

守口市駅北側エリアリノベーション戦略

令和5年3月

守口市

目次	．．．	01
はじめに	．．．	03
第1章 エリアリノベーション戦略の前提条件	．．．	05
1 本事業の目的	．．．	07
2 エリアリノベーションとは	．．．	08
3 上位・関連計画における課題	．．．	10
4 エリアの魅力・課題及び計画条件の整理	．．．	15
第2章 エリアリノベーション戦略の基本方針	．．．	19
1 守口のポテンシャル	．．．	21
2 未来のターゲット	．．．	23
3 守口のSWOT分析及びエリアリノベーション戦略における 取組方向性	．．．	24
第3章 エリアリノベーション戦略の具体的取組	．．．	25
1 各事業の取組方針及びエリアゾーニング	．．．	27
2 豊秀松月線のデザイン方針	．．．	37
3 文禄堤のデザイン方針	．．．	50
4 旧徳永家住宅の活用方針	．．．	53
5 桜町団地周辺及び守口市駅西口エリアの基本方針	．．．	60
6 リノベーションまちづくり	．．．	63
7 事業実施に向けたロードマップ	．．．	64

はじめに -ウォーカブルな都市政策の背景-

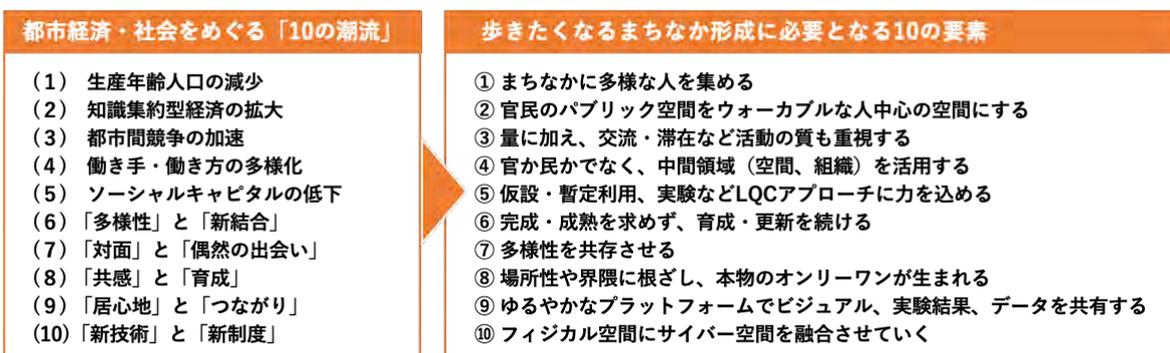
今、世界の多くの都市で、まちなかを、車中心から人中心の空間へと転換することで、人々が集い、憩い、多様な活動を繰り広げられる場へと改変する取組が進められています。国土交通省では、そうした都市事情を背景に、これらの取組が、ひと中心の豊かな生活空間を実現させるだけでなく、地域消費や投資の拡大、観光客の増加や健康寿命の延伸、孤独・孤立の防止といった、様々な地域課題の解決や新たな価値の創造につながると位置付けました。そのような「居心地が良く歩きたくなるまちなか」の形成を目指し、本市もウォーカブルなまちづくりを共に推進する「ウォーカブル推進都市」への参画を予定しています。

車中心の都市計画からいかに脱するか。世界のさまざまな都市で、ウォーカブルな風景が次々に実現しています。そしてそれらの都市が、居住者にとっての安全性や快適性がよくなり、結果的に生産性向上にもつながっています。

これは単に街路沿いの商店の売り上げ向上を意味するものではなく、都市全体としての生産性の向上にもつながります。サンフランシスコなどの欧米の都市で、クリエイティブ産業やベンチャー企業の集積によるイノベーションがいかに起きているかを分析すると、イノベーションを起こすような企業は、合理性よりも、まちの居心地のよさを重視するといいます。そのまちがどれだけ楽しく、面白い人々が集まっているか。美味しい店や、偶然の出会い、歩きやすさ、安全と、まちの「居心地の良さ」そのものが求められています。結果、そうした街中にはよい企業が集積し、イノベーションが起きやすくなり、都市の生産性向上へと直結していきます。

ウォーカブルな都市政策は、決して人々をただ歩かせたり、まちに賑わいを作ることが目的ではありません。価値観の多様性や居心地のよさや、安全性、環境への優しさなどを強化し、選ばれる都市にしていくことが政策の本質といえます。

「都市の多様性とイノベーションの創出に関する懇談会」要点



居心地が良く歩きたくなるまちなかの形成

新たな価値創造

地域課題の解決

出典：国土交通省「都市の多様性とイノベーションの創出に関する懇談会とりまとめ」

第1章

エリアリノベーション戦略の前提条件

1 本事業の目的

本事業における「守口市駅北側エリア」とは、北は国道1号線、南は京阪電車守口市駅（以下、「守口市駅」という。）、東は竜田通1丁目付近の府道守口門真線、西は守口市駅西口付近の守口74号線までの範囲を対象とします（図1-1）。

令和3年3月に策定した「第6次守口市総合基本計画」をはじめとして、市政運営に係る基本方針等を定める各種の主要計画においても、守口の魅力と出会う機会を増やすことや、守口市駅周辺など市内外の多くの人を惹きつける地域のランドマークとなる都市の顔づくり、それらの魅力の発信による都市イメージの向上に向け、中心市街地のエリアマネジメントの推進に取り組むこととしています。

本事業は、守口市駅北側を対象としたエリア価値の向上に向け、公民が連携して、共にまちづくりに取り組むためのアクションプランとして、「守口市駅北側エリアリノベーション戦略」（以下、「戦略」という。）を策定することを目的とします。

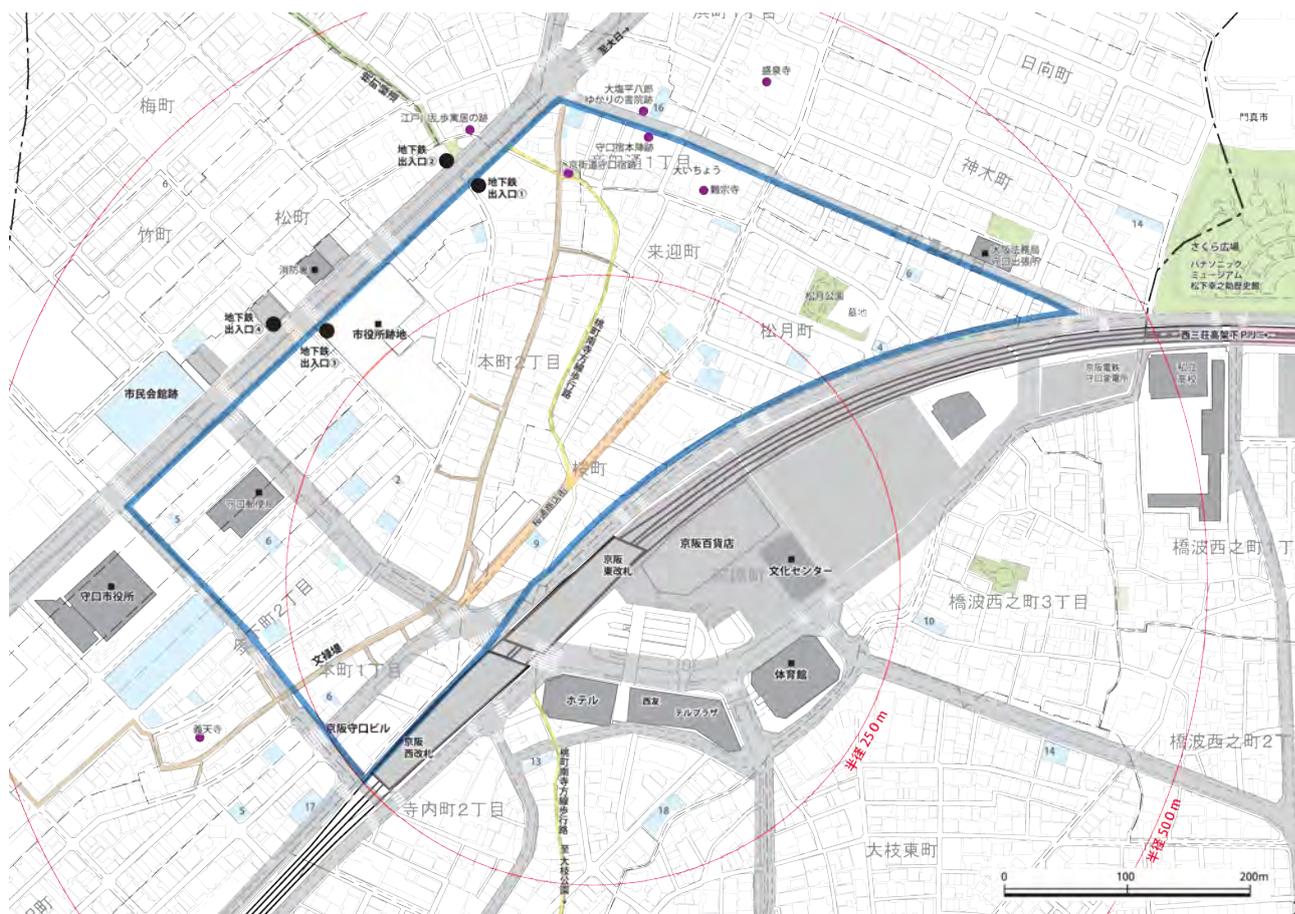


図1-1 本事業の範囲

2 エリアリノベーションとは

エリアリノベーションとは、社会構造の変化するスピードが早い現代の新しいまちづくりとして、低利用の公共空間や空き家・空き地等を活用し、チャレンジできる場づくりやリノベーションにより、まちの魅力を積み上げ、エリアの価値やイメージを向上させるエリア形成手法です。再開発や区画整理など、長期的に計画を立て大きくまちを変えるのではなく、既存のまちの魅力やポテンシャルを生かし、共感・賛同する人々や事業者を集め、ともに「小さく試す」ことによって、少しずつ変化を起こし、エリアのイメージや価値を転換します。

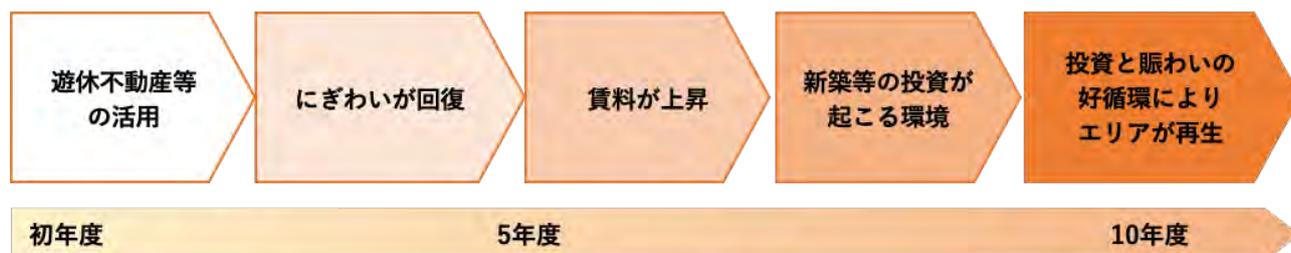
そのため、本事業では「仮説→検証→フィードバック」という演繹的なプロセスで取り組むこととしています。市の政策方針や現在のまちの動向を分析したエリアコンセプトの仮説を設定し、検証・実践をサイクル化して、より具体的なまちの課題やエリアマネジメントの担い手となる主体を発掘します。小さく試すことで、仮想的にコンセプトを可視化し、市民や事業者への理解を促すことができます。また、そこで得られた知見や結果をエリアビジョンにフィードバックして、さらに検証と実践を積み上げていきます。このようなプロセスを経ることで、社会変化への対応や、多様な事業者や市民の参画が可能となります。



エリアリノベーションでは、エリア価値を高める魅力や投資を呼び込むことが重要です。現状、本市で主に投資が起こっている分譲マンションやナショナルブランドでは他都市との差別化ができず、守口に住み続けたいという意識の醸成につながりにくいことが課題です。エリア価値を高める魅力や投資＝「守口の個性」を生み出すためには、地域の経済循環という視点で、地元事業者や個店の形成等の需要をつくり出す必要があります。

それを実現するためのステップとして、遊休不動産等（空き家・店舗、空き地、公共空間等）を活用し、賑わいやエリア資源を可視化することで、エリアへの期待値を上昇させ、関連する投資需

要を生み出します。賃料が上昇すれば、現在需要以外の投資が起こる環境をつくることも可能です。あまり使われていない公共空間や空き家・店舗、空き地などを活用し、まずやってみる。軌道修正やテストマーケティングを繰り返すことで、エリアへのイメージ転換や隠れた魅力を発信し、エリアへの期待値や価値を高めることができます。それにより、地価や賃料上昇によりエリア価値を高める投資を呼び込むことができ、中長期的に投資と賑わいの好循環が生まれ、エリア価値の向上に至ることができると思います。



3 上位・関連計画等における課題

本項では、本市の政策等に掲げられる課題を各分野にて整理します。第6次守口市総合基本計画（令和3年3月）、守口市立地適正化計画（平成30年3月）、守口都市核周辺における将来都市ビジョン（平成29年3月）、子育て世代へのアンケート調査などから課題を抽出します。

(1) 子育て世帯等の定住促進

第6次守口市総合基本計画の主要課題として、子育て世代等の定住促進は重要な課題のひとつです。各世代の人口を年度ごとに比較したコーホートを示します。

0～4歳、20～29歳の人口は増加していますが、5～19歳、30～39歳の人口が減少しています（図1-2）。本事業対象エリアとエリア外とで比較すると、エリアに関わらず、0～4歳と25～29歳の人口が増加していますが、対象エリアでは5～9歳、30代以上の人口も増加しています。一方、対象エリア外では5～19歳、35歳以上の人口減少が顕著です（図1-3）。

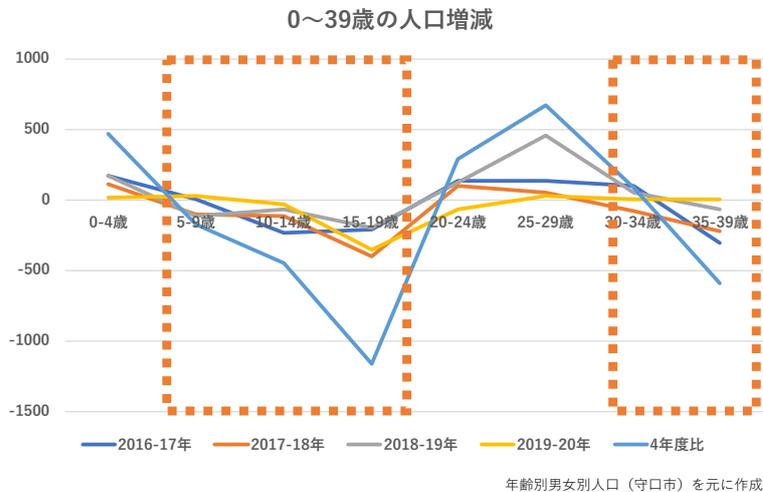


図1-2 0～39歳の人口増減（全市域）

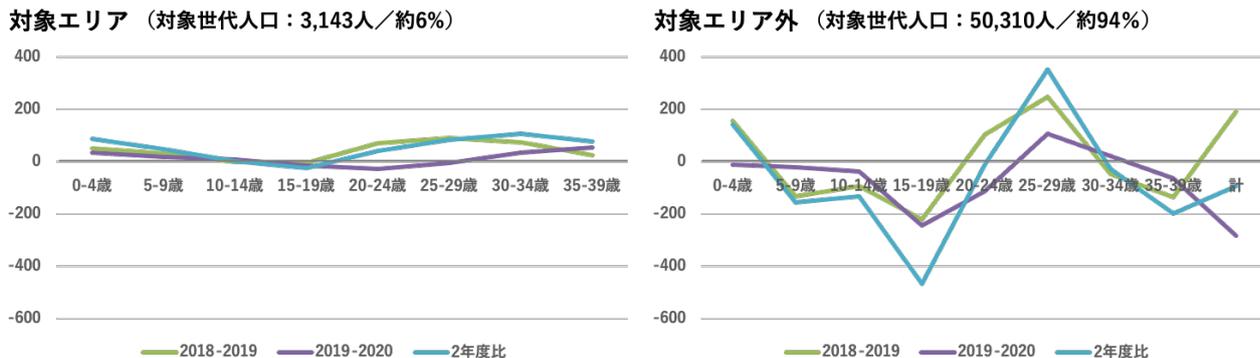


図1-3 対象エリア内とエリア外の比較

幼児教育・保育料無償化等の施策効果もあり、若年子育て世代の人口は増加しているものの、子どもの成長に伴って住まいを移す場合に、市外に転出する状況がみられます。令和元年（2019）年に実施した転出者に対するアンケート調査では、守口市外に転出した人のうち、「守口市内も検討したが最終的には市外となった」が26.7%、「守口市内に住むこともできたが、守口市内では探さなかった」が8.9%となっています。

本事業にて実施した0～5歳の保護者を対象としたアンケート調査では、子育てについて困っていることや足りないことについて、「子どもと一緒にいける場所が少ない」「安全に遊ばせられる場が少ない」がいずれも5割以上を占めています（図1-4）。その他回答についても、身近に公園がないことや公園の綺麗さについての不満が多く、公園に行く機会が多い一方で、公園の不足や身近にないことなどが課題として挙げられます。

また、就業状況を見ると共働き世代が多いため、「自分の時間が少ない」「病気や残業のときに子どもの世話をお願いできる場所、人が少ない」が4割以上を占めるなど、子育て支援や子育てしやすく自分らしく暮らせる環境づくりへの課題も挙げられます。

Q11. 子育てに関して、困っている事、足りないと感じることはありますか？ 当てはまるものをすべて選択してください。※複数選択可

項目	回答数	%
子どもと一緒にいける場所が少ない	186	53.4%
子どもを安全に遊ばせられる場が少ない	205	58.9%
子育ての悩みが相談できる場や相手が少ない	36	10.3%
ママ友やサークルなど、子育てコミュニティがない	43	12.4%
自分の時間が少ない	166	47.7%
配偶者が子育てにあまり協力してくれない	23	6.6%
病気や残業のときに子どもの世話をお願いできる場所、人が少ない	143	41.1%
特になし	3	0.9%
その他	17	4.9%
小計	348	236.2%

