

人間行動学科 地理学コース

「人のつながりが生む粉浜商店街の魅力—現状の分析を通じて—」

学 部 文学部

卒業年度 平成 28 年度

学籍番号 A13LA051

きたやま
北山 ひろみ

目次

目次	2
第1章：はじめに	3
第2章：粉浜商店街の概要	4
第1節：物理的な紹介	4
第2節：粉浜サポーターの紹介	9
第3節：行事・イベントの紹介	11
第3章：グループ1「新規店舗」	18
第1節：インタビュー対象と質問内容	18
第2節：結果と考察	20
第4章：グループ2「老舗店舗」	26
第1節：インタビュー内容と質問内容	26
第2節：結果と考察	28
第5章：グループ3「粉浜サポーター」	36
第1節：インタビュー対象と質問内容	36
第2節：結果と考察	38
第6章：まとめ	52
注釈	54
参考文献	55
付属資料：資料1「グループ1のインタビュー結果」	
資料2「グループ2のインタビュー結果」	

第 1 章 はじめに

商店街は古くから都市の中心部に位置し、商業活動を通して商店街の周辺地域の発展に深く関わってきた。しかし近年は商店街の衰退傾向が見られ、存続が危ぶまれている。大型ショッピングセンターやスーパーマーケットやコンビニエンスストアが誕生し、2000 年の大規模小売店舗法の改正等を機に競争が激化した。営業時間が長く、流行りの商品を低価格で提供するこれらの大型店舗の存在は商店街にとって大変な脅威である。またその他にも郊外化を促すモータリゼーションや多様な店舗形態の普及に伴う消費者ニーズの変化、地域の人口流出、少子高齢化による商圈人口の低下、空き店舗問題や後継者不足など、商店街は様々な問題を抱えており大変厳しい状況に立たされている。中小企業庁では、1960 年度（昭和 35 年度）からほぼ 5 年毎（2000 年度からは 3 年毎）に全国商店街実態調査を行っているが、2015 年度（平成 27 年度）の調査では、商店街の最近の景況に対して「繁栄している」が 2.2%、「繁栄の兆しがある」が 3.1%となり、一方で「まあまあである（横ばいである）」が 24.7%、「衰退の恐れがある」が 31.6%、「衰退している」が最も多い 35.3%であった。現場の声として、商店街のほとんどが停滞か衰退の一途を辿っていると感じている事になる。

しかし商店街は地域住民とのつながりを大事にしており、その他にも品物の質が高いことや店主が商品知識を有した専門家であること、また買い物を通してコミュニケーションがとれることなど、大型店舗やコンビニエンスストアにはない魅力をたくさん持っている。さらにコンビニエンスストアなどの商業施設は地域への愛着も薄く、外部からの参入者なので地域への協力意識がない。安藤（2007）は商店街が持つ地域との結びつきの強さから商店街は時として「地域の顔」になり得るものだとして、長い歴史の上に蓄積された建造物、自然、文化、もしくはそこにいる人々の魅力の集大成ともいえる集合体が商店街だと述べ、地域の魅力を引き出すためには商店街の活性化が不可欠であ

ることを主張している。¹

このように商店街が衰退傾向にあり、商店街が持つ人と人とのつながりや地域の顔としての機能が失われつつ中で、大阪市の南部に位置し住吉大社の門前町商店街である粉浜商店街は古い歴史と 100 を超える店舗を有し、さらには地域活動が活発な商店街である。本論文ではまず粉浜商店街の現状の把握と、そして生き残り続ける裏にある商店街が持つ魅力や今後の可能性を明らかにすることを目的とし、そのために商店街に関わる様々な人物に対しインタビュー調査を行った。

インタビュー対象は大きく分けて 3 グループあり、一つ目は新たに新店舗を出店した店舗（グループ 1 とする）、二つ目は老舗店舗（グループ 2 とする）、三つ目は現在粉浜商店街を拠点に積極的な地域活動をしている団体「粉浜サポーター」のサポーターたち（グループ 3 とする）である。グループ 1 に対しては粉浜商店街に出店することになった経緯を軸に現在の商店街の様子について、グループ 2 に対しては店の世代交代の様子を軸に過去・現在の商店街の様子について、グループ 3 に対しては粉浜に居着くようになった経緯と現在の活動について、それぞれ質問した。

章構成としては 2 章で調査地である粉浜商店街の概要を様々な側面から説明し、3 章から第 5 章を使ってインタビューについての詳細や結果を質問対象となるグループ別にそれぞれ述べる。つまり 3 章ではグループ 1 の新規店舗について、4 章ではグループ 2 の老舗店舗について、第 5 章ではグループ 3 の粉浜サポーターについて説明する。そして 6 章で最終的なまとめを述べるものとする。

第 2 章 粉浜商店街の概要

第 1 節 物理的な紹介

粉浜商店街は大阪市住之江区粉浜に位置し、南海本線の粉浜駅から住吉大社駅にかけて南北にのびる商店街である。商店街の西側は住之

江区、東側は住吉区と二つの区の境界にあり、また住吉大社が近くにあることから門前町商店街として栄えてきた。その歴史は大阪の商店街で2番目に古く、大正8年(1919年)に粉浜の米屋が店を構えたことから始まる。約120ある店舗の中には3、4代続く老舗も多く、昆布、かまぼこ、豆腐などの専門店や弁当屋、喫茶店など飲食関係の店が多い。またチェーンやフランチャイズの店が少なくほとんどが地元で根ざした個人商店であることも特徴である。



図1 粉浜商店街の位置

大阪市の人口は、1950年(昭和25年)の国勢調査では195万6千人であり、その後大きく増加し1965年(昭和40年)に315万6222人というピークを迎えたが、1982年(昭和57年)まで減少が続いた。1983年(昭和58年)に18年ぶりに増加に転じ、1987年(昭和62年)まで微増傾向を示していたが、1988年(昭和63年)からは1995年(平成7年)に起きた阪神・淡路大震災による一時的な増加を除き再び減少が続いてきた。しかし2000年(平成12年)に再び人口増加に転じ、その後は16年連続の増加となっている。

このように市全体の人口は現在増加傾向にあるが、区ごとにその変化をみると増加している区の中に減少に転じている区があることがわかる。図 2 は 2015 年（平成 27 年）の人口から 2010 年（平成 12 年）の人口を引き、その差を表したものである。差がマイナスになっている、つまり人口が減少している区の中には調査地周辺の住之江区、住吉区、西成区も入っている。

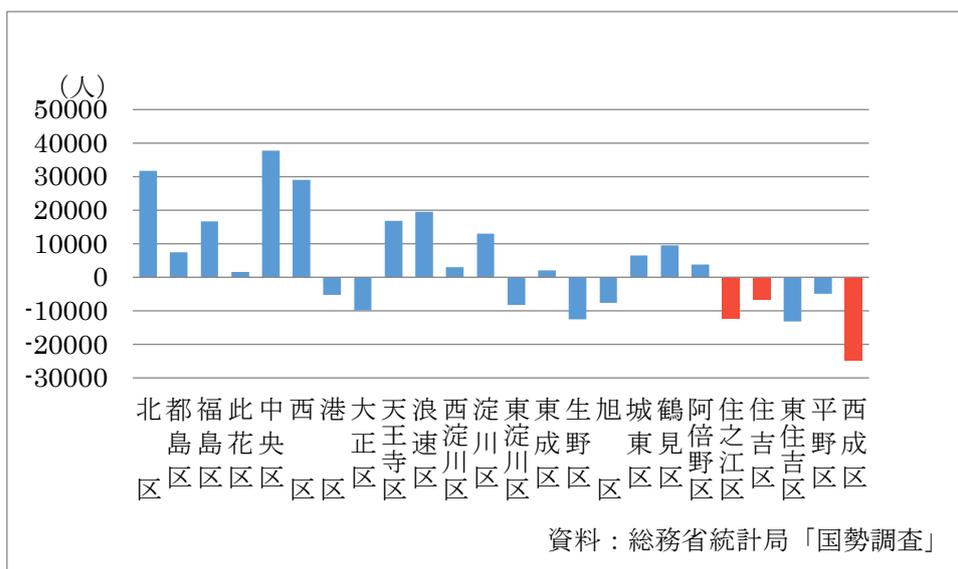


図 2 大阪市の平成 12 年と平成 27 年の人口差

また粉浜商店街の周辺には他にもいくつか商店街がある。北の西成区の方には、スーパー玉出発祥の地としても知られ、地下鉄四つ橋線玉出駅を最寄りとする玉出商店街があり、西には地下鉄四つ橋線北加賀屋駅を最寄りとする加賀屋商店街があり、住吉大社から南へ行くと安立商店街がある。図 3 は粉浜商店街とそれらの商店街との位置関係を示すとともに、商店街の周辺の地域（連合町会）を表したものである。

そして粉浜商店街を含むこれら 4 つの商店街の周辺地域の年齢別人口を図 3 で示した地域（連合町会）ごとにまとめたグラフが図 4 である。粉浜商店街の周辺地域である粉浜、東粉浜、住吉の 65 歳以上人口割合はそれぞれ 27%、28%、27%であり人口の 4 分の 1 以上を

高齢者が占めていることがわかる。またその他の地域においても岸里や玉出や遠里小野では 30% という高い数値を示しており、大阪市全体の 22% と比べてもこの地域全体の高齢化が進んでいることがうかがえる。

さらに図 5 は 4 つの商店街の周辺地域の世帯人数別一般世帯数を図 3 で示した地域（町会）ごとにまとめたグラフである。粉浜商店街の周辺地域である粉浜、東粉浜、住吉における世帯人員 1 人の割合はそれぞれ 39%、40%、35% でグラフの最も大きな割合を占めている。再開発が進む阿倍野区晴明丘の 27% を除くすべての地域において世帯人員 1 人の世帯の割合は 30% 以上かつ最も大きな割合を占めており、この地域で単独世帯が多いことがわかる。また西成区の南津守、千本、岸里、玉出はそれぞれ 49%、48%、60%、62% と非常に高い数値を示しており、単独世帯が特に多い地域である。



