

# Kadomashi- Nishisanso Area

門真市駅・西三莊駅周辺エリアリノベーション未来ビジョン



# Renovation Future Vision

# 目次

0   門真市駅・西三莊エリアの歴史 .....	02
1   エリアの主な課題 .....	03
2   これまでの取組 .....	04
3   エリア再生の長期目標 .....	05
4   ものづくり産業の現状及び課題 .....	07
5   ものづくり産業からみた門真市駅周辺エリアの可能性 .....	08
6   基本方針と役割分担・各事業の関係 .....	09
7   エリアの未来ビジョン .....	10
8   エリアの将来イメージ .....	11
9   エリアマネジメントのしくみ .....	17
10   今後の進め方、事業スケジュール(予定) .....	18

## 門真市駅・西三荘駅周辺の歴史

昭和8年には地元地権者による誘致活動もあり、松下電器製作所（現：パナソニック）が、大阪市内より本社・工場を門真に移転、ラジオや電池を製造する一大工場が形成されました。他エリアですが、同様に天辻鋼球製作所も市内に立地するなど門真は工場誘致の先駆けであったと言えます。

昭和46年、門真市の人口が初めて14万人に達し、京阪電車新門真駅（現門真市駅）が完成、昭和48年には新橋町再開発事業にて「門真プラザ」が完成しました。再開発当時、大手総合商社に対して、市は取得済みだった土地の多くを売却し、建物の「区分権」をテナント事業者などに販売する「門真方式」は、民間活用の好事例として国から表彰も受けています。昭和51年には新橋地区の区画整理が完成し、門真市駅周辺は市の賑わいの中心でした。



昭和39年の門真市駅・西三荘エリアの様子  
(国土地理院、撮影1964/05/27)



第1回ふる里門真まつりの様子  
(広報かどま平成25年1月号)

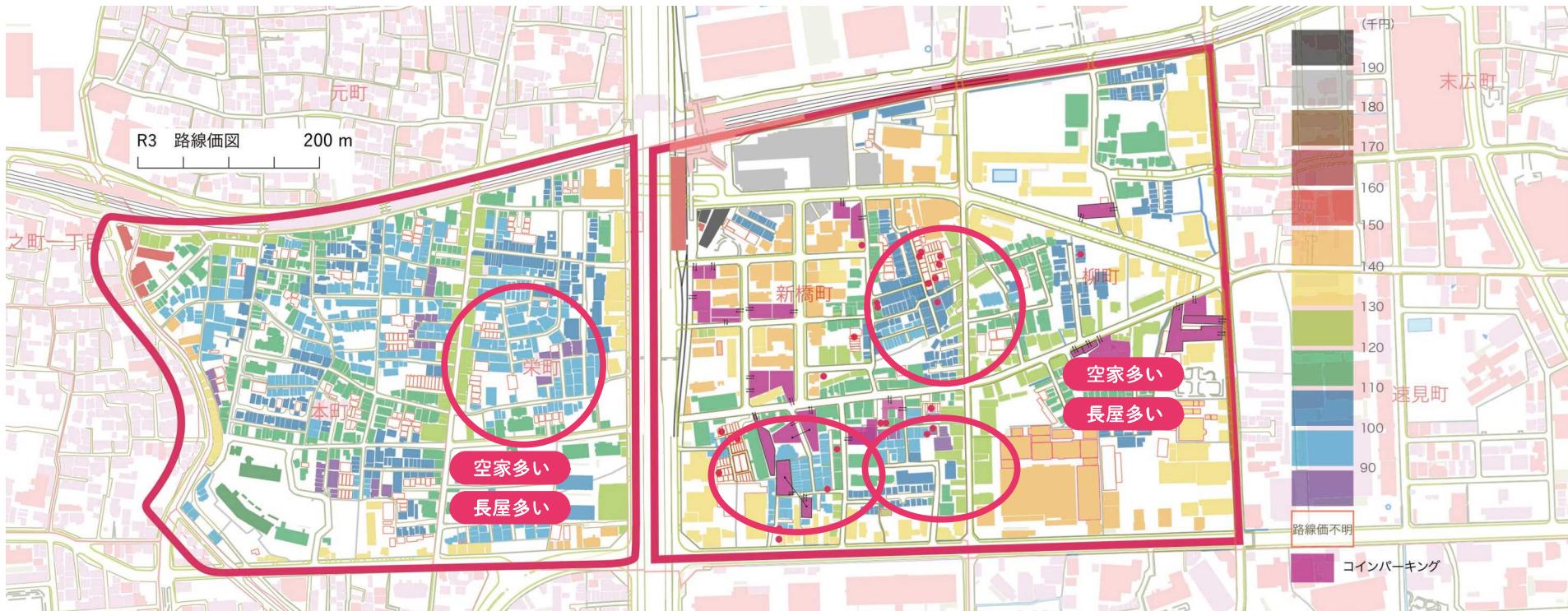
## 現代のエリアの変化

- ▶ 本エリアの南側の松生町には、令和5年に大規模商業施設が開業し、門真市駅と商業施設を結ぶ南北軸を往来する来客者が多数みられるようになりました。
- ▶ 大阪モノレールが延伸することも決定しており、さらなる交通利便性の向上が見込まれます。
- ▶ 本エリアの中心にある門真プラザですが、老朽化の影響から市街地再開発事業が予定されています。

## エリアリノベーション事業の背景

エリア周辺は、鉄道・高速道路・国道によって分断され、まちの連続性が弱く、徒歩・自転車等での往来が分断されるため、商圏が広がりにくいという地形的な課題があります。商業施設への集客効果をまちの賑わいやエリア価値向上につなげていくには、路面店等による賑わいの連続等、歩きたくなるまちへの魅力創出が必要です。

一方、公共交通の結節点である門真市駅は、京阪本線と大阪モノレールの乗降客等多くの人が訪れ、そのポテンシャルは社会実験等でも見える化しています。京阪門真市駅周辺では特色あるまちづくりが行われてきた歴史があり、現在も、市の顔として賑わいのある魅力的なまちを目指してまちづくりが進められています。市の特徴と、多数の人が往来する地理的特徴を掛け合わせ、他エリアとも差別化された特色あるまちづくりを行政と連携して行い、エリアの価値向上に取り組みます。



### 土地・建物の 課題

#### 不動産流通せず、地価・路線価が低迷／空き家・店舗活用が進みにくい

- ▶ 空き家が多い、無接道地・私道接道が多く、建替え等が進まない
- ▶ 借地が多く、借地人の死亡や建物を解体ができず、借地返還がなされない
- ▶ 道路幅員が狭く、消防活動が困難なエリアがある
- ▶ 相続等でのトラブル

### 魅力の欠如

#### まちのイメージ転換、マーケットの可視化

- ▶ 乗降数や歩行者・自転車通行者数は多いが、通過動線となっている
- ▶ 暗い高架下
- ▶ 中央環状線や国道163号による交通分断、騒音
- ▶ 公園や緑が少ない

### 担い手の不在

#### まちづくり担い手の不在

- ▶ 賑わいの欠如
- ▶ 店舗等の新規出店や開業が少ない
- ▶ 地域への愛着、コミュニティの希薄化
- ▶ チャレンジできる場がない、集まれる場・交流できる場が少ない

エリアリノベーション事業により、**エリア価値を高める魅力や投資を呼び込む**

令和2・3年度

令和4～7年度

令和8年度

令和13年度

社会実験

暫定利用・事業化

再整備

恒常化



FAct Eat kadoma



LUNCH PARK



プレイヤー会議カドマノカマド



TRIAL PARK カドマとタクミ／門真夜市

使われていない駅前広場や駐車場、空き家・店舗等を活用した社会実験等を通じて、

- ▶ 地元の事業者や企業、活動したい市民など担い手となるプレイヤーの発掘、ネットワーク形成
- ▶ 古川橋～西三莊までの東西軸周辺で働く人・暮らす人の交流
- ▶ 地域商業のマーケット、移動販売等の新たなビジネスの可能性の創出
- ▶ 子育て世代や高齢者などの地域コミュニティの創出、活動需要の可視化

