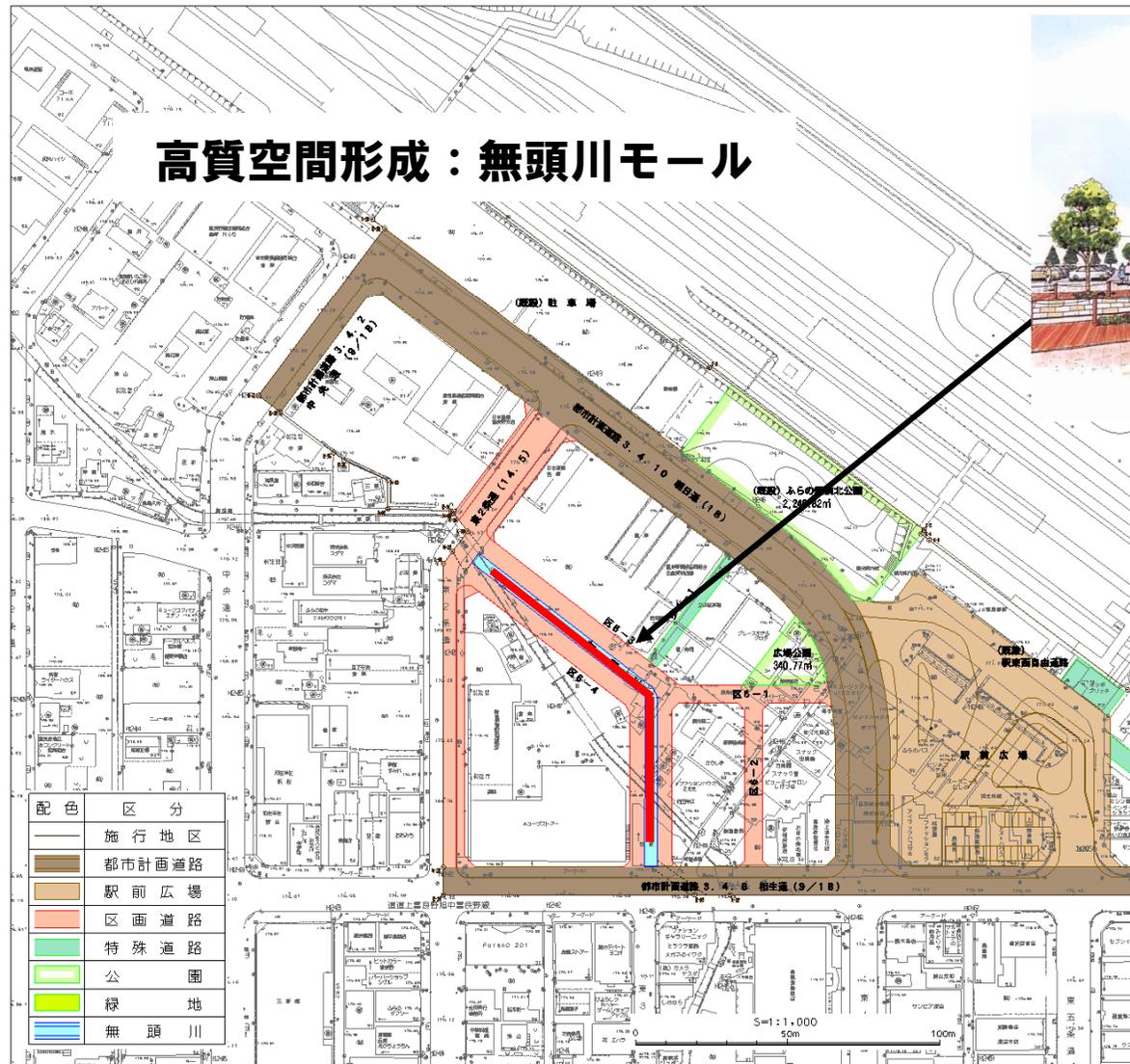


フラノマルシェとまち育て 公民協働で中心市街地を活性化

ふらのまちづくり(株) 2019. 09. 26

高質空間形成：無頭川モール



配色	区分
■	施行地区
■	都市計画道路
■	駅前広場
■	区画道路
■	特殊道路
■	公園
■	緑地
■	無頭川



富良野駅周辺
土地区画整理事業
(H14~20)



まちづくり会社を中活事業の推進母体に

- まちづくりをサステナブルなものにするためには、事業推進母体が収益をあげることが必須条件（稼ぐエンジン）
- 公的性格を有するまちづくり会社が、国の補助金や制度資金の受け皿となり、事業主体となってまちづくりを推進する
- まちづくり会社は複合施設のオーナーとなり、リーシング収入や売り上げマージン収入などで収益を上げながら、中心市街地の活性化事業に再投資、中心市街地活性化に向けた開発事業を行政との協働により継続的に行う

