

門真市駅周辺エリアリノベーションビジョン

1. 背景と目的

門真市駅は交通利便性が高く、駅周辺には企業の業務地が立地していますが、多くの通勤者を含む乗降客は、駅周辺に滞在することなく、まちの賑わいは失われており、空き家や空き店舗が多く、地価が下落傾向にあり、エリアの価値が低下しています。

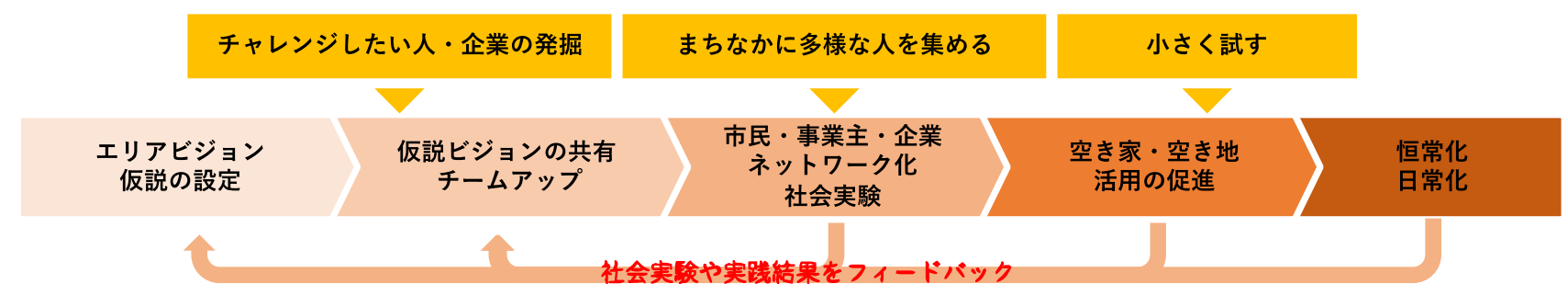
しかし、駅周辺には駅前広場、公園、図書館、公民館等の活用が検討できる公共施設や公共空間があり、本ビジョンは、公共施設や公共空間を公民連携で活用しながら、エリア価値向上や賑わい創出につなげていくための方向性をまとめたものです。



2. エリアリノベーションとは

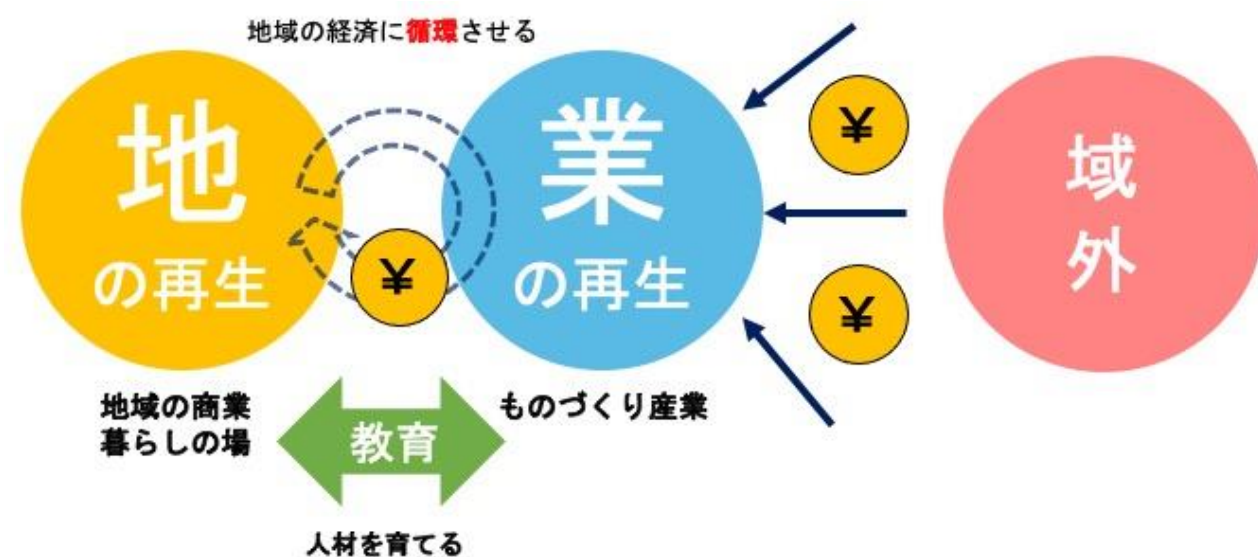
エリアリノベーションは、土地区画整理事業や市街地再開発事業等のように時間をかけてまちを大きく変えるまちづくりではなく、**共感・賛同する人々や事業者**を集め、共に「**小さく試す**」ことによって、**少しずつエリアに変化を起こし、イメージや価値を変えていく**まちづくりであり、人口減少等の変化する社会情勢、まちの状況に柔軟に対応しながら進めることができます。