などに取組み、エリアの期待値を向上させてきました。

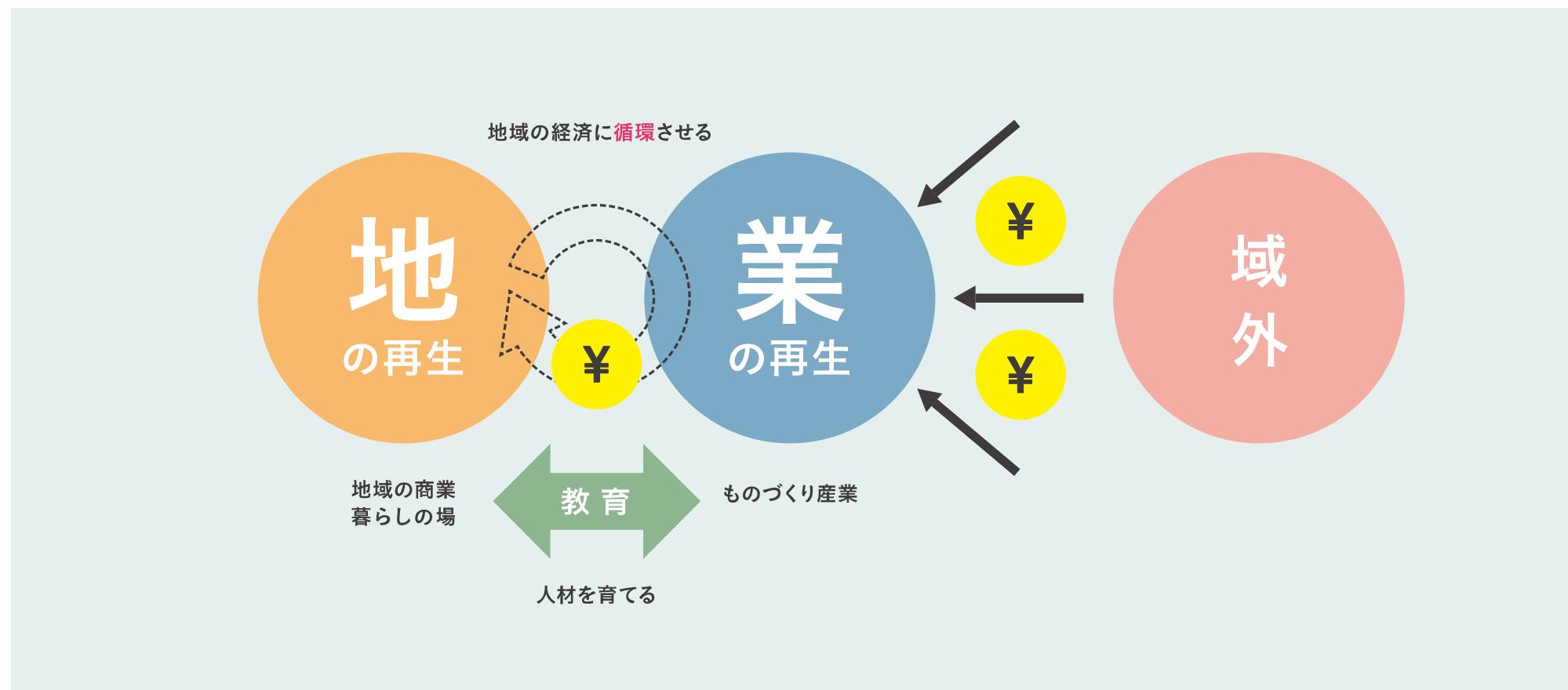
### ものづくり×まちづくりによるエリア価値の向上

対象エリアの課題を解決し、エリア価値を長期的に向上させていくためには、交通利便性の良さ、都市の中核的機能（商業・市役所を含む行政施設等）が立地する特性を生かしながら、門真市の強みである「ものづくり」を軸とした産業をとりまとめ、発展させるためのハブとして「稼ぐ力」を強化することが重要です。

域外から資金を稼ぎ、働く人・暮らす人がいることで、地域商業や暮らしの場など地域

経済にその資金が循環します。この地域経済循環のしくみを構築し直すことで、新たな投資や地域商業等の創造、発展につながります。

働く場があることで生産年齢人口の転出抑制を図り、働き住み続けたくなる職住近接のまちをつくることで、エリア価値の向上を促すとともに、下落傾向にある地価が上昇に転じることを長期目標とします。

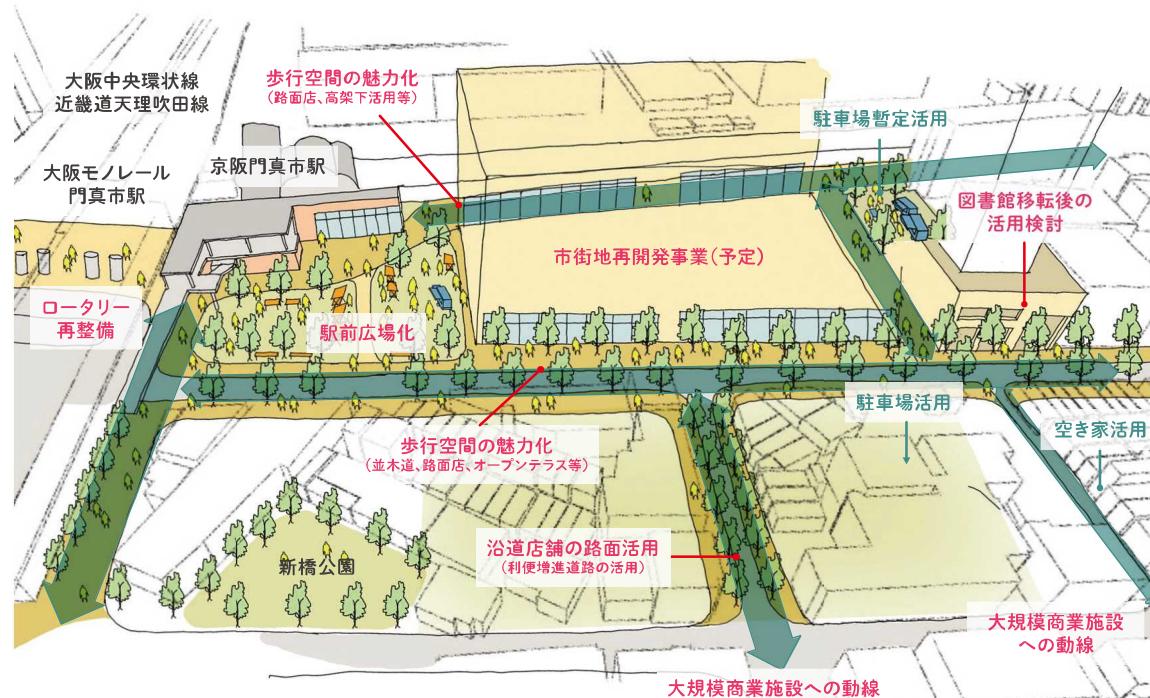


まちのイメージを向上させるための魅力創造拠点(①センターコア)をつくり、センターコアから賑わいの波及効果をエリアにつなげ、②スモールエリアの形成を促します。

行政  
主導

### ①センターコア強化

- ▶ 駅前広場、道路、公園等の魅力向上
- ▶ 民間事業化の可能性のある公共施設の活用計画
- ▶ 民間事業のテストマーケティング、市場性の検証(社会実験・暫定利用等)



民間  
主導

### ②スモールエリア形成

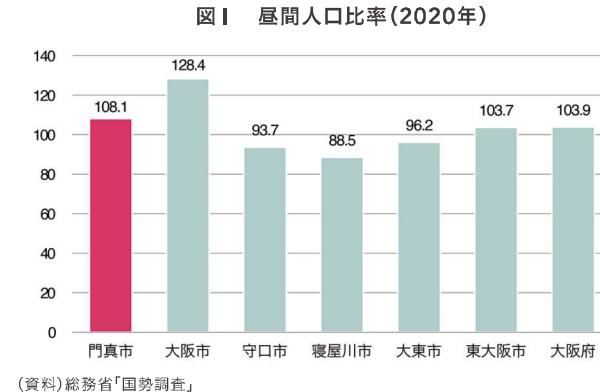
- ▶ 空き家・店舗、空き地等を活用したスモールエリアの形成
- ▶ 地元プレーヤーや新規事業者の発掘、ネットワーク化
- ▶ エリアマネジメント主体の組成

# 4 ものづくり産業の現状及び課題

- ・大手電機メーカーの企業城下町として発展。技術力のあるものづくり産業が立地し、門真市駅周辺は大企業の本社・研究開発系の事業所が多く立地している。  
(製造業事業所数:677社、従業員数20,839人(2020年))
- ・20代前半の転入が多く、就学・就業を機会に東京・地方都市から門真市に転入。

