

商店街を診る！！

For Never Ending SYOTENGAI

1. 茨木って (p.1)

2. 商店街取材 (p.2 ~ p.5)

3. 商店街って (p.6)

4. 提案 (p.7 ~ p.11)

い ば ら ぎ か い



はじめに

私たちは、NPO 法人ドットジェイピーのインターンシップを利用して、H17年2・3月の春休みに、友次みちのり議員のもとで議員活動を勉強していた石田彩子、橋村未希、山口高志といます。せっかく勉強に来たのだから、何か形にしたい。TMOフォーラムに参加し、茨木市内の商店街の魅力を発見しました。もっと魅力を伝える方法はないだろうか。もっと多くの人に商店街を利用してもらえないだろうか。そんな思いからこのアイデアボックスを作成しました。倉敷、湖南、吹田で育ち、決して根っからのいばらきっ子ではない私たちですが、学生ならではの発想で提案します。

稚拙な点も多々ありますが、目を通していただければ幸いです。

1、茨木市ってこんなところ？

【石田彩子】

茨木の魅力は何ですか？」交流センターに集う人々に聞いてみたことがある。「歴史がある。古墳に始まり、城下町まで。ある一時期に限定しない、時代の流れに沿った遺跡が数多くある街」「物価が安く、暮らしやすい」「こころ落ち着く街」…。たくさんの答えが返ってきた。自分の住む街をきちんと知っている。そして、愛している。茨木のアットホームな雰囲気はここから来るのだと思う。

倉敷で生まれ育った私が、縁あってこの街へ足を運ぶようになった。人々の「愛街心」がどこからやって来るのかを、もっと知りたい。知ってほしい。阪急本通り商店街への取材をもとに、街の魅力を探り、発信する。

【橋村未希】

茨木は、活気があって、福祉面やイベント事も若者が参加していて本当にうらやましく思えた。その一面、良さがまだ茨木市の良さとして定着できていないと思った。私は商店街や人通りの多い阪急 JRの通りを、人が自転車で通るだけでなく、歩いて通りたくなるような街をつくりたい。

古きをたずねて、新しきを知る。

この言葉のように茨木の良さを沢山の人の人知ってもらうことが大切だと思う。時代にマッチさせて残す努力も必要である。

【山口高志】

住みやすい街、茨木。ゆったりとした家庭的な雰囲気を醸し出す街、茨木。At home Town 茨木。北から南へと縦長に広がる茨木は、いろいろな景観を持っている。阪急・JR茨木駅周辺には、商店街が広がっており、また駅中心部から少し離れ北に向かうと昔ながらの豊かな自然が所狭しと溢れている。同時に、茨木は歴史性・文化性に富んでおり、具体的には茨木童子の伝説や、西国街道の宿場として栄えた郡山宿本陣「椿の本陣」などがある。私たちも実際に茨木を回ってみて、まだま村のcaféなどに大きな感動を覚えた。また、茨木は若い街だと感じる。夜になったら、駅周辺に、ダンスをする若者が多く集まるが、実際年少・生産年齢・老年人口比率は14.99%、70.52%、14.49%と比較的高齢化の波は遅い。

At home で歴史的・文化的、若い人の多い街。今後活力ある茨木を持続・発展するには、どうすればいいのか。学生である私たちなりに考えてみたい。

2. 茨木の魅力を探る 阪急本通り商店街取材記

土曜日のお昼。かつおダシのいいにおいをたどって行くと、立ち食いうどん屋に人々が列をなしている。のれんをくぐると、湯気の向こうにおかみの笑顔。「議員活動を勉強しに来たん？偉いなあ」照れ笑いをしつつ、まずは汁をすする。ほんのりとした甘みを感じて、思わず顔がほころぶ。

阪急本通り商店街には、昔からのお店が数多くある。「いつものあれで」と言えば、好みのコーヒーが出てくる喫茶店。「どうでっか」と笑顔で話し掛け合う店主たち。派手ではないけれど、人情あふれる昔ながらの街。それが茨木だ。

