

# 令和4年度まちなか再生支援事業 報告書

令和5年3月

一般財団法人地域総合整備財団＜ふるさと財団＞



## 目 次

|                                     |     |
|-------------------------------------|-----|
| はじめに .....                          | 1   |
| まちなか再生支援事業アドバイザーリーボード委員・事務局名簿 ..... | 3   |
| 第1章 まちなか再生支援事業とは .....              | 4   |
| 1 事業の概要 .....                       | 5   |
| 2 助成市町村の取組み概要 .....                 | 6   |
| 3 事業の進め方 .....                      | 8   |
| 4 年間スケジュール .....                    | 9   |
| 第2章 まちなか再生支援事業 助成市町村の取組みと成果 .....   | 10  |
| 1 長沼町（北海道） .....                    | 11  |
| 2 熊谷市（埼玉県） .....                    | 19  |
| 3 岡崎市（愛知県） .....                    | 27  |
| 4 松原市（大阪府） .....                    | 33  |
| 5 門真市（大阪府） .....                    | 41  |
| 第3章 事業成果の総括と今後の課題 .....             | 48  |
| 1 まちなか再生支援事業の特徴 .....               | 49  |
| 1－1 プロデューサーの位置づけ .....              | 50  |
| 1－2 プロデューサーの役割 .....                | 51  |
| 2 地域共通の課題とそれに対するモデル事業での対応 .....     | 53  |
| 2－1 まちなかの再定義のポイント .....             | 54  |
| 2－2 中長期的なビジョン作成のポイント .....          | 56  |
| 2－3 事業のコミットメントのポイント .....           | 59  |
| 2－4 まちなか再生の担い手の発掘・育成のポイント .....     | 61  |
| 2－5 行政が果たす役割のポイント .....             | 63  |
| 3 過年度事業のフォローアップ .....               | 65  |
| 4 まちなか再生支援事業の実施上の留意点 .....          | 68  |
| 資料編 実績報告会発表資料 .....                 | 70  |
| 1 長沼町（北海道） .....                    | 71  |
| 2 熊谷市（埼玉県） .....                    | 87  |
| 3 岡崎市（愛知県） .....                    | 110 |
| 4 松原市（大阪府） .....                    | 125 |
| 5 門真市（大阪府） .....                    | 148 |





## はじめに

令和4年度の本事業は、コロナ禍からの各地域での社会経済活動の回復の兆しがみられる中、関係者の方々のご尽力により、5自治体での事業を実施することができた。まちづくりの過程では、地域住民やステークホルダーの方々との対話や情報共有が重要であり、バーチャルだけでは替えることのできないリアル社会での交流の重要性を改めて認識した年となった。

こうした状況下で実施した今年度の事業を通じて、まちなか再生に取り組むにあたり、重要だと認識した点として、以下の3点を改めて挙げておきたい。

1つ目は、各地域における「まちなか」の捉え方であり、「まちなか」の意味づけについて、今年度の現地会議や報告会での議論を通じ、「まちなか」の今日的意味が問われていることに気付かされた。駅を中心とした交通結節点、まちの中心となる商店街、歴史的建造物のあるまちなみが残る地区、古くから地域住民の生活や憩いの場であった水辺の空間など、機能面での意味や歴史的な意味以上に、地域住民にとって「まちなか」とはどのような意味を持つのか、地域の中で「まちなか」の役割を考えていただき、関係者や地域の方々と共有いただくことが課題と感じた。

2つ目は、これまでも繰り返し指摘してきたまちなか再生プロデューサーの役割の重要性であり、プロデューサーの力量に本事業が依存するという事業手法上の課題が改めて認識された。まちなか再生支援事業は、プロデューサーが中心となり、再生後の「まちなか」のビジョンを設定し、地域が抱える現状の課題や利活用可能な地域資源を定量的もしくは定性的に把握したファクトから導かれるビジョン実現に向けた解決策を中長期的ストーリーに描き込むことが重要である。プロデューサーには、地域を巻き込みながら、ストーリーを実現するアプローチを組み立てる過程において多岐にわたる役割が求められる。加えて、対象区域の解説、地域資源の発掘、担い手の発掘と育成のほか、まちなか再生に取り組む上で発生し得る様々な課題を把握し、それらに対応しながらも中心的役割を持って、地域住民が活躍できる環境整備の道筋をつけていくことが期待されている。

今年度の本事業でも、1年間という短い期間の中で、各プロデューサーにはその役割を担っていただきながら、まちなか再生支援事業を実施していただいた。継続性の観点から、これからもプロデューサーとして、継続的にまちなか再生に取り組んでいただける仕組みや制度づくりを自治体と共に考えていく必要があることも付しておきたい。

3つ目は、まちなか再生におけるハード面とソフト面の両輪による取組みの重要性が認識された。人口が減少していく中でのまちなか再生は、公共投資によるハードの整備が事業費圧縮の中で忌避される傾向が強まり、昨今はソフト面に比重をおいた取組みが主流となっている。しかしながら、必要なハードを整備することで、住む人や訪れる人に対し可視化されたまちなかの景色に与えるインパクトは大きい。ソフト面の取組み一辺倒でなく、中長期的に立てたビジョンの下にハード整備も含めて「まちなか」の再生される姿を描くことは、まちなかの将来的な価値の向上の可能性と意義を関係者で再認識する契機にもなると考えられる。

本事業は原則として単年度事業であるが、よく練られた工程に基づく集中的なプロセスにより、短期間であっても、まちなか再生のビジョンの方向性と道筋をつけていくことは可能であると考えている。数年から 10 年先を見据える必要があるハード整備に関しては、財政的制約の下、事業の意義と評価の点で難しさはあるものの、公民連携による拠点整備を掛け合わせるなどの工夫を通じ、まちなか再生に弾みをつけるものとして期待したい。

末筆ながら、現地会議や報告会などで、毎回熱心にご助言をいただいたアドバイザリーボード委員の方々、現地会議などでお世話いただいたプロデューサーの方々、自治体、ふるさと財団、関係者の方々に厚くお礼申し上げたい。

まちなか再生支援アドバイザリーボード 委員長 出口 敦

# まちなか再生支援事業 アドバイザーボード委員名簿

本事業の実効性を高めるためには、まちなか再生の推進方策や事業のあり方・課題等を総合的・客観的に検討・検証し、適時修正を行うことが必要である。

そのため、多様な有識者により構成される「まちなか再生支援アドバイザーボード」を設置し、まちなか再生支援事業の助成対象案件、もしくは市町村からのまちなか再生に関する具体的相談に対して助言を受けた。

## ■アドバイザーボード委員

※敬称略、役職名等は委員会終了時点 並びは50音順

| 区分    | 氏名     | 所属                                 |
|-------|--------|------------------------------------|
| 委員長   | 出口 敦   | 東京大学大学院 新領域創成科学研究科 科長              |
| 委員長代理 | 小泉 雅生  | 東京都立大学大学院 都市環境科学研究科 教授             |
| 委員    | 飯盛 義徳  | 慶應義塾大学 SFC研究所所長/総合政策学部 教授          |
|       | 今村 まゆみ | 観光まちづくりカウンセラー                      |
|       | 徳大寺 祥宏 | 総務省自治行政局 地域自立応援課 地域振興室長            |
|       | 角野 幸博  | 関西学院大学 建築学部 学部長                    |
|       | 坂井 文   | 東京都市大学 都市生活学部 学部長                  |
|       | 西村 浩   | 株式会社ワークヴィジョンズ 代表取締役                |
|       | 馬場 正尊  | 株式会社オープン・エー 代表取締役<br>東京R不動産 ディレクター |
|       | 古田 大泉  | J I S S E N. C O 代表                |
|       | 政所 利子  | 株式会社玄 代表取締役                        |
|       | 水谷 未起  | 一般社団法人讃岐ライフスタイル研究所 専務理事            |

## ■事務局

一般財団法人地域総合整備財団（ふるさと財団）

※並びは50音順

| 部署名        | 役職  | 氏名    |
|------------|-----|-------|
| 事務局長       |     | 米澤 朋通 |
| 開発振興部      | 部長  | 堀井 謙司 |
| 開発振興部開発振興課 | 課長  | 岡田 正幸 |
| 開発振興部開発振興課 | 参事役 | 鳥海 徳子 |
| 開発振興部開発振興課 | 調査役 | 近藤 優輝 |
| 開発振興部開発振興課 | 調査役 | 佐藤 峻裕 |
| 開発振興部開発振興課 | 調査役 | 松田 和幸 |

## 株式会社富士通総研

| 部署名      | 役職            | 氏名    |
|----------|---------------|-------|
| 行政経営グループ | チーフシニアコンサルタント | 山尾 一人 |
| 行政経営グループ | コンサルタント       | 羽田野 京 |
| 行政経営グループ |               | 金 恩昊  |

## 第 1 章 まちなか再生支援事業とは

# 1 事業の概要

本事業は、一般財団法人地域総合整備財団＜ふるさと財団＞（以下、「財団」という。）が、まちなか再生に取り組む市町村に対して、具体的・実務的ノウハウを有する専門家に業務の委託等をする費用の一部を助成することで、まちなか再生に民間能力を活用して居住機能・都市機能等総合的な側面から促進し、地方創生に資するよう活力と魅力ある地域づくりに寄与しようとするものである。

（※）当事業において「まちなか再生」とは、まちなかの急速な衰退に伴う都市機能の低下や地域活力の減退等、まちなかの抱える様々な課題の解決を図るため、まちなか空間の維持保全・環境改善・施設整備、地域資源のプロモーション、それらの担い手たるコミュニティの再生、人材の育成、組織の設立等を行うことにより、まちなか空間における生活及び交流拠点としての機能の維持・拡大を図ることをいう。

|               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 助成内容          | (1) 市町村の業務委託に要する経費に対する助成<br>(2) 市町村が実施するまちなか再生支援事業に対する助言                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 助成対象事業の概要     | 市町村がまちなか再生専門家の具体的・実務的ノウハウを活用してまちなか再生に取り組む事業                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 事業概念図         | <pre> graph TD     subgraph "市町村"         A1(まちづくり会社)         A2(住民)         A3(産業)         A4(金融)     end     subgraph "まちなか再生専門家チーム"         B1(まちなか再生プロデューサー)         B2(まちなか再生専門家)     end     A1 &lt;--&gt; A2     A3 &lt;--&gt; A4     B1 &lt;--&gt; B2     A1 &lt;--&gt; B1     A2 &lt;--&gt; B2     A3 &lt;--&gt; B1     A4 &lt;--&gt; B2     A1 -- "申請・報告書の提出" --&gt; C(ふるさと財団)     C -- "審査・助成金の交付" --&gt; A1     C -- "アドバイス" --&gt; D(アドバイザリーボード)     D -- "助言" --&gt; B1     B1 -- "成果報告" --&gt; A1     B2 -- "連携" --&gt; A1     </pre> |
| まちなか再生プロデューサー | 次に掲げるいずれかの者とする。<br>(1) 市町村から委託されたまちなか再生支援事業の業務を、責任を持って遂行し、まちなか再生支援事業全体の総合的な企画、調整、統合等を行う者<br>(2) まちなか再生専門家チームに属するまちなか再生専門家のうち、当該チームの中心となる専門家                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 契約の相手方        | まちなか再生プロデューサー又はまちなか再生プロデューサーが所属（委嘱される場合を含む）する法人                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

（※）「まちなか再生専門家」とは、まちなか再生について、具体的かつ実務的ノウハウ等を有する専門家をいう。

## 2 助成市町村の取組み概要

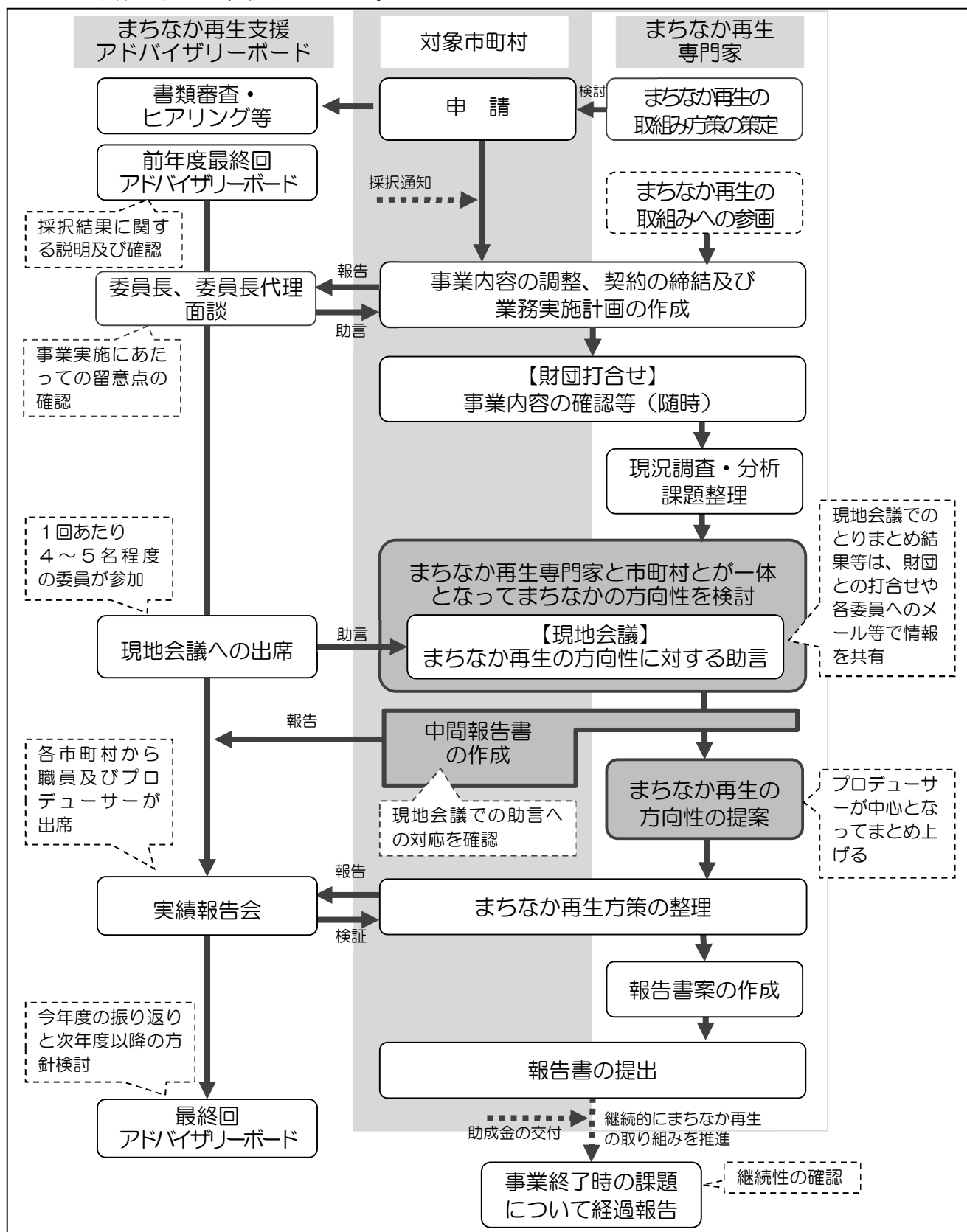
(市町村コード順)

| 市町村名                                               | プロデューサー名                      | 事業概要                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------------------------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 北海道<br>長沼町<br>(長沼町市街地<br>(都市計画区域<br>用途地域の範<br>囲) ) | (株)ミサワホーム総合研究所<br>主幹研究員 富田 晃夫 | <p>まちぐるみで取り組む体制として設置された中心市街地活性化協議会を中心として、本通り商店街の空き地、空き家、空き店舗対策を進め、町民や移住者による起業、企業誘致、観光客の流入増大などを旨とする。</p> <p>また、町民向けには公的サービス、買い物、医療や住宅など「歩いて暮らせる」ウォークアブルなまちづくり、コンパクトな中心市街地形成を検討していく。</p> <p>本事業では、これらのことにより、人口ビジョンで示す2040年に市街地地域の人口減少率が町全体の人口減少率を下回らないこと、遊休未利用不動産から生じる逸失利益の食い止めとして既に22件ある空き店舗の減少を目標として取組みを進める。</p>                                                                                                                                                                                        |
| 埼玉県<br>熊谷市<br>(中心市街地(星<br>川沿道) 区域)                 | コトラボ合同会社<br>代表 岡部 友彦          | <p>対象地域では、将来像として【生活者・来街者にとって居心地と活動意欲を創発するまち】の実現に向けた以下の2つの方向性を掲げている。</p> <p>① 道路やオープンスペース、空き店舗等の活用促進</p> <p>車中心から人中心のゆとりある道路空間への転換を図るため、居心地が良く多様な活動を実践できる滞在空間の形成や歩行空間と店舗等が融合した一体的なにぎわいづくりを行い、新たな魅力を創出する。</p> <p>また、空き家・空き店舗など低・未利用地の整序化や点在する駐車場の再配置を進め、生み出された空間資源の有効活用を促進する。</p> <p>② まちなか活性化に向けた担い手の育成</p> <p>まちなかの再構築に向けた社会実験などまちづくりを担う活動主体のチャレンジを支援し、若い世代の参画機会を創出することで、次世代の担い手育成を推進する。</p> <p>また、公民連携によるエリアマネジメントを推進し、民間の主体性を高め、中心市街地の良好な環境形成や価値向上を図っていく。</p> <p>本事業では、上記の実現に向けて、まちなか再生支援事業に取り組む。</p> |
| 愛知県<br>岡崎市<br>(乙川リバーフ<br>ロントエリア)                   | 日本工営(株)<br>交通都市部 課長<br>胡内 健一  | <p>対象地域では、これまでの公共投資や民間の取り組みを通じ、中心市街地の拠点施設に人が集まるようになってきたが、拠点施設へ集中する来訪者を周囲へ回遊させることがこれからの課題となっている。</p> <p>本事業では、対象地域内の「康生通り」を対象として、中心市街地における「快適で歩いて楽しい回遊動線」の一部とするため、康生通りのまちづくりを担う都市再生推進法人「まちづくり岡崎」と連携し、理想的な歩道空間に近づけるための取り組み、歩道空間および沿線の空き地活用の常態化に向けた仕組の構築を行う。</p> <p>本事業を通じ、地域の担い手の取組みの後押しや民間投資の裾野の拡大を図る。</p>                                                                                                                                                                                               |

| 市町村名                                         | プロデューサー名                    | 事業概要                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 大阪府<br>松原市<br>(河内天美駅<br>周辺区域)                | (株)日建設計総合研究所<br>上席研究員 小川 貴裕 | <p>松原市内の商店街では、事業者の高齢化や後継ぎ問題等を背景に売上低下や空き店舗化を引き起こし、商業スタイルが時代に適応できなくなっている。また、対象地域での著しい人口減少なども中心市街地の空洞化に拍車をかけている。さらに近年、対象地域近郊の大型商業施設開業に伴い、対象地域商店街内の主要商業店舗移転が他店舗の売上にも影響しているほか、人の滞在エリアも大きく変化している。</p> <p>そこで本事業は、対象地域で自走できるにぎわいづくりのための第一ステップに位置づけ、徹底した現状調査・分析、人材発掘、事業企画を行う。地域との対話(ヒアリング／アンケート等)や社会実験、ワークショップの実施を通じて、対象地域の生活を豊かにする「活動(コンテンツ)」と、それを提供できる「人(プレイヤー)」を発掘し、プレイヤー間や地域住民の「交流(コミュニティ)」の在り方を検討する。将来に向けては、にぎわいが段々と対象地域全域に拡大していくために必要な「活動・人・コミュニティ」を段階的に構築する。</p> |
| 大阪府<br>門真市<br>(門真市駅・西三<br>荘駅周辺ウォー<br>カブルエリア) | (株)オープン・エー<br>代表 馬場 正尊      | <p>対象地域での令和3年度までの社会実験を通じ、京阪電車沿線に沿った東西軸においてビジネス創出や地域コミュニティ形成などの活動需要が確認できてきた。</p> <p>そこで令和4年度は門真市駅～西三荘駅の間を中心にウォーカブルエリアを形成し、周辺の空き家・空き店舗活用も検討しながら、ソフトとハード両面で公民連携まちづくりを進める検討を実施し、仮説を立てながら、その確認として実証の社会実験を実施する。</p> <p>また、門真市駅周辺エリアリノベーション社会実験で培った、門真市のものづくり企業との関係性をこのウォーカブルエリアの形成でも活用し、まちに出たいものづくり企業と共に、プレイヤーの集まりを形成し、本市の特徴である「ものづくり×まちづくり」をこのエリアから市全域に広めていく。</p>                                                                                                    |

### 3 事業の進め方

本事業では、市町村がまちなか再生の取組みを推進するに当たり、まちなか再生アドバイザーボード委員の持つ専門的な知識やノウハウを活かして、プロデューサー及び地元関係者と議論をしながら、まちなか再生の方向性を提案し、まちなか再生方策として整理する。各助成市町村における事業の流れは、以下のとおり。





## 4 年間スケジュール

令和4年度のまちなか再生支援アドバイザリーボードは、計7回の委員会（実績報告会を含む）を開催し、助成市町村の取組みに対する助言等を行った。委員会等の開催経過は以下のとおり。

| 名称                | 開催日        | 開催地                                 | 概要          |
|-------------------|------------|-------------------------------------|-------------|
| 前年度最終委員会          | 令和4年3月2日   | オンライン会議                             | 助成対象事業への助言  |
| 第1回委員会            | 令和4年6月24日  | 大阪府門真市                              | 現地視察・意見交換   |
| 第2回委員会            | 令和4年7月8日   | 愛知県岡崎市                              | 現地視察・意見交換   |
| 第3回委員会            | 令和4年9月9日   | 北海道長沼町                              | 現地視察・意見交換   |
| 第4回委員会            | 令和4年9月30日  | 埼玉県熊谷市                              | 現地視察・意見交換   |
| 第5回委員会            | 令和4年10月12日 | 大阪府松原市                              | 現地視察・意見交換   |
| 実績報告会<br>(第6回委員会) | 令和5年2月17日  | 東京都千代田区（グリーンパ<br>レス）<br>ハイブリット会議（※） | 事業成果報告・意見交換 |
| 最終委員会<br>(第7回委員会) | 令和5年3月10日  | オンライン会議                             | 総括          |

（※）対面会議とオンライン会議を組み合わせた会議方法

## 第2章 まちなか再生支援事業 助成市町村の取組みと成果

# 1 長沼町（北海道）

## （１）事業の背景と目標

---

### ① 事業の背景

長沼町の都市計画区域は、役場を中心に半径 2 km 程度で構成されているが、このうち商店街、町立長沼病院、小中学校、バスターミナルなどまちの機能が半径 1 km に集約されている（なお、この区域を中心市街地として現在設定中である）。人口は町全体の 7 ～ 8 割程度が都市計画区域内に居住しており、本事業で設定する予定の中心市街地区域内には町全体の半数以上が居住しており、長沼町の中心市街地として今後もにぎわいを生み、経済的発展、観光入込、関係人口創出の中核地として、持続的な地域活性化が期待される区域である。

第 2 期長沼町人口ビジョンでは、2040 年に 8,300 人とおよそ 2 割の減少を目標値としているが、若年層の町外流出、卸・小売事業者の高齢化や後継者不足で買い物利便性の低下などが進行する恐れがあり、まちの持続性の大きな障害となることが懸念されている。

現実、商店街は構成している経営主の高齢化や後継者不足等により、徐々に空き店舗や空き地が増え、活力が失われつつある。

郊外には、温泉施設、道の駅、農産物直売所、ファームレストランなどが整備されており、観光入込客でにぎわっているが、中心市街地を訪れる町外観光客はあまり見当たらず、来街者の動線創出が急がれている。

地元生活者においては、病院と生活物資の買い物をまとめて済まそうと市街地へ赴くが、午前中に終わらせて自宅へ帰るには町営バスの接続が悪いといった問題点も指摘されている。