4  
ものづくり産業の現状及び課題

- ・門真市の昼夜間人口比率(昼夜間人口を夜間人口で除した値)は大阪市に次いで高く、通勤・通学等による他地域からの流出よりも、他地域からの流入が多い(図1)。



- ・門真市の就業者数のうち、増加数が最も大きい業種は製造業で、2,130人増加(図2)。

図2 産業大分類別就業者数

	従業者数(人)			
	2016年	2021年	増減数	増減率
総数	65,823	64,653	-1,170	-1.8
農業、林業	36	60	24	66.7
鉱業、採石業、砂利採取業	-	-	-	-
建設業	2,934	3,380	446	15.2
製造業	18,709	20,839	2,130	11.4
電気・ガス・熱供給・水道業	24	44	20	83.3
情報通信業	1,720	1,130	-590	-34.3
運輸業、郵便業	5,093	5,766	673	13.2
卸売業、小売業	9,809	9,431	-378	-3.9
金融業、保険業	833	644	-189	-22.7
不動産業、物品販賣業	1,441	1,565	124	8.6
学術研究、専門・技術サービス業	4,321	2,343	-1,978	-45.8
宿泊業、飲食サービス業	5,409	4,810	-599	-11.1
生活関連サービス業、娯楽業	1,985	1,608	-377	-19.0
教育、学習支援業	894	1,304	410	45.9
医療、福祉	6,788	8,026	1,238	18.2
複合サービス業	387	335	-52	-13.4
サービス業	5,440	3,368	-2,072	-38.1

(資料)総務省・経済産業省「経済センサス・活動調査」

- ・門真市における課税対象所得(個人の所得税の対象となる所得)の合計は、平成25年(2013年)以降増加傾向(図3)。



- ・令和4年度のものづくり企業へのアンケート調査(回答数116社、回答率25.7%)では、現在の自社の強みとして「技術力・製造精度」「在庫・納期対応」に次いで、「小ロット・試作対応」の順に高くなっている(図4)
- ・今後強化したいものとして、「人材確保や育成」「営業力・ブランド力」が多く、経営上の課題についても「人材の確保・育成」が最も多く、また「新製品・新技術の開発」など、今ある自社技術や人材のみならず、社外のリソースやチャネルの必要性が高まると考えられる(図4、5)。

図4 現在の強みと今後強化したいもの

<現在の強み>

順位	順位	順位
1位	技術力・製造精度	218
2位	在庫・納期対応	100
3位	小ロット・試作対応	95
4位	品質管理	81
5位	価格対応	68
6位	生産効率	47
7位	競合の少なさ	44
8位	営業力・ブランド力	38
9位	製品開発力・企画力	36
10位	同業・異業との連携	20
11位	特になし	9
12位	事務効率・資金効率	7
13位	デジタルの活用	7
14位	その他	7
15位	立地条件	5
16位	人材の確保・育成	5
17位	社会貢献度の高さ	5
18位	流通部門・サービス	3
19位	デザイン開発力	1
20位	知的財産権	0

(資料)令和5年度門真市ものづくり産業振興計画策定に向けたアンケート調査

図5 経営上の課題

<今後強化したいもの>

0%	20%	40%	60%
人材の確保・育成	46.7		
国内受注の拡大	28.3		
受注単価が低い	27.0		
設備の老朽化・不足	25.0		
技術・技能の継承	23.0		
生産率の向上・効率化	20.4		
新製品・新技術の開発	14.5		
優れた外注先の確保	14.5		
事業スペースの拡張	10.5		
コストダウン	5.9		
資金調達	5.9		
納期の短縮	5.3		
デジタルの活用	4.6		
海外受注の拡大	2.0		
事業継続への対応	1.3		
その他	2.6		
特になし	5.9		
無回答	3.9		

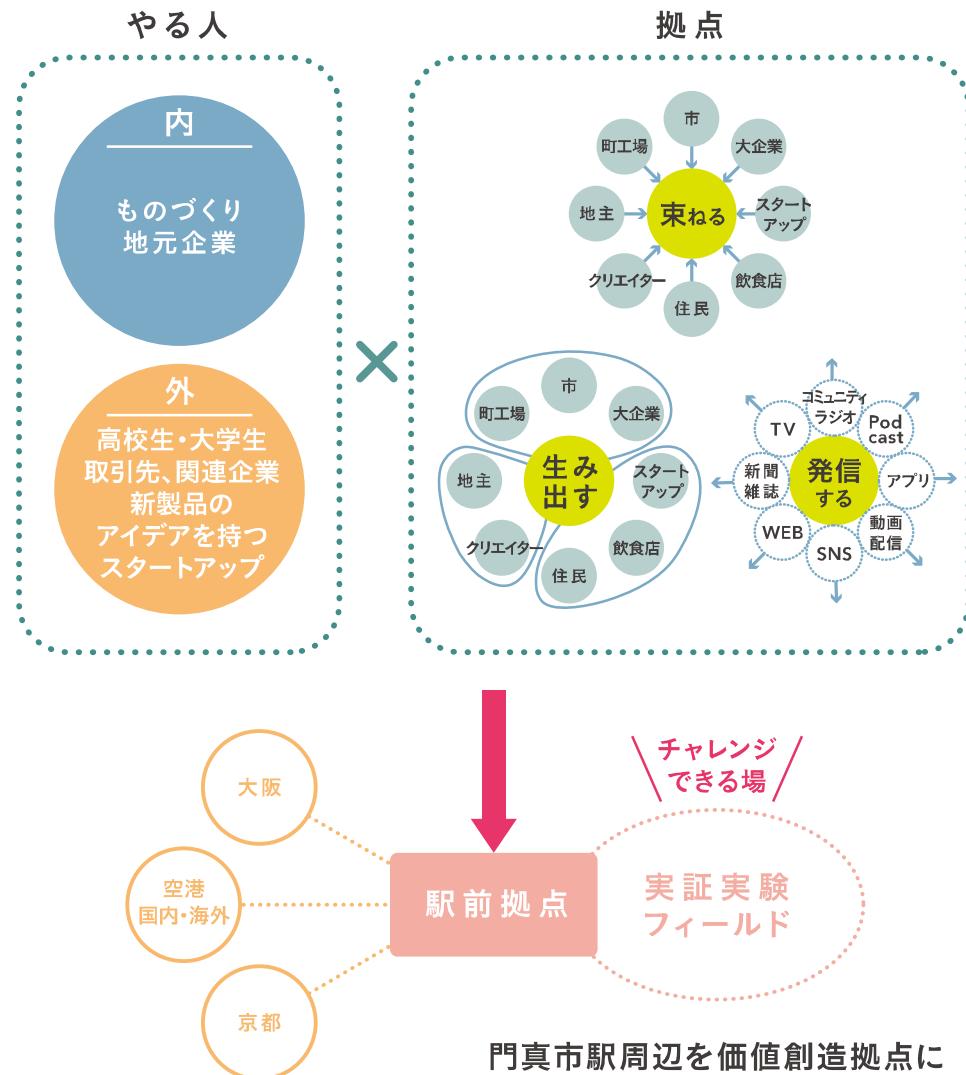
(資料)令和5年度門真市ものづくり産業振興計画策定に向けたアンケート調査

- ・鉄道、道路、空港へのアクセスなど、交通アクセスの至便性を生かし、国内外から仕事で訪れやすい。
- ・大企業の本社が近接しており、市外へのアクセスも良いことから駅周辺ではない工場立地エリアへ向かう玄関口として、関連企業や取引先などビジネス目的での来訪者が多い。
- ・近年ビジネスホテルなどが増加し、出張等の宿泊や飲食機能を受け入れられる。
- ・行政や中小企業サポートセンターなどの企業支援機関の立地。
- ・新卒や単身者でも住みやすい住環境があり、20代前半の流入も多い。

▶ すでに多様なものづくり関連の人に行き交い、  
新産業やビジネスの種となる結節点となっている

門真市 ものづくり産業の SWOT分析 <small>(参考)門真市ものづくり産業振興懇話会資料</small>		O 社会の動き(伸びしろ・チャンス)	T 競合・脅威
S 頗著な強み	W 弱み・課題	既存産業の拡充	新製品の開発 (高付加価値化推進)
<ul style="list-style-type: none"> <li>・多様な業種・技術を持つものづくり企業の集積</li> <li>・技術力・製造精度の高さ</li> <li>・多品種・小ロット対応等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大学、研究機関等がない</li> <li>・駅前において多様な人が交流し、発信したり議論する場がない</li> <li>・人材・後継者の確保/育成への対応等</li> </ul>	働きながら学ぶ仕組み 企業発信の場 (駅前拠点)	新産業の創出

