

2 商業まちづくりの基本方針

(1) 基本方針設定の前提条件

まち歩き結果

商業まちづくりの基本方針を設定するにあたり、市民ワークショップ参加者によるまち歩きを、以下の要領にて実施した。

【市民による溝口まち歩き実施要領】

実施年月日：平成 17 年 10 月 15 日（土）午後 2 時～ 4 時 30 分

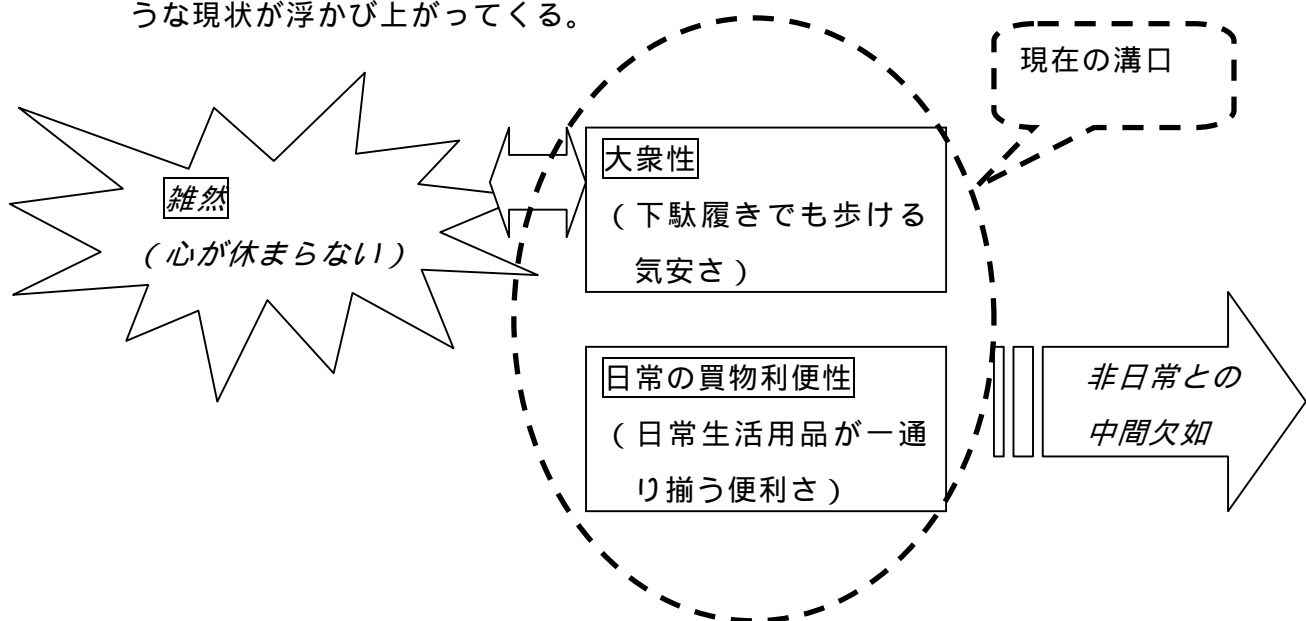
まち歩きエリア：ノクティ、マルイ、溝ノ口駅前商店街、溝口中央商店会、
溝口大山街道振興会を含む溝口北口エリア

まち歩き方法：2グループに分け、それぞれにコーディネーターが同行して
まちを歩きながら、まちの資源や問題点などを確認した。

A グループ：ノクティ、マルイ、溝ノ口駅前商店街、溝口
中央商店会を中心とした商業エリア

B グループ：溝口大山街道振興会、二ヶ領用水を中心とし
た文化・歴史エリア

まち歩きの結果、溝口北口エリアのまちづくりを検討するにあたり考慮が必要な事項について、各人が、まち歩き検証シートへの書き出しを行った。次ページが、その結果をまとめたものである。これらの項目から、商業まちづくり方針に密接な「イメージ（まちの印象）」「商店街の使い勝手」に注目すると、以下のような現状が浮かび上がってくる。



イメージ(まちの印象)

- 日常の買物は自転車が来街手段の主流
(+週単位の買物は自家用車)
- 自転車置場の確保が必要
- 三井住友銀行前の植栽
(歩道にするとという意見もあり)
- 各商店の前
- 商店街の中(中華街パーキングのように)

