令 和 ８ 年 １０ 月 ３０ 日
総務委員会報告事項資料№３－２
経　　済　　課

第２次国分寺市地域産業活性化プラン
（素案）

令和９年３月

国分寺市

市長あいさつ

目　次

第１章　プランの目的と位置付け……1
　１．プランの背景……1
　２．プランの目的……1
　３．プランの位置付け……1
　４．プランの期間……2
第２章　国分寺産業を取り巻く環境……3
　１．物価高騰・賃上げの動向……3
　２．消費者行動の変化……4
　３．デジタルテクノロジーの進展……5
　４．働き方の変化、多様化の進展……6
第３章　国分寺産業の現況と課題……7
　１．国分寺産業の現況……7
　　（１）国分寺市の地域特性……7
　　（２）統計データからみる国分寺産業の現状……9
　　（３）アンケート調査結果からみる国分寺産業の現況……14
　２．これまでの地域産業活性化に向けた取組状況……32
　３．国分寺市の産業振興における課題……34
　　（１）ベッドタウン型経済への対応……34
　　（２）消費行動の変化への対応……34
　　（３）次代の地域経済を支える産業の振興……34
　　（４）社会情勢の変化等への対応……34
　　（５）卸売業、小売業、商店街における課題……34
　　（６）情報通信業、学術研究、専門・技術サービス業、工業の課題……35
　　（７）産業振興の推進体制における課題……35
第４章　地域産業活性化の方向性……36
　１．基本目標……36
　２．目指す姿……37
　３．基本目標の実現に向けた重点課題と基本施策……38
　４．施策・事業への取組姿勢……39
第５章　施策と取組……40
　１．施策体系……40
　２．基本施策……42
第６章　プランの推進……52
　１．実施体制……52
　２．実施事業の評価……52
資料編……53
　国分寺市地域産業活性化プラン策定検討委員会設置要綱……54
　国分寺市地域産業活性化プラン策定検討委員会……55
　国分寺市地域産業活性化プラン策定経過……56

用語集..... 60

第１章　プランの目的と位置付け

１．プランの背景

国分寺市では、平成 15 年３月に「国分寺市魅力ある商業振興プラン」を策定し、平成 25 年３月には同プランの実施計画を改定しました。その後、産業を取り巻く社会環境の変化を踏まえ、商業を核としつつ、農業、工業、観光等との連携を強化し、その相互作用によって地域産業の活性化を図ることを目指して、「国分寺市地域産業活性化プラン」（以下「前プラン」といいます。）を平成 29 年３月に策定しました。令和３年度には、取組の進捗状況や社会経済情勢の変化等を踏まえ、見直しを行っています。

前プランは、「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」ことを長期目標に掲げ、「国分寺らしさ」の協創、地元を楽しむ買い物の促進、まちづくりと連動した買い物環境の向上など６つの方向性の下、施策を推進してきました。また、平成 29 年の策定以降、「こくベジプロジェクト」や「国分寺お店大賞」をはじめとする各種の取組・イベントを通じて、事業者の魅力向上や市内消費の喚起を図ってきました。

一方で我が国では人口減少・少子高齢化の進行に伴う担い手不足、働き方に関する価値観の変化、インターネット通販の普及等による消費行動の変化、先端技術の急速な発展、インフレ・金利のある時代への移行など、産業を取り巻く環境が急速に変化しており、事業者等においては、こうした変化への対応が重要となっています。

国分寺市では、社会経済情勢の変化に的確に対応するとともに、これまで培ってきた地域資源や事業者、関係団体等の取組を生かしながら、市内産業を将来にわたって持続・発展させていくため、新たな視点から地域産業の振興に取り組んでいく必要性が高まっています。

２．プランの目的

「第２次国分寺市地域産業活性化プラン」（以下「本プラン」といいます。）は、前プランに基づくこれまでの取組の成果と課題を踏まえ、社会経済情勢や市内産業を取り巻く環境の変化に対応しながら、市内産業及び地域経済の持続的な発展を実現するための基本的な方向性を新たに示し、その実現に向けた施策を総合的かつ計画的に推進することを目的とします。

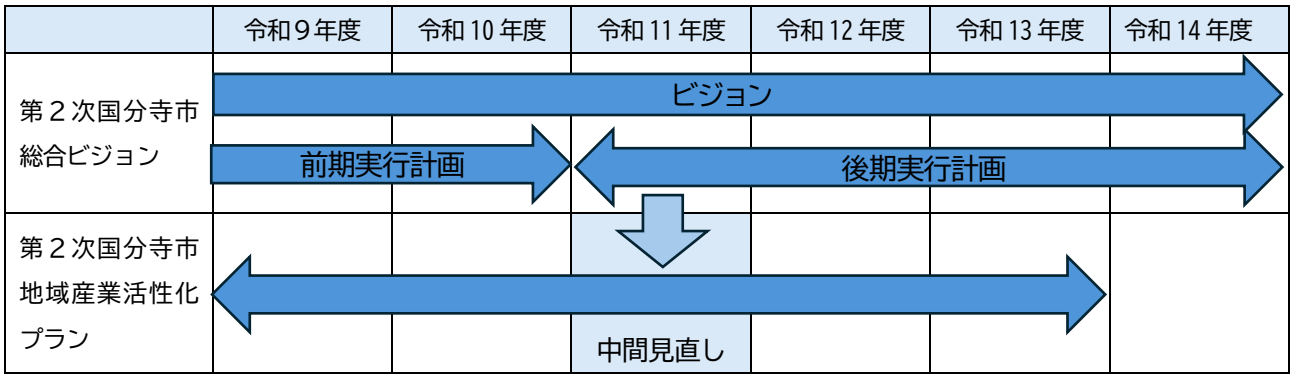
３．プランの位置付け

本プランは、令和７年度を始期とした「第２次国分寺市総合ビジョン」を上位計画とし、市内産業を取り巻く環境や状況の変化を踏まえ、国分寺市の関連する個別計画や方針、関連施策との連携・整合性を図り、効果的に施策を推進するものです。

４．プランの期間

本プランは、上位計画である「第２次国分寺市総合ビジョン」の下で推進していくため、その計画期間に合わせて、令和９年度から令和 13 年度までの５年間を計画期間とします。

なお計画期間中も、まちづくりの進捗や社会・経済状況の変化によって地域産業を取り巻く状況は変化していくことが見込まれます。そのため、令和 11 年度には計画期間前半における施策・取組の実施状況を検証し、成果と課題を把握するとともに、経済情勢や国・東京都の動向を踏まえて中間見直しを行います。その結果は、令和 12 年度以降の計画期間後半における施策・取組に反映します。



第２章　国分寺産業を取り巻く環境

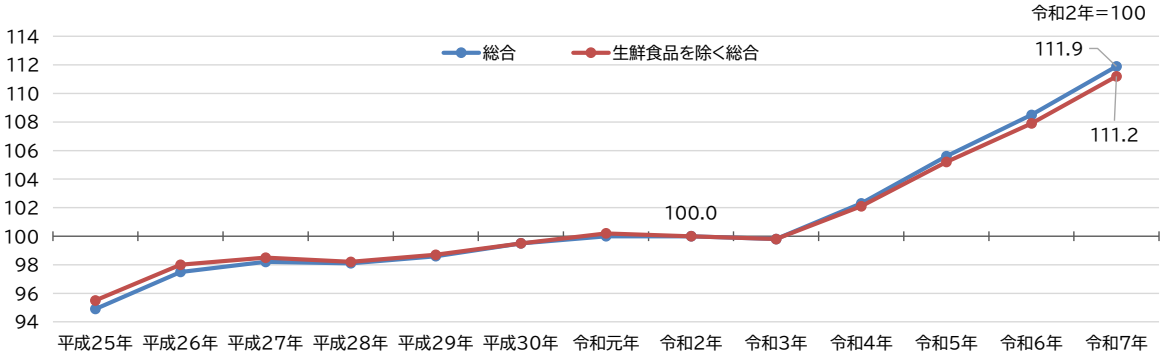
１．物価高騰・賃上げの動向

近年、原材料価格やエネルギー価格の高騰などを背景とした物価上昇が続いており、消費者の生活や事業者の経営に多大な影響を及ぼしています。

総務省「消費者物価指数」によると、令和７年平均の全国消費者物価指数（生鮮食品を除く総合）は、令和２年を 100 として 111.2、前年比で 3.1%の上昇となっており、物価上昇が継続しています。

物価高騰を背景に、消費者の節約志向が高まり、購入量の抑制や買い控え、より低価格な商品や購入先を選択するなど、消費行動が変化しています。こうした変化は、事業者の来店客数や客単価、売上等に影響を及ぼす要因となっています。

全国消費者物価指数の推移

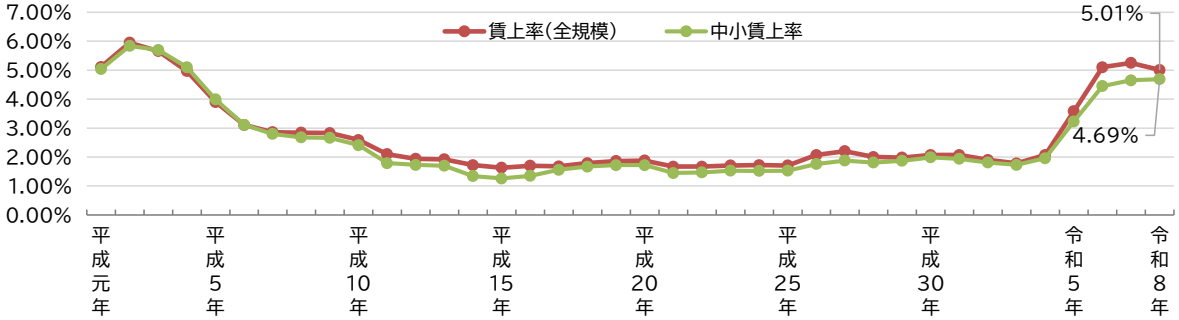


出典：総務省「2020 年基準　消費者物価指数 全国 2025 年（令和７年）平均（2026 年１月 23 日公表）」

一方、雇用・賃金面では、令和８年の春季労使交渉における賃上げ率は 5.01％となり、３年連続で５％を超えています。また、東京都の最低賃金も令和８年度の改正で前年度から 54 円上昇して時給 1,280 円となり、全国で最も高い水準が続いています。賃金上昇は、働く人の所得向上につながる一方、事業者にとっては人件費の増加要因ともなっています。

原材料費やエネルギー費、人件費等の上昇分を販売価格に十分に転嫁できない中小事業者も多く、物価上昇と賃上げの動きが事業者の収益を圧迫する構造的な課題が生じています。中小企業庁の「価格交渉促進月間フォローアップ調査」によると、コスト上昇分に対する価格転嫁率は全体でおおむね５割程度にとどまっており、取引段階が下流に位置する事業者ほど転嫁が進みにくい傾向がみられます。市内事業者の多くを占める小規模事業者にとっても、こうしたコスト上昇分を価格に反映しきれない状況が、収益確保の面で大きな影響を与えています。

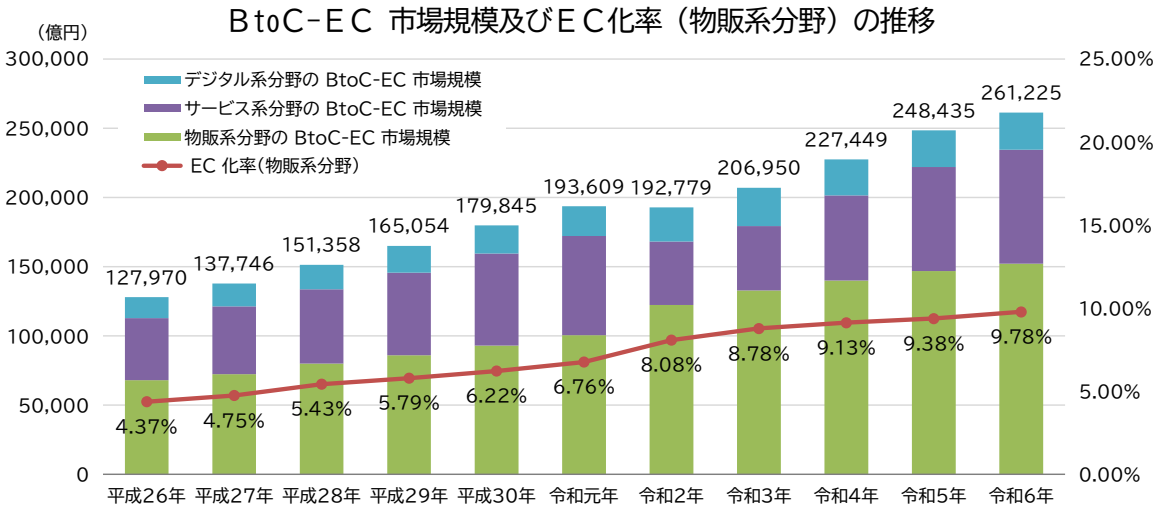
春季労使交渉による賃上げ率の推移



出典：中小企業庁「2026 年版　中小企業白書」、
日本労働組合総連合会「2026 春季生活闘争第７回（最終）回答集計」（令和８年７月１日集計・７月３日公表）

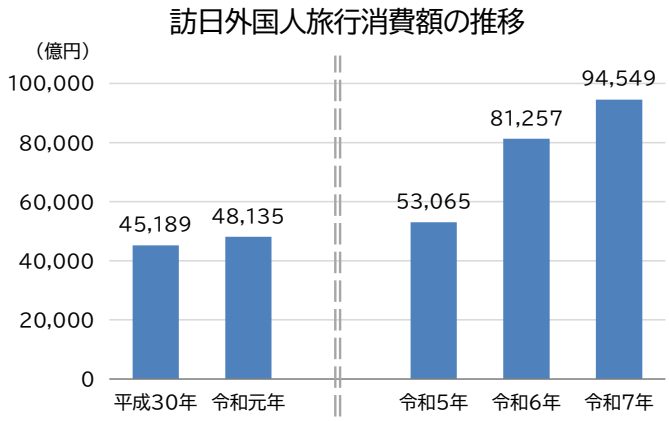
２．消費者行動の変化

インターネット通販の普及により、消費者の購買行動は大きく変化しています。経済産業省「電子商取引に関する市場調査」によると、令和６年度の消費者向け電子商取引（ＢtoＣ－ＥＣ）市場規模は 26 兆 1,225 億円（前年比 5.1%増）、物販系分野のＥＣ化率は 9.78%（前年比 0.40 ポイント上昇）となっており、電子商取引の市場は拡大を続けています。また、消費者の価値観や消費のあり方も多様化しており、商品の所有に価値を置く「モノ消費」に加えて、体験やサービスに価値を置く「コト消費」、その場・その時でしか得られない体験を重視する「トキ消費」、さらに、環境や社会への貢献、地域への応援など、商品・サービスが持つ社会的・文化的な意味や価値に共感して選択する「イミ消費」への関心も高まっています。こうした変化により、実店舗を中心とする地域の小売業・サービス業にとっては、インターネット通販との競合に対応するだけでなく、実店舗ならではの商品・サービスや体験価値を提供するとともに、地域性やストーリー、社会的価値などを伝え、消費者の共感や支持につなげていくことが求められています。



出典：経済産業省「令和６年度 電子商取引に関する市場調査 報告書」

さらに、観光庁の発表によると、令和７年の訪日外国人旅行消費額は９兆 4,549 億円（前年比 16.4%増）と過去最高を更新しており、国内居住者に加え、国内外からの来訪者による消費を取り込むことも、地域の商業・サービス業にとって重要になっています。



出典：国土交通省 観光庁「訪日外国人の消費動向」各年 年次報告書より加工

※令和２～４年は、新型コロナウイルス感染症の影響により、調査の中止や調査実施空港の変更があったため経年比較を行わない。

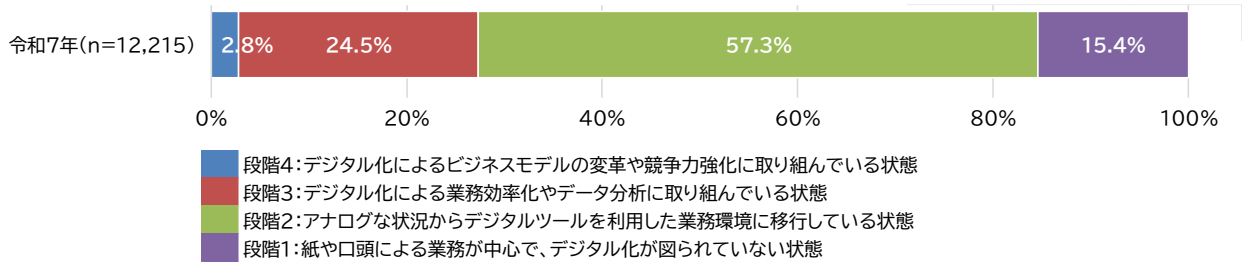
３．デジタルテクノロジーの進展

ＡＩ、なかでも生成ＡＩをはじめとするデジタル技術は急速に進展しており、中小企業においてもデジタル化への対応が課題となっています。中小企業庁「中小企業白書（2026 年版）」によると、デジタル化に取り組めていない中小企業の割合は 15.4%で、８割以上の企業が何らかのデジタル技術を導入している一方、中小企業のソフトウェアへの投資割合は 7.9%にとどまり、大企業（12.9%）の約６割の水準にあります。また、ＤＸを推進する人材が不足していると回答した企業は 85.1%にのぼり、人材面の課題が浮き彫りになっています。

生成ＡＩについても、企業における活用が広がっています。総務省「情報通信白書令和７年版」によると、日本企業のうち、何らかの業務で生成ＡＩを利用している割合は 55.2%となっています。

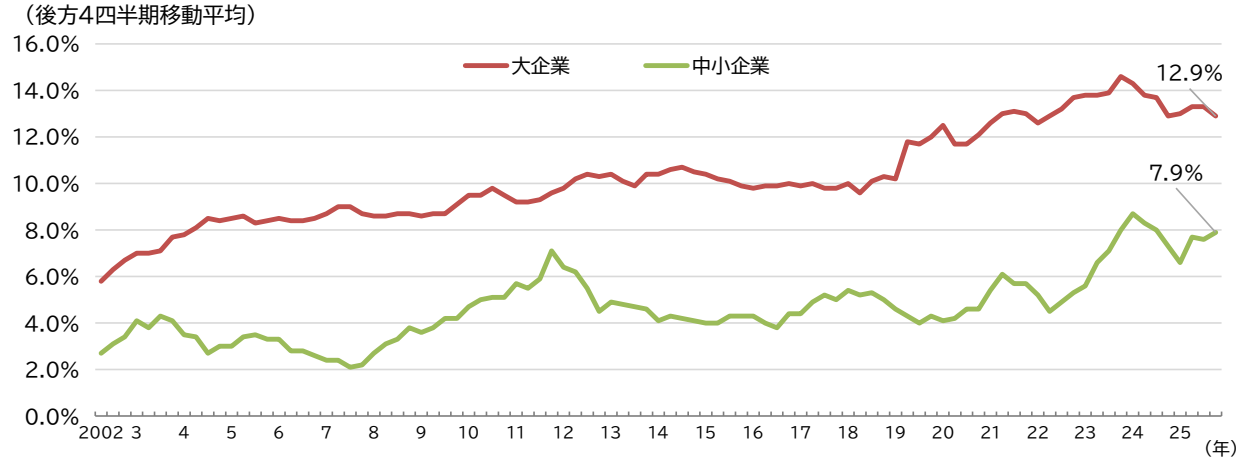
こうした状況を踏まえ、生成ＡＩをはじめとする新しいデジタル技術を事業活動に取り入れ、生産性向上や販路開拓等につなげていくことが重要となっています。

デジタル化の取組段階



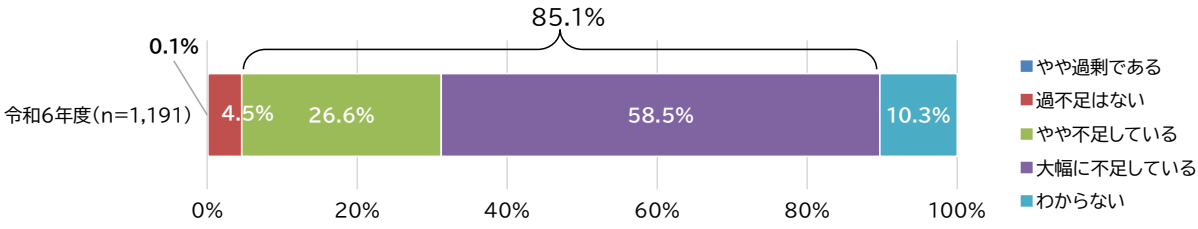
出典：中小企業庁「2026 年版　中小企業白書」

ソフトウェア投資比率の推移（企業規模別）



出典：中小企業庁「2026 年版　中小企業白書」

ＤＸを推進する人材の「量」の確保状況

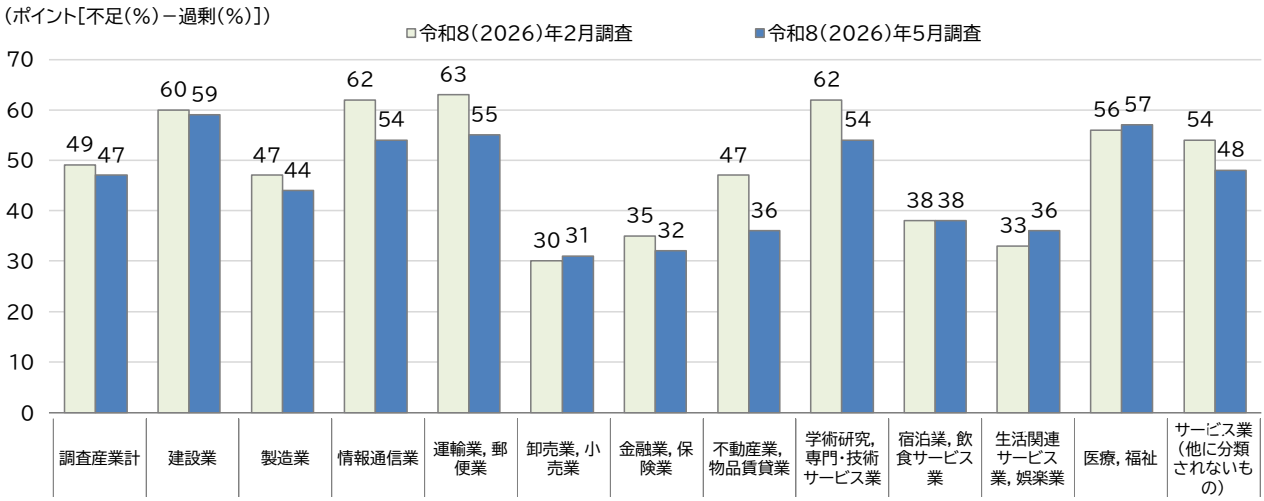


出典：独立行政法人情報処理推進機構（ＩＰＡ）「ＤＸ動向 2025」

４．働き方の変化、多様化の進展

労働力人口の減少などを背景に、多くの産業で人手不足感が高い状況が続いています。厚生労働省「労働経済動向調査」（令和８年５月）によると、正社員等労働者の過不足判断Ｄ．Ｉ．は調査産業計で＋47 ポイントの不足超過となっており、正社員等が「不足」とする事業所は 49%を占めています。産業別では、建設業、医療・福祉、運輸業・郵便業等で特に人手不足感が高くなっています。