図 3 粉浜商店街周辺の商店街と連合町会の位置

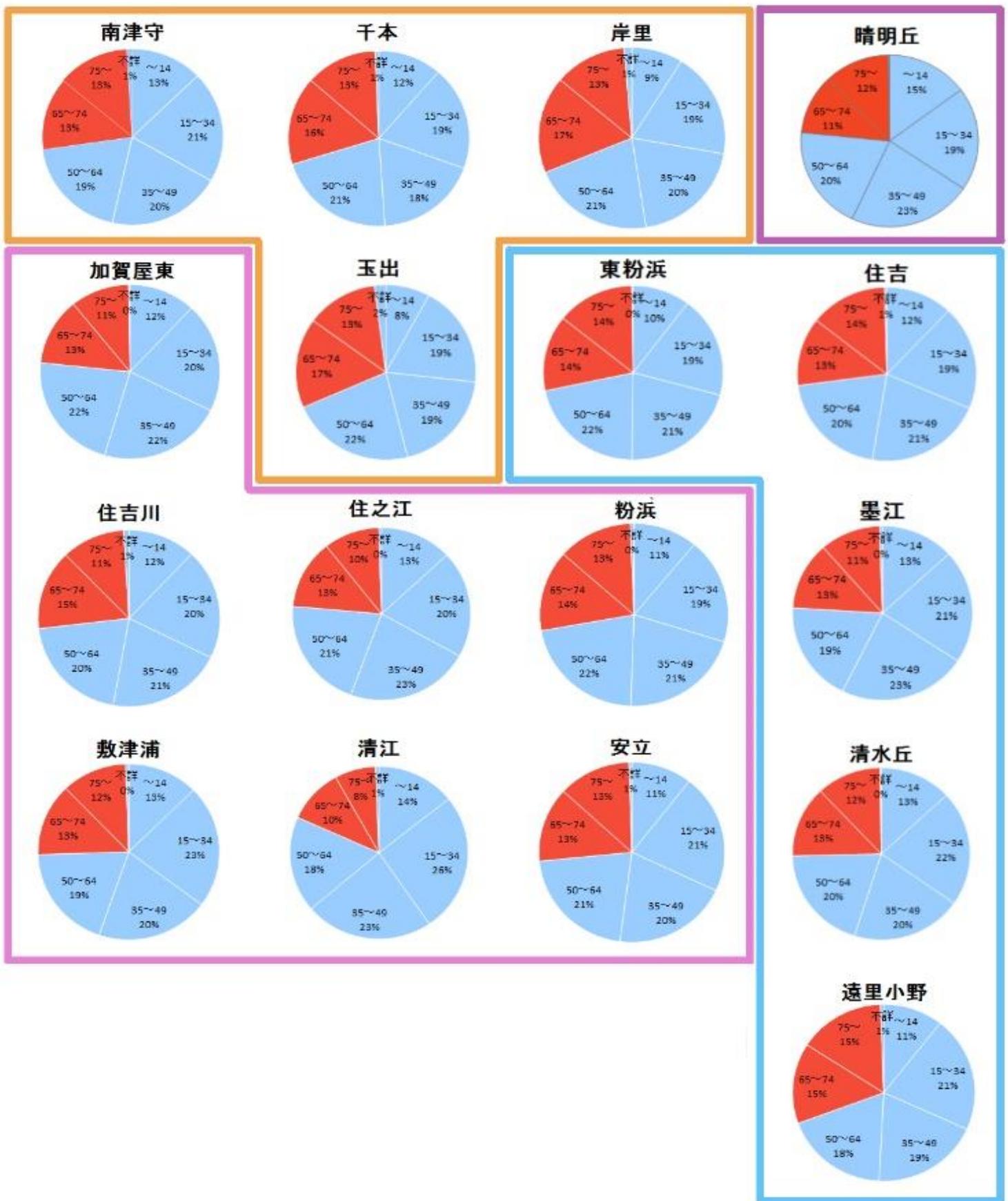


図 4 粉浜商店街周辺の連合町会の年齢別人口
 出典：大阪市「平成 22 年国勢調査独自集計（連合町会別、小学校別）」

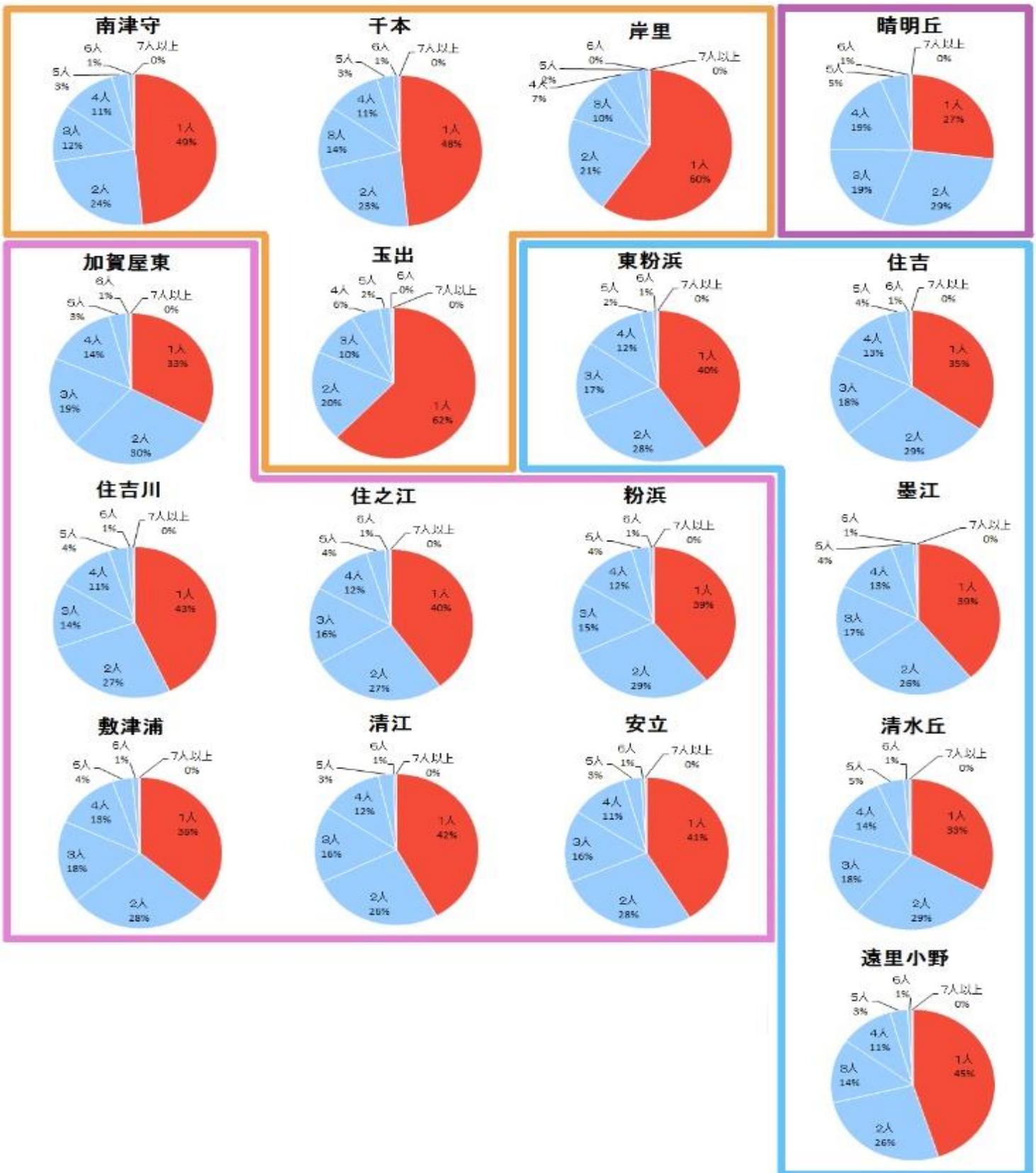


図5 粉浜商店街周辺の連合町会の一戸当たり世帯あたりの人数
 出典：大阪市「平成22年国勢調査独自集計（連合町会別、小学校別）」

以上より粉浜商店街・玉出商店街・安立商店街・加賀屋商店街が属する住吉区、住之江区、西成区は近年人口減少傾向にあり、さらにこれら4つの商店街の周辺地域では高齢化が進み単独世帯が多いことがわかる。

第2節 粉浜サポーターの紹介

粉浜サポーターは、粉浜商店街の取り組みの1つであり、本論文内で頻繁に登場する重要な存在なのでここで説明を設ける。2014年（平成26年）10月に発足し、商店街とその周辺地域の活性化を目指して粉浜商店街を拠点に積極的に活動中の組織である。もともと大阪府が「商店街サポーター創出・活動支援事業（コーディネート事業）」という事業を行っており、それは「商店街の活性化につながるアイデア」や「商店街を舞台に実現したいアイデア」を持つ団体・グループ（『商店街サポーター』）を募集し、選出された団体に府が活動促進費の支給などを通してバックアップするという趣旨のものであった。粉浜商店街はレンタルショップ²と粉浜サポーターの二本柱でコンテストに応募し見事選出され、それがきっかけとなり粉浜サポーターが誕生した。府からの活動促進費の支給がなくなった2年目以降も口コミやFacebookを通してメンバーを増やし、活動の幅をどんどん広げている。レンタルショップも粉浜サポーターも珍しい取り組みであり、かつしっかり継続がなされているので、全国商店街振興組合連合会の会議においてテーマのひとつとして取り上げられたこともある。

現在の粉浜サポーターの人数は68人で、メンバーは粉浜商店街内や住吉大社周辺で店を営んでいる店主や近くに住む主婦など、その立場は実に様々である。主な活動内容は月に1度の定例会議、Facebookでの情報発信、イベントの手伝い、こはマガの発行、クラブ活動の活性化などである。こはマガとクラブ活動については後述する。

月に一度の定例会議はその時に来られるメンバー10数名が粉浜商店街振興組合事務所に集まり、今後のイベントのことやこはマガの内

容や粉浜サポーターの今後の方針などについて話し合う。平成 28 年（2016 年）10 月から議長と会計係がそれぞれ決まり、年度ごとに交代していく方針となった。また活動費用については、1 年目は大阪府からの助成金が主な資金源だったが、2 年目以降は夏に開催される夜店祭りでの利益やサポーター自らによる募金である。こはマガのみ、住吉大社や商店街内の店舗からの協賛金があるのでそれを使って発行している。

こはマガとは粉浜サポーター主導で発行している A4 サイズ両面刷りの新聞のようなもので、過去のイベントの報告や今後のイベントの告知、さらには商店街内の気になる人にインタビューをして紹介するなどしている。内容の決定から記事の作成まですべて粉浜サポーターが行っており、年に 4 回発行し季刊の形をとる方針である。発行したこはマガは商店街内に掲示することはもちろん、町内会の回覧板も活用して地域の人々の手に渡っている。

クラブ活動とは粉浜サポーターがサポーター内で結成しているもので、現在「食べる部」「昭和歌謡部」「クラフト部」「ポジティブ部」などがある。初めは内輪で活動をしていただけだったが、最近は地域の人々をもっと巻き込んでいこうとする動きがあり、少しずつ活動を活発化させている。例えば食べる部は部の Facebook のページを設けており、そこに粉浜で食べておいしかったものを部員が記事にしてあげているうちに、それを見た外部の人が興味を持ってきて部員獲得に繋がった。1 月には粉浜商店街内で探してきた食材を使って、みんなで「粉浜鍋」を作る鍋パーティも企画している。クラブ活動は地域の人々が趣味や食を通じて交流できるいい機会になると考え、去年の 12 月に発行されたこはマガではクラブ活動を大々的に取り上げ、各部の紹介と部員募集の記事を掲載した。

第 3 節 行事・イベントの紹介

この節では粉浜商店街とその周辺地域（おもに住吉大社と住吉公園）

で1年間に行われる行事やイベントを紹介し、それらの行事と地域の人々や粉浜サポーターが実際どのように関わっているのか説明する。以下が主な年間行事スケジュールである。そしてこの中からとくに重要な行事、商店街や粉浜サポーターとの関わりが深い行事について個々に説明を加えていく。

	粉浜商店街	住吉大社・住吉公園	その他
1月	はったつ市	初詣、初辰まいり	お神酒・福の種配り (生根神社)
2月	はったつ市	初辰まいり	豆まき
3月	はったつ市、100円 商店街	初辰まいり、住吉公園さ くらカーニバル	
4月	はったつ市	初辰まいり、住吉公園さ くらカーニバル	
5月	はったつ市	初辰まいり	
6月	はったつ市、夏の 大売出し	初辰まいり	
7月	はったつ市、夏の 大売出し、ガラポン抽 選会、夜店祭り	初辰まいり、住吉大社夏 祭	獅子舞巡業・夏祭(生 根神社)
8月	はったつ市	初辰まいり、住吉大社夏 祭	地藏盆
9月	はったつ市	初辰まいり	ちん電バル
10月	はったつ市、升の 市、100円商店街	初辰まいり	
11月	はったつ市、冬の 大売り出し	初辰まいり	すみ博
12月	はったつ市、冬の 大売り出し、ガラポン	初辰まいり	年末の餅つき カウントダウン(生根

	抽選会		神社)
--	-----	--	-----

表 1 粉浜商店街とその周辺の主な年間行事スケジュール

初辰まいり

初辰とは毎月最初の辰の日のことで、この日に住吉大社にお参りをするを「初辰まいり」という。もともと住吉大社は商売繁盛と家内安全の神様として有名で、はったつという音の響きを商売「発達」とかけている。そのため商売発達を願って全国、時には海外から多くの参拝客が訪れ、早朝から大変な賑わいを見せる。住吉大社内にある種貨社、楠珺社、浅沢社、大歳社の4社をそれぞれにお参りするのが慣わしとなっており、4年間（1か月に1度で計48回）参拝すれば満願成就になるとされている。これは四十八辰、つまり始終発達するという意味からきたもので、4年間月参りを続けられるということはそれだけ無事発達している証拠でもある。また「招福猫」という小さい猫の置物を集める慣わしもある。住吉大社の末社楠裙車で毎月1体ずつ、奇数月には左手を、偶数月には右手をあげた招福猫を集めて、48体そろえるとそれを神社に納めて中猫と交換することができる。左手をあげた猫は「人招き=家内安全」、右手をあげた猫は「お金招き=商売繁盛」のご利益があるとされている。



写真 1 住吉大社の招福猫

出典：住吉大社 HP

はったつ市

1990年（平成4年）から粉浜商店街で初辰の日に行われているイベントである。80年代に、毎月何故か人通りが多い日があること、そしてそれが住吉大社の初辰まいるの日だということに気づき、それならば粉浜商店街でも初辰の日に合わせて何かしようと思いついたことがきっかけで誕生した。住吉大社で行われている初辰まいるにきた人に粉浜商店街にも立ち寄ってもらうことを主な目的としており、最初のころは大阪府・大阪市からの潤沢な補助金を元にして、1回70万程かけてスタンプラリーとガラポン抽選会を行っていた。現在は住吉大社内にチラシを設置しているのみだが、当時は新聞の折り込みチラシも活用しておよそ1万人にチラシを配っており、何百人ものお客さんが来ていた。チラシにはスタンプカードがついており、商店街を北から南へと全てまわりきったらスタンプが埋まり、それを持っていると空くじ無しのガラポン抽選ができるという仕組みだった。しかし景気の減退にともない補助金もなくなってしまったので、現在は商店街の店が提供するお買い得商品の情報を載せたチラシ（図6）を境内で配布する形になっている。



