

瑞穂町工業振興計画

＜素案＞

瑞 穂 町

— 目 次 —

第1章 計画策定にあたって	1
1 計画策定の目的	1
2 計画の位置づけ	2
3 計画の期間	3
4 工業振興計画（平成25年策定）の評価と課題	4
第2章 瑞穂町の工業の現状と課題	5
1 瑞穂町を取り巻く社会経済情勢	5
（1）社会経済情勢の動向	5
（2）東京都の工業政策	6
2 瑞穂町の概要	8
（1）概況	8
（2）人口	9
（3）産業構造の全体像	10
3 瑞穂町の工業の現状	12
4 事業者の意向	15
（1）調査の実施概要	15
（2）結果の概要（製造業）	15
5 住民の意向	24
（1）調査の実施概要	24
（2）結果の概要	24
6 関係団体ヒアリング	27
（1）調査の実施概要	27
（2）結果の概要	27
7 課題のまとめ	28
第3章 工業振興計画の基本方向	30
1 将来像（コンセプト）	30
2 基本方針	31
（1）デジタル化・DXおよびイノベーションの創出	31
（2）経営基盤の強化と活力ある工業基盤の構築	31
（3）未来を担う人づくり	31
（4）工業分野におけるプロモーションの推進	32
3 施策の体系	33
第4章 重点プロジェクト	34
1 重点プロジェクトの展開	34

第5章 施策の展開	36
1 デジタル化・DXおよびイノベーションの創出	36
1-1 デジタル化・DXの推進.....	36
1-2 イノベーション創出の促進.....	38
2 経営基盤の強化と活力ある工業基盤の構築	40
2-1 事業者の経営基盤強化.....	40
2-2 販路の拡大.....	41
2-3 企業誘致の推進.....	42
2-4 事業承継の促進.....	43
2-5 起業の促進.....	44
3 未来を担う人づくり	45
3-1 人材の確保・育成.....	45
3-2 多様な担い手づくり.....	46
4 工業分野におけるプロモーションの推進	47
4-1 プロモーションの推進.....	47
4-2 みずほブランド等の充実.....	47
4-3 マイスター制度によるプロモーションの展開.....	48
4-4 イベント等における工業のPR.....	48
第6章 計画の推進	49
1 計画の推進体制	49
2 PDCAマネジメントの推進	49
3 モニタリング指標	49

第1章 計画策定にあたって

1 計画策定の目的

瑞穂町では、平成25（2013）年4月に農業、商業、工業、観光の4産業全体の施策の方向性をひとつの枠組みとして示す瑞穂町産業振興ビジョンおよび工業振興計画を策定し、工業の振興に向けた施策を推進してきました。

この間、わが国を取り巻く社会経済環境は、人口減少・少子高齢化の進展をはじめ、経済のグローバル化、SDGsによる持続可能な社会へのシフトやAI・IoTをはじめとするデジタル化とその環境を支える5Gの展開など、急速な変革の中にあります。

さらに、令和2（2020）年に世界中にまん延した新型コロナウイルスの影響により、人々の消費・経済活動が大きく変化する中、厳しい経済情勢への対応と事業活動のあり方を転換する必要に迫られています。

一方で、瑞穂町においては、多摩都市モノレール箱根ヶ崎方面の延伸が計画され、また、土地区画整理事業が進められるなど計画的な土地利用が推進される中、優良な産業地の形成をはかるなど、好機をしっかりと町の産業の成長につなげていくことが求められます。

このような状況に対応し、これまでの取組や新たな社会構造・産業構造の変化を踏まえながら、瑞穂町の特性を活かした新たな工業振興施策に取り組み、町の工業の発展をはかるため工業振興計画（以下「本計画」という。）を改定するものです。

2 計画の位置づけ

瑞穂町では、第5次瑞穂町長期総合計画を最上位計画として各種施策を推進しています。

本計画は、長期総合計画における工業振興分野の個別計画であり、「産業振興ビジョン」や「都市計画マスタープラン」などとの関連計画と連携をはかりつつ、その実現を目指すものです。

第5次瑞穂町長期総合計画〔計画期間 令和3（2021）～令和12（2030）年度〕

将来都市像 すみたいまち つながるまち あたらしいまち
～“そうぞう”しよう みらいにずっとほこれるみずほ～

基本目標4 つながりと活力にあふれるまち

施策分野と施策

- 1 農業 1) 農業経営基盤の強化
 - 2) 農地の保全と担い手の確保
 - 3) ふれあい農業の推進
- 2 商工業
 - 1) 商業の振興
 - 2) 工業の振興
 - 3) 企業誘致の推進
 - 4) 新しい産業の創出・イノベーション
- 3 観光・イベント
 - 1) 地域資源の充実・活用
 - 2) 観光情報の発信・イベント情報の充実

瑞穂町産業振興ビジョン〔計画期間 令和4（2022）～令和13（2031）年〕

整合

連携・整合

瑞穂町工業振興計画〔計画期間 令和4（2022）～令和13（2031）年度〕

瑞穂町商店街振興プラン〔計画期間 平成15（2003）年度～〕

瑞穂町農業振興計画〔計画期間 令和3（2021）～令和12（2030）年度〕

瑞穂町都市計画マスタープラン〔計画期間 令和3（2021）～令和22（2040）年度〕

3 計画の期間

本計画の期間は、令和4（2022）～令和13（2031）年度の10年間とします。なお、今後の社会情勢などの変化に対応するため、必要に応じて適宜見直しを行います。

	令和 3 (2021) 年度	令和 4 (2022) 年度	令和 5 (2023) 年度	令和 6 (2024) 年度	令和 7 (2025) 年度	令和 8 (2026) 年度	令和 9 (2027) 年度	令和 10 (2028) 年度	令和 11 (2029) 年度	令和 12 (2030) 年度	令和 13 (2031) 年度	
第 5 次瑞穂町長期総合計画	基本構想 2021～2030 年度（10 年間）											
	前期基本計画					後期基本計画						
産業振興ビジョン		2022～2031 年度（10 年間）										
工業振興計画		2022～2031 年度（10 年間）										
農業振興計画	2021～2030 年度（10 年間）											
瑞穂町都市計画マスタープラン	2021～2040 年度（20 年間）											
										中間見直し		

※新型コロナウイルス感染拡大の影響を踏まえ、産業振興ビジョンと工業振興計画の改定を1年延期しました。

4 工業振興計画（平成25年策定）の評価と課題

瑞穂町では、平成25年4月に工業振興計画を策定し、受発注の機会拡大、事業承継支援、さらには、工業のブランドを確立し、内外にPRすることで中・小規模事業所の持続的発展を目標に各施策を展開してきました。

受発注機会の拡大をはかるための取組として、産業見本市等出展支援事業の実施、製造業交流会や先端技術を有する製造業のグループ「瑞穂ファントム工場」の共同受発注システムを推進してきました。産業見本市等出展支援事業は、展示会の出展により新たな取引先の獲得を支援するもので、事業者からの要望も多く、今後も事業の継続が求められています。製造業交流会は、事業者同士の情報交換、交流および情報提供の場として、事業者の経営に係る課題解決に大きな役割を果たしており、継続した取組が求められます。「瑞穂ファントム工場」については、参加企業の技術PRや参加企業単独の企業間取引において成果をあげていますが、強みである共同受注の機能が発揮されていないのが現状であり、これまでの活動の検証とPRに取り組んでいく必要があります。また、各事業所の技術を評価し、マイスター称号を付与するマイスター制度については実施に至りませんでした。技術力承継と工業振興のためにも引き続き、制度化に向けた研究が求められます。

事業承継については、事業承継セミナーや商工会の相談支援により、事業承継のきっかけづくりと取組における支援をはかってきました。また、後継者を対象に経営を学ぶ後継者塾や、開業・廃業マッチング支援については、地域の金融機関等が中心となり実施してきましたが、これまで培った熟練技術と町の工業力を維持・発展させるためにも、町、商工会、金融機関等が連携し、共通認識のもと事業者と一体となって推進していく必要があります。

創業支援の取組については、町と金融機関の共催や商工会において創業者向けセミナーを開催しました。商工会は、日常的に創業における相談支援を行っていますが、さらなる推進を図るためには、町、商工会、金融機関等による起業・創業支援の体制づくりを行うなど、持続的かつ効果的な事業展開が求められます。

PRとブランド戦略では、展示会出展や商工会工業部会によるPR動画の作成など事業者が主体となった取組が行われていますが、町が主体となって工業分野におけるプロモーションを展開し、町の工業力のPRとイメージ向上をはかっていく必要があります。

第2章 瑞穂町の工業の現状と課題

1 瑞穂町を取り巻く社会経済情勢

(1) 社会経済情勢の動向

○新型コロナウイルス感染拡大による経済活動への影響

令和2年（2020）年に感染拡大した新型コロナウイルスは、経済活動、社会のシステムおよび人々の生活に大きな脅威をもたらし、経済、雇用が不安化し、働き方の変化など、あらゆる影響を及ぼしています。世界的に経済が後退する状況において、事業者は、事業継続と景気回復のためにも、厳しい経済情勢への対応と事業活動への転換等が迫られています。

○人口減少・少子高齢化の進展

令和2（2020）年の国勢調査によると、わが国の人口は1億2,622万7千人となり、人口減少が継続しています。「日本の将来推計人口（平成29年推計）」によると、生産年齢人口、年少人口が減少する一方で、65歳以上人口の増加傾向が続くことから、令和20（2038）年には3人に1人が高齢者となることが予測されています。また、わが国の総人口が減少する中で、総人口に占める東京圏の人口の割合が今後も上昇するとされており、地方においては人口減少への対応や地域活力を維持・向上させる積極的な取組が求められています。

○DX（デジタル・トランスフォーメーション）の推進

デジタル化の進展により社会の変革（DX：デジタル・トランスフォーメーション）が求められ、今後、デジタル技術やAI、IoT、ロボット等の活用による業務の効率化や新たな価値の創造に向けた動きが加速していくと予想されます。

○カーボンニュートラルの実現に向けた取組の推進

国際的に脱炭素の機運が高まる中、国は、令和32（2050）年までに温室効果ガスの排出を全体としてゼロにする「2050年カーボンニュートラル宣言」を令和2（2020）年に発表しました。今後、行政をはじめ事業者、住民においては、再生可能エネルギーの導入、省エネルギーの推進等による二酸化炭素の排出量を抑制することが求められ、これまでの産業構造や事業からの大きな転換が必要となってきます。

○SDGs（持続可能な開発目標）の取組の推進

平成27（2015）年の国連サミットにおいて国際社会共通の目標として採択された「SDGs（Sustainable Development Goals：持続的な開発目標）」は、国内外において、社会経済のさまざまな分野において、重要な行動規範として定着しつつあります。産業政策においても、工業製品を製作するものづくり産業、自然資源を活用する農業や観光、働きがいのある環境づくり等、SDGsの行動規範と達成に向けた貢献において、重要な位置づけを占めるため、産業の価値を高める重要な視点をもって取組を推進することが求められます。

(2) 東京都の工業政策

○「未来の東京」戦略

東京都は、新型コロナウイルスや気候危機等100年に1度と言われる災禍を克服し、100年先も豊かさにあふれる持続可能な都市を目指すため、令和3（2021）年3月に『未来の東京』戦略』を策定しました。

同戦略では「目指す2040年代の東京の姿『ビジョン』」の実現に向け、2030年に向けて取り組むべき20+1の「戦略」と、122の「推進プロジェクト」を提示しています。この戦略のうち「戦略12 稼ぐ東京・イノベーション戦略」においては「多摩イノベーションパーク構想」に取り組むことを示しており、多摩地域を舞台に世界有数のイノベーション先進エリアとしての確立を目指すこととしています。

■多摩イノベーションパーク構想のイメージ



出典：「未来の東京」戦略ビジョン、令和元（2019）年

また、「戦略17 多摩・島しょ振興戦略」においては、小規模企業の経営基盤強化、地域資源を活用した新製品・サービス開発の支援等に取り組むほか、スマート化やブランド化により次世代につなぐ農林水産業を確立するための多摩・島しょ農林水産業プロジェクト、多摩地域において職住近接で働き、暮らせる環境を整備するため、テレワークやサテライトオフィスの活用を促進する新たな時代の働き方支援プロジェクト、交通ネットワークの強化、多摩・島しょ地域観光振興プロジェクトなど、地域の特色を活かした地域社会を都と市町村で作り上げることとを目標としています。

○東京都中小企業振興ビジョン

東京都は平成31（2019）年1月、中小企業振興を総合的かつ計画的に進めるため「東京都中小企業振興ビジョン」を策定しました。同ビジョンでは5つの目指すべきビジョンとそのための5つの戦略が示され、イノベーションの創出、人材の確保・育成強化等、さまざまな施策を展開していくこととしています。

■東京都中小企業振興ビジョンにおける目指すべき姿と戦略

- (1) 持続可能性のある経営を実現
- (2) イノベーション創出や海外展開による力強い成長
- (3) 世界有数の起業しやすい都市へと発展
- (4) 小規模企業の活躍等による地域力の向上
- (5) 多様な人材が中小企業で活躍

- 戦略Ⅰ 経営マネジメントの強化
- 戦略Ⅱ 中小企業の成長戦略の推進
- 戦略Ⅲ 起業エコシステムの創出
- 戦略Ⅳ 活力ある地域経済に向けた基盤整備
- 戦略Ⅴ 人材力の強化と働き方改革の推進

○新しい多摩の振興プラン

東京都は令和3年9月に、「新しい多摩の振興プラン ～サステナブル・リカバリー 多摩のさらなる発展に向けて～」を策定しました。この計画は、「『未来の東京』戦略」で示された「3か年のアクションプラン」や各局の計画等に基づき、3か年で都が実施する取組を中心に、その方向性や具体的な取組を多摩に特化した視点で取りまとめたものです。

取組の基本方針を「それぞれの地域の特色を活かし、賑わいと活力に満ち溢れ豊かな自然と都市機能が調和したより良い多摩を、サステナブル・リカバリーの視点を持って都と市町村でつくりあげる」と定めています。産業分野に関しては、取組の区分4 地域資源と先端技術を活かし、スマートな産業が確立されたまち において地域資源と先端技術を活かした町とすることを基本に据えています。

■「新しい多摩の振興プラン」

基本方針

それぞれの地域の特色を活かし、賑わいと活力に満ち溢れ
豊かな自然と都市機能が調和したより良い多摩を、サステナブル・リカバリーの視点を持って
都と市町村でつくりあげる

方向性

- 1 新型コロナの危機を乗り越え、大きな社会の変化・変革を多摩地域の更なる発展のチャンスへ
- 2 多摩地域における地域それぞれの特性や課題に応じ、多様なポテンシャルを伸ばすとともに、様々な課題の解決を図っていく

