

# 青梅市 商・工業振興プラン

(令和7年3月一部改訂版)

平成29年度～令和8年度

(2017～2026)

みどりと産業が

調和するまち おうめ





## はじめに

青梅市では、商・工業の将来像とその実現に向けた基本方針を位置付けるとともに、その方針にもとづいた施策を明らかにすることによって、計画的に商・工業の振興を図っていくことを目的に、平成29年度からの10年間の計画期間とする「青梅市商・工業振興プラン」を策定いたしました。

このプランにもとづき、本市の商・工業振興を推し進めてまいりましたが、令和元年12月、中国湖北省武漢市で発見された新型コロナウイルスによる感染症が世界各国で急速に広がりパンデミックとなりました。本市においても、感染拡大防止のための経済活動の人為的な抑制などが行われ、市内事業者においても多大な影響が生じたところです。

いわゆるコロナ禍の期間は、我々の生活様式や、企業活動の変容をもたらしました。自宅での「巣ごもり消費」によるオンラインショッピング機会の増加や、インターネットでの動画視聴などのサブスクリプション商品の流行、キャッシュレス化の推進など、消費者の消費行動に変化が生じた一方、企業活動の面では、テレワークやオンライン会議が普及するなど、従前から進められていたデジタル化が加速しました。

また、コロナ禍等に起因する原油価格や物価の高騰の長期化は、現在、価格転嫁や賃上げの議論にも波及しているほか、企業活動の環境への配慮がより一層求められるなど、社会情勢が大きく変化しています。

こうした状況に加え、本市の最上位計画である第7次青梅市総合長期計画が令和5年度から新たにスタートしたことを勘案し、「青梅市商業振興対策審議会」および「青梅市工業振興対策審議会」にご意見をいただきながら、「青梅市商・工業振興プラン」の一部改訂を行いました。この度の一部改訂では、主に、第3章の成果指標と、第4章の施策方針・施策について見直しをしております。

このプランにもとづき各種施策を展開し、本市の商・工業者の経営基盤の強化を図ることで、地域産業の活性化を目指してまいります。

市民、市内事業者の皆様と、本市が目指す方向性を共有しながら、「青梅市の成長と市民の生活の質の向上」に取り組み、「青梅市に住んでいて本当に良かった」と思えるようなまちづくりを推進し、「誰もが憧れるまち青梅」を目指してまいりますので、皆様のお力添えをいただきますようお願い申し上げます。

令和7年3月

青梅市長 大勢待 利 明

# 青梅市商・工業振興プラン

平成29年度～令和8年度(2017～2026)

## 目次

### 第1章 計画の策定にあたって 5

1.計画策定の背景	5
2.目的	5
3.計画期間	5
4.計画の位置付け	5

### 第2章 青梅市の商・工業の現況と課題 7

1.本市の商・工業を取り巻く環境	7
2.統計データ等からみた本市の商・工業の現況	12
3.実態調査からみた本市の商・工業の現況	16
4.本市の商・工業の主な特性と課題	26

### 第3章 青梅市の商・工業の将来像 28

1.青梅市の商・工業の将来像	28
2.商・工業振興の方向性	29
3.成果指標	30

### 第4章 施策方針・施策 31

1.施策体系	31
2.商業の施策方針	32
3.工業の施策方針	37
4.商・工業共通の施策方針・施策	40

### 第5章 計画の推進体制等 43

1.推進体制	43
2.各主体の役割	43
3.時代の変化に対応する施策検討の場づくり	44
4.進行管理	44

### 資料編 45

青梅市商業振興対策審議会条例	46
青梅市工業振興対策審議会条例	48
青梅市商業振興対策審議会委員名簿	50
青梅市工業振興対策審議会委員名簿	52
商業振興対策審議会審議検討経過	54
工業振興対策審議会審議検討経過	54

# 第1章 計画の策定にあたって

## 1. 計画策定の背景

本市は、都心から40~60km圏に位置し、江戸時代に木材や石灰を運搬する道路として整備された青梅街道の青梅宿には多くの市がたち、早くから商いが盛んに行われていました。また、江戸時代から織物産業も盛んで、商業・工業とも古くから地域産業として発展してきた歴史を持っています。

近年は、JR青梅駅周辺の旧青梅街道沿いで、昭和レトロの街なみ整備による観光商業への取組みが行われたり、工業では、市東部の工業団地を中心に、電子機器等の大手製造業が立地し、多摩地域のハイテク産業の集積の一翼を担うなど、力強い産業活動がみられました。しかし、現在は商業においては、人口減少・高齢化に伴う消費の低迷、工業では大手製造業のグローバル化に伴う最適地戦略に基づいた生産拠点の移転・閉鎖等により、本市の産業は、事業所数・従業者数だけでなく、販売額や製造品等出荷額等が軒並み減少するという、これまでにない危機的状況を迎えています。今後は、さらに人口減少が進み、これまで以上に厳しい経済環境が予測されます。一方では、首都圏中央連絡自動車道（以下、圏央道）が、平成27（2015）年度に東北自動車道につながり、さらに平成28（2016）年度には常磐自動車道に接続するなど広域交通ネットワークの整備が進んでいることや、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催、青梅の中心市街地活性化事業を推進する株式会社まちづくり青梅が設立されるなど、市内産業の発展を後押しする出来事が続いています。そのような中、本市の産業を取り巻く環境や地域の資源を活用し、市内産業の発展を図っていくための戦略的な産業政策の立案が必要となっています。

また、新型コロナウイルス感染症による生活様式や企業活動の変化、原油価格や物価高騰などの事業者を取り巻く環境の変化、令和5（2023）年度から第7次青梅市総合長期計画がスタートしたことなどを背景に、一部改訂を行うこととしました。

## 2. 目的

市内産業を取り巻く厳しい環境の中で、事業者が市内に立地し、事業を成長させていくための環境整備が重要になっています。そこで、「青梅市商・工業振興プラン」（以下、本計画）は、青梅市の商・工業の将来像とその実現に向けた基本方針を位置付けるとともに、その方針に基づいた施策を明らかにすることによって、計画的に商・工業の振興を図っていくことを目的とします。

## 3. 計画期間

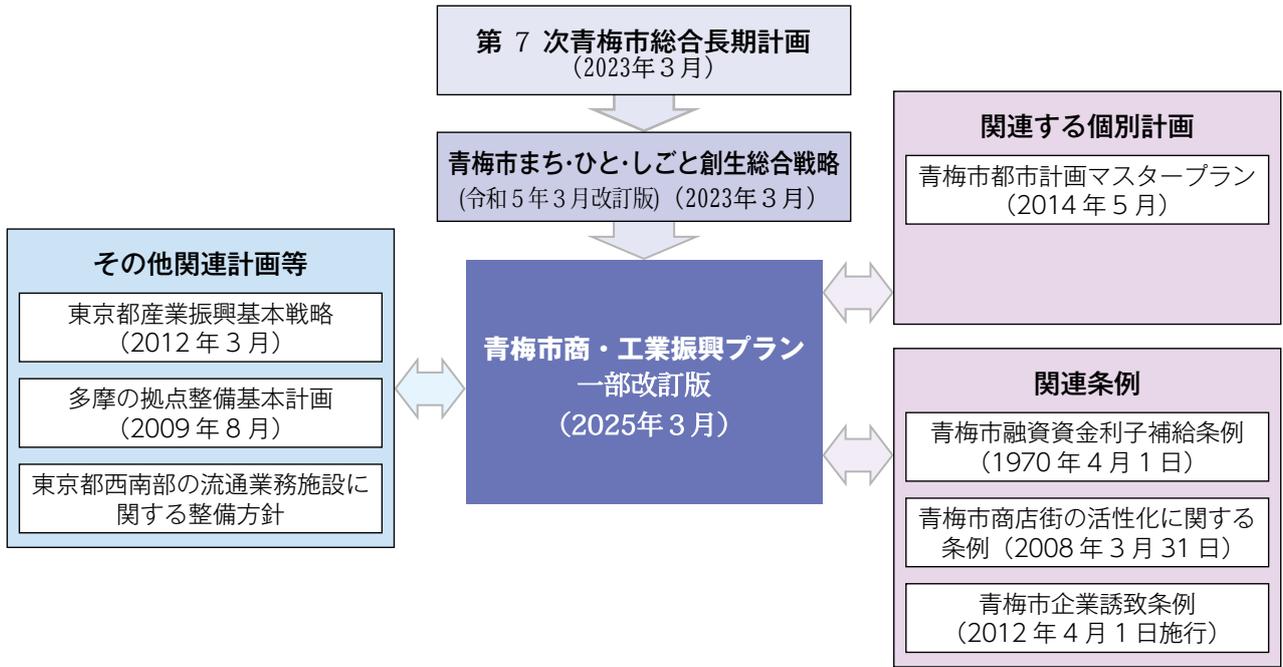
本計画の計画期間は、平成29（2017）年度から令和8（2026）年度までの10年間とします。なお、一部改訂版は令和7年3月に発行しています。

## 4. 計画（一部改訂版）の位置付け

### （1）政策体系における位置付け

本計画（一部改訂版）は、「第7次青梅市総合長期計画」および「青梅市まち・ひと・しごと創生総合戦略」における産業振興に関わる個別計画として位置付けるものです。関連する個別計画、関連条例やその他の関連計画等との整合性を図り、本市の商・工業を振興するための方向性および施策方針・施策を示しています。

【本市の政策体系における位置付け】



## 第2章 青梅市の商・工業の現況と課題

### 1. 本市の商・工業を取り巻く環境

#### (1) 人口減少・少子高齢化社会の到来

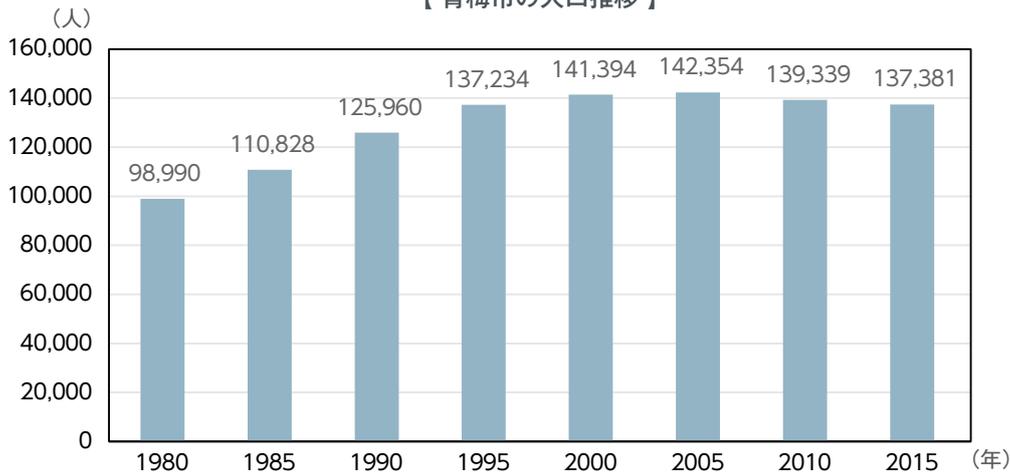
わが国の総人口は平成27(2015)年に1億2,709万人をかぞえ、平成22(2010)年の1億2,806万人をピークに戦後以降続いた増加から減少に転じました。「日本の将来推計人口(平成24年1月推計)」によると、さらに減少が進むことが予測されており、国内市場の縮小や労働力の確保が懸念されます。

本市の人口も戦後増加傾向にありましたが、平成17(2005)年をピークに減少に転じました。年齢3区分別人口比率の推移では、65歳以上の老年人口比率が高まり、15~64歳までの生産年齢人口比率や15歳未満の年少人口比率が低下しています。今後さらに人口減少・高齢化が進むことが予測されます。

また、平成12(2000)年から平成27(2015)年にかけての地区別人口増減率をみると、「青梅」「沢井」「小曾木」「成木」で10%を超える減少率となっています。一方、「大門」「新町」「今井」では増加がみられます。

次に、平成12(2000)年から平成27(2015)年にかけての地区別高齢化率の変化をみると、「新町」以外では10ポイントを超えており、特に「小曾木」「成木」等の西部地区では高齢化率が50%を超えるなど地域間格差が大きくなっています。

【青梅市の人口推移】



(注)人口総数は年齢「不詳」を含む。

資料：「国勢調査」総務省

【年齢3区分別人口構成比率の推移】



(注)人口総数に占める割合は分母から年齢「不詳」を除いて算出している。

資料：「国勢調査」総務省

【 地区別人口増減数・増減率（2000年～2015年） 】

地区	2000年 (人)	2015年 (人)	増減数 (人)	増減率 (%)
青梅市(全体)	141,394	137,381	-4,013	▲ 2.84
青梅	12,802	10,911	-1,891	▲ 14.77
長淵	22,812	21,331	-1,481	▲ 6.49
大門	19,770	21,106	1,336	6.76
東青梅	16,937	15,357	-1,580	▲ 9.33
新町	18,724	20,878	2,154	11.50
河辺	15,957	15,561	-396	▲ 2.48
今井	10,991	11,430	439	3.99
梅郷	10,494	10,397	-97	▲ 0.92
沢井	4,375	3,421	-954	▲ 21.81
小曾木	5,288	4,521	-767	▲ 14.51
成木	3,244	2,468	-776	▲ 23.92

資料：「国勢調査」総務省

【 地区別高齢化率の変化（2000年～2015年） 】

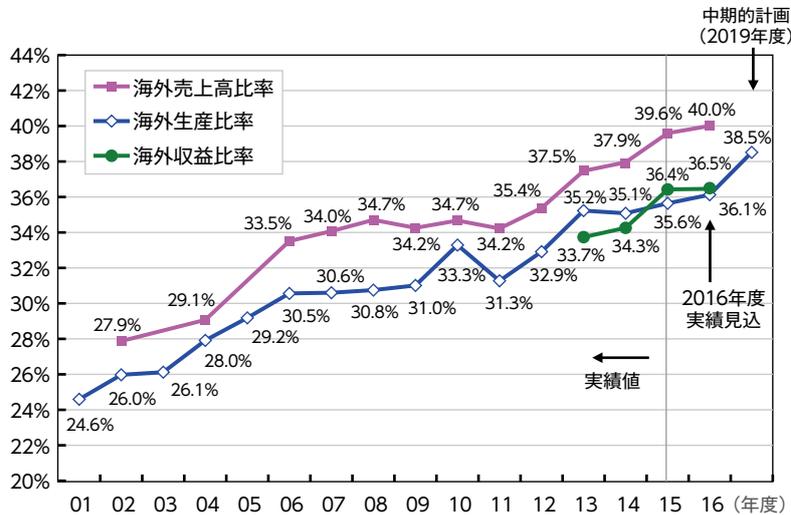
地区	2000年 (人)	高齢化率 (%)	2015年 (人)	高齢化率 (%)	高齢化率の変化 (ポイント)
青梅市(全体)	141,394	15.5	137,381	28.1	12.6
青梅	12,802	21.1	10,911	33.0	11.9
長淵	22,812	15.2	21,331	29.1	13.9
大門	19,770	14.4	21,106	25.4	11.0
東青梅	16,937	14.5	15,357	28.3	13.8
新町	18,724	7.6	20,878	14.9	7.3
河辺	15,957	8.9	15,561	24.3	15.4
今井	10,991	18.2	11,430	30.4	12.2
梅郷	10,494	16.6	10,397	31.2	14.6
沢井	4,375	24.8	3,421	37.5	12.7
小曾木	5,288	33.1	4,521	53.0	19.9
成木	3,244	33.5	2,468	52.1	18.6

資料：「国勢調査」総務省

## (2) 製造業のグローバル展開

日本の製造業は、従来の国内生産・海外輸出型から世界最適化生産型へと移行し、海外への生産拠点の流出や生産拠点の再配置化が進行しています。日本の製造業の海外への直接投資は増加傾向にあり、その生産規模は年々拡大しています。それに伴い、国内の生産拠点の見直しや国内外の機能分担が進められています。

【海外売上高比率、海外生産比率、海外収益比率】



資料：「2016年度 海外直接投資アンケート調査結果」株式会社国際協力銀行(JBIC)

## (3) 広域的交通体系の充実

本市はJR青梅線が市域を東西に通貫し、道路網は都心から山梨県に至る青梅街道・吉野街道が東西方向の交通軸となっています。また、東部には圏央道が通っており、圏央道青梅インターチェンジを通じて、関越自動車道、東北自動車道、常磐自動車道、中央自動車道、東名高速道路と接続され、広域的交通体系が充実しています。

## (4) 情報通信技術 (ICT) の発展・IoT (インターネット・オブ・ティンクス) の進展

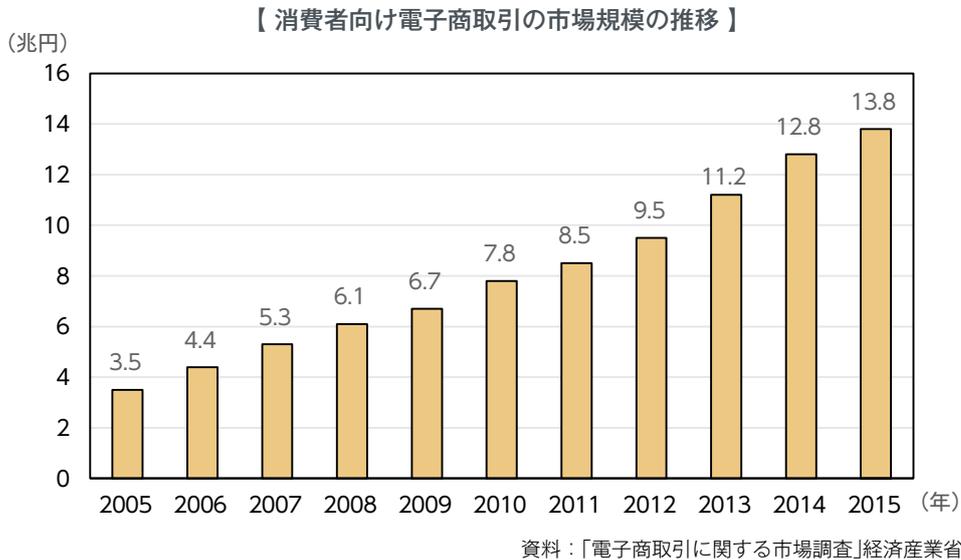
情報通信技術 (ICT) の飛躍的な発展やインターネットとモノをつなぐIoT (インターネット・オブ・ティンクス) の進展が多く産業分野で構造的な変革をもたらしつつあります。すべてのものがインターネットでつながり、それを通じて収集・蓄積されるビックデータが分析され、その結果とロボットや情報端末を活用することで、これまでにない商品やサービスが生み出される可能性が広がっています。

例えば、製造業では工場の生産管理をはじめ、マーケティング、仕入・販売活動の情報化による生産プロセスの変革や情報を活用したものづくり (3Dプリンター等)、製品に付随する多様なサービス (遠隔医療等) など、事業領域の拡大や新たなビジネスの創出が期待されます。

