

第2回 調布市産業振興プラン策定検討委員会 会議録

令和6年7月4日(木)
午後3時から5時まで
調布市役所5階 市長公室
傍聴者 0名

<出席委員>

八幡 一秀, 鎌田 裕美, 秋沢 淳雄, 大前 勝巳, 高木 克人, 戸嶋 容子,
三浦 崇, 渡邊 智宏, 長峰 美夫, 武口 彩佳

<次第>

- 1 開会
- 2 委員の交代について
- 3 市の現状と課題について
- 4 (仮称)調布市産業振興プランの骨子構成(案)について
- 5 事務連絡
- 6 閉会

<資料>

- 資料1 調布市産業振興プラン策定検討委員会委員名簿
- 資料2 (参考資料)市民実態調査結果(年代別分析抜粋)
- 資料3 (参考資料・再掲)調布市の特徴
- 資料4 現状と課題
- 資料5 (仮称)調布市産業振興プランの骨子構成(案)
- 資料6 (仮称)調布市産業振興プランの骨子(案)

<会議録>

1 開会

2 委員の交代について

事務局より資料1の説明が行われた。

(新たに委員になった三浦委員より挨拶)

3 市の現状と課題について

事務局より資料2・3・4の説明が行われた。

八幡委員長 何かご意見やご質問はあるか。

大前委員 資料3について、「観光資源は数多く存在するが」とあるが、調布市には本当に観光資源が数多くあるのか少し疑問に思う。観光協会の役割は、市外から人を呼んで市内で消費をしてもらうことだと思う。そう考えると、今あるものではなく、そのための企画、例えば、水木しげる先生が調布市に住んでいたというだけでは、消費にはつながらないので、市外の方に調布市内で消費をしてもらう企画を生み出していくことが大事。

また、「知名度が高い名産物が不足」とあるが、不足しているのではなく、知られていないだけで、PR、売り出し方の問題だと思う。名産物をお土産と考えた時に、単純にお土産にできていない。例えば、地方発送に対応していない、まだ掘り起こせていないだけで、名産物になるような種はたくさんあると思う。既にある地域の名物を掘り起こしたり、育てたり、どうしたらお土産にできるのかを支援することが必要なのではないか。そのためには、種になるものの調査が必要だと思う。

長峰委員 観光ボランティアガイドをしており、深大寺の案内所の前で観光案内をしている。調布市の観光ボランティアだが、実態としては、深大寺の案内だけに特化されており、本当は、もう少し広く調布市を見て、活動できると良いと思っている。深大寺の他にも情報があれば、観光ボランティアはその情報を持って、深大寺に来た方に対して、「こういうところがありますよ」とアピールできる。

また、お土産関係について、真似する必要はないと思うが、武蔵野市には武蔵野プレミアムというものがある。武蔵野市のお土産として、代表的な魅力のある商品をPRして、地域ブランドを確立し、地域の活性化に貢献する、という取組をやっている。あれはなかなか良い。市民審査会と最終審査会を経て認定されており、一回認定されると、冊子にまとめたり、ホームページやSNS等を用いたりしてアピールしている。武蔵野FMでは、売っている店でインタビューをして、購入者に感想を聞いたりしている。

渡邊委員 仕事で多摩地域の自治体を色々回っていると、他自治体に比べ、調布市は観光資源が数多くあるという話をよく聞く。例えば、多摩市のパルテノン多摩

でミュージアム企画展「鉄道が街にやって来た～多摩ニュータウン鉄道開通50周年～」を開催しており、各地から数多くの客が見に来ている。ただ、見には来ているが、その後、行くところがなかなかない。また、清瀬市では、西武鉄道池袋線の清瀬駅が開業100周年を迎えるにあたり、清瀬出身の中森明菜の楽曲を清瀬駅の発車メロディにして、記念行事を行っているが、ここも、その後の行き場がない。せっかく来てもらっても、回遊する場所がないと伺っている。檜原村では、ふるさと納税の返礼品として、名産のじゃがいもを活用して、ひのはらファクトリー（檜原村じゃがいも焼酎製造等施設）で製造しているじゃがいも焼酎が支持された。要因は、コロナ禍で外出を控えたお酒好きな方々から注目を浴びるようになったと聞いている。調布市は、多摩地域の他の自治体からすると観光資源が多く、他から見ると羨ましい。やり方をもっと検討していけば、他の自治体よりも、伸び代はあると思う。

