

国分寺市地域産業活性化プラン



住人十色の魅力があるまち・国分寺

平成29年3月
国分寺市

住人十色の魅力があるまち・国分寺を目指して

経済再生・デフレ脱却に向けた経済財政政策の推進により、雇用や所得環境が改善し、経済状況は緩やかな回復基調が続いているものの、個人消費は力強さを欠いた状態にあります。

本市においても、経営者の高齢化やそれに伴う後継者問題、消費者の購買行動の変化等の影響を受け、商店数や販売額は減少傾向にあり、商工業を取り巻く経営環境は依然として厳しく、地域経済を活性化させることが求められています。



本市では、平成15年に策定した「国分寺市魅力ある商業振興プラン」の3つの目標である「商売繁盛」・「個性化・差別化の実現」・「地域との連携強化」を実現するため、商工会や商店会、市民団体、金融機関等と連携を図り、商業振興施策を推進してまいりました。

一方、策定から10年以上が経過し、この間、リーマンショックや欧州債務危機、デフレによる低価格競争等による景気や消費の低迷の影響を受け、産業を取り巻く社会環境は大きく変化してきました。

そこで、既存の施策を検証すると共に、環境の変化を踏まえた新たな施策を打ち出し、地域振興・産業活性化を図るため「国分寺市地域産業活性化プラン」を策定しました。

計画の策定にあたっては、本市に対する地元愛を持って働く人・住む人・訪れる人が、産業を通じてまちの魅力をつくり、買い物を通じてまちの魅力を楽しむなど、思い思いの魅力を感じることができるまちとなることを目指しました。また、本市の産業構造を踏まえ、商業を核として工業や観光、農業等との連携を強化し、相互作用を進展させ、地域産業の活性化を図るものを施策として掲げました。施策に掲げたものについては、事業者や関係団体等を始め、市民の皆様とともに連携し、スピード感を持って取り組んでまいります。

結びに、本計画の策定にあたり、国分寺市魅力ある商業振興プラン見直し検討委員会の委員の皆様をはじめ、市民の皆様、産業関係者・関係団体等の皆様から貴重な御意見をいただきました。本計画の策定に御協力いただきました皆様に、心より御礼申し上げます。

平成29年3月

国分寺市長

井澤 邦夫

目次

第1章 国分寺市地域産業活性化プランの概要	1
1. プラン策定の背景.....	1
2. 国分寺市地域産業活性化プランとは.....	1
3. 計画の位置付けと計画期間.....	2
第2章 国分寺市の特性	3
1. 国分寺市の立地・人口特性.....	3
2. 市民の消費行動やニーズ.....	6
3. 国分寺市の産業特性.....	9
4. 国分寺市内事業者の動向.....	16
5. 国分寺市の魅力・資源.....	22
6. 今後予定されるまちづくりへの期待.....	25
第3章 基本目標	28
1. 基本的な考え方：地元愛から地域経済活性化へ.....	28
2. 長期目標.....	29
第4章 施策体系	30
1. 6つの方向性.....	30
2. 施策体系図.....	32
第5章 方向性に基づく取組	34
1. 「国分寺らしさ」の協創.....	34
2. 地元を楽しむ買い物の促進.....	36
3. まちづくりと連動した買い物環境の向上.....	38
4. 資源を活かした回遊性・滞在性の向上.....	40
5. 起業・創業がしやすい環境の形成.....	42
6. 地域産業の持続性を高める体制構築.....	44
第6章 推進体制と評価	47
1. 推進体制.....	47
2. 評価の考え方.....	48
資料編	50
1. 国分寺市魅力ある商業振興プラン見直し検討委員会設置要綱.....	51
2. 国分寺市魅力ある商業振興プラン見直し検討委員会委員名簿.....	52
3. 国分寺市魅力ある商業振興プラン見直し検討委員会 協議経過.....	53
4. 国分寺市地域産業活性化プランに係る調査概要.....	54
5. 用語集.....	55

第1章 国分寺市地域産業活性化プランの概要

1. プラン策定の背景

国分寺市は、平成15年3月に、本プランの前身となる「国分寺市魅力ある商業振興プラン」(以下、商業振興プラン)を策定しました。同プランでは、「地売地消」の視点から、国分寺市民の生活向上と満足感を高めるような商店・商店街づくりを目的としており、「商売繁盛」「個性化・差別化の実現」「地域との連携」を目標として掲げていました。

商業振興プランを踏まえ、商店会や商工会等と連携して様々な取組を進めてきました。商店・商店街振興では、「国分寺市元気を出せ！商店街事業」を通じた商店街でのイベント等の活性化を図るとともに、ミニコミ誌の発行や一店逸品事業を通じた広報・誘客を図ってきました。また、「国分寺らしさ」の創出のため、平成23年度には「国分寺ブランド」*が創設され、平成28年度現在、21点の商品が認定されています。

一方、市民団体や民間企業、商店会等が独自に行うイベントも見られます。近年では、西武鉄道恋ヶ窪駅周辺の恋ヶ窪商店会と鉄道事業者がタイアップした「恋まちプロジェクト」が取り組まれたほか、ぶらぶら歩きを楽しみながら国分寺市の魅力を再発見することをテーマにした「ぶんぶんうおーく」が毎年多くの集客を得ています。

このような動きのなか、平成25年3月には商業振興プラン実施計画を改定しました。平成26年度には、同プランにおいて重点事業として位置付けられた「こくぶんじ力向上委員会」を設置し、国分寺のブランディングと事業計画を取りまとめた「国分寺ブランディング事業計画」を策定しました。

このような経緯を踏まえつつ、国分寺駅北口再開発事業*や都市計画道路*の整備等、事業の進展も見据え、ここに国分寺市地域産業活性化プランとして新たに策定することになりました。

2. 国分寺市地域産業活性化プランとは

商業振興プランの策定から10年以上が経過しており、世界的に社会・経済環境が変化しています。特に日本においては、景気や消費の低迷が長引いているなか、少子高齢化や東京都への人口一極集中が問題視され、地方から国を変えようとする地方創生*の取組が平成26年度から始まりました。

国分寺市においても、国分寺駅北口再開発事業が完了を迎えるほか、都市計画道路の整備や武蔵国分寺跡地周辺地区のまちづくり等を進めようとしており、まちの在り方が大きく変わろうとしています。

そのような時機を捉え、社会環境の変化を踏まえた新しいプランとして改定を行いました。改定に当たっては商業振興から地域経済活性化へと目的を広げるとともに、その目的を果たすため、商業のみならず、農業や工業、観光等も含めた産業全体を視野に入れ、相互作用を生み出すことを重視しました。

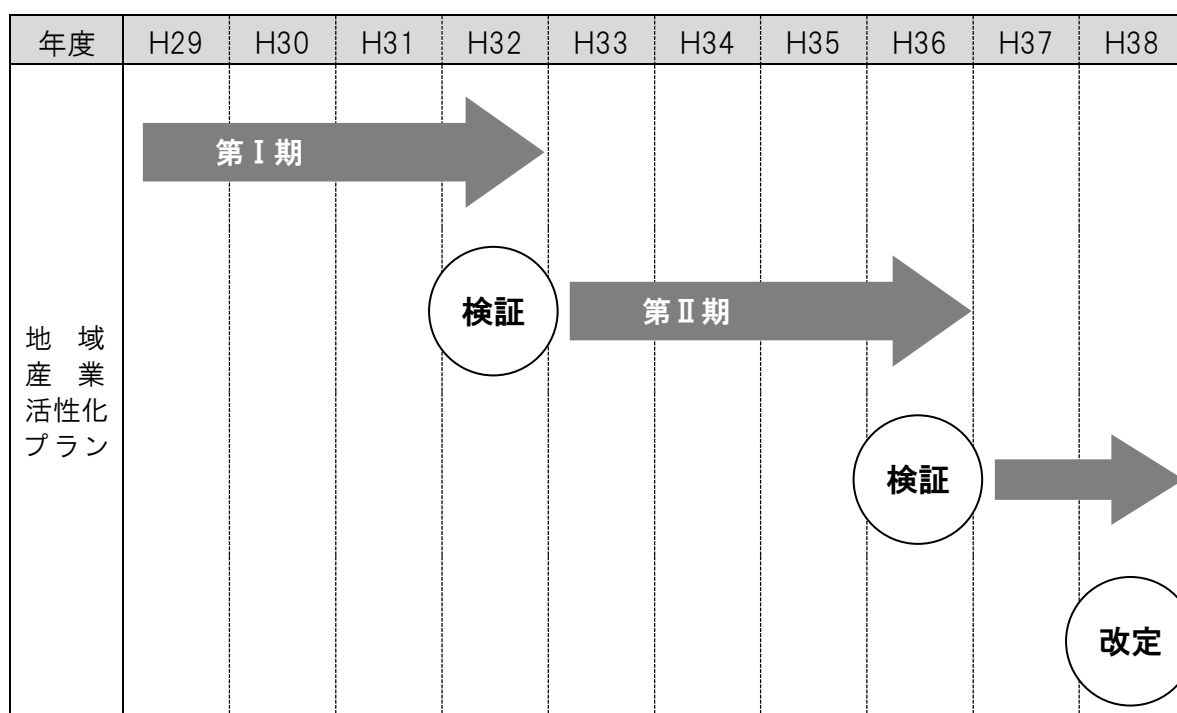
本文中で用いている専門的な用語等は、脚注のほか、用語集(P.54～)でも解説を加えています。数字がついている用語は脚注、*がついている用語は用語集をご覧ください。

3. 計画の位置付けと計画期間

本プランは、平成29年度から平成38年度までの10年間における国分寺市の商業振興の方向性を示すものです。また、平成28年度から10年間における農業振興の方向性を示す「第三次国分寺市農業振興計画」*とも関連しています。

計画期間は10年間ですが、社会・経済状況の変化やまちづくりの進捗によって地域産業を取り巻く状況は逐次変化していきます。そのため計画や事業が現実に適合しなくなることも考えられます。また、事業検証については長期的視点も重要ですが、中期的に検証し、十分な成果が見られない場合には事業を見直し、修正することも大切です。

そこで、本プランでは平成29～32年度を第Ⅰ期、平成33～36年度を第Ⅱ期、平成37年以降の2年間に調整期間とし、期毎に進捗・成果を検証することを想定します。



第2章 国分寺市の特性

1. 国分寺市の立地・人口特性

(1) 国分寺市の立地

国分寺市は、東京都のほぼ中央に位置しており、JR中央線が東西に走り、都心へのアクセスも良好です。また、JR武蔵野線、西武鉄道国分寺線・多摩湖線が南北に走っており、市内の3つの駅のうち2つがターミナル駅という北多摩エリアの交通結節点と位置付けられる立地です。

JR中央線沿線では、新宿という大規模商業エリアが立地するほか、東西に多摩エリアの商業拠点となる立川と吉祥寺が立地しています。そのほか、高円寺や阿佐ヶ谷、国立等、特色のある商業エリアを有する駅が多いことが特徴です。

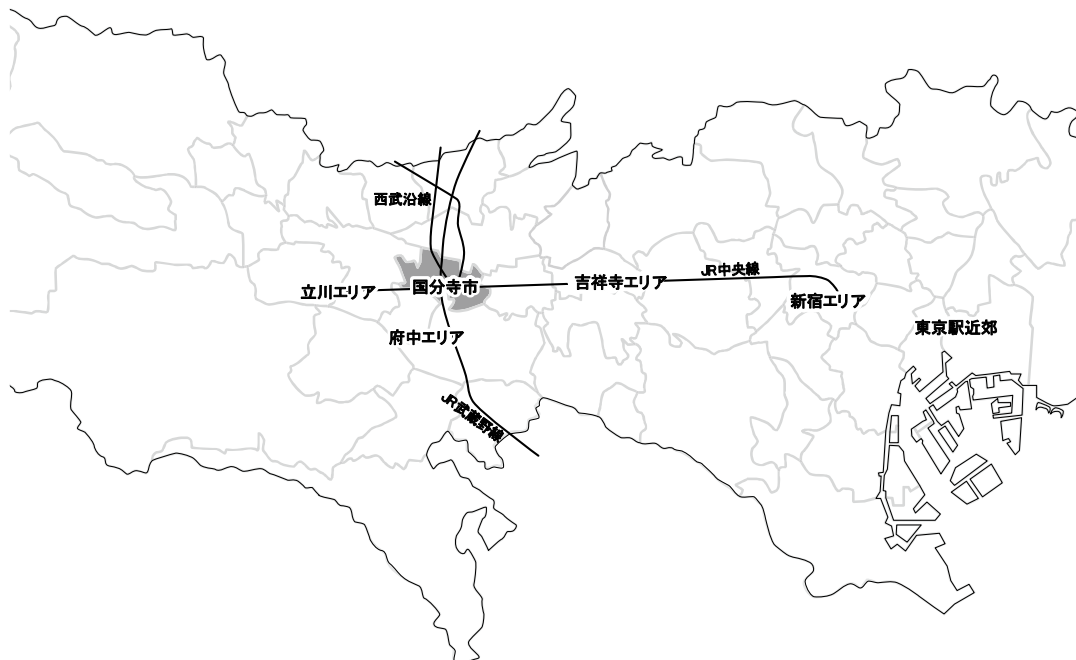


図1 東京都・多摩エリアにおける国分寺市の立地

(2)人口動態

国分寺市は、日本の高度経済成長とともに昭和30年代に大きく人口を伸ばした後、現在に至るまで堅調に人口増加を続けており、平成28年10月1日現在、120,503人が住んでいます。人口増加率は低下しているものの、特に20～24歳の転入超過が著しいことが特徴です。ただし、25～34歳では転出超過が見られることから若い世代の出入りが多いことが見て取れます。

今後の人口動向は、平成27年度に策定した「国分寺市人口ビジョン」の独自推計による推計では、平成72年(2060年)には108,002人にまで減少することが予想されています¹。総人口の減少とともに生産年齢人口も減少し、高齢化が進みます。

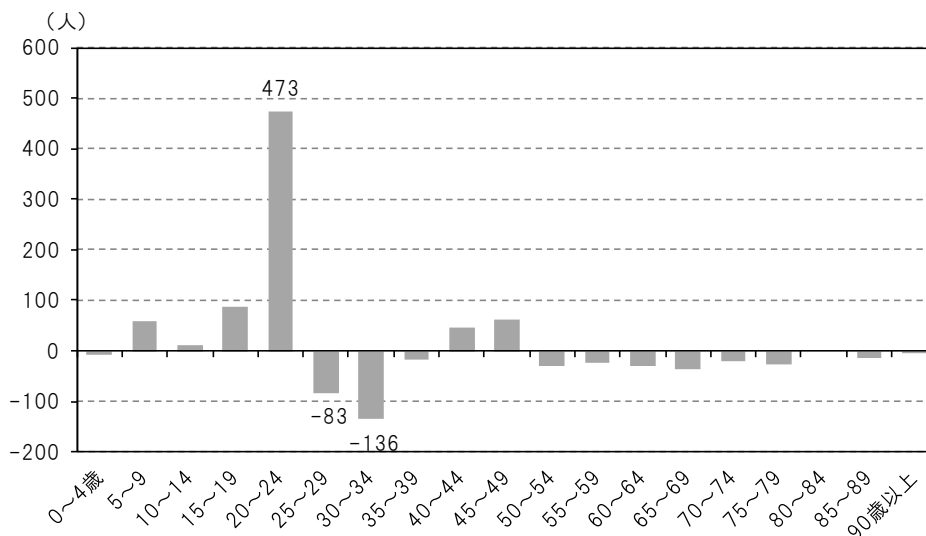


図2 5歳階級別に見た社会増減*

出典：総務省「住民基本台帳人口移動報告」(平成27年)

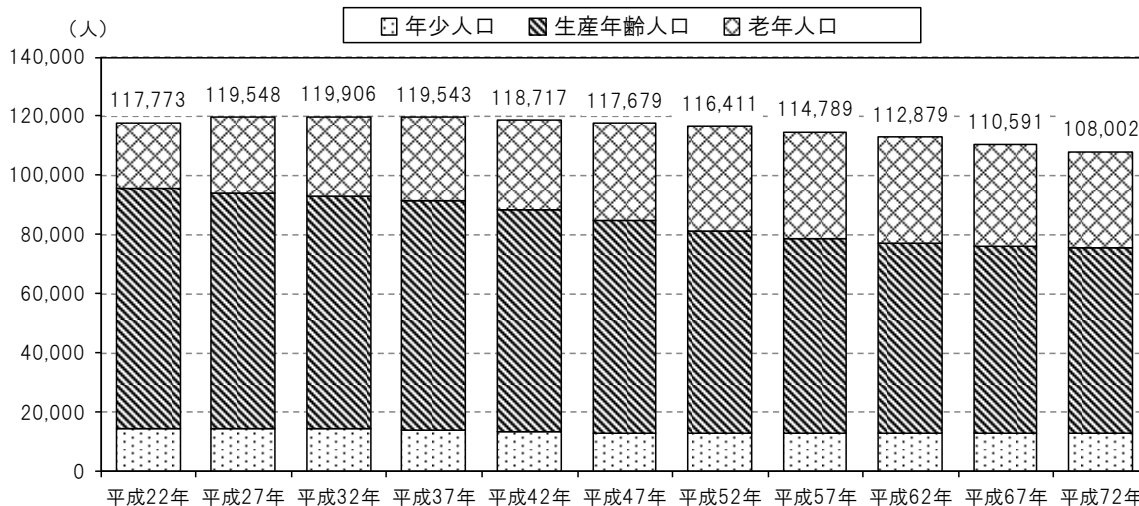


図3 平成72年(2060年)までの人口推計

出典：「国分寺市人口ビジョン」(平成27年度)

¹ 国分寺市人口ビジョンでは、平成26年10月時点の人口を基準として合計特殊出生率や転出入者数を想定して人口推計を行っています。その関係から、平成27年の推計人口が、実際の人口よりも少なくなっています。

(3) 昼夜間人口比

昼夜間人口比率^{*}は83.5となっており、近隣の小金井市、国立市、立川市、府中市、小平市のほか、JR中央線沿線の武蔵野市、三鷹市のなかでは最も低くなっています。ただし、市内の地区別に見ると、国分寺駅周辺の南町と本町の昼夜間人口比率はそれぞれ251.7、191.2となっており、地域差が見られます。

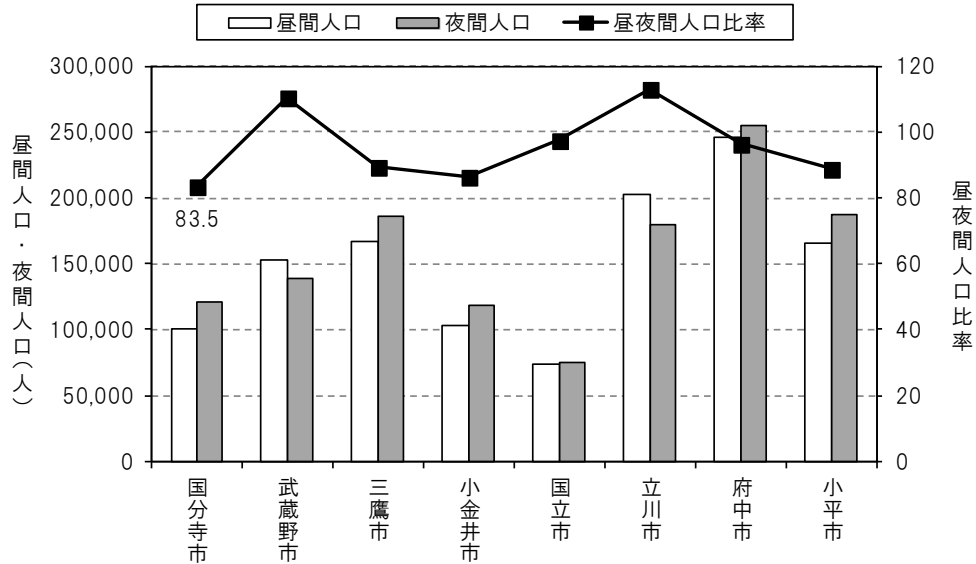


図4 近隣自治体の昼夜間人口比率

出典：東京都「東京都の昼間人口」(平成22年)