図6 はったつ市のチラシ

100 円商店街

粉浜商店街で行われるイベントで年に 2 回、3 月と 10 月に開催される。100 円商店街が開催される日は、参加店舗はそれぞれの店でその日限定の 100 円で買えるお得な商品を販売している。2004 年（平成 16 年）に山形県新庄市の新庄南本町商店街でスタートし、全国に広がっている商店街活性化事業である。大阪では大阪商工会議所が 100 円商店街を実施する商店街を積極的に支援しており、2010 年（平成 22 年）に千林商店街で行われた「せんばやし 100 円商店街」を皮切りに、市内各地で 100 円商店街が実施されている。

ガラポン抽選会

粉浜商店街内で年に 2 回、7 月と 12 月に開催されるイベントである。このイベントには商店街内のいくつかの店が有志で参加しており、その店で 500 円の買い物をするとガラポンのチケットが 1 枚もらえる。それを集めて抽選の日に商店街に設けられたガラポン抽選会のイベントスペースに持っていくと、5 枚で 1 回抽選ができる。1 等～3 等に加えスポンサー賞とハズレがあり、1 等が当たると 1000 円分のお買物券、2 等は 500 円分のお買物券、3 等は 100 円分のお買物券、スポンサー賞は 9 店舗から提供してもらった商品（子供服屋の撮影チケット、革小物引き換え券、昆布屋の昆布セット、住吉公園で開催される落語の講演のチケットなど）、ハズレは飴かティッシュがもらえる。ガラポン抽選会の当日は粉浜サポーターが数名集まってスタッフとして働いている。筆者も 2016 年（平成 28 年）7 月のガラポン抽選会に粉浜サポーターとして実際に手伝った。ただの抽選会ではあるが、スタッフと客の間にコミュニケーションが存在しており、スタッフ側が来てくれた人一人一人に合った接し方をしている姿が印象的だった。ハズレをハズレと言わず参加賞と言ったり、お子さんには飴を多めにあげたり、複数回ハズレが出てしまった人には大きいサイズのティッシュをあげたり、細やかな気遣いが見られた。また商店街内には顔見知りがたくさんいるので、互いにあいさつを交わしたりして、和

やかな雰囲気イベントとなった。

またこのイベントは5年前までは人気の家電製品や国内旅行招待券などを景品に抽選会を行っていたが、組合員の業種の変化³や集客率の低下などの理由から、組合員から集めた賦課金を使った事業としては不相当だと判断し廃止することにした。しかしさみしいので再開してほしいという声が組合員から上がり、2年前に有志で行う形で再開させ現在に至る。そして景品で渡した買い物券が参加している店で使えないことがややこしいという客からの指摘により、次回以降全店参加となった。

夜店祭り

子供会主催で毎年7月に粉浜商店街で行われているお祭りである。30年以上続いている行事で、始まった当初は商店街の青年部の人たちのみで行っていた。しかし20年ほど前に粉浜の子供会の1輪車部隊と鼓笛隊が大会に出場することになり、資金集めのためにこの夜店祭りに参加した。それをきっかけに子供会の参加が増え始め、現在は子供会の出店数の方が多くなっている。商店街は区から備品を借りて提供したり、開催場所としてアーケードを提供している。夜店祭りの日は金魚すくいやスーパーボールすくいなど様々な夜店がアーケード内に並び、17時から20時の間多くの子どもたちが来て大変な賑わいをみせる。

粉浜サポーターもガラポン抽選会とバルーンアートの2つの店を出して参加する。筆者も2016年7月の夜店祭りにバルーンアートの店のスタッフとして実際に参加した。バルーンアートは未経験だったが、粉浜サポーターの方々に教えてもらいバルーンで刀や花を作れるようになったので、当日は販売とバルーン作りを並行して行った。バルーンは50円という低価格から販売しており、子どもたちからも大変好評で、夜店祭り終了の8時まで客足が途絶えることがなかった。ピーク時は3人のスタッフでは人手が足りないほどだったが、その時は他の粉浜サポーターが臨機応変に対応して接客や列整理を手伝った。

このように夜店祭りには前日の準備から当日の運営に至るまでたくさんの人手が必要となるが、全行程を手伝うことは出来なくても、それぞれが自分の可能な時に可能なことをして助け合い、夜店祭りは成功のうちに終わった。終了後は粉浜商店街振興組合事務所の3階にてささやかな打ち上げが行われ、サポーターの女性陣が用意してくれたごはんをみんなで一緒に食べた。また夜店祭りの反省を翌月8月の粉浜サポーター会議で行った。



写真2 2016年夜店祭りの様子

ちん電バル

住吉大社の前には大変珍しい路面電車が走っている。阪堺電車こと阪堺電気軌道は大阪市と堺市を路面電車で結び、地元住民から「ちん電」という愛称で親しまれている。大阪名物である通天閣を見上げる「恵美須町」と、超高層のあべのハルカスを見上げる「天王寺駅前」

のそれぞれ2つの駅を起点に南下して、途中の住吉大社の手前の「住吉」で1本の路線となり堺市の浜寺公園まで結ぶ。

住吉大社と阪堺電車が重なる景色には懐かしさがあり、沿線に広がるまちは独自の歴史と文化に彩られて食文化や名物が発展してきた。2016年9月に5年目を迎えた「大阪ちん電バル」は、そんなちん電沿線の魅力を素敵な店と共に食を通して感じてもらいたいと願って発案された、まちをにぎやかに食べ歩くイベントである。イベント開催中はちん電バルバッジ（500円）をつけているだけで、阪堺電車沿線及び周辺地域の参加店においてちん電バル用の限定メニューやサービスを受けることができる。2016年9月17日・18日に開催された第5回大阪ちん電バルでは、住吉大社周辺はもちろん、玉出、帝塚山、安立まで規模を拡げて計57店舗が参加し、粉浜商店街からも子供服屋や喫茶店や肉屋など11店舗が参加した。またちん電バルの主催者は粉浜サポーターにも加入しており、そのつながりで粉浜サポーターも住吉公園内のマルシェにてバルーンアートのスペースを設け、そこでバルーンの無料配布を行ってイベントを盛り上げた。

第3章 グループ1：新規店舗

第1節 インタビュー対象と質問内容

<インタビュー対象>

2016年12月時点で粉浜商店街に10年以内に出店した店14店舗にインタビューをした。それぞれの店の業種と店を始めてからの年数は以下の通りである。

1	馬恋	居酒屋	7年目
2	楽庵	手造りおかず	4年目
3	藤原福寿堂	和菓子	7年目

4	韓味食品	韓国雑貨・キムチ等	9年目
5	ALOHA	定食屋、弁当	3年目
6	聖月	寿司	10年目
7	Cu Cu Ru	婦人服	5年目
8	純旬曼帆	手造りおかず	10年目
9	アズーロナチュレ	婦人服、雑貨	5年目
10	爽月	うどん	7年目
11	やなぎ	たこ焼き	3年目
12	ラスク屋	ラスク	3年目
13	ちゃくら	カレー喫茶	3年目
14	おかずのじゅん	手造りおかず	7年目

表 2 グループ 1 のインタビュー対象一覧

< 質問内容 >

出店の経緯

いつ、どのような理由で粉浜商店街に出店することになったのか、その経緯を聞いた。とくに出店場所を粉浜商店街にした理由や決め手となったものを探った。

粉浜商店街での人との交流

出店前と現在の、粉浜商店街やその周辺地域における人との関わりについて質問した。近所に住む地元の人々との交流、商店街の他の店主たちとの交流、お客さんとの交流など、現在どういった人々とつながりを持っているのか聞いた。

粉浜に対しての印象

現在粉浜商店街やその周辺地域に対してどのような印象を抱いているのか聞いた。

住吉大社の影響

住吉大社が近くにあることで受けている影響について聞いた。とく

に初辰まいりとはったつ市がある日に粉浜商店街内でどのような変化を感じているのか聞いた。

イベントの参加状況

粉浜商店街内で開催されるイベントや粉浜商店街外（住吉大社や住吉公園など）で開催されるイベントへの参加状況を聞いた。粉浜商店街内で開催されるイベントは100円商店街やガラポン抽選会で、粉浜商店街外で開催されるイベントは住吉大社の夏祭りやちん電バルなどである。

店として力を入れていること

現在お店を運営していくにあたって力を入れていることや新たに取り組んでいることはあるか、またあればそれはどんなことなのか聞いた。

第2節 結果と考察

それぞれの店舗に対するインタビュー結果を質問項目別にまとめた表が付属の資料「グループ1の結果」（資料1）である。この表を参照しながら、以下質問項目別にその結果と考察を述べる。

出店の経緯

出店の経緯は様々であるが、出店場所を粉浜商店街にした理由はいくつかの要素に分類することが可能である。例えば「馬恋」は玉出商店街でやっていた喫茶店を家賃の高さから辞めており、その後値段が手ごろな売り物件を探して粉浜商店街に行きついている。つまり粉浜商店街を選らんだ理由に「値段」が関係していると言える。また馬恋は住吉大社の存在や他の商店街と比べて粉浜商店街が栄えていることも挙げているので、理由として「活気」が関係していると言える。他にも元々近くに住んでいて、出店前から粉浜商店街を日常的に利用していた「藤原福寿堂」や「ラスク屋」は「近さ」と「利用経験」が粉浜商店街出店の理由に関係している。このようにそれぞれの店舗の

出店理由は要素に分けて以下のようにまとめることができる。

店名	粉浜商店街に出店した理由
馬恋	値段、活気
楽庵	近さ、利用経験
藤原福寿堂	近さ、利用経験
韓味食品	紹介
ALOHA	管理人
聖月	近さ、活気、雰囲気
Cu Cu Ru	値段、活気
純旬曼帆	利用経験、活気
アズーロナチュレ	近さ
爽月	土地所有
やなぎ	不明
ラスク屋	近さ、利用経験
ちゃくら	雰囲気
おかずのじゅん	近さ、活気

表 3 粉浜商店街に出店した理由

メルシーこはま⁴の管理人をしていて、空き店舗を減らすために出店をした「ALOHA」や、もともと土地を所有していて、そのままそこに出店を決めた「爽月」や、出店をした店主からすぐに店を譲り受けたので出店の経緯や理由を知らない「やなぎ」は他の店舗と出店理由が被っていないが、それ以外の店舗では共通点がある。

それぞれの共通点をまとめると、粉浜商店街に出店した理由として「値段」を挙げている店は「馬恋」と「Cu Cu Ru」の2店舗、「活気」を挙げている店は「馬恋」「聖月」「Cu Cu Ru」「純旬曼帆」「おかずの

じゅん」の 5 店舗、「近さ」を挙げている店は「楽庵」「藤原福寿堂」「聖月」「アズーロナチュレ」「ラスク屋」「おかずのじゅん」の 6 店舗、「利用経験」を挙げている店は「楽庵」「藤原福寿堂」「純旬曼帆」「ラスク屋」の 4 店舗、「雰囲気」を挙げている店は「聖月」と「ちゃくら」の 2 店舗という結果になった。「近さ」と「活気」と「利用経験」が粉浜商店街への出店理由に大きく関わっていることがわかる。また「利用経験」を挙げた 4 店舗中 3 店舗は「近さ」も同時に挙げており、この二つの要素の間には共通性がある。「聖月」や「馬恋」は出店場所を決める際に加賀屋商店街、駒川商店街、王子商店街といった他の商店街とも比較を行っており、その中で粉浜商店街を選んだ理由は、どちらも粉浜商店街が他の商店街よりも活気があったからだと述べている。「ちゃくら」は住吉大社や古い家屋に囲まれた、粉浜商店街の穏やかでローカルな雰囲気に惹かれて出店場所を決めた。

以上より、粉浜商店街の近くに住んでいて利用した経験があることや、粉浜商店街に活気があることが出店場所を決めた理由に大きく関わっており、その他値段の手ごろさや商店街の雰囲気の良さも影響していることがわかった。

粉浜商店街での人との交流

お客として来る地域住民との交流はどの店でもあるが、商店街内の他の店主との交流の有無に関しては回答に少し差が見られた。例えば「楽庵」や「アズーロナチュレ」や「爽月」は店主同士のつながりはあまりないと述べているが、「ALOHA」や「聖月」や「ラスク屋」など 8 店舗で、店主同士の交流が存在するという回答が得られた。店主同士のつながりができる背景には、青年部の活動、商店街の振興組合の役員活動、粉浜サポーターの活動など様々な要因がある。青年部では花見や忘年会があり、そこで普段話すことのない他の店主と知り合うことができる。「純旬曼帆」の店主は現在商店街の役員を務めており、会議に出たりしているうちに自然と横のつながりが生まれると述べている。「聖月」と「ちゃくら」の店主は粉浜サポーターに所属してお

