

平成28年度第4回国立市中小企業等振興会議  
(第7回国立市中小企業等振興会議) 要点記録

◇日時：平成28年11月30日(水) 午後7時～午後9時

◇会場：市役所3階 第4会議室

◇議題：「観光懇談会の提言を踏まえた中小企業振興策」

◇出席者：

- ・国立市中小企業等振興会議委員 9名(4名欠席)
- ・事務局3名

◇議事：(1)前回会議の内容確認

(2)前回会議での今後の検討・確認事項

- ①各提案の担当部署等の検討
- ②提案(1)の「審美性」の取り扱いについて
- ③提案(9)の「国立ブランド」について

(3)その他

◇要点記録

(1)前回会議の内容確認

事務局から前回会議の要点記録を配布し、内容確認を行った。

(2)前回会議での今後の検討・確認事項

○各提案の担当部署等の検討

前回会議で「各提案の具体的施策に対し、行政側の担当部署等だけでも一覧表のような形でまとめ、最終報告に関して補足資料としたい」との意見が委員から出された。これに対し事務局より原案を作成し提出・説明を行った。会議で話し合った結果、現状事務局案で問題なく、今後修正点が出てきたら随時修正していくこととなった。

○前回会議で、次回以降への解決すべき課題として「提案(1)の『審美性』の取り扱いについて」と「提案(9)の『国立ブランド』について」の2点が挙げられていたので、今回の会議の前に各委員から意見を伺い集約を行った。その集約結果をもとに検討を行った。

○提案(1)の「審美性」の取り扱いについて

提案(1)「住民による四季を通じた美しい街づくり(審美性の高い)機運を醸成する」に

ついて、前回の会議で「審美性」という表現が抽象的で判りづらいとの意見があり、事前意見集約により、この文言を修正する意見が多数であったことから、どのように修正するかを話し合った。また、事前に提案のあった修正案を、事務局から提示した。

- ①「住民による四季を通じた美しい街づくりの機運を醸成する」
- ②「住民参加による四季を通じた美しい街づくり、みどり豊かな国立、内在する美しさを醸成する」
- ③「四季を通じた美しい街づくり」「年間を通して訪れて楽しくなる《まち》を市民と共につくる」「美的感覚・美的センスを醸成する」)

委員より出された主な意見は以下の通り。

- ・私が「審美性」という言葉を提案したが、来訪者は美しいものを求めて、春に桜を見に来たり、秋に紅葉を見に来たりするのではないかと考えたためであり、私もその一人である。美を求めるとか、美を見ることを楽しむといった意味で審美性という言葉を使った。国立駅を降りて第一に目に飛び込んでくるのは大学通りの緑の美しさであり、他の中央線沿線にはない特徴である。ここを磨くという意味でも「美しい」というような形容詞は入れるべきだと思う。
- ・花や緑を使って街の景観を美化することを念頭に置いた提案になっていると認識しているが、それが直接観光、中小企業等振興につながるかという点と難しい。それならばもう少し広く施策を行えるような形に変更も考える必要がある。このままでは街づくり計画止まりではないか。
- ・消費者団体連絡会でこの提案の話があった時に、「美という表現は押し付けがましさを感じる」との意見があり、もっと大雑把でよいから包括的な言い方にした方が良く、との意見があった。「美しさ」に拘らず、A委員の提案した来訪した方の「楽しさ」を意識した提案もよいのではないか。
- ・A委員の意見は提案より上位の概念の話になっており、少し戻りすぎだと思う。また、B委員の言う、審美性には押し付けがましさがあるというのは私も感じていた。審美性という言葉を使わなくても「美しい」という言葉で十分 C委員の思いは伝わるのではないかと思う。
- ・美しい、綺麗というのがとても重要なファクターになると思う。少なくとも「美しい街づくり」という言葉は残したい。

- ・美的感覚、美的センスという表現も悪くはないが、感覚やセンスという言葉は意味が人によって大分変わってくるものなので今回は使用を避けるべきだと思う。
- ・「住民参加」というワードは重要に思える。

○討議の結果、「住民による四季を通じた美しい街づくりの機運を醸成する」に、賛成意見多数のため決定した。

○提案(9)の「国立ブランド」について

提案(9)「国立ブランドを磨き拡充する」について、前回会議において抽象的すぎるとの意見が多かったため、事務局より今後の取り扱いについて事前に意見集約を行い、集約結果を委員へ提示した。まず、提案から外すか、提案内容を具体化するかという点につき、賛成多数で提案内容を具体化することとなった。具体化する際に、どのように具体化するか事前の意見集約では、全体では8名の回答結果が得られた。内訳は下記の通りであった。

- ①くにたちスタイルについて具体化する（1名）
- ②総合基本計画に記載された国立ブランドについて検討する（5名）
- ③その他（2名）

○まず、事前意見集約の際、D委員より挙げられた「③その他」の意見が林会長より紹介された。

- ・前回会議では都市としての「ブランド化」と、商品の「ブランド(くにたちスタイル)」が混同されて議論されていると感じた。国立ブランドを磨く、というときには市を魅力あるものにする、といった意味で考えるべきである。くにたちスタイルについては、市のブランド化を担う一端であり、基準の明確化と既に認定されている商品についてどのような点が「国立らしい」と評価されているのかを明らかにする必要がある。