この街の魅力をもっと探りたい。私たちは、阪急本通り商店街へ、取材に出かけた。

親子二代で

子供服専門店「ロマン」は、ミキハウスやELLEなどの洋服を扱うお店。トークの軽快な、FMラジオが流れる店内には、着心地の良さにこだわった品物がきれいに並べられている。茨木にお店を構えては41年。建物自体はなんと築100年とのこと。

「阪神大震災で屋根がボロボロになっちゃたんですよ」と苦笑いの店員さん。事務所奥の部屋には、時の経過を感じさせる真っ黒な木の柱が一所懸命、店を支えていた。

しかし、外観からは全く古臭さを感じさせない。天井は花柄。まるでおもちゃ箱をひっくり返したようなポップな雰囲気。赤や黄色の原色が鮮やかな子供服に、絵本やおもちゃ、リュックまで。ファッション紙を参考にしながら、流行を先取りする。

「親子2代でひいきにしてくださっているお客さまも、いらっしゃいますよ。」

常連客の名前はもちろん、何を買ったかも覚えておく。「この間買った服に合うものを」と、次に来店されるときのためだそう。

品物を包装しているときは真剣な表情の店員さんも、小さなお客さんの前では笑顔がこぼれる。腰をかがめ、同じ目線で話をする。店内には、一緒に遊ぶためのおもちゃや絵本が用意されていた。

「お客さまの層は？」と質問してみると、「若すぎない方かしら」との答え。安いだけの品よりも、上質なものの良さを幼い頃から知ってほしい。そんな品質志向のお客さんと41年間、信頼関係を築いてきたお店だ。

世代の違う人々を「花」でつなぐ

土曜日の昼下がり。初老の男性客がたずねて来た。

「この店に置いてたランの鉢植えをもらったんやけど。あれ、いくらかな？お返し買うのに、相場知りたいねん」

「えーと、ちょっと待ってくださいね。はい、2000円でしたよ」「そうかそうか、おおきに」

こんな会話がホームセンターだったら成り立つかな？と思う。

店員さんとお客さんが見せる笑顔に、心温まるお店。茨木園芸は4000種類以上の切花、苗、種を扱う花屋さんだ。

薄暗いアーケード街を歩いていると、パッと光が差し込むような感覚を覚える。赤、ピンク、黄色、白、紫…。色とりどりの花と、苗が店いっぱいにあふれている。

商品を新鮮な状態に保つため、仕入れは週4日。また、配色バランス、丈、大きさを考えて、店頭に立ったお客様から全ての花が見渡せるよう、配置に気を使っている。



茨木にお店を構えて50年以上。お客さまの年齢層は、シニア:若者 = 7:3。年配の方がメインかと思いきや、店舗3階では、今流行りのフラワーアレンジメント教室が開かれている。週1回、有名な先生の講義を受けに来るのは、ほとんどがプロを目指す若い人。

「教室ではうちの切花を使っています。そういえば、店頭で切花を出し始めてから若いお客さんが増えましたよ」

「園芸は年配の方々の趣味」というイメージが、そろそろ変わりつつあるようだ。

良いものしか置かない 創業100年の知恵

「初めてのお客さんでも、一目見るだけで靴のサイズ、傘のサイズ、わかりますわ」メガネの奥のキラリと光る眼に商売人の自信が伺えるのは、傘と履物の専門店・寺田商店の若主人。茨木市内に店を構えて、なんと100年という老舗ちゅうの老舗だ。



原色の派手な看板は出さない。生成りのひさしに「寺田商店」とだけ書かれた店内には、商品が見やすく、手に取りやすいように並べられている。

自慢の一品は、傘。値段は5千円からと少々高めだが、品質には自信あり。糸から染めて布を織っているため、ふちに縫い目が無い。閉じたときに布がピシッと立つフォルム。持ち手の木、軸ともに軽くて丈夫なものを使用している。見た目の重厚さとは裏腹に、ビニール傘よりも軽い。

扱う商品はあくまでも傘と履物。そして提灯。他の商品へ手を出さないのには、訳がある。

取り扱う商品を一度変えると、際限なく店が変化していく。以前、近所の店舗が安い品をどんどん取り入れて商売を始めた。しかし固定客がつかず、結局つぶれてしまったという。

