

# 瑞穂町産業振興ビジョン

平成 25 年 4 月

瑞穂町



## あいさつ

町の産業は、人口規模の拡大に伴って農業から、商業、工業を主体として発展してきました。

農業は、養蚕や酪農などの畜産が盛んな時代もありましたが、都市化とともに姿を変え、東京狭山茶が名産となり、現在ではシクラメンなどの花卉園芸が都内最大級の生産量を誇っています。しかし、農業従事者の高齢化や深刻な後継者不足などの課題も抱えています。

商業は、近年、幹線道路沿いに大規模なショッピングセンターが次々と開業し、消費者の購買動向が大きく変わる中、小売・卸を含めた商店数は最近10年間で、20店舗近く減少しています。

工業では、都心部と地方を結ぶ立地条件の良さや、土地区画整理事業による都市基盤整備もあいまって、多くの事業所が立地し、特に製造業では、多摩地区で第3位の立地数となっています。中小企業が多くを占めますが、高度な加工技術を持つ企業が集積していることから、ものづくりのプロフェッショナル集団として、瑞穂ファントム工場を設立し、共同受注のシステムの構築など、新たな動向が見られます。

また、瑞穂町では第4次長期総合計画を具体的に推進する計画として「水・緑と観光を繋ぐ回廊計画」を平成24年3月に策定しました。この計画は、町の自然環境や歴史的資源を未来に伝えるべき資源としてだけではなく、観光資源として活用し、地域社会のにぎわいの創出に結びつけるものです。今後、この推進計画に基づいた整備を行うことで、新たな産業の育成と各種産業が連携し、ともに成長することが期待されます。

「瑞穂町産業振興ビジョン」では、農業、商業、工業の3つの基本産業に、観光を加えた4つの産業の振興を図ることとしました。瑞穂町の産業という大きな枠組みで検討し、産業全体の方向性を示すものとして策定したものです。

今後、このビジョンに基づき、瑞穂町の産業が更に振興・発展するよう各産業別の計画に沿って、積極的な支援に努めてまいります。

本ビジョンの策定にあたりご尽力いただきました「瑞穂町産業振興ビジョン策定委員会」の委員の皆様、アンケート、ヒアリング調査等にご協力いただきました多くの皆様、関係各位に深く敬意と感謝の意を表するとともに、今後ともより一層のご指導とご協力を賜りますようお願い申し上げます。

平成25年4月

瑞穂町長

**石塚 幸右衛門**



## 目次

### あいさつ

|                                   |           |
|-----------------------------------|-----------|
| <b>第1章 産業振興ビジョン策定にあたって</b> .....  | <b>5</b>  |
| 1. 瑞穂町産業振興ビジョンの目的.....            | 5         |
| 2. 計画の期間.....                     | 6         |
| 3. 策定の主体.....                     | 6         |
| 4. 産業振興ビジョンの位置づけと構成.....          | 6         |
| 5. 産業振興ビジョン策定の基本姿勢.....           | 7         |
| 1) 策定の前提.....                     | 7         |
| 2) 検討するうえでのポイント.....              | 8         |
| 3) 内容のチェックポイント.....               | 9         |
| <b>第2章 瑞穂町産業の現状と課題</b> .....      | <b>10</b> |
| 1. 瑞穂町の概況.....                    | 10        |
| 1) 位置・地勢.....                     | 10        |
| 2) 歴史.....                        | 11        |
| 3) 人口.....                        | 11        |
| 4) 交通・道路.....                     | 11        |
| 2. 産業の現状と課題.....                  | 12        |
| 1) 産業に関わる環境変化.....                | 12        |
| 2) 農業.....                        | 18        |
| 3) 商業.....                        | 20        |
| 4) 工業.....                        | 22        |
| 5) 観光.....                        | 24        |
| <b>第3章 産業振興ビジョンの概要</b> .....      | <b>26</b> |
| 1. 「東京みずほライフ」の将来像.....            | 27        |
| 1) 多様な人たちが主体的にまちづくりに関わる.....      | 27        |
| 2) 官民連携で、住みたくなるまちを目指す.....        | 27        |
| 3) 豊かで静かな自然環境に、にぎわいが生まれる.....     | 28        |
| 4) マイスター希望者が集まり、技術の継承・進化がおこる..... | 29        |
| 2. 産業振興におけるまちのコンセプト.....          | 29        |

|                                  |               |
|----------------------------------|---------------|
| 3. 産業振興の3つの基本的な方向性.....          | - 30 -        |
| 1) 住みたくなるまちを目指して4産業が価値創造に挑戦..... | - 30 -        |
| 2) 人材の発掘・育成.....                 | - 31 -        |
| 3) 内外に対するPR・ブランド戦略.....          | - 32 -        |
| 4. 推進の主体・体制.....                 | - 32 -        |
| 1) 産業振興ビジョン策定ワークショップの拡充.....     | - 32 -        |
| 2) 「(仮称)東京みずほ学校」の創設.....         | - 33 -        |
| 5. 施策に対する考え方.....                | - 34 -        |
| <b>第4章 産業振興の施策.....</b>          | <b>- 35 -</b> |
| 1. 施策の立案方針.....                  | - 35 -        |
| 1) つなげる.....                     | - 35 -        |
| 2) あつめる.....                     | - 35 -        |
| 3) まなぶ.....                      | - 36 -        |
| 4) つたえる.....                     | - 36 -        |
| 5) やってみる.....                    | - 36 -        |
| 2. 施策内容(案).....                  | - 36 -        |
| <b>資料編.....</b>                  | <b>- 39 -</b> |
| 瑞穂町産業振興ビジョン策定委員会 委員名簿.....       | - 39 -        |
| 事務局.....                         | - 39 -        |
| 協力.....                          | - 39 -        |
| 産業振興ビジョン策定のプロセス.....             | - 40 -        |
| ・瑞穂町産業振興ビジョン策定委員会.....           | - 40 -        |
| ・策定経過.....                       | - 40 -        |
| 参考資料・文献.....                     | - 42 -        |

## 第1章 産業振興ビジョン策定にあたって

### はじめに

産業振興ビジョン策定にあたり、町の産業に目を向けたとき、農業・商業・工業と捉える方が多いと思います。町では平成24年3月に「水・緑と観光を繋ぐ回廊計画」を策定しました。町内に点在する資源を繋ぎ回遊性を高め、町への交流人口を獲得し、にぎわいを創造していくこととしています。

町の産業の発展と活性化に向け、今後大いに成長が期待できる観光について、産業の柱として、この産業振興ビジョンの中では位置づけます。

#### 1. 瑞穂町産業振興ビジョンの目的

瑞穂町産業振興ビジョン（以下、産業振興ビジョン）は、瑞穂町の産業が目指すべき方向性と、そのために実施すべき施策の大枠を策定します。対象となるのは、農業、商業、工業、観光の4つの産業になりますが、個々の産業の方向性については、すでに多くのビジョンや計画が策定され実行されています。もちろん計画策定から時間が経ち、軌道修正や更新が必要になるものがありますが、そこで目指すとされた方向性や、積み上げた実績を今回の産業振興ビジョン策定に活かしていきます。

今回策定する産業振興ビジョンにおいては、4つの産業の詳細な計画を策定するのではなく、「瑞穂町の産業」という大きな枠組みで検討し、これまでの実績と方針をつなぎながら、環境変化を考慮し、産業全体の統合的な将来像をまとめていきます。産業振興ビジョンが、今後、それぞれの産業の方向性を更新し、新たな施策を実行していくための基準となるようにします。

したがって、産業振興ビジョンに基づく施策の「メニュー」を並べて、「何をやるか」を示すよりも、施策の「つくり方」を中心に「どうやるか」を示すことで柔軟に活用できるものにしていきたいと考えます。

## 2. 計画の期間

産業振興ビジョンの計画期間を平成25年度から32年度までの8年間とします。平成32年度は第4次瑞穂町長期総合計画（以下、総合計画）の計画期間終了年度でもあり、ここを一つの区切りにします。ただ、変化が激しい社会情勢を考慮し、随時、見直し・改訂を行うこととします。

## 3. 策定の主体

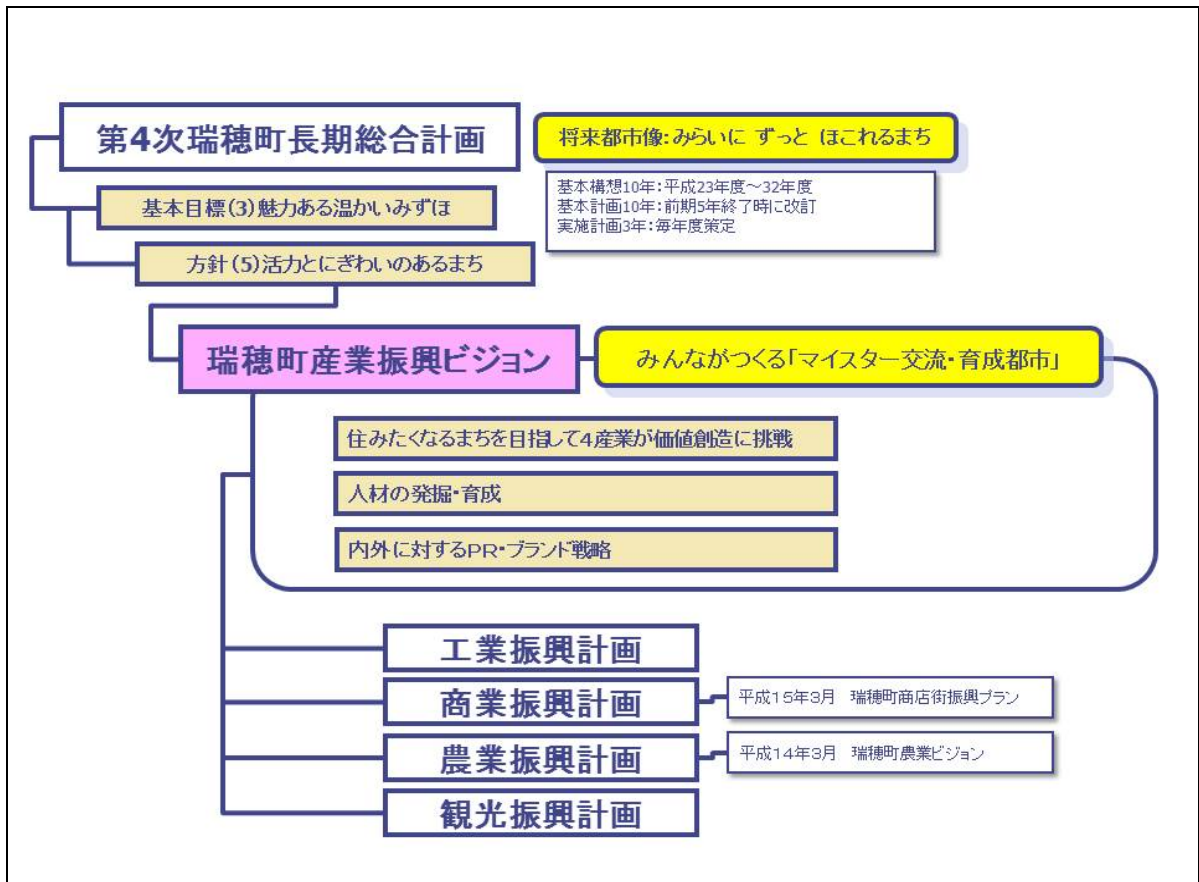
産業振興ビジョンは、瑞穂町産業振興ビジョン策定委員会を開催し、策定します。委員会は、町の農業、商業、工業、観光の事業者と町とで構成されています。委員会は、産業振興ビジョン実現のための実践者として、常に「私たちが」という当事者意識をもって、産業振興ビジョン策定に臨みました。

