

商店街マネージャーが常駐し、共同イベント・広報活動の実施で街を活性化

## 財団法人川崎市産業振興財団

機関名	中心市街地活性化法に基づく川崎駅周辺市街地タウンマネジメント機関 (財団法人 川崎市産業振興財団)		
所在地	川崎市幸区堀川町66番地20 川崎市産業振興会館		
電話番号	044-548-4111		
地域概要	(1)管内人口 1万8千人	(2)管内商店街数 28商店街	
事業の対象となる 商店街の概要	(1)商店街数 28商店街	(2)会員数 1280商店	
	(3)空店舗率 不明	(4)大型店空き店舗数 0店	
商店街の種類	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

中心市街地活性化法に基づく商業活性化を推進するにあたり、商店街マネージャーを活用した。商店街マネージャーが常駐し、川崎駅東口の商店街環境の調査・分析を行い、共同事業の効果・事業目標の検討を行って、商店街共同でのイベント事業・広報活動を実施した。

総事業費

6,002千円

### 【事業実施内容】

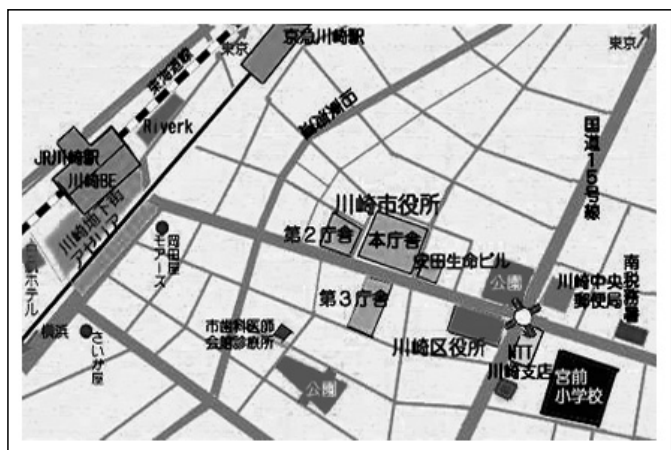
#### 1. 背景

川崎市は、東京都との境を流れる多摩川の右岸沿いに東西に長く広がる人口130万人都市である。

JR川崎駅を中心とした地区は、商業・サービス業をはじめとして、業務・娯楽・文化などさまざまな都市機能が集積した市民生活の中心地区(中心市街地)として位置づけられている。

川崎駅周辺市街地では、年間を通じて多数のイベントが開催されているが、下記のような問題点が指摘されていた。

- ・東京・横浜からも「集客」できるようなイベント
- ・川崎のイメージを発信する「顔」となるイベント
- ・川崎市のヨコのつながりや、「一体感」を伴うイベント



川崎駅東口周辺地図

- ・目的が不明確で万人向け
- ・イベント情報の一元化及び情報発信力

このような状況を受け、本事業では川崎駅東口の商業集積を一体として効果的な事業を展開するため商店街マネージャーを常駐させイベントや広報事業についての検討を行い、実施した。

## 2. 事業内容

### (1) 商店街環境の調査・分析

川崎駅東口における商業環境変化を把握することを目的に、地区内の通行量、来街者意識、商店経営者意識について調査・分析を行った。商店街マネージャーが中心になって調査内容の検討、企画、調査票の作成を行った。また、結果を分析し報告書の作成を行って今後の環境整備やイベントの実施に活用した。

### (2) 共同事業の事業目標の検討

#### 1) イベント関連事業の検討

地域をつなぐ新たな統一イベントの創出に取り組んでいたかわさきTMOと、「川崎を誇りの持てるまちにしたい」と願う市内各団体の有志が、まちの活性化のために地域や分野の枠を超えて協働する「地域融合型まちづくりイベント」の開催について検討を行い、「連連連・つなごうかわさき」とネーミングしたイベントの実施を決定した。