商店街の使い勝手

- 日常の買物利便性
- 日常生活用品は一応揃う便利さがある
- 品揃えが豊富
- 空き店舗(シャッターの下りている店)がない
- ファーストフードは充実
- 日常・非日常の中間欠如
 - 中級品の揃えが欲しい
 - 喫茶店(大人のカフェ)、映画館が欲しい
- 医療機関充実
- 医療機関が充実していて便利

まちの環境変化(これまで、これから)

- 魅力ある店の減少
 - 道路計画の推進による店の消失
 - マンション建設によって失われた店
- 駅前商店街モール化
 - 中央商店街がバス通りになった際の「ポレポレ通り」の切断の危険性
(イメージダウン)

訪れる(まちへのアクセス性)

- 大衆性
- 下駄履きでも歩ける気安さ
(マイナス面でもある)
- まちを歩く楽しさがない、魅力を感じない
- 雑然(心が休まらない)
- 疲れる
- 色彩統一の検討(看板、のぼり等)
- 緑の増大
- 調和
- 老舗の店構えと周囲の釣り合い(調和)を考える

溝の口駅前地区の街づくりを考えよう

巡る(まちの歩行安全性)

- 歩きにくい(危険)
- 歩車道分離が必要、ポラード設置
- 自転車の整理、整頓、放置自転車対策
- 高齢者も安全に歩ける道に(マルエツ前道路の拡幅)
- 駅前のスクランブル交差点化(ケンタッキー前)
- 駅周辺の車の交通整備の遅れ
- 時間帯による交通規制、車の進入禁止の検討
- 安心・安全性の向上
- 街頭カメラの設置とそのPR

