

【助成事業の名称：ひょうたんやま小冊子制作&瓢箪山音楽祭】

## ポイント

商店街を核に地縁の輪を広げ、持続的な集客を目指す

ラグビーの聖地、花園ラグビー場にほど近い東大阪市の駅前商店街。少子高齢化が進展する中で、幅広い世代に親しまれる商店街を目指して子供達から高齢者まで楽しめる「瓢箪山音楽祭」などのイベントを開催。商店街と地域のPR冊子の発刊や、地元の幼稚園と協同した街区の装飾などで「地縁」の輪を広げ、来街者層の拡大に効果を上げている。

### 商店街情報

所在地：大阪府東大阪市本町8-21  
 地域の人口：494,640人 230,057世帯（東大阪市  
 2019年10月1日現在）  
 商店街の種類：地域型商店街  
 組合員数：117人  
 店舗数：117店舗（主な業種構成：飲・食料品、衣料品、  
 医院、理・美容 等）  
 TEL・FAX：0729-82-0411  
 URL：<http://3610.jp/>



商店街の風景

## 商店街の概要と近年の環境変化

東大阪市内を東西に走る近鉄奈良線、瓢箪山駅の北側、旧国道170号線に沿って約300mの街区を有する地域型商店街。昭和23年、全国で初めて国道にアーケードを設置したことで知られ、「サンロード瓢箪山」の通称で親しまれている。周辺は生駒山麓にかけて住宅地が広がる大阪府郊外のベッドタウン。古くは、駅の南側にある瓢箪山稻荷神社の参拝客を目当ての店舗が集積したもので、現在は食品スーパー、飲食店、衣料品、医院など日常生活に必要な業種が軒を連ねている。現在も物販店が7割を占めており、東大阪市の西部の布施駅周辺の商業エリアとは比較的距離もあることから、東部における地域生活者のための買い物拠点としての役割を担っている。

平成11年、旧国道のメイン通り沿いの小売市場や駅南側の商店街と連携してモール化を進め、「スマイル瓢箪山」としてワンストップショッピング機能を形成してきた。当時から瓢箪山地域の商店街利用者の多くはシニア世代であるため、「高齢者にやさしい街づくり」を進める一環として、安価な宅配サービス事業を実施して高齢者の買い物ニーズへの配慮を行うほか、高齢者に優しい商品やサービスの紹介、高齢者が利用する周辺施設などを盛り込んだ商店街イラストマップの作成・配布を行った。また、近隣の小学校や幼稚園と連携した街区の装飾事業などを通じて学校や地元自治会とも良好な関係を構築してきた。

しかし近年は、商店街の西側を走る大阪外環状線沿線への商業施設の進出、近鉄瓢箪山駅バス停の隣駅（東花園駅）への移転、周辺地域の少子高齢化の一層の進展など、商店街を取り巻く環境は厳しいものとなっている。このため、地域に寄り添う商店街として推進してきた高齢者向けの事業を軸に、来街する年代層の拡大を図り、幅広い層に親んでもらえる商店街を目指すこととしている。一方、ラグビーワールドカップの開催会場となった花園



街区



瓢箪山稻荷神社

ラグビー場が近いことから、地の利を生かしてラグビーファンなど商圏外からの集客も目指している。ワールドカップ後も、近隣の商店街とともに世界中のラグビーファンの注目スポットとなるべく、新たな魅力づくりの検討などに積極的に取り組んでいる。

## 助成事業の概要とその成果

新たな客層である子育て世代に商店街の取り組みを知ってもらうため、この世代がよく目にするタウン情報誌やWebサイトの利用などを検討していたところ、本助成事業の存在を知り、これを活用して新たな情報発信を行うとともに、親子連れで商店街を楽しんでもらえるイベントを企画した。

＜平成25年度実施事業：「ひょうたんやま小冊子制作 & 瓢箪山音楽祭」

### ①商店街小冊子「ひょうこりひょうたん山」の発刊

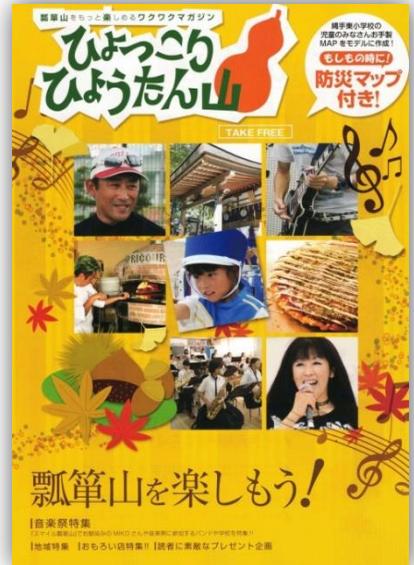
地域に密着して消費者の立場に立った商店街活動を行うという方針を踏まえ、消費者目線の編集で「商店街からのお役立ち情報」を発信する無料のタウン情報誌を発刊。瓢箪山地域に愛着ある編集者や消費者等で構成する編集委員会を立ち上げ、地域活動に取り組む人々の紹介や防災マップといった地域情報に加え、消費者にとって何が有益な情報なのかを洗い出しながら編集。本誌を自治会やイベント時に配布したところ、地域住民に好評で若い世代の利用の増加に繋がった。

