

小山薫堂さんが
商店街に提言!



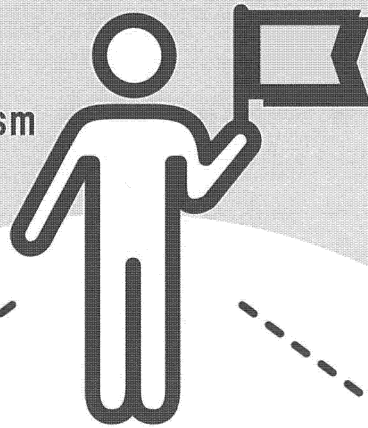
地域に愛される、商店街。

資料1 2-2

EGAO

2018 Spring [エガオ]

Tourism



Inbound



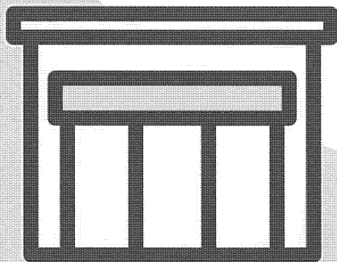
Product



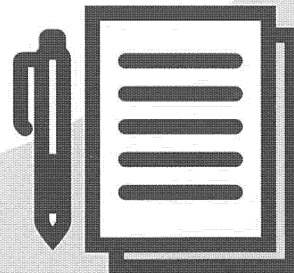
(特集)

商店街の 魅力の つたえかた。

HOW TO TELL YOUR TOWN



Place



Concept

Case

04

Place

FURANO MARCHE 集客拠点から回遊へ。

FURANO MARCHE INFORMATION

民間主導でつくられた街のプラットフォーム。

街の内外から人を呼び込み、

街の資源を発信する。

その「拠点」から、人々を街へと向かわせるには――。

新しい循環が、いま、生まれようとしている。

集客拠点と商店街のシアワセな関係

街を元気にする進化型集客拠点

[[フラノマルシェ / 北海道富良野市]]



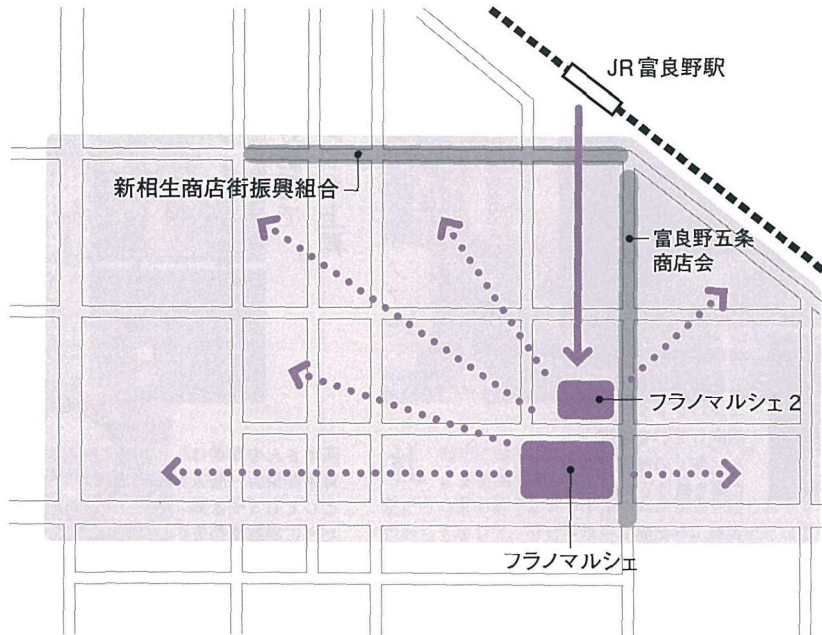
フラノマルシェには富良野で採れる新鮮な農産物、さらにワインが並ぶ。こうした富良野の特産品はなんと2,000を数え、ここでしか買えないものも。コミュニティの概念をより具現化したフラノマルシェ2では、子どもがのびのびと遊ぶ（写真左）

富良野市の複合商業施設「フラノマルシェ」。地産の食の物販やお土産が並び、子どもの遊び場などもあるこの施設は、街の行く末に危機を覚えた地元の人々が思いをひとつにして誕生させた。地元ならではの視点で、街全体への波及効果は極めて高い。その取組みを取材した。

民間主導で行う
持続可能なまちづくり

国民的ドラマ「北の国から」の舞台として知られる北海道富良野市。ロケ地だけでなく、ラベンダー畑に代表される豊かな自然やスキー場といった多くの観光資源を有しており、ピークからは減っているものの、いまでも約180万人もの観光客を集めている。だが、実はここに大きな問題がある。前述の観光地はいずれも郊外に位置し、観光客は富良野駅周辺の中心市街地を素通りしてしまうのだ。次第に街は衰退し、店を廃業するケースが後を絶たなかった。「中心市街地が寂れてしまうと、街全体のイメージや価値が低下

