

平成25年度まちづくり一体型商店街活性化支援事業

食のまち 野田阪神まちづくり協議会

自己紹介

- 建築系(環境計画学専攻)
- 電鉄→設計事務所→コンサル
- 設計コンサルティング事務所として独立
- 一級建築士養成塾をネットで展開
- 商店街でカフェを経営して商店会連盟へ
- 福島区商店会連盟会長・大開地区地活協副会長
- 昨年、本事業を「まちづくり協議会」で受託
- 福島区まちづくりセンター受託(スーパーバイザー)
- 有償ボランティア支え合い事業を受託

まちづくり協議会構成メンバー

- 野田阪神駅前の3商店街
- 大開地域活動協議会
- Fukunomiの会（地域まちあるき団体）
- 大阪商工会議所北支部
- 福島区役所・大阪市・大阪府

本日のキーワード

- 地域と協働する
- 組織の枠を外す
- 他団体とコラボする

商店街の問題点について

- ① 保護されて当たり前体質
- ② 昔は売れた成功体験がジャマ
- ③ 商店街組織は店舗に拘束力がない
- ④ 小規模店舗の限界
- ⑤ 高齢化、老朽化
- ⑥ 週末に郊外大型店への購買拡散
- ⑦ ネット購入などの購買行動の変化

調査目的

- 平成25年度まちづくり一体型商店街活性化支援事業
食のまち 野田阪神まちづくり
- 「食のまち」として野田阪神エリアを活性化させるため、地域とともに行う魅力づくり、飲食店のネットワークづくり、継続的なイベント開催に向けた実証実験を中心に取り組むこと

野田阪神エリアの概要

- 阪神電鉄野田駅～JR環状線野田駅一体
- 福島区自体は「食のまち」というイメージ
- JR野田駅の南側に大阪市中央卸売市場
- 実態は、福島エリアと野田阪神エリアは別
- 3つの商店街が交差点を隔てて存在



3つの核

福島

野田阪神

中之島

中央市場

USJ・カジノ構想

調査の概要

- 大きくは2つの調査
地域住民アンケート
飲食店アンケート
- 実証実験イベント
- の3本構成となっています。

調査の特徴

- **調査1**
福島区内 大開地域活動協議会に委託
- **調査2**
商店街を越えた飲食店へ来店調査
- **実証実験イベント**
コアとなる中央卸売市場の若手チーム
ざこばの朝市実行委員会とのコラボイベント

調査1 地活協への調査委託

- 福島区大開地区の地域活動協議会に委託
福島区の地活協は、全て地域振興会を基礎として立ち上げられている。
- 地域資産としての人的ネットワークの価値を
まだ多くの住民は理解していない。
- 356票のアンケート調査を短期間に行える
だけの力があり、それをベースに様々な事業
展開できるだけの可能性がある。

CB・SBは行政業務の地域委譲から

- コミュニティビジネスCBやソーシャルビジネスSBは、企業とのコラボレーションとか、NPOとの連携の前に、行政業務の地域委譲が先
- まちセン自体、市民協働課以外の区役所職員と絡まないし、絡めない。
- 区役所からは言い出せないし、主導もできない業務の地域委譲→どこが主導するのか？
- まずは官民協働（PPP）から？

調査結果1 地域が考える「食のまち」

- 福島区は交通として便利、スーパーや病院が近く住みやすい、一方、「食のまち」というほどではないという認識
- ハレの食事は、梅田や難波に出ることが多い
- 普段使い・ちよいと食べるのが野田阪神
- しかし一方まちのキーワードで考えると「食のまち」以外にはでてこないし、イメージとしての中央卸売市場は親しみがある

調査2 商店街枠を越えた来店調査

- 商店街が抱える7つの問題点(前述)
- 商店街は、商店会費を支払っている会員のための事業をしなければならない呪縛にある客単価も来店頻度も全く異なる飲食店・物販店・サービス店を同時に満足させる事業は、成立させることがかなり難しい。
- →まんべんなくやるとつまらなくなり
→特化すると不公平感が生まれる
- 商店街は泥舟。そのまま乗ってたら沈む。

