

東大阪市内3地域におけるバルイベントの 運営方法の地域的特性

石 原 肇[†]

Regional Characteristics in the Management Method of *Baru Ibento*
(Bar Event) held in Higashiosaka City (Osaka Prefecture)

ISHIHARA Hajime

要 旨

バルイベントは地域活性化のためには単発ではなく継続開催することが重要である。本稿では、地域的特性に応じた運営方法を把握する観点から、東大阪市の3地域で行われているバルイベントについて比較することを目的とした。東大阪市の3地域で行われているバルイベントは、比較的近接する3地域にも関わらず、チケット方式、リストバンドによる参加証方式、チラシ持参方式といった3地域がそれぞれ異なる運営方法で実施されていることが確認できた。このことは、実行委員会が目指すバルイベントの姿、バルイベントの実施範囲にある商店街の規模、商店街における飲食店の割合などを勘案して、それぞれの実行委員会が適切であると判断した方法がとられたからだと考えられる。上記のことは、バルイベントが地域の実情に適った運営方法をとれる柔軟なイベントであることを示唆している。

Abstract

It is important to hold *baru ibento* (bar event) periodically to realize regional revitalization. Here, “bar events” held in three areas of Higashiosaka city are described, and the management of these independent events compared. The bar events held in

[†]大阪産業大学 デザイン工学部環境理工学科 教授

草 稿 提 出 日 6月27日

最 終 原 稿 提 出 日 9月3日

the three areas of the city, although in close proximity, are managed differently. The differences are found in the using of a ticket system, the use of a wristband entrance pass system, and a flyer (coupon) system. Each executive committee employed one of the above methods they judged to be appropriate in consideration of the following points: the type of “bar event” envisioned or desired by each executive committee, the scale of the shopping street (arcade) where the bar event is held, and the number of restaurants in the shopping area. The above suggests that the bar event is a flexible event that can be operated in a way that suits local circumstances.

キーワード：バルイベント，運営方法，地域的特性，東大阪市

Keywords: Baru Ibento (Bar Event), management method, regional characteristics, Higashiosaka city

1 はじめに

まちゼミや百円商店街と並ぶ中心市街地の活性化策の一つであるバルイベントは、2004年の「函館西部地区バル街」の開催が端緒となり、全国各地での開催が飛躍的に増加してきた。松下(2013)は、「函館西部地区バル街」について、バル街とは、西部地区とバル街マップ(ガイドマップ)、ピンチョー(つまみ)の3つで構成されている飲み歩きイベントであるとしている。参加者は、例えば「函館西部地区バル街」では、1冊5枚のチケットを3,500円で購入し、飲食店はチケット1枚で1ドリンク・1フードを提供するものとなっている。2017年10月、公益財団法人日本デザイン振興会により「函館西部地区バル街」はグッドデザイン100に選定された。近畿地方で最初に開催した「伊丹まちなかバル」は2019年5月18日に20回目の開催に至っており、同市が主催する「近畿バルサミット」を通じてバルイベントを実施する団体間の継続的な情報交換がもたらされている。

バルイベントについての先行研究をみると、松下(2009)は「函館西部地区バル街」の集客メカニズムを普段行くことのできない店の敷居の低さにあるとしている。これに対して真鍋(2013)は近畿地方のバルイベントを対象としてバルイベントの集客メカニズムは敷居の低さだけでなく、通常一軒の店に行く料金で複数の店を楽しめることにあると指摘している。角谷(2016)は「函館西部地区バル街」から「伊丹まちなかバル」にどのようなノウハウが移転したかをコーディネーションの視点から分析するとともに、角谷(2015)は「伊丹まちなかバル」開催以降の実施区域の商店街での飲食店の増加を確認している。清水・中山は商店街活性化イベントとして継続的にバルイベントを実施していく観点か

ら、奈良県の「あるくん奈良まちなかバル」を対象に調査を行い、バルイベントに来た客による飲食店の評価を参加飲食店に知らせることの重要性を指摘している(清水・中山, 2014, 清水・中山, 2015)。このように、バルイベントに係る研究は、商学や建築学の視点から先行してきた。

筆者は、2016年5月に伊丹市主催の「近畿バルサミット」に参加する機会を得た。初参加以降、半年に一度開催される度に継続して出席し、参加団体による情報交換の場に同席してきた。この会合での見聞から、バルイベントはイベントではあるものの、地域活性化のためには単発ではなく継続開催することが重要であると認識するに至った。この観点に立ち、地域研究の視点から、以下の3つの方向が考えられる¹⁾。まず、①都市の位置や規模との関係、すなわち地域的特性と継続性の把握である。これについて、石原(2017)は滋賀県のバルイベントが実施されている8市を研究対象地域として調査を行い、比較的規模の大きい市で継続開催していることを明らかにした。また、石原(2018)は奈良県のバルイベントが実施されている6市町を研究対象地域として調査を行い、滋賀県と同様に比較的規模の大きい市で継続開催していることを明らかにした。つぎに、②飲み歩きイベントというイベントの性格からコンパクトさが求められ、中心市街地活性化基本計画の区域設定とバルイベントの実施範囲との整合と継続性の関係の把握が必要である。これについて、石原(2019a)は兵庫県の中心市街地活性化基本計画策定市の中心市街地の設定とバルイベントの実施範囲を比較することで、適切な実施範囲の把握を試み、その結果、多くが中心市街地の設定とバルイベントの実施範囲が一致していた。さらに、③地域農産物を活かした地産地消をコンセプトとしたバルイベントの実施による差別化と継続性の把握である。これについて、遊佐(2017)は日本で初めてバルイベントに取り組んだ「函館西部地区バル街」について地域資源を活用した地域活性化の有効事例として位置づけ、バルイベントが果たす地域活性化の有効性と、そこから生まれる地域力の創出およびイベントの優位性を分析している。岡田(2017)は農業県である鹿児島県鹿児島市の「かごしまバル街」を事例として、地産地消の取組みが参加店舗に与える影響、参加店舗のバルイベント実施地域における位置から各店舗が参加と不参加のどちらの判断をしているかの2点について分析を行っている。石原(2019b)は大阪府堺市、八尾市、兵庫県三田市を研究対象地域として地産地消をコンセプトとしたバルイベントの取組みを調査し、いずれもが継続して開催されてきていることを報告している。

筆者は、本学のある大阪府大東市に隣接する東大阪市による2018(平成30)年度地域研究活動に参画する機会を得て、同市鴻池新田地域のにぎわい創出に関する研究に従事した。東大阪市では、大阪モノレールが南伸することに伴い、今後、瓜生堂地域、荒本地域、鴻

