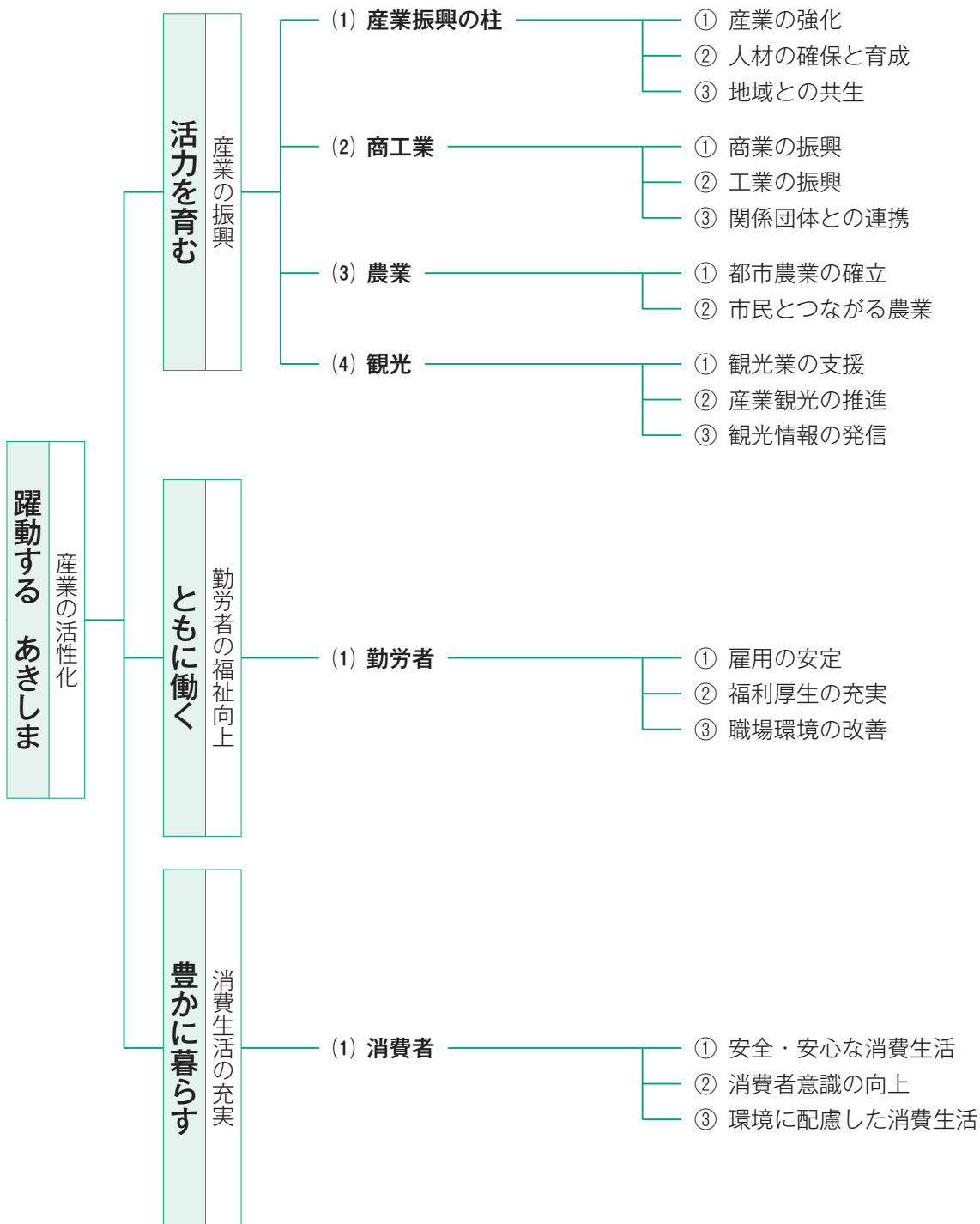


第6章

躍動する あきしま
(産業の活性化)



（1）産業振興の柱

▶ 施策の目指す姿

地域の産業を担う人材が育ち、あきしまの産業が地域と共生し、力強く展開しています。

▶ 現状と課題

現 状

- ◇市内の産業を産業分類（3区分）別に見ると、事業所数、従業者数とも第三次産業が多く、事業所数（3,254事業所）で82.9%、従業者数（35,116人）で73.4%を占めています。平成8年（1996年）から平成18年（2006年）の10年間の推移を見ると、第二次産業が事業所数、従業員数ともに減少しており、第三次産業の事業所数は横ばい状況で、従業員数は増減を繰り返しています。※ 事業所・企業統計調査（平成8年、平成11年、平成13年、平成16年、平成18年）による。
- ◇総合基本計画の策定に関し実施した人口推計では、計画期間の人口は漸増傾向にありますが、生産年齢人口（15歳～65歳）は10年間で約3,700人、5%程度の減となり、人口全体に占める割合も減

少し60%余りとなります。

- ◇平成17年（2005年）の国勢調査によると、本市に居住する就業者数は52,940人で、その約4割（20,716人）が市内で、約6割（32,224人）が市外で就業しています。また、昼間市内で就業している労働者は46,361人で、そのうち25,645人（55.3%）は市外からの就業者となっています。
- ◇本市を含む多摩西部地域は、大型商業施設の立地が進むとともに、青梅線沿線を中心として電子機器や輸送用機械器具関連などの製造業が集積しています。また、研究機関や大学の理工系学部なども数多く立地し、平成22年（2010年）には、多摩地域の新たな産業支援拠点となる産業サポートスクエア・TAMA*が、市内に開設されました。

課 題

- ◎産業の振興については、これまでは産業分類に基づき縦割りに実施されてきましたが、今後は、産業相互の連携をはかり、産業を包括的にとらえた産業振興の展開が必要となっています。
- ◎すべての産業の基礎となるのは人材です。これからの産業を支える、技能や技術を受け継ぐ人材や

地域産業の後継者など、人材の確保と育成が課題となっています。

- ◎産業は、地域の環境や市民生活と密接に関わっています。消費者の理解や事業所周辺の生活環境などに配慮し、地域社会と共生する視点に立って、経済活動を進めていくことが求められています。

図表111 産業分類（3区分）別事業所数、従業者数の推移

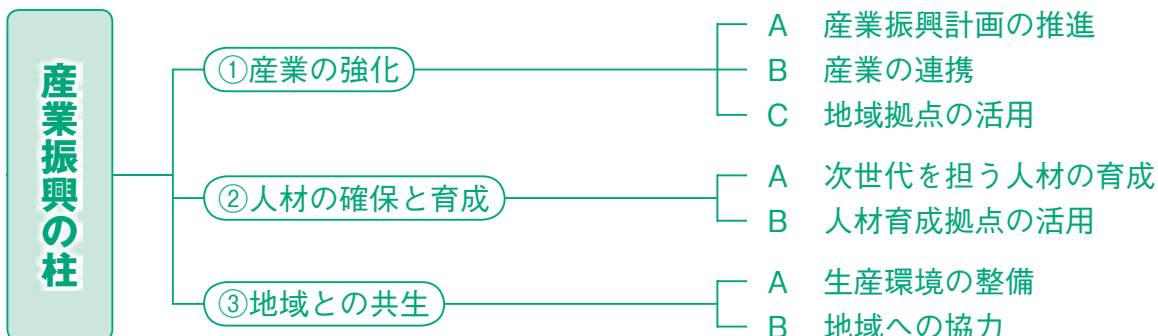
項目		年	平成8年 (1996年)	平成11年 (1999年)	平成13年 (2001年)	平成16年 (2004年)	平成18年 (2006年)
第1次産業	事業所数		0	1	1	1	1
	従業者数		0	5	5	5	7
第2次産業	事業所数		882	814	771	685	672
	従業者数		19,109	15,947	16,525	15,203	12,731
第3次産業	事業所数		3,296	3,139	3,279	3,001	3,254
	従業者数		29,717	26,200	31,483	27,593	35,116

