

武蔵野市産業の現状等（まとめ）

1. 社会経済情勢の変化

○社会・経済情勢の変化

- ・少子高齢化の進展
- ・デジタル技術の進展
- ・持続可能な社会に向けた取組みの進展（SDGs、ゼロカーボン等）
- ・気候変動による自然災害リスクの高まり

○近年（第Ⅱ期期間中）急速に変化した点

- ・新型コロナウイルス感染症拡大による事業活動への影響
- ・地政学的リスクの高まり等による不透明感が増した世界経済・社会の動向
- ・ライフスタイル・価値観の変化、新たな働き方の浸透

○第Ⅲ期において想定される社会経済情勢

- ・社会・経済動向の予測が困難
- ・高齡化の進展、2025年問題*
*団塊世代全員が後期高齢者になる

2. 武蔵野市産業の現況と課題

（1）武蔵野市産業の現況（統計データ分析等）

【人口】

- ・本市の人口は継続して増加が見込まれる。合わせて、老年人口の増加、老年人口比率も上昇。生産年齢人口は、横ばいから減少へ移行する。
- ・昼夜間人口比率は108%（令和2年）だが、平成7年以降低下傾向が続いている。

【産業構造】

- ・事業所数は「卸売業、小売業」「宿泊業、飲食サービス業」「不動産業、物品賃貸業」が全体の6割弱を占める。従業者数は、「医療、福祉」が近年増加。売上高では、「宿泊業、飲食サービス業」「不動産業、物品賃貸業」で5割半ばを占める。
- ・農業は、農家戸数、農業従事者数、農地面積ともに減少傾向。
- ・アニメコンテンツ関連産業も集積。
- ・創業率は、近隣自治体の中では高いが低下傾向にある。

【立地環境】

- ・住宅都市としての土地利用構成をなし、商業系用途はJR3駅にコンパクトに立地している。3駅周辺の商業・業務施設の高経年化が進んでいる。
- ・不動産賃貸料が高く、特に起業者にとっては事業スペースの確保が困難。
- ・市内には47商店会があり、コミュニティの核となる機能も担っている。

③事業承継

- ・4割弱が事業承継に関する課題を有している。事業承継における課題は、「後継者の育成」（61.8%）、「ノウハウ・スキル等の承継」（34.4%）、「相続税・贈与税等の税金対策」（31.2%）従業者数20人以上では、「後継者の育成」が7割超。

※承継者をどのように募集したらよいか分からない。個人情報に配慮した支援が必要。

※承継者候補が短期間働けるインターン制度のようなものがあるとよい。

④デジタル技術の活用

- ・「対応する人員が不足」（27.1%）、「技術に詳しい人材がいない」（26.8%）、「資金的余裕がない」（23.6%）が主な課題。
- ・すでに取り組んでおり特に問題はない企業では「情報セキュリティが心配」（18.1%）が課題。
- ・関心はあるが取り組んでいない企業では、「取り組みきっかけがない」（16.1%）、「資金的余裕がない」（41.1%）など、導入のきっかけや費用対効果の評価等が課題。

【求める産業支援策】

- ・支援策ニーズは、「事業所・店舗の改修、設備の更新・新規導入」（27.8%）、「資金調達（融資）」（24.1%）、「事業承継への支援」（19.5%）等。
- ・今後のネットワークづくりについて、「異業種事業者との交流・連携（情報交換・交流会・ビジネスマッチング等）」（28.8%）が求められている。

※地域に密着した大型商業店や大学・大学生との連携、福祉事業者等、連携への関心が高い。

※武蔵野市に集まる若い事業者等が参加できるイベント等の開催とその情報発信が重要。

※若い起業家がチャレンジできる場があるとよい。（シェアキッチン等）

【武蔵野市のまちづくり】

○まちの方向性

- ・武蔵野市のまちの方向性は、「個性ある店から大型店まで歩いて回れる、買物やまち歩きが楽しいまち」（42.3%）、「治安が良く災害に強い安全なまち」（38.8%）、「静かで豊かな緑に囲まれた住環境が広がるまち」（36.6%）等。

※若い人と引き付け集うまち、若い人たちが思いついたことを実現できる環境づくりが重要。

○地域活動

- ・商店会における課題は、「活動メリットが薄れてきている」（35.0%）、「店主の高齡化」（30.9%）、「集客力のある店舗が不足」等。
- ・まちと一緒に取り組めるイベントやクリエイティブな人が集まるのが賑わい・魅力づくりや、新事業創出につながる。（不動産業、製造業）
- ・市内産業の活性化に必要なまちづくりの取り組みは、「居心地が良く歩きたくなるまちづくり（道路の修復、ベンチの設置等）」（45.6%）、「イベント等ができるオープンスペースの整備」（31.1%）、「道路を活用したオープンカフェ」（15.3%）等。
- ・今後のネットワークづくりへの関心は、「異業種事業者との交流・連携（情報交換・交流会・ビジネスマッチング等）」（28.8%）、「市内事業者との取引拡大（事業所情報の発信やビジネスマッチング等）」（24.0%）、「新規取引先開拓（ビジネスマッチング等）」（20.6%）等。

