



商業振興と地域まちづくりの一体的な取り組みを目指して

川崎市の地域商業を取巻く環境は一層の厳しさを増しています。経済の低迷を背景とした消費の選別化はますます進み、地域商業・商店街は、その役割を大きく変化させようとしています。そのようななかで、具体的な地域商業の問題点としては、次の7点が挙げられます。

住民による地域の商店街利用は当座のものが多く、それが無くてはならない存在とまではなっていない。地域商店街の情報不足している事実が商業サイドでもあまり知られていない。

商業サイドとして地域や顧客のニーズが把握されていない。地域サイドと商業サイドのコミュニケーションが不足しており、両者の考え方にズレが生じている。

このようなことから、地域商店街の「強み」であったコミュニティ機能が著しく低下してきている。

大型店の立地が進む一方で、一般の物販店が廃業したり、そこに無秩序な新規出店が見られたりしている。まちの業種構成が変化し、生活に身近な業種が失われることで、地域のコ

ミュニティを支える力は一層低下してしまう。

店舗の廃業・撤退、空き店舗などが多くなってしまふと、商業集積の機能が維持できなくなる。商店街においても「業種構成の悪さ、業種不足」を嘆く声が多い。

商業面での地域間競争は一層激しくなっており、川崎市全体として購買層は流出傾向にある。消費者を惹き付ける魅力あるまち、賑わいある商業集積が不足している。

商店街を構成する一人ひとりの意欲や意識に温度差があり、全体としての活動を円滑に進めることが難しくなっている。やる気のある個人や個店の力が発揮しきれない。

このような問題点を踏まえて、川崎市地域商業振興ビジョンでは、住民・商業者・行政が連携して地域のまちづくりと活性化を考え、その中で地域商業の振興を図ることを目指しています。商業振興と地域まちづくりは、バラバラに進めるのではな

川崎地域 商業振興 ビジョンの 概要

く「まちを創る取り組み」としてそれぞれが連携し、一体となって進めようとする考え方です。

地域が一体となり、協働でまちづくりに取り組む作業をすることで、地域商業と生活者の新しいコミュニケーションが生まれ、その地域ならではの生活ニーズを直接つかむことができます。これを商売・サービスに反映させれば、商売の新しい道が拓けます。

また、地域商業が魅力的なものに変化することで、まちの表情はより豊かなものとなるでしょう。まちの価値が高まることとなり、商業の立地条件が向上します。このことは、既存の商売の新しい展開だけではなく、新たな業種・業態の誘致や立地促進などにも有利に働き、まちが持続的に成長・発展していくこととなります。