【産業振興分野】

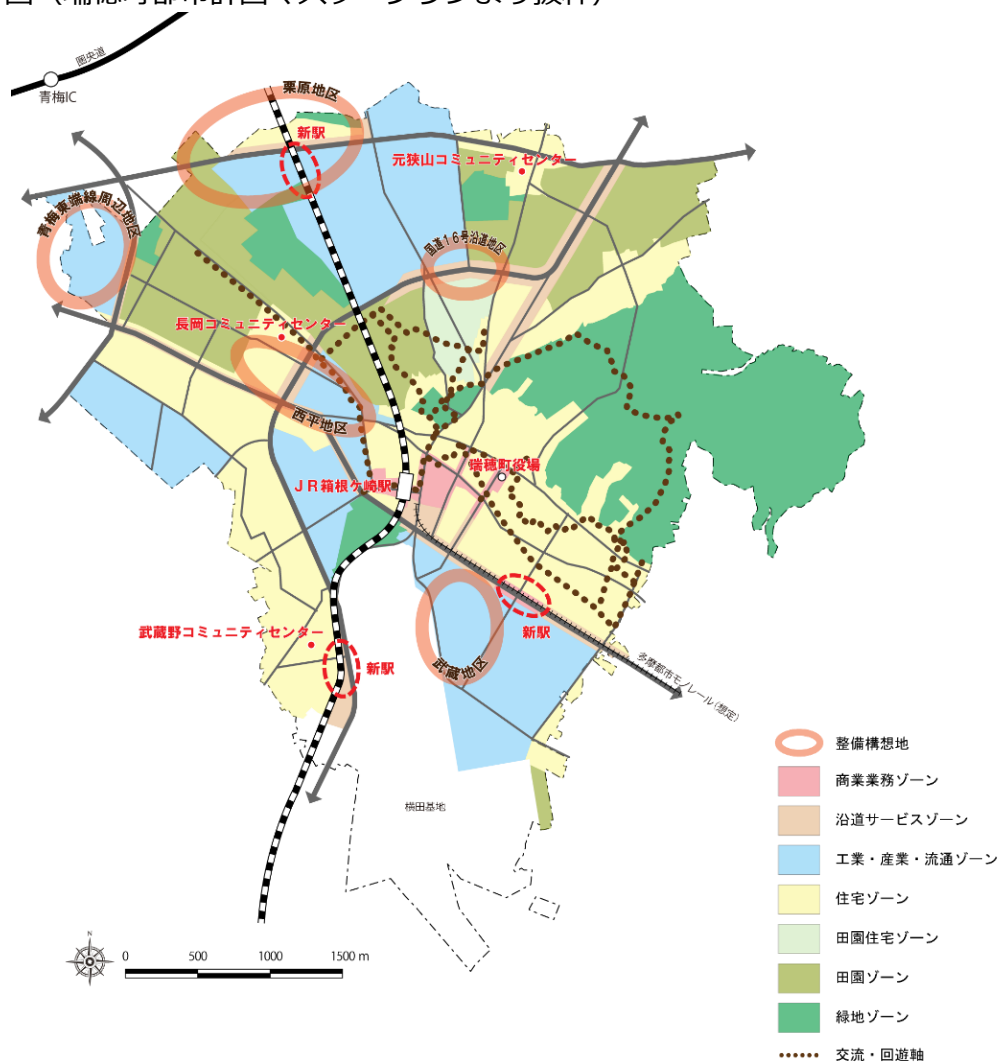
- ・多摩地域にある大学、研究機関、専門人材、高い技術力を有する中小企業などの集積を生かすとともに、国内外の先端産業やスタートアップとの活発な融合により、多摩を世界有数のイノベーション先進エリアへ発展させていく。
- ・中小企業や多様な地域産業において、AI・IoT等の先端技術の活用などにより、多摩地域の稼ぐ力を高め、競争力のある魅力的な産業へと成長させていく。
- ・多摩産の農産物や多摩産材など、多摩地域は多様な地域資源を有しており、それらのブランド化と魅力の発信などにより、付加価値の高い魅力的な農林水産業へと成長させていく。

2 瑞穂町の概要

(1) 概況

- 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ます。東は武蔵村山市と埼玉県所沢市、西は青梅市と羽村市、南は福生市、北は埼玉県入間市に接しています。また、町の南部には横田基地が位置しています。
- 狭山丘陵の豊かな緑、田園農地、残堀川や狭山池など水辺環境の良さ等、多彩な地域資源を有する自然環境豊かなまちです。
- 鉄道はJR八高線が南北に走り、乗降駅として箱根ヶ崎駅があります。また、道路は南北を通過する国道16号のほか、青梅街道・新青梅街道、岩蔵街道などが走っており、道路による広域交通の利便性が高い地域となっています。
- 多摩都市モノレールの箱根ヶ崎方面への延伸が計画されています。公共交通機関や広域道路網との連携、転入者の増加・企業の進出などを見据えた土地利用など、多摩都市モノレール延伸と一体となった沿線の新たなまちづくりが求められています。

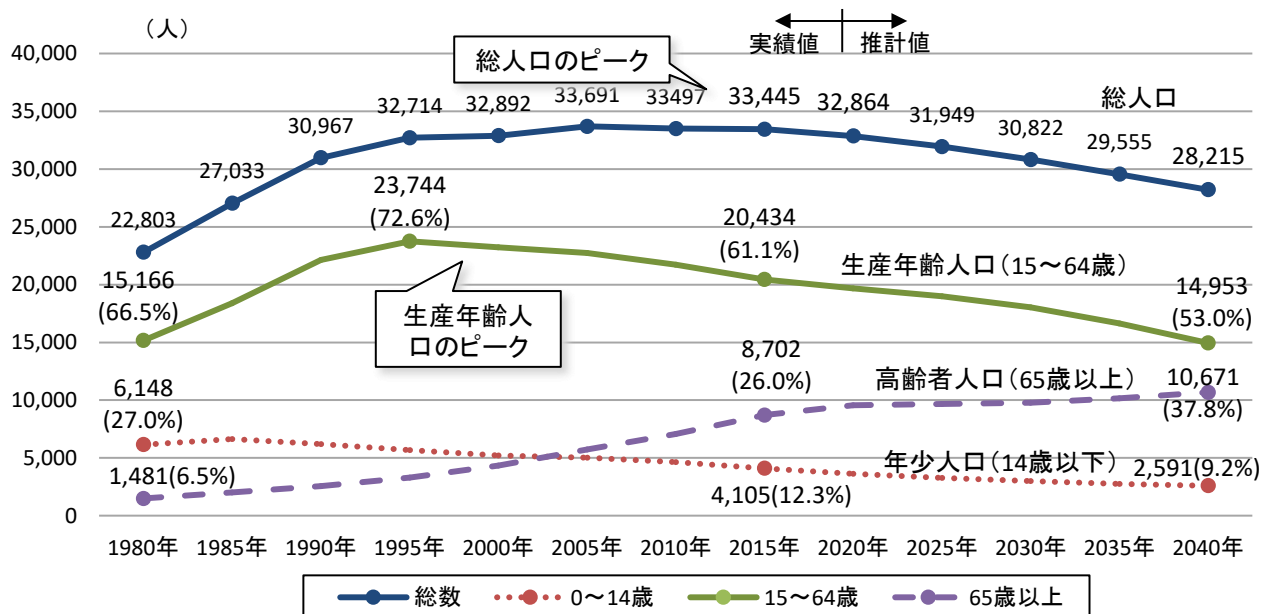
■土地利用方針図（瑞穂町都市計画マスタープランより抜粋）



(2) 人口

■ 総人口・年齢3区分別人口

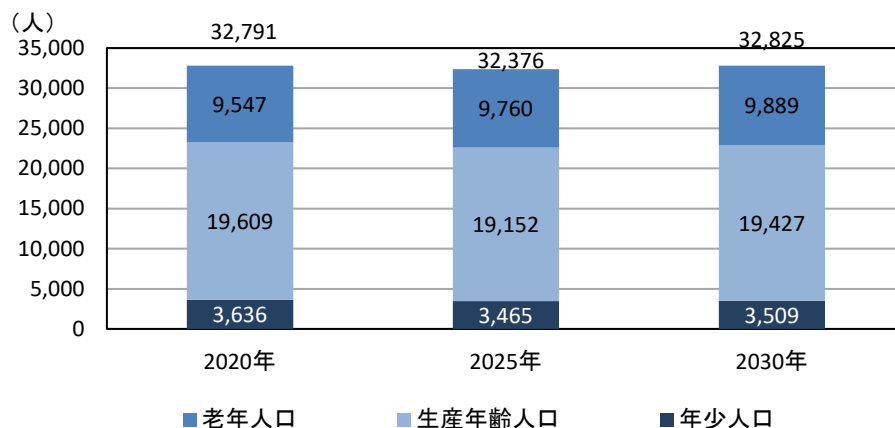
生産年齢人口、年少人口の減少が続く中、将来的にも総人口の減少が予測されます。



資料：実績値は国勢調査、推計値は国立社会保障・人口問題研究所

■ 将来人口フレームによる総人口および年齢3区分別人口

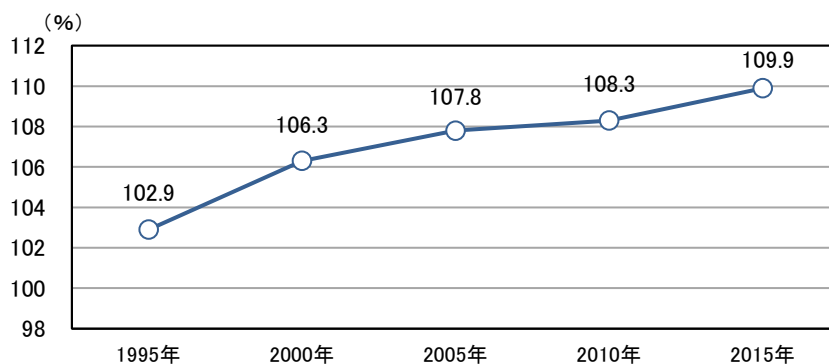
2030年の人口フレームは、今後10年間に於ける土地区画整理事業の進展、多摩都市モノレール延伸にかかわる影響や子育て支援策などによる人口増を見込み、次のように想定します。



資料：第5次瑞穂町長期総合計画

■ 昼間人口指数

昼間人口指数は上昇傾向となっています。これは、通学者の流入や、通勤における町外からの従業者流入の多さによるものと考えられ、産業都市としての町の特性となっています。

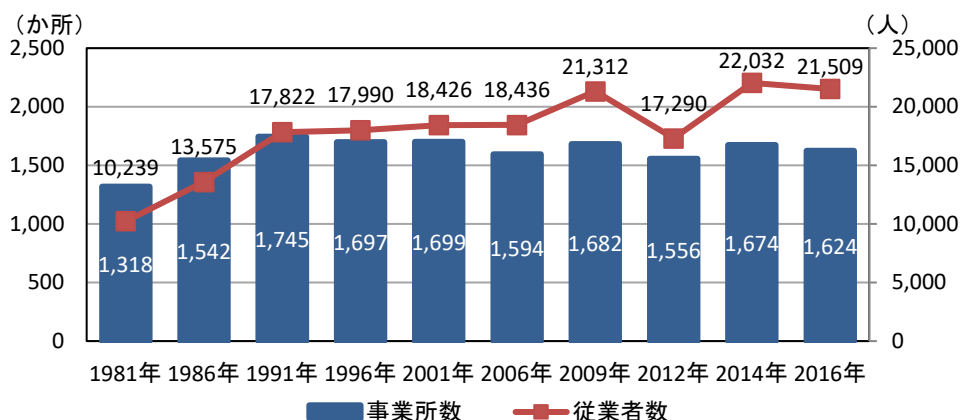


資料：国勢調査

(3) 産業構造の全体像

○事業所数は近年ではゆるやかに増減しながらも、横ばい傾向が続いています。また、従業者数は2012年に大きな減少がみられましたが、長期的にみると緩やかな増加傾向となっています。

■ 町内事業所・従業者数



資料：1996年までは事業所統計調査、2006年までは事業所・企業統計調査
 2009年、2014年は経済センサス-基礎調査
 2012年、2016年は経済センサス-活動調査
 ※調査年により資料が異なる

○東京都の産業大分類別構成比において、瑞穂町は、「建設業」、「製造業」の割合が高く、従業者では「製造業」、「運輸業・郵便業」の割合が高くなっています。

業 種		事業所数(か所)				従業者数(人)			
		瑞穂町	構成比(%)	東京都	構成比(%)	瑞穂町	構成比(%)	東京都	構成比(%)
総 数		1,624	100.0	621,671	100.0	21,509	100.0	9,005,511	100.0
第 1 次 産 業	農林漁業	4	0.2	467	0.1	43	0.2	3,684	0.0
第 2 次 産 業	鉱業・採石業・砂利採取業	－	－	78	0.0	－	－	1846	0.0
	建設業	199	12.3	40,014	6.4	1,010	4.7	456,848	5.1
	製造業	437	26.9	43,569	7.0	7,828	36.4	589,948	6.6
第 3 次 産 業	電気・ガス・熱供給・水道業	－	－	397	0.1	－	－	21,826	0.2
	情報通信業	2	0.1	21,935	3.5	7	0.0	849,374	9.4
	運輸業・郵便業	84	5.2	15,099	2.4	2,878	13.4	442,601	4.9
	卸売業・小売業	399	24.6	150,728	24.2	4,039	18.8	1,983,374	22.0
	金融業・保険業	9	0.6	10,601	1.7	130	0.6	410,915	4.6
	不動産業・物品賃貸業	56	3.4	55,758	9.0	386	1.8	350,194	3.9
	学術研究・専門・技術サービス業	26	1.6	41,129	6.6	123	0.6	488,426	5.4
	宿泊業・飲食サービス業	111	6.8	89,160	14.3	1,035	4.8	865,996	9.6
	生活関連サービス業・娯楽業	88	5.4	46,450	7.5	872	4.1	332,189	3.7
	教育・学習支援業	20	1.2	18,381	3.0	132	0.6	348,350	3.9
	医療・福祉	78	4.8	48,461	7.8	1,454	6.8	802,679	8.9
	複合サービス事業	6	0.4	1,720	0.3	66	0.3	33,114	0.4
	サービス業 (他に分類されないもの)	105	6.5	37,724	6.1	1,506	7.0	1,024,147	11.4

資料：東京都総務局統計部（2016 年）

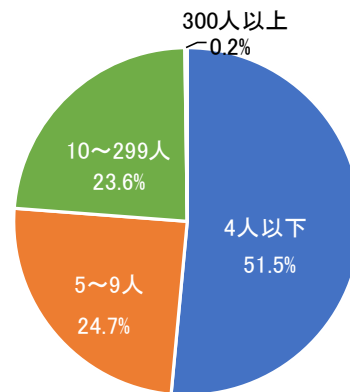
3 瑞穂町の工業の現状

○製造業の従業員別にみる事業所の割合は、「4人以下」「5～9人」の合計が7割を超えており、小規模の事業者が多い状況となっています。

○製造業の中でも事業所数が多いのは「金属製品製造業」や「生産用機械器具製造業」「輸送用機械器具製造業」で、「輸送用機械器具製造業」は従業者数も増加しています。

■製造業の従業員規模別にみる事業所割合

区分		事業所数 (か所)	割合
従業員 規模別	総数	437	100.0%
	4人以下	225	51.5%
	5～9人	108	24.7%
	10～299人	103	23.6%
	300人以上	1	0.2%