## 4. 産業振興ビジョンの位置づけと構成

図表1のように、産業振興ビジョンは、総合計画の下位計画になります。基本目標（3）である「魅力ある温かいみずほ」のなかの「活力とにぎわいのあるまち」という方針に基づいて策定されます。将来都市像である「みらいに ずっと ほこれるまち」というコンセプトをふまえつつ、今回は産業振興という視点から、町のコンセプトを策定します。

また、冒頭に述べたとおり、産業振興ビジョンは4産業を統合的に活性化するための方向性と施策の大枠であり、それぞれの産業のより詳細な計画については、振興計画としてまとめていく必要があります。

図表 1 : 産業振興ビジョンの位置づけ



## 5. 産業振興ビジョン策定の基本姿勢

産業振興ビジョン策定について議論するうえでの基本姿勢として、以下のように考えました。

### 1) 策定の前提

#### ①産業だけでなく暮らしのビジョンであること

産業は産業だけで独立して存在してはなりません。産業振興によって、瑞穂町の暮らしがどうなっていくのかという視点が必要になると考えます。産業振興ビジョンは、同時に将来の瑞穂町の暮らしの目指すべき方向性でもなくてはならないと考えます。

#### ②今あるもの、積み重ねてきたものを活かすこと

産業の新しい方向性といっても、まったくの新しいことを始めることを



意味するとは考えていません。今でも、たくさんの人たちが産業振興のために努力し、その成果を積み重ねています。また、最初に述べたとおり、すでに計画され、実行されているものもあります。これらを否定するのではなく、活かすことを前提に産業振興ビジョンを考えていきます。

### ③実践につながるものであること

もっとも避けたいのは、策定した産業振興ビジョンが、本棚の隅で眠ってしまうことです。今までの計画や施策は、そのような結果に終わってしまっているものも少なくありません。産業振興ビジョンが多くの実践を生み出すことを一番大事なことと考えています。そのなかで、大事な姿勢「just do it!」と出会いました。これは「すぐにやろう」「とにかくやろう」「行動あるのみ」といった意味を持っています。事業者も住民も、産業振興ビジョンをみて「just do it!」となれるようなものを策定します。

### ④事業者・住民が策定に関わること

産業振興ビジョンは、策定委員会と、策定のプロセス管理と取りまとめをお願いした多摩大学総合研究所と、多摩信用金庫、信金中央金庫、瑞穂町商工会、町が構成する事務局との共同作業でつくります。もちろん策定委員会と事務局だけでは、実状を反映した産業振興ビジョンをつくることはできません。そこで、策定のプロセスに町の事業者、住民が関われるように配慮します。

## 2) 検討するうえでのポイント

上記4つの前提とともに、産業振興ビジョンを検討するプロセスにおいて重視する点として、以下のことを常に意識します。

### ①誰に向けて、産業振興ビジョンを発信するのか？

産業振興ビジョンは、誰のためにあるのか、誰に伝えるべきなのかを常に考えて、策定に臨みます。基本的には産業振興の担い手である事業者が行動したくなるもの、住民にとってわかりやすいものをつくることを目指します。

### ②誰が産業振興ビジョン実現のために行動するのか？

誰が産業振興ビジョンを実現するために行動するのかを意識します。方向性や施策だけを考えても、ものごとは動きません。かならず、誰がそれ

をやるのかを明確にするように検討します。

### ③何に注力するのか？

将来の方向性といっても、非現実的で、具体性に欠ける計画にはしたくありません。現実的に取り組めること、すぐにでも行動できることにつながる産業振興ビジョンであることを重視し、何から手をつけるか、何を重点的に行うかを選択します。

## 3) 内容のチェックポイント

策定した産業振興ビジョンは、以下の点において、適切であるかをチェックしながら検討します。

### ①人口減少という環境変化に対応しているか？

高度成長期のように、経済は右肩上がりに成長していかず、人口も増加を前提として考えることはできません。産業振興ビジョンや施策内容がこのような大きな時代や社会の変化に対応しているかをチェックします。

### ②産業全体の振興および瑞穂町らしい暮らしづくりに寄与するか？

産業振興ビジョンが、ある特定の産業だけに焦点があたってはいけません。産業全体を盛り上げていくような施策であること、そして、後に検討する瑞穂町らしい暮らし（「東京みずほライフ」）を生み出すものになっているかどうかをチェックします。

### ③瑞穂町の特徴や強みを活かしているか？

方向性や施策が、名前を変えれば、どのまちにもあてはまるようなものであってはいけません。瑞穂町の特徴や特性、強みを活かしたものであることをチェックします。

## 第2章 瑞穂町産業の現状と課題

### 1. 瑞穂町の概況

#### 1) 位置・地勢

瑞穂町は、東京都心から北西約40km圏、狭山丘陵の西端、西多摩地域東部に位置していて、東は武蔵村山市、埼玉県所沢市、西は青梅市と羽村市、南は福生市、北は埼玉県入間市に隣接しています（図表2）。

町域は東西に約5.8km、南北に6.1kmの逆三角形の形状で、面積は16.83km<sup>2</sup>の広がりを持っていて、町の中心から南部に横田基地、北東部は狭山丘陵の西端となり、豊かな自然環境が広がっています。

図表2：瑞穂町の位置



「瑞穂町都市計画マスタープラン」では、町域を中心地区、東部地区、西部地区、北部地区に分類しています。

中心地区は箱根ヶ崎駅周辺の市街地と北側の非市街地からなり、町で最

も都市サービスの利便性が高い地区、東部地区は北部の丘陵地を中心に最も緑の豊かな地区、西部地区は市街地と田園集落地という構成、北部地区は田園集落地や平地林等の自然的土地利用が中心の地区という特徴を持っています。

## 2) 歴史

古くから農作地帯として開けていたこの地域は、鎌倉時代には武士集団武蔵七党の1つ、村山党の根拠地になり、のちに小田原北条氏の支配下となりました。江戸時代に入ると日光街道と青梅街道が交差する箱根ヶ崎が宿駅として発達し、交通の要所としてにぎわいました。

明治22年(1889年)に箱根ヶ崎、石畑、殿ヶ谷、長岡、の4つの村で組合を組織し、共同運営してきましたが、昭和15年(1940年)、組合を発展的に解消し、この4つの村が合併して町制を施行し、瑞穂町が誕生しました。その後、昭和33年(1958年)に、埼玉県元狭山村の一部と合併し、現在の瑞穂町となりました。

## 3) 人口

瑞穂町の平成25年1月1日現在の人口は、33,883人で、男性17,181人、女性16,702人、世帯数は14,049となっています。65歳以上の高齢化率は22.4%です。

平成22年3月の『瑞穂町基礎調査報告書～「第4次瑞穂町長期総合計画」策定に向けて～』によると、平成15年までは増加傾向にあった人口も、その後は減少が続いており、さらに今後も自然減少が続くと推計されています。総合計画では、子育て支援策や企業誘致の積極的な推進と土地区画整理事業の推進による人口増を見込み、平成32年の人口フレームを人口36,000人、世帯数14,800世帯となると想定しています。

## 4) 交通・道路

鉄道はJR八高線が南北に走り、町内には箱根ヶ崎駅があります。箱根ヶ崎駅の運行状況は、通勤時間帯に1時間当たり4本運行、日中は1時間当たり2本となっていて、平成20年の1日あたりの平均乗降者数は4,000人超となっています。

道路は、南北を通過する国道16号、東西を通過する都道5号新宿青梅線(青梅街道、新青梅街道)、都道44号瑞穂富岡線(岩蔵街道)を中心に、都道166号瑞穂あきる野八王子線、都道163号羽村瑞穂線、都道17