## ② まちなか再生の長期目標と今年度の目標



## (2) 事業実施内容

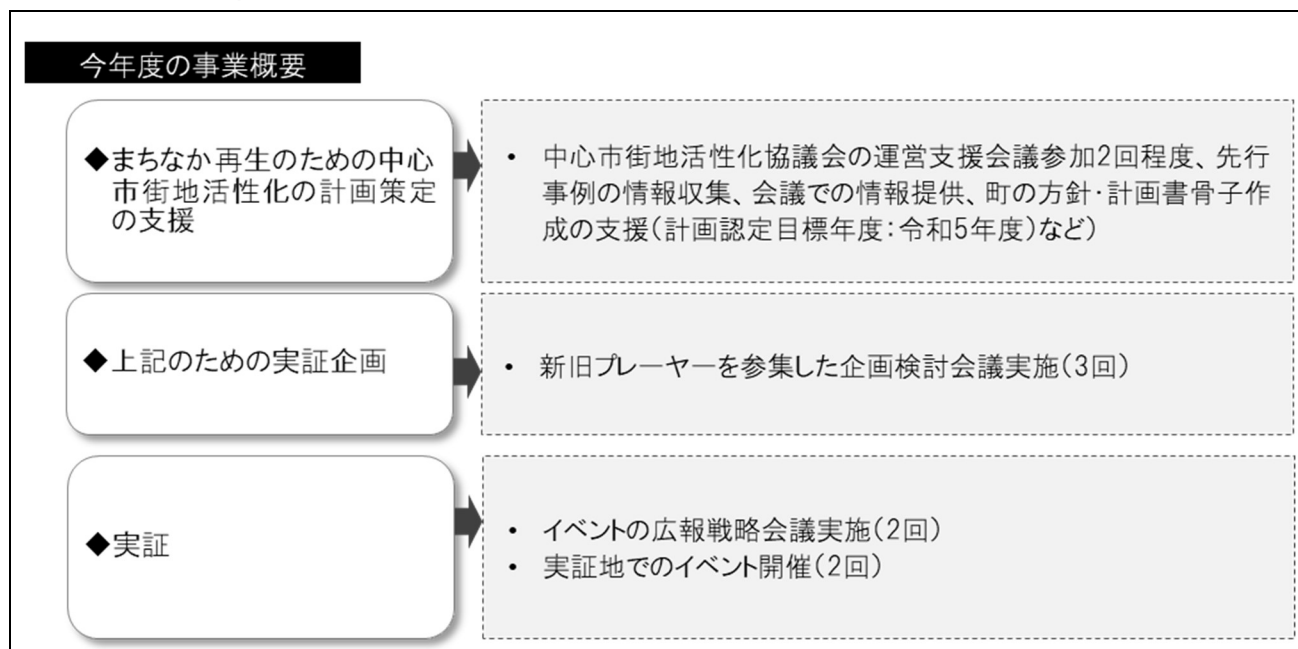
### ① 事業概要

長沼町、中心市街地活性化協議会を構成する団体やステークホルダーが、まちぐるみの共有認識をもって連携して取り組み、まちの機能の中核となる中心市街地活性化に資する施策形成の支援を行った。

まちなか再生のための中心市街地活性化の計画策定の支援のための実証企画を検討し、実施した。具体的には、道央圏及び新千歳空港に近接する長沼町の良好な立地を活かした関係人口創出のためのプレーヤーの発掘、育成、ネットワーク化の支援（商工会・スポーツ関連）として、商店街の衰退を食い止める戦略検討、イベント企画、地域ステークホルダー連携構築の仕組みづくりの支援を実施した。

実証では、活性化に効果的な実証地選定支援（公有民有の遊休未利用等不動産）、イベントを通じた広報の仕組みづくり支援を実施した。

### <今年度の事業概要>



## ② 対象地区概況

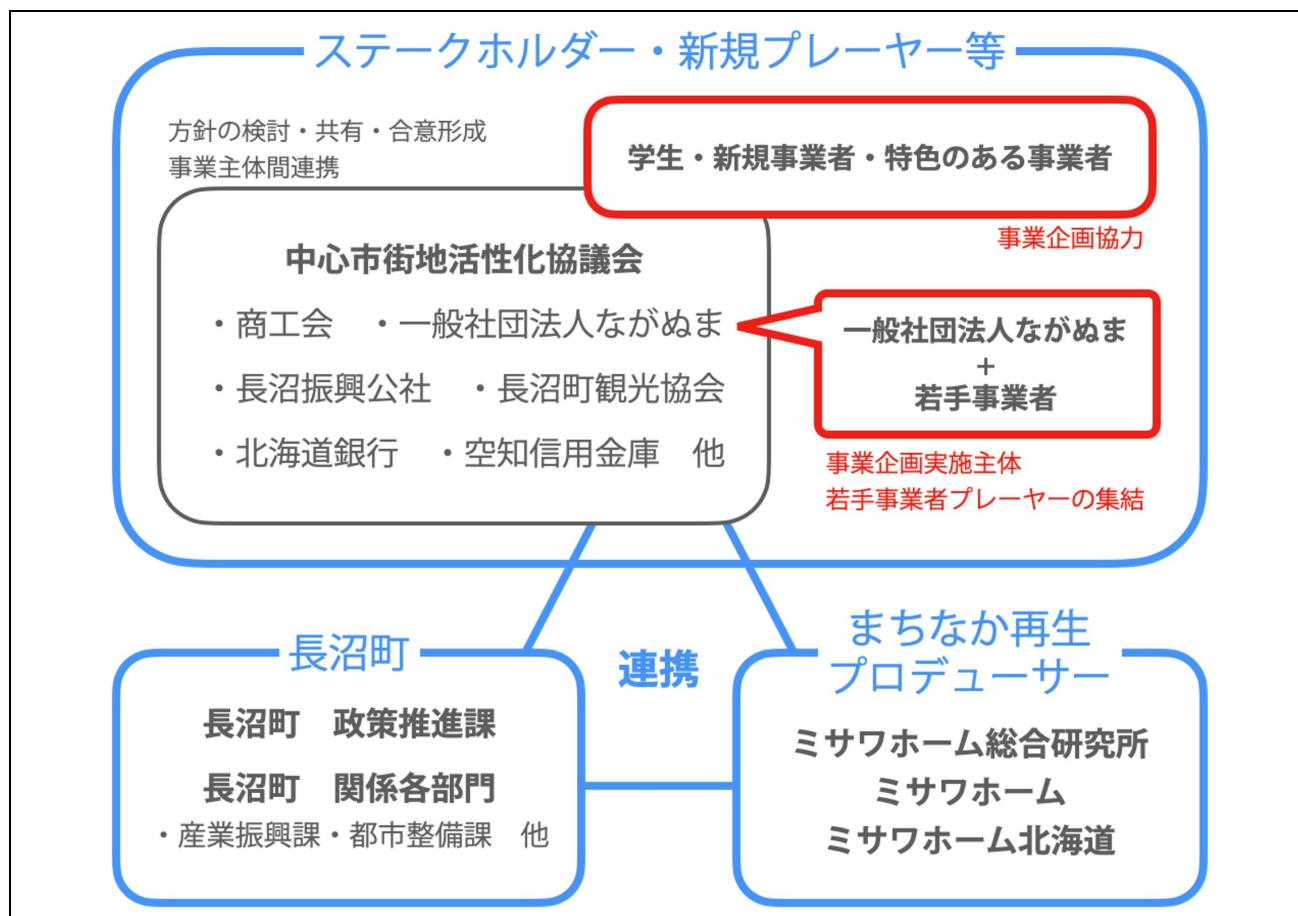
|           |                       |                     |         |                        |
|-----------|-----------------------|---------------------|---------|------------------------|
| 地区名       | 長沼町市街地(都市計画区域用途地域の範囲) |                     |         |                        |
| 基礎<br>データ | 【面積】                  | 3.21km <sup>2</sup> | 【人口】    | 5,806人                 |
|           |                       |                     | 【人口密度】  | 1,809人／km <sup>2</sup> |
|           | 【営業店舗数】               | 71店舗                | 【空き店舗数】 | 22店舗                   |
|           | 【交通】                  | JR千歳線北広島駅からバス30分    |         |                        |

### <対象地区概況図>



### (3) 事業実施体制

#### ① 事業実施体制図



#### ② まちなか再生プロデューサー

株式会社ミサワホーム総合研究所 主幹研究員 富田 晃夫 氏

株式会社ミサワホーム総合研究所 主幹研究員  
同社 フューチャーセンター 市場企画室 室長

##### 【略歴】

東京都立大学大学院システムデザイン研究科博士後期課程。  
ミサワホーム商品企画部にてマーケティング及び商品企画を担当し、ミサワホーム「4つの育む」の骨子をまとめ、世代の学び空間手法「ホームコモンズ設計」の企画開発、在宅ワーク空間「ミニラボ」の企画などを手掛ける。職種はマーケティング・リサーチ及び生活価値研究からまちづくりまで多岐にわたる。

総務省の「ふるさとテレワーク推進事業」や、テレワークを活用した働き方改革の国民運動プロジェクト「テレワーク・デイ」を通じて、自治体のまちづくりに貢献している。



#### (4) 事業実施スケジュール

| 事業内容                          |                  | 実施手法等 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月           | 10月 | 11月 | 12月            | 1月                  | 2月 |
|-------------------------------|------------------|-------|----|----|----|----|--------------|-----|-----|----------------|---------------------|----|
| ① 中心市街地活性化の<br>計画策定支援         | 中心市街地活性化協議会      |       | ■  | ■  | ■  | ■  | ■            | ■   | ■   | ● 8/24         |                     |    |
|                               | 各部局・関係団体との中活事業検討 |       | ■  | ■  | ■  | ■  | ■            | ■   | ■   | ■              | ● 12/5MTG           |    |
|                               | 中心市街地コンセプトづくり    |       | ■  | ■  | ■  | ■  | ■            | ■   | ■   | ■              | ■                   | ■  |
| ② 町民向けの<br>まちなかの活用の<br>きっかけ作り | 社会実験企画           |       |    | ■  | ■  | ■  | ■            | ■   | ■   |                |                     |    |
|                               | コンテンツ検討・動員検討     |       |    |    | ■  | ■  | ■            | ■   | ■   |                |                     |    |
|                               | 遊休地活用促進のスキーム作り   |       |    |    | ■  | ■  | ■            | ■   | ■   | ● 10/15 イベント実施 |                     |    |
|                               | 社会実験企画           |       |    | ■  | ■  | ■  | ■            | ■   | ■   |                |                     |    |
|                               | コンテンツ検討・動員検討     |       |    |    |    |    |              | ■   | ■   | ■              |                     |    |
|                               | 空き店舗活用促進のスキーム作り  |       |    |    |    |    |              | ■   | ■   | ■              | ● 1/22・29<br>イベント実施 |    |
|                               | 既存チャネル効果検証       |       |    |    | ■  | ■  | ■            | ■   | ■   |                |                     |    |
|                               | SNS活用実証          |       |    |    |    |    |              |     |     | ■              | ■                   |    |
|                               |                  |       |    |    |    |    |              |     |     |                |                     |    |
| 現地会議・実績報告会                    |                  |       |    |    |    |    | ■ 資料作成 ● 9/9 |     |     |                | ■ 資料作成 ●            |    |



## (5) 今年度の事業成果

### ① 今年度の成果

#### ◆ 実証実験によるまちなかへの意識向上、自発的な取組みへの波及

- 本事業では、空き地・空き店舗を活用して秋、冬と2回のイベントを開催したところ、1日あたり300人を超える集客があり、来訪者からは継続的なイベント開催を期待する声が挙がるなど、町民がまちなかに目を向けるきっかけづくりに寄与することができた。
- 空き地・空き店舗を活用することで、新たな活用用途についても肯定的な意見も寄せられ、本イベント開催後には地元でハロウィーンやまちコンといったイベントが自発的に発生する、といった波及効果を得ることができた。

#### ◆ 空き店舗の関係者とのネットワーク形成、出店希望者の発掘

- 対象区域の空き店舗は、地主と家主が異なることから、空き店舗活用には家主の理解が不可欠となるが、イベントを開催することで、使っていない店舗の貸出に向けた家主の理解が少しずつ得られる一方、素性のわかる人材に仲介して欲しいといった要望が寄せられるなど、空き店舗活用に向けた課題を整理することができた。
- 新規出店の候補となる事業者からは、今回のイベントを通して地元との人脈づくりや、住民との接点を有することができたとの意見が寄せられたほか、出店希望者が2社ほど顕在化するなど、少しずつ効果が出ている。

### ② 今後の課題と取組み方針

#### ◆ 中心市街地活性化基本計画との連動、組織形成

- 中心市街地活性化基本計画を作成中であり、今年度のイベント開催による空き地・空き店舗を活用するスモールステップの取組みを連動させていく。
- そのためには、自走化に向けて組織化や、家主とのネットワーク形成、空き家バンクの構築などに取り組む必要がある。

#### ◆ デザイン性を持たせたビジョンの作成、広報

- まちなかへの意識を高めていくためには、継続的に広報を実施していく必要があり、既存ホームページやSNSといったバーチャル手段と、ロコミなどリアルの取組みを連動させながら、広報を行っていく。
- まちなかで活動したいと思っていただけるようにしていくためには、将来的なまちなかの姿がイメージできるようなデザインを描くことが大事だと考えており、継続的に取り組む。

### ③ 現地会議及び実績報告会における委員からの講評

#### ◆ 地域資源の調査の徹底

- 中心市街地に人を呼び込むためのコンテンツ作りを行うにあたり、今年度はスポーツでのイベントを開催したものの、スポーツを核としたまちづくりの可能性について検討されていなかった。このまちの特徴をどう理解、分析しているか、今一度徹底して分析していただきたい。スポーツについては、町内でトレイルランニングなどのイベントが開催されているほか、周辺の新球場の開設や周辺市町村との協議会が形成されるなど、重要な地域資

源と位置付けられる可能性も否定できず、引き続き検討いただきたい。

- まちの魅力は何かをリサーチすることである。スポーツに着目したのは魅力をリサーチした結果として丘陵の環境が魅力だと考え、トレイルランニングが1つの市場性をもつのではないかという仮説にたどり着いていてイベントを開催したと思うが、大切なのはその先である。スポーツを活かすというのではない。魅力的なコンテンツを集めるときに、まちのファンとなるシーダー（種となる人）をかなり絞って設定する必要がある。ターゲットを町民としているが、町民は色々な人々がいるため、より明確に設定する。年代や趣味、思考などである。そうすると「町民」という大きなくくりではなくなる。最初に共感を持ってもらう人は誰なのかを決める。それを掛け合わせた結果、何のコンテンツができていくのか。イベントを繰り返すと何が生まれていけば良いのかを想像してもらうと良い。そこまでのシナリオを書いたら、コンテンツは生まれる。こういうストーリーの組み方を考えていただきたい。

#### ◆ 中心市街地活性化基本計画と連動したビジョンの作成

- 中心市街地活性化基本計画の作成の動きがあり、本事業で実施したスモールステップでの取り組みを同計画へ連携させていくということであるが、中心市街地活性化基本計画だけでは具体的な施策については言及されているもののその連動性や、今後のまちのビジョンなどがわかりづらい場合が多い。スモールステップで始めるにしても、背後に壮大なビジョンが無ければ、何を目指し、何を目的にやっているのかわからなくなってしまうことが懸念される。
- ビジョンの作成は必ずしも行政が描く必要があるわけではなく、民間から声を挙げ、描くことも大事である。民間がそうしたアイデアを具体的に取り組み始めることによって、それを行政が支援するという形に持っていくのが理想である。
- イベントを開催する場所（空き地・空き店舗）についても、今後の対象区域への拡がりを見据えて実施した方が良い。単に空いている場所を活用するのだけではなく、地主、家主等の協力が得られ、かつ対象区域の核となるいわゆるタネ地を選定しながらイベントを実施していくと良い。

## 2 熊谷市（埼玉県）

### （１）事業の背景と目標

---

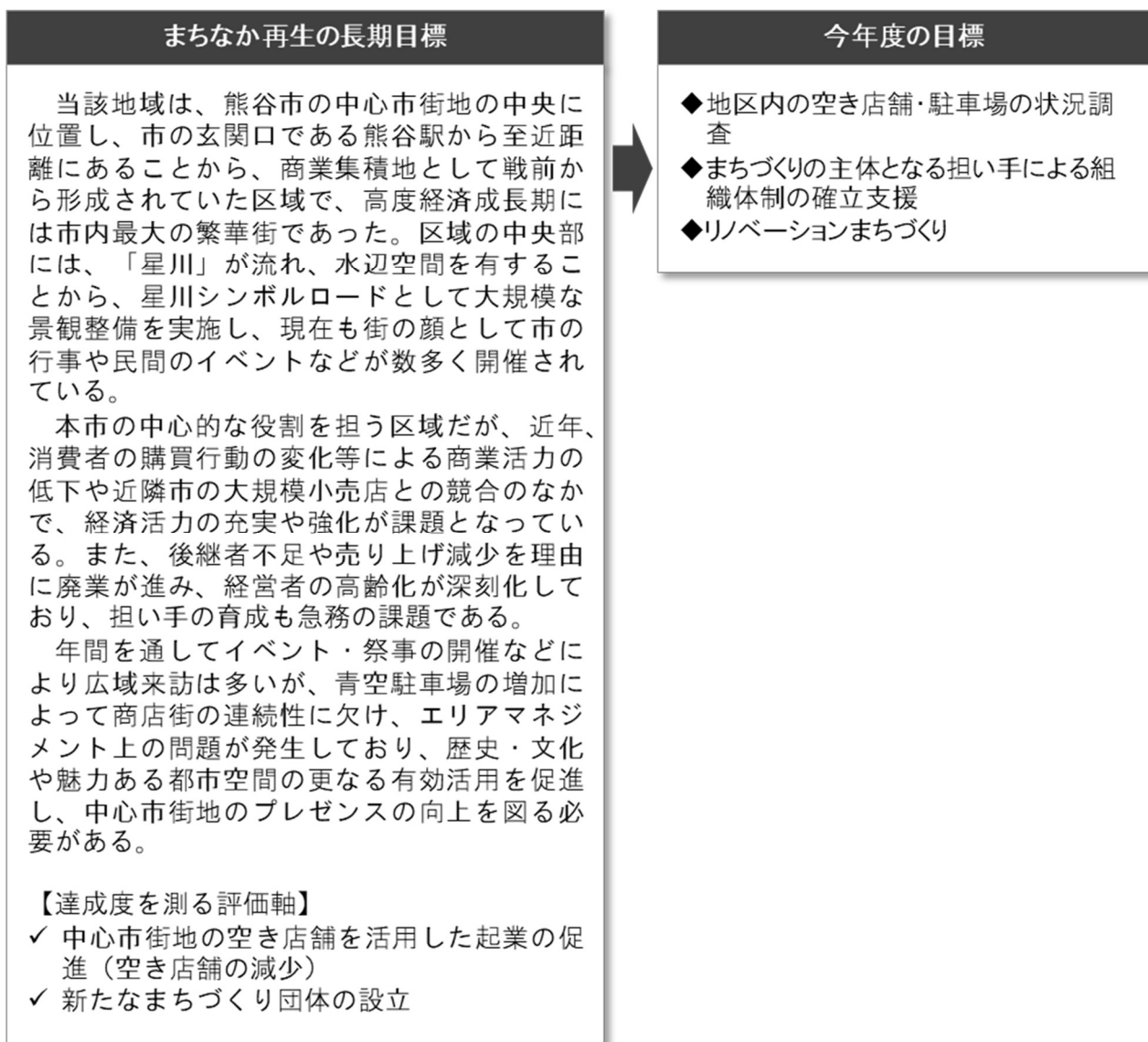
#### ① 事業の背景

熊谷市の中心市街地の概ね中央に位置し、市の玄関口である熊谷駅からも至近距離にあることから、戦前より商業集積地として形成されていた区域である。

戦災復興による土地区画整理事業がいち早く行われ、高度経済成長期の頃には、市内最大の繁華街であった。区域中央部には、「星川」という水辺空間を有し、本市でも星川シンボルロードとして大規模な景観整備を実施した。街の顔として、市の行事や民間のイベントなどが多く開催されている。

本市の中心的役割を担う区域だが、近年消費者の購買行動の変化等による商業活力の低下や、近隣市の大規模小売店との競合のなかで、経済活動の充実や強化が課題となっている。また、後継者不足や売上減少を理由に廃業が進み、経営者の高齢化が深刻化しており、担い手の育成も急務の課題である。年間を通してイベント・祭事の開催などにより広域来訪は多いが、青空駐車場の増加によって商店街の連続性に欠け、エリアマネジメント上の問題が発生しており、歴史・文化や魅力ある都市空間の更なる有効活用を促進し、中心市街地のプレゼンスの向上を図る必要がある。

## ② まちなか再生の長期目標と今年度の目標



## (2) 事業実施内容

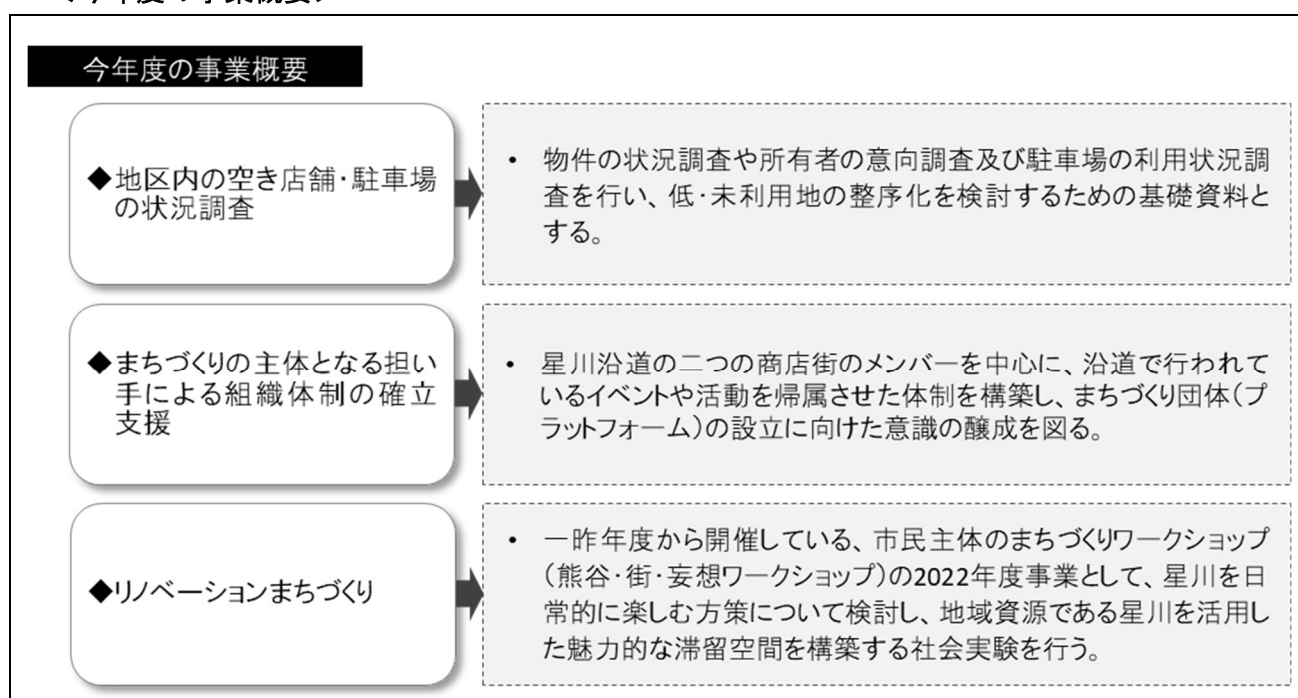
### ① 事業概要

今年度の事業においては、地区内の空き店舗・駐車場などの状況調査や所有者の意向調査及び駐車場の利用状況調査を行い、低・未利用地の整序化を検討するための基礎資料の整理を行った。

物件調査ののちに、まちづくりの主体となる担い手の星川沿道の二つの商店街メンバーを中心に、沿道で行われているイベントや活動を帰属させた組織体制の構築への支援を行い、まちづくり団体（プラットフォーム）の設立に向けた意識の醸成も図った。

並行して、市民主体のまちづくりワークショップ（熊谷・街・妄想ワークショップ）として、星川を日常的に楽しむ方策について検討、地域資源である星川を活用した魅力的な滞留空間を構築する社会実験を行った。

