

川崎市商業振興ビジョン（素案）の概要

序章 商業ビジョンの策定にあたって

本文
3～8P

1 背景
 現行の商業振興ビジョンの策定から7年経過し、商業を取り巻く環境が大きく変化しているため、川崎市地域商業振興ビジョン検討委員会の報告書に基づき、今後の商業振興の指針となる「川崎市商業振興ビジョン」を策定した

【施策展開等に必要視点の整理】

- (1) 高齢化等の進展
- (2) ライフスタイルの多様化
- (3) 環境問題の意識化
- (4) 安全・安心ニーズの高まり
- (5) 国際化の進展
- (6) 地域間競争の高まり

2 ビジョン策定の新たな視点

今回のビジョン策定にあたり、新たな視点と考えられるのは次の4点である

- (1) 地域を一体に捉えた「商業集積エリア」の振興
- (2) 「個店」単位での商業振興
- (3) 地域課題の解決を通じた商業振興
- (4) 多様なネットワークの構築・活用

【本ビジョンの策定期間】

- ・平成21年4月から概ね10年間
- ・ただし、社会経済環境の大きな変化等により見直す

第I章 川崎商業の状況

本文
11～61P

商業統計や、商店街・消費者アンケート調査等の結果から川崎商業の状況を分析し「機会・強み」、「課題」及び「市民ニーズ」で整理した

【機会・強み】

- 都市拠点開発、話題性の高まり
- 世界的企業の研究開発の拠点
- 人口増加傾向の継続、若い世代の人材が豊富
- 多様な産業・機能と昼間人口などのマーケット
- 地域商店街への期待と利用する消費者が多い
- ホームタウンスポーツが活発
- 音楽、映像など芸術・文化資源が豊富
- 多摩川・生田緑地など豊かな自然 etc

【課題】

- ◆業種構成の偏り
- ◆商店街組織力の低下
- ◆後継者不足、経営者の高齢化
- ◆少子高齢化の進展による事業者の対応
- ◆消費ニーズや個人の価値観の多様化・高度化
- ◆業種・品揃え不足等による商店街の賑わい低下
- ◆生活の安全・安心を支えるサービス提供
- ◆増加する観光客等を取り込む地域商業
- ◆競争力を高める地域ブランド力の向上
- ◆地域課題の解決に向けた地域商業・商店街
- ◆魅力ある店舗が少ない etc

【市民の商店街に対する期待】

- ▲市民の7割が身近な商店街を利用
- ▲商店街は高齢化社会において不可欠
- ▲商店街に対し品揃え不足等の不満あり
- ▲魅力ある商店街は住環境を高めると認識 etc

現行のビジョンとの相違点



第II章 商業振興の基本的考え方

本文
65～71P

1 商業振興の方向性

第II章で明らかにした強みを活かし課題を克服するため、6つの商業振興の方向性を求めた

- (1) 商店街組織力や個店の強化
- (2) 商業ネットワークの構築
- (3) 基本的な商業課題への対応
- (4) 地域と連携する商業の確立
- (5) 付加価値の高い商業への転換
- (6) まちづくりと連動した商業振興

【従前の商店街中心の施策に、新たな考え方を付加】
 ◎商業集積を面的（マクロ）の視点から捉えた「商業集積エリア」
 ◎商業集積を構成する個店に着目し点（ミクロ）の視点から捉えた「個店の魅力化」
 ◎商店街については、「地域の課題解決」の視点を新たに付加

2 三つの施策の基本的な視点

- (1) 商業集積エリアの活性化
- (2) 地域課題解決による新たな商店街活性化
- (3) 魅力あふれる個店の創出

第III章 商業振興施策の展開

本文
75～88P

6つの商業振興の方向性に基づき、商業振興施策の具体化に向けて、行動計画を提示した

- 商店街組織改革、専門的能力の開発
- マネジメント活動の展開
- ★個店の経営革新
- ★商業新連携
- 大型商業施設と商店街との新たな連携
- ★商店街の機能向上・機能発揮
- ★商店街の課題解決
- 地域社会の維持・向上
- ★地域とのコミュニケーションの充実
- ★コミュニティビジネス型サービスによる地域の課題解決
- ★魅力ある店舗・商品等の創出・強化
- 地域ブランドの構築・活用
- ★再開発にあわせた集客や回遊性の向上
- 国際化に伴う外国人客増加への対応したまちづくり
- 観光都市等の推進や交流活発化の促進
- ホームタウンスポーツを活かした商業振興

★・・・重点的に取り組む事項

第IV章 商業振興ビジョンの推進

本文
91～104P

ビジョンに基づく商業振興施策の具体化、既存事業の再構築、推進体制の整備等を提示した

- 1 リーディングプロジェクト（平成21.4～）
 - ・エリアプロデュース事業（商業集積エリア）
 - ・地域課題解決型コミュニティ支援事業
 - ・魅力あふれる個店の創出事業

- 2 商業集積エリア別ビジョンの推進
 - ・商業集積エリアの類型
 - ・商業集積エリアの創出
 - ・エリアごとの商業振興の方向性

- 3 既存事業の再構築（平成21年度見直し）
 - 第III章で提示した行動計画に沿って既存事業の体系を再構築する

- 4 ビジョン推進に向けて
 - ・アクションプランの作成
 - ・国や県等商業振興施策の積極的な活用
 - ・商工会議所等と連携した事業の推進
 - ・PDCAサイクルを活用した事業の評価