9号所沢青梅線、都道218号二本木飯能線、都道219号狭山下宮寺線が走っています。圏央道青梅インターチェンジも近く、自動車交通の要所となっています。

バス路線は、都営バス、立川バス、西武バスが運行しており、箱根ヶ崎駅を中心に入間、小平、福生、昭島、羽村、立川方面に結節する路線が発着しています。

## 2. 産業の現状と課題

各産業の現状と課題をまとめる前に、今後の産業に影響を与える環境の変化について検討します。

### 1) 産業に関わる環境変化

#### ①就業者人口の構造変化

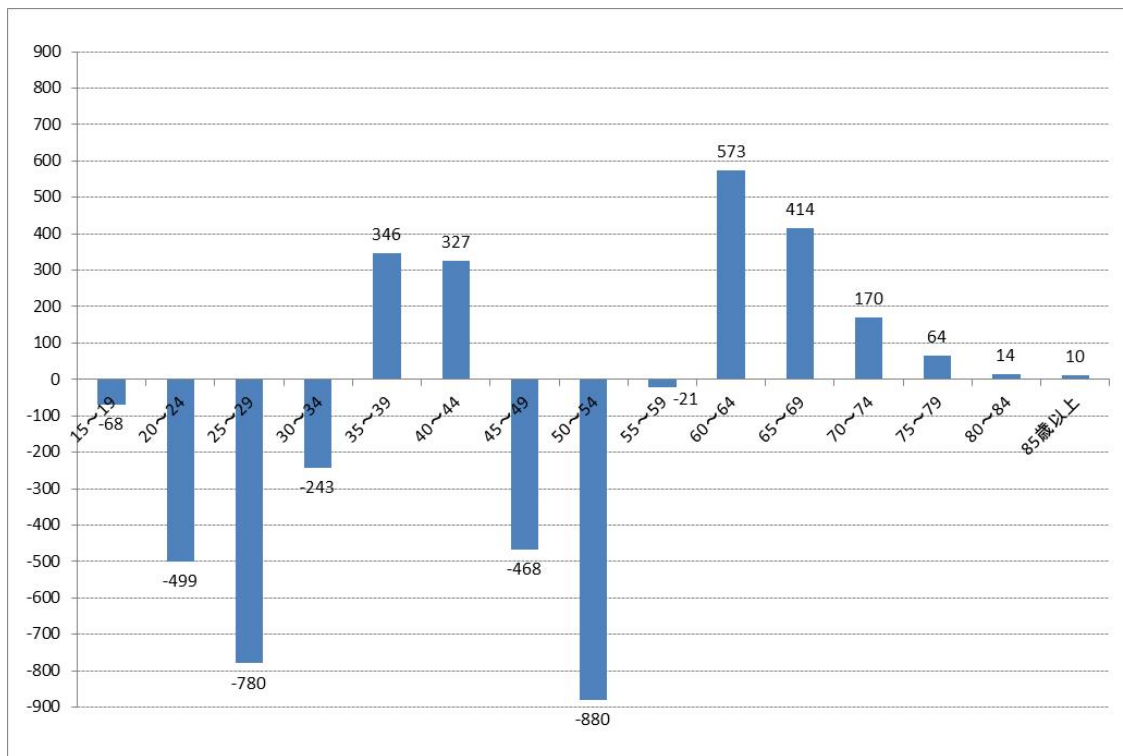
前述のとおり、増加傾向だった瑞穂町の人口は、平成16年以降は減少に転じています。『多摩地域データブック2011』によると、平成22年中、多摩地域30市町村のうち、9市町村において人口が減少しており、瑞穂町も120人減少し、減少自治体に該当しています。また、平成19年に公表された「東京都区市町村別の人口予測」によると、生産年齢人口はすでに減少しており、平成22年の21,466人が平成37年には18,061人と、約16%減少すると予測されています。やはり、人口減少という大きな流れに逆らえないというのが現実といえます。

産業という視点でいえば、働く人＝就業者はどうなっているのでしょうか。今回は『国勢調査』をみてみましょう。

図表3は、平成12年の国勢調査と平成22年の国勢調査を比較して、15歳以上の就業者の増減を、年齢別にまとめたものになります。平成12年から10年という月日が流れ、50～54歳の従業者は880人減っています。逆に60～64歳の従業者が、573人増えています。このようなグラフの全体像をとらえると、34歳までの若年層が軒並み、減っており、35～44歳にプラスの山、45～54歳にマイナスの山、60歳以上はすべて増加しているのがわかります。60代前半の山は、いわゆる「団塊世代」の山であり、50～54歳のマイナスは、彼らが60代になったということを示しています。また、35～44歳までは、いわゆる「団

塊ジュニア」の層が含まれています。

図表 3：平成 12 年から平成 22 年の 15 歳以上の就業者の増減比較



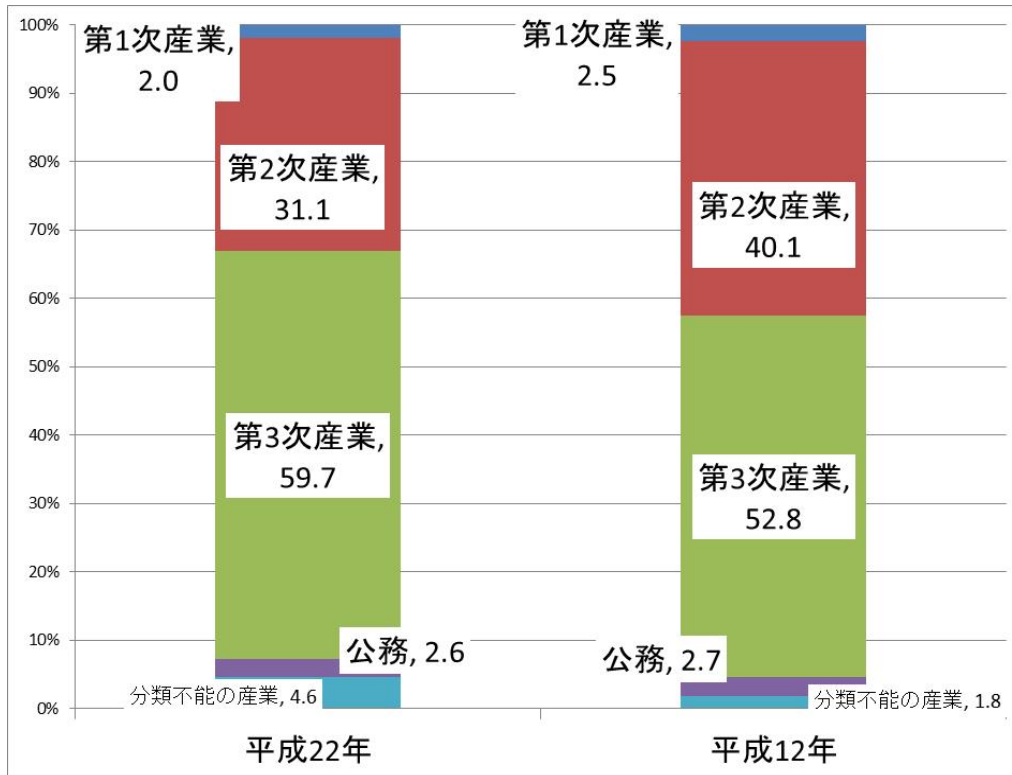
一方、産業別にしてみると、図表 4 のように、この 10 年で第 1 次産業の従業者は、△ 0.5%、第 2 次産業は△ 9%、第 3 次産業は 6.9% のプラスとなっています。特に製造業に従事している人が減っています。

さらに、図表 5 は、それぞれの年齢層における第 1 次産業から第 3 次産業までの割合について、平成 12 年から 22 年の増減をグラフ化したものです。この結果をみると、第 1 次産業は、ほとんどの年齢層で、その比率が下がっています。第 2 次産業では、75 歳以上の高齢者において比率が高まっており、74 歳以下はすべて比率が下がっています。第 3 次産業は、ほぼすべての年代で高まっています。第 1 次産業（瑞穂町の場合、ほぼ農業）従業者が減っていますが、高齢者層の減少率は特に大きいです。この 10 年で担い手が高齢化するだけでなく、高齢者の担い手もいなくなってきたといえます。第 2 次産業は、75 歳以上の高齢者の比率が高まり、若い人が製造業につかなくなってきました。一方、第 3 次産業は、10 代～20 代前半で増加が顕著で、70 代前半の高齢者でも大きく増加しています。

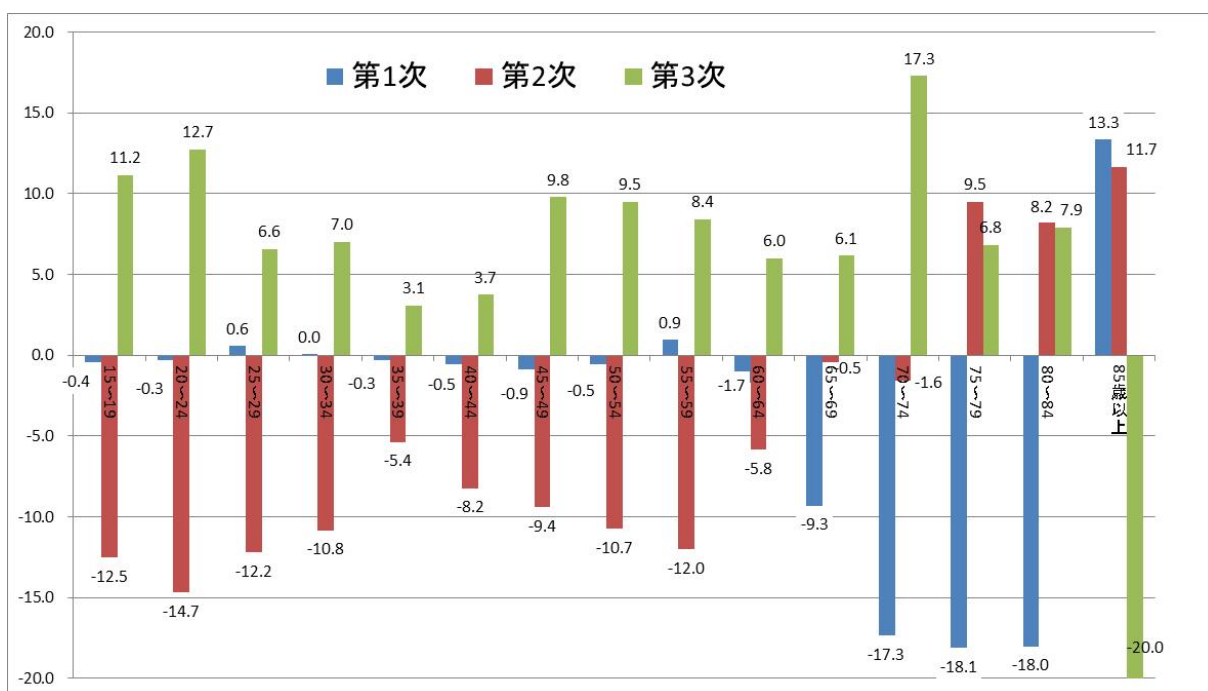
この 10 年間で、全体としては従業者が、サービス産業に流れいくなか

で、特に若者にその傾向が強く、その波は高齢者にも押し寄せてきています。第1次産業の従業者は高齢化を越えて、いなくなってきたといえます。第2次産業は、担い手が高齢化し、他の層においては比率が大きくなってきています。