また、物流全体を統合的に管理 (サプライ・チェーン・マネジメント) するシステム等による物流産業の構造変革や、商業におけるインターネットを活用した多様な販売やマーケティング、サービスの創出が期待されます。さらに、クラウドファンディング等の新たな資金調達方法等により、個人等が起業しやすい環境も整ってきています。

## (5) 電子商取引の市場規模拡大

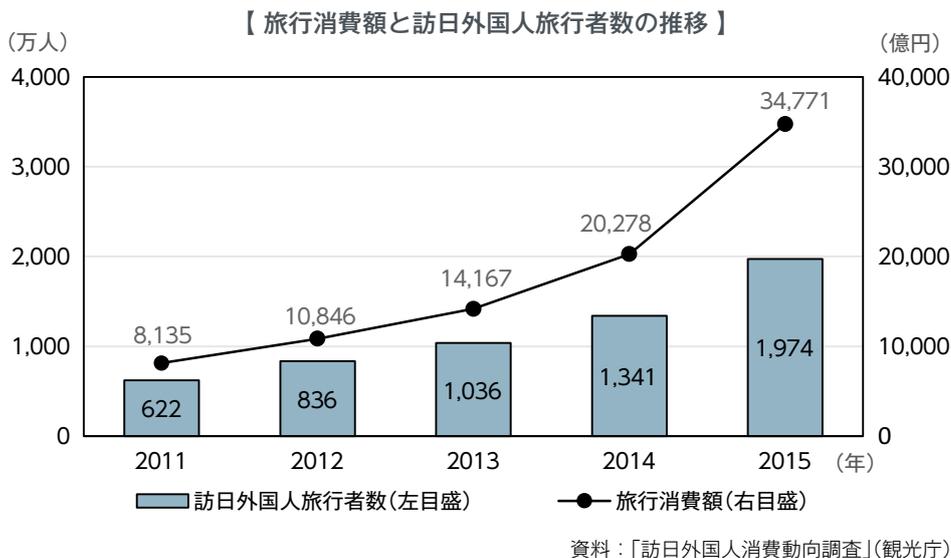
市民の生活においてもインターネットショッピング等をはじめ様々な面でインターネットの利用が進んでいます。我が国の消費者向け電子商取引の市場規模を、経済産業省「電子商取引に関する市場調査」でみると、平成17(2005)年から平成27(2015)年にかけて3.5兆円から13.8兆円に増加しており、この10年間で約4倍の増加がみられます。



## (6) インバウンドの増加

平成27(2015)年の訪日外国人旅行者数は1,974万人をかぞえ、前年の1,341万人に比べて47.2%増と大きく伸びています。訪日外国人全体の旅行消費額は3兆4,771億円で、前年の2兆2,278億円と比較して71.5%増となっています。今後、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催も控えており、訪日外国人旅行者の増加が予測されます。

また、訪日動機をみると、日本食を食べることやショッピング、自然・景勝地観光のほかに欧米系を中心に日本の歴史・伝統文化体験への関心が高まってきています。青梅市においても、古くから霊峰として崇められた御岳山や多摩川の渓谷、塩船観音寺等の名所旧跡を楽しむため、多くの外国人旅行者が来訪しています。



【国・地域別訪日動機(2014年)】

(単位：%)

日本食を食べること		ショッピング		自然・景勝地観光		日本の歴史・伝統文化体験	
タイ	83.9	タイ	74.1	台湾	55.1	フランス	46.3
フランス	83.4	香港	69.6	香港	53.1	米国	43.7
シンガポール	82.9	中国	68.0	中国	52.7	カナダ	43.0
カナダ	80.2	台湾	66.9	オーストラリア	52.3	オーストラリア	41.0
香港	79.8	シンガポール	59.1	ベトナム	50.9	ロシア	39.8
ベトナム	79.7	ベトナム	58.2	タイ	50.5	英国	37.8
米国	78.8	マレーシア	57.5	米国	48.8	ベトナム	33.4
オーストラリア	78.5	フィリピン	51.9	カナダ	48.7	ドイツ	31.6
ドイツ	77.4	インドネシア	50.0	シンガポール	48.7	インドネシア	30.4
英国	76.8	オーストラリア	47.1	フランス	48.3	タイ	27.9
ロシア	76.6	ロシア	46.5	英国	44.8	フィリピン	26.8
台湾	76.2	カナダ	46.1	マレーシア	44.1	インド	26.4
インドネシア	75.5	インド	44.8	インドネシア	43.6	シンガポール	25.0
フィリピン	74.9	韓国	44.3	フィリピン	43.0	マレーシア	24.2
韓国	73.8	フランス	42.5	ロシア	38.2	台湾	20.6
マレーシア	72.7	米国	39.0	ドイツ	36.0	中国	16.2
中国	72.6	英国	37.6	インド	34.3	香港	14.2
インド	56.2	ドイツ	30.7	韓国	28.9	韓国	12.2
その他	79.4	その他	41.3	その他	52.0	その他	38.9

(注1) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」による。

(注2) 国・地域の色は、■ 東アジア、■ 他のアジア(東南アジア等)、■ 欧米等。

資料：「訪日外国人の消費動向」観光庁

### (7) 国の産業政策の動き

政府は、平成25(2013)年6月に「日本再興戦略」と名付けた成長戦略を発表し、平成28(2016)年6月に「日本再興戦略2016」を閣議決定しました。「戦後最大の名目GDP600兆円」の実現を目指し、①新たな「有望成長市場」の戦略的創出、②人口減少に伴う供給制約や人手不足を克服する「生産性革命」、③新たな産業構造を支える「人材強化」の3つの課題に向けた改革に取り組んでいくことが求められています。

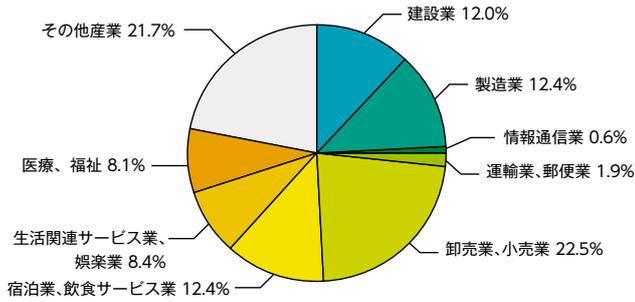
今後の生産性革命を主導する最大の鍵は、IoT(インターネット・オブ・ティンクス)、ビッグデータ、人工知能(AI)、ロボット・センサー等の新たな技術基盤を活用することにより社会的課題を解決し、消費者の潜在的ニーズを呼び起こす新たなビジネスを創出する「第4次産業革命」であるとしています。

## 2. 統計データ等からみた本市の商・工業の現況

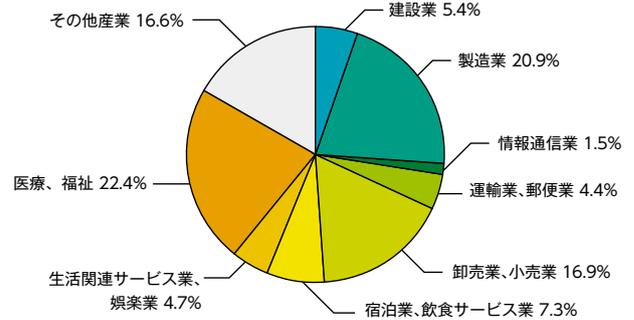
### (1) 産業構造

「平成26年経済センサス - 基礎調査」から本市の産業構造をみると、事業所数比率では、「卸売業、小売業」が22.5%を占めており、次いで「製造業」「宿泊業、飲食サービス業」の順となっています。また、従業者数比率は、「医療、福祉」が22.4%と最も高く、次いで「卸売業、小売業」と続いています。

【業種別事業所数比率】



【業種別従業者数比率】



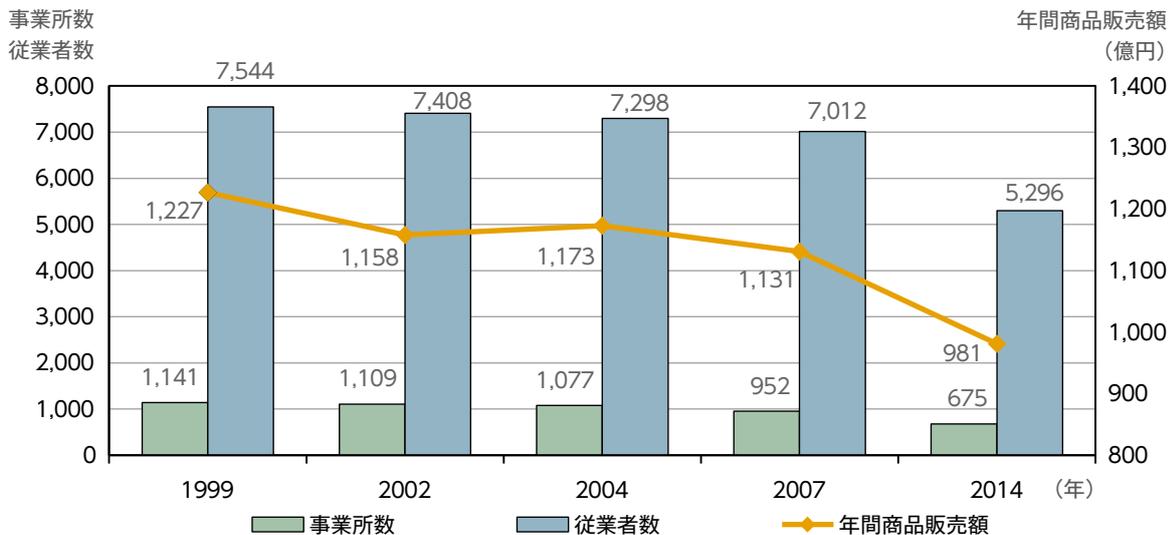
資料：「平成26年経済センサス-基礎調査」総務省

### (2) 商業

#### ① 小売業の事業所数・従業者数・年間商品販売額の推移

本市の小売業は事業所数・従業者数・年間商品販売額ともに、平成11(1999)年から継続的に減少しています。平成19(2007)年から平成26(2014)年にかけては、事業所数・従業者数・年間商品販売額ともに減少率が高くなっています<sup>注1</sup>。

【小売業の事業所数・従業者数・年間販売額の推移】



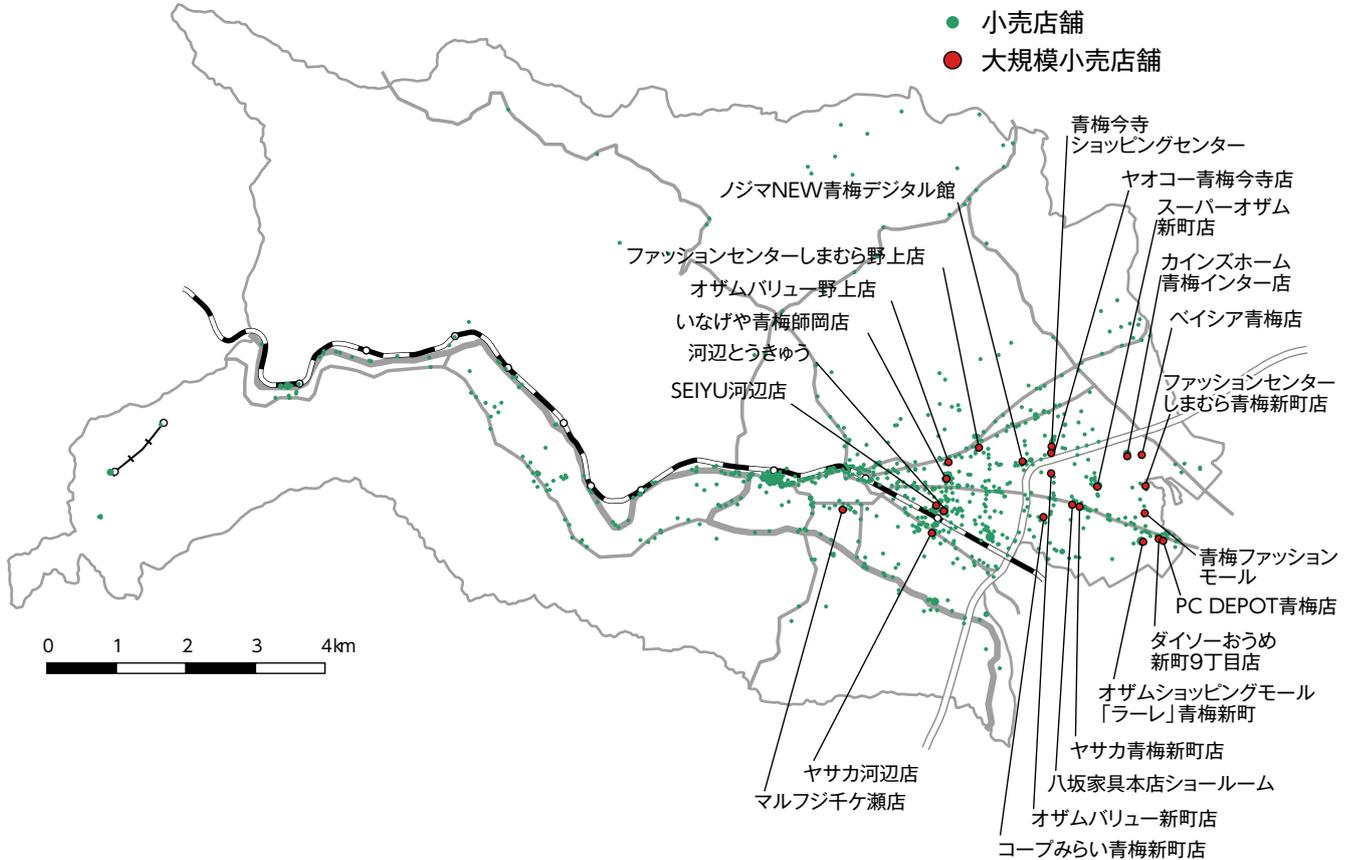
(注1) 2014年は調査手法が一部異なるため、値の変化がすべての増減を表すものではない。

資料：「商業統計調査」経済産業省

## ②小売店・大規模小売店舗の立地状況

青梅駅から河辺駅まではJR青梅線に沿って店舗が集積しています。新町・大門地区、圏央道青梅インターチェンジ付近には大型商業店舗の出店が見られます。一方、北部・西部は店舗が点在しており地域差が生じています。

【本市の小売店・大規模小売店舗の立地状況】



資料：「商業施設計画総覧 2015」産業タイムス社をもとに独自作成

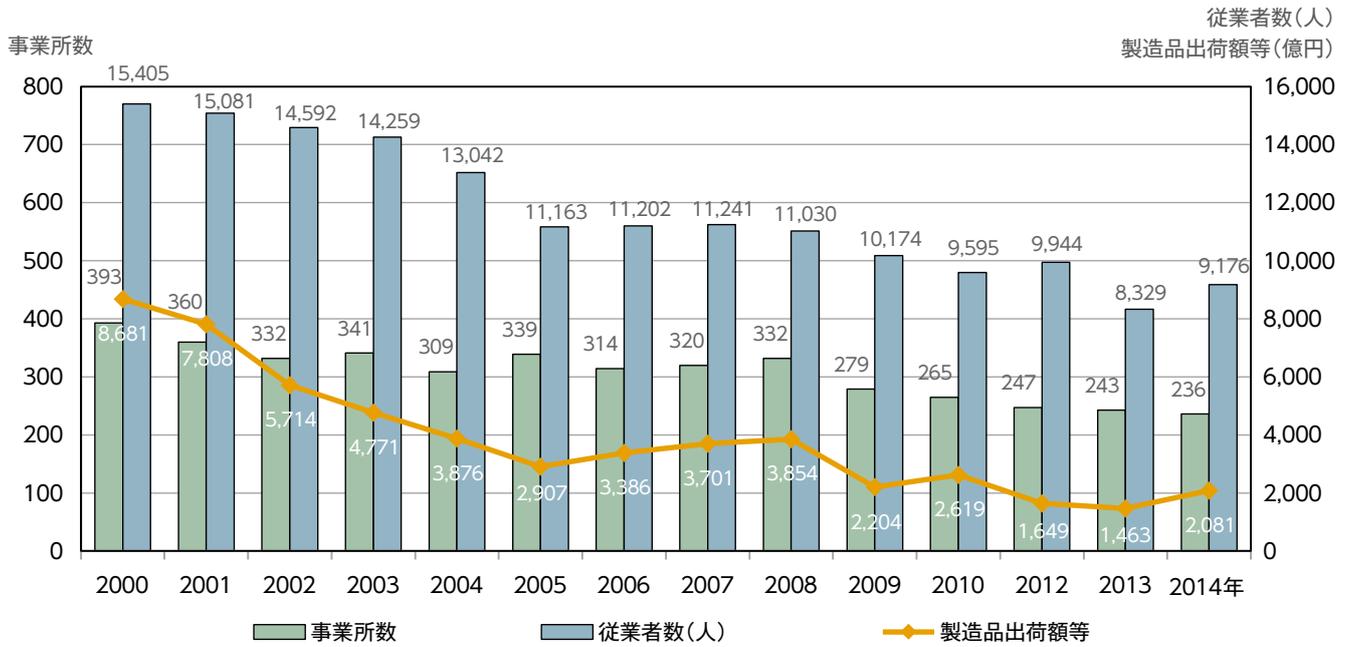
## (3) 工業

### ①製造業事業所数・従業者数・製造品出荷額等の推移

本市の製造業事業所数・従業者数・製造品出荷額等は、いずれも減少傾向が続いています。事業所数は平成12(2000)年の393事業所から平成26(2014)年には236事業所に減少しています。従業者数も減少傾向にありましたが、平成25(2013)年から平成26(2014)年にかけて、増加に転じています。

製造品出荷額等は継続して減少しており、平成12(2000)年の8,681億円から平成26(2014)年には2,081億円に大きく減少しました。事業所数も減少していることから大企業の製造工場の移転等の影響と考えられます。しかし、平成25(2013)年から平成26(2014)年にかけては微増に転じており、最近の景気情勢や為替環境の影響と考えられます。