個店の魅力

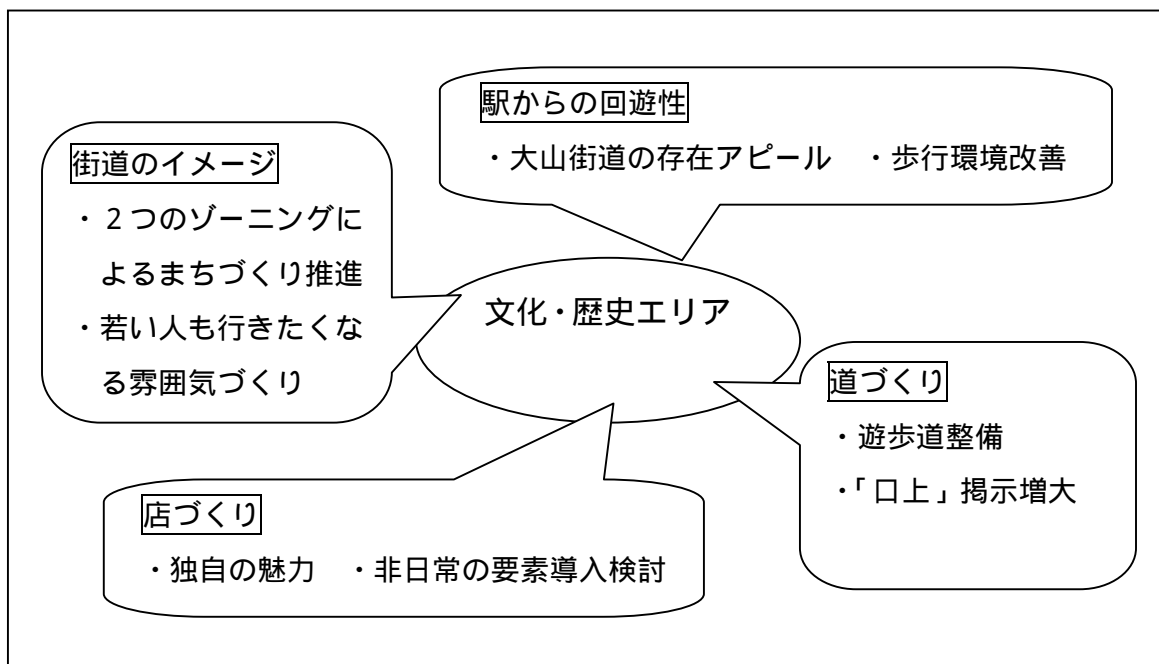
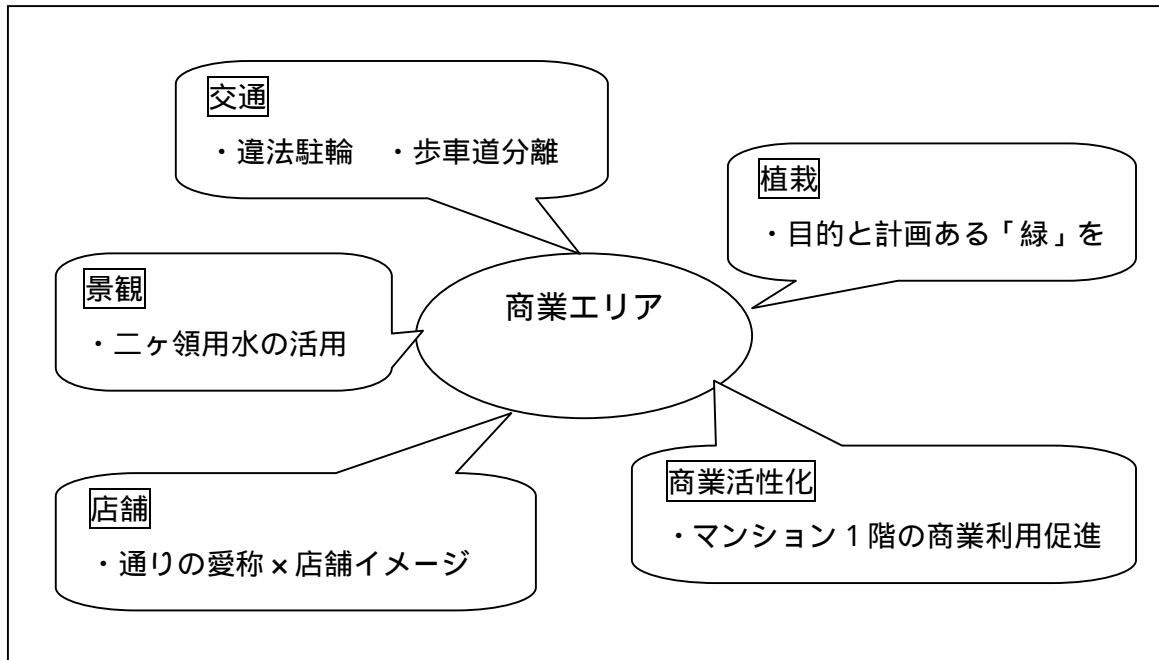
- 個性的な店も存在
- 個性的な店がチラホラある
有名人まち歩きマップで宣伝を図る
- 店頭演出が必要
- 生活感あふれる商店をおしゃれに演出
- 「商い」への意欲が伝わる店にきめ細かな対応を
- 店主の自己満足にとどまらず、消費者が何を求めているかを探求
- 小さな店もイベント、ポイントカードといった心配りが欲しい

活用したいまちの資源

- 広域からの多様な来街(交通利便性によるまちの集客力)
- 多数の地域外からのショッピング客(ノクティ、マルイを中心に)
- 多様な年齢層(セントラルフィットネスクラブへ)
- 落ち着きある道の景観
 - 二ヶ領用水の両側の道、しだれ桜
ウォーキングコースとして宣伝(比較的歩きやすい道)
 - 大山街道(+歴史的商店)
資源をどう扱うかの議論を行う
街道であったことを上質の方法で示す

- 歴史・文化資産
- 溝の口神社、宗隆寺、光明寺(クスノキ「川崎まちの樹50選」
標識を目立つように出す)
- 稲毛金物店の蔵(二ヶ領用水・大石橋からの風景)
- 商店街、店
- 麹ホール(落ち着いた雰囲気)
- 西口商店街の昔懐かしい市場的雰囲気
その中の「時代屋」の外観
- 岩崎酒店の豊富な品揃え

また、まち歩き結果を、グループ別のエリアごとにまとめたものが、次ページ以降の2ページである。ここからは、それぞれの地区の課題として、以下のようなキーワードを抽出することができる。



