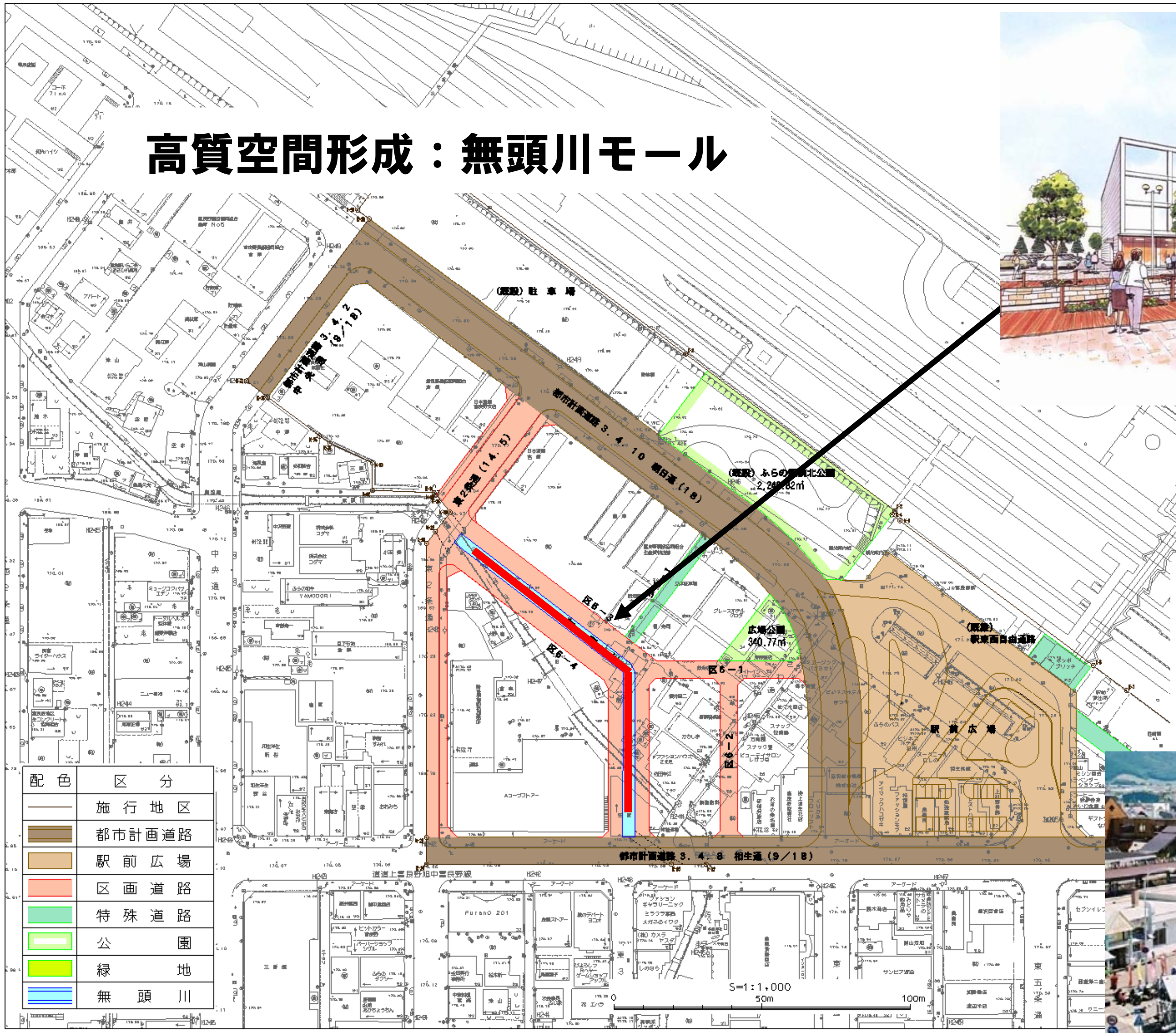
# フラノマルシェとまち育て

## 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

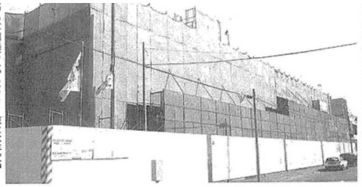
富良野都市計画事業　富良野駅前地区土地区画整理事業　　設　計　図

# 高質空間形成：無頭川モール



# 富良野駅周辺土地区画整理事業

（H14～20）



…中の再開発ビル。センター棟は本年度中…前方の完成を予定している

# 再開発ビル 大幅負担増に

## 市、穴埋めに苦慮

## 国からのビル建設補助金4割カット

## 購入費一部 3億2千万円も得られず

JR富良野駅前

【富良野】市とふらの農協が共同でJR富良野駅前に建設中の「再開発ビル」をめぐり、市が負担する事業費が当初計画よりも大幅に増える見通しとなった。ビル建設に対する国の補助金が本年度、予定の6割に減額されたうえ、市がビルの購入費の一部に予定していた補助金約3億2千万円も得られなくなったためだ。市は穴埋めに苦慮しており、14日開会予定の定例市議会でも論議を呼びそうだ。（飯田雄太）

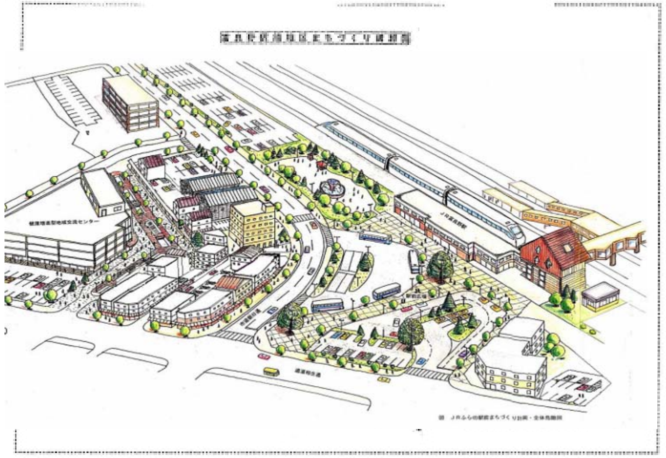
再開発ビルは二棟構造。四階建て「センター棟」に健康増進用のプールと農協系のエーコープ店舗が入り、五階建て「住宅棟」には公営住宅二十戸と小店舗四店が入る。市とふらの農協が共同出資する「駅前再開発株式会社」（奥野岩雄社長）が建設主体になり、昨年十月に着工。来年末に完成する予定だ。ビルのエーコープ店舗以外の部分は完成後、市が同社から購入・取得する。

市は当初、ビル建設費として国から本年度一億二千万円の補助を見込んでいた。しかし、全国の再開発事業の見直しを進めていた国交省は大半の事業の補助金を大幅にカット。富良野も四割程度の減額で約四千六百万円削られた。

工期を遅らせることは難しく、市は緊急の事業費を一時的に立て替え「施越工事」という形で乗り切る考え。宅込んだ補正予算案を…に立て替え事業費を…し、国交省には来年…補助金で本年度減額…補てんを行うことを…する予定。