経済センサス－活動調査（2016年）

■製造業の業種別にみる事業所数と従業者数の推移

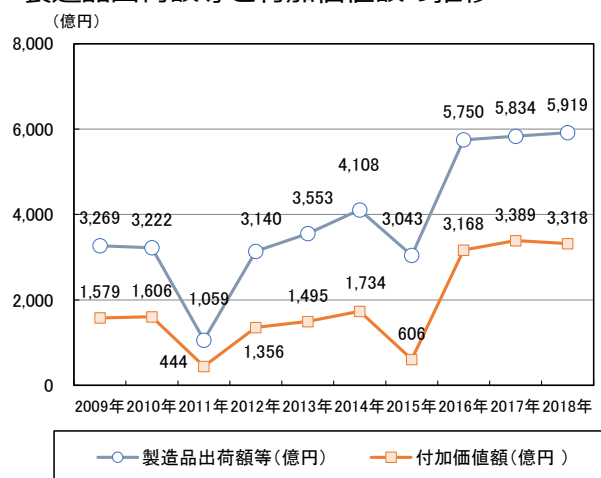
業 種		事業所数（か所）						従業者数（人）					
		2010年	2012年	2014年	2016年	2018年	2010と 2018年 の差	2010年	2012年	2014年	2016年	2018年	2010と 2018年 の差
総 数		222	206	211	206	207	-15	6,428	5,801	6,393	6,647	6,680	252
製 造 業	食料品製造業	14	15	15	14	13	-1	798	752	666	677	524	-274
	飲料・たばこ・飼料製造業	2	2	2	1	1	-1	8	12	12	9	9	1
	木材・木製品製造業（家具を除く）	3	2	2	3	2	-1	36	17	19	25	17	-19
	家具・装備品製造業	1	1	2	3	3	2	28	8	40	58	60	32
	パルプ・紙・紙加工品製造業	5	4	5	6	5	0	90	89	95	92	75	-15
	印刷・同関連業	6	3	5	6	6	0	217	61	178	200	193	-24
	化学工業	4	3	3	3	3	-1	244	224	228	228	229	-15
	石油製品・石炭製品製造業	2	2	2	2	2	0	30	26	17	18	14	-16
	プラスチック製品製造業（別掲を除く）	16	14	17	15	15	-1	355	206	353	264	274	-81
	窯業・土石製品製造業	4	3	3	3	3	-1	132	116	123	120	165	33
	鉄鋼業	6	5	5	5	8	2	131	110	93	107	142	11
	非鉄金属製造業	5	4	4	4	3	-2	115	112	95	92	96	-19
	金属製品製造業	44	47	44	43	39	-5	404	451	448	426	443	39
	はん用機械器具製造業	10	10	7	9	6	-4	146	137	71	113	91	-55
	生産用機械器具製造業	30	28	33	28	31	1	411	424	421	428	498	87
	業務用機械器具製造業	15	14	16	17	17	2	220	235	228	324	347	127
	電子部品・デバイス・電子回路製造業	9	10	9	7	10	1	137	134	187	165	200	63
	電気機械器具製造業	14	12	10	10	11	-3	244	253	310	224	251	7
	情報通信機械器具製造業	4	3	3	3	2	-2	329	198	208	191	177	-152
	輸送用機械器具製造業	20	18	20	18	22	2	2,293	2,185	2,566	2,811	2,815	522
	その他の製造業	8	6	4	6	5	-3	60	51	35	75	60	0

※4人以上の事業所による統計

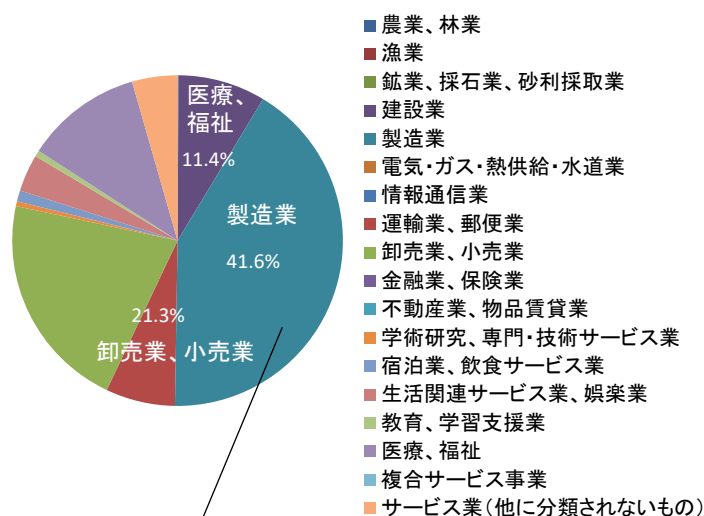
資料：R E S A S（経済センサス－活動調査）

- 製造品出荷額等、付加価値額ともに、減少している年はあるものの、2017年以降はそれまでの水準を上回っており、製造品出荷額は都内区市町村で第3位、付加価値額は第1位となっています。（2020工業統計調査）
- 産業別にみた付加価値額の割合は、製造業が最も多くを占めています。
- 製造業の付加価値額をみると、東京都の割合と比べて、「生産用機械器具製造業」「金属製品製造業」「プラスチック製品製造業」「業務用機械器具製造業」等は割合が高い業種となっています。また、近隣自治体と比べると、「生産用機械器具製造業」「プラスチック製品製造業」の割合が高くなっています。

■ 製造品出荷額等と付加価値額の推移



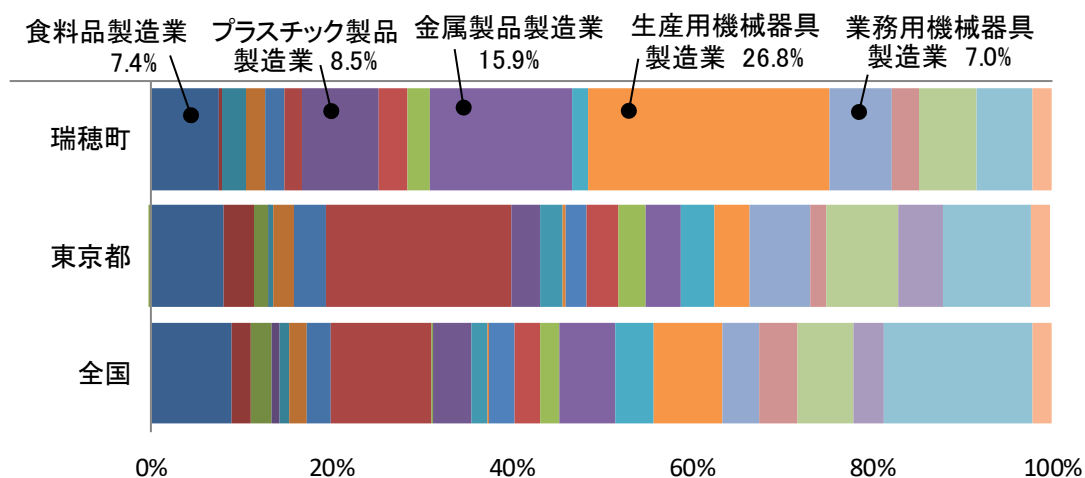
■ 付加価値額割合(企業単位) 2016 年



資料：工業統計調査および経済センサスー活動調査

資料：RESAS
(経済センサスー活動調査)

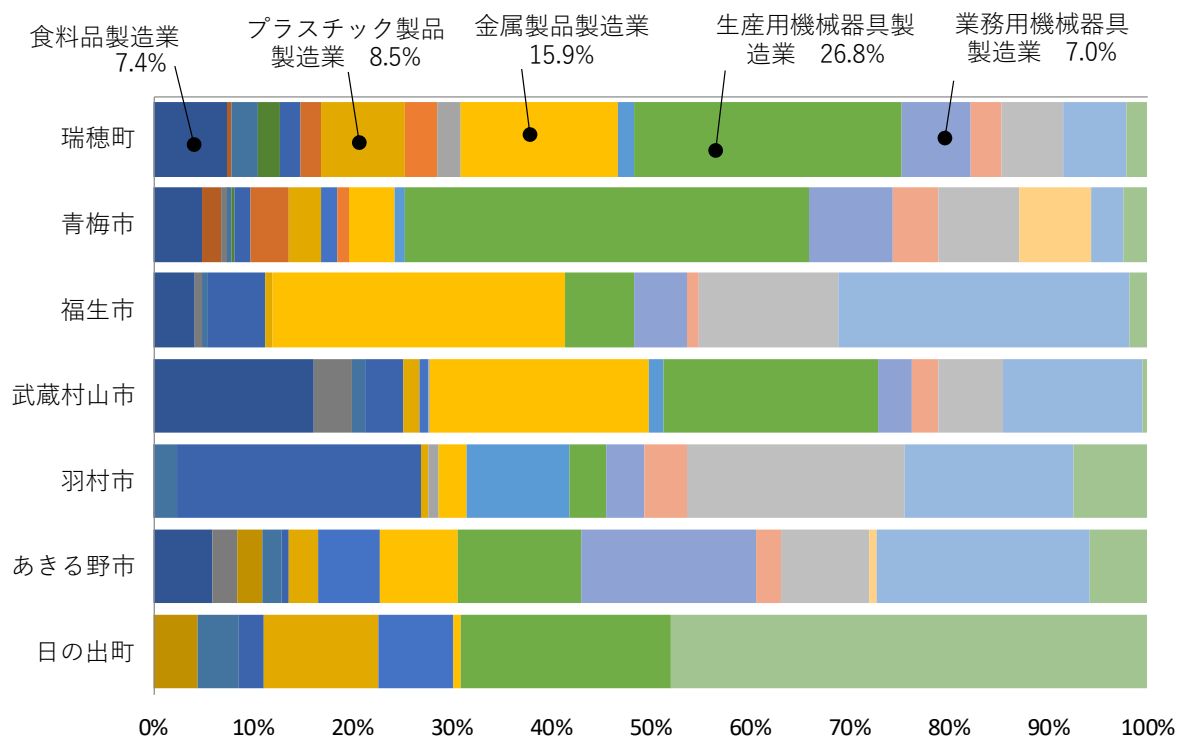
■ 「製造業」の付加価値額（企業単位）2016 年



資料：RESAS（経済センサスー活動調査）

※付加価値額：付加価値額とは、企業等の生産活動によって新たに生み出された価値のことで、売上高から原材料等の価値を差し引くことによって算出されます。

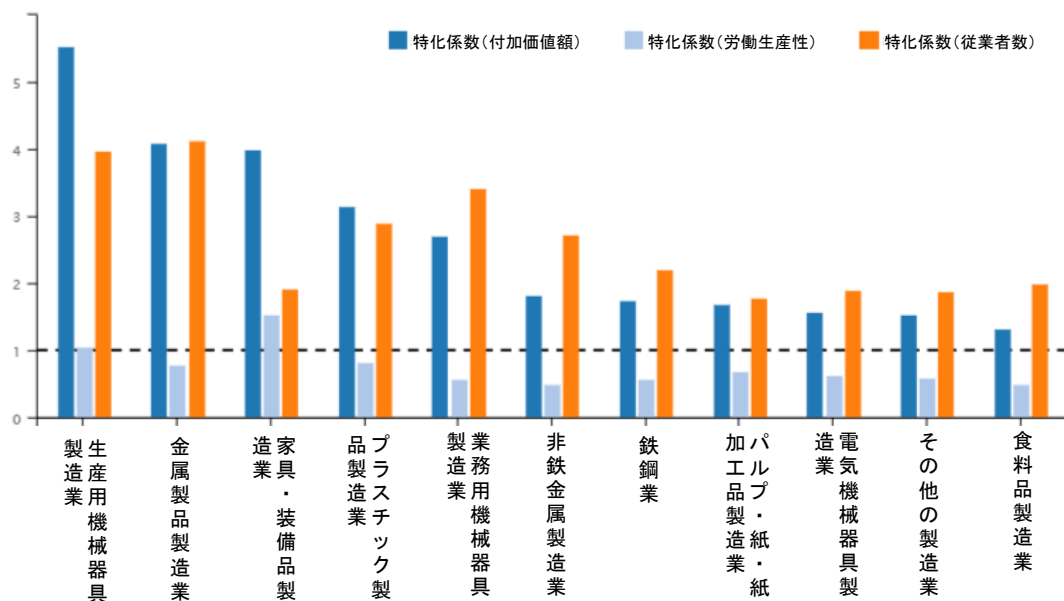
■「製造業」の付加価値額（企業単位） 2016 年



資料：R E S A S（経済センサスー活動調査）

○付加価値額割合の上位を占める多くの業種において、特化係数が1を上回っており、全国的にみても高い水準となっています。

■「製造業」中分類別の特化係数（上位） 2016 年



資料：R E S A S（経済センサスー活動調査）

※特化係数：自治体の付加価値額、従業者数等の産業別の構成比を、全国の産業別構成比で除した数値です。特化係数が「1」を超える産業は、全国平均と比較して高いことになり、特化係数が高い産業ほど、当該自治体の特色を表す産業であるといえます。

4 事業者の意向

産業振興ビジョンおよび工業振興計画の策定にあたり、町内の事業所の現状を把握するためにアンケート調査を実施しました。実施概要と結果は以下のとおりです。

(1) 調査の実施概要

調査対象：町内に支店または本店のある1,740事業所

回収率：561件回収、回収率32.2%

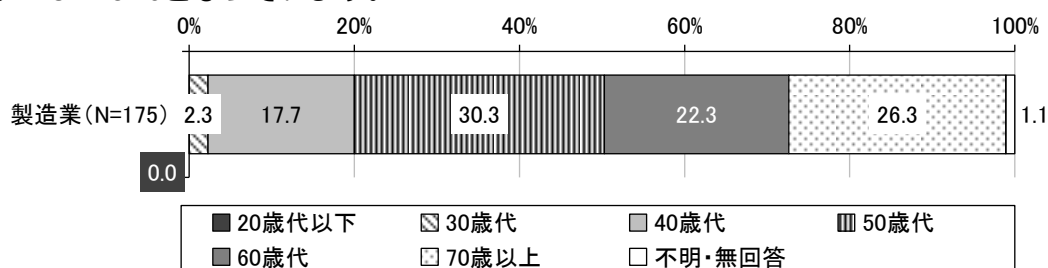
調査方法：郵送配布回収

調査期間：令和3(2021)年6月18日(金)～7月2日(金)

(2) 結果の概要(製造業)

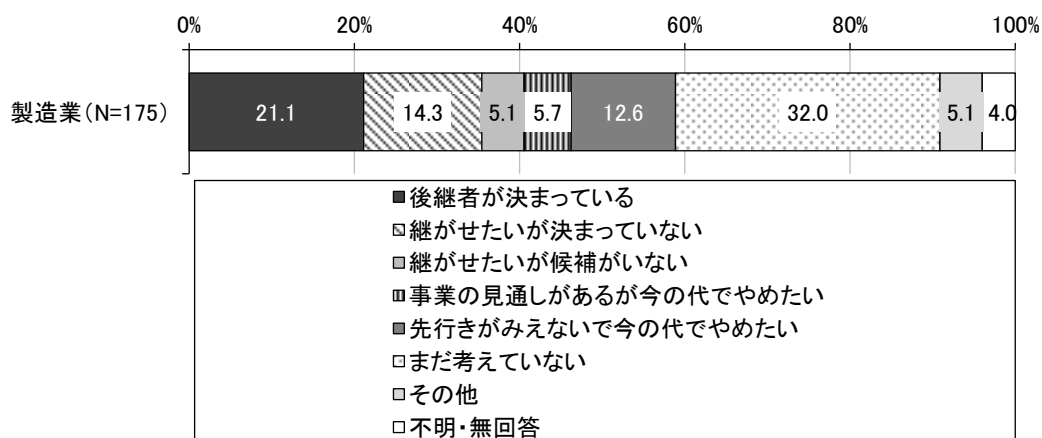
■代表者の年齢

代表者の年齢は50歳代が30.3%と最も多くなっていますが、60歳代と70歳以上の合計が48.6%となっています。



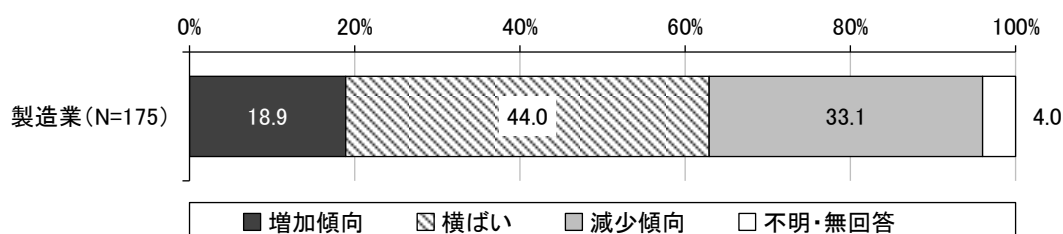
■事業承継の状況

事業承継については「まだ考えていない」が32.0%と最も多く、次いで「後継者が決まっている」が21.1%、「継がせたいが決まってない」が14.3%、「継がせたいが候補がない」が5.1%、「事業の見通しがあるが今の代でやめたい」が5.7%、「先行きがみえないで今の代でやめたい」が12.6%、「まだ考えていない」が32.0%、「その他」が5.1%、「不明・無回答」が4.0%となっています。



