

各種実態調査の結果

【市内事業者実態調査・事業所経営実態調査】

- 新型コロナウイルス感染症の感染拡大前（2019年12月以前）の売上高と比較した場合、感染拡大前の売上高水準に達していない事業者が半数にのぼる
- 「正規社員」「パート・アルバイト」に関わらず、人手不足感が高まっている
- メールやHP運用等の初期段階のデジタル化は着実に浸透している一方で、デジタル化による業務効率化や収益力向上、新たなビジネスモデルの構築等に着手する事業者は少数派
- キャッシュレス決済併用の動きは出始めているが現金志向が根強い
- 今後期待する事業者支援策として「人材確保への支援」の割合が令和2年度から令和3年度にかけて顕著に上昇
- 地域の個人商店・小規模事業主に着目した施策を望む意見が多い

【市民実態調査】

- 普段、よく利用する店舗は、青果・精肉・鮮魚、酒類・飲料、総菜・弁当では「自宅周辺のスーパー」、外食・飲食では「市内の駅周辺の大型商業施設」次いで「自宅周辺の一般商店」
- 自宅周辺の一般商店を利用しない理由は、「自宅近くにない」「なじみの店舗がない」「1カ所で買い物が済まない」「欲しい商品・サービスが十分でない」
- 普段よく利用する決済方法は、「クレジットカード決済」が7割半ば、「電子マネー決済」「スマートフォン決済」が4割半ば。キャッシュレス決済が浸透傾向
- 普段の買い物で商店街を「利用している」は29.8%、市内商店街で開催されているイベントに「行ったことがある」が35.7%
- 商店街がどうなれば、より利用するかは、「品揃えを豊富にする」「品質・鮮度が良い商品を揃える」が上位

【来街者実態調査】

- 遊びや観光に求めるものとしては、「おいしいものを食べる」「リフレッシュ・ストレス解消をする」「家族や友人・恋人と一緒にいる時間を楽しむ」「こころを豊かにする」「新しい経験をする」が上位
- 来訪に際しての宿泊経験は、「宿泊したことはない（日帰り）」が82.7%、「調布市内に宿泊したことがある」が16.0%
- 調布市内での周遊ルートは、「特にない」が78.8%、「ある」は21.2%
- 今後、より多くの人に調布市を訪れてもらうために、「インターネットを活用した情報発信」「グルメや飲食店の充実」「SNSを活用した情報発信」が必要

国内の動向（2024年版中小企業白書・小規模企業白書より）

- 中小企業・小規模事業者を取り巻く経営環境について、感染症の5類移行や供給制約の緩和によって回復が見られる一方、物価高騰・人手不足の課題に直面
- 人材確保に向けて、経営戦略と一体化した人事戦略を策定した上で、職場環境の整備に取り組むことが重要
- 小規模事業者は、売上不振をはじめ原材料高や求人難等、厳しい経営環境に直面
- 販路開拓や人手不足、資金繰り等の経営課題に対応しながら、売上を確保し事業を持続的に発展させていくことが重要
- 開業費用の少額化が進んでおり、創業にチャレンジしやすい環境

調布市の特徴

- 様々な都市機能を備え利便性が高く、豊かな自然環境と調和したまち
- 定住人口が増加
- 深大寺や文化会館たづくり等の歴史・文化施設、調布駅前の商業施設、国際スポーツ大会の開催が可能な大規模施設
- 映画・映像関連企業が集積した「映画のまち」
- F C東京等と連携したスポーツ振興のまち
- 名誉市民の水木しげる氏が50年以上住み、さまざまな作品を世に生み出した「水木マンガの生まれた街」

これまでの取組

【商工業振興】

- 調布市商工会への支援
- 商店街買物環境整備等の支援（イベント、街路灯電気料金、施設整備等）
- イオンシネマ シアタス調布の開業を契機とした映画チケットの半券サービス事業
- 世界的なスポーツ大会の開催を契機として、市内事業者が作成した製品等のPR

【観光振興】

- 古刹・深大寺を核とするイベントや神代植物公園主催の各種イベントの開催支援
- 「水木しげる氏生誕100周年記念プロジェクト」や「ゲゲゲ忌」をはじめとする「水木マンガの生まれた街 調布」の推進
- 映画・ドラマ等ロケ支援（フィルムコミッション事業）、ロケツーリズムの推進、映画・映像関連企業との連携した取組などの「映画のまち調布」の推進
- 調布花火の開催
- F C東京をはじめ、プロスポーツチーム等と連携した地域活性化事業の展開
- 多言語による観光マップや無料公衆無線LAN（Wi-Fi）の環境整備