池新田地域に新駅が設けられ、それぞれ近鉄奈良線、近鉄けいはんな線、JR学研都市線との新たな結節点となり、にぎわいの創出が期待されている²⁾。また、東大阪市では、商業集積地域は安全・安心なまちづくりやにぎわいづくりに不可欠であるとの認識のもと、まちづくり面からは商業集積地域の安全・安心なまちづくりに商店主や商業者組織の役割が大きいことや、集客・交流人口を増やし地域に活力をもたらすことが期待されることもあり、商業集積地域を対象とした施策を展開することは引き続き重要であるとしている(東大阪市, 2010)。筆者は、これまでのバルイベントの研究を進める過程で、にぎわいの創出のツールとしてバルイベントが有効ではないかと推測した³⁾。また、筆者は、東大阪市内においては比較的隣接する3地域でバルイベントが継続的に実施されているとの情報を得ていた。

東大阪市を研究対象地域とした学術的な地域研究についてみると、地理学では、大澤(2005)が流通機能からみた東大阪市の産業集積の革新性について、小長谷(2006)が東大阪市内における産業クラスター空間の抽出について、Edgington, D.W. and Nagao, K. (2011)が東大阪市の産業集積と地域発展について報告している。これらの報告は、東大阪市の日本有数の中小企業の密集地であり、高い技術を持った零細工場が多数集まっていることに注目しているが、地域活性化に関心をもったものではない。商学では、佐々木(2005)が東大阪市の布施駅と瓢箪山駅の周辺商店街の取組みについて組織化の観点から実態把握を行っている。都市計画の分野では、依藤・松村(2014)が東大阪市の河内小阪駅の周辺商店街におけるまちゼミ実施過程のネットワーク形成についての報告がみられる。

このようにバルイベントに関する先行研究においても、また、東大阪市を研究対象とした地域研究においても、同市内で実施されているバルイベントに関する研究はみあたらない。詳細は後述するが、2018年において東大阪市の3地域で行われているバルイベントは、比較的近接する3地域にも関わらず、3地域がそれぞれ異なる運営方法で実施されている。バルイベントは地域活性化のためには単発ではなく継続開催することが望ましく、上記の①～③の視点に加え、④地域的特性に応じた運営方法と継続性の視点からの調査が必要と考えられる。そこで、本研究では、東大阪市の3地域で行われているバルイベントについて運営方法を比較することを目的とする。この目的を達成することで、バルイベントの運営方法の多様性を把握でき、東大阪市の他の地域はもとより、東大阪市以外の地域でも参考に資するものとする。

2 研究対象地域および研究方法

(1) 研究対象地域

東大阪市は、大阪府中河内地域に位置する市である(図1)。市域の面積は61.81km²、

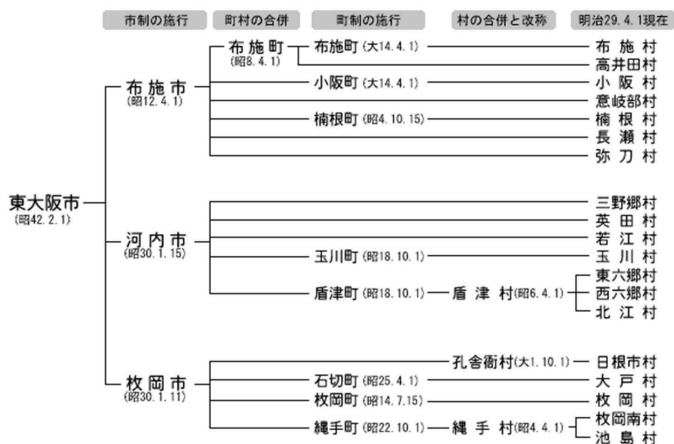
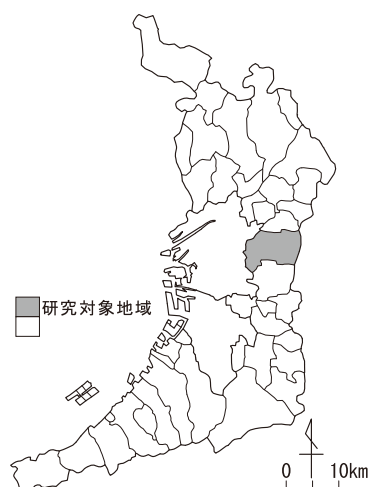


図2 市域の変遷

資料：東大阪市の(2012)から引用

人口は502,784人(2015年国勢調査)であり、大阪市および堺市の両政令指定都市に次ぐ府内第3位の人口を擁する中核市である。現在は中核市となっているが、東大阪市の市域の変遷をみたのが図2である。現在の東大阪市となったのは、1967(昭和42)年のことであり、それまでは布施市、河内市、枚岡市の3市であった。これら3市を1889(明治22)年の市町村制施行時まで遡ると、19村から成っていた。

東大阪市は、大阪平野の東部に位置し、市域の大半は平坦な低地であるが、市東部は生駒山地の山々が連なり、豊富な自然が残されている。日本有数の中小企業の密集地であり、高い技術を持った零細工場が多数集まっている。また、花園ラグビー場のある「ラグビーのまち」としてアピールする形でまちづくりが行われている。

東大阪市には、JR学研都市線、JRおおさか東線、近鉄奈良線、近鉄大阪線、近鉄けいはんな線、Osaka Metro中央線の6つの鉄道路線が走り、西は大阪市内や阪神方面へ、東は奈良やけいはんな学研都市へ、つながっている。また広域交通をになう道路が縦横に整備されており、自動車専用道路では近畿自動車道、阪神高速道路東大阪線、第二阪奈有料道路が、主要幹線道路では府道大阪中央環状線、国道170号線、国道308号線がある。

ここで、東大阪市における1990年以降の人口の推移(図3)をみると、大阪府全域では2010年から2015年にかけて初めて人口が減少しているが、東大阪市では1990年以降一貫して人口は減少をしている。つぎに、東大阪市の商業集積地をみておこう。『東大阪市商業振興ビジョン』(東大阪市, 2010)では、図4に示す布施、河内永和、河内小阪、八戸ノ里、若江岩田、河内花園、瓢箪山、石切、長瀬、弥刀、大蓮、徳庵、鴻池新田の13商業集積地を対象としており、すべての集積地が近隣型の要素を持ち、また個性化を図ることを

