

「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2回アンケート（オープン3ヶ月後調査）

平成30年2月

（調査委託者） 調布市商工会

（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 ヶ月および 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（以下、特に明示した場合を除き「区域内」という。）
小島町、布田、国領町（1～5・8 丁目）
- (2) 中心市街地周辺（以下、特に明示した場合を除き「区域外」という。）
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. 実施（予定）時期

- 第 1 回：平成 29 年 11 月 （実施済み）
- 第 2 回：平成 30 年 1 月 （本件報告）
- 第 3 回：平成 30 年 4 月
- 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2回アンケート オープン3ヶ月後調査結果

1. アンケート実施月

平成30年1月

2. アンケートの回収状況

発送件数：800件

回収件数：203件

回収率：25.4%

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	その他の意見

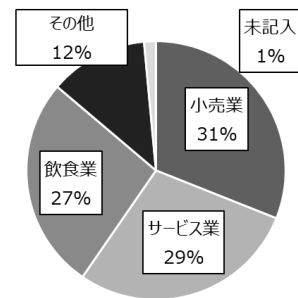
注：選択肢の「その他」や自由記入欄への記載は原則として原文のまま引用した。

4. 回答の集計結果

問 1. 業種

① 集計結果

3ヶ月後	区域内	区域外	未記入	合計
小売業	51	12	0	63
サービス業	49	9	0	58
飲食業	46	7	1	54
その他	18	7	0	25
未記入	2	1	0	3
合計	166	36	1	203



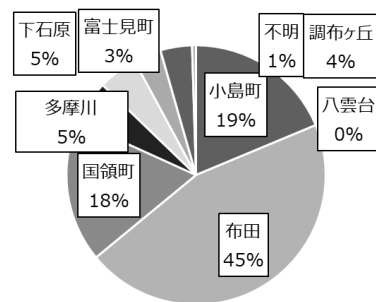
② その他の業種 製造業、卸 等

問 2. 所在地

○集計結果

区域内		
地域	丁目	件数
小島町	1	20
	2	14
	3	4
	小計	38
布田	1	46
	2	21
	3	5
	4	13
	5	4
	6	2
	未記入	1
	小計	92
国領町	1	4
	2	2
	3	12
	4	9
	5	5
	8	4
	小計	36

区域外		
地域	丁目	件数
多摩川	2	1
	4	1
	5	7
	6	1
	未記入	1
	小計	11
下石原	1	7
	2	1
	3	2
	小計	10
富士見町	1	1
	2	2
	3	4
	小計	7
八雲台	1	0
調布ヶ丘	1	2
	2	3
	3	2
	4	1
	小計	8



区域内	合計	166
-----	----	-----

区域外	合計	36
-----	----	----

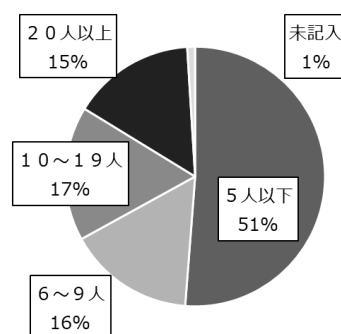
不明（未記入）	1
---------	---

総合計	203
-----	-----

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）

○集計結果

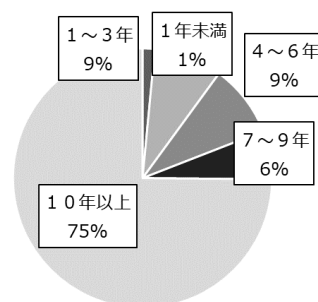
3ヶ月後	区域内	区域外	未記入	合計
5人以下	83	21	0	104
6～9人	28	4	0	32
10～19人	28	5	1	34
20人以上	26	5	0	31
未記入	1	1	0	2
合計	166	36	1	203



問 4. 営業年数

○集計結果

3ヶ月後	区域内	区域外	未記入	合計
1年未満	1	2	0	3
1～3年	14	3	0	17
4～6年	15	3	0	18
7～9年	10	2	0	12
10年以上	123	25	1	149
未記入	3	1	0	4
合計	166	36	1	203



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。

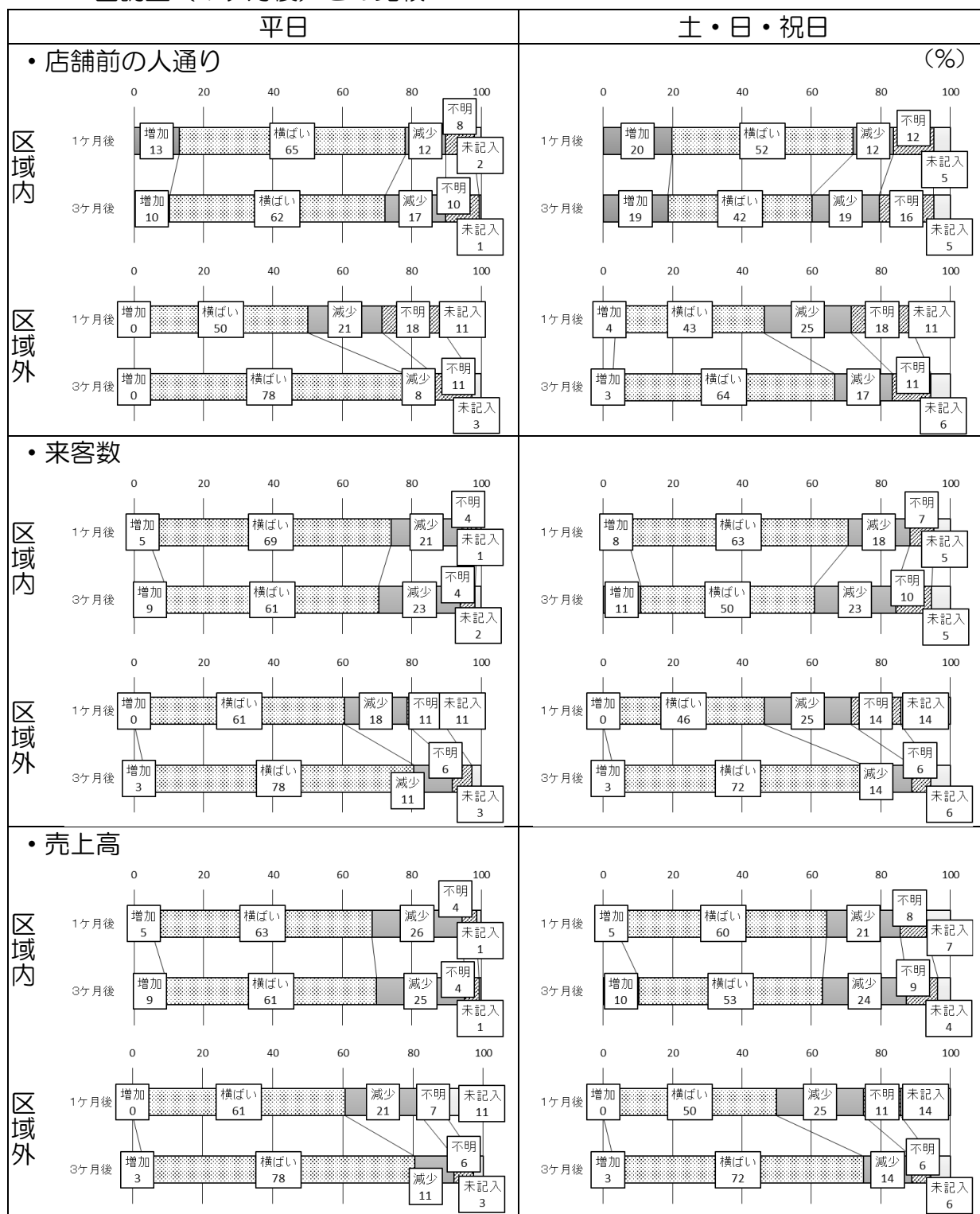
① 「店舗前の人通り」、「来客数」、「売上高」の集計結果（区域別）

3ヶ月後		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	17	10	15	9	15	9	31	19	18	11	17	10
	横ばい	103	62	102	61	101	61	69	42	83	50	88	53
	減少	29	17	39	23	42	25	32	19	39	23	40	24
	不明	16	10	7	4	7	4	26	16	17	10	15	9
	未記入	1	1	3	2	1	1	8	5	9	5	6	4
	小計	166	100	166	100	166	100	166	100	166	100	166	100
区域外	増加	0	0	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3
	横ばい	28	78	28	78	28	78	23	64	26	72	26	72
	減少	3	8	4	11	4	11	6	17	5	14	5	14
	不明	4	11	2	6	2	6	4	11	2	6	2	6
	未記入	1	3	1	3	1	3	2	6	2	6	2	6
	小計	36	100	36	100	36	100	36	100	36	100	36	100
未記入	増加	1	100	0	0	0	0	1	100	0	0	0	0
	横ばい	0	0	1	100	1	100	0	0	1	100	1	100
	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	1	100	1	100	1	100	1	100	1	100	1	100
合計	増加	18	9	16	8	16	8	33	16	19	9	18	9
	横ばい	131	65	131	65	130	64	92	45	110	54	115	57
	減少	32	16	43	21	46	23	38	19	44	22	45	22
	不明	20	10	9	4	9	4	30	15	19	9	17	8
	未記入	2	1	4	2	2	1	10	5	11	5	8	4
	合計	203	100	203	100	203	100	203	100	203	100	203	100