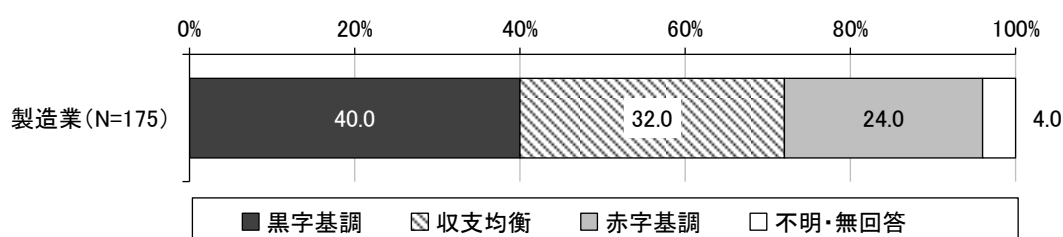
■ 2017 年～2019 年の売上傾向

2017 年～2019 年の売上傾向についてみると、「横ばい」が 44.0 %と最も多く、次いで「減少傾向」が 33.1 %、「増加傾向」が 18.9 %となっています。



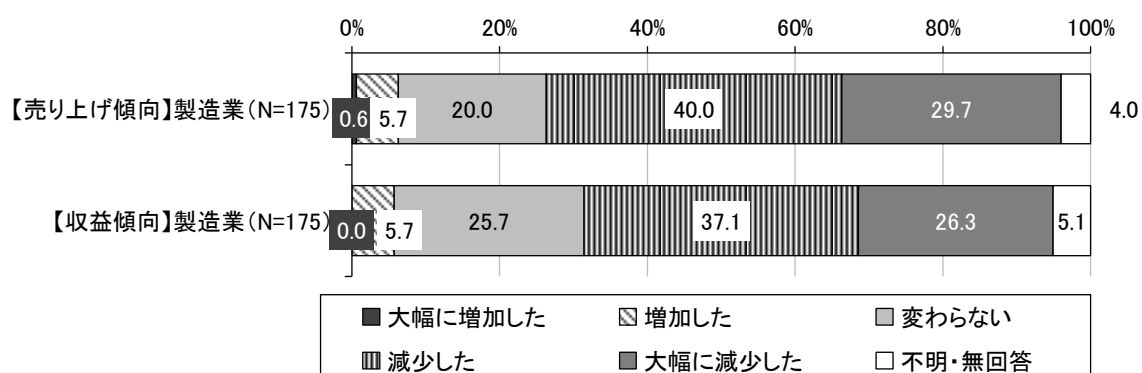
■ 2017 年～2019 年の収益傾向

2017 年～2019 年の収益傾向についてみると、「黒字基調」が 40.0 %と最も多く、次いで「収支均衡」が 32.0 %、「赤字基調」が 24.0 %となっています。



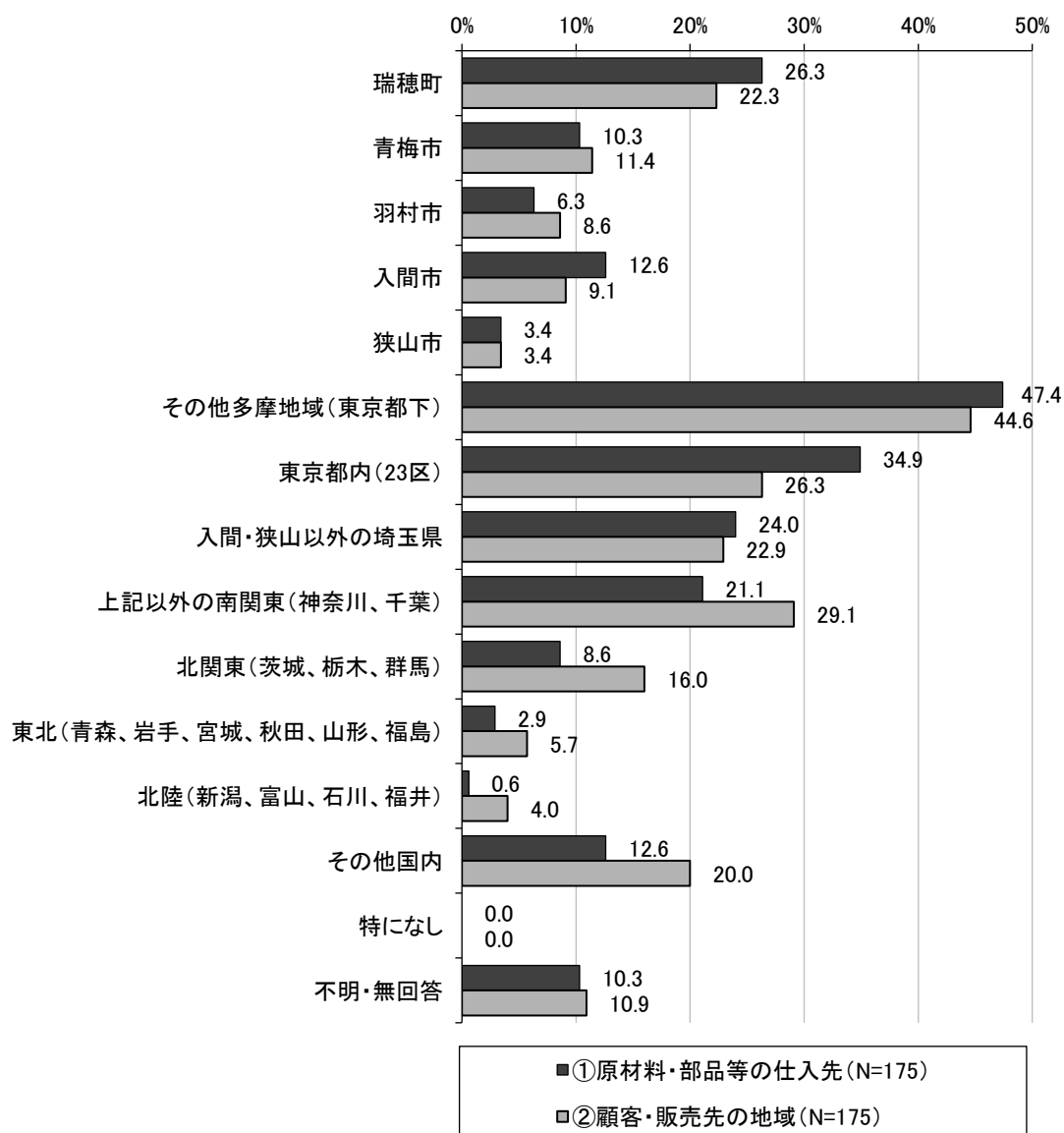
■ 新型コロナウイルスによる緊急事態宣言発出以降とそれ以前の売上傾向、収益傾向の比較

新型コロナウイルスによる緊急事態宣言発出以降とそれ以前を比較した売上傾向の変化についてみると、『増加（「大幅に増加した」と「増加した」の計）』は 6.3 %、「変わらない」が 20.0 %、『減少（「減少した」と「大幅に減少した」の計）』が 69.7 %となっています。



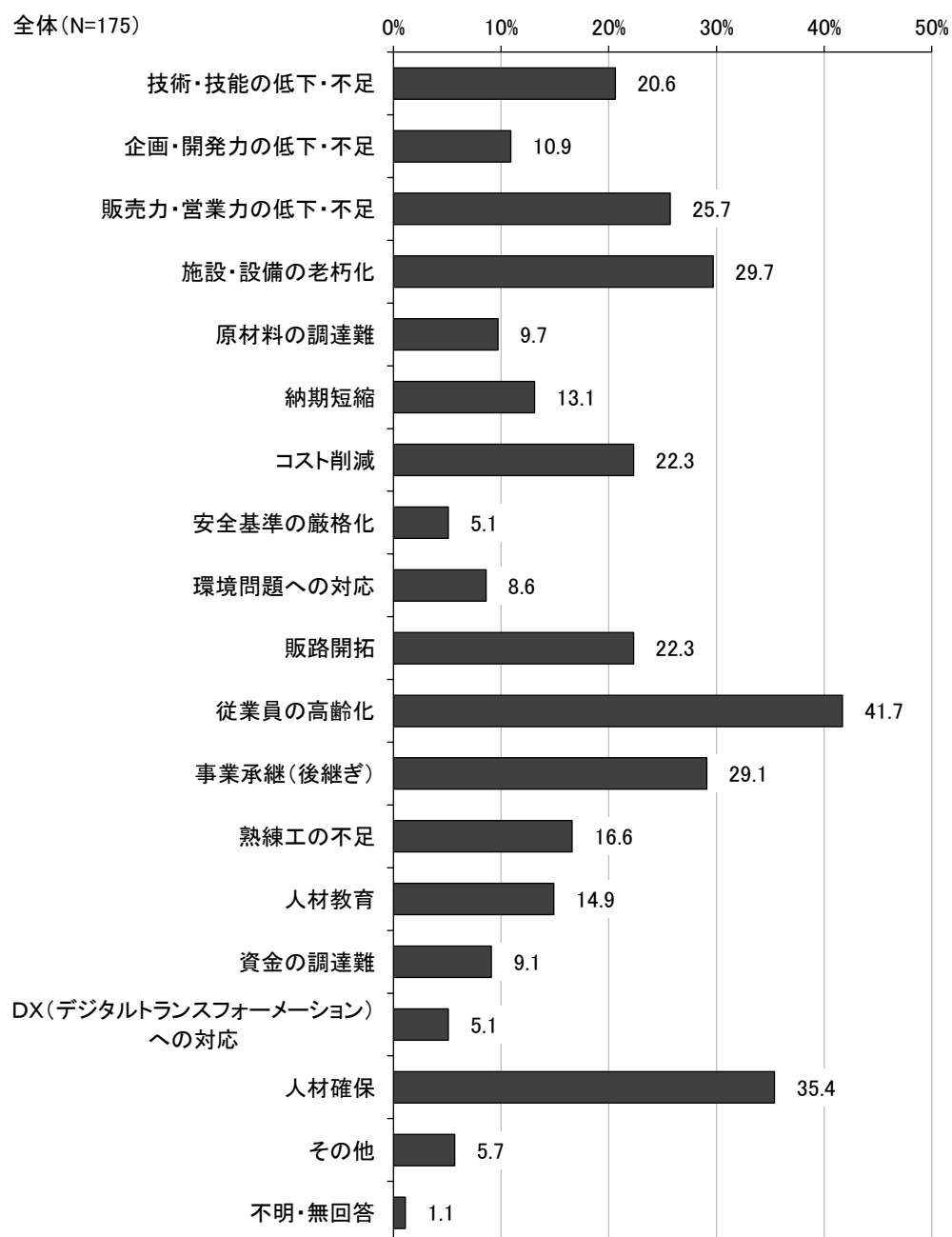
■ 原材料・部品等の仕入先の地域と顧客・販売先の地域

国内での原材料・部品等の仕入先の地域についてみると、「その他多摩地域（東京都下）」が47.4%と最も多く、次いで「東京都内（23区）」が34.9%、「瑞穂町」が26.3%となっています。また、顧客・販売先の地域についてみると、「その他多摩地域（東京都下）」が44.6%と最も多く、次いで「上記以外の南関東（神奈川、千葉）」が29.1%、「東京都内（23区）」が26.3%となっています。



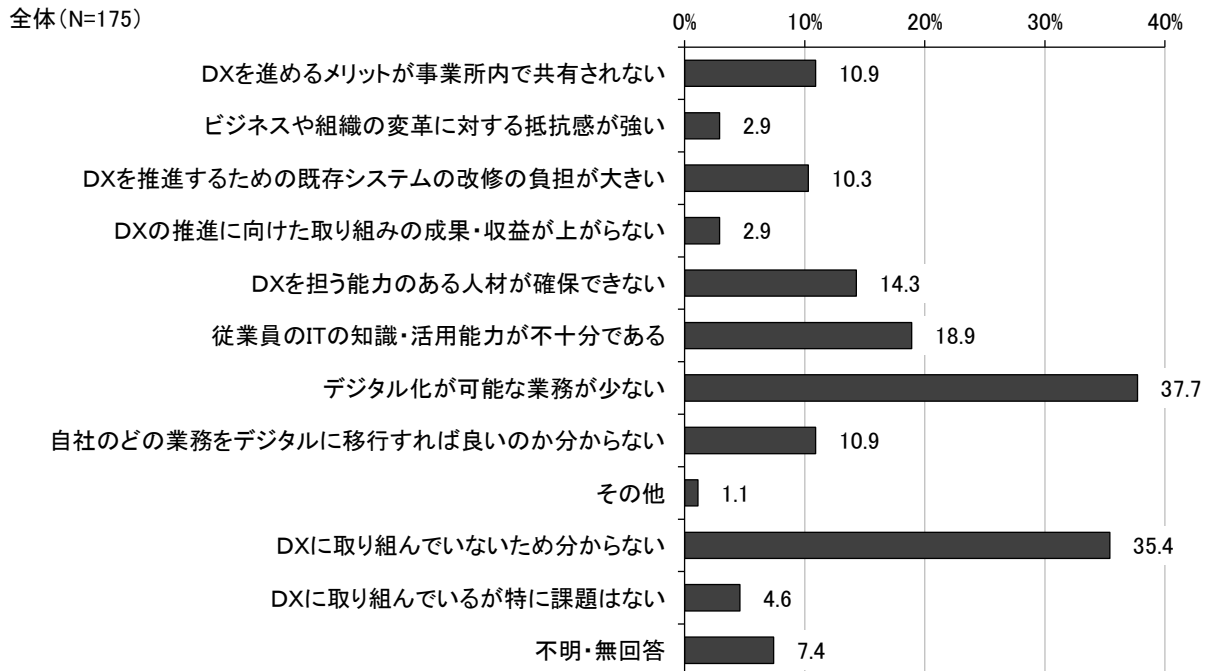
■ 経営上の課題

事業所の経営上の課題についてみると、「従業員の高齢化」が41.7%と最も多く、次いで「人材確保」が35.4%、「施設・設備の老朽化」が29.7%となっています。



■DXについて

事業所のDX対応における課題についてみると、「デジタル化が可能な業務が少ない」が37.7%と最も多く、次いで「DXに取り組んでいないため分からない」が35.4%、「従業員のITの知識・活用能力が不十分である」が18.9%となっています。