市中心街整備推進…「一時的に立て替…け」と説明するが、…省側は「施越は原則…望ましくない。申請…





市の区画整理事業の完成イメージ図

# 富良野駅前区画整理事業

# 経営者半減の見込み

## 廃業や土地売却へ

## 計画書案など縦覧開始

【富良野】富良野駅前地区土地区画整理事業の計画書案などの縦覧が二十七日、市役所で始まった。駅前の道路や広場を整備し、店舗などを再配置する計画で、市は来春の工事開始を目指す。地元協議は続いているものの、新たに店舗などを開く地権者の資金問題や、借家経営者の新店舗確保など、難題も多く、新たな店を構えて経営を続ける人は現在の半数程度と見込まれている。

同事業は「まちの顔づくり」を目指し、駅前の四・五ヘクタールを整備する。総事業費は約二十五億九千万円。道や国の補助分を除く市負担は約十三億四千万円。

の完成を予定している。

駅前広場は、現在の三千五百平方メートルから五千六百平方メートルに拡大、バス各社のターミナルを整備し、市道朝日通を東四条

の流れを改善する。JR富良野駅の橋上化計画は、市の財政難のため、凍結されている。

現ふらの農協倉庫は、ギャラリーなどを備えた

頭川沿いには飲食店を集め、イベント開催も可能なリバーモールとする。

区域内の店舗、住宅は、すべて建て替えとなる。土地所有者は土地が再配分されるが、面積はやや狭くなる。

地権者には移転補償費

（第3種郵便物認可）

富良野市議会特別委

# 02年度決算を不認定

## 駅橋上化、批判相次ぐ

## 市長 見通しの甘さ認める

【富良野】市議会の決算審査特別委員会は一日、二〇〇二年度一般会計決算を不認定とすべきと決定した。市は〇二年十一月にJR富良野駅橋上化計画を凍結したが、その後も同計画の調査設計を進め、「税の無駄遣い」「不適切な予算執行」と指摘された。決算委の「不認定」は同市議会で初めて。駅前再開発を進める高田忠尚市政に厳しい批判が突き付けられた。（堂本晴美）

駅橋上化設計費を盛り込んだ補正予算案は〇二年六月に提案・可決、市は同年七月にJR北海道に調査設計を委託した。

同年十一月に凍結方針を決定したが、調査設計は続行。〇三年三月に完了し、約四千万円を支払った。橋上化計画は今年九月に中止となった。

特別委は市長を招き、五氏が質問。佐々木雅夫氏（市民連合）は「凍結を決めながら、なぜ調査設計を継続したのか」とただした。市長は「駅橋上化は、区画整理や商業活性化事業などと一体となっており、調査設計は継続すべきだと判断した」と説明した。

上田勉氏（正風クラブ）は「補正予算提案から凍結までわずか五カ月。予算編成はもっと慎重にすべきだ」と追及。市長は「国の補助金などを探ったが、財源を確保できなかった。見通しを持てない中で進めたという甘さは認めざるを得ない」と問題を認めた。

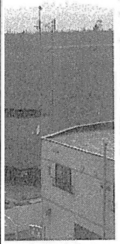
同決算は賛成三、反対五で「不認定とすべき」との結論になった。九日から始まる定例市議会に

道新聞 2005年（平成17年）6月23日（木曜日）

再開発ビル

# 市、計画変更を示唆

## 議会反発「見通し甘い」



「再開発ビル」

【富良野】市は二十二日、開会中の定例市議会で、ふらの農協と共同でJR富良野駅前に建設中の「再開発ビル」の計画変更の可能性を示した。一般質問に対し細川一美・中心街整備推進室長は「小店舗の活用法について、十一月の着工を前に建設費削減を含めて見直したい」と答弁。市が施設購入費の一部に予定していた国の補助金約三億二千万円が得られなくなったためだが、議会側から市側の見通しの甘さを追求する声が出た。

中心市街地活性化事業について能登芳昭（正風ク）、佐々木優（共産）の両氏が一般質問に立った。補助金が得られなくなった状況や時期について説明を求めた両氏は、「補助金が得られなくなる状況を一月に知りながら、三月議会で公表しなかったのは問題」「『計画は順調だ』と答弁していた。見通しが甘すぎる」と詰め寄った。

これに対し高田忠尚市長は「的確な方向性を示せる段階になかった。見通しが甘く十分に対応ができず、反省してい…変革期の中、全職員…報収集に努め、（今後…こうした状況がない…にする」と答えた。

市側は補助金が得…なくなった影響で、…負担が起債と利子分…めて約四億四千万円…する見通しを説明。…に伴い「再開発ビル…棟のうち、十一月に…する公営住宅二十戸…店舗四店が入る予…「住宅棟」の計画を

12日から富良野駅前土地区画整理事業

# 「顔」見えぬまま見切り発車

## 駅橋上化 凍結続く

## 中止なら見直し不可避

市の区画整理事業に伴って始まった無頭川の水路改修工事

【富良野】市が駅前の道路や広場を整備し、店舗などを再配置する「富良野駅前地区土地区画整理事業」の工事が十二日から始まる。すでに民家の取り壊しは始まっているが、核施設となるJR富良野駅の橋上化は、市が凍結したままだ。中止となれば区画整理事業の見直しは避けられず、「まちの顔」づくりの事業は、先行き不透明なままのスタートとなった。

同事業は市街地ににぎわいを取り戻すことを目的に、駅前の四・二ヘクタールを対象としている。駅前広場を現在より約一・六倍に拡大してバスターミナルを設けるほか、無頭川沿いに飲食店を集め、イベントも開ける空間にする。総事業費は約二十六億円。市は約十一億円を負担し、残りは国と道が補助する。

区域内の店舗などは、土地を交換し、街区整備をして全面的に建て替える。市によると、土地所有者四十七人のうち、二十四人が区域内に店舗などを建て、残る二十三人は廃業や区域外に移転する予定という。

市は本年度分の建物所有者十人、借家経営者三人と、七月までに移転補償費や移転期日などの契約を結んだ。すでに建物の取り壊しや無頭川の改修が始まり、十二日から川を挟んだ全幅十…の区画道路工事が始…る。

区域内の商店主らの…には、「高齢なので早…事業が進んでほしい」…いう人がいる一方、…償費だけで建て替え…きず、新たな借金が必…始まったから仕方な…が、この不景気に必要…事業なのか」と厳し…方もある。