### <今年度の事業概要>



## ② 対象地区概況

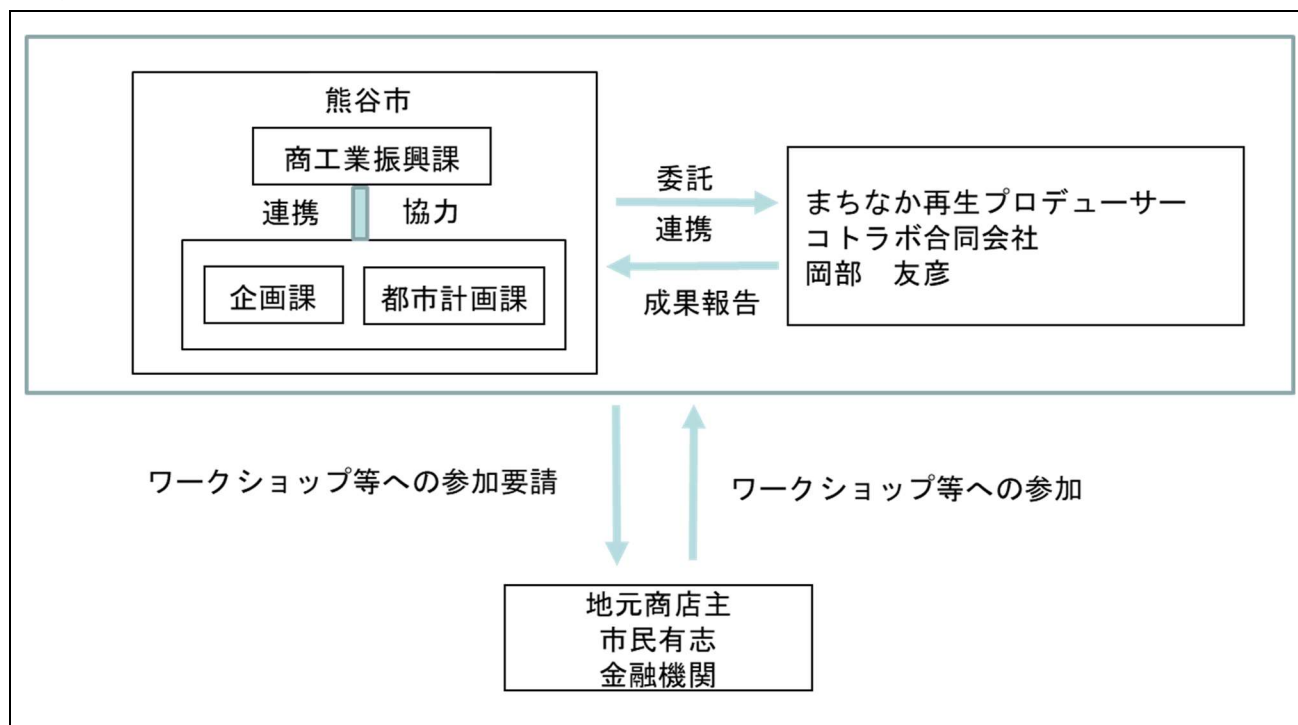
|           |                   |                     |         |        |        |                        |
|-----------|-------------------|---------------------|---------|--------|--------|------------------------|
| 地区名       | 熊谷市中心市街地(星川沿道) 区域 |                     |         |        |        |                        |
| 基礎<br>データ | 【面積】              | 1.15km <sup>2</sup> | 【人口】    | 2,329人 | 【人口密度】 | 2,025人／km <sup>2</sup> |
|           | 【営業店舗数】           | 65店舗                | 【空き店舗数】 | 14店舗   |        |                        |
|           | 【交通】              | JR熊谷駅 徒歩3～12分       |         |        |        |                        |

### <対象地区概況図>



### (3) 事業実施体制

#### ① 事業実施体制図



#### ② まちなか再生プロデューサー

コトラボ合同会社 代表社員 岡部 友彦 氏

コトラボ合同会社 代表社員

横浜市立大学非常勤講師 (2016)

立教大学兼任講師 (2014～2016)

関内イノベーションイニシアティヴ株式会社 取締役 (2011)

isb公共未来塾起業支援委員会 委員長 (2010～2011)

NPO法人アクションポート横浜 代表理事 (2009)

ヨコハマ市民まち普請事業審査委員 (2007～2009)

内閣府地域活性化伝道師 (2007)



##### 【略歴】

東京大学大学院工学系研究科建築学専攻（工学修士）。東京大学大学院工学系研究科建築学専攻博士後期課程単位取得。2007年にコトづくりからまちづくりを考える会社 コトラボ合同会社を設立。コトラボ合同会社では、まちづくりコンサルティング、まちづくり事業企画・実施、映像企画・制作、設計デザインに携わる。2008年横浜文化賞文化・芸術奨励賞を受賞。



#### (4) 事業実施スケジュール

|                                          | 4月                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 5月 | 6月 | 7月     | 8月     | 9月     | 10月    | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 |
|------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|--------|--------|--------|--------|-----|-----|----|----|----|
| <b>①地区内の空き店舗・駐車場の状況調査</b>                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |    |    |        |        |        |        |     |     |    |    |    |
| 空き店舗・駐車場の調査及び整理                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |    |    |        |        |        |        |     |     |    |    |    |
| <b>②まちづくりの主体となる担い手による組織体制の確立</b>         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |    |    |        |        |        |        |     |     |    |    |    |
| エリマネ法人立ち上げについての議論                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |    |    |        |        |        |        |     |     |    |    |    |
| ★<br>商工会議所青年部政策提言チームにて<br>エリマネ法人について話題提供 | <div style="position: relative; height: 100px;"> <span style="position: absolute; top: 40%; left: 45%;">★ 必要性や現状での課題洗い出し</span> <span style="position: absolute; top: 45%; left: 55%;">★ 座組みについての議論</span> <span style="position: absolute; top: 50%; left: 65%;">★ 他地域の都市再生推進法人について話題提供</span> <span style="position: absolute; top: 55%; left: 75%;">★ 法人設立についての書類の整理、定款作成など</span> <span style="position: absolute; top: 60%; left: 85%;">★ ビジョンの取りまとめ</span> <span style="position: absolute; top: 65%; left: 80%;">★<br/>商工会議所青年部政策提言チームより<br/>エリマネ法人の必要性についての政策提言</span> </div> |    |    |        |        |        |        |     |     |    |    |    |
| <b>③リノベーションまちづくり</b>                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |    |    |        |        |        |        |     |     |    |    |    |
| コーディネーターと事前 MT                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |    |    |        |        |        |        |     |     |    |    |    |
|                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |    |    | ● 7/23 | ● 8/20 | ● 9/10 | ● 10/1 |     |     |    |    |    |
|                                          | <div style="position: relative; height: 100px;"> <span style="position: absolute; top: 75%; left: 55%;">実験エリアの工事・制作</span> <span style="position: absolute; top: 80%; left: 65%;">星川行こうプロジェクトスタート（3月末まで）</span> <span style="position: absolute; top: 85%; left: 75%;">10/1<br/>● WSの反省会＋今後の動き方の検討</span> <span style="position: absolute; top: 95%; left: 85%;">1/17<br/>● オンライン勉強会</span> </div>                                                                                                                                                                                    |    |    |        |        |        |        |     |     |    |    |    |



## (5) 今年度の事業成果

### ① 今年度の成果

#### ◆ まちづくりの主体となる担い手による組織体制の確立

- これまでワークショップを複数年実施しながら実証実験等を実施し、人材の発掘に努めてきたが、地域による自発的な取組みとして発展していくためには、行政と各事業団体、商店街、自治会との中間組織となり、行政の組織編成に左右されない、持続可能な組織体が必要であった。
- まちづくりに関わりたい、星川ににぎわいを作りたい、熊谷を変えていきたいと思う人達が想いを持って参画し、行動へと繋げていけるコミュニティのハブ的役割を担う、まちづくり組織の構想案を、公民で協議のうえ、立案した。

#### ◆ 実証実験を通したシビックプライドの醸成

- 市民のシンボリックな存在であり、対象区域の中心部を流れる星川を市民と楽しむ実験プロジェクト「星川行こうよプロジェクト」を通して、子育て世代や子供達の滞留につながる空間づくりを行うなど、市民のシビックプライドの醸成に寄与した。

### ② 今後の課題と取組み方針

#### ◆ 星川沿いの将来像・エリアビジョンの検討

- 対象区域では、市役所通りを挟んだ東西において環境変化が異なり、特に西側エリアでは住居空間が広がるなど、今後のエリアの方向性について、ビジョンとして取り纏める必要がある。

#### ◆ 核となる社会実験・実証実験の企画・事業化

- これまではまちづくりの担い手の発掘や、まちなかに目を向けることを目的に市民とワークショップを実施してきたが、今後、まちづくり団体の組織形成が見込まれる状況においては、対象区域の核となり、エリア内に波及が期待できる社会実験・実証実験の取組みが期待される。
- 稼働率の低い駐車場の活用や、行政が保有する民間からの遺贈物件の活用、星川と建物の間を通る道路空間の活用など、人流を増加させるためのタネ地を検討したうえで、事業化を見据えて検討を進める必要がある。

### ③ 現地会議及び実績報告会における委員からの講評

#### ◆ 行政の積極的な関与、横断的な取組み

- エリアのビジョンを策定していくうえでは、商店のにぎわい創出という観点のみならず、地域の都市計画、また道路空間活用など、産業振興部門のみならず、多様な部門が横断的に取組みを進めていく必要がある。
- 社会実験・実証実験の実施に際しても、今後のタネ地の確保や核となる拠点整備においては、例えば行政が保有する遺贈物件を供与するなど、行政が積極的に関与していくことが期待される。

#### ◆ 民間の壮大な発想に基づく公民連携によるビジョンの作成

- ハード整備で今まで思い出があった場所をゼロにすることに対してさみしいといった地元の意見があったようだが、そもそもハード整備は今までの思い出を一度、ゼロ、リセットすることになる。だからこそ、ハード整備を行うに際しては、これまでのファンをどう繋ぎ止めながら整備していくのか、ということを考えなければならない。星川に対する思い出があるファンがいて、そういう人たちを集めつつ、このエリアの魅力と価値を共有しながら進めることが必要である。
- このエリアで星川は大切であるが、その前の道路はエリアを変える、ものすごいポテンシャルを有し、その道路空間活用によっては、周辺にも大きな影響が生まれていき、結果として、周辺の不動産の価値も上がり、そこで何かやりたい人が新たに現れてくる、といった好循環を生み出すことが大事だと感じる。
- ビジョン作成については、行政から頼まれて作るのではなく、まずは民間が勝手に描くことが大事であろう。当然、行政や地元の方との調整は必要なものの、まずはハッピービジョンのような、規制に捉われずにまずは民間でビジョンを描くことで、繋がりや意見も出始めてくる。写真からワクワク感は感じたので、それを絵にしてもらいたい。そのうえで、公民連携でビジョンの作成を進めて頂きたい。

#### ◆ ターゲットの検討

- 熊谷市は非常に魅力的で昼夜ではまちなかの顔が違う、という説明があり、実際に行ってみると指摘のとおりであった。このことから、何か方向性にヒントがあるのではないかと感じた。
- 1つ目は、周辺に住んでいる方にヒアリングしたが、地元の人で将来的に住み続けたいという人達は、非常にはっきりと意見を持たれている印象があった。そのため、周辺の方にお話するには、駐車場を無料にするという大きな計画だけではなく、まず地元で駐車場をどう活用したいのか、自転車などの動線の問題など、周辺住民の目線で話ができれば明確な仮説が立てやすいように感じた。
- 2つ目は、先ほどの交通計画の話もあったが、自動車も含めて、日常的にこのエリアでどのように交通を確保し、車をコントロールしていくのかを議論したうえで検討を進めて欲しい。ワークショップやイベントも、もう少し日常の視点も持ち合わせながら、例えば日常生活における、朝・昼・おやつといった時間帯に応じてどういった仕掛けができるかも検討してみてはどうか。夜は非常に多くの人を訪れている印象があったため、それと昼の日常生活と繋げていくきっかけづくりになると思う。

### 3 岡崎市（愛知県）

#### （１）事業の背景と目標

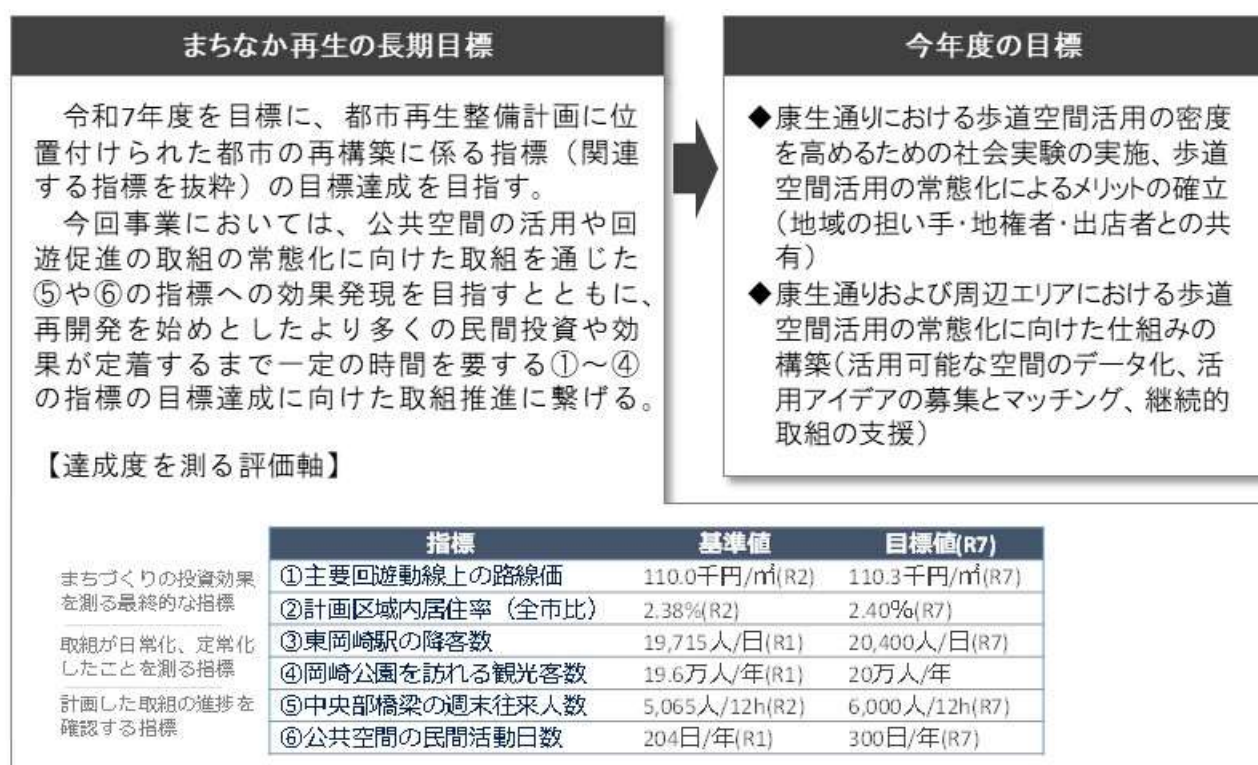
##### ① 事業の背景

総合計画にて主要駅周辺の市域中心部として、立地適正化計画にて都市機能誘導区域として位置付けられている。また国土交通省より「地方再生モデル都市」（H30. 3. 30）、「スマートシティ先行モデルプロジェクト（R2. 7. 31）」、「新しいまちづくりのモデル都市（R3. 3. 31）」に採択され、都市構造の再構築と地域の稼ぐ力の向上を実現するモデル都市としてまちづくりに取り組んでいる。

公共投資が先導するまちづくりにおいて、現段階は民間投資の追従を促進するフェーズにあるが、コロナ禍もあり出足が鈍い。再開発やリノベーションに伴う出店・オフィス立地・住居購入、公共空間を活用し民間イベント開催といった民間投資を呼び込むにあたり、先行するスマート技術や蓄積データを活用し、これらの誘導加速を図る必要がある。

かわまちづくり、歴史まちづくり、リノベーションまちづくり、観光まちづくり、健康まちづくりなどに取り組むとともに、その前提となるウォークラブルなまちづくりをスマート技術で補完しながら構築しつつある。

##### ② まちなか再生の長期目標と今年度の目標



## (2) 事業実施内容

### ① 事業概要

対象地域では、これまでの公共投資や民間の取組みを通じ、中心市街地の拠点施設に人が集まるようになってきたが、拠点施設へ集中する来訪者を周囲へ回遊させることがこれからの課題となっている。本事業では、対象地域内の「康生通り」を対象として、中心市街地における「快適で歩いて楽しい回遊動線」の一部とするため、康生通りのまちづくりを担う都市再生推進法人「まちづくり岡崎」と連携し、理想的な歩道空間（右図）に近づけるための取組み、歩道空間および沿線の空き地活用の常態化に向けた仕組の構築を行う。本事業を通じ、地域の担い手の取組みの後押しや民間投資の裾野の拡大を図る。



### <今年度の事業概要>

#### 今年度の事業概要

##### ◆市各担当課におけるまちなか再生課題の認識整理

- ・ 商業・観光振興、空き家対策、スマートシティ、まちなか再生に関わる市担当課との意見交換を実施し、QURUWA戦略地区の回遊促進に対する課題認識、康生通りにおけるまちなか再生に対する課題認識について整理

##### ◆まちなか再生課題に関する公民認識の共通化

- ・ 康生通りの都市再生を担う都市再生推進法人「まちづくり岡崎」をはじめとする地域の担い手を対象に、まちなか再生、回遊促進に関する課題認識についてヒアリングを行い、各団体の取組と市や本事業の取組との関係性を整理
- ・ 歩道空間活用の常態化とその仕組みづくりに向けて必要な情報や支援、期待される効果について意見聴取する。歩道空間活用の常態化に向けた取組方針について、「まちづくり岡崎」と合意

##### ◆課題解決アイデアの提案募集

- ・ 康生通りにおける歩道空間活用の常態化に向けて、民間事業者からの活用アイデアを募集するための基礎情報を整理
- ・ 「まちづくり岡崎」との連携に加え、民間事業者とのネットワークをする企業と連携した体制を構築し、歩道空間の活用アイデアを募集

##### ◆ブラッシュアップ・マッチングの実施

- ・ 民間側から確認したいことや助言を求めることに対して、市の担当課や地域とのマッチングの機会を提供。
- ・ アイデア選定後、データに基づくターゲット検討や、実証実験時の効果分析方法など、スマート技術を活用したブラッシュアップのためのサポートを実施

##### ◆実証実験の実施・事業化協議

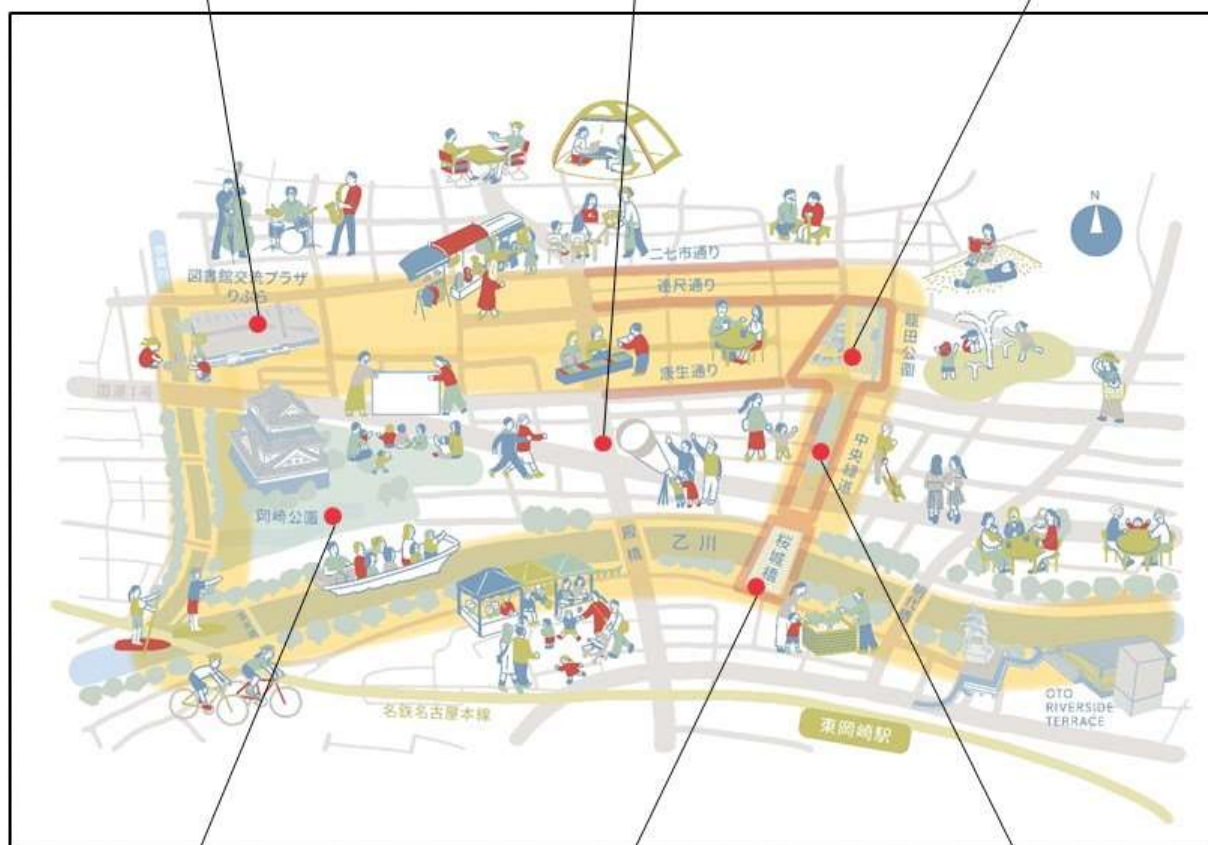
- ・ 選定されたアイデアに対し、民間・市・関連する地権者・都市再生推進法人と協議・調整を行い、実証実験を実施
- ・ 実験後、歩道空間の活用者や沿線店舗へのヒアリングを行い、今後の継続や事業化に向けた取組方針を作成する。これら取組を踏まえ、歩道空間活用の常態化に向けた仕組みのあり方を検討



## ② 対象地区概況

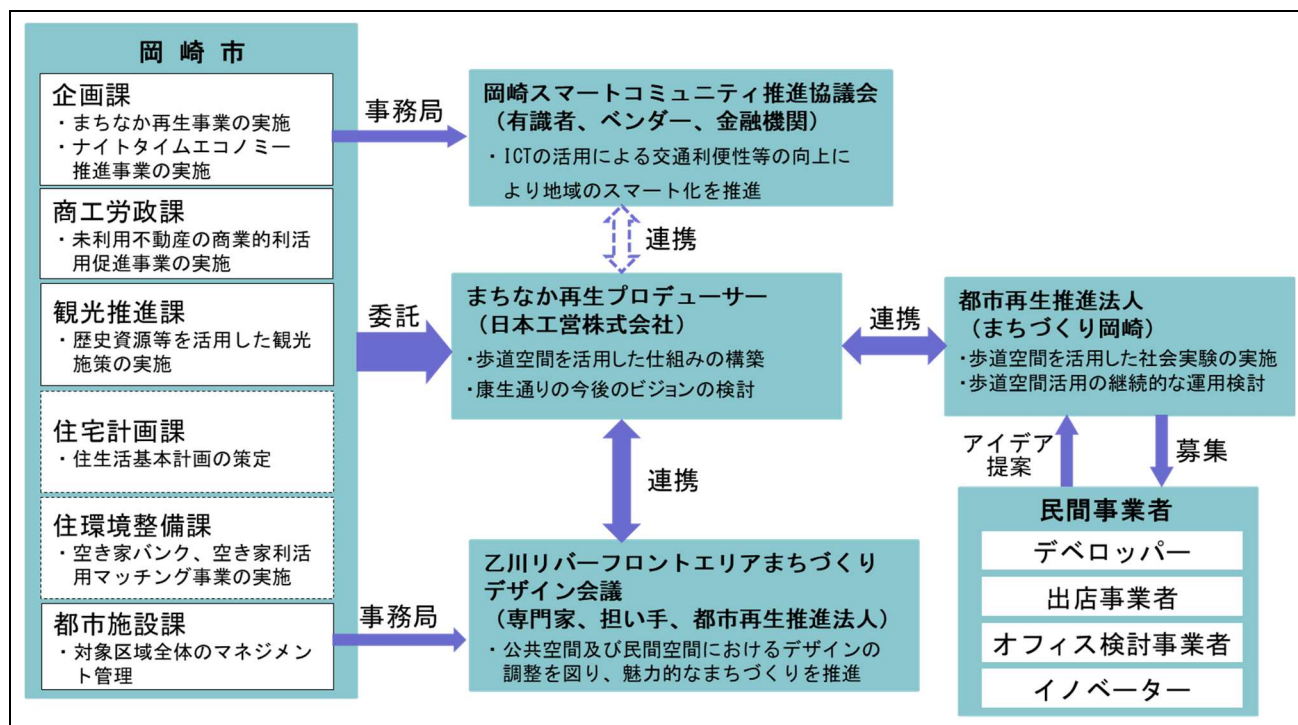
|           |              |                     |         |         |        |                        |
|-----------|--------------|---------------------|---------|---------|--------|------------------------|
| 地区名       | 乙川リバーフロントエリア |                     |         |         |        |                        |
| 基礎<br>データ | 【面積】         | 1.57km <sup>2</sup> | 【人口】    | 約8,000人 | 【人口密度】 | 5,095人／km <sup>2</sup> |
|           | 【営業店舗数】      | 約1,400店舗            | 【空き店舗数】 | 約82店舗   |        |                        |
|           | 【交通】         | 名古屋鉄道東岡崎駅           |         |         |        |                        |