実行委員会事務局にマネージャーが加わり、具体的な実施内容についての企画を行い、統一イベントの目指す方向性を下記の3点に定めた。

- ・川崎市にある産業やグループが、未来に向けて、所属や垣根を越えた創造活動を試み続ける「継続的イベント」とする
- ・福祉、防災、リサイクルなど、分野を超えた働きかけ・提案を行う「融合型イベント」とする
- ・準備段階・イベント当日・イベント後を通じて、その場で起こる様々な体験・思いを重視する「プロセス参加型イベント」とする

また、本事業の目的を、「地域づくり」「手づくり」「自分たちで汗をかきながら楽しむ」といった自立の精神を基盤とした新しい「川崎市内のグループをつなぐ地域融合型イベント」を実施することで、川崎駅周辺を基点に「誇りの持てるまち・川崎」のイメージを発信することとした。

マネージャーは企画・運営を行っていくうえでの全体的な調整を担当した。

#### 2) 広報関連事業の検討

広報パンフレットの作成、ホームページ活用に関してマネージャーは編集・企画に対する助言を行った。

##### ①10月イベント合同パンフレット作成の検討

川崎の中心市街地では、第1週の「かわさき阿波踊り」に始まり、10月中は毎週末何らかのイベントが実施されている。しかし、こうしたイベント情報はバラバラに発信されており、効率的ではない状況にあった。

そこで、イベント情報を一元的に整理し、来街者が一目でわかるようなパンフレットの作成を行うこととし、地元の団体との調整を行った。

##### ②ホームページ活用の検討

かわさきTMOでは、平成14年6月にホームページを開設し、主としてTMO構想関連する情報の提供を行っていた。しかし、地域や地域のイベント情報をアピールする手法として、ホームページの内容の充実を図って情報発信力を強化していくこととした。

### (3) イベント・広報活動の実施

#### 1) 「連連連・つなごうかわさき」イベントの実施

##### ①実施概要

日 時：10月19日（土）午前11時～午後5時  
20日（日）午前11時～午後4時

場 所：川崎市役所前駐車場スペース

内 容：・市民参加によるステージ  
民謡・ハワイアン・デキシーバンド・和太鼓等の演奏をはじめ、ファッションショー、消防アピールなどが披露された  
・チャリティバザール

ターゲット：・全体ターゲット 国籍を問わない老若男女  
・メインターゲット 川崎市に住み、川崎市を誇りにしたい人。積極的参加することでパワーを発揮したい人

参加団体：主催：かわさきTMO、連連連・つなごうかわさき実行委員会  
共催：川崎市福祉産業研究会、川崎ファーマーズマーケット、川崎新宿青年会、eee1 ショップかわさき  
協賛：川崎労働者福祉協議会、川崎労働者福祉協議会商社会、いいじゃんかわさき実行委員会  
後援：川崎市  
協力：川崎消防署、川崎区社会福祉協議会、川崎市民謡協会

また、川崎駅東口を中心とする地域一帯において、「いいじゃんかわさき」、「川崎銀柳街秋祭」などのイベントが開催され、これらとの連携も試みられた。



市民参加ステージの様子



チャリティバザールの様子

#### 2) 広報活動の実施

##### ①10月イベント合同パンフレットの作成

10月に中心市街地で開催されるイベント全体を網羅する「秋だ！ 祭だ！ かわさきだ!!」と題するA3サイズのパンフレットを作成した。川崎駅周辺のマップを採用し、

いつ、どこで、どんなイベントが行われているかを分かりやすく示した。さらに川崎駅周辺に位置する商業施設「ラ チッタデッラ」のオープン告知記事や「Buyかわさきキャンペーン」のアピールも含み、10月以降の川崎の変化を総括的に伝える内容とした。