「うちのお客さんは50才以上の方がほとんど。年相応に良いものを使いたいって思い始める頃ですよ。法事とか、お葬式とか、正装に合わせてさ」

常連客の中には、1万円の傘を買うのに1、2分で決めてしまう人もいるそうだ。さすが創業100年。長年培ってきた、お客さまとの信頼関係があらわれている。

自然と街になじむ

本通りとの交差する一角にやって来ると、青物のみずみずしい香りがただよってくる。店を構えるのは、八百屋、角庄商店だ。



創業120年。家族で店を切り盛りしている。イケメンの若主人に「何代目ですか？」と聞くと、「えーと、ひいひいひい...おじいちゃんの頃からやから...わからんなあ」との答え。

有機野菜が自慢のお店。木箱の上にならりと並べられた野菜は、全て国産というこだわり様。毎日、大阪中央卸売市場へ「競り」に向かう。関西一円でとれる新鮮な野菜を仕入れるために、毎朝5時には市場に到着するそうだ。

午前10時、開店。前日に売れ残った商品は置かないというのがモットー。その日に仕入れた野菜だけを店頭で並べるので、開店時間は決して早い方ではない。

角庄商店の、今の旬の商品はたけのこだ。京都山城で早朝に取

れたものが、午前11時頃に店頭に並ぶ。取れたての新鮮なたけのこは、軽く炊くだけで渋みが消え、おいしく食べられる。お刺身にさせていただくのが、通の食べ方だ。

お客の多くは年配の方。だが、最近は若い方もよくいらっしやるとのこと。子どもの体のことを考えて、有機野菜を食べさせてあげたい。店の壁に野菜の栄養価一覧表を貼るなど、細かい気遣いをして、若いお母さんを応援している。

木箱の上の野菜は、スーパーで蛍光灯に照らされているものより、自然な感じがする。「もう少し高い位置に商品を置きたいんだけどね」とご主人。しかし、車イスで買い物にやってきた高齢者の方が、顔を上げることなく品物を選ぶ場面を見掛けた。高齢客の多い商店街のニーズに、マッチする手法を自然と選んでいるのかもしれない。

120年という月日が、店を街になじませていた。

茨木に店を構えて数十年。そこには、先代から受け継がれた商売の知恵がある。商品へのこだわり。異なる世代を結ぶための工夫。そして、茨木というまちへの愛情。

いち学生に対して、胸を張って、「店」を語ってくれた店主たち。その眼の光には、仕事への自信が伺えた

@取材後記

甘味処らんらんでひと休み

一所懸命、取材したあとは小腹が減る…。本通りをフラフラと歩いていると、何やら甘い香りが。匂いに引き寄せられ、着いたところは甘味処。目の前には、おいしそうな焼き芋や大学芋がショーケースにズラリ！

甘味処・らんらは、こだわりのさつまいもを使ったスイーツが自慢のお店です。

ピカピカの大学芋には、ごま、などのバリエーションも有り。一口サイズの大学芋は、お子様のおやつにもぴったり。

そして何と言っても、通をうならせるのが、焼き芋！石焼でも、ふかしでもなく、ガスでじっくり焼きます。鳴門金時の中でも、徳島県里浦町でしか生産できない、「里むすめ」という高級芋を使用しています。

とてもおいしい、らんらの焼き芋。お客さんへ、おいしい食べ方を伝授するサービスも。



(左:秘伝の食べ方の書)

