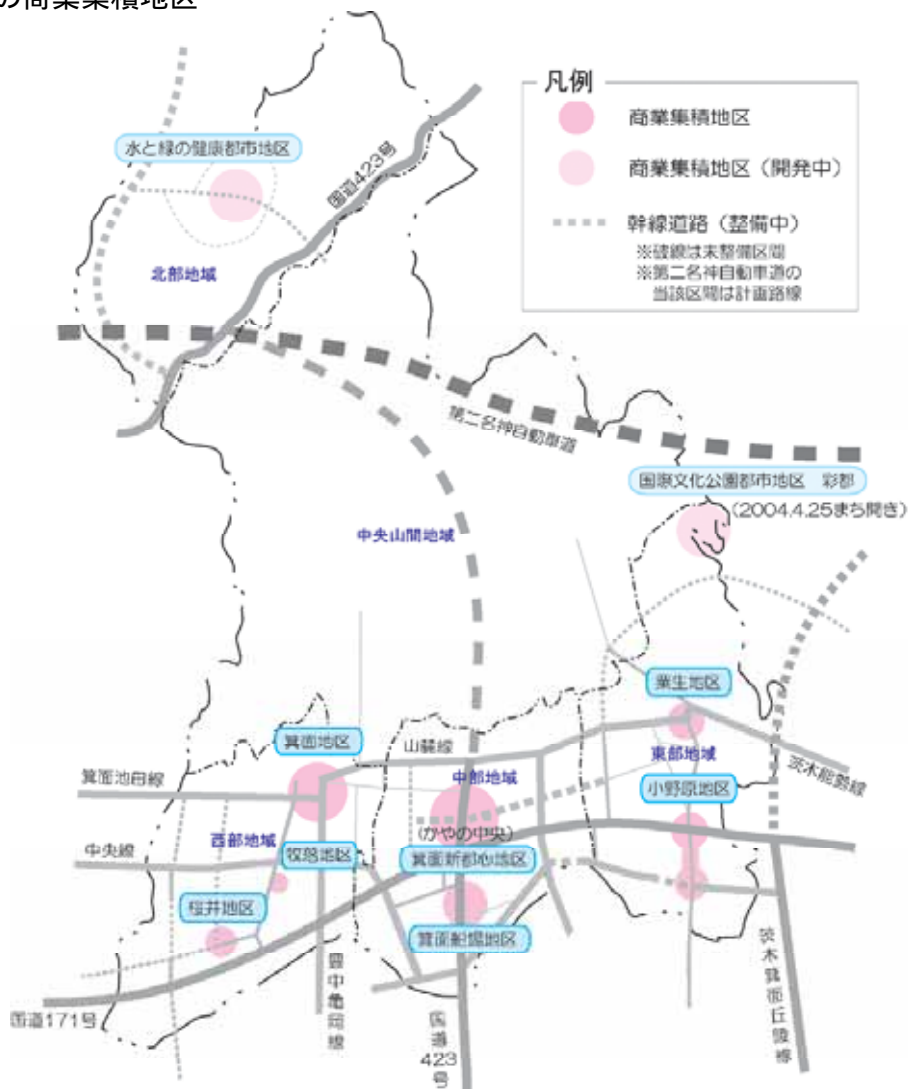


3) 商業特性

箕面市の商業集積地区



商業集積地の位置については、箕面市都市計画マスタープランの土地利用構想における、商業・業務拠点の位置づけを基にしている。

(1) 箕面地区（西部地域・中心市街地区域内）

阪急箕面線箕面駅前周辺にある商業集積で、最も古くから市街化が進んだ西部地域の生活基盤の基礎として、現在、11の商店会が存在する。また、箕面駅から箕面大滝へ至る滝道沿いには土産物店、旅館などが集積しており、観光産業の拠点でもある。付近の行政施設、文化施設の集積とあわせて、箕面市の代表的な生活文化拠点を形成している。

(2) 牧落地区（西部地域・中心市街地区域内）

阪急箕面線牧落駅前沿線にある古い商業集積地区で、近隣対象の小規模の商業地として利用されている。

(3) 桜井地区（西部地域・中心市街地区域内）

阪急箕面線桜井駅前沿線にある商業集積地区で、駅前商店街、桜井スーパーマーケット、サカエ、桜井市場などがあり、古くからある近隣対象の商業地として利用されている。特に、桜井駅前及び、桜井スーパーマーケットは、昭和34年以降機能更新がされておらず、老朽化した施設の機能更新や都市基盤の整備が緊急課題となっており、現在、地区再整備の取り組みが進められている。

(4) 箕面新都心（かやの中央）地区（中部地域）

箕面新都心（かやの中央）は、国道423号と国道171号の交通結節点にあり、また、コム・アート・ヒルや千里中央と連携できる都市的土地利用の立地性の高さを活用して、新たに計画的市街地形成が図られ、平成15年10月にまち開きした新市街地である。まち開きと同時期に多機能型商業施設「箕面マーケットパーク ヴィソラ」がオープンするなど、商業施設、情報サービスの集積による活性化を目的に整備が進められている。

(5) 箕面船場地区（中部地域）

箕面船場地区には、繊維関係の卸売店が大規模に集積したコム・アート・ヒルがあり、広域的商圏の商業集積地を形成している。昭和45年の開業以来、日本有数の繊維卸商団地として活発な産業活動を展開してきたが、現在、業界の不況、流通構造の変化などから空洞化が進みつつある。

(6) 粟生地区・小野原地区（東部地域）

比較的新しい住宅地としての整備が進められてきた地域で、ロードサイドに集中して生活拠点としての商業施設が集積している。小野原中村線や山麓線沿道には近隣向け商業施設、国道171号沿いには車利用対象型の店舗が多く立地し、各道路の交差点周辺に高い商業集積ができています。

