

まえがき

稲城市は多摩地区の中でも都心をはじめとした各地域へのアクセスがよく、ここ数年において大きく都市基盤が発展しております。一方では梨やぶどうをはじめとした果樹等の農地や多摩川・多摩丘陵・各種施設の影響により多くの方がお見えになっております。

この様な中、市民が「地域資源」と呼べるものを再認識しシビックプライドを持ち、それを積極的に情報発信していければ、稲城を立ち寄りスポットや目的地と捉えて遠方より訪れる人は徐々に増加されると思います。また、訪問先が多岐に亘り始めている訪日外国人の来街にも繋がっていくことも予想されるため、「稲城市商業活性化プラン」を策定致しました。

当プラン策定においては商業者だけではなく様々な業種の代表者、稲城市の産業振興担当者、及び有識者からなる「稲城市商業活性化プラン策定事業委員会」を設けて、アンケート実施から調査計画・プランの内容検討まで行い報告書として完成いたしました。大勢の方々のご協力に感謝を申し上げます。

今後については、市内商工業者をはじめとして、稲城市行政等の支援を期待して、市民や各種団体等の協力を得ながら実現に取り組むことを目指していきます。

令和2年3月

稲城市商業活性化プラン策定事業委員会

委員長 遠藤 誠

商業活性化プランの概要

はじめに、本書における「商業活性化プラン（以降、本プランと記載）」という言葉の定義をしておきます。

本プランにおける「商業」とは、一般に広義の商業と呼ばれる範囲とし、稲城において行われる小売卸売業だけでなくサービス業（観光業、エネルギー関連産業、金融業等）を含むものとします。同時に、「活性化」とは、本書執筆時に国や稲城市においても政策目標として掲げている SDGs(Sustainable Development Goals/持続的な開発目標)を踏まえた、一時的な活性化を実現するものではなく、継続的・持続的な効果のある稲城市の事業活動の活性化、と捉えます。結果として、後述する「具体的活性化策」には商業者の他に、商業以外の産業に携わる多彩なプレイヤーが登場することになります。

上記を踏まえ、本書における商業活性化プランは以下の流れで記載いたします。

第1章：商業活性化プランの前提

本プランの前提となる商業活性化の考え方、計画期間等について記載します。



第2章：稲城市商業活動の現状と分析

令和元年12月現在における人の動き等の各種統計情報の確認、また、各種分析を行います。



第3章：商業活性化に向けた課題

現状を踏まえたうえで、課題となるものが何か、また、どういった方針で課題解決に繋げていくか、についてまとめます。



第4章：商業活性化に向けた提言

現状や課題を踏まえ、「環境」「社会」「経済」の観点から事業者支援と活性化プランの具体的な提言について記載します。



第5章：プランの実行体制等の提言

本内容を実際に遂行するためには、とりまとめる体制やリーダーシップの存在が不可欠となるので、この実行体制等に関する提言について記載します。



第6章：将来像について

本内容を実現することで目指す将来像等について記載します。

目 次

まえがき

商業活性化プランの概要

第 1 章 商業活性化プランの前提 - 4 -

1.1. 本プランにおける商業活性化の考え方..... - 4 -

1.2. 基本コンセプト..... - 5 -

1.3. 計画期間 - 6 -

第 2 章 稲城市商業活動の現状と分析 - 7 -

2.1. 各種統計情報..... - 7 -

2.1.1. 人口構成..... - 7 -

2.1.2. 人の流動状況..... - 11 -

2.1.3. 事業活動に関連する各種指標..... - 12 -

2.2. 各種アンケート結果..... - 18 -

2.3. 現在稲城市で行われている各種活動状況..... - 31 -

2.3.1. 体制・情報発信等..... - 31 -

2.3.2. 実施されている公的活動の具体例..... - 33 -

2.3.3. 実施されている民間活動の具体例..... - 35 -

2.4. SDGs と国や近隣自治体の動向 - 38 -

2.4.1. SDGs の概要 - 38 -

2.4.2. 国や近隣自治体の動向..... - 39 -

2.5. 現状分析 - 42 -

2.5.1 稲城の強み・弱み..... - 42 -

2.5.2 商業活性化に生かせる機会等..... - 43 -

第 3 章 商業活性化に向けた課題と解決方針 - 46 -

3.1. 解決すべき課題..... - 46 -

3.1.1. 消費の市街流出の防止（市内商業の活性化） - 46 -

3.1.2. 消費活動の市外からの誘引..... - 47 -

3.1.3. 積極的な新規創業の実現..... - 47 -

3.1.4. 既存事業者の活力向上..... - 47 -

3.1.5.	認知度の向上.....	- 48 -
3.2.	課題解決に向けた提言の基本方針.....	- 49 -
3.2.1.	SDGs を取り入れる背景.....	- 49 -
3.2.2.	SDGs を取り入れるメリット.....	- 49 -
3.2.3.	「稲城商人の新三方よし」の考え方.....	- 51 -
第4章 商業活性化に向けた提言		- 53 -
4.1.	提言内容の概要.....	- 53 -
4.2.	事業者支援に関する提言.....	- 54 -
4.2.1.	創業前・創業後の支援.....	- 56 -
4.2.2.	経営力向上・活力向上.....	- 62 -
4.2.3.	事業承継対応.....	- 68 -
4.2.4.	再チャレンジ(新事業挑戦)対応.....	- 73 -
4.3.	商業活性化に関する提言(稲城ブランド化).....	- 76 -
4.3.1.	主婦(家族)が幸せに暮らせる街.....	- 78 -
4.3.2.	高齢者が住みやすい街.....	- 84 -
4.3.3.	来街者と観光客も楽しめる街.....	- 91 -
4.3.4.	スポーツによる交流が盛んな街.....	- 97 -
4.3.5.	自転車と坂の街.....	- 100 -
4.4.	SDGs 先進都市としての稲城.....	- 103 -
4.4.1.	市民の自転車走行距離とCO ₂ 削減量の「見える化」及び自転車ポイントプログラムによる商業活性化.....	- 103 -
4.4.2.	竹や雑木からの炭の生成.....	- 106 -
4.4.3.	里山電力(移動式竹炭、木炭発電)システム.....	- 110 -
4.4.4.	マウンテンバイクによる里山ツアー.....	- 113 -
第5章 プランの実行体制等に対する提言		- 116 -
5.1.	プラン実行体制.....	- 116 -
5.2.	情報発信体制.....	- 118 -
5.2.1.	市としての情報発信.....	- 118 -
5.2.2.	商工会としての情報発信.....	- 118 -
5.2.3.	観光協会としての情報発信.....	- 119 -

5.2.4. 事業者別の情報発信.....	- 119 -
第6章 将来像について.....	- 120 -
[巻末補足資料].....	- 122 -
A) アンケートの内容.....	- 122 -
B) 図表目次.....	- 125 -

第1章 商業活性化プランの前提

はじめに、本プランとして記載する内容の前提となる理念・目的等の考え方等について記載します。なお、今後本プランに記載する現在とは令和2(2020)年1月の時点を意味するものとします。

1.1. 本プランにおける商業活性化の考え方

本プランでは、【シビックプライドの高い SDGs 先進都市へ向けた実践的活動】を念頭におき、どうすれば稲城市の商業が持続的に発展していくか、といった点に留意した提言を行います。具体的には、稲城市が多くの人々にとって「訪れて買い物をしたい街」「訪れて色々なアクティビティを楽しみたい街」そして「移り住んでみたい街」となっていくために、実現可能性が高く、なおかつ継続的な効果も期待できる、と考えられる内容を記載します。したがって、一過性で打ち上げ花火的なイベントの類は、本プランでは活性化策としての提言には含めません。地味であっても、稲城の強みを生かし、確実に成果に近づけるものに絞ったものといたします。

例として「里山の保全」が挙げられます。一見「里山の保全」は商業活性化・商業振興とは関係がないように考えられます。しかし、里山を適切に保全・整備するようになれば、保全・整備をすること自体が仕事を生み出します。しかも「都心に最も近い日本のふるさとが感じられる場所」として適切なPRを行うことで、これを目当てとして訪れる来街者の増加も見込めるため、観光としての事業機会創出にもつながります。また、子育て環境としても相応しいもの、といった観点から、「主婦が幸せに暮らせる街2位¹」の評価を更に高め、移住者の増加も期待できるようになります。更に、里山整備の中で発生する可能性の高い余剰となる竹材等の伐採材は、様々な形でリサイクルを図ることができ、稲城ならではの循環型産業の創出につながります。こういった形で持続的な効果が期待でき、かつ様々な相乗効果が期待できる提言を行います。

また、具体的に新たな試みを実行に移して継続的改善につなげていくためには、お金も必要ですが、「ヒト」という資源がより重要になってきます。従来型の商店街振興を目指した

¹ 株式会社 学研パブリッシング（平成26(2014)年の調査時：現在「株式会社 学研プラス」）による104都市4,793名の20歳～49歳の主婦を対象とした調査結果。日常生活における幸せ度を聞き、「暮らし」「家族」「お金」「食事・健康」「モノ・趣味」の5つの指標で点数化(Happy Quality=HQ指数)した結果

各種施策は、この視点によるアプローチに若干弱い部分があり、イベント実施等による施策の効果として一時的に大勢のお客さんが集まっても、参加・出店する商業者はその恩恵が継続的な効果として得られず、終了後には再び元の状態に戻る、といった状態を繰り返す、という点は否めない状況があります。そこで本プランは、一部の方には商業活性化への即効性は必ずしも感じられないかもしれませんが、5年後、10年後の稲城市の商業を支える人材の発掘にも言及します。

更に、様々な調査や事業者の方からの商業活性化への提言内容によると稲城市には外部に誇れる財産が多数眠っていることが分かります。稲城の魅力は一般的に言われる様な”よみうりランド”や、”梨・ぶどう”だけではありません。先述の「里山の風景」にはじまり、各種伝統芸能やスポーツ施設など、簡単に列挙するだけでも両手ではとても足りないくらいのもので溢れています。本プランは、新たにハコ・モノ投資を行うことなく、元々ある地域資源を活性化の起爆剤と位置付け、見せ方の工夫や内容の充実を進めていくことで、稲城の人々が稲城市内を回遊するようになり、稲城以外の地から来街者がやってくるようになるストーリーを描いていきます。

こういった形で、今の稲城が保有している強みを生かし、稲城市全体の持続的成長につなげることができる手法や体制の考え方を本プランで提言致します。

なお、KPI(Key Performance Indicator/目標達成指標)的なものは本プランでは記載していません。どの提言を採用し、こういった形で進め、数値目標をどう定めるか、については、今後、実際の推進体制が確立した後、その中で具体的に検討することとなります。

1.2. 基本コンセプト

前項で記載した基本的な考え方を受け、本プランにおける各種提言を行ううえで、ここに基本的なコンセプトとして【都心近郊に感じるふるさと】を掲げます。

ここでいう「ふるさと」とは、

- ・ 従来の「助け合いの精神」が時代に合った形で適切に残された商業環境であること
- ・ 居ながらにしてノスタルジーを感じられる地域柄であること
- ・ 一人一人の存在が認められ、安心して過ごせる「居場所」であること

といったイメージを総合的に表す言葉といたします。後述いたしますが、稲城市の現状を踏まえると、この姿を目指すための各種提言が、稲城市の強みを生かした持続可能な発展

につながると考えられるためです。

これ以降、この「都心近郊に感じるふるさと」をコンセプトとして、本プランの提言を行います。

1.3. 計画期間

本プランは、今後令和2(2020)年から10年にわたって検討し得るものとして記載しています。別の言い方をすれば、前述した「都心近郊に感じるふるさと」を現在から10年後である2030年頃を目途に実現するために有効と考えられる提言として記載しています。しかしながら、現在稲城市企画政策課にて取り纏め中である稲城市の長期計画の状況、社会情勢の変化等に随時対応しながら、適宜見直しが必要となる場合があることにも留意が必要です。

なお、本プランの策定に先立ち、平成21(2009)年に商業活性化プランが策定されました(この前回の商業活性化プランを、これ以降”前プラン”と記載します)。本プランは、この前プランの策定から10年が経過した現在の状況において、改めて稲城市の現在の商業活動等を見直す中で、現在以降10年を想定した提言となります。しかし、当然商業活動そのものは2030年で終わるものではなく、ずっと続いていくものです。したがって、5年後には、その5年後の時点において、それから10年後を想定した計画を立てる等、常に将来像を想定しながら活動することが必要となります。

本プランはこの「10年以内等における次の商業活性化プラン等の見直し」をする際の道標にもなるものとしております。そこまでを、本プランの計画期間とします。

第2章 稲城市商業活動の現状と分析

稲城市は、府中市・多摩市・調布市・川崎市（多摩区・麻生区）に隣接し、住民基本台帳による人口は91,540人（令和2(2020)年1月末現在）で、多摩地域に26ある市の中で18番目の人口規模となっています。新築マンションや一戸建ての分譲により多くの人口が流入する傍ら、梨などの農業や伝統芸能が今も伝わる、多様な顔を持つことが特徴の稲城市においては、前プランが策定されてから10年が経過し、当時と現在では市の状況にも変化が見えています。本章では、各種統計データとそれを基にした分析結果から、これまでの変化とこれからの変化について確認し、市の現状を明らかにします。

2.1. 各種統計情報

本プランにおける提言根拠となる、各種統計情報につき、本節において記載いたします。

2.1.1. 人口構成

はじめに、稲城市内人口について記載します。現在と前プラン策定時との比較を行ったうえで、将来予測および地域単位での人の動きについて記載いたします。

(1) 人口と世帯の特徴

はじめに、平成27(2015)年から令和元(2019)年の5年間の人口の伸び率を算出しました（図2-1）。前プランの数値（平成16(2004)年から平成20(2008)年の人口の伸び率）と同様、稲城市の人口の伸び率は高い結果となっています。ただし、稲城市の伸び率は前回より1.1ポイント低下している中、調布市の伸びが前回の-0.9%から4.7%と5.6ポイントも上昇しているのが特徴的で、稲城市からの流出も留意しておく必要があります。

次に、世帯構成について、前プラン策定時と現在の状況と比較します（図2-2）。平成17(2005)年から10年経過した現在に見える変化は、夫婦子供の減少と、高齢夫婦、夫婦のみ、単独の各世帯が増加していることにあります。つまり稲城市は、若年層（単身と夫婦のみ世帯）の流入で、若返りの傾向にあると推測できます。地域ごとに見ていくと、若葉台はファミリー（夫婦子供/18歳未満のいる世帯）が多く、矢野口、東長沼、大丸といった鉄道駅に近い地域には一人暮らしが多いことが分かります。また、坂浜、平尾、押立、向陽台、

長峰は高齢夫婦（65歳以上の夫婦のみの世帯）が10%を超えており、今後の高齢化に対して注視すべき地域と言えます。住まい方（自己所有か賃貸か・一戸建てか集合住宅か）別世帯数については前プラン策定時と大きな変化はなく、持ち家比率が65%、そのうち一戸建比率が半数以下であることから、自己所有の集合住宅に住む市民が多い傾向にあることに変わりはありません（図 2-3）。

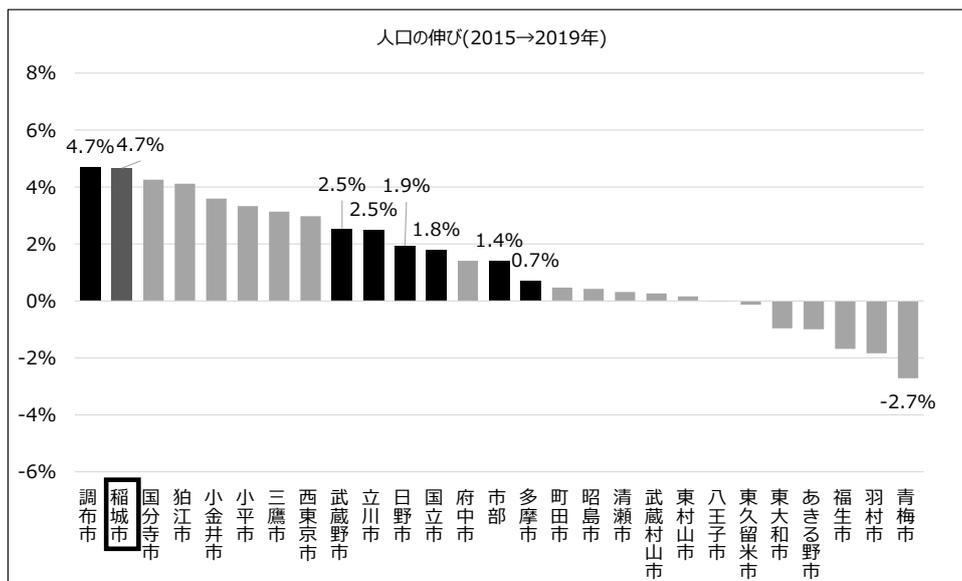


図 2-1：多摩地域の市部の人口の伸び²

出典：住民基本台帳

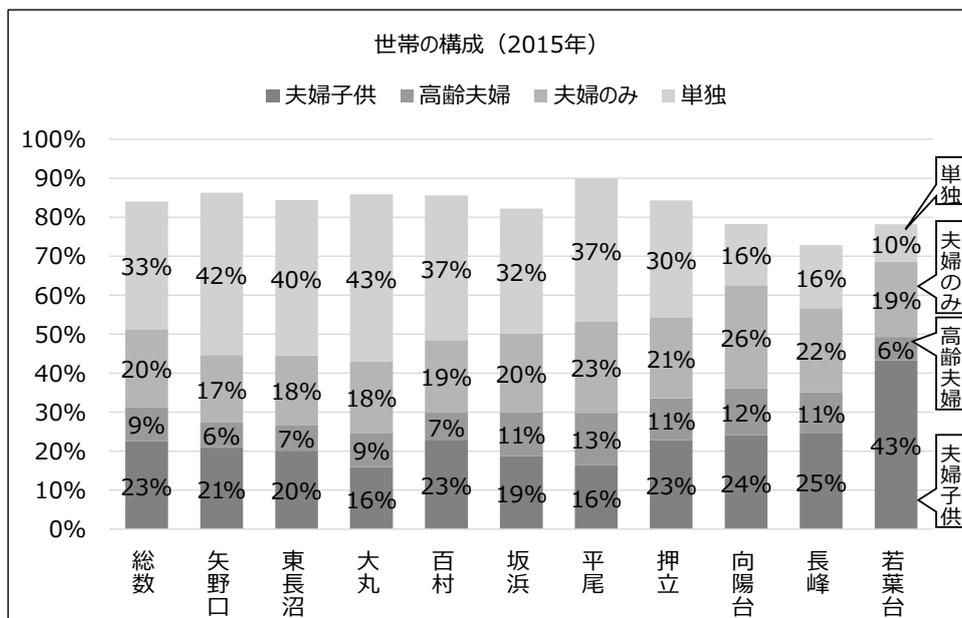


図 2-2：稲城の地域別の世帯構成

出典：住民基本台帳

² グラフが濃い色で染まっているものは、前プランにおいて比較対象となっていた市になります。

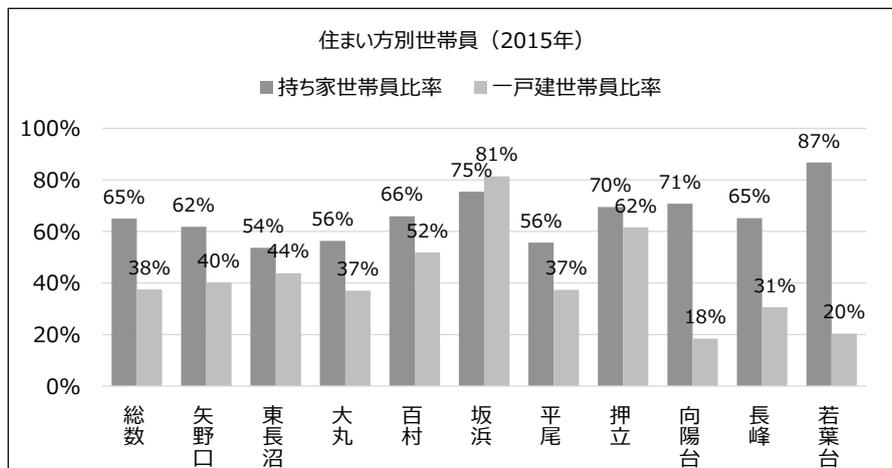


図 2-3：稲城市地域別住まい方別世帯員 出典：2015年国勢調査

(2) 将来人口推計

稲城市まち・ひと・しごと創生総合戦略(平成 27(2015)年 8 月)収録内容と最新の将来人口推計³の比較から、現在把握している将来人口推計と、最新の将来人口推計のギャップを確認します。平成 27(2015)年版(平成 22(2010)年の国勢調査によるもの)と、最新版(平成 27(2015)年の国勢調査によるもの)の比較から、人口増加のピークが 10 年早まっているといえます。更に令和 2(2020)年 1 月末時点の実人口はこの推計を上回っていることから、ピークアウトが訪れるのはより早まる可能性も考えられます。

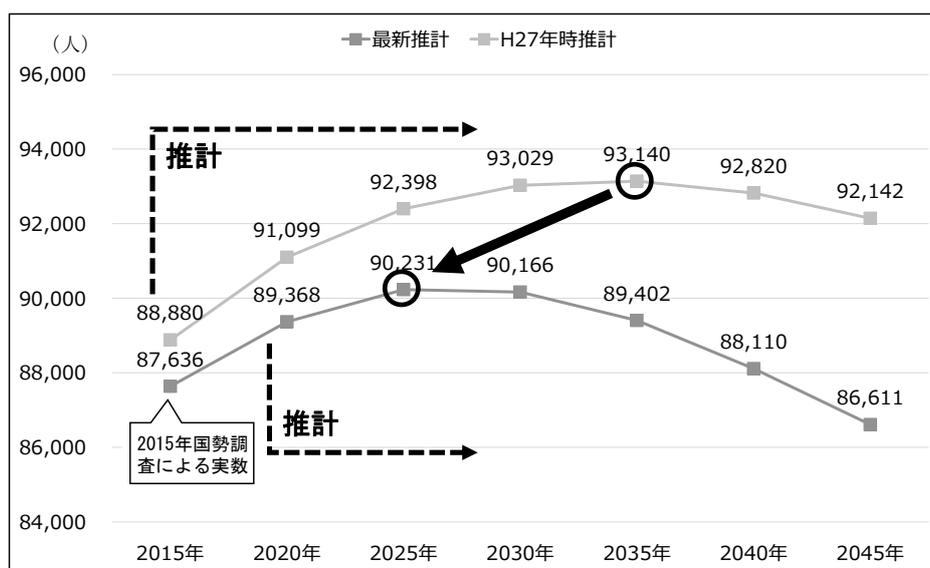


図 2-4：将来人口推計の把握状況の違い

³最新の推計は、稲城市まち・ひと・しごと創生総合戦略に用いられた国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」に基づく、国土交通省国土技術政策総合研究所開発の将来人口・世帯予測ツール V2 を使用して作成。

(3) 平成 17(2005)年から平成 27(2015)年までの世帯数増減

図 2-5 に、平成 17(2005)年から平成 27(2015)年の 10 年で、市内各地域の世帯数がどのように変化したかを示します。ここでは、1,000 世帯以上増加の矢野口(+1,817)と若葉台(+621/+307/+41/+94:計+1,063)、700 世帯以上増加の向陽台(+17/+156/-9/+25/-10/+692:計 +871)と東長沼(+740)など、電車でアクセスしやすい地域を中心に全体的に世帯数が増加していることが分かります。

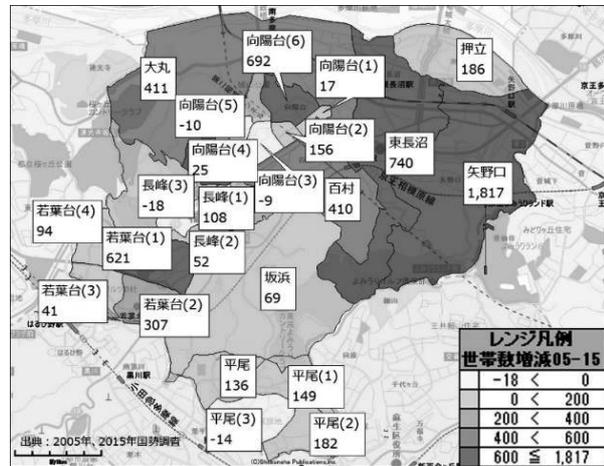


図 2-5：稲城市の地域別世帯数増減状況
出典：各年度の国勢調査

(4) 地域単位による人口推計

稲城市の人口は 2025 年をピークに減少へ向かうことが予想されますが、必ずしもその限りではない地域があります。図 2-6 は、市内の各地域における 5 年ごとの将来人口予測を示したのですが、2040 年以降も人口増加が期待できる地域は、平尾、向陽台、長峰となっています。これは現在の宅地開発等の住宅事情に合致しており、その予想精度については、不動産事業者の経営判断や市場価値が多分に影響すると考えられます。

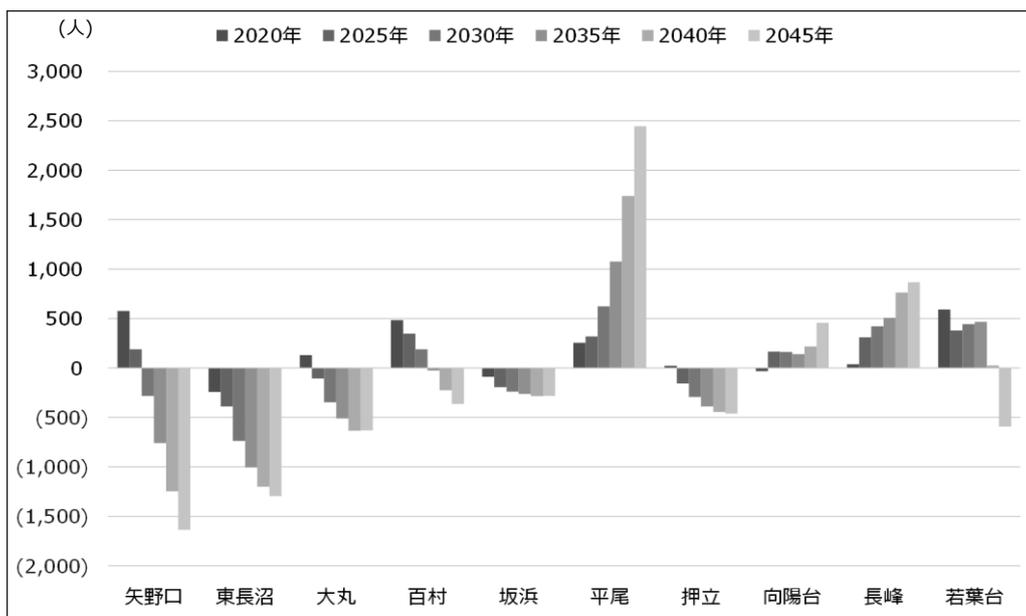


図 2-6：地域単位の将来人口変動状況

出典：平成 27(2015)年国勢調査

2.1.2. 人の流動状況

ここでは、稲城市における人の動きの状況がどうなっているかを観光と就業の両側面から確認していきます。

(1) 稲城市の観光目的地

図 2-7 は、地域経済分析システム RESAS（まち・ひと・しごと創生本部事務局）に収録されているデータの中から、「休日に稲城市を訪れる人々が何を目的地にしているか」の上位三か所を示したものです。このスポットを比較してみると、休日に稲城市へ訪れる多くの人々は、圧倒的によみうりランドを目指しており、市内の他の2施設との認知の差が見て取れます。

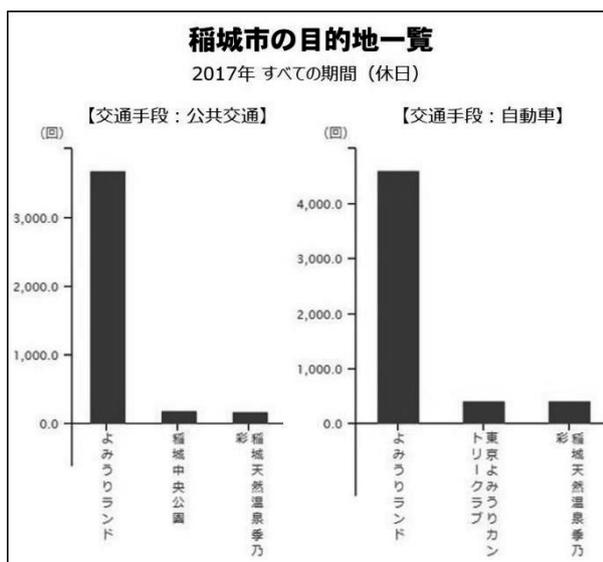


図 2-7：稲城市の目的地一覧

出典：RESAS

(2) 近隣市に居住する就業者の流出先

図 2-8 は、稲城市と、稲城市に隣接する府中市、多摩市それぞれに居住している就業者が、どこで働いているかを示しています。

稲城市に常住する就業者 40,622人			府中市に常住する就業者 123,572人			多摩市に常住する就業者 61,709人		
就業地	就業者数	比率	就業地	就業者数	比率	就業地	就業者数	比率
稲城市	10,297	25.35%	府中市	48,178	38.99%	多摩市	19,963	32.35%
府中市	1,932	4.76%	新宿区	5,895	4.77%	八王子市	3,463	5.61%
新宿区	1,925	4.74%	調布市	5,258	4.26%	府中市	3,072	4.98%
多摩市	1,819	4.48%	千代田区	4,438	3.59%	新宿区	3,007	4.87%
港区	1,603	3.95%	港区	4,375	3.54%	千代田区	2,455	3.98%
千代田区	1,595	3.93%	渋谷区	3,672	2.97%	港区	2,133	3.46%
調布市	1,586	3.90%	八王子市	2,992	2.42%	渋谷区	2,099	3.40%
世田谷区	1,322	3.25%	世田谷区	2,526	2.04%	調布市	1,789	2.90%
渋谷区	1,246	3.07%	立川市	2,502	2.02%	町田市	1,571	2.55%
川崎市 麻生区	1,069	2.63%	中央区	2,442	1.98%	世田谷区	1,444	2.34%
八王子市	880	2.17%	多摩市	2,351	1.90%	中央区	1,266	2.05%
川崎市 多摩区	880	2.17%	三鷹市	2,085	1.69%	稲城市	1,205	1.95%
中央区	851	2.09%	武蔵野市	1,831	1.48%	日野市	1,143	1.85%
川崎市 中原区	707	1.74%	杉並区	1,703	1.38%	立川市	912	1.48%
町田市	630	1.55%	国立市	1,640	1.33%	川崎市 麻生区	832	1.35%
品川区	627	1.54%	小金井市	1,430	1.16%	品川区	742	1.20%
立川市	549	1.35%	国分寺市	1,351	1.09%	杉並区	588	0.95%
大田区	506	1.25%	品川区	1,321	1.07%	江東区	572	0.93%
その他	10,598	26.09%	日野市	1,189	0.96%	その他	13,453	21.80%
※流出人口500人以下はその他に含む			江東区	1,155	0.93%	※流出人口500人以下はその他に含む		
			稲城市	1,010	0.82%			
			その他	24,228	19.61%			
			※流出人口1,000人以下はその他に含む					

図 2-8：近隣市に居住者の流出先

出典：2010年国勢調査

稲城市が属する多摩地域は東京 23 区のベッドタウンとなっており、稲城市を含む各市にもその傾向が伺えますが、最も多いのは「自市に住み自市で働く人々」です。府中市と多摩市はこの人々が 3 割を超えているのに対し稲城市は 25%程度となっており、都心へ出勤するなど、市街で働くためのベッドタウンの傾向が強いことを意味しています。このことから、稲城市内で働く場所の増加・多様化が求められるものと考えられます。

2.1.3. 事業活動に関連する各種指標

ここでは、稲城市における各種事業活動・商業活動の状況について記載いたします。また、比較対象として必要と考えられるものについては、近隣の状況についても記載しています。

(1) 小売業の現状

ここでは、小売業の状況を示す各種状況について記載いたします。

① 人口あたり小売販売額

図 2-9 は、市の小売業年間販売額を人口で割り、市民一人あたりの消費額として表したグラフです。武蔵野市が特に大きな数値ですが、これは武蔵野市民の消費活動というよりも、市外からの消費活動の流入が大きく影響していると考えられます。従って、市として稼ぐ力の状況が反映されている、と見ることができます。稲城市は、前プラン検討時のデータより数値は上がっているものの相対的に低く、相対的に市外から消費を呼び込む力は低いと考えられます。したがって、外部からの消費呼び込みが必要と考えられます。

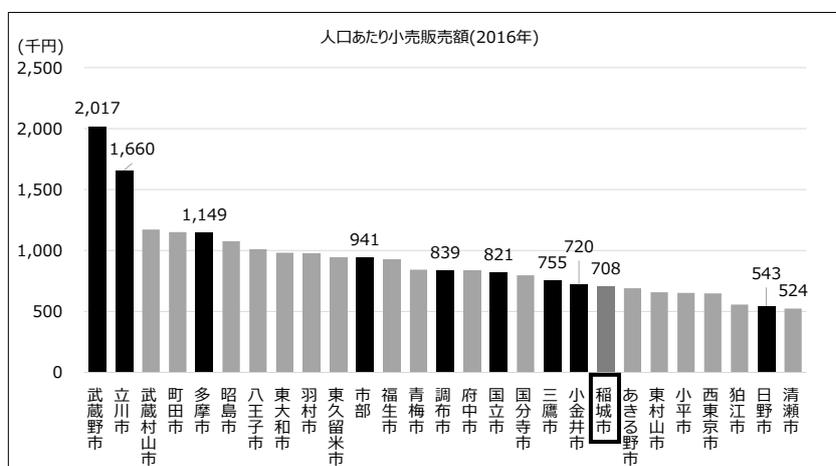


図 2-9：東京都多摩地区の人口あたり小売販売額

出典：2016 年経済センサス活動調査

② 小売業販売額の業種構成

図 2-10 は、稲城市内と近隣市における平成 28(2016)年時点の小売業業種別の販売シェアを示します。稲城市は飲食料品とその他小売業の販売額が大きいのが特徴で、前プラン策定当時と構成割合にほぼ変化ありません。近隣市についても同様です。よって、特別に新しく始めるよりも、現在考えられる強みを生かしながら、持続可能な発展に繋がる方策を進めることで十分な対応になると考えられます。

