

「トリエ京王調布」オープンによる経営への影響度調査報告書
第1回アンケート（オープン1ヶ月後調査）

平成29年12月

（本調査委託者）調布市商工会

（本調査受託者）一般社団法人多摩経営工房

「トリエ京王調布」オープンによる経営への影響度調査について

1. 目的

平成29年9月29日、調布駅前に「トリエ京王調布」がオープンし、地域の市場環境の激変が想定される。そこで、今後の小規模事業者支援対策に活かすため、地域の経済動向調査を実施することとした。この調査は「トリエ京王調布」オープンから約1、3、6か月および1年経過後の計4回実施することで、時系列的に現状を把握することを目的とする。

2. 対象業種

小売業、サービス業、飲食業、その他

3. 対象地域

- (1) 調布市中心市街地： 小島町、布田、国領町（1～5・8丁目）
- (2) 中心市街地周辺： 多摩川、下石原、富士見町（1～3丁目）、八雲台（1丁目）、調布ヶ丘

4. 調査方法

アンケート用紙を郵送、返信用封筒による回収

5. 送付予定月

- (1) 第1回：平成29年11月
- (2) 第2回：平成30年1月
- (3) 第3回：平成30年4月
- (4) 第4回：平成30年10月

6. 調査票

別紙添付

「トリエ京王調布」オープンによる経営への影響度調査報告書
第1回アンケートオープン1ヶ月後調査結果

1. アンケート実施月

平成29年11月

2. アンケートの回収状況

- (1) 発送件数： 800件
- (2) 回収件数： 176件
- (3) 回数率： 22.0%

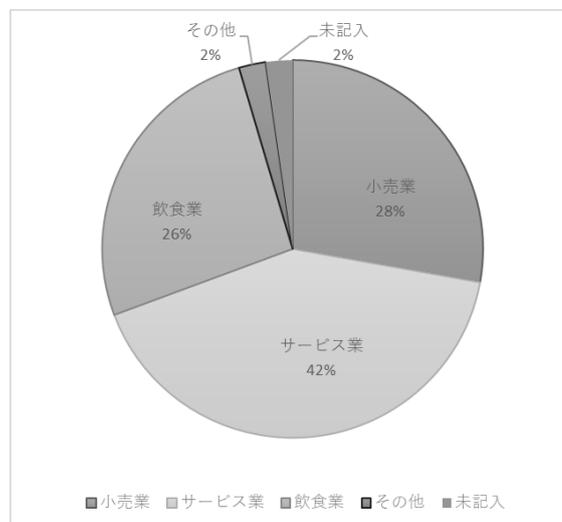
3. アンケート項目

問1	業種
問2	所在地
問3	従業員数
問4	営業年数
問5～7	オープン前と比較した人通り・客数・売上の変化
問8～9	商品・サービスの価格の見直し
問10～12	シアタス調布の半券サービス企画
問13～15	オープン後の街のにぎわいと人の流れの変化
問16	独自の取り組み
問17	トリエ調布に対して期待すること、不安なこと
問18	トリエ調布と共存するために必要なこと
問19	トリエ調布と共存するための考え
問20	花火の効果
問21	その他の意見

4. 回答の集計結果

問1. 業種

	区域内	区域外	未記入	合計
小売業	39	10	0	49
サービス業	60	12	1	73
飲食業	41	5	0	46
その他	4	0	0	4
未記入	2	1	1	4
合計	146	28	2	176



その他の業種

製造業 等

問2. 所在地

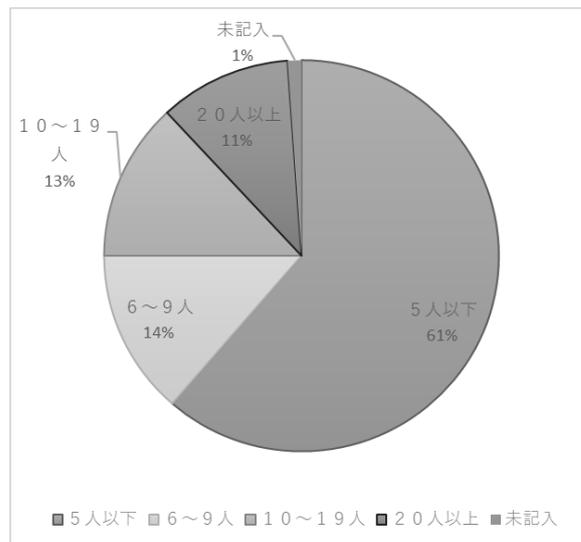
中心市街地地区域内		
地域	丁目	件数
布田	1	37
布田	2	22
布田	3	6
布田	4	11
布田	5	2
布田	6	1
小島	1	17
小島	2	11
小島	3	5
小島	4	0
国領	1	5
国領	2	3
国領	3	7
国領	4	8
国領	8	2
国領	5	7
国領	6	0
合計		144

中心市街地地区域外		
地域	丁目	件数
多摩川	1	1
多摩川	3	2
多摩川	4	1
多摩川	5	7
多摩川	7	1
下石原	1	2
下石原	2	3
富士見	1	1
富士見	2	1
富士見	3	1
富士見	4	0
富士見	5	0
八雲台	1	1
調布ヶ丘	2	3
調布ヶ丘	3	3
合計		27
未記入		5

当報告書では、中心市街地地区域内を「区域内」、中心市街地地区域外を「区域外」と記す。

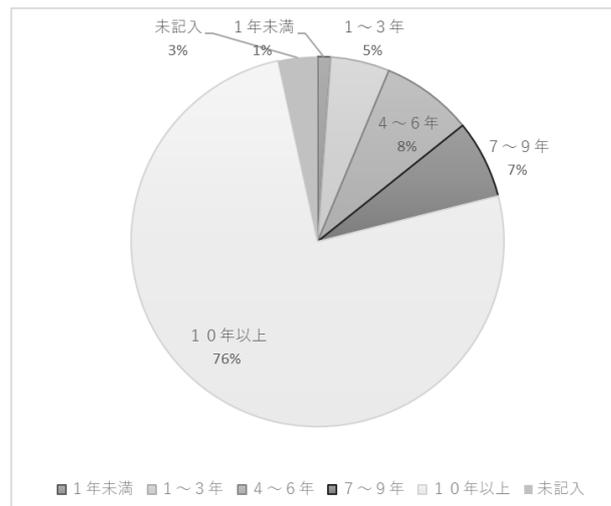
問3. 従業員数（経営者、パート・アルバイト、派遣社員等を含めます）

	区域内	区域外	未記入	合計
小売業	39	10	0	49
サービス業	60	12	1	73
飲食業	41	5	0	46
その他	4	0	0	4
未記入	2	1	1	4
合計	146	28	2	176



問4. 営業年数

	区域内	区域外	未記入	合計
1年未満	1	1	0	2
1～3年	8	1	0	9
4～6年	13	1	0	14
7～9年	8	4	0	12
10年以上	110	22	1	133
未記入	5	0	1	6
合計	145	29	2	176



