

『川崎市商業振興ビジョン』の総括と今後の方向性について

1 川崎市商業振興ビジョンについて

(1) ビジョンについて

- ・平成13年度「地域商業振興ビジョン」策定
 - ・平成20年度「商業振興ビジョン」策定
- 社会経済環境の変化や商業を取り巻く環境が大きく変化する状況を踏まえ、市内商業の一層の振興と新実行計画の着実な推進を図ることを目的に策定（計画期間：平成21年度から概ね10年間）

(2) ビジョンの「基本的な視点」と「商業振興の方向性」

施策の基本的な3つ視点

- | | |
|---------------------|-------------|
| ①商業集積エリアの活性化 | ⇒ 「商業集積エリア」 |
| ②地域課題解決による新たな商店街活性化 | ⇒ 「商店街」 |
| ③魅力ある個店の創出 | ⇒ 「個店」 |

商業振興の6つの方向性

- 方向性1：商店街組織力や個店の強化
- ・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

- 方向性2：商業ネットワークの構築
- ・商業新連携
 - ・大型商業施設と商店街との新たな連携

- 方向性3：基本的な商業課題への対応
- ・商店街の機能向上、機能発揮
 - ・商店街の課題解決

- 方向性4：地域と連携する商業の確立
- ・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

- 方向性5：付加価値の高い商業への転換
- ・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

- 方向性6：まちづくりと連動した商業振興
- ・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
 - ・都市観光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

(3) ビジョンの総括（詳細は別紙1）

方向性1：商店街組織力や個店の強化

- ・地域資源の活用や課題解決等を目的に複数年専門家を商店街に派遣し、商業エリアの活性化を支援することで、商店街の情報発信強化や組織強化などに繋がった。
- ・魅力あふれる個店創出を目的に支援し、商業者等による新商品開発、街バル・まちゼミ開催等に繋がった。

方向性2：商業ネットワークの構築

- ・川崎駅周辺の広域型イベントを支援した。かわさきハロウィンは国内最大級のイベントに成長し、川崎のブランド化に寄与した。
- ・商業者の主体的な活動実施につなげるためワークショップ等を開催し、意欲ある商業者間のネットワーク形成に寄与した。

方向性3：基本的な商業課題への対応

- ・LED街路灯の設置や商店街が保有する老朽化施設の撤去等を支援し、歩行者の安全・安心の確保や施設の適切な管理等に繋がった。

方向性4：地域と連携する商業の確立

- ・商店街によるイベント・地域貢献等の取組を支援した。審査会制度導入により商店街によるイベント見直し等に繋がった。

方向性5：付加価値の高い商業への転換

- ・商店街の課題把握や解決等のため専門家を派遣し、イベント企画改善や商店街の運営改善等に寄与した。

方向性6：まちづくりと連動した商業振興

- ・川崎駅周辺市街地では、商店街による音楽ライブの開催や放置自転車等の課題解決を目的とした商店街間での協定締結等に取り組み、商店街の環境改善や回遊性向上等に寄与した。

2 今後の方向性について

(1) 今後の施策の方向性

- ・川崎に愛着を持ちエリアをけん引する商業者が、多様な主体を巻き込み、自主的・自立的に再活性化を図るしくみを構築する。
- ・商業者のデジタル化など、社会経済環境の変化を踏まえた地域課題への対応や、魅力ある個店の集積により、活力ある商業地域を形成する。

(2) 施策の進行管理について

- ・商業振興ビジョンは、具体的な事務事業や成果指標の設定はなく、計画期間における施策の方向性を掲げ商業振興に取り組んできた。
- ・今後は、総合計画及び産業振興プランに、商業振興の方向性を包含し、商業施策に関する指標を新たに追加のうえ、施策の評価及び進行管理を行うことで、効率的・効果的に施策の推進を図っていく。

方向性 1：商店街の組織力や個店の強化

1 主な取組と成果

（１）エリアプロデュース事業

【取組】・商業集積エリアにおいて地域資源の活用や課題解決などを目的に、専門家を複数年商店街に派遣しエリアの活性化を図った。
・平成20年度に開始し、平成22年度からは件数を拡大して実施した。（平成20から令和2年度までの支援件数 累計19件）

