

昭島市産業振興計画 (案)

平成 2 9 年 3 月
昭島市

目次

はじめに

目次

第1章．産業振興計画策定の背景と目的..... - 2 -

1．産業振興計画の背景.....	- 2 -
1) 時代・社会的背景.....	- 2 -
2) 昭島市の背景.....	- 3 -
2．目的.....	- 4 -
3．計画の位置づけ.....	- 4 -
4．計画期間.....	- 5 -
5．計画策定の体制と経緯.....	- 5 -
1) 計画策定の体制.....	- 5 -
2) 策定の経緯.....	- 7 -

第2章 前計画総括と現状の課題整理..... - 10 -

1．前計画の総括.....	- 10 -
1) 前計画の概要.....	- 10 -
2) 前計画の評価.....	- 10 -
3) 本計画策定に向けて.....	- 11 -
2．市の概況と課題.....	- 13 -
1) 地勢.....	- 13 -
2) 人口動向.....	- 14 -
3) 就業者数の動向.....	- 16 -
4) 人口の将来展望.....	- 19 -
3．産業構造の分析.....	- 21 -
1) 事業所全体の傾向.....	- 22 -
2) 5年間の推移.....	- 25 -
4．産業の現状.....	- 32 -
1) 工業（製造業・建設業）.....	- 32 -
2) 商業.....	- 34 -
3) 農業.....	- 36 -
4) 観光.....	- 38 -

第3章 計画の基本的な方向性 - 41 -

- 1. 基本理念 - 41 -
- 2. 基本戦略 - 42 -
 - 1) 基本方針 - 42 -
 - 2) 推進の姿勢 - 43 -
- 3. 計画の構成 - 43 -
 - 1) 概要 - 43 -
 - 2) 具体的な施策の展開について - 43 -

第4章 各産業別の計画と施策 - 46 -

- 1. 工業（製造業・建設業） - 46 -
 - 1) 施策の方向性 - 46 -
 - 2) 基本目標 - 47 -
 - 3) 具体的な施策 - 47 -
- 2. 商業 - 51 -
 - 1) 施策の方向性 - 51 -
 - 2) 基本目標 - 51 -
 - 3) 具体的な施策 - 52 -
- 3. 農業 - 56 -
 - 1) 施策の方向性 - 56 -
 - 2) 基本目標 - 56 -
 - 3) 具体的な施策 - 57 -
- 4. 観光 - 60 -
 - 1) 施策の方向性 - 60 -
 - 2) 基本目標 - 60 -
 - 3) 具体的な施策 - 61 -
- 5. 基本戦略に基づく共通の取組み - 65 -
 - 1) 施策の方向性・基本目標 - 65 -
 - 2) 具体的な施策 - 65 -

第5章 計画推進の体制 - 69 -

- 1. 計画推進の主体 - 69 -
- 2. 前期計画 - 69 -
- 3. 評価と見直し - 69 -

第 1 章 産業振興計画策定の背景と目的

第 1 章. 産業振興計画策定の背景と目的

1. 産業振興計画の背景

1) 時代・社会的背景

我が国は平成 20 年より、本格的な人口減少社会を迎えるとともに急速な高齢化とあいまって、これまでにかつて体験したことがない課題に向き合っている。さらには東日本大震災のように、想定を超える未曾有の災害が起こり、経済や情報はグローバル化することで、世界の経済情勢や政治情勢の不安定さが、そのまま私たちの生活に大きな影響を与えている。その様ななかで、私たちの生活の基盤となる地域は、経済が疲弊し、消滅すらあるという危機が叫ばれるようになり、これまでの価値観にしばられない、柔軟な発想で地域の維持と創生が求められるようになっていく。

国では平成 26 年に、国と地方が総力をあげて人口減少問題に取り組むための「まち・ひと・しごと創生法」を閣議決定し、同年 12 月に「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン」と「まち・ひと・しごと創生総合戦略」が策定され、45 年後の平成 72 年に 1 億人程度の人口を確保する中長期展望が掲げられている。また市町村においても「まち・ひと・しごと創生法」により、国及び都道府県の策定する総合戦略を勘案して、地域の実情に応じた「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を定めるよう努めることとされており、平成 27 年度に多くの自治体が人口ビジョンを含めた総合戦略を立案することとなった。

一方、産業振興という点では、経済のグローバル化や I C T の進化、サービス産業化による産業の構造転換という大きなトレンドのなかで、日本企業は競争力を失っている。地域に立地していた大企業は工場の移転や従業員の雇用抑制が進み、加えて中小零細事業所は廃業が増えて、地域の産業は弱体化し、さらにそれが人口流出や少子化を促す悪循環となっている。

こうしたなか、地方自治体は、大企業の立地による税収と雇用の確保といった産業振興策から、自らが地域の資源や人材に目を向けて、創業支援や事業承継支援、観光まちづくりといった独自性をもった産業振興に取り組まなければならなくなってきた。

産業振興は、特定の産業の活性化だけでなく、地域のアイデンティティやブランディング、更には私たちのこれからのライフスタイルのあり方を問う重要な取り組みとなっている。

2) 昭島市の背景

産業振興の背景

昭島市の人口は、平成 22 年 7 月 1 日の 11 万 3,755 人をピークに、その後横ばいから減少傾向となっている。国の長期ビジョンにおける人口推計においても人口の減少傾向は続き、近い将来に人口減少局面に転じることが指摘されているが、昭島市は交通の利便性が高く、緑豊かな住環境をもった都市として市民の満足度は高い。

一方、昭島市の産業は、第 2 次世界大戦前から八王子市や青梅市など近隣地域を含めて、養蚕に支えられた製糸業を中心に発展してきたが、その桑畑は、日中戦争を契機に軍関連の施設や工場が相次いで建設されてなくなっていった。戦後、軍需関連の工場は、民生の産業へ転換され、昭和 29 年の市政施行後、昭和 32 年に工場誘致条例を制定し、中神駅北側の地域などに多くの工場が立地することとなった。

その後、日本が高度成長期を迎えた昭和 30 年代の後半から、首都圏の拡大が進み、昭島は住宅都市としての性格を強め、住宅が増えていく中で、製造業の工場が移転、さらにその跡地にマンション等が立つといった住工近接が進む。農業も同じように、担い手の高齢化や後継者不足といった状況から、住宅地に押され農地を維持することが難しくなっている。商業は、昭島駅北口に大型商業施設が立地しているが、近隣市の駅前の商業施設や郊外型の商業施設との競争が激しくなっている。そのようななかで、商店街のような小さな個店は、競争力を失い、店主の高齢化に伴い、世代交代ができず、廃業という選択を取らざるを得ない事業所が増えている。

「躍動するあきしま 元気プロジェクト」の成果

昭島市は次世代に誇りを持って引き継ぐことが出来る「元気都市あきしま」の確かな実現に向け、さまざまな独自の施策を展開し、地域からの景気回復の取り組みを進めることを重要課題と捉えた。

平成 25 年 5 月に多摩信用金庫と市内産業及び地域経済の活性化を図ることを目的とした、「産業活性化支援に関する包括協定」を締結し、人材交流、産学官金検討委員会設置、創業支援、6 次産業化支援等の連携を行い、市内産業に対し様々な形での支援を推進していく「躍動するあきしま 元気プロジェクト」を立ち上げる。このプロジェクトでは、市内事業者が直面している事業承継問題を重点的な課題とし、調査、分析、施策検討、及び実際の支援を行っている。

このプロジェクトの「司令塔」であった産学官金検討委員会は、事業所の承継問題の調査結果、商店街に対するヒアリング調査、創業支援に関する相談や支援などの事業の結果を議論するなかで、昭島市の産業振興に関する課題をまとめ、あらたな産振興計画を策定することを提案する最終報告書を平成 27 年度にまとめた。また、同時期に策定された「ま

ち・ひと・しごと創生 昭島市総合戦略」においても、産業振興に関する課題や方向性についての施策内容をまとめている。これらの成果を活用して、産業振興計画を策定することとなった。

2. 目的

平成 19 年 3 月に策定した昭島市産業振興計画が平成 28 年度に 10 年目を迎え、これまでみてきたように、昭島市の産業を取り巻く状況は、当時の状況とは変わっている。また、第五次昭島市総合基本計画(平成 23 年～平成 32 年)も後半期を迎えようとしているなか、平成 27 年度にはまち・ひと・しごと創生法に基づき、昭島市総合戦略が策定された。これらの動きと連動しながら、「躍動するあきしま 元気プロジェクト」の成果と課題をもって、これからの新たな 10 年の昭島市の産業振興の方向性と具体的な施策の計画を定める。

3. 計画の位置づけ

			1年目	2年目	3年目	4年目	5年目	6年目	7年目	8年目	9年目	10年目
年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	平成31年度	平成32年度	平成33年度	平成34年度	平成35年度	平成36年度	平成37年度	平成38年度
第5次 昭島市総合基本計画		検証				目標年次						
まち・ひと・しごと創生昭島市総合戦略					目標年次							
昭島市産業振興計画		策定	前期計画				計画の見直し	後期計画				目標年次

本計画は、平成 19 年に初めて策定された昭島市産業振興計画（平成 19 年度～平成 28 年度）を引き継ぐ「第 2 次産業振興計画」といえるものである。この上位の計画は、「第五次昭島市総合基本計画（平成 23 年度～32 年度）」であり、ここで掲げられている、まちづくりの基本理念「人間尊重」、「環境との共生」、市の目指すべき将来都市像「ともにつくる未来につなぐ 元気都市あきしま ～人も元気 まちも元気 緑も元気～」は、本計画の上位の理念となる。

また、平成 27 年度から平成 31 年度までが対象期間となっている昭島市総合戦略は、昭島市人口ビジョンを踏まえ、より戦略的に地域創生を目指すものであり、本計画と同じく総合基本計画と整合性をはかりながら推進している。この人口ビジョンと総合戦略の方向性における、産業振興の役割を視野に入れながら本計画の策定にのぞんだ。

さらに、平成 25 年度から平成 27 年度までの「躍動するあきしま 元気プロジェクト」で実施された調査や事業の成果が本計画の根幹となる。

4. 計画期間

産業振興の総合的な計画である本計画では、中長期的な視点になった策定が必要になる。したがって、前計画と同じように平成 29 年度から平成 38 年度までの 10 年間のスパンを設定する。ただし、時代や社会の変化は早いため、5 年目に計画の成果検証を行い、後半期の具体的な施策について検討、企画する機会をあらためて設ける。便宜上、最初の 5 年を前期計画、後半の 5 年を後期計画と呼ぶ。

全体の理念や方向性は基本的に全計画を踏襲するが、具体的な施策については、最長でも平成 33 年度までの計画とし、平成 33 年度の検証において継続するかどうか、或いは継続するとしても、目標をどのように設定するのか、目標に対し未達成の施策についてどのような方針とするのかを検討する。

5. 計画策定の体制と経緯

1) 計画策定の体制

計画策定にあたっては、学識経験者、各産業有識者、公募による市民からなる昭島市産業振興計画策定委員会を設置し、素案について検討を重ねた。また、産業関係者へのヒアリング調査の実施、市民や産業関係者によるワークショップの開催、パブリックコメントの実施など、多くの方の意見を取り入れ、策定作業を進めた。

昭島市産業振興計画策定委員会 委員（敬称略）

選 出 区 分	役 職	候補者
学識経験のある者	多摩大学総合研究所 教授・副所長	松 本 祐 一
学識経験のある者	中小企業診断士・事業承継センター 株式会社代表取締役（CEO）	内 藤 博
商業・サービス業関係者	昭和飛行機工業株式会社 地域振興推進室長	幸 田 義 康
商業・サービス業関係者	昭島市商工会 商業部会長	井ヶ田 博
建設業・製造業関係者	昭島市商工会 建設業部会長	鈴 木 一 昭
建設業・製造業関係者	昭島市商工会 工業部会長	長 瀬 透

昭島市商工会の代表	昭島市商工会 事務局長	水 野 宏 一
金融機関の職員	信金中央金庫 地域・中小企業研究所次長	住 元 文 和
製造業関係支援機関の職員	地方独立行政法人東京都立産業技術 研究センター 上席研究員・複合素 材開発セクター長	谷 口 昌 平
中小企業支援機関の職員	公益財団法人東京都中小企業振興公 社 多摩支社 情報交流係長	大 坪 美 枝 子
農業関係者	昭島市農業生産団体連絡協議会 会長	鈴 木 勇 作
農業関係行政機関の職員	東京都農業振興事務所 農務課長代理	今 安 典 子
一般社団法人昭島観光 まちづくり協会の代表	一般社団法人昭島観光まちづくり協 会事務局長	國 井 俊 彦
公募による市民		小 山 美 智 代
公募による市民		高 橋 早 苗
公募による市民		桑 名 美 恵

2) 策定の経緯

■第1回 昭島市産業振興計画策定委員会

日時：平成28年7月11日（月）午後7時～午後9時

場所：市役所 3階 庁議室

議題：① 委員長の選出

② 昭島市の現状とこれまでの取組について

③ 昭島市産業振興計画の策定について



■市内事業者等のヒアリング調査の実施

期間：平成28年8月～9月

対象：①大手中核企業

②中小企業

③農家



■第2回 昭島市産業振興計画策定委員会

日時：平成28年10月7日（金）午後6時～午後8時

場所：場所：市役所 3階 庁議室

議題：①ヒアリング調査の報告について

②昭島市の産業振興計画の方向性について

③ワークショップの開催について



■昭島市産業振興計画ワークショップ

日時：平成28年10月24日（月）午後6時～午後8時

場所：昭島市役所1階 市民ホール

対象：ヒアリング調査先、アンケート調査先、商工会関係者・

市内事業者、産業振興計画策定委員

目的：市内の様々な産業に従事する方々が一堂に会し、産業間、異業種間等で連携可能なことについてアイデア出しを行い、将来に向けて共通の目的を持つきっかけとする。

参加：26名



ワークショップの様子

■第3回昭島市産業振興計画策定委員会

日時：平成28年11月18日（金）

場所：市役所 3階 庁議室

議題：①ワークショップについて（報告）

②昭島市の産業振興計画の計画案について

③昭島市産業振興計画策定スケジュールについて



■パブリックコメント

期間：平成29年1月20日（金）～平成29年2月20日（月）

■第4回昭島市産業振興計画策定委員会

日時：平成29年3月3日（金）

場所：市役所 3階 庁議室

議題：①パブリックコメントの結果について

■昭島市産業振興計画完成

時期：平成29年3月

第2章 前計画総括と現状の課題整理

第2章 前計画総括と現状の課題整理

1. 前計画の総括

産業に関する現状を分析する前に、前計画の総括を行う。

1) 前計画の概要

前計画である「昭島市産業振興計画」（計画期間：平成 19 年度～平成 28 年度）は、商業や農業に関する個別計画の見直し、それまで取組みが弱かった製造業と建設業を含めた工業の振興、そして、観光業を加えた各産業分野を包括的にとらえた産業振興計画の必要性から生まれた。

基本目標を、産業力の強化と市民生活の向上（事業者と市民が奏でるインダストリアル・シンフォニー）とし、雇用の確保と税収の拡大を図り、その財政力で様々なニーズに応えられるようになるだけでなく、市民生活の中で産業を身近に感受できて、市民の満足度が高まることを目指した。この目標を達成するために、産業を「人材の確保と育成＝人材」「地域社会との共生＝共生」「事業者間・産業間の連携＝連携」の3つの縦軸に、商業、工業、農業、観光という各産業分野を横軸に絡めたものとして位置づけ、その基本の方向性を「人を重視し、地域との共生と、事業者間・産業間の連携を目指す産業づくり」とした。この人材、共生、連携という3つの軸による各産業共通の取組みと、4つの産業それぞれのテーマに合わせた施策というものが計画され、具体的な施策は全部で 65 が計画されている。

2) 前計画の評価

前計画の 65 の施策についての評価を 1：「ほぼ計画どおりに実施されている」、2：「部分的に実施されている」、3：「今後の展開において課題が残る」の3段階で検証したところ、1が 54 個、2が 7 個、3が 4 個という評価結果となった。83%が「ほぼ計画どおりに実施されている」という評価である。定量的な基準だけで評価するだけでは、次の計画にどう繋げていくかが理解できないことから、5つの基本方向の結果についてさらに検討する。

① 人を重視し、地域との共生と事業者間・産業間の連携を目指す産業づくり

先にも述べたとおり、ここでの柱は人材、共生、連携である。人材のマッチング・教育

については、市外の協議会の事業への参加であり、外部機関の状況によってその質や量は左右されてしまうことから、もう少し主体的な取組みにしていく必要がある。事業者間・産業間連携での昭島ブランドづくりについては、成果がフードグランプリ開催や拝島ねぎ味噌等の実績しかなく、産業間連携をさらに増やしていくことが重要である。

② 商業・サービス分野（にぎわいと魅力あふれる商店街・サービス業づくり）

商業分野において不十分だと評価している施策は、商店街ホームページ作成支援や商店街ネットワークづくりといった商店街そのものに対する支援が多く、「ほぼ計画どおりに実施」という施策についても、実施したことによる成果があまりみえないものも多い。本計画では、個店の魅力の向上、他産業との連携、創業支援など、既存の商店街に対する支援よりも商店街から飛び出して取り組んでいくことや商店街の新陳代謝に対する施策を増やしていく必要がある。