区画整理と平行して…が総工費約四億五千万…をかけて、本年度に着…予定だったJR富良野…

## 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

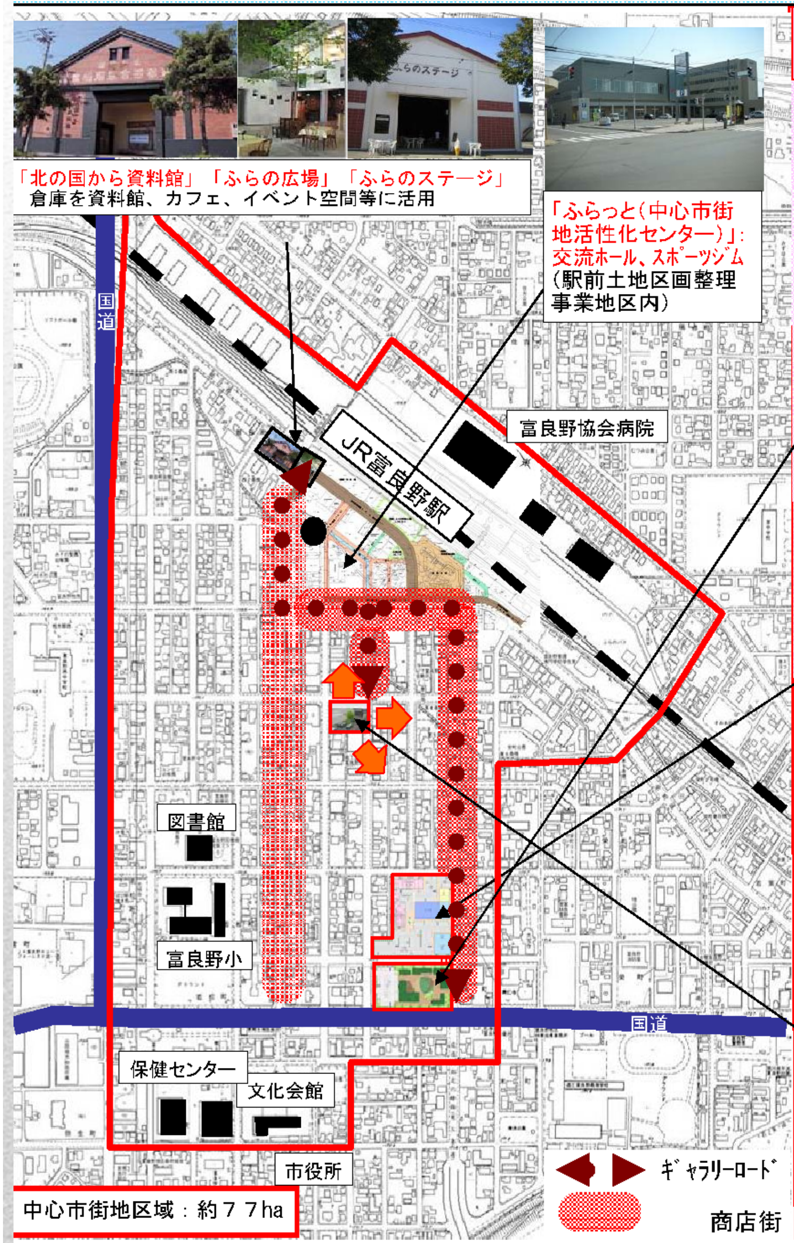
↓

**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




## 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。

**【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・口コミマップの作成やQRコード等による情報発信、各種イベントを開催

**【「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。

## まちなか居住促進

○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

# （エリアマネジメントの展開事例）富良野市まちづくり

## ///それぞれの事業について

## 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

ネーブルタウン外観

ネーブルタウン配置図

## 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

フラノコンシェルジュ外観

フラノコンシェルジュ内観
（１階店舗）

## 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せず、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）

フラノマルシェ外観

フラノマルシェ内観

## ≪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
（「まちなかビアモール」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**