### ②瓢箪山音楽祭

商店街内に特設ステージを設け、地元出身のアーティストや近隣の中学ブラスバンド部、高校の軽音楽部などが出演する音楽祭を開催。地元住民が参加したのど自慢大会も実施し、小学生から年配者まで自慢ののどを競った。出演者の親族や関係者なども演奏を一目見ようと集まり、市内外から約15,000人にのぼる幅広い年代層の来場者で賑わった。



高齢者に優しいイラストマップ



「ひょうこりひょうたん山」小冊子

＜平成26年度実施事業：「サンロード瓢箪山全店大売り出しと8の市 & 音楽祭」＞

### ①8の市・サンロード瓢箪山音楽祭

地域の名称である瓢箪が「8」の形に似ていることから、ほぼ毎月8日に瓢箪山駅を挟む南北の商店街が合同で開催する売り出し事業で、地域の暮らしに欠かせない最寄り品を中心に販売促進活動を実施している。大判サイズのチラシに、各店のお得な売り出し情報を掲載して来街意欲を高め、のど自慢大会を盛り込んだ瓢箪山音楽祭も同時に開催したことで来街者の増加に繋がった。

### ②商店街ホームページの制作

会員店舗の最新情報を紹介する商店街公式ホームページを開設。店舗入替えなどに伴う商店街マップ情報の更新や、チラシで見ることができなかった「8の市」などでのお得な情報をWebサイトに掲載したことで、若い世代の利用を促すとともに、お店の認知度を一段と向上させることができた。

また、各店では季節商品や独自の売り出し、新商品入荷のお知らせなどを容易に発信できるようになり、店舗の公式ウェブサイトと連動させるなど、新たな集客ツールとして積極的な活用が進みつつある。



サンロード瓢箪山音楽祭風景



8の市ではのぼりを設置

＜助成事業による成果等＞

25年度事業で作成した小冊子「ひょうこりひょうたん山」は、消費者目線での編集により有益な情報が読みやすいと好評で、商店街の良さをアピールすることができた。また、瓢箪山音楽祭はチラシや市の広報での告知に加え、多くのアーティストの参加があり、事業実施後は若い主婦層など従来にない来場者が増えている。この様な住民参加型の事業を通じて、近隣生活者の商店街に対する認識が一層深まり、高齢者が大半だった来場者は若い世代が増えたほか商圏外からの買い物客もあり、来場者の増加に繋がっている。

## 助成事業以降の商店街活動

瓢箪山音楽祭ののど自慢は継続して開催しており、出演者枠15名のところを100名近い応募があるなど人気企画となっている。助成事業の成果を踏まえ、子供から年配者までの幅広い層が来街する動機を創出すべく、近隣の学校などとの連携を強化するなど地域を挙げた取り組みを展開している。

### ①大売り出し

年金受給日に合わせて、偶数月に4日間ほどの売り出しを開催。各店のお得情報だけでなく、新店舗情報や商店街マップも掲載した大判サイズのチラシを配布するほか、商店街スタンプの利用者を対象にした抽選会も行い、毎回楽しみにしている高齢者は多く、「8の市」と共に地域に定着した売り出し事業となっている。

### ②瓢箪山フェスティバルwithちびっこまつり

商店街駐車場のスペースを利用して毎年5月に開催。地元のキッズダンスグループやパフォーマーなどによるステージイベントを中心に、会員による飲食ブースの出店や縁日を催している。キッズからシニアまで幅広い世代の方々が来場して年々大きな盛り上がりを見せ、地域の子供達を楽しみにしているイベントの一つになっている。これにより、次代の商店街利用者に対して商店街イメージの向上にも繋がっている。

### ③七夕祭り

毎年、アーケードに吊るす七夕飾りの制作を地元の2つの小学校と10の幼稚園に依頼している。アーケード内で屋台やゲームやくじ引きが行われ、子供達が時間かけて手作りの華やかな大型の七夕装飾を一目見ようと、家族連れの来街が多い。

