

まちの姿3 活気にあふれ、にぎわいのあるまち

まちのにぎわいを創出するためには、地域に根差し、市民に愛されている農商工業の果たす役割はとて大きく、これらの産業を支援・育成することで、地域の活性化を図っていくことが大切です。

そのため、近年減少傾向にある農地の保全や狛江ブランド農産物の推進、市民が農業に親しみ、触れ合える場を充実させる等、「農業振興」を図っていくとともに、市民生活の支えとなる商店街への支援や駅周辺を中心とした活気づくり、地域の経済基盤の強化や活性化に向けた取組への支援を行う等、「商工業振興」を図っていくことで、「**活気にあふれ、にぎわいのあるまち**」を目指します。

また、狛江の特性であるコンパクトさや都心からの利便性、「水と緑」や古墳・史跡等の地域資源を最大限に活用するほか、新たな魅力の掘り起こしや創出にも取り組んでいきます。さらに、それらの魅力を市内外に広く効果的に発信する等、シティセールスの推進に取り組み、まちのイメージ向上を図ることで、人を呼び込み、持続的なまちの成長につなげていきます。

1 人権が尊重され、市民が主役となるまち

2 安心して暮らせる安全なまち

3 活気にあふれ、にぎわいのあるまち

4 子どもがのびのびと育つまち

5 いつまでも健やかに暮らせるまち

6 生涯を通じて学び、歴史が身近に感じられるまち

7 自然を大切にし、快適に暮らせるまち

8 持続可能な自治体経営

施策3-① 魅力の創出・向上・発信

- 方向性1 魅力の発掘・創出
- 方向性2 魅力の向上
- 方向性3 魅力の発信

施策3-② 地域コミュニティ・都市間交流の推進

- 方向性1 地域コミュニティ活動の活性化
- 方向性2 地域・地区センターの活用
- 方向性3 都市間交流の推進

施策3-③ 商工業の振興

- 方向性1 市内消費の拡大及び商業の活性化
- 方向性2 中小企業への経営支援
- 方向性3 創業支援の充実
- 方向性4 消費生活の安定と向上

施策3-④ 都市農業の推進

- 方向性1 ブランド力の向上
- 方向性2 農業経営の支援
- 方向性3 地産地消の推進
- 方向性4 農業と触れ合う機会の拡充

施策3－① 魅力の創出・向上・発信

目指す姿

芸術・文化、イベント、地域資源等まちに溢れる様々な魅力を通じて、にぎわいや市民同士の交流が創出され、多くの市民が市に愛着・誇りを持っています。また、その魅力が市外にも広く伝わり、市の認知度が向上しています。

施策体系

3 活気にあふれ、
にぎわいのあるまち

施策3－① 魅力の創出・向上・
発信

方向性1 魅力の発掘・創出

方向性2 魅力の向上

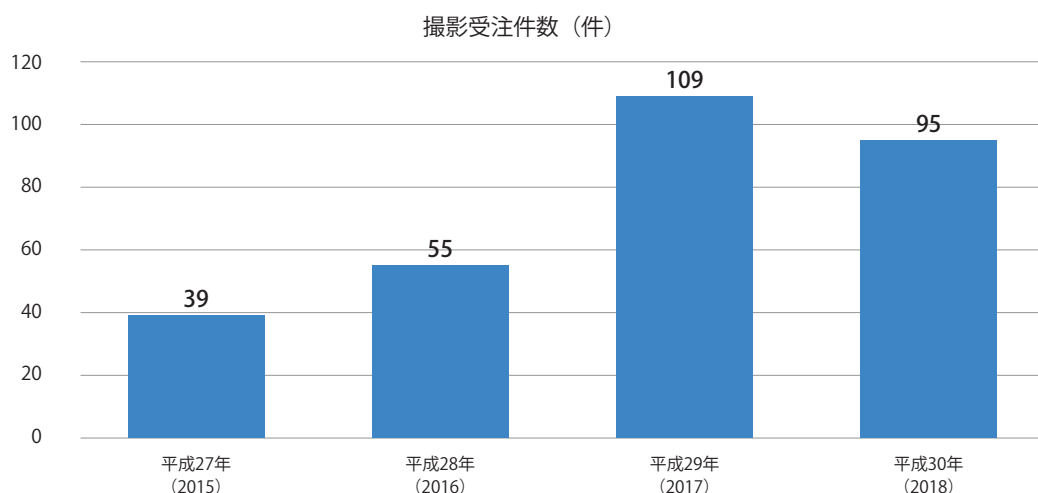
方向性3 魅力の発信

施策指標

	指標名	指標の説明	現状値 (平成30(2018)年度)	目標値 (令和6(2024)年度)
1	狛江市に住み続けたいと思う市民の割合(%)	◆市民アンケート	92.7	97.0
2	狛江市に愛着や誇りを持っている市民の割合(%)	◆市民アンケート	80.4	84.0
3	狛江市の認知度(位)	狛江市の認知度	396	350

