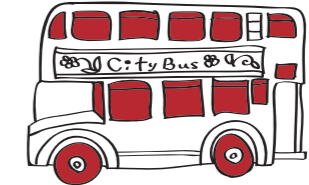




松原市商店街等活性化プラン



松原市商店街等 活性化プラン

松原市
平成31年3月



平成31年3月
松原市



目 次

1. 新たな商店街活性化の必要性

- 1-1. 新たな商店街活性化の必要性・・・・・・・・・・・・・ 2
- 1-2. 本プランの位置付け・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 3

2. 松原市の現状等

- 2-1. 総人口、年齢別人口、市域面積および推計・・・・・・・・・・ 6
- 2-2. 合計特殊出生率・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 8
- 2-3. 転出入の推移・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 9
- 2-4. 昼夜間人口比率・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 10
- 2-5. 産業構造・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 11
- 2-6. 労働力人口・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 12
- 2-7. 産業生産額・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 12
- 2-8. 滞在人口・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 13

3. 松原市商店街が抱える課題

- 3-1. 商店街利用者アンケートから見える課題・・・・・・・・・・ 16
- 3-2. 商店街事業者ヒアリングから見える課題・・・・・・・・・・ 19

4. 松原市商店街等活性化プランについて

- 4-1. 松原市商店街等活性化プラン策定の基本方針・・・・・・・・・・ 24
- 4-2. 商店街活性化によって実現したい理想の暮らし・将来像・・・ 26
- 4-3. 将来像に向けての取り組みのコンセプト・・・・・・・・・・ 28

5. 松原市商店街活性化に向けた取り組み

- 5-1. 情報共有の場としての商店街・・・・・・・・・・ 32
- 5-2. 家族・子育てサポートの場としての商店街・・・・・・・・・・ 35
- 5-3. 健康サポートの場としての商店街・・・・・・・・・・ 37
- 5-4. 観光の場としての商店街・・・・・・・・・・ 39

1 新たな商店街活性化の必要性

1-1. 新たな商店街活性化の必要性

21 世紀に入り、20 年が経とうとしています。今世紀に入り、わが国を取り巻く社会・経済情勢は大きく変化してきました。全国的に、少子高齢化や人口減少社会の到来、若年層を中心とした市外への人口流出、大型ショッピング店の市内進出、インターネットサービスの拡充による生活環境の変化など、様々な変化は経験したことのない速さで急速に進んでおり、松原市も例外ではありません。上記のような社会的課題によって、これまで創られてきた都市の交通導線に変化が現れ、この変化が経済のあり方をシフトさせるという影響が出始めました。よって、従来の商業のスタイルが時代に適応できなくなってきました。こういった課題に、行政、市民、民間企業がそれぞれ連携を図りながら対応することが求められます。

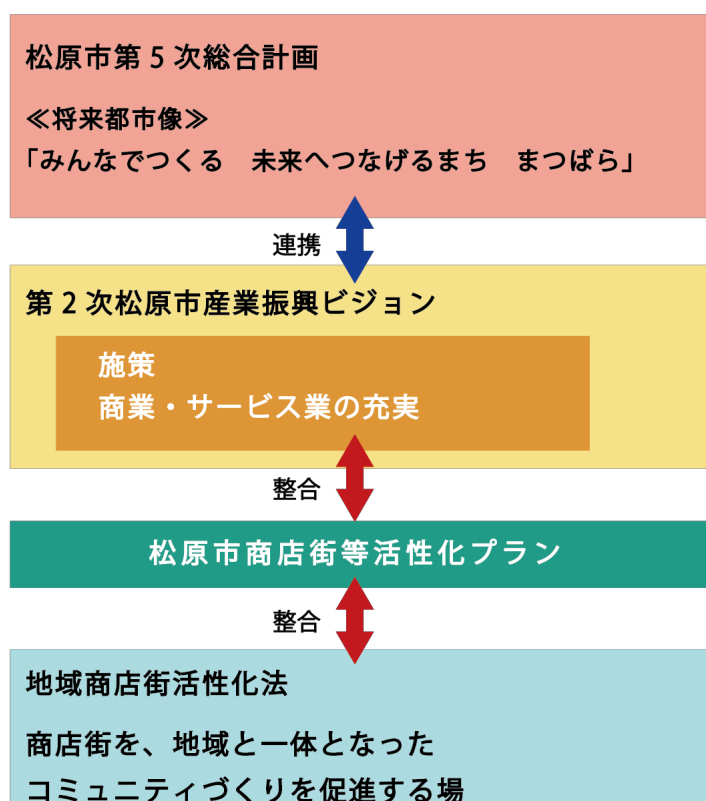
当然、商店街にも社会的課題による影響が出ており、11 ある松原市内の商店街は、全国の他の商店街同様、売上げの低下、顧客・事業者の高齢化、後継問題、空き店舗の問題など様々な問題を抱えています。商店街とは、商店が立ち並んでいる地区や通りのことを一般的に指しますが、一方で、平成 21 年に施行された「商店街の活性化のための地域住民の需要に応じた事業活動の促進に関する法律」(以下、「地域商店街活性化法」という。)では、商店街を「地域コミュニティの担い手」として活動する地域住民を支援する場として位置付け、商店街と地域が一体となってコミュニティを形成することで、商店街の活性化を促しています。つまり、商店街はモノを売るだけでなく、地域の生活を支えるコミュニティの場としても期待されています。

松原市商店街等活性化プランでは、様々な社会的課題に対して、商店街として求められている役割・あるべき姿や方向性を、松原市の現状及び将来に適応した形で示すことを目指したものです。松原市で生活する市民の方々の状況を好転させる商店街づくりを目指して、基本姿勢と具体的な行動案を示すものとして、松原市商店街等活性化プランを策定します。

1-2. 本プランの位置付け

松原市商店街等活性化プランは、生活レベル、商業レベルにおける商店街の活性化をねらうため、商店街の活性化に関する国の施策、松原市の施策との関係性を考える必要があります。

松原市第5次総合計画は松原市のすべての計画の基本となり、地域づくりの最上位に位置づけられる計画です。本総合計画の産業部門における施策実施のための指針として、第2次松原市産業振興ビジョンがあります。そのため、松原市商店街等活性化プランは、第2次松原市産業振興ビジョンと連携する形で位置づけられます。第2次松原市産業振興ビジョンでは、商業に関する政策として、「商業・サービス業の充実」を掲げています。これは、地域に根ざした商業振興や、市民ニーズに応える商業サービスの確保に努めるとともに、商店街と地域住民が連携して取り組む事業のさらなる活性化を図ること、と位置づけられます。これらの考え方との整合性を図りながら、商店街の活性化のためのプランを策定します。