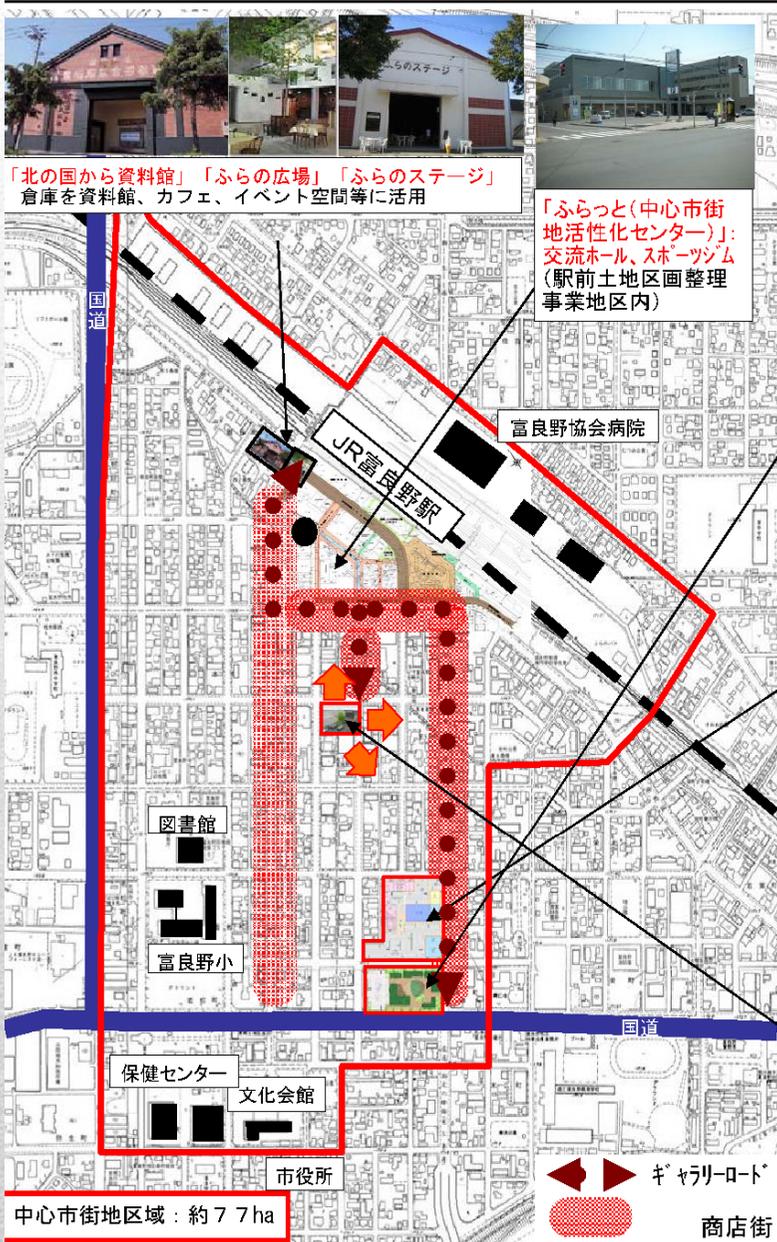


TMOまちづくり会社をディベロッパー化 まちづくりをビジネスに

まちづくり会社の改革

- ・**資本の増強** 資本金1,035万円から8,350万円へ
- ・商工会議所会員を中心に64の企業・団体・個人が出資
- ・市には増資を求めず
- ・商工会議所役員で経営責任を持つ体制

富良野市中心市街地活性化基本計画の事業概要



「北の国から資料館」「ふらのの広場」「ふらのステージ」
倉庫を資料館、カフェ、イベント空間等に活用

「ふらっと(中心市街地活性化センター)」:
交流ホール、スポーツジム
(駅前土地区画整理
事業地区内)

中心市街地区域：約 7.7ha

←→ ギャラリーロード
商店街

まちなかの賑わい促進



【「フラノ・マルシェ(仮称)」整備】

○駅北に移転した富良野協会病院跡地を活用し、ブランドイメージの高い富良野の食材(野菜等)や加工食品(乳製品)の販売、飲食等の店舗やフリーマーケット等イベント実施のための多目的広場を整備。国道沿いの玄関口、拠点として機能。

【「ネーブル・タウン(仮称)」整備】

○商店街とその周辺の低未利用地等を市街地再開発事業により一体的に開発し、スーパー銭湯、高齢者住宅、クリニック、店舗、事務所、住宅等を整備することにより、商店街の再生を推進。



「ネーブルタウン(仮称)」
第1種市街地再開発事業
敷地面積：約1ha
延床面積：約8,000㎡

【「サンライズ・パーク」整備】

○百貨店「くいにい」跡地を開発し、大型バスも駐車可能な「まちなか駐車場」やポケットパークを整備し、そこを起点としてレンタサイクルを活用した「まちなかパーク&ライド」を推進。



