

# 「野菜直売所 × カフェ」 商店街の活性化を求めて

銭形USY(香川県立観音寺第一高校 理数科)  
宇川 昇吾 関 貴大 山地 悠介

# 目次

- ①香川県観音寺市について
- ②地元商店街の現状分析
- ③仮説
- ④仮説からの現状分析
- ⑤アイデア提案

# 香川県観音寺市について

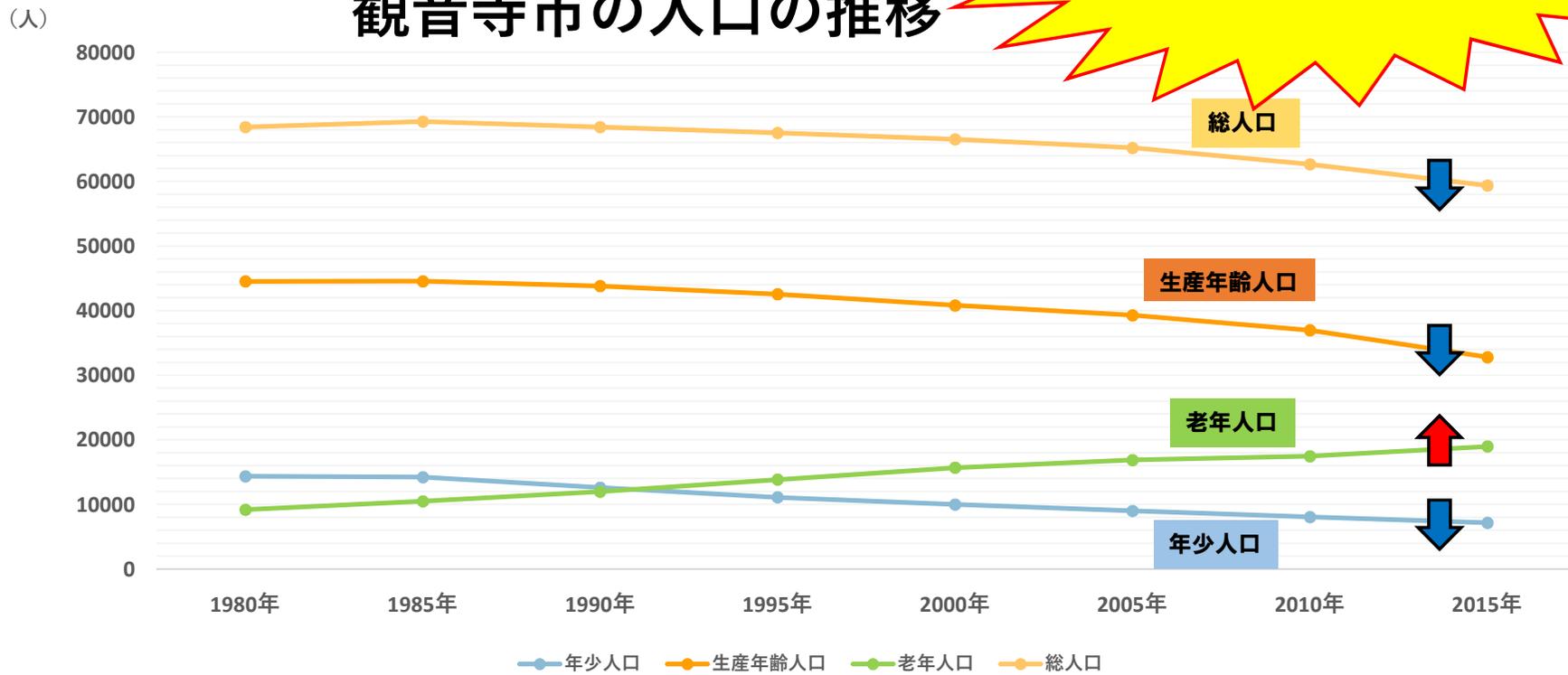


- 香川県西南部に位置する人口約6万人の町
- 総面積は約118km<sup>2</sup>、内可住地面積は約74km<sup>2</sup>
- 瀬戸内式気候に属し、年間を通して雨量が少なく、とても住みやすい地域
- 讃岐山脈、四国山地、中国山地に囲まれているため災害が非常に少ない