海に近い里浦町の砂地で育ったさつまいもは、ミネラル分が浸透し、栄養満点。皮は、ほんのりと塩の味がします。ふつうの金時芋よりも、しっとりとした触感です。

口の中いっぱい広がる甘みに、一同思わず声をそろえて、「おいしい！」

「うちの焼き芋は、冷めてもおいしくいただけますよ」

おいしい芋の王道と言われる『べにあずま』。しかし、焼き立ては美味だが、時間が経つにつれて風味を損なうのは避けられません。

「冷めてもおいしく食べられる芋はないのか…」

そんなとき、出会ったのが『里むすめ』。皮までおいしく食べられ、もちっとした触感は芋ようかんのようです。

手塩にかけて育てられた『里むすめ』たち



もともと氷屋さんという、このお店。甘味について、何もノウハウの無いところからスタートしたそうです。

最初は値段が高すぎて、仕入れることができなかった『里むすめ』ですが、生産者から徐々に信頼を得て、入荷できるようになりました。

おいしい焼き芋の味は、作り手の苦勞に支えられている。そんなことをしみじみと感じたひとときでした。



お店を手伝っていた中学生。
てきぱきと仕事をこなす姿に拍手！

3. 阪急本通り商店街の捉え方、提案

まず始めに、現在の商店街を肯定する。簡潔にいて四つの理由が挙げられる。第一に、本通り商店街は、ある程度の人通りがあり、「活気が無い」という言葉は絶対に適さない。第二に、1970年代の大阪万博以降、茨木は様変わりを始めることとなったのであるが、大型店舗に対する規制緩和などで商店街から大型店舗へと顧客の流出があった。が、これは「時代の流れ」を含むためどうしようもない感否めない。第三に、直接行った商店へのヒアリングを通して、商店それぞれに、商売の知恵があること、商売人魂をもった店主が一所懸命熱心に商店経営を進めている店舗があるということが確認できた。第四に、会話を通じた直接的な、人間関係、人とのつながりを実感できる重要な機会が商店街には転がっている。

またその一方で、商店街を否定する。第一に、大型店舗の出店に際し十分な対応策を取らなかった、もしくは取れなかったこと。第二に、商店街における商店同士の協力関係が強固ではなく、商店街としての団結、競争意識が十分ではなかった、ないこと。

そういった認識のもとで、商店街をどのように活性化させるか。基本指針として、モダンではなく古風を求める。つまり歴史を感じさせる建築物などを利用し茨木の持つ歴史的・文化的側面を前面に出していく。また、活性化について大きく言えば、商店街を「さまざまな年齢層が集まり接触する機会提供の場所」としての活性化である。が、これは二つの段階に分けられる。優先的な第一点としては、比較的年齢の高い人々が身近に必要なものを揃えることができる商店街づくりの徹底。そして二点目としては、将来高齢者になる若い人に商店街の良さを知る契機を提供する商店街づくりが挙げられる。

<point> 活性化の順序 高齢者 若者
 活性化 店主の協力関係 一番の基本

参考) 人通り.....主に高齢層、近隣の中高学生を少し含む程度 中間年齢層の不在

<key-word> 『人情』

若者	大型店		商店街、大型ショッピングセンターが
	?	...行動の方向	それぞれ客層を持つのは自然な流れ。
	?	...時間の流れ	
高齢	商店街		

しかし!!!

今大型ショッピングセンターを利用している若者が高齢層になったとき、商店街を利用するか?

***** ロマンに学ぶ秘策*****

幼いうちに、商店街に親しむ経験をつくる!

* *****

提案 1

初めてのおつかいツアー企画書

初めてのおつかいツアー

『目的』

幼い頃に商店街で思い出をつくり、記録に残すことで、商店街に親しみを持つ

『プラン』

満3才のお誕生日に、家族の似顔絵など子どもの描いた作品を商店街に展示

家族で見に行く、商店街に親しむ(いわば準備期間として)

満4才、または満5才の子ども対象

バースデーカードとともに、「初めてのおつかいチャレンジカード」が届く

母親とスタッフが協力して、お買い物リストをつくる

地図を渡して下見、店員さんにも挨拶をしておく(うちの子よろしく)

カメラマン一人を尾行させて、スタート!

商店街の外へ出ようとしたときは、子どもの携帯するトランシーバーに母親のメッセージが入る
買い物終了。ゴール地点にはお母さんが待っている。

撮影していたビデオテープをプレゼント

記録に残す = 大人になっても思い出せる

参考)

スタッフは梅花女子大の人間福祉学科・保育専攻の学生さんにお手伝いしてもらう

(産学共同)

茨木交流クラブの皆さんに協力をお願いする

費用の問題

- ・バースデーカードを送る費用

(例)茨木市内の4才児全員に送るとして、80円×3000人=240,000円

範囲を狭めた方が良い?(中心市街地に限る、など)

* 郵送費用は市に助成を頼む

- ・スタッフはボランティアが理想

商工会議所のバックアップ(資金面または運営面)

安全の問題 保険加入なども検討?