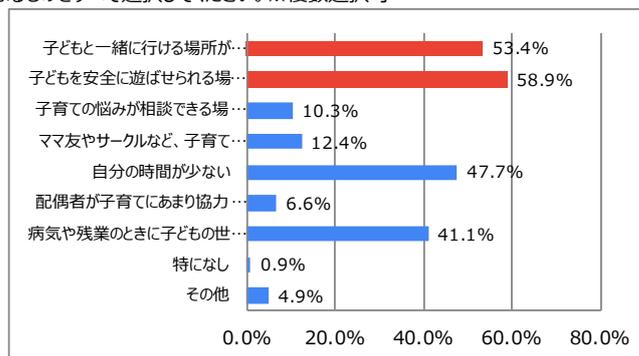


図1-4 子育て世代へのアンケート結果（令和3年度実施）

子育て世代の定住促進のためには、本市に愛着を持ち、生まれ育ったことを誇りに思えるようなまちづくりを進めることが必要と考えます。子どもが「守口で育ちたい」、保護者が「守口で子育てを続けたい」と思う教育の場、悩みや頼みごとを気軽に相談できるコミュニティ形成、子育てと仕事が両立できる環境づくりなどが求められていると考えられます。

(2) 将来人口密度の低下、高齢化率の進行

守口市立地適正化計画によると、将来的な人口密度の低下や高齢化率の進行抑制が課題といえます。人口密度の増減と高齢化率の将来予測によれば、対象エリア周辺は 2035 年の高齢化の進行や人口密度の低下が著しい地域となっています（図 1-5、1-6）。これは、現在人口が増加している国道 1 号線沿い等の分譲マンション供給による影響と推測され、将来的なエリア価値の低下が懸念されます。

新たな投資を呼び込むための需要創出、環境づくりが必要です。

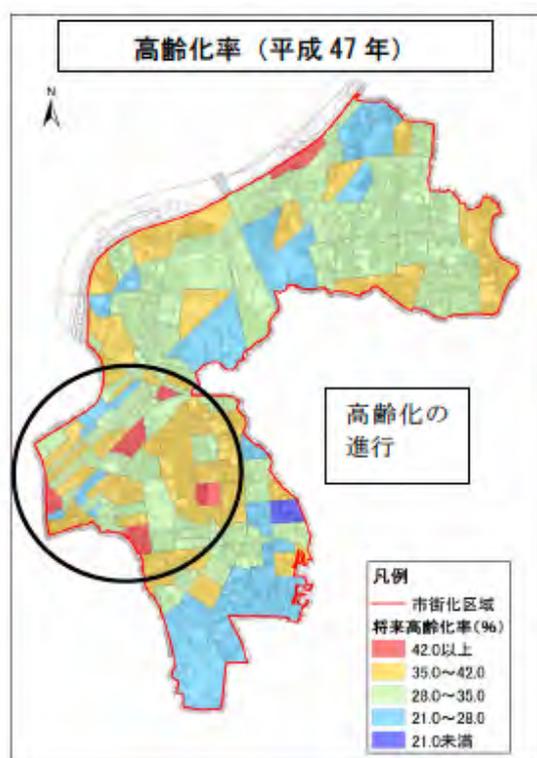


図 1-5 2035 年の高齢化率

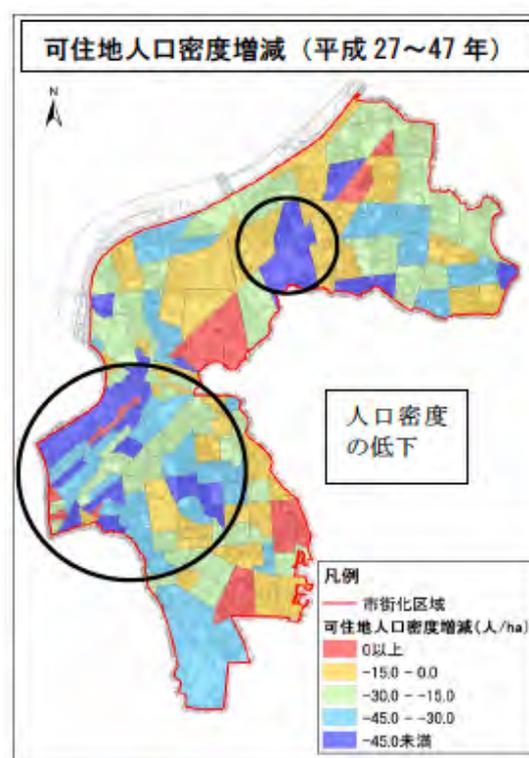


図 1-6 可住地人口密度増減 (2015~2035 年)

出典：立地適正化計画（平成 30 年度）

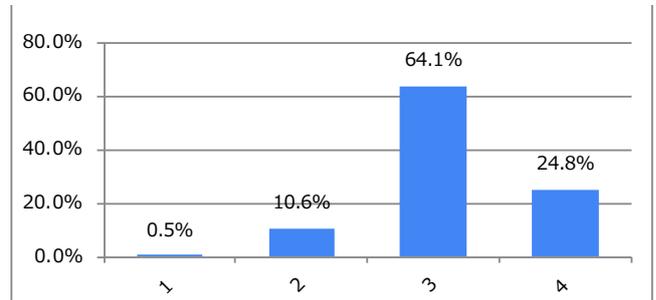
(3) まちのイメージの転換

第 6 次守口市総合基本計画において、市民の守口への愛着・都市イメージの向上は主要課題の一つとなっています。守口市での暮らしに満足している方は約 7 割、守口市に愛着を感じている方は約 6 割と高くなっていますが、一方で守口市民であることを誇りに感じている方は約 3 割にとどまっています。年齢階層別にみれば、20 歳代及び 30 歳代の「誇りに感じる」割合が相対的に低く、この階層をターゲットにした戦略的なまちづくりの必要性があります。

本事業で実施した子育て世代へのアンケートによると、まちへの愛着や期待については、好きではあるが、強い愛着や期待がある人は少ない傾向がみられます（図 1-7）。本市の政策課題として掲げられる愛着やまちへの誇りの醸成への取組が必要です。

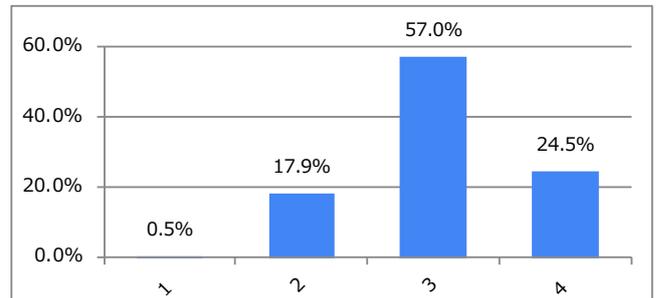
Q12. 守口は好きですか？

項目	回答数	%
1 (好きではない)	2	0.5%
2	40	10.6%
3	243	64.1%
4 (好き)	94	24.8%
小計	379	100.0%



Q13. 守口を人におすすめできますか？

項目	回答数	%
1 (おすすめできない)	2	0.5%
2	68	17.9%
3	216	57.0%
4 (おすすめできる)	93	24.5%
小計	379	100.0%



Q14. 守口のまちに期待が持てますか？

項目	回答数	%
1 (期待がもてない)	6	1.6%
2	83	21.9%
3	212	55.9%
4 (期待がもてる)	78	20.6%
小計	379	100.0%

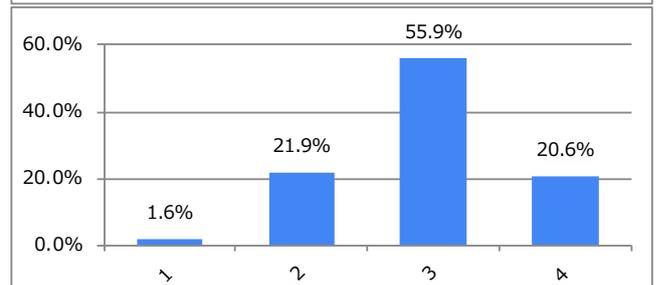


図 1-7 子育て世代へのアンケート結果（令和 3 年度実施）

あらゆる世代にとって、守口の様々な人や店、活動と出会い、仲間や友人、なじみの店、自分らしく活躍できる居場所を得ることが、守口への愛着や、守口市民としての誇りにつながると考えられます。そのためには、守口の魅力と出会う機会を増やすことや、京阪守口市駅周辺など、市内外の多くの人を惹きつける地域のランドマークとなる都市の顔づくりも重要です。また、それらの魅力を発信して、都市イメージの向上につなげていくことも課題解決への取組のひとつです。

(4) 地域コミュニティの希薄化

地域活動を担う人材不足、町会や自治会の加入率の低下等が問題となっている一方で、南海トラフ巨大地震やゲリラ豪雨、新型コロナウイルスの流行など、予期せぬ新たな災害リスクが高まっています。自助・共助、市民の災害に対する意識を高めるためには、日頃からの地域とのつながりや関心づくりが必要と考えられます。

(5) リノベーションまちづくり

第6次守口市総合基本計画において、まちづくりの方向性が行政、企業、市民等と共有され、民間企業を中心とするエリアマネジメント※組織と連携したまちづくりに資する取組（ブランディング、魅力あるコンテンツの誘導、既存施設・空き家等のリノベーション、イベント等）が具体的に進むことで、まちのにぎわいが増えるといった守口の新しい都市イメージの創出を目指しています。

今ある守口市の資源を生かし、地域に新たな機能や人材を呼び込むリノベーションまちづくり、市民や地元事業者、企業を中心とするエリアマネジメント組織の組成、行政・市民・企業・学校など多様な主体の共創による課題解決、SDGsに基づく新たな事業創出など、持続可能なまちづくりが求められています。

※ エリアマネジメント

一定の地域（エリア）における良好な環境や地域の価値を維持・向上させるための、住民・事業者・地権者等による合意形成や財産管理、事業・イベント等の実施、公民連携などといった主体的な取組

4 エリアの課題・魅力及び計画条件の整理

本項では、対象エリアの課題及び魅力を抽出し、戦略策定における計画条件を整理します。

(1) 路線価

まちなかの家賃傾向を把握する指標として、令和2年度の国税庁路線価から路線ごとに建物を色分けしたものを示します(図1-8)。最も高い赤色が270千円/㎡、最も低い紺色が90千円/㎡と、対象エリア内でもかなりの格差が生じていることがわかります。

表通りと裏通りで価格差が生じているエリアを家賃断層(図中青点線)といい、空き家が集中している傾向があります。家賃断層エリアは、新しく個性的な店舗が出店しやすい傾向にあり、モールエリアを形成するまちの魅力が創出しやすい可能性を秘めたエリア(ポテンシャルエリア)といえます。対象エリア内では文禄堤と竜田通りが交わる周辺エリア、松月町や来迎町などが比較的
路線価が安くなっています。エリア外では、守口市駅南側エリアの京阪百貨店やテルプラザ裏など、再開発エリアの外側が家賃断層となっています。

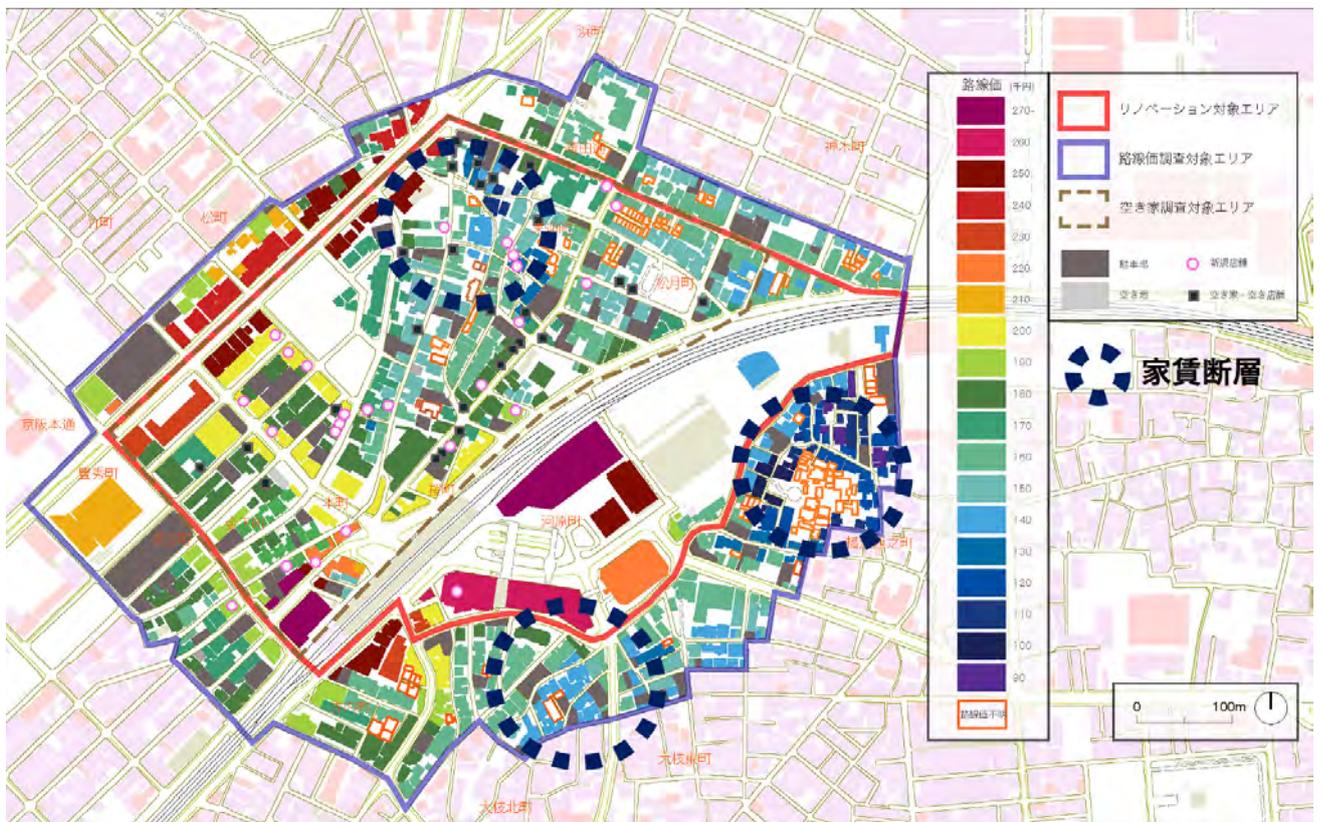


図1-8 路線価図(令和2年度時点)

また、過去 7 年間の路線価を比較すると、文禄堤の一部及び守口市西口周辺エリアの路線価が 1.8～3%程度下落しています（図 1-9）。家賃断層エリアは 8%以上も下落しており、重点的な対策の必要があります。

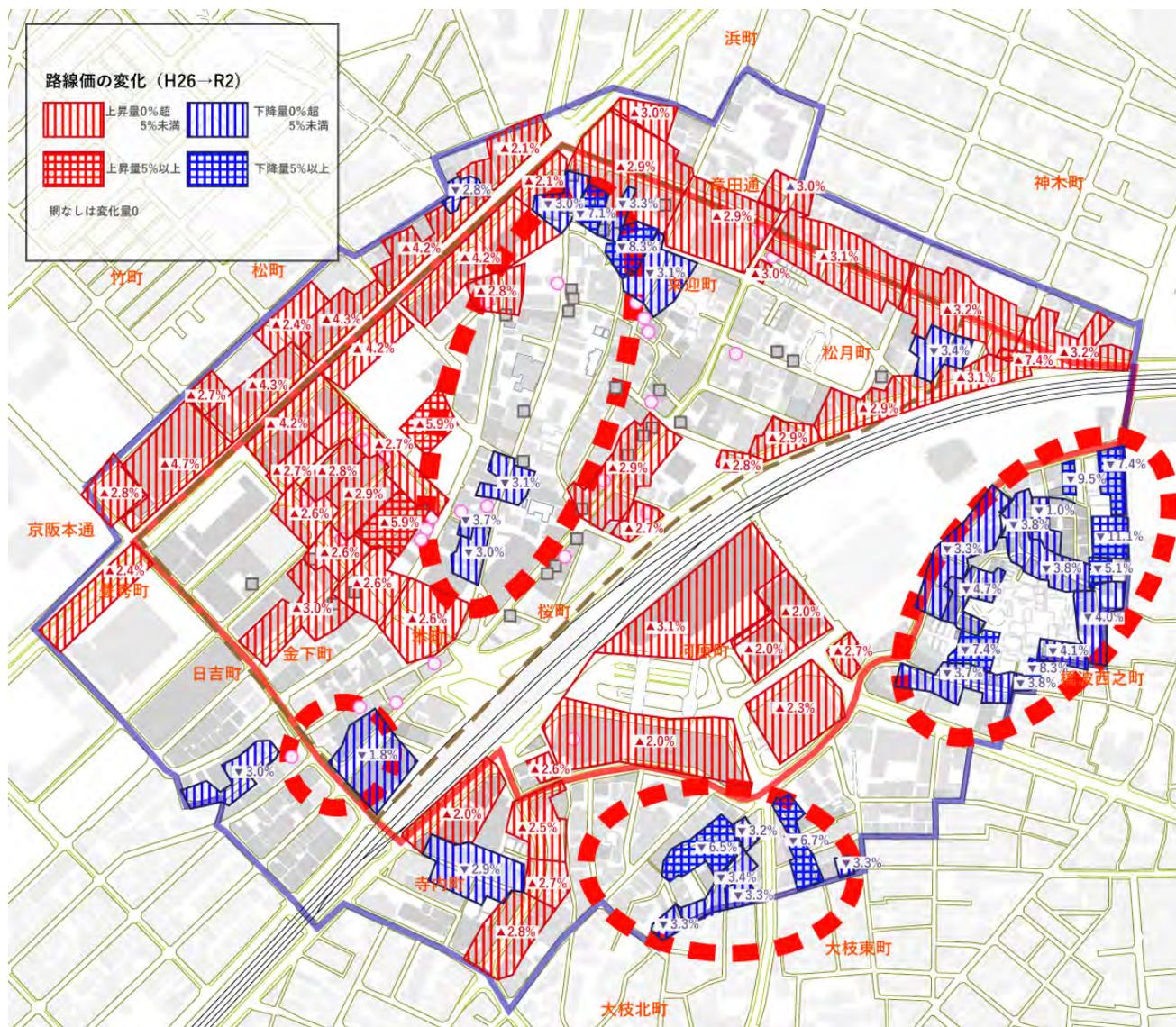


図 1-9 平成 26 年から令和 2 年度の路線価比較

(2) 空き家・空き店舗の状況

平成28年度の空き家等実態調査では、対象エリア内の空き家、空き店舗は20軒ありました。令和3年4月に目視調査を行った際は約25軒であり、空き家、空き店舗数はほぼ変わりません。立地傾向として、松月町、来迎町周辺に多く、近年は文禄堤と府道守口門真線が交わる家賃断層エリアや桜町団地の東側で空き店舗が増加傾向にあります。特に、桜町団地周辺の賑わい創出に向けては、商店街等からも核となる新たな機能が求められています。