武口委員

「市内回遊の仕掛けづくりが課題」とあるが、先日、第16回味の素スタジアム感謝デーに参加させていただいた。そこでスタンプラリーをやっていて、全てのポイントを達成すると、味の素の商品をもらえるキャンペーンをやっていた。例えば、調布飛行場を経由してスタンプラリー等を実施すれば、市内回遊の仕掛けづくりに良いと思う。また、各地であいぱく（アイスクリーム万博）が開催されているが、そういうフード出店のイベントを開催して、市外からの集客を試みるのも良いと思う。さらに、調布市の姉妹都市である木島平村の名物であるお米や野沢菜等を使用したフードを出店する等すれば、市外の人に知ってもらえるきっかけにもなるうえ、まちの活性化にもつながると思う。そのほか、調布市の産業振興の公式アカウントをXで作り、フォロー限定のクーポンを配布したり、リポストした人を対象に抽選で深大寺そばや鬼太郎グッズがあたる企画を実施したりしてみたらどうか。

戸嶋委員

資料2について、普段の買い物で自宅周辺を使うのは高齢者が多いのではと想定していたが、意外と若い人が多いことに驚いた。隣のページには、自宅の近くにならぬから使わないとあったが、ここは変えようがない。それなら、その下の段の「お得感がない」という部分をもう少し工夫できれば、近隣のお店に寄ってくれるのかなと思う。その中で、武口委員が指摘した回遊できるものがあると良いのではないかと思う。また、働く際の重視点では、賃金や待遇は会社の事情によるため、どうしようもないことだが、「プライベートを大切に」というのは若い方が思っているもので、隙間時間をうまく活用できるような、市内を回遊できる催しなど、何らかの仕掛けがあれば、活性化につながるのではないか。年代別の結果で、非常に面白いものが出ていると思う。

資料3の雇用については、ハローワークとの協働事業が強みというのは良いとして、弱みに挙げている勤労者互助会の利用者数が減少していることはリンクしないと思う。マザーズコーナーも、なかなか周知がいき届いていな

いことが弱みだと思う。ハローワークは、仕事を辞めないと利用できないと思われることもある。在職中でも利用できるということを知らない人もいる。PRをもっとうまくできれば、もう少し利用者数が伸びるのではないか。

長峰委員 資料2の年代別分析の4の調布のイメージのところだが、「せんがわ劇場や文化会館たづくりなど、豊かな芸術文化に触れることができるまち」や「桐朋学園や電気通信大学をはじめとする、複数の教育機関・研究機関が立地するまち」は、全世代にわたり低い。芸術文化に触れることが低いとはなっているが、調布国際音楽祭のコンサートに2～3つ行った際は、どれも満席で人気があると感じていたため、アンケート調査結果とのギャップを感じている。好きな人は好きで、そうでない人はそうでないということだと思うが、芸術文化面でのアピールは、もっとできると思う。

三浦委員 武口委員に触れていただいた第16回味の素スタジアム感謝デーだが、今年は2万人くらい来場していただいた。資料3、観光振興の一番上だが、弱みの「特定地域(深大寺⇔調布駅周辺、イベント実施場所のみ)の観光が多く、市内回遊への仕掛けづくりが課題」というのは、私が味の素スタジアムにいた時も同様に課題だった。ホームのFC東京や東京ヴェルディファンの方だけではなく、地方からアウェイのチームの方が来る。動向を調べてみると、試合の2時間くらい前にスタジアムに来て、試合が終わると帰ってしまう。この方たちを、深大寺等に流せないかと検討していた。市内回遊の仕掛けづくりは非常に難しく、交通事業者や施設とうまく連携することができていない。そのあたりを、皆さんにご協力いただきながら、うまく解決できると良い。毎週、何千人、何万人の方が来るのを、調布の中で回遊できないのは勿体ない。

秋沢委員 資料2は、非常に参考になる。地元で商売をして商店会に所属しているので、地元の商店街で買い物をされない方が6～7割とショッキングな数字もあったが、買い物しやすいまちであることは間違いないし、住みやすいことにはつながっていると思う。商工会として、どのようにしたら足を運んでもらえるのか。実際に商店会の抱える悩みや課題として、資料4にも出てきているが、役員の高齢化、後継者がいないという問題に加え、商店会に入っている会員はサービス業が多くなってきている。そのため、普段の買い物を商店会でという場がなくなってきている。そこが利用していないというところにつながっている。最終的には、その課題を解決しなければ、商店会そのものが衰退していく方向に向かってしまう。サービスの質をどう上げていくのかを商工会の中で検討していくことが必要と感じた。

また、物価高騰関係で、調布市からかなり支援をしてもらっていると感じているが、本来であれば、原材料やガス・電気代が上がっていくと同時に、それを価格転嫁しないとイケない。ただし、現実問題として、販売側からする