左記を踏まえ、門真市駅周辺に多様な人が交流し、発信し、新たな価値を生み出す起点となりうる。



## 6

# 基本方針と役割分担・各事業の関係

3つの基本方針に基づき**人や事業がどんどん「育つ」**エリアを目指します。

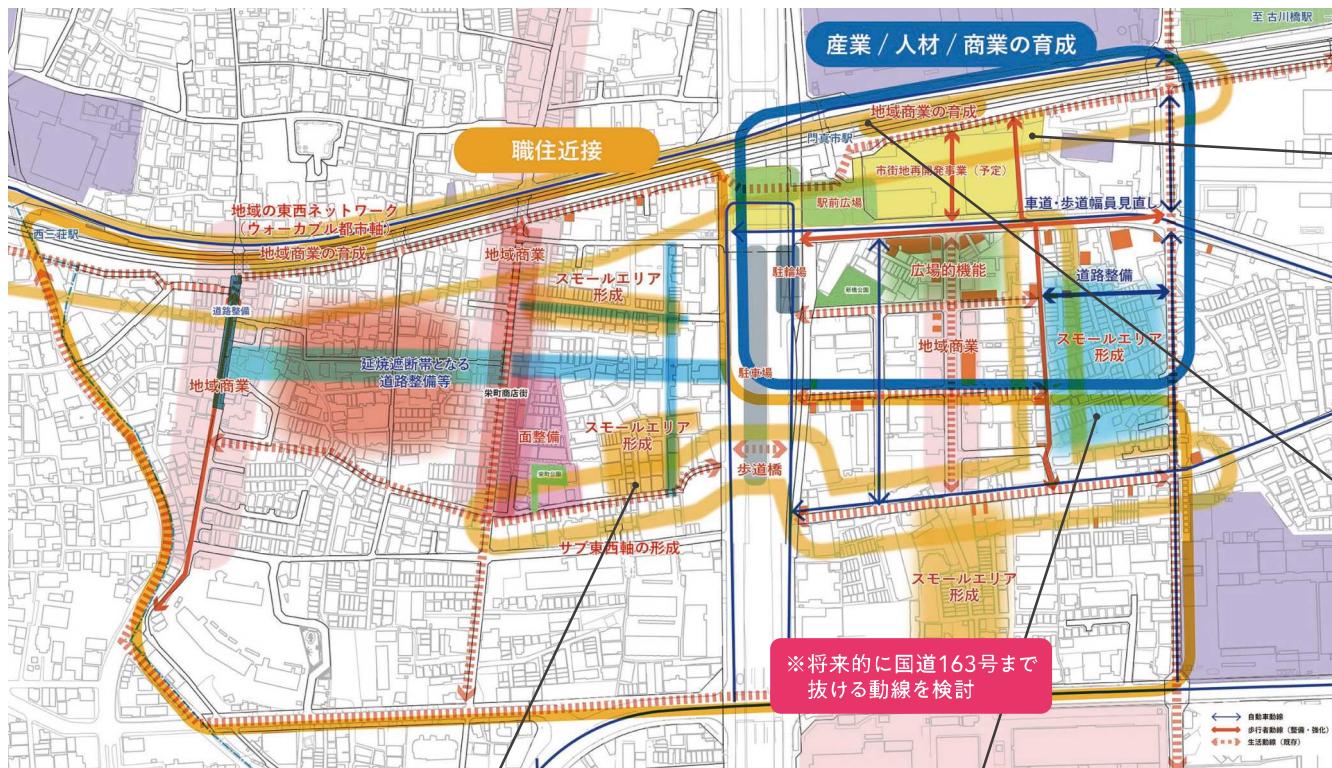
地域資源(ものづくり・飲食など)を活かし、発見・創造・発信を繰り返しながら、エリアがより個性的・魅力的にブラッシュアップされていくまちづくりに取り組みます。

基本方針	目指す姿	具体的な取組み(例)	主な実施主体・スキーム
Policy1  働きながら学ぶことができる環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>・若いうちから企業で働き収入を得ながら、高校・大学などの資格も取れ、ものづくりの技術も身につけるしくみ</li> <li>・地域資源を生かした新たなものづくり、ビジネスを生み出す</li> <li>・一人親家庭など、学校にいく経済的余裕のない家庭環境で育つ子どもたちの学びと就労機会の創出</li> <li>・ものづくり企業の人材確保と新たな産業育成</li> <li>・ものづくり企業で働く社員の暮らしの場づくり</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アイデアを形にする、ものづくり力という地域資源を生かした新たなものづくり、ビジネスを生み出す駅前拠点(例:コワーキングスペース、スタートアップ支援機能等)</li> <li>・ものづくり、飲食、まちづくりなど多様な主体が集まり、交流や新たなプロジェクトを議論する場(共創・イノベーションの場等)</li> <li>・働きながら暮らす、職住近接の場(ものづくりシェアハウス等)</li> <li>・高校・高等専門学校などで学びながら地元企業で働き、技術や知識を身につける仕組みを検討</li> </ul>	<b>行政+企業・地元団体</b> 事業スキームは公設民営等のPPP事業を検討
Policy2  子育てと働くを両立できる環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>・タフな子どもが育つ教育</li> <li>・門真の共働き子育てママが(ちょっとでも)働ける環境づくり</li> <li>・子育て世代、女性が自分らしく働ける、子どもと働く女性に優しいまちづくり</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・学生等にむけた門真らしいものづくり教育の場</li> <li>・若者や主婦の起業、副業、新規出店など、新しいビジネスにチャレンジでき、多様な商いを生む地域商業の育成の場</li> </ul>	<b>行政+企業+教育機関</b> 事業スキームは公設民営等のPPP事業を検討
Policy3  ローカルファースト (地域商業の育成)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域資源を活かし、発見・創造・発信を繰り返しながら、地域をより個性的・魅力的にブラッシュアップできる環境づくり</li> <li>・圧倒的なものを創らず、小さくてもキラリと光る魅力的な個店の集積をはかる</li> <li>・若者がビジネスチャンスを感じる環境づくり</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・まちへの愛着、シビックプライドを育てるチャレンジできる場、地域コミュニティ醸成の場(例:TRIAL PARK・駅前広場等の活用、定期マルシェの実施など)</li> <li>・キラリと光る魅力的で多様な個店の創出・集積(例:空き家リノベーション等による魅力的な個店創出)</li> </ul>	<b>行政+企業・地元団体</b> 事業スキームは公設民営等のPPP事業を検討

## 各事業の関係



## 新しいチャレンジやまちの魅力、ビジネスを生み、アップデートし続けるまち



### TRIAL PARK

元駐車場の暫定利用広場によるチャレンジ、地域コミュニティ醸成の場



### 高架下活用

高架下暫定利用による多様な商い、まちの担い手の育成

### シェアサイクル導入実証実験

東西・南北軸の動線強化によるエリア内回遊性の向上、エリア外との交通手段強化等によるエリア価値向上の検証(R4.12~)

#### スマールエリアの形成

公的整備(区画整理による道路・広場機能の整備など)とも組み合わせて、民間主体による空き家活用事業等を展開し、将来イメージを実現する。



**ものづくりシェアハウス**  
地元ものづくり企業の若手社員中心のシェアハウス。企業間や若者コミュニティを形成



**OTA HOUSE**  
海洋堂の造形師の世界観に泊まれる一棟貸し宿。空き家をまちの魅力発信の拠点として、国内外からの宿泊者を受け入れる。



**共創・イノベーションの場**  
空き家を活用した、多様な主体が集まり交流や、新たなプロジェクトを議論する場



再整備の概要

- ▶ イベントだけでなく、日常的な滞在を促す居心地のよい駅前広場(芝生や木陰、ベンチ等)
- ▶ 定期イベント(マーケット等)が運営できる広場。  
(露店30~50店が出店できる規模、電源や照明設置等)
- ▶ 駅前広場の高架下や門真プラザ、南側の民間建物との連続性などが活用できるよう、  
エリアの一体性を高めるマネジメント体制をつくる。
- ▶ 待ち合わせの目印やシビックプライドとなる、門真らしいシンボルの設置。