産業別正社員等労働者過不足判断Ｄ．Ｉ．

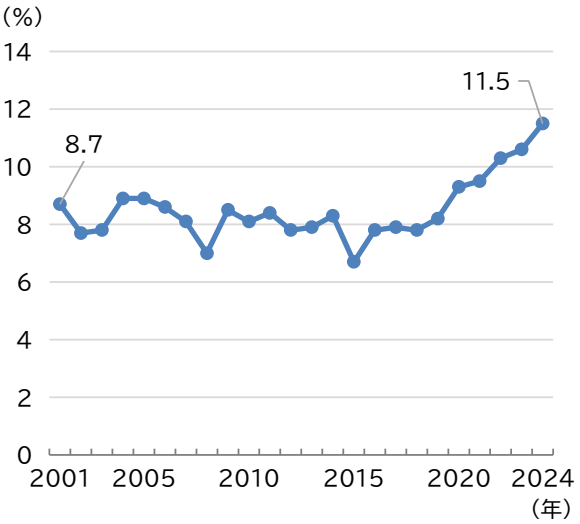


注）無回答を除いて集計している。
「2月調査」は2月１日現在、「5月調査」は5月１日現在の状況である。

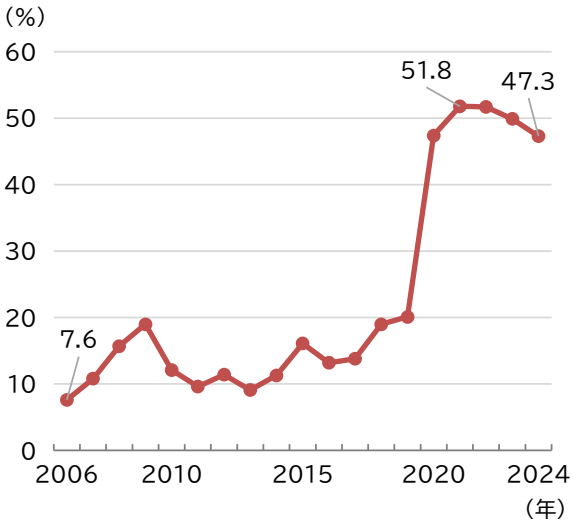
出典：厚生労働省「労働経済動向調査」（令和８年５月）

一方、企業と労働者の関係や働く人の意識も変化し、働き方の多様化が進んでいます。厚生労働省「令和７年版 労働経済の分析」によると、転職市場が拡大するとともに、フレックスタイム制やテレワーク、多様な正社員制度など、働く時間や場所等を柔軟に選択できる働き方が広がっています。また、労働者の意識も、仕事と余暇のバランスや働きやすさを重視する方向へ変化しています。こうした中、企業には、賃金等の処遇改善に加え、労働者の意識やライフイベントに応じた柔軟な働き方を可能とする職場環境を整備し、人材の確保・定着につなげていくことが必要です。

フレックスタイム制適用労働者の割合



テレワークを導入している企業の割合



出典：厚生労働省「令和７年版　労働経済の分析」

第３章　国分寺産業の現況と課題

１．国分寺産業の現況

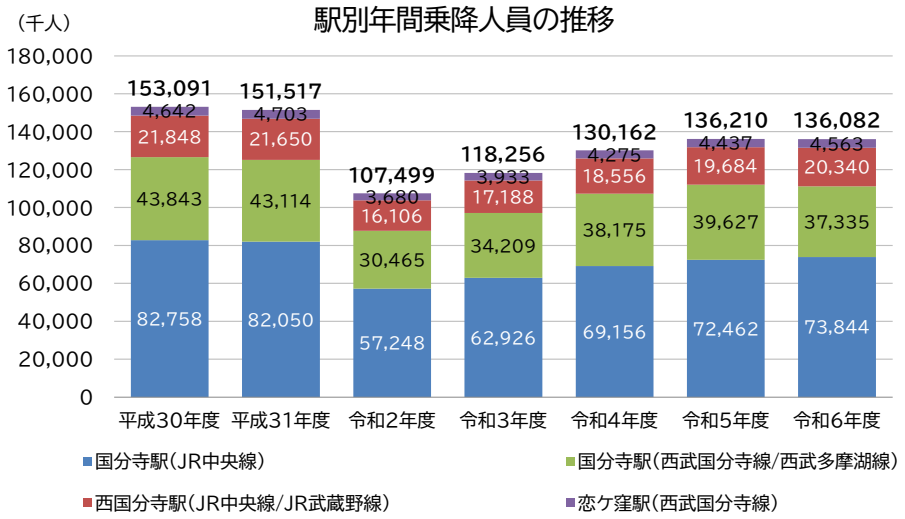
（１）国分寺市の地域特性

①交通・アクセス

国分寺市は、ＪＲ中央線が東西に走るほか、ＪＲ武蔵野線、西武国分寺線・多摩湖線が南北に走っており、市内の３駅のうち２駅がターミナル駅となるなど、多摩地域における交通の結節点に位置しています。都心方面へのアクセスも良好であり、ＪＲ中央線沿線には新宿、立川、吉祥寺といった大規模な商業エリアが立地しています。

②鉄道駅の乗降客数

市内には、国分寺駅、西国分寺駅、恋ヶ窪駅の３駅があります。令和６年度の年間乗降人員は、鉄道会社別・駅別にみると国分寺駅（ＪＲ中央線）が 73,844 千人と最も多く、市内鉄道駅の合計は 136,082 千人となっています。令和２年度は新型コロナウイルス感染症の影響により全ての駅で乗降客数が減少し、その後回復基調にあるものの、令和元年度以前の水準までは回復していません。



出典：東京都「東京都統計年鑑」（平成 30・31 年、令和２・３・４・５・６年）

※ＪＲ線は各駅の乗車人員のみの公表ため、ＪＲ線の乗降人員は乗車人員を２倍して推計

③地域産業を支える大学・産業支援機関

市内には東京経済大学が立地し、「東京経済大学・国分寺地域連携推進協議会」を通じて、インターンシップの受け入れや市民大学講座の共催、商店会と連携した授業への実務家講師の派遣など、地域産業との連携を継続的に行っています。

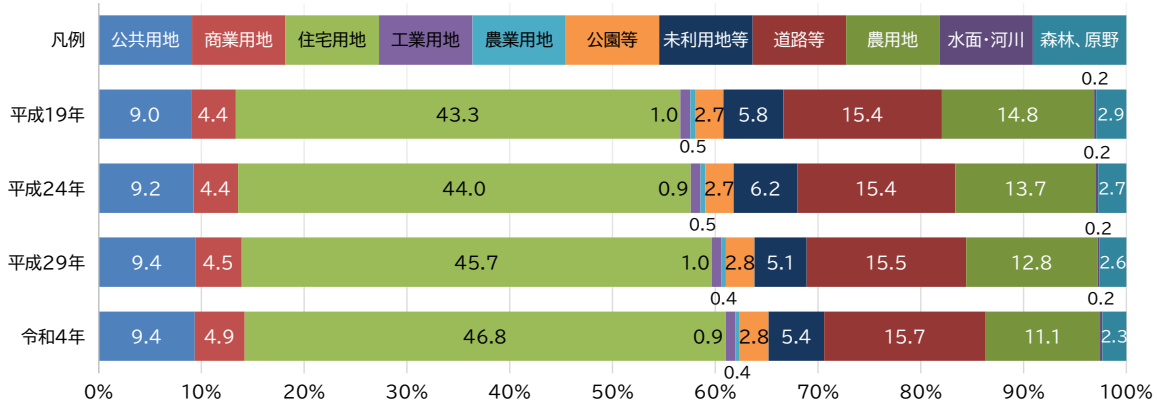
また、東京経済大学の教員や研究室、学生等と連携した事業も実施しています。「国分寺お店大賞事業」では、学生がスタンプラリー等の投票促進イベントの企画・運営や、ＳＮＳを活用した受賞店舗の広報・情報発信に取り組んでいます。さらに、「こくめし事業」では、東京経済大学の学生と市商工会が連携し、「国分寺で食べたくなる飯」をコンセプトに、市内飲食店が共通のテーマに基づく期間限定の創作料理を提供するイベントを実施し、学生がプレゼンテーションやＳＮＳ等を活用した広報に取り組んでいます。

④土地利用状況

国分寺市の土地利用は住宅用地の比率が高く、令和４年では 46.8%を占めています。また、農用地は住宅用地、道路等に次いで３番目に比率が高く 11.1%となっています。平成 19 年からの推移をみると、住宅用地は増加傾向にあり、農用地は減少が続いています。

一方で、土地利用比率における農用地の比率をみると、国分寺市は隣接市（立川市・府中市・小金井市・小平市・国立市）の中で最も高い水準となっています。

土地利用区分別面積比率の推移



出典：東京都「土地利用現況調査」（平成 19・24・29 年、令和４年）

土地利用比率における農用地比率の隣接市との比較

順位	市	農用地の比率
1	国分寺市	11.1%
2	立川市	9.9%
3	小平市	8.2%
4	国立市	6.6%
5	小金井市	5.4%
6	府中市	4.2%
参考	多摩都市部※全域	5.9%

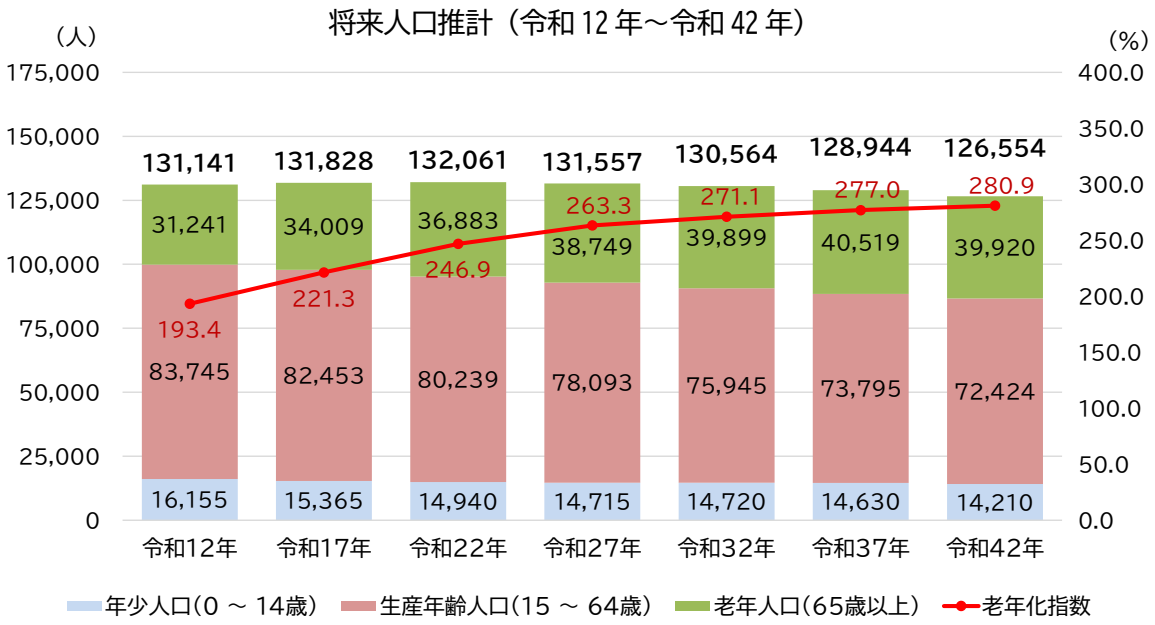
出典：東京都「土地利用現況調査」（令和４年）

※多摩都市部：奥多摩町、檜原村を除く 26 市２町

（２）統計データからみる国分寺産業の現状

①人口推計　～今後の生産年齢人口減少が予測される～

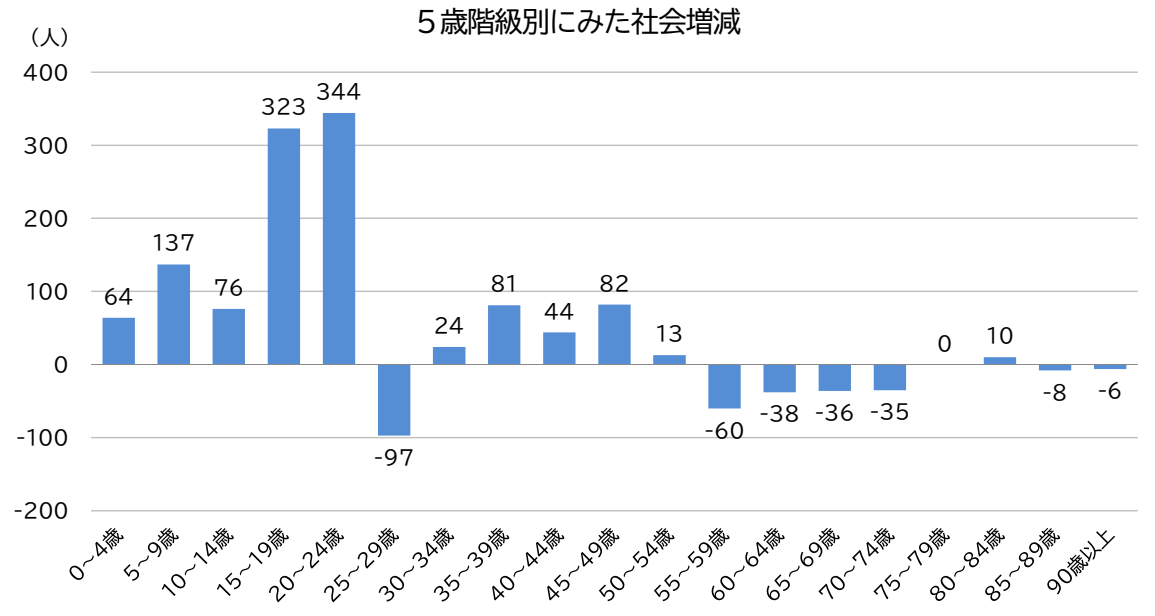
国分寺市の人口は増加傾向が続いており、令和７年の総人口は 129,500 人です。将来的にも増加が見込まれるものの、令和 22 年をピークに減少に転じることが予測されています。老年人口は増加傾向にあり、令和 12 年以降は老年化指数（年少人口に対する老年人口の比率）が上昇するなど、少子高齢化の進行と生産年齢人口の減少が見込まれています。



出典：「国分寺市人口ビジョン（第３版）」各年４月１日時点

②年齢別社会増減　～就職期の若い年代が流出～

国分寺市の人口について、５歳階級別にみた社会増減をみると、15～24 歳の若い世代では転入が転出を上回っている一方、25～29 歳の若年就職世代では転出が転入を上回っています。また、55～74 歳の層でも転出が超過しています。

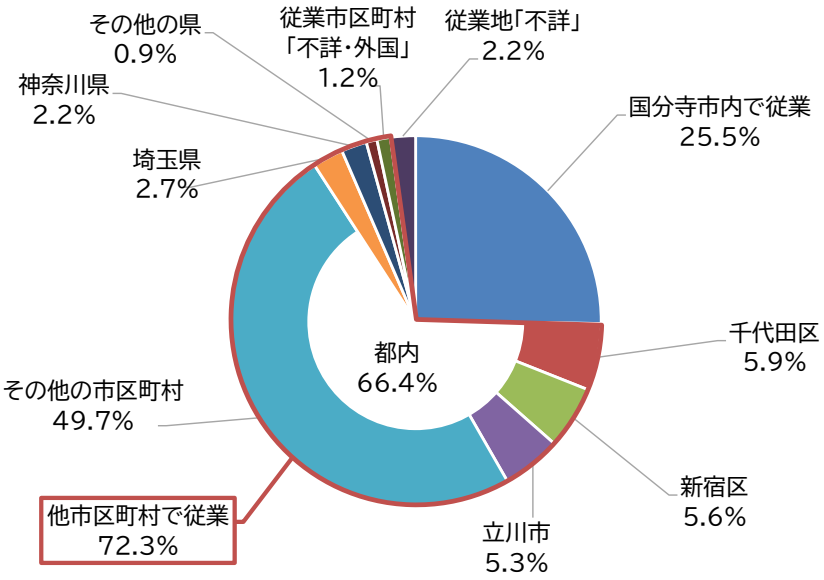


出典：総務省「住民基本台帳人口移動報告」（令和６年）

③市内・市外従業者比率、昼夜間人口比率　～所得を市外で稼ぎ、市内で消費されにくい構造～

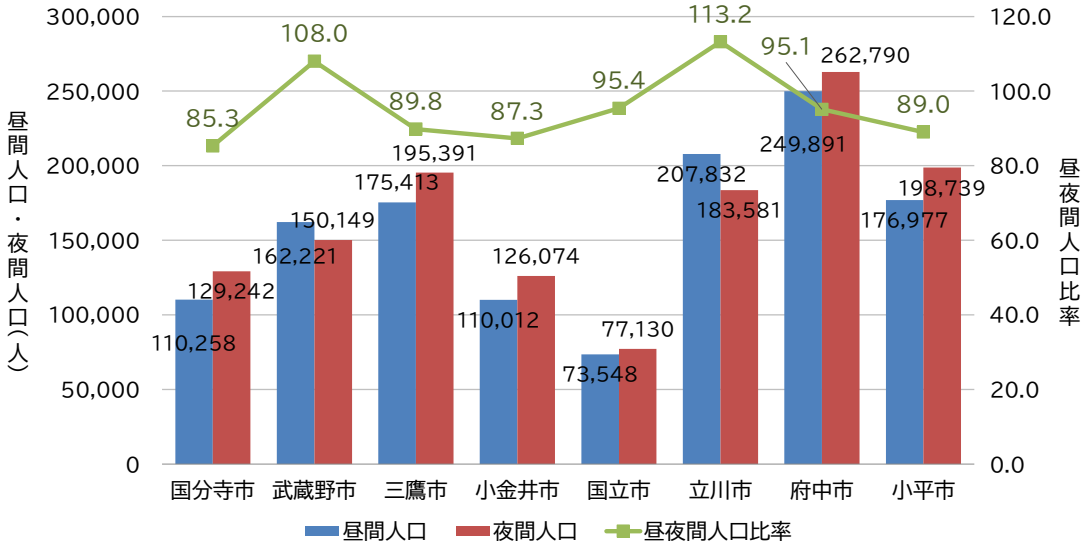
国分寺市に常住する 15 歳以上の就業者のうち、市内で従業しているのは 25.5%にとどまり、72.3%が市外で従業しています。昼夜間人口比率は 85.3%で、近隣自治体の中でも低い水準にあります。

国分寺市に常住する 15 歳以上就業者の従業地



出典：総務省統計局「国勢調査」（令和２年）

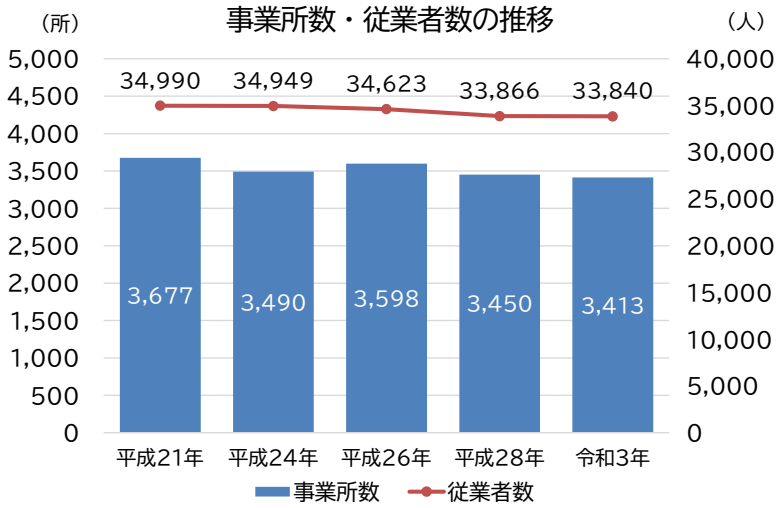
近隣自治体の昼夜間人口・昼夜間人口比率



出典：東京都「東京都の昼間人口」（令和２年）

④事業所数・従業者数の推移　～事業所数・従業者数ともに減少傾向～

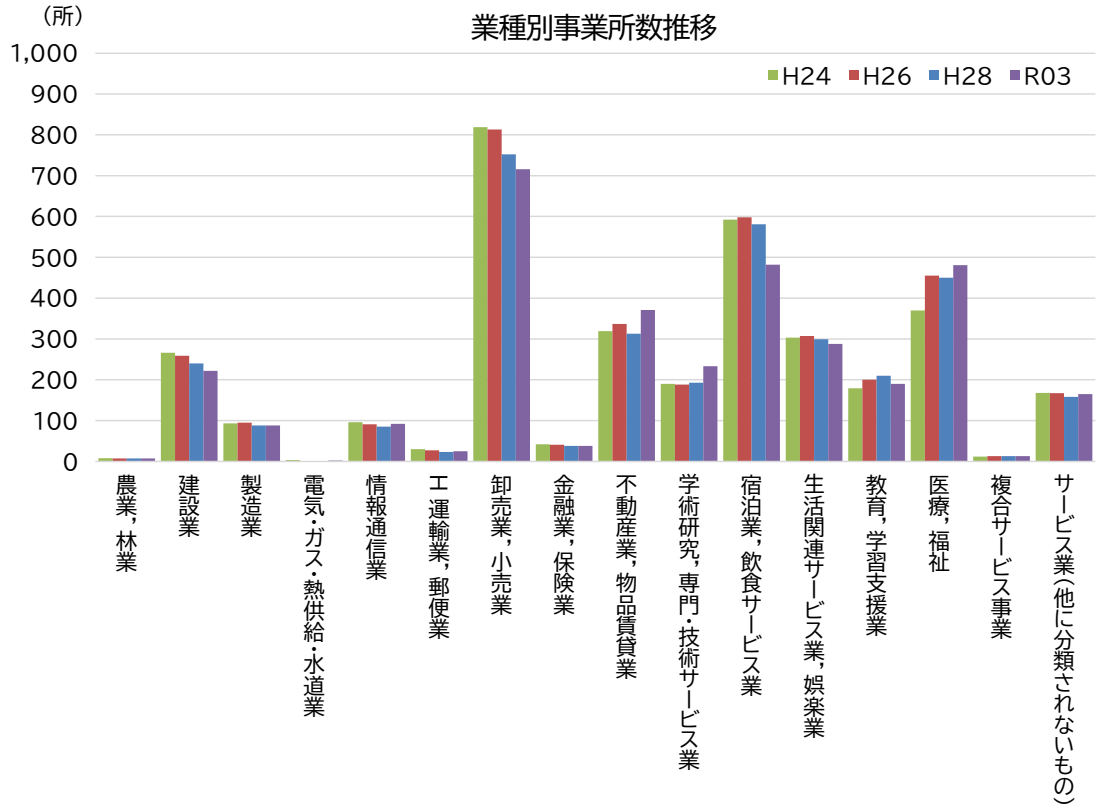
国分寺市の事業所数は、平成 21 年の 3,677 所から令和３年には 3,413 所へ、従業者数は 34,990 人から 33,840 人へと、全国と同様に減少傾向にあります。