### ＜対象地区概況図＞



### (3) 事業実施体制

#### ① 事業実施体制図



#### ② まちなか再生プロデューサー

日本工営株式会社 胡内 健一 氏

日本工営株式会社 交通都市部  
課長

##### 【略歴】

2006年入社。主に国内市場にて道路交通政策、都市政策の案件に従事し、近年は、スマートシティ開発や先進モビリティの社会実装に向けたプロジェクトに携わる。また、2018年以降、都市・交通分野の事業開発を担当し、交通、都市マネジメント市場を対象としたビッグデータを活用したサービス開発を実施中。



#### (4) 事業実施スケジュール

|                           | 7月                   | 8月                 | 9月                                                                               | 10月 | 11月  | 12月                      | 1月 | 2月     |
|---------------------------|----------------------|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------|-----|------|--------------------------|----|--------|
| (1)市各担当課におけるまちなか再生課題の認識整理 | まちなか再生に関わる市担当課との意見交換 |                    | ヨリミチ×コミチ プロジェクト<br>康生通りの将来ビジョン実現に向けた空間活用プランの作成、本事業での取組に関する合意<br>(市、まちづくり岡崎、日本工営) |     |      |                          |    |        |
| (2)まちなか再生課題に関する公民認識の共通化   | 「まちづくり岡崎」との意見交換      |                    |                                                                                  |     |      |                          |    |        |
| (3)課題解決アイデアの提案募集          |                      | 歩道空間活用(出店)の募集方法の検討 | 出店者の募集                                                                           |     |      |                          |    |        |
| (4)ブラッシュアップ・マッチングの実施      |                      |                    | 応募者マッチング                                                                         |     |      | 今後のブラッシュアップに向けた出店者との関係構築 |    | 次年度継続へ |
| (5)実証実験の実施・事業化協議          |                      |                    |                                                                                  |     | 実証実験 | 歩道空間活用の常態化に向けた仕組み構築      |    |        |

## (5) 今年度の事業成果

### ① 今年度の成果

#### ◆ 歩道空間活用の常態化によるメリットの確立

- 康生通りの歩道空間と空き空間の活用に向けて、「ヨリミチ×コミチプロジェクト」を立ち上げ、各週末で空間活用を実施した。
- 出店者による、実験後の継続的な取組みに繋がる動きが見られ、集客力のある籠田公園の周辺や出店が集積した箇所への滞留が実現した。

#### ◆ 歩道空間活用の常態化に向けた都市再生推進法人の取組具体化

- 出店者と沿道店舗から、今後の継続に関する前向きな改善意見を得られた。
- また、都市再生推進法人による空間活用を管理する取組みを見据えて試行したことにより、歩道空間活用の常態化に向けた仕組みの構築に着手した。

### ② 今後の課題と取組み方針

#### ◆ 都市再生推進法人による空間活用管理の継続

- 継続的に歩道空間等の活用の管理を実施するために、既に対象区域で活動を行っている都市再生推進法人「まちづくり岡崎」を中心とした体制構築、実施に取り組む。
- ただし、「まちづくり岡崎」だけではリソース面では実施できる範囲には限界があるため、市（公共空間や空き地活用）や他の民間事業者（不動産事業）との効果的な連携が必要となる。

### ③ 現地会議及び実績報告会における委員からの講評

#### ◆ ビジョンのブラッシュアップ

- 今年度も実証実験を実施し、歩道空間活用の常態化に向けた取組みが着実に実施されているなか、今後は単に出店する店舗や意欲を有する人々を発掘するだけではなく、持続的な事業化を目指す段階に来ているのではないかと感じた。
- 一過性で終わるのではなく、事業を継続化していくためには、各店舗がどういう風にアレンジするだとか、その店がより効果を出すためにはこういうイベントと連動する、といったようなデザインも含めた支援が必要なのではないかと感じた。  
対象区域においては、市と大学、まちづくり団体にて、「康生通り将来ビジョン」が作成されているが、ビジョンも策定して終わりではなく、こうした段階に応じてブラッシュアップしていくことが期待される。

#### ◆ 多様なプレイヤーとの連携

- 岡崎市は、ハード面そして本事業のソフト面と多様な取組みをされており、全国的にも有名であるが、今後はこうした専門家を集めて様々な取組みを連動する時期にあるのではないかと感じた。



## 4 松原市（大阪府）

### （１）事業の背景と目標

---

#### ① 事業の背景

対象区域である、河内天美駅周辺区域においては、河内松原駅周辺と並び人口密集度が高く、本市を代表する生活拠点の一つとなっている。また、令和３年１１月には大型商業施設、セブンパーク天美が開業し、最寄り駅である河内天美駅はその来客及び従業員が利用しているため、乗降者数は増加している。

しかしながら、駅周辺の商店街においては、店主の高齢化などに伴い、事業継承がなされず店舗を閉める所が散見され始め、また商店街内にあったスーパーやファーストフード、携帯電話販売店などが大型商業施設に移転したこともあり、現地の商店に調査及びヒアリングした結果、商店街内の人流が２０％ほど減少したとの結果がでている。

このような状況の中、地域の商店に人が流れないという問題をこのタイミングで解決しなければ、今後も各商店への来客数が徐々に減り、閉店し、空き店舗となり、さらに来客が減るといった負の連鎖を招きかねない状況となっている。

## ② まちなか再生の長期目標と今年度の目標

### まちなか再生の長期目標

商店街における人流を20%増やすため、今までにないアイデアをまちなか再生専門家に求め、サウンディング調査や社会実験などを実施

社会実験においては、空き店舗などを活用し、商店街の魅力を拡充する事業所を誘致し、そのデータをもとに今後の中長期的な河内天美駅周辺地域のにぎわいづくりを創造

【達成度を測る評価軸】

- ・活動（コンテンツ）：  
調査分析や仮説設定に基づく空き店舗空間活用による商店街の人流増加（目標：社会実験前比20%増）
- ・人（プレイヤー）：  
にぎわいづくりの担い手へのアクセス（目標：新規出店希望者3団体or5名以上）、来年度以降の活動の担い手の発掘（目標：1団体or1名以上）
- ・交流（コミュニティ）：  
にぎわいづくりを実行・推進する活動主体の計画立案1件

### 今年度の目標

#### ◆ニーズ調査まとめ：

机上調査やフィールドワーク調査、利用者アンケート調査等により収集した対象地域に関する情報を広域マップや時系列で整理し、一元的に分かりやすく視覚化する。そのうえで、対象地域におけるにぎわいづくりに求められる方向性を取り纏め

#### ◆サウンディング調査まとめ

店舗オーナー・空き店舗物件所有者／不動産業者／地域金融機関／市内商工会議所等との対話を行い、「空き店舗マップ」「空き物件リスト」を作成する。また、SWOT分析や3C分析等により外部環境分析結果を取り纏め

#### ◆社会実験の企画実施

対象地域の空き店舗内において、令和4年12月まで、にぎわいづくりに向けた商店街の空き店舗活用の社会実験を2回計画し、実施

#### ◆新規出店希望者に向けた支援：

空き店舗を使いたい人と使ってほしい人の想いをつなげるために、活用可能性を具体的に検討する「マッチングワークショップ」や、現地での「商店街空き店舗見学ツアー」を計画、実施

#### ◆アクションプラン作成：

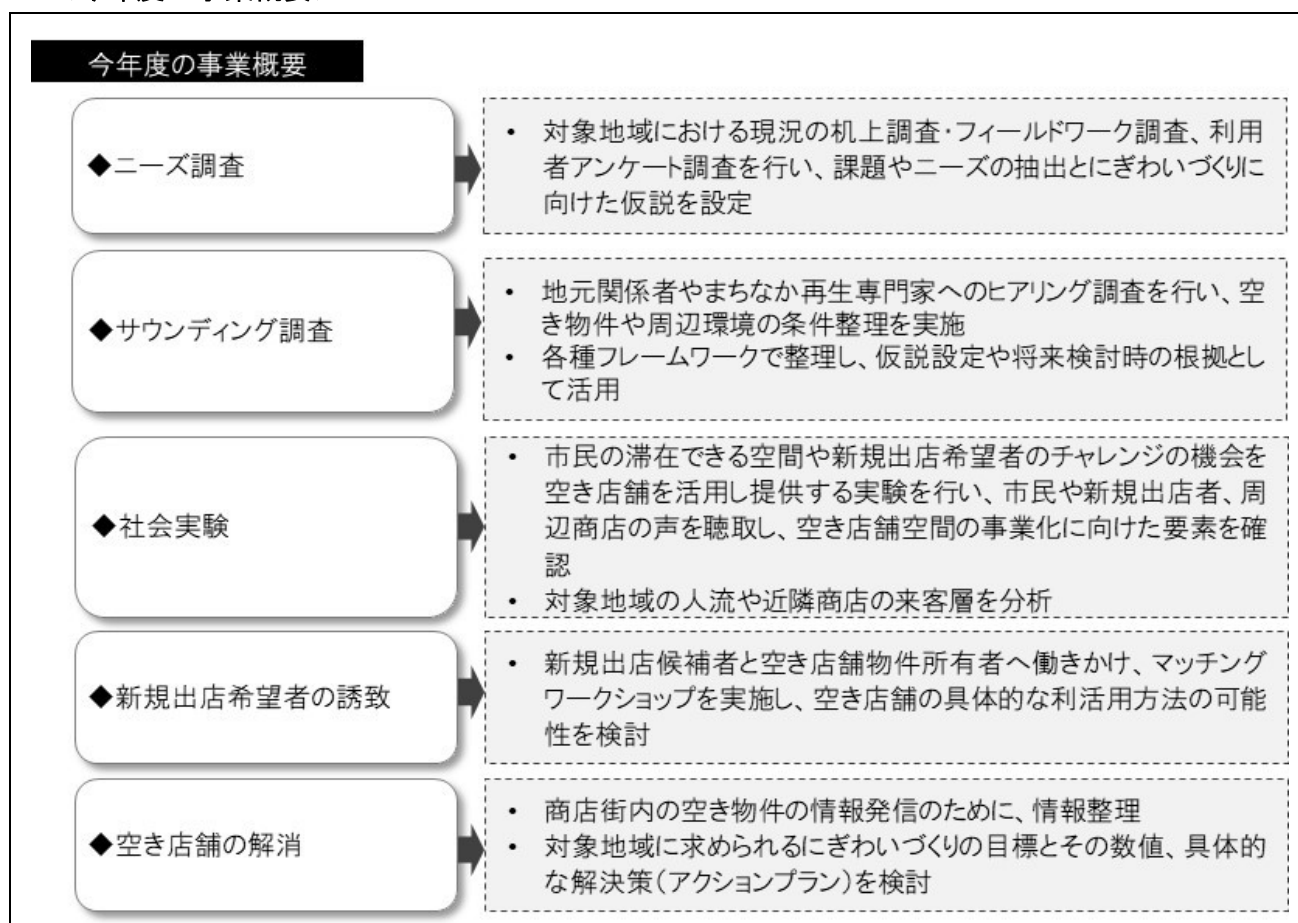
対象地域に求められるにぎわいづくりの要素をポイント毎に整理し、空き店舗を継続して解消していくための仕組みや、目標の設定、行動計画を策定

## (2) 事業実施内容

### ① 事業概要

対象地域で自走できるにぎわいづくりのための第一ステップに位置づけ、徹底した現状調査・分析、人材発掘、事業企画を行う。地域との対話(ヒアリング/アンケート等)や社会実験、ワークショップの実施を通じて、対象地域の生活を豊かにする「活動(コンテンツ)」と、それを提供できる「人(プレーヤー)」を発掘し、プレーヤー間や地域住民の「交流(コミュニティ)」の在り方を検討する。将来に向けては、にぎわいが段々と対象地域全域に拡大していくために必要な「活動・人・コミュニティ」を段階的に構築する。

### <今年度の事業概要>



## ② 対象地区概況

|           |           |                     |         |                         |
|-----------|-----------|---------------------|---------|-------------------------|
| 地区名       | 河内天美駅周辺区域 |                     |         |                         |
| 基礎<br>データ | 【面積】      | 0.45km <sup>2</sup> | 【人口】    | 5,650人                  |
|           |           |                     | 【人口密度】  | 12,560人／km <sup>2</sup> |
|           | 【営業店舗数】   | 約 461店舗             | 【空き店舗数】 | 約 20店舗                  |
|           | 【交通】      | 近鉄南大阪線 河内天美駅        |         |                         |

<対象地区概況図>



ハートフルAMAMI  
(天美駅前東商店会)



空き店舗  
(社会実験実施場所)



大型商業施設  
(セブンパーク天美)



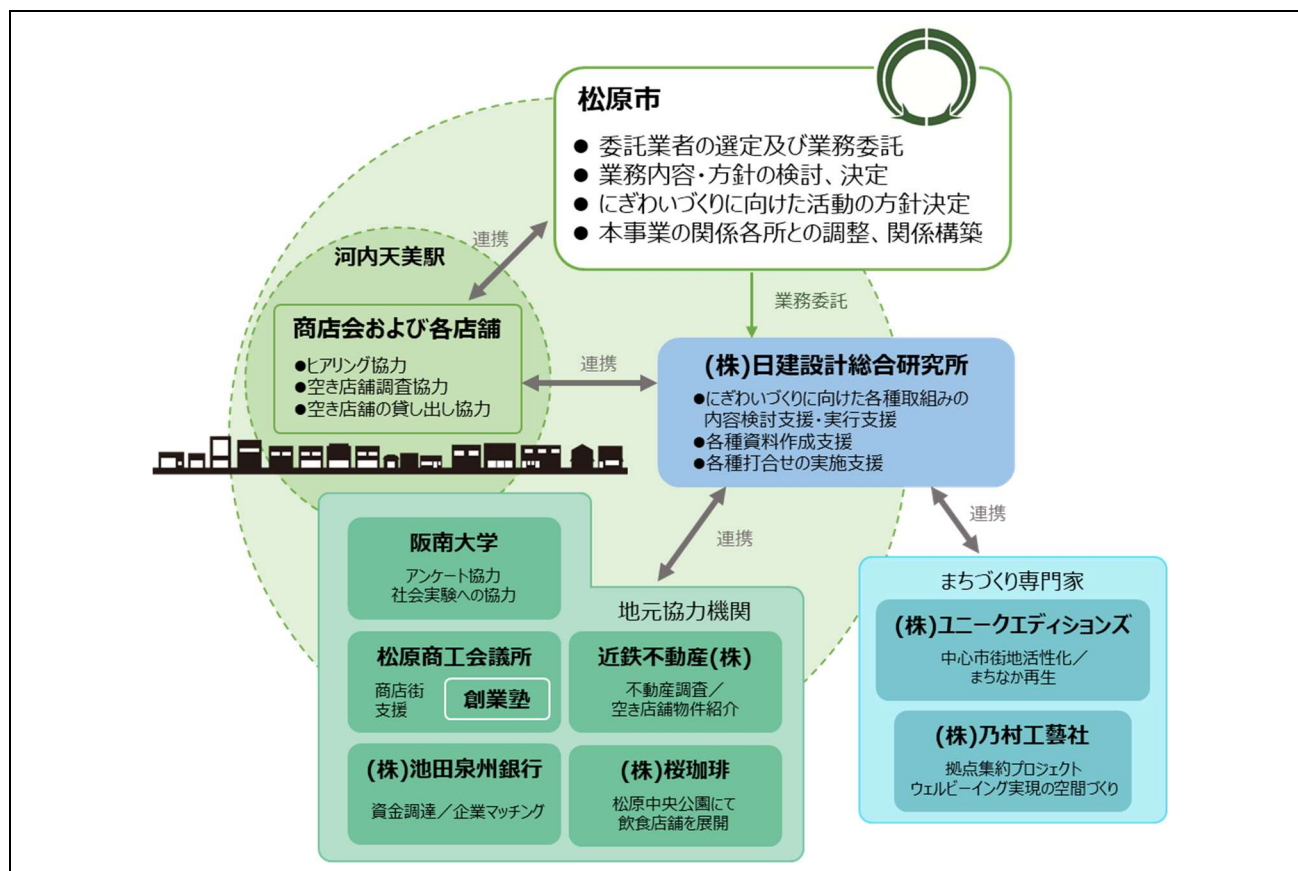
駐輪場スペース  
(社会実験実施場所)



トレピアンAMAMI  
(天美商店街振興組合)

### (3) 事業実施体制

#### ① 事業実施体制図



#### ② まちなか再生プロデューサー

株式会社日建設計総合研究所 上席研究員 小川 貴裕 氏

株式会社日建設計総合研究所

上席研究員

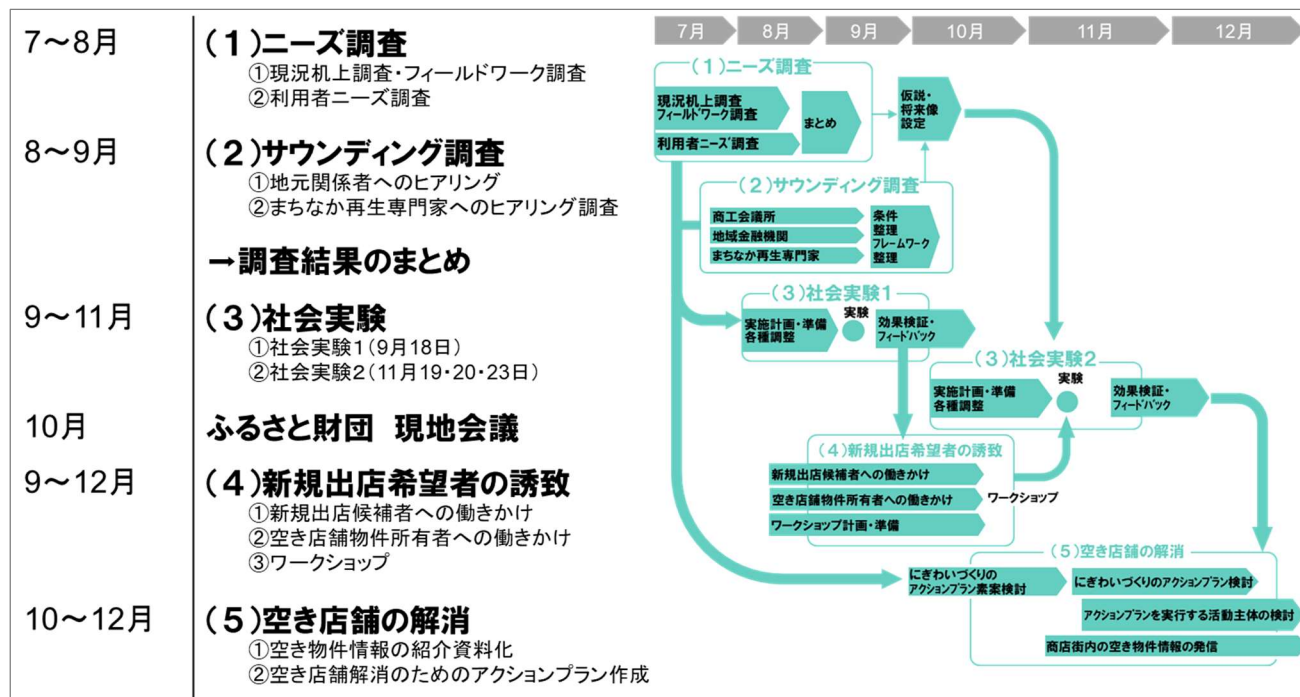
##### 【略歴】

株式会社日建設計総合研究所都市部門上席研究員、公共空間イノベーショングループマネージャー。

1971年千葉県生まれ。1997年名古屋大学大学院工学研究科修士課程修了。2008年京都大学大学院経営管理教育部経営管理専攻修了。1997年株式会社日建設計入社、日建設計シビルを経て現職。MBA（経営学修士）、技術士（建設部門）、認定都市プランナー（都市・地域経営）。専門は公共空間イノベーション、事業評価、公民連携事業支援、パークマネジメント、戦略事業コンサルティング、インビジブルアセットマネジメントなど。近年では都市公園をはじめとする道路、河川、まちなか空地等の公共空間利活用の事業化実現支援、地方都市再生、エリア価値向上に関するコンサルティングに携わる。主な受賞は、都市公園等コンクール（一社）日本公園緑地協会会長賞、都市計画コンサルタント優良業務登録事業（e-j o b 事業）認定他。



## (4) 事業実施スケジュール





## (5) 今年度の事業成果

### ① 今年度の成果

#### ◆ 大学との連携による実証実験の実施

- 同エリアには大学のキャンパスを有し、現在は駅と大学との通学が中心となっており、商店街への回遊には至っていない状況にある。
- そうした中で、大学と連携し、空き店舗を活用した実証実験を実施することで、大学生における商店街の認知度を高め、商店街へ目を向けるきっかけを創出することができた。

#### ◆ 空き店舗活用に向けたビジョンの作成

- にぎわいづくりの施策の方向性と、空き店舗を継続して解消していくためのにぎわいの仕組みや、達成すべき目標の設定など、アクションプラン策定を行った。

#### ◆ 大型商業施設との連携体制の構築

- 大型商業施設（セブンパーク天美）が開業したことで、対象区域の中心に河内天美駅の乗降客は増加している一方で、駅前からバス等で商業施設へ直接向かう流れが出始めており、商店街の回遊が課題となっている。
- そうした中、大型商業施設と商店街とで、今後の同エリアの賑わいのあり方について検討した。

### ② 今後の課題と取組み方針

#### ◆ 新規プレイヤー（出店者）との関係構築

- 商店街には空き店舗が多数存在しており、新たな出店者の発掘が期待されていることから、今年度の事業では創業塾の卒業生や、ナショナルチェーンなどにアプローチしたものの、現時点では新規プレイヤー（出店者）の発掘には至っておらず、引き続き新規プレイヤー（出店者）の発掘に向けて取り組む必要がある。
- 行政と民間事業者という垣根を越えて、共に地域づくりを行うための連携意識を向上させるとともに、単なる費用支援する補助金ではなく、地域貢献の視座からのサポート体制を検討する。

#### ◆ エリアブランディング

- 大型商業施設（セブンパーク天美）との連携を進めていくなかで、大型商業施設と商店街が持つ魅力を協調しながら、エリアのブランディングに取り組む必要がある。

### ③ 現地会議及び実績報告会における委員からの講評

#### ◆ まちづくりの担い手の世代継承

- 大学があるということでもちに人がいっぱいいるということを感じた。ポテンシャルはあらずであり、そのポテンシャルをどう活かすのかというのがテーマになってくると思う。そういう中で言うと、例えば商店街の中の方々が、今回のこのまちなか再生の取り組みをどのように認識されていて、それに対して自分たちがどう関わろうという風に考えておられるのがポイントである。

- 周辺に開業した大型商業施設（セブンパーク天美）から提案があり連携協議を開始するということが書かれているが、本来はこうした動きが商店街側から出てくるべきであり、高齢化ということであれば担い手の代替わりをしていく時期にあると思われ、次世代の人材を発掘・育成していくことが求められると感じた。
- 商店街の会長が高齢であったことは認識しており、商店街全体では通行量が減っていても、自店舗はそれほど影響を受けていないという発言があったのが印象的であり、危機感が全体的に共有されていないのが課題ではないか。商店街で空き店舗を解消していくという意識を高めていかなければならないと感じた。実際に生業をされている店舗の方々や住民の声をもう少し時間をかけて拾い上げて頂く必要があると思う。

#### ◆ 同区域の出店規模に応じた新規プレイヤー（出店者）の発掘

- 非常に人通りも多く、マンションなどもあり、大型マンション開発、近隣の大学があるなど、恵まれたベースがある。その中で、お店をやってみようか手が上がらないというのは、やや疑問がある。
- ナショナルチェーンに声がけすると、ベクトルが異なっているのではないかと。それよりも、地元で小さな規模でやっている店舗など、横のつながりを利用して調査していく方が良い。その過程で、どういったニーズがあるのか、例えば飲食店であれば水回りが課題になると思うが、そういう調査で障壁を洗い出し、解消していく必要がある。
- あのエリアの持つポテンシャルに対して、飲食店が足りないと現地会議でも指摘したかと思う。流行っている飲食店もあったが、それらはフランチャイズではなかったと思う。であれば、そういった店舗に声がけしていく方が良い。さらに、松原市内やその天王寺から南側のエリアで元気で勢いのある店舗が出店してくれるようにお声かけしていくのも一案である。時間的な制約があったのかもしれないが、当たりをつけてやることが大切である。

#### ◆ ターゲットの再検討

- 高齢者による商いが中心に見えるところも、若いお母さんたちも回遊しているところが見受けられ、こだわりの専門店街という側面もあるように感じた。今は逆に、潮流として昭和のまちであるとか、ウェルビーイングのような幸せな佇まいに、外国人も含めて魅力を感じている。そういう点では、このエリアはポテンシャルが高いと感じている。現地視察でも、小さな個人経営のカラオケスナックも見受けられたし、商店街に滞在したいニーズの表れだと思う。大学生と連携してワークショップするということだけではなく、地元で愛着を持っている人達との取組みも必要ではないか。今、存在しているものが宝物であるため、そちらにも目を向けて欲しい。



