

杭瀬商店街・市場における
「みんなの杭瀬食堂」に関する報告書



2018年3月

公益財団法人尼崎地域産業活性化機構

目次

I	「みんなの杭瀬食堂」について.....	1
1	「みんなの杭瀬食堂」とは.....	1
	(1) 杭瀬地区について.....	1
	(2) 開店までの経過.....	2
	(3) 実施概要	3
2	実施結果について.....	4
	(1) 運営体制と実施内容.....	4
	(2) 気づき	4
3	尼崎地域産業活性化機構の関りについて.....	6
4	地域学校協働活動について.....	8
II	「みんなの杭瀬食堂」におけるアンケート調査.....	9
1	調査の概要	9
2	個店アンケートの結果.....	10
	(1) 個店の属性	10
	(2) 個店の経営状況.....	11
	(3) 「みんなの杭瀬食堂」についての意識.....	13
	(4) 商店街活性化に関する意識.....	14
3	通行者アンケートの結果.....	15
	(1) 属性	15
	(2) こども食堂に対する意識.....	16
	(3) 杭瀬商店街・市場に関する調査結果.....	17
4	利用者アンケートの結果.....	20
	(1) 属性	20
	(2) 「みんなの杭瀬食堂」に関する意識.....	22
	(3) 杭瀬商店街・市場の利用実態について.....	23
5	アンケート結果の分析.....	24
	(1) 杭瀬商店街・市場の各個店の経営状況との関係.....	24
	(2) 「みんなの杭瀬食堂」の利用と商店街の利用の関係.....	25
	(3) 通行者の普段の買い物場所と商店街・市場の評価との関係.....	25
6	まとめ	27

Ⅲ 資料編	28
1 商店街・市場個店アンケート調査票.....	28
2 通行者アンケート調査票.....	29
3 「みんなの杭瀬食堂」利用者アンケート調査票.....	30

I 「みんなの杭瀬食堂」について

尼崎地域産業活性化機構 事業課 山崎 智宏

1 「みんなの杭瀬食堂」とは

(1) 杭瀬地区について

「杭瀬」は、尼崎市の南東部、左門殿川の西岸に位置する地域を言い、古くは小田村の南東部、現代では、杭瀬北新町・杭瀬本町・杭瀬寺島・杭瀬南新町のほか、常光寺・梶ヶ島・東大物町・大物町・長洲本通といった町名をまとめて呼ぶ総称、と定義されている¹。中でも、阪神杭瀬駅の北側に広がる杭瀬本町と杭瀬北新町は、都市計画法の用途地域で「商業地域」及び「近隣商業地域」が大部分を占める商業集積地で、多くの商店街や市場が立ち並ぶ地区である。今回、「みんなの杭瀬食堂」の舞台となった「市場食堂」は、この杭瀬地区にある小売市場の「杭瀬中市場」内に位置している（図 1-1）。

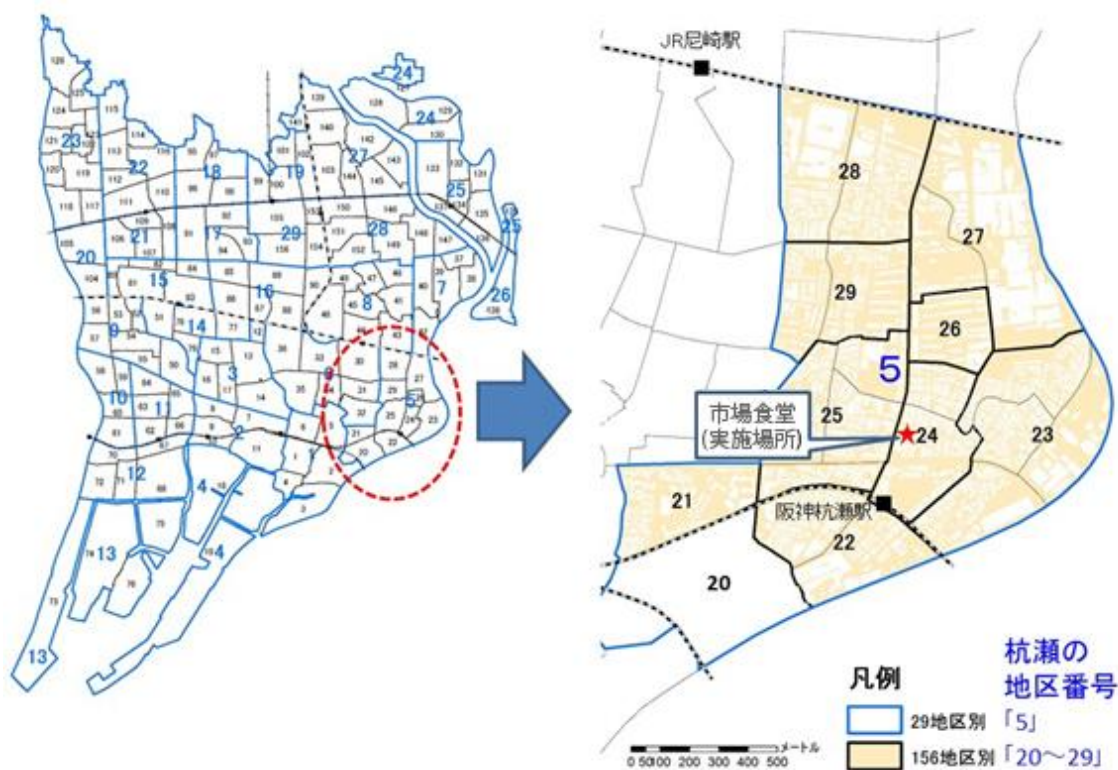


図 1-1 杭瀬地区及び「みんなの杭瀬食堂」実施場所位置図

※図中の地区番号は、尼崎地域産業活性化機構が、国勢調査等の統計調査に基づいて尼崎市の地域特性を分析した際に用いた集計単位の地区番号である。29 区分は中学校区程度に相当し、156 区分は小学校区を 3～4 分割した程度にあたる。詳しくは、財団法人尼崎地域・産業活性化機構編・発行 2010 年『国勢調査及び事業所・企業統計調査からみた尼崎の小地域の特性Ⅱ』3 頁を参照。

¹ 尼崎市立地域研究史料館編（1996 年）『尼崎地域史辞典』尼崎市

また、杭瀬地区は、2010年（平成22年）及び2015年（平成27年）の国勢調査によると、尼崎市の中でも人口や世帯数の減少が著しい地区であり（表1-1）、特に、市全体よりも老年人口比率が高く、生産年齢人口比率が低いといった特徴がある（図1-2）。また、家族類型別世帯数を見ても、杭瀬地区は市全体よりも、単独高齢世帯の比率が高いといった特徴がうかがえる（図1-3）。近年はこうした状況に加えて、商店街や市場内の店舗の減少（空き店舗の増加）や、その内部又は周辺において店舗が住宅や駐車場などへ転用される動きが顕著となっている。

表1-1 杭瀬地区の人口・世帯数の変化
(H22⇒H27 国勢調査)

【人口】	杭瀬(地区20-29)	全市
H22人口	19,391人	453,748人
H27人口	18,681人	452,563人
変化(人)	▲710人	▲1,185人
変化率%	▲3.7%	▲0.3%
【世帯数】	杭瀬(地区20-29)	全市
H22世帯	9,256世帯	209,343世帯
H27世帯	8,920世帯	210,433世帯
変化(世帯)	▲336世帯	+1,090世帯
変化率%	▲3.6%	+0.5%

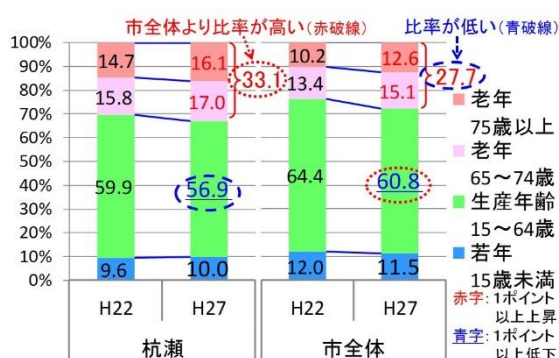


図1-2 年齢区分別人口（構成比率）
の変化

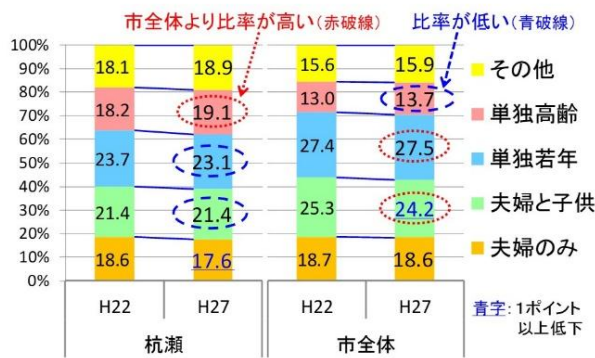


図1-3 家族類型別世帯数（構成比率）
の変化

(2) 開店までの経過

杭瀬地区は複数の商店街や市場が立ち並ぶ商業集積地であるが、各商店街や市場組織の垣根を越えて、商店街や市場を活性化して杭瀬地区全体を盛り上げていくために、2011年に杭瀬地区内の商業者の若手有志が中心となって「杭瀬アクションクラブ」が設立されている。杭瀬アクションクラブでは、月1回の頻度で勉強会を開催しており、この勉強会には杭瀬地区の小売市場や商店街の若手商業者のほか、尼崎信用金庫、尼崎市、尼

崎商工会議所、尼崎市立杭瀬小学校、尼崎市社会福祉協議会小田支部、尼崎地域産業活性化機構（以下「機構」という。）などのメンバーが参加している。また、杭瀬アクションクラブでは杭瀬地区全体にまたがる事業も実施しており、「みんなの杭瀬食堂」についても、2016年の末頃から翌年始めの勉強会で提案され、その後わずか3ヵ月足らずで開店までに至っている。当初は、杭瀬中市場の「市場食堂」で、地域の商業者が主体となって、無料又は低料金で児童に食事を提供することも食堂をできないかといったアイデアから検討が始まり、市内で先行して行われていたこども食堂の情報収集や、どうすれば事業を持続化できるかなどの議論を行い、最終的には地域の人たちみんなが集まれるコミュニティの場所として、名称を「みんなの杭瀬食堂」とし、杭瀬アクションクラブ主催で2017年4月から実施することが決定した。