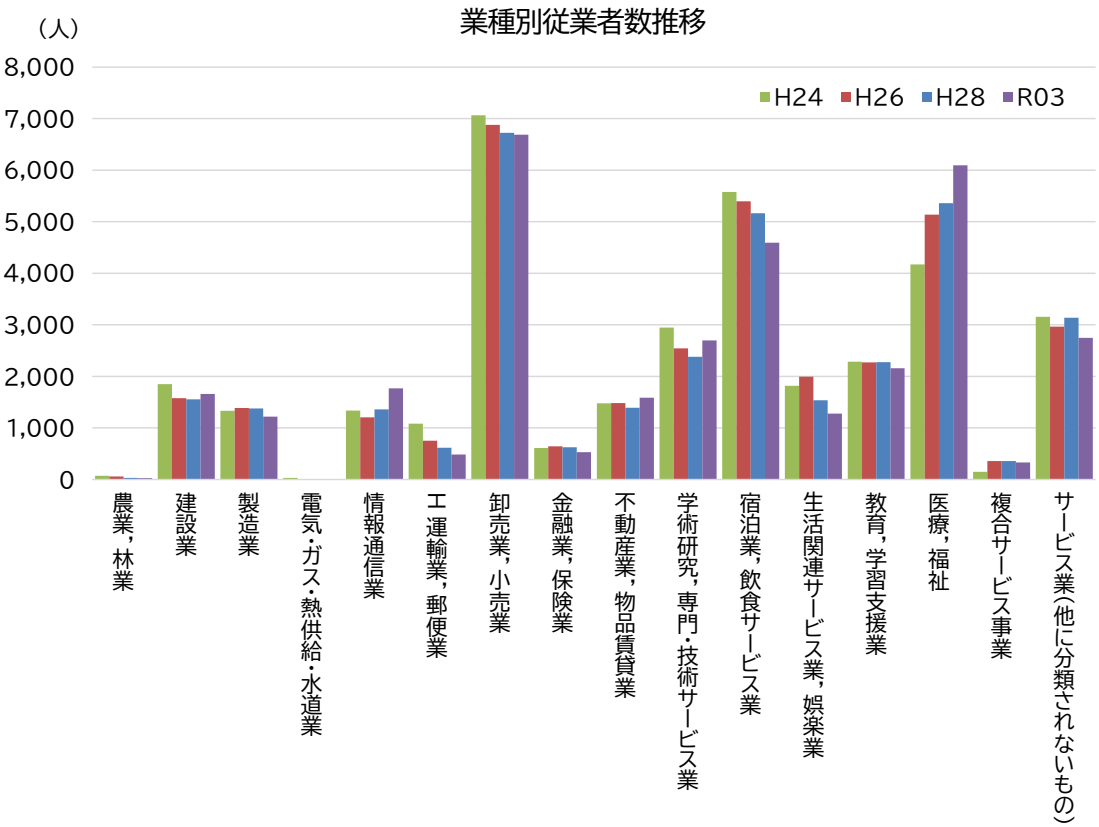
出典：総務省・経済産業省「平成 21 年・26 年経済センサス－基礎調査」「平成 24 年・28 年・令和３年経済センサス－活動調査」

⑤産業構造の変化　～生活密着型サービス業に加え、知識集約型産業が集積～

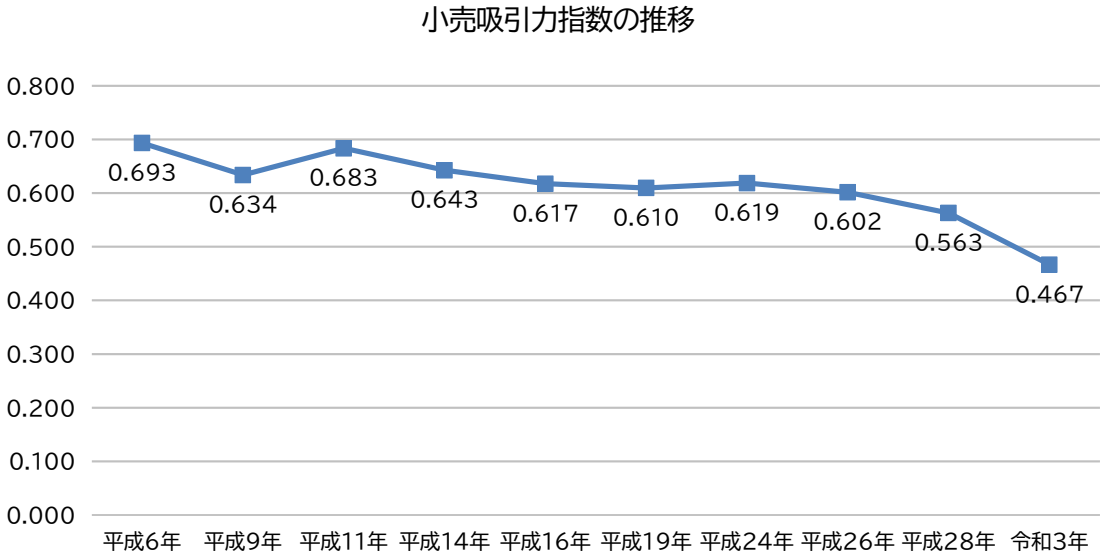
業種別にみると、事業所数・従業者数ともに「卸売業、小売業」「宿泊業、飲食サービス業」「医療、福祉」等の生活密着型サービス業が中心となっています。「学術研究、専門・技術サービス業」「医療、福祉」等は事業所数の増加がみられる一方、「卸売業、小売業」「宿泊業、飲食サービス業」は事業所数、従業者数ともに減少傾向にあり、市域の商業の誘客力を示す小売吸引力指数も、平成６年の 0.693 から令和３年には 0.467 まで低下し、0.5 を下回る水準となっています。



出典：総務省・経済産業省「平成 26 年経済センサス－基礎調査」「平成 24 年・28 年・令和３年経済センサス－活動調査」



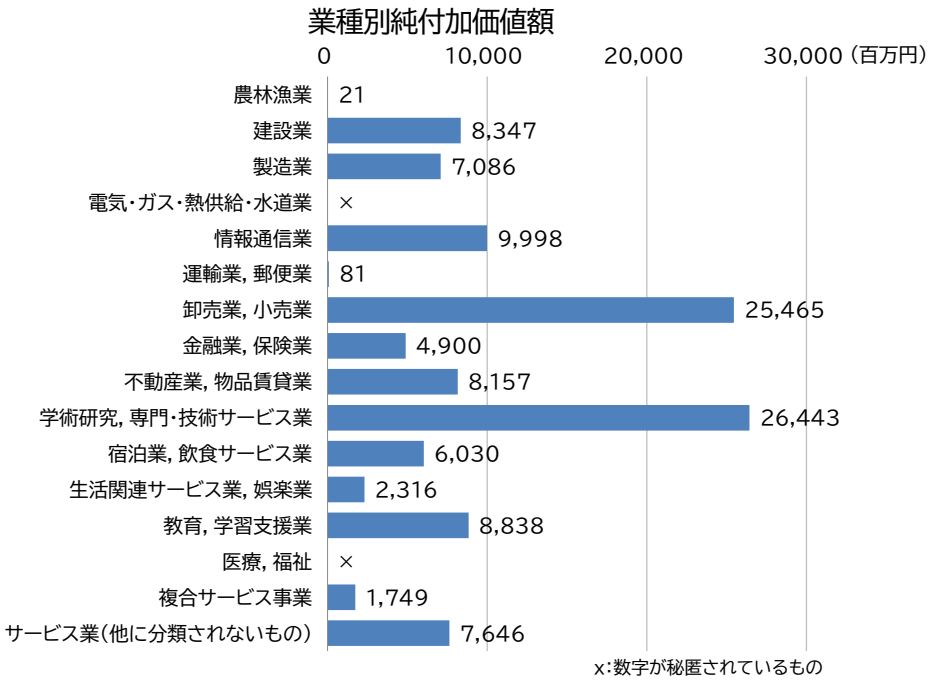
出典：総務省・経済産業省「平成 26 年経済センサス－基礎調査」「平成 24 年・28 年・令和３年経済センサス－活動調査」



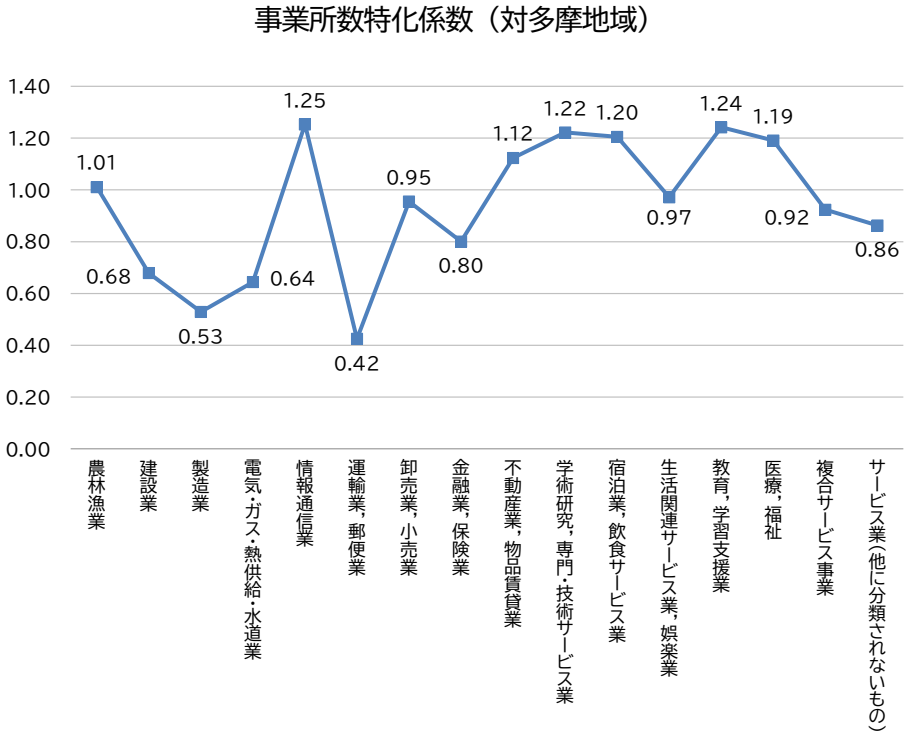
出典：経済産業省「商業統計」（平成６年・９年・11 年・14 年・16 年・19 年・26 年）、
総務省統計局「平成 24 年・28 年・令和３年経済センサス-活動調査」、東京都「住民基本台帳」（各年１月１日現在）

※小売吸引力指数とは：東京都の一人当たりの年間小売販売額に対する市域の一人当たり年間小売販売額の比率で、市域の商業の誘客力を示す。1.0 より小さければ他地域へ買物客が流出している状態。

一方、「学術研究、専門・技術サービス業」は大手事業者の市内立地もあり、業種別純付加価値額が 264 億 4,300 万円と最も高い水準にあります。多摩地域（多摩 26 市）と比較した事業所数の特化係数をみても、「情報通信業」が 1.25 と最も高く、「学術研究、専門・技術サービス業」も高水準にあることから、国分寺市は生活密着型産業に加え、知識集約型産業の集積という特性を持つといえます。



出典：経済産業省「令和３年経済センサス - 活動調査」



出典：経済産業省「令和３年経済センサス - 活動調査」

※特化係数とは：国分寺市の産業別構成比を多摩地域もしくは東京都の平均的な構成比と比較することで、国分寺市がどの産業に特化しているのかを示す指標

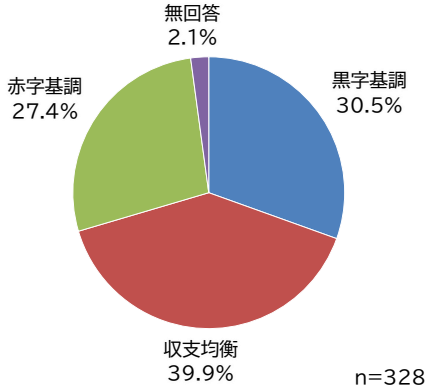
（３）アンケート調査結果からみる国分寺産業の現況

１）市内事業者の概況（事業者アンケート調査）

①経営状況

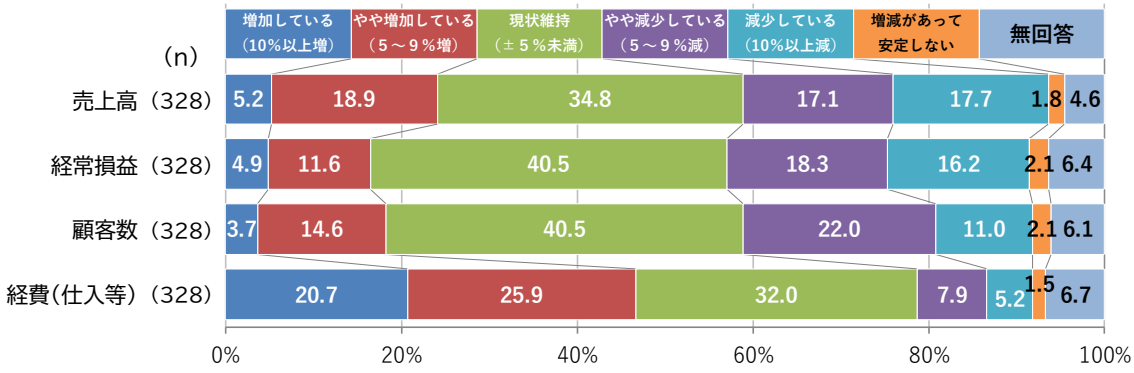
市内事業者の経営状況は、「収支均衡」が 39.9%、「黒字基調」が 30.5%で、「赤字基調」が 27.4%と、「赤字基調」は約３割弱にとどまっているものの、過去３年間の変化をみると、売上高、経常損益、顧客数のいずれも、「やや減少している」と「減少している」を合わせた『減少』が、「やや増加している」と「増加している」を合わせた『増加』を上回っており、厳しい経営環境がうかがえます。経費面では、原材料価格・仕入価格の高騰などを背景に「経費(仕入等)」が『増加』と回答した事業者が多く、価格転嫁が「あまりできていない」「まったくできていない」を合わせた『できていない』事業者が約半数にのぼるなど、物価高騰による経費増が収益を圧迫しています。

現在の経営状況



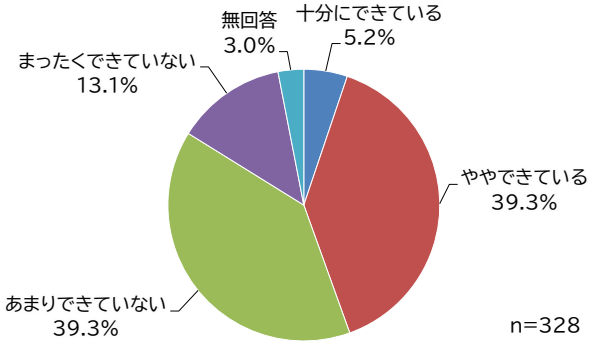
出典：国分寺市「事業者アンケート調査」（令和７年）

（過去３年間と現在を比較した）売上高・経常損益・顧客数・経費（仕入等）



出典：国分寺市「事業者アンケート調査」（令和７年）

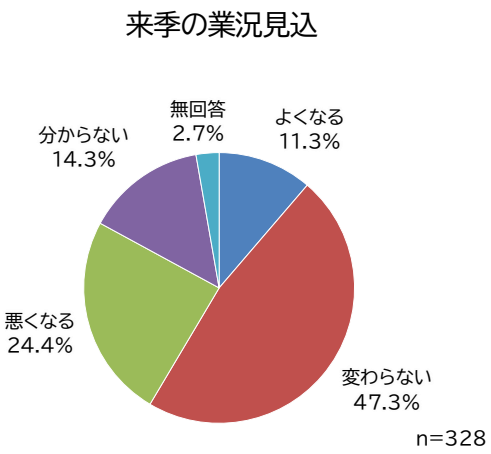
価格転嫁

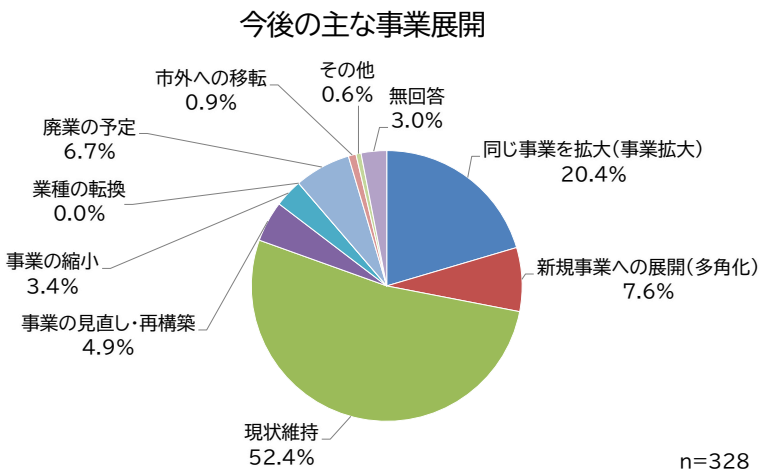


出典：国分寺市「事業者アンケート調査」（令和７年）

②将来の見通し

来季の業況見込みは、「変わらない」が47.3%と最も多く、「悪くなる」(24.4%)が「よくなる」(11.3%)を上回るなど、将来見通しは慎重、又は悲観的な事業者が多くなっています。一方で、今後の事業の展開をみると、半数強が「現状維持」ですが、「同じ事業を拡大（事業拡大)」(20.4%）と「新規事業への展開（多角化)」(7.6%)と合わせた３割弱の事業者は事業革新を志向しており、環境変化への対応を模索する動きもみられます。



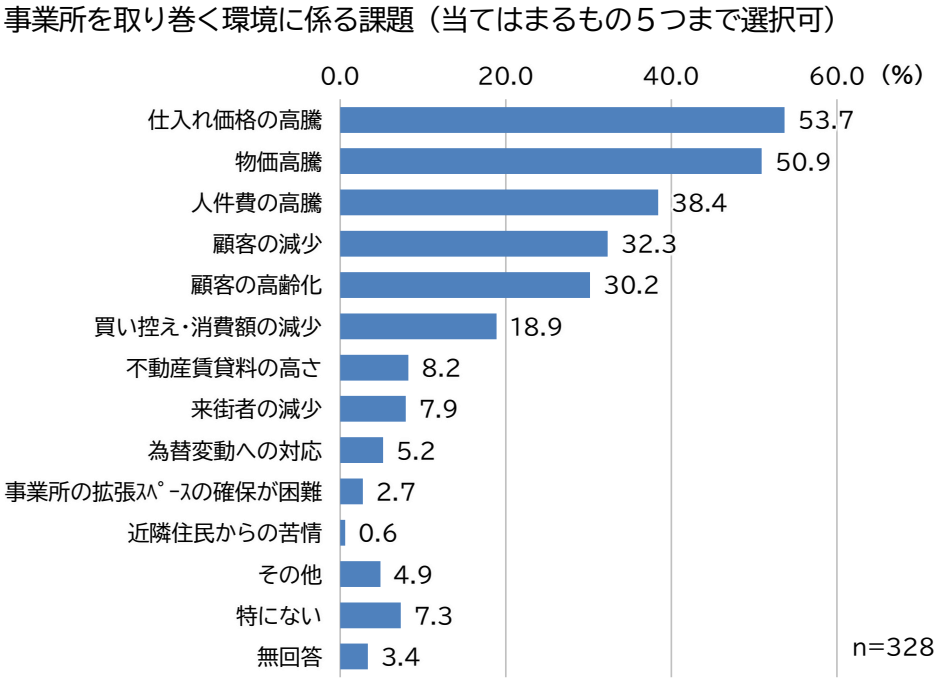


出典：国分寺市「事業者アンケート調査」（令和７年）

２）市内事業者における事業課題（事業者アンケート調査）

①事業所を取り巻く環境に係る課題

事業所を取り巻く環境課題は、「仕入れ価格の高騰」(53.7%)、「物価高騰」(50.9%）の順で高く、ともに半数以上が回答しています。次いで、「人件費の高騰」(38.4%）が高くなっており、事業コストの高騰への対応が大きな課題となっています。



出典：国分寺市「事業者アンケート調査」（令和７年）

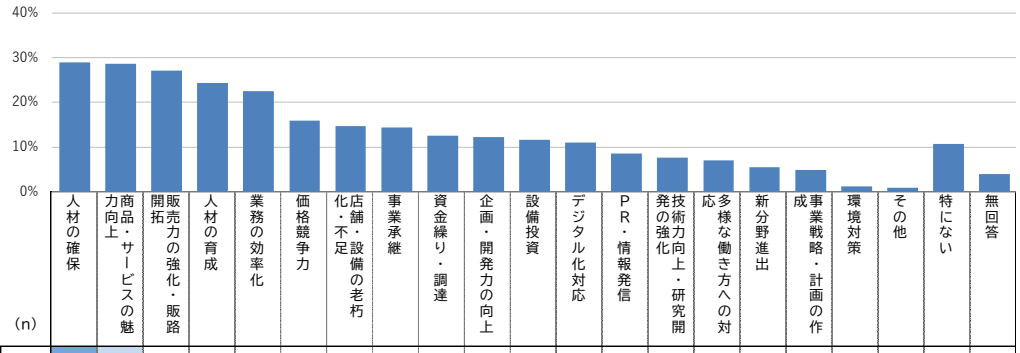
②事業を推進する上での課題

事業を推進する上で事業所が抱える課題をみると、「人材の確保」（29.0%）が最も多く、「商品・サービスの魅力向上」（28.7%）、「販売力の強化・販路開拓」（27.1%）、「人材の育成」（24.4%）、「業務の効率化」（22.6%）の順で続いています。

