

<ディオス北千里専門店会：吹田市>

地域の幸せづくりに 貢献する専門店街！

～子どもの安全・地域防災を専門店街活性化につなげる仕組み！～

取組みの効果

- ◆ ポイントシール事業による
売上増加（1億5千万～
2億円/年間）
- ◆ **500名以上**の地域交流研
究会への参加者登録
- ◆ 近隣小中学校保護者の
99%が商店会発信の緊急速
報メールへ登録

取組みの内容

- ◆ ゆめシール（買い物ポイント）
- ◆ 地域交流研究会の開催
- ◆ 緊急速報メールの配信
- ◆ 全店子ども **110** 番への登録

取組みの背景

ディオス北千里専門店会は、阪急千里線北千里駅改札を出てすぐのところにある。北千里駅は1日平均乗降客数が**29,000**人と多く、近隣に大阪大学をはじめとした大学や高校が点在していることから学生の乗降客が多くを占めている。また、阪急北千里駅は、自動改札機が日本で初めて導入された駅としても有名である。

同専門店会は、千里ニュータウンの開発と共に、昭和**42**年頃住民の買い物の利便性を図るために開設され、当初**1**号館のみ

〈商店街データ〉

- 所在地 吹田市古江台4丁目2番25-201
- 立地 阪急千里線 北千里駅から徒歩すぐ
- 店舗数 62店
- 問合せ ディオス北千里専門店会
会長 山本 光平
TEL 06-6872-0556
FAX 06-6832-0668
<http://www.dios-kitasenri.co.jp>

であったが、ニュータウンの開発による人口増にあわせて、**2**号館**3**号館と増設し、現在、**8**号館（**4・6**号館はない）まであり、中には大手スーパーも入居するなど専門店と大手が共存共栄している。

ニュータウン建設時は、住民も若い家族が多く消費も多かったが、近年高齢化が進むと共に、周辺に大型店舗も開店したことから、専門店街の活性化による集客力の向上が求められている。また、子どもの安全安心確保への関心や阪神淡路大震災以降、防災意識も高まっている。



取組みのきっかけ

北千里は学生が多いことから、平成10年度にICチップを利用した国のカード実証事業に参加した。

実証初期は、大学の図書館での貸出状況や健康管理などを通じて学生を中心に普及をはかり、第二段階としてカードホルダーの学生と共に、地域が求めている要望等をキャッチアップした。最終的には、それを地域で共同解決するために必要な課題抽出や解決方法を研究し、カードポイント事業を定着させることが目標であったが、実用化の段階で、ハード整備費が高いこと等の問題でカード事業は断念することになった。

しかし、専門店会を今後「地域にとってなくてはならない存在」まで高めるためには、同会が主体的に地域課題を解決することが重要であると考え、別の手法でできないか検討した結果、地域ニーズの把握として地域交流研究会を、ニーズに応える手法としてポイント事業を絡めて実施することとなった。

また、「子どもの安全は地域で守る」を信条に子どもの安全安心に取り組むとともに、地域防災への取組みにも重点を置くことで全国初のモデルとして発信できればと考えた。

活性化の要因

- ◆ 消費者ニーズに基づく買い物ポイントの還元
- ◆ 地域ネットワークの構築
- ◆ 子どもの安全のための小・中学校や

P T Aとの連携

- ◆ 「緊急速報メール」の配信

事業の仕組み

これまで歳末セール等において抽選で景品を出してきたが、遠方からたまたま買い物に来られた人が当選したり、旅行を景品とした場合に、当選した人が旅行の日程が合わない等の理由で辞退されるケースがあった。このような経験を踏まえ、日常的に買い物していただいているお客様に、お客様が望むものを還元できれば、地域の役にも立て、喜ばれるのではないかと考えた。

そこで専門店会でのお買上げ・ご利用200円毎に1枚のシールをお客様にお渡しし、50枚でディオス金券200円と交換することにした。

また、Wチャンスとして、金券を使用された方には、抽選で毎月1万円の金券が20名に当たるようにした。なお、金券は、ディオス専門店会のほか、イオン北千里や大丸ピーコック北千里、阪急オアシス北千里と大手スーパーでも利用できるようにしている。

