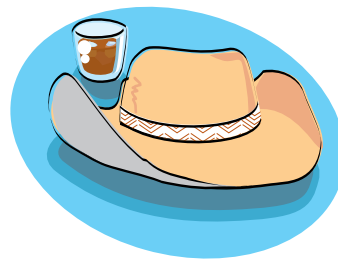


武蔵野市武蔵境圏中心市街地活性化計画  
商業活性化計画へのご提案



## はじめに

このたび策定されました企画に私たちの視点を加えていただきたいと、  
このまち、武蔵野市武蔵境圏の商業活性化についてのご提案です。

いいものを識別できる目をもった賢い生活者が増えています。  
この時代、このまちで小売・サービス業は何を提供すればよいのでしょうか。

産業構造やコミュニケーションメディアが大きく変化しています。  
この時代、このまちでどのようなアプローチが最も有効なのでしょうか。

大都市圏において、新しいコミュニティが形成されています。  
この時代、このまちでどんな快適なまちづくりができるのでしょうか。

ひとりひとりの生活者が、刻々とデータペース化されています。  
この時代、このまちで個の利便のために誰が何を提案すべきでしょうか。

一人でも多く孫や子から、玄孫の代まで楽しく住んでほしい。  
この時代、このまちでくらす商業者として何をしたらよいのでしょうか。

このまちの課題は、まだまだあります。

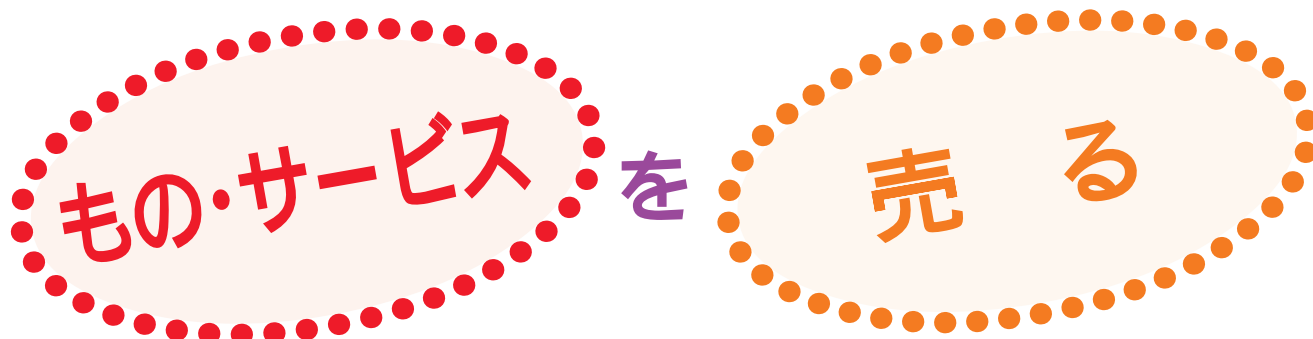
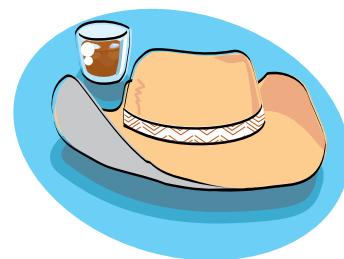
それらを解決するためのお手伝いをさせていただきたい。

私たちの経験からお役にたてることがあるのではないかと。

私たちの視点から、ご提案申し上げます。

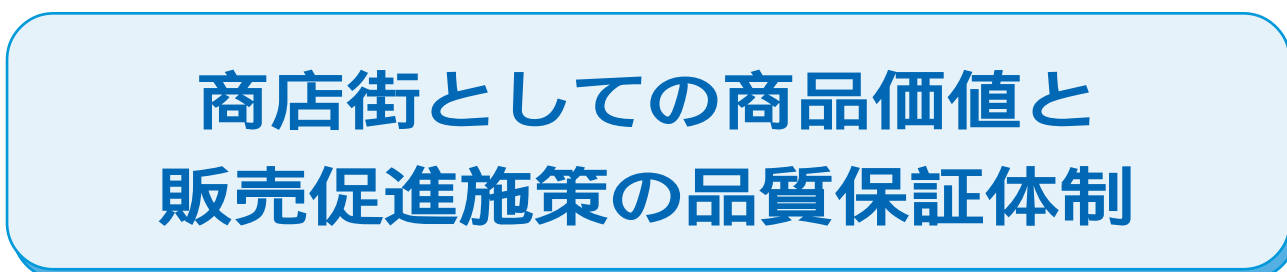
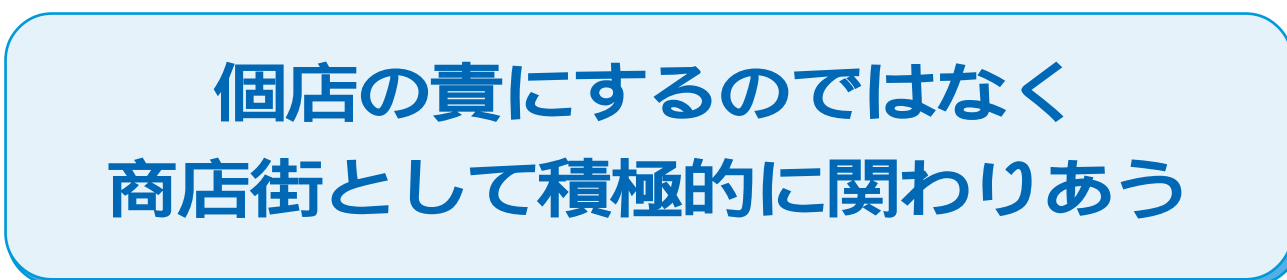
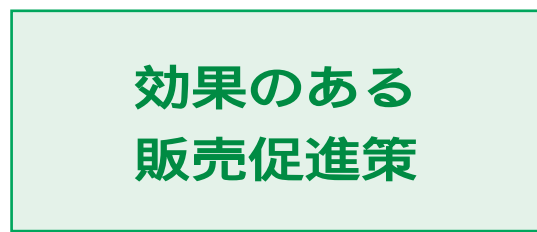
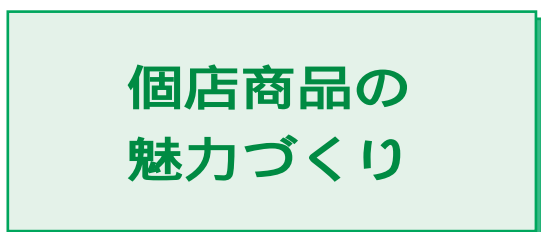
よろしくご検討たまわりますようお願い申し上げます。

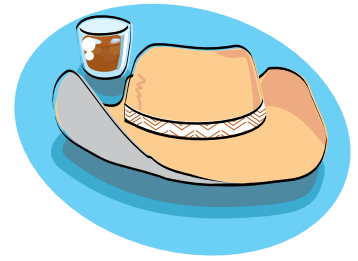
# 商業者の基本と 商業活性化原点の認識



生活者にとって満足できる商品であることが前提。満足できなかつたら、その商品だけではなく、その商店からの引続いての継続購入も期待でき難い。

売り方は重要であり、いろいろな技術が考えられるが、満足いただける商品あってこそ活かされるもの。その上で販売技術の使いこなしが求められる。





## 新規性

手あかのついていない、鮮度が高く、全国に先駆けるようなプランであること。

## 継続性

年間で数日だけのにぎわいではなく、365日アピールできるプランであること。

## 話題性

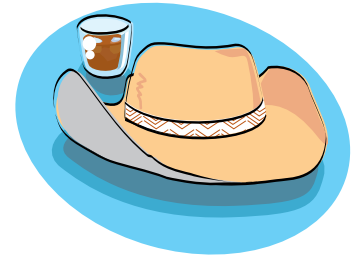
テレビや新聞などのマスコミやクチコミにも乗るようなプランであること。

## 発展性

それぞれ個店メンバーの思いや個性、特性で広がって行くプランであること。

# 商業の活性化のための基本方針

平成11年3月・武蔵野市策定



## 「回遊性」のある商店街づくり

広場公園の整備や道路整備等に加え、モール化、街路灯整備等を行い、駅を中心として、南北が一体となった回遊性のある商店街づくりを進める。また、路線商店街については、道路整備にあわせた再整備を行う。