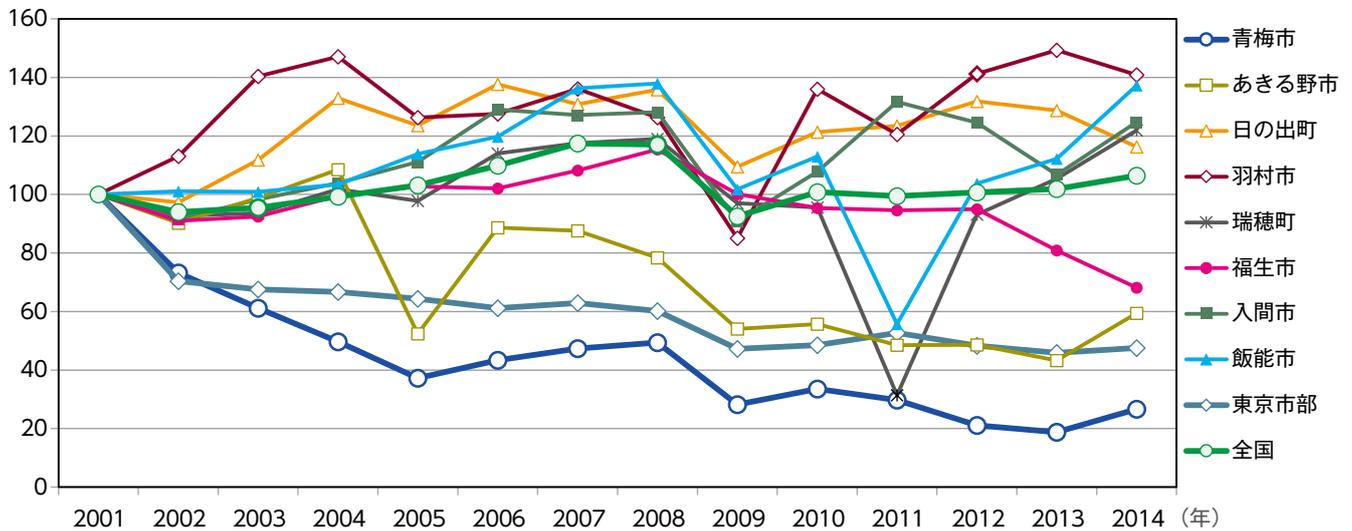
【 製造業の事業所数・従業者数・製造品出荷額等の推移 (従業員数4人以上) 】



資料：「工業統計調査」経済産業省

平成13(2001)年を100とした場合の製造品出荷額等の推移を近隣自治体と比較してみると、青梅市の製造品出荷額等は平成25(2013)年から平成26(2014)年にかけて増加に転じているものの、平成26(2014)年には27にまで減少しており、その減少率は近隣自治体と比較して最も高くなっています。

【 近隣自治体の製造品出荷額等の推移 (2001年を100とした場合) 】

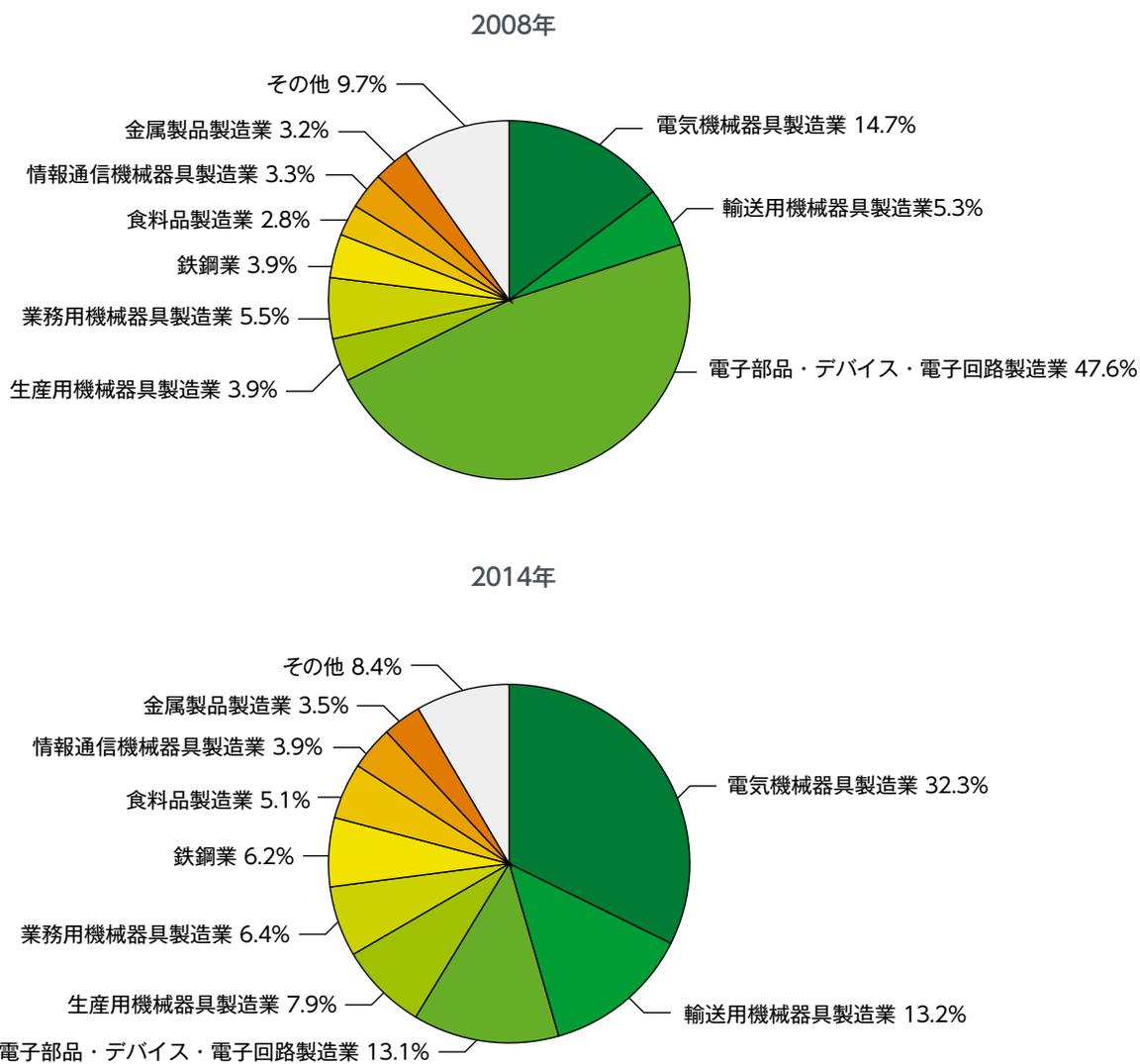


資料：「工業統計調査」経済産業省

## ②業種別製造品出荷額等比率の変化

本市の平成20(2008)年の製造品出荷額等の業種別比率をみると、「電子部品・デバイス・電子回路製造業」が47.6%(1,836億円)と最も高く、次いで「電気機械器具製造業」が14.7%(566億円)を占めていましたが、平成26(2014)年になると、「電子部品・デバイス・電子回路製造業」が13.1%(272億円)と全体の3位に低下しており、一方で「電気機械器具製造業」が32.3%(673億円)と、比率および金額ともに高くなっています。次いで、「輸送用機械器具製造業」が13.2%(275億円)と続いており、製造業における構造変化が見られます。

【業種別製造品出荷額等比率(従業員数4人以上)の推移】



資料：「工業統計調査」経済産業省

### 3. 実態調査からみた本市の商・工業の現況

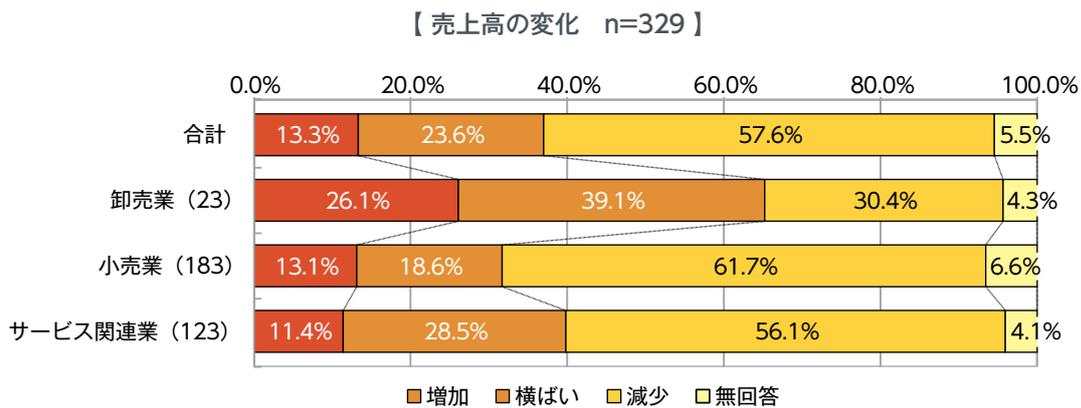
平成27(2015)年度に実施した各種アンケートの結果から特徴的な内容を次のとおり整理します。

#### (1) 商業事業者・商店街

##### ① 商業・サービス業事業者・商店街の現況

#### 小売業、サービス関連業では厳しい経営環境となっています

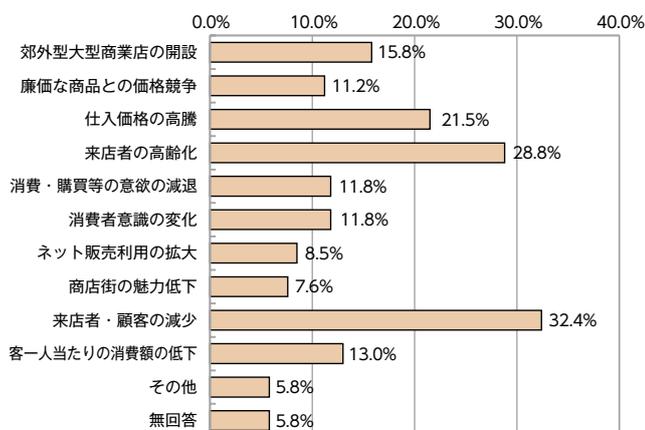
直近3年間の売上高の変化において、「減少」が小売業で61.7%、サービス関連業では56.1%を占めています。



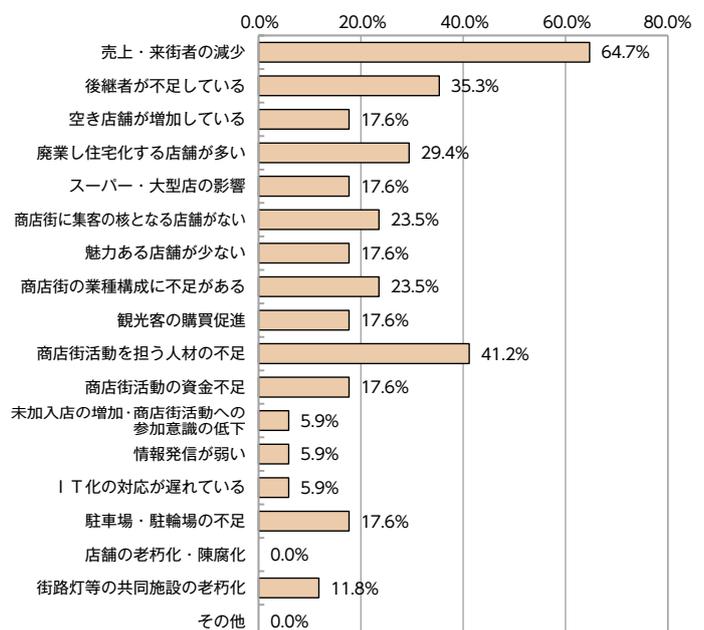
#### 来店者や顧客の減少、来店者の高齢化が進んでいます

事業所アンケート調査結果では、取り巻く環境で最も影響が大きい変化として、「来店者・顧客の減少」(32.4%)や「来店者の高齢化」(28.8%)、「仕入れ価格の高騰」(21.5%)等が挙げられました。商店街アンケート調査でも主な課題として、「売上・来街者の減少」が64.7%と最も高くなっています。

【取り巻く環境(複数回答) n=329】



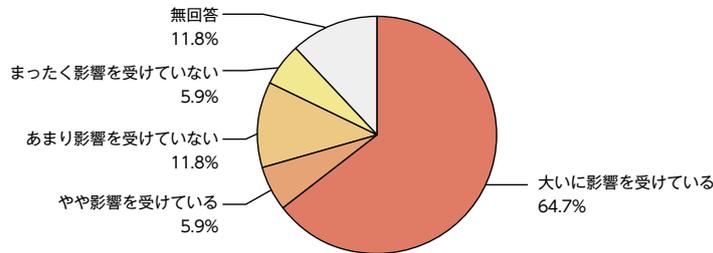
【主な課題点(複数回答)(商店街アンケート調査) n=17】



## 7割弱の商店街が近隣の郊外型大型店舗の影響を受けています

近隣の郊外型大型店舗の影響を「大いに影響を受けている」商店街が64.7%、「やや影響を受けている」商店街が5.9%と、合わせて70.6%が影響を受けています。

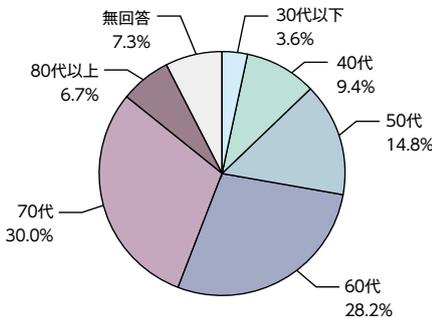
【近隣の郊外型大型店舗の影響（商店街アンケート調査） n=17】



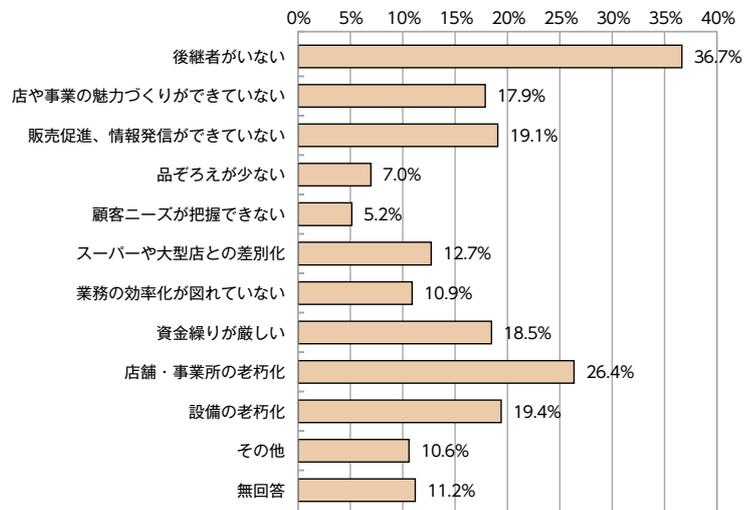
## 代表者の高齢化に伴う「後継者不足」が主な課題となっています

代表者の年齢は、「70代以上」が36.7%を占め高齢化が進んでいます。そのような中、事業推進上の課題は、「後継者がいない」が36.7%と最も多く、商店街活動の担い手不足も懸念されています。将来の事業継承予定は、33.9%が「継承しない予定」となっています。店舗と住宅との併用率が約半数を占めることから、廃業後店舗が住宅になると、商店の連続性がなくなり、にぎわいの低下につながる恐れがあります。

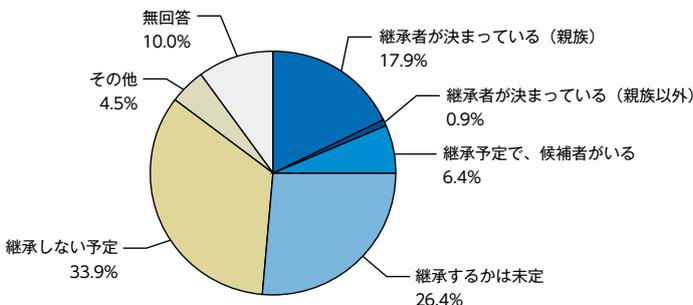
【代表者の年齢 n=330】



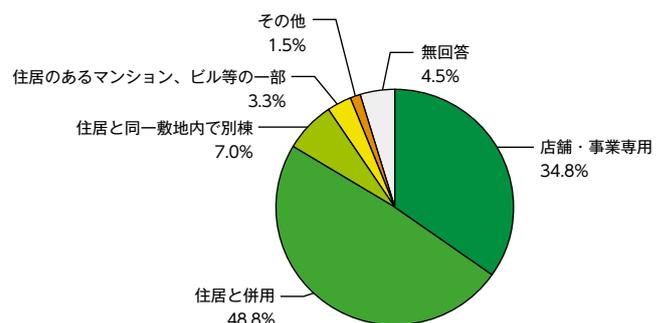
【事業推進上の課題（複数回答） n=329】



【業継承予定 n=330】



【店・事業所と住居の併設状況 n=330】



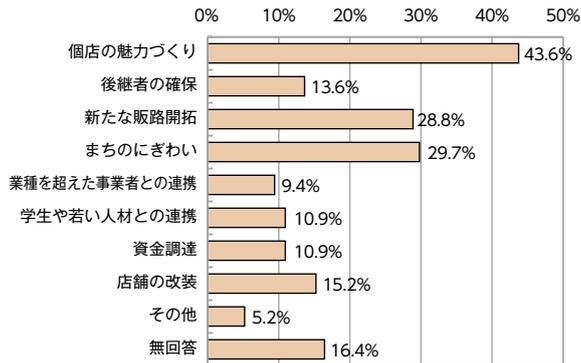
## 今後の事業発展に向けて「個店の魅力づくり」が必要とされています

今後の事業発展に必要な取組みは、事業所アンケート調査結果では「個店の魅力づくり」が43.6%と最も高くなっています。

商店街アンケート調査結果でも「個々の店の魅力向上」が47.1%と最も高くなっており、市民アンケート調査結果も地域の商店街に望む点として、「個店の工夫・魅力アップ」や「魅力ある飲食店・カフェの誘致」等、商店に魅力を求める項目が上位に挙がっています。事業者、利用者の双方から必要とされている「個店の魅力づくり」が課題となっています。

