商店街マネージャーを常駐させ、一店逸品事業等に取り組む

相　模　原　商　工　会　議　所

機関名	相模原商工会議所			
所在地	神奈川県相模原市中央３－12－３			
電話番号	０４２－７５３－１３１５			
地域概要	(1)管内人口	62万人	(2)管内商店街数	４商店街
事業の対象となる商店街の概要	(1)商店街数	４商店街	(2)会員数	199商店
	(3)空店舗率	１％	(4)大型店空き店舗数	０店
商店街の類型	1.超広域型商店街　2.広域型商店街　3.地域型商店街　(4.近隣型商店街)			

【事業名と実施年度】

平成14年度　　マネジメント対策事業　　商店街マネージャーを常駐させ、商店街及び個店の現状把握、経営改善提案、一店逸品事業、販売促進事業の企画・立案、情報誌の発行等を実施

総事業費　　3,011千円

【事 業 実 施 内 容】

１．背景

相模原市は神奈川県北部に位置し、相模川に沿って北西から南東に広がっている。昭和29年の市制施行時の人口は、８万人であったが、東京から約40キロメートルという地理的条件等によって人口の増加が続き、現在は60万人を超えている。

相模原市の小売店舗数は神奈川県内で第４位、年間販売額は、横浜市、川崎市に次いで第３位であり、4,300店あまりの小売店は、市内各所に商店街を形成している。

相模原市の位置

市民ニーズに対応できる多様で個性的な商業地の形成のため、橋本・相模原・相模大野各駅周辺地区を中心商業地に、淵野辺・上溝・小田急相模原・東林間・古淵各駅周辺の地区を地区中心商業地に、そのほかの地区を近隣商業地に位置付け、各地区でまちづくりと一体となった商業振興への取り組みが進められている。

特に平成10年に施行された中心市街地活性化法に基づき、橋本地区を中心市街地に指定、商業タウン・マネジメント事業を推進している。

本事業は、このような環境下にあって、さらなる商業振興を目指そうと、商店街マネージャー

を常駐させ、商店街の置かれている経営環境を調査・分析し、各種事業を実施したものである。

２．事業内容

商業調査・計画、SC管理・運営等の実績を持つ商店街マネージャーを採用し、下記の事業を推進した。商店街マネージャーは、相模原市において、過去に相模大野西口再開発の核店舗選考、権利者組織の運営、橋本駅北口再開発における商業計画、権利者組織の運営、営業権利組織者の指導、テナントリーシングなどを手がけた。