< 駅前周辺 >

違法に駐輪している自転車が多い

- ・ 小さな子供を連れて歩けない
- ・ ベビーカーで通れない
- ・ 自転車で通行しにくい
- ・ 駅前のお店に入りにくい。スギザキさんは、お店はステキできれいなのに、入口付近に自転車が停めてあり邪魔で入りにくい。

病院の近くの道は細いが救急車・タクシー・通院者の自動車など車の通行量が多く、歩行者にとっては危険。

東急線のガード下は、細い道をバスが通り歩行には危険。

歩道の植栽(三井住友銀行の横)の幅が広くて歩行しにくい。

同所の植栽は、冬に向かって枯れて見苦しい。中途半端に木を植えるのではなく、目的を持ってグリーンを計画してほしい。

通りの愛称(「すずらん通り」)からイメージする店舗と実際の店舗の印象とかけ離れている。外観のイメージを揃えるなどしてすてきな通りに整備して欲しい。

十字屋さんは、歴史のある古い店。消費者側は応援したい気持ちがある。大型店ではなく、こうした店を核にして商業活性化したら良い。

交通に関する課題

違法駐輪自転車の問題はなくなる。これを逆に活用する方法を考えたら・・・?

例えばプレーメン通り道のまなかを駐輪場にするなど

植栽に関する課題

歩行に邪魔な植栽

「緑」はまなかには必要目的と計画を!

店舗に関する課題

通りの愛称と構成店舗のイメージ格差解消

歴史のある店舗に存在感の訴求を!

< ニヶ領用水近辺 >

駅から離れると商業地域であるのに店舗がほとんどなく、マンションが増えている。

- ・ 高層マンションで空間的に圧迫感がある。
- ・ 昔、お店があった地域が住宅になって寂しい。
- ・ 新しい建物はセットバックしているが、古いものは敷地ギリギリに建っている。道路が狭くて危ない。
- ・ 島崎商店さんは、特徴があって良い店。店外にもっとアピールして存在感を強め、まちの1つの核になってほしい。

ニヶ領用水新川は、桜の季節は華やかで良いが、他の季節はあじけない。また夜間も防犯面で危険。

ニヶ領用水脇の道路は、車通行禁止だが住民は車通行が可能。スピードを出して走る車があり、危険。

商業活性化に関する課題

条例などでマンション1階の商業利用を促進して商業を育成

島崎商店さんを核にして奥側(ニヶ領用水付近)の商業活性化を促進

景観に関する課題

ニヶ領用水の活用(歩行者優先に整備など)

【溝口駅前地区の資源】

- ・多様な世代が混在
- ・緑が多く存在(溝口神社のけやき、二ヶ領用水のしだれ桜、大型店や公共施設の植栽など)
- ・医療機関が充実

【大山地区の資源】

- ・大山街道は是非、残したい街道
- ・レトロな雰囲気を感じさせる店、商店街(西口商店会、飲食店「時代屋」)
- ・蔵のある店(稲毛金物店)

【資源活用についての課題(問題点)】

- ・長い大山街道は、場所によって状況も違い、ひとくくりでとらえることは難しい。
- ・駅からの回遊路が連続していない。(いずれのルートも、アクセス性に問題)
- ・溝口神社、宗隆寺などは、大山街道から少し奥まっているので、存在に気づかない。
- ・昔ながらの商店が住宅に変わりつつあり、「マンション街道化」が進行している。
- ・若い人にとっても、景観として魅力を感じるが、買物に行くということは、ほとんどない。

「歩きやすい道づくり」 + 「行きたい店づくり」

これを検討するための横断的な検討体制の整備
商業者、消費者、市民、行政 など

駅からの回遊性

大山街道の存在をより一層アピールする。

駅から街道に向かう交差点に「大山街道」の掲示。

歩行環境の改善を図る。

歩車道分離による安全な道

大山街道のイメージ

街道をゾーニングしてまちづくりを推進。

高津交差点より手前と奥。

「歴史と商業の混在」

「純粹に歴史のまち」

若い人でも行きたくなる雰囲気を作っては?