③ 製造業・建設業分野（自立と連携で支える企業づくり）

製造業に対する施策はほぼ実施できているが、建設業に対する施策は不十分であったり、実施状況の確認がとれなかったりするものが多い。製造業の操業環境の維持に関する施策は一部を除いてある一定の役割を果たしたので、もともと重視している「人」に関するものに注力していくことが求められる。

④ 都市農業分野（緑と食を育む都市農業づくり）

不十分となっているのは、担い手の確保と支援の施策である。すぐには担い手を増やしていくことは困難な状況であり、農家のやりがいと収入を向上させて、農業を継ぎたい、農業をやりたいという人を増やしてく長期的な取組みをしなければならぬ。地産地消や食育など、市民との接点をもっと増やしていく必要がある。

⑤ 観光業分野（個性のある観光のまちづくり）

観光分野での最も大きな成果は、観光まちづくり協会が設立された点である。昭島に観光業という新しい産業の芽が前計画によって生まれ、現在も育っていることを考えれば十分な成果だといえる。

3）本計画策定に向けて

以上、前計画の評価を行った。評価して分かったことは、その施策が実現後に、次のように繋がるか、上位の目的達成に寄与したかが判断しづらい状況がみられたことである。本計画策定においては、前計画の反省を踏まえて、計画の評価と見直しの仕組

みを最初から入れた形で進めていくこととする。

また、前計画は、産業を「人材の確保と育成＝人材」「地域社会との共生＝共生」「事業者間・産業間の連携＝連携」の３つのテーマをすべての産業に共通する軸としてとらえて策定されているが、この事業所にとっての人の課題、市民と産業との共生、そして、事業者間連携や産業間連携は、本計画にも引き継いでいく方向性だと考える。

本計画でも、とりあげる産業として、工業（製造業・建設業）、商業、農業、観光という４つの産業に絞り、さらに全体に共通する取組みを検討していく形態をとることとする。

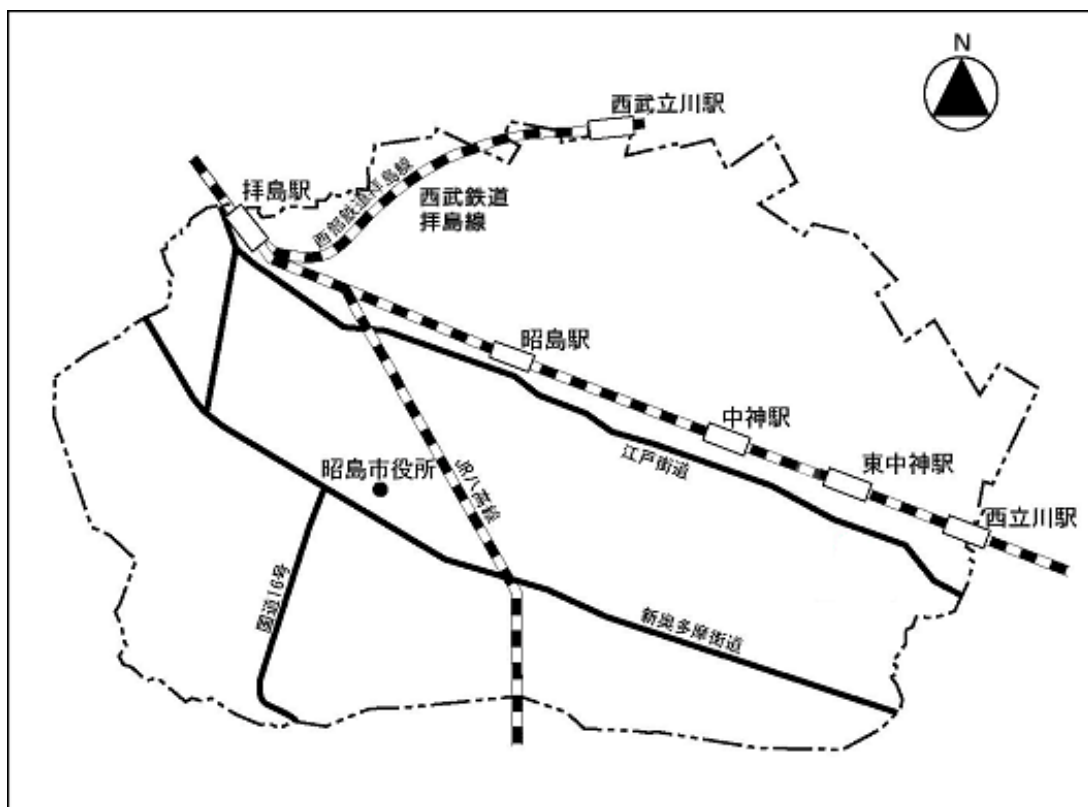
2. 市の概況と課題

ここでは「まち・ひと・しごと創生 昭島市総合戦略」（平成 28 年 2 月）と、「躍動するあきしま 元気プロジェクト報告書」（平成 28 年 3 月）を最新の昭島市の概況を分析したものとして捉え、内容を集約する。

1) 地勢

昭島市は、都心から西に約 35 キロメートル、東京都のほぼ中央に位置しており、面積は 17.34 平方キロメートル（東京都 26 市（以下 26 市と記載）中 12 位）である。

市内には JR 青梅線が東西に走り、5 つの駅が存在。うち 1 つの拝島駅は西武線・八高線とのターミナル駅であり、1 日あたり約 5.7 万人の利用者がある。また、国道 16 号や都道を通じ、中央道や圏央道、国道 20 号へのアクセスもよく、公共交通や広域道路網へのアクセスに優れている。

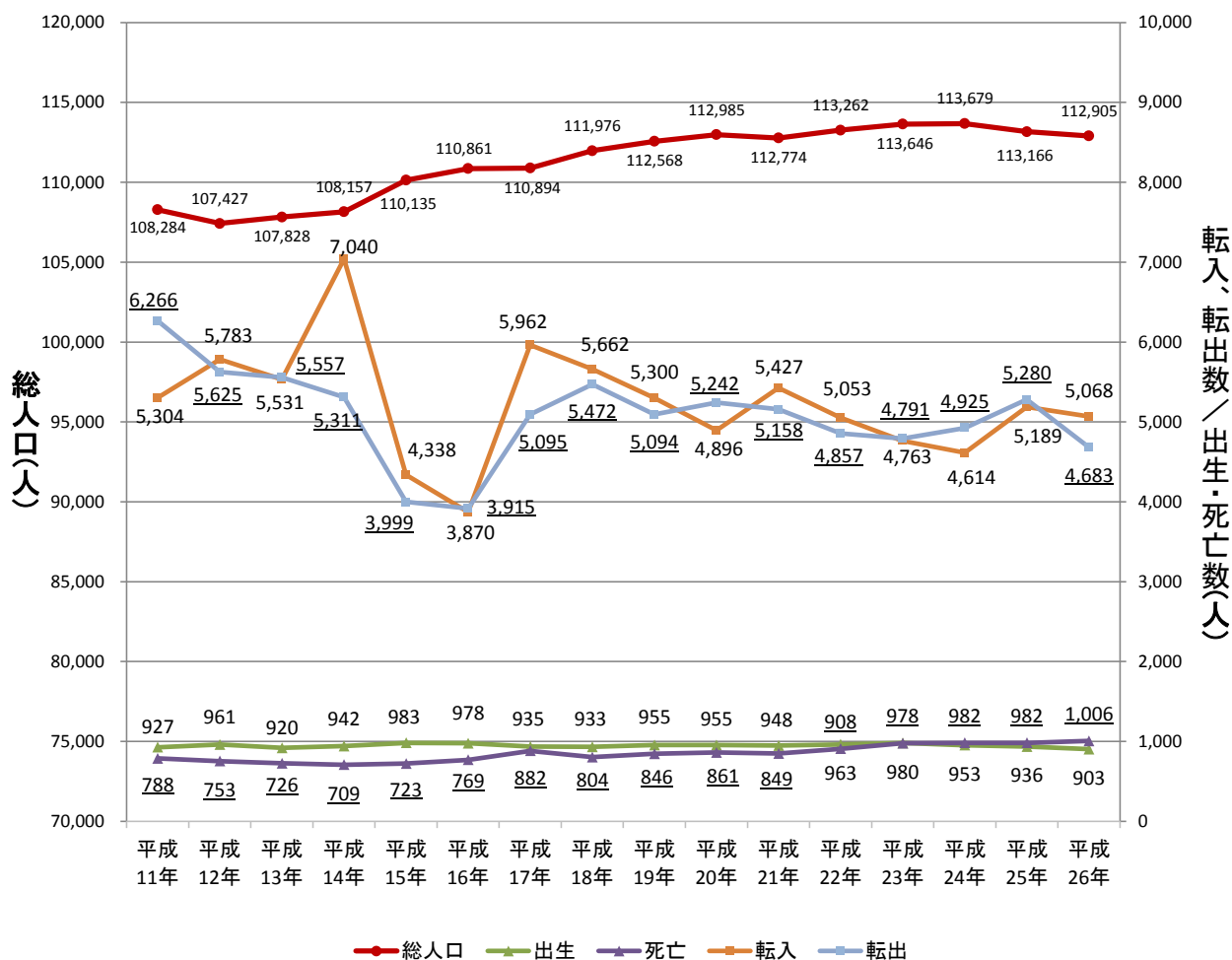


2) 人口動向

総人口の推移

昭島市の現在の人口は、住民基本台帳ベースで平成 28 年 1 月 1 日現在、112,987 人である。人口動向については、以下のような分析がなされている。

市制施行（昭和 29 年）以来、増加傾向で推移し、大型集合住宅の建設などにより、平成 22 年度には住民基本台帳人口で 113,000 人を超え、人口増加を維持してきた。



しかし、上記のグラフのとおり、出生・死亡数の「自然増減」は、近年では高齢化を背景に死亡数が上昇しており、わずかながら「自然減」の状態が続いている。

社会増減を示す転入・転出数は 5,000 人前後で概ね均衡しているが、この 10 年間の転入数は減少傾向に転じており、年によっては「社会減」の状態が生じている。

本市においては、自然増減、社会増減ともに顕著な増減を示すにはいたらないものの、近年では自然減・社会減に近づきつつあり、総人口は横ばいから減少局面へと移行しつつ

ある。

以下、自然増減と社会増減の傾向について、同じように「まち・ひと・しごと創生 昭島市総合戦略」（平成 28 年 2 月）から抜粋する。

【自然増減の状況】

- 未婚率は、平成 12（2000）年まで上昇傾向にあったがその後はほぼ横ばいで推移し、東京都と同水準の 55.3%となっている。女性よりも男性未婚率が高いが、年齢別にみると 35～39 歳男性と 25～39 歳女性の伸びが目立っている。
- 出生数は、平成 23（2011）年まで 950 人前後で推移してきたが、ここ数年は減少傾向にあり平成 26（2014）年は 903 人となっている。
- 死亡数は、平成 16（2004）年まで 700 人台だったものが、年々増え続け、平成 26（2014）年は 1,000 人を超えている。
- 出生・死亡数の「自然増減」においては、出生数の横ばいが続く中、高齢化を背景に死亡数が上昇しており、平成 23（2011）年以降は出生数よりも死亡数が多い「自然減」の状態が続いている。
- 合計特殊出生率（ベイズ推計値）は、平成 14（2002）年まで低下していたが、それ以降は増加に転じているものの、直近（平成 20（2008）年～平成 24（2012）年）の値では 1.36 となっている。
- 本市の合計特殊出生率（平成 20（2008）年～平成 24（2012）年）は、東京都（1.11）よりは高く、全国（1.38）よりわずかに低い水準であり、人口置換水準である 2.07 とは大きな開きがある。

【社会増減の状況】

- 本市の社会増減の推移は、平成 16（2004）年までは転入・転出数とも減少傾向にあったが、それ以降は 5,000 人前後で概ね均衡して推移している。これまでは、転入者数が転出者数を上回る社会増の傾向にあったが、この 10 年間の転入数は減少傾向にあり、年によっては「社会減」の状態が生じている。
- これまでは、いずれの時代でも「15～19 歳→20～24 歳」で高い移動数（転入超過）を示しており、大学進学や就職を期に転入が続いていたことがうかがえる。しかし、近年は少子化の影響もありこの山は以前に比べて低くなっている。
- 特に近年では 20 代から 30 代の転入・転出が多くなっており、就職や結婚・出産期といったライフイベントに応じた移動が中心となっている。
- 転入・転出先を都内・都外の区分でみると、ほとんどの年代で転入・転出ともに都内での移動が多くなっている。近隣では立川市、八王子市、福生市、日野市からの転入・転出が比較的多くみられ、近年の傾向としては特に立川市及び都特別区部へ

の転出超過が顕著となっている。

年齢3区分別人口の推移

上記のような自然増減・社会増減を、年齢3区分別人口の推移でみると、生産年齢人口（15～64歳）は、平成7年の77,697人をピークに概ね横ばいで推移しており、平成22年には74,451人となっている。年少人口（0～15歳）は昭和55年以降減少が続き、平成22年には14,579人となっている。一方、老年人口は増加を続けており、平成22年には23,267人となっている。平成12年を境に老年人口が年少人口を上回り、少子高齢化の進展が顕著となっている。



3) 就業者数の動向

市内在住の就業者の状況

次に産業振興に直結する就業者数の動向についてまとめる。昭島市の就業者数は平成22年で54,250人、性別でみると男性32,132人、女性22,118人となっている。平成12年からの推移をみると女性は増加しているのに対して男性は減少しており、特に男性では20代及び50代前半で、女性では20代前半及び50代前半で就業者数が減少傾向にある。

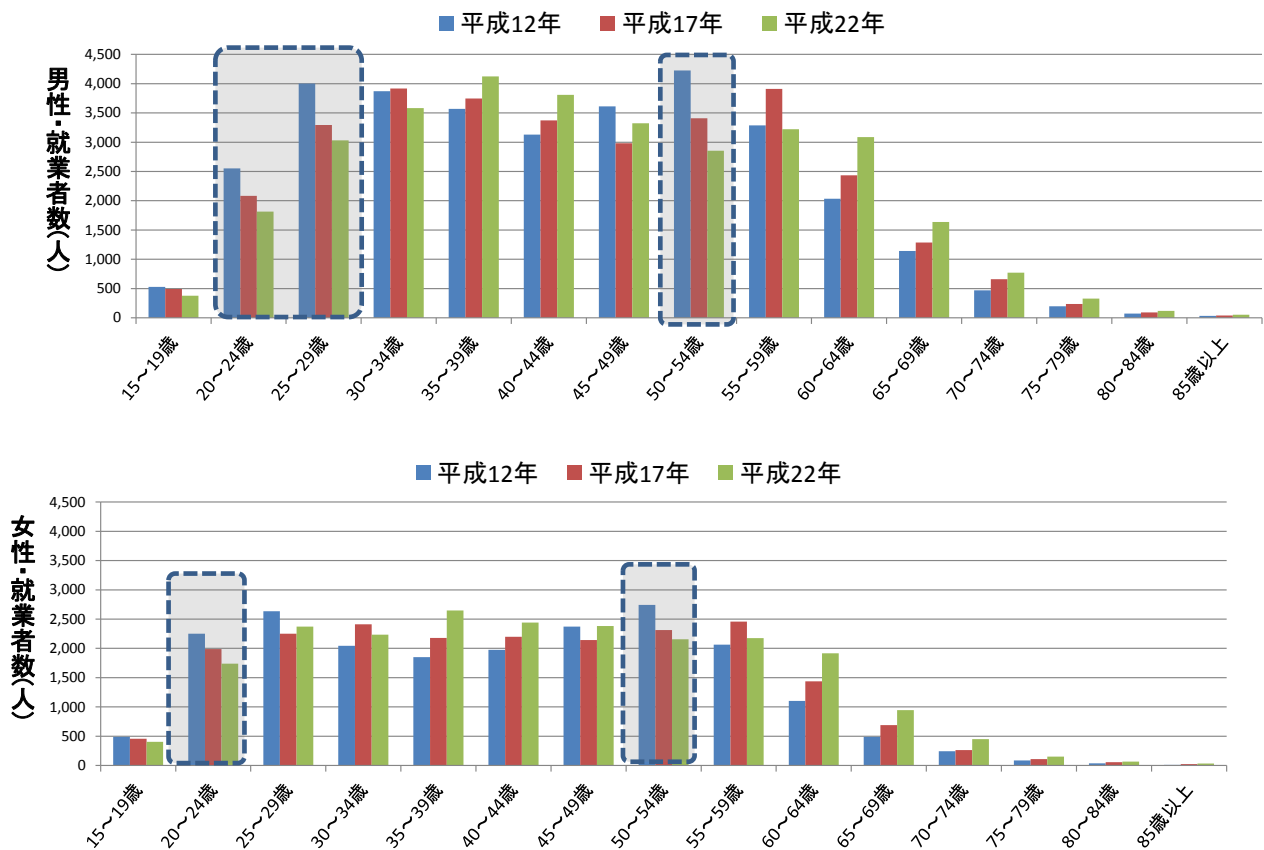
就業者数の推移（昭島市）（単位：人）

	平成 12 年	平成 17 年	平成 22 年
男性	32,723	31,958	32,132
平成 12 年を 100 とした場合	100.0	97.7	98.2
女性	20,395	20,982	22,118
平成 12 年を 100 とした場合	100.0	102.9	108.4
総数	53,118	52,940	54,250
平成 12 年を 100 とした場合	100.0	99.7	102.1

