第 2 号議案

- 令和 6 年度　　事業計画(案)
- 予算(案)

令和６年度　事業計画（案）

（1）概　況

新型コロナウィルスも乗り切り、新たな経済成長の時代に入りました。日本経済の状況も政府の経済復興対策の推進により商店街の賑わいも明るい見通しがついてきました。

世界に目を向けると各地で紛争が繰り返され、私たちの生活にも影響を与えています。また、円安が進み、資源や食品等が高騰しており、商業界も大きな課題を抱えています。

川崎では本年、川崎市政 100 周年を迎え、商業活性化への期待も大きくなっています。近年、国際化の中で、川崎での人の流れと流通においても大きく変化しつつあり、生活ニーズの変化を的確に捉え、インバウンドを意識し、魅力ある街づくりと商店街の賑わい創出を考えていくことが必要となります。

この様な中で以上の方針を基に、次の事業を推進してまいります。

① 情報発信

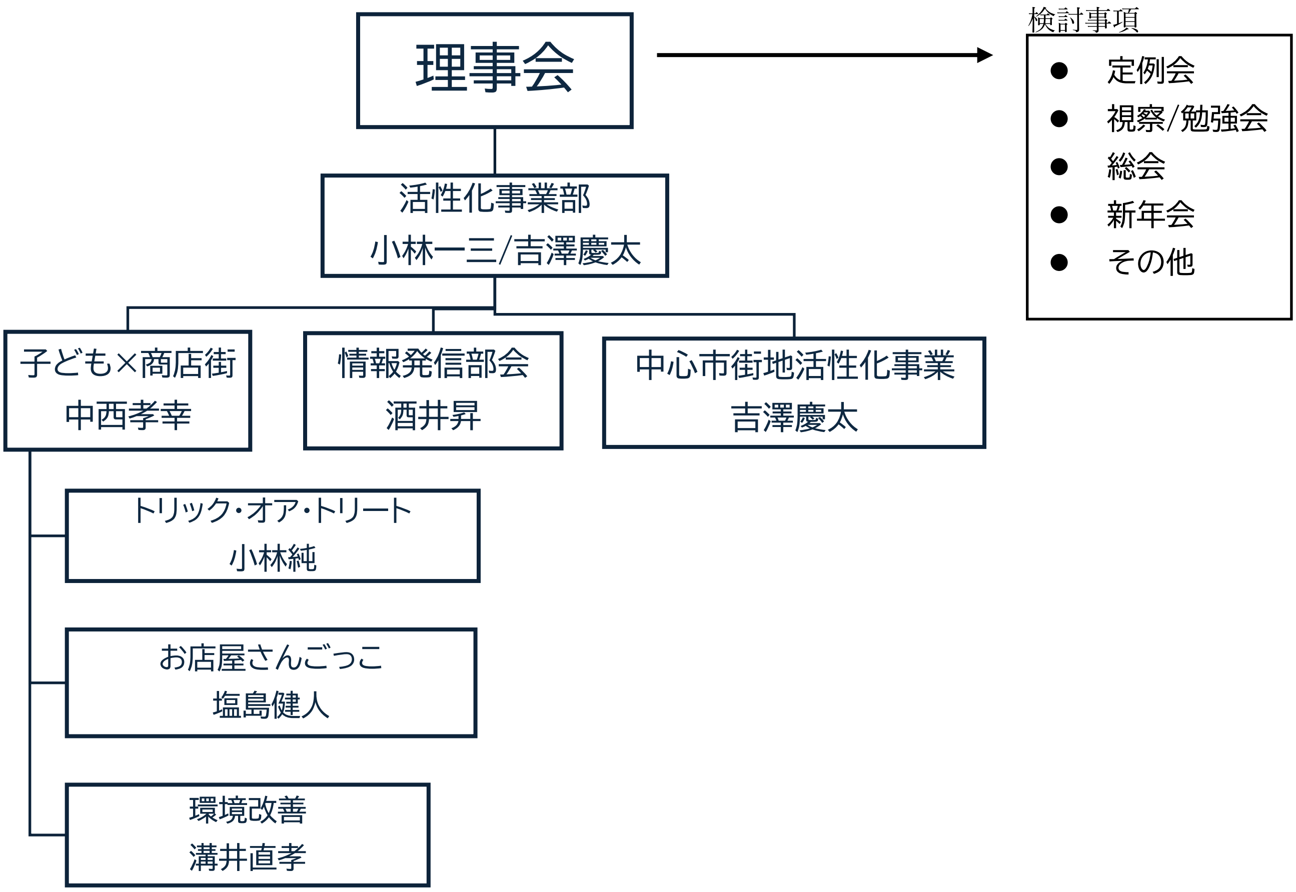
② 商店街支援

③ 商店街活性化

④ 政策提言

⑤ 地域連携

（2）組 織 内 事 業 展 開 図



事業の進め方

- それぞれの事業は分科会形式でスケジュールに添って進める
- 活性化事業部では、事業の企画、進捗状況の共有、課題解決に向けて検討、事業報告等を行う
- 理事会は月１回開催し、エリア全体の課題について検討、商連事業の進捗や問題解決策等について共有

（3）R6 年度 事業計画(案)

■ ハッピーハロウィン 2024 トリック・オア・トリート

実施日：10 月 26 日（土）・27 日（日）

概要：お店の人に「トリック・オア・トリート」とあいことばを唱えるとお菓子がもらえる。
お菓子無料配布参加店舗や連携イベントが掲載されているガイドマップの作成。
（川崎市補助金終了に伴い、無料配布用のお菓子は商店街やお店で用意。）
紙面には広告枠をとり有料広告を掲載。

