

5) 市民活動

NPO 活動

本市における NPO は、市全体で 76 団体、うち 20 団体が中心市街地内に活動拠点を持っている。高齢者・障害者福祉、生活支援、中高年の自己実現など、住民自らが住んでいる地域内でいきいきと暮らすための各種のサービスを行っている団体が、約半分を占めており、少子高齢化が進む社会に対し、市民の自主的な活動が活発に行われている。

これら各種 NPO 団体は、生活支援サービスや交流活動などを通して、地域活性化に貢献する活動を行っている。市民参加型のまちづくり活動、営利を目的としない地域活性化のためのコミュニティビジネスなどを実践する上での実施主体として、行政や商業者との互助・連携が図られるものと考えられる。

【中心市街地区域内に活動拠点を持つ NPO 団体】

カテゴリー	団体数
障害者ケア及び、社会参画支援	4
高齢者福祉サービス・世代間交流	2
高齢社会に対応した地域社会づくり	2
中高年の自己実現	1
健康生活の実践	1
趣味を通じた地域交流	1
箕面の文化の復活発展	1
国際交流・外国人生活支援	3
地域社会情報化システム構築	2
景観、自然環境保全	2
地球環境保全	1
合計	20

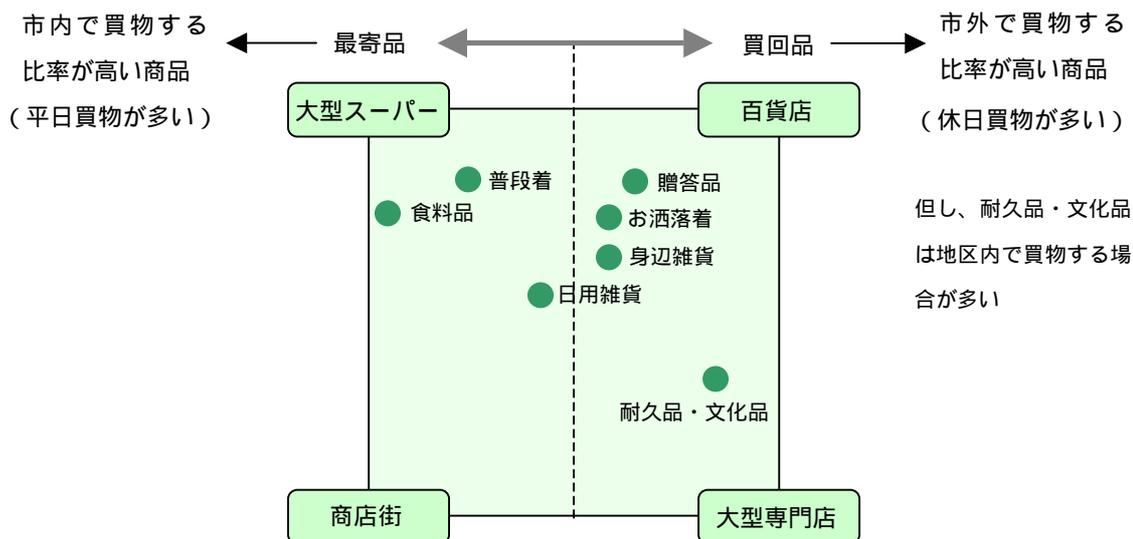
箕面市ホームページ NPO 登録団体一覧より集計
(平成 16 年 6 月時点)

6) アンケート調査に見る市民意識

商業

(1) 消費者の意向

【日頃の買物行動の傾向】(箕面市小売商業動態調査報告書による消費者の傾向)



日用雑貨 ... 薬、化粧品、荒物、金物、文房具、玩具など
 身近雑貨 ... 靴、アクセサリ、カバンなど
 耐久・文化品 ... 家具、電化製品、時計、メガネ、スポーツレジャー用品、書籍、園芸用品など