2 松原市の現状等

2-1. 総人口、年齢別人口、市域面積および推計

松原市は、市域面積 16.66 km²に対し、120,475 人の人口であるため、人口密度は 7,231 人/km²になります。一方で、少子高齢化も懸念されます。全国的に少子高齢化が進んでいますが、松原市も例外ではなく、40 代から 70 代に人口が集中しています。40 代から 50 代の子供にあたる世代である 20 代が 10%以上となっていますが、将来的には少子高齢化が進むと推測されます。よって、あまり行動範囲が広くないと考えられる高齢者が増え、市内の人口流動性が乏しくなり、より市の暮らしにおける移動などの利便性・コミュニティなどの快適性が求められると考えられます。

■総人口 平成30年6月末(市の統計より)

120,475 人

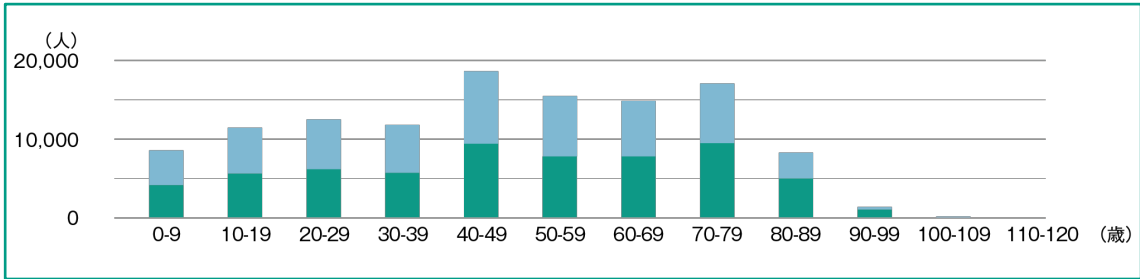
■市域面積

東西約 5.8km、南北約 5.1km、面積約 16.66 km²、ほぼ平坦地

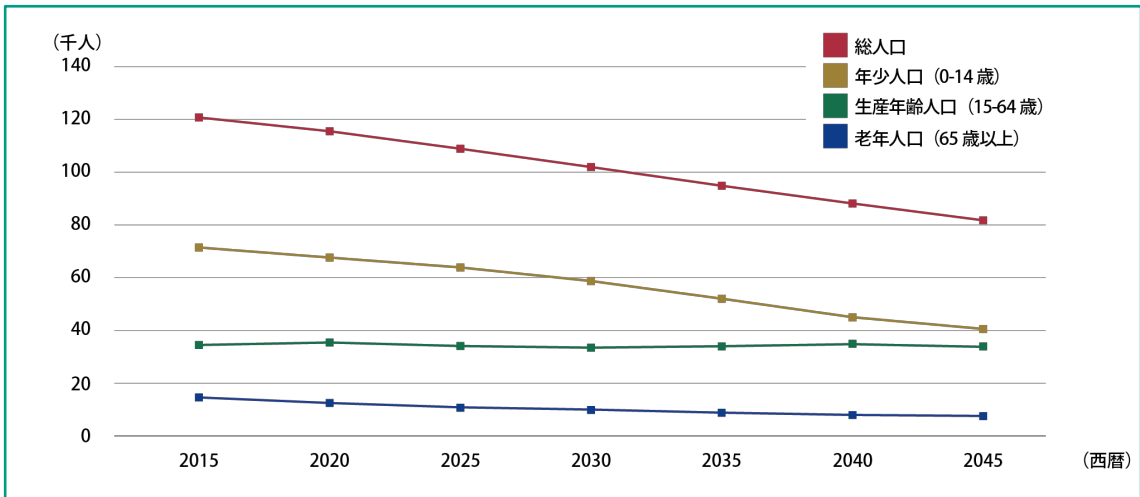
年齢別人口 平成30年6月末

年齢	女	男	合計	総人口に対する年代別人口の割合
0-9	4,149	4,417	8,566	7.11%
10-19	5,697	5,843	11,540	9.58%
20-29	6,179	6,392	12,571	10.43%
30-39	5,716	6,102	11,818	9.81%
40-49	9,418	9,253	18,671	15.50%
50-59	7,818	7,723	15,541	12.90%
60-69	7,846	7,038	14,884	12.35%
70-79	9,483	7,619	17,102	14.20%
80-89	5,014	3,293	8,307	6.90%
90-99	1,102	329	1,431	1.19%
10-109	43	1	44	0.04%
110-119	0	0	0	0.00%
120-	0	0	0	0.00%
計	62,465	58,010	120,475	100%

参考文献: 松原市 統計データ



年齢別人口 参考文献:松原市 町別年齢別人口 平成 30 年度



総人口・年齢3区分別人口の推移

参考文献:国立社会保障・人口問題研究所 男女・年齢(5歳)階級別データ 平成 30 年度

2-2. 合計特殊出生率

松原市、大阪府全域共に、合計特殊出生率(15-49歳の女性が産んだ子供の数の平均)に大きな差は見られません。松原市、大阪府全域共に、ここ約30年間で0.3の減少がみられます。一般的に、人口を維持できる水準(人口置換水準)は2.07(全国値)とされているため、松原市の人口は今後も減り続けると予測されます。ライフスタイルの変化、前時代的な子育て環境など様々な要因が複合的に合わさった結果の現象であると考えられますが、子供を産みたい、育てたいと思えるハード面、ソフト面の両面の改善が求められます。

合計特殊出生率

期間	松原市	大阪府全域
1983-1987	1.69	1.65
1988-1992	1.46	1.44
1993-1997	1.38	1.35
1998-2002	1.34	1.30
2003-2007	1.23	1.25
2008-2012	1.31	1.32

参考文献: e-Stat「人口動向統計特殊報告」

2-3. 転出入の推移

松原市内の転出入内訳をみると、転入で最も多いのが大阪府堺市北区、次に大阪府羽曳野市となっています。また、転出で最も多いのが羽曳野市、その次に堺市北区となっています。近隣市への流出も見られます。生活環境の快適性、利便性、生活をサポートする制度などを求めて流出している可能性が考えられます。

転入数内訳(2016年)			転出数内訳(2016年)		
区分	人数	割合	区分	人数	割合
大阪府堺市北区	237人	7.13%	大阪府羽曳野市	198人	5.69%
大阪府羽曳野市	233人	7.01%	大阪府堺市北区	184人	5.28%
大阪市平野区	175人	5.26%	大阪市平野区	177人	5.08%
大阪市東住吉区	130人	3.91%	大阪市東住吉区	136人	3.91%
大阪府藤井寺市	99人	2.98%	大阪府藤井寺市	104人	2.99%
大阪市住吉区	94人	2.83%	大阪市住吉区	87人	2.50%
大阪府八尾市	92人	2.77%	大阪府八尾市	85人	2.44%
大阪府堺市美原区	83人	2.50%	大阪府東大阪市	71人	2.04%
大阪府富田林市	69人	2.08%	大阪府堺市美原区	64人	1.84%
大阪府東大阪市	64人	1.93%	大阪府富田林市	58人	1.67%
その他	2048人	61.61%	その他	2318人	66.57%
計	3324人	100%	計	3482人	100%