具体的な事業展開

- ・共同店舗化事業
- ・モール化事業

## 「利便性」の高い商店街づくり

南北の商店街が一体となって、しっかりとした固定客を確保し、地元商店街の利用頻度の向上を図り、地域に根ざした利便性の高い商店街づくりを進める。

具体的な事業展開

- ・ポイントカード事業
- ・空き店舗対策事業
- ・武蔵境サービスカウンターの整備事業
- ・駐輪場の整備

## 「人が集まる」商店街づくり

南北共同でのイベント事業等によって、活気や賑わいを演出して、商店街へ人を集める仕掛けづくりを行う。

具体的な事業展開

- ・南北共同イベント事業

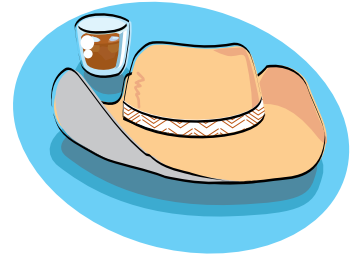
## その他

商店街の活性化のため、地元商業者の人材育成やまちづくりのための集会所（コミュニティホール）等の整備を行う。

具体的な事業

- ・人材育成
- ・コミュニティホール整備事業

## 基本方針を受けての 私たちの20の視点



### 「回遊性」のある商店街づくり

- 01 タウンコンセプトの確立したテーマタウンに。
- 02 あの店やあの場所の魅力をこの店から伝える。
- 03 心理的な面でもまちのバリアフリーを実現する。
- 04 来街者百人向けに百通りの買い物動線設計を。
- 05 店まわり、まちまわりが楽しめる仕掛けづくり。

### 「利便性」の高い商店街づくり

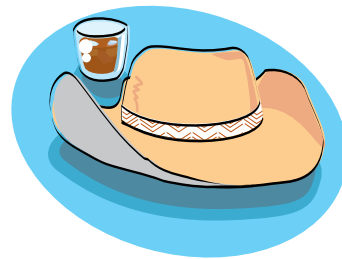
- 06 トクや便利さは自分で決める人たちへの対応。
- 07 価格、種類、産地、質などの多彩な選択軸の実現。
- 08 そのうちもらえるおマケより今の満足を提供。
- 09 金もテマも厭わない趣味や嗜好性の商品開発。
- 10 最寄り品買い物圏から、買い回り圏への拡大。

### 「人が集まる」商店街づくり

- 11 来てほしいのは住民・通民・訪民の全ての人。
- 12 人に話したくなる話題性、めずらしさがある。
- 13 足を向けてみたくなる仲間が働いているまち。
- 14 寄り場、遊び場、こころ癒しの空間があるまち。
- 15 費用対効果が高く話題性のあるイベント実施。

### その他（ますます発展する商店街づくり）

- 16 タウン・アイデンティティを確立し表明する。
- 17 業種、業態、規模を超えた全体活性化策の展開。
- 18 通学生やリタイア主婦の雇用機会を創出する。
- 19 店主夫人や二代目の戦力アップを強力に支援。
- 20 対象者と商品の棲み分けと特化、ネット化を。



### 「回遊性」のある商店街づくり

01  
タウンコンセプトの確立した  
テーマタウンに

ひとつの基本的な方針のもとに、テーマ性をもった商店街にして、まち全体がそのテーマに統一されてどのお店も、同じ表情でお客様をお迎えできるまちにする。

02  
あの店やあの場所の魅力を  
この店から伝える

うちはうちといった閉鎖性をなくして、全部のお店が他のお店や場所の魅力、特長を知っていて、お客様のご要望に応えられるお店を紹介できるまちにする。

03  
心理的な面でもまちの  
バリアフリーを実現する

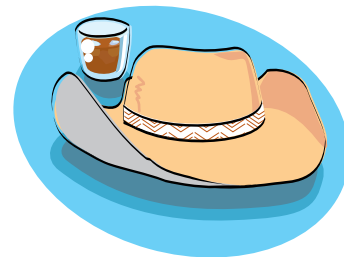
老若男女、障害のあるなしなど、どんなひとにとっても、入るのに抵抗があったり、買い物がしにくいといった、心理的な面でも交流するのに障害のないまちにする。

