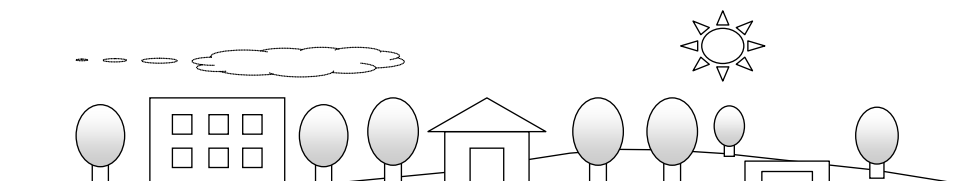


千里ニュータウン近隣センターのあり方について（案）

平成 24 年（2012 年）3 月

吹 田 市



■ はじめに

千里ニュータウンは、昭和37年(1962年)のまちびらきから半世紀が経過しようとしています。緑が育ち、人々が暮らしをいとなみ、様々な地域活動や市民活動が展開されるなど、まちとして大きく成長してきました。

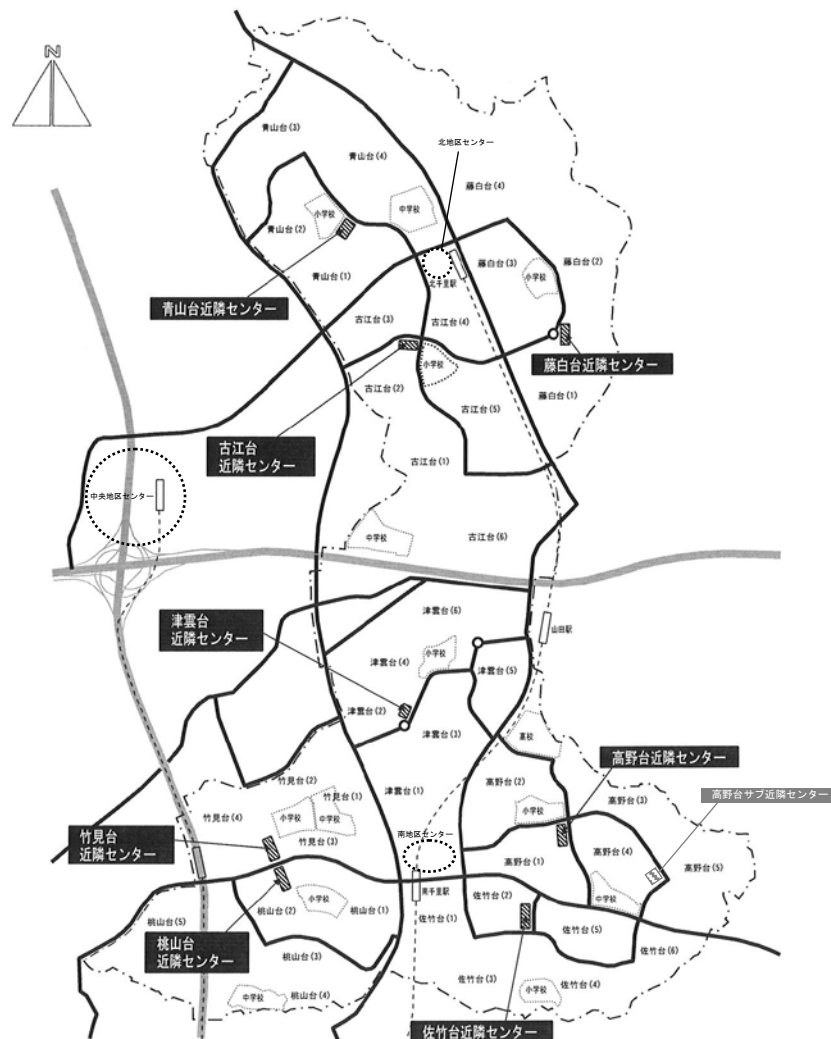
こうした中、近隣センターは、住区における身近な拠点として、住民などの暮らしを支えてきましたが、居住者のライフスタイルの多様化や社会状況の大きな変化などにより、近隣センターの商業環境は大きく変化し、店舗数の減少など商業の衰退が進んでいます。

その一方では、一部の建物の建替えなどが行われたり、空き店舗の活用として、デイサービス(通所介護)センターや託児所などが入居するなど徐々に変化している所も見られます。

本市は、このような動きや実態を把握するため、住民、権利者等へのアンケート・ヒアリング調査を行いました。

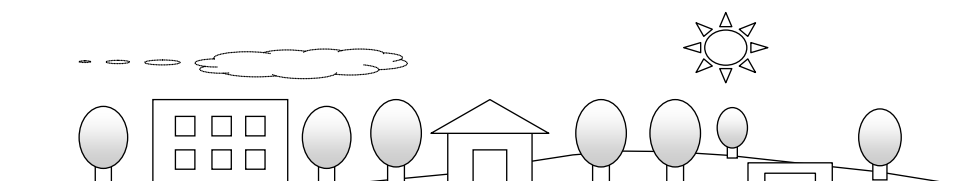
本案は、今後、近隣センター施設の利活用や再編などを含めた新たなにぎわいの創出に向け、地権者、事業者、利用者、行政等の各主体が、近隣センターの**活性化、再生**に取り組む際の検討材料(たたき台)として活用していただくため、とりまとめたものです。

＜各住区の近隣センターの位置図(主な道路、鉄道駅、学校等も示しています。)＞

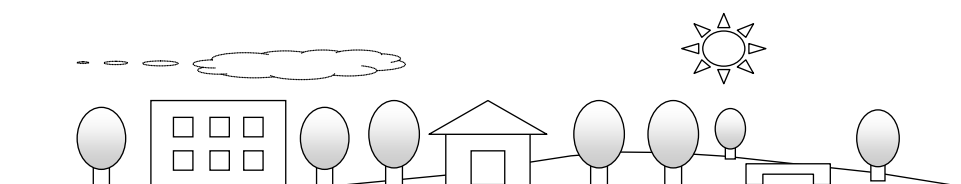


＜目次＞

I. 住民、近隣センター内の不動産所有者(権利者)事業者、専門家等の意向や意見	1
1. 住民の意向	2
2. 権利者の意向	17
3. 福祉、介護事業者の意見	29
4. スーパー、核テナント事業者の意見	30
5. 民間デベロッパーの意見	31
6. 専門家の意見	32
7. まとめ一覧表	34
II. 近隣センターが抱える課題の抽出	37
1. 店舗や施設、利用者に関する課題	38
2. 近隣センターの権利者等に関する課題	38
3. 建物等に関する課題	38
III. 近隣センターの必要性	39
1. 地区センターと近隣センターの考え方	40
2. 地区センターの経緯と位置付け	40
3. 近隣センターの現状と近隣住民への影響	41
4. 高齢化や新たな居住者への対応	41
5. 近隣センターの今後	41
IV. 近隣センターの新たな位置付け、担うべき役割	43
1. 新たな位置付け、役割	44
2. 近隣センターに求められる機能と仕組み	45
3. 店舗や施設部分の運営・管理	46
4. 建物整備の手法	47
V. 近隣センターの活性化、再生の進め方	51
近隣センターの再生の実現に向けての推進イメージ	53
VI. 近隣センターの活性化、再生への施策の方向性（行政の取組みイメージ）	55
VII. 近隣センターで展開する市の施策	59
近隣センターで展開する市の施策の一覧表（参考）	62
近隣センター再整備スケジュールの一例（参考）	63



I. 住民、近隣センター内の不動産所有者(権利者)事業者、専門家等の意向や意見



■ 住民、近隣センター内の不動産所有者(権利者)事業者、専門家等の意向や意見

<調査の目的>

「住民、権利者」「福祉・介護・生活支援サービス等事業者・民間デベロッパー・専門家*」の意向や意見を把握するため、アンケート・ヒアリング調査を行いました。

1. 住民の意向

<住民調査の概要>

①調査対象住民

佐竹台、高野台、古江台、津雲台、藤白台、青山台、桃山台、竹見台に住む中学生以上の住民(母集団：アンケート対象者)から無作為抽出した3,450人を対象とした。

②アンケート配布と回収

アンケートの配布：回収とも郵送方式で行った。

アンケート配布日：平成22年(2010年)8月12日(木)

回答票の投函期限：平成22年(2010年)8月25日(水)

母集団 A	配布数 B	抽出率 C=B/A	回収数 D	回収率 E=D/B
51,979	3,450	0.066	1,515	0.439

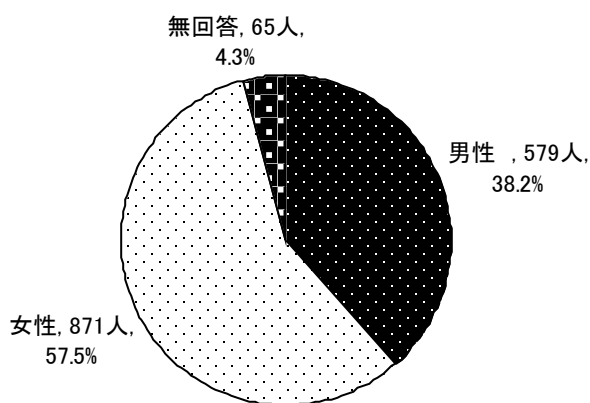
アンケート調査の主な内容

- 日常の買物をする場所等について
 - ・日常の買物をする場所
- 近隣センターの利用等について
 - ・近隣センターの利用頻度
 - ・近隣センターでよく利用する店舗・施設
 - ・近隣センターを利用する理由
 - ・利用する際の交通手段
 - ・近隣センターを利用しない理由
- 今後の近隣センターのあり方について
 - ・魅力を高める必要性
 - ・近隣センターの将来のあり方として充実すべきもの
 - ・住まい身近にあればよい店舗や施設

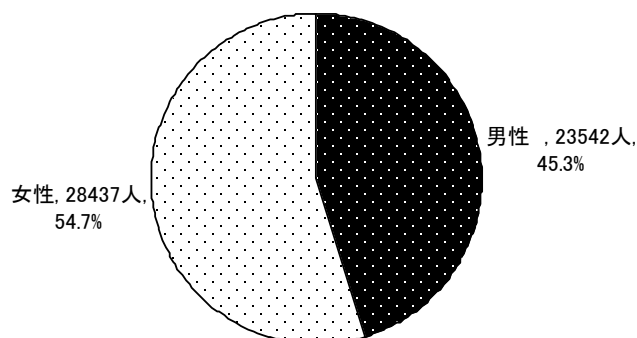
回答者の属性

1) 性別

回答者の男女比



(参考) アンケート対象者



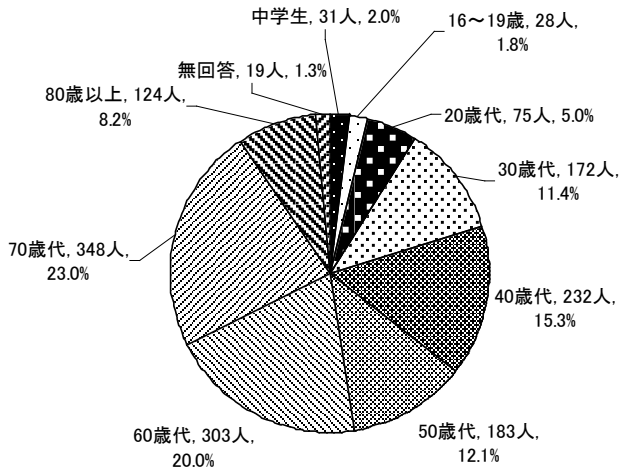
回答者性別	回答者数	アンケート対象者数	比率
男性	579人	23542人	2.5%
女性	871人	28437人	3.1%
全地区合計	1515人	51979人	2.9%

注) 平成22年7月31日現在の住民基本台帳による。

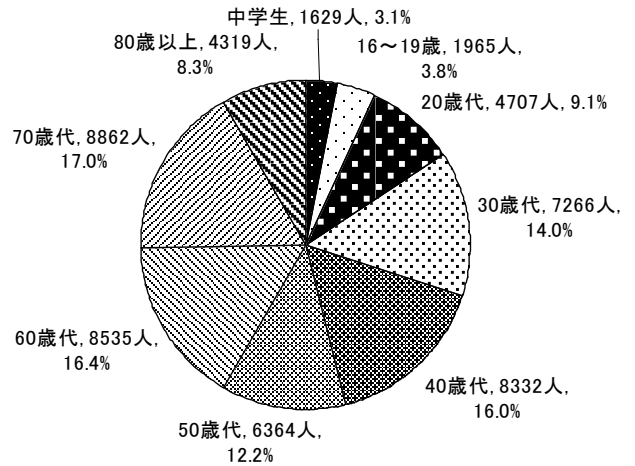
*専門家(地域まちづくり計画、商店街活性化、地域福祉、マーケティング、公益活動分野の有識者)

2) 年齢

回答者の年齢構成



(参考) アンケート対象者

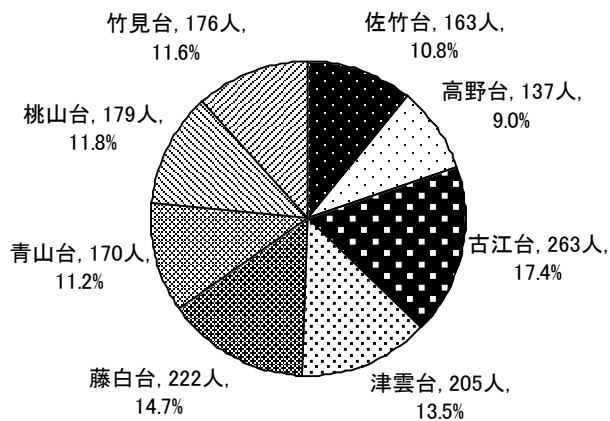


回答者年齢	回答者数	アンケート対象者数	比率
中学生	31人	1629人	1.9%
16~19歳	28人	1965人	1.4%
20歳代	75人	4707人	1.6%
30歳代	172人	7266人	2.4%
40歳代	232人	8332人	2.8%
50歳代	183人	6364人	2.9%
60歳代	303人	8535人	3.6%
70歳代	348人	8862人	3.9%
80歳以上	124人	4319人	2.9%
合計	1515人	51979人	2.9%

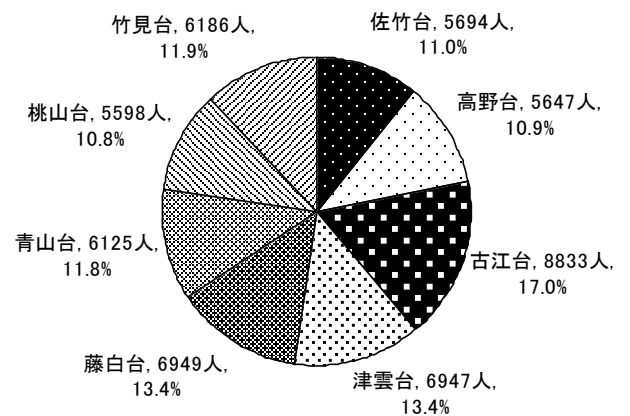
注) 平成 22 年 7 月 31 日現在の住民基本台帳による。

3) 居住住区

回答者の居住住区



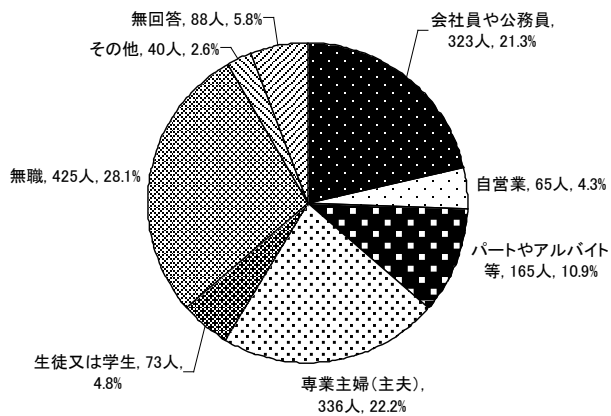
(参考) アンケート対象者



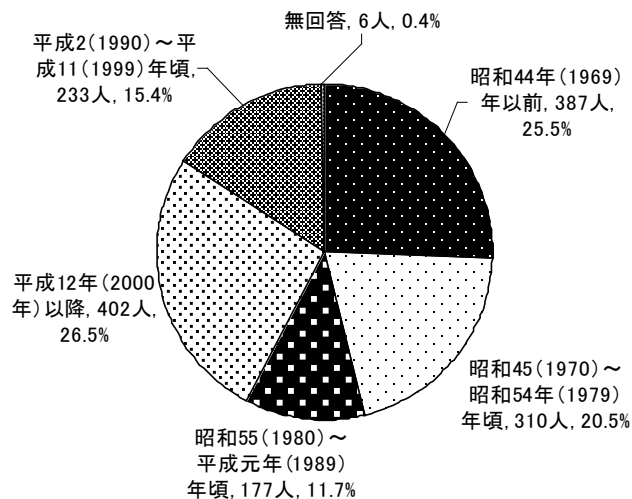
居住地区	回答者数	アンケート対象者数	比率
佐竹台	163人	5694人	2.9%
高野台	137人	5647人	2.4%
古江台	263人	8833人	3.0%
津雲台	205人	6947人	3.0%
藤白台	222人	6949人	3.2%
青山台	170人	6125人	2.8%
桃山台	179人	5598人	3.2%
竹見台	176人	6186人	2.8%
全地区合計	1515人	51979人	2.9%

注) 平成 22 年 7 月 31 日現在の住民基本台帳による。

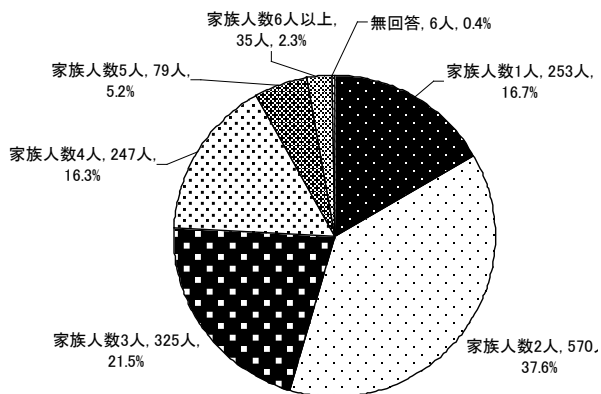
4) 職業



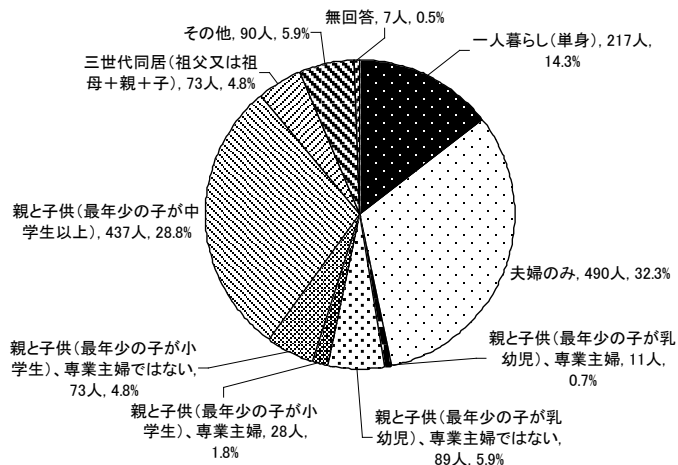
5) 入居時期



6) 家族の人数



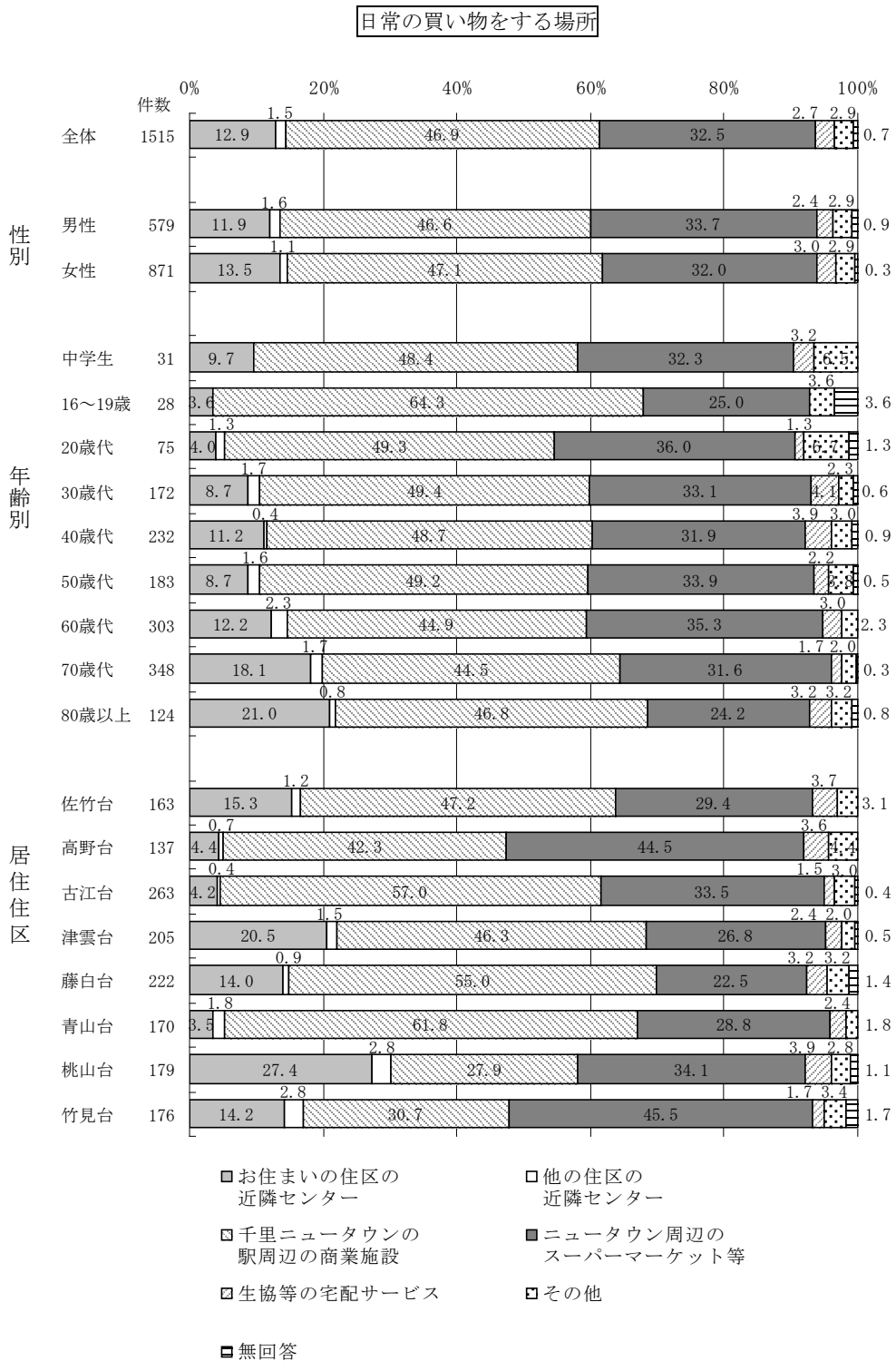
7) 世帯構成



(1) <現在、近隣センターを利用している層と意識>

①住民の日常の買物の場所

全体では、「千里ニュータウンの駅周辺の商業施設」は約4割半、「ニュータウン周辺のスーパーマーケット等」が約3割半と多く、「お住まいの住区の近隣センター」は約1割半に留まる。

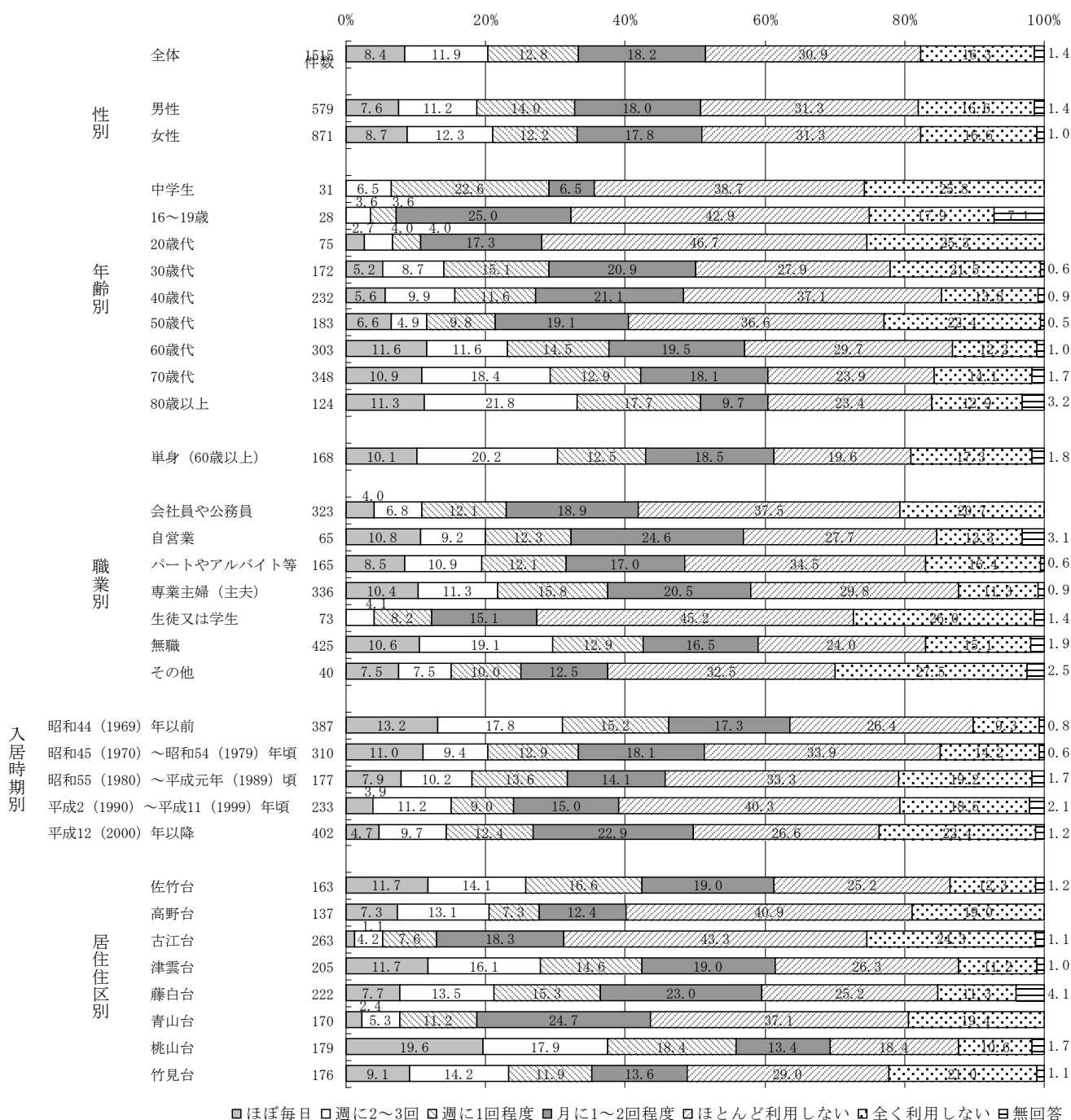


②近隣センターの利用頻度

利用頻度は、「60歳代」以上は年齢が上がるにつれて利用頻度が高くなる傾向があり、古くからの入居者ほど利用頻度は高い。また、「平成12年以降の入居者」の利用頻度が若干高いのは、公的賃貸住宅の建替えに伴う、再生地の分譲マンションへの入居者とも想定され、今後も住宅の建替えが続くことから、まちの再生、活性化による利用者が増えると予想される。