Action



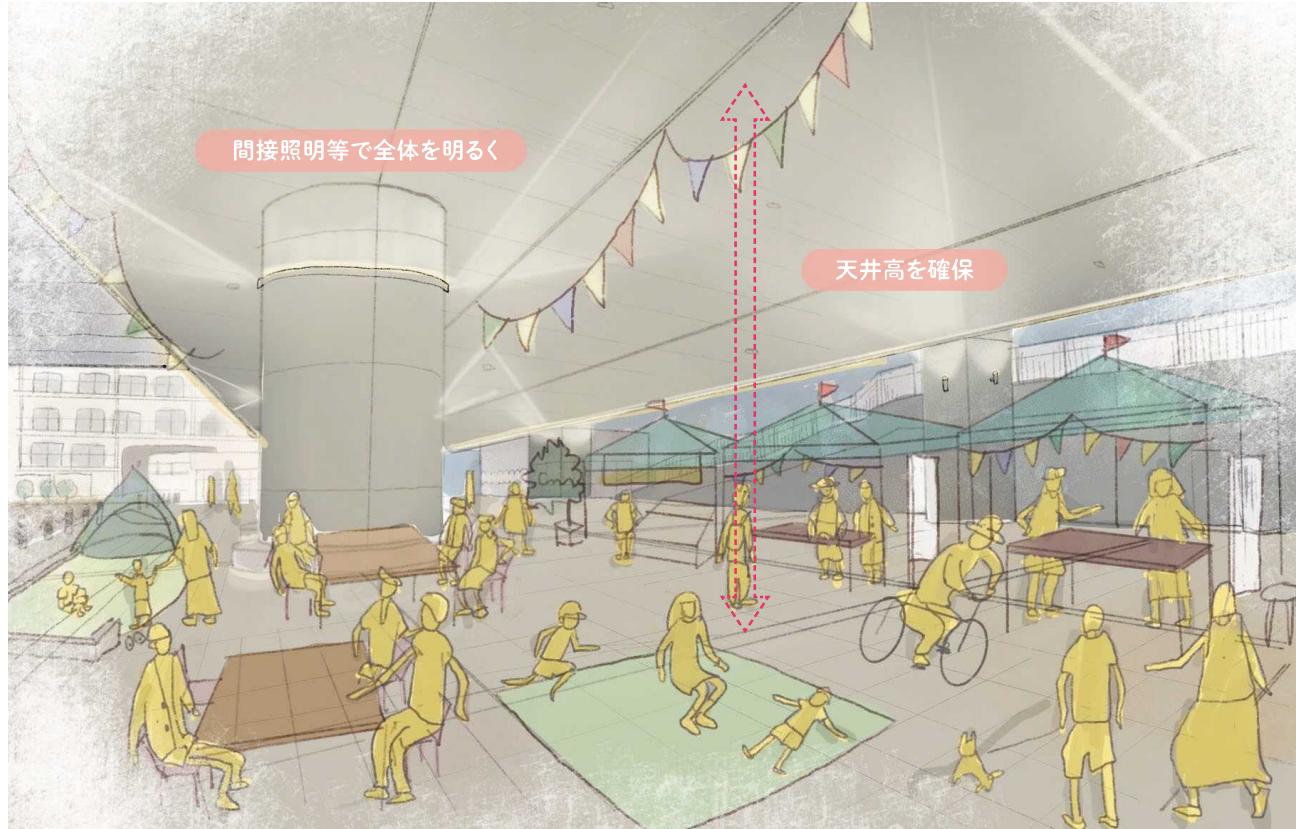
### FAct Eat kadoma (2021)

活用されていなかった駅前広場や高架下に、地元の飲食店、ものづくり企業、アーティストや作家、学生、映画関係者などが一同に集まり、門真の魅力を再発見し、見える化する社会実験。

Fact(ものづくり)/Act(アクション)/Eat(食)が交わる、新しいまちのスタートポイントをコンセプトに、企業や子育て世代、学生など新たなビジネスやチャレンジを創出しました。

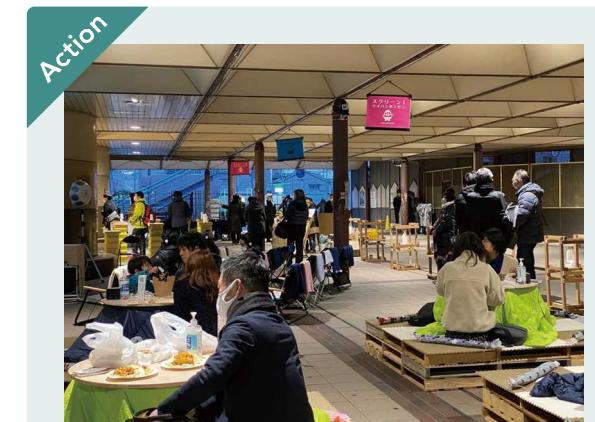
- 来場者数: 約4,300人(3日間)
- 出店団体: 57組(2021.12月開催)

# 駅前広場（高架下）



再整備の概要

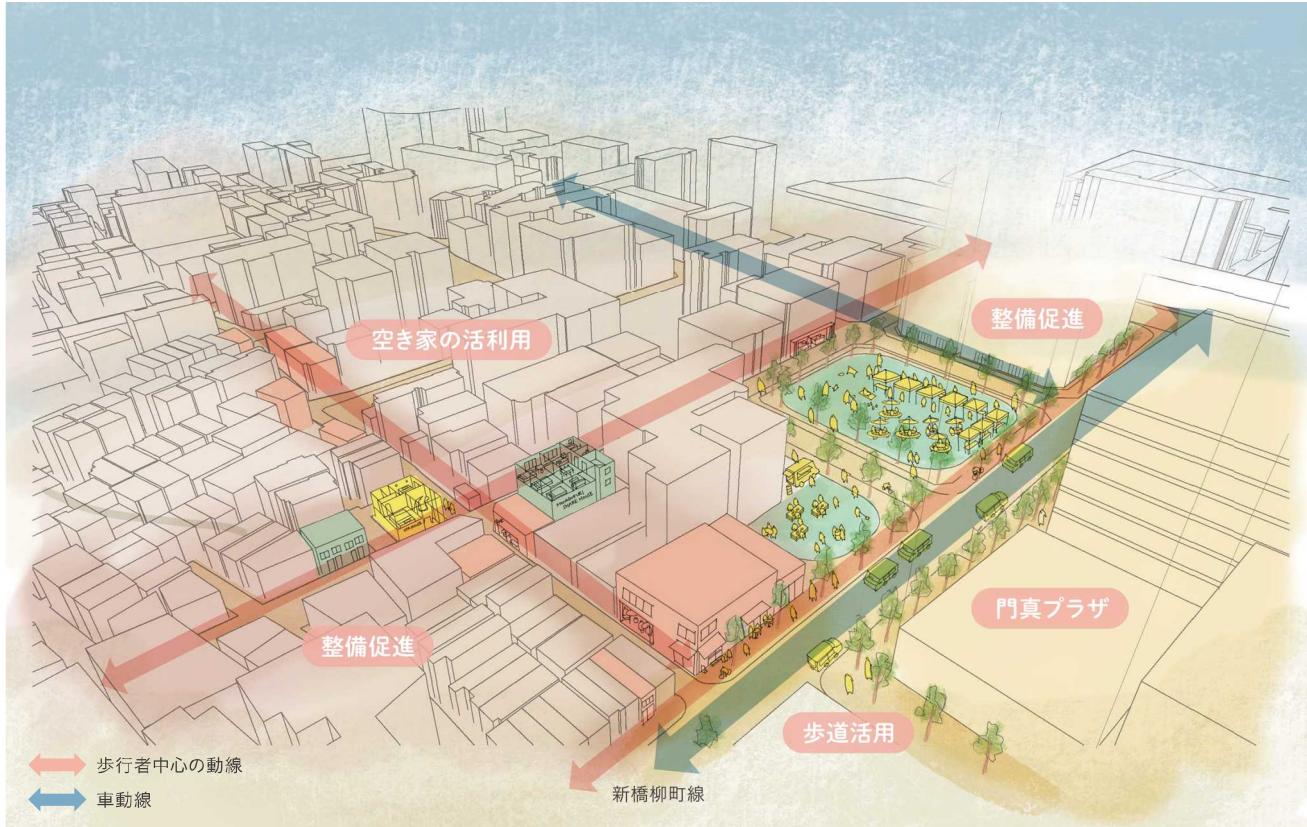
- ▶ ト拉斯屋根の撤去により屋根下の高さを確保し、雨天時や夏場も使える大屋根広場へ。
- ▶ 間接照明で天井面を照らすことで、高架下全体を明るく演出。
- ▶ バスやタクシー乗り場の待合、一般車の送迎待機スペースを確保。
- ▶ 整備後の新たな空間（ロータリー周辺）を時間貸し駐車場や駅周辺施設への荷下ろし場として活用。