参考文献: RESAS

2-4. 昼夜間人口比率

昼間、夜間共に松原市内居住者が最も多く、市内在住者が市内勤務・もしくは近隣学校へ通っていることが分かります。一方で、夜間人口の第2位が大阪市ということから、大阪市内が勤務地で居住地を松原市に選択している層も一定層いると見受けられます。また年齢層別のデータからは、昼間・夜間ともに65歳以上が約3割、次に15歳未満となっており、高齢者によって経済活動が支えられている現状と、教育機関による若年層の呼び込みが顕れています。このことから、松原市内には、大阪市内へ通う居住者に合った雇用が不足していることが推測されます。この状況が続いていくと、松原市と同様の地価をもつ、大阪市内から近い居住地や近隣地域への転出の可能性があると考えられます。

昼間人口(日中に滞在する人の居住地)

区分	人数	割合
大阪府松原市	87,585 人	79.96%
大阪府大阪市	5,000 人	4.56%
大阪府堺市	4,268 人	3.90%
大阪府羽曳野市	3,103 人	2.83%
大阪府藤井寺市	1,302 人	1.19%
大阪府富田林市	1,084 人	0.99%
大阪府八尾市	859 人	0.78%
大阪府東大阪市	544 人	0.50%
大阪府河内長野市	514 人	0.47%
大阪府柏原市	470 人	0.43%
その他	4,806 人	4.39%
計	109,535 人	100%

夜間人口(居住する人の日中の滞在地)

区分	人数	割合
大阪府松原市	87,892 人	72.79%
大阪府大阪市	16,636 人	13.78%
大阪府堺市	4,922 人	4.08%
大阪府羽曳野市	1,695 人	1.40%
大阪府東大阪市	1,224 人	1.01%
大阪府藤井寺市	1,135 人	0.94%
大阪府八尾市	1,126 人	0.93%
大阪府富田林市	765 人	0.63%
大阪府柏原市	467 人	0.39%
大阪府吹田市	420 人	0.35%
その他	4,468 人	3.70%
計	120,750 人	100%

データはいずれも2016年 参考文献:RESAS

昼間人口(年齢別統計)

年齢	人数	割合
65-	33,515 人	30.60%
-15	14,249 人	13.01%
40-44	7,951 人	7.26%
45-49	7,441 人	6.79%
15-19	7,173 人	6.55%
60-64	6,298 人	5.75%
50-54	6,100 人	5.57%
35-39	5,696 人	5.20%
20-24	5,641 人	5.15%
55-59	5,255 人	4.80%
その他	10,216 人	9.33%
計	109,535 人	100.00%

夜間人口(年齢別統計)

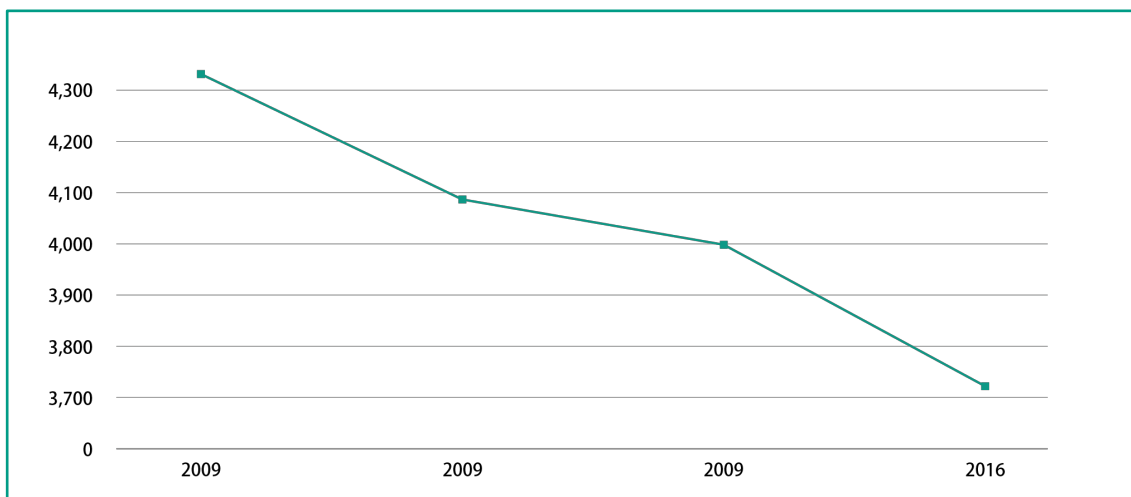
年齢	人数	割合
65-	34,335 人	28.43%
-15	14,556 人	12.05%
40-44	9,585 人	7.94%
45-49	9,338 人	7.73%
50-54	7,635 人	6.32%
60-64	7,157 人	5.93%
15-19	6,827 人	5.65%
35-39	6,720 人	5.57%
20-24	6,323 人	5.24%
55-59	6,176 人	5.11%
その他	12,098 人	10.02%
計	120,750 人	100.00%

データはいずれも2016年 参考文献:RESAS

2-5. 産業構造

① 企業数の推移

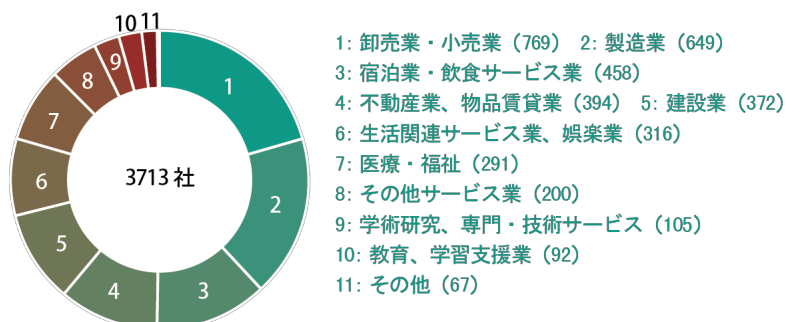
2009年には4,329社あった企業数が、2016年には3,713社まで減少しています。このことから、松原市内の雇用者数も大きく減少していることが予測され、若者の流出につながっているとも予測されます。