資料：事業所・企業統計調査

※1 平成11年、16年は簡易調査のため民営事業所のみを調査

※2 日本標準産業分類は平成14年に改訂

▶ 施策の体系



産業サポートスクエア・TAMA*開所式

▶ 基本施策

施策名	主な取り組みの内容
①産業の強化	<p>A 産業振興計画の推進</p> <ul style="list-style-type: none">○本市の産業振興の目標と施策を掲げた産業振興計画を着実に推進し、本市のポテンシャルを最大限に活かしていきます。 <p>B 産業の連携</p> <ul style="list-style-type: none">○本市の特色を活かした商品の開発や販売に向け、各産業間や関係団体、大学や研究所などとの連携を支援し、地域ブランドの確立をはかります。○事業者間・産業間の連携が進展するように、産業間相互のネットワークの確立や情報の共有化などを支援します。 <p>C 地域拠点の活用</p> <ul style="list-style-type: none">○多摩地域の新たな産業支援拠点である産業サポートスクエア・TAMA*の活用を促進し、経営や技術、人材育成などの支援をはかり、産業の強化に努めます。○立川基地跡地利用については、核都市にふさわしい広域的な機能の導入と新たな交流拠点の形成をはかり、産業の活性化につなげていきます。
②人材の確保と育成	<p>A 次世代を担う人材の育成</p> <ul style="list-style-type: none">○本市の産業を担う次世代の人材づくりに向け、事業所における技術力の伝承や後継者づくりの支援に努めます。○地域の人材を発掘し、中核的な人材として育成して行くため、事業所と人材のマッチングを支援するとともに、関係機関と連携し、人材育成に関する各種セミナーの開催などに努めます。○中・長期的に人材育成を進める視点から、児童や生徒の事業所見学などを実施し、ものづくりや商売などへの関心を高めていきます。 <p>B 人材育成拠点の活用</p> <ul style="list-style-type: none">○産業サポートスクエア・TAMAにおいて東京都中小企業振興公社や東京都商工会連合会が実施する人材育成支援事業（若手商人の育成に向けた商店街リーダー塾、創業や新規事業の展開に向けた創業・経営革新セミナーなど）を活用し、人材育成による産業の活性化をはかります。○産業サポートスクエア・TAMAに整備された多摩職業能力開発センターの活用を促進し、実践的な職業訓練による知識・技術・技能の習得をはかり、次世代を担う人材の育成を進めます。

③地域との共生

A 生産環境の整備

- 産業と地域社会の共生をはかり、事業者が安心して事業活動を継続していける環境の整備に努めます。
- 事業活動に対する市民の理解を深めるため、市内の産業に対する情報の提供に努め、事業者と市民の交流を促進します。また、学校教育や生涯学習をとおして地元産業についての学習機会の充実に努めます。

B 地域への協力

- 事業者の理解と協力により、事業所周辺の生活環境の向上に向けた取り組みを促進し、事業所の周辺の安全で快適な市民生活の確保をはかります。
- 事業者の地域イベントへの参加や、施設の地域への開放を促進します。

▶ 政策指標

指標名	現状値	目標値(H27)	目標値(H32)
事業所数	3,927事業所 [※]	3,950事業所	4,000事業所
事業所の従業者数	47,854人 [※]	48,000人	50,000人

※ 事業所・企業統計調査（平成18年）による。



産業祭り

(2) 商工業

▶ 施策の目指す姿

技術力に根ざしたものづくりが進み、活力と賑わいにあふれたまちで、市民が豊かで快適に暮らしています。

▶ 現状と課題

現 状（商業）

- ◇多摩西部地域には169万人が居住しており、本市と本市を取り囲む八王子市、立川市、日野市、福生市の5市だけでも居住者は100万人を超えています。本市は、居住人口が多い大消費地にあり、都市間・地域間の競争が厳しい側面もありますが、商業にとっては有利な立地となっています。
- ◇市内の小売店の事業所数は754事業所で、その年間販売額は総額で約1,200億円、1事業所あたりで約1億6千万円となっています。小売店のうち16店が大型店（売場面積が1,000㎡を超える店舗）で、大型店での販売額が小売店の年間販売額の約35%を占めています。
※商業統計調査（平成19年）による。

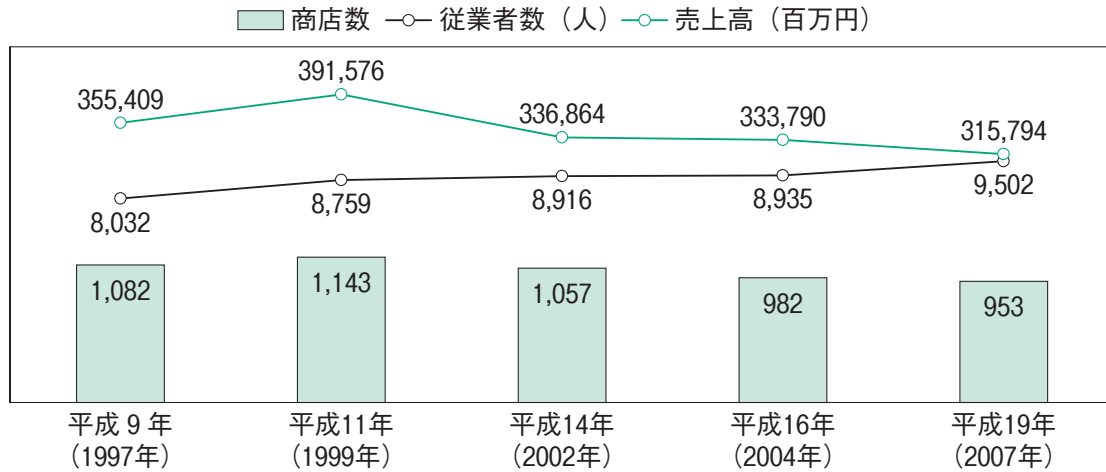
- ◇大型店の立地などにより、地域の商店街では顧客離れと売上高の減少が進み、厳しい経営状況が続いています。市内には平成22年（2010年）3月末現在、16の商店街がありますが、後継者不足などもあり、空き店舗も目立つようになっています。
- ◇市内のサービス業（第三次産業のうち卸売・小売業を除いたもの）の事業所数は2,207事業所で、その従業員は24,399人となっており、事業所数で56.2%、従業員数で51.0%を占めていますが、事業所数、従業員数いずれも都内各市の平均を下回っています。
※事業所・企業統計調査（平成18年）による。

課 題（商業）

- ◎高齢化の進展にともない、地域において買い物がしやすい環境の整備が求められています。大型店の進出などにより商店街の経営は厳しさを増していますが、地域に根ざした商業活動を進め、魅力ある商店街の再生をはかる必要があります。
- ◎本市では、駅周辺を中心に金融や教育、介護など

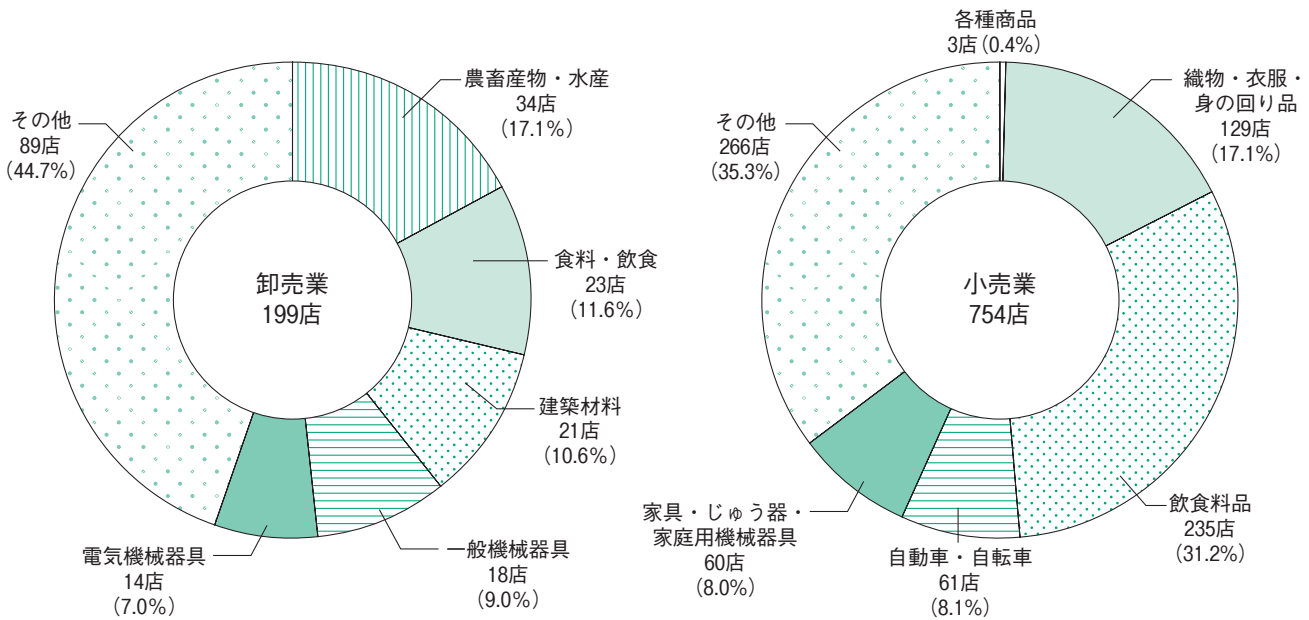
のサービス業が集積していますが、近隣の立川市や八王子市と比較すると十分とはいえません。既存の商店街へのサービス業の受け入れや、新たなサービス業の起業に向けた支援が必要となっています。