# 観音寺市の現状



## 観音寺市の人口の推移



# 地元商店街の現状

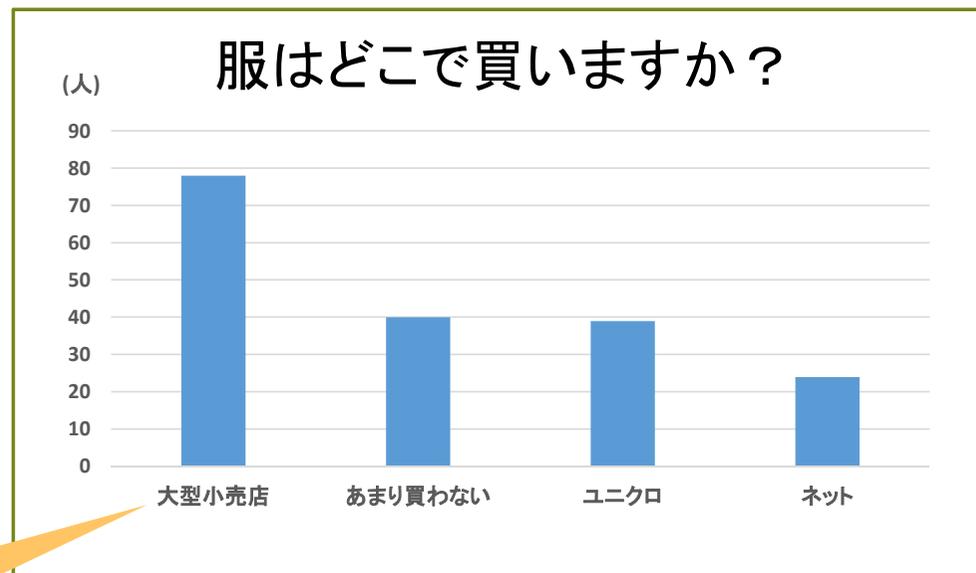
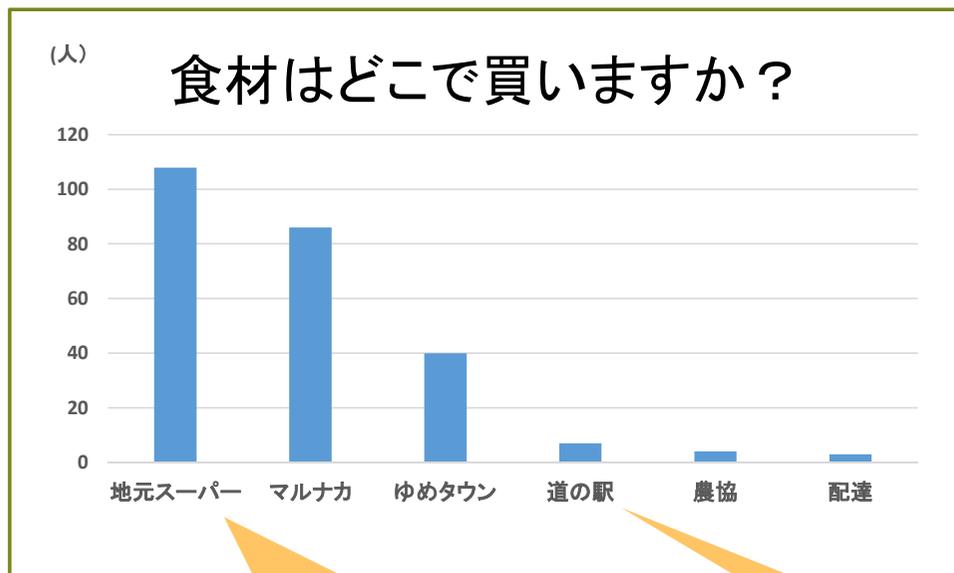
商店街の様子

- いつもはあまり人は来ないが、イベントがあれば来ている
- 昔はアーケードもあって活気があった
- 本屋などが閉まっていった
- 新しく市民会館ができたのに活性化はしなかった
- 後継者がいない