松原市における企業数 参考文献:総務省「経済センサス基礎調査」

② 企業数の内訳

松原市内の企業数で最も多いのが卸売業・小売業、次に製造業となっています。今後、インバウンド需要や誘客を視野に入れると、宿泊業や飲食サービス業、娯楽業などは規模の拡大が推測されます。各分野で若年層の呼び込みを行うためには、住環境の整備を並行して行い、雇用を増やす仕組みが必要と考えます。これらのまちの経済を支える企業へ、今後も持続的な経営を保つための施策が必要と考えられます。また、まちの子供たちの将来を見据え、松原の産業を知る機会や場を設けることで中小規模の企業にとって後継ぎ問題の解決にも寄与すると考えられます。



2016年松原市における企業数の内訳 参考文献:RESAS

2-6. 労働力人口

労働力人口については、男性が2000年度には41,181人だったのに対し、2015年度には31,216人と労働力不足が顕著に現れています。今後、高齢化が加速していく中で、松原市にとどまる若者をどれだけ増やしていけるかがポイントになります。

松原市内における労働力人口・就業者人口

年	労働力人口	労働力人口(男)	労働力人口(女)	就業者数	就業者数(男)	就業者数(女)
2000	65,800	41,181	24,619	60,363	37,518	22,845
2005	61,661	37,322	24,339	56,072	33,474	22,598
2010	59,364	35,603	23,761	52,524	30,731	21,793
2015	54,771	31,216	23,555	51,172	28,751	22,421

単位は全て人

参考文献:平成27年度国勢調査

2-7. 産業生産額

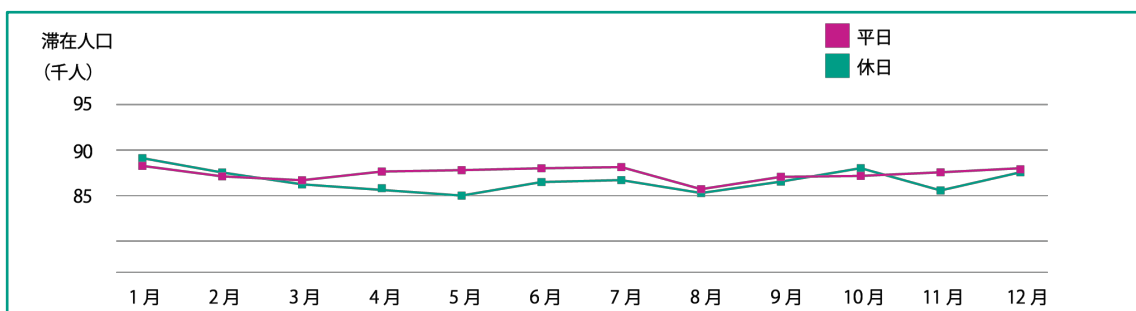
最も多いのが、食料品で740億円、次いで公共サービスで405億円、対個人サービス349億円と続いています。食料品産業は松原市を支える大きな産業であることがわかります。



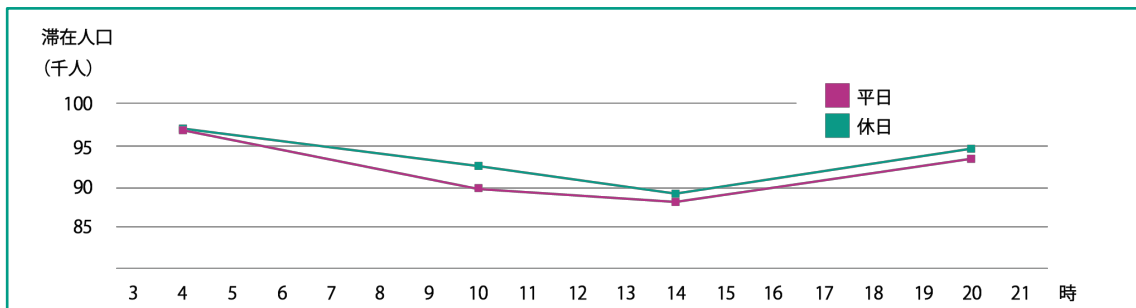
2013年松原市における主な産業生産額 参考文献:RESAS

2-8. 滞在人口

2017年においては、平日は7月が88,132人と最も多く、休日は1月が89,045人と最も多いことがわかります。早朝と夜が多く、昼間の滞在人口が少ないことから、松原市はベッドタウンとしての機能を担う地域であることがわかります。高齢化が進むことにより、昼間の活動時間が短くなっていき経済活動や趣味などの健康活動を行う時間が減少、同時間を共に過ごすコミュニティ性の希薄が懸念されます。



2017年松原市における滞在人口の月別推移 参考文献:RESAS



2017年1月松原市における滞在人口の時間別推移 参考文献:RESAS

3 松原市商店街が抱える課題

3-1. 商店街利用者アンケートから見える課題

商店街利用者アンケート調査では、昨今、多様化する商店街利用者のニーズを把握し、現状、問題点、課題を洗い出すことで、市内外の訪問者・利用者の増加、コミュニティ機能の創出、近隣大学との連携による関係人口の創出など、松原市商店街等活性化プランに向けた基礎資料を得ることを目的に実施しました。

① 調査項目

主な調査項目は以下の通りです。

- ・商店街利用者が商店街を利用している理由
- ・商店街利用者が日々の生活の中で感じる松原市の魅力と課題
- ・商店街利用者がよく利用する商店街サービス
- ・潜在顧客が日々の生活の中で感じる松原市の魅力と課題
- ・潜在顧客が商店街を利用していない理由
- ・潜在顧客が希望する商店街のサービス

② アンケート調査の概要

調査は、市民及び商店街利用者を対象に実施しました。WEB アンケートと商店街街頭アンケートの2種を実施しました。主な概要は以下の通りです。

調査方法

(1) WEB アンケート

商店街周辺エリアの市民に限り調査を行いました。市民は商店街まで、自転車での移動が考えられるため、自転車での移動距離として商店街から3km圏内のエリアに絞る形としました。

調査期間は、平成30年8月24日～27日としました。

(2) 商店街 街頭アンケート

11商店会を大きく5エリアに分け、各商店街前に調査員を配置し、調査を実施しました。

調査期間は、平成30年8月25日～平成30年9月7日としました。

調査範囲

調査範囲は以下の通りです。

調査方法と調査範囲

調査方法	調査範囲
WEBアンケート	松原市西大塚、松原市立部、松原市丹南、松原市岡、松原市新堂、松原市上田、松原市柴垣、松原市高見の里、松原市河合、松原市南新町、松原市東新町、松原市北新町、松原市天美我堂、松原市天美北、松原市天美東、松原市天美南、松原市天美西、松原市三宅東、松原市松ヶ丘、松原市阿保、松原市田井城、松原市三宅西、松原市三宅中
商店街 街頭アンケート	天美西商店会、天美商店街振興組合、天美駅前東商店会、南新町商店会、プラザ商店会、松原阿保商店会、松原駅前商店会、松原中央商店会、上田元町商店会、新堂・栄町商店会、松原岡商店会

