザイン	平成 19 (2007) 年に策定された吉祥寺の未来を展望し総合的なまちづくりの方向性を定めたまちづくりビジョン。策定から約 10 年が経過し、30 年後の吉祥寺の将来像をわかりやすく共感・共有しやすいものとするため、現在改定作業が進められている。(2019 年度中改定予定)
キャッシュレス化	現金ではなく、口座振替・クレジットカード・電子マネー・スマホ決済などを利用して買い物や支払いなどを行うこと。経済産業省が平成 30 (2018) 年 4 月に公表した「キャッシュレス・ビジョン」において、2025 年までにキャッシュレス決済比率を 40%とする目標を設定した上で、将来的には世界最高水準の 80%を目指すとした「支払い方改革宣言」が提示された。
グランドデザイン	大規模な事業などの、全体にわたる壮大な計画・構想のこと。
グリーンパートナー事業	環境に配慮した事業活動を行う事業者をグリーンパートナーとして登録し、登録事業が環境省が策定している環境活動評価プログラム (エコアクション 21) に基づく認証・登録を受ける場合には、費用を助成する事業のこと。
小売吸引力指数	市民一人当たりの小売販売額を都民一人あたりの小売販売額で除したもの。指数が 1.00 以上の場合、買物客を外部から引き付け、1.00 未満の場合は、外部に流出していると見ることができる。
交流人口	その地域に住んではいないが、通勤・通学、観光、レジャーなどの目的でその地域を訪れる (交流する) 人のこと。「定住人口」 (又は居住者・居住人口) に対する概念。
コンテンツ	映画、音楽、演劇、文芸、写真、漫画、アニメーション、コンピュータゲームその他の文字、図形、色彩、音声、動作若しくは映像若しくはこれらを組み合わせたもの又はこれらに係る情報をコンピューターを介して提供するためのプログラム。

□ さ

用語	解説
シェアオフィス	複数の利用者が同じスペースを共有するオフィスの形態のこと。
シティプロモーション	地方自治体が行う「宣伝・広報・営業活動」のこと。地域のイメージ向上やブランドの確立を目指し、地元経済の活性化などを目的とした取り組みで、少子高齢化で人口減少の危機が取り沙汰されるなか、シティプロモーションは地域活性化を握る鍵ともいわれている。
出入国管理・難民認定法の一部改正	平成 30 (2018) 年 12 月に成立し、平成 31 (2019) 年 4 月から一部規定を除き施行される。深刻な人手不足に対応するため、2 つの在留資格を新設して介護や外食、農業、建設など 14 業種で外国人労働者の受け入れを想定している。
女性活躍推進法	「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律」の略称で、女性が、職業生活において、個性と能力を十分に発揮して活躍できる環境を整備するために制定された 10 年間の時限立法。平成 28 年 4 月に施行された。
生産緑地	生産緑地法に基づき市街化区域内において保全すべ農とし指定された農地。生産緑地に指定されると税の軽減措置が受けられる一方、長期的な営農義務付けられる。
ソサエティー5.0 (society 5.0)	サイバー空間 (仮想空間) とフィジカル空間 (現実空間) を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する、人間中心の社会 (Society)。 狩猟社会 (Society 1.0)、農耕社会 (Society 2.0)、工業社会 (Society 3.0)、情報社会 (Society 4.0) に続く、新たな社会を指すもので、第 5 期科学技術基本計画 (平成 28 年度 (2016) から 5 年間) において我が国が目指すべき未来社会の姿として初めて提唱された。

□ た

用語	解説
体験農園	市が管理する市民農園とは異なり、農家が農業経営の一貫として開設する農園で、農家の指導の下、利用者が種まきや苗の植付、収穫までを年間を通じて体験することができる農園。
TAMACOM (たまこむ)	多摩地区の活性化・地域連携の輪を広げことを目的に平成 25 (2013) 年に立ち上がった、民・学・産・公の異業種交流の場。業種異分野の方々を、地域というフォーカスを通して、三鷹と武蔵野の I T 企業団体が情報を駆使してつなげ、年に 2 回、3 分間のショートプレゼンと懇親会のイベントを開催している。
テレワーク	情報通信技術(ICT = Information and Communication Technology)を活用した、場所や時間にとらわれない柔軟な働き方のこと。働く場所によって、自宅利用型テレワーク(在宅勤務)、モバイルワーク、施設利用型テレワーク(サテライトオフィス勤務など)の 3 つに分けられる。東京都は国と連携し、テレワークの導入をワンストップでサポートするセンターを運営、また 2020 年東京五輪・パラリンピックで課題となる交通混雑の解消に向け、「テレワーク」導入の経費を補助する方針を固めるなどテレワーク導入の促進を図っている。

□ な

用語	解説
農業ふれあい公園	平成 19 (2007) 年 3 月、関前 5 丁目に開設。武蔵野の農風景(環境・歴史文化)を残すことを目的とした公園。だれでも参加できるイベントのほか、申込者対象の「農業体験教室」など多彩な事業を展開している。

