

## 令和4年度 第2回武蔵野市産業振興審議会専門部会会議録

## 【審議会概要】

日時	令和4年11月25日(金) 14:00~16:00
場所	武蔵野市役所 813会議室
出席委員	福田敦会長、生駒耕示副会長、安藤孝委員、高橋勉委員、浅川絢子委員、渊上佳子委員、平湯友子委員、石渡志津委員、田川良太委員
事務局	吉崎産業振興課長、尾崎経済対策調整担当課長、佐々木係長、北村まちの魅力向上担当係長、藤木主任、須藤主事、森崎主事
専門部会 次第	1 開会 2 議題 (1) 報告事項 ア 第1回武蔵野市産業振興審議会専門部会会議録(要旨) イ 実態調査結果報告 (2) 討論 ア 武蔵野市の産業の課題 イ 武蔵野市の産業が目指す将来像・方向性等 3 閉会
配付資料	次第 ・資料1 第1回武蔵野市産業振興審議会専門部会会議録(要旨) ・資料2 関連計画における目指す将来像・目標等 ・資料3 実態調査報告

## 【議事】

## 1 開会

- ・事務局あいさつ

事務局	<p>11月13日、都立武蔵野中央公園にて「CO+LAB MUSASHINO」のイベントを開催した。農産物品評会を同時開催し、武蔵野市産の農産物を使ったキッチンカー、コラボ商品の販売、野菜の直売を行った。</p> <p>前日まで天候が不安だったが、当日は天候に恵まれ、無事開催することができた。</p> <p>開会が午前10時、閉会が午後3時のスケジュールで、来場者数は都立武蔵野中央公園の発表によると1万5千人程である。現場での体感では2万人程の人出があったように思われる。</p> <p>イベントの実施は市職員に加えて、成蹊大学の学生ボランティア13名、交通安全協会25名、民間警備会社10名、出店事業者10社、農業委員会から委員14名、市内農業生産組合長6名、JA職員27名、JA所属の会員多数の協力があった。</p> <p>会場では、午前9時頃から行列が出来ており、昼頃には出店した事業者の大半が販売終了間近の状況だった。午前が盛況だったため、午後は販売量が少なくなり、来場者数が減少した印象である。</p> <p>農産物品評会の開催は3年ぶり、令和2年度の在り方検討委員会後初めての開催となり、開催場所も変わることなどから不安要素も多かったが、今回、コロナ禍でも無事に実施できたことは良い経験になった。</p>
-----	--

- ・配布資料の確認

## 2 議題

### (1) 報告事項

- ア 第1回武蔵野市産業振興審議会専門部会会議録（要旨）  
資料1及び資料2 について事務局より説明
- イ 実態調査結果報告  
資料3 について事務局より説明