回答数

WEB アンケート、商店街 街頭アンケートにおける、それぞれの回答数は以下の通りです。

WEB アンケート 250

商店街 街頭アンケート 829

③ アンケートから見えてくる商店街の課題

WEB アンケート、街頭アンケートの結果から見えてくる商店街に今求められている課題は以下のようになりました。

商店街を中心としたコミュニティの形成

商店街は、多くが駅の周辺に存在しており、利便性の高さを持っています。また、店舗の多様性から、本来、百貨店のような機能を持っています。加えて、利用者と店主は同じ自治会に属していることも大いに考えられ、商店街としての品質に加え、顔なじみによる買い物のしやすさという長所があります。しかしながら、利用者と店主の高齢化により、若年層と商店街のコミュニティの形成という面では、脆弱な商店街が多く存在しています。このことから、商店街を中心とした多世代のコミュニティの形成を促すことが今後の商店街に求められます。

店同士が連携したサービス・商品の専門性の向上

生活の中で頻繁に購入できる価格設定に商店街の価値を見出している利用者がいる一方、品揃えの悪さを指摘する声も上がっていることがわかりました。各店舗で扱う専門性は、それぞれの店舗の責任で担保することが、従来の基本ですが、店舗同士が連携し、サービス・商品の専門性に対する情報交換等を行い、生鮮食品や医療など、それぞれの商品ジャンルで商店街として専門性を高め、利用者の安心感を獲得することが求められると考えられます。1つの店舗におけるマンパワー、知識などの専門性の限界を、他の同業店舗と連携を図りながら、面的に質を高めていくことが今後求められると考えられます。

商店街における滞在時間を長くするサービスの捻出

身近な買い物の場としての商店街を望む市民がいる一方、イベントなどの地域の賑わいづくりの中心としての商店街や、飲食店が多い商店街を望む声もあります。飲食店を増やすことは、事業者のスキル、資金力が求められるところになるため、容易ではありませんが、飲食に限らず、市民が商店街で買い物をするだけでなく、長く時間を費やせる工夫が求められます。店主とのコミュニティの形成や、あるニーズを持つ市民が集まり商品やサービスを学ぶ機会を持つなど、「買う」という行為だけではないサービスを企画する必要があります。

高齢者・子育てをサポートできるサービスの捻出

商店街のみならず、松原市全体で高齢化・少子化、ライフスタイルの多様化など様々な社会的課題に対応することが求められています。特に市民はこれらの課題に直面するため、商店街のサービスで対応したいニーズがあることがわかりました。介護・福祉系のサービスだけでなく、高齢者が他の世代にスキルや知識を伝える場を企画したり、子供を持つ母親のコミュニティ形成のための場を企画するなど、それぞれの課題を抱える市民を対象にした、商店街サービスの捻出が今後必要になるでしょう。

3-2. 商店街事業者ヒアリングから見える課題

商店街事業者ヒアリング調査は、商店街の事業所の方を対象にした対面ヒアリングです。普段、店舗活動に従事する中で感じる商店街の魅力や課題を伺い、事業者の目線から見た商店街のこれからの課題を抽出することを目的に実施しました。

① ヒアリング項目

主なヒアリング項目は以下の通りです。

- ・普段の活動の内容
- ・今のお客さんが商店街に求めていると感じていること
- ・松原市の魅力や課題
- ・商店街の魅力や課題
- ・どのような商店街にしていきたいか

② ヒアリング調査の概要

調査は、松原市にある11の商店街の事業者を対象に実施しました。

調査方法

調査員による対面ヒアリング調査を実施しました。

調査範囲

調査範囲は、松原市にある11の商店街としました。

調査期間

調査期間は平成30年8月～11月としました。

③ ヒアリングから見えてくる商店街の課題

ヒアリングの結果から、事業者の方が感じる商店街の課題は以下のようになりました。

地域の生活に密着したサービスの提案

松原市の商店街では、商品の物販、サービスの提供だけでなく、利用者とのコミュニケーションの中で、商品やサービスの使い方を伝えるなど、利用者とのコミュニティを形成し、利用者のリピートを促す店舗があることがわかりました。このことは、大型店舗等にはない、地域住民との繋がり深い商店街ならではのサービス形態だと考えられます。利用者とのコミュニケーションの中で、利用者の生活を把握し、また、地域の祭りなどのイベントでも利用できる商品やサービスの提案をすることが、大型店舗との差別化につながると考えられます。

地域の機関や地域住民と連携したサービスの開発

地域の学校や行政などの公的機関や、地域住民と連携を図ることができるのは商店街の強みの一つです。特に学校などの教育機関との連携は、商店街で店舗を営む世代とは異なる世代との関わりを持つことになり、これからの商店街を運用していく上で重要なことだと考えられます。公的機関や地域住民のイベントとのタイアップや、知識の交流は商店街の各店舗あるいは商店街全体が時代に適応できる一つの方策と考えられます。

商店街を活性化させるための多世代との対話の場の創出

まちづくりにおいて、市民が参画してまちを盛り上げていく動きがある一方、商店街は、それぞれの店舗による努力によって支えられている現状があります。商店街は地域住民やまちとの従前のつながりから、本来、物販だけでなく、コミュニティを形成することによる賑わいを創出できる特性・強みを持っているため、大型店舗よりも公共性を持っている空間と言えるでしょう。そのため、今後、後継者不足の解決も含めた商店街の活性化を図る上で、まちづくりと同じように、市民との対話を繰り返し行う必要があると考えられます。そのことにより、今まで商店街に関わることの少なかった若年層の参画も狙うことができるでしょう。そのような場を創出し、展開していくためには、どのようなテーマでの対話の場を持つことで、市民にも商店街にもメリットがあるかを考える企画者の育成や、場をコーディネートするコーディネーターの育成が、市民、行政、商店街事業者それぞれに必要なと考えられます。

4 松原市商店街等活性化プラン について

4-1. 松原市商店街等活性化プラン策定の基本方針

松原市商店街等活性化プランは、松原市の魅力や資源の活用による活性化を目指したものであるとして、位置付けられます。この松原市商店街等活性化プランは、いわば商店街の総合計画のようなもの。総合計画とは、将来のまちの理想像と、その理想像を達成するためのアクションプランが書かれています。この松原市商店街等活性化プランも、商店街の将来像と、その将来像に向けてのアクションプランを盛り込んだものです。生活に密着した商店街をもう一度見つめ直し、商店街をこれからの時代に適応させていくためにどのような手法があるかを考えるために、以下の方針を定めました。