□ は

用語	解説
働き方改革関連法	働き方改革を推進するため雇用対策法や労働基準法など、労働規制にかかわる一連の法律の改正を通して、労働者が多様な働き方を選択できるような社会を目指して作られた法律。長時間労働の是正、柔軟な働き方の実現、公正な待遇の確保といった視点から、個々の細かい条文が定められている。平成 30 (2018) 年 6 月に成立、平成 31 (2019) 年 4 月から順次施行される。
BCP (事業継続計画)	Business continuity planning の略で、災害などの緊急事態が発生したときに、企業が損害を最小限に抑え、事業の継続や復旧を図るための計画のこと。BCP を準備しておくことによって、災害発生直後における企業の操業度を最低限維持することができる。同時に、災害発生から復旧を行うまでの期間を短くすることができるといわれている。
BtoC	Business to Consumer の略で、企業が個人に対して商品・サービスを提供する取引のこと。家電メーカーやアパレル、デパートなど、一般消費者に向けてモノを売ることを指す。他に企業間取引を意味する BtoB (Business to Business) や、インターネットのオークションなど、一般の消費者同士で行われる電子商取引 CtoC (Customer to Customer) などがある。
ビッグデータ	インターネットなどのネットワークを通じて収集される膨大なデータ。情報通信技術 (ICT) の発展にともなって、さまざまな種類および形式で生成されるデータの収集が可能になった。 購買履歴やサイト内のアクセス情報などのビッグデータを基に、おすすめ商品を表示するなど、商業分野での活用のほか、他、ビッグデータには、健康情報や位置情報、気象情報など、様々な分野で活用できるデータが含まれているため、新たな市場の創出が期待される。

フードバレー構想	外食チェーン本社の集積を活かし、健康福祉や子育て支援分野などで相互連携し、需要に合わせたメニューの開発や施設等での提供などについて研究すること。
ベビ吉	ベビーカー貸出しサービス事業のこと。吉祥寺駅周辺でだれでも自由に利用できるサービスで、各事業者の協力のもと順次貸出場所を増設し、現在までに5カ所、計23台が稼働し、親子の楽しい吉祥寺散歩をサポートしている。
ベンチャーキャピタル	成長の見込まれる企業に対して投資を行なう企業。主として設立段階から株式公開に至るまでの期間に投資し、場合によってはさまざまな経営サービスを提供する。

□ ま

用語	解説
MICE (マイス)	Meeting (会議・研修・セミナー)、Incentive tour (報奨・招待旅行)、Convention または Conference (大会・学会・国際会議)、Exhibition (展示会) の頭文字をとった造語で、ビジネストラベルの一つの形態。参加者が多いだけでなく、一般の観光旅行に比べ消費額が大きいといわれている
三鷹駅北口街づくりビジョン	三鷹駅北口の概ね10年後の目指すべき街の姿を描き、その方向性と実現に向けた取り組みを示したまちづくりビジョンで、平成29(2017)年に策定された。「交通環境」「土地利用」「緑・にぎわい」の3つの視点から街づくりの方向性を捉え、三鷹駅北口の目指すべき街の姿を「住む人、働く人が集い、心地よく過ごす街」としている。
ムーショップ	武蔵野市内50商店会が自慢の商店を推薦し、市民モニターが審査を行い「いいお店」と認定された地域優良店。2年に一度、認定店が決定される。
ムーバス	本市内に存在するバス交通の空白・不便地域を解消することと、高齢者などが気軽に安全に街に出ることを目的として運行されている「コミュニティバス」の愛称名。 運賃を100円の均一料金にし、高齢者の歩行距離を考慮した200m平均の短いバス停間隔、住宅街の狭い道路に対応した小型バスなど利用しやすさ、使いやすさを配慮したコミュニティバス。平成7年に運行開始した。
ムーパーク	吉祥寺お買物駐車場の名称。吉祥寺から離れた駐車場に車を止め、吉祥寺との往復は「ムーバス」を利用できるパークアンドバスライドを実施。これにより吉祥寺の車両混雑の緩和や、違法駐車等の抑制等を図っている。
むさしの創業サポートネット	行政、武蔵野商工会議所、(一財)武蔵野市開発公社、金融機関3社、創業支援事業者で構成された、市と事業者と連携した、創業希望者に対するワンストップ窓口。創業準備初期から創業後のフォローまで、幅広いネットワークを活かした適切な支援を行っている。
武蔵野地域五大学	武蔵野地域の五つの大学(亜細亜大学・成蹊大学・東京女子大学・日本獣医生命科学大学・武蔵野大学)のこと。
むさしのプレミアム	(一社)武蔵野市観光機構が行う事業で、武蔵野らしい魅力ある商品を「武蔵野市発おみやげブランド品」として認定し、広く内外に情報発信する。有識者・市民審査員等の審査を経て認定される。

□ や

用語	解説
ユニバーサルデザイン	年齢、性別、国籍、個人の能力に関わらず、はじめからできるだけ多くの人が利用可能なように、利用者本位、人間本位の考え方に立って快適な環境とするようにデザインすること。

用途地域	都市計画法において定められる地域地区の一つで、都市の将来像を想定した上で、居住、商業、工業その他の用途を適切に配分し、機能的な利活用の推進、良好な都市景観の形成を図る。建築物の用途、携帯等を制限している。
------	--

□ ら

用語	解説
立地環境特性	各小売事業所の立地背景を、原則として都市計画法に基づき、商業集積地区、オフィス街地区、住宅地区、工業地区、その他地区の5地区に特性付けたもの。商業の核となる商業集積地区については、その立地状況から、駅周辺型、市街地型、住宅地背景型、ロードサイド型、その他に分けられる。
リノベーション	既存建物を大規模改装し、建築物に新しい価値を加えること。用途変更や時代の変化に合わせた機能向上を伴う点でリフォームと区別することが多い。

□ わ

用語	解説
ワーク・ライフ・バランス	「仕事と生活の調和」と訳され、やりがいや充実感を持ちながら働き、仕事上の責任を果たすとともに、家庭や地域生活等においても、子育て期、中高年期といった人生の各段階に応じて多様な生き方が選択・実現できることをいう。

第二期武蔵野市産業振興計画

平成 31（2019）年●月発行

編集 武蔵野市 市民部 生活経済課

〒180-8777

武蔵野市緑町 2-2-28

TEL 0422-51-5131（代表）