三鷹市産業振興計画 2027

「産業と生活が共生する都市」

2025（令和 7）年 3 月

三　鷹　市

魅力にあふれ、にぎわいのあるまちを目指して

このたび、「第５次三鷹市基本計画」に基づく個別計画として、「三鷹市産業振興計画 2027」を策定しました。

本計画の策定時における経済状況は、コロナ禍からの回復が進む一方で、世界的なインフレやエネルギー価格の高騰が続くほか、ロシアによるウクライナへの軍事侵攻により、国際的な不安定要因が増加しています。市内においても、消費者の行動変容による商店街の利用率低下や店舗の廃業、産業用地の不足など、経済を取り巻く状況は厳しいものとなっています。

市は、これらの課題に対応するため、「三鷹市産業振興計画 2027」により、地域経済の持続的な発展を目指します。

本計画の目標とする都市像は、「産業と生活が共生する都市」です。都市環境の中で、私たちは産業と市民生活の良好なバランスを維持し、都市型産業の集積と商業環境のさらなる充実を図る必要があります。

また、目標を具体的に達成するため「『商店街振興』と『創業支援』の強化」を最重点施策とした「６つの施策の柱」を掲げます。さらに個別事業については、「居心地の良い空間づくりの視点」と「最新の情報発信の視点」、「ゆるやかにつながる交流の場づくりの視点」を持って推進することとし、多様化する課題に対して迅速かつ柔軟に対応していきます。

今後の経済状況は依然として不透明でありますが、地域経済の活性化に向けた目標を達成するためには、事業者の皆様、市民の皆様との協力が不可欠です。産業と生活が共生する都市を築き、地域の魅力と活力をさらに高めるために皆様のご協力をお願い申し上げます。

最後に、本計画の策定に際し、ご参加、ご協力をいただいた市民の皆様、事業者、関係団体の皆様に心から感謝申し上げます。今後とも、「三鷹市産業振興計画 2027」の実行に向け、引き続きのご参画をお願いいたします。

令和７年（2025 年）３月

三鷹市長　河村　孝

－目次－

第１章　計画策定の基本事項 1

１　目的 1
２　計画の位置付け 1
３　計画期間 2
４　関係団体との協働 2

第２章　計画策定の背景 4

１　三鷹市産業振興計画 2022（第２次改定）の取組状況 4
２　市内産業実態調査の結果 6
３　三鷹市における産業の状況・課題 8
４　課題から導かれる方向性 16

第３章　計画の目標及び体系と施策 18

１　目標とする都市像 18
２　最重点施策と３つの視点 18
３　体系 18
４　施策の柱と個別事業 19
施策の柱① 商店街支援の推進（商店街振興プラン） 19
施策の柱② 創業環境の整備及び支援の拡充 21
施策の柱③ 中小企業への支援 23
施策の柱④ 多様な働き方への支援 25
施策の柱⑤ 観光資源を活用したにぎわいの創出 26
施策の柱⑥ みたかブランドの創出・推進 28

第４章　計画の推進に向けて 29

１　施策の着実な実施と変化に対応する手法・手順について 29
２　関係機関との事業レベルでの協力体制について 29

第１章　計画策定の基本事項

１　目的

市は、令和２年３月に策定した「三鷹市産業振興計画 2022（第２次改定）」に基づき、コロナ禍や原油価格・物価高騰等の影響に直面しながら、社会経済情勢に応じた様々な施策に取り組んできました。

このような中、市の最上位計画である「三鷹市基本構想」と総合計画である「三鷹市基本計画」を同時並行的に見直すタイミングをまちづくりの好機と捉え、「三鷹市市民参加でまちづくり協議会」（愛称：Machikoe（マチコエ））による取組を中心に多くの皆さまのご意見をいただきながら、令和６年３月には「三鷹市基本構想」を、令和６年６月には「第５次三鷹市基本計画」を策定しました。

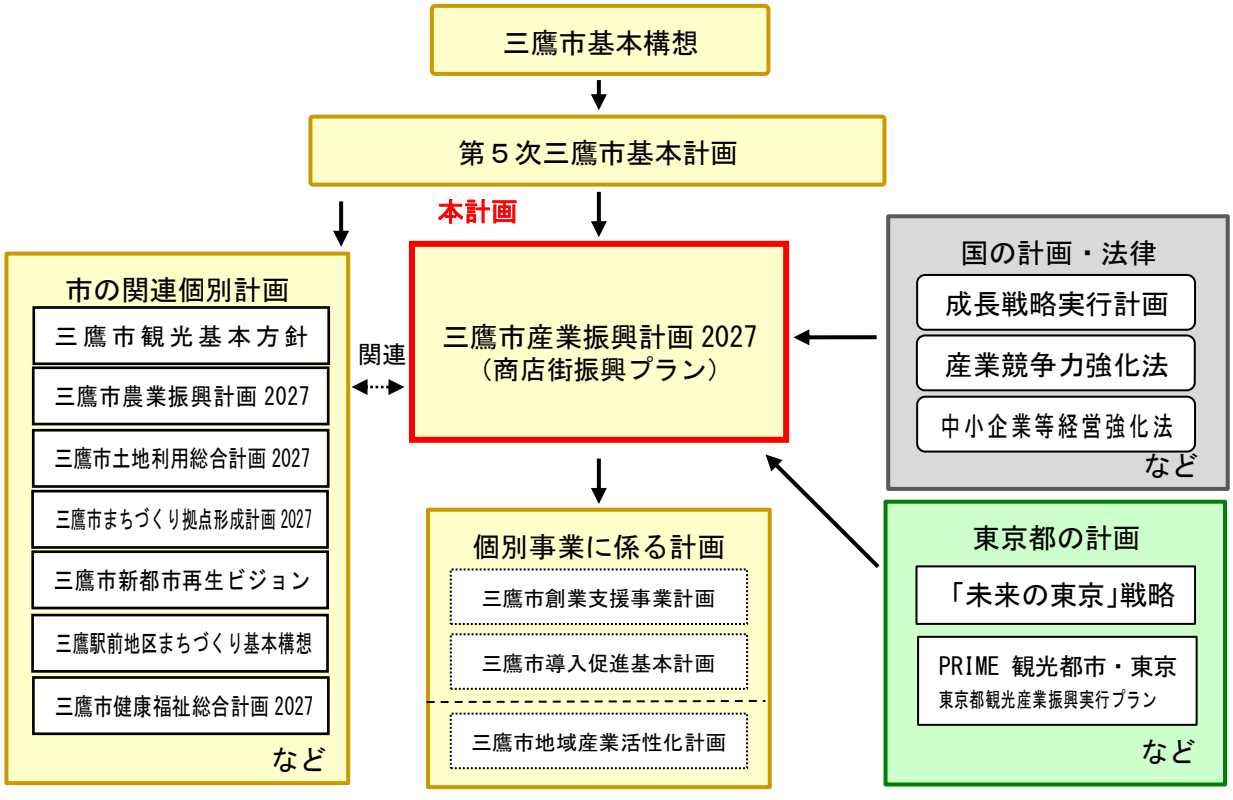
今回策定する「三鷹市産業振興計画 2027」は、「第５次三鷹市基本計画」に基づく個別計画として位置付け、実効性に重点を置きながら産業振興を具体的に推進することを目的としています。本計画により、社会経済情勢の変革や市内商工業事業者が抱える経営課題等へ柔軟に対応し、産業と市民生活の良好なバランスを創出しながら、魅力にあふれ、にぎわいのあるまちづくりを推進していきます。

２　計画の位置付け

三鷹市産業振興計画 2027 は、上位計画である「三鷹市基本構想」や「第５次三鷹市基本計画」を踏まえ、関連個別計画等と足並みを揃えながら各施策を計画的に推進します。

また、「商店街振興プラン」を包含し、商店街の活性化に向けた取組を行います。

※本計画では商業・工業・サービス業・建設業や都市観光を主に取り扱い、農業は別途「三鷹市農業振興計画 2027」を策定します。



３　計画期間

令和６年度から令和９年度までの４年間とします。

４　関係団体との協働

計画の推進にあたっては、各関係団体がそれぞれの特性と強みを生かし、効果的に関係しながら進めていくことが重要です。

本計画は、以下の市内関係団体との協働により推進していきます。

・三鷹商工会

商工会は、地域事業者が会員となって、ビジネスやまちづくりのために活動を行う総合経済団体です。三鷹商工会は「商工会法」に基づき昭和 35 年 11 月に都内では初・全国では２番目に設立され、中小企業施策（経営改善普及事業）や地域の活性化、商工業振興（地域総合振興事業）の実施機関として、国や東京都、三鷹市と連携しながら様々な取組を実施しています。同会には、商業部会、工業部会、建設業部会、サービス業部会の業種別の活動のほか、青年部・女性部活動、そして事業別の委員会などが組織されています。

三鷹商工会館

・三鷹市商店会連合会

三鷹市内の商店会により組織された連合会です。個店だけでなく、大型店やチェーン店等の商店会への加入促進や、市域全体で実施する事業の主体となって商業振興に取り組んでいます。三鷹商工会とともに実施している「三鷹まちゼミ事業」をはじめ、歳末一斉セール事業など、市内の商店会活性化のために様々な取組を行っています。

・株式会社まちづくり三鷹

平成 11 年９月に設立された三鷹市の第三セクターです。平成 13 年 10 月に施行された「三鷹市と株式会社まちづくり三鷹との協働に関する条例」に基づき、同社は三鷹市全域のまちづくりを総合的に支援することを目的に、市民、地域の諸団体、企業、大学・研究機関等と連携して多種多様な事業を展開しています。

株式会社として独自の収益を確保しながら、民間の柔軟性とスピードに加え、自治体の公共性・公益性を兼ね備えた「まちづくり支援機関」として、三鷹市の産業振興と市民主体のまちづくり活動など、広範囲にわたる都市の活性化事業を実施しています。

（株）まちづくり三鷹が管理運営している「三鷹産業プラザ」

・特定非営利活動法人みたか都市観光協会

平成 19 年４月に任意団体として設立し、平成 20 年８月に特定非営利活動法人としての認証を受けました。「市民が観光大使～住んでよし、訪れてよしのまち　三鷹～」を基本理念に、三鷹駅前の観光案内所の運営の他、イベントの企画・運営、みたか散策マップの作成、フィルムコミッション事業など、市民や関連団体との協働により、観光振興に関わる様々な事業を展開しています。