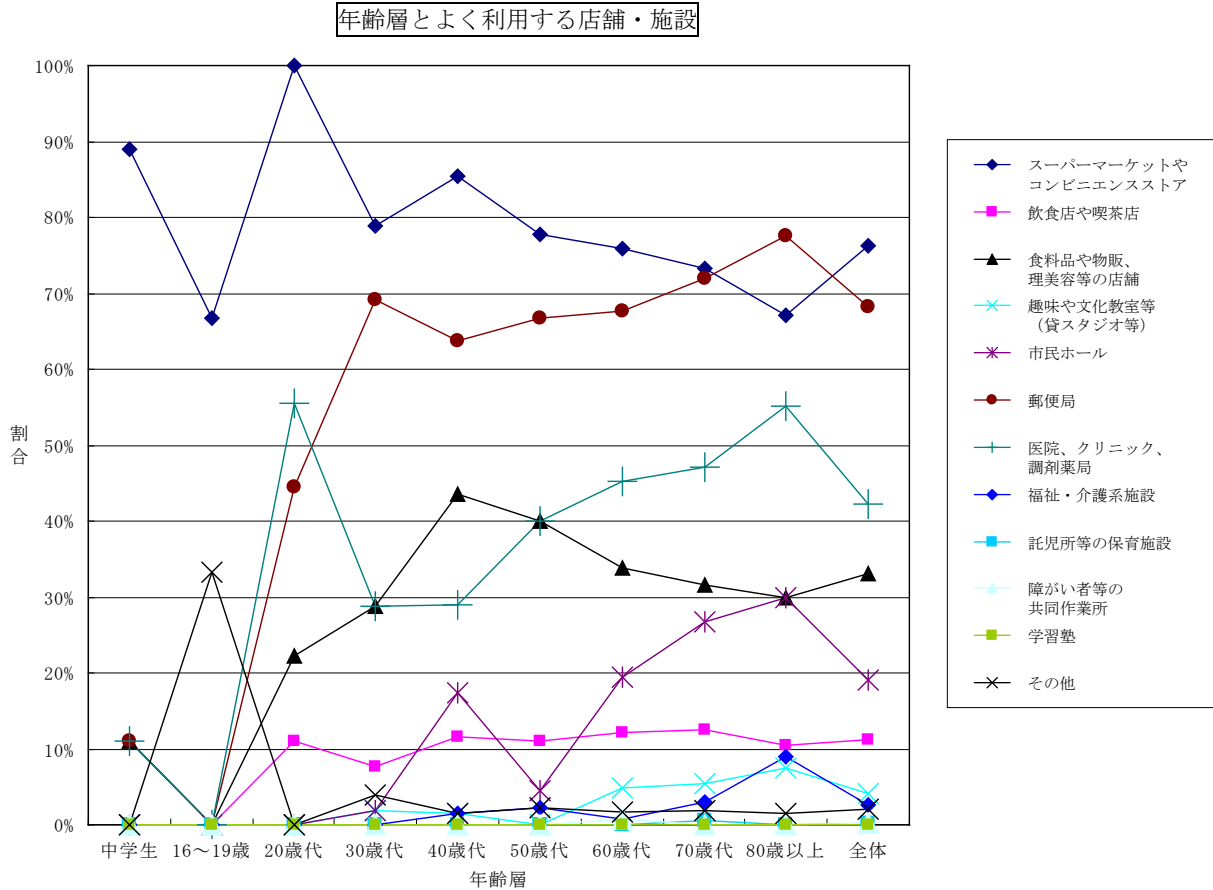
比較的利用頻度が高い近隣センターは「桃山台」「津雲台」「佐竹台」「竹見台」「藤白台」「高野台」であり、「青山台」「古江台」は利用頻度が低い。(青山台と古江台にはスーパー等の核店舗がない。)

近隣センターの利用頻度



③よく利用する店舗・施設

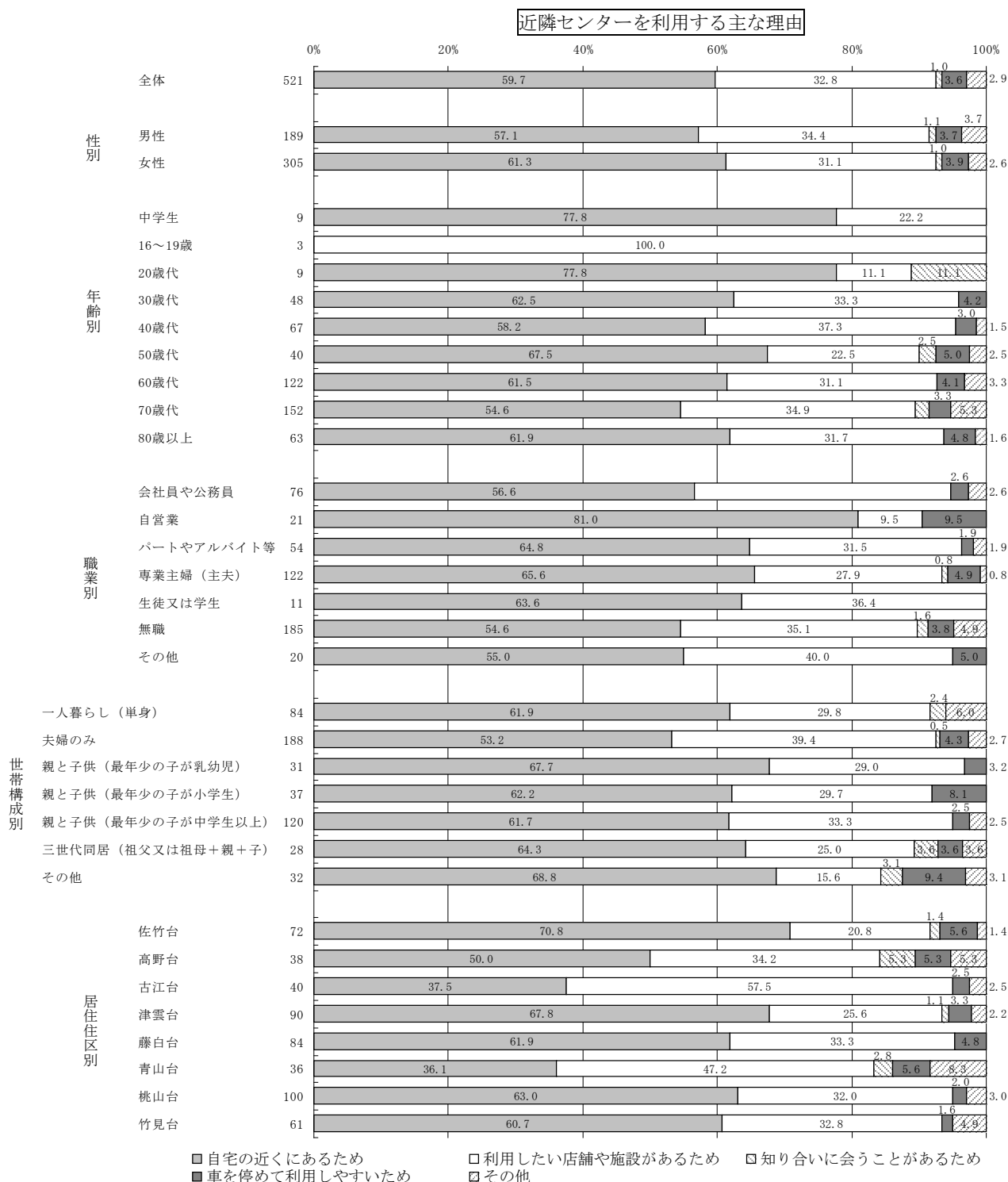
全体では、「スーパーマーケットやコンビニエンスストア」「郵便局」「医院、クリニック、調剤薬局」「食料品や物販、理美容等の店舗」が多い。



年齢層	スーパーマーケットやコンビニエンスストア	飲食店や喫茶店	食料品や物販、理美容等の店舗	趣味や文化教室等(貸スタジオ等)	市民ホール	郵便局	医院、クリニック、調剤薬局	福祉・介護系施設	託児所等の保育施設	障がい者等の共同作業所	学習塾	その他	回答者数
80歳以上	67.2%	10.4%	29.9%	7.5%	29.9%	77.6%	55.2%	9.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.5%	67人
70歳代	73.2%	12.5%	31.5%	5.4%	26.8%	72.0%	47.0%	3.0%	0.6%	0.0%	0.0%	1.8%	168人
60歳代	75.8%	12.1%	33.9%	4.8%	19.4%	67.7%	45.2%	0.8%	0.0%	0.8%	0.0%	1.6%	124人
50歳代	77.8%	11.1%	40.0%	0.0%	4.4%	66.7%	40.0%	2.2%	0.0%	0.0%	0.0%	2.2%	45人
40歳代	85.5%	11.6%	43.5%	1.4%	17.4%	63.8%	29.0%	1.4%	0.0%	0.0%	0.0%	1.4%	69人
30歳代	78.8%	7.7%	28.8%	1.9%	1.9%	69.2%	28.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.8%	52人
20歳代	100.0%	11.1%	22.2%	0.0%	0.0%	44.4%	55.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	9人
16~19歳	66.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	3人
中学生	88.9%	0.0%	11.1%	0.0%	0.0%	11.1%	11.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	9人
全体	76.2%	11.2%	33.2%	4.0%	19.0%	68.1%	42.3%	2.6%	0.2%	0.2%	0.0%	2.0%	546人

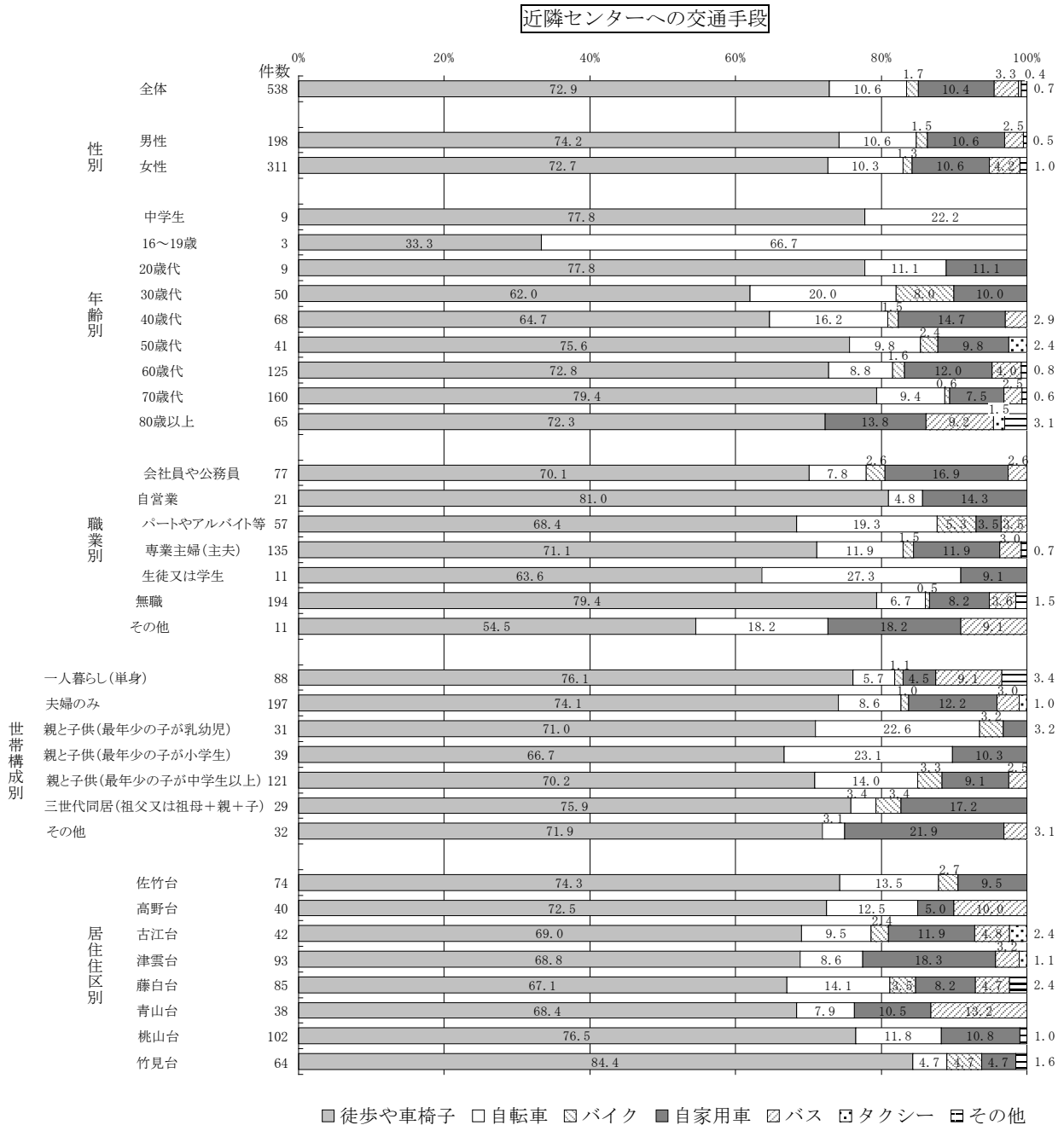
④近隣センターを利用する理由

全体では、「自宅の近くにあるため」「利用したい店舗や施設があるため」が多い。これらの比較的利用頻度が高いと思われる近隣センターに共通して言えるのは、スーパーマーケットや市場が立地しており、また、これらの住区における「利用する理由」については、「自宅の近くにあるため」が多い。逆に、利用頻度が低い「青山台」「古江台」では、スーパーや市場といった核店舗が無く、「利用する理由」については、「利用したい店舗や施設があるため」が多い。こうした傾向から、利用については、利用したい店舗や施設の存在が前提であって、その上で自宅から近いことが利用頻度の高さに繋がっていると思われる。



⑤近隣センターへの交通手段

徒歩や車椅子等が主であるが、80歳以上では自転車の利用が減り、バスの利用が増えている。



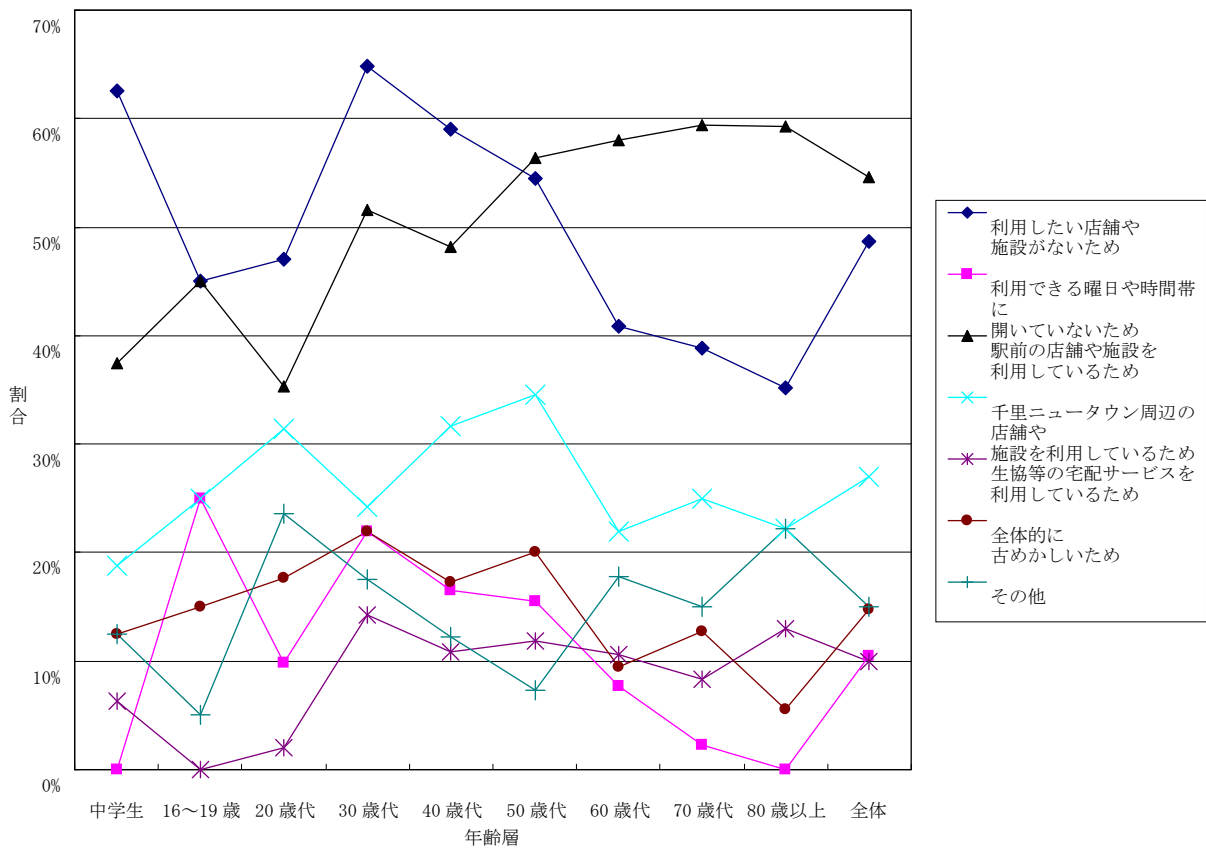
(2) <現在、近隣センターを利用していない層の意識>

①近隣センターを利用しない理由

全体では、「駅前の店舗や施設を利用しているため」「利用したい店舗や施設がないため」が多い。

年齢別に見ると、60歳以上は「駅前の店舗や施設を利用しているため」が多く、30歳代、40歳代は「利用したい店舗や施設がないため」が多く、16～19歳、20歳代の利用頻度は、他の年代に比べ低い。このようなことから、近隣センターよりも多くの施設がある駅前へ足を運ぶ傾向があり、近隣センターは魅力に欠けていると伺える。

年齢層と近隣センターを利用しない理由



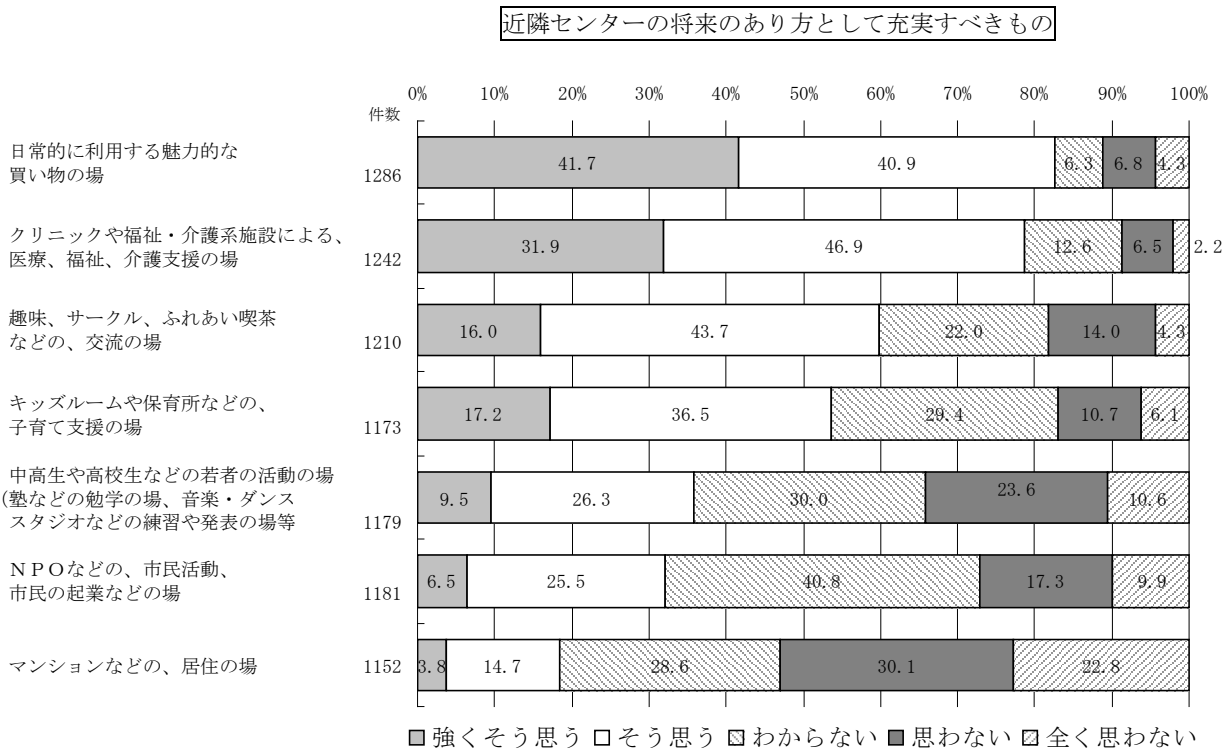
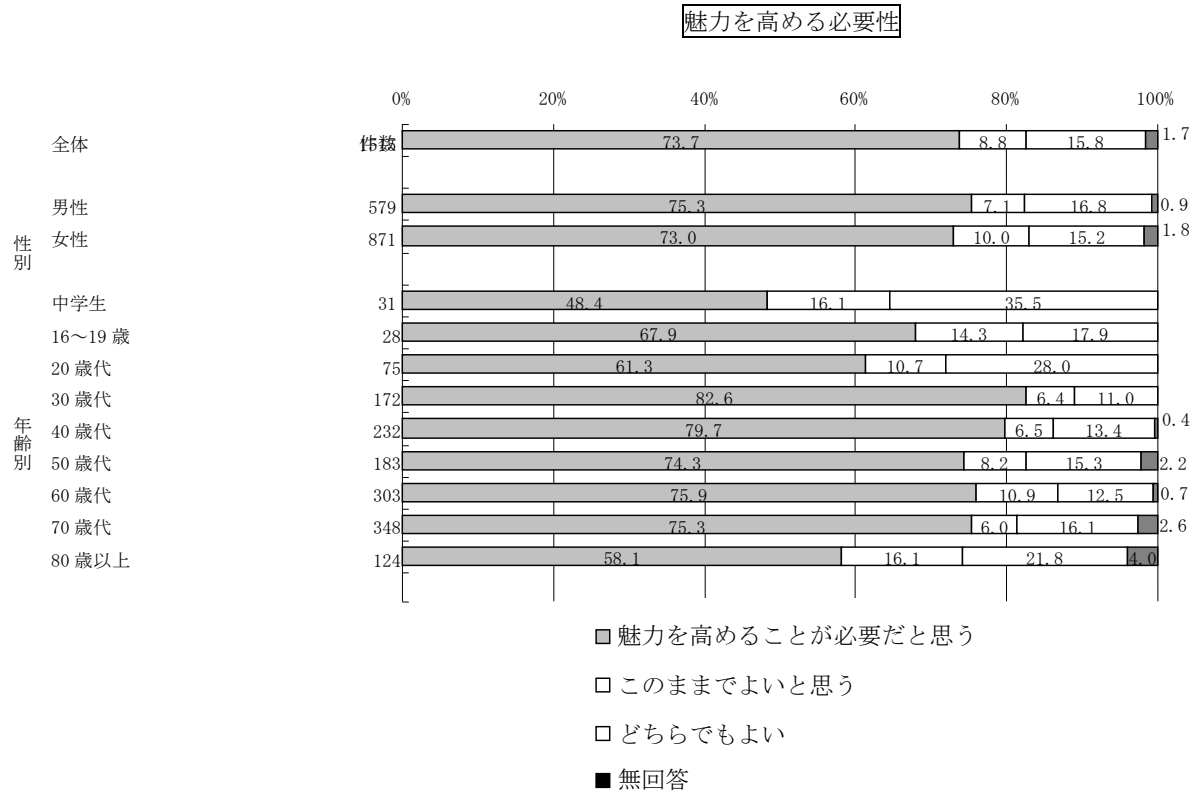
注) 回答者数を分母に選択件数を分子にした割合。