業種分類別※にみると、「商業」では「販売力の強化・販路開拓」が最も多く「宿泊業、飲食サービス業」、「生活関連サービス業、娯楽業」、「不動産業、物品賃貸業」では「商品・サービスの魅力向上」が最も多くなっています。一方、「知識・情報サービス産業」、「工業」では「人材の確保」の回答が最も多くなっています。

経営状況別にみると、「黒字基調」では「人材の確保」（44.0%）、「人材の育成」（35.0%）が、「赤字基調」では「販売力の強化・販路開拓」（34.4%）、「商品・サービスの魅力向上」（33.3%）が主な課題となっています。

事業推進課題（業種分類別・経営状況別）



		(n)	人材の確保	商品・サービスの魅力向上	販売力の強化・販路開拓	人材の育成	業務の効率化	価格競争力	店舗・設備の老朽化・不足	事業承継	資金繰り・調達	企画・開発力の向上	設備投資	デジタル化対応	PR・情報発信	技術力向上・研究開発の強化	多様な働き方への対応	新分野進出	事業戦略・計画の作成	環境対策	その他	特にない	無回答
全体		(328)	29.0	28.7	27.1	24.4	22.6	15.9	14.6	14.3	12.5	12.2	11.6	11.0	8.5	7.6	7.0	5.5	4.9	1.2	0.9	10.7	4.0
業種分類別	商業	(84)	26.2	35.7	45.2	27.4	23.8	23.8	11.9	7.1	9.5	16.7	6.0	10.7	9.5	0.0	3.6	2.4	7.1	0.0	2.4	4.8	6.0
	宿泊業、飲食サービス業	(48)	35.4	39.6	16.7	25.0	27.1	18.8	27.1	12.5	16.7	12.5	10.4	8.3	10.4	4.2	12.5	8.3	10.4	2.1	0.0	10.4	2.1
	生活関連サービス業、娯楽業	(35)	22.9	37.1	14.3	31.4	20.0	17.1	25.7	11.4	5.7	5.7	11.4	20.0	17.1	22.9	8.6	0.0	0.0	0.0	0.0	8.6	2.9
	不動産業、物品賃貸業	(43)	2.3	30.2	11.6	7.0	16.3	4.7	30.2	23.3	16.3	14.0	25.6	2.3	2.3	0.0	0.0	2.3	7.0	4.7	0.0	18.6	2.3
	知識・情報サービス産業	(55)	38.2	23.6	21.8	23.6	25.5	7.3	1.8	14.5	12.7	12.7	16.4	12.7	7.3	16.4	7.3	12.7	1.8	1.8	1.8	12.7	1.8
	工業	(60)	41.7	10.0	35.0	30.0	21.7	18.3	3.3	20.0	15.0	8.3	6.7	13.3	6.7	10.0	11.7	6.7	1.7	0.0	0.0	13.3	3.3
経営状況別	黒字基調	(100)	44.0	28.0	29.0	35.0	26.0	15.0	12.0	17.0	6.0	17.0	13.0	13.0	9.0	9.0	9.0	6.0	0.0	1.0	0.0	8.0	0.0
	収支均衡	(131)	25.2	27.5	22.1	24.4	24.4	16.0	17.6	13.7	13.0	12.2	12.2	10.7	6.9	6.1	6.9	4.6	6.9	1.5	0.8	13.7	2.3
	赤字基調	(90)	20.0	33.3	34.4	14.4	17.8	17.8	14.4	13.3	20.0	7.8	10.0	10.0	11.1	8.9	5.6	6.7	7.8	1.1	2.2	10.0	3.3

出典：国分寺市「事業者アンケート調査」（令和７年）

※事業者アンケート調査においては、業種分類を以下のように整理し、集計しました。

業種分類	業種
商業	卸売業、小売業
宿泊業、飲食サービス業	宿泊業、飲食サービス業
生活関連産サービス業、娯楽業	生活関連サービス業、娯楽業
不動産業、物品賃貸業	不動産業、物品賃貸業
知識・情報サービス産業	情報通信業、学術研究、専門・技術サービス業
工業	建設業、製造業

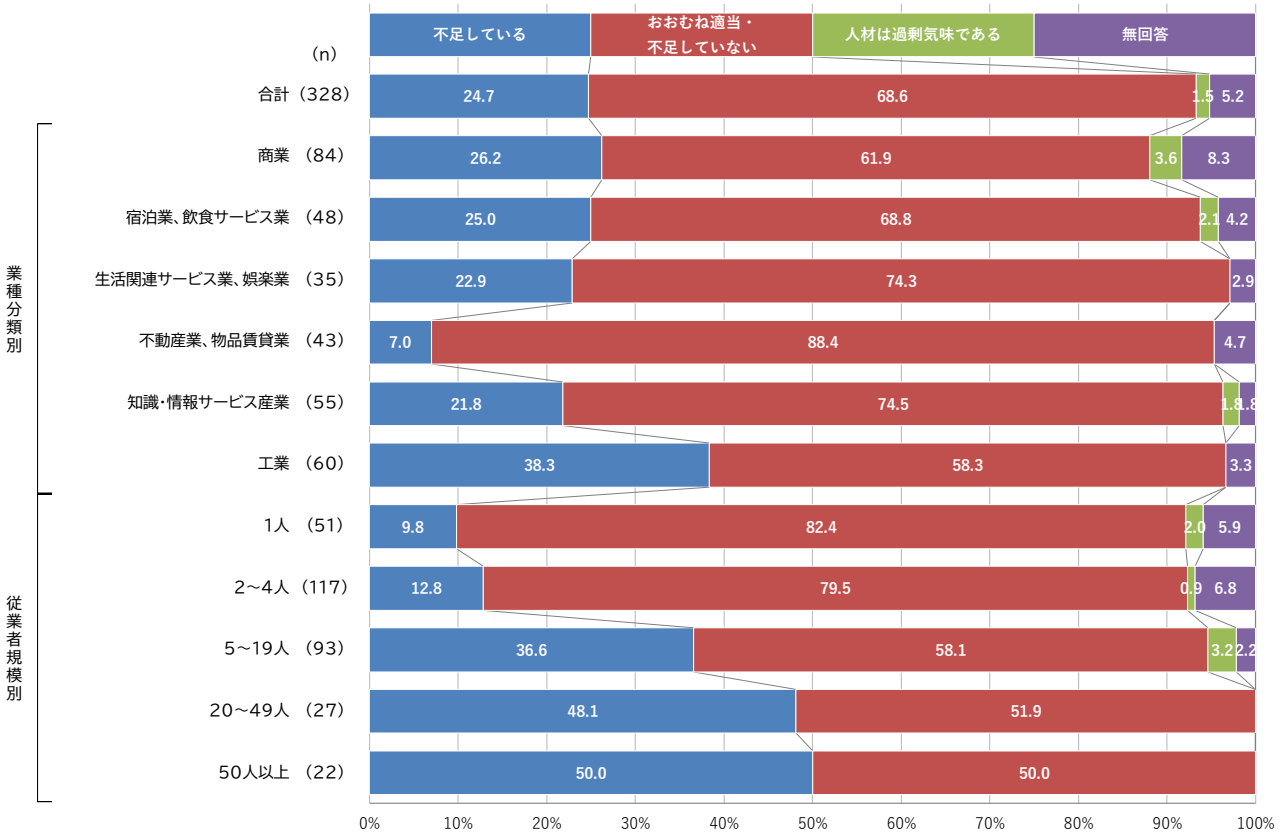
③人材の確保

事業を推進する上で重要な課題である人材の確保の状況についてみると、「おおむね適当・不足していない」（68.6%）が最も多く７割近くを占める一方、全体の４分の１の事業者では「不足している」（24.7%）と回答しています。

業種分類別にみると、「工業」では「不足している」（38.3%）が４割近くを占めています。

従業者規模別にみると、従業者規模が大きくなるほど「不足している」が増える傾向にあり、「50 人以上」では「不足している」は半数となっています。

人材確保状況（業種分類別、従業者規模別）

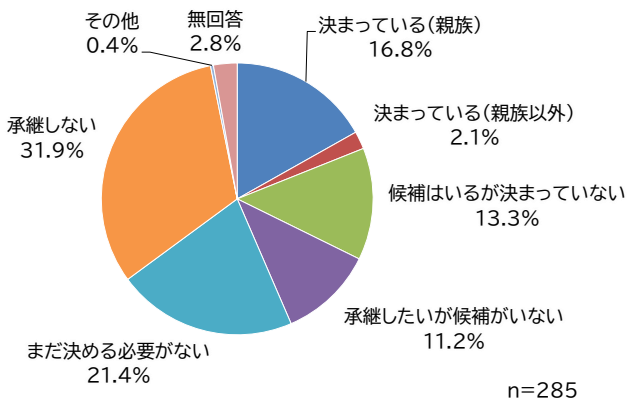


出典：国分寺市「事業者アンケート調査」（令和７年）

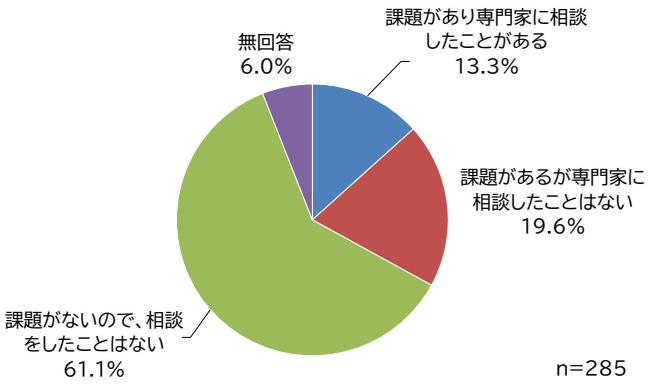
④事業承継

後継者の状況は、「承継しない」（31.9%）が最も多く３割強を占めており、将来的に事業所数の減少につながる可能性があります。また、事業承継に関する専門家への相談の有無について、「課題があり専門家に相談したことがある」と「課題があるが専門家に相談したことはない」を合わせると、事業承継に課題がある回答が３割強となっています。

後継者の状況



事業承継に関する専門家への相談の有無



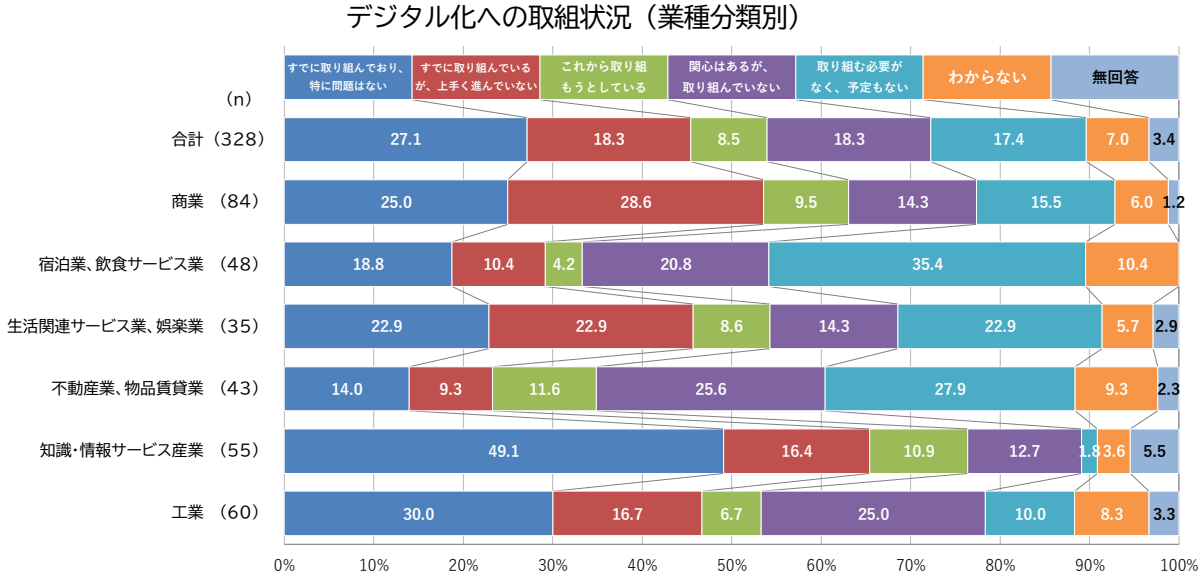
出典：国分寺市「事業者アンケート調査」（令和７年）

⑤デジタル化

デジタル化への取組状況は、「すでに取り組んでおり、特に問題はない」（27.1%）が最も多くなっています。一方、「すでに取り組んでいるが、上手く進んでいない」（18.3%）と「関心はあるが、取り組んでいない」（18.3%）を合わせると 36.6%となっており、デジタル化を進める上で何らかの支援を必要としている事業者が一定数存在することがうかがえます。

業種分類別にみると、「知識・情報サービス産業」及び「工業」では、「すでに取り組んでおり、特に問題はない」が最も多くなっています。「商業」では「すでに取り組んでいるが、上手く進んでいない」が最も多く、「宿泊業、飲食サービス業」及び「不動産業、物品賃貸業」では「取り組む必要がなく、予定もない」が最も多くなっており、デジタル化への取組状況や課題は業種によって異なることがうかがえます。

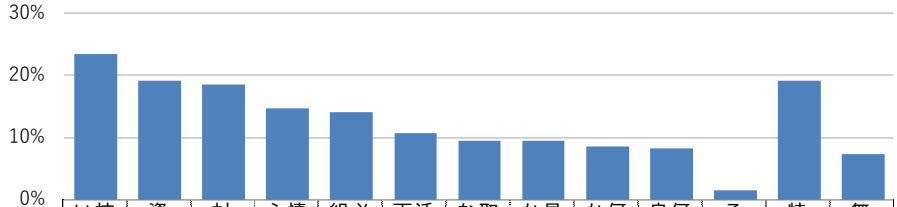
デジタル化への取組状況（業種分類別）



出典：国分寺市「事業者アンケート調査」（令和７年）

デジタル化に取り組むに当たっての課題をみると、「技術に詳しい人材がいない」（23.5%）が最も多く、「特にない」を除いて、「資金的余裕がない」（19.2%）、「対応する人員が不足」（18.6%）と続いています。特に、従業者規模が「50 人以上」では「対応する人員が不足」（54.5%）が最も多く半数以上を占めており一定規模の事業所においても対応人材の不足が主な課題となっています。

デジタル化に取り組むに当たっての課題（従業者規模別）



		(n)	技術に詳しい人材がいない	資金的余裕がない	対応する人員が不足	情報セキュリティが心配	必要がないため取り組まない	活用のアイデア・企画が難しい	取り組むきっかけがない	具体的メリットが分からない	何を導入すれば良いか分からない	何から手をつければ良いのか分からない	その他	特にない	無回答
全体		(328)	**23.5**	19.2	18.6	14.6	14.0	10.7	9.5	9.5	8.5	8.2	1.5	19.2	7.3
従業者規模別	1人	(51)	11.8	19.6	7.8	5.9	19.6	13.7	15.7	11.8	7.8	7.8	0.0	**23.5**	5.9
	2~4人	(117)	**24.8**	16.2	10.3	13.7	21.4	8.5	8.5	10.3	6.0	6.0	0.0	20.5	7.7
	5~19人	(93)	**30.1**	20.4	26.9	17.2	7.5	11.8	6.5	8.6	14.0	12.9	4.3	15.1	5.4
	20~49人	(27)	22.2	18.5	18.5	**25.9**	7.4	14.8	7.4	7.4	7.4	3.7	0.0	18.5	11.1
	50人以上	(22)	9.1	27.3	**54.5**	18.2	0.0	9.1	9.1	4.5	0.0	4.5	4.5	31.8	0.0

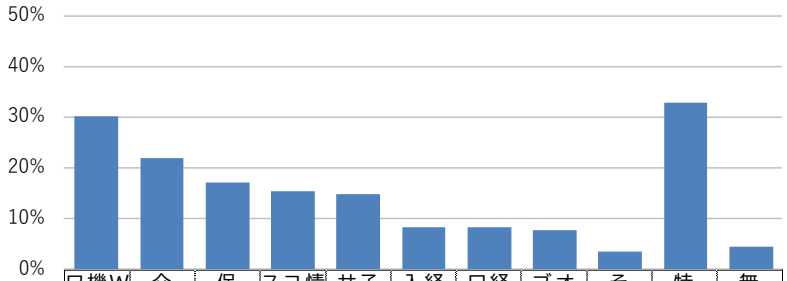
出典：国分寺市「事業者アンケート調査」（令和７年）

３）市内での就労環境（市民アンケート調査）

市内で就労している市民が、市内の就労環境（勤務先の環境を除く）について充実を望むものをみると、「Ｗｉ－Ｆｉ、コピー機等が整備されたワークスペース」（30.1%）、「介護サービスの充実」（21.9%）、「保育所の充実」（16.9%）等が求められています。

年齢別にみると、「20 歳代」から「40 歳代」では「Ｗｉ－Ｆｉ、コピー機等が整備されたワークスペース」が多くなっており、特に「20 歳代」及び「30 歳代」では５割を超えています。

充実してほしい市内の就労環境に係る支援（年齢別）（当てはまるもの３つまで選択可）



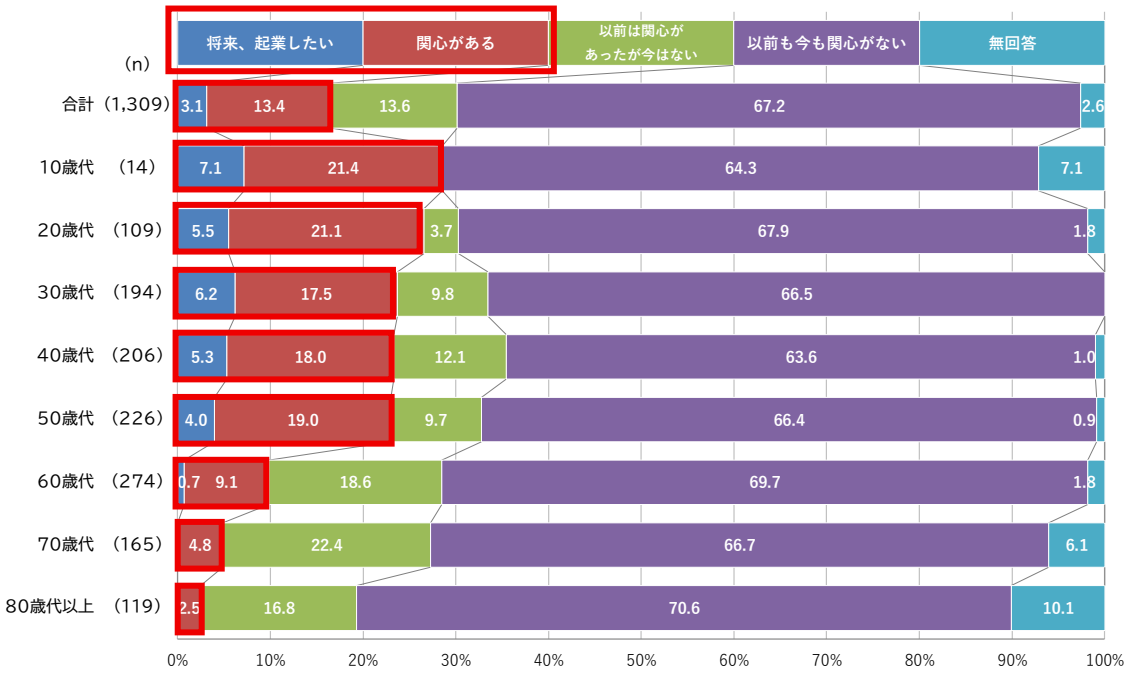
		(n)	Wi-Fi、コピー機等が整備されたワークスペース	介護サービスの充実	保育所の充実	情報交換等ができるコワーキングスペース	子どもの一時預かりサービス	経済・社会の情報が入手できる施設	経営等の公的相談窓口	オンライン会議用ブース	その他	特にない	無回答
全体		(183)	30.1	21.9	16.9	15.3	14.8	8.2	8.2	7.7	3.3	**32.8**	4.4
年齢別	10歳代	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	20歳代	(11)	**54.5**	18.2	27.3	18.2	27.3	9.1	18.2	27.3	0.0	18.2	0.0
	30歳代	(25)	**52.0**	16.0	40.0	16.0	40.0	0.0	4.0	12.0	4.0	20.0	0.0
	40歳代	(35)	**40.0**	25.7	28.6	8.6	20.0	0.0	2.9	5.7	2.9	31.4	0.0
	50歳代	(45)	24.4	22.2	11.1	15.6	11.1	8.9	8.9	8.9	0.0	**44.4**	4.4
	60歳代	(38)	23.7	23.7	2.6	23.7	5.3	15.8	10.5	5.3	7.9	**28.9**	5.3
	70歳代	(20)	10.0	15.0	5.0	15.0	0.0	20.0	15.0	0.0	5.0	**40.0**	10.0
	80歳代以上	(7)	0.0	28.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	**42.9**	28.6

出典：国分寺市「市民アンケート調査」（令和７年）

４）起業への関心（市民アンケート調査）

市民の起業への関心をみると、「将来、起業したい」と「関心がある」を合わせた『起業したい・関心がある』は全体で 16.5%となっています。『起業したい・関心がある』の割合を年齢別にみると、「10 歳代」では３割近く、「20 歳代」では２割台半ばとなっており、若い世代ほど起業への関心が高い傾向がみられます。