(3) 実施概要

イ 名 称	「みんなの杭瀬食堂」
ロ 実施場所	市場食堂（尼崎市杭瀬本町1丁目19-2）
ハ 目 的	商店街や市場を中心とした地域連携の促進及び杭瀬地区の活性化
ニ 開店日時	2017年4～8月の毎月第2・4水曜日 全10回 午後4～7時（食事は午後5時30分から）
ホ メニュー	第2水曜日 カレー、第4水曜日 焼きそば
ヘ 料 金	児童（中学生まで）無料、大人300円（75歳以上は無料）
ト 主 催	杭瀬アクションクラブ
チ 協 賛	杭瀬小学校区学習センター運営委員会（活動詳細は後述）

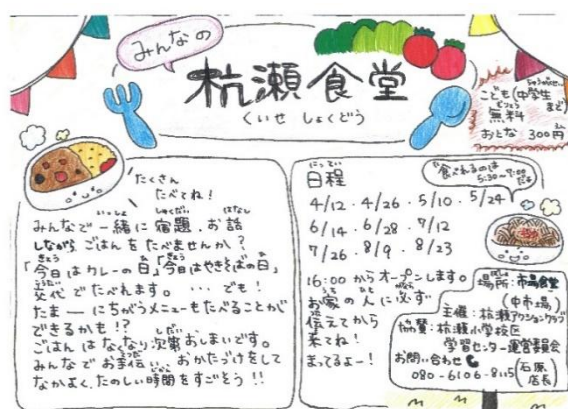


写真 1-1 児童用チラシ

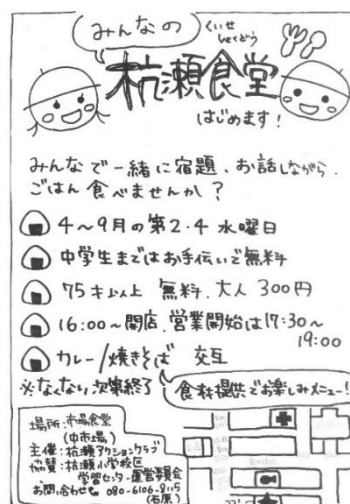


写真 1-2 大人用チラシ

2 実施結果について

(1) 運営体制と実施内容

「みんなの杭瀬食堂」は、地域の人たちみんなが集まれるコミュニティの場所として、食事以外にも宿題や読書、遊びなど、児童も大人もみんなで過ごせる食堂を目指して開店した。運営に当たっては、杭瀬アクションクラブのメンバー以外にボランティアスタッフを募り、加えて、児童にも後片付けや皿洗いなどのお手伝いを促すこととした。

各回の想定客数は50人であったが、食堂がある杭瀬中市場の通路が狭いことから、受付から配膳、片付けまでの流れや、ボランティアスタッフの役割分担を取り決め、受付でお客さんにきちんと食事を配膳できるよう、通し番号を記した引き替えカードを配付するなど、試行錯誤の中で運営手法を作り上げていった。また、「みんなの杭瀬食堂」のチラシのデザイン、印刷、配布から、受付簿の作成、保護者やボランティアスタッフへの文書配付なども、杭瀬アクションクラブのメンバーを中心に行った。さらに、衛生面や安全面を高めるために、ボランティアスタッフに対する指導やイベント保険への加入、児童のアレルギーの有無の確認などを実施した。



写真 1-3 食事の配膳を待つ児童



写真 1-4 空き店舗で勉強する児童

(2) 気づき

児童の来店者数については、2回目から100人を超える規模となり、当初に想定していた50人を大きく超える結果となった(表1-2)。児童からは次回を楽しみにする声が聞かれ、次回以降も続けて来店してくれる児童の数が増えてきたが、市場食堂の許容客数を超える来店により、市場内の空き店舗を借りて宿題や遊びスペースを設置するなどの対応を行った。児童は、食事の前後に、市場食堂や空き店舗のスペースで宿題をしたり、オセロやトランプで遊んだり、思い思いに過ごしていたが、中でも、年上の児童やボランティアスタッフが児童に宿題を教えたり、一緒に遊んだりするような交流もあり、一方で、市場内で走り回る児童にはボランティアスタッフなどが、「他のお客さんに迷惑

をかけないよ」「市場内は自転車の通行は禁止」など、商店街や市場のルールを教える一幕もあった。

また、後半にかけては、地域のお祭りやお盆休みなどと日程が重なり、来店者の落ち込みが見られたが、全体を通じて、空き店舗が目立つ小売市場に、児童やその保護者が溢れている様子は商業者にとっても印象的で、熱心に宿題をする児童の姿に、大人からは地域の「居場所」の重要性を再認識したといった意見が聞かれた。また、杭瀬地区以外からも多くの来店者があり、「杭瀬って良いですね」などの感想があった。

なお、収支については下表のとおりで（表 1-3）、大人の食事代金や募金等により運営費用をまかなうことができた。

表 1-2 来店者数

	4/12	4/26	5/10	5/24	6/14	6/28	7/12	7/26	8/9	8/23	合計
児童	68	135	120	116	122	118	86	59	42	20	886
大人※	25	25	26	33	31	26	18	19	23	29	255
合計	93	160	146	149	153	144	104	78	65	49	1,141

※ボランティアスタッフなどを含む

表 1-3 収支

収入	大人 300 円×129 人 ² +募金等 ³ 155,946 円=194,646 円
費用	材料費 97,240 円（1 食 90 円相当）+店舗利用料 30,000（1 回 3,000 円） +消耗品 1,995 円+イベント保険 3,360 円=132,595 円
収支	194,646 円-132,595 円=62,051 円

² ボランティアスタッフや 75 歳以上の人などを除く、食事をした人の数。

³ 来店者、杭瀬アクションクラブのメンバーや組織、杭瀬地区の事業所等からの募金や協賛金。その他、果物やかき氷など食材等の差入れもあり。

3 尼崎地域産業活性化機構の関りについて

機構では、杭瀬アクションクラブの申請に基づき、杭瀬地区の活性化やまちづくりに係る専門家の派遣を行っており（専門家派遣事業）、専門家が、「みんなの杭瀬食堂」の開店準備や開店後の振り返りなどを行う際に、論点の整理やアドバイスなどを行った。

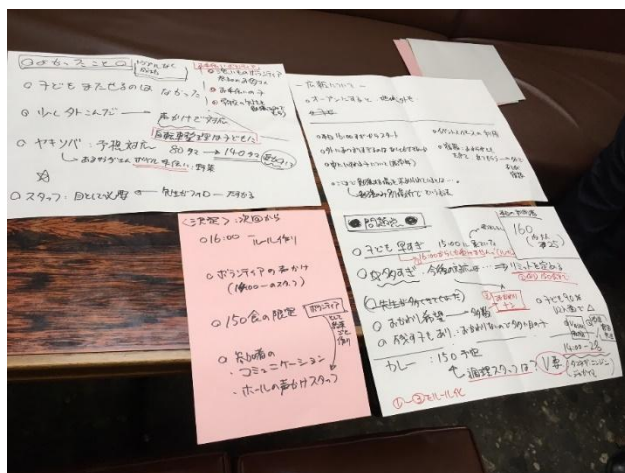


写真 1-5 振り返りのまとめ

また、「みんなの杭瀬食堂」に来店した児童の保護者の中には、「杭瀬に住んでいながら、今回初めて杭瀬中市場を訪れた」「市場食堂の場所が分からなかった」といった人も多数いた。そこで、杭瀬地区の商店街や市場にある個店の良さを再発見してもらおうと、杭瀬アクションクラブの協力のもと、機構や尼崎市役所などの有志が中心となり、杭瀬の住民や尼崎市民を対象にした「杭瀬つまみ食いつアー」を実施している（2017年7月～2018年3月で全5回実施）。



写真 1-6 杭瀬つまみ食いつアーチラシ



写真 1-7 杭瀬つまみ食いツアーの様子

4 地域学校協働活動について

杭瀬地区で実施した、「みんなの杭瀬食堂」の特徴は、尼崎市立杭瀬小学校との関係があげられる。現在、文部科学省では、地域と学校が連携・協働して、社会総がかりで児童の成長を支えるような「地域学校協働活動⁴」を推進している。杭瀬地区では、杭瀬小学校区学習センター会議（運営委員会）のもと、PTAや大学生などのボランティアを中心とした土曜日や夏休み期間の図書室開放（杭瀬小学校区学習センター運営委員会が主催）など多くの事業を実施しており、「みんなの杭瀬食堂」をはじめ地元の商店街や市場が主体となった取組もこの活動の一環として行われている。

また、杭瀬アクションクラブには、杭瀬小学校の学校支援活動コーディネーターが参加していることもあり、「みんなの杭瀬食堂」には杭瀬小学校の校長先生や教頭先生を始め、担任の先生も多く訪れ、地域と学校が連携・協働して事業を実施している。なお、杭瀬小学校におけるこうした地域学校協働活動が評価され、尼崎市の学校支援活動コーディネートモデル事業が2017年度の文部科学大臣表彰を受賞している。（杭瀬小学校と尼崎北小学校における取組が評価され受賞。）

⁴ 地域の高齢者、成人、学生、保護者、PTA、NPO、民間企業、団体・機関等の幅広い地域住民等の参画を得て、地域全体で子どもたちの学びや成長を支えるとともに、「学校を核とした地域づくり」を目指して、地域と学校が相互にパートナーとして連携・協働して行う様々な活動。

Ⅱ 「みんなの杭瀬食堂」におけるアンケート調査

阪南大学 経済学部 准教授 桜井 靖久

1 調査の概要

尼崎市内の杭瀬一番街商店街、杭瀬栄町 EAST 商店街、昭和ショッピングロード、杭瀬本町商店街、杭瀬中市場（以下、杭瀬商店街・市場）及び、「みんなの杭瀬食堂」において、阪南大学経済学部の学生によるアンケート調査を行った。アンケートは、杭瀬商店街・市場の個店、杭瀬商店街・市場の通行者、「みんなの杭瀬食堂」の利用者の3者に対して行った。それぞれの詳細については以下の通りである。

① 杭瀬商店街・市場の個店への調査（以下、個店アンケート）

調査内容：個店の経営状況、「みんなの杭瀬食堂」と商店街活動の意識調査。

調査対象：杭瀬一番街商店街、杭瀬栄町 EAST 商店街、昭和ショッピングロード、杭瀬本町商店街、杭瀬中市場にある個店。

調査方法：事前に調査票を各個店に配布し、調査日に学生が店舗を訪問して調査票を回収した。その際に、受け取った回答を確認し、不明瞭な回答や間違いはその場でヒアリングにて訂正している。ただし、調査日に定休日であった個店については未回収である。