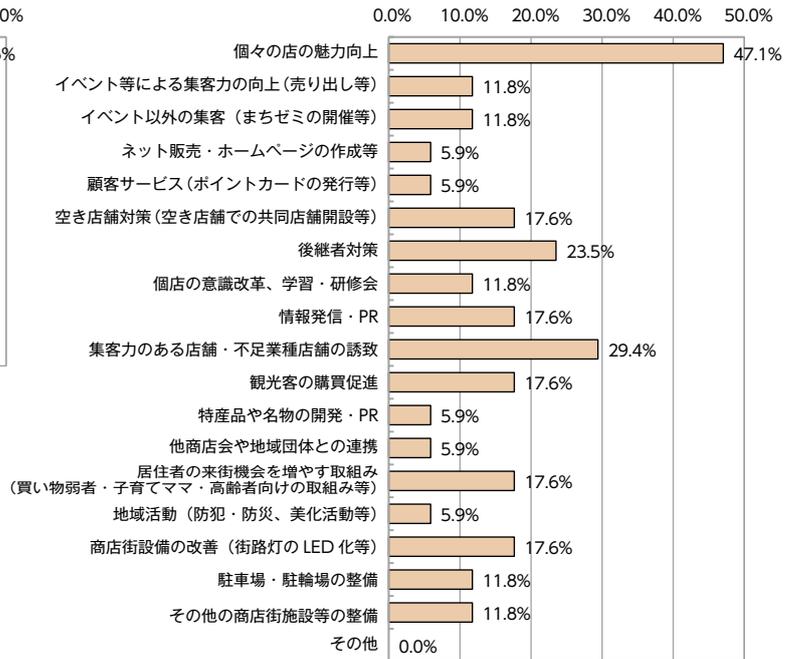
### 【事業発展に向けた必要な取組み(複数回答)】

(事業所アンケート調査) n=329

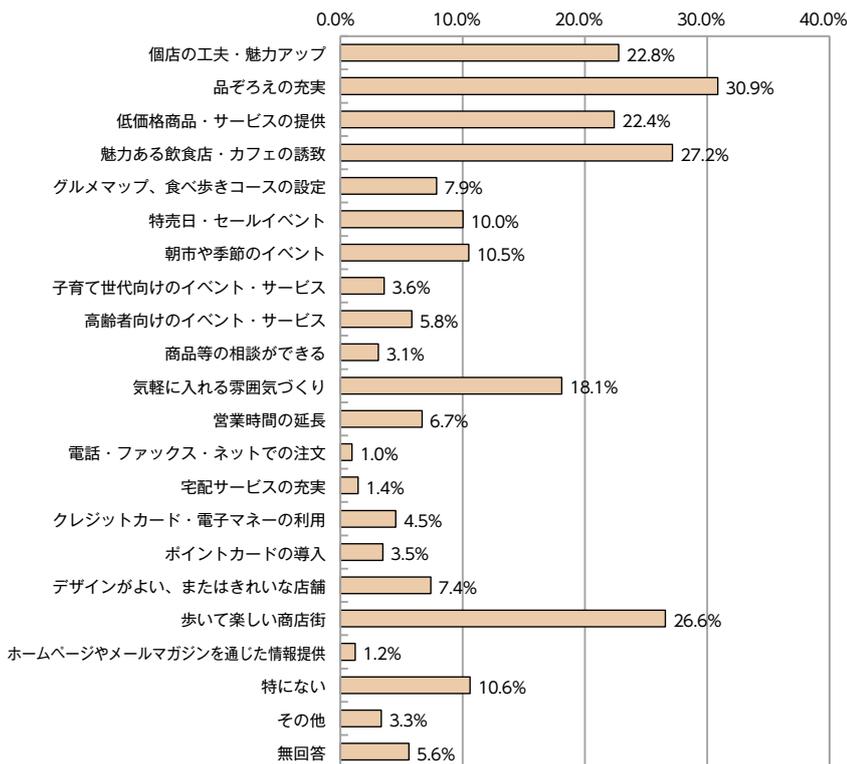


### 【今後の方向性および今後取り組みたい点(複数回答)】

(商店街アンケート調査) n=17



### 【地域の商店街に望む点(複数回答)(市民アンケート調査) n=839】



## ②市民の買い物動向

市民を対象としたアンケート調査結果からみた市民の買い物動向を次のとおり整理しました。

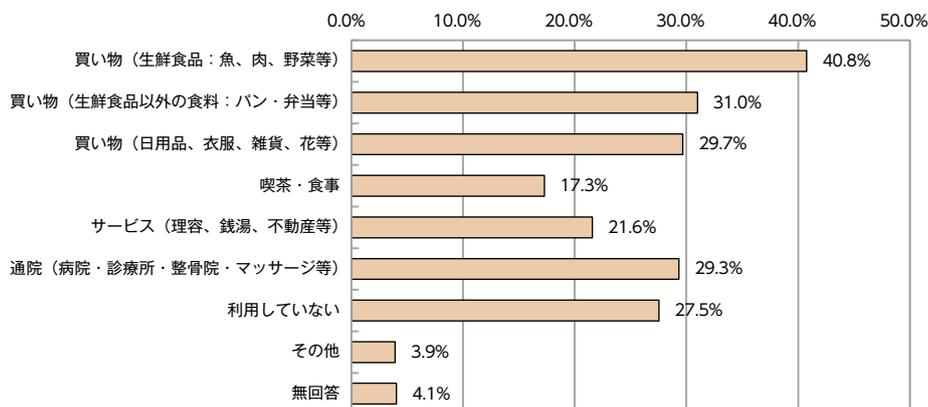
**住まいに近い商店街の利用目的は、生鮮食品等の食品購入、利用回数は「週に2~3日」、自宅から店までの移動手段は、「自ら自動車・バイクを運転」が多くなっています**

住まいに近い商店街の利用目的は、「買い物(生鮮食品:魚、肉、野菜等)」が40.8%と最も多く、次いで「買い物(生鮮食品以外の食料:パン・弁当等)」の31.0%、「買い物(日用品、衣服、雑貨、花等)」の29.7%、「通院(病院・診療所・整骨院・マッサージ等)」の29.3%が続いています。最もよく利用する商店街の利用回数は、「週に2~3日」が27.8%と最も多く、次いで「週に1日程度」の20.0%が続いています。「週に1日程度」以上利用する人は54.3%を占めています。

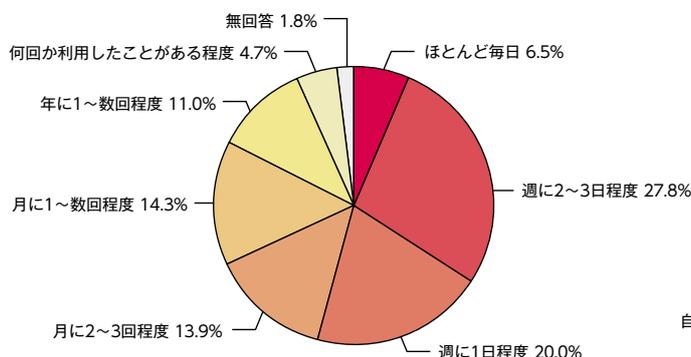
日常的な買い物で最もよく利用する自宅から店までの移動手段は、「自ら自動車・バイクを運転」が50.7%と最も多く、次いで「徒歩」が18.4%、「自転車」が15.9%となっています。

商品別買い物先をみると、「洋服・呉服」「靴・カバン類」「贈答品」等の商品を見て回って購入する商品は、市外の立川で購入している人も多くなっています。

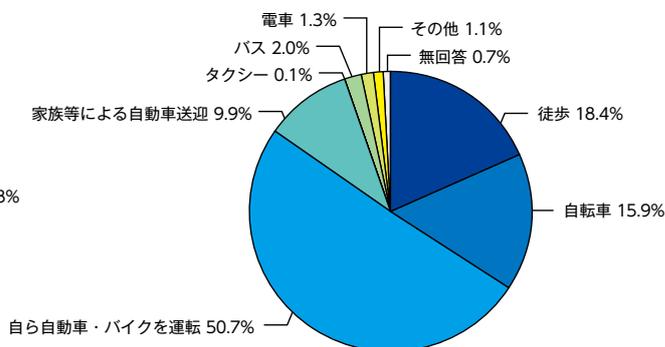
【住まいに近い商店街の利用目的(複数回答) n=839】



【普段最もよく利用する商店街の利用回数 n=490】



【買い物の移動手段 n=839】



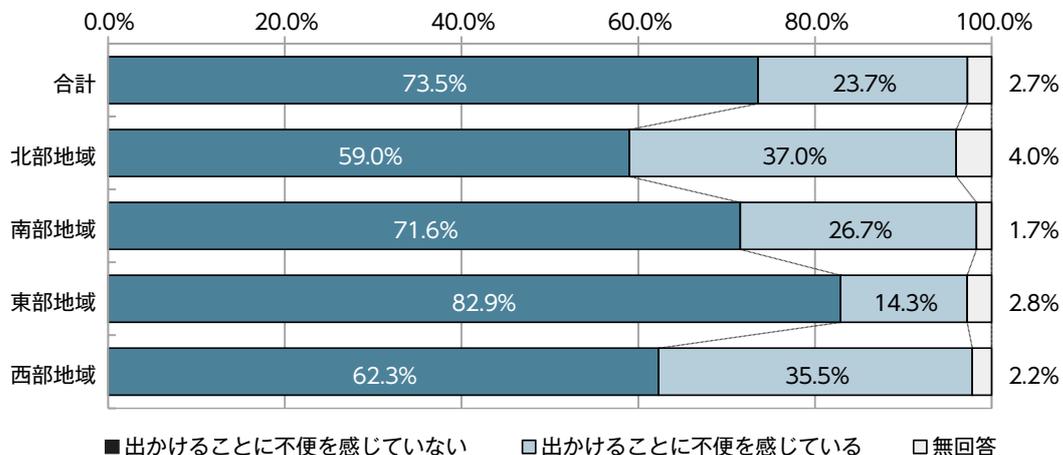
【住まいに近い商店街の利用目的(複数回答) n=839】

	市内							あきる野	日の出	羽村・福生	瑞穂	昭島	立川	武蔵村山	国分寺・吉祥寺	都心(23区)	入間・飯能	ネットショップ・通信販売	無回答	合計
	総合大型店	大型専門店	スーパーマーケット	コンビニエンスストア	商店街(個人商店)	その他	市内計													
ア 食料品	149 17.8%	18 2.1%	553 65.9%	30 3.6%	5 0.6%	13 1.5%	768 91.5%	4 0.5%	6 0.7%	8 1.0%	3 0.4%	1 0.1%	2 0.2%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	12 1.4%	17 2.0%	18 2.1%	839 100.0%
イ 日用雑貨品	132 15.7%	326 38.9%	189 22.5%	16 1.9%	9 1.1%	59 7.0%	731 87.1%	5 0.6%	13 1.5%	1 0.1%	6 0.7%	4 0.5%	8 1.0%	1 0.1%	1 0.1%	2 0.2%	10 1.2%	11 1.3%	46 5.5%	839 100.0%
ウ 肌着・寝具	262 31.2%	266 31.7%	18 2.1%	1 0.1%	15 1.8%	51 6.1%	613 73.1%	17 2.0%	46 5.5%	4 0.5%	3 0.4%	8 1.0%	27 3.2%	3 0.4%	1 0.1%	5 0.6%	13 1.5%	45 5.4%	45 6.4%	839 100.0%
エ 洋服・呉服	168 20.0%	207 24.7%	6 0.7%	0 0.0%	21 2.5%	45 5.4%	447 53.3%	15 1.8%	68 8.1%	5 0.6%	5 0.6%	18 2.1%	110 13.1%	17 2.0%	8 1.0%	25 3.0%	32 3.8%	34 4.1%	55 6.6%	839 100.0%
オ 靴・カバン類	112 13.3%	246 29.3%	5 0.6%	0 0.0%	12 1.4%	45 5.4%	420 50.1%	14 1.7%	59 7.0%	5 0.6%	7 0.8%	17 2.0%	130 15.5%	12 1.4%	6 0.7%	35 4.2%	34 4.1%	41 4.9%	59 7.0%	839 100.0%
カ 家具	25 3.0%	428 51.0%	6 0.7%	0 0.0%	5 0.6%	63 7.5%	527 62.8%	7 0.8%	5 0.6%	9 1.1%	26 3.1%	6 0.7%	70 8.3%	2 0.2%	0 0.0%	11 1.3%	10 1.2%	63 7.5%	103 12.3%	839 100.0%
キ 電化製品	25 3.0%	595 70.9%	4 0.5%	0 0.0%	34 4.1%	13 1.5%	671 80.0%	5 0.6%	13 1.5%	3 0.4%	2 0.2%	1 0.1%	34 4.1%	3 0.4%	0 0.0%	4 0.5%	1 0.1%	48 5.7%	54 6.4%	839 100.0%
ク カメラ・時計・宝石類	36 4.3%	348 41.5%	3 0.4%	0 0.0%	25 3.0%	51 6.1%	463 55.2%	11 1.3%	22 2.6%	9 1.1%	5 0.6%	5 0.6%	101 12.0%	2 0.2%	2 0.2%	40 4.8%	11 1.3%	52 6.2%	116 13.8%	839 100.0%
ケ スポーツ・レジャー用品	56 6.7%	328 39.1%	8 1.0%	0 0.0%	19 2.3%	59 7.0%	470 56.0%	16 1.9%	68 8.1%	7 0.8%	18 2.1%	19 2.3%	34 4.1%	14 1.7%	0 0.0%	13 1.5%	20 2.4%	41 4.9%	119 14.2%	839 100.0%
コ 書籍・文具	231 27.5%	188 22.4%	11 1.3%	16 1.9%	57 6.8%	43 5.1%	546 65.1%	14 1.7%	49 5.8%	14 1.7%	10 1.2%	3 0.4%	61 7.3%	4 0.5%	2 0.2%	12 1.4%	7 0.8%	50 6.0%	67 8.0%	839 100.0%
サ 贈答品	223 26.6%	115 13.7%	32 3.8%	8 1.0%	40 4.8%	56 6.7%	474 56.5%	10 1.2%	35 4.2%	2 0.2%	2 0.2%	4 0.5%	146 17.4%	7 0.8%	1 0.1%	22 2.6%	7 0.8%	54 6.4%	75 8.9%	839 100.0%
シ 化粧品・医薬品	83 9.9%	338 40.3%	54 6.4%	5 0.6%	31 3.7%	118 14.1%	629 75.0%	7 0.8%	11 1.3%	10 1.2%	0 0.0%	0 0.0%	39 4.6%	0 0.0%	2 0.2%	6 0.7%	5 0.6%	62 7.4%	68 8.1%	839 100.0%
ス 飲食	43 5.1%	109 13.0%	46 5.5%	25 3.0%	161 19.2%	228 27.2%	612 72.9%	13 1.5%	33 3.9%	24 2.9%	2 0.2%	7 0.8%	44 5.2%	2 0.2%	11 1.3%	12 1.4%	9 1.1%	1 0.1%	69 8.2%	839 100.0%
セ 理容・美容	19 2.3%	31 3.7%	2 0.2%	7 0.8%	358 42.7%	207 24.7%	624 74.4%	9 1.1%	4 0.5%	59 7.0%	7 0.8%	4 0.5%	35 4.2%	1 0.1%	5 0.6%	18 2.1%	9 1.1%	0 0.0%	64 7.6%	839 100.0%

日常の買い物に不便を感じている人は「北部地域」、「西部地域」で比較的多くなっています

日常の買い物について、「買い物に出かけることに不便を感じている」が全体で23.7%となっています。地域別にみると、「買い物に出かけることに不便を感じている」が「北部地域」で37.0%、「西部地域」が35.5%と「東部地域」や「南部地域」と比較して多くなっています。

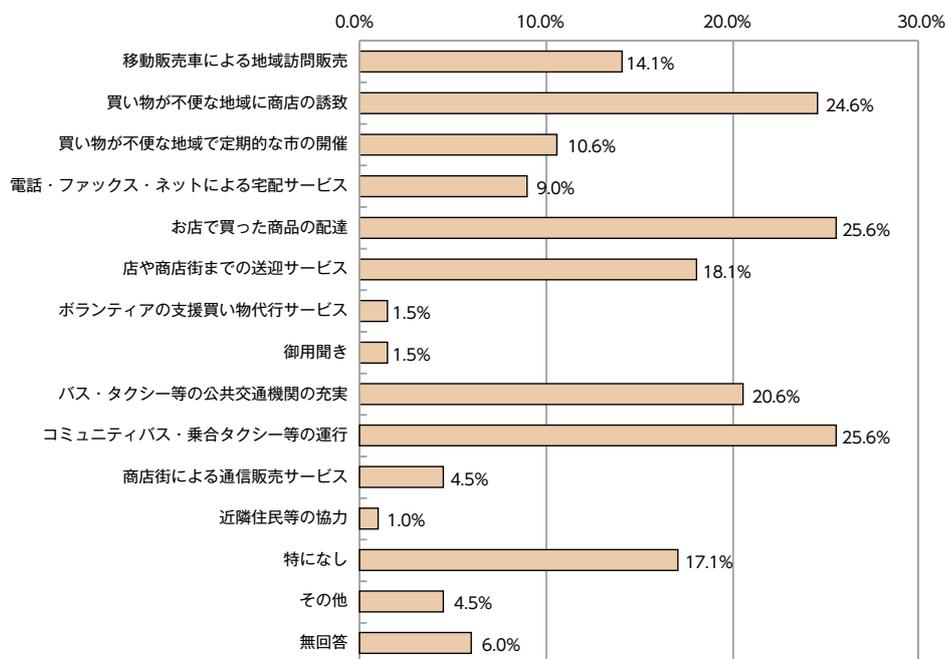
【買い物の利便性(地域別) n=839】



## 自分で買い物に出かけられるサービスが必要とされています

必要と思う買い物サービスは、「お店で買った商品の配達」および「コミュニティバス・乗合タクシー等の運行」がそれぞれ25.6%と最も多く、次いで「買い物が不便な地域に商店の誘致」が24.6%と続いています。一方で、「ボランティアの支援買い物代行サービス」(1.5%)、「御用聞き」(1.5%)、「近隣住民等の協力」(1.0%)は少なく、自分で買い物に出かけられるサービスが望まれていることがうかがえます。

【必要と思う買い物サービス(複数回答) n=839】

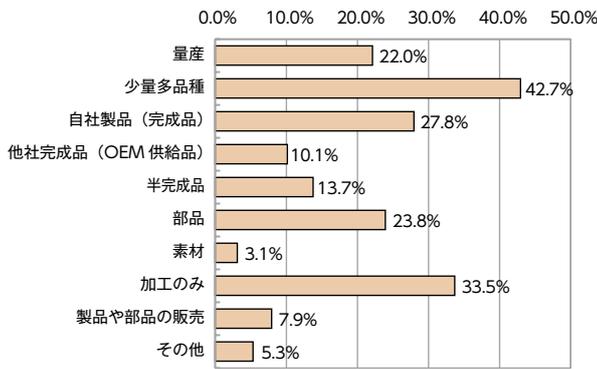


## (2) 工業事業者の現況

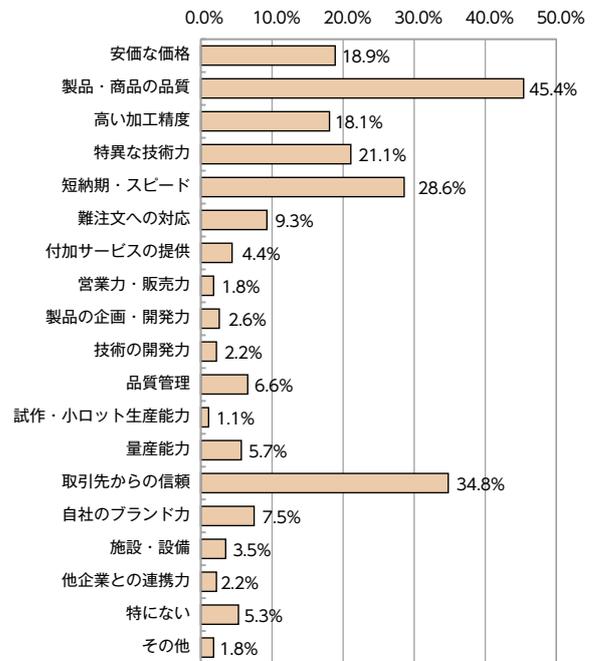
### 「少量多品種」型生産や「自社製品(完成品)」を製造している事業所が多くみられます

主な製品は42.7%が「少量多品種」を、22.0%が「量産」の製造をしています。「加工のみ」は33.5%を占めており、「自社製品(完成品)」を製造している事業所は27.8%で、「製品・商品の品質」を強みとしている事業者が45.4%となっています。