(7) 国際文化公園都市地区・彩都（東部地域）

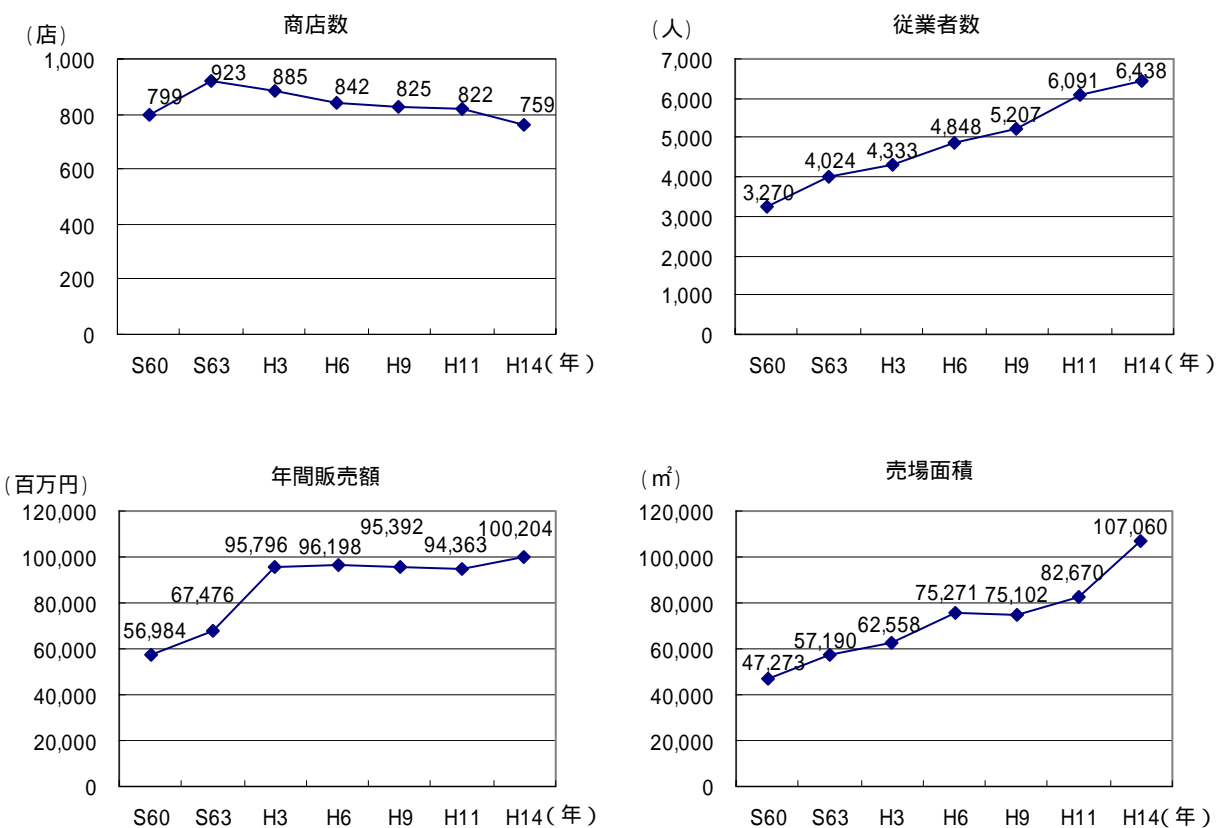
自然環境共生、住民参加型のまちづくりをコンセプトに、平成16年4月に一部まち開きした新市街地区である。箕面市都市計画マスタープランにおいて、公園都市・インテリジェントシティ・地区サービスの集積の観点からの商業・業務拠点としての方向性が示されている。

(8) 水と緑の健康都市地区（北部地域）

現在整備事業推進中であり、箕面市都市計画マスタープランにおいて、余野川ダムの水際空間や自然を活かした長寿社会対応型の新市街地区として、商業・業務拠点としての可能性が示唆されている。

