

まちの姿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

施策3-② 地域コミュニティ・都市間交流の推進

施策3-③ 商工業の持続的な振興

施策3-④ 都市農業の推進

施策3-① 魅力の創出・向上・発信

目指す姿

様々な地域資源等を育み、まちに溢れる多様な魅力を通じて、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・誇りを持ち、シビックプライドの形成につながっています。また、効果的な情報発信により、狛江市ならではの魅力が市内外に広く伝わり、市の認知度・魅力度が向上しています。

現状と課題

狛江市民まつり、こまえ桜まつり、狛江古代カップ多摩川いかだレース等、四季折々のイベントを開催し、毎年度企画を検討し、イベントの特色を出す等により、魅力を創出しています。不定期開催ではありますが、花火大会では多くの来場者に狛江の魅力を伝える機会となっています。イベントには多くの方が集まり、一定のにぎわいを創出しているものの、一過性のものとなっており、市外に対する魅力の創出や事業者等と連携した情報発信等、イベント時以外にも来ていただける方策が必要です。また、週末を中心に狛江駅前等でイベントが開催される等、にぎわいの創出につながっていますが、狛江市ならではの魅力が浸透するようにイベント間のつながりや情報発信により、相乗効果が生まれるような取組が必要です。

多摩川の夏の風物詩である多摩川いかだレースは、市外チームの参加も多く、にぎわいや魅力の創出につながっており、多摩川を通じた活性化と交流を図ることを目的として、他自治体の各イベントと連携を行いながら、多摩川を活用したイベントや取組を進めています。規模の大きなイベントの実施については、他自治体との連携も含め、今後の事業の在り方を検討する必要があります。また、多摩川の利活用を行っていく際は、令和6年3月に策定された「かわまちづくり計画」に基づき、多様な人たちが交流し、様々なニーズに対応できる、エリアの特徴を踏まえた、にぎわい空間の創出とルールづくりが必要です。

狛江ならではの文化財の活用として、古墳については、文化財として適切に保護・保存を図りつつ、その特色を生かす形で公園整備し、魅力を高めて効果的に活用する取組を進めています。古民家園については、「みんなのむいから民家園事業実行委員会」が古民家園の効果的な活用方法を模索しながらイベントを実施し、にぎわいの創出を図っていますが、古民家園ならではの活用方法を見極め、にぎわいを創出するために、市と連携しつつ継続した活動が必要です。また、文化財関係のパンフレットやガイドブックをはじめ、市史編さん事業の成果として作成した刊行物等について、市の魅力を発信するツールとして効果的に活用していく必要があります。

魅力の発信として、情報発信ツールの多様化を図るとともに、市政情報に加えて市内の魅力等についても継続的に発信しています。また、各種マスメディアに狛江市の話題を取り上げてもらえるよう積極的な情報提供に努めています。情報発信の手段の多様化を踏まえ、各種情報発信ツールの効果や特徴等について分析し、効果的かつ効率的に狛江の魅力を発信していく必要があります。SNSに関してはフォロワー数や閲覧数を増加させるため、発信する情報の内容及び頻度等について精査し、改善を図る必要があります。また、狛江市観光協会では、公式X(旧Twitter)、YouTubeチャンネル、Instagramを開設し、狛江の魅力や狛江ロケーションサービス情報を発信しており、狛江市を巡るきっかけづくりに努めています。撮影実績は受注・問合せともに増えている状況ではありますが、市内での撮影実績の観光資源化に向け、いわゆる聖地と呼ばれるスポットの開拓につながるよう、さらなる情報発信力の強化が必要です。

施策3-② 地域コミュニティ・都市間交流の推進

目指す姿

地域コミュニティをはじめとする様々なコミュニティが、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、友好都市をはじめとした様々な都市とのつながりを深め、市民同士による交流が盛んに行われています。

現状と課題

町会・自治会については、市民の加入率促進に向け、転入者等に対し、加入を促す取組を実施していますが、町会・自治会加入率は停滞傾向となっています。町会・自治会への加入に対するメリットが感じにくいこと等からも、町会・自治会活動の見える化が求められています。町会・自治会の役員等の高齢化や役員が担う役割の拡大等から新たな担い手の確保が課題となっています。市では、町会活動の活性化や事務の効率化の一助となるよう、講演会開催や仕事の経験等を自治会活動に活かす「まちの腕きき掲示板事業」の実施に向けたサポート等を行っています。また、スマートフォンの活用といったデジタル化等による町会・自治会の運営効率化が必要です。

町会・自治会の未整備地区解消に向けて継続した支援を行っています。町会・自治会連合会での情報共有等により、団体間の交流と連携の機会拡大につながっていますが、連合会への加入団体数は約半数となっており、地域コミュニティの更なる加入促進が求められます。また、町会等の地縁型コミュニティのみでなく、趣味等で集まるテーマ型コミュニティ等、様々なコミュニティ同士をつなげていくことも今後求められています。

地域・地区センターはコミュニティ活動の基盤施設とされ、市民が主体となって自発的な運営を行うことで、地域に根差した施設として市民に親しまれています。その一方で、施設利用者やイベントの参加者が固定化している傾向にあり、利用者の年齢層の偏りや夜間区分の利用が少ない等、利用される時間帯にも偏りが生じています。センター利用者の利便性の向上や若年層を取り込むため、地域センターへのWi-Fi導入や乳幼児を対象とした「おはなし会」等のイベントを充実させていますが、地区センターにおいては予約受付場所に出向かないと施設の空き状況が把握できない状況にあることから、さらなる利用率向上を図るため、利便性の向上や新たな利用者・団体の掘り起こしを図る必要があります。