【事業所の主な製品(複数回答) n=227】



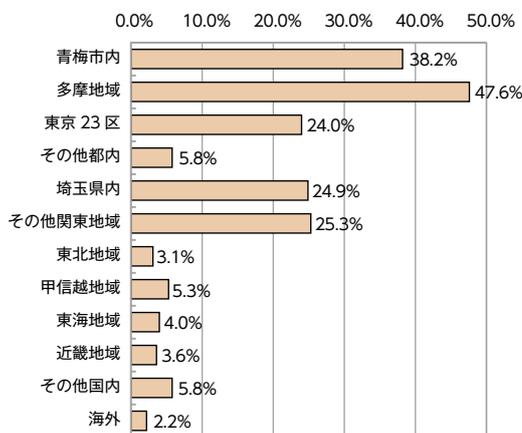
【事業所の強み(複数回答) n=227】



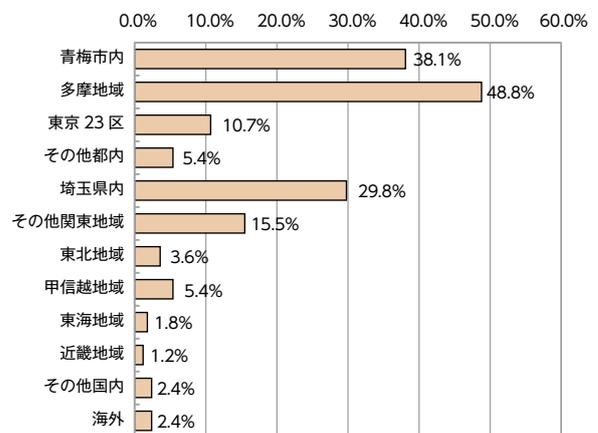
### 多摩地域を中心とした関東地域圏内を主な取引エリアとして事業が展開されています

主要な販売先地域および外注先地域は「多摩地域」が最も多く、次いで「青梅市内」、「埼玉県内」「その他関東地域」と、多摩地域を中心とした関東地域圏内が主な取引エリアとなっています。

【主要取引先の地域(複数回答) n=227】



【主要外注先の地域(複数回答) n=227】



## 売上高「1億円以上10億円未満」規模の事業所に黒字基調の事業所が多くなっています

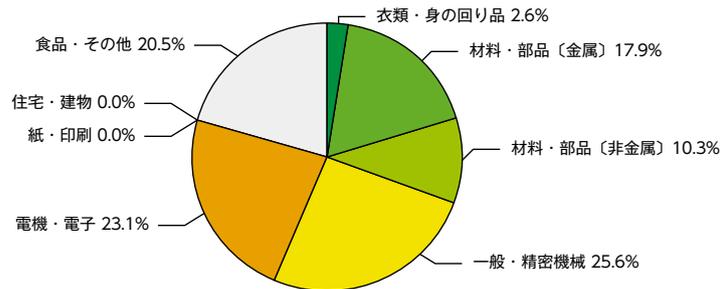
売上高規模別に収支状況を見ると、「5億円以上10億円未満」は「黒字基調」が75.0%、次いで「10億円以上100億円未満」が66.7%を占め、売上高が1億円以上では「黒字基調」がいずれも4割を超えています。

売上高1億円以上で「黒字基調」の事業所の業種をみると、「一般・精密機械」が25.6%と最も多く、次いで、「電機・電子」の23.1%、「食品・その他」が20.5%となっています。

【直近3年間の収支状況の変化(売上高規模別) n=227】

	収支状況								総計	
	黒字基調		収支均衡		赤字基調		無回答			
50万円未満	0	0.0%	0	0.0%	2	100.0%	0	0.0%	2	100.0%
50万円以上100万円未満	0	0.0%	1	25.0%	3	75.0%	0	0.0%	4	100.0%
100万円以上500万円未満	1	4.8%	7	33.3%	13	61.9%	0	0.0%	21	100.0%
500万円以上1千万円未満	3	20.0%	2	13.3%	7	46.7%	3	20.0%	15	100.0%
1千万円以上5千万円未満	5	12.8%	17	43.6%	15	38.5%	2	5.1%	39	100.0%
5千万円以上1億円未満	4	19.0%	8	38.1%	7	33.3%	2	9.5%	21	100.0%
1億円以上5億円未満	17	41.5%	15	36.6%	8	19.5%	1	2.4%	41	100.0%
5億円以上10億円未満	6	75.0%	0	0.0%	1	12.5%	1	12.5%	8	100.0%
10億円以上100億円未満	14	66.7%	6	28.6%	1	4.8%	0	0.0%	21	100.0%
100億円以上	2	50.0%	1	25.0%	1	25.0%	0	0.0%	4	100.0%
無回答	9	17.6%	13	25.5%	18	35.3%	11	21.6%	51	100.0%
合計	61	26.9%	70	30.8%	76	33.5%	20	8.8%	227	100.0%

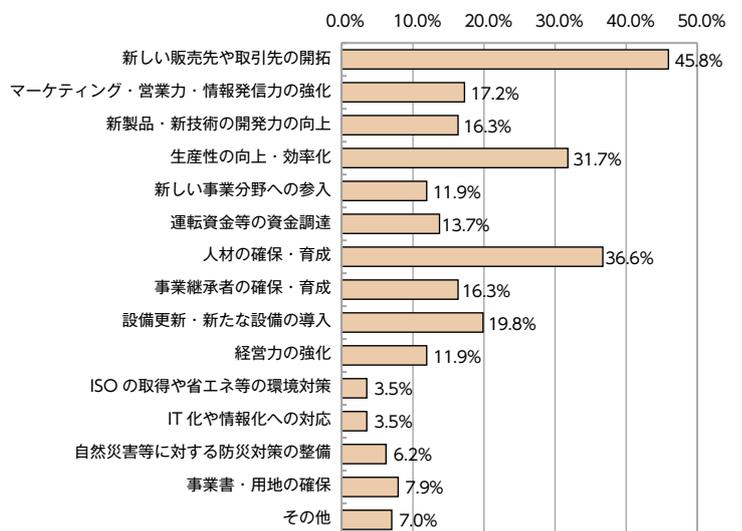
【収支状況の変化が「黒字基調」および売上高1億円以上の事業所数における業種別比率 n=39】



## 「新しい販売先や取引先の開拓」「人材の確保・育成」等が主な課題となっています

事業推進上の課題点は、「新しい販売先や取引先の開拓」が45.8%と最も多く、次いで「人材の確保・育成」の36.6%、「生産性の向上・効率化」の31.7%が続いています。

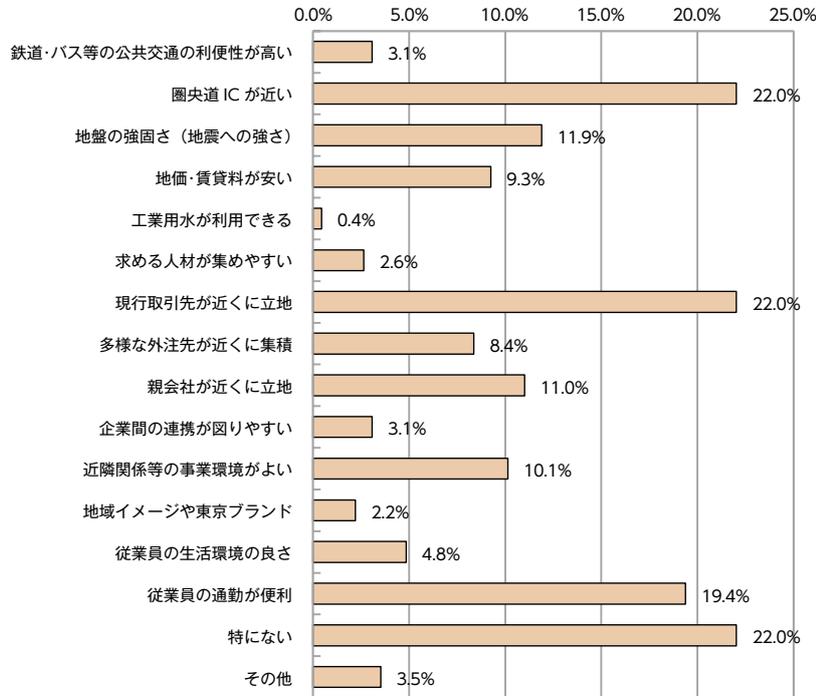
【事業推進上の課題点(複数回答) n=227】



## 立地環境として、「圏央道ICが近い」「現行取引先が近くに立地」が評価されています

青梅市に立地するメリットは、「圏央道ICが近い」と「現行取引先が近くに立地」がそれぞれ22.0%と最も多く、次いで「従業員の通勤が便利」が19.4%と続いており、交通・移動の利便性が高く評価されています。次に、「地盤の強固さ（地震への強さ）」が11.9%を占めており、災害に強い立地環境も上位にあがっています。

【青梅市に立地するメリット（複数回答） n=227】

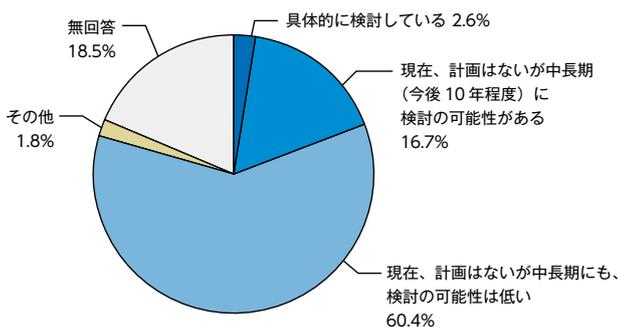


## 2割弱の事業所が拡張・移転など設備投資を検討もしくは検討の可能性をもっています

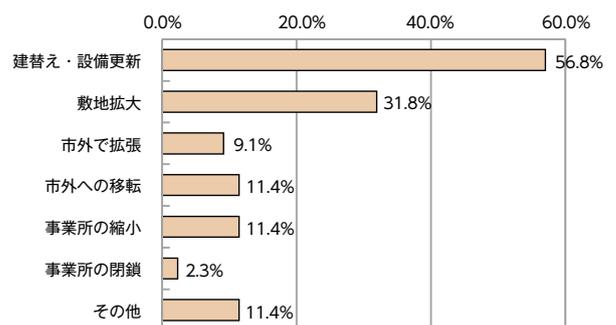
今後の市内事業所の拡張、建物の移転・更新等の計画の有無については、「具体的に検討している」が2.6%、「現在、計画はないが中長期（今後10年程度）に検討の可能性がある」が16.7%、「現在、計画はなく中長期にも、検討の可能性は低い」が60.4%となっています。

「具体的に検討している」もしくは「現在、計画はないが中長期（今後10年程度）に検討の可能性がある」と回答した事業所（44件）に主な検討内容をきいたところ、「建替え・設備更新」が56.8%（25件）と最も多く、次いで「敷地拡大」が31.8%（14件）と続いています。

【今後の市内事業所の拡張、建物の移転・更新等の計画 n=227】



【主な検討内容（複数回答） n=44】

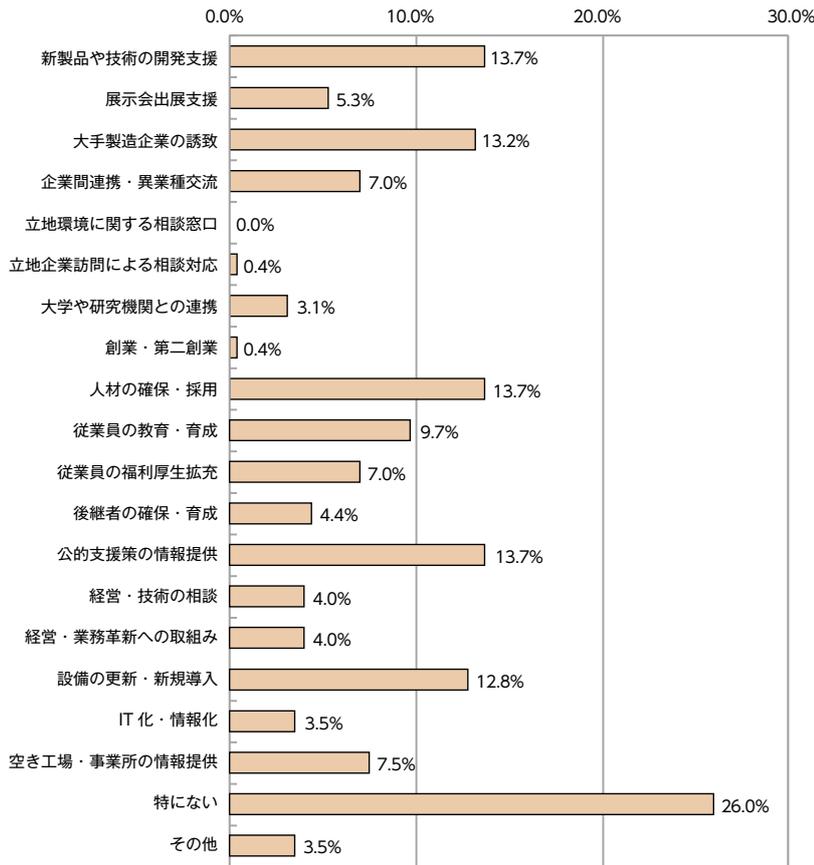


充実してほしい公的支援策として、「新製品や技術の開発支援」「大手製造企業の誘致」「人材の確保・採用」「公的支援策の情報提供」が望まれています

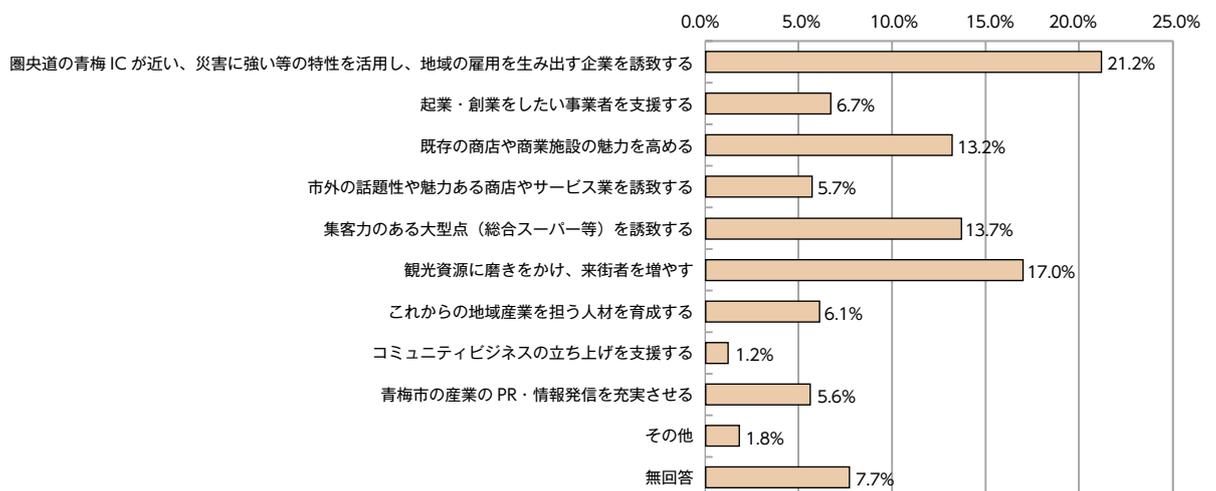
充実してほしい公的支援策は、「新製品や技術の開発支援」、「人材の確保・採用」、「公的支援策の情報提供」がそれぞれ13.7%と最も多く、次いで「大手製造企業の誘致」が13.2%となっています。

市民アンケート調査で、青梅市の産業を活性化するために取組むべきことを聞いたところ、「圏央道の青梅ICが近い、災害に強いなどの特性を活用し、地域の雇用を生み出す企業を誘致する」が21.2%と最も多く、次いで「観光資源に磨きをかけ、来街者を増やす」が17.0%と続いており、企業誘致や来街者の呼び込みを図っていくことが期待されています。

【充実してほしい公的支援策（複数回答） n=227】



【青梅市の産業を活性化するための取組み（市民アンケート） n=839】



## 4. 本市の商・工業の主な特性と課題

各種調査結果や青梅市商業振興対策審議会および青梅市工業振興対策審議会での検討を踏まえて、青梅市の商・工業活性化に関する特性と課題を次のとおり整理します。

### (1) 商業

#### ① 主な特性

##### 【豊かな自然や地域固有の歴史・文化・祭事・イベントを活かした商業活動】

現在、市内にはそれぞれの特色を持った16の商店街組織が存在し、住民の生活を支え、地域に根差した商業活動を推進しています。それぞれが、昭和レトロのまちを形成する商店街、ハイキング客や登山客が訪れる商店街等、独自の魅力を持ち多くの来街者を呼び込んでいます。また、全国的知名度を有する青梅マラソンのほか、地域には昔から伝わる地域固有の歴史・文化・祭事があり、来街者を楽しませています。

##### 【新たな商業振興の推進組織の設立】

平成27(2015)年4月に株式会社まちづくり青梅が設立され、中心市街地の活性化に向け「おうめマルシェ」の開催や、空き店舗・未利用事業所の利活用等の事業が進められています。また、青梅駅前地区市街地再開発事業により、新たな顧客の創出が見込まれます。

#### ② 主な課題

##### 課題1 来街者を呼び込むための魅力向上

青梅駅周辺地域の昭和レトロのまち、御岳山、御岳渓谷、吉野梅郷等の観光資源を活用した観光商業のさらなる推進が必要となっています。加えて、その魅力を高めるとともにその相乗効果を生み出すために、点在している観光拠点の回遊性の向上、歩きやすく歩いて楽しい歩行空間の整備、情報発信の充実が課題となっています。

##### 課題2 点在する商店をはじめとした個店の魅力向上

インターネット販売の拡大や市内外の大型商業施設の立地等により商業事業者にとって競争環境が厳しくなっています。そのような中、事業者、商店街、消費者の3者とも「個店の魅力づくり」が最も必要と考えており、個々の事業者や商店街が、地域に住む消費者や来街者のニーズを把握し、商品・サービスの向上を図るための積極的な活動を進めていくことが求められています。

##### 課題3 事業承継・商店街活動の担い手づくり

店主の高齢化が進んでおり、事業や店舗の承継、商店街活動の担い手づくりが課題となっています。事業をそのまま継承するだけでなく、新たな事業者の育成や新規事業者への店舗承継等を含めた対策が必要となっています。また、商店街活動においてはNPOや地域団体との連携の推進を進めていくことが必要です。

##### 課題4 市民の買い物環境の向上

商店数が少なく、市街地から距離がある北部・西部を中心とした買い物環境の向上が課題となっています。今後、さらに高齢化が進み、買い物を困難と感じる市民が増えることが予測され、対策が必要となっています。

## (2) 工業

### ① 主な特性

#### 【先端技術産業の集積】

市内に、「三ツ原工業団地」、「西東京工業団地」の2つの工業団地を有しており、大手製造業の工場が立地するなど西多摩地域の先端技術産業集積地を形成しています。

#### 【活力ある中規模企業が立地】

高い技術力を有する電気・電子、機械系および都心部を市場とした食品製造業等の活力ある中規模企業が多く立地しています。

#### 【製造業等に適した立地環境】

圏央道をはじめ幹線道路の整備が進んでおり、広域的交通体系が充実しています。また、都心部へのアクセスがよく、都心部と比べて立地コストが低廉といったメリットを有しています。