□ 区域内外ともに、平日、土・日・祝日とも横ばいが最も多く、次いで減少が多い。

- 区域内については、来客数が減少したとの回答が平日、土・日・祝日とも23%とおおよそ4店に1店となっている。売上高が減少したとの回答についても平日で25%、土・日・祝日は24%とおおよそ4店に1店となっている。

② 「店舗前の人通り」、「来客数」、「売上高」の集計結果（区域別）について第1回調査（1ヶ月後）との比較



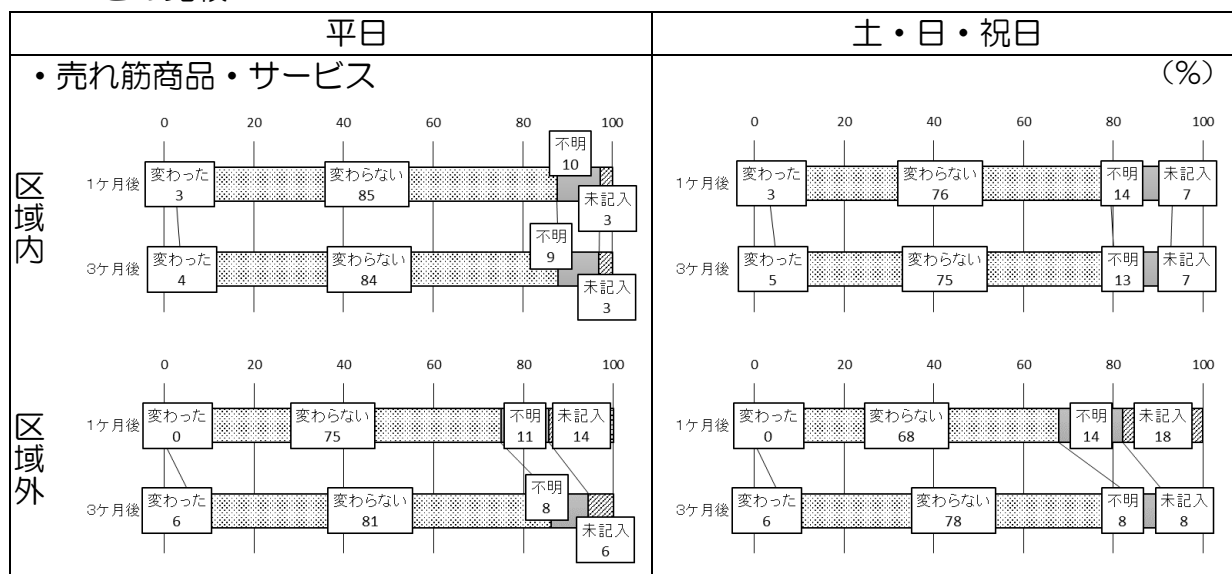
- 第1回調査と比較すると、平日、土・日・祝日に関係なく、区域内ではいずれの項目も減少したとの回答が増加し、区域外では、減少したとの回答の割合が減り横ばいとの回答が増加している。

③ 「売れ筋商品サービス」の集計結果（区域別）

3ヶ月後		売れ筋商品・サービス			
		平日	%	土・日・祝日	%
区域内	変わった	6	4	8	5
	変わらない	140	84	125	75
	不明	15	9	21	13
	未記入	5	3	12	7
	小計	166	100	166	100
区域外	変わった	2	6	2	6
	変わらない	29	81	28	78
	不明	3	8	3	8
	未記入	2	6	3	8
	小計	36	100	36	100
未記入	変わった	0	0	0	0
	変わらない	0	0	0	0
	不明	1	100	1	100
	未記入	0	0	0	0
	合計	1	100	1	100
合計	変わった	8	4	10	5
	変わらない	169	83	153	75
	不明	19	9	25	12
	未記入	7	3	15	7
	合計	203	100	203	100