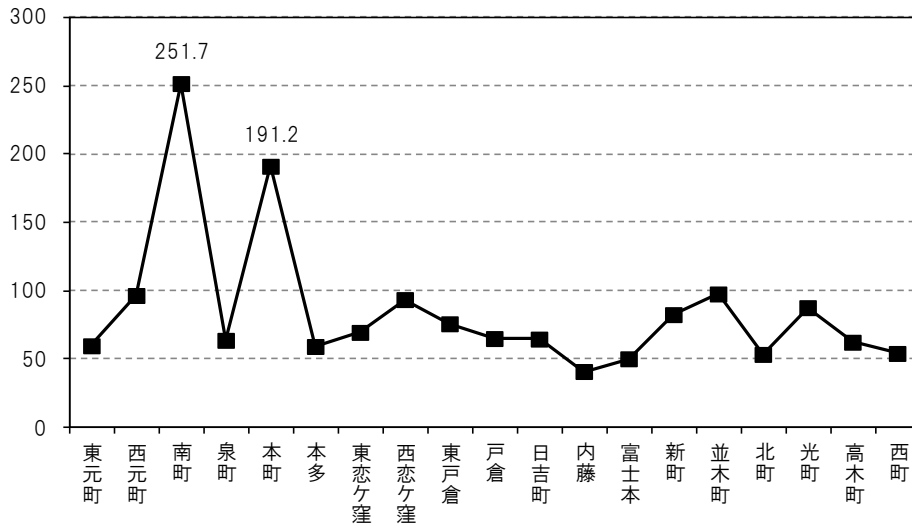


図5 国分寺市における地域別昼夜間人口比率

出典：東京都「東京都の昼間人口」(平成22年)

2. 市民の消費行動やニーズ

(1) 買い物・飲食する場所

本プラン策定に当たって実施した「国分寺市における買い物や地域経済活性化に関する市民アンケート」(以下、市民向けアンケート)²によると、食料品・日用品については市内で購入されていることが分かります。一方、買回品³・贈答品については立川駅周辺が特に多くなっています。

ただし、食料品・日用品を購入する場所ではスーパーマーケットやその他チェーン店が多くなっており、食料品は8割の人がスーパーマーケットを最もよく利用しています。

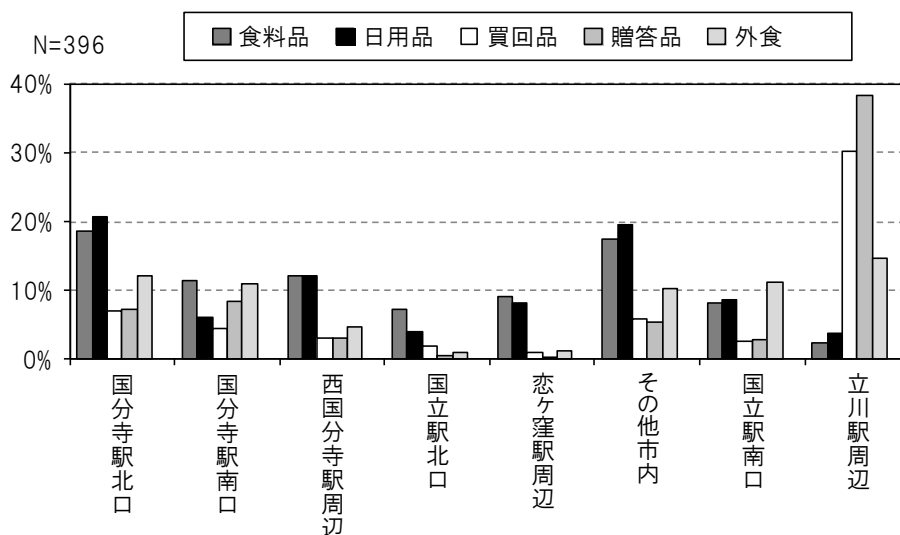


図6 よく買い物・外食をする地域

出典:「市民向けアンケート」(平成28年実施)

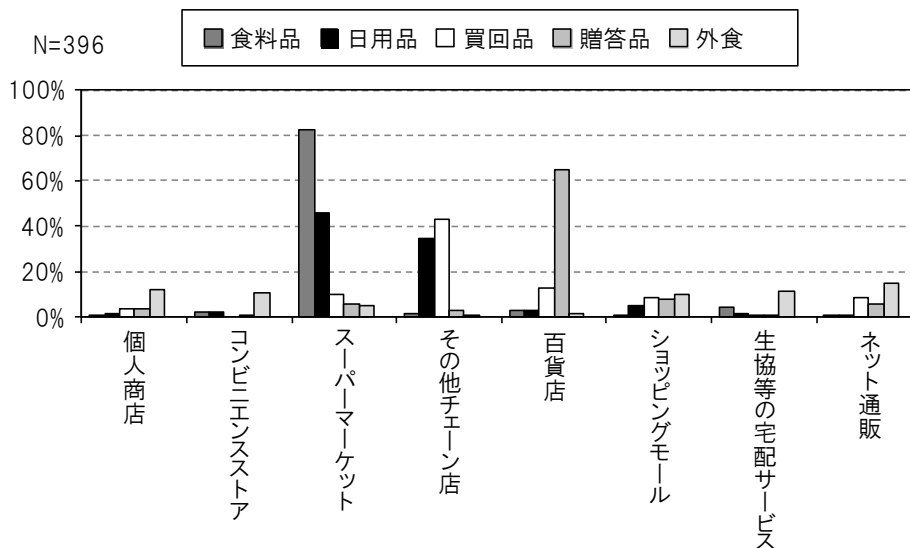


図7 よく買い物をする場所

出典:「市民向けアンケート」(平成28年実施)

² 「国分寺市における買い物や地域経済活性化に関する市民アンケート」は、市民の日常的な消費行動やニーズを把握することを目的として、20歳以上の国分寺市民1,000人を対象として実施しました。回収率は39.6% (回収数396人)でした。グラフ中、Nは回答者数を表します。

³ 耐久消費財や趣味に関する物等、商品を購入する際に、複数の商店を見て回り、比較して購入する品物を指します。

「市民向けアンケート」では、全体的には日々の買い物に不便さを感じている人は3割弱でした⁴。ただし、地域別にみると、新町・北町・並木町・戸倉・東戸倉・富士本地域では4割を上回っています。一方、国分寺駅北側に位置する本町・本多・東恋ヶ窪地域では1割強にとどまっており、地域差が見られます。

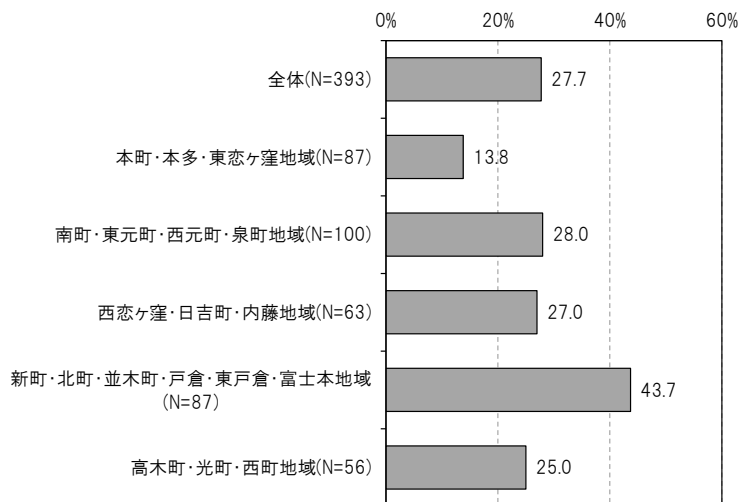


図8 地域別：食料品や日用品の買い物をする際に不便だと感じる人の割合

出典：「市民向けアンケート」(平成28年実施)

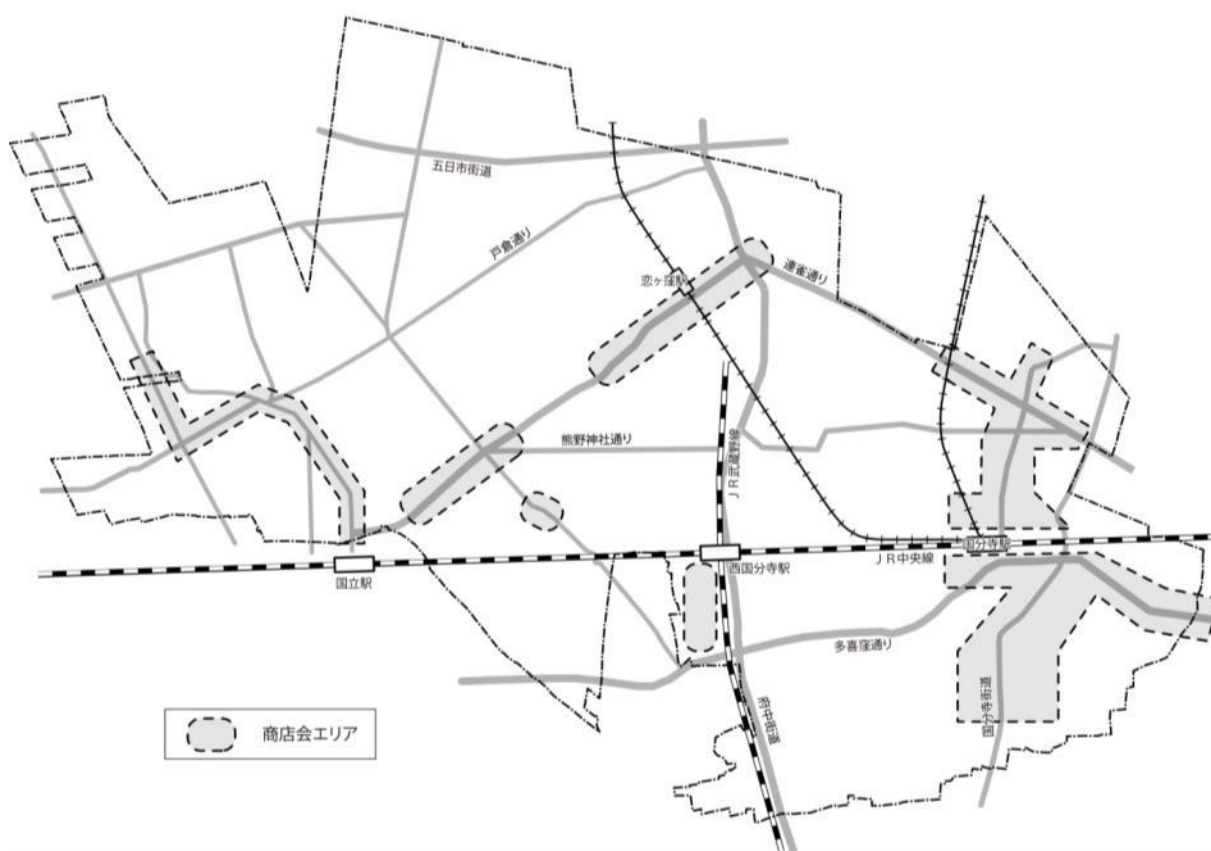


図9 商店街の分布(平成28年時点)

⁴ ここで言う「不便さを感じる人」は、市民向けアンケートにて「不便だと感じる」「どちらかというと不便だと感じる」と回答した人の合計です。

(2)商店街の利用状況と意識

市民向けアンケートによると、近所の商店街によく買い物に行く人は3割弱でした⁵。地域別にみると、本町・本多・東恋ヶ窪地域と西恋ヶ窪・日吉町・内藤地域にて特に利用が多くなっています。

商店街に足を運ぶ理由では、食料品や日用品の購入が多くなっています。ただし、市民の日常的な買い物の状況を考慮すると、商店街に立地するスーパーやチェーン店にて購入していると推察されます。

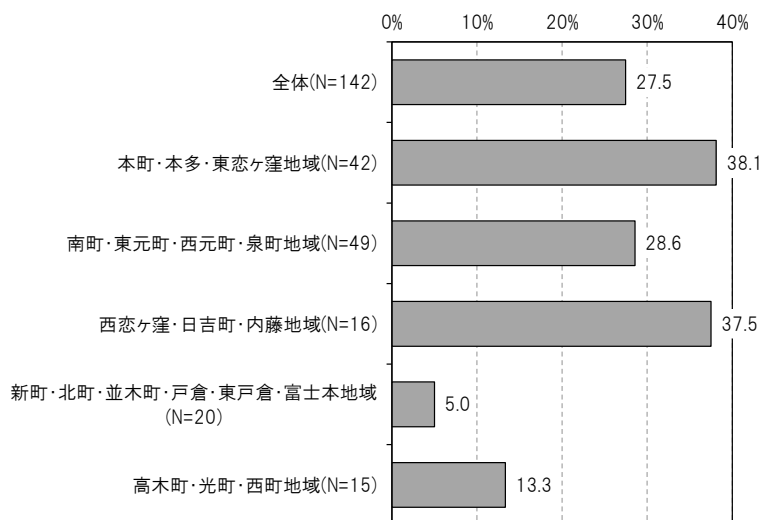


図10 地域別：近隣の商店街の利用状況

出典：「市民向けアンケート」(平成28年実施)

商店街をほとんど利用しない人の理由では、品揃えが少ないことや値段が高いことが挙げられているほか、足を運ぶことを気兼ねするといった理由も多くなっています。この結果とも関連して、商店街への期待としては商店の多様化と飲食・中食⁶・食料品関係の充実が挙げられています。

⁵ 市民向けアンケートでは、近所に商店街があるかどうかを尋ね、商店街があると回答した人のみ、商店街の利用状況を回答しています。そのため、商店街の立地を示してはならず、回答者が認識する商店街の利用状況となっています。

⁶ 惣菜や弁当、調理済みパン等の販売や宅配を行う店舗。

3. 国分寺市の産業特性

(1) 市民の市内就業率と市内就業者数

国分寺市民の15歳以上の就業者のうち、市内で働く人の割合は21.6%です。武蔵野市と三鷹市がやや高くはなっていますが、国立市までのJR中央線沿線の自治体は2割半ばとなっています。立川市になると3割を上回り、府中市は4割弱となっています。

就業者数(15歳以上)をみると国分寺市は35,913人です。小金井市、国立市の2～3万人程度と同様に周辺自治体と比べて少ないことがわかります。一方、立川市と府中市が特に多く10万人を上回っており、武蔵野市、三鷹市、小平市も6～7万人の就業者がいます。いずれの自治体も市外からの就業者は5～6割となっており、国分寺市には市外から18,449人が働きに来ています。

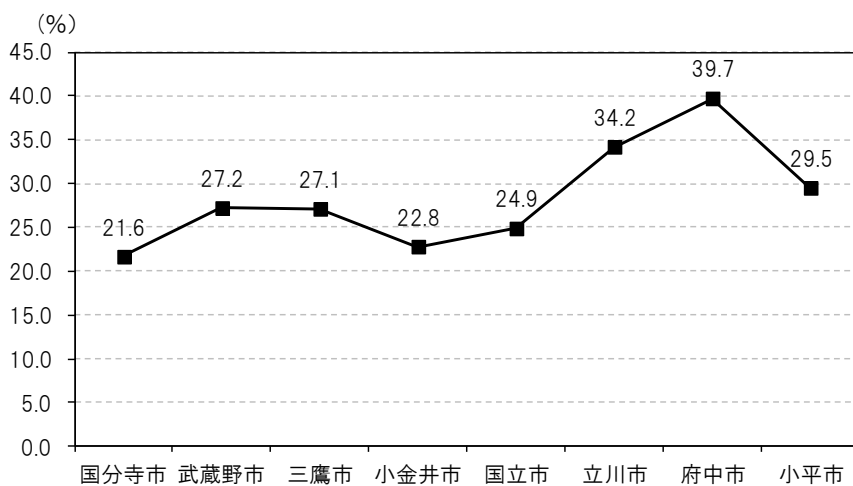


図11 国分寺市及び近隣自治体における市内で働く市民の割合

出典:「国勢調査」(平成22年)

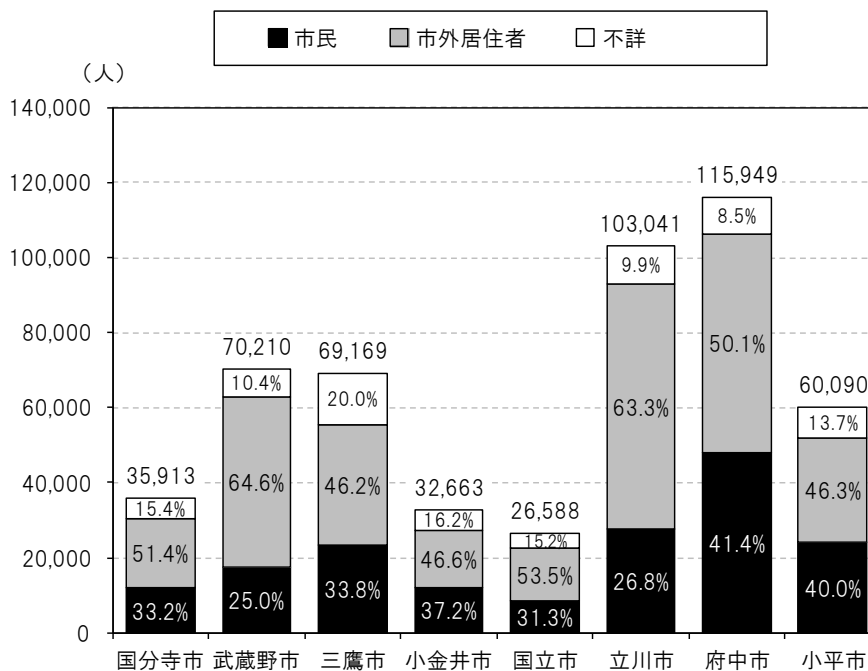


図12 国分寺市及び近隣自治体における市内就業者の居住地

出典:「国勢調査」(平成22年)

(2)地域産業の状況

卸売業・小売業、宿泊業・飲食サービス業の事業所が特に多くなっており、従業者も同様です。商業統計※によると、卸売業・小売業では小売業が事業所・従業員ともに特に多くなっており、そのなかでも飲食料品が多いことが特徴です。

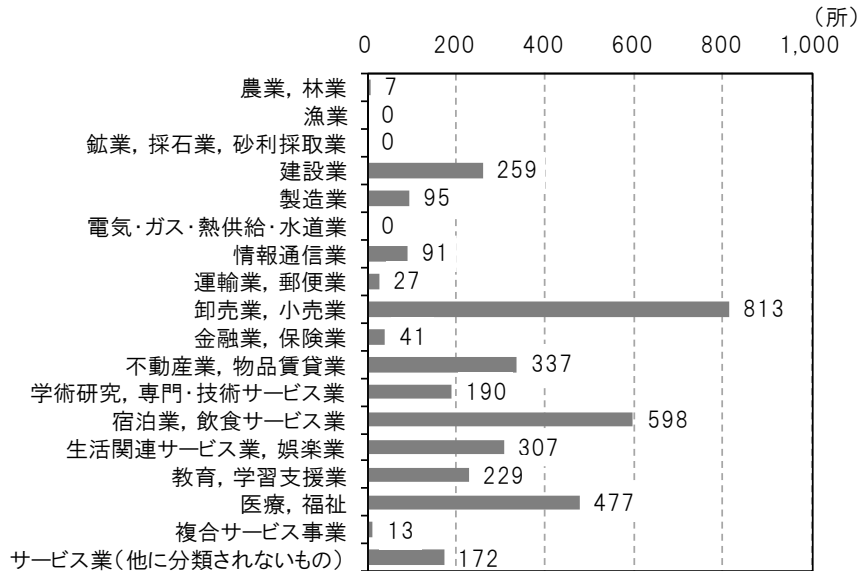


図13 産業別事業所数

出典: 経済産業省「地域経済分析システムRESAS」(平成22年)