図表112 商店数、従業者数及び年間販売額の推移



資料：商業統計調査

図表113 卸売業と小売業の状況



資料：商業統計調査

図表114 サービス業の事業所数及び従業者数の推移

項目	年	平成8年 (1996年)	平成11年 (1999年)	平成13年 (2001年)	平成16年 (2004年)	平成18年 (2006年)
サービス業	事業所数	1,072	1,003	1,125	1,680	1,828
	従業者数	10,632	9,439	11,450	13,260	17,703

※ 日本標準産業分類は平成14年に改訂

資料：事業所・企業統計調査

現 状（工業）

- ◇市内の製造業は事業所数で255事業所、従業員は9,686人で、その製造品出荷額は総額で約3,727億円、1事業所あたり約14億6千万円となっており、1事業所あたりの製造品出荷額を都内各市で比較すると、額の多い方から4番目となっています。^{※1}
- ◇市内の製造業を産業分類別に見ると、金属製品（39事業所）が最も多く、続いて生産用機械（34事業所）、電気機械（31事業所）の順となっており、これらの3業種が本市の製造業の約4割を占めています。^{※1}
※1 工業統計調査（平成20年）による。
- ◇本市は、国道16号や都道などを利用し、中央自動車道や首都圏中央連絡自動車道（圏央道）などへのアクセスが容易で、国道16号の拝島橋周辺には物流会社の配送センターが集中しており、製造業の生産

課 題（工業）

- ◎地域との共存に向け、企業の地域環境や地球環境への配慮に向けた取り組みを促し、工場と住宅が地域で共存していけるような環境の整備を進め、操業環境の確保をはかることが必要となっています。
- ◎ものづくり企業の競争力の維持、向上をはかるた

活動や物流活動に極めて有利な状況となっています。

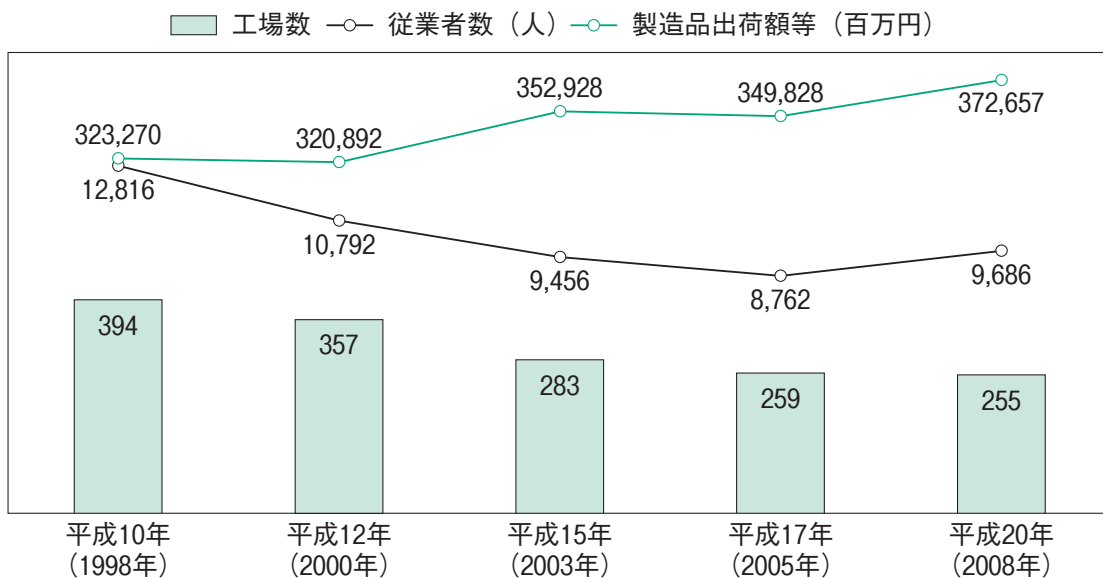
- ◇恵まれた産業インフラを活かし、市内には先端技術に関連した製造業が集積していますが、交通利便性が高いことなどから、撤退した工場跡地には新規の住宅立地が進むなど、工場の操業環境が悪化している状況もうかがえます。
- ◇市内の建設業の事業所数は337事業所、従業員数は2,380人となっており、平成8年（1996年）から平成18年（2006年）の10年間で事業所数が84事業所、従業員が1,179人減少しています。また、事業所数と従業員数のいずれも都内各市の平均を下回っています。

※事業所・企業統計調査（平成8年、平成18年）による。

め、関係機関と連携し、研究開発や製品開発への支援を進める必要があります。

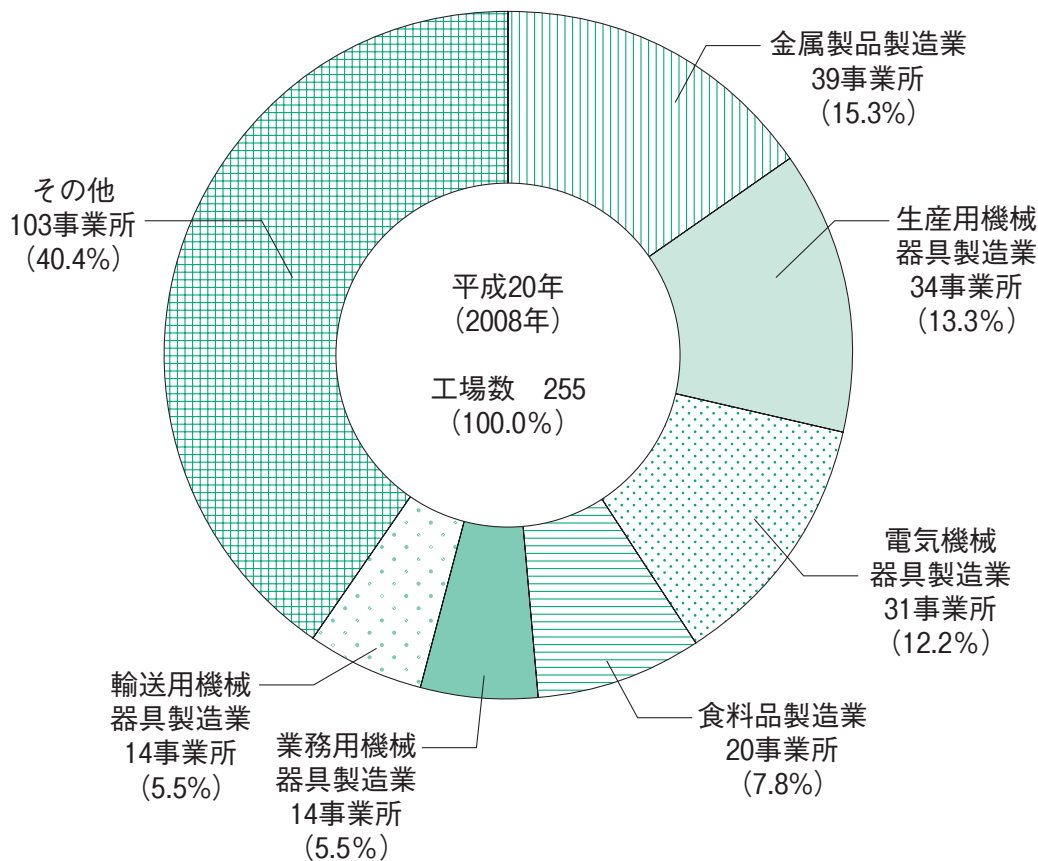
- ◎建設投資の減少により、厳しい経営環境が続く建設業に対しては、技術力の維持、向上や労働環境の改善に向けた取り組みを支援し、足腰の強い建設業の育成をはかる必要があります。