図表4：平成22年と平成12年の産業別従業者数



図表 5 : 平成 1 2 年から平成 2 2 年の年齢ごとの産業別従業者割合増減



## ②産業構造の変化

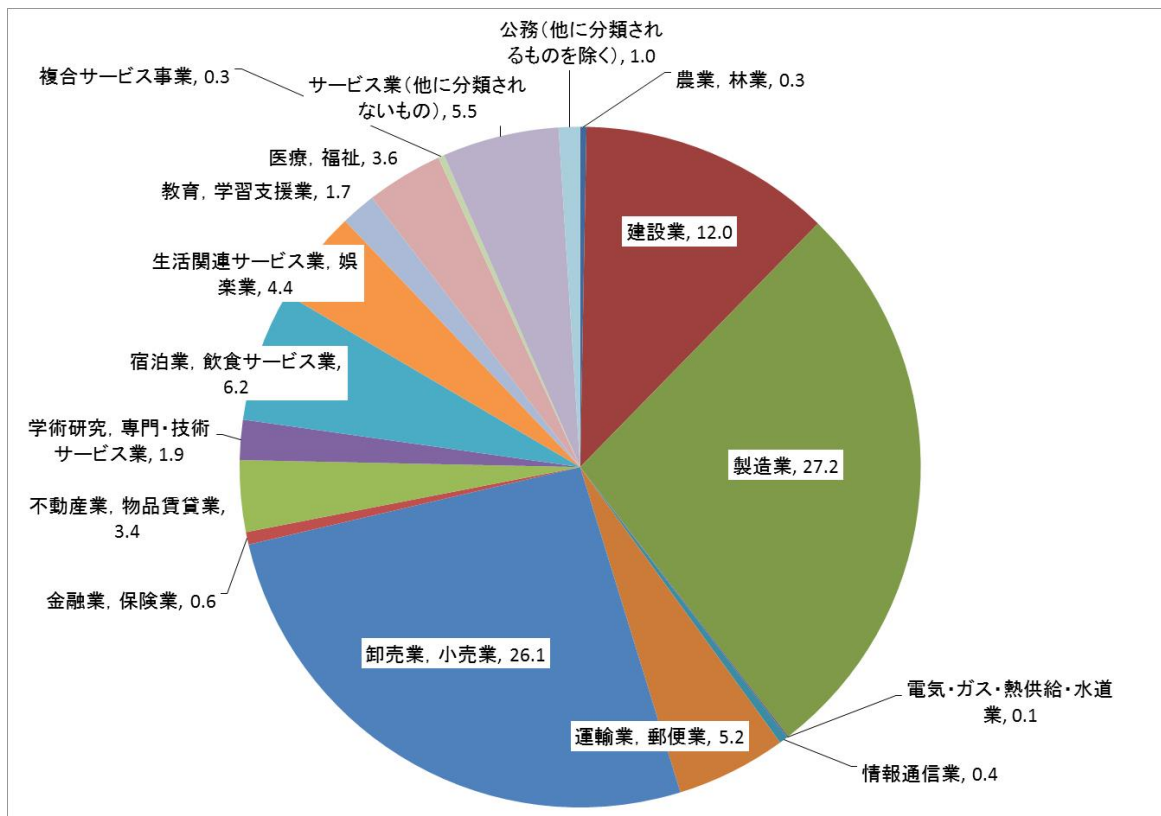
平成 2 1 年の経済センサス調査では、1, 6 8 2 事業所、従業員は 2 1, 3 1 2 人となっています。図表 6 のとおり、業種別にみると、上位 3 つは、製造業 2 7. 2 %、卸・小売業 2 6. 1 %、建設業 1 2. 0 %となっています。多摩地域全体では製造業は 1 4. 2 %、卸・小売業が 1 9. 6 %、建設業は 2 9. 3 %で、比較すると、製造業と商業については、高い割合となっています。

事業所数の経年変化は、平成 1 8 年の事業所統計調査と、平成 2 1 年経済センサス調査では調査方法が変わっており、そのまま比較することができません。現在、比較可能な調査は、平成 2 1 年経済センサス基礎調査と平成 2 4 年経済センサス活動調査です。ただし、活動調査の数値は、速報値ですので、確定値ではありません。

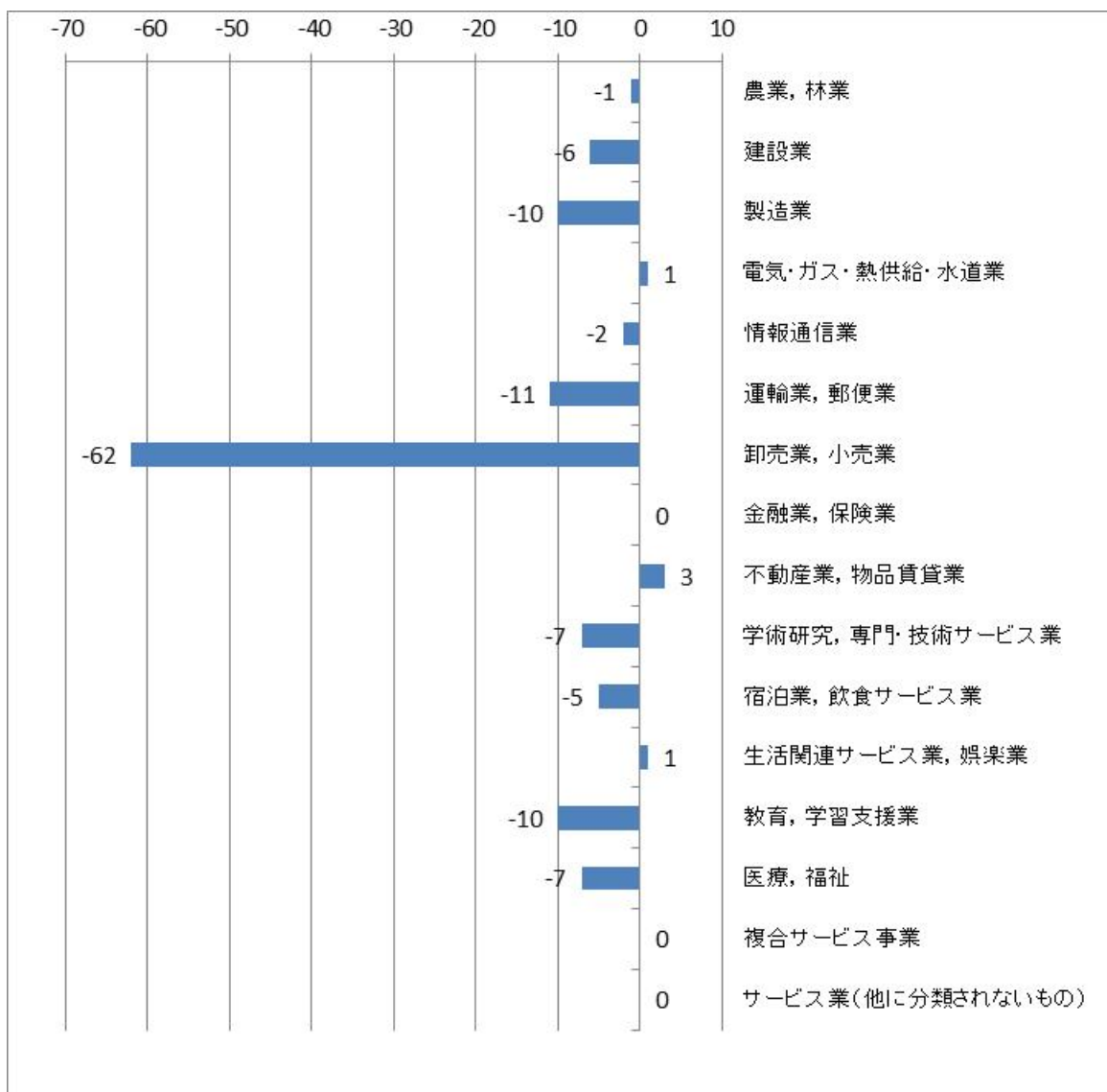
こちらをみると、平成 2 1 年から 2 4 年の短いあいだに、卸売・小売業で 6 2 事業所、製造業で 1 0 事業所、教育・学習支援でも 1 0 事業所が減少という結果となりました（図表 7）。確定値ではありませんが、早いスピードで廃業が進んでいるといえるでしょう。さらには、全体で 5 事業所しか増加していないということも忘れてはいけません。



図表 6 : 平成 2 1 年の業種の割合



図表 7 : 平成 2 1 年から平成 2 4 年の事業所数の増減



## 2) 農業

### ①現状と課題

瑞穂町の農業は、茶、花卉園芸、野菜、畜産等が中心で、「農業センサス2010」で農家数をみると、東京都において第7位、多摩地域においては第5位という状況です。課題については、平成14年3月策定の「瑞穂町農業ビジョン」のなかで、以下の5項目をあげています。

- 町民との協働による農地の保全
- 環境保全に向けた法規制への対応
- 花団地など農業資源のPRや直売体制の充実
- 他産業、他分野との連携による農業の活性化
- 農を知り農を活かすまちづくり

農業従事者の高齢化、後継者確保の困難などで、遊休農地や耕作放棄地が拡大するという危惧からの農地保全への対応をあげています。また、法規制強化に合わせた環境保全への対応、住民への農業のPRとともに、地元農産物が手に入りやすい体制づくり・施設整備の検討、他産業・分野との連携による活性化、町民の農への関心を活かし、触れる仕組みづくりが必要だとしています。

それでは、10年後の現在はどうなったでしょうか。農家の数は、先の「農業センサス」をみると、2000年で556戸、2005年で473戸、2010年で452戸と減少傾向にあります。特に販売農家については、2010年調査で初めて全体の5割を下回る結果となり、自家用に栽培している農家のほうが多くなりました（図表8）。

図表8：農家数の推移

|         | 総農家数 | 販売農家 | 自給的農家 | 販売農家率<br>(%) |
|---------|------|------|-------|--------------|
| 2000年調査 | 556  | 327  | 229   | 58.8         |
| 2005年調査 | 473  | 240  | 233   | 50.7         |
| 2010年調査 | 452  | 203  | 249   | 44.9         |

また、販売農家の経営耕地面積をみても、一番多い層だった0.5～1.0haと、0.3～0.5haの農家の減少率が大きく、農家および耕作地は

減少し続けているという結果です（図表 9）。

図表 9：経営耕作地面積の推移

|         | 合計  | 0.3ha未満 | 0.3～0.5ha | 0.5～1.0 | 1.0～1.5 | 1.5～2.0 | 2.0ha以上 |
|---------|-----|---------|-----------|---------|---------|---------|---------|
| 2000年調査 | 327 | 4       | 115       | 143     | 47      | 11      | 7       |
| 2005年調査 | 240 | 5       | 81        | 101     | 36      | 9       | 8       |
| 2010年調査 | 203 | 2       | 57        | 97      | 36      | 5       | 6       |

以上から、10年前の課題は解決できたとはいえません。今回の産業振興ビジョン策定のためのヒアリングにおいても、耕作放棄地・遊休農地の保全・活用、後継者の不在が大きな問題として認識されていました。また、農家の収益性をあげるための加工品開発、販路の開発・拡大、住民だけでなく、町内の事業者も含めた地産地消の推進、町外に対するPR・ブランド戦略が課題としてあがりました。

## ②今後の計画と可能性

平成8年に農業基本構想、平成12年に地域農業マスタープラン、平成14年3月に瑞穂町農業ビジョンが策定されています。さらには、これらをふまえた形で、総合計画のなかでは、以下のような施策体系としてまとめられています。

- 計画的かつ総合的な農業の推進
- 農業経営の育成と支援
- 農地の保全と担い手の確保
- ふれあい農業の推進

瑞穂町農業ビジョンでは、「安全で美味しく、新鮮な農産物を供給する瑞穂町農業」という将来像を設定しており、こちらを基盤に、地域特産品の開発、近代化農業経営の支援、生産者組織の自立支援、商工業、観光との連携、農地の保全、担い手の確保、ふれあい農業の推進という施策を展開する計画となっています。