*データは経済センサス等のデータを加工しています。(以下, 図14~16, 18, 19も同様)

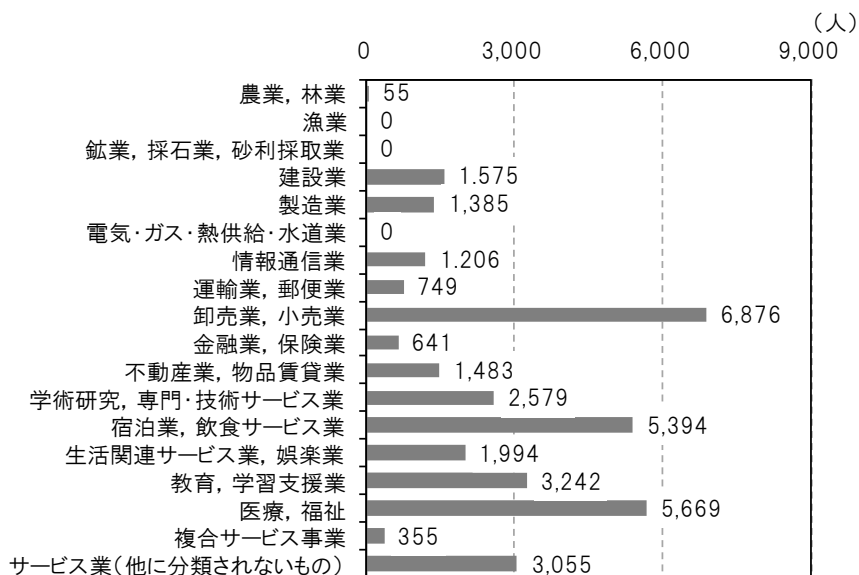


図14 産業別従業者数

出典: 経済産業省「地域経済分析システムRESAS」(平成22年)

ただし、特化係数⁷でみると、農業・林業において事業所で2.57、従業員で3.55と特に高くなっています。実際に、平成22年国勢調査では、農業に従事している市内在住者は486人、全就業者の0.9%となっており、近隣自治体のなかでは最も多くなっています⁸。そのほか、事業所・従業員ともに特化係数が高いのは教育・学習支援業、医療・福祉です。

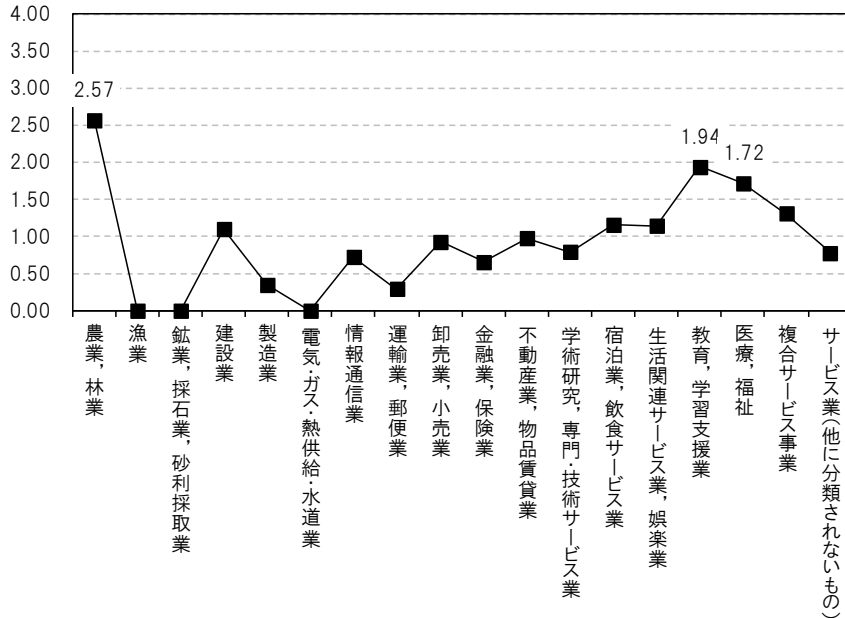


図15 RESASIによる事業所数特化係数

出典：経済産業省「地域経済分析システムRESAS」(平成22年)

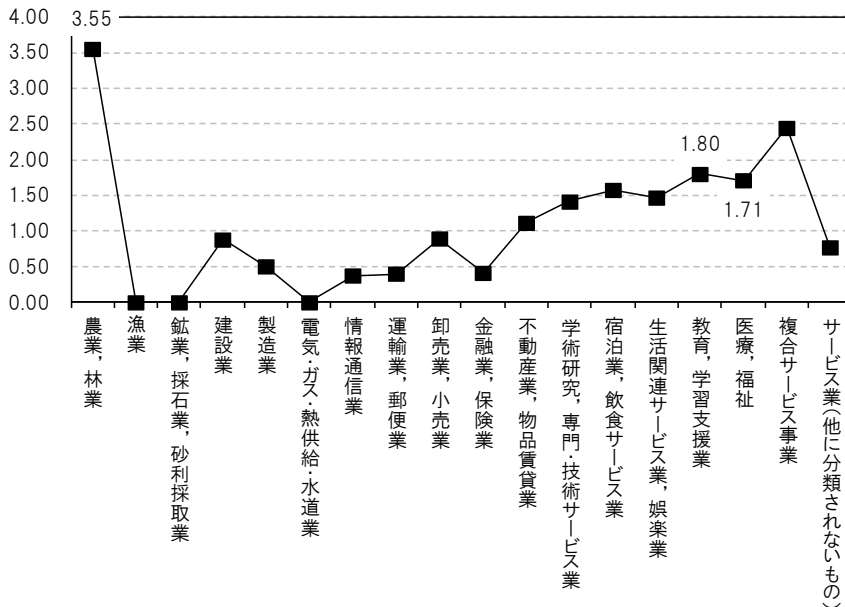


図16 RESASIによる従業員数特化係数

出典：経済産業省「地域経済分析システムRESAS」(平成22年)

⁷ 特化係数とは、自治体内の産業の業種構成や従業員数、付加価値額等について、その構成比を全国や東京都の構成比と比較した係数です。特化係数が高い産業は、その自治体の産業構造の特徴と捉えることができます。(本計画では東京都と比較しています。)

⁸ 経済センサスでは事業所単位で調査するため、個人単位で実施される国勢調査に比べて個人・世帯単位となる農業従事者の人数は少なくなります。

産業分類	人口(人)	割合(%)
農業, 林業	490	0.9
うち農業	486	0.9
漁業	2	0.0
鉱業, 採石業, 砂利採取業	10	0.0
建設業	2,608	4.7
製造業	5,131	9.3
電気・ガス・熱供給・水道業	218	0.4
情報通信業	4,413	8.0
運輸業, 郵便業	1,730	3.1
卸売業, 小売業	7,847	14.2
金融業, 保険業	2,364	4.3
不動産業, 物品賃貸業	1,773	3.2
学術研究, 専門・技術サービス業	3,794	6.9
宿泊業, 飲食サービス業	2,845	5.2
生活関連サービス業, 娯楽業	1,744	3.2
教育, 学習支援業	3,874	7.0
医療, 福祉	4,859	8.8
複合サービス事業	216	0.4
サービス業(他に分類されないもの)	3,131	5.7
総数	55,100	

図17 15歳以上の市民の産業別就業人口

出典:「国勢調査」(平成22年)

*表では「公務」「分類不能の産業」を割愛しているため、割合の総和は100%にはなりません。

(3)地域の生産力

平成24年経済センサス[※]活動調査によると、国分寺市の企業の付加価値額⁹は、卸売業・小売業が約230億円で最も高く、次いで学術研究・専門・技術サービス業が約190億円となっています。ただし、従業員一人当たりの付加価値額となる労働生産性[※]では卸売業・小売業は他分野と同じ程度となる一方、学術研究・専門・技術サービス業は変わらず高い数値となっています。

国分寺市内には、公益財団法人鉄道総合技術研究所やリオン株式会社の研究組織である小林理学研究所が所在することが背景にあると考えられます。これら二社が多くの特許[※]を保有していることから、事業所は少ないながらも、特許件数は近隣自治体のなかでは最も多くなっています。

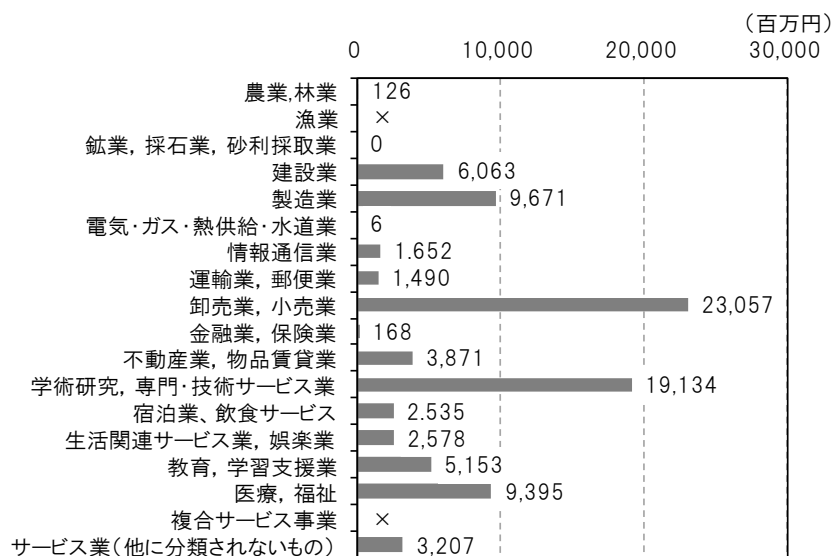


図18 産業分野別付加価値額

出典: 経済産業省「地域経済分析システムRESAS」(平成22年)

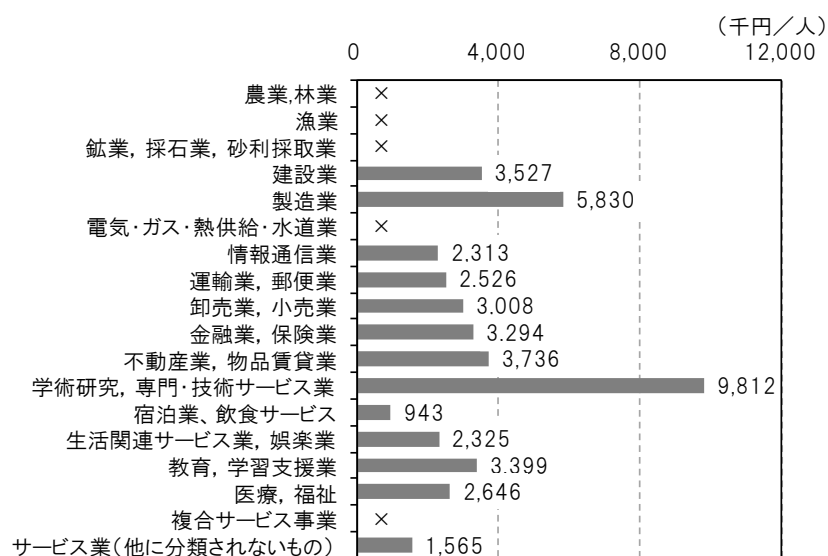


図19 産業分野別労働生産性

出典: 経済産業省「地域経済分析システムRESAS」(平成22年)

⁹ 付加価値額とは、企業の売上高から原価や営業経費等の一般管理費、給与、租税公課を差し引いて得られる、企業が生み出した価値を計るための指標です。

(4) 商圈としての吸引力

国分寺市の商店数は年々減少傾向にあり、年間販売額もそれにあわせて減少しています。そのなかで、小売業が市外から人を呼び寄せるとなる小売吸引力指数¹⁰は0.507となっており、市外から人を集める商圈と言うよりも、市外へと消費が流出していることが伺えます。実際に、地域経済分析システムRESAS[※]では、約3,700億円の所得のうち3割強が市外へと流出していることが報告されています。

ただし、多摩地域全体の小売吸引力指数は0.58となっており、1.0近くとなっているのは武蔵野市と立川市のみです。武蔵野市・立川市は吉祥寺駅と立川駅というJR中央線沿線の商業拠点となる駅を抱えていることが要因だと考えられます。そのほか、0.70を超えている自治体は昭島市、町田市、武蔵村山市、多摩市だけです。これらの自治体はショッピングモール等の大型小売店の立地や、小田急線や京王線の拠点駅であることが理由として挙げられます。

都心へのアクセスがよく、武蔵野市と立川市に挟まれ、かつ大型小売店の立地のない国分寺市では、現状の消費行動のなかでは小売吸引力指数を高めることは容易ではないと言えます。

	人口(人)	商店数(店)	年間販売額 (百万円)	小売吸引力 指数
平成9年	103,736	771	101,503	0.634
平成11年	104,426	821	106,236	0.683
平成14年	109,874	718	99,299	0.643
平成19年	114,270	654	97,550	0.607
平成26年	118,697	460	85,744	0.507

図20 国分寺市の小売吸引力指数の推移

出典：経済産業省「商業統計」

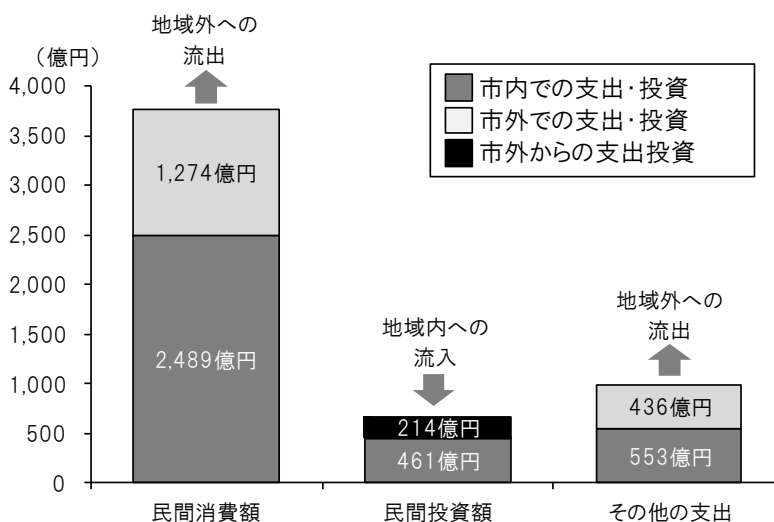


図21 市民・市内企業等の所得の流出入

出典：経済産業省「地域経済分析システムRESAS」(平成22年)

*データは国勢調査、経済センサス等のデータを複合して用いられています。

¹⁰ 小売吸引力指数は、国や東京都の一人当たりの年間小売販売額に対する、自治体や区域の一人当たり年間小売販売額の比率です。自治体や区域の商業が誘客する力を示しており、指数が1.0以上の場合は買い物客を外部から呼び寄せており、1.0未満の場合は域外に流出していると読み取ることができます。

(5) 滞在人口

RESASでは、市内に2時間以上滞在人口が時間帯毎に報告されています。それをみると国分寺市では平日・休日ともに、7時以降、市内滞在人口は定住人口を下回っています。このことから、就業・消費ともに市外に流出していることが伺えます。

それに対して武蔵野市は平日こそ市内滞在人口と定住人口が同じ程度ですが、休日は滞在人口の方が大きく上回っています。また、立川市は平日・休日ともに市内滞在人口が定住人口を上回っています。武蔵野市は休日買い物や観光に訪れる人が多く、立川市はそれに加えて平日に働きに来る人も多いということが推察されます。

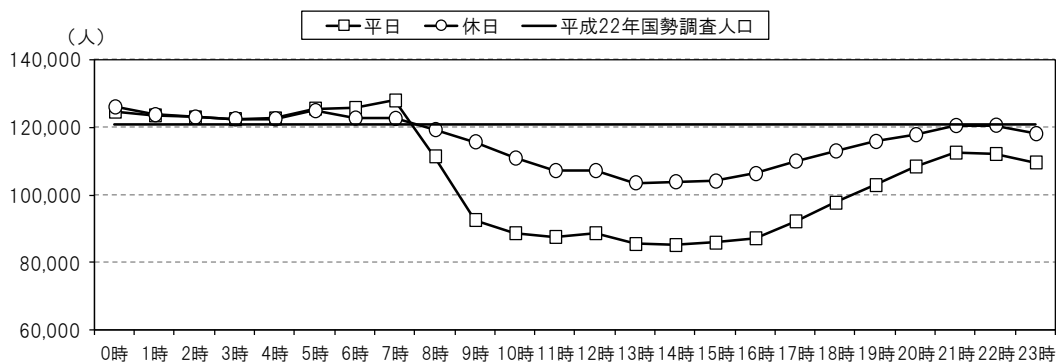


図22 国分寺市の時間別滞在人口

出典：経済産業省「地域経済分析システムRESAS」(平成27年)

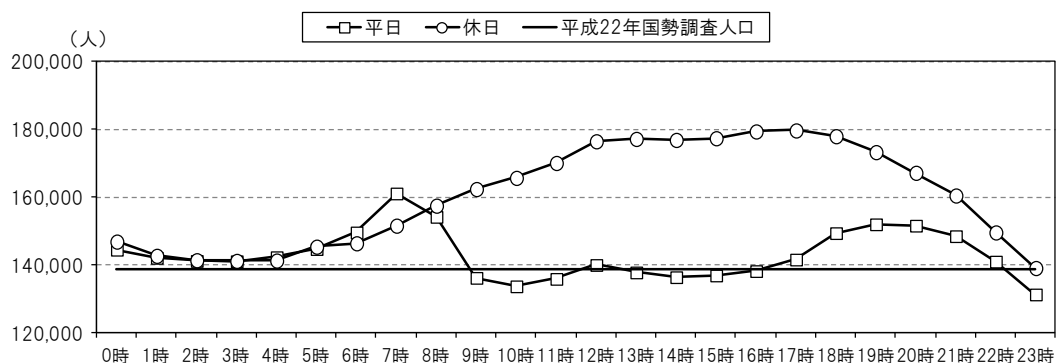


図23 武蔵野市の時間別滞在人口

出典：経済産業省「地域経済分析システムRESAS」(平成27年)

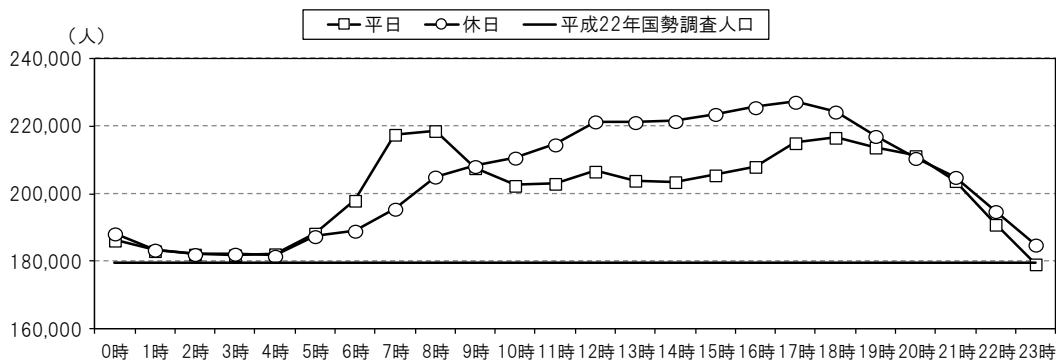


図24 立川市の時間別滞在人口

出典：経済産業省「地域経済分析システムRESAS」(平成27年)