↓

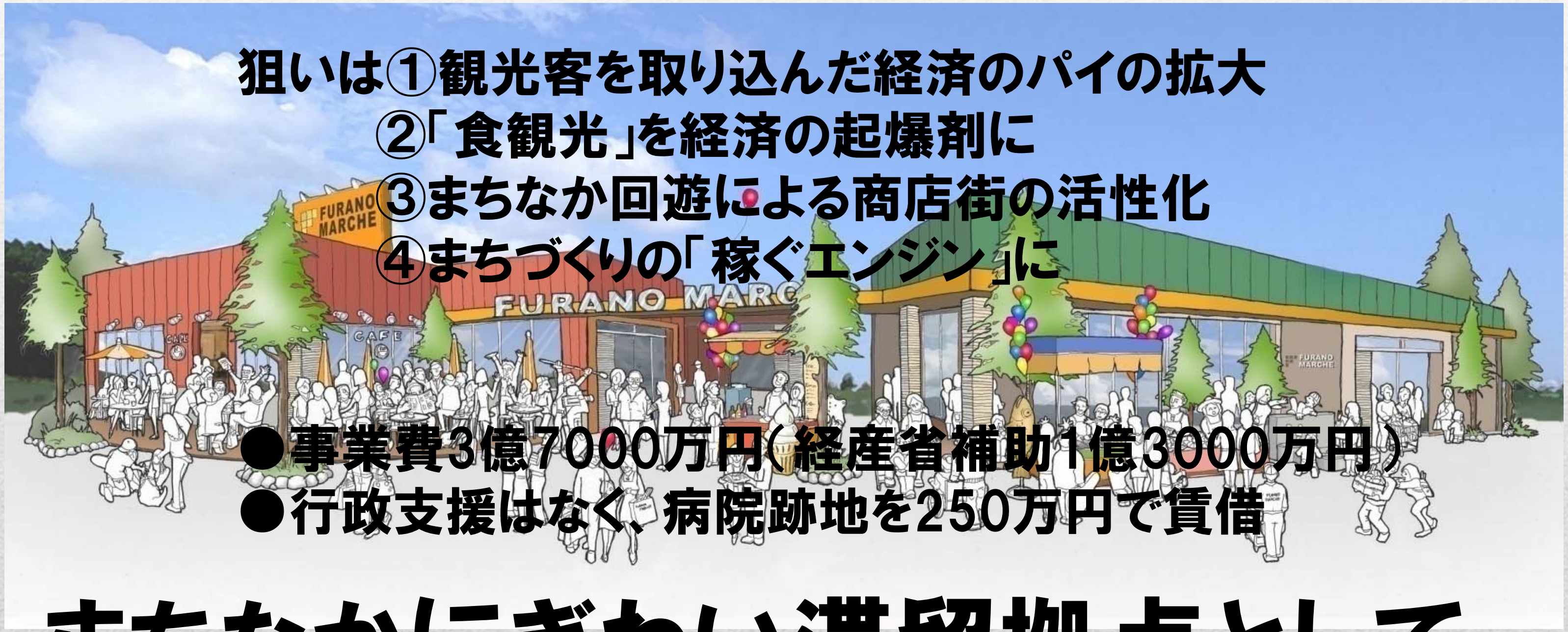
**交流人口を取り込み、まちなか回遊に資する施設の整備**

**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




狙いは①観光客を取り込んだ経済のパイの拡大
②「食観光」を経済の起爆剤に
③まちなか回遊による商店街の活性化
④まちづくりの「稼ぐエンジン」に

●事業費3億7000万円（経産省補助1億3000万円）
●行政支援はなく、病院跡地を250万円で賃借

# 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

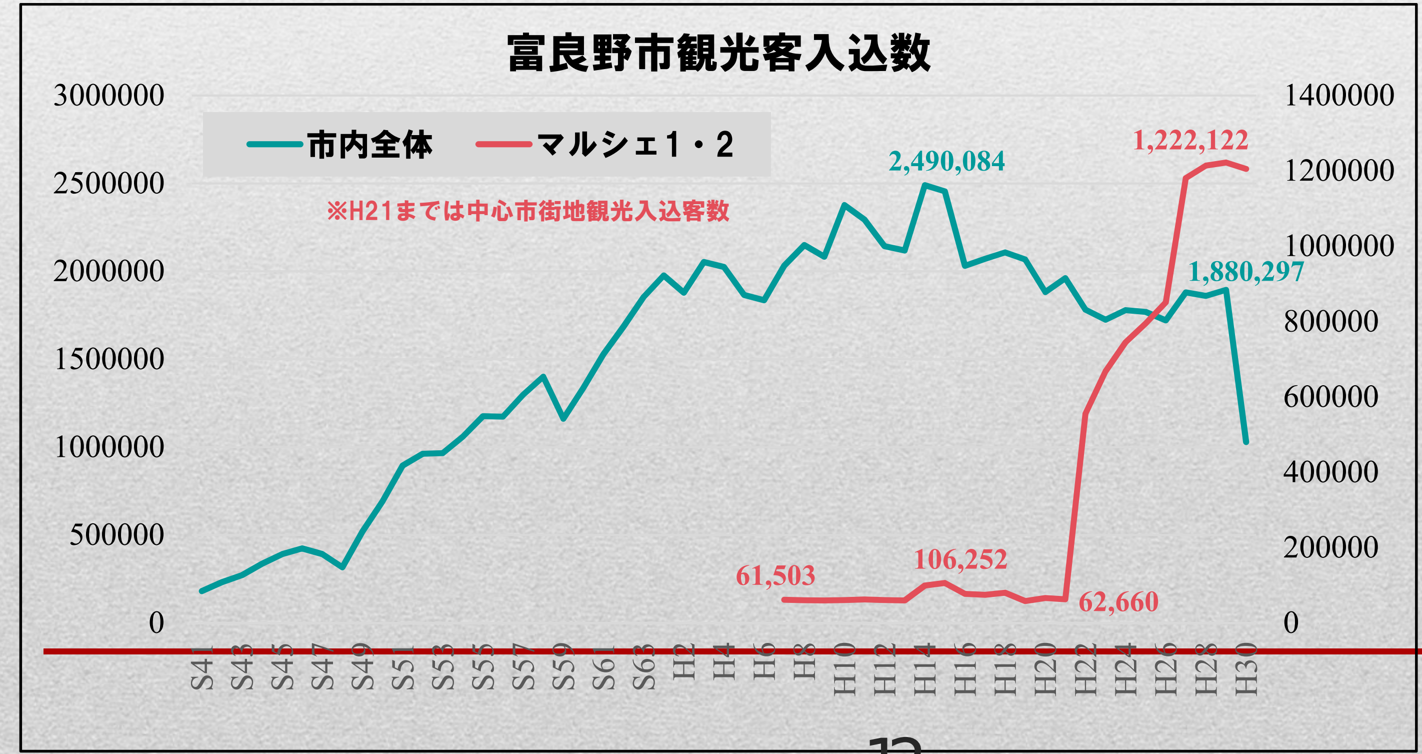
# 補助金を活用し、テイクアウトの名物づくり

# 2000アイテムにおよぶ地域ブランド商品（30年がかり）

**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） |




※H30年9月
北海道胆振東部地震
及びそれに伴う
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

15 地域の話題 2019年(令和元年)7月2日(火曜日) 北海道新聞

## 富良野 6年連続で上昇

### 旭川、名寄は横ばい

#### 管内最高路線価

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）

富良野市東5条通りは1平方㍍当たり3万8千円で、前年を千円上回った。上昇率は道内30税務署中9番目に高かった。フラノマルシェの来場者数は開業した2010年度から増加を続け、今年3月末までに延べ843万人に達した。運営するふらのまちづくり会社の西本伸顕社長は「今後は富良野中心街全体の活性化に努めたい」としている。

旭川中税務署管内の宮下通7は4年連続で1平方㍍当たり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

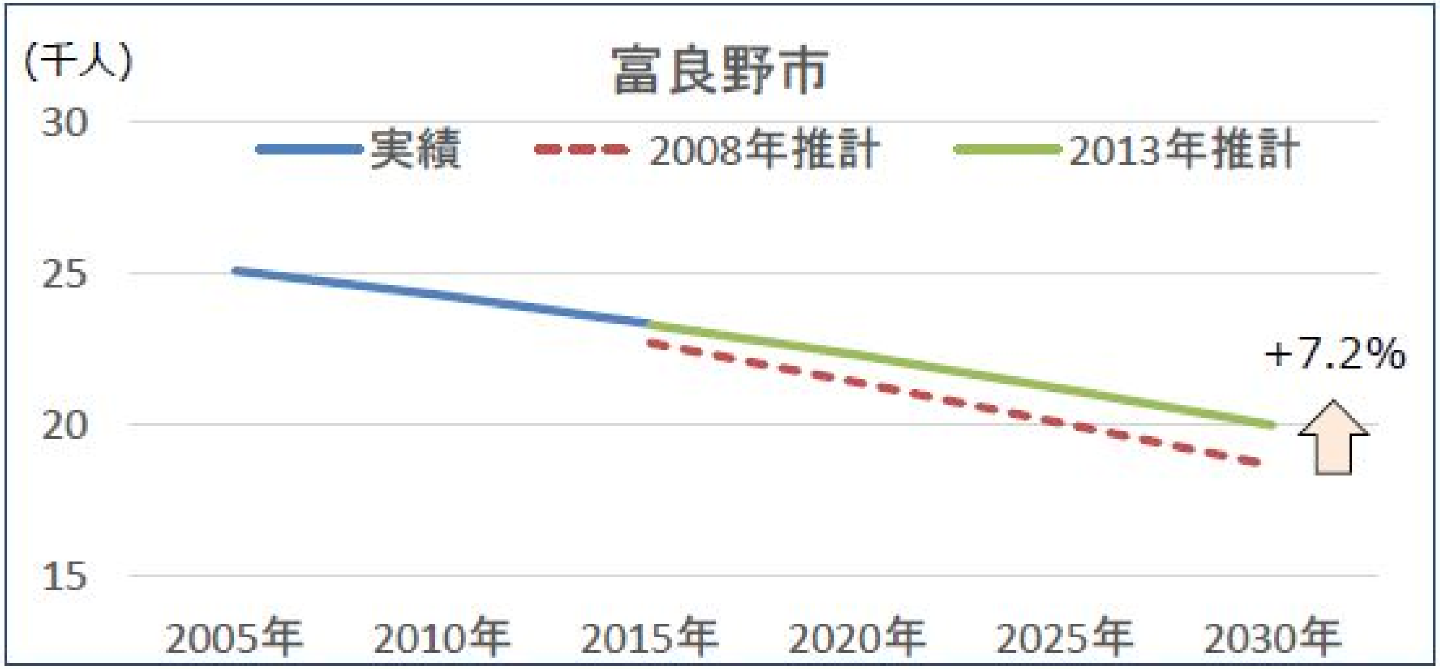
観光客らに人気のフラノマルシェ。近くの富良野市東5条通りの路線価は6年連続で上昇した

| | 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㈱　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