この数年の実績として、一部の農家で加工品開発の動きが生まれていること、それと同時に特産品・名産品を地域ブランドとして認定する「みずほブランド」の認定制度がスタートし、シクラメン、お茶、こんにゃく、たまご加工品のプリンなどが選ばれています。また、目立つ場所がないという問題はありますが、直売所「ふれっしゅはうす」には毎日、新鮮な農

畜産物が並んでおり、町内の園芸農家では、直売方式でシクラメン販売も行われています。狭山池上流部の整備による農業振興や新規就農者も町外から入ってくるという動きも生まれています。このような実績と新しい動きを活かしていくべきです。

また、町内の若手デザイナーがパッケージやリーフレットでお茶農園とコラボレーションをして、新しい価値を生み出しているという事例もありますし、町内にある瑞穂農芸高等学校との連携も可能だと考えます。

### 3) 商業

#### ①現状と課題

瑞穂町の商業は、時代の大きな流れに翻弄されてきました。統計によると、平成9年の小売・卸含めた商店数は384店で、従業員は2,819人、年間販売額は935億6,900万円です。その10年後の平成19年の調査では、商店数363店と20店を超えて減少していますが、従業員数は3,420人、年間販売額は1,036億6,100万円と増加しています。小売業の売場面積を比較してみると、平成9年が32,246㎡、平成19年が80,770㎡と、約2.5倍に増加しています。これは、大規模商業施設が増えたためであり、平成14年3月に元狭山地区に、平成19年1月に殿ヶ谷地区に大規模商業施設が開業しています。町内だけでなく、同じく平成19年9月には、武蔵村山市にも開業しており、幹線道路沿いに大規模なショッピングセンターが次々と開業し、地域の商店には大きな打撃を与えました。これは決して今始まったことではなく、昭和50年代半ばには、スーパーマーケットが進出、自然発生的に集まった商店は、広域に点在しており、集積した商店街を形成できずいたため、対抗できませんでした。そのあとの大型店、コンビニエンスストア、ネット販売など、新しい流通の流れにも対応できなかつたといえます。

平成15年3月策定の「瑞穂町商店街振興プラン」、「広域西多摩における産業活性化ビジョンの策定に関する調査研究事業報告書」、そして総合計画においても、瑞穂町の商業の課題は以下に集約されているといえるでしょう。

- 地域に密着した商店街の創出
- 商店の経営基盤強化
- 農業や観光との連携

魅力ある商店街の創出は、商業の核をつくることとなります。安全に買い物ができる環境を整えること、商店が集積することでのメリットをつくる必要があります。商店の経営基盤強化は、個店の経営支援や後継者育成、そのためのネットワークづくりも含まれています。農業と観光との連携は、他分野との連携で、新たなマーケットを開拓していくこととなります。

「瑞穂町商店街振興プラン」が、以下のような施策を計画しています。

- 中心地の商業振興対策
  - ・ 空き店舗対策
  - ・ 不足業種の確保
  - ・ 駐車場、歩行者道路の確保
  - ・ 青梅街道、日光街道の歴史文化の発信
- 町内商店が共通して取り組みたい振興プラン
  - ・ たまるカードと地域商品券の運用の強化
  - ・ 町内遊歩コースに対応した商店マップの作成
  - ・ 効果的なイベントの実施
  - ・ 地域ブランドづくり
- 今後のニーズ、必要性に合わせ、取り組みを検討する振興プラン
  - ・ 共同宅配システム
  - ・ 地域でのパートナーづくり
  - ・ I T の活用
  - ・ 環境問題への対応

今回の産業振興ビジョン策定のヒアリングにおいて、上記の計画が予定通り進行していないとの指摘がありました。この10年間で、さらに商業を取り巻く環境は厳しくなっています。大型店、コンビニエンスストア、ネット販売に押され、地元商店は廃業が進み、現在営業している商店も、後継者がいない、あるいは業績を考えると承継できない状況にあります。

計画についても、よいプランであっても、誰がやるのかが明確でないために、トーンダウンしてしまい、町と商業者との間に不信感が生まれている面もあります。

## ②今後の計画と可能性

様々な課題を抱えていますが、「瑞穂町商店街振興プラン」は総合計画に

も反映され、施策としての意味を失っていません。たまるカードは、商店街のポイントカードとしては、近隣市町村の中では、比較的早い導入でした。商店が集積していないからこそ、カードによるつながりを大事にしています。また、瑞穂町商業協同組合発行の商品券も組合加盟店84店舗で使用でき、たまるカードも43店舗で利用できます。農業でとりあげた「みずほブランド」にも、和菓子を中心にいくつか認定を受けています。これらの実績をもとに、もともとある商店同士のつながりの強さを活かし、プランの見直し・更新が必要になります。

他にも、住民の地域活性化団体「サークルM」によるコミュニティマーケットは、音楽ライブと食べ物の販売等を行い、小さいながらも、着実に回数を重ねており、そういった「市(いち)」のようなイベントも、商業の施策として可能性を秘めているといえます。

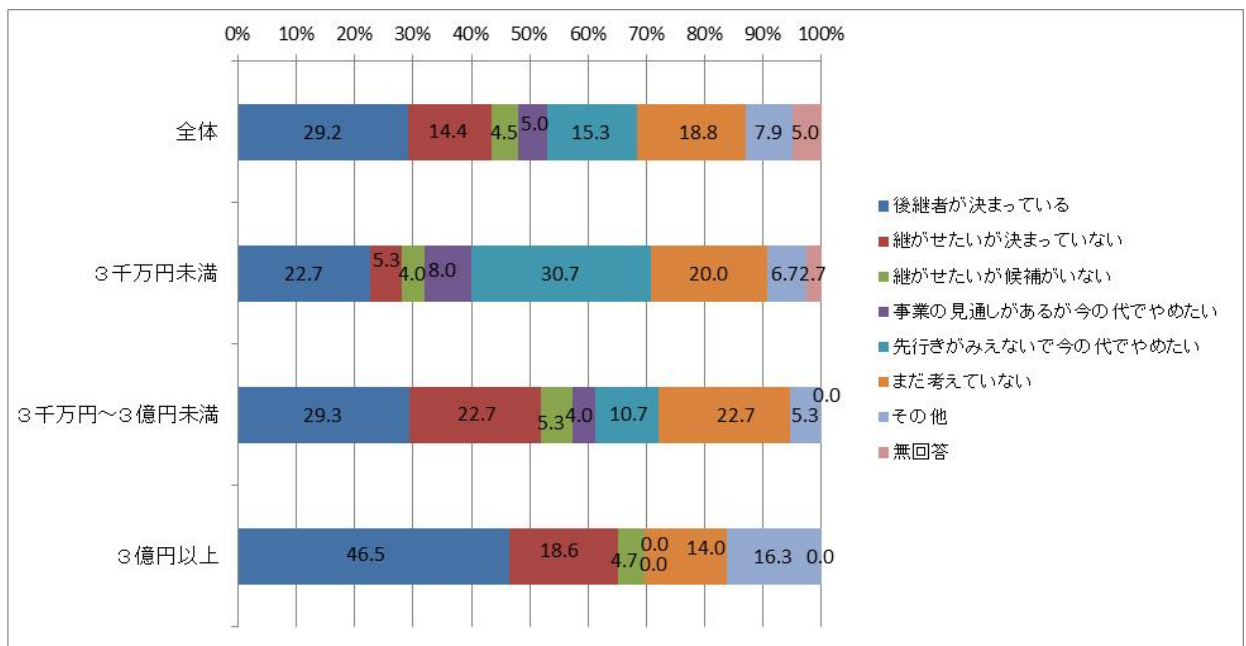
## 4) 工業

### ①現状と課題

瑞穂町の工業は、平成22年工業統計調査によると、製造事業所数222ヶ所(平成22年12月31日現在)という数字は多摩地域で3位、工業製造品出荷額3,221億8,813万円(平成22年)は多摩地域で6位という実績があります。多くが中小零細の事業所で、機械加工、板金加工が多く、最終製品や消費者向け商品は少ない状況です。取引先は近隣が多く、相手も限られており、海外との取引もほとんどなく、委託加工が中心で下請け構造となっています。

多くの事業所が、短納期・低価格への要請に応えながらも、受発注の不安定化にさらされています。また、熟練工の高齢化、施設の老朽化などの課題をかかえています。

図表 10：事業承継（後継者問題）について



さらに、廃業を考えている事業所も多く、特に規模の小さな事業所（売上3千万円未満）では、「先行きが見えないので今の代でやめたい」「事業の見通しがあるが今の代でやめたい」を合わせて、4割近くに達し、「後継者が決まっていない・候補がない」という層も含めると5割弱になってしまいます。早急に事業承継問題に取り組む必要があります。規模の小さな事業所は外部連携への意欲、販路開拓への意欲も高くなく、現状に満足（あきらめ）のようなものを感じます。

また、瑞穂町に立地するメリットが感じられるような価値を創造する必要がありますといえます。

## ②今後の計画と可能性

瑞穂町商工会にて、平成19年のシナジースキーム策定事業で始まった「瑞穂ファントム工場」という共同受注の仕組みは、まだまだ実績は少ないですが、同じ町内に集積したメリットを生かした施策となっています。

工業については、産業振興ビジョンとは別に「工業振興計画」を策定しています。詳細はそちらでみるとして、ここでは基本方針と戦略をあげておきます。

- 既存事業者の活性化
  - ・受発注の機会拡大



- ・ 事業承継支援
- 新しい価値創造の仕組みづくり
  - ・ 創業支援（育成・誘致）
  - ・ 他産業との連携促進
- 上記の2つの戦略に共通する施策
  - ・ P Rとブランド戦略

## 5) 観光

### ①現状と課題

瑞穂町において、前述のとおり、観光は大きな位置づけとなりますが、産業として、かならずしも振興されてきていたわけではありません。観光協会は、商工会青年部が祭りを運営することを主目的に立ち上げた経緯もあって、「祭り実行委員会」という意味合いが強いといえます。

瑞穂町には、多様な観光資源があります。平成24年3月策定の「水・緑と観光を繋ぐ回廊計画」において、既存の観光資源として、観光・レクリエーション資源、歴史的資源、景観資源、公共施設という4つの資源をあげています。

観光・レクリエーション資源としては、狭山丘陵を活かした遊歩道7コースをはじめ、観光施設、公園施設、町内の公園・緑地、ウオーキングコース、町民農園等をあげています。歴史的資源として、文化財、遺跡、寺院等をあげています。景観資源としては、「みずほ10景」が選定されているように、六道山公園や瑞穂ビューパーク等からの景観などは貴重な資源でしょう。耕心館のような武蔵野の旧家のたたずまいも、落ち着いた歴史的景観を生み出しています。公共施設も観光客が立ち寄り、情報収集やイベント参加の場として、活用できる資源といえます。