4. 国分寺市内事業者の動向

(1)最近の売上・顧客数・仕入の変化

「国分寺市における地域活性化に関する事業所アンケート」(以下、事業者向けアンケート¹¹)によると、市内事業者の最近3年間の景況は、売上・顧客数に関しては減少している事業所の方が多くなっています。一方、仕入は増加している事業所の方が多く、利益の減少の一要因だと推察されます。

業種別にみると、小売業・飲食サービス業の事業所において他業種よりも売上・顧客数が減少している事業所が多いことが特徴だと言えます。

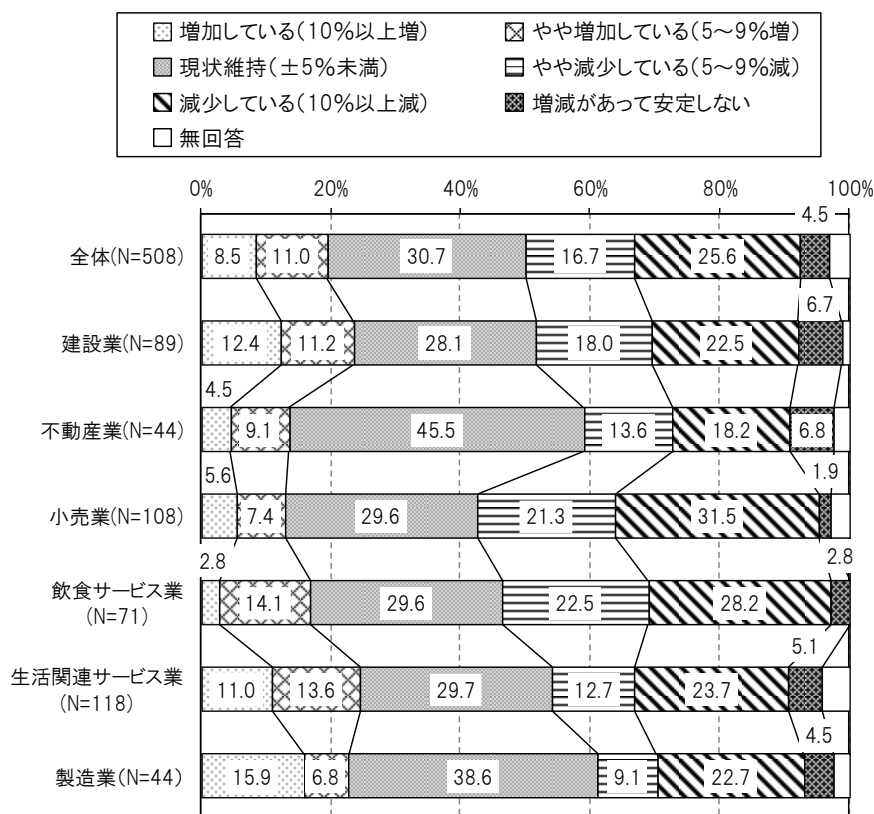


図25 業種別にみた最近3年間での上の変化

出典:「事業者向けアンケート」(平成28年実施)

*業種が未回答者もいるため、全体の回答者数と業種毎の回答者の総数は一致しません。

¹¹「国分寺市における地域活性化に関する事業所アンケート」は、国分寺市商工会に加盟する1,147の事業所を対象として、市内事業者の景況や経営状況を把握することを目的として実施しました。対象となる事業所は、商業(建設業、不動産業、小売業、飲食サービス業、生活関連サービス業で1,056件)と製造業(91件)に分類されます。回収率は44.2%(商業464件、製造業44件)でした。グラフ中、Nは回答者数を表します。

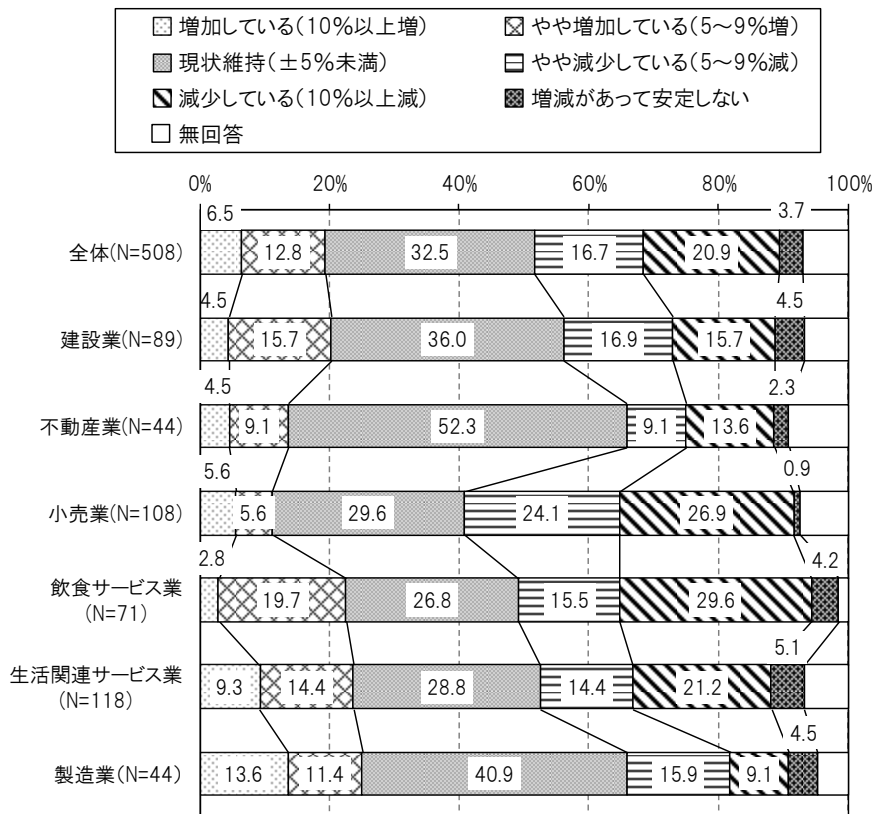


図26 業種別にみた最近3年間の顧客数の変化

出典:「事業者向けアンケート」(平成28年実施)

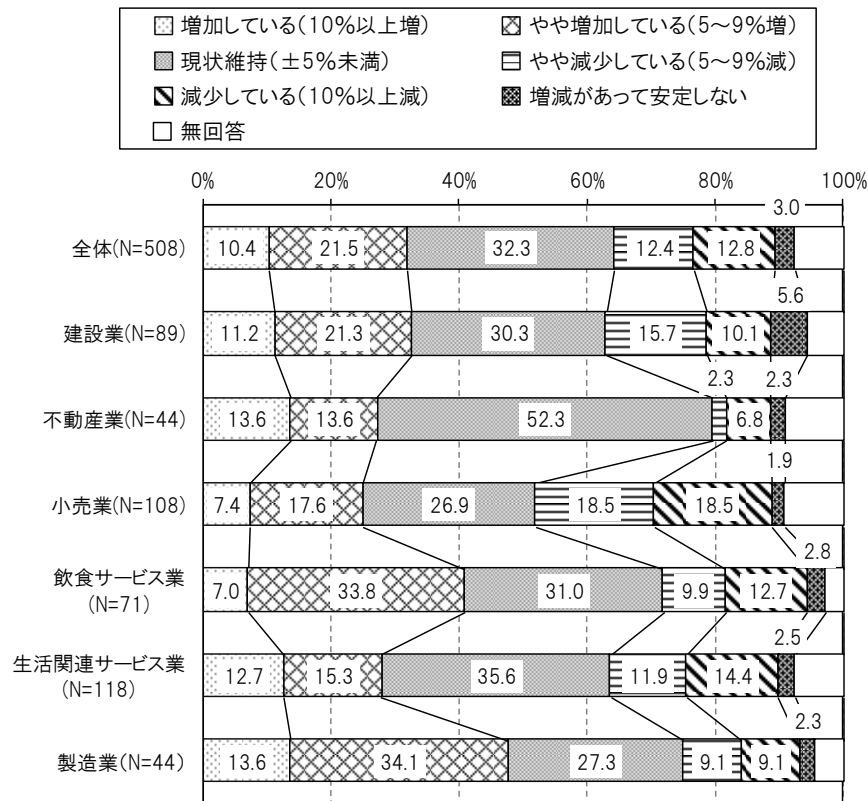


図27 業種別にみた最近3年間の仕入の変化

出典:「事業者向けアンケート」(平成28年実施)

(2)今後の営業規模の見通し

今後の営業規模の見通しについては、商業に関しては業種にかかわらず現状維持が5～6割となつていますが、不動産業で営業規模を拡大する事業所が多くなっている一方、小売業・生活関連サービス業で他業種よりも営業規模を縮小する事業所が多くなっていることが特徴です。

また、製造業では5割弱の事業所が事業拡大や多角化を考えている状況です。

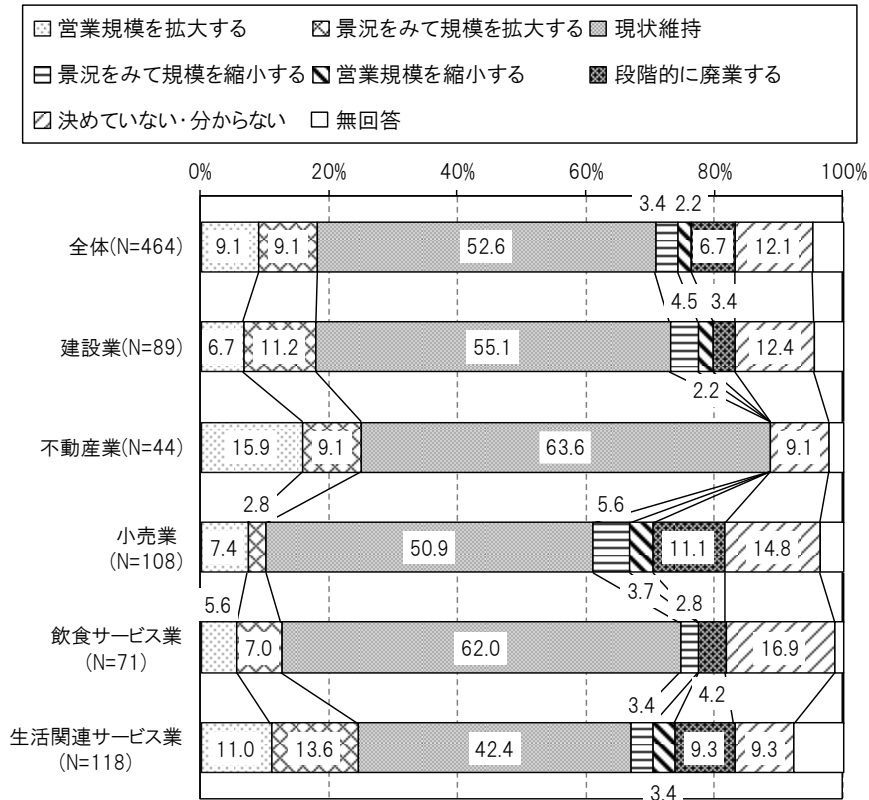


図28 業種別にみた今後の営業規模の見通し

出典:「事業者向けアンケート」(平成28年実施)

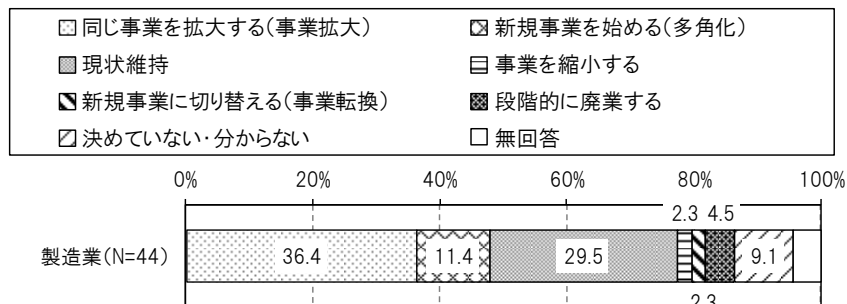


図29 製造業の今後の営業規模の見通し

出典:「事業者向けアンケート」(平成28年実施)

(3)事業継承

事業継承^{*}については、経営者が60歳以上の事業所のうち3～4割が後継者がいない状況です。さらに、経営者が80歳以上になると継がせる意思がない事業所が2割弱となります。

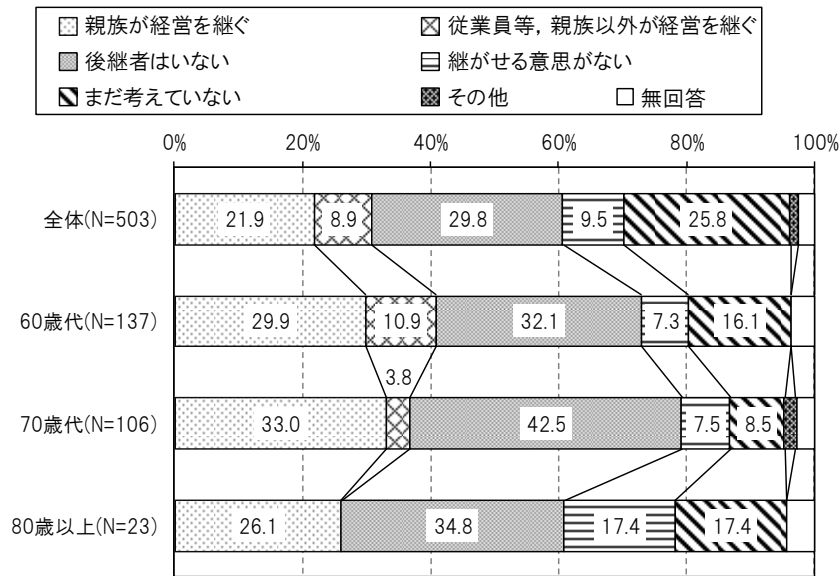


図30 高齢経営者の事業所における事業継承の状況

出典:「事業者向けアンケート」(平成28年実施)

*60歳未満の経営者もあり、全体の回答者数と60歳以上の3つの年齢区分の回答者の総数は一致しません。

(4)市内における受発注関係

納入先をみると、多くの事業所が市外から納入していることが分かります。一方、納品(販売)先については、市内への納品(販売)の方が多いう事業者が増えます。特に小売業・飲食サービス業では、市内への販売(市民へのサービス)が4割以上となる事業者が半数近くとなります。

食料品関係の小売業・飲食サービス業において地産地消^{*}に取り組んでいる事業者は2割程度でした。3割程度の事業者が関心を持っていますが、仕入方法が分からないことや、納入の安定性や食材が限られることを理由に利用をしていないという実態が分かりました。

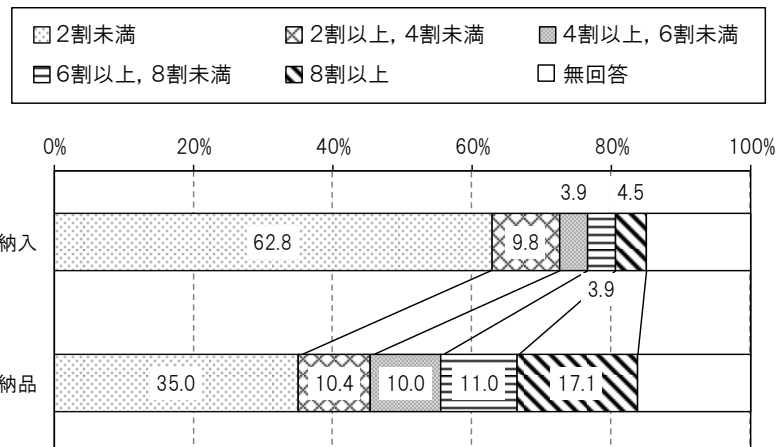


図31 納入・納品(販売)先の市内事業者・市民が占める割合

出典:「事業者向けアンケート」(平成28年実施)

(5) 商店会の状況

市内の商店会は、平成18年には21団体ありましたが、10年間で4団体が解散した結果、平成27年には17団体まで減少しています。会員数も若干増加した年もありましたが、10年間で約120店(事業所)減少し、現在は721店(事業所)が会員になっています。

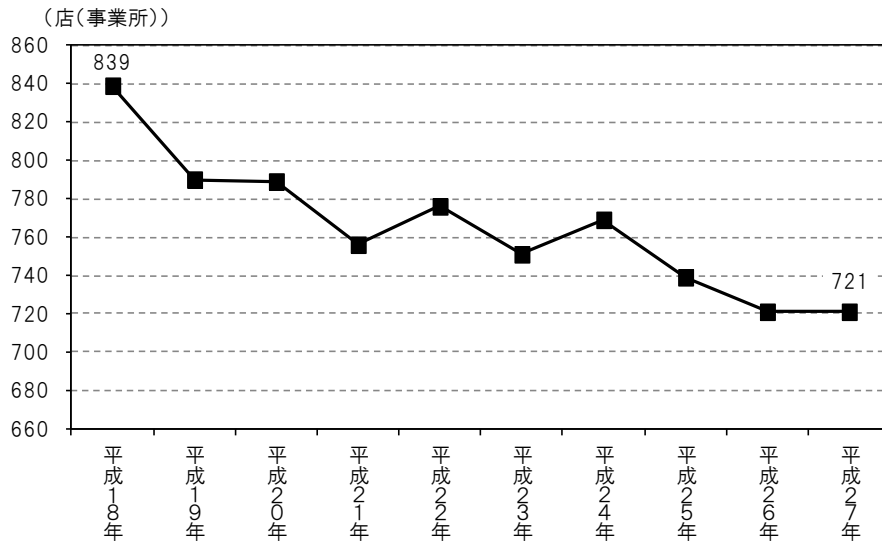


図32 市内商店会の会員数の推移

出典：国分寺市資料

	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年
東栄会	70	69	69	65	65	58	57	60	58	58
国分寺北口駅前商店会	62	59	55	59	58	52	58	59	59	60
国分寺北口西通り商店会	21	21	21	21	21	17	17	13	13	12
本町4丁目商店会	51	48	42	41	45	44	44	40	38	38
パザールK会	8	-	-	-	-	-	-	-	-	-
八日会商店会	20	20	18	18	18	18	18	17	18	18
札ノ丘商店会	34	28	30	21	29	32	30	34	34	33
本多中央商店会	26	25	26	30	28	28	26	28	27	26
本多すずらん商店会	43	38	38	36	38	34	38	23	25	27
国分寺駅南口商店会	165	149	150	143	145	135	145	135	130	133
国分寺南栄商店会	53	60	65	63	59	59	59	60	60	58
東元町商店会	40	38	37	38	41	41	41	46	44	43
むさし商興会	40	38	38	38	40	43	43	42	41	41
内藤橋通り商店会	6	6	6	6	7	7	6	6	6	6
協和会	8	7	7	-	-	-	-	-	-	-
こいがくぼ商店会	8	7	7	-	-	-	-	-	-	-
恋ヶ窪商店会	58	56	55	55	52	54	57	48	48	51
22番街商店会	54	52	53	51	50	52	53	52	53	52
光商店会	40	40	43	43	52	51	51	51	48	47
光商栄会	19	19	19	19	21	19	19	18	19	18
高木町商店会	13	10	10	9	7	7	7	7	-	-
全体	839	790	789	756	776	751	769	739	721	721

図33 市内各商店会の会員数の推移

出典：国分寺市資料

「事業者向けアンケート」では、約半数の事業所が商店会会員になっていました。そのうちイベントを活発に行っている商店会の会員である事業所のうちの半数がイベントの効果を実感していることが分かりました。