さらに地域で活動している皆様の幸せづくりに役立てていただくため、台紙の色を変えたゆめシール団体ポイント制を設けて

いる。この団体ポイントは、通常2%の還



緑色の台紙が団体用

元率を10%と5倍に引き上げ、還元上限額も100万円に設定している。

団体ポイントの還元活用之际には、地域のニーズや優先順位を決定するため毎月1回地域の人々が集まる地域交流研究会を開催し、地域にとって最適なものを還元できるよう、研究会がフィルターの役割を果たしている。

地域交流研究会は、近畿大学の久隆浩教授のアドバイスにより回数を重ねているが、この会議は自由に発言ができて、遅刻・早退なんでもありというもの。参加者が、言いたいことを述べて、面白いと思った人がすくいあげて何か形になっていくそうである。このフランクさと実現性が、10年以上の継続につながり、会議開催も百数十回に及んでいる要因だと思われる。

取組み上の工夫や苦労

近隣の学校がビオトープの水循環ポンプの電源として、太陽光発電システムの設置を計画したが、その設置資金の工面に課題があることを研究会で発表した。それを聞いた山本会長は、学校は緊急時の避難場所に指定されていることもあり、太陽光利用は災害時には非常用照明の他、TVや携帯充電など非常用電源としての利用もできると考えた。そこで、ゆめシール50枚と引き換えに2,000円を寄付する仕組みを作った

(これが団体ポイント創設のきっかけであった)。



学校の設備で、災害時にも役立つということもあって、PTAの方にディオス北千里専門店会を利用していただく機会が増えた。その結果、太陽光発電施設の必要資金は順調に集まり、ポイントの還元と他の募金と合わせて半年で目標額を集めることができたが、1学校への寄付は認めてもらえないことから、防災施設等の観点で市長へ寄付することによって、ようやく学校に太陽光発電施設を設置することができたようだ。

他にも団体ポイントを活用し、PTAへの寄付とすることで中学校での置き傘の設置も実現したそうである(その置き傘にはdios北千里のロゴが入っている)。



PTAへのポイント付与を目的とした専門店会会員店舗の利用が増えたことで、これまで専門店会に入らなかった店舗も会員となるなど組織強化にもつながったようだ。

ディオス北千里専門店会の近隣には、2中学校、4小学校があり、約2,000人の生徒が通っているようで、「子どもの安全は地域で守る」という信条のもと、ディオス専門店会の店舗はすべて「こども110番の家」に登録をしている。「こども110番の家」は子どもが非常時に逃げ込めることが大事で、保護者や地域の方が「こども110番の家」として登録をしても不在の場合やマンション住まいのためイザという時に子どもが逃げ込めないこと

も考えられるが、店舗なら昼間は開店しており逃げ込みやすいと考え、すべての店舗で協力しているそうである。



また、専門店街から「緊急速報メール」も配信している。現在では、保護者の99%まで登録していただくようになったが、当初は、専門店街への登録となれば、専門店街の宣伝メールなども送られてくるのではないかと心配され、登録は進まなかったそうである。

ある年の修学旅行の帰りのバスが、名神高速道路の事故渋滞に巻き込まれ、帰校が1時間以上遅れたことがあった。その時に専門店街メールでその旨を知らせると、メール登録者は帰校時に合わせて学校へ迎えに行くことができたが、未登録の保護者は帰校予定時刻に迎えに行ったため随分待たされた。そこで、なぜ帰校が遅れることを知っていたのかが、保護者の間で話題となり、そのことがきっかけとなって、それまでの登録者約30%が60%ぐらいまで伸びた。その後、インフルエンザによる休校情報等の配信などで、緊急速報メールの登録者が増加し、現在の登録状況に至ったそうである。なお、緊急速報メールは、速報性を重視し、学校長がシステム入力すれば迅速に配信可能なものとなっている。