04  
来街者百人向けに百通りの  
買い物動線設計を

入口と出口が決まっていて、どんな人にもおなじようにお店まわりやまちまわりを強要するのではなく、お客様のそのときの気分などで行動できるまちにする。

05  
店まわり、まちまわりが楽しめる  
仕掛けづくり

いろいろな目的を持ってこのまちに来られたお客様に、最初の目的を果たした後でも、ウィンドショッピングや散歩などで楽しく滞留できるまちにする。



## 「利便性」の高い商店街づくり

06

トクや便利さは自分で決める  
人たちへの対応

いろいろな価値観を持ち、自分にとっての「トク」や「便利さ」を大切にして、他の人から与えられるのはいやだというお客様に的確に対応できるお店づくりをする。

07

価格、種類、産地、質などの  
多彩な選択軸の実現

自分の生活のいろいろなシーンや、ライフスタイルに合わせて、ひとつの商品でも、好みに合ったものを選べるような、豊かな選択ができるようなお店づくりをする。

08

そのうちもらえるおマケより  
今の満足を提供

いつかもらえる喜びよりも、そのお店や商店街を利用したそのときに満足できる特典を提供できる、一元のお客様にも喜ばれるようなお店づくりをする、

09

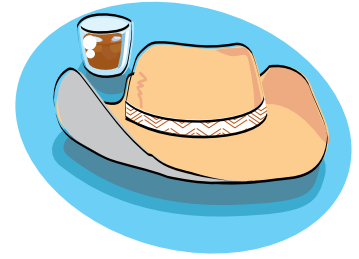
金もテマも厭わない  
趣味や嗜好性の商品開発

生活必需品などのように低価格優先の商品ではなく、その内容が気に入れば価格についてはこだわらない、趣味の商品、嗜好品も提供できるお店づくりをする。

10

最寄り品買い物圏から、  
買い回り圏への拡大

扱い商品のカテゴリーでの品揃えの工夫などで、最寄り商品だけではなく競合他店や量販店と差別化できる買い回り商品でも提供できるお店づくりをする。



## 「人が集まる」商店街づくり

11

来てほしいのは  
住民・通民・訪民の全ての人

背後の住宅地の住民だけではなく、地域の職場や学校に通ってくる通民、そして、このまちに来ることを目的にやってきてくれる訪民を受け入れられるまちづくりをする。

12

人に話したくなる話題性、  
めずらしさがある

一度、このまちやお店を利用したお客様が、家族はもちろん、友人や知人にすすんで話したくなるような楽しさやめずらしさのあるまちづくりをする。

13

足を向けてみたくなる仲間が  
働いているまち

地域の主婦の友だち、学校の友だちなどが、イキイキと働いていて、毎日でも足を向けたいくなるような、大勢のパートやアルバイトが働いているまちづくりをする。

14

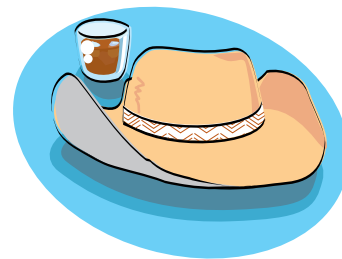
寄り場、遊び場、こころ癒しの  
空間があるまち

買い物だけを楽しむまちではなく、要所にちょっと寄ってみたくなる場所、遊べる場所、ほっとくつろげるような場所があるまちづくりをする。

15

費用対効果が高く  
話題性のあるイベント実施

吸引力が薄れた「市」や、名も知られていない芸能人のショー、どこかのまちの焼き直しのイベントではなく、ここならではのイベントが楽しめるまちづくりをする。



## その他（ますます発展する商店街づくり）

16  
タウン・アイデンティティを  
確立し表明する

余所にはないこのまちの個性を明らかにして、その個性を全部のお店が共有し、アピールしなから、自分のお店の個性を発揮できるまちづくりをする。

17  
業種、業態、規模を超えた  
全体活性化策の展開

一部の特殊なお店や、一定の業種、業態のお店だけではなく、どんなお店でも、棲み分けでき、同じお客様に多方面からアプローチでき、共存共栄できるまちづくりをする。

18  
通学生やリタイアOLの  
雇用機会を創出する

主要ターゲットである主婦や学生に、利用してもらうだけではなく、当事者としてパートやアルバイトとして、働いてもらえるような雇用機会を創出できるまちづくりをする。

19  
店主夫人や二代目の戦力アップを  
強力に支援

いろいろな情報や機会の提供により、全部のお店の家族や従業員、特に、店主夫人や後継者が率先して、活性化のための役割を担い、行動できる環境のまちづくりをする。

20  
対象者と商品の棲み分けと  
特化、ネット化を

いろいろな対象者に合わせたコミュニケーション手段を使い分けるとともに、インターネットやデジタルメディアを積極的に活用できるまちづくりをする。

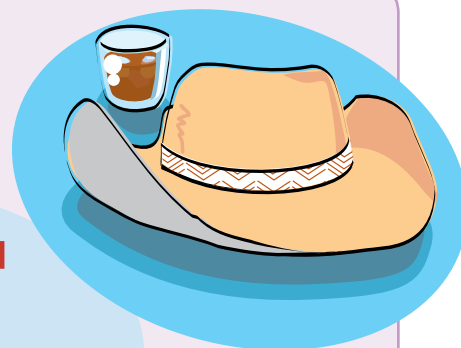
参加者のこころをひとつにする  
商業活性化計画の名称案

# 境が拓く、新世代商業。

夢は、西。

武蔵境は武蔵野市の西の玄関口。郊外からの来訪民を受け、ベッドタウンに向かう通民の足をひととき留める。ここ西のエリアには最先端の情報があり、楽しさがあり、希望がある。新時代は、ここから始まる…。

# 境



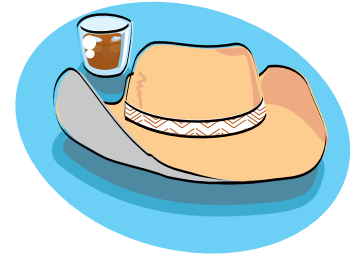
このプロジェクトのこころのシンボル、フロンティアスピリットを表現するテンガロンハット。全員の意思統一の証しや行動の決意表明として、多彩なシーンやシチュエーションで使用。

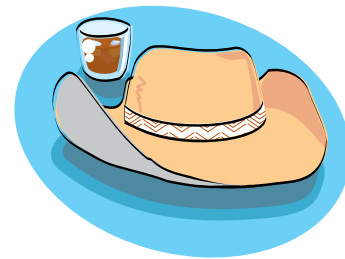
## フロンティア frontier

辺境、国境。最先端。米国史で東部から西部に進んでいった開拓地と未開拓地との境界。学問や知識を拓く新領域、最先端の業績。front(前面、正面)より。フロンティア・スピリット(frontier spirit)開拓者精神。特に米国人が西部に新天地を開拓していった時のような進取の精神。

## フロンティア・プラン frontier plan

# 商業活性化実現のステップ





## フロンティア・プランの課題

参加者全員の結束意識と展開意欲の統合

競合できる個店固有の特化商品の導入

即対応できるサポートスタッフの導入

先端のコミュニケーション方法の導入

国内外への情報の発受信と交流の強化

## サイバーメディアの積極活用

商店街共通ポイントカードとのリンク

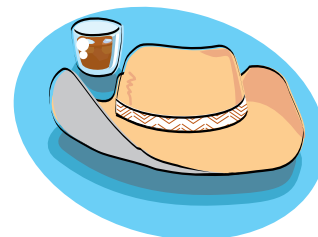
インターネットを活用した特化商品開発

個店からのメッセージを積極的に発信

経営管理システムの合理化と適正化

販売エリアの現商圈から近隣への拡大

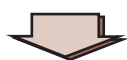
# 事前ネゴシエ - ションとしての 面接調査



## 中小企業診断士グループによる面接調査

複眼の視点からの解決策をアドバイスする新鋭女性経営コンサルタント集団「グループ赤とんぼ」が、個店別に調査を実施。現状の経営状態や課題等を面談調査して、将来の繁栄に向けての改善テーマを抽出、商店街と自店の活性化のための意義と方向性を示唆し、活性化事業「フロンティア・プラン」に対しての理解と、導入意欲を育成するネゴシエーションを行う。

### 商店調査項目



業種・屋号	・決算(P&L)
創業・沿革	・仕入先、仕入方法
代表者	・店舗リニュー・アル暦
組織・家族構成	・設備、機器、什器
加入団体・組織	・主な顧客層
従業者	・顧客層の推移
氏名、性別、年齢、経歴	・顧客管理方法
自認する特長、魅力	・広告宣伝
競合状況	・販売促進
現況	・人材育成
・商品構成	将来展望
・カテゴリー/アイテム別売上	後継者
・売上、粗利益	経営意欲、目標意識

## 面接調査結果の分析と報告書の作成

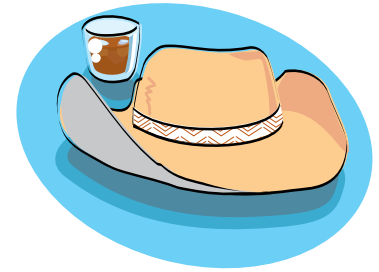


「グループ赤とんぼ」の各メンバーが調査した内容を、集積集計して、グループメンバーを中心に検討分析、調査報告書を作成し、関係部署に提出。ここで活性化事業「フロンティア・プラン」の効果的な導入方法を提言する。

## 当初企画案の見直しと適正化

プランニングスタッフが中心となって、報告書に基づいて当初企画案を見直し、必要に応じて修正して適正化をはかる。これを決定企画として「企画書」を作成。関係者、および関係部署に配付して、以降合意の形成を進め、準備作業に着手する。

# リサーチ& カウンセラー・グループ



## マルチフォーカスアドバイス / グループ 赤とんぼ

「グループ赤とんぼ」は、それぞれいろいろな分野で個別に活躍している新鋭女性中小企業診断士の集団。グループでのカウンセリング活動として、特に、小売り・サービス業の中小企業が抱えるさまざまな課題に、複眼のアプローチをして、過去の豊富な事例を参考にした組織繁栄の具体策をアドバイスをしている。首都圏を中心として、全国各地で個別企業の経営カウンセリングやCSセミナーなどを実施。

代表幹事 橋本 泉(はしもと いずみ)

通産大臣登録中小企業診断士 商業部門 / 1級販売士

履歴 1988年 青山学院大学 文学部史学科 卒業

1988年～1996年 株式会社和光勤務

紳士服売場、婦人雑貨売場にて販売、商品開発、  
顧客情報管理、新人研修、ディスプレイ担当

1996年 販売士検定1級取得

1997年 中小企業診断士として登録

中小企業診断士協会 東京支部 中央支会所属  
会員部部員 リテールサポート研究会会員

専門分野 ・商圏調査、競合店調査、消費者調査等に基づくストアコンセプトの確立から、  
取扱い商品、セールスプロモーション、インスタマーチャンダイジング、  
カテゴリ・マネジメント、ディスプレイ等、売場づくり・演出のコンサルティング  
・接客サービス接遇マナー研修/社員研修 その他コンサルティング一般