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、互いのイベントに参加する等、継続的な交流を実施している一方で、住民間交流の固定化と高齢化が課題となっています。これまでの友好都市との交流を広く周知するとともに、今後、幅広い世代が交流できる事業を実施することで参加者の裾野を広げ、都市間交流の活性化に取り組む必要があります。

施策3-③ 商工業の持続的な振興

目指す姿

市内の魅力的な商店・商品に関する積極的な情報発信により、消費意識が喚起されることで、市内消費の拡大され、市民の日常生活における利便性や快適性が高まっています。市内店舗の認知や市内消費の拡大により、地域につながりが生まれ、持続的なまちの成長につながる好循環が生まれています。

現状と課題

市内イベント(花火大会、狛江市民まつり、こまえ桜まつり等)における市内店舗等の積極的な登用や情報誌等を通じた市内店舗の紹介等により、市内店舗の認知度向上に取り組んでいます。また、商業振興施策として、すごろくさんぽや商店街PINSラリー等の市内の回遊を促すイベントを実施していますが、飲食業小売業に比べ、それ以外の業種への支援が行き届いていないことが課題です。魅力的なコンテンツである「飲食」や狛江ブランド農産物との連携等、市民に限らず市外の方にとっても魅力的な情報発信により、他の取組との好循環が生まれるような取り組みにつなげることも求められます。

創業支援として、先輩創業者が講師を務める「創業セミナー」及び創業に必要な知識が学べる「創業スクール」を開催し、創業に必要な知識の習得や創業への後押しへとつなげています。また、融資あっ旋や家賃や改修工事の助成を行うことで創業時の経済的負担を軽減し、市内創業の促進を図っています。一方、空き店舗がないことや条件が合わない等の理由により、市内で開業できない事業者もいるため、起業や事業の創出を支援する役割が求められているとともに、創業後の事業者に対するフォローアップ不足が大きな課題であり、スムーズな事業継続のための経営相談や事業者同士のマッチング、創業者同士のつながりの創出等といったサポートを通して、創業後に生まれる悩み・課題解決に向けた支援や市内で開業しやすい環境づくりが求められます。

既存の商店会は、高齢化等に伴い縮小しつつあることから、既存商店会に対する支援、商店会と行政の連携強化が必要です。昼間人口の流出超過に歯止めをかけるためには、既存の商店会を含めた市内事業所を職住近接型のライフスタイルに寄与する拠点として育てていくことも考えられ、そのためには、市内商店等に出かけたくなるような良好な景観や環境づくりも必要とされます。また、消費の市外流出を防ぐためにも、市内消費促進施策について、長期的な消費経済効果の検証や有効性を検討し、市内店舗を継続的に利用できるような方策が求められます。

施策3-④ 都市農業の推進

目指す姿

おいしく安全な狛江ブランド農産物や狛江産農産物が広く伝わり、多くの市民が日常的に選択・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。

現状と課題

狛江ブランド農産物をPRするため、認知度拡大キャンペーンや直売等を行うことで、普段手に入る機会のない方に向けた販売を行い、若年層の認知度上昇につながっています。また、ふるさと納税の返礼品、高齢者免許返納事業の取組、各種イベントへの出店を通じて、狛江ブランド農産物を活用することにより、狛江産農産物の魅力発信やブランド力向上を図っています。狛江市の特産品である枝豆については、一定程度ブランド化に成功しているものの、狛江ブランド農産物や狛江産農産物全体のブランド化による差別化は十分とは言えない状況にあり、市民の関心を高め、市外での認知度のさらなる向上が必要とされています。

農業経営者の高齢化とともに、後継者の不足等により、農業者数や農地面積が減少傾向にあります。市ではマイズ農業協同組合や東京都と連携し、農業の中心を担う農業者等への支援を重点的に行い、生産性が向上できる環境整備に努めています。法律に基づく農業経営改善計画の認定を受けた「認定農業者」に向けて、認定支援や事業費補助により、持続的かつ安定的な農業経営の確立に向けた支援を行っていますが、国が定めた認定農業者制度の基準に満たないことや後継者不足により、認定農業者数は減少傾向です。また、相続に伴い農地を手放すこととなるケースが多くなっており、新たな担い手の確保や農地の保全が課題となっています。

市民農園については、生産緑地制度改正に伴い生産緑地を市民農園へ活用できるようになったことから、市民農園数の増加につながり、都市農地の保全に務めています。市民農園への関心やニーズは高く、各園で多くの空き待ちが生じています。令和5年4月1日現在で2園ある体験農園については、全ての区画が利用される等の需要が高い状況です。また、援農ボランティア制度はボランティアが自立して動けるようになるまで数年かかり、受入先の農業者への負担が大きい状況で、受入先農業者は増えていません。受入ボランティア数が限られることや、受入れ先とボランティア希望者とのマッチング条件が合わないといったこともあり、多様な担い手の確保に向けた課題があります。

狛江産農産物の活用として、市内の保育園・学校給食への狛江産農産物の積極的な活用を行うつつ、東京都の補助金制度を活用し、庭先直売店の設置や量販店での地場産野菜コーナー以外にも、JAマイズショップや夏冬に駅前で行う直売会等、より多くの市民への狛江産農産物の提供する機会の創出に努めています。その他、公立保育園においては、市内農家で芋ほり体験等を実施しています。より多くの市民に地場野菜を提供できるような工夫が求められます。