※国勢調査より作成

※昭島市の就業者＝昭島市を常住地とする就業者

性別・年齢階級別就業者数の推移（昭島市）（単位：人）



※国勢調査より作成

※昭島市の就業者＝昭島市を常住地とする就業者

従業地の状況

本市に常住する就業者 54,250 人の内の 62.0%（33,656 人）は市外へ通勤している。通

勤先として多いのは東京都内・区部であるが、近隣では立川市(5,921 人)や八王子市(2,535 人)への通勤が多くなっている。

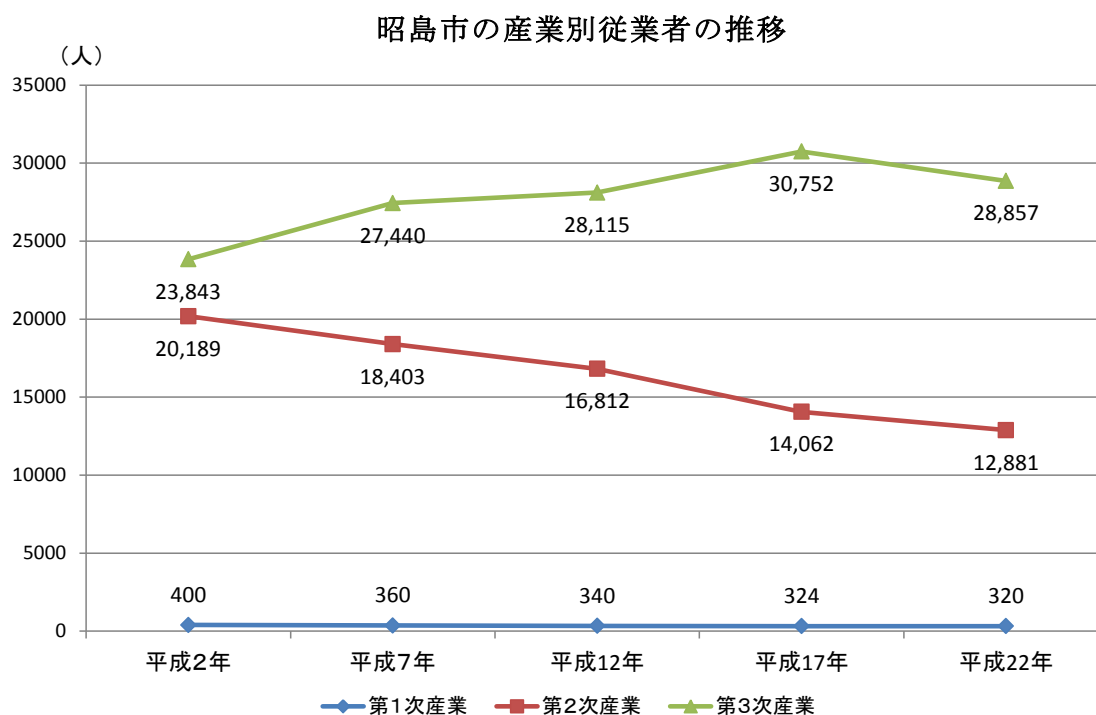
一方、市内従業者 45,154 人の内、51.4% (23,193 人) は市外からの通勤流入者である。通勤流入者の常住地として多いのは東京都内であるが、近隣では立川市(3,381 人)や福生市(2,217 人)からの流入が比較的多くなっている。

昭島市民の通勤先と比べると、市の西側では流入超過、東側では流出超過の傾向である。また、特別区部に関しては流入 956 人に対して 8 倍以上の 8,197 人が流出している。

産業別従業者数

本市の産業別従業者数の推移をみると、平成 22 (2010) 年では第 1 次産業は 320 人、第 2 次産業は 12,881 人となり、第 1 次産業は横ばい、第 2 次産業は減少傾向にある。また、第 3 次産業は平成 17 (2005) 年では 3 万人を超え増加傾向にあったが、平成 22 (2010) 年では 28,857 人と減少に転じている。

産業別従業者構成比を東京都及び全国と比較すると、本市では第 2 次産業従業者の割合(30.6%)が東京都(17.5%)よりも高くなっている。



※国勢調査より作成

※産業分類の「分類不能の産業」は除外

※昭島市の産業別従業者＝昭島市を従業地とする産業別の就業者

本市の産業大分類別従業者数を男女別にみると、男性では「製造業」を中心に、「卸売

業、小売業」「運輸業、郵便業」「建設業」が多く、女性では「卸売業、小売業」や「医療、福祉」が多くなっている。特化係数を用いて産業別従業者比率を全国比較すると、男性では「製造業」、女性では「運輸業、郵便業」で高い値となっている。

以下、就業者数の傾向について、同じように「まち・ひと・しごと創生 昭島市総合戦略」（平成 28 年 2 月）から抜粋する。

【就業者数の状況】

- 本市の就業者数は平成 22(2010)年の国勢調査で 54,250 人、性別で見ると男性 32,132 人、女性 22,118 人となっている。平成 12(2000)年の国勢調査時点と比較すると、近年では女性は増加しているのに対して男性では減少傾向にある。特に 20 代及び 50 代での減少が顕著である。
- 年齢階級別就業率で見ると、女性では 20 代後半の 69.2%、30 代から 40 代前半まで 60%程度に落ち込む、いわゆる M 字型曲線を描いている。男性においては 55～59 歳の就業率 84.9%から 60～64 歳以降急落している。
- 市内在住における市内就業者の割合をみると、男性は 59 歳までは 30%未満と低く、女性は 30～34 歳で 30.9%、35 歳以降は 40%以上となっており女性の方が市内就業率が高い。
- 市内の事業所数は、平成 18(2006)年から平成 24(2012)年にかけて減少傾向にある。
- 本市に常住する就業者 54,250 人の内 62.0%は市外への通勤流出者で、通勤先として多いのは東京都内・区部であるが、近隣では立川市や八王子市への通勤が多い。一方、市内従業者 45,154 人の内 51.4%は市外在住の通勤流入者であり、東京都内や立川市、福生市からの流入が比較的多くなっている。
- 昭島市民の通勤先と比べると、市の西側では流入超過、東側では流出超過の傾向である。また、特別区部に関しては流入 956 人に対して 8 倍以上の 8,197 人が流出している。
- 産業別にみると、第 1 次産業が 0.8%、第 2 次産業が 30.6%、第 3 次産業が 68.6%であり、第 2 次産業の割合が全国(25.2%)や東京都(17.5%)より高い。更に大分類別にみると、「製造業」「卸売業、小売業」の割合が高く、特に製造業においては多摩地域の中でも特化係数が高く、昭島市の基盤産業といえる。

4) 人口の将来展望

人口ビジョン

「まち・ひと・しごと創生 昭島市総合戦略」における人口ビジョンの独自推計による

と、平成 32 年の第五次昭島市総合基本計画の人口の目標値 115,000 人を下回る結果が出ている。ただ将来展望においては、立川基地跡地昭島地区において、法務省職員官舎の整備や住宅エリアの開発を勘案し、平成 32 年度までに約 3,200 人程度の人口の増加を加味している。また、官民一体となった魅力あるまちづくり、郷土芸能や伝統文化、水に代表される恵まれた自然環境など、本市の魅力を効果的に発信することにより、多くの人を訪れる広域的な人の流れを作り、転出超過を抑制し転入超過を促すことを視野に、将来の人口を推計すると 115,000 人を超え、基本計画目標値を達成するという展望をまとめている。

平成 32(2020)年	
市基本計画における目標値	115,000 人
国の推計値(社人研準拠)	111,000 人
独自推計(開発無し)	112,000 人
独自推計(開発有)	115,000 人

同戦略では、本市の人口変動における要因としては、自然増減、社会増減ともに同程度の影響力を持ち、仮に合計特殊出生率が人口置換水準である 2.07 を達成したとしても社会移動が減少してしまうと人口減少の歯止めとしての効果は半減すると分析しており、当面の目標としては社会増のレベルを維持・向上することが重要であり、長期的には出生率の上昇を目指していくことが必要となる。

そこで、目指すべき方向性として、3つの方針をまとめている。以下に引用する。

■本市への人の流れ（純移動率）を維持し、「住み続けたいまち」から「住んでみたいまち」へのまちづくりを目指す

転出入において、特に多かった区部や本市の東側に位置する近隣自治体への転出を抑制し、転入を促し、純移動率を維持することが必要である。そのためには、「多くの人に昭島を訪れてもらう」、「昭島の良さを知ってもらう」、「昭島に住んでみたいと思ってもらう」ことが重要な視点となる。

- ① 本市の中心拠点と位置付けた昭島駅周辺における民間商業施設や本市の東の玄関口として整備が進められている立川基地跡地を含む東中神駅周辺、鉄道交通の結節点であり本市の西の玄関口である拝島駅周辺など、人が訪れ回遊する民間と連携した魅力あるまちづくりを進めていく。
- ② 本市へ人を呼び込むには、「昭島の良さを知ってもらう」ことが重要であるため、昭島市に息づく歳時などの歴史や伝統文化、また、観光資源や市の宝である地下水 100%の水道水など、本市の魅力を効果的に発信・PRしていく。
- ③ 本市の強みとなる最先端の製造業や大規模な民間商業施設など、官民一体となった魅力あるまちづくりを進めるとともに、昭島の水に代表される豊かな自然環境を生

かし、良好な住環境を視点としたまちづくりを進めることで、「住んでみたいまち」として人の流れを呼び込む。

■長期的に若い世代の結婚・子育ての希望を実現し、出生率の上昇を目指す

長期的な人口の維持のためには、若い世代（ファミリー層を含む）の転出超過を抑制するとともに、若い世代の結婚や子育ての希望をかなえ、出生率の上昇を目指していくことが必要である。

若い世代の良好な雇用・就労環境を確保していくとともに、結婚・妊娠・出産・子育てを総括的に支援することで、「生みやすい」「育てやすい」環境を整備していく。

■高齢化などの人口構造の変化を捉え、時代に合ったまちづくりを目指す

急速な高齢化に伴う老年人口の増加に伴い、要介護高齢者や認知症高齢者、医療ニーズの高い高齢者が増加し、単身高齢者や高齢者のみの世帯の増加も見込まれるため、これらの変化に対応していくことが必要である。

高齢者が可能な限り住み慣れた地域で、その有する能力に応じて自立した生活を営むことができるよう、自助・互助・共助・公助を基本とした、医療、介護、介護予防、住まい及び生活支援を一体的に提供する、地域包括ケアシステムの構築と実践をしていく。

また、人口構造の変化は地域の防犯・防災組織のあり方や、利用しやすい公共施設、近隣市との連携のあり方などにも変化をもたらすことが考えられることから、これからの時代に合った、都市の価値を高めるまちづくりを推進していく。

産業振興へのつながり

上記のような方向性のうち、魅力的なまちづくりを行い、「多くの人に昭島を訪れてもらう」、「昭島の良さを知ってもらう」、「昭島に住んでみたいと思ってもらう」ためには、商業や観光といった産業のあり方が大きく影響を与える。また、若い世代の良好な雇用・就労環境を確保していくが、「生みやすい」「育てやすい」環境につながるなら、産業における「人」の重要性も大きい。さらに、高齢化が進むなかで、高齢者が可能な限り住み慣れた地域で、その有する能力に応じて自立した生活を営むことができるよう、医療、介護、介護予防、住まい及び生活支援を一体的に提供する地域包括ケアシステムの構築は、福祉だけではまかないきれず、民間の産業による下支えが必要となる。産業振興が、今後の昭島市のまちづくりに大きな役割を果たすといえよう。

3. 産業構造の分析

1) 事業所全体の傾向

最新の平成 26 年経済センサス基礎調査によれば、昭島市の全産業の事業所数は 3,803 となっている。最も多い業種は、産業の大分類で「卸売業・小売業」で全体の 24.5%、次いで「宿泊業・飲食サービス業」が 14.7%、「生活関連サービス業・娯楽業」9.6%、「医療・福祉」9.5%、「建設業」8.7%、「製造業」7.3%という順番になっている。この結果を中分類でみるとより傾向がより明確になる。事業所数では 1 位が「飲食店」で 12.7%、2 位が「洗濯・理容・美容・浴場業」7.1%、「その他の小売業」6.2%、「飲食料品小売業」5.7%、「医療業」5.5%となっている。

これを従業員数でみてみよう。市内事業所の従業者数の合計は 51,066 人であり、そのうち 1,176 人が個人事業主である。最も従業者数が多い業種は「製造業」で 13,515 人、全体の 26.5%を占めている。2 位が「卸売業・小売業」で 19.1%、次いで「医療・福祉」13.1%、「宿泊業・飲食サービス業」8.3%、「運輸業・郵便業」7.6%という順番となっている。中分類でみると、従業員数では「輸送用機械器具製造業」が 3,801 人でトップ（全体の 7.4%）、次いで「社会保険・社会福祉・介護事業」7.0%、「飲食店」6.7%、「道路貨物運送業」6.2%、「医療業」と「飲食料品小売業」が同率 6.0%となっている。1 事業所あたりの従業者数だと、「輸送用機械器具製造業」が 181 人でトップ、「各種商品小売業」118.3 人、「電子商品・デバイス・電子回路製造業」117.6 人、「食料品製造業」116.8 人、「情報通信機械器具製造業」109.3 人となっていて「各種商品小売業」以外は製造業が上位 5 位を占めている。「各種商品小売業」は 10 事業所で 118.3 人なので、大規模商業施設での雇用を示しているといえる。

平成26年							
業種	事業所数	事業所割合 %	従 業 者 数				
			総 数	総数割合 %	うち個人業主	個人事業主割合 %	1事業所当たり従業員数
A～S 全産業	3803		51066		1176		13.4
A～R 全産業 (S公務を除く)	3781		50132		1176		13.3
A～B 農林漁業	6	0.2	51	0.1	－	－	8.5
A 農業、林業	6	0.2	51	0.1	－	－	8.5
B 漁業	－	－	－	－	－	－	－
C～S 非農林漁業	3797	99.8	51015	99.9	1176	100.0	13.4
C～R 非農林漁業 (S公務を除く)	3775	99.3	50081	98.1	1176	100.0	13.3
C 鉱業、採石業、砂利採取業	2	0.1	8	0.0	－	－	4
D 建設業	332	8.7	2000	3.9	52	4.4	6
E 製造業	278	7.3	13515	26.5	46	3.9	48.6
F 電気・ガス・熱供給・水道業	8	0.2	191	0.4	－	－	23.9
G 情報通信業	40	1.1	593	1.2	－	－	14.8
H 運輸業、郵便業	74	1.9	3856	7.6	5	0.4	52.1
I 卸売業、小売業	932	24.5	9779	19.1	205	17.4	10.5
J 金融業、保険業	40	1.1	528	1.0	1	0.1	13.2
K 不動産業、物品賃貸業	259	6.8	935	1.8	71	6.0	3.6
L 学術研究、専門・技術サービス業	133	3.5	957	1.9	61	5.2	7.2
M 宿泊業、飲食サービス業	560	14.7	4242	8.3	306	26.0	7.6
N 生活関連サービス業、娯楽業	366	9.6	1901	3.7	200	17.0	5.2
O 教育、学習支援業	186	4.9	1914	3.7	77	6.5	10.3
P 医療、福祉	360	9.5	6696	13.1	131	11.1	18.6
Q 複合サービス事業	16	0.4	420	0.8	－	－	26.3
R サービス業 (他に分類されないもの)	189	5.0	2546	5.0	21	1.8	13.5
S 公務 (他に分類されるものを除く)	22	0.6	934	1.8	－	－	42.5

図表 1： 平成 26 年 昭島市の事業所数と従業者数【産業大分類】

(平成 26 年経済センサス基礎調査より作成)