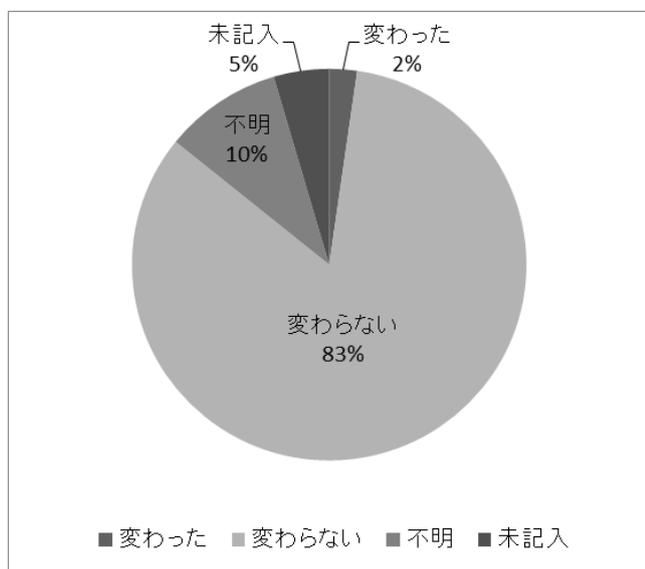
問5. オープン前と比較した変化についてお聞かせください。

		平日						土・日・祝日					
		店舗前の人通り		来客数		売上高		店舗前の人通り		来客数		売上高	
区域内	増加	19	13	7	5	8	5	29	20	11	8	7	5
	横ばい	95	65	101	69	92	63	76	52	92	63	87	60
	減少	17	12	30	21	38	26	17	12	26	18	31	21
	不明	12	8	6	4	6	4	17	12	10	7	11	8
	未記入	3	2	2	1	2	1	7	5	7	5	10	7
	小計	146	100	146	100	146	100	146	100	146	100	146	100
区域外	増加	0	0	0	0	0	0	1	4	0	0	0	0
	横ばい	14	50	17	61	17	61	12	43	13	46	14	50
	減少	6	21	5	18	6	21	7	25	7	25	7	25
	不明	5	18	3	11	2	7	5	18	4	14	3	11
	未記入	3	11	3	11	3	11	3	11	4	14	4	14
	小計	28	100	28	100	28	100	28	100	28	100	28	100
所在地 未記入	増加	0	0	1	50	1	50	1	50	2	100	2	100
	横ばい	2	100	1	50	1	50	1	50	0	0	0	0
	減少	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	不明	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	未記入	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	合計	2	100	2	100	2	100	2	100	2	100	2	100
合計	増加	19	11	8	5	9	5	31	18	13	7	9	5
	横ばい	111	63	119	68	110	63	89	51	105	60	101	57
	減少	23	13	35	20	44	25	24	14	33	19	38	22
	不明	17	10	9	5	8	5	22	13	14	8	14	8
	未記入	6	3	5	3	5	3	10	6	11	6	14	8
	合計	176	100	176	100	176	100	176	100	176	100	176	100

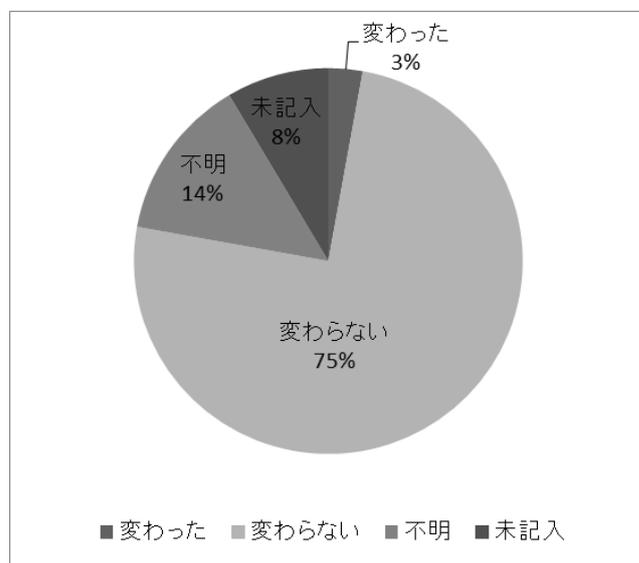
- 区域内外ともに、平日はネガティブな回答が多い。特に売り上げについては区域内で26%、区域外でも21%が減少したと答えている。
- 休日については、区域内で人通りが増加したとの回答が20%に達したが、逆に売り上げが減少したとの回答が21%に達している。区域外は総じてネガティブな回答が多い。

		売れ筋商品・サービス			
		平日	%	土・日・祝日	%
区域内	変わった	4	3	5	3
	変わらない	124	85	111	76
	不明	14	10	20	14
	未記入	4	3	10	7
	小計	146	100	146	100
区域外	変わった	0	0	0	0
	変わらない	21	75	19	68
	不明	3	11	4	14
	未記入	4	14	5	18
	小計	28	100	28	100
所在地 未記入	変わった	0	0	0	0
	変わらない	2	100	2	100
	不明	0	0	0	0
	未記入	0	0	0	0
	合計	2	100	2	100
合計	変わった	4	2	5	3
	変わらない	147	84	132	75
	不明	17	10	24	14
	未記入	8	5	15	9
	合計	176	100	176	100

平日



土・日・祝日



- 売れ筋については、区域内外ともに、平日、土・日・祝日とも大きな変化はないとの回答が多い。
- 特に平日は、区域内で85%が変わらないと回答している。

業種別分析

		平日						土・日・祝日					
		店舗前の人通り	%	来客数	%	売上高	%	店舗前の人通り	%	来客数	%	売上高	%
小売業	増加	4	8	1	2	3	6	7	14	2	4	3	6
	横ばい	28	57	30	61	27	55	24	49	26	53	22	45
	減少	12	24	16	33	17	35	12	24	16	33	18	37
	不明	4	8	1	2	1	2	4	8	2	4	2	4
	未記入	1	2	1	2	1	2	2	4	3	6	4	8
	小計	49	100	49	100	49	100	49	100	49	100	49	100
サービス業	増加	11	15	6	8	4	5	13	18	6	8	2	3
	横ばい	49	67	56	77	55	75	42	58	49	67	50	68
	減少	1	1	3	4	6	8	2	3	4	5	5	7
	不明	9	12	5	7	5	7	11	15	8	11	9	12
	未記入	3	4	3	4	3	4	5	7	6	8	7	10
	小計	73	100	73	100	73	100	73	100	73	100	73	100
飲食業	増加	4	9	1	2	2	4	10	22	4	9	3	7
	横ばい	28	61	28	61	23	50	20	43	25	54	24	52
	減少	9	20	14	30	19	41	9	20	13	28	15	33
	不明	3	7	2	4	1	2	5	11	2	4	1	2
	未記入	2	4	1	2	1	2	2	4	2	4	3	7
	小計	46	100	46	100	46	100	46	100	46	100	46	100
その他	増加	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	横ばい	4	100	4	100	4	100	3	75	4	100	4	100
	減少	0	0	0	0	0	0	1	25	0	0	0	0
	不明	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	未記入	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	小計	4	100	4	100	4	100	4	100	4	100	4	100
業種 未記入	増加	0	0	0	0	0	0	1	25	1	25	1	25
	横ばい	2	50	1	25	1	25	0	0	1	25	1	25
	減少	1	25	2	50	2	50	0	0	0	0	0	0
	不明	1	25	1	25	1	25	2	50	2	50	2	50
	未記入	0	0	0	0	0	0	1	25	0	0	0	0
	合計	4	100	4	100	4	100	4	100	4	100	4	100
合計	増加	19	11	8	5	9	5	31	18	13	7	9	5
	横ばい	111	63	119	68	110	63	89	51	105	60	101	57
	減少	23	13	35	20	44	25	24	14	33	19	38	22
	不明	17	10	9	5	8	5	22	13	14	8	14	8
	未記入	6	3	5	3	5	3	10	6	11	6	14	8
	合計	176	100	176	100	176	100	176	100	176	100	176	100

- 平日の「店舗前人通り」は、サービス業で15%増加、逆に小売業では24%の減少と回答している。
- 平日の「来客数」も同様に、サービス業で8%増加、小売業では33%の減少と回答している。
- 平日の「売上高」は、小売業で6%増加、飲食業は41%が減少と回答している。
- 土・日・祝日の「店舗前人通り」は、飲食業で22%増加、逆に小売業では24%の減少と回答している。
- 土・日・祝日の「来客数」も同様に、飲食業で9%増加、小売業では33%の減少と回答している。
- 土・日・祝日の「売上高」は、飲食業で7%増加、小売業は37%が減少と回答している。
- 総体的に、肯定的な意見よりもネガティブな意見が多いが、サービス産業は中立的な回答が多い。