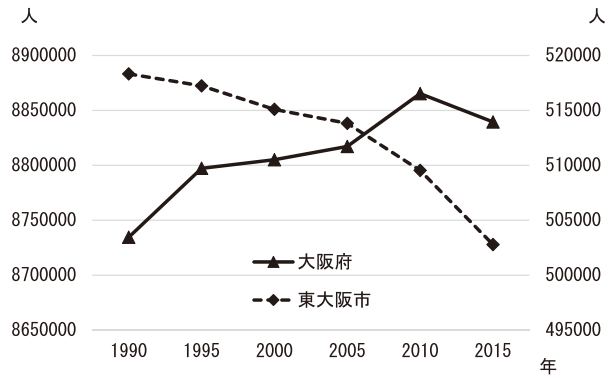


図3 東大阪市における人口の推移 (1990～2015年)
資料：国勢調査各年より作成

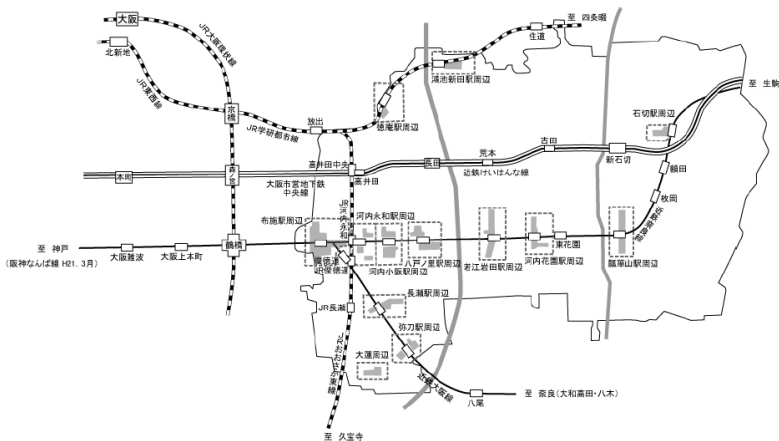


図4 商業集積地域の位置図
資料：『東大阪市商業振興ビジョン』（東大阪市，2010）より引用

通じて広域観光型の要素も入ってくる地域もあると位置づけられている⁴⁾。本研究では、東大阪市内でバルイベントが継続開催されている「布施えびすバル」, 「小阪・八戸ノ里なのはなバル」(以下, 「なのはなバル」), 「長瀬酒バル」を対象とする⁵⁾。

(2) 研究方法

バルイベントの実施状況を把握するため、2018年5月26日に「なのはなバル」、2018年9月8日に「長瀬酒バル」、2018年10月20日に「布施えびすバル」の現地調査をそれぞれ行った。2019年6月に、それぞれの事務局にヒアリングを行い、バルイベント実施のきっかけや運営方法について把握した。第1回から直近までのバルマップを入手し、参加店舗数やバルイベント実施範囲の推移を把握した。考察にあたっては、各バルイベント実施地

域内の駅一日乗降客数については大阪府統計年鑑を、商店街の概況については『東大阪市内小売商業の現状と主要商店街の規模・構造調査結果(平成27年3月)』(東大阪市内経済部, 2015)をそれぞれ参考とした。これらより得た情報から地域的特性と運営方法について比較を行う。

3 「布施えびすバル」の実施状況

「布施えびすバル」の実施範囲を図5に示す。「布施えびすバル」の実施範囲には、近鉄大阪線および奈良線の分岐駅となっている布施駅、近鉄奈良線の河内永和駅およびJRおおさか東線のJR河内永和駅があり、行政界をまたぎ大阪市生野区の北東部に位置するOsaka Metro千日前線の小路駅が隣接している。これらの駅の日乗降者数は、近鉄の布施駅が38,240人、河内永和駅が11,260人、JR河内永和駅が6,422人、Osaka Metro千日前線の小路駅が7,799人となっており、これらを合計すると63,721人となり、本稿で取り上げる3地域の中で最も多くなっている(表1)。

東大阪市内経済部(2015)により、布施駅周辺(図6)と河内永和駅周辺(図7)の商店街をみると、布施駅周辺には12商店街があり、全店舗数は923軒で、そのうち飲食店は427軒で、その割合は46.3%となっており、河内永和駅周辺には2商店街があり、全店舗数は107軒で、



図5 「布施えびすバル」の実施範囲

資料：布施えびすバルマップ(布施えびすバル実行委員会, 2018)より引用

表1 東大阪市における各パルイベント実施地域の駅一日乗降客数および商店街の概況

イベント名	駅一日乗降客数 (2015年)			商店街 (2014年)			
	線名	駅名	数 (人)	商店街数	全店舗数	飲食店数	飲食店割合* (%)
布施えびすバル	近鉄 大阪線・奈良線	布施	38,240	12	923	427	46.3
	Osaka Metro千日前線	小路**	7,799				
	近鉄 奈良線	河内永和	11,260	2	107	32	29.9
	JR おおさか東線	JR河内永和	6,422				
なのはなバル	近鉄 奈良線	河内小阪	27,790	5	289	80	27.7
		八戸ノ里	25,686	3	148	55	37.2
長瀬酒バル	近鉄 大阪線	長瀬	31,810	2	228	79	34.6

資料：大阪府統計年鑑 (2016) および東大阪市経済部 (2015) より作成

※飲食店割合は、飲食店数/全店舗数×100で求めている

※※小路駅は大阪市生野区北東部に位置するが、ガイドマップに記載されていることから表記している

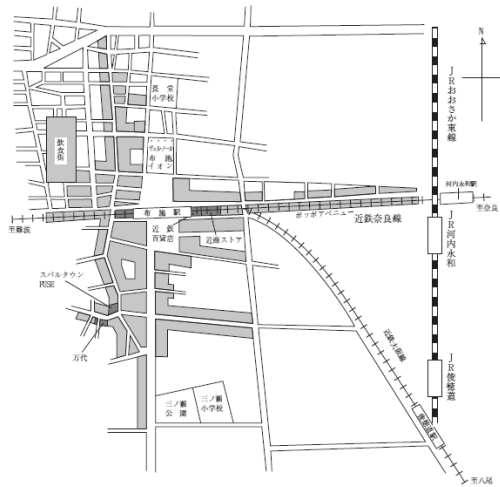


図6 布施駅周辺商店街

資料：『東大阪市小売商業の現状と主要商店街の規模・構造調査結果 (平成27年3月)』(東大阪市経済部, 2015) より引用

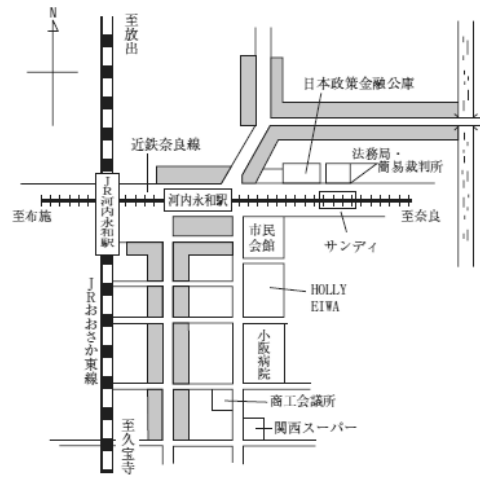


図7 河内永和駅周辺商店街

資料：『東大阪市小売商業の現状と主要商店街の規模・構造調査結果 (平成27年3月)』(東大阪市経済部, 2015) より引用

そのうち飲食店は32軒で、その割合は29.9%となっている (表1)。本稿で取り上げる3地域の中で布施駅周辺は最も大きな商業集積地域となっており、飲食店の割合が最も大きいのが特徴である。