「みたか観光案内所」

・特定非営利活動法人三鷹ネットワーク大学推進機構

教育・研究機関の地域への開放と、地域社会における知的ニーズの融合を図る民学産公の協働による新しい形の「地域の大学」です。「教育・学習機能」「研究・開発機能」「窓口・ネットワーク機能」の３つの機能を持ち、より高度な学習の機会を提供するとともに、都市活力の再生、地域人財の育成、市民生活の向上に資する新しい技術やシステムの開発支援などを通じた地域活性化等に取り組んでいます。

・特定非営利活動法人みたか市民協働ネットワーク

平成 15 年 12 月に開設された三鷹市市民協働センターの企画運営委員会のメンバーが中心となって平成 20 年 10 月に特定非営利活動法人としての認証を受けました。広く一般市民を対象に、協働のまちづくりの推進事業、市民活動支援事業、市民参加推進事業、情報の収集及び提供事業並びに三鷹市市民協働センターの維持・管理・運営に関する事業を通じて、市民・市民活動団体間のネットワークづくりを行うことにより、いきいきと暮らせる「輝くまち三鷹」の実現に向けて取り組んでいます。

・一般財団法人三鷹市勤労者福祉サービスセンター

平成６年２月設立、平成 25 年４月一般財団法人へ移行。市内の中小企業（従業員 300 人以下、商業・サービス業は 50 人以下）に勤務する勤労者と事業者、市内に居住し中小企業に勤務する勤労者を対象に、各種ツアーの斡旋、研修会・講習会の開催、祝金・見舞金の給付、定期健康診断・人間ドッグ利用補助など様々な勤労者福祉業務を行っています。

・就業支援プラザ三鷹（通称「わくわくサポート三鷹」）

平成 15 年 12 月から無料職業紹介業の許可を受けた NPO 法人シニア SOHO 普及サロン・三鷹が、概ね 55 歳以上の高齢者の就業相談、就業情報の提供、就業のあっせん、多様な働き方に対する情報提供事業を、三鷹市市民協働センター内で行っています。

・三鷹公共職業安定所（通称「ハローワーク三鷹」）

・公益社団法人三鷹市シルバー人材センター

第２章　計画策定の背景

１　三鷹市産業振興計画 2022（第２次改定）の取組状況

前計画である「三鷹市産業振興計画 2022（第２次改定）」においては、第４次三鷹市基本計画（第２次改定）の数値目標を準拠し、取組を推進しました。

一方、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響を始めとする厳しい経済情勢等により、事業所数や製品出荷額など目標値はいずれも未達成でした。

≪目標値及び実績値≫

指標	計画策定時の状況（平成 22 年度）	前期実績値（平成 26 年度）	中期実績値（平成 30 年度）	**後期実績値（令和５年度）**	**目標値（令和５年度）**
製造業事業所数	326 事業所（平成 21 年）	274 事業所（平成 24 年）	231 事業所（平成 28 年）	**208 事業所（令和３年）**	**240 事業所**
製造品出荷額	146,539 百万円（平成 20 年）	96,503 百万円（平成 24 年）	33,653 百万円（平成 28 年）	**28,035 百万円（令和３年）**	**35,000 百万円**
SOHO　集積施設数及び入居事業者数（注）	８施設 98 事業者	12 施設 104 事業者	11 施設 101 事業者	**9 施設 86 事業者**	**12 施設 105 事業者**
商店数（小売業及び卸売業）	1,134 店舗（平成 21 年）	1,057 店舗（平成 24 年）	993 店舗（平成 28 年）	**896 店舗（令和３年）**	**1,000 店舗**
小売販売額	129,052 百万円（平成 19 年）	104,302 百万円（平成 24 年）	139,907 百万円（平成 28 年）	**138,955 百万円（令和３年）**	**140,000 百万円**
観光案内所訪問者数	24,876 人	28,265 人	30,996 人	**29,743 人**	**32,000 人**
高齢者就業支援事業・就職面接会の利用者(内定者)数	4,372 人（198 人）	3,274 人（181 人）	2,318 人（140 人）	**2,941 人（154 人）**	**3,000 人（180 人）**

（注）市がすべての事業者を把握することは困難であるため、市の関係団体が管理又は市が支援している民間施設に入居している事業者数としています。

≪課題≫

経営面

①物価高騰に伴う利益率の減少、人手不足、資金繰り悪化など、市内事業者の経営上の課題・問題は多様化しています。

②社会経済情勢の変革への対応として、設備投資等による対応を検討しつつも実行に移せていない事業者が存在しています。

③商店会イベント等を通して、市民が集まり地域コミュニティが活性化する効果がある一方、各個店における新規顧客の獲得や売上向上につなげにくいという状況があります。

企業の立地面

①特に製造業に関して、産業用地が不足しており立地が困難であり、工業系用途地域の用地が空いた場合においても、マンション需要が高くディベロッパーが取得することが多いという状況です。

②既存不適格の工場が多く、老朽化しているものの現地建替えができないことや近隣住民への配慮等の問題があります。

③社会情勢や用地不足等により、商業・工業ともに事業者数の大きな増加を見込むことは困難です。

④工場や店舗跡地について、早期に廃業・移転等の情報を把握し、地域住民や関係者との連携によるニーズに合った活用方法の検討が必要です。

都市型観光

①市内には魅力的な施設やスポット等が多数存在しているものの、日常的に見慣れているため、その魅力に気付いていない方が多いという課題があります。

②市ホームページのリニューアルや市民・地域団体等との協働による情報発信の仕組みづくりなど、「三鷹の魅力」を効果的にPRする必要があります。

≪今後の方向性≫

第５次三鷹市基本計画において、生産年齢人口が令和８年をピークに減少すると見込んでいる中、引き続き立地・事業継続につながる取組を行いつつ、経営力強化や創業支援の充実等により事業者数の維持・増加を目指し、付加価値性の高い「稼げて持続的に発展できる企業」の育成を目指します。

また、身近な観光資源の認知度向上に向け、市内外に対して三鷹の魅力が伝わるように、観光情報の発信を強化します。

２　市内産業実態調査の結果

本計画における目標設定や体系の検討に当たり、市民の消費動向や働き方への意見、市内事業者を取り巻く情勢や経営課題等を的確に認識する必要があるため、令和６年度に「市内産業実態調査」を実施しました。

≪三鷹市内産業実態調査　概要≫

実施期間：令和６年５月７日（火）～５月 31 日（金）

実施方法：調査票の送付及び回収（郵送又は web で回答）

※本調査における個々の集計割合の合計は、端数処理の関係上、必ずしも 100％とならない場合があります。

①市民意識・意向調査

項目	内容
調査対象	18 歳以上の市民
標本数	住民基本台帳より無作為抽出した 1,000 人
回収数	495 件（49.5%）※男性：217 人、女性：269 人、未回答： 9 人

【回答者属性】

・住所

	合計	井の頭	牟礼	北野	新川	中原	井口	上連雀	下連雀	野崎	大沢	深大寺
人数	495	36	57	22	45	37	36	76	89	19	52	26
割合	100.0	7.3	11.5	4.4	9.1	7.5	7.3	15.4	18.0	3.8	10.5	5.3

・年齢　　単位：歳

	合計	18、19	20～29	30～39	40～49	50～59	60～69	70～79	80 以上
人数	495	10	45	48	90	98	89	73	42
割合	100.0	2.0	9.1	9.7	18.2	19.8	18.0	14.7	8.5

・主な職業　　単位：人

	合計	会社員	公務員	パート アルバイト 派遣社員等	自営業 フリーランス	学生	家事従事	無職	その他
人数	495	167	23	86	44	22	64	78	11
割合	100.0	33.7	4.6	17.4	8.9	4.4	12.9	15.8	2.2

②事業者実態調査

項目	内容
調査対象	市内に所在する事業所
標本数	ＮＴＴタウンページデータベース等より抽出した 2,000 事業所
回収数	632 件（31.6%）

【回答者属性】

・法人等種別　　単位：件

	合計	株式会社 有限会社	その他法人	個人事業主
件数	632	450	38	144
割合	100.0	71.2	6.0	22.8

・業種

回答のあった事業所の主な業種は、「卸売業、小売業」が 25.2%で最も多く、次いで、「建設業」（14.1%）、「生活関連サービス業、娯楽業」（10.3%）、「宿泊業、飲食サービス業」（9.3%）、「製造業」（8.5%）、「医療、福祉」（8.4%）の順となっており、上位３業種で全体の半分（49.6%）、上位６業種で全体の４分の３（75.8%）を占めています。

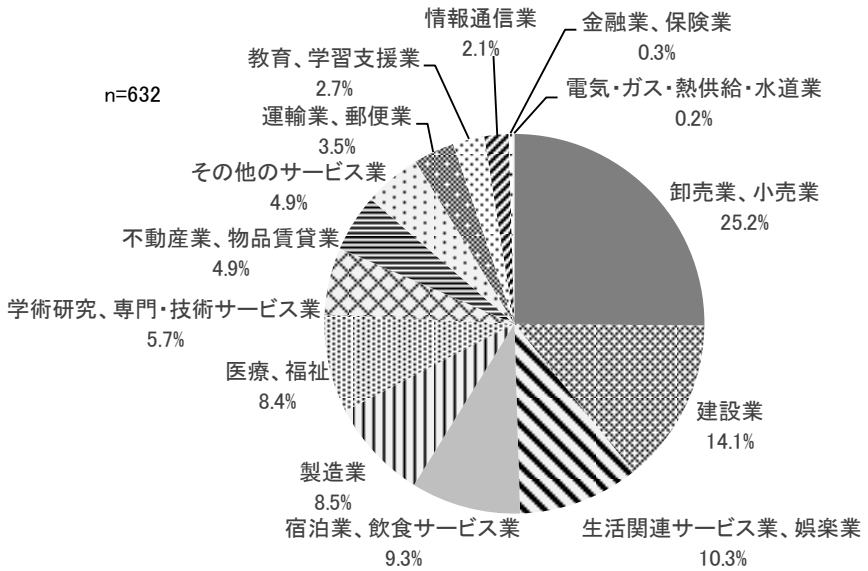


図　主な業種

３　三鷹市における産業の状況・課題

(1) 市民の動向・意見

●買物、外食の場所別利用頻度

▶　週に１日以上行くことがある場所の割合は、「市内のスーパーマーケット」が78.1%と最も高く、次いで「市内のコンビニエンスストア」で53.6%。「市内の商店街」に週に１日以上行くことがある人は28.2%である一方、３分の１以上（36%）の人が「ほとんど利用しない」と回答しています。