図表115 工場数、従業者数及び製造品出荷額の推移



資料：工業統計調査

図表116 産業別工場数の状況



資料：工業統計調査

1 活力を育む（産業の振興）

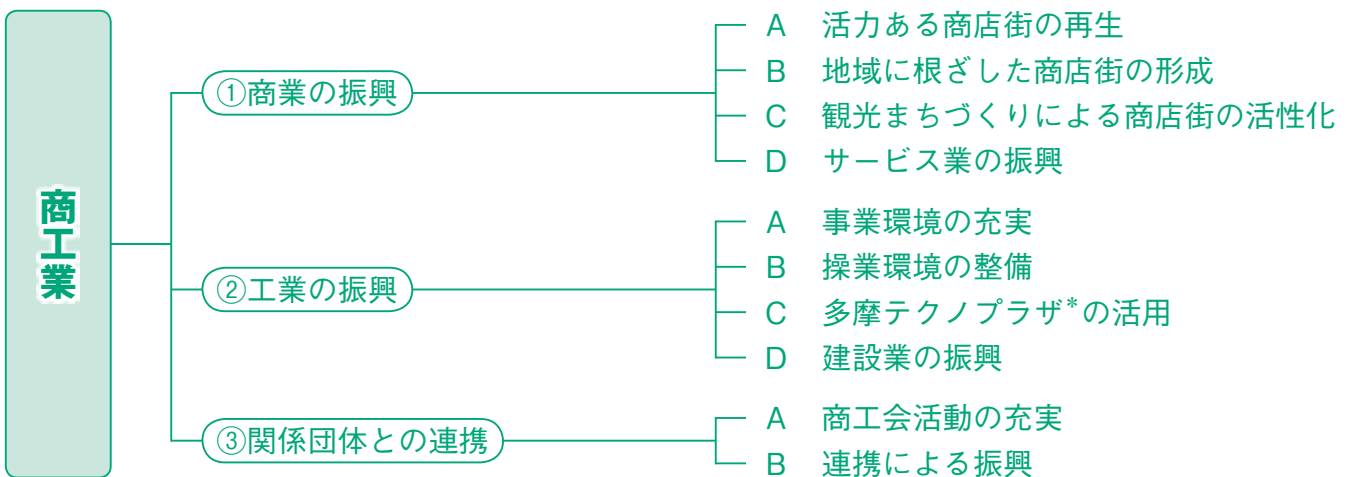
図表117 建設業の事業所数及び従業者の推移

項目	年	平成8年 (1996年)	平成11年 (1999年)	平成13年 (2001年)	平成16年 (2004年)	平成18年 (2006年)
	建設業	事業所数	421	383	377	337
従業者数		3,559	2,716	2,749	2,446	2,380

※ 日本標準産業分類は平成14年に改訂

資料：事業所・企業統計調査

▶ 施策の体系



▶ 基本施策

施策名	主な取り組みの内容
① 商業の振興	<p>A 活力ある商店街の再生</p> <ul style="list-style-type: none"> ○消費者ニーズを的確に取り入れた新商品の開発やイベントの実施、買い物情報の提供などを支援し、活力ある商店街の形成に努めます。 ○若手経営者の育成や新規事業者の開業を支援し、商店街の再生に向けた人材の育成をはかります。 ○商店街の活性化に向け、商店街の連携や共同事業を支援します。 ○大型店との共存共栄に向けた環境の整備を進めるとともに、個性的で特色ある経営により元気な小売店の育成に努めます。 ○関係機関と協力し、ICT*の導入や活用の支援に努め、地域情報化に対応した商店街の活性化をはかります。 <p>B 地域に根ざした商店街の形成</p> <ul style="list-style-type: none"> ○市民が気軽に訪れ、入店し、買い物をして、再び訪れるような、地域に根ざした魅力的な商店街となるよう、買い物がしやすい環境の整備を支援します。 ○市民が集い、交流する商店街づくりを進め、商店街が地域コミュニティ*の場となり、核となるような環境の整備をはかります。 ○高齢化社会を迎え、身近に必要な商品が手に入る便利で利用しやすい商店街の形成を支援し、市民の利便性の向上をはかります。 <p>C 観光まちづくりによる商店街の活性化</p> <ul style="list-style-type: none"> ○地域の観光資源の活用をはかり、集客と交流による観光まちづくりを進め、観光とコラボレーションした商店街づくりを進めます。 <p>D サービス業の振興</p> <ul style="list-style-type: none"> ○サービス業の活性化に向け、空き店舗の利用など、商店街への受け入れを進めるとともに、少子・高齢化の進展などにともなう、生活支援型の新たなコミュニティビジネス*への支援を進めます。
② 工業の振興	<p>A 事業環境の充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ○青梅線沿線地域産業クラスター協議会*の活用をはかるとともに、企業間の連携を支援し、経営基盤の強化をはかります。 ○技術革新を先導し、次世代のものづくりを担う、リーディングカンパニー*の育成、支援をはかります。 ○企業懇談会や継続的な訪問調査などの実施により、企業ニーズや操業環境の把握に努め、効果的な経営・技術指導を進めます。 ○中小企業に対する融資制度の充実をはかるとともに、関係機関と連携し、経営や技術の支援を進め、中小企業の経営環境の充実に努めます。 ○起業者に対する支援をはかり、新たな事業の創出による、産業の活性化をはかります。

1 活力を育む（産業の振興）

②工業の振興

B 操業環境の整備

- 地域と企業の共生を進めるため、周辺環境への配慮や施設の緑化、敷地内の緑地の確保などを誘導します。
- 企業の理解と協力を得て、地域のコミュニティ*活動への参加や支援など、地域と企業との相互理解と連携を進めます。
- ISO14001*など環境管理システムの取得に向けた取り組みを支援し、環境配慮事業者ネットワークの活性化に努めます。

C 多摩テクノプラザ*の活用

- 中小企業を技術面から支援する多摩テクノプラザの活用を支援し、技術相談や試験委託、高度な試験機器の利用などを進め、製品開発や品質改善、技術課題の解決をはかります。

D 建設業の振興

- 事業者が技術力の向上や労働環境の改善に取り組む環境の整備をはかり、増改築や耐震化など建設需要につながる相談の充実に努めるとともに、異業種間の交流や情報交換の場を設定し、新たな事業展開を支援します。

③関係団体との連携

A 商工会活動の充実

- 商工会活動の充実に向けた支援を進め、相談機能の向上や人材育成の促進をはかります。

B 連携による振興

- 国や関係機関との連携を強化し、一体となって商工業の振興をはかります。

▶ 政策指標

指標名	現状値	目標値(H27)	目標値(H32)
小売店の年間販売額 (百万円)	119,875* ¹	122,000	124,000
製造業の製造品出荷額 (百万円)	372,657* ²	380,000	386,000

※1 商業統計調査（平成19年）による。

※2 工業統計調査（平成20年）による。

(3) 農業

▶ 施策の目指す姿

都市農地が身近な風景として守られ、市民が農業とふれあい、地域の特性を活かした安全な農産物が生産され、地域で消費されています。

▶ 現状と課題

現 状

- ◇本市の農業は都市化の進展のなかで、農家数、農業人口、経営耕地面積*がいずれも減少を続けています。平成17年（2005年）の農林業センサス*によると、農家数で88戸、従事者数で197人、経営耕地面積で51.7haとなっています。また、農業従事者の年齢構成を見ると、60歳以上の方が6割を超えており、農業従事者の高齢化や後継者不足が深刻となっています。
- ◇都市農地は市民に新鮮で安全な農産物を提供する役割だけでなく、都市部における貴重な緑地空間