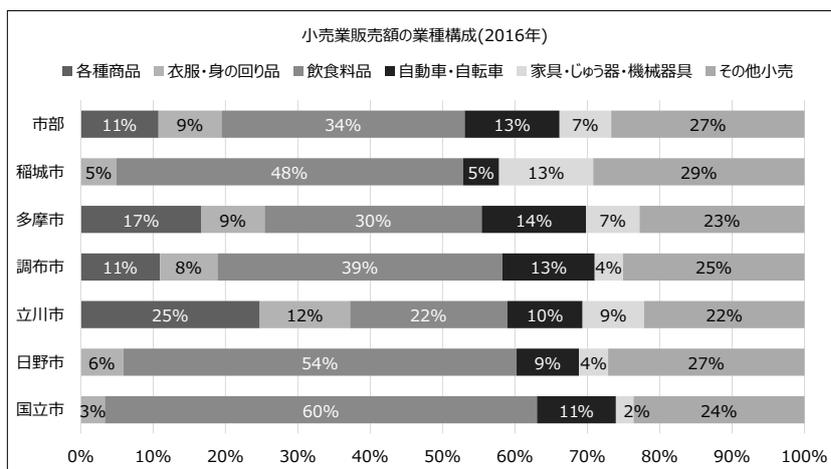


図 2-10：稲城市および近隣市における小売業販売額の業種構成

出典：2016 年経済センサス活動調査

③ 小売販売額の伸び（平成 19(2007)年から平成 28(2016)年）

図 2-11 では、前プランに収録された同データでは 2 位だったポジションが、最新データではトップとなりました。この伸び率の高まりは、小売市場規模が低位の中で、後述する大規模店の伸びが寄与していると考えられます。

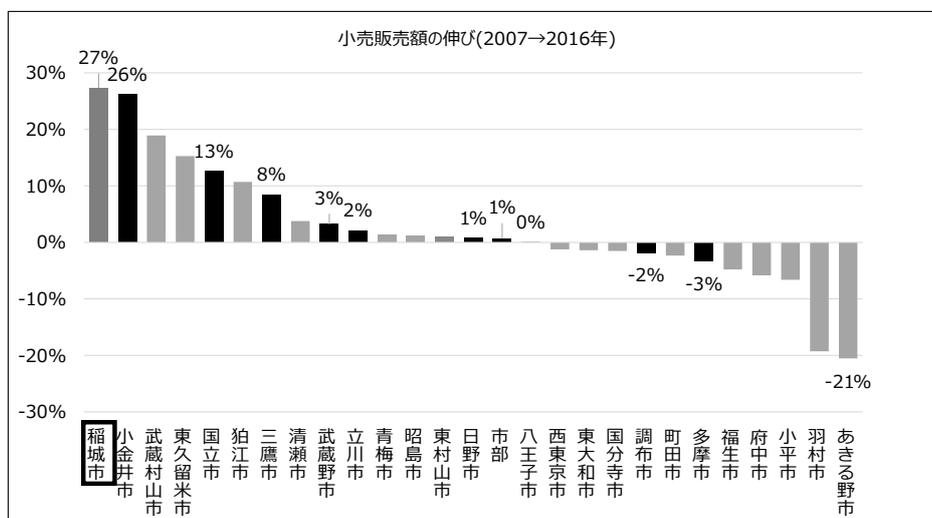


図 2-11：多摩地区各都市の小売販売額の伸び

出典：各年経済センサス活動調査

④ 小売販売額と小売店舗数の推移

図 2-12 は、稲城市内の小売業年間販売額と小売店店舗数を示しています。ここでは、稲城市内の小売業年間販売額は増加しているものの、小売店の数は減少しています。よって、一部の事業者が他の事業所から売上を奪っている状況が推測されます。

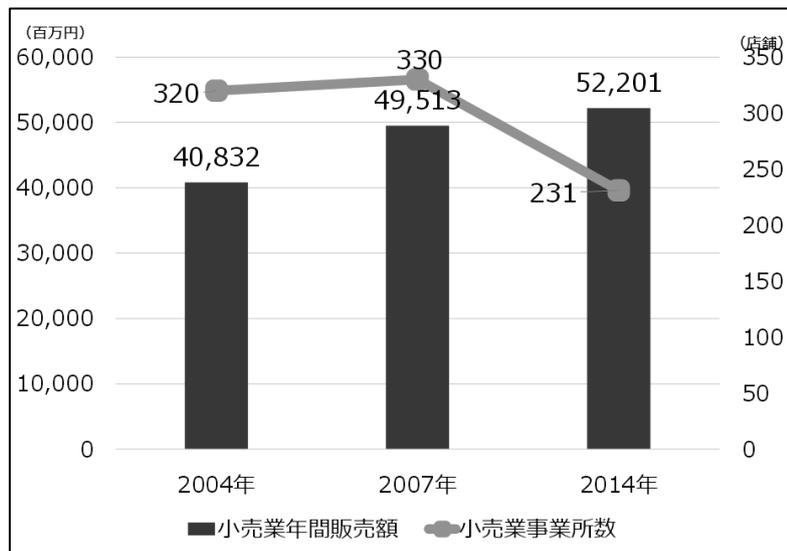


図 2-12 : 稲城市小売業年間販売額と小売店店舗数

出典：各年商業統計

⑤ 売場面積別（事業者規模別）小売業年間販売額の推移

④の結果を踏まえ、売場面積規模（事業者の規模）別に状況を確認すると、500 m²以上の売場面積を持つ大規模の小売店の売上額だけが売上を伸ばしている現状が見えてきます（図 2-13）。

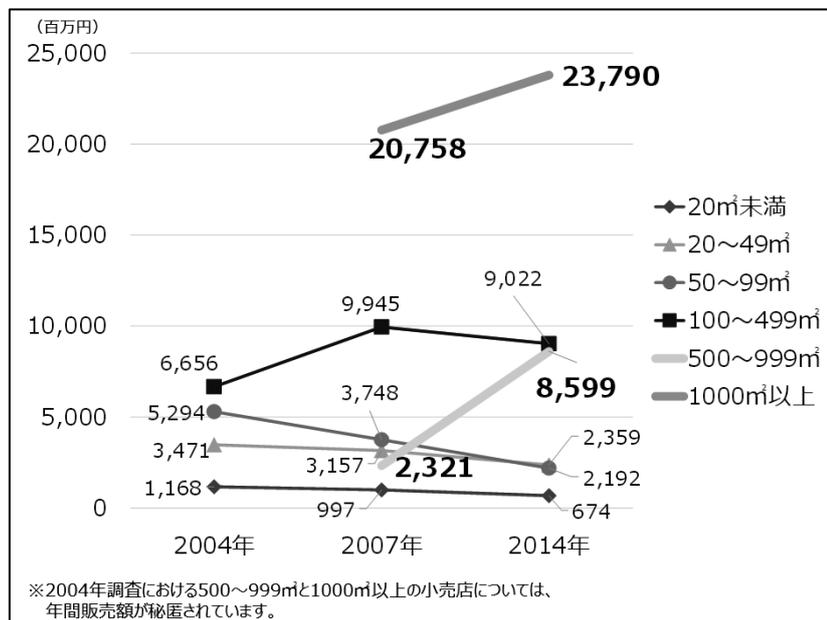


図 2-13 : 稲城市売場面積規模別小売業年間販売額

出典：各年商業統計

④と⑤から、稲城市内では大規模小売店が小規模小売店から売上を奪っている現状が確認できます。そこで、図 2-14 では、それぞれの店舗数がどのように推移しているかを示します。

2004年時点では500㎡以上の店舗数は秘匿されていますが、2007年から2014年にかけて、500㎡以上の大規模小売店が店舗数を伸ばしており、それより面積の狭い店舗は減少している傾向です。

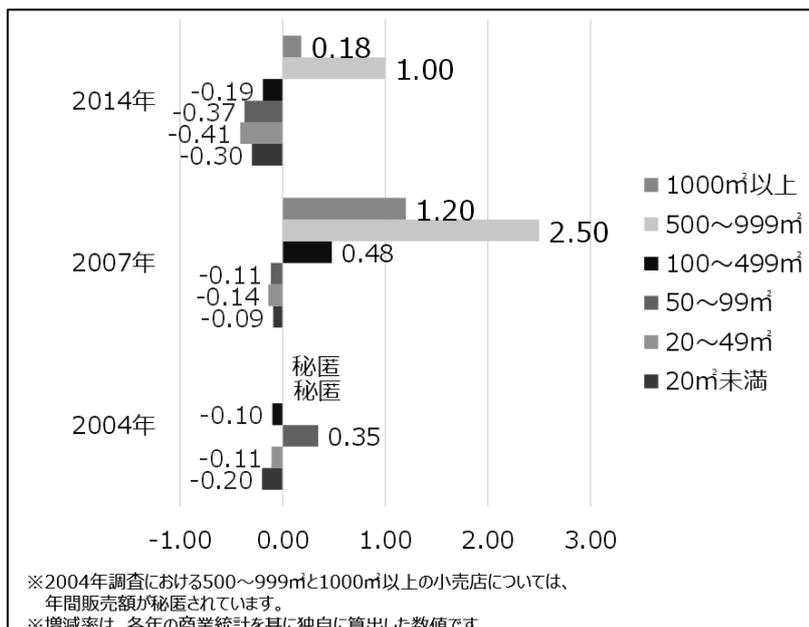


図 2-14：稲城市売場面積規模別小売店店舗数増減率

出典：各年商業統計

以上を踏まえた稲城市内の小売店の現状は、大規模店が店舗数と売上を年々伸ばしながら小規模店を追いやっていると説明することができ、稲城市の商業活性化において、小規模小売店の活性化は最も重要な位置づけとなると言えます。

(2) 経営者の年齢層

右図は、2025年における国内の中小企業・小規模事業経営者の年齢の内訳(推計)を示しており、経営の現場においても高齢化が課題となっていることが分かります。前プランにおける稲城市内の事業者の年齢は50代までが約半数となっていました(図 2-16 参照)、10年経過後の現在では、その高齢化も進んでいることが予想されます。

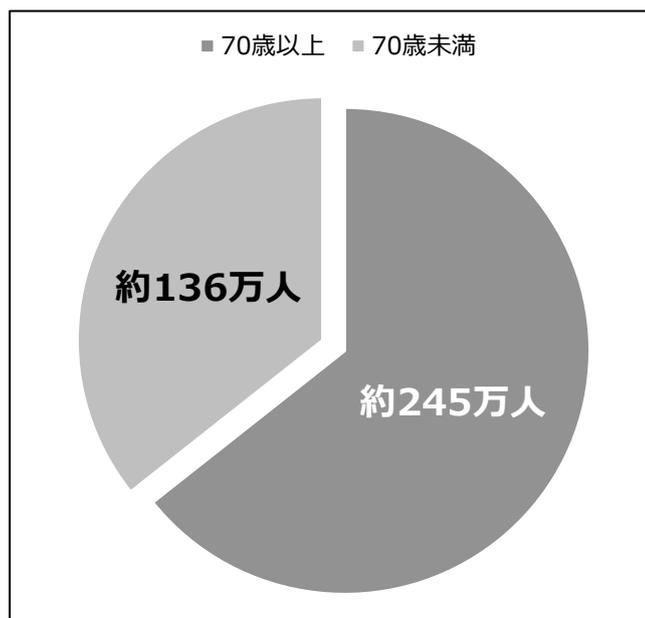


図 2-15：中小企業・小規模事業経営者の2025年における年齢

出典：平成28(2016)年 総務省個人企業経済調査

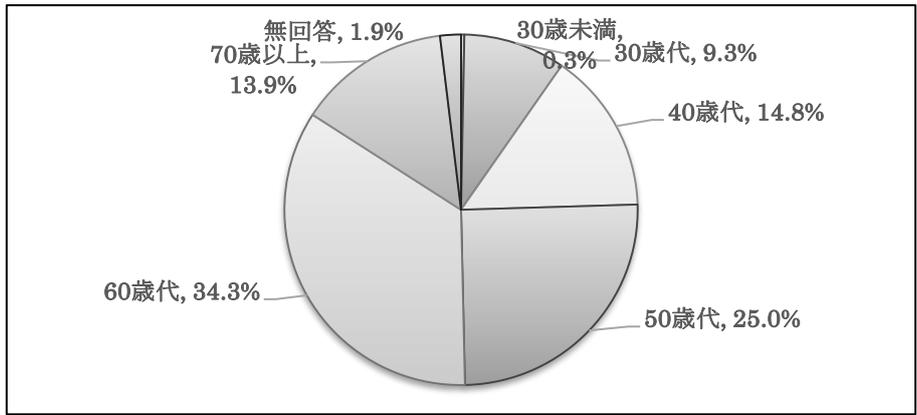


図 2-16 : お店の経営者の年齢層

出典：平成 21 (2009) 年度稲城市商業活性化プラン(アンケート結果)

全国的な動向やこの結果を考慮すると、稲城市においても経営者の高齢化に伴う事業承継についての各種対応が必要になるものと考えられます。

(3) 所得の獲得状況

稲城における産業別の所得獲得状況について、図 2-17 に示します。ここでは、稲城市においては、建設業における所得の獲得が大きく、この業種が強みであるといえることを示しますが、本プランの対象となる「小売業」「対個人サービス」等の部分はマイナスの金額を示しています。これは、稲城市民の消費が主に稲城市外で行われていることを意味するものとなり、図 2-9 に記載した内容と合致していることが確認できます。

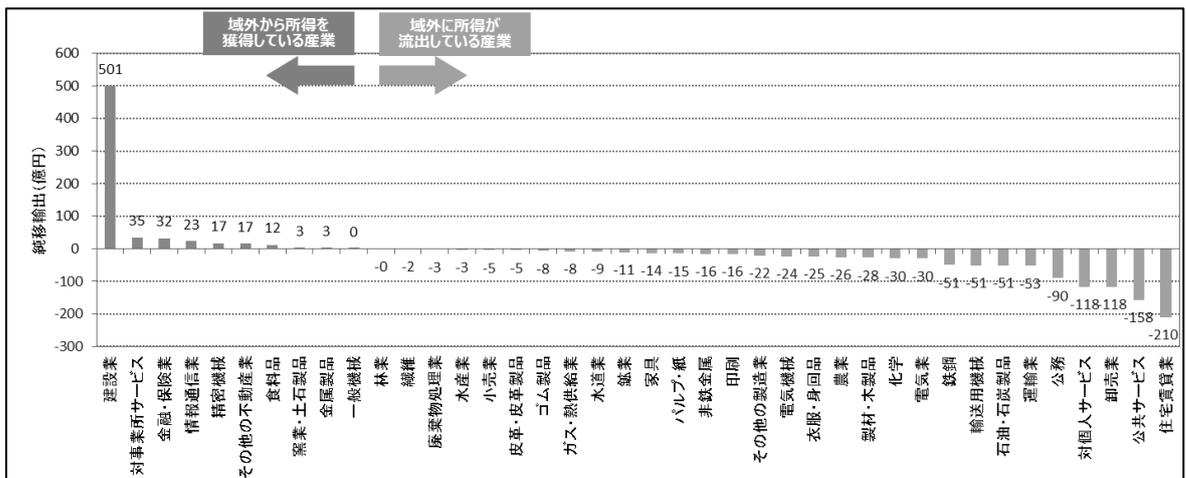


図 2-17 : 稲城市の産業別純輸出額一覧

出典：環境省 地域経済環境分析

同時に図 2-18 に雇用者所得の流出状況を示します。ここでは、雇用所得者の市外流出が56%あり、世帯における給与所得の半分以上が市外に流出していることが確認できます。

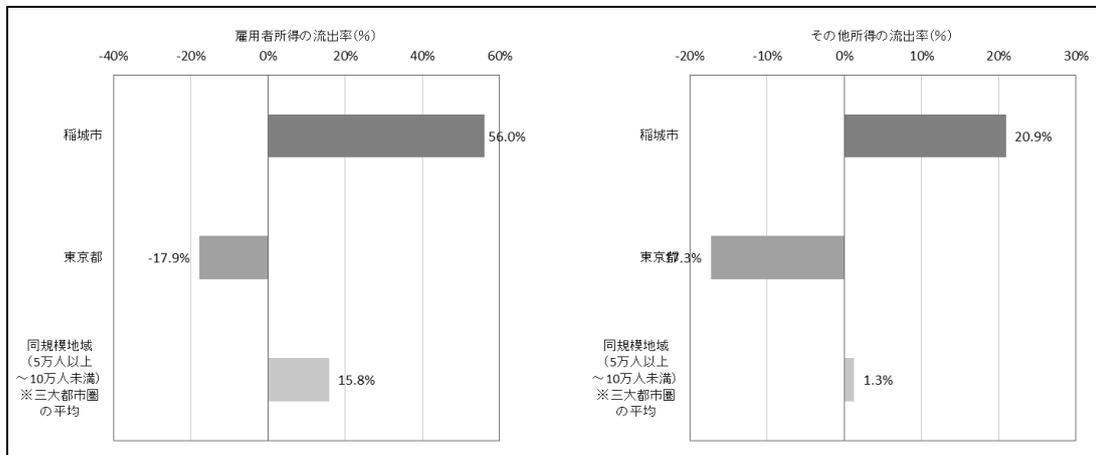


図 2-18：稲城市の雇用者所得の流出状況

出典：環境省 地域経済環境分析

これらから、稲城市民の消費をいかにして市外から市内へ転換させるかが商業活性化のカギといえます。また、それは小規模小売店の活性化を通じて達成されることが望ましいことも同時に言えるものとなります。

2.2. 各種アンケート結果

今般、稲城市商工会により2つのアンケート調査が行われました。1つは市内で商業・サービス業を営んでいる方を対象としたもの（以下、商業者向け調査）、もう1つは稲城市外から稲城市を訪れた来街者の方を対象としたもの（以下、来街者調査）です。また、駒沢女子大学観光文化学類 鮫島ゼミにおいて、「駒沢女子大学における稲城観光に関する意識調査」もされました。ここでは、それぞれの結果と考察につき、記載いたします。

(1) 商業者向け調査

① アンケートの目的

稲城市内で商業・サービス業を営む方に向けて、稲城市の商業環境を改善するための意見を収集する目的でアンケート調査を実施

② アンケート期間

令和元(2019)年10月1日～令和2(2020)年1月15日

③ アンケート総数

86 サンプル（表 2-1 参照）

④ アンケート方法

上記の期間に稲城市商工会に来会された該当者を対象とした自筆回答

⑤ アンケート内容

多岐選択式による選択方式（詳細内容は巻末補足資料 A）に記載）

⑥ 調査結果/分析

【 回答者の分布 】

表 2-1 に示される通りでした。おおむね、稲城市内からエリアの偏りなくデータが収集できていると考えられます。

表 2-1：アンケート回答者の分布状況

平尾団地	15
ペアリーロード	12
南多摩	9
縁結び商店会	7
矢野口	10
弁天通り	5
百村	6
坂浜	3
その他の地域	19
合計	86

【 商店街活性化のために望まれる施策 】

稲城市内で商業・サービス業を営む方々に対して、自治体や国に望む施策を複数回答可にて質問いたしました。その結果が図 2-19 に示されるものとなります。ここでは、「助成金を活用」するハコ・モノの設立や大型イベントといった従来型のハード的施策よりも、「休憩所を設置して高齢者が休めるようにする」や「空き店舗への外部からの創業希望者誘致」といったソフト的な支援施策を望む声为上回りました。特に「よそ者」の流入による活性化を望む声が目立ちました。

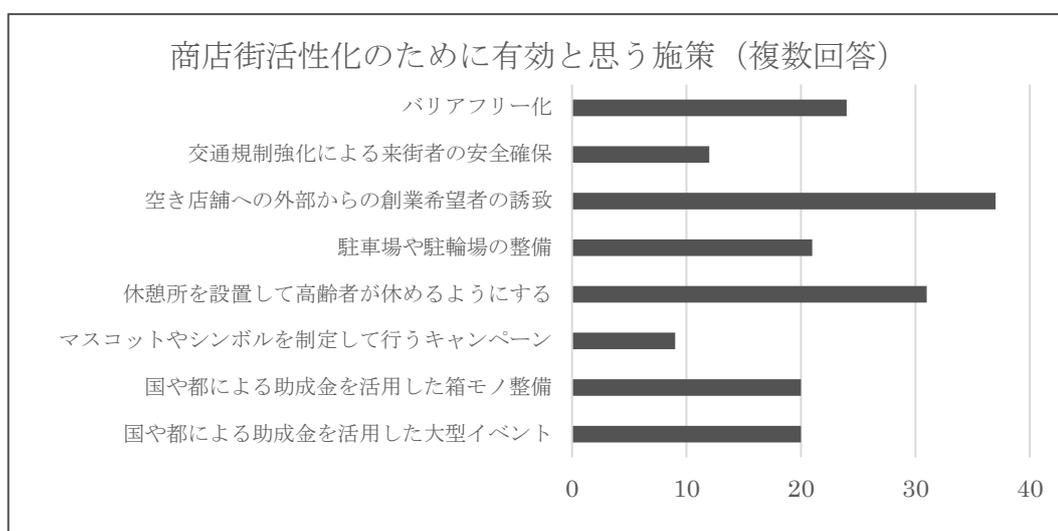


図 2-19：商店街活性化のために有効と思う施策

【 これからの商店街の役割 】

これからの商店街がどのような役割を果たすべきかを質問いたしました。その結果が図 2-20 に示されるものとなります。ここでは「地域の情報発信拠点」という回答が最多で、次いで「地元商品を紹介し、流通の拠点となる場」という意見が続きました。それ以下も市民をお客様と捉え、地元に着目することを重視する回答が目立ち、「商店街の役割は終わっている」とする回答はごく少数派でした。

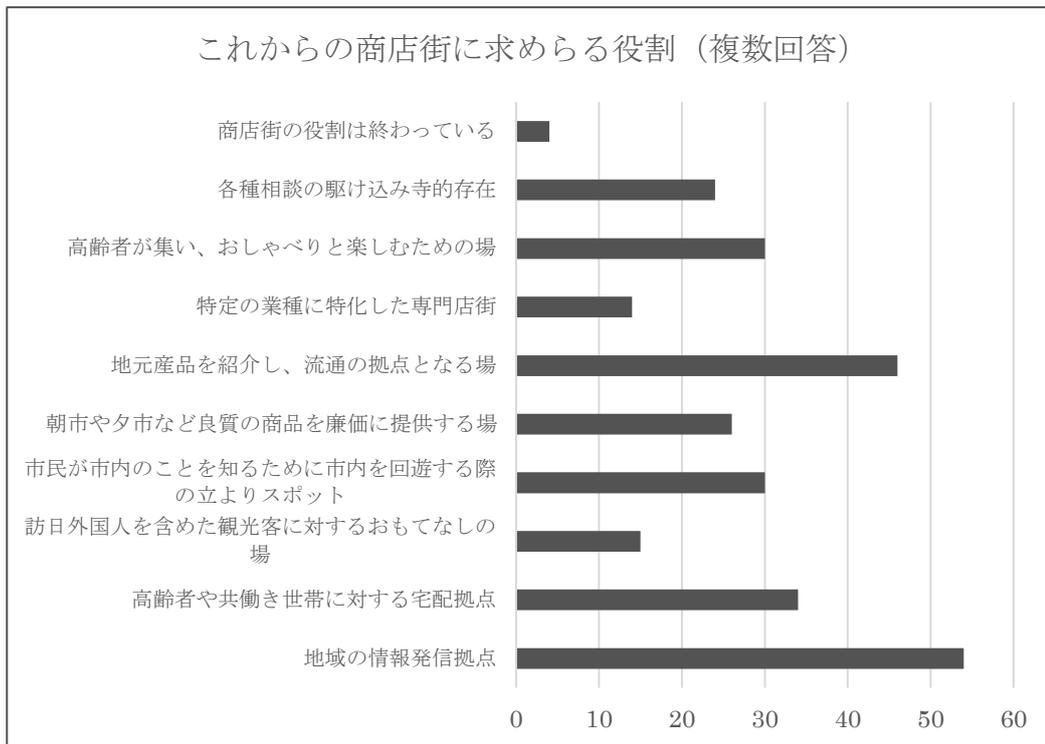


図 2-20：これからの商店街に求められる役割

【 来街者増加に繋がる具体策 】

自身の商店街が今より元気になるために具体的に何をすべきかについて複数回答可にて質問しました。その結果が図 2-21 に示されるものとなります。ここでは、「市内開業を希望する商業者・企業を誘致し、空き店舗情報を提供する」という意見が最多であり、先述した図 2-19 の結果と呼応する形になりました。次いで多かったのが「市内の個店を紹介する冊子の発刊」と「市内をエリアごとに紹介し、市民が市内を回遊するためのタウン誌の発刊」という意見が多く、市民に市内を回遊してもらおうことと、そのための情報発信の重要性を挙げる意見が目立ちました。

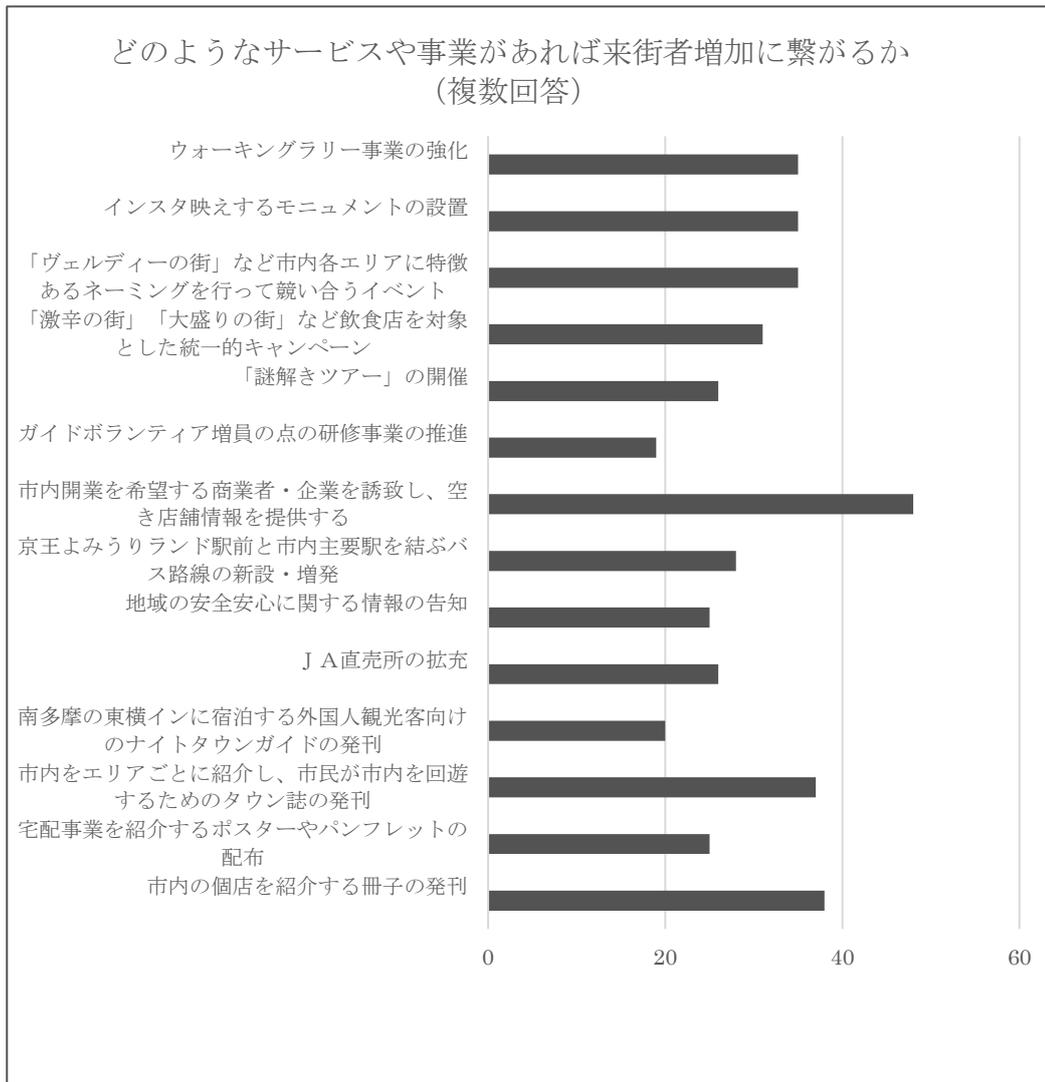


図 2-21：“来街者の増加に繋がる具体策”に対する回答分布

【 後継者の有無 】

商店街の中に後継者のいる店があるかについて質問しました。その結果が図 2-22 に示されるものとなります。ここでは、「無」という回答が「有」という回答をやや上回ったのですが、無回答のサンプルも多く(サンプル数 86- “有:17” - “無:23” = 46 の無回答)、実際には「いない」と考える人の割合は多めであると推測されます。この結果は、商店街の今後のために「よそ者」の流入が待望されるという前述の結果とも符合し、事業承継や後継者育成の重要性が明らかであるといえます。

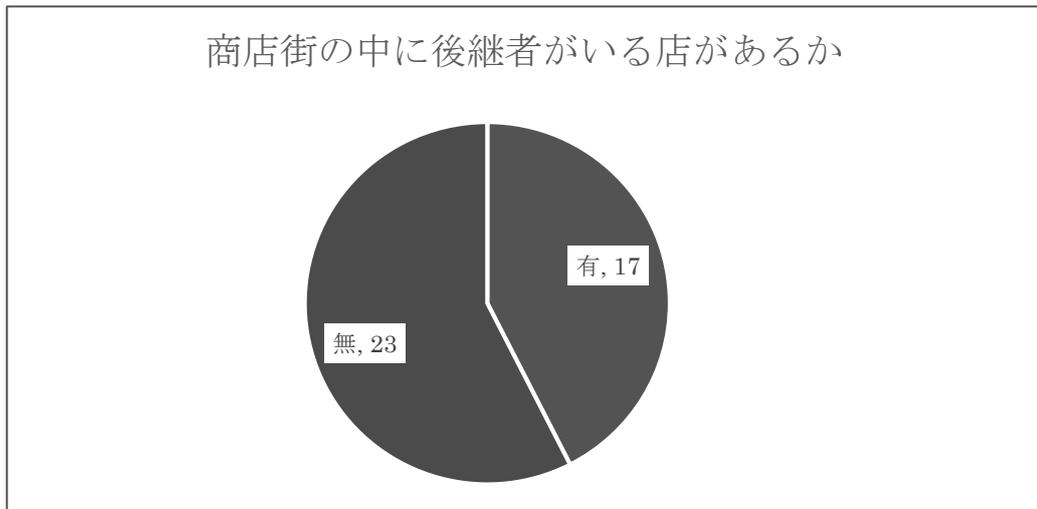


図 2-22 商店街の中に後継者のいる店の有無

(2) 来街者向け調査

① アンケートの目的

稲城市を訪れた来街者に向けて、稲城市をもっと訪れるためにはどのような方策が必要かを探る目的でアンケート調査を実施

② アンケート期間

令和元(2019)年12月1日～令和2(2020)年1月15日

③ アンケート総数

137 サンプル (表 2-2/表 2-3/表 2-4 参照)

④ アンケート方式

上記の期間に京王よみうりランド駅前において「稲城市外から来た」と回答した方89名より回答頂いたほか、駒沢女子大学の鮫島教授にご協力頂いて市外から通学している在学生48名にも回答頂きました。

⑤ アンケート内容

多岐選択式による選択方式 (詳細内容は巻末補足資料 A)に記載)

⑥ 調査結果/分析

【 回答者の属性等 】

回答者の居住地、当日の交通手段、年齢は表 2-2/表 2-3/表 2-4 に示す通りです。来街者の居住地は神奈川県内が多でしたが、東京・神奈川以外の方も含まれており、地域的な偏りは比較的少ない結果でした。また、京王よみうりランド駅前で行った調査と駒沢女子大学の学生を対象とした調査のため、当然ながら当日は電車で来街した方が圧倒的に多いものとなっています。

表 2-2 アンケート回答者の居住地

川崎市	46	33.6%
調布市	13	9.5%
多摩市	3	2.2%
東京 2 3 区	18	13.1%
その他東京都	13	9.5%
その他神奈川県	23	16.8%
埼玉県	7	5.1%
千葉県	5	3.6%
他県	6	4.4%
外国	1	0.7%
無回答	2	1.5%
計	137	100%

表 2-3 アンケート回答者の交通手段

電車	108	78.8%
バス	7	5.1%
徒歩	5	3.6%
自転車	1	0.7%
無回答	16	11.7%
計	137	100%

表 2-4 アンケート回答者の年齢分布

10歳代	15	10.9%
20歳代	53	38.7%
30歳代	7	5.1%
40歳代	7	5.1%
50歳代	8	5.8%
60歳代	7	5.1%
70歳代	29	21.2%
80歳代	6	4.4%
無回答	5	3.6%
計	137	100%

【 「稲城」と言って思い出すものは何か 】

この質問の結果を図 2-23 に示します。「梨・ぶどう」および「よみうりランド」という回答が断然多い結果となりました。「京王線」「南武線」と回答した大半は 30 歳代以下の回答者で、毎日通学のために利用していることからよく連想されたと考えられます。これに対し「里山の風景」と回答したのは年配者に多く、年配者にとって、稲城は今でも故郷の香りが残る土地柄であると言う事ができるようです。