箕面市の小売業の動向

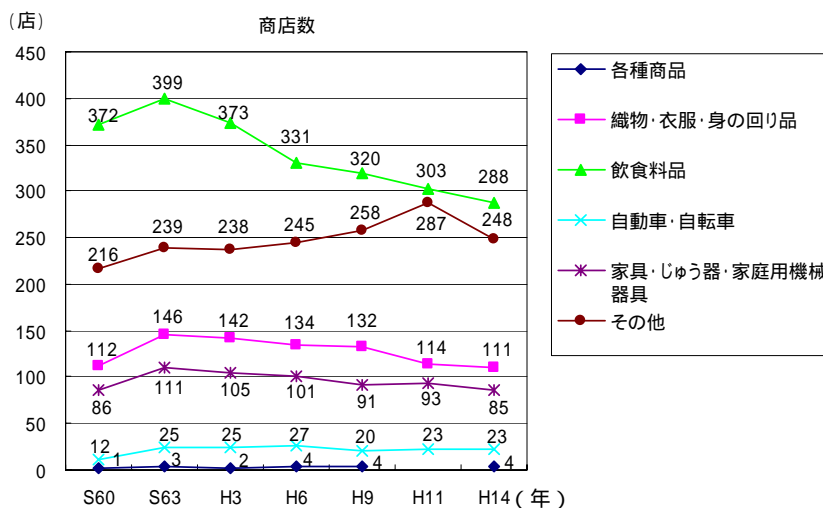
【箕面市の小売業の商店数・従業員数・年間販売額・売場面積の推移】



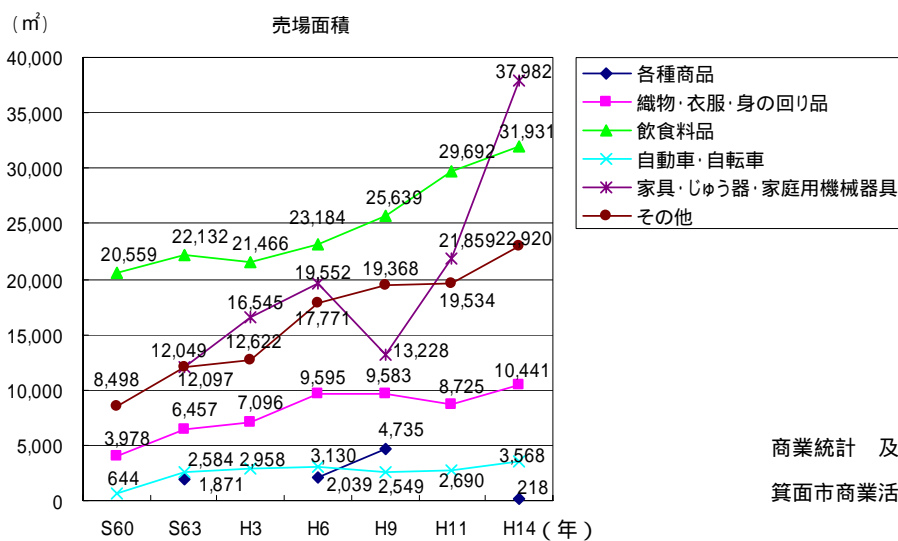
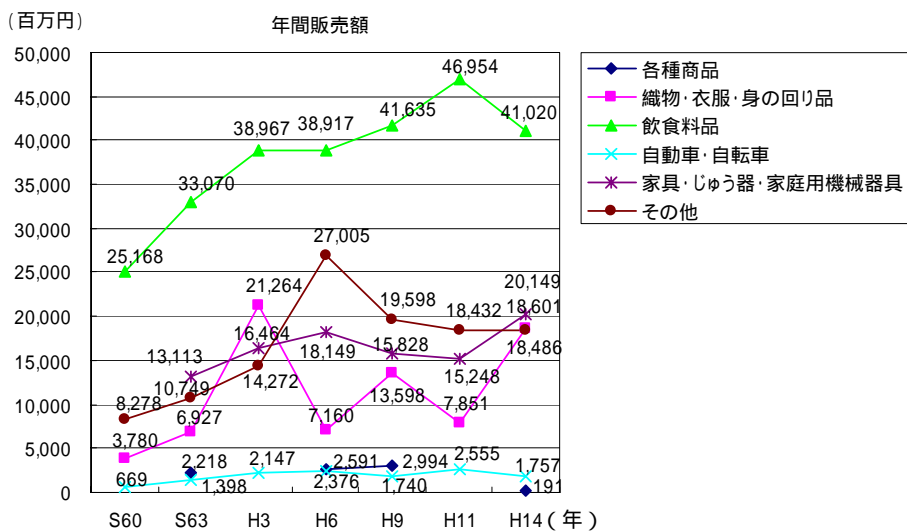
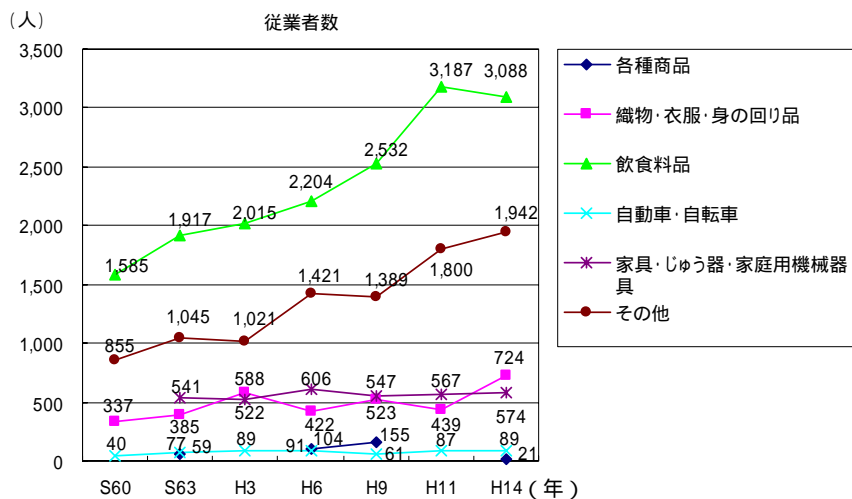
商業統計 及び