起業への関心（年齢別）

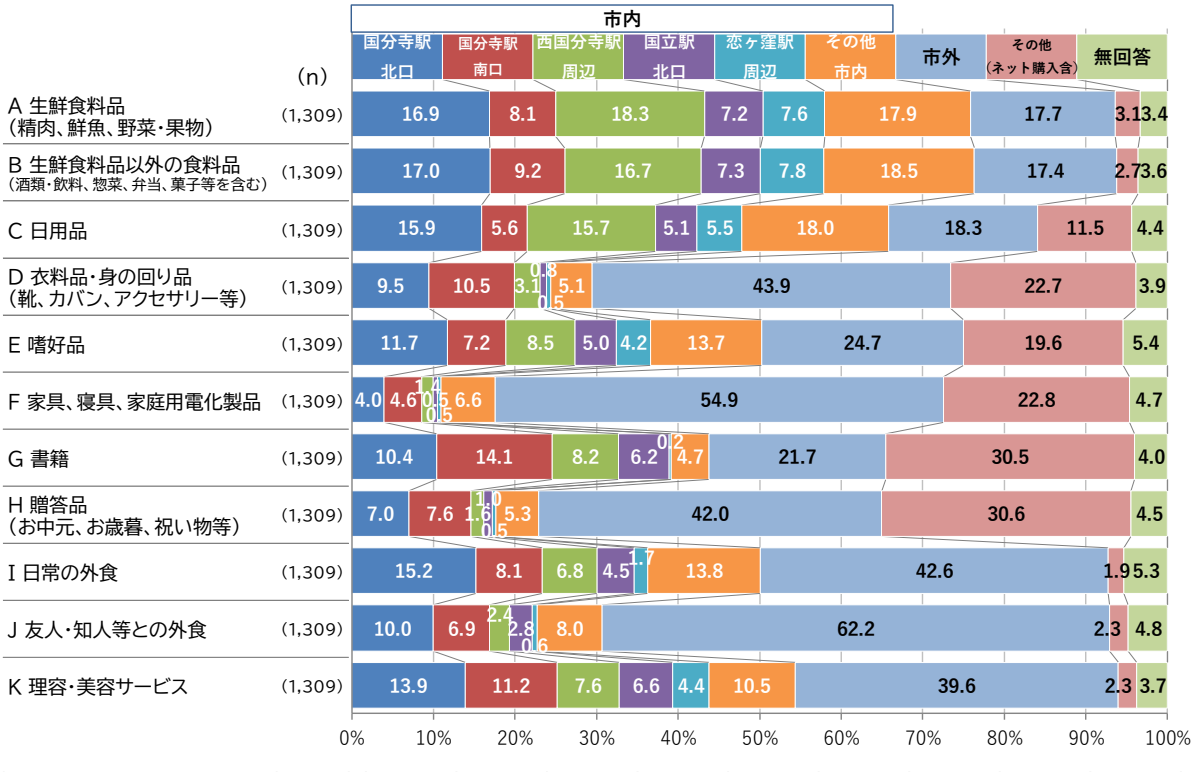


出典：国分寺市「市民アンケート調査」（令和７年）

５）市民の買い物状況（市民アンケート調査）

生活必需品は市内での購入が中心となっている一方、衣料品、家具、家電、贈答品などの買回り品や友人等との飲食は、市外への流出が多くなっています。

普段の買い物の商品別購入エリア



出典：国分寺市「市民アンケート調査」（令和７年）

６）商店街（会）の現況（商店会書面ヒアリング調査・市民アンケート調査）

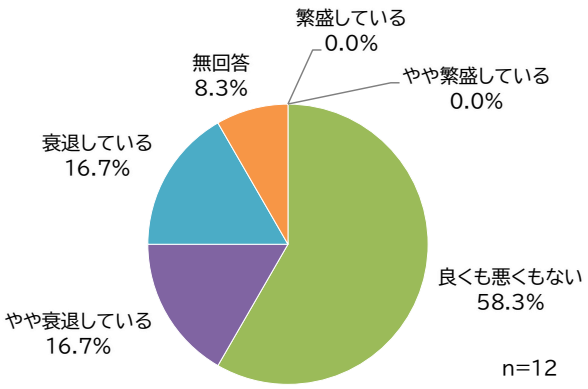
①概況

市内には 12 の商店会があり各商店会が事業を営みながら商店街や地域を盛り上げています。

②景況感

景況感は「良くも悪くもない」との回答が比較的多い一方、「衰退している」「やや衰退している」との回答も複数見られ、駅周辺など比較的来街者が多いエリアの商店会と、来街者や店舗が少ないエリアの商店会とで二極化の傾向がみられます。

現在の景況

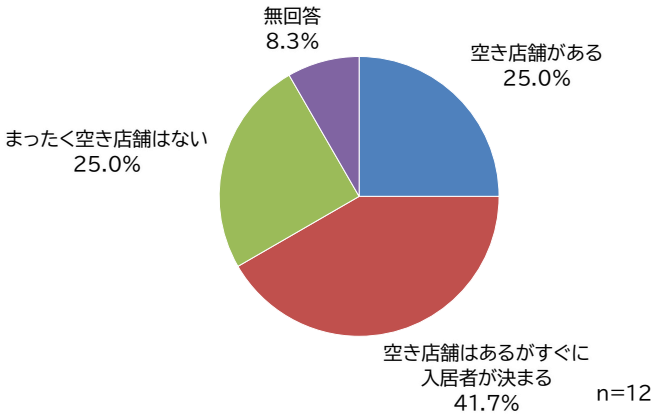


出典：国分寺市「商店会書面ヒアリング調査」（令和７年）

③空き店舗の有無

空き店舗がある商店街（会）は３会となっており、大半の商店街（会）では空き店舗がないか、空き店舗が生じても比較的早期に入居者が決まる状況となっています。

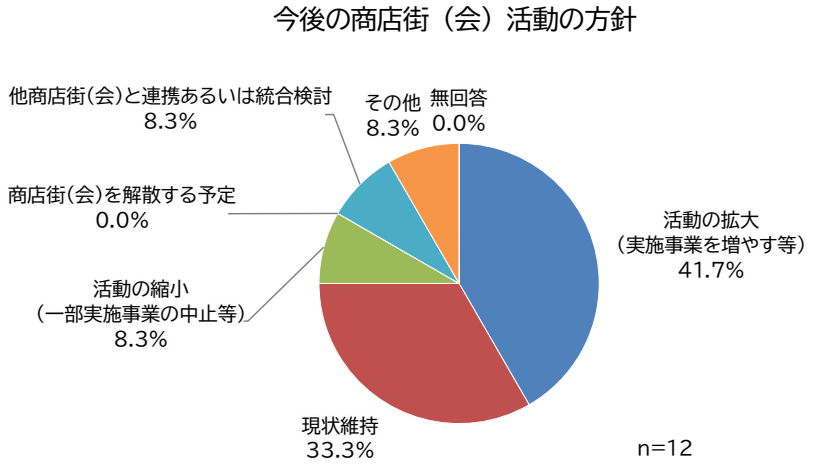
空き店舗の有無



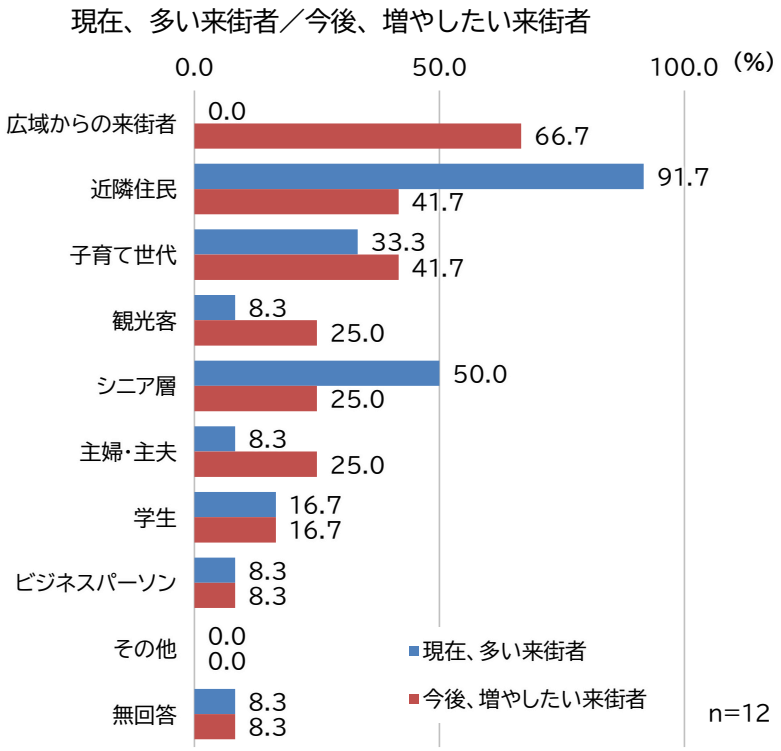
出典：国分寺市「商店会書面ヒアリング調査」（令和７年）

④今後の展開

今後の商店街（会）活動の方針をみると、「活動の拡大（実施事業を増やす等）」が41.7%を占めており、商店街（会）活動の活性化に向けた積極的な姿勢がうかがえます。また、今後は、より広域からの来街者の増加を志向する傾向がみられます。



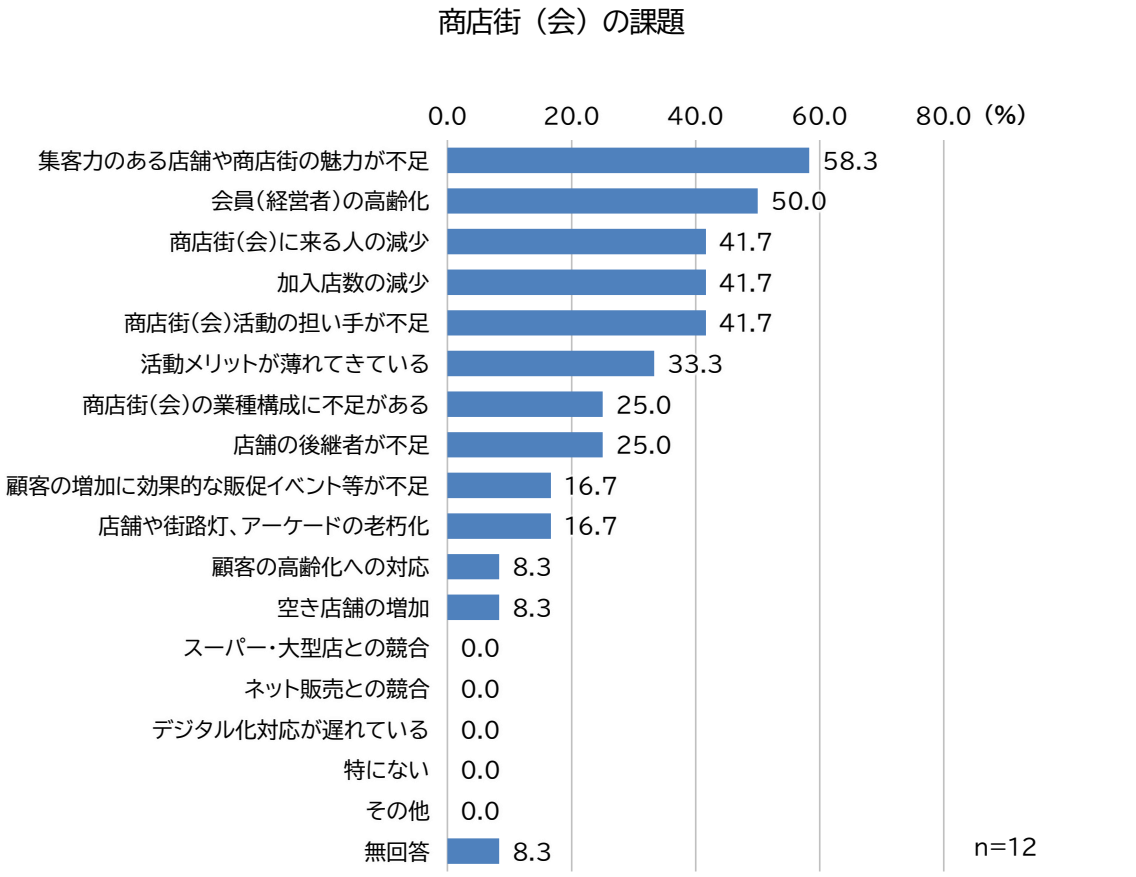
出典：国分寺市「商店会書面ヒアリング調査」（令和７年）



出典：国分寺市「商店会書面ヒアリング調査」（令和７年）

⑤商店会が抱える課題

商店会が抱える課題としては、「集客力のある店舗や商店街の魅力が不足」「商店街に来る人の減少」といった売上減少に関わる課題のほか、「会員（経営者）の高齢化」「加入店数の減少」「商店会活動の担い手が不足」など、組織運営面の課題も挙げられています。



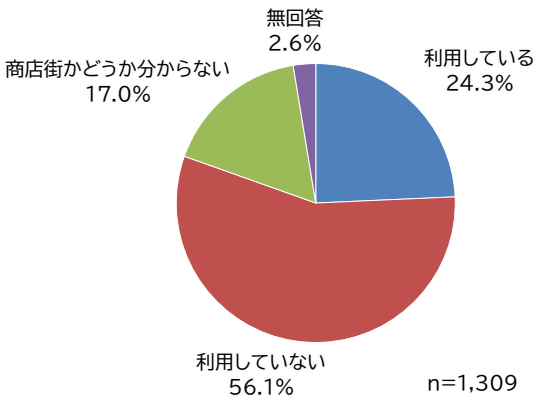
出典：国分寺市「商店会書面ヒアリング調査」（令和７年）

⑥市民からみた商店街

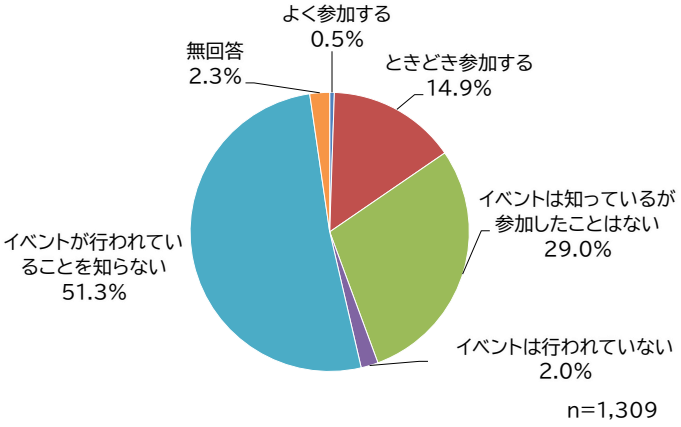
市内の商店街を利用していない市民は56.1%と半数を超えています。また、市内商店街イベントへの参加については、「イベントが行われていることを知らない」(51.3%)が半数強を占めており、情報発信や周知方法の工夫が課題となっています。

また商店街には、個性・魅力ある個店や回遊性といった「楽しめる消費」が市民から求められています。

市内の商店街の利用の有無

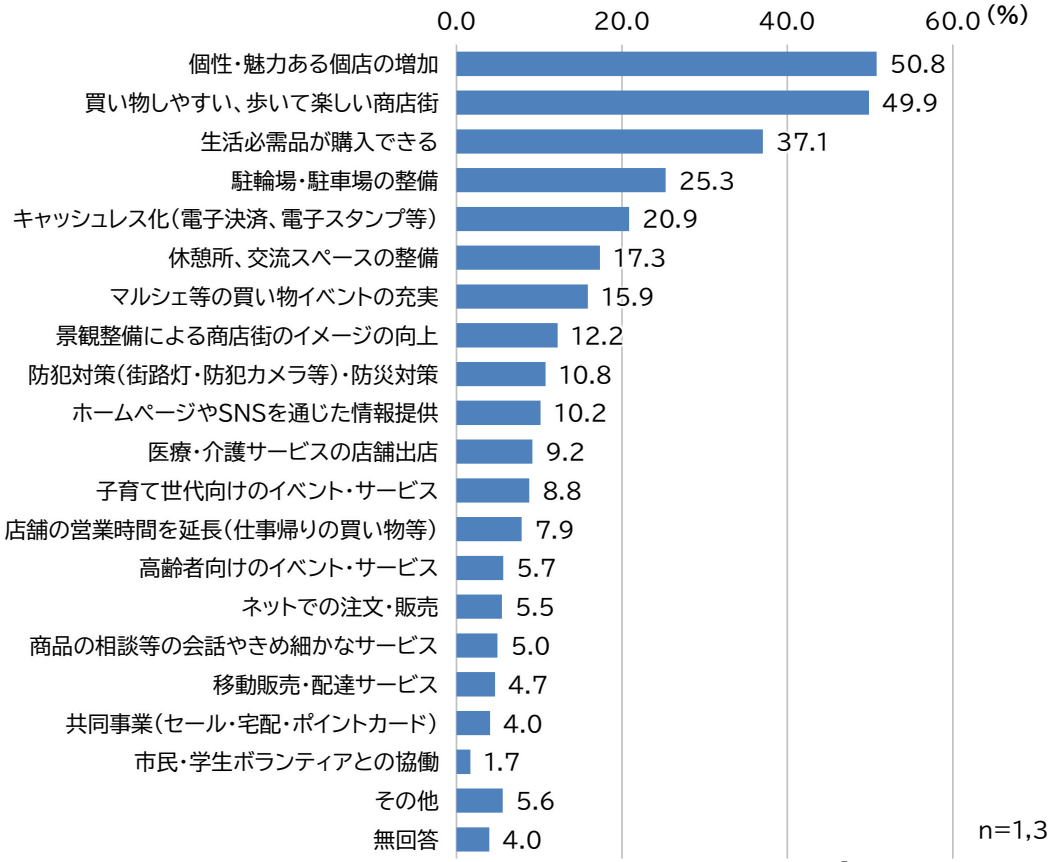


市内商店街イベントへの参加



出典：国分寺市「市民アンケート調査」（令和７年）

市内の商店街に望むこと（当てはまるもの５つまで選択可）



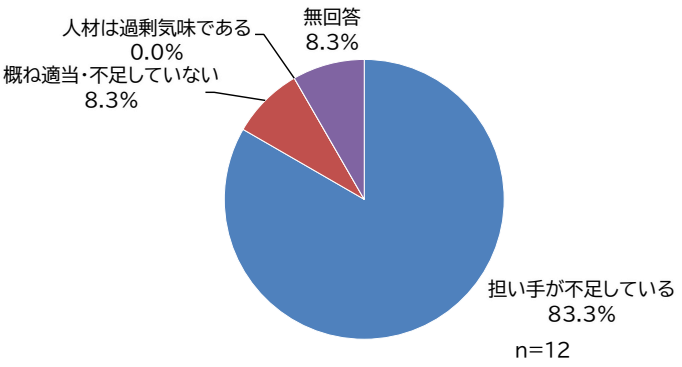
出典：国分寺市「市民アンケート調査」（令和７年）

⑦商店街（会）活動体制

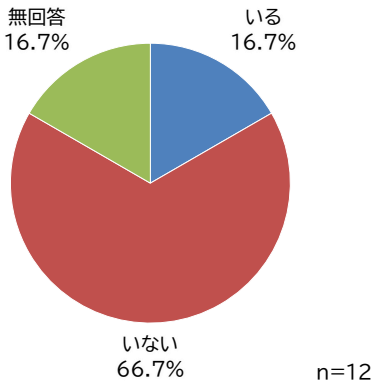
商店街（会）活動の担い手については、「不足している」が83.3%を占めるとともに、今後の活動の担い手となる若手事業者についても「いない」が66.7%となっており、商店街（会）活動を継続・推進していく上で大きな課題となっています。

こうした中、６割弱の商店街（会）が、他の商店街（会）や外部の組織・団体（自治会、地域の学校、企業等）と連携し、商店街（会）のにぎわいづくりや地域活動、まちづくりに関する取組等を実施しています。今後も、こうした多様な主体との連携を一層進めていくことが必要です。

