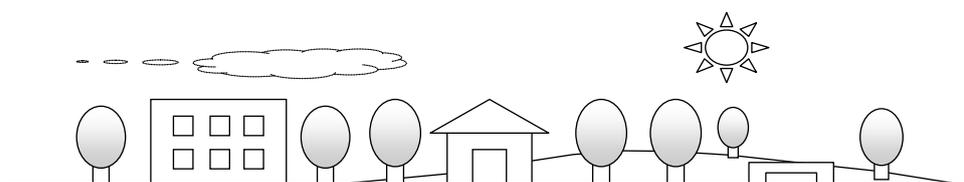


I. 住民、近隣センター内の不動産所有者(権利者)事業者、専門家等の意向や意見



■ 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<br>A | 配布数<br>B | 抽出率<br>C=B/A | 回収数<br>D | 回収率<br>E=D/B |
|----------|----------|--------------|----------|--------------|
| 51,979   | 3,450    | 0.066        | 1,515    | 0.439        |

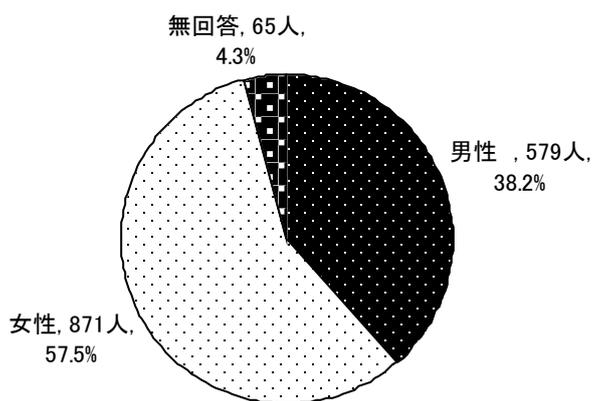
アンケート調査の主な内容

- 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
  - ・住まい身近であればよい店舗や施設

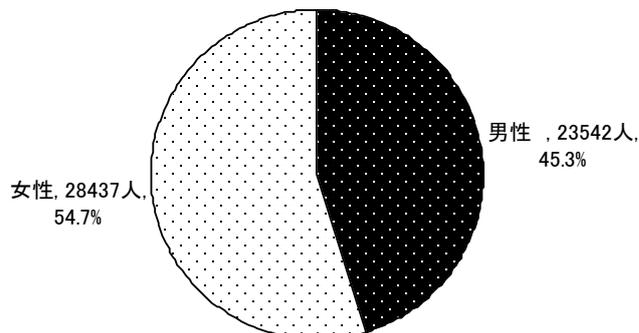
回答者の属性

1) 性別

回答者の男女比



(参考) アンケート対象者



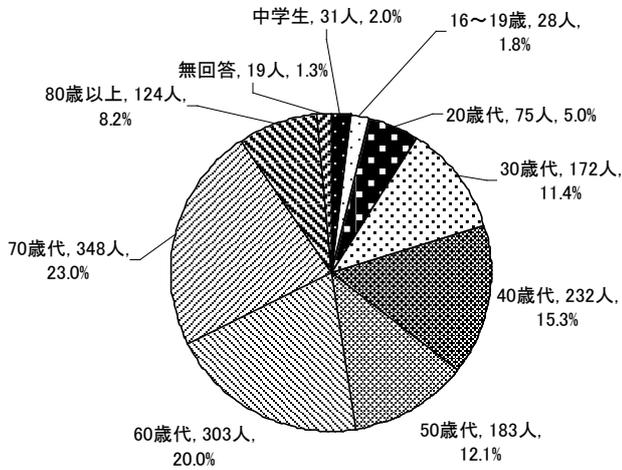
| 回答者性別 | 回答者数  | アンケート対象者数 | 比率   |
|-------|-------|-----------|------|
| 男性    | 579人  | 23542人    | 2.5% |
| 女性    | 871人  | 28437人    | 3.1% |
| 全地区合計 | 1515人 | 51979人    | 2.9% |

注) 平成22年7月31日現在の住民基本台帳による。

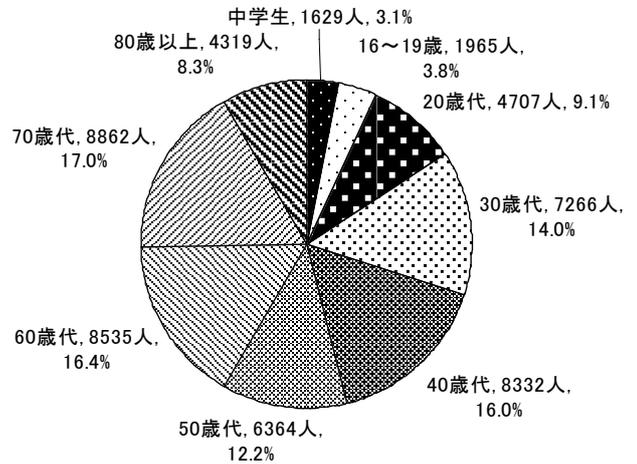
\*専門家(地域まちづくり計画、商店街活性化、地域福祉、マーケティング、公益活動分野の有識者)

2) 年齢

回答者の年齢構成



(参考) アンケート対象者

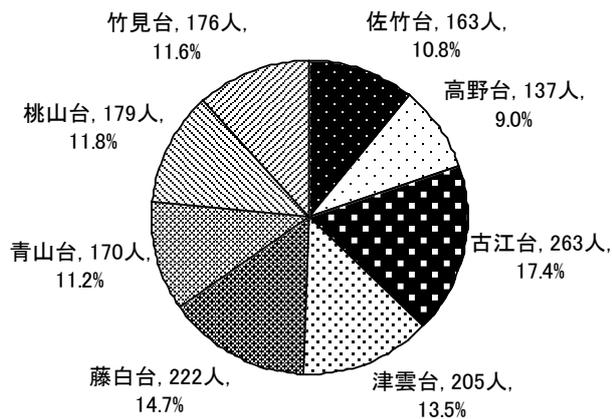


| 回答者年齢  | 回答者数  | アンケート対象者数 | 比率   |
|--------|-------|-----------|------|
| 中学生    | 31人   | 1629人     | 1.9% |
| 16~19歳 | 28人   | 1965人     | 1.4% |
| 20歳代   | 75人   | 4707人     | 1.6% |
| 30歳代   | 172人  | 7266人     | 2.4% |
| 40歳代   | 232人  | 8332人     | 2.8% |
| 50歳代   | 183人  | 6364人     | 2.9% |
| 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% |

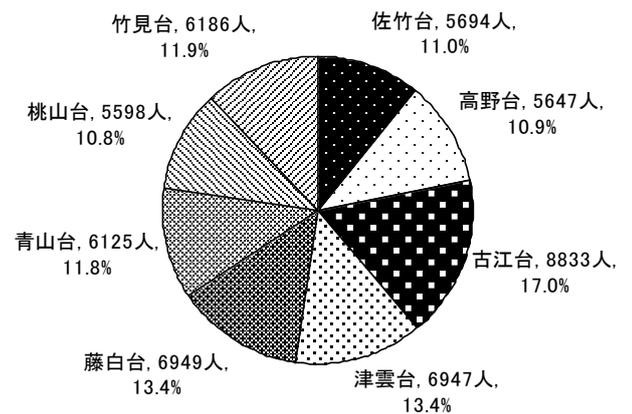
注) 平成 22 年 7 月 31 日現在の住民基本台帳による。

3) 居住住区

回答者の居住住区



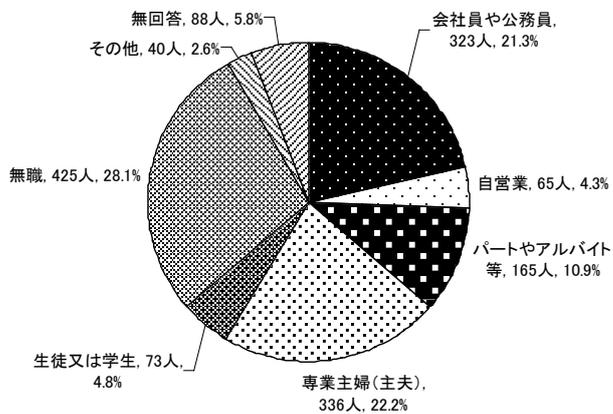
(参考) アンケート対象者



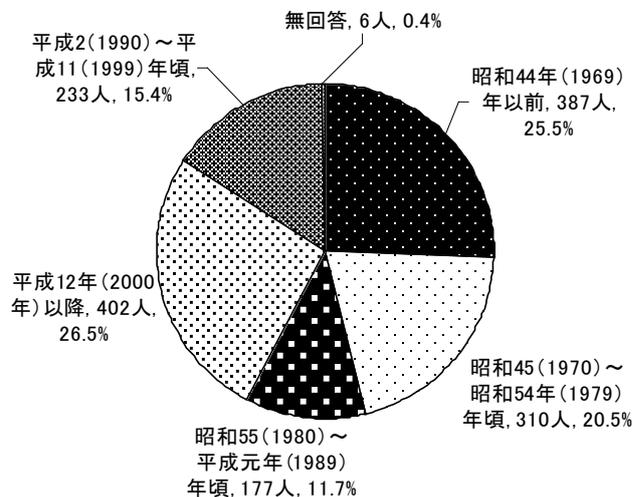
| 居住地区  | 回答者数  | アンケート対象者数 | 比率   |
|-------|-------|-----------|------|
| 佐竹台   | 163人  | 5694人     | 2.9% |
| 高野台   | 137人  | 5647人     | 2.4% |
| 古江台   | 263人  | 8833人     | 3.0% |
| 津雲台   | 205人  | 6947人     | 3.0% |
| 藤白台   | 222人  | 6949人     | 3.2% |
| 青山台   | 170人  | 6125人     | 2.8% |
| 桃山台   | 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。