と、値段を上げるとお客様に買っていただけないのではと思う。プライスゾーンがあり、これ以上上げると客足が逃げていくとか。なかなか価格転嫁できないことも課題。価格転嫁しない限りは、事業の継続性にはつながらない。そういうところも、課題として挙げた方が良いと思うし、事業者だけでなく、市や商工会で、どのように対応していくのかを検討する必要がある。調布市には、色々な素材・観光資源があると思う。そこをどうやって回遊させていくのか。24万人の市民をどう回遊させるのか。市外からは100万人単位の方が来てくれる。新宿、渋谷に近く、宿泊施設が少ないこともあるが、その人たちにどう回遊してもらおうのか。それらも課題に挙げて、今後考えていくと良い。

鎌田副委員長 調布市にお住まいやお勤めの方には怒られるかもしれないが、調布市単体で観光客を呼び込むというのは、不可能に近い話だと思う。皆さんも同じだと思うが、「わざわざ〇〇商店街に行こう」と思う人は、そうそういない。結果として、どこかとリンクすることを避けられない。そこに来て、さらに回遊してもらおうとなると、かなりミスマッチな話だと思う。良かれと思ってやったことが、全て裏目に出てしまう。結局、誰も来ないということになりかねない。税金を使って何かをするということを考える以上は、市民の方にきちんと説明できるようにお金を使わないといけない。観光専門なので、色々なところで観光の専門の方から話をお伺いするが、主観的と言ったら非常に失礼だが、「我々は、こんなに良いものを持っているから、来てもらえるはずだ」というところから話がスタートする。それは決して間違いではないが、本当に来てもらえるような吸引力を持っているのかを考えていかなければいけないと思う。どんなに言っても響かないと人は来ない。

1つ注目したのは、資料2のP11、市民の方が「友人や知人に対して、買い物・遊び、または観光を目的に訪れるまちとして、調布市をお薦めしたいと思いますか。」という設問に対して「お薦めしたい」が30%後半～40%前半くらいある。これは非常に注目すべき点だと思う。観光分野でVFR (Visiting friends and relatives)と言って、友達や家族を訪ねる観光が、1つの観光形態として確立されており、特に海外でそういう研究がされている。プロモーションやイベントをやりがちだが、そういう話ではなく、むしろそういう方々にホストになっていただき、「住んでいて楽しい」とか「お薦めしたい」というものを、どんどんお薦めしていただく方が、よほど費用対効果も高い。基礎調査等の設問にもなかったため、前回会議で言えば良かったが、観光客に対して「家族等を訪ねてきたのかどうか」という質問は、非常に大切。どこに行ったのかは聞いていたが、それにはどういう情報で行ったのか。そこに行こうと思って調べて来たのか、たまたま友達を訪ねたら、こんな良いところがあるよということで連れてきてもらったのか。そこはきちんと分けた方が良い。もしそれで後者であれば、そういう方々がホスト(受

け入れて、きちんとガイドする人)になっていただける。そういう人たちを
どんどん育成する。普段の生活で魅力に感じていることを、市外の方に伝え
ていただく。これをもう少し積極的にやれば良いと思う。40~50歳の女性の
自由意見をみても、わざわざ知名度の高いものをつくるようなことをしなく
ても、普段住んでいる方々が良いと思って、もし友達が来たら連れて行こう
とか、食べてもらおうとか、買ってもらおうというものを持っていると思う。
モニタリングコストが高くなるので難しい話だが、もっとそれを掘り起こし
て、もう少し人を呼んでみませんかというインセンティブにつなげた方が良
いのではないかと思う。例えば、市外からきた人を呼んだら何かインセンテ
ィブをつけるとか、証明を持ってきてもらえれば飲食店の優遇や商品券を渡
すなど。また、家に泊めましたという場合、金銭的な補助は難しいが、何か
友達や家族との思い出作りのために、何か支援するということも考えられる。
そういう方が、よほど人を呼べるし、こちらが気付いていないような、住ん
でいる人だからこそ思っている魅力をどんどん広げてもらえると思う。そう
いうことと合わせて、イベントやクーポンをやった方が効果は高くなる。単
体でやるのではなく、知ってもらうためには、何回もやる必要があると思
う。今、リピーターの研究をしていて、満足度が重要とよく言われるが、実
は満足すると再訪しないということがわかってきた。大切なのは心残り。も
っとあれをやりたいかったとか。満足させようとすると、逆に人がこなくなる
可能性もある。是非、心残りをうまく作っていただき、住んでいる人は常に
色々な発見をされていると思うので、それをよりうまく喚起してやっていく
と良い。