配布数：105

回答数：56（回収率：53.3%）

調査日：2017年8月9日（水）

② 杭瀬商店街・市場内、及び周辺道路の通行者への調査（以下、通行者アンケート）

調査内容：杭瀬商店街・市場、一般的な商店街についての意識調査。

調査対象：杭瀬商店街・市場内を通行している人。

調査方法：学生が、杭瀬商店街・市場の複数箇所にて通行者に対して街頭アンケートを行った。調査員は、通行者にヒアリングしながら、調査員が調査票に記入した。

回答数：86

調査日：2017年8月9日（水）

③ 「みんなの杭瀬食堂」を利用した児童に対するアンケート（以下、利用者アンケート）

調査内容：「みんなの杭瀬食堂」についての意識調査。

調査対象：「みんなの杭瀬食堂」を利用した児童（小学生以下）。

調査方法：学生が、「みんなの杭瀬食堂」に来店した児童に対して、ヒアリングしながら調査票に記入した。

回答数：39

調査日時：2017年8月9日（水）16時～18時

2 個店アンケートの結果

(1) 個店の属性

杭瀬商店街・市場の各個店の属性を見ると、業種構成（図 2-1）は、「小売り」が最も多く 70.4%、次いで「サービス」が 13%、「飲食」が 11.1%、「その他」が 5.6%となっている。営業年数（図 2-2）は、「50 年以上」が 38.8%と最も多く、「40 年以上」も 16.3%と半数以上の店舗が長く営業を続けていることが分かる。また、「正規」の従業員を雇用している個店（図 2-3）は、28.9%である。ただし、従業員の雇用人数（図 2-4）は、「1 人」が 42.1%、「5 人以内」が 26.9%とほとんどが小規模となっている。経営者の年齢（図 2-5）は、「70 歳以上」が 33.9%と最も高く、以下、「70 歳未満」、「60 歳未満」と年齢が下がるにつれて減少しており、50 歳以上が 80%以上と高齢化が進んでいる。そうした一方で、後継者がいる個店（図 2-6）は 24%と少なく、ほとんどの個店で後継者が決まっていない状況である。

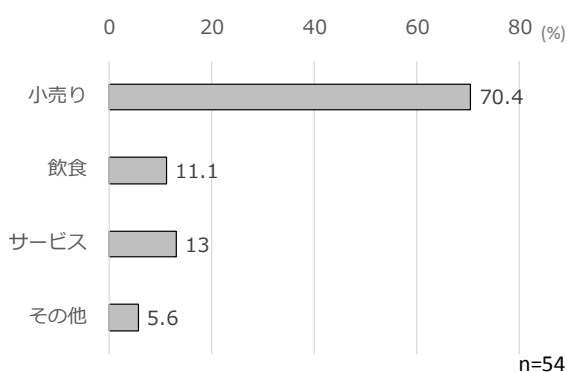


図 2-1 個店の業種構成 (SA)

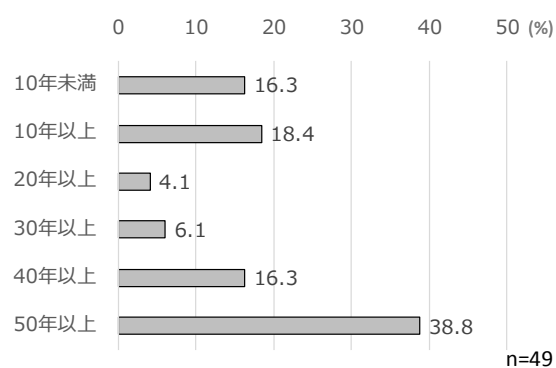


図 2-2 個店の営業年数 (SA)

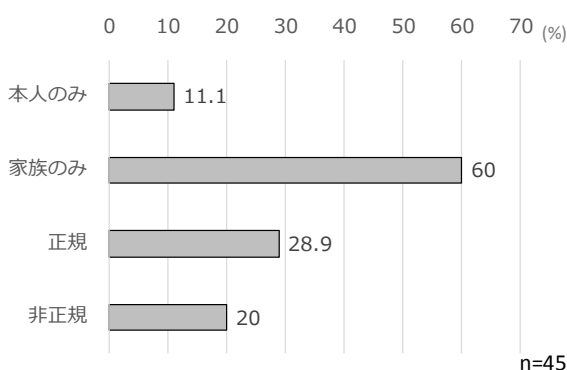


図 2-3 個店における従業員の雇用状況 (MA)

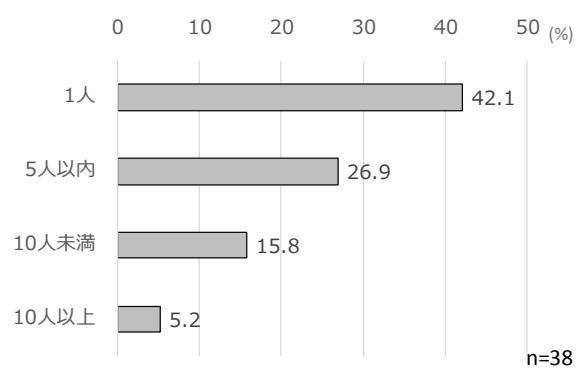


図 2-4 個店における従業員の雇用人数 (SA)

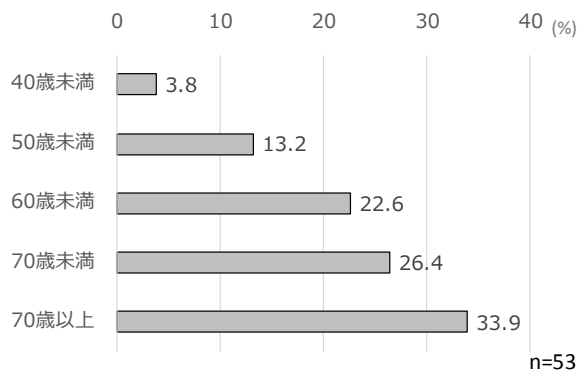


図 2-5 経営者の年齢 (SA)

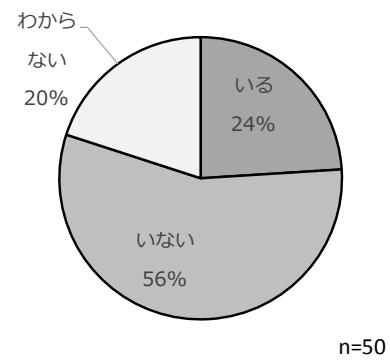


図 2-6 後継者の有無 (SA)

(2) 個店の経営状況

前年同月と比べた経営状況は (図 2-7~2-10)、売上高、客単価、客数、利益とも半数以上が減少している。増加している個店はわずかであることがわかる。一方で、尼崎市の小売業全体との比較 (図 2-11) を見ると、杭瀬商店街・市場の経営状況はよくない。

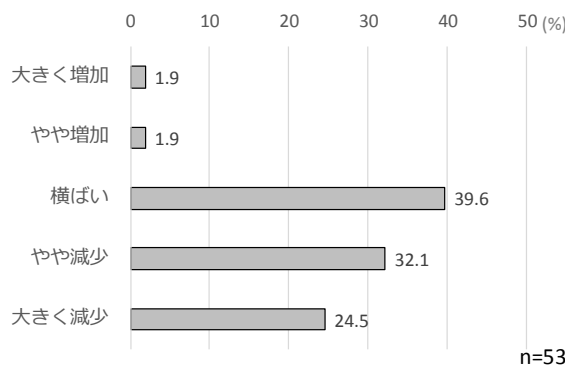


図 2-7 前年同月と比べた売上高

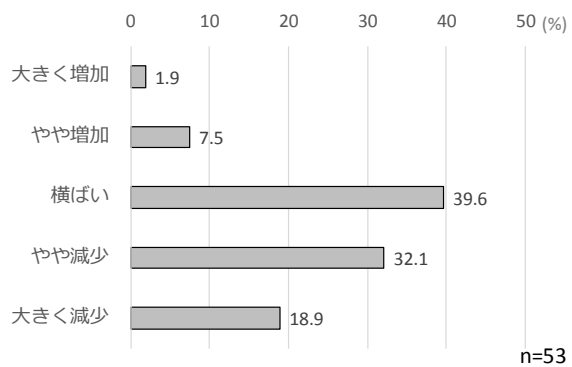


図 2-8 前年同月と比べた客単価

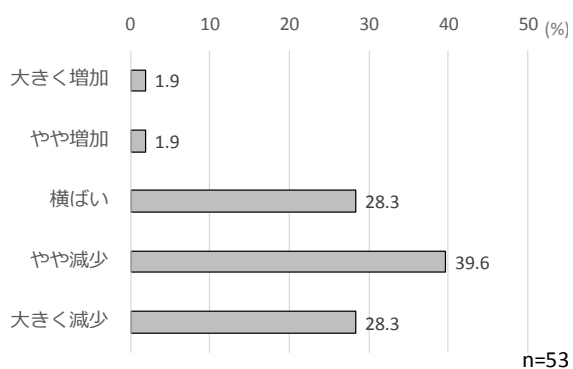


図 2-9 前年同月と比べた客数

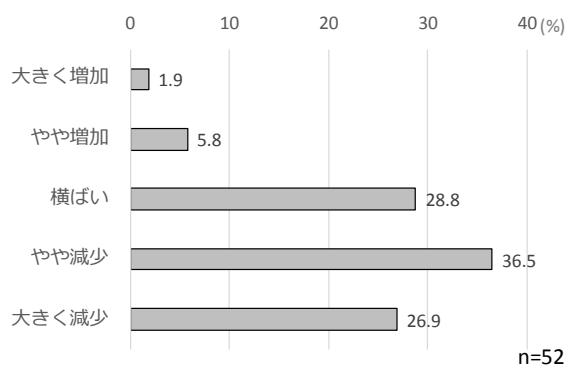


図 2-10 前年同月と比べた利益

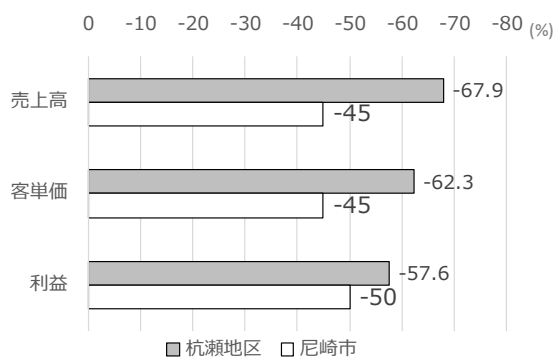


図 2-11 杭瀬地区と尼崎市との DI の比較

※尼崎市の数値は、尼崎市（2017 年）「尼崎市事業所景況調査【2017（平成 29）年 7-9 月期】」を参照。

※DI とは景気動向指数（ディフュージョン・インデックス Diffusion Index）の略で、「増加」と回答し個店の比率から「減少」と回答した個店の比率を差し引いたものである。本調査結果、尼崎市ともマイナス値であり、「売上高」、「客単価」、「利益」とも減少したと回答した個店が多かったことがわかる。