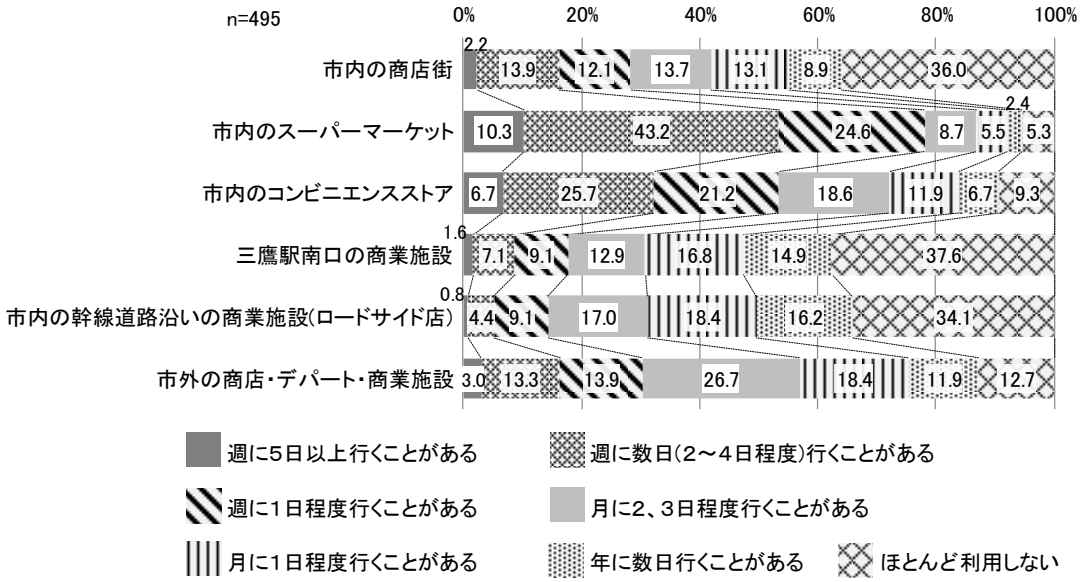


図　買物、外食の場所別利用頻度

▶　年代別でみると、市内の商店街へ週に１日以上行くことがある人は高齢者層では80歳以上：38.1%、70代：50.7%、60代：36.0%ですが、60歳未満では、50代：２割程度､30歳未満:１割程度と世代によって利用率に差があることが分かります。

▶　地区別でみると、上連雀、下連雀、井の頭では週に１日以上行くことがある人が４～５割程度ですが、大沢では7.6%のみとなっています。

大沢、牟礼、中原ではほとんど利用しないという人が過半数であり、地域における商店街の有無により利用頻度に大きな差が見られます。

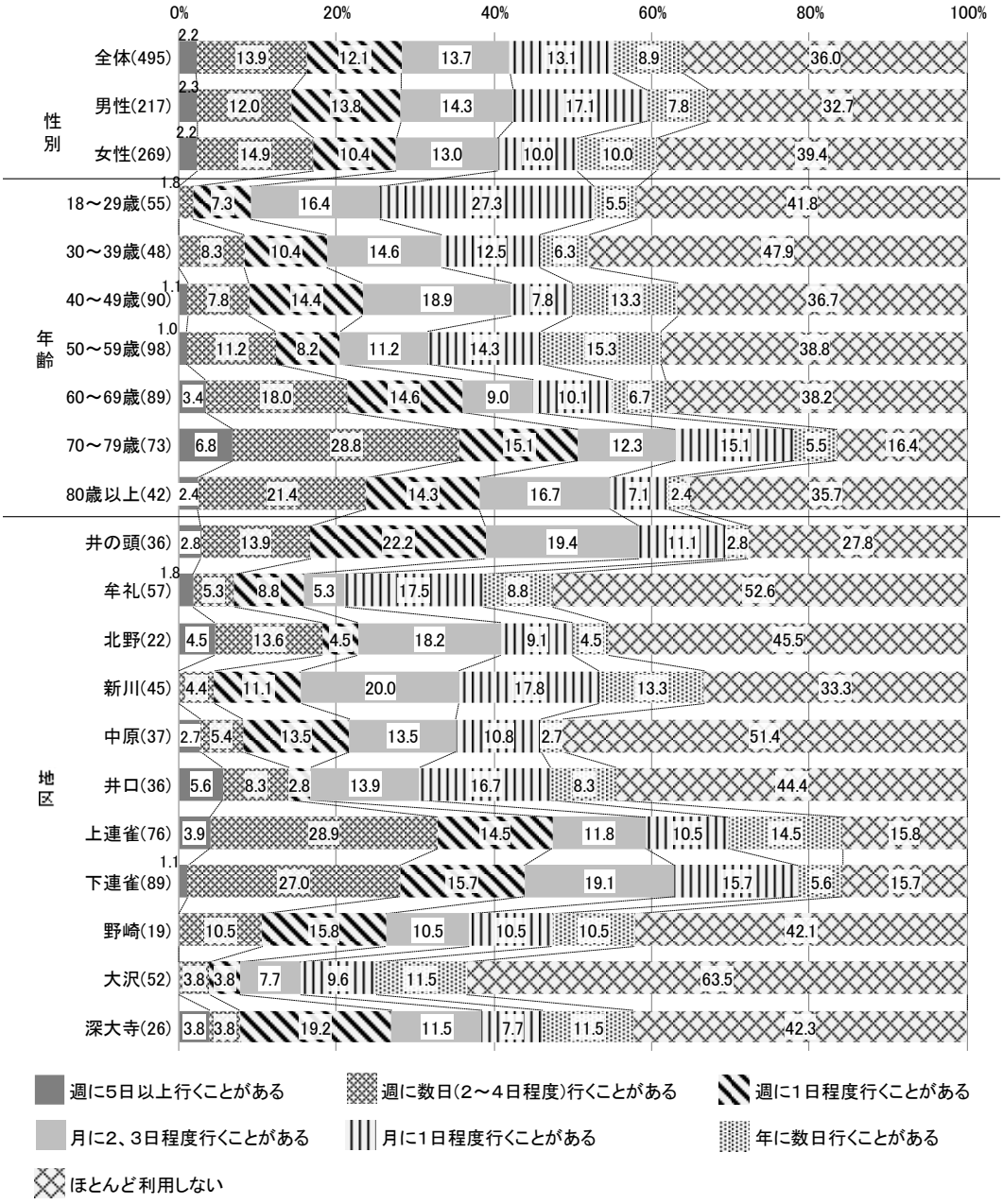


図　市内の商店街の利用頻度

図　市内商店会プロット図（全 28 商店会）

●市民による商店街の印象

▶　「商店や買い物客が多く活気がある」が 21.2%、次いで、「安心・安全な環境が整備されている」が 19.4%となっている一方、回答数としては「無回答」が 29.3%と最も多く、そもそも商店街に関心が向いていないことが伺えます。

　また、「商店街の魅力が発信されている」と考える人は 3.4%に留まっており、商店街に関する情報が十分市民に行き届いていないと考えられます。

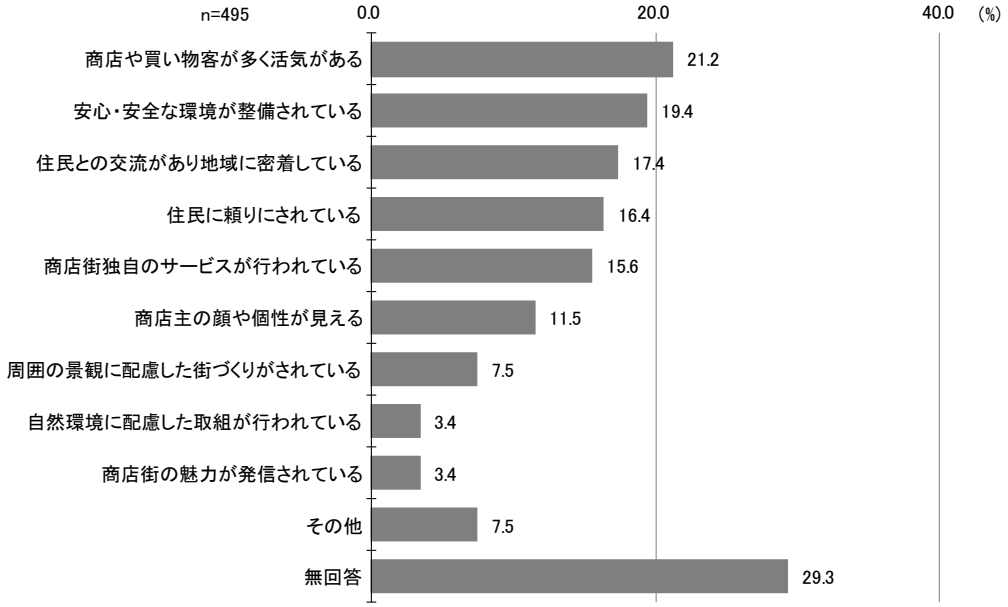


図　市内の商店街の印象（複数回答）

●働き方の多様化への関心

▶　働き方の多様化について関心があることとしては、「副業・兼業」が 35.6%で最も多く、その他「テレワーク（リモートワーク）の推進」(32.9%)、「時短勤務」(30.9%)、「起業・創業（フリーランスとして独立を含む）」(27.5%) となっています。