### (2) 討論

#### ア 武蔵野市の産業の課題

副会長	<p>11月初旬、丸井吉祥寺店1階に自身が所属するボランティア団体が出店したため、頻繁に吉祥寺に足を運んだ。人が多く、にぎわっていることに驚いた。一方、武蔵境は人が少ない。</p> <p>産業振興と言っても、吉祥寺、三鷹駅北口中央地区、武蔵境の3駅それぞれの個性に合わせた施策が必要だと感じた。</p> <p>武蔵野市の人口のうち4万8千人程が3駅の南北に住んでおり、人口が集中している。コミュニティ活動に参加してもらいながら、駅から離れた個人店、若い人が起業した店を支援するためには、インターネットを活用したデジタル配信を行い、若い人を取り込む必要があると感じた。</p>
委員	<p>都市型観光について、武蔵野市は稼ぐ観光の意識が弱いと感じている。他地域では文化で稼ぐことが比較的当たり前になっており、祭り等を活用して稼いでいるが、武蔵野市はその意識が薄い。</p> <p>外国人観光客の視点は自然、文化、四季、食にあり、日本人観光客も同じような視点で観光に来ている。武蔵野市の観光は、文化を求めたりアニメの聖地等を訪れたりすることへの意識が低い。食や文化への意識が高い観光客は消費額も高くなるため、稼ぐ意識を持つべきである。</p>
委員	<p>少子高齢化を見据えた問題が多数ある。各事業者が人材不足の課題を抱えている。人材不足で事業計画が立たない場合、廃業する企業が増加してしまうだけだ。セカンドキャリアを活かした雇用の提供、女性や若者の創業育成支援も重要である。しかし、他地域と比較して武蔵野市は不動産賃料が高いため、市外の他地域で起業する人が多い印象がある。</p> <p>アニメ、まんが、ゲームなどのクリエイターが集積していることを活かしたまちづくりが重要なのではないかと。地方には、人気のあるアニメやゲームとのコラボ商品、ご当地グルメ、駅前のモニュメント、駅発着の音楽などがある。若者や外国人はこういったものが好きで、集まるのではないだろうか。</p> <p>また、今後定年が延長されると、地域で能力を活かしたい人が増えるだろう。市外で働いている人のなかには、定年前に地域に戻って何かしたいと考える人も多い。そういう人に対しての相談窓口を設置するなど支援に力を入れたらよいと思う。</p>
委員	<p>新型コロナウイルス感染症発生前に戻らないことを自覚し、人材確保や販路拡大に向けて、これまでのやり方を変える必要がある。また、事業承継や起業によって、新たな血を市内に循環させる仕組みが必要である。</p> <p>資料3実態調査報告5頁によると、経営上の課題として「来店（所）者の減少」「商品・サービスの魅力向上」「人材確保・育成」「販売力の強化・販路開拓」「仕入（価格高騰・不足）」が3割を超えている。そのうち、「商品・サービスの魅力向上」や「販売力の強化・販路開拓」の課題に対しては、マーケティングや異業種交流など事業者自身で取組むことができる。「人材確保・育成」が大きな課題であると考えている。</p>

	<p>事業承継の問題は、業務効率化、デジタル化対応、多様な働き方への対応、人材育成や確保に深く関係している。新型コロナウイルス感染症発生前と同じビジネス手法では、多様な働き方への対応が難しい。17頁の市民調査結果をみると、武蔵野市の産業振興策として重要と思われる取組みは「ライフステージ（子育て・介護・就学等）に応じた柔軟な働き方支援」が30歳代以下で高くなっており、人材確保のヒントになるのではないだろうか。多様な人材を確保できれば、商品・サービスの魅力向上にもつながると考える。</p>
委員	<p>まちづくりと一体となった産業施策の展開が進まないことが課題である。武蔵野市は都市化が早く進み成熟しているため、新たに入る余地がない。この先どのように展開していくのか、都市計画部門とソフト部門でそれぞれ議論はされているが、一致していないことが大きな課題である。</p> <p>実態調査では、歩いて回れるまちづくりが求められていたが、武蔵野市のまちはコンパクトに構成されており、緑や文化が絶妙なバランスで配置されている点が有効に活用できる。また、都市基盤整備に結び付ける際に、無機質にならないようにすることが課題である。人が中心にあることを意識した産業を考える必要がある。</p>
委員	<p>武蔵野市の住んでいる人、訪れる人、事業者が少しずつづれを生じているのではないかと感じる。吉祥寺は、コロナ禍でも人通りが多いが、店に人が入ってこないという声を聞く。街に遊びには来るが、多世代の交流ができたり、少しコストのかかる店は通り過ぎる世代で賑わっている印象。</p> <p>また、武蔵境は畑が多く静かな地域だったが、最近はマンションが増えて若いファミリーが増えた。日用品の買い物以外にもファミリー層で訪れ楽しめる場も求められているのではないだろうか。吉祥寺は人が集まる恵まれた環境のため、以前は店が連携して企画したイベントに参加したり、子育て中の親が集まり情報交換をしたりすることが自然とできていた。しかし、今は日本全体が人と人との関係が薄くなってきていて、意図的に「つなぐ」仕組みを行政が作っていく時代になっている。孤立化している子育てを支えようと制度として税金を投入して作られた子育てひろばという交流の場ができたのはそういう背景があることが大きくある。デジタルの発信や働き方を含めて、今まで自然にできていたことができるように意図的に取り組んでいくことが求められていると考える。</p>
委員	<p>長年住んでいるが、まちを安心して歩けなくなったと感じている。車が多く、傘をさして歩くのも大変である。</p> <p>資料3実態調査報告の中で「来街者の減少」が多く出てくるが、来街者は減っていないがお金を使っていないのではないだろうか。来街者が少ないのか、来街者はいるがお金を使っていないのか、分けて考えるべきである。</p> <p>また、大型商業施設が減り、新宿・立川との違いがあるようでない。また、個店も空き店舗が増え、まちとしての一体感がなく、道すがらまちを楽しむような魅力が薄れてきた。今までのように個店に頼るのではなく、まちとしてのブランディングや一体感を市が主導して形成していかなければならないと考える。敢えてアナログな方法でまち歩きの魅力を作ること面白いのではないかと感じる。以前、眼鏡屋の前に眼鏡をかけたジブリのキャラクターが置いてあり、多くの通行人が写真に撮っている光景を見た。このような歩き回りたくなる仕掛けを作りやすいまちだと思う。</p>
委員	<p>「CO+LAB MUSASHINO」の第一弾の取組みとして、農家と飲食店のマッチングに向けて市内事業者を対象にした農家見学会を開催した。農家見学会での体験は生涯忘れられないものになった。また、見学会での体験が様々なことへのヒントになると感じた。来街者も体験すれば、また訪れたいと感じると</p>

