

1. 商業ビジョンの目的

(1) ビジョンの意義

「VISION／ビジョン」とは、「将来の見通し・構想・未来像」のことです。経営は Plan（立案・計画） Do（実施） Check（検証・評価） Action（改善・見直し）を繰り返すことであり、商店街や商業経営における「ビジョン」は、経営の Plan（立案・計画）の段階に位置付けられる重要なものです。

(2) 小杉地区におけるビジョンの必要性

小杉駅周辺地区は、川崎再生フロンティアプランにおいて「民間活力を活用した魅力ある広域拠点の形成を図る」地区として川崎駅周辺地区及び新百合ヶ丘駅周辺地区とともに重点的にまちづくりを進める地区として位置付けられています。現在、再開発事業が進展し、約30,000㎡の商業施設や約5,000戸の住宅（高層マンション）建設、さらに、横須賀線の新駅設置も予定されており、駅周辺の環境が大幅に変わろうとしています。

このような大きな環境変化の中で、地元商店街が活力を維持し、賑わいのあるまちをつくるためには、小杉地区（武蔵小杉駅周辺、新丸子駅周辺、向河原駅周辺／以下同）を1つのゾーン（集積）と見立てた、広域商業ビジョンが求められています。

広域商業ビジョンを検討する過程で、様々な地元商店街の問題が明らかになり、また、消費者や市民が商店街に求めている事項も明確になります。さらに、今後数年間にわたって大きく変貌を遂げる小杉地区において、地元商店街や個店が将来的な活動内容を検討するうえでも、広域商業ビジョンは有効な指針となります。

小杉地区に新たに居住する新世帯により、年間約160億円の新たな消費額が発生すると予想されます。これをどのようにして地元商店街が売上高として取り込み、また、新たに進出する大型商業施設とどのように共存していくのか、これらを明確にすることが求められます。

(3) 地元商店街が作る自分たちの商業ビジョン

商業ビジョンは地元商店街や地元商業者が自ら検討し、専門家、消費者あるいは市民の意見に積極的に耳を傾け、商業者同士が意見を交わし合うことで策定されるべきものです。

また、ビジョンは掛け声だけのお飾りのものではなく、地域の商業者が進むべき方向認識を共通にして、積極的に実行し、果敢に行動するための指針でなければなりません。

商店街を中心に自ら検討し実現する広域的な活動計画、それが「小杉地区広域商業ビジョン」なのです。