となっており、また、環境保全や防災などの面で多面的な機能を有していますが、農地を計画的に保全する生産緑地*の面積は減少を続け、平成22年（2010年）1月では52.8haとなっています。

- ◇平成11年（1999年）に農産物の共同販売所「ふれっ旬」が、平成22年（2010年）にはJ A東京みどり農産物共同直売店「みどりっ子昭島店」が開設され、地域の農産物の販売により地産地消*の推進がはかれるとともに、農業生産者と消費者の交流の場となっています。

課 題

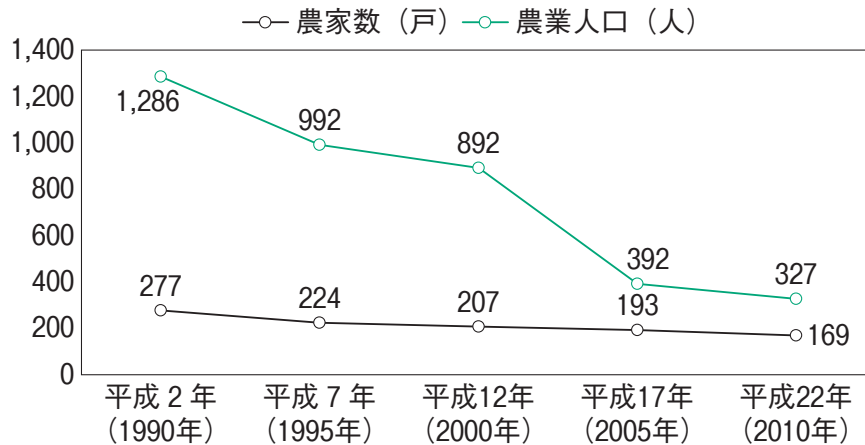
- ◎大量消費地に立地する利点を活かし、消費者ニーズにあった生産・供給体制を確保し、個性と魅力ある都市農業の確立をはかる必要があります。
- ◎農業従事者の減少と高齢化が進むなかで、農業後継者の確保を進めるとともに、今後の都市農業を支える人材の育成も必要となっています。
- ◎現在、多面的な機能を果たしている都市農地については、その保全に努めるとともに、市民と協働*し、有効な活用を進めることが求められています。
- ◎生産者と消費者の交流を進め、相互理解のもと、新鮮で安全な農業生産物の地産地消を進めることが求められています。



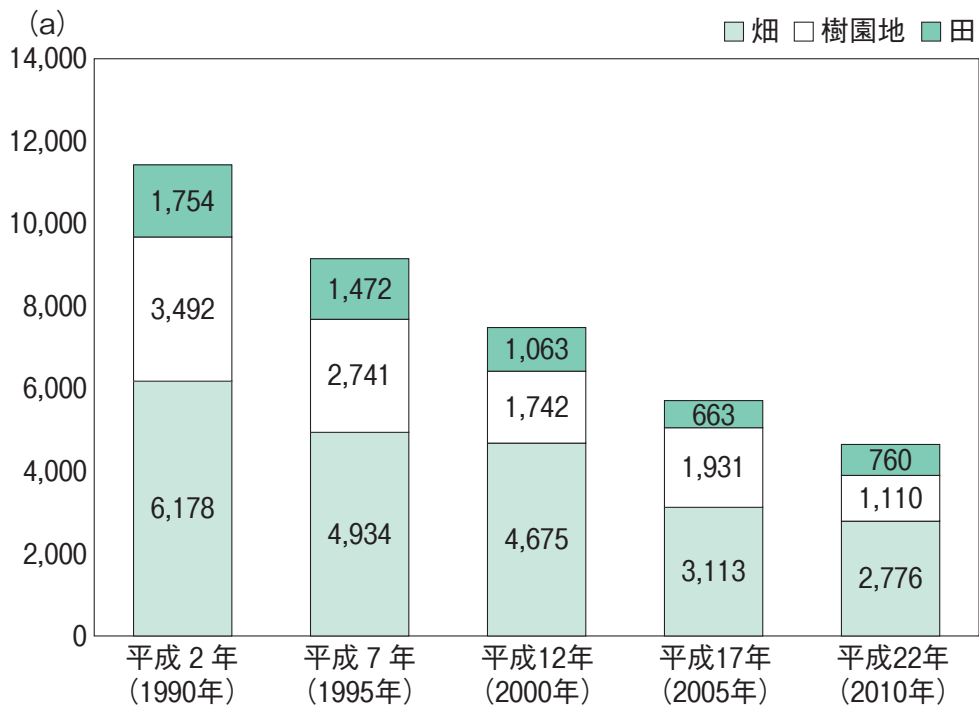
ふれっ旬（農畜産物共同直売所）

1 活力を育む（産業の振興）

図表118 農家数、農業人口及び経営耕地面積*の推移

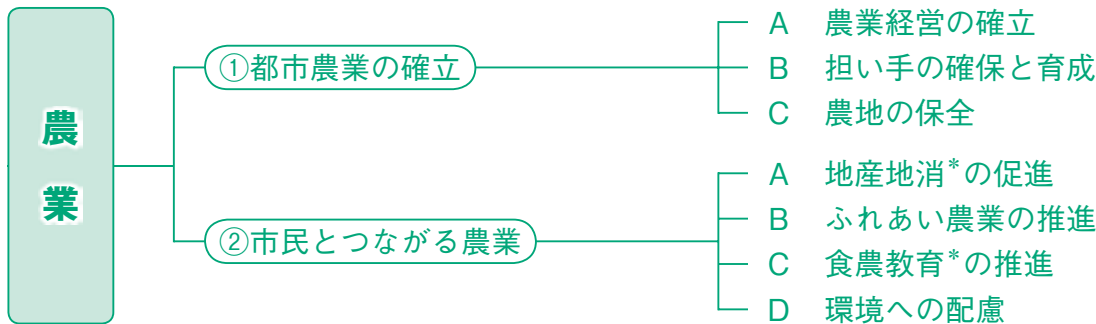


資料：平成7年は農業センサス
 平成2年・12年・17年は世界農林業センサス*
 平成22年は世界農林業センサス速報値・平成22年3月31日現在
 昭島市農業委員会選挙人名簿確定数



資料：平成7年は農業センサス
 平成2年・12年・17年は世界農林業センサス
 平成22年は世界農林業センサス速報値

▶ 施策の体系



▶ 基本施策

施策名	主な取り組みの内容
<p>①都市農業の確立</p>	<p>A 農業経営の確立</p> <ul style="list-style-type: none"> ○消費者のニーズを的確にとらえた農業生産品の年間を通じた安定供給を支援し、都市農業の経営基盤の強化をはかります。 ○農業生産品の付加価値を高めるため、地域ブランドの育成を支援します。 ○消費者グループや商店街、大型店などとの契約栽培や生産者による直売の促進をはかり、農業生産品の販路の拡大に努めます。 <p>B 担い手の確保と育成</p> <ul style="list-style-type: none"> ○次世代の農業を担う、意欲ある後継者の確保に向け、認定農業者*の育成に努めるとともに、家族経営協定*の締結を進めます。 ○後継者や新規就農者を経験が豊かな農家に派遣するインターンシップや意欲的な農業者を対象としたセミナーの受講を支援し、都市農業を担う人材の確保と育成をはかります。 <p>C 農地の保全</p> <ul style="list-style-type: none"> ○生産緑地*制度や相続税納税猶予制度*の活用をはかり、緑の景観を維持し、ゆとりやうるおいを提供する都市農地の保全に努めます。 ○防災機能や環境保全機能など都市農地の多面的な機能を有効に活用し、農地を活かしたまちづくりを進めます。
<p>②市民とつながる農業</p>	<p>A 地産地消の促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ○地産地消を促進し、産地と食卓の交流により生産者と消費者の理解を深め、新鮮で安全な地場農畜産物の消費拡大をはかります。 ○学校給食や市内の飲食店、食品製造業での地場農畜産物の利用を促進します。