【成果】・商店街でのイベントの見直しや情報発信の強化等の取組のほか、商店街会合の定期開催や理事長交代後の組織強化等につながった。

（２）魅力あふれる個店創出事業

【取組】・意欲ある商業者や商業者グループなどによる①新商品開発②情報発信③街バル・まちゼミ開催を支援した。

【成果】・農業者と連動した新商品開発や、商店街を越えた広域でのまちバルの実施などにつながった。（平成21から令和2年度までの支援件数 累計23件）

（３）BUYかわさきキャンペーン事業

【取組】・平成14年度から、市と商工会議所が連携し、購買力の市域内循環や地域経済活性化の取組を推進した。

・キャンペーンの一環として、市内製品の消費拡大・販売促進を図るBUYかわさきフェスティバルを開催した。

【成果】・主に溝口駅の東西自由通路を会場として年2回開催し（1回あたりの参加事業者は約25社）、市内製品の販売促進・消費拡大に寄与した。

（４）商業人材育成事業補助金

【取組】・商工会議所が開催する商店街等の店舗向けのセミナー「商売繁盛塾」に対して助成した。

【成果】・セミナー（年6-7回）の開催を支援し、少子高齢化・消費者嗜好の多様化・IT化等に対応した商業人材の育成に寄与した。

2 事業にかかる課題

（１）専門家支援終了後の自立化

・商店街活動を専門家が長年支援してきた結果、事業終了後、商店街が主導となって取組を進める事例が少ない。

（２）社会経済環境の変化への対応

・魅力あふれる個店創出には、デジタル化への対応や、新事業展開・業態転換等への支援も必要となっている。

（３）コロナ禍でのイベント開催手法

・コロナ感染防止の観点からイベント開催の手法を検討していく必要がある。

（４）人材育成支援策の検討

・他の機関においても類似の事業が実施されていることから、本事業を見直し、地域商業の新たな担い手を生み出すための支援等に取り組んでいく必要がある。

3 方向性にかかる共通課題等

（１）商店街数の減少・衰退

・246団体(平成23年)→191団体(令和2年)

・経営者の高齢化や、後継者不在などの影響もあり、特に駅から離れた商店街では、空き店舗が住宅に代わることで商業集積の継続が難しくなり、解散を選択するケースが多い。

（２）街区構成業態が変化

・大型商業施設やドラッグストアなどの出店増を受け、商店街内で生鮮三品や日用品を取り扱う個店が減少、代わってサービス業や飲食店が増加した。

・商店街への来街を促す仕組み（イベントやSNSなどデジタルを活用した情報発信）や、集客力のある個店の集積などが必要である。

（３）大型商業施設や街内のチェーン店の増加への対応

・大型商業施設やチェーン店のブランドや価格帯に対し、製品の差別化や、ファン獲得の取組などが必要となっている。

（４）消費者の買物環境の変化

・消費者のデジタル化の進展や、EC販売の利用が増加傾向にあり、消費者に応じたチャネル（実店舗・EC）の形成や、デジタル化の取組が求められる。

4 今後の方向性

（１）「商業力強化」の視点

・意欲ある商業者の発掘・育成の支援強化
・多様な主体が関わるしくみづくり

（２）「商店街活性化・まちづくり連動」の視点

・商店街組織の状況や課題に応じた専門家の派遣
・商店街における地域貢献活動への支援
・多様な主体が関わるしくみづくり（再掲）

方向性 2：商業ネットワークの構築

1 主な取組 と 成果	2 事業にかかる課題
（１）川崎駅周辺商業ネットワーク事業 【取組】・川崎駅周辺の商店街等が主催する広域型のイベントを年10件程度支援した。 （いいじゃんかわさき、阿波踊り、はいさい FESTA、カワサキハロウィン、アジアンフェスタ など） 【成果】・フェスティバルなかわさき（秋の15イベントの総称）は、来場者が増加傾向で、平成30年度には来場者150万人を越えた。 ・かわさきハロウィン は国内最大級のイベントに成長し、経済効果は10億円規模となった（実行委員会公表）。 →かわさきハロウィンは令和 2 年度で終了 （２）商業者ネットワーク構築事業 【取組】・平成28年度から事業を開始。商業者同士の交流を通じて商業者の主体的な活動実施につなげるため、セミナーやワークショップなどを開催した。 【成果】・共通した目的や意欲を有する商業者間のネットワーク形成に寄与した。（平成28から令和2年度までの参加者数 累計147名）	（１）駅周辺イベントの恒常化 ・ 数10年続く歴史を持つものが多い反面、毎年同様のイベントが実施されることにより、集客や回遊性向上の効果が薄れている。 （２）コロナ禍での開催手法の検討 ・ コロナ禍においては商業者が一堂に会するイベントの開催が難しく、実施手法等について検討していく必要がある。