(3) 個店の立地

個店の立地については、豊秀松月線と旧市役所跡地との間、守口市駅西口付近を中心に、地元常連客の多い居酒屋や定食店等が多いですが、若年層が集まるカフェ、飲食店が近年増えてきています。特に、文禄堤や松月町・来迎町など、人通りが比較的少ない住宅地エリアに、隠れ家的な古民家カフェや創作和食など、魅力的な飲食店が立地しています。また、物販・サービス系業態では美容室、ヨガスタジオやパーソナルトレーニング、パン屋、花屋など、暮らしの魅力を高める、多種多様な業種が立地しています。(図1-10)

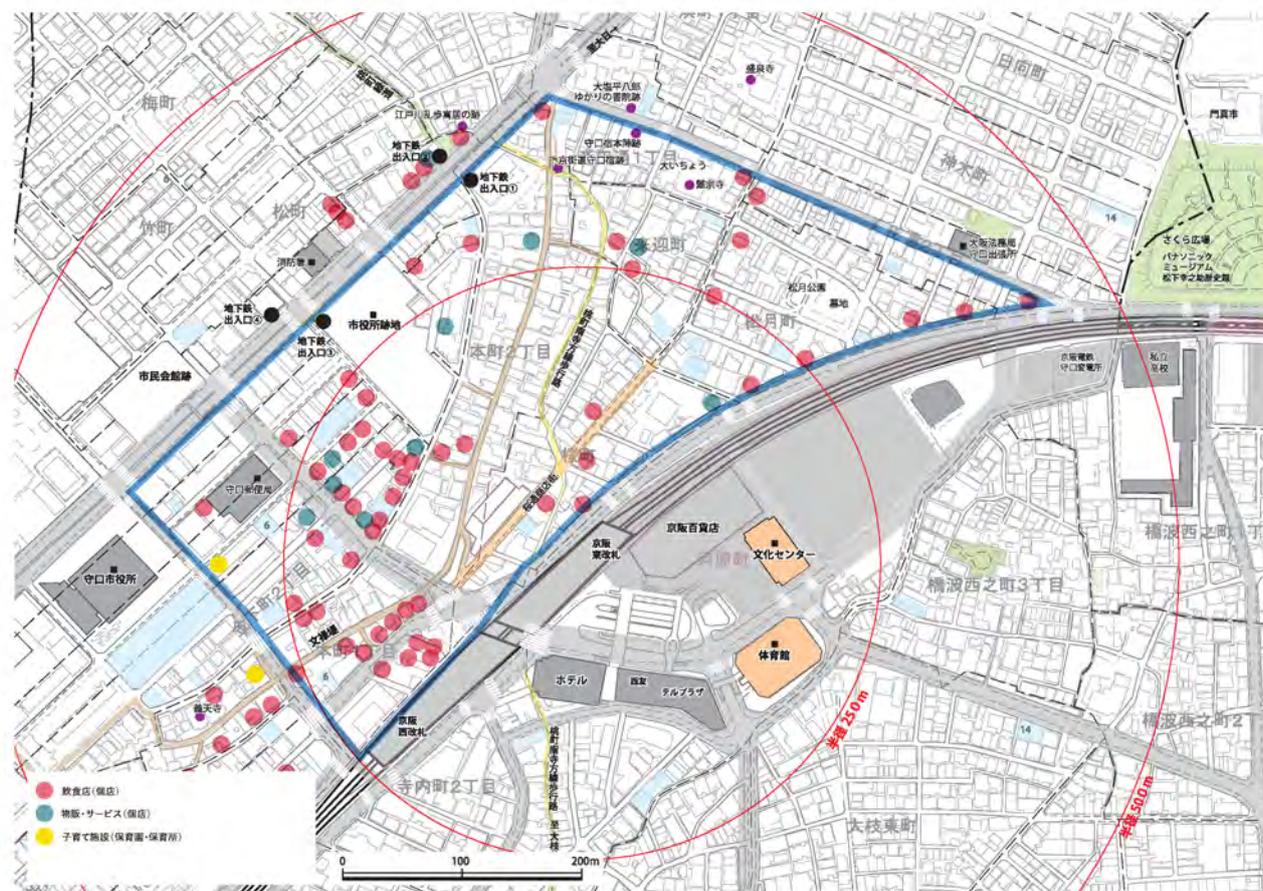


図1-10 個店の立地

店主の顔や個性がみえる個店はこのまちにしかない魅力であり、守口都市核周辺における将来都市ビジョンにおいても、「守口の個性」を形成し、界索性や魅力、まちの回遊性を高めるものとして、文禄堤周辺に個性ある店舗や施設の誘導を掲げています。

店舗ごとにコミュニティの傾向（子育て世代、常連客、高齢者等）が異なり、多様な世代・コミュニティが交わるまちが形成されています。

一方で、こうした個店やカフェに子ども連れで行きづらいなどというアンケート結果もあり、こうした世代が気軽に行きやすい店舗の形成も、子育てコミュニティ形成には重要となると考えられます。

(4) 取組課題の整理

前項までのまちの課題や、取組方針を下記にまとめます。

流入が増加している子育て世代が長く住み続けたいくなるまちをつくることで、多様な世代・コミュニティが交わるまちが形成される取組が必要です。居心地のよいサードプレイスとしての公園や個店などが重層化することで、子育て世代等が守口に住み続けたいくなる魅力や地域への愛着、コミュニティの形成、若年世代の転出抑止、ひいてはエリア価値向上につながると考えられます。

また、新たな投資を呼び込む需要を生み出すためには、チャレンジできる機会の創出や、空き家・空き店舗の活用促進による魅力形成も重要です。

それらを行政・民間事業者ともに同じ方針で推進するエリアプラットフォームの組成が必要です。

本市の課題	取組方針	具体的な取組
子育て世帯等の定住促進	コミュニティ形成、子育てと仕事が両立できる環境づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・身近な公園（広場機能）の整備 ・子育てしやすく自分らしく暮らせる環境づくり ・子どもが学ぶための環境サポート
将来人口密度の低下、高齢化率の進行	新たな投資を呼び込むための需要創出、環境づくり	
まちのイメージの転換	守口の魅力と出会う機会を増やす 地域のランドマークとなる 都市の顔づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・人々の交流や多世代が交わる場 ・チャレンジできる機会創出 ・空き家、空き店舗の活用、個店による魅力形成 ・多様な世代・コミュニティの形成 ・まちへの誇りの醸成
地域コミュニティの希薄化	日頃からの地域とのつながりや 関心づくり	
リノベーションまちづくり	市民や地元事業者、企業を中心とする エリアマネジメント	<ul style="list-style-type: none"> ・地元事業者、企業、行政など、公民連携エリアプラットフォームの組成

第2章

エリアリノベーション戦略の基本方針

1 守口のポテンシャル

戦略のコンセプトを策定するにあたり、地元事業者・企業などの民間事業者、守口市職員による検討会やワークショップを実施し、将来の守口のまちづくりについて議論を重ねました。

この戦略は、「守口を出たい人を何とかして留めるまちづくり」ではなく、守口が好きで、「今いてくれている人を大切にするまちづくり」という方向性を軸に、将来のまちづくりにとって重要な「未来のお客さん（ターゲット）」を探すため、守口のいいところをグループ化して整理することで、「守口らしさ」、「守口という地域を表現するキーワード」を導き出しています。

守口のポテンシャルについて、個店やそのお店の好きなメニューなど、守口には市民が親しみを抱いている「地元の名店」が「意外と」多くあるという点が魅力のひとつといえます。社会実験等のアンケートでも、おすすめの場所として、個店の名前やメニューを挙げる方が非常に多く、守口にしかない個性を形成する要素として、「意外とある地元の名店」は重要なポテンシャルといえます。

また、文禄堤、旧徳永家住宅、守居神社、守居橋の灯籠など、現存する歴史的な建築物を魅力に挙げる人もおり、守口にはそれらの歴史的建造物が醸し出す、独特な雰囲気の魅力があるといえます。

そんな歴史的な雰囲気がありながらも、京阪電車や大阪メトロなど多くの路線が通っており、交通利便性の良さ、京阪百貨店やイオンなどの大きな商業施設もある一方で、下町らしさのある商店街もあり、多様な買い物の選択肢をもつことができることも魅力といえます。

また、幼児教育・保育無償化、新しくなった守口市立図書館など、行政による教育関連施策に積極的な投資を行っているところもポテンシャルのひとつといえます（図 2-1）。



図 2-1 守口市の魅力・ポテンシャル

新たな魅力を創り出すのではなく、今ある潜在的な魅力を磨き上げることで、守口が好きで住み続けたい人を離すことなく、他の地域にない要素を含んだ魅力的な都市になっていくと考えます（図 2-2）。

その魅力を他の地域と比較・分析したポジショニングマップ※を示します（図 2-2）。ポジショニングマップとは、守口は他の地域と比較してどう異なるかを可視化するものです。他の地域との異なる特徴が、守口を好きになるファンを惹きつける魅力といえます。

まちでの暮らし方に関わる縦軸では、本市は、特定の志向や、他地域から多くの人を呼び込むランドマークといった特化した要素よりは、京阪百貨店や商店街など地域に根差した多様な買い物の選択肢、高い交通利便性など、「暮らしの必要条件」としての平均的な要素が多い方であると考えられます。

まちの雰囲気を表す横軸では、都会的とも下町的ともとれる魅力を持っており、大阪市内の繁華街や京都のような歴史情緒あるまちとも異なるバランスの良さがあるとも言えます。

一方で、本市が他の地域とは異なる特徴的なポジションに位置するためには、守口にある暮らしの必要条件を高めるような魅力、地元の名店が充実し、歴史文化を継承していく魅力を高めていくことが肝要です。

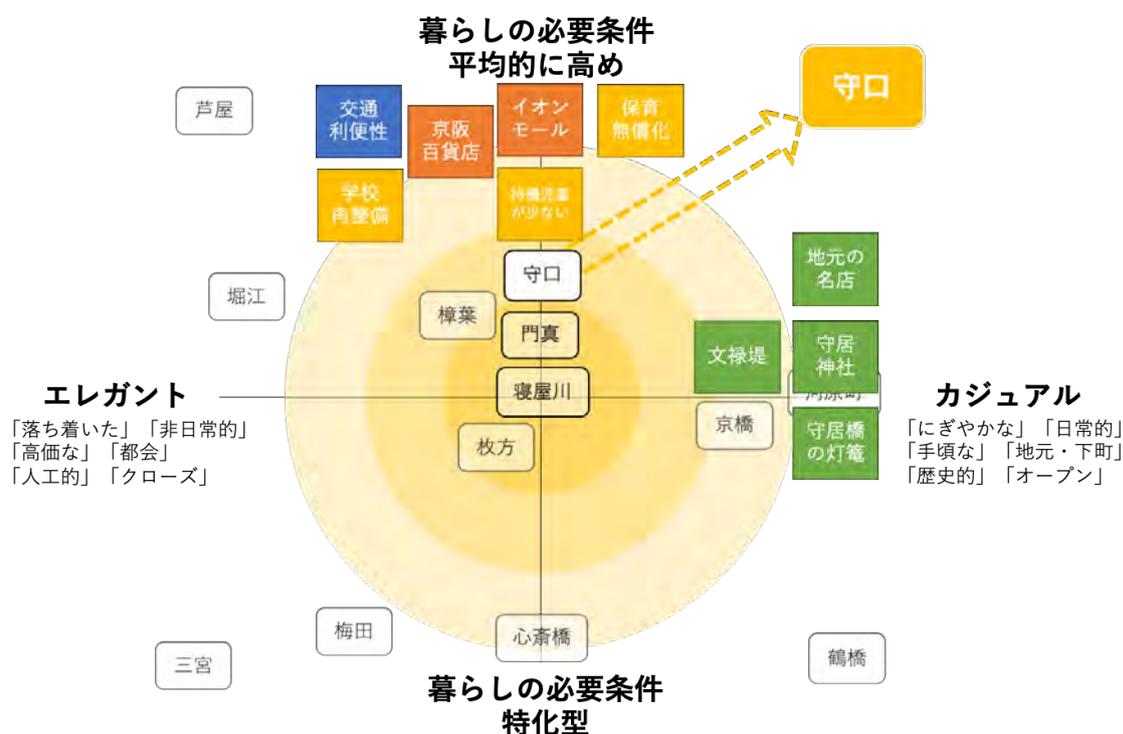


図 2-2 守口市の目指す将来の方向性

※本マップは、マーケティング的手法の一環として、本市が目指すべき方向性を可視化するために、検討過程の主観等に基づき作成したものです。

2 守口の未来のターゲット

守口のポテンシャルや目指す方向性を考慮して、守口の潜在的な魅力を伝えていくべき「守口の未来のターゲット」について、「好奇心旺盛。歴史や自然、食を愛する探検好き」と設定しました。

研究熱心で凝り性な性格で、個店を食べ歩いたり、SNS等で発信したり、生活そのものを楽しんでいる好奇心旺盛で活発な人と仮定しています。

社会実験でも、個性豊かな出店者が集まり、SNSでも数多くの市民がその様子を発信・拡散されています。

この未来のお客さんを設定した上で、今の政策や事業はターゲット層が求める取組になっているかをしっかり見据えて展開することで、ファンが新たなファンを増やしていくことにつながります。

好奇心旺盛。

歴史や自然、食を愛する探検好き

- ・ 必要以上求めないけど、**なにかと欲張り**
- ・ **都市的な暮らしと緑や自然、どちらも欲しい**
- ・ **大都市の密集感**は嫌（家の広さや街の雰囲気）
- ・ 大都市でも**たまに遊びたい**
- ・ 御用達のお店や住んでる場所の**歴史を伝えたい**
- ・ チェーン店も使うけど、**こだわりの地元店もある**

3 守口のSWOT分析及びエリアリノベーション戦略における取組方向性

守口のポテンシャルを、SWOT分析の「S (Strength) 顕著な魅力、なくなると困る魅力」と「W (Weakness) 潜在的な魅力、あまり知られてない魅力」に分け、「O (Opportunity) 伸びしろ、チャンスといった社会の動き」と「T (Threat) :競合、脅威、競合相手」と掛け合わせたまちづくりの取組方向性を以下に示します (図 2-3)。

今ある特徴を守り、積み重ねていく必要がある分野として「守る分野」、潜在的な魅力を伝える分野として「育てる分野」、ライバルとなる他地域も多く、すぐに取り組む必要はないが、地域を大きく変えていく可能性のある「攻める分野」として、取組における優先順位を決めています。また、限られた時間や資金等の資源を、潜在的な魅力でもなくライバルも多い、WとTが交わる分野は取り組まないこととします。

具体的な取組イメージとして、守る分野では文禄堤の独特な雰囲気とウォーカブルなエリアの魅力を掛け合わせ「歩いて楽しむプログラム (守口さんぽなど)」、育てる分野では、意外とある地元の名店や攻めの教育関連投資など、潜在的な魅力を地元の方々にもっと知ってもらえるような「ロコミ創造プログラム (SNS・広報媒体等での発信など)」、攻める分野では、他の地域とは違う守口にしかない立地や地形を活かした「立地・地形を活かすプログラム (文禄堤・駅前等の立地を生かす整備など)」としています。

また、その取組の優先順位についても、すでに今ある魅力を守り育みながら、地域としての知名度やエリア価値の向上に努めた上で、攻める分野に取り組んでいくという手順で行うことにより、着実に、守口らしいまちづくりが実現できると考えられます。



守る分野・育てる分野 → 攻める分野 の順に進める

図 2-3 守口のSWOT分析及び取組方針

第3章

エリアリノベーション戦略の具体的取組

1 各事業の取組方針及びエリアゾーニング

第2章のエリアリノベーションの基本方針を、それぞれの事業やその周辺エリアと紐付け、エリアの特色、イメージを可視化します。

ここに掲げる5つの事業・エリア（市役所跡地活用事業、旧徳永家住宅、駅前デザイン（桜町団地周辺、守口市駅西口エリア）、守口市駅南側エリア）を核に、東西・南北のストリート（豊秀松月線・寺内来迎線・守口68号線など）によってつなぐことで、多様な活動やチャレンジの場を創出します。事業によるまちへの波及効果や回遊性の向上により、魅力ある個店の創出を促すことで、守口にしかない価値（守口の個性）を生み出す守口市駅北側エリアの形成を目指します。また、それぞれのエリアの特色を強化することで、エリアの回遊性や相乗効果を生み、まちの重層性を育みます。（図3-1）