## 5 門真市（大阪府）

### （１）事業の背景と目標

#### ① 事業の背景

門真市駅は京阪電車と大阪モノレールの結節点であり本市の玄関口であるが、駅の乗降客は滞在せず、駅周辺では空き家・空き店舗も増加し、地価が下落傾向にある。門真市から西三荘駅に向けては京阪電車沿いに自転車歩行者道があり、西三荘駅の先にはパナソニックミュージアムがある。そうしたことから本市ではウォーカブルエリアとしての位置づけをして、ソフトとハードの両面から公民連携まちづくりを進めるためのリードプロジェクトとしている。

交通の結節点であり、京阪電車沿いの歩行空間もあり、平坦な地形でありながら、魅力的な歩行空間や外部空間に乏しくエリアの価値が低下している。また、エリア内で活動するプレーヤーの発掘や、活躍できる空間や組織の整備が必要である。

#### ② まちなか再生の長期目標と今年度の目標

##### まちなか再生の長期目標

区域内の門真市駅は周辺企業への通勤や京阪電車と大阪モノレールの乗換え等で乗降客数は多いが、通過駅となっており、乗降客が滞在しないため、賑わいが喪失されている。そのため、まちとしての魅力が喪失され、空き店舗・空き家が増加しており、地価も下落している。

公共空間や空き店舗・空き家の有効活用などによる賑わいの創出により、人口流入や通勤客等の通過する人々が滞在したいまちにすることが目標となる。

令和3年度までの社会実験を通じ、京阪電車沿線に沿った東西軸においてビジネス創出や地域コミュニティ形成などの活動需要が確認できてきたことから、西三荘駅周辺を含めた東西軸にウォーカブルエリアを形成することで、これまでの目標であったエリア価値の向上により、下落傾向にある地価が上昇に転じるための動きを加速化させる。

##### 【達成度を測る評価軸】

- ・路線価上昇  
(令和2年度190,000円／㎡→令和8年度210,000円／㎡(6年間10%向上))
- ・駅前広場の通行量・滞在者数  
(令和2年度通行量平日9,650人／日→令和8年度通行量14,500人(約1.5倍))
- ・地元ものづくり企業の周辺立地(オフィス、ショールーム等)
- ・空き店舗への新規出店者数(令和3年度現在空き家・店舗数52店舗、令和8年度新規出店15店舗)

##### 今年度の目標

- ◆空き地、駐車場活用:土地利用3箇所、出店者数:10件(市内外)
- ◆空き家暫定利用、リノベーション事業計画:2物件以上(空き物件54物件)
- ◆地元プレイヤー参画:40社以上(新規10社)
- ◆エリアプラットフォームの組成
- ◆門真市駅～西三荘駅間のウォーカブルエリアイメージ案の策定

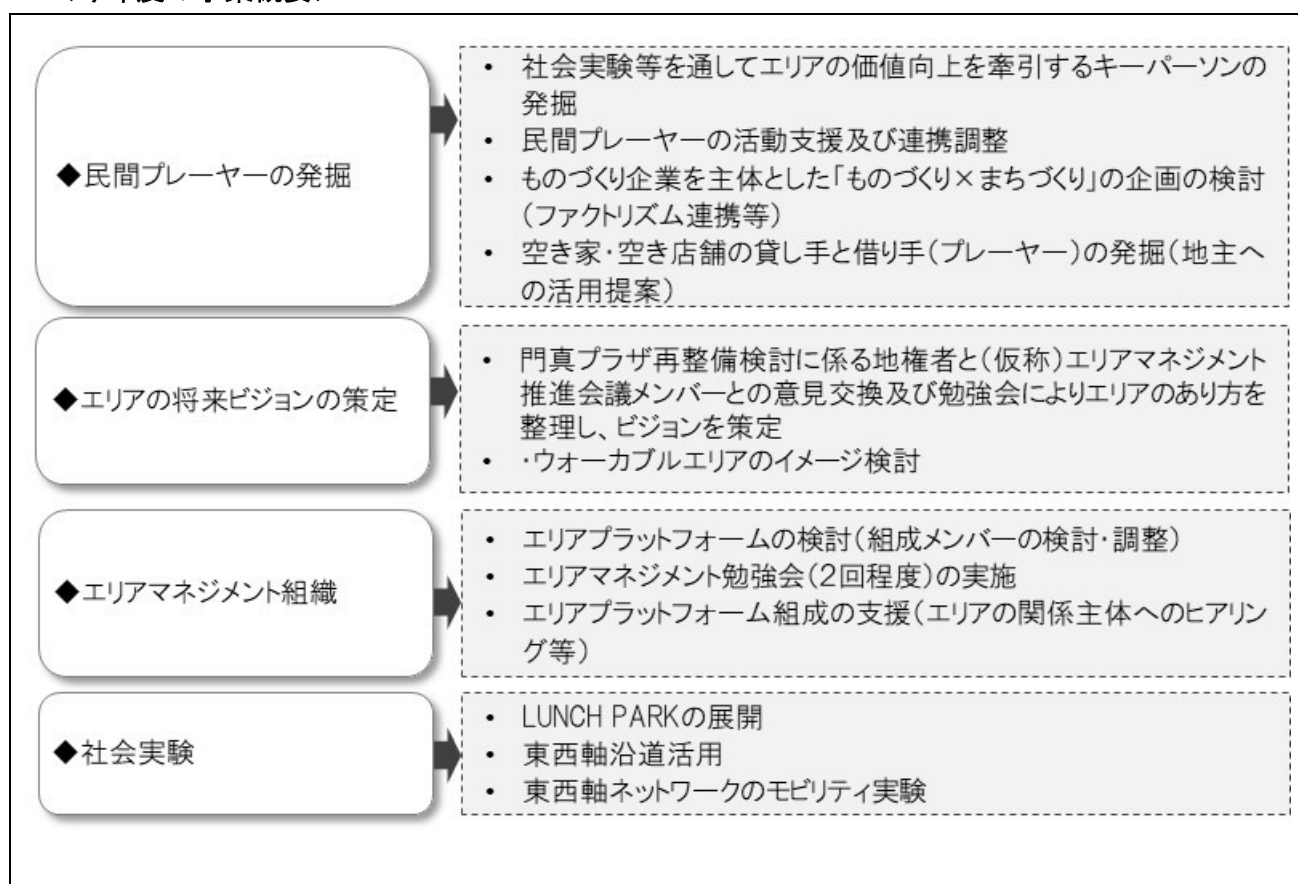
## (2) 事業実施内容

### ① 事業概要

門真市駅～西三荘駅の間を中心にウォークブルエリアを形成し、周辺の空き家・空き店舗活用も検討しながら、ソフトとハード両面で公民連携まちづくりを進める検討を実施し、仮説を立てながら、その確認として実証の社会実験を実施する。

また、門真市駅周辺エリアリノベーション社会実験で培った、門真市のものづくり企業との関係性をこのウォークブルエリアの形成でも活用し、まちに出たいものづくり企業と共に、プレイヤーの集まりを形成し、本市の特徴である「ものづくり×まちづくり」をこのエリアから市全域に広めていく。

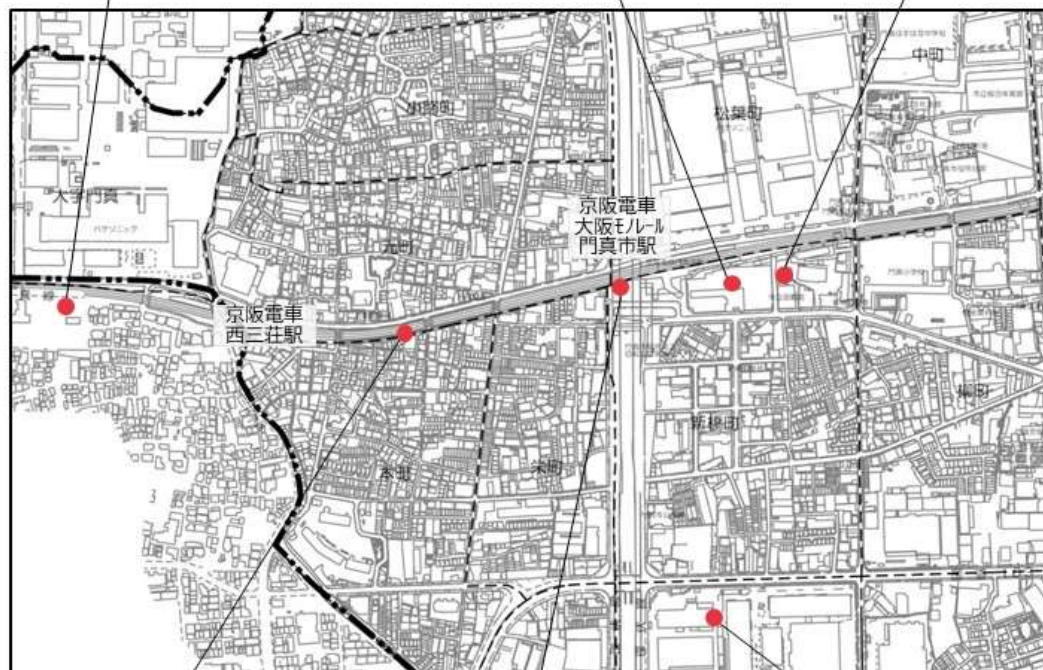
### <今年度の事業概要>



## ② 対象地区概況

|           |                                      |                     |         |                         |
|-----------|--------------------------------------|---------------------|---------|-------------------------|
| 地区名       | 門真市駅・西三荘駅周辺地区                        |                     |         |                         |
| 基礎<br>データ | 【面積】                                 | 0.55km <sup>2</sup> | 【人口】    | 9,799人                  |
|           |                                      |                     | 【人口密度】  | 17,773人／km <sup>2</sup> |
|           | 【営業店舗数】                              | 345事業所              | 【空き店舗数】 | 不明                      |
|           | 【交通】 京阪電車(門真市駅・西三荘駅) 大阪モノレール線駅(門真市駅) |                     |         |                         |

<対象地区概況図>



### (3) 事業実施体制

#### ① 事業実施体制図



#### ② まちなか再生プロデューサー

株式会社オープン・エー 代表取締役 馬場 正尊 氏

株式会社オープン・エー 代表取締役  
東京R不動産 ディレクター  
公共R不動産 ディレクター  
REWORK 編集長  
東北芸術工科大学 教授  
株式会社nest代表  
株式会社インザパーク 代表



##### 【略歴】

1968年佐賀県生まれ。1994年早稲田大学大学院建築学科修了。博報堂で博覧会やショールームの企画などに従事。その後、早稲田大学博士課程に復学。雑誌『A』の編集長を経て、2003年Open Aを設立。建築設計、都市計画、執筆などを行う。同時期に「東京R不動産」を始める。2008年より東北芸術工科大学准教授、2016年より同大学教授。近作として「Reビルプロジェクト」(2014-)、「佐賀県柳町歴史地区再生」(2015)、「Shibamata FU-TEN」(2017)など。近著に『クリエイティブローカル エリアリノベーション海外編』(学芸出版,2017)『公共R不動産のプロジェクトスタディ』(学芸出版,2018)がある。

ウェブメディア『団地R不動産』(2011-)、『公共R不動産』(2015-)、『REWORK』(2017-)を運営。2017年より沼津市公園内の宿泊施設『INN THE PARK』を運営。



## (4) 事業実施スケジュール

| 事業<br>内容                                 | 実施手法等 | 実施時期           |      |     |    |                       |              |                 |               |        |         |         |  |
|------------------------------------------|-------|----------------|------|-----|----|-----------------------|--------------|-----------------|---------------|--------|---------|---------|--|
|                                          |       | 5月             | 6月   | 7月  | 8月 | 9月                    | 10月          | 11月             | 12月           | 1月     | 2月      |         |  |
| (1) 民間プレーヤーの発掘                           |       |                |      |     |    |                       |              |                 |               |        |         |         |  |
| プレイヤー会議による担い手発掘・ネットワーク化<br>(カドマノカドマ)     |       | キーパーソンの発掘      |      |     |    | カドマノカドマ               |              |                 |               |        |         |         |  |
| ・若手のチャレンジの場づくり<br>(カドマとタクミ、門真夜市等)        |       |                |      |     |    | マルシェPJ 企画会議           |              |                 |               |        |         |         |  |
| ・ものづくり企業を主体とした「ものづくり×まちづくり」の企画検討         |       |                |      |     |    | 高専との調整                | FactriSM 参加  |                 | カドマとタクミ       | 門真夜市   | カドマとタクミ | カドマとタクミ |  |
|                                          |       |                |      |     |    |                       |              |                 | ものづくり企業との企画検討 |        |         |         |  |
| (2) エリアビジョンの策定及びエリアマネジメント組織              |       |                |      |     |    |                       |              |                 |               |        |         |         |  |
| ・エリアプラットフォーム組成勉強会の開催                     |       | 第1回            |      |     |    | 第3回                   |              |                 | 組成準備          |        |         |         |  |
| ・エリアプラットフォームの組成準備                        |       |                |      | 第2回 |    |                       |              |                 |               |        |         |         |  |
| ・推進会議の組成及び将来ビジョン<br>エリマネ事業の具体的検討         |       |                |      | 第1回 |    | 第2回                   |              | PJ会議            | 第3回           |        | 第4回     |         |  |
| ・西三荘駅～門真市駅まで東西軸でのウォークアブル空間<br>の将来イメージ策定  |       |                |      |     |    |                       |              | イメージ策定          |               |        |         |         |  |
| (3) 東西軸沿道活用                              |       |                |      |     |    |                       |              |                 |               |        |         |         |  |
| ・高架下や東西軸での空地等の社会実験、暫定利用（高架下活用）           |       |                |      |     |    |                       |              | 高架下暫定利用事業の具体的検討 |               |        |         |         |  |
| ・高架下や東西軸での空地等の社会実験、暫定利用（TRIAL PARK）      |       | TRIAL PARK設置検討 |      |     |    | デザイン・設営               | TRIAL PARK開設 |                 |               |        |         |         |  |
| ・東西軸の地域交通（シェアサイクル）の実証実験                  |       |                |      |     |    |                       | 運用ルール策定      |                 |               |        |         |         |  |
| ・駅前広場の暫定利用スキーム整備<br>（インフラ検討、ほこみち制度の活用検討） |       |                |      |     |    | シェアサイクル導入検討・ポート・事業者調整 |              |                 |               | 実証運用開始 |         |         |  |
|                                          |       |                |      |     |    |                       |              | インフラ検討・調整       |               |        |         |         |  |
| (4) スモールエリアの形成推進                         |       |                |      |     |    |                       |              |                 |               |        |         |         |  |
| ・地主・借地人への空き地、空き家・店舗活用事業の提案               |       | 地主調査           |      |     |    | 地主への活用提案              |              |                 |               |        |         |         |  |
| ・チャレンジができる公共的空間の活用<br>（イズミヤ2階空き店舗活用）     |       |                | 塗装WS |     |    | 活用連携                  |              |                 |               |        |         |         |  |
| (5) ふるさと財団現地会議等の実施                       |       | 現地会議           |      |     |    |                       |              |                 |               |        |         | 最終報告会   |  |

## (5) 今年度の事業成果

### ① 今年度の成果

#### ◆ 民間プレーヤーの発掘

- 社会実験に関わってきたプレーヤー50人以上が集まり、やりたいことをプレゼンするアイデア会議を実施した。
- また、空き地（駐車場）を活用して様々なチャレンジを支援する TRIAL PARK を常設化することにより、多様なプレーヤーの発掘が行われた。

#### ◆ 東西軸沿道活用に向けたビジョンの作成

- 昨年度事業では門真市駅周辺のまちなか再生に取り組んできたが、今年度は対象エリアを西側エリアの京阪電車西三荘駅まで拡充し、地域の主要動線である東西軸の顔になるよう、高架下活用の将来イメージとマーケットを可視化した。
- 東西軸の賑わい創出やネットワーク強化のため、従業員用駐輪場になっている高架下を、地域商業のチャレンジできる屋台や移動販売等のできるスペースとして暫定利用し、マーケットニーズを検証しながら、キッチンカー/トレーラー屋台で飲食出店できる環境を整備する予定としている。

#### ◆ 職住一体化へのチャレンジ

- これまでものづくり×まちづくりというコンセプトのもと、地元企業との連携を図ってきたが、今年度はものづくりシェアハウス活用事業に取組み、地元企業で働く若手人材をまちなかでの居住促進をはかるべく、チャレンジを実施した。

### ② 今後の課題と取組み方針

#### ◆ 再開発エリアの整備計画とエリアリノベーションビジョンの融合

- 門真市駅前では大規模な市街地再開発事業を予定しているが、再開発事業協力者が決定した。
- 今後は、再開発エリアの整備計画とエリアリノベーションビジョンの融合が必要との問題意識を有している。
- ものづくり拠点、広場、エリマネなど事業協力者の提案に対して、地元プレーヤーや企業が事業として関わる事業計画の具体化に取り組む必要がある。

#### ◆ エリアプラットフォームの組成

- 事業協力者を加えたエリアプラットフォームの組成を目指す。
- エリマネ推進組織として、推進会議から主体的にエリマネ事業に関わる意志のある企業・プレーヤーに絞った「エリマネ組織設立準備協議会」を組成する。
- 市街地再開発事業（予定）に関する協議も行いながら、将来ビジョンとすり合わせる。

### ③ 現地会議及び実績報告会における委員からの講評

#### ◆ わかりやすいメッセージ・イメージの作成

- この取組みは地元のプレーヤーや技術を炙り出すのが上手だと感じた。経済ではない動機を持っている人々を炙り出していくことが大事だと思う。まちづくりでは経済ではない動機を持っている人がすごくパワーを発揮する。ただし、結果として多くの関係者と調整が

必要となり、息が切れている印象も受けた。

- 長い言葉が並ぶと、何を言っているのかわからなくなってしまう、市民もそう感じるはずである。何をしようとしているのかを、ビジュアルでも描いておくとういような気がした。「新しいチャレンジやまちの魅力、ビジネスを生み、アップデートし続けるまち」との記載があるが、それを端的に何というかという言葉を示すだけでも違うのではないか。たくさんのプレーヤーが出てきて、たくさんのコンテンツ、ソフト事業が出てきたからこそ、それらをパッとまとめる言葉やビジュアルをそろそろ用意した方が良いと感じる。

#### ◆ 市街地再開発を前提とした組織形成

- 再開発部分との整理が難しい。エリアマネジメント組織としては、一本化していくことが望ましいと考える。
- 地方の都市で地元資本が入ったエリアマネジメントは日本では聞いたことが無い。再開発を行うのであれば、関係者とタッグを組んで、その開発利益が地元還元される仕組みを門真市では作ってもらいたい。開発利益が地元のまちづくりに還元する仕組みを、民間の組織が主導してできる体制を作って欲しい。門真市にはそのチャンスがあると思う。是非このシナリオが実現できるように取り組んでももらいたい。

### 第3章 事業成果の総括と今後の課題



## 1 まちなか再生支援事業の特徴

「まちなか再生支援事業」は、平成 20 年度から「まちなか再生総合プロデュース事業」として開始され、まちなか再生に取り組む市町村への支援を行ってきた。

まちなか再生に取り組むに際しては、様々な課題への対応について具体的・実務的ノウハウが必要とされるが、こうした人材を地域内で発掘・確保することが難しい地域が多数存在している。

そこで、「まちなか再生支援事業」では具体的・実務的ノウハウを有する外部人材（プロデューサー）を活用するに際して、市町村がプロデューサー（あるいはプロデューサーが所属する法人）へ業務委託する費用の一部を助成することにより、市町村のまちなか再生をサポートすることを目的としている。

そのため「まちなか再生支援事業」では、プロデューサーの手腕に委ねられる事業の特性を有しており、プロデューサーが主体的に行動することが求められる。

そこで、まちなか再生に向けたプロデューサーの位置づけと役割について冒頭に示す。

なお、プロデューサーの役割は、まちなか再生に向けてプロセスに他ならず、まちなか再生に取り組む市町村においては留意すべき事項と考えられる。

## 1-1 プロデューサーの位置づけ

プロデューサーは地域内では確保できない、具体的・実務的ノウハウを有する人材を外部より確保するという点を踏まえ、「まちなか再生支援事業」におけるプロデューサーの位置づけについて記載する。

### (1) 公民の中間的な立場

プロデューサーは市町村から業務を委託されるものの、行政の人間ではなく、民間との中間的な立場であり、公民の一方に偏った視点ではなく、中立的な視点を持ちながら、まちなか再生に取り組むことが求められる。そのため、行政に対しては行政の外からの視点を提示することが重要となる。

また専門的な知見を踏まえ、外部からみた対象区域の魅力など、地域内では感知しにくい視点をもたらすことも求められる。

加えて、プロデューサーは必ずしも前面に立って活動することだけが求められるわけではなく、場合によっては黒子に徹することも有効である。プロデューサーには、これからまちなか再生に取り組むうえで発生し得る課題を事前に調査・把握し、それらをプロアクティブに対応しながら、地元が中心に活躍できる環境を整備していくことが期待される。

### (2) まちなか再生に係る専門性を発揮

まちなか再生に向けては中長期的な取組みが求められ、まちなか再生の段階に応じて多様な専門性を発揮することが求められる。

高度成長期の「まちなか創出」では、第一段階でマスタープランなどで都市全体のデザイン（プランニング）を行い、第二段階でプラン作成・実行に際して関係者との調整（コーディネート）を図る。第三段階にて、プランに基づいて事業のプロデュースを行う流れが主であった。それぞれ段階を専門の異なるプロデューサーが担うことも少なくなく、都市計画を策定するという点において、プランニングに長けた人材を登用することが一般的であった。

しかし、現在の「まちなか再生」においては、都市開発といったハード面からの取組みのみならず、地域資源の魅力を最大限に活かしてソフト面の取組みも組み合わせることにより、有望と思われるエリアに狙いを定め、そこを重点的にプロデュースしながら、同時にそこを核としながら事業を波及・拡散していくことが求められる。

今年度の助成対象事業においても各プロデューサーが下表に示す、「プランニング」、「事業プロデュース」、そして「コーディネート」の多様な専門性を発揮しながら支援を行っている。

| 専門性    | ①プランニング                                                                                                                                                | ②事業プロデュース                                                                                               | ③コーディネート                                                                                                           |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 専門性の説明 | <ul style="list-style-type: none"><li>マスタープランのように都市全体の計画づくり（プランニング）を行う能力</li><li>プランナーと呼ばれることが多く、技術や経験が求められることから、大学の有識者や都市計画のコンサルタントが担う場合が多い</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>プランに基づいて各事業の採算性などの計画立案や資金調達や人材などのリソース確保など、事業をプロデュースする能力</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>プランや事業の組み立てにあたり、地域住民や企業、行政など様々な関係機関との調整など、まちづくりの環境づくりのコーディネートを担う能力</li></ul> |

## 1-2 プロデューサーの役割

まちなか再生に向けて、プロデューサーが果たすべき役割について、以下に示す。

### (1) まちなかの再定義

「まちなか再生支援事業」におけるまちなか再生の定義は、以下のとおり定義されている。

「まちなか再生」とは、まちなかの急速な衰退に伴う都市機能の低下や地域活力の減退等、まちなかの抱える様々な課題の解決を図るため、まちなか空間の維持保全・環境改善・施設整備、地域資源のプロモーション、それらの担い手たるコミュニティの再生、人材の育成、組織の設立等を行うことにより、まちなか空間における生活及び交流拠点としての機能の維持・拡大を図ることをいう

従来は、市町村の中心部にある、主に物販店が中心となった中心市街地のような賑わいがあったエリアを「まちなか」として定義しているイメージが強く、本事業でも以前にはこのような助成事業も多く存在していた。

しかし、郊外の大規模店舗の登場やネットショッピングの普及により、「まちなか」の物販店への消費者のニーズが減少するに連れ、従来の考え方の延長で「まちなか」を再生することが難しい状況に陥っている市町村も少なくない。

住民のライフスタイルやワークスタイルの変化に伴い、まちなかに期待する役割も大きく変化するなかで、「まちなか」に対する地域ニーズも従来から認識されているものからは変化、多様化しつつある。

このようななか、従来の「まちなか」を、物販店に依存しない魅力で再生に取り組むことが求められる場合も多く、プロデューサーにおいては従来の視点に捉われず、現状及び将来のニーズに応じた「まちなか」を再定義することが求められる。

