

取組事例

目次

| | | |
|----|---------|----|
| 1 | 北海道富良野市 | 1 |
| 2 | 青森県八戸市 | 3 |
| 3 | 宮城県石巻市 | 5 |
| 4 | 東京都青梅市 | 7 |
| 5 | 新潟県見附市 | 9 |
| 6 | 長野県飯田市 | 11 |
| 7 | 岐阜県高山市 | 13 |
| 8 | 兵庫県明石市 | 15 |
| 9 | 広島県三原市 | 17 |
| 10 | 佐賀県佐賀市 | 19 |
| 11 | 富山県富山市 | 21 |
| 12 | 香川県高松市 | 21 |
| 13 | 宮崎県日南市 | 22 |

北海道富良野市 中心市街地活性化基本計画の取組状況

まちなか病院跡地での「フラノマルシェ」を核とした集客拡大と都市機能集積づくり

【計画期間】1期：H20.1～H26.10、2期：H26.11～H32.3
 【市人口】2.3万人（H27国調）
 【中心市街地】人口：1,049人（H29：市調べ）、面積：約30ha

- ・観光客や市民を中心市街地に取り込めるよう、民間投資により設立した「ふらのまちづくり㈱」が中心となり、官民が連携し、まちなかの病院跡地を活用した「フラノマルシェ」や、商業、医療・福祉等の諸機能が集積する「ネーブルタウン」、空き店舗ビルを再生した「コンシェルジュ フラノ」を整備。
- ・まちなかの賑わいが再生し、観光客数が急増するとともに、地価が5年連続上昇するなどの効果が現れている。

主なハード事業

○「フラノマルシェ」の整備

- ・市を訪れる観光客のうち、中心市街地を訪れる割合はわずかであった。また、まちなかの病院の郊外移転により、市民が中心市街地を訪れる機会が減少。
- ・このため、「ふらのまちづくり㈱」が中心となり、官民が連携し、地域の食の魅力を発信する「フラノマルシェ」を病院跡地にふらのまちづくり㈱が整備（H22）。
- ・このマルシェのオープンにより、予想を超える集客に、中心市街地に関する商店街、事業者の意識を変えさせた、転換点となった取組。



<フラノマルシェ>

○「ネーブルタウン」の整備

- ・「フラノマルシェ」に隣接する「ネーブルタウン」は、ふらのまちづくり㈱が事業主体で実施した再開発事業。
- ・商業、まちなか居住、クリニック、市立保育所等の医療福祉、四季を通じて市民が集える全天候型の交流空間「アトリウム」などがコンパクトに集約された複合施設としてふらのまちづくり㈱が整備（H27）。
- ・「フラノマルシェ」に連続し、「フラノマルシェ2」として中心市街地の商業核を形成し、集客の向上に寄与。



<ネーブルタウン>

○「コンシェルジュ フラノ」の整備

- ・空き店舗ビル再生事業として、宿泊施設、農村レストラン、観光情報発信を行うコンシェルジュ機能を核とした複合施設「コンシェルジュ フラノ」をふらのまちづくり㈱が整備（H30）。
- ・観光情報発信のコンシェルジュ機能を核とした施設として、にぎわい創出に貢献。



<コンシェルジュ フラノ>

主なソフト事業

○フラノブランドの商品開発

- ・商工会議所を中心に、行政、観光協会、物産振興会、商店街等とともに「フラノブランド検討委員会」を組織。
- ・消費者ニーズ等の調査を行いつつ、地元食材を活用した食及び産業のブランド化を推進。「フラノマルシェ」等にも商品展開。



中心市街地が直面する課題

- ・観光資源を有し、多くの観光客が訪れる富良野市であるが、中心市街地に観光客を呼び込む魅力的なコンテンツがなく、まちなかは閑散とした状況が続いていた。そのような中で、一等地に位置していた病院の移転（H19）は、商店街にとって重要な集客拠点が無くなっただけでなく、歩行者通行量の減少を招くなど、中心市街地に深刻な影響を与えた。
- ・2,000坪もの広大な空き地が出現し、いかに病院跡地を利用するかが市民の間において高い関心を集める中で、観光スポットがいくらにぎわっても中心市街地の来街者は増加しないという考えから、まちなかの回遊につながる魅力的な滞留拠点が必要であった。

中心市街地活性化の主な取組

フラノマルシェの整備

- ・病院跡地の活用方法を検討した結果、豊かな農畜産物資源やお取り寄せスイーツなどで全国的に有名なお店などが存在するという富良野の最大の地域資源である「食」を生かした食文化の発信基地として「ふらのまちづくり㈱」が中心となり、「フラノマルシェ」を整備（H22）。
- ・まちなかの回遊につなげるために、インフォメーション機能の役割を持たすとともに、食堂やレストランといった飲食店を入居させないことにより周辺の商店街への誘客にもつなげている。



ネーブルタウンの整備

- ・フラノマルシェの整備後、来街者は増加したが、周辺地域における空き地・空き家の増大など中心市街地としての勢いを失いつつある中で、四季を通じて市民が集える全天候型の交流空間「アトリウム・たまりば」や飲食店や小売店が入居する「フラノマルシェ2」を中心に、マンション、介護付き有料老人ホーム、認可保育所などの都市機能が集約された「ネーブルタウン」をふらのまちづくり㈱が整備（H27）。



コンシェルジュ フラノの整備

- ・今般、増加する外国人観光客などへの対応もあり、大型商業店舗の空きビルをふらのまちづくり㈱が取得し、多言語対応のツアーデスクや簡易宿泊施設などを備えた「コンシェルジュ フラノ」をオープン（H30）。
- ・観光情報発信のコンシェルジュ機能を核とした施設として、にぎわいをもたらしている。



中心市街地活性化における官民連携

(1) 中心市街地における官民連携の仕組み

- ・富良野ブランドの確立に向け、官民による「フラノブランド検討委員会」を組織。市内の人気スイーツ店など5店舗が参加。全国1位の収穫量を誇る富良野ニンジンなどの豊富な農作物を使った新スイーツを開発。東京と富良野で開発商品のモニタリングやフラノマルシェへの出品など、富良野市のイメージアップやPRを推進。
- ・フラノマルシェの整備では、約2千坪の市有地を固定資産税相当額(約210万円/年)にてふらのまちづくり㈱に貸与。イニシャルコストに係る支援(経産省補助金)、ランニングコスト支援は市という構図で持続可能な施設運営。
- ・ネーブルタウンの整備にあたっては、ふらのまちづくり㈱が事業主体で実施した再開発事業の保留床を市が買い取り、郊外の建物更新時期だった2つの保育所を統廃合し、まちなかに市立保育所を新たに設置。当該事業で新たに加わった全天候型多目的交流空間(ふらのまちづくり㈱が運営)の運営費に対し、市は毎年1/2を補助。
- ・コンシェルジュ フラノの整備にあたっては、ふらのまちづくり㈱が整備した同施設の2階床の一部を「DMO拠点整備事業」として市が買い取り、そこに市役所商工観光課、富良野商工会議所、富良野観光協会を配置。観光による地方創生(ふらの版DMO)を官民が1つのフロアで連携しながら推進。

(2) ふらのまちづくり株式会社について

- ・富良野市の特性を生かした「ルーバンフラノ構想(都会の魅力と田園の魅力を併せ持ち、快適で心豊かな田園都市を自分たちの力で育んでいこうとする構想)」のもと、観光客の中心市街地への回遊と市民の中心市街地への滞留、そして超高齢化社会に対応するコンパクトタウン化を推進する役割を果たす会社として設立。
- ・民間主導によるまちづくりを理念に、様々な組織と連携・役割分担のもと事業に取り組んでおり、フラノマルシェやコンシェルジュフラノなどの中心市街地の活性化に大きな効果をもたらした施設の整備から管理運営に携わるだけでなく、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・運営面等の支援、協働による市民の自発的なまちづくりの取組を支えている。
- ・まちづくりを持続させていくために「コアメンバー会議」を毎週開催し、行政職員や商工会議所の職員など、将来の富良野市を担う若手の人材とともに各種事業に取り組み、地域に根差してまちづくりに携わる人材を育成。
- ・富良野市の中心市街地活性化に取り組む「ふらのまちづくり㈱」、「コミュニティマネジメント㈱」、「㈱富良野物産公社」等で構成する「ふらのまちづくりグループ」は、各々の役割を担いながら「フラノマルシェ」「フラノマルシェ2」「タマリーバ」を整備。今後も同グループでは「商店主向けのセミナーの実施」や「タマリーバを活用した取組の拡大」など、商店街活性化に向けた仕掛けを充実させていくこととしている。
- ・富良野市は中心市街地活性化制度にある公式のタウンマネージャーを活用せずに、人材を含め「オール富良野」体制で中心市街地活性化を推進。そのキーパーソンであり、富良野市に訪れる観光客をまちなかに集客するため、フラノマルシェを発想し、ふらのまちづくり㈱を立ち上げた中心人物で、同社の社長を務める西本氏。経済産業省から委嘱を受ける中心市街地活性化のタウンプロデューサー。

中心市街地活性化の取組による主な効果

- ・中心市街地活性化の起点となったフラノマルシェは、市立病院の移転という集客施設の転出を逆手に取った発想からスタート。もともと倉本聰の描いたテレビドラマの舞台として、ピーク時観光客が250万人にも達しながら、富良野市の人口は減少の一途を辿り、中心市街地には観光客も訪れず、衰退に歯止めがかからない状態が続いていた時期での市立病院移転。西本氏らは、この2,000坪の土地を集客施設として再生するという視点から、協議会を立ち上げ、経済産業省の補助金で、平成22年フラノマルシェがオープン。予想を超える集客に、中心市街地の利害関係者の意識変革を生んだ。
- ・平成22年フラノマルシェオープン、その後、フラノマルシェ2を含むネーブルタウンのオープン、既存商業施設を改修したコンシェルジュフラノのオープンにより、観光客入込数(中心市街地)、歩行者交通量が増加している。また、富良野市は中心市街地活性化に関する市民アンケートを毎年行っており、中心市街地の賑わい感が向上したと答えた方の数も大幅に上昇している。
- ・その結果、5年連続で地価が上昇するという形で効果が発現。今後、計画中ではあるが、投資という形でホテル等が中心市街地に立地する予定となっている。

今後の課題と対応

- ・平成31年度から次の官民連携事業として、「東5条3丁目地区市街地再開発事業」に着手する予定。この事業には、中心市街地の商業機能を強化する(仮称)フラノマルシェ3と、まちなか居住を推進する集合住宅を基本構成に、平成31年度は実現に向けた検討を行う。

青森県八戸市 中心市街地活性化に関する取組状況

【市人口】23.1万人(H27国調)
【中心市街地】人口：4,691人(H30：市調べ)

文化・観光施設等の集客拠点施設整備及び活用。さらにスポーツ施設を加え、中心市街地の新たな賑わいの創出に挑む

- ・低迷する社会経済情勢の影響や中心市街地からの大型商業施設の撤退により、中心市街地は衰退傾向にあった。商業施設の跡地利用で、市による八戸ポータルミュージアム(はっち)や八戸まちなか広場(マチニワ)などの整備と、民間事業者によるガーデンテラスの集客拠点の整備、官民連携した花小路整備や横丁の活性化事業などに取り組み、空き店舗も減少し、中心市街地に活力が生まれつつある。下がり続けていた地価が平成30年上昇に転じた。
- ・建設中の屋内スケート場を「都市機能」の一つとして、完成後は、スケート大会だけでなく、その他スポーツ、文化活動、大規模イベントに活用し、その振興により観光客や広域圏からの人を集め賑わい創出を見込んでいる。

主なハード事業

○市民交流・観光交流の複合拠点「はっち」の整備

・八戸の見どころや魅力を市民作家などによる模型・芸術作品を通してわかりやすく紹介し、誰もが気軽に立ち寄り人々が集いコミュニケーションが生まれ、地域の文化に触れることができる憩いの場、活動の場とする八戸ポータルミュージアム(はっち)を整備。

○商業・オフィスを有する複合ビル「ガーデンテラス」の整備

・平成19年に大型商業施設が閉店し空きビルとなっており、再び中心市街地に賑わいを取り戻すため、平成28年に複合ビルとしてオープン。全国的にも希な市が経営する書店「八戸ブックセンター」が入居。趣向を凝らした本を幅広く取りそろえ、市民や観光客から好評を得、賑わい創出の拠点となっている。

○屋外スケート場の整備

・国際大会やコンペション、コンサートなど開催し、来街者の増加と宿泊などによる経済波及効果により賑わい創出が期待される。



主なソフト事業

○「マチニワ」の活用

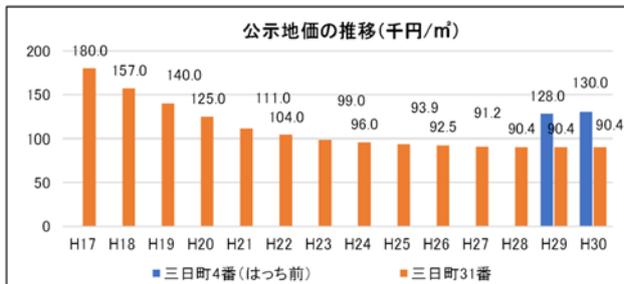
・平成30年にオープンした全天候型の八戸まちなか広場(マチニワ)は、年間を通じ、パルフェス、フードマルシェなど様々なイベントなどに活用され、中心市街地のにぎわい創出に貢献。八戸三社大祭開催時には山車が展示され、観光客も多数訪れる。

○中心市街地まちづくりプロジェクト

・はっちにおける市民ボランティア集団「まちぐみ」のメンバーと共に、まちの活性化に参加したい市民を組織し、賑わいづくりの様々な企画を立案、実施。

○はちのへほコテンの開催

・中心商店街のメインストリートを会場とし、音楽演奏やこどもの遊び場にするイベント。5月～10月(7月を除く)の毎月1回開催。



中心市街地が直面する課題

- ・平成10年頃からの大型店の郊外化、ロードサイドビジネスの進展やコンビニエンスストアの出現、インターネット販売の伸び、少子高齢化や人口減少などの社会経済情勢の変化により、中心市街地では歩行者通行量が大きく減少し、中心市街地は衰退傾向にあった。
- ・平成15年、平成19年にそれぞれ大型商業施設が中心市街地から撤退。このような状況下で、中心市街地における商業機能は年間販売額や小売店舗数、売場面積の減少が続いているなど衰退傾向を食い止めることが課題であった。
- ・平成23年開館した八戸ポータルミュージアム「はっち」は、当初の来館者目標の年間65万人を大きく上回る90万人台を継続して維持しているが、開館後、歩行者通行量の減少傾向に歯止めをかけたものの、以降横ばいに推移している。

中心市街地活性化の主な取組(ハード事業)