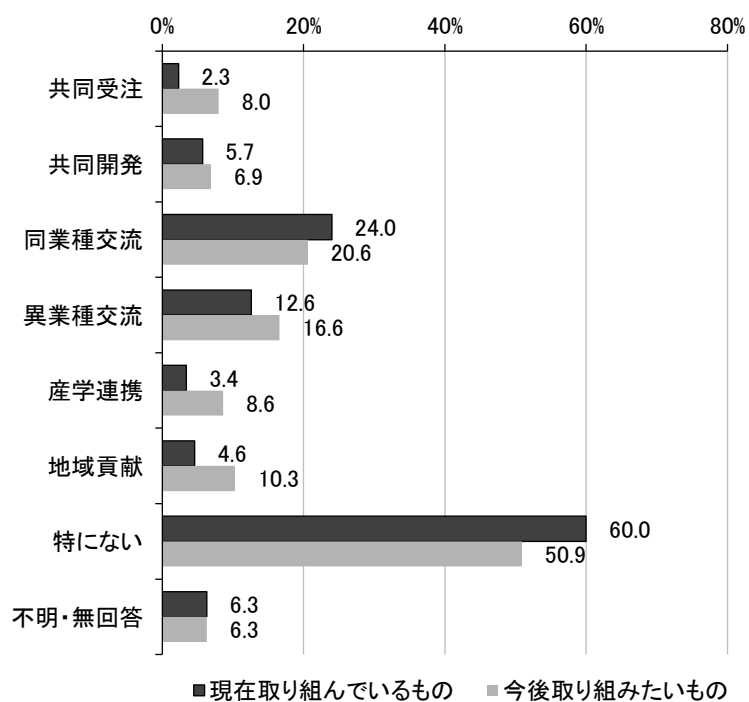


■外部連携について

外部と連携している取組についてみると、「特にない」が60.0%と最も多く、次いで「同業種交流」が24.0%、「異業種交流」が12.6%となっています。

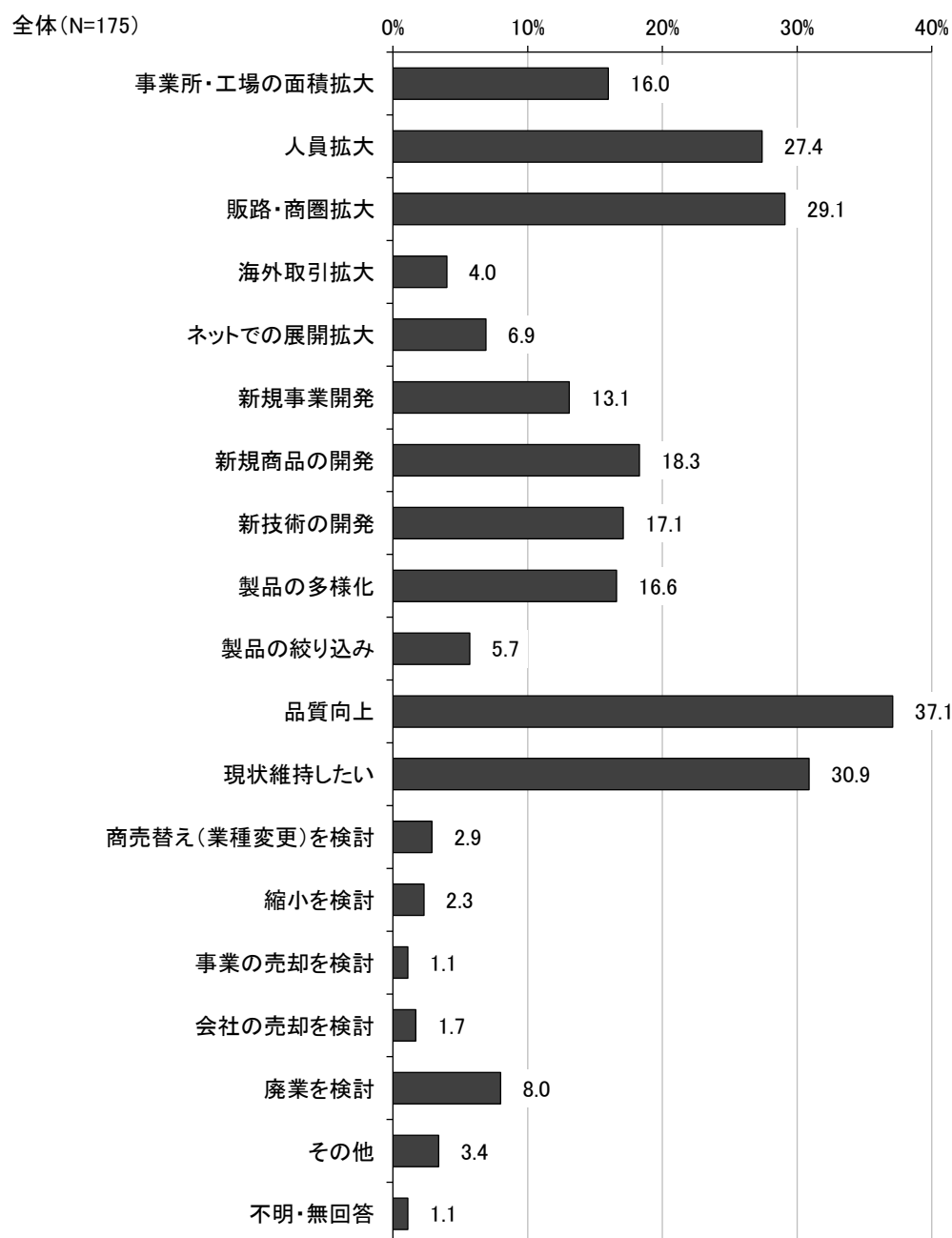
今後取り組んでみたい外部との連携策についてみると、「同業種交流」が20.6%、「異業種交流」が16.6%、「地域貢献」が10.3%となっています。

全体(N=175)



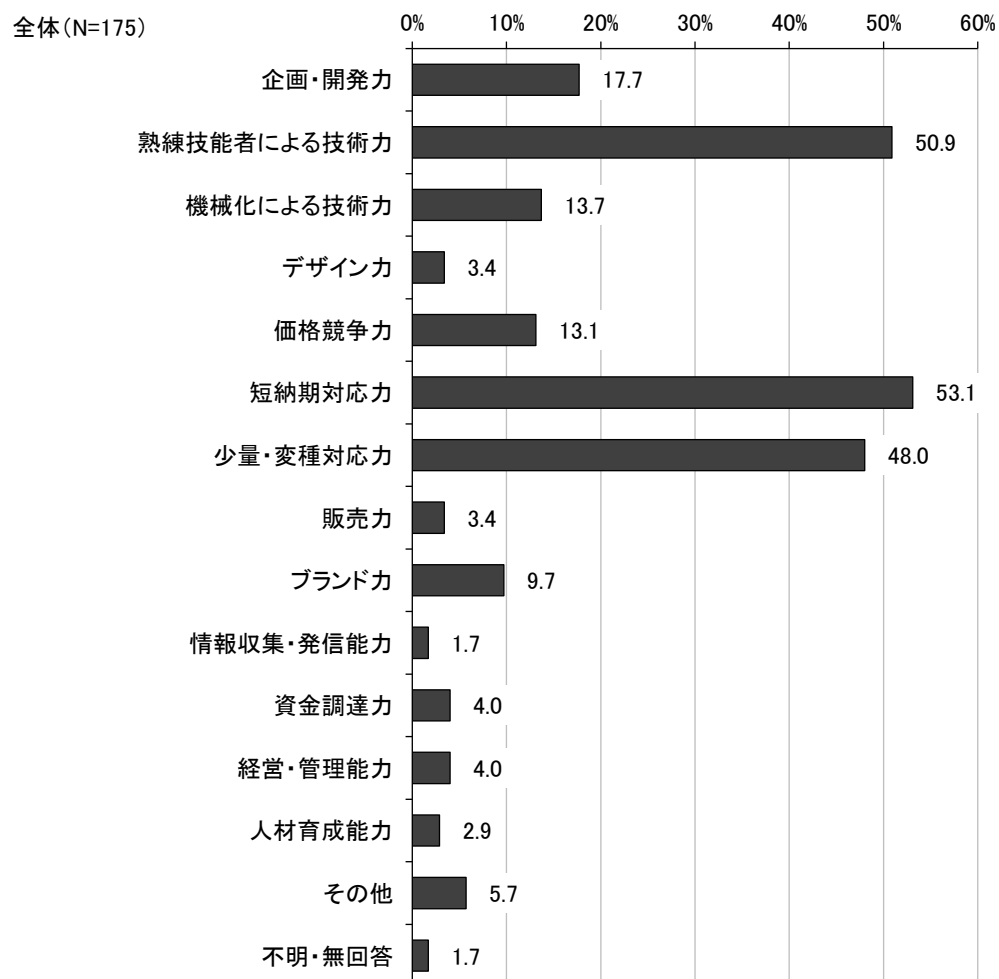
■ 今後の経営方針

今後の経営方針についてみると、「品質向上」が37.1%と最も多く、次いで「現状維持したい」が30.9%、「販路・商圈拡大」が29.1%となっています。



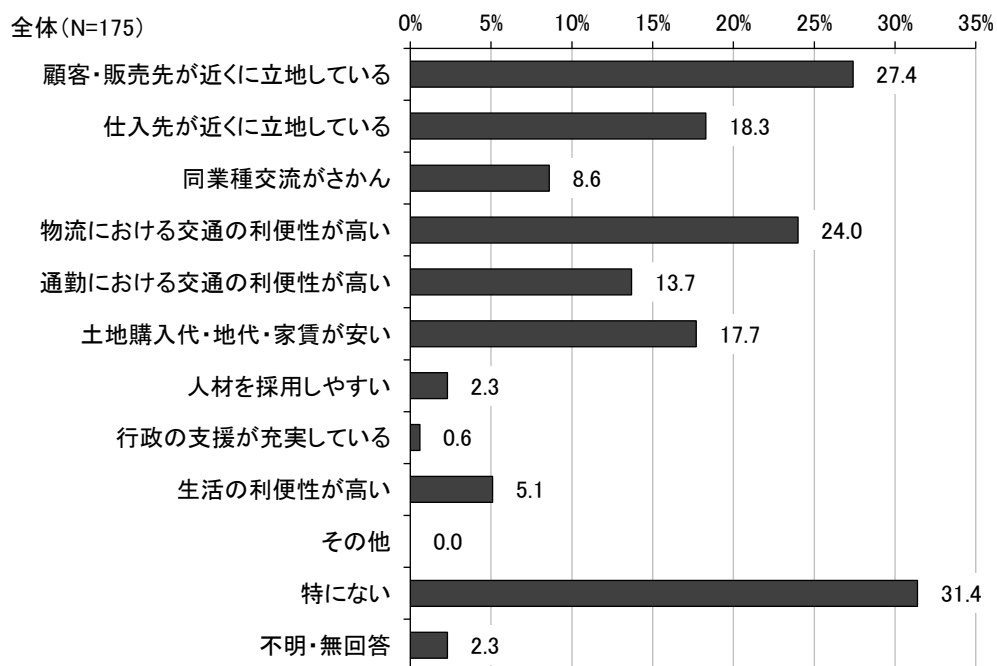
■事業所の強み・セールスポイント

事業所の強み・セールスポイントについてみると、「短納期対応力」が53.1%と最も多く、「熟練技能者による技術力」が50.9%、「少量・変種対応力」48.0%となっています。



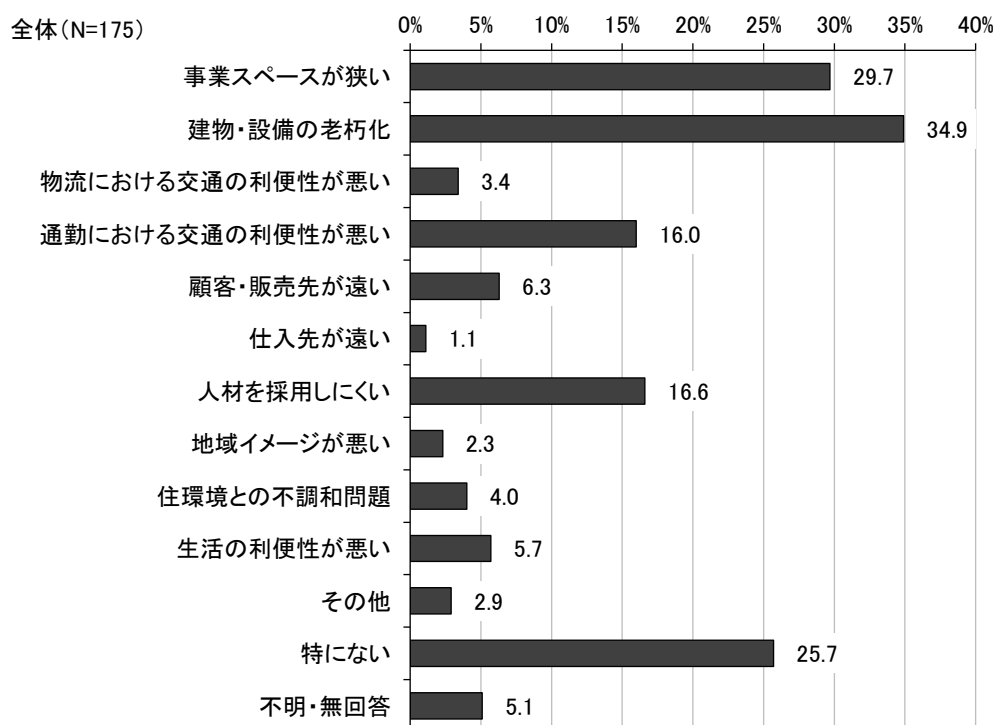
■事業所が瑞穂町に立地するメリット

事業所が瑞穂町に立地するメリットについてみると、「特にない」が31.4%と最も多く、メリットとしては、「顧客・販売先が近くに立地している」が27.4%、「物流における交通の利便性が高い」が24.0%、「仕入れ先が近くに立地している」が18.3%となっています。



■事業所の立地上の問題点

事業所の立地上の問題点についてみると、「建物・設備の老朽化」が34.9%と最も多く、「事業スペースが狭い」が29.7%、「人材を採用しにくい」が16.6%、「特にない」は25.7%となっています。