熊谷市では、対象区域は商業機能を中心に賑わいのあったエリアであるが、現在も夜間の飲食店を中心に賑わいあるエリアがある一方で、住居機能が拡がりつつあるエリアもある中で、同エリアのシンボルとなっている星川を中心にイベントを開催し、住民にまちなかへ目を向けるきっかけづくりを行いながら、今後のまちなかのあり方について再定義を行っているところである。

長沼町では、対象区域は商業機能を中心に賑わいのあったエリアであったが、空き店舗・空き地が増加する中で改めてまちなかの価値や認識、集客を高めることを目的に、同町で実施するスポーツイベントと併せて実証実験を実施し、従来の強みである商業機能以外の目的でまちなかに目を向けるきっかけづくりを行っている。

### (2) 中長期的なビジョン作成

高度成長期の「まちなか創出」では、マスタープランなどのように、都市全体の長期的なデザインをするプランニングを行い、プランに基づき着実に事業の実施を行う、といった流れであった。

前述のとおり現在では、まちなかに対するニーズが大きく変化・多様化するなか、「まちなか」の再定義を行う必要があり、そのうえで「まちなか再生」に取り組む必要があるが、高度成長期のように大規模な都市開発と連動して行う機会は限定的である。

そのため大半の地域では、既存ストックの活用といったハード面と、まちにある地域資源を最大限に活用したソフト面を両輪で進めていくことが求められる。

このようにまちなか再生に向けたアプローチが大きく変化するなか、再定義したまちなかの再生に向けては中長期的に取り組む必要があることから、プロデューサーにおいては、中長期的に目指すビジョンを定め、それに向けて短期的に先ずなすべき核となる事業を実施し、当該事業の評価を通し、将来像に合致するよう事業を拡充、派生させていくことが求められる。

また、社会実験を繰り返しながら核となる事業を探求することも有効な手段である。

まちなか再生ビジョンの粒度については、様々な議論があり、実行計画やアクションプラン等と一体的に整備する場合も想定されることから、本報告書では上位概念となる以下の構成要素をビジョンとして位置付ける。

#### ＜まちなか再生ビジョンの構成要素＞

|      |   |                                                     |
|------|---|-----------------------------------------------------|
| 対象区域 | … | ビジョンが対象とするエリア（区域）                                   |
| 将来像  | … | 長期的に対象地域が目指したい姿<br>言語化することは元より、イメージ等で表現することも有効      |
| 目標   | … | まちなかにどのような効果をもたらしたいのかを目標として設定<br>定量的、定性的の両側面から目標を設定 |
| 方向性  | … | 将来像の実現に当たり、どのように取り組むのかを設定                           |

以上を踏まえると、プロデューサーにおいては短期的な事業を行うだけではなく、客観性を持ちつつ中長期的なビジョンを有しながらまちなか再生に関与していく必要がある。

松原市では、周辺に大型商業施設が開業したことに伴い空き店舗が発生したことから、地元では短期的に空き店舗の解消をすることに目が行きがちであるが、中長期的にまちなかに期待されるニーズの変化を踏まえつつ、プロデューサーが中長期的な視点でビジョンを策定しながら、空き店舗解消に向けて実証実験に取り組んだ。

門真市では、新たなまちなかとして「ものづくり×まちづくり」という将来像を掲げてビジョンを作成し、事業を繰り返し・派生しながらまちなか再生に向けて取り組んでいる。

### （３）事業のコミットメント

中長期的なビジョンを実現するうえで、地域の実情に応じて最適なアプローチ（戦術）をプロデューサーが組み立て、取り組むことが求められる。そのため、従来の「まちなか創生」のようにプランニングを担って役割が終了するわけではなく、「まちなか再生」においてはまちの資源を活用し、できることから事業の組み立てを図りながら、事業の連鎖からビジョンを作っていく、といったアプローチが求められる。

そのためプロデューサーは、まちなか再生の当事者として、中長期的にまちなか再生に関与することが期待されるほか、直接的な関与が難しい場合には、対象地域が自立かつ持続的にまちなか再生に取り組むために、後継者となり得るまちづくりの担い手を発掘し、伴走、育成、継承を図ることが求められる。

門真市ではプロデューサー自身が地域に拠点を設けて直接的な関与を始めている一方、熊谷市や岡崎市などでは地元主体でのまちなか再生に取り組めるようにまちづくり団体の立ち上げ準備を行い、プロデューサーの役割について段階的に地元組織・人材への継承を図っている。

## 2 地域共通の課題とそれに対するモデル事業での対応

今年度のまちなか再生支援事業の助成対象として採択した5市町において実施した現地会議、今年度の実績報告の場として令和5年2月17日に実施した実績報告会におけるアドバイザリーボード委員の発言要旨をもとに、まちなか再生に今後取り組む上で参考となるものと考えられるポイントを整理する。

特に、助成市町以外の全国の各地域でも共通すると考えられる“まちなか再生の課題”に対し、モデル事業への支援を通じて見えてきた、“あるべき対応策や考え方”をいくつかの切り口に分けて記述する。ここで紹介する対応策や考え方が、まちなか再生を目指す多くの市町村においても、さらなる取り組みの推進と継続的な展開につながる一助となることを期待したい。

前述の「1 まちなか再生支援事業の特徴」に示したとおり、本事業ではプロデューサーを中心としたまちなか再生に取り組む団体への助成を行っているが、「1-2 プロデューサーの役割」に示した事項はまちなか再生に向けたプロセスに他ならず、プロデューサーの採用可否を問わず、まちなか再生に取り組む市町村において留意すべき事項となる。

そのため、「まちなかの再定義」「中長期的なビジョンの作成」「事業のコミットメント」を行う上でのポイントについて示す。

加えて、まちなか再生を推進するうえで近年の助成団体で共通の課題となる「まちなか再生の担い手の発掘・育成」、まちなか再生を推進するうえで「行政が果たす役割」のポイントについて示す。

### ＜地域共通の課題と対応のポイント＞

- 2-1 まちなかの再定義のポイント
- 2-2 中長期的なビジョン作成のポイント
- 2-3 事業のコミットメントのポイント
- 2-4 まちなか再生の担い手の発掘・育成のポイント
- 2-5 行政が果たす役割のポイント

## 2-1 まちなかの再定義のポイント

従来のまちなかの魅力に捉われず、地域のニーズの変化・多様化を踏まえて新たにまちなかの再定義を行うに際して、留意すべき事項として、次のような事項が挙げられた。

### (1) 基礎調査の徹底

- 住民の「まちなか」に期待する役割が変化するなか、まちなかの再定義に際しては、対象区域が保有する地域資源（下表参照）に対し愚直かつ丁寧な姿勢で分析にあたることが求められる。

＜地域資源の例＞

|     |   |                                             |
|-----|---|---------------------------------------------|
| まち  | … | まちが有する <u>自然資源</u> や史跡、施設などの <u>物理資源</u> など |
| しごと | … | まちの成長を支えている <u>産業資源</u>                     |
| ひと  | … | まちに活力を与えている住民や労働者、観光客といった <u>人的資源</u>       |

- データを集め、それを読み解くことを通し、或いは、歴史を読み解く、人に知見を求めるなど、地域が保有する資源の魅力を読み解く多種多様な手法を用い、定量的に或いは定性的に多面的な分析を実施する真摯な姿勢が必要である。
- 長沼町では、対象区域では以前は商店を中心ににぎわいを有していたが、新たに呼び込むコンテンツとして、本事業では同町で実施されるスポーツイベントに合わせて実証実験を実施した。現時点ではスポーツを恒常的なコンテンツとして予定はないとのことであったが、同町には豊かな自然を有するほか、周辺でプロ野球の球場が建設されるなど、スポーツに係る産業や意識の高まりが期待されることから、同町の特徴をどのように捉え、活用するか、丁寧に調査するよう、委員より助言があった。

### (2) ターゲットの設定

- まちなか再生を図るうえで、まちなかへの誘客、回遊を促進する具体的なターゲット（ペルソナ等）を設定する必要がある。具体的なターゲットのイメージを設定し、行動予測を行うことは、まちなか再生へつなげる有益な手法の一つである。加えて、新たなターゲットを呼び込むことだけに注力するのではなく、現在のまちなかに愛着を有するファンや周辺住民も含めて、ターゲットを設定していく必要がある。
- 熊谷市では、車社会ということもあり、稼働率の低い駐車場を有することから、駐車場を無料開放しながら地域外から人を呼び込むことをターゲットとして取り組んできた。しかし、同エリア周辺には住宅地が存在しており、対象区域内でもマンションなど居住空間が拡充していく可能性が高いことから、周辺住民もターゲットに含めて検討する旨、委員より意見が挙げられた。
- 松原市では、近隣に大学を有することから、大学生を対象に対象エリアへの回遊を促すべくイベントを実施した。一方で、現状としては高齢者を対象とした店舗が多く、また流行っている飲食店も存在しており、大学生に捉われずに、恒常的に消費が期待されるターゲットを設定す

るべきではないか、との意見が委員より挙げられた。

### (3) 新型コロナウイルス感染症に伴うまちなかに対する必要性の再認識

---

- 新型コロナウイルス感染症（以下、新型コロナ）が拡大して以降、テレワークの推進による働き方改革やワーケーションの促進、また新しい生活様式に伴うライフスタイルの変化など、まちなか再生を取り巻く環境は大きく変化している。
- オンラインを用いた情報交流が以前にも増して定着しつつあるなか、交流人口との繋がり強化という可能性が拡充した一方で、周辺で暮らす地域住民においては、仮想（バーチャル）社会では代替できない、現実（リアル）社会のまちなかの必要性が再認識される機会になったものと推察する。
- ウィズコロナ／アフターコロナ社会に向けた取組みが加速するなか、地域住民においてまちなかの価値を再認識する機運が高まっていることから、新型コロナ発生前の需要を戻したり、地域外からまちなかへ誘客を図ったりという視点だけではなく、これまでのまちなかに愛着を有する地域住民も意識したまちなか再生に取り組むことが期待される。

## 2-2 中長期的なビジョン作成のポイント

まちなか再生に向けては中長期的に取り組む必要があるため、ビジョンを作成するうえでの最終的に目指す姿についてビジョンを作成するに際して、留意すべき事項として、次のような事項が挙げられた。

### (1) 公民連携によるビジョンの作成

- これまで自治体が策定してきた都市計画マスタープランなどは、道路や公園の整備など、一定の制約に基づいて作成を行ってきた。
- 今後のまちなか再生に向けては、公共施設や空き家、空き店舗といった既存ストックを活用したり、公共空間を活用したり場合によっては従来の制約にとらわれない発想でビジョンを作成することも必要になる可能性が高い。
- こうした発想は自治体職員からは出にくい場合が多いため、必ずしも自治体が主導して作成する必要はない。例えば民間が中心となり、妄想でも構わないため壮大な視点でビジョンを作成し、それを基に行政と民間が対話をしながら、ビジョンを作成するなど、公民連携で取り組むことが重要である。
- 長沼町では、公共施設跡地の活用に向けて行政と民間が連携して検討を進めているところである。現在は行政が音頭を取って検討を進めているが、オフィシャルな会議等では斬新な発想が出づらい可能性もあるため、例えば対象区域の商店やまちづくり団体といった民間から、こういった使い方をしたい、といったアイデアを行政に提言し、それを基にビジョンの検討を進めることも一案ではないか、といった助言が委員より挙げられた。
- 熊谷市では、中心部に川（星川）があるが、その前には道路を挟んで建物がある。道路には車の通行もあることから、シンボルとなっている川と建物が分断されている。こうした背景から魅力が十分に生かせていない側面も見受けられた。そのため、例えば一時的に車の通行を抑制し、道路空間を活用するということをプロデューサーでは思案していることから、今後はこうした構想をビジョンとして作成し、行政、民間に提示することで、対話を重ねながら公民連携でのビジョン作成が期待されている。

### (2) タネ地の設定

- まちなかに新たな魅力を創出していくうえでは、集客の拠点となり、その拠点から周辺への回遊・波及が期待できる、いわゆるタネ地を見つけていくことも重要となる。
- 長沼町では、中心市街地活性化基本計画を策定し、今後様々な事業展開を予定している。今年度は先行して空き店舗・空き地を活用した実証実験を実施し、来年度以降も継続的に取り組むことを想定しているが、単にすぐに利活用できる空き店舗・空き地を活用するという視点だけではなく、中長期的にエリア全体にまちなか再生の拡がりを生み出すような、核となる拠点、いわゆるタネ地を設定したうえで、ビジョン作成や事業に取り組む必要性について、委員より助言があった。



### (3) ハード面とソフト面の両輪によるビジョンの作成

---

- まちにも寿命があることから、再開発等が発生する地方都市も出始めており、今年度のまちなか再生支援事業では、門真市では駅前の再開発を控えており、岡崎市では大規模な都市整備を行ったうえでまちなか再生に取り組むなど、再開発と連動してハード面とソフト面を両輪で取り組むまちなか再生の支援を実施した。
- 一方でまちなか再生に取り組む必要がある地方都市の大半は、こうした大規模な再開発といった機会が限定的であることから、既存の空き家・空き店舗などを活用しながらリノベーションを行い（ハード面）、核となる拠点を整備して人材発掘を行いながら賑わい創出する（ソフト面）、というハード面とソフト面での両輪でのビジョン作成が必要となる。
- 各地域においてはハード整備を行った時期は異なることから、まちなか再生に取り組む時期と再開発が必ずしもタイミングが合うとは限らないものの、ハード面をアップデートしていくことはまちなか再生に大きなインパクトがある点には留意しておく必要がある。
- 岡崎市では「QRUWA 戦略」に基づいて対象区域を含む乙川リバーフロントエリアの大型なハード整備を行っているが、従来とは異なるまちなかを創出することで、同エリアに地域内外から多くの誘客を図っている。
- 熊谷市では短期的に大規模な再開発が難しい状況ではあるが、市民のシンボルである星川を市民とイベントを通して清掃活動や子どもが遊べるスペースを確保するなどまちなかの変化を見える化するように留意して進んでおり、並行して中長期的に対象区域のありたい姿をイメージ化しながら中長期的なビジョンを描く予定としている。

### (4) ビジョンの定期的なブラッシュアップ

---

- 中長期的な視点でビジョンを作成し、短期的に先ずなすべき事業を実施（「スモールスタート型」）し、事業を評価しながら継続・拡充（「アジャイル型」）していきながら、まちなか再生に取り組むアプローチにおいては、事業を推進する過程でまちなか再生の段階や課題も変化することから、ビジョンも定期的に見直し（ブラッシュアップ）を行う必要があることに留意が必要である。
- 岡崎市では、対象区域のビジョンを行政と大学が連携して作成しており、店舗前の歩道空間を活用した社会実験などを地元のまちづくり団体と連携しながら着実に社会実験を推進している。歩道空間の活用が恒常化している店舗が見られる一方で、チャレンジはしたものの継続できていない店舗も多くみられる。今後は、店舗を誘致するだけでなく、店舗が持続的に事業を継続できるよう、事業計画への助言や店舗のデザインなどより踏み込んだ支援が求められるものと推察され、こうした状況に応じてビジョンのブラッシュアップを行うようにとの意見が委員より挙げられた。

### (5) 端的にわかりやすいビジョン、メッセージ

---

- (4) に示した「スモールスタート」型や「アジャイル」型のアプローチにおいては、まちなか再生の担い手として期待される住民と共に、順次、事業を仕掛けていくことになるため、住民の巻き込み、参加を促すためには、策定するまちなか再生ビジョンは、住民にもわかりやす

く伝えるように配慮を行うことが求められる。

- 自治体が策定するまちなか再生ビジョンに類似する計画として、中心市街地活性化基本計画が挙げられるが、こうした計画はこれから実施する事業が羅列されており、また地域が抱える課題を整理した事項が中心となりがちで、地域が将来的に何をを目指すのかが、イメージしづらい場合が多い。
- 今年度に助成した団体のうち、岡崎市では対象区域を含む乙川周辺エリアの拠点を結んだ動線がQの字に見えることから、「QURUWA 戦略」を掲げてハード面を先行して事業を仕掛けており、本事業ではソフト面を中心とした事業を実施したが、イメージや誰もが理解できるメッセージを打ち出してビジョンを民間へ発信している。

## 2-3 事業のコミットメントのポイント

中長期的なビジョンを持ちつつ、短期的に先ずなすべき核となる事業をコミットメントしていくうえで、留意すべき事項として、次のような事項が挙げられた。

### (1) 実証事件・社会実験によるテストマーケティング

- 事業を創出していくうえでは、地域外から外発的にヒト・モノ・コト・カネを集めてくる、変動要因が多く不確実性の高いハイリスク型ではなくローリスク・ローリターンから始めて、やがてリターンを高めるような手法選択が賢明である。
- しかしながら、まちなか再生支援事業に取り組む地域においては、ハイリスクの事業を力技でやっていくしかない場合も想定されるが、その場合は高いリスクが伴うため、仮に事業のはじめに失敗すると、その代償として事業活動の継続に中止が求められる可能性が高い。
- このため、事業あるいは社会実験を行い少しずつ実施し、小さな結果を見ながら、まちなかが良い方向に変化する好循環を軌道に乗せることが重要であり、事業（あるいは社会実験）を行う物件や事業計画の精度を高め、熟慮しながら行っていく必要がある。
- 社会実験は、民間企業において新商品・サービスの開発の際に実施するテストマーケティングと同様の位置づけとなり、施策立案や政策決定のプロセスに有効な手段となり得る。但し、行政が実施する社会実験自体は、それ自体が自己目的化していて、イベントだけで終了しているものが散見され、どのような意図を持った政策立案やどのような事業の展開のために社会実験を実施されているのか、丁寧に政策とつなげ、考えられた社会実験であるかを熟慮したのちに実施する必要がある。
- 熊谷市については、星川と建物の間に道路があり分断されている状況であるが、道路空間の活用により同エリアのポテンシャルがより一層高まる可能性を秘めている。しかし、車の通行を抑制して道路空間を活用するためには地元の理解や制約等を解消しながら取り組む必要がある。そのため、まずは社会実験を行うことで、地元に変化を体験していただき、社会実験を通して日常生活への影響が少ないことやエリアの変化を体験していただくことで、従来の発想に留まらないビジョンの策定に繋げることができるのでは、との意見が委員より助言があった。
- 松原市では、エリア内に大学があることから大学と連携して実証実験を実施した。一方で、商店街には高齢者や若い主婦層など地元住民が訪れており、流行っている飲食店も存在することから、今後、同エリアでの活躍が期待できる人材や現在のファン層である地元住民を対象とした社会実験を企画することも有効である旨、委員より助言があった。

### (2) 推進体制の整備

- 事業を継続的に推進していくためには、プロデューサーのみが主体的に活動するのではなく、将来的に地域で自律的かつ継続的に活動できる推進体制を構築していく必要がある。
- 熊谷市では、プロデューサーが中心となり過年度から様々な実証実験に取り組んできたが、今後は地元主体で継続的に推進していけるように、まちづくり団体の組織化に向けた検討・準備を行っている。

- また、創出する事業の効果をエリア全体へ拡充・波及していくためには、地域内のステークホルダーとなる関係団体とも連携を図りながら、推進体制を整備する必要がある。
- 岡崎市では、対象区域にまちづくり団体が存在し、過年度より着実に活動を進めているところである。今後は QURUWA 戦略に基づいてハード整備を行うことで周辺に集客拠点ができ始めたことから、そうした拠点から対象区域への誘客を図ることが期待されている。そこで、周辺の集客拠点で活動している関係団体との調整を図りながら、エリア全体での効果を創出できるように、推進体制を整備している。
- 門真市では、エリアマネジメント組織の整備に取り組んでいるところであるが、門真市駅前の大規模な再開発を控えているなか、同再開発に伴う効果がエリア全体に波及されるように再開発に係るステークホルダーを巻き込みながらエリアマネジメント組織の形成を模索するよう、委員より助言があった。

## 2-4 まちなか再生の担い手の発掘・育成のポイント

まちなか再生に向け公民連携で取り組むためには、いくら秀逸なまちなか再生ビジョンを作成したとしても、その役割を担うまちづくりの担い手がいなければ、絵に描いた餅となりかねない。

まちなか再生の成功を左右していくうえで、まちづくりの担い手の発掘・育成は、最も重要なポイントであると言える。

そこでまちなか再生の担い手の発掘や育成を図っていく過程において、工夫、留意すべきポイントとして、次のような事項が挙げられた。

### (1) 地域の特性を踏まえた戦略的な担い手の発掘

- 既存ストックを活用しながらまちなか再生に取り組む場合には、空き地や空き店舗を活用する人材を発掘していく必要があり、商店機能が求められる場合には出店者の発掘が必要となる。
- このように、再定義したまちなかの再生に向けて、期待される機能を担う人材を発掘していくことが大きな課題となるが、その際には地域の特性、実情に合わせて戦略的にアプローチしていくことが求められる。
- 松原市では、空き店舗への出店を期待し様々な人材や企業へアプローチを行った。商工会が過去に実施した創業塾の卒業生のほか、地元で出店している企業などにヒアリング調査を実施している。ただし、企業についてはナショナルチェーンにもアプローチしていたが、同エリアの空き店舗の規模等を考えると、マーケットとアプローチする企業とがアンマッチしているようにも見受けられていた。例えば地元や周辺エリアで賑わっている店舗にアプローチするなど、地域の特性を踏まえながら担い手の確保が求められる。
- 門真市では、社会実験を繰り返すことで地域に愛着のある企業や人材を発掘しているが、こうした人材は必ずしも儲けるという視点だけではない、経済では無い動機を持っている人々も多い。こうした経済では無い動機を持っている人材が、まちなか再生に向けては大きなパワーを発揮するのでは、という意見が委員より挙げられた。

### (2) 地元企業の人材活用

- 従来のまちなかでは、物販店や飲食店など、商業に係る企業や人材がまちづくりに取り組む事例が多く見られたが、従来とは異なるまちなかの魅力を創出するべく、商業以外の企業とも連携を強化しながら、まちづくり人材の発掘にチャレンジする団体があった。
- 門真市では、ものづくりに関わる関連する企業集積地であった地域特性を活かし、従来は商業が中心であったまちなかに、ものづくり×まちづくりをコンセプトとして民間企業への参画にプロデューサーと行政が連携してチャレンジしている。加えて、今年度はものづくりシェアハウス活用事業に取り組み、地元企業で働く若手社員を対象に、まちなかでの居住促進を図りながら、地元企業の人材と連携を図るべく取組みを進めている。

### (3) シビックプライドの醸成

---

- 近年、住民が地域に愛着をもち、よりよい場所にするために当事者意識をもって地域活動へ参加する「シビックプライド」を醸成する取り組みが注目されている。単なる地域への愛着のみならず、誇れる地域を住民に再認識させることが、まちなか再生の担い手を発掘するために有効な手段の一つであると考えられる。
- 熊谷市では、市民のシンボルであり、対象エリアの中心を流れる星川を対象に、地元と連携しながら、川掃除や子どもが遊べるスペースを整備することで、シビックプライドの醸成に努めている。

### (4) 実証実験・社会実験を通じた人材発掘

---

- まちなか再生の担い手の発掘は、どの地域においても苦労されているが、一度に多くの人材発掘は難しく、市民の意識を高めつつ段階的な発掘が求められる。
- このようなアプローチは、実証実験・社会実験等を通じ、まちなかで自分たちの企画が形になることで、まちなかへの意識を高めるとともに、人材発掘にも寄与することが期待できる。
- 長沼町では、同町で実施するスポーツイベントに合わせて空き店舗・空き地を活用した実証実験に取り組むことで、若い世代をまちなかへ呼び込むことで、まちなかのポテンシャルを再認識するきっかけとなり、本事業以外にも地元で空き地を活用したイベントが開催されるなど、新たな波及効果を生み出している。
- 熊谷市や岡崎市では複数年、地元を含めたワークショップを実施して実証実験・社会実験を企画し、実施することで、人材の発掘に努めている。

### (5) 次世代のまちなか再生を担う人材育成

---

- まちづくりの担い手については、高齢化している場合が多いため、次世代を担う人材発掘が急務となっている。
- 松原市では、商店街等の組合の構成員の大半が高齢者を占めており、既に多くの店舗が廃業しているなか、まちなかのにぎわい創出に対して懸念を有しているものの、そこまでの危機感を感じていない人材も存在している。こうした中では、今後も同エリアで生業を行っていく経営者を中心に新たな人材を発掘していくことが喫緊の課題となっている。
- また、まちなか再生の担い手の確保については、短期的にすぐに活躍できる人材の発掘が中心となりがちであるが、まちなか再生への取り組みは中長期的なものとなることから、将来的にまちづくりへの参画が期待される子供や学生へも積極的なアプローチが期待される。
- 門真市では、子育て層にまちなかの魅力を訴求するために、子どもの親世代が遊んでいたスペースを活用した社会実験により、子育て層と子どもらのまちづくりへの関心を高める機会を提供した。