(3) 「みんなの杭瀬食堂」についての意識

杭瀬商店街・市場の各個店の経営者の「みんなの杭瀬食堂」に対する意識は以下の通りである。「みんなの杭瀬食堂」に対する認知度（図 2-12）は、67%の人が「知っている」と答えている。しかし、杭瀬商店街・市場全体への影響（図 2-13）が「ある」と答えた割合は 24%しかない。また、自店への影響（図 2-14）を尋ねたところ、「ある」と答えた割合はわずか 8%しかなかった。

また、今後の「みんなの杭瀬食堂」の継続に対する質問（図 2-15）については、「辞めるべき」との答えはなく、44%が「続けて欲しい」とし、56%は「どちらでもよい」と答えている。開催頻度（図 2-16）については、月 1 回ペースの「今がちょうどよい」とする回答が 84%と最も多くなっている。また、「みんなの杭瀬食堂」への協力（図 2-17）については、14%が「できる」と回答している（現状も協力している場合も含む）が、それ以外は「できない」という結果になった。

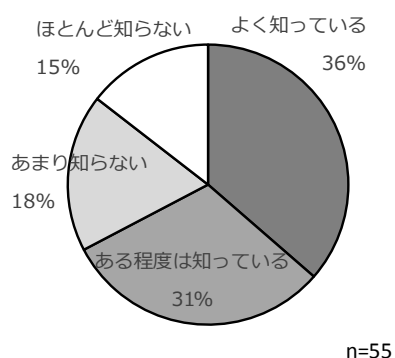


図 2-12 「みんなの杭瀬食堂」に対する認知度 (SA)

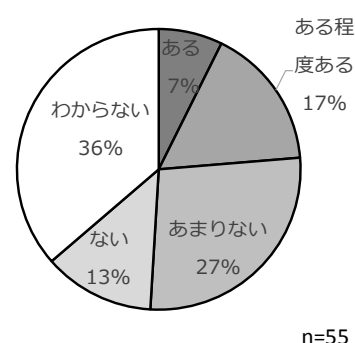


図 2-13 「みんなの杭瀬食堂」の商店街への影響 (SA)

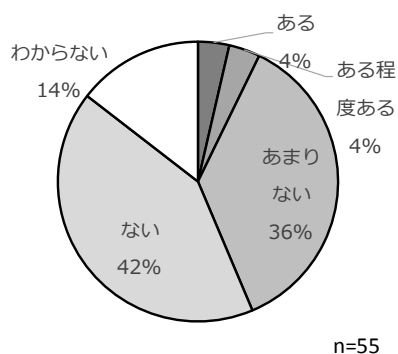


図 2-14 「みんなの杭瀬食堂」の自店への影響 (SA)

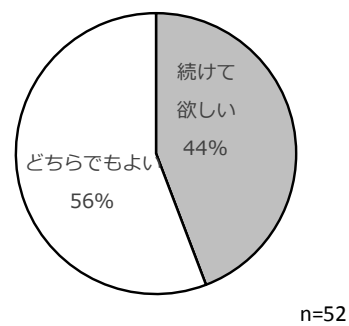


図 2-15 「みんなの杭瀬食堂」の継続 (SA)

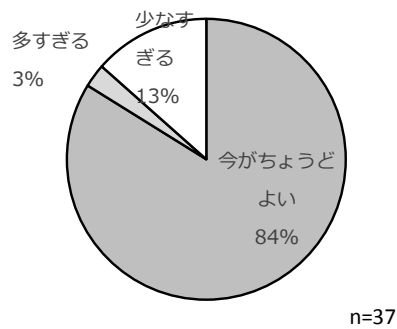


図 2-16 「みんなの杭瀬食堂」の開催頻度 (SA)

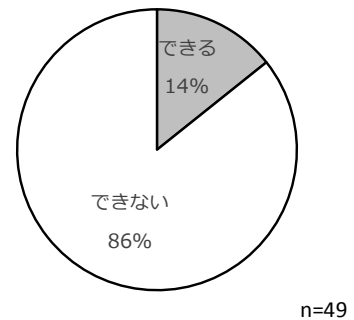


図 2-17 「みんなの杭瀬食堂」への参加協力 (SA)

(4) 商店街活性化に関する意識

各個店における商店街活動の満足度 (図 2-18) は、「満足」と「やや満足」と合わせて 33%となっており、「やや不満」、「不満」と合わせた 38%の方が高くなっている。また、参加頻度 (図 2-19) の回答では、「いつも参加している」、「時々参加している」を合わせると 60%と半数以上が協力しているが、40%が参加には消極的であった。

また、望んでいる具体的な商店街活動に対する意見 (自由記述) では、お祭りやコンサートなどの人が集まるイベントの開催が 8 件と最も多かった。それ以外の意見としては、若い人が注目したり、店を開いたりするような活動や、駐車場の整備、明確な目標などがあつた。

商店街の活性化に対する意見 (自由記述) では、若い人の意見を聞く、若い人に店を開いてもらう、など若い人が商店街へ参入する意見が、6 件と最も多かった。一方で、高齢者サービスの拡充、情報発信、杭瀬商店街・市場全体での協力関係の構築などもあつた。

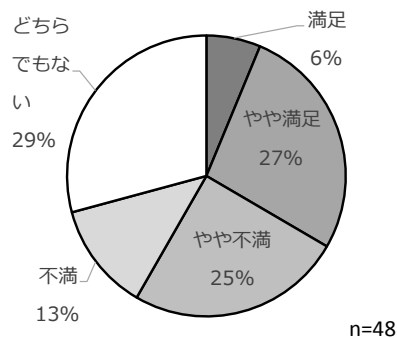


図 2-18 商店街活動の満足度 (SA)

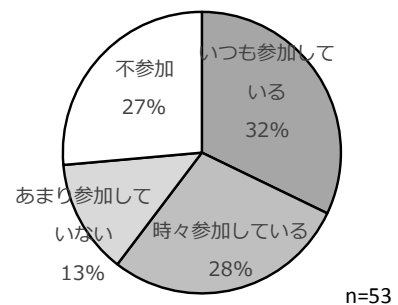


図 2-19 商店街活動への参加頻度 (SA)

3 通行者アンケートの結果

(1) 属性

杭瀬商店街・市場内やその周辺の通行者の属性を見ると、性別は（図 3-1）「女性」が 70.2%で圧倒的であるが、その理由としては平日の昼間の調査であったことが考えられる。また、通行者の居住地（図 3-2）は、「近隣」が最も多く 62.6%であるが、近隣以外は「市内」の居住者より「市外」の居住者の通行が多かった。次に年齢（図 3-3）を見ると、60 歳代以上が合わせて 68.9%と高齢者の通行が多い傾向にある。また、夏休み中ということもあり、「20 歳未満」の未成年の割合が他の若い年齢層と比べて高くなっている。中学生までの子どもを持つ人の割合（図 3-4）は、「いる」が 25.3%と 4 人に一人の割合である。通行の理由（図 3-5）は、「商店街での買い物」が 62%と半数以上であるが、38%はそれ以外の理由である。通行の理由の「その他」では、通院や遊びに行く途中などの意見もあった。

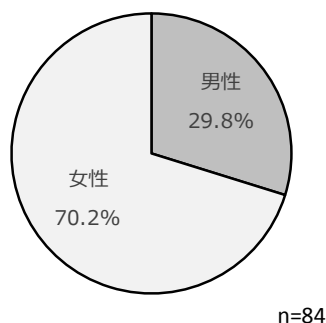


図 3-1 通行者の性別 (SA)

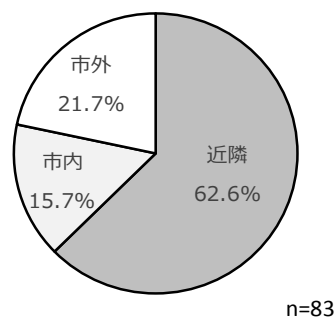


図 3-2 通行者の居住地 (SA)

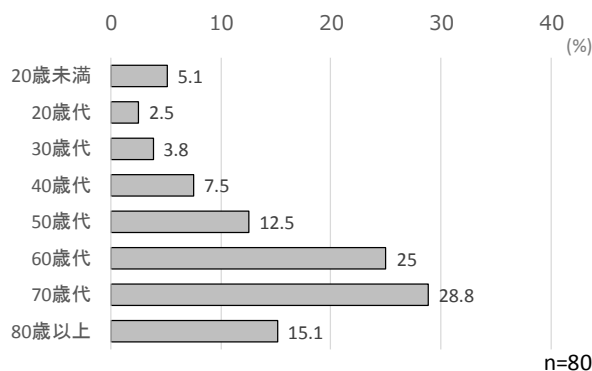


図 3-3 通行者の年齢 (SA)

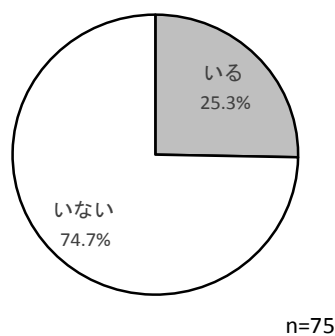


図 3-4 中学生までの子どもの有無 (SA)

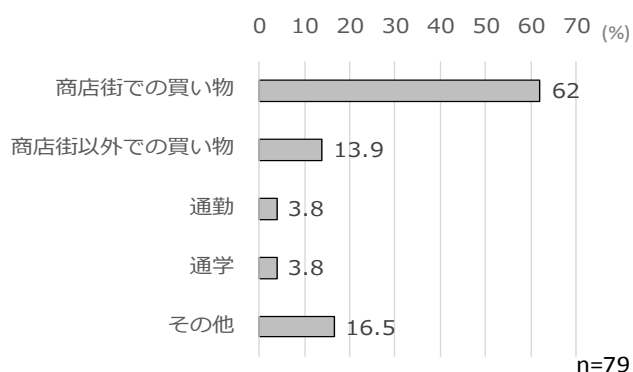


図 3-5 通行の理由 (SA)

(2) こども食堂に対する意識

通行者には、一般的なこども食堂に対する認知度 (図 3-6) を聞くと、47.5%が「知っている」と答えており、認知度としては高くない。また、こども食堂を知っている通行者に、杭瀬商店街・市場で開催されている「みんなの杭瀬食堂」についての認知度 (図 3-7) を聞くと「知っている」が 54.3%で、全体の通行者の中では 25.8%に「みんなの杭瀬食堂」が認知されている結果となった。

また、こうしたこども食堂のような児童の貧困に対する支援について、望ましい主体 (図 3-8) についての意識では、「自治体」が 54.9%と最も高く半数以上を占めているが、「必要ない (親)」という意見も 11.3%もあった。

