

2

西東京市商店街の将来像 (活性化の目標)



西東京市の現状及び生活者や商業者の意向、活性化の可能性と方向性を踏まえ、西東京市商店街の活性化の目標、西東京市が目指す商業・商店街の姿を示す。

(1) 活性化の目標

① 個々の商業者が経営意欲を喚起し、成功のシンボルとなっていく、そうした店が増えること

西東京市商店街の活性化の原点は、いかに魅力的に輝いている個店が増加していくか、そして、その魅力的な個店が一つの成功シンボルとなって、新たに意欲を喚起された商業者が増えていくかということである。

具体的には、売上高の増加や自らの目指す売上高を確保できる個店が増加することと、新たな業種や業態へと発展する第二創業の後継者や、様々に変化する生活者ニーズに対して新たな起業家が増加し、空き店舗等が減少していくことである。

② 生活者のニーズに応え、さらに環境問題など新たな生活提案型の商業展開ができること

商店の品揃えやサービスの魅力の向上と同時に、それが生活者に効果的に情報提供されることが重要である。また、商業者が生活者のニーズを自らキャッチすることはもとより、生活者側から直接的に商業者にニーズを伝達し、サービス改善を促すような相互の情報ネットワークを確立していくことが重要である。

具体的には、生活者と商業者双方が情報距離を縮め、お互いを理解し合あえる交流の場を確保し、継続的に生活者と商業者によるまちづくり懇談会が開催され、パートナーシップが醸成されることである。そうしたなかで、商店街等が推進する環境にやさしい西東京版生活スタイルが定着し、先進的な環境共生のまちづくりが具体的に展開することを目指す。

③ 商店街の取り組みにより、生活者が満足できるまちづくりが進んでいること

商店街に来街者が増加していくためには、魅力ある個店の存在に加えて、まち自体の魅力が高めることが重要である。1つには、商店街が中心となって地域の様々な資源を有効に活用（タウンマネジメント機能）し、住みやすいまちにしていくことであり、2つ目には、生活者が必要とする商品・サービスはもとより利便性と快適性の高い商店街・まちにしていくことである。

具体的には、商店街がタウンマネジメント機能を発揮しながら、共同経営による不足業種の出店や、空き店舗を活用した、市民交流スペースを創出する。さらに、商店街が中心となって、地元らしさや地場の産品を取り入れた西東京市ブランドの形成・創出や、生活者の生活圏に応じて広域的な商店街の活動や共同事業の実施を図る。

また、買い物だけでなく、散歩や出会った人とのおしゃべりが楽しめる、歩いて快適な利便性を備えた空間を提供できる商店街を目指す。

④ 地域問題の解決など、地域の生活ニーズに対応した新しいビジネス活力が湧き上がること

地域社会のニーズや、生活者一人ひとりの多様なニーズに密着したサービスへの期待が高まっており、地域住民のまちづくりへの参加意識の高まりから、そうした事業を行いたいと考えている人も増えつつある。商店街が取り組む共同事業についても、生活者やグループ、NPOなどと連携しながら事業化することにより、新たなコミュニティ・ビジネスとして拡充し、より充実した生活支援サービスが提供される地域コミュニティの形成が求められている。

また、地域経済全体の発展のため、地域内の農業者や製造業者、商業者が、生産と販売の連携、地産地消の促進、流通ルートの確立により、お互いの利益を創造していくような、市内の経済循環の強化を目指す。

具体的には、地域の抱える様々な問題や課題に取り組む商店街の増加、高齢者や子育て支援など各種の生活サービスを提供するコミュニティ・ビジネスの事業化や、地域内の異業種交流を通じた、新たなビジネス（地産地消、西東京市ブランド）の創造などである。

⑤ 魅力ある商業地、秩序ある都市形成を促進すること

各種誘導施策や、商業者、生活者との協働により、商業地については、商業施設の立地を促すとともに、人の流れを商店街へ誘導する、街なかサロン（交流施設）や、駐車場、駐輪場、福祉施設などの整備を促進し、安全で快適な生活者の消費生活を確保し、商業の健全な発展を図る。

生活者の市街地へのアクセスを向上させるとともに、歩いて楽しめる商店街形成を進めるため、都市計画と連動しながら、交通需要マネジメントにもとづく、市内交通網体系の整備を図り、生活者の誰もが安心して、買い物や商店街の散策を楽しんだりできるようなまちづくりを目指す。