【ギャラリーロード】

○市内に在住するプロ・アマ様々な芸術家の作品を各商店街のショーウィンドウに展示し通りの魅力向上



○まちを紹介するジャンル別マップ・ロコマップの作成やQRコード等による情報発信、各種イベントを開催



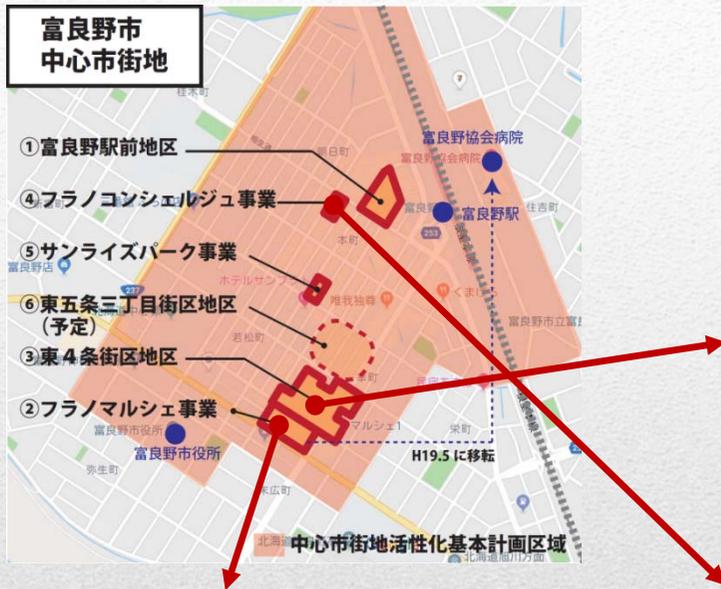
○空地を活用した集合住宅等建設推進のため、商店街、不動産業者、金融機関等で構成する「まちなか居住推進会議」を設置し、情報交換、窓口相談を実施

まちなか居住促進

(エリアマネジメントの展開事例)富良野市まちづくり

ネーブルタウン配置図

///それぞれの事業について



②フラノマルシェ事業について

- ・病院跡地を富良野市がまちづくり会社へ賃貸し、**同社自らの資金調達**により、「食」をテーマとした複合商業施設を整備
- ・集客を施設内に留まらず、周辺に誘導するような仕掛け（飲食の運営形態はテイクアウトを基本とし、その付近にガイド機能を設置等）



③東4条街区地区再開発(ネーブルタウン事業)につ

- ・フラノマルシェにより地域ポテンシャルの底上げを図りつつ、既存の商業再配置（マルシェ2）、医療福祉（病院・保育園・高齢者支援施設）の集約、まちなか居住の促進を実現
- ・**また、施行者であるまちづくり会社は、マルシェで得た利益を事業の原資としており、さらに、事業者としての成功が資金調達を円滑に**
- ・富良野の地域特性を踏まえた身の丈かつ面的な再開発



④フラノコンシェルジュ事業について

- ・百貨店の撤退後、まちづくり会社によるスピーディな事業推進により、空きビル再生（H28.3の百貨店撤退後H30.6にオープンを実現）
- ・コンバージョンにより新たな情報発信とおもてなしの戦略的拠点を創出



《その他、ソフト事業の展開》

- ・富良野ブランドの商品開発を併せて展開し、**まちの収益力の向上**に寄与
- ・商店街や地元有志等が実施するイベントやソフト事業を企画・運営面等から支援（「まちなかピアモール」や「ハロウィンイベント」）