公共施設・公共空間や空き家・空き店舗等の既存の資産を有効活用して、まずは実験的に事業を実施し、軌道修正やテストマーケティングを繰り返して、エリアのイメージを変えたり、隠れた魅力を発信したりし、**エリアへの期待や価値を高める**実践的なアプローチです。

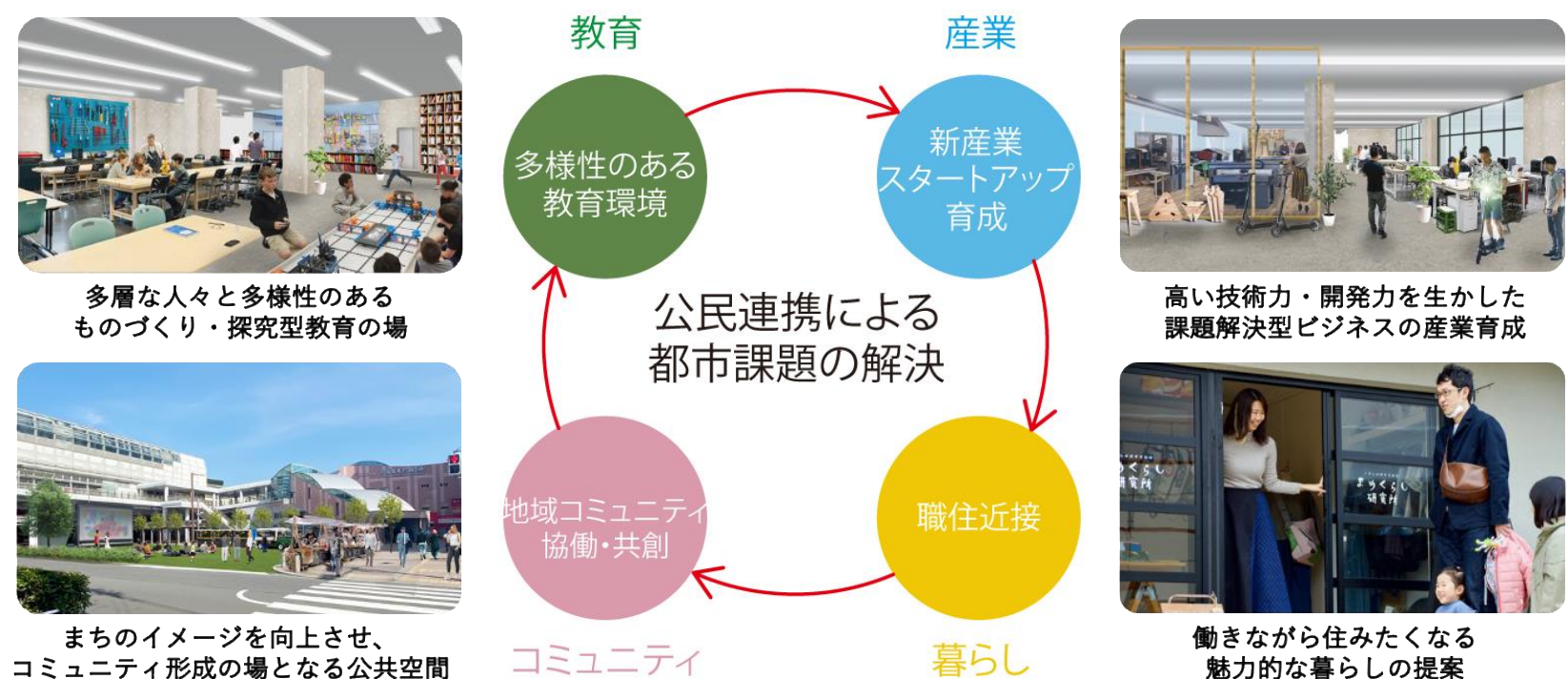


3. 門真市の特徴を活かしたエリアリノベーション

門真市は、ものづくり企業が多く立地し、働くまちであると同時に、住宅地としての役割を持つ多様性のあるまちです。その特徴を活かして、地元企業が製品を製造販売する等して域外から資金を稼ぎ、域内で消費をすることで経済が循環し、地域商業や暮らしの場が豊かになります。エリアリノベーションには、稼ぐ力を強化し、持続的に地域に資金が循環することが重要です。



多様な人々が働き暮らすまちだからこそ、人々が行き交う門真市駅周辺が新たな人々の結節点として、門真市の特徴を活かして**都市課題を解決する新しい産業を生むこと**、**子どもたちがワクワクする学びの場となること**、**地域コミュニティ創出につなげること**、**そして空き家・空き店舗等が魅力的な商店や職住近接の場になること**、それらを目指し**公民連携により**新しい価値を創出し、エリア価値向上につなげます。



4. エリアリノベーションの方向性

まちのイメージを変えていくために、駅の乗降客等が訪れる駅前広場周辺を①**センターコア**として、公共空間の暫定利用や魅力向上により賑わいを創出し、そこから賑わいの波及効果を広げていきます。

また、駅から南東方向のエリアにある空き家・空き店舗等の活用を促すことで、②**スモールエリア**（第二のコア）を形成します。そして、①と②を魅力的な歩行空間でつなぎ人の流れをつくりエリア全体の価値の向上につなげます。

①**センターコア**の公共空間を暫定的に活用することで、市民や事業者が新しい事業にチャレンジしやすい環境をつくり、②**スモールエリア**において出店や事業実施を希望する市民や事業者の意欲や期待を高め、路面店等による賑わいの連続により歩いて楽しめるまちをつくり、エリアの価値を向上させていく事をエリアリノベーションの方向性とします。