## Fact Eat kadoma (2021)

日中が暗い、道路や電車の騒音などの高架下の課題を、逆転の発想で、映画を上映するシアターとして活用したり、ものづくり企業の展示やものづくり体験を行うワークショップ会場として活用しました。大屋根がある駅前広場としてのポテンシャルがわかり、今後は公共交通機関や自家用車の待合だけでなく、季節や天候を問わずに活用できる屋根付き広場として活用できる、明るく居心地がよい広場整備を目指します。

# 新橋町スマールエリアと南広場(仮)



## 再整備の概要

- ▶ 東西軸を強化することでららぽーと動線をスマールエリアに引き込む。
- ▶ 駅前広場からスマールエリアに人の流れを引き込むための南広場(仮)を整備。
- ▶ 東西軸の形成のため、新橋柳線の歩道活用促進、空き家の利活用や建て替え促進のための道路整備を行う。
- ▶ 広場周辺の民間建物の地域商業利用を促進。
- ▶ 駅南地区のエリア整備を促進

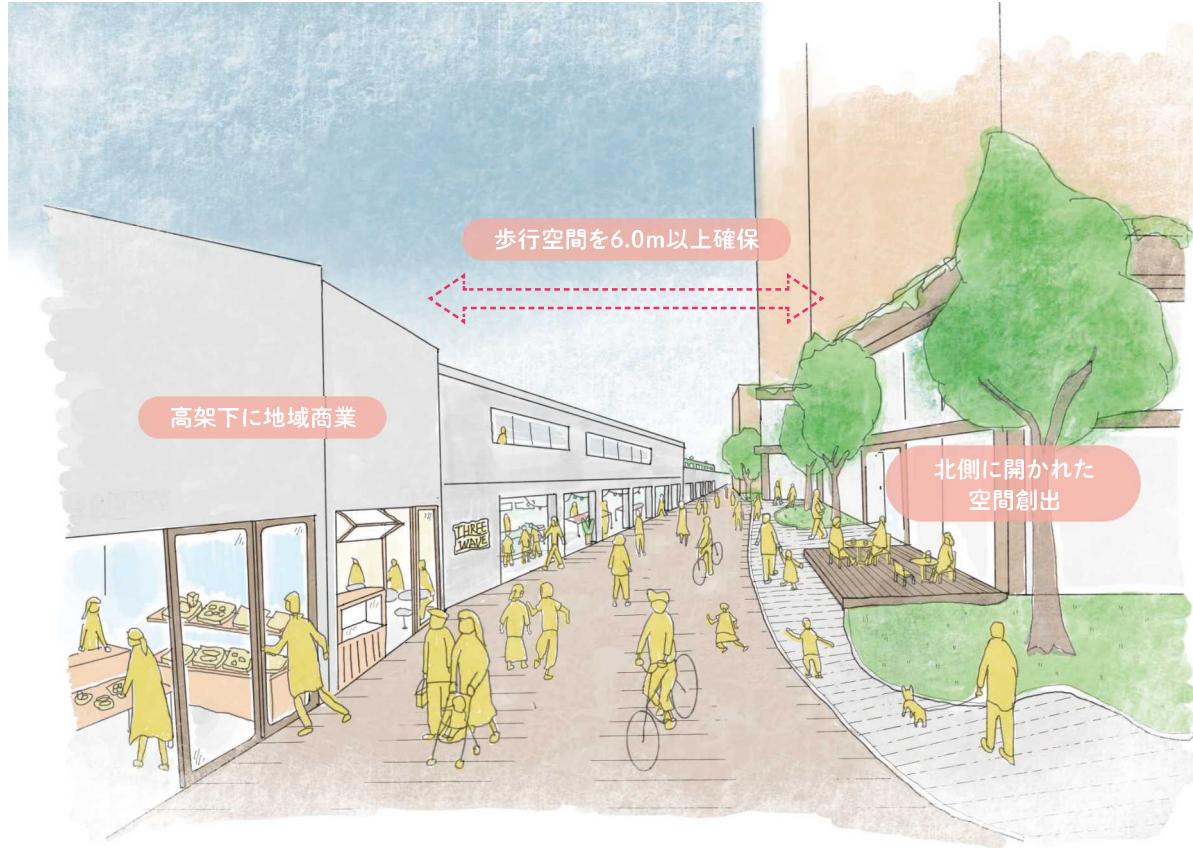


## TRIAL PARK (2022~)

元駐車場を、チャレンジしたい人たちが集まり自由に活動できる広場として活用。

月イチマルシェ「カドマとタクミ」は、門真の「●●の匠」とたくらみながら、カドマの暮らしの魅力を発信するマルシェ。地元の若者が発起人となり、自らも出店しつつ稼ぎながら自立運営。1年間で35店舗以上の地元店、店舗をまだ持っていない雑貨、焼菓子、アーティスト、学生などが出店。子どもから高齢者までが集まる多様な地域コミュニティ、プレイヤー発掘の場に。

# 高架下、門真プラザ北側の東西道路



再整備の概要

- ▶ 西三荘～古川橋までの生活主要動線となっている京阪高架沿いの道路に、地域商業中心の賑わい軸を形成する。
- ▶ 門真プラザ北の歩行空間を6m以上確保し、自転車も歩行者も安全に回遊しやすい賑わい創出空間とする。
- ▶ 京阪門真市駅高架下の駐輪場等を、店舗等が入れる商業利用を促す。
- ▶ 門真プラザ側にも道路沿いに開かれた空間創出を促す。(例: オープンカフェ、テラス等)

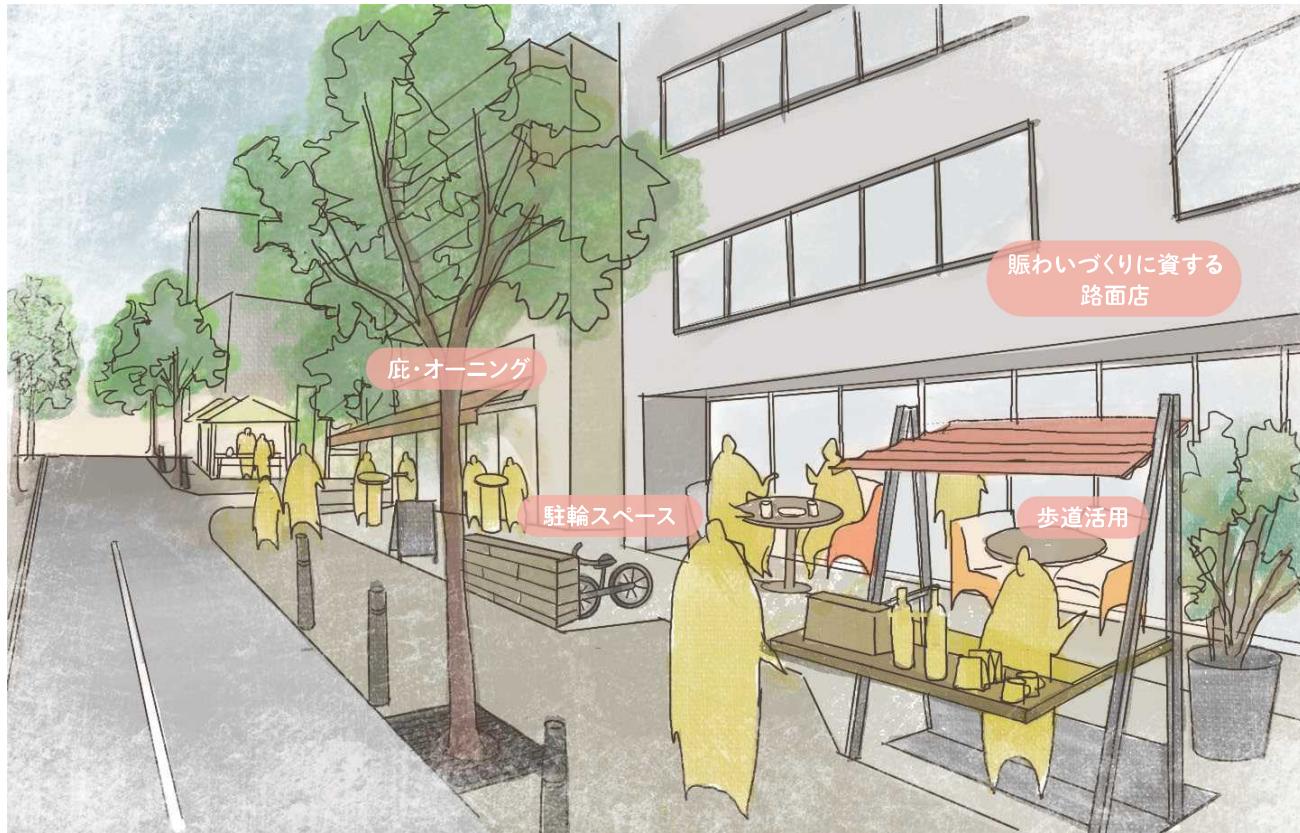


## THREE WAVE(2023~)

東西軸の賑わい創出やネットワーク強化のため、従業員用駐輪場になっている高架下を、プラザ再整備までの期間、地域商業のチャレンジできる場として暫定利用。

ジビエをもっと身近にもっと美味しい味わえる飲食店THREE WAVE。高品質で美味しいジビエ肉を食べることで脱炭素社会に貢献。ものづくり企業と共に空間づくりにも取り組む。

