

かわさきTMO通信

<毎月おじゃまします・かわさきTMOタウンマネージャーです>

2011・7・8月号 No.35

- TMOからの政策提言
- 地域ぐるみの協同販促を
- 東日本大震災義捐金の報告

発行元：川崎商工会議所
 発行責任者：副会頭 深堀和子
 編集責任者：タウンマネージャー 笹原克
 発行日：2011年9月25日
 発行部数：1,000部
 ◆連絡先
 TEL：044-540-3904
 FAX：044-540-3900
 E-mail：sasahara@kawasaki-cci.or.jp
 「まちづくり情報交換誌」を目指して
 います。タウンマネージャーにお気軽に
 情報をお寄せください。
 ご意見・ご感想・ご要望大歓迎です！

◇TMOからの政策提言

TMOでは、提言部会（戸村正房部会長）の検討をもとにこれまでパブリックコメントとして五つの提言を行ってきました。

●「富士見公園整備計画」へのパブリックコメントでは、富士見公園を貴重な都市資源として位置づけ、富士見公園の価値をより高めるために川崎駅から連続的につながる総合的な整備を提言しました。

●「川崎駅東口周辺地区総合自転車対策基本計画」へのパブコメでは、都市交通の一つとして自転車交通を位置づけたうえで、回遊バスとの相互連携、自転車駅の分散配置、自転車を中心とした多様なビジネスの展開を提言しました。

●「川崎競輪場再整備基本計画」へのパブコメでは、富士見公園の価値創造を踏まえて、競輪場のコンパクト化と将来に向けてのフェードアウトを方向性を示し、そのための具体的な提言を行いました。

●「川崎駅周辺地域における文化資源等を活用した街づくりの考え方」へのパブコメでは、文化を地域固有の生活様式の総体として位置づけ、川崎駅周

辺地域の既存の文化資源、地域住民（法人、団体を含む）とに立脚し、継続的プランとすることを提言しました。

●「川崎駅周辺景観計画特定地区の指針に関する意見」へのパブコメでは、川崎の街のイメージを形成する上で、景観の重要性を確認した上で、景観規制が管理的要素だけではむずかしく、かつ広い範囲での景観をつくるために、市民・住民の参加や監視、審査の必要性を提言しました。

以上これまで、パブリックコメントに答えるという形で、TMOとしての提言を行ってきました。本年度は、さらに一方踏み出して、TMO独自の政策提言を行ってまいります。現在、提言部会では、「川崎駅周辺地域の国際化への提言」と「川崎駅周辺地区の開発動向を踏まえた新たな整備の提言」とを検討しております。その中で具体的な検討の一つとして駅周辺への大型バスのアクセスがあります。現在、駅周辺地区に大型バスが乗り入れるための駐車場や乗降場所がなく、羽田の国際化の効果を十分に受け入れるインフラが整備されていません。また、国際化にかぎらず一般的な大型バス

での来街の可能性を、失っていることとなります。現在、駅周辺における大型バスの駐車場は、富士見公園内の川崎球場に5台、ミューザ地下駐車場に1台の6台のみです。参考に横浜市の中華街・山下町・みなとみらい地区の202台と比較すると大きな差があります。これでは、まったく大型バスの川崎駅周辺へのアクセスを拒んでいるようにも思えます。しかも、富士見公園の整備では、駐車場の移転が予定されており、大型バスの駐車場が廃止される方向で進んでいます。そこで、現在提言部会を中心に、駅周辺で大型バスの乗降および駐車可能な方法を検討しております。近々具体的な内容の提言を行います。



（タウンマネージャー 笹原克）

◇地域ぐるみの協同販促を

販売促進事業は、どの店でも何らかの形で取り入れられています。大型店のみならず、中小店でもそれぞれ販促には工夫をしていると思います。このように販促は、基本的に個々の店の知恵の出どころといえます。

しかし、個々の店での販促はそれなりに限界があります。とくに、広域での販促広報となると大型店といえども限界があります。そこで、TMOでは、駅周辺の大型店および商店街が共同で販売促進事業を定款することを提案しております。その方法は、ニューヨークの「クリスマスセール」です。アメリカの消費経済までも影響を与えるニューヨークのクリスマスセールは、地域全体が一つのメッセージとして全米に伝わります。これは、大型百貨店から小さなお店までが参加して、地域全体でのセールス（販促）を展開することから可能となっています。川崎駅周辺でも、大型店や商店街がすべて参加して、一つのメッセージで販売促進事業が展開できないでしょうか。

その実験的事業は本年3月～4月にかけて、「川崎駅前広場再編整備」

を祝い、新しい川崎駅前広場を受止める商業施設としての広報を行いました。三月十一日の大震災により、記念式典等の行事が中止となり、販促事業としては縮小しましたが、駅周辺の大型店9店と9つの商店街が協同で販促事業を行いました。

現在、地域協同販促部会では、次の協同販促事業を立ち上げるように検討を進めています。個々の店ではできない販促事業を展開することで、より広域からの来街者を川崎駅周辺に集客することをめざします。十月いっばい繰り広げられる駅周辺地区のイベント週間は、この地区をアピールするそして販売促進に結び付ける絶好の機会となります。また、正月の川崎大師への正月詣でも大きな機会です。どこの時期でも毎年継続的に地域的なメッセージが発信されれば、それは地域の共同販売促進事業につながっていくと思われれます。また、実験的段階ですが、川崎駅周辺地区をより広域的な商圈の中心地区として育てていく手段となります。その成功は、大型店と商店街の協同化の実現といえます。

(タウンマネージャー笹原克)

◇東日本大震災義捐金の報告

TMOでは、地域共同販促事業として、川崎駅東口駅前広場の完成記念イベントとして三月二十六日を考えていましたが、三月十一日の大震災により記念式典等は中止となりました。

但し、告知していた販促活動は、東北大震災復興支援と銘打ち商店街において実施されました。またその後、「イベント「アジアンフェスタ」」などでも、来街のお客様から復興支援の義捐金募集の活動を継続して実施いたしました。現在も様々な機会をとらえて復興支援活動を商店街として継続されているところです。

今回、TMOとして6月末時点における各商店街の募金額を教えてくださいました。募金については、各商店街ですでに日赤等に預け入れたり、検討中の所もありますが、川崎市東田商店街商業協同組合・川崎平和通商店街振興組合・川崎銀座商業協同組合・砂子会協同組合・チネチッタ通り商店街振興組合・ちねちな通商店街振興組合・川崎駅前仲見世通振興組合・川崎銀柳街商業共同組合の8商店街で合計三百三十二万

八十二円もの多額の義捐金の募金を集めることができました。

今回の収支にご賛同いただき、日々の募金活動にご尽力下さりました商店街の皆様、また実際に募金にご協力いただきました、来街のお客様本当にありがとうございました。

◇事務局報告

現在、TMO事務局の働きは、十月～十一月に開催されるイベントの実行委員会であるフェスティバルなかわさきの実行委員会の開催が本格化しております。



(神谷 修)