「道路に出ないでね!!」などの注意徹底が必要

広報はカード郵送の他、ポスター、店主の口コミ、TV・新聞メディアへのアピールなど

提案 2

絵画シャッター！！企画書

『目的』

お金の掛からない商店街の個性化、差別化。

『状況・認識』

商店街に並ぶ店の閉店時間は比較的早い。別に悪いことではない！！

商店街内にあるスーパーマーケット、KOHYO は 21:00 まで営業している。

KOHYO が開店しているため、ある程度人通りがある

シャッターに利用価値が生まれる

営業時間のズレを利用し、シャッターの活用

『プラン』

産学提携を利用

<point> イベント性、地域連携

具体的には.....

茨木市内で行われるコンクール入賞者に、シャッターに絵を書く権利を与える。できる限り回転させ、年に景色が幾度と無く変わるようにする。茨木にある追手門大学や梅花女子大学、また近隣の中学校、高校の学生に対しても、積極的に活躍の場を与えるようにする。

他業者の広告塔

<point> 茨木市観光協会

具体的には.....

H17年4月に発足する観光協会と協力関係をつくり、茨木の観光資源の情報発信の場所として利用する。

並行して、「こういったことをしている」といった**情報発信！！**

メディアに取り上げてもらえるのがベスト ex) 朝日新聞の地方欄

参考)

コスト

の場合は、学生の活躍の場を提供するという形式であるため、あまり費用はかからない。画材に要するお金は、商店街が商工会議所や市の助成を利用しながら、工面する。一方では絵を書く人の人件費が発生してしまう。広告料を多少とることで商店街の負担をできるかぎり軽くする必要がある。

不明な点 商店街組合の団結はどうか？

シャッターを利用する際に、賃貸料が発生するのか？

補遺) 観光協会の捉え方

茨木には観光資源が多々ある、と認める一方で、その将来性を疑問視する。茨木を訪ねるなら、もっと歴史的な京都や奈良を選ぶのが現実ではないだろうか。理想論的な部分を省いたとき、観光協会が目指すところは、他市町村にむやみに情報発信するのではなく、茨木市在住のかたに茨木をもっと知り価値を発見してもらい、拡大に向けてのしっかりとした基盤を作ることであると思う。

提案3

情報発信システムの構築！！企画書

『目的』

集客性の向上

『プラン』

インターネットの利用

脱線 情報受信者の獲得

インターネット 誰が使う？ 基本的に、若者 年配者 高齢者×

これを全て にするには？ EX) 商店街を利用したインターネット講習会

具体的には.....

家にはあるけど、なにかとわからないパソコン。ばそこん？いんたぁねっと？？そう感じる年配者、高齢者たちがパソコンにチャレンジする機会を提供する。

普段の買い物を通して、少しずつパソコンについて学び、インターネットを使った情報検索ができるようにする。（「お気に入り」の仕方なども含めて）

各商店ごとに説明パネルを用意して、商店街を歩きながら学習できるように環境を整える！！

また、インターネット情報検索成功者には、何らかの優待券をプレゼントとすることとして、最新情報にうとくない年配者、高齢者を育成する。

インターネットを利用した発信情報

基本的な情報(店舗情報、地図など)は当然あるものとした上で

イベント情報

各店入荷情報

食料品店なら、今商店街で売っている品物を使ったレシピのページ

地域にある大学と協力関係 ex) 写真「お手伝い・追手門生」のアップ

ボランティアなどの目的

<point> インターネット情報と現地情報とのリンク

補遺) インターネットに対する認識

「情報発信 インターネット」という流れがある。確かにそうだが、一つ押さえていなければならない。それは、どういう意志を持った人が商店街のホームページをみるのか、という問いに対する答えでもある。インターネットで発信される情報は、受動型の情報であり、商店街と何らかのつながりを持ち「見よう」とする意志があって見るものである。よって、基本的に「新たな顧客の創出」という要素は少ない。これを踏まえた上で、インターネットの利用を考えることとしている。

