

<十三トミータウン市大阪市淀川区>

「横丁のグルメ祭り」と 「見返りトミー君」！

～B級グルメと見返りトミー君があなたを歓迎！～

取組みの効果

- ◆ 通行量増加（4%向上）
- ◆ 店舗回遊率の向上
- ◆ 会員のイベント参加意欲の向上
- ◆ マスコミ等取材の増加

取組みの内容

- ◆ 商店会名の改称
- ◆ 商店会マスコット「見返りトミー君」の製作
- ◆ 「横丁グルメ祭り」の開催
- ◆ 商店街内「通り」の命名

取組みの背景

十三トミータウン（以下「トミータウン」という。）は、阪急宝塚線十三駅西口を降りると駅と連なるように大きなアーケードが来街者を出迎える。

トミータウンは、物販・飲食店を合わせ90の店舗で構成され、そのうち約90%が飲食店となっており、利用者の約80%は地域住民や地元勤務者で、後の20%は十三の飲食店等を利用目的とした来街となっている。

阪急宝塚線十三駅は、1日の乗降客が約75,000人と非常に多く、また、京都線、

〈商店街データ〉

- 所在地 大阪市淀川区十三本町1-4-2
- 立地 阪急宝塚線十三駅西口からすぐ
- 店舗数 90店
- 問合せ 十三トミータウン
会長 中田 八朗
TEL 06-6301-0001

神戸線への乗り換え駅にもなっていることから、駅利用者はさらに多いことが推定できる。

トミータウンの存する淀川区は、かつて工場が集積していたが、景気後退で町工場が減少している。一方、工場跡地にマンションが建設されたことで周辺住民は増加傾向にあり、十三駅利用者の大幅な減少にはいたらなかった。

しかし、駅の利用者や商店街内の通行量は多いものの、その多くは、通勤・通学路としての利用で、単なる通過道路で終わっており、通行されているお客様をうまく商店街に引き込めていない状況であった。



取組みのきっかけ

物販店が多い商店街だと歳末セールなどの売り出しもできるが、飲食店中心のトミータウンでは馴染まないことや、通行量も多いことから商店会としては、これまで集客のための取組みをしてこなかった。

トミータウンには、居酒屋やラーメン店をはじめ沖縄料理やタイ料理に至るまで様々な飲食店が共存している。しかし、認知度が低く、個店の売上は伸び悩んでいた。また、周辺には新しい店舗ができ、駅から近いという立地を活かした集客ができていなかった。

そこで、前会長が、商店街として活性化のため、何か取り組むことが必要だということで、大阪市のコーディネーター派遣事業に申し込み取組みが始まった。

活性化の要因

- ◆ 十三にかけた名称（トミー）の設定
- ◆ 小便小僧の見返りトミー君を全面に押し出したPR
- ◆ 行政の支援事業活用とトミータウンにマッチしたコーディネーターとの出会い
- ◆ 店舗案内しやすい通りの命名
- ◆ 大通りや駅から一目でわかるインパクトのある看板の設置

事業の仕組み

トミータウンに改称する以前は、住所地从ら十三本一商店会という名称であった、



旧商店会の名残の行灯

しかし、コーディネーターから新たな居住者や来街者にとって、住所地にこだわった名称よりも、覚えやすく、印象に残る名称のほうが良いとのアドバイスを受け、商店会の会員にアンケートをとって、十三の読み方を変えたトミータウンへと改称した。

トミータウンは、飲食店が主であることから公衆トイレも1箇所設置されているが、昔は立小便が跡を絶たなかったことからしょんべん横丁といわれていたそうだ。

そこで、小便小僧をモチーフとして、立小便をしようとしたところ「おいコラッ、小便をするな！」と注意され振り返る様子をモニュメント化したのが「見返りトミー君」なのだそうだ。



トミー君は、虎狂のおとんとお笑い好きのおかん、いたずらっ子の妹の4人家族。夢は「十三のランドマーク」になることらしい！



グルメ祭り開催期間中のトミー君（写真右）
浴衣を着たトミー君（写真左下）



トミー君がどんな衣装を着ているかを見るのもトミータウンを訪れる楽しみのひとつ！！

名称変更やモニュメント制作はこれまで、前会長が何かをしなければということで、大阪市のコーディネーター派遣事業に申請し、平成19年より21年の3年間同じコーディネーターに入ってもらったそ

うだ。地域の実情を熟知してもらったこともあって、地域の特徴を活かしたアイデアがたくさんあり、トミータウンにマッチしたアドバイスを受けることができた。

さらに、平成 23 年にも、同じコーディネーターが入って飲食店街として何かイベントができないか検討していたときに、B 級グルメ祭りのアイデアが提案され、会員が「B 級グルメ」というワードに反応し、横丁のグルメ祭りへ取り組むこととなった。

横丁のグルメ祭りの開催にあたり、PR 用のノボリの制作やチラシ・ポスターを 3,000 部印刷し、店舗への掲示や駅周辺にてチラシを配布することで来街者への周知を図った。