また、自転車利用や、循環バス運行の充実や改善などの方策を講じ、商店街へのアクセス向上、商店街内の回遊性確保により、来街者でにぎわう商店街を目指す。

(2) 目標達成に向けての施策の方向

それぞれの目標を達成するための、施策の取り組みの方向は以下の通りである。

① 輝く個店・意欲ある経営者づくり

商業者の経営意欲や個性など潜在力を引き出していくため、刺激を得たり、競争心を喚起できるような商業者どうしの交流の場を設けたり、事業意欲や優れた経営者を伸ばすような重点的な支援を行う。

特に、後継者や既存の商業者も含めて、経営ノウハウの習得や経営者としての資質を磨く育成機会の充実を図る。

また、商業への新規参入がしやすいように、新たな人材がチャレンジできる環境を整備し、起業の段階でのノウハウ習得やリスク緩和等の支援を強化する。

空き店舗については、多くが店舗と住居が一体化して固定化しており、商業資産としての空き店舗が有効に活用されないことが、商店街の魅力低下の一因ともなっている。この店舗資産を流動化させ、空き店舗を経営意欲のある商業者が利用できる仕組みを作り、その活用を促進する。

② 生活者と商業者を結びネットワークづくり

IT技術等を有効活用し、インターネット・ホームページ上に西東京市らしさを売りにしたサイバーショップを開店するなど、広く市外にも情報発信するとともに、生活者と商業者の双方向の情報交流を確立し、随時、生活者と商業者が対話しながらより良い商品提供やサービスを追及できる仕組みづくりを行う。

さらに、生活者の満足と商業者の利益をとともに高めるために、両者が直接対話できる機会を定期的に設け生活者と商店街が一体となった各種取り組みやイベント、まちづくりのための機運醸成を図る。

また、生活者への生活支援サービスを充実させるという視点から、公的な購買動向調査を有効活用するとともに、地域のより細かな生活者実態をデータベース化したり、商店・商店街に対する生活者の評価を商業者に伝えたりできるシステムを形成し、活用していく。

③ 賑わいのあるまち（商店街）づくり

まちの魅力を創造し、高めていくことは、来街者の増加、商店街の集客数の向上となることから、商業者がまちの魅力づくりに組織的に取り組めるよう、商店街の組織力強化を促進する。

また、まちの魅力を地域全体で高めるため、商店街だけでなく、まちづくりへの参画を希望する生活者を組織化し、巻き込みながら商店街と協働したまちづくりを促進する。

商店街の安定的な集客を図るため、基本的な集客機能である商店街の利便性強化と店舗構成の充実を図る。さらに、生活者が安全で快適に生活や買物ができる環境整備を進めるとともに、地域の生活者が交流などを楽しめる場を設け、日常的に商店街と地域社会の連携を強化していく。

商店街は商品やサービスを提供されるだけでなく、様々な人や情報と出会い、日常生活の中の楽しみを得られることが重要な要素となっている。こうした商店街の集客要因にも目を向け、商店街の景観や街並み、アメニティ施設、利便施設の整備を進めるとともに、各商店や商店街が独自性を発揮し、一店逸品運動や、西東京市ブランドづくりを行う。

④ 地域ビジネスの創造

高齢者を対象とした宅配サービスや子育て支援など各種の生活サービスを提供するコミュニティ・ビジネスなど、地域社会のニーズに密着した多様なサービスが生じ始めているが、これらをビジネスとしていかに定着させていくかが課題となっている。そのため、商業者をはじめ、生活者や市民グループがコミュニティ・ビジネスに取り組めるような環境を整備する。

地域内で「生産 仕入れ 売る 買う」といった生産者、商業者、消費者への流通が循環することは、お互いの利益を創造し、地域経済全体の発展に寄与する。さらに、地域の安全な材料で生産され、消費される仕組みは、話題性も高く、西東京市ブランドづくりともなる。このため、生産者、商業者、消費者の取引機会の拡大や、市内で生産される工業製品や農産物など地域産業マーケットの拡大を促進し、生産と販売の連携、地産地消の促進、流通ルートの確立を図る。

⑤ 安全で秩序ある都市づくり

地域の課題として、市街地内の狭隘な道路の問題や、歩車道が分離されていない商店街での交通問題があげられている。また、商店街や駅周辺での駐車場、駐輪場不足も大きな問題となっている。これらは生活者が商店街を利用していく上で大きな阻害要因となっていることから、都市計画との連携を密にし、市街地整備と一体となった商業振興施策の実施を進めていくことが重要である。

また、市街地整備には長時間を要するものも多いことから、これらの問題の解決には、生活者と商業者、行政の協働により、交通需要マネジメント手法による解決や、問題の緩和なども有効な手段と考えられることから、そうしたソフト事業の推進を図る。