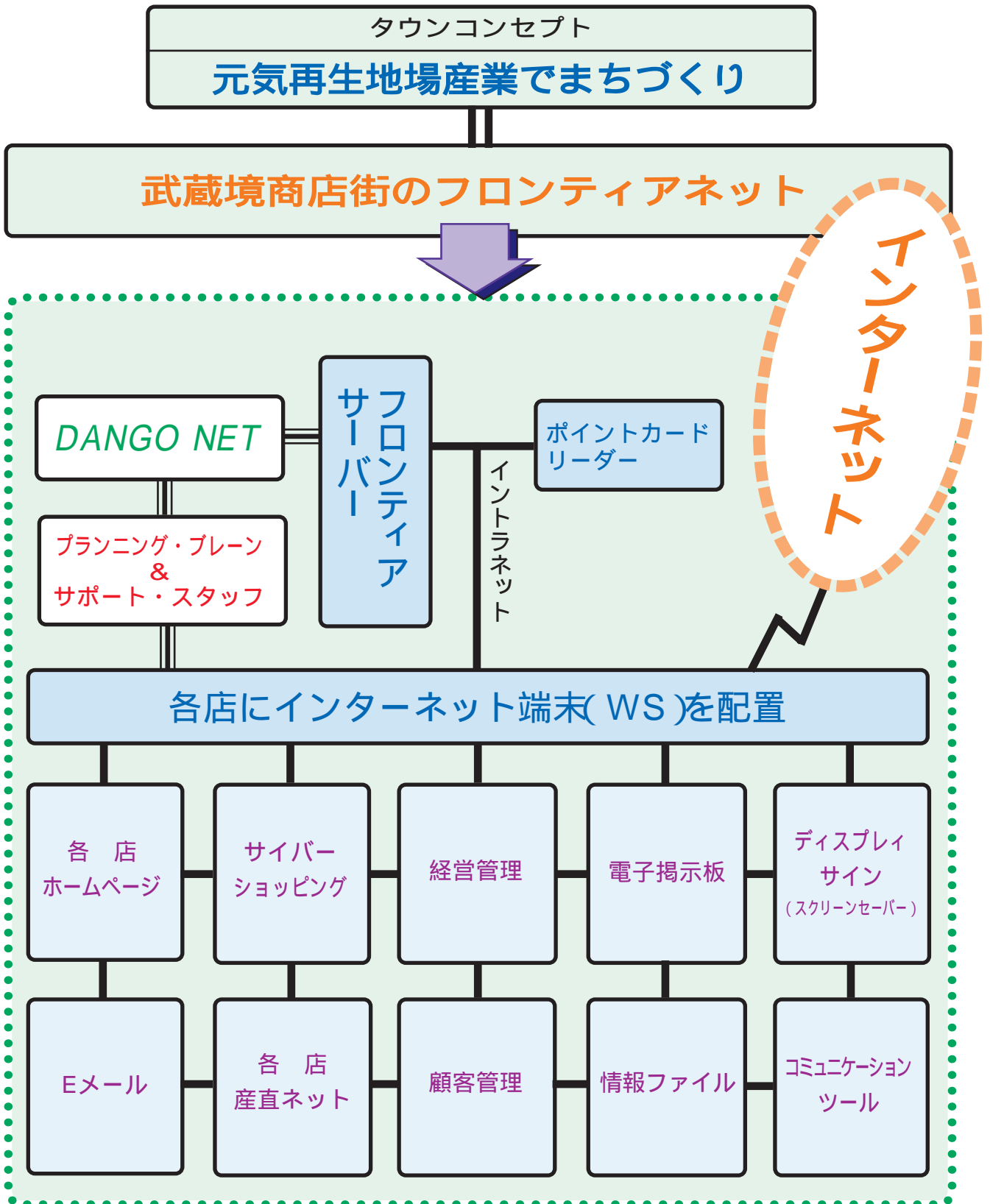
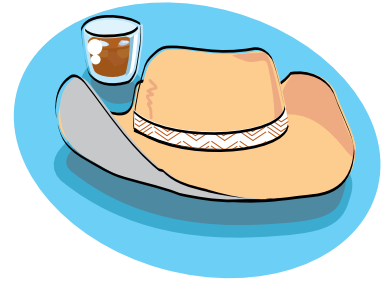
執筆活動 ・著書(共著)「よくわかるCSの進め方」日本能率協会  
・月刊「商業界」レギュラ - 執筆



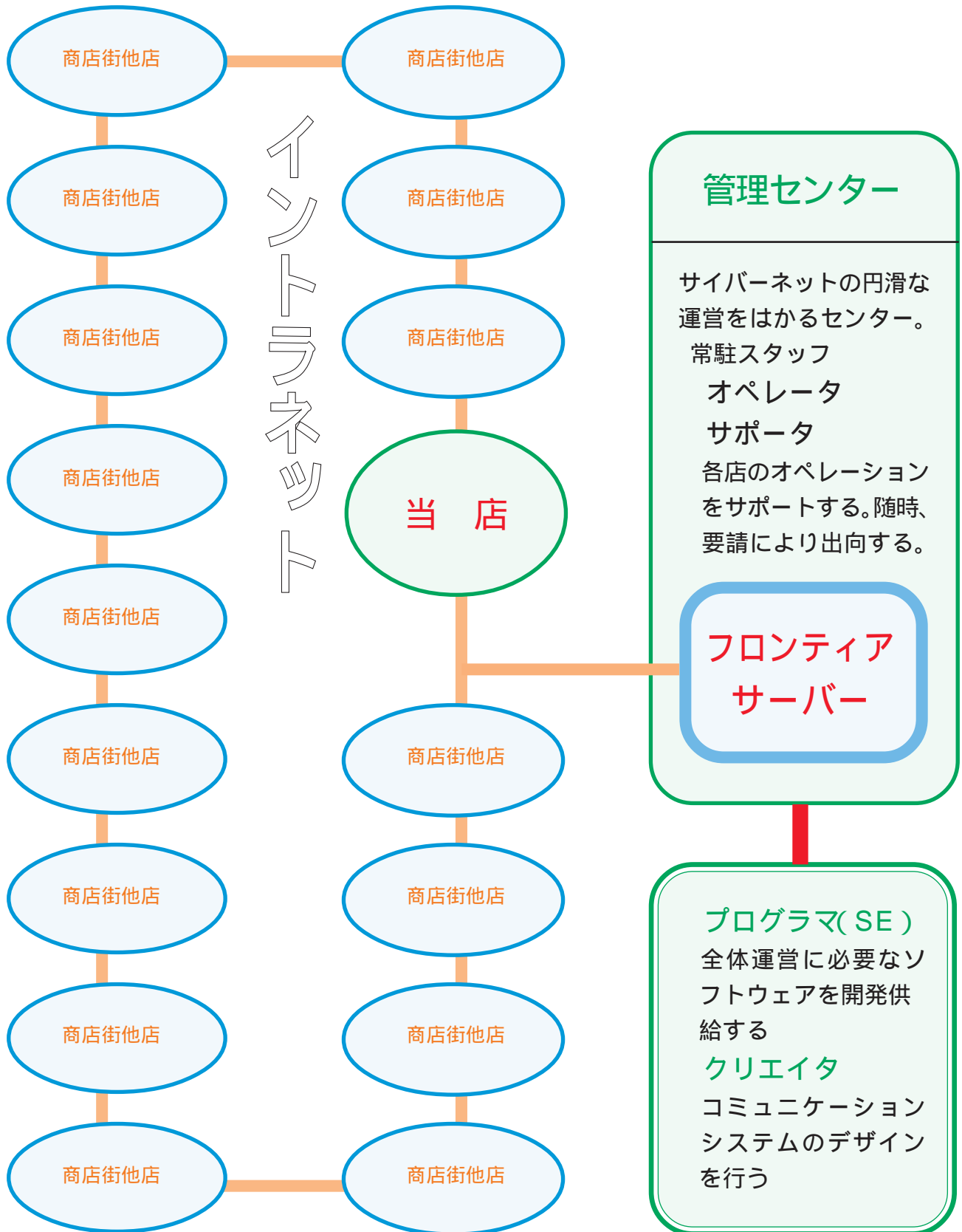
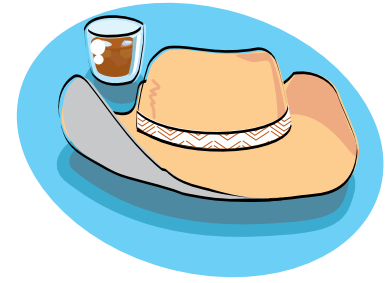
## グループ・メンバー