商店街（会）活動の担い手状況

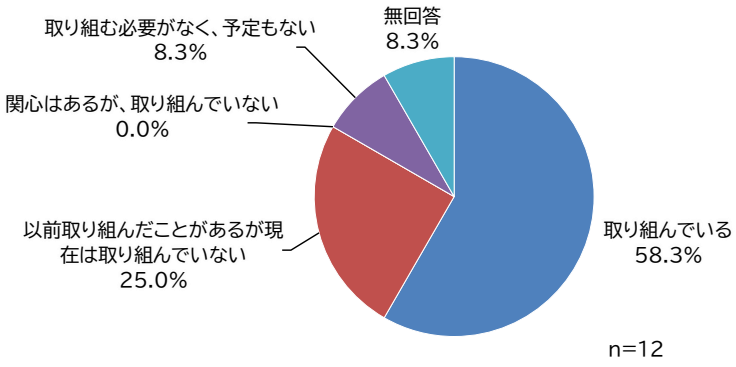


将来の商店街（会）活動を担う若手事業者の有無



出典：国分寺市「商店会書面ヒアリング調査」（令和７年）

他商店街（会）等との連携による取組※の有無



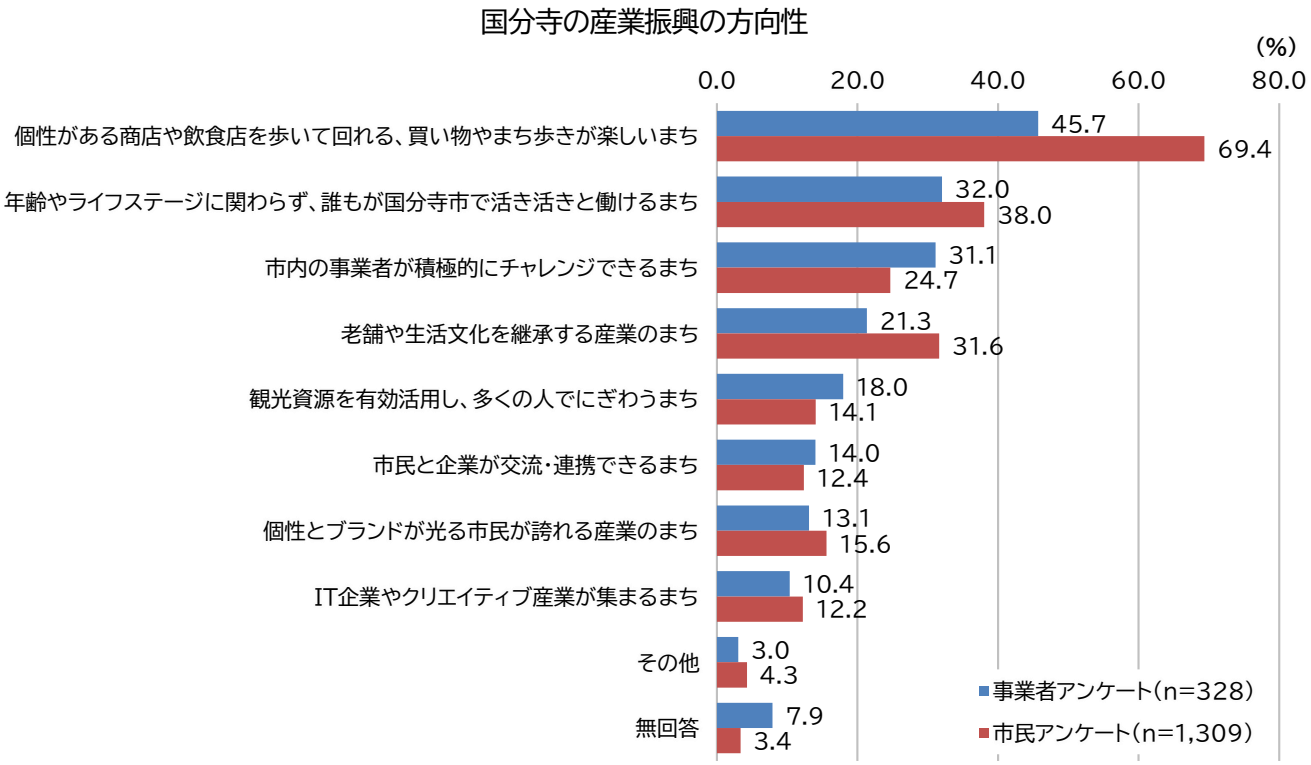
出典：国分寺市「商店会書面ヒアリング調査」（令和７年）

※他商店街（会）や外部の組織・団体（自治会、地域の学校、企業等）と連携した商店街（会）のにぎわいづくりや地域活動、まちづくりに係る取組等

7）産業振興の方向性・支援策（事業者アンケート調査・市民アンケート調査）

①産業振興の方向性

市の産業振興の方向性は、市民・事業者双方から、歩いて買い物や飲食を楽しめるまちが望まれていることが分かります。

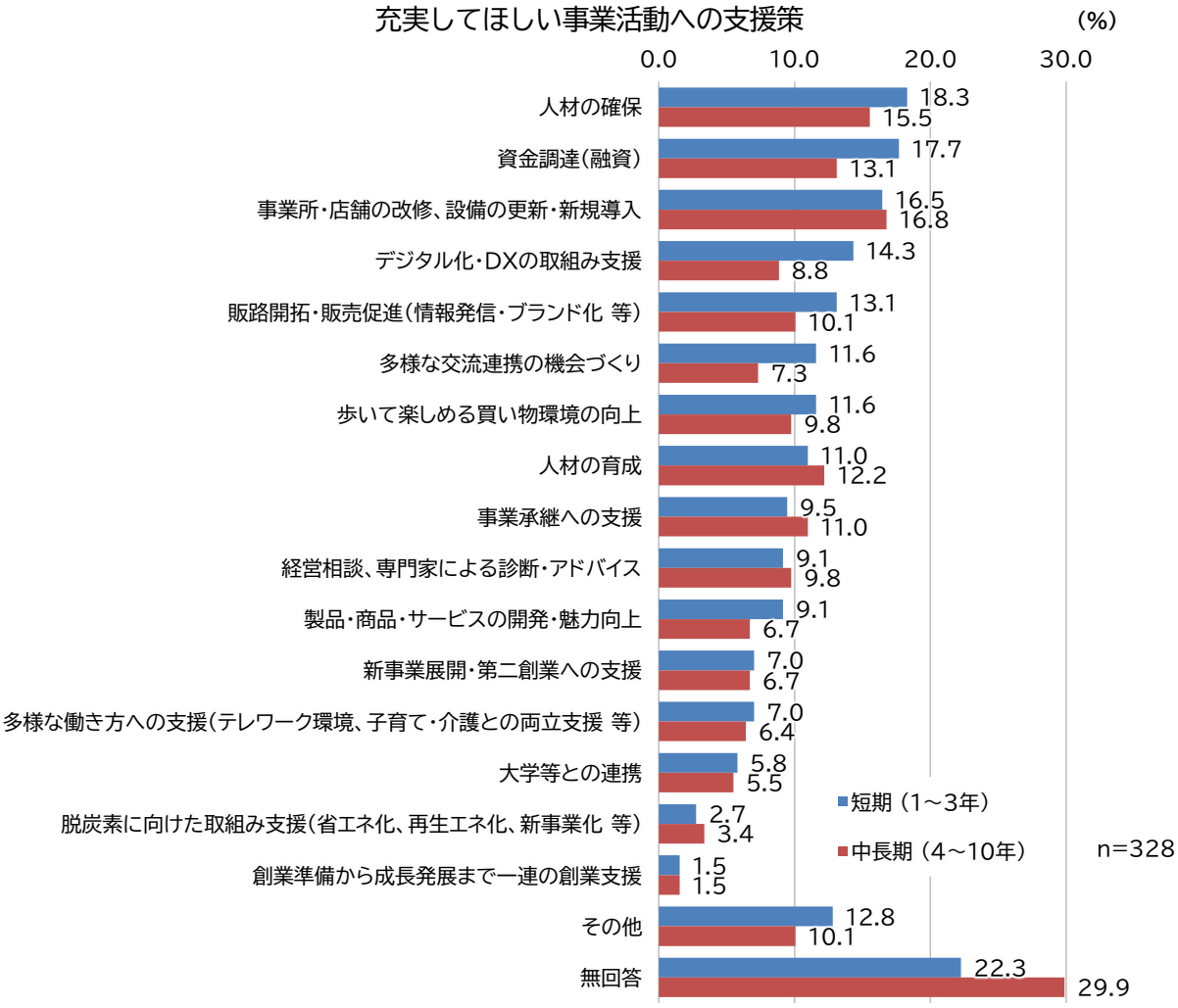


出典：国分寺市「事業者アンケート調査」（令和７年）

国分寺市「市民アンケート調査」（令和７年）

②事業活動支援策

充実してほしい事業活動支援策は、短期（１～３年）では「人材の確保」「資金調達(融資)」「事業所・店舗の改修、設備の更新・新規導入」、中長期（４～10 年）では「事業所・店舗の改修、設備の更新・新規導入」「人材の確保」「資金調達(融資)」「人材の育成」が上位に挙げられています。

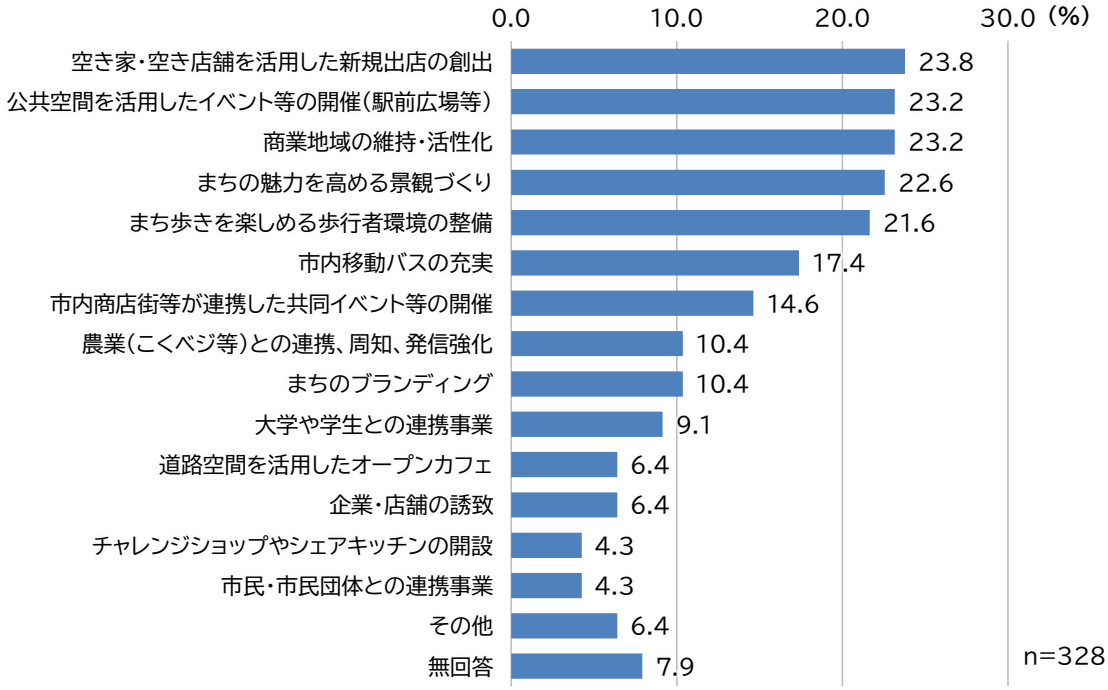


出典：国分寺市「事業者アンケート調査」（令和７年）

③市内産業の活性化に必要と思うまちづくりの取組

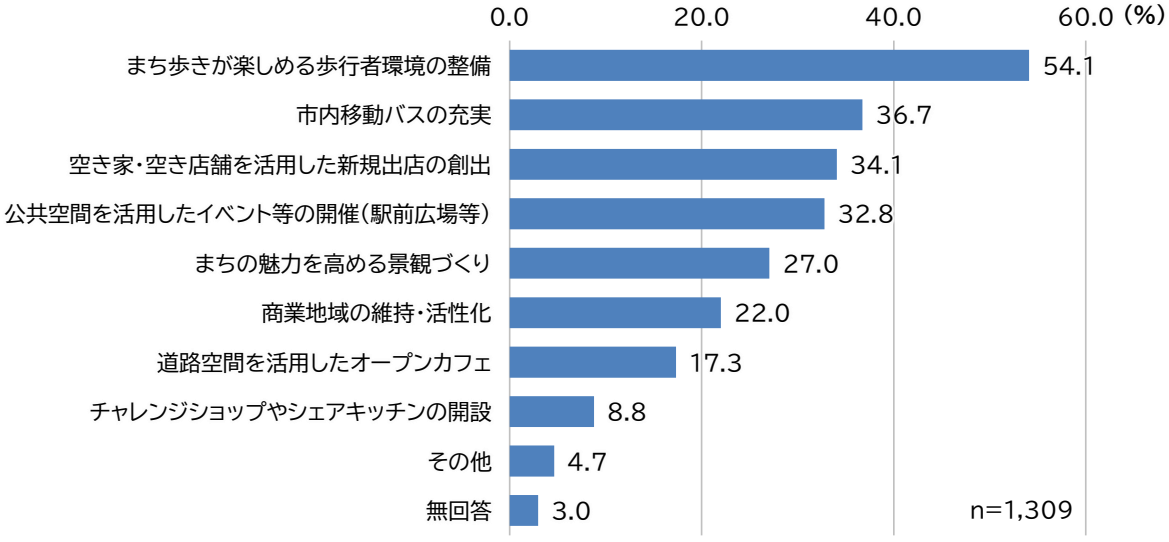
市内事業者からみた、市内産業の活性化に必要と思うまちづくりの取組は、「空き家・空き店舗を活用した新規出店の創出」（23.8%）が最も多く、「公共空間を活用したイベント等の開催（駅前広場等）」（23.2%）及び「商業地域の維持・活性化」（23.2%）、「まちの魅力を高める景観づくり」（22.6%）、「まち歩きを楽しめる歩行者環境の整備」（21.6%）の順で続いています。市民アンケート調査では、「まち歩きを楽しめる歩行者環境の整備」が最も多くなっています。

市内産業活性化に必要なまちづくりの取組（当てはまるもの３つまで選択可）



出典：国分寺市「事業者アンケート調査」（令和７年）

【参考】市民アンケート調査における
「市内産業活性化に必要なまちづくりの取組※（当てはまるもの３つまで選択可）」

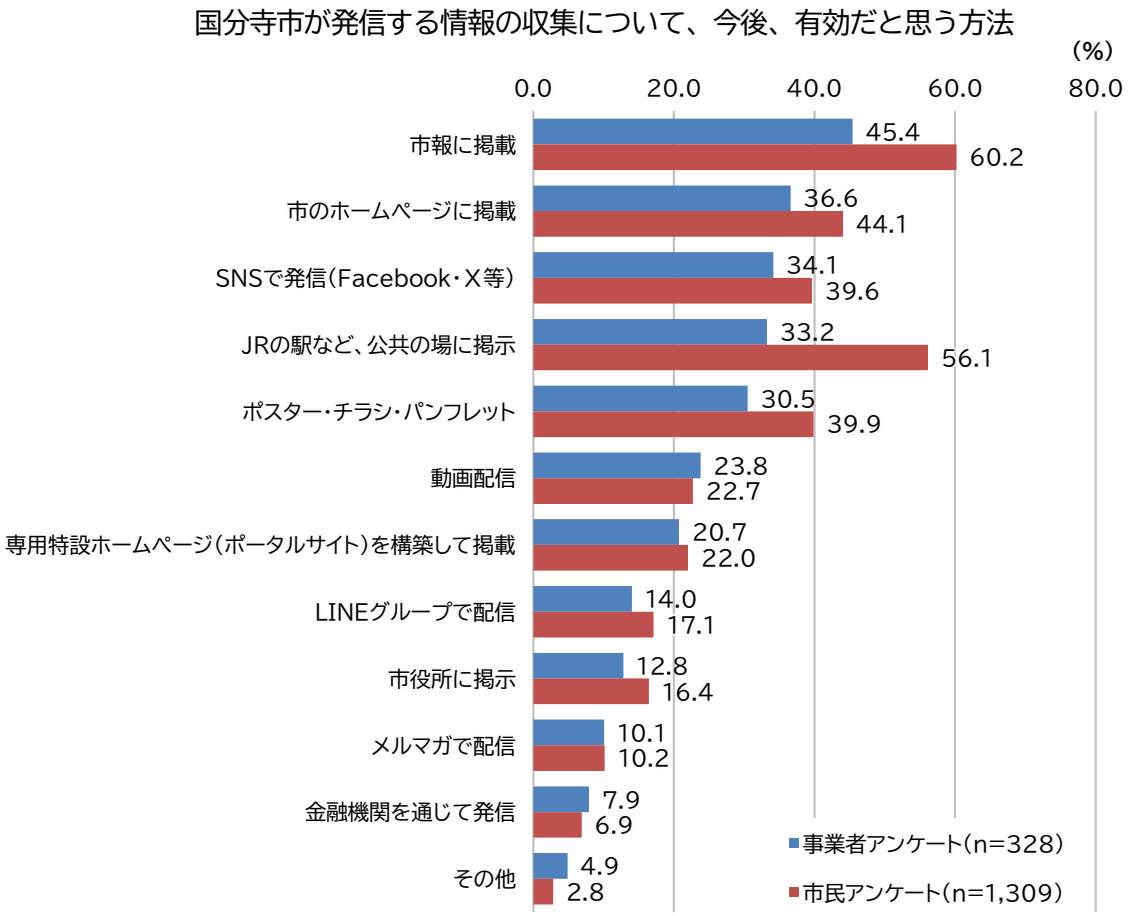


出典：国分寺市「市民アンケート調査」（令和７年）

※事業者アンケート調査の選択肢とは一部異なる。

④有効な情報発信方法

市内では、多様な主体が地域経済の活性化につながる事業や取組を展開しており、市民や市内事業者、来街者に対して、これらの情報を効果的に発信していくことが重要となっています。市の施策等の行政情報をはじめとする各種情報を得る方法として、今後有効だと思うものをみると、「市報に掲載」（45.4%）が最も多く、次いで「市のホームページに掲載」（36.6%）、「ＳＮＳで発信（Facebook・X等）」（34.1%）、「ＪＲの駅など、公共の場に掲示」（33.2%）などとなっています。特に市民では、市報による情報発信に加え、日常生活の中で目に留まりやすいＪＲの駅など、公共の場への掲示を求めています。



出典：国分寺市「事業者アンケート調査」（令和７年）

国分寺市「市民アンケート調査」（令和７年）

２．これまでの地域産業活性化に向けた取組状況

前プランの策定以降、国分寺市では、「国分寺らしさ」を生かした産業振興を基本に、商工会、商店会、ＪＡ、（一社）こくぶんじ観光まちづくり協会、大学、金融機関等と連携しながら、個店・商店街の魅力向上、市内消費の促進、地域資源を活用したにぎわいづくり、創業支援、経営基盤の強化など、多面的な取組を進めてきました。特に、単なる販売促進にとどまらず、地域への愛着の醸成、回遊性の向上、地産地消の推進、事業者の持続的な経営支援を組み合わせながら、地域経済の活性化を図ってきたことが特徴です。

まず、個店・商店街の魅力向上では、市商工会と連携した「国分寺お店大賞事業」を継続的に実施してきました。令和５年度の第６回では 2,121 票、令和６年度の第７回では 1,232 票、令和７年度の第８回では 2,012 票の投票があり、多くの市民参加の下で魅力ある個店の発掘と発信を進めてきました。受賞店からは、新規来店者や売上の増加につながったとの声も寄せられており、市内店舗を知り、商店街へ足を運ぶきっかけづくりとして定着しています。また、「一店逸品事業」では、令和５年度 111 事業所、令和６年度 89 事業所、令和７年度 99 事業所が参加し、カタログやフラッグ、ポスター等を通じて、こだわりの商品・サービスをＰＲしてきました。さらに、「名物名産品事業」では令和５年度 19 品、令和６年度 25 品、令和７年度 26 品が登録され、国分寺らしい土産物や特産品の魅力発信に取り組んできました。

商店街の活性化に向けては、東京都と連携し「商店街チャレンジ戦略支援事業」や「地域連携型商店街事業」を通じて、季節イベントや地産地消イベント、地域団体と連携した催しの開催を支援してきました。新型コロナウイルス感染症の影響により、中止を余儀なくされた事業も少なくありませんでしたが、その中でも実施可能な方法を模索し、令和５年度には「商店街チャレンジ戦略支援事業」で 11 件、「地域連携型商店街事業」で２件の実施に至っています。あわせて、「装飾街路灯設置促進事業」を通じて商店会が所有する街路灯の維持管理を支援し、地域の安全性や景観の維持、歩きやすい環境づくりを進めてきました。近年はＬＥＤ化が進み、維持管理コストの軽減や環境負荷の低減にもつながっています。

地域資源を生かした消費喚起と地産地消の推進では、「こくベジプロジェクト」が中核的な役割を果たしてきました。「トマトフェスタ」、「うどフェスタ」、「こくベジのじかん」等のイベントを通じて、地場産農畜産物の魅力を広く発信するとともに、こくベジメニュー提供店の拡充を図ってきました。提供店数は令和５年度 89 件、令和６年度 96 件、令和７年度 105 件で、年々、登録店舗数を伸ばしており、農業、商業、観光の連携による国分寺ならではの取組として定着しています。また、国分寺駅北口交通広場では、ＪＡによる定期的な産直会が実施され、地元産品の販売機会を創出してきました。「ぶんじふれあい市」については、朝市をリニューアルする形で進められ、地場野菜や花・植木、特産品、商工業者の商品を一体的にＰＲする場として、市民が地元の商品や産品に触れる機会を充実させてきました。加えて、「国分寺ブランド認定品事業」では、市内で生産、企画・製造された商品を認定し、各種イベント等で発信してきており、令和４年度をもって新規認定等の取組は終了したものの、国分寺らしい産品を市内外にＰＲする上で一定の役割を果たしました。

市内消費の促進と情報発信の面では、地元での買い物や飲食を楽しむ機会の創出に力を入れてきました。東京経済大学の学生と商工会が連携した「こくめし事業」は、その代表的な取組です。「国分寺で食べたくなる飯」をコンセプトに、令和５年度は 18 店舗、令和６年度は 17 店舗、令和７年度は 17 店舗が参加し、共通テーマを掲げて期間限定メニューを提供する飲食イベントを実施してきました。学生の企画力やＳＮＳ発信力を生かしながら、若い世代も巻き込んだ消費喚起につなげています。さらに、商工会ホームペー

ジや「生活応援百貨店」運営サイトのリニューアル、商店会連合会が作成する「みにこみ国分寺」の発行支援などを通じて、店舗情報、イベント情報、歴史や地域の魅力を継続的に発信してきました。紙媒体とデジタル媒体の両面から情報提供を行うことで、市内商業や商店会活動への幅広い市民の理解と関心を高めてきたといえます。

買物環境の充実では、商工会が令和４年度から「買物困難者支援事業」を開始しました。買物困難地域にある公民館等を拠点に、移動販売車による対面販売を行うもので、地域住民の買物機会の確保と併せて、市内商業者の新たな販路・サービスの創出にもつながっています。また、子ども向けイベントや商店街での催しを通じて、小・中学生やその保護者が商店街に親しむ機会を設けてきたことも、将来的な利用者育成の観点から意義のある取組です。

創業支援と経営基盤の強化については、産業競争力強化法に基づく「特定創業支援等事業」を柱に、個別相談会、創業セミナー、創業塾を継続実施してきました。相談者数は毎年度 40～50 人程度で推移しており、創業支援等事業計画による支援を受けた市内の創業者数は、令和５年度 60 人、令和６年度 81 人、令和７年度 119 人と増加しています。また、創業後の状況確認などフォローアップにも取り組み、市内で創業しやすい環境づくりを進めてきました。さらに、「小口事業資金融資あっせん制度」により、創業者や中小事業者の資金調達を支援しており、創業者の利用件数も一定数を維持しています。令和６年度から実施している「空き家・空き店舗を活用したまちとつながる創業支援事業」ではマッチング件数が令和６年度１件、令和７年度１件の実績があり、創業者と地域をつなぐ創業の促進が期待されています。

既存事業者への支援としては、事業者相談窓口を通じた経営相談や情報提供、「小口事業資金融資あっせん制度」による資金繰り支援に加え、事業承継支援にも取り組み、東京都多摩地域事業承継・引継ぎ支援センターと連携し、令和３年度から個別相談会を、令和４年度以降はセミナーも実施しています。また、生産性向上支援として、「先端設備等導入計画」の認定制度を運用し、中小企業の設備投資を後押ししてきました。

あわせて、観光や回遊性の向上に関する取組も進められてきました。（一社）こくぶんじ観光まちづくり協会は、令和４年度に法人化を行い、持続可能な観光まちづくりへと軸足を移すとともに、関係事業者等によるネットワークづくりを進めてきました。また、府中市との広域連携事業などを通じて、市の魅力を市内外に発信してきたほか、商店会や鉄道事業者と連携した周遊企画も実施してきました。こうした取組は、商業、観光、歴史、農の資源を組み合わせながら、来街者の増加や地域への愛着の醸成を図るものであり、国分寺市の地域産業振興における重要な基盤となっています。

このように、前プランに基づく取組は、個店の魅力発信、商店街のにぎわい創出、地産地消と地域資源の活用、市内消費の促進、買物支援、創業支援、経営基盤の強化など、幅広い分野にわたって着実に推進してきました。その結果、市内事業者や関係団体との連携の広がり、市民が地域産業に触れる機会の増加、創業支援実績の蓄積など、次期プランにつながる成果が積み重ねられています。一方で、担い手不足、事業の認知度向上、こくベジメニュー提供店の増加、情報発信の強化、商店街イベントの継続性確保などの課題も明らかとなっており、これまでの成果を生かしつつ、関係主体をさらに「つなぐ」視点から施策を発展させていくことが必要です。

３．国分寺市の産業振興における課題

これまで確認してきた国分寺産業の現況や、前プランを踏まえて推進してきた取組の状況を踏まえると、国分寺市の産業振興に取り組む上で、７つの課題があると整理できます。

（１）ベッドタウン型経済への対応

国分寺市は、市内で働く市民の割合が低く、市内就労機会づくりが課題となっています。所得を市外で稼ぎ、市内で消費されにくい構造となっていることから、消費循環が弱く、事業者や市内就労者の増加等を通じた市内消費の拡大が必要です。