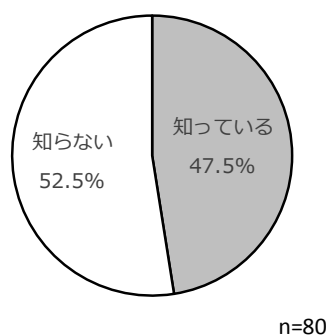


図 3-6 こども食堂の認知度 (SA)

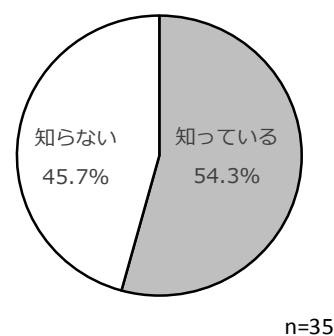


図 3-7 「みんなの杭瀬食堂」の認知度 (SA)

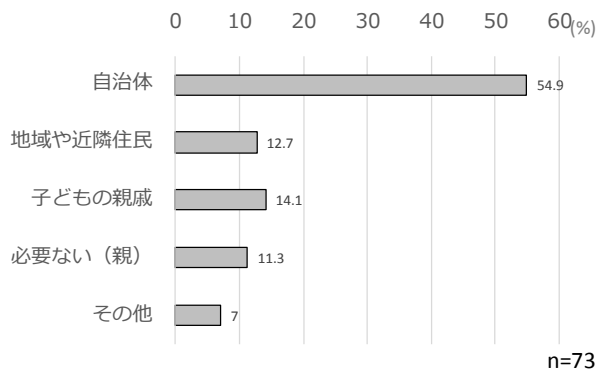


図 3-8 児童の貧困に対する望ましい支援主体 (SA)

(3) 杭瀬商店街・市場に関する調査結果

通行者の商店街での買い物経験 (図 3-9) は、「ある」が 83.3%と高い傾向がある。最もよく買う物 (図 3-10) の回答では、「食料品」が 64%と最も多く、次いで「日用品」が 26%とこの二つで 90%を占めている。また、普段の買い物場所 (図 3-11) では、「スーパー」と「商店街・市場」がそれぞれ 50%を超えており、ほとんどの人がこのどちらかで購入している。

商店街・市場を使ううえでのメリット (図 3-12) は、「価格が安い」、「品質がよい」、「接客がよい」、「店員と顔見知り」と答えた人の割合が高く、これらの点が評価されている。一方で、デメリット (図 3-13) については、「店が少ない」、「品揃えが悪い」といった項目を選んだ人が多く、これらが商店街・市場の弱点として評価されている。一方で、メリットとデメリットの差 (図 3-14) を見ると、「営業時間」についての不満も高いことがわかる。図 3-13 では否定的な評価である「買い物をしたいときに開いていない」という意見は 14.1%であったが、肯定的な評価である「買い物をしたいときに開いている」の意見が 2.9%と少ないため、-11.2 とその差が大きくなっている。

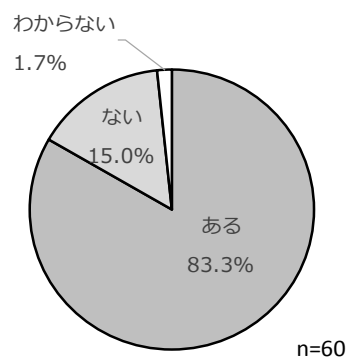


図 3-9 杭瀬商店街・市場での
買い物経験 (SA)

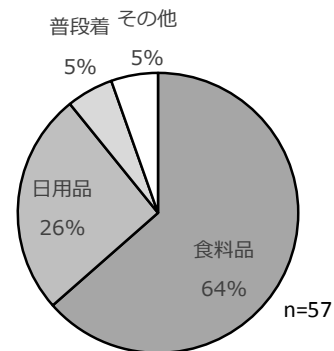


図 3-10 杭瀬商店街・市場で
最もよく買う物 (SA)

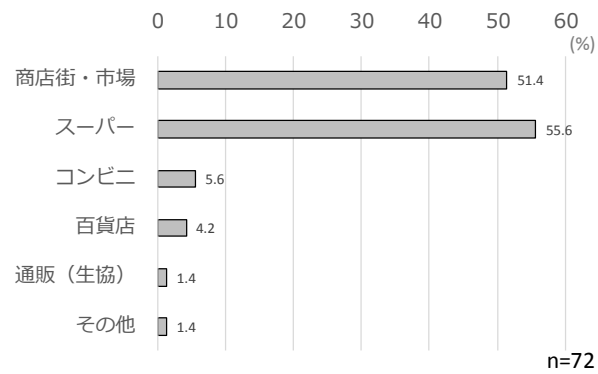


図 3-11 普段の買い物場所 (MA)

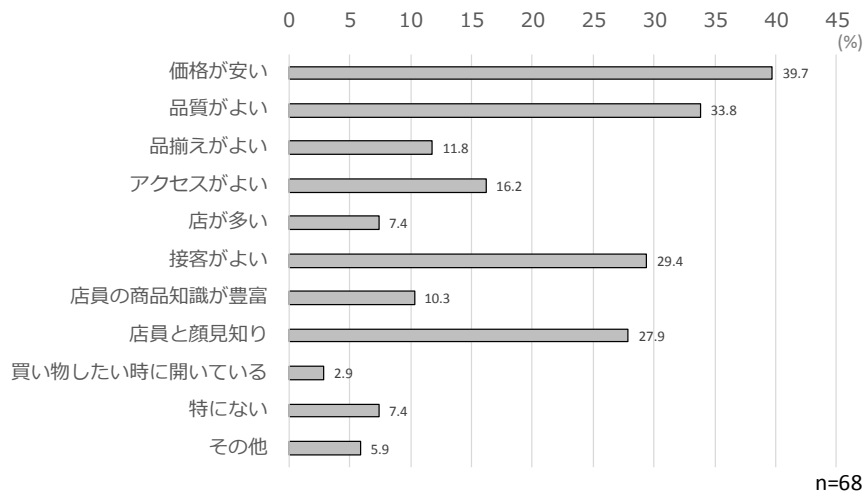


図 3-12 商店街・市場のメリット (MA)

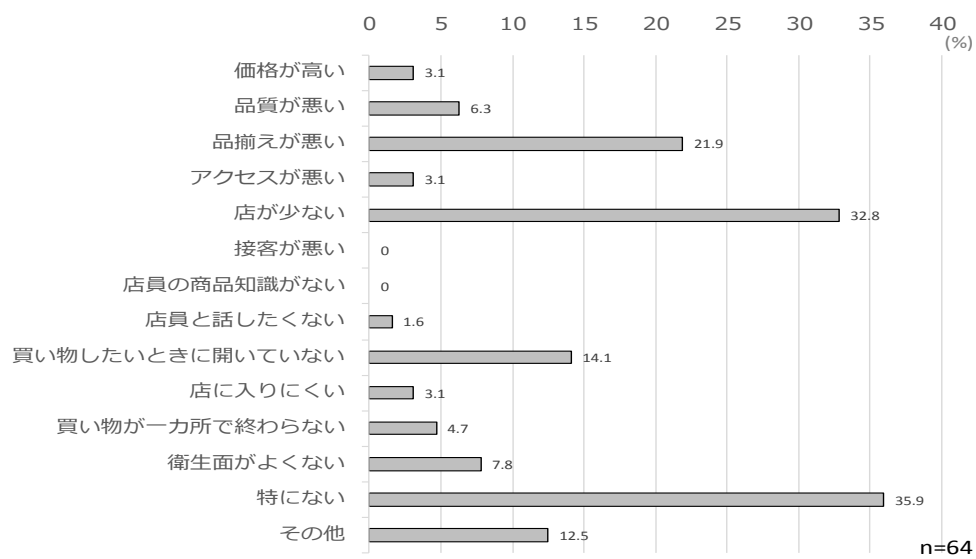


図 3-13 商店街・市場のデメリット (MA)

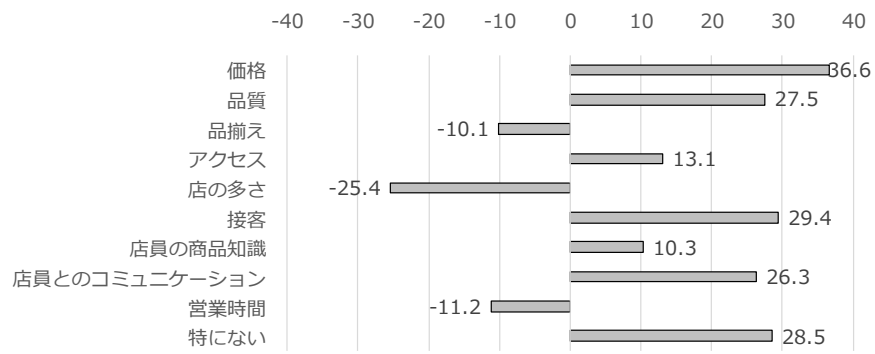


図 3-14 商店街・市場のメリットとデメリットの差 (MA)

4 利用者アンケートの結果

(1) 属性

「みんなの杭瀬食堂」の利用者である小学生以下の児童の属性を見ると、性別(図4-1)では「男」が28%、「女」が72%と圧倒的に女兒が多くなっている。学年(図4-2)では、「3年生」が最も多いが、全体的に高学年が多くなっている。きょうだい(図4-3)は92%が「いる」と答えている。また、利用回数(図4-4)では、「8回以上」とほぼすべてに参加している児童と、半数以下の児童の二つに分かれている。朝食の頻度(図4-5)では、「全く食べない」児童は1名とほとんどの児童は朝食をきちんととっている。普段一緒に食事する相手(図4-6)では、「きょうだいだけ」が15%、「一人で」が8%と、4人に1人が家族と食事を取っていないことがわかった。放課後の過ごし方(図4-7)では、「友人と遊ぶ」が25件と最も多い。携帯電話の保有(図4-8)では、「スマホ」が28%、「ガラケー」は36%と合計して64%の児童がなんらかの携帯電話を持っていることがわかった。最後に、夕食の好きなメニュー(図4-9)について自由記述で聞いたところ、「ハンバーグ」、「オムライス」の2つが20%を超えて支持されており、「ステーキ・焼肉等」の肉料理、「果物」、「寿司」、「デザート・菓子類」も比較的高い評価を得ている。

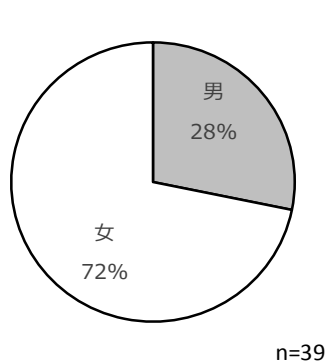


図4-1 性別 (SA)