① 市民の参画でつくること

商店街は立地の良さ、サービスの多様さなど様々な特徴を備えており、本来、市民の生活に密着した大切な場所です。そのため、商店街の活性化、商店街の未来、市民の未来は、市民の目線で考える必要があります。つまり、市民の参画と協働によって、松原市商店街等活性化プランの策定を進めていくことが求められます。

そのような場をつくるべく、市民参画型のワークショップ「未来の商店街をつくるワークショップ」を開催しました。参加者が一方通行で意見を述べるのではなく、参加者同士が互いにディスカッションを行い、互いの考えや情報を交換し、更新を行いながら、商店街が活性化する取り組みを導き出すよう、全3回のプログラムを構築しました。理想の暮らしを共有できる7チームでディスカッションを行いました。このように積極的に市民の意思を反映させる手法を取り入れたことが今回のプランづくりの特徴です。



ワークショップ



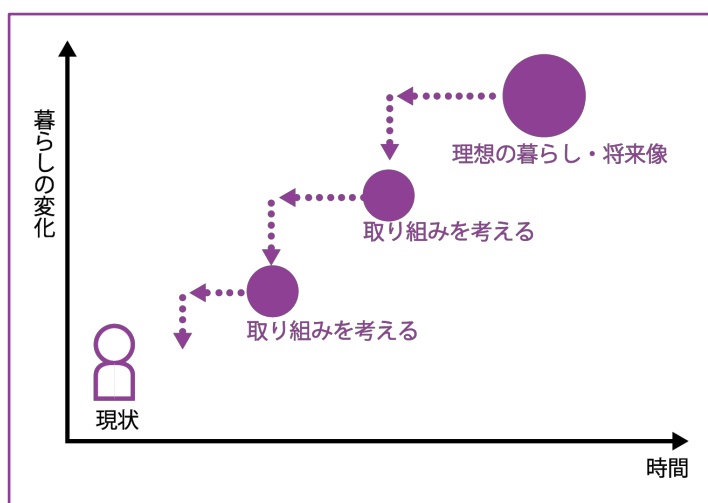
チーム内でのディスカッション

② 理想の暮らし・将来像に近づく事業を考えること

「未来の商店街をつくるワークショップ」では、2つのステップを経て、商店街活性化のためのプランを考えました。1つ目のステップは、松原市での5年後の理想の暮らしを参加者が互いに出し合うことです。商店街が活性化することによって、自身の生活にどんな暮らしをもたらすことが理想なのか、商店街を活性化するための目的を設定します。2つ目のステップは、その理想の暮らしに向けて、今、商店街でできること、やってみたいことを考えることです。この作業によって出てきた企画案を、活性化のためのモデル事業として扱いました。

事業づくり、企画づくりには、地域の課題に対する解決方法を考えて進める方法があります。この方法は、社会的課題に直接的に関わることができるため、一つ一つの課題をクリアして、まちづくりや商店街の活性化を進めることができます。しかしながら、その取り組みを推進させる市民や事業者といったプレイヤーにとって、自身が意欲を維持しながら進められないこともしばしば起こります。プレイヤーが自身の意欲を維持できないことは、取り組みの持続性を喪失することにもつながりかねません。

プレイヤーの意欲を維持する試みとして、「未来の商店街をつくるワークショップ」では、理想の暮らし・将来像の実現というゴールを明確に設定することから始めました（下図）。商店街が活性化するということは、経済的効果を生むことだけでなく、商店街を利用する市民、運営する事業者がイメージする理想の暮らしに近づくことという位置付けの下、事業を考えました。



理想の暮らし・将来像に近づくための取り組みを考える

4-2. 商店街活性化によって実現したい理想の暮らし・将来像

商店街活性化によって実現したい商店街利用者の理想の暮らし・将来像について、「未来の商店街をつくるワークショップ」において、39名の参加者から頂いた意見をもとに抽出しました。全体で5つの理想の暮らし・将来像を抽出しました。

理想の暮らし・将来像①：商店街の価値を誰かと共有して楽しみたい

商店街を利用しない人は、商店街を不要に感じているからではなく、商店街の情報を元々知らない可能性がある。特に、松原市の学校に通う学生や、労働者は、商店街の情報を十分に得られる環境にいるとは考えにくい。

松原市にたくさんの商店街があることは知っているが、足を運び利用するきっかけがない人と、商店街の店舗情報、サービス内容、イベント情報、店主の考え方や仕事内容などを共有し、市民みんなで商店街を楽しむ暮らしを実現したい。

理想の暮らし・将来像②：まちで働く人をサポートしたい

松原市には、小売業、飲食サービス業といった第3次産業と、製造業などの第2次産業の企業、事業主が多く存在している。雇用の増加、従業員のスキルアップ、商品開発力の向上、新規の顧客獲得など、企業それぞれが課題を抱えている。それらの課題をまちの企業同士、市民同士で共有し、松原市の企業が抱えている課題を解決して松原市の企業を盛り上げたい。また、企業の従業員も個人レベルでの課題を持っているはず。その課題を共有し、サポートできるような場を持ち、松原市で働いて良かったと思ってもらえる環境を実現したい。

理想の暮らし・将来像③：家族の時間を大切にしたい

家庭において、ワークスタイルの変化、共働き世帯の増加、母子・父子家庭の増加、家族としてのライフスタイルよりも個人としてのライフスタイルの優先などで、暮らしの中で家族と関わりを持つ機会が減ってきている。家族と一緒に暮らすことをもう一度見つめ直し、松原市の観光地やお店などまちの資源を共有して、楽しみを分かち合うような機会をたくさん持ち、家族との関わりを増やしたい。

理想の暮らし・将来像④：まちの人の子育てをサポートしたい

母子・父子家庭の増加、核家族の増加、地域コミュニティの希薄化などで、頼る人が少なく、自分だけで子育てを行い、疲弊してしまっている親が増えてきている。まち全体で困っている親や、子供を助け、まち全体で地域の子供を育てる社会を実現したい。

理想の暮らし・将来像⑤：まちの人の健康をサポートしたい

まちの中の利便性がどんどん向上し、今は好きな時に好きなものを食べられる。ただ、それは必ずしも健康な食事かどうかはわからない。本当の健康とはどのような状態を指すのかもわからない。季節に応じた、正しい食べ方や、調理方法などを習得し、まちの人の健康づくりに寄与できるような活動を実現したい。