地下商店街（アゼリア）案内所、川崎信用金庫本支店などで配布した他、新聞折り込みを活用した。

◆パンフレット企画概要

- ・ 大きさ A 3 版 2 つ折り、両面カラー
- ・ 部数 2 万部
- ・ 配布時期 10 月 1 日～20 日



中心市街地イベントの合同マップ

②ホームページの作成

川崎駅周辺地区で、いつ、どこで、どのようなイベントが開催されるのか、一目で分かるような情報の提供を行うことは来街者の利便性の向上のために重要である。そのため、こうしたイベント開催予定の情報を提供する「イベント年間カレンダー」の作成に着手した。平成14年度は、情報収集や制作にあてる期間が短かったため、主として10月に開催されたイベントを中心に、カレンダーの作成を行った。

【効果】

- (1) イベントや共同広報活動は、平成14年度に立ち上げた新しい事業である。TMO、地元商業団体のいずれも人的な不足が課題となっていたが、マネージャーが専門家として、また事

業スタッフとして企画立案や調整を行ったことで、事業立ち上げの強力な原動力となった。

(2) 川崎駅東口で行われるイベント全部の実施状況についてマネージャーが検証を行ったことで、次年度以降の実施に向けた参考資料とすることができた。

(3) 商店街イベント「連連連・つなごうかわさき」の効果

平成14年度は6月の立ち上げでスケジュールに余裕がなかったが、観客動員数は約15,000人にのぼり、成功を収めたと考えている。

「連連連・つなごうかわさき」を開催したことにより、同時開催している「いいじゃんかわさき」イベント開催側から、市役所前会場に会場する人の流れができた。これにより、10月のイベント全体が空間的に広がった。

また、川崎消防署のはしご車体験や応急処置のアピールは、地域の公的活動を周知するという点でも効果があったと考えている。

(4) 共同広報活動の効果

パンフレットは概ね評判がよく、来街者が手にしている姿が見受けられた。また、イベント会場での配布を受け取る市民も多く、便利に活用していた様子であった。

同時に、PDF版をかわさきTMOのホームページに掲載し、概ね好評を得た。マスコミや他地域からの来街者の参考になったと推測している。また、ホームページに掲載することで、情報の保管と管理の効率化につながった。

## 【課 題】

商店街マネージャーの常駐により、これまで各商店街がそれぞれイベントに取り組んでいたものが、各商店が連携して事業を展開しようとする気運が生まれたものの、今後の課題として下記の点が挙げられる。

(1) 商店街イベント「連連連・つなごうかわさき」

第1の課題は、イベントのコンセプトであり、イベント名にもなっている「かわさきをつなぐ」という概念をどのような形で実現していくかという点にある。川崎は東西に長く、面積的にも広いため、多種多様な顔を持っており、それらが混在している点が街の魅力になっている。この魅力を反映させることのできるイベントのあり方を模索していく必要がある。

第2の課題は、10月に開催される他のイベントとの連携をどのように取っていくかという点である。「いいじゃんかわさき」など、個別イベントとの連携は見られたものの、イベント全体を見た場合、相互の連携は十分に取れていないという状況であった。今後は、次のような点に留意して、イベントを盛り上げていく必要がある。

- ・統一のテーマや共通ロゴを作成するなど、イベントの一体感を醸成する
- ・イベントの開催地周辺商店街や関係者の協力、協調体制をつくる
- ・イベントの参加者が次のイベントにも参加するような工夫をする
- ・限定された場所だけでなく、街全体のPRにつなげる

(2) 広報活動の課題・反省点

川崎駅周辺地区で開催されるイベントを紹介する媒体としては、今回制作した共同広報パンフレットのほか、各主催団体が発行するパンフレットやチラシ、観光関連のパンフレット、区役所が発行する刊行物などたくさんの種類のものが発行されている。こうした媒体の内容

## 財団法人川崎市産業振興財団

には共通するものも多いため、各団体が連携できるものは連携し、重複を避けることによって効率的な情報発信を行っていく必要がある。そのために、まず、情報媒体の整理・把握の取り組みを進めることが重要である。

また、発行部数に関しては、来街者の様子を見ながら部数の拡大を検討していく。

### 【 関 連 U R L 】

財団法人 川崎市産業振興財団 <http://www.kawasaki-net.ne.jp>