観光イベントについては、春のさくらまつり、残堀川ふれあいイベント、夏のサマーフェスティバル、秋の産業まつりのような自然や産業を活かしたイベントから、町民体育祭、駅伝競走大会、ウオーキングイベントなどのスポーツ・健康づくりのイベントも多数あります。ただ、瑞穂町が行祭事・イベントの入込客数で見ると、平成18年の実績が28,660人であり、他地域と比べると非常に少なくなっています。

一方で、シニアの健康ブームやアウトドアブームもあって、狭山池から耕心館、六道山へのルートのウオーキングなど、豊かな自然を楽しむ町内

外の人たちが増えているのも確かです。カタクリ群生地も、枯れ木の撤去や下刈り、入り口の整備、マスコミに情報提供するなどのPRをしてから人出が増えているという報告もありました。さらに、今年8回目を迎えた「瑞穂のつるし飾り」では、期間中の来場者が7,000人を超えるイベントに成長しています。

総合計画においても、観光振興のために以下のような施策が必要だとしています。

- 観光ルートの形成
- 観光施設の充実
- 新たな観光資源の創出
- 効果的なPR活動

多様な観光資源をつなげて、観光ルートを形成し、回遊性を高めるとともに、それぞれの観光施設の整備や改善を通じて、機能を高めます。また、従来の観光資源にとらわれず、まちの魅力を再発見し、イベントを活用しながら新しい観光資源を開発していくということです。効果的なPR活動のために、各種メディアを活用するということをまとめています。

ただし、観光振興の担い手はまだ育っていません。観光協会は、メンバーが高齢化、固定化し、なかなか新しい取り組みに手を出せない状況にあります。また、観光は、農業や商業と連携がまだできていません。

## ②今後の計画と可能性

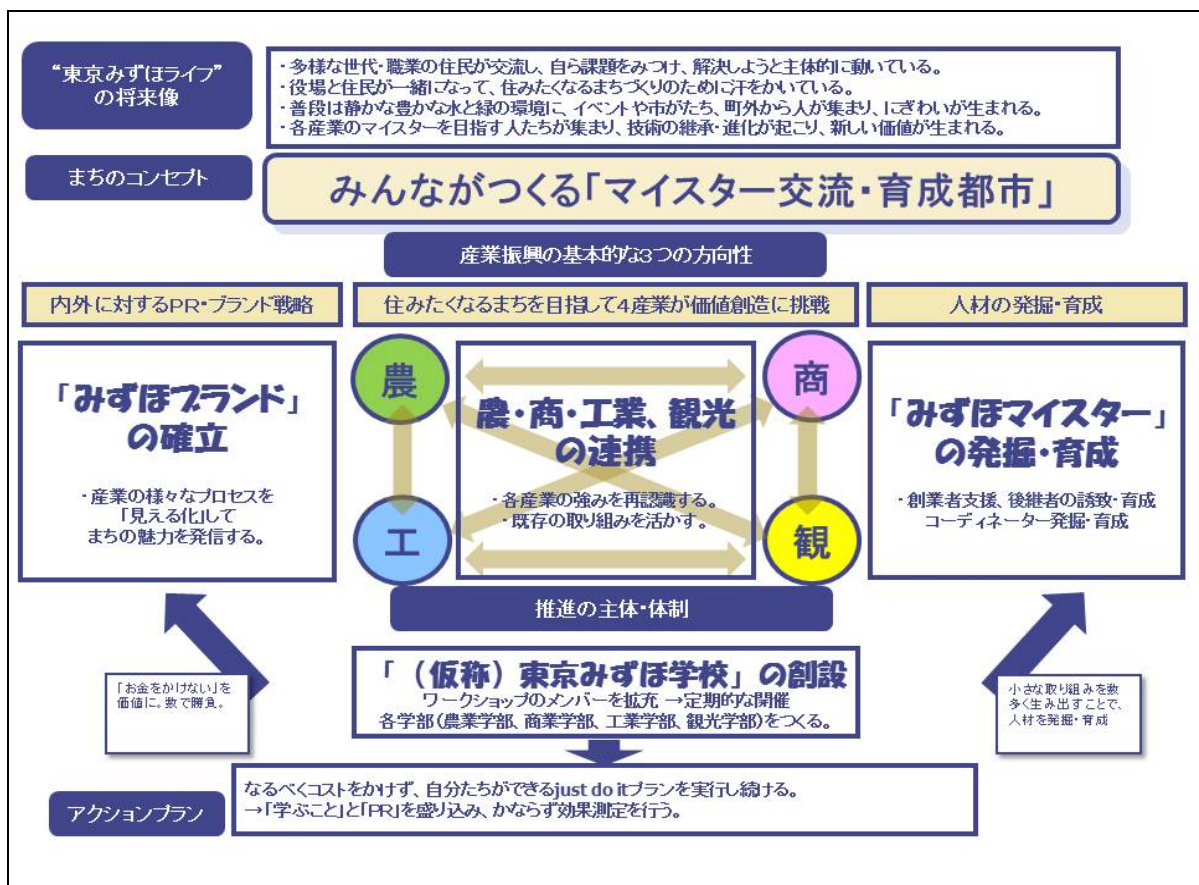
観光に関わる計画のうち、一番大きいプロジェクトが、先にもとりあげた「水・緑と観光を繋ぐ回廊計画」です。この計画は平成12年の「瑞穂町都市計画マスタープラン」、平成11年の「瑞穂町緑の基本計画」等をふまえて、平成24年度から32年度を目標年次にして進めていきます。施策は拠点整備、ルート整備、ソフト施策の3つに分けられており、狭山池上流部、カタクリ群生地の環境整備とともに、新郷土資料館の整備、観光ルートの設定に伴うサインやモニュメントの整備、ルートマップの作成、イベントやセミナー開催、PR等を行う計画となっています。

町内外を回遊することを中心においた「回廊」づくりですので、この新しい観光資源開発及び整備に合わせて、観光産業となるものを立ち上げていくよい機会を得たこととなります。

### 第3章 産業振興ビジョンの概要

第2章の現状と課題を踏まえ、ここでは今後の産業振興の方向性についてまとめます。ここで提案するものは、既存の計画・報告書、産業振興ビジョン策定のために行ったヒアリング調査とアンケート調査をもとに、素案を作成し、住民、農業、商業、工業、観光の事業者・関係者、地域の金融機関、商工会、町の職員が40名近く参加したワークショップの議論をふまえて策定しています（図表11）。

図表11：産業振興ビジョンの全体像



## 1. 「東京みずほライフ」の将来像

最初に述べたとおり、産業振興ビジョンは、同時に暮らしのビジョンでなくてはなりません。瑞穂町の産業で働くこと、関わることで、自分たちの暮らしがどうなっていくのかが明確でなければ、産業振興は住民にとって遠い存在でありつづけるといえます。ここでは、将来の瑞穂町の暮らしのイメージを「東京みずほライフ」として位置づけ、産業振興の成果イメージとして共有していきたいと考えます。

### 1) 多様な人たちが主体的にまちづくりに関わる

「多様な世代・職業の住民が交流し、自ら課題をみつけ、解決しようと主体的に動いている。」

多様な人たちが仲間をつくり、まちの課題を自分たちでみつけ、解決するために主体的に活動しているまちをイメージします。若者から高齢者、多様な産業の担い手、NPO、行政が集まり、議論することがまず大事だと考えます。そこには町外の人たちが入っていてもよいと考えます。多様な意見や価値観をぶつけあうことで新しい価値が生まれてくるはずです。また、今回の調査のなかで、よい計画やアイデアが生まれても、誰がやるのかが曖昧で、人任せになっているという指摘がありました。問題を指摘するだけでなく、それを解決するために自らが動き、周囲もその動きを尊重し、サポートするということが必要だと考えます。これは総合計画の基本理念「自立と協働」とも重なるものだといえます。

### 2) 官民連携で、住みたくなるまちを目指す

「町と住民が一緒になって、住みたくなるまち、住み続けたくなるまちをつくるために汗をかいている。」

1) のイメージにも近いのですが、より町と住民の協働を強調し、町外の人々が瑞穂町に住みたいと思ったり、町内の人々が住み続けたいと思うまちをつくるために、一緒に行動しているイメージです。あえて、官民連携を強調するイメージを設定したのは、産業振興の取り組みにおいて、町と事業者（住民）のお互いの誤解や不信感が、新しいものにチャレンジすることを阻害してしまっている側面があるからです。誤解や不信を乗り越えて、官

民が協力して、これからの環境変化に向き合っていくほうが建設的だと考えます。

また、今回、ワークショップの議論で、瑞穂町は「出かけたくなるまち（遊びに行くまち）」を目指すのか、「住みたくなるまち」を目指すのかという議論があり、ほとんどの参加者が「住みたくなるまち」を目指すという方向性を選びました。観光を活性化し、交流人口を増やしていくという考え方は一致しています。ただ、観光客が遊びに来て、お金を落としてもらい、帰っていくという「客」として扱うのか、いつか住むかもしれない「将来の住民」として扱うかでは、施策の内容は変わってきます。私たちはあくまでも、瑞穂町の暮らしの価値を創造し、発信していきます。

### 3) 豊かで静かな自然環境に、にぎわいが生まれる

「普段は静かな豊かな水と緑の環境に、イベントや市（いち）がたち、町外から人が集まり、にぎわいが生まれる。」

今回の調査のなかであらためて感じたのは、瑞穂町が持つ豊かな自然環境の魅力でした。ある意味、東京都とは思えない風景が広がり、水と緑の静かな空間が、安らぎや潤いを与えてくれます。一方で、幹線道路の利便性が、近隣の商業施設等へのアクセスも容易にしてくれています。まさに、瑞穂町は田舎と都市のよいところを併せ持ったまちといえます。確かに大型店の進出により、町内の商店は打撃を受けていて、商業という産業にとっては危機的な状況です。しかし、住民は、常に便利で魅力的なものに惹かれていきます。これは仕方がないことでもあります。大型店舗と戦うのではなく、瑞穂町でしかできない商売のやり方を開発するしかありません。

私たちのイメージはこうです。普段は静かな自然環境の恩恵を受けます。狭山池や六道山を散歩しながらのんびりすごします。それが日常です。ところが、イベントや昔の市（いち）のようなものが開かれるときには、町外からもたくさんの方が訪れ、にぎわいが生まれます。お祭りや運動会が大好きな住民は、音楽やおいしい料理を楽しみながら、町内外の人たちと交流をします。そのような交流の中で、「このまちに住みたい」という人たちが現れるのです。そして、イベントが終わるとまたいつもの静かな瑞穂町に戻るのです。