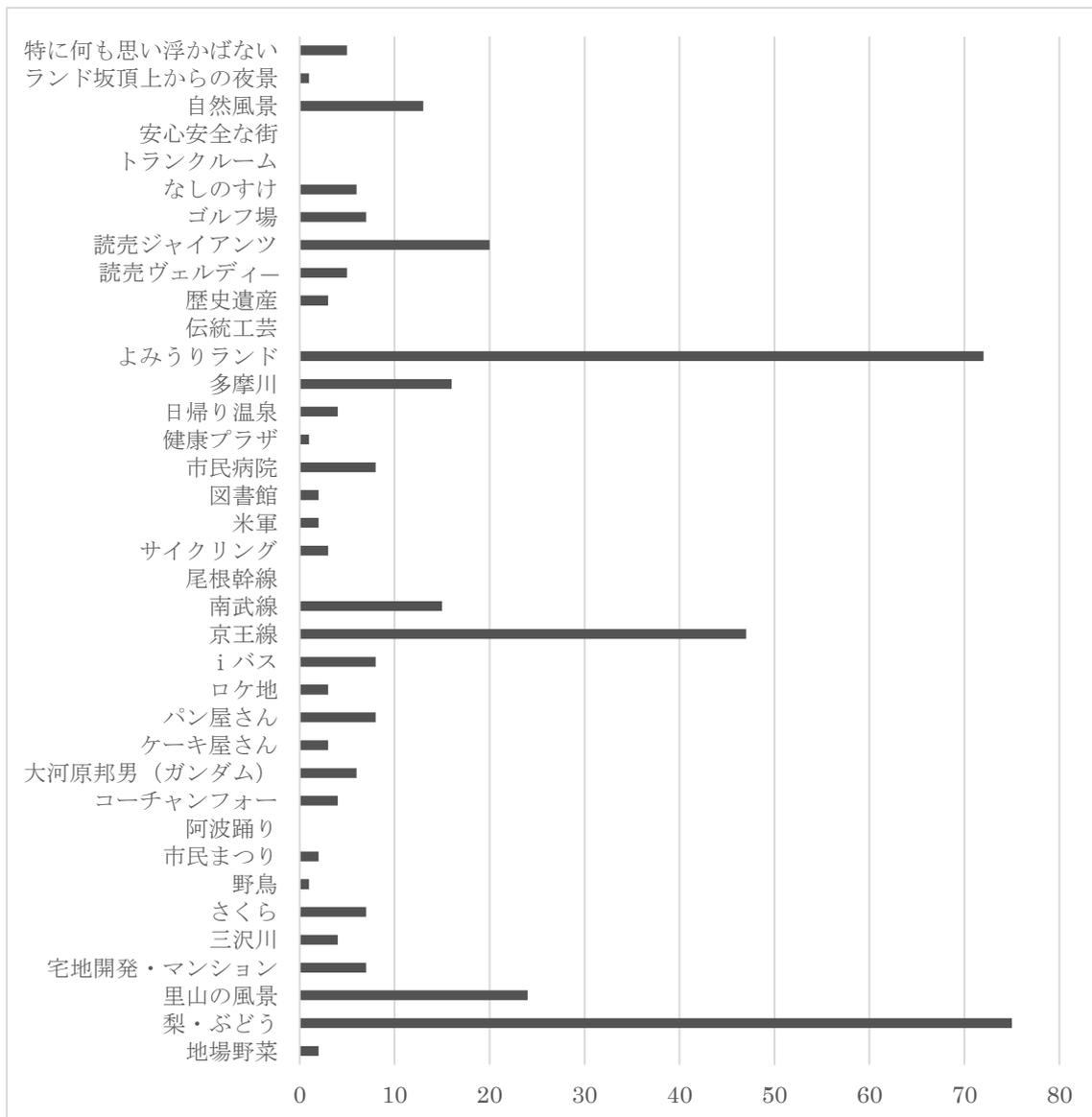


図 2-23 : 稲城と言って思い出すもの (複数回答可)

【 稲城市について知りたいと思う情報は何か 】

この質問の結果を図 2-24 に示します。全世代を通じて圧倒的に多かったのが「お店や飲食店についての情報」でした。訪れるためには先ずグルメ欲を満たしてくれる情報が無ければならないということと考えられます。次いで多かったのが「自然の情報」ですので、「自然豊かと言われている稲城を散策した後に、気の利いた飲食店で一服」というのが稲城を訪れる際のスタンダードな考え方のようです。残念ながら3番目に多かったのは「稲城について欲しい情報はない」という選択肢でした。

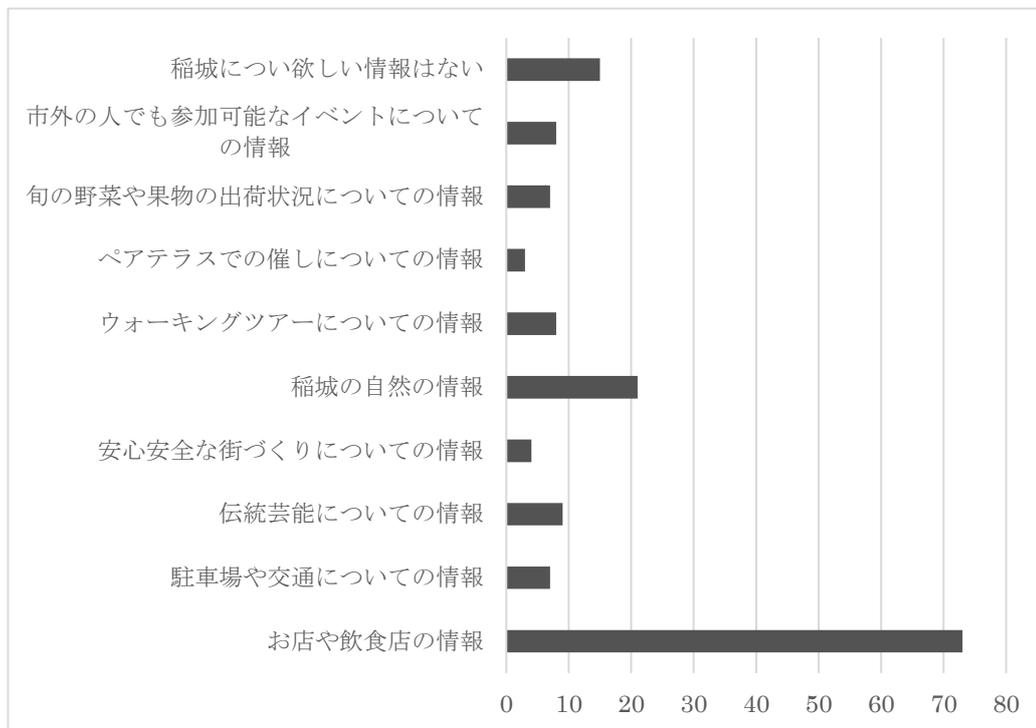


図 2-24：稲城について欲しい情報

【 もっと稲城を訪れたいようになるために必要な具体策 】

この質問に対する結果は 30 歳代以下の回答(図 2-25)と 40 歳代以上の回答(図 2-26)を分けて掲載します(年齢層を問う質問に対して無回答のサンプルは集計から除外していますので、2つの母数を足しても 137 にはなりません)。30 歳代以下の若年世代が最も多く選択したのは「インスタ映えするモニュメントを設置する」、次いで「稲城市外からもっと個性的で流行に沿ったお店を誘致する」でした。これに対して 40 歳代以上の中高年世代では「新鮮な野菜を割安な価格で購入できる場所を増やす」次いで「イベント運営や街おこしの活動への参加を市外の方にも呼びかける」でした。若年世代では、やはりコミュニケーションの主体が SNS にシフトしている世相を受けて投稿のネタとなるものが重宝され、中高年世代では比較的生活に密着したものが重宝される傾向が顕著でした。ただ両世代に共通しているのは、ハコ・モノよりもソフト面に重点が置かれていることで、イベントの企画や施設の充実は両世代において選択した人は少ないという結果が見て取れました。

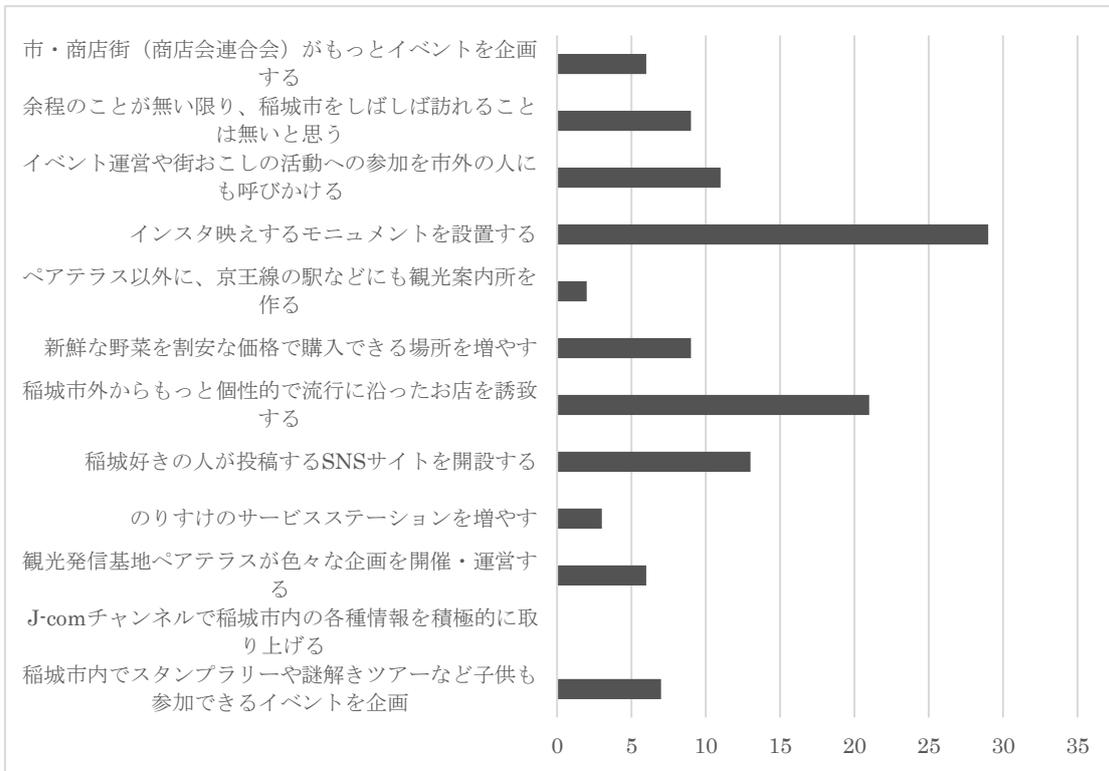


図 2-25：より稲城を訪れるために何が必要か(複数回答可/30歳代以下/n=75)

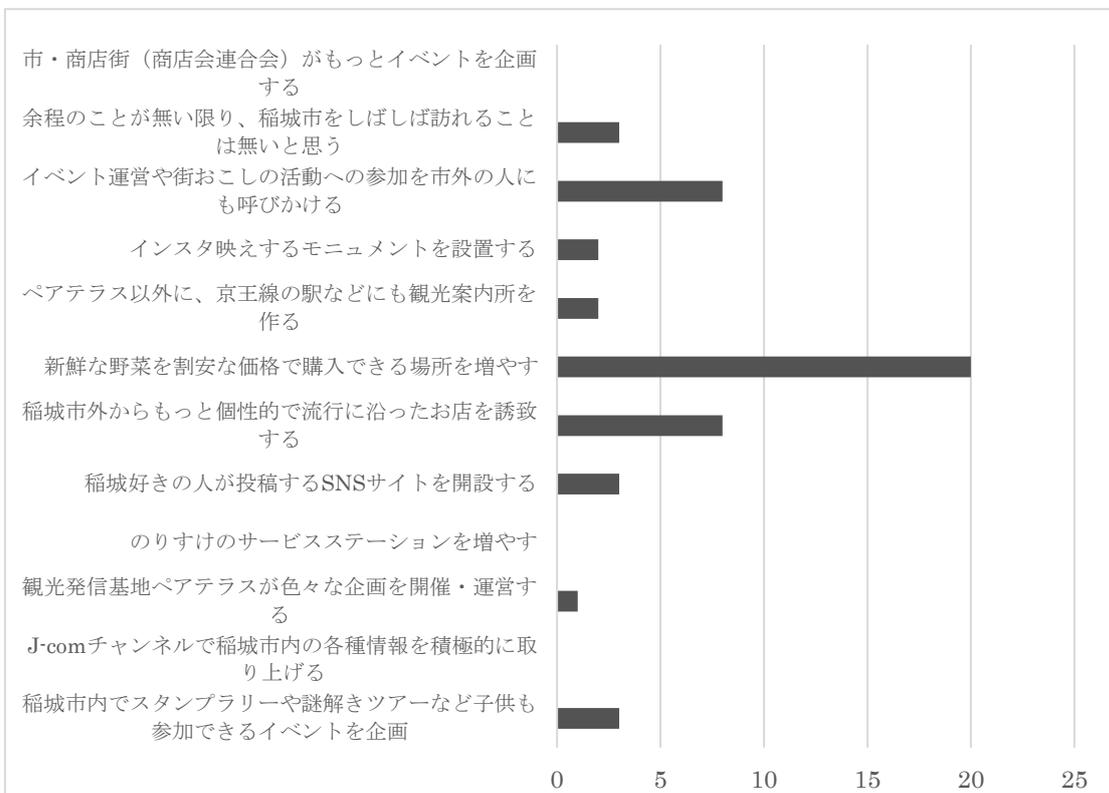


図 2-26：より稲城を訪れるために何が必要か(複数回答可/40歳代以上/n=60)

(3) 駒沢女子大学における稲城観光に関する意識調査

令和元(2019)年 7 月に、駒沢女子大学 観光文化学類 鮫島ゼミにおいて行ったアンケート(以下「駒女アンケート」と記載)の結果につき、以下示します。(n=500)

主に学生を中心としたものであるため、若者・来街者の観点とした上記結果の一部として考えられます。そして稲城市の魅力として自然や里山がある等の一定の認識があることは認められますが、「⑥稲城市の飲食店を知らない理由」で「魅力的な飲食店を知らない」ということや、「⑦稲城と聞いてどんなことをイメージしますか」で「特にイメージがない」といった回答が目立つことから、前述したことと同様に情報発信の重要性が改めて確認される結果となっています。

【以下、①～⑦までアンケートの質問とその回答状況】

① あなたのお立場を教えてください

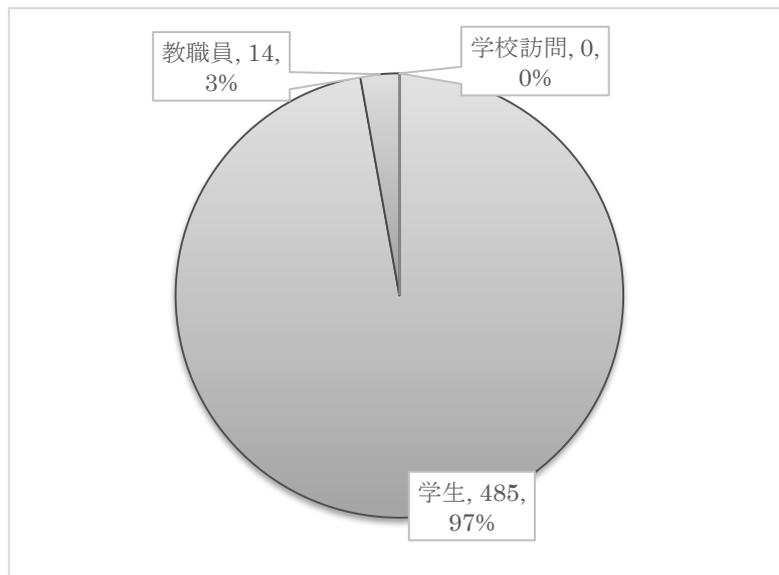


図 2-27：駒女アンケート-回答者の立場・交通手段

② 日常的に大学まで利用する交通手段を下記から選んでください

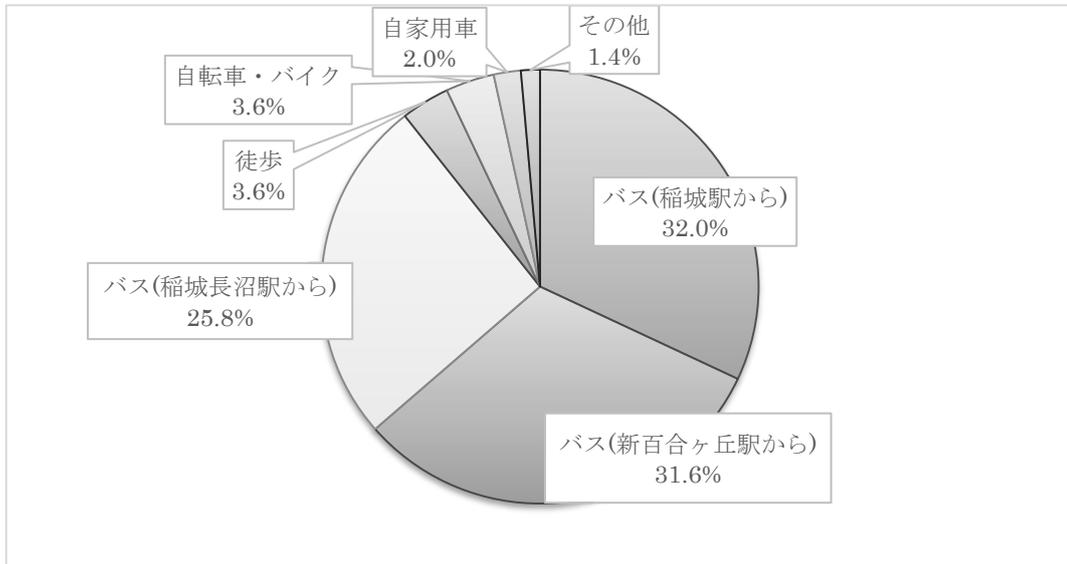


図 2-28 : 駒女アンケート-日常利用の交通手段

③ 過去、稲城市内の観光スポットを訪問したことがありますか？

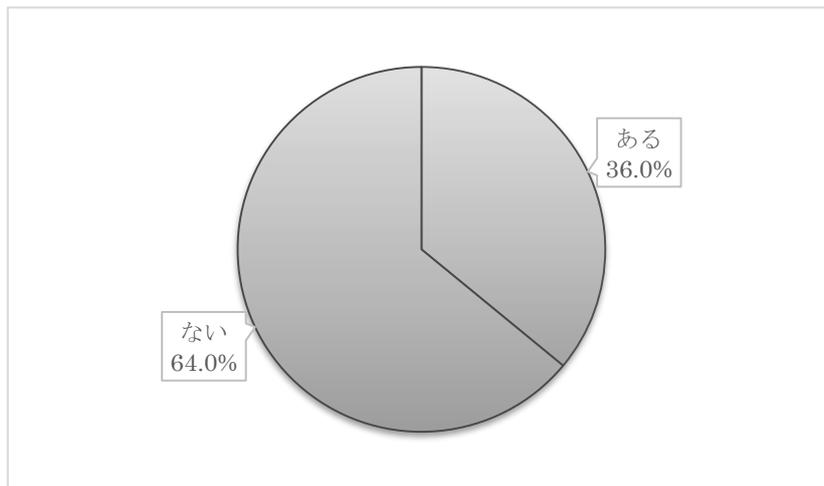


図 2-29 : 駒女アンケート-稲城の観光スポット訪問経験の有無

- ④ 訪問経験のある観光スポットを下記からすべて選んでください
 (③の質問で「ある」と回答した人のみ、複数回答可、n=188)

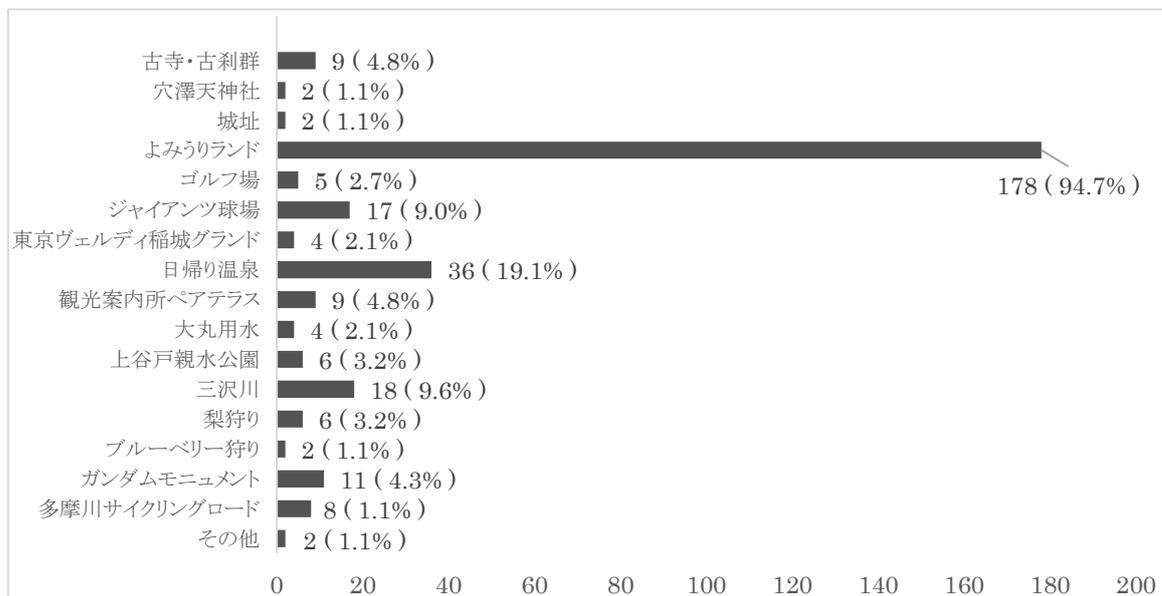


図 2-30 : 駒女アンケート-稲城市内で訪問経験のある場所

※「古寺・古刹群」は、常楽寺・妙覚寺・医王寺・円照寺・妙見寺・高勝寺のいずれか

- ⑤ 稲城市内の飲食店を利用したことはありますか

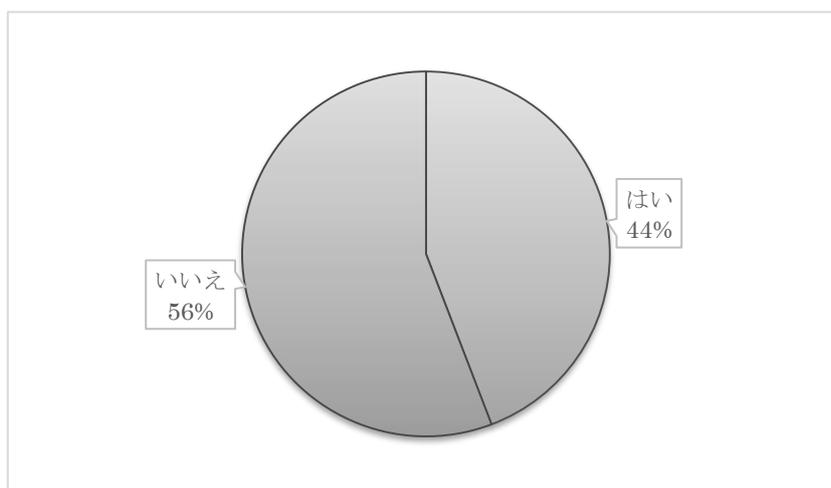


図 2-31 : 駒女アンケート-稲城市内飲食店の利用有無

⑥ 稲城市内の飲食店を利用したことがない理由は何でしょうか。

(⑤で「いいえ」と回答した人のみ、n=278)

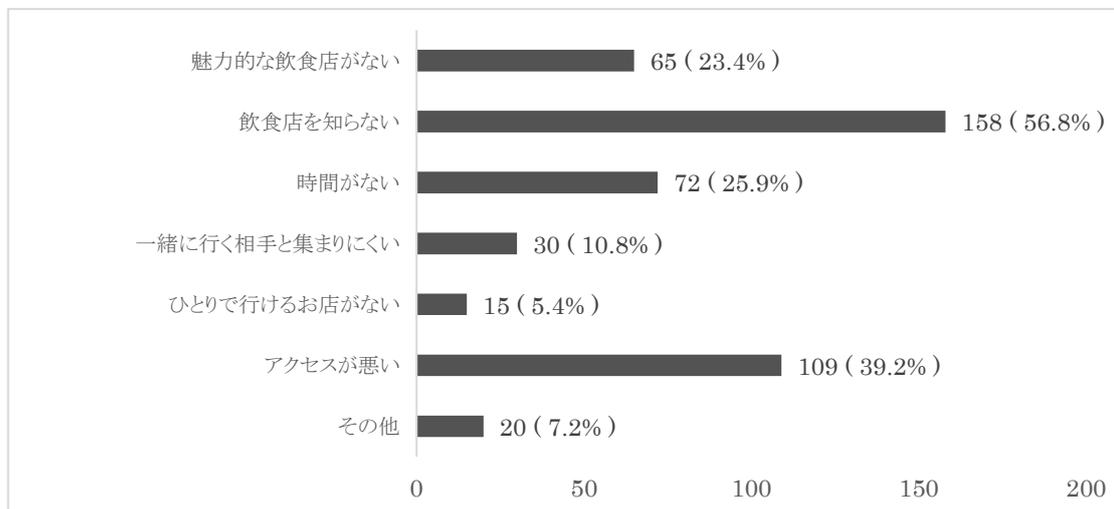


図 2-32 : 駒女アンケート-稲城の飲食店を利用しない理由

⑦ 「稲城」と聞いてどんなことをイメージしますか (複数回答可)

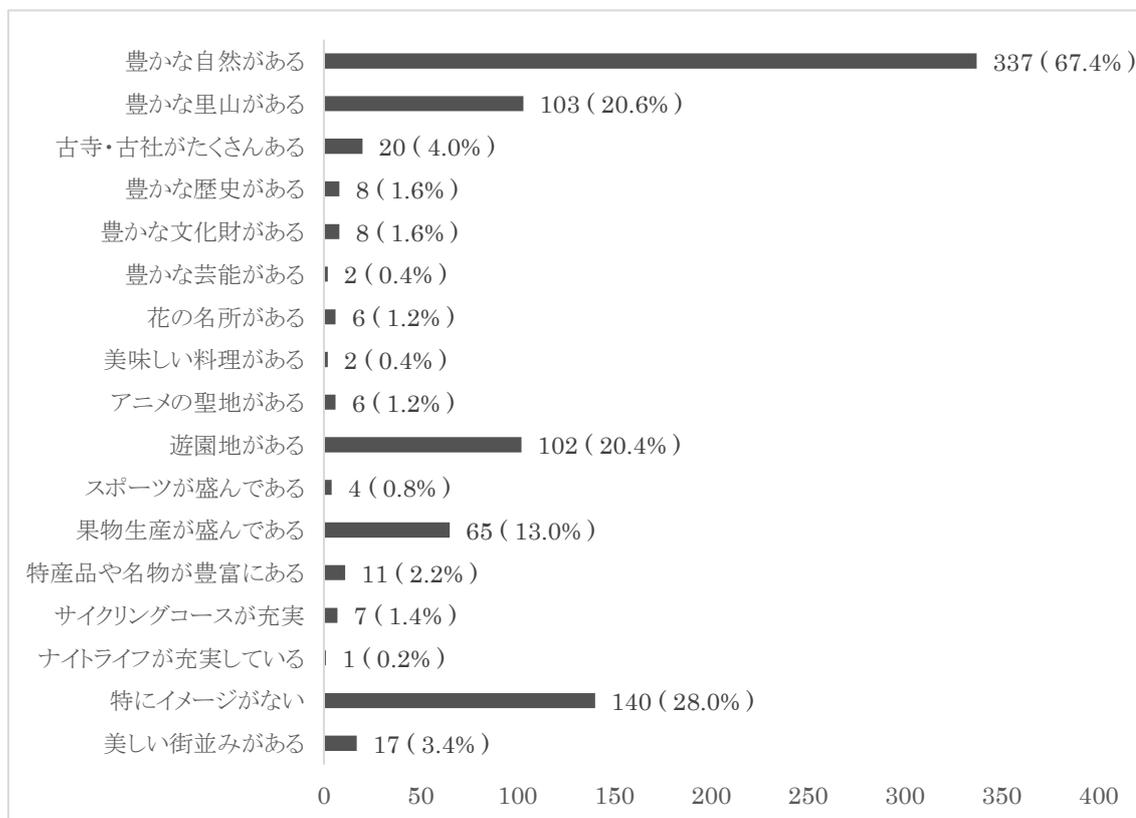


図 2-33 : 駒女アンケート-「稲城」からイメージされること

2.3. 現在稲城市で行われている各種活動状況

本プランの提言のまえに、令和2(2020)年1月時点における各種活動状況について、ここに記載いたします。現在稲城市においては、前プランを受けて行った活動のみならず、一般的にあまり周知されていない民間の活動も含めて様々なことが行われています。本提言の前にこれらを確認し、有効なものは踏襲・活用・発展させていくことも十分意味があるものと考えられます。

2.3.1. 体制・情報発信等

はじめに、現在行われているPR活動や前回の商業活性化プランを踏まえて活動しているもののほか、市・商工会・観光協会等、本プランの提言に関連する体制や情報発信等、現時点において活動の基盤となっていることについて、ここで記載いたします。

(1) 推進・実行体制等

本プランに関連する組織等としては以下があります。

① 稲城市

経済観光課を主として、関連する部署に現在は経済観光課・企画政策課・土木課・環境課・秘書広報課・スポーツ推進課・市民協働課などがあります。

② 稲城市商工会

地域資源を活用した商品の地域認証ブランド「稲城の太鼓判」の認証とPRを行うことにつき、主体となって推進しており、他、「稲城なしのすけ商品券事業」等も実施しています。

③ 稲城市観光協会

平成31(2019)年、稲城市の地域資源を活用し、観光事業の振興を図り、その魅力を国内外へ発信し、地域の活性化、市民生活の充実及び地域文化の発展に寄与することを目的として設立されました。直近では駒沢女子大学生事業部の発足もされており、観光学を学ぶ学生も加わり、各種活動を行っています。観光協会が設立されたことにより、外国人を含む市外からの観光客向けのPR活動や情報整備等でも新たな取組に着手できる基盤が整いつつあります。

(2) 情報発信・PR活動

現在行っていることについては以下があります。現状では、以下に示すようなことを通して稲城の魅力のアピールや、広報活動を進めています。

【活動例】

- ・ いなぎ発信拠点ペアテラスの設置
- ・ YouTubeによる稲城市PR、観光PR動画の配信
- ・ 稲城市（観光）Twitterによる情報発信
- ・ 稲城市イメージキャラクター「稲城なしのすけ」による広報活動
- ・ 「TOKYO TAMA 魅力発見プロジェクト」の推進
- ・ 「稲城フィルムコミッション（Inagi Film Commission）」による対外的PRのためのロケ支援活動
- ・ 稲城市フォトギャラリー

(3) 観光に関する協定の締結

前述(1)の組織は、他の組織体とも協定を締結し、外部組織との連携も進めながら、稲城の商業活動の活性化を進めています。こうして幅広く外部との連携を進めながら、観光客の誘致や各種活動の実施を進めています。

【活動例】

- ・ 稲城市観光まちづくり産官学連携協定の締結⁴
(稲城市、稲城市、稲城市観光協会⁵)
- ・ 日本自動車連盟(JAF)との観光協定の締結
- ・ 「各種先端技術を活用した多言語による観光情報整備に関する協定⁶」の締結
(オリックス株式会社)

⁴ 平成30(2018)年6月8日締結 / 稲城市ウェブサイト”観光に関する協定”より
(https://www.city.inagi.tokyo.jp/kanko/kanko_tokusyoku/kankou_kyoutei/kakoumachidukurisankangakurenkeikyoutei.html)

⁵ 平成30(2018)年7月2日締結 / 稲城市ウェブサイト”観光に関する協定”より
(https://www.city.inagi.tokyo.jp/kanko/kanko_tokusyoku/kankou_kyoutei/jaf_kankokyoutei.html)

⁶ 平成30(2018)年7月2日締結 / 稲城市ウェブサイト”観光に関する協定”より
(https://www.city.inagi.tokyo.jp/kanko/kanko_tokusyoku/kankou_kyoutei/tagenngo0706.html)

2.3.2. 実施されている公的活動の具体例

前述の体制等があるなかで、市役所や商工会等を中心に行われている公的な活動としては、以下のようなものがあります。全体的に、稲城市内の自然を楽しむ企画や、「自転車の街・稲城」を意識した取組、大河原邦夫プロジェクトによる事業が顕著であり、特産物としては、地域認証ブランド「稲城の太鼓判」の認知度が年々上がっています。また、稲城産農産物の販売活動は継続して高い人気を維持しています。なお、ここでの公的活動は「市/商工会/観光協会が主催、後援、協力しているもの」として記載しています。

(1) 「一店逸品」活動

前プランにおいて提言された「商店街の全てのお店が、自慢の商品・お勧め商品を持つように、各店が工夫して商品発掘や商品開発を進める」というものです。結果として、稲城市商工会地域認証ブランド「稲城の太鼓判」につながっています。

(2) 市民参加のタウンウォッチング活動等

「安全安心な買い物ができる、便利で楽しい商店街作り」に向けた活動など、稲城の良さを幅広く知らしめると同時に、商業活動の活性化に繋がる活動を行っています。

【活動例】

- ・ 稲城観光案内人と巡る「観光ウォーキングツアー」、「見学・体験ウォーキングツアー」
- ・ 南多摩3市連携ウォーキングツアー、サイクルツアー（多摩市・町田市・稲城市）
- ・ 8自治体連携 TAMA サイクルフェスティバル
- ・ 稲城ふしぎ発見ふれあいウォーク
- ・ シルバーハイキング（スポーツ推進課の事業）
- ・ 稲城ぶらり散歩スタンプラリー
- ・ いなぎを巡るモバイルスタンプラリー
- ・ 桜と梨の花フォトコンテスト（平成26(2014)年実施）
- ・ デザインマンフォールフォトラリー
- ・ 「城山トコロジストの会」共催による環境講座

(3) 市内 PR イラストマップ

稲城市内の観光スポットと商店街を PR するために、前述の「一店逸品活動」の内容等を含めたイラストマップを作製し、それを配布することで稲城をアピールするものとなります。