八戸ポータルミュージアム「はっち」

- ・シアターやギャラリー、多目的スペースなど様々なスペースが設けられ、市民作品の展覧会や発表会、交流イベント、物産販売等が行われ、元気な市民活動や休憩の場として活用されている。
- ・屋台ほどの区画にもものづくりスタジオを設け、つくり手と会話を楽しみながら、ここでしか出会えない商品を買ったり、食べたりできる工房兼ショップは、その後まちなかの空き店舗に出店してほしいと願いを込めたインキュベーション施設であり、格安の使用料と起業への勉強会やショップの紹介など活動のサポートしている。利用希望が多く、現在11区画あるスタジオは全て埋まっている。
- ・観光客や市民に利用され、来館者は当初目標である年間65万人を大きく上回り、90万人台を維持し常に人は絶えない状態。

六日町地区複合ビル「ガーデンテラス」

- ・八戸ブックセンターの他、平成19年に立地した大手ITの顧客サービスなどを行う八戸センターが移転入居。
- ・これを契機に、現在、市内には12のIT企業が立地しており、若者を中心とした1,000人が雇用されている。
- ・中心市街地へのオフィス機能の集積を図り、中心市街地が雇用の場として充実してきている。
- ・オフィスの入居で働く人が増えると中心市街地での消費拡大に結びつき経済活力の向上やブックセンター整備に伴い、人通りが増え、当ビル及びその周辺に賑わいが創出された。

花小路

- ・中心商店街のビル等のセットバックにより形成された路地で、大半が民有地でありながら公共用通路として利用されており、八戸まちなか広場「マチニワ」からガーデンテラスへ抜ける通路と交わる花小路のバリアフリー化や路面美化などを行い、快適な歩行空間として整備され、集客施設間の回遊者の増加が見込まれる。
- ・市、株式会社まちづくり八戸、八戸工業大学の3者により、まちづくりに関する覚書が締結され、八戸工業大学の学生による花小路の基本設計が実施されるなど、産学官連携による事業の充実化が図られている。

屋内スケート場

- ・既設の屋外スケート場の老朽化に伴い、室蘭、長野について国内3つ目の国際大会が開催できる屋内スケート場を整備。
- ・4月～6月は氷を張らずコンサートや展示会、コンペション等のイベントを開催。7月～9月はスケート競技の夏季強化合宿の受入れ。10月～3月は大会の開催を予定している。
- ・大会関係者やイベント関係者などの来街機会の増加、宿泊に伴う中心市街地の賑わい創出を期待する。
- ・平成31年秋オープン予定。

中心市街地活性化の主な取組(ソフト事業)

八戸まちなか広場「マチニワ」の活用 ・マチニワマルシェ

- ・周囲に街路樹等の緑が少なく、ゆったりと休憩できる空間が少ないことから、世代を超えた来街者が心地よく利用できる全天候の空間として平成30年7月オープン。
- ・パルフェス、フードマルシェなど、イベント開催に伴う賑わいが創出、来街者が増加。「Buyはちのへマルシェ」(8/26開催)は推計1,800人、「全国地酒で乾杯」(10/1開催)は推計600人の来場者があった。
- ・マチニワマルシェは八戸地域の事業所や生産者らが、商品の販売を通じて自店をPR。出店者同士の業種を超えた交流、地元取引の拡大を図ることを目的に平成23年から実施。これまでは郊外の八食センターで開催してきたが、オープンしたマチニワに移り、「はちのへホコテン」と同時に開催。

中心市街地まちぐみ プロジェクト

- ・中心商店街にワクワク感とまち歩きが楽しくなる仕掛けを目に見える形でつくり、まちに賑わいを生み出し、さらには、まちを動かす「ひと」を増やすことを目的とした取組。
- ・市民ボランティア集団「まちぐみ」のメンバーと共に、まちの活性化に参加したい市民を組織し、賑わいづくりのための様々な企画を発案、実施しながら、新しいプレイヤーが商店街で活躍できる舞台づくりを行う。
- ・中心街にある100箇所の店舗や事業所を取材し、小さな自慢や趣味、悩みなどを聞きだし、フキダシ型のシールに印刷し、店舗や事務所に貼り出した「八戸のうわさ」を実施。

はちのへホコテン

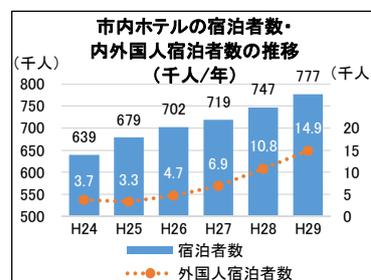
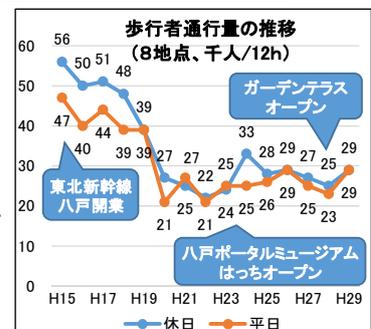
- ・楽しくにぎわい溢れる中心市街地を目指し、5月～10月(7月を除く)の毎月1回、中心商店街のメインストリートを交通規制し、市民参加型イベントの開催。
- ・ステージイベントでは、小さな子どもたちの遊戯、ジャズやロックなどの演奏、踊り・ダンスなど市民参加の多彩なパフォーマンスでイベントは盛況。
- ・路上には、中心商店街の店や今話題の地域ブランド商品などが約35店舗出し、普段は味わうことのできない食べ物や買物物を堪能。市民による持ち込み企画も多数開催。

中心市街地活性化における官民連携(株式会社まちづくり八戸の役割)

- ・地域開発のプロデューサーとして、八戸商工会議所とともに中心市街地活性化協議会を組織し、活性化に関する企画・調整、意思決定、進行管理などの合意形成を行う役割を果たし、あわせて魅力ある街区を形成するためのハード・ソフトの事業主体となり、民間・行政・住民などの関係者が一体となったまちづくりを推進することを目的とし、中心商店街を中心とする地域の事業所、八戸商工会議所、八戸市などの出資で株式会社まちづくり八戸を設立。
- ・まちづくり会社は、商店街・企業・市民・行政との連携の要として、一民間事業者にとって利益には繋がりにくいものの、活性化を推進する上で重要な公共性の高いものに取り組み、活性化を下支えしている。具体的には、各取り組みの事務局、事業主体として中心市街地活性化を推進、また、中心市街地の利便性を高めるため、共通駐車券おんでカード事業や中心市街地で買い物した商品を有料で宅配する、まごころ宅配サービス事業の運営を担っている。また、産学官連携にて取り組む花小路整備事業を推進するものである。
- ・中心市街地活性化に効果の上昇した取組として、八戸番町ヒルズ事業を挙げている。番町ヒルズ事業は同社が建物を建設し、市が市営住宅として住宅部分を借り上げる方式をとっている。結果として50戸120人のまちなか居住に貢献。一階には認可保育園もテナントとして入居。市民ニーズに応えるものである。

中心市街地活性化の取組による主な効果

- ・文化・芸術の活動や観光の促進を目的とする市民交流・観光交流の複合拠点である「八戸ポータルミュージアム(はっち)」は当初目標である年間来館者数65万人を大きく上回る、90万人台を継続しており、歩行者通行量の減少傾向に歯止めをかけ一定の効果があった。
- ・平成22年度から行っている「中心商店街空き店舗・空き床解消事業」の成果及び平成28年にオープンしたガーデンテラスにより、平成23年度に28箇所あった空き店舗・空き地は平成25年度には20箇所となった。その後も、事業を活用した新規出店者のほか、「はちのへ創業・事業継承サポートセンター事業」による起業・創業支援を受け、平成28年度12件、平成29年度7件の新規出店が中心市街地であり、空き店舗・空き地の減少に貢献した。
- ・東北新幹線の開業以降、観光客が増加。横丁活性化事業、横丁ラリーやアートイベントなどの年間を通したイベントの開催、さらには日本最大の朝市、海の幸に恵まれた食・グルメなどにより、八戸の魅力を外内に発信したことで、市内で宿泊者数が増加、とりわけ近年、外国人宿泊者数の増加が著しい。平成30年実績で、期間中140万人の観光客が訪れる八戸三社大祭は中心市街地で行われ、祭り終了後は約2週間、マチニワで山車の展示が行われ、お盆の帰省客や観光客を取り込んでいる。
- ・平成29年に下がり続けていた地価が下げ止まり、平成30年は上昇に転じた。



今後の課題と対応

- ・今後一層進行が予測される人口減少・少子高齢社会において、住民サービスの確保や健全な都市経営、公共交通の路線維持などの観点から、いかに都市機能を集約させた都市構造、コンパクトシティの形成を図るかが課題。
- ・整備される新美術館、屋内スケート場などの持つ文化、スポーツによる交流人口の増加、広域的な集客力をさらに高めるソフト事業の展開と中心市街地内の文化施設などとの連携による回遊性を高め、中心市街地の賑わい創出、活性化に結び付ける。

宮城県石巻市 中心市街地活性化に関する取組状況

【市人口】14.7万人(H27国調)
【中心市街地】14.7万人(H29)

市民との協働による各復興事業の展開とまちづくり会社の取組による中心市街地活性化

- ・東日本大震災で甚大な被害を受けた中心市街地にて、都市機能・商業機能の回復、交流人口増加の起爆剤として観光振興、地場産品のPR・販路拡大、賑わい創出を目的とした「かわまち交流拠点」を整備。交流拠点の核となる生鮮マーケット「いしのまき元気いちば」のほか、立体駐車場、交流センターにより形成。
- ・かわまち交流拠点エリアを中心とした賑わい空間が広がることで、特に「いしのまき元気いちば」付近の歩行者通行量が増加するなど、取組の効果が発現している。

主なハード事業

○かわまち交流拠点の整備

街なかの賑わい創出を図るため、川と一体的なまちづくりとして、観光交流施設、立体駐車場・バス駐車場、交通広場、堤防一体空間などからなり、石巻市の基幹産業である農林水産業の振興や、まちなか商業の賑わい創出、交流人口の増加に向けた、中心市街地の活性化を推進する事業。



・土地区画整理事業等により整備。平成32年全施設完了予定。

＜いしのまき元気いちば＞

・市民の生活・買い物環境の向上と、観光客のお土産購入ニーズに応え、交流人口の増加を図りながら、地場産品の販路拡大・高付加価値化に貢献し、中心市街地の賑わいの中核となる農林水産業と深く結びついた観光交流施設。平成29年オープン。

・市、及び地元事業所などの出資により立ち上げた株式会社元気いしのまきが施設整備及び運営を担う。

＜かわまち交流センター“かわべい”＞

・誰でも自由にくつろげるサロンスペースのほか、ミーティングスペース、ホールやキッチンなどがあり、市民や観光客の皆さんが気軽に交流できる観光交流施設。

・市の観光拠点として、観光ルートの紹介や地域の周遊を促す総合的な観光案内を行う。平成30年9月オープン。

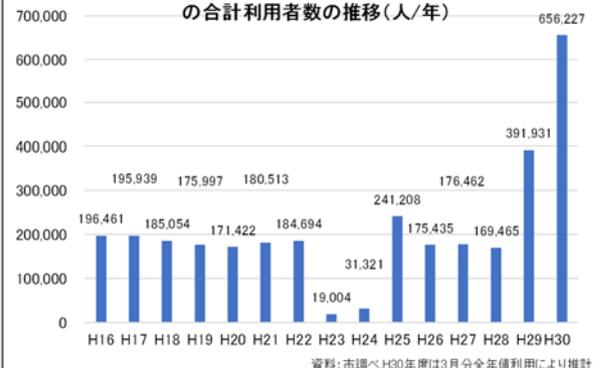
主なソフト事業

○エリアマネジメント事業

・石巻市、地元企業、商店主の出資により設立した「株式会社街づくりまんぼう」が「コンパクトシティいしのまき・街なか創生協議会」の中核として、企画調整・事業実施型のエリアマネジメントを実施。

・農林水産業の共同販促事業や、漫画家石ノ森章太郎のキャラクターを展開した体験型の事業を企画、実施。

石ノ森漫画館・いしのまき元気いちばの合計利用者数の推移(人/年)



中心市街地が直面する課題

- ・都市の郊外化、大型商業施設の出店により減少傾向にあった中心市街地の小売店舗数、小売業従業員数、小売業年間商品販売額は、東日本大震災の影響を受けさらに減少。
- ・駅前スーパーマーケットが平成29年5月に閉店する等、市の玄関口であり、交通結節点でもある駅前の商業機能を回復させる必要がある。
- ・平成元年から調査を継続している中心市街地内の12調査地点における歩行者・自転車通行量については、平成9年から25年にかけて、平日、休日ともに減少傾向。中心市街地の低未利用地の面積も、平成20年から平成25年までの5年間で、約3.3ha増加。

中心市街地活性化の主な取組(かわまち交流拠点整備事業)

いしのまき元気いちば

- ・街なかを中心とした市民の生活・買い物環境の向上と、観光客のお土産購入ニーズに応え、交流人口の増加を図りながら、地場産品の販路拡大・高付加価値化に貢献し、中心市街地・かわまち交流拠点の賑わいの中核となるような、農林水産業と深く結びついた生鮮マーケット「いしのまき元気いちば」の整備。平成29年6月オープン。
- ・市、食品加工関連16社、地元料理店4店、地元企業8社他の出資により立ち上げた株式会社元気いしのまきが施設整備及び運営を担う。歩行者通行量は、平日休日合計値が前年の平成28年704人に対し平成29年1,485人とほぼ倍増。

石巻市かわまち交流センター“かわべい”

- ・有料のミーティングスペース、ホールやキッチン、誰でも自由に利用できるサロンスペースなどがあり、市民だけでなく観光客も気軽に利用できる施設。
- ・市の観光拠点として、観光ルートの紹介や地域の周遊を促す総合的な観光案内を行い、街なかの回遊性向上に寄与している。平成30年9月オープン。市が整備し、一般社団法人石巻観光協会が指定管理で運営。

かわまち立体駐車場・バス駐車場

- ・震災により中心市街地の市営駐車場の減少。従前施設の代替として市営駐車場を整備。
- ・かわまち交流拠点や周辺商店街、石ノ森漫画館・中瀬公園等への来場者の利用に対応。
- ・平成29年11月オープン。指定管理者として一般社団法人石巻観光協会が運営管理。
- ・H30年度稼働率は平日1.3回、休日2.8回と駐車場への需要対応。

堤防一体空間

- ・川と共に発展してきた街の歴史に鑑み、川とまちが堤防により分断されることのないよう、国の下線堤防工事に合わせ、堤防に面した建物と水辺をつなぎ、川とまちを一体的に活用できる賑わいの空間を整備。
- ・周辺各施設間の動線を強化する役割を果たしつつ、中瀬や川の景色を臨みながら、市民や来街者に散策や飲食を楽しむことができるほか、交流イベントや地域行事に活用可能な場を提供し、回遊性の向上を図る。