「布施えびすバル」は2013年10月に第1回が開催され、2018年10月に第6回が開催されている (表2)。「布施えびすバル」の実施主体は布施えびすバル実行委員会である。第6回のガイドマップによれば、後援には、東大阪市、東大阪観光協会、布施商店街連絡会、

表2 「布施えびすバル」の開催の推移

回	開催年月日	参加方法	参加店舗数(軒)	店舗の属性
1	2013年9月28日(土)	チケット制	100	多業種
2	2014年10月11日(土)	チケット制	91	飲食店のみ
3	2015年10月17日(土)	チケット制	90	飲食店のみ
4	2016年10月22日(土)	チケット制	86	飲食店のみ
5	2017年10月21日(土)	チケット制	80	飲食店のみ
6	2018年10月20日(土)・21日(日)	チケット制	67	飲食店のみ

資料：バルイベントのガイドマップおよびヒアリングにより作成



図8 布施えびすバルマップブック

資料：布施えびすバル実行委員会(2018)より引用

布施戎神社，東大阪料飲宿連合会，東大阪商工会議所が名を連ねている。

第6回のガイドマップには、「食べる門には福来たる！」をコンセプトに、ご参加者の皆様に布施周辺のまちなかを食べ飲み歩いて(ハシゴして)いただきます！」と記されている。チケットは、5枚綴りで、前売り3,000円、当日3,500円となっている。バルイベント開催日より後に余ったチケットを使用できる期間(以下、「あとバル期間」という)は、12日間となっている。

第6回のガイドマップの仕様は、たて210mm×よこ148mmの32ページからなるブック式である(図8)。このうちマップは2枚で、そのうち大きい方の大きさはたて210mm×よこ284mm、小さい方は布施駅前の拡大図となっており大きさはたて97mm×よこ138mmで、方位と縮尺の記載はともになく、地域内の駅は記載されている。バルイベントの本部は布施駅前に設置されていた(写真1)。

布施えびすバル実行委員会の事務局は、バルイベントに参加している飲食店のオーナーである元光一倫氏が委員長として担っている。2019年6月12日に行った元光氏へのヒアリ



写真1 布施駅前の布施えびすバル本部
(2018年10月20日に筆者撮影)

ングによれば以下のとおりである。「最初は商店街の枠の中で動いていたが、制約が大きく飲食店だけのイベントとして出来ず、物販やサービスを入れるとぼやけてしまう傾向にあった。商店街に属していない飲食店の有志で実行委員会を作り、商店街に属する飲食店も含めバルイベントの参加を呼びかけた。最初は100軒の参加店舗があったが、イベントに合う合わないで淘汰もあり、ここ数回は60～70軒で推移している。開催時期は多くの店舗が参加できるように、だんじりと競合しないように設定している。市から3年間の助成ということで始まり、1年延長となり、4年間受けてきた。5回目以降は市の助成なしで実施している。飲食店の有志による実行委員会でやっているが、辞める、あるいは店舗の都合で出来ない等、委員が減ってきており、運営の負担が大きくなってきている。バルイベントは地域ブランディングの手段だと考えている。布施は怖い街との印象をもたれているように思う。バルイベントに来てもらい楽しんでもらうことで、怖い街というイメージを払拭できればと継続してきている。」

4 「なのはなバル」の実施状況

「なのはなバル」の実施範囲を図9に示す。「なのはなバル」の実施範囲には、近鉄奈良線の河内小阪駅と八戸ノ里駅がある。これらの駅の一日乗降者数は、河内小阪駅が27,790人、八戸ノ里駅が25,686人となっており、これらを合計すると53,476人となり、本稿で取り上げる3地域の中で2番目となる(表1)。

東大阪市経済部(2015)により、河内小阪駅周辺(図10)と八戸ノ里駅周辺(図11)の商店街をみると、河内小阪駅周辺には5商店街があり、全店舗数は289軒で、そのうち飲食店は80軒で、その割合は27.7%となっており、八戸ノ里駅周辺には3商店街があり、全店

東大阪市内3地域におけるパルイベントの運営方法の地域的特性 (石原 肇)



図9 「なののはなパル」の実施範囲

資料：なののはなパルマップ(なののはなパル実行委員会, 2018)より引用

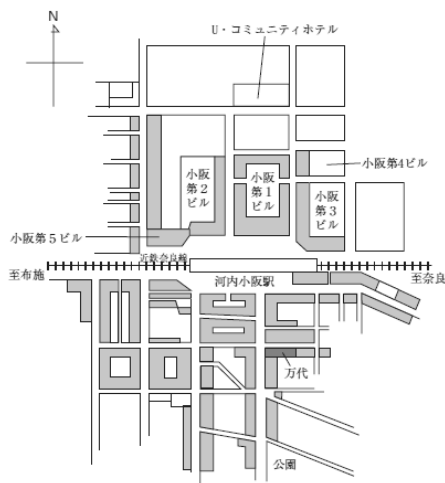


図10 河内小阪駅周辺商店街

資料：『東大阪市小売商業の現状と主要商店街の規模・構造調査結果(平成27年3月)』(東大阪市経済部, 2015)より引用

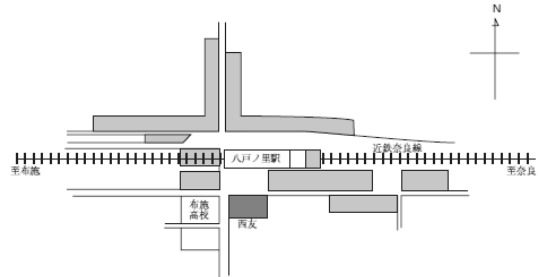


図11 八戸ノ里駅周辺商店街

資料：『東大阪市小売商業の現状と主要商店街の規模・構造調査結果(平成27年3月)』(東大阪市経済部, 2015)より引用

舗数は148軒で、そのうち飲食店は55軒で、その割合は37.2%となっている(表1)。本稿で取り上げる3地域の中で河内小阪駅周辺は布施駅周辺に次いで大きな商業集積地域となっているが、飲食店の割合が最も小さいのが特徴である。