平成26年							
業種	事業所数	事業所割合 %	従 業 者 数				
			総 数	総数割合 %	うち個人業主	個人事業主割合 %	1事業所当たり従業員数
76 飲食店	484	12.7	3425	6.7	300	25.5	7.1
78 洗濯・理容・美容・浴場業	269	7.1	1029	2.0	184	15.6	3.8
60 その他の小売業	236	6.2	1849	3.6	55	4.7	7.8
58 食料品小売業	217	5.7	3042	6.0	73	6.2	14
83 医療業	208	5.5	3047	6.0	130	11.1	14.6
69 不動産賃貸業・管理業	171	4.5	469	0.9	66	5.6	2.7
82 その他の教育、学習支援業	150	3.9	777	1.5	76	6.5	5.2
85 社会保険・社会福祉・介護事業	150	3.9	3566	7.0	1	0.1	23.8
06 総合工事業	127	3.3	837	1.6	13	1.1	6.6
07 職別工事業 (設備工事業を除く)	125	3.3	685	1.3	28	2.4	5.5
57 織物・衣服・身の回り品小売業	113	3.0	668	1.3	24	2.0	5.9
59 機械器具小売業	85	2.2	657	1.3	26	2.2	7.7
08 設備工事業	80	2.1	478	0.9	11	0.9	6
68 不動産取引業	69	1.8	264	0.5	4	0.3	3.8
72 専門サービス業 (他に分類されないもの)	68	1.8	265	0.5	44	3.7	3.9
92 その他の事業サービス業	68	1.8	1190	2.3	1	0.1	17.5
54 機械器具卸売業	61	1.6	383	0.8	3	0.3	6.3
52 食料品卸売業	60	1.6	755	1.5	6	0.5	12.6
77 持ち帰り・配達飲食サービス業	59	1.6	573	1.1	5	0.4	9.7
53 建築材料、鉱物・金属材料等卸売業	57	1.5	461	0.9	5	0.4	8.1

図表 2：平成 26 年 昭島市の事業所と従業者数【産業中分類】 事業所数トップ 20

平成26年							
業種	事業所数	事業所 割合 %	従 業 者 数				
			総 数	総数 割合	うち 個人業主	個人事業主 割合	1事業所 当たり 従業者数
				%		%	
31 輸送用機械器具製造業	21	0.6	3801	7.4	1	0.1	181
85 社会保険・社会福祉・介護事業	150	3.9	3566	7.0	1	0.1	23.8
76 飲食店	484	12.7	3425	6.7	300	25.5	7.1
44 道路貨物運送業	39	1.0	3147	6.2	2	0.2	80.7
83 医療業	208	5.5	3047	6.0	130	11.1	14.6
58 飲食料品小売業	217	5.7	3042	6.0	73	6.2	14
09 食料品製造業	23	0.6	2686	5.3	5	0.4	116.8
29 電気機械器具製造業	28	0.7	2096	4.1	3	0.3	74.9
60 その他の小売業	236	6.2	1849	3.6	55	4.7	7.8
28 電子部品・デバイス・電子回路製造業	15	0.4	1764	3.5	－	－	117.6
92 その他の事業サービス業	68	1.8	1190	2.3	1	0.1	17.5
56 各種商品小売業	10	0.3	1183	2.3	－	－	118.3
81 学校教育	36	0.9	1137	2.2	1	0.1	31.6
78 洗濯・理容・美容・浴場業	269	7.1	1029	2.0	184	15.6	3.8
98 地方公務	22	0.6	934	1.8	－	－	42.5
06 総合工事業	127	3.3	837	1.6	13	1.1	6.6
82 その他の教育、学習支援業	150	3.9	777	1.5	76	6.5	5.2
30 情報通信機械器具製造業	7	0.2	765	1.5	－	－	109.3
52 飲食料品卸売業	60	1.6	755	1.5	6	0.5	12.6
07 職別工事業(設備工事業を除く)	125	3.3	685	1.3	28	2.4	5.5

図表 3：平成 26 年 昭島市の事業所と従業者数【産業中分類】 従業者数トップ 20

平成26年							
業種	事業所数	事業所 割合 %	従 業 者 数				
			総 数	総数 割合	うち 個人業主	個人事業主 割合	1事業所 当たり 従業者数
				%		%	
31 輸送用機械器具製造業	21	0.6	3801	7.4	1	0.1	181
56 各種商品小売業	10	0.3	1183	2.3	－	－	118.3
28 電子部品・デバイス・電子回路製造業	15	0.4	1764	3.5	－	－	117.6
09 食料品製造業	23	0.6	2686	5.3	5	0.4	116.8
30 情報通信機械器具製造業	7	0.2	765	1.5	－	－	109.3
44 道路貨物運送業	39	1.0	3147	6.2	2	0.2	80.7
34 ガス業	1	0.0	77	0.2	－	－	77
29 電気機械器具製造業	28	0.7	2096	4.1	3	0.3	74.9
98 地方公務	22	0.6	934	1.8	－	－	42.5
84 保健衛生	2	0.1	83	0.2	－	－	41.5

図表 4：平成 26 年 昭島市の事業所と従業者数【産業中分類】 1 事業所当たり従業者数トップ 10

このようにみていくと、昭島市の事業所の傾向がみえてくる。事業所の数でいえば、「卸売・小売」、「宿泊・飲食」、「生活関連サービス・娯楽」で約半分を占めていて、特に飲食店やクリーニング、理容・美容、飲食料品小売といった小さな商店で、個人事業主が多い。一方、従業員数でいえば、圧倒的に製造業が多くて 3 割近くを占め、次いで卸売・小売、医療・福祉と続く。製造業、卸売・小売、医療福祉、宿泊・飲食で全体の 67%となる。

細かくみれば、特に輸送用機械器具製造業 21 社で全体の 7.4%、1 事業所あたり 181 人の雇用を生み出している。2 位は社会保険・社会福祉・介護事業で 3,566 人を雇用しているが、1 事業所あたりは 23.8 人、飲食店も 3,425 人だが、1 事業所あたりでは 7.1 人と

なる。1事業所あたりの従業者数が多いのは、第2位の各種商品小売業（スーパー等）を除けば、輸送用機械器具、電子部品、デバイス、電子回路、食料品、情報通信機器といった製造業が上位を占めている。ここでの各種商品小売業も駅前の商業施設を示していると推測できる。

つまり、大規模な製造業や商業施設の一部が大きな雇用を生み出している一方で、飲食店のような小さな商店、病院・福祉系の事業所が数では多く、小さいながらも昭島市の雇用を支えていることになる。

2) 5年間の推移

次に、事業所がこの5年間でどのように変化したのかをみていく。まず、全体の数であるが、平成21年の同調査では事業所数が3,981だったので、5年間で178の事業所が減少しているということになる。これは4.5%の減少率である。

業種別に増減数をみると、最も減ったのは「建設業」の58事業所、2位は53減少の「製造業」と「卸売業・小売業」、その後に「宿泊業・飲食サービス業」（－31）、「生活関連サービス業・娯楽業」（－21）と続く。一方、増えた事業所をみると、大分類では医療・福祉が73事業所増えていることが特徴的である。

項目	事業所数	従業者数			事業所数	従業者数		
		総数	うち個人業主	1事業所当たり従業者数		総数	うち個人業主	1事業所当たり従業者数
D 建設業	-58	-555	-17	-0.6	-14.9	-21.7	-24.6	-9.1
E 製造業	-53	3109	-1	17.2	-16.0	29.9	-2.1	54.8
I 卸売業、小売業	-53	-412	-92	0.2	-5.4	-4.0	-31.0	1.9
M 宿泊業、飲食サービス業	-31	-119	-73	0.2	-5.2	-2.7	-19.3	2.7
N 生活関連サービス業、娯楽業	-21	-724	-34	-1.6	-5.4	-27.6	-14.5	-23.5
K 不動産業、物品賃貸業	-20	-755	-10	-2.5	-7.2	-44.7	-12.3	-41.0
H 運輸業、郵便業	-14	-628	-1	1.1	-15.9	-14.0	-16.7	2.2
L 学術研究、専門・技術サービス業	-7	-371	-4	-2.3	-5.0	-27.9	-6.2	-24.2
J 金融業、保険業	-5	-57	0	0.2	-11.1	-9.7	0.0	1.5
G 情報通信業	-3	56	-	2.3	-7.0	10.4	-	18.4
Q 複合サービス事業	-1	197	-	13.2	-5.9	88.3	-	100.8
S 公務（他に分類されるものを除く）	-1	16	-	2.6	-4.3	1.7	-	6.5
C 鉱業、採石業、砂利採取業	1	7	-	3	100.0	700.0	-	300.0
A 農業、林業	1	-10	-	-3.7	20.0	-16.4	-	-30.3
F 電気・ガス・熱供給・水道業	2	38	-	-1.6	33.3	24.8	-	-6.3
O 教育、学習支援業	5	-85	2	-0.7	2.8	-4.3	2.7	-6.4
R サービス業（他に分類されないもの）	7	-367	-2	-2.5	3.8	-12.6	-8.7	-15.6
P 医療、福祉	73	1875	7	1.8	25.4	38.9	5.6	10.7
B 漁業	-	-	-	-	-	-	-	-

図表5：平成26年と平成21年の事業所と従業者数の推移【産業大分類】 事業所数の減少順

中分類でみると、「飲食店」が52減で1位、次いで「その他の小売業」（－33）、「職別工事業（設備工事業を除く）」（－31）、「機械器具小売業」（－21）、「洗濯・理容・美容・浴場業」（－21）という結果だった。大分類で第2位の減少数だった「製造業」については、中分類でみると、減少数トップ5には入らないが、「金属製品製造業」（－15）、「はん用機械器具製造業」（－11）、「電子部品・デバイス・電子回路製造業」（－11）というところ

ろが目立っている。

項目	増減数				増減率			
	事業所数	従業者数			事業所数	従業者数		
		総数	うち個人業主	1事業所当たり従業者数		総数	うち個人業主	1事業所当たり従業者数
76 飲食店	-52	-127	-73	0.5	-9.7	-3.6	-19.6	7.6
60 その他の小売業	-33	-266	-38	-0.1	-12.3	-12.6	-40.9	-1.3
07 職別工事業(設備工事業を除く)	-31	-319	-5	-0.9	-19.9	-31.8	-15.2	-14.1
59 機械器具小売業	-21	74	-12	2.2	-19.8	12.7	-31.6	40.0
78 洗濯・理容・美容・浴場業	-21	-579	-31	-1.7	-7.2	-36.0	-14.4	-30.9
08 設備工事業	-18	-216	-3	-1.1	-18.4	-31.1	-21.4	-15.5
55 その他の卸売業	-18	-343	-3	-2.4	-26.1	-40.9	-33.3	-19.8
24 金属製品製造業	-15	-191	-2	-0.7	-26.8	-31.6	-25.0	-6.5
69 不動産賃貸業・管理業	-14	-604	-11	-3.1	-7.6	-56.3	-14.3	-53.4
28 電子部品・デバイス・電子回路製造業	-11	-96	-	46.1	-42.3	-5.2	-	64.5
25 はん用機械器具製造業	-11	10	-5	16.2	-55.0	4.0	-83.3	130.6
44 道路貨物運送業	-11	-256	-1	12.6	-22.0	-7.5	-33.3	18.5

図表6：平成26年と平成21年の事業所と従業者数の推移【産業中分類】 事業所数の減少トップ10

一方、増えているのは「社会保険・社会福祉・介護事業」が49事業所増、「医療業」は+26、「持ち帰り・配達飲食サービス業」が+23、「無店舗小売業」が+14と続く。

項目	事業所数	増減数			事業所数	増減率		
		従 業 者 数				従 業 者 数		
		総 数	うち 個人業主	1事業所 当たり 従業者数		総 数	うち 個人業主	1事業所 当たり 従業者数
85 社会保険・社会福祉・介護事業	49	975	-	-1.9	48.5	37.6	-	-7.4
83 医療業	26	838	6	2.5	14.3	37.9	4.8	20.7
77 持ち帰り・配達飲食サービス業	23	119	0	-2.9	63.9	26.2	0.0	-23.0
61 無店舗小売業	14	10	5	-7.4	116.7	5.7	500.0	-51.0
51 繊維・衣服等卸売業	9	56	0	-0.6	180.0	155.6	0.0	-8.3

図表7：平成26年と平成21年の事業所と従業者数の推移【産業中分類】 事業所数の増加トップ5

業種別にこの5年間の増減率をみても。これは増減に実数に関わらず、5年間での増え方や減り方が大きなところとなる。

大分類では、「製造業」が-16.0%（331から278事業所）と最も減少率が高く、「運輸業・郵便業」-15.9%（88から74事業所）、「建設業」-14.9%（390から332事業所）となっている。増加率が高いのは、倍になっている「鉱業・採石業、砂利採取業」は1から2事業所への増加であり、事業所数としては、あまりインパクトはない。ここでも大きいのは「医療・福祉」が25.4%増で287から360事業所と大幅に増えている。

項目	増減数				増減率			
	事業所数	従業者数			事業所数	従業者数		
		総数	うち個人業主	1事業所当たり従業者数		総数	うち個人業主	1事業所当たり従業者数
E 製造業	-53	3109	-1	17.2	-16.0	29.9	-2.1	54.8
H 運輸業, 郵便業	-14	-628	-1	1.1	-15.9	-14.0	-16.7	2.2
D 建設業	-58	-555	-17	-0.6	-14.9	-21.7	-24.6	-9.1
J 金融業, 保険業	-5	-57	0	0.2	-11.1	-9.7	0.0	1.5
K 不動産業, 物品賃貸業	-20	-755	-10	-2.5	-7.2	-44.7	-12.3	-41.0
G 情報通信業	-3	56	-	2.3	-7.0	10.4	-	18.4
Q 複合サービス事業	-1	197	-	13.2	-5.9	88.3	-	100.8
N 生活関連サービス業, 娯楽業	-21	-724	-34	-1.6	-5.4	-27.6	-14.5	-23.5
I 卸売業, 小売業	-53	-412	-92	0.2	-5.4	-4.0	-31.0	1.9
M 宿泊業, 飲食サービス業	-31	-119	-73	0.2	-5.2	-2.7	-19.3	2.7
L 学術研究, 専門・技術サービス業	-7	-371	-4	-2.3	-5.0	-27.9	-6.2	-24.2
S 公務(他に分類されるものを除く)	-1	16	-	2.6	-4.3	1.7	-	6.5
O 教育, 学習支援業	5	-85	2	-0.7	2.8	-4.3	2.7	-6.4
R サービス業(他に分類されないもの)	7	-367	-2	-2.5	3.8	-12.6	-8.7	-15.6
A 農業, 林業	1	-10	-	-3.7	20.0	-16.4	-	-30.3
P 医療, 福祉	73	1875	7	1.8	25.4	38.9	5.6	10.7
F 電気・ガス・熱供給・水道業	2	38	-	-1.6	33.3	24.8	-	-6.3
C 鉱業, 採石業, 砂利採取業	1	7	-	3	100.0	700.0	-	300.0
B 漁業	-	-	-	-	-	-	-	-

図表 8：平成 26 年と平成 21 年の事業所と従業者数の推移【産業大分類】 事業所数の減少率順

中分類では、製造業の減少の詳細が明らかになるが、「窯業・土石製品製造業」が－55.6%（9 から 4 事業所）、「はん用機械器具製造業」が－55.0%（20 から 9 事業所）が大きなところである。大分類で減少率が高かった「運輸業・郵便業」の中分類をみると、「倉庫業」が－26.7%（15 から 11 事業所）、「道路貨物運送業」が－22.0%（50 から 39 事業所）が特徴的である。また、「建設業」においては「職別工事業（設備工事業を除く）」が－19.9%（156 から 125 事業所）、「設備工事業」が－18.4%（98 から 80 事業所）が特徴的である。

項目	増減数				増減率			
	事業所数	従 業 者 数			事業所数	従 業 者 数		
		総 数	うち 個人業主	1事業所 当たり 従業者数		総 数	うち 個人業主	1事業所 当たり 従業者数
21 窯業・土石製品製造業	-5	-440	-	-46.7	-55.6	-96.5	-	-92.1
25 はん用機械器具製造業	-11	10	-5	16.2	-55.0	4.0	-83.3	130.6
65 金融商品取引業、商品先物取引業	-1	-1	-	0.5	-50.0	-33.3	-	33.3
64 貸金業、クレジットカード業等非預金信用機関	-1	-7	-	-3	-50.0	-87.5	-	-75.0
84 保健衛生	-2	62	-	36.2	-50.0	295.2	-	683.0
73 広告業	-2	-1	-	2.2	-50.0	-9.1	-	78.6
14 パルプ・紙・紙加工品製造業	-3	-270	-	-31.1	-42.9	-79.6	-	-64.3
28 電子部品・デバイス・電子回路製造業	-11	-96	-	46.1	-42.3	-5.2	-	64.5
71 学術・開発研究機関	-3	-19	-	7.5	-33.3	-9.9	-	35.2
15 印刷・同関連業	-6	-7	0	0.7	-30.0	-12.3	0.0	24.1
90 機械等修理業（別掲を除く）	-6	87	-2	7.8	-27.3	65.4	-22.2	130.0
24 金属製品製造業	-15	-191	-2	-0.7	-26.8	-31.6	-25.0	-6.5
47 倉庫業	-4	-51	-	0.2	-26.7	-25.8	-	1.5
55 その他の卸売業	-18	-343	-3	-2.4	-26.1	-40.9	-33.3	-19.8
30 情報通信機械器具製造業	-2	660	-	97.6	-22.2	628.6	-	834.2
44 道路貨物運送業	-11	-256	-1	12.6	-22.0	-7.5	-33.3	18.5
87 協同組合（他に分類されないもの）	-1	12	-	9.1	-20.0	9.8	-	37.3
40 インターネット附随サービス業	-1	-28	-	-5.1	-20.0	-73.7	-	-67.1
23 非鉄金属製造業	-1	-64	-	-11	-20.0	-64.0	-	-55.0
07 職別工事業（設備工事業を除く）	-31	-319	-5	-0.9	-19.9	-31.8	-15.2	-14.1
59 機械器具小売業	-21	74	-12	2.2	-19.8	12.7	-31.6	40.0
08 設備工事業	-18	-216	-3	-1.1	-18.4	-31.1	-21.4	-15.5
12 木材・木製品製造業（家具を除く）	-1	30	0	7.6	-16.7	62.5	0.0	95.0
27 業務用機械器具製造業	-3	-1595	2	-86.8	-16.7	-90.7	100.0	-88.8
70 物品賃貸業	-3	-118	0	-3.9	-13.6	-36.9	0.0	-26.9
60 その他の小売業	-33	-266	-38	-0.1	-12.3	-12.6	-40.9	-1.3
52 飲食品卸売業	-8	-255	-1	-2.3	-11.8	-25.2	-14.3	-15.4
09 食料品製造業	-3	156	1	19.5	-11.5	6.2	25.0	20.0
67 保険業（保険媒介代理業、保険サービス業を含む）	-3	-62	-	-1.2	-11.1	-20.7	-	-10.8
75 宿泊業	-2	-111	0	-4.3	-10.5	-31.3	0.0	-23.0