北広場

- ・中心市街地・観光交流施設・河川堤防・石ノ森漫画館・中瀬公園をネットワークする要衝として、新西内海橋取り付け道路や堤防等の構造物との高低差をうまく活かしながら、周辺と一体的に活用できる賑わいの広場空間として整備。石巻川開き祭り等の各種イベントへ活用。
- ・市事業中。整備後は指定管理を予定。

かわまち交通広場

- ・隣接地区における離島航路発着所の整備、観光交流施設の整備を踏まえて、石巻市総合交通戦略において交通拠点として位置付けられたバスロータリーとして、路線バスの発着及び停留機能のほか、タクシーの乗り降り場としての機能を備えており、中心市街地のアクセシビリティ向上。
- ・市が整備し、一般社団法人石巻観光協会が指定管理で運営。

中心市街地活性化における官民連携

(1)かわまち交流拠点整備事業における官民連携

- かわまち交流拠点における観光交流施設(いしのまき元気いちば)の運営を担う事業者(株式会社元気いしのまき)を、石巻市、食品加工関連16社、地元料理店4店、地元企業8社他の出資により設立。震災復興支援・CSR活動の一環として寄附により造成した基金を活用し、大手飲料メーカーから株式会社元気いしのまきへ、運営費補助金を交付。これにより、交付者である飲料メーカーは毎週のイベント開催時に、広告宣伝に活用。また、いしのまき元気いちばにとっては、イベント運営の大きな助けとなっている。
- かわまち交流センター“かわべい”、立体駐車場、バス駐車場、かわまち交通広場については、指定管理者制度により、一般社団法人石巻観光協会が管理。核施設を一体で管理・運営し、施設間の連携を図りながらその機能を最大限活用することにより、市民、観光客の利便性が向上し、「いしのまき元気いちば」や「石ノ森萬画館」をはじめとする街なかへの誘客効果による中心市街地の活性化が期待できる。

(2)櫛街づくりまんぼう

- 「石ノ森萬画館」を中核施設とした企画調整・事業実施型のタウンマネジメント機関を市、商工会議所、商店街振興組合、市民、地元企業が立ち上げ、自らが事業を行い収益を上げて街づくりを推進する会社として、平成13年2月に設立。中心市街地の商業活性化はもとより、公益的な立場のもと、観光、農林水産業を含む地域産業の活性化や街づくりを推進。自らの収益力を高め、石巻市全体の活性化に貢献することを目的としている。
- 石ノ森萬画館の企画・運営以外の取組として、①仮設店舗事業。新規創業の場として機能。仮設商店街4店舗と小規模であるが、今まで14店舗の創業を支援し、うち市内に5店舗開業につなげている。②かわまちエリアにおける市民参加型ワークショップの開催等を通じ、地域のにぎわい創出の更なる復興に取り組んでいる。

(3)エリアマネジメントの実施体制

- エリアマネジメントの実施体制は、震災前より活動を行っているTMO・株式会社街づくりまんぼうへ石巻市、地元企業、商店主等が出資した上で、市街地再開発及び優良建築物等整備事業を契機に設立された新たなまちづくり会社へ、櫛街づくりまんぼうから出資。
- コミュニティカンパニー(櫛)の例を見れば、津波・原子力災害被災地雇用創出企業立地補助金商業版を活用して商業施設を同社が一括購入することで、まちづくり会社の資金償還の負担軽減やエリアマネジメントの方針に従いながらテナントマネジメントを行い、商業施設のコンセプトを守り、ブランド価値を高める効果を得ている。
- 櫛街づくりまんぼうを中心に、「イーリス立町ハロウィン祭り」や「商店街スタンプラリー」等の共同販促事業、街なか創生協議会の事務局機能を担うなどの地域貢献事業を展開していくことでエリアマネジメントを実施。

中心市街地活性化の取組による主な効果

- 地元物産や震災復興応援地域の特産品の提供により、観光客のお土産購入ニーズに応えるとともに、市民の生活・買い物環境の向上にも資する「いしのまき元気いちば」や石巻の観光拠点と市民の交流機能を有する「かわまち交流センター“かわべい”」、それらの施設を含めた中心市街地来訪者の交通利便性を向上させる「かわまち立体駐車場・バス駐車場」等の施設が整備された。「石ノ森萬画館」と、かわまちエリアの各施設の整備による相乗効果により、新たな客層や、より遠方からの観光客に対して、各施設の魅力を訴求することができた結果、来街者の増加に繋がっている。
- 平成29年6月末に生鮮マーケット「いしのまき元気いちば」がオープンしたことにより、これまで萬画館1施設だった実績値に生鮮マーケットの来場者数が加わることで、「2施設の利用者数」となり、より具体的な数値として現状を把握できるようになった。平成30年度に「いしのまき元気いちば」隣に「かわまち交流センター」がオープンし、来場者数は推計値で656千人となり、大幅な増加となった。
- 「歩行者・自転車通行量」は、震災後平成25年度以降の中では平成29年度が最低値となった。調査地点毎に分析すると、駅周辺の通行量の減少が目立った。平成29年5月に石巻駅前の本庁舎1階で営業していた中心市街地唯一のスーパーが閉店したことが要因。スーパーには利便性の高い駐車場が無いため、利用者の多くが徒歩、自転車での来店であった。一方で、平成29年6月にオープンした「いしのまき元気いちば」周辺の通行量は増加傾向。この増加した通行量を周辺により強く波及させ、中心市街地全体の通行量増加に繋げられるよう、スタンプラリーや街歩きイベントなどを開催し、「いしのまき元気いちば」から徒歩で中心市街地を回遊させることで、歩行者・自転車通行量を増やし、まちの賑わい向上に努めるとしている。

今後の課題と対応

- 郊外の大型店に流れている買い物客等を中心市街地への誘導を図る。
- まちなか居住者の買い物機能等、中心市街地の生活拠点機能の強化を図る。
- 平成13年に各商店街を取りまとめていた協同組合石巻商店会が解散し、中心市街地の商店街(会)や各店舗との連携の不足もあり、「いしのまき元気いちば」等のかわまちエリアの施設に来訪した観光客を、街なかの個店や駅周辺方向へ十分に誘導できておらず、中心市街地全体の賑わい創出に対して当該施設の持つポテンシャルを十分に発揮し切れているとは言えないため、今後は当該施設や街づくり会社である株式会社街づくりまんぼう、街づくり団体等と市が協働し、対策を講じていく必要がある。また、中心市街地全体の盛り上がりを作る商店街同士のコミュニケーションが図れる環境づくりと中心市街地活性化を牽引する人材の育成にある程度、行政が能動的に係わり、このような人材育成等の取組を検討している。

東京都青梅市 中心市街地活性化に関する取組状況

まちづくり会社による空き店舗や空き家の活用による中心市街地活性化への取組

【市人口】13.7万人(H27国調)
【中心市街地】人口：5,098人(H29：市調べ)

- ・商業者の高齢化や後継者不足により商業機能の低下が進み、青梅の個性を支えてきた歴史的な街並みが失われかけてきている中、経済活力の向上や回遊性の向上などのための事業に取り組み、観光案内所来場者数を伸ばしている。
- ・その主要な役割を青梅市のまちづくり会社である㈱まちづくり青梅が担っており、おうめマルシェ事業、アキテンポ不動産事業等に取り組む。特にアキテンポ不動産事業は新規出店数を大幅に増やしており、新規に商業ビル再生・テナント事業の取組も始まっている。

主なハード事業

○新生涯学習施設(仮称)整備事業

- ・老朽化した市民会館を解体し、多目的機能の小ホール等を備えた新たな生涯学習拠点施設として現在建設中。平成31年3月完成、4月オープン予定。
- ・中心市街地内にある青梅市民会館(建設地)、青梅市民センター(青梅駅北口)、中心市街地エリア外の永山ふれあいセンター、釜の淵市民館の2施設を集約化・複合化し、集客拠点を増した施設として整備。
- ・完成後は中心市街地の集客拠点として回遊性向上に貢献するものと期待。



主なソフト事業

○旧青梅街道沿道のまちなか再生事業

- ・「アキテンポ不動産(空き店舗・空き家のマネジメント)」により、旧青梅街道沿いの空き店舗・空き家を活用し、新規出店・居住希望者に結び付け、まちなみ再生を行う。(H28～)
- ・中心市街地の空き家の物件調査を実施し、平成29年度より空き家のマネジメントとして「アキヤ不動産事業」を開始。
- ・実施主体は㈱まちづくり青梅。

○空き店舗活性化事業(チャレンジショップ)

- ・中心市街地の空き店舗を利用したコミュニティスペースの運営支援を実施。
- ・平成29年度に運営支援は終了したが、引き続き事業者にて運営が継続。事業主体：青梅市、青梅商工会議所、地域商店会

○おうめマルシェ事業

- ・撤退したスーパーマーケットの代わりとなるまちなか居住者に対応した事業として、駐車場の一部を活用し、マーケット+商店街のまち歩き型事業に取り組む。(㈱まちづくり青梅が実施。(H28～))
- ・平成29年度は1-2月を除く毎月第3日曜日に開催。常設店舗化を目指す。



○昭和レトロ商品博物館・青梅赤塚不二夫会館の運営事業

- ・昭和レトロ商品博物館は、昭和30～40年代の古い駄菓子等のパッケージや古い缶、ビンなど昭和時代の品々を多数展示。NPO法人観光協会ぶらり青梅宿による施設運営。(H11～)
- ・青梅赤塚不二夫会館は、昭和を代表する漫画家、赤塚不二夫の写真や漫画原稿などを多数展示。NPO法人観光協会ぶらり青梅宿、民間事業者による施設運営。(H15～)
- ・両施設は、昭和レトロのまちづくりを推進する周遊の拠点として観光客を集客。

中心市街地が直面する課題

- ・商業者の高齢化や後継者不足、郊外や多摩地域へのロードサイドショップや大型小売店舗の出店などが相互に関連し、従業者数や年間小売販売額は青梅市、中心市街地ともに減少傾向にある。活性化に向けて、空き店舗対策をはじめ、青梅らしさあふれる魅力的な商店の誘致など、中心市街地のにぎわいを取り戻す取組の実施が求められる。
- ・郊外や幹線道路が整備された市域東側に進出する大規模商業施設、駐車環境の不足などにより駅周辺を訪れにくい現状などから、結果として青梅駅周辺では卸売・小売業者の数が減少しており、消費者の生鮮食品や衣料品などの最寄品を購入できる場の喪失が目立っている。青梅駅周辺における利便性を向上させ、誰もが暮らしやすいまちをつくるためにも、活性化に向けて、高齢者をはじめとした地域住民が最寄品を購入しやすい環境づくりが求められる。

中心市街地活性化の主な取組

おうめマルシェ事業

- ・まちづくり青梅が実施する「おうめマルシェ事業」は、撤退したスーパーマーケットの代わりとなる常設マルシェ拠点づくりを目指して、平成28年度より、市有地の駐車場の一部を活用して実施している。
- ・毎月第3日曜日の定期開催として実施。
- ・平成29年度よりまちづくり青梅を事務局機能に位置づけ、参加店から構成されるマルシェ実行委員会を運営主体に、参加店の意向を反映する体制づくりを行った。
- ・平成29年度は合計9回開催、来場者数約10,900名の実績。とりわけ11月18日・19日に青梅宿アートフェスティバルと同時開催時の来場者は5,500名にのぼった。青梅宿アートフェスティバルは、地元商店街のソフト事業として、中心市街地活性化基本計画に位置づけられている。
- ・出店業種は地元の食材やパンなどから始まったが、現在はキッチンカーなどの飲食も多い。出店数は各回概ね20店舗前後。

旧青梅街道沿道のまちなか再生事業「アキテンポ不動産」(空き店舗・空き家のマネジメント)

- ・青梅駅周辺(仲町・本町・住江町)で商店街加入者へのアンケートにより店主の年齢及び後継者の有無を調べたところ、後継者がいない60代以上が55%、同じく70代以上が34%という結果であった。このままの状況が続くと店主が70代以上の店舗では10年後、60代以上の店舗では20年後に空き店舗になる可能性が高い。その危機感からアキテンポ不動産事業が計画された。
- ・市からの委託を受け、㈱まちづくり青梅が平成28年から旧青梅街道沿道のまちなか再生事業「アキテンポ不動産」に取り組む。この事業は、旧青梅街道沿いの空き店舗・空き家を活用し、新規出店・居住希望者に結び付け、まちなみ再生を行うもの。
- ・アキテンポ不動産事業の実績は、平成28年の新規出店数18件のうち5件、平成29年は11件のうち3件となり、両年とも新規出店数のうち約3割をあげている。
- ・物件契約と並行して、㈱まちづくり青梅が出店情報を提供し、おうめ創業支援センターでの開業支援が受けられるよう連携を図り、開業がスムーズに進められるようサポートしている。さらに、開業者の希望する物件の傾向に合わせて、中心市街地の不動産事業者とも相互に物件を紹介するなど、複数の事業主体が連携して動き、相乗効果として新規出店数の増加にあらわれている。平成29年8月10日～9月30日の間で6店舗紹介。平成29年9月1日～3日にアキテンポ見学会を実施。平成30年度は支援処置「地域・まちなか商業活性化支援事業補助金(中心市街地再興戦略事業)のうち先導的・実証的事业」を活用。

中心市街地活性化における官民連携

(1) 株式会社まちづくり青梅の取組

- ・ 民間事業者としてのノウハウを最大限に活用した“まちのマネジメントを推進していく組織”として、平成27年4月、市や商工会議所、地元商店街、民間企業の出資するまちづくり会社として設立。
- ・ 主な取組(事業)として、おうめマルシェ事業、アキテンポ不動産事業といった公共事業及び市街地駐車場経営を行う収益事業を実施している。おうめマルシェ事業は買い物拠点づくりを目指し、参加出店者による実行委員会を立ち上げ、事業者目線でのアイデアを取り入れながら運営。アキテンポ不動産は、空き店舗物件のオーナーと新規開業者の橋渡しをする事業。店の雰囲気や歴史、オーナーの思いをできるだけ開業者に伝え、開業者にはさまざまなアドバイスや支援をし、よりよいマッチングを目指す。市街地の駐車場経営では、8か所の駐車場を運営し、その収益をおうめマルシェやアキテンポ不動産といった公益事業の運営を通じて地域に還元している。
- ・ まちなか再生の各取組における地元商店街や商工会議所、地元企業との連携としては、まちづくり会社は不動産の所有者や不動産屋から情報を集め、出店希望者にあっせんするとともに、創業支援センターを案内。また、店舗を開業するための改修にあたっては商工会議所を通じて地元企業をあっせんしている。
- ・ 各事業における市などとの関係では、おうめマルシェ事業に対しては、市後援を受け、まちづくり青梅が事業実施。開催場所は市有地を利用。旧青梅街道沿道のまちなか再生事業では、まちづくり青梅が事業実施、青梅商工会議所が創業支援、市が空き店舗改修支援という連携で実施している。