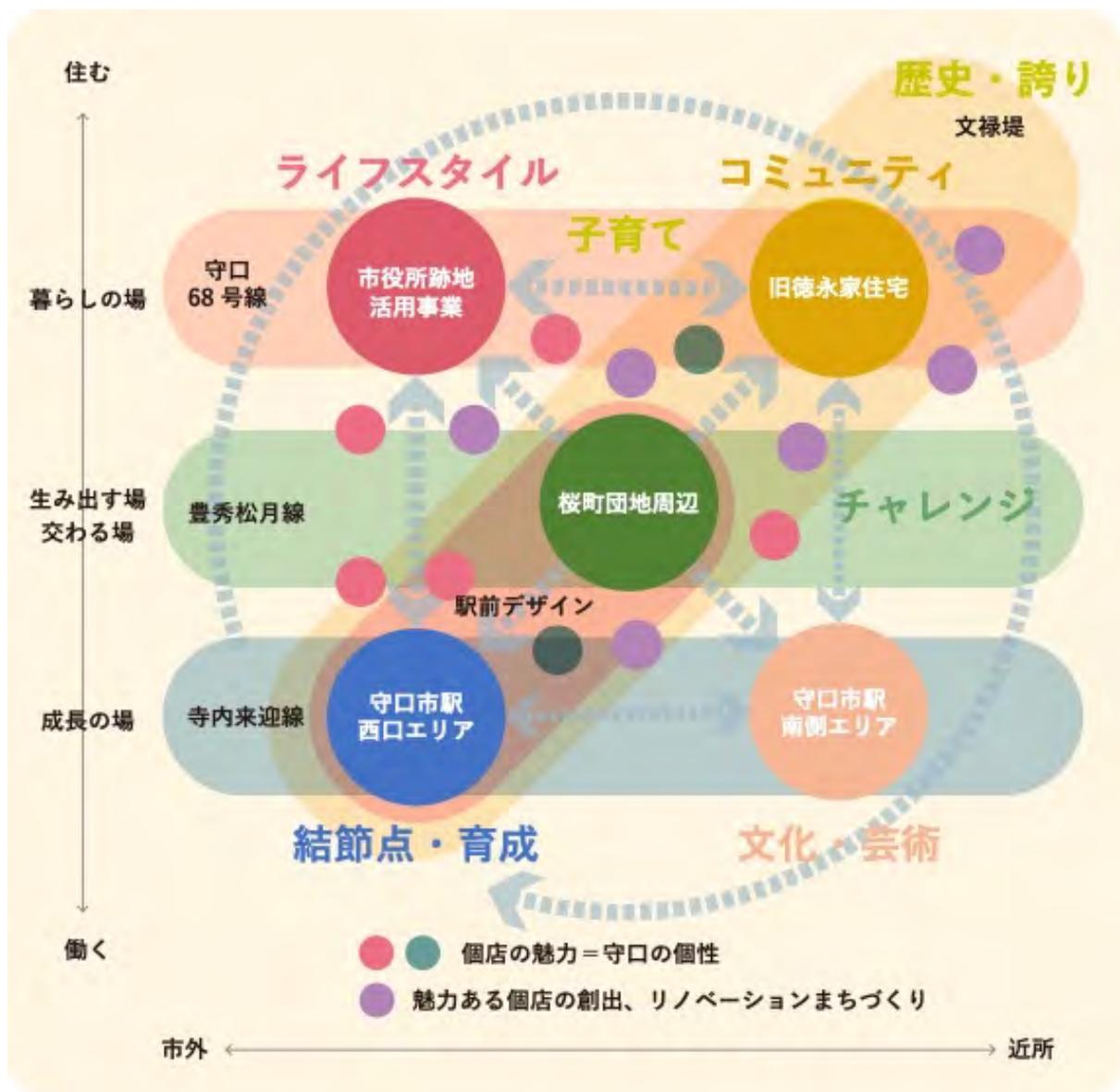


図3-1 各事業の関係性・ダイアグラム

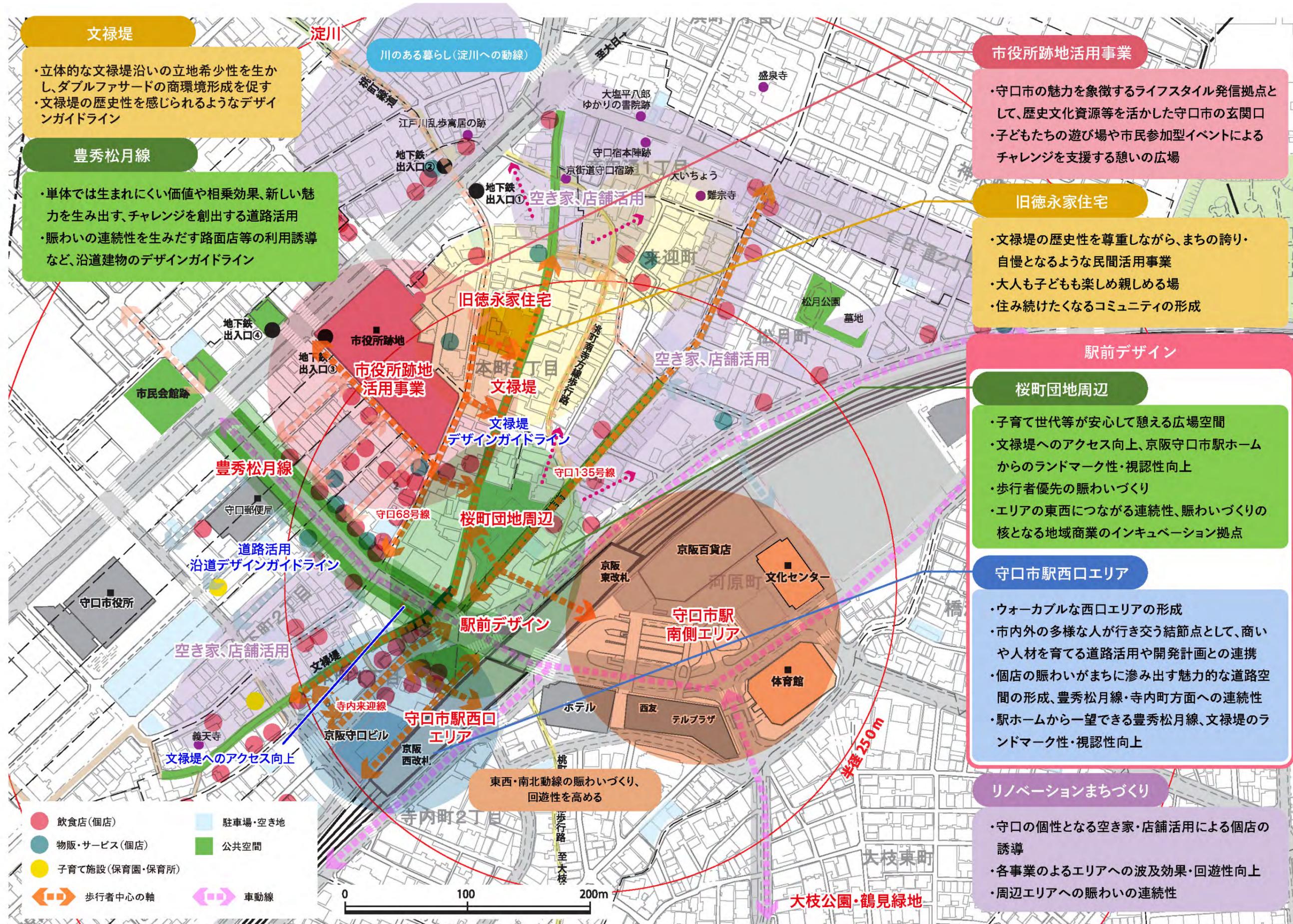


図 3-2 エリアゾーニング及び各事業の取組方針

各事業の目指す取組方針や将来イメージを以下に示します。(図 3-2、3-3)

【ウォークアブル推進(豊秀松月線・文禄堤・守口 68 号線)】

豊秀松月線や文禄堤は、「守口の顔となる新たなストリート」として、東西・南北の軸に各エリアの特色をつなぎ、多様な人・活動・使い方ができ、常に守口の新しい魅力に出会える公共空間として整備します。沿道店舗や近隣等の事業者、市民が道路を活用したオープンテラスやマルシェ等のイベントに活用できるようハード整備・ソフトのしくみ、ルールづくりを行い、店舗単体では生まれにくい価値や相乗効果、新しい魅力を生み出すチャレンジを創出する場、コンテンツや人が交わる場とします。

守口にしかない価値(守口の個性)を生み出すためには、文禄堤など歴史文化資源が醸し出す独特な雰囲気を守り、潜在的な魅力である「意外とある地元の名店」など、守口にしかない立地や地形を活かす事業の創出につなげていくことにより、エリア価値を高める魅力や投資を呼び込むことが重要です。

文禄堤の物理的な回遊性のデメリットを補うため、豊秀松月線から文禄堤へのアクセス性の向上、文禄堤北側の通り(守口 68 号線)の歩行者安全性や魅力を強化し、旧徳永家住宅敷地から文禄堤へアクセスする新たな動線をつくることで、このエリアの回遊性を向上させます。

文禄堤沿道は、その立体性のある都市空間、立地希少性を活かし、ダブルファサードによる商環境形成を促し、また、文禄堤の良好な景観形成を促すためのデザインガイドラインを検討します。

【守口 68 号線】

豊秀松月線から市役所跡地活用事業、旧徳永家住宅をつなぐ重要な動線であり、個店等の立地による賑わいもある一方で、歩道がなく、通過交通の多い道路となっています。国道 1 号線北側エリアへの通り抜け動線であることも考慮しながら、自動車の通過交通・通行速度を抑制し、歩行者が安全・安心にエリアを回遊できる道路空間形成に向けた検討を行います。

【市役所跡地活用事業】

守口市の魅力を象徴するライフスタイル(住みたい、子育てしたい、働きたい、行ってみたい)を発信するとともに、歴史文化資源等を活かした守口市の玄関口にふさわしい拠点として、公民連携手法(PPP)(※1)により整備しています。開発コンセプトとして、ヒト・モノ・コトがつながる守口市の新たな「顔」として「Link City Moriguchi」を掲げ、憩いの広場である「Link Park」、商業施設「Link Mall」、賃貸住宅「Link Residence」を整備します。

憩いの広場では、守口大根をモチーフにした遊具をシンボルに、子どもたちの記憶に残る広場、子育て世代等の交流を生み出します。また、市民参加型イベントによるチャレンジを支援し、マルシェやキッチンカー出店、発表の場、ワークショップ、市民まつり等の地域イベントとの連携など、

発表の場や新たなビジネスを始めるきっかけの場となることを目指します。

【旧徳永家住宅】

旧徳永家住宅は、文禄堤の歴史性を尊重しながら、まちの誇り・自慢となるようなシビックプライドとコミュニティを育てる場として活用・整備します。文禄堤に面する主屋、中庭に面する土蔵、守口 68 号線沿いに立地するガレージを、賑わい施設として民間活用し、文禄堤へのアクセス性や回遊性を高めます。文禄堤沿いの歴史的景観を保存・継承しながら、大人も子どもも日常的に親しめる新たな機能を導入することにより、近年守口に住みはじめた若い世代や守口を訪れる人などにも文禄堤・守口宿の歴史の認知を広げ、住み続けたいくなるコミュニティを形成することで、歴史的価値を後世に伝え、周辺エリアにも賑わいの波及効果を生み出すための拠点とします。

【駅前デザイン】

桜町団地周辺及び守口市駅西口エリアは、守口の顔となる重要なエリアです。京阪守口市駅のホームからの豊秀松月線、文禄堤が一望できるよう視認性を向上させることで、守口市駅北側エリアの個店や道路活用等による賑わいを、駅を利用する市内外の多様な人々に見える化し、守口の新たなランドマークの形成を図ります。

【桜町団地周辺】

桜町団地周辺は、子育て世代等が安心して憩える、周辺に新たな集客を呼び込むための一定の緑地空間を含む広場機能の導入を検討します。桜町団地の 1 階路面部分（守口 135 号線沿い）は、その広場の持つ集客機能や商店街の立地とともに、東西につながる連続性、賑わいづくりの核となる文禄堤の立地などを生かした商環境形成を図るため、守口で新たに起業したい・チャレンジしたい若手事業者や店舗等の集積を促し、新たな食・モノ・サービスなどコンテンツと賑わいを生む地域商業のインキュベーション拠点(※2)として、PPP による整備を念頭に検討します。

【守口市駅西口エリア】

守口市駅西口周辺は、ウォークアブルな西口エリアを形成し、市内外の多様な人が行き交う結節点として、商いや人材を育てる場とします。寺内来迎線は歩行空間の拡充を目指し、豊秀松月線との連続性、沿道店舗によるオープンテラスやイベント等に活用でき、個店の賑わいがまちに滲み出すような魅力的な道路空間を形成します。また、桜町団地周辺エリアや駅前周辺の私有地とも相乗効果を生む計画を検討します。

(※1) Public Private Partnership の略。公共施設等の建設、維持管理、運営等を行政と民間が連携して行うことにより、民間の創意工夫等を活用し、財政資金の効率的使用や行政の効率化等を図るもの。

(※2) 創業初期段階にある起業者の事業拡大や成功を支援する目的のもと、通常よりも安価な賃料で店舗・事務所等のスペースを提供したり、事業の立ち上げに関する専門家によるサポート等を提供する拠点。

【リノベーションまちづくり】

桜町団地周辺の東側にある来迎町・松月町周辺、守口市駅西口の文禄堤北側など、個店立地に向いた空き店舗や空き家が多く存在しています。上記事業によって、新たなチャレンジやビジネスを生み、まちの回遊性を高めることで、空き家・空き店舗を活用した個店事業者の創出を促します。地主・建物オーナーへの利活用促進、物件の斡旋や開業・起業に伴う相談など、市と民間事業者が連携して取り組むことで、起業・創業をサポートします。また、個店の集積により、周辺エリアへの賑わいの連続性や回遊性を高めます。

【周辺エリアへの波及効果】

文禄堤や守口宿形成の歴史の上で、淀川は守口市民の暮らしを支える要素でした。そのような守口固有の「川のある暮らし」を魅力として感じられるように、国道1号線北側エリアへも、本事業による波及効果として、賑わいの連続性や回遊性の向上、魅力ある個店の形成などを促します。また、長期的な視点では、鶴見緑地から大枝公園、淀川までの自然を身近に感じられるような都市空間形成をはじめとするネットワーク強化を図ります。

また、守口市駅南側エリア、駅高架下との相乗効果を生み出すため、京阪百貨店をはじめとする事業者や、カナディアンスクエアを活用した地域イベント等との連携を図り、守口市駅北側エリアの賑わいを連続させます。



※エリアの将来イメージを共有しやすいように、
取組の方針を踏まえた誘導機能の配置等をアイデア
ベースで可視化したものです。開発計画等の事業実
施内容を明示するものではありません。

図 3-3 エリアゾーニング及び各取組事業の方針を踏まえた将来イメージパース

2 豊秀松月線のデザイン方針

(1) 道路のデザイン

豊秀松月線は、「守口の顔となる新たなストリート」の南北の軸として、各エリアの特色をつなぎ、多様な人・活動・使い方ができ、常に守口の新しい魅力に出会える公共空間として整備する方針です。沿道店舗や近隣等事業者、市民が道路を活用したオープンテラスやマルシェ等のイベントに活用できるよう、ハード整備・ソフトのしくみ、ルールづくりを行い、店舗単体では生まれにくい価値や相乗効果、新しい魅力を生み出すチャレンジを創出する場、コンテンツや人が交わる場とします。

豊秀松月線のゾーニング案を図 3-4 に示します。

歩道部の民地側に 3m の滞在・占用区域を設け、歩道・車道帯と分離します。歩・車道区域と滞在・占用区域の間には、街路樹を設け、ゆるやかな境界をつくり、通行安全性や滞在性、快適性を高めます。

ゾーニングは、沿道店舗や民地の状況に応じて、「テラスゾーン」「マルシェゾーン」「ファニチャーゾーン」と設定します。テラスゾーンは、主に沿道店舗が占用できる区域としてオープンカフェやテイクアウト等のサービス提供に活用できる賑わい創出に資するゾーンです。

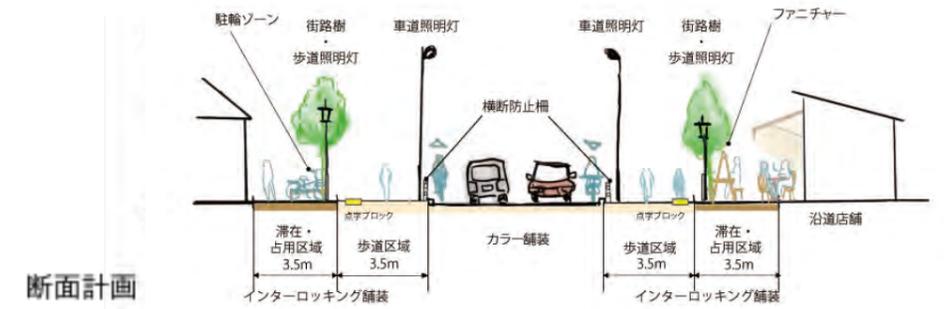
マルシェゾーンは、沿道店舗以外の事業者や市内店舗がマルシェやキッチンカー等で出店できる、チャレンジを創出するゾーンです。

ファニチャーゾーンは、歩行者の滞在性を高める空間として、ベンチ等ストリートファニチャーを設置した休憩できる場、駐輪ゾーンなど店舗やエリアへのアクセス性や回遊性向上に貢献する機能を配置します。



社会実験「守口さんぽ」での沿道や近隣店舗事業者等と連携した道路空間の活用、賑わいづくりの取組

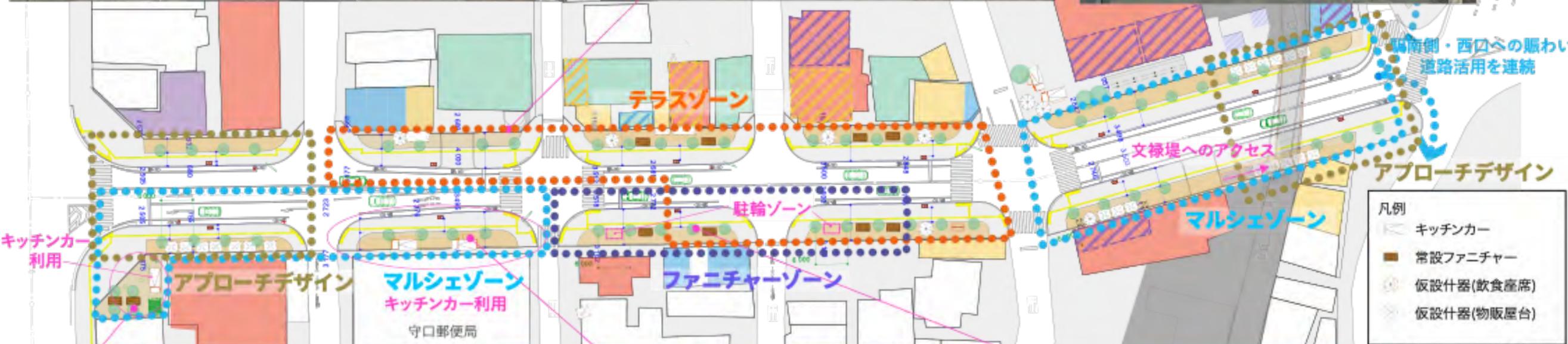
- ・ 民地側に3mの滞在・占用区域を設け、歩道・車道等と分ける。車・歩道区域と滞在・占用区域の間に街路樹を設け、ゆるやかな境界をつくる。
- ・ 滞在・占用区域は沿道店舗等がテーブルやベンチ等の家具を設置できるようにする。
- ・ 沿道店舗のないエリア(マルシェゾーン・ファニチャーゾーン)は、マルシェ、キッチンカーなどの賑わい機能やストリートファニチャー、駐輪ゾーン等を設ける。
- ・ 沿道の公開空地はマルシェやキッチンカー等の賑わい機能として活用できるよう検討。



沿道店舗のテラスゾーン



文禄堤へのアクセス、本町橋



国道1号線アプローチデザインと公園延田



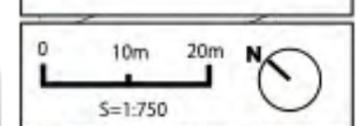
郵便局前のキッチンカーマルシェゾーン



ファニチャーゾーン

凡例

- キッチンカー
- 常設ファニチャー
- 仮設什器(飲食座席)
- 仮設什器(物販屋台)