#### 4) マイスター希望者が集まり、技術の継承・進化がおこる

「各産業のマイスター（職人）を目指す人たちが集まり、技術の継承と進化が起こり、新しい価値が生まれる。」

今回の調査のなかで、どの産業においても語られたことが、知識や技術を持った職人（＝マイスター）の存在です。ものづくりでも、農業でも、商売でも、独特の想いと優れた技術を持った人たちが、町にはたくさんいます。そのようなマイスターを発見し、産業振興に関わっていただきたいと考えます。また、そのようなマイスターになりたいという人たちを応援します。そのままにしていたら、そのような技術や知識はなくなっていきます。意識的に継承することを考えていかなければいけません。

また、ワークショップ参加者で最も多い意見でもあったのですが、瑞穂町が学びの場に適している、「学ぶということ」が産業振興のキーワードであるという認識でした。

町内だけでなく、町外からもマイスターを目指して集まってきます。様々な交流の機会のなかで、知識や技術の継承が行われるだけでなく、学ぶ人たちが、新しいアイデアを持ち込み、変化を起こし、さらに技術が進化して、新しい価値が生まれていく。そんなふうに、マイスターを目指して、若者や異分野の才能を持った人たちが瑞穂町に新たな風を吹き込み、上手に世代交代を繰り返し、持続可能なまちとして存続していきます。

## 2. 産業振興におけるまちのコンセプト

上記のような「東京みずほライフ」という将来像をイメージして、産業振興という視点から、まちのコンセプトを設定しました。このコンセプトは、このあとの産業振興の基本的な方向性および施策内容を検討するうえでの基準となるだけでなく、これから実践していくうえでのまとまりを生み出す言葉になります。

## みんながつくる「マイスター交流・育成都市」

「みんながつくる」という点は、将来像の1) 2) を反映しています。多様な世代や産業、官民の連携、関わる者たちがすべて、自分たちが当事

者であり、仲間であることを強調するうえで「みんながつくる」としました。

「マイスター交流・育成都市」は、3)と4)を反映しました。水と緑の豊かな自然と、交通の利便性の高い東京郊外の都市環境を舞台に、高い技術と想いを持ったマイスター（どんな分野でも、その道のプロとしてがんばっている人たち）が、仲間をつくり、産業を育て、町の課題を解決していきます。町外からもそのマイスターたちと交流し、何か新しい価値を創造しようとやってきます。志を持ったマイスターを育成することが、産業を盛り立て、「東京みずほライフ」をより充実したものにします。

上記のようなまちの将来像を実現するために、以下に産業振興の基本的方向性について、まとめます。

### **3. 産業振興の3つの基本的な方向性**

最初に述べたとおり、産業振興ビジョンは、瑞穂町の産業全体を活性化するための方向性と施策を考えていきます。したがって、特定の産業を中心に考えるのではなく、産業同士がつながり、まとまりをもって、まちの活性化に取り組めるような方向性を考える必要があります。

#### **1) 住みたくなるまちを目指して4産業が価値創造に挑戦**

農業、商業、工業、観光が連携し、住民にとっても、町外の人にとっても住み続けたいまち、住みたいまちになるような施策を実践します。そのための方針として2つ提案します。

##### **①各産業の強みの再認識**

それぞれの産業が産業振興ビジョンをふまえて、どのような方向に進むかを明確にするために、もう一度、それぞれの強み、提供できる価値を再認識する必要があります。特にそれは、エンドユーザー（最終消費者）にとって、どのような価値があるのかという視点が重要です。仮に顧客が事業所であっても、エンドユーザーを意識して価値を考えなくてはなりません。まずは、そのような議論を当事者どうしで行う場と機会を設定します。そうすることで、各産業の強みが明確になり、連携のメリットや役割分担

がみえてくるといえます。

## ②既存の計画・取組みを活かす

現状把握でも述べたように、すでに行われている取り組みや計画があります。それらの事業に、他分野・他産業からの参加を受けて入れていきます。そうすることで、既存の計画をさらによいものにできますし、連携をゼロから構築していくのは難しいので、すでにある取り組みに相乗りする形は連携を始めるきっかけとしては最適だといえます。

## 2) 人材の発掘・育成

技術や知識を継承し、新たな価値を生み出すためには、マイスターの発掘育成が最も重要な施策となります。「みずほマイスター」の発掘・育成を通じて、産業振興の担い手を生み出していきます。具体的には、以下のような方針です。

### ①後継者の育成・誘致

どの産業においても、後継者不足は深刻であり、廃業する事業所はどんどん増えていくでしょう。事業承継をどうするかは、家族や同じ事業所内だけで探すのではなく、同業他社、他業界、さらには他地域からの誘致も視野に入れて検討していく必要があります。

### ②創業者支援

①が事業所を減らさないための方針だとすれば、こちらは事業所を増やしていく方針です。こちらでも町内だけにこだわらず、町外からも、創業者を呼び寄せるような施策を行っていきます。

### ③コーディネーターの発掘・育成

後継者や創業者のマイスターを発掘、育成するだけでなく、各産業をつなぐコーディネーターの存在の必要性も、ワークショップ等で指摘されています。産業振興における連携の動きをつくりだせるコーディネーター育成も人材として不可欠となります。



### 3) 内外に対するPR・ブランド戦略

瑞穂町の産業は、町内外にまだ十分に認知されておらず、ブランドとして確立していないというのが実状です。今後の施策はすべて、外への発信を意識して行うことが重要な方針となります。農業や商業の分野で先行している「みずほブランド」認定の動きを、さらに他分野にも広げて、多様な「みずほブランド」をPRしていくように動いていきます。

特に重視するのは、産業内の様々なプロセスを「見える化」することで、瑞穂町で生まれる商品や製品がよいものだと知ってもらう必要があります。例えば、お茶という農産物一つとってみても、最終製品であるパッケージ化されたお茶を飲んで、その味や風味を味わって、その良さを認識してもらうだけでなく、その商品を誰がどのような想いで、どのようにつくっているのかを「見える化」し、その価値を感じてもらおう工夫をしていきます。そのプロセスは、自然と「学び」というプロセスになっていくでしょう。生産・販売のプロセスを知ってもらうことで、そこに関わるマイスターの想い、技術を魅力として発信していくことが、瑞穂町らしい「人を介したブランド戦略」につながりますし、そのようなプロセスの魅力を発信することで、マイスターを目指す人を呼び寄せ、商品そのものだけでなく、その商品を生み出すまちそのものに魅力を感じてもらおうという戦略となります。

## 4. 推進の主体・体制

### 1) 産業振興ビジョン策定ワークショップの拡充

次に上記のような方向性を進めていく主体は誰かという問題です。過去には、様々な施策において、推進主体が明確になっていなかったために、実行されなかったり、途中で失速してしまったりする事例がありました。特定の団体や町だけに、責任を押し付けられるような形では今までと同じ轍をふむことになるでしょう。

そこで、可能性があるのは、今回の産業振興ビジョン策定のために実施したワークショップです。住民、農業、商業、工業、観光の事業者・関係者、地域の金融機関、商工会、町職員が40名近く参加したワークショップは、立場の違いがあっても意見が対立したとしても、参加者全員が、瑞穂

町をよくしようという想いで議論をしていました。そこには、新たな人材の発見や産業間連携の「種」となる発見がありました。このような場そのものを産業振興ビジョン推進の主体とするのです。

産業振興ビジョン策定以後も、定期的にワークショップを開催し、メンバーの拡充・入れ替えを行いながら、産業振興のアクションプランの検討と実践、評価を行う場として運営していきます。

## 2) 「(仮称) 東京みずほ学校」の創設

上記のワークショップが軌道にのってきたら、さらに組織化を進め、強力な運営体制をとっていくために、会議体から組織への鞍替えを目指します。これをマイスター交流・育成という点を活かして、一つの「学校」として展開することを提案します。瑞穂町には大学はありません。そこで、産官民連携で運営する「(仮称) 東京みずほ学校 (または大学)」を創設し、産業振興推進の事務局として、実践の企画や議論の場として、様々な学びや育成の場として運営していくことをイメージします。

この「学校」では、4産業の連携、人材の発掘・育成、PR・ブランド戦略を行うだけでなく、たとえば「農業学部」「商業学部」「工業学部」「観光学部」等を設置し、4産業それぞれの施策についても検討していきます。ただ、この学部は商工会の部会のような組織ではなく、誰でも興味があれば、その議論に加われるというフラットな場をイメージしています。

「(仮称) 東京みずほ学校」については、平成25年度中にワークショップを定期的に続け、その内容等を検討しながら、平成26年度立ち上げを目指します。

## 5. 施策に対する考え方

上記の基本的な方針を実践するアクションプラン（施策）については、以下のように考えます。今回は、産業振興ビジョンに合わせた特別な予算が組まれているわけではありません。また、方針として、既存の取り組みを連携させていくことが中心となりますので、なるべくコストをかけず、当事者が取り組めるものから「just do it!」の精神で実行していきます。

そのときのポイントは、小さくても数を多く実施していくことです。小さくても新たな試みを実践することで、人材の発掘や育成につながります。したがって、アクションプランには、「連携」「学び」「PR・ブランド戦略」という要素を盛り込み、すぐに実践し、かならず効果測定を行うという方針で進めていきます。

## 第4章 産業振興の施策

第3章のとおり、産業振興ビジョンの基本的方向性は以下の3つとなります。

- 住みたくなるまちを目指して4産業が価値創造に挑戦すること。
- マイスターとなる人材を発掘・育成すること。
- 内外に対するPR・ブランド戦略を行うこと。

平成25年度の推進主体は、産業振興ビジョン策定の場となったワークショップを拡充し、定期的に企画・実践・評価を行います。さらに、平成26年度は、このワークショップを「(仮称)東京みずほ学校(または大学)」として、発展させ、なるべくコストをかけず、自分たちができる「just do it!」を実践していきます。

### 1. 施策の立案方針

アクションプランとなる施策については、この産業振興ビジョンで提示するものだけではなく、ワークショップ等でも、以下のような方針で考えていきます。

#### 1) つなげる

4産業の連携という産業間の連携として行う施策だけでなく、広域に点在していたものをつなげて、一つのまとまりを生み出そうという方針です。

例えば、たまるカードによっていくつもの商店をつなげることでの仮想の商店街の形成、町内に点在する遊休農地の活用、知識や技術を伝えたい人と学びたい人のマッチング、開業したい創業者と廃業する既存事業者のマッチング、そういった様々な「つなげる」という施策が考えられます。