(2) タウンマネージャーの役割について

- ・ 地域活性化に関する専門知識・経験を生かし、様々な活性化への取組に対して、調整や企画、アドバイスなどの支援を行う役割を担う。青梅市では、商工会議所が中心となって組織した青梅市中心市街地活性化協議会において、計画認定前の平成25年からタウンマネージャーとして國廣純子氏を採用。協議会が取り組む、活性化に関する事業の相互調整、活性化に関する研究・勉強会・研修の実施などについて、支援や助言を行うとともに、協議会のオブザーバーも務めている。まちづくり青梅の立ち上げにも尽力した。

中心市街地活性化の取組による主な効果

- ・ マルシェ事業と旧青梅街道沿道のまちなか再生事業(アキテンポ不動産事業)がメディアなどに取り上げられPRされたことや、マルシェ参加事業者から市街地への出店者が出るなど、相乗効果があったことが要因で、各々の取組が成果に結び付いている。
- ・ 不動産事業の運営により、平成29年度も空き店舗物件の見学会には30人を超える多くの開業希望者の参加があり、引き続き、空き店舗を活用した開業申し込みがある。また、物件契約と並行して、おうめ創業支援センターでの開業支援との連携で開業がスムーズに進められるようサポートしている。また、開業者の希望する物件の傾向に合わせて、中心市街地の不動産事業者とも相互に物件を紹介するなど、複数の事業主体が連携して動く相乗効果により、新規出店数は増加傾向にある。

今後の課題

- ・ まちづくり会社の課題として上がっているのが収益事業の確保である。現在は駐車場事業が主な収益源であるが、中心市街地内に入り込む自動車の数は減少傾向にあり、新たな収益事業の確保が課題である。
- ・ 新たな事業として、平成30年末から民間の建物を借り上げるシェアオフィス事業を展開し、現在1事業所1名が利用している。また、平成31年5月を目途に、民泊のテナント事業を展開予定となっている。
- ・ 新規出店や観光案内所来所者数において事業効果が出始めているものの、店舗については廃業も出ており、市全体としても人口及び青梅駅乗降客数の減少など、中心市街地を取り巻く状況の厳しさは続いている。現在の状況のままでは大きな発展性は見込めないため、今後は、事業を継続していかに成果を上げていくか、変化する市街地の状況を把握しつつまた新たな事業を作り出していけるかが課題となる。

新潟県見附市 中心市街地活性化に関する取組状況

【市人口】4.1万人(H27国調)
【中心市街地】人口：14,933人(H30)

「健幸」をテーマとしたまちづくりに伴った都市機能の集約の推進による中心市街地の賑わいづくり

- ・超高齢・人口減少社会による様々な社会課題を克服するため、「健幸」をまちづくりの基本に据えた持続可能な新しい都市モデルの構築を図り、コンパクトシティを形成していくことにより、中心市街地の活性化に寄与。
- ・まちなかへの拠点施設の整備による効果を生かすため、点在する集落と中心市街地をつなぐ役目であるコミュニティバスの再編等を実施することで、バス及び主要施設の利用者数等が増加。

主なハード事業

○市民交流を促進するための集客施設の整備

(まちなかの駅「ネーブルみつけ」)

・平成16年7月に、市民が社会参加する場としての各種機能を持つ施設である市民交流センターとして整備。様々な年齢層の市民の利用につながっており、平成29年度には46.5万人が利用。

(道の駅「パティオにいがた」)

・豪雨災害に伴う河川改修で生まれた用地を活用した防災公園・道の駅として市が整備。平成25年オープン後は年間100万人以上が来場。



(みつけ健幸の湯「ほっとびあ」)

・地域住民等による検討委員会の提言に基づき、老朽化した高齢者向け温浴施設の建て替えを契機としたコミュニティ銭湯の整備。平成28年8月オープンし、平成29年度には20万人近くが利用。

主なソフト事業

○「健幸都市」としての取組

・健幸ポイント事業の実施やウォーキングコースの整備、健幸ベンチなどの設置による快適な歩行空間を整備するだけでなく、広域連携自治体によるSIBを活用したヘルスケア事業にも取り組むなど、健幸都市の取組がまちなかへの賑わいにも寄与。

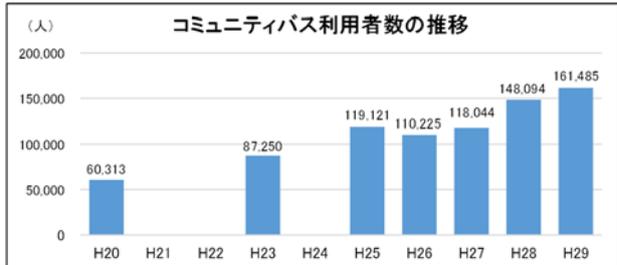
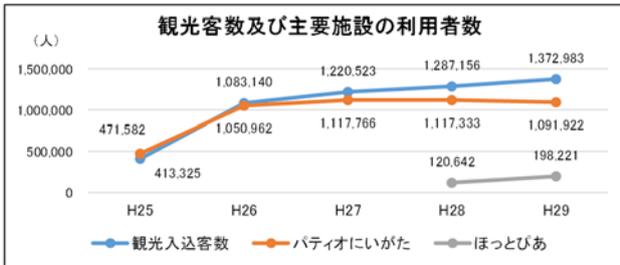
○公共交通の再編

・見附商店街エリア・今町商店街エリア、見附駅周辺エリアなど市街地を回遊するコミュニティバスやデマンドタクシー等の公共交通の再編を実施することで、利用者が年々増加し、コミュニティバスは平成29年度に16万人以上が利用。



○アウトソーシングによる活性化事業の展開

・市の委託を受けたエリアマネージャーが各種活性化事業を実施。特に空き店舗の活用に向けての出店希望者の誘致や物件の掘り起こしなどを行うことにより、平成27～30年度までで計9店舗の出店が実現。



中心市街地が直面する課題

- 見附地区と今町地区の商店街、見附駅前地区の3つの商業エリアが中心市街地に存在しているだけでなく、市民サービス施設の機能を備えた市民交流センター「ネーブルみつけ」、市役所などをはじめとした都市機能が集積するエリアがあり、中心市街地内において各種機能が分散している状況であった。
- スマートウェルネスシティの実現に向け、移動手段において車依存の都市環境が影響を与えていた中で、平成23年度より健康長寿を実現できるまちづくりを推進するための総合政策に転換し、健やかで幸せな生活が可能となる「健幸なまちづくり」を施策の中心に掲げ、歩いて暮らせるまちづくりを推進していくこととした。そのような中で、拡大した市街地及び郊外区域に点在する集落地域を集約するとともに、都市機能の集積及び郊外部から効率的にアクセスできる環境が必要であった。

中心市街地活性化の主な取組

まちなかの駅・ネーブルみつけ

- ・市民との協働によるまちづくりを推進し、市民がいきいきと暮らす活力ある地域社会の形成を目指すことを目的に、市民活動が発信される拠点として、ショッピングセンターの撤退により空き物件となった施設を市が改修し、オープン。
- ・見附産の物産のアンテナショップ、団体活動室、市民交流サロン、喫茶コーナー、多目的広場、健康づくりセンター、子育て支援センター、コミュニティセンターなど様々な機能が集約されており、市を代表する集客拠点の一つでもある。

道の駅「パティオにいがた」

- ・豪雨災害に伴う河川改修で生まれた用地を活用し、防災公園及び道の駅を兼ねた施設として市が整備。
- ・農家レストランや産直のマルシェをはじめとする地産地消や地場産業振興の機能に加え、今町地区の商店街に隣接することからまちなかへの集客施設としての役割を果たしている。
- ・道の駅から商店街周辺への回遊・誘客と賑わいづくりを図るため、観光施設である隣接の大風伝承館で商店街の方々がマルシェを行うとともに、地域コミュニティ組織、商店街組織、住民有志グループ等が協働で各種イベントを開催するなど、まちなかに賑わいをもたしている。

みつけ健幸の湯「ほっとびあ」

- ・平成22年の「まちなか賑わいづくりへの提言」を受けて、老朽化した高齢者向け温浴施設をまちなかの中核施設としての位置づけで建替えを行ったコミュニティ銭湯。
- ・市民同士の交流、健幸づくりの拠点機能のほか、中心市街地に立地し、見附商店街に隣接することから、市外からの集客による経済効果及びまちなかのにぎわい創出支援の役割を担っている。

健幸都市に向けての取組

- ・身体面の健康だけではなく、人々が生きがいを感じ、安心して豊かな生活を送れる状態を「健幸(けんこう)=ウェルネス」と呼び、まちづくりの中核に据えていこうという考えのもと各取組を実施。
- ・健康運動教室や市民活動グループが企画・運営するイベントの実施、日々の歩行や運動によりポイントを貯めて地域商品券などに交換できる健幸ポイント事業、他自治体及び大学、民間企業等とも連携したSIBを活用した事業を実施するなど、単なる健康に関する事業の枠組みを超え、まちづくりにも関係する事業を展開している。

公共交通の再編

- ・車依存からの脱却を目指し、公共交通の再編を実施。
- ・広域対応の路線バス、見附商店街、今町商店街、見附駅周辺など市街地を連絡するコミュニティバス、郊外部の移動手段としてのデマンドタクシー、地域コミュニティの移動手段としてのワゴンバスの4つの公共交通の再編を実施。
- ・特にコミュニティバスは6台30分間隔の運行によって、中心市街地内の拠点間の移動を支える役割を果たしている。

中心市街地活性化における官民連携

(1) 集客施設への民間活力の導入

- 見附市では、「民間が経営したくなる施設を整備すれば公募はある！」との考えに立ち、市が施設整備及びイニシャルコストの負担を行うが、運営は民間に任せ、運営利益が赤字の場合は指定管理者が負担、黒字の場合は利益の1/2を市に納入するといった公設民営指定管理者制度を導入した。この方式のメリットとしては、市にとっては赤字補填のリスクなし、運営者はイニシャルコスト不要、利用者は民間のサービスを楽しむことができるということがある。この方式はコミュニティ銭湯「ほっとぴあ」で導入され、その後、みつけイングリッシュガーデンのカフェに採用、道の駅「パティオにいがた」の契約更新時にも採用されており、民間活力を積極的に導入していくことが中心市街地活性化にプラスの影響を与えている。

(2) エリアマネジメント・まちなか賑わいアウトソーシング事業

- まちなか賑わいづくりにおける公民連携の仕組みを強化するため、市内2つの商店街エリアごとに地域の事情に精通したエリアマネージャーを選任。出店希望者の誘致や物件の掘り起こしなどの空き店舗活用コーディネートに加え、セミナー開催などの起業支援、住民有志による「エリア会議」の活動のコーディネート、関係団体と連携したイベントの企画・運営に携わることやまちづくりに関する情報発信など、中心市街地の活性化に資する業務を行政自らが行うのではなく民間に委託し、連携しながら活性化に取り組んでいく事業である。

(3) 一般社団法人見附市観光物産協会について

- 見附市の観光・物産などの振興を行い、「地域として稼ぐまちづくり」を行う地域会社としての役割を担う目的で、平成30年2月に市の出資を受け、任意団体から一般社団法人として設立。
- 道の駅パティオにいがた等の観光資源や市内物産品のインターネットショッピングモール「どまいち」等がある中で、それぞれの取組による相乗効果が発揮できていないことが課題であった。そこで、(1) 情報発信能力のある「見附市観光物産協会」、(2) 物産販売能力のあるインターネットショッピングモール「どまいち」、(3) 物産アンテナショップ「みらい市場」の3団体を統合。「地域商社」を志向し、地域ブランドの商品開発や観光素材の開発・収益事業化を行う。併せて「定住促進」や空き店舗出店誘致等の「まちなかの賑わい」に関する事業を加え、収益事業化を目指している。
- 設立に当たっては、新組織の指揮をとり、まちづくりに対する専門的知見と情熱を持ち、活性化に向けた事業を推し進める事務局長が必要と考え、年収700万円で全国から公募。

中心市街地活性化の取組による主な効果

(1) コミュニティバス利用者数の増加

- コミュニティバスの利用者数は、バスの台数を6台に増加、運行間隔30分に短縮した結果、利用者は平成20年度の60,313人から平成29年には161,485人と大幅に増加した。今後もバス台数の増加及び運行間隔を短縮していくことが検討されている。

(2) 主要施設の利用者数の増加

- 観光客数の多くが訪れる道の駅パティオにいがたの来客数は、平成26年以降は110万人程度で推移しており、中心市街地内の観光客数の急増に大きく寄与している。
- みつけ健幸の湯「ほっとぴあ」の平成29年の利用者数は、約20万人が年間実績であり、まちなかへの来街者を呼び込む施設の一つとしての役割を果たしている。

今後の課題と対応

【今後の課題】

- まちなかへの集客の拠点となる施設は整備されているため、商店街の環境整備を推進していく必要がある。しかし、見附地区、今町地区は商店街の性格が大きく異なり、それぞれに適した取組が必要とされている。具体的には、今町地区は地域のコミュニティと商店街が一体となったマルシェ開催などのイベントへの取組は盛んであるが、出店などのポテンシャルを高めていく必要がある一方で、見附地区は3商店街から構成されており、出店のポテンシャルはあるが、各商店街の連携を高める必要があるなど、それぞれの特性に応じた事業展開を行っていくことが重要であるとともに、併せて新規の出店者が事業を継続できるよう、引き続きサポートしていく必要がある。
- 一般社団法人見附市観光物産協会が任意団体から法人として設立されたばかりであるため、今後のまちづくりの活動を推進していくためにも収益事業の確立が重要であるとともに、各取組についてのPDCAサイクルの仕組みづくりを行っていく必要がある。

長野県飯田市 中心市街地活性化に関する取組状況

事業の担い手の育成からトータルコーディネートすることで、空き店舗解消を目指す

【市人口】10.2万人 (H27国調)
【中心市街地】7,236人 (H30)

- ・まちなかを市民が誇りの持てる空間に再生するため、商店、市民、市が連携したまちづくり会社が主体となって、市民ニーズに即し、再開発、空き店舗を活用したテナントミックス、集客イベント等の複合的なエリアマネジメントを実践。長年にわたる活動ノウハウを蓄積し、新規事業を展開。
- ・再開発事業を拠点に、商業、業務、住宅、文化交流等の都市機能の集約化を図り、連続的な投資を呼び込むとともに、若者によるNPO、ボランティアグループの活動も起こり、まちに新たな賑わいを創出。