商店街が廃れていく

# 地元商店街近くの住民へのアンケート



2019年10月8日アンケート結果 地元商店街で実施 経営者と住民に聞いた  
複数回答可 n=112

商店街では  
買い物していない

新鮮な野菜を  
求めて買い物へ  
行く人がいる

# 比較：実際に成功している商店街

## 高松中央商店街

- ・香川県高松市にある
- ・全蓋型アーケード
- ・総延長2.7km
- ・魚のすり身揚げやさぬきうどんといった**約800の小売店と飲食店**

地元商店街には  
ない要素

## 天神橋筋商店街

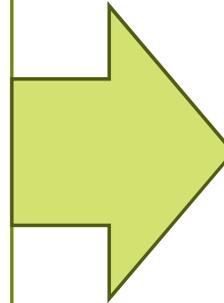
- ・大阪市北区にある
- ・総延長2.6km
- ・串揚げ屋さんなどの**飲食店**や  
アイディアショップ
- ・完歩すると「満歩状」という賞状



# 現状からわかったこと それによって立てる仮説

## 現状分析まとめ

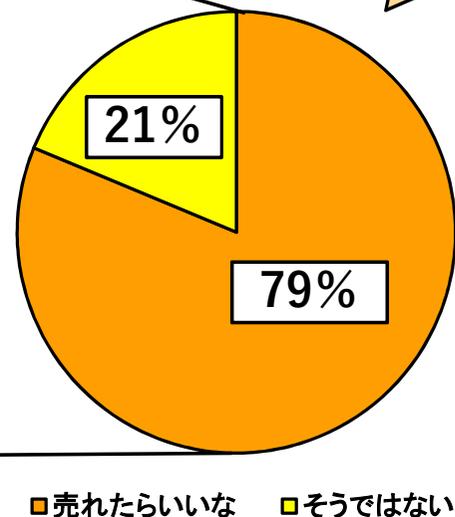
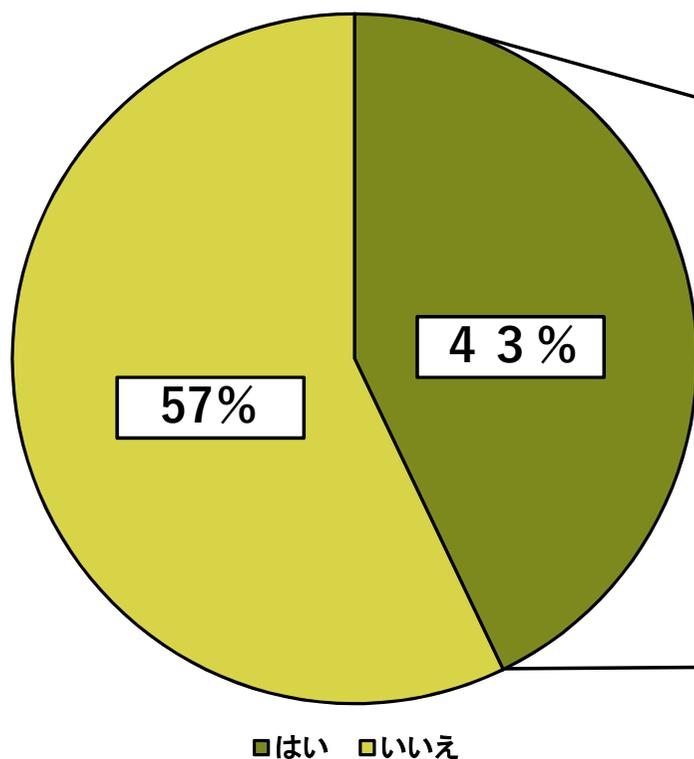
- 商店街に買い物をしに来ない
- 成功している商店街には飲食店がある
- イベント時にはたくさんの人がいるが一時的なもの
- 健康意識が高まり、遠くまで新鮮な食材を買いに行く人がいる
- 活性化している商店街はSNSで有名



## 活性化させるには・・・

- 地域の人に商店街に来てもらうことが必要
- 一時的な取り組みだけではいけない
- 新鮮な野菜の需要が高いことを利用できる
- SNSで宣伝されるようなアイデアが必要

# 家庭菜園してますか？



家庭菜園をしている人のうち、それを売りたいと思った人

野菜を食べるために作っているが、売りたい人もいる

2019年10月8日アンケート結果 地元商店街で実施 経営者と住民に聞いた  
複数回答可 n=112

アイデア提案

# アイデア提案

「野菜直売所 × カフェ」  
を作ろう!!!