## 2-5 行政が果たす役割のポイント

まちなか再生を着実、かつ効果的に実施するためには、行政側は、プロデューサー任せにせず、積極的な関与が求められる。

まちなか再生に向けて行政が果たすべき役割として、特に留意すべき事項としては、次のような事項が挙げられた。

### (1) トップダウンによる市内の推進体制の構築

---

- エリアマネジメントに取り組むに際しては、自治体として対象区域が特別なエリアであり、だからこそエリアマネジメントに取り組まなければ自治体は生き続けていない、そういった気概を持って取り組む必要があり、まちなか再生に向けてはトップダウンで推進し、特定の部門だけではなく部門横断的に、市内が一枚岩で推進できる体制を構築し推進していく必要がある。
- 熊谷市では、市長が積極的に関与して推進している。対象区域のシンボルである星川を活用しながらエリアの価値を高めていくために、星川と建物の間を通る道路空間を活用し、またスモールモビリティの実証実験を検討していくというアイデアが挙げられたが、こうした取り組みを実現していくに際しては、現在の主担当となっている産業振興部門のみならず、都市政策部門や交通政策部門など、推進体制を市内横断的に形成して取り組むことが期待される。

### (2) 公民連携の促進

---

- まちなか再生に向けては、ハード面でのアップグレードを行いながらまちなかの変化を見える化し、ソフト面での核となる拠点で賑わいを創出しながら中長期的に取り組む必要があるなか、行政だけが主導するには限界があり、公民が一体で取り組む重要性がより一層高まるのではないかと、この意見が委員から挙げられた。
- 地域により事情は異なるものの、最初は柔らかい小さな点が繋がっていくようなエリアリノベーションと、公民連携による拠点整備が掛け合わせることからスタートする。その後、エリアリノベーションと公民による拠点作りが組み合わさることによって、民の投資と民の人材供与、そして公の投資と人材供与がかみ合うことで中長期的にまちづくりに取り組む道筋ができる。

### (3) ステークホルダーとの調整

---

- まちなか再生に取り組むに際しては、対象区域を核としながら、その効果を周辺エリアへ波及していくことが期待され、また今年度に支援を行った岡崎市や門真市のように大規模な再開発を実施（または予定）している場合はその効果を周辺エリアに波及していくことが求められる。
- プロデューサーについては外部から登用されるケースが多いため、多様なステークホルダーとの調整には行政が積極的に関与していくことが求められる。
- 門真市では、将来的に駅前での大規模な再開発が決定しているなか、プロデューサーはできる

ところからエリアマネジメント組織を形成して事業を展開しているところであるが、こうした現在の動きと将来的な再開発の動きと連動しながら、エリア全体の価値を高めていくことが期待されることから、こうした各組織間の調整について、行政も積極的に関与する旨、委員より意見が寄せられた。

- 岡崎市では QURUWA 戦略に基づいて大規模なハード整備が行われてきたが、本事業ではソフト面を中心にまちなか再生支援事業に取り組んできた。エリアの価値を高めるには、多様なプレイヤーや組織が取組みを連動する時期にあることから、今後はこうした調整を行政が中心となりながら取り組む必要性について、委員より挙げられた。
- また、まちなか再生を図るうえで最も重要なポイントはまちなか再生の担い手の確保である。担い手となる人材は、住民のほか、企業など多様な人材・団体が想定されるため、プロデューサーや行政のみならず、金融機関、産業団体など地域も巻き込み、発掘する必要がある、行政が主体的に地域の関係機関との調整の役割を担うことが期待される。

#### （４）社会資本整備

---

- 地域において都市整備の時期は異なるため、大規模な再開発が短期的に実施されない地域においては、行政が保有する社会資本（ハード面）を積極的に活用していくことも有効である。
- 熊谷市では、民間より空き店舗について行政へ遺贈物件として寄与されていたが、こうした未活用物件について民間での活用を促すことも有効であるとの意見が委員より挙げられた。
- また、まちなかに新たな店舗を誘致していくためには、エリアに集客が期待できる環境整備が必要であるため、そうしたハード整備にも積極的に取り組む必要性についても委員より意見が寄せられた。
- 長沼町では、対象区域に役場があり、また公園やバスなどの待合スペースが整備されているものの、現状としてあまり活用されていない状況にある。行政が管理する施設において、エリアでの魅力を高めるためにハード面の整備についても検討をすべきではないか、との意見が委員より挙げられた。



### 3 過年度事業のフォローアップ

#### (1) 目的

まちなか再生支援事業は、まちなか再生の対象区域に対する単年度の助成事業となるが、まちなか再生に向けた取組みは、中長期的なビジョンを持ちながら、短期的な事業を繰り返しながら、継続的に取組みを進めていく必要がある。

まちなか再生支援事業の助成期間中は、ビジョンの策定や体制整備といった取組みが中心となっており、いわばまちなか再生を推進するうえでの基盤整備が中心となる。

そこで、こうしたまちなか再生支援事業の成果となるビジョンや体制に基づいて着実に事業が継続化されているか、またその後どのような課題が発生したか等を把握することを目的に、フォローアップを実施する。

#### (2) 対象事業

まちなか再生に向けては、ビジョンに向けて効果が期待できる事業から着手し、改善して新たな事業へ波及させていく、という流れを繰り返す、アジャイル型での取組みが求められることから、まちなか再生に向けた課題も助成事業当時とは変化する可能性が高い。

そのためフォローアップ調査については、助成から2か年以内の事業（令和2～3年度）を対象として実施することとする。

令和4年度にフォローアップ対象とする助成団体について、下表に示す。

なお、令和3年度に助成を行った大阪府門真市については、対象区域を拡充のうえ、令和4年度も助成を行っていることから、フォローアップ対象外とする。

| 年度 | 市町村名                           | プロデューサー                           | 助成事業終了時点の成果                                                                                                                                                     | 今後の展望                                                                                                                                                          |
|----|--------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| R3 | 長野県<br>佐久市<br>(中込地区)           | (株)ワークヴィジョンズ<br>代表取締役<br>西村 浩 氏   | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 公民連携まちづくり戦略とアクションプランの検討</li> <li>◆ グリーンモール(広場)の民間活用の方の検討</li> <li>◆ グリーンモール(広場)と遠藤の空き店舗の利活用促進に向けたテストプロモーション</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 公共空間(歩行者専用道)のマネジメントの仕組みづくり、再整備</li> <li>➢ 公共施設(サングリモ中込)の改修</li> <li>➢ 駅前広場の再整備</li> <li>➢ 公民連携運営スキームの構築・運営</li> </ul> |
| R3 | 香川県<br>三豊市<br>(詫間庁舎区域)         | 東京大学<br>生産技術研究所<br>准教授<br>川添 善行 氏 | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 基本構想の立案</li> <li>◆ 事業スキーム、公募条件・課題等の整理</li> </ul>                                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ エリア戦略の立案</li> <li>➢ 地元の巻き込み</li> <li>➢ 構想に基づくインフラ整備</li> </ul>                                                        |
| R3 | 高知県<br>四万十町<br>(窪川地域<br>中心市街地) | (株)スターパイロツツ<br>代表<br>三浦 丈典 氏      | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 再生戦略ガイドブックの作成</li> <li>◆ 民間プレーヤーの発掘</li> <li>◆ 再生戦略と文化的施設実施設計との相互連携</li> </ul>                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 戦略共有と実践支援</li> <li>➢ 民間プレーヤーの発掘</li> <li>➢ 再生戦略と文化的施設実施設計との相互連携</li> </ul>                                            |
| R2 | 島根県<br>江津市<br>(有福温泉<br>エリア)    | (株)Catalyst<br>代表取締役<br>高野 由之 氏   | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 有福温泉まちなか再生ビジョンの策定</li> <li>◆ 空き家等の不動産活用システムの構築</li> </ul>                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ ビジョン実現に向けた機能配置の検討</li> <li>➢ 助成金等の活用</li> <li>➢ プレイヤーの発掘</li> </ul>                                                   |

| 年度 | 市町村名                    | プロデューサー                                              | 助成事業終了時点の成果                                                                                           | 今後の展望                                                                                                        |
|----|-------------------------|------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                         |                                                      | ◆ まちづくり会社による事業再生プランの策定                                                                                |                                                                                                              |
| R2 | 岡山県津山市<br>(城下地区及び中心商店街) | (株)ワークヴィジョンズ<br>代表取締役<br>西村 浩 氏                      | ◆ 津山城前市有地(更地)の民間による整備計画案作成<br>◆ サポートプレーヤー(市外から津山の活動を支援する人材)の発掘と連携プラットフォームの体制整備<br>◆ 新たなローカルメディアの制作・発信 | ➤ 市有地及び周辺公共施設一体利活用に向けた方向性の検討、運営シミュレーション<br>➤ ウォークアブルなエリアをつなぐ、パーソナルな移動手段の利活用促進<br>➤ 商店街との連携による「点」から「線」「面」への波及 |
| R2 | 長崎県雲仙市<br>(国見町多比良・神代地区) | 一般社団法人<br>地域観光研究所<br>代表理事<br>坂元 英俊 氏                 | ◆ 地元商店の一体感の醸成(商店ポップ等)<br>◆ 滞在交流型旅行商品の試行<br>◆ サイクリングコース等の設定<br>◆ 遊休施設の活用方策検討                           | ➤ 滞在交流型(案内など)商品開発に向けた地元体制の充実<br>➤ 滞在交流型旅行商品の開発・商品化<br>➤ 周遊サイクリングの実施<br>➤ 遊休施設を活用した拠点整備・体制整備                  |
| R2 | 鹿児島県肝付町<br>(新富地区)       | 東京大学<br>生産技術研究所<br>准教授<br>川添 善行 氏<br>/<br>(株)九州経済研究所 | ◆ 地域資源(施設、人材、地産品など)の発掘と地元での共有<br>◆ 地域資源・既存ストックの利用促進策(仮説)策定<br>◆ 行動計画「アクションプラン」の策定と体制の組織               | ➤ グランドデザインの策定<br>➤ 取組み体制の構築<br>➤ 予算の確保                                                                       |

### (3) 調査結果

対象事業における、助成事業後の進展状況についての調査結果を下表に示す。

| 年度 | 市町村名                   | 現在の状況、課題                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| R3 | 長野県佐久市<br>(中込地区)       | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 都市再生整備計画を令和4年4月に策定</li> <li>● 同計画において公共空間(歩行者専用道)の再生や公共施設(サングリモ中込)の改修についても事業を組み込み、終了年度を令和8年度に設定して継続的に取組み中</li> <li>● 中込地区の将来像として「人それぞれの新たなワクワクを感じ、多くの人が集うまち」と設定し、プロデューサーが引き続き関与しながら、住民との意見交換会を重ねつつ、中込地区のエリアビジョンと将来整備イメージ案の策定に取組み中</li> </ul> |
| R3 | 香川県三豊市<br>(詫間庁舎区域)     | <ul style="list-style-type: none"> <li>● まちなか再生支援事業の成果を踏まえて、「三豊市詫間庁舎周辺整備基本構想」を取り纏め</li> <li>● 本構想では令和9年度を目標年次としたさまざまな事業が掲示されており、個々の事業についての検討に着手</li> <li>● ドック跡地については、インフォメーションセンターやエントランスハブなどの機能を担うように整理され検討を進めてきたが、様々な課題から計画をリセットする旨、副市長から方針が提示</li> </ul>                          |
| R3 | 高知県四万十町<br>(窪川地域中心市街地) | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 令和6年度開館予定の文化的施設の基本設計を担っているプロデューサーが引き続き関与し、まちなか再生支援事業で策定した再生戦略ガイドブックを一般に公開</li> <li>● まちなかへの回遊を図るべく、既存店舗との連携を図るべくインタビュー等を実施</li> <li>● 新規事業者の発掘に向けた方策を検討</li> <li>● 対象エリアで利活用が期待される民間不動産オーナーへの意識調査を実施</li> </ul>                              |
| R2 | 島根県江津市<br>(有福温泉エリア)    | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 「温泉地まるごとホテル」化をコンセプトに、2021年度より街なみ環境整備事業など公民連携による多数の再生プロジェクトを創出して展開中</li> <li>● 第1期の再生事業が完了し、新たなレストランが開設したほか、エリア内で新たな宿泊施設が3施設開業(2023年3月時点)</li> </ul>                                                                                          |

| 年度 | 市町村名                            | 現在の状況、課題                                                                                                                                                                                                                                |
|----|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 2023年度以降も新たな宿泊施設が開業予定</li> </ul>                                                                                                                                                               |
| R2 | 岡山県<br>津山市<br>(城下地区及び<br>中心商店街) | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 津山市と独立行政法人都市再生機構とでまちづくり協定を締結</li> <li>● 協定締結先と連携し、城下地区における公共空間(更地)と周辺の公共施設の一体利用に向けて、エリアビジョンの作成とエリアマネジメント組織の確立に向けて取組み中</li> </ul>                                                               |
| R2 | 長崎県<br>雲仙市<br>(国見町多比<br>良・神代地区) | <ul style="list-style-type: none"> <li>● まちづくり団体「くにみ寄りまち」が2021年9月にホームページを開設</li> <li>● 長崎大学と連携した「サイクリングピクニック多比良」、くにみツーリズム協会による「持続可能な観光サイクリング」(観光庁事業)を開催するなど、サイクリングを核とした実証実験を展開中</li> <li>● 遊休施設(旧酒店)についてリノベーションを実施し交流施設として利用</li> </ul> |
| R2 | 鹿児島県<br>肝付町<br>(新富地区)           | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 新富地区のほか、JAXA宇宙空間観測所・ロケット発射場のある内之浦エリアなど他地区と連携しながら観光イベントを開催</li> <li>● 町の各種計画と連動しながらまちなか再生に向けた取組みを段階的に検討中</li> </ul>                                                                             |

## 4 まちなか再生支援事業の実施上の留意点

「まちなか再生支援事業」は、当財団が、自治体とプロデューサーとの契約に要する経費を助成するとともに、多様な専門家によるアドバイザリーボードを組織し、助成対象自治体に助言することで、全国のモデルケースとなる事例を支援することを目的としている。現在のような助成事業として取り組みを始めてから10年以上継続して実施している。

本事業の特徴は、徹底した現地主義にある。「まちなか再生支援アドバイザリーボード」は、最終回を除き、基本的に、事業の行われている現地に赴き、まちを歩き、地元自治体やプロデューサー等を交えて意見交換する形を採っている。各委員は、それぞれの専門に基づいたアドバイスを行ってきたが、そのみならず、“部外者”である立場を活かして、地元の利害に関係していると言い出しにくいような論点をも提示し、地元関係者の議論のきっかけをつくる役割も果たした。

このような事業を推進する中で、明らかになってきた成果と課題等について、アドバイザリーボード委員からの意見等をもとに、以下のように整理する。

### ■まちなか再生に向けた段階に応じたポイントの整理・分析

- 今年度の助成事業のうち、長沼町、松原市ではビジョンを作成し、熊谷市、岡崎市、門真市ではビジョンを作成したうえで推進体制を整備し、また実証実験・社会実験、事業を展開する段階にあるなど、被助成団体においてまちなか再生に向けた取り組み段階が異なる。
- まちなか再生に取り組むきっかけ（契機）は異なり、またその取り組みにはできるところから着実に始めていくスモールスタートでの中長期的な取り組みが推奨されるなかで、各契機に応じたポイントを整理・分析し発信することでまちなか再生に取り組む自治体へ参考となることが期待されるであろう。

### ■アドバイザリーボード委員、自治体間の意見交換

- 新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響から、現地会議は開催したものの、現地会議後の懇親会は開催を見送った。
- これまでは、オフィシャルの場では相談しづらいことについては現地会議の前後や懇親会にて、また、まちなか再生に向けた段階を先行する自治体からのアドバイスを受ける場として実績報告会があったものの、そのような機会を確保できなかった。
- 次年度以降も、当面はこのようなオフィシャルな場以外でのコミュニケーションを設ける機会が限定されることが見込まれるなか、現地会議や実績報告会のみならず、アドバイザリーボード委員や自治体間が交流、あるいは意見交換できる場を設定することで、有効な情報共有が期待されるであろう。

### ■プロデューサーの役割の明確化

- 本助成事業では、当該分野での実績や経験、ノウハウを有する有識者を地域外からプロデューサーとして招聘し、プロデューサーがコーディネートを行いながらまちづくりの方向性を定める役割を担うケースが大半である。
- プロデューサーが如何に自治体をコーディネートするかが重要であり、まちなか再生の成功の可否を左右するのは、いわばプロデューサーの力量に委ねられる。
- 多様な経験を有するプロデューサーの案件を採択することが見込まれることから、例えばこ

れまでの助成事業で経験した各プロデューサーがどのようなアプローチでまちなか再生に取り組まれてきたかを予め共有したり、中長期的な視点で事業を組み立てるなど、プロデューサーに必要とされる役割について、事業開始時に共有する仕組みの構築が今後期待される。

次年度以降のまちなか再生支援事業実施にあたっては、今年度の事業を通じて明らかになった課題を踏まえ、さらに今年度の取組みを充実、発展させていきたい。この「まちなか再生支援事業」では、今後もモデルとなる地域の支援を通じて、「まちなか」の新たな姿・役割、新たな再生手法等を提示し、全国各地でのまちなか再生の取組みに貢献できるよう努めていきたい。

資料編 実績報告会発表資料

# 1 長沼町（北海道）



令和4年度 まちなか再生支援事業

添付資料

## 長沼町（北海道）

### 町民のためのまちなか活用に向けた社会実験

中心市街地活性化へのスモールステップ

#### ■プロデューサー

株式会社ミサワホーム総合研究所  
主幹研究員 富田 晃夫



### I 事業概要

#### (1) まちなか再生の取組み背景

##### ア 長沼町の概要

- ・ 北海道の中央部、全道人口の半分に相当する約250万人の交流人口を擁する道央圏に位置しており、札幌市から車で50分程度、新千歳空港から車で30分程度と、都市近郊で都府県との交通利便性にも富んだ地域となっている。
- ・ **人口は10,289人（2020年国勢調査）**であり、**この20年間で17.4%もの人口減少**が生じている。
- ・ **特色は、立地の優位性**にもある観光スポットの充実、観光入込客数で、道の駅マオイの丘公園、ながめま温泉、点在する農産物直売所やファームレストラン、カフェ、スイーツなど食と連動した観光施策に特徴がある。





## I 事業概要

### (1) まちなか再生の取組み背景

#### イ 対象区域の概要

- ・ 長沼町の中心市街地は、役場を中心に半径2km程度で構成され、商店街、町立長沼病院、小中学校、バスターミナルなど**まちの機能**

がある程度集約されている。

- ・ 人口は用途地域に約6割、市街地周辺を含む中央部に約7割が居住、本事業の対象とする区域内にも相当数

の人口が居住しており、長沼町の**中心市街地**として今後にもぎわいを生み、経済的発展、観光入り込み、関係人口創出の中核地として、持続的な地域活性化が求められる区域である。



2

## I 事業概要

### (1) まちなか再生の取組み背景

#### ウ 抱えている課題

- ・ 第2期長沼町人口ビジョンでは、2040年に8,300人とおよそ2割の減少を目標値としているが、若年層の町外流出、卸・小売事業者の高齢化や後継者不足で買い物利便性の低下などが進行する恐れがあり、まちの持続性の大きな障害となることが懸念される。
- ・ 現実、商店街は構成している**経営主の高齢化や後継者不足等により、徐々に空き店舗や空き地が増え、活力が失われつつある。**
- ・ 郊外には、温泉施設、道の駅、農産物直売所、ファームレストランなどが整備されており、観光入込客でにぎわっているが、**中心市街地を訪れる町外観光客はあまり見当たらず、**来街者の動線創出が急がれている。
- ・ 地元生活者においては、病院と生活物資の買い物をまとめて済まそうと市街地へ赴くが、午前中に終わらせて自宅へ帰るには町営バスの接続が悪いといった問題点が指摘されている。

3



## I 事業概要

### (2) まちなか再生の長期目標

#### ア まちなか再生の長期目標

- ・ 郊外の観光施設(道の駅、温泉施設、農産物直売所、ファームレストランなど)に係る観光入込客数は、コロナ禍においても堅調な推移であり、これらの来訪者が中心市街地へ周遊、回遊することでまちなか再生、活性化につながるものと考えられる。
- ・ **本通り商店街の空き地、空き家、空き店舗対策を進め、町民や移住者による起業、企業誘致、観光客の流入増大などを目指す。**
- ・ 町民向けには公的サービス、買い物、医療や住宅など「歩いて暮らせる」ウォーカブルなまちづくり、コンパクトな中心市街地形成を検討し、町民の暮らしやすさの向上を図る。
- ・ これらのことにより、人口ビジョンで示す2040年に市街地地域の人口減少率が町全体の人口減少率を下回らないこと、遊休未利用不動産から生じる逸失利益の食い止めとして22件の空き店舗の減少を目標として取り組みを進め、人口の安定化を実現する。

4

## I 事業概要

### (2) まちなか再生の長期目標

#### イ これまでに実施してきた取り組み

- ・ 地方創生、公民連携の取り組みである「まちづくり包括連携企業」の支援、提案により、まちぐるみで取り組む中心市街地活性化事業を徐々に進めており、多様な主体が参画する**長沼町中心市街地活性化協議会を設置**(令和元年6月)

(※長沼町中心市街地活性化協議会の経過は別紙のとおり)

- ・ 経済産業省の地域まちなか活性化・魅力創出支援事業費補助金(中心市街地活性化支援事業)の採択を受け、令和元年度に調査事業を実施。

＞補助事業実施主体(調査主体) 一般社団法人がぬま

＞調査業務 株式会社ミサワホーム総合研究所

- |           |           |               |
|-----------|-----------|---------------|
| ・通行量調査    | ・住民満足度調査  | ・事業主意向調査      |
| ・潜在的来町者調査 | ・空き店舗状況調査 | ・町民対話型ワークショップ |

5

## I 事業概要

### (2) まちなか再生の長期目標

| 年度                      | 月日    | 協議会             | 内容                                                                              |
|-------------------------|-------|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| H31/R1                  | 3/4   | 準備会議            | ○設置趣旨を説明し、協議会への参画を打診                                                            |
|                         | 6/28  | 第1回会議<br>(設立総会) | ○規約制定、会長・副会長選任、協議会の進行予定など説明<br>○ミサワホーム総合研究所から事業紹介                               |
| ～ コロナ禍の影響で開催のタイミングを調整 ～ |       |                 |                                                                                 |
| R2                      | 6/4   | 第2回会議           | ○ミサワホーム総合研究所から事例紹介<br>○意見照会（道路、バス、除排雪）                                          |
|                         | 7/21  | 第3回会議           | ○前回会議後の意見を確認<br>○ミサワホーム総合研究所から事例紹介<br>○意見照会（公営住宅）                               |
|                         | 9/11  | 第4回会議           | ○前回会議後の意見を確認<br>○ミサワホーム総合研究所から事例紹介<br>○意見照会（学校、給食センター）                          |
| ～ コロナ禍の影響で開催のタイミングを調整 ～ |       |                 |                                                                                 |
| R3                      | 11/24 | 第5回会議           | ○前回会議後の意見の確認も含め、総括でおさらい<br>○再整備を目指す学校施設の位置を検討<br>○ミサワホーム総合研究所及び一般社団法人ながぬまから事業提案 |
| R4                      | 8/24  | 第6回会議           | ○前回会議までのおさらい<br>○令和4年度「まちなか再生支援事業」事業計画を説明                                       |

6

## I 事業概要

### (3) 今年度の目標と事業概要

#### 【今年度の目標】

来年度認定を目指す「中心市街地活性化基本計画」の策定に向けて、まちなかの資源である空き地・空き店舗の活用を促進する事業の実証実験を行う。

また、事業企画においては、意欲のあるプレーヤーを発掘しながら、空き地・空き店舗を活用するための課題を抽出し、相互解決する。そして継続的な事業とするためのきっかけとなる手法やアクションを検討するための材料とする。