「なのはなバル」は2013年3月3日(日)に第1回が開催されている。東大阪市で初めてのバルイベントの開催となる。2018年5月に第6回が開催されている(表3)。第6回の開催にあたり、「なのはなバル」公式HPによれば、実施主体はなのはなバル実行委員会であり、後援に東大阪市、東大阪観光協会、東大阪商工会議所、東大阪ツーリズム振興機構が、協力を(株)関西ぱど、特定非営利活動法人週刊ひがしおおさか(以下、週刊ひがしおおさか)が名を連ね、「参加店34店舗がそれぞれ趣向を凝らして開催当日に限定販売する料理や商品を、“リストバンド”を使って食べたり飲んだりお土産を買ったり、遊んだりして歩き回るといイベント!小阪・八戸ノ里の街を2日間思う存分楽しんで!」と記されている(なのはなバル2018)。

「なのはなバル」は、第1～5回まではチケット制であった。チケットは、5枚綴りで、前売り3,000円、当日3,500円となっていた。「なのはなバル」では、第6回にリストバンド参加証方式を導入している(写真2)。リストバンド参加証は、前売り600円、当日700円

表3 「なのはなバル」の開催の推移

回	開催年月日	参加方法	参加店舗数(軒)	店舗の属性
1	2013年3月3日(日)	チケット制	48	飲食店のみ
2	2014年3月16日(日)	チケット制	69	多業種
3	2015年3月15日(日)	チケット制	54	多業種
4	2016年3月13日(日)	チケット制	44	多業種
5	2017年3月12日(日)	チケット制	49	多業種
6	2018年5月26日(土)・27日(日)	リストバンド型参加証	34	多業種

資料：バルイベントのガイドマップおよびヒアリングにより作成



写真2 なのはなバルのリストバンド型参加証
(写真中央)

(2018年5月26日に筆者撮影)



図12 なのはなバルマップ

資料：なのはなバル実行委員会(2018)より引用



写真3 八戸ノ里駅前のなのはなバル本部
(2018年5月26日に筆者撮影)

で販売され、2日間有効である。「なのはなバル」参加店舗で、リストバンド参加証を示すことにより500円でバルメニューを利用できる。リストバンド参加証方式はチケット制と異なり、何店舗利用しても構わない。

第6回のガイドマップの仕様は、たて364mm×よこ512mmの両面印刷した用紙を3回折りたたみ、たて182mm×よこ128mmにしたものである(図12)。このうちマップは1枚で、その大きさは、たて243mm×よこ247mmで、方位、縮尺ともに記載はない。地域内の駅は記載されている。バルイベントの本部は河内小阪駅前と八戸ノ里駅(写真3)に設置されていた。

なのはなバル実行委員会の事務局は、協力に名を連ねる週刊ひがしおおさかの代表である前田寛文氏が担っている。週刊ひがしおおさかという組織名は紙媒体販売をしているような名称であるが、まちづくりを担う特定非営利活動法人である。2019年6月7日に行った前田氏へのヒアリングによれば以下のとおりである。「7年前に店の人同士が小阪でもバルイベントをやりたいと話だし、中学校区が同一の八戸ノ里にも話が及び、開催の機運が高まった。現在、協力の位置付けにある(株)関西ぱどが事務局となり、週刊ひがしおおさかに声かけられた。2013年3月3日に東大阪市で初めての開催となった。その半年後に「布施えびすバル」が第1回目を開催する際には、(株)関西ぱどと週刊ひがしおおさかで事務局の手伝いに行っている。布施の高齢の店主からは小阪の若者と言われたぐらい、古い人にはまだ村意識は残っており、小阪と布施や長瀬は別の地域であるという認識がある。「なのはなバル」の事務局は、諸々の事情から3年目に(株)関西ぱどから週刊ひがしおおさかに移り、現在に至っている。市から3年間の助成ということで始まり、1年延長、さらに1年延長で、5年間受けてきた。6回目は市の助成なしとなることや、

中だるみもあることなどから、5回目を終えた時点で、事務局としては6回目の開催は止めたいと考えていたが、店の人たちに止めさせてもらえなかった。運営方法については、1～2回目の頃にバッジ方式を検討はしていた。6回目の開催にあたり、バッジではなく、リストバンド方式を導入することとした。リストバンドであれば、お客様は一度手首に着けてしまえば、面倒はない。チケット方式であると、換金の手間などの事務局の負担が大きい。リストバンド方式で、それぞれの参加店舗で参加者が現金払いすることにより負担が大幅に軽減された。」

5 「長瀬酒バル」の実施状況

「長瀬酒バル」の実施範囲を図13に示す。「長瀬酒バル」の実施範囲には、近鉄大阪線の長瀬駅がある。長瀬駅の一日乗降者数は、31,810人となっており、本稿で取り上げる3地域の中で3番目となる(表1)。

東大阪市経済部(2015)により、長瀬駅周辺の商店街をみると(図14)、2商店街があり、全店舗数は228軒で、そのうち飲食店は79軒で、その割合は34.6%となっている(表1)。本稿で取り上げる3地域の中では長瀬駅周辺は布施駅周辺、河内小阪駅周辺に次いで大きな商業集積地域となっており、飲食店の割合が比較的大きいのが特徴である。

「長瀬酒バル」は2014年7月4日(金)～6日(日)の3日間で第1回が開催されている。その後、2016年9月10日(土)・11日(日)に第2回が、2017年9月9日(土)・10日(日)に第3回が、2018年9月8日(土)・9日(日)に第4回が開催されている(表4)。

「長瀬酒バル」は、第1～4回までチケット制や参加証方式ではなく、チラシ(図15)を持っていけばよく、各参加店舗で1コイン(500円)を支払うという極めて簡素なシステムを導入している⁶⁾。他の地域の参加者でチラシを事前に入手することができない場合は、