②市民とつながる 農業

B ふれあい農業の推進

- 市民が農業とふれあう場として、市民農園*の拡充や農業体験教室、農ウォーク*などの推進に努めます。
- 市民の農業への関心を高めていくため、本市の都市農業に関する情報提供に努めます。

C 食農教育*の推進

- 命の源である「食」を支える「農業」への理解を深める、食農教育の推進をはかります。
- 学校給食での地場農畜産物の利用を、食農教育の機会としてとらえ、児童、生徒と生産者のふれあいや、農業体験実地指導などの充実に努めます。
- 幼児から高齢者まで幅広い市民を対象とした、生涯学習としての食農教育の充実に努め、地域の農産物への関心を高めるとともに、食に関する正しい知識の習得をととして市民の健康づくりを推進します。

D 環境への配慮

- 食の安全を確保していくため、持続性のある減農薬や減化学肥料による栽培や有機農業の推進をはかり、安全性の高い農産物の生産に努めます。
- 農業活動で発生する鶏糞、せん定枝などの堆肥化をはかり、循環型の農業を推進します。

▶ 政策指標

指標名	現状値	目標値(H27)	目標値(H32)
認定農業者*数	34人*	37人	40人
市街化区域内農地	75ha**	75ha (現状維持)	75ha (現状維持)

※ 産業活性化室（平成21年度）による。



田植え体験

(4) 観光

▶ 施策の目指す姿

あきしまらしさを活かした観光まちづくりが進み、多くの人を訪れ、楽しみ、まちの賑わいに繋がっています。

▶ 現状と課題

現 状

- ◇国においては、平成20年（2008年）に観光庁を設置し、観光立国の実現に向けたさまざまな施策を展開しています。
- ◇観光庁の推計によると、平成20年（2008年）度の国民の旅行消費額は26兆円を超え、二次的な経済波及効果や雇用効果を含め、その経済効果は極め

て大きく、21世紀のリーディング産業と位置づけられています。

- ◇本市では、産業観光によるまちづくりを目指し、企業と市民が連携し、平成22年（2010年）度に観光まちづくり協会*を設立し、観光業の振興をはかっています。

課 題

- ◎誕生した観光まちづくり協会の活動を軌道に乗せ、新たに産業観光の視点から資源を発掘・育成し、全国に広く発信してまちの賑わいや地域の活性化につなげていくことが必要です。

- ◎観光により多くの人に訪れてもらうためには、市内の観光資源だけではなく、多摩地域の観光拠点と連携し、本市の立地特性を広域的な視点から活かしていく必要があります。

図表119 昭島市民くじら祭りの参加者数の推移

項目 \ 年	平成18年 (2006年)	平成19年 (2007年)	平成20年 (2008年)	平成21年 (2009年)	平成22年 (2010年)
くじら祭 参加者数	72,000	72,500	65,000	40,400	68,500

※ 1 平成21年は雨天によりパレード中止

※ 2 平成16年以前は資料なし

資料：産業活性化室（くじら祭実行委員会）

▶ 施策の体系



▶ 基本施策

施策名	主な取り組みの内容
①観光業の支援	<p>A 観光まちづくり協会の支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ○訪れる人の多様なニーズに応えた魅力的な観光を提供し、本市の観光業の振興をはかるため、引き続き、観光まちづくり協会の活動を支援します。 <p>B ネットワーク形成による広域観光の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ○青梅線沿線を一体的な観光拠点として位置づけ、関係団体と連携したネットワーク形成による、広域観光の推進をはかります。
②産業観光の推進	<p>A 地下水100%の水道水の活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ○本市の特性である地下水100%の水道水は、観光資源の一つです。食品や嗜好品などにも活用され、観光資源としてのポテンシャルも高く、その可能性が十分活かされるような環境の整備を進めます。 <p>B 観光ウォーキングコースの開発</p> <ul style="list-style-type: none"> ○市内の観光スポットを歩いて訪ねることは、学ぶ、出会う、語りあう（かたりあう）など「知るを楽しむ」産業観光となります。ウォーキングマップの作成や、駅からハイキング*、スタンプラリーの実施など、気軽に参加できる観光ウォーキングコースの開発を進めます。 <p>C 観光資源となる企業の活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ○企業の持つ産業文化財や生産現場の見学、製造品などを通じてものづくりの心にふれるとともに人的交流を促進し、企業の産業観光としての活用をはかります。 <p>D 駅を中心とした観光まちづくりの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ○本市の観光は、市の中央部を東西に走る青梅線の5つの駅を中心に、産業観光の新たな視点から観光まちづくりの推進をはかります。

③観光情報の発信

A 観光案内所の活用

○観光客への情報提供の場としてだけでなく、ショップ機能やイベントの実施など、観光案内所の多面的な活用を進めます。

B 情報の発信

○ホームページを活用し、昭島の観光の魅力を幅広くリアルタイムに発信します。また、昭島市民くじら祭りや郷土芸能まつり、歴史的景観や神社仏閣、祭礼などの情報もしっかりと発信します。

○映画やテレビドラマ、コマーシャルなどのロケーションの支援に積極的に取り組みます。

○外国語も併記した観光マップを発行し、市外からの観光客や外国人へ利便性をはかります。

▶ 政策指標

指標名	現状値	目標値(H27)	目標値(H32)
昭島市民くじら祭りの参加者数	68,500人*	70,000人	72,000人

※ 産業活性化室（平成22年）による。



昭島市民くじら祭



拝島のフジ（東京都天然記念物）

(1) 勤労者

▶ 施策の目指す姿

働く意欲のある人が、働きやすい労働環境のもと、働く喜びを実感し、充実した暮らしをおくっています。

▶ 現状と課題

現 状

- ◇厳しい経済状況が続くなか、国の調査によると平成21年（2009年）度の完全失業率*は5.2%となり、前年度を1.1ポイント上回りました。また、有効求人倍率*も0.45倍と前年度を0.32ポイント下回り、雇用情勢は厳しさを増しています。
- ◇すべての人がやりがいや充実感を持ちながら働き、仕事上の責任を果たすとともに、家庭や地域生活などにおいても多様な生き方が選択・実現で

きるように、平成19年に国は、仕事と生活の調和（ワーク・ライフ・バランス*）憲章を策定し、その実現に向けた取り組みを推進しています。

- ◇経済・産業構造の変化などにより、働き方に関する価値観が多様化し、非正規労働者*の割合は平成21年（2009年）には33.7%となり、また、派遣労働者*数は全国で100万人を超えています。