　年齢別に見ると、60 歳未満では「無回答」は１割以下であり、現役世代の９割以上の人が何らかの関心を持っていることが分かります。

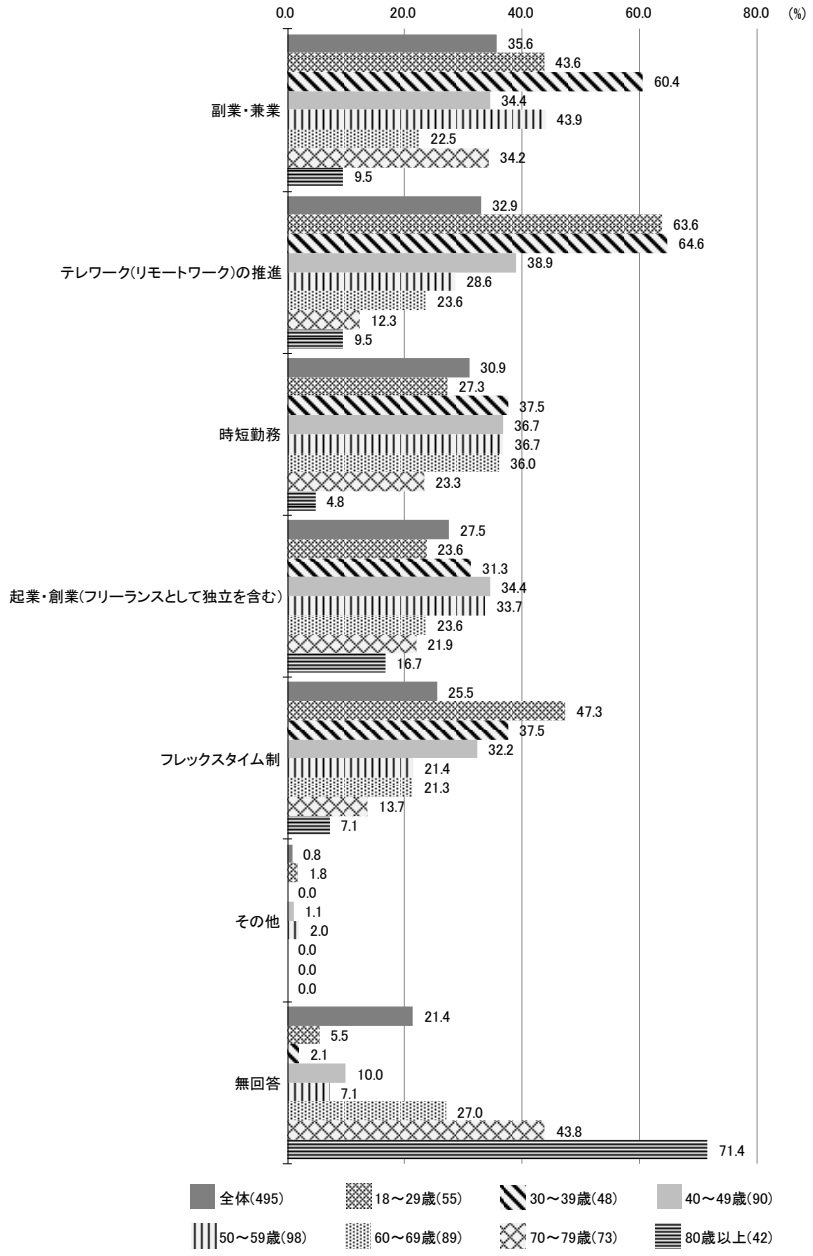


図　働き方の多様化について関心のあること

▶ 「起業・創業(フリーランスとして独立を含む)」に関心があると回答した人に、起業を検討する際に利用したいと思う支援策について尋ねたところ、「法務・税務・労務に関する知識習得の場」を希望する人が 47.8％で最も多く、次いで、「起業相談の窓口」（46.3％）、「起業資金調達支援」（40.4％）となっています。

年齢別に見ると 40 歳未満では、上記の他、「市場調査・マーケティングの支援」（50.0％）、「事業計画の作成支援」（50.0％）、「起業成功事例の紹介」（42.9％）となっており、様々なメニューについて利用したいと考える人が多くなっています。

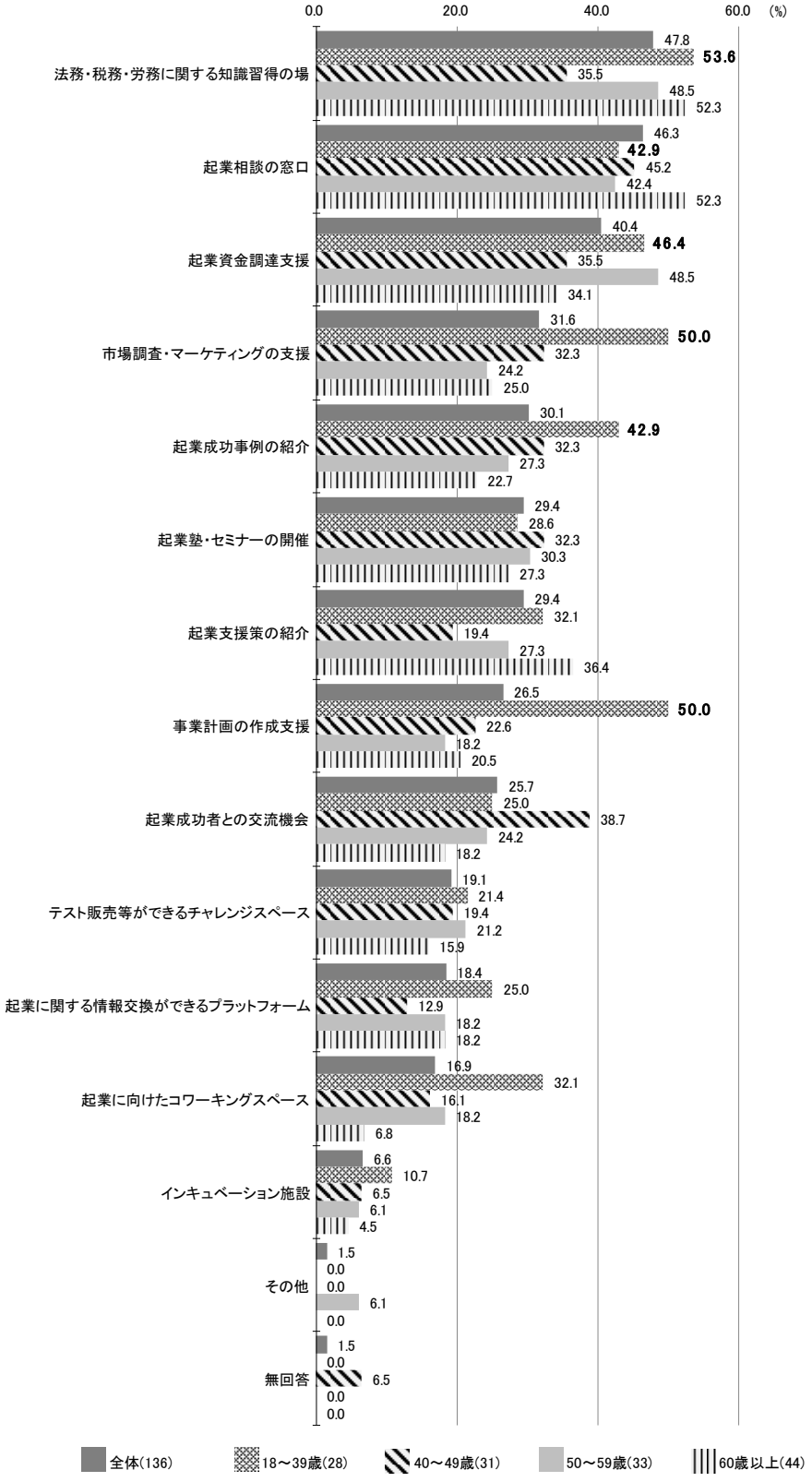


図　起業を検討する際に利用したいと思う支援策（複数回答）

(2) 市内事業者の状況

●経営課題の解決に向けて重視すること

▶　市内事業者が経営課題の解決へ向けて重視することとしては、半数（48.9%）の事業所が「人材採用・育成」を挙げています。

その他、４分の１以上の事業所が「資金繰り・資金調達」(28.5%)、「販路・新規顧客開拓」(28.0%)、「設備・店舗の老朽化、新設、更新」(24.1%) を挙げており、また、２割が「原材料費等コストの高騰」(20.6%)、「後継者育成・事業承継」(19.3%) を挙げています。

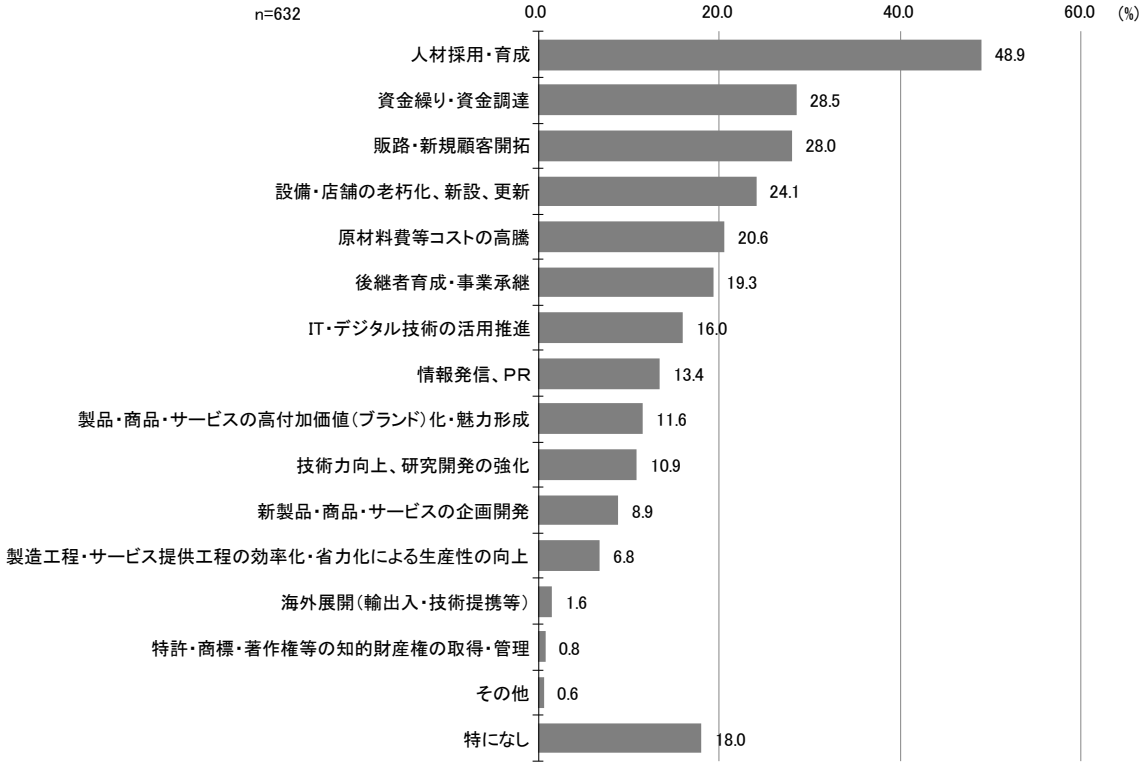


図　経営課題の解決に向けて重視すること（五つまで）

●三鷹市に今後期待する事業者支援策

▶　三鷹市に今後期待する事業者支援策としては、「助成金・補助金の充実」が 54.0％で最も多く、次いで、「融資制度の充実」(27.2％)、「人材育成・確保への支援」(22.6％)、「国・東京都の支援策の分かりやすい情報提供」（20.9％）となっています。