例えば「小鎌倉」を志向し、甘味処や蕎麦屋といった業種を貼り付ける。

街道自体の道づくり

ゆったり歩ける遊歩道として整備を促進。

交通規制などを検討。

その遊歩道をぶらぶら歩きながら、二子玉川にぬけられるのが理想的。

「口上」の掲示を増やし、連続性を持たせる。

魅力的な店づくり

その店にしかない要素を創り出していく。

地域外からの来街者向けに「非日常」の要素導入も検討。

溝口のマーケット特性

これらまち歩きに加え、市民と若手商業者のワークショップそれぞれにおいて、溝口のマーケット特性についての検討を行った。その結果、溝口駅北口エリアについて、以下のような意見が出された。

ア．若手商業者のワークショップにおける論点

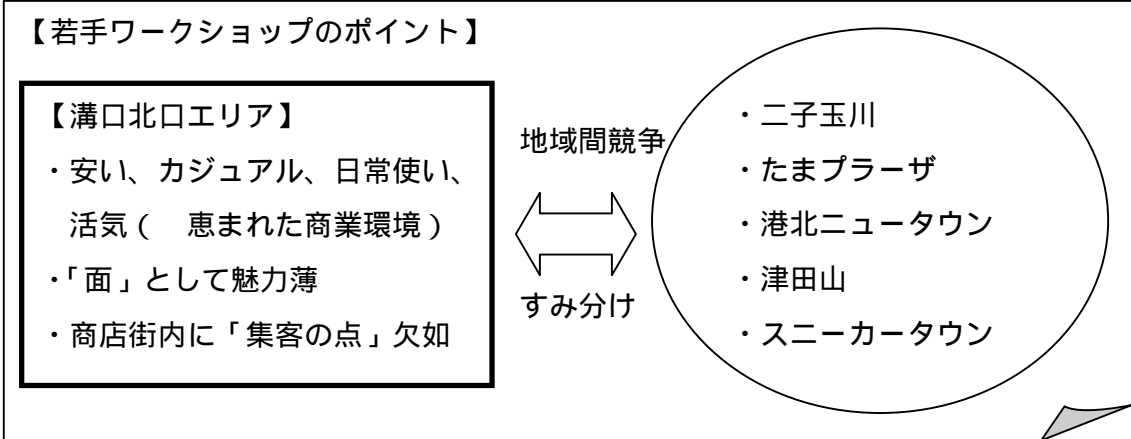
【溝口のマーケット】

- ・ 物価が安い 良いイメージ 住みやすい 中高級品のまちだと住みにくくなる
- ・ カジュアル 最近ちょっとだけ高級感を求めている気もする。
- ・ 溝口は高級品を売るといふより、日常使いのものをコツコツと売っていき利益を上げるまちである。
- ・ 溝口のまちに古くから住んでいる人はバラックの西口商店街のイメージが強い。安く活気がある。
- ・ 面としての魅力が低い。
- ・ ノクティがランドマークになっている。プライスがなくなり、客を集客できる点がなくなり、人の流れが少なくなっている。簡単に言ってしまうと、映画館やスーパーなど人の集客できる施設を置くことができれば良いのだが、地権者の考えもあって、実際にマンションになってしまったりして、そういう部分の解決は現実的には難しい。
- ・ 溝口のまちは他都市では考えられないような商業にとって好環境であることを認識している人がすくない。周辺に人口増加が見込まれ、しかも若い世代が多く、活気がある。恵まれているまちである。その分地域間競争も激しくなっている。

【他地域との棲み分け】

- ・ 田園都市線でも昨年二子玉川 SC が南館を増設した。二子玉川は高級品を買う、たまプラーザは中間層、港北ニュータウンもあり、溝口はやはりカジュアル指向である。
- ・ 消費者はきちんと溝口と他地域をすみわけしていると考えられる。
- ・ 今まで周辺に大型スーパーとかが少なく、溝口に一極集中していたので、恵まれていた。しかしこれからは、スニーカータウンにも商業施設が入ると聞いているし、津田山のマックスバリューが好みであればそちらに買いに行くなど、選択範囲が広がっている。





イ. 市民のワークショップにおける論点

【溝口のマーケットイメージ】

- ・ 日用品については、品揃えが豊富で充実している。
- ・ 非日常の高級品は、二子玉川に買いに行くので、溝口エリアには求めない。
- ・ 日常と非日常の中間分野に関しては、若者向けは駅前の「ノクティ」「マルイ」などで充足されているように思われるが、中高年向けについては不満足である。