年齢層	利用したい店舗や施設がないため	利用できる曜日や時間帯に開いていないため	駅前の店舗や施設を利用しているため	千里ニュータウン周辺の店舗や施設を利用しているため	生協等の宅配サービスを利用しているため	全体的に古めかしいため	その他	回答者数
80歳以上	35.2%	0.0%	59.3%	22.2%	13.0%	5.6%	22.2%	54人
70歳代	38.9%	2.2%	59.4%	25.0%	8.3%	12.8%	15.0%	180人
60歳代	40.8%	7.7%	58.0%	21.9%	10.7%	9.5%	17.8%	169人
50歳代	54.5%	15.5%	56.4%	34.5%	11.8%	20.0%	7.3%	110人
40歳代	59.0%	16.5%	48.2%	31.7%	10.8%	17.3%	12.2%	139人
30歳代	64.8%	22.0%	51.6%	24.2%	14.3%	22.0%	17.6%	91人
20歳代	47.1%	9.8%	35.3%	31.4%	2.0%	17.6%	23.5%	50人
16～19歳	45.0%	25.0%	45.0%	25.0%	0.0%	15.0%	5.0%	20人
中学生	62.5%	0.0%	37.5%	18.8%	6.3%	12.5%	12.5%	16人
全体	48.7%	10.5%	54.6%	27.0%	10.0%	14.7%	15.1%	829人

(3) <今後の近隣センターに対する意識>

①近隣センターの魅力や、将来のあり方として充実が求められるもの

全体では、「魅力を高めることが必要だと思う」が約7割半と多く、日常に利用する「魅力的な買物の場」、クリニックや福祉・介護系施設による「医療、福祉、介護支援の場」としての充実が強く求められている。



グラフ化はしていないが、前頁の「近隣センターの将来のあり方として充実すべきもの」を世帯構成別で見ると、

◆ 一人暮らし世帯

「趣味、サークル、ふれあい喫茶などの交流の場」の充実が、特に強く求められている。

◆ 乳幼児のいる子育て世帯

「キッズルームや保育所などの、子育て支援の場」が非常に強く求められている。

◆ 青少年のほか、小学生のいる子育て世帯

「中学生や高校生などの若者の活動の場」が求められている。

◆ その他

「NPOなどの、市民活動、市民の起業などの場」としては、強い意向はみられない。

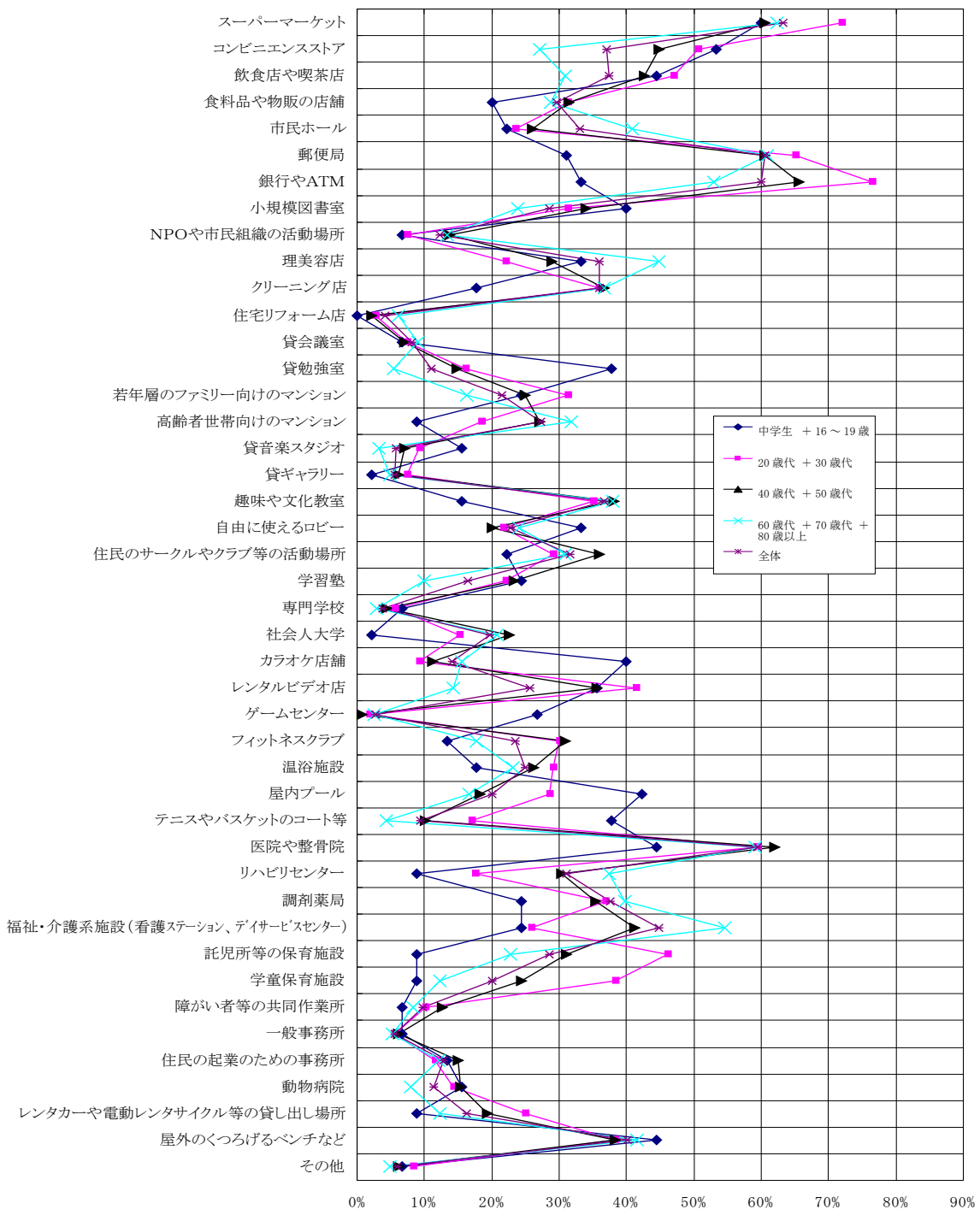
「マンションなどの居住の場」としては、やや否定的に捉えられている。

(4) <身近に欲しい店舗や施設>

全体的に比較的要望が多いのは、商業系店舗の「スーパーマーケット」「コンビニエンスストア」「飲食店や喫茶店」、公益系施設の「郵便局」「銀行やATM」、医療系施設の「医院や整骨院」「調剤薬局」「福祉・介護系施設」、その他の「屋外のくつろげるベンチなど」である。

しかし、全体的には要望の少ないものでも、「市民ホール」「小規模図書室」「貸勉強室」「趣味や文化教室」「住民のサークルやクラブ等の活動場所」「テニスやバスケのコート等」「託児所等の保育施設」「学童保育施設」等、回答者の属性によっては要望の高いものもある。

年代別の身近にあればよい施設



注) 回答者数を分母に選択件数を分子にした割合。

I. 住民、近隣センター内の不動産所有者(権利者)事業者、専門家等の意向や意見

(単位：件)

望まれる施設	中学生+16~19歳	20歳代+30歳代	40歳代+50歳代	60歳代+70歳代+80歳以上	全体
スーパーマーケット	27	156	226	408	817
コンビニエンスストア	24	110	167	177	478
飲食店や喫茶店	20	102	159	202	483
食料品や物販の店舗	9	68	117	188	382
市民ホール	10	51	97	268	426
郵便局	14	141	226	399	780
銀行やATM	15	166	245	347	773
小規模図書室	18	68	127	156	369
NPOや市民組織の活動場所	3	16	51	88	158
理美容店	15	48	108	294	465
クリーニング店	8	78	137	240	463
住宅リフォーム店	0	6	8	40	54
貸会議室	3	16	26	59	104
貸勉強室	17	35	55	35	142
若年層のファミリー向けのマンション	11	68	93	106	278
高齢者世帯向けのマンション	4	40	101	208	353
貸音楽スタジオ	7	20	26	21	74
貸ギャラリー	1	16	23	32	72
趣味や文化教室	7	76	142	248	473
自由に使えるロビー	15	47	75	157	294
住民のサークルやクラブ等の活動場所	10	63	134	202	409
学習塾	11	48	87	65	211
専門学校	3	12	16	19	50
社会人大学	1	33	84	136	254
カラオケ店舗	18	20	42	102	182
レンタルビデオ店	16	90	133	93	332
ゲームセンター	12	4	3	16	35
フィットネスクラブ	6	65	115	116	302
温浴施設	8	63	98	152	321
屋内プール	19	62	68	109	258
テニスやバスケットのコート等	17	37	38	29	121
医院や整骨院	20	129	231	387	767
リハビリセンター	4	38	113	245	400
調剤薬局	11	80	132	261	484
福祉・介護系施設(看護ステーション、デイサービスセンター)	11	56	154	357	578
託児所等の保育施設	4	100	116	149	369
学童保育施設	4	83	91	80	258
障がい者等の共同作業所	3	22	47	55	127
一般事務所	3	12	23	34	72
住民の起業のための事務所	6	25	56	79	166
動物病院	7	31	57	52	147
レンタカーや電動レンタサイクル等の貸し出し場所	4	54	72	80	210
屋外のくつろげるベンチなど	20	83	143	272	518
その他	3	18	23	32	76

回答者数(年齢)

中学生	16~19歳	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳以上	全体
25人	20人	59人	158人	209人	164人	251人	300人	104人	1290人

I. 住民、近隣センター内の不動産所有者(権利者)事業者、専門家等の意向や意見

(単位：%)

望まれる施設	中学生+16~19歳	20歳代+30歳代	40歳代+50歳代	60歳代+70歳代+80歳以上	全体
スーパーマーケット	60.0	71.9	60.6	62.3	63.3
コンビニエンスストア	53.3	50.7	44.8	27.0	37.1
飲食店や喫茶店	44.4	47.0	42.6	30.8	37.4
食料品や物販の店舗	20.0	31.3	31.4	28.7	29.6
市民ホール	22.2	23.5	26.0	40.9	33.0
郵便局	31.1	65.0	60.6	60.9	60.5
銀行やATM	33.3	76.5	65.7	53.0	59.9
小規模図書室	40.0	31.3	34.0	23.8	28.6
NPOや市民組織の活動場所	6.7	7.4	13.7	13.4	12.2
理美容店	33.3	22.1	29.0	44.9	36.0
クリーニング店	17.8	35.9	36.7	36.6	35.9
住宅リフォーム店	0.0	2.8	2.1	6.1	4.2
貸会議室	6.7	7.4	7.0	9.0	8.1
貸勉強室	37.8	16.1	14.7	5.3	11.0
若年層のファミリー向けのマンション	24.4	31.3	24.9	16.2	21.6
高齢者世帯向けのマンション	8.9	18.4	27.1	31.8	27.4
貸音楽スタジオ	15.6	9.2	7.0	3.2	5.7
貸ギャラリー	2.2	7.4	6.2	4.9	5.6
趣味や文化教室	15.6	35.0	38.1	37.9	36.7
自由に使えるロビー	33.3	21.7	20.1	24.0	22.8
住民のサークルやクラブ等の活動場所	22.2	29.0	35.9	30.8	31.7
学習塾	24.4	22.1	23.3	9.9	16.4
専門学校	6.7	5.5	4.3	2.9	3.9
社会人大学	2.2	15.2	22.5	20.8	19.7
カラオケ店舗	40.0	9.2	11.3	15.6	14.1
レンタルビデオ店	35.6	41.5	35.7	14.2	25.7
ゲームセンター	26.7	1.8	0.8	2.4	2.7
フィットネスクラブ	13.3	30.0	30.8	17.7	23.4
温浴施設	17.8	29.0	26.3	23.2	24.9
屋内プール	42.2	28.6	18.2	16.6	20.0
テニスやバスケのコート等	37.8	17.1	10.2	4.4	9.4
医院や整骨院	44.4	59.4	61.9	59.1	59.5
リハビリセンター	8.9	17.5	30.3	37.4	31.0
調剤薬局	24.4	36.9	35.4	39.8	37.5
福祉・介護系施設(看護ステーション、デイサービスセンター)	24.4	25.8	41.3	54.5	44.8
託児所等の保育施設	8.9	46.1	31.1	22.7	28.6
学童保育施設	8.9	38.2	24.4	12.2	20.0
障がい者等の共同作業所	6.7	10.1	12.6	8.4	9.8
一般事務所	6.7	5.5	6.2	5.2	5.6
住民の起業のための事務所	13.3	11.5	15.0	12.1	12.9
動物病院	15.6	14.3	15.3	7.9	11.4
レンタカーや電動レンタサイクル等の貸し出し場所	8.9	24.9	19.3	12.2	16.3
屋外のくつろげるベンチなど	44.4	38.2	38.3	41.5	40.2
その他	6.7	8.3	6.2	4.9	5.9

(5) <今後の近隣センターへの知見>

住民の日常の買物の場所としては、「駅周辺の商業施設」が多いことや、近隣センターを利用しない理由は、「利用したい店舗や施設がないため」が多いことから、現在の近隣センターのポテンシャルは低いと考えられる。

一方、近隣センターの利用は、「自宅の近くにあるから利用する」や、「徒歩や車椅子で通う」という身近さや、「魅力を高めることが必要だと思う」という回答も多く、今後への期待も高いことから、近隣センターは、住民にとって身近で貴重な場として、住民から望まれる以下の機能を中心に、魅力を高める必要があると考えられる。

① 近隣センターに求められる主な機能

- ◆ 近隣センターに求められる主な機能は、年齢層に関わらず、身近に欲しい店舗や施設として回答率が高い、スーパーマーケットやコンビニエンスストアの「商業系機能」、郵便局、銀行・ATMの「公益系機能」、医院や整骨院、調剤薬局、看護ステーション・デイサービス（通所介護）センターの「医療、福祉・介護系機能」、ベンチなどの「屋外でくつろげる機能」等である。また、地区センター（駅前の商業施設）へ近い近隣センターでは、スーパー等は競合し立地が難しいことから、日常買物品も販売するコンビニ等の導入が考えられる。

近隣センターの将来のあり方としては、日常に利用する「魅力的な買物の場」、クリニックや福祉・介護系施設による「医療、福祉・介護支援の場」、「コミュニティ、交流の場」の充実が求められている。

- ◆ 近隣センター内の利用実態では、特にスーパーやコンビニがよく利用されており、要望も多い施設であることから、今後も近隣センターが備える店舗として、また、利用者呼び込む要素としての重要度は高く、「公益系機能」、「医療、福祉・介護系機能」等による、さらなる魅力の向上とともに、利用者の集客をめざすことが望ましいと考えられる。

② 新たに魅力を高めるもの

- ◆ 上記以外にも、回答者の年齢層によっては要望の高いものもあり、新たに青少年層の呼び込みにつながる小規模図書室、貸勉強室、屋内プール、テニスやバスケのコート、カラオケ店等の「若者の活動の場」、子育て世帯のニーズが高い託児所や学童保育等の「保育、子育て支援施設」、40～50歳代で高い住民のサークルやクラブ等の活動場所等の「コミュニティ施設」、高齢者層から要望の高い市民ホール、理美容店、リハビリセンター等があげられる。

また、クリーニング店と趣味や文化教室は、20～80歳以上から要望が高く、レンタルビデオ店は、中学生～50歳代から要望が高い。

そして、これらの身近にあることが望まれている店舗や施設を呼び込み、駅前とは異なる魅力を創出することが望ましいと考えられる。

※ アンケートの自由記入欄で回答のあった、「楽しくなる店づくり」「若い世代や高齢者の活用」「ニーズの変化に対応できるデベロッパーによる運営」「住民参加型のイベント」「駐車場や駐輪場の充実」「ネーミングの検討」等を、活性化に向けた検討を行う際には盛り込むことが望ましいと考えられる。

2. 権利者の意向

<権利者調査の概要>

①調査対象権利者

佐竹台、高野台、古江台、津雲台、藤白台、青山台、桃山台、竹見台の各近隣センター内の不動産所有者及び店舗営業者等の合計 225 人を対象とした。

(ただし、吹田市、(財)大阪府タウン管理財団は除く。)

②アンケート配布と回収

アンケートの配布： 店舗営業者等については、商店会等を通じて配布。商店会に加入していない方については、ポスティング等、不動産所有者については、郵送配布した。

アンケート配布日：平成 22 年（2010 年）11 月 1 日（月）～4 日（木）

アンケートの回収：郵送による。

返送期限：平成 22 年（2010 年）11 月 15 日（月）

アンケートの配布・回収数

	佐竹台	高野台	古江台	津雲台	藤白台	青山台	桃山台	竹見台	不明	配布数 (G)	回収数 (H)	回収率 (I=H/G)
不動産所有者(A)	18	20	18	16	5	12	17	19	-	125	72	58%
店舗営業者等(B)	22	20	34	19	13	19	23	32	-	182	112	62%
所有店舗営業者等(C)	11	12	12	11	6	7	11	12	-	82	48	59%
総配布数(D=A+B-C)	29	28	40	24	12	24	29	39	-	225		
回収数(E)	13	13	17	13	7	12	8	21	32	136		
回収率(F=E/D)	45%	46%	43%	54%	58%	50%	28%	54%	-	60%	(60.4%)	

注) 不動産所有者は全近隣センターの合計で、147 人である。アンケートは、これらから、(財)大阪府タウン管理財団、吹田市を除くとともに、同一人物が不動産を所有、賃貸している場合の重複を再整理した 125 人に配布した。また、総配布数については、不動産所有者と店舗営業者等の内、所有店舗営業者等が重複するため控除する。

アンケート調査の主な内容

- 不動産所有者の意識について
 - ・土地や建物の取得時期
 - ・建物の建替えや増改築の有無
 - ・賃貸の意向
 - ・所有している土地や建物の今後の意向
- 店舗営業者等の意識について
 - ・事業（商売）の収益が家計に占める割合（「本人又は親族が経営」の場合）
 - ・事業（商売）の今後の意向（「本人又は親族が経営」の場合）
 - ・店舗や事業所での事業（商売）を近隣センターで行う理由
 - ・近隣センターで事業（商売）を行う上での問題点
- 近隣センターの活性化について
 - ・活性化の必要性
 - ・活性化に対する障壁
 - ・活性化における望ましい手法

用語の定義

- ・不動産所有者 近隣センター内に土地又は建物（ただし、店舗・事務所等としての利用を想定して造られた建物）を所有している方
- ・不動産貸主 不動産所有者のうち、所有する土地又は建物を他人に貸している方
- ・その他の不動産所有者 不動産所有者のうち、所有店舗営業者及び不動産貸主以外。（住宅として利用している人、空き店舗を所有している人等）
- ・店舗営業者等 近隣センター内で店舗を営業又は事務所を運営等している方（本人又はその親族並びにそれらの者が代表者である法人又は団体が営業又は運営等する場合を含む。）
- ・所有店舗営業者等 店舗営業者等のうち、店舗等のある建物を所有している方
- ・賃貸店舗営業者等 店舗営業者等のうち、店舗等のある建物を所有していない方