主なハード事業

○飯田まちづくりカンパニーが主体で行う再開発

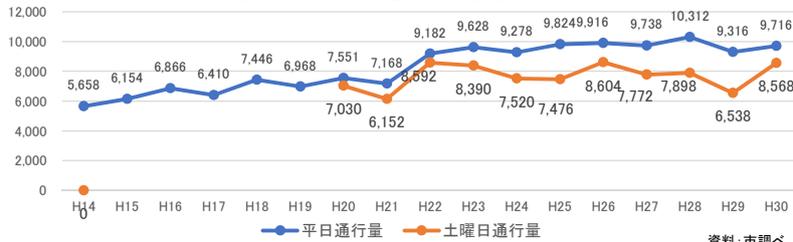
- ・市民出資を基に設立された飯田まちづくりカンパニーが主体となり、民間デベロッパーを介さず、自ら事業リスクを負って再開発ビルの保留床を取得、テナント誘致やマンション分譲等を実施。(H10～)
- ・空き店舗をまとめて再生した「りんご並木横丁 いこいこ」(H26)には、りんご並木周辺の空き店舗を取得または借り上げて、まちなかに不足する機能やニーズが大きい業種等を優先的に導入するなど、ミニ再開発を実施。開発によって取得したビル床のテナント管理や店舗委託業務など、幅広く不動産事業を展開。
- ・中心市街地での再開発を率先し、事業を誘発することで、歩行者・自転車通行量は継続的に増加傾向を示している。トップヒルズ本町オープンにより、りんご並木の歩行者・自転車通行量が586人(H12)⇒776人(H14)、ヒルトップ第2オープンにより、歩行者・自転車通行量が1,348人(H17)⇒2,704人(H19)、といずれも増加。りんご並木いこいこオープンにより、歩行者・自転車交通量が1,260人(H24)⇒2,712人(H30)に増加。
- ・連続的な投資を呼び込み飯田らしいまちづくりの推進に寄与している。

主なソフト事業

○りんご並木ストリートマネジメント

- ・中心市街地のりんご並木全体のランドデザインや商業集積を進めるため、若手経営者とまちづくり会社等で「りんご並木ストリートマネジメント研究会」を発足。(H20)
- ・まちづくり会社により整備された「りんご並木横丁 いこいこ」(H26)へ、NPO法人やまちづくり会社等が連携して開催する「まちなか空店舗再生創業塾」の受講生が来店。餃子専門店、バー、リラクゼーションカフェ、郷土料理店、モンゴル料理店、バーガーショップなどがオープンし、りんご並木のにぎわい創出に貢献。
- ・りんご並木に関わる団体等が結集し、しなやかに連携し協力しあう「りんご並木まちづくりネットワーク」を設立。月に1回歩行者天国を開催。
- ・りんご並木周辺における平成20年度以降の新規出店数は、平成21年度4件、平成23年度5件、平成26年度7件、平成27年度2件、平成28年度3件、平成29年度2件と成果を上げている。

歩行者・自転車通行量の推移(人)



中心市街地が直面する課題

- ・近年の都市の郊外拡散、人口構造や生活スタイルの変化、個人消費ニーズの多様化など、複雑化した社会・経済の変化等により、中心市街地に求められるものもまた変化してきている。
- ・市民アンケートの結果からも、中心市街地のより一層の活性化が求められており、商業機能や観光・アミューズメント機能の強化、高齢者の健康づくりや子育て支援、文化芸術等、そのニーズは多岐にわたっており、中心市街地における都市機能のより一層の多様化、複合化が必要である。
- ・集客エリアの郊外へのシフト、ネット販売の台頭などがあり、特徴ある店づくりや質の高いサービス、憩いや楽しみ環境を整えることが必要とされ、少子高齢化と人口減少、コミュニティ機能の低下が中心市街地においても顕著にみられる中、まちの定住人口の増加策と、その生活基盤となる健康・医療・福祉の複合的施策が必要とされている。さらに、モータリゼーションの進展に対応したアクセスしやすい交通体系の整備等が必要不可欠であり、鉄道・バスなど公共交通の利用促進も重要な課題となっている。現在、まちづくり会社において電気小型バスによるまちなかの回遊性を高める実証実験を実施中。リニア中央新幹線の開通を見据え、リニア駅と中心市街地とのアクセス強化をはじめ、中心市街地を取り巻く交通環境に即した事業展開が求められている。

中心市街地活性化の主な取組

「並木横丁いこいこ」

まちなか空店舗再生創業事業

- ・まちづくり会社が地権者から土地建物を一括賃借し、高齢化した地権者に代わって、出店希望者との調整、リノベーション等の不動産利活用を行い各出店者へ転貸する事業。
- ・出店者の募集に際し、関連する6組織が連携し、起業・創業を志す者向けの支援講座「創業塾」を開催し、事業・経営・資金調達等のノウハウを伝授し、育成する取組。
- ・多数の応募者の中から、一定の基準に基づき、街にふさわしく、安定した経営が期待できる者を選定。
- ・店舗の事業形態においては、地区全体の回遊性・連帯感を意識するとともに、全店舗を飲食を含む複合店舗にすることで経営の安定化を図っている。
- ・まちづくり会社が事業の担い手の育成からトータルコーディネートすることで、各店舗の連帯感や地区レベルでの事業継続性を担保。

歩行者優先道路活用事業

- ・まちのシンボルであるりんご並木周辺において4月から11月にかけて毎月歩行者天国イベントを実施。財源には社会資本整備総合交付金を活用。
- ・ゆるキャライベント、竹宵まつり、人形劇フェスティバル、獅子舞フェスティバルなど時節柄の内容を展開。
- ・特に11月に開催されるサブカルの祭典「飯田丘のまちフェスティバル」では、平成30年度の来街者数が5万人と、飯田市の人口の約半分が全国から訪れている一大イベントへと成長している。
- ・各イベント事業は、40団体以上から構成される「りんご並木ネットワーク」が主体、実行委員会組織により、企画から運営までを行っている。

飯田丘のまちバル

- ・平成28年度より「地域ブランド開発事業」として、飲み歩きイベント「飯田丘のまちバル」を実践。これは中心市街地に飲食店が多いことから、その特徴を活かしたまちの賑わいづくりとして始めた取組。
- ・当初は中心市街地活性化協会との共同主催としてスタート。平成29年以降は参加店の実行委員会組織が実施。
- ・事業は飲食の提供だけでなく、飯田の文化である人形劇や音楽のセッション等を盛り込み、地域らしさを演出、新たな夏の定番事業として、まちに賑わいと活気を生みつつある。
- ・個店には新たなリピーターが生まれ、店の集客にも繋がっている。

中心市街地活性化における官民連携

(1) 中心市街地における官民連携の仕組み

- ・ 飯田まちづくりカンパニーの建物内には、市の商業・市街地活性化課が入り、同じフロアで業務に取り組む等、相互の情報が共有され、中心市街地活性化に協働で取り組んでいる。
- ・ 「並木横丁いこいこ」まちなか空店舗再生創業事業では、まちづくり会社が地権者から土地建物を一括賃借し、リノベーション等を施し、各出店者へ転貸。出店者の募集に際しては、関連する飯田まちづくりカンパニー、商工会議所、NPO、飯田市等から構成される「飯田まちなか創業支援ネットワーク」が実施主体となり、さらに、起業・出店希望者を対象にした「まちなか空店舗再生創業塾」を開講し、事業・経営・資金調達等のノウハウを各主体の専門性を活かし伝授。開講期間は9ヶ月。
- ・ りんご並木まちづくりネットワークの実施するりんご並木賑わいづくり事業は平成20年4月に発足。毎月連絡会議を開催し、りんご並木歩行者天国を4月から11月の期間、毎月1回実施。歩行者天国内のイベントは、地域のまちづくり委員会や連合青壮年会、NPO、各実行委員会等約30団体に及ぶ多様な主体が主催し、同ネットワークの構成メンバーが協働して取り組む。引き続き、新たな主体も交え、創意工夫に富んだ事業を継続することとしている。

(2) 株式会社飯田まちづくりカンパニー

- ・ 平成10年、再開発事業を担う地元の会社として設立。『丘の上』中心市街地を南信の中心都市の顔として恥ずかしくない、そして何より市民が“誇りの持てる街”に再生しようと、同じ思いをもつ市民、商店、企業が中心となって出資し、行政からも出資協力を得て設立した市民資本の第三セクターのまちづくり総合支援会社。
- ・ 主な事業は、デベロッパー(再開発)事業、調査・研究・開発事業、市街地ミニ開発事業、物販・飲食事業、イベント・文化事業、福祉サービス事業、テナント関連事業など、ハード整備をもとに、イベントなどソフト事業を展開し、テナント管理を行うことで常に魅力あるまちづくりを推進。
- ・ まちづくり会社は事業者、企業、市民、行政、商工会議所、金融機関(DBJ、信金、地銀)から構成され、事業を展開していく上でその役割を機能分化しやすく、各取組においても事業主体が明確化できる。まちづくり会社がコーディネートし、中心市街地活性化協会も協力し、新規事業においては軌道に乗るまでの体制づくりをサポートしている。

中心市街地活性化の取組による主な効果

- ・ 中心商業地に近接した飯田動物園の改修事業の実施により、来園者数が平成27年度に過去最大(改修前5.7万人(H23) ⇒ 改修後14.5万人(H27))、平成29年度は136,205人となり、中心市街地への来街をけん引している。
- ・ まちなか空間再生創業事業によるミニ再開発「並木横丁いこいこ」の整備により、りんご並木周辺の来街者数が増加(歩行者数H24:1,260人 ⇒ H30:2,712人)。平成20年度以降のりんご並木周辺の新規出店数は、平成21年度4件、平成23年度5件、平成26年度7件、平成27年度2件、平成28年度3件、平成29年度2件と成果を上げている。
- ・ りんご並木をステージにした歩行者優先道路活用事業や人形劇のまちづくり推進事業では、多様な主体がネットワークをつくり、実行委員会体制で事業を運営したことにより、まちを活性化すると共に、その担い手が育っている。
- ・ まちなか住宅開発事業により、市内の医療法人が歴史的町並みにある酒造跡地を活用したサービス付高齢者住宅の整備を行い、38戸の集合住宅を供給。

今後の課題と展望

- ・ 商店、市民、市が連携したまちづくり会社による取組の結果、平成30年度の歩行者通行量orりんご並木周辺での新規出店数については一定の成果が上がっているが、市街地の人口減少や少子化・高齢化と地域力の衰退は続いている。また、ソフト事業の充実により歩行者天国などのイベント開催時は大きな集客効果を発揮しているが、日常における中心市街地への来訪者や回遊性が不十分であり、恒常的な街の賑わいには至っていない。
- ・ 新たな動きとして、中心市街地3地区の住民ニーズを踏まえた地域の将来構想の策定や始まっている。また、リニア長野県駅設置に向けた動きと拠点集約連携型都市構造における中心拠点の位置づけが必要となっている。このような新たな動きや課題を踏まえ、中心市街地に関係する市民、地域、事業者ほか多様な主体の力を集結し、当地域におけるリニア時代の中心拠点となる「丘のまち」の暮らしを共創し、実現するための取組を推進する。

岐阜県高山市 中心市街地活性化に関する取組状況

【市人口】89.9万人(H27国調)
【中心市街地】9,736人(H30:市調べ)

歴史的町並みや伝統文化を活かした魅力あるまちづくりによるインバウンド取組

- ・歴史的伝統的な町並み景観を官民が連携して長年に渡り保存してきたことや、海外への積極的なプロモーションにより、外国人観光客が急増。それに伴い中心商店街の歩行者も増加。
- ・外国人観光客へのおもてなしを柱に、観光DMOづくりを官民連携して推進しつつ、ハード面の拠点施設整備やソフト面での通訳案内士の育成、中部北陸を結ぶ広域観光ルート「昇龍道」等の広域連携等を展開。
- ・まちづくり会社による商店街空き店舗活用事業を実施。

主なハード事業

○高山駅東西線(自由通路)の整備

・橋上駅舎と一体となった高山駅の東西をつなぐ自由通路を整備。駅東地区から駅西地区への移動の利便性が向上したことにより、駅東地区の住民の施設利用は増加傾向にある。



○文化交流拠点施設(旧森邸等)の整備

・歴史的風致の拠点にある空き家を取得し、伝統文化をテーマとした文化交流拠点施設「飛騨高山まちの体験交流館」として整備。新たなイベントの開催が見込まれ、賑わい創出に寄与する。



○公衆無線LANの整備

・中心市街地を中心とした観光エリアに公衆無線LANの整備を実施する。

主なソフト事業

○官民が連携した観光DMOづくり

・観光客や地域への投資を更に呼び込み、地域の稼ぐ力の向上を図るため、DMO法人として登録された団体を中心に、宿泊施設や観光関連等の民間事業者、行政等が一体となり連携した取組を推進。

○地域通訳案内士の養成

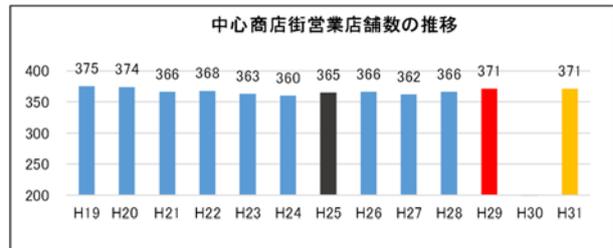
・地域通訳案内士制度を活用し、高山市等が行う研修修了者に飛騨地域を業務区域とする地域通訳案内士の資格を付与することにより、地域の歴史文化、地域産品等を紹介する人材を育成。(目標:英語100人、中国語40人)

○複数の広域連携組織による観光PR

・昇龍道プロジェクト(中部北陸9県の自治体・観光関係団体・事業者等が連携)による魅力ある観光エリア・周遊ルートの形成、海外へのPRを実施。平成29年度の外国人観光客の宿泊者数は51万3,000人。

○総合的な空き店舗活用促進

・まちづくり会社が空き店舗所有者に対する意向調査を行うとともに利用者公募、経営支援などチャレンジショップ事業を展開する。また、地元産品販売のアンテナショップ開設も実施予定。



中心市街地が直面する課題

- ・中央商店街の店舗後継者不足に加え、消費者のニーズの多様化、郊外型の大型店舗の立地などによって、中心市街地の空洞化が進み、空き店舗の増加やまち全体の個性や魅力、利便性などの低下が懸念され、魅力ある店舗や商店街が少く、来訪者が減少していることが課題となっている。
- ・人口は、平成14年の合併以降9年間で5%超減少するなど、人口減少が続いている。こうした中、都市部と比較して産業が少ないことなどが、若者の地元定着を妨げる大きな要因となっており、地域産業を支える人材の高齢化や後継者不足が深刻化している。