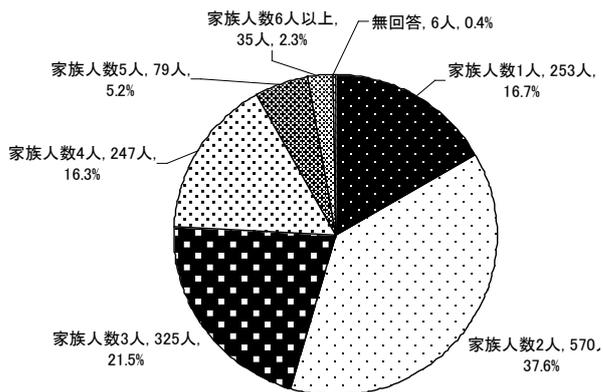
4) 職業



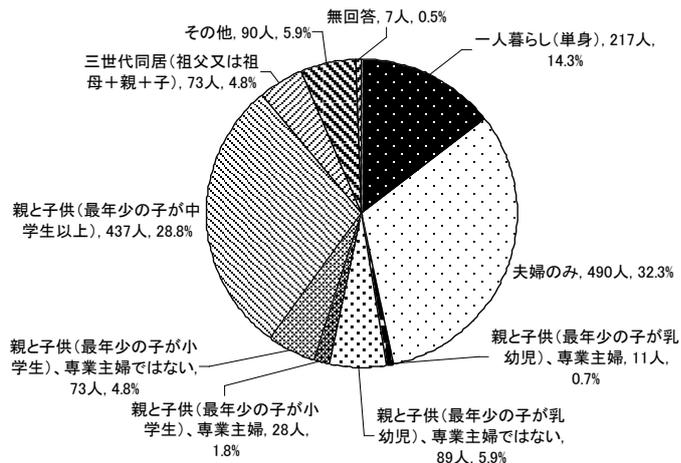
5) 入居時期



6) 家族の人数



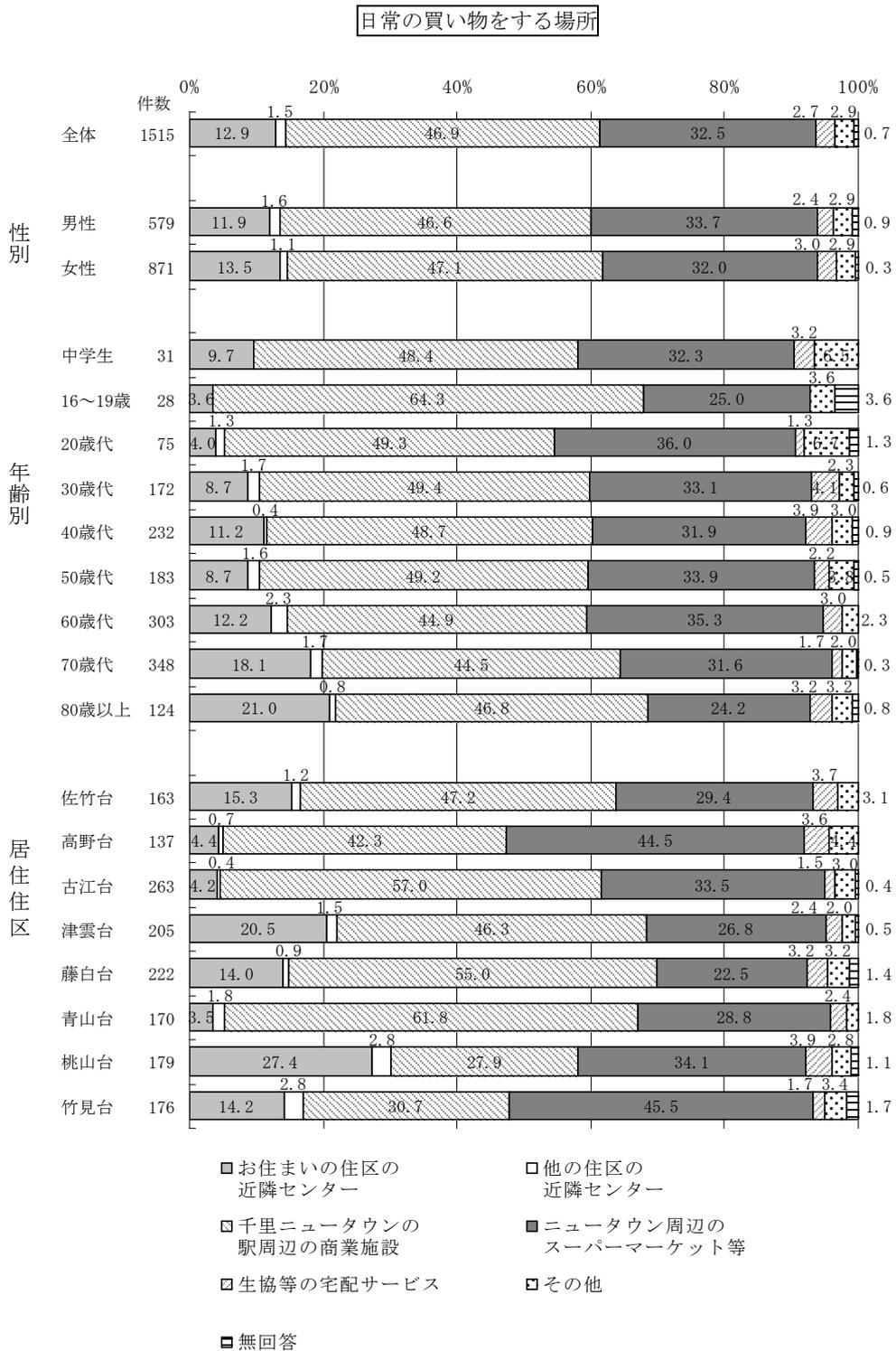
7) 世帯構成



(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。

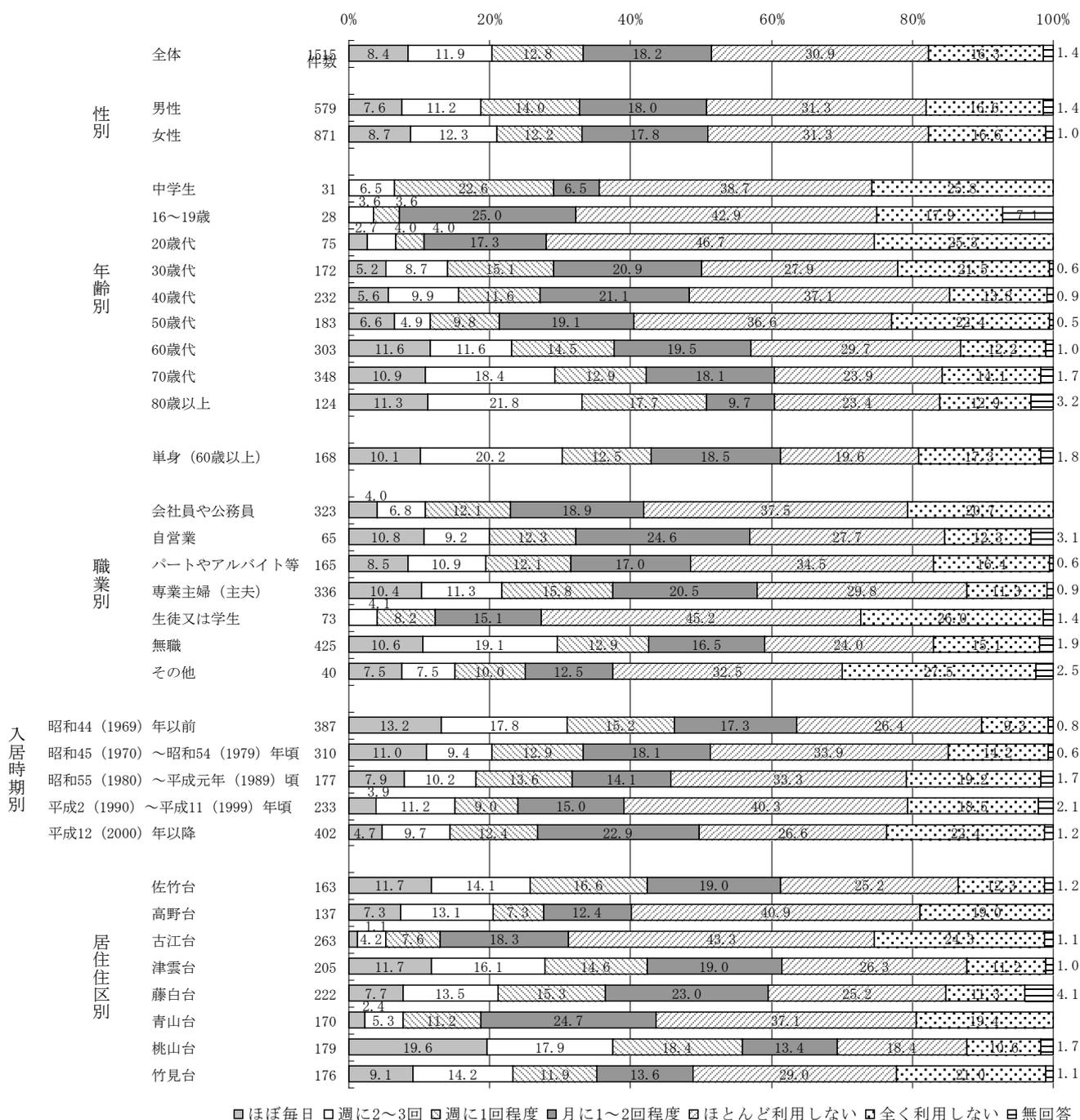


②近隣センターの利用頻度

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。

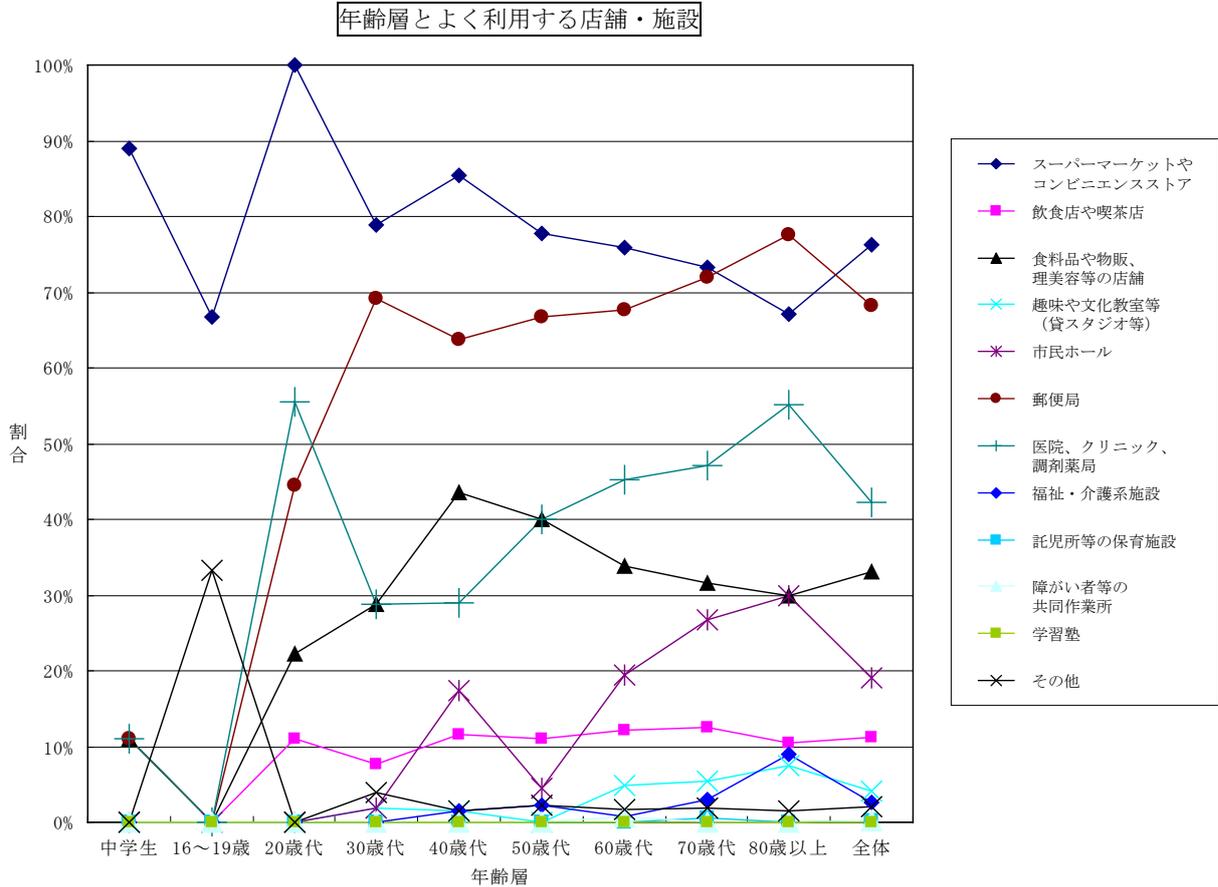
比較的利用頻度が高い近隣センターは「桃山台」「津雲台」「佐竹台」「竹見台」「藤白台」「高野台」であり、「青山台」「古江台」は利用頻度が低い。(青山台と古江台にはスーパー等の核店舗がない。)