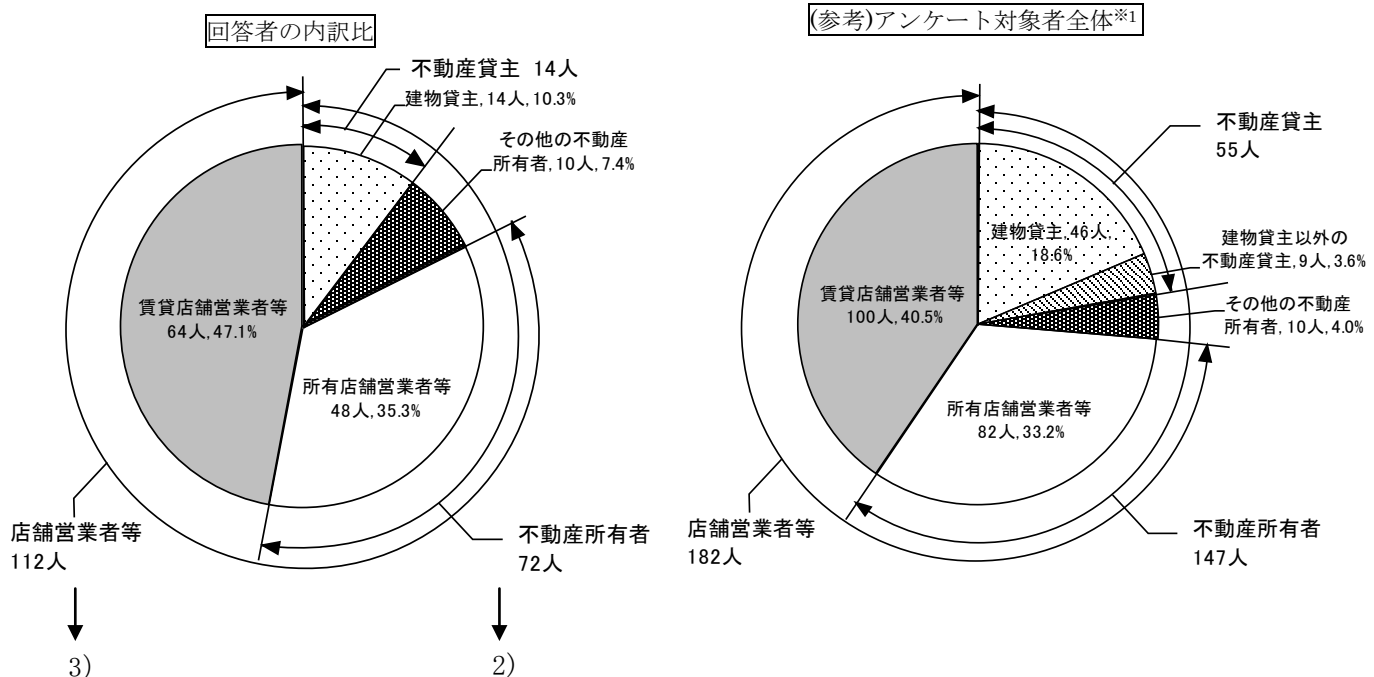
回答者の属性

回答者の属性について、アンケート対象者全体の属性と比較する。

※1：現地踏査、ヒアリングにより調査

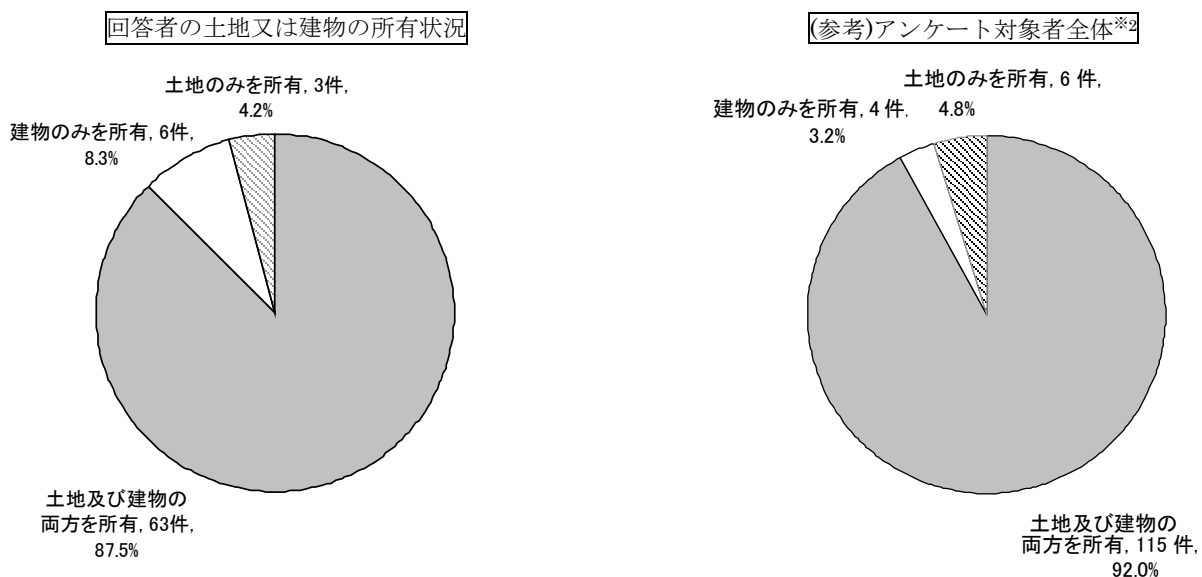
※2：登記簿により調査

1) 回答者の内訳



2) 不動産所有者の土地又は建物の所有状況

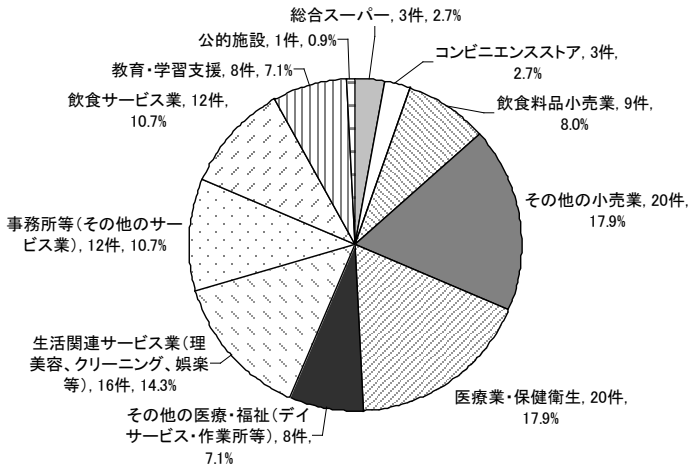
※ 不動産所有者のみの集計



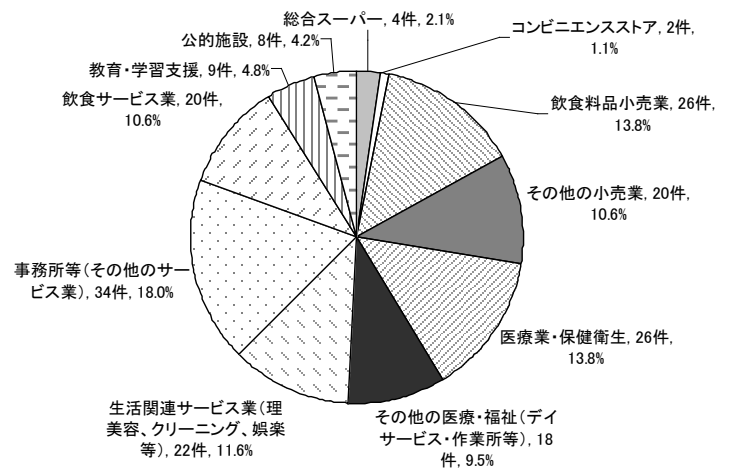
3) 店舗業者等の回答者の内訳

※ 店舗業者等のみの集計

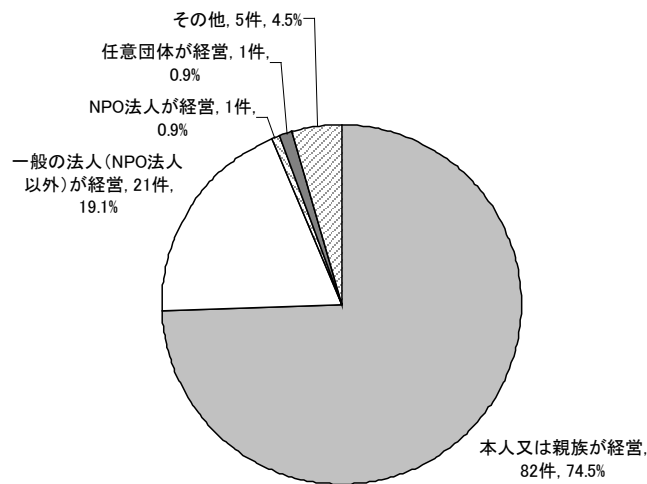
回答者の店舗や事業所等の業種



(参考)アンケート対象者全体※1

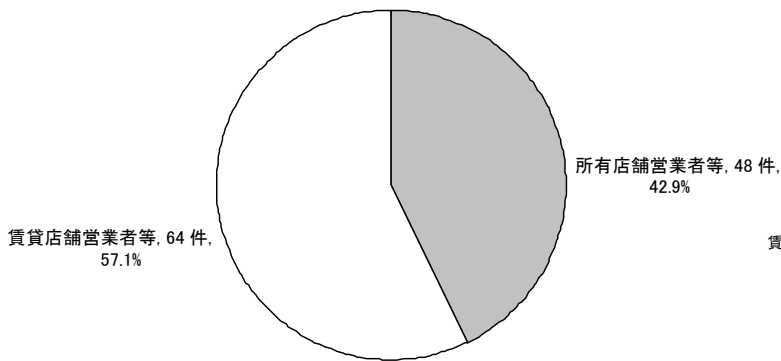


回答者の店舗や事業所等の経営

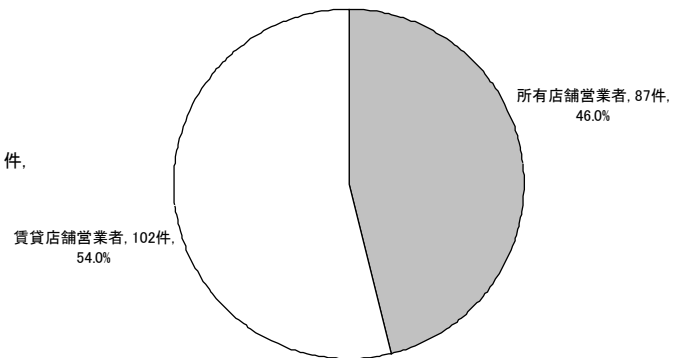


I. 住民、近隣センター内の不動産所有者(権利者)事業者、専門家等の意向や意見

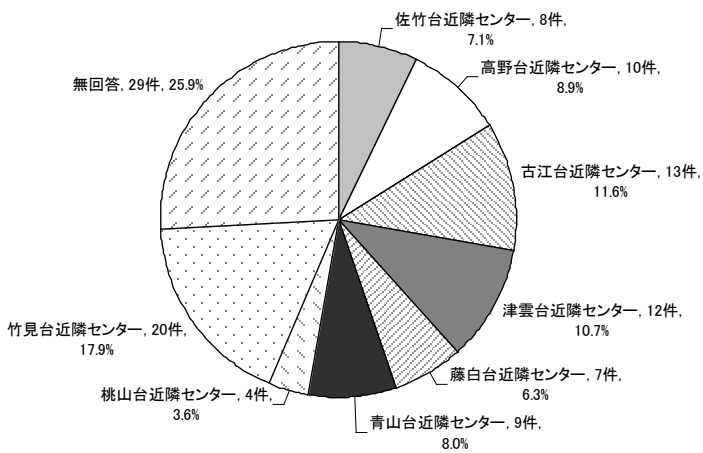
回答者の店舗の所有・賃貸の別



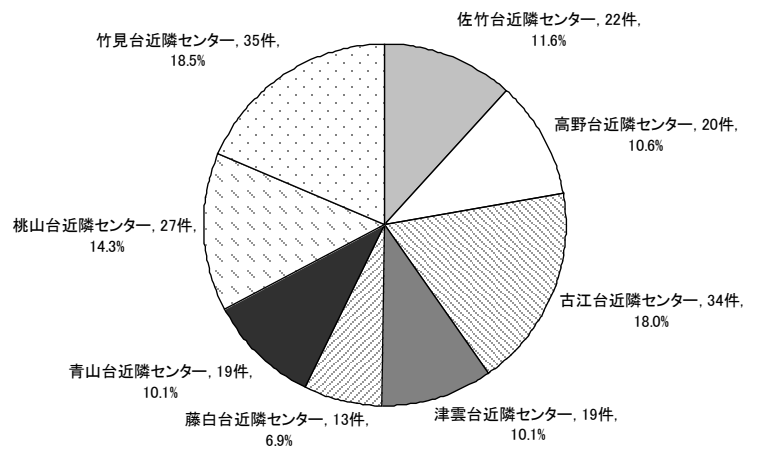
(参考)アンケート対象者全体^{※1}



回答者の店舗や事業所等の営業場所



(参考)アンケート対象者全体^{※1}



(1) <不動産所有者の意向>

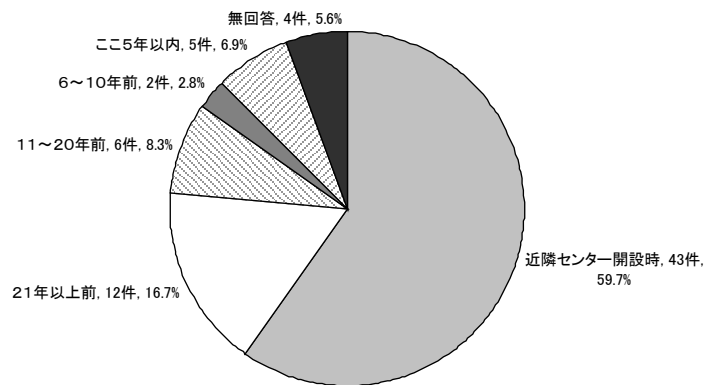
①土地や建物等の取得時期等

近隣センター開設時からを含め、「21年以上前から土地や建物を所有している」は約7割半であり、長期に渡り所有している方が多く、「増改築や建替え」は半数強で行われている。

グラフ化はしていないが、1階が「自己等の店舗や事業所」で、1階以外が「自己等の住宅」として利用している「店舗（又は事務所）兼住宅の利用」も多数見られる。

現在の土地や建物の取得時期

(回答数 72件)

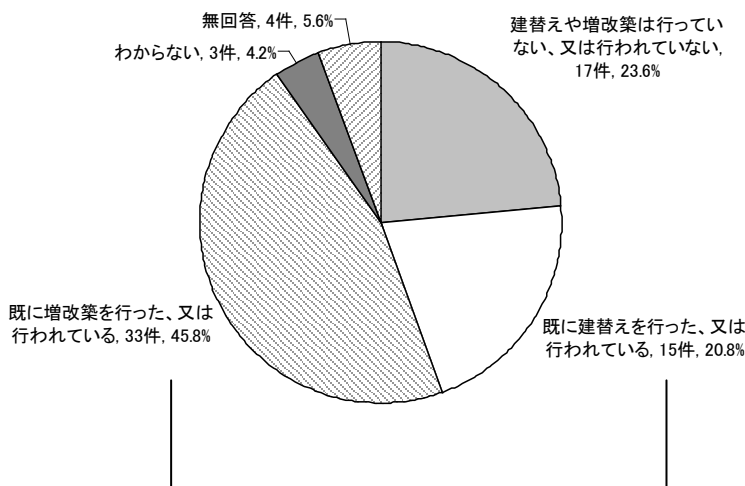


②建物における、建替えや増改築の有無

既に「建替え」や「増改築」を行った、又は行われている。は約6割半であり、建替えや増改築を行なった時期は、「21年以上前」は約4割半、「11~20年前」は約2割となっている。

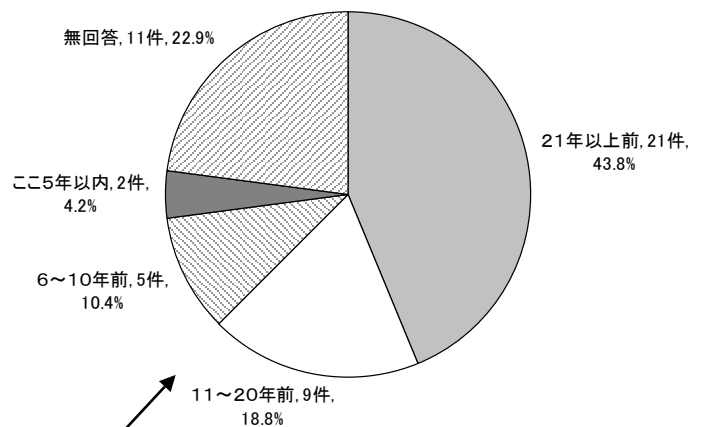
現在の建物における、建替えや増改築の有無

(回答数 72件)



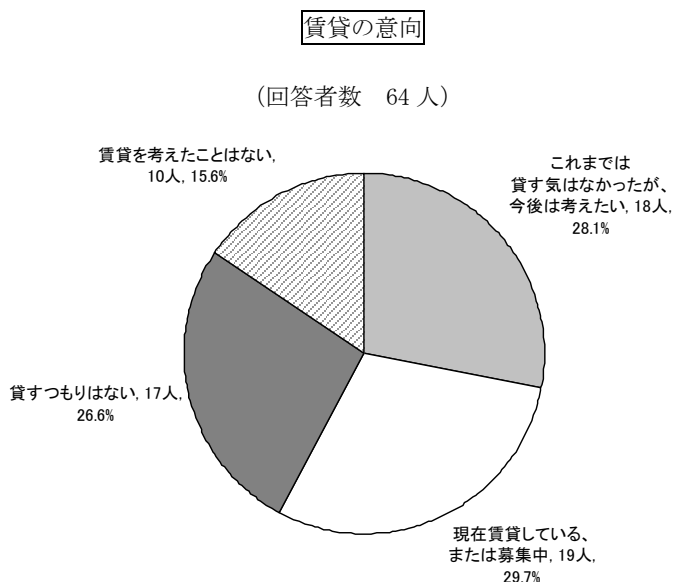
建替えや増改築を行った時期

(回答数 48件)



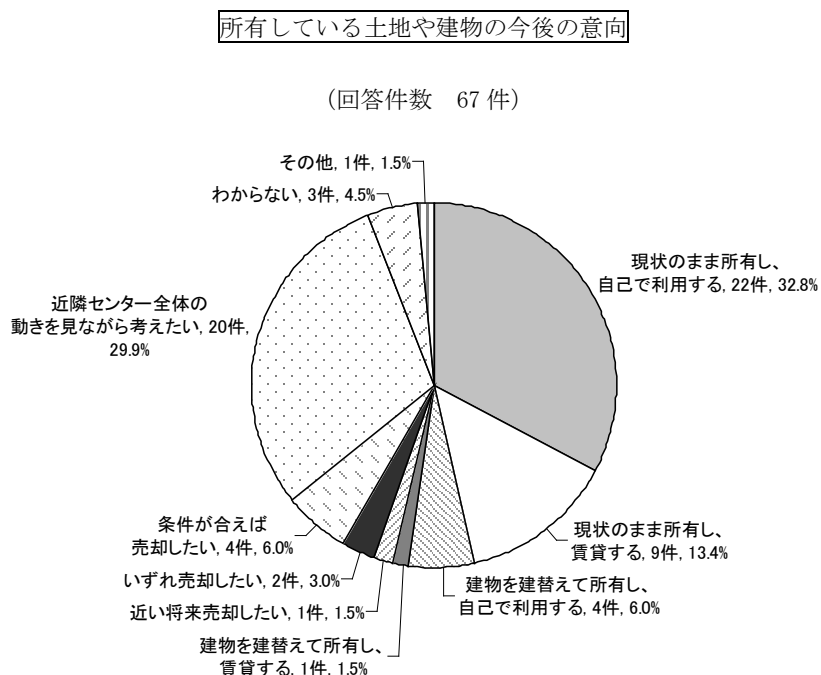
③賃貸の意向

「現在賃貸している、又は募集中」と「これまで貸す気はなかったが、今後は考えたい」の合計は約6割であり、グラフ化はしていないが、自らの店舗営業以外での活用も望む意向も高く、賃貸の意向は低いとは言えない。



④不動産に関する今後の意向

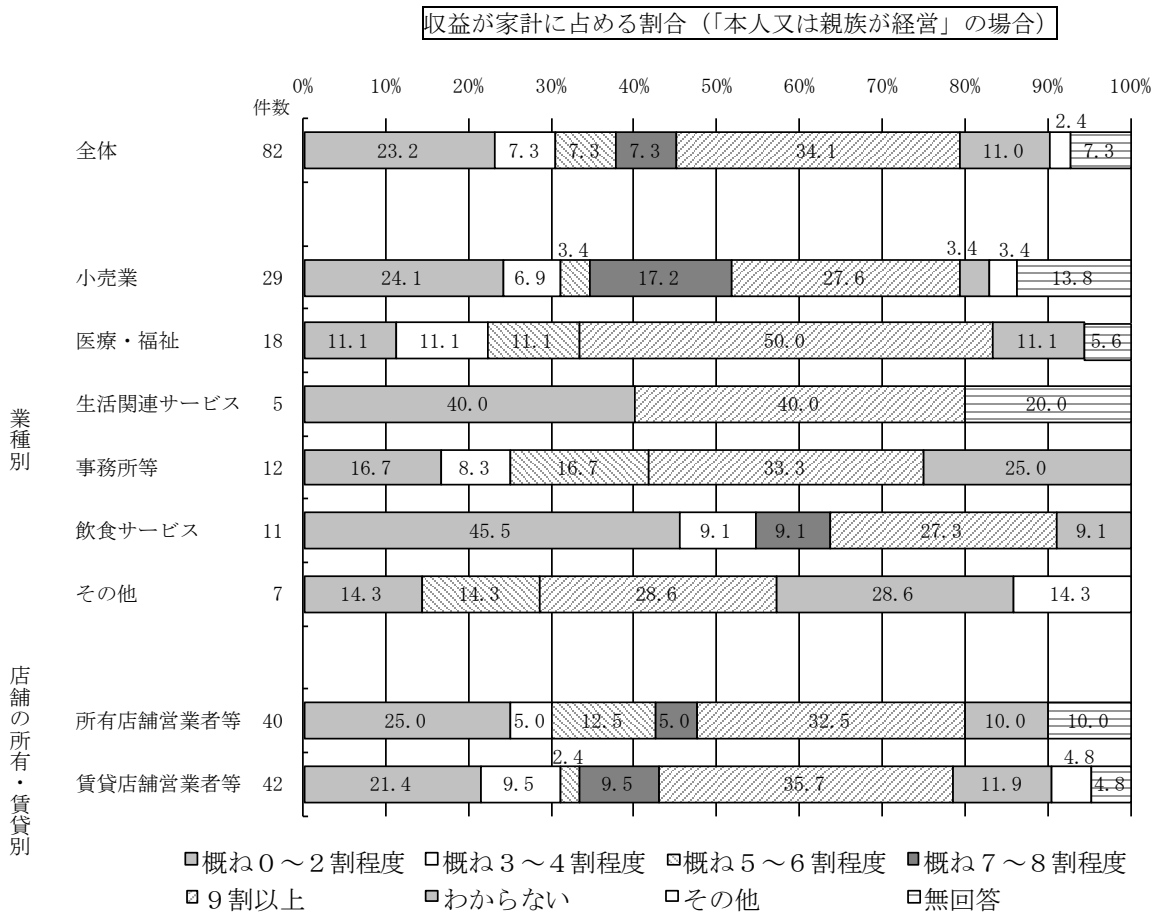
「今後も引き続き現状のまま所有する」意向が約5割半ある一方、約1割が「いずれ売却する」意向、約3割が「近隣センター全体の今後の動きを見ながら考える」意向であり様々である。



(2) <店舗営業者の意向>

①近隣センターでの事業の収益

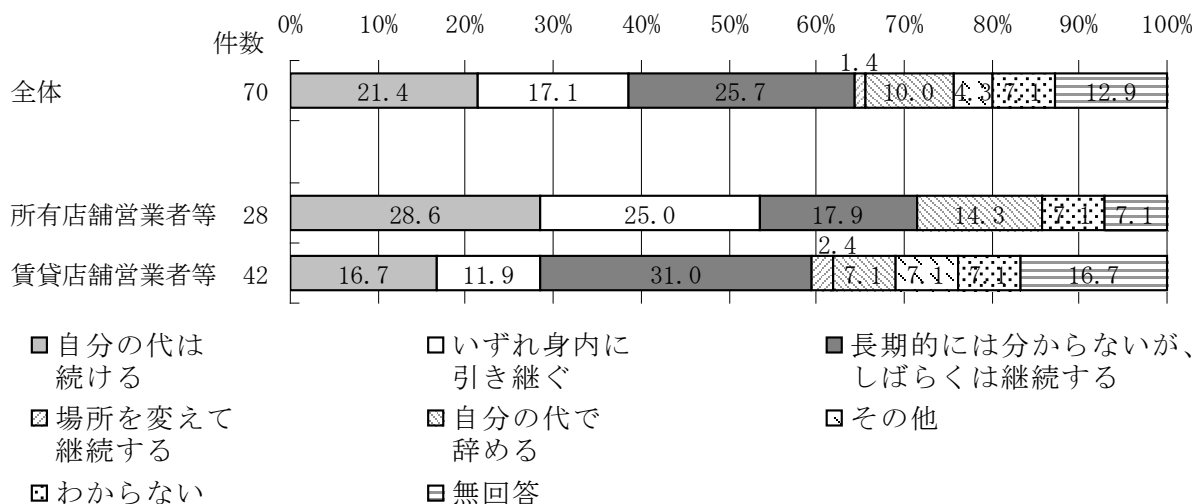
事業の収益が家計に占める割合（本人又は親族が経営の場合）は、「9割以上」が約3割半と高い依存度である。一方、「概ね0～2割程度」が約2割半であり、家計が収益への依存度が高い場合と低い場合に大きく分かれていると考えられる。



②近隣センターでの事業に関する今後の意向

約7割が「継続」の意向を持っている。一方、約1割が「自分の代で辞める」意向を持っている。

事業（商売）の今後について（「本人又は親族が経営」の場合）

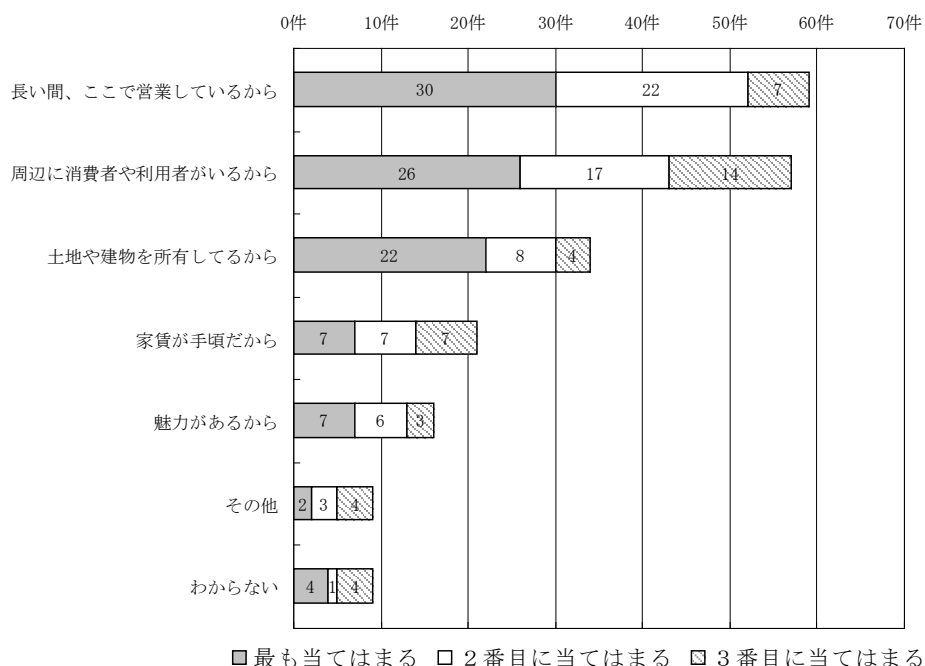


③近隣センターで事業を行う理由

全体では「長い間、ここで営業しているから」が最も多く、次に「周辺に消費者や利用者があるから」が多い。

事業（商売）を近隣センターで行う理由

(回答者数 98人)

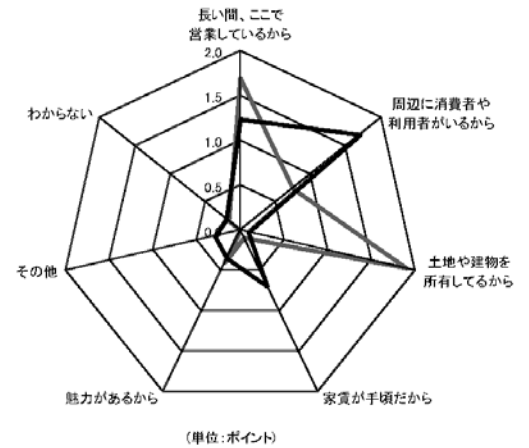


④所有店舗営業者と賃貸店舗営業者の近隣センターで事業を行う理由

所有店舗営業者では「土地や建物を所有しているから」、賃貸店舗営業者では「周辺に消費者や利用者がいるから」が高いなど、考え方に差があると思われる。また、自由記入欄で回答のあった、環境の良さ、再開発の進行や今後の発展性等の周辺条件のよさが魅力となっている意見も見られる。

店舗の所有・賃貸別

1位回答	長い間、ここで営業しているから	周辺に消費者や利用者がいるから	土地や建物を所有しているから	家賃が手頃だから	魅力があるから	その他	わからない
所有店舗営業者	14	4	21	—	3	—	1
賃貸店舗営業者	16	22	1	7	4	2	3

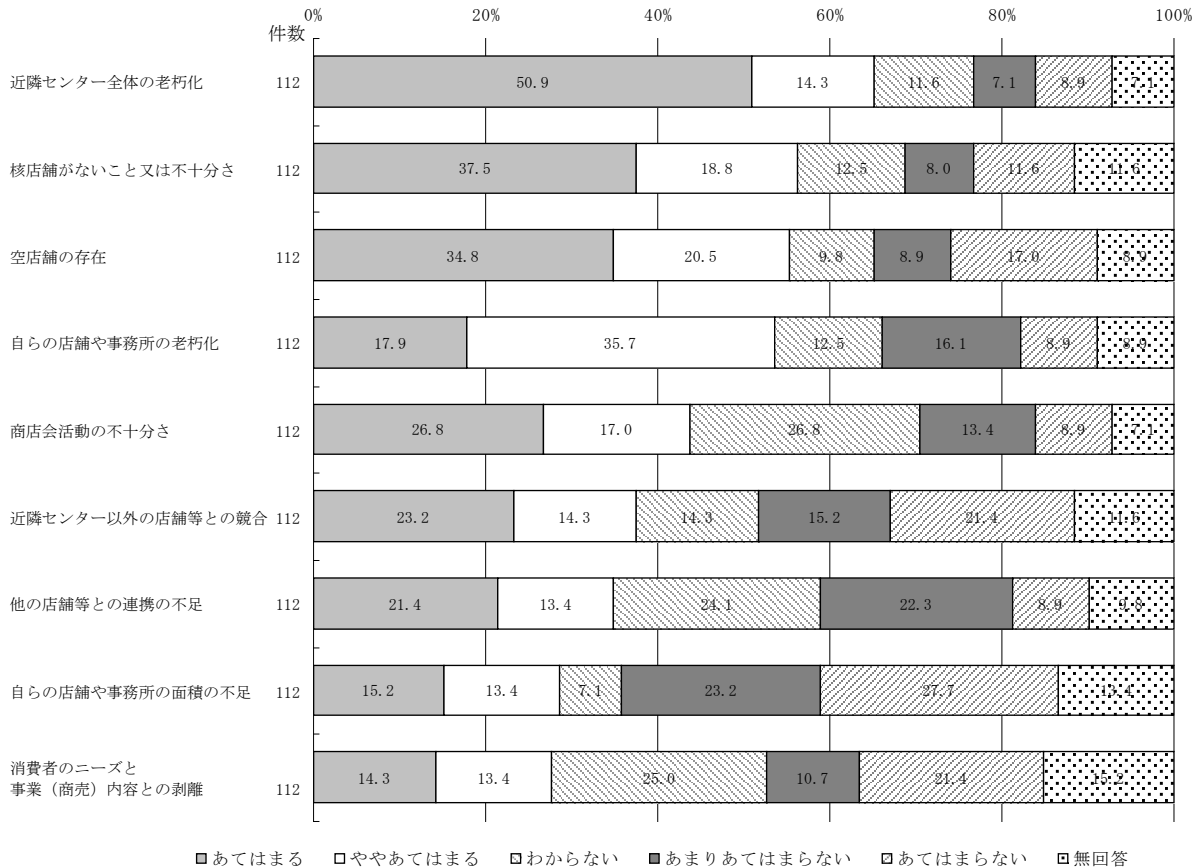


□所有店舗営業者 □賃貸店舗営業者

⑤近隣センターで事業を行う上での問題点

「近隣センターの老朽化」「自らの店舗や事務所の老朽化」と共に、「核店舗がないこと又は不十分さ」「空店舗の存在」等があげられており、建物・施設の老朽化と商店街運営の両面で問題を感じられていると考えられる。