また、１割（11.7％）の事業者が「ＩＴ化(デジタル・キャッシュレス化)への支援」を希望しています。

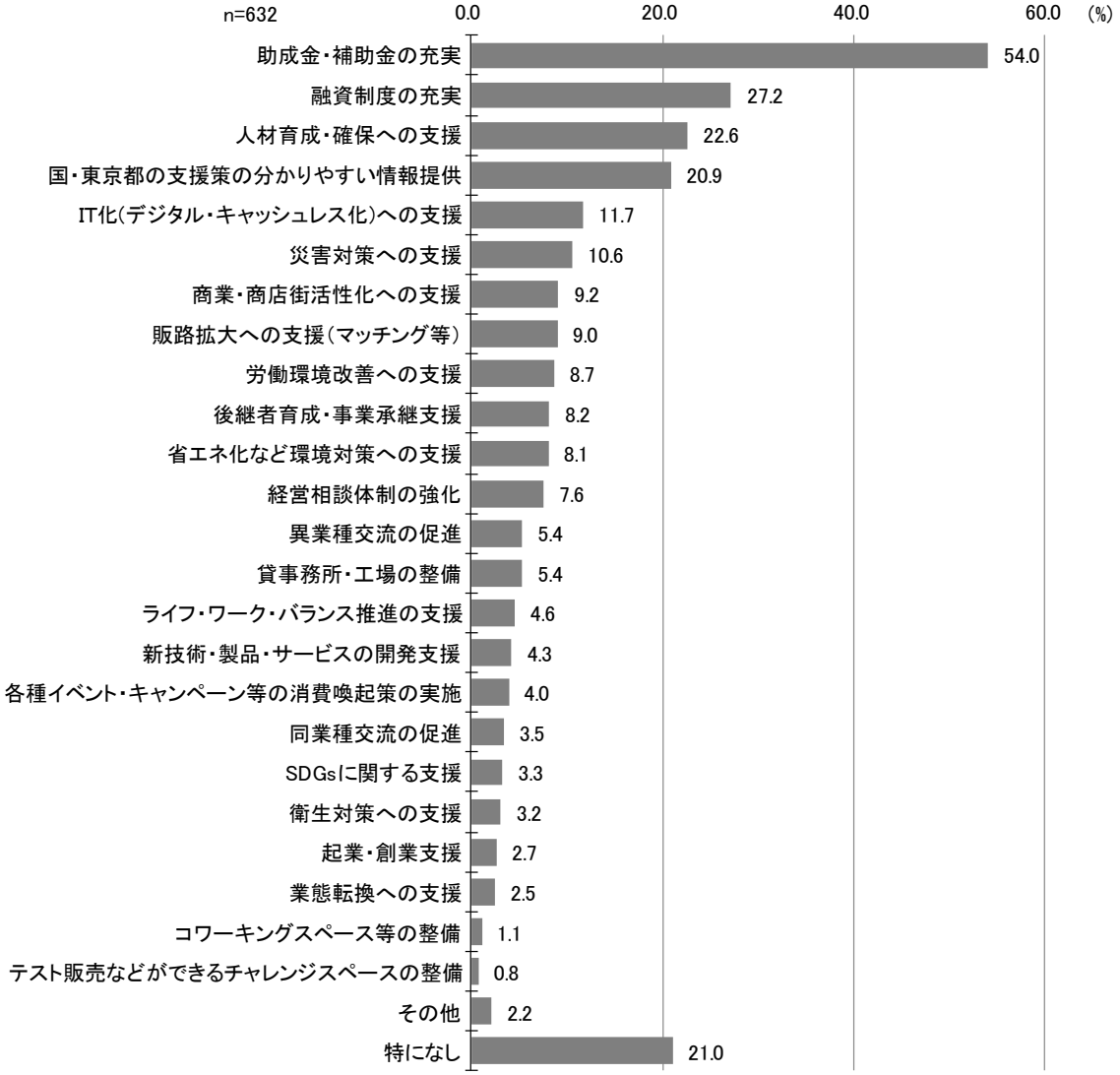


図　三鷹市に今後期待する事業者支援策（五つまで）

●社会経済情勢の変化に伴う課題

近年の社会情勢は目まぐるしく変化しており、以下の４点については市内事業者に様々な影響を及ぼしています。

これらの変化に対応していくためには、事業者による積極的な高付加価値化への取組に対し、市は情勢に応じた支援を推進していきます。

▶ 新型コロナウイルス感染症の影響

令和２年２月以降、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、市民の外出自粛や来街者の減少、事業者の売上高・生産高の減少や飲食店等の営業自粛など、市民生活や経済活動に大きな影響が生じました。

一方、これらの対応策として、オンライン会議や在宅ワークの推進などの新しい働き方が社会生活に広く浸透したほか、事業者による業態転換・事業再構築への意欲が高まっています。

▶ 原油価格・物価高騰・賃上げの動向

ウクライナ情勢や円安などの世界・国内情勢を背景に、原油価格や原材料等の高騰が市民・事業者の活動に影響を与えています。

今後も一定の物価上昇が想定される中、適切な価格転嫁や賃上げの実現が課題となっています。特に物流業界や建設業界等においては、上記課題に加えて人手不足が大きな問題となっており、賃上げと生産性向上の両輪による対応が求められています。

▶ EC サイトの普及や消費行動の変化による実店舗の減少

幅広い商品を比較し手軽に購入できるインターネットショッピングの普及により、市民の消費行動は変容し、小売店を中心とした実店舗は減少傾向にあります。

実際に商品に触れられるメリットや商店主等とのコミュニケーションなどの「体験」による魅力を充実させるほか、キャッシュレス決済の普及に伴う、デジタル・キャッシュレス化への対応が求められています。

▶ 気候変動への対応

近年、地球温暖化などの気候変動により自然災害の増加・激甚化が顕著となっています。経済活動と環境問題は密接に関連していることから、国や東京都、市の温室効果ガス削減目標や 2030 年の世界共通目標である「持続可能な開発目標（SDGs）」の達成を念頭に、本来業務と一体的に環境活動に取り組む必要があります。

●主な業種やテーマごとの課題

▶　商業

市内商店街は、大型店、コンビニエンスストアの存在や来街者の減少に伴う売り上げの減少、後継者不足等によって商店数の減少が見られ、一層の来街者数の減少をもたらしています。その他、後継者不足等による廃業や空き店舗の発生、商店会未加入店舗の存在、商店会活動へ参加する若手商店主等の不足など、商業を取り巻く環境は厳しさを増しています。

▶　工業

市内では、戦前から中小のものづくり産業事業者が多く集積していますが、近年は住工混在による立地条件の圧迫、法規制、地価の高騰、後継者不足など、社会環境の変化による廃業や市外移転が続き、事業所数、従業員数及び製造品出荷額は大幅な減少傾向にあります。

▶　観光

市内には、都立井の頭恩賜公園、玉川上水等の自然系資源、文学者の足跡や三鷹の森ジブリ美術館をはじめとする人文資源、国立天文台や大学等の学術施設などの観光資源があります。みたか観光案内所の訪問者数は、令和２年以降の新型コロナウイルス感染症の感染拡大を機に減少しましたが、令和３年度以降は右肩上がりで回復してきており、令和５年度は、ほぼ感染症拡大前の水準に戻っています。

一方、観光情報の発信は、みたか観光案内所のほか、市ホームページにおいて行っていますが、観光資源の魅力を十分に伝え切れていないという指摘があります。

４　課題から導かれる方向性

(1) 市民満足度の更なる増進に向けて

より多くの市民の満足度の向上につながるよう、日常の消費生活に関する移動支援やデジタル化支援を含めた取組のほか、身近に存在するお店や市民が誇りに感じられるような観光資源の情報発信を通じて、個性的で魅力的なお店やスポットを増やしてまち全体の魅力を高めていくことが求められています。さらに働き方が多様化する中、若い世代による起業・創業がしやすい環境づくりや、内容に応じた専門家による相談受付体制の充実強化が期待されています。

(2) 事業者の付加価値性向上に向けて

事業者に対する支援策としては、これまでまちづくりの中核的存在としての役割を担ってきた商店会も１つのステークホルダーと捉え、市民や来街者などの多様なニーズやアイデアを取り込みながら、多様な主体との連携による商店街づくりにより活性化を図ることが求められています。

さらに、拠点となるハードづくりを含めた創業支援の充実、設備投資への財政支援や課題に応じたきめ細やかな経営相談体制の充実強化を展開していきます。

三鷹市市民参加でまちづくり協議会～マチコエ～による提言

三鷹市市民参加でまちづくり協議会（マチコエ）は、三鷹市基本構想及び第５次三鷹市基本計画の策定に向けて、市民と一緒に魅力と活力のある三鷹を目指すための新たな取組として、令和３年度に市が設置した協議会です。

公募等で集まった市民ボランティアである協議会メンバーが、テーマ別の部会・グループに所属し、様々な手法を用いてまち（市民）の声を聴き、部会・グループでのディスカッションを通して、未来に向けたまちづくりのアイデアを提案しました。合計 473 人ものメンバーが参加し、令和５年 12 月末日で、協議会の活動期間（協議会メンバーの任期）が終了しました。