予算：（円）

項目	収入	支出
ガイドマップ作成費		350,000
広告収入（見込み）	120,000	

効果：

① エリアのイメージ向上：地域の期待値が高いハロウィンイベントなので、仮装することとお菓子がもらえることを楽しみにしている子ども（親御さんも）は少なくない。10 月に入ると問合せも届く。地域のレガシー的なイベントを継承していくことは、エリアのイメージと結び付けることができる。

② きっかけづくり：ガイドマップを見ながら親子が回遊している場面も多く見られる。普段は見ないお客さんが（商店街を）歩いている、という意見も個店から寄せられている。これまで、行った事がなかったお店や商店街を歩いて訪れるきっかけとなる。

③ 回遊性の創出：商店街や大型店で開催予定の「ハロウィンイベント」、小川町少年育成部のボディシールやフォトスポットとの連携、コミュニティーハウスさくらでの子どもが大人をびっくりさせる「逆お化け屋敷」、東田公園での音楽やダンスパフォーマンスのステージ「ハロハロステージ」等、イベントを連携させることによる回遊性の創出。

改善点：中心から離れた場所は人が流れにくい。お菓子を配布するお店を増やすなどの工夫が必要

変更点：市の補助金終了の為、配布用のお菓子は商店街（団体）又は、個店でご用意ください。

■ リアルお店屋さんごっこ

実施日：11 月 23 日（土・祝）

概要：リアルな職業体験を商店街にある実店舗で行う。体験終了後には、お給料としてお店やさんごっこ参加店で使える「500 円商品券」を配る。実店舗以外にも近隣企業に協力いただき有料コンテンツとして開催。予約と支払いは、オンラインシステムを活用して事前に行い、予約の公平性や決済の正確性、オペレーションのマンパワー不足を補う。並行して警察や消防等の協力を得て、予約不要で参加費無料で体験できるコンテンツの同時開催。

予算：（円）

項目	収入	支出
参加費（200 人）	200,000	
店舗受入手数料（@500）		100,000
参加者お給料（@500）		100,000
システム利用料・設定費　他		150,000
商品券印刷		50,000
オペレーション他		150,000

効　果：商店街で飲食や買い物等の経験が少ないファミリー層に訴求するイベント。お店とお客さん（参加者）との体験やコミュニケーションを通じて垣根を低くし、再来店を狙う。イベント終了後にお店に来て、感想等を伝える参加者も少なくない。500 円商品券は、参加しなかったお店でも利用することがアンケート調査から得られている。エリア全体のイメージ向上や、個店の広報効果が期待できる。

改善点：直ぐに予約が埋まらないと考え予約開始時期を約 1 か月前にスタート、一人でいくつも予約を取る方がいるのではないかと予測して公平性を重視しキャンセル不可としたが、結果は予想外で予約スタート後、15～20 分ぐらいで 90％以上のコンテンツが埋った。参加者が幼稚園～小学生という事を考えると、1 月前に予約を確定することは厳しいと意見が寄せられている。〇〇日前まで取消可、〇〇日以降キャンセルチャージ〇％というような、細かい設定が必要。精度を上げて参加者に優しい設定を考えたい。

■ 環境改善活動

実施日：調整中

概要：商店街にある飲食店からコーヒー残渣を譲り受け、リサイクルして除草剤や肥料をつくる。お祭り前後の清掃。

予算：20,000 円

改善点：各商店街との連携を強化し店舗さんにも参加してもらえるように調整を図る

■ 情報発信

概要：SNS の活用。YouTub、Instagram、TwitterX、公式 LINE 等を活用

予算：10,000 円

■ 中心市街地活性化事業（川崎市からの委託事業）

概要：駅前エリアの活性化に資する事業と TMO のマネージメント（仕様書参照）

委託金：158 万円

昨年度完成させた「推　川崎駅前　川崎っ子オススメ　エンジョイマップ」をブラッシュアップして年度内 2 回の発行を予定。インバウンド需要だけでなく、大会などで川崎を訪れた関係者等にも活用してもらえるような内容目指す。

公式 LINE「多摩川のサキ」は、東口エリアの「情報のゲートウェイ」として、価値ある情報の配信に努める。

■ 川崎宿場まつり（後援/協賛）

実行委員として参加、地域の魅力発信に努める。

■ 定例会議

月 1 回第 2 火曜日（予定）実施。連携団体や行政、警察、消防等との情報共有。

予算：200,000 円

■ 視察/講習会

商業環境に関連する事だけではなく、幅広い知識やアイデア作りの参考となるような視察や講習会の実施。

予算：50,000 円

多摩川のサキKAWASAKI　R6年度の目的と取組

目的	地域資源を活用した魅力的な拠点づくりを進める上で、回遊性向上やネットワーク化の推進を側面から支え、駅前エリアの情報の「ゲートウェイ」としての役割を担う。イベント情報だけでなく、個店の魅力向上に資する情報の発信や、生活関連情報等、地域住民のニーズに対応できるように配信内容やコンテンツの充実を目指す。
取組	イベント等の開催時にLINEとの連携を絡めることで全体的な恩恵が大きく得られた。こうした取り組みをベースに継続的な運営と、またイベントが増えてきたことからキッチンカーの紹介ページなども需要があると思われる為、新たなコンテンツを取り入れつつ、地域の特色化を目指す。

イベント スケジュール予定表　※特別なイベント等がない月は省略

	季節イベント	商店街イベント
4月		アジアンフェスタ
5月	ゴールデンウィーク	
7月	夏休み関連イベント	
8月	夏休み関連イベント	
10月	ハロウィン	いいじゃんかわさき
11月		お店屋さんごっこ
12月	クリスマス	
1月	年末年始	
2月	バレンタイン	