稼ぐエンジンとしてのフラノマルシェ



平成22年4月オープン

フラノマルシェ構想

病院跡地を活用して、経済のパイの拡大・賑わいの創出



まちなかに人を誘う拠点づくり

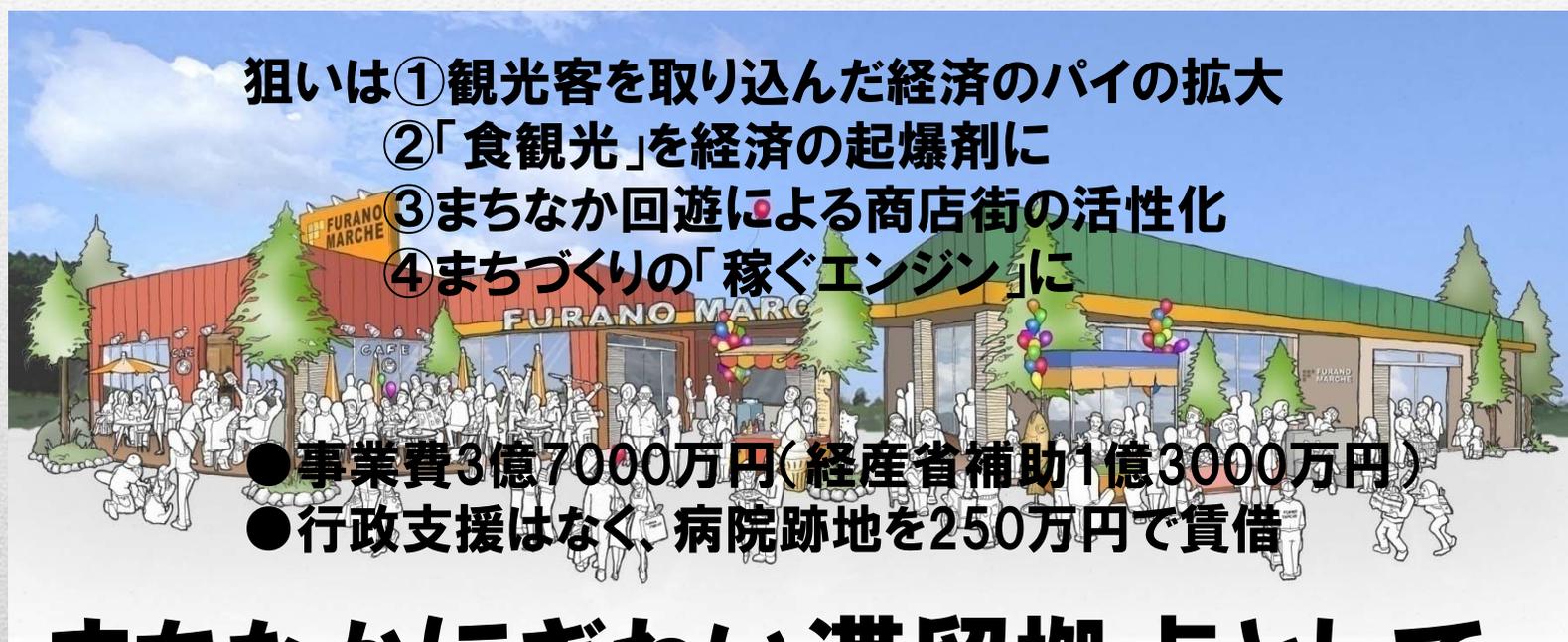


交流人口を取り込み、まちなか回遊に資する施設の整備

キーワードは食と観光客と情報発信
商業的に成功し永続的な経営が可能な施設

【「フラノマルシェ」の3つのコンセプト】

- ・食をテーマとするまちなかのにぎわい滞留拠点(まちの縁側)
- ・観光客のおもてなしの拠点(街なか観光の玄関口)
- ・タウン情報の発信拠点



まちなかにぎわい滞留拠点として 「フラノマルシェ」オープン！



めんこいベア



ハスカップソーダ



マルシェバーガー



なまら棒



へそぶたまん

補助金を活用し、テイクアウトの名物づくり



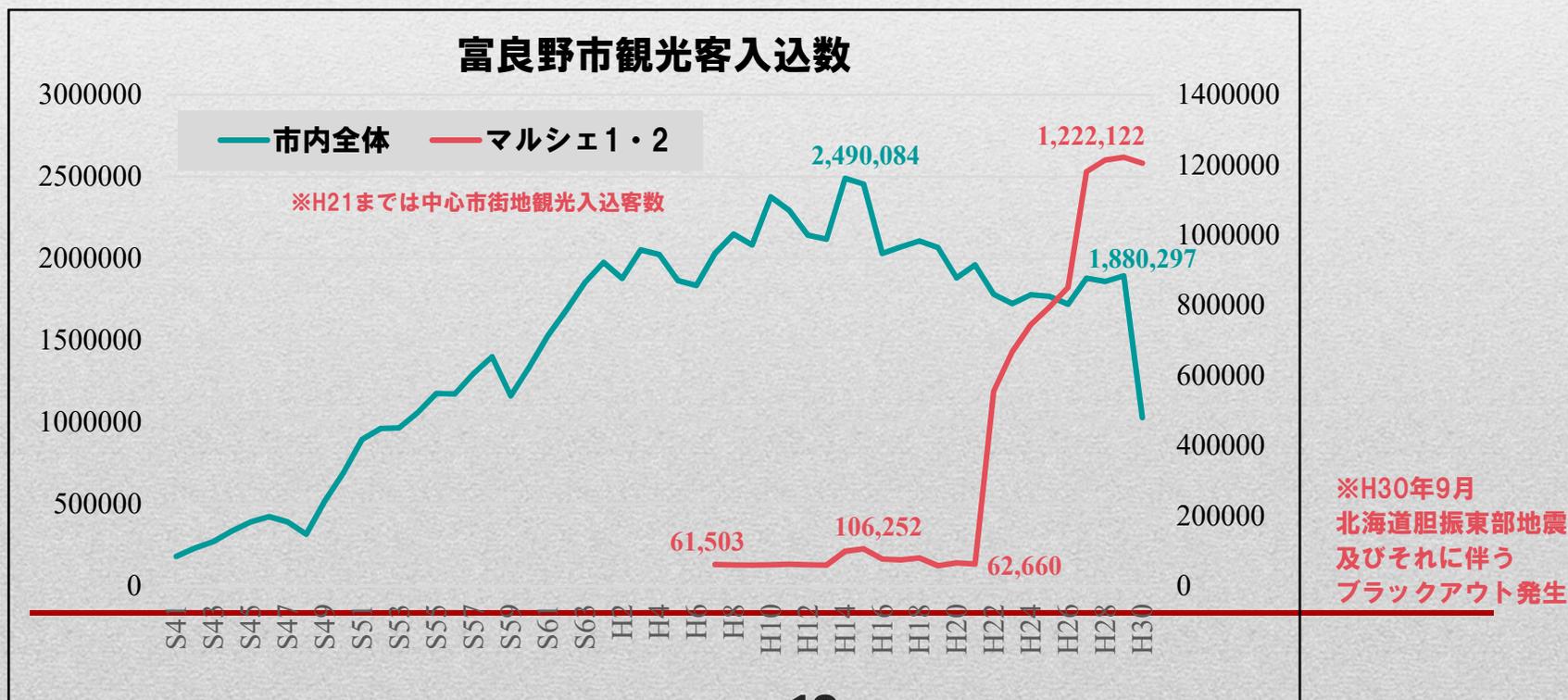
**2000アイテムにおよぶ地域ブランド
商品(30年がかり)₁₀**



マルシェ2は既存店の移転が一店あるだけで、残りはすべて新規起業店

フラノマルシェ1・2の入場者及び売上の推移

	入込数	売上高（税抜き）
H22年度	55万5千名	4億9千2百万円
H23年度	66万8千名	5億1千2百万円
H24年度	74万5千名	5億1千1百万円
H25年度	79万5千名	5億5千3百万円
H26年度	85万1千名	5億9千0百万円
H27年度	118万1千名	7億3千3百万円（マルシェ2開業）
H28年度	121万4千名	7億2千7百万円
H29年度	122万2千名	7億3千4百万円
H30年度	120万5千名	7億2千4百万円（北海道胆振東部地震、ブラックアウト発生）



富良野市中心市街地活性化事業の経済効果

7年間で間接1次効果98億円 総合効果は113億円+α（注）

（2016.3.31現在までのデータによる分析結果）

単位：百万円	①マルシェ初期需要（まちづくり会社）	②マルシェ初期需要（店舗）	③マルシェ店舗運営	④ネーブルタウン初期需要（まちづくり会社）	⑤ネーブルタウン初期需要（マルシェ2店舗）	⑥マルシェ2店舗運営	合計（①～⑥）
直接効果	355	13	3,286	2,792	4	130	6,580
直接効果に対する比率	100%	100%	100%	100%	100%	100%	