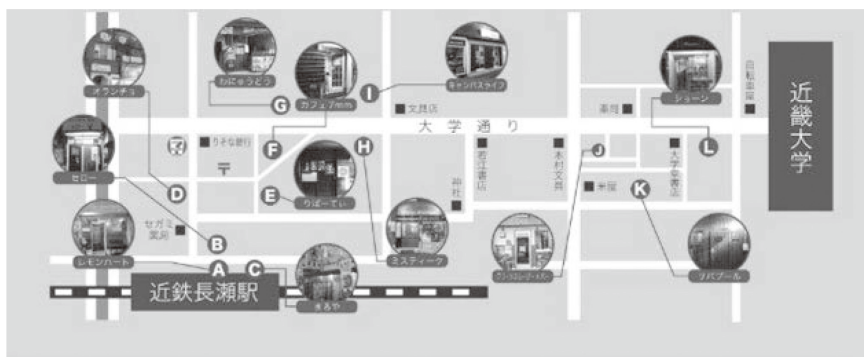


図13 「長瀬酒バル」の実施範囲

資料：長瀬酒バルのチラシ(長瀬酒バル実行委員会，2018)より引用

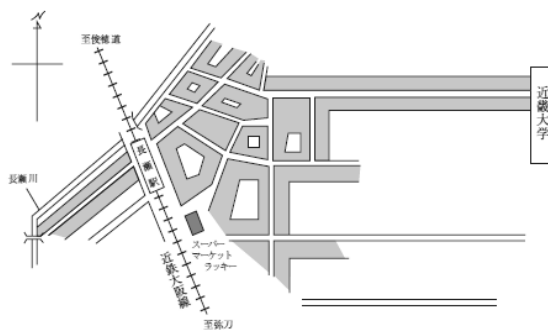


図14 長瀬駅周辺商店街

資料：『東大阪市内小売商業の現状と主要商店街の規模・構造調査結果(平成27年3月)』(東大阪市経済部, 2015)より引用

表4 「長瀬酒バル」の開催の推移

回	開催年月日	参加方法	参加店舗数 (軒)	店舗の属性
1	2014年7月4日(金)～6日(日)	チラシの持参	10	カウンターのある飲食店のみ
2	2016年9月10日(土)・11日(日)	チラシの持参	8	カウンターのある飲食店のみ
3	2017年9月9日(土)・10日(日)	チラシの持参	15	カウンターのある飲食店のみ
4	2018年9月8日(土)・9日(日)	チラシの持参	12	カウンターのある飲食店のみ

資料：バルイベントのチラシおよびヒアリングにより作成

「長瀬酒バル」の公式HPからチラシのファイルをダウンロードして印刷したものを持って行けば参加できる。参加店舗の負担はチラシ作成費用のみであり、実行委員会は精算の手間が省け、参加者はバルイベントへの参加費用はかからないというメリットがあるものと考えられる⁷⁾。

第4回のチラシの仕様は、たて297mm×よこ210mmの両面印刷したA4用紙サイズである(図15)。このうちマップは1枚で、その大きさは、たて243mm×よこ80mmで、方位、縮尺ともに記載はない(図13)。地域内の駅は記載されている。バルイベントの本部は設置されていない。

長瀬酒バル実行委員会の初代実行委員長は、バルイベントに参加している飲食店のオーナーである網野修一氏である。2019年6月25日に行った網野氏へのヒアリングによれば以下のとおりである。「長瀬は学生街であり、学生向けの居酒屋が多い。一方で、お客様とコミュニケーションのとれるカウンターのあるお店もある。そのようなお店に地元の住民の方々に足を運んでもらう機会を作ろうと開催をした。したがって、参加店舗の要件として、カウンターのある店としている。1回目から間が空いたのは、1回目のようなやり方



図15 長瀬酒バルのチラシ

資料：長瀬酒バル実行委員会 (2018) より引用

で良かったのかわからなかった。参加店舗の何軒かから、また開催して欲しいとの要望があり、2回目以降、毎年開催するようになった。チラシ方式にしたのは、参加店舗に要件を設け限ったため市の助成を受けられず、バルイベントを開催するための資金が十分にはないため、幟旗なども導入できなく、最も安く開催を知らせる方法として、チラシが考えられた。そのアイデアは商店街に居住する広告業を営む方で、バルイベントにはボランティアで参画しているが、2回目以降は実行委員長として運営に大きく関わってもらっている。2回目以降の開催時期は、学生に迷惑をかけぬよう、後期授業が開始する前で、近隣の祭り等と日程が重ならないように配慮している。私の店の常連客が他の参加店舗に行くようになったり、他の参加店舗の常連客が私の店に来る機会となったり、お客様が長瀬にあるカウンターのあるお店をいろいろと知る契機になっており、バルイベントを実施した効果はあると考えている。」

6 まとめと今後の課題

本稿では、バルイベントは地域活性化のためには単発ではなく継続開催することが重要であり、地域的特性に応じた運営方法を把握する観点から、東大阪市の3地域で行われているバルイベントについて比較することを目的とした。

東大阪市では人口減少局面に入っていることから、本稿の端緒となった東大阪市2018(平成30)年度地域研究活動では、「若年・子育て世帯に本市を居住地として選んでもらうために行う取組みの方策の研究」も実施されている(東大阪市, 2019a)。現在、筆者は大

阪市福島区や中央区といった都心回帰による人口増加地域で行われているバルイベントについて、バルイベントの継続開催による地域ブランディングの視点からも調査を進めている。大阪市福島区の「野田バル」と「福島バル」の主催者は、「野田バル」と「福島バル」の継続開催を当然のこととしており、バルイベントは地域ブランディングのための有用な手段として位置付けて取り組んでいるとのことであった(石原, 2019c)。また、大阪市中央区の「北船場(バル)」の主催者は、バルイベントは他地域の人を呼び込み、街を回遊するのに半日程度かけてもらえることに魅力があったとのことであり、また、北船場には、古くから住んでいる人、新しく住みだした人、働きに来ている人がいて、全く交流がないことを問題と認識しているとのことであった(石原, 2019d)。人口増加地域においてさえも、まちのイメージ向上や魅力を発信するためにバルイベントに取り組んでいる。1章に記したように、東大阪市は、商業集積地域は安全・安心なまちづくりやにぎわいづくりに不可欠であると認識し、まちづくり面からは商業集積地域の安全・安心なまちづくりに商店主や商業者組織の役割が大きいこと、集客・交流人口を増やし地域に活力をもたらすことが期待されることを明らかにしている(東大阪市, 2010)。東大阪市内でバルイベントに取り組んでいる各氏をみれば、「布施えびすバル」の元光氏は「バルイベントは地域ブランディングの手段だと考えている、怖い街というイメージを払拭できればと継続してきている」と述べ、「なのはなバル」の前田氏はまちづくりを担う特定非営利活動法人の代表であり、「長瀬酒バル」の網野氏は「お客様とコミュニケーションのとれるカウンターのあるお店に地元住民の方々に足を運んでもらう機会を作ろうと開催している」と述べている。近接するものの、それぞれの地域での活性化を目論んで各氏は取り組んできている。東大阪市内においてバルイベント開催の重要性がうかがえる。