□ 売れ筋については、区域内外ともに、平日、土・日・祝日とも変わらないとの回答が多い。

④ 「売れ筋商品サービス」の集計結果（区域別）について第1回調査（1ヶ月後）との比較



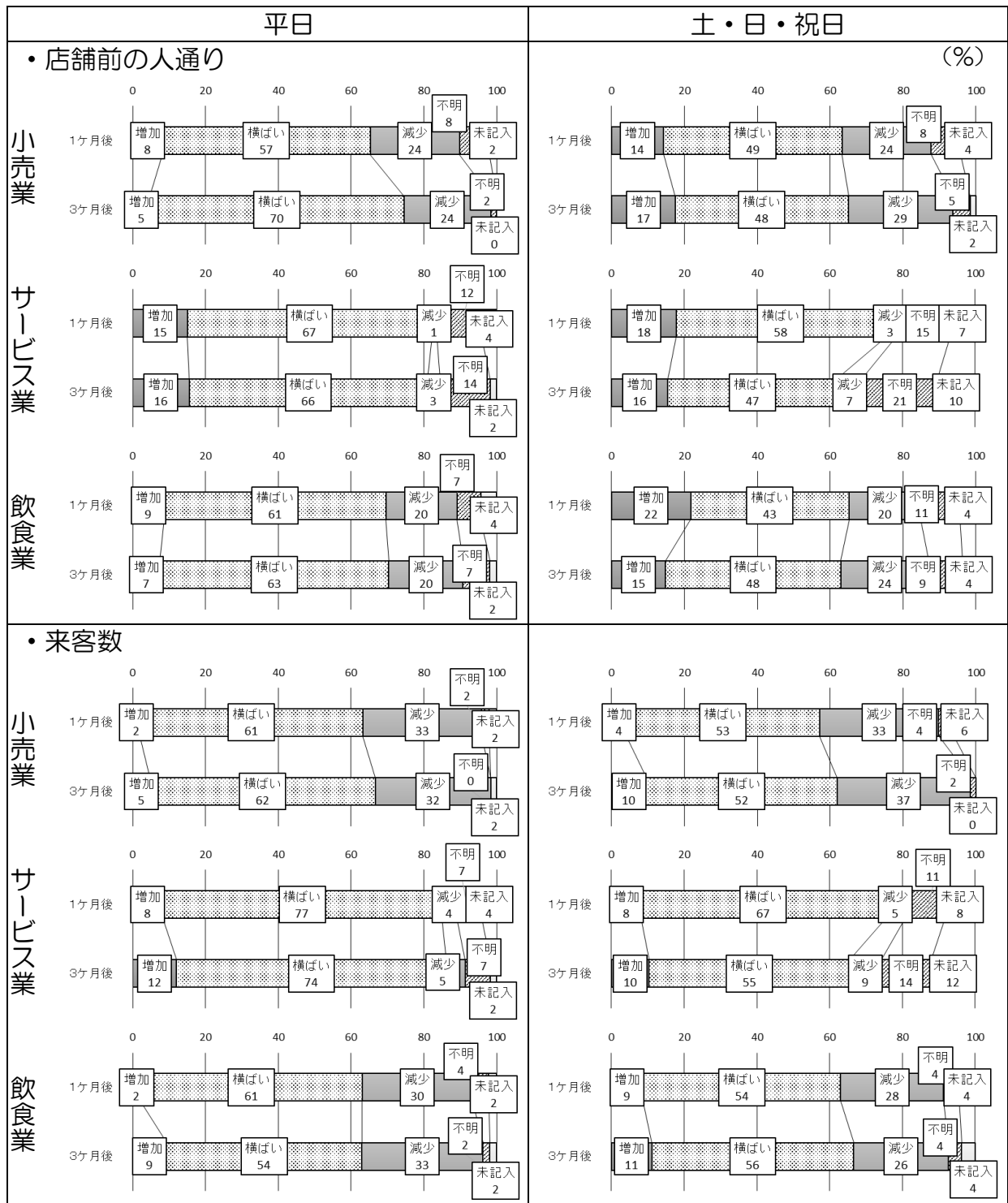
□ 第1回調査と比べて大きな変化はない。

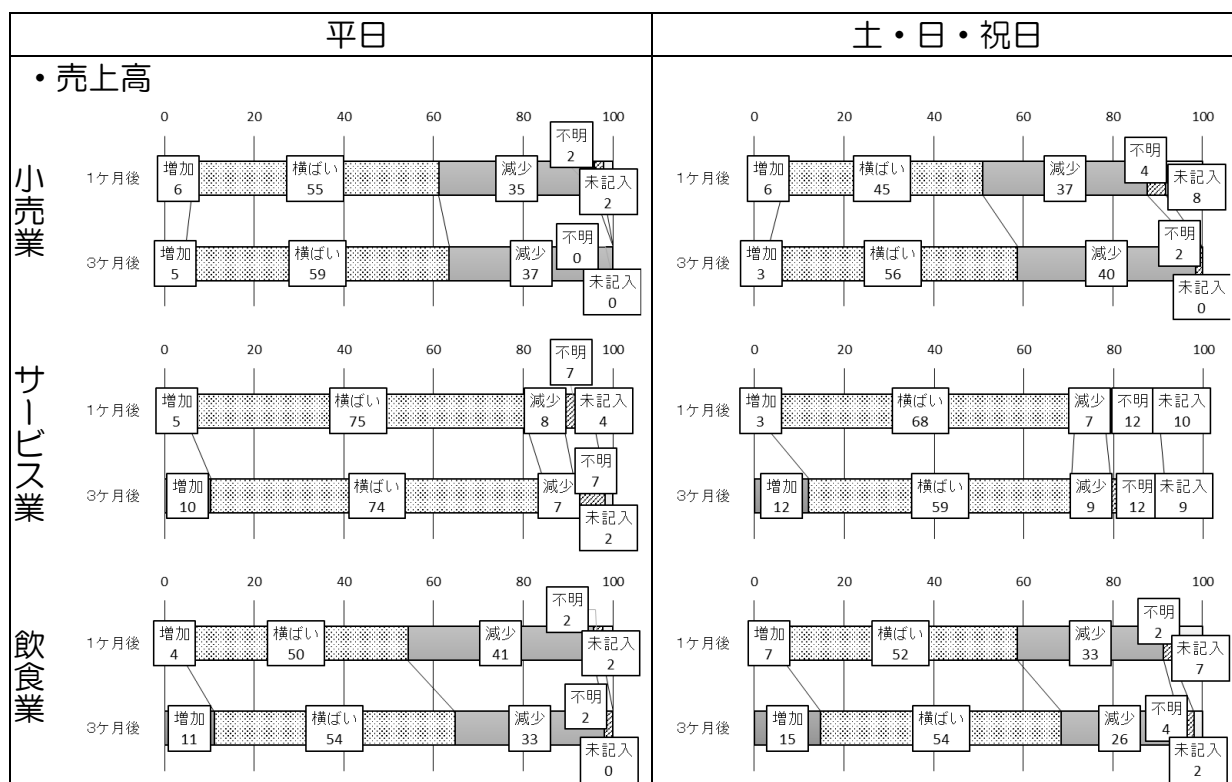
⑤ 「店舗前の人通り」、「来客数」、「売上高」の集計結果（業種別）

3ヶ月後		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	3	5	3	5	3	5	11	17	6	10	2	3
	横ばい	44	70	39	62	37	59	30	48	33	52	35	56
	減少	15	24	20	32	23	37	18	29	23	37	25	40
	不明	1	2	0	0	0	0	3	5	1	2	1	2
	未記入	0	0	1	2	0	0	1	2	0	0	0	0
	小計	63	100	63	100	63	100	63	100	63	100	63	100
サービス業	増加	9	16	7	12	6	10	9	16	6	10	7	12
	横ばい	38	66	43	74	43	74	27	47	32	55	34	59
	減少	2	3	3	5	4	7	4	7	5	9	5	9
	不明	8	14	4	7	4	7	12	21	8	14	7	12
	未記入	1	2	1	2	1	2	6	10	7	12	5	9
	小計	58	100	58	100	58	100	58	100	58	100	58	100
飲食業	増加	4	7	5	9	6	11	8	15	6	11	8	15
	横ばい	34	63	29	54	29	54	26	48	30	56	29	54
	減少	11	20	18	33	18	33	13	24	14	26	14	26
	不明	4	7	1	2	1	2	5	9	2	4	2	4
	未記入	1	2	1	2	0	0	2	4	2	4	1	2
	小計	54	100	54	100	54	100	54	100	54	100	54	100
その他	増加	2	8	1	4	1	4	4	16	1	4	1	4
	横ばい	13	52	18	72	19	76	8	32	13	52	15	60
	減少	4	16	2	8	1	4	3	12	2	8	1	4
	不明	6	24	3	12	3	12	9	36	7	28	6	24
	未記入	0	0	1	4	1	4	1	4	2	8	2	8
	小計	25	100	25	100	25	100	25	100	25	100	25	100
業種未記入	増加	0	0	0	0	0	0	1	33	0	0	0	0
	横ばい	2	67	2	67	2	67	1	33	2	67	2	67
	減少	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	不明	1	33	1	33	1	33	1	33	1	33	1	33
	未記入	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	小計	3	100	3	100	3	100	3	100	3	100	3	100
合計	増加	18	9	16	8	16	8	33	16	19	9	18	9
	横ばい	131	65	131	65	130	64	92	45	110	54	115	57
	減少	32	16	43	21	46	23	38	19	44	22	45	22
	不明	20	10	9	4	9	4	30	15	19	9	17	8
	未記入	2	1	4	2	2	1	10	5	11	5	8	4
	合計	203	100	203	100	203	100	203	100	203	100	203	100

- 小売業では、他の業種と比較して減少との回答が多くみられ、土・日・祝日の売上高が減少したとする回答は40%と5店に2店となっている。
- サービス業では、横ばいとの回答が多い。増加と減少を比較するといずれの項目においても増加の回答の方が多い。
- 飲食業では、横ばいとの回答が多い。増加と減少を比較するといずれの項目においても減少の回答の方が多い。

⑥ 「店舗前の人通り」、「来客数」、「売上高」の集計結果（業種別）について第1回調査（1ヶ月後）との比較





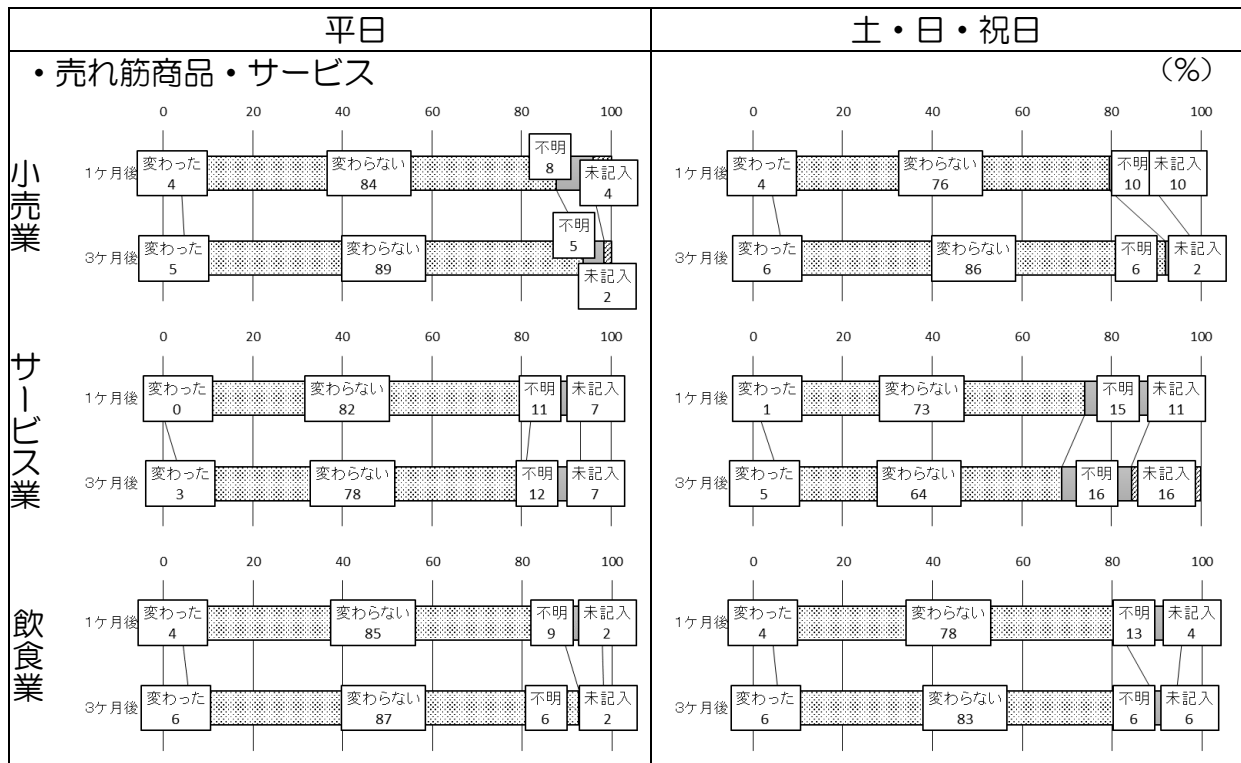
- 「店舗前人通り」においては、第 1 回調査と比較すると平日の変化は少ないが、土・日・祝日については全ての業種で減少したとの回答が増えている。
- 「来客数」においては、平日、土・日・祝日ともに全ての業種で、増加したとの回答が増えている。
- 「売上高」においては、小売業では平日、土・日・祝日とも減少したとの回答が増えている。サービス業、飲食業では平日、土・日・祝日とも増加したとの回答が増えている。