中心市街地活性化の主な取組

高山駅東西線(自由通路)整備事業

・市民や観光客が効果的に高山のまちなかを回遊する結節点の役割を果たす高山駅の通路整備により利便性が向上し賑わい創出に寄与している。平成28年に供用開始。

文化交流拠点施設(旧森邸等)整備事業

・旧森邸等整備事業は、連続した歴史的な町並み景観の形成を図るため、空き家となっていた民家及びその用地を取得し、伝統文化交流拠点施設として整備。平成30年7月に「飛騨高山まちの体験交流館」として開館し、伝統芸能の鑑賞、伝統文化の体験等が行える。



総合的な空き店舗活用促進事業

・チャレンジショップ事業は空き店舗所有者に対し意向等の調査を行い、利用者の公募、審査、選定、経営の支援までを一括して実施する。
・アンテナショップ事業は、地産品等の販売を行うアンテナショップを開設。
・両事業はまちづくり会社が平成27年度より実施。

公衆無線LAN整備事業

・観光客が無料でインターネット利用ができるよう、市内の主要観光エリアに公共無線LANの設置整備をすることで、ICTを活用した訪日外国人旅行者受入環境の強化が図られている。

複数の広域連携組織による観光PR

・白川郷や松本、金沢などと連携し、広域の観光ルートで誘客を進めている。プロモーション手法も、海外における広告、パブリシティ、セールスプロモーション、人的販促(トップセールスなど)、SNS等のロココミュニケーションなど多様なアプローチ、また、対象国や人(ムスリムなど)に応じた対応を細かく進めている。

中心市街地活性化における官民連携

(1) 株式会社まちづくり飛騨高山の取組

- ・ 飛騨高山の有する歴史、文化、伝統などの地域特性を活かし、地域住民に喜ばれ親しまれる中心市街地とともに、観光客をはじめ訪れる人たちにとっても魅力ある活気に溢れたまちづくりの推進を目的とし、「中心市街地活性化に関する法律」の規定に基づく会社として、商工会議所が中心となり、市、地元商店街振興会、地域金融機関等が出資して設立し、総合的な空家活用促進事業を柱に、営業店舗数の増加を目指している。
- ・ 主な取組(事業)は、中心市街地活性化区域内における各種補助事業の執行業務、外国人対応おもてなし拠点施設「イータウン飛騨高山」の管理運営、タウンマネージャーの育成、まちの縁側の管理・運営、飛騨高山あんな街なか講座運営などである。

(2) 市とまちづくり会社との連携及び支援

- ・ まちづくり会社の実施する取組に対し、市からの支援や連携を次のとおり行なっている。
 - ① 空き店舗活用支援事業費等の補助
 - ② 飛騨高山インキュベーション施設の運営及び関係機関との連携による経営指導
 - ③ 創業応援窓口、創業セミナー開催、市創業支援資金融資(利子補給)、特定創業支援事業補助金
 - ④ タウンマネージャー確保等に向けた研修会等、タウンマネージャーの人件費等の補助
 - ⑤ まちづくり会社への出資、職員派遣

(3) タウンマネージャーの役割

- ・ タウンマネージャーの役割として、官と民の信頼関係の構築、飛騨高山あんな街なか講座事務、商店街巡回、イベント企画を実施。
- ・ タウンマネージャーの採用は、「まちづくりに関する情熱を有している方」を条件に広く全国に公募。

中心市街地活性化の取組による主な効果

(1) 中心商店街の歩行者自転車通行量の増加

- ・ 中心商店街の歩行者自転車通行量は、観光客の増加等の影響もあり、平成23年度以降増加傾向である。

(2) インバウンド事業による賑わい創出

- ・ 海外への積極的なプロモーションによって観光客数や外国人宿泊者数は増加傾向にあり、中心市街地に賑わいが見られる。
- ・ 外国人宿泊者数は、平成23年95千人から平成30年552千人と5.8倍に急増している。その背景には、日本全体でのインバウンド客の増加もあるが、広域で取り組んでいる観光プロモーションの影響も大きい。

今後の課題と対応

- ・ 商店街における景気動向調査では依然マイナス回答がプラス回答を上回っており、にぎわいが景気に反映していない状況である。今後は回遊性を高める取組と併せ、インバウンド客を取り込み、地域経済に結び付けることが求められている。
- ・ 平成29年4月にオープンした「イータウン飛騨高山」(外国人対応おもてなし拠点施設)には13店舗が入居し、中心市街地の賑わい創出を行っている一方、中央商店街には依然として空き店舗が多く存在する。現在、まちづくり会社による空き店舗活用のチャレンジショップ事業、アンテナショップ事業を推進し、かつ商空間の魅力向上に努めていく必要がある。

兵庫県明石市 中心市街地活性化に関する取組状況

【市人口】29.3万人（H27国調）
【中心市街地】8,078人（H30：市調べ）

市民の声を反映した駅前再開発により、商業・子育て支援の拠点を整備、集客効果、回遊効果を引き出す

- ・市民のニーズを踏まえ、子育て支援機能、市民図書館や市役所窓口機能、商業機能、居住機能を一体的に整備する市街地再開発事業により、都市福利施設利用者数・中心市街地人口が増加。
- ・市街地再開発事業と一体となり、国道2号線における歩行空間の整備を行ったことや、商店街を中心としたまちなかバル等のソフト事業との相乗効果により、エリア南部への歩行者通行量が増加。

主な事業

○明石駅前南地区第一種市街地再開発事業

- ・大規模小売店舗跡地ビルを中心とした明石駅前南地区の再開発事業。
- ・低層には商業施設、中層には図書館や子育て支援施設、行政サービス施設、医療モール、高層には住宅棟を整備。平成28年度完了。

○あかし市民図書館の整備

- ・明石駅前南地区再開発ビル内に、「本のまち」という新たな明石の魅力を発信する拠点として市民図書館を整備し、市民等が憩う滞在型図書館として運営。平成29年1月にオープン。

○あかし子ども広場整備事業

- ・子ども健康センター、あかし子育て支援センター、ここにこ保育ルーム、明石たこ大使さかなクンの「ギョギョルーム」、明石市ファミリーサポートセンター、親子交流スペース「ハレハレ」、中高生世代交流施設「AKASHIユーススペース」、多目的・キッチン・作業ルームがパピオスあかしにオープン。イベントを継続的に実施することで賑わいを創出。



○あかし総合窓口整備事業

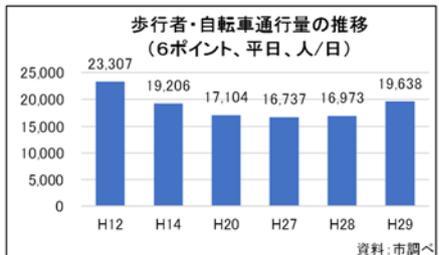
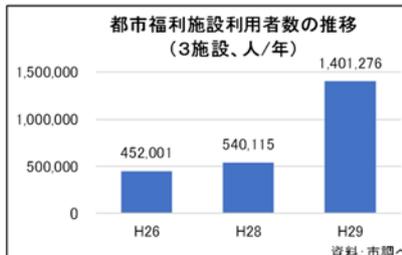
- ・市民の利用頻度が高い証明書発行や、保険、福祉等の行政窓口機能の整備・運営を行う。

○国道2号立体横断歩行者道路整備

- ・明石駅前と商店街エリアを分断している国道2号線において、市街地再開発事業と一体となって立体横断デッキを整備することで、駅前のにぎわいをまちなかに回遊させる。

○明石まちなかバル事業

- ・商店街が一体となり各店連携しながら、販売促進を兼ねた事業として、飲食店を中心としたバル事業を行う。



中心市街地が直面していた課題

- ・平成10年の明石海峡大橋開通で海上交通利用が減少し、それに伴い歩行者などの回遊性が大きく低下した。加えて、駅前の大規模小売店舗が撤退し、郊外型大型商業施設の立地による商店街の売上額の減少が、「まちの顔」であった中心市街地の衰退を招いた。また、全市的に高齢化が進む中で、子どもや高齢者を含めた市民が暮らしやすい「コンパクト」なまちづくりの必要性が高まっていた。
- ・平成20年代初めには、JR及び山陰電鉄が乗り入れる明石駅の利用者は約10万人/日であったものの、乗り換えに利用する人が圧倒的に多く、中心市街地を利用する人は少ない状況にあった。駅周辺においても、明石公園や駅前の銀行や商業施設など、限られた範囲でのみの移動が多く、中心市街地を南北に分断する国道2号線により、南側に人が回遊しない状況となっていた。

中心市街地活性化の主な取組

明石駅前南地区第一種市街地再開発事業

- ・平成28年12月、商業施設、公共施設、医療モール及び住宅棟からなる複合ビル「パピオスあかし」がオープン。中心市街地の核施設として明石駅前と国道2号南側を繋ぎ、中心市街地の活性化及び回遊性の向上に寄与。
- ・平成30年4月にパピオスあかし内のすべての施設がオープン。幅広い世代の人が訪れる。
- ・駅南側コンコースの出入口の通行量は、事業完了前の平成28年度31,261人から平成29年度39,061人と7,800人増加。

国道2号立体横断歩行者道路整備

- ・エリアを分断する国道において立体横断デッキを新設。平成25年と比べると平成29年には横断歩道付近の通行量が4倍となった。

あかし市民図書館整備事業

- ・パピオスあかし内に平成29年1月にあかし市民図書館として移転オープン。
- ・旧図書館から本の収蔵数及び床面積が増加し、駅前に移転。利便性が向上したため、幅広い世代の利用があり、平成29年度の来館者数は旧図書館の約3.6倍となり、目標を大きく上回るなど、中心市街地の賑わいの中心となっている。

あかし子ども広場整備事業

- ・パピオスあかし内に子育て支援、次世代育成及び子どもの健康といった子どもを中心とした拠点、また、世代の交流及び人が学び成長する場を担う中高生の拠点整備。
- ・平成29年1月「子ども健康センター」、「あかし子育て支援センター」及び「ここにこ保育ルーム」がオープン、平成29年3月明石たこ大使さかなクンの「ギョギョルーム」がオープン。平成29年4月「明石市ファミリーサポートセンター」、親子交流スペース「ハレハレ」、中高生世代交流施設「AKASHIユーススペース」及び「多目的・キッチン・作業ルーム」がオープン。
- ・平成29年度の利用者数は327,094人で目標利用者数約10万人を大きく上回った。

あかし総合窓口整備事業

- ・平成29年1月、「あかし総合窓口」がオープン。
- ・市民の利用頻度が高い証明書発行や保険、福祉等の行政窓口機能の整備・運営を行う。
- ・駅前に行政機能を設置することで市民の負担を軽減できることから、今後も積極的に周知し、利用者数を増やしていく。

明石まちなかバル事業

- ・平成23年の第1回から毎年2回開催。平成29年度は6月と11月に実施。参加店舗数及びチケット販売額は当初から増加、恒例イベントとして定着し、多くの人が訪問。
- ・中心市街地の主要な商店街である魚の棚商店街西口の通行量は、平成28年度の3,742人から平成29年度4,818人と1,076人増加。中心市街地南側商店街への来街者の増加に寄与。

市民ニーズに応え完成した駅前再開発ビル・パピオスあかしの誕生

(1)再開発事業に至る背景と経緯

- 平成20年、「明石駅前南地区共同化検討会議」、「明石中心市街地活性化協議会」が発足し、中心市街地の活性化、再開発に向けた動きが始動した。平成21年12月、「明石駅前南地区市街地再開発準備組合」が設立され、平成23年3月、「明石駅前南地区第1種市街地再開発事業」の計画が決定した。
- 平成23年7月、第1回パブリックコメントを実施し、併せて駅前再開発事業市民フォーラム、市政懇談会（意見交換）、市長懇談会（意見交換）を行い、駅前再開発に関する市民ニーズを把握した。同年8月、第2回パブリックコメントで駅前再開発計画の見直しに関する意見を把握し、9月にはパブコメ結果のまとめ及びそれを踏まえた計画の見直しを発表し、これに基づき事業が実施された。

(2)見直しにあたってのポイント

- ①市民がより納得できる手続き（透明性のある手続き）
- ②市民がより納得できる内容（市民の要望を踏まえた内容）
- ③市民がより納得できる負担額（市民負担の軽減）

(3)計画の変更点（見直し）…平成23年10月

- 市民ニーズの高い機能（施設）へ変更：パブリックコメントで要望の多かった公共施設（図書館、子育て支援施設、健康・保健施設）を再開発ビルの4階から6階に盛り込み、文化的で健康に暮らすことができ、子どもを大切にすまのまちの象徴となる施設内容へ変更するもの。
- 市民負担の軽減：明石駅南口再開発事業のパブリックコメントから、市の考え方として、指定管理など民間活力の導入や新たに社会資本整備交付金（市街地再開発事業等）の活用を検討するなどして、約127億円の市負担額を約97億円に縮小することを見込んだ。

中心市街地活性化の取組による主な効果

- 「パピオスあかし」の全面オープンにより、都市福利施設利用者数が大幅に伸びた。中でもあかし市民図書館については、オープン当初から多くの人々が来館。あかしこども広場は、親子交流スペース「ハレハレ」等の利用者が多く、当初の想定を大きく上回る利用がある。「歩行者・自転車通行量」は、「パピオスあかし」内の公共施設が全面オープンした影響等により大きく増加。特に「ハレハレ」の利用者数が多く、1回当たりの定員を超える利用希望者が多く訪れるため、1回当たりの利用時間を短くし、入替回数を増やす等の運営方法の見直しを行い、平成30年2月12日に利用者数が10,000人突破。子どもを大切にすまのまちづくりの拠点として、幅広い世代での利用があることから、さらなる利用者の増加が見込まれ、中心市街地の活性化に貢献している。
- 中心市街地活性化の取組により、市の人口・出生数の増加、税収の増加、地価の上昇などの様々な形で活性化効果が現れている。「パピオスあかし」オープンに先立つ平成26年から地価は上昇に転じ、変動率も上向いている。
- エリアを南北に分断していた国道2号線に横断歩行デッキを新設したことで回遊性の向上が図られ、歩行者通行量はデッキ近辺において4倍に増加した。また、2号線を挟んで駅と反対側に位置する商店街エリアにおいて商店街が中心となりまちなかバル等を実施することで、駅前のにぎわいを商店街に呼び込んでいる。