行政
主導

①センターコア強化（公共施設・公共空間の活用）

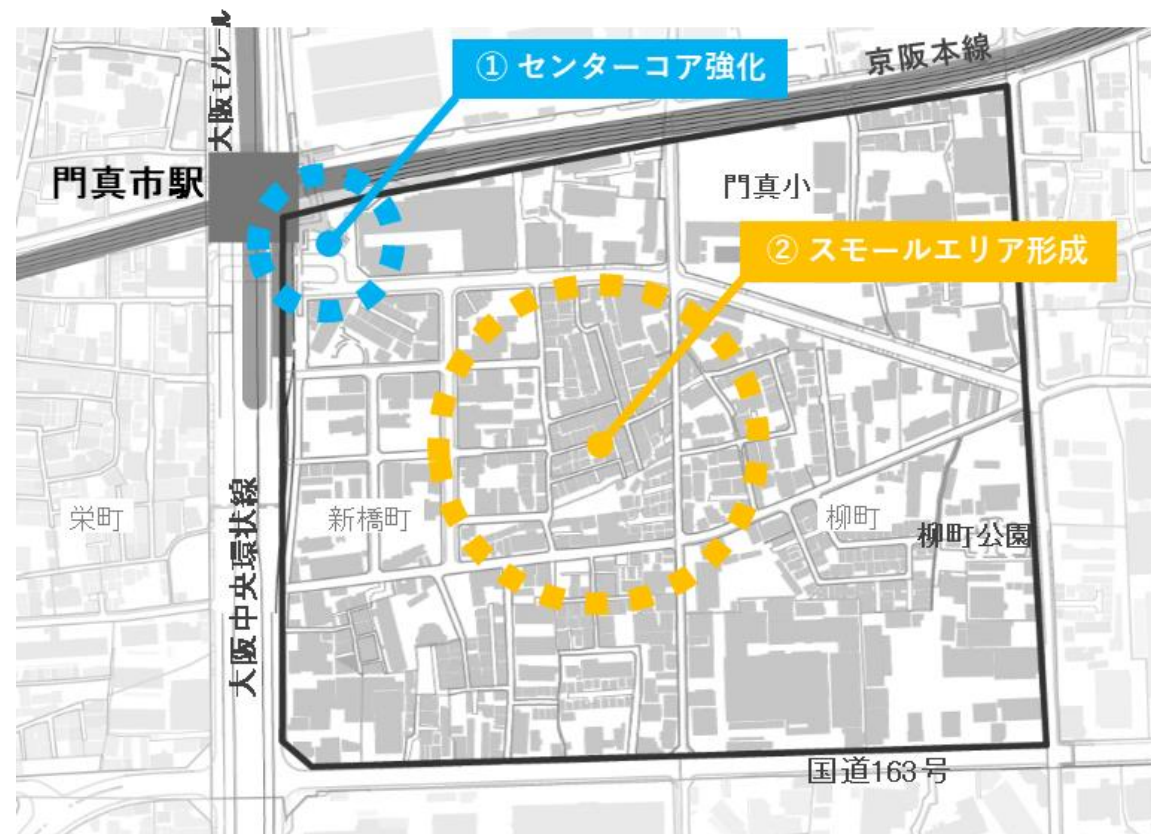
- ・駅前広場等の暫定利用や魅力向上
- ・暫定利用によるテストマーケティング、市場性の検証
- ・エリア価値向上のための公共施設・公共空間の活用方法の検討

連携 魅力的な歩行空間でつなぎ人の流れをつくる

民間
主導

②スモールエリア形成（空き家・空き店舗等の活用）

- ・空き家・空き店舗等のリノベーションによる活用
- ・地元プレーヤーや新規事業者の発掘
- ・エリアマネジメント主体（まちづくり会社）の組成



エリアリノベーションの方向性



空き家を活用した魅力づくり
事例：大阪市大正区
長屋→シェアアトリエ+住居

5. 社会実験による検証

エリアリノベーションの方向性を検証するため、令和3年2月に駅前広場と柳町公園において社会実験を実施しました。

地元企業や商店等の協力を得て、本市のものづくり、文化、食の魅力を駅前広場で市内外の人々に伝え、また、駅前の「未来の風景」を仮想的につくり、エリアへの期待や価値を高めるキッカケを作るとともに、柳町公園では、子どもと子育て世代を対象としたイベントを中心に構成し、駅からエリア内へ人々を誘い、人の流れをつくるキッカケをつくるとともに子どもと子育て世代の需要を確認できました。今後も社会実験を継続することで、さらにエリアへの期待や価値を高め、このビジョンを具体化する方法を検討していきます。

■ 駅前広場

- ・金土日3日間で、来場者2,271名、売上186万円
→市場性の確認
- ・通勤客、子育て世代など20～49歳が滞在
→人の流れのポテンシャルを確認
- ・各プログラムへの高い満足度、まちの魅力の再発見
→門真の魅力（ものづくり、文化、食）を新たなイメージとして発信
- ・出店者、協力企業合わせて40社
→担い手の発掘、公民連携まちづくりの関係性構築
「エリアの将来イメージを可視化」