#### 2) あつめる

これは1)とは逆に、点在するものを一つに集めるという立案方針です。バラバラだと知ってもらえない、体験してもらえないものを集めることで、効率的に目的を達成します。

例えば、農畜産物直売所に商品を集める、イベントで紹介・販売する、「みずほブランド」として認定する、情報をホームページに集約する等、

集積させることでのメリットを生み出します。

集める場所として、箱根ヶ崎駅周辺や直売所、六道山公園等、自然と都市、両方を舞台とします。

### 3) まなぶ

各分野でのマイスターを発掘し、育成するという点で、「学ぶ」という要素はかならず必要になるものです。それは単純に知識や技術を学習するということを指しません。先にも述べたとおり、生産や流通のプロセスを見える化し、体感することで、言葉にならない魅力やおもしろさの価値を得てもらうということが重要です。産業に関わるマイスターたちの想いを直接感じてもらうことを組み込んでいきます。

### 4) つたえる

PRやブランド戦略をかならず意識するというのも重要な方針です。自己満足にならないように、常にその施策がどのように見えるかを認識しながら、検討します。また、つたえる手段にもこだわります。内容や受け取る対象者によって、メディアを選択し、発信するメッセージやデザインにもこだわっていきます。

### 5) やってみる

最後は「just do it!」のキーワードに代表されるように、まずはやってみようというチャレンジ精神が重要です。大規模な予算をつけて、入念な準備を行い、段取りどおりに進めていくことは、財政状態に余裕がなく、環境変化が激しい今では、現実的な進め方とはいえません。コストをなるべくかけず、とにかく試作をつくって、やってみて、その効果測定を行い、可能性があれば続けて、難しければきっぱりとやめてしまう。そのような柔軟な姿勢で実践していきます。

大事なことは、挑戦すること、失敗をある程度許容することです。そうでなければ、多様な人の参加と、斬新なアイデアは生まれてきません。

## 2. 施策内容（案）

ここでは、施策内容の案を提示しますが、これから実践すべき施策ということではありません。推進の主体となるワークショップという場におい

て、産業振興ビジョンの3つの基本的な方向性に基づくと同時に、上記の施策の立案方針をふまえて、アイデアが検討され、具体的な形になっていくプロセスのモデルケースとして提示します。以下の例を参考に、今後、数多くの施策を立案・実践していくことを目指します。

#### （例）コミュニティマーケットの開催

先にも紹介したとおり、「サークルM」という地元有志によるサークルがあります。商工会の後援のもとに、フリーマーケットや、食べ物の販売、音楽ライブ等を行うコミュニティマーケットのイベントを、駅前や駐車場等で開催しています。例えば、彼らが産業振興ビジョンワークショップに参加し、このイベントを産業振興ビジョンのアクションプランとしてさらに進化させるとしましょう。

まずは、ワークショップにて、「サークルM」メンバーから、今までの経緯や実績、課題などが発表されると想定します。今回のテーマは、どうやったら、このコミュニティマーケットを観光イベントとして、より町外の人たちに参加してもらえるかです。

事前にテーマ内容が告知されていたので、今回の参加メンバーは、商業や観光の関係者が多く、新しい顔もちらほらみえますし、町外の人もいるようです。農業関係者も最近は販路拡大に積極的なので、何かできるのではないかと足を運んでいます。もちろん、町や商工会の職員、常連の工業関係者も参加しています。いつもどおり、多様なメンバーによるワークショップになりました。

「サークルM」からの問題提起に、参加者はいくつかのグループに分かれて、解決の方策やアクションプランのアイデアを出していきます。そのなかで、瑞穂町の農業のよさを知ってもらうために、町内散策と農産物販売を中心としたイベントを開催する案について、検討されていきました。

企画が決まると、当日の責任者や役割分担が決まっていきます。今回は、「サークルM」だけでなく、商工会のメンバーも運営に参加します。また、PRについては、町外からの集客を意識し、ソーシャルメディアを利用するとともに、ケーブルテレビで、このワークショップの様相を取材してもらい、手作りのイベントであることをPRします。また、チラシは、農産物の生産者（＝マイスター）を中心において、「マイスターのまち、瑞穂」というブランドを徹底的にPRすることにしました。

さらに、コミュニティマーケット当日をシミュレーションします。参加者は、町内を徒歩や自転車等で、農家をまわり、実際につくっているマイ

スターから直接、どのような想いでつくっているか、どんな方法でつくっているかを聞きます。農業を学びながら、瑞穂町の豊かな自然を満喫し、コミュニティマーケットが開催されている場所まで回遊しながら移動していきます。この開催場所は町と商工会の協力で借りることができました。マーケットに到着すると、さきほど説明してくれたマイスターがつくった農産物が販売されています。それだけでなく、瑞穂町で開発された加工品やその他「みずほブランド」として認定されているお菓子などもあります。

参加者は、農芸高校の生徒さんたちが調理してくれた食べ物に舌鼓を打ちながら、ここでしか見ることができない貴重な音楽ライブを楽しみます。町外からの参加者は、瑞穂町の農産物がいかに大事に育てられた安心・安全なものかを感じ、豊かな自然を感じて、有意義な休日を過ごし、満足して帰っていきます。こんなところに住むのも素敵だなと思いながら。

イベント終了から2週間後、またワークショップが開催されます。ここでは、先日のイベントの報告と振り返りが行われます。来場者数や参加者のアンケート結果、当日の売上などが報告され、今後、どのように改善したほうがいいかということが話し合われます。当日、参加していた住民の方もはじめてワークショップに参加しています。次回からは運営側にまわりたいと考えているようです。

上記の例は理想的なプロセスとして例示していますが、このようなものを目指して、今後、産業振興の具体的な施策を立案・実践していきます。

以上

## 資料編

### 瑞穂町産業振興ビジョン策定委員会 委員名簿

|      |                  |
|------|------------------|
| 天沼武夫 | 商工会会長（委員長）       |
| 榎本 清 | 商工会商業部会 会長       |
| 岡本日吉 | 商工会工業部会 会長       |
| 東田英昭 | 商工会建設部会 会長       |
| 高水 伸 | 商業協同組合 理事長       |
| 石川 淳 | 観光協会 会長          |
| 上野 勝 | 農業委員会 会長職務代理者    |
| 鳥海俊身 | 瑞穂町 企画部長         |
| 会田 進 | 瑞穂町 都市整備部長（副委員長） |

### 事務局

瑞穂町都市整備部産業課  
多摩大学総合研究所

### 協力

瑞穂町商工会  
多摩信用金庫  
信金中央金庫



## 産業振興ビジョン策定のプロセス

### ・ 瑞穂町産業振興ビジョン策定委員会

#### ■ 2012年

9月28日 第1回 瑞穂町産業振興ビジョン策定委員会

#### ■ 2013年

1月21日 第2回 瑞穂町産業振興ビジョン策定委員会

3月18日 第3回 瑞穂町産業振興ビジョン策定委員会

### ・ 策定経過

#### ■ 2012年

4月27日 第1回 産業振興ビジョン策定会議

- ・ ビジョン策定の方向性を検討。

5月14日 第2回 産業振興ビジョン策定会議

- ・ 策定委員会のスキーム検討。ヒアリング調査実施を決定。
- ・ 製造業向けアンケート項目の検討
- ・ 対象データの整備についての方法検討。

6月 5日 第1回ヒアリング 商工会長・商工会工業部会

6月12日 第2回ヒアリング 商業協同組合・商工会商業部会

6月12日 第3回 産業振興ビジョン策定会議

- ・ ヒアリング調査の内容を報告。
- ・ 産業振興ビジョンと工業振興計画との関係性を検討。

6月15日 第3回ヒアリング 農業委員会

6月19日 第4回ヒアリング 町内金融機関

- 6月22日 第5回ヒアリング 瑞穂町（企画部長・都市整備部長）
- 7月10日 第6回ヒアリング 商工会建設業部会
- 7月10日 第7回ヒアリング 観光協会
- 8月 7日 第4回 産業振興ビジョン策定会議  
・製造業事業者調査アンケート案の検討。
- 8月 9日 第8回ヒアリング  
・市民による産業振興・地域活性化の取り組み①  
(サークルM)
- 8月17日 瑞穂町製造業事業者調査 アンケート確定・入稿
- 8月24日 アンケート発送  
・製造業約432社  
(町内登録法人[法人町民税課税台帳]  
及び商工会登録個人製造業者)
- 9月 7日 アンケート調査締め切り
- 9月14日 アンケート調査未回収分督促
- 9月18日 第5回 産業振興ビジョン策定会議  
・ビジョンの骨子案の検討
- 9月20日 第9回ヒアリング  
・市民による産業振興・地域活性化の取り組み②
- 10月19日 第6回 産業振興ビジョン策定会議
- 11月10日  
11日 産業まつりにおける町民アンケート実施

1 1 月 2 7 日 産業振興ビジョン策定に伴う勉強会  
・サイバーシルクロード八王子副会長 前川勲氏講演

1 2 月 1 3 日 第 7 回 産業振興ビジョン策定会議

## ■ 2 0 1 3 年

1 月 2 8 日 第 2 回 産業振興ビジョン策定に伴うワークショップ

2 月 1 4 日 工業振興計画策定に伴う勉強会

2 月 2 6 日 第 8 回 産業振興ビジョン策定会議

3 月 2 2 日～4 月 4 日 住民意見募集

## 参考資料・文献

- 平成 1 4 年 瑞穂町農業ビジョン【瑞穂町】  
平成 1 5 年 広域西多摩における瑞穂町の産業活性化ビジョン策定  
に関する調査研究事業報告書  
【東京都商工会連合会・瑞穂町商工会】  
平成 1 5 年 瑞穂町商店街振興プラン【瑞穂町】  
平成 1 9 年 瑞穂町工業振興基本計画書【瑞穂町商工会】  
平成 2 1 年 瑞穂町住宅マスタープラン【瑞穂町】  
平成 2 2 年 瑞穂町基礎調査【瑞穂町】  
平成 2 2 年 瑞穂町町民意識調査報告書【瑞穂町】  
平成 2 3 年 第 4 次瑞穂町長期総合計画【瑞穂町】  
平成 2 3 年 多摩地域データブック 2 0 1 1 (平成 2 3)年版  
【財団法人 東京市町村自治調査会】  
平成 2 4 年 水・緑と観光を繋ぐ回廊計画【瑞穂町】

---

## 瑞穂町産業振興ビジョン

発行日 平成25年4月

発行 瑞穂町都市整備部産業課

東京都西多摩郡瑞穂町大字箱根ヶ崎2335番地

〒190-1292 TEL (042) 557-0501 (代表)

調査担当 多摩大学総合研究所

東京都多摩市聖ヶ丘4-1-1

〒206-0022 TEL (042) 337-7299

---