事業（商売）を行う上での問題点



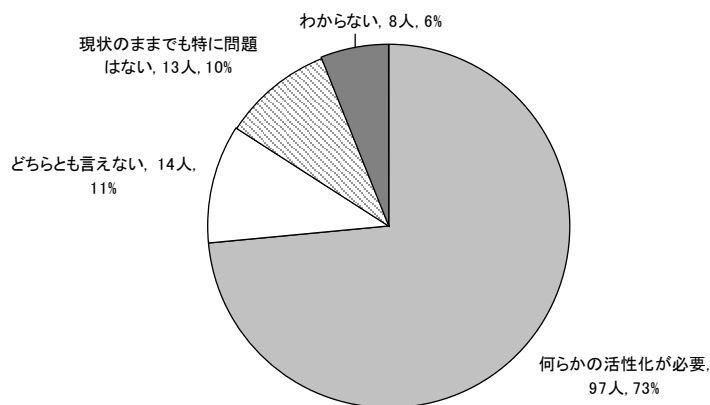
(3) <今後の近隣センターについて>

①活性化の必要性

約7割半が必要と考えている。

近隣センターの活性化についての考え

(回答数 132件)

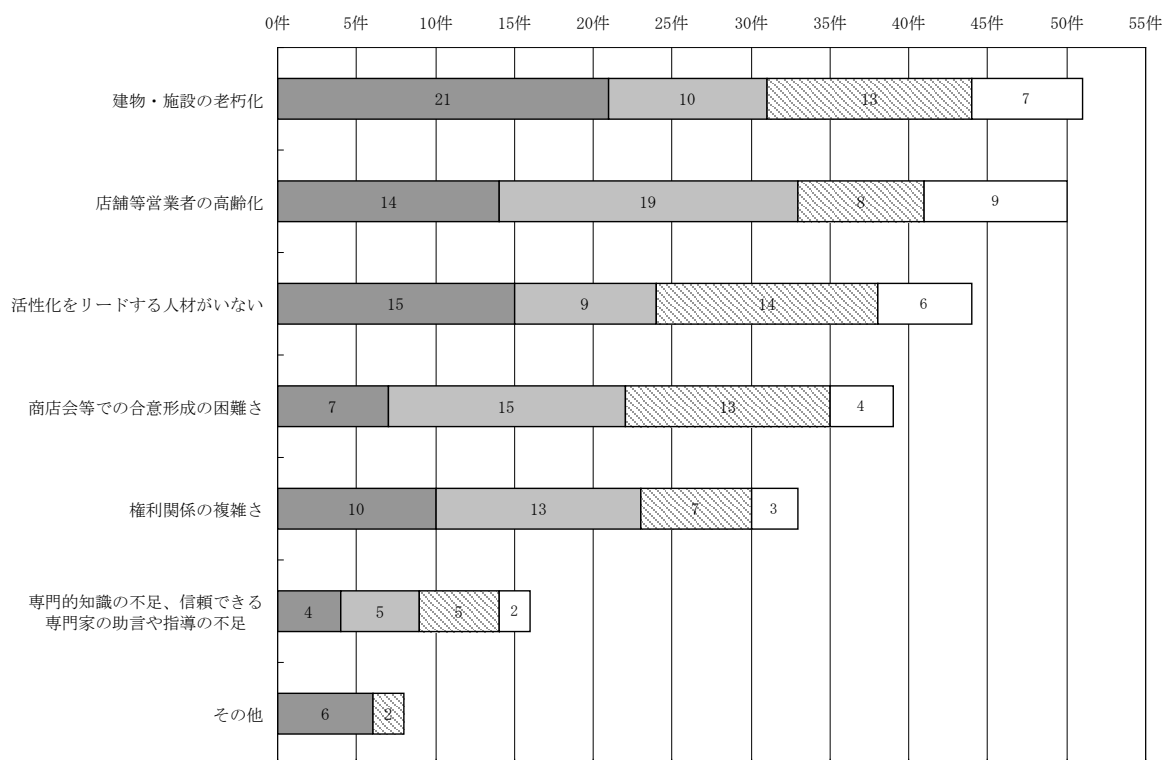


②活性化に対する障壁

「建物・施設の老朽化」「店舗等営業者の高齢化」「活性化をリードする人材がない」「商店会等での合意形成の困難さ」が多い。

活性化に対する障壁

(回答者数 86人)

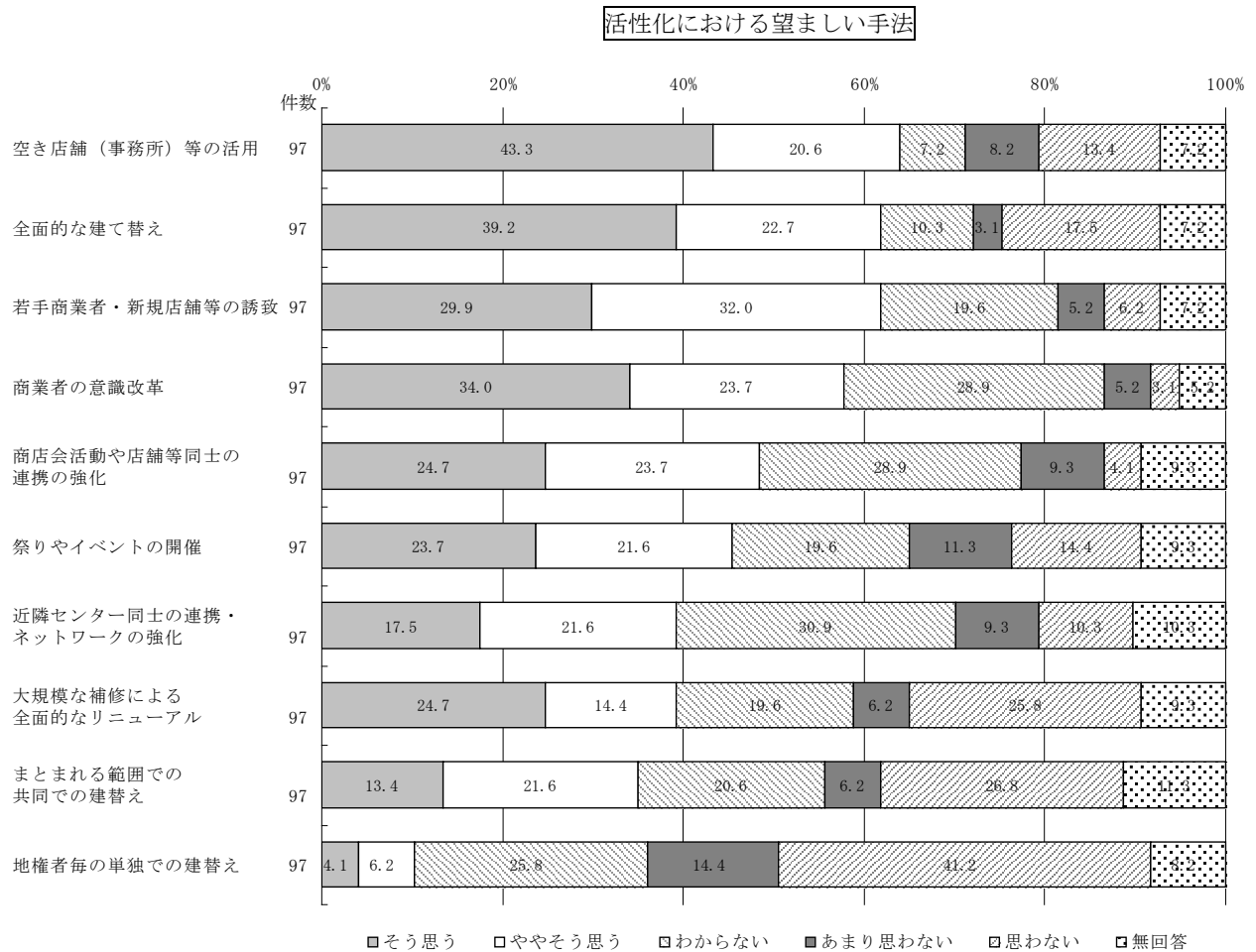


■ 最も当てはまる □ 2番目に当てはまる ▨ 3番目に当てはまる □ 順位づけのない回答

③活性化への望ましい手法

「空き店舗（事務所）等の活用」「全面的な建替え」「若手事業者・新規店舗等の誘致」「事業者の意識改革」など、比較的改革的、あるいは新しい風を吹き込もうという意志のある回答が多い。一方、「地権者毎の単独での建替え」については、否定的な意向が強くなっている。

以上のことから、施設等の老朽化に対しては、全面的な建替えという抜本的な改善が求められている一方、これをリードする人材の不在をはじめ、意識改革や新しい人材など、近隣センターの人的資源の改善も求められていると考えられる。



(4) <今後の近隣センターへの知見>

①不動産の活用に関する意向、店舗・事業の運営に関する意向

- ◆ 個々の意向に差はあるものの、全体的な傾向としては、「近隣センターの施設の老朽化」と、「核店舗の不十分」を問題としており、「全面的な建替え」や、「空き店舗の活用」「若手事業者の誘致」「事業者の意識改革」などが必要だとする意向が多い。

②全面的な建替え

- ◆ 「現在住まいとしての利用がされている建物がある」「近隣センターでの事業の収益に家計が大きく依存している方がいる」など、生活に強く影響する方が少なからずいるため、十分な配慮が必要である。

③空き店舗の活用や若手事業者の誘致

- ◆ 不動産所有者の賃貸に対する意向も高いことから、不動産の「所有」と「利用」の分離を積極的に進めることにより、空き店舗の活用を円滑に進めることが期待できる。また、これを通じ新しい人材を呼び込むことが、近隣センター全体へ刺激や変化を与え、事業者の意識改革につながることも考えられる。さらに、近隣センター全体をリードしていく人材が生まれ、連携する体制ができれば、全面的な建替えへと方向性を共有することも期待できる。

3. 福祉、介護事業者の意見

<福祉、介護事業者の現状や意見>ヒアリング

① サービス提供の範囲

- ・近隣からニュータウン周辺まで、サービス提供の範囲が広い事業者が多い。

② 近隣センターでの事業展開のメリット

- ・利用者が近くに住んでいる。
- ・近隣住民を職員等として採用できる。
- ・近隣センター内の他の店舗との相互利用ができる。
- ・人通りがある。
- ・車が通らないため安全である。
- ・近隣センターは地域密着性が高い。

③ 近隣センターでの事業展開のデメリット

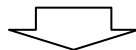
- ・仕事用の駐車場が足りない。
- ・店舗面積が狭い。
- ・駐輪場がない。
- ・閉まっている店があり、活気がない。

④ 近隣センターでの活動に関して抱える問題点や課題、その解決方法のアイデア

- ・近隣センターとしてのまとまりがほしい。
- ・近隣センターが1つの事業体になれないか。
- ・商店主自身が高齢化している。
- ・老朽化した建物をきれいにする。
- ・個性的な店が欲しい。
- ・十分な駐車場を設ける。
- ・近隣センター内、及び他の近隣センターとのつながりをつける。
- ・必ずしも近隣センターへの立地にこだわらない事業者もいる。

⑤ 今後、新たな需要として考えられる内容（ニュータウン全体、住区毎）

- ・高齢者の衣食住に関わる配食、生活支援サービス、バリアフリー化をサポートする仕事
- ・活動場所を探しているNPO、ボランティア団体、福祉事業者は多い。



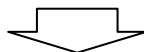
○ まとめとして

- ・福祉、介護、生活支援サービス等事業者は、利用者に近い、人が集まりやすい、安全性が高い等のメリットを重視して、立地している。ただし、近隣センター内への立地にこだわっていない事業者もいる。
- ・店舗面積の不足、駐車場や駐輪場の不足、空店舗による活気のなさを問題視している。
- ・近隣センターとしてのまとまり、老朽化した建物の美化、個性的な店舗の導入、駐車場の充実、近隣センター内及び他の近隣センターとのつながりをつけること等を望んでおり、自らの事業展開にも影響があると考えられている。
- ・高齢者の衣食住に関わる仕事の需要、NPO、ボランティア団体、福祉事業者の活動場所の需要等があるという意見もあった。

4. スーパー、核テナント事業者の意見

<スーパー、核テナント事業者の現状や意見>ヒアリング

- ① 過去 10 年間程度の来店者、販売額の概ねの推移、最近の客層の変化
 - ・全般的に売上げ、客数とも下降傾向にある。
 - ・概してスーパーマーケットは高齢者の利用が多いが、若い子連れ世帯の利用も見られる。コンビニエンスストアは 20～30 歳代が中心で、次に高齢者が多い。
- ② 商店会との共同企画の内容、近隣センターでのイベントへの参加状況
 - ・どの店も商店会に加入し、協力している。
- ③ 物販以外の、地域に根ざしたサービスの有無（宅配サービス等）
 - ・マーケット及びスーパーマーケットは有料の宅配を行っている。
 - ・どの店も、自治会イベントへの協賛等の地域貢献を行っている。
- ④ 現在抱える問題点や解決したい事柄
 - ・駐車場の不足
 - ・建物の老朽化
 - ・周辺住宅地の高齢化による客数の減少
- ⑤ 積極的に魅力を高めることについての考え方
 - ・店の付加価値の増加、近隣センターが一体となった集客方策の実施、建物の老朽化対策等により、魅力を高める。
- ⑥ 積極的に魅力を高めるために導入が望ましい施設のイメージ
 - ・スーパーマーケットや飲食店により、お客を呼び込む。
- ⑦ 将来計画、積極的に魅力を高めるための方法への考え方
 - ・外向きの店舗をつくる。
 - ・他の場所（駅前等）で再整備する。
- ⑧ 積極的に魅力を高めるために解決すべき事柄（課題）
 - ・お客の立場では、行ってみたいという魅力的な店が少ない商店街であることが問題である。
 - ・近隣センター内には商売に関心のない店主がいる。商売をしなくても食べていける人がいる。
- ⑨ 近隣センターでの新たな事業展開の可能性の有無、展開するための課題等
 - ・スーパーマーケット及びコンビニエンスストアは十分な駐車場、十分な売り場面積の確保、競合店との距離が課題である。



○ まとめとして

- ・全般的に売上げ、客数とも下降傾向にある。
- ・概してスーパーマーケットは高齢者の利用が多いが、若い子連れ世帯の利用も見られる。コンビニエンスストアは 20～30 歳代が中心で、次に高齢者が多い。
- ・駐車場の不足、建物の老朽化、周辺住宅地の高齢化による客数の減少等を問題視している。
- ・店の付加価値の増加、近隣センターが一体となった集客方策の実施、建物の老朽化対策等により、魅力を高めることが望まれている。
そのためには、店主の意識を高めること、魅力的な店を増やすこと、十分な駐車場、十分な売り場面積の確保することが望まれている。

5. 民間デベロッパーの意見

<民間デベロッパーの現状や意見>ヒアリング

① 現状の問題点

- ・現在の近隣センターは、ワンストップのセンターではない。欲しいものがないのが現状である。

② 経営面の問題点

- ・それぞれの商店主が個々にやっけてはうまくいかない。個人店舗では経営、営業の情報が足りない。

③ 再整備実現への問題点

- ・近隣センターの再整備事業を進めるためには、既存地権者、店舗への対応が課題である。
- ・地権者の意見がどれだけまとまっているかが最も大きな課題である。
- ・近隣センターの再整備のためには、個人地権者との折衝が課題である。地権者に対しては、近隣の方々の利便性の面を説得し、本気で再整備をやらうとする人をさがすべきである。
- ・現在のような土地所有の形態のままでは、近隣センターの各地権者の土地は流通しない。流通できるような形態に変える必要がある。

④ 導入が望まれる機能や施設

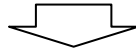
- ・商業系以外の施設の導入も検討することが望ましい。
- ・近隣センターの再整備に当たっては、高齢者や乳幼児の福祉施設や保育所を盛り込むべきである。

⑤ 再整備手法

- ・マンションとの共同開発で、地権者が区分所有床を取得して店舗等を継続したとしても、いずれ空店舗が発生して、それが埋まらないままになり、将来、近隣センターとしての役割を果たしていくことは難しい。今の近隣センターが抱える状況と同じになる。
- ・近隣センターの再整備の方法の一つとして、近隣センター用地の一部を買い上げて分譲マンションを建設し、この利益を原資として、残りの敷地を買い上げ、商業施設群として再整備する方法が考えられる。
- ・再開発事業や一体の借地として活用する等の方法がある。

⑥ 管理・運営の手法

- ・全近隣センターをネットワーク化して、エリアで連携し共同で販促、運営を行うことが生き残る唯一の方法であると考えている。



○ まとめとして

- ・全体として、近隣センターの整備には関心がある。
- ・商店主個々だけでは、営業の継続は難しいことを指摘している。
- ・商業以外の、高齢者や子育て等の施設の導入が望ましいと考えられている。
- ・地権者自らだけではなく、一部の土地の売却や借地手法により、デベロッパー等との共同で整備を行うことも提案されている。

6. 専門家の意見

<専門家による近隣センターへの考え方や意見>ヒアリング

① 地権者の意向や資産

- ・地権者は十分な資産を持っている人も多い。
- ・地権者は本音では、所有地の面積を減らしたくない。

② 近隣センターの利便性への期待

- ・近隣センターは住区の中であり、かつての利便性は住民から期待されなくなっているが、その重要性は変わらない。

③ 地権者の意識や資産

- ・地権者はまだ、代替わりしていない人も多く、新しい話もなかなか理解してもらえない。

④ 対象とする層

- ・特に若年層が利用してくれる方法を考えていくべきである。高齢者は自然と利用していく。
- ・少子高齢化により、交通弱者のニーズに応える所として、近隣センターはますます必要になる。
- ・近隣センターの周辺で、公的住宅の建替えと民間マンションの建設が進むと、若い世代が増えてくる。これらのニーズに対応できるようにしておく必要がある。

⑤ 導入が望まれる機能や施設

- ・従来からの商業中心の近隣センターから、コミュニティセンターとしての近隣センターへと考え方を変えた方がよい。
- ・市民ホール、医者村もあるという前提で近隣センターをどうするのがよいかを考えていきたい。
- ・おしゃべりしながら食事ができる食堂
- ・障がいのある人が持つ人がウエイター等をやる店を作ることは、就業保障にもつながる。
- ・住民同士が自由に使える交流スペース
- ・住民の緩やかな組織や校区委員会等の活動場所
- ・地域の情報交流機能
- ・医療サービス
- ・デイサービス（通所介護）、地域密着型施設、小規模多機能型施設
- ・技能をもつ高齢者を生かす場
- ・人を呼び込み、たまり場を作る。
- ・小さい図書館をNPOが運営
- ・喫茶店や飲み屋
- ・アート、ギャラリー
- ・地元市民の自分のチャレンジショップ
- ・アートのNPOの個展会場、アートの活動団体を誘致

⑥ 住宅の導入

- ・住宅を持ち込むと、将来、時代ニーズの変化に対応した近隣センターの再整備ができなくなる。
- ・共同住宅との複合開発を行う場合は住宅棟と施設棟を別棟とし、施設等はいつでも更新が可能とすることが今後の施設づくりには必要である。

⑦ ニーズに合わせて対応しやすい仕組み

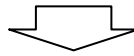
- ・ニーズが無くなればすぐに退店し、新しい店へと変更できる仕組みが必要である。

⑧ 地域との連携

- ・市民と一緒に近隣センターを考え、作っていくプロセスが重要である。

⑨ 地権者による再整備の手法

- ・近隣センターの地権者の土地を一体的に借地等で利用する方法もある。
- ・近隣センターの地権者が共同出資会社等に組織化して資金を調達し、自ら建替えと運営を行う方法もある。
- ・管理、運営も一括でやるのがよい。
- ・近隣センターの総合的なマネジメントの仕組みをつくる
- ・地権者が共同して再整備する仕組みをつくる。



○ まとめとして（専門家による近隣センターの将来の望ましい方向）

① 高齢者、交通弱者のニーズに応える

- ・歩く距離が短い高齢者や交通弱者が、身近に買い物ができる場所とする。

② 時代のニーズに合わせて対応できる仕組みをもつ

- ・時代のニーズの変化に合わせて、ニーズが無くなればすぐに退店し、新しい店へと変更できる仕組みを備える。

③ 新規住宅供給により増加する若年世帯のニーズに対応する

- ・公的住宅の建替えと民間マンションの建設により増加する若い世代のニーズに対応する。

④ 商業機能と共に、人が集う魅力をつくる

- ・商業に限定せず、人が集まり、時間をつぶせるコミュニティセンターとする。
- ・人が寄る魅力をつくる。

(イメージとして) ・アート、ギャラリー等の文化的要素を活用

- ・地域主婦の活動の輪を広げる場
- ・障がいのある人の就業保障の場
- ・住民参加型の食堂運営
- ・市民のグループ等の安定した活動拠点
- ・保育や就学前幼児の交流スペースや多世代間交流の場
- ・近隣センター内に医療や介護福祉サービスを配置
- ・技能をもつ高齢者を生かす場

⑤ 地域の情報交流機能でニーズをつかむ

- ・地域の住民のニーズをくみ取り、各店舗が工夫できる仕組みをつくる。

⑥ 近隣センターの総合的なマネジメントの仕組みをつくる

- ・全近隣センター全体のテナント誘致、マネジメント（経営管理）、リーシング（リース業務や賃借）等をできる仕組みをつくる。

⑦ 地権者が共同して再整備する仕組みをつくる

- ・近隣センターの地権者の土地を一体的に借地化して再整備する。
- ・近隣センターの地権者が共同出資会社等に組織化して再整備する。

7. まとめ一覧表

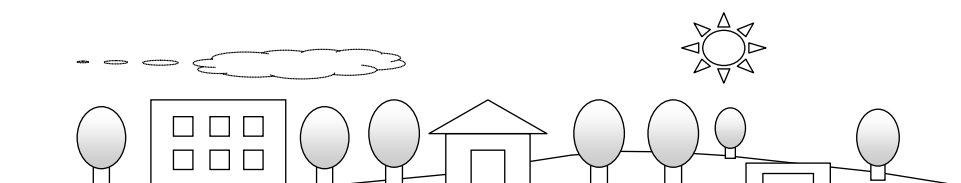
前述した意向や意見をまとめると概ね以下のような内容となる。

	現状に対する意向	現状の問題点	近隣センターで備えるべき機能	活性化に向けた考え方
<p>住民アンケート調査</p> <p>●調査対象 佐竹台、高野台、古江台、津雲台、藤白台、青山台、桃山台、竹見台に住む中学生以上の住民から無作為抽出した3,450人を対象</p> <p>●配布と回収 アンケートの配布・回収とも郵送 配布数 3,450 票 回収数 1,515 票 回収率 43.9%</p>	<p>●現在の利用者層 P6 ・利用頻度が高い年齢層は、60歳代以上であり、年齢が上がるにつれて利用頻度が高くなる傾向がある。</p> <p>●主に利用する店舗や施設 P7 ・「スーパーやコンビニ」「郵便局」「医院、クリニック、調剤薬局」「食料品や物販、理美容等の店舗」があげられている。</p> <p>●利用する理由 P8 ・近隣センターを利用する理由については、「自宅の近くにあるため」「利用したい店舗や施設があるため」が多い。</p> <p>●利用手段 P9 ・歩行者系手段による利用が多い。</p>	<p>●利用しない理由 P10 ・全体では、「駅前の店舗や施設を利用しているため」「利用したい店舗や施設がないため」が多い。年齢別に見ると、60歳以上では「駅前の店舗や施設を利用しているため」が多く、30歳代、40歳代では「利用したい店舗や施設がないため」が多く、16～19歳、20歳代の利用頻度は、他の年代に比べ低い。このようなことから、近隣センターよりも多くの施設がある駅前へ足を運ぶ傾向があり、近隣センターは魅力に欠けていると伺える。</p> <p>●将来について P11 ・全体では、「魅力を高める必要があると思う」が約7割半と多く、日常に利用する「魅力的な買物の場」、クリニックや福祉・介護系施設による「医療、福祉、介護支援の場」としての充実が強く求められている。</p>	<p>●充実が望まれる基本的な機能や施設 P11 ・全体的に「日常に利用する魅力的な買物の場」「クリニックや福祉・介護系施設による、医療、福祉、介護支援の場」としての充実が強く求められている。 ・「趣味、サークル、ふれあい喫茶などの交流の場」としても充実が求められているが、特に、一人暮らし世帯から強く求められている。 ・「キッズルームや保育所などの、子育て支援の場」としては、乳幼児のいる子育て世帯からは非常に強く求められている。 ・「中学生や高校生などの若者の活動の場」としては、青少年のほか、小学生のいる子育て世帯からも求められている。 ・「NPOなどの、市民活動、市民の起業などの場」としては、強い意向は伺えない。 ・「マンションなどの居住の場」としては、やや否定的に捉えられていると伺える。</p> <p>●身近に欲しい店舗や施設 P13 ・全体的に比較的要望が多いのは、商業系店舗の「スーパー」「コンビニ」「飲食店や喫茶店」、公益施設の「郵便局」「銀行やATM」、医療系施設の「医院や整骨院」「調剤薬局」「福祉・介護系施設」、他「屋外のくつろげるベンチ」などである。 ・しかし、全体的には要望の少ないものでも、「市民ホール」「小規模図書室」「貸勉強室」「趣味や文化教室」「住民のサークルやクラブ等の活動場所」「学習塾」「テニスやバスケのコート等」「託児所等の保育施設」「学童保育施設」等、回答者の属性によっては要望の高いものもある。</p>	<p>●近隣センターに求められる主な機能 P16 ・近隣センターに求められる主な機能は、年齢層に関わらず、身近に欲しい店舗や施設として回答率が高い、スーパーマーケットやコンビニエンスストアの「商業系機能」、郵便局、銀行・ATMの「公益系機能」、医院や整骨院、調剤薬局、看護ステーション・デイサービス（通所介護）センターの「医療、福祉・介護系機能」、ベンチなどの「屋外でくつろげる機能」等である。また、地区センター（駅前の商業施設）へ近い近隣センターでは、スーパー等は競合し立地が難しいことから、日常買物品も販売するコンビニ等の導入が考えられる。 近隣センターの将来のあり方としては、日常に利用する「魅力的な買物の場」、クリニックや福祉・介護系施設による「医療、福祉・介護支援の場」、「コミュニティ、交流の場」の充実が求められている。</p> <p>●魅力ある店舗の呼び込み等 P16 ・上記以外にも、回答者の年齢層によっては要望の高いものもあり、新たに青少年層の呼び込みにつながる小規模図書室、貸勉強室、屋内プール、テニスやバスケのコート、カラオケ店等の「若者の活動の場」、子育て世帯のニーズが高い託児所や学童保育等の「保育、子育て支援施設」、40～50歳代で高い住民のサークルやクラブ等の活動場所等の「コミュニティ施設」、高齢者層から要望の高い市民ホール、理美容店、リハビリセンター等があげられる。 また、クリーニング店と趣味や文化教室は、20～80歳以上から要望が高く、レンタルビデオ店は、中学生～50歳代から要望が高い。 そして、これらの身近にあることが望まれている店舗や施設を呼び込み、駅前とは異なる魅力を創出することが望ましいと考えられる。</p> <p>●店舗や施設等の工夫等 P16 ・アンケートの自由記入欄で回答のあった、「楽しくなる店づくり」「若い世代や高齢者の活用」「ニーズの変化に対応できるデベロッパーによる運営」「住民参加型のイベント」「駐車場や駐輪場の充実」「ネーミングの検討」等を、活性化に向けた検討を行う際には盛り込むことが望ましいと考えられる。</p>