高木委員 今は電気通信大学に勤めているが、出身は東大和市。10歳の頃から深大寺に
ある桜田倶楽部・東京テニスカレッジに通っていたおかげで、前向きに生き
ようという想いが芽生えた。そういったきっかけで、調布というのは自分の
人生の立て直しができたまちだと、小学校の頃からずっと思っている。調布
に来て勤めていて思うことは、スポーツや勉強でも、誰しもうまくいかない
時期はあると思うが、前に進んでいる、ステップアップしていると感じてい
る時は、何をやっても楽しく感じると思う。テニスクラブなど自身のステッ
プアップにつながるような場所と観光を組み合わせるといったやり方もあ
るのではないかと思う。

戸嶋委員 資料2のP9だが、「品揃え豊富にする」というのはすぐには難しく、「駐輪・
駐車場を整備する」も意外とハードルが高い。行ってみたいところがあつた
時に、駐車場がないからとか、混むから行けないということが結構ある。本
人たちではできない整備を、公共でやってあげるのも一つのやり方だと思
う。歩きやすさ、行きやすさがないと、そこに辿りつかない。そういう部分を行
政が整備できると良い。自宅に友達を呼んでも、駐車場がないから行けない、
混んでいるから行けないというのは勿体ないと思う。

八幡委員長 おおよそ、皆さんからご意見を出していただいた。次の議事4に進みたい。

4 (仮称)調布市産業振興プランの骨子構成(案)について

事務局より資料5・6の説明が行われた。

八幡委員長 何かご意見やご質問はあるか。

長峰委員 基本方針2, 取組方針2に「調布市観光協会の運営の支援」とあるが、観光協会は、調布市から見た場合、外にある組織として支援するのではなく、同じサイドなのではないか。「支援」というのは違和感がある。調布市と一体化して動くものではないかと思う。書き方を工夫したら良いと思う。

大前委員 「一体となって」という言葉にした方が良いと思った。

事務局 観光協会は、市とは、基本、別組織ではあるが、調布市の観光行政を司っているところではある。長峰委員のご指摘は全く違和感なく、理解した。立場は一緒だというご意見だと思うので、記載方法は検討したい。

大前委員 基本方針1, 取組方針1では商工会, 取組方針2では商店街となっているが、商店会と商店街の使い分けは何か意味があるのか。

事務局 商店会については組織に対する運営支援, 商店街は場所・ハード的なものを想定し使い分けしている。わかりづらいようであれば、今後の中身の記載の中で、違いを示していきたい。

大前委員 商店会と商店街という言葉だけだと、書き間違いかとも思う。そういう意図があるのなら、意図が伝わるような言葉を追加した方が良い。

秋沢委員 基本方針1, 取組方針1の「商工会, 商店会の支援」について、今までも様々な支援をいただいた。同時に、商店会への支援のあり方に関して、商店会数も減ってきている。これからも減っていくと思う。統廃合と言うのか、店舗数が少なくなり、商店会がなくなりました、ではなく、今現状あるうちに、近隣の商店会と一緒にしていくような考え方も必要なのではないか。調布駅前には5つの商店会が連携しながらやっているが、ここも統廃合しても良いのではないのかとも思う。今後の10~20年先を考えた場合、商店会の統廃合に向けた支援の仕方があっても良いのかなと思う。早い段階でしっかり先を見通した上で、こうした話も出しておくことも必要だと思った。

渡邊委員 商店会の統合に向けて、交渉ごとはどこが受け持つのか。

大前委員 例があるとすれば、以前は商店会連合会があったが、10年前に解散し、商店会同士の組織が、調布には現状ない。トリエができるにあたり、近隣の商店会との連携組織を作ろうという話になり、6年目になるが調布駅前商店街という任意団体ができた。その取りまとめをしたのは、当時の産業振興課であった。

渡邊委員 日野市でも同じような話があった。日野駅前に5つの商店街があり、そこでバーを経営している人たちが、まちに活気がないということで、市の産業振興課に掛け合い、1つの商店街にして欲しいと要望を出した。1年半くらい

かかり、1つの商店街として立ち上がったが、交渉がとても大変だったというのを聞いていた。簡単なことではないとは思いますが、やる気のある方々はいると思うので、それがまとまるということは、発展に向けて前に進む一歩なのかなと思う。