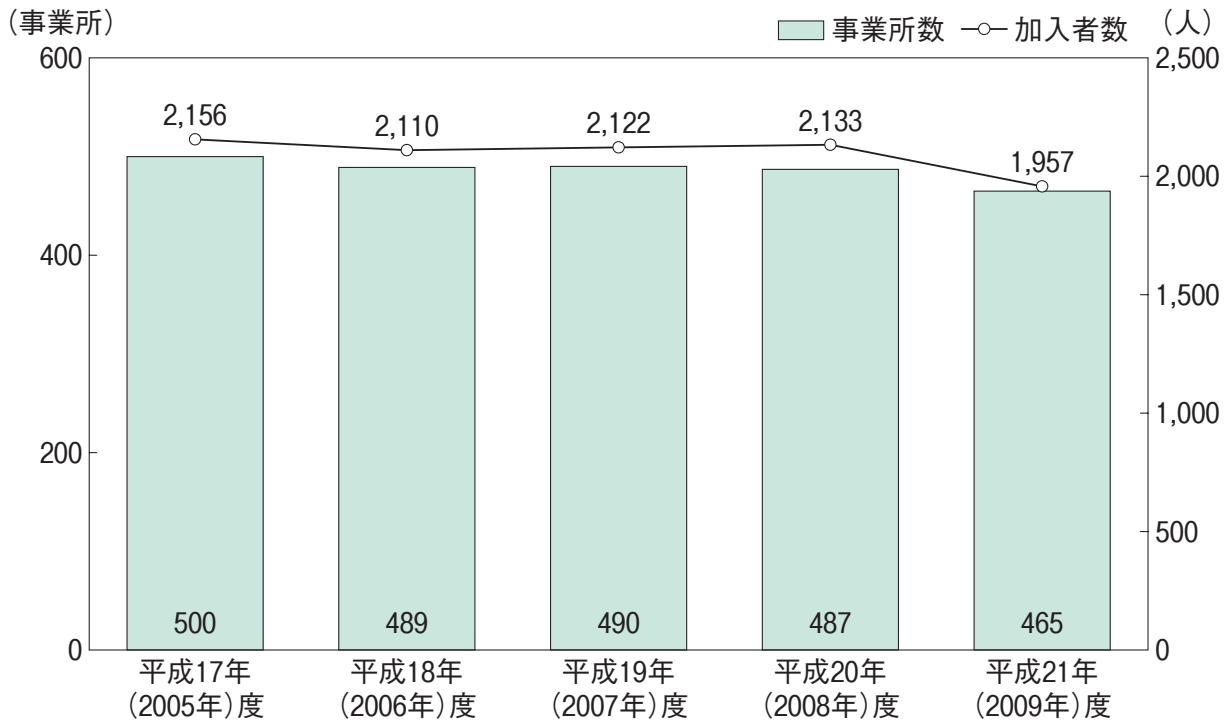
課 題

- ◎働く意欲のある人誰もが、その能力を発揮することができるようにすることは、地域の活力につながるとともに、社会の担い手となるという観点からも重要です。社会を担う、意欲ある人が安定した職に就き、自立して活躍できる環境の整備が求められています。
- ◎勤労者に対する福利厚生制度の充実は、企業側にとっては優秀な人材の確保や定着に役立つとともに、勤労者にとっては労働意欲の向上にもつながります。現在、経済状況が低迷するなかで、企業

内の福利厚生は非常に厳しい状況にありますが、これらを充実させ、勤労者の安心感や信頼感を確保していくことが求められています。

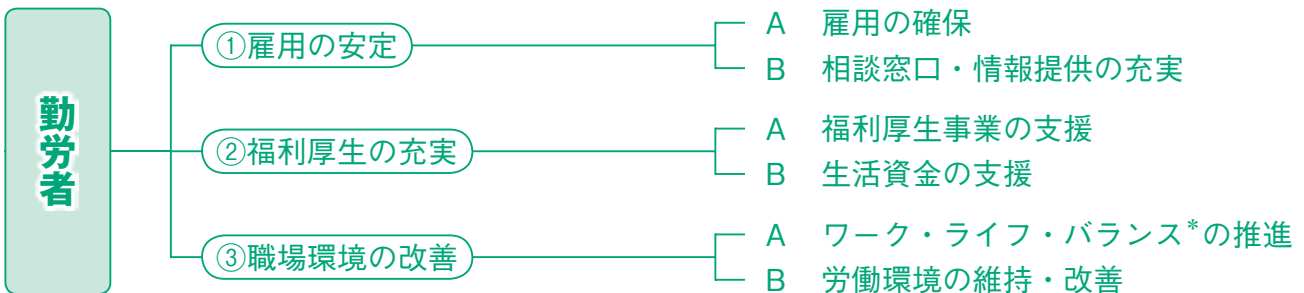
- ◎仕事は、生きがいや喜びをもたらすとともに、日々の暮らしを支えています。また、同時に家事や育児、地域活動なども、暮らしのなかでは欠かすことができません。少子化が進展するなか、誰もが豊かな生活をおくることができるよう、ワーク・ライフ・バランスの推進が求められています。

図表120 勤労市民共済加入状況の推移（グラフ）



資料：生活コミュニティ課

▶ 施策の体系



▶ 基本施策

施策名	主な取り組みの内容
①雇用の安定	<p>A 雇用の確保</p> <ul style="list-style-type: none"> ○地域での雇用確保に向けて、ハローワークなど関係機関と連携し、就労希望者の就職の促進をはかります。 ○国や関係機関と連携し、定年後の継続雇用をはじめ、女性、高齢者、障害者の就労機会の拡大に努め、安心して働ける雇用環境の整備を促進します。 <p>B 相談窓口・情報提供の充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ○労働問題が多様化しているなかで、相談者のニーズに的確に応えるため、ハローワークや東京都しごとセンター*など関係機関と連携し、その専門性を活かした労働相談の充実に努めます。 ○就労を希望する人が必要な情報を容易に入手することができるように、地域での相談窓口の整備や、情報提供の充実に努めます。
②福利厚生の充実	<p>A 福利厚生事業の支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ○中小事業所で働く方と事業主の福利厚生事業を充実するため、勤労市民共済会*の活動を支援し、組織の強化に努め、勤労者の福利厚生の充実を支援します。 ○地域経済を支えている人々の永年の勤労と技能を称えるため、引き続き、技能功労者*の表彰を実施します。 <p>B 生活資金の支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ○勤労者・市民の一時的な出費に対する融資制度の活用や関係機関の融資制度の情報提供をはかり、勤労者・市民の生活の安定と向上をはかります。
③職場環境の改善	<p>A ワーク・ライフ・バランス*の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ワーク・ライフ・バランスに関する事業者と市民の理解を深め、仕事と生活の調和の取れた働き方を可能とする環境の整備をはかります。 ○長時間労働の抑制や年次有給休暇の取得促進など労働環境の改善をはかり、健康で豊かな生活が確保できる職場環境づくりを進めます。 <p>B 労働環境の維持・改善</p> <ul style="list-style-type: none"> ○勤労者の自立と生活の安定が確保されるように、関係機関と連携し、労働環境の整備に努めます。 ○労働環境の変化や勤労者のニーズに対応した情報の提供や講座の開催に努めます。

▶ 政策指標

指標名	現状値	目標値(H27)	目標値(H32)
勤労市民共済会*加入者数	1,957人*	2,150人	2,300人

※ 生活コミュニティ課（平成21年度）による。



産業サポートスクエア・TAMA*



昭島市民くじら祭り

(1)消費者

▶ 施策の目指す姿

消費者が主役となり、地域において安全で安心して豊かな消費生活を営んでいます。

▶ 現状と課題

現 状

- ◇食の安全・安心を損なう食品偽装事件や、高齢者を狙った悪質商法など、暮らしを揺るがすような問題が相次いで発生し、市民の不安を招いています。
- ◇国は、消費者行政に対する信頼を回復し、消費者の利益を擁護するため、平成21年（2009年）に消費者庁を設置し、消費者行政の一元化をはかり、消費者が安全で安心して豊かな消費生活を営むことができる社会の実現に向けた施策を展開しています。
- ◇本市の消費生活相談の受付状況を平成11年（1999年）度から平成20年（2008年）度の10年間で見ると、不当請求などの問題により相談が1,000件を越えた年もありますが、年間の平均受付件数は約700件で、店舗での購入や通信販売、訪問販売に関する相談が全体の7割程度を占めています。

課 題

- ◎消費者庁の設置により、消費者被害などの情報の一元化がはかられましたが、一元化された情報を国と地方で共有し、適切なタイミングで提供されるとともに、必要に応じて容易に入手できる仕組みづくりが必要となっています。
- ◎地域において、消費者行政の充実をはかるためには、消費者団体のみならず、さまざまな関係者、関係団体の参加を促進し、連携を深めることが不可欠です。このような参加や連携の支援に向けた環境の整備が必要となっています。
- ◎持続可能な循環型社会の形成や地球環境の保全などをはかるため、市民や団体と連携し、環境に配慮した消費生活を推進していくことが求められています。