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。

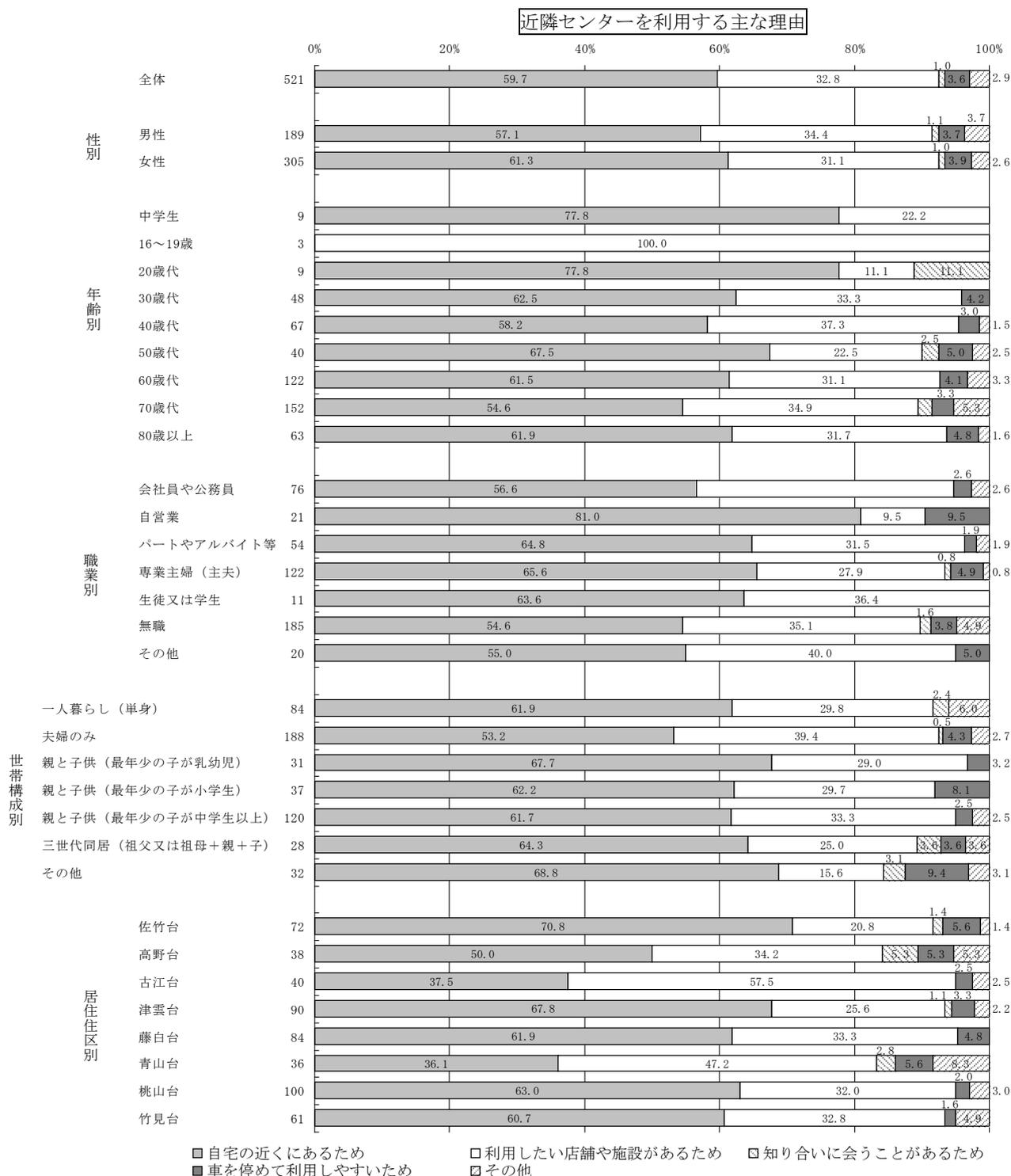


注) 回答者数を分母に選択件数を分子にした割合。

| 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 |

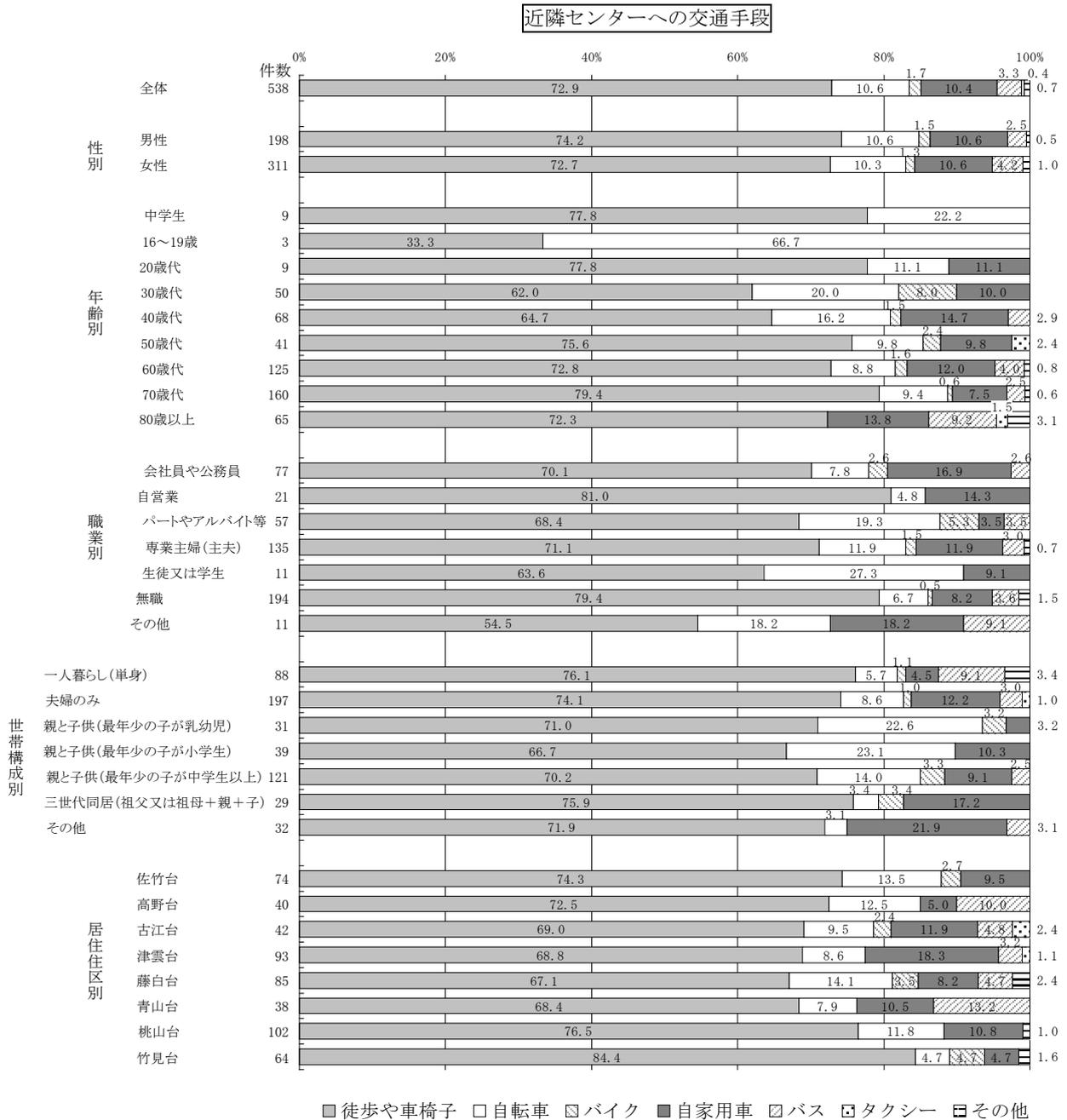
④近隣センターを利用する理由

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歳代以上では自転車の利用が減り、バスの利用が増えている。



