

西日本インカレ（合同研究会）2017 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報に記載しないでください。

大学名（フリガナ）	学部名（フリガナ）	所属ゼミナール名（フリガナ）
フリガナ）ソウアイダイガク	フリガナ）オンガクガクブ	フリガナ）マツタニゼミナール
相愛大学	音楽学部	松谷ゼミナール

※大会申込書時に記入したチーム名から変更することはできません。

※パワーポイント内に動画を使用している場合は「有・無」を記入してください。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数 （代表者含む）	パワーポイント内の 動画使用（有・無）
フリガナ）センバキョウセイ	フリガナ）カワサキカズヨシ	7名	無
船場共生	川崎万徳		

※プレゼンツールを使用する場合は記入してください。記入がないプレゼンツールは大会当日使用できません。

使用するプレゼンツール（具体的に使用するツールを明記してください）

なし

研究テーマ（発表タイトル）

船場の壁の崩壊

※必ず<企画シート作成上の注意>を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要（目的・狙いなど）

私たちの大学は船場地域にあるにも関わらず、船場で行われる地域の様々な活動について知らないだけでなく、船場が歴史ある街であるということも知らなかった。そこで私たちは船場で地域活性活動などをされている方々からヒアリング調査をし、①現在、船場には船場の価値を知らない人が多いという課題と、②南船場と北船場の分断化の課題の2つがあると考えた。この2つの船場に存在する課題を解決することを目的として研究をした。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

船場は、400年前から街区が変わっておらず、商人の街として栄えてきた歴史がある。たった2×1kmの狭い街であるにも関わらず、江戸時代から北と南で自治をつかさどる惣会所が異なっており、北と南で異なる文化が発展した。現在は、北船場は金融が中心の会社などがあるビジネス街、南船場は繊維問屋などが多くある。北船場…近代建築などが多い歴史的な街(年齢層が高い) 南船場…カフェやセレクトショップが立ち並びインスタ映える場所の多い街(若者が憧れる) と街の持つイメージも異なっている。

更に、北と南の中間に船場センタービルという商業複合施設が壁のように存在しており、北と南を分断している。船場センタービルは、東西に1kmの細長い建物で約1000もの店舗が商店街のように立ち並んでいる。ほとんどが卸売販売店(繊維系)、他にも事務所や飲食店も存在する。



船場は高度成長期以降、昼間人口が夜間人口よりも異常に多い。2000年の昼間人口と夜間人口の比率が約9500%であったが、船場にあったビジネスビルが無くなった場所に、マンションが増加したため、比率が2010年には約2500%に減少している。この比率から、働きに来る人より船場に暮らす人の方が増加し、人口構造が変化してきていることが分かる。

3. 研究テーマの課題

船場の地域活性化活動をされている方からのヒアリング調査の中でも、船場という街の名前の知名度が低く、更に、地名の浸透度と共に、街の魅力もあまり浸透していないことが分かった。その背景にあるのが以下の二点の課題である。

- ① 船場は人口構造が変化してきていることから、新たに船場に移り住んだ住人と長く船場に暮らす住人の感じる**船場の街の魅力のギャップ**
- ② 北船場、南船場の魅力やイメージが異なっているため、北船場、南船場の特徴が異なり、**それぞれの街に訪れるターゲットのギャップ**

船場には現在この二点の課題が存在している。この二点のギャップに拍車をかけるように北と南の間に壁のようにそびえ立つ船場センタービルという建物が存在しており、北船場の年齢層と南船場の年齢層が交われない環境を作っている。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

船場の課題解決のために、現在、壁のような存在となっている船場センタービルを活用しようと考えた。船場センタービルで北船場・南船場の双方の魅力を発信し、この場を双方のターゲットが同時に楽しめる場所とする。また、北船場に来たいと思う年齢層と、南船場に来たいと思う年齢層のどちらも、来てみたいと思える場所にする。そのために、幅広いターゲットに足を運びたい入口を用意する。

この入口を作ることで、北船場に興味を持った方が、南船場にも足を運んでみようとする。また、南船場に興味を持った方も、北船場にも足を運んでみようとする。そのきっかけとなる建物に船場センタービルを位置づける。

○船場センタービルにどのようにして入口を作るか

① **若い人のテナント育成システム** 主にファッション系に重点を置く。船場センタービルの繊維問屋としての特徴を活かすためである。その方法として、二毛作ビジネスにより賃料を安く、テナント育成システムでチャレンジしやすい環境を提供する。*テナント育成システム 期間限定トライアル出店ブース(2週間～1か月) →テナント契約(3年) 船場の経営ノウハウの継承もできるように、これまで活躍されてきた経営者の方と交流できる機会も作る。

② **北船場・南船場の魅力の発信** 新たに船場の歴史を紹介するスペースを設置し、北船場・南船場の老舗・新店舗のアンテナショップに期間限定で出店してもらう。そうすることで、センタービルに立ち寄ったことをきっかけにアンテナショップの本店に足を運びたいような場を設ける。

③ **デザイナーと繊維企業交流の入口** 船場センタービルの繊維問屋としての特性を生かし、デザイナーと繊維問屋の交流の場を設け、繊維企業とデザイナーがコラボした商品や作品を作る。そのようにして作られた作品を船場センタービル内で発表し、徐々に発表の場を近代建築などの船場各地に拡大させていく。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