つぎに、東大阪市内における各バルイベントの直近の開催状況および地域的特性の比較を表5に示す。東大阪市内の3地域で行われているバルイベントは、比較的近接する3地域にも関わらず、チケット方式、リストバンド参加証式、チラシ持参といった3地域がそれぞれ異なる運営方法で実施されていることが確認できた。「布施バル」が実施されている地域の駅は1日乗降客数が最も多く、商店街の規模が最も大きく、飲食店の占める割合が最も大きい。また、元光氏の「布施は怖い街との印象をもたれているように思う。」との指摘もある。悪いイメージの払拭に飲食店のみが参加する形で努めてきていることも頷ける。このような地域的特性から、市の助成を受け、開催当初からチケット方式で開催し、市の助成がなくなってからも飲食店の有志からなる実行委員会がチケット方式を継続して実施している状況にある。「なのはなバル」が実施されている地域の駅は1日乗降客数と商店街の規模が3地域の中で中位であり、飲食店の占める割合が最も小さい。飲食店の占める

表5 東大阪市における各バルイベントの直近の開催状況および地域的特性の比較

イベント名	回	開催年月日	実行委員会事務局の主体	店舗の属性	参加店舗数(軒)	市からの助成	参加方法	本部	幟旗	駅の1日乗降客数	商店街規模	飲食店割合
布施えびすバル	6	2018年 10月20日(土)・ 21日(日)	飲食店 オーナー	飲食店 のみ	67	なし (4回目 まであり)	チケット制	あり	あり	多	大	大
なのはなバル	6	2018年 5月26日(土)・ 27日(日)	NPO法人 代表	多業種	34	なし (5回目 まであり)	リストバンド型 参加証 (5回目まで チケット制)	あり	あり	中	中	小
長瀬酒バル	4	2018年 9月8日(土)・ 9日(日)	飲食店 オーナー	カウンターの ある 飲食店 のみ	12	なし	チラシの持参	なし	なし	少	小	中

資料：各バルイベントのガイドマップ等およびヒアリング，表1により作成

割合が最も小さいことから、「なのはなバル」では3地域の中で唯一物販もバルイベントに参加していることが特徴である。また、開催にあたっては、市の助成を受け、参加店舗のメンバーが事務局機能を担うのではなく、(株)関西ばどあるいは週刊ひがしおおさかが事務局を担い、チケット方式で行ってきていた。市の助成がなくなる段階で、事務局機能にかかるコストを低減する必要があり、リストバンド参加証方式に移行している。「長瀬酒バル」が実施されている地域の駅は1日乗降客数と商店街の規模が3地域の中で最小であり、飲食店の占める割合は3地域の中では中位である。学生街であるため学生向けの居酒屋が多いという地域的特性から、バルイベントの参加要件としてお客様とコミュニケーションのとれるカウンターのあるお店ということを課している。このことから、市の助成の対象とはならず、バルイベントの実施コストを極力抑えた運営方法として開催当初からチラシ持参方式となっている。

このようにみえてくると、東大阪市のバルイベントは、比較的近接する3地域で実施しているにも関わらず、チケット方式、リストバンド参加証方式、チラシ持参といったそれぞれ異なる運営方法で実施されているのは、それぞれの実行委員会が目指すバルイベントの姿、バルイベントの実施範囲にある商店街の規模、飲食店の割合、市からの助成の有無、事務局機能の担い手の差異などを背景に、それぞれが適切であると判断した方法がとられたからだと考えられる。このことは、バルイベントが地域の実情に適った運営方法のとれる柔軟なイベントであることをも示唆している。

なお、東大阪市の花園ラグビー場は、2019年のラグビーワールドカップ日本大会の試合会場となっている。地域ブランディングを目指して「布施えびすバル」に取り組んできた

元光氏の呼び掛けで、この大会開催の時期に合わせて東大阪全域で取り組む「東大阪ラグビーバル」が2019年9月20日から10月20日に実施される方向で企画されている。また、これに前後する形で、9月上旬には「長瀬酒バル」が、10月下旬には「なのはなバル」が、それぞれ独自に開催することも計画されている。「東大阪ラグビーバル」の計画は、世界的なスポーツイベントとのコラボレーションによる市域全域での地域ブランディングとも捉えられることから、実際の開催時にその状況を把握していくこととしたい。

注

- 1) 本稿では、冒頭に主要な論点として3点をあげた。これらに加え、4点目として本稿で取り扱う運営方法と継続性の検討、5点目として本稿最終章で示している継続開催による地域ブランディングが主要な論点として考えられる。なお、これら以外にも、別の論点も当然あり得る。
- 2) 東大阪市では、2016～2018(平成28～30)年度の地域研究活動において、瓜生堂地域、荒本地域、鴻池新田地域のにぎわいの創出がテーマとされている(東大阪市, 2019b)。
- 3) 結果的に本稿で論じる内容については、2018(平成30)年度東大阪市地域研究活動報告書には記載していない(石原・高浪, 2019)。大阪モノレールの開業が2028年度に見込まれており、主たる研究成果としてJR鴻池新田駅とモノレール新駅間の導線の検討とそのハードの整備の方向性を打ち出すことが求められ、バルイベントのようなソフトな施策は求められなかったことによる。
- 4) 佐々木(2005)では、『東大阪市小売商業の現状と主要商店街の規模・構造』(東大阪市・東大阪商工会議所, 2004)を基に検討がなされており、それによれば16の商業集積地域が確認されており、本稿で記した13の商業集積地域以外に鴨高市場周辺商店街、俊徳道駅周辺商店街、森河内商店街が記されている。また、佐々木(2005)によれば、『布施商店街等活性化基本構想検討事業調査報告書』(布施商店街連絡会, 2001)を基に、東大阪市では市内商業集積について、本稿の対象としている布施を中心市街地型、河内小阪、八戸ノ里、長瀬を地域型、河内永和を近隣型と区分しているとしている。
- 5) 本研究のヒアリングの過程で2018年7月に鴻池新田駅周辺で「鴻池バル」が第1回目の開催をしたとの情報を得たが、本研究は継続開催と運営方法を論ずることから扱わない。
- 6) バルイベントは多くの地域で実施されているものの、必ずしも行政が主導で行う事業ではないため統計は整備されていない。このため、主催者がどのような方式を取っているかの情報も集約されていない。チケット方式は、バルイベントの発祥の地である