購入店を選ぶ理由	
・食料品	... 自宅から近い・品質や鮮度・安価・一度に購入可
・日用雑貨	... 安価・選択性・自宅から近い
・衣料品	... 選択性・安価・趣味やこだわり
・身近雑貨	... 選択性・趣味やこだわり・安価・店内がお洒落
・耐久文化品	... 選択性・安価・自宅から近い
・贈答品	... 選択性・趣味やこだわり・安価・一度に購入可

上の図表は、箕面市小売商業動態調査報告書(平成13年3月 箕面市)の消費者アンケートを参考に、箕面市民(在住)の日頃の買物行動の傾向を図化したものである。

アンケートによると、買回品だけではなく、日常地区内で買う最寄品についても、大型スーパーで購入する傾向が高い。商店街・小売市場は、客の年齢層が高くなるほど利用率が高い。買物の手段としては自動車が3~4割前後を占めるが、食料品の場合については徒歩または自転車が6割を占める。

【商業集積地の評価】

箕面市小売商業動態調査報告書による消費者の商業集積地に対する評価の傾向を示す。特定の商業集積地に対して、「問題点」「商店街などのサービスの必要性」についていくつかの項目を設定し、それぞれの項目を3段階評価で点数化するアンケート調査と、「必要とされている活動」についての選択肢から3つ以内を選ぶアンケート調査の結果をまとめたものである。以下に、その結果のうち上位3位を順に列挙する。

	箕面地区	桜井地区
問題点	<ul style="list-style-type: none"> ・駐輪場が不足している。 ・駐車場が少ない。 ・駐輪場の位置が悪い。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ほっとするような休憩場所がない。 ・駐車場が少ない。 ・買物以外に楽しみがない。
サービスの必要性	<ul style="list-style-type: none"> ・駐車料金の割引。 ・ポイントカード事業の実施。 ・営業時間の延長。 	<ul style="list-style-type: none"> ・駐車料金の割引。 ・ポイントカード事業の実施。 ・クレジットカード、デビットカード利用可能店の普及。
必要とされている活動	<ul style="list-style-type: none"> ・高齢者が使いやすい歩道づくりや店舗入口部分の改修。 ・共同駐車場の整備。 ・ポケットパークやベンチを設ける。 	<ul style="list-style-type: none"> ・商店の外装や商店街の景観の整備。 ・地区内の道路整備。 ・公衆トイレの整備。

(2) 商業者の意向

以下は、箕面市小売商業動態調査報告書の商業者アンケート結果の概要である。

調査対象：商店会連合会・市場連合会に加盟している箕面・桜井・粟生・小野原の小売店舗。

配布方法：商店会の代表者を通しての配布及び、各店舗への訪問配布。

回収方法：商店会単位での回収及び、郵送による回収。

回収結果：箕面地区 ... 配布数 248 回収数 102

桜井地区 ... 配布数 206 回収数 76

(桜井地区には牧落地区も含む)

【個店の現状】

業種	・小売業(70%) 飲食業(17%) サービス業(14%) 【箕面】織物・衣類・身の回り品の小売業が多い。
店の形態	【箕面】商業地区内のテナントの割合が高い。 【桜井】小売市場の店・施設の割合が高い。
店の所有形態	・「土地、建物ともに自己所有」と「借家・テナント」が半々。
経営者年齢	・50歳代(40%) 60歳代(23%) 40歳代(15%) 【桜井】60歳代が33%と他地区に比べて多い。
営業年数	・20年以上(64%)【桜井】・20年以上(70%)
開店時間	・9時台(39%) 10時台(31%)
閉店時間	・19時台(43%) 20時台(23%) 21時以降(15%)
近年の純利益	・減少傾向にある(83%)
客層	・主に主婦、高齢者。 【箕面】他地区に比べ若い女性、観光客の比率が高い。 【桜井】他地区に比べて高齢者の比率が高い。
後継者の有無	・決まっている(27%) 他の73%は決まっていないか、必要ない、考えていないなど、後継者の目途は立っていない。
経営	・危機を感じている(91%)(うち対策の必要性を感じているは83%) (高齢の店主ほど、対策の必要性を感じている)原因としては、大型店の出店や同業者の増加、消費者の買い控えなどによる売上の減少が取上げられている。
経営継続意向	・今のまま続けたい(76%)(店主が若い世代ほどこの傾向が強い) ・現在地での経営を続けたい(66%)(高齢者は現状維持意向や魅力有る施設へのテナント入りの意向が強く、若い世代は現在地での建て替えや多店舗展開意向が強い) 【桜井】現在地での建て替え意向が他地区に比べやや高い。