ヒアリング調査

- ・株式会社ケイオス代表取締役：澤田充氏 より船場の歴史や街の特性・課題について
- ・船場げんきの会 副会長：日比哲夫氏 より船場の地域活性化活動について
- ・船場センタービル連盟 会長：池永純造氏 より船場センタービルの現状について 調査を行った。

実際に街を探索し、船場の近代建築などを観察した。

6. 結果や今後の取り組み

① 船場の価値を知らない人が多いという課題

船場センタービルに二つの入口を作ることで他の場所ではできない体験を発信し、船場に興味のなかった人が価値を知ることができる。

② 北船場と南船場の分断化の課題

船場センタービルに北船場・南船場のこれまで交わらなかった人々が交流する場を作ることで価値観の共有が行われる。

船場センタービルに北船場・南船場の入口を作り、訪れたことをきっかけに船場の魅力を知ることができ、南北の壁が崩壊すると考えている。

7. 参考文献

- https://dictionary.goo.ne.jp/ej/83869/meaning/m0u/ 2017年5月14日参照
- 船場の歴史 <http://www.sembo-center.com/history/> 2017年6月21日参照
- https://mainichi.jp/articles/20170125/k00/00e/040/268000c 2017年6月21日参照
- 【会社設立関連コラム】昼と夜は別の顔。二毛作ビジネスは果たして儲かるのか。 <file:///Users/soaiuniversity/Desktop/> 8月16日閲覧
- 二毛作ビジネス <file:///Users/soaiuniversity/Desktop/> 8月16日閲覧
- 「商業の歴史に大阪あり」 <http://www.osaka-brand.jp/panel/business.pdf>
- 生態学第11回 http://minato.sip21c.org/oldlec/ecology_p11.html 2001年6月28日
- 奈良財務事務所「商店街活性化に向けた取り組み(「もちいどのセンター街」)」 kinki.mof.go.jp/content/000013866.pdf
2012年2月13日
- 奈良もちいどのセンター街協同組合「もちいどの夢 CUBE2 期生募集 チャレンジショップ(テナント)募集」 www1.kcn.ne.jp/~mochiido/pdf/yume_cube2.pdf
2012年10月
- 第13回神奈川産学チャレンジプログラム 研究レポート(公開版) www.kanagawa-doyukai.or.jp/activity/pdf/program_13/yamada.pdf 2016年12月14日
- 大阪商業大学酒井ゼミナール「船場報告書～私たちがみた船場の街～」 uc.daishodai.ac.jp/data/.../File/船場報告書（～私たちがみた船場の街～）.pdf
2014年3月
- 創元社編集部編（2012）『大阪の教科書－大阪検定公式テキスト』橋爪紳也監修，創元社。
- 本渡章（2010）『大阪古地図むかし案内－読み解き大坂大絵図』創元社。
- 本渡章（2011）『続・大阪古地図むかし案内－明治～昭和初期編』創元社。
- 本渡章（2013）『続々・大阪古地図むかし案内－戦中～昭和中期編』創元社。
- 橋爪紳也（2013）『大阪謎解き散歩』中経出版。
- 栗本智代（2013）『カリスマ案内人で行く大阪まち歩き』創元社。
- なにわ物語研究会編（2000）『大阪まち物語』創元社。
- 若一光司（2008）『大阪地名の由来を歩く』KKベストセラーズ。
- 大阪市史編纂所編（1994）『大阪市の歴史』創元社。
- 広原盛明・高田光雄・角野幸博・成田孝三編（2010）『都心・まちなか・郊外の共生－京阪神大都市圏の将来』晃洋書房。
- 船場げんきの会愛日地域活動協議会「船場ガイドブック2014～2016」
- 淀屋橋 WEST 北船場くらぶ「北船場茶論2012-2017」
- 商業施設（ショッピングセンター）の賃料に関して－貸ビル大百科 <file:///Users/soaiuniversity/Desktop/商業施設（ショッピングセンター）の賃料に関して%20-%20貸ビル大百科.webarchive> 2017/8/22

<企画シート作成上の注意>

※本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、審査を行っていただく大学教員・企業の方々に事前にお渡しいたします。

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1チーム・1点提出してください。また、翌年3月に公開予定の「大会結果 Web ページ」に掲載されます。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1～7以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、作成上の注意を含め、4ページ以内に収めてください。事務局から審査員に渡す際は、A4サイズでプリントし、4ページ目までをお渡しします。

※大会参加申込み時点から、チーム編成の変更（チームの人数・交代など）は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、西日本インカレ事務局にご連絡ください。事務局より手続きについてご連絡をさせていただきます。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

※企画内容は、未発表の（過去に他誌・HPなどに発表されていない）ものに限り、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日経 BP 社・日経 BP マーケティング社は一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

※パワーポイント内で動画を使用する場合は、必ず「有」とご記入ください。動画を使用する際の注意事項は参加要項に記載しております。

※プレゼンツールを使用する場合は、必ず使用するツール名をご記入ください。企画シートにご記入が無い場合は、発表当日の使用はできません。あらかじめご了承ください。

↑ここまでを 4 ページ以内に収めて、提出してください↑