4-3. 将来像に向けての取り組みのコンセプト

「未来の商店街をつくるワークショップ」を通じて抽出された、商店街で取り組みたい事業のコンセプトは以下の4つです。



情報共有の場としての商店街

商店街にどのようなお店・サービス・仕事があるのか、どのような過ごし方が商店街ではできるのかを、みんなで共有できる場づくり・仕組みづくりです。情報を発信するだけでなく、その情報をみんなで楽しむことができる商店街を目指します。



家族・子育てサポートの場としての商店街

母子・父子家庭、核家族など、様々な形の家族があり、親も子どもも様々な環境下で頑張って成長しようとしています。そんな家族や子供が孤立しないよう、店で扱う商品や店の人のコミュニティ力でサポートできる商店街を目指します。



健康サポートの場としての商店街

まちの人が健康に過ごすことは、まちの基本的な目標です。体にいい食のあり方、運動の仕方など知識を市民と共有し、健康な状態で楽しく過ごせるよう、健康をサポートできる場としての商店街を目指します。



観光の場としての商店街

有名な建物や景勝地をめぐるというのではなく、観光地での過ごし方に工夫が求められる時代となりました。観光地としての商店街、周囲の観光資源と観光客をつなぐ役割としての商店街など、観光の場としての商店街を目指します。

コンセプトとは、具体的な考えや行動を起こす上で、核・軸になるキーワードです。これら4つの事業コンセプトは、これからの松原市、これからの商店街をつくる上で、キーワードになるものです。現状のお店で実現可能なコンセプトと、現状では実現できないものの、他のお店、周りの市民の協力することで実現できるコンセプトがあります。

コンセプトは、考え方の核であるため、具体的なものではありません。「情報共有の場としての商店街」、「家族・子育てサポートの場としての商店街」「健康サポートの場としての商店街」「観光の場としての商店街」それぞれのコンセプトから、具体的な事業内容、活動内容を考えるためには、まずは、それぞれのコンセプトのもと、商店街として・店として・市民として、「できること（自身の技術や知識を持ってできること）」と「実行したいこと（楽しんで事業や活動ができること）」を考えることが大切になります。

これらのコンセプトから徐々に発想される具体的な事業内容、活動内容に対し、持続性、経済性、実施スケジュールを整理することで明確な活性化プランを目指します。

5 松原市商店街活性化に向けた 取り組み

5-1. 情報共有の場としての商店街

現状と課題

松原市には 11 の商店街が存在しています。それぞれの商店街で季節ごとに様々なイベントが開催されています。それらのイベント情報、商店街内の店舗情報を、従来のチラシだけでなく、Web ページを活用した情報発信を行っている商店街もあります。一方で 11 の商店街からなる、松原市商店会連合会は独自の Web ページだけでなく、Facebook ページも開設し、各商店街の情報を広く発信しています。

情報を発信することは、広く情報を拡散させることとも言えますが、それは、情報を商店街の利用者に一方的に投げかけているにとどまっている可能性もあります。いわば、事業者と利用者が、商店街の店舗情報、イベント情報等を共有できていない可能性もあります。共有のためには、商店街の情報を利用者に投げかけるだけでなく、利用者に足を運んでもらい、情報を楽しむ仕組みづくりが求められます。



取り組み例1 みんなで作ろう松原マップ

背景

商店街を利用する市民は、利用するお店のことしか知らない可能性があり、商店街を利用しない人は、商店街を不要としているということではなく、商店街の情報を知らない可能性があります。また、商店街を利用するかしないかの判断基準が、ものが揃っているか安いかという利便性だけで判断されている可能性が考えられます。

内容

商店街を普段利用しない人に商店街に来てもらい、マップ、冊子などを作成して情報発信するプロジェクトです。参加者はカメラのスキルや情報発信のスキルが学べ、商店街を知るきっかけにすることができます。

参加ポイント制にして、ポイントが貯まると松原の特産物をプレゼントするような仕組みを導入したり、子供向けにするなど継続して商店街に来てもらえるようなマップ、冊子づくりを目指します。



取り組み例 2 商店街店主マップ

背景

大学や高校など学校に通う学生で、商店街の店舗を知らない学生が多くいます。大型店舗の価格や品ぞろえとは違う商店街の魅力の出し方が必要です。

内容

近隣大学や高校等とタイアップし、学生や地域の人と一緒に、商店街を舞台に店主へインタビューを実施し、内容をまとめて冊子として発行するプロジェクト。制作された、店主を紹介する冊子は、地域のイベント等で配布し、お店の内容だけでなく、店主とコミュニケーションをとることができる冊子を作成します。



取り組み例 3 まつばら商店街探検隊

背景

取り組み例 2 同様、商店街の店舗を知らない学生が多くいます。その理由の1つは学生が行きつけを持っていないからです。また、町歩きツアー等はありませんが、松原を舞台にしたイベントが少ないです。

内容

① 商店街ウォーキングツアーの実施

ただ商店街を歩き回るだけでなく、商店街で働く方とコミュニケーションが取れるイベントにして、学生が商店街にリピートして来てもらうきっかけにします。そして商店街で昼食をとってもらい学生同士での交流を深めてもらいます。「食」を介して、商店街の店主、学生同士がコミュニケーションをとるプログラムです。

②ウォーキング企画の考案に係るファシリテーション講座

学生たちの企画力向上のため、①を具体的に企画して、企画のスキルアップを狙う、企画講座を実施します。また、ディスカッションを円滑に進めるスキルを学ぶファシリテーション研修を実施します。



取り組み例 4 出張商店街 in 阪南大学

背景

取り組み例 2・3 同様、商店街の店舗を知らない学生が多くいます。一方で、商店街も学校に関わる機会はありません。

高校や大学は学生の生活の場であり、そこには、医療、食、衣服などのニーズが潜在していて、そこに商店街の商品力が役立つのではないかという思いから企画されたプロジェクトです。

内容

高校や大学等の学校に商店街のお店が商店街を飛び出し、お店を開くプロジェクトです。日替わり、週替わり、月替わりなど、運用方法は要検討ですが、市民の生活を支えることができる商店街は、学生の生活も同様に支えることができることでしょう。一方で、学生は商店街に対し、商品や店に対する意見を言うことができたり、商店街とのコミュニティをつくるきっかけを持つことができます。

5-2. 家族・子育てサポートの場としての商店街

現状と課題

松原市の人口は、平成 30 年 6 月末現在、120,475 人になります。国勢調査ベースで人口を見ると、昭和 60 年から増減率-1%前後の緩やかな減少傾向にありましたが、平成 17 年以降は増減率が約-2.5~3%前後となり、減少割合が大きくなってきています。また、年齢3区分別人口構成の推移では、老年人口(65 歳以上)の割合は毎年増加傾向にあるのに対し、年少人口(15 歳未満)の割合は減少傾向にあります。加えて、合計特殊出生率(15~49 歳の女性が生んだ子供の人数の平均)は 1.32 であり、人口を維持できる水準である 2.07 を大きく下回っていることから、今後も人口減少、年少人口の減少は避けられないものと考えられます。一方核家族の割合は、母子・父子世帯についても同様に増加傾向にあります。