	日常	非日常
	日用品	高級品
若者	充足されている。	重視しない 溝口には必要ない 二子玉川へ
中・高齢者	充足されている。	重視しない 溝口には必要ない 二子玉川へ
		不満足

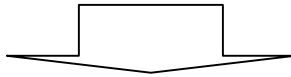
不満足 中高年の「日常と非日常の中間分野」でレベルの良いものがない。

【大型店と一般商店の利用状況】

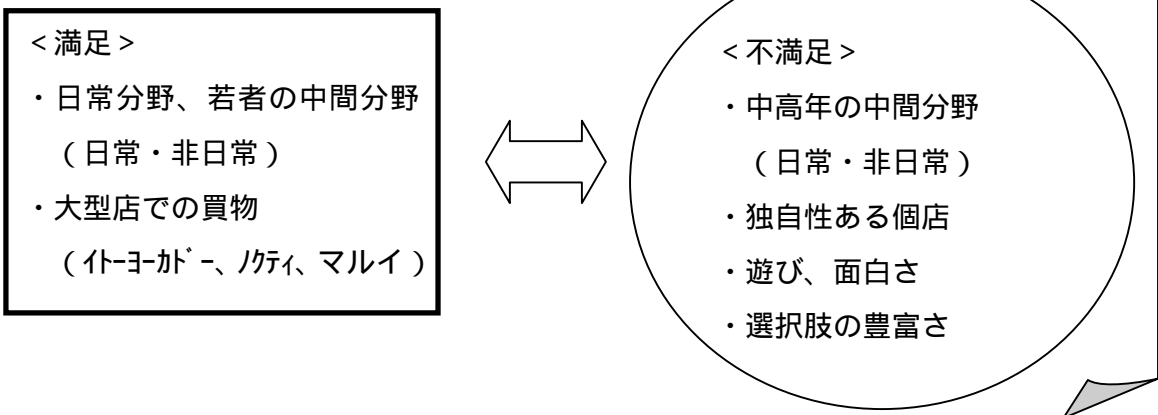
- ・ 大型店中心に買物をしている。トヨカドで日用品を買い、ノクティ・マルイで少しレベルの高いものを購入する。
- ・ 一般商店には買いたいものがない。
- ・ 個店（一般商店）にがんばってもらわないとまちの特徴がない。

【溝口北口エリアに今後期待するイメージ】

- ・歩いていて楽しいまち。現在は、安くてゴチャゴチャしているおり、遊びとか面白さが無い。界隈性がない。
- ・溝口にしかないお店、その店でしか買えない商品など独特なものがない。選択肢がない。
- ・このような要素をもっているまちの例として、以下のようなところが挙げられる。
 - <モトスミ・ブレーメン通り商店街> 日用品が多い。買いやすい。だが、ブレーメン通りと溝口は道の構造が異なる。(ブレーメンは1本の通り)
 - <自由が丘> 多様な店があり、選択肢が多い。だが、年齢の高い人は、溝口にこうしたまちのイメージは求めている。



【市民ワークショップのポイント】



市民によるまちづくり提案

こうした議論を踏まえ、市民ワークショップ参加者各人が、「溝口まちづくり提案シート」に記入する形で、「取り組むべき事業提案」を行った。この結果、次ページのような提案が出され、これらの方向性を整理すると、大きく「商業の活性化」と「まちの環境づくり」という2つの視点からの提案に分けることができる。

