



稲城市 商業活性化プラン

概要版

稲城市商業の活性化・地域振興の方向

自慢のコミュニティを感じられる商業の街づくり

「自分達の住む街は、自然や人とのふれあいがあり、暮らしに便利で、楽しい彩りもある、他人に自慢できる良いコミュニティだ」と市民が感じられる商店街・商業集積がある街づくりを目指します。

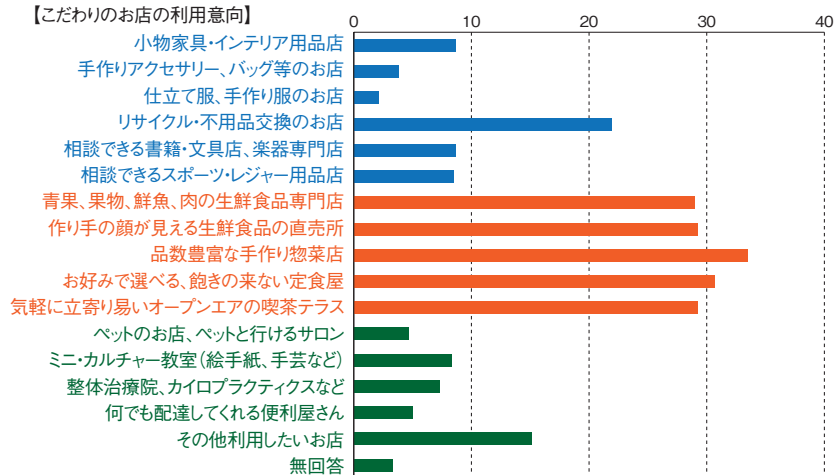
稲城市商業を巡る現状と課題

- ① 購買力の市外流出
(買い物したいお店が市内にないと思う市民が少なくない)
- ② 市内商業の立ち遅れ
(都市構造の変化・市民の変化に対応できない認識と体力)
- ③ 地域資源を生かせていない
(自然、農業、観光資源、都市整備、人口増加等)

市民が望む商業

- ・市内にあったら利用したいこだわりのお店では、「品数豊富な手作り惣菜店」を始め、食関係のこだわりのお店に多くの利用意向が寄せられました。また、リサイクル・不用品交換のお店、文化・教養・レジャー関係のお店への利用意向もありました。
- ・商店街に欲しいものでは、幅広歩道、トイレ、ベンチ、イラスト地図等が多くあげられました。
- ・自由記入では、「洒落た個店指向」、「生活利便性指向」、「手づくりふれあい指向」、「大型店・ショッピングセンター指向」の要望意見が多くありました。

【こだわりのお店の利用意向】



主な要望意見

- ・買物のあと洒落た店で友達とお茶したり、食事したりでき、腰を下ろして町の様子を心おきなく眺めたい場所
- ・小さくても個性と品質を誇れる店。生活に潤いを与えてくれる大人のための街づくりを願っています。

- ・南武線の駅周辺がもう少し活気のある街になって欲しいと思います。居酒屋・定食屋など、食関連の店が欲しい。
- ・首都近郊の農作物生産地として、農地や山を残しつつ発展して欲しい。
- ・生活上の買物が安く便利になる大型・中型の商業施設も整備して欲しい。大型書店、庶民的値段のレストラン街等。

1. 暮らしに寄り添う便利な街づくり

〈若い世代が多い・人口が増加・街の整備が進展〉の強みを生かし、暮らしを便利に豊かにする商店街・交通環境づくり



① 既存商店街の再整備

- 営業日・閉店時間等の商店街運営ルールの見直しや、美観づくりの活動、買物客に便利な交通環境づくりに努めます。
- 商店街に必要な品揃え・業種構成に取り組むことで、商店街の再整備を実現します。

② 駅周辺商店街の再生

- 消費者市民や市内通勤就業者からの駅周辺商業、商店街への期待に応えるべく、駅周辺商店街づくりに中心になって取り組む事業者の会を準備する等の支援を進めます。
- JR南武線駅周辺の商業活性化については、市行政、鉄道関係者との協議機会を設け、消費者市民、商工業者の意見要望の反映に努めます。

