

アクション2 調布のまちの魅力発信

1 魅力発信の機会

平成 24(2012)年

京王線地下化

大きく変貌する調布のまち

◆京王線地下化に連動する調布のまちの骨格づくり

- ・駅前広場
 布田駅：平成27(2015)年3月 交通開放
 平成29(2017)年6月 上屋整備完了
 国領駅：平成28(2016)年3月 交通開放
 平成30(2018)年1月 上屋整備完了
 調布駅：平成28(2016)年度～ 北側から段階的整備
 (平成26(2014)年10月事業認可取得)
- ・鉄道敷地
 【平成28(2016)年度】端部に防災倉庫、福祉施設整備
 自転車駐車場（3箇所）整備
 【平成29(2017)年度】自転車駐車場（1箇所）整備
 【平成30(2018)年度】自転車駐車場（1箇所）整備
 (令和6(2024)年度まで段階的整備)
- ・調布駅南北再開発：平成27(2015)年度までに竣工
 (南口東, 北1A, 北1B) など



◆新たなシンボル・ランドマークの誕生

- ・深大寺の白鳳仏（銅造釈迦如来倚像）の国宝指定
 (平成29(2017)年9月) <白鳳仏>
- ・シネマコンプレックス（シアタス調布）を含む
 トリエ京王調布の開業 (平成29(2017)年9月)
- ・武蔵野の森総合スポーツプラザの開業（東京都）
 (平成29(2017)年11月)



<トリエ京王調布>

<武蔵野の森総合スポーツプラザ>

令和元(2019)年

ラグビーワールドカップ2019™日本大会

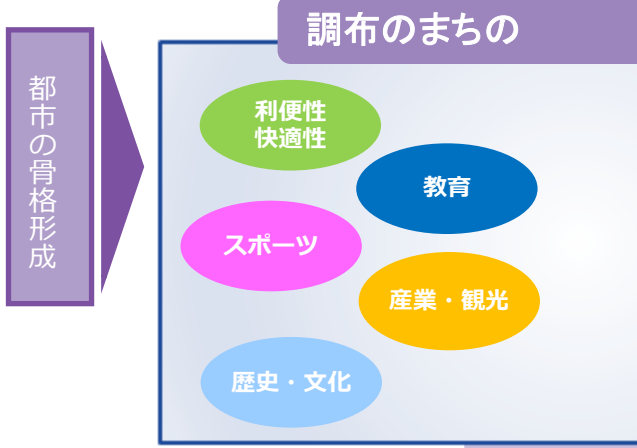
令和 2(2020)年

東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会

2 魅力発信のねらい

魅力発信の目的

調布のまちの魅力を高め、その魅力を発信するとともに、市民の調布のまちジェクトを基軸とした施策の推進、都



更に魅力あふれる豊かな

多様な魅力を再発見し、

- 【取組の視点】
- 市内外に発信
 - 市民や事業者との協働

- 【多様な発信媒体の活用】
- インターネットやSNSの活用
 (HP・facebook・twitterなど)

目指す効果

だれもが住みたい
と思え

調布のまちの
(都市として

だれもが訪れたいと

3 魅力発信の展開

多様な媒体を活用し市内外に積極的に
に対する愛着と誇りを高め、重点プロ
市としての付加価値の向上につなげます。

魅力の要素

安全・安心

自然・環境

住みやすさ

子育ての
しやすさ

コミュニティ

福祉

新たな課題への対応

まち調布の実現へ

磨き, 発信する

【推進体制】

- 庁内連携
- 商工会や観光協会,
NPO等との連携

- 市民や事業者との連携による
情報発信
- 市民交流イベントなどの活用

住み続けたい
るまち

魅力の向上
の付加価値)

と思えるまち

魅力の発掘

魅力の再発見

- 庁内検討やアンケート調査・モニタリングによる
新たな魅力の発掘
- ワークショップなど, 市民参加・協働により,
調布の魅力の気づき・再発見

魅力の磨きあげ

魅力の結びつけ

- 施策の展開により魅力を高める
- 魅力と魅力を結びつけて相乗効果のある新たな
魅力を創出

魅力の発信

- 多様な発信媒体を活用し, 市内外に発信
- 調布に行ってみたいと思わせる情報発信

【様々な人へ向けて発信】

(例) ユニバーサルデザイン・多言語表記

【様々な手法で発信】

(例) ホームページ・SNS・動画配信
マスメディア

研修や研究を通じて各職員が発信手法を
学習・習得・実践

魅力の実感

- 調布市に住む人が「住んでよかった」と思える
調布市の魅力を実感
- 調布市を訪れた観光客等が「来てよかった」と
思える調布市の魅力を実感

新たな魅力の発掘・再発見へ