図表 9：平成 26 年と平成 21 年の事業所と従業者数の推移【産業中分類】 事業所数の減少率トップ 30

増えているところについては、「無店舗小売業」が 116.7%増（12 から 26 事業所）と倍以上増え、「持ち帰り・配達飲食サービス業」も 63.9%増（36 から 59 事業所）という状況である。大分類で増えていた医療・福祉については、「社会保険・社会福祉・介護事業」が 48.5%増（101 から 150 事業所）、「医療」が 14.3%増（182 から 208 事業所）と、この 2 つが総数でも比率でも高くなっている。

項目	増減数				増減率			
	事業所数	従 業 者 数			事業所数	従 業 者 数		
		総 数	うち 個人業主	1事業所 当たり 従業者数		総 数	うち 個人業主	1事業所 当たり 従業者数
56 各種商品小売業	7	-75	-	-301	233.3	-6.0	-	-71.8
51 繊維・衣服等卸売業	9	56	0	-0.6	180.0	155.6	0.0	-8.3
61 無店舗小売業	14	10	5	-7.4	116.7	5.7	500.0	-51.0
05 鉱業、採石業、砂利採取業	1	7	-	3	100.0	700.0	-	300.0
91 職業紹介・労働者派遣業	4	-190	-	-57.2	66.7	-33.2	-	-59.9
77 持ち帰り・配達飲食サービス業	23	119	0	-2.9	63.9	26.2	0.0	-23.0
85 社会保険・社会福祉・介護事業	49	975	-	-1.9	48.5	37.6	-	-7.4
36 水道業	2	34	-	0.3	40.0	42.5	-	1.9
31 輸送用機械器具製造業	5	3042	-	133.6	31.3	400.8	-	281.9
32 その他の製造業	4	224	3	9	25.0	122.4	300.0	78.9
01 農業	1	-10	-	-3.7	20.0	-16.4	-	-30.3
42 鉄道業	1	24	-	1.2	16.7	25.8	-	7.7
83 医療業	26	838	6	2.5	14.3	37.9	4.8	20.7
18 プラスチック製品製造業(別掲を除く)	1	27	-1	2.4	14.3	50.0	-50.0	31.2
41 映像・音声・文字情報制作業	1	7	-	0.6	14.3	41.2	-	25.0
93 政治・経済・文化団体	1	-46	-	-5.1	10.0	-46.0	-	-51.0
43 道路旅客運送業	1	-102	0	-13.8	10.0	-20.6	0.0	-27.8
94 宗教	2	23	-	0.7	9.5	38.3	-	24.1
92 その他の事業サービス業	5	-300	-	-6.2	7.9	-20.1	-	-26.2
53 建築材料、鉱物・金属材料等卸売業	4	-88	-2	-2.3	7.5	-16.0	-28.6	-22.1

図表 10：平成 26 年と平成 21 年の事業所と従業者数の推移【産業中分類】 事業所数の増加率トップ 20

次に、従業員数の推移をみてみよう。全事業所の従業者数でいえば平成 21 年が 49,851 人で、平成 26 年が 51,066 人なので、1,215 人増で 2.4%の増加である。一方、個人事業主は 225 人減っていて、16.1%の減少である。

5 年間で最も増えた業種は、大分類では「製造業」で 3109 人増加している。2 番目が「医療・福祉」で 1875 人増加、3 番目が「複合サービス業」197 人、4 番目「情報通信業」56 人となっている 1 事業所あたりの従業員数では、「製造業」が 17.2 人増、「複合サービス業」が 13.2 人増という結果である。

項目	増減数				増減率			
	事業所数	従 業 者 数			事業所数	従 業 者 数		
		総 数	うち 個人業主	1事業所 当たり 従業者数		総 数	うち 個人業主	1事業所 当たり 従業者数
E 製造業	-53	3109	-1	17.2	-16.0	29.9	-2.1	54.8
P 医療、福祉	73	1875	7	1.8	25.4	38.9	5.6	10.7
Q 複合サービス事業	-1	197	-	13.2	-5.9	88.3	-	100.8
G 情報通信業	-3	56	-	2.3	-7.0	10.4	-	18.4
F 電気・ガス・熱供給・水道業	2	38	-	-1.6	33.3	24.8	-	-6.3
S 公務(他に分類されるものを除く)	-1	16	-	2.6	-4.3	1.7	-	6.5
C 鉱業、採石業、砂利採取業	1	7	-	3	100.0	700.0	-	300.0
A 農業、林業	1	-10	-	-3.7	20.0	-16.4	-	-30.3
J 金融業、保険業	-5	-57	0	0.2	-11.1	-9.7	0.0	1.5
O 教育、学習支援業	5	-85	2	-0.7	2.8	-4.3	2.7	-6.4
M 宿泊業、飲食サービス業	-31	-119	-73	0.2	-5.2	-2.7	-19.3	2.7
R サービス業(他に分類されないもの)	7	-367	-2	-2.5	3.8	-12.6	-8.7	-15.6
L 学術研究、専門・技術サービス業	-7	-371	-4	-2.3	-5.0	-27.9	-6.2	-24.2
I 卸売業、小売業	-53	-412	-92	0.2	-5.4	-4.0	-31.0	1.9
D 建設業	-58	-555	-17	-0.6	-14.9	-21.7	-24.6	-9.1
H 運輸業、郵便業	-14	-628	-1	1.1	-15.9	-14.0	-16.7	2.2
N 生活関連サービス業、娯楽業	-21	-724	-34	-1.6	-5.4	-27.6	-14.5	-23.5
K 不動産業、物品賃貸業	-20	-755	-10	-2.5	-7.2	-44.7	-12.3	-41.0
B 漁業	-	-	-	-	-	-	-	-

図表 11：平成 26 年と平成 21 年の事業所と従業者数の推移【産業大分類】 従業者数の増加順

減少のほうでは、「不動産業・物品賃貸業」が 755 人減少でトップ、「生活関連サービス業・娯楽業」が 724 人減少、「運輸業・郵便業」が 628 人減少、「建設業」555 人減少、「卸売業・小売業」412 人減少とここまでがワースト 5 である。このなかで特に個人事業主が減少しているのが「卸売業・小売業」で 92 人減少、「宿泊業・飲食サービス業」73 減少、「生活関連サービス業・娯楽業」34 減少という状況である。

中分類でみると、増加している事業所は、「輸送用機械器具製造業」で 3,042 人増加、「電気機械器具製造業」が 1,521 人増、「社会保険・社会福祉・介護事業」が 975 人増、「医療業」838 人増、「情報通信機械器具製造業」660 人増である。1 事業所当たりの増加率も「輸送用機械器具製造業」が 133.6 人増でトップ、「情報通信機械器具製造業」が 97.6 人増で続く。

項目	増減数				増減率			
	事業所数	従業者数			事業所数	従業者数		
		総数	うち個人業主	1事業所当たり従業者数		総数	うち個人業主	1事業所当たり従業者数
31 輸送用機械器具製造業	5	3042	-	133.6	31.3	400.8	-	281.9
29 電気機械器具製造業	-2	1521	0	55.7	-6.7	264.5	0.0	290.1
85 社会保険・社会福祉・介護事業	49	975	-	-1.9	48.5	37.6	-	-7.4
83 医療業	26	838	6	2.5	14.3	37.9	4.8	20.7
30 情報通信機械器具製造業	-2	660	-	97.6	-22.2	628.6	-	834.2
58 飲食料品小売業	-5	492	-31	2.5	-2.3	19.3	-29.8	21.7
32 その他の製造業	4	224	3	9	25.0	122.4	300.0	78.9
86 郵便局	0	185	-	15.4	0.0	183.2	-	183.3
09 食料品製造業	-3	156	1	19.5	-11.5	6.2	25.0	20.0
39 情報サービス業	-1	133	-	5.3	-3.4	31.2	-	36.1

図表 12：平成 26 年と平成 21 年の事業所と従業者数の推移【産業中分類】 従業者数の増加数トップ 10

減少のほうでは、「業務用機械器具製造業」が 1,595 人減少で 1 事業所あたりの従業員数も 86.8 人減少している。2 番目は「不動産賃貸業・管理業」604 人減少、3 番目が「洗濯・理容・美容・浴場業」が 579 人減少、「窯業・土石製品製造業」440 人減少、「その他の卸売業」343 人減少となっている。このうち、個人事業主で減少率が高いのは、「飲食店」73 人減少、「その他の小売業」38 人減少が大きい。

項目	増減数				増減率			
	事業所数	従 業 者 数			事業所数	従 業 者 数		
		総 数	うち 個人業主	1事業所 当たり 従業者数		総 数	うち 個人業主	1事業所 当たり 従業者数
27 業務用機械器具製造業	-3	-1595	2	-86.8	-16.7	-90.7	100.0	-88.8
69 不動産賃貸業・管理業	-14	-604	-11	-3.1	-7.6	-56.3	-14.3	-53.4
78 洗濯・理容・美容・浴場業	-21	-579	-31	-1.7	-7.2	-36.0	-14.4	-30.9
21 窯業・土石製品製造業	-5	-440	-	-46.7	-55.6	-96.5	-	-92.1
55 その他の卸売業	-18	-343	-3	-2.4	-26.1	-40.9	-33.3	-19.8
74 技術サービス業(他に分類されないもの)	2	-320	-1	-6.2	3.6	-38.6	-5.6	-41.1
07 職別工事業(設備工事業を除く)	-31	-319	-5	-0.9	-19.9	-31.8	-15.2	-14.1
92 その他の事業サービス業	5	-300	-	-6.2	7.9	-20.1	-	-26.2
14 パルプ・紙・紙加工品製造業	-3	-270	-	-31.1	-42.9	-79.6	-	-64.3
60 その他の小売業	-33	-266	-38	-0.1	-12.3	-12.6	-40.9	-1.3
44 道路貨物運送業	-11	-256	-1	12.6	-22.0	-7.5	-33.3	18.5
52 飲食品卸売業	-8	-255	-1	-2.3	-11.8	-25.2	-14.3	-15.4
08 設備工事業	-18	-216	-3	-1.1	-18.4	-31.1	-21.4	-15.5
24 金属製品製造業	-15	-191	-2	-0.7	-26.8	-31.6	-25.0	-6.5
91 職業紹介・労働者派遣業	4	-190	-	-57.2	66.7	-33.2	-	-59.9
54 機械器具卸売業	-4	-136	0	-1.7	-6.2	-26.2	0.0	-21.3
76 飲食店	-52	-127	-73	0.5	-9.7	-3.6	-19.6	7.6
70 物品賃貸業	-3	-118	0	-3.9	-13.6	-36.9	0.0	-26.9
75 宿泊業	-2	-111	0	-4.3	-10.5	-31.3	0.0	-23.0
43 道路旅客運送業	1	-102	0	-13.8	10.0	-20.6	0.0	-27.8

図表 13：平成 26 年と平成 21 年の事業所と従業者数の推移【産業中分類】

従業者数の減少数トップ 20

4. 産業の現状

ここでは、「3. 産業構造の分析」を踏まえた各産業の現状と、ヒアリング調査によってみえてきた課題と可能性についてまとめる。工業、商業の現状については、「躍動するあきしま 元気プロジェクト報告書」(経済センサス基礎調査)のデータを、農業については、2015年農林業センサス(農林業経営体調査)を参照している。観光については「第五次昭島市総合基本計画前半期評価報告書」のデータを参照している。

1) 工業(製造業・建設業)

①現状

1950年代後半に工場誘致条例を制定し、多くの工場を誘致したことから中神駅北側地域には製造業(電子部品・デバイス製造業、電気製品製造業、情報通信機器等)が多く集積している。

平成25年度工業統計調査によれば、製造品出荷額(従業者4人以上)は428,395百万円であり、26市中第4位。付加価値額は75,555百万円であり、26市中第5位である。

製造業の事業所は全体で7.3%の第6位である。5年間の減少数は53で全体2番目の多さであり、-16.0%という減少率は一番多い。一方、従業者数では、全体の26.5%を占めて第1位。増加数も3,109人と一番多く増えている。1事業所当たりの従業者数は48.6人と全体で第2位、この数字も5年間で17.2人プラスとなっている。事業所は減っているが、従業者や1事業所当たりの従業者数は増えている。この内訳をみてみよう。

「輸送用機械器具製造業」は事業所としては全体の0.6%に過ぎないが、従業者数は3,801人で7.4%を占めて全体で1位、増加数も3,042人(第1位)とほぼ5年間で新たに生まれたことを示唆している。1事業所当たりの従業者数も181.0人と1位、増加数も133.6人と1位である。つまり、この5年間で大企業が立地し、雇用を大幅に生み出したことがわかる。同じように「情報通信機械器具製造業」も0.2%の数しかないが、660人の従業者数が増えて、1事業所当たりの従業者数109.3人は全体5位、増加数でいえば97.6人と第2位の多さである。この業種でも、多くの雇用を生む大企業が立地したと解釈できる。

一方、「窯業・土石製品製造業」「はん用機械器具製造業」といった業種は、数はもともと少ないが、事業所の減少率が-55.6%、-55.0%と半分以上減ってしまっている。従業者数では「業務用機械器具製造業」は1,595人減っており、1事業所当たりの従業者数も86.8人減少で一番の減少率である。これは大きな企業が撤退した可能性がある。「はん用機械器具製造業」は従業者数の減少も全体で4番目に多い。「電気機械器具製造業」は1,521人増えており、全体でも第2位の増加数である。

このように製造業では、全体として小さな事業所が減っている一方、大企業が立地することによって、大きな雇用を生んでいる。当然、それは、その大企業が出てしまえば、その大きな雇用を失うことになり、その行動がまさに大きな影響を与えることがこのデータからも読み取れる。

一方、建設業は全体 8.7%を占めて第 5 位である。5 年間で 58 事業所が減少し、減少数第 1 位、減少率も -14.9%と第 3 位、従業者数も 555 人減って第 4 位である。中分類では「職別工事業（設備工事業）」が 31 事業所なくなり全体で 3 位の減少数である。

②課題と可能性

工業は、「雇用力」、「稼ぐ力」も高い大手製造業である中核企業と、中小企業・小規模事業者の製造業、建設業が含まれる。これらに共通する課題は「人」である。中核企業の場合、社員が昭島市に住むということはあっても、市内に大学が立地していないこともあって、なかなか地元から正社員を雇用することはできていない。中小企業も人材確保、人材育成や後継者問題、技術の継承等の課題がある。建設業についても、オリンピックに向かって需要が高まっているが、業界のイメージによって、常に人手不足になっている。

また、市内の中核企業と中小企業の取引も限定的で、地元にとどのような事業所があるかの情報が不足している。

地域社会との関係でいえば、住工近接については、昔から事業所それぞれが対応してきており、現在残っている事業所というのは、ある意味、その努力があったからこそ現在も立地しているともいえる。ただ市民に対する産業としての認知度はまだまだ低く、中核企業でさえも市民とのつながりは少ない。近年、産業観光などの動きはあるものの、工場見学などに対応できない状況もあり、市民との接点はもっと必要である。

可能性としては、現在立地している中核企業は、今後昭島市からの移転の可能性は低いということで、地域に対する想いも強く、何かしらの形で市民とつながろうという意識を持っている。これはもちろん中小企業も同じで、昭島を盛り上げていくために、昭島ブランドの製品を共同開発するようなアイディアにも積極的であった。建設業についても、防災など、地域への貢献から、新たな方向性を模索しようとしている。「人」の面では、なるべく地元から雇用したいという想いもあるし、大手企業を退職した技術者の活用も考えられる。このような工業の事業所の姿勢は大きな資源となる。