これについて、事務局より「中間報告の際にまとめきれなかったのは、D委員の指摘された点について、混同があったためと考えられる」等補足説明を行った。

○続いて、事前意見集約の際に多数意見であった「②総合基本計画における国立ブランドについて検討する」について議論をするため、総合基本計画における国立ブランドの記載内容について事務局から補足説明を行った。

(趣旨説明)

- ・総合基本計画における国立ブランドは街づくりの大きな目標の1つの柱となっはいるが具体的に提示されているわけではない。他には、いわゆる「シビックプライド」、市民が国立市に住んでいてよかった、こんなところが他市に対して誇れる、といったような要素が国立ブランドである、と書いている。また、定住人口だけではなく、市外への情報発信・来街者によるにぎわいの創出も掲げていることから、国立ブランドを対外的な側面からも捉えることを前提にしているようである。いずれにせよ国立ブランドに対しての明確な定義はここでは挙げられていない。この会議の中で、来街者の増加や中小企業等の振興につながるような国立ブランドを決めていただき、施策につなげていただきたいと考える。(事務局)

委員より出された主な意見は以下の通り。

- ・基本構想を練っている段階で国立ブランドは問題になっていた。この国立ブランドをもとに基本計画も作られているので、当然明確になってはいない。また、私は、国立ブランドは「人」だと考えている。実際、国立には他に抜きこんでいるような施設などはあまりないと思うが、それでも評価されているのは「場所」や「モノ」だけでなく「そこにいる人」が評価されているからだと考える。国立ブランドは自分たちでここが良いと決めるのはおこがましく、外から見たときに評価されるようなものであるべきだとも考える。
- ・国立ブランドを具体的施策として扱うことに無理があるのならば、もう一段階上の上位概念としてとらえ、施策や提案全体を貫くようなものとして位置づけ、具体的施策から外すことも考えられるのではないか。
- ・国立のどこが良いか、何が国立ブランドか、というのは一人ひとりで違うもので、これを1つ、2つに決めようとすればいつまでたっても決まらないのは当然。しかし、誰もが「これは国立ブランド」と納得するものが議論のうちに見つかるだろうと考える。それをまとめ、市内外へ発信していくことを具体的施策にすればよいのではないか。
- ・ここで議論する国立ブランドは基本構想や基本計画における国立ブランドとは離れてもよいと考える。中小企業等の振興に寄与する具体的施策につながるような国立ブランドを考えて行かなければならない。

- ・この提案(9)の大本となる施策は「PR活動を強化する」であることにも留意しなければならない。その点では、先ほど確認した各提案に対する担当部署一覧の提案(9)の所には生活環境部だけではなく広報担当のある市長室を入れるべきではないか。
- ・ここでの議論の際にはくにたちスタイルはいったん置いておくべきだと考える。ここでの議論の内容をくにたちスタイルに取り入れていくこともあるであろうが、それはまた別な話であって、基本的にはここでの国立ブランドとくにたちスタイルは分けて考えた方が良い。
- ・総合基本計画では「市民の意識と外部の評価は一致しており、国立市のブランドイメージは確立されている」として、それをさらに磨き上げるといいうようにもう一歩先を行く表記になっている。確かに、ここで挙げられている「文教都市」や「緑豊かな街」といった部分などは広く同意が得られるものではないかと思う。
- ・今決めるべきは①提案(9)はこの文言で良いのか、②具体的施策がこの提案を具体化するうえで修正が必要か、という点だと考える。
- ・提案の中の「磨き拡充する」という文言は、「じゃあ磨き拡充する物は何だ」となってしまう。それよりは「国立のよいところを内外に発信する」程度にとどめておいた方が良いのではないか。
- ・国立らしさというと多くは国立駅周辺の文教都市の部分が取り上げられるが、南部の緑豊かな地域にも良い点がたくさんあることから、そういった部分を拾い出し、磨き、発信していくというのが、「磨き拡充する」という表現のそもそもの意図であった。
- ・国立ブランドのイメージが明確になっていないのにここに使うのはどうしても解せない。国立ブランドではなく、「国立らしさ」という表現ではどうか。
- ・くにたちスタイルの認定の際に最も頭を悩ませるのが「国立らしさって何だ」という点。国立らしさという表現もまた抽象的なものなのではないか。
- ・施策「PR活動を強化する」という項目の下に位置しているわけだから、単に「国立

のいいところ、魅力を見つけ発信していく」のようなもので良いのではないか。

- ・「ブランド」は、既にある物について使い、凝り固まった、変わらない、といったイメージがあるので、後ろの「磨き拡充する」という文言には合わないと考える。それならば「良さ」や「魅力」のような言葉に置き換えた方がイメージも伝わりやすい。
- ・市外からのお客様に国立の良さを聞いても明確な答えは返ってこない。しかし皆口をそろえて「国立いいよね」と言ってもらえる。国立の良さはそういった言語外の部分にあるのかもしれない。

○これら意見を総合して、提案(9)は「国立の良さや魅力を磨き拡充する」に変更することとした。

○今回で決めきれなかった以下の部分については、今回の会議同様に事前に意見を集約して、次回会議へ向けて事務局で取りまとめることとなった。

- ・提案(9)における「国立の良さや魅力」として共有できるものを抽出したうえで、具体的施策について検討する。

### (3)その他

○次回会議を平成29年2月24日(金)に行うこととなった。