めざす商店街像（今後の展望）

ディオス北千里専門店会は、これまで地域や学校などが困っていることに専門店街として解決に協力できるように、地域交流研究会を通じて地域の幸せづくりに取り組んできているが、さらに防災面の強化を含め、移動FM局を作れないか検討しているそうだ。

これまでのFM局はコミュニティFMとして地域に密着した固定局が定番で、千里ニュータウンにもFM千里（83.7Hz）がある。

このFM局のサテライトとして専門店街に固定局を作るとなれば不動産の取得や設備が必要になり、また、災害時には被災して情報発信できないことも考えられる。しかし、移動局であれば初期費用を抑えることができ、沿岸部等の大震災のような場合でも高台に移動し、情報発信ができる。また、災害時は情報が錯綜しやすいが、移動放送局があれば正確な情報の提供が可能で、情報による混乱は避けることができるのではないかと考えているとのことである。

通常は、各店舗がお得な情報を流すことで個店PRにもなり、また、日頃からリスナーに習慣づけて聞いてもらっていれば、災害情報にいち早く対応でき、災害時には減災につながる。また、多くの人とつながる仕組みをつくることで協力しあい、被害を最小限にとどめるようにしたいとのことであった。

こぼれ話

地域学習の一環として、子どもたちに直してほしい道路施設や公園施設など意見を出し合ってもらったところ、「公園のベンチが汚くて座る気になれない。」「交差点のミラーに自分たちが映らない」などの意見が出た。そこで、市にそのことを伝えると、ペンキは用意できるということで、子どもたちにベンチを塗り替えてもらった。その後、自分たちで塗り替え愛着がわいたのか良く利用するようになったとのことである。また、カーブミラーの角度を調整するには警察の許可が必要となり時間がかかることが多いが、行政の理解により早期にミラーの角度が調整され、子どもが映るようになって、子どもの安全の確保ができたとのことである。

会長は、様々な取組みで得たことは、エンドユーザーに活用されることが最重要で、専門店会員の協力とともに、教育がキーポイントになり、消費者と商店街が相互利用するようになることだと言われた。

取材を通して

専門店街の役割は、親睦と販促。それには若手の企画を取り入れるなどの新陳代謝も必要と会長は言われる。また、学校の問題を学校だけの問題とせず、学校と地域と商業で解決できる仕組みをつくる必要があると言われた。

他の商店街等のポイント還元の目的は、次の買い物機会の創出というところが大

半である。しかし、ディオス北千里専門店会のゆめシールは、地域の役に立つように還元する仕組みであり、画期的であると感じた。

通常、買い物する場合、同じものであれば価格が購入の基準となる。しかし、買い物することが地域貢献になり、地域環境が良くなるのであれば、購入店の選択基準にもなるのではないかと。地域の役に立つのであれば、少し離れた安い店舗より、近い店舗を利用しようという心理が働くのではないかと思う。特に学校施設への支援となれば、保護者にとって子どもの教育環境の向上は、非常に関心も高いことから、保護者の専門店街の利用機会も増加すると考えられる。

住民は、誰もが地域が少しでも良くなってほしいと願っているものの、ボランティアへの参加などには二の足を踏むこともあるだろう。しかし、買い物をすることによって地域貢献できるとなれば参加意識も高まるものと思われる。

ゆめシール事業は、商店街が地域コミュニティを担うといわれる現在において、模範となるアイデアではないかと感じた。

山本会長は、「地域が活性化することで地域住民が専門店を利用するようになり、個店が活性化する。個店の活性化は、専門店街の活性化へ繋がり、さらに地域へ還元されて循環していく」と言われる。ディオス専門店街の「ゆめシール」はまさにこれを体現し、教育・防災・商店街の活性化の三方善しを実現する理想的な仕組みではないかと感じた。

ディオス
北千里専門
店会は、地
元サッカー
クラブのガ
ンバ大阪を
全面的に応
援するなど、
あらゆる地



元機関とつながり、地域で活動している人
や地域住民、学校環境の向上など幸せづく
りを応援する専門店街であった。