		売れ筋商品・サービス			
		平日		土・日・祝日	
			%		%
小売業	変わった	2	4	2	4
	変わらない	41	84	37	76
	不明	4	8	5	10
	未記入	2	4	5	10
	小計	49	100	49	100
サービス業	変わった	0	0	1	1
	変わらない	60	82	53	73
	不明	8	11	11	15
	未記入	5	7	8	11
	小計	73	100	73	100
飲食業	変わった	2	4	2	4
	変わらない	39	85	36	78
	不明	4	9	6	13
	未記入	1	2	2	4
	小計	46	100	46	100
その他	変わった	0	0	0	0
	変わらない	4	100	4	100
	不明	0	0	0	0
	未記入	0	0	0	0
	小計	4	100	4	100
業種 未記入	変わった	0	0	0	0
	変わらない	3	75	2	50
	不明	1	25	2	50
	未記入	0	0	0	0
	合計	4	100	4	100
合計	変わった	4	2	5	3
	変わらない	147	84	132	75
	不明	17	10	24	14
	未記入	8	5	15	9
	合計	176	100	176	100

- 平日の「売れ筋・サービス」が変わったと答えたサービス業はなく、小売業、飲食業もそれぞれ4%に止まっている。
- 土・日・祝日も同様の傾向にある。
- 総合的に、売れ筋の変化は生じていないとの認識にあると思われる。

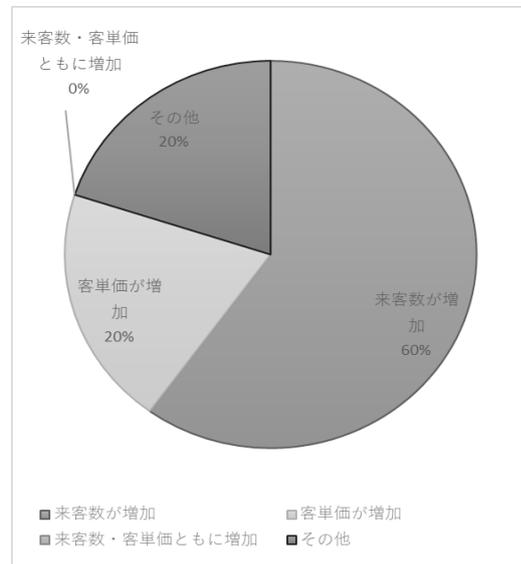
問6. 問5で売上が「増加した」と回答した方にお尋ねします。その理由は何だと思えますか。

オープンの影響あり

	区域内	区域外	未記入	合計
来客数が増加	5	0	1	6
客単価が増加	2	0	0	2
来客数・客単価ともに増加	0	0	0	0
その他	2	0	0	2

※問5の回答で平日、土・日・祝日の何れか、若しくは両方とも「売上が増加」と回答があったアンケートのみを集計。問5では、平日、土・日・祝日に分けて回答を得ているため、問6との母数が異なる。

□ オープンの影響を受けて売り上げが増加した事業者は、60%が来客数の増加を理由に挙げている。



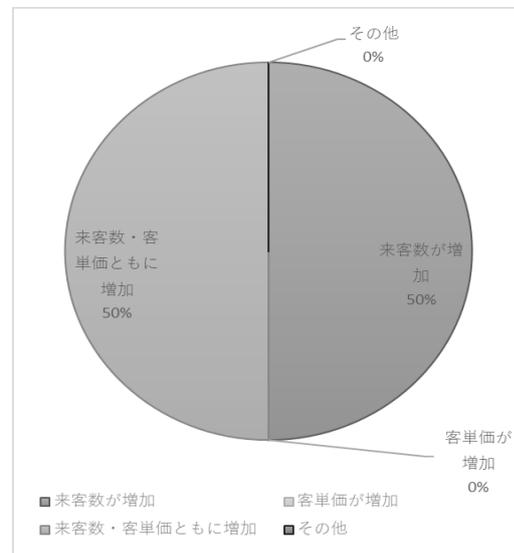
オープンとは無関係に

	区域内	区域外	未記入	合計
来客数が増加	1	0	0	1
客単価が増加	0	0	0	0
来客数・客単価ともに増加	0	0	1	1
その他	0	0	0	0

※問5の回答で平日、土・日・祝日の何れか、若しくは両方とも「売上が増加」と回答があったアンケートのみを集計。問5では、平日、土・日・祝日に分けて回答を得ているため、問6との母数が異なる。

□ オープンとは無関係に売り上げが増加したと答えた事業者は各1件ずつと少ないが、来客数増加と、来客数・客単価ともに増加が半数を占める。

□ 同業者がないとは、競合がないと思われる。



理由

(オープンの影響あり)

- 調布に来る人が増えた、駅前の人通りが増えた。
- 僅かだが増加。
- 土日の人出が多くなったように思う。

- 来客数・客単価ともに減少。トリエがオープンしたから顧客が来なくなった。
- 若い人が来る。

(オープンとは無関係)

- 同業者がない。(複数)
- 取扱商品が(ミセス向け)異なる。
- 来客は殆どない全て電話、こちらから出向く。
- 小売業でないので変わりません。
- 変わらない。
- アベノミクス。

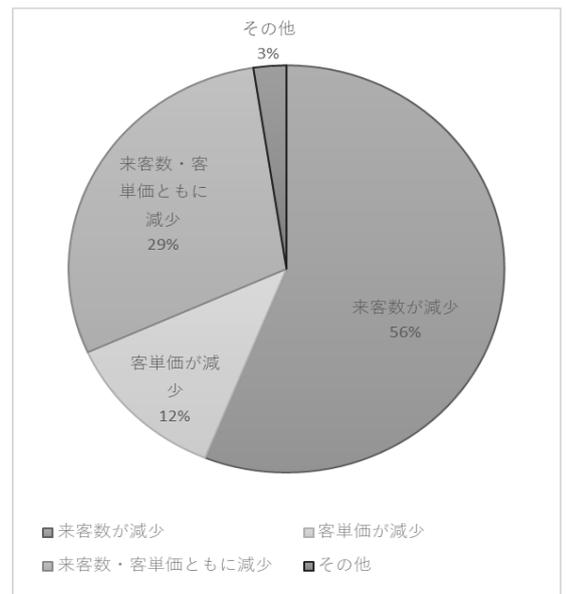
問7. 問5で売上高が「減少した」と回答した方にお尋ねします。その理由は何だと思えますか。

オープンの影響あり

	区域内	区域外	未記入	合計
来客数が減少	20	3	0	23
客単価が減少	4	1	0	5
来客数・客単価ともに減少	9	3	0	12
その他	1	0	0	1

※問5の回答で平日、土・日・祝日の何れか、若しくは両方とも「売上が減少」と回答があったアンケートのみを集計。問5では、平日、土・日・祝日に分けて回答を得ているため、問6との母数が異なる。また、集計対象者のうち、未記入だった回答が区域内で2件、区域外で1件あった。

- オープンの影響を受けて売り上げが減少した56%の事業者は、来客数の減少を理由に挙げている。区域外の事業者では43%が、来客数若しくは、来客数・客単価とも減少したと答えている。