り、サポーターのメンバーとのつながりもある。また「ちゃくら」と「やなぎ」はお互いの店を行き来し合う程店主同士の仲が非常に良く、商店街内の他の仲の良い若い店主たちとコラボイベント⁵を開催したこともあるそうだ。

このように、客との交流以外にも青年部や組合の活動などを通して商店街の店主同士の交流が存在する。さらにそういった周囲の人々との交流は若い店主たちの中で特に活発であることがわかった。

粉浜に対しての印象

粉浜商店街に対して現在抱いている印象を聞くと、高齢化と客数の減少について言及している店が非常に多く見られた。14店舗中13店舗がこれら2つのうちどちらかまたはその両方について言及している。また「ALOHA」は「最近寂しくなった。」、「Cu Cu Ru」は「来た時は活気があったけど最近是人通りが減った。年々高齢化していて若い人が少ない。」、「純旬曼帆」は「思ったより年寄りが多い。一人暮らしの年寄りが多くてそれが予想外。最初のころは客足がまじだったけどリーマンショック後は影響がきてガクっと人が減った。」、「アズーロナチュレ」は「自分が来た時よりシャッターが増えた。」と述べており、これらの新規店舗が出店してから、つまりここ数年の間に高齢化が進んで客数が減少し、活気がどんどんなくなっていることが伺える。

住吉大社の影響

初辰まいり・はったつ市がある初辰の日の粉浜商店街の変化について聞くと、影響有りと答える人と影響無しと答える人の数がちょうど半々であった。影響有りと答えた店の意見は「少し人通りが増える。」

「少し影響を感じる。」「はったつの日には普段よりは賑わう。多少人が流れてきている。」などで、反対に影響無しと答えた店の意見は「住吉大社からこっちに案外人は来ない。」「はったつ参りはほとんど影響がない。」「はったつ市の時に客が少し増えるが、住吉大社の影響はあま

り感じない。」などである。双方の回答から、初辰まいり・はったつ市がある日に著しい客数の変化があるわけではないが、多少の増加があることが伺える。また「聖月」と「アズーロナチュレ」は、初辰の時だけ来てくれるはったつ市の常連客がいると述べており、商店街自体の客数の変化が著しいものでなくとも、そういった常連客の存在があることで住吉大社による影響を感じている。

イベントの参加状況

100円商店街などの粉浜商店街内のイベントには参加をしても、住吉大社や住吉公園である粉浜商店街外のイベントにはなかなか参加できない様子である。従業員を他に雇っていない店も多く、基本的に自分の店のことで手がいっぱいになってしまうので、外部のイベントに参加している余裕がないそうだ。粉浜商店街内のイベントに関しても、「馬恋」「楽庵」「ALOHA」は過去に参加した経験があるものの、現在は参加していない。参加しなくなった理由として、馬恋は「マスターが去年亡くなって一人で店を回さないといけなくなり、100円商店街をやってもしんどいだけなのでやらなくなった。」と述べており、ALOHAは100円商店街のコンセプトの相違から参加を辞退している。逆に「やなぎ」は「なんでも参加していった方がいいと考えている。」と答えており、100円商店街やガラポン抽選会だけでなく、商店街外のイベントであるちん電バルにも参加している。

従業員を雇う余裕がなく店から動けないといった理由から、商店街外のイベントに対してはほとんどの店が不参加だが、商店街内のイベントに対してはモチベーションがあり積極的な姿勢の店と、イベントの主旨に賛同できず消極的な姿勢の店に分かれていることがわかった。

お店として力を入れていること

それぞれの店の回答は実に様々であったが、いくつか共通点を感じる回答があった。例えば惣菜を販売している「純旬曼帆」は「一人暮

らしの年寄りが多いし、そういう人たちは自分で消費する量も少ないから、少量でも売ってあげるように工夫をしている。」と述べ、和菓子屋を営む「藤原福寿堂」は「商店街の年齢層は高いが、だからこそ若い人向けの商品開発にも力を入れている。」と回答しており、それぞれの対象とする年齢層は逆だが、商店街の高齢化が関係しているという点において共通点があると言える。

また今回この質問をした際、質問の幅が広いので質問を受けた店主が考えこんでしまい、「例えば SNS を使ったの情報発信など、宣伝方法で工夫されていることなどはありませんか。」と、言葉を付け加えたことが何度かあった。すると宣伝方法についての回答が得られ、そこにさらなる共通点があった。宣伝方法についての回答をした 8 店舗中 6 店舗が宣伝に SNS を取り入れていないまたは積極的には取り入れていないと回答しており、それらの店舗の主要な宣伝手段はお客様の口コミであることがわかった。定食屋と並行して弁当の宅配も行っている「ALOHA」は、警察署、病院、住吉大社、結婚式場など、現在数多くの配達先に毎日弁当を届けているが、すべてお客様の口コミによって広がった結果だと述べている。「聖月」は食べログ⁶などのクーポンを目当てにやって来る人は継続ユーザーになりにくいとした上で、商店街で展開している地元密着型の店だからこそ、地元の客とのつながりに口コミが大事だと答えている。

しかし中には口コミに加えて SNS を活用している店もあり、例えばうどん屋を営む「爽月」は、食べログを見て遠方からもたくさんお客様が来るそうだ。「SNS はこのへんの人には効果があまりないけど、遠くの人たちに対して効果がある。」と述べている。また「ラスク屋」は Facebook 内に自分の店のページを持っており、更新頻度や内容にこだわって、大変力を入れて情報を発信してきたそうである。同時に百貨店やデパートなど、外部での出店も積極的に行い、そこでファンになってくれた人がその後粉浜商店街の方に来てくれることもあった。店主はこれを「外貨を稼ぐ」という風に表現しており、こうすることで粉浜の知名度が上がり、結果的に地域貢献に繋がるのだそ

うだ。このように「ラスク屋」は外部に向けて発信し続けてきたので、店主が店を辞めないといけなくなると後継者募集の記事を Facebook にあげた際、たくさん拡散されて 2 日で約 1 万人にその記事が広まった。そしてその結果、記事を通して後継者が決まり現在に至る。

このように、商店街という地域に密着した環境だからこそ、ほとんどの店において口コミが大切な宣伝材料となっていることと、一部の若い店主は SNS も積極的に活用していることがわかった。商店街という環境だからこそ、口コミは地域住民を対象として非常に効果的で、SNS は外部に向けた発信力に長けているので、遠方の人々へのアプローチが可能となる。

第 4 章 グループ 2：老舗店舗

第 1 節 インタビュー対象と質問内容

<インタビュー対象>

戦前に粉浜商店街に出店し、代替わりを経て何十年も続く老舗の店 7 店舗と、老舗店ほど古くからあるわけではないが、戦後に出店しそれ以降何十年も続いている準老舗の店 4 店舗、合わせて 11 店舗にインタビューを行った。それぞれの店の業種と店を始めてからの年数は以下の通りである。年数に関しては、出店した年の厳密な回答が得られなかったため一部曖昧な表記をしている部分がある。

老舗店舗			
1	大社あられお多福堂	手焼きせんべい	80 年目
2	井川とうふ店	豆腐・油揚げ	105 年目くらい
3	うしや精肉店	精肉	84 年目

4	福田蒲鉾屋	蒲鉾・天ぷら	82年目
5	マリヤ	紳士服	80数年目
6	三木屋洋服店	婦人服	76年目
7	木下陶器店	食器・陶磁器	80数年目
準老舗店舗			
8	寝具の店やまもと	寝具	62年目
9	文栄堂	事務用品・紙	61年目
10	マリヤ手芸店	毛糸・手芸・ボ タン	65年目
11	みみずく	インテリア・雑 貨	16年目

表4 グループ2のインタビュー対象一覧

<質問内容>

今回それぞれの店主に対して主に以下の質問項目に沿ってインタビューを進めた。3章の質問と被っているものに関しては詳細な説明を省き簡潔に記す。

代替わりの経緯

老舗・準老舗の店舗に対してのインタビューのなかで、一番メインとなる質問事項である。何十年も続くこれらの店は、初代から始まりその後2代目、3代目と代替わりをして現在に至っている。代替わりの際に何か問題がなかったか、店を継ぐと決めた時の決め手は何だったのか、引き継いだ時の様子を詳しく聞く。そうすることで、代が替わって継承されていくために必要な物は何なのか探った。

粉浜商店街の店主同士の交流

長く店を続けているので、その分商店街の他の店主たちとの交流があると考え、現在の商店街内での交友関係について聞いた。

粉浜商店街に対する印象

現在粉浜商店街に対してどのような印象を持っているのか、また長い間商店街を見てきて感じる変化について質問した。

店に来るお客について

自分の店の客層や客との関わり方について聞いた。

住吉大社の影響

3章と同様に住吉大社が近くにあることで受けている影響について、初辰まいり・はったつ市を中心に聞いた。最近の様子だけでなく昔の様子も聞くことで、どういった変化があるのか調べた。

イベントの参加状況

3章と同様に商店街内、商店街外で開催されるイベントへの参加状況を聞いた。

続けていくための取り組み

代替わりを経て現在まで何十年もの間店を続けてきているので、そのためにしてきた努力や店としてのこだわりについて聞いた。

第2節 結果と考察

それぞれの店舗に対するインタビュー結果を質問項目別にまとめた表が付属の資料「グループ2の結果」(資料2)である。この表を参照しながら、以下質問項目別に結果と考察を述べる。

代替わりの経緯

今年16年目となる「みみずく」を除くすべての店舗が代替わりを経験しており、現在2代目となる店が6店舗、3代目となる店が3店舗、4代目となる店が1店舗である。そして両親から店を継ぐパターンと結婚した相手の家の店を継ぐパターンの2パターンが存在し、代替わりを経験した10店舗はすべてこのどちらかのパターンに分類される。つまり全くの外部の人間が店を引き継いだケースは今回インタビューをした店の中では存在しなかった。また先代から引き継ぎをした際の理由についても店舗間でいくつか共通点がみられたが、わかり

やすくするために各店の引継ぎをした理由を簡潔に表し、以下の表にまとめた。

店舗名	引継ぎをした理由
大社あられお多福堂	店に活気があった、店に魅力を感じた、なくすのはもったいない
井川とうふ店	なくすのはもったいない、儲かるかもしれない
うしや精肉店	店に活気があった、店に魅力を感じた
福田蒲鉾屋	店に活気があった
マリヤ	店に活気があった
三木洋服店	店に活気があった、継ぐのは当然
木下陶器店	店に活気があった
寝具の店やまもと	継ぐのは当然
文栄堂	店に活気があった、継ぐのは当然
マリヤ手芸店	継ぐのは当然

表 5 店の引継ぎをした理由

表からわかるように、ほとんどの店において「店に活気があった」という回答が見られる。2 番目に多い回答は「継ぐのは当然」であり、この 2 つのうちどちらかまたは両方が入っている店は 10 店舗中 9 店舗である。また継ぐことが当然の流れとなる背景から、幼い頃から店を見ていたこと、その店にある程度の安定感があったこと、そしてだからこそ別の選択肢について考える余地がなかったこと、これらの状況が伺える。つまりほとんどの店舗の代替わりにおいて、店を引き継ぐ理由に、その時店に活気があったことが影響していることがわかる。53 年前に店を継ぎ現在 2 代目となる「福田蒲鉾屋」の店主は「自分が継いだ時は高度経済成長期で職人さんも店員もいてイケイケな状況だった。だから迷いはしなかった。」と述べ、現在 2 代目となる「木下

陶器店」の店主は「サラリーマンになるか継ぐか考えて、当時は店が儲かっていたし家も裕福だったから、明らかに継いだ方がいいと感じた。」と述べている。「三木洋服店」の店主の「ひとり息子だった上に当時は遠方から住み込みで働きに来ている従業員たちがいたので、その人たちの世話をしなければいけなかった。」という発言からも、店を手伝うことや引き継ぐことが当然の流れだったことがわかる。

この他にも「なくすのがもったいない」「店に魅力を感じた」という回答がそれぞれ 2 店舗ずつある。「大社あられお多福堂」は「客もついていたし伝統がある店だった。親は無理に継げとは言わなかったが、備長炭を使った手焼きの製法はなかなか他にないし、このままなくすのはもったいないと思った。」と述べており、会社を辞めてまで店を継いだ「うしや精肉店」の店主は、「この店のブランド的なものを気に入り、店に魅力を感じた。安売りの店でもないしおいしい肉を提供している。」と述べている。その時の店の活気だけでなく、こうした店に対する愛着なども理由のひとつとなっていることがわかる。