# 新橋町エリアの道路活用



- ▶ 門真プラザ南側道路(新橋柳線)の歩道活用を促進する。
- ▶ 既存の生け垣を撤去するなどして、歩行空間を広げる。
- ▶ 新橋柳線の南側歩道において、歩行者をスマールエリアに引き込むため歩道活用を検討。

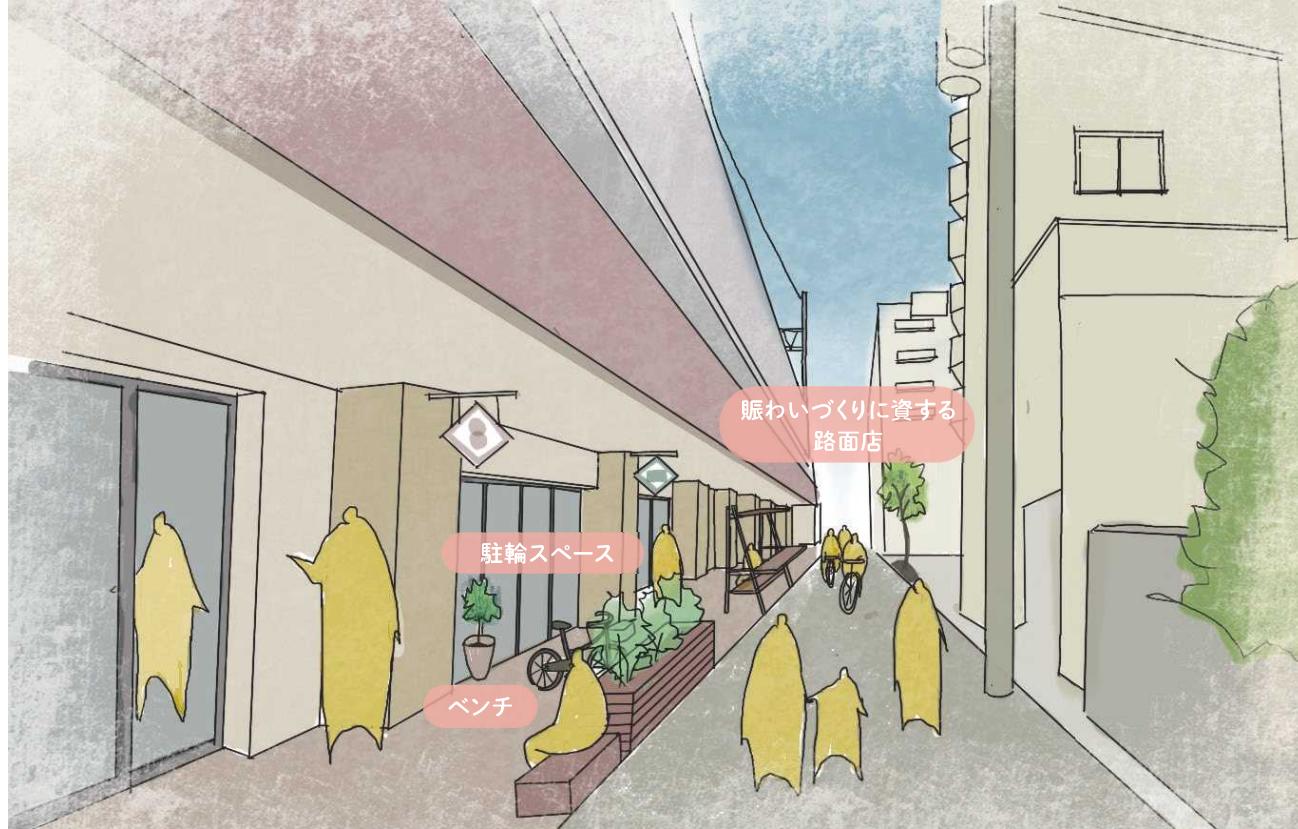
再整備の概要



## 岡山市ハレまち通り

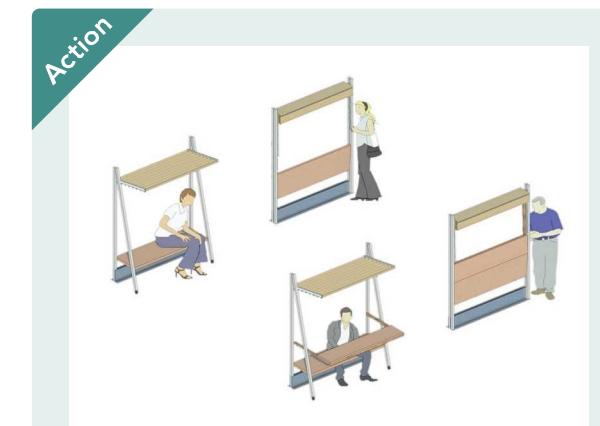
岡山市の賑わいの核である「岡山駅周辺エリア」と「旧城下町エリア」をつなぐハレまち通り(旧県庁通り)において、歩道の拡幅を行い、快適でゆとりある歩行空間を創出。周辺の店舗などが活用できるように、歩道上の民地側1mに占用区域を設けている。歩道占用のためには、地域の協議会に参加し、道路使用許可や占用許可は年に1回、占用物件や活用方法を示して許可を得ている。

# 西三荘エリアの道路活用



再整備の概要

- ▶ 西三荘～古川橋までの生活主要動線となっているエル西三荘沿いの道路を、歩行者も自転車も安心して通行・滞在できる地域商業中心の賑わい軸を形成する。
- ▶ エル西三荘と連携し、エル西三荘側の通行帯に、駐輪ラックと滞在用のベンチ、植栽プランター、屋台型ベンチなどを設けた滞在空間づくりを行うことで、自転車が立ち並ぶ景観を修景し、滞在しやすい道路空間を形成する。