### ② 主な課題

#### 課題1 産業集積の維持・発展

近年、市内に立地する製造事業所の閉鎖・移転が進み、事業所数、従業者数、製造品等出荷額等ともに減少傾向にあります。産業集積を維持・発展させるために、新たな企業誘致の推進と、将来の青梅産業を担う新たな産業の創出とその受け皿となる拠点整備が必要となっています。

#### 課題2 ものづくり操業環境の維持・向上

市内事業者の多くが高度経済成長期に立地しており、設備等の老朽化が進んでいる企業も増えてきています。また、市内にはまとまった工業用地がなく、市内立地企業が事業拡張時に用地を取得することが困難になっています。市内での操業を希望する事業所が、やむを得ず市外に流出していくことを回避するための対策が必要となっています。

#### 課題3 新たな取引先や販売先の開拓

国内需要の低迷、大手製造業の海外設備投資が進む中、新たな取引先や販売先の開拓が大きな課題となっています。高い技術・技能を生かした新分野への参入や新事業の創出、圏央道の近接性等の立地環境を生かした販路拡大の取組みを支援していく必要があります。

#### 課題4 人材の確保・育成

全国的に、人材の確保が困難になっている中、本市では、大学等の高度教育機関が市内にないことなどから、新卒者や技術者・専門人材の確保が難しくなっています。

また、技術者の高齢化が進んでおり、技術・技能承継が円滑に行なわれず、事業継続が困難になっています。そのような中、企業OBや女性人材の活用を図っていくことが期待されます。

## 第3章 青梅市の商・工業の将来像

### 1. 青梅市の商・工業の将来像

青梅市総合長期計画では、10年後のまちの将来像を、「美しい山と渓谷に抱かれ、東京に暮らす 青梅」と位置付け、産業面では、「歴史と文化を継承し、人も産業も育むまち」を基本理念としています。また、「青梅市まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、「青梅に暮らし、働き、訪れる人々にとって魅力あふれるまちを創出」することを基本目標としています。

本計画は、この基本理念および基本目標に対して産業面からの実現を目指し、青梅市産業の将来像を次のとおり掲げ、その実現に向けた取組みを展開していきます。

#### みどりと産業が調和するまち おうめ

##### 暮らしの姿

成熟社会を迎え、人々の価値観が物質的な豊かさから心の豊かさへと転換が見られる中、心豊かに過ごせる生活環境の形成が重要になっています。その中、青梅は豊かな自然・風土、歴史・文化に恵まれ、心が豊かで健やかに生活を楽しめる環境が整っています。

産業面からは、身近に職場がある職住近接の環境づくりを進め、移動に時間をとられず、創造的仕事や生活を楽しむための時間を生み出すとともに、仕事と子育てや介護との両立がしやすい環境づくりを図ります。

また、普段の買い物やサービスが利用できる商店等、生活に必要な機能が近くにある環境の維持や魅力的な店舗の増加を図り、生活の利便性と楽しい買い物環境を形成します。

このように、人々が地域で働き、生活することにより、地域経済の活性化が図られ、自律的で持続的な社会の実現を目指します。

##### 商・工業の姿

青梅の商業は、市民の生活を支えるとともに、西多摩の商業拠点であることから市外からの買い物客や青梅の自然やまち歩き、観光等を目的に訪れる来街者が買い物や魅力ある商店を楽しめる商業のまちを目指します。

また、青梅は高い技術力を持った工業集積、交通の利便性の高さ等の多様な産業資源を有しており、これらの資源を活用し、「健康・医療・介護」等の生活の質を高める成長産業への参入や新ビジネスの創出を図ることにより、地域経済を活性化させるとともに、市民の生活の質を高めていきます。

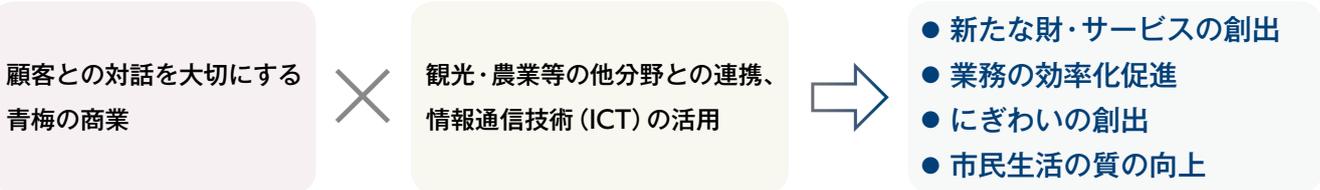
さらに、世界をリードする自律型産業都市青梅として、企業や事業者が新たに生み出した財やサービスを国内だけでなく世界に向けて広く情報発信し、新たな顧客や市場を開拓するとともに、市場情報を収集し新たな価値創造につなげていきます。

## 2. 商・工業振興の方向性

### (1) 商業振興の方向性

#### 青梅の歴史・文化が紡ぎ出すふれあいと賑わいにあふれる商業の実現

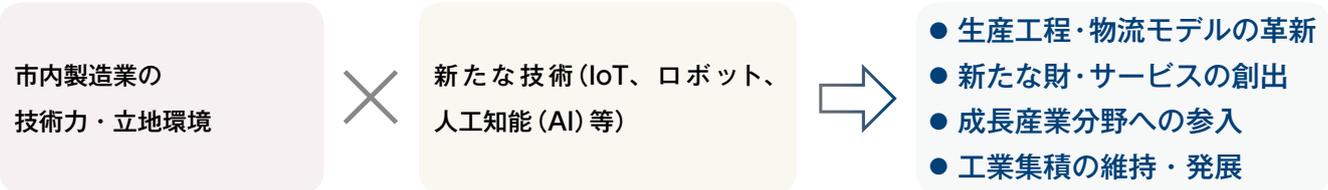
青梅の商業は、昭和レトロのまちなどの魅力ある商店街の街なみや、顧客との対話等、市民や来街者が楽しみながら買い物ができることが大きな魅力となっています。その価値を大切に存続しながら、魅力ある街なみでの事業化を目指す若い創業者の育成や、青梅の豊富な観光資源や観光関連事業者、農・林業者との連携による商店街の活性化や魅力ある商品・サービスの開発等の取組みを推進していきます。また、情報通信技術 (ICT) の活用のもと、顧客管理や業務の効率化、情報発信に取り組み、事業者の経営力強化を図っていきます。これらの取組みにより、青梅の商業のさらなる魅力を高め、広く国内外からの来街者を集めて賑わいを創出するとともに、市民生活の質の向上を目指します。



### (2) 工業振興の方向性

#### 高い技術力と恵まれた立地環境を活かした青梅ビジネス革命の実現

青梅市は多摩地域に集積する有力な電気・機械系製造業の集積の一角をなしてきましたが、近年は大規模工場の撤退や経営者の高齢化による廃業等により産業規模は急速に縮小し、大きな構造変化が生じています。そのような厳しい情勢を乗り越えるために、精密加工等の高度な技術力を保有する市内製造業や、優れた技術と製品等により地域経済発展に貢献する食品産業が圏央道に近接する恵まれた立地環境を活かして広域的な販路開拓を行うとともに、IoT、ロボット、人工知能 (AI) 等の新技術を活用した生産工程や物流モデルの革新、「健康・医療・介護」「ロボット産業」等の成長産業分野における財やサービスを創出するものづくりの革新と新たな産業集積の形成を目指します。

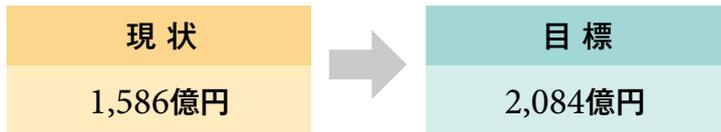


### 3. 成果指標

本計画の将来像の実現に向けて、次のとおり成果指標と目標を設定します。「青梅市商・工業振興プラン」の見直し期には成果指標の数値を把握し、社会・経済環境の動向に合わせて、必要な見直しを行い、その目標の達成を目指します。

#### (1) 工業

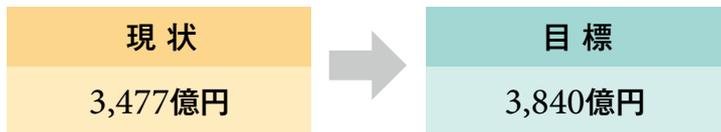
成果指標 製造品出荷額等



出典：地域経済分析システム(RESAS:リーサス) ※

#### (2) 商業

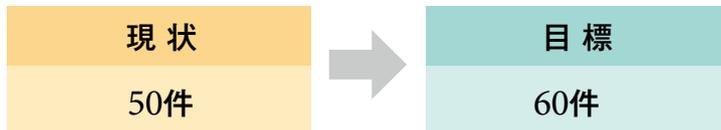
成果指標 年間商品販売額



出典：地域経済分析システム(RESAS:リーサス)

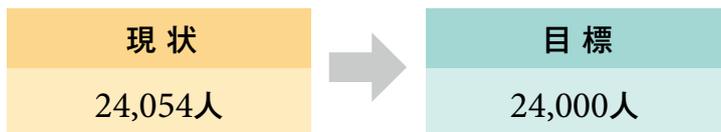
#### (3) 商・工業共通

成果指標① 創業者数(特定創業支援事業認定以降)



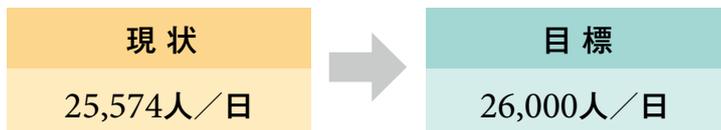
出典：おうめ創業支援センター資料

成果指標② 従業員数(製造業、卸売業・小売業、宿泊業・飲食サービス業、生活関連サービス業・娯楽業)



出典：地域経済分析システム(RESAS:リーサス)

成果指標③ 市東部鉄道駅乗降客数(JR河辺、小作)



出典：JR東日本 各駅の乗車人員

※ 地域経済分析システム(RESAS:リーサス)

地域経済分析システム(RESAS:リーサス)は、地方創生の様々な取り組みを情報面から支援するために、経済産業省と内閣官房新しい地方経済・生活環境創生本部事務局が提供している、産業構造や人口動態、人の流れなどの官民ビッグデータを集約し、可視化するシステムです。

# 第4章 施策方針・施策

## 1. 施策体系

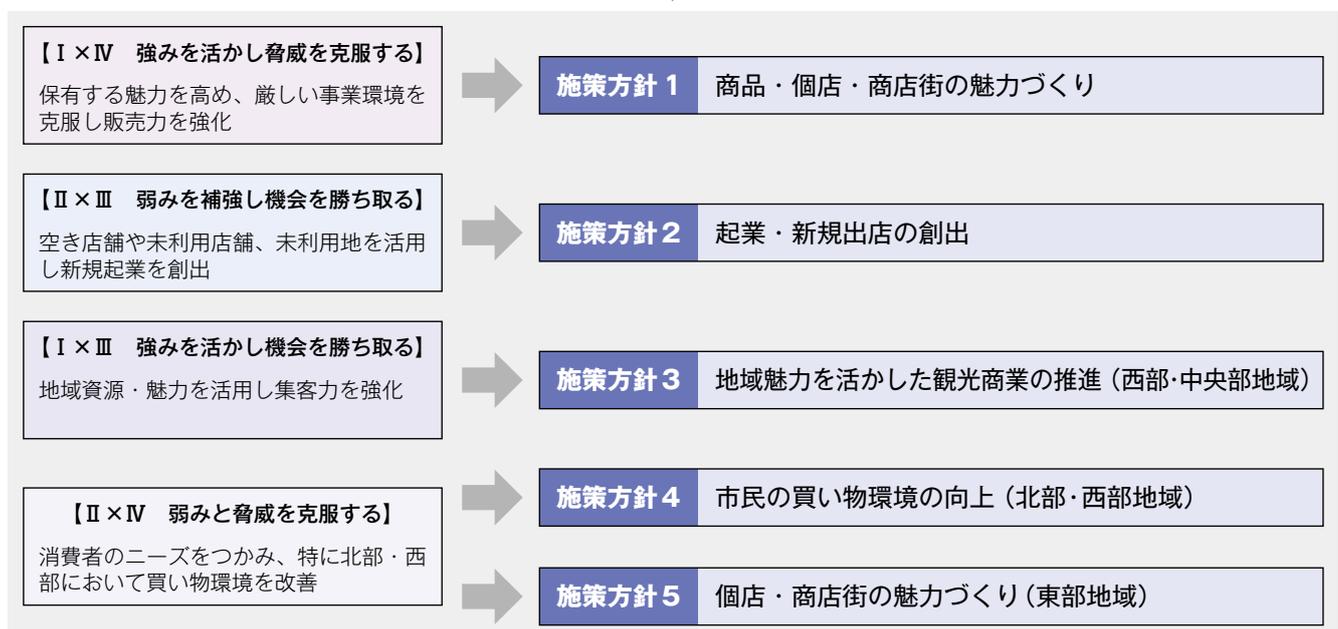


## 2. 商業の施策方針

### (1) 商業振興施策検討に向けたSWOT分析

将来像の実現に向け、青梅市の現状・課題を踏まえて、青梅市の強み・弱み・機会・脅威を整理した上でSWOT分析を元に、商業振興に向けた施策の方針を整理しました。

		外的要因	
		Ⅲ 機会	Ⅳ 脅威
		①東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会の開催 ②ICTの進展（ネット販売・通販への展開） ③出店意欲のある若者や女性の存在 ④NPO等との連携事業の展開	①来店者・顧客の減少、来店者の高齢化 ②青梅インターチェンジ付近や市外周辺地域に大型商業店の立地による競争環境の激化 ③ICTの進展（ネット販売・通販の利用拡大）
内的要因	Ⅰ 強み	①昭和レトロのまち、御岳山・吉野梅郷等の観光拠点の存在 ②地域固有の歴史・文化・祭事、来街者を呼び込む地域資源や青梅マラソン等のイベントが豊富 ③中心市街地活性化に向けた活動推進体の「榎まちづくり青梅」の設立  <b>強みを活かし機会を勝ち取る</b>  地域資源・魅力を活用し集客力を強化	<b>強みを活かし脅威を克服する</b>  保有する魅力を高め、厳しい事業環境を克服し販売力を強化
	Ⅱ 弱み	①店主の高齢化等による後継者不足 ②商店街活動の担い手不足による活動力の低下 ③空き店舗の増加 ④店舗数が少なく、市街地に遠い 北部・西部では買い物の利便性の低さ  <b>弱みを補強し機会を勝ち取る</b>  空き店舗や未利用店舗、未利用地を活用し新規起業を創出	<b>弱みを補強し脅威を克服する</b>  消費者のニーズをつかみ、特に北部・西部において買い物環境を改善



## (2) 商業の施策方針・施策

本市の商業振興における施策方針を次のとおり設定します。

商業の振興に当たっては、市域全域を対象とした施策方針1を重点方針としつつ、地域別に特性・課題が異なるため、各地域の個別方針を設定します。

### 【全体方針】

#### (重点方針)

#### 施策方針1 商品・個店・商店街の魅力づくり

商店・商店街の事業者が主要課題と認識しており、市民からも要望が高かった「魅力づくり」を支援していきます。大規模商業施設では享受できない顧客との対話等、「楽しい買い物」体験を提供できる独自の魅力づくりに向けて、市内の意欲ある個店や商店街を対象に、それぞれの創意工夫による魅力づくりの取組みを推進します。

このような個店の魅力づくりを推進することで、元気な個店が生まれ、またそのような個店の取組みが同じ商店街や地域の個店へと次々に伝わり、元気な個店が増えていくことで商店街や地域の活性化を図っていきます。

#### 施策1 魅力ある個店づくりの創出支援

個店の魅力づくりに向けて、市場や顧客のニーズを把握するための調査の実施支援や、その調査結果を踏まえた魅力づくりに関する専門家支援(アドバイス・事業計画作成等)を推進します。

また、販売チャネル※1を広げるための取組や、個店間の連携や魅力ある個店を核とした地域活性化の取組み等の連携活動を推進します。

#### 施策2 販路拡大支援

個性や魅力のある商品・サービスの販路拡大に向けて、情報発信を行う取組や事業拡大を支援します。

#### 施策3 立地環境や個性・特性を活かした魅力ある商店街づくりの推進

各商店街の立地環境や個性・特性を活かしながら、商店街が取り組む販売促進やイベント開催等のにぎわいづくり、施設の整備・充実、安全・安心に向けた地域活動等の取組みを支援します。民間との連携により既存店舗の付加価値を向上させることで商店街全体の魅力向上、継続を目指します。また、商店街間で情報を交換したり、相互の魅力の相乗効果を図るための、商店街連携の機会づくりを推進します。

#### 施策4 マーケットの需要を捉えた情報発信支援

ウェブサイトやSNS等のインターネット・ツールを活用して個店や商店街の情報を発信するとともに、ターゲットとなる顧客層を捉えて効果的なマーケティングが行えるよう支援し、仕入・顧客等の管理や販売活動に情報通信技術や電子決済サービス等を導入し経営の効率化を図ったり、商品やサービス、店舗をインターネットにつなげることにより顧客サービスの充実に取り組む事業者を支援します。

※1 販売チャネル

商品の製造者から消費者に届くまでの流通経路や方法のことを指します。

## 施策方針2 起業・新規出店の創出

本市の自然・歴史・文化が薫る風土に魅力を感じて出店する個性ある店舗や工芸品等の作家による工房等が増えてきています。そのような魅力ある店舗が点在し、地域の魅力を高めています。また、地域の事業者との交流により、起業家は先達から経営ノウハウ等を学び、先達は起業家から新しい刺激を受ける機会となっています。このような意欲ある起業家を市内外から呼び込み、空き店舗や未利用事業所、未利用地等の資源も活用しながら、起業・出店を支援していきます。特に、廃業予定の店舗を新規出店に利用する店舗継承により、新たな事業承継の形を構築していきます。

### 施策1 起業・創業支援

おうめ創業支援センターをはじめ地域金融機関等の専門家を交え、青梅での起業・出店を希望する起業家を対象とした起業相談や事業計画作成支援、起業資金の調達支援等により、起業家を継続的に支援していきます。