※はヒアリング意見

（2）事業者の現況（事業者アンケート調査結果）

【新型コロナウイルス感染症拡大等の社会動向の影響】

- ・7割強が経営や事業活動に現在もマイナスの影響。「売上高の減少」、「来街者の減少」、「国内需要の減少」等。
- ・その他、原材料価格の上昇の影響も大きい。

【経営上の課題】

- ・「来店（所）者の減少」（36.9%）、「商品・サービスの魅力向上」（35.1%）、「人材確保・育成」（31.8%）、「販売力の強化・販路開拓」（31.6%）、「仕入れ（価格高騰・不足）」（30.9%）が3割を超えている。
- ・「平成26年以降」創業者では「商品・サービスの魅力向上」「販売力の強化・販路開拓」が高く、商材の確立と販売強化が課題となっている。

【テーマ別課題】

①販売・販路拡大

- ・必要な支援策は、「広告・宣伝、情報発信」（37.8%）、「店舗・施設の改築支援」（24.8%）、「ネット販売展開」（18.5%）等。

※CO+LAB MUSASHINO事業はよい交流の場やPR機会になっている。

②人材の確保・育成

- ・3割弱が人材不足。

※企業や業務を知ってもらう機会が必要。（製造業・農業）

※働きながら学ぶ機会やオンラインで受けられるものがあればよい。

3. 市民・近隣住民の意識・意向（市民アンケート調査結果・近隣住民アンケート調査結果）

（1）市民の意識・意向（市民アンケート調査結果）

- ・市内での就業者は2割強、市外もしくは未就業者における市内での就業意向は、約1/4。
- ・起業への意向・関心は2割強。男性20代（7名）では42.9%が関心・意向を持っている。
- ・武蔵野市の産業振興策として、重要と思われる取組みは、「生活を支える産業の振興（医療・福祉・子育て等）」（40.3%）、「商業・サービス業の振興」（39.9%）、「商店会の振興」（33.6%）、「ライフステージ（子育て・介護・就学等）に応じた柔軟な働き方支援」（31.6%）等。年代別では、「ライフステージ（子育て・介護・就学等）に応じた柔軟な働き方支援」は『30歳代以下』で高くなっている。
- ・市内の商店会に望むことは、「買い物しやすい、歩いて楽しい商店会」（47.0%）、「生活必需品が購入できる」（43.7%）、「キャッシュレス化（電子決済、電子スタンプ等）」（39.5%）等。年代別では、30歳代以下では、「キャッシュレス化」、40～70歳代は、「買い物しやすい、歩いて楽しい商店会」、70歳代以上は、「生活必需品が購入できる」が他年代に比べて高い。

（2）近隣住民の意識・意向（近隣住民アンケート調査結果）

- ・休日等に買い物や食事によく行く場所は、「自宅の最寄駅周辺」（46.8%）、「吉祥寺駅周辺」（35.3%）、「新宿」（19.6%）等。年代別にみると、「吉祥寺駅周辺」は、年代での差異は少なく、「新宿」は『20歳代以下』で高くなっている。
- ・普段、武蔵野市を訪れる頻度は、『週に1回程度以上』（25.9%）、『月1回程度以上』（51.0%）等。「ほとんど行かない」（22.2%）は2割強。
- ・武蔵野市を訪れる目的・理由は、「買い物」（58.2%）、「食事」（15.0%）等。年代別にみると、「買い物」では、40歳代以上が30歳代以下と比べてやや高い。
- ・武蔵野市のイメージは、「自然や公園が楽しめるまち」（57.6%）、「公共交通でのアクセスがよいまち」（31.9%）、「住みたいまち」（31.3%）、「賑わいのあるまち」（30.8%）等。
- ・今後、武蔵野市の魅力を高めるために必要と思われることは、「核となる大型商業施設の誘致」（18.2%）、「まちを回遊して楽しめるコースづくり」（14.0%）、「特色や個性のある小売店の増加」（13.5%）等。年代別にみると、30歳代以下では、「核となる大型商業施設の誘致」、40～60歳代は、「特性や個性のある小売店の増加」、60～80歳代以上は、「文化施設の充実」及び「まちを回遊して楽しめるコースづくり」が他年代と比べて高い。