【商業地のあり方について】

(項目選択式のアンケート 上位の意見)

	箕面地区	桜井地区
将来あるべき姿として商店街で買い揃えられるべき品種	<ul style="list-style-type: none"> ・ 専門品。 ・ 日常生活品と買回品。 ・ ブランド品や高級嗜好品。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日常生活品。 ・ 日常生活品と買回品。 ・ 専門品。
新たに整備すべき施設	<ul style="list-style-type: none"> ・ 駐車場。 ・ 駐輪場。 ・ 主要道路の街路樹・歩道。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 駐車場。 ・ 主要道路の街路樹・歩道。 ・ 駐輪場。
商店街で一体となって取組みを行う上で の問題点	<ul style="list-style-type: none"> ・ 商店街または周辺店舗などとのまとまりの欠如。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 店主の高齢化。
必要とされている活動	<ul style="list-style-type: none"> ・ 商店の外装や商店街の景観の整備。 ・ 共同駐車場の整備。 ・ 駐輪場の整備。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 商店の外装や商店街の景観の整備。 ・ 共同駐車場の整備。 ・ 高齢者が使いやすい歩道づくりや店舗入口部分の改修。
地域活動の必要性 (両地区共通)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域活性化のための祭りやイベントの開催。 ・ 商店街・小売市場やその周辺を含めた清掃。 ・ 商業者と消費者による街の活性化を考える組織の結成。 	

最寄品

食品や雑貨など、低価格で日常生活の必須として最寄の店舗で購入する傾向がある品。

買回り品

衣料品や家電製品など、機能、品質などを複数の店舗の品物を比較しながら購入する商品。

専門品

感性、嗜好、価値を重視して、購入するのに特定の店舗を選択するような商品。

観光

(1) 来街者（観光客）の意向

以下は、箕面市集客促進戦略策定調査報告書（平成14年3月 箕面市）の来訪者アンケート調査結果の概要である。

調査場所：箕面スパーガーデン周辺・滝道・滝見橋付近。

調査方法：アンケート調査による面談聞き取り記入。

サンプル数：箕面温泉スパーガーデン周辺 105

滝道 101

滝見橋付近 110

計 316

年間の動向	11月に集中。加えて、自然観賞のレクリエーション客が夏と春に多い3季型。
誘致圏	近郊（大阪府内と阪神間）（84%）
交通手段	若年層と壮年層：阪急電車（45%）自家用車（41%）徒歩（8%） 高齢層：阪急電車（58%）徒歩（17%）自家用車（16%）
利用目的	紅葉狩り（58%）箕面大滝（43%）箕面温泉（23%）
客層	多様（友人、家族、夫婦、1人が各20%前後）
リピート率	ほぼ毎日（4%）週1回～月1回（14%）年数回～これまで数回（52%）
評価	【高】自然景観（67%）健康づくり（30%）近くて便利な景勝・行楽地（28.8%） 【低】多様なレクリエーション（3.2%）歴史・伝統（6.6%）
知名度	（高）箕面大滝（88%）箕面温泉（82%）勝尾寺（70%） （低）ビジターセンター（13%）帝釈寺（14%）郷土資料館（15%）
買物の有無	土産物を購入（48%）その他の買物や飲食（31%）買物をしない（30%）
購入した土産物	紅葉の天ぷら（77%）農産物（栗など）（17%）菓子類（12%）
購入しない理由	特に必要がない（41%）
昼食の手段	他で済ませた（36%）滝道の飲食店利用（23%）弁当持参（22%）
買物に使った費用	1000円未満（21%）1000円台（16%）2000～3000円台（11%）
飲食に使った費用	1000円未満（28%）1000円台（10%）2000～3000円台（9%）