3 方向性にかかる共通課題等
（１）商業集積エリアの考え方の整理 ・都市マスタープラン（平成29年3月）で「川崎駅周辺」と同じ広域拠点と位置づけられた武蔵小杉駅や新百合ヶ丘駅周辺の商業活性化を整理する必要がある。 ・駅から離れている地域コミュニティ型の商店街では、活動が減少しており、商店街を核とした地域活性化までを担うことが困難となっている。 （２）ポストハロウィンの検討・実施 ・ハロウィン終了後の中核イベントについて、川崎らしいカルチャーを発信できるものとするよう、地域商業者等と連携した取組が必要である。 （３）商業者グループの活動増加 ・同じ目的で集まる「商業者グループ」による活動が増加傾向であり、商店街区を越えてイベント等を開催するケースも多い。地域商業の次世代の担い手と考えられる商業者グループの取組への支援が必要である。

4 今後の方向性	
（１）「商業力強化」の視点 ・意欲ある商業者の発掘・育成の支援強化（再掲） ・商業者グループの取組への支援 ・多様な主体が関わるしくみづくり（再掲）	（１）「商店街活性化・まちづくり運動」の視点 ・意欲ある商業者の発掘・育成の支援強化（再掲） ・道路や公園などの公共空間の有効活用の推進

方向性 3：基本的な商業課題への対応

1 主な取組 と 成果	2 事業にかかる課題
（１）中小企業団体等共同施設補助金 【取組】・商店街のアーケードやアーチ、街路灯設置などを助成するとともに、平成21年度からは街路灯LED化の補助を実施した。 ・施設の老朽化対策として、平成27年から撤去補助を時限的に実施した。 【成果】・街路灯のLED化を推進した。(平成21から令和2年度までの支援件数 累計93件)(市内商店街街路灯のLED化率は80%超を達成) ・商店街解散に伴う街路灯等の適切な管理に寄与した。 撤去補助（平成27から令和2年度までの支援件数 街路灯累計34件、アーチ累計10件、アーケード累計1件） （２）空き店舗対策 【取組】・平成22年度から空き店舗活用・創業支援事業補助金を実施した。（平成26年度事業終了） ・商店街内の開業間もない商業者を表彰する空き店舗活用アワードを実施した。(平成27から令和2年度までの表彰者数 累計19件) ・市内創業者の増加を図るため、商人デビュー塾を実施した。（平成22から令和2年度までの受講者数 累計231名） 【成果】・空き店舗活用アワードでは、メディアへの露出が増えたことにより受賞店舗・商店街のPRに寄与した。 ・商人デビュー塾では、受講生による市内での創業に寄与した。(平成26から令和2年度までに確認できた創業者数 累計13件)	（１）撤去補助制度の延長 ・撤去補助があることにより商店街の負担軽減による活動の維持や、市民の安全・安心の確保といった目的を達成しており、補助対象を含め制度の延長について検討していく必要がある。 （２）魅力あふれる個店のPR ・空き店舗活用アワードは、空き店舗解消や創業機会醸成を図るほか、魅力ある店舗の周知を図ることを目的としているが、より多くの魅力あふれる店舗・商品を効率的・効果的にPRしていく必要がある。

3 方向性にかかる共通課題等
（１）商店街施設の老朽化・将来的な管理不安 ・老朽化施設の放置や、破損などによる通行人への被害防止など、商店街の管理状況の把握が必要である。 （２）商店街店舗の宅地化 ・住宅地に近いエリアでは、閉店後は住宅に代わることが多く、その結果、商店街の活気が失われ、商店街数の減少につながる要因となっている。

4 今後の方向性	
<u>（１）「商業力強化」の視点</u> ・個店をPRする取組の強化	<u>（２）「商店街活性化・まちづくり運動」の視点</u> ・老朽化した商店街設備への公的な関与