5 住民の意向

産業振興ビジョンおよび工業振興計画の策定にあたり、町内の住民を対象にアンケート調査を実施しました。実施概要と結果は以下のとおりです。

（１）調査の実施概要

調査対象：町内に居住する１８歳以上の住民１，０００名

回収率：４１８件、回収率４１．８％

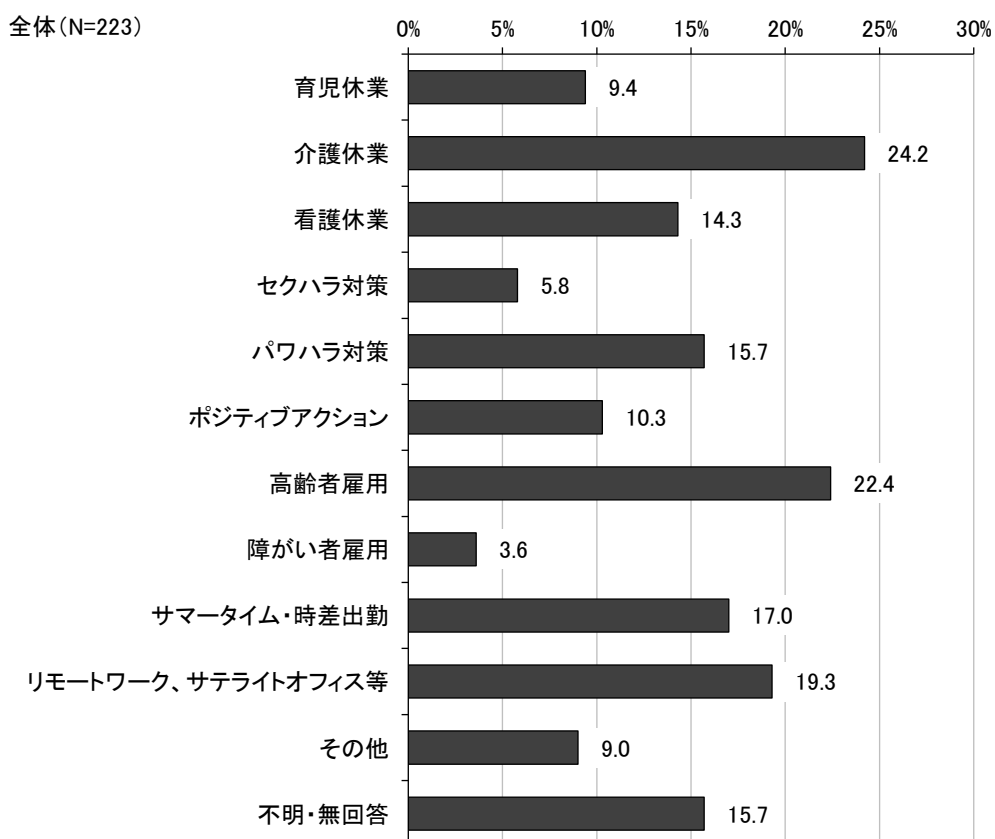
調査方法：郵送配布回収

調査期間：令和３（２０２１）年６月１８日（金）～７月２日（金）

（２）結果の概要

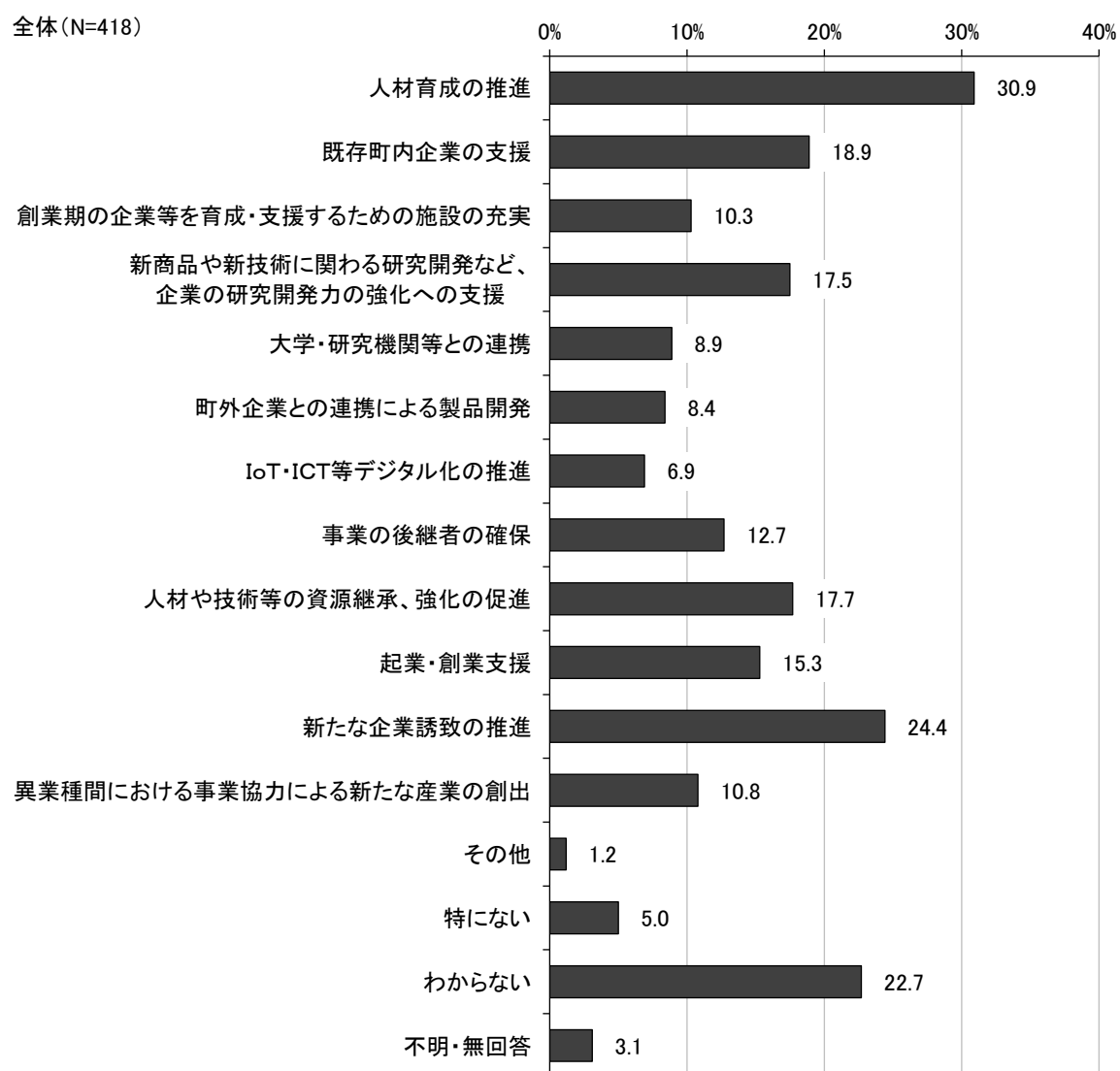
■現在の勤務先において、今後充実させるべき、または希望する制度・取組

現在働いている方が勤務先において、今後充実させるべきと感じる、または希望する制度・取組についてみると、「介護休業」が２４．２％と最も多く、次いで「高齢者雇用」が２２．４％、「リモートワーク、サテライトオフィス等」が１９．３％となっています。



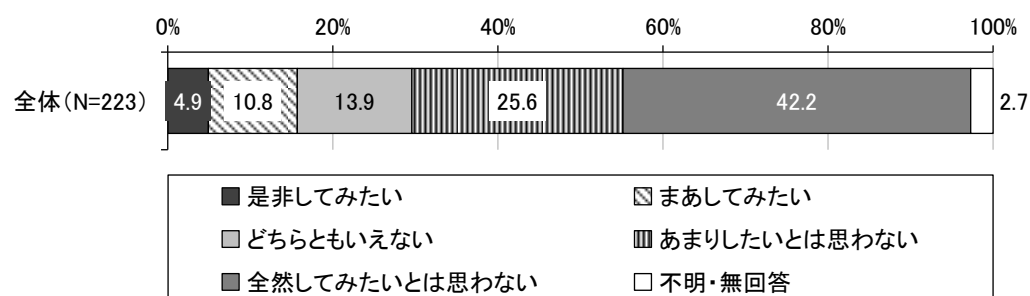
■瑞穂町における工業振興のために必要な取組

瑞穂町における工業振興のために必要だと思う取組についてみると、「人材育成の推進」が30.9%と最も多く、次いで「新たな企業誘致の推進」が24.4%、「わからない」が22.7%となっています。



■将来の起業意向

現在働いている方の将来の起業意向についてみると、『してみたい（「是非してみたい」と「まあしてみたい」の計）』が15.7%、『したいとは思わない（「あまりしたいとは思わない」と「全然してみたいとは思わない」の計）』が67.8%、「どちらともいえない」が13.9%となっています。



6 関係団体ヒアリング

(1) 調査の実施概要

期 間：令和3（2021）年6月23日、7月5、7、9日

調査対象：商工会建設業部会・商業部会・環境衛生業部会・工業部会、商業協同組合、観光協会、
農業委員会、町内金融機関

調査方法：直接聞き取り調査

(2) 結果の概要

※結果概要については、工業部会の意見を主に抜粋しています。

○工業振興に関する町の現状について

- ・瑞穂町は道路網が充実しており、交通利便性が高い。近隣自治体の事業所と連携して生産活動を行えることはメリットである。一方で公共交通は不便な面もある。
- ・都内の自治体であることがメリットにもデメリットにもなっている。特に人件費に関して、最低賃金が都内の水準となるなど、他地域と比較して厳しい面もある。
- ・町内の工業密集地域には協力会社が多く、助けていただくこともある。特殊な仕事については対応できる事業所と連携して回すこともある。
- ・小規模の事業所が多く、ワーク・ライフ・バランスを整えづらい。
- ・コロナウイルス感染症の影響で、新規の顧客獲得に展示会を活用できないことは中小の事業所にとっては不安の一つとなる。
- ・デジタル化を進め技術の継承に活用している事業所もある一方、技術面や情報保護の観点でデジタル化に乗り出せない事業所もある。

○町の工業振興の取組について

- ・瑞穂ファントム工場の仕組みが活かし切れていない。共同受注には至っていないのが現状。
- ・商工会で作成した事業所のPR動画により問い合わせは増えてきたと感じる。
- ・事業承継セミナーを実施しているが、参加者が集まらない。内容の見直しが必要。
- ・企業誘致を進めようとしても、工業用地として活用できる土地が少ない。

○今後必要な支援策について

- ・東京都の補助金はなかなか採択につながらない。採択につながるような支援が必要。
- ・デジタル化は必要である。補助金を活用し、AI・RPAを進めたい事業所もある。
- ・起業、創業を目指す人に対して場所や建屋の貸し出しや、シェアワークスペース（インキュベーションオフィス）のような支援が必要。交流の場ができればよい。
- ・工業部会だけでも会員数が多いため、事業所同士がうまく交流する場を設けられるとよい。
- ・広域連携の仕組みづくりが有効である。
- ・ハローワークに求人を出したり、人材のマッチングのためにインターンを実施するなど事業所ではそれぞれ工夫をしながら人材の募集を行っているが、十分な雇用にはつながっていない部分もあり、支援が必要。

7 課題のまとめ

イノベーション、デジタル化の推進

- ヒアリング調査では、今後必要な支援の一つとして、起業、創業を目指す人に対してシェアワークスペース（インキュベーションオフィス）など場所を求める声も挙がっていました。また、事業所アンケート調査において、今後の外部連携で「異業種交流」「産学連携」「地域貢献」などについて、今後取り組みたい意向の割合が多くなっています。瑞穂町の強みである工業力のさらなる振興をめざし、新たな技術革新や商品が生み出される場や機会の創出が求められています。
- 製造業の事業所において、アンケート調査では「デジタル化が可能な業務が少ない」「DXに取り組んでいないため分からない」という回答が多くなっている一方で、ヒアリング調査では技術承継に活用している事例やデジタル化が必要であるとの意見も見受けられました。時代のニーズも変化してきており、生産性の向上や作業負担の軽減、人手不足の解消などを解決する一つとして、デジタル化・DX推進に関する取組が必要となっており、今後さらなる情報提供や導入・活用への方策が求められます。
- 事業所アンケート調査では、経営上の課題について、「従業員の高齢化」への回答の割合が最も多くなっていました。工業の現場においては、どのように熟練技術者の後継者育成や技術承継を行うかが問われており、こうしたニーズに対応することが事業を継続させるうえで必要となっています。

工業の「経営力」の強化

- 町内事業所産業大分類別構成比は、東京都と比べて、「建設業」、「製造業」の割合が高くなっているほか、従業者では「製造業」、「運輸業・郵便業」の割合が高くなっています。また、産業別にみた付加価値額の割合は、製造業が最も多くを占めており、工業分野が町の産業の強みとなっています。
- 事業所アンケート調査では事業所の強みやセールスポイントとして、製造の技術力や対応力が強みとなっているため、これらを活かした工業振興の取組が重要となっています。
- 製造業の従業員規模別の事業所内訳をみると、437事業所のうち7割超が10人以下の事業所となっています。町内のほとんどが規模の小さな事業者であることから、小規模・中小企業者へ向けた取組が必要となっています。
- 事業所の売上状況・収益状況について、事業所アンケートでみると、コロナ前は売上状況が「増加傾向」「横ばい」が約6割でしたが、新型コロナウイルス感染拡大後は「減少した」「大幅に減少した」が約7割となっています。収益状況もおおむね同様の傾向となっています。事業者にとっては苦しい状況が続く中、売上確保や経営改善に向け、企業・国・自治体ともに一体となった取組が求められています。
- 顧客・販売先の地域に関する調査項目では、前回調査時（平成24年）の割合と比べて「瑞

穂町」が減少し、その他の地域（「南関東（神奈川、千葉）」など）が増加しています。仕入先の地域も同様の傾向になっています。事業者にとって販路開拓や仕入れ先開拓は常に取り組まなければならない課題となっており、今後さらに地域経済の循環性を高めるためにも、こうした事業者ニーズに対応した戦略的な企業誘致や連携先の確保が期待されます。

- 事業所アンケート調査では、事業承継の状況について、「後継者が決まっている」が約2割で、「決まっていない」も約2割となっていました。また、「事業をやめたい」といった意向も1割強あったため、今後、事業承継がスムーズに行えるよう相談や事例共有などの場・機会が必要となっています。

人材の育成と確保

- 事業者の経営上の課題として、事業者アンケートでは「従業員の高齢化」とともに「人材確保」を挙げる割合が多く、住民アンケートでは、瑞穂町の工業振興のために必要だと感じる取組として、「人材育成の推進」の割合が高くなっています。工業振興において、雇用する側・就労する側の両面からみても、人材確保・育成への対応は喫緊の課題と感じられています。
- 事業所アンケートによると、多様な働き方、人材雇用については、従業員規模や売上高の大きい事業所ほど取組を行っている割合が高い傾向があるため、小規模、中小企業等へ向けた人材育成支援、多様な働き方を支援する取組が必要です。また、創業・起業支援にも積極的に取り組むことが重要です。
- 住民アンケートでは、勤務先に対して求める今後充実させると感じる制度・取組は、「介護休業」、「高齢者雇用」、「リモートワーク、サテライトオフィス等」が高くなっています。時代のニーズにも合わせながら、多様な働き方が実現できる環境整備が求められています。

地域資源の活用

- 瑞穂ファントム工場は、各分野の優れた技術力を有する製造業のグループで、瑞穂町の一つの強みとなっていますが、本来の目的であった共同受注につながるまでには現在至っていない状況です。今後、ものづくり力を高めるために、こうした資源のさらなる有効活用やブラッシュアップが求められます。
- 瑞穂町は工業力・技術力に強みがあり、家賃や交通面などの立地面でのメリットを感じている事業者も少なくありません。こうした町が持つ強みを、今後もより一層、町内外へ向け積極的に情報発信・PRを行い、新たな魅力づくりにつなげていくことが求められます。

第3章 工業振興計画の基本方向

1 将来像（コンセプト）

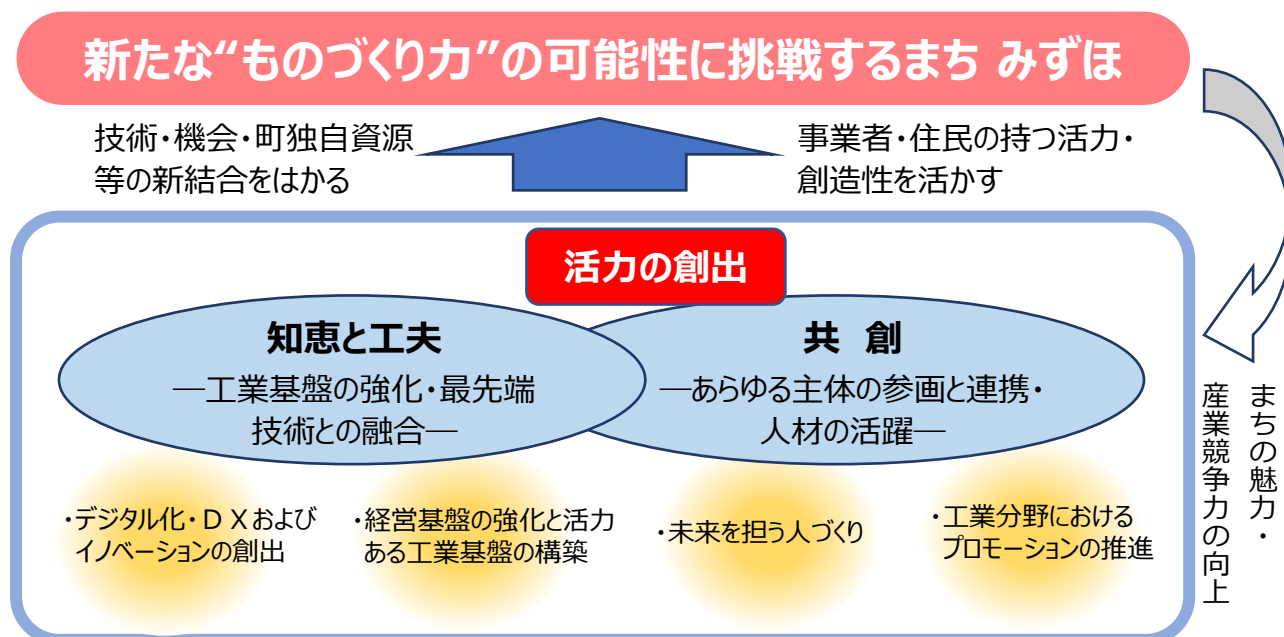
新たな“ものづくり力”の可能性に挑戦するまち みずほ

瑞穂町の工業は、製造品出荷額等、付加価値額ともに高い水準を保ち、区画整理事業の進行と合わせて、交通利便性の高い立地により、多くの事業所が集積しています。その多くは中小企業が占めていますが、生産用機械器具や金属製品、プラスチック製品を中心に高い技術力と生産力を有する企業が多く、町の産業経済を支えています。今後の工業振興においては、瑞穂町の強みである高い技術集積力をさらに高め、製造業をはじめとする工業に関わる事業者の経営基盤を強化し、働く人づくりや環境づくりをより充実させることにより、持続的に発展する礎を築くことが重要です。また、デジタルやテクノロジー等の先端技術の活用、業種・分野の枠を超えた人・情報・モノの融合、あわせて町の多彩な地域資源を取り入れるなど、より多くの主体が連携することで、これまでにないイノベーションを巻き起こし、新たな魅力や活力の創出に取り組んでいく必要があります。