一方、商店会に加盟しようと思わない約3割の事業所にその理由を尋ねたところ、商店会に加盟するメリットを感じないという理由が最も多くなっていました。商店会に加盟するとメリットを感じる一方で、加盟していない店舗がそれを認識していない状況になっており、非加盟店へのPRやコミュニケーションが求められると考えます。

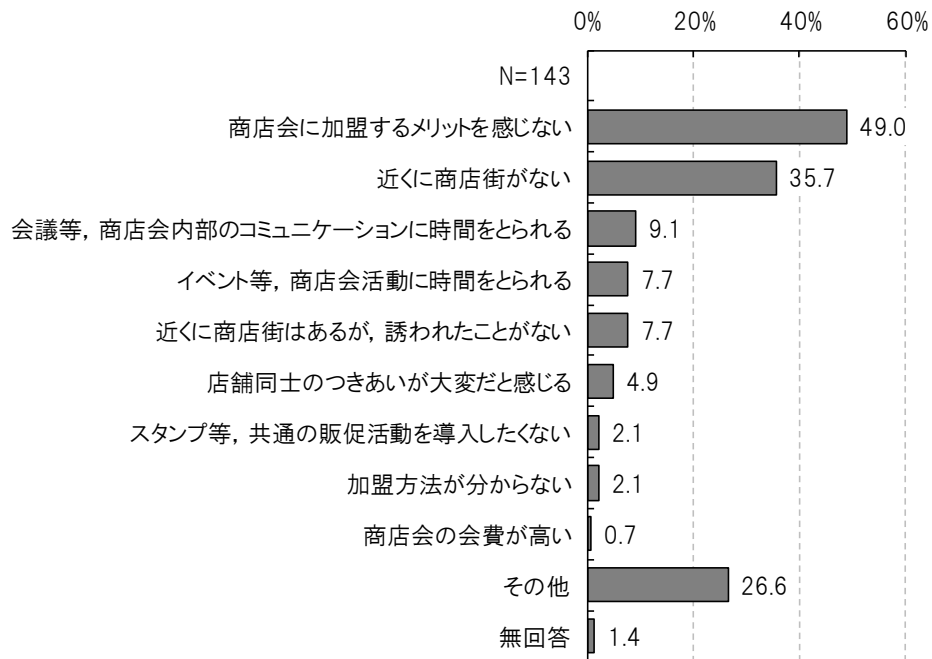


図34 商店会に加盟しない理由

出典:「事業者向けアンケート」(平成28年実施)

5. 国分寺市の魅力・資源

(1) 国分寺市の資源

■ 歴史資源が豊かなまち

国分寺市は、歴史資源に恵まれており、様々な時代の遺跡が多数残っています。そのなかでも国指定史跡である武蔵国分寺跡[※]は代表的な資源であり、現在、歴史公園として整備を進めています。この付近は、都立武蔵国分寺公園[※]と隣接するほか、東山道武蔵路跡[※]や真姿の池湧水群[※]、お鷹の道[※]等、歴史・自然資源が多く集積しています。

史跡を見学に訪れる人や家族連れ等、多くの人が集う場所となっています。最近では史跡の駅おたカフェ[※]がオープンしたことで、徐々に市民が余暇を楽しめる場所となってきています。

■ 豊かな自然と都市農業

国分寺市は、水と緑にも恵まれており、真姿の池湧水群をはじめとした湧水源が点在しているほか、都心近郊ながらも農地が多く残っていることが特徴です。都市化が進むなかで農地も徐々に減少してはいますが、近隣市のなかでも市域に占める農地の割合が最も高くなっています。

また、農業生産の面でも、うどやブルーベリーが特産品となっているほか、野菜、果樹、植木、畜産等、多岐に渡る生産が行われています。定期的に国分寺駅前直売会が行われているほか、市内各地で軒先販売が盛んに行われており、身近に市内農産物を購入することができる環境となっています。実際に、平成16年と平成27年に実施された「国分寺市農業に関する市民アンケート」での市内農畜産物の購入状況を比較すると、10年前よりも市内農畜産物を購入する人が増えていることが分かります。

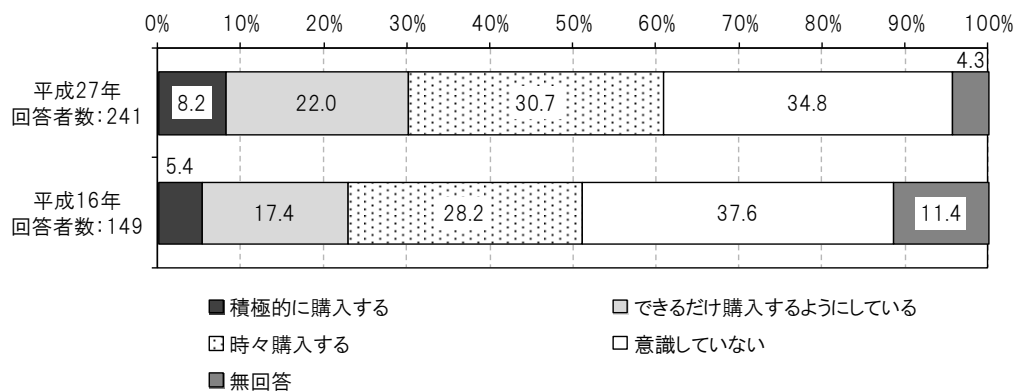


図35 市内産農畜産物の購入状況

出典：国分寺市農業に関する市民アンケート(平成16年・平成27年)

国分寺の歴史・自然資源



写真左上:お鷹の道
写真右上:東山道武蔵路跡
写真左下:武蔵国分寺跡
写真右下:真姿の池湧水群

(2)市民が思う国分寺市の魅力

市民向けアンケートでは、国分寺市の魅力として、みどり、歴史、農産物・農地が多く挙げられており、歴史や自然の豊かな資源は、市民にも認知されていることが分かります。それら資源に続くかたちで、「まちあるきを楽しめる」が魅力として多く選ばれています。このことから、商業振興プランにて示された「ぶらぶら歩きが楽しいまち」という国分寺のイメージは、市民にも共感されるものであることが伺えます。

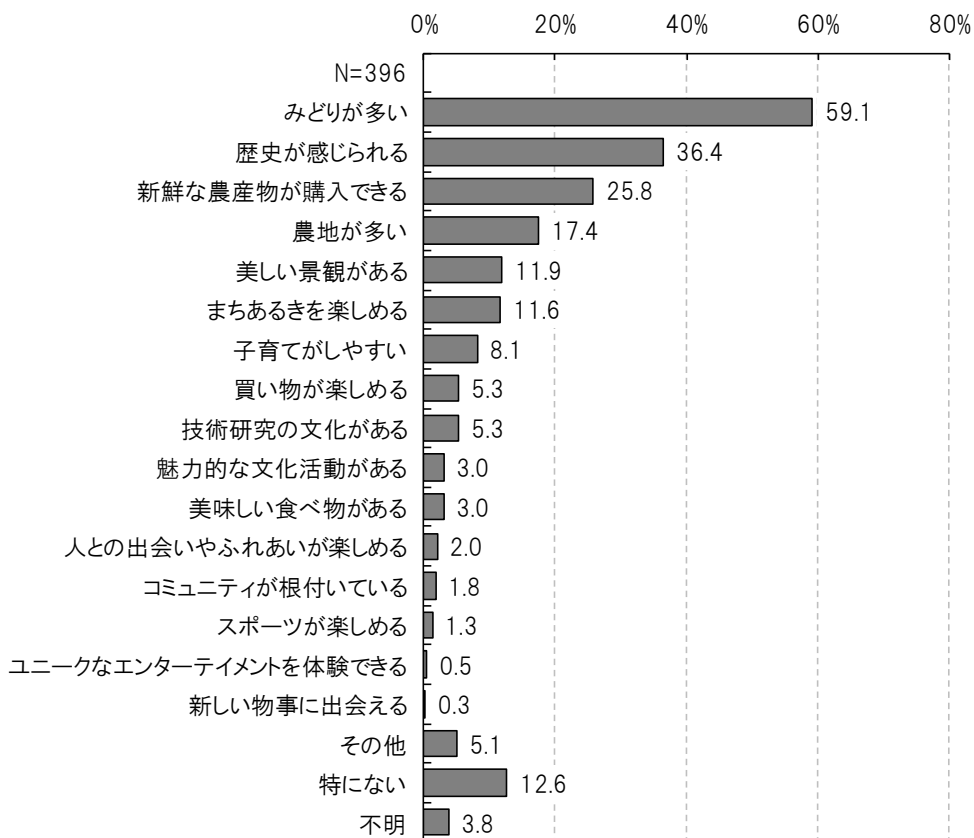


図36 市民が思う国分寺市の魅力

出典：「市民向けアンケート」(平成28年実施)

6. 今後予定されるまちづくりへの期待

(1) 今後予定されるまちづくりの概要

■ 国分寺駅北口再開発事業

国分寺駅北口では、平成31年度の完成を目指して再開発事業が進められています。同事業では、商業施設と公益施設、そして集合住宅の複合ビル2棟のほか、交通広場や歩行者デッキが一体的に整備される予定です。

複合ビルは国分寺駅周辺のシンボリックな存在になるだけでなく、商業施設・公益施設は、賑わいの創出や国分寺の文化や観光の魅力を発信する拠点になることが期待されます。また、複合ビル北側の交通広場の整備と連動して、広場から北側に延びる都市計画道路(国3・4・12)が都市計画道路(国3・4・6)まで整備することが予定されており、国分寺駅北口全体の交通環境・歩行環境が向上することが期待されます。

■ 都市計画道路の整備

国分寺市においては、国分寺駅北口に接続する都市計画道路(国3・4・12)のほか、多摩地域における南北の主要な幹線道路である都市計画道路(国3・2・8)も整備が進められているところです。また、国分寺駅の南側にて国分寺街道と並走する都市計画道路(国3・4・11)の整備とあわせて、まちづくりの検討が進められているところです。

これらの道路整備により、府中市、小平市等と国分寺市の間での南北の移動が増加することが予想され、誘客につながることを期待されます。

また、車両交通が減少し、歩行環境が改善されることになる国分寺駅北口の駅前通りや国分寺街道沿道の商業の活性化につながることも期待されます。

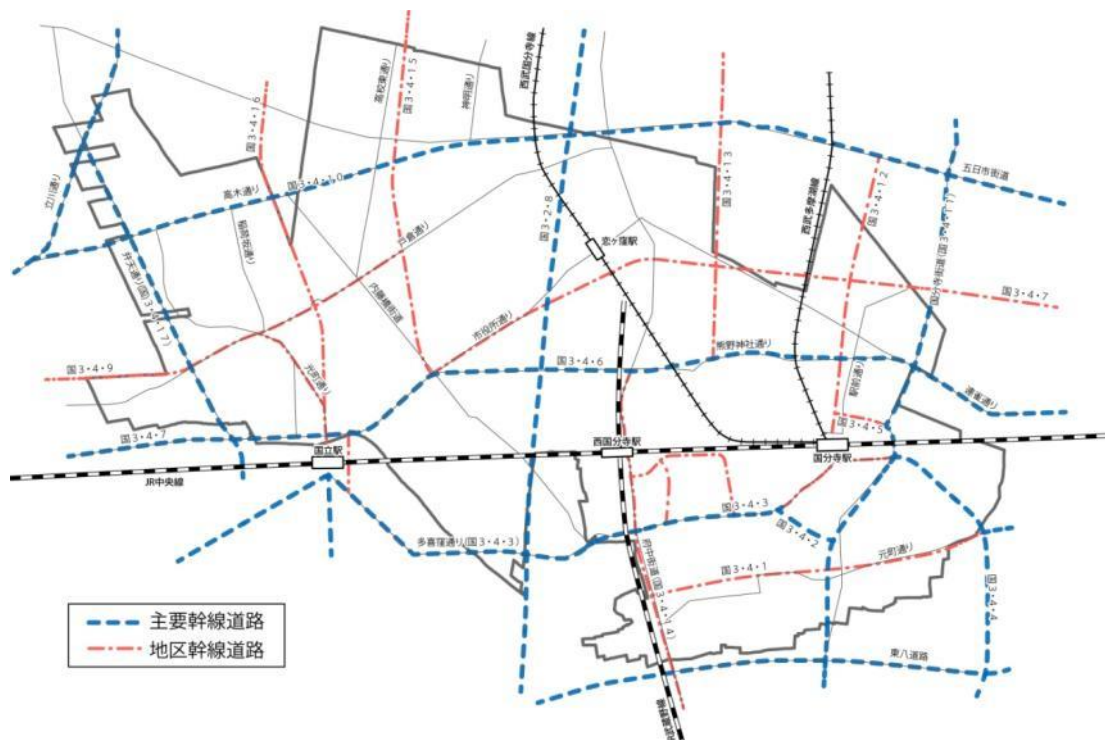


図37 主要幹線道路と地区幹線道路

出典:「国分寺市都市計画マスタープラン」

(2)市民の期待

国分寺駅北口再開発に対する市民の期待としては、商業施設の集積が特に多くなっています。また、再開発事業にて整備されるオープンスペース^{*}の活用としては、オープンカフェ等の設置のほか、市内農畜産物の直売会が多くなっています。

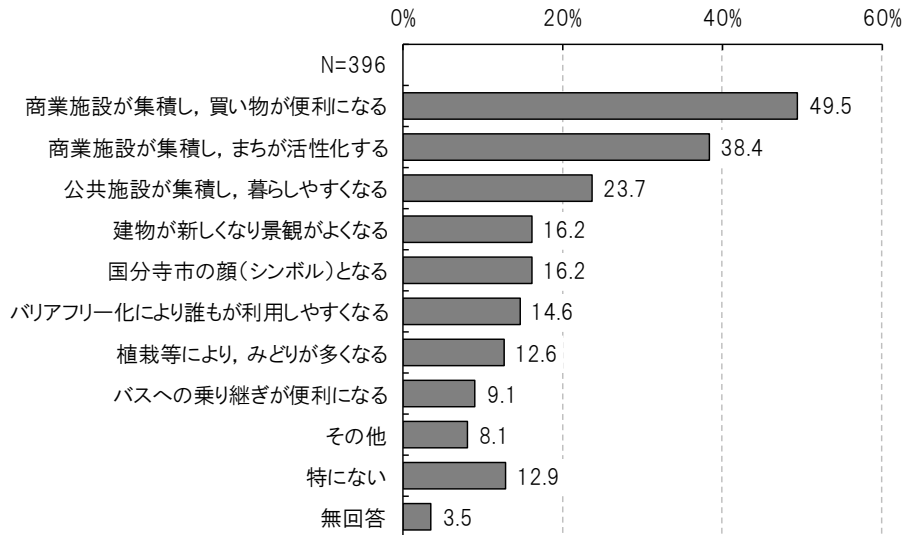


図38 国分寺駅北口再開発事業に対する市民の期待

出典:「市民向けアンケート」(平成28年実施)

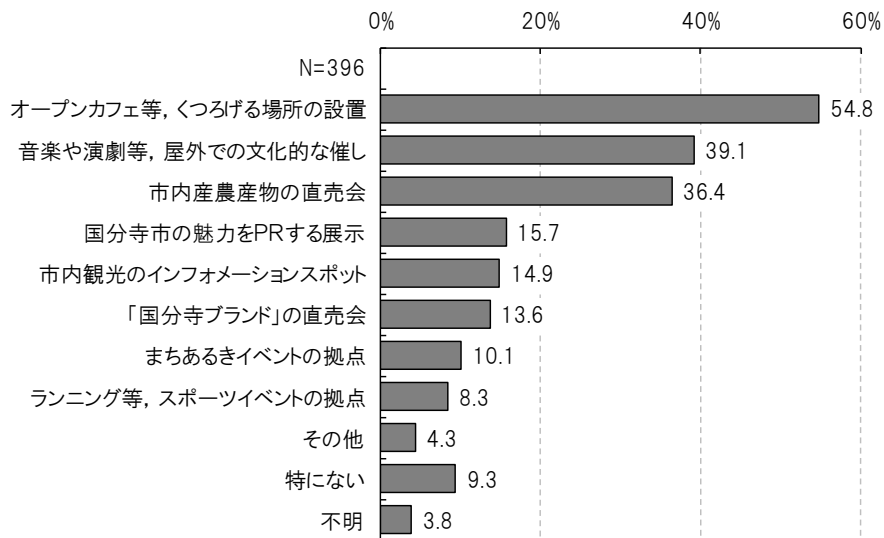


図39 再開発終了後にオープンスペースの活用方法に対する要望

出典:「市民向けアンケート」(平成28年実施)

(3)事業者の期待

事業者における国分寺駅北口再開発への期待については、住民や来街者の増加、周辺開発が期待されています。期待していない事業者も4割となっていますが、市の北部や国立駅周辺に立地する事業者においては期待できることが少ないためだと推察されます。

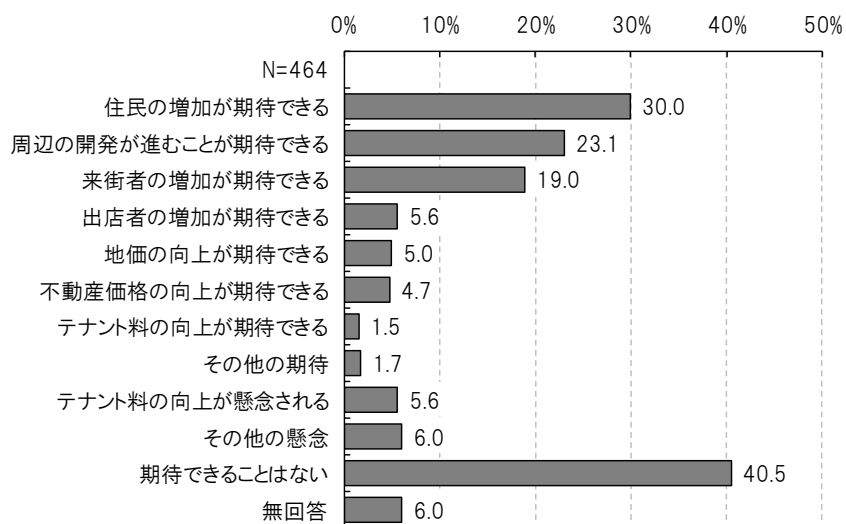


図40 国分寺駅北口再開発事業に対する事業所の期待・懸念

出典:「事業所向けアンケート」(平成28年実施)

第3章 基本目標

1. 基本的な考え方: 地元愛から地域経済活性化へ

キャッチコピー

住人十色の魅力があるまち・国分寺

本プランは、商業を中心として農業や工業、観光等を含めた地域産業が連携しながら、市民・事業者の地元への意識を育み、国分寺市ならではの魅力を創出し、地域経済を活性化することを目的としています。

国分寺市内で魅力的な買い物体験や就業機会が得られるようになることで、市内の消費・雇用が増え、市内事業者の売上も増える状況を生み出します。市内事業者の売上は最終的に市財政へと反映され、商業・行政サービスの両面で市民生活が豊かになるという経済的な循環を生み出すものです。いわゆる「売り手よし、買い手よし、世間よし」という「三方よし」の状況をつくることも言えます。

現在の国分寺市は、消費の観点では市外への所得の流出が多く、同時に市内の個人商店における消費もそれほど多くないことが伺えます。一方、生産の面では、基幹的な地域産業は存在せず、市内事業者もそれほど多くはありません。商店も減少傾向にあり、経営者が高齢の事業所でも事業継承の目途が立っていない状況も見受けられます。

この状況が続くと、現在の良好で多様な買い物環境を将来的に維持することが難しくなることが懸念されます。結果、市民生活の豊かさはもとより、空き店舗の増加や商店会の衰退により安全・安心にも影響を及ぼすことにつながりかねません。