箕面市商業活性化ビジョン 参照

【箕面市の業種別小売業の商店数・従業員数・年間販売額・売場面積の推移】

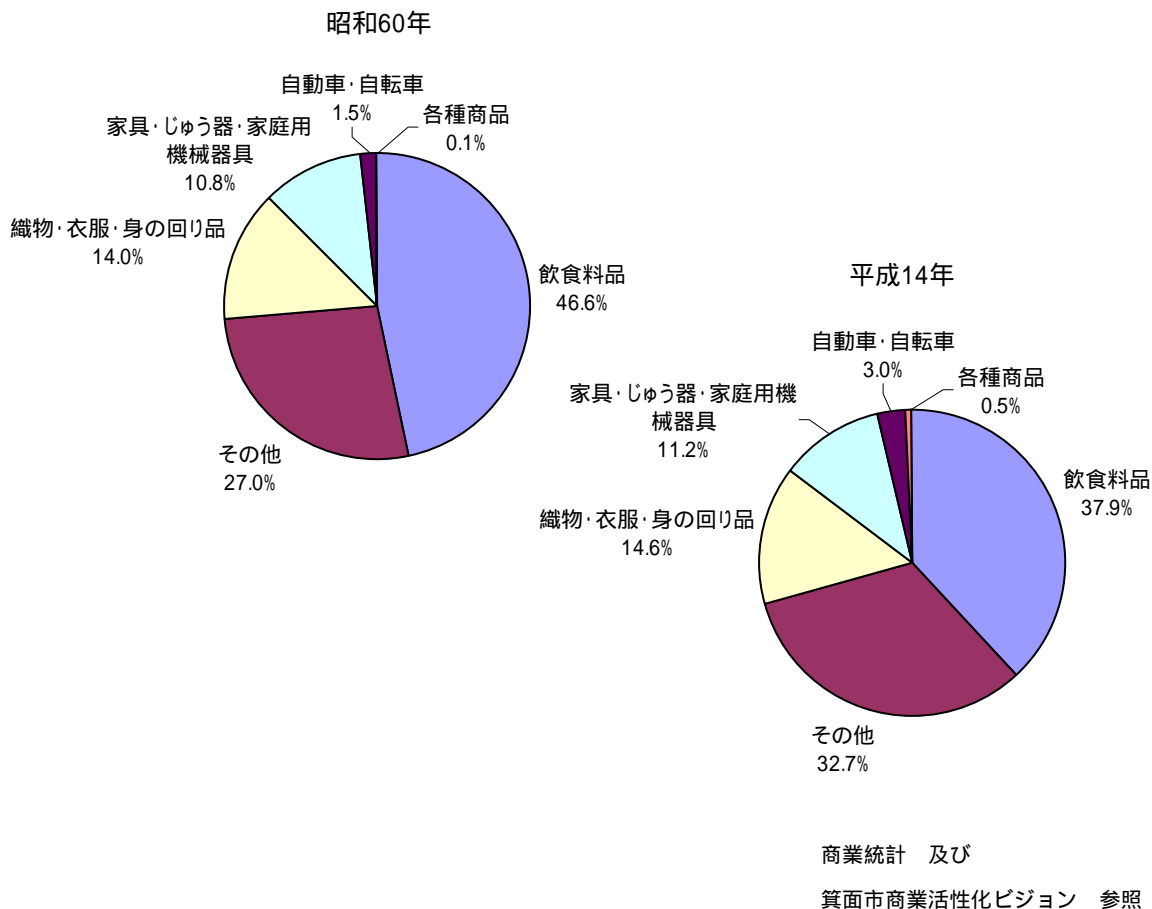


4. 現状分析



商業統計 及び
箕面市商業活性化ビジョン 参照

【箕面市の小売業の商店数業種別構成比】



「その他」には、医薬品・化粧品、農耕用品、書籍・文房具、スポーツ用品・玩具など、写真機・写真材料、時計・眼鏡・光学機械、中古品、他に分類されないものを含む。

「自転車・自動車」は自転車小売業と二輪自動車小売業の合計値。

昭和60年～平成14年までの小売業の動向を見た場合、商店数は昭和63年時点をピークに減少傾向にあり、平成14年データを昭和63年データと比較すると、17.8%の減となっている。相対的に従業者数、年間販売額、売場面積は年々増加傾向にあり、商業集積としては縮小傾向にあるが、個店単位の施設規模は拡充していることを示している。

業種別に見た場合、小売業全体の中では、飲食料品小売業が商店数、従業者数、年間販売額、売場面積とも最も大きな割合を占めている。ただし、年次推移をみると、徐々にその他小売業の占める割合が大きくなってきており、飲食料品小売業が平成14年の昭和60年比で8.7%減少しているのに対し、その他小売業は5.7%増加している。

また、平成9年以降の家具・じゅう器・家庭用機械器具の売場面積の伸びが著しい。

中心市街地区域の小売商業施設



(1) 本町商店街

【特性】

箕面大滝へ続く滝道の入口にある。主に名物である「紅葉の天ぷら」などを扱った土産物店で構成されていて、来街者（観光客）の需要に特化した特色ある通りを形成している。

【問題点】

店主の高齢化や、後継者不足など、商店の経営持続力の低下が懸念される要素を抱えている。土産物は、観光客には喜ばれるが、レクリエーション、散歩に訪れる地元住民からの日常的な需要は得にくいと考えられる。



本町商店街



箕面駅西商店街

(2) 箕面駅西商店街

【特性】

阪急箕面駅の西側出口の向い側にある。1階に主に夜間性飲食業、2階にカルチャーセンターという構成になっている。

【問題点】

業態及び、箕面駅によって買物主動線側（東側）と分離されているなどの理由により、物販店舗が中心の、東側の商業集積との連携体制を築きにくい状態にある。

【商業活性化アクションプランによる活性化のポイント】

箕面駅東側との機能的な連携の推進

- ・都市基盤整備への働きかけなどまちづくり活動への参加

(3) みのお本通り商店街

【特性】

箕面駅前広場の南側の通りにある商店街で、立地的に箕面商業集積の中心に位置している。主に買回品を販売する店と、飲食店で構成されている。商店街の南北の入り口付近には親水・修景施設があるなど、親しみやすい商空間の雰囲気づくりも行われている。

商店街共同事業による活性化については先導的に活動が行われ、シティカード(デビットカード)導入や、インターネットを使った店舗紹介などの販促・情報発信への取組み、朝市などが実施されている。

【問題点】

駅の方角から見て、みのおサンプラザに視界を塞がれている。また、本通り南側にあったダイエーが平成13年に退店し、客足が減るなど、本通りの回遊性が低下している。

【商業活性化アクションプランによる活性化のポイント】

箕面地区の中心として、イメージ形成、にぎわい・集客力の創出

- ・テナントミックスの明確化
- ・シティカード導入に対する啓蒙・普及活動
- ・情報化の推進(商店街ホームページによる地域情報発信、顧客管理事業など)
- ・商店街のライトアップ