沿道建物の用途 1F用途

飲食	飲食
商業	商業
クリニック	クリニック
住宅	住宅
事務所	事務所

図3-4 豊秀松月線ゾーニング図

※図は現時点での想定案のため、今後変更になる可能性があります。

豊秀松月線が守口の新たな顔になるシンボルストリートとなるために、下記の4つのデザイン方針を定めます。

道路デザイン方針-1

「多様な人・活動・使い方ができ、常に守口の新しい魅力に出会えるストリート」

- ・沿道店舗のオープンカフェ、ベンチ、プランター、看板等の滲み出すことを許容する滞在・占用区域を設けます。



- ・賑わい機能のない沿道は、沿道店舗以外の市内店舗なども出店できるマルシェやキッチンカーなど、事業者がチャレンジし、育つ環境づくりを行います。



- ・沿道の公開空気を賑わい創出に活用できるように検討します。



- ・沿道店舗以外の事業者や市民でも占用、イベント等に活用できるエリアを設けます。(図 3-5)



図 3-5 沿道店舗以外の占用可能区域案（赤枠内）

- ・沿道建物のデザインガイドラインを設け、路面の景観づくりや賑わい創出につながる活用を促します。



社会実験「守口さんぽ」でのキッチンカー出店

道路デザイン方針-2

「文禄堤の歴史性を感じられる意匠としつつ、立体性を活かし、回遊性を向上させる」

- ・文禄堤へのアプローチ（階段）を西側歩道部に設けます。
- ・文禄堤や旧徳永家住宅等の周辺施設に誘導する案内サインを、設置街灯と一体化した矢印サインなどで方角を示します。（図 3-6）
- ・豊秀松月線及びその周辺の通り名を検討します。



図 3-6 案内サインのイメージ

本町橋デザイン案

欄干の意匠は、歴史性と街道の雰囲気を受け継ぎ、縦格子のデザインを基調とし、文禄堤の趣を引き立てるデザインとします。文禄堤への階段部分は、かつての文禄堤の景観を思わせる石積みの意匠とします（図 3-8）。足元を照らす間接照明の演出により、縦格子の陰影により夜景を美しくみせ、文禄堤と豊秀松月線から見える象徴的なランドスケープを形成します（図 3-7）。

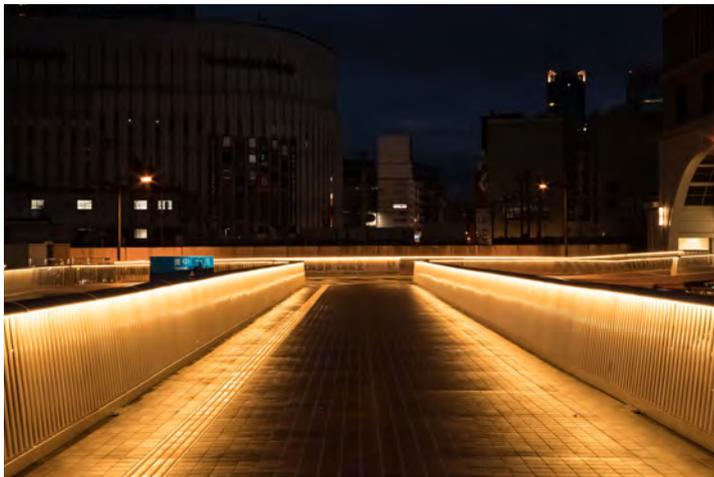
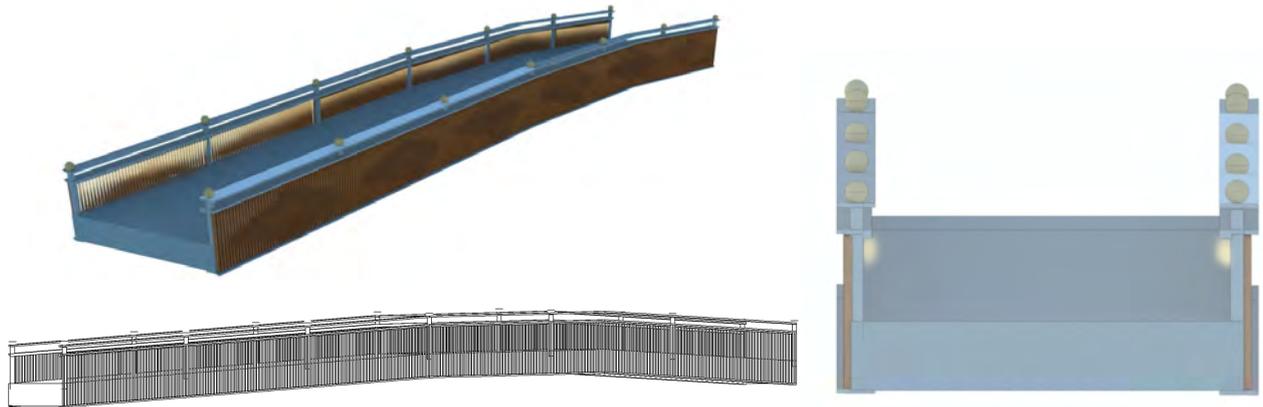


図 3-7 夜景のイメージ

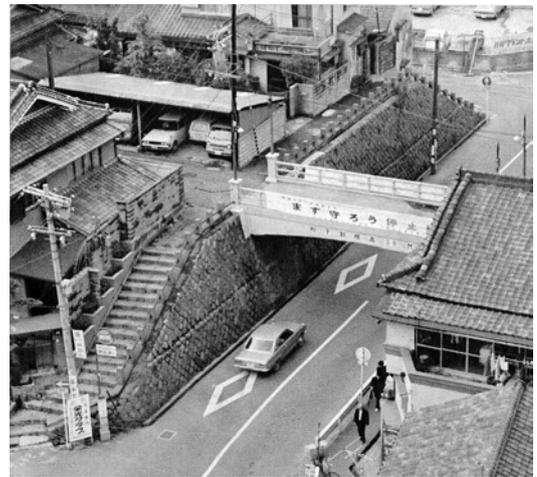


図 3-8 かつての文禄堤の階段部の石積み

道路デザイン方針-3

「賑わいがしみ出す景観や環境づくり」

- ・夜間でも安全に通行できる照度を確保し、温かみのある夜景を演出する暖色系の照明灯 (図 3-9)
- ・照明柱への電源設備の設置 (2 本に 1 本程度)
- ・滞在空間となるベンチ等のストリートファニチャー (ファニチャーゾーンなど) (図 3-9)
- ・景観に馴染む点字ブロック (図 3-9)
- ・シンプルなデザインの横断防止柵 (図 3-9)
- ・国道 1 号線からのアプローチとなる児童公園及び沿道のアプローチデザイン (図 3-10)



図 3-9 誘導ブロック、横断防止柵、ストリートファニチャー、夜間照明のイメージ

[街路樹案]

- ・沿道の賑わいが見え、滞在・占用区域の快適性を高めるため、高木（8m程度）とします。
（落葉樹） アヤケヤキ、アキニレなど
（常緑樹） シラカシ、シマトネリコなど



[アプローチデザイン]

- ・国道1号線から見える豊秀松月線の北側の顔として、児童公園の活用や鮮やかな植栽、ファニチャー等で通りの賑わいの表情をつくります。



図 3-10 国道1号線からのアプローチデザイン

道路デザイン方針-4

「安全・安心に通行・活動できる通り」

- ・歩・車道区域と滞在・占用区域を分離します。(街路樹、ファニチャーなど)
- ・歩・車道の舗装の色や素材を揃える等、歩道との境界をあいまいにすることで、車のスピードが出ないように工夫します(図3-11)。
- ・歩道や滞在・占用区域に違法駐輪が生じないように、駐輪ゾーンを設置します(図3-12)。



図3-11 舗装のイメージ
・半たわみ舗装(車道)
・インターロッキング(歩道)

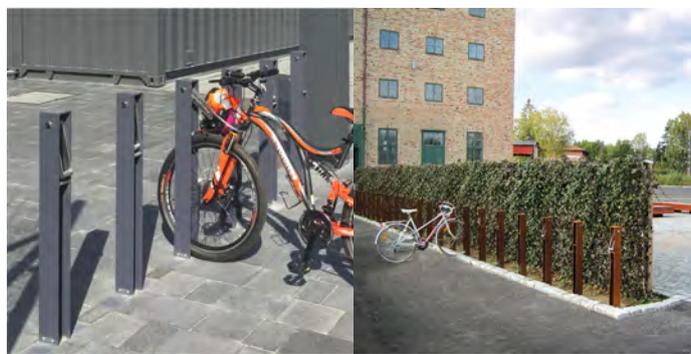


図3-12 駐輪スタンドのイメージ
・自転車を隠すような景観を阻害しない
スタンドデザイン

(2) 豊秀松月線デザインガイドライン

滞在・占用区域の効果を最大限に生かすためには、沿道建物の路面（1階）部分の機能やデザインが重要です。賑わいの連続性を生み出すための路面店舗の利用促進に資する、沿道建物のデザインガイドラインを定めます（図3-13）。

下図に示すように、建物オーナーや店舗等事業者においては、沿道の賑わいや滞在性・快適性を向上させるしつらえ、ファサードデザインに配慮いただくよう促します。

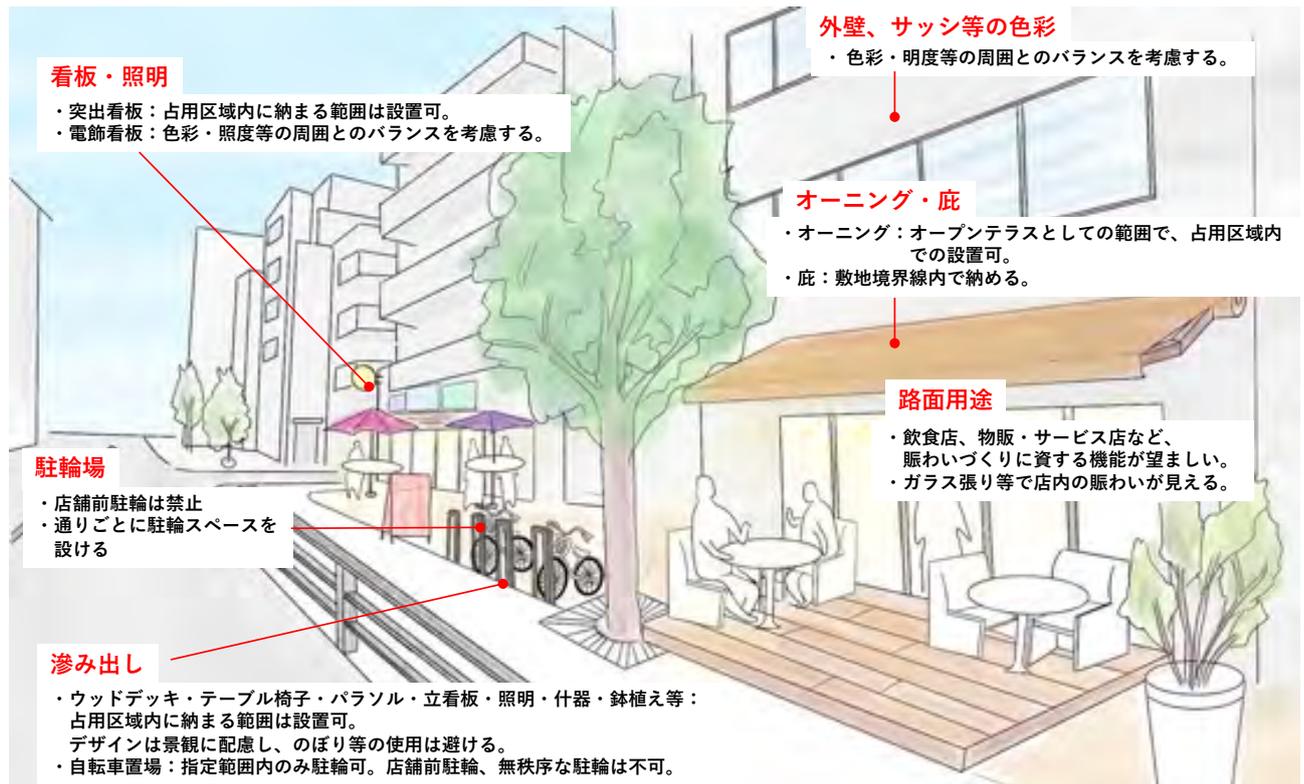


図3-13 豊秀松月線沿道建物デザインガイドライン



社会実験「守口さんぽ」でのストリートファニチャーによる歩道と滞在・占用区域のゆるやかな境界

3 文禄堤のデザイン方針

(1) 文禄堤の歴史

文禄堤は、文禄5年（1596年）に大阪城と京都・伏見城を結び、大雨時の安全な陸路として豊臣秀吉が淀川の改修工事を命じて建設されました。道ができたことで守口のまちが形成され、伏見城-大阪城を最短で結ぶ陸・水運のまちとなりました。

堤防道である京街道は、江戸時代には東海道の一部となり、東海道五十七次最後の宿場として守口宿が形成されました。177軒の街村となり、26軒の旅籠があったといわれています。

現存する文禄堤は、守口市の約720mのみの貴重な歴史的資産です。また、文禄堤周辺には江戸川乱歩、司馬遼太郎、野崎昭如など文豪・文化人が若かりし頃に住んでいたという一面もあります。

文禄堤の南側エリアは旧市街地、約120年以上前に新淀川整備後に区画整理された文禄堤北側のエリアは新しいまちとなっており、文禄堤を境に新旧のまちが対比していることも特徴といえます（図3-15）。

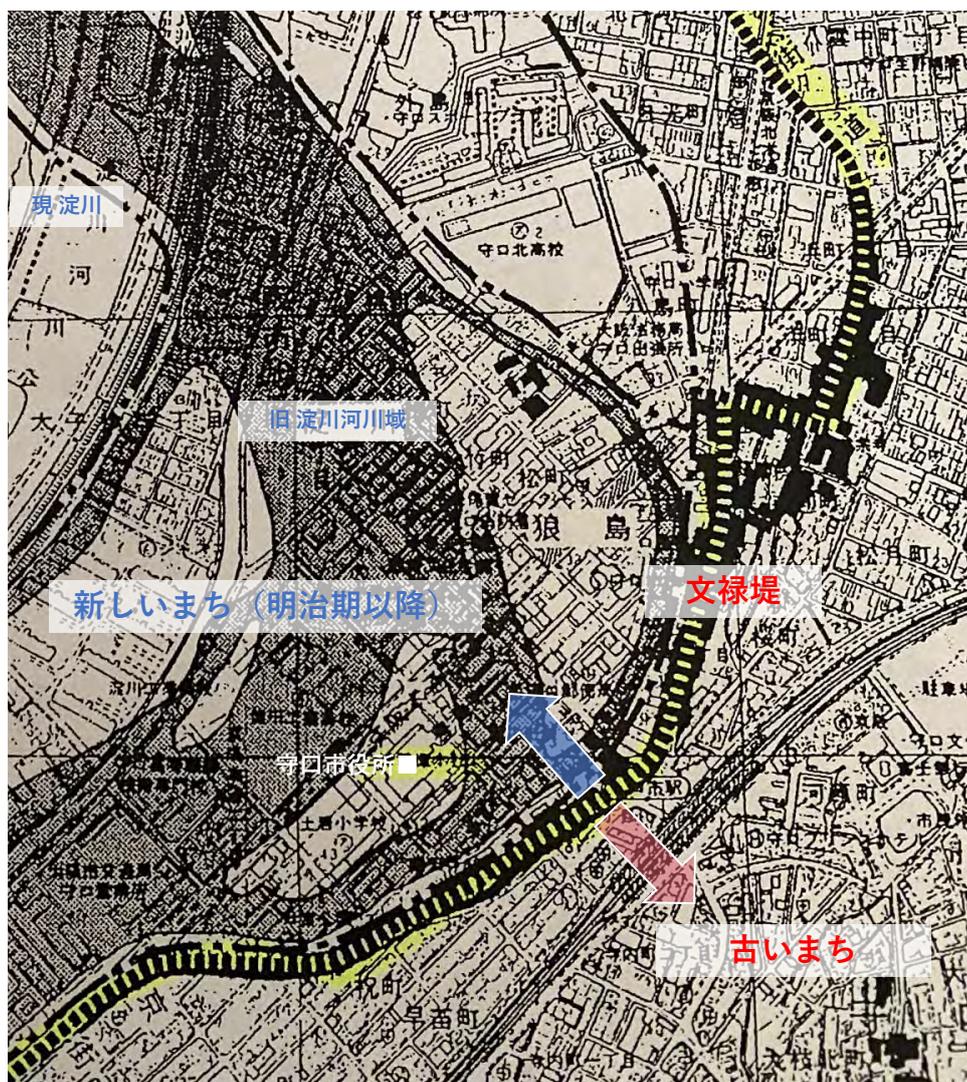


図3-15 旧淀川流域と文禄堤の関係

(2) 文禄堤のデザイン方針

文禄堤には、歴史性を継承しながら、魅力的な個店と閑静な住宅地が混在する、多層的な通りとしての魅力があります。一方、社会実験や商店会等へのヒアリングより、物理的なアクセス性に乏しいことで回遊性を阻害していることが課題となっています。それを補うため、豊秀松月線から文禄堤へのアクセス性の向上や、文禄堤北側の通りを新たな動線とすることで魅力を強化し、旧徳永家住宅から文禄堤にアクセスする新たな動線をつくることで、このエリアの回遊性を向上させる必要があります。

また、文禄堤北側の守口 68 号線は文禄堤と並行しており、文禄堤の魅力（立体性、二面性）を活かす、まちの回遊性を向上するために重要な通りといえます。しかし、国道 1 号線から豊秀松月線に抜ける通過交通が多く、歩道が整備されていないため、歩行者・自転車の通行安全性に課題があります（図 3-16）。



図 3-16 文禄堤へのアクセス性を強化する守口 68 号線

文禄堤周辺エリアは、文禄堤による立体性のある都市空間、立地希少性を活かし、ダブルファサードによる商環境形成を促すことで、文禄堤の歴史性を継承します（図 3-17）。

また、文禄堤の良好な景観形成のため、文禄堤沿道（図 3-18）の建物については、建築行為における推奨基準を定め、市民、事業者、設計者・施工者、行政の協働による景観まちづくりを展開し、風格と魅力ある文禄堤の景観の継承・発展を促す文禄堤デザインガイドラインを検討します。色彩基準の運用にあたっては、今後届け出制や適合建物に対する補助制度などを検討します。

