



エリア価値向上型



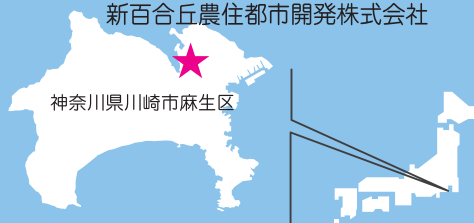
構造
改善

地域
資源

地域
交流

新百合ヶ丘商店会

共同事業者：一般財団法人川崎新都心街づくり財団
新百合ヶ丘農住都市開発株式会社



神奈川県川崎市麻生区データ

人口（平成31年1月1日時点）	178,883 人
面積	23.11 km ²
人口密度	7,740.5 人/km ²
昼間人口	137,459 人
夜間人口	175,523 人
小売業年間販売額	128,067 百万円
小売業従業者数	6,163 人

出所：人口・面積・人口密度（面積と人口より計算）→自治体ホームページ
昼間人口・夜間人口→平成27年国勢調査
小売業年間販売額・小売業従業者数→平成28年経済センサス



地域一体化センターを核に 分散している商店街を再編



- 分散している商店街を一体化して訴求する「連携一体化センター」を整備
- 恒常的な憩いと交流ができる場の創出により、来街者の長時間滞在を目指す
- 地元大学生の活用により、若いエネルギーを活性化に結びつける

商店街概況

- 新百合ヶ丘商店会は、昭和49年に開設された小田急線新百合ヶ丘駅を中心とした川崎市北部の中心的な商業街にあり、周辺には郊外住宅地が広がっている。
- 駅周辺は大型店3店が占めており、商店会の店舗は南北1,600m、東西800mに広く分散。広域エリアの他の商店街に比して店舗密度が低い。

来街者数

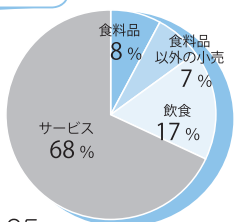
平日：8,108人 休日：8,920人（平成29年2月）

ホームページ

<http://www.lirios.jp/>



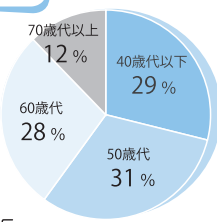
店舗の状況



総店舗数 95 店舗

業種構成 サービス業が7割近くを占める

組織の状況



会員数 95 人

年代構成 50歳代以下が過半数を占める

来街者が憩いと交流ができる場の創出が課題

- 商店街への来街者は近隣からが多い。しかし、店先が開放的な個店が少ないため店舗での顧客の交流機会がほとんどなく、大型店客の多くを商店街の集客に結びつけることができていない。
- 「しんゆりマルシェ」をはじめ、イベントを多数開催して地域住民から好評を得ているが、単発的であるため、来街者が恒常的に憩いと交流ができる場を設け、楽しく店舗巡りができる仕組みを構築していくことが課題。

事前調査の概要

ニーズ調査

- ・住民アンケート調査
「芸術のまちに根ざすタウンカフェ設置事業について」
「イベント関連へのニーズ」等

マーケティング調査

- ・来街者アンケート調査
- ・来街者ヒアリング調査
「来街目的・買物場所」等
- ・歩行者通行量調査
- ・商圈調査
- ・採算性調査
「タウンカフェ運営コスト・歳出入」等

駅前のそばにあるのが望ましい施設として「気軽に休んだり、くつろいだりする場所」が回答数475のうち338と7割以上を占めている。

広域商店街が 一体となった取組の始動

商店街の回遊性を高めるため、また、事前調査により、気軽に休んだり寛いだりできる場所へのニーズが強かったことも反映させ、広域にわたる商店街が一体となった取組が企画された。

商店街を中央、西、北、南の4つのブロックに分け、中央に連携一体化センター（愛称「しんゆり交流空間 リリオス」）を、他の3つのブロックには、商業活動の拠点となるステーションを整備。「リリオス」では、各ステーションで実施する個店の商品開発やイベント開催の情報を把握し、利用者に適切に情報提供することで一体感のある商店街に再編。個店への来店機会を増やす取組が始まった。既存イベント「しんゆりマルシェ」と同様に、商店会が中心となり、周辺12大学の学生、地域団体と連携して実施している。

「リリオス」は、住宅展示場「新百合ヶ丘ハウジングギャラリー」敷地内に、木造平屋建て、カフェ&キッチンスペースも併設する床面積47.3坪の施設として建てられた。地域交流イベントや子育て世代向けイベントの実施のほか、地域のアート作家の作品を展示販売する小箱ショップの設置、作品の展示スペースの設置や地元農産物の販売等を行っている。

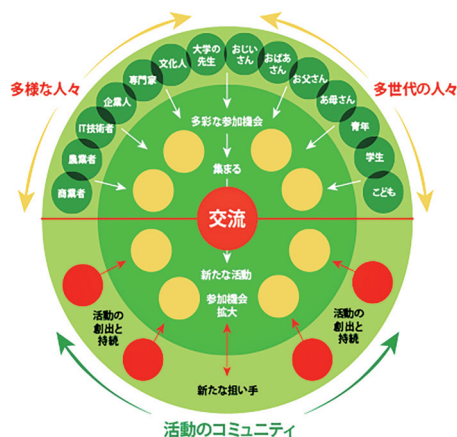


木の雰囲気があたたかみのある「リリオス」内観



毎年3万人以上の来場を誇る「しんゆりマルシェ」

各ブロックを回遊するハロウィンパレード



「しんゆり交流空間 リリオス」の概念図



食育イベントや植木鉢づくりなど子供向けプログラムを多数開催

地元大学生の若いエネルギーを 活性化に結びつける

「リリオス」の整備により、ここを交流拠点とし、周辺に位置する個店の商品情報や各ステーションで開催されるイベント情報を提供していくことは、顧客の商店街への関心を高める効果が期待できる。また、「リリオス」と各ステーションを結ぶ回遊型イベントの開催により、個店への来店機会の増加が見込めることとなる。大型店での買物を主目的とした来街者に、大型店では欠落している機能である憩いと交流の場を提供することにより、相互に補完的な役割を果たし、より多くの来街者が商店街に長時間滞在し、商店会の集客力増加に結び付くと期待されている。

また、「リリオス」の運営に、商店会の事業委員会や大学生などの若いエネルギーが積極的に参加することにより、商店街の活性化に結び付けてゆく方針だ。



事業の成果

BEFORE

- 来街者は大型店への目的買いが多く、回遊性・交流が少ない
- 商店街が広域に亘っており、情報が分散
- イベントによる集客は多いが、効果は単発的



AFTER

- 憩いと交流の場の提供により長時間滞在に期待
- 分散している商店街が一体となった取組により、来店機会の増加を企画
- 大学生等の若いエネルギー投入により活力強化