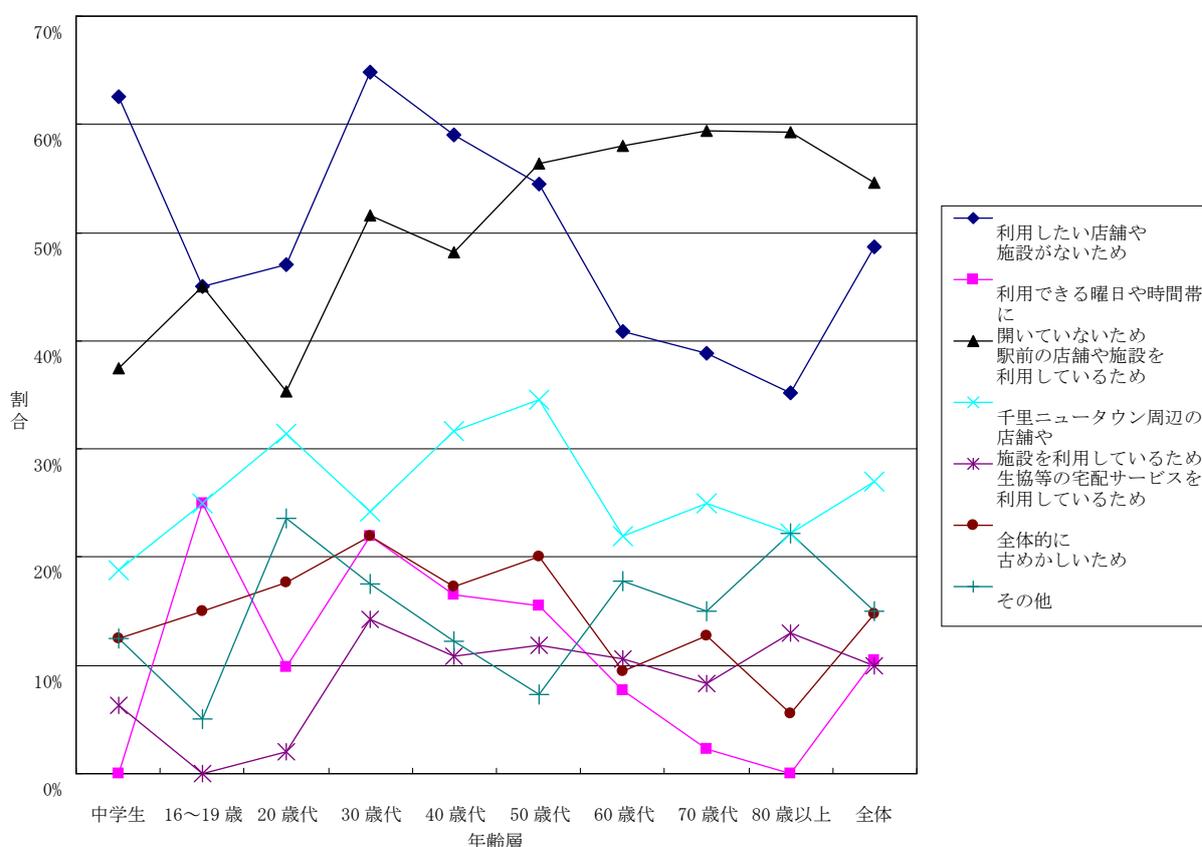
(2) <現在、近隣センターを利用していない層の意識>

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



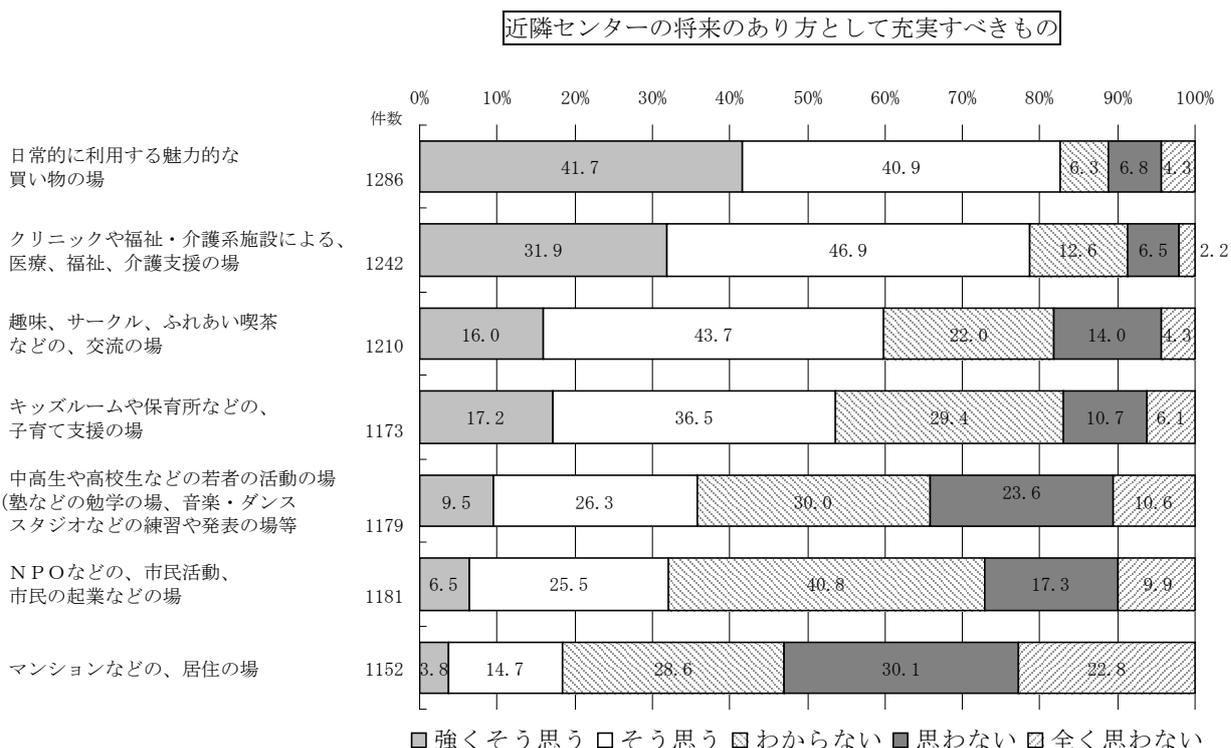
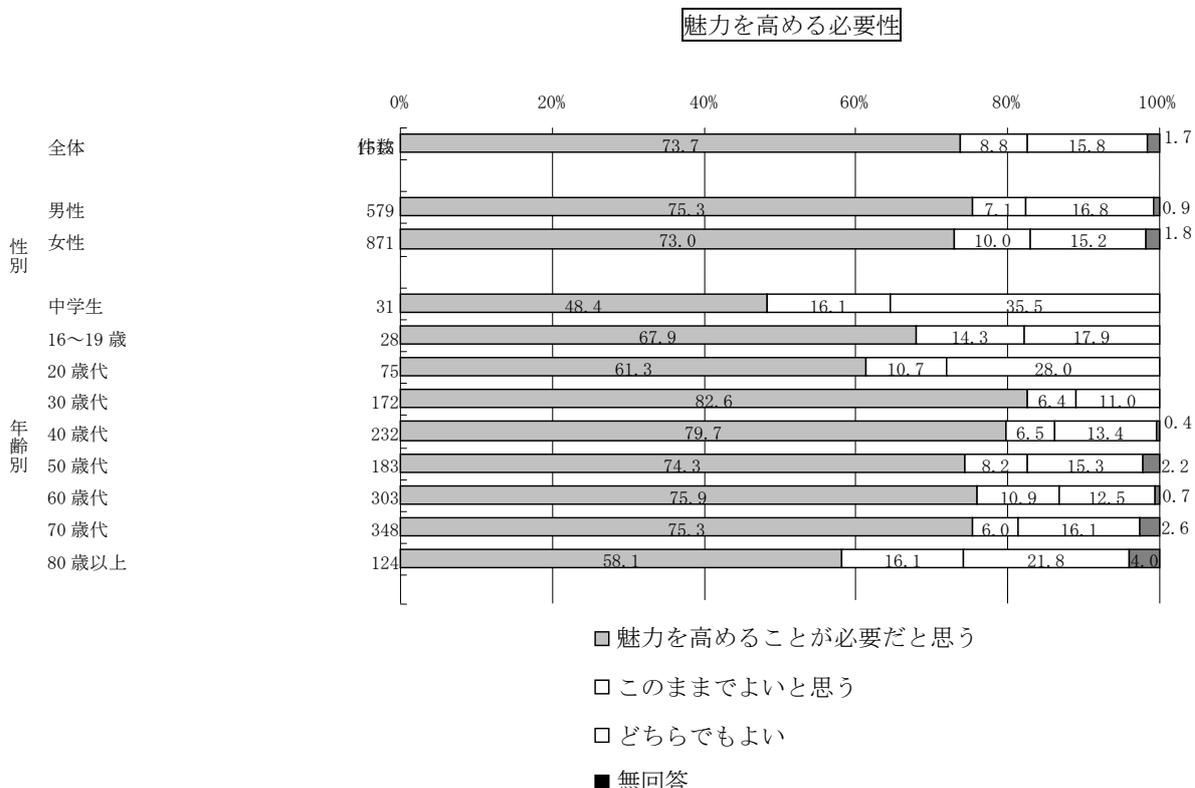
注) 回答者数を分母に選択件数を分子にした割合。

| 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。

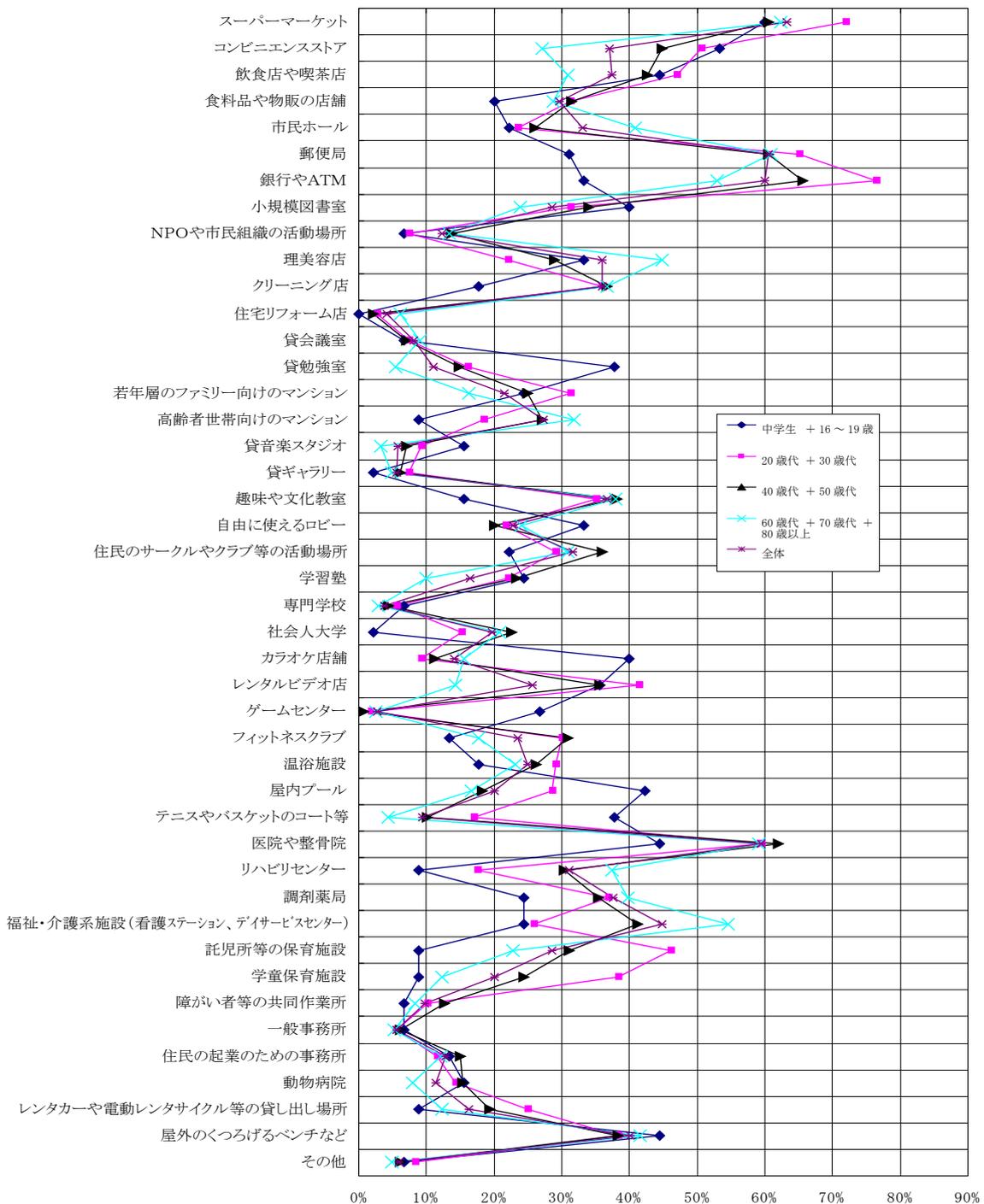
「マンションなどの居住の場」としては、やや否定的に捉えられている。

(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<br>(G) | 回収数<br>(H) | 回収率<br>(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