【活動例】

- ・ 稲城市イラストマップ（日本語版・英語版・中国語版・韓国語版）
- ・ 稲城市観光マップ「稲城ぶらり散歩」
- ・ 稲城市観光パンフレット
- ・ いなぎガイドマップ・防災マップ
- ・ いなぎあるくマップ
- ・ るるぶ特別編集「稲城市」
- ・ いなぎ農産物直売マップ

(4) 市民協働・季節の「買物ひろば」

稲城市の商品を手軽に購入できるイベントや場所を提供し、市民消費の向上や生産者のアピールの場を提供しています。

【活動例】

- ・ 稲城産とりたて野菜販売「稲城日曜市」の開催
- ・ 姉妹都市大空町アンテナショップの設置
- ・ 稲城産農産物直売所

(5) 観光環境の整備

インバウンドの増加への対応や、来街者の利便性を考慮し、基盤となる部分を整備することも実施しています。

【活動例】

- ・ シェアサイクル「のりすけ」の設置
- ・ 多摩川サイクリングコースの整備
- ・ いなぎ Free Wi-Fi の運用
- ・ 訪日外国人向け多言語による観光情報案内サービス（日本語を含む5カ国語）の実施

(6) 各種イベントの開催

市内各地において、昔からの伝統的な行事等、様々なイベントが行われています。対外的に積極的にアピールしていないものもありますが、地域の特色や稲城の良さが見えるものでもあるため、代表的なものについてここに記載いたします。

【 活動例 】

- ・ 三沢川桜・梨の花まつり
- ・ 大丸用水れんげまつり
- ・ 妙見尊 蛇より行事
- ・ 穴澤天神社 例大祭
- ・ 上谷戸ホテルのタベ in 稲城
- ・ 稲城フェスティバル～米軍多摩サービス補助施設～
- ・ 稲城阿波踊り
- ・ 稲城くらしフェスタ
- ・ 青渭神社 例大祭
- ・ Iのまちいなぎ市民まつり
- ・ 塞の神行事（どんと焼き）
- ・ 穴澤天神社 節分祭
- ・ 大河原邦夫プロジェクトによる各種イベント（メカデザイナーズサミット、ガンダムモニュメントの設置、ガンダムマンホールの設置など）

2.3.3. 実施されている民間活動の具体例

公的に行われているものとは別に民間で行われている活動として、以下のようなものがあります。スポーツ団体のイベントは多岐にわたり開催されており、特にホームタウンのスポーツチームについては、市内のイベントへの参加活動もあり、交流の輪が広がっております。また、各市民団体による貢献は顕著であり、小規模なものを含めると多くの取組がされており、特に自然や環境、食に関するものが多いです。

こういった形で民間企業・団体が独自に企画しているイベントは話題性があり、市外からの集客が増加傾向にあります。

(1) 各種スポーツ団体等の活動

稲城市は、サッカーJリーグの「東京ヴェルディ 1969」、日本女子サッカーリーグ「日テレ・ベレーザ」のホームタウンであるほか、プロバスケットボールチーム「東京サンレーヴス」のホームアリーナタウンでもあります。他にも、稲城近隣を活動拠点としているプロスポーツ団体としてプロ野球の読売巨人軍等があります。民間団体の中にはこれらスポーツ団体と連携した活動を行っているものもありますが、その他、様々な活動が行われています。

【活動例】

- ・ 東京ヴェルディホームタウン推進懇談会によるファン交流会
- ・ 日テレ・ベレーザ女子サッカーチーム選手ファン交流会
- ・ 稲城フェスタ IN ジャイアンツ球場の開催
- ・ 東京ヴェルディ稲城グリーンロードレース（ぼんぼこマラソン）の開催
- ・ 稲城市ラグビー子ども体験イベント「タグラグビー体験会」
- ・ シクロクロス「稲城クロス」の開催

(2) 市民団体その他民間企業等

稲城を拠点として活動している民間企業・団体が実施している代表的なものとしては以下があります。実行委員会方式によるイベント等が多く、規模的には小規模なものも多いようですが、どれも好評を博しています。

【活動例】

- ・ 稲城カレーフェスタ（稲城カレーフェスタ実行委員会）
- ・ 稲城ボジョレー音楽祭～ワインと音楽に酔いしれて～（稲城市民オペラ実行委員会）
- ・ ビアテラス（稲城ペアリーロード商店街）
- ・ 森すまいる（稲城市自然活動団体）
- ・ 里山での作業体験や遊び体験会（東京稲城里山義塾）
- ・ 稲城手づくり市民まつり（手づくり市民まつり実行委員会）
- ・ 楽しく第九を歌う合唱団演奏会（稲城まちかど楽友協会）
- ・ SDGs de 地方創生 カードゲーム体験会（いなちち 稲城父親の会）
- ・ 若葉台イルミネーション（若葉台イルミネーション実行委員会）
- ・ 矢野口駅前きらきらフェスタ（地元構成の実行委員会等）

- ・ 稲城長沼ハロウィンマルシェ&仮装コンテスト（社団法人いなぎクラスくらす）
- ・ よみうりランドおよび京王よみうりランド駅イルミネーション
- ・ テレビ朝日夏祭り 若葉台キャラクターランド
- ・ 児童劇団「大きな夢」子どもミュージカル（1993年に東京都稲城市で発足）
- ・ “南武線おいしい風景” インスタフォトコンテスト（南武線沿線自治体シティプロモーション推進協議会 川崎市・稲城市・府中市・国立市・立川市 ）

2.4. SDGs と国や近隣自治体の動向

SDGs（エスディーゼイズ）は、Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）の略称です。平成27（2015）年9月に国連で採択された「2030年にあるべき世界の姿」であり、「誰一人取り残さない」持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現を謳っています。

本プランではこのSDGsにおける一般的な課題もあわせて考慮し、稲城市における商業活性化の提言を行います。ここではこのSDGsの概要、および国や稲城市の近隣地域における状況について記載いたします。

2.4.1. SDGs の概要

SDGsは図2-34に示す17の目標と169のターゲット⁷（具体的目標）で構成されています。



図 2-34 : SDGs 17 の目標

出典： 国際連合広報センター

⁷ 17の目標それぞれに定められています。例として、「1 貧困をなくそう」という目標の中には、「2030年までに、現在1日1.25ドル未満で生活する人々と定義されている極度の貧困をあらゆる場所で終わらせる」というターゲットがあります。

ただし、この169のターゲットは、開発途上国も含めた世界的な視点で記されていて少し分かりにくいかもしれませんので、ここでは図 2-35 に17の目標別に国内のテーマを示します。いずれもメディアに取り上げられている身近なテーマであることが分かります。

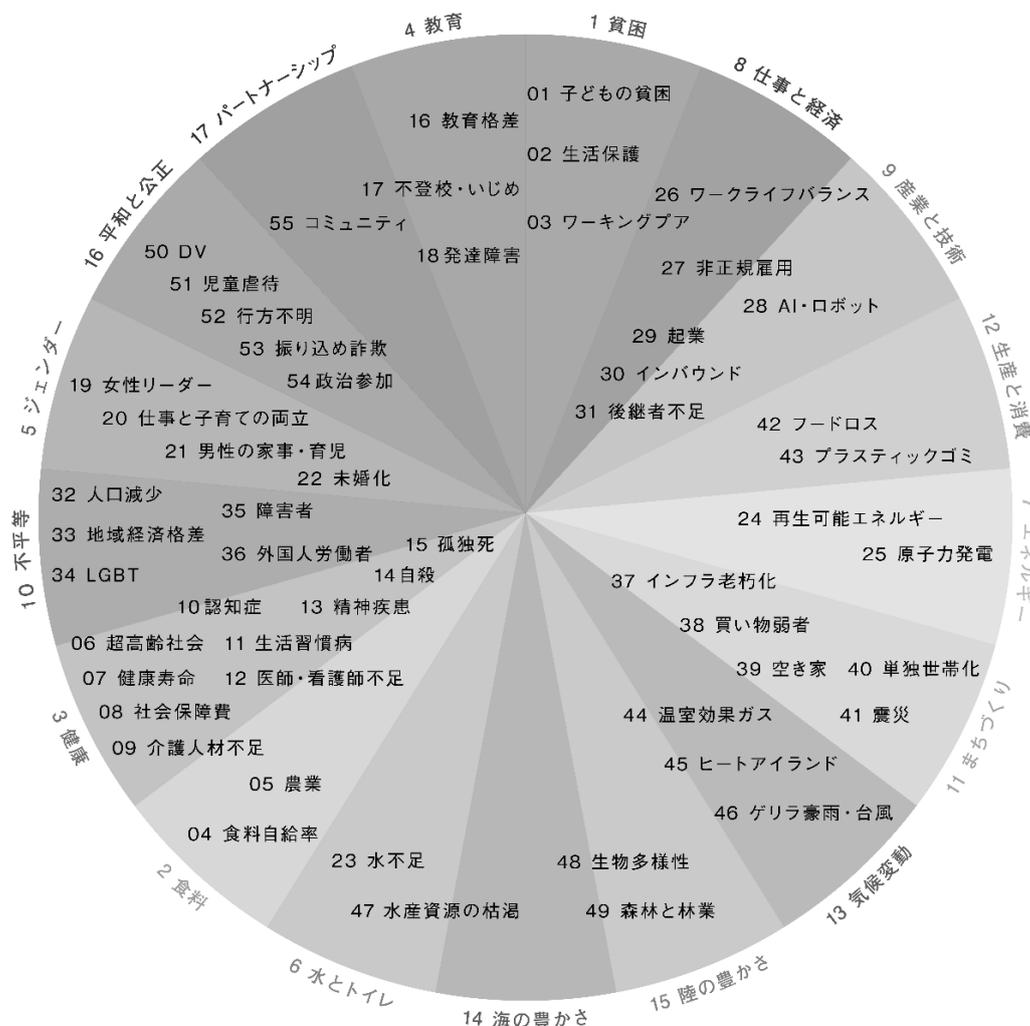


図 2-35 : SDGs イシューマップ (17の目標別国内のテーマ)

発行者 : NPO イシュープラスデザイン

2.4.2. 国や近隣自治体の動向

日本政府はSDGsの採択を受けて、持続可能な開発目標(SDGs)推進本部を平成28(2016)年5月に設置、更に国家戦略として「SDGs実施指針」を策定しました(令和元(2019)年12月に改訂)。そのビジョンにおいて、レジリエンス(強靱性)、自由、多様性と寛容性を備え、環境に配慮し、豊かで活力のある、誰一人取り残さない2030年の社会を目指すことを謳われています。また、SDGsは経済、社会、環境の三側面を含むものであり、これらの相互関連性を

意識することが重要とも述べられています。この指針のもとに策定された政府のSDGsアクションプランの中で本プランに関連する取組のいくつかを以下に示します。

(1) SDGs 未来都市

地方創生の推進策として、平成 30(2018)年度及び令和元(2019)年度において、地方公共団体による SDGs の達成に向けた優れた取組を提案した 60 都市が、「SDGs 未来都市」として、更にもうその中で特に先導的な取組 20 事業が「自治体 SDGs モデル事業」として選定されました。国はこれらの取組を支援するとともに、成功事例の普及展開等を行います。

稲城市の近隣自治体においては、東京都日野市、神奈川県川崎市が令和元(2019)年度に「SDGs 未来都市」に選定されています。

(2) 中小企業の SDGs 取組強化

中小企業の SDGs 取組強化のための関係団体・地域、金融機関との連携強化が謳われています。地域の中小企業と金融機関の連携策としては、図 2-36 の通り、「登録／認定制度」を導入することで地域の中小企業の SDGs への取組が見える化し、地域の金融機関がモニタリング、フォローアップを実施することで地域の中小企業の育成、成長に貢献することが想定されています。

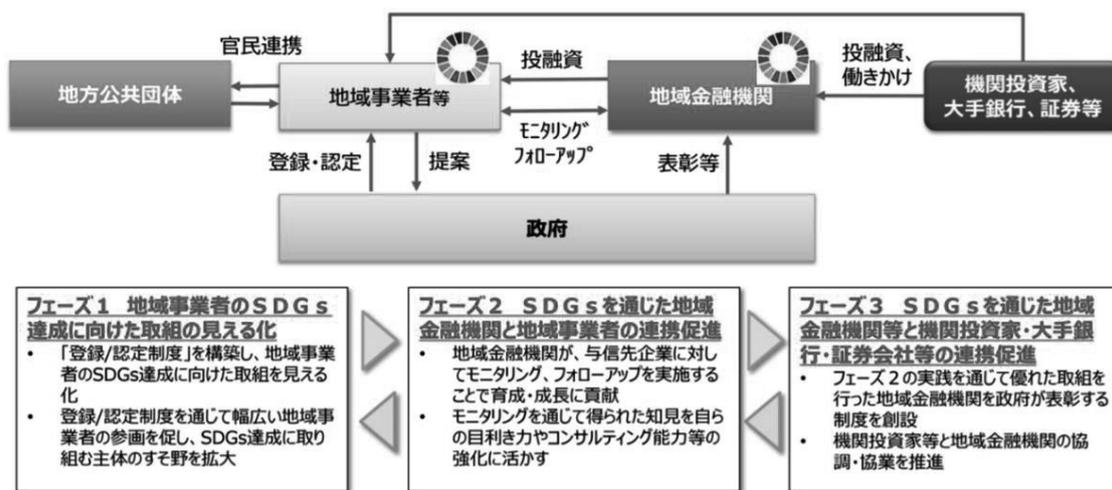


図 2-36：地方創生 SDGs 金融フレームワーク

出典：内閣府地方創生推進事務局⁸

⁸ 地方創生 SDGs・ESG 金融調査・研究会【参考資料 2】より。

https://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/kankyo/kaigi/pdf/sdgs_kinyu_sanko2.pdf

(3) 強靱なまちづくり

強くしなやかな国民生活の実現を図るための防災・減災等に資する国土強靱化基本法が平成 25(2013)年 12 月公布・平成 28(2016)年 4 月施行となって数年が経過しましたが、その間も平成 30(2018)年 6 月の大阪府北部地震、平成 30(2018)年 7 月豪雨、台風第 21 号、北海道胆振東部地震、令和元(2019)年の台風 15 号、19 号などの災害が発生し、多くの人命や財産が犠牲となったほか、関西国際空港の閉鎖や北海道におけるブラックアウトの発生など、国民がこれまでに経験したことのない規模・態様の被害が継続して発生しています。

このような状況を踏まえ、政府においては、平成 30(2018)年 12 月に、近年の災害から得られた貴重な教訓や社会経済情勢の変化等を踏まえて、平成 26(2014)年に閣議決定された「国土強靱化基本計画」を見直すとともに、3 か年で集中的に実施すべきハード面およびソフト面の対策を「防災・減災、国土強靱化のための 3 か年緊急対策」としてとりまとめました。現在、電力や河川などのインフラ強化や地域の防災体制の確立が課題になっています。国は、防災・減災、国土強靱化の推進、エネルギーインフラ強化やグリーンインフラの推進を SDGs の観点から強化しています。

2.5. 現状分析

ここまでの現状分析とデータを踏まえ、本節では稲城市の現状での強みと弱み、外的環境における機会と脅威について分析をします。

2.5.1 稲城の強み・弱み

本項は、まず稲城市の強み・弱みの確認をします。

以下に列挙した強み・弱みが少し違うと感じられる方がいらっしゃるかもしれませんが、総合的・客観的にとらえたものをご理解ください。本記述内容を踏まえて、解決すべき課題が何か、につなげるものとします。

(1) 稲城市の強み

稲城は、以下の点に強みがあるものと考えられます。

- ・ 首都近郊にありながら豊かな自然、里山を有し、季節の花、虫を含む生物等に恵まれ、バードウォッチングも可能です。駅から歩いて15分程度のところにキャンプ場があるなど、地域の自然や景観の保全への関心の強いターゲットへ向けて、これらをアピールすることで、稲城市の認知度向上、来街者増加を期待できる可能性があります。
- ・ 「主婦が幸せに暮らせるランキング」第2位。子育てや高齢者のケアなどは、細部にまで手が届く充実ぶりがあり、様々なサークル活動も盛んであり、人口増加に寄与しています。
- ・ 梨、ぶどうを筆頭に農産物生産が盛んです。稲城ブランドの梨は一般市場にほとんど出荷されないため、付加価値がついており、認知度の向上とともに、収穫時期に市外から購入に来街する人も増加しています。商店街や観光協会等と連携して市外への認知度を高めることで、稲城市の魅力をアピールすることが可能です。
- ・ よみうりランドは高い認知度と集客力があります。
- ・ 温泉施設（彩の湯）、健康プラザなどは市外からの来街も多く、十分な知名度があります。
- ・ スポーツ施設が充実しており、健康志向の高まりとともに、スポーツによる交流が盛んな街としてアピールできます。

- ・ 自転車人口、シェアサイクル「のりすけ」の利用者数も増加中で、道路整備も進行中であり、自転車と坂の街としてアピールできます。
- ・ 近年は多種多様な市民活動が年々充実して芽がではじめており、商業活性化へ向けての足がかりとなります。

しかし、これらが稲城市外の人々に十分に認知されていないため、実際には本当の強みになっていない面があります。この点に改善が見られれば、真の強みになるものと考えられます。

(2) 稲城市の弱み

稲城は、以下の点に弱みがあるものと考えられます。

- ・ 認知度が低く、強みできえも、市外における認知度は極めて低い状況です。
- ・ 市内への広報・発信力はあるが、市外に向けての広報・発信力が弱いと考えられます。例えば、「8 自治体連携 TAMA サイクルフェスティバル」は各自治体が同じように情報発信をしていますが、調布市や府中市は内容を広げた発信をしており、検索で上位に出てきます。一方、稲城は情報量に乏しく、検索結果は下位であり、キーワードに「稲城」を加えても調布や府中より下位に甘んじています。
- ・ 強みのよみうりランドについても、訪れた人が更に稲城市街へと足を延ばすことはほとんどありません。南多摩駅前の東横インについても、宿泊客は多いものの、街で消費活動を行う例は稀です。このように稲城を訪れる観光客が回遊性に乏しいことが弱みです。
- ・ 稲城市には中心となる象徴的なエリアが存在しないことも弱みで、これは認知度が低い一要因となっているものと考えられます。

2.5.2 商業活性化に生かせる機会等

ここでは、商業活性化プランを検討するうえで、プランの実施に向けた機会や脅威を確認します。機会・脅威ともに商業面だけではなく、幅広く取り上げています。

(1) 機会

- ・ 自然豊かで住みやすい稲城への移住希望者の増加

- ・ 地域の自然や景観の保全に対する関心の高まり
- ・ SDGs への世界的な関心の高まり、日本における普及の進行
- ・ 循環型社会、再生可能エネルギー、クリーンエネルギーへの関心の高まり
- ・ ワークライフバランス、働き方改革への関心の高まり
- ・ 情報化社会の進展と情報通信技術の進歩
- ・ 空き家対策特別措置法の制定
- ・ 政府の持続可能な農業に向けた構造改革の推進
- ・ 6次産業化・農商工連携への関心の高まり
- ・ 創業支援に対する国の施策の強化
- ・ 国内旅行客の増加
- ・ 外国人観光客の増加
- ・ グリーンツーリズムへの関心の高まり
- ・ 元気な高齢者の増加
- ・ 医療・介護への注目の高まり
- ・ 健康志向の高まり(食、自転車、ウォーキング)
- ・ 子育て支援サービスのニーズの高まり
- ・ 「新しい公共」という概念の台頭(協働・参画型のまちづくり)
- ・ 地域課題を解決するビジネスへの期待
- ・ 共助社会づくりを推進する国の取組
- ・ 地方創生の取組に対する支援策の拡充

(2) 脅威

- ・ 人口減少社会の到来と少子高齢化の進行
- ・ 自然環境破壊と地球温暖化の進行
- ・ 世界規模のエネルギー危機への懸念
- ・ 農地集積など農業・農村の構造変化
- ・ 地域経済の衰え
- ・ 大規模店舗への消費流出
- ・ 交通弱者の増加と自家用車への依存
- ・ 買い物難民の増加

- ・ 子育てに対する不安感や負担感の増大

以上を受けて総合すると、稲城には周辺都市にはない強み（魅力）がありますが、まだその強みを十分に生かし切れていません。一方で日本が抱える課題とそれに対する支援施策、ニーズの高まり等の機会と合致する点多々あります。機会に乗り、強みを更に発揮すべく取り組むことで、強みの優位性を高めることができます。

現状は稲城の良さが市外に認知されていないことが最大の弱みであり、強み・魅力をいかにアピールして認知度を向上させるか、その実効策が求められます。

第3章 商業活性化に向けた課題と解決方針

第2章で、稲城市の現時点の状況について記載いたしました。そこで本章では、これまで確認した現状を踏まえたうえで、本プランの実施によって解決すべき課題を明確にするとともに、その解決に向け、SDGs との関連・親和性も考慮した基本方針を設定します。

3.1. 解決すべき課題

ここまでの内容を踏まえると、現時点の課題として以下のことが考えられます。

[解決すべき課題]

- 1 : 消費の市外流出の防止（市内商業の活性化）
- 2 : 消費活動の市外からの誘引
- 3 : 積極的な新規創業の実現
- 4 : 既存事業者の活力向上
- 5 : 認知度の向上

第4章・第5章では、これらの課題の解決につながる提言を行います。

特に、第4章では具体的な提言を中心に、第5章では、推進体制や情報発信等の共通基盤を中心に、その内容について記載します。そこで、まずは上記課題の内容について、前章までの現状分析を考慮したうえでまとめます。

3.1.1. 消費の市街流出の防止（市内商業の活性化）

本来ならば稲城市内で消費されるべきものが市外での消費活動となっていることがあります。したがって、消費を市内に留めるための対応が、稲城としての商業活性化を進めるために必要です。

【 背景となるデータ 】

図 2-17 : 稲城市の産業別純輸出額一覧

図 2-18：稲城市の雇用者所得の流出状況

上記の各図から分かるとおり、現状では「ベッドタウン稲城」として都心に働きに出て、買い物も都心にいる間に済ませて帰宅する、といった姿が一般的にみられる状況があります。そこで、この状況を少しでも脱却し、「稲城市内における消費の活発化」を実現できるようにすることが、商業活性化に向けた課題であると考えられます。

3.1.2. 消費活動の市外からの誘引

現時点では、観光協会が発足して間もなく、まだ市外からの来街者が多い状況とは言えません。今後、稲城として来街者の増加から稲城市内における消費を促すための対応が、商業活性化に向けて必要です。

【 背景となるデータ 】

※「3.1.1 消費の市外流出の防止(市内商業の活性化)」と同様

「飲食業」や「個人サービス」の収支純額を改善するためには、市内のみならず、市外からの誘引も必要となります。ターゲットとする層が市内在住者とは異なるため、別の課題としてここで掲げることで、検討すべきこととして明確にするものです。

3.1.3. 積極的な新規創業の実現

商業活性化に向けて、稲城における「新規起業」と「開業した事業者」の活性化は避けて通れません。また、安心して創業するためには、既存の事業者をはじめとした事業者への支援体制も必要不可欠となります。したがって、この点を課題とします。

【 背景となるデータ 】

図 2-12：稲城市小売業年間販売額と小売店店舗数

図 2-13：稲城市売場面積規模別小売業年間販売額

このデータでは、直近において小売業の販売額が上昇しているにも関わらず、事業者の数は減少しています。したがって、この小売業の販売額上昇は「大規模店舗」によるものであり、中小の店舗は減少傾向にあることが示されています。したがって、この店舗が減少傾向にある状況を改善するためにも、積極的な新規創業の実現が必要です。

3.1.4. 既存事業者の活力向上

前述のとおり、稲城には多くの魅力的な資源や事業者が存在するので、生かさない手はあ

りません。また、いくつかの魅力的な資源があれば、個別単体でアピールするだけでなく、互いに組み合わせることで、相乗効果を得ることや、新たな価値を見出すことにつながります。この「相乗効果を得る」「新たな価値を見出す」ということを進めるとともに、既存事業者の活力向上を進めることが重要な課題と考えられます。

【 背景となるデータ 】

図 2-12：稲城市小売業年間販売額と小売店店舗数

図 2-13：稲城市売場面積規模別小売業年間販売額

図 2-33：駒女アンケート-「稲城」からイメージされること

上記では、先述の通り稲城における小売販売額が「大規模店舗」に依存しつつある状況からして、既存小規模事業者の活力向上が課題であると考えられます。また、アンケート結果において「稲城と言って思い出すもの」として、「よみうりランド」「京王線」「なし・ぶどう」が大半を占めている結果となっていますが、現在、稲城の強み・代名詞ともいえるものでもあるので、列挙されること自体は問題ありません。しかしながら、拡張性に限界があるため、他にも、新たに既存事業者の特徴や強みを引き出していくことは重要なテーマです。

3.1.5. 認知度の向上

現在は、残念ながら稲城としての認知度は高くない状況です。したがって、根本的に稲城という名前をより多くの人に知らしめることが課題です。

【 背景となるデータ 】

図 2-23：稲城と言って思い出すもの（複数回答可）

図 2-24：稲城について欲しい情報

図 2-32：駒女アンケート-稲城の飲食店を利用しない理由

図 2-33：駒女アンケート-「稲城」からイメージされること

これらのアンケート結果において、稲城といえば、「よみうりランド」「梨」「里山」などが上位に列挙されていますが、見逃せないのは「特にイメージがない」「知りたいことはない」という項目も目立つレベルで回答があったことです。

稲城に来ている人に対するアンケートでさえこういった回答があるのですから、一般的な認知度は更に低いものと考えられます。よって、認知度の向上が課題となると考えられます。

3.2. 課題解決に向けた提言の基本方針

本プランで提言する商業活性化のための具体的提言抽出にあたっては、世界共通の指標である SDGs の推進と関連付けて行います。

3.2.1. SDGs を取り入れる背景

グローバルな課題に目を向ければ、気候変動、自然災害、感染症、貧困、ジェンダーなどの課題が複雑に絡み合った現代の社会は、不安定、不確実な社会と言えます。

地球環境問題においては、産業革命以降の行き過ぎた経済活動の結果、温室効果ガスの排出が急激に増加したことにより気候変動の問題がいよいよ深刻な影響を与えつつあり、その解決はもはや待ったなしの状況です。また、特に現代は「第6の大量絶滅時代」とも言われ、人間による行き過ぎた開発、乱獲などが原因で生物多様性が失われつつあります。

国内に目を転じれば、我が国では、総人口の急激な減少と少子高齢化社会のさらなる進展が危惧されており、スイスのビジネススクール IMD (International Institute for Management Development) が昨年度発表した「世界競争力ランキング」において、我が国は30位まで下落しております⁹。

このような国内外の情勢に鑑みれば、もはや以前のような右肩上がりの経済成長が望めない中、我が国が生き残る道は、新たな価値を創出することにより地球環境と共生した持続可能な発展を目指すことです。これは地域における商業活性化というテーマにおいても同様であり、今までのやり方では地域の事業者は熾烈な競争の中、生き残ることはできません。事業活動における地域の自然との共生や社会貢献、また、それを通じて新たな価値を持った商品やサービスを生み出していく必要があるのです。

3.2.2. SDGs を取り入れるメリット

地域の商業活性化を SDGs の推進と絡めて行うことにより考えられる最大のメリットは、SDGs の意識を持つことで、企業などの活動を環境、社会、経済の三側面、すなわちトリプルボトムラインで統合的に取り組み、相乗効果を生み出すことにより新たな価値を創出し

⁹ IMD が令和元(2019)年5月28日に発表した”Singapore topples United States as world’s most competitive economy”(以下 URL)による。
<https://www.imd.org/news/updates/singapore-topples-united-states-as-worlds-most-competitive-economy/>

やすくなることです。

トリプルボトムラインによる事業の考え方の例として、以下図 3-1 に示すイメージ図が考えられます。この図の中の「環境」「社会」「経済」の各楕円内の一つ一つの文言の部分が、独自の効果を発揮するだけでなく、実施した内容がそれぞれ相乗効果を発揮して新たな価値が創出され、最終的に自律的好循環が確立していくこと、を目指します。この結果として、稲城市の商業の持続可能な発展へつながるイメージです。

稲城市に関して具体的に言えば、里山の保全、自転車の活用による CO₂削減などの環境的側面での活動が、防災システム構築などの社会的側面や、サイクルツーリズムによる観光業の活性化や商店街の活性化などの経済的側面と結びつき、相乗効果を生むことにより新たな価値を創出できるといことです。

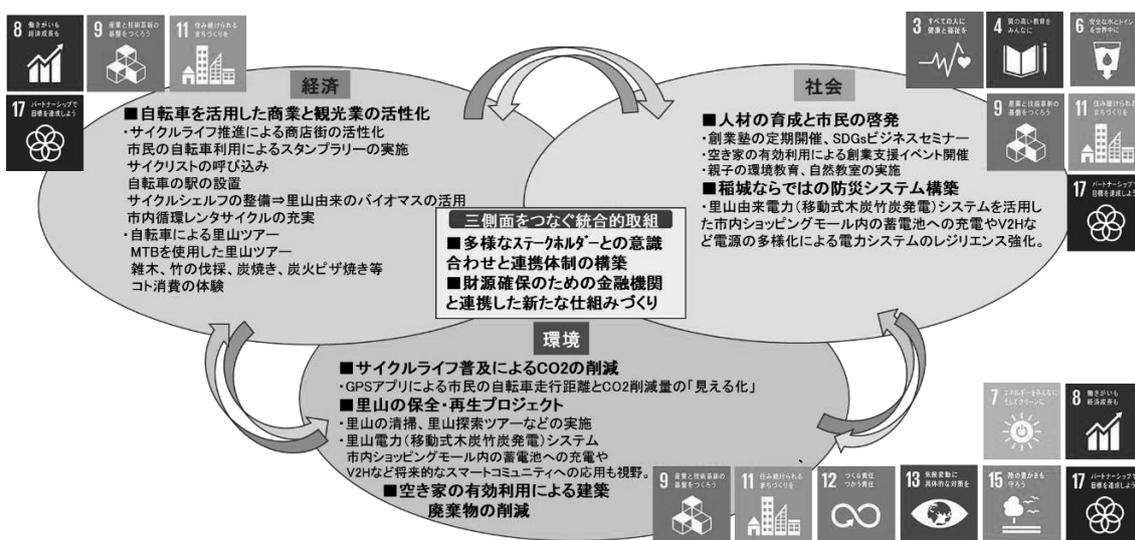


図 3-1：トリプルボトムラインによる事業方向性のイメージ（例）

なお提言の作成に当たっては、コンセプトから一段細かい基本方針として以下の点に留意いたしました。

[基本方針]

- 1：「都心近郊に感じるふるさと」の実現にむけ、持続可能な発展につなげられる
- 2：提言を踏まえて実施されたことが相互に相乗効果を発揮できる
- 3：稲城市民として稲城市民であることを誇れるようになる
- 4：特に稲城市の事業者は一人として取り残されない展開ができる
- 5：稲城市外の人にとっても魅力的な「目的地」としての稲城市につなげていける

3.2.3. 「稲城商人の新三方よし」の考え方

ここで新たな考え方として、「稲城商人^{あきんど}の新三方よし」を提唱致します。

これは、上記で説明したトリプルボトムライン、すなわち「環境」「社会」「経済」の三側面に統合的に取り組むことを、稲城市の商業者に分かりやすい言葉で表したものです。更に「三方よし」の原典である近江商人の考え方はSDGsとも親和性が非常に高いので、いにしえの近江商人の心得や彼らが影響を受けた仏教の考え方も一部取り入れて、フレンドリーなフレーズとして提唱致します。

「新三方よし」とは、「**経済よし、社会よし、環境よし**」から成るものです。これらの具体的な考え方は以下となります。

【 経済よし 】

商業者が適正な価格で販売し適正な利益を確保できることです。

代表的近江商人の伊藤忠兵衛（伊藤忠、丸紅の始祖）は「商売道の尊さは、売り買い何れをも益し世の不足をうずめ、御仏の心にかなうもの」を座右の銘にしていました。この言葉はまず、売り手と買い手がWin-Winの関係にあることを説いています。また、健全なバリューチェーンを構築するという解釈も可能ですので、資本金のある大手企業だけが勝ち残るのではなく、小規模事業者にも復権の道筋をつけ、稲城市の商業者は誰一人取り残されないようになるためのキーワードでもあります。

【 社会よし 】

街の安心安全につながるインフラが充実することや人材が育つことです。稲城が持続可能な発展をしていけるようになるために必要なリーダーシップを兼ね備えた人材育成と、安心して移住や起業ができる環境づくりに道筋をつけ、稲城市が周囲と比して規模が小さくともキラリと輝く街になって市民誰もがシビックプライドを持てるようになるためのキーワードです。

【 環境よし 】

稲城市の商業者が地域の環境と共生することにより発展することです。

まず「環境」の定義（辞書的な意味）を確認すると「衆生（一切の生き物）が住む、まわりの時間・空間」となります。キーワードは衆生で「一切の生き物」の意味です。

伊藤忠兵衛は「商売は菩薩の業」とも言っています。キーワードは菩薩で、その意味は「みずから菩提を求め一方、衆生を導き、仏道を成就させようとする行者」です。「衆生を導き」から、商業者の地域の環境との共生を説いていると解釈できます。

当然、これら3つのキーワードはお互いに独立したものではなく、相互に関連し合い、互いにシナジーを発揮しながら好循環を辿って稲城市を秩序ある発展に導きます。「売り手よし、買い手よし、世間よし」の三方よしをキーワードにする例は多々見られますが、そもそも三方よしの言葉自体が現代に入ってから作られた造語であり、SDGs や三方よしの原典である近江商人の心得、更に仏教の考え方を踏まえて環境との共生を謳うこの「新三方よし」は、稲城独自かつ本質に迫ったものといってよいものです。特に「図 2-23：稲城と言って思い出すもの（複数回答可）」や「図 2-33：駒女アンケート-「稲城」からイメージされること」でも里山や自然が稲城の特徴であるといった結果が出ていますので、この特徴を生かしたのものであるこのスローガンは、都心近郊の稲城ならではの考え方であり、稲城だからこそ提唱できるものと考えられます。