みのお本通り商店街



みのおサンプラザ

(4) みのおサンプラザ

【特性】

1号館、2号館とも、昭和54年に箕面駅前再開発事業によって建設された再開発ビルである。

1号館

市営第一駐車場に隣接している。主に、服飾品など買回品の店と、公共の生活支援施設で構成されている。

2号館

駅前広場の向かいにあり、箕面駅前の顔とも言える好立地にある。1階は銀行、飲食店などの店舗、2階は学習塾やオフィスなどで構成されている。

【問題点】

1号館

大規模小売店舗ロイヤルエースが退店した後、地下1階はフロア全面が空き店舗となっており、2階部分にも空き店舗が目立つようになっている。業態が違う2号館との共同事業は行われていない。

2号館

物販店舗が少ないため、集客上の重要な位置にありながら、2号館としての商業施設の共同活性化は難しい。

【商業活性化アクションプランによる活性化のポイント】

箕面地区の中心として、イメージを形成、にぎわい・集客力の創出

「地域に貢献する共同店舗」として姿勢を明確化

- ・SC（ショッピングセンター）としてのビジョン・プランづくり
- ・テナントミックス実現に向けた権利関係の調整
- ・共同販促事業の推進（規模の拡大・充実）
- ・1号館、2号館の組織の連携・共同化

(5) みのお桜通り商店街

【特性】

箕面駅前広場より東側に位置する。商店街としての歴史は古い。

【問題点】

箕面駅前広場周辺及び、シンボルロード沿いの整備が進められたあと、買物客の主動線から外れた形になり、集客力が低下している。また、核店舗となる百貨店や専門店を誘致して、高度利用を図ることを目的とした再開発運動が、商店会によって長らく検討されてきたが、実現には至っていない。

【商業活性化アクションプランによる活性化のポイント】

「箕面の専門店街」の形成

動線の改善、核店舗の誘致などによる人の流れの改善

- ・「地域の名店」の発掘、及びタウン誌やホームページ上での宣伝活動
- ・地域で連携したイベント開催による動線の改善
- ・「公共施設の整備」としてまちづくり活動を展開

(6) サンクスみのお

【特性】

シンボルロード沿いにある。「上質商品・高級イメージ」を志向した専門店が集積している。近年、トレンドを反映した若者向けのテナントが進出し、地域イメージの向上、トレンド発信についての牽引力を持っている。

【問題点】

駐輪施設が不十分である。

【商業活性化アクションプランによる活性化のポイント】

「こだわり」と「トレンド発信」の集積へ、コンセプトの再調整

北摂「箕面」の好イメージの維持拡大

- ・時代の流れに柔軟に対応しうる商業集積をめざした「組織としての管理の仕組み」の構築
- ・「地域イメージの向上」におけるリーダーシップ発揮



みのお桜通り商店街



サンクスみのお

(7) みのおメイプル通り商店街

【特性】

シンボルロード、芦原公園周辺の公共施設、イカリスーパー、コーヨーなどに隣接する好立地にある。市営第二駐車場に隣接している。

【問題点】

周辺集客施設との面的な連携活動は殆ど行われていない。

【商業活性化アクションプランによる活性化のポイント】

地域の資源を活かした「ショッピングストリート」創出
他の商業集積との連携強化による活性化事業実施の実現

- ・立地環境の有効活用
- ・連携・共同化を活性した事業推進体制の整備
- ・後継者の育成

(8) フードコンパニオン

【特性】

食料品を中心とした対面販売形式の小売市場である。現在は、空き店舗の一部分に 100 円ショップが入っている。

【問題点】

空き店舗の増加による、食料品の共同店舗としての業種不足・魅力低下などで、集客力の低下が生じている。100 円ショップが入ったことにより、新たに集客の要素を得ているが、施設全体で、「フードコンパニオン」としての食料品を中心とした業態が維持されていない。

【商業活性化アクションプランによる活性化のポイント】

小売市場らしさを活かした食料品共同店舗として再構築
オーナーに対して発言力を持つ強力なテナント会の結成

- ・対面販売のよさを活かしつつ共同店舗としての統一的・効率的な営業の推進
- ・市場自身による新規出店、チャレンジ・ショップ実施による空き店舗の解消



メイプル通り商店街



フードコンパニオン

(9) イカリスーパー・鮮度館コーヨー・サンディ

【特性】

地域の核店舗として、最寄品を供給する大型の小売店舗。イカリスーパーは高級イメージ、鮮度館コーヨーは鮮度の高い質販商品の供給、サンディは低価格、といったコンセプトの明確な差異によってターゲットの客層を分けている。

(10) 西小路商店街

【特性】

府道豊中亀岡線と箕面川に挟まれた地区である。歴史的には旧集落地区であり、古くから商業集積が形成されていた。

【問題点】

現在は地区全体の商業集積はなく、シンボルロード（府道豊中亀岡線）が整備されたことで、幹線沿いに新店舗が増える傾向にある。

【商業活性化アクションプランによる活性化のポイント】

シンボルロードを活用した新たな商店会活動の開始
・アドプト・プログラム、シンボルロードなどの制度を活用した箕面の顔にふさわしいまちなみの整備

(11) 牧落商店街

【特性】

牧落駅周辺の通り沿いにある商店街。近隣対象の商業地区として古くから存在している。

【問題点】

現在は、商業集積地を構成するだけの店舗数がない。また、商店会加盟率が低く、商店会としての共同活動は難しい状況にある。

【商業活性化アクションプランによる活性化のポイント】

牧落地区の他店と連携による「住宅地の便利な店舗」としての再生
・コンビニエンスストア的な要素を持つ店づくり

(12) 桜井市場

【特性】

桜井スーパーマーケットと並んで桜井地区に古くからある小売市場。他の商業集積から隔たった立地にあり、空き店舗や不足業種が増えていたが、商業活性化アクションプランの策定後、平成14年度にチャレンジ・ショップ事業が実施された。市場の中に地域活動に積極的な芸術家や店主によるアートギャラリー、手作りの喫茶、雑貨店などが増え、落語の寄席も行われるなど、独自のにぎわいを形成しつつある。