### 施策2 新規出店による店舗継承支援

新規出店希望者が、空き店舗や今後やむなく廃業する店舗等を利用して出店する取組みを支援します。利用可能な店舗の紹介や、創業者の創出による事業継承を図ります。

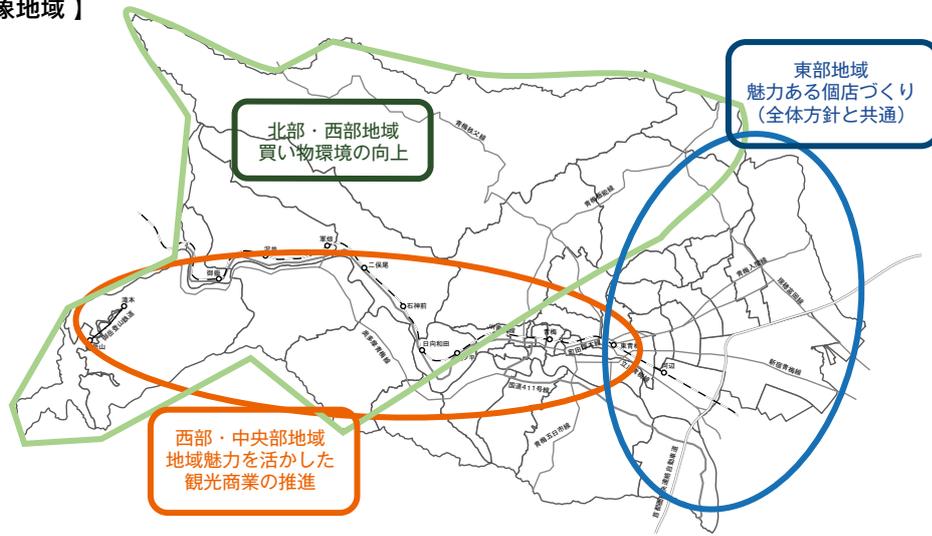
### 施策3 コミュニティビジネス支援

地域に顕在化する高齢者の生活支援、子育て支援、地域振興などの諸課題の解決を図ったり、地域に新しい価値(サービスやしくみ)を提供し、地域を活性化させる事業をビジネスとして取組み、持続的に事業を展開するコミュニティビジネスの起業を支援します。

## 【地域別方針】

地域が抱える課題解決や特性を伸ばしていくため、全体方針と合わせて、地域ごとに重点的に取り組む地域別方針を、「西部・中央部地域」「北部・西部地域」「東部地域」の3地域に分けて設定します。

### 【地域別方針と対象地域】



### 施策方針3 地域魅力を活かした観光商業の推進（西部・中央部地域）

青梅駅周辺地域の昭和レトロのまち、御岳山、吉野梅郷、御岳渓谷等の自然とのふれあい、青梅大祭等の青梅の歴史文化が体感できる名所旧跡や文化行事等、魅力ある観光資源が豊富な西部・中央部地域では、市民の生活を支える商業活動を図っていくとともに、これらの地域魅力を活用した商業振興を図っていきます。そのために地域イベントとの連携や、観光客向けに青梅の歴史文化の常設展示や商品づくりを推進し、見て歩いて楽しい商店街づくりで、来街者の増加を図ります。

#### 施策1 多様なにぎわいづくりの推進

観光客や来街者が楽しめる商店街づくりに向けて、青梅駅周辺地域では、一般社団法人こーよ青梅や商店会と連携しながら、商店街活性化イベント事業の推進や商店街空き店舗活用事業等、まちの賑わいの創出および地域経済の活性化に向けた取組みを推進していきます。御岳山地域では、地域の商店街と連携して訪日外国人観光客おもてなしの充実(施策3)を推進していきます。

#### 施策2 周遊性を持った観光魅力の創出

点在している観光拠点の相乗効果を高めるため、拠点間の同時イベント開催や、観光の周遊性を高めるため、周遊観光コースづくり、JRやバス会社等の民間交通機関との連携のもと、奥多摩や市内各地の玄関口である青梅駅から各地域へのアクセス環境を高めるなど、各拠点を周遊できる環境づくりを図っていきます。

### 施策3 訪日外国人観光客おもてなしの充実

駅、街なかの誘導サインの多言語化等の設備整備や、外国人観光客に寄り添い、ガイドができる人材が求められていることから、観光に携わる地域の人材の語学・異文化理解・ホスピタリティスキルなどの強化に取り組みます。また、メニューや商品説明の多言語化など、訪日外国人観光客おもてなしの向上に向けた取り組みを行う個店を支援していきます。

### 施策4 情報通信技術（ICT）を活用した情報発信の推進

青梅市内の個店舗や観光施設で、観光客等が無料でWi-Fi（ワイファイ）に接続できる通信環境の整備が進んでいる中、コンテンツの外国語対応を進めるなど、国内外の来街者への観光情報の提供を図ります。また利用者の使用言語等の情報収集機能を付加し、マーケティング活動への活用を検討していきます。

## 施策方針4 市民の買い物環境の向上（北部・西部地域）

市民の日常の買い物環境の向上を図ります。特に、商店数が少ない上、店舗が点在している北部・西部では、市街地からも距離があり、買い物に不便を感じる市民が多くなっています。今後さらに人口減少・高齢化が進んでいくことが予測され、市民の買い物環境対策の重要性が高まることを踏まえて、商業者との連携や他分野の施策との連携を図りながら買い物環境の向上に向けた仕組みを検討・構築していきます。

### 施策1 買い物環境の向上

地域住民の買い物環境の実態調査等を通じて、現況および課題を把握し、新たな商業施設の誘導や買い物サービスの充実など、民間事業者等と連携しながら、北部・西部の買い物環境の向上に必要な仕組みや方策の検討・構築を図っていきます。

## 施策方針5 個店・商店街の魅力づくり（東部地域）

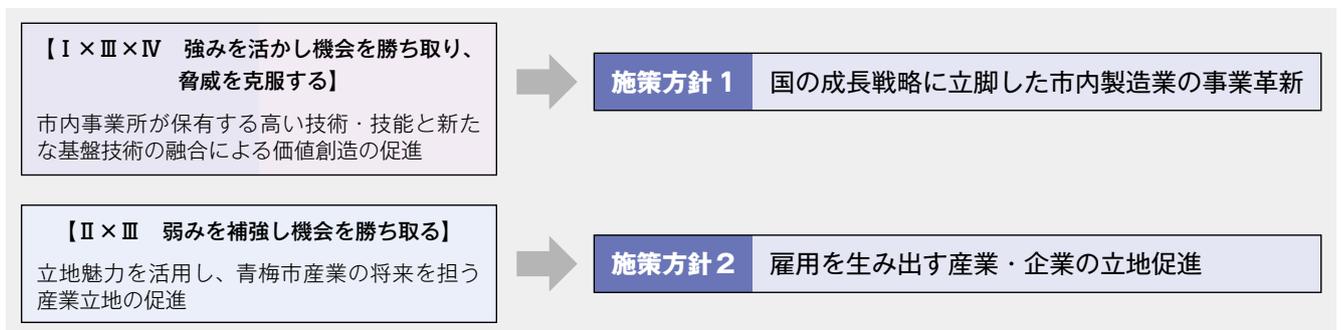
東部地域は、河辺駅周辺の商業施設や青梅街道沿道等のロードサイド型店舗、圏央道青梅インターチェンジ周辺に大型店が立地しています。個店・商店街の連携等、地域コミュニティの醸成を推進することで、市民のニーズやライフスタイルに呼応し、顧客との対話や商品サービスに合わせて付加価値を提供するなど、「楽しい買い物」体験を提供できる魅力づくりの取り組みを支援していきます。全体方針の施策方針1「商品・個店・商店街の魅力づくり」を地域別方針として位置付けます。

### 3. 工業の施策方針

#### (1) 工業振興施策検討に向けたSWOT分析

将来像の実現に向け、青梅市の現状・課題を踏まえて、青梅市の強み・弱み・機会・脅威を整理した上でSWOT分析を元に、工業振興に向けた施策の方針を整理しました。

		外的要因	
		Ⅲ 機会	Ⅳ 脅威
		①成長戦略等の国の経済政策の推進 ②東京都の西南部流通業務施設整備の推進 ③新興国等の海外マーケット拡大 ④成長産業分野の発展 ⑤情報通信技術 (ICT) の飛躍的進歩	①経済のグローバル化による大手製造企業の生産拠点の海外流出・再編 ②国内市場規模の縮小 ③新興国の台頭 ④生産年齢人口の減少に伴う労働力の不足
内的要因	I 強み	<b>強みを活かし機会を勝ち取り、脅威を克服する</b> 市内事業所が保有する高い技術・技能と新たな基盤技術の融合による価値創造の促進	
	II 弱み	<b>弱みを補強し機会を勝ち取る</b> 立地魅力を活用し、青梅市産業の将来を担う産業立地の促進	
I 強み		①電気・機械関連産業の集積（多摩地域を中心とした取引関係の存在） ②「一般・精密機械」「電子・電気系」「食品」分野の活力ある中規模企業の存在 ③圏央道 IC への近接性など交通の利便性の高さ ④地盤が固く、災害に強い立地環境	
II 弱み		①製造業の海外流出、製造業の集積力の低下 ②市内の新規立地・拡充立地用地の不足 ③電気・機械産業への依存度の高さ ④大学・研究機関の不足 ⑤新産業分野への取組みの弱さ	



## (2) 工業の施策方針・施策

青梅市の工業振興における施策方針を次のとおり設定します。施策方針1の「国の成長戦略に立脚した市内製造業の事業革新」を重点方針に位置付けます。

### (重点方針)

#### 施策方針1 国の成長戦略に立脚した市内製造業の事業革新

本市の製造業は、量産型企業よりも少量多品種型や自社製品製造企業の比率が高く、高い技術や技能を活用したものづくりが進められています。今後も地価や人件費が高い東京都で操業を続けていくためには、高付加価値化をさらに進展させていくことが求められます。そこで、国が推進する「第4次産業革命」の基盤技術であるIoTやビッグデータ等の基盤技術を活用した、次代の青梅ものづくり産業を担う新たな価値創造や業務改善等の事業革新に向けた企業活動を支援します。

特に、青梅市は介護老人福祉施設が多いことから、施設との連携のもと医療・福祉・介護に関連する製品づくり等、青梅の地域特性を活用した地域独自の産業創出を図ります。

また、新たな事業展開を図っていくためには、産学連携や企業間連携が重要であるため、近隣の大学、研究機関との連携に向けた取組みを推進します。

#### 施策1 新技術による産業構造の変革を見据えた事業革新の推進

市内製造業の技術力を基盤に、保有技術・技能を活用し、IoT、ビッグデータ、人工知能(AI)、ロボット等の新技術を導入した、経営革新と新たなビジネスの創出や新分野参入に向けた技術・製品開発を支援します。また、市内には既に事業にIoTを導入し生産効率や品質管理能力を向上させるとともに、IoT関連製品の外販にも着手するなど、先進的な企業が存在することから、このような企業を事業モデルとして地元企業数社をIoTのトップランナー企業に育て、その企業が中心となってコミュニティを形成し、そこで得た経験を新たな企業に波及させ、連携しつつも切磋琢磨しながら発展できる環境の実現を推進します。

#### 施策2 地域資源を活かした独自産業の創出

国の成長戦略にかかる医療・福祉・介護に関連する製品開発に向けて、市内の介護老人福祉施設での実証実験やモニタリング、開発データの収集等が取り組める環境整備を図っていきます。また、東京都の西南部流通業務施設整備の推進を受けて進められている、青梅市今井土地区画整理事業において、関係団体等と連携しながら、自動化、高付加価値化を実現する次世代型物流関連産業等の創出を目指します。

#### 施策3 市内主要製造業の事業環境の向上

設備投資の機会に伴う市内企業の市外流出を防ぐために、企業と行政が良好な関係を保ち、日常から企業が抱える操業環境の課題等を把握していきます。青梅商工会議所と連携しながら、市内主要製造企業への巡回訪問を行い、企業から事業活動や操業環境に対する要望等の最新情報の収集に努め、企業が抱える課題等の解決や操業環境の向上をともに検討・推進していきます。また、収集した情報は本市の産業振興施策の改善・充実策の検討に活用していきます。

## 施策方針2 雇用を生み出す産業・企業の立地促進

経済のグローバル化や国内の人口減少等による市場縮小はさらに進展することが予測され、大手製造企業の生産拠点の継続的立地が不確実になっていることから、本市の産業の構造的転換への対応が必要となっています。黒沢地区の碎石場跡地の調整区域において、市街化区域への編入を検討するとともに、圏央道青梅インターチェンジ北側地区の青梅市今井土地区画整理事業については、関係団体等と連携しながら、新たな産業集積の構築に向けた産業用地として整備し、企業の誘致を積極的に図っていきます。

### 施策1 新たな産業用地の整備促進

黒沢地区の碎石場跡地の調整区域において、市街化区域への編入を検討するとともに、圏央道青梅インターチェンジ北側地区の青梅市今井土地区画整理事業については、関係団体等と連携しながら、新たな産業集積の構築に向けた産業用地として整備し、企業の誘致を積極的に図っていきます。特に圏央道青梅インターチェンジ北側地区については、成長戦略に欠かせない高付加価値の物流産業等の誘致を図り、これに伴う交通体系の整備を図ります。

### 施策2 新たな産業拠点の形成

新たな産業拠点の形成に向けて、企業実態調査で明らかとなった機械・電子製造業の好調な中堅企業等を中心に、国が推進する「第4次産業革命」の基盤技術であるIoTやビッグデータ等を活用し、青梅から世界に向けた事業を展開する企業の誘致を進めていきます。また、情報通信技術を活用した次世代型物流産業、成長産業分野に展開する企業、次世代型農業等、将来の青梅市の経済を担う産業や学術研究機関の誘致など、多様な可能性を検討し整備につなげていきます。

また、工業の事業所や研究機関の立地に伴い、交通体系の整備を図り近隣住民の生活の利便性も高める土地利用のあり方も含めて検討していきます。

### 施策3 大学・研究機関との交流・連携と企業間コミュニティの活動支援

多摩地域のものづくり産業集積におけるネットワークの強化に向けて、一般社団法人首都圏産業活性化協会との連携の充実を図るとともに、大学・研究機関とのネットワークづくりに努めます。また、生産性向上等に関するノウハウの横展開や、先端技術や市場動向の共有、地域内の相互取引の活発化などを図るため、企業同士の交流会や勉強会の開催を後押しするなど、企業間コミュニティの活動を支援します。

## 4. 商・工業共通の施策方針・施策

商業・工業ともに、産業の基盤づくり等に関わる共通の施策方針を下記のとおり設定します。

### 施策方針 1 多様な人材の活用・育成

人口減少・少子高齢化が進む中、企業にとって人材確保はさらに困難になると見込まれます。市内外の人材を登用できる機会を増やし、企業が円滑に人材を確保できるとともに、就労を希望する市民に対して就職機会の充実を図っていきます。また、学生や若者が本市の産業や企業だけでなく、青梅での心豊かな生活環境に関する情報を得て理解を深める機会の充実を図り、本市の企業への就業・居住につなげていきます。さらに、経験・技術・技能を有する高齢者や出産・育児等により離職した女性等の潜在的な労働力の活用促進を図っていきます。

いきいきとやりがいを持って働ける環境づくりとして、就業者の能力向上に向けた取組みを支援します。

#### 施策 1 意欲ある人材と市内企業をつなぐ仕組みづくり

関係機関と連携のもと就職面接会の実施や大規模な人材マッチングイベント等への参加を支援していきます。

市内企業の雇用動向や人材ニーズ情報、子育て支援の状況など、就職時に必要な情報や青梅での生活環境や魅力に関する情報を幅広く収集し、就職希望者に向けて発信していきます。さらに、インターンシップ制度などの就業体験ができる機会の充実を図ります。

#### 施策 2 人材の育成支援

企業や団体が、後継者および就業者の資質の向上と定着確保を図るために行う、就業者の資格取得、各種研修会の開催や教育機会の提供などの取組みを支援します。特に、情報技術や情報処理技術（プログラミング等）を学ぶ機会の充実を図ります。

#### 施策 3 働く環境の向上

就業者の労働に関する問題解決や環境向上を支援するために関係機関との連携のもと、労働相談機能の充実を図るとともに、個別の中小企業では整備が困難な従業員の福利厚生充実を図っていきます。

## 施策方針2 中小企業の経営基盤の強化

厳しい経済情勢に対応し、中小企業が事業の一層の発展に向けて円滑な事業を推進していくための環境づくりとして、経営基盤の強化支援策を推進していきます。また、市・青梅商工会議所をはじめ国や東京都等の支援制度の情報発信の充実を図り、有効活用を促進します。

### 施策1 経営基盤の強化支援

経営に関する相談や資金融資制度の継続、各種セミナー・研修会の開催、経営者間の交流・情報交換の場づくりなど、市内企業の経営基盤の強化に向けた取組みを実施します。

地域未来投資促進法における基本計画を作成し、地域の特性を生かして、高い付加価値を創出し、地域の事業者に対する相当の経済効果を及ぼす「地域経済牽引事業」の促進を図ります。

また、企業活動を通じてSDGs実現に貢献しようとする企業について、市で認定することにより、企業イメージ向上や、ステークホルダーからの評価向上、製品・サービスに対する信用・支持の獲得を支援します。

### 施策2 創業支援センターを核とした創業支援

おうめ創業支援センターでは、創業者が利用できる執務スペースの提供とともに、創業者間の交流・情報交換の機会づくりや創業に関する各種セミナー等の開催、創業相談や事業計画作成、起業資金の調達支援等の多様なソフト支援を専門家との連携のもとに推進し、創業を支援します。

### 施策3 青梅版インキュベーション※2の創出

ヒト・モノ・カネ・情報が不足する創業期の起業家やスタートアップ企業に対して、資金・ノウハウ・場所などハード・ソフト両面から支援するため、青梅版インキュベーションの創出を目指します。

#### ※2 インキュベーション

英語では「孵化（ふか）」「卵をかえす」などの意味を持つ言葉で、起業家の育成や新しいビジネスを支援する施設や活動などのことを指します。

### 施策方針3 情報発信・青梅ブランドづくりの促進

本市で作られている製品・商品・サービスや、地域の魅力について、国内外に向けて積極的な情報発信を進めます。また、青梅の歴史・風土・文化を礎とする製品・商品・サービスの付加価値を高め、市民や来街者に愛着と満足度をもたらす青梅ブランドの構築を図っていきます。

#### 施策1 情報発信の充実

企業の展示会出展支援や関連催事・展示会等での本市の産業・企業に関する情報発信・PRを積極的に実施します。また、SNSやウェブサイトでの情報発信に取り組んでいきます。

企業や事業者が取り組む、SNSやウェブサイト等のインターネットを活用した個店や商店街の情報発信も支援していきます。

#### 施策2 青梅ブランドの構築

青梅の歴史・風土・文化が育んだ、特色ある製品・商品・サービスのブランド化を推進するとともに、地域資源や地域産材を活用した新たな製品・商品・サービスの開発を支援し、青梅ブランドの開発、情報発信を図っていきます。