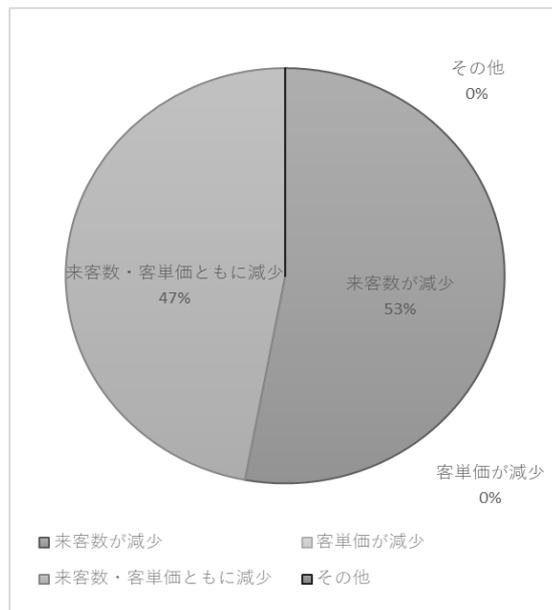
オープンとは無関係に

	区域内	区域外	未記入	合計
来客数が減少	6	3	0	9
客単価が減少	0	0	0	0
来客数・客単価ともに減少	6	2	0	8
その他	0	0	0	0

※問5の回答で平日、土・日・祝日の何れか、若しくは両方とも「売上が減少」と回答があったアンケートのみを集計。問5では、平日、土・日・祝日に分けて回答を得ているため、問6との母数が異なる。

□ オープンとは無関係に売り上げが減少したと答えた事業者の53%が来客数が減少、残りの47%が来客数・客単価ともに減少と答えている。

□ 区域内、区域外とも客単価の減少との回答はゼロとなっている。



理由

(オープンの影響あり)

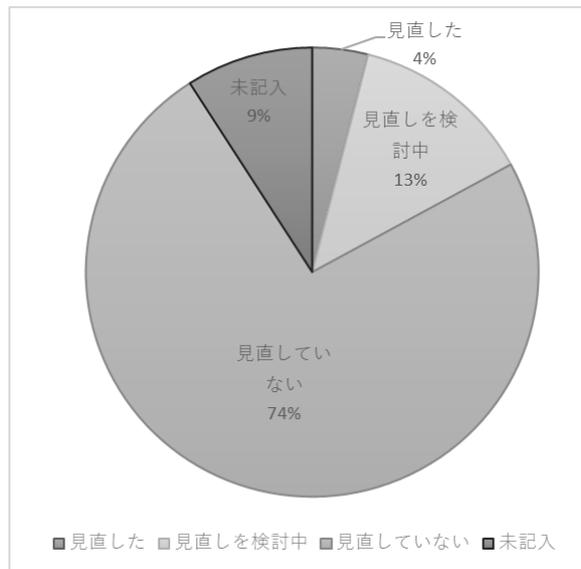
- 昼食をとるお客様だけ減った。
- 非常に大きなマイナス。
- 雨天・週末台風を（考慮に）入れても（減少）。

(オープンとは無関係)

- 無関係。
- 天候が雨続き10月。

問8. オープン後、商品・サービスの価格や内容を見直しましたか。

	区域内	区域外	未記入	合計
見直した	7	0	0	7
見直しを検討中	21	2	0	23
見直していない	107	21	2	130
未記入	11	5	0	16
合計	146	28	2	176

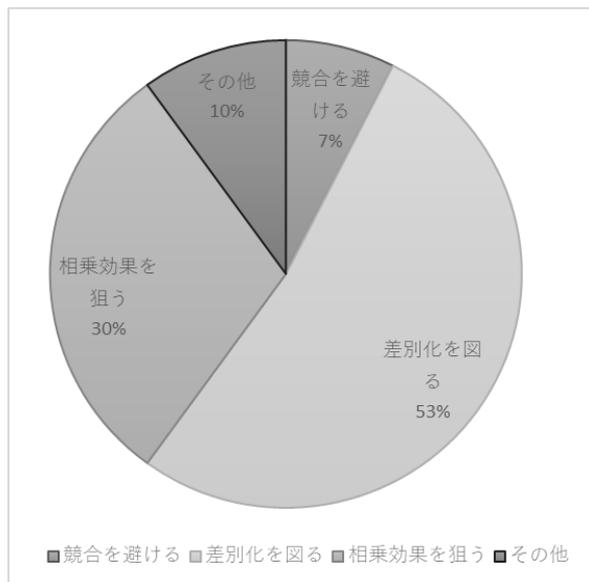


□ オープン後、商品・サービスの価格や内容を見直したと回答した事業者は、全体で4%、見直しを検討中と合わせると、約17%に上る。

問9. 問8で「見直した」「検討中」と回答した方にお尋ねします。その理由はなんですか。

(複数回答)

	区域内	区域外	合計
競争を避ける	3	0	3
差別化を図る	19	2	21
相乗効果を狙う	11	1	12
その他	3	1	4



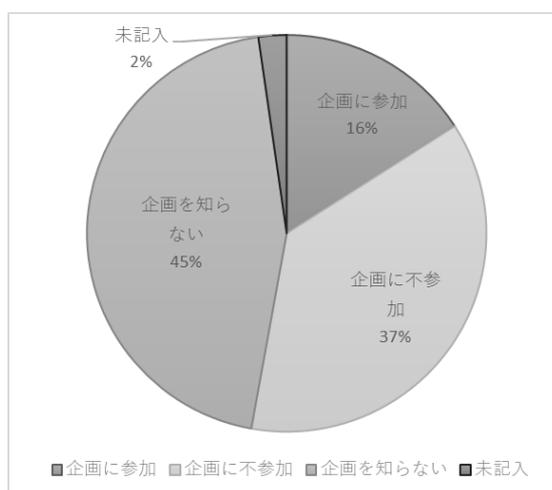
□ オープン後、商品・サービスの価格や内容を「見直した」「検討中」と回答した事業者は、差別化を図るためとの回答が53%、相乗効果を狙うが30%となっている。

理由

- 特に関係ない。
- 日曜・祝日は休みであるけど、営業するか・・・どうか・・・。
- 見直しはしない（無関係）。
- 関係ない業種なので。
- 値段を安く、中身を充実させる。
- 業種が違う。

問10. 映画館（シアタス調布）の「半券サービス企画」についてお聞かせください。

	区域内	区域外	未記入	合計
企画に参加	26	2	0	28
企画に不参加	57	7	1	65
企画を知らない	59	19	1	79
未記入	4	0	0	4
合計	146	28	2	176



□ 映画館（シアタス調布）の「半券サービス企画」に参加した事業者は16%。45%の事業者は企画そのものを知らないと回答。特に区域外の事業者は68%が企画を知らないと回答している。

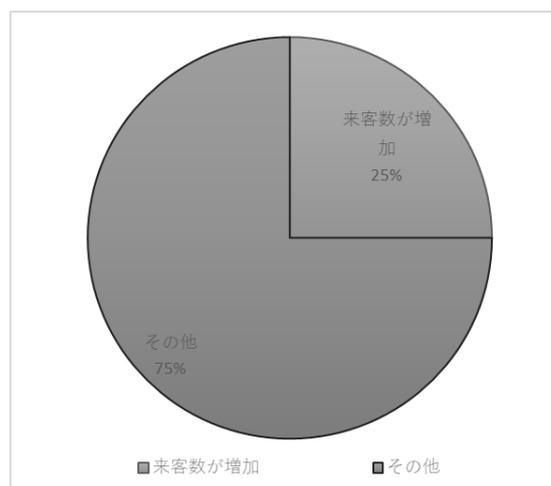
問11. 問10で「企画に参加」と回答された方にお尋ねします。その効果についてお聞かせください。

