

【杉並区産業振興計画】区民等の意見の概要と区の考え方

No.	主な意見の概要	区の考え方
1	項目が多すぎる印象である。「東京の中の杉並」レベルでの地域の魅力を発信し、地域や産業の活性化を図っていくには、より必要なもの、より効果が見込めることに対して重点的に取り組んでいくべきと思う。	杉並区では多様な産業があり、多岐に渡る分野の事業に取り組んでいます。計画の推進に当たっては、より効果的に区内地域や産業の活性につながる事業を重点的に取り組むとともに、区民、地域等に寄り添ったきめ細やかな事業も実施します。
2	地域の資源である商店や商店会をもっと活用するべきであり、商店会連合会等と活用策を検討してほしい。	商店会は、地域活性化の核となる存在であり、区としても重要な地域資源の一つと認識しています。商店会の経営力向上や組織力強化に向け、様々な補助制度により、各商店会が行う環境整備や魅力づくりの取組を支援するとともに、今後の新たな商店街活性化策についても、商店会連合会の皆様と連携して検討してまいります。
3	商店会は、ハード・ソフト事業の両面から様々な事業を展開して地域貢献に取り組んでいるが、店主の高齢化や後継者不足等によって商店街の活力と組織力の低下が進んでいる。一方、依然として個人消費は低迷している中で今年の10月に消費税増税が行われることになり、国の経済対策としてプレミアム商品券や電子決済時のポイント還元などが実施されるようであり、杉並区においても地域における経済対策の実施など、様々な対応の実施を望む。	商店会の経営力向上や組織力強化は、地域の活性化を図る上で区としても大きな課題と認識しており、商店街の実情を踏まえた支援を行っていきます。また、今般の消費税率引き上げに伴い、国の動向を踏まえた対応を喫緊に進めていくとともに、商店街を取り巻く環境の変化に対応した新たな商店街活性化策について、商店街の皆様と連携して検討を進めていきます。
4	学校の課外授業の一環として、農業生産体験及び地産地消の観点から地元スーパーにおいての農作物の販売を行う、職業体験授業の実験を実施してほしいか。	区では、現在、学校教育課程の一環として、中学生が農家やスーパーなどで職場体験を実施しています。また、学校給食に区内産野菜を活用する「杉並野菜デー」開催の際に農家の方が先生となり、杉並の農業や地産地消の推進について訪問授業も実施しているところです。今後も農家や事業者の皆様のご協力をいただきながらこの取り組みを支援していくとともに、成田西ふれあい農業公園などにおいて農業体験の機会を増やしていきたいと考えています。
5	農業と福祉の連携において、デイサービス等の事業と連携して軽度の農作業の場を作ってはどうか。	農業と福祉の連携につきましては、今後、福祉部署等と連携を図り、障害者・高齢者等の農業体験の実施など、具体的な事業内容について検討していきます。いただいたご意見につきましては、その際の参考とさせていただきます。
6	目標5の目標別指標について、中央線あるあるプロジェクトFacebook「いいね」数を目標値とすることに違和感がある。SNSの普及率や世代の移行と共に数値が推移するのは当然であり、必ずしも「にぎわい」が高まったことを示す指標ではない。なぜ他のSNSではなく、Facebookなのか。2021年にはSNSが衰退している可能性もある。目標値とするには不適切で不確かなツールではないか。	Facebookは多くの人に利用されており、発信する情報量や形態など様々なタイプのSNSがある中で観光情報発信に最も適していると判断するSNSであること、指標値の取得が容易でユーザーの嗜好や傾向などの分析が可能であること、「中央線あるあるプロジェクト実行委員会」において事業の活動量を測る指標として約6年間の実績があること等から、現段階においては計画期間の33年度までは引き続き指標として活用していく考えです。
7	杉並は、東京の中では地味なイメージで勿体ない。繁華街の華やかさもよいが、懐かしさや落ち着き、人情の中に、活気や熱気とが共存する、杉並「らしさ」「ならでは」の杉並ブランドを、もっと区の内外にPRしてほしい。	区では来街者の誘致に向け、杉並の「良さ」、「らしさ」をPRしていくため、「中央線あるあるプロジェクト」や観光情報発信事業等に、力を入れて取り組んでいます。その効果を一層高めていくため、来年度からはコンテンツ開発と情報発信の両面から来街者を誘致する、「杉並魅力創出事業」に、地域団体等と連携・協働しながら取り組んでいきます。