設計、開発から加工まで高い技術力を持つ瑞穂町の工業力を継承・発展させ、多様な主体の連携により新たな製品や技術開発により、さらなる工業の発展が期待されます。

瑞穂町の工業力は、高いポテンシャルを持つ“ものづくり力”を秘めており、今後、事業者、関係機関、住民、町が一体となった取り組みにより、これまで以上の発展を遂げ、地域経済の活性化と町の発展につなげていくことが求められます。

こうした考え方を踏まえ、本計画の将来像を「新たな“ものづくり力”の可能性に挑戦するまち みずほ」とします。



2 基本方針

将来像を実現するための基本方針として次の4つの柱を設定し、施策展開します。

（1）デジタル化・DX およびイノベーションの創出

5G など新たな基盤整備やAI・IoT・ビッグデータ等の活用が加速する中で、工業のデジタル化・DXへの対応をこれまで以上に推進し、生産性と付加価値を高め、競争力の強化をはかります。また、町の小規模事業者や中小企業等が、持続的に成長し、より高い工業力を創出するには、イノベーションを興し続けることが重要となります。こうしたイノベーションを興す土壌の創出に向け、多様な主体が意見や情報を交換し、共同で課題解決をはかれる環境ができるよう、さまざまなネットワークの構築・強化に努めます。とりわけ東京都が推進する多摩イノベーションパーク構想を踏まえ、業種や分野の枠を超えたイノベーションの創出を促進します。

（2）経営基盤の強化と活力ある工業基盤の構築

経済のグローバル化の進展等、国際間で競争が激化する厳しい状況の中で、町の強みとなっている工業分野においても、町内の事業者が存続し成長していけるよう、経営基盤の確立・強化に向け取り組みます。また、瑞穂ファントム工場等の独自の取組により新たな魅力や価値を創出するとともに企業誘致、起業および事業承継を促進し、工業基盤の維持・拡大をめざします。

（3）未来を担う人づくり

少子高齢化等により、従業者や技術後継者の確保が課題となる中、新規就業者の確保機会の創出や担い手の育成に取り組み、人材の確保・定着支援を進めます。また、町で働くことを希望する人や勤労者に対して就労機会や技術向上機会の提供等を行うとともに、誰もがいきいきと働くことができる就労環境の整備を推進します。

（４）工業分野におけるプロモーションの推進

瑞穂町の高い工業力を象徴するような製品や技術力は、町にとってもブランド力の発信となり、産業のあらゆる分野で波及効果を促すこととなります。そのため、工業分野におけるプロモーションやみずほブランドの拡充に積極的に取り組み、町の工業力を町内外に発信し、町全体で工業振興を底上げします。今後も、地域経済の活性化に向けて、多彩な地域資源を活用した新たな魅力創出をはかり、工業振興の側面から、町全体の産業振興につながるよう取り組みます。

3 施策の体系

将来像	基本方針	基本施策	取組の方向性
新たな“ものづくり力”の可能性に挑戦するまちみずほ	1 デジタル化・DX およびイノベーションの創出	1-1 デジタル化・DX の推進	①デジタル化・DX 取組に対する理解促進
			②デジタル化・DX の取組促進 重点
			③デジタル技術活用による技術承継
			④デジタル人材の育成
		1-2 イノベーション創出の促進	①イノベーションの創出に向けたまちづくりの推進 重点
			②新製品・新技術の開発支援 重点
			③多様な人材交流
			④製造業事業者の交流の促進
	2 経営基盤の強化と活力ある工業基盤の構築	2-1 経営基盤の強化	①各種補助制度の活用促進と充実
			②企業訪問の充実
			③経営相談の充実
		2-2 販路の拡大	①販路開拓・受注拡大の支援
			②瑞穂ファントム工場の活用
		2-3 企業誘致の推進	①企業誘致の推進 重点
			②町の工業力等のPR
		2-4 事業承継の促進	①事業承継の促進 重点
			②デジタル技術活用による技術承継（再掲）
		2-5 起業の促進	①起業支援の充実
			②インキュベーション施設の誘致等
	3 未来を担う人づくり	3-1 人材の確保・育成	①人材育成の取組への支援 重点
			②人材確保支援
		3-2 多様な担い手づくり	①多様な雇用環境の整備
			②企業見学・体験事業の充実
	4 工業分野におけるプロモーションの推進	4-1 プロモーションの推進	①町の工業力の情報発信・PR 重点
		4-2 みずほブランド等の充実	①みずほブランドにおける工業製品の充実
			②ふるさと納税返礼品における工業製品の充実
		4-3 マイスター制度によるプロモーションの展開	①マイスター制度の活用
		4-4 イベント等における工業のPR	①イベント等におけるPRの充実

※**重点**・・・重点プロジェクトとしての位置づけ

第4章 重点プロジェクト

1 重点プロジェクトの展開

将来像である「新たな“ものづくり力”の可能性に挑戦するまち みずほ」の実現に向けて、優先的に取り組む施策・事業を重点プロジェクトとして位置づけ、これらの一体的な推進をはかることで、分野横断的な課題の解決を進め、工業全体の活性化をはかります。

重点プロジェクトの内容と取組方針は以下のとおりです。

- ☐ デジタル化・D X の取組促進
- ☐ イノベーションの創出に向けたまちづくりの推進
- ☐ 新製品・新技術の開発支援
- ☐ 企業誘致の推進
- ☐ 事業承継の促進
- ☐ 人材育成の取組への支援
- ☐ 町の工業力の情報発信・P R

☐ デジタル化・D X の取組促進

デジタル化への取組において課題となるシステム構築のノウハウ、人材、コストなどの課題を解消し、デジタル技術の活用およびD Xを促進させるため、初期段階のコンサルティングから導入まで製造業者のデジタル化の取組を支援します。

〔施策：1-1-②〕

☐ イノベーションの創出に向けたまちづくりの推進

多摩都市モノレールの延伸と一体となったまちづくりや土地区画整理事業を進め、優良な産業地を形成し、高い技術力を有する企業を集積することによりイノベーション創出のまちづくりを推進します。また、東京都が進めている多摩イノベーションパーク構想の動向などについて情報収集に努め、関係部・課、関係機関との連携をはかりながら、イノベーション創出に向けたまちづくりの研究を進めます。

〔施策：1-2-①〕

☐ 新製品・新技術の開発支援

町内企業が独自または他企業や大学等と連携して行う新技術・新製品の研究開発に対し、開発前の市場調査や試作等の開発事業に係る取組を支援します。また、これらの取組をPRすることで町内製造業の高い技術力を内外に発信し、さらなる産業集積と多様な連携を促進します。

〔施策：1-2-②〕

□企業誘致の推進

地域経済の活性化、産業系用地の有効活用、新たな雇用機会の創出等をはかるため、関係機関と連携しながら企業立地に関する情報の収集・提供に努めるとともに、企業誘致促進事業の奨励制度等により町内への立地を希望している企業を支援し、企業誘致を推進します。

〔施策：2-3-①〕

□事業承継の促進

事業者が安定的に経営を継続できるよう、関係機関と連携しながら、事業承継に関する情報提供や取組のきっかけとなり、相談につながる事業承継セミナーの開催に取り組みます。

〔施策：2-4-①〕

□人材育成の取組への支援

町内事業者が実施する従業員の資質向上のために参加・実施する講習会や技術力向上につながる資格取得のための事業に対する支援を検討・実施します。

〔施策：3-1-①〕

□町の工業力の情報発信・PR

町の工業力や町内事業者が持つ高い技術力を町内外に発信し、企業誘致、雇用の増加および新たな受注等につながるよう、町の強みである工業・技術を積極的にPRし、プロモーションしていきます。

特に工業分野では、優良事業者や特殊・高度な技術を持つ町内事業者が多く、現在、町内の製造業のPRの場としての瑞穂ファントム工場の取組が進められていますが、それらの活動をサポートするとともに、町のホームページやSNS（ソーシャルネットワーキングサービス）等も活用し、若者や町外事業者の関心を喚起できるよう、積極的に情報発信し、工業の魅力向上に努めます。

〔施策：4-1-①〕

第5章 施策の展開

※実施主体は◎ 中心的役割、○ 支援・協力を示しています。

1 デジタル化・D Xおよびイノベーションの創出

1-1 デジタル化・D Xの推進

① デジタル化・D X取組に対する理解促進

デジタル技術を活用した新たな製品・サービスの開発やビジネスモデルの変革などにより競争上の優位性を確立し、経営力強化をはかるため、デジタル化・D Xの必要性や有効性について情報発信し、あわせて、関係機関と連携しながら、セミナー・講演会の開催等によりデジタル化への理解促進に向けた取組を推進します。

取組の名称	前期（年度）					後期	実施主体（役割）				
	R4	R5	R6	R7	R8	R9～13	事業者	産業関係団体	金融機関	町	国・都・広域
デジタル技術の活用・D X取組事例の情報収集・提供	→ 事業者への情報提供、P R						○	◎	◎	◎	◎
デジタル技術活用、D Xに関するセミナー・講演会等の開催	→ 実施			→ 見直し、実施			◎	◎	◎	◎	

② デジタル化・DX の取組促進

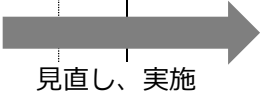
重点プロジェクト

デジタル化への取組において課題となるノウハウ、人材、コストなどの課題を解消し、デジタル技術の活用およびD Xを促進させるため、初期段階のコンサルティングから導入まで製造業者のデジタル化の取組を支援します。

取組の名称	前期（年度）					後期	実施主体（役割）				
	R4	R5	R6	R7	R8	R9～13	事業者	産業関係団体	金融機関	町	国・都・広域
デジタル化・D Xの取組に伴うコンサルティング支援	→ 実施			→ 見直し、実施			◎	◎	○	◎	○
生産プロセス、業務プロセスの改善・見直し等に伴うデジタル技術導入支援	→ 実施			→ 見直し、実施			◎	◎	○	◎	○
各種支援制度の情報提供と活用促進	→ 情報提供、PR						○	◎	◎	◎	◎

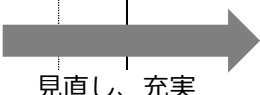
③ デジタル技術活用による技術承継

製造作業の標準化と品質の安定化等をはかるため、これまで熟練技術者が培ってきた優れた技術・技能を次代に承継できるよう、作業プロセスの数値化・デジタル化などデジタル技術を活用した技術承継を推進します。

取組の名称	前期（年度）					後期	実施主体（役割）				
	R4	R5	R6	R7	R8	R9～13	事業者	産業 関係 団体	金融 機関	町	国・都 ・広域
技術承継のためのデジタル技術の導入支援							◎	◎	○	◎	○

④ デジタル人材の育成

少子高齢化等により I T 人材の確保が課題となる中、デジタル技術の導入・活用にともなう従業員等の知識や技術の習得に向けた取組を支援します。

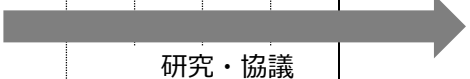
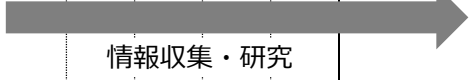
取組の名称	前期（年度）					後期	実施主体（役割）				
	R4	R5	R6	R7	R8	R9～13	事業者	産業 関係 団体	金融 機関	町	国・都 ・広域
従業員等のデジタル技術・知識の修得支援							◎	◎		◎	○

1-2 イノベーション創出の促進

① イノベーションの創出に向けたまちづくりの推進

重点プロジェクト

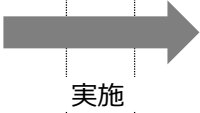
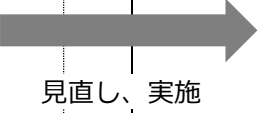
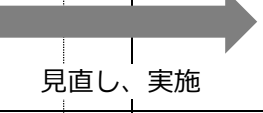
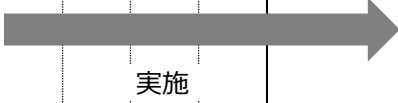
多摩都市モノレールの延伸と一体となったまちづくりや土地区画整理事業を進め、優良な産業地を形成し、高い技術力を有する企業を集積することによりイノベーション創出のまちづくりを推進します。また、東京都が進めている多摩イノベーションパーク構想の動向などについて情報収集に努め、関係部・課、関係機関との連携をはかりながら、イノベーション創出に向けたまちづくりの研究を進めます。

取組の名称	前期（年度）					後期	実施主体（役割）				
	R4	R5	R6	R7	R8	R9～13	事業者	産業関係団体	金融機関	町	国・都・広域
イノベーションの創出に向けたまちづくりの研究・協議							○	◎	○	◎	◎
先進取組事例の研究								○		◎	○

② 新製品・新技術の開発支援

重点プロジェクト

町内企業が独自または他企業や大学等と連携して行う新技術・新製品の研究開発に対し、開発前の市場調査や試作等の開発事業に係る取組を支援します。また、これらの開発に伴う取組をPRすることで町内製造業の高い技術力を内外に発信し、さらなる産業集積と多様な連携を促進します。

取組の名称	前期（年度）					後期	実施主体（役割）				
	R4	R5	R6	R7	R8	R9～13	事業者	産業関係団体	金融機関	町	国・都・広域
新技術・新製品の研究開発に対する支援							◎	◎	○	◎	○
特許、実用新案などの知的財産権の取得に対する支援							◎	◎	○	◎	
町内企業における新技術・新製品の研究開発事例のPR							○			◎	◎

③ 多様な人材交流

新製品・新技術の開発、新たなビジネスやサービスの創出をはかるため、業種や分野の枠を超えた多様な人材交流を促進し、産官学連携等による新たな産業、イノベーションの創出を促進します。

取組の名称	前期（年度）					後期	実施主体（役割）				
	R4	R5	R6	R7	R8	R9～13	事業者	産業関係団体	金融機関	町	国・都・広域
業種・分野の枠を超えた交流会の開催							◎	◎	◎	◎	
			検討			実施、見直し					

④ 製造業事業者の交流促進

町内の製造業事業者同士の交流を継続的に行うことで、経営上の課題解決のみならず、企業間連携による新製品や新技術の開発、新たなビジネスや新たな魅力の創出を推進します。