しかしこのように世代交代を経て何十年間も続いている店舗であっても、これから先も同様に続けていくことは厳しい状況にある。今回のインタビューでいくつかの店に後継ぎとなる人がいるのかどうか質問したが、全員がいないと答える結果になった。「大社あられお多福堂」をはじめとする 6 店舗が、後継者不在で自分の代で店を閉める予定だと答えている。「福田蒲鉾屋」の店主は「息子が一時期店を手伝っていたが、今は普通にサラリーマンをしている。」と述べており、「寝具の店やまもと」「文栄堂」「マリヤ手芸店」も同様に息子はいるが店は継がないそうだ。

店を継ぐ理由として一番重要なことはその時に店の活気があるかどうかであり、これまでは商店街や店に活気があったので店を引き継ぐこと自体が当然の流れだったことがわかった。活気の有無の他に、老舗の伝統やこだわりに魅力を感じてなくすのはもったいないと感じる場合もある。しかし時代と共に商店街の状況も変化し、店を続けていくことが年々難しい状況になってきている。後継者がおらず自分

たちの代で店をやめようとする店主も多くいた。引継ぎに必要な店の活気や店に対する愛着を今後どのように持続させていくのかが重要な問題となってくる。

粉浜商店街の店主同士の交流

商店街の店主同士の交流について質問をしたところ、現在商店街内での横のつながりがあると回答した店は老舗店舗である「大社あられ福寿堂」「井川とうふ店」「うしや精肉店」「福田蒲鉾屋」の4店舗のみで、それ以外の7店舗はあまりないと回答した。

あると回答した4店舗の意見をみると、商店街内で仲の良い店同士買い物をして互いに協力し合ったり、振興組合の役員たちとつながりがあったり、若い店主同士で親交を深め合ったり、様々な交流の仕方が存在する。特に店主が若い店でそういった商店街内の積極的な交流があり、「井川とうふ店」の店主は現在振興組合の副理事をしているが、それ以外にも粉浜サポーターの方々と交流があり、夜店祭りなどのイベント後にはみんなで飲み会をすることもあるそうだ。また飲み会で知り合った他の店主たちと仕事に関してのこだわりや頑張っていることを語り合い、自分の店に来たお客さんにおすすめを尋ねられた時に、仕入れたエピソードを交えてその店を勧めることもある。このように店主同士の交流を持つことで、互いに宣伝し合うことが可能なのである。その他にも「うしや精肉店」の店主は、3章の「ちゃくら」と「やなぎ」でも述べた通り若い店主同士での交流が非常に盛んで、バータイムには「ちゃくら」で集まってみんなでお酒を飲むこともあれば、仲の良い店同士でコラボ企画を行った経験もある。

ないと回答した7店舗の回答には、「昔はあったが今はない」と表現しているところに共通点がある。「木下陶器店」の回答によれば、昔は店主同士でゴルフに行ったり飲み会を開いたり、休みの日にみんなで出かけたりする程仲が良かったそうだ。しかし現在は商店街内のつながりはほとんどなく、つながりがなくなってしまった背景には、店主の高齢化や世代交代や年齢によるギャップなどが関係しているよ

うだ。このことは「マリヤ」「三木洋服店」「寝具の店やまもと」「文栄堂」の回答から読み取ることができる。今まで仲良くしてきた店主たちが引退したことでつながりが途絶えてしまい、新しく入ってきた若い店主とはなかなか交流が持てず、そのまま疎遠になっていってしまうのである。さらに「寝具の店やまもと」は「昔はみんなつながっていた。でも古い人がいなくなって希薄になり、今はつながりがなくなった。若い店主は古い人間の慣習に対して否定的でとてもギャップを感じる。今は全体的にまとまりがない。」と述べており、この発言からも商店街の店主のなかで年齢による溝が生じていることがうかがえる。

しかし年配の店主たちは若い人たちの積極的な活動に対して、根本的な否定をしているわけではない。「マリヤ」の店主は、「若い人がやっていることは面白いと思う。若い人は発信力もあるし。ただどここちらにも声をかけてみんなを巻き込んで欲しい。」と若い店主たちの行動を肯定した上で自分にも参加の意思があることを述べている。また粉浜サポーターも若いメンバーが中心となって活動し、商店街の若手店主たちと交流がある組織である。粉浜サポーターの活動に対して「寝具の店やまもと」と「みみずく」の店主は、「そもそもどういう人たちがやっている組織で、どういう活動をしているのかわからない。」と述べており、活動自体を否定しているというよりは、自分たちの知らないところで動いているものに対しての馴染みの無さが問題となっている。若手店主らが役員を務める商店街の振興組合の執行部に対しても、内輪で完結してしまっていて協力しづらいという回答が見られた。現在活発に活動しているものと自分たちとの関わりがほとんどない上に、年齢によるギャップが加わって、その結果年配の店主たちにとってそうした若い人たちの活動が、大変とっつきにくいものになっている印象を受けた。

以上より、以前あった商店街内の横のつながりが世代交代などをきっかけにどんどん減っていること、しかし新しく入ってきた若い店主の間では現在も交流が盛んであることがわかった。年配の店主は若い

店主のそういった積極的な活動を良いと思っはいるが、理解できない部分も多くなかなか馴染めないでいる。年齢によるこのようなギャップがあるが、商店街を良くしようという気持ちや交流自体に対する肯定的な考えなど共通する部分も多くあるので、双方の歩み寄りや少しのきっかけがあれば、そこから一体感が生まれて商店街を動かす大きな力となる可能性があると考える。

粉浜商店街に対する印象

長年粉浜商店街で商売をしている老舗・準老舗店舗だからこそ抱く、粉浜商店街に対する印象や感じる変化があるのではないかと考え質問をした。するとインタビューをした 11 店舗すべてにおいてマイナスな意見が出てくる結果となった。高齢化が進んでいること、人通りが減っていること、売り上げが減っていること、シャッターを閉めた店が増えたことなど、すべての店がマイナスな回答をしており、商店街としての活気が昔に比べてなくなっていることがわかった。昔、とくにバブル期は商店街に人がたくさんいて、置いたら物が売っていたような時代だった。年末は歩けない程の人で溢れ、その頃は商店街だけでなく町内会もとても活気があったそう。しかしバブルが崩壊してからは、周りにスーパーや大型店舗が増えたことなどが影響して、ずっと低調が続いている。当然売り上げも落ちており、「福田蒲鉾屋」の店主は現在の売り上げがバブル期の 6 分の 1 から 7 分の 1 程度だと答えており、同じように売り上げが減少している「文栄堂」は現在の厳しい状況に対して、「もう年だからしんどいし、自分が食べられたらそれでいいかな。」という諦めた様子を見せていた。このようにインタビューをした老舗・準老舗の店から次々にマイナスな発言が見られたが、ずっと商店街を見てきたからこそ昔と比較してしまい、余計に現在の商店街の衰退傾向を感じているような印象を受けた。

店に来るお客について

現在どういう人が店にくるのか尋ねたところ、ほとんどの店が高齢

の常連客が中心だと答えた。常連客中心であるところが対面で接客をする商店街ならではの部分であり、実際「寝具の店やまもと」は「お客さんとはその人の家まるごとと付き合うことになる。細かいオーダーにも対応しその人に合ったものを提供している。」と述べており、これまでもお客の無理難題にも何度も対応してきたそうである。しかし若い人はあまり店側とコミュニケーションを取りたがらない人も多く、新規客がなかなかつかまらずに既存の年配の常連客を大切に繋いでいく形になる。店内に座って話せるスペースを設けることでお年寄りの方にとって居心地のいい環境を作るなど、それぞれの店が既存の常連客を大切にし、ひとりひとりに心を込めた接客をしている。しかしお年寄りは購買力が弱い上に怪我や病気で商店街に買い物に来られなくなる場合も多い。当然亡くなってしまうこともある。今後も店が繁盛していくためには、新規の若い客が増えることが重要となってくる。

また以上のような年配の常連客中心の傾向がある中、自分の店に若い客や新規の客が来ると回答した店がいくつもあった。まず「福田蒲鉾店」は「若い人でも親の世代から利用してくれていると子どもの世代でも来てくれる。」と述べている。「井川とうふ店」は口コミがうまい具合に広がり新規客獲得に繋がっているようだ。さらに「うしや精肉店」では面白い試みをしている。店が自信を持っておすすめする三重県産伊賀牛をより多くの人に楽しんでもらうために、「大阪伊賀牛を食す会」というイベントを主催していて、これまでに14回開催されている。店頭やFacebookを通して告知をして、集まったメンバーと共に住吉公園でバーベキューをしたり、冬には鍋を囲んでしゃぶしゃぶをしたり、みんなで伊賀牛を楽しむことができるイベントとなっている。

このように、商店街にある老舗店舗だからこそ常連客が中心で、店主たちはお客一人一人に対し真摯な態度で接客してきたことがわかった。しかしその常連客の多くはお年寄りなので、どんどん客数が減っている状況である。そんな中新規層を取り込むために積極的に新た

な取り組みをしている若手店主らも存在し、また福田蒲鉾屋の店主の言うような「親の世代から商店街を利用してきている状況」が減りつつあるので、そういった新しい動きは今後重要になってくる。

住吉大社の影響

主に初辰まいり・はったつ市がある日の粉浜商店街の人通りの変化について質問をした。すると回答したすべての店が「あまり変化はない。」という意見だった。そしてさらに特徴的だったことが、多くの店が「以前は増えたけど今はあまり変化がない。」という風に、昔と現在の様子を比較しているところであり、これも長年粉浜商店街で商売をし続けているからこそ思うことである。2章のはったつ市の項目で述べた通り、以前は大阪府や大阪市からの潤沢な助成金があったので、1回のはったつ市に70万円程かけて新聞に折り込みチラシを入れたり、スタンプラリーや抽選会をすることができた。当然その効果もあって今よりもたくさんの客が粉浜商店街に来ていたようだ。景気の悪化と共に補助金がなくなってしまい、チラシを住吉大社の境内に置く現在の形になったが、それ以降明らかに人通りが減ってしまったのである。

補助金がなくなってしまった影響は大きく、以前のような集客力を再び取り戻すことは困難かもしれないが、このはったつ市に対してはインタビューの中でいくつも意見が寄せられた。まず境内に置いているチラシがマンネリ化していることを指摘する声が複数の店であった。「みみずく」の店主は、いつも同じ店が載っていて飽きられていること、そもそもチラシに効果がないから他の店が参加しようとしにくいことなどを指摘し、掲載する店から掲載費用を徴収するなど工夫をして、まず宣伝効果を高めるべきではないかと提案した。その他「マリヤ」の店主は、寒い中初辰まいりに来てくれた参拝客に、商店街内で温かい甘酒や抹茶をふるまう提案をしていた。効果のないチラシに金をかけるよりも、その金でもっと有意義なことができるはずだという考えだ。またはったつ市に限らず、何か商店街で新しい取り組みをす

るのであれば、積極的に協力したいと述べていた。

老舗店舗は以前の補助金があった時代のはったつ市を知っているので、多くの店主が現在のはったつ市に対してほとんど効果を感じていない状況である。不満を抱え、現在の振興組合の執行部やはったつ市の内容に対してそれぞれ意見を持っているが、その意見は否定というよりもむしろ商店街を良くしたいという思いからくる建設的な提案である。

イベントの参加状況

商店街内のイベントには基本的にどの店も参加している様子だが、3章の新規店舗の場合と同様に、一部で100円商店街にもガラポン抽選会にも参加していない店があった。「三木洋服店」のように、100円商店街の時は普段店で売っているものとは違う、100円商店街限定の商品を探してきて販売し、さらにそれが好評であると述べている店もある。しかし「やっても効果が得られない。」「そもそもの主旨と違ってきていると。」といった否定的な意見も見られた。つまり100円商店街は元々「100円の商品をきっかけにして他の商品も買ってもらう」ということが主旨だったが、100円の商品だけが売れてその他の利益にはなかなか繋がっていないので、本来の主旨からずれているのである。ガラポン抽選会に関しても、景品に魅力がなくてあまり盛り上がりなくなってきたという厳しい意見があった。

続けていくための取り組み

現在力を入れていることや店のこだわりについていくつかの店舗に質問をしたところ、何十年も商売を続けていくために様々な努力をしていることがわかった。例えば「大社あられお多福堂」は煎餅を職人が手焼きで作る昔ながらの製法にこだわっており、代替わりをしてからは世間のニーズに合わせて小袋でラッピングする商品を取り入れ、さらにおかきや煎餅以外にもゼリーなどの季節限定の商品を置く工夫をしている。その他にも「井川とうふ店」は味にむらができやす

い豆腐を一年を通して美味しく作るために、農家を直接訪問して使う大豆にこだわっているし、「うしや精肉店」は仲の良い店主同士でコラボ企画を行ったり、「大阪伊賀牛を食す会」を主催して提供する肉のおいしさを知ってもらおう努力をしている。どちらも 40 代の若い店主だが、店を引き継いでからも常に新しい試みをして頑張っている。文栄堂の店主は代替わりをすることの難しさについて「引き継いだら先代と同じようなことをしてはいけない。倍努力をしないとイケない。」と語っていた。年々厳しさを増す商店街でこうして長く店を続けられている背景には、世代交代を経験しながらも工夫し続ける、老舗店舗の陰の努力が存在するのである。