企画参加の影響あり

	区域内	区域外	合計
来客数が増加	2	0	2
客単価が増加	0	0	0
来客数・客単価ともに増加	0	0	0
その他	6	0	6

※複数回答あり

□ 映画館（シアタス調布）の「半券サービス企画」に参加した事業者で、企画参加の影響があったと回答した事業者のうち25%は来客数が増加したと回答している。

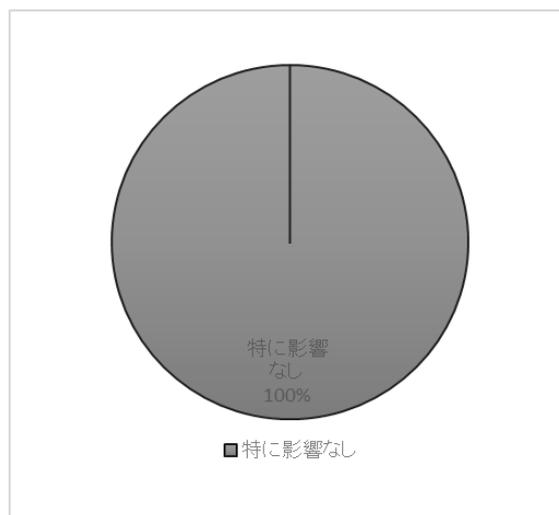


企画とは無関係に

	区域内	区域外	合計
来客数が増加	0	0	0
客単価が増加	0	0	0
来客数・客単価ともに増加	0	0	0
特に影響なし	21	2	23
その他	0	0	0

※複数回答あり。

- 映画館（シアタス調布）の「半券サービス企画」に参加した事業者のうち、企画参加とは関係なく、100%が特に影響がなかったと回答している。



理由

（企画参加の影響あり）

- 半券で来店したのは、3名のうち2名は既存、新規は1名のみ。

（企画参加とは無関係）

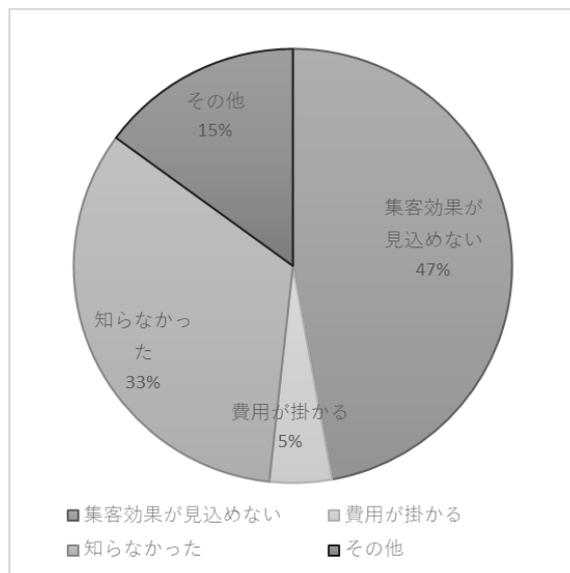
- 映画館から遠いためか、利用者なしです。
- 半券サービスの利用客が来店していない。
- 只今改装中なので、11/末にリニューアルオープン予定。
- 今のところ影響なし、横ばい。
- 全く利用なし、半券サービス利用なし。

問12. 問10で「企画に不参加」と回答された方にお尋ねします。参加しなかった理由についてお聞かせください。

	区域内	区域外	合計
集客効果が見込めない	36	5	41
費用が掛かる	4	0	4
知らなかった	20	9	29
その他	10	3	13

※複数回答あり。

□ 映画館（シアタス調布）の「半券サービス企画」に不参加と回答した事業者のうち、集客効果がないが47%、続いて33%が知らなかったと回答している。



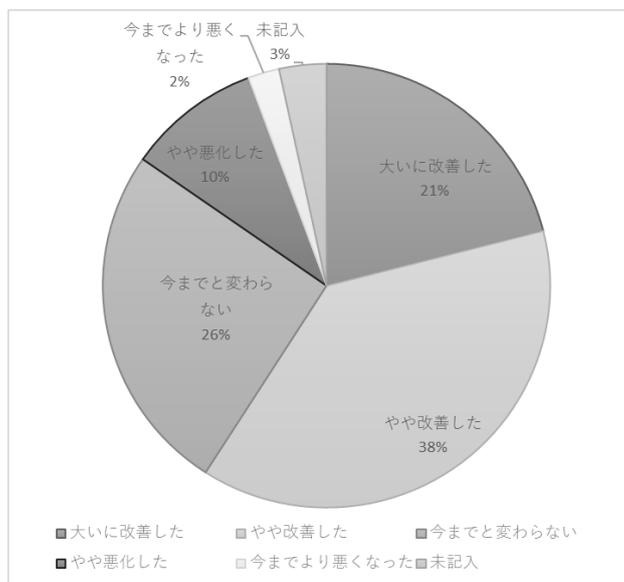
理由

- 本社の了承が必要なため。
- 今やっていることを拡大していく。
- 駅より5～6分離れている。
- 業種が特殊（一般のお客ではないので）。
- こういった企画は、本質的に商品価値を下げる子供だましのサービスのような気がするから。
- 理容業なので効果が見込めるか？
- 手続きが間に合わなかった、是非協賛したい。
- リサーチ、検討中。
- 地理的に離れている為、営業時間がお昼のランチだけなので、来客が見込めない。
- 手が回らない。
- 値引き相当のことはできない商品の為。
- 金融機関のため。
- 締切、手続き。曖昧にしてた（ため、参加できなかった）。

問13. オープン後の「街のにぎわい」についてどう感じますか。

	区域内	区域外	未記入	合計
大いに改善した	33	3	1	37
やや改善した	59	7	1	67
今までと変わらない	36	9	0	45
やや悪化した	12	5	0	17
今までより悪くなった	1	3	0	4
未記入	5	1	0	6
合計	146	28	2	176

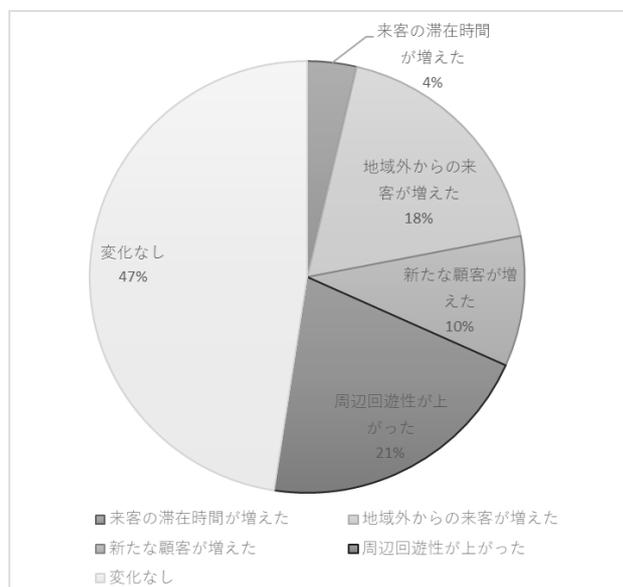
- オープン後の街のにぎわいは、大いに改善・やや改善したと回答した事業者を合計すると、59%に及び。区域外の事業者はその割合が36%に減少し、区域外までは十分に、そのにぎわいが広がりを見せていない。



問14. オープン後の人の流れについてどう感じますか。(複数回答可)

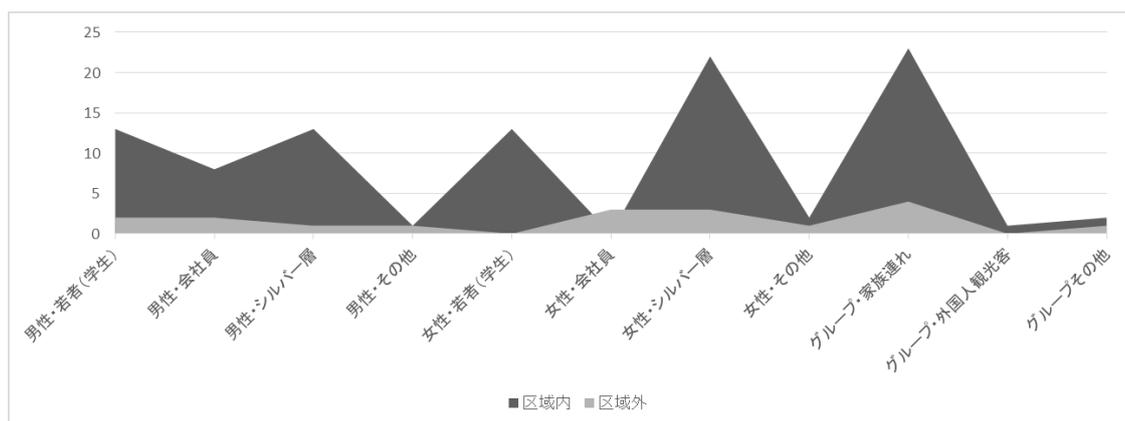
	区域内	区域外	合計
来客の滞在時間が増えた	6	0	6
地域外からの来客が増えた	26	4	30
新たな顧客が増えた	13	3	16
周辺回遊性が上がった	33	1	34
変化なし	78	0	78

