

3 商店街分野

商店街分野を取り巻く現状と課題

(1) 商店街の存続に向けた、推進力のある運営が求められている。

- ① 商店会の解散抑止に向けた対応策が必要
- ② 消費者ニーズを把握し、利用促進に向けた具体策が必要
- ③ 個店の経営サポート等の支援策が必要
- ④ 長期的な視点を持ち、エリア全体の将来を見据えた担い手育成が必要

(2) 商業空間に限らない、商店街の新たな価値付けが求められている。

- ① 商店街の「見える化」につながる個店の魅力向上が必要
- ② 空き店舗の解消と有効活用の促進に向けた具体策が必要
- ③ 商業に限らない商店街の空間としての再評価が必要
- ④ 地域の特性に応じた商店街のブランディングが必要

(3) 市民理解を促進させるために、市民や多様な団体等との連携が求められている。

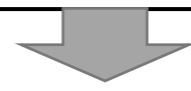
- ① 市民に向けた商店街や個店に関する効果的な情報発信が必要
- ② 防災・防犯など、商店街の多面的機能の活用に向けた理解促進が必要
- ③ 多様な組織、団体等との連携によるイベント等の継続的な取り組みが必要

西東京市の商店街分野を考えるためのキーワード

- 商店会組織の運営力強化
- 商店会の担い手育成
- 市民の利用を促す商店街の新たな価値付け
- 個店の経営力強化
- 消費者ニーズへの対応
- 空き店舗の有効活用
- 地域特性に応じた商店街のブランディング
- 戦略的なプロモーション
- イベント等による市民理解の促進
- 多様な主体との連携・協力

方向性2
で対応

方向性4
(横断的視点)
で対応



後期計画における方向性

方向性3 身近な「商店街」が暮らしを支えるまちをつくる

商店街と地域との連携を図りながら商店街の新たな価値を創造し、地域コミュニティの核や日常生活の拠点としての役割を発揮していくとともに、消費者が利用したくなる多くの個店を創出し、にぎわいのある「商店街」があるまちを目指す。

施策1：運営環境の整備

商店会の担い手育成を進めるとともに、市民に求められる商店街を作り出していくための運営環境を整えます。

- 消費者ニーズの調査・研究
 - 商店会連絡会議の開催
- など

施策2：新たな価値の創造

地域特性に応じた各商店街のブランディングや、地域コミュニティの「核」となる空間づくりに向けた支援を行います。

- 商業利便度向上事業の実施と結果の活用
 - 駅周辺エリアごとの一体的な商店街振興の支援についての調査・研究
 - 空き店舗活用の支援
- など

効果を測定するための指標

方向性4 (横断的視点) 魅力ある「西東京市ブランド」 が輝くまちをつくる

施策1：西東京市ブランドの情報発信・PR

施策2：イベント開催によるにぎわいづくり

施策3：新たな連携の創出

施策4：観光まちづくりの推進