	現状に対する意向	現状の問題点	近隣センターで備えるべき機能	活性化に向けた考え方
<p>権利者アンケート調査</p> <p>●調査対象 佐竹台、高野台、古江台、津雲台、藤白台、青山台、桃山台、竹見台の各近隣センター内に土地や建物を所有する方及び店舗や事業所を営業されている方の合計 225 人を対象</p> <p>●配布と回収 土地や建物を所有する方(不動産等所有者)には郵送、賃借で店舗や事業所を営業されている方(店舗営業者)に対しては訪問配布、回収は全て郵送回収 配布数 225 票、回収数 136 票(うち、不動産等所有者 72 票、不動産等所有者以外の賃貸店舗営業者 64 票)、回収率 60.4%</p>	<p>●不動産所有者の店舗等の利用内容 P21</p> <ul style="list-style-type: none"> 1階は「自己等の店舗や事業所」、1階以外は「自己等の住宅」の店舗兼住宅として利用している場合が多い。 <p>●不動産所有者の建物の賃貸意向 P22</p> <ul style="list-style-type: none"> 賃貸の意向については、「現在賃貸している、又は募集中」と「これまで貸す気はなかったが、今後は考えたい」の合計は約6割であり、自らの店舗営業以外での活用も望む意向も高く、賃貸の意向は低いとは言えない。 <p>●不動産所有者の土地や建物の将来意向 P22</p> <ul style="list-style-type: none"> 今後の意向については、約5割半が「今後も引き続き所有する」意向。一方、約1割が「いずれ売却する」意向、約3割が「近隣センター全体の今後の動きを見ながら考える」意向であり様々である。 <p>●店舗営業者の店舗や事業所の収益と家計との関係 P23</p> <ul style="list-style-type: none"> 近隣センターでの事業の収益が家計に占める割合(本人又は親族が経営の場合)については、約3割半が「9割以上」と、高い依存度である。一方、約2割半が「概ね0～2割程度」であり、家計が収益への依存度が高い場合と低い場合に分かれていると考えられる。 <p>●店舗営業者の店舗や事業所の将来意向 P24</p> <ul style="list-style-type: none"> 近隣センターでの事業に関する今後の意向(本人又は親族が経営の場合)については、約7割が「継続」の意向を持っている。一方、約1割が「自分の代で辞める」意向を持っている。 <p>●店舗営業者の近隣センターでの事業(商売)の理由 P24、25</p> <ul style="list-style-type: none"> 全体では「長い間、ここで営業しているから」が最も多いが、所有店舗営業者では「土地や建物を所有しているから」、賃貸店舗営業者では「周辺に消費者や利用者がいるから」が高いなど、考え方に差があると思われる。また、環境の良さ、再開発の進行や今後の発展性等の周辺条件のよさが魅力となっている意見も見られた。 	<p>●事業を行う際の問題点 P25</p> <ul style="list-style-type: none"> 「近隣センターの老朽化」「自らの店舗や事務所の老朽化」と共に、「核店舗がないこと又は不十分さ」「空店舗の存在」等があげられており、建物・施設の老朽化と商店街運営の両面で問題を感じられていると考えられる。 <p>●活性化の必要性 P26</p> <ul style="list-style-type: none"> 活性化の必要性については、約7割半が必要と考えている。 <p>●活性化に対する障壁 P26</p> <ul style="list-style-type: none"> 「建物・施設の老朽化」「店舗等営業者の高齢化」「活性化をリードする人材がいらない」「商店会等での合意形成の困難さ」が多くあげられている。 	<p>—</p>	<p>●活性化の手法 P27</p> <ul style="list-style-type: none"> 活性化への望ましい手法については、「空き店舗(事務所)等の活用」「全面的な建替え」「若手事業者・新規店舗等の誘致」「事業者の意識改革」など、比較的改革的、あるいは新しい風を吹き込もうという意志のある回答が多い。一方、「地権者毎の単独での建替え」については、否定的な意向が強い。 以上のことから、施設等の老朽化に対しては、全面的な建替えという抜本的な改善が求められている。一方、これをリードする人材の不在をはじめ、意識改革や新しい人材など、近隣センターの人的資源の改善も求められていると考えられる。 <p>●不動産の活用に関する意向、店舗・事業の運営 P28</p> <ul style="list-style-type: none"> 個々の意向に差はあるものの、全体的な傾向としては、「近隣センターの施設の老朽化」と、「核店舗の不十分」を問題としており、「全面的な建替え」や、「空き店舗の活用」「若手事業者の誘致」「事業者の意識改革」などが必要だとする意向が多い。 <p>●全面的な建替え P28</p> <ul style="list-style-type: none"> 「現在住まいとしての利用がされている建物がある」「近隣センターでの事業の収益に家計が大きく依存している方がいる」など、生活に強く影響する方が少なからずいるため、十分な配慮が必要である。 <p>●空き店舗の活用や若手事業者の誘致 P28</p> <ul style="list-style-type: none"> 不動産所有者の賃貸に対する意向も高いことから、不動産の「所有」と「利用」の分離を積極的に進めることにより、空き店舗の活用を円滑に進めることが期待できる。また、これを通じ新しい人材を呼び込むことが、近隣センター全体へ刺激や変化を与え、事業者の意識改革につながることも考えられる。さらに、近隣センター全体をリードしていく人材が生まれ、連携する体制ができれば、全面的な建替えへと方向性を共有することも期待できる。
<p>事業者ヒアリング</p> <p>●調査対象 近隣センターに立地している福祉、介護、生活支援サービス等事業者、スーパー等核テナント事業者</p>	<p>●福祉、介護等事業者 P29</p> <ul style="list-style-type: none"> 「利用者に近い」「人が集まりやすい」「安全性が高い」等のメリットを重視して、立地している。ただし、近隣センター内への立地にこだわっていない事業者もある。 <p>●スーパー等核テナント事業者 P30</p> <ul style="list-style-type: none"> 全般的に売上げ、客数とも下降傾向にある。 概してスーパーマーケットは高齢者の利用が多いが、若い子連れ世帯の利用も見られる。コンビニエンスストアは20～30歳代が中心で、次に高齢者が多い。 	<p>●福祉、介護等事業者 P29</p> <ul style="list-style-type: none"> 「店舗面積の不足」「駐車場や駐輪場の不足」「空店舗による活気のなさ」を問題視している。 <p>●スーパー等核テナント事業者 P30</p> <ul style="list-style-type: none"> 「駐車場の不足」「建物の老朽化」「周辺住宅地の高齢化による客数の減少」等を問題視している。 競合店との距離 	<p>—</p>	<p>●福祉、介護等事業者 P29</p> <ul style="list-style-type: none"> 「近隣センターとしてのまとめり」「老朽化した建物の美化」「個性的な店舗の導入」「駐車場の充実」「近隣センター内及び他の近隣センターとのつながりをつける」等を望んでいる。 「高齢者の衣食住に関わる仕事の需要」「NPO、ボランティア団体、福祉事業者の活動場所の需要」等があるという意見もあった。 <p>●スーパー等核テナント事業者 P30</p> <ul style="list-style-type: none"> 「店の付加価値の増加」「近隣センターが一体となった集客方策の実施」「建物の老朽化対策」等により、魅力が高めることが望まれている。 そのためには、「商店主の意識を高める」「魅力的な店を増やす」「十分な駐車場、十分な売り場面積の確保する」等が望まれている。

	現状に対する意向	現状の問題点	近隣センターで備えるべき機能	活性化に向けた考え方
<p>民間デベロッパー ヒアリング</p> <p>●調査対象 千里ニュータウン内や周辺地域で事業を行っている民間デベロッパー</p>	<p>—</p>	<p>●現状の問題点 P31</p> <ul style="list-style-type: none"> 現在の近隣センターは、ワンストップのセンターではない。欲しいものがないのが現状であろう。 <p>●経営面の問題点 P31</p> <ul style="list-style-type: none"> それぞれの商店主が個々にやっているとうまくいかない。個人店舗では経営、営業の情報が足りない。 <p>●再整備実現への問題点 P31</p> <ul style="list-style-type: none"> 近隣センターの再整備事業を進めるためには、既存地権者、店舗への対応が課題である。 地権者の意見がどれだけまとまっているかが最も大きな課題である。 近隣センターの再整備のためには、個人地権者との折衝が課題である。地権者に対しては、近隣の方々の利便性の面を説得し、本気で再整備をやらせようとする人を探すべきである。 現在のような土地所有の形態のままでは、近隣センターの各地権者の土地は流通しない。流通できるような形態に変える必要がある。 	<p>●導入が望まれる機能や施設 P31</p> <ul style="list-style-type: none"> 商業系以外の施設の導入も検討することが望ましい。 近隣センターの再整備に当たっては、高齢者や乳幼児の福祉施設や保育所を盛り込むべきである。 	<p>●再整備手法 P31</p> <ul style="list-style-type: none"> マンションとの共同開発で、地権者が区分所有床を取得して店舗等を継続したとしても、いずれ空店舗が発生して、それが埋まらないままになり、将来、近隣センターとしての役割を果たしていくことは難しい。今の近隣センターが抱える状況と同じになる。 近隣センターの再整備の方法の一つとして、近隣センター用地の一部を買い上げて分譲マンションを建設し、この利益を原資として、残りの敷地を買い上げ、商業施設群として再整備する方法が考えられる。 再開発事業や一体の借地として活用する等の方法がある。 <p>●管理・運営の手法 P31</p> <ul style="list-style-type: none"> 全近隣センターをネットワーク化して、エリアとして連携し共同で販促、運営を行うことが生き残る唯一の方法であると考えている。
<p>専門家ヒアリング</p> <p>●調査対象 地域まちづくり計画、商店街活性化、地域福祉、マーケティング、公益活動の専門家</p>	<p>●地権者の意向や資産 P32</p> <ul style="list-style-type: none"> 地権者は十分な資産を持っている人も多い。 地権者は本音では、所有地の面積を減らしたくない。 	<p>●近隣センターの利便性への期待 P32</p> <ul style="list-style-type: none"> 近隣センターは住区の中であり、かつての利便性は住民から期待されなくなっているが、その重要性は変わらない。 <p>●地権者の意向や資産 P32</p> <ul style="list-style-type: none"> 地権者はまだ、代替わりしていない人も多く、新しい話もなかなか理解してもらえない。 	<p>●対象とする層 P32</p> <ul style="list-style-type: none"> 特に若年層が利用してくれる方法を考えていくべきである。高齢者は自然と利用していく。 少子高齢化により、交通弱者のニーズに応える所として、近隣センターはますます必要になる。 近隣センターの周辺で、公的住宅の建替えと民間マンションの建設が進むと、若い世代が増えてくる。これらのニーズに対応できるようにしておく必要がある。 <p>●導入が望まれる機能や施設 P32</p> <ul style="list-style-type: none"> 従来からの商業中心の近隣センターから、コミュニティセンターとしての近隣センターへと考え方を変えた方がよい。 市民ホール、医者村もあるという前提で近隣センターをどうするのがよいかを考えていきたい。 おしゃべりしながら食事ができる食堂 障がいのある人がウェイター等をやる店を作ることは就業保障にもつながる。 住民同士が自由に使える交流スペース 住民の緩やかな組織や校区委員会等の活動場所 地域の情報交流機能 医療サービス デイサービス、地域密着型施設、小規模多機能型施設 技能をもつ高齢者を生かす場 人を呼び込み、たまり場を作る。 小さい図書館をNPOが運営 喫茶店や飲み屋 アート、ギャラリー 地元市民の自分のチャレンジショップ アートのNPOの個展会場、アートの活動団体を誘致 	<p>●住宅の導入 P32</p> <ul style="list-style-type: none"> 住宅を持ち込むと、将来、時代ニーズの変化に対応した近隣センターの再整備ができなくなる。 共同住宅との複合開発を行う場合は住宅棟と施設棟を別棟とし、施設等はいつでも更新が可能とすることが今後の施設づくりには必要である。 <p>●ニーズに合わせて対応しやすい仕組み P33</p> <ul style="list-style-type: none"> ニーズが無くなればすぐに退店し、新しい店へと変更できる仕組みが必要である。 <p>●地域との連携 P33</p> <ul style="list-style-type: none"> 市民と一緒に近隣センターを考え、作っていくプロセスが重要 <p>●地権者による再整備の手法 P33</p> <ul style="list-style-type: none"> 近隣センターの地権者の土地を一体的に借地等で利用する方法もある。 近隣センターの地権者が共同出資会社等に組織化して資金を調達し、自ら建替えと運営を行う方法もある。 管理、運営も一括でやるのがよい。 近隣センターの総合的なマネジメントの仕組みをつくる。 地権者が共同して再整備する仕組みをつくる。
<p>まとめとして (重視すべきポイント)</p>	<p>●現状の利用者</p> <ul style="list-style-type: none"> 主な利用者像は高齢者層、最年少の子が小学生以下の子育て世帯等である。 自宅からの近隣性から利用されている場合が多い。 歩行者系手段による利用が多い。 <p>●主に利用する店舗や施設</p> <ul style="list-style-type: none"> 従来からの商業系施設、郵便局に加えて、新たに立地した医療・福祉系施設の利用が主である。年代が上がるにつれて医療・福祉系施設への依存度が高まる。 <p>●地権者の意向等</p> <ul style="list-style-type: none"> 賃貸意向の有無、将来意向は地権者より様々である。ただし、土地や建物を所有しているがゆえに店舗等を自ら経営している方が多い。 地権者は本音では、所有地の面積を減らしたくない。 自己所有、賃借店舗事業者で、店舗や事業所の収益に対する家計の依存が高い方がいる。 	<p>●将来について</p> <ul style="list-style-type: none"> 住民からは「魅力を高めることが必要だと思う」意見が多い。 <p>●土地や建物に関する問題点</p> <ul style="list-style-type: none"> 利用したい店舗や施設がなく魅力が不足している。 建物が老朽化している。 土地が流通しにくい形状である。 核店舗が不十分。 空店舗がある。 駐車場や駐輪場が不足している。 <p>●地権者の状況や意向等の問題点</p> <ul style="list-style-type: none"> 店舗等営業者が高齢化している。 活性化をリードする人材がいない。 商店会等での合意形成が難しい。 個人店舗では経営、営業の情報が足りない。 地権者はまだ、代替わりしていない人も多く、新しい話もなかなか理解してもらえない。 競合店との距離 	<p>●対象とする層</p> <ul style="list-style-type: none"> 高齢者と交通弱者のニーズに応える。 公的住宅の建替えと民間マンションの建設により増加する若年層のニーズに応える。 <p>●充実が望まれる機能や施設</p> <ul style="list-style-type: none"> 従来からの商業系施設に加え、医療・福祉・介護系施設を充実させることをベースに、各年代のニーズに応える視点からは、子育て、交流等の機能を充実する。 従来からの商業中心の近隣センターから、コミュニティセンターとしての近隣センターへと考え方を変える。 	<p>●近隣センターに求められる主な機能等</p> <ul style="list-style-type: none"> 求められる主な機能は、「商業系機能」「公益系機能」、「医療、福祉・介護系機能」、将来のあり方としては、「魅力的な買物の場」「医療、福祉・介護支援の場」「コミュニティ、交流の場」の充実が求められている。 魅力ある店舗の呼び込みなど <p>●建物や店舗に関する主な方策</p> <ul style="list-style-type: none"> 全面的な建替え 空き店舗（事務所）等の活用 建物の美化 <p>●意識改革やニーズの変化への対応等に関する方策</p> <ul style="list-style-type: none"> 若手事業者・新規店舗等の誘致 事業者の意識改革 他の近隣センターとの連携 時代のニーズの変化に合わせて新しい店へと変更できる仕組みの採用 市民と一緒に近隣センターを考え、作っていくプロセスの採用 地権者が共同して再整備する仕組みの採用 一括した管理・運営方法の採用

Ⅱ. 近隣センターが抱える課題の抽出



■ 近隣センターが抱える課題の抽出

I 章の近隣センターの現状、住民や権利者等の意向や意見から、近隣センターが抱える課題としては以下の内容があげられる。

1. 店舗や施設、利用者に関する課題

- ◆ スーパーマーケットや市場等の核店舗がない近隣センターは、利用者が少なくなっている。
- ◆ 近隣センターの利用者像は、高齢者層、40歳代、乳幼児や小学生の子供をもつ専業主婦（主夫）、単身世帯が中心である。
- ◆ 住民ニーズに応える店舗や施設が不足しているため、幅広い利用者が訪れる場所となっておらず、空店舗も活用されていない。

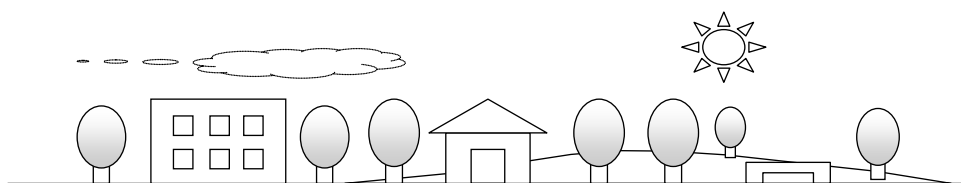
2. 近隣センターの権利者等に関する課題

- ◆ 店舗等営業者は高齢者が多く、活性化のための新たな取り組みに対する理解を得にくい状況にある。
- ◆ 活性化をリードする人材がないことが活性化に対する障壁となっている。
- ◆ 土地や建物の所有者の賃貸意向の有無、将来意向、活性化の手法の考え方は個々に様々であり、近隣センター全体としての合意形成が困難な状況にある。
- ◆ 個人店舗では経営、営業の情報が不足し、住民のニーズに応える運営が難しいと考えられる。
- ◆ 各店舗や施設の運営・管理は個々の所有者が行っており、時代ニーズや社会の変化に対応しにくい状況である。いくつかの近隣センターでは、民間デベロッパー等からの建替え計画の提案等が個別に行われており、限られた情報や計画案しか得ることができていない。

3. 建物等に関する課題

- ◆ 個々の店舗や施設の敷地が混在している土地所有の形態であり、敷地毎では流通しにくい状況である。
- ◆ 建築基準法第86条に基づく総合的設計による一団地の建築物については、個々の所有者が建物増改築・建替えを行う場合、近隣センター内の他の土地所有者すべての同意が必要であり、自由に建物の更新等が行いにくい状況である。
- ◆ 初期の建物は建築後50年近く経過しており、建物の老朽化は、利用者が近隣センターを敬遠する理由の一つになっている。
- ◆ 一部では、所有者個別の建替えが行われ、新旧の建物が混在し、近隣センター全体の一体的な整備が行いにくい状況となっている。
- ◆ 賃貸店舗の事業者からは、店舗面積の不足や駐車場不足の問題が指摘されている。

Ⅲ. 近隣センターの必要性

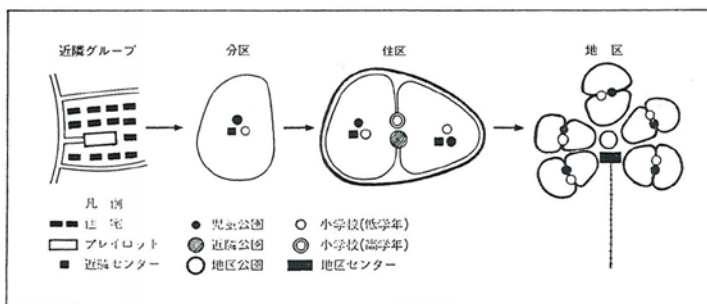


■ 近隣センターの必要性

近隣センターの現状、住民や権利者等の意向や意見、近隣センターが抱える課題は、前章までに記載のとおりだが、近隣センターの必要性をまとめる上では、当初の土地利用における計画段階での考え方と、地区センターとの役割を整理する必要がある。

1. 地区センターと近隣センターの考え方

当初計画から、千里ニュータウンのまちの構成は近隣住区理論の考え方を基に住区の中心な場所には、日常生活に必要な「近隣センター」、小学校、公園等が配置されており、購買施設は、住民の消費行動をニュータウン内にとどめて独立した商圈を形成する



ることがめざされ、買物の頻度や目的によって徒歩圏内の「近隣センター」（住区施設）、「地区センター」（地区施設）、「中央地区センター」（中央地区施設）の3段階ヒエラルキー（階層構造）構成とされ、各センターの店舗や施設の立地は、土地利用計画で定められ用途地域等により規制されている。

2. 地区センターの経緯と位置付け

「地区センター」には、スーパーマーケットと並んで、近隣センターでは得られない衣料品、文化用品等の専門店街、高級飲食店街、市役所出張所、電気、電話、ガスのサービスステーション、銀行、派出所、展示ホール、集会室等の配置が計画され、特に、「中央地区センター」には、百貨店、映画館、娯楽センター、文化ホール、ホテル、オフィスビル、病院等を配置し、将来、北大阪の中心となりうるような規模と施設が計画された。「中央地区センター」は、平成17年（2005年）に事業コンペを行い、大規模リニューアルに着手し、現在も変わらず商業機能の集積地としてだけでなく、まちの中心な役割を果たしている。

また、「北地区センター」は平成6年（1994年）に商業施設diosとして生まれかわり、核テナントがサティからイオンに変わるなど、企業の盛衰の変遷に伴い経営者は変わりつつも地区センターの機能は維持されている。

「南地区センター」は、平成16年（2004年）に当初の商業施設から、定期借地制度を利用したガーデンモールが完成し、現在、駅前広場、公共公益施設等の再整備も行われている。

各地区センターは、様々に変貌をとげつつあるが、アンケート調査結果等にもあるように、住民の日常の買物の場所として「千里ニュータウンの駅周辺の商業施設」が回答として高い結果となっていることから、商業系機能の中心としての位置付けは変わらないと思われる。

3. 近隣センターの現状と近隣住民への影響

近隣センターは徒歩圏において日常の生活の利便性を提供するための場所として、存続してきたが、再生や活性化において様々な課題を抱え、解決策を求められてから長い年月が経過している。

このままの状況では利用者の減少、さらには店舗の廃業増加、機能低下等の負の循環を拡大するおそれがあり、仮に近隣センターが失われた場合、住民にとっては、日常生活を支える身近な商業機能、サービス拠点が住区内から無くなり、買物難民（交通手段を持たない徒歩圏域の住民の生活に支障をきたす）を生むことが想定され、現在、主な利用者である高齢者、子育て世帯等の近隣住民の生活に大きな影響を及ぼすと考えられる。

4. 高齢化や新たな居住者への対応

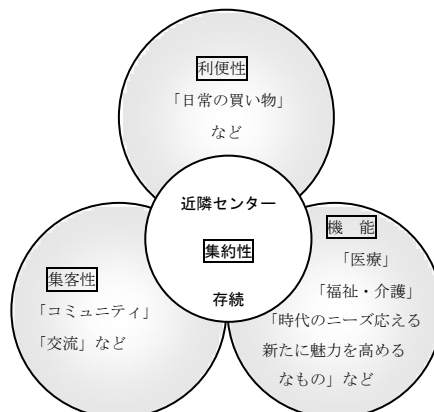
人口推計調査では、近年、千里ニュータウンは、市内の他地区より高齢者の増加が顕著であり、平成 37 年（2025 年）では高齢化率 36.1%と市内で最も高く、年齢区分別人口では、85 歳以上の女性が最も多くなるなど、極端な高齢化社会が予想される。一方、ここ数年、公的賃貸住宅の建替え等に伴う、再生地の分譲マンションの建設が多く、若年層の子育て世帯の人口増加も数年先まで見込まれることから、高齢化した現居住者の対応や、新たに居住する住民への対策として、近隣センターの活用が必要と考えられる。