箕面における観光の目的は、滝道～箕面大滝～箕面自然公園へと続く自然の景勝を楽しむハイキングが中心である。次いで、箕面温泉が目的の人も多い。来街者（観光客）の傾向としては、遠方からゆっくり滞在する目的で来るよりも、近郊から日帰りで気軽に訪れる場合が多いようである。高齢者が徒歩で訪れる比率がやや高いことから、徒歩圏内の近隣場所から、レクリエーション、健康づくりのために、しばしば訪れる場合があるようである。自然景観や健康づくり、近くにあることの気軽さに高い評価を得ているが、レクリエーション施設としては多様性に乏しく、歴史や伝統についての認知度が低い。また、滝道沿いの店において、食事や買物で消費する額は1000円未満、という回答が最も多い。

(2) 滝道の事業主の意向

以下は、箕面市集客促進戦略策定調査報告書（平成14年3月 箕面市）の事業主アンケート調査結果の概要である。

調査場所：箕面駅前から滝までの沿道立地店舗。

調査方法：アンケート調査による面談聞き取り記入。

サンプル数：39店舗

【個店の現状】

取扱品目	土産物（69%）飲食（14%）菓子類（25.6%）
休業日	週定休（51%）うち火曜日定休が多い（26%）
客の年代層	（男性、女性とも）50～60歳代（58%）30～40歳代（20%前後）
客層	多様（親子連れ、1人、夫婦・カップルが26～28%前後）
事業主の年代	60歳以上（41%）50歳代（31%）20～40歳代（28%）
従業員構成	家族など（82%）家族以外を含む（41%）ピーク時に臨時雇用（41%）
居住地	店舗と併用（54%）店舗以外で箕面市内（31%）市外、その他（15%）
店の所有形態	店舗部分を借りている（41%）土地建物とも所有（33%）建物のみ所有（18%）
今後の経営	継続（64%）無理しない程度（10%）自分の代で廃業（8%）誰かに譲渡（3%）
後継者の有無	後継者有（31%）無または未定（51%）
今後の店舗改装など	考えていない（53.8%）改装（15%）建て替え（5%）移転（3%）

現状維持の傾向が強いが、事業主が高齢であり、後継者が確定している店舗が、全体の3割しかない。8割が家族のみでの経営であり、将来的に、廃業が増える可能性がある。その場合、空き店舗が増え、滝道沿道の土産物通りとしての特色が薄れ、大きな衰退が起こる事態が懸念される。

【滝道周辺の状況及び、活性化への取組み意向】

最近の状況	衰退している（87%）繁盛している（5%）どちらともいえない（8%）
衰退の理由	店主の高齢化（27%）空き店舗が多い（21%）魅力ある店舗が少ない（18%）
必要な対策	組織強化（27%）店舗誘致（21%）空き店舗活用（18%）街並の統一（18%）
対策への取組み意向	参加したい（41%）条件による（時間・テーマ）（28%）参加しない（5%）

滝道の商業集積地において、事業者の9割近くが、「衰退している」と認識している。その理由として、店主の高齢化、空き店舗の増加、魅力ある店舗の少なさなど、観光地に付随する商業集積としての吸引力を、将来的に持続していただくだけの要素に欠けていることが懸念されている。その結果、共同での活性化策が喫緊に求められ、そのための組織強化などが望まれている。