商店街の方向性として考え得ること

- まちの顔としての広域型商店街としてインバウンドに耐えうる展開を行うまちおこし。
→梅田、難波→天神橋、駒川、千林、粉浜・・・
- シャッター通りとして廃墟化→住宅化
- 地域に必要な事業モデルとして、地域を支え、支えられる商店街
→・・・。
- 地活協との協働連携は不可欠だが・・・。

商店街の方向性として考え得ること

- 地活協と商店街は案外うまくいっていない
経緯がある(ボランティアと営利活動)
- 地活協の力を商店街が引き出せてない
(商店街のことしかやらない商店街)
- 商店街は地活協の力を信じていない
- 大開地活協では商店街が中心となり、
産業文化振興部会を設立。
- 今回のアンケートを行う他、回覧板でのPR活動を
有償で計画。

商店街の方向性として考え得ること

- 非商店街商店を巻き込むために
- 目的を明確にした事業を実行委員会的に行い、事業参加店にのみ費用負担
→ 受益者負担型参加原則
- 具体的にはバル等の広域型まちあるき企画
- では、商店街の非商店巻き込みをまちづくりという視点では誰が主導するのか？

調査結果2 商店街枠を越えた来店調査

- 野田阪神エリアの230店舗を食ベログからセレクトし、商店街主体ながら、非商店街飲食店舗に協力してもらい126店舗のアンケート回答をもらった。
- 「食のまち」野田阪神という意識のイメージはあるが、実際に中央卸売市場と関係していない飲食店も多く、関係を希望しているが、チャンネルがないという回答も多かった。

調査結果2 商店街枠を越えた来店調査

- 非商店街個店の中には、(売上げが上がるのであれば)積極的に地域のイベント(バル等)に参加したい意向をあることがわかった。
- 大阪市内で最初にバルを始めたのは野田阪神地区の「野田バル」であったが、意外と参加店の評価は厳しかった。

売上げを上げる4つのポイント

- 来客数を増やす イベント？ ネット？
- 単価を上げる 無理？
- 売上げ点数を増やす 利益率↓
- 利益率の高いものを増やす 難題？

売上げを上げるために

- 個店自体のレベルアップは不可欠
- 来店者増 → ネットと地域のクチコミ
- 単価増・利益率増 → ブランディング戦略
- 点数増 → ブランディング戦略

- イベント化・祭り化
 - バル・100円商店街・五六市
 - オクトーバーフェスト(収穫祭)
 - 参加型・体験型しくみづくり＝地活協働

主導するしくみ・リーダーの不在

- でも一体誰が？
- 地域活動協議会
- 商店街
- TMO等のまちづくり会社

仏料理「大西亭」インタビュー

- 中央卸売市場はホテルと同じく幻影
- 既に食通は直送トレーサビリティに移行
- 野田阪神エリアはタワーで人口増している
- 隠れ家的な展開に活路がある
→安い家賃、クチコミとネット、ブランディング
- 開業相談を受ければ、このエリアを推奨
- 重層化する食文化として位置付けたい。

まちの活性化って何？

- 自慢できる個店が数点あるまち
 - 多くの人を訪れるまち
 - 経済的にうるおっているまち
 - 安心安全なまち
 - 静かな住環境
 - 高い文化レベル
-
- →行政・団体の立ち位置の再考

ざこばの朝市実行委員会とのコラボ

- ざこばの朝市とは

私たちは、現代人が日々の生活の中で忘れてしまった、自然の恵み、感謝することで、新鮮な自然の食材の豊かさや美味しさを伝える「点」であり大阪都心の「水の回廊」と臨海部との結節点に位置する。様々な食の形を提案し、実践して見せることで市民の皆さまに新鮮な食の魅力を伝える体験を通して伝えていきたいと思っています。