フラノマルシェから各商店街へ回遊！



富良野五条商店会
フラノマルシェが位置する商店街。50店舗以上が加盟し季節ごとにイベントも多数開催



新相生商店街振興組合
中心市街地にある市でもっとも歴史ある振興組合。フラノマルシェとのさらなる連携を図る

近隣の観光地



青い池 (美瑛町)



麓郷展望台



彩香の里 (ラベンダー畑)

地元の人間として
にぎわいが嬉しい！

市外から来たけど
素敵な街ですね！



し、コミュニティもなくなってしまふ。観光地頼みではない仕組みが必要でした」
そう話すのは、ふらのまちづくり株式会社代表の西本伸顕さん。長年、中心市街地の再生に取り組んできた富良野のキーパーソンだ。もちろん、行政と手をこまねいて眺めていたわけではない。'00年代には駅前再開発を実施。しかし、衰退は止まらなかった。そのうち、富良野五条商店街にあった総合病院が移設。街の一等地が空き地になってしまったのだ。商店街は、病院の利用者を主なお客さんとしていたため、危機感はさらに募る。だが、西本さんと、その想いをともにする仲間たちは、このピンチに活路を見出した。「このままではナショナルチェーン店が入り、よくある地方都市の姿になる。この機会に、これからの時代に必要モノやコトを中心部に再結集するまちづくりをしよう」と決心しました」
決断後の行動は早かった。'07年に商店街や行政、商工会議所、まちづくり会社などからなる富良野市中心市街地活性化協議会

column

あきんどサミットが富良野で開催!

'17年10月に富良野市で行われた「全国あきんどサミット（第14回 共通商品券全国大会 in 富良野）」。

西本さんは「中心市街地によるまち育て」と題して、マルシェの取組みについて基調講演を行った。その後のパネルディスカッションでは世田谷区の保坂展人区長や（株）まちづくり岡崎代表・松井洋一郎氏らとともに、これからの街に必要なモノ・コト・ヒトについて活発かつ多角的な議論を交わした。西本さんはここで「まち育て」という継続的な意味合いのある言葉を提案。パネリストから賛同が相次いだ。また、少子高齢化を迎え、コミュニティの場としての商店街の重要性について、認識を共有。多くの示唆に富んだサミットとなった。



富良野市のまちづくりでは、「歩いて暮らせるコンパクトタウン」を志向していると西本さん。多くの聴衆が熱心に耳を傾けていた

「観光地に目が向きがちですが、富良野は野菜や果物、肉、牛乳、

さらに、施設のテーマを「食」に定めた。

「観光客ばかりでなく地元暮らしにはしっかりと収益をあげ、投資し続けるサイクルが必要。そのためまちづくり会社をディベロッパー化し、複合商業施設を管理運営することでリーシング収入や売上マージンを投資に利用できる仕組みを編み出した。

さらに、施設のテーマを「食」に定めた。

「観光客ばかりでなく地元暮らしにはしっかりと収益をあげ、投資し続けるサイクルが必要。そのためまちづくり会社をディベロッパー化し、複合商業施設を管理運営することでリーシング収入や売上マージンを投資に利用できる仕組みを編み出した。」

結果から言うと、フラノマルシェは大成功を収めた。あらゆる



西本さんの本業は青果卸業。一商人としても「子どもたちに誇れる街を残したい」という想いが強い

「歩いて暮らせるコンパクトタウン」を志向していると西本さん。多くの聴衆が熱心に耳を傾けていた

「観光客ばかりでなく地元暮らしにはしっかりと収益をあげ、投資し続けるサイクルが必要。そのためまちづくり会社をディベロッパー化し、複合商業施設を管理運営することでリーシング収入や売上マージンを投資に利用できる仕組みを編み出した。」

結果から言うと、フラノマルシェは大成功を収めた。あらゆる

結果から言うと、フラノマルシェは大成功を収めた。あらゆる

結果から言うと、フラノマルシェは大成功を収めた。あらゆる

結果から言うと、フラノマルシェは大成功を収めた。あらゆる

「拠点づくり」に使える
まとめ。

- ☑ 民間でも動く
- ☑ 街への回遊を重視
- ☑ 継続して投資できる仕組みづくりを

この壮大なアクションを支えたのは、富良野を愛する人々の熱烈な想いだった。

この壮大なアクションを支えたのは、富良野を愛する人々の熱烈な想いだった。

この壮大なアクションを支えたのは、富良野を愛する人々の熱烈な想いだった。