■ 施策の現状と課題

- 狛江市民まつりや桜まつり、初春まつり等、四季折々のイベントを開催し、多くの市民が親しみ、楽しんでいます。一方、イベント以外でのにぎわいの創出には至っておらず、1年を通じて多くの人に訪れていただくための仕組みは確立できていません。
- 令和2(2020)年は、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会に加え、市制施行50周年を迎えることから、様々な事業を展開し、市全体を盛り上げていくとともに、市内外へ積極的にPRしていく必要があります。また、それらの事業を一過性のものとせず、新たなきっかけとして市の魅力の発信につなげていく必要があります。
- 狛江古代カップ多摩川いかだレースの実施をはじめ、ドッグランの試行実施等、多摩川という地域資源を活かした事業を展開していますが、その魅力を最大限活かしているとは言い難い状況にあることから、新たな活用を検討していく必要があります。
- 多くの古墳が存在する狛江市の特性を活かし、4つの歴史公園の整備を進めています。また、市内に点在する文化財の場所を掲載する文化財マップを作成しています。今後は、これらの財産を、市への愛着・誇りの醸成や市外からの来訪者の増加に向けたツールとして活用していく必要があります。
- 市内外に狛江の魅力やイベント情報を発信すべく、平成24(2012)年度のツイッターの導入に始まり、フェイスブック、ユーチューブ、インスタグラムを積極的に導入する等、シティセールスの推進に努めています。また、狛江ロケーションサービスにおいて、撮影の誘致やロケ地のPR等を行っています。しかしながら、市の認知度は未だに高いとは言えないため、イベントの充実と併せて、より効果的な情報発信手法の確立が求められます。



■ 施策の方向性

方向性1 魅力の発掘・創出

- 市民、関係団体と一体となって、狛江に埋もれている新たな魅力を発掘するとともに、市制施行50周年事業、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会関連事業のレガシーを活かし、市民はもちろん、市外の方にも認知されるような新たな魅力を創出・確立します。

★方向性2 魅力の向上

- 市民と共にこれまで積み上げ、育て上げてきた四季折々のイベントや絵手紙事業・音楽事業については、継続して取り組む中でも、新たなトレンドを取り入れる等、常に見直しを図ることで、更なる内容の発展・向上を図ります。また、「狛江に住みたい」、「狛江に住み続けたい」と思ってもらえるよう、子どもから高齢者、結婚・子育て・老後等の各ライフステージにおける取組等において、市内の魅力をこれまで以上に活用していきます。
- 狛江弁財天池特別緑地保全地区^{※1}や古墳に代表される史跡といった狛江ならではの地域資源に加え、メビウス ∞ えきまえ広場をはじめとする公共空間等をこれまで以上に活用することで、にぎわいと郷土愛の創出につなげます。特に、多摩川については、イベントのみならず、様々な視点から活用を検討します。



メビウス ∞ えきまえ広場

方向性3 魅力の発信

- SNSをはじめとした情報発信ツールを積極的に導入・活用するとともに、各種マスメディアや公共交通機関、民間事業者、他自治体等との連携強化、映画・テレビの撮影地としての実績の確立等により、情報発信力を強化し、狛江の魅力を多くの人に伝えます。



市内公園での撮影の様子

【用語解説】

- ※1 特別緑地保全地区：都市における良好な自然的環境を保全するために、都市緑地法の規定に基づき指定された緑地。

■ 関連する主な個別計画

計画名	計画期間
狛江市シティセールスプラン	平成26年度～
狛江市多摩川利活用基本計画	平成26～令和5年度

■ 小・中学生のアイデア



- えきまえ広場で、月に1回程度食べ物を売るような日があったら面白そう。
- 多摩川や野川を観光スポットにする。

施策3-② 地域コミュニティ・都市間交流の推進

目指す姿

地域コミュニティが数多く存在し、互いに支え合い、協力し合える関係が築かれています。また、市内に限らず、友好都市をはじめとした様々な都市とつながりを深め、市民同士による交流が盛んに行われています。