# 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遥かに安い経費でまちを再生することが可能に**

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

24

# 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、近年少しずつ微増し、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。

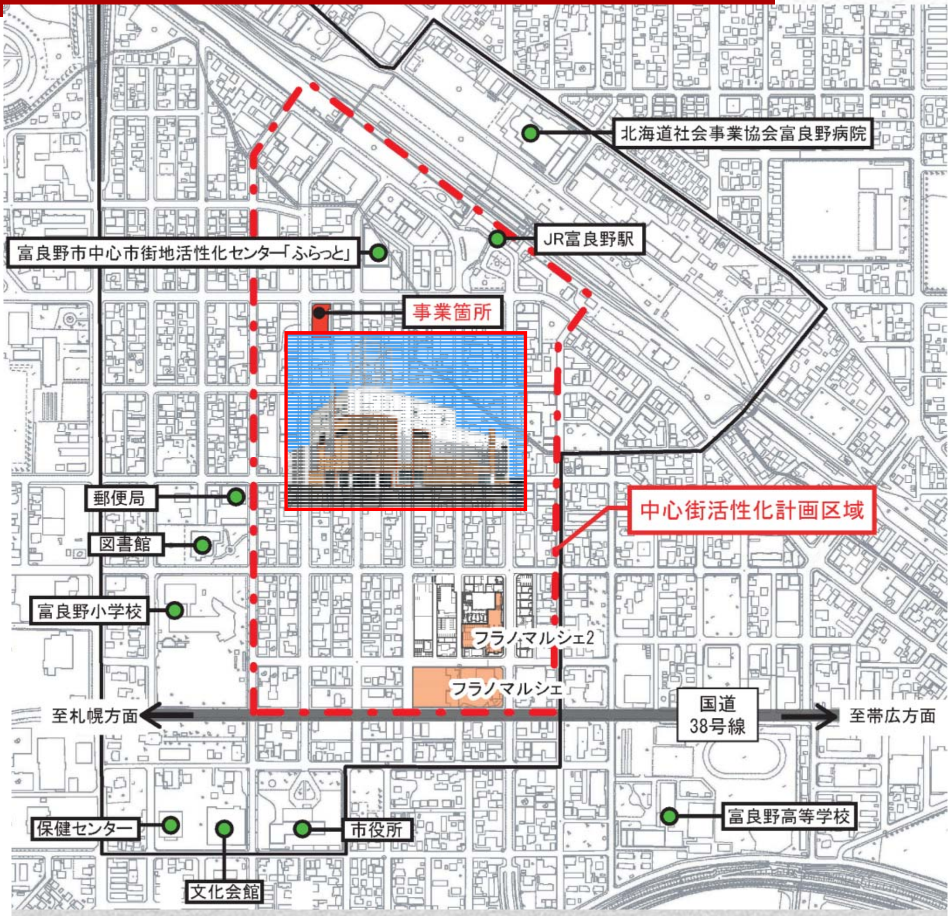
［富良野市の観光入込客数］H17～27 年度　観光客入込み数・外国人宿泊者数の推移《富良野市》

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、まちなかの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

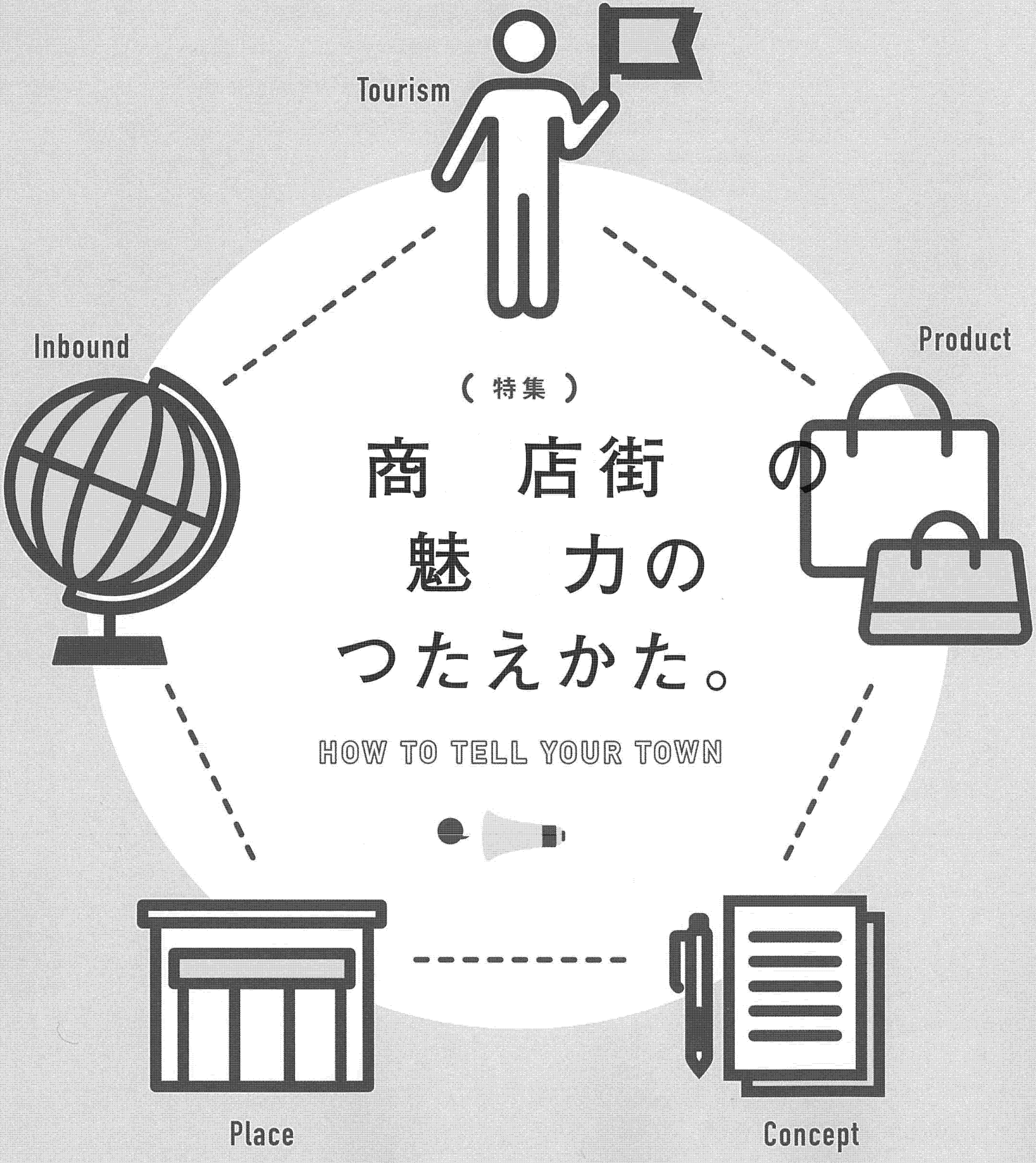
●子供と女性に支持される施設づくり

小山薫堂さんが
商店街に提言!