間接1次効果	175	5	1,672	1,332	1	53	3,238
直接効果に対する比率	49%	38%	51%	48%	38%	41%	
間接2次効果	97	3	650	746	1	29	1,526
直接効果に対する比率	27%	25%	20%	27%	25%	22%	
総合効果	627	21	5,608	4,870	6	212	11,344
直接効果に対する比率	177%	163%	171%	174%	163%	162%	

（注）計算に含まれていない効果

- (i) マルシェ2の店舗以外のネーブルタウン事業施設の事業者による初期投資
- (ii) マルシェ2の店舗以外のネーブルタウン事業施設の運営による売上のうち需要の純増にあたるもの
- (iii) マルシェの集客効果による周辺店舗の売上増
- (iv) マルシェに訪れる観光客によるその他の観光需要増

大きな経済効果を生んでいる理由

- マルシェ1・マルシェ2の出店者が新規創業者を含めすべて地元事業者であること
- 販売商品の多くが地元企業の商品であることと地元の原材料を積極的に利用していること
- マルシェ事業・ネーブルタウン事業が地元企業の受注工事であること
- 今後もマルシェ1及びマルシェ2の店舗運営による経済効果、1.71倍と1.62倍の波及が継続的に見込まれる

調査メンバー

大阪市立大学名誉教授	石原 武政
大阪商業大学教授	加藤 司
中小企業診断士	風谷 昌彦
中小企業診断士	島田 尚往

フラノマルシェ隣接の路線価は6年連続で上昇

富良野 6年連続で上昇



管内最高路線価

富良野市東5条通りは1平方メートルあたり3万8千円で、前年を千円上回った。

札幌国税局が1日発表した今年1月1日時点の上川管内4税務署の最高路線価は、富良野税務署管内の富良野市東5条通りが前年比2・7%上がり、6年連続で上昇した。近くにあり、観光客らに人気の複合商業施設「フラノマルシェ」の好調な施設運営が路線価に反映された。JR旭川駅前の宮下通7(平和通買物公園)など3カ所はいずれも横ばいだった。

(宮木友美子、佐々木麻美、鈴木宇星)

旭川、名寄は横ばい

旭川中税務署管内の宮下通7は4年連続で1平方メートルあたり20万円となった。近くの旧西武旭川店A館跡地は17年にドラッグストア大手のツルハ(札幌)が取得。旧B館は昨年12月から不動産