次章以降ではこの「新三方よし」を共通した拠り所として、稲城市の商業活性化に資する提言を行います。ここでは私たちの提言が、それぞれ如何にして「経済よし」に結び付くか、如何に「社会よし」に適った内容であるか、そして「環境よし」と両立できる内容であるかに触れながら、具体的事例も紹介する形で説明致します。

第4章 商業活性化に向けた提言

ここまでに記載した課題とその解決方針を踏まえ、本章では具体的な提言内容について記載します。ここではSDGsの観点も踏まえ、前章に記載した課題のどの解決案につながるのか、当該提言が17の目標のうち、主にどれに該当するのか、ということをあわせて記載します。本内容が商業活性化に向けて実際に行うことの提言となります。

4.1. 提言内容の概要

本プランにおける提言は、大きく三つの要素から構成されます。

【 提言内容 】

- (1) 事業者支援に関する提言 (4.2にて記載)
- (2) 商業活性化に関する提言 (4.3にて記載)
- (3) SDGs先進都市に向けた提言 (4.4にて記載)

上記(1)は、「事業者として事業を積極的に進めるために、稲城らしさを持った形で創業や経営の支援を充実させ、活発に活動できるようにすることで、次世代を担う人材の育成を伴った商業活性化につなげる」という観点でまとめたものになります。(2)は、「住民・観光客等がより便利で楽しめる街とすることで、稲城の魅力を向上させる環境配慮型の商業活性化につなげる」という観点でまとめたものとなります。更に、(3)では特に「SDGsに特化した商業活性化の具体策」としてまとめています。これらの面について、3.2節に記載したSDGsに関する基本方針と「新三方よし」の考え方を踏まえ、各種提言を記載いたします。

なお、全ての提言が、いくつもの課題解決につながっています。これについては、当該提言がどの解決につながるか、といった表を付記し、関連性を記載していますが、実際には様々な形で関連し、相乗効果が得られると考えられるため、課題との関連性がないことはありません。この点については、各提言において記載いたします。

また、各提言において、SDGsとの関連性も、下記アイコンを付して言及しています。

参考：SDGs 17の目標



4.2. 事業者支援に関する提言

本節は、「事業者として事業を積極的に進めるために、稲城らしさを持った形で創業や経営の支援を充実させ、活発に活動できるようにすることで、次世代を担う人材の育成を伴った商業活性化につなげる」という観点からの提言です。この点につき、先述の新三方よしの観点と合わせると、市内に創業者が増えて昼間人口が増加し、市内商店を訪れるお客様が増える（経済よし）、既存事業者を含めて人材が育っていく（社会よし）、といったイメージです。具体的には創業から事業安定化、事業承継といった事業の中の各段階における支援として、以下 A)～D)に示すような段階別に具体的な内容を記載いたします。

A) 創業前・創業後の支援（4.2.1項）

創業の活発化や、創業前・創業後の支援に関する各種提言になります。空き家対策等も検討します。

B) 経営力向上・活力向上（4.2.2項）

既存事業者がより活発に活動できるようにするための各種提言になります。

C) 事業承継対応（4.2.3項）

経営者の高齢化・優良事業の後継者不足等に対する提言となります。

D) 再チャレンジ対応（4.2.4項）

一定の条件が整えば再チャレンジ支援をすることに対する提言となります。

また、稲城はかつて窪全亮¹⁰先生による「^{けいぎ}奚疑塾」や、小俣勇造¹¹先生による「和算塾」が開かれ、当時大勢の人が集い学び、切磋琢磨し合った地域でもあります。創業前の方も、既に事業を営んでいる方も、この精神が宿る稲城をビジネスの拠点に選んで頂きたいと希望しますし、そのような方のチャレンジスピリット心に応えられるだけの体制を整えておきたいところです。

ここで、本節における提言と課題の関係を以下表 4-1 に示します。本節の内容は「商業活

¹⁰ 1847－1913 明治-大正時代の教育者。

弘化(こうか)4年8月19日生まれ。大沼枕山(ちんざん)らに学ぶ。長沼村の東長沼郷学校、博文舎で教え、明治13年奚疑塾を開いた。大正2年5月11日死去。67歳。号は素堂。漢詩集に「古素堂詩鈔」。

¹¹ 1840－1914 明治時代の和算家。

天保(てんぼう)11年10月4日生まれ。明治10年東京に遊学、福田理軒に關流の和算を学び、矢野口村に和算塾をひらく。大正3年6月13日死去。75歳。名は勇、綱造ともいわれる。著作に「数理図解」。

性化を実現するための前提」に近いものでもあるため、認知度の向上に対する関与は直接的なものではありません。しかしながら、本プランによる提言により事業遂行基盤が定着すると、稲城における事業の進めやすさ、充実した支援策、魅力的な店舗の増加とその口コミの広がり、等のような形で認知度の向上につながる要素は十分あり得ます。

表 4-1：課題と提言の関係(1)

課題	提言	A)	B)	C)	D)
1：消費の市外流出の防止（市内商業の活性化）		○	○	○	
2：消費活動の市外からの誘引		○	◎		
3：積極的な新規創業の実現		☆	○		◎
4：既存事業者の活力向上		○	○	○	○
5：認知度の向上					

※関連性の高いものから、☆>◎>○の順に印を付しているもの

4.2.1. 創業前・創業後の支援

本項では、創業前の事業計画策定段階から、実際に創業した後の計画実行支援としてできることについて提言いたします。

【 サマリ 】

1:SDGs

2:課題に対する効果
<p>1：消費の市外流出の防止（市内商業の活性化）</p> <p>市内外の創業者により、これまで無かったような新たな店舗や事業が展開されることで、稲城市民がそこで消費活動を行うようになることが期待できます。</p> <p>2：消費活動の市外からの誘引</p> <p>稲城市内の創業が進むことで、近隣エリアの人々も稲城の商業に関心を持つようになり、市外からの消費活動を誘引するようになることが期待できます。</p> <p>3：積極的な新規創業の実現</p> <p>本項の主テーマです。記載内容を実現することが、積極的な新規創業の実現に寄与します。</p> <p>4：既存事業者の活力向上</p> <p>市内での創業の活性化は、競合よりも協同による横のつながりの発展が期待できます。それによる既存事業者の活力向上も期待できます。</p> <p>5：認知度の向上</p> <p>創業が進めやすい事業環境となることで、そういった前向きな風土・文化が醸成されやすくなります。成功事例の公的機関による公表も多々ありますので、こういった形で認知度の向上が期待できます。</p>

【 内容 】

創業前支援・創業後支援として下記につき提言します。まずは、持続可能な発展につながる第一歩となる「一気通貫型経営塾の運営・開催」、更には「市外からの創業希望者の呼び込み体制の確立」の提言、また、現実的に有効と考えられる「公的機関の支援制度活用支援」、「空き家・空き店舗対策の実施」が提言内容となります。

また、窪全亮先生が主宰した奚疑塾の時代から「時代に先駆けて共に学び共に成長する」

精神がある稲城では、様々な古刹や旧蹟、或いは伝統芸能が残されています。ここに市内在住の人のみならず市外から来る人も含めて、創業者による積極的な新規事業立ち上げ進むことは、これまで見逃されていた「強み」が新たに意識されるようになり、これら地域資産の有効活用への道が開けていくことも期待できます。

(1) 一気通貫型経営塾の運営・開催

商業活性化にむけて、創業の活性化は欠かせませんが、稲城市における創業の実績は低下傾向にあります。したがって、まずはこの創業に向けた支援に関して、創業前に行う「創業塾の定期開催」と、創業直後の苦しい時期を支援する「創業後のフォローアップ体制の確立」という点につき提言いたします。この二つの経営塾はセットで大きな意味を持ちますので、創業における支援の両輪として実施頂けたらと存じます。

① 創業塾の定期開催の実施

稲城市では市内での創業を促進するため、中小企業等支援に関する包括協定を締結しているさわやか信用金庫¹²、及びみずほ銀行、稲城市商工会、及び多摩市と連携した稲城市創業支援等事業計画を策定し、平成 30(2018)年 12 月 26 日付けで国の認定を受けました¹³。これにより、「特定創業支援等事業による支援を受けたことの証明書」が交付され、交付を受けた創業者は、会社設立時の登録免許税が半額に軽減され



ることなど、創業関連保証枠の拡大などの様々な支援を受けることができるようになります。また、交付を受けた創業者は、東京都の「創業助成金（後述・(3)にて記載）」の申請要件にも該当するようになり、しっかりとした事業計画を作り込むことにより創業時の資金的なハードルを大きく引き下げられる可能性が開けました。

従来稲城市では創業前段階を対象とした塾を多摩市と合同で行ってきました。人口や市の面積で上回る多摩市からの申込者が圧倒的に多く、多摩市と稲城市の申込者の比率は 10:1 と、圧倒的に多摩市の方々が中心となる催しでした。令和 2(2020)年度以降は稲城市単独

¹² 平成 29(2017)年 2 月 7 日締結：

https://www.city.inagi.tokyo.jp/smph/kurashi/syuro_sangyo/houkatsukyoutei/houkatsukyoutei.html

¹³ 事業概要：稲城市ウェブサイト「産業競争力強化法に基づく操業支援等事業計画と優遇措置について」

https://www.city.inagi.tokyo.jp/kurashi/syuro_sangyo/founding/sangyoukyousoukyouryokuhou.files/sougyousiennkeikakugaiyou20191220.pdf

での開催が決定されたため、今後は稲城市内の参加者が増加して、将来的な創業の活性化につながることを期待されます。なお、この創業塾は、稲城らしさを生かした「稲城の新三方よし」の精神に則って自然との共生を基軸とするカリキュラムとすることで、市内には環境配慮型の新たなビジネスモデルが次々と出現するようになることでしょう。

他市の事例を見ても、調布市や小平市など継続して開催している自治体では、卒業生同士のコミュニティが醸成され、横のつながりや連携による事業シナジーが発現して創業の成功確率が確実に高まっています。そういった側面でも、令和 2(2020)年に始まる創業塾は、たとえ当初は参加人数が少なかったとしても継続的に実施して、稲城の創業の活性化に寄与するようにしていただきたいと考えます。

② 創業後フォローアップ体制のとしての経営塾の定期開催

創業前段階はいわゆる設計図や旅程表を描くステップですので、期待や希望が大きな状態です。しかし実際にビジネスをスタートすると、想定外の事態が次から次へと発生したり、見込み違いであったことが判明したりとの連続で、多くの経営者は例えようもない不安に襲われてしまいます。この苦しいステップをハンズオン型支援によって何とか乗り越えることができれば、その起業の成功確率は飛躍的に高まります。よって、この時期をフォローアップする経営塾を上記創業塾と合わせて定期開催することをご検討ください。

他事例としては、立川市において地元商工会議所が発達支援計画の認定を受けたことをきっかけとして、創業前段階の方を対象とした創業塾とは別に、創業後間もない事業家を対象とした創業塾修了者フォローアップ体制を確立するに至り、毎年大変好評を博していることがあります。(多摩市でも昨年と同趣旨での経営塾がスタートしています。)

(2) 市外からの創業希望者の呼び込み体制の確立

前述の内容は、あくまで「潜在的な市内創業希望者の開拓・掘り起こし」を主眼に置いた対応です。当然、稲城在住の人は、稲城の良さを知っているため、その創業を支援することは大きな意味があります。しかしながら、市内の創業需要掘り起しのみでは限界があることは否めません。空き店舗物件が出現した際、市内創業希望者が不在の場合はそのままその物件がアパートに改築されて二度と店舗の形に戻らなくなる、等といった状況も起こり得ます。結果として、稲城市の商業が衰退していくきっかけにもなります。よって、市外からの創業希望者を呼び込む環境の確立は必要不可欠なものとなります。

逆に、市外の創業希望者が稲城で創業しようとする態勢が整うと、市内商業が常に新陳代謝して、若年層向きのお店も高齢者好みのお店もバランスよく充実していくこととなります。これこそが、持続可能な発展につながる条件ともいえます。このためには、稲城市外の創業希望者からも、数ある創業候補地の中から稲城を選択していただく理由付けや環境の整備が必要となります。そのために、①創業希望者に対する公的支援の充実、②創業の物理的環境の充実、という2点について、ここで提言いたします。

① 創業希望者に対する公的支援の充実

即効性があるものとしては、例えばお隣の調布市等が行っている「チャレンジショップ制度（商店街組織に加入して開業することで、家賃を上限5万円まで補助する制度）」のような経済的なインセンティブが考えられます。また、「街ゼミ」や「バル」の継続実施も全国の多くの商店街で実証済みです。ただし、市や商工会の中に、商業者を常に支援・フォローなどができる人が最低一人固定して配置されていることが条件となります。街ゼミやバルは、継続することに意義があると言われていいますから、この固定した参謀役となる体制の確立と、そこが旗を振り続けられる環境整備が欠かせません。

他にも、創業塾スタートに先立って「プレ創業塾」の位置づけで、ワークショップを年2回程度企画し、稲城での創業に関するガイダンス（先輩创业者の実体験談や心構え、稲城市で創業することの魅力等を聴く会や諸々の質問に答える相談会）を開催することも有効です。これにより、潜在创业者が創業塾に参加する際の心理的ハードルを引き下げる効果があるものと考えます。

② 創業の物理的環境の充実

空き家を利用したインキュベーション施設の立ち上げ、について提言いたします。これは、市外のみならず、市内創業希望者でも有効なものであること、および根本的な商業活性化に関する課題でもあるため、後述いたします。

(3) 公的機関の支援制度の活用

創業時にあたっては、前述の通り予想外のことが多く発生することもあり、この苦しい時期をいかに乗り切るかということを前述しましたが、ここではこういった場を乗り切るために公的機関の支援制度をうまく活用することについて提言します（その他、創業時に関わ

らず使える助成金制度もありますが、これについては4.2.2項において提言します)。事業者の求める内容に応じてこういった公的支援機関の活用を行いやすくする環境を用意することが、稲城における創業のしやすさにつながるものと考えられます。

① 東京都創業助成金

公益財団法人東京都中小企業振興公社は、一定の要件を満たす都内で創業を予定または創業して5年未満の中小企業者等の方に、従業員人件費、賃借料、専門家謝金、産業財産権出願・導入費、広告費、備品費等、創業初期に必要な経費の一部を助成し、新たな需要や雇用の創出などを促しています。

この制度は、会社創業時に手持ち資金が足りない、どこから資金を調達しなければならぬという実績がない創業したばかりの事業者には、有効な助成金です。

(4) 空き家・空き店舗対策の実施

現在、空き家や空き店舗が目立つ状況は否めません。そこでこの状況を逆手に取って、空き家・空き店舗を活用したインキュベーション施設の立ち上げについて提言いたします。

(2)①にて記載したチャレンジショップの器となる店舗物件を予め市側で確保しておくという手法です。空き家を提供してくださった所有者の方には、例として固定資産税減免措置を用意する等ができれば、更によいかもかもしれません。一般に空き家が多い地区には狭い範囲に空き家が集中する傾向があるため、これらをまとめてインキュベーション施設化することで、昔ながらのご近所付き合い的交流が二次的に発生して、ノスタルジックで「社会よし」な地域社会が出現していくことも期待できます。

また、以下に示す背景もあるため、この空き家を活用したインキュベーション施設の立ち上げは、事業遂行をするうえでの建物耐久性等の検討課題は別途ありますが、根本的な空き家対策・空き店舗対策としても有効なものと考えられます。

【 背景 】

現在、空き家の問題は全国的な問題です。しかし有効活用が進んでいるという事例はほとんど目にしません。有効活用が進まない理由の代表的なものとしては、以下の点が考えられます。また、これらが複雑に絡み合いどうしようもない事例もあるようです。

(空き家の有効活用が進んでいない原因の例)

- ・ 空き家の持ち主が見つからない
- ・ 持ち主が判明しても子孫への相続が進み、所有権が分散して意思決定を妨げている
- ・ 不動産価値がない古い家屋は、持ち主が先ず数百万円を負担しての解体処理が必要
- ・ 少子化に伴って持ち主の死後の権利関係が不明となったままである

そこで、国も平成 29(2017)年に「空き家対策総合支援事業」を策定し、自治体主導による空き家の活用や除却に対して補助金を交付しており、空き家等対策計画は平成 29(2017)年 3 月時点で 331 の自治体で策定済となっていますが、まだまだ浸透途上です。

稲城市でも相続した空き家(耐震性のない場合は耐震リフォームをしたもの)に限り、その敷地を含む) または相続した空き家を取り壊した後の土地を譲渡した場合には、その空き家または土地の譲渡所得から 3,000 万円を特別控除できるようになりましたが、相続や譲渡を促進するだけでは救える対象が余裕資金を保有する一部の市民に限られてしまいます。こういった観点からも、この空き家と建物の所有者としても、インキュベーション施設の利用に対して協力しやすい土壌があるものと考えられます。

4.2.2. 経営力向上・活力向上

経営力向上・活力向上に向けた支援としてできることについて提言いたします。

【 サマリ 】

1:SDGs

2:課題に対する効果
<p>1：消費の市外流出の防止（市内商業の活性化）</p> <p>稲城市内の経営者が、安定的で魅力ある事業運営を行うことで、稲城市民が安心して消費活動を行うようになります。</p> <p>2：消費活動の市外からの誘引</p> <p>経営者が十分な支援を受けることは、稲城市外の経営者にもアピールでき、近隣エリアの人々も稲城の事業に関心を持ち市外からの消費活動が誘引されます。</p> <p>3：積極的な新規創業の実現</p> <p>情報の収集により、経営環境の変化に応じた新規事業あるいは第2創業を起こす契機となります。</p> <p>4：既存事業者の活力向上</p> <p>稲城市内の経営者らの人脈ネットワークの構築や事業の安定運営により、既存事業の発展が期待できます。それによる既存事業者の活力向上も期待できます。</p> <p>5：認知度の向上</p> <p>企業の存続期間が長期にわたることで、企業としての認知度が向上するとともに、稲城市の認知度も向上します。</p>

【 内容 】

商業活性化のためには、既存事業の経営を改善し、磨き上げることが重要であり、既存事業者への支援が必須です。ここでは、経営力向上・活力向上に向けた支援について提言いたします。

企業経営の最も重要な課題は、「企業の存続（Going concern）」です。一般的に企業寿命は30年と言われていますが、業歴100年以上の「老舗企業」が全国で33,259社存在する¹⁴

¹⁴ 帝国データバンクの調査(2019/1/8)による

と発表されています。このように、長く事業を経営し続けている秘訣は、果敢に時代（社会環境・経済環境）に沿った経営を行っていることであり、変革することを恐れない経営を行っているからです。

経営者の最大の使命は、企業を長期にわたり存続し続ける経営を営むことです。そのためには、経営者には企業を存続させるための「経営力」の向上が必要です。ここでいう「経営力」とは、少なくとも、環境変化を読み解きその変化にそって事業の戦略を策定する「洞察力」、変化を恐れず常に新しい環境にあわせて変化を生み出し続ける「革新力」や、いざというときに経営判断を即座に下す「決断力」などの能力をいいます。将来の環境変化を読み解き（洞察力）、環境変化に対応し続け（革新力）、その都度経営判断を即座に下す（決断力）ことで事業の継続が図れます。

ひとりの経営者が、これらの能力をすべて持つことが望ましいですが、組織としてこれらの能力を発揮できる人材が配置されていれば良く、そのためには人材育成も重要となります。また、それぞれの分野における専門家による支援を受けることでも対応できます。

経営者は、企業存続のために自社の将来の「あるべき姿」を構想し、社会や経営環境の情報を収集し、企業を取り巻く環境の変化に対応して事業内容を変化し続けることが必要となります。

実際、経営者のみで、経営環境の変化における情報収集、経営力を身につけることや、将来の「あるべき姿」を構想することは困難です。そこで、下記のような支援を提言します。ここに記載する支援を実施することで、稲城市内の事業者の経営力が向上し、活発化することで市内の雇用や経済の活発化が期待され「経済よし」につながり、更には経済の安定が心の安定につながり、稲城市民のシビックプライドを醸成して「社会よし」へとつながります。

(1) 経営相談窓口の充実（経営力の補完）

商工会には、経営者が相談できる経営相談員が居ります。更に、この経営相談機能を充実する形で、経営者が事業運営を行う際に必要な情報の収集や悩み事を気軽に相談ができる「経営なんでも相談窓口」を商工会内に設置します。これにより、経営者が抱えている課題の解決、経営改善や事業承継などを可能にし、経営者による安定的な事業運営を可能にします。なお、相談は現状のまま無料とすることで多くの事業者の利用が期待されます。



相談窓口は、商工会が東京都よろず支援拠点、東京都中小企業診断士協会三多摩支部、知財相談支援窓口（東京都）、東京税理士会、東京社労士会や東京弁護士会など既存の組織と連携することで多面的に対応します。なお、これらの専門家は時間的に余裕がない経営者の要請があれば、事業所に出張して対応することになります。

また、商工会は相談内容を集計・分析することで、企業にとって今何が求められているかを把握でき、定期的なセミナー開催のテーマにつなげ、同じような経営課題を抱える経営者の経営改善に貢献するとともに事業活動を活発にすることができます。

(2) セミナー・研修の定期開催と人脈づくり支援（経営力の補完・人材育成）

経営なんでも相談窓口の相談内容から、経営者が要望している課題をタイムリーにテーマ化して経営者向けまたは社員向けのセミナーや研修を開催します。また、参加者には必要に応じて、経営力向上計画、事業継続力強化計画や小規模事業者持続化補助金などの助成制度のほか事業承継税制活用、事業承継補助金の応募支援などの助成制度の情報も提供します。更に、経営者や経営層の経営力の向上、事業継続のための組織づくりや儲けの仕組みなどをテーマとするコース研修を行います。これらの研修は、階層別（経営者層、管理者層、中堅社員、新人社員など）、業歴別（創業前、創業後数年、創業10年など）、事業別（飲食業、加工業、修理業、製造業など）や専門別（マーケティング、人事考課、販路開拓や需要動向調査・商圈分析など）にて開催します。コースが細分化されていると、各企業の経営者や経営幹部が「我が事」として捉えやすくなるからです。なお、セミナーや研修の講師は既存の組織を活用することで対応します。

研修に参加した人は同じ課題を持っており、研修の同期生として人脈ネットワークづくりに生かします。社内で気軽に相談できないことも同期生として相談できる環境づくりや情報交換を容易に行える環境を提供します。研修の参加者は、これらの人脈によって社会環境や経営環境の変化に気づいたり、自社の今後のビジネスのヒントを得たり、専門的なアドバイスやサポートを受けたり提供したりすることができます。何より、参加者にとって、仲間を広げることは自信につながります。

このようなセミナーや研修の開催により、商工会の活動を補完し、稲城市内の事業所の経営状況が改善・向上され、事業活動が活発になることが期待されます。



図 4-1：経営力向上・活力向上向け支援

(3) 公的機関の支援制度の活用（経営力の補完、情報収集）

稲城市や商工会は、市内の事業者に公的支援制度の活用をより一層積極的に関与することで稲城市内の事業者の経営力向上や活力向上に寄与するものと考えます。

現在、国や各自治体では、中小企業等を対象とした公的支援制度を充実させていますが、実際の事業者・経営者に伝わっていない場合があります。そこで、稲城市や商工会は、①支援制度のウェブサイト掲載や市内の公的機関での掲示など支援制度の活用支援のための案内強化を行い、事業者が容易にこれらの情報にアクセスできるようにする、②採択された企業の掲載などを行い、他の市内の事業者を刺激し、より一層の支援制度の活用を図る、などの広報活動を強化します。

また、一部支援制度では商工会が申請支援機関となっていますが、上記提言の「経営なんでも相談窓口」にて申請書類の記載支援を行うことで、さらなる支援制度の活用を図ることができます。更に、補助金の電子申請システム「J グランツ」の説明会開催や IT の不得手な経営者のために電子申請の支援などを行うことで、電子申請の支援制度の活用を図ります。経済産業省が新たに導入する「J グランツ」の世界では、経営者自らが補助金申請にもイニシアチブを執りながら、社員スタッフに補助金ごとの担当を割り当て、全員参加型で複数の補助金獲得を目指すという動きもできるようになります。このように全社を挙げて一つの目標に挑む体制を他地域に先駆けて取り入れるという試みは、正に先取の精神に富む稲城らしい取組と言え、積極的に支援するに値します。更に、「J グランツ」の利用は、事業者にとっても交通費・郵送費のコスト削減、入力手間や押印手間の削減が可能となり、稲城市内の事業者にとって有益な支援となるものと考えます。その他、下記に公的機関の支援制度の一部を紹介します。

① 経営力向上計画

「資本金が10億円以下」又は「従業員数が2000人以下」の事業者は、人材育成や財務内容の分析、ITの利活用、生産性向上のための設備投資など事業者等の経営力を向上するための「経営力向上計画」の認定を受けることができます。なお、経営力向上計画の認定を受けた事業者等は、税制や金融の支援措置等を受けることができます。

また、「経営力向上計画」の申請には、地域金融機関、商工会や各種経営革新等支援機関がサポートします。

② 事業継続力強化計画

最近では、集中豪雨、大型台風や地震などの大規模な自然災害が頻発しています。自然災害は、個々の事業者の経営だけでなく、サプライチェーンにも支障をきたし、産業全体に大きな影響を及ぼすおそれがあります。このため、中小企業の自然災害に対する事前対策を促進するために、「中小企業の事業活動の継続に資するための中小企業等経営強化法等の一部を改正する法律(中小企業強靱化法)」が令和元(2019)年7月16日に施行され、中小企業が策定した防災・減災の事前対策に関する「事業継続力強化計画」としてとりまとめ、国が認定する制度を創設しました。認定を受けた中小企業は、税制優遇や金融支援、補助金の加算などの支援策が受けられます。

③ 小規模事業者持続化補助金

小規模事業者持続的発展支援事業に基づく補助金です。これは、下記取組等の小規模事業者の経費の一部を補助することにより、地域の雇用や産業を支える小規模事業者等の生産性向上と持続的発展を図るものです。なお、創業時や事業承継でも受給が可能です。



- ・ 働き方改革、被用者保険の適用拡大やインボイス導入等の制度変更に対応するための、経営計画の作成、作成した経営計画に基づく販路開拓の取組等
- ・ セミナー、研修等の実施による販路開拓支援、事業承継支援、地域の防災や災害復旧活動等を展開している地域の若手経営者等又は女性経営者等のグループによる取組等

④ その他の各種補助金・助成金

・ IT 導入補助金（経済産業省）

中小企業や小規模事業者等を対象に、IT で経営状況の見える化、業務の自動化や働き方を改革したいなどバックオフィス業務の効率化などの付加価値向上につながる IT ツールの導入を支援する補助金です。

・ キャリアアップ助成金（厚生労働省）

非正規雇用（短時間・派遣や有期契約労働者）の企業内でのキャリアアップを促進するため、これらの取組を実施した事業者に対して助成します。

4.2.3. 事業承継対応

事業承継対応としてできることについて提言いたします。

【 サマリ 】

1:SDGs

2:課題に対する効果
<p>1：消費の市外流出の防止（市内商業の活性化）</p> <p>稲城市内の経営者が、将来に期待を持つことで、また、意欲のある事業家に事業が譲渡されることで、稲城市民がそこで消費活動を行うようになります。</p> <p>2：消費活動の市外からの誘引</p> <p>稲城市外の意欲のある経営者が、事業譲渡の稲城市内での成功体験を積むことで、近隣エリアの人々も稲城の事業に関心を持ち市外から消費活動が誘引されるようになります。</p> <p>3：積極的な新規創業の実現</p> <p>経営者が、事業を可視化し、事業の将来性を見極めることで新規事業を起こす契機となります。</p> <p>4：既存事業者の活力向上</p> <p>既存事業者が事業承継を実現することで後継者によって既存事業が活発化され、ひいては周りの事業者にも良い刺激を与え、市内全体の事業の活性化につながります。</p> <p>5：認知度の向上</p> <p>既存事業が長期に亘り継続することで、企業としての認知度が向上するとともに、稲城市の認知度も向上します。</p>

【 内容 】

2025年には全国の中小企業・小規模事業者の経営者の約245万人（64%）が70歳以上になると推定され、経営者の「高齢化」は待ったなしの状態です。しかしながら、245万人のうち127万人（52%）の後継者が決まっていません¹⁵。また、第2章の現状で記載した「図

¹⁵ 経済産業省「事業承継・創業政策について平成31(2019)年2月5日」に記載されている内容
<https://www.chusho.meti.go.jp/koukai/shingikai/kihonmondai/2019/download/190205kihonmondai02.pdf>

出典元データは平成28(2016)年度総務省「個人企業調査」、帝国データバンク「企業概要ファイル」から推計

2-22 商店街の中に後継者のいる店の有無」においても、後継者「無」という回答が「有」という回答を上回っており、中小企業庁のデータとも符合しています。更には、事業承継が円滑に行われない理由の一つに、M&Aを含めて事業承継を検討する際の経営者のネガティブなイメージへの抵抗感、経営者の事業承継に対する優先順位の低さなどの経営者の心理的な壁があります。こういった状況でもあり、未だに事業承継が円滑に進みづらい状況があります。

稲城市においても、事業所数は、平成 28(2016)年 7 月 1 日時点で 2,079 の事業所数が存在していたのですが、平成 26(2014)年 7 月 1 日時点の事業所数と比較すると約 6.7%減少しています¹⁶。つまり、稲城市においても、少なからず後継者不足による企業の廃業、経営者の事業承継に対する意識の低さや経営不振による事業承継の断念などがあるものと推測されます。

したがって、このような後継者不足による廃業を止めて、適切な後継者への円滑なバトンタッチが行われるような施策が必要になると考えられます。そこで、下記のような施策で、稲城市内の事業者が円滑に事業を承継することができれば市内の雇用や経済の活発化が期待され「経済よし」につながり、更には経済の安定が心の安定につながり、稲城市民のシビックプライドを醸成して「社会よし」へとつながります。

(1) シームレスな事業承継施策（セミナーの開催と専門家のフォローアップ）

2014 年中小企業白書によると、後継者の育成期間に対する最も多い回答は、5～10 年と答えています(図 4-2 参照)。このような状況を考慮すると、少しでも早く事業承継とそのための対策を検討することが廃業などの事業所数の減少に歯止めをかける手段となります。

経営者に適切な段階で事業承継や後継者育成の気づきを喚起し、経営者の心理的な壁を払拭して円滑な事業継続へと導くためには、セミナーの開催や専門家のフォローアップを実施することが有効な手段と考えます。なお、事業承継には身内（親族又は従業員）か第三者への M&A を含む事業譲渡があります。そこで、下記のようなセミナーの実施について提言いたします。

¹⁶ 平成 30(2018)年度版「統計いなぎ」第 40 表 経営組織別事業所数及び従業者数 より
https://www.city.inagi.tokyo.jp/shisei/toukei/toukei_30.files/30.pdf

多くの他市では同様のセミナー開催に際し、参加者集めに苦慮されていたと思いますが、当日無理くりにも参加を求められて来場した経営者たちのほとんどが、終了後には「このセミナーに参加してよかった」と語り、登壇した専門家相手に個別相談を始める姿も見られますので、開催を検討して頂きたいと思えます。

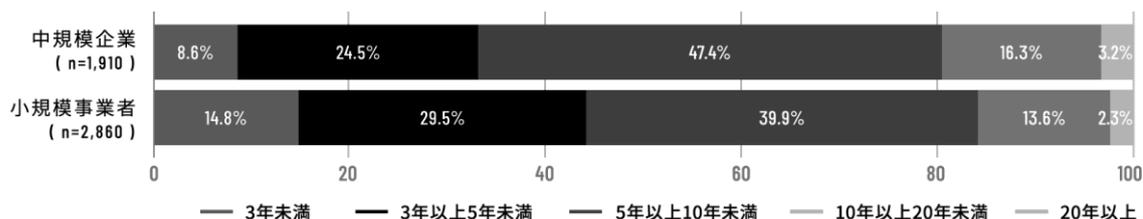


図 4-2：後継者の育成期間 出典：2014年中小企業白書

① 「事業承継の気づきを与える」セミナー

経営者には社会環境や経営環境などが大きく変化している現状を認識してもらい、従来と同じ考えで事業を行っている、いずれ売上や利益が減少して事業が行き詰り、最悪廃業につながることを認識してもらうため、自社の現状の置かれた状況、課題や強みなど経営の「可視化」を行います。

② 「将来事業を構想する」セミナー

経営者と後継者候補または経営層などと共同して「事業の将来を構想」してもらう機会となるセミナーを開催します。経営者が、身内（親族や従業員）への事業承継を躊躇する最大の理由は、将来の事業の予測ができないためであり、明るい将来が想像できれば、身内への事業承継も円滑に進むものと考えます。

明るい将来が想像できなければ、または後継者候補がない場合には、M&Aを含む事業譲渡を速やかに考えてもらう契機となります。

③ 「事業承継計画の策定」セミナー、および専門家フォローアップ

事業承継は後継者の育成も含まれるので、数年にわたる時系列を示した「事業承継計画」を策定します。事業承継計画が策定されたなら、専門家のハンズオンによって計画通りに実行できるようフォローします。なお、策定後のフォローでは専門家の出張相談や企業訪問が行われます。