【課題に関する意見】

- 雇用については地域志向が高く、地元より積極的に雇用する企業が多い（中小製造業）
- 住工混在に危機感を持ち、ISO等の取得、補助金を使った環境改善の為に設備投資を実施（中小製造業）

- 製造業における技術承継等（中小製造業）
- ベテラン従業員の人材育成。特に営業や管理部門の人材育成に手が届いていない（中小製造業）
- 大学がないことは人材確保をする上で不利である（大手製造業）
- 業界全体で人手不足。今後オリンピックの特需により人材確保は更に厳しくなる見通し（建設業）
- 職人の高齢化による技術承継（建設業）
- トイレの整備や安全確保等課題も多く限定的ではあるが、工場見学を受け入れている（大手製造業）
- 市内企業との接点はほとんどない。また市内企業の情報も乏しい（大手製造業）
- 工業団地内の横のつながりもあるが、全体が高齢化している（中小製造業）

【可能性についての意見】

- 国内で生産を続けていく予定であり、拠点も昭島を考えている（大手製造業）
- 新卒者採用について、地元雇用をするように努めている（大手製造業）
- 近隣の高校と繋がりを作り、人材確保に尽力している（中小製造業）
- 小学校等の工場見学の受け入れを行っている（中小製造業）
- 食品工場では工場見学は難しいが、食育等の出前授業を学校向けに実施することはできる（大手製造業）
- 総合評価方式により災害復旧支援への参加などが受注に考慮されるため地域との関わりが重要（建設業）
- 多摩地域の大手企業（業種は様々）を退職した人を採用するケースもある（大手製造業）
- 従業員は業後、市内飲食店に足を運ぶ機会も多い（大手製造業）
- 「あきしまの水」をPRすることも可能（中小製造業）
- 食品加工業では市内農産物の活用は可能（中小製造業）

2) 商業

①現状

卸売・小売業

昭島駅北口には、「昭和の森」と呼ばれる大型の複合商業施設が集中している。また、市内商店会等の組織は16団体存在するが、市内小売業の業績は減少傾向にあるといえる。

卸売・小売業は全体24.5%と最も多い業種で、従業者も19.1%と全体で2番目に多いが、53の事業所が5年間でなくなり、412人の従業者が減っている。特に個人事業主の減少は

最も多い。細かく見れば「その他小売業」（ドラッグストア、ガソリンスタンド、文房具、スポーツ用品、ホームセンター等が含まれている）や「飲食料品小売業」（八百屋、肉屋、魚屋、コンビニエンスストア等が含まれている）が多い。このなかでは「その他の小売業」「機械器具小売業」（自動車販売や電気店等を含んでいる）の減少が大きい。一方で、「各種商品小売業」（いわゆる総合スーパー、百貨店等を含む）は 1 事業所当たりの従業員数が全体で 2 位と大きな商業施設が雇用を生んでいるといえるだろう。このように一部の大型の商業施設で、ある程度の雇用を生み出してはいるものの、商店街にあるような小さな商店が多く、事業所の減少と雇用の減少は大きい。一方で、無店舗小売業が増加数・増加率ともに高くなっており、店舗にこだわらない小売というのも増えてきていることを示唆している。

宿泊業・飲食サービス業

この業種は全体で第 2 位の多さであり、中心業種は「飲食店」である。「飲食店」は全体で 12.7% を占め、中分類で最も多い業種となり、従業員数でも全体の 6.7% を占めて 3 位であり、個人事業主の割合は 25.5% で一番多い。一方で減少率でも -52 事業所と一番多く、特に従業者のうち、個人事業主は -73 と減少数で 1 位となっている。飲食店は数も多く、立ち上げも多いが減少も大きいことがわかる。

このような傾向のなか、「持ち帰り・配達飲食サービス業」の増加が +23 と中分類業種のなかで 3 番目に多くなっている。ここでも店舗にこだわらない飲食サービスが増加していることがみてとれる。

生活関連サービス業・娯楽業

この業種は全体で第 3 位の多さであり、そのなかでも「洗濯・理容・美容・浴場業」が中分類業種のなかで、7.1% で第 2 位となっている。生活関連サービス業・娯楽業は従業員数の減少第 2 位、個人事業主の減少第 3 位と従業者数が減少しており、事業所自体も 21 減って全体で第 5 位の減少数である。「洗濯・理容・美容・浴場業」も従業員数が 579 人減っており、全体で 3 番目に多い。

以上のように、小売、飲食、生活関連サービスといった広い意味での商業の事業所は、全業種のなかでは約半分を占めているが、事業所数は大きく減少し、従業員数も一部の大型商業施設を除くと減少、特に個人事業主の減少はこの 5 年間でかなり進んだといえるだろう。商店街等の昔ながらの商店の廃業が増加しているというイメージである。

②課題と可能性

商業については、大手量販店等とビジネスモデル上の競争力の違いがあり、価格では勝

負ができない。そうすると、地域密着によるきめ細かいサービス等で差別化するしかないが、顧客が高齢化するなかで、来店客は減り、商店街における人の回遊も見込めず、商店街として個店が協力し合うメリットも昔と比べると減少してしまっている。そのような状態では、後継者が不在か、後継者に事業を託せない状況にあり、今後も廃業していく事業所が増えていくことは避けられない。

一方で、昭島市の場合、商圈も狭く、まだまだ地域の個店のニーズがあり、大型商業施設との連携も可能な関係性を保っていることも大きい。また、厳しい状況のなかでも、独自のイベントの開催で顧客との関係を保っている事例や、高齢者向けの宅配などで成功している事例もある。また、他団体や他業種との連携に可能性を見出すこともできる。例えば、昭島ブランドの共通の商品があれば、ひとつの目玉商品にもなる。さらには、一部ではあるが、若い人が新しい感性で、創業する店も出てきており、そういった若い創業者が商店街に出店することで、新しい風をおこす可能性がある。

【課題に関する意見】

- 顧客は高齢者が中心であり、来店客数は減少傾向にある
- 後継者が不在、もしくは後継者に託せない厳しい環境
- 事業を廃業した個店の多くが不動産賃貸物件となるが空いたままの店舗もある
- 商店街エリアにおいて人の回遊が少ない
- 量販店との仕入価格差があり、太刀打ちができない

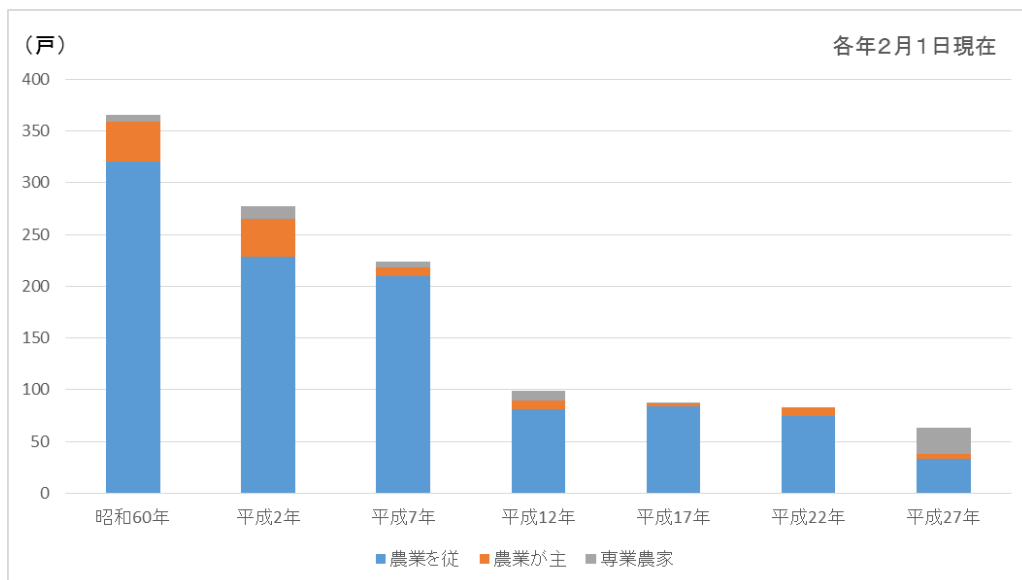
【可能性についての意見】

- 事業商圈は思いのほか狭く、近隣市に新設される大型商業施設等の影響は特にならない
- 昭和の森にはスポーツ・レジャー施設が集積し市外からの集客力がある
- 市内の回遊性を高めるイベントの実施や他団体・他業種との連携を図りたい
- 高齢者をターゲットにした全国の逸品商品の取り寄せや寄席などのサービスを提供
- 昭島市内で新たに創業する個人店もある

3) 農業

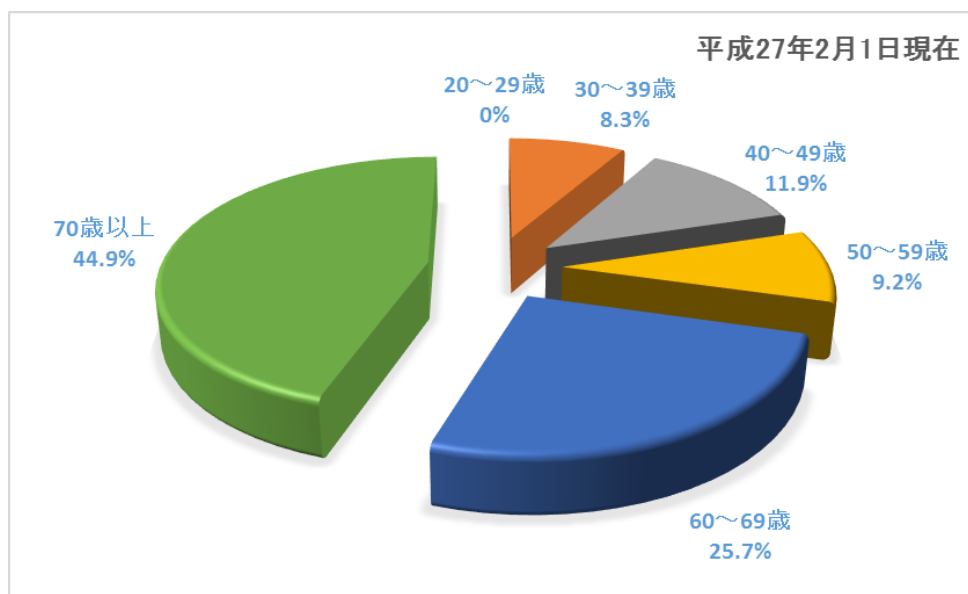
① 現状

2015 年農林業センサスによれば、昭島市の販売農家数は 63 戸（平成 17 年同調査と比べ 28%減少）、経営耕地面積は 3,691 アール（平成 17 年同調査と比べ 28%減少）となっている。



農林業センサスより

また、農業従事者の年齢別構成をみると、70歳以上が45%、60～69歳が25.7%と、70.6%が60歳以上の従事者となっている。



2015年農林業センサスより

②課題と可能性

農業は、都市化の影響に加えて農家の相続などにより、市内の農地は年々減少を続けている。市の農業者の平均年齢は65.0歳で、この10年間で2.4歳上昇し、高齢化が進んでいるほか、後継者も不足しているため、農地の保全や担い手の確保が課題となっている。

農業も工業と同じように、住宅地のそばで営農しているため、農薬の散布についても、時間帯や方法などに配慮して行わなければならないなど営農環境は悪化している。また、

農家 1 戸あたりの経営耕地面積が狭小のため、大規模な栽培・生産を行うことができず、効率化による収益の増加を見込むことが困難な状況にある。さらには、多くの農家は一人又は家族のみの営農のため、日々の農作業以外の PR 活動や情報発信などに関わることができていない。

このような中、拌島ネギのようなブランド野菜の需要や、地元小学校等の給食における地場野菜活用の需要が増加している。生産組合では、ブランド野菜を活用しようという動きが始まり、拌島ネギを使った「拌島ねぎみそ」を製造・販売するなど加工品開発への展開も行われている。また、観光との連携や、学校との連携などを積極的に受け入れている農家も存在している。

今後は、市民や地域、他産業と連携することで、これまでにはない発想による新たな取組みが生まれる可能性がある。

【課題に関する意見】

- 担い手不足により情報発信や農産物の販売等の PR に手が回っていない
- 拌島ネギ等の地域資源もあるが安定供給することが難しい
- 学校給食への食材供給には供給量が足りない
- 後継者が明確でない、候補がいても継ぐかは不明
- 農業（本業）での収益拡大を望むが難しい

【可能性に関する意見】

- 小学校への食材供給、体験農業の受け入れを実施する農家もある
- 「拌島ねぎ」や「あきしまさくら」等の地域資源がある
- 農ウォークなど農業に関するイベントは人気
- 市民への認知度向上に向け取り組んでいきたい
- ボランティア制度の導入を望む農家もいる

4) 観光

① 現状

平成 23 年 2 月に観光まちづくり協会が発足。観光案内所の運営や「産業観光」をテーマにしたまちあるき等が企画、運営されている。

② 課題と可能性

現在、観光推進の主体である観光まちづくり協会は、予算のかなりの部分を市からの補助金で占めている。平成 28 年に一般社団法人として法人化したことで、より自立的な運営が求められている。産業観光の推進、広域観光の実施、観光情報の発信等、様々な取組

みを行い、今後、さらに活動が拡充されていくと考えられる。そのために、市内外の様々な組織との連携をより進める必要がある。

観光産業が持つ最大の強みは、市民や事業所の多くが観光に期待し、その可能性を信じていることだろう。観光産業をハブとし、他産業どうしがつながることが期待できる。

【課題に関する意見】

- 観光まちづくり協会が法人化したことにより求められる自立性
- 来街者の増加及び街のPR
- 産業観光の受け入れ先の新規開拓
- 産業間連携や他団体等との連携強化
- ロケーションサービス事業等での他自治体との連携

【可能性に関する意見】

- 観光だけに注力するのではなく、シティプロモーションやまちづくりの要素も折り込んでいる
- ロケーションサービスやフォトコンテストはシティプロモーションに繋がっている
- 農業など他の産業へのヒアリングにおいて、観光まちづくり協会への期待が高い
- 工場見学等の散策ツアーは来街者の増加に寄与している
- 他自治体との連携も行っている

第 3 章 計画の基本的な方向性

第3章 計画の基本的な方向性

ここでは、何を目指して市が産業振興に取り組むのかという基本理念と、この理念に基づき、どのような方針と姿勢で産業振興を推進していくかという基本戦略をまとめ、計画の中核となる基本的な方向性を定める。

1. 基本理念

産業を活性化していくということは、基本的には事業所や産業ごとに取り組む民間の取り組みである。これを市が計画をつくり推進していくということは、事業所や産業そのものだけでなく、この計画によって、まちに何をもたらすか、どのようなまちになるのかという視点で計画の主旨を表現する必要がある。産業振興計画が市政にどう寄与するのかということを以下の2点とする。

①昭島のブランディングへの寄与

- ・市民が「住み続けたい」と思い、他地域の人々が「訪れたい・住みたい」を思う昭島をつくることに寄与する産業振興を目指す。

②持続可能なまちづくりへの寄与

- ・産業における世代交代、イノベーションによって、昭島らしさを残しながら、新しいものを創造する好循環を生み出し、持続可能なまちづくりに寄与する産業振興を目指す。

産業において、昭島らしさを受け継ぎながら、世代交代や革新の主体的な動きを、多様な主体が連携して生み出すことで、「住み続けたい」と「訪れたい・住みたい」思う地域内外の市民を増やし、持続可能なまちとなる基盤をつくるのが、本計画の基本理念である。

上記の理念のコンセプトを以下に定める。

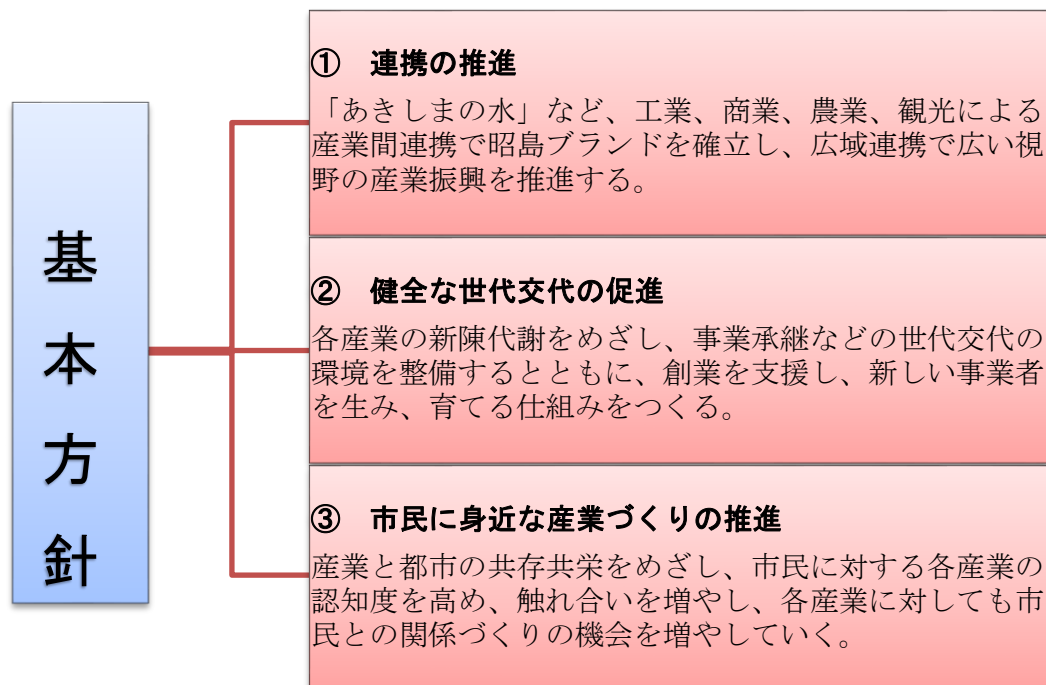
「つながる・ふれあう・めぐるみずみずしい暮らしをつくる産業振興」

このコンセプトは、「あきしまの水」をイメージしている。地表に降り注いだ雨水が長い時間をかけて地下に溜まる。それがまた汲み上げられて地上に戻り、様々な人たちを巡りながら、私たちの生活の全てに浸み込んでいく。産業も同じように、新陳代謝を繰り返しながら、繋がりあい、ふれあうことで、常に新鮮でみずみずしいものをつくりつづけること（イノベーション）を表現している。