方向性 4：地域と連携する商業の確立

1 主な取組 と 成果	2 事業にかかる課題
（１）商店街魅力アップ支援事業 【取組】・商店街によるイベント・地域貢献・情報発信等の取組を支援した。 ・平成22年度から審査会にて、3段階の補助区分への評価で、補助率や上限金額を決定する制度を導入した。 【成果】・商店街が主体となった魅力あるイベントの開催に寄与した。(平成22から令和2年度までの支援件数 累計271件) ・審査会導入により、商店街によるイベント見直しなどを誘導した。	（１）イベントの恒常化 ・イベント実施による集客力等の低下、固定客につながらない一過性イベントの増加など、効果的なイベント実施への誘導が求められている。 ・申請が減少しており、見直しが必要である。 (平成22年度33件 → 令和2年度19件)

3 方向性にかかる共通課題等	
（１）商店街イベントの多様化 ・担い手の減少や警備費用の高騰などもあり、大規模イベントの開催を見合わせるケースが生じている。 ・まちゼミ、街バル等 リピーター獲得イベントが増加、特に商業者グループによる活動が活性化している。	
4 今後の方向性	
（１）「商業力強化」の視点 ・まちゼミ、街バル等のイベント実施を通じたリピーターの獲得	（２）「商店街活性化・まちづくり運動」の視点 ・店舗への誘導性を高めるイベントへの支援強化 ・商店街における地域課題の解決や情報発信強化の取組等に対する支援

方向性 5：付加価値の高い商業への転換

1 主な取組 と 成果		2 事業にかかる課題
（１）商業アドバイス事業 【取組】・商店街等の課題把握や解決等のために専門家を派遣した。 【成果】・まちゼミの実施に向けた勉強の開催や、イベントの企画検討、LED化に向けた資金繰りや効果の整理などに活用し、事業推進・課題解決等に寄与した。（平成22年から令和２年までの支援 累計128件） （２）魅力あふれる個店創出事業（再掲①参照）		（１）ニーズの把握と利用促進 ・課題に対する具体的なニーズの把握に努めるとともに、利用促進、適切な講師紹介の派遣を行う必要がある。
3 方向性にかかる共通課題等		
（１）社会経済環境の変化への対応 ・付加価値の高い商業への転換を推進するためには、デジタル化への対応や、新事業展開・業態転換等への支援も求められている。		
4 今後の方向性		
（１）「商業力強化」の視点 ・デジタル化等、個店等の社会経済環境の変化への対応支援	（２）「商店街活性化・まちづくり運動」の視点 ・商店街組織の状況や課題に応じた専門家の派遣	

方向性 6：まちづくりと連動した商業振興

1 主な取組 と 成果		2 事業にかかる課題
（１）中心市街地活性化マネジメント事業 【取組】・川崎駅周辺の中心市街地活性を目的に、平成13年8月、かわさき T M Oを設立。まちなか音楽ライブ（バスカー）や商店街の環境改善に向けた活動等に取り組む。 ・令和3年度からは、ナイトタイムエコノミーの形成と連動したイベントなど新たな取組を推進した。 【成果】・音楽ライブを点在して実施することによる回遊性向上や、商店街協定の締結等による商店街の環境改善に寄与した。 ・令和3年度は、多摩川等の地域資源を活用した活性化事業を実施し、若手事業者等の発掘・育成や回遊性向上等に寄与した。		（１）川崎駅周辺のエリアマネジメントの担い手の発掘・育成 ・活性化の担い手の高齢化が進み、若い世代の担い手の発掘・育成が必要である。 ・自主的な運営のための自主財源の確保が必要となっている。
3 方向性にかかる共通課題等		
（１）多様な主体との連携による課題解決 ・事業者自身が力をつけ蓄えていけるよう、事業者間での多様な連携のみならず、商業を軸とした他産業との新たな連携などを促進し、幅広いネットワークを構築していくことが必要である。 ・コロナ禍における新しい生活様式を考慮し、社会変容等を見据えとともに、多様な主体と連携しながら、集客や回遊性向上等に取り組み、中心市街地の活性化を図っていく必要がある。 （２）まちづくりの新しい動きとの連動性 ・民間事業者や行政による新たなまちづくりの動きに対応して、公共空間の有効活用の推進に取り組むなど、商業エリアの活性化を図る必要がある。		
4 今後の方向性		
（１）「商業力強化」の視点 ・まちの価値を高める魅力ある個店の集積に向けた取組の強化	（２）「商店街活性化・まちづくり運動」の視点 ・川崎駅周辺のエリアマネジメントの担い手の発掘・育成 ・多様な主体が関わるしくみづくり（再掲） ・地域資源の活用や情報発信の強化等による中心市街地の活性化	