【事業者支援】

- 新型コロナウイルス感染症や物価高騰の影響を受けた事業者への支援（商工会との連携による感染予防対策支援事業、消費喚起策（プレミアム付商品券事業、キャッシュレス決済ポイント還元事業）、物価高騰支援事業）の実施
- 中小企業事業資金融資あっせん事業や金融機関と連携した中小企業支援事業実施
- 創業等相談、テーマ別個別相談、融資個別相談、セミナー・講演会の実施
- スモールオフィス（産業労働支援センター内）での創業支援や商店街の空き店舗等を活用した創業チャレンジ支援事業の実施

【雇用・就労の支援】

- ハローワーク府中との連携による調布国領しごと情報広場の運営参画、マザーズコーナーにおける就労支援、地域若者サポートステーション事業の支援
- 高齢者の働く機会の確保や、障害者の雇用促進に関する支援制度、ちょうふ就職サポート等との連携による生活保護受給者の自立支援

1 市内事業者について

- 新型コロナウイルス感染症の感染拡大前の売上高水準に達していない市内事業者が半数を超えており、売上創出のための消費喚起策や、事業基盤の安定化に向けた支援策の充実が求められています。
- 市内事業者の約6割が仕入単価上昇の見通しを有しています。資源価格の高騰・高止まりによる収益力低下が経営安定化への大きな懸念材料となるため、足下の物価高騰対策支援は引き続き重要視されます。
- 市内事業者から施策ニーズとして高い「デジタル化（IT化）への支援」「人材確保・育成への支援」「消費喚起策の実施」をより充実することで、市内事業者の生産性や稼ぐ力の向上、事業の持続的発展に繋げることが求められています。
- 創業チャレンジ支援事業や見本市等支援事業など、ニーズに対して利用枠が不足しており、より事業を活用してもらえよう対応が求められています。
- 円滑な事業承継支援に向けて、関係機関との連携強化が求められています。
- 人件費の高騰を価格に転嫁できる環境整備が求められています。

2 商工業について

- 新型コロナウイルス感染症を契機とした消費者ニーズの変化や社会全体のデジタル化への急速な進展に対応するために、デジタル化（≒DX）を通じた事業変革により、新規需要開拓や付加価値向上を図ることが重要です。
- 市民が市内の商店街に求めているものとしては、「品揃えを豊富にする」「品質・鮮度が良い商品を揃える」が上位に挙げられており、市民ニーズに対応するための商品力・サービス力向上による付加価値化・差別化を図ることが重要です。
- 市民が市に期待する施策として、「子どもや高齢者にやさしい産業・商業の創出・育成」「商業・商店街活性化支援」「消費喚起策を充実」が上位に挙げられており、まちのにぎわい創出への取組が重要視されています。
- 商店街などで小売業の路面店が少なくなってきており、各商店会の特性にあった機能の充実を図ることが重要です。
- 商店会数の減少、役員の高齢化・成り手不足に対応するため、商店会の組織力の強化に向けた取組が求められています。
- 大型の空き地がなく、住宅地が多く所在するため、工業及び製造業の開業や営業がしづらい弱みを克服するための取組が求められています。

3 観光について

- 市民、来街者ともに、市内の多くの観光資源を認知しているものの、複数の観光資源を一度に周遊する「回遊」はあまり行われていません。また、数多くある観光資源をつなぎあわせて複合的な効果や成果を生み出す取組も不足しています。こうした点を踏まえて、市内の観光資源の価値を再発見・再認識・PRするとともに、集客・回遊・消費の好循環を創出するための取組を充実することで、観光をきっかけとしたシナジーを作り出すことが求められています。
- 知名度が高い名産物・フードが不足しており、遊びや観光で求められる「おいしいものを食べる」というニーズに対して、調布らしさを実感できる商品・サービスを充実することが重要です。
- 時流に乗った効果的な情報発信の手段を用いて、市民や来街者に市内の観光資源や名産物、イベント等をより知ってもらえるような取組が重要です。

4 雇用・就労について

- 市内事業者における人手不足感は、正規社員、パート・アルバイトに関わらず高まっており、人材確保・育成支援の充実が求められています。
- 後継者不足に悩む中小企業に対する事業承継支援も、引き続き重要です。
- 時給単価の高い都心部に人材が集まりやすく、市内で働くことの魅力発信が必要です。

5 起業・創業について

- 開業費用の少額化が進む等、創業にチャレンジしやすい環境が整う状況の中ではあるものの、より一層、起業・創業に挑戦するチャレンジャーへの支援充実が重要です。
- 経営相談員が常駐し、事業者の相談体制が充実している産業労働支援センターが市内に存在していますが、同センターの認知度が高いとは言えない状況です。同センターの認知度向上を図りつつ、必要な支援を、必要なひとに、必要なタイミングで提供する仕組みを構築することが求められています。

下線及び太字にしている部分は、第1回策定検討委員会において委員の皆様にご意見を踏まえたものとなっています。