5 グループ 3：粉浜サポーター

第 1 節 インタビュー対象と質問内容

<インタビュー対象>

粉浜サポーターの中でもとくに積極的に活動しているメンバー 7 名にインタビューをした。メンバーそれぞれの名前と現在の簡単な状況をまとめたものが以下の表である。

1	I さん	「ラスク屋」元店主、現在は主婦
2	D さん	演劇講師、カラオケ講師
3	U さん	縁起焼「結〇（ゆいまーる）」店主
4	M さん	主婦、ハンドメイド作家
5	S さん	そば・うどん「梅よし」店主
6	H さん	粉浜鍼灸整骨院勤務
7	T さん	商店街振興組合理事長、子供服「フジヤ」店主

表 6 グループ 3 のインタビュー対象一覧

< 質問内容 >

質問内容は大きく分けて 2 つで、一つ目は「粉浜に居着いた経緯」である。いつ、どのような経緯で粉浜に来て、現在のように積極的に地域活動するようになったのか、また粉浜サポーターに入ったきっかけについても質問した。二つ目は「現在の活動について」であり、仕事や粉浜サポーターのことを含め、現在どのような活動をしているのか状況を聞いた。活動内容の他にも、活動をするにあたって考えていることや、今後どうしていきたいと考えているのか質問した。

第 2 節 結果と考察

I さん

1、粉浜に居着いた経緯

I さんは元々粉浜の人間ではなかったが、結婚を機に夫の地元である粉浜に引っ越してきた。幼い頃から料理をすることが大好きだったので、結婚をしてからは調理スキルを活かして、家計を支えるためにレストランでアルバイトをしていた。そしてその傍らで趣味としてラスクを作り始め、近所のママ友たちに配っていた。すると人気が出て口コミでまたたく間に広がっていき、やがて「住吉の幻のラスク」と称される程になった。そして 2014 年に粉浜商店街メルシー粉浜内に「ラスク屋」をオープンさせる。出店場所に関しては、物件を探していた際に、現在店舗がある場所の空き物件の写真を娘が撮って送ってくれ、それがきっかけとなったそうだ。またこの店は 3 章で新規店舗としてインタビューした「ラスク屋」と同一店舗である。オープン後は、Facebook の活用、他店とのコラボ、デパートや東急ハンズといった外部への出店など、意欲的に活動していた I さんだったが、その後ラスク屋を辞めることになる。元々数年で辞める予定だった上に祖父の介護が必要になった。その際閉店を惜しむ声がたくさん寄せられたので Facebook 内で後継者を募集したところ、立候補者が数名現れて、

その内の一人が 2016 年 7 月に 2 代目を引き継いだ。

粉浜サポーターへの加入のきっかけは、U さん⁷と一緒に参加した「Facebook 養成講座」である。この講座は、若い事業主の育成を目的に府が主催したもので、粉浜商店街内で行われた。しかし Facebook を学ぶために粉浜商店街とその周辺地域から若い事業主たちが集まったが、しっかり教えてもらえたのは最初の 1、2 回だけで、結局大したことは学べなかったそうだ。振興組合の理事長で子供服屋を営んでいる T さんもこの講座に参加しており、「せっかく若いもんが集まったんやから何かできんかな」と考え、粉浜サポーター発足へと繋がった。I さんと U さんは講座をきっかけに T さんと知り合いになったので、粉浜サポーターの立ち上げの時に加わったそうだ。

2、現在の活動について

ラスク屋を引退した今は祖父の介護をしつつ知り合いのカフェや縁起焼「結〇(ゆいまーる)」⁸の手伝いをしており、「粉浜の何でも屋」になりつつあるそうだ。夢は自分のイタリアンバルの店を開くことで、そのためにこれまで調理や経営の勉強をしてきたが、現在は休憩中である。しかし地域を盛り上げようとする姿勢は今も昔もずっと変わらず、粉浜サポーターではいつもみんなの先頭に立って活動している。夜店祭りやちん電バルなどのイベントだけでなく、粉浜サポーター内のクラブ活動にも積極的に参加し、毎月行われる定例会義では議長も務めている。

ラスク屋をしている頃も常に地域のことを考えており、例えばデパートや東急ハンズなど外部に積極的に出店することで、自分の店だけでなく粉浜商店街の知名度も上げ、外から人を呼ぼうとした。その場合外に出ている間粉浜商店街にいられないというジレンマもあるが、振興組合の理事長である T さんは「地域の宝や！ありがとう！」と言って応援してくれたそうだ。新しい取り組みをしてきた I さんだからこそ周りから意見されることもあったが、そのことに関して、「自分たちの活動に対して色々言ってくる人もいるけど、理解して応援してく

れる人もたくさんいる。粉浜は外から入って来た人に対してあったかいところやと思う。」と述べていた。

また粉浜商店街の中で派閥に似たものが存在し、店をしていた頃 I さんはその狭間で何度かつらい思いをした。しかし、どちらか一方にしかその時に利益がないことでも、相乗効果で商店街全体が盛り上がればそれは結果的に双方の利益に繋がるし、しがらみを気にしてばかりいても地域の活性化はできないと考えている。

D さん

1、粉浜に居着くようになった経緯

生まれは兵庫県の神戸市で、粉浜に来る前は 15 年間尼崎市に住んでいた。大阪芸術大学ではミュージカルコースを専攻し、劇団に所属したり自らプロデュースする演劇集団を立ち上げるなど、演劇を軸に活動してきた。30 代から 40 代にかけて一度演劇から遠ざかるが、そのことを惜しむ人々が D さんを演劇の世界へ戻そうと働きかけ、その後カルチャーセンターで一般人向けの演劇講座の講師をやっていた。しかしその頃訳あって家を引っ越さないといけない状況になり、引っ越し先を探していた。すると D さんの演劇講座の受講生の中に不動産関係の仕事をしている人がいて、その人が人づてに D さんのその状況を知り、ちょうど自分がオーナーをしている粉浜商店街の近くのマンションに空きがあったので、それを D さんに紹介した。D さんは演劇と離れていた際にスピリチュアル関係の仕事もしており、スピリチュアルなものに対して興味があったので、紹介されたマンションが住吉大社の近くであるを知って、縁起の良い場所だと思って気に入ったそう。その他にも偶然が重なる出来事があった。住吉大社ではうさぎを神様の使いとして大切にしているのだが、土居さんはペットとして飼っている程大のうさぎ好きだった。マンションの下見で粉浜に来ている時、駅でたまたま知り合いと会ったので話を聞くと、その人も粉浜に住んでいることがわかった。これらの数々の偶然が重なったことで、D さんは粉浜に対して強い“縁“を感じたそう。またマンション

の下見には大学の 2 年先輩の M さん⁹も同伴したのだが、その時に M さんも粉浜のことを気に入り、ちょうど D さんの隣の部屋が空室だったので一緒に引っ越しをした。

粉浜に対してどんな印象を持っているか質問すると、新しく来た人間に対してオープンで、下町感と人のつながりがある場所だと答えた。また町会がちゃんと機能していることに言及しており、一昨年婦人部主催で行った街歩きのイベントに、70 人という予想を大きく上回る人々が参加し、大変盛り上がったそうだ。

粉浜サポーターへの加入は、一緒に引っ越してきた M さんが誘ってくれたことがきっかけだったそうだ。まず引っ越しをして半年程経った頃に喫茶店「ちゃくら」がオープンし、ちゃくらのマスターから粉浜サポーターのことを聞いた。あまり社交的な性格ではない D さんはその時は躊躇していたが、積極的な性格の M さんに背中を押されて一緒に粉浜サポーターに入ることになった。

2、現在の活動について

現在 D さんは粉浜サポーターでこはマガの編集を行ったり、夜店祭りやガラポン抽選会の手伝いをしており、最も積極的に活動しているメンバーの一人である。また月に 1 度バーでカラオケ講座を開いて講師を務めたり、粉浜サポーターを通して知り合った U さんの縁起焼きの店の手伝いをしている。

粉浜サポーターに入ったことで、幅広い年齢の様々な人と知り合うことができ、たくさんのがながりができた。元々内気な性格だったが、今はどこへ行っても気軽に人と話すようになり、例えば店で飲んでいいる時にその場に居合わせた人たちと偶然会話が弾むこともあるそうだ。現在している縁起焼きの手伝いも、そういった気軽な会話の流れから決まったことである。また尼崎に住んでいた頃は交友関係が演劇関係の人々に限られていたので、このように地域の人々とのつながりを持つ機会が全くなかった。D さんは現在の自分の交友関係をととても新鮮に感じているそうだ。

今後は住吉大社の歴史などこの地域にまつわる話を発掘し、それらを題材にした粉浜の芝居や朗読劇を行ってみたいと話していた。さらに粉浜商店街をもっと多くの人々に広めるために、各店舗のCMを作って Youtube などの動画投稿サイトに投稿することも面白そうだと述べている。

Uさん

1、粉浜に居着くようになった経緯

大阪府の門真市で育った。学生時代からアルバイトの楽しさに目覚め、高校卒業後は飲食店のアルバイトやフランチャイズの焼き鳥店の経営をしていたが、26歳でサラリーマンとなりその後10年以上営業の仕事に携わる。38歳で再び自分の店を持ちたいと思い、2014年1月24日に「縁起焼住吉大社店 結。(ゆいまーる)」をオープンさせる。縁起焼とは米粉・もち米・うるち米をブレンドした生地には餡を入れて金属製焼き型で焼成した山口発祥の和菓子である。Uさんは自分の店を持つにあたって肝心の売るものを何にしようか悩んでいたところ、その時たまたまオンラインゲームで知り合った友人が山口県に住んでいる人で、その人の誘いで山口県へ行くことになった。そして山口にある縁起焼の本店で縁起焼を食べ、その味に惚れこみ弟子入りを申し込んだ。1度は断られたものの根気よく頼み続け、その結果山口での修行と大阪での出店が実現した。

縁起焼の大阪での出店場所を選ぶ際、縁起焼という名の通り縁起の良い場所にしたいという思いがあった。大阪と言えば大阪天満宮やえべっさんでお馴染みの今宮戎神社など他にもいくつか候補があったが、それぞれの候補地を雨の日と晴れの日それぞれ20kmずつ歩き、その結果現在の場所（住吉大社の近く）に決めたそう。商売だけで考えれば他の候補地の方が勝っていたが、粉浜の空気感や昭和な街並みに惹かれて、雰囲気良さからこちらを選んだ。関西にゆくゆくは10店舗出店させたいと考えているので、だからこそ1号店は思いをしっかりと乗せた場所にしたいと思ったそう。現在の店は住吉大社の

敷地が見えて、かつ商店街のような懐かしい雰囲気漂う場所にあり、店で縁起焼を買ってくれるお客一人一人に対して「運気があがりますように」という思いを込めて接客しているそうだ。

粉浜サポーターに入ったきっかけは I さんと同様に、I さんと二人で参加した Facebook 養成講座である。店を始めた頃は人を雇う余裕も粉浜での知り合いも 0 だったので、店にずっといて外に出歩く暇がなかった。しかしその頃からラスク屋を営む I さんのうわさは聞いていて、お互いに「なんかおもしろい奴がいるらしいなあ。」と思って気になっていたそうだ。半年程してやっとバイトを雇い、昼間に出かける暇ができた。気になっていた I さんに会いに行ったところ、意気投合してすぐに Facebook でも友達になった。その 2 日後に粉浜商店街で Facebook 養成講座があると知り、「Facebook そんな詳しくないし無料なら行こうかな」という軽い気持ちで参加を決め、泉野さんを誘って当日二人で講座へ行った。そしてこの講座がきっかけで、その後粉浜サポーターに加入する運びとなった。

2、現在の活動について

縁起焼をより多くの人に知ってもらい縁起焼の可能性を拡げていくために、百貨店やデパートなど外部への積極的な出店、そして他店とのコラボなども行っている。こうした活動は自分の店だけでなく地域にとってプラスに働くと考えており、I さんと意見を同じくしている。また外に出店している間粉浜の店に居られないという問題も同様に抱えていたが、現在は粉浜サポーターで知り合った D さんと I さんが、U さん不在の間の店の手伝いをしてきている。

店を経営しているのでなかなか粉浜サポーターの方に顔を出せないが、地域を盛り上げたいという思いは常にあり、できる限りイベントに参加して手伝うようにしている。粉浜サポーターは自分たちに金銭的な利益がある訳ではないし完全なボランティアだが、「give and take」ではなくこのような「give and give」の精神が地域の活性化には必要だと U さんは考える。年配の人たちは目先の利益のことばかり