施策体系

3 活気にあふれ、にぎわいのあるまち

施策3-② 地域コミュニティ・都市間交流の推進

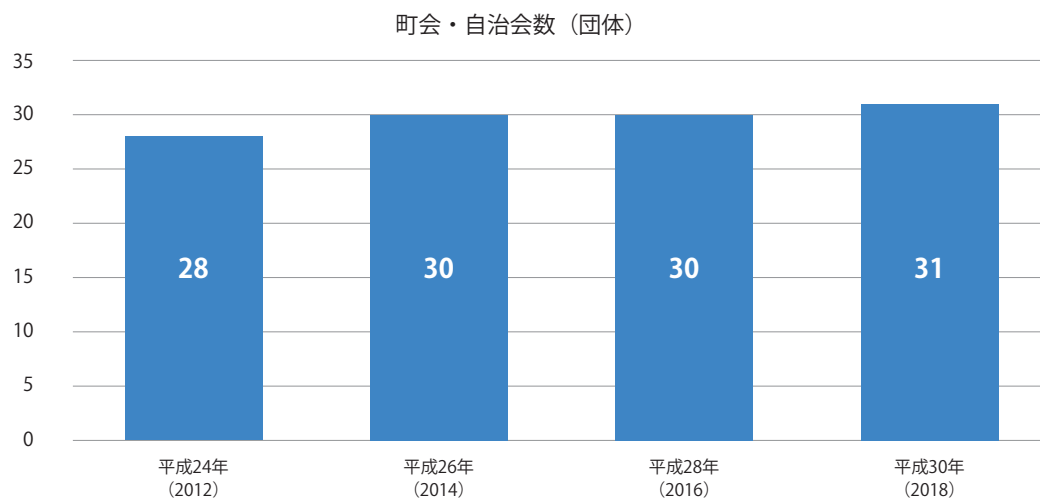
- 方向性1 地域コミュニティ活動の活性化
- 方向性2 地域・地区センターの活用
- 方向性3 都市間交流の推進

施策指標

	指標名	指標の説明	現状値 (平成30(2018)年度)	目標値 (令和6(2024)年度)
1	町会・自治会未整備地区の面積割合(%)	町会・自治会未整備地区の面積割合	9.2	7.0
2	地域・地区センター利用率(%)	地域・地区センター各室の平均利用率	48.9	51.0

■ 施策の現状と課題

- コンパクトであるという市の特性から、市民同士の距離が近く、様々な地域コミュニティが存在しています。地域コミュニティについては、「地縁」を基盤とした町会・自治会のほか、防災・防犯、福祉、子育て、環境、まちづくり、芸術文化・スポーツ等の様々な分野による市民同士のつながりの中で、主体的かつ自発的な活動が行われています。今後もより一層、地域コミュニティ活動が幅広い世代の参加により、盛んに行われていくよう支援していく必要があります。
- 東日本大震災以降、町会・自治会に代表される地域コミュニティの重要性が再認識されたことから、町会・自治会未整備地区における新たな町会・自治会の設立が続き、平成31(2019)年4月時点では、狛江市には31の町会・自治会が存在しています。また、平成27(2015)年度には、町会・自治会連合会が設立され、団体間の交流が盛んになっています。一方、各町会・自治会においては、加入率の停滞、担う役割の拡大による負担の増加、役員の高齢化・成り手不足といった課題もあります。
- コミュニティ活動の基盤施設である地域・地区センターでは、センター毎に運営協議会を設立し、市民が主体となって自発的な運営を行っています。今後は、更なる発展に向けて、新たな人材やサークルを取り込み、協議会の活性化を行っていく必要があります。
- ふるさと友好都市である新潟県長岡市川口地域及び住民交流友好都市である山梨県小菅村とは、互いのイベントに継続的に参加する等、交流は続いています。一方で、事業内容の固定化や、参加者の固定化・高齢化といった課題もあることから、事業内容をより魅力的なものとし、参加者の裾野を広げていくことや、新たな交流・つながりを模索する等、活性化に向けた取組が必要となります。



施策の方向性

★方向性1 地域コミュニティ活動の活性化

- 活動に参加するきっかけづくりや地域コミュニティ同士のつながり・交流を図るため、市民活動支援センター(こまえくぼ1234)をはじめ、市民センターや地域・地区センター等において、情報や機会の提供を行っていきます。
- 町会・自治会の未整備地区の解消に向けて、引き続き支援を続けるとともに、各団体の活動がこれまで以上に活発となるよう、補助制度の利用促進に努めます。また、町会・自治会連合会との連携により、各団体間の交流を促進するとともに、町会・自治会が抱える課題の解決に向けた取組を共に検討します。