取組の名称	前期（年度）					後期	実施主体（役割）				
	R4	R5	R6	R7	R8	R9～13	事業者	産業関係団体	金融機関	町	国・都・広域
企業（製造業）交流会の開催							◎	◎	◎	◎	

2 経営基盤の強化と活力ある工業基盤の構築

2-1 事業者の経営基盤強化

① 各種補助制度の活用促進と充実

町が中小企業等向けに実施している融資あっせん制度や各種支援事業の活用促進をはかるとともに、国、東京都や瑞穂町商工会と連携して、中小・小規模事業者に向けた設備投資や運転資金等の各種補助制度の活用促進に取り組みます。

また、業務のデジタル化や販路拡大、人材確保など企業が抱える課題解決に向けた支援策を充実させ、経営基盤の強化をはかります。

取組の名称	前期（年度）					後期	実施主体（役割）				
	R4	R5	R6	R7	R8	R9～13	事業者	産業関係団体	金融機関	町	国・都・広域
中小企業振興資金融資あっせん制度による資金支援	→ 実施						◎	○	◎	◎	○
中小企業振興資金融資あっせん制度による利子補給・保証料補助	→ 実施						◎	○	◎	◎	○
企業が抱える様々な課題に対応した支援策の充実	→ 課題の把握、検討、実施							◎		◎	

② 企業訪問の充実

企業訪問により町内製造業者の現状や課題、町への要望などを把握し、地域の実情に即した工業振興をはかるため、企業訪問を継続・充実します。

取組の名称	前期（年度）					後期	実施主体（役割）				
	R4	R5	R6	R7	R8	R9～13	事業者	産業関係団体	金融機関	町	国・都・広域
企業訪問活動の実施	→ 実施						○			◎	

③ 経営相談の充実

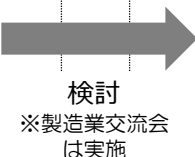
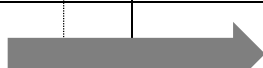
事業者の経営に関する、あらゆる悩みや課題に対応するため、関係機関と連携しながら、経営等相談事業を実施します。

取組の名称	前期（年度）					後期	実施主体（役割）				
	R4	R5	R6	R7	R8	R9～13	事業者	産業関係団体	金融機関	町	国・都・広域
経営等相談事業の実施							◎	◎	◎	◎	

2-2 販路の拡大

① 販路開拓・受注拡大の支援

町内事業者の新たな販路開拓と受注拡大を促進し、経営力の向上と安定につながるよう、異業種交流等によるビジネスマッチングに取り組みます。また、自社の製品・技術を広く周知、宣伝することにより、新たな販路開拓と受注拡大の促進につながるよう、展示会の出展やホームページ、P R動画の作成等、販路開拓にともなう支援を実施します。

取組の名称	前期（年度）					後期	実施主体（役割）				
	R4	R5	R6	R7	R8	R9～13	事業者	産業関係団体	金融機関	町	国・都・広域
異業種・同業種交流の推進							◎	◎	◎	◎	
産業見本市等出展支援							◎			◎	
ホームページ、ECサイト、動画等作成の支援							◎	◎		◎	

② 瑞穂ファントム工場の活用

町独自の町内製造業者の共同受注システム「瑞穂ファントム工場」の充実と、参加している各事業者の持つ高い技術力を町外へPRし、町内事業者の販路拡大につなげます。

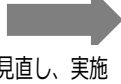
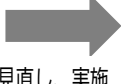
取組の名称	前期（年度）					後期	実施主体（役割）				
	R4	R5	R6	R7	R8	R9～13	事業者	産業 関係 団体	金融 機関	町	国・都 ・広域
ファントム工場のPR							◎	◎		○	

2-3 企業誘致の推進

① 企業誘致の推進

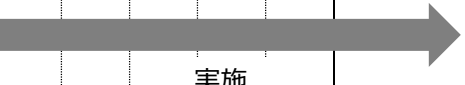
重点プロジェクト

関係機関と連携しながら企業の立地に関する動向の情報収集に努めるとともに、企業誘致促進事業の奨励制度等により町内への立地を希望している企業を支援し、企業誘致を推進します。

取組の名称	前期（年度）					後期	実施主体（役割）				
	R4	R5	R6	R7	R8	R9～13	事業者	産業 関係 団体	金融 機関	町	国・都 ・広域
企業誘致促進事業								○	○	◎	
企業立地マッチング （企業立地マッチング 促進事業）										◎	

② 町の工業力等のPR

高い技術力が集積する町の工業力、広域交通利便性の高い立地および今後のまちづくりの構想等を内外に発信し、町の知名度やイメージの向上をはかることで企業誘致につなげます。

取組の名称	前期（年度）					後期	実施主体（役割）				
	R4	R5	R6	R7	R8	R9～13	事業者	産業 関係 団体	金融 機関	町	国・都 ・広域
町の工業力のPR・プロ モーション							○	◎		◎	

2-4 事業承継の促進

① 事業承継の推進 重点プロジェクト

事業者が安定的に経営を継続できるよう、関係機関と連携しながら、事業承継に関する情報を事業者に提供するとともに、事業承継セミナーの開催により、事業承継のきっかけづくりや専門家相談につなげます。

取組の名称	前期（年度）					後期	実施主体（役割）				
	R4	R5	R6	R7	R8	R9～13	事業者	産業 関係 団体	金融 機関	町	国・都 ・広域
事業承継セミナーの 開催							◎	◎	◎	◎	

② デジタル技術活用による技術承継 再掲

製造作業の標準化と品質の安定化等をはかるため、これまで熟練技術者が培ってきた優れた技術・技能を次代に承継できるよう、作業プロセスの数値化・デジタル化などデジタル技術を活用した技術承継を推進します。

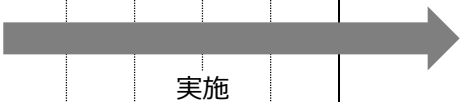
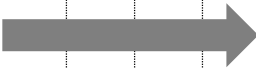
取組の名称	前期（年度）					後期	実施主体（役割）				
	R4	R5	R6	R7	R8	R9～13	事業者	産業 関係 団体	金融 機関	町	国・都 ・広域
デジタル技術を活用し た技術承継の支援								◎	◎	○	◎

2-5 起業の促進

① 起業支援の充実

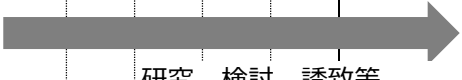
工業のさらなる活性化を果たすためには、既存事業者との連携や将来の工業振興を担う新たな担い手が求められるため、関係機関と連携しながら、起業に関する相談等の支援を実施します。

また、起業を希望する起業家が町内において円滑に事業を開始できるよう、関係機関と連携した支援体制を構築するなど、起業支援の充実をはかります。

取組の名称	前期（年度）					後期	実施主体（役割）				
	R4	R5	R6	R7	R8	R9～13	事業者	産業 関係 団体	金融 機関	町	国・都 ・広域
起業に関する相談等の実施								◎	◎	◎	
起業希望者への支援体制の構築								◎	◎	◎	

② インキュベーション施設の誘致等

多摩都市モノレールの延伸と一体となったまちづくりや新たな産業地の形成において、インキュベーション施設の誘致等をはかり、起業しやすい環境づくりを推進します。

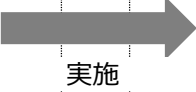
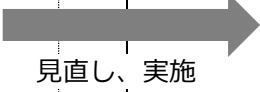
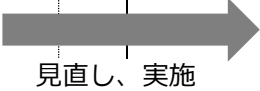
取組の名称	前期（年度）					後期	実施主体（役割）				
	R4	R5	R6	R7	R8	R9～13	事業者	産業 関係 団体	金融 機関	町	国・都 ・広域
インキュベーション施設等の誘致								◎	◎	◎	

3 未来を担う人づくり

3-1 人材の確保・育成

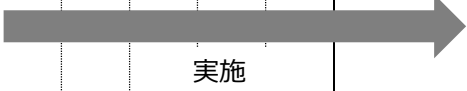
① 人材育成の取組への支援 重点プロジェクト

町内事業者が実施する従業員の資質向上のために参加・実施する講習会や技術力向上につながる資格取得に対する支援を実施します。

取組の名称	前期（年度）					後期	実施主体（役割）				
	R4	R5	R6	R7	R8	R9～13	事業者	産業 関係 団体	金融 機関	町	国・都 ・広域
従業員の資質向上のための講習会実施支援							◎	◎		◎	
資格取得のための事業に対する支援							◎	◎		◎	

② 人材確保支援

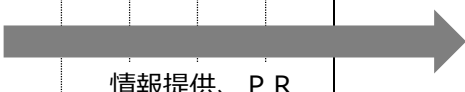
労働力人口の減少が見込まれる中で、事業所の人材不足の課題に対応するため、公共職業安定所（ハローワーク）や青梅線沿線地域産業クラスター協議会、東京都等の取組と連携し、求人情報の提供や雇用相談会、合同就職説明会の開催等、事業所の人材確保につながる取組を推進します。

取組の名称	前期（年度）					後期	実施主体（役割）				
	R4	R5	R6	R7	R8	R9～13	事業者	産業 関係 団体	金融 機関	町	国・都 ・広域
就職情報の提供、相談会、説明会等の開催							○	◎		◎	◎

3-2 多様な担い手づくり

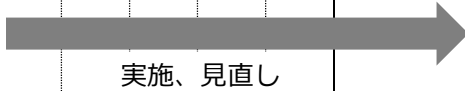
① 多様な雇用環境の整備

誰もが働きやすい雇用環境づくりに向けて、ワーク・ライフ・バランスや働き方改革の普及・周知に努めるとともに、事業者や関係機関とも連携しながら、若者や女性、高齢者、子育て中の方、障がいのある方など誰もが、その意欲と能力に応じて働くことができる雇用環境の整備を推進します。

取組の名称	前期（年度）					後期 R9～13	実施主体（役割）				
	R4	R5	R6	R7	R8		事業者	産業 関係 団体	金融 機関	町	国・都 ・広域
ワーク・ライフ・バランスや働き方改革の取組の推進							◎	○		◎	◎

② 企業見学・体験事業の充実

将来の産業の担い手となり得る子どもたち等を対象に、町内事業者と連携し、製造業等の企業見学や体験事業を実施し、町の工業の理解促進と魅力発信に努めます。

取組の名称	前期（年度）					後期 R9～13	実施主体（役割）				
	R4	R5	R6	R7	R8		事業者	産業 関係 団体	金融 機関	町	国・都 ・広域
企業見学や体験事業の実施							◎	◎	○	◎	

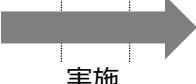
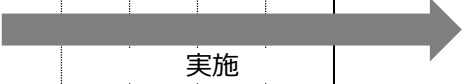
4 工業分野におけるプロモーションの推進

4-1 プロモーションの推進

① 町の工業力の情報発信・PR 重点プロジェクト

企業誘致、雇用の促進および新たな受注等につながるよう、町の強みである工業・技術を積極的にPRし、プロモーションしていきます。

特に工業分野では、優良事業者や特殊・高度な技術を持つ事業者が多く、現在、町内の製造業のPRの場としての瑞穂ファントム工場の取組が進められていますが、それらの活動をサポートするとともに、町のホームページやSNS（ソーシャルネットワーキングサービス）等も活用し、若者や町外事業者の関心を喚起できるよう、積極的に情報発信し、工業の魅力向上に努めます。

取組の名称	前期（年度）					後期	実施主体（役割）				
	R4	R5	R6	R7	R8	R9～13	事業者	産業関係団体	金融機関	町	国・都・広域
ホームページ、ECサイト、動画等作成の支援							◎	◎		◎	
町の工業力のPR・プロモーション（再掲）							○	◎		◎	
ファントム工場のPR（再掲）							◎	◎		◎	

4-2 みずほブランド等の充実

① みずほブランドにおける工業製品の充実

町内で生産・製造される食品、工芸品、農畜産物をみずほブランドとして認定し、町内外に広くPRする、みずほブランド事業について、工業製品、金属加工品などについても認定品としてブランド認定し、町の工業のPRおよび製造業者の販路拡大・受注拡大につなげます。

取組の名称	前期（年度）					後期	実施主体（役割）				
	R4	R5	R6	R7	R8	R9～13	事業者	産業関係団体	金融機関	町	国・都・広域
工業製品のみずほブランド認定品の充実							◎	◎		◎	

② ふるさと納税返礼品における工業製品の充実

ふるさと納税返礼品として、工業製品をより充実させ、高い技術力を持つ工業の集積地である瑞穂町をPRするとともに、製造業者の販路拡大・受注拡大につなげます。

取組の名称	前期（年度）					後期	実施主体（役割）				
	R4	R5	R6	R7	R8	R9～13	事業者	産業関係団体	金融機関	町	国・都・広域
工業製品のふるさと納税返礼品の充実							◎			◎	

4-3 マイスター制度によるプロモーションの展開

① マイスター制度の活用

事業者の高い技術力を評価し、称号を与えるマイスター制度を新たに創設します。これらの制度を活用し、町内外へ発信することで、高い技術力を有する町の工業力のPR、企業誘致、事業者の販路拡大などにつなげ、工業におけるブランド力の強化によりさらなる工業の発展を目指します。

取組の名称	前期（年度）					後期	実施主体（役割）				
	R4	R5	R6	R7	R8	R9～13	事業者	産業関係団体	金融機関	町	国・都・広域
マイスター制度の創設と活用							◎		◎	◎	

4-4 イベント等における工業のPR

① イベント等におけるPRの充実

町で実施する産業まつりや各種のイベント等の場において、各事業者の持つ高い技術力や工業製品をPRし、町の工業への理解促進および事業者の受注拡大につなげます。

取組の名称	前期（年度）					後期	実施主体（役割）				
	R4	R5	R6	R7	R8	R9～13	事業者	産業関係団体	金融機関	町	国・都・広域
イベント等での工業製品等のPR							◎	◎		◎	

第6章 計画の推進

1 計画の推進体制

人口減少・若者の転出超過等に伴う労働力人口の減少が顕著となるとともに、社会経済情勢の変化のスピードがますます加速し、新型コロナウイルス感染拡大の影響が懸念される中、内外の環境変化に柔軟かつ的確に対応し、地域経済の活性化を実現するためには、産業や工業振興に関わる各主体がそれぞれの役割を果たしつつ、連携を強化するとともに、各主体が持つさまざまな情報を積極的に発信・収集することが求められています。

本計画を着実に推進するためには、町と商工会等の産業支援機関のみならず、事業者、住民、教育機関等、地域金融機関、国・都や広域自治体等が連携し、各種施策を推進していく必要があります。

2 PDCAマネジメントの推進

本計画を効果的・効率的に推進していくため、商工業振興推進協議会との連携をはかり、毎年度、施策・取組の進捗状況や成果等を評価・検証し、必要に応じて改善・見直しを行います。

また、本計画の進捗管理や成果の検証に加えて、事業者や住民のニーズを把握し、関係機関・団体が連携しながら各施策や取組を検討し、着実に推進していくよう、町や商工会、関係機関等が連携しながら、工業振興に取り組んでいきます。

3 モニタリング指標

重点プロジェクトや各種の施策を展開することにより、将来像の達成をめざすとともに、以下のモニタリング指標について変動を注視しつつ、状況に応じた施策を検討していきます。

【目標（モニタリング指標）】

- 「製造品出荷額」
- 「付加価値額」
- 「町内事業所数（製造業）」

※モニタリング指標 町施策のみでは直接的に影響を及ぼしにくいいため、数値目標値とはしないが、現状値からの変動を注視しつつ、状況に応じた施策を検討するための指標