（２）消費行動の変化への対応

生活必需品は市内で購入される一方、買い回り品や友人等との飲食は市外に流出しており、市内消費の拡大が課題となっています。また、インターネット通販の普及や、モノ消費からコト・トキ消費、さらにはイミ消費への変化に対応した事業展開が重要です。

（３）次代の地域経済を支える産業の振興

商業の低成長状態を踏まえると、商業に加え、知識・情報サービス業等、次代の地域経済を支える産業の振興が必要です。また、起業に関心がある 10・20 歳代及び学生等の若年層からシニア層まで、幅広い世代が起業にチャレンジできる環境の向上が必要です。

（４）社会情勢の変化等への対応

①インフレ経済への対応

原材料価格・人件費等の高騰に対応した価格転嫁や収益改善が十分に進んでおらず、商品・製品・サービスの高付加価値化やデジタル化等による生産性向上が重要な課題となっています。

②事業承継対策

経営者の高齢化が進む中、事業承継に課題を抱える事業者は約３割強を占めており、後継者の確保や円滑な事業承継に向けた対応が求められています。事業承継が円滑に進まない場合、事業所数の減少や地域経済の縮小につながるだけでなく、長年培われてきた技術やノウハウ、取引関係などが失われたり、地域の雇用や市民の身近な商品・サービスの維持にも影響を及ぼす可能性があります。事業承継には一定の準備期間を要することから、事業者が早い段階から将来の事業継続について検討できるよう、対策の強化が必要です。

③デジタル化対応

デジタル化に取り組んでいても十分に進んでいない事業者や、関心はあるものの取り組めていない事業者が多く、支援や後押しが必要です。技術に詳しい人材の不在や資金の確保が障壁となっています。

（５）卸売業、小売業、商店街における課題

市内の卸売業、小売業では、販売力の強化・販路開拓が主要な課題となっています。また、商店街を利用していない、商店街のイベントを認知していないなど、関心が高くない市民も多く、「欲しい商品がない」「品揃えが少ない」といった商品構成への不満も高くなっています。個性・魅力ある個店づくりや回遊性の向上を通じて、買い物しやすく歩いて楽しい商店街づくりや、まち歩きが楽しめる歩行者環境の整備が求められるとともに、商店会活動の担い手不足への対応も課題となっています。

（6）情報通信業、学術研究、専門・技術サービス業、工業の課題

情報通信業、学術研究、専門・技術サービス業、工業ともに人材の確保・育成が課題となっています。また、情報通信業では、一定規模の賃貸オフィスの確保を求める意見もあります。

（7）産業振興の推進体制における課題

①施策・関連事業の連携

地域経済の活性化に向け、これまで多様な取組を実施し、一定の効果を生み出してきましたが、単独の事業にとどまらず、各取組を連携させ、相乗効果を創出していくことが今後の課題です。

②事業者支援策等の分かりやすい情報発信

事業者向け支援策情報へのアクセスが難しいとの声があり、市のホームページから必要な支援策情報にたどり着けない、起業に関心があるがどこに行けば情報を得られるか分からないといった意見が寄せられています。

第４章　地域産業活性化の方向性

１．基本目標

国分寺市は、通勤・通学等により市外で稼いだ所得が市内で十分に消費されない「ベッドタウン型経済」の構造にあり、小売吸引力指数や商店会の会員数の低下、事業承継の目途が立たない事業者の存在等、地域経済の縮小につながりかねない課題を抱えています。この状況が続けば、市内の買物環境や商店街の担い手が失われ、市民生活の豊かさやまちのにぎわいにも影響が及びかねません。

一方、「国分寺お店大賞事業」や「こくベジプロジェクト」など、地域には市民・事業者が主体となって育ててきた魅力ある取組が数多くあります。前プランでは、こうした「国分寺らしさ」を協創し、地元愛を持って仕事をする人・住む人・訪れる人が地域の魅力を楽しむことで、地元経済を活気づけることを目指してきました。

本プランではこれまで培ってきた取組を土台としながら、これまで個々に取り組まれてきた事業や、地域の多様な主体・資源等を「つなぐ」ことで、それぞれの魅力や強みを生かし、新たな価値を生み出していきます。そこで生まれた価値が事業者の稼ぐ力を高め、市内消費の拡大につなげ、地域経済を活性化する好循環を生み出すことを目指します。

こうした考え方の下、本プランでは、次のとおり基本目標を掲げます。

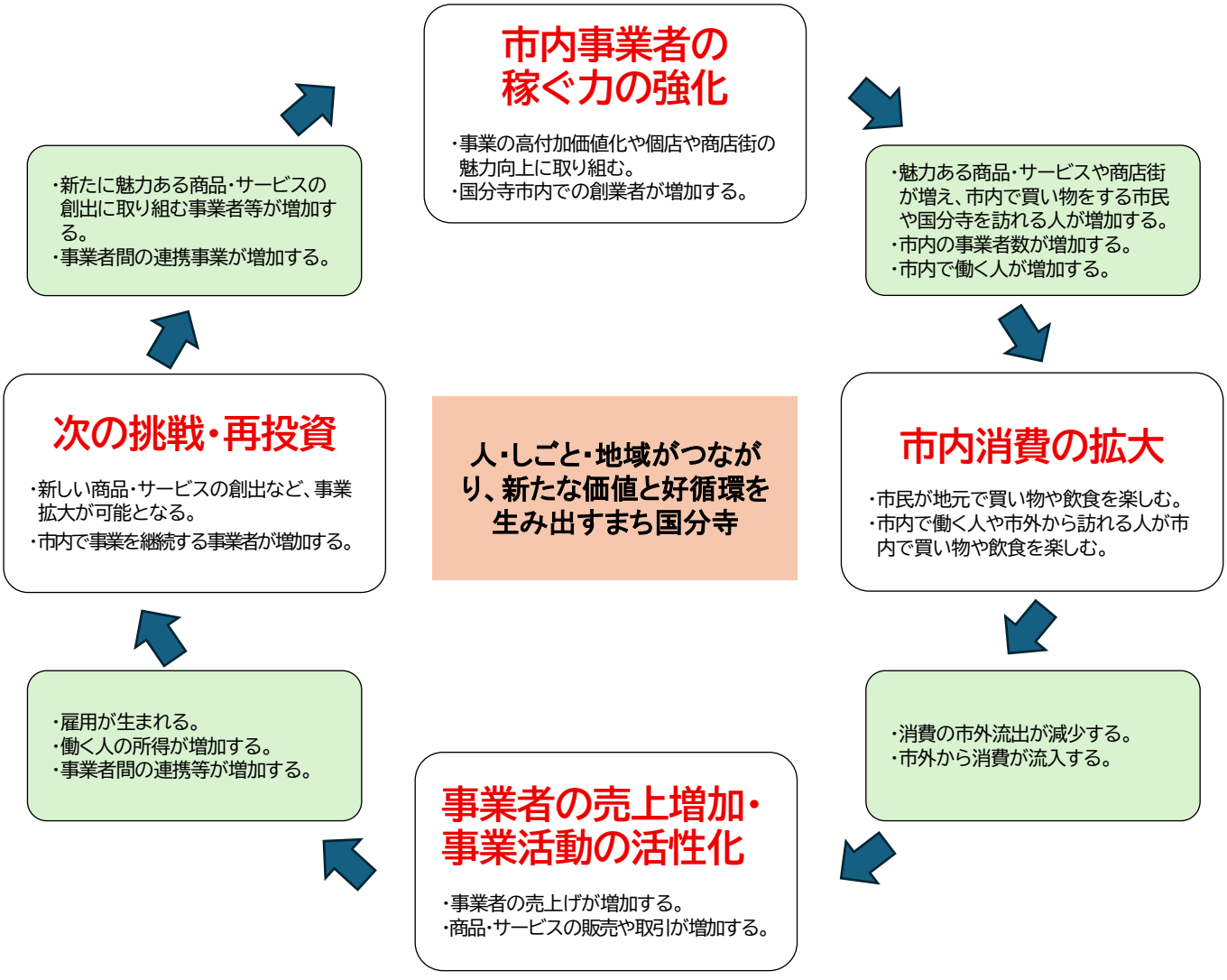
人・しごと・地域がつながり、新たな価値と好循環を生み出すまち国分寺

２．目指す姿

国分寺市の地域経済を持続的に活性化していくためには、市内事業者の経営を支援するだけでなく、事業活動によって生み出された所得や消費が市内で循環し、次の事業活動につながっていく仕組みをつくることが重要です。

本プランでは、市内事業者における商品・サービスの高付加価値化や個店・商店街の魅力向上、新たな事業の創出等に取り組むことで、稼ぐ力の向上や市内消費の拡大、売上げの増加につながる地域経済を目指します。さらに、その成果を新たな商品・サービスの創出や事業の拡大につなげ、地域への再投資など、次の挑戦の機会を創出していきます。これらを循環させることで、持続的な地域経済の発展を目指します。

市が目指す地域経済の循環図



３．基本目標の実現に向けた重点課題と基本施策

基本目標や目指す姿を実現し、地域内で稼ぎ、消費される経済の好循環を形成していくためには、これまでの取組を継承・発展させるとともに、市の産業を取り巻く課題に的確に対応していく必要があります。

まず、物価高騰や消費行動の変化が進む中、市内事業者が価格競争だけに依存せず、商品・サービスや地域資源の魅力を高め、付加価値によって選ばれる力を強化することが必要です。また、市外で働く市民が多く、市内で消費されにくい構造を改善するためには、市内で働く人や地元で買い物・飲食等を楽しむ人を増やすとともに、市民が地域の産業や事業者を知り、地域への愛着を深めていくことが重要です。さらに、個性ある店舗や地域資源、イベント、公共空間等を生かし、市民や来訪者がまちなかを歩き、買い物や滞在を楽しめる環境を形成することで、市内での回遊と消費につなげていく必要があります。

あわせて、将来にわたり地域経済の活力を維持・向上させるためには、創業や新たな事業への挑戦を促し、知識・情報サービス業等を含む次代の地域経済を担う産業や事業者、人材を地域に生み出し、育て、定着させていくことが必要です。また、既存の事業者が、物価高騰、人手不足、デジタル化、経営者の高齢化等の経営環境の変化に対応し、事業を持続・発展させていくため、経営基盤の安定、生産性の向上、人材育成、円滑な事業承継などを進めていくことも不可欠です。

これらの課題は相互に関連しており、事業者の魅力や稼ぐ力の向上が市内消費を生み、市内消費の拡大が事業者の収益や新たな投資・挑戦につながるなど、それぞれの取組を好循環につなげていくことが重要です。

このため、本プランでは、①「事業の高付加価値化・魅力向上」、②「地元愛の醸成・市内就業・市内消費の促進」、③「歩いて楽しい買い物ができるまちづくり」、④「次代の地域経済を担う産業や事業者の創出」、⑤「経営力の強化・生産性の向上」の5つを基本施策として位置付け、相互に連携させながら総合的に推進します。

地域経済の循環に当たっては、特に「市内事業者の稼ぐ力の強化」と「市内消費の拡大」を中心に施策を展開します。5つの基本施策との関係では、「市内事業者の稼ぐ力の強化」は、基本施策①、④、⑤、「市内消費の拡大」は、基本施策②、③が該当します。これらの基本施策を相互に連携させながら推進することで、市内事業者の競争力や魅力を高めるとともに、市内での消費を促進し、地域経済の好循環につなげていきます。

４．施策・事業への取組姿勢

市では、これまで、商業・商店街の活性化、地域資源の活用、創業支援、中小企業の経営支援など、地域産業の活性化に向けた様々な施策・事業を展開し、成果を積み重ねてきました。

一方、個々の事業がそれぞれ独立して実施されることにより、イベントの参加者が周辺の店舗や地域資源へ十分に回遊していないことや、各団体が持つ情報、知識、ノウハウ、人的ネットワークが相互に生かしきれていない面もみられます。

今後、限られた人材や財源の中で施策の効果を一層高めていくために、新たな事業を増やすだけでなく、これまで実施してきた事業や、地域で活動する人・団体、地域資源、情報、支援機関を有機的に結び付け、それぞれの強みを生かしながら相乗効果を生み出していくことを目指します。

そこで、本プランでは、基本施策を横断する共通の視点として、以下の５つの「つなぐ」を掲げます。

5つの「つなぐ」	
１．事業をつなぐ	２．主体をつなぐ
３．地域資源をつなぐ	４．情報をつなぐ
５．支援機関をつなぐ	

５つの「つなぐ」は、それぞれ独立した事業を設けるものではなく、各施策・取組を企画・実施する際に、ほかの事業との連携、多様な主体の参画、地域資源の活用、情報共有、支援機関との連携を検討し、施策全体の効果を高めるための横断的な視点です。

また、連携そのものを目的とするのではなく、解決すべき課題や目指す成果を明確にした上で、必要な事業、主体、地域資源等をつなぐことが重要です。各主体の役割や期待される効果を共有するとともに、特定の人や団体に負担が集中しない、持続可能な連携の仕組みを構築します。

市は、庁内関係各課間との情報共有を進めるとともに、地域で活動する主体を把握し、必要な主体を結び付けるコーディネート機能を担います。また、取組の成果や課題を見える化し、広く共有することで、次の連携や新たな取組の創出につなげます。

５つの「つなぐ」を全ての施策に共通する視点として継続的に実践することにより、既存事業の価値を高めるとともに、多様な主体がそれぞれの強みを発揮しながら、地域内で人・情報・消費・知識・技術が循環する地域経済の形成を推進します。

１．施策体系

基本目標や目指す姿を実現するため、５つの基本施策と５つの“つなぐ”で構成します。

基本目標	基本施策	施策	取組
人・しごと・地域がつながり、新たな価値と好循環を生み出すまち国分寺	基本施策１ 事業の高付加価値化・魅力向上	1-1 個性・魅力ある個店づくり	1)地域の魅力ある商品･サービスの発掘･ブランド化の支援　2)事業者の魅力を伝える体験･交流型サービスの展開支援
		1-2 商店街の魅力向上	1)地域と連携した商店街活性化の推進　2)商店街情報の発信強化
		1-3 地域資源や魅力を生かした価値創出の促進	1)こくベジプロジェクトの推進　2)地域産品の販売機会の充実 3)クリエイティブ産業との共創促進
	基本施策２ 地元愛の醸成・市内就業・市内消費の促進	2-1 市内就業環境の向上	1)働きやすい環境づくりに取り組む事業者支援
		2-2 市内で楽しむ消費の促進	1)地域イベントによる市内消費と交流の促進　2)誰もが利用しやすい買物環境の整備
		2-3 国分寺産業のＰＲ・情報発信	1)市内の商品･製品･サービスの情報発信　2)地域の歴史や市内産業の魅力･活動内容の発信
	基本施策３ 歩いて楽しい買い物ができるまちづくり	3-1 地域資源を生かした回遊性・滞在性の向上	1)地域資源を活用した回遊策の検討　2)データ分析等によるにぎわい･回遊性の向上
		3-2 居心地が良く歩いて楽しい商業のまちづくり	1)商店街利用者の交通利便性の向上　2)地域マルシェ「(仮称)ぶんじテラス」による商店街の活性化 3)駅周辺の回遊･滞在を促す空間づくりの推進
		3-3 誰もが安心して楽しめる買い物環境の向上	1)商店会の共同設備の維持･充実　1)地域の安全･安心を支える商店街づくり
	基本施策４ 次代の地域経済を担う産業や事業者の創出	4-1 創業から成長までを見据えた一体的支援	1)空き家･空き店舗を活用した創業支援　2)市内でチャレンジする創業者支援 3)コワーキングスペースの整備　4)チャレンジショップの整備検討
		4-2 市内外の事業者に選ばれ、根付くまちの実現	1)市内での創業の促進　2)市内での事業継続に向けた相談対応
		4-3 次代の地域経済を担う人材育成･ネットワークづくり	1)教育機関との連携による地域活性化の推進　2)地域の担い手をつなぐ交流機会の創出
	基本施策５ 経営力の強化・生産性の向上	5-1 経営基盤の安定・強化の推進	1)融資あっせん制度による資金調達の支援　2)事業者相談窓口機能の充実
		5-2 事業の効率化・生産性の向上	1)先端設備の導入による経営力強化の促進　2)デジタル化に向けた取組の周知･活用支援 3)人材育成支援
		5-3 次代につなぐ事業承継の促進	1)事業承継支援

５つの「つなぐ」による施策の推進

1．**事業**をつなぐ　2．**主体**をつなぐ　3．**地域資源**をつなぐ　4．**情報**をつなぐ　5．**支援機関**をつなぐ

２．基本施策

基本施策１　事業の高付加価値化・魅力向上

市内事業者の多くは小規模であり、大手チェーン店等との価格競争では優位に立ちにくい一方、地域の事業者ならではの専門性やこだわり、地元に根付いた強みを持っています。そこで、市内事業者が価格だけではなく、その魅力や価値によって選ばれる環境をつくり、収益力の向上と持続的な経営につなげられるよう、商品・サービスの品質向上や独自性の強化、体験価値の付加等による個店の魅力向上を促進します。

また、こうした個々の店舗の魅力を広く市内外に発信していくことが重要です。そこで、地域と連携したイベントや情報発信、デジタルマップ等の活用を通じて、市内事業者の魅力や情報発信力を高め、来訪促進や回遊性の向上につなげます。

さらに、新たな商品・サービスや新たな価値の創出に向けて、国分寺市の強みであるこくベジをはじめとする地域資源の活用や地域産品の販売機会の充実を図るとともに、商店会や市内事業者等との連携を促進します。

施策１-１　個性・魅力ある個店づくり

市内の魅力ある店舗、商品、サービスを発掘し、ブランド化や情報発信を促進します。「お店大賞」や「一店逸品事業」、「名物名産推奨品事業」の認知度向上を図るとともに、市内の店舗・商品・特産品の魅力発信を進めます。

商品やサービスの魅力に加え、専門性やこだわりなど、事業者の持つ個性と魅力を市民や来訪者に直接伝える、商品の選び方や専門知識を伝える講座、子ども向けの仕事体験、店舗見学などの体験・交流型の取組を支援し、個店の魅力向上と利用促進を図ります。

（主な取組）

１）地域の魅力ある商品・サービスの発掘・ブランド化の支援 ２）事業者の魅力を伝える体験・交流型サービス展開支援

（連携機関）

国分寺市商工会、商店会　等

施策１-２　商店街の魅力向上

地域の交流拠点としてのにぎわいと活力ある商店街づくりに向けて、各種イベントの開催や地域との交流・連携を図る商店会を支援します。

市民や来街者に商店街や個店の魅力を広く知ってもらい、来街や回遊、店舗利用の促進につなげるため、市内商店街の情報を効果的に発信します。また、来街促進や回遊性向上につながるデジタルマップの作成・運営を支援します。さらに、商工会ホームページなどの関連サイトと連携を図りながら、マップの更新・運営体制について検討します。

（主な取組）

１）地域と連携した商店街活性化の推進
２）商店街情報の発信強化

（連携機関）

国分寺市商工会、商店会、国分寺市商店会連合会　等

施策１-３　地域資源や魅力を生かした価値創出の促進

こくベジメニュー提供店による地場野菜などを活用したオリジナルメニューのＰＲや、マルシェ、特産品の関連イベント等の開催を通じて、市内農畜産物の魅力を広く発信します。これにより、地産地消の促進と市外からの来訪者を呼び込み、市内消費の拡大を図ります。

国分寺駅北口交通広場や市役所庁舎等で定期的にマルシェを開催するなど、地域産品の販売機会の充実を図ります。

商店会や市内事業者等と市内のアニメーション制作会社、デザイン会社などのクリエイティブ産業による連携を促進し、イベントグッズやご当地グッズの開発、デザイン支援など、新たな価値の創出や情報発信の取組に対する支援を検討します。

（主な取組）

１）こくベジプロジェクトの推進
２）地域産品の販売機会の充実
３）クリエイティブ産業との連携促進

（連携機関）

国分寺市商工会、国分寺市商店会連合会、こくベジプロジェクト推進連絡会、
ＪＡ、（一社）こくぶんじ観光まちづくり協会　等

基本施策２　地元愛の醸成・市内就業・市内消費の促進

ベッドタウン型経済の構造にある国分寺市は、市内で働き、暮らし、楽しむ人を一人でも多く増やし、市内で所得や消費が循環する地域経済を形成していくことが重要です。そこで、多様な人材がワーク・ライフ・バランスを保ちながら活躍できる市内の就業環境づくりを進め、市内就業者や昼間人口の増加を図ります。あわせて、地域イベントの開催や、誰もが利用しやすい買物環境の整備を通じて、市民が地元での消費や交流を楽しむ機会を広げます。さらに、市内産業の魅力や、商店会・地元事業者が地域に果たしている役割や貢献を分かりやすく発信することで、市民の地元への愛着を育み、市内就業と市内消費が相互に高め合う好循環を生み出します。

施策２-１　市内就業環境の向上

多様な人材がワーク・ライフ・バランスを保ちながら活躍できる就業環境の実現に向け、市内事業者への啓発活動を推進するとともに、柔軟な勤務制度の導入、育児・介護と仕事の両立支援、長時間労働の是正、職場環境の改善など、事業者による働きやすい職場づくりの取組を支援します。

（主な取組）

１）働きやすい環境づくりに取り組む事業者支援

施策２-２　市内で楽しむ消費の促進

「国分寺まつり」や「ぶんじふれあい市」など、地域産業と地域の交流を促進するイベントを開催します。

買物困難者支援事業等を通じて、日常の買物に不便を感じる市民の買物機会を確保し、誰もが住み慣れた地域で安心して暮らし続けられる買物環境づくりを進めます。

（主な取組）

１）地域イベントによる市内消費と交流の促進 ２）誰もが利用しやすい買物環境の整備

（連携機関）

国分寺市商工会、ＪＡ、（一社）こくぶんじ観光まちづくり協会　等

施策２-３　国分寺産業のＰＲ・情報発信

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などを活用し、市民の目に触れやすい形で地域の店舗や商品・サービス等の情報発信を支援します。また、ふるさと納税制度を活用して、地域産品の販路拡大やブランド力の向上を図ります。

地域の歴史や市内産業の魅力、商店会や地元事業者が地域に果たしている役割や貢献について、市民や次代を担う世代に分かりやすく発信します。さらに、「みにこみ国分寺」等の情報媒体を活用し、地域産業への理解と愛着を深めることで、市内店舗・事業者の認知度向上や利用促進につなげます。