図表121 消費生活相談状況の推移（主な受付内容別相談件数）

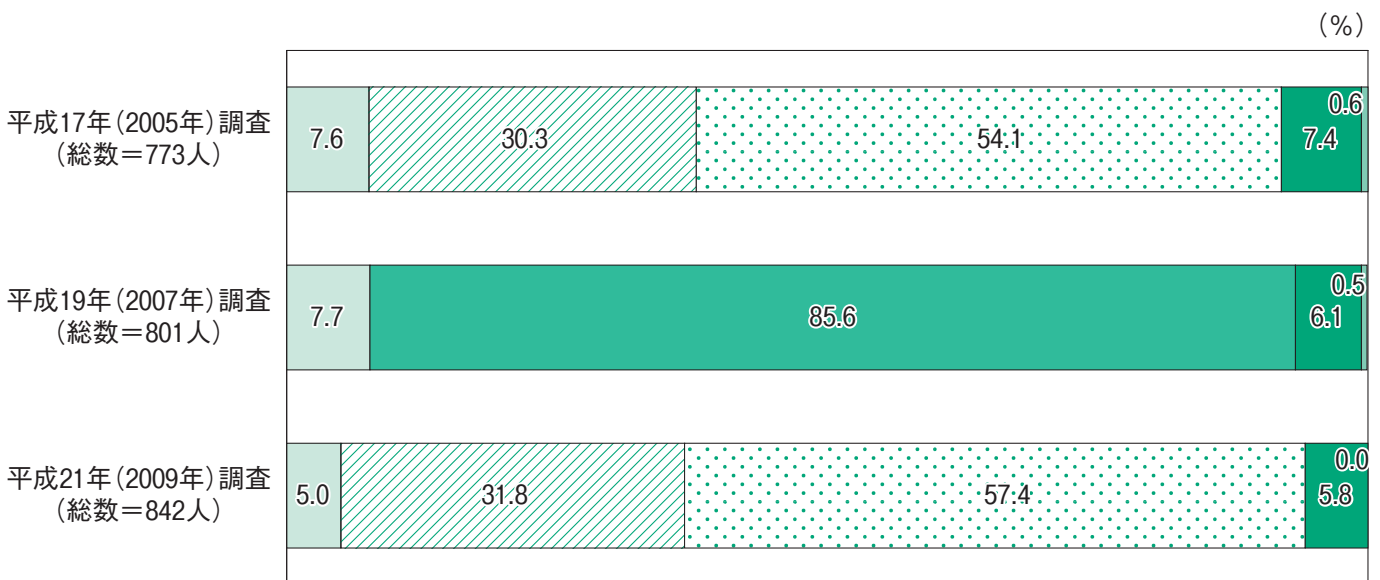
項目	平成17年（2005年）			平成18年（2006年）			平成19年（2007年）			平成20年（2008年）			平成21年（2009年）		
	件数	割合	順位	件数	割合	順位	件数	割合	順位	件数	割合	順位	件数	割合	順位
解約	164	18.1%	2位	126	18.1%	2位	158	21.1%	1位	140	20.0%	1位	178	24.6%	1位
不当請求	245	27.0%	1位	149	21.3%	1位	157	21.0%	2位	106	15.1%	2位	107	14.8%	2位
高価格・料金	62	6.8%	4位	60	8.6%	3位	52	7.0%	4位	61	8.7%	3位	67	9.2%	3位
返金	39	4.3%	8位	23	3.3%	9位	45	6.0%	5位	56	8.0%	4位	57	7.9%	4位
多重債務	64	7.1%	3位	39	5.6%	6位	30	4.0%	8位	53	7.6%	5位	39	5.4%	5位
電話勧誘	58	6.4%	5位	38	5.4%	7位	38	5.1%	6位	41	5.9%	6位	38	5.2%	6位
信用性	52	5.7%	6位	51	7.3%	4位	58	7.8%	3位	37	5.3%	7位	38	5.2%	6位
強引	29	3.2%	9位	27	3.9%	8位	31	4.1%	7位	22	3.1%	8位	29	4.0%	8位
クーリングオフ	43	4.7%	7位	40	5.7%	5位	29	3.9%	9位	22	3.1%	8位	23	3.2%	9位
その他	151	16.6%	—	145	20.8%	—	150	20.1%	—	162	23.1%	—	149	20.6%	—
合計	907	100%	—	698	100%	—	748	100%	—	700	100%	—	725	100%	—

資料：生活コミュニティ課

図表122 クーリングオフ制度*の認知度

問 訪問販売や電話勧誘販売でのトラブルが増えています。よく考えずに契約した時などに、一定期間内であれば契約解除ができる制度(クーリングオフ制度)があります。あなたは、この制度について、知っていますか。

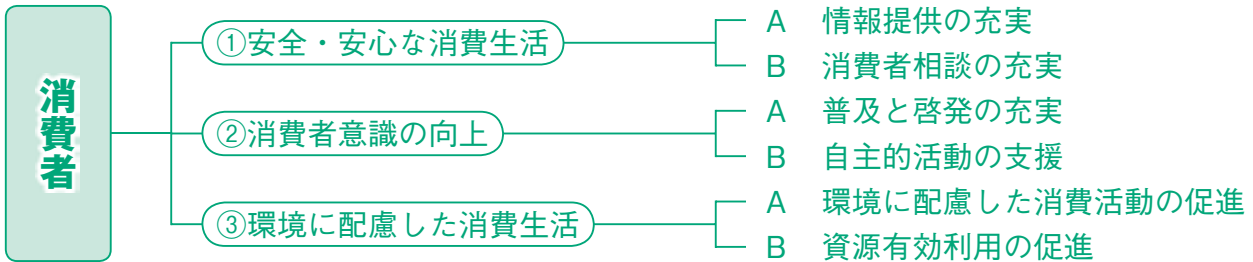
- 制度を利用したことがある
- ▨ 利用したことはないが、知っている
- 利用したことはないが、よく知っている
- ▨ 利用したことはないが、少しは知っている
- 制度のことを知らない
- 無回答



※平成19年調査は「利用したことはないが、よく知っている」と「利用したことはないが、少しは知っている」を合わせた「利用したことはないが、知っている」で調査

資料：平成21年（2009年）・市民意識調査結果

▶ 施策の体系



▶ 基本施策

施策名	主な取り組みの内容
①安全・安心な消費生活	<p>A 情報提供の充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ○消費者事故などに関する情報の収集と提供に努め、消費者の注意を喚起し、消費者事故などの再発や拡大、未然の防止に努めます。 ○情報の提供にあたっては、若年者や高齢者、障害者など、年齢やその特性に十分配慮し、わかりやすい情報提供に努めます。 <p>B 消費者相談の充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ○商品などに関する各種トラブルが、相談員の専門的なアドバイスにより適切、迅速に解決することができるように、関係機関と連携し、消費生活相談の充実に努めます。特にトラブルに巻き込まれやすい若年者や高齢者に対する相談業務を充実し、トラブルの未然防止をはかります。 ○消費生活相談室の相談業務の充実をはかるとともに、各種相談業務との連携に努めます。
②消費者意識の向上	<p>A 普及と啓発の充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ○消費者に対して、商品の安全性や取引上の被害防止など、正しい消費者知識の普及、啓発に努めます。 ○消費者が適切な消費活動ができるように、各種講座や消費生活展などの充実に努めるとともに、学校や家庭、地域など、さまざまな場で消費生活に関する学習機会の提供をはかります。 <p>B 自主的活動の支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ○消費者及び消費者団体の自主的活動の支援をはかるとともに、消費者ルームの利用促進に努めます。 ○地域や家庭などにおける、さまざまな消費生活活動を支援し、消費生活の安定と向上をはかります。
③環境に配慮した消費生活	<p>A 環境に配慮した消費活動の促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ○かけがえのない地球環境を次世代に引きついでいくため、環境に配慮した消費活動についての啓発と学習機会の提供に努め、市民意識の高揚をはかります。

③環境に配慮した消費生活

B 資源有効利用の促進

- ごみの減量やリサイクルの推進、節水や節電など、資源の循環やエネルギーの有効利用に関する情報の提供に努めるとともに、市民の自主的な活動を支援します。
- ごみの減量と資源の有効活用に向け、生活用品の交換やフリーマーケットなどの活用をはかり、不用品の再利用を促進します。

▶ 政策指標

指標名	現状値	目標値(H27)	目標値(H32)
クーリングオフ制度*を知っている市民の割合	94.2%*	98.0%	100%

※ 市民意識調査（平成21年度）による。



消費生活展・リサイクル展