情報発信システムと表裏一体をなすシステムである。

『目的』

地域情報を共有することによる地域に根ざした商店街づくりの推進

『情報種類』

地域行事の情報

イベントアイデアの収集

但し、今回は「イベントアイデアの情報収集」に的を絞る。

『状況・認識』

商店街はイベント性の向上を図ろうとするが、どのようなイベントを行うか、実際アイデアを搾り出すのは商店街にとって頭を抱える問題である。より柔軟で創造性にみちたアイデアを見つけ、個性ある街づくりを進めなければならない。ではアイデアを持っているのは誰だろうか。若者（特に学生）、主婦である。そこで個性ある商店街を持続するために、若い声を拾い上げるシステムが必要とされる。

『プラン1』

総合学習を利用した1日職業体験講座の実施 1

) 体験終了時に直接質問

) 受け入れた学校でアンケート調査

『プラン2』

提案1のお母さんネットワークの利用

1 「受け入れ商店に負担がかかる」との例が挙がっているため、学校での事前講習など最大限配慮する必要有り。

参考)

地域行事の情報

運動会の開催の際の弁当注文

野球チーム結成の際のユニホーム注文など

提案 4

商店街祭り！！企画書

『目的』

商店街を多くの人に歩いてもらうことで雰囲気を知ってもらう。

『プラン』

商店街の中に出店が並ぶ。この日だけは、歩行者天国にして、真ん中に店を出す。

ここでも並行して情報発信

[認識] 小学生などの子供は祭りが好きなので、少し遠くても来る。だから、広い範囲で呼びかける。

まだ他市など幅広い範囲に情報が届ける方法が画一していない。どうすればいいか？

情報発信方法 ex.) 地元駅の目に付く場所にポスターを貼る

提案 5

配達システムの普及！！企画書

『目的』

「細かいところまで親切」な商店街作り。

『プラン』

概要 商店主の協力を中心とした商店街としての配達システムを確立する。

仕事の担い手 高齢者

「行うのは商店街」つまり「商店街が費用負担」、よって経済的な負担を軽くする必要有り。

世代交代した元店主が集まって作業する。

(元店主間の情報交換、商店街としての連帯感向上、協力関係の構築につながる)

方法 商品を商店街の中の一箇所に集め、時間帯を決めて、一日約三便で配達する。

(不明な点)

配達が必要な商店はどれくらいあるのか？

現実的に見て、この数が計画の可・不可を決定する。

「各商店へのアンケート」から計画を始める必要性有り。

<その他のアイデア>

商店街悪口コンテストの開催 賞金 or 賞品有り

もうすでに事例が挙がっている

朝は大型店舗はやっていない 朝の買い物はできない 朝市！！

(不明な点)

基本的に食料品関係しか行うことはできない。

他業種が参加できる朝市、独自性の高い朝市の模索

空き店舗対策

「～教室」の実施

学童保育等のコミュニケーションの場としての一時的利用

商店街全体の持ち物としてのスペースとしての利用

最後まで目を通していただき

ありがとうございました。

数ヶ月しか茨木を体験していない私たちより、みなさんのほうがもっと面白いアイデア、見方を持っているはずです。商店街の活性化に一番大切なのは、店主の商売魂と協力、そしてみなさんの個性溢れたアイデアたちではないでしょうか。これを契機に自分の街をいっそう良くするためアイデアなどを情報発信していただけたら嬉しい限りです。

このレポートを書くにあたり、友次みちのり議員をはじめ、商店街、商工会議所、市役所の方々にお世話になりました。協力していただいた方々に、この場を借りてお礼をしたいです。本当にありがとうございました。

また、感想・アイデア・批判などなどありましたら、ぜひ下記のアドレスまで気軽に Mail をお願いします。

アドレス 石田彩子; bld2414@mail2.doshisya.ac.jp

橋村未希; bce0092@mail13.doshisha.ac.jp

山口高志; d-eeep-ear_smile2@sutv.zaq.ne.jp

発行;平成17年4月23日
発行者;いばらぎかい友次派