③ 幹線道沿いの新しいショッピング拠点づくり

- 幹線道路沿道に、「道の駅」的な共用駐車場を中心にして物販店や飲食店が立地するような新しい商業集積の研究に取り組みます。
- 具体的には、「幹線道沿いの新しいショッピング拠点づくり研究会」を設立することにし、商工会、JA、市行政が協力して、関心のある市内商工業者や果樹園農園などの参加を呼びかけます。

④ 「買物バス」の運行

- 現在あるiバスについては、買物客が既存の商店街にアクセスするにはあまり有効ではないため、事業者側の意向を整理し、路線構成・バス停位置の改善を市行政に要望します。

2. 市民が主役の楽しみある街づくり

〈自然豊かな風土と、感性豊かな市民が居る〉強みを生かし、市民協働で創る生活の舞台・「散策が楽しい街」づくり



① 季節を感じられる「門前市」の開催から

- 消費者市民からは、稲城の特色を残しつつ、徒歩で楽しめる商店街、小さくても個性と品質を誇る店といった、生活に潤いを与える大人のための街づくりを望む声があります。
- そこで、四季のイベント等で多くの市民が集まる門前的な場所に「市」を設けてテストしたり、その機会にPRして同好の消費者やお店をやってみたい人を探索・発掘するといった地道なマーケティングの取り組みに努めます。

② 多摩川堤の楽しい散歩道づくり

- 多摩川堤の活用としては、市民の声にあるようなスポーツ後の飲食、ドッグラン等ペット関係のお店の他に、多摩川を借景にしたレストランやピヤガーデンなどが考えられます。
- お店が立地したくなる「多摩川堤の楽しい散歩道づくり」のビジョン作成から、市民と協働で取り組み、会員制でクラブハウスを事業化するなど、楽しみながらの地域活性化を展望します。



3. 地域資源を活かす逸品づくり

〈農、レジャーが多い等〉の強みを生かし、他では手に入らない逸品づくり



① 稲城の農産物(梨・ぶどう等)を使った菓子・料理等のコンテスト毎年開催

- 稲城では、梨、ぶどうを始め、農産物が特産品になっており、梨ワイン、梨やブルーベリーを使った洋菓子、地元産野菜を使った食事メニューなどが「いなぎ名産品」に指定されています。
- 広く市民参加による菓子と料理のコンテストを毎年開催し、優秀作品を表彰するとともに、商品化を地元商業者に引き継ぐことで、市民の関心も高め、特産品の充実を図る新たな仕組みを設けます。

② ジャイアンツ、ヴェルディ、自然探索等ファン・愛好者が集う「ファンショップ」づくり

- 稲城は、巨人軍とヴェルディの練習場があり、いわばホームタウンとも言えます。その特色を活かして、グッズ店やファンのたまり場を作ってはどうかという市民の声があります。すでに、ペアリーロード商店街などで、ヴェルディを応援する活動などは進めてきていますが、より本格的に「ファンショップ」づくりに取り組むため、商店街、商工会、市行政等地元関係者が連携して、実現に取り組みます。
- 「上谷戸」等に代表される稲城の里山の自然は、自然探索や里山の田園に触れることを愛好するファンも多く、市内外から多くの来訪者が考えられます。そこで、それらの人々に応える「ファンクラブ」の運営も、一種の観光レジャー産業として伸びる可能性があり、検討を進めます。

4. ファンが集う情報発信・交流

〈ファンが多いチームがある等〉の強みを生かした情報発信により、地域のファンづくりと開かれたコミュニティづくり



① 稲城のPR情報発信ホームページ開設

- 様々な情報をインターネットや携帯電話から得るといふ人が増えており、地域情報や買物情報をインターネットや携帯メールで提供する必要性が高まっています。
- そこで、稲城のPR情報発信を行うホームページを開設し、地域のイベント情報や商店街の顧客サービス情報等を発信します。