今後の課題と対応

- 再開発及び関連事業の効果が、中心市街地はもとより、明石市全体に波及し、まちなかの好循環が拡大してきている。まちなかの好循環を拡大維持するため、さらなる取り組みが必要なもの、未実施のものも含め、ソフト施策を中心に実施していく。
- 国道2号南側の賑わい及び回遊性について、明石港周辺など南部地域においては、向上の余地があるため、南側に新たな拠点の整備や重点的なソフト施策を展開していく。現状は白紙状態であるが、明石港にある県所有地の再開発に市の集客施設の導入を想定している。この開発と連動した「本のまち」、「こども支援」関連のソフト事業の展開で人の流れをつくる方向で進めたい。
- 「パピオスあかし」を訪れる人が商店街区域まで足を伸ばしたくなるようなイベントを増やし、日常に定着させることにより、さらなる回遊性の向上を図り、通行量の増加を目指す。

広島県三原市 中心市街地活性化に関する取組状況

まちづくり会社が主体となった創業・企業支援に向けての取組や商業のための活性化

【市人口】9.6万人(H27国調)
【中心市街地】8,084人(H29:市調べ)

- ・市人口の減少、中心市街地における大規模商業施設の撤退、空き店舗の増加に伴い、商業に関する各種指標の低下など、市の顔としてのにぎわいが失われつつある状況を打開するため、市及び中心市街地活性化協議会やまちづくり会社、商工会議所等が連携し、起業化促進事業や中心市街地空き店舗対策事業に取り組み中心市街地の活性化を推進している。
- ・集客拠点整備や新規出店対策などの取組により、休日の歩行者・自転車通行量、小売業事業所数は平成32年目標を既に上回る状況になっている。

主なハード事業

○山脇邸リノベーション事業

- ・歴史的建物を整備保存するとともに、交流施設を備えた施設として再生させ、飲食や物販等を扱うテナントの誘致、各種イベントの実施等、新たな集客施設として整備。
- ・平成29年4月に地元食材等を使用したイタリアンレストラン及び地元産品を扱う物販店舗「カフェレストランよがんす」オープン。



主なソフト事業

○起業化促進事業

- ・㈱まちづくり三原がコーディネーターを配置した支援拠点にワンストップ窓口を設置し、起業意識の醸成、起業希望者のフェーズに応じた支援を実施することで、新たなサービスを提供する魅力ある店舗の増加を図り、賑わいを創出する。

○個店経営力アップ事業

- ・各商店街の個店の経営力を図ることで、商店街の魅力及び集客機能の強化を図る。

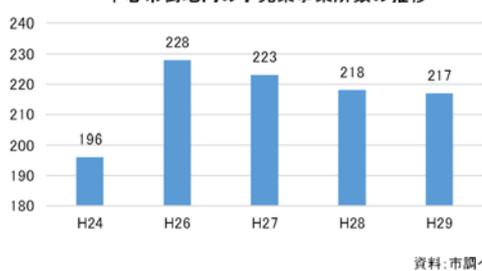
○中心市街地空き店舗対策事業

- ・平成29年度に3件の新規出店。
- ・平成30年度から、助成制度の拡充で空き店舗の活用促進。対象物件に空き事務所を加え、飲食業については昼間営業の条件などで賃借料補助対象期間延長、併せて、㈱まちづくり三原、商工会議所及び(公財)ひろしま産業振興機構による経営指導を継続的に実施し、事業廃止に至るケースの抑制に尽力。新規出店に弾みがつくものと期待。

歩行者・自転車通行量の推移(人/日)



中心市街地内の小売業事業所数の推移



中心市街地が直面する課題

- ・中心市街地内に新幹線の停まるJR三原駅、バスターミナル、三原港、近隣には広島空港があり、陸海空の利便性を有し、都市福利施設や都市機能施設、歴史文化遺産が中心市街地エリアに集積しているが、平成27年駅前再開発ビルに入っている大規模商業施設の撤退、まちなかの空き店舗の増加に伴い、商業に関する各種指標の低下など、市の顔としてのにぎわいが失われつつある。一方、中心市街地内にある大型ショッピングセンターに集客が偏っており、その改善、また、中心市街地全体で見ると商店街の商店数、従業員数、年間販売額が減少しており、新規出店を増やすための制度拡充が求められている。
- ・平成29年三原城築城450年を迎え、やっさ踊り等の歴史的・文化的資源を活用した賑わいを創出した。この効果をどのように継続させていくも大きな課題となっている。

中心市街地活性化の主な取組

山脇邸リノベーション事業

- ・古民家をリノベーションするとともに飲食・物販を行う入居テナントを誘致し、集客施設として活用。
- ・平成29年4月に地元食材等を使用したイタリアンレストラン及び地元産品を扱う物販店舗「カフェレストランよがんす」をオープン。
- ・飲食や物販等を扱うテナント誘致により、集客力の向上、本町通り商店街及び当該商店街に繋がるエリアの回遊性を向上させている。

中心市街地空き店舗対策事業

- ・中心市街地の空き店舗への出店者に対し、改装費及び賃料を補助することで、空き店舗を解消し、市街地に魅力ある店舗の増加を図り、賑わいを創出する。
- ・平成29年度に3件の新規出店、平成30年度から補助対象物件に空き事務所を加えた。また、飲食業については、昼間の営業を継続するなどの条件を満たせば、賃借料の補助対象期間をこれまでの1年間で最長3年間に延長。
- ・併せて、㈱まちづくり三原、商工会議所及び(公財)ひろしま産業振興機構による経営指導を継続的に実施し、事業廃止に至るケースの抑制に努めている。

起業化促進事業

- ・㈱まちづくり三原がワンストップ創業相談窓口を設置し、運営を支援。
- ・新規創業、第二創業の掘り起こし及び事業者ごとのフェーズに応じた支援を実施し、空き店舗対策事業等との連携により、新たなサービスの提供、賑わいの創出につなげる。
- ・平成29年度は、区域内で4件の新規創業者を創出している。

地域共通ポイントカード事業

- ・大型商業施設と商店街が連携し、新たなカードシステムを活用した地域ポイントカード事業。
- ・大型商業施設に偏っている顧客を商店街にも誘導できる仕組みを作り、地域活性化につなげるものである。

中心市街地活性化における官民連携

(1) 中心市街地における官民連携の仕組み

- 山脇邸リノベーション事業は、民間所有の古民家を㈱まちづくり三原が借り上げ、中心市街地活性化制度の商店街・まちなかインパウンド促進の補助を受けイノベーション(改修工事)を行い、テナントを誘致している。市は補助金を受けるまでの道筋をサポート。
- 起業化促進事業は、創業支援体制の確立を図るため、平成27年に市、商工会議所、臨空商工会、青年会議所、地元金融機関、(公財)ひろしま産業振興機構、(公大)県立広島大学、(株)まちづくり三原から構成する起業化促進連携協議会を立ち上げた。市は協議会に補助金を出し、協議会が創業支援の拠点となる㈱まちづくり三原へ委託、同社内にワンストップ相談窓口を設け、運営している。
- 三原商栄会連合会が実施している地域共通ポイントカード事業は、平成29年度まで市の補助事業として実施してきたが、現在は婚姻届、出生届を提出した者のうち希望者及び健康づくり事業の参加者などに対しポイントを付与、そのポイント分を市が補助している。

(2) 株式会社まちづくり三原について

- ㈱まちづくり三原は、市街地活性化法に定められた「市街地活性化協議会」の必須構成員であり、国のさまざまな支援を活用するために必要な組織。三原市をはじめ様々な組織・団体と連携して、にぎわいと魅力ある街を創造するため、民間事業者のノウハウを最大限活かしながら、公共性・公益性の高い事業を進め、街なかの魅力と資産価値を高め、街なか再生につなげることを目的に商工会議所などが出資して設立。
- 主な取組としては、起業化促進事業の取組みとしてワンストップ相談窓口の設置(みはら創業応援隊)、瀬戸内エリアの特産品などを活用した商品やメニューを提供するローカルフードマーケット等のイベントを実施。
- ㈱まちづくり三原は、商店街・企業・市民・行政との連携の要として機能。各取組みの事務局、事業主体として、中心市街地活性化の推進役を担っている。
- 現在は新規事業の掘り起こしや既存事業の進捗管理を行う統括マネジメント(力)が弱く、市からの委託や商工会議所からの委託を受け入れるまでには至っておらず、収益事業が少ない。結果として、新規人材の確保に至らず、事業量にも限界がある。収益事業を確保する面からも、事業を取り込むため、総括マネージャーの確保が必要である。

中心市街地活性化の取組による主な効果

- 山脇邸リノベーション事業で飲食や物販等を扱うテナント誘致し集客力を向上させ、更には「三原城跡歴史公園」の整備に伴い本町通り商店街及び当該商店街に繋がるエリアの回遊性を向上させて平成29年度の歩行者通行量は平・休日ともに増加に転じ、平日22,199人/日・休日18,497人/日となっている。
- 空き店舗への出店者に対し、改装費及び賃料を補助する中心市街地空き店舗対策事業により平成29年度に3件の新規出店があった。また、㈱まちづくり三原、商工会議所及び(公財)ひろしま産業振興機構による経営指導を継続的に実施することで事業廃止に至るケースの抑制をし、新規創業、第二創業の掘り起こし及び事業者ごとのフェーズに応じた支援を実施する起業化促進事業では、平成29年度に区域内で4件の新規創業者を創出している。

今後の課題と対応

- 中心市街地内には地域公共交通施設、都市福利施設、歴史文化遺産等が集積しており、ソフト事業の展開や魅力ある店舗の立地により、歩行者通行量は増加し始めているものの、商業施設の老朽化や消費構造の変化に伴う空き店舗があるため更なる空き店舗対策の重要性が増している。
- 中心市街地活性化に向けた新規事業の掘り起こしや既存事業の進捗管理を行うための人材として、㈱まちづくり三原に統括マネージャーを配置し、活性化事業に係る受託業務の遂行やまちづくりを担う新たな人材の発掘・育成を行う。
- 中心市街地内の空き店舗状況の調査・把握を行い、エリアマネジメントに向けた基礎資料を作成。そのさきがけとして、古い町並みが残り、JR三原駅からも近く、観光地としてのポテンシャルも高い本町エリアにおいて「街なみづくり」の指針作成を支援し、魅力ある町なみ形成を目指す。
- 駅前東館跡地活用整備事業により、新たな集客施設を整備するとともに、周辺商店街の空きビル・空き店舗等を活用した活性化事業を推進していくことで、中心市街地全体の集客力及び回遊性の向上を図る。

佐賀県佐賀市 中心市街地活性化に関する取組状況

遊休不動産や歴史文化資源を官民連携により活用したまちなかの賑わいづくり

【市人口】23.6万人(H27国調)
【中心市街地】人口：9,096人(H29：市調べ)

- ・まちづくり会社が借り受けた空き地に、コンテナを活用したコミュニティスペースや図書室等を設置し、住民と協働で管理する取組や市による空きビルの再生、民間事業者によって古民家をリノベーションし、工房や商業施設等にテナントとして貸出を行い、活用する取組も行われるなど多世代が交流するまちの賑わい拠点を形成。
- ・遊休不動産を活用するための施策及び支援などの結果、平成28年以降の公示価格の上昇や中心市街地の常住人口が増加するなど取組の効果が発現している。

主なハード・ソフト事業

〇わいわい!!コンテナプロジェクト

- ・空き地を住民の手で芝生広場に再生し、中古コンテナを活用した市民交流施設、図書室、チャレンジショップを設置。(H24)
- ・広場を中心に賑わいが生まれたことにより、周辺に店舗等が増加するなど、波及効果が現れつつある。
- ・わいわい!!コンテナプロジェクト2として継承。(H25)

〇コンテナ設置への市民参加

- ・広場づくりへの市民参加を促し、市民による空き地の利活用・維持管理を推進。

〇公共公益施設の誘致による賑わいづくり

- ・中心市街地において、集客効果のある拠点となる物件が必要でありながら、運営の担い手となる民間企業が不在であり、行政主導により空きビルへの対応が必要であった。
- ・市有地との交換や市が空きビルを購入し、転売やPFIの手法を活用する等、公共施設・機関が入居するビルを整備。

〇古民家を生きた空間として再生

- ・明治・大正期の古民家を市で取得し、リノベーションを実施。文化財にせず、生きた空間として活用。年に70,000人程度が利用し、まちなかの回遊性向上に寄与している。



〇チャレンジショップとして活用

- ・出店やギャラリーとしての利用など、市民のアイデアと工夫で様々な使い方が可能であるチャレンジショップの取組を実施。制度開始から33店舗が独立開業。(H17～)

〇遊休不動産活用に向けての施策の展開

- ・空き地や空き家、空き店舗等が増加する中で、遊休不動産活用に向けての調査費用の補助やUIターンによる創業に遊休不動産を活用する際の支援など実施し、活性化に取り組んでいる。



中心市街地が直面する課題

- 車社会の進展や市街化区域の拡大によって、郊外に新たな市街地が生まれるだけでなく、相次ぐ郊外型大型店の出店などにより中心市街地における、空き店舗の増加及び賑わいの低下などが発生。特に、中心商店街の衰退は、中心市街地全体の活力に大きな影響を及ぼしている。
- 主要商店街の通行量は、昭和60年をピークに減少する中で、まちに住む人及び来る人を増やすという基本方針のもと、空き家・空き地・空き店舗等を含めた遊休不動産を活用し、中心市街地において、官民が連携して街に恒常的に人が訪れ、集まる環境を創出していく取組が必要であった。

中心市街地活性化の主な取組

わいわい!!コンテナプロジェクト

- ・未利用地を原っぱ化し、読書スペース、小休憩所等の機能を持ったコンテナを設置し、集客と周辺への波及効果を見る。
- ・2011年に社会実験としてスタートし、2012年からわいわい!!コンテナプロジェクト2として日常的にワークショップなどを開催することにより、来場者が増加し、そこでのお会いから新たなコミュニティが生まれるなど街の活性化に寄与している。

公共公益施設を誘導した拠点の形成

- ・再開発事業によって整備されたエスプラッツの破たんや大型商業施設の撤退により、空きビルが発生。
- ・大型物件については、市が主導して整備を行うということで、賑わい再生の核となるエリアを4核構想エリアとして市において定め、空きビルの活用に取り組むこととなった。
- ・エスプラッツ、ハローワーク佐賀、佐賀県国保会館、佐賀商エビル、佐賀ハルーンミュージアムなどの大型ビルについては、市による土地の交換又は購入するとともに、転売やPFIなどにより整備が進められた。
- ・散在していた都市機能の集約とともに、集客効果のある拠点の形成につながっている。

柳町地区古民家再生事業

- ・明治・大正期の古民家を市が取得し、文化的保存ではなく、利活用し、まちに賑わいを創出するように、起業家出店に対応したリノベーションを実施。
- ・地場産品の工房、店舗、商業施設などが賃貸により入居。
- ・市は賃料を得て、それを地域の活性化の取組の資金として活用するなど好循環が生まれている。

チャレンジショップ「CAST」事業

- ・空きビルの1階部分を賃借し、チャレンジショップとして運営。
- ・募集した出店者に、実際に出店することによる経営ノウハウの習得に加え、勉強会や繁盛店における現場研修などを実施。
- ・独立出店時には、店舗改装費を助成する。