5. 近隣センターの今後

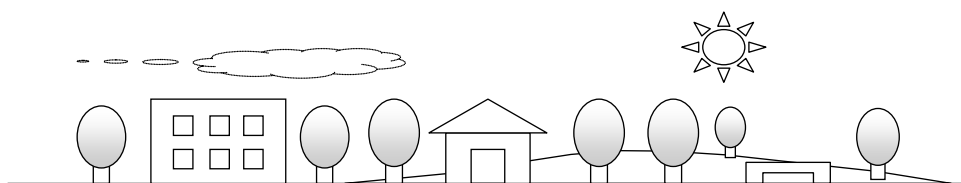
以上のことと住民や権利者、専門家等の意向や意見から、近隣センターは、住民等から住区を中心として様々な機能を求められており、複数の店舗や施設の集約的な受け入れと、人の呼び込みを生み出せる唯一の場所と考えられる。

今後も、近隣センターが持つこの特性を最大限に活かし、アンケート調査結果等からも、住民から求められているスーパーマーケットやコンビニエンスストアの「日常の買物」の利便性、屋外でくつろげるベンチなどの「交流、コミュニティ」の集客性、医院や整骨院、看護ステーション・デイサービス（通所介護）センターの「医療、福祉・介護」機能、子育て支援施設、若者の活動の場等の「時代のニーズに応える新たな」機能などを備えた、住民にとって身近で総合的に生活を支える場としての役割を果たすために存続させる必要があると考えられる。

また、今後は、駅前の地区センターとは異なる魅力を創出することにより活性化・再生をめざすことが望ましいと考えられる。



IV. 近隣センターの新たな位置付け、担うべき役割



■ 近隣センターの新たな位置付け、担うべき役割

I 章～III 章までの住民、権利者の意向、事業者、民間デベロッパー、専門家の意見、近隣センターの必要性等を基に、新しい位置付けを以下のように設定する。

1. 新たな位置付け、役割

(1) <新たな位置付け>

新たな位置付け

「時代のニーズに合わせて対応できるしくみを備えた 身近で総合的な生活支援拠点」

様々な店舗や施設の集積による相乗効果と相互の連携により、住民にとって 1 つの場所で様々なサービスが得られ、住区を中心と感じる拠点づくりをめざす。

(2) <担うべき役割等>

住民のニーズ等を基に、担うべき役割等を以下のように設定する。

担うべき役割

- ・「日常生活を支える場」
それぞれの住区での需要を基本に、交通弱者の自立生活支援はもとより、住区住民に対して、商業系、公益系サービス、生活サービスを提供する。
- ・「安心と健康を支える場」
医者村との連携や役割分担を基に、住区住民に対して健康で安心して暮らすために必要な、身近な医療系サービスを提供する。
- ・「交流やコミュニティの育成、様々な主体がサービスを提供する場」
人々を呼び込み、集う仕掛けとして、住民間の交流、NPO や市民組織等が地域ニーズに応じた新しい社会的サービスといったコミュニティ系サービスを提供する。
- ・「少子高齢化によるニーズに応える場」
それぞれの住区での需要を基本に、少子高齢化を背景とした高齢者等のニーズ、新たな住宅の供給により増加する若年世帯のニーズに応える福祉・介護系サービス、子育て支援サービスを提供する。
- ・「生活に心の豊かさを取り込む場」
それぞれの住区での需要を基本に、若者の活動の場を含め、生活の豊かさ、心の豊かさ、自己実現を達成する文化、学習、教育系サービスを提供する。

オープンスペースの活用

- ・オープンスペース（建物のない空地）は、上記の「場」を結びつける役割を担い、自由な交流、休憩、おしゃべり、又はイベント等の場として活用する。

時代のニーズや社会の変化に合った施設構成とする仕組み

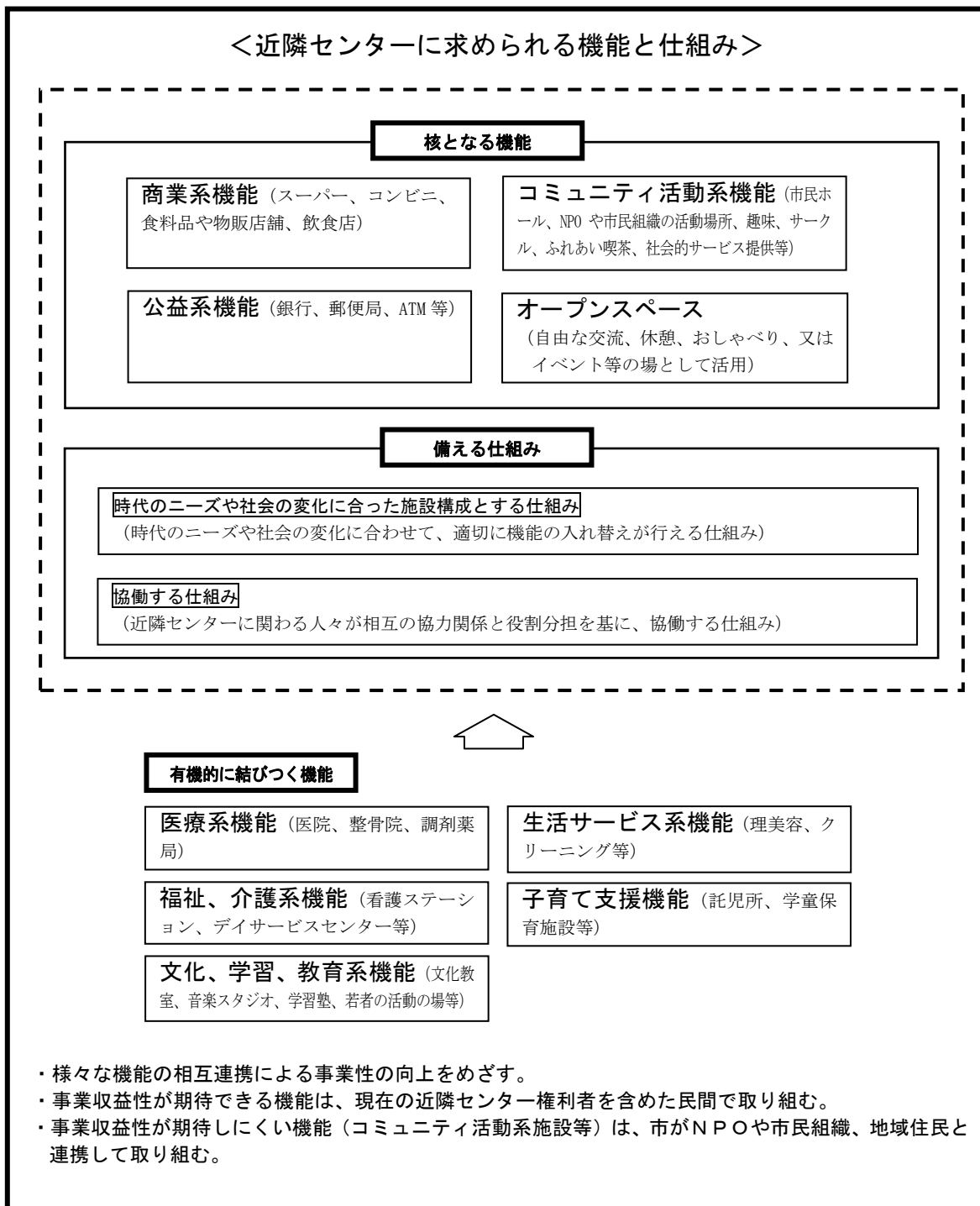
- ・時代のニーズや社会の変化に合わせて、適切に機能の入れ替えが行える仕組みを備える。

協働する仕組み

- ・近隣センターに関わる人々が相互の協力関係と役割分担を基に、協働する仕組みを備える。

2. 近隣センターに求められる機能と仕組み

「近隣センターの新たな位置付け、担うべき役割」を果たす「近隣センターに求められる機能と仕組み」は次のとおりとなる。



<留意点>

- ・ 機能の定期的な見直し
- ・ 需要対応型の小型スーパーや、行政サービス等を提供する地域密着型コンビニ等の動きを踏まえた商業系施設の導入
- ・ 公的賃貸住宅建替えに伴う活用地の扱い方
- ・ 医者村と連携した医療系施設の導入
- ・ 戸建住宅地内での施設立地の扱い方（住環境に配慮し騒音や通行車両の増加等の影響を及ぼさない用途に限定）

3. 店舗や施設部分の運営・管理

近隣センターは、開設時の当初から、多くの店舗等において運営・管理主体が変化せず、高齢化が進んできたと考えられる。「権利者の意向」「専門家の意見」にも見られるように、このことが、近隣センターが時代のニーズや社会の変化への対応や、住民のニーズに応えることができず、魅力が減少した大きな要因の一つと考えられる。

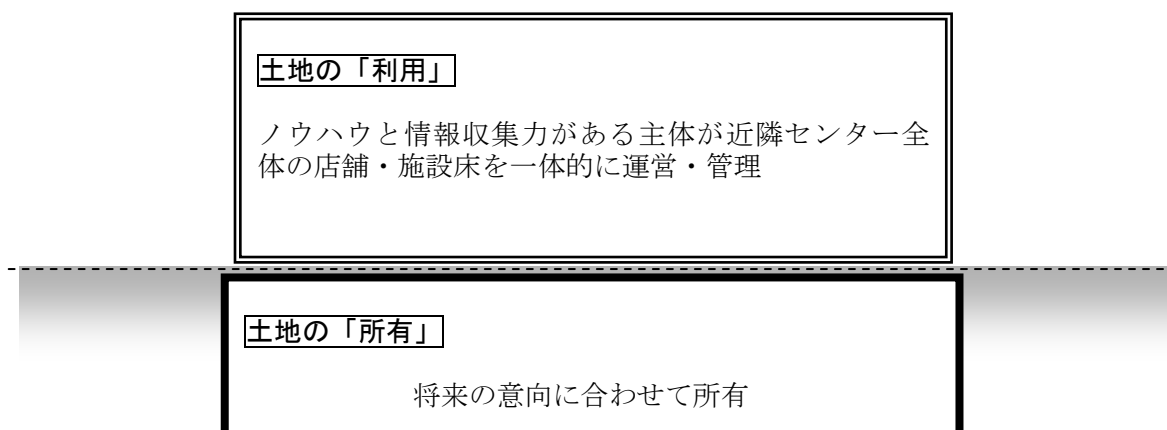
一方、近隣センターの土地・建物所有者の将来への考え方は、権利者の意向では、「現状のまま所有し、自己で利用する」「近隣センター全体の動きを見ながら考えたい」が多く、所有を継続する意向が強いことが伺える。

これらのことを踏まえ、近隣センターが新たな位置付け、役割を果たしていくための有力な考え方の1つとして、土地の「所有」の概念と「利用」の概念とを分離して考えていくことが必要である。

また、土地の所有者個人が、住民のニーズや時代の変化に即応した「利用」、つまり、店舗等の運営・管理を行う立場として適切かどうかは、これまでの近隣センターの実状を踏まえると課題も多いと考えられる。

以上のことから、店舗等の運営・管理をノウハウと情報収集力を持つ人や事業体に任せるといふ考え方が望まれる。

土地の「所有」と「利用」の分離概念図



4. 建物整備の手法

(1) <時代のニーズに対応でき、将来的にも持続可能と考えられる手法>

土地の「所有」の概念と「利用」の概念とを分離する考え方を踏まえつつ、店舗等の運営・管理については、ノウハウと情報収集力を持つ人や、事業者（民間デベロッパー等）に任せる場合の建物整備の手法について、大きくは次のようなパターンが想定される。

①パターン

◆土地の上に「定期借地方式^{*1}」を基に、上物（建物）の建設をする場合
【P48①参照】

定期借地方式^{*1}であるため、上物（建物）については民間デベロッパーが時代に適応した形態に適時、改善することは容易であり、定期借地期間終了後には改めて、時代にふさわしい近隣センターに挑戦する機会を迎えることができ、新たな位置付け、役割をめざす近隣センターとしてふさわしいと考えられる。

(2) <その他の手法>

②パターン

◆現建物をベースに大規模改修を行い、店舗の床部分で「定期借家方式^{*2}」を用いる場合
【P49②参照】

改修計画を立案する主体は誰か、改修費用をどのように捻出するか等については実務を行っていく上での課題となる。

③パターン

◆店舗や住宅等の床を創出する建物の建替えを行い、店舗等の床部分で「定期借家方式^{*2}」を用いる場合
【P49③参照】

代表的なパターンは、市街地再開発事業や等価交換事業が考えられるが、店舗等の床に関しては、権利変換や区分所有により複数の権利者が関わるものの、合意形成ができれば、店舗等の運営・管理を民間デベロッパー等に任せることができる。

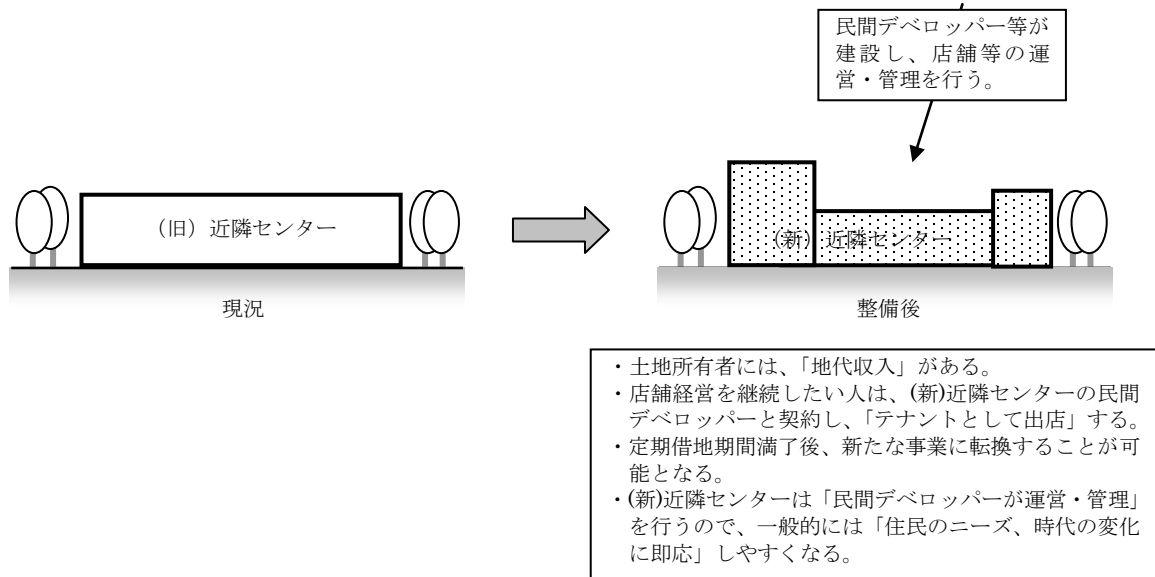
しかし、年月が経過して近隣センターとしての建築環境や商業空間が時代にそぐわなくなった時には、権利関係が複雑なことから、合意形成や新たな近隣センターをめざす時に支障をきたす恐れがあると思われる。

* 1：事前に定めた借地期間を前提に契約を行い、期間の満了時に、更新なく借地関係が終了する方式、種類により、借主が建物を取り壊して土地を返還する場合、土地所有者が建物を買取る場合等がある。
* 2：事前に定めた借家期間を前提に契約を行い、期間の満了時に、更新なく借家関係が終了する方式