方向性2 地域・地区センターの活用

- 地域・地区センターが地域コミュニティの場として機能するよう、引き続き適切な維持管理を行います。
- 地域・地区センター運営協議会と連携し、各種イベントを充実させ、新たな利用者や利用団体の掘り起こしを図ります。



岩戸地域センターまつり

方向性3 都市間交流の推進

- 友好都市である新潟県長岡市川口地域及び山梨県小菅村との交流については、市民からの意見を取り入れながら新たな事業を展開する等、より多くの市民が交流に参加するための取組を進めます。
- 友好都市や隣接自治体に限らず、様々なつながりを契機として、新たな都市との交流にも取り組みます。



新潟県長岡市川口地域でのふるさと交流キャンプ

■ 関連する主な個別計画

計画名	計画期間
粕江市公共施設整備計画	令和2～11年度

■ 小・中学生のアイデア



- 市民全員が参加できるようなイベントを増やす。
- 地域の交流会等を開催する。

施策3－③ 商工業の振興

目指す姿

魅力的な商店や商品が溢れ、市民が買い物をしたくなるような環境が整っており、市内消費が拡大しています。また、多くの企業が積極的に事業を展開することで、地域経済が活性化し、まちに活気が溢れています。

施策体系

3 活気にあふれ、 にぎわいのあるまち

施策3－③ 商工業の振興

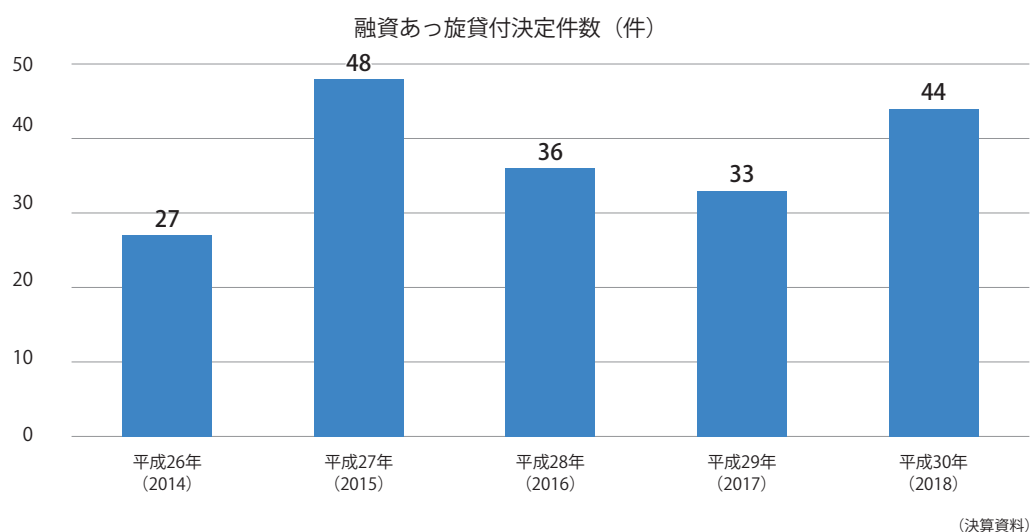
- 方向性1 市内消費の拡大及び商業の活性化
- 方向性2 中小企業への経営支援
- 方向性3 創業支援の充実
- 方向性4 消費生活の安定と向上

施策指標

	指標名	指標の説明	現状値 (平成30(2018)年度)	目標値 (令和6(2024)年度)
1	日頃の飲食や買い物が便利だと感じている市民の割合(%)	◆市民アンケート	63.4	67.0
2	法人市民税の納税義務者数(法人)	法人市民税均等割納税義務者数	1,913	2,000