### ④ちびっ子ひょうたんみこしパレード

毎年2月に、瓢箪と干支をモチーフにした神輿やオブジェを地元の小学校や幼稚園に制作してもらい、子供達が神輿を担いで商店街を練り歩くイベントを開催している。



瓢箪山フェスティバルwithちびっこまつり



瓢箪と干支をモチーフにした神輿



七夕祭り



公式イメージキャラクター  
「ひょうたんくん」



瓢箪山音楽祭ののど自慢大会

## 自治体による活性化支援等

### 東大阪市

東大阪市は、ラグビーワールドカップの開催地となり、「ラグビーのまち、東大阪」を旗印に盛り上がりを見せている。市内には約60の商店街があるが、定住人口の減少や高齢化などで商業環境は依然として厳しい状況にある。そこで市では、地域の活力を維持し商業の活性化を図るための「東大阪市商業振興ビジョン」を策定した。ビジョンでは“商業集積地域の魅力と活力の再生”を基本目標に掲げ、商業集積地域における集客や交流人口を増やすべく、多面的な支援策を講じている。

#### ①共同施設(施設)設置事業補助金

商店街の利用者が安心して買い物ができるよう施設整備を支援する事業。街路灯、防犯カメラ、アーケードなどのハード施設の新設ないし補修の費用を補助するもの。1団体500万円を上限に、対象となる施設によって補助率を40%～15%以内としている。

#### ②共同施設(情報機器)設置事業補助金

ポイントカードシステムやPOSレジ等の情報機器及びその周辺機器を商店街等で導入する費用を補助するもの。300万円を上限に、対象経費の20%以内を補助している。

#### ③にぎわいづくり事業補助金

商店街における集客事業やイベント(夏祭り、夜市など)事業に要する費用を補助するもの。補助率は70%以内で、年間10万円(連合団体は50万円)を上限として最大2回の利用が可能である。

#### ④高齢者に優しい商店街づくり事業補助金

高齢者に配慮した商店街ツアー、シニアデーなどのキャンペーンや個店紹介チラシ・マップなどの事業に要する経費を補助するもの。30万円(連合団体は50万円)を上限に、対象経費の50%以内を補助している。

#### ⑤ラグビーのまち東大阪・にぎわいづくり事業補助金

ラグビーワールドカップの開催に伴い、時限的に講じる補助制度。通常のにぎわいづくり事業の中で、ラグビーに係る企画を1つ以上盛り込むことなどを条件とするもので、15万円(連合団体は70万円)を上限に、対象経費の80%以内を補助している。

## 商店街の今後の戦略

### ～人と地域をつなぎ、 楽しめる商店街へチャレンジ～

年間を通じて数多くの売り出しや四季折々のイベントを展開しており、アーケード装飾の演出効果も相俟って、街区は幅広い世代の消費者に來街して貰っている。また、瓢箪をモチーフにした様々なオブジェを街区の所々に隠しており、探して歩くだけでも楽しめるよう遊び心にも配慮している。特に、年代が若くなるほど商店街への関心が希薄になる傾向があるので、地域の子供達に幼少期のうちから商店街事業へ携わってもらい、楽しい思い出を作って貰うことが大切、と考えている。商店街で体験した記憶が「地縁」として人々の心に刻まれ、地域のつながりを深いものにしていくのではないかと。こうした取り組みを商店街で継続していくことで「地縁」が広がり、先々、商店街に関心を持つ層の厚みが増していくことを期待している。



また、シニア世代から子育て世代への取り組みに続く次の段階として、スマートフォンを巧みに使いこなす若年世代に向けて、InstagramをはじめとしたSNSへの写真投稿に最適なスポットを作っていくことを考えている。また、子供達にはイベントを通じて楽しい思い出に残るような体験づくりなど、年代別の目的・用途に応じた来街の動機づくりを模索している。特に、ラグビーワールドカップの後に続く大きな催しとなる2025年の大阪・関西万博までを見据えた外国人観光客の誘客についても地域を挙げて検討をしている。指差し会話集付きマップ、店頭POPやホームページの多言語化などに加え、近隣の神社等と連携した当エリアならではの体験型アクティビティの創出に知恵を絞りはじめたところである。時代の移り変わりとともにチャレンジ精神でさらに歩みを進め、地に足のついた活動で「地縁」の輪を地域から世界へと広げていきたい。



～仕掛け人～ 瓢箪山中央商店街振興組合  
中／田町 照雄(理事長) 右／和合 健一(理事)  
左／西仲 則夫(事務局長)

## 取材を通じて明らかになったこと

生鮮品を扱う小売市場や近隣の商店街とモール化を進めることで、商業機能を集約化して地域の生活支援機能を充実させ、大売り出しなどの定期開催で商店街の利用頻度を高めるなど、商店街としての基礎的な機能の強化を図っていることが注目される。また、地域生活者にとって身近な商店街であり続けるためには、目先の収益を追いかけるだけでなく、年代に応じて商店街の新たな利用価値を見出そうとする探求心が、当商店街の活動の原動力になっているといえる。幅広い年代層が、買い物以外でも商店街を訪れてくれるよう参加型事業を充実させるなど来街機会の創出に向けた努力は特筆すべきものがある。また、イベントに加え、新たな媒体を通じての顧客開拓努力も現在の商店街利用に繋がっているといえる。