⑦ 「売れ筋商品・サービス」の集計結果（業種別）

3ヶ月後		売れ筋商品・サービス			
		平日	%	土・日 ・祝日	%
小 売 業	変わった	3	5	4	6
	変わらない	56	89	54	86
	不明	3	5	4	6
	未記入	1	2	1	2
	小計	63	100	63	100
サ ー ビ ス 業	変わった	2	3	3	5
	変わらない	45	78	37	64
	不明	7	12	9	16
	未記入	4	7	9	16
	小計	58	100	58	100
飲 食 業	変わった	3	6	3	6
	変わらない	47	87	45	83
	不明	3	6	3	6
	未記入	1	2	3	6
	小計	54	100	54	100
そ の 他	変わった	0	0	0	0
	変わらない	18	72	14	56
	不明	6	24	9	36
	未記入	1	4	2	8
	小計	25	100	25	100
業 種 未 記 入	変わった	0	0	0	0
	変わらない	3	100	3	100
	不明	0	0	0	0
	未記入	0	0	0	0
	合計	3	100	3	100
合 計	変わった	8	4	10	5
	変わらない	169	83	153	75
	不明	19	9	25	12
	未記入	7	3	15	7
	合計	203	100	203	100

- 平日の「売れ筋・サービス」が変わったとの回答は、小売業 5%、サービス業 3%、飲食業 6%となっている。
- 土・日・祝日も同様に、「売れ筋・サービス」が変わったとの回答は、小売業 6%、サービス業 5%、飲食業 6%となっている。

⑧ 「売れ筋商品・サービス」の集計結果（業種別）について第1回調査（1ヶ月後）との比較



□ 第1回調査と比較すると、いずれの業種においても「売れ筋・サービス」に目立った変化は生じていない。

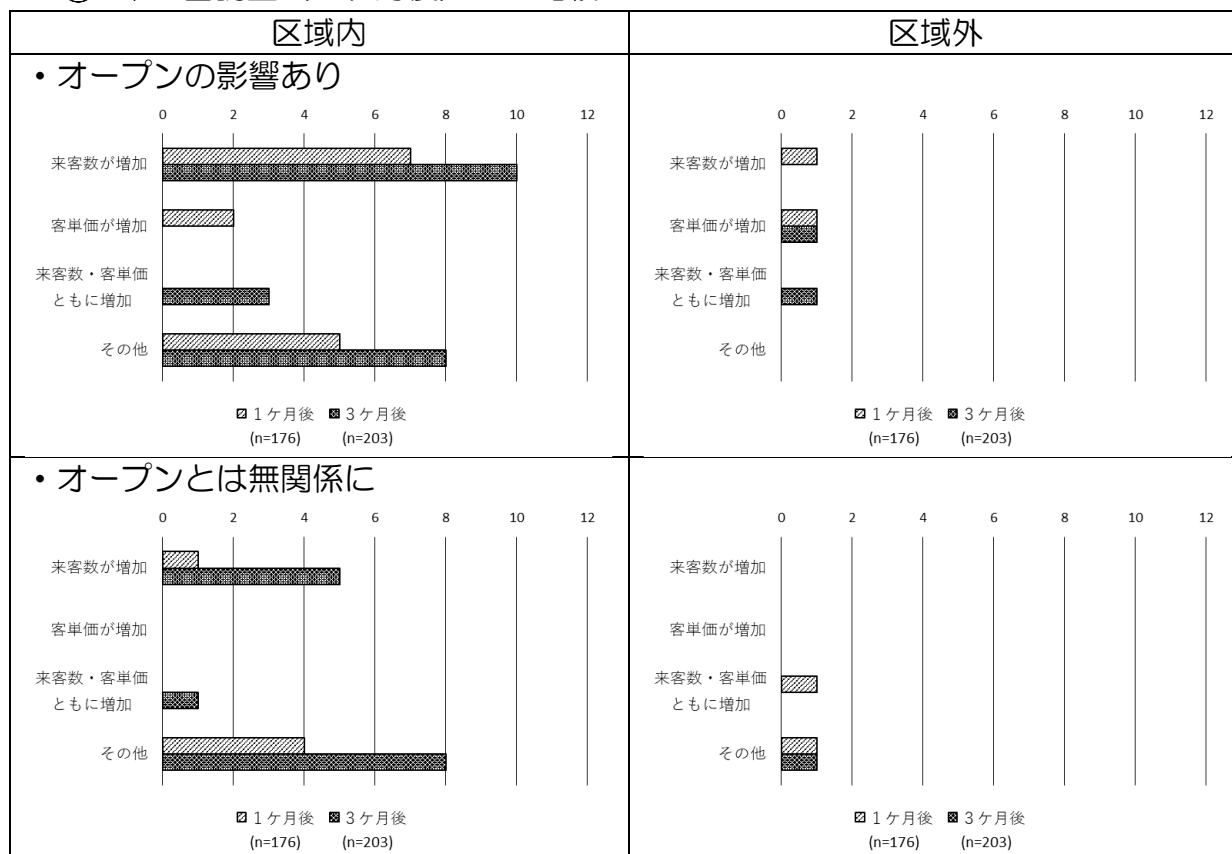
問6. 問5で売上高が「増加した」と回答した方にお尋ねします。その理由は何だと思いますか。

① 集計結果

3ヶ月後	オープンの影響あり			オープンとは無関係に			合計	
	区域内	区域外	小計	区域内	区域外	小計	(n=203)	
来客数が増加	10	0	10	5	0	5	15	7%
客単価が増加	0	1	1	0	0	0	1	0%
来客数・客単価ともに増加	3	1	4	1	0	1	5	2%
その他	8	0	8	8	1	9	17	8%
合計	21	2	23	14	1	15	38	19%

- 売上高の増加に「オープンの影響あり」とする回答（23件）のうち、14件は来客数の増加（61% 来客数・客単価ともに増加を含む）を理由に挙げている。
- 売上高の増加に「オープンとは無関係」と答えた事業者合計15件のうち、6件（43% 同）が来客数の増加を理由に挙げている。