【問題点】

施設の老朽化。商業機能の低下。

【商業活性化アクションプランによる活性化のポイント】

土地の高度利用を視野にいたした市場運営方法の確立

・空き店舗をまとめて借り受け、市場全体として展開していく方法の検討



桜井市場



桜井連合商店街

(13) 桜井連合商店街

【特性】

桜井駅前に古くからある近隣対象の商店街。約80店の店舗で構成され、桜井地区で唯一面的な商業集積を形成している。

【問題点】

各個店が散在し、商店街としての一体的な共同事業といった連携は困難な状況である。桜井駅周辺は道路幅員が狭く、幹線道路から車で来街しにくい。また、まとまった駐車・駐輪スペースがない。

【商業活性化アクションプランによる活性化のポイント】

まちづくり活動の推進によるショッピングストリートの形成

・高齢者に対する生活支援の充実、住民とともに行う日常的な楽しみの場の創出など、まちづくり活動に対する貢献と積極的な取組みの推進

(14) 桜井スーパーマーケット

【特性】

桜井駅前にある。昭和34年にオープンした、当地区に古くからある小売市場。当時は銭湯や映画館、結婚式場などの施設も併設されていた。桜井駅前地区の地域密着型商業の拠点として営業が続けられているが、現在は施設が老朽化し、駅前広場・周辺道路整備と併せて再整備が検討されている。

【問題点】

施設の老朽化、商業機能の低下による買物利便性、魅力の低下。

【商業活性化アクションプランによる活性化のポイント】

再整備の実現

共同店舗の経営・運営ノウハウの習得

個店の営業レベルの向上

- ・セルフ方式の店づくりに対するレベル向上
- ・個店の営業レベル向上、ノウハウ蓄積



桜井スーパーマーケット



スーパーサカエ

(15) スーパーサカエ

【特性】

桜井スーパーと同じく、桜井駅前地区の近隣向け最寄品供給の拠点となっている大規模小売店舗。桜井駅の南側に位置している。現在、3階が100円ショップになっている。

商業活性化アクションプラン策定後の取組み

【平成 14 年度】

（箕面地区）

1. 箕面地区実行会議の取組み

「箕面ほんまもんプロジェクト」を箕面地区のプロジェクトとして採択した。

このプロジェクトは、
情報発信事業
共同宅配・受発注事業（宅配サービス）
地区連携販促・集客事業
の複合事業である。

このプロジェクトでは、各店のこだわり商品、サービスを発掘し、これを「箕面のほんまもん」として地域内外に広く売り出すほか、各種イベントや情報誌を発行するなど、「箕面ブランド」の育成をめざしている。

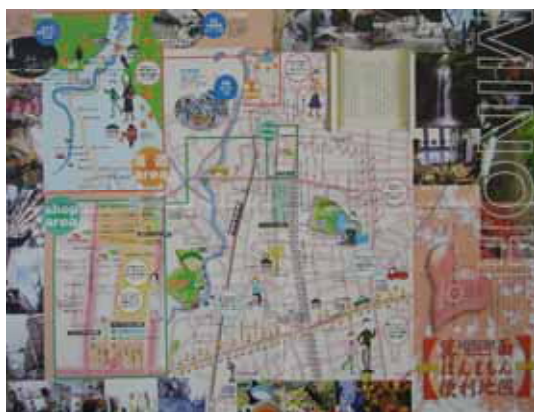
初年度である 14 年度は、箕面地区の商店街組織を中心に、90 店舗以上の店舗が参加した「箕面ほんまもんマップ」を完成、配布した。

（桜井地区）

1. さくら会議（桜井地区実行会議）の取組み

桜井の知名度を高め、来街者数を増やすため、桜井地区自慢の店舗、名所、歳時記情報等を集めた「桜井嬉し楽し界限マップ」を作成した。

農経連の独自事業として実施されてきた朝市の第 4 回目を、さくら会議のトライアル企画として位置づけ、平成 14 年 12 月 7 日に開催した。



箕面ほんまもんマップ



桜井嬉し楽し界限マップ

2. チャレンジ・ショップ（大阪ルネッサンスモデル事業）

大阪府の「ルネッサンスモデル」事業の制度を活用し、桜井市場及び、桜井スーパーマーケットがチャレンジ・ショップ事業を実施した。この「ルネッサンスモデル事業」は、「まちづくり」をキーワードに、「地域」と「地域の商業」間の信頼関係を再構築することを目的とした事業である。

平成 14 年 7 月に設置した運営委員会で空き店舗の選定、面接調査を実施し、10 月には、チャレンジ・ショップ 4 店がオープンした。

オープン後には、チャレンジ・ショップと既存商店主の間で意見交換を実施した。

【平成 15 年度】

（箕面地区）

1. 箕面地区実行会議の取組み

平成 14 年に引き続き、「箕面ほんまもんプロジェクト」に基づく取組みとして、大阪スローフード協会との連携イベント「ほんまもん市」を開催。

- ・開催年月日：平成 15 年 11 月 29 日、30 日
- ・開催場所：グリーンホール、みのおサンプラザ
- ・参加店数：50 店舗
- ・参加人数：5,000 名

（桜井地区）

2. さくら会議（桜井地区実行会議）の取組み

桜井商店街事業協同組合と連携し、空き缶を入れると参加店舗のサービスチケットが当たる環境リサイクル関連事業「空き缶回収機設置事業」((財)大阪産業振興センター補助金活用)に取組み、7 月 20 日から「どっ缶ぶらざ」として稼動開始。4 ヶ月毎（当初は 3 ヶ月毎）にチケットを更新している。