近年注目を集める地産地消やバイ・ローカル[※]運動は、地元の事業者や農業者の支援という目的よりもむしろ、消費者として買い物を楽しみながら、自分が住む地域の商業活動の衰退を避け、消費の観点から市民生活の豊かさを維持・発展させていこうという意図を持っています。国分寺市においても市内での消費を生み出し、商業を活性化させ、ひいては地域経済を活性化させることが大切です。

そのためには、市民の消費意欲を刺激することも有効ですが、長期的な視野に立って市民と事業者が国分寺市に愛着を持ち、国分寺市に対する地元愛を感じながら生活や事業を営むなかで地元の魅力を創出し、高めていくことが目標とされるべきだと考えます。

国分寺市には、商業のみならず、市内農畜産物を活用した都市型の地産地消や自然環境、歴史資源等を活かしたローカルツーリズム[※]等、地元の魅力につながるポテンシャルが多数あるまちです。

そこで、本プランでは、国分寺に対する地元愛を持つ人たちが、商業、農業、工業、観光等を結び合わせることで国分寺の魅力をつくり、買い物を通じて魅力を楽しむまちを目指し、上記のキャッチコピーを掲げます。

2. 長期目標

地元をキーワードとして、地元を愛する商業、農業、工業そして観光に関わる事業者、さらには市民が魅力を協創し、楽しむことで、結果的にその魅力に惹かれてまちを訪れる人が増えることが目標となります。そこで、本プランにおける長期目標を次のように定めます。

長期目標

**地元愛を持って仕事をする人たちがまちを盛り上げ、
まちに住む人・訪れる人が地元を楽しむことで、
売り手よし・買い手よし・世間よしの関係で地元経済を活気づける**

そのためには、市民・事業者・来街者それぞれの立場において、次のような人たちを増やすことが求められます。

- ①自分の仕事を通じて地元を盛り上げ、利益を高める**事業者を増やす**
- ②買い物や飲食を通じて地元を楽しもうとする**市民を増やす**
- ③国分寺が好きで訪れる**市外在住者を増やす**

事業者が何らかのアクションをするためには売上につながる見通しが前提となりますが、そのためには地元を楽しむ市民や地元を盛り上げようとする市内事業者間での受発注関係が必要です。一方、消費者となる市民においては、満足感や充足感を感じられる消費体験が得られなければ、JR中央線沿線のように恵まれた買い物環境のなかで地元を選ぶ理由はありません。

商業、農業、工業に関わる事業者が連携して地元の魅力をつくり出し、その魅力が市民に伝わり、バイ・ローカルの意識を醸成することで、市民が消費者として地元を楽しみ、さらに地元が盛り上がるという循環を生み出すことが求められます。

その循環が市内から市外へと広がるように情報発信をすることで、上記③の来街者の増加へと展開できると考えます。同時に、自然や史跡等の国分寺市の資源をつなげ、さらに商業と関連付けることで回遊性・滞在性を高め、市外からの来街者を増やす取組も同時に必要となります。

第4章 施策体系

1. 6つの方向性

本プランでは、長期的目標及び具体的な目標に基づき、6つの方向性を設定します。10年間における施策・事業は、これら方向性に沿って体系化し、それぞれの目標に照らして推進していきます。

また、方向性毎に第Ⅰ期(平成29～32年度)において重点的に取り組む事業を設定し、その事業を中心とした施策・事業について進捗と成果を平成32年度に評価します。

方向性1 「国分寺らしさ」の協創

商業振興プラン以降、「国分寺らしさ」をブランディングすることを課題として取り組んできました。しかし、現時点では、まだ明確にその魅力を打ち出せていない状況であることを踏まえ、本プランにおいても、事業者と市民がともに「国分寺らしさ」を協創し、さらには市外にその魅力を発信することを目指します。

そのためには、事業者と、消費者である市民がそれぞれにおいて国分寺に対する地元愛を持ち、事業者においては個々の事業はもとより、農商工連携※を通じて相乗効果を生み出すことを通じて地元の魅力を打ち出し、市民においては消費行動を通じて地元を活性化するという、商業振興プランでも示された「地売地消」の関係を築くことが重要です。

方向性2 地元を楽しむ買い物の促進

地元の魅力をつくり、「国分寺らしさ」へとつなげるためには、魅力ある買い物環境を素地として形成するとともに、市民が消費者として地元で買い物をすることが不可欠です。国分寺市は、立川や吉祥寺、さらには新宿の商圈に含まれますが、事業者が作り出す地元の魅力を市民が実感し、消費行動へとつなげていくことが大切です。

そのためには、市民に対して買い物を促すための広報やイベントのような直接的な取組とともに、中長期的な視野に立ち、農商工が連携し、地元愛を持ち、地域で買い物をしようとするバイ・ローカルの意識を持った市民を増やしていくことが有効だと考えます。そこで、地元を楽しむ買い物へとつながるような地元愛を醸成していくことを目指します。

方向性3 まちづくりと連動した買い物環境の向上

「国分寺らしさ」をつくるためには、地域に根付き、地元の魅力や活性化につながるような事業を展開していくことが大切です。そして、個々の事業をつなぎ、消費者が地元の魅力を感じ、それを楽しめるような環境を面的に展開していくことも大切です。

近年、市内では、地元を盛り上げようとする事業が多数実施されており、それらの動きを線としてつないでいく必要があります。また、駅前や商店会等の周辺まちづくりはもとより、まちづくりと連動した買い物環境の向上や既存ストック※を活用した商業展開を図ることで、市内農畜産物を気軽に購入できる等、市内各所で地元を楽しむ買い物環境を形成することを目指します。

方向性4 資源を活かした回遊性・滞在性の向上

国分寺市は、武蔵国分寺跡をはじめとする史跡、湧水や緑等の豊かな自然、そして都市近郊ながら脈々と続く農業が魅力的なまちです。特に都立武蔵国分寺公園の周辺は、史跡や自然に恵まれており、市民ランナーや見学に訪れる人も少なくありません。また、市北部の北町・並木町には農地が点在しているほか、市内各所に旧家や石碑・塚が点在しています。

それら既存の資源を活かし、マップ等で見える化することで市外からの誘客と回遊を促すとともに、ICT等の活用を通じて商業・サービスと資源を結び付けることで時間消費(滞在)[※]を高めることを目指します。

方向性5 起業・創業がしやすい環境の形成

起業・創業はもとより、市内での雇用を増やすことは、地域産業の活性化という側面のほか、昼間人口の増加による消費者層を厚くすることにもつながるものです。

起業・創業については各地で取り組まれており、国分寺市でも、商工会等と連携して取組を進めてきた分野です。これまでの成果をさらに充実させ、相談対応や講座、資金面での支援はもとより、市内の商業・工業・農業における産業資源や、空き家・空き店舗等の既存ストックを活かすことで、起業・創業を誘引することを目指します。

方向性6 地域産業の持続性を高める体制構築

「国分寺らしさ」が市民はもとより、市外在住者にも認知され、定着するためには、地元根差して魅力をつくりだす事業者や商店会、市内での起業・創業者等が地元で定着し、将来にわたって操業を続けていけることが大切です。助成制度に加えて、操業や資金調達に関する相談等の支援や、そのための組織づくりが必要です。

商店会の法人化や観光協会の自主的な取組を促しながら、商業・工業・農業・観光に係る団体が連携し、さらには大学や金融機関とも提携しながら、事業者を支援する組織体制を構築することを目指します。

2. 施策体系図

キャッチコピー **住人十色の魅力があるまち・国分寺**

長期目標 地元愛を持って仕事をする人たちがまちを盛り上げ、
 まちに住む人・訪れる人が**地元を楽しむ**ことで、
 売り手よし・買い手よし・世間よしの関係で**地元経済を活気づける**

地元経済の活性化：

市内での消費が増え、市内事業者がうるおい、めぐりめぐって市民生活が豊かになる

地域の状況

- 市内での消費が増える
- 市内のお店の魅力が高まる
- 市内で仕事生まれる

市民・事業者の状況

- 国分寺で買い物したい人が増える
- 国分寺で魅力ある商売をする人が増える
- 市内で仕事(起業・創業)をする人が増える

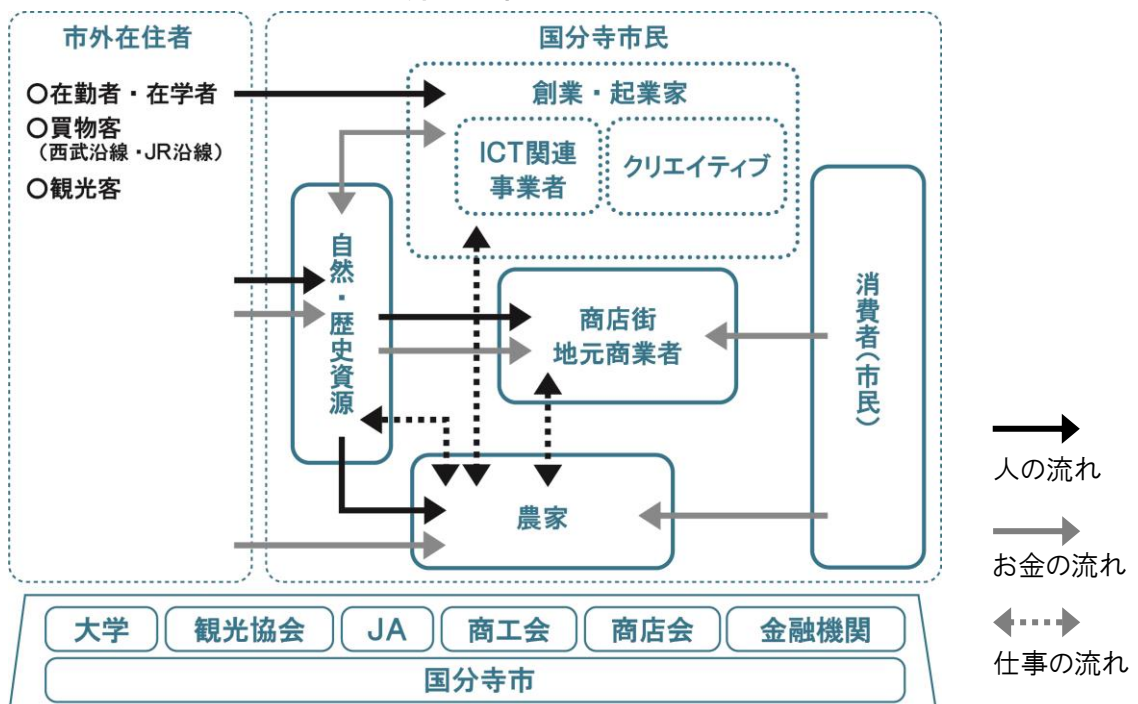
具体的な目標

自分の仕事を通じて地元を盛り上げ、利益を高める**事業者を増やす**

買い物や飲食を通じて地元を楽しもうとする**市民を増やす**

国分寺が好きで訪れる**市外在住者を増やす**

【地元経済の循環フロー】



方向性

1. 「国分寺らしさ」の協創

事業者と、消費者である市民がともに、地元愛に根差した「国分寺らしさ」を協創することを目指します。さらに本プランの取組を一体的にプロモーションすることで、市外からの来街者を増やします。

2. 地元を楽しむ買い物の促進

「国分寺らしさ」を感じることができる買い物環境を形成するとともに、地元愛を持ち、地域で買い物をしようとするバイ・ローカルの意識を醸成し、「国分寺らしさ」を楽しむ市民(消費者)を増やしていくことを目指します。

3. まちづくりと連動した買い物環境の向上

地元での様々な事業をつなげるとともに、まちづくりと連動した買い物環境の向上や既存のストックを活用した商業展開を図り、地元を楽しむ環境を市内各所に面的に広めることを目指します。

4. 資源を活かした回遊性・滞在性の向上

歴史・自然・農といった既存の資源を、ストーリーをもって結び付け、ICT等を活用して回遊を促します。さらに商業・サービスとも連携することで、市内での滞在性を高めることを目指します。

5. 起業・創業がしやすい環境の形成

相談対応や資金面での支援はもとより、既存の商・工・農業及び産業資源や、空き店舗・空き家等の既存ストックを活かし、市内での起業・創業をしやすい環境をつくることを目指します。

6. 地域産業の持続性を高める体制構築

「国分寺らしさ」を感じる事業者や起業・創業家が定着し、将来的に操業を続けていけるように支援する制度を検討するとともに、商工会・JA・商店会、さらには大学や金融機関等と連携した組織づくりを進めます。

第Ⅰ期の課題

事業者と市民が共有できる「国分寺らしさ」を見出すため、既存の事業者や事業のなかから「国分寺らしさ」を見出し、市内外に広く発信する必要があります。

地元を楽しむ買い物をする市民を増やすためには、まず市民のなかで地元愛を醸成し、バイ・ローカルの意識を持つ機会を設ける必要があります。

道路環境の現状を踏まえ、国分寺駅前をはじめ、市内各所の商店街で、ぶらぶら歩きを楽しめる環境をつくる必要があります。

史跡や自然が集積する都立武蔵国分寺公園周辺の回遊性・滞在性を高めるため、商業と資源の連携を高める必要があります。

起業・創業がより促進され、市内定着を進めるためにも、産業競争力強化法[※]に基づく創業支援事業計画[※]に位置付けた事業をより一層充実させる必要があります。

商店会の法人化は様々なメリットがあることから、行政としての支援の在り方を検討することで、商店会の法人化を促す必要があります。

第5章 方向性に基づく取組

1. 「国分寺らしさ」の協創

「国分寺らしさ」の形成は、事業者と市民に「国分寺らしさ」として共有される必要があります。そのためには、既存の事業や事業者から「国分寺らしさ」を見出し、農工商を横断しながら結び付け、発信するなかで、それをブランドとして定着・確立させていくことが重要です。

そのためには、これまで取り組んできた「国分寺ブランド」や、市内の事業者のなかから「国分寺らしさ」を見出す必要があります。また、「国分寺ブランディング方針及び事業計画」で示された取組を進めていくことも考えられます。そして、事業者や市民の反応を確かめながら、ブランドとして共有されるかどうかを見極めていくというプロセスを踏むようなパイロットスタディ[※]を積み重ねることが有効です。

そこで、第Ⅰ期の重点事業として、既存の商店から「国分寺らしさ」を感じる事業者を選定し、表彰することを通じて「国分寺らしさ」を発信・共有する「(仮称)国分寺の輝く個店大賞」プロジェクトを位置付けます。また、第Ⅰ期の最終年度・平成32年に開催される東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会に関連付けながらまちを盛り上げ、「国分寺らしさ」をつくり、発信することも有効です。

そのほか、事業展望としては、現在の「国分寺ブランド」や、昭和30年に日本で初めてペンシルロケット水平発射実験が行われたことに由来する「宇宙開発発祥の地」というシティプロモーション[※]等、「国分寺らしさ」の下で進められる本プランの施策・事業を一体的に市内外へとPRし、産業活性化につなげることも検討します。

市外からの集客を考えると、立川駅と吉祥寺駅という商業拠点に近いことから、広く衆望を集めるものよりも、むしろ国分寺にしかない魅力を発信することが有効だと考えます。農業や自然、歴史、さらに宇宙も含めて、国分寺に愛着を持つような太いターゲットを惹きつける魅力が求められます。

第Ⅱ期における重点事業 「国分寺お店大賞」プロジェクト

「国分寺お店大賞」は、国分寺らしさや魅力ある商品・サービスを提供する個店を部門別にて審査し表彰する事業です。リーフレットや市報、ホームページ等により発信することで、商店街に足を運ぶきっかけをつくり、にぎわいを創出します。また、市内のみならず市外にも積極的に情報を発信することで更なる認知度向上を図ります。

■国分寺ブランディング方針及び事業計画とは

4つのメインテーマと10のサブテーマからなる国分寺らしさを発信するための事業展開が提案されました。

メインテーマ	サブテーマ
美しくなれるまち	市民ランナーの聖地
	美しく健康的な所作を身につけられるまち
子育てにやさしいまち	みんなで子育てするコミュニティのあるまち
	お母さんのコミュニティのあるまち
生涯を過ごしたいまち	起業したくなるまち
	生涯を通じてスポーツを楽しめるまち
	趣味のコミュニティがあるまち
歴史文化を感じるまち	ユニークなエンターテインメントがあるまち
	古代・中世・近世の文化に親しめるまち
	技術研究の文化に誇りを感じられるまち

今後の事業展望

①国分寺の魅力・資源に関する情報の収集 ◇

市内商業者や農業者はもとより、自然や歴史資源、さらにはサブカルチャー※や国分寺にゆかりのある文化人の足跡等、これまで十分に捉えきれていなかった国分寺の魅力・資源を掘り下げて収集します。

②地域産業の魅力のPRの促進 ◇

収集された国分寺の魅力・資源を広くPRし、市民による地元への関心を高めるとともに、市外からの誘客を促すことを目指します。PRの際にはICTやデザイン・クリエイティブの活用や歴史資源との連携を図るとともに観光大使を活用する等の工夫を検討します。

③飲食店等における地産地消の推進 ◇

農業・商工業・観光などが相互に連携し実施している、地場産農畜産物こくベジを活用したイベントやマルシェ等を開催することで、こくベジメニュー提供店をPRすることにより地産地消の推進を図ります。

継続実施事業

事業	概要
国分寺ブランド ◇	商業者等と連携を図り、市内で生産・製品化され、国分寺市の独自性や地域特性を有する「国分寺ブランド」のPRに努めます。
一店逸品事業 ◇	こだわりの商品や隠れた名店のサービスを市内外にPRし、商店へ足を運ぶきっかけをつくる「一店逸品事業」を、商工会と連携を図り、内容の充実に取り組んでいきます。
名物名産品事業 ◇	市内商工業者のつくり出した特徴ある優れた物品を推奨かつ一般に広く公開することにより、研究・開発を促す「名物名産品事業」を、商工会と連携を図り、内容の充実及び販売促進に取り組んでいきます。



「逸品カタログ」(一店逸品事業)

■日本の宇宙開発発祥の地・国分寺市

昭和30年、国分寺市本町一丁目(現・早稲田実業学校敷地内)にて全長23cmのペンシルロケットの水平発射実験が日本で初めて行われました。実験から50周年を迎えたことを機として、平成18年には、早稲田実業学校校門に「日本の宇宙開発発祥の地」顕彰記念碑が建てられました。



ペンシルロケットレプリカ



「日本の宇宙開発発祥の地」
顕彰記念碑

2. 地元を楽しむ買い物の促進

「国分寺らしさ」を創出し、広く発信するとともに、消費者である市民に対しても、地元での買い物を促すための取組を進めていきます。

具体的には、広報や販売促進のイベントを実施・支援するとともに、事業者がつくる地元の魅力を的確に伝えることで地元愛を持つ市民を増やし、バイ・ローカルの意識を市民のあいだに醸成していくための取組を行います。現在、商店会が中心となって様々なイベントが行われていますが、こうした取組は、地元へ愛着を感じ、市民がバイ・ローカルの意識を持つ機会だと考えます。特に夏祭り等のイベントに子ども連れの家族が訪れることは、子どもが商店街や個人商店に親しみを持つ機会となり、地元へ愛着を感じ、大人になって地元で買い物をする意識を子どもの頃から醸成していく機会として位置付けることができます。第Ⅰ期には、このようなイベントを通じたバイ・ローカルの意識を醸成する取組を進めていきます。

そのほか、地場野菜を使ったオリジナルメニューを考案する「こくベジ」プロジェクトと連動して、市内農畜産物を使ったメニューを気軽に試食できる機会としてのフードグランプリや市内在勤者向けの商店のPR等を検討します。一方、高齢者の増加を踏まえた買い物支援においても市内農畜産物を販売する等、地元を楽しむ機会として考えます。