2. 基本戦略

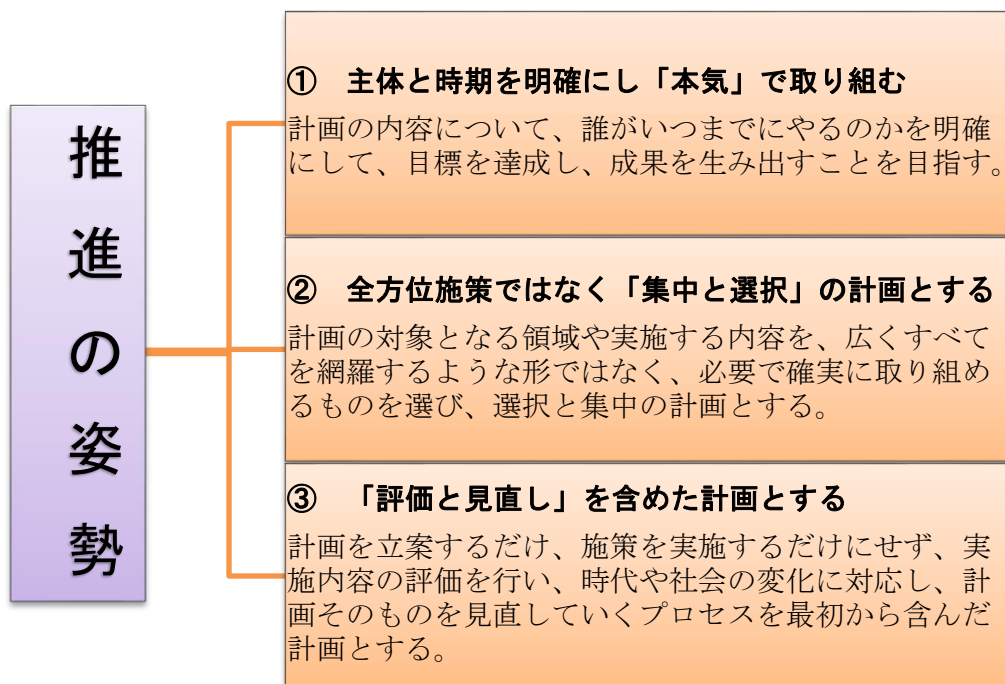
上記の理念に基づき、産業振興の取組み全般の方針と姿勢について以下のようにまとめる。

1) 基本方針



2) 推進の姿勢

上記の基本方針を、計画に関わる主体がどのような姿勢で推進していくのか。以下の3つの方針としてまとめた。



3. 計画の構成

1) 概要

計画は、基本的に1) 施策の方向性、2) 基本目標、3) 具体的な施策という3つの項目でまとめる。1) の施策の方向性は、産業振興全体の方針に基づき、産業別の網羅的な方針を示す。2) の基本目標は、1) に基づく産業別の目標を定める。3) の具体的な施策は、2) を達成するための具体的な政策や事業の内容、推進の主体、連携先、重要業績評価指標（K P I）を設定している。

2) 具体的な施策の展開について

具体的な施策は、「施策の概要」「基本目標」「推進団体」「目標・指標」、「具体的な内容」、「実施期間・実現スケジュール」という項目でまとめられている。

- 「**施策の概要**」：施策の内容の概要、又は施策名・事業名
- 「**基本目標**」：どの基本目標を達成するための施策なのかを記述
- 「**推進団体**」：施策を企画運営する上で必要な推進団体で、地域内各分野の振興を図る支援機関も含む。
- 「**目標・指標**」：施策の重要業績評価指標（K P I）
- **【具体的な内容】**：施策内容の詳細
- **【実施期間・実現スケジュール】**：施策を実施する期間、又は実現するまでの、いつまでに何をやるのかを明確にするスケジュール

第4章 各産業別の計画と施策

第4章 各産業別の計画と施策

ここでは、工業、商業、農業、観光の各産業の計画と共通の取組みについてまとめる。

1. 工業（製造業・建設業）

1) 施策の方向性

「市民にとって身近な工業となることで昭島の“人財”をつなげる。」

昭島市の工業、特に製造業は「雇用力」や「稼ぐ力」が高く、まちの活性化やブランディングに対して大きな影響力を持っているが、個別の事業所という点では、中小企業だけでなく、中核企業についても、市民の認知はまだまだ低く、関わりも少ない。一方で住宅街のなかに工場があるといった住工近接が昭島市の工業の特徴であり、この状況から生まれる騒音等の問題に対して、古くから事業所は対応を迫られてきた。つまり、市民にとっても、事業所にとっても、これまでの「身近さ」とは、騒音等の問題に関する利害関係とそれを乗り越えようと努力するところに生まれる関係を指しており、まちづくり・まちのブランディングといった視点でのつながりは少なかった。今回、工業を、昭島市の特徴的な産業として、地域内外にPRする資源としてとらえ、市民にとって、昭島のブランディング、持続可能なまちづくりと一緒に取り組むパートナーとしての「身近さ」へ転換していく。

また、産業としては、特に人材に関する課題を抱えている。工業が市民に対する認知度を高め、一緒に歩む「身近な」存在となることで、昭島市に住む多様な「人財」を事業所につなげる機会を増やし、人材の確保（雇用）と育成（教育）、雇用後の定着対策といった点で、工業の活性化に寄与する。こうした施策によって、昭島市から工業の事業所の移転・流出することを防止する。

このような方針から、工業の基本目標として、以下の3点を定める。

①市民認知・市民参加の促進

②人材の確保・育成

③人材の定着と活用

2) 基本目標

①市民認知・市民参加の促進

住工近接の問題は事業所を昭島に留めにくくする大きな要因であるが、住宅と工場の共存は今後も避けられないことから、お互いがつながり、対話や協働を行うことで、市民にとって身近な存在であり、誇れる存在となる必要がある。工業という産業単位だけでなく、中核企業、中小企業の個別事業所単位に対する認知度を高め、市民と事業所との協働を増やすことで、工業への市民参加を促進する。

②人材の確保・育成

昭島市には日本を代表する中核企業や中小企業が存在し、それらの事業所が将来移転することを防ぎ、今後も市内の事業所が日本の工業力を牽引できる環境づくりが必要である。そのような産業育成について、本計画では人材確保、人材育成を通じて寄与する。

③人材の定着と活用

昭島市の企業の特徴として従業員は、市内及び近隣西多摩エリアから通う人が多い。従業員に対する福利厚生サポートが企業支援につながる。

3) 具体的な施策

【工 - 1】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
騒音対策、環境改善に関する設備投資への支援	①	商工会、市	4社/年

【具体的な内容】

工場設備の操業改善費や、ものづくり中小企業者が操業維持するための市内の移転費用の補助を行う。国や東京都の補助金活用の検討を行う。

【実施期間・実現スケジュール】

平成 29～31 年度、毎年 4 社を目標に、利用する事業を募集する。平成 32 年度以降の施策については平成 31 年度に検討する。

【工 - 2】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
技術・商品のPR	①	商工会、市	4社/年

【具体的な内容】

昭島市の事業所の技術や商品のPRを市民向けに行う。現在は庁内市民ロビーにある市内産業展示コーナーにおいて商品等の紹介を行っている。この内容を続けながら、市民に広く周知できる方法を検討していく。

【実施期間・実現スケジュール】

市内産業展示コーナーで、年間4社の展示を目標とし、今後の改善についての検討を行う。

【工 - 3】※【観 - 2】と連携

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
昭島の工業力のみえる化	①	商工会、観光まちづくり協会、市	平成33年度までに作成

【具体的な内容】

昭島市の工業の中核企業、中小企業のみえる化を図り、昭島の「工業力」を地域内外にPRする。上記推進団体と連携をとりながら、内容や形式等を議論しながら制作を行う。

【実施期間・実現スケジュール】

平成29年度に制作のための協議を開始し、実現の方法を検討。平成33年度までに作成する。

【工 - 4】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
事業所による出前授業の体制確立	①	商工会、教育委員会、市	平成32年度までに実現

【具体的な内容】

昭島市の事業所による小中学校等への出前授業を支援する。実施可能な事業所と小中学校等とのマッチングを行う。

【実施期間・実現スケジュール】

事業所に対するシーズ調査、教育委員会を通じて市内学校のニーズの調査を行い、実現の方法を検討。平成32年度までに実現する。

【工 - 5】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
近隣の大学、高専、工業高校等 と連携した人材確保支援	②	商工会、教育機関、 青梅線沿線地域産業 クラスター協議会、市	100 人/回

【具体的な内容】

近隣の自治体や教育機関と就職について連携をはかる。学内の合同説明会に昭島市の事業所がまとまって参加するなど、人材確保に関する連携を支援する。

【実施期間・実現スケジュール】

毎年開催。1 回あたり、就職希望参加者数 100 人を目指す。

【工 - 6】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
市内事業所に対する勉強会等の 開催支援	① ② ③	東京都商工会連合 会、商工会、青梅線沿 線地域産業クラスター 協議会、市	毎年1回以上

【具体的な内容】

市内事業所が交流も意図した勉強会等の開催を支援。テーマも、特定の技術に関するものから人材確保、定着、活用等について実施する。

【実施期間・実現スケジュール】

毎年1回以上行う。

【工 - 7】※【商 - 2】と連携

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
従業員向け福利厚生サービスの 充実	② ③	商工会、商店会、勤労 市民共済会、市	平成 32 年度まで に実施

【具体的な内容】

市内の事業所に勤務する従業員に対して、商店や飲食店の割引等のキャンペーンを実施。

【実施期間・実現スケジュール】

平成 32 年度までに実施。

【工 - 8】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
たま工業交流展の参加支援	① ② ③	東京都商工会連 合会、商工会、(公財)東 京都中小企業振興公 社、市	16 社/年

【具体的な内容】

ものづくり企業の優れた技術や製品など、企業同士のマッチング事業を行う。

【実施期間・実現スケジュール】

毎年 16 社の参加を目指す。

【工 - 9】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
就職面接会の開催	②	商工会、ハローワー ク、市	200 人/回

【具体的な内容】

ハローワーク立川との共催により、近隣市も含む優良企業と就職希望者のマッチングを実施。

【実施期間・実現スケジュール】

毎年開催。1 回あたり、就職希望者参加者数 200 人を目指す。

2. 商業

1) 施策の方向性

「昭島らしさで魅力を向上し、新陳代謝でにぎわいを生み出す。」

商業は昭島市において、最も多い事業所であるが、小規模事業者が多く、量販店や大型商業施設に押されて、商店街も活気を失っているのが現状である。これを打開するためには、やる気のある個店が積極的に外に出かけていき、他店舗や他産業と連携し、自身の魅力を向上していく。商店街のような事業者のコミュニティが再び機能するためには、共通の目玉商品、同じブランドの商品を活用したい。また、創業支援を通じて、若い人に商店街で出店してもらうような新陳代謝を起こし、まちのにぎわいを生み出す。

このような方針から、商業の基本目標として以下を設定する。

①既存商店の魅力向上

②昭島ブランドの開発・販売

③若者の創業支援

2) 基本目標

①既存商店の魅力向上

守りの商業をしながらも、攻めの商業にも注力していく。人が多く集まる大型商業施設とのタイアップを図るなど、地域の個店の魅力を積極的に発信し、後継者にバトンを渡せる環境をつくる。

② 昭島ブランドの開発・販売

「あきしまの水」「フードグランプリ」等を活用し、目玉の商品となる昭島ブランドを開発・販売する。地域全体でPR、活用することで昭島市ならではのシビックプライド醸成や地域活性化に繋げる。

③若者の創業支援

「従来の創業支援＋αで若者の創業者呼び込みを展開する。若者が創業することで、まさに活気をもたらし、新たな来街者を呼ぶきっかけとなる。若者を中心とした世代の新陳代謝を促す。市内空き店舗が新たな個店として生まれ変わる事で商店の新陳代謝を促す。

3) 具体的な施策

【商 - 1】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
大型商業施設とのコラボレーション	①	商工会、市	毎年1回以上開催。

【具体的な内容】

市内の商業者が大型商業施設で物産展や「マルシェ」等の販売イベント等を実施し、個店の認知度向上と売上増加につなげる。

【実施期間・実現スケジュール】

毎年1回以上開催。

【商 - 2】※【工 - 8】と連携

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
市内事業所へのPRやキャンペーンの実施	①	商工会、商店会、勤労市民共済会、市	平成32年度までに実施

【具体的な内容】

市内の事業所に勤務する従業員に対して、商店や飲食店の割引等のキャンペーンを実施し、個店の認知度向上と売上増加につなげる。

【実施期間・実現スケジュール】

平成32年度までに実施。

【商 - 3】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
「あきしまの水」ブランド推進	②	商工会、観光まちづくり協会、商店会、市内事業者、市	平成29年度に検討

【具体的な内容】

「あきしまの水」ブランドに係る特産品開発や観光商品開発につなげるためのシーズ・ニーズを収集し、関係団体や市内事業者と連携し、「あきしまの水」ブランドを推進・PRしていく。

【実施期間・実現スケジュール】

平成 29 年度より順次、情報収集及び共有を図る。

【商 - 4】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
空き店舗オーナーと創業者のマッチング	①	商工会、商店会、市	平成 31 年度までに年 7 件

【具体的な内容】

市内の商店街区域内の空き店舗で開業したい創業者を対象に、店舗賃借料と店舗改装費に対する補助事業を行う。

【実施期間・実現スケジュール】

平成 29 年度から平成 31 年度までに毎年 7 件を目標とする。また、そこまでの実績を踏まえ、その後の施策の方向性を平成 31 年度に検討する。

【商 - 5】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
商店会等活動の支援・魅力向上	①	商工会、商店会、東京都、市	毎年 5 件以上

【具体的な内容】

商店会等が共同で行うイベントや販売促進活動等の充実を図り、活性化を推進。

【実施期間・実現スケジュール】

毎年補助金を活用し、イベント及び販売促進活動等の使用商店会数 5 件以上を目標とする。

【商 - 6】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
特色ある個店づくり	①	商工会、商店会、市	平成 30 年より毎年 1 回実施

【具体的な内容】

既存の店舗に対する支援として、市内の魅力・特色ある個店の推薦を広く市民より募集し、審査及び表彰を行う。市内外に昭島の個店の魅力を PRするとともに、商店主のやる気醸

成へとつなげる。

【実施期間・実現スケジュール】

平成 29 年度に企画・検討、平成 30 年より毎年 1 回実施する。

【商 - 7】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
創業セミナーの実施	② ③	商工会、創業支援センターTAMA(多摩信用金庫)、市	平成 30 年まで年間 10 本のセミナー実施

【具体的な内容】

若者が創業することで、まちに活気をもたらし、新たな来街者を呼びかけとなる。若者を中心とした世代の新陳代謝を促すため、若者を含む創業者呼び込みのため、若者の創業意欲向上及び昭島市での創業を促すために、セミナーを実施する。

【実施期間・実現スケジュール】

平成 30 年まで年間各 10 本のセミナー実施。

【商 - 8】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
まちゼミの実施	①	商工会、商店会、市	平成 29 年度に実施

【具体的な内容】

各店舗が講師となって、専門店ならではの知識、情報などを無料で受講できる「まちゼミ」を実施することにより、市内各事業者の活性化を図る。

【実施期間・実現スケジュール】

平成 29 年度に実施する。

【商 - 9】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
昭島ブランド・フードグランプリの開催	① ② ③	商工会、市内事業者、市	来場者数 30,000 人/回

【具体的な内容】

昭島のブランド料理となりうる商品を市内事業者が出品し、各店舗が受賞を目指し競い合う。また、イベントを通して昭島市のブランド料理を市内外に PR する。

【実施機関・実現スケジュール】

イベント来場者数、各回 30,000 人を目指す。また、平成 33 年までに昭島名物となりうる料理の確立を目指す。

【商 - 10】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
まちコン等地域イベントの開催	① ②	商工会、市内事業者、市	来場者数 400 人/回