	<p>思う。大掛かりな装置を作ってベストセラーを目指すのではなく、人と人とのつながりを作ってロングセラーを目指すほうが良い。まちが成熟して魅力が薄れ始めている中で、どのように活路を見出すかという、人との出会いや体験の場であるミックスゾーンのようなものを提供していくことが、ネット時代や対コロナ時代には重要である。感染症対策でリモートワークができる等のインターネットの良さもあるが、コロナ禍において外出する意味や外食先の選択等今まで考えなかったことを考えるようになった。新型コロナウイルス感染症拡大で変化した人の行動や価値観に対応することが、産業の発展につながる。</p> <p>吉祥寺ブランドのものがあまりない中で、養蜂をやりたいという人がいる。自然や地産地消が大事だと考える人は多い。来街者がはちみつをレストランで食べられる、体験できるなど、魅力をひとつひとつ作っていくことで発展につながると考える。</p>
会長	<p>前回専門部会では、実態調査集計の前に社会情勢等のマクロ的な調査について報告があった。少子高齢化、人手不足、晩婚化・未婚化、単独世帯の増加、空き家・空き店舗による都市のスポンジ化、コミュニティの希薄化、SDGs、脱炭素等、社会のキーワードとしてあちこちに伝えられることがある。</p> <p>人材確保については、採用コストが上がっている。中途採用を含めて人材紹介サービスを使うとコストがかかるため、負担がない形で人手を確保することも必要である。</p> <p>心身ともに健やかなことを意味するウェルビーイングもキーワードである。</p> <p>社会潮流の変化とともに、市内産業の現状として、個人事業者の減少や倒産、賃料の高騰でチェーン店しか出店できないとなると、武蔵野市らしさが失せる。まちづくりに対する協力度にも不安が出てくる。</p> <p>事業承継について、社会的事業承継が起きづらい。ハードルを下げる仕組みを考える必要がある。他地域に学ぶとすれば、福岡県北九州市の魚町商店街がある。魚町商店街は滅びない商店街を作るとしてリノベーション、エリアマネジメント、SDGsに取組み、第三回ジャパンSDGsアワード内閣総理大臣賞、第一回SDGsクリエイティブアワードゴールド賞を受賞した。リノベーションは一朝一夕に、また、一人でするものではない。行政が支援するなかで、家賃を高くしないこと、または、採算は取れるけれどもリノベーションに抑える形で、入ってきやすく事業しやすい仕組みを考え、新陳代謝を図っていかなければならない。武蔵野市の産業振興の出発点として大きな課題である。</p> <p>また、横浜市は消費喚起にレシートを活用し、買い物の20%を市民に還元して市内での消費を促している。財源の問題はあるが、物価高の対策とともに市内での需要喚起策として考えられる。</p>