観音寺市民のニーズに応えた野菜直売所と若者を  
呼び込むことやSNSでの宣伝を目的としたカフェの  
複合施設

アイデア提案

# 仕組みの説明

入りやすく  
広い入口

野菜コーナー

野菜コーナー

カウンターキッチン

レジ

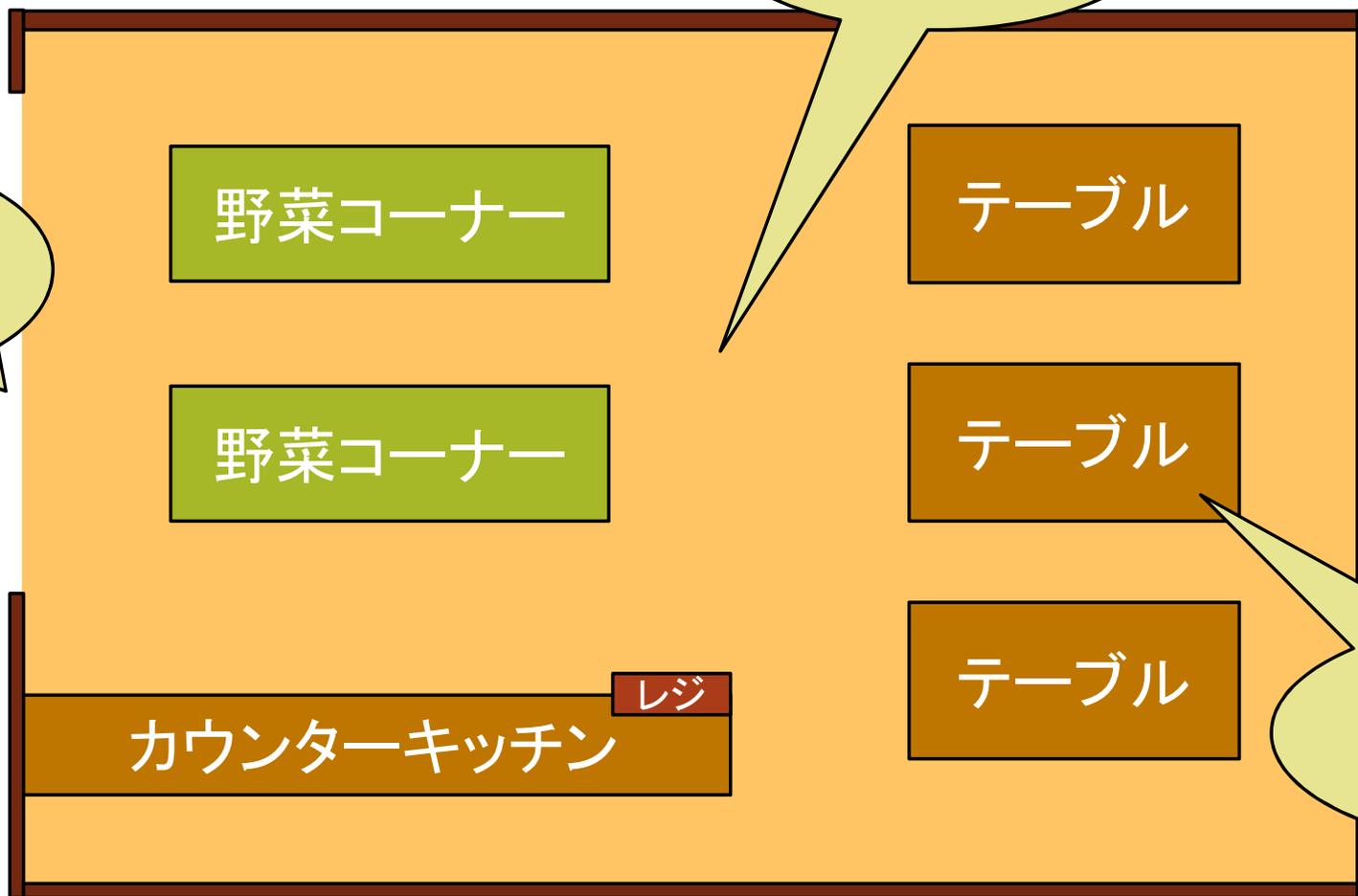
開放感のある  
スペース

テーブル

テーブル

テーブル

木材を多く使った  
落ち着いたデザイン



## 特徴紹介

ポイントカードを  
用いた会員制度

常連客を獲得することで、利用者の  
持続と増加

直売所とカフェの  
複合施設

観音寺にはない新しい取り組み  
SNSでの宣伝を狙う

より新鮮な野菜で  
作るおいしい料理

新鮮で安く仕入れた野菜  
健康志向に目を向けた取り組み

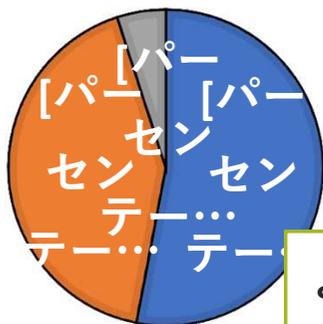
「直売所 × カフェ」で  
作るお惣菜の販売

主婦や一人暮らしの高齢者のために販売  
イートインの課税も考慮

# 野菜直売所とスーパーを比べると...

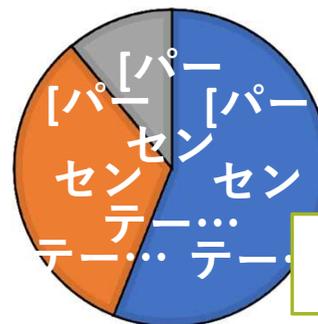
スーパー等と比べて安心できるか

スーパー等と比べて価格はどうか



より安心

■安心できる ■変わらない ■不安がある

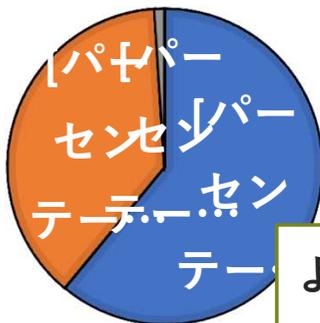


より安い

■安い ■変わらない ■高い

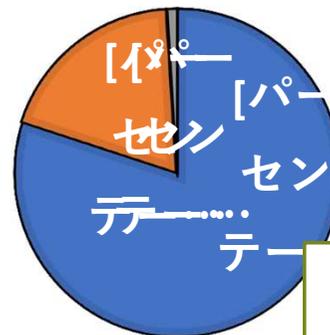
スーパー等と比べて味はどうか

スーパー等と比べて鮮度はどうか



よりおいしい

■味が良い ■変わらない ■味は劣る

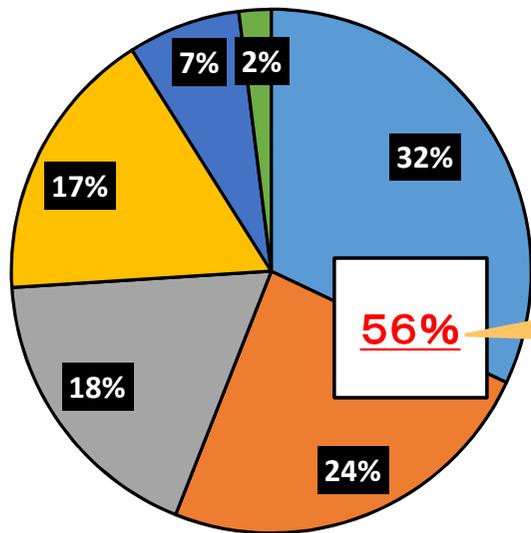


より新鮮

■鮮度が良い ■変わらない ■鮮度が劣る

# 野菜直売所に地元住民はどのくらい行くのか

顧客のうち、地元住民の占める割合別の店舗の割合