地域に愛される、商店街。

# EGAO

2018 Spring [ エガオ ]




( 特集 )

## 商店街の魅力のつたえかた。

HOW TO TELL YOUR TOWN

Case **04** Place

# 集客拠点から回遊へ。

民間主導でつくられた街のプラットホーム。
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品が並び、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し、コミュニティもなくなってしまう。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、行政とて手をこまねいて眺めていたわけではない。'00年代には駅前の再開発を実施。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な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

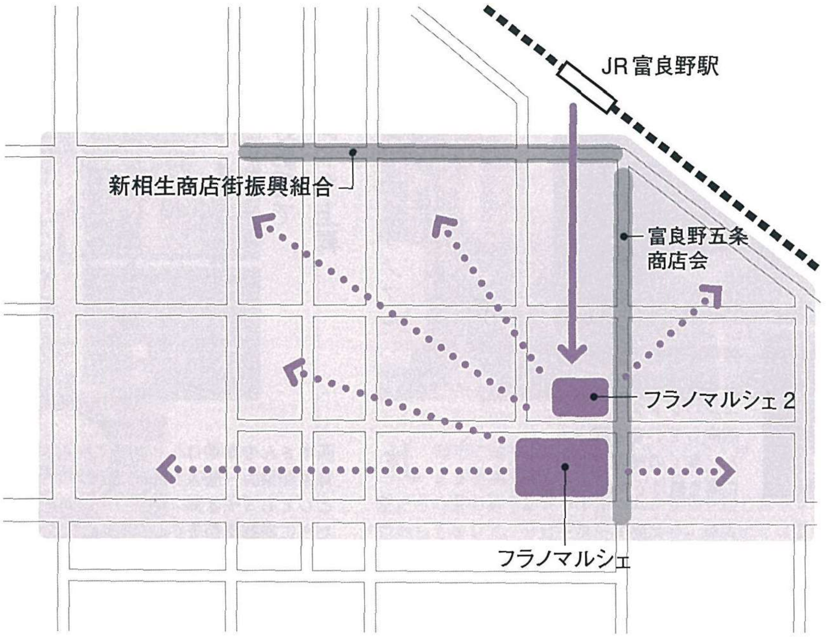
### フラノマルシェから各商店街へ回遊！

**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）

を立ち上げ、以降、協議会が中心市街地再生の旗振り役に。そこでの議論の結果、「民間主導のまちづくり」と「ビジネスモデルの構築」を本格的に目指すことになった。継続的なまちづくりを行う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。

「観光地に目が向きがちですが、富良野は野菜や果物、肉、牛乳、ワインに至るまで、食の一大生産地。豊富な食文化の魅力と一緒に街の情報を発信することでにぎわいの拠点づくりに取り組む『フラノマルシェ構想』が生まれました」

加えて観光客ばかりでなく地元に暮らす人たちも気軽に訪れて交流できる〝サードプレイス〟としての役割も果たせるよう、子どもの遊び場やイベント広場も整備。'10年4月、ついにフラノマルシェはオープンした。

## 商店街への好影響で 数字もマインドも上昇

結果から言うと、フラノマルシェは大成功を収めた。あらゆる人がここでショッピングや交流を楽しみ、年間来場者数は初年度で55万人。その勢いに乗じて、保育所やクリニックなど福祉的な施設を集約した「ネーブルタウン（フラノマルシェ2）」も'15年にオープン。口コミで評判が広まり、いまでは来場者は120万人を数える。それだけではない。フラノマルシェから中心市街地への回遊が進み、街ににぎわいが生まれているのだ。

「マルシェ内に飲食店はあえて置いてません。テイクアウト食品だけにして食事は街なかで取っていただく。そのためにインフォメーションセンターを設置し周辺も案内しています」

フラノマルシェは街に開かれたコミュニティとして機能し、周辺では売上倍増となった店舗や約40店もの新規出店が実現。さらに、商店街と連動してイベントを実施するなど、マルシェと街の好循環が確立している。

「目に見える経済効果はもちろんですが、お店のマインドがポジティブに変化したことが大きかった」と西本さんが言うように、近隣の新相生商店街振興組合では、'17年に支援センターの「トータルプラン作成支援事業」を実施。その結果フラノマルシェを念頭に置いた回遊性向上のアイデアも生まれている。今後の見通しは明るい。

「〝おじさんたちのまちづくり〟という物語がメディアでも取り上げられましたが、実際この取組みはとても一人ではできません。さまざまな人々が自らの得意分野を活かし、街のためを思って動き続けた結果です」

街に空白が生まれる危機をチャンスと捉え、民間主導で街を動かし、地域の魅力を再発見・発信し街ににぎわいを創出する。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。

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

**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

「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

# オール富良野でまちに活気を ルーバン・フラノへの道

北海道のほぼ中心に位置する富良野市。ドラマ「北の国から」のロケ地や「ラベンダー畑」が有名なこの市には、毎年多くの観光客が訪れていましたが、中心市街地に観光客は訪れず、「まちなか」は衰退する一方でした。しかし、近年「民」を中心としたまちづくりにより、中心市街地が活性化され、全国から注目されています。編集部では、富良野市でどのようなまちづくりが行われているのかを取材してきました。

取材者
地域戦略課 横浜、七戸、高田

## 富良野市のまちづくり計画

素晴らしい観光資源を有し、多くの観光客が訪れる富良野市ですが、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」は閑散としている、という状況が続いていました。この状況を打開するため、富良野市は、平成22年に「富良野市中心市街地活性化基本計画」を策定。「都会の魅力と、田舎の魅力を併せ持つ、ちょっとおしゃれな田舎町」を意味する快適空間「ルーバン・フラノ」※の実現をめざし、まちづくりに取り組むことにしました。このまちづくりのメイン事業は、フラノマルシェ事業と東4条街区地区市街地再開発事業（通称「ネーブルタウン事業」）です。

フラノマルシェ事業では、まちなかの賑わい復活を目的に、平成22年に「フラノマルシェ」をオープン。フラノマルシェは、富良野らしい景観を備えた「にぎわい滞留拠点」とともに、富良野の食材や加工食品を生かした「食文化の発信基地」とした集客施設であり、広場では、ファーマーズマーケットなどの季節感豊かなイベントを行っています。