≪本計画に関係する主な提言≫

１　活力のあるまちづくり部会（商工業グループ）

【テーマ】

共創の実現

～市民、行政、企業、大学など地域に関係する人々が共に創りあげる～

【政策提言】

（１）三鷹市のハブとしての三鷹駅前経済圏の発展
（２）商店街活性化
（３）東八道路のポテンシャル活用
（４）三鷹の企業のチカラ最大化
（５）マチコエ施策実現体制構築

２　活力のあるまちづくり部会（観光・インバウンドグループ）

【テーマ】

よく知るとスゴイ！「住んでよし、訪れてよし」のまち　三鷹の魅力を世界に発信！

【政策提言】

（１）観光政策促進のための組織体制づくり
・シティプロモーション課（仮称）の創設
・みたか都市観光協会・みたか観光案内所の役割の見直し
・市民参加活動の実践に向けた環境作り
（２）コンテンツ～プロモーションのためのハードとソフトの充実～
（３）届ける仕組みづくり
（４）観光政策の新たな財源措置

３　活力のあるまちづくり部会（労働・雇用グループ）

【テーマ】

三鷹で働く！三鷹で成長する！

【政策提言】

（１）労働・雇用に関する行政としての「プラットホーム」の提供
（２）労働・雇用に関する雇用管理のための「ワンストップセンター」の取組
（３）三鷹で働く！三鷹で成長する！ための「能力開発・人財育成バウチャー券」発行の取組

⇒上記提言を踏まえ、第３章以降で施策を掲げていきます。

第３章　計画の目標及び体系と施策

１　目標とする都市像

都市化が一層進んでいく中で、産業と市民生活の良好なバランスを創出するため都市型産業の集積と商業環境の充実を図り、地域経済と地域社会がより密接な関係を保ち、相互に発展していくように努める必要があります。

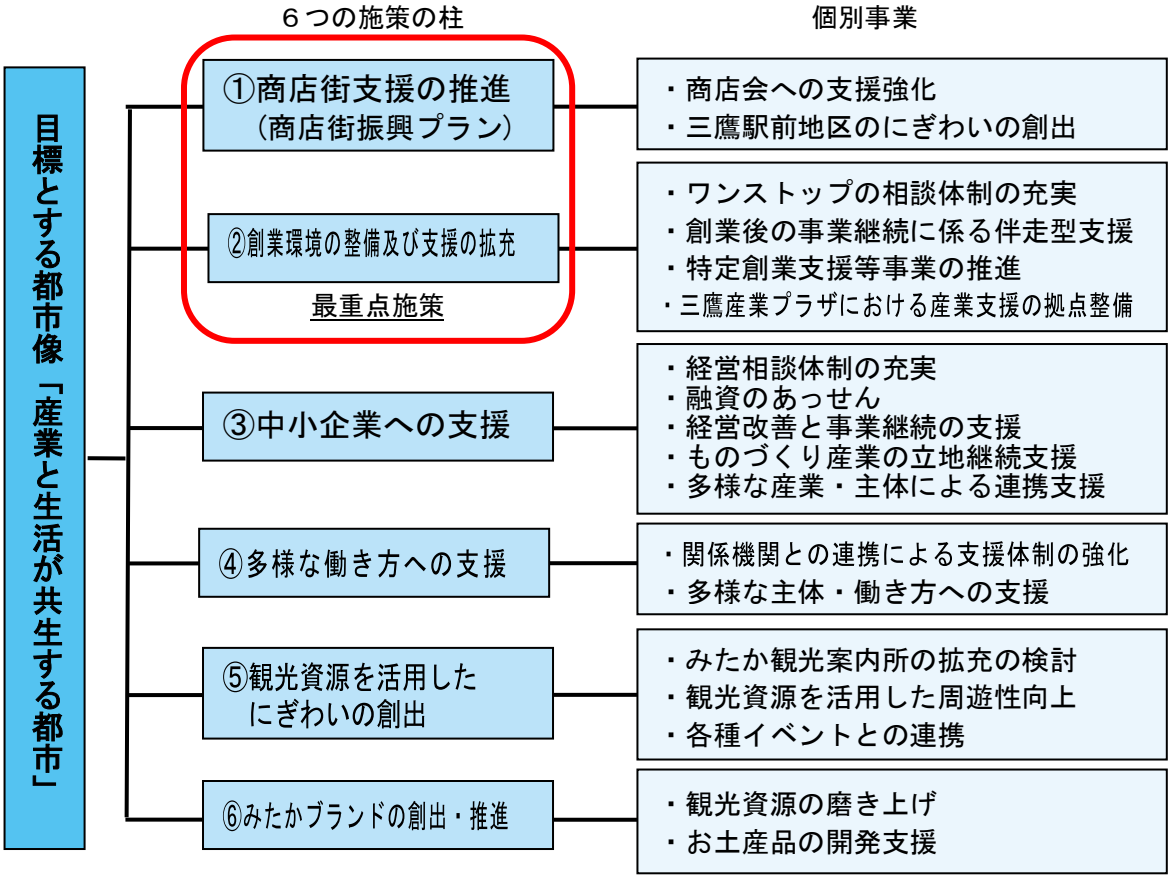
本計画では、目標とする都市像を**「産業と生活が共生する都市」**とします。

２　最重点施策と３つの視点

・最重点施策を「『商店街振興』と『創業支援』の強化」とします。
・個別事業は、以下の３つの視点により推進します。
　①居心地の良い空間づくりの視点
　②最新の情報発信の視点
　③ゆるやかにつながる交流の場づくりの視点

３　体系

６つの施策の柱のもと、各種個別事業を推進します。



４　施策の柱と個別事業

※下線は重点事業

施策の柱① 商店街支援の推進（商店街振興プラン）	
課題	・インターネットショッピングの普及による市内商店街利用者の減少 ・商店主の高齢化、後継者不在、魅力的な店舗の不足、若手出店者の不足 ・商店街や各個店の実店舗ならではの魅力に対する認知の不足 ・商店街の核となる商店会の減少・解散（現在：28 商店会）
取組方針	商店会単独又は地域団体等との連携によるイベント事業・活性化事業に対する東京都や関係団体と連携した支援や魅力的な個別商店の新規出店支援、市の玄関口である三鷹駅前地区の再開発事業と並行して地域の商業環境の整備等を進めることで、まちのにぎわい創出に向けた居心地の良い空間づくりを推進します。
個別事業	(1) 商店会への支援強化 ≪概要≫ 「三鷹市商店街の活性化及び商店街を中心としたまちづくりの推進に関する条例」に基づき、三鷹商工会や三鷹市商店会連合会、株式会社まちづくり三鷹との連携によって商店街の活性化及び商店街を中心としたまちづくりの推進を図ります。 ≪主な取組≫ <u>・商店街にぎわい創出支援事業【新規】</u> 株式会社まちづくり三鷹との連携によるにぎわいづくりに向けた学びの場や相談体制づくり <u>・連携事業等支援補助金【新規】</u> 三鷹商工会と連携し商店会単独又は地域団体等との連携事業への補助 <u>・新規出店者支援金【新規】</u> 新たに市内で出店した店舗への財政支援 ・イベントや活性化事業に対する各種補助 ・商店会街路灯の電気料や補修費、撤去費等への補助 ・個店の魅力周知によりファン獲得を目指す「まちゼミ」や「ちょい飲み」等への支援 ・みたか地域ポイント（愛称：みたポ）を活用した商店街の活性化 ・関係団体との連携による積極的な情報発信による商店街のファンづくり ・AI デマンド交通をはじめとした公共交通の活用促進 ・大沢地域におけるスーパーマーケット等誘致の検討 ・地域のまちづくりに関する整備方針と連携しながら商店街支援施策を推進

	(2) 三鷹駅前地区のにぎわいの創出 ≪概要≫ 三鷹駅前地区の再開発事業では、「にぎわいの中心となる拠点」を整備します。また、事業の進捗に合わせて、商業をはじめとする多様な産業の集積と多くの人が様々な目的で集う環境を整え、魅力的な店舗の立地促進やイベント等を開催し、さらなる地域の活性化に取り組みます。 ≪主な取組≫ ・三鷹駅南口中央通り東地区再開発事業の推進 ・中央通り商業空間整備事業の推進 ・空き店舗を活用した拠点づくりの推進（みたかスペースあい） ・多様な視点による多くのプロジェクト実施機運の醸成
指標	①市内商店会の会員事業者数 計画策定時：806 者（令和５年度末）⇒目標値：850 者 ②認知度向上・利用者の増加（市内の商店街に週１日以上行く人） 計画策定時：28.3%（令和６年度産業実態調査）⇒目標値：30%

中央通り商店会における M-マルシェの様子

<table>
<tr><th colspan="2">施策の柱② 創業環境の整備及び支援の拡充</th></tr>
<tr><td>課題</td><td>・市内事業者数及び雇用者数の減少
・創業に係るノウハウ習得や悩み解決の場などの不足
・創業時の資金調達が難しい
・創業後の事業継続に資するこまめな事業計画の見直しが必要
・三鷹駅前など中心市街地域における賃借料の高騰
・店舗、事業所用物件の不動産情報の不足</td></tr>
<tr><td>取組方針</td><td>女性、若者、シニアなど各世代における起業創業の機運醸成や多様な働き方への支援として、創業に関する講座・セミナー等を実施します。
また、創業支援の基盤づくりとして、三鷹産業プラザにおける創業支援施設の整備・運営により、創業環境の充実を図ります。</td></tr>
<tr><td>個別事業</td><td>(1) ワンストップの相談体制の充実
≪概要≫
多様な都市型産業を創出し、雇用を拡大するため、三鷹商工会や株式会社まちづくり三鷹などの関係機関と連携し、相談内容を問わずワンストップで対応可能な相談体制の充実を図ります。
≪主な取組≫
・「創業コンシェルジュ（仮称）」による起業・創業のワンストップ相談【新規】
三鷹産業プラザにおける、起業・創業に特化した相談支援体制の構築
・創業支援機関の連携による支援体制の強化
・経営・起業等相談業務によるアドバイザーの派遣