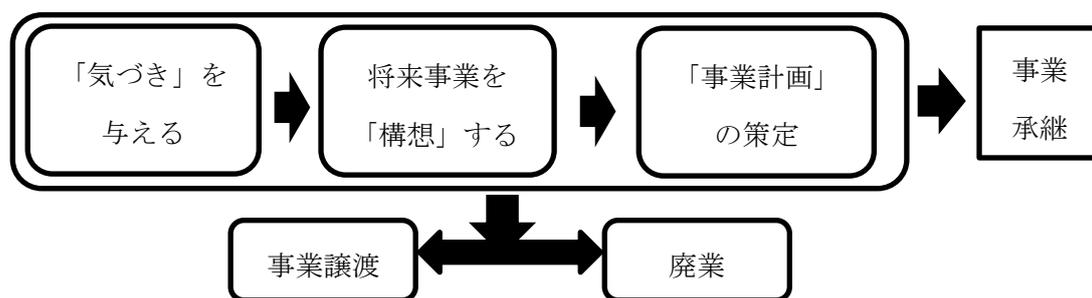


図 4-3：事業承継セミナーの体系

(2) 事業承継のマッチング支援（事業継続の機会の提供）

稲城市内の中小企業等は、後継者不在などで将来の事業継続に支障をきたし、事業の引継ぎを検討している場合、「産業競争力強化法」で設置された「東京都多摩地域事業引継ぎ支援センター」（立川市曙町 2-38-5 立川ビジネスセンタービル 12 階）を活用することができます。このセンターでは、少しでも事業の継続を図るよう全国の事業引継ぎ支援センターと連携して経営資源を引き継ぐ意欲のある中小企業等とのマッチングを行います。事業譲渡を円滑に行うことができれば、稲城市内の雇用の確保と産業の衰退を阻止することができます。なお、相談は無料ですので稲城市ではこの支援策を知ってもらう啓蒙活動が望まれます。

また、センターの専門の職員や外部専門家が課題解決に向けたアドバイスやマッチング支援などを行います。民間マッチング支援機関とも連携しながら引継ぎ支援を行っているため、稲城市内の事業が廃業に追い込まれることなく、事業の継続が期待できます。

(3) 各種事業承継助成制度活用の啓蒙

稲城市や商工会は、市内の事業者には事業承継助成制度を啓蒙し、制度の支援に積極的に関与します。例えば、ウェブサイトへの各種事業承継助成制度の掲載や市内の公的機関での掲示などで事業引継ぎ支援センター、事業承継に関するセミナーなどの案内の強化を図り、事業承継の対象者が容易にこれらの情報にアクセスできるよう広報活動を強化します。



稲城市や商工会は、積極的にこれらの事業承継助成制度を活用支援することで、稲城市における事業の廃業を防ぎ、既存事業の継続を支援することで市内の雇用や産業の衰退を止めることができます。

以下に各種事業承継助成制度の一部を紹介します。

① 事業承継税制

この制度は、「中小企業の事業承継促進」を目的に創設され、一定の条件（後継者が自社の筆頭株主となって、5年間経営を継続すること）を満たせば相続税・贈与税を100%猶予してもらえます。これにより、後継者の将来における金銭の不安を少しでも取り除いて事業承継が進むことが期待できます。

② 民法の特例

一定の要件を満たす後継者が、遺留分権利者全員との合意及び所要の手續（経済産業大臣の確認、家庭裁判所の許可）を経ることを前提に、「生前贈与株式等を遺留分の対象から除外」、「生前贈与株式の評価額を予め固定」の民法の特例の適用を受けることができます。

③ 金融支援

経営者の死亡等に伴い必要となる資金の調達を支援するために、都道府県知事の認定を受けた中小企業者及びその代表者又は承継予定者個人に対して、「中小企業信用保険法の特例」と「株式会社日本政策金融公庫法及び 沖縄振興開発金融公庫法の特例」が設けられました。

④ 事業承継補助金

事業承継補助金は、先代から事業を引き継いだ際に利用できる補助金制度です。例えば後継者が業態転換をしたり、新事業・新分野に進出したりする場合（第2創業）に支援する制度です。この事業承継補助金は、「経営者交代タイプ（後継者承継支援型）」（事業承継Ⅰ型）と「M&Aタイプ（業再編・事業統合支援型）」（事業承継Ⅱ型）の2種類があります。

4.2.4. 再チャレンジ(新事業挑戦)対応

事業者の志など、一定の条件が整う必要がありますが、意欲を持って再起しようとする人々に対して新たなチャレンジをするためにできることについて提言いたします。

【 サマリ 】

1:SDGs

2:課題に対する効果
<p>1：消費の市外流出の防止（市内商業の活性化）</p> <p>稲城は、挑戦できるという風土を確立させ、稲城への定着に繋がります。</p> <p>2：消費活動の市外からの誘引</p> <p>稲城市での新たな挑戦が、新たな外部からの消費呼び込みを実現する可能性があります。</p> <p>3：積極的な新規創業の実現</p> <p>再チャレンジにあたり、さまざまな相談窓口があることが安心感につながることであります。</p> <p>4：既存事業者の活力向上</p> <p>必要な条件を整えば、新事業に挑戦するための窓口があることで、事業者が第2 操業などの改革へ挑戦するにあたっての不安解消につなげ、活発な事業活動につなげます。</p> <p>5：認知度の向上</p> <p>こういった「挑戦できる土地柄」を、稲城としての地域特性として確立することにつなげられれば、新たな良い稲城イメージの展開になります。</p>

【 内容 】

本項における提言は「挑戦できる土地稲城の確立」として記載いたします。

本節の頭書に、窪全亮先生の「奚疑塾」、小俣勇造先生による「和算塾」などに触れましたが、稲城はこういった先達が切磋琢磨した地域です。そういった方々でも、当然のように成功もあれば失敗もあったでしょう。ですが、事業遂行においては、本質的な失敗をしないことが大前提となりますし、本質的な失敗をしないために前項までに各種支援に関する提言をしています。

しかし、時代の流れとともに訪れる環境の変化などにより従来の事業が不振となり、やむを得ず再起が必要となる場合もあります。こういった方々に対する相談窓口の確立をする

ことは、実際にそういった状況になった人のために、先達の方々の教訓を踏まえて支援するのが稲城らしい対応と考えられます。

なお、この点の相談内容は既存事業者の新事業展開など、既存事業者が新事業を展開する流れとも同じものとなります。したがって、この内容は「新事業挑戦窓口の整備」として、以下に提言として記載いたします。また、再挑戦しようとする方は、その前の事業で多額の負債を負っている、自己破産の状況になっている、という方が多いのは否めません。そういった方は、新事業を行うにあたって資金調達といった点で大きな壁があるのは事実です。しかしながら、やる気と能力をもって挑戦し、次につながった事例は一般的にも多々ありますので、稲城としてもこういった前向きな挑戦を支援する「再チャレンジ相談体制の整備」について提言いたします。

(1) 新事業挑戦窓口の整備

残念ながら事業がうまくいかず、再度挑戦するためには、一般的には以下の条件が必要となります。

- ・ 事業に対する理解者の存在
- ・ 金融機関の支援
- ・ 家族の支援

当然、こういった条件が整うためには、大前提として「経営者の志」が十分であることも必要です。しかしながら、こういった条件が整わずに先に進み、うまくいくはずのものでもうまくいかなかった、ということは往々にしてあったと考えられます。そこで、こういった方々を一人でも多く支援するために、「(仮)稲城新事業挑戦窓口」を商工会等に設けるとともに、この窓口の存在を幅広く周知し、稲城における再チャレンジ・新事業展開の支援を行うことについて提言いたします。

なお、この窓口には各種支援に長けた専門家を配し、商工会での相談以外にも、ここを窓口として必要に応じて各種支援機関への取次を行う等、条件がそろった事業者の挑戦を支援する体制を整えます。その際に、4.2.1項に記載した創業前支援に移行する、といったイメージも有り得ます。当然、条件が整わない場合はその旨を指摘し、事業が成功するための指導をすることとなります。

また、この窓口は再挑戦のみならず、既存事業者が新事業展開・多角化等を検討する場合も同じ内容となりますので、そういった相談窓口にもなり得ます。結果として、稲城におけ

る事業活動の活性化につながるものと考えられます。

(2) 再チャレンジ支援体制の整備

再チャレンジするにあたっては、現実的には資金調達は大きな壁になります。

そこで再チャレンジにあたっては「初期コストがかからない方法」で目指すことが多く、この形で一度は自己破産しながらも成功した事例は多々あります。よって稲城市において、こういった「再チャレンジ支援体制の整備」をすることについて提言いたします。

具体的には、実際に事業開始時点で初期コストが多くかからない方法として一般的には「専門家・士業として開業する」方法と、「既存事業者で事業継続の意思があるが後継者難の事業を後継者候補として引き継ぐ」方法が考えられますので、この二点に注目した以下窓口の設置について提言するものです。どちらも「新三方よし」において、「経済よし」「社会よし」の観点を意識した稲城らしい取組といえます。

① 専門家ビジネス相談窓口の設置

相談者が現れた場合に商工会に話をつなぎ、商工会がエキスパートバンクに登録している当該士業専門家を派遣するという形が考えられます。他に例の無い、自治体と商工会が協力した稲城ならではの取組といえるでしょう。

② (仮称)番頭人材バンクの設置

相談者についての情報を市が管理のうえ、商工会を通じて予め収集しておいた後継者の状況についてのアンケートで、「事業を継続させたいが、後継者が社内にはいない」と回答していた事業者に年一回程度人材についての情報をノンネームで提供するというものです。事業者側と相談者の双方が興味を示した場合は、秘密保持契約を結んだうえで面談する段取りになります。やはり他に例の無い、自治体と商工会が協力した稲城ならではの取組です。また、前述の「事業承継」に関する課題とも連携できるメリットもあります。

4.3. 商業活性化に関する提言(稲城ブランド化)

本節は、「住民・観光客等がより便利で楽しめる街とすることで、稲城の魅力を向上させる環境配慮型の商業活性化につなげる」という観点からの提言です。具体的には、以下 A)～E)に示すような「***の街、稲城」といった形のテーマを掲げ、そのテーマに沿った形での提言となります。ここでも、先述の新三方よしの観点と合わせると、ビジネスの在り方が環境を意識したものに变化し(環境よし)、災害に対する備えも進む(社会よし)中で、市内の方にはシビックプライドが芽生え、市外の方からも「訪れてみたい・住んでみたい街」と思ってもらえるようになり、更に市内の事業者のお客が増える(経済よし)といった好循環が実現するイメージです。

なお、今回の提言においてはインバウンド対策に特化した内容については重点的な記載をしません。まずは広い意味での来街者増加という観点で記載することで、日本人に限らず、あらゆる来街者の増加を目指すことを意識した提言としています。

A) 主婦(家族)が幸せに暮らせる街、稲城 (4.3.1)

特に子育て世代の利便性の向上により、消費活動を稲城に留めつつ、魅力を高めるための提言になります。

B) 高齢者が住みやすい街、稲城 (4.3.2)

高齢化社会に向け、稲城では高齢者になっても暮らしやすい場所である、といったことを目指した提言になります。

C) 来街者も楽しめる街、稲城 (4.3.3)

来街者に稲城の良さを更にアピールすること、新たな魅力を見出すことを目指した提言となります。

D) スポーツによる交流が盛んな街、稲城 (4.3.4)

多くのスポーツ施設やスポーツ団体を生かした交流を活発にすることで稲城の活性化につなげる、という提言となります。

E) 自転車と坂の街、稲城 (4.3.5)

稲城の特徴の一つである坂と、自転車を生かした形で稲城の活性化につなげる、という提言になります。

また、本節における提言と課題の関係を以下表 4-2 に示します。本節の内容は「商業活性化に向けた提言」そのものであるため、創業関連については関与が直接的ではないのでこういった形になっています。しかしながら、前節と同様に、本プランによる提言により、事業遂行基盤が定着すると、稲城における商業活動のしやすさと充実した支援策、あるいは魅力的な店舗の増加とその口コミのひろがり等が新規創業の増加へつながる等、事業者の活性化につながる要素は十分あります。

表 4-2：課題と提言の関係(2)

課題	提言	A)	B)	C)	D)	E)
1：消費の市外流出の防止（市内商業の活性化）		☆	◎	◎		○
2：消費活動の市外からの誘引		○	◎	☆	☆	☆
3：積極的な新規創業の実現						
4：既存事業者の活力向上		○		○	○	◎
5：認知度の向上		○	○	◎	○	◎

※関連性の高いものから、☆>◎>○ の順に印を付しているもの

4.3.1. 主婦(家族)が幸せに暮らせる街

現在においても、先述の通り主婦が幸せになれる地という評価を受けている稲城において、その評価をより高め、子育て世代を中心とした地域住民の利便性の向上により、消費活動を稲城に留めつつ、魅力を高めるための提言になります。

【 サマリ 】

1:SDGs										
1 貧困をなくそう	2 真面目な目標をゼロに	3 すべての人に健康と福祉を	4 質の高い教育をみんなに	8 働きがいも経済成長も	9 産業と技術革新の基盤をつくろう	11 住み続けられるまちづくりを	15 陸の豊かさも守ろう			
2:課題に対する効果										
<p>1：消費の市外流出の防止（市内商業の活性化）</p> <p>1日のほぼ全ての時間を稲城市内で生活する専業主婦層はもちろん、日中は都心で働いて夕方稲城に戻る兼業主婦のほとんどが地元で日用品を購入するようになり、市内からの購買力流出が減少します。</p> <p>2：消費活動の市外からの誘引</p> <p>市内の利便性の向上は、当然近隣の市からの消費活動の流入への繋がりにも期待ができます。</p> <p>3：積極的な新規創業の実現</p> <p>「主婦が幸せに暮らせる街」となれば、当然稲城市としての評判も上がります。また、仕事をしたくない主婦のプチ創業者の増加や女性創業者の横の繋がりが広がります。</p> <p>4：既存事業者の活力向上</p> <p>幸せに暮らせる街としての評価の向上には、既存事業者の活動の活発化や、安心して事業が遂行できる基盤の存在が欠かせません。つまり、この課題対策そのものが、本項における対応の主な提言要素となります。</p> <p>5：認知度の向上</p> <p>「幸せに暮らせる街」としての認知度向上は、当然稲城市のブランド価値の向上から認知度の向上につながります。また、その過程で実施する各種対応そのものが認知度の向上につながっていくものと期待されます。</p>										

【 内容 】

本項における提言は「現状で全国2位となっている強みを生かしたブランド作りの推進」をテーマとして記載いたします。1.1項に記載した通り、稲城市は「主婦が幸せに暮らせるランキング」で第2位という評価を受けています。稲城市には、梨、ぶどう、稲城の太鼓判等、ブランドに資するものが色々ありますが、その他に「主婦が幸せに暮らせる度」が全国2位¹⁷ということは大きな魅力です。「稲城」という地名を



ブランド化するにあたり、これは非常に有力な切り口になりえます。したがって、この点について磨き上げを行い、「稲城」というブランドをより強力に全国区へ押し上げることを、ここではテーマとするものです。そして、この順位を更に高めることを目標に各種対応を進めることが、稲城市における商業活性化、ひいては、今よりも更に「主婦(家族)が幸せに暮らせる町、稲城」となっていく、という提言になります。

この実現のため、「商業基盤の更なる整備（経済よし）」「家族生活に密着した対応の推進（社会よし）」「環境や災害を考慮した対応の推進（環境よし）」として記載します。

(1) 商業基盤の更なる整備

「主婦が幸せに暮らせる街」の実現には、まずは商業環境の整備が必要不可欠です。よって、ここでの提言は、前節「4.2.1 創業前後の支援／ 4.2.2 経営力向上・活力向上」の内容を踏まえたうえで、その後の内容とも言えます。稲城市にある多くの優良な事業者をより多くの人に知らしめ、とともに稲城市を盛り上げていく、という考え方になります。

① 市内情報のPR冊子の作成と配布

市内の個店の情報を一冊にまとめたPR冊子の全戸配布、について提言します。これは、狛江市など多くの前例があり、大きな商業活性化効果が認められています。然るべき実力（取材能力と写真撮影能力）のある事業者に委託することが前提にはなりますが、これにより市民が今まで如何に市内のお店のことを知らなかったかに気付き、魅力的で訪れてみたいお店が多数あることにも気づきます。また、前述の駒沢女子大学におけるアンケートにお

¹⁷ 本順位の10位までは1位「藤沢市」（神奈川県）、2位「稲城市」（東京都）、3位「西宮市」（兵庫県）、4位「三鷹市」（東京都）、5位「松山市」（愛媛県）、6位「福岡市」（福岡県）、7位「生駒市」（奈良県）、8位「守谷市」（茨城県）、9位「新居浜市」（愛媛県）、10位「広島市」（広島県）となります。

いても、稲城市内の飲食店を利用しない理由として「飲食店を知らない」が最多数です。当然、この解決にもつながります。

更に、これまで稲城市は地区間の交流が少ない傾向にありましたが、PR 冊子で情報を身近に感じられるようになれば、市民の市内回遊性が高まると期待されます。また、今般市外在住者向けに実施したアンケートでも、稲城



図 4-4：狛江の PR 冊子

について最も知りたい情報として得票したのは「お店についての情報」でした。従って、周辺隣接のエリアにも配布することによって、購買力の流入も期待できます。

② 少額電子マネーの導入

地域少額電子マネーの導入について提言します。地域少額電子マネーは地域内の決済手段となると同時に、地域内のボランティア活動の活発化にも用いられることがあり、こと稲城市においては環境保全のために役立てる用途も期待できます。自分たちの買い物が地元

(2) 家族生活に密着した対応の推進

近年の世相を鑑みると、単に買い物環境がよいだけでは住民の満足度向上や、長期間の定住や住民の流入にはなかなか繋がらないことも事実です。そこで、稲城市の特性を生かした生活に密着した対応を進め、稲城市民でよかった、という「社会よし」につなげます。

① 体験工房的な学びの場の充実

子供が学べる・楽しめる体験工房的な学びの場の充実という事を提言します。子供たちの教育の中で、その子供たちが主体的に「学べる土壌」を提供する、というものです。当然、進学塾の誘致、といった話ではありません。稲城にある自然の豊かさを生かした、ウォーキングツアーや自然観察体験の更なる充実、というものです。これにより、子育て世帯の住民の満足度は一層上昇すると考えられます。ここで、イベントそのものは、年齢層別、男女別

などの細分化した形で催行することで、多くの人参加申し込みをしやすいようにします。現在、稲城にも、大小の進学塾が一通り進出していますが、こういった場所で行う机上の「勉強」と、屋外で行う「フィールドワーク」をバランスよく積むことができる環境は、稲城独特の教育環境とも言えます。既に民間ベースで様々な企画が進行しています。今後は全市を挙げてお取り組み頂き、活動の幅をより一層充実させていって頂きたいと考えます。この学びを経験した子供たちが成人になり、更に次の世代にその体験をもとにした様々な知恵を引き継いでいきます。この繰り返しの先に、市内の貴重な里山の保全と、次世代を担う人材育成が自然に進み、商業活性化につながる市場が形成されると考えられます。これを稲城の「新三方よし」の“循環”と考え、市民が市民であることに誇りを感じ、「稲城で育ってよかった」と思えることから、稲城市の持続的発展に寄与していくことでしょう。

② 子供向け食育教室の実施

上記内容に近い内容ではありますが、子供向け食育教室の実施もあわせて提言いたします。(①を実施する中で行うことも効果的と考えられます)

これは、主に稲城で産出された農産物を活用し、地域の事業者が主体となって、子供向けの食育教育を行う、というものです。文部科学省においても、「偏った栄養摂取、朝食欠食など食生活の乱れや肥満・痩身傾向など、子供たちの健康を取り巻く問題が深刻化しています。また、食を通じて地域等を理解することや、食文化の継承を図ること、自然の恵みや勤労の大切さなどを理解することも重要です¹⁸」とされていますし、大きな社会問題である孤食の解決にもつながります。また、この取組も①と同様、稲城の次世代を担う人材に育成に寄与するものと考えられます。



(3) 環境や災害を考慮した対応の推進

ここでは、「環境よし」の観点からの提言となります。この環境を意識した対応をすることは消費活動の活発化や居住満足度の向上に繋がってくると考えられます。

¹⁸ 文部科学省「学校における食育の推進・学校給食の充実」より引用
https://www.mext.go.jp/a_menu/sports/syokuiku/index.htm

① 食品ロス低減に繋がる仕組みの導入

行政主導における、市全体を挙げての食品ロス低減への取組について提言いたします。具体的には、準備段階として、「賞味期限が近付いた商品を各商店が持ち寄る」ことから始めます。これを、i) 学校給食や学童保育、および子供食堂などへの低価格譲渡の実施、ii) 市内各所で開催されるフリーマーケットにおける販売により市民間で必要な物として融通できる仕組みの確立、といった形で商業活性化につなげます。学校等については衛生基準等において確認すべきことなど多々ありますが、この連携を進めることで市内のフードロス削減に繋げるとともに、学校教育としても好影響を及ぼすものと想定されます。また、この流通過程において、可能な範囲で地域少額マネーの利用を行うことも合わせて検討することができると考えられます。

② AED付自動販売機設置の奨励

一般的にある缶飲料やペットボトル飲料の自動販売につき、AED付の自動販売機の設置の奨励を提言します。これは、設置した機械による販売にて消費を促進するのは当然のこと、人命救助や災害対応支援等にも役立ちます。AED付の自動販売機設置は、現在は原則的に飲料メーカーの負担で必要経費を賄うシステムとなっていますので、自身の敷地に自動販売機を設置している土地所有者の方には、「社会よし」の精神で、積極的にベンダー様と交渉することをお奨めしたいところです。結果的にお年寄りの救急救命率の上昇から、後述する高齢者にとって住みやすい街を実現する一助にもなります。

③ 防犯体制の強化

稲城市は2019年度東京都で最も犯罪発生率（刑法犯認知件数／人口総数）が低い自治体という栄誉に輝きました。もとより市では防犯パトロールなどの取組が進んでいますが、今後は稲城駅周辺、稲城長沼駅周辺、平尾地区及び坂浜地区など交番の無いエリアの解消や、商店街を中心とした防犯カメラの増設などに取り組むことで一層安心・安全な街づくりを目指して頂きたいと考えます。

また、子供と地域の安全を犯罪から守るために、地域安全マップづくりを提言します。犯罪とは、「誰」（不審者）が行うかではなく、犯罪を起こしやすい条件（「入りやすい」「見えにくい」）のある特定の場所に発生します。

地域安全マップは、地域ごとに子供、保護者や先生が実際に通学路などを歩いて、将来「ど

こで」犯罪が行われやすいか特定の場所を探し、地図に落とし込んで作成します。この地域安全マップの作成により、子供が「犯罪が起こりそうな危険な場所」を見分けられる能力が養われ、稲城市の犯罪発生率の減少に寄与し、「社会よし」につながります。稲城市全体で地域安全マップを作成すれば、「安全意識の高い市」として、子育て世代を中心とした地域住民が安心して稲城市に定住し続け、または稲城市内への流入を促進することが期待できます。

子育て世代の地域住民の定住や増加は、市内における消費活動を活発にし「経済よし」につながります。是非、本取組を市内外にアピールして頂きたいと希望いたします。それがより一層、主婦が安心して子育てをしやすい街作りへと繋がります。

4.3.2. 高齢者が住みやすい街

高齢化社会に向け、稲城では高齢者になっても暮らしやすい場所である、といったことを目指した提言になります。

【 サマリ 】

1:SDGs

2:課題に対する効果
<p>1：消費の市外流出の防止（市内商業の活性化）</p> <p>高齢者に喜んでもらえる環境作りは、結果として市内商業の活性化に繋がるものと考えます。坂の多い地形上、高齢者が円滑に市内を移動できる仕組みづくりは必要です。高齢者が稲城市内を行き来できる体制整備や高齢者が元気に過ごせる制度作りによって、長期的な商業の活性化を期待します。</p> <p>2：消費活動の市外からの誘引</p> <p>「高齢者の住みやすい街」を目指す長期的な取組によって、稲城市外に住む方が稲城の高齢者施設や事業主のサービスを利用したいと思うようになり、稲城市に負担のない形でのサービス利用や移住につながることを期待します。</p> <p>3：積極的な新規創業の実現</p> <p>「高齢者の住みやすい街」を目指していく事を掲げることで、それを支える新規事業の創出や域外からの参入が期待できます。</p> <p>4：既存事業者の活力向上</p> <p>「高齢者が住みやすい街」を実現するためにはそれを支える医療・介護事業者が欠かせません。本項での提言にもあるように質の高い高齢者医療・介護を実現する過程で既存事業者のサービス力が向上することを期待します。</p> <p>5：認知度の向上</p> <p>「高齢者が住みやすい街」としての認知度が広まることは稲城市全体のイメージ向上にも寄与します。住民にとってよりよい街づくりを進めることで稲城に住みたいという人の増加につながることを期待します。</p>

【 内容 】

本項における提言は「高齢者の住みやすい街がもたらす商業活性化への好循環」をテーマとして記載いたします。

昨今の日本は高齢化社会といわれて久しく、今後も 65 歳以上の高齢者層は 2045 年頃まで増加していくと予測されています。この傾向は稲城においても例外ではなく、図 4-5 に示されるとおり、2015 年国勢調査によると 2020 年現在で 23.2%となっている老年人口比率は 2045 年には 34.0%になると予測されています¹⁹。したがって、今後増加が見込まれる高齢者にとって暮らしやすい街づくりは稲城における大きなテーマとなります。

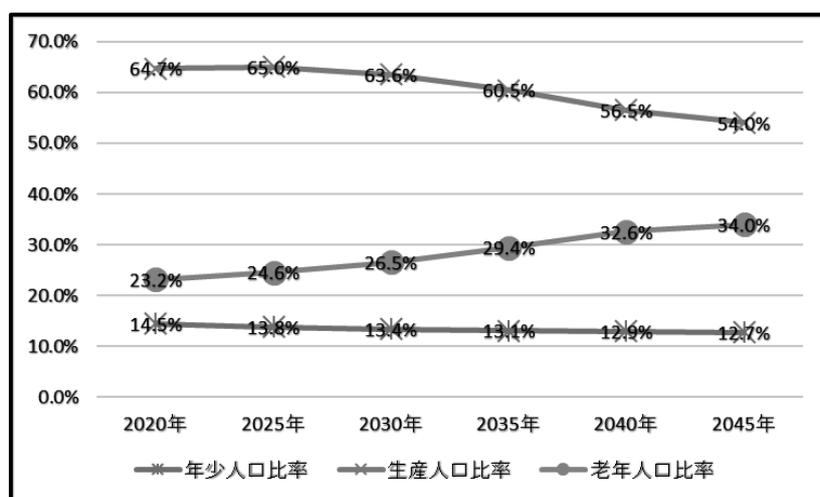


図 4-5：稲城市の老年人口比率の推移(予測)

出典：本ページ脚注参照

高齢者が住みやすい街づくりを進めることは高齢者に対する利便性向上や健康寿命の伸長に寄与するだけでなく、それを支える新たな事業主の創出や既存事業主の成長につながるものとなります。また、高齢者にとって困難な移動をサポートする仕組みは市内での行動を円滑にし、市内の事業者での買い物やサービスの利用を通じて、長期的な商業活性化の基盤となるものと考えます。同時に、既存在住者が高齢になった際には、身体の状態変化に対応する環境や、次の世代に繋がりやすくする環境を整えていくこともあわせて記載いたします。

¹⁹図 4-5 のデータは、2015 年の国勢調査の数値ベースとして、前プラン作成時に用いた将来人口推計プログラムと同じものを用いて 2045 年までの人口予測を作成したデータとなります。

(1) 健康生活の増進活動の充実と高齢者の街の基盤整備

自立した生活をおくっている方が今後も元気に健康な生活をおくれるように健康生活増進事業の更なる充実を提言します。同時に高齢者にとって住みやすい街の基盤整備を進めることで、健康に関心が高い高齢者層にとって、稲城市民でよかった、という「社会よし」につながります。また、これらに長期的に取り組むことで高齢者の回遊性の維持・向上やそれを支える事業者の創業・活力向上を実現でき、長期的な商業活性化の土台を作る「経済よし」につながることが期待できます。

① 高齢者向けウォーキング・サイクリング教室の実施

自立した高齢者に対する高齢者の自立した生活の継続的維持について提言いたします。

現在、自立した生活の維持に対する取組として実施している一般介護予防事業に加え、ウォーキングやサイクリング等の屋外で体を動かすプログラムを実施する、というものです。事例として、栃木県宇都宮市では市内にあるプロサイクルロードレースチーム「宇都宮ブリッツェン」と連携したサイクリング教室を実施することで地域の高齢者の健康維持と同時に街おこしを図る取組が進められています。



図 4-6 は宇都宮ブリッツェンの Web サイトに掲載されている実際の様子です。従来の一般介護予防教室は室内での取組が多いですが、屋外での企画とすることにより従来

図 4-6：いきいき健康自転車教室(宇都宮市)

参加している高齢者の満足度向上だけでなく、これまで参加に踏み切れなかった高齢者の参加促進が期待できます。“室内での運動”は「私はまだまだ若いから」といった理由で参加を拒む方もいるかと思いますが、“屋外で楽しく運動”とすることで参加へのハードルは下がると考えられます。また、これらを実施することは運動機能の維持だけでなく、稲城市内の各所を巡ることにより自分たちの街稲城の再認識につながることが期待され、シビックプライドの醸成にも寄与します。コミュニティに参加することで講師や各参加者、ボランティアの方との交流が生まれ、認知機能の維持にも寄与するものと考えられます。また、この取組は高齢者の住みやすさ向上に寄与するだけでなく、後述するスポーツによる交流が盛んな街、自転車と坂の街を実現する一助にもなります。

② 東京都福祉第三者評価制度活用の奨励

稲城市内高齢者施設のサービスの質を担保するため東京都福祉第三者評価制度²⁰活用の奨励を提言いたします。昨今、高齢者施設での事故や事件がテレビ等のメディアで取り上げられることは珍しくありません。これは、医療・介護に対する人々の関心が高いことが要因と考えられますが、誰しもが高齢者になっていくという事実の上では必然のことなのでしょう。現在、自分自身が高齢者施設を利用している、あるいは自分の家族が利用している人にとってどの高齢者施設がしっかりとしたサービスを提供してくれるかを知ることは非常に関心があることです。東京都では第三者評価制度や情報公表制度という形で高齢者施設の質を担保し情報を提供しています。更に、東京都では第三者評価制度受診費用の補助を実施しており、これは他県では例が少ない先進的な試みです。東京都が実施している第三者評価制度の補助制度の状況を見てみると東京都内 62 市区町村のうち 53 市区町村が「地域密着型サービス²¹」に対する補助制度を利用していますが、その他のサービスへの実施は限定的です。稲城市においても現在は「地域密着型サービス」への実施に留まっておりますが、この範囲を拡大していくことで高齢者支援に先進的な街として認知されると考えられます。また、これらの第三者評価制度実施は稲城市内の事業者にとっても自社サービスの質向上と健全経営を促し有益なものとなることから、既存事業主の活力向上にもつながっていきます。こういった活動を通じて稲城市内の高齢者施設・介護事業の質の高さを示していくことは稲城市民のみならず将来稲城に住まわれる方にとっても魅力的なものとなるでしょう。

③ 高齢者の移動手段のサポート体制維持・整備

高齢者にとって移動手段の確保は大きな課題となるため、稲城市内の移動手段の充実を提言いたします。現在でも稲城市循環バス(i バス)が運行されており、高齢者の市内でのお買い物や移動において重要な役割を担っています。特に坂道の多い稲城市の地形上、自分自身の力で外出するということを困難に思う高齢者が多いと想定されるため、こういった市内の移動を円滑にする仕組みが必要です。

移動を円滑にする仕組みとして、介護予防・日常生活支援総合事業²²の類型、訪問型サー

²⁰ 第三者評価制度とは、第三者の目から見た評価結果を幅広く利用者や事業者公表することにより、利用者に対する情報提供を行うとともに、サービスの質の向上に向けた事業者の取組を促す制度です。

²¹ 地域密着型サービスとは、平成 18(2006)年の介護保険制度改正に伴い創設された介護サービス類型で、地域住民のニーズを反映した、より細やかで質の良いサービスの提供を目的とするものです。

²² 介護予防・日常生活支援総合事業とは、市町村が中心となって、地域の実情に応じて、住民等の多様な主体が参画し、多様なサービスを充実することで、地域の支え合い体制づくりを推進し、要支援者等の方

ビスD（移動支援サービス）の活用は有効と考えられます。これは、自主的な地域での支えあいにより、高齢者にとって困難な買い物や薬の受け取り等をサポートする仕組みです。こういった仕組みづくりを進めることは地域で暮らす高齢者の生活をより充実させることに繋がります。また、このサービスは未だに実施している例も多くないため、社会貢献意欲の強い団体等とこの活動を実現できれば「高齢者の住みやすい街、稲城」を対外的にアピールできるでしょう。こういった活動を推進していくためには、域内NPO法人をはじめとした団体などへの広報等でのPRを継続していくことが望ましいと考えます。

また、買い物をサポートする別の方法として、買い物サポートタクシーなども考えられます。これらは山間部エリアで活用されている事例がありますので、今後更なる移動手段の充実の必要性を感じるようであれば検討するとよいでしょう。

稲城市外への移動サポートになりますが、昨今では高齢者を旅行に連れていくサービスを展開する事業者が市内にも存在します。このような高齢者にとって魅力のある事業者が、今後稲城市内に複数存在し、介護施設・老人ホーム等と連携できた際には、こういった事業者の良さを生かし、稲城市としては特定の補助実施も考えられます。

これら一連の高齢者の移動を円滑にする仕組みを充実させることは、稲城市民でよかったという「社会よし」に繋がり、高齢者にとって住みやすいという評判は稲城市の人口増加にも寄与することが期待されます。また、稲城市の坂が多い地形上、市内の移動手段の充実是非常に重要なテーマと考えます。これらを充実させることで、域内での移動がスムーズになり、長期的な商業活性化の土台が作られる「経済よし」となるものと考えます。

(2) 既存在住者が次世代にわたって稲城に住み続けられる基盤整備

本プランをまとめている現在において、稲城市では新たな家の建設が盛んです。そこに居住する方々が長く稲城で生活を続け、更にはその子供世代もが市内に住み続けてくれることで、稲城市の持続的商業活性化につながります。そこで、ここでは「次の世代へ受け継ぐ」ことが行いやすくなるようにするため、以下の提言を行います。

① 既存住宅のリフォーム支援体制の強化

新たに家を建てる人は、現時点の家族構成に合わせて家の間取りを決定します。しかし時

に対する効果的かつ効率的な支援等を可能とすることを指すものです。

出てくるものです。そこで、リフォーム支援体制の強化について提言いたします。

具体的には、市内に一定期間居住していた住民が家のリフォームを行う場合、稲城の事業者を活用する場合には助成金を支給するという優遇策が考えられます。この際、リフォームが要介護者を意識したものである場合に介護保険の適用があることは、是非とも周知頂きたいポイントです。この保険適用の例としては、