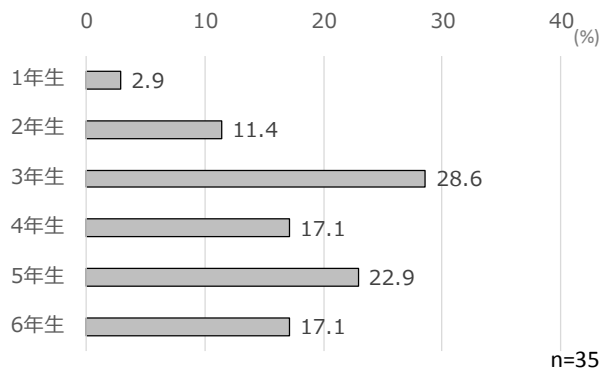


図4-2 学年 (SA)

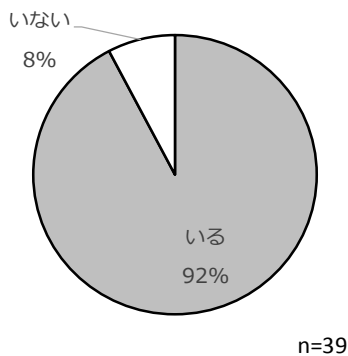


図4-3 きょうだいの有無 (SA)

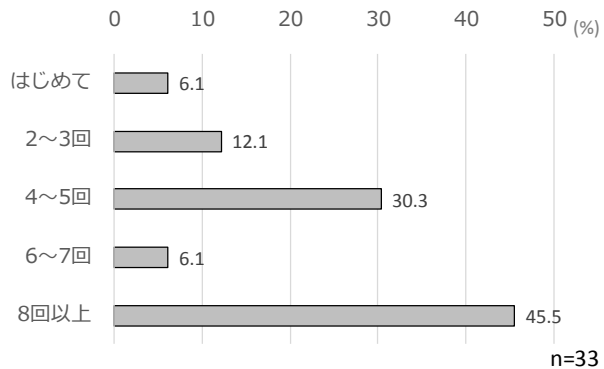


図4-4 「みんなの杭瀬食堂」の参加回数 (SA)

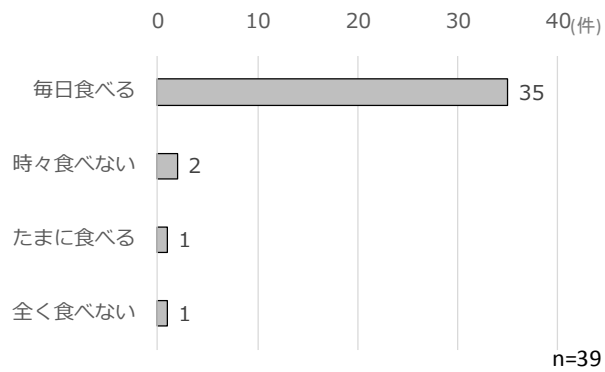


図 4-5 朝食の頻度 (SA)

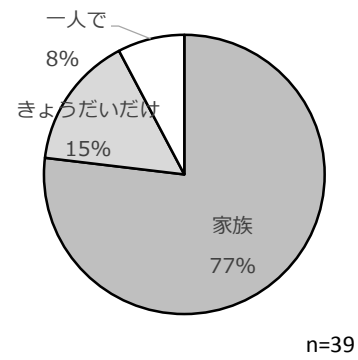


図 4-6 普段一緒に食事する相手 (SA)

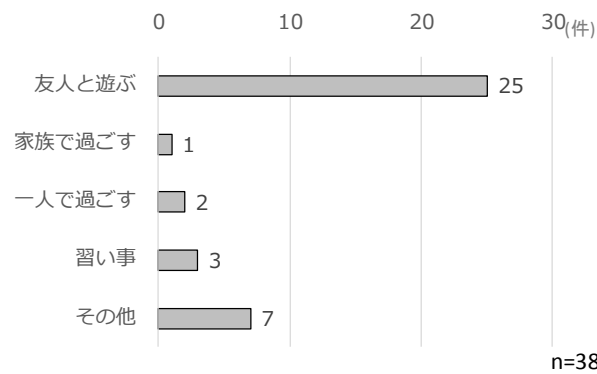


図 4-7 普段の放課後の過ごし方 (SA)

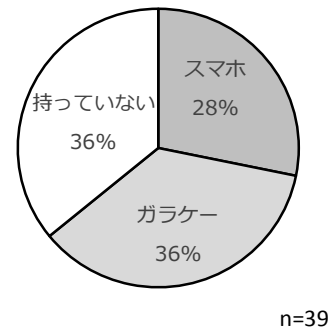


図 4-8 携帯電話の保有 (SA)

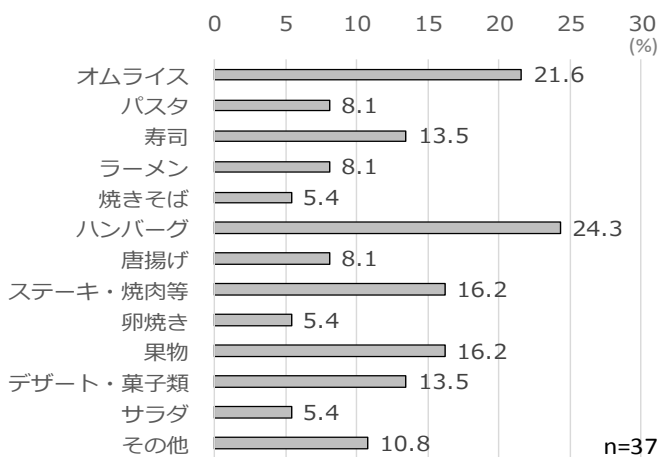


図 4-9 夕食の好きなメニュー (MA)

(2) 「みんなの杭瀬食堂」に関する意識

利用者の「みんなの杭瀬食堂」の評価（図 4-10）では、悪い評価を回答した児童はならず、87%が「とてもよい」と評価している⁵。また、食堂に対する希望（図 4-11）では、「デザートが欲しい」との意見が過半数を超えており、「お代わりがしたい」や「メニューを増やして欲しい」が続いて、この3つの意見が多くを占めている。有料での利用（図 4-12）については、「絶対来ない」と「多分来ない」を合わせると50%となっており、半数が否定的な意見を述べている。一方で、開催日が変更した場合の利用（図 4-13）では、「絶対に来る」と「多分来る」とを合わせると53%と過半数を超えているが、「絶対来ない」という強い否定意見が32%と有料よりも高い比率となっている。一方で、「みんなの杭瀬食堂」の手伝い（図 4-14）については76%が「したい」と肯定的である。

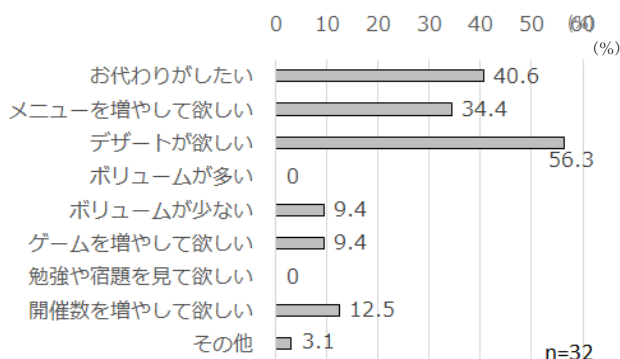
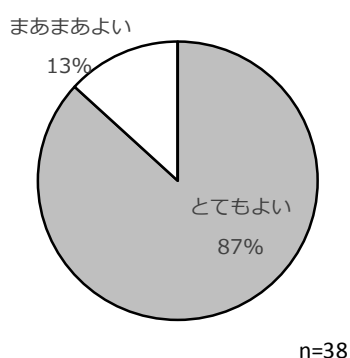


図 4-10 「みんなの杭瀬食堂」の評価

図 4-11 食堂に対する希望 (MA)

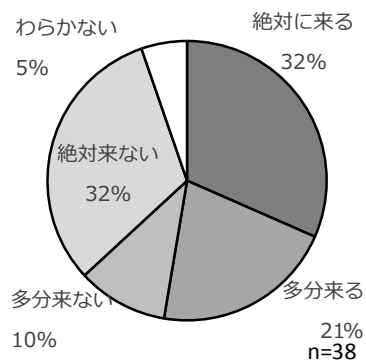
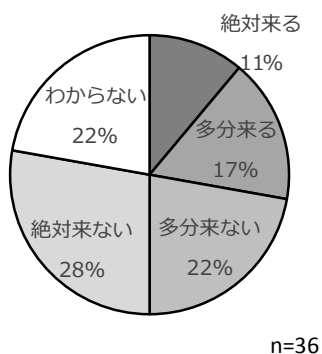
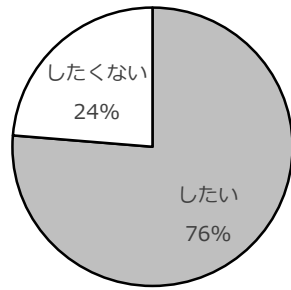


図 4-12 有料 (100 円) での利用

図 4-13 開催日が変更した場合の利用

⁵ 調査実施日は夏休み期間中であり、来店者数 (42 人) は夏休み前 7 回の平均 (109 人) と比べて大きく落ち込んだ。この来店者数の減少と「みんなの杭瀬食堂」の評価との関係は別の機会に検証したい。

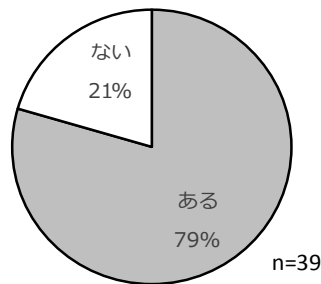


n=38

図 4-14 「みんなの杭瀬食堂」の手伝い

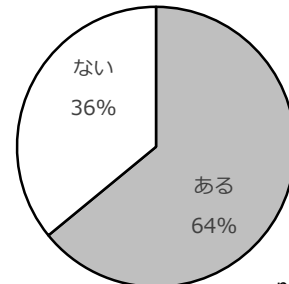
(3) 杭瀬商店街・市場の利用実態について

「みんなの杭瀬食堂」を利用した児童の商店街の利用実態を見ると、保護者と商店街・市場での買い物（図 4-15）は「ある」が 79%、（児童の）商店街・市場での買い物（図 4-16）は「ある」が 64%となっている。保護者との買い物で購入したもの（図 4-17）は、自由記述として尋ねたが、「ご飯の材料」が 80.8%とほとんどを占めている。また、同じく自由記述で商店街・市場に対して抱くイメージ（図 4-18）を尋ねたところ、「楽しい」や「にぎやか」、「優しい人が多い」など肯定的な意見が多い。