第Ⅱ期における重点事業 地元愛による買い物促進

市内で実施されているイベントを通じ、地元を楽しむ地元で買い物をする市民を増加させることで、バイ・ローカルの意識を育て上げます。特に商工会や JA、観光協会と連携を図り、「ぶんじふれあい市」やマルシェ等を、国分寺駅前広場を有効活用し定期的に開催することで、市民が地元へ愛着を感じ将来に渡って地元で買い物をする意識の醸成を図ります。



公園での市内農産物の販売



こくぶんじ朝市



「みにこみ国分寺」

今後の事業及び継続実施事業については、次のように分類し、記号を付しています。

・イベントやPR等、具体的な事業：◇マーク

・助成や支援制度、事業推進の体制構築に関する事業：◆マーク

今後の事業展望

①国分寺市ならではの商品・産品に触れる機会の充実 ◇

こくベジや国分寺ブランド、一店逸品事業で紹介された商品等を販売するイベントを、公園等のオープンスペースや空き店舗・空き家等の既存ストックを活用して開催することで、市民が国分寺市ならではの商品・産品に触れる機会を充実させます。

②小・中学生の商業体験機会の提供 ◇

小・中学生が個人商店や商店街を知るきっかけとして、商店における仕事を体験する機会を商店会への支援を通じて提供します。子どもの頃に個人商店・商店街に親近感を覚えることを通じて、大人になっても個人商店・商店街を利用しようと思うような愛着を育むことを目指します

③市内在勤者・在学者及び鉄道利用者に向けた市内商店のPR ◇

国分寺市の在勤者・在学者に市内での消費を促すためのPR方法について、事業所との連携や学園祭等の機会の活用を含めて検討します。さらに、JRと西武鉄道が東西南北に走り、2つのターミナル駅がある立地を活かし、鉄道利用者に対してもPRを行い、特に、通勤・通学の帰宅途中に下車を促す仕掛け等を検討します。

④出張販売や宅配サービスによる買い物支援の検討 ◇

現在、JAによる公園等での出張販売や商工会による宅配サービス「ぶんじDELI」が実施されていますが、今後は、利用者のニーズを聞き取るなど、更なる利用者の利便性向上に向けた買い物支援を検討します。

継続実施事業

事業	概要
商店街チャレンジ戦略支援事業 ◇	商店会等が実施する季節のイベントや地産地消イベント、施設の改修や空き店舗を活用した事業等を支援することにより、地域の交流拠点としての賑わいと活力ある商店街づくりを推進します。
地域連携型商店街事業 ◇	商店会が地域団体等と連携して実施するイベントへ支援することにより、来街者の増加や商店街の活性化を推進します。
「みにこみ国分寺」の作成 ◇	国分寺の歴史や昔の風景、商店会のイベント情報や店舗の紹介等を掲載した「みにこみ国分寺」を発行する国分寺市商店会連合会の取組を支援し、商店会活動のPRの促進を図ります。
商工会ホームページの充実 ◇	市内のショッピングやグルメ、生活情報を掲載しているウェブサイト「生活応援百貨店」や経営支援等に関する情報提供の充実を図れるよう支援します。
ぶんじふれあい市の充実 ◇	市内で採れた新鮮な野菜や花・植木、国分寺ブランド認定品、特産品等を販売するぶんじふれあい市を、商工会やJA、観光協会等と連携を図り、内容の充実に取り組んでいきます。

3. まちづくりと連動した買い物環境の向上

「国分寺らしさ」を事業へと展開し、市民の日々の消費行動のなかで実感できるようにするためには、「国分寺らしさ」を感じる買い物環境を形成することが必要です。

そのため個々の事業者やイベントが相互に連携を図り、共同でのPRや誘客促進の工夫を行います。そして、市民が「国分寺らしさ」を感じる機会を増やしていくとともに、事業者においても「国分寺らしさ」が共有される機会としていきます。また、駅周辺の再開発事業や都市計画道路の整備状況等を見据え、買い物環境向上のための取組を進めていきます。

第Ⅰ期には、商店街周辺で、ぶらぶら歩きを楽しむことができる買い物環境の向上を目指して検討を進めていきます。装飾街路灯のLED化を推進する取組から着手しつつ、まちづくりと連動するかたちでロードサイドでの地産地消拠点施設や、既存ストックの商業活用を促進するための施策を検討します。

第Ⅱ期における重点事業 LEDの更新支援による環境整備

市内各駅周辺や商店街を中心とした歩行環境を整備することで、ぶらぶら歩きを楽しめるまちを目指します。具体的には装飾街路灯のLED化がほぼ完了したため、今後発生してくるLEDの更新に対する支援に取り組むとともに、まちづくりと連動した取組についても検討します。



国分寺駅南口イルミネーション



LED装飾街路灯

今後の事業展望

①ロードサイドの地産地消拠点の検討 ◆

都市計画道路の整備に合わせ、ロードサイドに市内農畜産物や国分寺ブランド品等の販売、市内の自然・歴史資源の案内を行うような拠点施設を整備することを検討し、市民はもとより、市外からの誘客も図り、地産地消やローカルツーリズムを盛り上げることを目指します。

②既存ストックを活用した買い物環境の整備に向けた検討 ◆

空き店舗等の商業活用の可能性やその支援の在り方について検討し、駅前に過度に集積することのない、面的な買い物環境の展開を図ります。

③公共的空間を活用した事業を行う団体への支援制度の検討 ◆

公共的空間を活用して誘客につながる試みを行おうとする団体と連携し、制度設計の研究や情報提供等の支援を行うことで、公共的空間を活用した買い物環境の創出を後押しします。

④買物困難者等に対する買い物環境の充実 ◆

買い物に不便を感じている高齢者や子育て世帯が存在する地域に対し、公共施設等を活用した移動販売等の買い物環境を関係機関と連携して構築します。また、本事業と地域の団体等につながりを持たせ、国分寺市ならではの持続可能な買い物支援を検討します。

継続実施事業

事業	概要
装飾街路灯の維持管理に対する支援 ◆	商店会が管理する装飾街路灯は、商店街の賑わいの創出や防犯の効果があり重要な役割を果たしているため、維持管理費用の負担軽減を図ることにより、安心・安全な商店街づくりの促進に取り組んでいきます。



国分寺ブランド ロゴマーク



「国分寺物産展」
平成27年度写真コンクール JA東京むさし賞

4. 資源を活かした回遊性・滞在性の向上

歴史・自然・農という国分寺の豊かな資源は、市民はもとより、市外からの来街を促す魅力を持つものです。ただし、現在はそれぞれの資源が個々に点在している状況であることから資源を巡る回遊性が十分でなく、また商業・サービスとの連携がないため滞在性も確保されていない状況です。

その現状を改善するため、第Ⅰ期には、個々の資源を結び付け、ストーリーを盛り込みながらマップ等で見える化することで、資源を巡る回遊を促すことに取り組みます。また、スマートフォン・アプリを活用したスタンプラリーやポイントシステムを企画・開発する等、ストーリーを楽しむための仕掛けも検討します。そして、資源を巡るルートやストーリーのなかに商業やサービスを関連付けることで時間消費（滞在）を高めることを目指します。

そのほか、回遊性・滞在性の向上に向けて、国分寺市を超えた広域での連携を通じて東西南北での人の動きを高める取組を検討します。具体的には、国分寺市以北のエリアからの誘客促進や、国府・国分寺を活用した面的な観光振興について検討します。

第Ⅱ期における重点事業 ICTを活用した社会実験の実施

近年、キャッシュレス決済の多様化が急速に進み、購買体系が大きく変化している中、地域通貨を利用した取組が各市で実施され、地域の活性化が図られています。当市においても、スマートフォン・アプリを活かし、回遊性・滞在性の向上を図る当市ならではのポイント付与事業を、関係機関や民間事業者と連携し企画・検討を行います。

■国分寺・府中観光アプリ「ぶらり国・府」

国分寺市は、府中市と連携して「武蔵の国 府中・国分寺」をテーマにした効果的な観光施策を行うことを目的として、平成25年度に国分寺・府中観光振興連絡協議会を立ち上げました。

同協議会が開発したスマートフォン・アプリ「ぶらり国・府」では、国分寺市と府中市の歴史・文化・自然等の観光スポットを楽しく案内するほか、お店やイベントの情報も発信しています。



「ぶらり国・府」トップ画面

今後の事業展望

①ICTを活用した回遊促進 ◇

歴史・自然・農という国分寺市の資源を関連付けてPRし、さらに市民や来街者が実際に回遊することを促すため、マップとウェブサイトの連動やスマートフォン・アプリの開発等、ICTの積極的な活用を検討します。

②回遊性・滞在性を促すポイントサービスの検討 ◆

ICTを活用した回遊促進と連動し、スマートフォンや交通系ICカード**等、キャッシュレスシステムとの連動等を通じて利便性の高いポイントサービスの在り方を検討し、回遊はもとより、その際の消費や滞在も同時に促進することを目指します。

③広域連携による来街促進、及び面的な観光振興 ◇

「国分寺・府中観光振興連絡協議会」では、「モバイルスタンプラリー」等様々なイベントや広報活動に取り組んできましたが、今後さらに両市の交流人口や市外からの来街者が増えるよう連携を強めていきます。

継続実施事業

事業	概要
広域連携による来街の促進 ◇	「武蔵の国府中・国分寺」をテーマにストーリー性を持つ効果的な観光施策を行うことを目的に府中市と連携して立ち上げた「国分寺・府中観光振興連絡協議会」の今後の展開も踏まえつつ、広域連携によるイベントの実施等を通じて来街者を増やす取組を検討します。
商店街マップの作成 ◇	商店街マップを定期的に改訂し、店舗やイベント等の最新情報を提供し商店街のPRを図るとともに、観光情報を組み込む等市内の回遊性向上につながる内容となるように検討します。



「観覧」
平成27年度写真コンクール 商工会長賞



「リニアカー 浮いているかな！」
平成27年度写真コンクール 観光協会長賞

5. 起業・創業がしやすい環境の形成

起業・創業を市内で増やしていくためには、起業・創業当初の操業に対する直接的な支援とともに、既存の商業、農業、工業、さらには観光といった産業資源と関連して事業の芽があることが、操業の持続、ひいては地域への定着へとつながります。

国分寺市では起業・創業支援を進めてきましたが、平成27年度に産業競争力強化法¹²に基づく創業支援事業計画¹³の認定を受けたことから、商工会や金融機関等との連携を深め、事業をより一層充実させることが求められます。そこで、第Ⅰ期においては、平成28年度から着手した創業に関する個別相談会や起業・創業に向けたノウハウを学ぶことができる「こくぶんじ創業塾」の充実を図るとともに、起業・創業を目指す人のニーズを踏まえた新たなメニューについても検討し、実施します。

そのほか、事業の芽があり、事業継続に有利な環境であることをPRするためにも、市内産業の状況を調査し、産業資源を把握することを検討します。

また、雇用機会の創出・昼間人口の増加を目的として、国分寺市に事業所を誘致する取組についても検討します。その際、国分寺市が住宅都市であり、操業用地が十分でないことから、ICTやクリエイティブ産業等の小規模なオフィスで操業できる分野の事業者や、企業の支店や事業所を対象として検討を進めます。さらに、今後増加することが懸念される空き家・空き店舗等の既存ストックを、起業・創業の場として活用していくことで、空き家・空き店舗対策と起業・創業支援を同時に行うための制度設計についても検討します。

第Ⅱ期における重点事業 個別相談会や創業セミナー等の充実

これまで、産業競争力強化法に基づく創業支援等事業計画の下、定期的な個別相談会やセミナー、創業塾を実施してきました。事業の周知活動に力を入れたことにより、多数の創業希望者が参加し、市内での創業につながりました。今後も市内での創業者が増えるような新たなセミナーなどを関係機関と連携して実施するとともに、商工会や商店会への加入促進にもつながるような効果的な手法も検討していきます。



こくぶんじ創業塾チラシ



こくぶんじ創業塾の様子

¹² 産業競争力強化法とは、国内産業を中長期に渡る低迷から脱し、持続的発展を実現することで日本経済を再興させることを目的として、産業競争力の強化に向けた施策を総合的に推進するための法律(平成25年度成立)です。規制緩和や新規事業の開拓、事業再編、研究助成等に関する施策が示されています。

¹³ 創業支援事業計画とは、自治体を中心となり、地域で連携する創業支援事業者とともに策定するもので、国に認定されることで各省庁による支援施策を活用できるようになります。

今後の事業展望

①市内産業・産業資源の実態調査の実施 ◇

事業のきっかけがあり、起業・創業しやすい環境であることをPRするため、市内産業の状況や産業資源を調査し、実態を把握することを目指します。特に、市内企業の特許については、大学とも連携し、利活用の可能性について調査することを検討します。

②雇用機会となる事業所・支店の誘致促進に向けた検討 ◆

企業誘致は、職住近接の実現や、市外在勤者を呼び寄せます。国分寺市の住環境や自然環境という魅力の維持を考慮しつつ、事業所や支店を市内に誘致する手法について検討します。

③空き店舗・空き家を活用した起業・創業促進のための支援制度の検討 ◆

今後増加が予想される空き店舗・空き家を、起業・創業者がオフィスとして利用できるような支援制度を検討し、起業・創業を促すことを目指します。その際、商店会への加盟や地域での事業への協力を条件にする等、市内に定着するための制度を重視します。

④創業後のフォローアップ体制の構築 ◇

創業者間での情報共有や交流等ができる創業者コミュニティーを形成することにより、創業後のフォローアップ体制を強化することを目指します。

継続実施事業

事業	概要
創業支援事業 ◆	産業競争力強化法に基づく創業支援事業計画に位置付けた事業のさらなる充実を図るとともに、新たな創業支援事業者との連携による創業支援の体制強化や事業の追加等、計画の見直しについて検討します。
小口事業資金 融資あっせん 制度 ◆	市内での創業者を増やし、地域の賑わいの創出やまちの魅力を高めるため、利用者の利便性の向上や創業支援の強化につながるように小口事業資金融資あっせん制度*の充実を図ります。

6. 地域産業の持続性を高める体制構築

地元根差して「国分寺らしさ」を生み出す事業者や商店会、市内での起業・創業者が定着するとともに、本プランでの様々な事業の持続性を高めるためには、将来にわたって市内で操業が続けられるような支援や体制を構築することが必要です。

そのためには、商工会、JAとの連携をさらに深め、観光協会のより自主的な取組を促し、安定的かつ持続可能な組織運営に資する支援を行うことで、商業・工業・農業・観光それぞれの分野における体制を確立するとともに、東京経済大学をはじめとする大学・研究機関、金融機関との連携も図り、推進体制を充実させることが必要です。

さらには、起業・創業を支援する機関やまちづくりを進めるエリアマネジメント組織[※]等、これまで国分寺市にはなかった新たな組織の立ち上げに対して支援を行い、連携を図っていくことも重要です。そこで第Ⅰ期においては、商店会が組織としての充実を図るため、法人化に対するインセンティブを設ける等、法人化に対する支援制度の在り方を検討します。

そのほか、金融機関と連携し、中小企業を主たる対象とした事業継承の支援体制の構築や、育成・事業振興のための融資あっせん制度の充実についても検討が必要とされることです。また、大学との連携では、大学生の活躍と学びの場の提供という人的交流を通じて、国分寺市で働きたいと思う学生を一人でも増やすことが目指されます。さらに、研究機関として地元経済についてリサーチするプログラムを設ける等の連携も考えられます。

第Ⅱ期における重点事業 事業承継に向けた支援の実施

経営者の高齢化等に伴う後継者問題を円滑に解消し、市内の優良な技術の継続性や事業の持続性を高め、将来にわたって事業承継が繰り返される取組を進めます。具体的には、関係機関と連携した個別相談会やセミナーを実施することで、事業者が抱えている問題等を把握し、更なる支援策・支援体制を検討します。



商店街イベント「ぶんザニア」の様子

*ぶんザニアでは、子どもたちが実在店舗や、警察署、消防署等にて仕事体験ができます。同イベントは、第12回東京商店街グランプリ(平成28年度)にて準グランプリを受賞しています。

今後の事業展望

①商店会の法人化を促す支援制度の検討 ◆

商店会の法人化は、社会的信用が高まり、行政の各種振興施策も利用しやすくなります。その他、営利活動や専従のスタッフを置くことも可能となる等、組織的な活動を展開しやすくなるというメリットがあります。そのため、市内商店会の法人化を促すための支援制度を検討します。

②リサーチやビジネス体験等、大学との連携促進 ◇

国分寺市にキャンパスを置く東京経済大学をはじめとする大学や専門学校等と連携し、商店会でのイベントへの出店や空き店舗を活用したショップの開設等、学生にとってはビジネスの実体験となり、地域にとっては賑わい創出となる取組を進めます。また、大学・専門学校等との連携では、市内産業や今後の事業展開に関する調査を行うことも検討します。

③観光協会の自主的な運営を促す一層の支援 ◆

「国分寺らしさ」の市内外に向けた発信や資源を活かした回遊性・滞在性の向上等を方向性として定める本プランにおいて、市の観光振興に大きく寄与する観光協会の役割は非常に重要であり、そのためにも観光協会が安定的かつ持続的に運営していくことが必要です。

観光協会が現在検討している将来ビジョンとともに、法人化も含めた組織の体制・運営の構築等、自走化に向けた取組に対して、必要な支援を行います。

④労働生産性向上を図る設備投資への支援 ◆

生産性向上特別措置法に基づき、市が策定した「導入促進基本計画」が国の同意を受けたことにより、中小企業・小規模事業者等が定めた「先端設備等導入計画」に対し市が認定し、税制措置等の支援をします。

⑤事業継続計画(BCP)等策定への支援 ◆

災害等の緊急事態時における事業継続や早期復旧につなげるため、事業継続計画(BCP)や中小企業強靱化法に基づく事業継続力強化計画の普及啓発及び策定を関係機関と連携し支援します。

継続実施事業

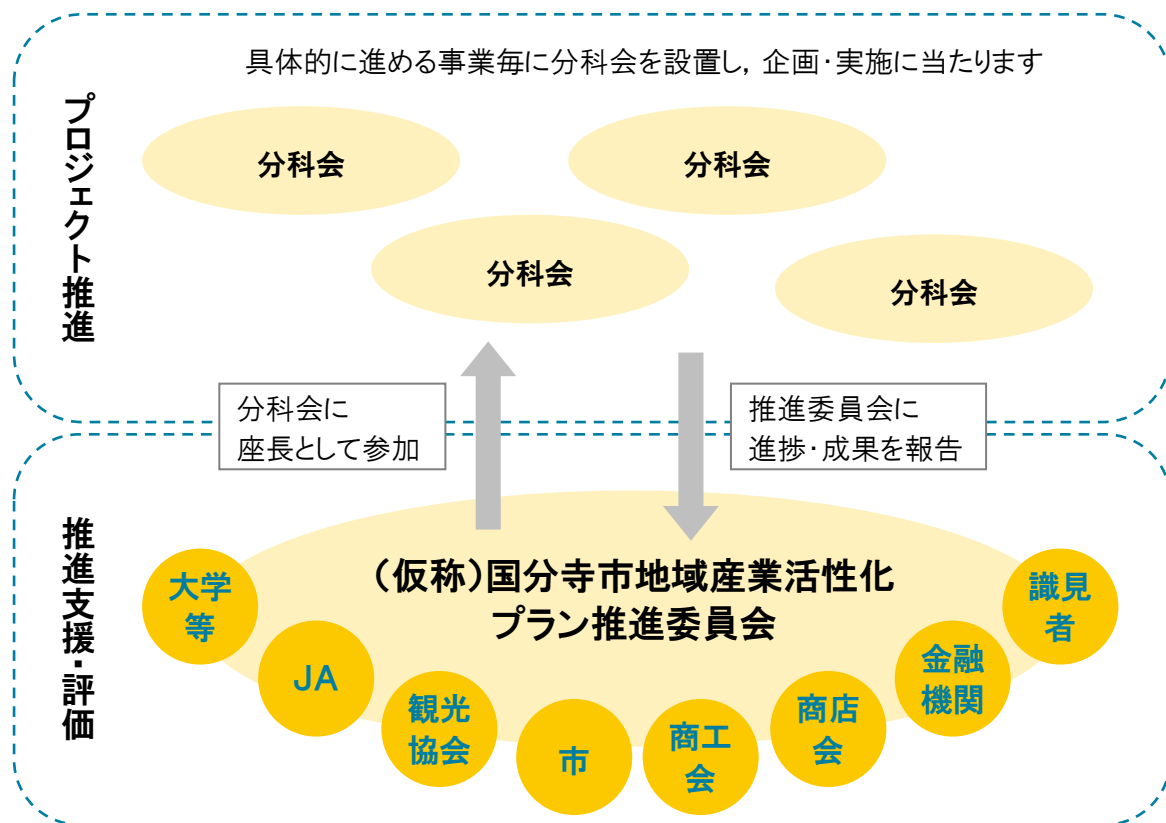
事業	概要
中小企業の育成・支援の充実 ◆	中小企業の経営の安定化や事業の育成振興を推進するため、小口事業資金融資あっせん制度を充実させるとともに、関係機関と連携して経営相談や情報提供等を行うことにより、中小企業の経営環境の充実を図ります。