- ・ 手すりの取り付け
- ・ 段差の解消
- ・ 滑り防止や移動円滑化のための床材張替え
- ・ 引き戸への改修
- ・ 洋式便器への取り換え
- ・ その他これらにまつわる付帯工事

といったものについて、本人負担2万円で20万円が介護保険から支給されるものです。図2-17にもあるように、稲城市では建設業は市外からの獲得所得も多く、元々活発な業者が多い土地柄です。地元建設業者と行政がタッグを組んで啓蒙活動を行えば、実に稲城らしい高齢者支援の枠組みが整い、「社会よし」につながります。

更に、このリフォームが3世代以上の同居に向けた対応の場合は、建蔽率の制限の緩和を行う、なども考えられます。これらにより購買力の流出防止から、市内商業の繁栄へとつながります。

② 若者夫婦世帯の流出防止による高齢者世帯の利便性確保

高齢者のみの世帯が年々増加しており、彼らが社会的弱者となることが各地で問題となっています。子育てママを対象にしたマーケティング活動をサポートする株式会社マインドシェア社の調査(2012年/n=412)によると、子育て家庭の親世代との現在の同居率は13%。内訳は、「パパの親との同居」が8%で「ママの親との同居」5%でした。2DKの集合住宅が多い稲城市では、既婚者の親元同居率は更に低くなる傾向になりがちです。残された親世代は、やがて身体機能の低下と共に、買い物や病院に行くのも一苦勞となってしまう、生活の質が極端に低下します。しかし稲城市に結婚後も市内の親元近くでの居住することを選ぶ若年夫婦が増えていけば、高齢の親世代が子供の支援を日常的且つ気軽に得られるようになり、高齢者が住みやすい街づくりに繋がります。

そこで結婚後も稲城市内に新居を構える若夫婦世帯に、稲城ならではの特典創設を提言

します。具体的には、ふるさと納税で返礼品となっている市内の銘菓、梨ワインなどを年一回プレゼントするという方法が考えられます。他市に移り住んでしまった場合に失う税収を考慮すれば決して無駄な投資ではない筈ですし、市内商業者の収益増にもつながります。

4.3.3. 来街者と観光客も楽しめる街

稲城の良さを更にアピールすること、新たな魅力を見出すことを目指す提言となります。

【 サマリ 】

1:SDGs							
4 質の高い教育を みんなに	7 エネルギーをみんなに そしてクリーンに	8 働きがいも 経済成長も	9 産業と技術革新の 基盤をつくろう	11 住み続けられる まちづくりを	12 つくる責任 つかう責任	13 気候変動に 具体的な対策を	15 陸の豊かさも 守ろう
2:課題に対する効果							
<p>1：消費の市外流出の防止（市内商業の活性化）</p> <p>人が集う場作りを行うことで賑わいを醸成し、市内商業の活性化につながることを期待します。</p> <p>2：消費活動の市外からの誘引</p> <p>地域資源を活用して地域が活性化されることで来街者が増加し、市内商業が活性化することを期待します。</p> <p>3：積極的な新規創業の実現</p> <p>「来街者が楽しめる街」を目指していく中で繰り広げられる各種取組が稲城のブランドイメージ向上につながることで新規創業の土壌作りに寄与します。</p> <p>4：既存事業者の活力向上</p> <p>稲城の魅力を伝える場づくりや稲城の魅力が詰まった商品の提供により、既存事業者の強みの発揮と連携の相乗効果による活力向上を期待します。</p> <p>5：認知度の向上</p> <p>「来街者が楽しめる街」を実現する過程で、取組に合わせたPR活動を実施することが必要です。また、これらの取組やPR活動を継続していくことによって、より多くの方に稲城の魅力が伝わり稲城に訪れ稲城を楽しむ方が増加することを期待します。</p>							

【 内容 】

本項における提言は「稲城の魅力の更なる強化による来街者の増加」をテーマとして記載いたします。第1章に記載した通り、稲城市には、梨やぶどう、稲城の太鼓判等、各種伝統芸能やスポーツ施設、などの魅力があり、主婦が幸せに暮らせる度2位といった評価も受けています。また、稲城市の強みである自然の豊かさは本プランの基本コンセプト「都心近郊に感じるふるさと」を実現するための核となるものです。これらの資源を更に磨き上げて地域活性化を図り、稲城市外からの来街者の増加を図る、という提言になります。

この実現のため、「人が集い交流することによる地域活性化（経済よし）」「産官学による稲城らしさを打ち出す取組の推進（社会よし）」「豊富な自然環境を生かした対応の推進（環境よし）」として記載します。

(1) 人が集い交流することによる地域活性化

「来街者も楽しめる街」の実現には、人々が集える場所づくりが必要となります。まずは市内の人々が集うことで賑わいが醸成され、市外からの関心が高まり、稲城市全体の盛り上がりにつながっていく、という「経済よし」の考え方になります。それにむけ、以下三点の提言をいたします。

① 稲城長沼駅 JR 高架下の活用

JR 南武線立体交差事業を終え、今なお駅前開発が進行中の稲城長沼駅 JR 高架下の活用を提言いたします。稲城長沼駅高架下は市内を走る JR 南武線の駅（矢野口、南多摩、稲城長沼）の中でも未だ開発の余地があります。また、駅前の大きな広場や観光発信基地ペアテラスも立地することから、今後も市内外から人々が集まってくる場づくりには適していると考えられます。そこで、この地の活用についての提言となりますが、以下はその実際の活用にあたっての具体的な提言例として「地ビール醸造所の設置と併設のビアレストラン開設」について記載いたします。

現在、稲城長沼駅高架下では年に一度のビアテラスが実施されておりますが、こちらを発展させる形で小規模な地ビール醸造所の設置と併設のビアレストラン開設を提言します。これは、一連の取組により地域活性化を図ることで市内住民はもとより市外からの来街者の増加を図るものです。また、小規模地ビール醸造所と併設レストランは複数の事業者が区切りのない一つの空間でサービスを提供することにより、相乗効果が生み出されることを期待するものです。ビール醸造とレストラン運営という二つの機能を担うことが難しい小規模事業者が複数集まって一体となったサービスを提供することは、人手が足りない小規模事業者の悩みを解決するモデルでもあります。

事例として、東京都武蔵野市の武蔵境駅高架下にある ond（オンド）²³では地ビール醸造所とコーヒー焙煎所、コーヒーカウンター、タルト専門店、デリカテッセンといった地域の

²³ 「Ond」クラフトビール醸造場を併設したクラフトビール工房からなる新ショップで、カフェの香りや手作りの体温を感じることができるショップ（<https://ond-craftfood.com/>）

民間プレイヤーが結集して人が集える場を提供しています。ここでは、店内での飲食はもちろんのこと、ワークショップを開催するなどして地域の交流の場としての役割も果たしています。稲城長沼駅にこういった店舗を民間主導で設置できるようにすることで、ビアテラスやスイーツイベント、ワークショップなど各種イベントを開催することができます。また、これを継続して市内外へPRしていくことで、地域がより活性化し、来訪客が増加することが期待できます。

② 稲城 BON 踊りの開催

稲城 BON 踊り開催による地域振興を提言します。BON 踊りとは、いわゆる盆踊りとは別に、従来の伝統を継承しつつも、ダンスや楽器演奏など新たな要素を取り入れた、いわば「伝統と革新の融合」を図るイベントになります。稲城市における以前からの住宅地では現在でも熱心な盆踊りが開催されておりますが、一方で近年宅地化された住宅地ではこのような取組が開催されていない現状があります。これらの地域が各地域の垣根を越えて BON 踊りという形で一つのイベントを作っていくこと、そして開催することは稲城市全体の盛り上げを醸成し地域振興に寄与するものとなり得ます。

事例として、中野駅前大盆踊り大会を紹介いたします。中野駅前大盆踊り大会では、大会プログラムの中に BON DANCE を設けて、アーティストやDJなどを招き音楽に合わせてダンスを踊るという時間を設けています。また、開催の主旨を図 4-7 のような形で定め、中野駅前大盆踊り大会のウェブサイト公表することで、このイベントに携わる多くの方が同じ目標を持って取り組むことを促しています。

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none">1、中野ブランドの確立2、伝統文化の発展3、地域の活性化4、地域コミュニティの形成 |
|--|

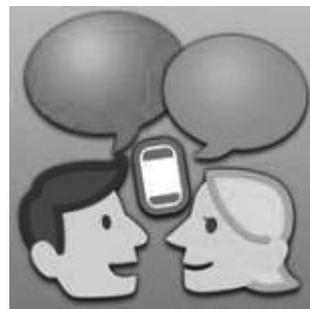
稲城においても、同様なイベントを企画し推進していく事は、市内だけでなく市外からも大きな注目を集めること

図 4-7: 中野大盆踊り大会主旨

となり、来街者の増加が期待されます。その際、稲城で実施するにあたっては、「稲城梨唄」「稲城繁盛節」といった昔ながらの稲城のご当地音頭を活用することで、稲城らしさのアピールをすると同時に、稲城の伝統を次世代へ受け継いでいくことにもなります。また、開催する場所として有効と考えられるのは 2.1 節「図 2-6: 地域単位の将来人口変動状況」でわかるように、近年人口が増加したエリア（矢野口や若葉台、百村）があげられます。これにより以前から稲城に住まわれている方と新たに稲城に住み始めた方が一体となり、地域としての盛り上げに繋がることも期待されます。

③ ボイストラの活用

VoiceTra (ボイストラ) は NICT (エヌアイシーティー：国立研究開発法人情報通信研究機構) が、言葉の壁の克服を目指して開発したスマートフォン用の多言語音声翻訳アプリです。旅行会話用としての高い翻訳精度を備えています。 音声を聞き取って翻訳し発声するもので、日英中韓など 27 言語 (方言を含めて 30 言語) に対応しています。「使えば使うほど賢くなる」。つまり、話した音声や対訳文例をたくさん集めれば集めるほど、どんどんスムーズな言葉に音声翻訳されるようになります。アプリは無料公開されており、iPhone、iPad 及び Android 端末に対応しています。インターネット経由で世界中から利用可能です。



「インバウンド対応」と言っても、今から英会話を一から学び直すのは大変です。英語以外の言語となればなおさらのことです。しかしこの無料アプリ一つで、簡単な会話が成立してしまうのです。是非店頭には本アプリをダウンロードした端末を常備し、不意の外国人の来客に備えて頂ければと期待します。商工会が先頭に立って、普及啓発活動を励行できれば、簡単で費用の掛からないインバウンド対策となると思料致します。

(2) 産官学による稲城らしさを打ち出す取組の推進

産官学の力を結集し稲城市の魅力を対外的にアピールしていくことで、シビックプライドを醸成し、稲城市民でよかった、と感じる「社会よし」につなげます。

① 産官学連携弁当「いなべん(仮称)」

稲城市の力を結集した産官学連携弁当「いなべん(仮称)」の実施を提言いたします。

第 2 章に記載した通り、稲城市は稲城市観光協会、駒沢女子大学と「稲城市観光まちづくり産官学連携協定」を締結し、現在までも様々なプロジェクトやイベントを産官学で実施しています。これを更に促進するべく実施するこの事業は駒沢女子大学と稲城市内の農家や食品加工業者がタッグを組み、地元食材を使ったお弁当を考案し、稲城市観光協会で PR を行い、商店街や私鉄系スーパー等で販売する、というものです。産



図 4-8 : 青森うまいもの弁当

学連携で弁当を企画・販売する例は数多くありますが産官学での取組は全国でも未だ少なく、実現できれば大きなインパクトがあります。図 4-8 は、青森中央短期大学のウェブサイトに掲載されている産学官連携弁当「青森うまいもの弁当」です。青森県の食材をふんだんに使い青森らしさを打ち出して企画・販売されました。

稲城においても同様な取組を検討するにあたっては、駒沢女子大学生が農家や食品加工業者を訪問して交流を図り、その様子を稲城市観光協会のウェブサイト等で発信する、弁当パッケージに大河原先生のキャラクターを使用する、等がアイデアとして考えられます。また、販売前には市内住民に向けた試食会などを開催し、多くの人を巻き込みながら取組を進めていくことにより、市内はもちろんのこと市外の方にも稲城を知ってもらう良い機会となり、結果として、課題である稲城市街からの来街者増に繋がることが期待されます。なお、この産学官連携弁当の実行に当たっては、商工会からの専門家派遣による HACCP 対応が望まれます。

(3) 豊富な自然環境を生かした対応の推進

ここでは、「環境よし」の観点からの提言を行います。豊富な自然環境を大切にし、稲城市の魅力として周知していくことは、消費活動の活発化や居住満足度の向上に繋がって行くと考えられます。

① 里山探索と農村民泊の推進

稲城市の大きな特徴となる里山や豊かな自然環境を生かした里山探索・農村民泊の実施を提言いたします。里山や豊かな自然環境を保全していくことは稲城市の更なる魅力向上につながり、里山探索や農村民泊の企画を対外的に発信していくことで来街者の増加を期待できる取組となります。

里山探索を行う際には、先ずは里山保全のためにボランティアや域内団体の協力を得ながら、生態系維持や自然環境に関する教育事業、里山の清掃等を行い、市民の方に対して自分たちの身近にある里山を知る・触れる機会を増やし、市民の方が中心となり里山を保存していくことが必要と考えます。その上で、里山探索を開催していくことで、更に魅力が磨かれた稲城の自然を体験できる取組となるでしょう。

農村民泊は稲城の自然や文化、伝統や食事などを来街者に体験してもらう、いわゆる”コト消費”により地域活性化を図る取組です。東京都では八王子市やあきる野市でも同様の取

組を実施していますが、稲城において実施していくことで本プランの基本コンセプト「都心近郊に感じられるふるさと」の実現に繋がります。これは教育的側面としても意義があり、市内で育っていく子供たちにとって自分達の街稲城を知る良い機会となります。彼らが大人になった時に稲城市をもっとよくしたいと思い行動していく、という持続的好循環につながることも期待できます。

② 地域資源を活用したサイクルラックの製作・設置

来街者が気軽に立ち寄り稲城を楽しむために、地域資源を活用したサイクルラックの製作・設置を提言します。東京 2020 オリンピック競技大会で自転車競技のコースが稲城を走ることが決定しており、都心からのアクセスもよいため休日は多くのサイクリストが見かけられます。サイクリストが気軽に稲城のお店に立ち寄れるように、サイクルラックを市内の駅前や商店前に設置することは、サイクリストが稲城を楽しめる機会を生み出し、商業活性化につながると考えられます。また、サイクルラックは里山保全の過程ででた竹などの間伐材を素材とすることで環境にやさしい取組となり、里山や自然を大切にする稲城というブランドイメージの形成にも寄与するものとなります。サイクルラック製作の最初の工程となる竹の伐採や地域資源を有効に利用することの実践は教育的にも意義深いものになると考えます。そのため、竹材サイクルラック製作はワークショップなどの方法により、多くの方が参加できるような形をとることが望ましいと考えます。

4.3.4. スポーツによる交流が盛んな街

多くのスポーツ施設やスポーツ団体を生かした交流を活発にすることで稲城の活性化につなげる、という提言となります。

【 サマリ 】

1:SDGs				
				
2:課題に対する効果				
<p>1：消費の市外流出の防止（市内商業の活性化）</p> <p>総合体育館をはじめ野球、サッカー、テニスなどのスポーツ施設に恵まれ市民満足度も高い稲城市ですが、スポーツによる交流をより活発化させることで消費活動が促されます。</p> <p>2：消費活動の市外からの誘引</p> <p>東京ヴェルディの練習場がよみうりランドにあり、プロサッカー選手も身近にいる稲城市ですが、より多様なスポーツを活性化することにより市外からの誘客を促し消費活動の活発化が期待できます。</p> <p>3：積極的な新規創業の実現</p> <p>多様なスポーツで人々の交流が生まれると、新たなビジネスチャンスが芽生え、新規創業を後押しする効果が期待できます。</p> <p>4：既存事業者の活力向上</p> <p>既に根づいているサッカーや自転車といったスポーツ関連の事業者も、スポーツの盛り上がりにより刺激を受け、相乗効果が見込めます。</p> <p>5：認知度の向上</p> <p>自然環境に恵まれ子育てしやすく都心へのアクセスも便利な稲城市が、スポーツ振興によって知名度が上がれば稲城市全体の認知度も向上します。</p>				

【 内容 】

(1) 自転車レース大会

東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会における自転車競技ロードレースが稲城市内を通過する計画もあるなど適度に起伏のある地形や多摩川サイクリングコース、南多摩尾根幹線道路といったコースにも恵まれ、自転車レース大会が開催しやすい環境と

いえます。例えば、国際自転車競技連合（UCI）が公認する日本最大規模の自転車ロードレース「ツアーオブジャパン」を誘致できれば、観戦ツアー客の来訪による消費活動の活発化やメディア露出増加による稲城の認知度向上効果が得られます。自転車レースでは「ツール・ド・フランス」が有名ですが、国内には「ツール・ド」を冠した各地のレースが多数開催されています。「ツール・ド・稲城」と銘打ち、日本の原風景である里山が点在する稲城市の各所をレースで周ることでスポーツを通じた新たな交流と経済活動につながるとみられます。

(2) スポーツ交流旅行

豊かな自然環境に恵まれ、野球、サッカー、テニスなどの運動施設も豊富な稲城市は、観光振興面でスポーツを通じた人々の交流が生まれやすい潜在力を秘めています。例えば、しまなみ街道(広島県・愛媛県)では“世界で唯一、自転車で横断できる海峡”という点に気づき「しまなみ街道といえば自転車」というイメージ作りのため、多くの施策を打ち出し普及に努めてきました。

稲城市は東京ヴェルディの練習場も近くにあり、様々なスポーツを実体験できる施設も豊富なため、市民のスポーツチームと市外のスポーツチームとの交流を企画することで、これら豊富なスポーツ資源を生かし、全国のスポーツ愛好者が旅先でも気軽にスポーツを楽しめるようになります。地域の魅力に磨きをかけスポーツ交流旅行を誘致することで、宿泊や飲食をはじめとした市内商業の活性化にもつながります。

(3) マラソン大会

稲城市では、稲城中央公園を利用した「春の稲城グリーン駅伝」「冬の市民ロードレース大会」、「稲城グリーンロードレース大会」が開催されています。

笹川スポーツ財団の調査によれば、過去20年間ジョギングやランニングを行う人は増え続けてお

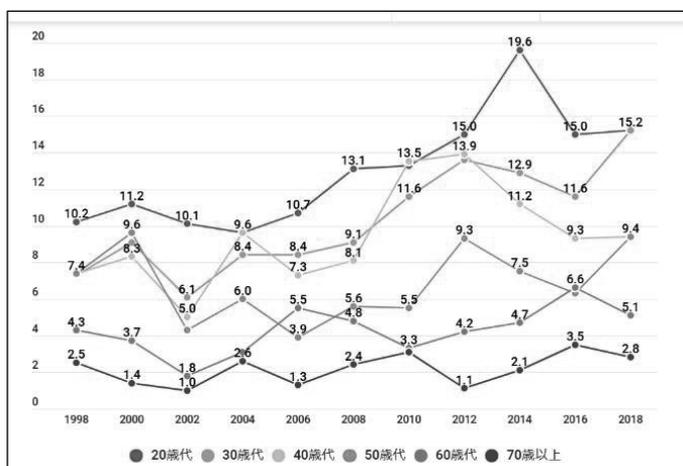


図 4-9：笹川スポーツ財団「データで見る日本のスポーツ」

り、ランナー人口は今後も増加基調が続くとみられます。

マラソンに関しては東京マラソンが有名ですが、現在は大阪、福岡、京都など各地で大会が開催され、活況を呈しています。また、すっかり定着化した感のある皇居ランナーも、周辺にロッカーや簡易シャワー施設があり人気スポットとなっています。

稲城市には、四季の変化を感じられる自然豊かなコースがあり、温泉施設(例:稲城天然温泉 ときのいろどり 季乃彩)もあることから、マラソン大会を開催して市外から誘客を行うことが可能とみられます。

(4) マウンテンバイク

日本では下火になっているマウンテンバイクですが、海外には熱狂的なファンが多く、スポーツ面で稲城市を他と差別化できる競技の一つと考えられます。アップダウンに富んだコースを緑の中を突き抜けながら走る疾走感は、“環境にやさしく活力あふれるまちづくり”を目指す稲城市のイメージにも合致しています。国内で体験できる場所の少ないマウンテンバイクをスポーツ振興の一つの選択肢と捉え、市内事業者の協力を得ながらコースや休憩所の整備を進めることで、新たな交流やビジネスチャンスの獲得が期待できます。特に海外向けの情報発信に取り組めば、訪日する新しい魅力となり、海外の熱狂的なファンを誘致できましょう。この点は次節でも言及します。

4.3.5. 自転車と坂の街

稲城の特徴の一つである坂と、自転車を生かした形で稲城の活性化につなげる、という提言になります。

【 サマリ 】

1:SDGs						
						
2:課題に対する効果						
<p>1：消費の市外流出の防止（市内商業の活性化）</p> <p>二酸化炭素を排出しない自転車を利用して稲城市内を行き来できる仕組みや環境を整備することにより、長期的な商業の活性化が期待できます。</p> <p>2：消費活動の市外からの誘引</p> <p>2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会では自転車競技（ロードレース）のコースが稲城市内を通る予定ですが「自転車と坂の街」を訴求することで、市外から消費活動の誘引が期待されます。</p> <p>3：積極的な新規創業の実現</p> <p>マウンテンバイクは世界的に人気が高く、目に見え、分かりやすいアクティビティを売りに練習場所が無い首都圏バイカーやインバウンドの呼び込みが期待できます。「自転車と坂の街」を目指すことで、自転車や国内外にコアなファンがいるマウンテンバイク関連の新規創業や第2創業の創出が期待されます。</p> <p>4：既存事業者の活力向上</p> <p>稲城市ではシェアサイクル「のりすけ」が導入され市民に愛されていますが、更なる工夫を積み重ねることで更なる活性化が期待できます。また、よみうりランド西側には「スマイルバイクパーク」というマウンテンバイクコースもあり首都圏のバイカーに練習場所として重宝されています。既存事業や設備を有効活用することで活力の向上が期待されます。</p> <p>5：認知度の向上</p> <p>「自転車と坂の街」としての認知度を高めることは、エコで活気のあるイメージを創出し、稲城市全体の認知度向上につながります。</p>						

【 内容 】

(1) 自転車マイレージ制度の導入

平成30(2018)年に導入されたシェアサイクル「のりすけ」は稲城市民の足として有効に活用されています。市役所(いこいの広場)、いなぎ発信基地ペアテラス、オーエンス健康プラザ、保健センター、中央図書館、稲城市内のドラッグストアやホテル等に設置され、今後も設置拡大が予定されています。都心郊外にあり「自転車と坂の街」稲城市を広く認知してもらう方法として、「自転車マイレージ制度」の導入を提言します。



図 4-10：シェアサイクル「のりすけ」

「自転車マイレージ制度」とは、環境・健康・交通にやさしい自転車が、地球温暖化防止と健康増進にどれだけ貢献しているかを数値(二酸化炭素削減効果など)で表示したり、自転車に乗った距離 1km あたりの対価を設定したりしてマイレージ換算する制度です。例えば、企業での自転車通勤による通勤手当優遇制度や貯めたマイレージをポイントに変換して市内での買い物やサービスに使う方法が考えられます(後述 4.4.1 と併せて検討ください)。

(2) サイクリストやバイカーの呼び込み

稲城市には多摩川サイクリングコースに加えてアカシヤ林や桜並木の見どころもある多摩川右岸を走行するコース、十分な道幅が確保されて、ほどよい高低差からサイクリストの人気の高い南多摩尾根幹線道路など良質なサイクリングコースがあります。また、小規模ですが都内唯一のマウンテンバイクコースであるスマイルバイクパークを有しています。これら既存の資源やインフラを有効活用してサイクリストやバイカーを呼び込み、商業の活性化と賑わいを演出していくことを提言します。

① 企業・団体との連携

例えば、“健康増進”をスローガンに掲げ、健康経営を推進している企業や団体と連携して自転車を活用した健康コンテンツづくりやサイクルツーリズムの広報活動を検討することが考えられます。

稲城市と同じく“自転車の街”である大阪府堺市では、コミュニティサイクルの自転車を

企業から寄付してもらった実績があります。行政にとってはコスト削減が図れ、企業にとっては寄付を通じた地域でのプレゼンスを発揮でき、利用者にとっては自転車台数が増えて利用しやすくなるといった“三方よし”の好事例であり、参考となります。

② 自転車の駅

サイクリストやバイカーにとって憩いの場となる自転車の駅設置を提言します。サイクリスト達に欠かせない自転車用ラック、修理用の工具、空気入れの貸出サービスに加え、飲食ができ、汗を洗い流すコインシャワー等の設備を整えられれば、リピート利用者として稲城市を何度も来訪してくれる効果が期待できます。

③ マウンテンバイクコース整備

よみうりランド西側にある「スマイルバイクパーク」を整備することで、首都圏バイカーやインバウンドの更なる呼び込みが期待できます。具体的には、初めて訪れる人が迷うことなく到着できるように標識(サイン)を設置する、周辺の飲食店等を掲載した散策マップを作成し街乗りを楽しんでもらう、初心者向け走行講習、プロライダーによるオフロードレース開催、バイカーフェスなどのイベントを開催するといった方法が考えられます。市内にこの方面での経験がある造園業者が居る強みを生かすこととなります。

④ 自転車流通センターの誘致

エコで活気のあるイメージを持った「自転車と坂の街」として、稲城市の認知度を高めるには自転車流通センターを誘致して、より市民が自転車を手軽に購入しやすい環境を整備していくことも効果的とみられます。

⑤ サイクルライフ情報発信基地立上げ

自転車やサイクリング、マウンテンバイクの魅力を未だ知らない人に伝えるため、サイクルライフ情報発信基地を立ち上げることも一案です。例えば、自転車部品大手シマノが大阪市内で立ち上げた「OVE 中之島」では、自転車レース好き作家の作品や自転車の歴史、メンテナンス方法等の書籍を設置し、自転車を貸し出して街中を巡る(散歩ならぬ)「散走」が人気を博しています。稲城市民に「自転車と坂の街」の良さを実感してもらい、稲城市の良さを再認識してもらうためにも積極的な情報発信が望まれます。

4.4. SDGs 先進都市としての稲城

本節では、特に「SDGs 先進都市」をテーマとして全世界の共通言語である SDGs に取り組む姿勢と、稲城の持続可能な発展を目指すことを明確にするための提言についてまとめています。

4.4.1. 市民の自転車走行距離と CO₂削減量の「見える化」及び自転車ポイントプログラムによる商業活性化

スマートフォンの GPS アプリを使用し市民の自転車走行距離と CO₂削減量の「見える化」を行います。併せて市内の商店でスタンプを獲得し景品などに応募できるようにします。

【サマリ】

1:SDGs

2:課題に対する効果
<p>1：消費の市外流出の防止（市内商業の活性化）</p> <p>市民の自転車による市内での買物インセンティブが向上し、消費の市外流出防止に貢献します。</p>
<p>2：消費活動の市外からの誘引</p> <p>前項で述べた「自転車と坂の街」に加え、「自転車と環境の街」を訴求することで、サイクリストなどの交流人口が増加し、更に市外から消費活動を誘引できると期待できます。</p>
<p>3：積極的な新規創業の実現</p> <p>流動人口の増加による消費の増大が、市内での新しいビジネスチャンスを作るだけでなく、アプリの作成や地元商店のシステム化など IT 関連の需要に応える新規創業が期待できます。</p>
<p>4：既存事業者の活力向上</p> <p>SDGs 目標 13 の気候変動対策を通じ自転車関連業者と商店街などが連携することで、環境にやさしいサイクリング文化の浸透が期待でき、既存事業者活性化の新たなチャンスとなります。</p>
<p>5：認知度の向上</p> <p>自転車による気候変動防止や商業活性化という新たな価値を創出することができれば、SDGs に積極的に取り組む市の認知度向上が見込まれます。</p>

【内容】

① 背景

2015年に締結されたパリ協定において、1)平均気温上昇を産業革命前から2℃より十分に低く保つ、2)1.5℃以下に抑える努力を追求すること、で各国の合意がなされました。これを踏まえ我が国も2030年までに、CO₂を2013年比で26%削減するという目標を立てました。各自治体レベルでもこの目標に向け積極的な取組が求められています。

ここではCO₂削減の要請を奇貨として、稲城市の地域資源を生かし、商業の活性化に貢献することを提言致します。

② 提言する取組の内容

- 1)GPSアプリを作成し、市民はアプリをスマートフォンに無料でダウンロードします。
- 2)自転車による走行距離、CO₂削減量、カロリー消費量などを計測し「見える化」します。
- 3)更に自転車で地元の商店に立ち寄り買い物をした市民にポイントを付与します。
- 4)市民はポイント数により景品などを獲得できます。
- 5)アプリ内に掲示板などを設け、市民同士で交流し、環境意識などを高めてもらいます。

③ トリプルボトムラインの三側面による相乗効果

環境の側面では、CO₂削減による気候変動の防止及び一連の活動を通して市民の環境保全意識を高めることにも寄与します。社会の側面では、市民の健康増進に寄与します。また、経済の側面では、市内での買い物が促進され市内商業の活性化に貢献します。

④ 課題

アプリができれば自治体職員、商工会の会員等が率先して参加することが重要です。

また、市民への普及啓発も欠かせません。その手段として魅力あるインセンティブ制度の設計を行うことも必要です。

⑤ 先進事例

図 4-11 に山口県の取組「サイクルライフプロジェクト」を示します。

サイクル・ライフアプリ

<特徴>
自転車による走行距離の計測と、CO2削減量等の「見える化」

<主な機能>

- ① 自転車による移動情報(距離等)をGPS機能により計測
- ② 走行距離、CO₂削減量、消費カロリーを累計・月・日ごとに閲覧
- ③ 自分の自転車写真の登録や、アプリ利用者の登録した写真の閲覧

1 アプリをダウンロード



上記QRコードからお手持のスマートフォンにアプリをダウンロードしてください。

2 基本情報を登録

・ニックネーム
・年代
・性別 etc

3 自転車通勤・買い物にトライ

スマートフォンを所持し、乗車記録・買い物記録をしてください。

4 利用記録をチェック

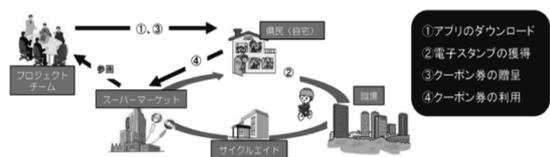
走行距離
CO₂削減量
消費カロリー

自転車通勤・買い物 電子スタンプラリー (H30.9.21～10.31)

<参加方法>

- ① サイクル・ライフアプリをダウンロード
- ② 自転車でスーパーマーケットやサイクルエイドなどを利用してスタンプを獲得
- ③ クーポン券の抽選に応募

<クーポン券について>
県内4社のスーパーマーケットで買い物に利用できるクーポン券(500円相当)



① アプリのダウンロード
② 電子スタンプの獲得
③ クーポン券の贈呈
④ クーポン券の利用

図 4-11：山口県「サイクルライフプロジェクト」事例

出典：山口県サイクルライフプロジェクト²⁴

²⁴ 公開されている情報の URL : https://www.soumu.go.jp/main_content/000590869.pdf

4.4.2. 竹や雑木からの炭の生成

里山由来の竹、伐採木、剪定枝などの木質バイオマスを炭化し多用途化することによって里山の保全活動を活性化させます。

【サマリ】

1:SDGs							
							
2:課題に対する効果							
1：消費の市外流出の防止（市内商業の活性化）							
炭の用途開発により域内での消費量を高めることにより、市内の商業の活性化に寄与できます。							
2：消費活動の市外からの誘引							
環境が保全された魅力ある里山を訴求することによって市外からの観光客が増加し、それに伴う消費需要の増加が期待できます。							
3：積極的な新規創業の実現							
炭の用途開発を通じた新しいビジネス機会の創出により、新規創業の増加が期待できます。							
4：既存事業者の活力向上							
SDGs 目標 15 の「陸の豊かさを守ろう」への取組、具体的には里山保全の一環としての炭の多用途化開発を通じ、市内のあらゆる業種が連携することができます。その相乗効果により高付加価値な製品開発が期待でき、市内の既存事業者の活性化への大きなチャンスとなります。							
5：認知度の向上							
「都心近郊のふるさと」の象徴である魅力ある里山の情報を発信することで、市の認知度の向上が期待できます。							

【内容】

① 背景

3.2 節において、提言の基本方針 1 として、「都心近郊に感じるふるさと」の実現に向け持続可能な発展につなげられると述べました。市内に点在する里山こそ「都心近郊に感じるふるさと」の象徴であり、里山を保全していくことは市の持続的な発展において欠かせない重要な課題となります。里山の保全においては竹林の整備や雑木の剪定が必須です。特に竹

は、その生育の速さから、放置すれば森林が育つより早く里山全体を覆います。そこでは森林が育たないばかりか、生物多様性が失われます。

竹や雑木などの木質バイオマスをそのまま利用しても勿論構いませんが、本項では炭焼きにより炭化物にすることを推奨します。

② 提言する取組の内容と炭化によるメリット

里山保全活動を一步進化させて、里山由来の竹、伐採木、剪定枝などの木質バイオマスを原材料とする炭の生産を行うことを提言します。そこで生産される炭については、先端分野、衣食住の分野などの多用途化開発を行い、炭自体を新しい稲城の物産化します。このことによって里山の保全活動全体を活性化させます。

木質バイオマスを炭化することによって以下のメリットがあります。

- 竹や木を伐採したまま放置すれば、呼吸により CO₂が排出されますが、炭化することで炭素が固定され CO₂はほとんど排出されません。
- 容積密度が圧縮されるので保存や運搬に有利です。
- 多孔質の炭は微生物の住みかとなりますし、炭焼きは方法によって様々な炭の生成が可能ですので、水質や土壌改良、消臭あるいは食用など多用途化ができます。