- 8割以上の店
- 5割～8割未満の店
- 3割～5割未満の店
- 1割～3割未満の店
- 1割未満の店
- 未回答

顧客のうち五割以上が  
地元住民である店が56%であるため  
地元住民を集める  
という目的を達成できるだろう

アイデア提案

よく似ている例

# 近くのカフェ

近くにたくさんのカフェがあるが  
「野菜直売所×カフェ」はない  
よって物珍しさがあり、人が集まるのではないか

## 香川県高松市 「ファーマーズカフェ菜」

- ・農家のご夫婦が自分達で作った野菜や果物をその場で味わってもらえるカフェをオープンした。
- ・口コミで広まり、TV「人生の楽園」で全国放送されてから、毎週末たくさんのお客さんで賑わっている。
- ・平日は農業、休日はカフェを営業している。

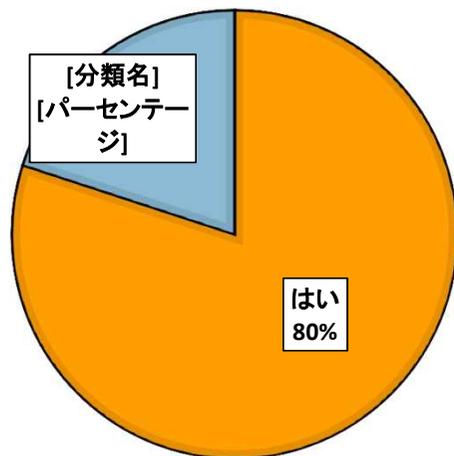


出典 Google map

<https://arinkosan.net/sai/>

# 地元住民に聞いてみた

「野菜直売所×カフェ」  
ができれば行ってみたいか



■はい ■いいえ

はいと答えた人の意見	いいえと答えた人の意見
<ul style="list-style-type: none"><li>・レシピを教えてほしい</li><li>・おいしいジュースを飲みたい</li><li>・脂っこくない料理がいい</li><li>・おいしいコーヒーがほしい</li><li>・エッグベネディクトが食べたい</li><li>・小さな子供も食べられる料理</li><li>・子どもも一緒ゆっくりしたい</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・あまり惹かれない</li><li>・外に出ない</li><li>・仕事が忙しい</li></ul>

# アイデアの改善点と追加点

## 頂いた意見や声

美味しいジュースが飲みたい  
美味しいコーヒーとモーニングが食べたい

徒歩でしかいけないので近さが大事