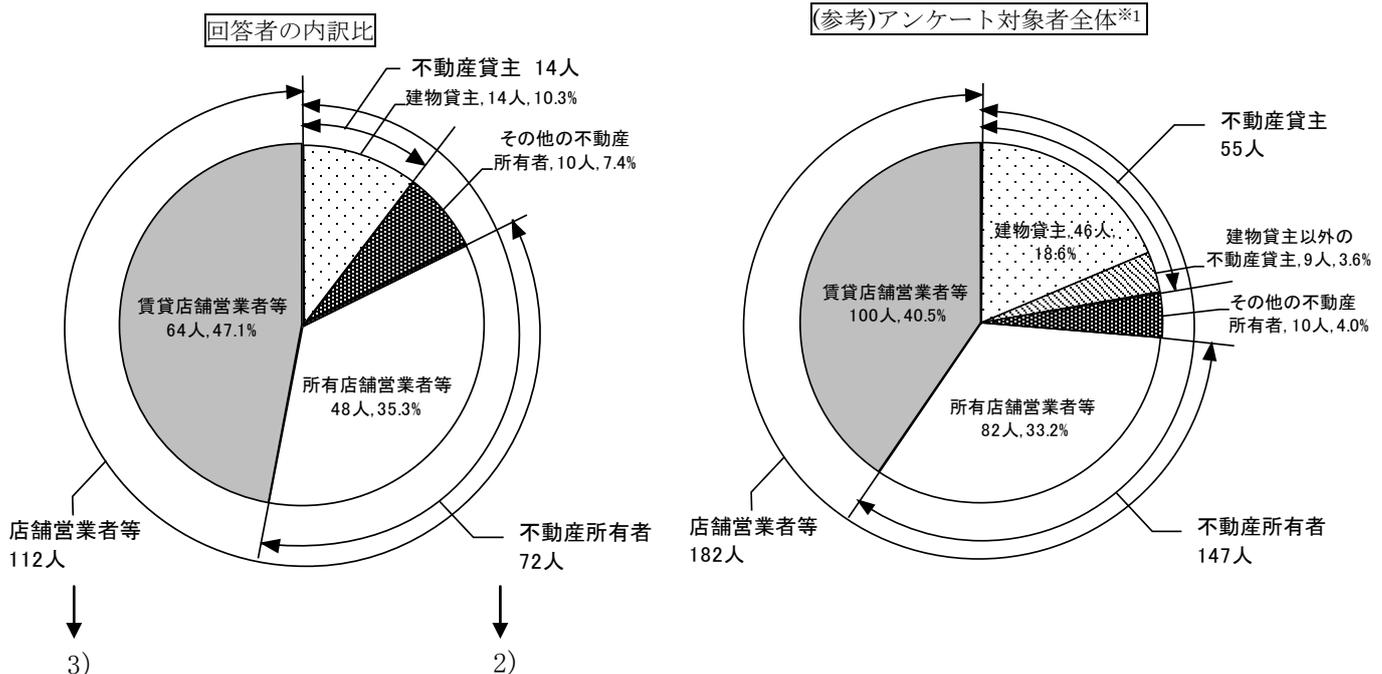
### 回答者の属性

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

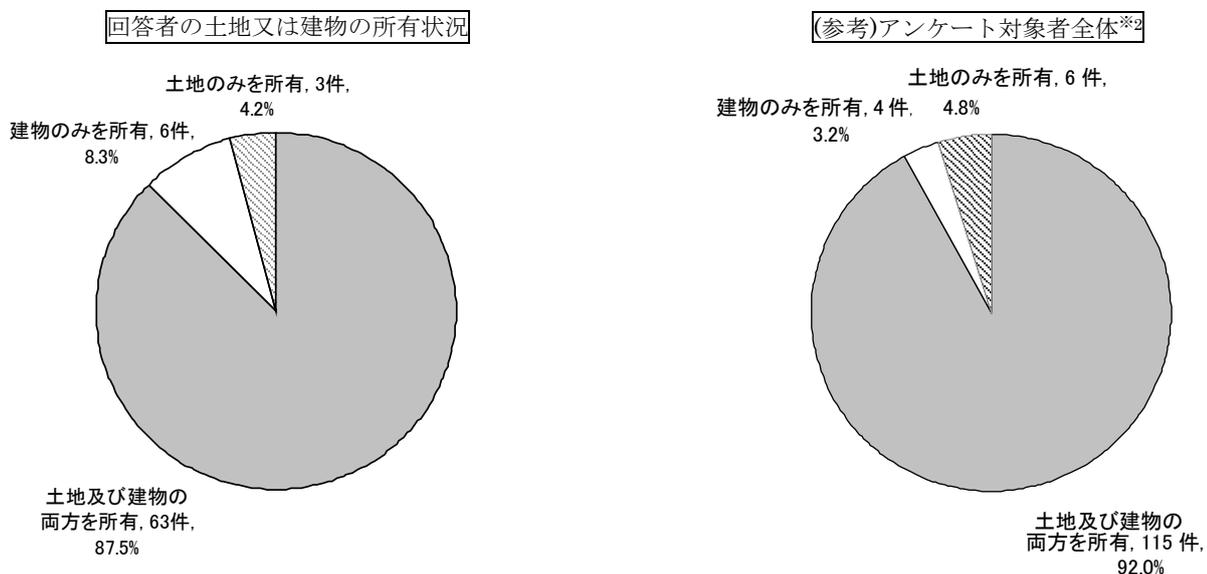
※2：登記簿により調査

#### 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

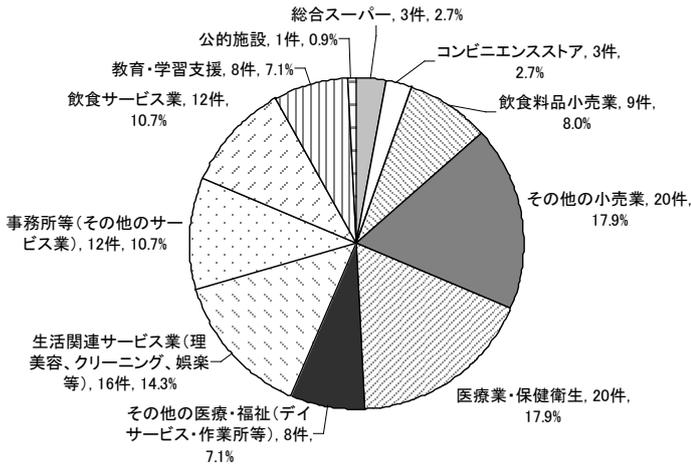
※ 不動産所有者のみの集計



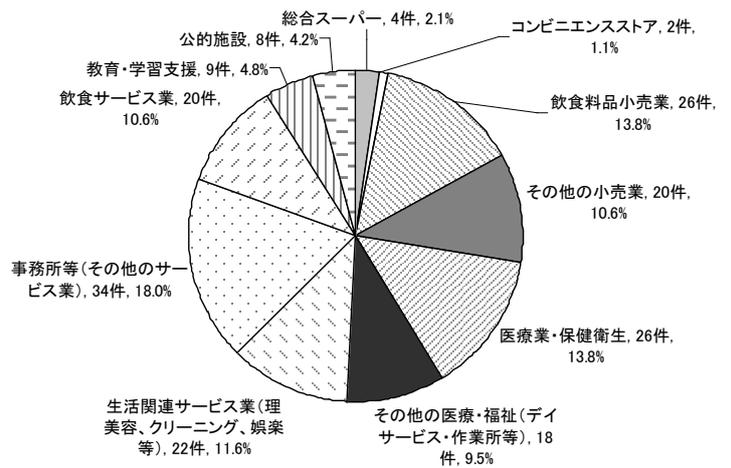
3) 店舗業者等の回答者の内訳

※ 店舗業者等のみの集計

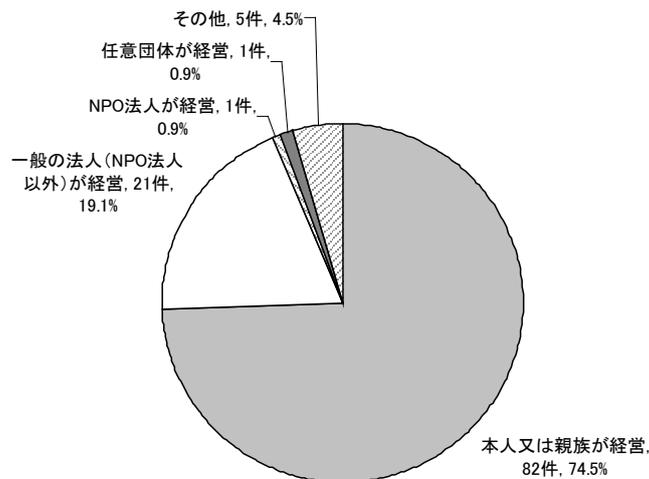
回答者の店舗や事業所等の業種



(参考)アンケート対象者全体※1

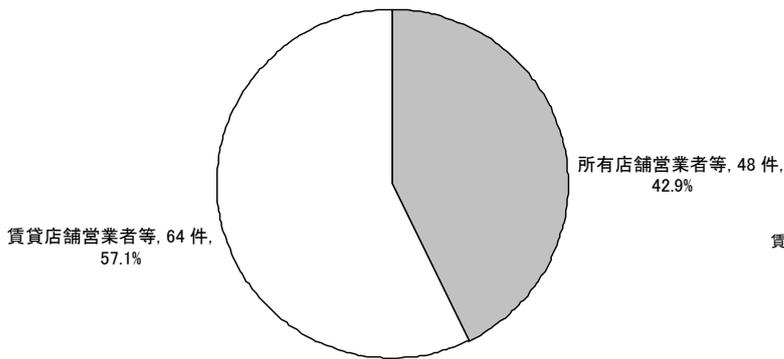


回答者の店舗や事業所等の経営

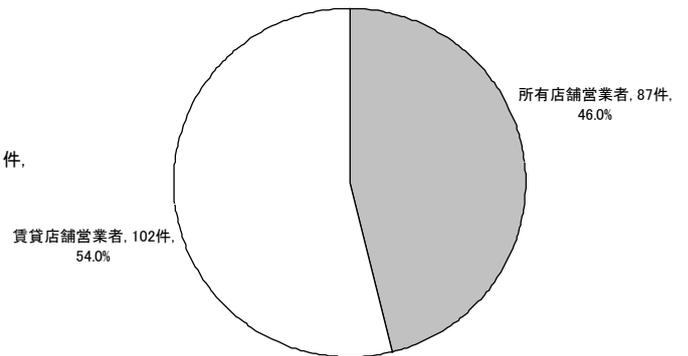


I. 住民、近隣センター内の不動産所有者(権利者)事業者、専門家等の意向や意見

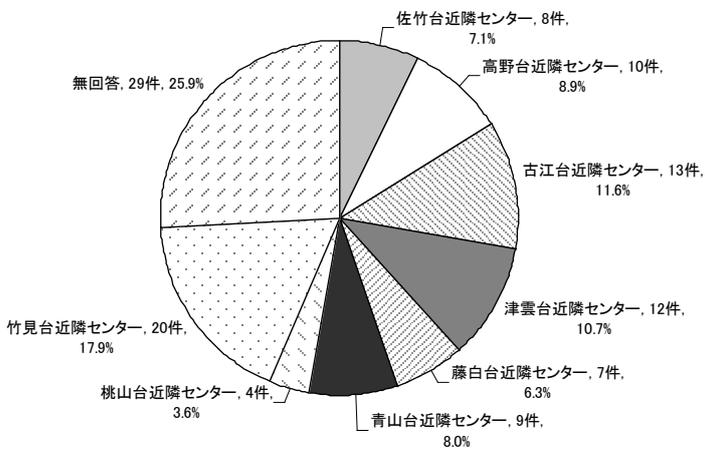
回答者の店舗の所有・賃貸の別



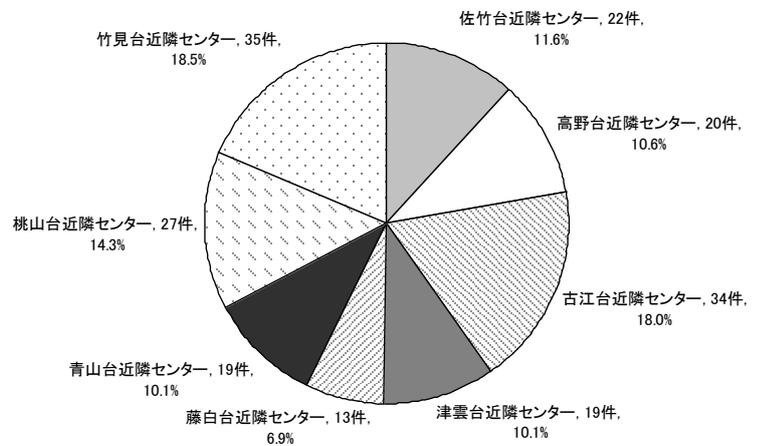
(参考)アンケート対象者全体※1



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>

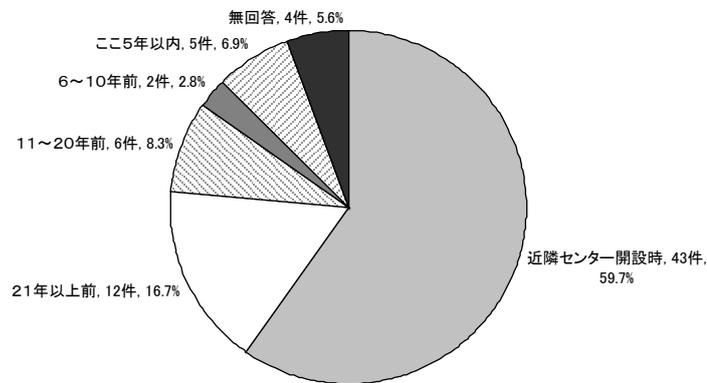
①土地や建物等の取得時期等

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)