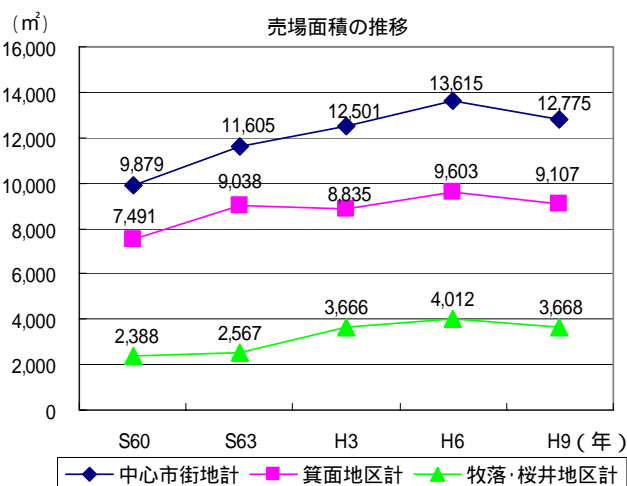
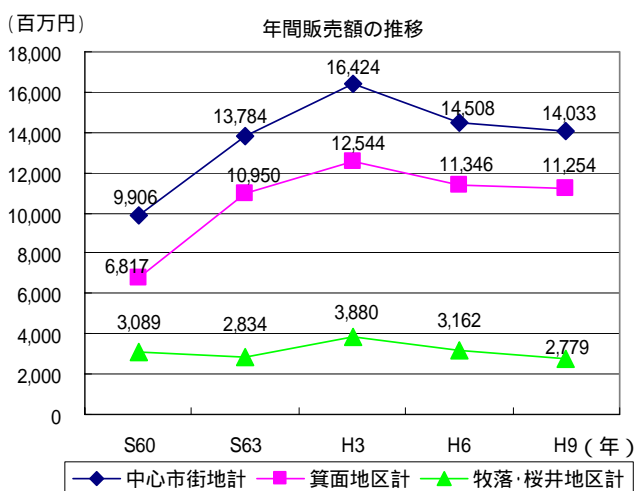
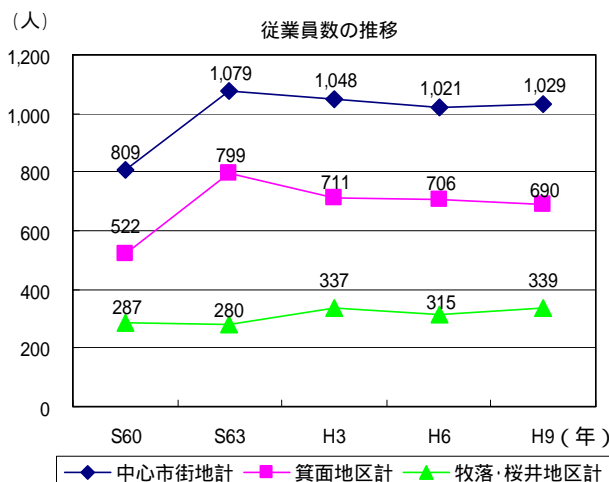
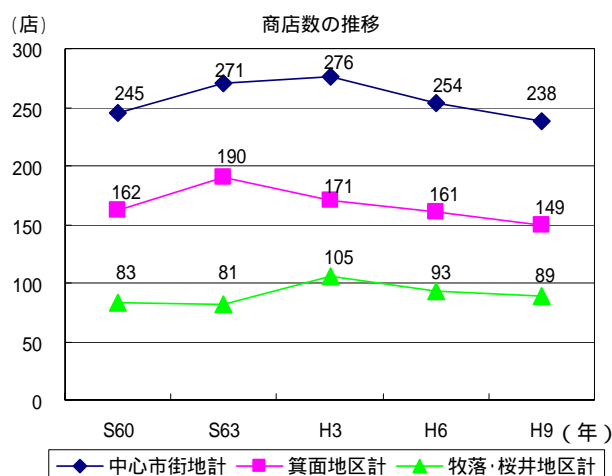