#### イ 武蔵野市の産業が目指す将来像・方向性等

副会長	<p>資料2 関連計画における目指す将来像・目標等の武蔵野市第六期長期計画の『平和で安全なまちであり続け、また、世代を超えて愛着と誇りを感じることができるまちであり続けられるよう、「誰もが安心して暮らし続けられる 魅力と活力があふれるまち」を10年後の目指すべき姿とし』の部分を読んで、安心安全の下に産業振興があるのだと理解した。</p> <p>8月27日に開催されたはらっぱ防災フェスタむさしの(防災イベント)では、陸上自衛隊第1師団第一後方支援連隊による炊き出しがあり、自衛隊は人材、機材、燃料を提供し、防災イベントの食材はイトーヨーカドーが提供したと聞いた。非常時における食材の調達方法を検討しておく必要もあるのではないかと。地域の農業と非常時の提携をすることも必要だと考える。しかし、季節によ</p>
-----	--

	<p>ては農産物が手に入らないので、市として検討していただきたい。自治体によっては、自衛隊の大規模災害派遣を経験した実績ある人を防災課に配置している。安心安全をよりアピールすることで武蔵野市のポテンシャルが高まる。安心安全の下での産業振興に励んでほしい。</p>
委員	<p>観光の視点から、「CO+LAB MUSASHINO」に関心を持っている。個店や人が个体化してきているが、一人では何もできない。「つなぐ」というキーワードが武蔵野市に必要である。</p> <p>観光では広域連携、地域連携がテーマになる。杉並区と連携して西荻窪と吉祥寺の街歩きマップを作成し、2万部を配布した。今後、「CO+LAB MUSASHINO」で観光と環境の連携も可能性がある。</p> <p>商売では高付加価値で高単価のものを目指すことで、吉祥寺ブランドの形成が可能になる。例えば、月に一組限定で城に宿泊できるサービスがある。宿泊料は高額だが流行っている。吉祥寺でも、それぞれの分野で考えつないでいくことで、同じようなことができると考えている。今年から、武蔵境駅・三鷹駅・吉祥寺駅のイルミネーションを見学するバスツアーを企画した。料金は5千円／人で、吉祥寺を拠点に活動しているイラストレーターのキン・シオタニ氏にガイドしてもらおう。キン・シオタニ氏のガイドが付加価値となり、結果的にキン・シオタニ氏のファンを増やすことが狙いである。将来的に高付加価値、高単価サービスを増やすことを目指したい。</p>
委員	<p>国がデジタル化、DX化を推進している中で、吉祥寺は一体化すれば強いまちになるのではないだろうか。デジタル化は必要だが、アナログで人と人がつながることも重要である。</p> <p>廃業が進み、創業が少ない状況では税収が減る。若い人の住環境が整っていれば子どもが増えるため、若者は外せない。賃料が高いため武蔵野市での起業を断念する人も多い。起業しやすい環境の提供が重要である。例えば、空き家問題は治安や景観、住環境の悪化を招き、地域全体に影響を及ぼす。社会の高齢化とともに、今後、武蔵野市も増加が予想される。空き家の課題解決を目的として、地域住民、事業者、専門家が中心となり、空き家を活用したコミュニティビジネスを推進してほしい。収益を得ながら管理運営するチャレンジショップ、誰もが利用できるカフェスペース、親子のコミュニティ、異業種のコミュニティなど、様々なコミュニティが生まれるのではないだろうか。地域に根付いたコミュニティがあると、子育て世代が住みやすく、起業家が集まってくると考える。</p>
委員	<p>豊かで消費パターンも飽和状態にある日本において、画一的な大型商業施設の誘致が正解だとは思っていない。これからの時代に必要な多様性、専門性、個性を育むことが大事であり、上位計画である武蔵野市第六期長期計画の基本目標で掲げている多様性や持続性につながると思う。</p> <p>ヒアリング調査の意見では、事業者間のつながり、若年層と高齢層のつながり、同業種・異業種とのつながりなど、ネットワークづくりに関する意見が多く見られた。新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、人との会話が減少した。積極的にイベントを企画し、交流が化学反応を起こすことが必要である。</p> <p>「CO+LAB MUSASHINO」では、既存の個性的な事業や持続して欲しい産業をつなぎ、そこに家族が集まれば、若い人に地元を向けてもらうきっかけになる。</p> <p>資料3実態調査報告16頁の市民調査をみると、起業について「以前も今も関心がない」(57.4%)が5割を超えていることに驚いた。回答者の年齢が50～60歳代が半数以上であることが影響していると思われるが、年齢別や職業別でク</p>