② 第1回調査（1ヶ月後）との比較



□ 第1回調査と比較すると、オープンの影響「あり」、「無関係」いずれも、売上高増加の原因を来客数の増加と指摘する回答が増えている。

③ 「その他」の理由

（オープンとは無関係に）

- 取引先の納入金額が増加した。
- 改装した。
- アベノミクス。

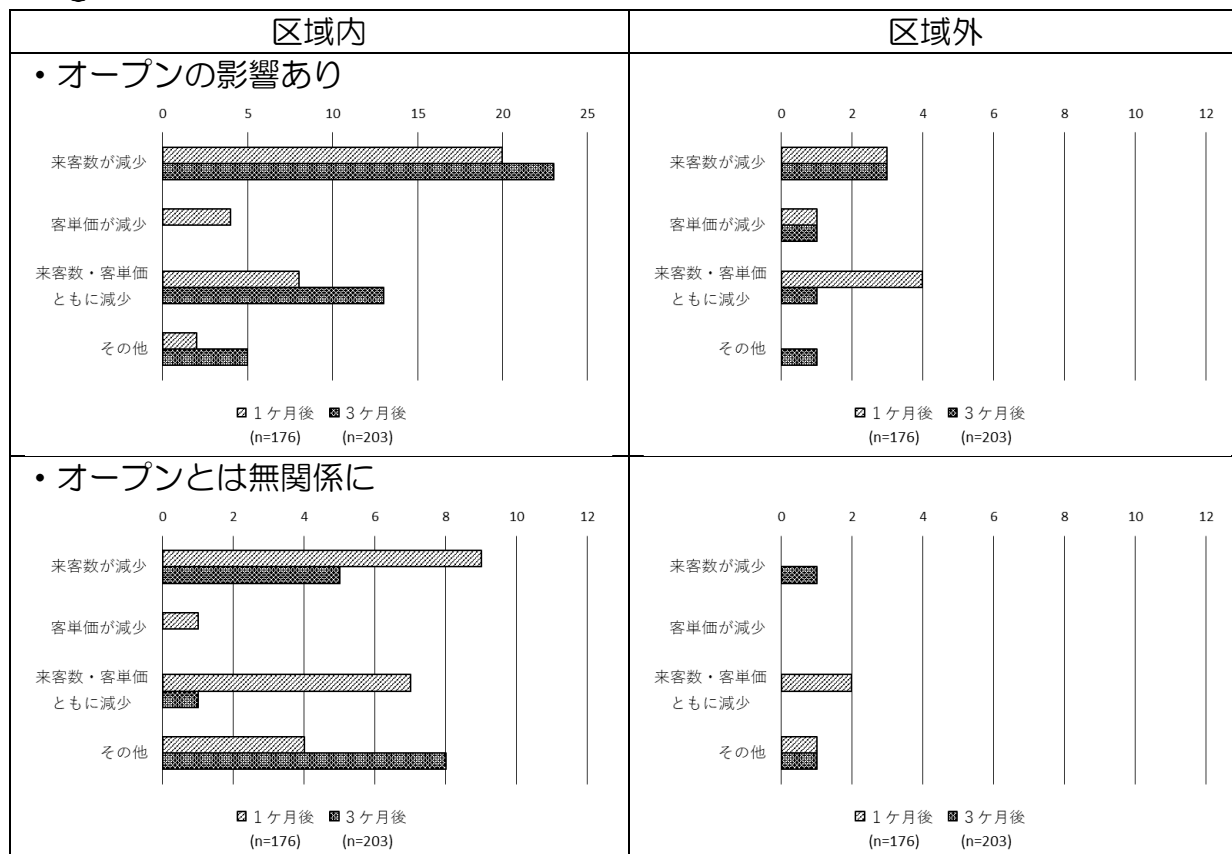
問7. 問5で売上高が「減少した」と回答した方にお尋ねします。その理由は何だと思いますか。

① 集計結果

3ヶ月後	オープンの影響あり			オープンとは無関係に			合計	
	区域内	区域外	小計	区域内	区域外	小計		(n=203)
来客数が減少	23	3	26	9	1	10	36	17.7%
客単価が減少	0	1	1	1	0	1	2	1.0%
来客数・客単価ともに減少	13	1	14	7	0	7	21	10.3%
その他	5	1	6	4	1	5	11	5.4%
合計	41	6	47	21	2	23	70	34.5%

- 売上高の減少に「オープンの影響あり」との回答 47 件のうち来客数の減少を原因とするものが 40 件（85% 来客数・客単価ともに減少を含む）あった。
- 売上高の減少は「オープンとは無関係」との回答 23 件においても 17 件（74% 同）が来客数の減少を原因に挙げている。

② 第 1 回調査（1 ヶ月後）との比較



- 第 1 回調査と比較すると、区域内では来客数の減少を指摘する回答が多かった。
- 区域外では、大きな変化はない。

③ 「その他」の理由

（オープンの影響あり）

- 客足が減った。
- 12 月後半に下落が感じられる。

（オープンとは無関係）

- 影響かどうか全くわからないが 10 月～12 月特にひま、大いに減少。

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。

○集計結果

3ヶ月後	区域内	区域外	未記入	合計	
見直した	14	1	1	16	8%
見直しを検討中	26	1	0	27	13%
見直していない	124	32	0	156	77%
未記入	2	2	0	4	2%
合計	166	36	1	203	100%

- 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8%、見直しを検討中と合わせて約21%となっている。

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。

① 集計結果

3ヶ月後	区域内	区域外	未記入	合計	
				(n=203)	
競合を避ける	4	0	0	4	2%
差別化を図る	27	2	0	29	14%
相乗効果を狙う	11	1	0	12	6%
その他	2	0	1	3	1%

※ 複数回答

- 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14%、相乗効果を狙うが6%となっている。

② 「その他」の理由

- 需要の増加が見込めるため。

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。

○集計結果

3ヶ月後	区域内	区域外	未記入	合計	
企画に参加	33	2	0	35	17%
企画に不参加	78	15	0	93	46%
企画を知らない	52	17	1	70	34%
未記入	3	2	0	5	2%
合計	166	36	1	203	100%

- 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 17%で、34%の事業者は企画を知らないと回答した。区域外の事業者になるとそのほぼ半数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。

① 集計結果

3ヶ月後	企画参加の影響あり			企画とは無関係に			合計	
	区域内	区域外	小計	区域内	区域外	小計		(n=203)
来客数が増加	1	0	1	2	0	2	3	1%
客単価が増加	0	0	0	0	0	0	0	0%
来客数・客単価ともに増加	0	0	0	0	0	0	0	0%
特に影響なし				26	2	28	28	14%
その他	8	1	9	2	0	2	11	5%
合計	9	1	10	30	2	32	42	21%

- 「半券サービス企画」に参加し、その影響があったと回答した事業者からは、来客数や客単価への影響について明確な回答はなかった。

② 「その他」の理由

（企画参加の影響あり）

- 4ヶ月で12名。
- 2名様が半券をお持ちになりました。

（企画参加とは無関係）

- 参加はしていたが、貼りだしていなかった。
- 特に影響なし。
- 半券サービスを使ったお客様がいない。
- 半券サービス1名もなし。映画館から遠いためとも思う。
- 店頭に掲示しているPOPで、後追いでサービスするので今のところ意味がないです。

- 効果なし。
- 全くない。
- 店の前の道路が未完成。店の前の道路が暗い。

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。

① 集計結果

3ヶ月後	区域内	区域外	未記入	合計	
				(n=203)	
集客効果が見込めない	45	10	0	55	27%
費用が掛かる	10	0	0	10	5%
知らなかった	20	3	0	23	11%
その他	16	3	0	19	9%

※ 複数回答

- 集客効果が見込めないが総回答数の27%、知らなかったとの回答が11%であった。

② 「その他」の理由

- 効果がない。
- このような集客のやり方を好まないの。
- 企画参加等については本部決済が必要。
- 府中とか南大沢にはたまに行きますが、調布は東宝系じゃないので行きたくない。
- 手が回らない（スクラッチも同様）。
- 申し込みを忘れた。次の機会があったら参加したい。
- フランチャイズ契約との兼ね合い。
- まだ半券扱っていますか？と言われたことがない。
- 割引や特典等を調布支店のみで行うことができないため。
- チェーン店なので、本部に相談が必要なため店舗の判断で行えず、業務における手間や時間がかかる。
- 映画館来客者との相関性がないようなので、不参加でしたが、今後検討するか・・・。
- 金融機関のため。
- 調布と布田間が距離的に離れているので、集客につながらないと思う。
- 本社の了解を得にくい。
- 1人で営業しているため、色々できない。
- 関心を持たなかったため。
- 参加する期限を逃した。

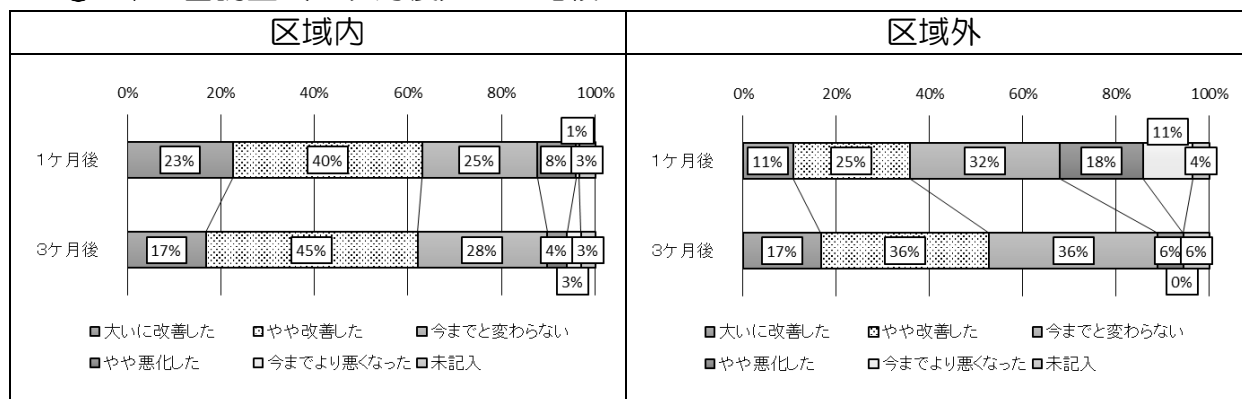
問 13. オープン後の「街のにぎわい」についてどう感じますか。

① 集計結果

3ヶ月後	区域内		区域外		未記入	合計	
	回答数	%	回答数	%	回答数	回答数	%
大いに改善した	28	17%	6	17%	0	34	17%
やや改善した	75	45%	13	36%	0	88	43%
今までと変わらない	46	28%	13	36%	1	60	30%
やや悪化した	7	4%	2	6%	0	9	4%
今までより悪くなった	5	3%	0	0%	0	5	2%
未記入	5	3%	2	6%	0	7	3%
合計	166	100%	36	100%	1	203	100%