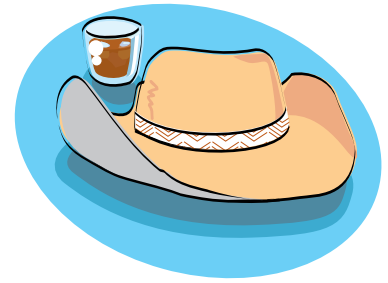
中小企業診断士	・川口佐和子	元大手チェーン店本部バイヤー。仕入、計数管理
〃	・長沼フミ子	商業部門コンサルティング全般/研修
〃	・小林千佳子	アジア系企業専門のコンサルティング会社勤務
〃	・谷 きよみ	FC(本部側からの)関係の小売店支援
〃	・牧野万里子	労働環境整備、(加盟店側からの)FC関係
〃	・茂木 三枝	商業部門コンサルティング全般/研修
〃	・大橋 美香	商業部門コンサルティング全般/研修

# 各店舗のサイバーネットワーク化

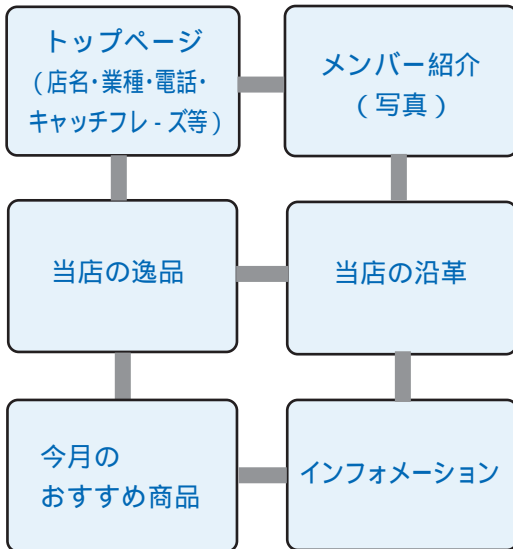


# ネットワークイメージと サポート体制





## 各店ホームページ



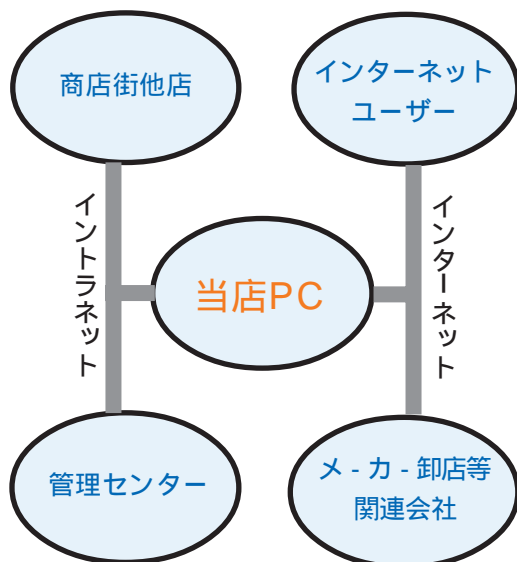
### 狙い

インターネット上のもうひとつの店舗として、地域をはじめ全国、世界中にお店発の情報を発信し、総合的、立体的な販売活動を展開する。

### 内容

全体の統一デザインフォーマットにもとづき、各店のホームページを作成しネットにアップロードする。  
月1回以上、掲載内容の見直しや改廃などのメンテナンスを実施して、最新情報を発信できるようにする。

## Eメール

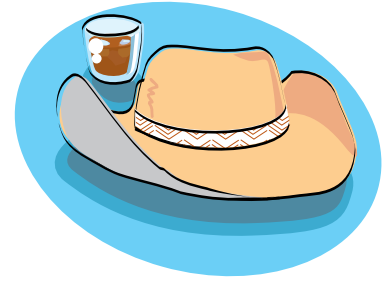


### 狙い

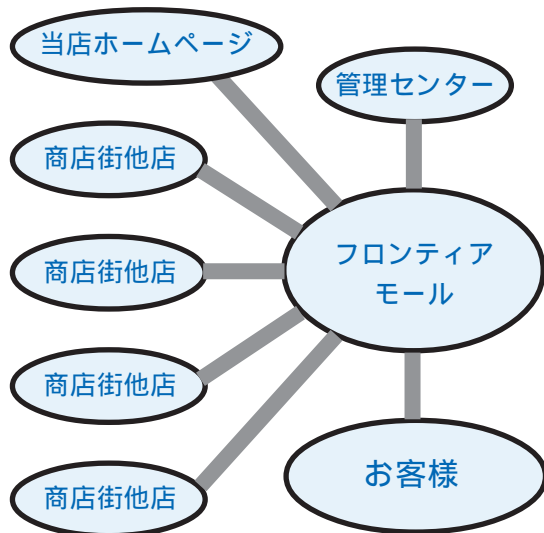
電話、FAXに次ぐメディアとして、全国各地とはもちろん、世界中の人と交信できる通信手段を導入する。

### 内容

各店に必要な数のEメールアドレスを配付して、パソコンでの通信可能な環境を構築する。  
このネットを活用して管理センターからの連絡事項や各種のデータを送付して、各店での利用に供する。