駐車場が欲しい

近くの店やカフェの場所の  
情報が入ってこない

高齢者にポイントカードの仕組みを  
理解している人が少ない

## 改善点や追加点

料理のメニューの食べやすさや珍しさ

店舗＋移動販売

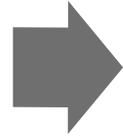
商店街用の駐車場を利用

高齢者の方にも店の存在を  
知らせる工夫

扱いやすいポイントカードの仕組み

# まとめ

産直×カフェ  
を作る



継続的に  
人が集まる



商店街活性化

# 参考文献

「ARINKO LOG」 <https://arinkosan.net/sai/>

「Google map」 <https://www.google.co.jp/maps/@34.0832162,133.6663134,15z>

「統計メモ」 <https://ecitizen.jp/Population/City/37205>

「農産物直売所に関する消費者意識調査結果」 [https://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/topics\\_120329\\_1.pdf](https://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/topics_120329_1.pdf)

「商店街の魅力と現状」 <http://www.2005keio.com/3dai.php>

「観音寺ホームページ」 <https://www.kanon-kaikan.jp/>

「まちむら交流きこう」 [https://www.kouryu.or.jp/service/pdf/18\\_77.pdf](https://www.kouryu.or.jp/service/pdf/18_77.pdf)

# 謝辞

アンケートにご協力いただいた地元住民の方々にこの場をお借りしてお礼申し上げます。

ご清聴ありがとうございました。