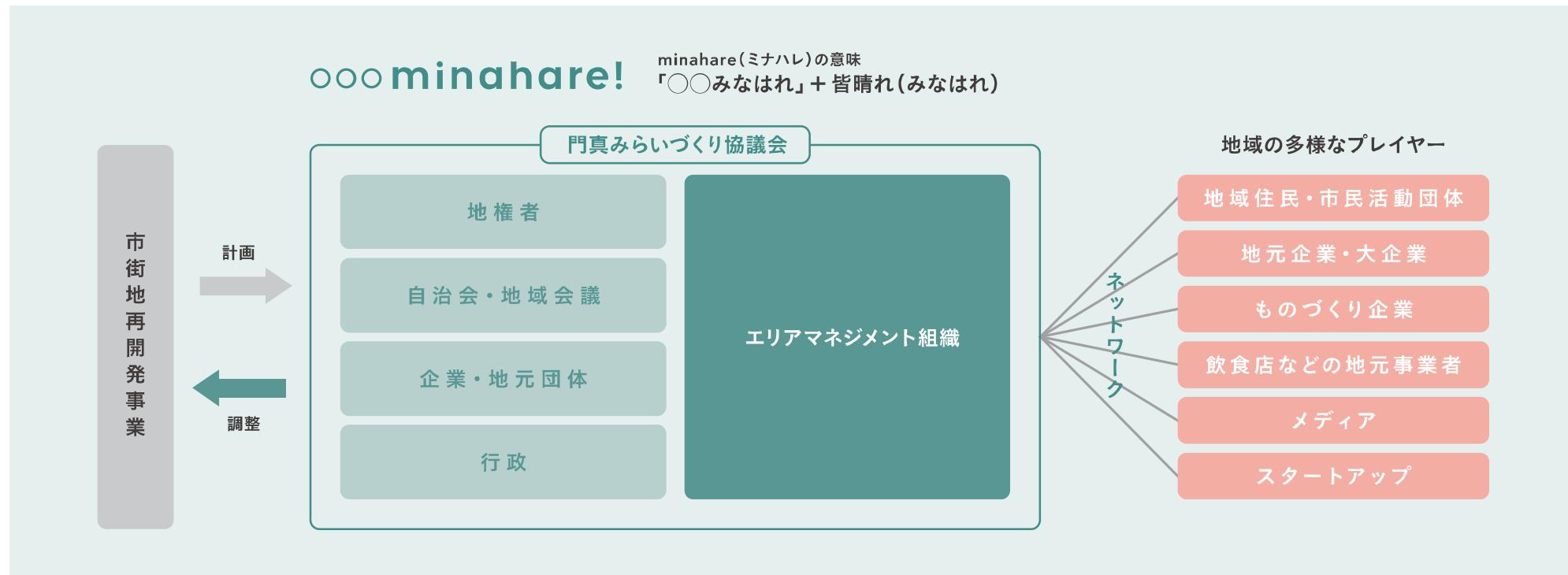


## カドマファニチャー

門真のものづくり企業3社が連携し、『道路』をもっと魅力的に使って、地域コミュニティや賑わいづくりに生かすためのパブリックファニチャーを制作している。自転車の多い門真ならではの駐輪ラックと一体化したベンチ、ベンチにもテーブルにも隠しになる露店営業などにも活用できる屋台ベンチなど、ものづくり技術を生かした製品をデザイン。門真の魅力的なまちの風景を、地元門真のものづくり技術が支える。

エリアリノベーション事業の推進には、令和2年度の社会実験段階から、企業や地元事業者、団体等が参画する実行委員会を中心に、地域の多様なプレイヤーとのネットワークを形成してきました。令和4年度からは「エリアリノベーション推進会議」に変更し、長期的なエリア価値向上のための事業推進を目的に、将来プレビジョンの検討やエリアマネジメントのしくみについて議論してきました。また、地権者や自治会、市民等も参加する「エリアプラットフォーム組成勉強会」を実施して、まちづくりの方向性を議論

してきました。令和5年度からは、再開発事業の事業協力者でもある企業も参画し、門真みらいづくり協議会(愛称:minahare(ミナハレ))を組成。エリアの未来ビジョンを策定しました。今後はエリマネ推進組織として、主体的にエリマネ事業に関わる意志のある企業・プレイヤー中心に「エリアマネジメント組織」を組成します。将来、再開発ビルを管理運営する組織等と連携し、市街地再開発事業との調整を行なながら、未来ビジョンの実現に向けて公民それぞれの事業を推進します。



#### 門真みらいづくり協議会

地域住民や行政なども加わり、まちづくり全体の方針や再整備方針の意見調整を行うための場。

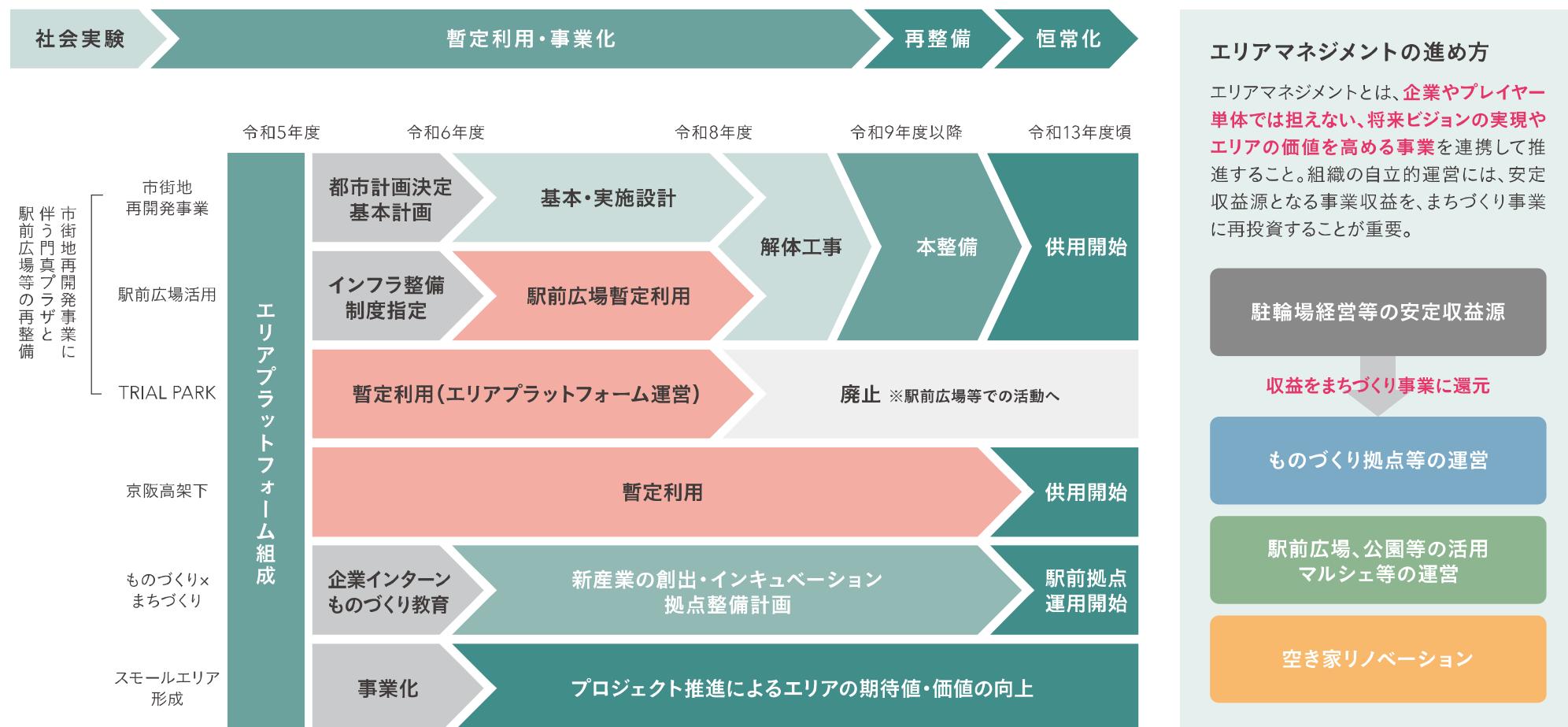
#### エリアマネジメント組織

長期的なエリア価値向上を推進していく主体。エリアに新たな価値を生み出す多様なプレイヤーとのネットワークを構築し、チャレンジしやすい環境づくりやエリアマネジメントの具体事業を検討し推進する。

▶ 市街地再開発事業の計画・設計期間に、  
暫定利用等による活用を行うことで、エリマネ事業の  
育成、事業構築を行い、将来的なエリマネ組織の  
自立的運営、地域プレイヤーが参画できる体制づくり\*  
を行います。

▶ 市街地再開発事業の完成までの間、  
各プロジェクトの事業化・実装、空き家活用事業  
などのスマートエリア形成の推進を行い、  
エリアへの期待値向上、新規プレイヤーの取り込み、  
ものづくり拠点事業化の検討を進めます。

▶ 小さく実践しながら計画にフィードバックする、  
アップデートし続けるまちづくりを  
持続的に実施します。



# ○○○minahare!

minahareのロゴには2つの意味が込められています。

ひとつは「○○○みなはれ」。

関西の古い方言で「やってみてごらん」「やってみたら」と言った意味を持ちます。

「やってみなはれ」、「買ってみなはれ」、「遊んでみなはれ」。

どこかあっけらかんとしていて、難しく考えるよりも、

前を向いて進めてみようというような感じがします。

もうひとつは皆晴れ(みなはれ)。みなが晴れた気持ちになる、

良い循環が広がっていく気持ちの良い言葉です。

このロゴデザインのアタマについた ○○○ は

門真に関わるみなさんのがぞれ思い描く言葉で埋める空白であり、

「快晴」を意味する天気記号を3つ並べて、

皆晴(かいせい)であるということの二つの意味を表現したマークです。

究極にシンプルに、でもどこか楽しさを感じていただけるようにデザインしています。

---

発行:門真みらいづくり協議会

事務局:門真市 まちづくり部 都市政策課

〒571-8585 大阪府門真市中町1番1号 電話番号:06-6902-6238