## サイバーショッピング



### 狙い

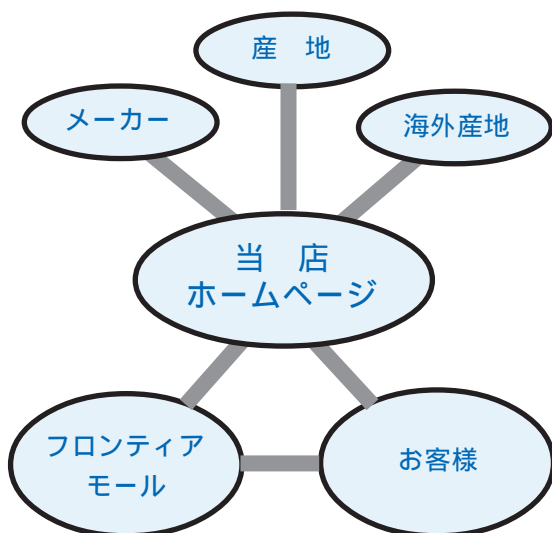
サイバーネットでの商店街として販売機会の拡大をはかる。

### 内容

フロンティア・ホームページに、全商店参加のサイバーモールをつくり、ネット上の商店街として、インターネットでの通信販売を行う。

フロンティアモールのサイトは、各店とリンクさせ商品を選んでもらい、注文は管理センターで一括受け付けをして処理する。

## 各店産直ネット



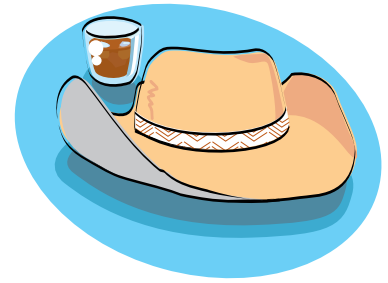
### 狙い

各店の魅力商品開発のために産地やメーカーと直結するチャンネルをインターネットで実現する。

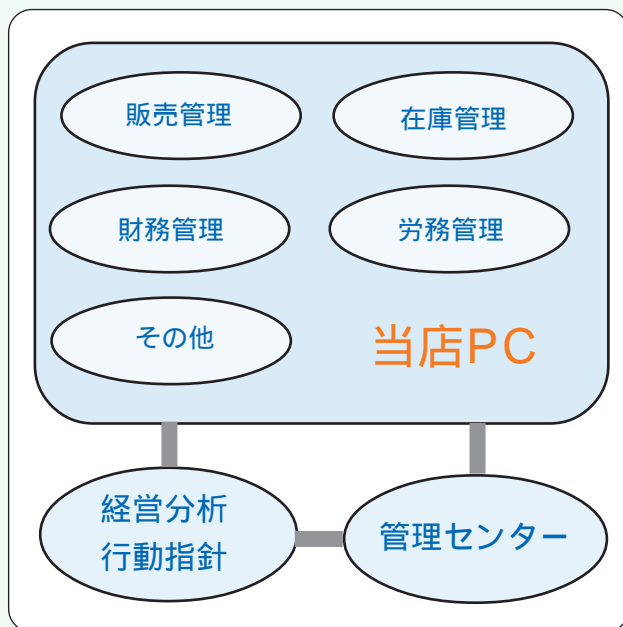
### 内容

各店は管理センターの協力を得て、扱い商品の産地やメーカーと直接提携し、特別企画商品を調達する。

店頭での商品販売の他に、ネットやフロンティアモールを通じての斡旋販売を行う。



## 経営管理



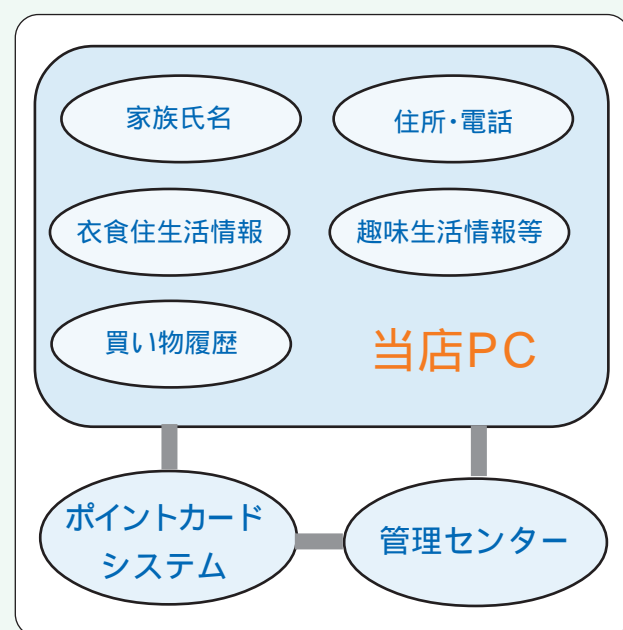
### 狙い

各店の健全経営を実現するために、経営全般にわたってのデータを分析し、行動指針を策定する。

### 内容

各店のPCに経営管理アプリケーションソフトを導入し、各店単位に経営分析をして、行動指針を策定する。管理センターでは、各店の経営管理をサポートする。

## 顧客管理

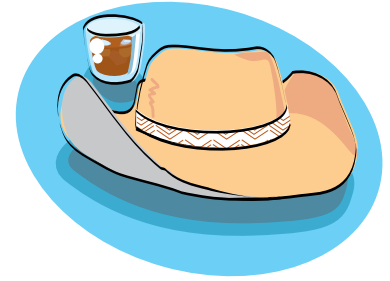


### 狙い

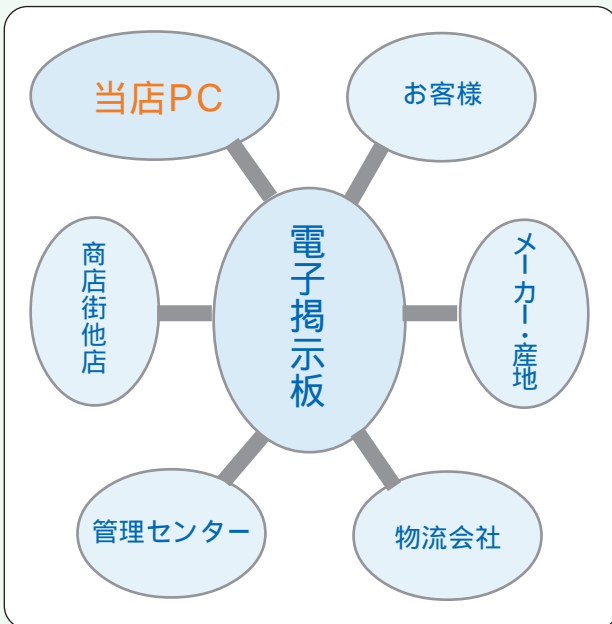
各店のお客様の買い物行動を記録分析して、品揃えの反映をはかり、生活提案の資料とする。

### 内容

各店のPCに顧客管理アプリケーションソフトを導入し、各店単位に分析して、お客様に生活提案をする。ポイントカードシステムとリンクして、データの集積をはかり、管理センターは、各店の顧客管理をサポートする。



## 電子掲示板



### 狙い

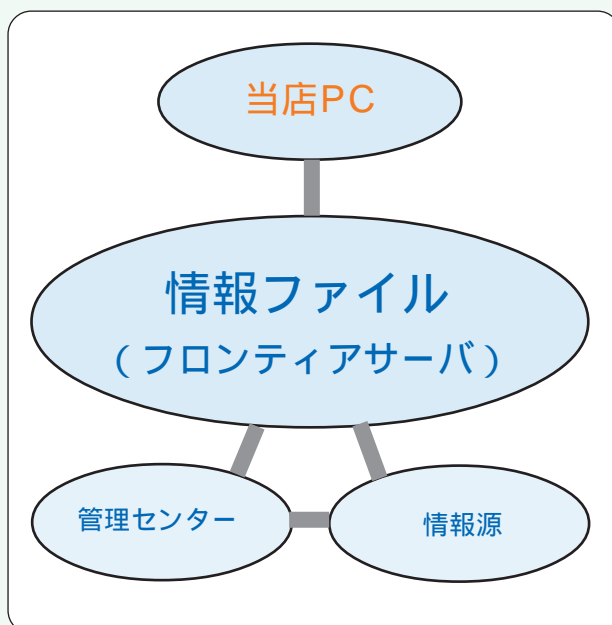
お店とお客様、商店街各店とのいろいろな情報や意見などを交換して、コミュニケーションをはかる。