建物整備のあり方と土地の「所有」と「利用」の分離の代表的パターン

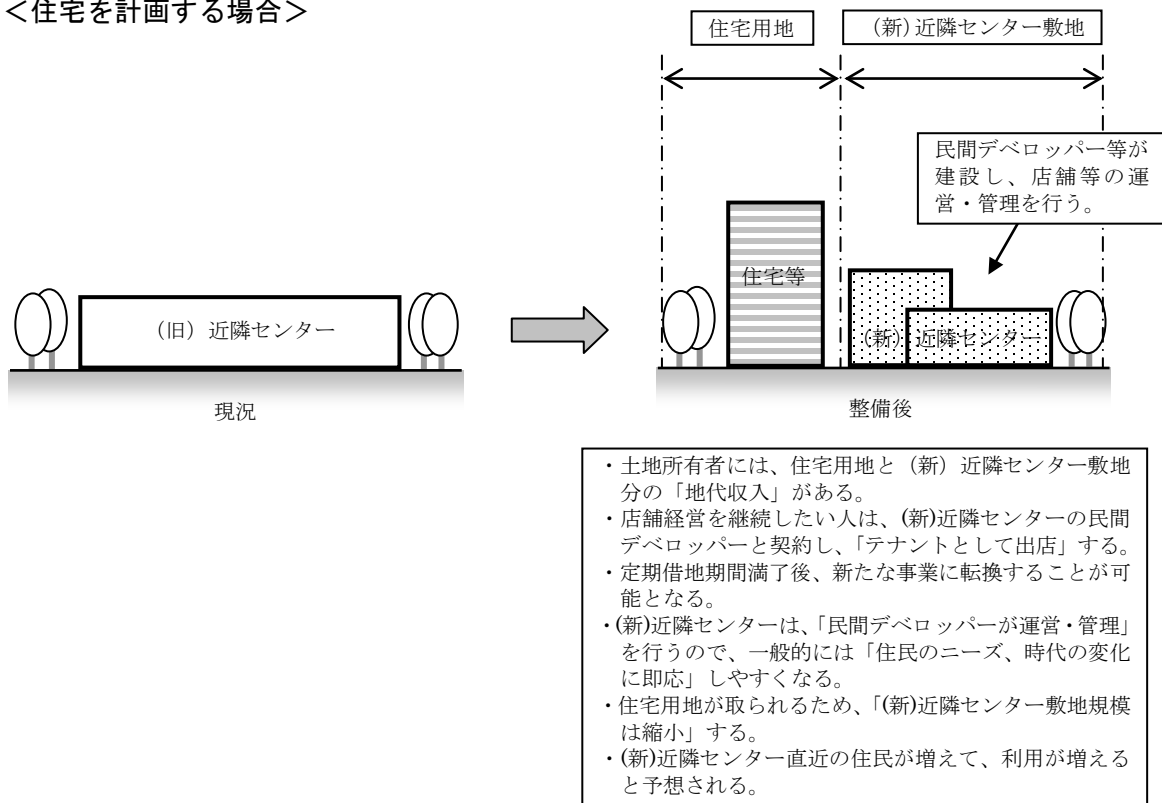
① 定期借地事業の場合【ケース1】

<住宅を計画しない場合>



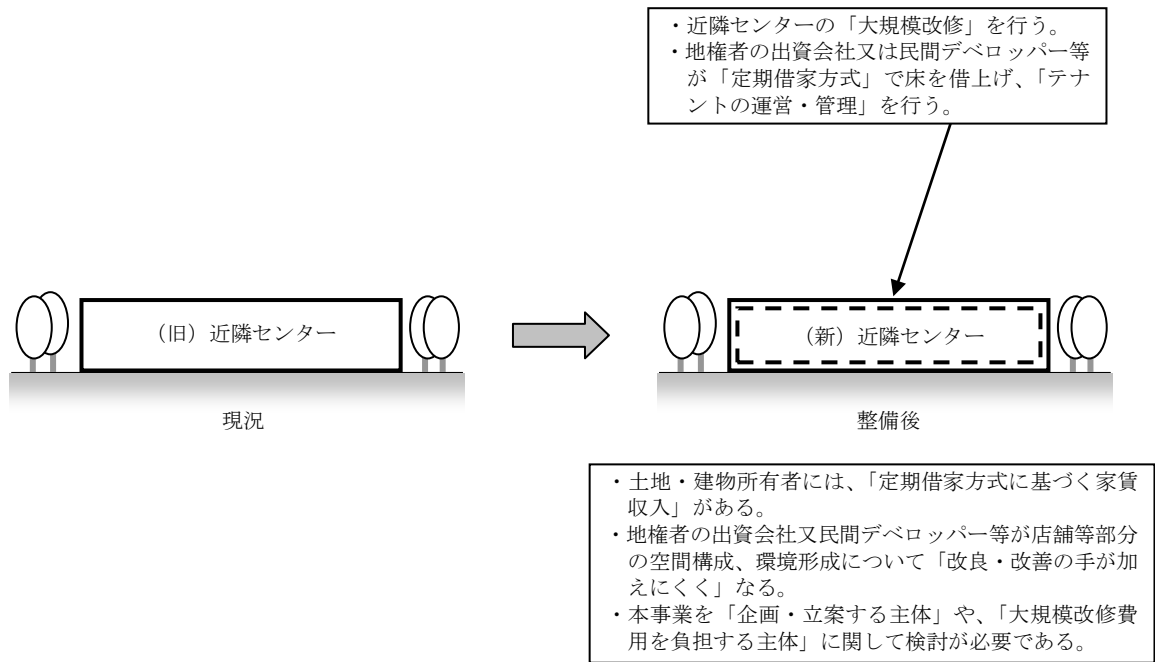
定期借地事業の場合【ケース2】

<住宅を計画する場合>

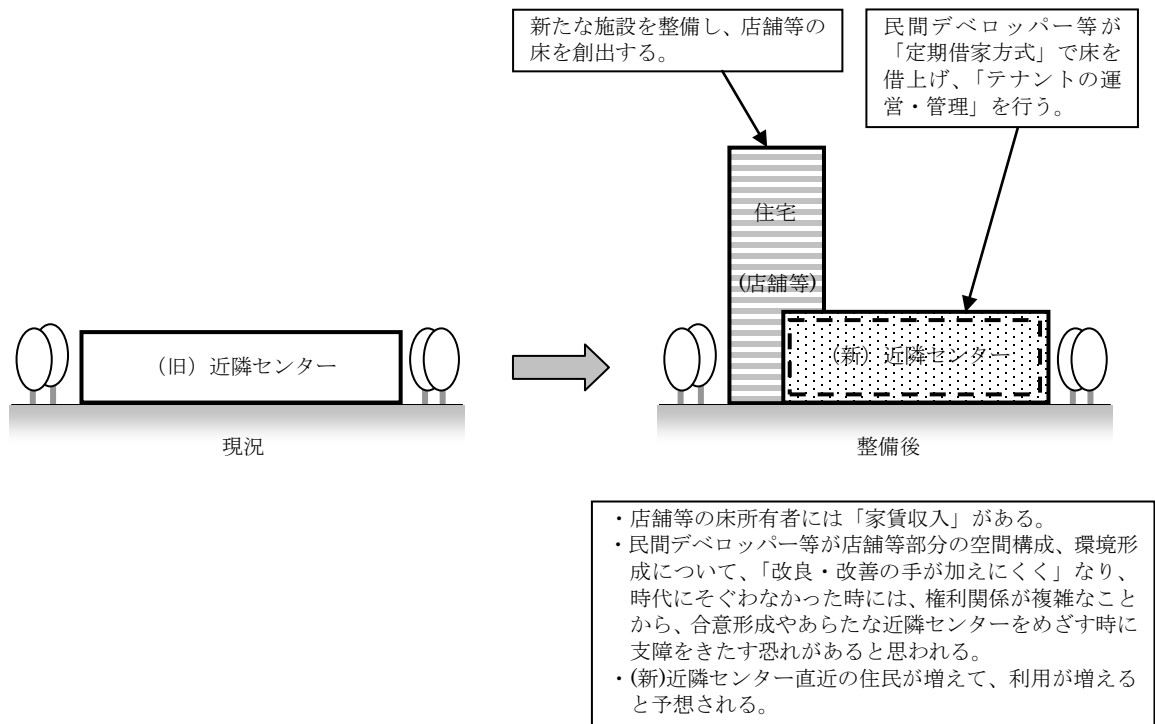


※ 定期借地事業の場合【ケース2】については、店舗付住宅を営んでいる事業者の整備後の住まいを考慮し想定する。

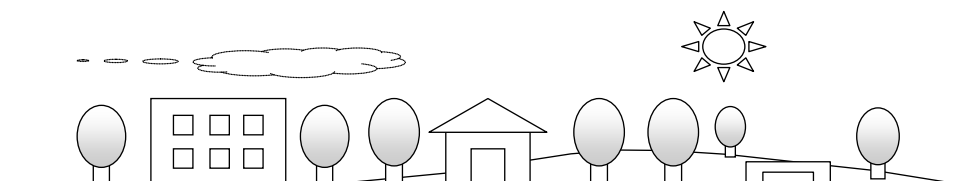
② 現建物をベースに、大規模改修を行なう場合



③ 市街地再開発事業、等価交換事業等で建替えを行う場合



V. 近隣センターの活性化、再生の進め方



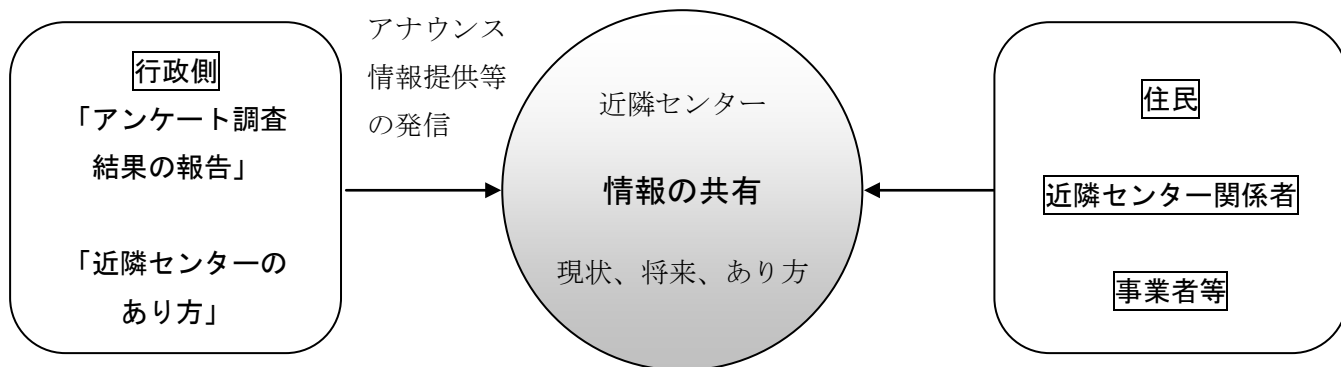
■ 近隣センターの活性化、再生の進め方

I章～IV章までの結果や考え方を基に、次のように進めることが望ましい。

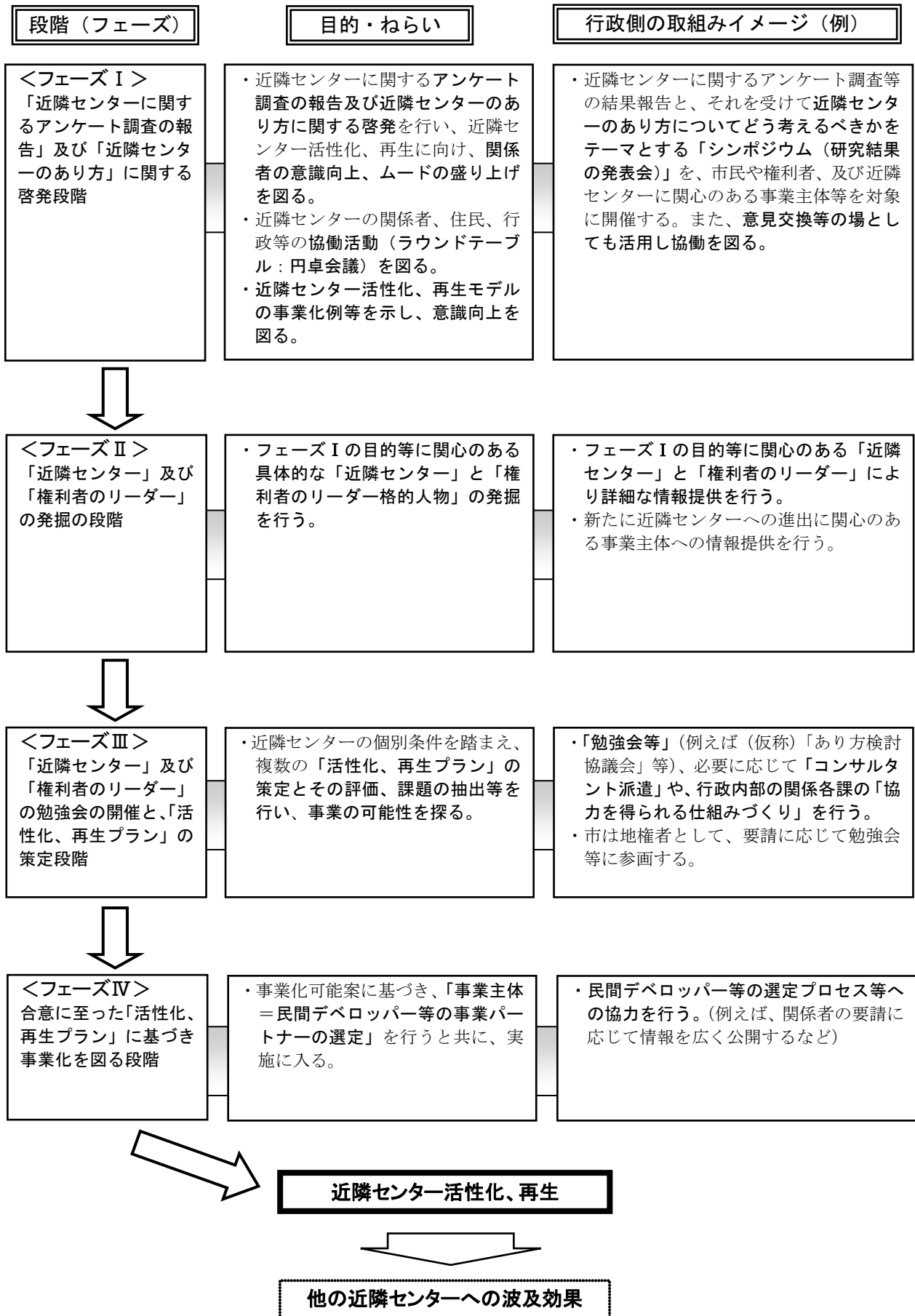
近隣センターの活性化、再生に向けては、住民、近隣センターの関係者、事業者、行政等（以下、関係者）、それぞれの立場の人々が近隣センターの現状と将来のあり方についての「情報を共有」し、認識を深める必要がある。「アンケート調査結果」や、そこから読み取れる「近隣センターのあり方」については、行政側から関係者に十分な「アナウンス」「情報提供等の発信」を行っていくことが大切である。

これを契機に、近隣センターのあり方についてのコンセンサス（意見の一致）を醸成すると共に、そのような過程の中から、活性化、再生に向けての活動に関心のある具体的な「近隣センター」や「リーダー格となる人材」の発掘・育成を行い、そのリーダーを中心に具体的な事業化に向けての関係者間での勉強会等の協議を重ね、権利関係者の合意に至った段階を見定めつつ、事業化に踏み切るという過程を基本的に進めていくことが想定される。

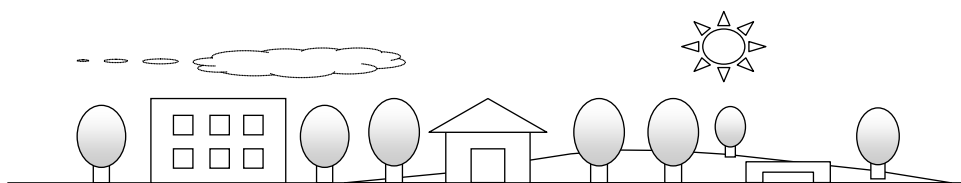
また、千里ニュータウンの近隣センターをコミュニティの中心、時代のニーズに合った場として、生き活きとした空間に再生していくためには、住民、関係者にとって納得のできる魅力的な事業化例を、早く示すことが大切であり効果的である。



近隣センターの再生の実現に向けての推進イメージ



VI. 近隣センターの活性化、再生への施策の方向性（行政の取組みイメージ）



■ 近隣センターの活性化、再生への施策の方向性（行政の取組みイメージ）

V章の近隣センターの活性化、再生の進め方について、行政側の取組みイメージ（例）は以下のとおりとなる。今後、具体的な活性化や再生への取組みが進む際には、本市、都市計画マスタープランへも反映していきたい。

＜シンポジウムとコンペによる進め方のアイデア＞

※ 所管課は、平成24年4月現在とする。

フェーズⅠ
フェーズⅡ

「(仮称) 近隣センターあり方シンポジウム（研究結果の発表会）」の開催

主催：市（地域経済振興室・千里再生室）

目的：◆「近隣センターに関するアンケート調査結果、あり方」の啓発
近隣センター活性化、再生、事業化への具体的なきっかけづくり
地域との連携による活性化、再生の推進

対象：一般市民、近隣センター商店会及び権利者等を中心に自由参加

内容：

第1部 「近隣センターに関するアンケート調査結果、あり方」の説明

第2部 「近隣センターあり方 パネルディスカッション（パネル討論）」の開催

①近隣センターの活性化、再生方策についてディスカッション（討論）
運営、管理組織、土地や建物の所有、建物整備等について議論

②活性化、再生に向けた行動計画の提案

活性化、再生に向けた具体的な行動内容について議論

③近隣センター活性化、再生モデルの事業化例等を示す。

◇参加メンバー：学識経験者、自治会、各近隣センター商店会代表、
事業者（医療、介護や福祉等）、市等
（参加メンバーによる協働活動として意見交換を行う。）



フェーズⅡ
フェーズⅢ

「(仮称) 近隣センター活性化、再生アイデアコンペ*」の開催

主催：市（地域経済振興室・千里再生室）と近隣センターの共同主催

対象：商業系事業者、不動産事業者、民間デベロッパー等

内容：◆各近隣センターについて、「運営・管理」「既存建物の利用」「建替え等のソフト、ハード両面からの活性化、再生手法」の提案を募る。

準備：応募要項の作成

①基本的な機能と立地条件やニーズに応じて導入する機能の例示

②提案対象の近隣センター商店会等からの要望を基に、活性化、再生へのアイデアをつくる応募要項を作成

③市民ホールや市の施策として導入したい施設など

公募：①市のホームページ、広報誌、マスコミ等で開催を通知

②説明会の開催

③提案受付

発表と評価：

①公開プレゼンテーションの開催

②学識経験者、自治会、各近隣センター商店会代表、事業者等の意見交換で評価

* 考え、着想の競技会





フェーズⅢ
フェーズⅣ

「近隣センターの具体的な活性化、再生プランの策定」の支援

主体：近隣センター

内容：①商店会等が中心となって設置された「(仮称)あり方検討協議会」に、市は地権者として参画する。

②「アイデアコンペ*」の提案内容と評価を基に、「(仮称)あり方検討協議会」が具体的な活性化、再生プランを検討し合意形成

③「(仮称)あり方検討協議会」が地域住民、近隣センターの活性化、再生の活動に関心のある地域のNPOや市民活動団体等と、協働できる内容について意見を交換

④「アイデアコンペ*」を基に、活性化、再生プランの策定

⑤希望する近隣センターに対してコンサルタント等を派遣し、「活性化、再生に向けた権利者組織づくり」「活性化、再生プランの策定」を支援する。プランの検討過程や進捗は一般公開し情報を発信する。

* 考え、着想の競技会



フェーズⅣ

「近隣センター活性化、再生への継続的な活動」の支援

主体：市（地域経済振興室）

※活動支援の内容により、子育て支援室、保育課、高齢政策課、障がい福祉室、地域総務室、環境政策室、都市整備室、千里再生室、関係部局は支援を行なう。（場合により、その他関係部局も支援）

内容：①各近隣センターの商店会等が、他の近隣センターと「活性化、再生に関する情報の相互交流や連携体制づくり」が行えるよう市が支援する。

②各近隣センターに関する様々な情報を提供する「(仮称)近隣センター情報サイト」を設置し、空店舗と賃借希望事業者間のマッチング*、一般市民との情報共有を促進する。

* あるニーズを持った2つ以上のものを結びつけること

前頁に加えて、以下の内容についても、詳細な検討を行うことが望まれる。

（１）＜収益性が低いコミュニティ活動系施設に対する立地の支援＞

「核となる機能」の一つである「コミュニティ活動系機能」を呼び込むため、コミュニティ活動系施設を運営するNPO、市民組織等に対して、近隣センター内への立地を支援する。

また、「定期借家契約」等により、時代のニーズや社会の変化に応じて施設を入れ替ええる方式とすることが望ましい。

（２）＜大阪府に対して、近隣センターに関する総合的な情報収集や発信の協力の依頼＞

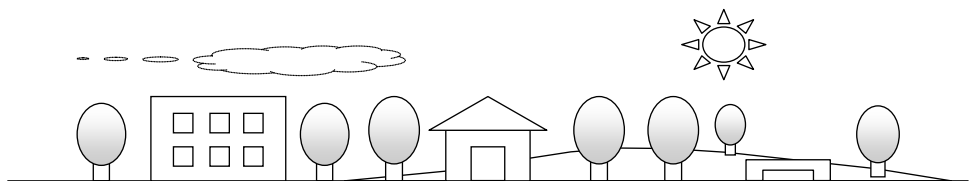
現在、(財)大阪府タウン管理財団が運営している千里ニュータウンの情報サイトは、千里ニュータウンに関する総合的な情報源として活用されている。この情報サイトは、近隣センター内の空店舗情報等を掲載することにより、ビジネスマッチング*にも利用でき、空店舗の解消にもつながると考えられる。今後、近隣センターに関する総合的な情報収集と発信を行うためには、大阪府に対して、近隣センターに関する総合的な情報収集や発信について協力を求めることが望ましい。 *事業パートナーの出会いをサポートすること

（３）＜大阪府や都市再生機構等に対して、府営住宅や機構賃貸住宅の建替えと近隣センターの活性化との連携についての協力の依頼＞

近隣センターの建替えを行う場合は、一般的に営業店舗の仮移転先を近隣で確保できるかどうか問題となる。一方、近隣センターの周辺で行われている大阪府や大阪府住宅供給公社、都市再生機構の賃貸住宅の建替えでは、民間事業者への売却等を予定する活用地が生じ、この活用地を近隣センターの建替えの際の営業店舗の仮移転先として活用できれば、円滑に建替えを進めることができると考えられる。

このことから、大阪府や大阪府住宅供給公社、都市再生機構に対して、近隣センターの建替えに際しての活用地の利用について、協力を求めるのが望ましい。

VII. 近隣センターで展開する市の施策



■ 「近隣センターの活性化、再生」に向けて

Ⅵ章の施策の方向性と共に、「近隣センターの活性化、再生」に向けて、市の施策を推進する。

※ 所管課は、平成 24 年 4 月現在とする。

「商業系機能」のにぎわいの創出

●近隣センターリレー産直市：地域経済振興室

8 近隣センターが連携し、大阪産（おおさかもん）、友好交流都市等の産物等のリレー産直市を開催し、近隣センター同士、近隣センターと市民の一体感の醸成を図り、活性化、にぎわいの創出、集客向上を図る。

●商店街等における空き店舗活用事業：地域経済振興室

近隣センター等が実施する「空き店舗を借り上げ共同施設」や「チャレンジショップ等」として活用する事業に対して、その経費の一部を補助する。

「子育て支援機能」の充実

●親子の交流や世代間交流の場の設定：子育て支援室

子育て・子育てにおいて、人と人とのつながりが大切なプロセスであることから、近隣センターにおいて、乳幼児と保護者が日常生活の中で、自然に集え、高齢者との交流ができる場を設定し、地域住民とのコミュニティの構築を図る。

●私立保育所整備助成事業：保育課

待機児童の多い地域において、保育所を創設する意思のある社会福祉法人に対して補助金を助成し、保育所整備を容易にし、待機児童の解消を図る。

「福祉、介護系機能」の充実

●地域密着型サービス等の誘致：高齢政策課

グループホーム*や小規模多機能等の誘致を図る。整備に対し補助制度を活用する。

●障がい児の放課後等の支援対策のための場の整備：障がい福祉室

障がい児の放課後及び長期休業時の支援としての見守りの場や居場所を確保する。

●障がい者の日中活動の場の整備（障がい福祉サービス事業所）：障がい福祉室

障がい者の日中活動の場を整備する。

●障がい者のケアホーム、グループホーム：障がい福祉室

ケアホーム・グループホーム*を整備する。

* 病气や障がいなどで生活に困難な人が専門スタッフ等の援助を受け、一般住宅で生活する社会的介護の形態のこと

「コミュニティ活動系機能」の空間の形成

●地区市民ホールの整備：地域総務室

地区市民ホールについては、市有建築物保全システムを活用しながら維持補修等を行う。また、近隣センターにおける再開発の計画があれば、同時に改築等を検討する。

「オープンスペース」の活用

●車（自家用車）に依存しないくらしの検討：環境政策室

市民がなるべく自家用車を使わずに近隣センターを利用することができるような方策を企画立案する。近隣センターにおいて試行的に取り組む。

「時代のニーズや社会の変化に合った施設構成とする仕組み」「オープンスペース」の建物用途などの誘導

●千里ニュータウン地区地区計画：都市整備室

地区計画により、近隣商業地区にふさわしい建物の用途、形態及び環境への配慮を誘導する。

すべての機能・仕組みの協働のまちづくりを誘致

●千里ニュータウンまちづくり指針、住区再生プラン（案）：千里再生室

建物等の高さや空間のあり方、周辺環境との調和を図ることを目標に、技術的なことがらを誘導する。また、協働のまちづくりを誘致し、ラウンドテーブル（円卓会議）等で支援する。

●地域の絆サポートスペースの誘導：千里再生室

近隣センターを新たに建替える事業者の努力義務として、低家賃（運営費程度）の店舗床（200㎡程度）の確保を誘導する。

対象は、「コミュニティ活動」「子育て支援」「障がい福祉」を行う地域事業者、NPO団体等とする。

近隣センターで展開する市の施策の一覧表

施策の系統	施策名	現状と課題	施策の概要	実施状況	上位計画等	緊急性・優先性	近隣センターで実施する必要性	備考	所管課 (所管課は H24.4 時点とする。)
商業活性化	近隣センターリレー産直市 (市商店街魅力向上促進事業補助金)	空き店舗の増加や、モータリゼーション社会による近隣センター離れ、昨今の経済的不況などにより、商業機能が衰退しており、活性化が課題である。 また、各近隣センターの連携や情報共有をいかに図るかが今後の課題である。	8近隣センターが連携し、大阪産(おおさかもん)、友好交流都市等の産物等のリレー産直市を開催し、近隣センター同士、近隣センターと市民の一体感の醸成を図り、活性化、にぎわいの創出、集客向上を図る。 昨年度から実施(上記の近隣センターの取り組みに補助金を交付する)	実施中	第3次総合計画p191		近隣センターは、徒歩圏における日常の買物の場であるため		地域経済振興室
	商店街等における空き店舗活用事業 (市商店街魅力向上促進事業補助金)	空き店舗が増加していることから、近隣センターの組織の弱体化や商業機能の低下による利用客離れを招いており、各近隣センターが空き店舗を解消する取組みが課題である。	近隣センターが実施する「空き店舗を借り上げ共同施設」や「チャレンジショップ等」として活用する事業に対して、その経費の一部を補助する。	実施中	第3次総合計画p191		空き店舗を無くすことで、近隣センター内の商業施設の活性化につながり、強いてはセンター全体の再生になる。		
子育て支援	親子の交流や世代間交流の場の設定	少子化、核家族化の進行や近隣関係の希薄化により、保護者の子育てへの不安感が増大していると共に、ニュータウン地域においては、高齢化が進み、世代間格差の解消も課題である。	子育て・子育てにおいて、人と人とのつながりが大切なプロセスであることから、近隣センターにおいて、乳幼児と保護者が日常生活の中で、自然に集え、高齢者との交流ができる場を設定し、地域住民とのコミュニティの構築を図る必要がある。	検討中	第3次総合計画p191		近隣センターは日常生活の場であり、親子が集まりやすい立地にあるため	・市所有の空床があれば活用したい。 ・高齢者から乳幼児までの市民が気軽に利用できる世代交流の場として、民間団体が「ふれあい交流サロン」を運営する。 (高齢いきがい課)	子育て支援室
	私立保育所整備助成事業	子育て支援の施策名称「私立保育所整備助成事業」の現状課題について、市の待機児童数は44名となっており(H23.4.1現在)、待機児童の解消が緊急の課題である。	待機児童の多い地域において、保育所を創設する意思のある社会福祉法人に対して補助金を助成し、保育所整備を容易にし、待機児童の解消を図る。	実施中	次世代育成支援行動計画(後期計画)p69	高野台に整備されたことにより、後期計画内(H26年度まで)は不要である。	市民が利用しやすい立地が望まれるため	認可外保育園については、保育所に対応できない小回りの利くサービスを行っており、需要はあるが、市としては関わっていない。	保育課
高齢者福祉	地域密着型サービス等の誘致	吹田市で最も高齢化率が高い地域であるものの、用地確保が困難なため、これまで介護保険サービス提供基盤の整備が進んでいない地域(特に、千里NT北部)となっており、地域密着型サービス等の整備が課題である。	グループホームや小規模多機能等の誘致を図る。整備に対し補助制度を活用する。	実施中・今後必要な施策	第4期高齢者保健福祉計画・介護保険事業計画p120	整備目標量が定められている。	他に適地が見出せない。	整備に対して補助金がある。	高齢政策課
障がい福祉	障がい児の放課後等の支援対策のための場の整備	小学校4年生以降の障がい児の放課後及び長期休業時の支援について、障がい児の団体等から強い要望があり、その対策が求められている。	小学校4年生以降の障がい児の放課後及び長期休業時の支援としての見守りの場や、保護者の就労支援として高校生までの居場所を確保する。また、障がい児者に活動の場を提供し、保護者の就労支援や一時的な休息を確保する日中一時支援事業を実施する。	実施中・今後必要な施策	第3次総合計画p191、第3期障がい者計画p46、第2期障がい福祉計画p46	関連団体等から強い要望がある。支援の必要な障がい者が増加している中、障がい福祉施設が市南部に偏っていることから、至急に市北部での施設整備の必要がある。	福祉・交流の場として、日常生活が身近に感じられる近隣センターにおいて、地域の方々と相互に交流することで障がい児者が地域において自立した生活ができる。	採算性の問題から、市所有の空床等低家賃で利用できる空床の確保が必要	障がい福祉室
	障がい者の日中活動の場の整備 (障がい福祉サービス事業所)	市北部に、障がい者の日中活動の場である障がい福祉サービス事業所が、ほとんど無いため、その整備が求められている。	障がい者の日中活動の場を整備する。	実施中・今後必要な施策	第3次総合計画p191、第3期障がい者計画p50、58、第2期障がい福祉計画p39～p40				
	障がい者のケアホーム、グループホーム	市北部で、病院や入所施設から地域移行の受け皿としての住まいの場である障がい者のケアホーム、グループホームが求められている。	ケアホーム・グループホームを整備する。	実施中・今後必要な施策	第3次総合計画p191、第3期障がい者計画p58、59、第2期障がい福祉計画p41				
コミュニティ	桃山台市民ホール改修工事	利用者の高齢化が進む中、現市民ホールがバリアフリー等の問題を抱えており、地域の集会所としてニーズに合わなくなっている。地域住民の市民ホール改修要望を受け、改修工事に向け、耐震診断を行った結果、耐震補強工事が必要との判定を受けた。そのため、今年度より耐震補強工事を含む市民ホール改修工事を進める。	耐震補強工事、エレベータ設置工事、駐車場の設置、その他改修工事を行う。	実施中(設計)	第3次総合計画p191	地域住民から改修要望を受けている。 今年度設計中	今後も地域住民の集会所として必要である。	地域総務室	
	青山台、古江台市民ホール施設狭隘解消	他の市民ホールに比べ狭隘であるものについて、拡張ができればよいが、財政上の理由により困難である。	他の市民ホールに比べ狭隘であるため、再開発の計画があれば、同時に改築等を検討する。	再開発などあれば同時に実施		財政上の理由から困難であるため、再開発などあれば同時に実施する。	今後も地域住民の集会所として必要である。		
環境	車(自家用車)に依存しない暮らしの検討	運輸部門CO2削減のため、車依存生活からの脱却を目指し、自転車利用や歩いて暮らせるまちづくりを推進する必要がある。	市民がなるべく自家用車を使わずに近隣センターを利用することができるような方策を企画立案する。近隣センターにおいて試行的に取り組む。	今後必要な施策	第2次環境基本計画p50	環境基本計画の重点プロジェクトに位置づけられている。	重点プロジェクト実施時期と重なるため	環境政策室	
市街地整備	千里ニュータウン地区地区計画	計画的に整備された市街地であり、開発当初の理念を継承する必要がある。周辺の住環境との調査に配慮しつつ適正な利用を図る必要がある。	地区計画により、近隣商業地区にふさわしい建物の用途、形態及び環境への配慮を誘導する。	実施中	千里ニュータウン地区地区計画		開発当初に計画された地域特性を勘案し、これを継承するため	都市整備室	
まちづくり	千里ニュータウンまちづくり指針	身近な生活関連施設がある近隣センターと住宅地エリアは、土地利用の純化が図られており、今後、進められる建替え等に対して、豊かな緑と、ゆとりある良好な住環境を継承していく必要がある。	建物等の高さや空間のあり方、周辺環境との調和を図ることを目標に、技術的なことがらを誘導する。また、協働のまちづくりを誘致し、ラウンドテーブル等で支援する。	実施中	千里ニュータウン再生ビジョン		良好な住環境をつくるため	千里再生室	
	地域の絆サポートスペースの誘導	「コミュニティ活動」「子育て支援」「障がい福祉」等の場の設置については、近隣センターには、市が所有する空床がなく、賃貸料等の採算性の問題から設置が困難な状況である。今後は、地域事業者やNPO団体等が、近隣センター内に誘致しやすい仕組みづくりが必要がある。	近隣センターを新たに建替える事業者の努力義務として、低家賃(運営費程度)の店舗床(200㎡程度)の確保を誘導する。対象は、「コミュニティ活動」「子育て支援」「障がい福祉」を行なう地域事業者、NPO団体等とする。	今後必要な施策		地域事業者やNPO団体等が行なう「コミュニティ活動」「子育て支援」「障がい福祉」等の場を、地域拠点である近隣センターに誘致しやすくするため	・「子育て広場」としての補助制度はある。 ・「障がい福祉」は自立支援法等による報酬等がある。		

1年毎に
進行管理

参考資料

近隣センター再整備スケジュールの一例

内容	年	1年目												2年目																			
	月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月					
地権者等との調整				●合意																													
設計					企画、基本、実施設計																												
官公庁協議申請等							各種開発協議																										
工事																																	
テナントとの調整				テナント誘致・条件確認→予約契										本契約締結作業								開業作業											
管理運営関連													営業・販促計画策定								運営体制構築、運営計画策定												

開業

※ 上記一例は、1～2階建て程度の商業系施設で、合意形成後のケースを想定したものであり、あくまで参考レベルのものである。

千里ニュータウン近隣センターのあり方について（案）

平成 24 年（2012 年）3 月

発行：吹田市都市整備部千里再生室

〒565-8550 吹田市泉町 1 丁目 3 番 40 号

TEL：06-6384-1231

e-mail：senrisaisei@city.suita.osaka.jp