ここにいられた方々が少しでもこの思いを感じて、美味しい食の体験ができます。そして、より多くの人たちにこの喜びと感動を伝えたいです。

ざこばとは？

江戸時代、水運の便が良かった西区江之子島付近に生まれた生魚市場は、**雑喉場(ざこば)**と呼ばれるようになりました。

そして天満青物市場、雑喉場魚市場などが吸収され、昭和6年11月、中央卸売市場が開場しました。



ざこばの朝市の悩み

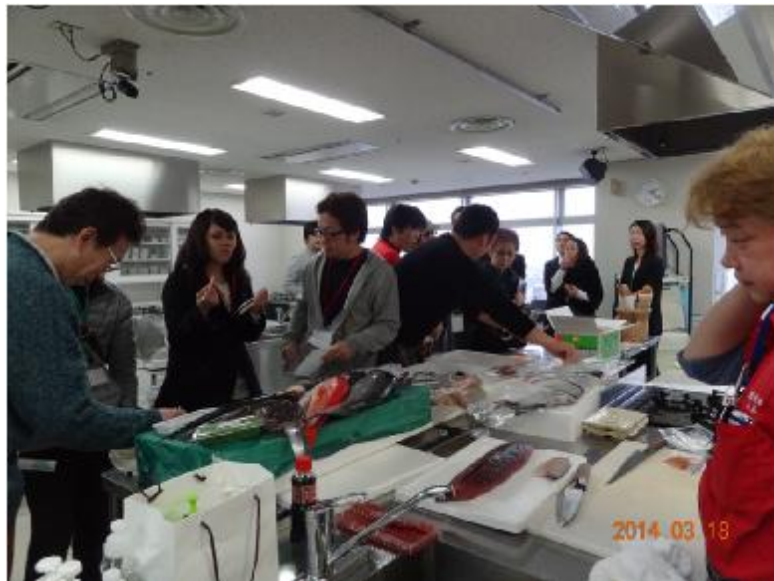
- 中央卸売市場の低迷
- 卸売市場は卸売りだけの流通工場
- 築地の場外をイメージした展開
- 食育をテーマにした年5回のイベント
- 実際の売上げアップにつながらないBtoC
- 社会的使命感でやる喜びと苦しみと
- 以前から商店街としてオブザーバー参加

ざこばの朝市と飲食店の思惑の一致

- 実際の売上げアップにつながらないBtoC
- まずは小ロットであっても地域の飲食店との連携が取りたい
- ↑中央卸売市場とのパイプがほしい
中央卸売市場のポテンシャルが使いたい
- という思惑が一致。

イベント 第1回食材de交流会

- 今回アンケートに参加した15店が参加
- ざこばの朝市からは6店の卸売店舗が参加



第2回食材de交流会への課題

- 運営費用の問題
- 誰が運営・主導していくのか
- しくみ化とブランディング戦略
- ざこばの朝市メンバーが年2回くらいで開催していききたい意向

- 『天下之飲食店』というプロジェクトとして、中央卸売市場利用店をブランディングする方向で検討に入った。

『天下之飲食店』プロジェクト

受信トレイ (13,488) × 天下之飲食店 ×

← → ↻ <https://www.facebook.com/pages/天下之飲食店/295589160599529>

アプリ スタートガイド Google IE ブックマーク Yahoo! JAPAN 新しいフォルダ Facebook ホーム・モーツァ… 大阪市立図書館

f 友達、スポット等を検索

門部二郎として、コメント、「いいね!」、投稿をしていますー天下之飲食店に切り替える

管理者用パネル Facebookページを編集 ファン数を増やす ヘルプ 表示する Facebookページを宣伝

広告でページを宣伝

天下之飲食店

天下之飲食店

「天下之台所」大阪は中央卸売市場の食材をふんだんに使う飲食店を「天下之飲食店」としてネットワークする試みです。皆さんの書き込みも大歓迎!

いいね!・門部二郎さんが「いいね!」と書いています。

Facebookページを宣伝

最近

2014年

コミュニティ

「天下之台所」大阪は中央卸売市場の食材をふんだんに使う飲食店を「天下之飲食店」としてネットワークする試みです。皆さんの書き込みも大歓迎!

ページ情報を更新

✓「いいね!」しています

✓フォロー中 メッセージ

28

すべては「食材de夜会」から始まりまし第1回食材de交流会 阪神間の飲食店間

zinkotosetai (1).xls

本日のキーワード

- 地域と協働する
 - 組織の枠を外す
 - 他団体とコラボする
-
- そのために何が必要か？

平成25年度まちづくり一体型商店街活性化支援事業

食のまち 野田阪神まちづくり協議会

ご静聴ありがとうございました。