### 内容

商店街のサーバーに、電子掲示板を設置して、広く解放する。ここで商店街からのイベント案内などいろいろな情報を発信する。

電子掲示板は管理センターが管理をして、健全で建設的なコミュニケーションの活性化をはかる。

## 情報ファイル



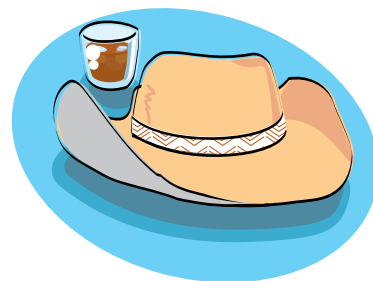
### 狙い

お店の経営に必要な情報や、コミュニケーションに役立つ情報などを、必要に応じて取り出して、理論武装する。

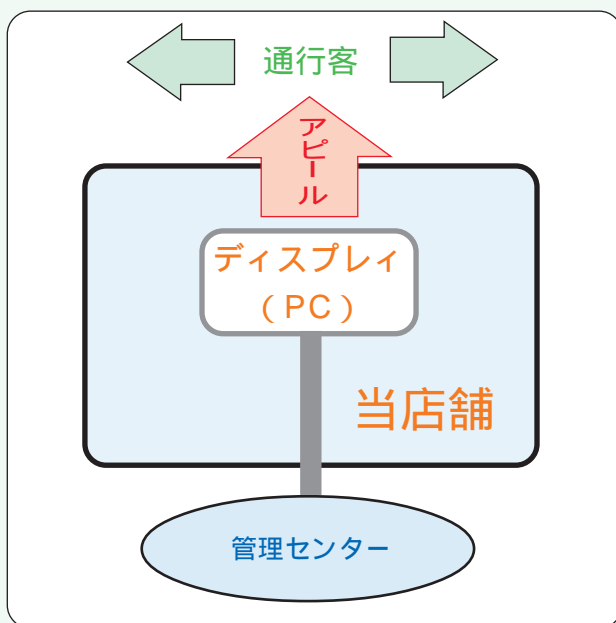
### 内容

商店街のサーバーに、情報ファイルを設置スル。商店街各店だけが利用できる情報源とする。

情報ファイルは管理センターが管理をして、内容の追加、改廃など随時メンテナンスを行い、活用をを促進する。



## ディスプレイサイン(スクリーンセーバー)



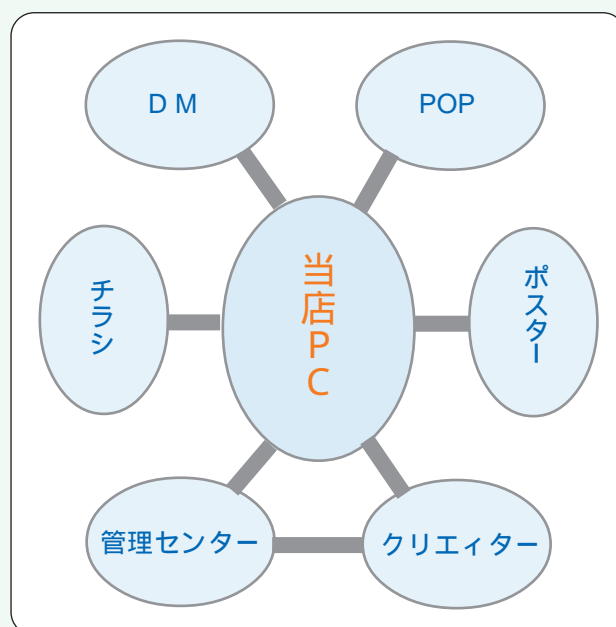
### 狙い

各店舗に設置したPCディスプレイの有効活用をはかるために、通行客に向けて、ディスプレイをアピール媒体(スクリーンセーバー)として利用する。

### 内容

当店PCを、店舗の通行客に見られる場所におき、メッセージを発信する。内容は基本型に、売り出し企画などのタイムリーな情報を追加できるようにする。管理センターがサポートして活性化をはかる。

## コミュニケーションツール



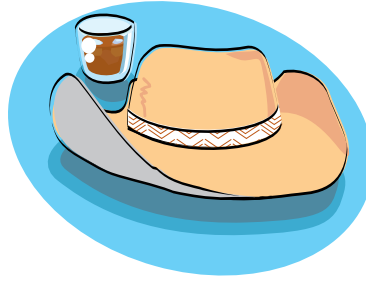
### 狙い

各店での販売活動に活用するいろいろなコミュニケーション(セールスツール)を、PCのDTPソフトを活用して制作する。

### 内容

当店PCに、ツール制作用のあらかじめつくった基本型をおいておき、それを利用して制作する。

基本型以外の制作については、管理センターがクリエイターの協力のもとにサポートする。

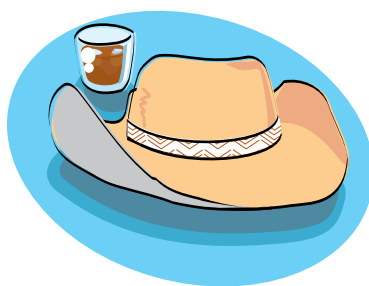


## いま、時代の市場が求めるものは フロンティア・スピリット

### 境・フロンティア・西部/イメ - ジ展開例

商店街の中に西部劇の居酒屋	訪問者むけの貸しウェスタンコスチューム	アメリカ西部の都市と姉妹都市提携
ドラム缶口ディオや投げ縄大会イベント	本場ウェスタンステージショー	アメリカ西部都市への留学生派遣
なつかしい名作西部劇を上映している映画館	街のBGMはカントリー&ウェスタン	ポーカーゲーム大会
商店街の関係者はいつも色違いのテンガロンハットを冠っている	ウォンテッドのポスターで「おたずね者」さがしゲームイベント	タウンアイデンティティ導入による新世代商業シンポジウム
日中、西部劇のコチチュ - ムをつけた高齢者に歩き回ってもらう	名作西部劇主人公とのツ - ショット写真館	フロンティア・スピリットとしてのサイバーメディア活用まちづくり
食堂でアメリカンステーキを特別価格で提供	バーボンウィスキーセール	フロンティア・プランの視察団西部風受入れ
本場直輸入アメリカン雑貨バザール	ウェスタンクリスマス	日本縦断フロンティア・プランPR駅馬車隊
商店街主催のアメリカ西部都市ツアー	フロンティアスピリット論文募集	市民コラボレーション中心市街地活性化セミナー
バンド競演・新ウェスタンカーニバル	西部開拓の幌馬車展示館	アメリカ都市活性化モデルケース視察ツアー
町中で早撃ちをするパフォーマンス	ガンプレイが楽しめるウェスタンゲ - ムセンター	フロンティアスピリット養成ジュニア塾
	シネビデオ国産西部劇づくり	

# 武蔵野市武蔵境圏中心市街地活性化計画(抜粋)



## 意義

1. 武蔵境駅周辺地区を利用しやすく、賑わいのあるまちに総合的に整備する。
2. 南北市街地の一体化をはかって、商店街の共同整備や共同事業を推進する。
3. 時代・社会環境変化に対応して、武蔵野市の西の玄関口として再構築する。