を気にしているが、もっと新しいことを取り入れていくべきだと主張している。

Mさん

1、粉浜に居着いた経緯

Dさんがマンションの下見のために粉浜へ来た時に、MさんもDさんに付いて来ていた。すると粉浜商店街が小さい頃によく利用していた地元の商店街と雰囲気似ていたので、懐かしい気持ちになったそうだ。地域色が感じられ、下町感のある粉浜の雰囲気を気に入り、それまで住んでいた城東区からDさんと同じマンションに引っ越して来たそうだ。また引っ越しをしてからは、週に1、2回は粉浜商店街に買い物に来ている。

粉浜サポーターにもDさんと一緒に参加した。商店街内で粉浜サポーター募集のチラシをもらいDさんに勧め、しばらくどうしようか考えていた。その後レンタルショップのレンタルスペースにて、粉浜サポーターの活動を報告する「粉浜サポーター展」という展示があったので、Mさんはそこでさらに興味が湧いた。そしてDさんを半ば強引に誘って、早速二人で次の会議に出席した。もちろん最初は粉浜サポーターに知り合いなど一人もいなかったが、Mさんは未知の環境に飛び込むことが得意で抵抗はなかったそうだ。会議に参加し、「楽しそう！面白そう！」と感じたので、そのまま粉浜サポーターに加入することを決めた。

2、現在の活動について

これまでに多種多様な仕事を経験しており、現在はハンドメイドで犬のキャリーバッグを作っている会社の事務作業をしたり、自身もハンドメイド作家として「しあわせのクロール」というカエルのキーホルダーを製作、販売している。

粉浜サポーターではイベントに積極的に参加して手伝っている。とくにガラポン抽選会では毎回メインとなって動いており、時にはMさ

んの子供たちも手伝いをして場を盛り上げている。イベント関係の仕事やテレビの裏方の仕事をしていたこともあり、イベントやお祭ごとが大好きなので、粉浜サポーターの活動も楽しんでやっているそう。積極的に新しいことにチャレンジする M さんには知り合いがたくさんいて、人と人とのつながりが日々の暮らしに刺激や影響を与えていることがわかった。

S さん

1、粉浜に居着いた経緯

昭和 34 年（1959 年）、小学 3 年生の頃に粉浜に引っ越してきて、それ以来ずっと粉浜に住んでいる。粉浜に対しての印象を尋ねると、静かで人情味があって住みやすいところだと答えていた。

現在住吉大社の近くで「梅よし」という祖父母の代から続く和食の店を営んでおり、S さんが 3 代目である。最初は店を継ぐのが嫌で海上自衛隊に入ったが、訳あって自衛隊を辞めることになり、粉浜に戻って梅よしを継いだ。

また S さんはバルーンアートを得意としており、粉浜サポーター内に留まらず、現在様々な地域のイベントで引っ張りだこの存在である。粉浜サポーターに加入したきっかけもバルーンアートだった。粉浜サポーターが発足した年の夜店祭りの時に、組合の理事長かつ粉浜サポーターである T さんから、「夜店祭りでバルーンを売りたいから手伝って欲しいです！」と頼まれ、協力をした。S さんはその時に「なんか結構面白いな。みんな人を引っ張っていく力、バイタリティーがある。」と粉浜サポーターに対し興味を持ち、加入するに至った。

2、現在の活動について

現在 S さんは梅よしの他に、粉浜サポーターと生根神社青年会（以下、生青会）の 2 つの団体に所属している。粉浜サポーターでは定例会議に参加したり、夜店祭りやちん電バルでバルーンアートを作ってイベントの協力をしている。バルーンアートは様々なイベントで需要

があるので、多くの粉浜サポーターが三枝さんから作り方を教わり、簡単なものは作れるようになっている。

生青会とは住吉大社の北近くにある生根神社を拠点に、地域活性化のために活動する団体である。生青会に所属する地域は生根神社の氏子となる粉浜、墨江、東粉浜、住吉の4地区である。神社行事の手伝いをきっかけに結成された生青会は2016年11月に34周年を迎え、現在約150名が所属する大きな団体へと成長した。20代から80代まで幅広い年代の会員がおり、口コミや人からの紹介によって会員が増えているそうだ。Sさんは20年程前から育成会に所属しており、3年前は事務局長を務める程積極的に活動をしてきた。育成会の主な活動は、元旦のお神酒・福の種配りや獅子舞巡行といった神社行事と、餅つきなどの地域のイベントの手伝いをするものである。ハードな仕事ではあるが、Sさんは「やり切った後には達成感があるし、地域が盛り上がって顔見知りが増えていくことが楽しい。」と述べている。さらにこうした地域のつながりがあることで、災害時にすぐに連絡を取り合うことができ連携が取りやすいと述べている。生根神社のような小さな神社にこのような支援団体があることや、地域活動がこれ程活発であることは、現在とても珍しい事例である。Sさんのような地域のつながりを大切にする人々の努力によって、こうした文化が維持されているのである。

Hさん

1、粉浜に居着いた経緯

堺市で生まれ育った。高校3年生で進路をどうしようか考えていた時、偶然新聞の折り込みチラシの中から粉浜接骨院の求人広告を発見した。アルバイトの募集ではなく、資格を取って修行をしっかり積み、一人前になって現場で働けるようになるために、住み込みで働く人材を募集していた。Hさんは高校生の頃バレーボール部に入っており、怪我をするたびに病院や接骨院にお世話になっていたので、「そういう道もありかもしれない。」と思ったそうだ。そして卒業間近のある日、

両親にも言わず一人で粉浜接骨院を訪れる。院の前で立っていると院長が声をかけてくれて、Hさんが事情を話すと「そういう気があるのならいつでも見学に来てくれたらいいし、働きたいなら学校卒業してから来なさい。」と言ってくれた。粉浜接骨院のコンセプトや歴史も気に入ってここで働くことを決意したので、高校卒業の次の日から早速働き始めた。住み込みで洗濯などの雑用をこなしつつ、現場で働くための技術を少しずつ高めていった。その際粉浜に住むおじいちゃん、おばあちゃんたちが煮炊きものなどのおかずをたくさんくれたので、この住み込み生活を通して粉浜の人の暖かさがわかったそうだ。その後働きながら3年間専門学校に通って必要な国家資格を取得し、22歳の時に同院の正社員となった。

粉浜サポーターになったきっかけはUさんやIさんと同様にFacebook養成講座である。はじめは商店街の店主に混じって自分だけサラリーマンで場違いかもしれないと感じたが、遅れてやってきたUさんとIさんと話してみると盛り上がり、Hさんはこれからもこの人たちと一緒にやっていきたいと感じたそうだ。粉浜サポーターに入ったことでこれまで医療関係者ばかりだった交友関係が広がり、様々な業種の人と知り合うことができた。粉浜サポーターは多種多様な人がいるからこそ、それぞれが自分の得意な分野で活躍できる場だとHさんは語っている。

2、現在の活動について

粉浜サポーターにも積極的に顔を出しているHさんは、現在サポーターの会計係を担っている。またその明るい性格から粉浜サポーターのクラブ活動の1つである「ポジティブ部」を立ち上げ、部長を務めている。イベントなどにもできる限り参加していて、現在最も積極的に活動をしている粉浜サポーターの一人と言える。

また若い頃地域に育ててもらったことに対する恩から、地域にお礼奉公がしたいと考えており、地域のお年寄りの健康を支えるために体操教室を開いている。最初は粉浜接骨院の院内で行っていたが、他の

接骨院に通っている方々が入りづらいということもあり、より多くの人々が利用できるように公民館や福祉会館などを借りて行うようになった。参加しているお年寄りの方々からの評判も良いので、規模を拡大させて住之江区内だけでも現在 15 個の開催場所がある。他にも粉浜連合町会の女性部主催の街歩きイベントの時には、列の一番後ろに立って参加者一人一人の歩き方を観察し、参加者それぞれに合ったアドバイスをしたそうである。

これからも地域に住む人びとを支援し続けていきたいと考えており、そのために今後やってみたいことがたくさんある。例えば子育て中の親を対象に、子供の姿勢の矯正について学習する場を設けたり、商店街のアーケードを生かして商店街を一つの健康施設のようにできないか考えている。職業に捕らわれることなく、地域のために自分が今できることを精一杯やっていきたいと述べている。

Tさん

1、粉浜に居着いた経緯

大阪市で生まれ、家は粉浜商店街で子供服屋を営んでいた。大学在学中就職をするか家業を継ぐか悩んでいた際、教授から「人との繋がりが目に見えない財産がいっぱい付いてくるから、絶対商売を継いだ方がいい」という言葉をもらった。その後大学を卒業して一旦大手流通サービス業の職に就くものの、2年後には帰阪して家業である子供服屋「こびとのクローゼット FUJIYA」を継いだ。

Tさんが48歳の時に当時の商店街の理事長が亡くなり、次に理事長を継ぎたいという人が誰もいなかった。そんな時青年部の人たちに「僕が理事長をやったらみんなついてきてくれるか？」と聞いたところ好感触で、中には「Tさんがやるなら僕副理事やります！」とってくれる人たちもいた。こうしてTさんが理事長を務めることになり、現在4期8年目である。

2、現在の活動について

現在 T さんは粉浜商店街内にある子供服屋の店主であり、粉浜商店街振興組合の理事長であり、さらに粉浜サポーターでもある。常に商店街や街のことを考えており、イベントや行事があると率先してみんなを引っ張っている。粉浜サポーターでは定例会議に必ず出席して積極的に意見を述べ、サポーター内のクラブ活動にも全力で取り組んでいる。とくに「食べる部」の Facebook ページは T さんが高い更新頻度を誇っている。

T さんは粉浜サポーターを作ったが、作った背景には「イベントなどで人手が必要になる時の人手の基盤が欲しい。」という思いがあったそうだ。昔の商店街は、それぞれの店に従業員が何人かいて、店主である父親は店に立たずに裏方として経理の仕事や近所の人たちの世話をしていた。だからイベントがあると父親が率先して動くことができた。しかし今は従業員を雇う余裕がなくなり、店に店主がずっと立っていないのではならないので、自分たちの店のことで手がいっぱいになって商店街のイベントを手伝ったりできなくなった。しかし商店街も振興組合の事務員を削減している程金銭的に余裕がなく、これ以上商店街として従業員を雇うこともできないような状況である。T さんは基盤となる人の集まり、人のつながりが存在していれば、人手が必要な時にその中から来られる人だけ来て手伝うことが可能だと考えた。そしてその基盤として機能するように粉浜サポーターが作られた。最初は数人で始まった粉浜サポーターだが主に口コミによってどんどん広まっていき、当初目指していた人のつながりが生まれ、商店街をサポートできるようになってきている。しかし同時に、まだまだ商店街や地域の人々に浸透していないと感じる部分もあるそうだ。T さん自身、大変楽しい団体だと思っているからこそ、その状況に対して儘ならぬ気持ちを抱いている。

このように、若い人々が盛り上がり様々な取り組みをしていることに対して、否定的な意見を持っている人たちがいることは T さんもちろん把握しているが、すべての不満を解消して互いが納得いく形に持っていくことは非常に難しいようである。例えば T さん含め商店

街の役員は2か月に1回理事会を開き、そこで商店街で行われるイベントや今後の方針について話し合っている。理事会には理事長であるTさんと副理事長と各部¹⁰の理事が出席し、各店舗は理事を通して理事会に参加できるような仕組みになっているのだが、情報共有がうまくできていないことも多いそうだ。また理事会は希望すれば役員以外の人間も出席可能なので、役員の様子に不満を持った店主が実際に理事会に参加することがあるが、多数決の時には賛成をして、会議が終わってから文句を言うことがあった。Tさんはこのことに対して「文句を言ってややこしくなったら自分が何かしないといけなくなるから、それはめんどくさいんだと思う。」と述べていた。年配の店主たちは以前の商店街の状況と比較し、現在の役員たちに対して「あの人たちは何もやってくれない！」という思いがあるが、Tさん、つまり組合側としては「人雇え言うけどお金がかかるし、景品良くしろ言うけどそれにもお金かかる！実際できないでしょ！」という風を感じてしまうそうだ。

Tさんは商店街の今後の方針として、イベントなどは粉浜サポーターに行ってもらい、商店街の広告宣伝やアーケードのカラー塗装といった設備の保守面は商店街の店主たちで行うようにして、二つを分けて進めていきたいと考えている。粉浜サポーターはそれぞれが能動的で決めたことを実際に実現させる行動力と団結力があるが、商店街には様々な業種の人たちがいる上にそれぞれ自分の店のことを考えないといけけないので団結してイベントを運営していくことが難しいのである。また補助金をもらえるようにすべきとの意見もあるが、かつてのように補助金を当てにし過ぎてしまうと、なくなった時に続かなくなってしまう。従って商店街や地域の間が少しずつ積み立てをして、集まったお金の範囲内でイベントを行うことが理想だと考えている。こうすることで参加者がイベントに対して能動的な姿勢になるし、能動的になった方がイベントは楽しいとTさんは語る。さらにみんなが一致団結して進むことは難しく、全員の団結を待ってはいつまで経っても前に進めないのが、楽しいと感じる何人かが先陣をきって