PR用のノボリ

通りに名前を付けることにより、地図上で店舗を見つけやすくした。

十三の西改札を出てすぐ正面に大きなアーケードがある「トミー通り」(右写真)、同じく西改札を出てすぐ右に曲がると、線路沿いに「しょんべん横丁」(写真下)がある。



大きなアーケードが目印の「トミー通り」



線路沿いに面した「しょんべん横丁」

トミー通りを抜けると目の前に、大きな国道 176 号線が走っている、その国道に面して「176(什叩)横丁」、「176 横丁」と「しょんべん横丁」の間に位置し、通りの両側に飲食店が並ぶ「なかすじ」通りがある。

そして、十三西改札を出て右に東へ抜ける



国道 176 号線に面した「176(イナロク)横丁」



トミー通りから見た「なかすじ」

通路がゆるやかな坂道で、その横に数店が並ぶ「トミー坂」と 5 つの名称で案内しやすくしている。



改札を出てすぐ左側の「トミー坂」

トミータウンをもっとも主張しているのが、176号線の走る十三交差点や十三駅ホームから見える、見返りトミー君のシルエットが入った看板である



看板には名称とイラスト、色も赤と白の2色で非常にシンプルなものであるが見る人にインパクトを与えている。



阪急十三駅のホームから見える「トミータウン」の看板と十三交差点側の看板(写真右上)

取組み上の工夫や苦勞

第 1 回横丁のグルメまつりの参加店は 38 店舗で、会員の約 4 割強であった。しかし、これまで商店会としてイベント等を実施してこなかった商店会にとって、参加者を募ることも大変で、参加店を集めるため、副会長が各店舗をまわり、事業の趣旨説明と新たな費用負担が生じないことを説明し、説得にあたったそうである。

(ちなみに、説得にあたった副会長の店舗は飲食店ではなかったが、トミータウンを盛り上げるために頑張ったとの事であった。)

チェーン店等でオーナーが現地におらず、

参加意向の確認に時間がかかるケースも多く、早めの調整を次回開催の課題とした。

また、チラシ・ポスターの作成においては、各店舗一押しの逸品を掲載することにし、写真の基本は料理や販売食品としたが、全ての料理が逸品といわれた店舗は店主の写真とした。写真の約半分は副会長が撮影することで経費節減に努めた。料理の撮影では、できたての雰囲気を出し、美味しく見せるため湯気が上がっているところを撮影しようとしたそうだが、テクニックが伴わず断念したとのことであった。

一般的に開催されるB級グルメフェアは、物販店は参加できないケースが多いが、トミータウンでは、物販でも食品を扱う店舗であれば参加可能とした。また、回遊率を高めるために、スタンプラリー形式で、期間中(6日間)に3店舗をまわると、抽選で商品券などが当たるように工夫した。

第1回目ということで、景品交換の規模が不明ということもあり、景品は、商店会が在庫として抱えないようなものとした。

めざす商店街像(今後の展望)

第1回横丁のグルメ祭りでは、お客様より「開催期間が短く3店舗をまわるのはきつい」といった声があったので、開催期間を長くしたい。また、今回の実施により、前回は不参加の店舗から次は参加したいとの声もあるので、さらに参加店舗を増やし、リピーターが増え、駅に近いトミータウンへの出店希望者が増えるように商店会を盛り上げて行きたい。

また、トミー君の誕生日が、2月14日の

バレンタインデーで、グルメフェアはトミー君の誕生日祝いを兼ねており、商店街が多くの人出で賑わうことで、トミー君の誕生日を盛り上げるという意図もある。このように商店街のマスコットトミー君と様々な事業とを関連付けて、多くのお客様に来街していただけるように取り組んで行きたい。そして、この賑わいを各個店が儲けにつながるように自助努力し、トミータウンの魅力向上を図っていきたい。

こぼれ話

トミータウンのトミーという名称は、以前漫才師のトミーズ雅さんが十三を訪問したことがあり、トミーと十三が重なるということで、会員にアンケートを採った結果、トミーという名前になり、次いで、トミーを創ろうという話になって「見返りトミー君」が制作されたそうである。

トミー君制作にあたり、当初トミーズの雅さんをモデルとして作ろうと考えていたが、有名人をモデルとした場合、スキャンダルが生じることも懸念されるので取りやめ、以前から「しょんべん横丁」といわれていたことから、小便小僧をイメージして制作されたそうである。

小便小僧にすると水道設備や排水設備も必要になるところではあるが、振り返る小便小僧としたことで、後ろ向きの配置となり結果として水道等の設備が不要とすることができたそうである。

ここだけの話、チョコレート色のトミー君のお尻をなげると恋がかなうという都市伝説がひそかに語られているそうである。

あなたも、トミー君のお尻をなげるとトミー君が恋を叶えてくれるかもしれませんよ！

取材を通して

今回取材をさせていただいた、トミータウンの中田会長と堀副会長、林副会長の3名は、前会長の商店会活性化の意志を受け継ぎ、将来を見据えた、インパクトのある商店会へ変貌するため取り組まれていると感じた。

また、会長は副会長を信頼し、副会長は会長の信頼に応え、副会長としての責任を全うするため全力で取り組まれている。

トミータウンは、トミー君というマスコットを中心に、誕生日会という設定の横丁グルメ祭り事業をはじめ、トミー君の歴史と連動した商店街活性化にチャレンジすることで、役員を中心に会員が連帯感を強める商店会であった。