- オープン後の人の流れは、来客の滞在時間が増えた、地域外からの来客が増えた、新たな顧客が増えた、周辺回遊性が上がったと回答した事業者を合計すると、53%に及び人の流れが活性化すると回答した事業者は過半数を超えている。区域外の事業者もその傾向は同様で、100%に達した。



問15. 問14で「地域外からの来客」「新たな顧客」が増えたと回答された方にお尋ねします。どのような人たちの来街が増えたと感じますか。(複数回答可)

		区域内	区域外	合計
男性	若者（学生）	13	2	15
	会社員	8	2	10
	シルバー層	13	1	14
	その他	1	1	2
女性	若者（学生）	13	0	13
	会社員	0	3	3
	シルバー層	22	3	25
	その他	2	1	3
グループ	家族連れ	23	4	27
	外国人観光客	1	0	1
	その他	2	1	3



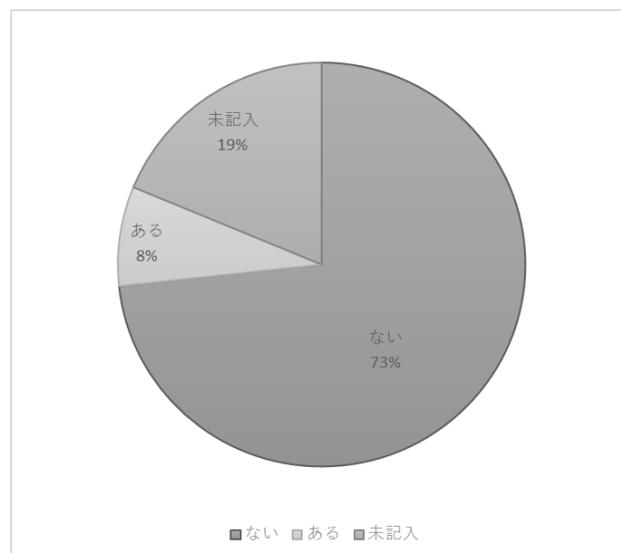
- オープン後、地域外からの来客が増えた、新たな顧客が増えた、と回答した事業者は、男性では、若者（学生）、シルバー層が増加したと回答した割合が高い。同様に女性では、若者（学生）、シルバー層が、また、グループでは家族連れが増加したと回答した割合が高い。
- 区域外では女性の会社員、シルバー層、グループでは家族連れの増加を挙げた割合が高い。

理由

- 男性：全般、全体で（増加）。
- 女性：全般、全体で（増加）、主婦。
- グループ：全般、全体で（増加）、友人。

問16. トリエ調布のオープンに伴い、独自に取り組んでいることはありますか。

	区域内	区域外	未記入	合計
ない	106	21	2	129
ある	13	1	0	14
未記入	27	6	0	33
合計	146	28	2	176



□ トリエ調布のオープンに伴い、独自に取り組んでいることがあると回答した事業者は、8%と多くはない。特に、区域外の殆どの事業者は新たな取り組みを行っていない。

独自の取り組み内容

- ランチ営業の見直し。調布集中にならないように、集客にコストをかけている。
- オンリーワンの店になるよう商品等の見直し。
- トリエ調布とは離れた立地なので、トリエ調布の集客を誘致できるような看板などの媒体を探している。
- オリジナリティーと値段の工夫。
- 無形サービス（保証内容・メンテナンス）の向上。
- 独自のスタンプラリーを企画中。
- 半券ワンドリンクサービス。
- 品揃えの見直し。
- 営業企画。
- 店舗改装、新業種への取り組み。
- 店舗改装し、新たなお客様に対応できるように。

問17. トリエ調布に対して、期待すること、不安なことについてお聞かせください。

期待すること

(街の活性化・集客)

- 調布市全体がよくなること。
- 街の活気。
- 来客数の増加。
- 人が集まること。
- 地域外からの来客。
- 調布駅から布田駅までの遊歩道を楽しい道にしてください。
- 街が活性化することにより市民が潤う。
- 集客維持継続。
- 市内はもちろん、市外や今まで素通りだった層の取り込み。
- 地域外からの来客の増加。
- 人の流れ。
- 今後考えて行く。PR冊子を作成し、顧客獲得を考えている。
- 人の流れが多くなること。
- 市外からのお客様が増加する期待感。
- 今まで調布を訪れる機会がなかった人が来てくれる。
- 他の地域からの集客。
- 活性化。
- 周辺地域の活性化となるような段組みを一緒にやっていきたい。
- 集客の持続。
- 集客力のよりある魅力的なテナントの誘致を期待します。
- 集客、地域活性。
- 調布の活性化。
- 小売業にしても飲食業にしても続けて商売をやるのは並たいていではないと思うが、駅前に明るさが感じられるようになったのは確か。
- 渋滞するくらい集客して下さい。
- 調布に人が集まり活性化すること。レストランの期間限定メニューなどで飽きないようにしてほしい。
- 他の地域から人をよんでくれる。
- 個人的にはすごく良い所ができたと思います。ますます人が増え発展していくと良いと思います。
- 他商圈からの流入。
- 調布市がにぎわい発展する。
- 集客力（住人の人口増加）。

- 地域の活性化と安全に共に取り組んでほしい（共同事業や情報交換、街づくりなどの分野）。
- 他地域からの来店。
- 調布以外の来客。
- 地域外の来客が増えること。
- 街全体の賑わいにつながれば・・・。
- このまま賑わってほしい。
- 新たな来客数の増加。
- 調布駅周辺が整備され、活気づくことはたいへんよいことだと思います。
- 他の地域からの人の流入による街の活性化。
- 調布に人が増えること。

（周辺との連携・回遊性）

- 商店街の方にお客様が流れること。
- 集客した人たちをトリエ調布から周辺商店へ導く策を期待する。
- 周辺商店街との連携で周辺地域の活性化。
- 商店街に人が流れてくれること。
- 近隣、商店街、店舗との協力。街全体の活性化。

（街のイメージ・知名度アップ）

- 調布の知名度・イメージアップ。
- 調布ブランドの確立。
- 調布に人が集客していることで街が華やかになり、大都会さを今後もアピールしていけるといいですね。
- 調布に対しての注目度アップ。

（イベントの実施）

- せっかく映画館があるので、映画のキャストさんがTV番組などで宣伝に来てほしいです。
- 定期的なイベントやセールで人が集まること。
- 常に新しいイベントを企画して賑わって欲しい。ふらっと流れてくる新しいお客様が増えると良い。
- 調布の中心として、情報発信源となって欲しい。
- 地域の賑わいに貢献していただけるような催しものなど。

（その他）

- 折り込み収入。
- 今の状態を持続していく。

- チェーン店の増加。
- 食べるところが限られていたので少し増え良いと思います。
- シアタスの盛り上がり。
- 映画館がいつまでも賑やかでありますように。
- バリアフリーを徹底して、施設内も外も高齢者や障害者（視覚障害者など）に優しい街づくりをしてほしい。
- 100円ショップが来ること。
- 飲食階、Openすぎて、誰が何食べているか分かってしまう。
- シネコンの市民割引。
- 新聞折り込みチラシを増やしてほしい。近隣の顧客にセールや情報を知らせたい。
- 特になし。