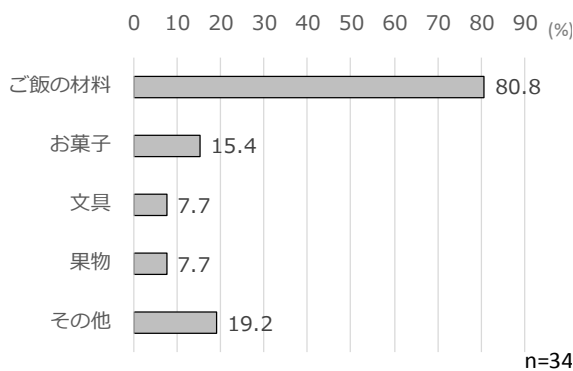
n=39

図 4-15 保護者と商店街・市場での買い物



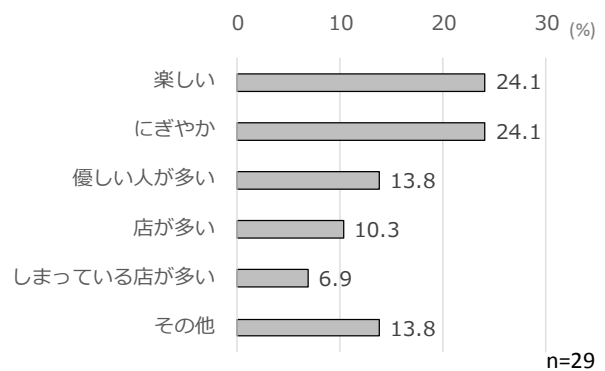
n=39

図 4-16 商店街・市場での買い物



n=34

図 4-17 保護者との買い物で購入したもの



n=29

図 4-18 商店街・市場に対して抱くイメージ

5 アンケート結果の分析

(1) 杭瀬商店街・市場の各個店の経営状況との関係

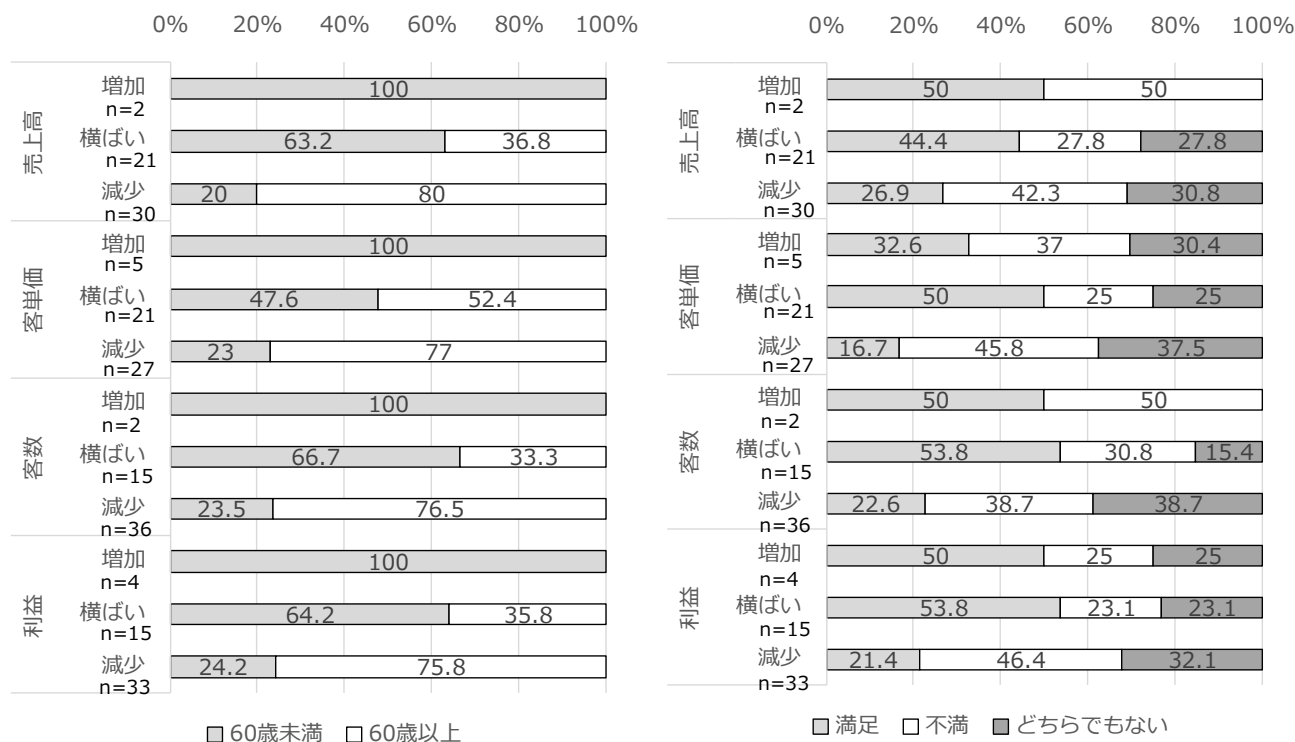


図 5-1 経営者の年齢による経営状況の関係 図 5-2 商店街活動の満足度と経営状況の関係

杭瀬商店街・市場のアンケート結果から、経営者の年齢による経営状況の関係(図 5-1)について 60 歳未満と以上との比較を見ると、「売上高」、「客単価」、「客数」、「利益」の全ての項目において 60 歳以上の方が数値は悪くなっている。このことは、杭瀬商店街・市場に限らず、経営者が若いほど収益率が高くなる傾向があることは昔からよく言われてきた。例えば、『2016 年度版中小企業白書』でも、中小企業の稼ぐ力と経営者の年代との関係性を指摘している⁶。

一方で、商店街活動の満足度と経営状況の関係(図 5-2)を見ると、「増加」と「横ばい」には概ね違いはみられなかったが、「減少」の個店は「不満」を抱いている傾向が高いことがわかった。これは、経営状況がよくないので商店街活動に不満をもっているのか、不満を持っているから経営状況が悪いのかという因果関係は不明である。しかし、商店街活動の満足度が、商店街個店の経営状況のバロメーターの 1 つになっている。

⁶ 中小企業庁(2016年)『中小企業白書(2016年版)』、408~409 ページ。この要因としては、若い経営者は、外部の市場環境の変化に適応し組織を変化させることに積極的で、投資に意欲的であるというリスクテイキングの傾向をあげている(410~424 ページ)。

(2) 「みんなの杭瀬食堂」の利用と商店街の利用の関係

商店街での買い物経験と児童の「みんなの杭瀬食堂」参加回数との関係（図 5-3）を見ると、「個人で」の買い物経験に関して有意な差は見られないが、「保護者と」の買い物経験に関しては、「みんなの杭瀬食堂」に「8 回以上」参加した児童の方が保護者との買い物経験が多い結果となっている。

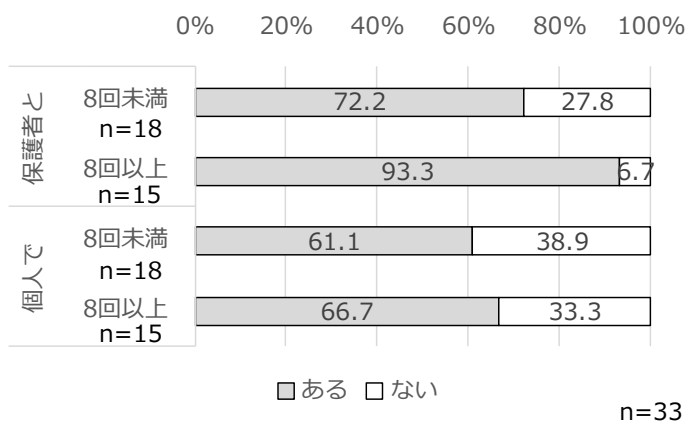


図 5-3 商店街での買い物経験と「みんなの杭瀬食堂」参加回数との関係

(3) 通行者の普段の買い物場所と商店街・市場の評価との関係

次に、通行者アンケートで普段の買い物場所に「商店街」と答えた人と、「商店街以外」の人との間で、商店街のメリット・デメリットの評価がどのように変わるのか、その関係を見た。商店街・市場のメリット（表 5-1）では、普段の買い物場所に「商店街」を選んだ人が、「価格が安い」、「品揃えがよい」、「接客がよい」、「店員と顔見知り」の 4 項目で評価していることがわかる。ところが、商店街・市場のデメリット（表 5-2）を見ると、普段の買い物場所に「商店街」を選んだ人の方が、「店が少ない」や「買い物したいときに開いていない」という点をデメリットとして捉えている人の割合が高いことがわかった。価格や品質、店主の接客などを評価するが、もっと便利であったら、という要望が表れたものとみられよう。

一方で、普段の買い物場所が「商店街以外」の人が評価する商店街・市場のメリットについて特筆する結果は見られなかったが、デメリットでは「品質が悪い」や「品揃えが悪い」といった項目をあげる割合が高い。これは、商店街・市場での買い物経験の少なさが理由である可能性が高い。なぜなら、商店街・市場のメリットの関係において、「品質がよい」の項目に関しては、普段の買い物場所に商店街・市場を選んだ人もそうでなかった人もどちらも 3 割以上の人々が評価しているためである。

表 5-1 普段の買い物場所と商店街・市場のメリットの関係

	全体	普段の買い物場所	
		商店街	商店街以外
価格が安い	40.3	45.7	34.4
品質がよい	32.8	34.3	31.3
品揃えがよい	11.9	17.1	6.3
アクセスがよい	16.4	14.3	18.8
店が多い	7.5	5.7	9.4
接客がよい	29.9	37.1	21.9
店員の商品知識が豊富	10.4	11.4	9.4
店員と顔見知り	28.4	34.3	21.9
買い物したい時に開いている	3	2.9	3.1
特にない	7.5	5.7	9.4
その他	4.5	5.7	3.1

表 5-2 普段の買い物場所と商店街・市場のデメリットの関係

	全体	普段の買い物場所	
		商店街	商店街以外
価格が高い	3.2	2.9	3.4
品質が悪い	6.3	2.9	10.3
品揃えが悪い	22.2	14.7	31
アクセスが悪い	3.2	2.9	3.4
店が少ない	33.3	44.1	20.7
接客が悪い	0	0	0
店員の商品知識がない	0	0	0
店員と話したくない	1.6	0	3.4
買い物したいときに開いていない	12.7	17.6	6.9
店に入りにくい	3.2	5.9	0
買い物が一カ所で終わらない	4.8	2.9	6.9
衛生面がよくない	7.9	8.8	6.9
特にない	36.5	38.2	34.5
その他	12.7	8.8	17.2