歩み始め、その様子を見て楽しそうだと感じる人々を徐々に巻き込んで形にしていけばいいと述べている。

考察

今回 7名の粉浜サポーターの方々にインタビューをしてみて、大きく分けて三つの共通点を見つけることができた。

まず一つ目は「人のつながりがあること」である。例えば Dさんが Iさんに誘われて会議に参加したように、それぞれの粉浜サポーターに加入するきっかけに人の存在が関わっている。そもそも粉浜サポーターは利益の追求を目的とせず、サポーターとしての活動は完全にボランティアである。それなのに参加する理由は、みんなで地域を盛り上げることが楽しいから、つまりその場にある人のつながりに魅力を感じているからである。言い換えると粉浜サポーターはお金でつながった組織ではなく心でつながった組織なのである。

二つ目は「地域を良くしたいという気持ち」である。理事長である Tさんはもちろんのこと、現在主婦である Iさんや接骨院に努める Hさんも粉浜をととても気に入っており、だからこそ地域を活性化させたいという強い気持ちがある。

三つ目は「積極的であること」である。これが今回一番強く感じられた共通点であり、会議に参加したりイベントの手伝いをしたり、それぞれが積極的に活動に参加している様子が印象的であった。受動的ではなく能動的な姿勢で取り組み、決めたことを実際に実行に移す行動力がある。

以上より、粉浜サポーターは年齢も職業も異なる多種多様なメンバーが所属しているが、人のつながりや地域に対する熱い気持ちがあるので、それぞれが積極的に活動することができる組織だということがわかった。また商店街内の人のつながりが希薄になっている今、商店街活性化のための重要な役割を担う存在になり得ると考える。

第6章 まとめ

今回商店街に関係する様々な人物にインタビューを行ったことで、粉浜商店街の現在の状況を深く知ることができた。まず粉浜商店街には商店街の店主や振興組合以外にも実にたくさんの要素が関係しており、例えば商店街のすぐそばには住吉大社や住吉公園があり、これらの影響も受けている。このように現在粉浜商店街と関わっているたくさんの要素を、図7で簡潔に表した。

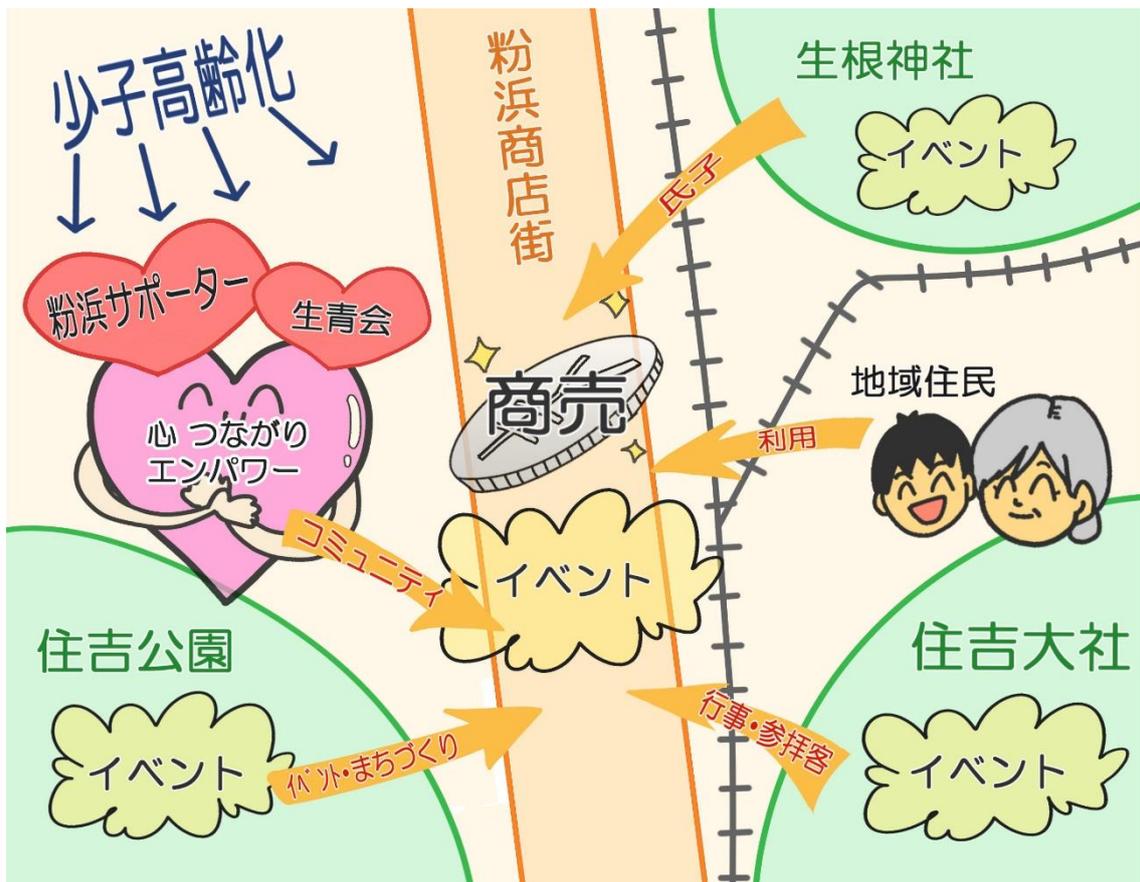


図8 粉浜商店街に関わっている要素

図からわかるように、まず地域全体で少子高齢化が進み商店街もこの影響を大きく受けている。住吉大社と住吉公園という大きな存在がすぐ近くにあり、とくに住吉大社には初詣や夏祭り、初辰まいりといった行事に多くの参拝客が訪れるので、その影響を受ける粉浜商店街

は住吉大社と古くから結びつきが強い。住吉大社の近くには氏子である生根神社もあり、その支援団体である生青会は地域活動が大変活発な組織である。このような地域住民の集まりは他にもあり、粉浜サポーターは粉浜商店街を拠点に、現在地域を盛り上げるために積極的に活動している。またこれら二つの組織の活動は完全なボランティアであり、利益を追求していない。地域を良くしたいという気持ちや、活動を共にするメンバーとのつながりが活動を支える基盤となっている。

店主の方々へのインタビューを通して、商店街の中の現状についても把握することができた。そこで現在商店街が様々な問題を抱え厳しい状況にあることがわかった。昔は置けば物が売れると言われる程商店街内の景気が良く大変栄えていたが、バブル崩壊以降ずっと衰退傾向にあるようだ。新規参入店舗が増え、既存の店が何代も続いていくためには商店街に活気があることが重要だとわかったが、その活気が失われつつある。高齢化、客の減少、空き店舗の増加といった多くの商店街が持つ課題に粉浜商店街も直面しており、実際粉浜商店街の周りの商店街は既に粉浜商店街よりも厳しい状況に陥っている。

当然粉浜商店街にも同様の危険性があるが、このような環境下で今日まで生き延びてきた粉浜商店街にはその状況を打開するための強みや魅力があることも調査を通して見えてきた。それは積極的に新しいことにチャレンジする若手店主たちの存在や、粉浜サポーターのように人と人とのつながりを基盤とする組織の存在である。商店街の店主同士の交流が希薄になる中、若手店主たちは仲の良い店主同士でコラボイベントを行ったり、新規層を取り入れるために常に新たな取り組みをしている。粉浜サポーターも現在非常にエネルギーのある組織であり、メンバー同士がお金ではなく心でつながっているため、それぞれが能動的で非常に行動力がある。個店が余裕を失い商店街内の交流が減っている中、これらが基盤となって率先して動き、周りを巻き込んでいくことができれば、それは今後の商店街を支える大きな力になり得る。そしてこのような粉浜に息衝く人と人とのつながり、それを

育むためのぬくもりや土壌が存在することが、粉浜商店街の大きな魅力であると考えます。

謝辞

この論文を形にすることができたのは、担当して頂いた水内教授の熱心なご指導や、お忙しい中常に親身になってお話を聞かせて下さった粉浜商店街振興組合理事長の富永さん、突然加わったわたしを温かく迎え入れて下さった粉浜サポーターの皆様、貴重なお話を聞かせて下さった生根神社の皆様、そして貴重な時間を割いてインタビュー調査に協力して下さいました粉浜商店街の店主の皆様のおかげです。協力していただいた皆様へ心から感謝の気持ちと御礼を申し上げたく、謝辞にかえさせていただきます。

注

- 1) 安藤，2007，114～115 ページ。
- 2) 空き店舗になっている場所をレンタルショップとして活用し、1週間の貸し出しを行っている。空き店舗を減らし、新規店舗の出店を増やすことを目的として始まった。現在稼働率 70%。
- 3) 組合員の業種が物販業だけでなく、理美容店などサービス店、飲食店、接骨院など医療サービスなどが増えてきた。特に接骨院は健康保険の規約により、同じ料金で同じサービスを行わないといけないう決まりがある。抽選券を配ると保険適用の資格を廃しされてしまうので、ガラポン抽選付きの売り出しには参加できなかった。
- 4) 粉浜商店街の中に入っている市場。粉浜商店街とは管轄が異なる。
- 5) 粉浜商店街内の仲の良い若い店主 4 人で 2016 年 3 月に行ったコラボイベント。カレー喫茶「ちゃくら」と老舗呉服店「こころや」のコラボでは、ちゃくらの店員がその日は和服を着て接客をしたり、老舗精肉店「うしや精肉店」とたこ焼き屋「やなぎ」のコラボ

- では、やなぎの鉄板で伊賀牛を焼いたり肉料理を振る舞った。
- 6) カカクコムグループが運営するグルメサイト。インターネットから手軽に店の詳細や評判を知ることができ、食べログ限定のクーポンなどもある。
 - 7) Uさん。今回のインタビュー対象となる人物であり、この章の中で後述する。
 - 8) Uさんが営むお店。この章の中で後述する。
 - 9) Mさん。今回のインタビュー対象となる人物であり、この章の中で後述する。
 - 10) 粉浜商店街は7つの部に分かれており、それぞれ南から1部（一番街）、2部南・2部北（2番街）、3部南・3部北（3番街）、4部（4番街、ここにメルシーこはまが含まれる）、5部となっている。

参考文献

- [1] 足立基浩（2013）『イギリスに学ぶ商店街再生計画：「シャッター通り」を変えるためのヒント』ミルヴァ書房
- [2] 安藤靖華（2007）「商店街衰退のリスクからその再生を考える」『香川大学経済政策研究』3、109～125 ページ
- [3] 石田稔/和美（1988）『移り行く住よし』
- [4] 大阪市（2010）「平成22年国勢調査＜独自集計（連合町会別、小学校別）＞」
- [5] 大阪市住之江区役所（2005）『すみのえ・まち案内』
- [6] 隈元晴子（2016）「商店街の空き店舗を活用した「子どもの居場所づくり」事業についての考察」『藤女子大学 QOL 研究紀要』第11号、25～33 ページ
- [7] 粉浜商店街 HP
[<http://www.kohama-shoutengai.com/>]（最終閲覧日：2017年1月14日）

- [8] 杉田聡 (2013) 『「買い物難民」をなくせ！：消える商店街、孤立する高齢者』中央公論新社
- [9] 住吉大社 HP
[<http://www.sumiyoshitaisha.net/>] (最終閲覧日：2017年1月14日)
- [10] 中小企業庁 (2015) 「平成 27 年度商店街実態調査」
- [11] 津久井寛 (2012) 「住民アンケートによる地域コミュニティ活性化に関する考察」『帯広大谷短期大学紀要』49、31～42 ページ
- [12] 土井年樹 (2011) 『社会といきる商店街：茶碗やおやじの一人言』東方出版
- [13] 三橋重昭 (2009) 『よみがえる商店街：5つの賑わい再生力』学芸出版社
- [14] 妙見昌彦 (2015) 「シャッター通り商店街の再生：商店街再生の事例から」『日本経大論集』日本経済大学アジアパシフィック経済研究所、44(2)、209～227 ページ
- [15] 八木寛之 (2012) 「大阪市中心市街地における商店街活性化をとおしたコミュニティ形成—大阪市浪速区「新世界」の商店主の社会関係に注目して—」『日本都市社会学会会報』30、77～92 ページ
- [16] 山口信夫 (2014) 「日本における商業者と地域コミュニティの関係を捉える視点—愛媛県今治市の中心商店街を事例とした探索的研究—」『流通研究』日本商業学会、第 17 巻第 2 号、209～227 ページ