「函館西部地区バル街」でとられた方式である。近畿地方で最初にバルイベントを開催した伊丹市の「伊丹まちなかバル」はこのチケット方式で実施してきている。また、近畿地方でバルイベントが急速に波及したのは、1章で記した伊丹市が開催しているバルイベント関係者が集う「近畿バルサミット」の存在が大きいと考えられ、この場を通じて「伊丹まちなかバル」が採用しているチケット方式を導入している地域が多くなっているものと考えられる。最初はチケット方式であったものが、参加証方式（リストバンド以外に、缶バッジや首から下げるネームホルダーを利用したものなど多様である）に変更している場合が見受けられる。「長瀬酒バル」のようなチラシ持参方式は、筆者の知る限りにおいては、門真市で2016～2017年度に一時的に開催された「門真とおめがねバル」が唯一近い方式と考えられる。なお、これらの3方式以外の方法があるかについては、筆者は把握できていないため、本稿では3方式の分類とする。

7) リストバンドなどの参加証方式は参加費を支払っているもので、目に見える形で参加者は参加費を支払っている。チケット制では、チケット代の中に、各参加店舗が実行委員会に支払う費用が含まれていることから、参加者は初期のチケット代の中で参加費を支払っているものと考えられる。

謝辞

本稿を作成するにあたり、ヒアリングへの対応をいただいた布施えびすバル実行委員長の元光一倫氏、なのはなバルの事務局を務める特定非営利活動法人週刊ひがしおおさかの代表である前田寛文氏、長瀬酒バル初代実行委員長の網野修一氏の各氏にお礼を申し上げます。

参考文献

- 石原 肇「滋賀県におけるバルイベントの地域的特性」『日本都市学会年報』第50巻、2017年、241-250ページ。
- 石原 肇「奈良県におけるバルイベントの地域的特性」『大阪産業大学論集 人文・社会科学編』第33巻、2018年、35-48ページ。
- 石原 肇「近畿圏3地域における地産地消をコンセプトとしたバルイベントの比較」『地域活性研究』第10巻、2019年、41-50ページ。
- 石原 肇「中心市街地活性化基本計画の設定区域とバルイベントの実施範囲との比較－兵庫県を事例として－」『人間環境論集』第18巻、2019年、1-29ページ。
- 石原 肇「大阪市福島区「野田バル」「福島バル」の開催経過からみるイベント実施の適

正範囲の推定」『近畿都市学会報』第206号, 2019年, 11-12ページ。

石原 肇「地域ブランディングのツールとしてのバルイベントー大阪市中央区「北船場(バル)」を事例にー」『地域活性学会研究大会論文集』第11巻, 2019年, 印刷中。

石原 肇・高浪龍平「東大阪市平成30年度地域研究活動 大阪モノレール南伸に伴うまちづくり検討事業 調査報告書」2019年。

(http://www.city.higashiosaka.lg.jp/cmsfiles/contents/0000024/24832/1-1_ishiharaH30.pdf 最終閲覧日:2019年9月3日)

大澤勝文「流通機能からみた東大阪産業集積の革新性」『経済地理学年報』第51巻, 2005年, 312-328ページ。

岡田 登「鹿児島市におけるバルイベントを通じた地産地消の取組み」『地域研究』第58巻A, 2017年12月, 15-27ページ。

小長谷一之「東大阪における産業クラスター空間の抽出」『創造都市研究』第1巻第1号, 2006年, 77-89ページ。

佐々木保幸「東大阪市における商店街振興についての実態研究ー布施駅周辺商店街および瓢箪山駅周辺商店街の取組みと組織化を中心にー」『大阪商業大学論集』第1巻第1号, 2005年, 59-73ページ。

清水裕子・中山 徹「継続的な商店街活性化イベントのありかたに関する研究:あるくん奈良まちなかバルを事例として」『日本建築学会技術報告集』第20巻第44号, 2014年2月, 285-290ページ。

清水裕子・中山 徹「商店街活性化イベントのインターナル・ブランディングに関する研究:あるくん奈良まちなかバルを事例として(その2)」『日本建築学会技術報告集』第21巻第49号, 2015年10月, 1229-1234ページ。

角谷嘉則「商店街におけるコーディネーションの分析:飲食店の増加とバル街による変化」『流通』第36巻, 2015年6月, 31-45ページ。

角谷嘉則「「函館西部地区バル街」から「伊丹まちなかバル」への情報提供とその経路」『流通研究』第19巻第1号, 2016年12月, 67-82ページ。

なのはなバル「なのはなバルとは」2018年。

(<http://nanohanabar.jp/about.php> 最終閲覧日:2019年6月16日)

東大阪市『東大阪市商業振興ビジョン』2010年。

東大阪市「市域の変遷」2012年。

(<https://www.city.higashiosaka.lg.jp/0000007269.html> 最終閲覧日:2019年6月16日)

東大阪市「平成30年度地域研究助成金制度 調査研究テーマと報告書一覧」2019年。

- (<http://www.city.higashiosaka.lg.jp/0000024832.html> 最終閲覧日：2019年9月3日)
東大阪市「大学との連携」2019年。
- (<https://www.city.higashiosaka.lg.jp/category/20-15-0-0-0.html> 最終閲覧日：2019年6月16日)
- 東大阪市経済部『東大阪市小売商業の現状と主要商店街の規模・構造調査結果（平成27年3月）』2015年。
- 松下元則「函館西部地区バル街の集客メカニズム」『食生活科学・文化及び環境に関する研究助成研究紀要』第24号，2009年3月，191-199ページ。
- 松下元則「函館西部地区バル街の概観：歩み・参加者行動・仕組み」『福井県立大学論集』第41巻，2013年8月，87-112ページ。
- 真鍋宗一郎「回遊型飲食イベント（バルイベント）の集客メカニズムについて」『創造都市研究』，第8巻第1号，2013年，1-25ページ。
- 遊佐順和「地域資源活用による地域力の創出に関する研究：函館西部地区バル街を事例として」『地域研究』第58巻A，2017年12月，1-14ページ。
- 依藤光代・松村暢彦「「得するまちのゼミナール」が商店街の社会的ネットワークに及ぼす影響に関する研究：東大阪市小阪商店街をケーススタディとして」『都市計画論文集』第49巻第3号，2014年，789-794ページ。
- Edgington, D.W. and Nagao, K. "Local Development in the Higashi Osaka Industrial District", *Japanese Journal of Human Geography*, Vol.63, 2011, pp.507-525.