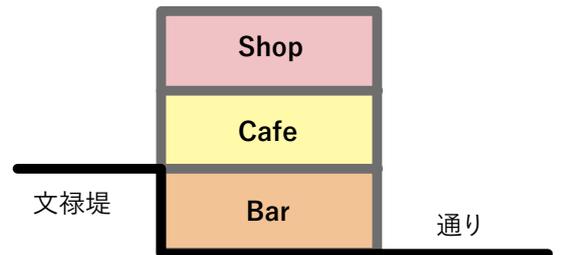


図 3-17 文禄堤を生かす商環境

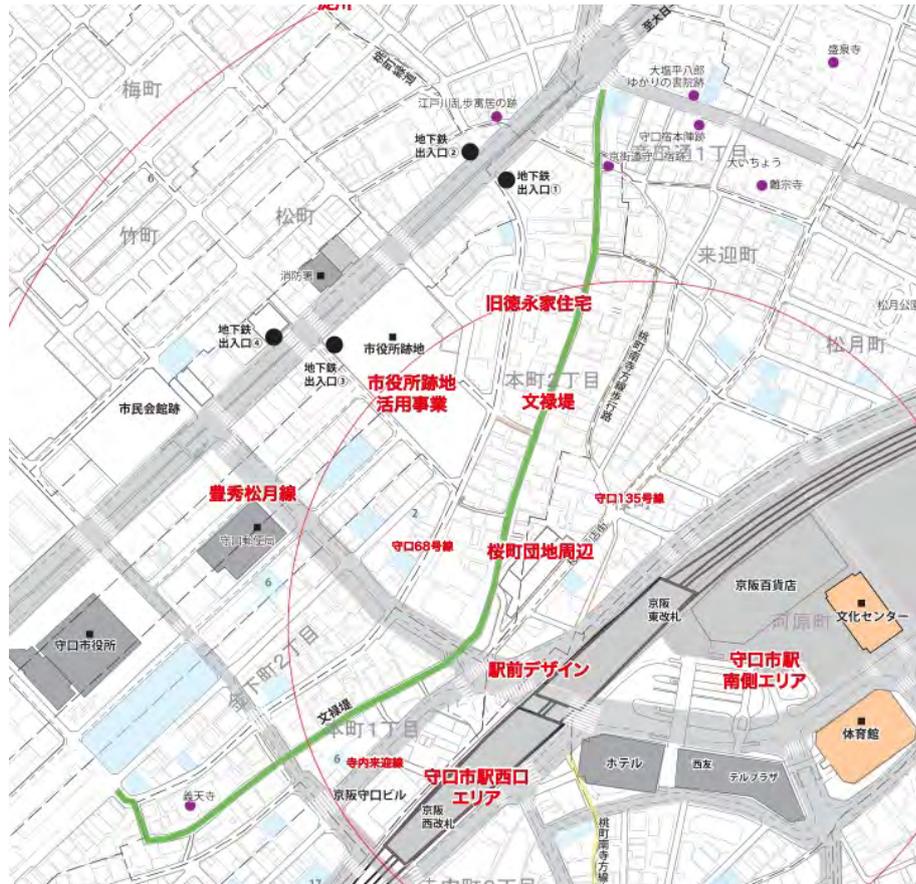


図 3-18 対象区域:文禄堤の沿道建物(緑色で示す道路沿いの建物)

[推奨基準方針案]

① 色彩基準

- ・ 守口宿らしい街並みとして「地」となる色彩である木色をベースとする色彩の範囲（推奨色）を示し、建築物外壁及び屋根、工作物の基調色として採用されるよう色彩誘導を図ります。
- ・ 建築物の形態意匠・色彩として、「茶・ベージュ・グレー系及び白系」や素材（木板張り・石張り等）を推奨します。

② アクセントカラーの使用基準及び範囲

- ・ 建物の屋根、外壁、工作物におけるアクセント色の使用にあたっては、当該部位、面積、景観上支障がないと判断される、各 1 方向の見付け面積の 2 割までの範囲を推奨します。

アクセントカラー例：

- ・ R（赤）、YR（黄赤）系の色相で、彩度が 6 を超えるもの。
- ・ Y（黄）系の色相で、彩度が 4 を超えるもの。
- ・ ①・②以外の色相で、彩度が 2 を超えるもの。
- ・ 蛍光色

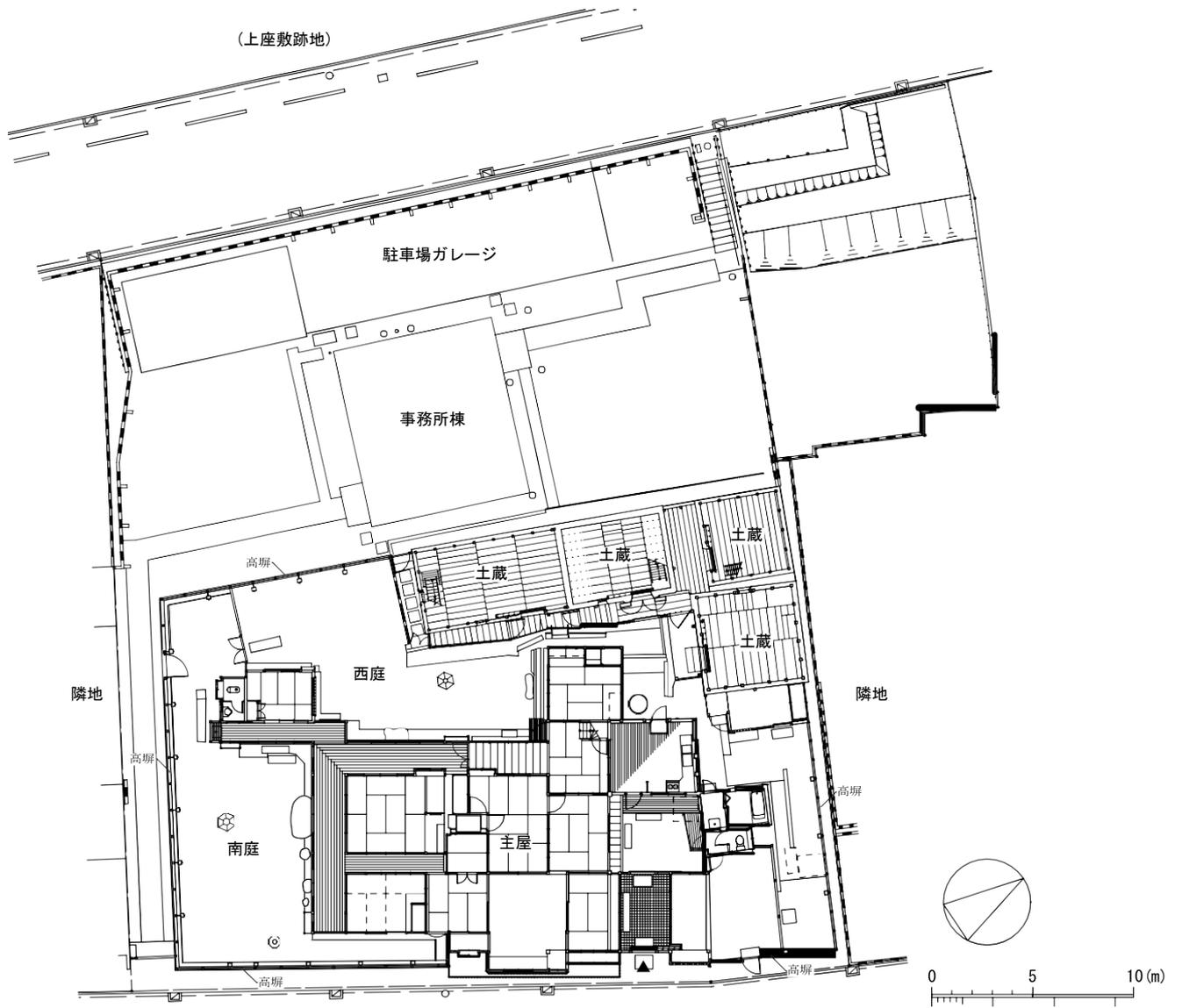
4 旧徳永家住宅の活用方針

(1) 旧徳永家住宅の歴史

旧徳永家住宅は、河内木綿やなたね油など、上級商人の間屋であったと言われています。旧守口宿の景観を今に残す、貴重な伝統的家屋です。そのような往時の建物は、文禄堤内には数少なく、その歴史を継承する貴重な資産といえます（図 3-19）。



図 3-19 旧徳永家住宅（生涯学習・スポーツ振興課所蔵）



1 階平面図



主屋 土間

主屋 6 畳間

主屋 縁側



2階平面図



主屋 2階



主屋 中庭



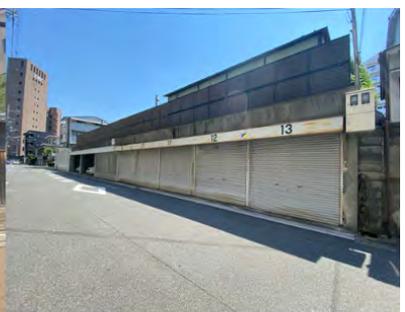
蔵 3



駐車場・ガレージ上部



主屋 文禄堤側外観



駐車場・ガレージ

(2) 旧徳永家住宅の活用方針

守口市駅北側エリアリノベーション戦略の基本方針、旧徳永家住宅の歴史性を踏まえ、この伝統的な家屋を単に「保存」するのではなく、市民が日常的に訪れることができ、文禄堤の歴史性を誇りに感じる、地域コミュニティの核になるような場として「活用」することが望ましいと考えます。

活用にあたっては、民間の運営事業者の創意工夫によって恒常的に魅力的な活用が行われるよう、民間事業者に貸し出すこととし、民間提案に求める活用事業の目的、内容等について、次のとおり基本方針を設定します（図 3-20）。

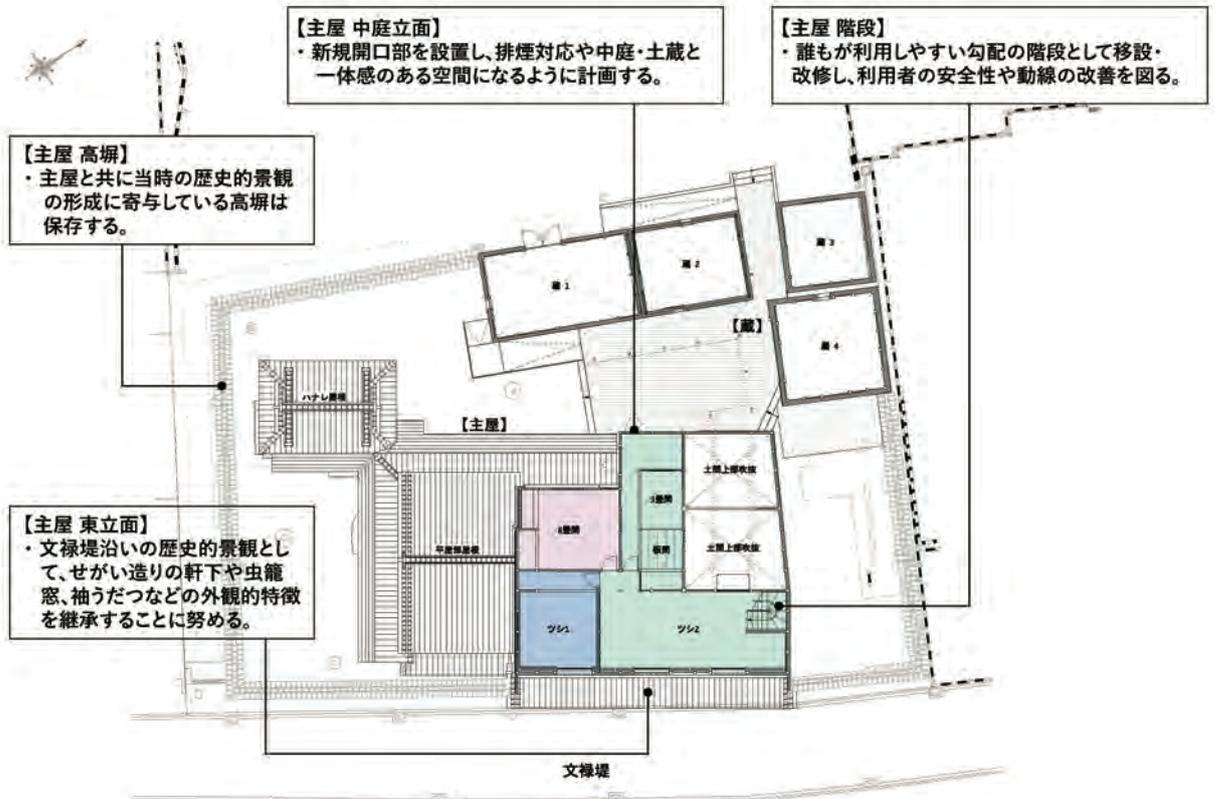
- ・「守口の個性」を象徴する、街のシンボル、自慢できる場など、まちづくりの象徴となるような活用を目指します。
- ・子育て世代等の居場所となる場づくりと、高質な雰囲気のある大人の居場所、庭園を生かす複合的な活用を目指します。
- ・文禄堤による立体性のある都市空間、立地希少性を活かし、ダブルファサードによる商環境形成を促し、文禄堤の歴史性を継承します。



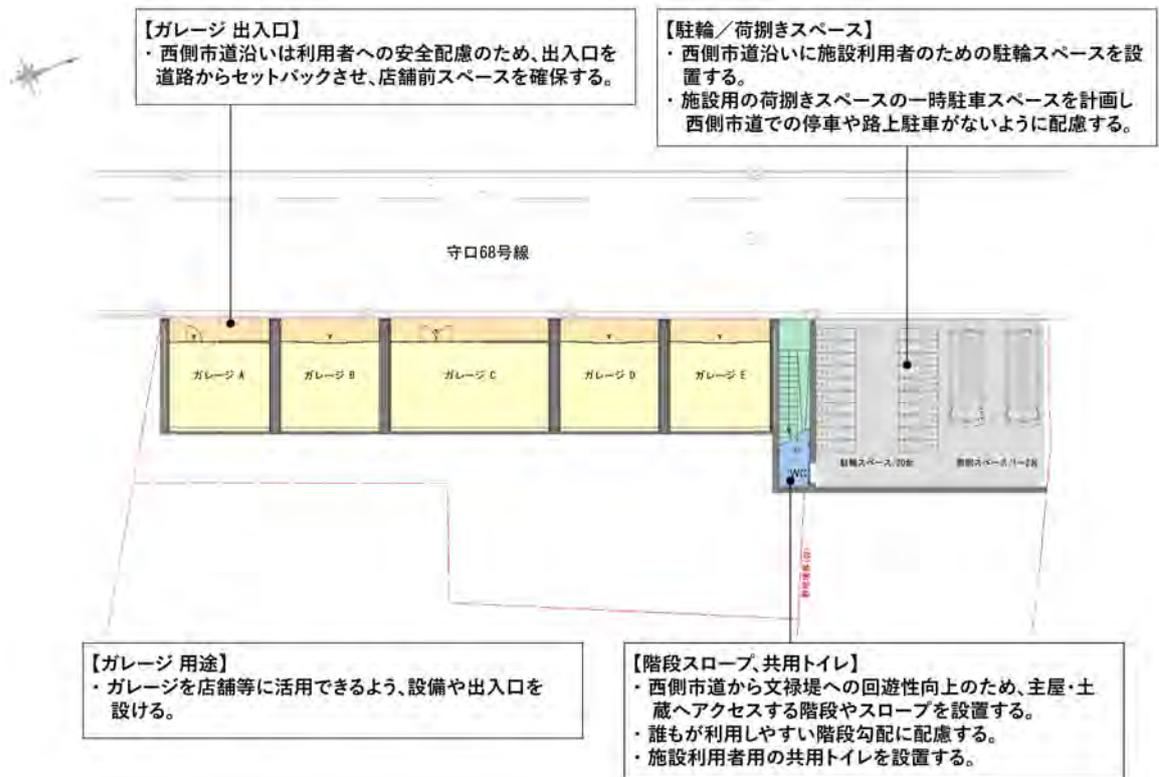
図 3-20 旧徳永家住宅の活用イメージ（改修イメージ図とは一部異なります）



主屋・蔵 1階 活用イメージ図



主屋・蔵 2階 活用イメージ図



駐車場・ガレージ 活用イメージ図



社会実験「守口さんぽ」での2週間限定のポップアップショップの取組



主屋1階土間：歴史的意匠性を継承する吹き抜け空間と土間空間を生かす



主屋1階ザシキ：地域の人々が気軽に訪れ、コミュニティを育む飲食店等への活用



土蔵：土蔵と中庭が一体的につながり、賑わいを生む

5 桜町団地周辺および守口市駅西口エリアの基本方針

(1) 駅前デザインの役割

桜町団地周辺及び守口市駅西口エリアは、守口の顔となる重要なエリアです。東西・南北軸である豊秀松月線、文禄堤・寺内来迎線が交差する唯一の場であり、駅前の賑わいをエリア内に波及させ、東口や守口市駅南側エリアへ賑わいを連続させるための結節点といえます。京阪守口市駅のホームからの豊秀松月線、文禄堤の視認性を向上させることで、守口市駅北側エリアの個店や道路活用等による賑わいを、駅を利用する市内外の多様な人に見える化し、守口の新たなランドマークの形成を図ります。(図 3-21)

(2) 桜町団地周辺

桜町団地周辺は、桜町団地の住替促進事業完了後を見据え、京阪守口市駅及び大阪メトロ守口駅を結ぶ動線上の中心市街地である好立地を生かし、少子高齢化、人口減少社会を迎えるにあたっては、事業の持続可能性を勘案しつつ、子育て世代等が安心して憩える一定規模の緑地空間を含む広場機能の誘導を図ります。また、守口市駅方面からの文禄堤の視認性やアクセス性を向上させ、市役所跡地周辺、旧徳永家住宅等への回遊性を高めることで、周辺エリアへの賑わいの波及効果を生み出し、文禄堤という歴史的資産が市民の誇りや愛着醸成につながることを目指します。

桜町団地の1階路面部分(守口135号線沿い)は、その広場の持つ集客機能や商店街の立地とともに、東西につながる連続性、賑わいづくりの核となる文禄堤の立地などを生かした商環境形成を図るため、守口で新たに起業したい・チャレンジしたい若手事業者や店舗等の集積を促し、新たな食・モノ・サービスなどコンテンツと賑わいを生む地域商業のインキュベーション拠点等として、民間事業者等による整備・運営を視野に検討します。

インキュベーション拠点によって育った事業者が、周辺の空き家・空き店舗に常設店舗を構えるしくみをつくることで、いつでも新しい魅力に出会える場による集客性、守口の個性となる個店の創出、まちの恒常的な賑わいづくりに貢献します。

事例：豊田市駅東口まちなか広場（トヨシバ）

「集まる×交わる×育つ×広がる=新しい豊田のカタチ」をコンセプトに、豊田市中心市街地から、にぎわいを創出し多様な人々が交流してまちの活性化をはかり、新たなプレイヤー（企画者仕掛け人）を育て、他の広場や地域にこのにぎわいが広がることを目的とした施設。