② ファンからの情報発信

- インターネットのWebサイトは、アクセスが多いほど様々な魅力が高まり、例えば、バナー広告の収入も得られるようになります。
- 稲城は、プロスポーツのチームもあり、里山等の自然の豊かさなどから、「ファン」が多い地域であることから、ファンの注目する情報を掲載するとともに、「ファンからの情報発信」を受け、視聴者同士が交流できる機能を盛り込みます。

③ ホームページで引換券・割引券を発行

- ホームページには、商店街のイラストマップやイベントカレンダーを掲載し、大売出しのチラシなども掲載して、「優勝セール」など販売促進・商業振興に生かします。



ごあいさつ

稲城市の地域は、都市基盤が完成間近の今、多摩丘陵の緑・多摩川・果樹等の農地が織り成す自然とのふれあいがある地域の特色を生かしつつ、市民生活が多彩にのびのびと展開される街づくりの創世記を迎えています。

そこで商工会では、市民の暮らしに寄り添い、市民ニーズに応じて、暮らしに便利で、楽しい彩りもある街づくりに向け、ここに東京都商工会連合会と共同で「稲城市商業活性化プラン」を策定いたしました。

当プラン策定に当たっては、主な商店街の代表者、稲城市の産業振興担当者、及び有識者からなる「稲城市商業活性化プラン策定委員会」を設けて、実態調査の計画からプランの内容の検討まで行い、関係者の英知を結集しました。大勢の方々のご協力に感謝申し上げます。

このプランの推進にあたっては、商業者が主体となって取り組むとともに、稲城市行政などの支援を期待し、市民団体や個々の市民の理解や協力を得て、商業者と行政と市民の3者が「パートナーシップ」（協働）の連携に立って、実現に取り組むことを目指しています。

東京都商工会連合会

稲城市商工会商業活性化プラン策定委員会

計画の構成

稲城市商業の活性化・ 地域振興の方向

1. 既存商店街の活性化
2. 観光型産業の振興
3. 駅周辺・沿道型の商業集積促進



稲城市の強みを生かした 地域振興策

1. 暮らしに寄り添う便利な街づくり
(若い世代が多い・人口増加・街の整備進展)
2. 市民が主役の楽しみのある街づくり
(自然豊かな風土と、感性豊かな市民が居る)
3. 地域資源を活かす逸品づくり
(農、レジャーが多い 等)
4. ファンが集う情報発信・交流
(ファンが多いチームがある 等)

計画期間

平成21年度～平成25年度

JR南武線の連続立体交差事業が概ねできあがる時期が平成22年度の予定であること、稲城市の長期総合計画が改定時期を迎えていること、東京都の地域商工会に対する事業補助の期間など、都市整備の既定計画や関係行政計画の時期を考慮して、5ヶ年間の計画期間とします。

アクションプラン

商工会と商店街が主体となって、以下の事業に取り組みます。



1 一店逸品運動の展開

各店が工夫して商品発掘や商品開発を進めます。一店逸品のお勧め商品が何か、来街者に一目で分かるように店頭以案内掲示します。

3 商店街PR作戦・イラストマップづくり

商店街をPRするために、「一店逸品」や商店街の改善策の成果などを取り入れたイラストマップを作成するとともに、各店の自慢の品やサービスを絵にして活用を図ります。

5 市民協働・季節の「買物ひろば」づくり

季節の「買物ひろば」と称して、既存商店街、「門前通り」で商業者、市民有志等が協働して「市」（フリマを含む）を開催し、「山の手」と「下町」の交流を促す機会・場とします。

2 市民参加の商店街 タウンウォッチング活動

市民参加で商店街のタウンウォッチングと、先進地の視察を行い、自分達でできる商店街の改善策（清掃、花壇づくり、交通の自主規制、空き地の活用など）のアクションプログラムをまとめます。

4 あきんど養成・ 社会実験の事業

- 商業後継者、新規開業希望者の市民などを対象に「あきんど養成講座」を開催します。
- 5回程度の連続講座とし、例えば、繁盛店の見学会など、座学と実践訓練を織り交ぜて、店舗経営に必要な知識と技術を学べるようにします。
- 実践訓練では、受講者共同でマーケティング調査や実験店舗の運営など、直ぐ役立つ体験を得られるようにします。