	<p>ロス集計し分析すれば、会社員における起業への関心はもう少し高く出ると予測する。セカンドステージを武蔵野市でと考えている人を、経済を回す担い手として誘致することも産業振興の未来を作ると考える。</p>
委員	<p>未来のことに目を向ける前に、武蔵野市が形づくられた歴史的な背景に目を向けてみたい。原野を切り開いて人が住み始めたのは約3百年程前の江戸時代である。江戸市中の火災により移住を余儀なくされたり、新田開発や玉川上水の開削によって人が移り住んできた。様々な人が寄せ集まってできたのが武蔵野市である。原野を切り開き、水利に恵まれない土地だったこの地域で、何とか生きなければならなかった人たちは、江戸で売れる少量多品種の農作物を生産することを考えた。この地域に根付いているチャレンジ精神は、昔と現在で共通している。チャレンジしたい人を応援するまちづくりを将来像にしたい。愛着や、人やまちが好きという思い入れを醸成したい。</p> <p>事業者の目線では、収益の増大につながる創造の場があれば活躍してもらえる。また、消費者の目線では、住む、働く、学びの場、訪れるまちなど、様々なニーズがバランスよく整っていることが重要である。</p>
委員	<p>ライフステージに合わせて楽しめるまちであることが大きなポイントになっている。つながる、コミュニケーションが生まれることが重要である。資料3 実態調査報告 17 頁の市民調査で、市内の商店会に望むこととして「買い物しやすい、歩いて楽しい商店会」(47.0%) が最も高いことは要点である。「買い物楽しい」はインターネットでも良いが、「歩いて楽しい」は、店員とのコミュニケーションや店の思いが伝わり自分の気持ちが動かされることが楽しいからまちを歩くのだろう。</p> <p>チャレンジ精神のある人を応援するまちづくりに同意する。ワクワクすることにつながりが生まれる。都立武蔵野中央公園で開催した「CO+LAB MUSASHINO」のイベントでは、イベントを楽しむ家族でにぎわっていた。ワクワクするから人々は足を運び、事業者は出店するのだろう。ワクワクが連鎖する仕掛けをつくるためには安心が必要である。行政や地域とのつながりで得られる信頼感や安心感があると良い。</p> <p>杉並区の子育て応援券は使い道が多く、子育て家庭にとって良いものだった。また、子育て応援券のサービス提供事業者間のつながりも生まれている。</p> <p>下北沢駅の高架下新施設「ミカン下北」プロジェクトでは、運営の京王電鉄株式会社が地域住民と話をすると、地域住民の方が乗り気だったと聞く。前向きなワクワク感は、一人では生まれにくく、つながっている中で生まれるのではないだろうか。</p>
委員	<p>個店に頼るまちづくりが限界を迎えていることが見えてきた。まちとしてのブランディングが必要である。人と人とのつながり、安心やわくわくによるつながり等、人をテーマに括ると、新宿・立川にはないブランディングができるのではないか。他の自治体には元々の集客力が無いため、できないと思う。武蔵野市ならではのブランディングができる。チャレンジ精神のあるクリエイターや農家や店が横につながって一体感を出すことで、イメージとしてはまちが一つの商用施設のようになれば、まちに目的を持ってきた人にさらにまちを歩かせる仕組みができる。駅から遠くまで人を歩かせ、そこでも商売ができれば賃料も負担が少なく済む。駅から離れた場所にチャレンジショップ等の賃料が低い店を持てる工夫をして、事業が整ってくれば中心市街地に移るような、全体的な支援ができると思う。吉祥寺はオンリーワンのクリエイティブなまち、武蔵境は生活用品が便利に揃うまちなど、それぞれのエリアでブランディングができれば良い。</p>