また、フラノマルシェは、国道38号線沿いに立地しており、まちの玄関口としてのインフォメーション機能も持っており、フラノマルシェを訪れた観光客を中心市街地に周遊させ、「まちなか」全体の賑わいを創出しています。

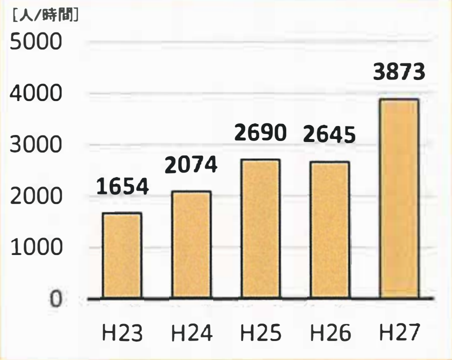
一方、ネーブルタウン事業では、「歩いて暮らせるまちづくり」をテーマとして、平成27年に複合施設「ネーブルタウン」が完成。ネーブルタウンには、商業施設である「フラノマルシェ2」や全天候型多目的交流空間であるアトリウム「TAMARIBA（タマリーバ）」の他に、市立保育所、サービス付き高齢者向け住宅、内科クリニック、賃貸住宅などがあり、3世代交流可能な新たな生活街として機能しています。

## まちづくりの効果

フラノマルシェは、富良野市郊外を訪れる観光客を中心市街地に呼び込むことを目的の1つとしていましたが、効果は絶大でした。フラノマルシェの来場者数は、当初の見込みをはるかに超え、平成28年度は、フラノマルシェ2と合わせて、120万人に達しました。

また、中心市街地の観光客はフラノマルシェ開業後10倍以上に増加するとともに、1時間当たりの歩行者も年々増加し、平成27年度には対前年度比46%増となる3873人に達し、「まちなか」は人々で賑わうようになりました。

市中心市街地歩行者数の推移




※「ルーバン」･･･「ルーラル（田舎）」と「アーバン（都会）」を合わせた造語で「都会の魅力と、田舎の魅力を併せ持つ、ちょっとおしゃれな田舎町」の意味。





## 中心人物に聴く

富良野市のまちづくりで中心となった方々がいます。ふらのまちづくり株式会社の西本代表取締役社長と湯浅専務取締役、そして元富良野市職員である商工会議所の大玉専務です。御三方は、平成14年から実施された富良野駅前再開発事業にも関わりましたが、思い描いたようなまちづくりにはならず、歯がゆい思いをしました。その後、自分たちで本格的にまちづくりをしていく必要があると感じ、フラノマルシェ事業などまちづくりに積極的に関わっていきました。

今回、そんな御三方のうち、西本代表取締役社長と湯浅専務の御二人にまちづくりに対する思いを伺ってきました。

ふらのまちづくり株式会社
代表取締役社長 西本 伸顕 氏

ふらのまちづくり株式会社
専務取締役 湯浅 篤 氏

### まちづくりへのきっかけ

富良野市には、元々観光客がきているのに、「まちなか」にはほとんど立ち寄ってもらえず、どこのまちとも変わらない状況でした。どんどん店もなくなってきており、空き地も増えていくという中で、このままでいいのかなという思いがずっとありました。振り返るに、富良野市はテレビドラマ「北の国から」頼りで、あまり「まちなか」は努力をしてこなかったように思います。そのような状況の富良野市を見ていると、やはり自分の会社さえ良ければという考えではなく、子どもたちに誇れるまちを残すことが私達の使命だと感じました。

また、富良野の食をしっかりと売り出せば、まちに人が入ってくるきっかけになるだけの魅力があると思っていました。そのため、当時、病院の移転で空き地となっていた市の一等地に食のテーマパークであるマルシェをつくることによって、中心市街地への集客に繋がると考え、まちづくりに取り組みました。

### 滞留型拠点への思い

マルシェをつくるにあたり、まち全体に波及効果があるものにしたいという考えがありました。議論の中には道の駅という話もありましたが、道の駅では買い物をするだけの通過型になってしまい、まちの中に人が入ってきません。

また、公園のような、市民の人たちに愛される施設にしたかった。なぜなら、富良野の場合には、観光客だけをターゲットにしてしまうと、冬場は人が少なくなり、支えてもらえない。やはり地元の人に愛される施設にしないと年間の経営が非常に苦しくなります。

元々、富良野の「まちなか」には人々が憩える空間がありませんでした。それがつまらないまちにしているということもあり、とにかく観光客も地元市民も来る、賑わいのある滞留拠点にしたかった。その結果、めざしたのは、通過型の道の駅ではなく、滞留型の市民に愛される賑わいの拠点であるマルシェでした。

**富良野市中心市街地活性化への歩み**

| | |
|---|---|
| 平成14年 | 富良野駅前地区第一種市街地再開発事業開始（平成19年度に事業終了） |
| 平成15年 | ふらのまちづくり株式会社設立 |
| 平成19年 | フラノマルシェ事業開始（平成21年に事業完了） |
| 平成20年 | 富良野市中心市街地活性化基本計画（第1期）を策定<br>内閣府総理大臣から認可を受ける |
| 平成21年 | ネーブルタウン事業開始（平成26年度に事業完了） |
| 平成22年 | 4月にフラノマルシェオープン<br>当初年間目標30万人を大きく上回り、来場者数55万人を突破 |
| 平成26年 | 富良野市中心市街地活性化基本計画（第2期）を策定 |
| 平成27年 | 3月にふらのまちづくり株式会社が「がんばる商店街30選」に選ばれ、経済産業大臣表彰を受ける<br>6月にネーブルタウンオープン<br>フラノマルシェ・フラノマルシェ2の年間来場者数が100万人を突破 |
| 平成28年 | 6月にふらのまちづくり株式会社が第5回まちづくり法人国土交通大臣表彰【まちの活性化・魅力創出部門】国土交通大臣賞を受賞 |

### 周りからの反応

最初は、反対されました。本当に観光客が「まちなか」にたくさんやってくるのかという声や、逆に人が来たとしても、マルシェに人が吸い上げられて、「まちなか」に人が流れなくなってしまうのではないかという意見がありました。そのため、スタート時点での賛同者は本当に少なかったと思います。

そこで、自分たちは、利益を求めているのではなく、まち全体が元気になるためにポテンシャルを生かした交流施設が必要なんだということを説いて回りました。例えば、飲食では、マルシェの中にレストランや食堂をつくるのではなく、テイクアウトに留めて、まち全体に人が流れるようにする。むしろ、インフォメーションコーナーをつくって、訪れた人がまちに入っていくように案内する場所にするからと約束したりしました。