- 高評価する回答（「大いに改善した」と「やや改善した」の合計）は60%と半数以上となっている。

② 第1回調査（1ヶ月後）との比較



- 区域内の事業者では高評価する回答が全体的には変化がなかったものの、「大いに改善した」との回答が減少している。区域外では、区域内に比べて低いものの、今回の調査では高評価が大きく増加し過半数を占めている。

問 14. オープン後の人の流れについてどう感じますか。

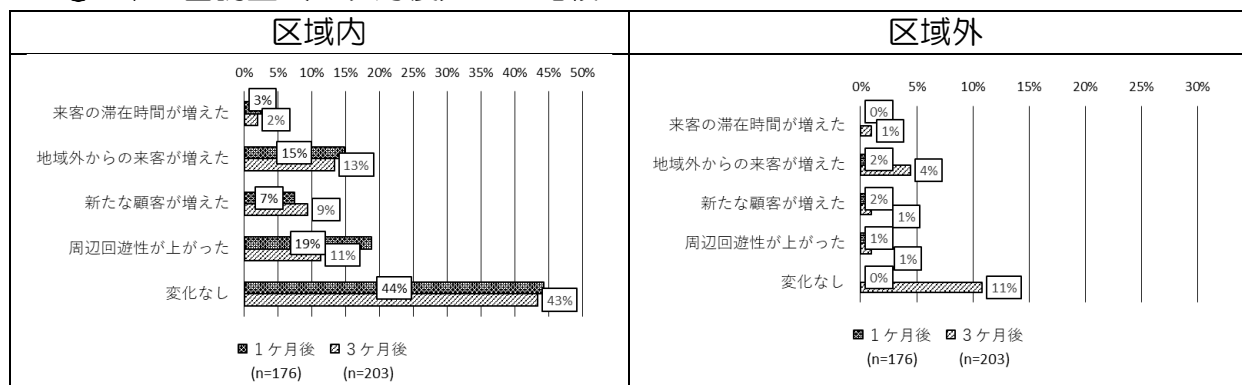
① 集計結果

3ヶ月後	区域内	区域外	未記入	合計	
					(n=203)
来客の滞在時間が増えた	4	2	0	6	3%
地域外からの来客が増えた	27	9	0	36	18%
新たな顧客が増えた	19	2	0	21	10%
周辺回遊性が上がった	23	2	0	25	12%
変化なし	88	22	1	111	55%

※ 複数回答

- 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、人の流れが良くなったと回答した事業者と、変化はないと回答した事業者とに大きく2つに分かれた結果となっている。

② 第1回調査（1ヶ月後）との比較



- 第1回調査に比べ、区域内では新たな顧客が増えたとする回答が増加した半面、地域外からの来客や周辺回遊性などを指摘する回答が減少している。
- 区域外では変化なしとする回答が多い。

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。

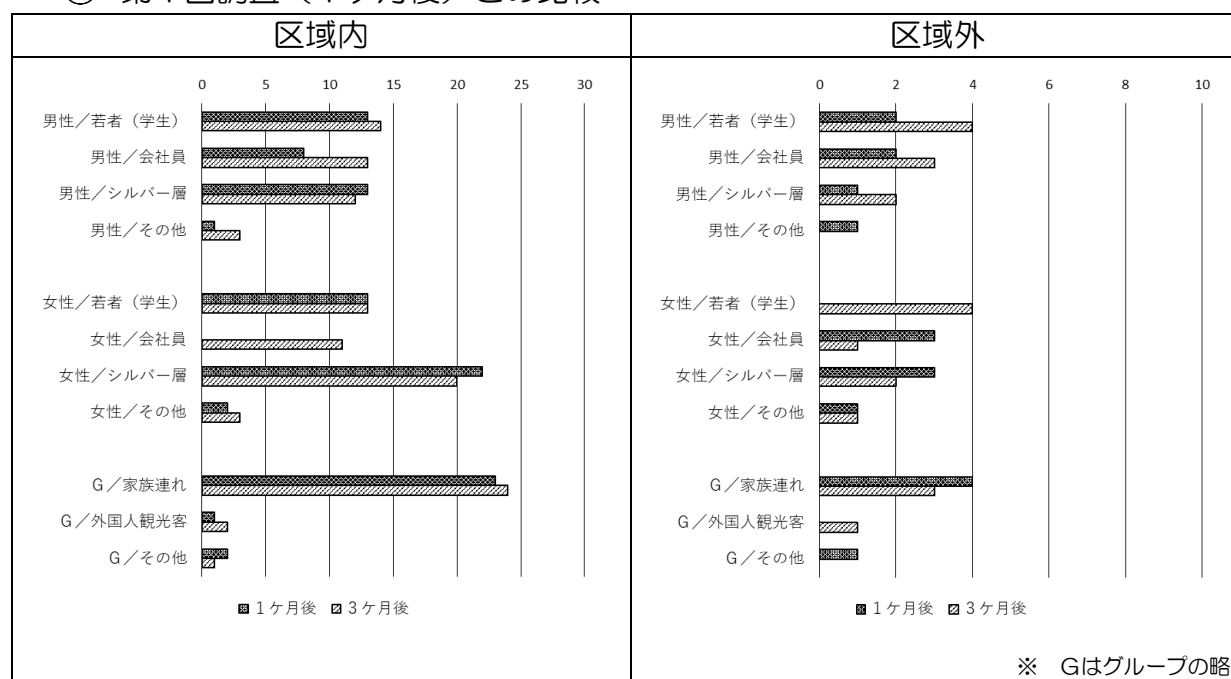
① 集計結果

3ヶ月後		区域内	区域外	合計	
				(n= 203)	
男 性	若者（学生）	14	4	18	9%
	会社員	13	3	16	8%
	シルバー層	12	2	14	7%
	その他	3	0	3	1%
女 性	若者（学生）	13	4	17	8%
	会社員	11	1	12	6%
	シルバー層	20	2	22	11%
	その他	3	1	4	2%
グ ル ー プ	家族連れ	24	3	27	13%
	外国人観光客	2	1	3	1%
	その他	1	0	1	0%

※ 複数回答

- 区域内では、新たな顧客層として家族連れ、シルバー層の女性を指摘する回答が多い。
- 区域外では、男女とも若者（学生）を指摘する回答が多い。

② 第1回調査（1ヶ月後）との比較



- 第1回調査と比較すると、区域内では会社員（男女とも）の増加を指摘する回答が増えている。
- 区域外では、女性の若者（学生）の増加を指摘する回答が新たにあった。

③ 「その他」の理由

- 男性：外国人。
- 女性：主婦、中年層。
- グループ：カップル。

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。

① 集計結果

3ヶ月後	区域内	区域外	未記入	合計	
ない	129	25	1	155	76%
ある	13	0	0	13	6%
未記入	24	11	0	35	17%
合計	166	36	1	203	100%

□ 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6%である。区域外の事業者は新たな取り組みを行っていない。

② 具体的な独自の取り組み内容

- 街の紹介をHPでアピールしている。
- 改装工事をしている。
- 競合店の弱いアイテムの品揃え。
- 値段の改善。
- 動員企画の展開。
- 商品の「一番押し」の強調。
- 宅配しているので範囲を広げた。
- 改装。
- 看板へのチラシの設置。
- PBブランドの商品増加。
- 折り込み広告を出した。
- 新メニューを作成、大辛チャレンジに参加。
- トリエ調布A館のお店ほぼ全部に名刺とプレゼントを持って挨拶に行きました。

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。

① 期待すること

(街の活性化・集客)