(3) 守口市駅西口エリア

京阪守口市駅西口周辺は、ウォークアブルな西口エリアを形成し、市内外の多様な人が行き交う結節点として、商いや人材を育てる場としての機能導入を検討します。寺内来迎線は歩行空間の拡充を目指し、豊秀松月線との連続性、沿道店舗等と連携したオープンテラスや定期的なナイトマーケット等のイベント等に活用でき、個店の賑わいがまちに滲み出すような魅力的な道路空間を形成します。また、京阪守口市駅高架下店舗との連続性、駅高架下への歩行動線の強化、文祿堤へのアクセス性向上などを考慮し、西口から周辺への賑わい動線づくりや商環境の形成を促します。

その実現に向けた取組として、民間事業者と連携し、京阪西口ビルの低層部の空きフロアを活用した暫定利用等によりこのエリアでの新たな需要（ナイトタイムエコノミーを創出する屋台街、ビジネスやものづくり等のインキュベーション拠点、人材育成や守口らしい教育の拠点等）を喚起・創出し、今後の計画に反映します。

事例：ふくまる通り 57

JR 福島駅の西端に位置する「福島 5 丁目・7 丁目共同開発計画」と JR 大阪環状線間の屋台通り。商業・ホテルの複合施設と JR 高架下店舗が一体となった通りづくりを行い、通りに面する店舗がテーブルや椅子を設置する等、屋外での営業により周辺地域に賑わいをもたらす。



事例：EKITUZI

JR 仙台駅西口に 2017 年 11 月～2019 年 3 月までの期間限定で運営されたコミュニティ&フードスペース。2012 年まではライブホール「Zapp Sendai」が立地し、その後資材置き場となっていた場所に、オフィスビルの開発計画が具体化するまでの約 1 年半暫定利用された。屋内・屋外のイベントスペースを活用し、様々なコラボレーション企画を実施しており、学生を始め、立場を問わず様々な団体が取組を実施された。





図 3-21 駅前デザインの将来イメージ

(4) 今後の進め方

桜町団地周辺エリアや守口市駅西口エリアの私有地とも相乗効果を生む計画を検討します。ついては、周辺の地権者や事業者も含めた検討会を設置し、駅前デザインの顔となる桜町団地・西口エリアの将来イメージや導入機能等について議論しながら、エリアの交通ネットワークと両立した寺内来迎線・守口 135 号線の歩行空間の拡充に向けた社会実験等により、新たなニーズの発掘や効果検証を行いながら事業化を目指します。



社会実験「守口さんぽ」での暮らしのマーケットや駐車場活用による子どもの遊び場の取組

6 リノベーションまちづくり

桜町団地東側の来迎町・松月町周辺、守口市駅西口の文禄堤北側など、個店立地に向けた空き店舗や空き家が多く存在しています。一方で、若手がチャレンジできる場が少なく、新たに出店したくても相続等のトラブルや地主・建物オーナーの意向などによって空き店舗・空き家が流通していないという課題があります。

道路・広場、桜町団地のインキュベーション拠点等の活用によって、起業・創業したい人を集め、新たなチャレンジやビジネスを生み、空き家・空き店舗を活用したい個店事業者を育成します。地主・建物オーナーへの利活用の誘導や相続等の相談、起業・創業したい人への物件の斡旋、開業・起業に伴う資金調達、司法書士・税理士等の専門家への相談・紹介など、地元の金融機関等の民間事業者と市が連携して行うことで、起業・創業したい人をサポートし、空き店舗・空き家活用による個店の集積、賑わいづくりに貢献します（図 3-22）。また、周辺エリアの賑わいの連続性や回遊性を高めます。

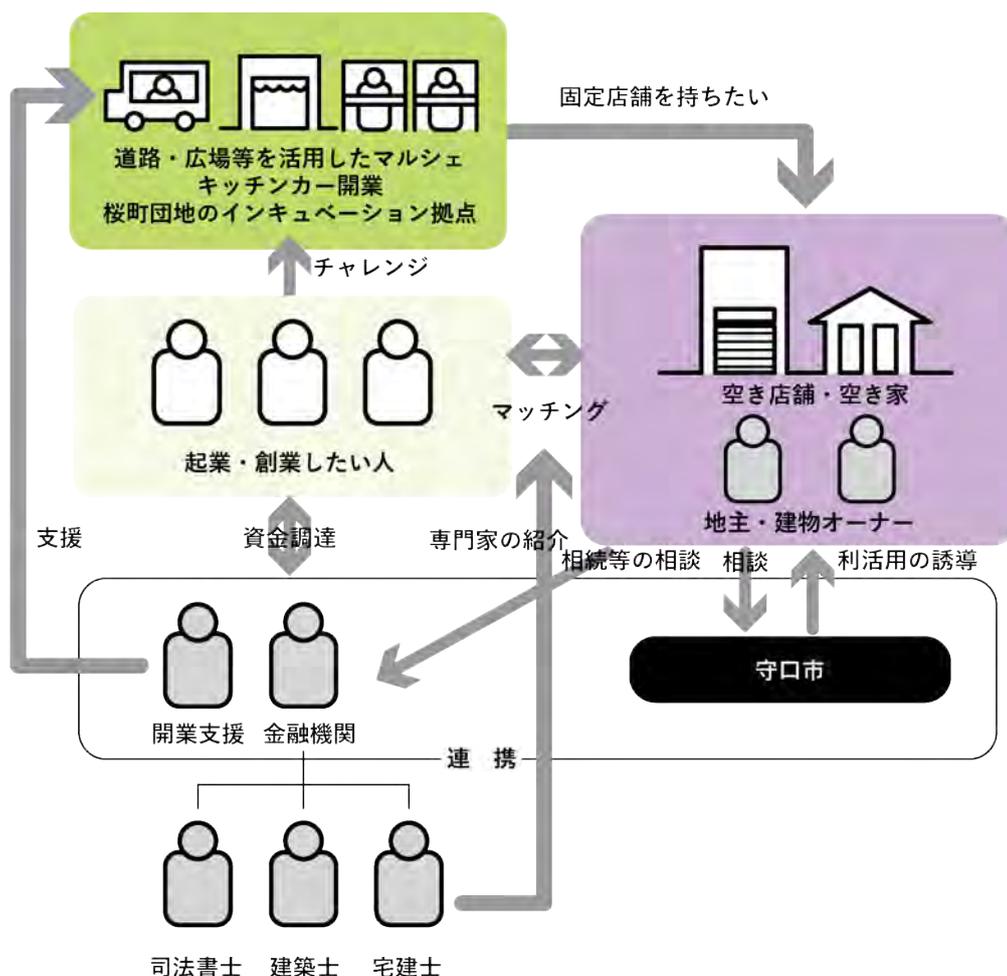


図 3-22 リノベーションまちづくりを支えるしくみ

7 事業実施に向けたロードマップ

守口市駅北側エリアリノベーション事業を推進するための令和9年度までの5カ年計画の事業スケジュールを表3-1にまとめます。また、第2章エリアリノベーションの基本方針に示した取組の優先順位について、すでに今ある魅力を守り育みながら、地域としての知名度やエリア価値の向上に努めた上で、攻める分野に取り組んでいくというステップを踏みながら、各事業や事業化検討を推進します。

長期的（10カ年程度）には、守口市駅南側エリアの再編計画との連動、国道1号線以北の淀川への回遊性・連続性向上に向けた取り組みの推進も検討します。

（1）リーディング事業実施（社会実験等）

- ・守口68号線及び駅前エリア（桜町団地周辺・寺内来迎線・守口市駅西口エリア）について、事業可能性を検証する社会実験を実施しながら、事業の方向性を固めていきます。
- ・寺内来迎線、守口68号線、桜町団地、守口135号線、守口市駅西口エリアなどの公共空間や民間の空き店舗等を活用しながら、事業化を行います。
- ・地域の事業者や市民ニーズにあった、定期マーケットや夜間のイベントなど、日常化や新たな需要を創出する取組を行います。
- ・地域の事業者や企業等が連携し、エリアの回遊性や相乗効果を高める関係づくりやしくみづくりを引き続き行います。



社会実験「守口さんぽ」による桜町団地と守口135号線の活用

(2) エリアプラットフォーム（パートナーシップ）会議の実施

エリアリノベーション戦略の各種の取組みは、本市や事業者単体だけでは達成できません。企業や事業者単体では担えない、エリアリノベーション戦略が目指す将来ビジョンの実現やエリアの価値を高める事業を、連携して推進します。その関係づくりが、土地・建物の資産価値の維持・向上、良好な商い・暮らしの環境の維持・向上など、エリアの価値のためには不可欠であり、エリアマネジメントにつながります。

地元事業者、企業、関連団体と市の関係各課の情報共有・連携の場として、エリアプラットフォーム会議（パートナーシップ会議）を設けます（図 3-23）。本市も、エリア内に関連する各種事業が、本戦略の方向性と整合するよう庁内横断的な体制を構築しつつ、パートナーシップ会議に参画します。また、社会実験等のリーディング事業の実施などを通じ、各事業の情報共有や意見交換、関係づくりを行い、事業同士の連携、相乗効果を引き続き図ります。

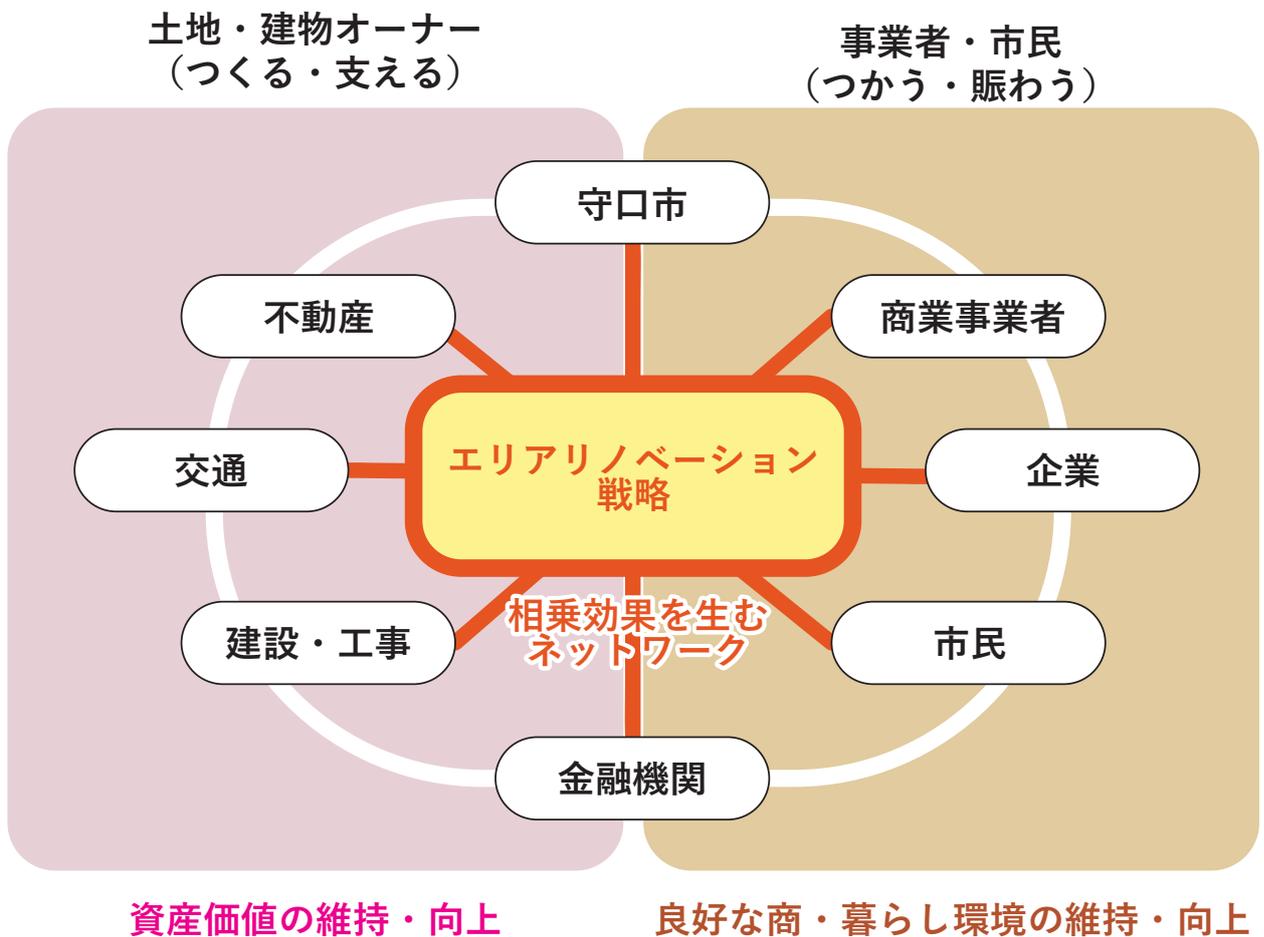


図 3-23 エリアプラットフォームの関係図

表 3-1 5 年事業スケジュール（予定）

	R4	R5	R6	R7	R8	R9
市役所跡地活用事業	・整備	・商業施設開業 (12月頃)	・賃貸住宅完成 (7月頃)			
旧徳永家住宅	・旧徳永家住宅活用 基本計画策定	・活用事業者公募 ・事業者選定 ・基本・実施設計	・整備工事	・供用開始予定		
文禄堤	・文禄堤デザイン方針 案検討	・デザインガイドライ ンの検討	ガイドラインの運用に向けた機運の醸成			
ウォーカー ブル推進	・社会実験 ・デザイン方針の検討 ・デザインガイドライ ンの検討	・ほこみち協議 ・協議会組成 ・詳細設計 ・整備工事	・整備工事	・整備工事	・整備工事 ・ほこみち区域指定	・供用開始予定 ・ほこみち運用 開始
駅前デザイン (桜町団地周辺・守口市駅西 口エリア)	・交通量調査	・守口68号線の歩行 者安全性の検討	・社会実験	事業計画に合わせた推進		
リノベーションまちづくり	・ビジョン検討 ・関係者協議	・社会実験 ・事業計画検討	・社会実験	事業計画に合わせた推進		
戦略の推進	・機運醸成 ・魅力発信	・魅力発信	・魅力発信	空き家、空き店舗等のリノベーションの推進		
プラットフォームの構築	・戦略の検討 ・社会実験の実施、検証 ・パブコメ・策定	・戦略広報資料の 作成、周知	エリアプラットフォームや関係事業者等による戦略の推進			
プラットフォームの構築	・プラットフォーム 構築	・プラットフォーム 構築	エリアプラットフォームの運営			

資料編

- ・子育て世代の意向調査
- ・守口市駅北側エリアリノベーション社会実験 効果検証

資料編 子育て世代の意向調査

子育て世代等の定住促進における課題や、まちのイメージ、教育等へのニーズを把握するため、0～5歳の保護者を対象としたアンケート調査を実施した。

回答期間：2021年8月～9月30日

配布先・配布数：京阪守口市駅から半径1km圏内のこども園・保育所 計27園・約1700枚

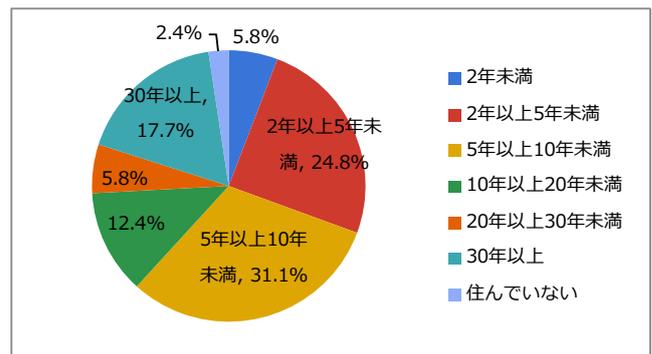
回答者数（回答率）：379名（22%）

(1) 回答者の属性

回答者の居住年数は5年未満が約3割を占め、10年以内を含めると6割を超える。子どもの頃から生まれ育った市民ではなく、大人になってから転入してきた人が多いと考えられる。居住地域はこども園・保育所が立地する中部地域がもっとも多いが、南部地域も約3割を占める。

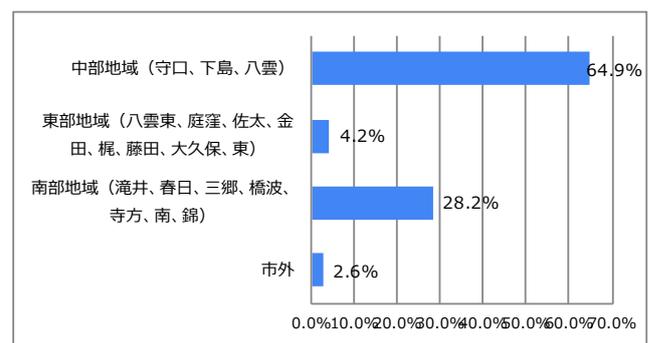
Q1. 守口にどのくらいお住まいですか？

項目	回答数	%
2年未満	22	5.8%
2年以上5年未満	94	24.8%
5年以上10年未満	118	31.1%
10年以上20年未満	47	12.4%
20年以上30年未満	22	5.8%
30年以上	67	17.7%
住んでいない	9	2.4%
小計	379	100.0%



Q2. お住まいの地域を教えてください。

項目	回答数	%
中部地域（守口、下島、八雲）	246	64.9%
東部地域（八雲東、庭窪、佐太、金田、梶、藤田、大久保、東）	16	4.2%
南部地域（滝井、春日、三郷、橋波、寺方、南、錦）	107	28.2%
市外	10	2.6%
小計	379	100.0%



<その他>

・大阪市2 ・大阪市北区1 ・大阪市旭区2 ・門真市1 ・無回答4

年齢では、30～39歳が6割以上を占め、市の課題として転出傾向の強い世代の回答者がもっとも多い。回答者は9割が女性で、こどもの人数は1～2名が約9割を占める。

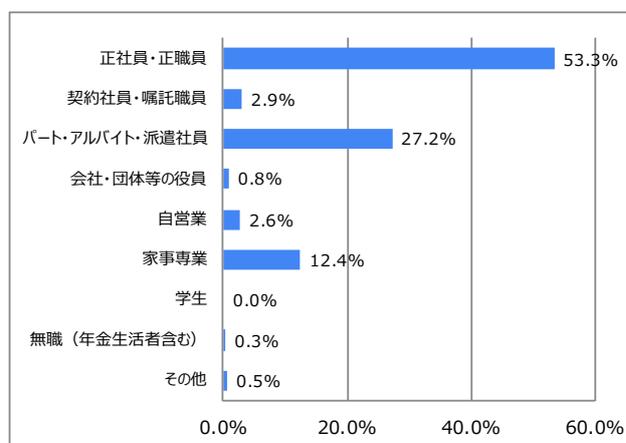
就業状況については、回答者の5割以上が正社員であり、家事専業は約1割となっている。配偶者の就業状況を踏まえると、回答者のほとんどが共働き世代である。