## 将来像

駅前空間に商業・サービス業が集積し、さまざまな人や情報が集まる生活拠点。

## 中心市街地活性化テーマ

### 1. 駅を中心とした生活拠点

駅舎・駅前広場の整備や食糧倉庫跡地計画等が進められる武蔵境駅周辺地区を、利用しやすく賑わいのある「駅を中心とした生活拠点」として整備する。

### 2. 南北が一体となった生活拠点

中央線連続立体交差事業を契機として、これまで鉄道で分断されていた中心市街地を、回遊性や賑わいのある「南北が一体となった生活拠点」として整備する。

### 3. 境らしさあふれる生活拠点

“生活核都市 武蔵野市の西の玄関口にふさわしいまちづくりとして、“水と緑”などを活区熟砕「境らしさあふれる生活拠点」として整備する。

## 市街地の整備改善の基本方針

### 1. 「駅」を中心とした賑わいのあるまちづくり

南北市街地を一体として整備し、食糧倉庫跡地へ整備される広場公園をはじめ、駅を中心として人が集まる賑わいのあるまちづくりを進める。

具体的な事業展開

- ・連続立体交差事業にともなう駅舎、駅前広場の整備
- ・食糧倉庫跡地計画
- ・武蔵境駅へのアクセス道路整備
- ・武蔵境駅の駐輪場整備

### 2. 「人」にやさしいまちづくり

高齢者や障害者など誰にでも使いやすい、人にやさしいまちづくりを進める。

具体的な事業展開

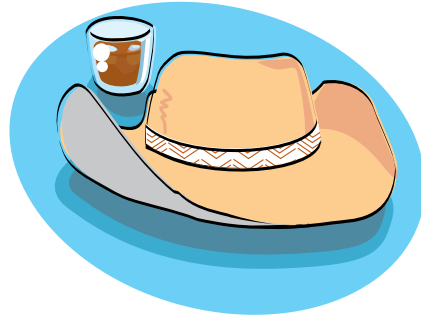
- ・人にやさしい駅舎、駅前広場等の整備
- ・人にやさしい道づくり

### 3. 「境」らしさを活かしたまちづくり

「水と緑」など、これまでの境らしさを継承・活用したまちづくりを進める。

具体的な事業展開

- ・境らしさを活かした駅舎・駅前広場の整備
- ・境らしさを活かした食糧倉庫跡地計画
- ・境らしさを活かした道づくり



## 商業の活性化のための基本方針

### 1. 「回遊性」のある商店街づくり

広場公園の整備や道路整備等に加え、モール化、街路灯整備等を行い、駅を中心として、南北が一体となった回遊性のある商店街づくりを進める。また、路線商店街については、道路整備にあわせた再整備を行う。

具体的な事業展開

- ・共同店舗化事業
- ・モール化事業

### 2. 「利便性」の高い商店街づくり

南北の商店街が一体となって、しっかりとした固定客を確保し、地元商店街の利用頻度の向上を図り、地域に根ざした利便性の高い商店街づくりを進める。

具体的な事業展開

- ・ポイントカード事業
- ・空き店舗対策事業
- ・武蔵境サービスカウンターの整備事業
- ・駐輪場の整備

### 3. 「人が集まる」商店街づくり

南北共同でのイベント事業等によって、活気や賑わいを演出して、商店街へ人を集める仕掛けづくりを行う。

具体的な事業展開

- ・南北共同イベント事業

## ○その他

商店街の活性化のため、地元商業者の人材育成やまちづくりのための集会所(コミュニティホール)等の整備を行う。

具体的な事業

- ・人材育成
- ・コミュニティホール整備事業

## 商業活性化の流れ

### TMO(中小小売商業高度化事業)

市街地の活性化を進めるには、地域に関係するあらゆるセクター等が、総力をあげてこれに当ることが求められる。官民一体となった幅広い活動を展開して、縦断的な対応が可能となる総合的に街づくりを推進する機関。

#### 1.組織強化とコンセンサス形成

- ・各商店街組織の強化(法人化)
- ・関係者の同意(コンセンサス)形成

#### 2.TMO構想

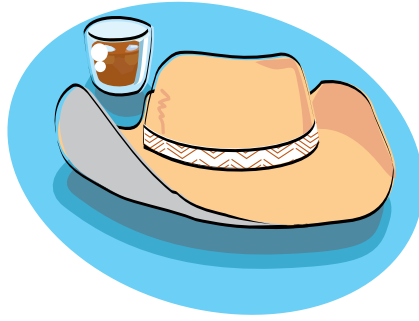
- ・市民委員会、商店街組織、市の担当部署との調整により作成

#### 3.TMO計画

- ・事業実施者と地元商店街法人組織と共同で計画を作成

#### 4.事業の推進

- ・TMOが地元商店街との共同で国等の支援を受けて事業を推進



## 商業の活性化の事業概要

### ○ポイントカード事業

【事業主体】

市及び商店会  
(将来的にはTMOへ移行)

【事業概要】

- ・武蔵境圏全域で使うことのでき、参加業種の制約もないポイントカードを導入し、固定客の確保と利用頻度の向上をはかる。

【位置・区域】

中心市街及びその周辺

### ○南北共同イベント事業

【事業主体】

市及び商店会  
(将来的にはTMOへ移行)

【事業概要】

- ・境南ふれあい広場公園等を利用した南北共同イベントにより、魅力と賑わいの演出をはかる。

【位置・区域】

中心市街及びその周辺

### ○ファックスネット事業

【事業主体】

TMO及び商店会

【事業概要】

- ・商店街が核となった地域コミュニティ網の整備を行い、ファックスにより、「新しい御用聞きとしての商店街活性化」と「地域づくりへの貢献」を行う。

【位置・区域】

中心市街及びその周辺

### ○空き店舗対策事業

【事業主体】

TMO及び商店会

【事業概要】

- ・空き店舗に商店街に不足している業種の誘導等をはかる。(テナントミックス)

【位置・区域】

中心市街地

### ○武蔵境サービスカウンター事業

【事業主体】

TMO及び商店会

【事業概要】

- ・武蔵境の商業に関するサービスカウンター機能の整備をはかる。

【位置・区域】

中心市街地

### ○人材育成事業

【事業主体】

TMO及び商店会

【事業概要】

- ・商店街活性化の中心となる人物として指導力、統率力のあるリーダーの育成をはかる。

【位置・区域】

中心市街地

### ○共同店舗化事業 /

#### コミュニティホール整備事業

【事業主体】

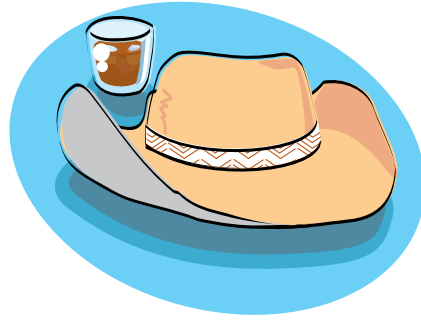
市及び商店会

【事業概要】

- ・都市計画道路、区画道路等の整備にあわせて店舗の共同化をはかる。

【位置・区域】

中心市街



## ○コミュニティホール整備事業

### 【事業主体】

TMO及び商店会

### 【事業概要】

・商店街の各種活動の拠点となるコミュニティホールの整備をはかる。

### 【位置・区域】

中心市街地

## ○駐輪場整備事業

### 【事業主体】

市及び商店会

### 【事業概要】

・買い物客の利便性の向上のため、駐輪場の整備をはかる。

### 【位置・区域】

中心市街地

## ○モール化事業

### 【事業主体】

市、TMO及び商店会

### 【事業概要】

・モール化事業により、南北を回遊性のある一体とした商店街とした整備をはかる。

### 【位置・区域】

中心市街地

## ○街路灯整備事業

### 【事業主体】

市、TMO及び商店会

### 【事業概要】

・商店街の賑わいや魅力の創出や安心・安全なまちづくりのために街路灯を整備する。

### 【位置・区域】

中心市街地

## 商業活性化の流れ

武蔵境地域の商業環境の認識

- 1) 連続立体交差化による南北一体化
- 2) 南口核店舗の増床計画
- 3) 食糧倉庫跡地の開発
- 4) 道路整備に伴う路線商店街の再整備(共同化等)

商業活性化のための取り組み

ソフト事業

- 1) ポイントカード事業
- 2) 南北共同イベント事業
- 3) ファックスネット事業
- 4) 空き店舗対策事業
- 5) 武蔵境サービスカウンターの整備
- 6) 人材育成事業 など

ハード事業

- 1) 共同店舗
- 2) コミュニティホール
- 3) 駐車場の整備
- 4) モール化事業
- 5) 街路灯整備等 など

当面の目標として、先行的に取り組む事業

境商連を中核とした店舗組織の強化

商工会議所を母体としたTMO構想の検討

商店街組織の強化

(各商店街の組織の強化 - 法人化へ)

TMO計画の作成及び事業の推進

(法人化された地元商店街との共同による)