第6章 推進体制と評価

1. 推進体制

本プランの推進に当たっては、商業・農業・工業だけでなく、シティプロモーションやまちづくりとも関連することから、庁内関係部局と連携を図る必要があります。さらに、地域産業の現場により近い存在である商工会、商店会、JA、観光協会、金融機関等の組織に加え、中小企業診断士等の識見者との協力体制も不可欠です。そこで、関係者で構成される「(仮称)国分寺市地域産業活性化プラン推進委員会」(以下、推進委員会)を立ち上げ、プラン推進の支援と評価を行う組織とします。

さらに、6つの方向性に位置付けられた事業を具体的に推進するに当たっては、推進委員会の委員が座長となり、関係者を集めた分科会を組織し、事業を企画及び実施するものとします。特に重点事業については、それぞれに分科会を置くことを検討し、着実に推進されるような体制をとります。



2. 評価の考え方

プランの評価に当たっては、計画の最終年度となる平成38年度に評価を行うほか、平成32年度と平成36年度にそれぞれ第Ⅰ期・第Ⅱ期の事業に対する評価を行います。評価に当たっては事業の取組状況とともに、事業主体となる商工会や商店会、JA等にヒアリングを行い、成果に対する定性的評価^{*}を行います。

また、成果指標として、商業振興プランを踏襲して小売吸引力のほか、小売業の年間商品販売額及び売り場面積、商店会会員数を取り上げます。

小売吸引力は、国分寺市の商業の誘客力を示す指標となるものです。第2章で示したとおり、現在は0.507となっており、減少傾向にあります。商業拠点や大型ショッピングモールがある自治体では好調ですが、多摩地域の自治体は概ね減少していることから、現状維持を目標とします。小売業の年間商品販売額も同じく減少傾向にありますが、国分寺駅北口再開発事業の影響等を踏まえ、増加を目指します。

また、売り場面積については、国分寺駅北口は再開発による賃料の増加が懸念されますが、商業地としての魅力は向上することが見込まれることから増加を目指します。さらに、商店会会員数は、商店会の法人化の動きもあり、加入の勧誘もしやすくなることを考慮し、増加を目指します。

指標と目標

指標	現状	目標
小売吸引力指数	0.507	維持
小売業の年間商品販売額	85,744百万円	増加
小売業の売り場面積	73,602㎡	増加
商店会会員数	721店(事業所)	増加

*小売吸引力指数及び小売業の年間商品販売額・売り場面積の現状値は「商業統計」(平成26年度)、商店会会員数は平成27年度の実績値です。

*小売吸引力指数は以下の計算により算出します。

$$\text{小売吸引力指数} = \frac{(\text{国分寺市の年間総販売額} \div \text{国分寺市人口})}{(\text{東京都の年間総販売額} \div \text{東京都人口})}$$

小売吸引力指数は自治体や区域の商業が誘客する力を示します。小売吸引力が1.0以上の場合は外部から買い物客を呼び寄せており、1.0未満の場合は域外に流出していると読み取ります。

資料編

1. 国分寺市魅力ある商業振興プラン見直し検討委員会設置要綱

(設置)

第1条 国分寺市魅力ある商業振興プラン(平成15年3月策定。以下「プラン」という。)の見直しについて意見交換等を行うために、国分寺市魅力ある商業振興プラン見直し検討委員会(以下「委員会」という。)を設置する。

(所掌事務)

第2条 委員会は、次に掲げる事項について所掌する。

- (1) プランの見直しに関する事項
- (2) その他国分寺市の産業振興に関する事項

(組織)

第3条 委員会は、次に掲げる委員14人以内をもって組織する。

- (1) 公募により選出された市民 2人以内
- (2) 識見を有する者 2人以内
- (3) 国分寺市観光協会の推薦を受けた者 1人以内
- (4) 国分寺市商工会の推薦を受けた者 3人以内
- (5) 東京むさし農業協同組合の推薦を受けた者 1人以内
- (6) 市の職員 5人以内

(謝礼)

第4条 前条第2号から第5号までの委員に対し、謝礼を支払う。

(任期)

第5条 委員の任期は、委嘱の日から平成29年3月31日までとする。

(委員長及び副委員長)

第6条 委員会に委員長及び副委員長を置き、委員の互選によってこれを定める。

2 委員長は、委員会を代表し、会務を総理する。

3 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故があるとき又は委員長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第7条 委員会は、委員長が招集し、委員長は、会議の議長となる。

(意見の聴取等)

第8条 委員長は、会議の運営上必要があると認めるときは、委員以外の者を会議に出席させ、その意見を聴き、又は資料の提出を求めることができる。

(庶務)

第9条 委員会の庶務は、市民生活部経済課において処理する。

(委任)

第10条 この要綱に定めるもののほか必要な事項は、別に定める。

附 則

この要綱は、決裁の日から施行する。

2. 国分寺市魅力ある商業振興プラン見直し検討委員会委員名簿

職名	氏名	区分	所属等	備考
	太田 貴之	1号委員	市民公募	
◎	鈴木 恒雄	2号委員	識見(中小企業診断士)	
○	嵯峨 洋輔	2号委員	識見(多摩信用金庫)	
	亀田 祐司	3号委員	国分寺市観光協会推薦	
	神山 秀雄	4号委員	国分寺市商工会推薦	
	高橋 正典	4号委員	国分寺市商工会推薦	
	荒井 大介	4号委員	国分寺市商工会推薦	
	宮寺 正宜	5号委員	東京むさし農業協同組合推薦	
	小川 恵一郎	6号委員	国分寺市政策部市政戦略室長	平成28年2月1日 ～平成28年3月31日
	島崎 進一	6号委員	国分寺市政策部市政戦略室長	平成28年4月1日～
	上田 晴世	6号委員	国分寺市市民生活部 スポーツ振興課長	平成28年2月1日 ～平成28年3月31日
	千葉 昌恵	6号委員	国分寺市市民生活部 スポーツ振興課長	平成28年4月1日～
	細川 啓明	6号委員	国分寺市都市建設部都市企画課長	
	岡沢 法彦	6号委員	国分寺市都市開発部 国分寺駅周辺整備課長	
	島崎 進一	6号委員	国分寺市教育部ふるさと文化財課長	平成28年2月1日 ～平成28年3月31日
	高杉 強	6号委員	国分寺市教育部ふるさと文化財課長	平成28年4月1日～

◎:委員長

○:副委員長

任期:平成28年2月1日から平成29年3月31日

3. 国分寺市魅力ある商業振興プラン見直し検討委員会 協議経過

回	日時・場所	議題
第1回	平成28年2月1日(金) 午後3時～ 市役所第4庁舎2階会議室	1 市長挨拶 2 委員自己紹介・事務局紹介 3 正副委員長選出 4 国分寺市魅力ある商業振興プラン見直し検討委員会について 5 国分寺市魅力ある商業振興プランの概要について 6 国分寺市の産業等の現状について 7 意見交換 8 その他
第2回	平成28年3月23日(水) 午後3時30分～ 市役所第4庁舎2階会議室	1 商業振興プランの実施状況について 2 元気を出せ！商店街事業について 3 装飾街路灯に係る補助事業等について 4 産業競争力強化法に基づく創業支援について 5 その他の取組について 6 意見交換
第3回	平成28年5月30日(月) 午後3時～ 市役所プレハブ第1会議室	1 委員自己紹介・事務局紹介 2 平成28年度のスケジュールについて 3 アンケート調査について 4 その他
第4回	平成28年7月27日(水) 午後1時～ 市役所第1庁舎第3委員会室	1 団体ヒアリングについて 2 アンケート調査の結果について 3 統計分析について 4 その他
第5回	平成28年8月22日(月) 午後3時～ 市役所書庫棟会議室	1 施策体系の骨子について 2 団体ヒアリングの中間まとめについて 3 その他
第6回	平成28年9月12日(月) 午後1時～ 市役所第4庁舎2階会議室	1 計画のコンセプトと施策体系(案)について 2 団体ヒアリングの中間まとめについて 3 その他
第7回	平成28年10月7日(金) 午後3時～ 市役所第4庁舎2階会議室	1 団体ヒアリングのまとめについて 2 計画のコンセプトと施策体系(案)について 3 キャッチフレーズ(案)について 4 素案について 5 その他
第8回	平成28年11月7日(月) 午後1時～ 市役所書庫棟会議室	1 計画名とキャッチフレーズについて 2 計画のコンセプトと施策体系(案)について 3 素案について 4 その他
第9回	平成29年2月23日(木) 午後1時～ 市役所第4庁舎2階会議室	1 パブリック・コメントの結果について 2 国分寺市地域産業活性化プラン・概要版について 3 その他

4. 国分寺市地域産業活性化プランに係る調査概要

1. 国分寺市における買い物や地域活性化に関する市民アンケート

国分寺市民の日常的な消費行動やニーズを把握することで、市内における買い物環境の向上や地域経済の活性化のための基礎資料を得ることを目的として、「国分寺市における買い物や地域活性化に関する市民アンケート」を実施しました。

- 調査期間 平成28年6月22日(水)～7月6日(水)
- 対象 国分寺市内に住む20歳以上の男女
- 発送数 1,000件
- 回収数 396件
- 回収率 39.6%

2. 国分寺市における地域活性化に関する事業所アンケート

国分寺市商工会に加盟する事業者を対象として、組織・店舗、経営状況、今後の見込み・方針、地域経済活性化事業等への意識を把握することを目的として、「国分寺市における地域活性化に関する事業所アンケート」を実施しました。

- 調査期間 平成28年6月22日(水)～7月6日(水)
- 対象 国分寺市商工会に加盟する事業者
商業:建設業, 不動産業, 小売業, 飲食サービス業, 生活関連サービス業向け
製造業:製造業
- 発送数 1,147件(うち商業者1,056件, 製造業者91件)
- 回収数 508件(うち商業者464件, 製造業者44件)
- 回収率 44.2%

3. 団体ヒアリング

市内の団体や金融機関、大学等を対象として、客観的な視点から市内産業・地域経済の概況を聞くとともに、各団体・組織における地域経済活性化の取組を把握し、今後の施策・事業へとつなげることを目的として、ヒアリングを実施しました。

- 対象団体 国分寺市商工会事務局, 国分寺市商工会商業部会, 国分寺市商工会工業部会
国分寺市商工会建設部会, 国分寺市商工会青年部, 国分寺市商工会女性部
JA東京むさし国分寺支店, 国分寺市観光協会, 市内商店会
株式会社JR中央ラインモール(nonowa西国分寺)
合同会社西友国分寺店, JR東京西駅ビル開発株式会社(CELEO国分寺店)
株式会社日立製作所中央研究所, 西武信用金庫西国分寺支店
多摩信用金庫国分寺支店, 東京経済大学

5. 用語集

国分寺ブランド(p.1)

国分寺商工会, JA東京むさし国分寺支店, 国分寺市観光協会からなる国分寺ブランド協議会により, 市内で生産, 製品化された国分寺らしい商品をブランドとして認定する制度。

国分寺駅北口再開発事業(p.1)

国分寺駅に隣接するかたちで商業施設や住居, ホール等の公益施設が入る複合ビル2棟と, バスやタクシーのためのロータリーを備えた交通広場が設置される。

都市計画道路(p.1)

都市の骨格を形成し, 安心して安全な市民生活と機能的な都市活動を確保する, 都市交通における最も基幹的な都市施設として都市計画法に基づいて都市計画決定された道路。

地方創生(p.1)

地域の特徴を活かした自律的・持続的な経済活性化を図ることで, 東京への人口流入を是正し, 地方への人の流れをつくるとともに, 出産・子育てを支援することで人口減少を抑制し, 日本全体の活力を維持・創出しようとする一連の国の政策。

第三次国分寺市農業振興計画(p.2)

「都市と共生し豊かな市民生活を創る国分寺農業」を基本目標として, 農業経営の支援や農地の保全・活用, 市民と農のふれあい等, 10年間における国分寺農業に係る施策の方向性を示す計画(平成27年度策定)。

社会増減(p.4)

転入・転出による人口の増減。転入者数が転出者数を上回ると社会増となり, 転入者数が転出者数を下回ると社会減となる。

昼夜間人口比率(p.5)

自治体人口(夜間人口)から市外に通勤する人数を除き, 市外から通勤する人数を加えた人口を昼間人口という。昼夜間人口比率は, 夜間人口に対する昼間人口の比率。

商業統計(p.10)

商業を営む事業所について, 事業所数, 従業者数, 年間商品販売額等を把握し, 商業の実態を明らかにすることを目的とした調査。5年毎に実施される。

経済センサス(p.13)

事業所及び企業の経済活動を把握し, 国内の産業構造を把握するための調査。すべての事業所・企業を対象として5年毎に実施される。従業員数等の基本属性を調査する基礎調査と, 売上や設備投資等の経済活動を把握する活動調査がある。

労働生産性(p.13)

従業員一人当たりが生み出す付加価値額。労働者が成果を生み出す効率性の指標となる。

特許(p.13)

新規な発明を創作した者に対して, 特許庁が付与する独占権(特許権)及びその発明をいう。特許権を付与された発明は, 法的に保護され, 権利者が独占的に実施する権利を持つ。

地域経済分析システムRESAS(p.14)

地方自治体の様々な取組を情報面から支援するため, 国が提供する産業構造や人口動態, 人の流れ等のデータを集約し, 閲覧・分析できるシステム。

事業継承(p.19)

会社の経営を後継者に引き継ぐこと。親族ないしは従業員が継承するほか、吸収・買収等のM&Aによる方法がある。

地産地消(p.19)

地域で生産された農畜作物を地域で消費し、農業者と消費者の間に顔が見える関係をつくることで、食の安全・安心を得るとともに、地域の農業と関連作業の活性化を図ろうとする考え方。

武蔵国分寺跡(p.22)

天平13年(741年)に聖武天皇が鎮護国家を祈念して諸国に建立を命じた国分寺の遺跡。武蔵国は国府(現在の府中市)とともに、政治・文化の中心として栄えたが、鎌倉時代末期に戦で焼失した。しかし、全国の国分寺跡と比べても規模が大きく、その歴史的な重要性が認められ、大正11年に国史跡に指定された。

都立武蔵国分寺公園(p.22)

旧国鉄・鉄道学園跡地につくられた円形の芝生広場が特徴の都立公園。武蔵国分寺跡の北側に位置する。「国分寺まつり」や「ぶんぶんうおーく」が毎年開催される。

東山道武蔵路跡(p.22)

7世紀後半から8世紀前半にかけて整備された都^{みやこ}と地方の国府を結ぶ七道(幹線道路)の一つ。都^{みやこ}から信濃国(現在の長野県)や上野国(現在の群馬県)を經由して東へ走る東山道本道から分岐して南下する道。

真姿の池湧水群(p.22)

野川の源流となる湧水のひとつ。平安時代、重い病を患った絶世の美女・玉造小町が国分寺薬師如来に祈願に訪れ、池で身を清めたところ、病が治癒し、元の美しい姿に戻ったという伝承から「真姿の池」と呼ばれる。

お鷹の道(p.22)

江戸時代に尾張徳川藩の御鷹場だったことに由来して「お鷹の道」と名付けられた散策道。四季折々の自然が楽しめる。

史跡の駅おたカフェ(p.22)

まちの駅の一つで、トイレのある無料休憩所兼案内所として、史跡武蔵国分寺跡に設置した。史跡や周辺の案内や国分寺の名産品の販売等を行う。

オープンスペース(p.26)

公園、広場、河川、農地等、建物によって覆われていない土地あるいは敷地内の空き地。

バイ・ローカル(p.28)

地元の商店で買うことで良質な商いを育て、地域の魅力を向上させるとともに、地域経済を維持・活性化しようとする考え方。

ローカルツーリズム(p.28)

寺社や伝統行事、自然環境、産業体験、地元の料理等、地域固有の資源を楽しみ、地元住民と交流する旅行の在り方。

農商工連携(p.30)

農林水産業者と商工業者がそれぞれの経営資源を持ち寄り、新商品・新サービスの開発等を行うことで相乗効果を得ようとする取組。

ストック(p.30)

不動産。空き家や空き店舗、高架下空間等を空間資源と捉えて活用する動きが見られる。

時間消費(p.31)

商品やサービスを消費・購入する場所に滞在する時間を楽しむ消費行動。

産業競争力強化法(p.33)

国内産業を中長期に渡る低迷から脱し、持続的発展を実現することで日本経済を再興させることを目的として、産業競争力の強化に向けた施策を総合的に推進するための法律。

創業支援事業計画(p.33)

自治体を中心となり、地域で連携する創業支援事業者とともに策定する事業計画。

パイロットスタディ(p.34)

研究や事業の初期段階で、試験的に同様の研究や事業を小規模に実施することで、求めている成果が得られるかどうかを確認する実験。実験結果に応じて計画が見直される。

シティプロモーション(p.34)

地域の魅力を内外に発信し、周知を図ることにより、地域住民においては地域への愛着を育み、市外に住む人には地域に対するイメージを向上させ、交流人口の増加や転入促進を図ろうとするPRの考え方。

サブカルチャー(p.35)

原義としては、クラシック音楽や伝統文化等に対する大衆的な文化を総称する言葉。日本では1970年代から80年代に都市に住む若者に支持されたポップスや演劇、漫画、アニメ等の広範な文化を指すようになり、現在に至る。

交通系ICカード(p.41)

SuicaやPASMO等、公共交通機関で運賃として利用できるICカード。

小口事業資金融資あっせん制度(p.43)

小規模事業者を対象として事業育成と振興を図るため、事業運営に必要な資金を有利な条件で利用できる融資。

エリアマネジメント組織(p.44)

地域における良好な環境や価値を維持・向上させる主体的な活動を行うことを目的とした、住民や地権者、事業者から構成される組織。

定性的評価(p.47)

統計的な数値では把握が難しい対象者個々の意見や感想、行動・反応等を収集・分析し、対象者における評価を見出す手法。主にヒアリングや行動観察で行われ、対象者個々を深く把握できる利点がある。

国分寺市地域産業活性化プラン

発行日 平成29年3月
発行 国分寺市
編集 市民生活部経済課
〒185-8501
東京都国分寺市戸倉1丁目6番地1
電話 042-325-0111(代表)

この冊子は再生紙を利用しています。



国分寺市