	<p>雇用について、子育て世代が多く、これから退職するシニアも多いなか、人の雇用の初期費用を抑える仕組みをまちで整えれば副業もしやすく、店舗も人の確保ができる。まちの中で人が働けば交通費も発生しないため、環境問題への取組みにもつながる。ライフステージに合わせた働き方や近場でのマッチングの仕組みをつくることが重要である。</p>
委員	<p>武蔵野市が形づくられた歴史的背景からチャレンジ精神が根付いていること、明暦の大火を経験したことで安心安全は自分たちで守ろうと消防団の活動に熱心に取り組んでいることなど、温故知新を体現することが重要である。</p> <p>雇用については、以前、定年退職した人達がブルーベリー農家で活き活きと楽しそうに作業を手伝っているのを見て、多様な働き方の可能性を感じた。</p> <p>企業の誘致について、市内に立地している企業では横河電機株式会社は規模が大きく、納品業者などの関連した業者も集まっている。飲食業の大企業も多く、株式会社すかいらーくホールディングスなどが市内にある。しかし、株式会社モンテローザや株式会社大戸屋ホールディングスは市外へと移転してしまった。全国的企業を誘致すれば、従業員が消費者になってくれる。</p> <p>インターネットとの親和性の高いカジノを長期滞在型のエンターテインメントとして成功しているラスベガスのまちづくりはヒントになる。買い物を娯楽として捉えているのは日本ぐらいで、他に娯楽がないことが要因であると考えられる。大人の本格的なエンターテインメントがあるまちづくりを吉祥寺・三鷹・武蔵境の3駅それぞれで展開できれば、将来の産業になる。以前、吉祥寺を拠点に活動する漫画家の江口寿史氏が、展示会をしたくても、市内に展示会場が無かったために他都市で開催したことがあった。文化人が多く住んでいても、文化を発信する場所がない。</p>
会長	<p>課題の整理ができていない中で将来像を確立することは難しい作業である。現段階でなんとなく見えてきているものは、まちの滞在時間を長くする、共助によって提案型のビジネスの基盤を作る、交流のプラットフォームをすることである。交流については、インターネット上で作る良さもあるが、流れてくる情報に信頼がどこまであるか、モニターする仕組みに商工会議所が入るなど、方法を考えることが必要である。</p> <p>まちの将来に種をまくために、教育、体験、共有、共感できる場や仕組みづくりにつながる仕掛けを考える必要がある。</p> <p>B to BとB to Cの観点から、仮想空間でマーケットプレイスを形成することは家賃対策や起業のきっかけになる。その際、武蔵野市の情報を中心に、周辺地域を巻き込んでいくことが重要である。</p> <p>学生の観点から、前回専門部会では「まちなかをキャンパスとして学生がまちに出て行き、大人が受け入れる環境づくりが必要である」と伝えた。横浜市では、横浜駅、みなとみらい地域、横浜中華街等が個別に行っていたイルミネーションを連携して大規模なイベントが開催され、サーチライトによる演出や写真スポットが設置されている。開催期間中は学生がまちなかに出て得意とする写真やSNSでイベントを発信してもらい、横浜市が抱える課題を学生に出してもらおう取組みを行っている。学生の応募が市の予想を大きく上回った。仕掛けを作ると学生は興味関心を持つ。学生が普通の感覚で参画し、さらに、学生に行政の課題を考える機会を与えることは、コミュニティの形成につながり、地域に関心を持つきっかけとなる。また、産業振興のきっかけにもなる。</p>

・その他

事務局	次回第三回専門部会は令和5年2月17日午後2時から開催を予定してい
-----	-----------------------------------

	<p>る。</p> <p>前回及び本日議論した内容を踏まえて計画策定の方向性を定め、来年度審議会への報告内容を決定することに加えて、重点課題を整理し、追加調査を選定する予定である。</p>
--	--

### 3 閉会