【市民からのまちづくり提案の概要】

テーマ	具体策・体制・課題
楽しく賑わう商店街	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街の活性化～構成員の自覚と協働 ・商店街共同（連合～地域全域）のイベント ・通りの清掃運動 ・構成員個店の魅力づくり～オンリーワン（個性、品揃え、商品） ・通りを広く利用する～セットバック方式及び囲い堀等の工夫
駅前・中央商店街個人商店の活性化	<ul style="list-style-type: none"> ・駅前広場の整備 ・デッキから商店街へのアクセス容易に（デッキ下の交差点への歩道設置） ・商店街をPR出来るようなマップを表示する ・高津でしか入手できない商品の開発 ・最近、若者が増加している現状にどのように対応して行くかが検討課題。
美しいまち	<ul style="list-style-type: none"> ・「まちづくりプラザ（仮称）」の設置 空き店舗や空き家さらに公的施設を活用した「まちづくりプラザ（仮称）」を設備各活動の支援をする制度をつくる。
魅力のあるまちづくり	<ul style="list-style-type: none"> ・オープンカフェ・コミュニティ施設の設置 ・住民が気軽に入れるような雰囲気の店構えづくり ・魅力ある商品の品揃え（高津商店街のオリジナル商品）
まちの情報を共有でき、来て楽しいまちづくり	<ul style="list-style-type: none"> ・ゆっくりお茶が楽しめるカフェを設ける。 ・雰囲気がよくそこに行くとさまざまな情報が得られる。 ・会合や教室に使える、あるいは展示できるスペースを併設する。
交流空間のあるまちづくり	<ul style="list-style-type: none"> ・コミュニティスペース機能のある空き地確保事業 一定規模の空間で使用許可が可能な空間を確保し、文化、教育、交流に使える場所のマップを作る。（公共施設の箱物でなく開放空間）



商店街個店を中心とした‘溝の口オンリーワン’の魅力づくり
（個性、品揃え、商品など）

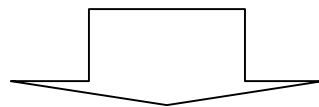
コミュニティ施設、開放空間の確保

（まちづくりプラザ、コミュニティ施設、開放空間、カフェなど）

視点その1：
商業活性化

テーマ	具体策・体制・課題
自転車と共生できるまち	<ul style="list-style-type: none"> ・ 放置自転車対策 駐輪場の設置（増設・整備）、共用システムの実施、利用者のマナー高揚（教育・指導） ・ 交通システムの構築 特に駅前広場の交通整理 商店街への自転車利用者対策（商店街共同） 安心して歩ける安全な通り
安全・安心のまちづくり	<ul style="list-style-type: none"> ・ 駅前通り以外の各道路のモール化に向けた継続的計画 ・ 自転車置場の確保（各店主の協働による合意必要） ・ 若者を中心にしたアイデアの抽出・提案の検討
安全な明るいまちづくりと景観	<p>「明るく、安全なまちづくりのための夜間の照度確保事業」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 路地、袋小路にいたるまで、道の洗い出しをする 危険な道、個々の道の機能考察 ・ 一定の照度の確保されていない道について、等間隔の照明等を地区の全体に統一して取り組む（ハワイのように、統一された照明灯は、景観としても効果的）
安全な道、色々な道のあるまちづくり	<p>「移動機能（徒歩、自転車、車椅子、バギー、白杖使用者、聴覚障害者、自動車、バス）に対応する、区分する道再編事業」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 日常の移動行為が、目的に合わせて道を選び取れる道路マップづくり（散歩道、買物急ぎ道、動物と歩く道・・・）
美しいまち	<ul style="list-style-type: none"> ・ 景観の尊重を図る（歴史・文化・伝統ある） ・ 看板等のデザインの調和をはかる ・ 電柱の地中化 ・ 花いっぱい運動の強化 ・ ポケットパーク等やすらぎの場づくり ・ バリアフリー等ユニバーサルデザインの配慮
大山街道の活性化（二分化構想）～歴史的・文化的遺産を活用したまちづくり～	<ul style="list-style-type: none"> ・ 高津十字路以北を歴史的まちづくりの道、以西を景観のまちづくりの道（シンボルストリートを目指す） ・ 夫々が特色のある商品の開発・製品化を目指す ぶらり歩きながらの憩いの場

<p>景観を重視したまちづくり</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・気軽に立寄れる食事処 ・大山街道の口上看板の設置 ・高津駅周辺商店街からの人の流れを大山街道へ導入する為の誘導テクニック ・特に高津十字路以北二子橋までの区間の交通規制の検討 ・シャッターショップの活用（様々なアート教室等） ・これから新設されるマンションの1階部分は商店又は公共の場として提供を義務付ける
---------------------	---