子育てを行う人が減ることにより、家族や子育てに対する地域のサービス低下が懸念されます。

住民が互いに育て合う生涯教育の機会、子どもや子育てを行う家族をサポートする行政と住民の活動、子どもからお年寄りまでの自己実現の場の創出が求められます。



取り組み例 1 学びのだんらん

背景

「働くママ」が通うことができる習い事は少ないです。家庭と会社との往復で毎日を忙しくしている親はなかなか、まちの中のコミュニティや同じ趣味を持つ人のコミュニティを作りづらい環境にあります。

様々な切り口で学びを提供することで、松原市内の「働くママ」の居場所を商店街に作っていき、商店街に足を運ぶきっかけを作ります。

内容

夕食(ケータリング)とミニ WS で構成されたイベントです。将来的にはその場所で、起業サポートを行うなど親が楽しんで自立的に生活できる支援を行います。運用例は以下の通りです。

- ・毎月 1 回の実施
- ・16 時開場、17 時夕食、18 時スタート
- ・参加費は大人 1,000 円、子供 500 円(1 名につき)
- ・対象は 3 歳から小学校低学年まで



取り組み例 2 みんなのカフェテリア

背景

市内にあらゆる問題を抱えている人たちがいます。学校や家庭環境で問題を抱えている子供とその家族や、外国籍で環境に馴染めない人など、まちレベルでサポートできていません。こういったまちの方々を商店街がサポートすることで、商店街はサービスを売るという機能だけでなく、利用者が集まる家のような機能を持ち、まちの中の新たな役割を得ることができます。

内容

「食を介したコミュニティづくり」「集まった人みんなで困りごとを考えるコミュニティづくり」を展開します。現在松原市で展開されているこども食堂を通し、こども食堂で受け入れている以外の人たちへの変則的なメニューとして別コンテンツを実施(松原市在住の外国籍の方の国の食文化の共有)します。

こども食堂を拡張させながら受け入れの間口を広げ、合わせて課題に応じた専門的な協力者のネットワークを作り、これまで解決できなかった課題や問題に対し、あらゆる角度から、コミュニティ内で共有・連携することで、地域社会がとりくめる体制づくりを目指します。

5-3. 健康サポートの場としての商店街

現状と課題

平成 27 年市区町村別生命表(厚生労働省)によると、松原市の平均寿命は男性が 80.2 歳、女性が 86.3 歳で、全国平均(男性 80.8 歳、女性 87.0 歳)をやや下回る結果になっています。つまり、65 歳で定年退職した方が、男性では 15 年程度、女性では 22 年程度、松原市で生活を送るということが言えます。定年後に健康な生活を送るため、商店街からのサポートが求められています。一方 65 歳未満の人においても、不規則な食生活等による生活習慣病が増えており、健康にとっていい食事のあり方、医療の受け方を提供することが推奨されます。

そもそも、健康は生きていく上で誰にとっても必要な要素です。WHO(世界保健機関)憲章では、健康の定義として、「健康とは、病気でないとか、弱っていないということではなく、肉体的にも、精神的にも、そして社会的にも、すべてが満たされた状態にあることをいいます。」としています。

個人の健康をサポートするのみならず、もともと商店街が担っていた地域のコミュニティの場を活用し、健康を介したコミュニティサービスが、これからの商店街に求められると考えられます。



取り組み例 まつばら食の学校

背景

商店街には青果店や魚屋など、食に関する店舗、医療系の店舗が多く存在しているにも関わらず、そこで売られている素材をどのように調理すると健康になるのか、素材の使い方を知らない人が多いのが現状です。健康でおいしい食を作り食べることができる人を増やすことが商店街ではできるのではないかと考えられます。

内容

月に 1 回「まつばら食の学校」を商店街内に開講するプロジェクトです。商店街で売買されている食材をテーマに、健康になる食の楽しみ方を学ぶことができ

る学校です。テーマは毎回1つの食材(旬の野菜もしくは魚)とし、食材の生産者、売っている商店街の八百屋さんやお魚屋さん、調理する地域の方をゲストに迎え、①採るひと②売る人③食べる人の3部構成で授業を展開します。

商店街を学び場とすることによる価値向上、商店街と学生と地域の方の関係づくりに寄与するプロジェクトです。

5-4. 観光の場としての商店街

現状と課題

観光は商店街のみならず、まち全体で取り組む必要がある課題です。「21世紀初頭における観光振興方策について～観光振興を国づくりの柱に～」(国土交通省、平成12年12月)では、観光の定義について、「単なる余暇活動の一環としてのみ捉えられるものではなく、より広く捉えるべきである」としています。国内、インバウンド問わず、従来の団体観光、物見遊山型観光は20世紀で終わりを告げ、21世紀以降は個人観光、体験型観光が台頭してきました。つまり、具体的な場所ではなく、日常生活圏内外問わず、目的が観光を引っぱる時代になりました。

松原市の観光地として、社寺仏閣などの歴史的資産が有名で、多くの人々が訪れていますが、これからは、松原市に観光客が来てから目的地に行くまでどんな体験をするのかという視点も必要になります。観光のプロセスとして、観光客が商店街を活用する仕組みを考えることが今後求められてくるでしょう。具体的に考えると、大きく分けて、観光地としての商店街、観光地へつなぐ役割としての商店街の2つの捉え方があると考えられます。観光客をもてなす場として、商店街が、松原市を楽しむための情報を伝えることや、平坦な土地を活かした交通手段を提供することが求められます。



取り組み例 レンタサイクル

背景

松原市内には、神社や古墳といった歴史的資産が点在し、地域の観光スポットはいくつかありますが、点在していて周遊できる交通手段がありません。また、電車のないエリアで生活されている方々は移動の交通手段があまりありません。移動の手段が乏しいことは、観光客、市民の方々それぞれに影響を出しています。

内容

商店街の事業者にも協力を得て、レンタサイクル事業を展開してもらおうプロジェクトです。空き店舗の活用も考えられます。商店街でレンタサイクル事業を展開することで、商店街に利用者が足を運ぶきっかけづくりを目指します。

松原市商店街等活性化プラン

平成31年3月発行

発行 松原市 市民生活部 産業振興課
住所 大阪府松原市阿保1丁目1-1
電話 072-334-1550（代表）