■ 施策の現状と課題

- 市民意識調査において、狛江市が住みにくいと回答した方の理由の第1位が「お店が充実していないまちだから」という結果になる等、市民に対して魅力的な商業空間・充実した商品を提供できていない状況にあります。また、そのことにより、消費が市外に流出していることから、商工会等との更なる連携や新たな創業者の掘り起こしにより、市内消費を喚起する必要があります。
- 意欲ある事業者の支援のため、「逸品コンテスト」や「カフェ散歩スタンプラリー」等、市内店舗がより多くの市民に利用いただけるような事業を展開していますが、これらの事業が一過性のものとならないような取組や体制づくりが求められます。
- 平成26(2014)年度～平成30(2018)年度の中小企業への融資あっ旋貸付決定件数は188件となっており、依然として資金需要は高い状況にあると言えます。一方、中小企業をはじめとする事業者数は年々減少を続けており、地域経済の活性化や雇用の創出といった面からも、中小企業の経営基盤強化への支援が求められます。
- 消費生活センターによる相談・情報発信や毎年実施しているくらしフェスタでの啓発等により、安定した消費生活の実現に向けて取組を進めていますが、新たな手口による詐欺等の被害を未然に防ぐためにも、引き続き最新情報の収集や啓発に努める必要があります。



施策の方向性

★方向性1 市内消費の拡大及び商業の活性化

- 消費の市外流出を食い止め、市内消費を拡大させるために、商品開発への助成や店舗情報の発信をはじめとする多面的な支援を通じ、市民が求める商品・サービスの提供に努めます。
- 商工会や商店会との連携、各種イベントの活用、助成金による支援を通じ、商店・商店会に活気を呼び起こすとともに、買い物支援を促進することで、市内で買い物をしたくなる、また、買い物がしやすくなる環境づくりを進めます。

方向性2 中小企業への経営支援

- 融資のあっ旋等により事業者負担を軽減するとともに、東京都や商工会との連携による経営相談や情報提供を通じて、狛江市の地域経済を支える中小企業の経営の安定化を図ります。
- セミナーや講演会を通じて、事業者の意識・知識の向上や事業者間の交流促進を図る等、市内産業の発展に貢献する事業所や人材の確保・育成に取り組みます。



和泉多摩川商店街夏フェス「一八〇」(和泉多摩川商店街)

方向性3 創業支援の充実

- 創業に必要とされる知識やノウハウを積極的に提供するとともに、創業に係る各種補助金の活用促進や空き店舗利用促進等、企業の成長段階に応じた支援により、意欲ある事業者の創業を支援し、地域経済の活性化を図ります。

方向性4 消費生活の安定と向上

- 複雑化・多様化する消費者トラブルに対応するため、消費生活センターによる相談・情報発信、くらしフェスタでの啓発等を継続するとともに、トラブルの早期発見とその後の支援体制の拡充を図ります。



くらしフェスタこまへ

■ 関連する主な個別計画

計画名	計画期間
狛江市商業振興プラン	平成31～令和5年度

■ 小・中学生のアイデア



- 狛江産の野菜専門のお店をつくる。
- インスタ映えを意識したお店、かわいくておいしい商品をつくる。

施策3-④ 都市農業の推進

目指す姿

地産地消のサイクルの確立により、多くの市民がおいしく安全な狛江産農産物を購入・消費しています。また、ブランド力の向上による収益の確保や後継者の育成等により、農業経営基盤が安定し、農地が将来にわたり保全されています。

施策体系

3 活気にあふれ、 にぎわいのあるまち

施策3-④ 都市農業の推進

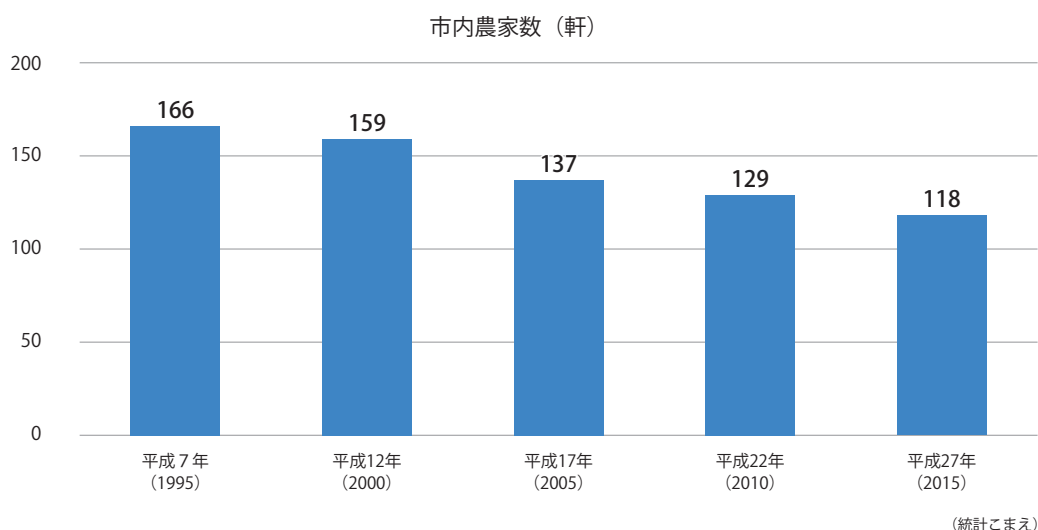
- 方向性1 ブランド力の向上
- 方向性2 農業経営の支援
- 方向性3 地産地消の推進
- 方向性4 農業と触れ合う機会の拡充