（主な取組）

１）市内の商品・製品・サービスの情報発信 ２）地域の歴史や市内産業の魅力・活動内容の発信

（連携機関）

国分寺市商工会　国分寺市商店会連合会、商店会等

基本施策３　歩いて楽しい買い物ができるまちづくり

市民アンケートでは、個性・魅力ある個店の増加や回遊性の向上、買い物しやすい歩行者環境の整備が求められています。一方で、商店街を利用していない市民が半数を超えるなど、商店街の魅力や存在自体が十分に伝わっていないという課題もあります。そこで、市民や来街者が店舗や地域の魅力に触れ、安心して買い物や滞在を楽しめる環境を整えることで、商店街や地域全体への回遊と利用の促進を図ります。

地域資源を生かした回遊策や人流データ分析等に基づくにぎわいづくりの検討を進めるとともに、商店街利用者の駐車環境の整備、マルシェ等のにぎわい創出、駅周辺の道路空間の活用等により、居心地よく歩いて楽しめるまちづくりを推進します。あわせて、防犯の役割も担う商店会の装飾街路灯の維持管理や、地域の見守り機能の強化など、誰もが安心して買い物を楽しめる環境を整えることで、地域全体の回遊性と商店街の利用促進につなげます。

施策３-１　地域資源を生かした回遊性・滞在性の向上

観光スポットと商店街、飲食店、個店を組み合わせた周遊ルートや、マルシェと周辺商店街・店舗を連携させたイベントなど、地域資源を生かした回遊策を検討します。また、国分寺・府中観光振興連絡協議会による歴史イベント等の実施を通じて、来街者を増やす取組を支援します。

地域の回遊性や来街者ニーズを把握し、地域資源を生かした回遊策や来街促進、イベント、商店街の活性化、個店における商品・サービスの充実や販促、顧客獲得等のマーケティングに加えて、地域のにぎわい創出に向けた施策・事業の効果的な展開に活用するため、人流データ分析調査や商店会来街者調査等の実施を検討します。

（主な取組）

１）地域資源を活用した回遊策の検討 ２）データ分析等によるにぎわい・回遊性の向上

（連携機関）

国分寺市商工会、（一社）こくぶんじ観光まちづくり協会、国分寺・府中観光振興連絡協議会　等

施策３-２　居心地が良く歩いて楽しい商業のまちづくり

「商店街顧客駐車場設置運営事業」により、商店街利用者の駐車環境を確保し、買物や飲食等のために来街しやすい環境づくりを進めます。

商店街やまちのにぎわい創出を図るため、商店会以外の多様な主体が商店会と連携し、そのエリアにおいてマルシェ等のイベントを開催する取組を検討します。あわせて、商店会に加入する個店の魅力発信や来街促進の取組を促し、商店街全体への回遊性向上と利用促進につなげます。

国分寺駅北口駅前通りにおける道路空間のあり方の検討や社会実験、西国分寺駅北口の公共空地の利活用における社会実験等を推進する関係各課との連携の下、来訪者が回遊し、滞在しやすい環境づくりを推進します。

（主な取組）

１）商店街利用者の交通利便性の向上
２）地域マルシェ「（仮称）ぶんじテラス」による商店街の活性化
３）駅周辺の回遊・滞在を促す空間づくりの推進

（連携機関）

国分寺市商工会、国分寺市商店会連合会　等

施策３-３　誰もが安心して楽しめる買い物環境の向上

商店街の美観向上と来街者が安心して楽しく買い物できる環境の整備を通じて、商店街のにぎわいを創出するため、装飾街路灯の維持管理を支援し、明るい商店街づくりの促進を図ります。

商工会を通して取り組む「かけこみ 110 番のお店事業」等により、商店会の店舗等が地域の見守りや緊急時の支援拠点として機能する環境づくりを進めます。

（主な取組）

１）商店会の共同設備の維持・充実
２）地域の安全・安心を支える商店街づくり

（連携機関）

国分寺市商工会　等

基本施策４　次代の地域経済を担う産業や事業者の創出

商業の低成長状態が続く中、商業に加え、知識・情報サービス業等、次代の地域経済を支える産業の担い手の創出が重要です。市民アンケート調査の結果では、起業に関心を持つ市民が一定数いるものの、実際の創業比率は近隣自治体の中でも中位にとどまっており、関心を実際の創業につなげる支援が必要です。そこで、若年層からシニア層まで幅広い世代が挑戦できるよう、空き家・空き店舗を活用した創業支援や、創業塾・創業セミナー等による伴走支援、コワーキングスペースやチャレンジショップ等の環境整備により、創業から事業の軌道化・成長までを一体的に支援します。また、各種支援策を広く情報発信することで、市内外の事業者に選ばれ、根付くまちの実現を目指すことに加え、教育機関との連携や地域の担い手同士のネットワークづくりを通じて、次代の地域経済を担う人材を育成します。

施策４-１　創業から成長までを見据えた一体的支援

空き家や空き店舗の活用を通じて、まちとのつながりを目指す創業者に対し、物件とのマッチングや家賃補助等の支援を行います。

産業競争力強化法に基づく創業支援等事業計画に沿って、創業に向けた個別相談や創業塾、セミナー等を実施します。また、創業後も売上拡大や販路開拓等に対する支援を通じて、事業の早期安定化と持続的な成長につながるよう伴走支援を行います。

創業者やフリーランス、テレワーカーなどの多様な働き方を支えるため、コワーキングスペースを整備し、市内で働き、交流し、事業を育てることができる環境を整え、創業の促進や新たなビジネスの創出につなげます。

創業希望者に対する実店舗での販売経験や顧客との接点づくりの支援を目的としたチャレンジショップの整備を検討し、創業の促進、個店の育成の可能性について研究します。

（主な取組）

１）空き家・空き店舗を活用した創業支援
２）市内でチャレンジする創業者支援
３）コワーキングスペースの整備
４）チャレンジショップの整備検討

（連携機関）

国分寺市商工会、金融機関　等

施策４-２　市内外の事業者に選ばれ、根付くまちの実現

事業者に選ばれるまちを目指し、国分寺市の立地や事業環境に関する魅力を市内外へ積極的に発信します。また、市内で創業を目指す人を対象に、創業初期の費用負担の軽減を図る施策を検討します。

さらに、市内で事業を継続しやすい環境を整えるため、商工会と連携した相談体制を維持・充実させることで、事業者の定着を図ります。

（主な取組）

１）市内での創業の促進
２）市内での事業継続に向けた相談対応

（連携機関）

国分寺市商工会、金融機関　等

施策４-３　次代の地域経済を担う人材育成・ネットワークづくり

商店会等によるイベントへの参画や事業者等との連携による情報発信等の取組を推進します。学生の視点や発想を地域商業の活性化に生かすとともに、学生や商店会、事業者等にとって新たな発見や体験につながる交流機会を創出します。

市内では、多様な人材がそれぞれの専門性や視点を生かして様々な地域コミュニティを形成しています。こうしたコミュニティの人材が、新たな経済的価値を創出できるよう、交流機会の確保について検討します。

また、交流を通じて生まれた共同プロジェクトへの支援を研究することに加え、「国分寺お店大賞」の殿堂入り受賞店など地域で活躍する人材を創業塾や各種セミナーなどの講師として招き、創業希望者等とつなぐことで、地域に根差した人材育成を推進します。

（主な取組）

１）教育機関との連携による地域活性化の推進
２）地域の担い手をつなぐ交流機会の創出

（連携機関）

国分寺市商工会、国分寺市商店会連合会、市内及び近隣の教育機関　等

基本施策５　経営力の強化・生産性の向上

市内事業者の経営基盤を安定させるため、融資あっせん制度による資金調達支援や事業者相談窓口の充実を通じた経営基盤の安定化を図ります。また、先端設備の導入やデジタル化、人材育成に対する支援により、事業の効率化・生産性の向上を図ります。さらに、経営者の高齢化を背景に、事業承継に課題を抱えながらも専門家への相談に至っていない事業者が一定数みられることから、円滑な事業承継に向けた相談・支援体制を強化し、地域に根差した事業の継続と雇用・技術・サービスの維持を支えます。こういった支援を複合的に実施することで、変化する経営環境の中でも持続的に事業を継続・発展できる力を高めることを目指します。

施策５-１　経営基盤の安定・強化の推進

物価高騰や経営環境の変化に直面する市内中小企業者の資金繰りを支援するため、「小口事業資金融資あっせん制度」の設計内容を継続的に検討し、適時・適切な経営支援を図ります。

市内中小事業者への経営相談や情報提供を充実させるとともに、商工会をはじめとする多様な支援機関との連携の下、事業者が抱える経営課題に応じた支援につなげることで、経営基盤の強化と事業継続を支援します。

（主な取組）

１）融資あっせん制度による資金調達の支援 ２）事業者相談窓口機能の充実

（連携機関）

国分寺市商工会、金融機関　等

施策５-２　事業の効率化・生産性の向上

「先端設備等導入計画」の認定を通じて、市内中小事業者による先端設備の導入を支援します。設備投資による生産性向上や業務効率化を促進し、事業者の経営基盤の強化を図ります。

市内中小事業者の業務効率化や生産性向上、販路拡大を促進するため、デジタル化に向けた取組を支援します。セミナーの開催や情報提供を通じて、各事業者の課題や導入段階に応じた支援を行い、デジタル技術を活用した経営力の向上につなげます。

市内中小事業者における人材の確保・定着や従業員の能力向上を支援するため、東京都などが実施する関連施策の活用を促進します。各事業者の課題に応じて、研修・助成制度・専門機関等へつなぎ、持続的な成長を支える人材基盤の強化を図ります。

（主な取組）

１）先端設備の導入による経営力強化の促進
２）デジタル化に向けた取組の周知・活用支援
３）人材育成支援

施策５-３　次代につなぐ事業承継の促進

市内中小事業者の円滑な事業承継を促進するため、事業承継に関する個別相談やセミナーを実施します。後継者の確保や承継計画の検討、経営資源の引継ぎ等に関する支援を通じて、地域に根差した事業の継続と雇用・技術・サービスの維持を図ります。また、事業承継に関する相談情報を関係機関と相互に共有する仕組みを検討します。

（主な取組）

１）事業承継支援

（連携機関）

国分寺市商工会、金融機関　等

第６章　プランの推進

１．実施体制

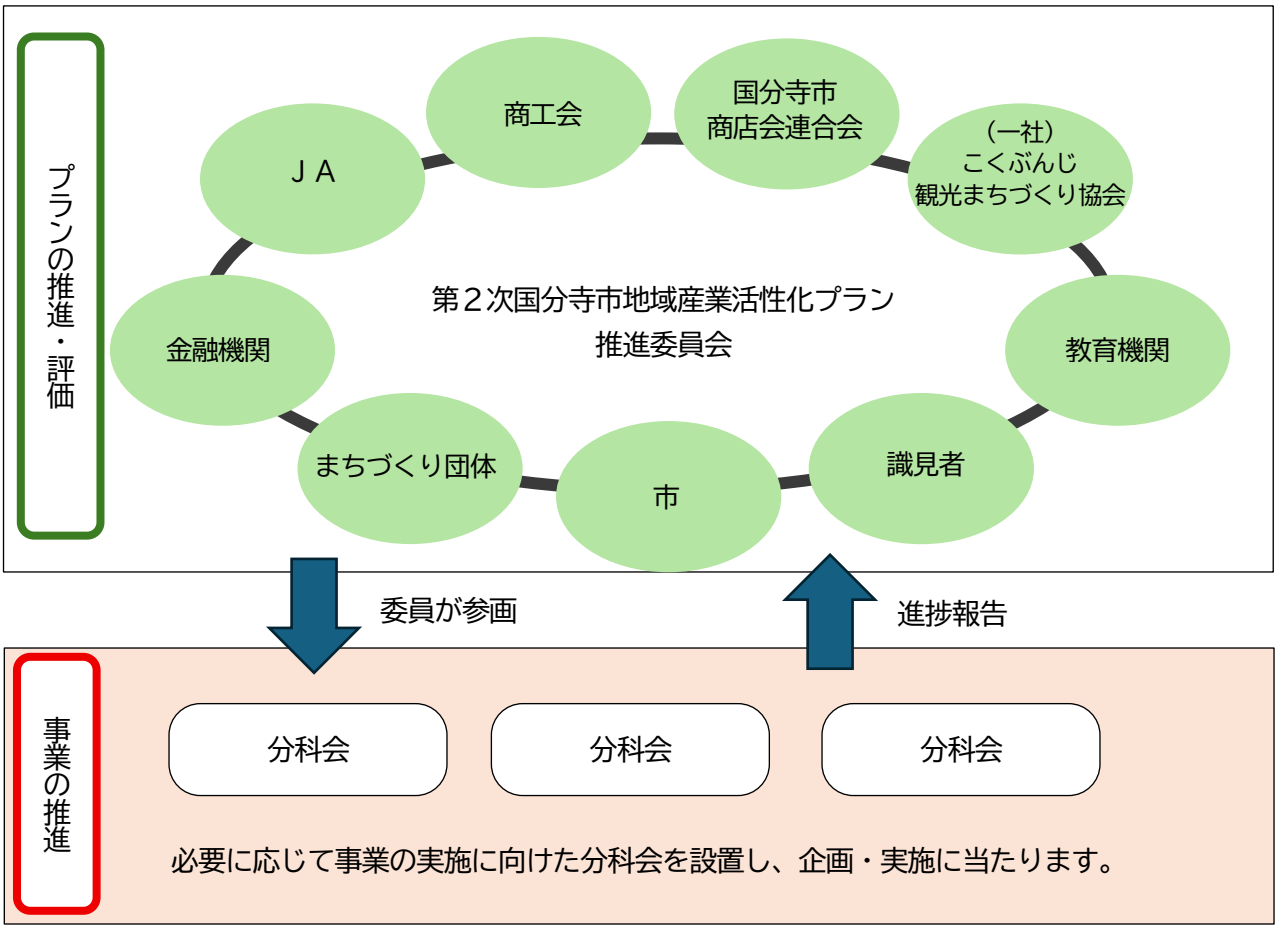
本プランの推進に当たっては、商業だけでなく、農業、工業、観光、まちづくり等とも関連することから、庁内関係各課との連携を図る必要があります。さらに、地域産業の現場に近い存在である商工会、国分寺市商店会連合会、ＪＡ、（一社）こくぶんじ観光まちづくり協会、金融機関等の組織や、東京経済大学をはじめとする大学、アーバンデザインセンター国分寺（ＵＤＣＢ）等のまちづくり団体、識見者等との連携を深めていくことが重要です。そこで、多様な主体との連携の下に本プランを推進するため、産業振興に係る関係者で構成される第２次国分寺市地域産業活性化プラン推進委員会（以下「推進委員会」といいます。）を設置し、本プランを推進します。

５つの基本施策ごとの事業を具体的に推進するに当たっては、必要に応じて推進委員会の委員を座長とした分科会を組織し、関係機関をはじめとした多様な主体との連携の下に事業を企画及び実施します。

また、推進委員会は、様々な活動に取り組んできた主体同士がつながり、相互の取組や事業をつなぐ場としての役割も担います。

２．実施事業の評価

実施した事業の評価については、推進委員会において、施策の進捗状況を確認・評価し、次年度の取組に反映できるよう進めていきます。また、令和 11 年度の中間見直しにおいては、蓄積した評価を基に、計画期間後期における施策の改善・見直しを行います。



資料編

国分寺市地域産業活性化プラン策定検討委員会設置要綱

令和７年７月 25 日
要綱第 28 号
最近改正　令和８年３月 28 日

（設置）
第１条　国分寺市地域産業活性化プランの策定について意見を聴取するため、国分寺市地域産業活性化プラン策定検討委員会（以下「委員会」という。）を設置する。
（意見聴取事項）
第２条　委員会は、国分寺市地域産業活性化プランの策定に関することについて助言し、及び意見を述べるものとする。
（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し、市長が委嘱し、又は任命する。
(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)　国分寺市商工会の推薦を受けた者　３人以内
(4)　東京むさし農業協同組合の推薦を受けた者　１人以内
(5)　一般社団法人こくぶんじ観光まちづくり協会の推薦を受けた者　１人以内
(6)　市の職員　５人以内
（謝礼）
第４条　前条第１号及び第５号までに掲げる委員に対し、謝礼を支払う。
（任期）
第５条　委員の任期は、委嘱又は任命の日から令和９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、委員会の会議（以下「会議」という。）を進行する。
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、市長が招集し、委員長は、会議の議長となる。
（意見の聴取等）
第８条　市長は、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、又は委員以外の者に対し、資料の提出を求めることができる。
（会議の公開）
第９条　会議は、公開する。ただし、会議の内容が、国分寺市情報公開条例（平成 11 年条例第 33 号）第９条（実施機関の公開義務）各号に定める事項に該当するおそれがあると認められる場合は、当該会議の全部又は一部を公開しないことができる。
（庶務）
第 10 条　委員会の庶務は、市民部経済課において処理する。
（委任）
第 11 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。
附　則
この要綱は、令和８年４月１日から施行する。

国分寺市地域産業活性化プラン策定検討委員会

敬称略

職名	氏名	区分	所属等（策定時）	備考
	太田　貴之	1号委員	市民公募	
	栗城　佳美	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）	
○	衛藤　賢治	2号委員	識見（多摩信用金庫）	～令和８年３月31日
○	相川　孝史	2号委員	識見（多摩信用金庫）	令和８年４月１日～
	井口　朗	3号委員	国分寺市商工会	
	中村　早苗	3号委員	国分寺市商工会	
	荒井　大介	3号委員	国分寺市商工会	
	平塚　和大	4号委員	東京むさし農業協同組合	～令和８年３月31日
	古屋　忠嗣	4号委員	東京むさし農業協同組合	令和８年４月１日～
	森元　静一	5号委員	（一社）こくぶんじ観光まちづくり協会	
	木村　達郎	6号委員	政策経営部広報プロモーション室長	
	山下　由朗	6号委員	政策部デジタル行政推進室長	～令和８年３月31日
	井上　慶一	6号委員	政策経営部ＤＸ・行政改革室長	令和８年４月１日～
	三田　俊子	6号委員	都市企画部都市計画課長	
	細江　隆	6号委員	都市企画部駅周辺整備課長	
	依田　亮一	6号委員	教育部ふるさと文化財課長兼史編さん室長	

◎：委員長　　○：副委員長

任期：令和７年●月●日～令和９年３月31日

国分寺市地域産業活性化プラン策定経過

1）国分寺市地域産業活性化プラン策定検討委員会　協議経過

回	開催日	議題
第1回	令和7年1 1月10日	1　委員長・副委員長の互選 2　国分寺市地域産業活性化プラン策定について 3　基礎調査のためのアンケート（案）について
第2回	令和8年1月23日	1　基礎調査中間報告 2　団体・事業者ヒアリング調査実施案について
第3回	令和8年3月25日	1　基礎調査報告 2　基礎調査等を踏まえた産業振興の方向性（案）について
第4回	令和8年5月18日	1　団体ヒアリング調査中間報告 2　（仮称）第2次国分寺市地域産業活性化プラン施策体系（案）について
第5回	令和8年6月29日	1　団体ヒアリング調査中間報告 2　（仮称）第2次国分寺市地域産業活性化プラン施策体系（案）について 3　（仮称）第2次国分寺市地域産業活性化プラン計画骨子（案）について
第6回	令和8年9月14日	1　（仮称）第2次国分寺市地域産業活性化プラン（素案）について
第7回	令和8年11月13日	
第8回	令和9年2月15日	

2）アンケート調査・書面ヒアリング調査の概要

①事業者アンケート調査

■調査目的：　市内事業者の現況（経営状況等）、課題、支援ニーズ、今後の事業方針等の把握

■調査対象：　総務省経済センサス事業所母集団データベースを基に抽出した、市内の個人事業者及び法人　1,000 件

■調査期間：　令和８年１月８日(木)～令和８年２月２日(月)

■調査方法：　郵送配布、郵送又はウェブ回答にて回収

■回収状況：　宛先不明等による返戻を除く有効配布数・・・993 件
回収数・・・328 件（うち郵送回答 173 件、ウェブ回答 155 件）
回収率・・・33.0%

②市民アンケート調査

■調査目的：　市内の消費状況、働く環境、国分寺市の産業振興のあり方への意見等の把握

■調査対象：　令和７年 11 月現在の住民基本台帳から、年齢・性別・居住地の比率を考慮の上、無作為抽出した 18 歳以上の市内居住者　3,000 人

■調査期間：　令和７年 12 月 11 日(木)～令和７年 12 月 26 日(金)

■調査方法：　郵送配布、郵送又はウェブ回答にて回収

■回収状況：　宛先不明等による返戻を除く有効配布数・・・2,997 件
回収数・・・1,309 件（うち郵送回答 639 件、ウェブ回答 670 件）
回収率・・・43.7%

③商店会書面ヒアリング調査

■調査目的：　市内商店会の現況（活動状況等）、課題、支援ニーズ、今後の事業方針等の把握

■調査対象：　国分寺市内の商店会　12 商店会

■調査期間：　令和７年 12 月８日(月)～令和７年 12 月 23 日(火)

■調査方法：　郵送配布、郵送又はＦＡＸにて回収

■回収状況：　配布数・・・12 件
回収数・・・12 件
回収率・・・100.0%

3）団体ヒアリング調査の概要

市内の経済団体や企業、産業支援機関、金融機関、大学生等を対象に、それぞれの視点からみた市内産業の現況や課題に加えて、各団体・組織で取り組んでいる地域経済活性化に向けた取組や連携事業の把握を目的として、ヒアリング調査を実施しました。

■調査対象

分類			詳細
団体等	国分寺市商工会部会	1	青年部
		2	女性部
	農業団体	3	こくベジプロジェクト推進連絡会
	観光団体	4	ぶんぶんウォーク実行委員会
	商店会・若手経営者	5	広域型商店街：国分寺駅南口商店会会員（不動産業）
		6	近隣型商店街：本多すずらん商店会会員（建設業）
	金融機関	7	西武信用金庫西国分寺支店
		8	多摩信用金庫国分寺支店
	大学	9	東京経済大学経済学部学生（鈴木恒雄 特命講師ゼミ）
	まちづくり団体	10	アーバンデザインセンター国分寺
企業	事業者アンケート調査回答事業者	13	小売業（有限会社グッドフィールド）
		14	情報通信業（ＮＩＡアニメーション株式会社）
	情報通信業のネットワーク団体	16	国分寺ＩＣＴコミュニティ（ＫＩＣ）会員（株式会社エクシード）

■調査期間：　令和８年２月～令和８年●月

４）パブリック・コメント

「第２次国分寺市地域産業活性化プラン」（素案）について、パブリック・コメントを実施するとともに、実施を補助する目的で市民説明会を開催しました。

①パブリック・コメント

■意見の募集期間：　令和８年 12 月●日から令和９年●月●日まで

■意見の提出者数：　●（個人●・団体●）

■意見数：　●件

②市民説明会

■開催日時：　令和８年 12 月●日

■開催場所：

■参加者数：　●人

用語集