

アスタ西東京・武蔵野大学ワークショップまとめ

- 顧客の中心は、中高年の女性であり、若者、男性は少ない。駅前という立地は便利であり評価は高い。2Fの入り口は広く入り易い。逆に、1Fは店舗の印象もあって入りにくい印象がある。
- 建物や店のつくりについては、全体的に古く暗い印象と、各フロアがごちゃごちゃとしていてわかりにくい印象がある。その中で、2、3Fの広場（吹き抜け）は評価が高い。
- 商品構成については、低価格帯のものが多く、その点についての評価が高い。また、日用品や食料品はほとんど揃っているの、普段の買い物には便利、という印象がある。特に、食品関係の売り場は品揃えも充実し、活気もあるので、概して好感触を得られている。一方、衣料品については品揃えが中高年女性や小中学生を対象とした店が多く、女子大生やOLが好む品揃えの店や有名ブランドの店がないため、評価は低い。
- 食料品以外のお店では、接客に活気が見られず、アスタ全体のイメージを暗くしている。
- サーティワンとクレープ屋は学校帰りに立ち寄れる店として評価されているが、そうした気軽に立ち寄れる軽飲食店の一層の充実が望まれている。
- 営業時間の延長、休憩用のスペース・ベンチなど設備の充実が望まれている。また、アスタ西東京としてのイベントの開催や広報の充実など、地元のみならず広域な顧客獲得のための事業の充実を望む声が、店主から寄せられた。

●アスタ西東京の現状と検討課題

| | 現状 | 検討課題 |
|------------|---------------------------------------|---|
| フロア構成・店内環境 | ・飲食店が2Fと3Fにある。1フロアにまとめたほうがいい。 | アスタ全体の検討課題 <input type="checkbox"/> 若者（特に女性）が入り易い店作り ・各フロアの店舗構成と店舗配置。 ・通路の整備、照明の充実。 ・無駄なスペースをなくす。 ・休憩場所（各フロアの休憩所やフードコートなど）の拡充。 |
| | ・店の配置がごちゃごちゃしている印象がある。どこに何があるかわかりにくい。 | |
| | ・通路が狭い。 | |
| | ・何にも利用されていない無駄なスペースが多い。 | |
| | ・1Fが入りにくい。 | |
| | ・若者向けの店が奥にあってわかりづらい。 | |
| | ・休憩スペースが少ない。 | |
| | ・案内がわかりにくい。 | ・わかり易い案内板の設置。 |
| 店舗 | ・全般的に暗い印象を与えている | ・各店舗の現状チェックと明るい店づくりの実施。 |
| | ・若者が入りたくなるような店舗構成になっていない。 | ・衣料品、雑貨などで若い女性客が買い物を楽しめるような店舗を入れる。 |
| | ・魅力的な店がない。 | ・有名ブランドの店を入れる。 ・センスの良い店作り。 |
| 広報活動 | ・セールなどの情報がお客様に効果的に伝わってない。 | ・広告の打ち方、対象エリアの検討。 |
| | ・集客につながるイベントが行われない。 | ・イベント事業の展開。 |