施策指標

	指標名	指標の説明	現状値 (平成30(2018)年度)	目標値 (令和6(2024)年度)
1	日頃から狛江産野菜を食べている市民の割合(%)	◆市民アンケート	36.6	40.0
2	狛江ブランド農産物生産農家数(軒)	狛江ブランド農産物を生産している農家数	22	26

■ 施策の現状と課題

- 平成26(2014)年4月から市内の有志農業者で狛江GAP研究会を立ち上げ、狛江独自のGAP手法^{※2}により生産された農産物を「狛江ブランド農産物」として販売しています。一方、供給量や販売場所、販売時間等の制約により、狛江産農産物を市民が手軽に手に入れづらい状況にあります。
- 都市農地においては、農業者の高齢化や後継者不足等により、農業者数及び農地面積の減少が進んでいます。食料供給機能に限らず、環境保全機能や防災機能を有する農地は、市の貴重な財産であることから、都市の中でも農業経営がしやすくなるような取組・体制が求められています。
- 狛江ブランド農産物をはじめとする狛江産農産物のおいしさや安全性は、市民には認知されてきているものの、市外への認知度は未だに低いことから、市外に対しても狛江産農産物をPRし、農業面からも狛江市の魅力を知っていただく必要があります。
- 市民農園は、平成31(2019)年4月1日時点で市内に9箇所あり、全ての区画が利用されている等、需要が高い状況です。近年では、「都市農地の貸借の円滑化に関する法律」が施行されたことにより、生産緑地^{※3}が市民農園として使用できるようになるとともに、農地を所有していない者が市民農園を開設できるようになる等、市民農園開設のハードルは以前より低くなっています。一方、市民に農業に親しんでいただくための貴重な機会となる体験農園は、平成25(2013)年度以降新規開設がないため、改めて農業者に制度を周知していく必要があります。



施策の方向性

★方向性1 ブランド力の向上

- 狛江独自のGAP手法による生産に取り組む農業者を増加させることで、狛江ブランド農産物の基盤を広げ、これまで以上に市民の手元に届きやすくします。また、市内に限らず、市外に対しても狛江ブランド農産物をはじめとする狛江産農産物の魅力を発信することで、ブランド力の向上を図ります。

方向性2 農業経営の支援

- マインズ農業協同組合や東京都と連携し、後継者の育成を行うとともに、生産環境の整備や多品目生産の推進等により、安定した農業経営の確立を支援します。また、生産緑地制度に係る税制度等の情報提供や相続対策の支援を行うことで、農業者が将来にわたり農地を保有できるようにし、農地の保全につなげます。



狛江ブランド農産物

方向性3 地産地消の推進

- 保育園や学校給食への粕江産農産物の供給を継続するとともに、庭先販売の拡充や量販店・小売店での粕江産農産物の設置推奨等により、市民が粕江産農産物を購入できる機会をこれまで以上に提供します。

方向性4 農業と触れ合う機会の拡充

- 農業者の高齢化や後継者不足に対応するため、新たな農業の担い手となる援農ボランティア制度を推進するとともに、市民農園及び体験農園の更なる充実により、市民が農業と触れ合える機会づくりを推進します。

【用語解説】

- ※2 GAP手法：農業生産工程管理(Good Agricultural Practice)のこと。生産工程の適切な管理により、基準値以上の農薬残留、異物混入、病原微生物付着等のリスクを回避し、農産物の安全性をより向上させることができる。
- ※3 生産緑地：市街化区域内の農地等のうち、良好な都市環境を確保するための都市計画上の制度(生産緑地制度)により指定された農地。

■ 関連する主な個別計画

計画名	計画期間
粕江市農業振興計画	平成30～令和9年度

■ 小・中学生のアイデア



- 農業関係の授業を増やして、農業の担い手を育成する。
- 珍しい野菜・果物をつくる。