■ 柳町公園

- ・土日2日間で来場者495名 →まちへの回遊を促し、エリア内への人の流れを確認
- ・子育て世代が長く滞在 →子育て世代の需要の可視化

駅前広場 実施前



柳町公園 実施中



駅前広場 実施中



6. 将来イメージ

① センターコア強化

人と人をつなげる空間（駅前広場）

- ・ 駅前で多様な人々が交わるための、結節点となる場所づくり
- ・ ロータリーの規模を検討し、人が過ごす場所をつくり出す

エリア内をつなげる空間（道路歩道）

- ・ 駅前広場の賑わいをエリア内へつなげる空間
- ・ 歩きたくなる魅力的な歩行空間

② スモールエリア形成

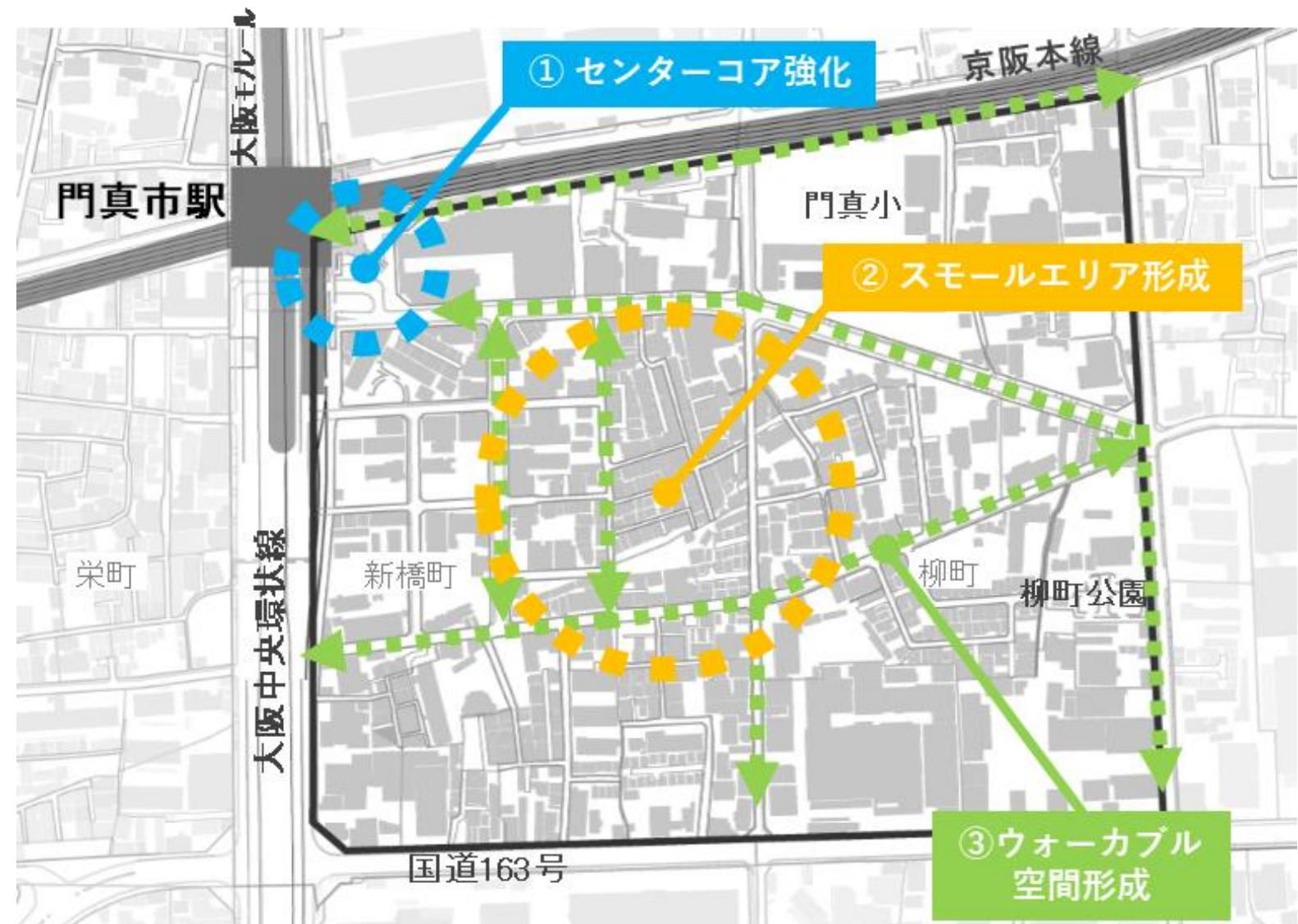
リノベーション物件による魅力づくり（空き家活用）

- ・ 地元プレーヤーや新規事業者がチャレンジしやすい場所づくり
- ・ 地元プレーヤーや新規事業者を支援する組織づくり

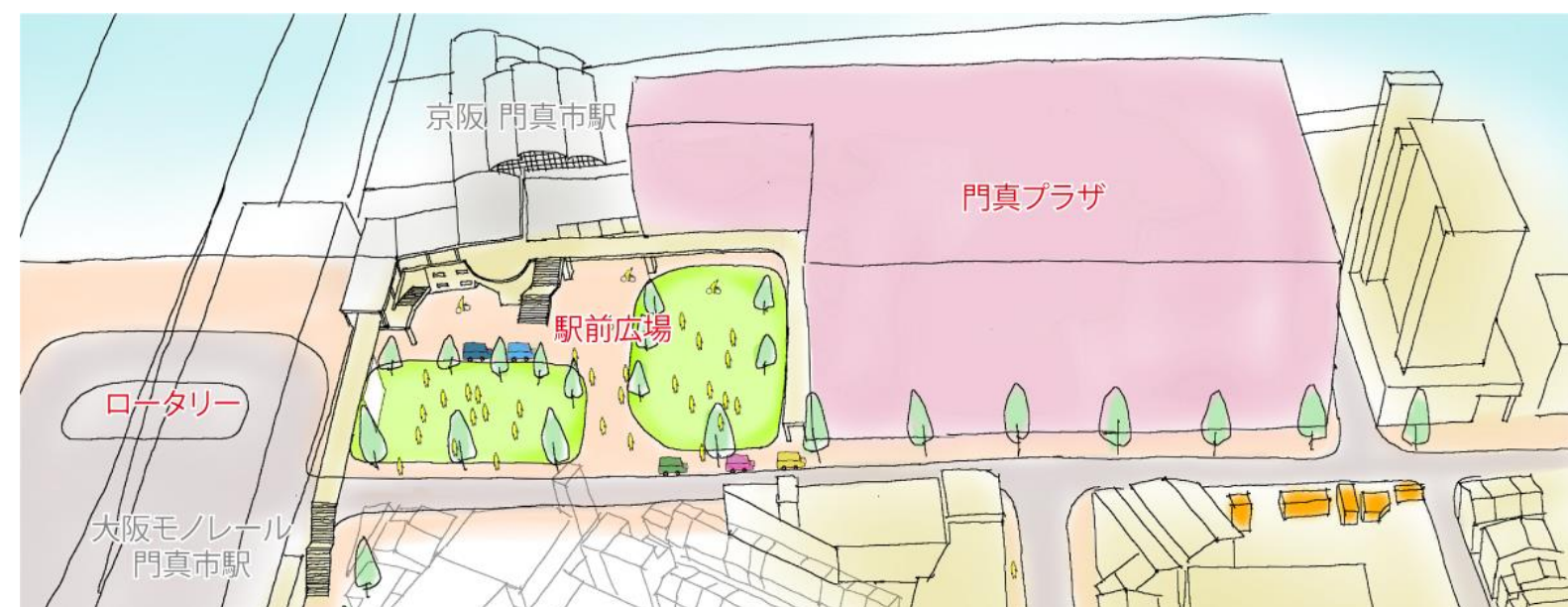
③ ウォーカブル空間形成

歩きたくなるまちなかづくり（魅力的な歩行空間の形成）

- ・ センターコアとスモールエリアをつなげる空間
- ・ 南側の大規模商業施設予定地へつなげる空間
- ・ 京阪電車本線沿いの他のエリアとをつなげる空間



エリアの将来イメージ



センターコアの将来イメージ