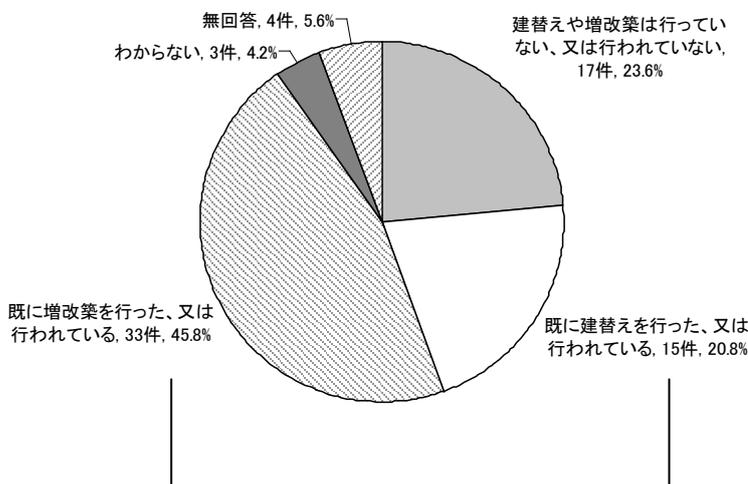


②建物における、建替えや増改築の有無

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。

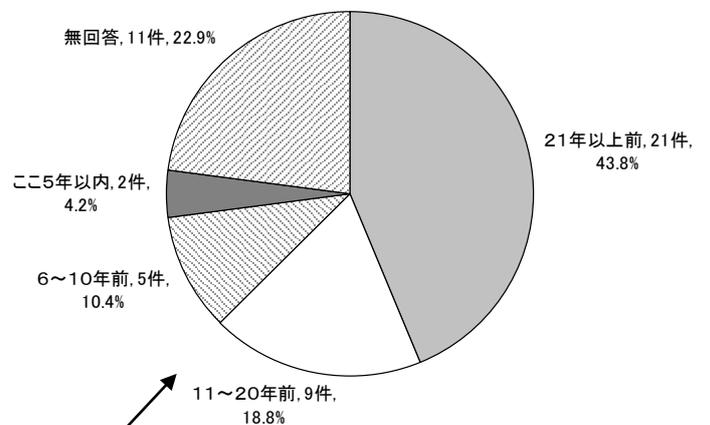
現在の建物における、建替えや増改築の有無

(回答数 72件)



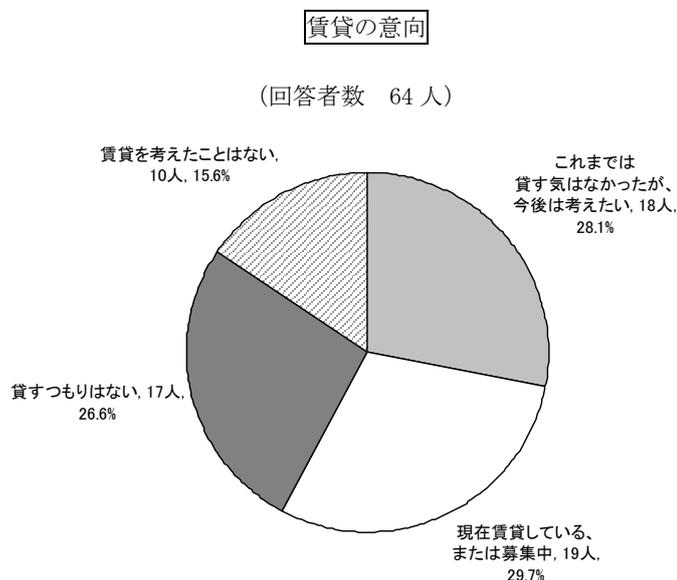
建替えや増改築を行った時期

(回答数 48件)



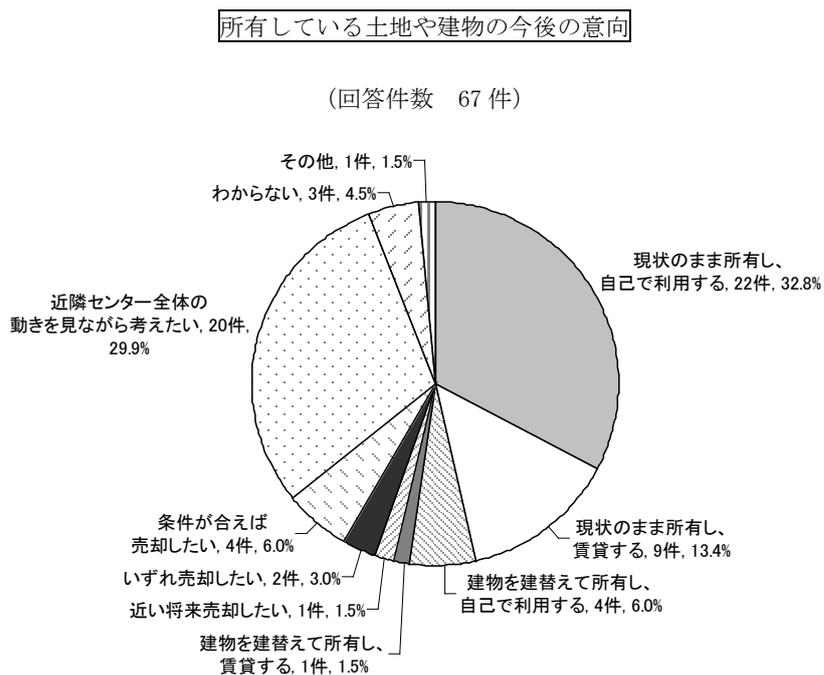
### ③賃貸の意向

「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

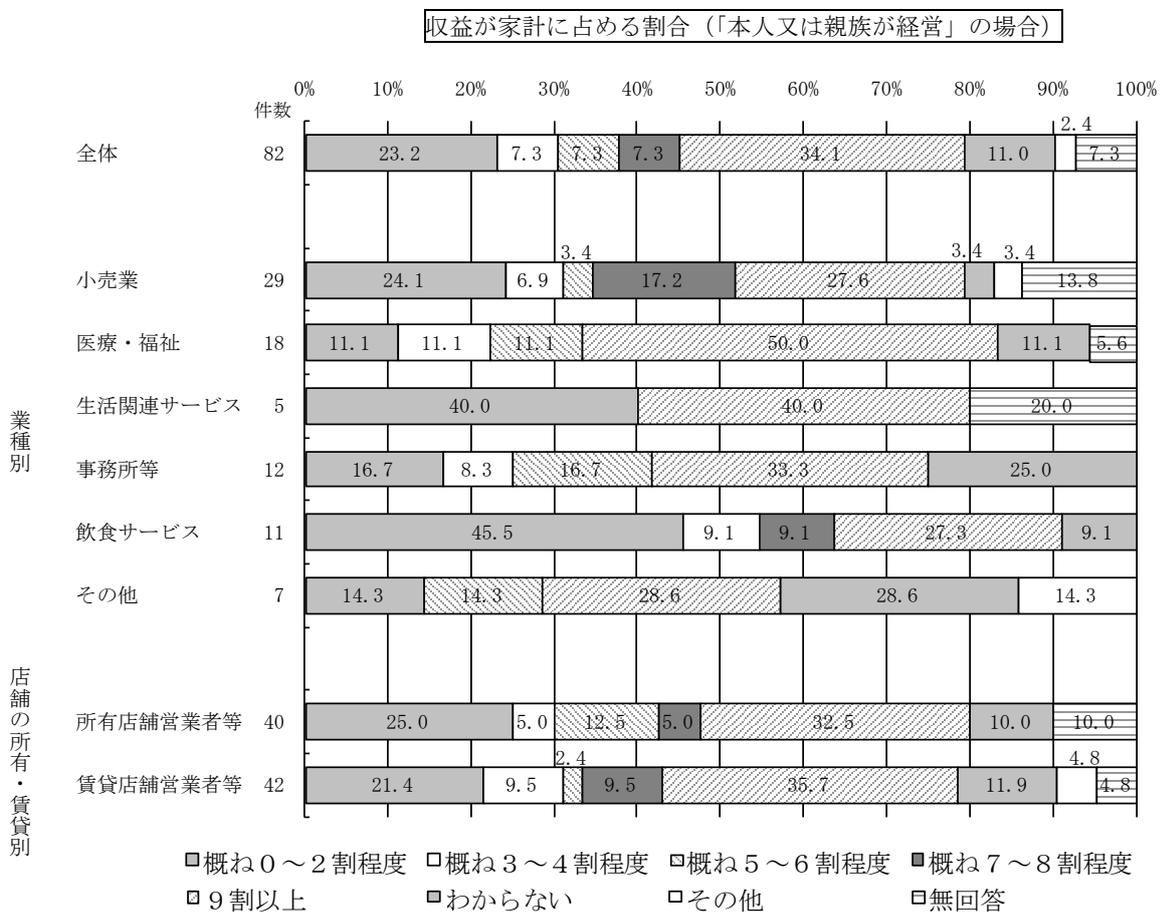
「今後も引き続き現状のまま所有する」意向が約5割半ある一方、約1割が「いずれ売却する」意向、約3割が「近隣センター全体の今後の動きを見ながら考える」意向であり様々である。