旭川中税務署管内の宮下通7は4年連続で1平方メートルあたり20万円となった。近くの旧西武旭川店A館跡地は17年にドラッグストア大手のツルハ(札幌)が取得。旧B館は昨年12月から不動産

観光客らに人気のフラノマルシェ。近くの富良野市東5条通りの路線価は6年連続で上昇した

	H26	H27	H28	H29	H30	R元年
路線価	3.3%UP	6.7%UP	6.3%UP	5.9%UP	2.8%UP	2.7%UP
基準地価	1.8%UP	5.1%UP	6.1%UP	4.4%UP	1.3%UP	未発表

2013年基準で見ると
 路線価 31.0%UP
 基準地価 20.0%UP
 (2019年8月現在)

- 廃業予定の飲食店が復活
- ライバル商店街がやる気に(イベント・観光スポット作り)
- 小さなレストラン4店が相次いで出店
- パン屋が一気に5店舗増
- 新規のラーメン店が3店
- マルシェ開設以来5年間で40店舗以上が新規に創業(ビジネスチャンスを感じた若い世代のアクションを誘発)

**まちなかににぎわいが生まれ
、商店街のマインドも変化**



国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」（2008年推計および2013年推計）などより作成

社人研の予想を覆す

事業遂行体制（組織図）

ふらのまちづくり
グループ

まちづくりグループで100名以上の雇用効果

ふらのまちづくり(株)

中心市街地活性化業務
フラノマルシェ運営
ふらっと運営
チャレンジショップ運営
マンション・不動産管理

（社員24名パート4名）

(株)富良野物産観光公社

地域物産販売・振興
アルジャン運営
彩り菜運営
卸業務
通信販売

（社員15名パート3名）

コミュニティマネジメント(株)

商業施設運営・コンサル業務
フラノマルシェ2管理・運営
アトリウム管理・運営
運動教室等の指導運営
（スポーツインストラクター）

（社員11名パート2名）

ふらのまちづくり(株) 昨年度売上高 4億9,115万円
増資後4年目より4年連続で株主配当を実施
2017年度グループ全体売上高 10億 194万円

東4条街区再開発事業 ネーブルタウンについて

まちなかコミュニティの再生、空き地・未利用地の解消



人が住み・集い・賑わう中心市街地に



商業施設・利便施設・居住空間の再集積と公共空間の整備

ネーブルタウンの狙い

歩いて
暮らせる
まちづくり

空地・
空き店舗
の解消

コミュニテ
ィーの
再構築

街中
居住の
推進

商業の
再集積

3世代
交流

キーワードは・・・「住んでよく、訪れて楽しいまち」

天の岩戸方式

めざすは「三丁目の夕日」 的コミュニティづくり

●車社会から脱却し、歩いて一通りの用が足せる、便利で快適なまちに戻すために、郊外に分散した機能性・利便性施設をまちなかに再集積し、「**商店街**」から「**生活街**」へと都市機能を高めることが必要

●三世代や来訪者との交流が生まれ、便利で人情味にあふれ、楽しく暮らせる**コミュニティの復活**(「三丁目の夕日」的な)

※キーワードは「**まちの縁側**」

地元民・観光客を問わず、老若男女が集い、 日常生活が楽しいまちをつくる

●まちなかを魅力的にするは、ただ物を買うだけでなく、街を歩き、人と出会い、お茶を飲み、まちの生活文化に触れる楽しみや発見をもたらすようにすること

●住んでいる人が毎日訪れたいくなるような「サードプレイス」(まちなかの居場所＝たまり場)をつくること

- 子供たちがまちなかで安心して遊べる場所にしよう
- おばちゃんたちが井戸端会議ができる場所にしよう
- 用事がなくてもふらっと訪れたいくなる場所にしよう
- 若者が溜まれる場所にしよう

※とにかく自分たちが楽しめるまちをつくろう。そうすれば観光客も自然と集まってくる(天の岩戸方式)

富良野東4条街区地区(ネーブルタウン)の構成

商業・賑わいゾーン

東5条通り

既存商店の再集積と店主の居住を進め、また、新しい商業店舗の創出を行い、商業集積の高度化とマンションの併設により街中居住人口の増加を図るとともに、地域の人々が天候を気にせず冬期間でも街中に滞留できる空間として地域交流ホールを設置し、商店街や地域イベントにも活用する。

【設置施設】

- ・地権者店舗兼住居の再配置 8店舗
- ・全天候型地域交流ホール
- ・フラノマルシェ2
(小売・飲食店舗13店舗 新規公募)
- ・マンション 18戸(2~7階に設置)