すると、徐々に私達のめざすことが理解されるようになり、マルシェをつくり始める頃には、半分ぐらいの方が賛同してくれるようになりました。

### 責任世代を中心とした官民協働こそが必要

私達は、50代、60代を責任世代という言い方をしていますが、私達くらいの世代が次の世代にいいまちを残していく責任があると思います。若い人たちは自分の店を切り盛りするだけで大変ですので、まちのトップリーダーたちが、まちのことを思って、本気で動かないとまちづくりは上手くいきません。また、もし若い人にやらせるとしても、責任世代が責任を取る覚悟を持たないといけません。

一人のカリスマによる夢物語を期待している人がいるけれども、一人では何もできません。本気でまちの知恵を集めて、「いいまちづくりをするぞ」という思いがないと絶対に成功しないと思います。

また、行政と民間とのコラボレーションはすごく大事です。行政的な事務手続きや補助金申請などは、専門家である行政の方がいないとできません。一方で、「金を稼ぐ」ということについては、民間が得意としているので、任せていただきたい。官民の壁を取り払い、一体となってやっていく必要があると思います。

▲人々で賑わうフラノマルシェの様子

### まちづくりについて

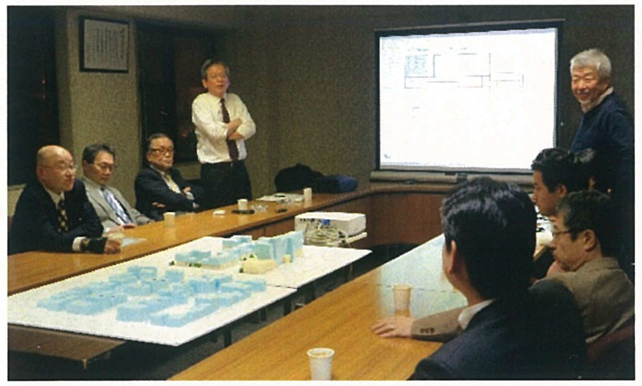
まちの中にいかに投資していくかが大切です。どうしても土地の安い郊外に施設を建ててしまうところがあるようですが、いかに中心市街地に集めて、まちが壊れないようにするかが大事です。

また、中心市街地の活性化を商店街の活性化と捉える方がいますが、実際の中心市街地はそうではなく、生活インフラの中心のことなんです。昔のまちは雑然としていたけれども、歩いて暮らせるファクターがまちの中に全部あったから便利だった。しかし、今それが郊外型になり、車がないと暮らせないまちになってしまった。もう一度考えると、「生活街」ということをもう一度考えると、歩いて行ける範囲で用が足せるようにまちづくりを図るべきだと思います。

▲全天候型多目的交流空間アトリウム「TAMARIBA(タマリーバ)」

### 若手の育成

私達は、市や商工会議所、まちづくり会社等を中心メンバーとした「中活運営委員会」を毎週開催し、まちづくりについて議論を重ねています。また、その会議に、富良野のまちを将来背負っていき、公平に議論できる若手の方に声をかけて、参加してもらうなど、若手の意見も積極的に取り入れるようにしています。


▲毎週行っている「中活運営委員会」の会議の様子



編集部取材編
創る ◆地域が動く・プロジェクト最前線②

## 中活運営委員会の若手に聴く

㈱サンエービルド工業
代表取締役社長
浅田 康詞 氏（左）
大北土建工業株式会社
取締役社長室長
荒木 崇宏 氏（右）

### 西本社長と湯浅専務の印象

〔浅田氏〕西本社長、湯浅専務、さらに商工会議所の大玉専務（元市職員）の3名が中心となり、周りを引っ張っている印象です。そして、何よりもまちづくりに対して熱い。いくら素晴らしいまちづくりの企画を立てても、言ってるだけでは誰も共感してくれません。まちづくりへの熱さと行動力があったから、反対していた人も納得して、協力してくれるようになったのだと思います。

### 富良野の魅力について

〔浅田氏〕今の会社を引き継ぐ前は、富良野市外にいました。その後、富良野市に戻ってくると、改めて富良野の野菜は美味しいと思うとともに、景色の綺麗さを実感しました。

〔荒木氏〕私も札幌や鹿児島、東京などでの体験を経て富良野に戻ってきました。様々な土地を見て感じた北海道の魅力は、自然をはじめとした見所が多い点です。他の土地では名所ばかり注目されてしまうが、北海道はそうではありません。

### 富良野への思い

〔浅田氏〕富良野市は、生活や子育ての面でも住みやすいまちですが、旭川や札幌などの都会に人が流れてしまっているのはもったいない。それを防ぐために、田舎の中でも利便性があるまちになればいいなと思っています。過度に都会になる必要はなく、自然と都市が融合したようなバランスのいいまちになってくれたらと思います。

〔荒木氏〕私は、経済的にではなく、自由があって、精神的に幸せで楽しく暮らせるまちになってくれることが一番かなと思っています。「あんな田舎きらい」「絶対戻りたくない」と思われるようなまちにしたくない。市外に住んでいても実家に帰ってきたときに、楽しいと思ってくれるようなまちになってくれたらと思います。

## 富良野流「官」としてのまちづくり

富良野市建設水道部長
兼経済部中心街整備推進課主幹
吉田 育夫 氏

### いつ頃から関わっていたのか

〔黒﨑氏〕中心市街地活性化という面では、富良野駅前開発からはじまり、平成13年からずっと市街地整備に携わってきました。当初は、市施行の土地区画整理事業全般に関わっており、現在は「官」の役割分担として、中心市街地活性化基本計画をはじめ、国との協議など市が担うべき中心市街地活性化に関する様々な部分を業務としています。

### 民間との関わりを通じて

〔吉田氏〕駅前開発の段階で、行政がやることへの限界を感じていました。やはり自治体の職員も民間のノウハウを学ぶ必要があります。ただし、学んだものを鵜呑みにするのではなく、それを噛み砕き、消化して栄養とする必要があります。

私も富良野のまちづくりを通して、西本社長や湯浅専務から多くのことを学び、影響を受けました。ある日まちづくりの専門家である「タウンマネージャー」とまちづくりについてお話した際に、「役所の職員から経済性や経済効果の話を聞くのは初めてだ」と言われたこともありました。御二人にお会いしなかったら、普通の公務員のままだったと思います。

富良野市経済部
中心街整備推進課長
黒﨑 幸裕 氏

### 今後の関わり方について

〔黒﨑氏〕富良野市中心市街地活性化基本計画では、まちづくり会社を公益的デベロッパーとして位置づけています。そのため、富良野市では行政が主役となって活性化に取り組むのではなく、官民一体となり、民の部分はまちづくり会社が中心となって、事業推進を図っています。

〔吉田氏〕民間でできること、行政でできることをお互いに認識して、協働でやっていきます。以前のまちづくりは行政からの一方通行の面が大きかったと思いますが、この活性化事業では、富良野をよりよくするという目標は一致していますので、官民それぞれが得意な分野でのノウハウや方法論についてお互いに意見やアイディアを出し合うスタンスです。

本記事の取組は、富良野市で担当しております。
お問い合わせ先 TEL:0167-39-2315 E-mail/chusingai-ka@city.furano.hokkaido.jp