(2) <店舗営業者の意向>

①近隣センターでの事業の収益

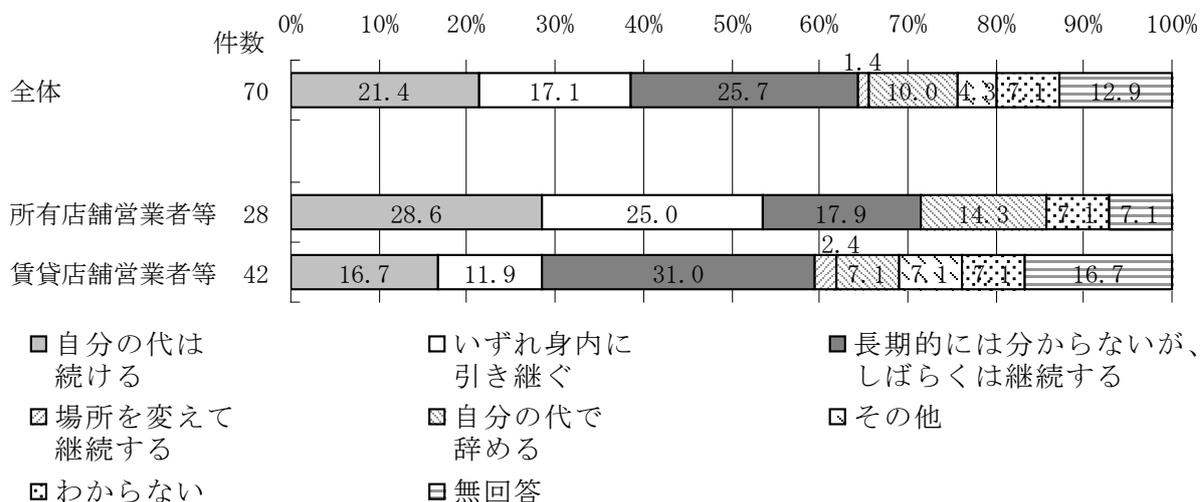
事業の収益が家計に占める割合（本人又は親族が経営の場合）は、「9割以上」が約3割半と高い依存度である。一方、「概ね0～2割程度」が約2割半であり、家計が収益への依存度が高い場合と低い場合に大きく分かれていると考えられる。



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）

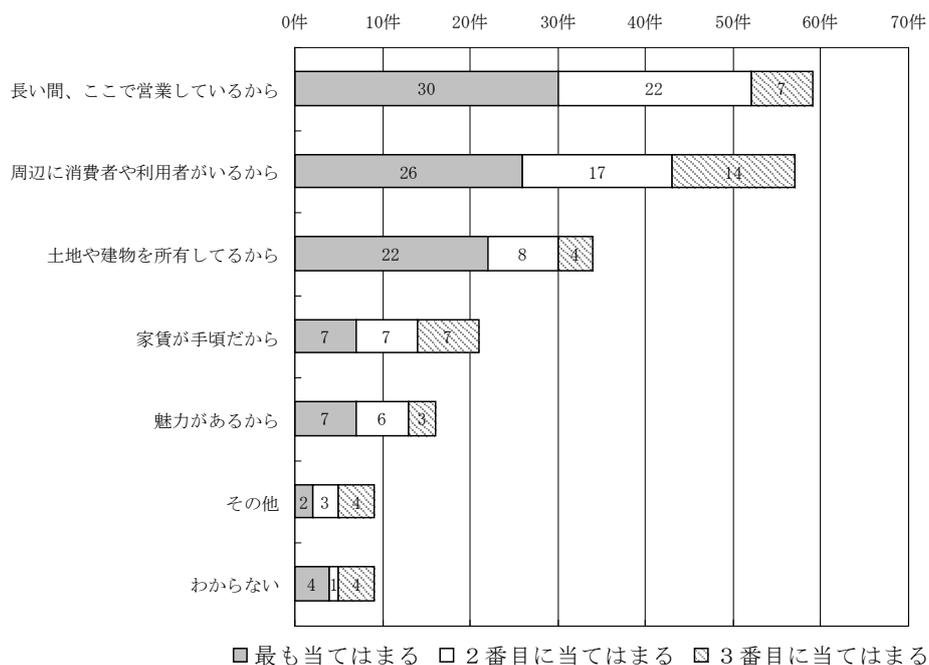


③近隣センターで事業を行う理由

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)

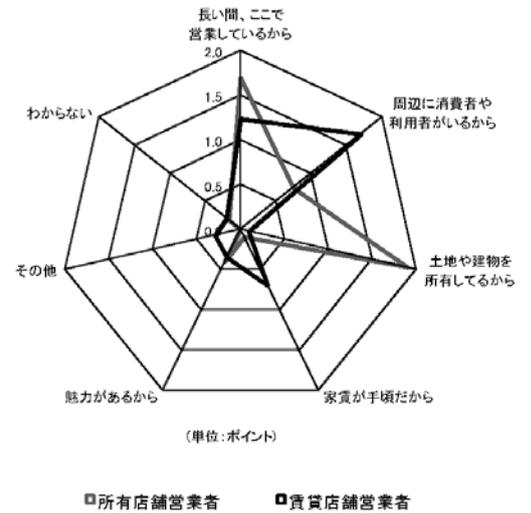


④所有店舗営業者と賃貸店舗営業者の近隣センターで事業を行う理由

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

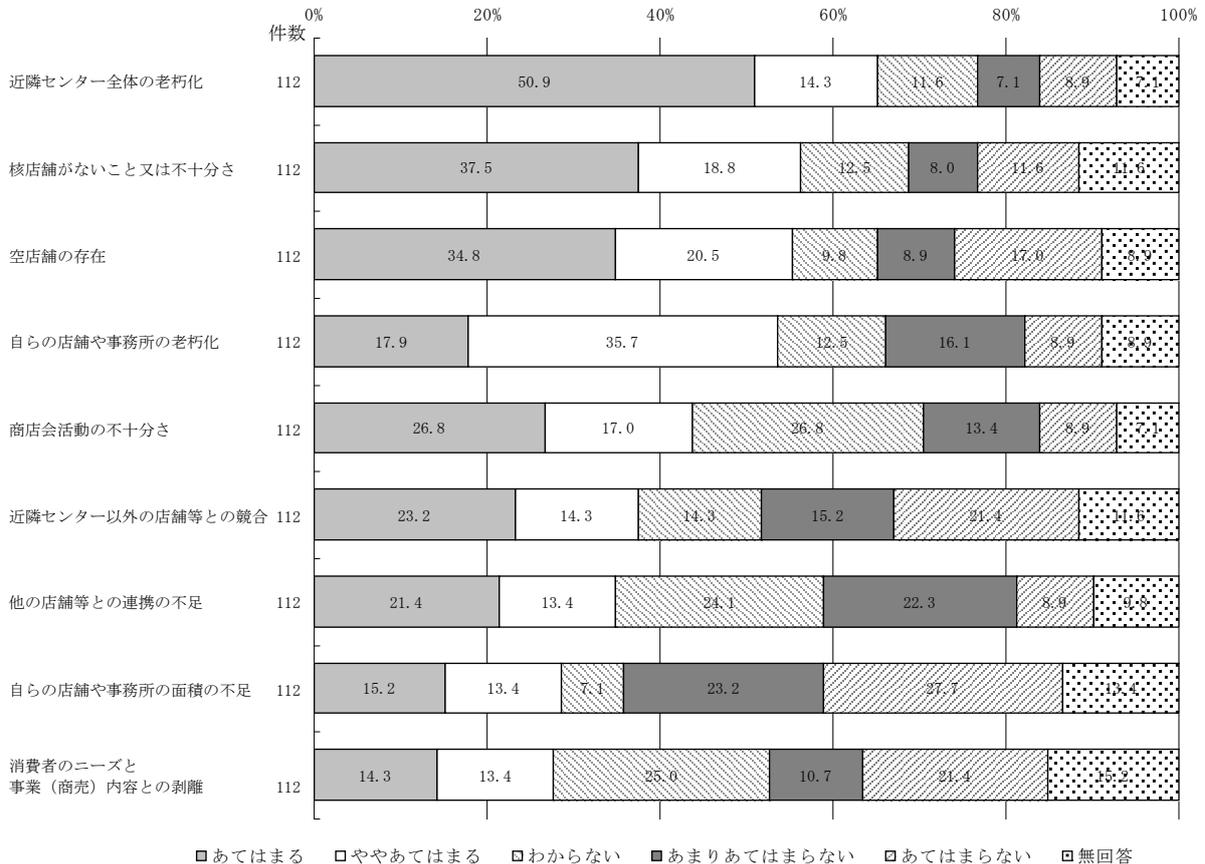
| 1位回答    | 長い間、ここで営業しているから | 周辺に消費者や利用者がいるから | 土地や建物を所有しているから | 家賃が手頃だから | 魅力があるから | その他 | わからない |
|---------|-----------------|-----------------|----------------|----------|---------|-----|-------|
| 所有店舗営業者 | 14              | 4               | 21             | —        | 3       | —   | 1     |
|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



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



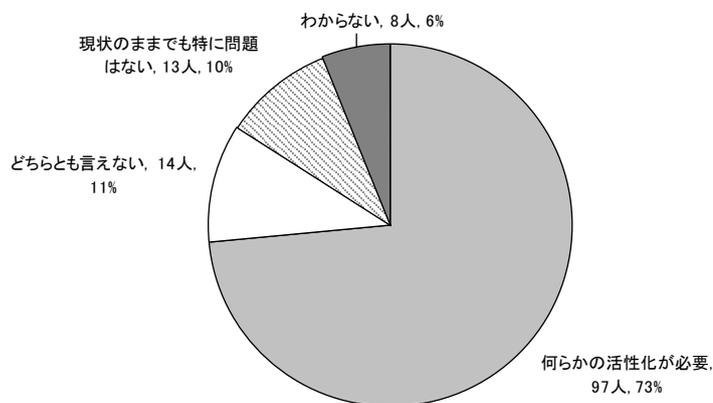
(3) <今後の近隣センターについて>

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)

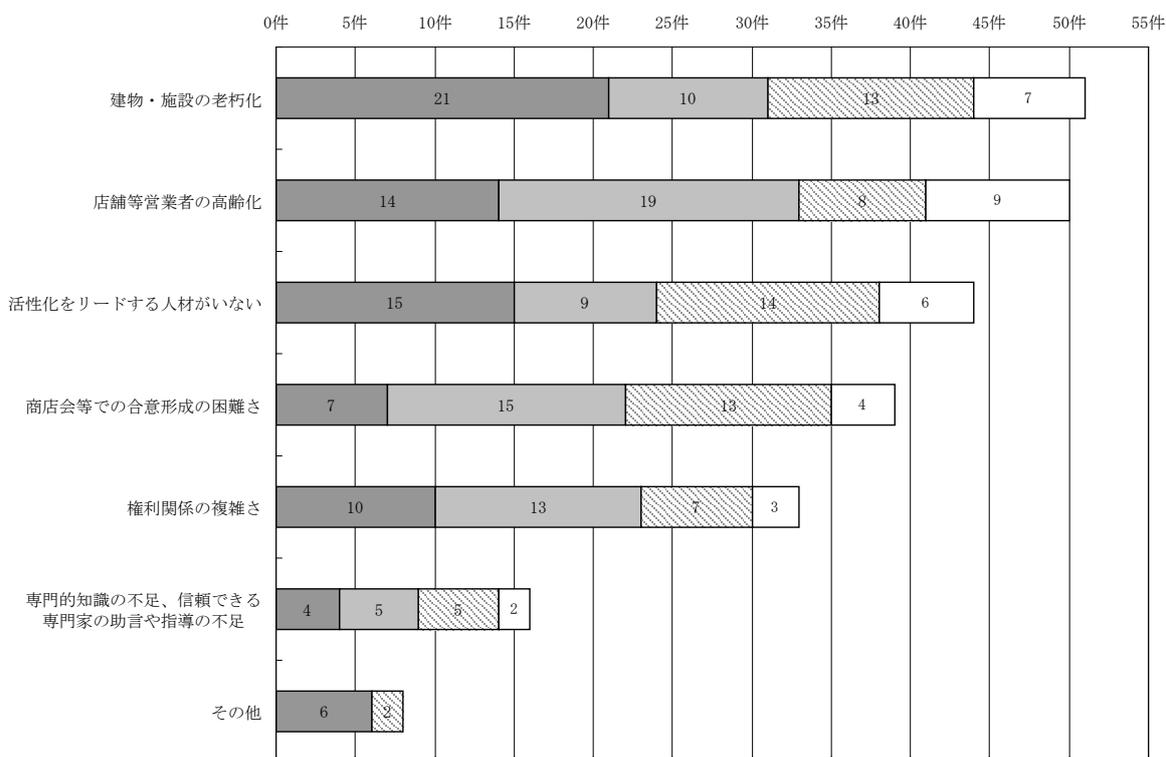


②活性化に対する障壁

「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)