- 調布の活性化（複数）。
- 活性化。
- 調布の中心となって人をたくさん呼んでほしい。
- 調布駅周辺の人口増加。
- 活性化、賑わい、経営、景気向上。
- 地域外から人を呼ぶこと。
- 市外からの集客、注目。
- 調布で買い物をする人や映画を見に来る人でにぎやかな町になって欲しい。
- 調布駅の駅前の人のにぎわい。
- 商業戦線では、他の市からの顧客を呼ぶ。
- 来客数増加。
- これまで外部に流出していた客層を戻している。
- 地域活性化に伴う地域の繁栄。
- 幅広い需要の客層の増加。
- 市民の増加。
- 他府県の方々を呼び込んで欲しい。
- 集客。
- 明るくなり、街のにぎわいに効果あり。
- 新しい顧客の創出。
- 市内は勿論のこと、市外からのお客が増えると良い。
- 調布駅の利用者増加。
- 調布駅の利用者数（来場客数）がさらに増えること。
- 市外からの集客。
- 街の活性化。
- 調布市以外からのお客様の来店。
- もっと賑わってほしい。
- 今のままで良いと思う。このまま続いて欲しい。
- 街の活性化、魅力ある街づくり。
- 市外からのお客様の来店。
- 街自体を活気づけてくれること。外からの人が増えること。
- 調布の街をもっと盛り上げ、共に頑張りたい。
- 客数、売上げの増加。
- 街全体が活性化につながれば幸いです。
- 調布の街全体が活気づき、商店全体の売上が増える事により、地域の方々の雇用も増える。
- 常に新鮮な情報を発信し続けて、調布の賑わいを保ってほしい。
- 市外の方に来ていただけることを期待したい。

- 調布の活性化。
- 賑わってほしい。

（周辺との連携・回遊性）

- 折角集客しているので、地域への案内も加える事で相乗効果を上げる。
- 地域との連携。
- お買い物もお食事にもぎわってとても良いことと思いますが、駅近の商店の宣伝もしていただけたらと思います。
- 調布駅周辺以外にも集客につなげて欲しい。
- 回遊して欲しい。
- 地域外からの来客が増えて、周辺にも立ち寄って頂きたい。

（街のイメージ・知名度アップ）

- 町全体の盛り上がりの牽引役。イメージ向上。
- 調布の知名度UP。
- 「調布が楽しい街だ」と思ってもらえるキッカケになれば。
- 調布以外在住の方がもっと街を認知し、立ち寄って下さるキッカケに。
- 地域外からのお客様がもっと調布市に来ようと思うようなPR。もっと調布市の事を知ってもらえるよう有名になって欲しいです。

（イベントの実施）

- 駅前広場・通りのイベント、ハッピー祭りとかクリスマスとか、イルミネーションとか。
- 季節ごとのイベントの企画、調布以外から来客があるような大きいイベント。
- イベント等で活気が常にあっていてほしい。
- 地元商店街と連携した地域イベント。
- スペースを地元企業に無料開放する（短期イベント等）。
- 街全体が一体となったイベント等があった方がよい。
- 国領まで周遊するとは思わないが、名所巡りで立ち寄ってもらえれば良い。
- 駅前広場の活用（トリエとの連動）。
- 早く駅前広場を完成してほしい。

（トリエの魅力の維持・向上）

- 新しい店舗や人気のSHOPが入ったりしてとても新鮮です。これからも調布に集客するよう、リピーターを増やしてほしいです。
- 品揃えが都心で購入できるものではない感じなので、改善を望む。
- 2F～4Fの物販店舗の充実化。
- 店舗の充実。
- 成城石井の動線改善。

- 成城石井の集客力。
- トリエ調布内のテナント早く変える、常に目新しいテナントの導入（既に落ち着いている感は否めない）。
- 地下街をもう少し充実させてほしい。

（その他）

- 継続的に調布に事業を拡大してほしいです。
- 評判のよい事業が増えること。

② 不安なこと

（駅周辺への客の集中・独占、競争激化）

- 多摩川の住んでいる所には商店が数軒しかいないため、皆駅（調布）の方に買い物に行くため通過するのみである。
- 人材難、売上・客数減。
- 駅まわりに人が集中していること。
- 客減少。
- 今までの商店やお客様が減ってしまうのがとても心配です。
- 周辺商店街の過疎化。
- 地元の方の流れが大きく変化している。
- 駅前周辺はにぎやかだが、まわりの商店街までは人が行かない。
- クリスマスなどのイベント時の客数減。
- トリエ調布に顧客が集中してしまうことによる商店街の衰退。
- 調布の人通りが駅前のみに集約されること。
- 競合店出店により売上激減、存続の危機。
- 飲食業が増えること。
- 空き店舗が増えること。
- 商店街店舗の閉店があいつぎ、商店街の活気がなくなること。店頭でのPRも通行人のみで、商品に興味を持つ人が少ない。
- トリエの中に留まる傾向にならないように、周辺回遊の動きに結び付けていってほしい。
- トリエ調布のみの集客となり、周囲への波及効果に不安あり。
- 調布駅前のみになること。
- 集客が調布駅のみに集中してしまうこと。
- 駅前だけに人が集中すること。
- 客が調布駅周辺に流れている。
- 特に飲食の競争が激化し、個人商店や規模が小さい店が存続難に。
- トリエの一人勝ち。周辺の商店にお客様が流れず。
- 活性化しているのは駅周辺だけ。旧甲州街道沿いのお店は辛そうで。

（交通渋滞・混雑）

- 渋滞（複数）。
- 混雑。
- 来客の自家用駐車に関し、道路渋滞ができており、分散必要があると感じる。

（治安悪化）

- 治安の悪化。客数、売上の減少。
- 治安。

（一過性、トリエの魅力低下）

- 映画館が閑散としており、潰れないか不安。
- オープンから3ヶ月がたちましたが、平日の夜などは、お客様がやや少なく感じます。集客する為に何か考えないと。
- トリエ調布そのものの集客力がキープされるかどうか。
- 飲食店の評判がよくない。
- まだ地域に溶け込んでいない。周辺との連携が必要と思う。
- 平日のトリエがガラガラ。
- 成城石井以外の集客力。
- 2F・3Fのテナントの撤退を不安と感じる。
- 一過性、ブームが去る。
- トリエの盛り上がりが落ち着き、トリエ自体がさびれてしまうこと。
- 一次的なブームで終わらないでほしい。
- しばらくして客数が減り、店内がさびしく見えること。
- 時が経つにつれ、トリエ自体の集客が減り、周りも寂れてくるのではと不安に思う。
- 魅力がなくなること、変化がなくなること。
- 規模的には小さいのであまり滞在時間が少ないのではないのでしょうか。
- 店のラインナップがつまらない。
- 他の駅ビルと同じような「チェーン店」「どこにでもある店」が並ぶようにはして欲しくないです。
- 早々に集客力をなくすこと（飽きられる）。
- 何のコンセプトで造ったか分からない。

（その他）

- イルミネーション等の季節行事が行われない。
- 求人かけても人材が揃わない。
- 変化なし。

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。

① 集計結果

3ヶ月後	区域内	区域外	未記入	合計	
				(n=203)	
商店街のPR冊子	45	7	0	52	26%
商店街のイベント	54	9	1	64	32%
売上アップセミナー	7	3	0	10	5%
アドバイザーの派遣	6	0	0	6	3%
補助（金）事業	22	4	0	26	13%
その他	13	1	0	14	7%

※ 複数回答

- ☐ 区域内では商店街のイベントとの回答が32%と最も多く、続いて商店街のPR冊子の26%、補助（金）事業の13%となっている。
- ☐ 区域外でも同様の傾向がみられる。

② 自由記入：その他（具体的に）

- FC 東京のように、街路灯への旗を今後も提供してほしい。
- コラボキャンペーン。
- 一緒に行うイベントやお祭りなど。
- 共同でのイベント開催。
- 調布市全体のイベント等があればいいと思います。
- 地下通路、電車内広告、調布駅内広告、トリエと提携サービス。
- 調布駅周辺のイメージアップ。都心のイメージを押し出す。
- 商工まつり等で配布したチラシを持って来て下さった方がいた。
- そもそも共存という概念がないため、回答できない。
- なぜ共存していかなければならないのか、理由は？
- 個人店なりの強みを生かして商売をしていくこと。

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。

○自由記入

(商店街や地域との連携・イベント開催)