なお、炭化は燃焼ではありませんので理論上 CO₂は排出されません。実際は一部燃焼もあ

りますので、その分の CO₂は発生しますが、バイオマスの場合は森林が吸収することによって CO₂は排出されないと見なされます(“カーボンニュートラル”の考え方)。

炭焼きにも様々な方法があり、一般的な炭窯を使用する方法の他に「野焼き法(図 4-12)」もあり、これは低コストで炭を生成できます。



図 4-12：野焼き法（ポーラス竹炭）

出典：虎斑竹専門店”竹虎”²⁵ウェブサイト

なお、ここで言う炭焼きにおける「野焼き」は廃棄物処理でも土地の有効利用に供するものでもありませんので、廃棄物の処理及び清掃に関する法律や森林法上の野焼きには該当しません。また、炭焼きは大気汚染防止法上のばい煙発生施設にも該当しません。

²⁵創業明治 27 年、竹材・竹製品製造卸売業を営む。日本唯一、虎斑竹（とらふだだけ）を扱う。

3)炭焼き職人の招聘または育成

炭焼きは用途によって様々な焼き方があります。従って炭焼き職人は熟練工であり、その招聘と育成が必要です。

4.4.3. 里山電力（移動式竹炭、木炭発電）システム

【サマリ】

1:SDGs

2:課題に対する効果
<p>1：消費の市外流出の防止（市内商業の活性化）</p> <p>V2H（クルマ（Vehicle）から家（Home）へ）への給電で電力の地産地消を実現します。</p> <p>2：消費活動の市外からの誘引</p> <p>取組の斬新さを情報発信し、学界・業界の視察、学童の社会見学の誘致などを行うことで、市外からの消費活動の誘引が期待できます。</p> <p>3：積極的な新規創業の実現</p> <p>経済産業省が電力供給分野に電力会社以外の他業種の参入を認める方向性であることを踏まえると、里山電力として新規参入の可能性を検討できると考えます。</p> <p>4：既存事業者の活力向上</p> <p>市内には事業意欲の高い若手事業者が居られますし、青年会議所もあります。SDGs の取組の一環として彼らが連携し、例えば市民電力を立ち上げるなどすれば、事業拡大の良い選択肢になります。また、地域の金融機関（地方銀行、信用金庫）とも連携すれば、SDGs 融資や SDGs 債による資金調達により安定的な基盤を築けます。更に今後開発が予想されるスマートコミュニティ（戸建て住宅やショッピングモール）におけるバリューチェーンへの参入を目指せば、大手企業からの出資も考えられます。</p> <p>5：認知度の向上</p> <p>新しい形の里山保全方式として稲城の認知度向上につながります。また、V2H を通常の電気自動車ではなく移動式竹炭・木炭発電車で行うという試みは独創的であり、里山の保全とエネルギー利用という相乗効果を発揮でき、スマートコミュニティの先進事例としてもアピールできます。</p>

【内容】

① 背景

4.4.2 項で里山を保全していくことは市の持続的な発展において欠かせない重要な課題と述べましたが、本項では竹の生育の速さに着目して、エネルギー用途として活用すること

を提言します。結果として竹林の拡大を抑えて里山を持続的に保全していくことにつながります

また、3.2節で述べましたが、平成30(2018)年の北海道胆振東部地震、令和元(2019)年の台風15号及び19号により、大規模な停電が発生しました。これらのことを踏まえ、経済産業省は電気事業法の改正も視野に入れ、今まで大手電力会社が独占してきた電力供給に他業種も参入を認めるとの方向性を出しました。新しい仕組みでは、電力会社の系統からの電力供給がなくても自立することが求められます。この方針を受け、様々な業種(大手小売、大手住宅メーカーなど)が参入を検討しています。

② 提言する取組の内容(システム概要)

里山電力(移動式竹炭、木炭発電)システムの設備概要図を図4-14に示します。

まず里山の整備に伴い排出される竹や伐採木、剪定枝などを炭化します。

次に竹炭、木炭などの炭化物を炉に投入し、水蒸気と反応させ木質水性ガス(水素リッチガス)を生成します。化学式では、 $[C + H_2O \Rightarrow H_2 + CO]$ となります。生成した水素リッチガスをガスエンジン発電機で発電しバッテリーに蓄電します。なお、この過程でCO₂も発生しますが、カーボンニュートラルの考え方ではCO₂は排出されないと見なされます。

発電された電気の用途ですが、まず考えられるのがシェアサイクルの電動アシスト自転車への充電です。まず実証実験ではこの用途から行うのがよいと考えます。将来的には、市内における木質バイオマスの賦存量や竹害の状況などを正確に把握するとともに、持続的な収集・運搬シ

テムを確立した上で、スマートハウスやショッピングモールにおけるV2Hへの給電などの用途へも検討が可能です。

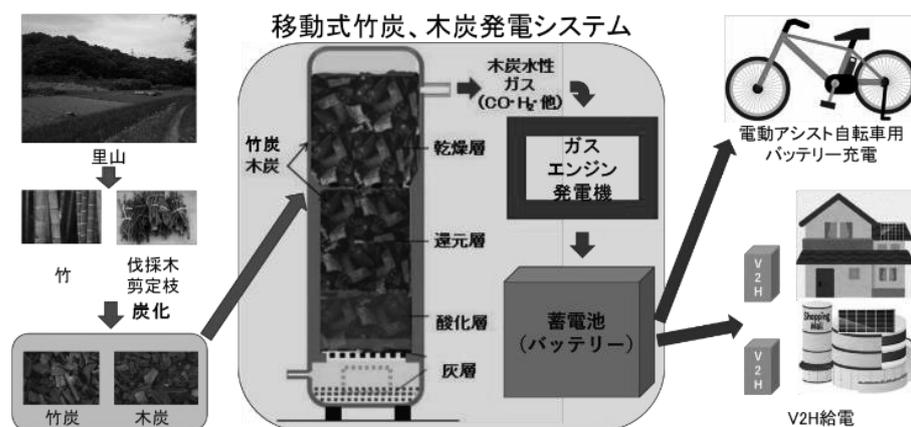


図4-14: 里山電力(移動式竹炭、木炭発電)システム、設備概要図

出典: 木炭水性ガス化炉部分は、富士古河E&C株式会社「間伐材を原料とした木炭水性ガスによる非エンジン式発電及び地域内利活用システムの構築」より

図 4-15 に移動式木炭発電車のイメージ（岩手県陸前高田市生田集落）を示します。

軽トラックの荷台に木炭水性ガス化炉、発電機、バッテリーなどをコンパクトに設置しています。発電した電気はチェーンソーなどの林業機械の充電に使用されています。



図 4-15：移動式木炭発電車のイメージ（岩手県陸前高田市）

出典： 東北大学大学院農学研究科両角研究室

③ トリプルボトムラインの三側面による相乗効果

環境の側面では、里山由来の木質バイオマスをエネルギー用途に利用することで、里山の保全やCO₂削減に貢献します。また、市民の環境教育の素材としても役立ちます。社会の側面では、電源を多様化することで電力システムのレジリエンス（強靭さ）確立にも寄与します。経済の側面では、スマートコミュニティの先進事例として新たな価値を創出できます。

④ 課題

1) 目的と手段の再確認

4.4.2項でも述べましたが、本項の提言においても、あくまでも目的は里山を持続的に保全することで、発電はそのための副次的目的・手段になります。

2) 賦存量把握と収集運搬

市内における木質バイオマスの賦存量を正確に把握するとともに、持続的な収集・運搬システムを確立することが大きな課題です。

4.4.4. マウンテンバイクによる里山ツアー

市の自然資源と「コト消費」を組み合わせたツアーを企画し、市民の気軽な休日を演出することでシビックプライドを高めていただきます。また、市外からの交流人口を増やします。

【サマリ】

1:SDGs

2:課題に対する効果
<p>1：消費の市外流出の防止（市内商業の活性化）</p> <p>市民に市内の里山の良さを再認識してもらい、休日に手軽な市内でのアウトドアライフを楽しんでもらうことで消費の市外流出を防止でき、市内商業の活性化につながります。</p> <p>2：消費活動の市外からの誘引</p> <p>「都心から 30 分で行ける里山」で休日の手軽なアウトドアライフを楽しむ場を演出・提供することで、市外からの交流人口を増やすことが市外からの消費の誘引に繋がります。</p> <p>3：積極的な新規創業の実現</p> <p>地域 DMO (Destination Management Organization) の設立など、観光にも関連した新規創業が考えられます。</p> <p>4：既存事業者の活力向上</p> <p>SDGs 時代の観光のあり方としてエコツーリズムを推進し、市の自然資源（里山、夏季のホテルなど）とマウンテンバイク、炭焼き体験、炭焼きピザなどの「コト消費」を組み合わせることが、既存事業者に新しいビジネス機会を与えてその活力向上につながります。また、各要素の相乗効果によりツアーに新たな価値を創出します。</p> <p>5：認知度の向上</p> <p>市内の里山を「都心から 30 分で行けるサイクリング場所」として PR することで、さらなる認知度の向上が期待できます。「都心から 30 分で行ける散歩道」としても PR すれば相乗効果も狙えます。</p>

【内容】

① 背景

現在の観光は、ライフスタイルの多様化により、出発地の旅行会社が企画して参加者を目的地へ連れて行く従来型の「発地型観光」から、観光地側が地元ならではのプログラムを企

画する「着地型観光」にシフトしています。また、観光客の消費ニーズも、商品の所有に価値を見出す「モノ消費」から、商品やサービスを購入したことで得られる体験に価値を見出す「コト消費」に変わってきています。

② 提言する取組の内容

マウンテンバイクロードの本格整備や拡張、あるいはサイクリングロードの更なる整備を行い、市の自然資源と「コト消費」を組み合わせた個人ツアーを企画・広報することを提言します。更には旅行会社への広報を行い団体ツアーの誘致にもつなげます。

③ トリプルボトムラインの三側面による相乗効果

環境の側面では、市民が里山など市の自然を再認識できるとともに、自転車の利用によるCO₂削減意識など環境保全意識を高めることができると考えられます。社会の側面では、市民のシビックプライドの向上、健康増進に寄与します。経済の側面では、市の自然とコト消費による新たな価値を訴求することで、市外からの交流人口の増加が期待できます。

④ 課題提案

1) 「コト消費」を中心に新たな企画を継続的に生み出すことが必要です。

2) 名物サイクルインストラクター兼ガイド

（「地域の語り部」と称される人材の確保・育成が課題です。英語を話せればなおよいのですが、そうでなければ前述のボイスドラマ活用が考えられます。

3) 交流人口を増やすことを目指すあまり、オーバーツーリズム²⁶にならないよう注意する必要もあります。



図 4-16 : 里山マウンテンバイクツアー (イメージ)

²⁶観光地にキャパシティ以上の観光客が押し寄せる等により、地域住民の生活や自然環境等に対して受忍限度を超える負の影響をもたらしたり、観光客の満足度を著しく低下させたりするような状況。「観光公害」という表現が使われることもある。

4) 事業の収益性だけに着目するのではなく、「環境」「社会」「経済」のトリプルボトムラインの相乗効果で考えることが重要です。例えば竹で自転車のサドルスタンドを作ったとします(図 4-17 に示すイメージ)。このこと自体の価値は決して高くありません。

しかしそれを商店街に設置することで、環境的側面では、商店街が里山の整備に関与するという環境との共生をアピールでき、経済的側面では、市外からのサイクリストの商店街の呼び込みに寄与します。社会的側面では生活者、来街者双方の利便性が向上します。こ



図 4-17：竹製サドルラック(イメージ)

のようにマウンテンバイクに関する本提言を発展させると三側面の相乗効果から新しい価値の創出ができますので、プラン実現の観点からも、更に様々なアイデアが出てくることを期待します。

第5章 プランの実行体制等に対する提言

前章に記載した内容を具体的に実現するためには、実行体制と情報発信基盤の確立が必要不可欠なものとなります。本章ではその内容について記載いたします。

5.1. プラン実行体制

本プランでは、商業活性化の実現から、持続可能な発展へつなげるための具体的な提言をしております。しかしながら、提言全てを実施する必要はありません。実際には、社会情勢や環境等の状況を踏まえ、現実に合わせてプランの取捨選択を行い、その中で具体的な数値目標を定める、といった形で推進・実践していく必要があります。

このためには、

- ① 商業活性化に向けた全体統括組織の確立
- ② 関係する組織構成と分担の明確化

を進める必要があります。

そこで、本プランにおいて提言する内容を推進するために以下を実施することについて提言いたします。

(1) 全体統括組織の確立

本プランを策定するにあたって、「商業活性化プラン策定事業委員会」が立ち上がっております。そこで、本プランの策定をもってこの委員会を解散するのではなく、この委員会を発展的に改組する等により、継続的に本プランの実現を遂行する主体組織として「商業活性化プラン実行委員会の確立」をして頂けたらと存じます。この組織が、今後本プランに基づき、稲城市の商業活性化に向けた各種対応を実施するためのイニシアティブリーダーとなって活動することで、本プランがより確実に遂行されていくことになるものと考えられます。

(2) 関係する組織構成の明確化

観光も考慮に入れた商業活性化を実現するにあたっては、本プランに関係する組織それぞれがばらばらに活動しているものでは意味がありません。現状を踏まえると、本プランに関連する組織としては「稲城市」「稲城市商工会」「稲城市観光協会」があります。そこで、

本プランの推進にあたって、以下のような組織連携ができる体制の構築をしていただけたらと考えます。

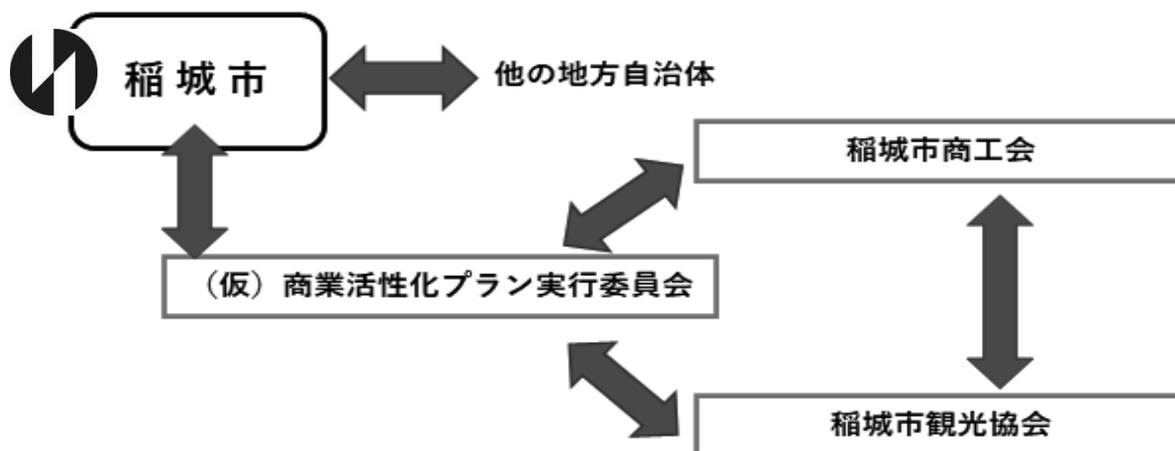


図 5-1：商業活性化プラン実行体制(案)

活動イメージとしては、以下のようなものとなります。

- ・ **稲城市**
全体統括の位置づけで、商業活性化プラン実行委員会と協力しながら本プランの遂行にあたっての統括・支援等を行うと共に、他地方自治体との連携窓口となります。また、必要に応じて予算化措置をとります。
- ・ **(仮)商業活性化プラン実行委員会**
イニシアティブリーダーとなり、本プランの遂行について中心になって進めます。
- ・ **稲城市商工会**
主に事業者対応を中心に行い、本プランの中で事業者に関連するものに関する、各事業者対応の窓口となる等から、商業活性化プランの実現に向けて活動します。また、外部情報発信等も、観光協会とも協力しながら稲城としての訴求力を高めていきます。
- ・ **稲城市観光協会**
主に観光や情報発信を中心に行い、本プランの中で対外的アピールに関連する部分の中心的役割を担います。また、本プランの中で市外からの観光来街者増加に向けた対応を行います。

ここに記載したものはあくまでも例ですが、こういった形で関連する組織が連携していくことが、本プランに記載された内容が実現されるためには必要なこととなります。

5.2. 情報発信体制

これまでの提言について取り組んでいただけたとしても、その取組が一般に認知されなければ人々は動かず、本来の目的である商業の活性化に結びつきません。既存の認知施策には、パンフレットやプロモーション動画といった「“既存の取組の存在を知り、情報を求める人”に対する用意」がありますが、今後は、近隣市はもとより新たに稲城市民となる転入者、つまり「取組自体を知らない人々」に情報を届ける必要性が高まります。

本節では、この商業活性化プランの中の取組を広く認知してもらうための情報発信について提言いたします。

5.2.1. 市としての情報発信

前項にて記載した「商業活性化プラン実行委員会」に相当する組織や関係各所と協力しながら、市でしか成し得ない最大限の情報拡散に努めていただきます。行政の取組として取りあげて頂き、積極的にプレスリリースすることがポイントです。この情報発信については、市の1～2名の情報発信担当者を指名していただき、その実施体制を整えていただきます。また、情報発信担当者は情報を発信するだけでなく、その表現方法や得られた効果を検証し、どれだけマスコミで取り上げられたかを把握頂き、効果的な情報発信の精度を高めてください。

5.2.2. 商工会としての情報発信

本プランと市内の事業者をつなぐ架け橋として、市内事業者に向けた情報発信と、企画への積極的な参加を呼びかける役割を担っていただきます。下記の情報発信については、経営指導員様の中から1～2名の情報発信担当者を指名していただき、計画的な実施体制を整えていただきます。また、情報発信担当者は情報を発信するだけでなく、その表現方法や得られた効果を検証しながらセミナーやイベントの参加人数把握だけではなく、実際に事業者へヒアリングする等、意義のある情報発信に努めてください。情報発信手段は、特別なものはありませんが、以下の通りです。

- ① チラシ、パンフレット、ポスター等の配布と店舗への設置依頼
- ② 「商工会報いなぎ」への情報掲載
- ③ 事業者に向けた積極的な参加呼びかけ、問い合わせ対応
- ④ SNS への投稿
- ⑤ その他関係団体への情報拡散

5.2.3. 観光協会としての情報発信

稲城市内外を問わず、多くの人々にその取組の魅力を伝えていただく役割を担っていただきます。下記の情報発信については、観光協会様の中から1~2名の情報発信担当者を指名し、その実施体制を整えていただきます。観光協会の場合は、テーマ別に情報発信ターゲットをきっちりと仕分けして頂くことが重要です。例えば、一般内国人、外国人観光客と在住外国人、行政組織、旅行会社、マスコミ等々です。なお当然のことですが、市とは二人三脚で以下のような活動を実施ください。

- ① イベントの大小規模を問わず、独自取材による記事化
(写真は必須。可能な限り人が写るように)
- ② 市内イベント、取組のプレスリリース配信
- ③ 地域メディアへの取材依頼 (TV、新聞等) と対応
- ④ ペアテラスへのチラシ、パンフレット、ポスター等の掲示

5.2.4. 事業者別の情報発信

現在、事業者はそれぞれ独自の方法で自店・自社の情報を発信していることと思いますが、一番大きいのは、稲城の太鼓判での情報発信でしょう。当プランを市全体、ひいては市外にも関心を持ってもらえる取組としていくには、事業者の積極的な企画参加と情報発信が欠かせません。事業者の情報発信については、商工会の積極的呼びかけと、チラシ、パンフレット、ポスター等の作成支援、或いはホームページや SNS での情報発信支援が必要です。

第6章 将来像について

ここまでに記載した各種提言の実行により、稲城という街は、

- ・ 稲城として独自性を持った魅力のある街になっている
- ・ 都心まで30分の地でありながら身近に里山環境が保たれている
- ・ 歴史ある伝統芸能や寺社仏閣が保存されている
- ・ スポーツを通じた全国各地との交流が盛んである

という強みや特徴を持つ街に近づいているはずです。それはいわば「都心近郊に感じるふるさと」ともいうべき姿だと考えられます。稲城市に居住する人々はシビックプライドを持つことができ、稲城で生活したい人や稲城で仕事をしたい人が外部から継続的に流入する街になる、そういった形で継続的に発展が続く。そういった姿をとるでしょう。

また、改めてここで3.2節に記載した基本方針が実現されている状態について確認します。

1：「都心近郊に感じるふるさと」の実現にむけ、持続可能な発展に繋がっている

各提言は、基本コンセプト「都心近郊に感じるふるさと」を意識した形のものであり、かつ一時的なものではなく長期的な視点で記載しているので、稲城市の持続可能な発展につながっているはずです。

2：提言を踏まえて実施されたことが相互に相乗効果を発揮できている

各提言は、単独での効果はもちろんのこと、組み合わせにより効果がでる、新たな稲城らしさが訴求できる、というものになっています。結果として、本プランの提言者でも予期し得ない新たな価値も創造されてくるものと考えられます。

3：稲城市民として稲城市民であることを誇れるようになっている

各提言は、稲城の従来からの伝統・文化を意識した提言にしております。この伝統・文化は稲城として長年積み重ねたものであり、他には真似ができません。これにより、稲城市民であることを誇りに思えるようになっているはずです。

4：特に稲城市の事業者は一人として取り残されない展開ができています

各提言は、新規・既存を問わず事業者の活力向上から商業活性化につながる形になっています。したがって、稲城市の事業者は大小、新旧を問わず取り残されない形となっているはずです。

5：稲城市外の人にとっても魅力的な「目的地」としての稲城市になっている。

各提言は、稲城の持っている潜在的な魅力を引き出し、対外的訴求力を高めることに十分寄与するものにしていきます。よって、稲城市外の人にとって魅力的な目的地（観光、居住の両面にて）となっているはずです。

このような姿を目指せるのは、現在の稲城にそれなりの強みがあるからです。その強みを更に伸ばし、磨きあがることによって、知名度も高まり、世間からの評価を大きく向上させられると確信しています。第4章で列挙した諸提言が、第5章で提言した実行体制で成し遂げられることを切に希望します。この流れこそ、「都心近郊に感じるふるさと」を中心にすえた、図6-1に示す商業活性化プランそのものであります。

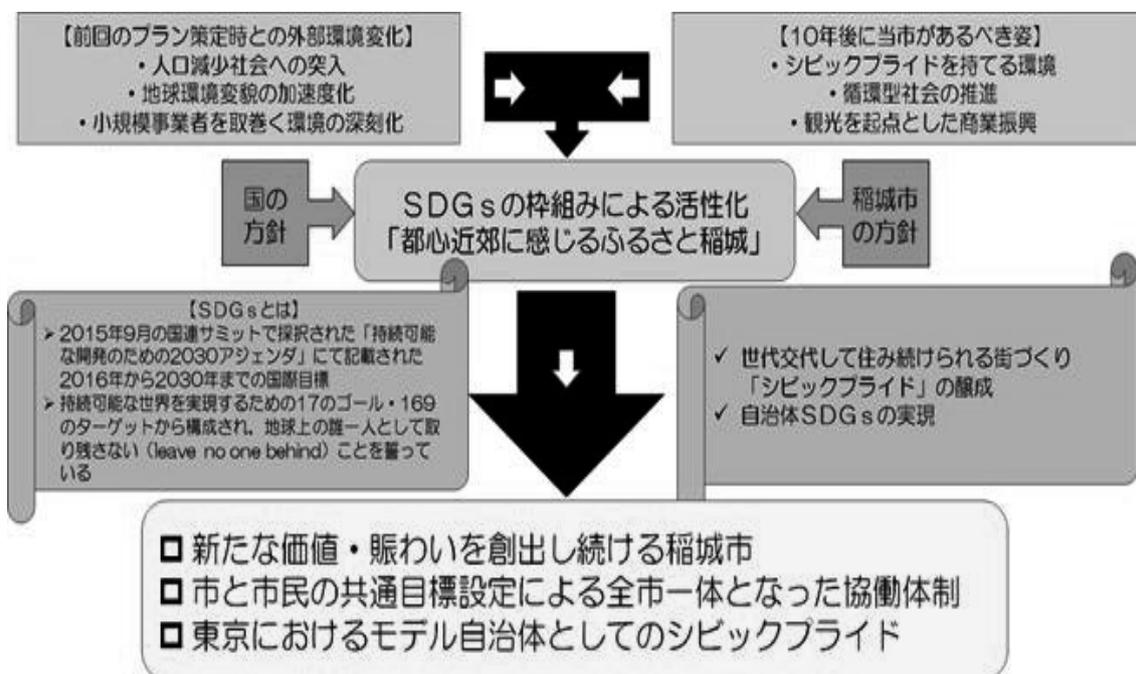


図 6-1：商業活性化プランの基本理念イメージ

[卷末補足資料]

A) アンケートの内容

2.2 節において記載しているアンケートは、具体的には以下の内容となります。

(1) 商店主向けアンケート

ご所属の商店街を盛上げるために、どのような方策が有効だとお考えですか（当てはまるもの全てに○）。

（商店街加盟店対象）

1. 国や都が補助金を増額して大きなイベントを開催する（イベントの種類）
2. 国や都が補助金を増額して、商店街の中に新たな施設を作る（具体的に）
3. 商店街のマスコットやシンボルを制定してキャンペーンを行う
4. 商店街の中に休憩所を設置して、高齢者を中心とした来街者が休憩できるようにする
5. 駐車場や駐輪場を開設する（設置場所）
6. 空き店舗に外部から創業希望者を誘致して店舗の減少を食い止める
7. 繁忙時間帯の交通規制強化による来街者の安全確保
8. バリアフリーの整備
9. その他（）

これまで商店街活性化に向けた行ったものの、効果が上がらず中止に至ったイベントはありますか

イベント名（）

中止になった理由

[]

商店街の中に後継ぎ（お店の後継者）がいっしょのお店がありますか 　ある　　ない

後継ぎがいる場合、それはどのような業種の店ですか

（）

これからの商店街は地域の中でどのような役割を果たすべきだと思いますか（当てはまるもの全てに○）

1. 地域の中の情報発信拠点や防犯のための組織
2. 高齢者や共働き世帯に対する宅配事業の拠点
3. 訪日外国人を含めた観光客に対する“おもてなし”の場やおみやげ提供の場
4. 市民が市内のことを知るために市内を回遊する途上に立ち寄りスポット
5. 朝市や夕市などで良質の商品をリーズナブルな価格で提供するための場
6. 地元産品を紹介し、流通の拠点となる場
7. 特定の業種に特化した専門店街として商品サービスを提供するための場（●●街 ●●ストリート）
8. 高齢者が集い、よもやま話に花を咲かせるための社交の場
9. 各種相談の駆け込み寺的な提供の場
10. その他具体的に（）
11. 商店街の果たす役割は既に終わっている

次の中で、「こんなサービスや事業があったら来街者の増加につながる」と考えられるものはありますか（該当するもの全てに○）

1. 市内の個店を一冊で紹介するPR冊子の発行
2. 宅配を行っている市内の店舗を1枚で紹介するポスターやパンフレットの発行
3. 市民が市内の他のエリアへ出かけてみたくなるような、市内をエリアごとに紹介する記事と市民バスやのりすけ（シェアサイクル）を利用した回遊術を紹介するタウン誌の発行
4. 南多摩駅前東横インに宿泊する外国人観光客団体向けに作成する「稲城ナイトタウンガイド」の発行

B) 図表目次

本プランにおいて利用している図につき、以下に一覧で示します。

図 2-1：多摩地域の市部の人口の伸び.....	- 8 -
図 2-2：稲城の地域別の世帯構成.....	- 8 -
図 2-3：稲城市地域別住まい方別世帯員.....	- 9 -
図 2-4：将来人口推計の把握状況の違い.....	- 9 -
図 2-5：稲城市の地域別世帯数増減状況.....	- 10 -
図 2-6：地域単位の将来人口変動状況.....	- 10 -
図 2-7：稲城市の目的地一覧.....	- 11 -
図 2-8：近隣市に居住者の流出先.....	- 11 -
図 2-9：東京都多摩地区の人口あたり小売販売額.....	- 12 -
図 2-10：稲城市および近隣市における小売業販売額の業種構成.....	- 13 -
図 2-11：多摩地区各都市の小売販売額の伸び.....	- 13 -
図 2-12：稲城市小売業年間販売額と小売店店舗数.....	- 14 -
図 2-13：稲城市売場面積規模別小売業年間販売額.....	- 14 -
図 2-14：稲城市売場面積規模別小売店店舗数増減率.....	- 15 -
図 2-15：中小企業・小規模事業経営者の2025年における年齢.....	- 15 -
図 2-16：お店の経営者の年齢層.....	- 16 -
図 2-17：稲城市の産業別純輸出額一覧.....	- 16 -
図 2-18：稲城市の雇用者所得の流出状況.....	- 17 -
図 2-19：商店街活性化のために有効と思う施策.....	- 19 -
図 2-20：これからの商店街に求められる役割.....	- 20 -
図 2-21：“来街者の増加に繋がる具体策”に対する回答分布.....	- 21 -
図 2-22 商店街の中に後継者のいる店の有無.....	- 22 -
図 2-23：稲城と言って思い出すもの（複数回答可）.....	- 24 -
図 2-24：稲城について欲しい情報.....	- 25 -
図 2-25：より稲城を訪れるために何が必要か（複数回答可/30歳代以下/n=75）.....	- 26 -
図 2-26：より稲城を訪れるために何が必要か（複数回答可/40歳代以上/n=60）.....	- 26 -
図 2-27：駒女アンケート-回答者の立場・交通手段.....	- 27 -

図 2-28 : 駒女アンケート-日常利用の交通手段.....	- 28 -
図 2-29 : 駒女アンケート-稲城の観光スポット訪問経験の有無.....	- 28 -
図 2-30 : 駒女アンケート-稲城市内で訪問経験のある場所.....	- 29 -
図 2-31 : 駒女アンケート-稲城市内飲食店の利用有無.....	- 29 -
図 2-32 : 駒女アンケート-稲城の飲食店を利用しない理由.....	- 30 -
図 2-33 : 駒女アンケート-「稲城」からイメージされること.....	- 30 -
図 2-34 : SDGs 17 の目標.....	- 38 -
図 2-35 : SDGs イシューマップ (17 の目標別国内のテーマ)	- 39 -
図 2-36 : 地方創生 SDGs 金融フレームワーク.....	- 40 -
図 3-1 : トリプルボトムラインによる事業方向性のイメージ (例)	- 50 -
図 4-1 : 経営力向上・活力向上向け支援.....	- 65 -
図 4-2 : 後継者の育成期間.....	- 70 -
図 4-3 : 事業承継セミナーの体系.....	- 71 -
図 4-4 : 狛江の PR 冊子.....	- 80 -
図 4-5 : 稲城市の老年人口比率の推移(予測).....	- 85 -
図 4-6 : いきいき健康自転車教室(宇都宮市).....	- 86 -
図 4-7 : 中野大盆踊り大会主旨.....	- 93 -
図 4-8 : 青森うまいもの弁当.....	- 94 -
図 4-9 : 笹川スポーツ財団「データで見る日本のスポーツ」.....	- 98 -
図 4-10 : シェアサイクル「のりすけ」.....	- 101 -
図 4-11 : 山口県「サイクルライフプロジェクト」事例.....	- 105 -
図 4-12 : 野焼き法 (ポーラス竹炭)	- 107 -
図 4-13 : 竹炭の利用用途.....	- 108 -
図 4-14 : 里山電力 (移動式竹炭、木炭発電) システム、設備概要図.....	- 111 -
図 4-15 : 移動式木炭発電車のイメージ (岩手県陸前高田市)	- 112 -
図 4-16 : 里山マウンテンバイクツアー (イメージ)	- 114 -
図 4-17 : 竹製サドルラック(イメージ).....	- 115 -
図 5-1 : 商業活性化プラン実行体制(案).....	- 117 -
図 6-1 : 商業活性化プランの基本理念イメージ.....	- 121 -

稲城市商業活性化プラン策定事業委員会名簿

(順不同・敬称略)

No.	氏名	事業所名	役職等
1	奈良部 義彦	(有)稲城防災設備	稲城市商工会 会長
2	高橋 渡	㈱タカハシ・ミュージック・プラザ	同商工会副会長・ 稲城市商店会連合会 会長
3	遠藤 誠	(有)笹屋	同商工会理事・商業部会長 委員長
4	小林 るり子	ファッションハウスピエロ	同商工会理事・商業部会副部長
5	田中 逸郎	アイテイシー	同商工会理事・工業部会長
6	鈴木 健志	㈱寿々木工務店	同商工会理事・建設部会長
7	関川 雅代	セキカワ社会保険労務士事務所	同商工会理事 副委員長
8	小田 明彦	中小企業診断士	学識経験者
9	鮫島 卓	稲城市観光協会	稲城市観光協会 会長
10	多田 和正	(有)ホイップ	稲城市商工会 商業部会役員 同あきない活性化委員長
11	須藤 悦子		消費者
12	増岡 久美子		消費者
13	篠崎 道明	稲城市役所	稲城市市民部経済観光課長
14	寺田 寛也	稲城市観光協会	稲城市観光協会 事務局長
15	新藤 斉	稲城市商工会	稲城市商工会 事務局長

事務局

1	軍司 一憲	稲城市役所	稲城市市民部経済観光課商工係長
2	寺田 龍	稲城市商工会	稲城市商工会 係長

プラン検討の経緯

実施日	事業内容
2019. 6. 6	第1回委員会 ①委員長・副委員長の承認について ②本計画の内容と今後のスケジュールについて
2019. 7. 30	第2回委員会 ①商業活性化プラン策定に伴う調査内容について
2020. 1. 24	説明会 ①SDGsと中小企業における取組について ②稲城市商業活性化プランの骨子について
2020. 3. 5	説明会 ①提言書の内容確認について
2020. 3. 27	第3回委員会 ①商業活性化プラン事業報告書について