No.	主な意見の概要	区の考え方
8	JR線以外の駅周辺はにぎわっていないことや、区外の観光客等が、区内に名所がたくさんあるにも関わらず、それを知らず他区へ行ってしまったため、区内全域の「名所マップ」を作成し、配布することで、街歩きをする人を増やすことができないか。	これまで区は、戦略的に観光情報を発信していくために、中央線4駅に焦点を当てた取組を実施してきました。今後は、区内全域を対象に地域のコンテンツ開発・PRを進めるとともに、街歩きの視点から、区で作成している「杉並区史跡散歩地図」や「すぎなみある区マップ」等を活用していく考えです。
9	PR力の弱さを感じる。観光地として人を集めたいなら、インターネットの力をもっと活用すべきである。区のTwitterは活用されていないと感じ、また、アニメーションミュージアムのアカウントが無いのも疑問である。チラシを作る予算をTwitterやFacebookなどの広報費に充ててはどうか。	インターネットの情報発信力については十分認識しており、現在、中央線あるあるプロジェクトで、WEBやFacebook等によりアニメーションミュージアムを含めた杉並区の観光情報の発信を行っています。一方でWEBやSNSは、情報の拡散は容易であるものの、それを受け取ることができない方も多くいますので、今後も紙媒体と併用していく必要があると考えています。なお、区のTwitterは防災情報に限定して配信しています。
10	海外からの旅行者も増えているとのことで、駅で外国語のチラシや冊子を見るが、持ち歩いている外国人を見たことがない。あえて外国語のものを用意しなくても、来たい人は自分で調べてくるのであり、需要と供給のバランスは取れているのか。	現在、区内JR中央線4駅にラックを設置し、多言語の観光パンフレットを配布しており、相当数が手に取られている状況にあります。観光情報の収集方法は国によって様々な特徴があることなどから、WEB系と紙媒体を使い分けするなど、今後も効果的に情報発信を行っていきます。
11	アニメーションミュージアムは、何よりも立地が大きな課題だと思う。移転の検討にあたり、駅至近に移転とすれば、経済の活性化にも一役買うのではないかと考える。あわせて移転の際は、アニメをモチーフにした看板等、案内も充実した方がいいと思う。	ご指摘いただいた点は、アニメーションミュージアムの課題として認識しており、杉並区区立施設再編整備計画において「立地や施設規模等を総合的に判断し、引き続き移転場所を検討します」としています。いただいたご意見は今後の検討において参考とさせていただきます。
12	アニメーションミュージアムを観光の拠点にするには、立地が良くない。アニメーションミュージアムを商業地域に移設させる。それが難しいようならば、商業地域に小規模の分館（アニメミュージアムギャラリー）を設置し、広報の拠点にすることはいかがか。	
13	環七、環八などの幹線道路は、多くの車が通るが、杉並は素通りされてしまっている。そこで、「駐車場情報」を充実させる等、車での立ち寄りを促してはどうか。	車での立ち寄り促進に関しては、観光事業を推進するにあたり、今後の参考意見とさせていただきます。
14	現在、オリンピック向けのボランティアを募集しているが、この方々に外国人来客に対して区の観光情報の提供に協力してもらってはどうか。そのためには、ボランティア側にも外国人来客側にもインセンティブとなるような仕組みづくりが必要と考えるがいかがか。	観光事業に限らず、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会のボランティアに区の事業へ協力していただくことは、一つの方法として考えられます。今後、区の関係部署と連携し、研究してまいりたいと考えます。
15	「ふるさと納税」の返礼品を、アニメ関係の物（アニメーター直筆のイラストやサイン、制作資料など）にすれば良いと考えるがいかがか。	ふるさと納税は、生まれ故郷やお世話になった地域、これから応援したい地域の自治体に「寄附」することによって、住民税等の税額控除が受けられる制度です。ここで言う「寄附」は本来見返りを求めることなく、特定の取組に共感し、それを応援するためになされるべきものと考えています。そのため、区では健全な寄附文化の醸成に取り組んでおり、現在、区が用意するお礼の品は、障害者の就労支援につながる製品のみとしています。