【具体的な内容】

独身男女の出会いのきっかけを含む新たな来街者誘致の要素を取り入れた、商店会を中心とする市内商業の活性化のための地域イベントを開催する。

【実施期間・実現スケジュール】

平成 31 年度までに実施。

3. 農業

1) 施策の方向性

「市民との触れ合いを増やし、やりがいと収入を
向上することで持続可能な農業を目指す。」

従来の農家に対する経営サポートという支援を行いながら、やりがいと収入の向上がもっとも「農業を続ける」という動機づけになる。これがなければ、後継者育成や事業承継といった持続可能な農業の実現にはつながらない。やりがいと収入の向上のためには市民や消費者とのつながりが必要である。市民とふれあうことで、農業や食の大切さを知ってもらうことになる。また、加工品の開発、販路開拓といった6次産業化も収入向上へつながるものである。このような方針から以下のとおり、基本目標を定める。

①農家のやりがいと収入の向上

②市民が「農」と触れ合う機会の増加

2) 基本目標

①農家のやりがいと収入の向上

- 農家の取組を市民や来街者に知ってもらう機会の提供。消費者との触れ合いによる“やりがい”の向上
- 農家の努力が評価されることによる、“やりがい”の向上
- 6次化や市内企業等による野菜の消費による収入の確保
- 農地の保全や相続対策をはじめ農家の経営をサポートすることにより、農業従事への不安を軽減
- 限られた農地面積で最大限の収益を上げるため、新技術や施設栽培の導入、農業と加工などの組み合わせによる経営の多角化による、収益性の向上

②市民が「農」と触れ合う機会の創出

- 「農」に触れることで、昭島の農業に対する関心と認知度の向上
- 実際に「農」に体験・参加することで、食の安全や農業の大切さを知る

3) 具体的な施策

【農 - 1】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
市民が農業に触れ合う機会の創出	①	東京都、市	20組の親子 40人

【具体的な内容】

「親子水田体験教室」等の農業体験や援農ボランティア体験など、市民が農業に触れるイベントを企画運営することで、農業に対する関心を高め、理解を深める。

【実施期間・実現スケジュール】

毎年、20組の親子 40人を目標に実施していく。

【農 - 2】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
農家の経営指導をサポート	①	東京都、農業協同組合、市	認定農業者の経営改善計画の達成 農業経営セミナー参加者数毎年 20名

【具体的な内容】

農地の法律関係、農地保全、生産緑地制度、農業技術指導、農業経営への融資について、市や東京都、農業協同組合がそれぞれの専門性を活かしサポートする。また、認定農業者についても農業経営改善計画に沿った5年間の経営サポートを推進団体が協力して行う。

【実施期間・実現スケジュール】

認定農業者については経営改善計画を期間内の達成をめざす。その他のサポートについては多様な形になるが、農業経営に関わるセミナーの参加者 20名をひとつの評価指標として設定する。

【農 - 3】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
直売所マップの作成	① ②	農業協同組合、市	平成 29 年度に作成

【具体的な内容】

昭島市内外に昭島の農業を知ってもらうきっかけとするとともに、観光資源としての農業を活用するためのツールとする。

【実施期間・実現スケジュール】

平成 29 年度に作成し、市役所や農業共同組合、産業まつり等で配布。

【農 - 4】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
学校給食での地場野菜の使用	① ②	教育委員会、農業協同組合、農業者団体、市	毎年 10,000kg を使用

【具体的な内容】

学校給食における地場野菜の使用率を高め、食育につなげる。

【実施期間・実現スケジュール】

毎年 10,000 kg をめざし、調整していく。

【農 - 5】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
市内飲食店や食品加工会社での地場野菜の活用促進	① ②	商工会、農業協同組合	平成 30 年度までに方針検討

【具体的な内容】

事業者、J A 等の連携で、地元野菜の活用の機会を増やし、販路拡大につなげる。

【実施期間・実現スケジュール】

平成 30 年度までに現状を把握し、その結果をもとに具体的な計画を落とし込む。

【農 - 6】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
大型商業施設とのコラボレーション	①	農業協同組合、農業者団体、商工会、大型商業施設、市	毎年 1 回以上開催

【具体的な内容】

大型商業施設において、昭島産の地場農産物の販売会を実施し、地域内外へのPRを行う。
現在実施している「昭和の森冬祭り」のような取り組みを維持、拡大していく。

【実施期間・実現スケジュール】

毎年1回開催を基本に拡大を目指す。

【農 - 7】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
認定農業者支援	①	市・東京都	実施農家数 8件/年間

【具体的な内容】

効率的かつ安定的な農業経営を目指す認定農業者に対する農業用器具や資材の購入等の支援のほか、東京都の各種補助事業を活用し、経営改善のために必要な施設整備等を支援し、収益性の向上及び経営の安定化を図る。

【実施期間・実現スケジュール】

毎年8件程度の利用を目指す。

【農 - 8】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
農業特産品共進会	①	農業協同組合、市	出品数 225点/年間

【具体的な内容】

市内の新鮮で安全な農畜産物や加工品の展示・販売を通じて食卓に直結する都市農業をアピールする。

【実施期間・実現スケジュール】

毎年開催時に出品数225点を目指す。

4. 観光

1) 施策の方向性

「連携のハブとして、昭島のブランディングの中核を担う。」

市民が「住み続けたい」と思い、他地域の人々が「訪れたい・住みたい」を思う昭島をつくるためには、市民が昭島の魅力を再発見し、つなげ、形にすることで来街者を惹きつけ、それが持続的なまちづくりになる。これが「観光まちづくり」である。さらに、産業間の連携や広域連携を実現するための「ハブ」となるのも「観光まちづくり」である。

このような方針から、観光の基本目標として、以下の3点を定める。

①観光資源の開発と活用

②産業間連携と広域連携

③シティプロモーションの促進

2) 基本目標

①観光資源の開発と活用

昭島市における観光スタイルは着地型観光が最適と言える。産業観光をはじめ近隣市では体験できない体験を昭島市ではできることがまさに昭島のブランドであると言える。産業観光をはじめ、農業資源も活用の対象であり、市内大型商業施設に来店した来外者に向けた体験イベント等や簡易ツアーなどを実施。

②産業間連携と広域連携

農×製造業や製造業×商業などさまざまな産業間連携が考えられるが、観光の観点からコラボレーションをしかけていくことが重要であり、産業間連携から新しいお土産など「あきしまの水」ブランドに係る商品を創造する。ロケーションサービスや、街あるきイベントにおける近隣市との連携による魅力の増加を目指す。

③シティプロモーションの促進

フォトコンテストやロケーションサービス等を通じてまちの魅力を発信。PR が弱い昭島市がしっかりと外部に PR を行う取組を実施することによって、今後の来街者増加、定住促進につなげる。

3) 具体的な施策

【観 - 1】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
市内製造業の見学受け入れ体制の充実	①	商工会、観光まちづくり協会、市	18 件

【具体的な内容】

町あるきの一環で、見学可能な市内の製造業の事業所の工場や研究所の拡充を目指す。

【実施期間・実現スケジュール】

平成 33 年度までに、現在実績の 2 倍となる 18 件の受け入れ先を整備し、町歩きツアーを実施する。

【観 - 2】※【工 - 3】と連携

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
昭島の工業力のみえる化	① ②	商工会、観光まちづくり協会、市	平成 33 年度までに作成

【具体的な内容】

昭島市の工業の中核企業、中小企業のみえる化を図り、昭島の「工業力」を地域内外に PR する。内容や形式等を議論しながら制作していく。

【実施期間・実現スケジュール】

平成 29 年度に制作のための協議を開始し、実現の方法を検討。平成 33 年度までに作成する。

【観 - 3】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
農ウォークなどの体験イベントの実施	① ②	観光まちづくり協会、農業協同組合、市	開催数年間 2 回以上 イベント参加者 20 名/回

【具体的な内容】

町あるきイベントの一環で、農家を見学し、都市農業の実態について知り、昼食等で実際に食べる体験をすることで、昭島市の農業を知る。

【実施期間・実現スケジュール】

平成 29 年度より、体験型のイベント開催数を年間 2 回以上毎回 20 名の集客を目指す。これは農ウォークだけでなく、町あるきイベントに「農」の要素を加える形での実施も含む。

【観 - 4】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
観光資源の掘り起し	① ②	観光まちづくり協会、市	平成 31 年度までに新たな資源を発掘

【具体的な内容】

新たな観光資源を掘り起す。また、さらなる広域連携が可能かどうか検討していく。

【実施期間・実現スケジュール】

新たな観光資源は常に探索することになるが、平成 31 年度をめどに、どのような観光資源があり、実際に事業に活用できるかをまとめる。

【観 - 5】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
「あきしまの水」ブランド推進	① ② ③	商工会、観光まちづくり協会、市	開発数年間 20 件

【具体的な内容】

「あきしまの水」ブランドに係る特産品開発や観光商品開発につなげるためのシーズ・ニーズを収集し、関係団体や市内事業者と連携し、「あきしまの水」ブランドを推進・PR していく。

【実施期間・実現スケジュール】

平成 29 年度より順次、情報収集及び共有を図る。

【観 - 6】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
シティプロモーション施策の充実	②	商工会、観光まちづくり協会、市	ロケ実績 80 件/年

【具体的な内容】

ロケーションサービス、フォトコンテスト等既存事業を含め、発信の強化を行う。また廃校となった栢島第四小学校の活用をサイクルステーションの可能性も含めて検討していく。

【実施期間・実現スケジュール】

ロケーションサービスについては、毎年 80 件の実績を目指す。

【観 - 7】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
観光まちづくり協会との連携・支援	① ② ③	観光まちづくり協会、市	観光案内所利用者 13,000 人/年間

【具体的な内容】

観光活動やまちづくりの充実を図り、広報活動、イベント、観光案内等市内外へ昭島市の魅力を発信するため、観光まちづくり協会への連携・支援を行う。

【実施期間・実現スケジュール】

毎年、観光案内所利用者 13,000 人を目指す。

【観 - 8】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
郷土芸能まつりの開催	① ② ③	商工会、観光まちづくり協会、市	来場者数 40,000 人/回

【具体的な内容】

本市の伝統文化を集積した郷土芸能まつりを通じ、本市の魅力を市内外に発信し人の流れをつくる。

【実施期間・実現スケジュール】

来場者数 40,000 人を目指す。

【観 - 9】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
昭島観光案内所の総合拠点化	① ② ③	観光まちづくり協会、市	平成 29 年度に実施

【具体的な内容】

東京都認証による公式の「新東京案内所」として、市域全体の案内機能を有するため多言語対応、提供サービスの多様化を含めた観光情報の発信を行う。

【実施期間・実現スケジュール】

平成 29 年度に実施。

5. 基本戦略に基づく共通の取組み

1) 施策の方向性・基本目標

最後に4つの産業に共通する、または全体に影響を与える取組みについてまとめる。基本戦略の基本方針が、そのまま施策の方向性と基本目標となる。

【再掲】

①連携の推進

「あきしまの水」など、工業、商業、農業、観光による産業間連携で昭島ブランドを確立し、広域連携で広い視野の産業振興を推進する。

②健全な世代交代の促進

各産業の新陳代謝をめざし、事業承継のような世代交代の環境を整備するとともに、創業を支援し、新しい事業者を生み、育てる仕組みをつくる。

③市民に身近な産業づくりの推進

産業と都市の共存共栄をめざし、市民に対する各産業の認知度を高め、触れ合いを増やし、各産業に対しても市民との関係づくりの機会を増やしていく。

2) 具体的な施策

【共 - 1】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
「あきしまの水」ブランド推進	① ② ③	商工会、観光まちづくり協会、市	開発数年間 20 件

【具体的な内容】

「あきしまの水」ブランドに係る特産品開発や観光商品開発につなげるためのシーズ・ニーズを収集し、関係団体や市内事業者と連携し、「あきしまの水」ブランドを推進・PRしていく。

「あきしまの水」ブランド構築・周知について業種の枠を超えて推進していく。産業間連携の軸としてこれを位置づける。

【実施期間・実現スケジュール】

平成29年度より順次、情報収集及び共有を図る。

【共 - 2】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
創業支援	②	商工会、東京都立産業技術研究センター、(公財)東京都中小企業振興公社、創業支援センターTAMA(多摩信用金庫)、近隣自治体、市	相談者数 30人/年間

【具体的な内容】

創業に関する様々な相談に対応可能なワンストップ相談窓口を設置。事業計画の構築・資金調達・創業塾・セミナー等の創業に必要な要素に応じた適切な支援を、関係機関との連携を活かして行う。また近隣の自治体をはじめとする多摩地域における連携を検討・実施し、効率的且つ効果的な支援を行う。

【実施期間・実現スケジュール】

毎年相談者数、年間 30 人

【共 - 3】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
事業承継支援	③	商工会、(公財)東京都中小企業振興公社、地域金融機関、市	セミナー参加者 10社/年間

【具体的な内容】

民間・金融機関等との連携事業として、地域活性化に資する事業承継に対するセミナーを開催。

【実施期間・実現スケジュール】

毎年、セミナー参加者 10 社

【共 - 4】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
産業まつりの開催	① ② ③	商工会、観光まちづくり協会、市	来場者数 75,000人/回

【共－５】※再掲

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
郷土芸能まつりの開催	① ② ③	商工会、観光まちづくり協会、市	来場者数 40,000 人/回

【共－６】

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
昭島市民くじら祭の開催	① ② ③	商工会、市	来場者数 80,000 人/回

【共－７】※再掲

施策概要	基本目標	推進団体	目標・指標
昭島ブランド・フードグランプリの開催	① ② ③	商工会、市内事業者、市、	来場者数 30,000 人/回

第 5 章 計画推進の体制

第5章 計画推進の体制

先に「計画推進の姿勢」ということで、3つの方針をあげた。

- ①主体と時期を明確にし、「本気」で取り組む
- ②全方位施策ではなく、「集中と選択」の計画とする
- ③「評価と見直し」を含めた計画とする

この3つの方針を守るために、以下のとおり、主体、期間、評価と見直しについてまとめる。

1. 計画推進の主体

計画推進の主体は、それぞれの施策によって、当然変わってくるが、本計画に掲載されたものは、市が進捗の確認または進行管理について責任をもって実施していく。

ただし、地域内には各分野の振興を図る支援機関も存在することから、各団体が実施する施策やスキームと連携しながら市内・地域内の産業振興をより効果的・効率的に推進していく。

2. 前期計画

次頁の表は、新規の施策を中心に、そのスケジュールをまとめたものである。基本的には平成29年度から33年度までの5年間の施策しか呈示していない。残りの5年間の後期計画は、基本理念や戦略は変えずに、前期計画の成果検証を行うことで、施策を決定していく。次頁に新規施策を中心に、それぞれの計画のスケジュールをまとめている。

3. 評価と見直し

前期計画の最終年平成33年度に、前期計画の施策の成果や効果の検証を行い、毎年実施するような施策については、継続か中止か、継続するにしても目標をどう設定するのか、実現できなかったり、目標に到達できなかったりしたものについてはどうするのかを検討する。また、前期計画において、「設立」「実現」そのものを成果指標にしているものについては、その後の成果指標について設定する必要がある。平成33年度に何らかの会議体を市が設置し、評価と見直し、後期計画の策定を実施する。

年度	1年目 平成29年度	2年目 平成30年度	3年目 平成31年度	4年目 平成32年度	5年目 平成33年度	6年目 平成34年度	7年目 平成35年度	8年目 平成36年度	9年目 平成37年度	10年目 平成38年度
昭島市 産業振興計画	前期計画				計画の見直し	後期計画				
全体					これまでの 成果の検証					
工業	・工業力のみ える化 に向けた協議 開始		・騒音対策、 環境改善支 援に関する今 後の施策を検 討	・事業所によ る出前事業の 体制確立 ・従業員向け 福利厚生サー ビスの充実化	・工業力の見 える化策の具 現化					
商業	・まちゼミの実 施 ・特色ある個店 づくり実施企画 ・「あきしまの 水」のブランド化 に向けた具体的 な検討開始	・特色ある個 店づくり施策 の実施	・空き店舗 オーナーと創 業者のマッチ ング施策の今 後の方向性を 検討	・市内事業所 へのPRやギャ ンペーンの実 施		後期計画 施策実行 ・前期計画の成果検証を踏まえて継続か、 修正目標の設定が必要か検討。 ・継続する場合の実施スケジュールの設定。 ・目標未達成の計画について修正目標の設定。				
農業	・直売所マッ プの作成	・市内飲食店 や食品加工 会社での地場 野菜の活用 促進方針決 定	・市内飲食店 や食品加工 会社での地場 野菜の活用 促進施策の 実施							
観光	・工業力のみえ る化に向けた協 議開始 ・「あきしまの 水」のブランド化 に向けた具体的 な検討開始		・歴史的な観光 資源の掘り 起こし		・市内製造業 の見学受け入 れ事業所が 現在の2倍実 現					