遊休不動産活用のための各種支援制度

- ・中心市街地における遊休不動産(空き地や空き家、空き店舗等)が増加し、都市としての景観や賑わいづくりへの負の影響に対する改善策として、遊休不動産の活用を促進するための支援制度を設けている。
- ・支援制度は、遊休不動産活用に向けた事前の建築物の調査に係る補助事業、公共空間等の創出に寄与する施設整備等に係る費用の補助、UIターン及び新規創業を希望する方を受け入れるための施設改修等に対する補助事業、遊休不動産の活用に向けての融資の制度など幅広く支援を実施している。

中心市街地活性化における官民連携

(1) 地域を巻き込んで行われる中心市街地活性化の取組

- ・わいわい！！コンテナプロジェクトは、佐賀市街なか再生会議が主催者、NPO法人まちづくり機構ユマニテさが事務局、地権者が土地を提供、佐賀ゆかりの建築事務所が設計、地元建設会社が設置、そこにチャレンジショップが出店、コミュニティ団体の活動の場として利用、近隣商店が運営等に協力して成り立っている。
- ・事業主体が単体で事業を実施するのではなく、地元の民間事業者の活用や地域住民を巻き込む事業展開など地域が一体となり取組を推進することが賑わいを作り出す大きなポイントになっている。

(2) まちづくり会社(NPO法人まちづくり機構ユマニテさが)による取組

- ・まちづくり会社として活動するNPO法人まちづくり機構ユマニテさがは、再開発事業で破たんしたTMOの経験に基づき、リスクを伴わずに事業を実施しつつ、地元経済界、様々な世代の人々が快適に住まう場、いきいきと働く場及び楽しく集う場を創造するために、啓発的かつ発展的な事業を継続的に行い、失われかけた都市機能の回復及び効率的に凝縮された市街地の形成を図ることを目的として設立。
- ・具体的な事業としては、情報発信事業(機関誌の発行等)、施設管理業務(シェアハウス・わいわい！！コンテナ2・まちなか交流広場等)、商業の活性化に係る事業(まちゼミ・空き店舗対策・商業者育成事業・街なかバル事業等)等を実施。
- ・商店街・民間事業者・市民・行政との連携の要として、実施している各取組の事務局としての役割及び事業主体として中心市街地活性化を推進している。

(3) 遊休不動産の活用をきっかけとした官民連携事業の展開

- ・佐賀市の中心市街地では新しいまちづくりの実践が行われている。「わいわい！！コンテナプロジェクト」から始まる空き地活用の可能性の追求がきっかけとなっており、現状では、点在する空き物件のリノベーションによる再生を中心に事業を展開。
- ・柳町地区古民家再生事業等についても、公設民営で実施されるなど、文化財として指定されている建築物が多いエリアにおいて、それらを活用するという視点から民間と連携した取組が実施されている。

中心市街地活性化の取組による主な効果

(1) 低未利用地を活用したことによるまちなかへの賑わいの波及

- ・低未利用地を原っぱ化し、空き地自体をプラスの価値へと転換する取組(Re-原っぱ)を行う中で、その原っぱに読書スペースや小休憩所などの機能を持ち、デザイン性にも優れたコンテナを設置するわいわい！！コンテナプロジェクトを始めたことが中心市街地へ大きな効果をもたらすことになった。
- ・ワークショップ等を通して人々が集まり、新しいコミュニティが形成され、また、中の様子が見えるような構造になっていることから外からも賑わいが感じられ、街なかの賑わいの拠点として機能している。そこからエリアの価値が高まり、周辺エリアへの投資の促進などの波及効果が見られる。

(2) 中心市街地における居住人口の増加及び公示価格の上昇

- ・中心市街地の定住人口は、平成17年に中心市街地活性化の取組を実施して以降は、右肩上がり増加しており、実際の数値としては、平成12年の7,671人を底に平成29年には、9,061人まで増加している。
- ・平成5年をピークに減少の一途を辿っていた地価は、平成28年を底に、そこから上昇に転じており(H28年: 95,900円 ⇒ H30: 100,038円)、遊休不動産を活用したことによる各種取組の成果が着実に表れていることが推測できる。

今後の課題と対応

- ・佐賀の中心市街地は、商業の活性化を目指すものではなく、「行きたい街、住みたい街になる」を基本に住みやすい場、人が集まる場としての形成を進めている、人口減少が進むなかで、コンパクトシティ化を進め、投資価値のあるまちにすることを目指していく必要がある。
- ・さらなる中心市街地の活性化を目指していくために、NPO法人まちづくり機構ユマニテさがは、これまで、無借金経営で、リスクを取らない経営方針で運営してきたが、NPOとしての事業が安定しつつある中で、事業リスクを取りながら、事業の拡大を図る転換点にさしかかっていると認識しており、不動産事業を展開していくなど検討していく必要がある。

富山県富山市 中心市街地活性化基本計画の取組の状況

公共交通を軸とした居住・福祉・商業等の機能集積によるコンパクトなまちづくり

【計画期間】1期：H19.2-H24.3、2期：H24.4-H29.3、3期：H29.4-R4.3
 【市人口】41.8万人(H27国調)
 【中心市街地】人口：21,543人(H29)、面積：約436ha

- ・日本初の本格的LRTシステムである富山ライトレールの整備や、市内電車の環状線化・南北接続などにより、公共交通を軸としたコンパクトなまちづくりを推進。
- ・中心市街地に地域包括ケア拠点を整備するとともに、居住・商業機能等を集積し、まちなか居住を推進。

主なソフト・ハード事業

OLRTの整備等の公共交通の利便性向上

- ・LRT化した富山ライトレールは、運行本数の増便、新駅設置等のサービス向上により、鉄道路線時(H17)と比較して、利用者が平日約2.1倍、休日約3.3倍に増加(H29)。
- ・市内電車の軌道を約0.9km延長し、環状線開業(H21)後は、利用者が増加(H21：10,251人→H29：14,366人)。まちなかでの買物・飲食等の利用が増え、特に女性や高齢者の利用が増加。
- ・富山駅路面電車南北接続事業により、新幹線高架下に路面電車の乗り入れが開始(H27)。今後、富山駅南北の路面電車の接続(R2年)により、一層の利便性の向上が見込まれる。

〈国の支援措置〉社会資本整備総合交付金(国交省)

〇おでかけ定期券事業

- ・高齢者が中心市街地へ訪れる際に、公共交通機関を一律100円で利用できる制度。高齢者のまちなかへの来街機会が増え、賑わいを創出。おでかけ定期券の利用日は、非利用日より約1,800歩/日の歩数増加効果があり、高齢者の健康増進にも寄与。

〈国の支援措置〉社会資本整備総合交付金(国交省)、中心市街地活性化ソフト事業(総務省)

〇質の高いライフスタイルの実現

- ・小学校跡地を活用し、官民連携の手法により、地域包括ケア拠点等の公共施設と、スポーツクラブや医療福祉系専門学校等の民間施設を併設した、総曲輪レガートスクエアを整備(H29)。
- ・中心商店街周辺に居住・商業等の複合施設が順次整備され、まちなかの居住空間を確保。

〈国の支援措置〉社会資本整備総合交付金(国交省)

〇まちなか居住推進事業・公共交通沿線居住推進事業

- ・都心地区(中心市街地)、公共交通沿線居住推進地区(都心地区を除いた公共交通の駅周辺等)を対象に、良質な住宅を建設する事業者や、住宅を購入する市民に支援し、まちなか等への居住を推進。

〈国の支援措置〉社会資本整備総合交付金(国交省)



LRT化した富山ライトレール

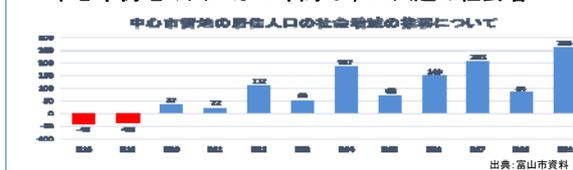


総曲輪レガートスクエア

基本計画における目標指標

| 目標指標 | 基準値(H27) | 目標値(R3) | 最新値(H30) |
|------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------|
| 路面電車(市内電車及び富山ライトレール)一日平均乗車人数 | 19,193人/日 | 20,000人/日 | 20,084人/日 |
| 中心商業地区及び富山駅周辺地区の歩行者通行量(日曜日) | 44,374人/日 | 46,000人/日 | 47,181人/日 |
| 中心市街地の居住人口の社会増加 | 747人増 (H17-H27の10年間) | 370人増 (H28-R3の5年間) | 274人増 (H28-H30) |
| 中心市街地の健康な高齢者の割合 | 前期高齢者 95.5% 後期高齢者 62.9% | 前期高齢者 95.6%以上 後期高齢者 62.9%以上 | 前期高齢者 96.3% 後期高齢者 64.8% |

◆ 中心市街地の人口は10年間で1,100人超の社会増



◆ 中心市街地の商業地では5年間で10%以上地価上昇

H25：187,650円/㎡ → H30：207,492円/㎡ (公示地価商業地平均)

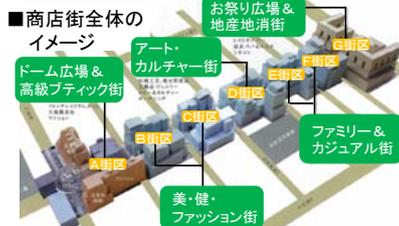
【香川県高松市】まちづくり会社による統一的概念に基づく丸亀商店街のテナントミックス

- ・400年続く高松丸亀町商店街が次の100年も生き残る構想を民間主導で描き、各店舗毎のテナントリーディングではなく、商店街全体をひとつのショッピングセンターと見立て、商店街全体のテナントミックスを実施。
- ・土地の所有と利用を分離し、建物を一体的に管理することで、街に必要な施設・業種を適正に配置することが可能になり、商店街全体の収益力が向上し、波及効果により隣接する商店街の空き店舗率も低下。

主なソフト・ハード事業

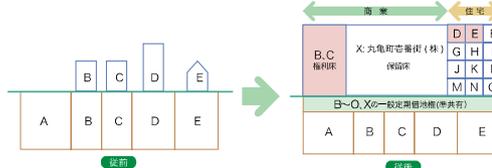
〇商店街全体のテナントミックス

- ・400年の歴史がある商店街の将来への危機感から、高松丸亀町商店街振興組合が民間主導で100年構想を描き、衣食住と安全・安心の確保をベースに、商店街を7街区に分け、全体の統一したデザインルールを設定。
- ・商店街全体がひとつのショッピングセンターのように運営されることを目指し、7街区の内4街区で再開発を実現している。店舗と共に住宅を整備し、人口増加を目指すとともに、不足していた広場、医療施設、生鮮食料品店、飲食店等の生活を支える機能を商店街に導入。



〇土地の所有と利用の分離

- ・高松丸亀町商店街A街区の市街地再開発において、商業施設に出店する権利者が中心となって出資・設立した「高松丸亀町番街(株)」が市街地再開発組合から保留床を取得し、また、地権者から権利床を借り受けることで、合理的なテナントミックスが可能に。
- ・定期借地制度を活用することで、転出補償費が不要となり、再開発事業費を大幅に削減。



空き店舗率



《官民協働》

- 【民】高松丸亀町まちづくり(株)による商店街全体のエリアマネジメント
- 【官】空き店舗活用等による創業支援

《市の総合戦略における関連KPI》

- ・中央商店街における空き店舗の割合 17.0%(H27) ⇒ 14.9%(H31)

今後の取組

- ・商店街周辺の定住人口増加により、商業立地としての魅力を向上させる。

宮崎県日南市 中心市街地活性化基本計画の取組状況

外部人材の活用による油津商店街の再生と民間が主体となった自走の仕組みづくり

【計画期間】H24.12-H29.3
 【市人口】5.4万人(H27国調)
 【中心市街地】人口:2,997人(H29)、面積:約73.3ha

- ・市が全国公募した「任期4年で油津商店街の20店舗誘致」を担う外部人材(月額90万円)を中心に、「まちと人を育てていく」をテーマに市民との交流から事業が始まり、商店主等が共同で「油津店応援団」を設立。
- ・まちの空気感を変え、空間を変えることで、「商店街・市民が主体」の意識を醸成。空き店舗を活用したテナント誘致等により、29の新規開業(うちIT企業6社)を実現。

主なソフト・ハード事業

○「テナントミックスサポートマネージャー」の外部人材採用とまちの空気感を変える「油津店応援団」の設立

・市が、「任期4年で20店舗誘致」を担うテナントミックスサポートマネージャー(サボマネ)を全国公募。333人の応募の中からまちづくりの実務経験がある若手人材が採用され、家族で移住(H25)。まずは市民とのコミュニケーションを重視し、様々な市民イベントを開催。商店街の将来の自走を見据え、サボマネを含め約40名の市民出資により、「油津店応援団」を設立。

〈国の支援措置〉戦略的中心市街地商業等活性化支援事業費補助金(経産省)

○空間を変える空き店舗のリノベーション

・油津店応援団により、多くの市民になじみのある喫茶店を市民の手で新たなカフェに再生。周辺店舗の開店率の向上に寄与するなど、商店街の意識変化を生み出した。

・取組を持続する大切さが意識され、油津店応援団が主体となり、官民が連携し、スーパー跡地を市民交流施設「油津Yotten」や飲食店「あぶらつ食堂」6店舗(H30.11時点)に再生。空き地オーナーの協力を得て、コンテナを活用した「ABURATSU GARDEN」6店舗を配置し、多世代交流モールとして整備。

〈国の支援措置〉商店街まちづくり事業(経産省)、中心市街地活性化ソフト事業(総務省)



〈油津Yotten(左)・あぶらつ食堂(右)〉

○まちの課題を解決する商店街へ

・若者がチャレンジする商店街の目標像に共感した東京のIT企業を誘致し、空き店舗を改修した事務所が開業。市出身のUターン者を中心に、119名の新規雇用を創出(H30.9時点)。

○多世代交流の拠点となる複合施設の整備

・大型空き店舗跡や空き地を活用し、日南まちづくり(株)が主体となり、公共施設(子育て支援センター、市民活動支援センター)、クリニックモール、高齢者向け住宅、分譲マンション、企業オフィス等が入居する複合施設を整備(H28)。多世代が交流する新たな賑わいの拠点となっている。

〈国の支援措置〉社会資本整備総合交付金(国土省)

〈基本計画における目標指標〉

| 目標指標 | 基準値(H23) | 目標値(H28) | 最新値(H29) |
|------------|----------|----------|----------|
| 歩行者・自転車通行量 | 3,599人/日 | 4,100人/日 | 4,840人/日 |
| 定住人口 | 3,281人 | 3,400人 | 2,997人 |

新規開業数の推移