#### 施策3 他産業との連携を含めた農商工連携の促進

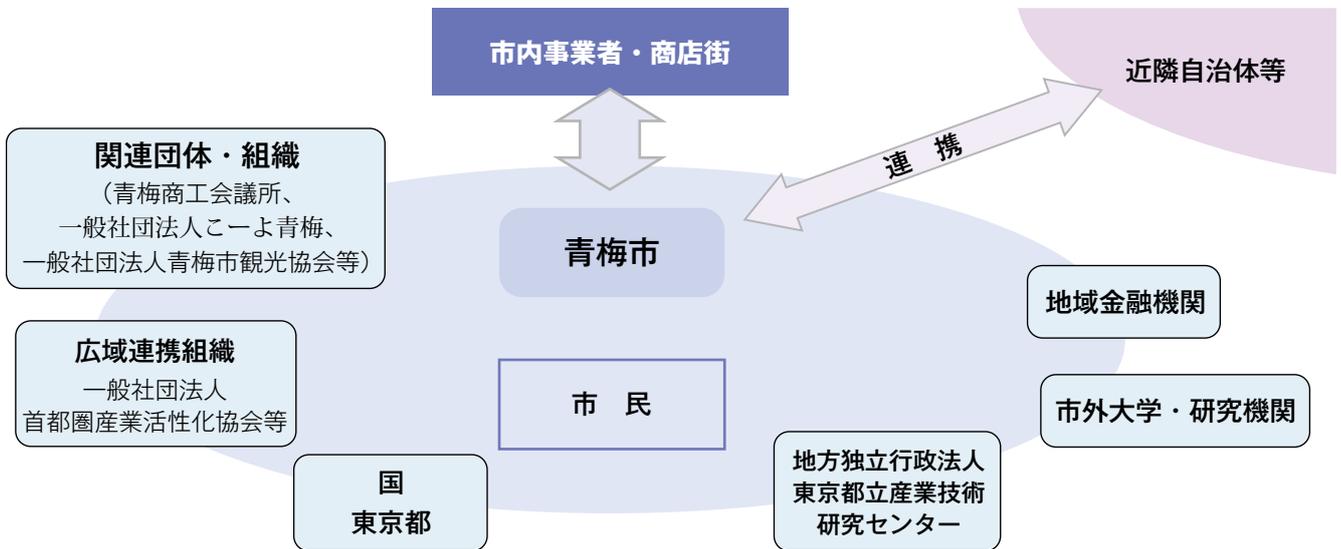
農・林業者と商工業者の連携による、地場農産物を活用した加工品等の特産品や観光客向けの商品開発と開発商品の販売を促進していきます。

また、観光資源としてのファクトリーツーリズム、グリーンツーリズムの推進など、他産業との連携について、検討していきます。

# 第5章 計画の推進体制等

## 1. 推進体制

市内事業者・商店街、市民、関連団体・組織（青梅商工会議所や一般社団法人こーよ青梅等）、地域金融機関、市がそれぞれの役割を担うとともに、それぞれの強みを活かした連携を図り、本計画を推進していきます。



## 2. 各主体の役割

### (1) 市内事業者・商店街

地域の企業・事業者は地域経済の主役であることを自覚し、自主的に経営革新と事業の発展に努め、雇用の創出を図り地域経済や地域の活性化に貢献します。事業発展に向けた創意工夫のもと、新たな価値を生み出すいきいきとした事業活動を行うことで、将来を担う若者や子どもが目指す事業者像となることが期待されます。また、一市民として、地域の社会活動や地域の課題解決に向けた取組みに協力し地域の発展に積極的に参加します。

### (2) 青梅市

市の担当所管は、庁内の関係部署との調整・連携を図り、市全体として本計画を推進していきます。市内事業者の声を聞き、事業者が抱える問題や課題の把握に努め、青梅商工会議所、一般社団法人こーよ青梅や一般社団法人青梅市観光協会等の関連団体・組織と連携しながら、市内事業者の経済活動の活性化を図っていきます。また、市外の大学や地方独立行政法人東京都立産業技術研究センター等の研究機関や一般社団法人首都圏産業活性化協会等の広域連携組織とのネットワークづくりに努め、連携を図ります。

東京都や国とは情報交換を行い東京都や国の産業政策との連携を図りダイナミックな政策展開を目指すとともに、本プランの推進と実効性を高めるため、近隣自治体とも積極的に連携事業等にも取組み、広域的展開を図っていきます。

市民に向けて、市内の事業者や産業に関する情報を発信し、市内産業への理解を高めていきます。

本計画の実行管理については、進捗状況を把握し支援事業の見直しを行い、より効果的な支援策を検討・実施していきます。

### (3) 関連団体・組織

青梅商工会議所、一般社団法人こよ青梅、一般社団法人青梅市観光協会をはじめとした地域の関連団体・組織は、その組織目的に応じた事業を推進するとともに、本市と連携して各専門的視点から本計画の推進を支え市内産業および地域の活性化に向けた事業を推進していきます。青梅商工会議所は、市内事業者の経営や事業に関する情報収集や支援提供の窓口として機能していくことが期待されます。一般社団法人こよ青梅は、まちの活性化に向けた取組みを推進していきます。一般社団法人青梅市観光協会は、観光事業によりにぎわいづくりと来街者増加に向けた取組みを推進していきます。事業の推進に当たっては、関連団体・組織が相互連携を図り、役割分担を明確にするなど、効果的かつ効果的な推進に努めます。

### (4) 地域金融機関

地域金融機関は、事業者の資金調達環境の向上を図るとともに、市場動向や経営知識等の事業者に役立つ情報の提供やアドバイスをを行い、事業者の経営の安定化を支援します。

### (5) 市民

市民は地域産業が地域経済の発展および市民生活の質の向上に寄与することへの理解を深め、地域事業者の良質な商品やサービスを利用し、事業者や商店街が開催する地域を対象としたイベント等に参加することを通して、事業者とともに進める地域づくりに積極的に参加します。

## 3. 時代の変化に対応する施策検討の場づくり

急速に変化する社会・経済情勢や事業者の動向に沿った効果的施策を展開するために、将来の青梅産業を担う若い事業者等が意見交換をできる場をつくり、本計画の推進や施策に対して、新たなアイデアや実効性のある取組みを検討していきます。

## 4. 進捗管理

本市では計画の進捗状況を把握し、条例で位置付けられている青梅市商業振興対策審議会および青梅市工業振興対策審議会に報告します。審議会は、本計画の施策の進捗状況を確認し、計画の推進に向けた提案等を行います。

# 資料編

改正 平成15年3月10日条例第3号

(設置)

第1条 青梅市の商業の振興を図るため、青梅市長(以下「市長」という。)の附属機関として、青梅市商業振興対策審議会(以下「審議会」という。)を置く。

(所掌事項)

第2条 審議会は、市長の諮問に応じ、次の事項を調査審議して答申する。

- (1) 商業の振興施策に関すること。
- (2) 商業の振興対策の推進に関すること。
- (3) その他商業の振興に関すること。

(組織)

第3条 審議会は、次に掲げる者につき、市長が委嘱する委員8人をもつて組織する。

- (1) 市内商業関係団体の役員 3人
- (2) 消費者の代表者 2人
- (3) 知識経験者 3人

(委員の任期)

第4条 前条に掲げる委員の任期は2年とし、補欠委員の任期は前任者の残任期間とする。ただし、再任を妨げない。

2 委員が、委嘱されたときの要件を欠くに至ったときは、委員としての資格を失うものとする。

(臨時委員)

第5条 審議会に特別の事項を審議させるため必要があるときは、臨時委員若干人を置くことができる。

- 2 臨時委員は、市長が委嘱する。
- 3 臨時委員の任期は、当該特別の事項の審議期間とする。

(会長、副会長の選任および権限)

第6条 審議会に会長および副会長をおく。

- 2 会長および副会長は、委員が互選する。
- 3 会長は、審議会を代表し、会務を総理する。
- 4 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるときは、その職務を代理する。

(会議)

第7条 審議会の会議は、市長が招集し、会長が議長となる。

- 2 会議は、委員の半数以上の出席がなければ開くことができない。
- 3 会議の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

(庶務)

第8条 審議会の庶務は、商業振興担当課において処理する。

(委任)

第9条 この条例の施行について必要な事項は、市長が定める。

付 則

この条例は、昭和57年12月1日から施行する。

付 則(平成15年3月10日条例第3号抄)

(施行期日)

1 この条例は、平成15年4月1日から施行する。

(経過措置)

2 この条例による改正前の(中略)青梅市商業振興対策審議会条例第3条第1号(中略)の規定にもとづき委嘱された委員(中略)で、この条例の施行の日の前日に現に委員である者の任期の満了日は、改正前の(中略)青梅市商業振興対策審議会条例第4条第1項(中略)の規定にもとづき当該委嘱時に決定した任期の満了日にかかわらず、平成15年3月31日とする。

改正 平成15年3月10日条例第3号

## (設置)

第1条 青梅市の工業の振興を図るため、青梅市長(以下「市長」という。)の附属機関として、青梅市工業振興対策審議会(以下「審議会」という。)を置く。

## (所掌事項)

第2条 審議会は、市長の諮問に応じ、次の事項を調査審議して答申する。

- (1) 工業の振興施策に関すること。
- (2) 工業の振興対策の推進に関すること。
- (3) その他工業の振興に関すること。

## (組織)

第3条 審議会は、次に掲げる者につき、市長が委嘱する委員8人をもつて組織する。

- (1) 市内工業関係団体の役員 3人
- (2) 知識経験者 5人

## (委員の任期)

第4条 前条に掲げる委員の任期は2年とし、補欠委員の任期は前任者の残任期間とする。ただし、再任を妨げない。

- 2 委員が、委嘱されたときの要件を欠くに至つたときは、委員としての資格を失うものとする。

## (臨時委員)

第5条 審議会に特別の事項を審議させるため必要があるときは、臨時委員若干人を置くことができる。

- 2 臨時委員は、市長が委嘱する。
- 3 臨時委員の任期は、当該特別の事項の審議期間とする。

## (会長、副会長の選任および権限)

第6条 審議会に会長および副会長をおく。

- 2 会長および副会長は、委員が互選する。
- 3 会長は、審議会を代表し、会務を総理する。
- 4 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるときは、その職務を代理する。

## (会議)

第7条 審議会の会議は、市長が招集し、会長が議長となる。

- 2 会議は、委員の半数以上の出席がなければ開くことができない。
- 3 会議の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

## (庶務)

第8条 審議会の庶務は、工業振興担当課において処理する。

(委任)

第9条 この条例の施行について必要な事項は、市長が定める。

付 則

この条例は、昭和57年12月1日から施行する。

付 則(平成15年3月10日条例第3号抄)

(施行期日)

1 この条例は、平成15年4月1日から施行する。

(経過措置)

2 この条例による改正前の(中略)青梅市工業振興対策審議会条例第3条第1号(中略)の規定にもとづき委嘱された委員(中略)で、この条例の施行の日の前日に現に委員である者の任期の満了日は、改正前の(中略)青梅市工業振興対策審議会条例第4条第1項(中略)の規定にもとづき当該委嘱時に決定した任期の満了日にかかわらず、平成15年3月31日とする。

## 青梅市商業振興対策審議会委員名簿

区分	氏名	所属	備考
商業団体	アイザキ フクオ 合崎 福男	青梅市商店会連合会会長	
	クボ ミノル 久保 稔	青梅商工会議所 商業部会役員	
	タナベ アキラ 田邊 晃	青梅商工会議所 商業部会副部会長	
知識経験者	ナラシマ サチコ 楢島 幸子	税理士	
	ノザキ ヒロシ 野寄 弘	青梅商工会議所 副会頭	
	モリ ナオキ 森 直木	青梅信用金庫本店長	～平成 27 (2015) 年 12 月 31 日
	ヒジカタ ヒロシ 土方 浩	青梅信用金庫本店長	平成 28 (2016) 年 1 月 1 日～
消費者代表	オオノ トモエ 大野 友江	青梅市市民のくらし展実行委員会 副会長	
	コミネ 小峰 ゆかり	青梅市市民のくらし展実行委員会 会長	

青梅市商業振興対策審議会委員名簿（一部改訂版策定時）

区分	氏名	所属	備考
商業団体	クボ ミノル 久保 稔	青梅市商店会連合会会長	
	クワタ シンイチ 桑田 新一	青梅商工会議所 商業部会副部長	
	シミズ ユタカ 清水 大	青梅商工会議所 副会頭	
知識経験者	シオノ ケンジ 塩野 憲司	青梅信用金庫本店長	～令和6(2024)年 12月31日
	スズキ ソウ 鈴木 宗	青梅商工会議所 観光部会副部長	
	ナラシマ サチコ 榎島 幸子	税理士	
	アオキ セイイチ 青木 誠一	青梅信用金庫本店長	令和7(2025)年 1月1日～
消費者代表	アオキ ナオコ 青木 直子	青梅市保育園連合会	
	ウネ フミコ 畦 富美子	青梅市高齢者クラブ連合会	

青梅市工業振興対策審議会委員名簿

区分	氏名	所属	備考
工業団体	オザワ ジュンイチロウ 小澤 順一郎	青梅商工会議所 副会頭（工業・機械電子部会）	～平成28（2016）年 11月30日
	クボ ヤスヒロ 久保 安宏	青梅商工会議所 工業部会部会長	平成28（2016）年 12月1日～
	サワダ ヒトシ 澤田 均	青梅商工会議所 機械電子部会部会長	
	ナカムラ ヨウスケ 中村 洋介	青梅商工会議所 副会頭	
知識経験者	キクチ カズオ 菊池 一夫	青梅IT事業者協同組合 会長	
	コヤマ タカシ 小山 孝	三ツ原工業会 会長	
	コンドウ ミキヤ 近藤 幹也	地方独立行政法人東京都立産業技術研究センター 経営企画部長・経営情報室長	～平成28（2016）年 11月30日
	カタギリ マサヒロ 片桐 正博	地方独立行政法人東京都立産業技術研究センター 技術経営支援部長・国際化推進室長	平成28（2016）年 12月1日～
	シミズ タイコ 清水 多伊子	税理士	～平成28（2016）年 11月30日
	クボ トモエ 久保 陸江	税理士	平成28（2016）年 12月1日～
	ホシノ ツトム 星野 勤	青梅商工会議所 専務	～平成28（2016）年 3月31日
	ナカムラ カズヒロ 中村 和弘	青梅商工会議所 専務	平成28（2016）年 4月1日～

青梅市工業振興対策審議会委員名簿（一部改訂版策定時）

区分	氏名	所属	備考
工業団体	イワタ マサユキ 岩田 雅行	青梅商工会議所 工業部会副部長	
	クボ ヤスヒロ 久保 安宏	青梅商工会議所 工業部会部長	
	ハヤシ ヒデオ 林 英夫	青梅商工会議所 副会頭	
知識経験者	イケダ マサノリ 池田 政教	青梅商工会議所 専務理事	
	オザワ マサハル 小沢 昌治	青梅三ツ原工業会 会長	～令和6(2024)年 11月30日
	シブヤ タカコ 渋谷 貴子	税理士	
	ヒグチ アキヒサ 樋口 明久	地方独立行政法人東京都立産業技術研究センター 多摩テクノプラザ所長	
	ヨシザワ キヨシ 吉澤 清志	青梅 I T 事業者協同組合 理事長	
	イド コウセイ 井戸 功誠	青梅三ツ原工業会 会長	令和6(2024)年 12月1日～

## 商業振興対策審議会審議検討経過

開催日時	会議名称	検討内容
平成 27 (2015) 年 5 月 29 日	平成 27 年度第 1 回青梅市 商業振興対策審議会	・ 諮問書受領 ・ プランの策定について
12 月 25 日	平成 27 年度第 2 回青梅市 商業振興対策審議会	・ アンケート結果 ・ 現況と課題の考察
平成 28 (2016) 年 2 月 25 日	平成 27 年度第 3 回青梅市 商業振興対策審議会	・ プラン骨子 (案) について
5 月 19 日	平成 28 年度第 1 回青梅市 商業振興対策審議会	・ 市内企業の雇用状況の把握方法について ・ 市内商業振興の方向性について
8 月 8 日	平成 28 年度第 2 回青梅市 商業振興対策審議会	・ 市内商業の振興と広域的な連携について
平成 29 (2017) 年 2 月 21 日	平成 28 年度第 3 回青梅市 商業振興対策審議会	・ 青梅市商・工業振興プランの最終案について

## 工業振興対策審議会審議検討経過

開催日時	会議名称	検討内容
平成 27 (2015) 年 5 月 25 日	平成 27 年度第 1 回青梅市 工業振興対策審議会	・ 諮問書受領 ・ プランの策定について
12 月 25 日	平成 27 年度第 2 回青梅市 工業振興対策審議会	・ アンケート結果 ・ 施策の検証について
平成 28 (2016) 年 2 月 26 日	平成 27 年度第 3 回青梅市 工業振興対策審議会	・ プラン骨子 (案) について
5 月 17 日	平成 28 年度第 1 回青梅市 工業振興対策審議会	・ プラン原案について ・ 青梅市の目指す産業構造について
8 月 2 日	平成 28 年度第 2 回青梅市 工業振興対策審議会	・ プラン素案について ・ IoT、ビッグデータの活用について
12 月 19 日	平成 28 年度第 3 回青梅市 工業振興対策審議会	・ 工業振興施策の優先度について ・ 国の施策との関連について
平成 29 (2017) 年 2 月 22 日	平成 28 年度第 4 回青梅市 工業振興対策審議会	・ 青梅市商・工業振興プランの最終案について

## 商業振興対策審議会審議検討経過（一部改訂版策定時）

開催日時	会議名称	検討内容
令和6(2024)年 2月13日	令和5年度第1回 青梅市商業振興対策審議会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 諮問書受理</li> <li>・ 青梅市商・工業振興プランの一部改訂について</li> <li>・ プランの改訂スケジュールについて</li> </ul>
令和6(2024)年 10月11日	令和6年度第1回 青梅市商業振興対策審議会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 成果指標について</li> <li>・ 施策方針・施策の骨子について</li> </ul>
令和7(2025)年 2月17日	令和6年度第2回 青梅市商業振興対策審議会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 施策方針・施策について</li> <li>・ プラン一部改訂版の最終案について</li> </ul>

## 工業振興対策審議会審議検討経過（一部改訂版策定時）

開催日時	会議名称	検討内容
令和6(2024)年 2月19日	令和5年度第1回 青梅市工業振興対策審議会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 諮問書受理</li> <li>・ 青梅市商・工業振興プランの一部改訂について</li> <li>・ プランの改訂スケジュールについて</li> </ul>
令和6(2024)年 10月17日	令和6年度第1回 青梅市工業振興対策審議会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 成果指標について</li> <li>・ 施策方針・施策の骨子について</li> </ul>
令和7(2025)年 2月17日	令和6年度第2回 青梅市工業振興対策審議会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 施策方針・施策について</li> <li>・ プラン一部改訂版の最終案について</li> </ul>

**青梅市商・工業振興プラン**  
**平成29年度～平成38年度**  
**(2017～2026)**

---

発行者 青梅市  
発行日 平成29(2017)年3月  
企画編集 まちづくり経済部 商工観光課  
〒198-8701 東京都青梅市東青梅1丁目11番地の1  
TEL:0428-22-1111(内線2341)

**青梅市商・工業振興プラン**  
**令和7年3月一部改訂版**  
**平成29年度～令和8年度**  
**(2017～2026)**

---

発行者 青梅市  
発行日 令和7(2025)年3月  
企画編集 地域経済部 商工業振興課  
〒198-8701 東京都青梅市東青梅1丁目11番地の1  
TEL:0428-22-1111(内線2341)



青梅市