医療・福祉ゾーン

東4条通り

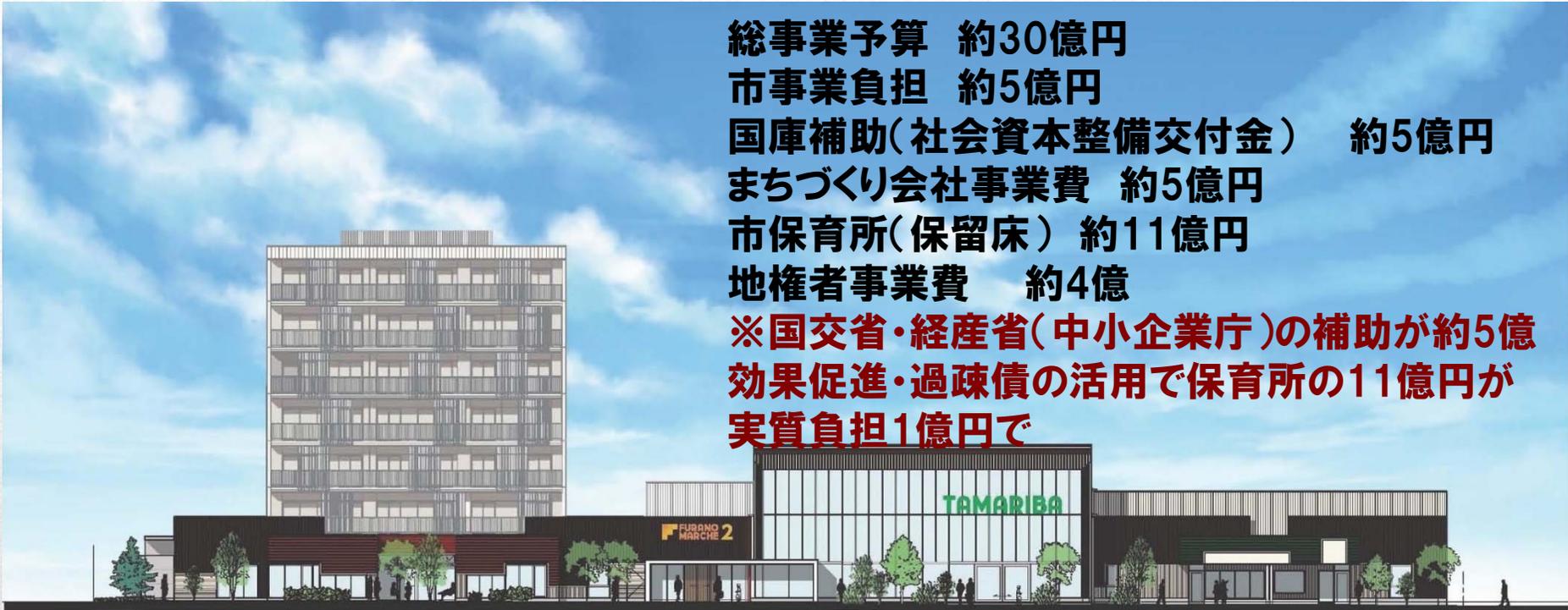
地域に必要な不可欠な医療・福祉施設を配置し、街中の利便性を高め、中心市街地への人の流れを創出する。

【設置施設】

- ・介護サービス付き高齢者住宅施設
託児所を併設
- ・富良野市立保育所
- ・調剤薬局
- ・クリニック
- ・駐車場

黒文字は2013年度完了
赤文字は2014年度完成





総事業予算 約30億円
市事業負担 約5億円
国庫補助(社会資本整備交付金) 約5億円
まちづくり会社事業費 約5億円
市保育所(保留床) 約11億円
地権者事業費 約4億
※国交省・経産省(中小企業庁)の補助が約5億
効果促進・過疎債の活用で保育所の11億円が
実質負担1億円で

地権者・自治体・国三位一体と なった再開発事業

国の補助制度を活用することにより、行政が単費で実施するより遙かに安い経費
でまちを再生することが可能に

アトリウム



平成31年4月
マルシェギャラリーオープン



フラノマルシェ1・2の状況

令和元年8月現在

マルシェ1：テナント6店 直営店3店
 マルシェ2：テナント5店 直営店2店
 独立店舗 2店
 合計 18店舗

※テナントのうち新規創業8店



車ばかりで人の気配のなかった
まちなかににぎわいが



中心市街地の空き店舗をリノベーション。第3の「まちの縁側」として 新たなおもてなしと情報発信の拠点「コンシェルジュフラノ」オープン！

■コンシェルジュフラノ構想立案の背景

近年東南アジアを中心としたインバウンド(外国人観光客)が急増傾向にある。「フラノマルシェ」の開設により、まちなか観光のニーズも高まってきており、外国人を対象とした聞き取り調査によると「まちなかの宿泊施設の少なさ」が課題として指摘されている。インバウンドやバックパッカーなどを主たるターゲットとする「まちなかのおもてなしの拠点」の開設が急がれていた。