（１）一店逸品事業

はしもと情報誌「杜のかわら版」にて、一店逸品情報を掲載した。

（２）杜のバザール第１弾「はしもとの逸品＆産直品即売会」の開催

①目的

相模原市３大まつりのひとつであり、最も橋本への来街者が多い「七夕まつり」において、橋本地域商業全体をPRするイベントとして、バザールを開催した。

②企画趣旨

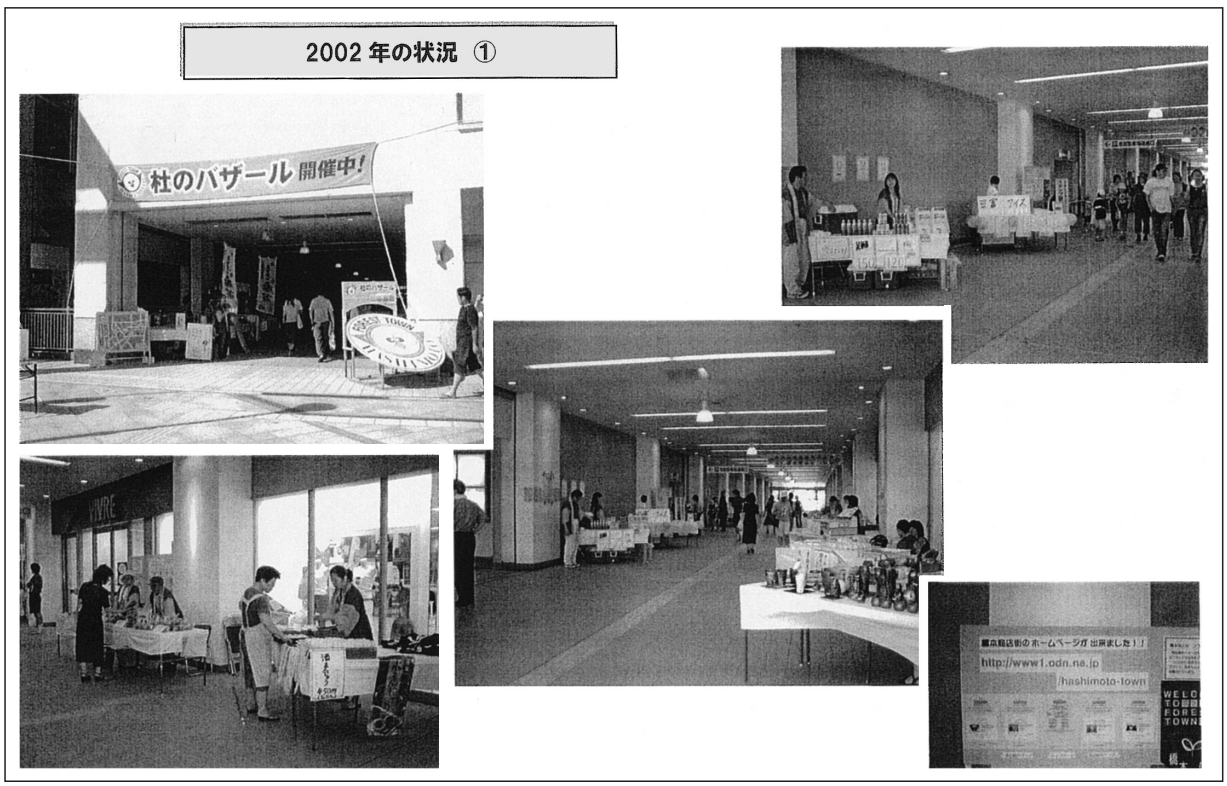
商業活性化のコンセプトである、フォレストタウン（杜のまち）に基づく事業推進の一環として、創造委員会、一店逸品推進、一店逸品販売促進、橋本ポータルサイト、杜のかわら版、その他商店街組織連携等にかかわる凝縮的な事業として「逸品バザール」を開催した。

③開催日時

平成14年８月９日～11日

④開催場所

橋本駅北口「杜のこみち」内



杜のバザールの様子

⑤出店者

橋本／相模原商業者、産地直送／JA

⑥その他展開内容

・情報ブース：パンフ等の配布

・プレゼント：TMOロゴマーク入り風船（1000個）

・イベント：杜のこみち内北側で開催

（３）中心市街地内商店街の役割の検討

中心市街地内商店街を下記の10ゾーンに区分し、ゾーンごとに現状店舗構成の特色、中心市街地における機能と役割を分析し、今後目指すべき方向性の検討を行った。

①趣味と生活のゾーン『東橋本地区』

②生活の充足・向上ゾーン『３丁目IYフォレストSC近辺』

③ファッション・カルチャーゾーン『Ｃ地区再開発エリア「MeWe」近辺』

④駅前便利ゾーン『３丁目北部地区』

⑤トレンディゾーン『AB地区再開発エリア「サティ」「ビーズモール」近辺』

⑥こだわりショップゾーン『６丁目北部地区』

⑦専門ショップゾーン『Ｄ地区再開発エリア』

⑧生活密着、ふれあいゾーン『６丁目西部地区』

⑨ローサイド型生活向上ゾーン『16号線沿いエリア』

⑩生活利便と賑わいゾーン『南口地区』

（４）個店調査と改善提案

15の店舗について、経営者との面談を行い、問題点や課題、対応策やアイディア、今後の計画等を明確にした。

（５）情報誌の発行

【効　　果】

（１）情報誌の発行とイベントの実施により、新住民層が商店街の存在を知るきっかけとなった。

（２）個店の現状把握、一店逸品事業、イベント等は継続して行う。情報誌に関しては、コストのかからないウェブサイトへの移行を進めている。

【課 題 ・ 反 省 点】

（１）一店逸品事業のコンセプト作りが難しい。

（２）個店の経営改善提案後のフォローが時間の関係で充分にできなかったが、今後も継続することで充実を図りたい。

（３）各地の多くの商店街と同様、橋本地区でも商店街組織の加盟者の高齢化が進み、次世代組織の育成と強化が大きな課題となっている。

（４）若手事業者の人材を発掘することができたので、組織化を早急に図りたい。

【教　　訓】

（1）今、何をするべきかを具体的なレベルで共有化することが大事である。
（2）実際に動いてもらえるキーパーソンを見つけることが大事である。
（3）現地に足を運んで、情報交換やコミュニケーションを密にすることが大切である。

【関　連　U　R　L】

相模原商工会議所　　http://www.ssp21.or.jp/

一店逸品情報を伝える「はしもと情報　杜のかわら版」