<p>自転車と共生できる、安全・安心なまちづくり （自転車対策、交通システム、安全な道 など）</p> <p>歴史的・文化的資源を活用した美しい景観まちづくり</p>	<p style="text-align: center;">視点その2： まちの環境づくり</p>
---	--

（2）商業まちづくり基本方針

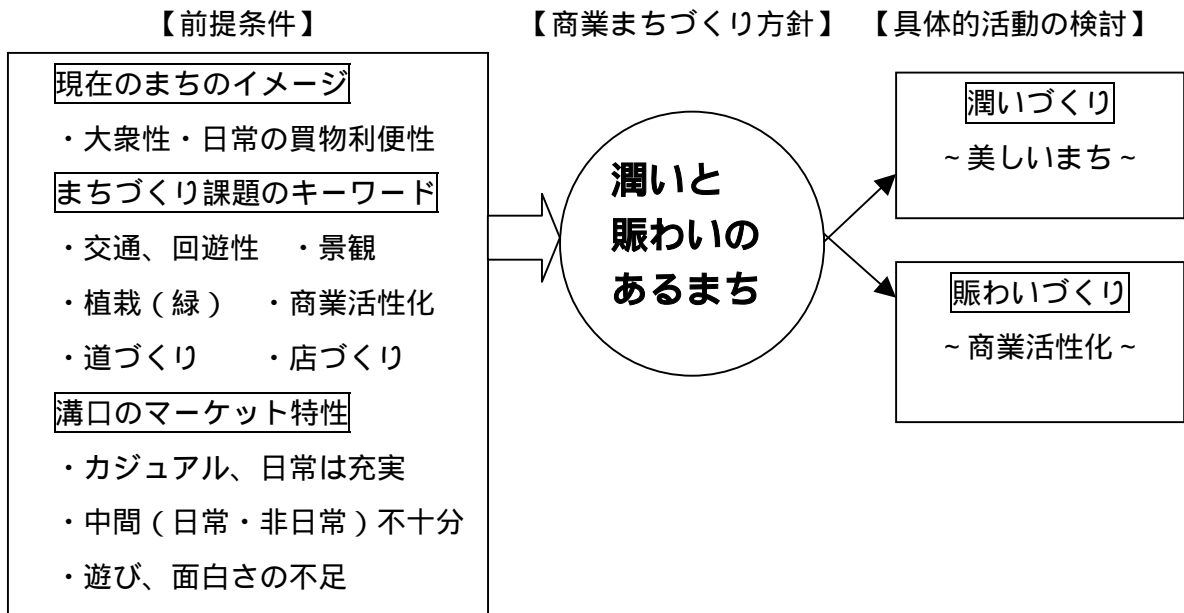
以上のような前提条件から、溝口の商業まちづくり基本方針設定にあたっては、次の事に配慮する必要があることがわかる。

従来から溝口が持っているまちのイメージは、大衆的で、カジュアルなものであり、日常の買物利便性は充実している。こうした活気、気安い感じは、近隣の「二子玉川」や「たまプラーザ」にはない特性であり、今後も溝口のマーケットを考えると「高級品」の必要性は少ないといえる。（日常の「賑わい」が魅力）

一方で、面としての魅力が薄く、回遊性がないことがまちの構造的な問題として挙げられる。また、二ヶ領用水や大山街道などの景観としての資源を有しているものの、十分に活用されていないといった実態がある。さらに、充足されていないマーケットとして、中高年を中心とした日常と非日常の分野が指摘されている。これらを踏まえると、これまでなかった要素で、今後充実が必要なものとして、非日常に一步踏み出した「生活の彩り」のようなものを挙げる事ができる。

（日常から一步踏み出した「潤い」が必要）

こうしたことから、溝口駅北口エリアの商業まちづくり方針を「賑わいと潤いのあるまち」と設定した。



3 潤いと賑わいあるまちづくりに向けた活動提案

上記の「商業まちづくり方針」に基づき、市民ワークショップ参加者を、「潤い」と「賑わい」の2つのテーマグループに分け、これらの要素をまちなかに創りだしていくための具体的な活動策について討議した。その結果、「潤い」をテーマとしたグループは、「美しいまちづくり」についての提案を、そして「賑わい」をテーマとしたグループは「賑わいあるまちづくり」についての提案を作成するに至った。