- いろんなイベントをやって、共に盛り上げてほしい。
- 飲食店の仕入れを調布市内の店舗より仕入れ、協力を依頼し、積極的に PR する場の提供。
- トリエと共に PR 冊子とか、イベント（を開催）してくしかないと思います。トリエに対抗するのはかえってよくないのでは？
- 店が西調布にあるので、調布駅周辺だけでなく布田、西調布、国領などに広げられるイベントが必要。調布市全体の活性化につながることをしたい！！
- トリエに来たお客様が町中を歩いてもらうために駅前から商店街を通って行くような施設をふやしてほしい。
- 商店街のイベントを増やす（毎年のスクラッチみたいの）。
- トリエ周辺で一体となったイベント等をしてください。
- トリエ側からも競合しない業種についてコラボや企画を周辺店舗と行ってくれれば・・・。
- 半券サービスとはべつに、物販向けの企画が必要。例えば調布映画祭とか GW 期間に大型店商店街協同企画を検討する。
- 映画祭開催。
- 共通販促がとればいいと思う。
- トリエとタイアップした企画。
- トリエと商店街の一体化、トリエと駅周辺の緑地の一体化、街路地の統一、全体的に美しく。
- トリエ調布が調布の情報発信の場になってくれたらよいと思います。
- 商店会との共同イベント。
- 商店会費を払っていても、イベントで使われるような独自の対策がないので、商店街を活気づけるような催しものを作って、トリエ調布や布田神社、神代寺に来られた方のアピールをしてほしい。
- 地域と連携した事業やイベントの開催は必要。
- 地域の活性化。調布の方が時給も高く、働く所も多いため、人が調布に流れ、買い物もそちらで済ましてしまう。
- 京王線沿線の取り組みで、何かイベント等を行い（スタンプラリー等）、周遊してもらい、少しでも寄ってもらうこと。
- 共同でのイベント開催。
- 街全体でのお祭り等のイベント。
- トリエで行うイベントと連動した企画を作る等、トリエと商店街が一体化していることをアピールする。
- スクラッチはとても助かっています。トリエ調布は通り道ではないので特にはないが、商工まつりでのチラシ配布等で興味を持って来ていただけたらよいと思って

います。

- 小さな商店にも賑わいがもっと出てくるような施策。
- 旧道沿いのお店にどうやってお客さんを連れて行くかを考えたいです。トリエが繁盛して、旧道沿いの店が潰れても嬉しくありません。上記「その他」に書いた事（地下通路、電車内広告、調布駅内広告、トリエと提携サービス。）もできたらいいな。

（その他）

- 自助努力、景観美化。
- トリエ調布には金融機関の店舗はなく、共存できると思います。
- 個人商店の専門性とコミュニケーションを生かす。
- 市より共存のための補助（金）を近隣各商店会へ支給してもらいたい。
- 市や町がどのような街づくりを目指しているのかをもっとアピールしたほうがいい。
- 企業の誘致、税金の優遇、補助金、市のバックアップなどがより豊かで、より市全体の活性化になると思います。
- 駐輪場や、人の集まる施設を駅前だけでなく、少し離れた場所にも造って欲しいです。点在していた駐輪場が無くなり、人の流れが全くなくなりました。
- 共存は難しい。
- 調布駅周辺には人がたくさん集合してる感がありますが、普段の買い物は近くで済みますので、特にトリエの共存は考えていませんし、共存事態わかりません。
- 街がにぎやかになり活気を感じます。
- 集客につながると良いですが・・・。
- 駅より離れているコンビニなので、特になし。
- 当社は教材の編集制作プロダクションですので、商品売ってはおりません。トリエ調布ができてにぎやかになったと思いますし、調布の発展のためには喜ばしいことだと思います。
- 私のところは駅から離れているので、トリエの影響はほとんどありません。

問 20. 他に何かご意見があれば、ご自由にご記入ください。

① 意見

(肯定的な意見)

- 特殊な店なので、自店への影響は全くないのですが、”調布にあります”ということに付加価値をいただいた気がしています。今のところ店としてより、個人でトリエを利用して、ささやかながら力になりたい！と思っています。
- Xmas プレゼントは府中・聖蹟桜ヶ丘に行っていましたが今年はトリエで購入しました。調布・市場の活性化には十分頑張りたいと思います。
- トリエ調布が街のイメージアップになるように！！

(ネガティブな意見)

- 旧甲州街道布田 2 丁目は、商店も減少し人通りも減少している。
- 布田駅なので、半券サービスは利用ないです。
- 太陽があたらなくなってしまい、とてもさびしい！！
- イオンシネマに文化的な感じがほとんどない。本当の意味での映画ファンを集めることが出来そうにないな～。
- トリエ調布周辺と ABC 館を結ぶ動態のみが活気づいただけ、ABC 館の内容も若い女性をターゲットとした他の複合ビルとかわらない。
- トリエの駐車場使用料金が為に、パルコ等へ自家用車を駐車するお客様が多いようです。よって駅前通りに渋滞ができる原因となっている。
- パートが増々集まらなくなった。
- トリエに来て周辺にどんな店があるかという情報をトリエから発信しない限り、お客さんが周辺に流れることはないと思う。(トリエのために調布に来ているのだから)。
- トリエには椅子が少なく年配の人が行きづらいそうです。
- できることであれば、もう少し大きな規模のものを造って欲しかった。5 階建位はあまりインパクトが少ない。府中駅の方が大きい。
- 調布の街を PR する方法が下手だと思います。PR できることが山ほどあるのに、それを生かしていないのがもったいないと思います。
- トリエのテナントが今一つ調布に合っていないように思える。どこの街でも同じようなSHOPばかりで、個性がない。

(中立的な意見)

- 地域外からのお客様の誘致はなかなか難しいので、地域の人に愛される店にしていかなければと思います。
- 企業が自社グループの売上につながる事は、最優先で行うのは当たり前であり、周辺との共存は視野に入っていない為、行政もしくは、それらに準ずる団体の思惑には、当てはまらないと思いますが・・・如何か。
- オーナー体調が悪いため(事故によるもの)、今年の 3 月いっぱいまで店を終えますので、今までありがとうございました。

- 当店は洋菓子店なので、調布市に根付くお土産菓子を考えています。調布市全体で販売できる売り先を考えています。
- 卸売業なので具体的には解答できませんが、よろしくお願い致します。
- トリエを意識する必要を感じない。トリエトリエと騒ぎすぎる。
- 弊社店舗は東京都道路拡張計画に入っており、時期は未定ですが企画等に参加できません。
- 駅周辺がにぎやかになったことは大いに喜ばしいことですが、私どもの小売業にはあまり影響がなく、横ばい状態です。日本の根本の景気が良くなってほしいと思っております。
- 現在小売をしていないので、影響ありません。
- 一点集中し、そこだけに集まってしまう為、各自が魅力を発信しないとならないが、なかなか難しい。
- 会社が退いたための影響が大と思われます。
- 卸売業なので、力になれる回答でなくすみません。宜しくお願いいたします。

② 提案

- トリエ調布Cへの通行人が車にひかれてしまいそう。信号が必要だと思う。
- バス、タクシー乗り場を含めた回遊性の向上、広場の特徴を出すともっと明るく。全体に暗いが東口周辺が特にやや暗い。甲州街道から品川道までの広範囲な口の字の一体化した街づくりが必要。吉祥寺を超えるイメージを作ることが肝要。
- 早く線路跡地の開発を進めてほしい。
- 駅前広場に緑と水が必要。
- 一時に比べ少し渋滞は緩和されましたが、パークキングの案内等しっかりして交通渋滞を無くして欲しい。
- 調布駅周辺に人が殺到しているように見受けられ、他の駅周辺は閑散としているようだ。もう少し人が集まるような施設やイベント会場等作ってほしい。
- スクラッチの内容をもっと良くしてもらいたい。
- 駅の近くに吉祥寺のハモニカ横丁のような狭いエリアに小さな個性的な店が集まっている所が欲しい。
- 京王線側道沿いの動員は顕著だが、旧甲州街道への回遊性のUPを検討して欲しい。
- トリエが建物だけでなく、周辺も含めてトリエっぽく楽しめる空間が欲しい。一回でなく2,3回と楽しめるような外観、休める場所。
- トリエ調布にPR用掲示板があると良いかもしれない。
- 子供が遊べる施設・場所の多様化。映画の町をアピールするなら、映画とサバゲーをコラボして屋内ステージを作って老若男女の人を呼び込み、体験できるようなものもありでしょう。
- トリエ調布以外の活性化も必要だと思います。
- 当店前に、放置自転車、ゴミ等が増加しています。自転車置き場の案内や、ゴミを捨てないように警備して欲しい。

- スマホ等で写真を撮りながら商店街を回ってもらう等、スタンプラリーと同じですが、写真を撮る場所を数か所設置、色々歩いてもらい、今まで知らなかった店を知ってもらう。ベンチの増設。

以上