戸嶋委員 基本方針3、取組方針3で「人材確保・事業承継に向けた支援」とあるが、事業承継と人材確保は別ものなので、分けた方が良いと思う。

事務局 検討したい。

鎌田副委員長 骨子案の全体構成だが、目指す姿に「まちの将来像（全体）」と「分野別の将来像」の2つがあり、なおかつその間に「基本目標」がある。これら全てを含めて「目指す姿」と呼んで良いものか。また、基本目標が「するために」で終わってしまっているが、「するために〇〇をする」というところまで書かないと、基本目標にならないのではないか。基本目標を「するために」、「分野別の将来像」を実現するという読み方で良いのか。そうだとすると、「調布ならではの魅力にあふれ」が観光、「活気に満ちたまちにする」が産業ということで良いのか。そうだとすると、産業は良いとして、観光は、基本目標で「調布ならではの魅力にあふれるために」、分野別の将来像で「調布ならではの魅力でみんなをわくわくさせる、にぎわいのあるまち」にするというのは、全く説明ができていない。魅力にあふれるために、魅力でみんなをわくわくさせるは、日本語として矛盾があるのではないか。それで基本方針に落ちていくと「魅力発信」になり、取組方針3でも「魅力発信」になっている。とても大事なところだが、パッとみて、よくわからない。資料6のP32に示される部分だと思うが、まず、はじめにどういうプランになっているのかの背景から話を進めないと、この骨子案自体が、何のために存在しているのかわからない。何をしたいのかも、よくわからない。ただ分厚い資料になり、伝わらないものになっては勿体ない。もう少しキーワード、ワーディングを、わかりやすくした方が良い。目指す姿と基本方針がどうかかわっているのか、よくわからない。

事務局 基本構想側の記載内容については、既に市民会議を通じて策定されたものであり、変更することはできないが、基本方針側との関係性については、検討したい。

大前委員 先ほど秋沢委員から商店会の統廃合の話が出たが、今後の取組指針にも関わるので、次回以降の話になると思うが、解決策の1つに事務局の設置があると思う。そのためには、一定規模の商店会にならないといけないので、商店会の統廃合が必要になる。では、なぜ商店会の統廃合がなかなか進まないのかというと、大きなところでいうと、現状の商店会の事業で大きなものが、イベントとお祭りになる。そして、イベントとお祭りの予算、補助金は、基本、商店会単位でおける。統廃合してしまうと、例えば5つの商店会だったものが、1つの商店会分しか補助金がおきなくなる。そうなると、商店会の

エリアは広がったのに、規模の小さいイベントしかできなくなる。それをなくすにはどうしたら良いかという、法人化させる。そうすると、もう少しレベルの高いところから補助金をもらうことができる。それまで100万円単位だったものが、1000万円単位になったりする。ただ、その法人化を進めるための様々な事務手続きや調整というのが、商店会の役員・メンバーでは難しい。また、新しい組織の収益事業が必要になる。そのあたりを商店会のメンバーだけで、どうにか解決していくというのは限界がある。是非、そのあたりは、市や商工会と一緒に、どうやったら商店会が市の中で然るべき役割を果たせるのか考えていきたい。今の商店会は、買い物だけではなく、地域の安全・安心を支える側面もある。そうした役割も認識しつつ、今の地域の商店の機能を、これからも維持していくためには、そういったところに持っていくための戦略であったり、将来像を示せると良い。そういうことも、取組方針の記載にあると嬉しい。

八幡委員長 法人化という、協同組合型をお考えか。

大前委員 他には、一般社団法人というものもある。

戸嶋委員 基本方針3、取組方針1「中小企業・小規模事業者への支援」とあるが、支援には、助成金や貸付等色々ある。貸付については、収入を得られないと回収が難しい。そういう意味で、支援の仕方をどうしていくのか。回収できるかどうかの見極めが必要だと思う。

事務局 市では、中小企業・小規模事業者への支援として、直接の貸付ではなく、融資をあっせんし、信用保証料の補助や利子補給などを行っている。引き続き、必要な支援を行っていく。

高木委員 商店会については、個の頑張りだけでは何ともならない時代になっていると思う。基本方針は全体感を捉えられていると思うが、基本方針1～3の全てに「集客」という文字が入っている。調布のブランドとしての打ち出しをもう少し絞って、何が強みなのかを示した方が良い。例えば、調布市はスタートアップのまちだとか。そういう風に、端的に、わかりやすく絞り込んだ方が良いと思う。これもできて、あれもできて、全体としてフワツとしてしまうと、結局、全然変わらないで過ぎていく。その中で、どれをブランディングしていくのか。そのあたり、もう少し深く絞り込んでいき、調布市に集客できるように打ち出す必要があると思う。

八幡委員長 このあたりで終了したい。

5 事務連絡

事務局より次回策定委員会の日程について、説明が行われた。

6 閉会

鎌田副委員長 議事が全て終了したので、第2回調布市産業振興プラン策定検討委員会を閉

会する。

以上