どっ缶ぶらざ



中心市街地区の商業集積地別小売業の状況

(1) 地区別の年次の推移



商業統計(商業集積地区編) 参照

箕面地区の集計のサンプルとして用いた商業集積地データ

- ・箕面滝道商店区 ・箕面駅北口商店区 ・みのおサンプラザ ・箕面駅南口商店区 ・箕面フードコンパニオン

牧落、桜井地区の集計のサンプルとして用いた商業集積地データ

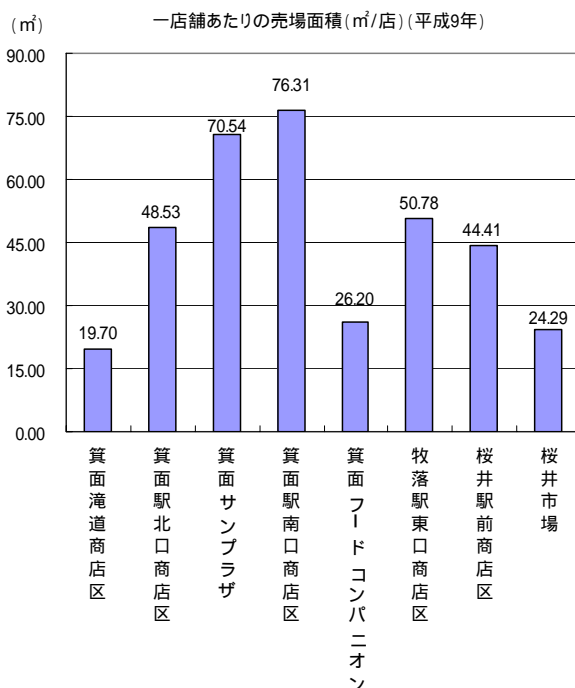
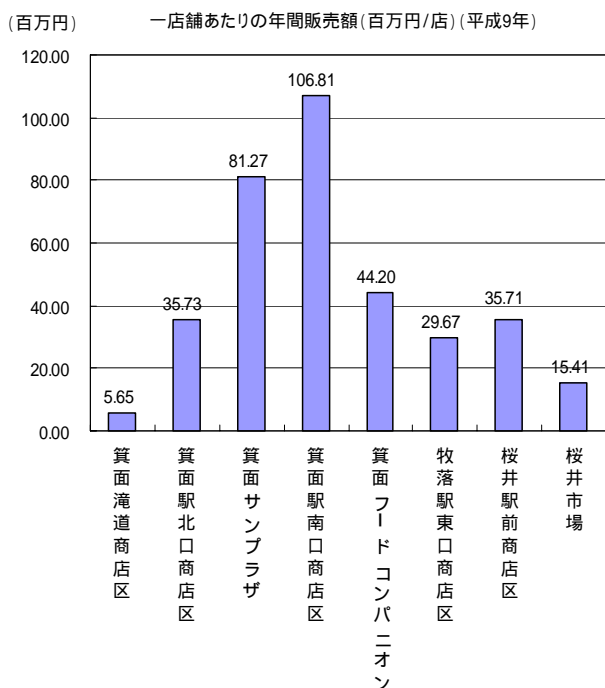
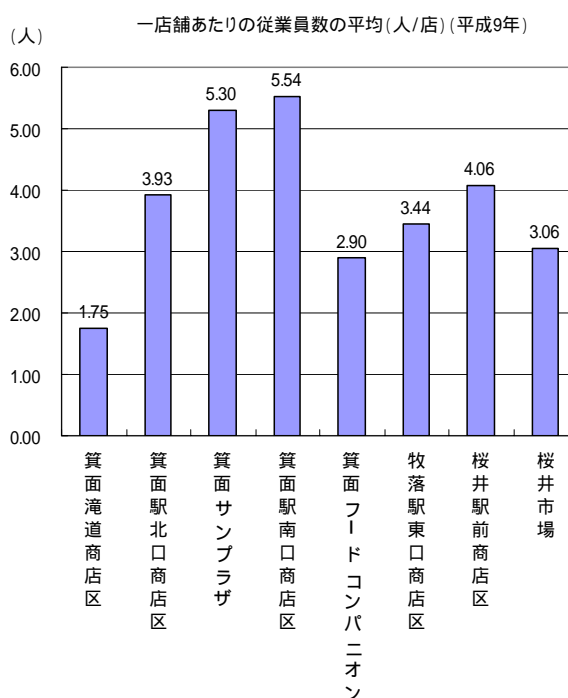
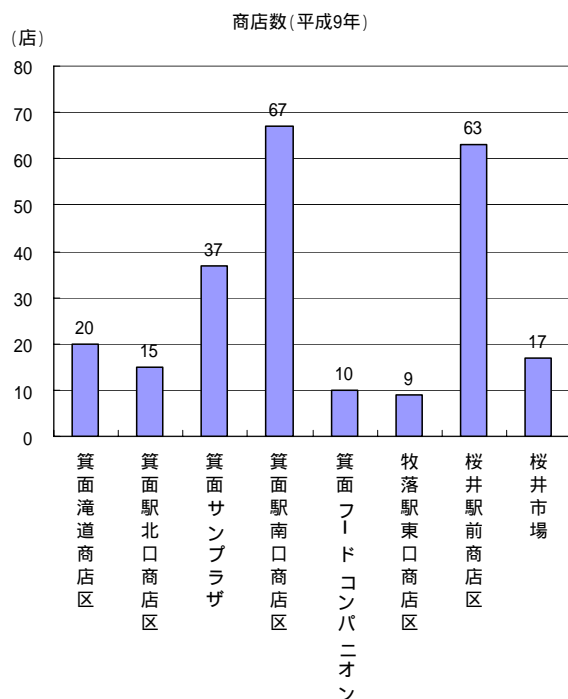
- ・牧落駅東口商店街 ・桜井駅前商店区 ・桜井市場

(集積地は商業統計による区分。箕面駅北口商店区は駅前広場から北側に位置する商業集積(滝道を除く) 駅南口商店区は本通商店街等サンプラザ以南の商業集積を指す。)

商店数、従業員数、年間販売額、売場面積ともに、箕面地区が牧落、桜井地区を上回っている。箕面、牧落、桜井地区ともに、年間販売額は平成3年時点をピークに、その後減少している。箕面地区は昭和60年から63年にかけて商店数・従業員数が大幅に増加したが、平成3年以降は減少している。売場面積は年次毎の差があるが、昭和63年以降、9,000㎡前後で上下している。

牧落、桜井地区は、年間販売額と同様に、平成3年にピークに商店数が減少しているが、従業員数、売場面積は平成3年以降、年次毎の差があるものの、やや増えている。

(2) 商業集積地別の状況



商業統計(商業集積地区編) 参照

中心市街地区域における小売商業の代表的な集積である、箕面駅南口商店区と桜井駅前商店区を比較すると、桜井駅前の方が箕面駅南口に比べて規模の小さい個店の集まりであることが数字にも反映されている。両商店区とも、ほぼ同数の商店数であるが、平成9年における一店舗あたりの売場面積は、桜井駅前は箕面駅南口の58.2%であり、年間販売額は33.4%である。牧落駅東口商店区は、商業集積としては商店数が大変少なく、一店舗あたりの従業員数や年間販売額は、桜井駅前商店街よりもさらに小規模であるが、売場面積は桜井駅前よりも広い。