北海道及び富良野市の観光動向

[北海道の観光入込客数] H17~27年度

北海道観光入込客数調査報告書《観光局》

日本人道外観光客



平成18年度のピーク時から減少傾向にあったが、近年少しずつ増進し、ほぼ横ばいになっている。

外国人来道者数



平成27年度は平成17年度の約4倍！
51万人から208万人と150万人増。

[富良野市の観光入込客数] H17~27年度

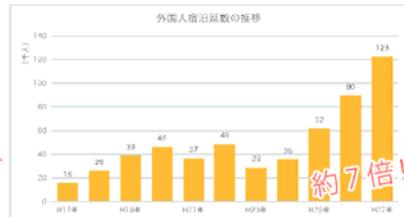
観光客入込数・外国人宿泊者数の推移《富良野市》

富良野市観光客入込数

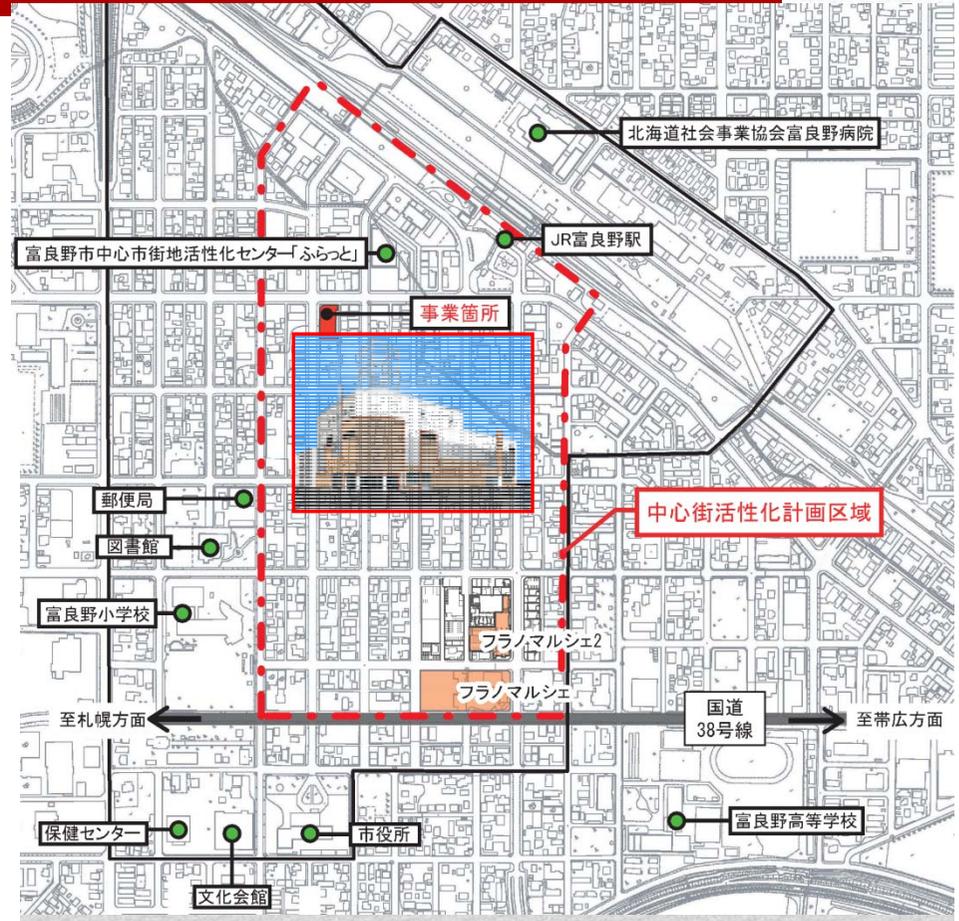


富良野市全体の観光入込客数は年々減少傾向にあったが、H27年度は6年ぶりに180万人を超えた。

外国人宿泊延数



東日本大震災の直後に減少したが、その後は飛躍的に伸び、平成27年度は平成17年度の約7倍と激増！



■計画概要および狙い

「旧三番館ふらの店」の空き店舗ビルをリノベーションし、「観光・滞在・食」をテーマとするおもてなしの複合施設「フラノコンシェルジュ」を開設。インフォメーション機能や着地型観光コンテンツの充実をはかり、近年増加傾向にあるインバウンド(外国人観光客)への対応をメイン機能としながら、次世代の国内観光客や地域住民に向けても、富良野(観光)の新たな魅力を発信していきたい。

本施設が完成することにより「フラノマルシェ」と「コンシェルジュフラノ」の間に人々の回遊が生まれ、まちなかにぎわいが点から線、線から面へと拡大することになる。



小都市の生き残り戦略

キーワードは「ローカルファースト」

- 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していく
- 外貨を稼ぎ(観光・農業・商品開発)、域内で流通させる
- 圧倒的なものを創らず、小さくてもキラリと光る小店舗の集積をはかる
- フランチャイズチェーンではなく地元資本で店づくり
- 若者がビジネスチャンスを感じるような空間作り
- 観光客と地元民、両者をターゲットに(地元民に支持されれば、観光客は集まる)
- 全天候型交流空間の創出による、日常的なにぎわいづくり
- 子供と女性に支持される施設づくり