(2) 創業後の事業継続に係る伴走型支援
≪概要≫
株式会社まちづくり三鷹と連携し、各分野で活躍するコーディネーターによる継続した相談対応や経営指導などの伴走支援、起業・創業の機運を醸成する取組を支援します。また、創業者のネットワーク構築や起業家コミュニティとのつながりづくりを支援します。
≪主な取組≫
・創業・成長支援プログラム（仮称）による成長支援【新規】
三鷹で開業する創業者の成長を促す、育成カリキュラム（シリーズ）
・起業創業コーディネーターによる相談対応【拡充】
各ジャンルで活躍するコーディネーターによる、起業・創業、経営等相談
・起業・創業セミナー等の協働による講座の充実</td></tr>
</table>

	(3) 特定創業支援等事業の推進 ≪概要≫ 経営、財務、人財育成、販路開拓に関する継続的な支援事業を、産業競争力強化法に基づく「特定創業支援等事業」として実施することで、起業創業の機運醸成を図るとともに、創業支援の取組を推進します。 また、創業者向けの補助金等により資金繰り支援します。 ≪主な取組≫ ・創業等支援補助金、新規出店者支援金による財政支援【拡充】 創業時の事業継続のための市独自の支援 ・様々な媒体を活用した創業機運の醸成【拡充】 市や各関係団体のツールを活用し、事例紹介を含めた情報発信 ・「認定特定創業支援等事業により支援を受けたことの証明書」の発行 ・特定創業支援等事業による創業に必要な知識の習得支援 (4) 三鷹産業プラザにおける産業支援の拠点整備 ≪概要≫ 都市型産業基盤施設として集積機能を維持し、起業・創業支援機能や災害時における事業継続の支援などを整備・強化します。 ≪主な取組≫ ・三鷹市創業支援＆コワーキングプレイス M-PORT（仮称）の整備【新規】 三鷹産業プラザにおける創業支援機能の強化 ・チャレンジスペースを活用したテスト販売等の機会創設【新規】 テストマーケティング等が実施できるスペースの整備 ・災害時の電力供給による事業継続支援【新規】 ポータブル型蓄電池の配置による災害時の電力供給 ・「創業コンシェルジュ（仮称）」によるワンストップ相談（再掲）
指標	①特定創業支援等事業による創業者数 計画策定時：７人⇒目標値：24 人 ②三鷹産業プラザ新創業支援施設利用者数 計画策定時：整備中⇒目標値：5,000 人

施策の柱③ 中小企業への支援	
課題	・燃料費、原材料費等コストの増加に伴う利益の減少 ・設備投資への意欲が低い又は意欲はあるものの余裕がない ・資金繰りや資金調達の困難さと販路の拡大や開拓の不足 ・人材採用や事業承継を見据えた後継者育成が進んでいない ・地域に調和したものづくり産業の立地・操業が必要
取組方針	社会情勢の変革への対応等を進める市内事業者に対して、経営相談体制の構築や融資・補助金による資金繰り支援など多面的な取組により支援し、地域産業の活性化を図ります。 また、事業の再構築や承継について、専門家による的確な助言やマッチングに繋がるよう、事業者に対する周知啓発に努めます。
個別事業	(1) 経営相談体制の充実 ≪概要≫ 株式会社まちづくり三鷹をはじめとした関係機関と連携し、アドバイザーの派遣を含めた各種専門家による経営相談体制の充実を図ります。 ≪主な取組≫ ・経営・起業等相談業務の推進【拡充】 士業等の各種専門家によるアドバイザー派遣 ・「創業コンシェルジュ（仮称）」によるワンストップ相談（再掲） (2) 融資のあっせん ≪概要≫ 中小企業や小規模事業者の資金繰り支援のため、金融機関との連携強化を図り、利子補給及び信用保証料の補助を行いながら、事業の運転資金、設備の購入資金、事業所の改装資金など各種融資をあっせんします。 ≪主な取組≫ ・利子補給、信用保証料の補助 ・社会情勢に適した融資制度の実施 (3) 経営改善と事業継続の支援 ≪概要≫ 事業者自らが先端設備等を導入する計画を策定し、市が認定することで、税制上の特例を適用し、事業者の前向きな投資や利益の拡大、賃上げを後押しします。 また、三鷹商工会と連携し、レジリエンス、デジタル、グリーンの強化などの積極的な投資への支援など、事業者の経営力強化・事業再構築につなげます。

	≪主な取組≫ ・中小企業等産業活性化補助金【拡充】 脱炭素化や生産性向上、販路拡大等に向け、積極的な投資を進める事業者を支援 ・設備等の導入促進計画に基づく事業者の生産性の向上支援 ・事業の再構築や承継の円滑化への取組支援 ・技能功労者等表彰 (4) ものづくり産業の立地継続支援 ≪概要≫ 操業継続が困難な市内ものづくり事業者に対して、都市計画制度や東京都と連携した支援制度の活用等により工場の建替えや工業系用途地域への市内移転を促進します。さらに、住環境に配慮した施設・設備の導入、事業所の改築、耐震補強等に対し、国・東京都などの制度の活用等により支援します。 ≪主な取組≫ ・特別用途地区の指定など都市計画制度の活用【拡充】 都市計画制度の活用や用地確保の支援等による住環境に配慮した事業所の立地・操業支援 ・工場移転や周辺環境に配慮した設備導入等への支援 ・製造業向け立地基盤の運営（牟礼研究開発センター及び三鷹産業プラザ） ・工場・事業所の移転跡地の適正な利用誘導 (5) 多様な産業・主体による連携支援 ≪概要≫ 新たな付加価値を生み出すために、農家が行う商品開発や企業や飲食店が実施する農産物の加工、それらの商品を販売する取組に対しての支援について、多様なステークホルダーとの協働により調査研究を進めます。 ≪主な取組≫ ・都市型の六次産業化のあり方の検討と推進【新規】 農業者と商工業者や関係団体等との連携による共同研究・開発、ビジネスモデルの検討、情報提供等
指標	①経営・起業等相談業務の利用者満足度 計画策定時：89%（令和５年度）⇒目標値：90%以上 ②中小企業等産業活性化補助金による支援件数 計画策定時：32 件（令和５年度）⇒目標値：45 件

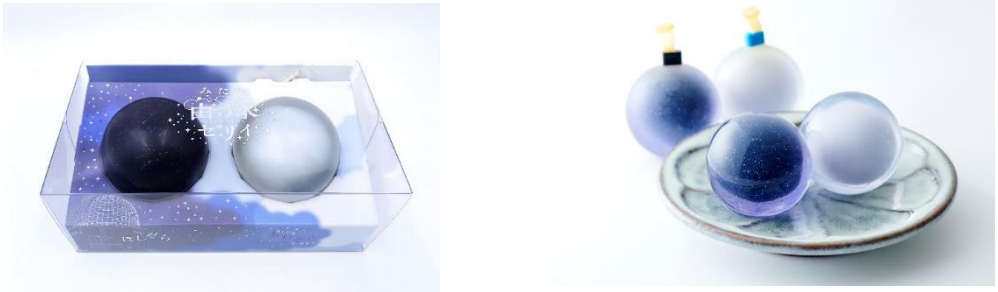
施策の柱④ 多様な働き方への支援	
課題	・国及び東京都が実施する就労支援事業の分かりやすい周知が必要 ・企業及び求職者の副業・兼業、テレワーク等の多様な働き方に対する支援が必要 ・「建設業」、「運輸業、郵便業」、「医療、福祉」などの人財不足
取組方針	ハローワーク三鷹、わくわくサポート三鷹、東京しごとセンター多摩など就労支援団体との連携を深め、様々な年代に対応した就職面接会・就職支援セミナーを開催し、市民の就職機会の拡大や就職に向けたスキルアップを支援します。 また、就労・年金・内職など「しごと」に関する総合的な相談窓口を設置するほか、コワーキングスペース、サテライトオフィスなどを活用し、起業・副業・兼業など、多様化する現代の働き方を支援します。
個別事業	(1) 関係機関との連携による支援体制の強化 ≪概要≫ 一人ひとりがライフスタイルに合った働き方が出来るよう、求職者の希望に応じた就労支援について、就労支援団体との連携による情報発信やソーシャルファームに係る支援の調査研究など支援体制の強化を図ります。 ≪主な取組≫ ・就労支援団体との連携による就職面接会・就職支援セミナーの開催 ・高齢者就業支援事業の推進（わくわくサポート三鷹における就職相談等） ・しごとの相談窓口の設置 ・就労支援に係る総合窓口ガイドブックの発行 (2) 多様な主体・働き方への支援 ≪概要≫ 女性・若者・シニア世代などの就職・再就職に向けた能力・技術の習得講習や就職セミナーを開催するとともに、時代により変化する働き方をコワーキングスペース、サテライトオフィス、インキュベーションオフィスの活用に加え、勤労者の生活の安定と福利厚生の充実により支援します。 ≪主な取組≫ ・関係団体と連携した創業支援、新しい働き方の基盤づくり（創業支援施設、コワーキングスペース、インキュベーション施設の活用） ・一般財団法人三鷹市勤労者福祉サービスセンター事業の推進 ・公益社団法人三鷹市シルバー人材センターとの連携 ・ライフ・ワーク・バランスの実現に向けた啓発事業の実施 ・事業者によるリスキリング事例の研究 ・兼業や副業を取り入れた雇用環境づくり支援
指標	①就職支援セミナー参加者数 計画策定時：969 人（令和５年度）⇒目標値：1,000 人 ②しごとの相談窓口利用者数 計画策定時： 25 人（令和５年度）⇒目標値：36 人

<table>
<tr><th colspan="2">施策の柱⑤ 観光資源を活用したにぎわいの創出</th></tr>
<tr><td>課題</td><td>・みたか観光案内所スペースが狭く、機能の発揮が不十分
・まちの周遊につながる魅力的な仕組みの創出が少ない
・点在する観光資源の効果的な周知が不足</td></tr>
<tr><td>取組方針</td><td>みたか観光案内所のスペースの拡充など、活動の充実を図る方策について検討を進めるとともに、三鷹市立アニメーション美術館（三鷹の森ジブリ美術館）や都立井の頭恩賜公園、太宰治、山本有三をはじめとした文学者たちのゆかりのスポット等への来訪者の、市内での買物や食事など滞在時間の増加に向けた、観光スポットの周遊の仕組みづくりについて、市民、事業者、庁内関連部署と協働で取り組みます。</td></tr>
<tr><td>個別事業</td><td>(1) 特定非営利活動法人みたか都市観光協会及びみたか観光案内所拡充の検討
≪概要≫
特定非営利活動法人みたか都市観光協会事務所のバックヤードを整備することでみたか観光案内所のスペースの拡大を図り、販売物品の充実及び観光コンテンツとして伝えきれていない観光情報の発信につなげ、より魅力ある観光案内の拠点とします。
≪主な取組≫
・特定非営利活動法人みたか都市観光協会事務所拡充の検討【新規】
バックヤードの整備と観光案内所スペースの拡充を検討
・事務効率化に向けたネットワーク環境整備及び人員体制の検討