6 まとめ

これまでのアンケート結果から以下のことを指摘することができる。まず、杭瀬商店街・市場の個店の経営状況は、店主の年齢が60歳以上であるよりも60歳未満である方がよかった。また、商店街活動の満足度が、商店街個店の経営状況のバロメーターの1つになっていることも見る事ができた。さらに、個店は、若い人が集まるような商店街活動を望んでいる(14ページ)といった結果も得られた。長期的な視点にたてば、「みんなの杭瀬食堂」に参加する児童が、いずれはそうした商店街活動を担う人材となる可能性を有しており、「みんなの杭瀬食堂」を通じて杭瀬商店街・市場に対する“なじみ”を作っておけば、杭瀬商店街・市場の活性化に繋がる事が期待できる。

一方で、商店街・市場の現状を見ると、短期的にも手立てが必要であることは、杭瀬地区に限らず全国的な課題となっている。そうした短期的な活性化の方策の手がかりについて、「みんなの杭瀬食堂」を踏まえて指摘したい。まず、杭瀬商店街・市場の保護者の利用が、児童の「みんなの杭瀬食堂」参加回数と関係している点である。おそらく、保護者の商店街へのコミットメントが高いことが、児童の「みんなの杭瀬食堂」の利用回数に繋がっている可能性が高い。つまり、保護者が、杭瀬商店街・市場で買い物したり、店員と顔馴染みだったり、商店街・市場のイベントに参加したりすることで、児童の商店街・市場への訪問が容易になっているということだろう。裏を返せば、単に児童の利用促進だけにとどまらず、児童が商店街・市場の魅力や特徴を知り、それらが保護者へと伝わることで、杭瀬商店街・市場が保護者の買い物場所の1つとなる事が期待できると言え、そのような観点から立案された方策が必要となるであろう。(「杭瀬つまみ食いツアー」もその1つ。)

「みんなの杭瀬食堂」が商店街活動の一環として行われている以上は、児童の貧困や孤食への対策として重要であることはもちろんであるが、杭瀬商店街・市場の活性化に繋がることが期待されている。これまでは、活性化に繋がるか、つまり商店街の売上貢献や利益の拡大に繋がるかどうかは明確ではなかった。それは、今回のアンケートの結果からも直接的に貢献しているとはいいがたい結果であった。しかし、長期的にみて、また、児童を通じての保護者へのアプローチがあれば、有益ともなりうるということの本結果は示唆している。

また、商店街・市場の社会的な意義として考えた場合、これまでのように日常生活に必要なものが買えるという社会インフラとしての役割は、大規模店舗や通信販売の発達によって小さくなってきている。その一方で、居住地の近辺に食料品店がなくなり、特に高齢者や障がい者などにとって、生鮮食品など食料の入手が困難となる「フードデザート問題」も現れてきた。そうした社会変化の中で、今回の杭瀬商店街・市場を舞台とした「みんなの杭瀬食堂」は、共助の場としての商店街の可能性を見出すことができた。こうした意味で、「みんなの杭瀬食堂」は、商店街・市場の社会的役割に関しての挑戦的な試みとしても大きな意味があるだろう。

Ⅲ 資料編

1 商店街・市場個店アンケート調査票

調査者名【 _____ 】 商店街・個店アンケート 調査時間【 ____ : ____ 】

I. 貴店についてお教え下さい。

- | | |
|---------------------------------|-------------------------|
| 1.業種 (①小売・②飲食・③サービス・④その他 _____) | 2.営業年数 (____ 年) |
| 3.従業員 (①本人のみ・②家族のみ・③正規・④非正規) | 4.雇用者数 (____ 人) |
| 5.経営者の年齢 (____ 歳代) | 6.後継者 (①いる・②いない・③わからない) |
| 7.お店の概要 (調査員記入) | |

II. 貴店における前年同月比 (4~7月) の経営状況をお教え下さい。

- | |
|----------------------------------------|
| 1.売上高 (①大きく増加・②やや増加・③横ばい・④やや減少・⑤大きく減少) |
| 2.客単価 (①大きく増加・②やや増加・③横ばい・④やや減少・⑤大きく減少) |
| 3.客数 (①大きく増加・②やや増加・③横ばい・④やや減少・⑤大きく減少) |
| 4.利益 (①大きく増加・②やや増加・③横ばい・④やや減少・⑤大きく減少) |

III. みんなの抗瀬食堂についてお教えください。

- | |
|--------------------------------------------------------------------|
| 1. 認知度 (①よく知っている・②ある程度は知っている・③あまり知らない・④ほとんど知らない) |
| 2. 商店街全体への影響は (①ある・②ある程度はある・③あまりない・④ない・⑤わからない) |
| 3. 自店への影響は (①ある・②ある程度はある・③あまりない・④ない・⑤わからない) |
| 4. みんなの抗瀬食堂の印象やイメージ・感想をお答えください。(自由記述) |
| 5. 食堂の継続 (①続けて欲しい・②続けて欲しくない・③どちらでもよい) |
| 6. 上記の理由 |
| 7. 開催場所は (①今の場所でもよい・②違う場所でもして欲しい) 例【 _____ 】 |
| 8. 開催頻度は (①今がちょうど良い・②多すぎる・③少なすぎる) 程度【 _____ 】 |
| 9. みんなの抗瀬食堂のお手伝いは可能でしょうか (①できる・②できない) |

IV. 商店街活性化の方策

- | |
|-----------------------------------------------|
| 1. 商店街活動の満足度は、(①満足・②やや満足・③やや不満・④不満・⑤どちらでもない) |
| 2. 商店街活動への参加は、(①いつも参加・②時々参加・③あまり参加していない・④不参加) |
| 3. 子ども食堂以外の商店街活動はどのようなものを望まれていますか。(自由記述) |
| 4. 商店街の活性化やまちづくりなどにご意見がありましたらお教えください。 |

阪南大学・尼崎地域産業活性化機構

2 通行者アンケート調査票

調査者名【 _____ 】	通行者アンケート	調査時間【 _____ : _____ 】
I. 属性		
1.性別（①男・②女）		
2.住所（①近隣（ _____ ）・②市内・③市外）		
3.年代（ _____ 歳代）		
4.中学生までの子どもの有無（①いる（ _____ 人）・②いない）		
5.通行の理由		
①商店街（市場）で買い物・②商店街以外での買い物・③通勤・④通学・⑤その他（ _____ ）		
II. こども食堂について		
1.「こども食堂」というものを知っていますか（①知っている・②知らない）		
2.（上記で①の場合）杭瀬中市場のみんなの杭瀬食堂を知っていますか（①知っている・②知らない）		
3.子どもの貧困や孤食のための支援は誰が行うべきだと思いますか（1つ）		
①自治体・②地域や近隣住民・③学校・④子どもの親戚・⑤必要ない（親）・⑥その他（ _____ ）		
III. 杭瀬商店街・杭瀬市場について		
杭瀬商店街（市場）で買い物したことがありますか（①ある・②ない・③わからない）		
<「①買い物したことがある」と答えた方のみ>		
商店街・市場でよく買う物は何ですか（①食料品・②日用品・③普段着・④その他（ _____ ））		
<全員に>		
1.普段の買い物はどこで行いますか		
（①商店街・市場・②スーパー・③コンビニ・④百貨店など・⑤通販（生協）・⑥その他（ _____ ））		
2.商店街・市場のメリットは何だと思いますか（3つ）		
①価格が安い・②品質がよい・③品揃えがよい・④アクセスが良い・⑤店が多い・⑥接客がよい		
⑦店員の商品知識が豊富・⑧店員と顔見知り・⑨買い物したい時に開いている・⑩特に無い		
⑪その他（ _____ ）		
3.商店街・市場の使い勝手が悪いところは何だと思いますか（3つ）		
①価格が高い・②品質が悪い・③品揃えが悪い・④アクセスが悪い・⑤店が少ない・⑥接客が悪い		
⑦店員の商品知識がない・⑧店員と話したくない・⑨買い物したい時に開いていない		
⑩店に入りにくい・⑪買い物が1カ所で終わらない・⑫衛生面が良くない・⑬特にない		
⑭その他（ _____ ）		
IV.商店街・市場で多くの人が買い物をするようになるためにはどうすれば良いと思いますか（自由記述）		
<div style="border: 1px solid black; height: 60px; width: 100%;"></div>		

3 「みんなの杭瀬食堂」利用者アンケート調査票

調査者名【 _____ 】 食堂利用者アンケート 調査時間【 ____ : ____ 】

I 属性

- 1.性別 (①男・②女)
- 2.学年 (①杭瀬小・② (_____) 小学校 _____ 年)
- 3.きょうだいの有無 (①有・②無)
- 4.杭瀬食堂の参加回数 (_____ 回)
- 5.朝食の頻度 (①毎日食べる・②時々食べない・③たまに食べる・④全く食べない)
- 6.食事時の相手 (①家族で・②きょうだいだけ・③一人で・④家族以外)
- 7.放課後の過ごし方 (①友人と遊ぶ・②家族で過ごす・③一人で過ごす・④習事・⑤その他)
- 8.携帯電話保有の有無 (①スマホ・②ガラケー・③持っていない)
- 9.晩ご飯に出たらうれしいメニューは何か (3つ以内)
(_____ , _____ , _____)

II みんなの杭瀬食堂 (以下食堂)

- 1.満足度 (①とてもよい・②まあまあよい・③あまりよくない・④よくない)
- 2.満足度の理由 (自由記述)
- 3.食堂に対する希望 (3つ以内)
 ①お代わりがしたい・②メニューを増やして欲しい・③デザートが欲しい・④ボリュームが多い
 ⑤ボリュームが少ない・⑥ゲームを増やして欲しい・⑦勉強や宿題を見て欲しい
 ⑧開催数を増やして欲しい・⑨その他 (下記スペース)
- 4.有料(例100円)での利用 (①絶対来る・②多分来る・③多分来ない・④絶対来ない・⑤わからない)
- 5.開催日の変更 (土日) (①絶対来る・②多分来る・③多分来ない・④絶対来ない・⑤わからない)
- 6.食堂のお手伝い (①したい・②したくない)
- 7.商店街・市場のイベントでやってもらいたいこと (3つ以内、例：ゲーム大会、お祭りなど)

III 商店街・市場 (以下商店街) について

- 1.商店街で保護者と一緒の買い物経験 (①ある・②ない・③わからない (覚えていない))
- 2.商店街での買い物経験 (①ある・②ない)
- 3.上記で①の場合、何を購入したか (自由記述)
- 4.商店街のイメージは (自由記述)