不安なこと

（駅周辺への客の集中・独占）

- 調布駅周辺に流れて行き、自店の利用頻度が減少。
- 調布市が考えている回遊性が全く見られない。
- 地域内の人の独占（集中）。
- お客さんを取ることに。
- 調布駅周辺がにぎやかで取り残されている？
- 客数が減った。
- 駅前のみにお客様が集中してしまうこと。
- 顧客をうばわれる。
- 現状では競合することはないが、テナントの入れ替えにより同業が入ってこないか心配。
- 来客減少の不安。
- まだトリエ調布ができたばかりなので、一極集中にならないよう街ぐるみで考えてほしい。
- お客がとられる。
- 一極集中。
- 天気の悪い日はトリエからお客様が出てこない。週末は多少客が増えたが、平日、店が増えた分客が減少している。
- 調布の中心として、情報発信源となって欲しい。一極集中になってしまう。
- テナントの入れ替わりにて競合店増加。
- 駅前に人が流れるだけで、周辺の恩恵が全くない。
- 今営業している所は商店がほとんどないので、ますます人が調布駅周辺に集まり、町はずれには来なくなる。
- 調布駅周辺で事がたりる。

- 駅だけでお買い物やお食事が終わってしまい、外に出て行かないこと。
- トリエの効果で人が町に増えないこと。

(交通渋滞・混雑)

- 交通渋滞。(複数)
- 駅前に人が多すぎる。
- 旧甲州街道の渋滞に拍車がかかったこと。
- B館とC館の横断事故が心配、信号をのぞむ。
- 駅前の混雑。
- 旧道の交通渋滞が激しくなった。
- 仕方がないことだが、売り場の通路が狭く歩いていて疲れる。人混みが苦手な人は来ないかもしれない。
- 交通機関が込み合う、事故多発。

(治安悪化)

- 治安の悪化、放置自転車。
- 治安。
- ゴミを捨てて行く。酔った若い人が朝までいたりしている。

(一過性)

- 一次的なブームで終わるかが心配。
- 飽きさせないこと。
- トリエ3館の集客力の低下、今のモチベーションがこの先も維持できますように。
- テナントの空き。
- 京王電鉄さんは商売下手なようなので、近い将来に寂れた駅前にならなければ良いのだが。
- 今後來客数が減少すると思う。
- 飽きられること。
- 一過性に終わることなく立派な映画館も存続できるのか心配です。
- トリエ調布全体的に高単価な為、集客が続くか？不安であり、トリエへの独自販促など投資するか否か不安。
- 一ヶ月が経ち、人が少なくなった。
- さびれること。
- 集客。
- テナントのことが心配です。
- トリエ自体の魅力の低下によるトリエに来るお客さんの減少。オープン1～3週間くらいは賑わっていたが、1か月もしないうちに落ち着いてしまい、人も思ったほど多くないように感じる。

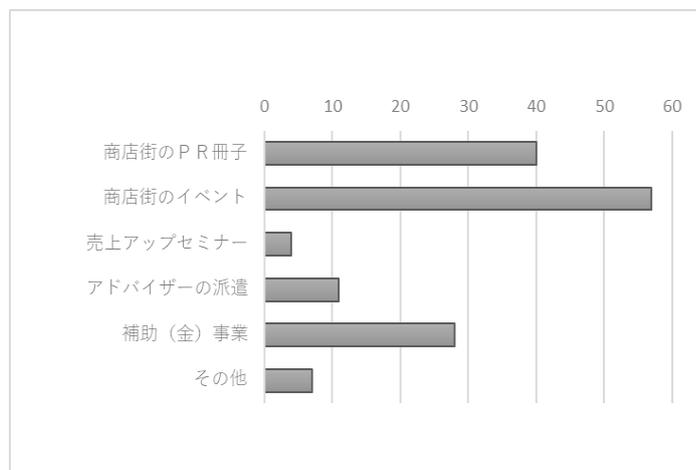
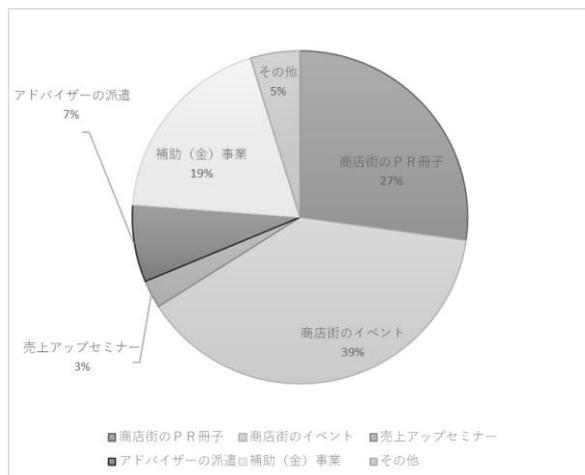
- しばらくして集客が少なくなった時、店舗の撤退などが無いかな。空き店舗があるとさみしく見える。

(その他)

- 本当に駅前の歩道は完成するのでしょうか・・・かっこ悪い。
- ロータリー完成後の人の流れ・動線が変わらないか？
- 広場になっていて・・・ハトがたまにきている・・・。
- シアタスは是非成功させてください。A-B館にはあまり不安感はないです。
- 待機児童等の幼児環境（子育て）の悪化。
- 人手不足、サービス低下。
- 駐車場遠すぎる。
- 街とリンクしていない、調布名菓・物売る店が欲しい。
- 今のところ特になし。
- 旧南口方面のテナントが少ないので、イベントも企画できず、トリエとは関係づけられない。
- シネマ動画。
- 調布市とトリエのコラボ。
- 特になし。

問18. トリエ調布と共存していくために何が必要だと思いますか（複数回答可）

	区域内	区域外	未記入	合計
商店街のPR冊子	35	5		40
商店街のイベント	50	7		57
売上アップセミナー	3	1		4
アドバイザーの派遣	8	3		11
補助（金）事業	22	6		28
その他	6	0	1	7



- トリエ調布と共存していくためには、商店街のイベントとの回答が39%と最も多く、続いて商店街のPR雑誌の27%、補助（金）事業の19%となっている。
- 区域外でも同様の傾向がみられるが、アドバイザーの派遣が、14%と比較的高い。

その他（具体的に）

- 年に2回も商店街イベントを実施しているが、疲れるだけである。
- 経営者の創意工夫。
- 自社のできることを確実にやるのみ。
- 一体化した取り組み。
- 独自性が必要。
- うちの店周辺は商店街ではないが特徴のある店があるのでそういうのも取り上げて欲しい。
- 各店が個性化と質の向上が必要では。
- HP（クーポン配信）で集客、ライン。
- コスパがいい店を入れること。
- 商工会のPR冊子（商工会に入っていない店も含む）。
- 特になし。

問19. トリエ調布と共存していくために、お考えがあればお聞かせください。

(商店街や地域との連携・イベント開催)