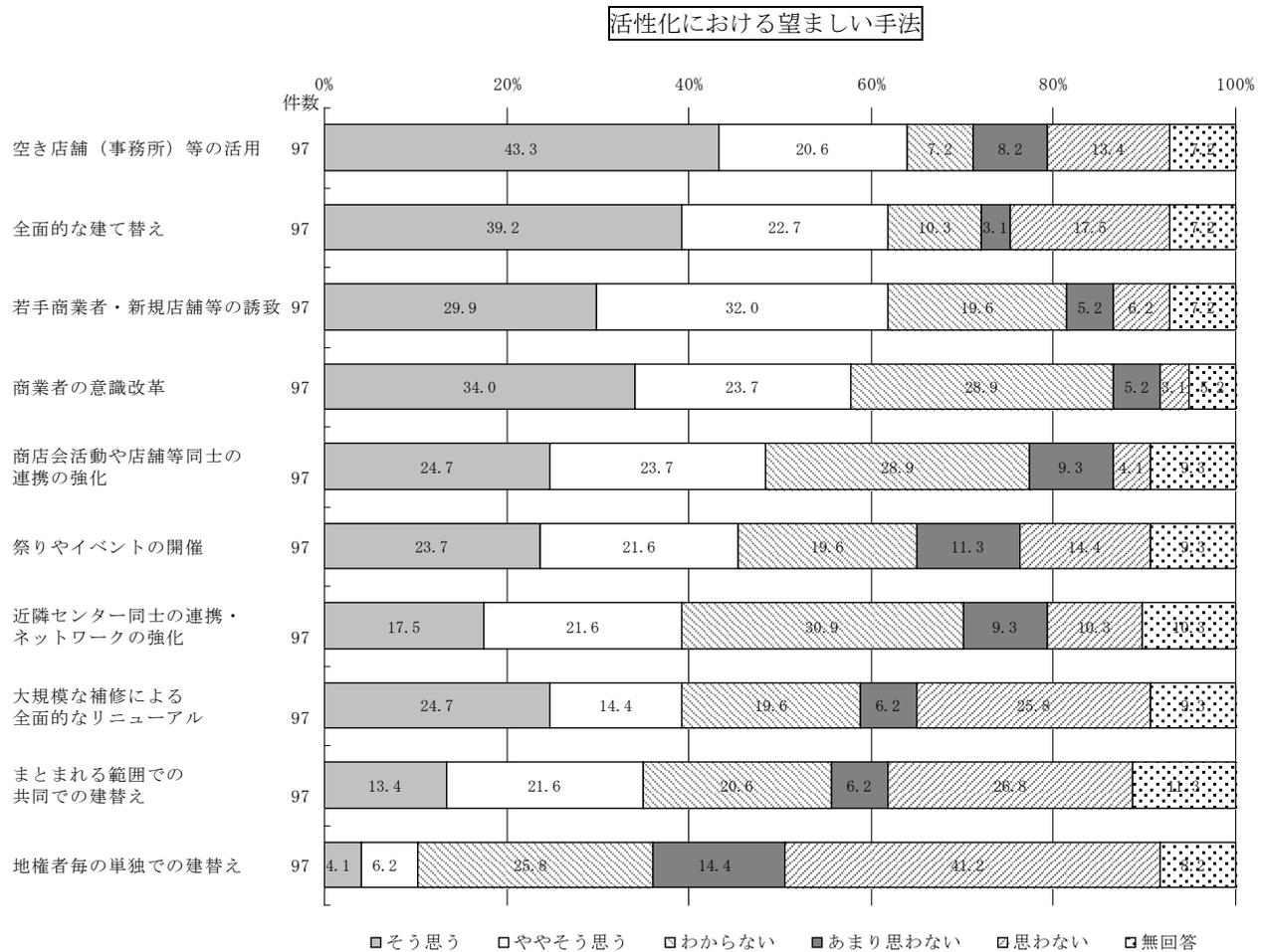


■最も当てはまる □2番目に当てはまる □3番目に当てはまる □順位づけのない回答

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つ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。

\* 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）

⑦ ニーズに合わせて対応しやすい仕組み

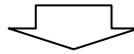
- ・ニーズが無くなればすぐに退店し、新しい店へと変更できる仕組みが必要である。

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<br/>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<br/>アンケートの配布・回収とも郵送<br/>配布数 3,450 票<br/>回収数 1,515 票<br/>回収率 43.9%</p> | <p>●現在の利用者層 P6<br/>・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<br/>・「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<br/>・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<br/>・歩行者系手段による利用が多い。</p> | <p>●利用しない理由 P10<br/>・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<br/>・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<br/>・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。<br/>・「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。<br/>・「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。<br/>・「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。<br/>・「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。<br/>・「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<br/>・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。<br/>・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<br/>・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。<br/>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<br/>・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。<br/>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。<br/>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<br/>・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><b>権利者アンケート調査</b></p> <p>●調査対象<br/>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<br/>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<br/>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>●<b>不動産所有者の店舗等の利用内容</b> P21</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul> <p>●<b>不動産所有者の建物の賃貸意向</b> P22</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul> <p>●<b>不動産所有者の土地や建物の将来意向</b> P22</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul> <p>●<b>店舗営業者の店舗や事業所の収益と家計との関係</b> P23</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul> <p>●<b>店舗営業者の店舗や事業所の将来意向</b> P24</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul> <p>●<b>店舗営業者の近隣センターでの事業(商売)の理由</b> P24、25</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul> | <p>●<b>事業を行う際の問題点</b> P25</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「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。</li> </ul> <p>●<b>活性化の必要性</b> P26</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul> <p>●<b>活性化に対する障壁</b> P26</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「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。</li> </ul> | <p>—</p>       | <p>●<b>活性化の手法</b> P27</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul> <p>●<b>不動産の活用に関する意向、店舗・事業の運営</b> P28</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul> <p>●<b>全面的な建替え</b> P28</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「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。</li> </ul> <p>●<b>空き店舗の活用や若手事業者の誘致</b> P28</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul> |
| <p><b>事業者ヒアリング</b></p> <p>●調査対象<br/>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>●<b>福祉、介護等事業者</b> P29</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「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。</li> </ul> <p>●<b>スーパー等核テナント事業者</b> P30</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>全般的に売上げ、客数とも下降傾向にある。</li> <li>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。</li> </ul>  | <p>●<b>福祉、介護等事業者</b> P29</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「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。</li> </ul> <p>●<b>スーパー等核テナント事業者</b> P30</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「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。</li> <li>競合店との距離</li> </ul>   | <p>—</p>       | <p>●<b>福祉、介護等事業者</b> P29</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「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」等を望んでいる。</li> <li>「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。</li> </ul> <p>●<b>スーパー等核テナント事業者</b> P30</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「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。</li> <li>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。</li> </ul>   |

|  | 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<br/>ヒアリング</p> <p>●調査対象<br/>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>●<b>現状の問題点</b> P31</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul> <p>●<b>経営面の問題点</b> P31</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul> <p>●<b>再整備実現への問題点</b> P31</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>近隣センターの再整備を進めるためには、既存地権者、店舗への対応が課題である。</li> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul> | <p>●<b>導入が望まれる機能や施設</b> P31</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>商業系以外の施設の導入も検討することが望ましい。</li> <li>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。</li> </ul>   | <p>●<b>再整備手法</b> P31</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul> <p>●<b>管理・運営の手法</b> P31</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>  |
| <p>専門家ヒアリング</p> <p>●調査対象<br/>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>●<b>地権者の意向や資産</b> P32</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>地権者は十分な資産を持っている人も多い。</li> <li>地権者は本音では、所有地の面積を減らしたくない。</li> </ul>  | <p>●<b>近隣センターの利便性への期待</b> P32</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>近隣センターは住区を中心であり、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。</li> </ul> <p>●<b>地権者の意向や資産</b> P32</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>  | <p>●<b>対象とする層</b> P32</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul> <p>●<b>導入が望まれる機能や施設</b> P32</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>おしゃべりしながら食事ができる食堂</li> <li>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。</li> <li>住民同士が自由に使える交流スペース</li> <li>住民の緩やかな組織や校区委員会等の活動場所</li> <li>地域の情報交流機能</li> <li>医療サービス</li> <li>デイサービス、地域密着型施設、小規模多機能型施設</li> <li>技能をもつ高齢者を生かす場</li> <li>人を呼び込み、たまり場を作る。</li> <li>小さい図書館をNPOが運営</li> <li>喫茶店や飲み屋</li> <li>アート、ギャラリー</li> <li>地元市民の自分のチャレンジショップ</li> <li>アートのNPOの個展会場、アートの活動団体を誘致</li> </ul> | <p>●<b>住宅の導入</b> P32</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul> <p>●<b>ニーズに合わせて対応しやすい仕組み</b> P33</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul> <p>●<b>地域との連携</b> P33</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul> <p>●<b>地権者による再整備の手法</b> P33</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>管理、運営も一括でやるのがよい。</li> <li>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。</li> <li>地権者が共同して再整備する仕組みをつくる。</li> </ul> |
| <p>まとめとして<br/>(重視すべきポイント)</p>  | <p>●<b>現状の利用者</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>自宅からの近隣性から利用されている場合が多い。</li> <li>歩行者系手段による利用が多い。</li> </ul> <p>●<b>主に利用する店舗や施設</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul> <p>●<b>地権者の意向等</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>地権者は本音では、所有地の面積を減らしたくない。</li> <li>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。</li> </ul> | <p>●<b>将来について</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul> <p>●<b>土地や建物に関する問題点</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>利用したい店舗や施設がなく魅力が不足している。</li> <li>建物が老朽化している。</li> <li>土地が流通しにくい形状である。</li> <li>核店舗が不十分。</li> <li>空店舗がある。</li> <li>駐車場や駐輪場が不足している。</li> </ul> <p>●<b>地権者の状況や意向等の問題点</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>店舗等営業者が高齢化している。</li> <li>活性化をリードする人材がいない。</li> <li>商店会等での合意形成が難しい。</li> <li>個人店舗では経営、営業の情報が足りない。</li> <li>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。</li> <li>競合店との距離</li> </ul>               | <p>●<b>対象とする層</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>高齢者と交通弱者のニーズに応える。</li> <li>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。</li> </ul> <p>●<b>充実が望まれる機能や施設</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>  | <p>●<b>近隣センターに求められる主な機能等</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>魅力ある店舗の呼び込みなど</li> </ul> <p>●<b>建物や店舗に関する主な方策</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>全面的な建替え</li> <li>空き店舗（事務所）等の活用</li> <li>建物の美化</li> </ul> <p>●<b>意識改革やニーズの変化への対応等に関する方策</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>若手事業者・新規店舗等の誘致</li> <li>事業者の意識改革</li> <li>他の近隣センターとの連携</li> <li>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</li> <li>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</li> <li>地権者が共同して再整備する仕組みの採用</li> <li>一括した管理・運営方法の採用</li> </ul>   |