Q7. あなたの就業状況について教えてください。

項目	回答数	%
正社員・正職員	202	53.3%
契約社員・嘱託職員	11	2.9%
パート・アルバイト・派遣社員	103	27.2%
会社・団体等の役員	3	0.8%
自営業	10	2.6%
家事専業	47	12.4%
学生	0	0.0%
無職（年金生活者含む）	1	0.3%
その他	2	0.5%
小計	379	100.0%

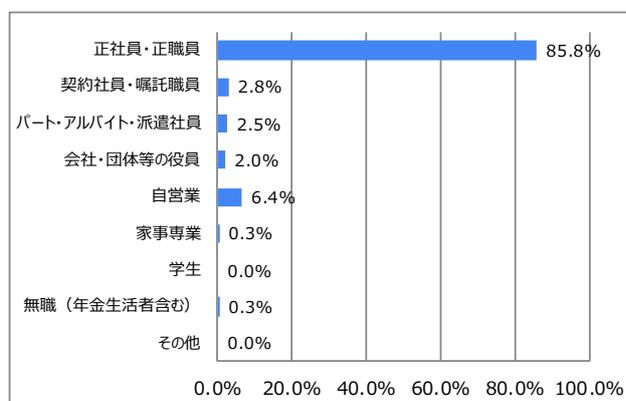
<その他>

・育休中1 ・専従者1



Q8. (配偶者のいる方へ) 配偶者の就業状況について教えてください。

項目	回答数	%
正社員・正職員	307	85.8%
契約社員・嘱託職員	10	2.8%
パート・アルバイト・派遣社員	9	2.5%
会社・団体等の役員	7	2.0%
自営業	23	6.4%
家事専業	1	0.3%
学生	0	0.0%
無職（年金生活者含む）	1	0.3%
その他	0	0.0%
小計	358	100.0%



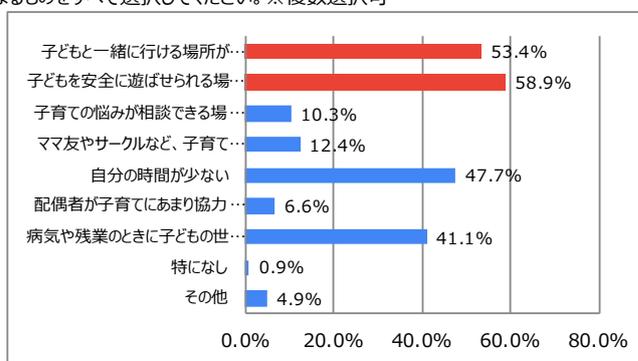
(2) 子育て環境について

子育てについて困っていることや足りないことについて、「子どもと一緒にいける場所が少ない」「安全に遊ばせられる場が少ない」がいずれも5割以上を占めている。その他回答についても、身近に公園がないことや公園の綺麗さについての不満が多く挙げられた。公園に行く機会が多い一方で、公園の不足や身近にないことなどが課題として挙げられる。

また、就業状況からも共働き世代が多いことから「自分の時間が少ない」「病気や残業のときに子どもの世話をお願いできるところ、人が少ない」が4割以上を占めるなど、子育て支援や子育てしやすく自分らしく暮らせる環境づくりへの課題も挙げられている。

Q11. 子育てに関して、困っている事、足りないと感じることはありますか？ 当てはまるものをすべて選択してください。 ※複数選択可

項目	回答数	%
子どもと一緒にいける場所が少ない	186	53.4%
子どもを安全に遊ばせられる場が少ない	205	58.9%
子育ての悩みが相談できる場や相手が少ない	36	10.3%
ママ友やサークルなど、子育てコミュニティがない	43	12.4%
自分の時間が少ない	166	47.7%
配偶者が子育てにあまり協力してくれない	23	6.6%
病気や残業のときに子どもの世話をお願いできるところが少ない	143	41.1%
特になし	3	0.9%
その他	17	4.9%
小計	348	236.2%



<その他>

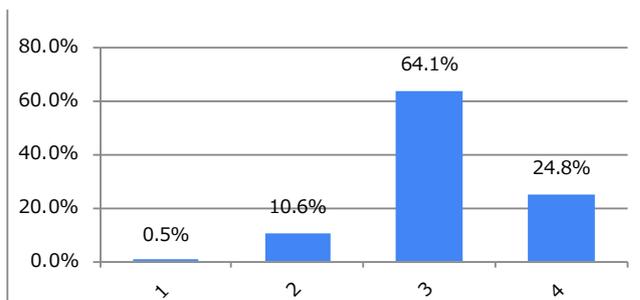
- ・子供たちだけで公園やコミュニティセンターへ行く時、校区内しか行ってはいけないと言われているみたいだが、公園やコミュニティセンター格差、優劣の差がありすぎて不公平だと思う。
- ・猛暑日・雨天日に室内で体を動かして遊べる場所がない。
- ・大庭町、八雲付近の公園が雑草だらけ（長さもある）で遊ばせられない。
- ・守口市駅周辺に日吉公園のような公園がなく、自転車の練習をするのに、自転車を何台も押して連れて行かないと行けない。河川敷も遠いので、自転車やボール遊びができるような公園を駅前とは言わないので、本町あたりやその周辺に作って欲しい。
- ・今は小規模保育園だが3歳から受け入れてくれる保育園が少な過ぎる。
- ・子ども達のためのショッピングモール的なものが少ない。
- ・イベントに参加しても地区が一緒だったり一回しか会わないとなると、なかなかママ友になるまでが難しい。住む場所によっては、道路が近かったり自転車が多かったりで危ない。
- ・国道の道、歩道が狭い。三人乗り自転車で通る時に怖い。
- ・病児保育はあるが、朝に病院に連れて行くこと、帰りの迎えが早いことに対応できない。
- ・広めの公園が近くにない。
- ・南部地区に入園させたいと思える私立の園がない(長男の時、近くの園に断られました)。小4以上になると、共働きだと預けるところがなく困る。
- ・もう少し近くに大きくて綺麗な公園が欲しい。
- ・近所の人が日中子供が遊んでいるとうるさいと苦情を言うてくる。
- ・自然と触れ合える場所が少ない。
- ・猛暑で外で遊ばせたいがイオンモールくらいしかない、公園も数が少なく遊具は取り合い、小学生の子達が狭い公園でボール遊びしていて可哀想(お互いに危ない)。図書館はできてとても嬉しかった。
- ・公園のトイレが古く不便に感じる。
- ・野球、花火が出来る所がない。

(3) まちへの愛着、期待について

まちへの愛着や期待については、いずれも3が最も多くなっており、好きではあるが強く愛着や期待がある人は少ない。本市の政策課題としても掲げられる愛着やまちへの誇りの醸成が必要である。

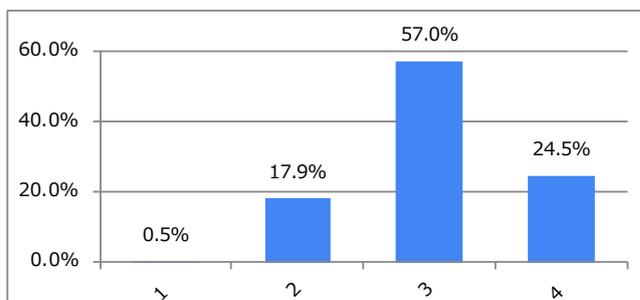
Q12. 守口は好きですか？

項目	回答数	%
1 (好きではない)	2	0.5%
2	40	10.6%
3	243	64.1%
4 (好き)	94	24.8%
小計	379	100.0%



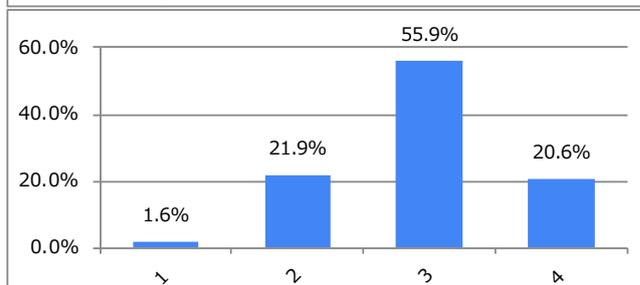
Q13. 守口を人におすすめできますか？

項目	回答数	%
1 (おすすめできない)	2	0.5%
2	68	17.9%
3	216	57.0%
4 (おすすめできる)	93	24.5%
小計	379	100.0%



Q14. 守口のまちに期待が持てますか？

項目	回答数	%
1 (期待がもてない)	6	1.6%
2	83	21.9%
3	212	55.9%
4 (期待がもてる)	78	20.6%
小計	379	100.0%



(4) 将来について

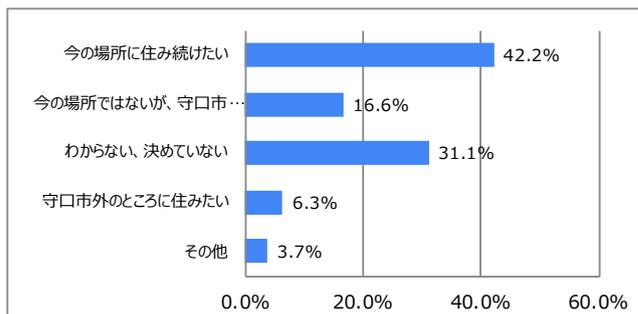
今後の転居意向については、6割以上が守口市内に住み続けたいという一方、「わからない」「守口市外のところに住みたい」が約4割を占める。転居理由については、「住環境の問題（騒音、治安、まちのイメージ、美化など）」が約4割を占め、学校等の教育環境は1割未満と少ない。市の転入・転出者アンケートの結果と同じ傾向を示しており、安全・安心なまちづくりと、まちのイメージの転換、市民のまちへの愛着や誇りの醸成が必要と考えられる。

Q18. 今後、転居したい意向はありますか？

項目	回答数	%
今の場所に住み続けたい	160	42.2%
今の場所ではないが、守口市内に住みたい・住み続けたい	63	16.6%
わからない、決めていない	118	31.1%
守口市外のところに住みたい	24	6.3%
その他	14	3.7%
小計	379	100.0%

<その他>

北摂4、神戸2、大阪市2、枚方市2、奈良、茨木市、神戸市、西宮市、高槻市、京都、子育てが終わったら田舎へ行きたい、通勤に便利な広い場所があれば転居したい、地元、淡路島、府外の実家を継ぐことになるかも、転勤があった場合は分からない、持ち家にするなら市外がいいかも、転居予定

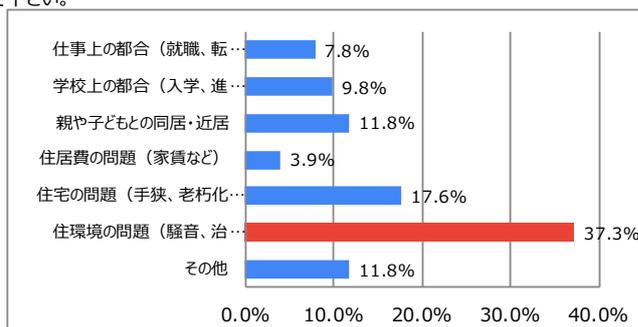


Q19. (Q18.で市外のところに住みたいと回答された方へ) 転居理由を教えてください。

項目	回答数	%
仕事上の都合（就職、転職、転勤など）	4	7.8%
学校上の都合（入学、進学、転校など）	5	9.8%
親や子どもとの同居・近居	6	11.8%
住居費の問題（家賃など）	2	3.9%
住宅の問題（手狭、老朽化など）	9	17.6%
住環境の問題（騒音、治安、まちのイメージ、美化など）	19	37.3%
その他	6	11.8%
小計	51	100.0%

<その他>

家の購入、教育環境、地元に戻る2、自然の中で暮らしたい、小学校の選択肢を増やしたい



社会実験「守口さんぽvol.1」

社会実験の目的

- ・エリアの将来イメージを共有し、道路・公共空間を活用したまちの魅力づくりや回遊性向上を目的とした社会実験「守口さんぽ」を実施。（2021年11月18日（木）～11月23日（水祝））
- ・文禄堤、魅力的な店舗等のエリア資源・魅力を可視化し、エリアへの期待値やイメージの向上を図る。
- ・社会実験を通じて通行量の変化、売上等のマーケットデータやアンケート調査などの効果検証を行い、エリアリノベーション戦略にフィードバックする。
- ・実践を通じた公民連携によるエリアプラットフォームの基盤を構築するため、エリアプラットフォーム検討会の参画事業者と社会実験実行委員会を組成。



実施状況

- ・荒天のため中止した一日を除き、5日間で約5,100人の来場者があった。
- ・地域内外の出店者29社、協賛9社の合計38社が参画した。
- ・桜町団地エリアの「大人とこどもの広場」では、子どもたちが遊べる遊具の設置や地元主体のワークショップなどを実施したが、子育て世代が絶えず、滞在時間も長くリピーターも多かった。
- ・普段は人通りが少なく活用されていない公共空間の可能性を可視化でき、「守口の未来のお客さん」が求めるコンテンツが多く提供された。
- ・多様な世代が各会場を回遊してまちを楽しむ様子が見られた。



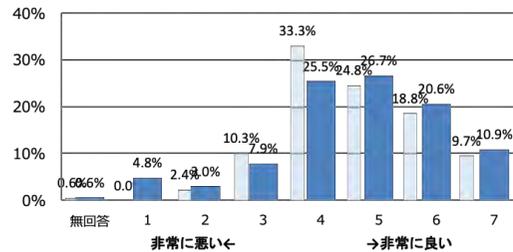
効果検証

- ・来場者アンケートにより、来場者の属性・年代、満足度、守口市のイメージ、エリアでの居場所・利用頻度、社会実験によるイメージの変化、駅北側エリアの将来検討に向けた必要機能等を調査。（来場者：146名、シンポジウム参加者：19名 合計：165名）
- ・年齢は20～59歳が大半を占め、20～39歳の若い子育て世代、家族連れが半数。
- ・エリアの現状イメージは、中間値（どちらでもない）評価が最も多い。賑わいやイメージ、魅力づくり、愛着醸成やまちを自慢できるような意識づくりや機運醸成が課題。
- ・社会実験により、守口市駅北側エリアへのイメージの変化や期待値が高まっている。
- ・ぜひ参加したい、時間があれば参加したいが9割を超え、次回実施への期待値が非常に高い。

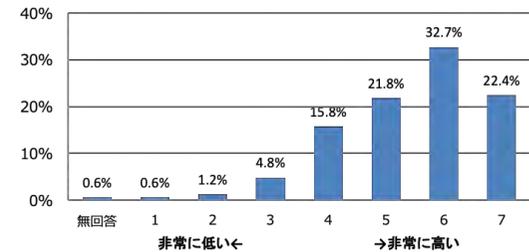


社会実験の実施場所及びプログラム（引用元：Google社Google マップ）

(1) 守口市駅北側エリアのイメージ
薄青色は「3現状の守口市駅北側エリアのイメージ」の「まちのイメージ」の評価



(2) 守口市駅北側エリアへの期待値



- ・3現状のイメージと比べ、4以下が減少し5～7の評価がやや上昇。

- ・「6」以上の評価が半数を占め、期待値は高まっている。

社会実験「守口さんぽ vol.2」

社会実験の目的

- 社会実験「守口さんぽ vol.2」は、**エリアの将来イメージを市民と共有し、道路・公共空間を活用したまちの魅力づくりや回遊性向上**を目的として実施。
(2022年10月15日(土)～30日(日))
- 豊秀松月線歩道区域での占有・滞在区画の整備を想定した、露店やキッチンカー等の出店、ストリートファニチャーや駐輪場などの設置を行い、整備に向けた道路活用のあり方を検証。
- 旧徳永家住宅ガレージにて、2週間限定のポップアップショップを出店し、基本計画に反映するためのテストマーケティングを実施。
- 桜町団地周辺エリアでは、前面道路の一部と民間の駐車場を占有し、子育て世代等が憩う広場機能、事業にチャレンジできる環境づくりのためのマーケットニーズや集客効果を検証。

実施状況

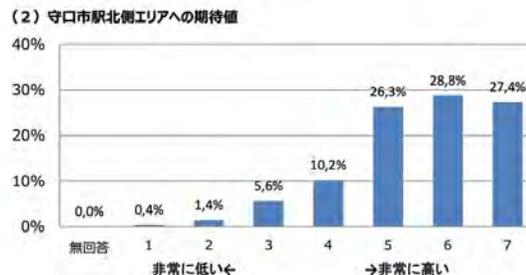
- 13日間で約11,300人の来場があり、地域内外の出店者50社、協賛12社の合計62社が参画。
- 地元住民、周辺で働く人、子育て世代が絶えず訪れ、滞在時間も長く、長期間開催することによるリピーターも多くみられた。
- 各エリアにおける将来のイメージを具体的に可視化でき、「**守口の未来のお客さん**」が求める**コンテンツ**が多く提供されたことで市民からの期待の声が寄せられた。
- SNS等での出店者や来場者による拡散効果がみられた。
- 豊秀松月線沿いだけでなく、旧徳永家住宅・桜町団地も活用することで、相乗効果が生まれ、多様な世代が各会場を**回遊してまちを楽しむ様子**が見られた。

効果検証

- vol.1同様、来場者アンケート調査を実施(回答者数285名)。
- 守口市内の来場者が6割を占め、**vol.1の4割より市内来場者が2割増加**。
- 年齢は20～59歳で大半を占め、**20～39歳の若い子育て世代、家族連れが約半数**。
- エリアの現状イメージは、7段階中「5(どちらかというが良い)」の評価が最も多く、昨年度よりも評価の良い回答がやや増加。
- 社会実験による守口市駅北側エリアの**イメージの変化や期待値が高まる**。
- ぜひ参加したい、時間があれば参加したいが9割を超え、**次回実施への期待値が非常に高く、出店や運営、宣伝に協力したいという意見が増加**。



- 「5」以上の評価が昨年度より8%増加。
- Q4の現状のイメージと比較して「5」が6%増加し、「6」以上はやや減少。



- 「5」以上の評価が昨年度より5%増加。特に「7」が5%増加。



エリア① 豊秀松月線(道路予定地)
日常化に向けた占有・滞在区域の検討
・実施期間: 2022.10.15 - 10.30
・露店・キッチンカー等の出店
・ストリートファニチャー、駐輪場、植栽などの設置

エリア② 旧徳永家住宅(ガレージショップ)
古民家活用施設の賑わいづくりの実験
テストマーケティング
・実施期間: 2022.10.15 - 10.30
・2週間限定のポップアップショップを出店

エリア③ 桜町団地周辺
広場機能の導入可能性や
歩行者優先の回遊空間づくりの実験
・実施期間: 2022.10.22 - 10.24
・道路占有や民間駐車場を貸切にした
マルシェなど商空間・広場空間を実現