(2) 観光資源を活用した周遊性向上
≪概要≫
市内に点在する魅力的な観光資源の一層のＰＲを図るとともに、その観光資源を活用した域内の周遊及び来訪人口の増加を目指します。
≪主な取組≫
・市ホームページ「三鷹の魅力」を充実【拡充】
効果的な魅力発信のため、ホームページをリニューアル
・他団体イベントの周知協力
・芸術文化を活かした地域活性化
・三鷹まるごと博物館事業との連携
・周遊の仕組みづくりの検討
・自転車やバス等を活用した新たな観光ルートの発掘
・インバウンド受入体制の支援（多言語メニューづくり）</td></tr>
</table>

	(3) 各種イベントとの連携 ≪概要≫ まちの風物詩のイベントや姉妹・友好市町村交流事業等における関係団体との連携を通じて、観光資源の周知を図り、更なるにぎわい創出につなげます。 ≪主な取組≫ ・イベントでの観光ＰＲ（三鷹阿波おどり、みたか商工まつり） ・都市間交流における三鷹ＰＲブースでの誘客促進
指標	①みたか観光案内所の訪問者数 計画策定時：29,743 人（令和５年度）⇒目標値：33,000 人 ②市民協働者数 計画策定時：134 人（令和５年度）⇒目標値：170 人

施策の柱⑥ みたかブランドの創出・推進	
課題	・市内の観光資源や文化資源のコンテンツ情報の効果的な周知が不足 ・市内観光資源の魅力に対する認知度が低い ・三鷹市の特産品や観光資源を活用した三鷹の魅力が伝わるお土産品が少ない
取組方針	市内の観光・文化資源を磨き上げ、みたかブランドとしての市内外への周知を図り、三鷹のブランディングを推進します。 多業種との連携により観光資源を活用した商品開発を支援し、三鷹市の魅力が感じられるお土産品を生み出します。
個別事業	(1) 観光資源の磨き上げ ≪概要≫ 観光資源の魅力を国内外の観光客に効果的に情報発信を行うほか、市内の魅力的な観光資源について、より多くの方に興味を持ってもらえるように、講座を通じて深く学ぶ機会を設ける等の磨き上げを推進します。 ≪主な取組≫ ・観光情報を一覧化した情報発信の検討 ・「三鷹『通』養成講座」を通じた観光資源の磨き上げ (2) お土産品の開発支援 ≪概要≫ 市民が誇れる商品を多業種との協働により創出し、三鷹市を広くＰＲします。 ≪主な取組≫ ・商品パッケージやロゴの開発支援 ・お土産品のブランド化（イベントブースでの販売、ふるさと納税返礼品等） ・新商品開発支援の制度の検討
指標	市ホームページ「三鷹の魅力」の閲覧数 計画策定時：27,719 人（令和４年度）⇒目標値：33,000 人



みたか宙球（そらだま）ゼリィ（令和５年度商品開発事業）

第４章　計画の推進に向けて

本計画は、令和９年度までを計画年度としていますが、経済の分野においては、社会情勢の変化、諸制度の変化、ニーズの変化等、予測が困難な要素が多数存在します。

そこで、今後起こり得る諸課題に柔軟に対応するため、本計画においては下記に示す考え方に基づき、施策内容の見直しを行います。

見直す上での根拠については、以下の内容を用いることとし、各種機関の協力を得ながら定期的に把握を行います。

- 市民や事業者を対象としたモニタリング、ヒアリング、アンケート調査等の実施
- 各施策の進捗状況の定期的チェックと評価
- 国や都の制度等の検証　等

１　施策の着実な実施と変化に対応する手法・手順について

事業活動における生産管理や品質管理などの管理業務を円滑に進める手法の一つとして広く用いられている「PDCA サイクル」の考え方を用い、各種変化の中で柔軟かつ確実に施策内容を実施していきます。

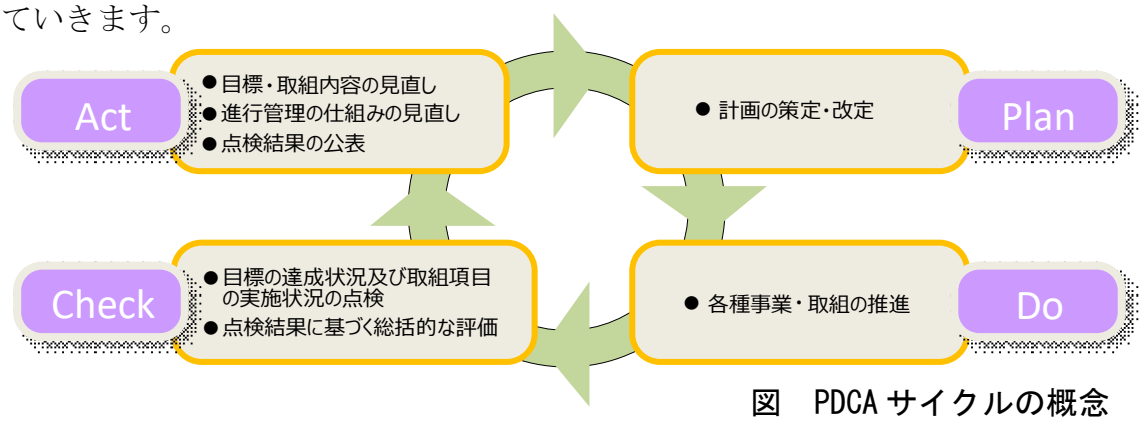


図　PDCA サイクルの概念

２　関係機関との事業レベルでの協力体制について

計画の着実な推進にあたり、各関係団体と事業レベルで連携し合い、それぞれの特性と強みを生かし、効果的に関係しながら推進していきます。

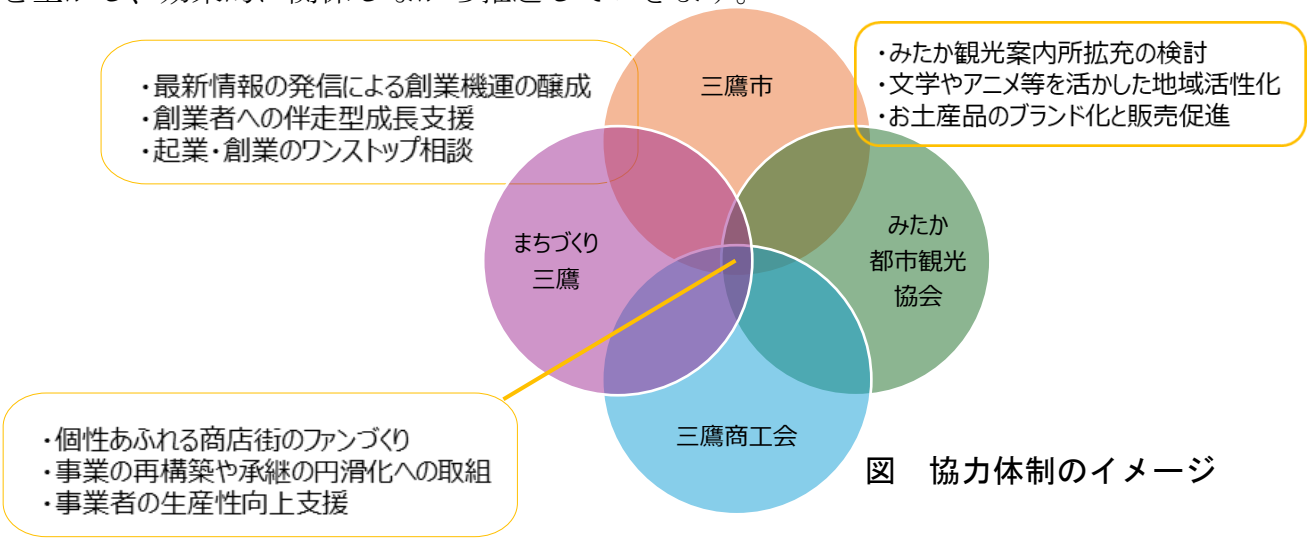


図　協力体制のイメージ

三鷹市産業振興計画 2027
2025（令和７）年３月

発 行　三鷹市
住所：三鷹市野崎一丁目１番１号
法人番号：8000020132047
作 成　三鷹市生活環境部生活経済課
電話：0422（29）9615（直通）

再生紙を使用しています。

三鷹市自治基本条例(抜粋)

主権者である市民の信託に基づく三鷹市政は、参加と協働を基本とし、市民のために行われるものでなければならない。

市民にとって最も身近な政府である三鷹市は、市民の期待に応え、市民のためのまちづくりを進めるとともに、まちづくりを担う多くの人々が、参加し、助け合い、そして共に責任を担い合う協働のまちづくりを進めることを基調とし、魅力と個性のあふれるまち三鷹を創ることを目指すものである。

三鷹市は、文人たちも愛した緑と水の豊かなまちであり、これまでの歩みの中でも市民生活の向上に積極的に取り組むなど、常に先駆的なまちづくりを進めてきた。

私たち市民は、郷土三鷹を愛し、自然と文化、歴史を大切にし、誇りに思える地域社会を築くとともに、世界平和への寄与、基本的人権の尊重、協働とコミュニティに根ざした市民自治を確かなものとし、日本国憲法に掲げる地方自治の本旨をこの三鷹において実現するために、三鷹市の最高規範として、ここにこの条例を制定する。

（事業者等の権利、責務等）

第６条 事業者等は、自由に自立した活動を営むとともに、市民及び市と相互に連携及び協力を図り、協働の担い手としてまちづくりに参加する権利を有する。

２ 事業者等は、法令又は条例に定める責務を遵守するとともに、市民とともに地域社会を構成するものとしての社会的責任を自覚し、地域社会との調和を図り、安全でうるおいのある快適な環境の実現及びまちづくりの推進に寄与するよう努めなければならない。