- 商店街との共存。
- 調布外からのお客様が、わざわざ調布に来たくなるような魅力的な施設になっていただいて、周辺商店街も協力していく。調布の人をトリエに集中させただけでは、調布駅の一人勝ち。他の成功地域の大型店舗と地域会との付き合い方などを、もっと京王さんも勉強して欲しい。
- 魅力的な駅前広場や路地、トリエと地域双方の魅力で相乗効果を出せると良いですね。地元もがんばりましょう。
- 広場でのイベントごとなど・・・。
- 料理イベントがあればコラボしたい。
- 回遊性を高めるマップの作成や導線作り街をあげてのキャンペーン、イベント。
- トリエ調布を含めた商店街のイベント・調布市が中心となり対立しない共存のシステム作り。
- 元々昔から駅前で行っているフリーマーケットや植木市、商工祭り等、もっと調布外の人達にアピール、宣伝していけると皆まとめて盛り上がると思う。
- 商店街とトリエ調布で街の清掃企画。
- 地域の商店街でしか取り組めない事業が特色づくりを行う。特に人づくりに力を入れ、トリエの良さと商店街の良さ両方を伸ばす。
- トリエにより多くお客様に来て（外部）いただき、周辺の街を知っていただく。
- 今まで見ない人が多く、人の流れが多くなった。これを機にPRできるようなものを両方でイベントができるといい。
- 共同企画の推進。
- Win/Win トリエのお客さんも、地域のお店に足を運び、地域のお客さんもトリエに。
- 駅直結型と街の店舗の共存は難しいと思う。トリエと商店街合同のイベントをしてみるのも手かも。
- 調布駅周辺だけでなく、調布市全体の商店会とイベントを一緒に開催したら良いのではないのでしょうか？

(その他)

- 半券サービスをしているが、映画館側で告知CMを流してほしい。
- 布田駅なので、あまり変わらない。
- 現状は様子見。
- トリエ調布うんぬんではなく、調布をもっと盛り上げたい。
- 社員を増やし、回転を速める。

- 国領駅前の広場の活用を考えて下さい。年に三回程しか利用していません。商工祭りを広場でお願いします。
- 地域の活性化の為には大歓迎ですが、仕事の上では殆ど関係がない。
- 地域企業増やしてほしい。
- 周辺商店街の個別化、魅力創造。
- トリエ調布周辺の店は共存できると思いますが離れているので常連さんと近所の方々との共存ともう少し客足が増えることを考えます。
- 事業内容が競合していないため、もっと集客してくれれば。
- 近くの商店街も少しはいい影響があればと思います。願います。
- トリエの従業員さん・働いている方に外に食べに出てきてほしいです。宣伝したい。
- 商店街としてはほとんど店がないので、個人として頑張るには店の独自性がないと、だんだん廃業せざるをえなくなる。でも難しい。
- 共存していくという意識を持つ必要はない。各々出来ることをやれば良い。
- トリエとの共存は特に考えておりません。
- 特になし。

問20.「映画のまち調布“秋”花火2017」の効果についてお聞かせください。

例年と比較した売上高の変化

花火大会が中止であったため、集計除外。

その他

- 花火大会の時は、営業していない。
- わざわざ秋に開催するメリットが分からない。
- 中止で期待の売上には届かなかった。
- 中止でわからないが、花火は夏が良いと思う。
- そのものを知らない。
- 中止だった。

例年と比較した来客数の変化

花火大会が中止であったため、集計除外。

その他

- 中止により不明。
- わずかに増えた。
- 夏よりは少なくなる様な気がする。
- 中止だった。

問21. 他に何かご意見があれば、ご自由にご記入ください。

(肯定的な意見)

- トリエに行くのが楽しみです。天気の良い日は歩いて、雨の日はバスで。嬉しいです
- 当店はトリエや他商店と競合しないので今までと変わりないのですが、駅ビルが素敵になったので、遠方からのお客様に楽しんでいただけるようになって嬉しいと思っています。実際に駅ビル見て帰りますとおっしゃる方も多いです。
- トリエ調布のオープンにより、調布市の近代化、多様化の認知度が飛躍的に増加したと思われる。近辺地域からの来調布数の急増に影響を及ぼしたと思う好企画であった。
- 卸、EC 販売のため影響はないが地域が活性化され調布の盛り上がりを感じた
- トリエ調布がオープンしたことで新しい調布への一歩が始まったと考えプラスにしていくべき
- 商工会も大変だと思いますが、一緒に盛り上げていきましょう。
- 当店は地域住民密着型の完全予約制のプライベートエステサロンですので、特にトリエオープンによる影響は感じませんが、今後の調布の賑わいに発展を応援します。

(ネガティブな意見)

- 交通渋滞で来店されるお客様（車で）が、予約に間に合わない、時間が読めなく困っている方が多く、何とかならないかとの声が多い。
- トリエの飲食店をなくしてください。
- トリエ調布の従業員の時給も高くなっているの、同じようにしなければならないので、大変です。
- 旧甲州街道布田近辺、人通りが年々少なくなっている。
- オープンに対しての来店客に対する気遣いがなされていない。社員教育の徹底、1F以外のテナント（物販）の存続が不安。
- 商工会の積極的支援、今の状態では存在感が感じられない。スクラッチなど効果薄い
- 「映画のまち調布」といっておきながら、カドカワと日活にべったりで、文化的な香りがあまりしない。担当者が国立近代美術館フィルムセンターなどからいろいろと「映画」の勉強をさせてみて。
- 駅出口も、トリエの出入り口も雨の日の混雑がひどい。傘を開いて出て行く人、傘を閉じて入る人、雨模様を見て立ち止まる人、待ち合わせの人、チラシを配る人、とにかくひさし（雨のかからない場所）の面積を大きくしてほしい。危ないと感じることもある。
- トリエ調布ができてから土・日、駅周辺と品川道・甲州街道が大渋滞

(中立的な意見)

- 私の会社は国領町五丁目なので、トリエ調布とは離れているため、今のところ何の影響

響もありません。時々買い物に出かけるくらいです。

- わからない。
- 当社は旅行業（団体専門）のため、調布市は拠点とするが営業は渉外が主で多摩13市からの需要がある。
- 駅から離れれば何も変化なし。
- 調布駅と距離があるため、このアンケートにはあまり関係ないと思われます。
- 3か月を待つ。

（提案）

- トリエに期待したとしても無理があり、各商店会ごとに独自性を出してほしい。下町のように道が狭くとも人が集まりやすく、ごみごみとした感じがほしい。ただ単に、防災の為に道路を拓けば良いと言う考えは、直すべきだ。
- トリエ京王調布C館北側「ここみち」にごみ箱を設置して欲しいです。また、夜間の閉鎖。（子供がたむろしてます）
- 線路の跡地を整備して、調布、布田、国領と人が回遊するようになって欲しい。
- 調布の町は映画の町と言われてますが品川通りにはオールディーズ・ジャズ・ライブカラオケカフェボサノバ等々音楽の店も点々とあります。そういうものを特徴的にしていただけたら幸いです。
- 駅前広場を大いに活用し、地域外からも人を呼び込めれば良いです。いろいろなイベントが毎日のようにあると楽しいですね。
- 多摩センター「箱根そば店」みたいなそば屋が欲しい。価格設定も、店の広さもメニューも「箱根そば」くらいが良い。
- 調布の名産物、観光地、史跡を巡る地図、街頭に案内板を建てる。
- 映画祭の充実。

（花火）

- 「映画のまち調布」という言葉に違和感を覚えてしまいます。昭和30年～40年代は、確かに栄華を誇っていたかもしれませんが、今では陳腐に聞こえてしまいます。ましてや、映画・秋・花火の関連付けが全く分かりません。「調布花火大会」でよろしいのではないのでしょうか。
- 花火が残念だったという声を本当に多く聞きました。しかし安全を考えたら仕方ないことだったと考えています。来年こそ開催して欲しいです。
- 何で花火が10月なのか？（バカヤロー）
- 花火残念でした。
- 花火が雨で中止になり観ることが出来ず残念でした。

- 秋の花火大会はなるべく開催してほしくない、また調布駅周辺は賑わっているが、他の商店街は閑散としている様に思われる。先々の不安を感じている。
- 「映画のまち調布」といっておきながら、カドカワと日活にべったりで、文化的な香りがあまりしない。担当者が国立近代美術館フィルムセンターなどからいろいろと「映画」の勉強をさせてみて。花火はおもいきって春にやってみては。
- 花火は夏が良いと思います。
- 花火は悪天候で残念でした。来年に期待。
- 花火は、皆季節外れと不評。台風でお流れになり残念でした。

以上