まずは、やってみて、景色を変え、意欲を促すという循環を創造する。

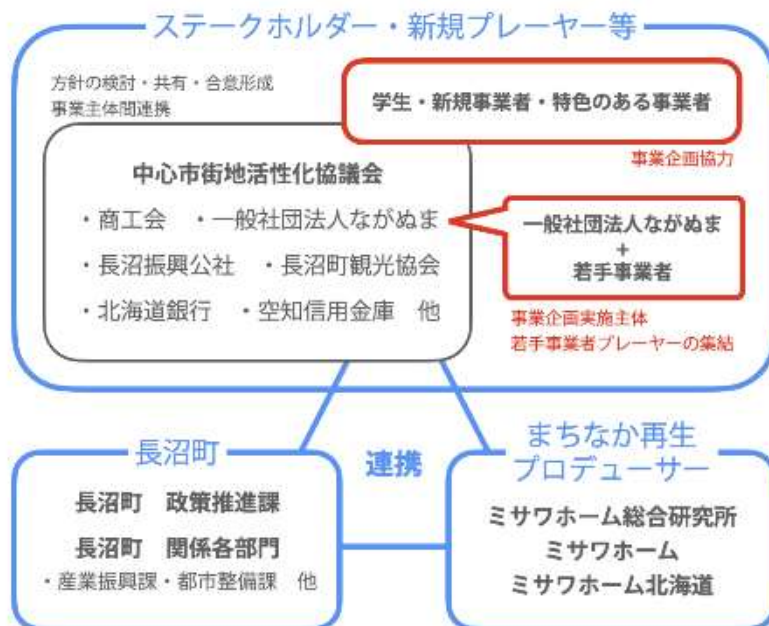
#### 【今年度の事業概要】

- ①中心市街地活性化の計画策定支援
- ②町民のためのまちなか活用のきっかけづくり(空き地イベント)
- ③事業者・所有者向けのまちなかの活用のきっかけづくり(空き店舗ショップ)
- ④動員・波及のための広報の仕組みづくり

7

## I 事業概要

### (4) 今年度の事業実施体制



8

## II 成果報告

### (1) 本事業の取組み経過

| 事業内容                                  | 実施手法等           | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 |
|---------------------------------------|-----------------|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|----|----|
| ①中心市街地活性化の<br>計画策定支援                  | 中心市街地活性化協議会     | ■  | ■  | ■  | ■  | ■  | ■   | ■   | ■   | ■  | ■  |
|                                       | 協議会・関係機関との連携・協働 | ■  | ■  | ■  | ■  | ■  | ■   | ■   | ■   | ■  | ■  |
|                                       | 中心市街地活性化計画づくり   | ■  | ■  | ■  | ■  | ■  | ■   | ■   | ■   | ■  | ■  |
| ②町民向けの<br>まちなかの活用の<br>きっかけ作り          | 社会実験計画          | ■  | ■  | ■  | ■  | ■  | ■   | ■   | ■   | ■  | ■  |
|                                       | ワークショップ開催・意見検討  | ■  | ■  | ■  | ■  | ■  | ■   | ■   | ■   | ■  | ■  |
|                                       | まち歩き活用促進のシステム作り | ■  | ■  | ■  | ■  | ■  | ■   | ■   | ■   | ■  | ■  |
| ③事業者・所有者<br>向けの<br>まちなかの活用の<br>きっかけ作り | 社会実験計画          | ■  | ■  | ■  | ■  | ■  | ■   | ■   | ■   | ■  | ■  |
|                                       | ワークショップ開催・意見検討  | ■  | ■  | ■  | ■  | ■  | ■   | ■   | ■   | ■  | ■  |
|                                       | まち歩き活用促進のシステム作り | ■  | ■  | ■  | ■  | ■  | ■   | ■   | ■   | ■  | ■  |
| ④町民・観光客の<br>ための<br>広場の仕組みづくり          | まち歩き活用促進        | ■  | ■  | ■  | ■  | ■  | ■   | ■   | ■   | ■  | ■  |
|                                       | まち歩き活用促進        | ■  | ■  | ■  | ■  | ■  | ■   | ■   | ■   | ■  | ■  |
| 現地会議・実績報告会                            |                 |    |    |    |    |    |     |     |     |    |    |

9

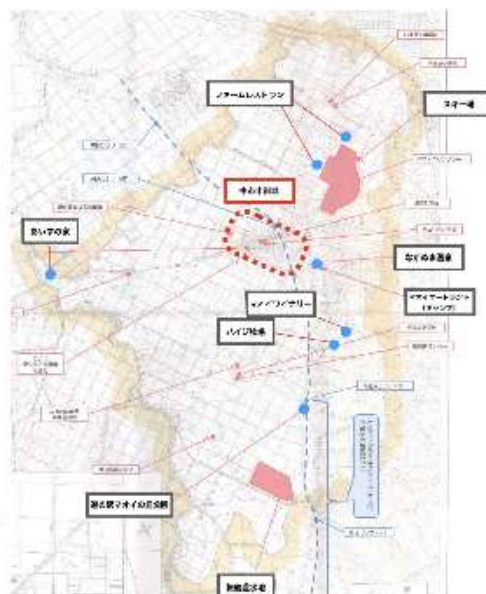


## Ⅱ 成果報告

### (2) 本事業における主な活動、取り組み

#### ① 中心市街地活性化の計画策定支援 ～長沼町の特徴・地域資源について

- ・魅力と評価されるものは周辺部に多い
- ・中心部は公共施設が多く、留まる場所がない
- ・地域資源が多様なまま散らばっている



10

## Ⅱ 成果報告

### (2) 本事業における主な活動、取り組み

#### ① 中心市街地活性化の計画策定支援 ～中心市街地活性化協議会・活性化構想の提案・事業洗い出し

第6回 中心市街地活性化協議会



中心市街地活性化構想案



活性化事業洗い出し



11

## II 成果報告

(2) 本事業における主な活動、取組み

## 参考

## ②町民のためのまちなか活用のきっかけ作り

【背景】町民の中心部に対する期待は高く、魅力的な店舗やイベントなどへのニーズが高い



中心市街地活性化調査事業 長沼町住民アンケート(2018年実施)

12

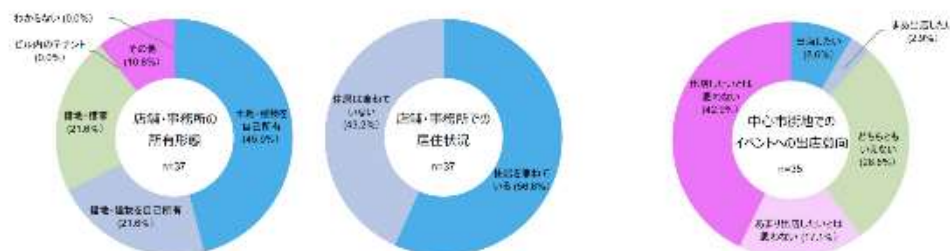
## II 成果報告

(2) 本事業における主な活動、取組み

## 参考

### ③事業者・所有者向けまちなかの活用のきっかけ作り

【背景】土地と建物の所有者の違い、既存事業者のイベント等出店意向が低いことが課題



|               | 西園地 |     | 中央町 |     | 合計  |     |
|---------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
|               | 區画数 | %   | 區画数 | %   | 區画数 | %   |
| 1. 商業中心部      | 14  | 25% | 42  | 65% | 56  | 44% |
| 2. シェアード・店舗   | 2   | 4%  | 10  | 14% | 12  | 9%  |
| 3. 商店街部       | 5   | 11% | 5   | 7%  | 11  | 9%  |
| 4. 公園部        | 3   | 5%  | 7   | 10% | 10  | 8%  |
| 5. 住宅         | 20  | 36% | 1   | 1%  | 21  | 17% |
| 6. 事務所・倉庫・駐車場 | 11  | 20% | 5   | 8%  | 17  | 13% |
| 公共施設          | 56  |     | 71  |     | 127 |     |

中心市街地活性化調査事業  
事業者アンケート・空き地空き店舗調査(2018年実施)

13



## Ⅱ 成果報告

### (2) 本事業における主な活動、取り組み

活用促進対象の空き地



活用促進対象の空き店舗



参考 中心部の空き地・空き店舗などの調査

中心市街地活性化調査事業 空き地空き店舗調査(2018年実施)



14

## Ⅱ 成果報告

### (2) 本事業における主な活動、取り組み

② 町民のためのまちなか活用のきっかけ作り こういうことができるんだ、という姿を見せる  
～空き地を活用したイベントの開催

10/15 MAOI STREET PARTY



15

## Ⅱ 成果報告

### (2) 本事業における主な活動、取り組み

- ③事業者・所有者向けまちなかの活用のきっかけ作り こういうことができるんだ、という姿を見せる  
～空き店舗を活用したチャレンジショップの開催

1/22・29 MAOI STREET CHALLENGE



16

## Ⅱ 成果報告

### (3) 本事業の成果

- ④動員・波及のための広報の仕組みづくり  
～空き店舗を活用したチャレンジショップの開催

デジタル施策とリアル場の連携

チャレンジショップと連動したフォトコンテスト開催、優秀作品の展示発表・SNS広報手法  
実証



17



## Ⅱ 成果報告

### (3) 本事業の成果

#### ① 中心市街地活性化の計画策定支援

～中心市街地活性化基本計画骨子策定

第7回協議会実施、計画コンセプト案および事業案作成

#### ② 町民のためのまちなか活用のきっかけ作り こういうことができるんだ、という姿を見せる

～空き地を活用したイベントの開催

参加者の満足度、継続意向、共感度は高く、事業者からは自ら実施意向の声もあり、まちなか活用の第一歩として効果があった

#### ③ 事業者・所有者向けまちなかの活用のきっかけ作り

～空き店舗を活用したチャレンジショップの開催

出店事業者・建物所有者とともに実施ハードルは高くないことを実感できたが、課題も多い

#### ④ 動員・波及のための広報の仕組みづくり

～空き店舗を活用したチャレンジショップの開催

デジタル施策とリアルな場を紐付ける手法の手応えをつかんだ

18

## Ⅱ 成果報告

### (3) 本事業の成果

#### ② 町民のためのまちなか活用のきっかけ作り こういうことができるんだ、という姿を見せる

～空き地を活用したイベントの開催

イベントには満足されましたか？

回答の割合



そのようなイベントにはまた参加したいですか？

回答の割合



同地域内（中心市街地内）は調査しましたか？

回答の割合



| 時間     | 大人   | 子ども | 合計   |
|--------|------|-----|------|
| 11～12時 | 96人  | 27人 | 123人 |
| 12～13時 | 67人  | 24人 | 91人  |
| 13～14時 | 59人  | 10人 | 69人  |
| 14～15時 | 41人  | 12人 | 53人  |
| 15～16時 | 16人  | 2人  | 18人  |
| 合計     | 279人 | 75人 | 354人 |

19



## Ⅱ 成果報告

### (3) 本事業の成果

#### ② 町民のためのまちなか活用のきっかけ作り こういうことができるんだ、という姿を見せる ～空き地を活用したイベントの開催

##### アンケートフリーコメント

このようなイベントがあるのを全然知りませんでした。SNSを見てみたいと思いましたが、詳細を見ようと検索してもヒットせず苦労しました。ほめて、長沼町・イベント 検索のキーワードでヒットできるようにしてほしい。

もっと周知してもらった。町民ですが知りませんでした。町内無事で紹介してもらったかも。

**好意的感想**

トーク面白かったです！

自分もスポーツをやっているの、すごく面白かったです。

景観されている関係、開催って欲しい。景観の育成にも期待しています。

**体験ができて楽しかったです。**

ナチュラルリョージュの技術を上手に活用しました。関係良かったです。

たのしかったです。応援してくれました。

自転車の試乗良かったです。

**周知・広報要望**

イベント・コンテンツ検索

ワイルドハーブのボテトが美味しかった。なるべく日が当たらないようにしてほしい。

参加者としては行列や入り口、出れないなどなかったのが非常に居心地の良いイベントでした。一点、トーク以外の時間中はBGMを控えめにしてください。

イベントに関わっていた多くの人が、優しくとても良い雰囲気でした。特にリョージュ選手の中井さんがとても優しく丁寧に、すばい雰囲気だなと思いました。アスリートの皆様、これからも応援してください！応援します！！

**規模も大きすぎなくて参加しやすかったです**

地域を盛り上げながら開催してほしいです！

**空き地に人工芝を引いたらこんなイベントができるんだと思った。これなら自分たちでやってみても良い(出店者)**

**継続要望**

また次回開催できる事を期待しています。

**中心市街地でこのようなイベントをもっと開催できると良いですね**

このイベントをもっと宣伝して来年も開催してほしい。沿道の人に来てもらえるように。

**今後も開催してほしい 春や夏など季節毎とかだと尚いいなと思いました**

近くに活躍されている方がいるのを初めて知りました。これからの活躍を応援しています。

坂中さんを主体にマスイドトレイルのイベントをどんどん開催してほしいです！

**新規認知**

アスリートの方がいるのは知りませんでしたので今後全てで取りたいという事が大切だと思います。

知らない顔が知れて良かったです。

長沼町にゆかりのあるアスリートが沢山いると知り、とても嬉しいです。応援しています。頑張ってください。

20

## Ⅱ 成果報告

### (3) 本事業の成果

#### ② 町民のためのまちなか活用のきっかけ作り こういうことができるんだ、という姿を見せる ～空き地を活用したイベントの開催

##### イベント後の波及効果

空き地でのハロウィンイベント  
(ノウハウの提供)



まちコンイベント  
(イベント出店者連携)



スポーツイベント(木橋体験会)  
(出演アスリート連携)



21

## Ⅱ 成果報告

### (3) 本事業の成果

#### ③事業者・所有者向けまちなかの活用のきっかけ作り ～空き店舗を活用したチャレンジショップの開催

1/22、1/29実施

##### 出店事業者ヒアリング

- ・今回の参加目的は人脈作りが大きかった、まちなかの多くの方と接することができてよかった
- ・道の駅の方とお話しして、道の駅への商品出品など具体的な話ができてよかった
- ・今まで集まらなかった情報が一日お店を出しただけで集まってきた
- ・今回のようにテーマ性があったり、出店内容の調整を事務局がしてくれると良い

##### 建物所有者ヒアリング

- ・今使っていないので、この程度であれば使ってもらって構わない
- ・今回は素性のわかる人(事務局)が張り付いていたから安心だが、今後全く知らない人が使うとなると不安はある(自宅部分との間に鍵がないため)

##### 今後の課題

- ・出店場所としては、水回り設備が必要である方が多いため、住居一体型の場合は整備が必要
- ・セキュリティ、冷暖房調節、トイレ、水道、電気スイッチが母屋等の課題あり

22

## Ⅱ 成果報告

### (3) 本事業の成果

#### ④動員・波及のための広報の仕組みづくり ～空き店舗を活用したチャレンジショップの開催

デジタル施策とリアルな場を紐付ける手法の手応えをつかんだ  
フォトコンテストの参加者も多数来場、継続開催の声も多く聞かれた



23



## II 成果報告

---

### (4) 成果をふまえての提案

#### 1) 空き地・空き店舗の活用のためのマネジメント組織の育成とシステム整備

- ・まちづくり団体や地元商店が単独かつスポット的に空き地を活用することは可能だが、総合的な取り組みとして**空き地活用のマネジメントを担える組織の育成**が必要である
- ・所有者へのアクセスの仕方等も不明なことが多くあるので、空き家だけではなく**ちよい貸し空き地バンク**のようなシステム化の検討も必要である
- ・住居一体型のシャッター店舗(空き店舗)が多いため活用に躊躇してしまうが、そこを越えるため**制度設計や助成制度**などの整備が必要である
- ・所有者側へのメリット提示など、活用を促進するための費用面での仕組みづくりと同時に、**継続して空き店舗が活用されている風景を見せ続ける**取組を行政主導で行うべきである

24

## II 成果報告

---

### (4) 成果をふまえての提案

#### 2) 中心市街地活性化基本計画への反映

- ・1)で例示したような取組、制度については、中心市街地活性化基本計画へ確実に盛り込み、**組織化や自走化に向けたプロセスデザイン**を行う必要がある。
- ・まちなかを活用するためのコンテンツづくりは民間主導で行いつつも、駐車場の整備や場づくりなど**使いやすい箱を整備する取り組み**が必要である。

#### 3) デザイン性を持たせた、リアルとデジタル両輪の広報展開

- ・既存ホームページやSNSなどをさらに活用していくためにも、**リアルの取組との連動**でそれが集客や活動につながるような持続的な取り組みが必要である。
- ・発信するビジュアルイメージや制作物は、誰もがそこに載りたい、載せたいと思えるような、かつ、将来的なまちなかの姿をイメージできるような**デザイン性を持たせる**ことが必要である。

25

## III 今後の展開

### (1) 提案実現への展望と課題

#### 1) 空き地・空き店舗活用のためのマネジメント組織の育成とシステム整備

- ・所有者と利用者、新規事業者と既存事業者をつなぐ**中間組織**の整備
  - 自走可能なまちづくり組織と、それを担う人材育成
  - 既存事業者が欲していることは新規事業者との接点、交流機会
  - 課題: 適任者の発掘、運転資金の確保
- ・組織化や自走化に向けた**プロセスデザイン**
- ・助成などの**制度構築**
  - 駐車場、トイレの確保が課題、託児所への要望あり
  - 課題: 適地の発掘・確保

26

## III 今後の展開

### (1) 提案実現への展望と課題

#### 2) 中心市街地活性化基本計画への反映

- ・まちなかを活性化するビジョンを作成し、**全体構想案を策定**
  - 重点エリアとターゲットの決定(タネ地とその展開)
- ・**計画策定と合意形成の両輪**
  - ステークホルダー(町民、事業者、行政職員等)を対象にしたワークショップ等の開催
  - ※次年度に計画



27

## III 今後の展開

### (1) 提案実現への展望と課題

#### 3) デザイン性を持たせた、リアルとデジタル両輪の広報展開

- ・あこがれるデザインの提示  
→デザインコンテスト等の実施
- ・SNSを活用し募集、結果の発表をリアルの場で実施  
→今年度はながめまフォトコン(まちの風景)を実施  
次年度以降も継続的に行う 例:ながめまのステキな食卓、ながめまの四季

28

## III 今後の展開

### (1) 提案実現への展望と課題

#### 4) その他

- ・課題:町民のための**まちなかコンテンツ**のさらなる発掘  
今年度の取組み:長沼で活躍するアスリート・活動するクリエイター

##### コンテンツアイデア

- 長沼の地元食材を味わえる、夜も滞在しやすいカフェ、レストラン
- 長沼の周辺部にあるショップを中心部に集めた長沼アンテナショップ
- コンセプトショップ(スポーツ、雑貨等)

- ・課題:**冬期間の集客**への取組み  
今年度の取組み:「冬のおうち時間」をテーマにしたコンテンツ企画

##### 次年度以降の課題

- 認知度向上のための継続企画(「MAOI STREET ○○」のブランディング)
- 駐車場や雪かき等の問題解決(駐車場ネットワーク・賛同支援者集め)

29

## Ⅲ 今後の展開

### (2) 今後の展開

空き地・空き店舗がまちなかの資源であるということ、特色のあるプレーヤーによるコンテンツがまちの規模に対しては充実しているということは、すでに町民にも一定の認識がある。ただ、その活用・連携方法が見出せないというところにジレンマがあったように思う。

従来は「計画を作る → 整備する → 動員する → 活用する」という手順が一般的であったと思うが、今回は「活用する → 課題を把握する → 整備する → 計画を作る」という逆のプロセスで手法を見せる、景色を変えることによる循環の仕組みを試行し、今後の計画策定のための意識醸成ができたと考えている。



30



## 2 熊谷市（埼玉県）



令和4年度 まちなか再生支援事業

添付資料

# 熊谷市（埼玉県）

## 星川周辺のリノベーションとエリアマネジメントの推進

### ■プロデューサー

コトラボ合同会社  
代表 岡部 友彦<sup>1</sup>



## I 事業概要

### (1) まちなか再生の取組み背景

#### 【熊谷市の概要】

関東平野のほぼ中央、埼玉県北部に位置 東西 約14km、南北 約20km、面積159.82 km<sup>2</sup>  
市の南部に荒川、北部に利根川が流れ、市域のほとんどが平坦な地形

#### ■埼玉県における熊谷市の位置



#### 【市町村合併】

(平成17年10月) 熊谷市、大里町、妻沼町と合併  
(平成19年2月) 江南町を編入 埼玉県北初の20万人都市  
(平成21年4月) 特例市  
(平成22年4月) 特定行政庁

#### 【人口】

人口：194,415人（2020年国勢調査）2000年をピークに減少  
将来推計人口：2045年に約15万人





## I 事業概要

### (1) まちなか再生の取組み背景

【対象区域図】



3

## I 事業概要

### (1) まちなか再生の取組み背景

【対象区域の課題】

#### ① 人流の減少

10年前と比較し、中心市街地の通行量は、平日で約3割、休日は4割を超える減少。

■ 中心市街地の歩行者・自転車通行量（9調査地点の合計）の推移

|            | 平日 計   | 昭和52年との比較 | 休日 計   | 昭和52年との比較 |
|------------|--------|-----------|--------|-----------|
| 昭和52年      | 43,079 | 100.0%    | 61,320 | 100.0%    |
| 昭和58年      | 36,702 | 85.2%     | 41,304 | 67.4%     |
| 昭和60年      | 35,372 | 82.1%     | 34,732 | 56.6%     |
| 平成元年       | 39,370 | 91.4%     | 30,586 | 49.9%     |
| 平成12年      | 25,152 | 58.4%     | 35,708 | 58.2%     |
| 平成13年      | 25,969 | 60.3%     | 24,212 | 39.5%     |
| 平成20年      | 20,563 | 47.7%     | 16,546 | 27.0%     |
| 平成24年(1月)  | 18,449 | 42.8%     | 16,365 | 26.7%     |
| 平成25年(10月) | 13,125 | 30.5%     | 20,611 | 33.6%     |
| 平成26年(11月) | 15,286 | 35.5%     | 14,633 | 23.9%     |
| 平成27年(10月) | 21,923 | 50.9%     | 17,809 | 29.0%     |
| 平成28年(10月) | 17,713 | 41.1%     | 19,703 | 32.1%     |
| 平成29年(10月) | 18,282 | 42.4%     | 11,615 | 18.9%     |
| 平成30年(10月) | 13,626 | 31.6%     | 12,427 | 20.3%     |
| 令和元年(10月)  | 13,597 | 31.6%     | 12,599 | 20.5%     |
| 令和2年(10月)  | 12,678 | 29.4%     | 12,515 | 20.4%     |
| 令和3年(10月)  | 12,406 | 28.8%     | 9,055  | 14.8%     |

資料：熊谷市調べ、※調査時間は、10時から16時まで。

4

## I 事業概要

### (1) まちなか再生の取組み背景

#### 【対象区域の課題】

中心市街地の空き店舗の推移

#### ■ 中心市街地の空き店舗の推移

|      | 店舗区画(件) | 空き店舗数(件) | 空き店舗率(%) | 1商店街当たりの<br>空き店舗数 |
|------|---------|----------|----------|-------------------|
| 平成20 | 402     | 66       | 16.4     | 2.8               |
| 平成21 | 394     | 76       | 19.0     | 3.1               |
| 平成28 | 401     | 72       | 18.0     | 3.0               |
| 令和2  | 385     | 78       | 20.3     | 3.3               |
| 令和3  | 389     | 73       | 18.8     | 3.0               |

5

## I 事業概要

### (2) まちなか再生の長期目標

#### 将来像「生活者・来街者にとって居心地と活動意欲を創発するまち」

#### 「道路やオープンスペース、空き店舗等の活用促進」

車中心から人中心のゆとりある道路空間への転換を図るため、居心地が良く多様な活動を実施できる滞在空間の形成や歩行空間と店舗等が融合した一体的なぎわいづくりを行い、新たな魅力を創出する。

空き家・空き店舗など低・未利用地の整序化や点在する駐車場の再配置を進め、生み出された空間資源の有効活用を促進する。

#### 「まちなか活性化に向けた担い手の育成」

まちなかの再構築に向けた社会実験などまちづくりを担う活動主体のチャレンジを支援し、若い世代の参画機会を創出することで、次世代の担い手育成を推進する。

官民連携によるエリアマネジメントを推進し、民間の主体性を高め、中心市街地の良好な環境形成や価値向上を図っていく。

#### 【これまでの取組】

#### ・「星川夜市-Hoshikawa Night Bazar-」(星川夜市実行委員会)

星川通りの車道を一部通行止にし、毎月第2土曜日に飲食・物販の出店や、パフォーマンスイベントを実施。実行主体は20歳代の若手が担う。現在も継続実施中。

#### ・「星川行こうよプロジェクト」(熊谷街・妄想・ワークショップ実行委員会)

市民向けのまちづくりワークショップ「熊谷・街・妄想ワークショップ」を開催。

子育て世代をターゲットとし、星川の親水広場に椅子・テーブルを設置したり、民間駐車場の一部に遊具を設置し人の滞留を作る実証実験や、星川通りの車道の一部にクラックを設置し、通過交通の速度を減速させ、車と歩行者の共存を実現させる「シェアードストリート」を意識した取組を実施。

6

## I 事業概要

### (3) 今年度の目標と事業概要

#### ①地区内の空き店舗・駐車場の状況調査

物件の状況調査や所有者の意向調査及び駐車場の利用状況調査を行い、低・未利用地の整序化を検討するための基礎資料とする。

#### ②まちづくりの主体となる担い手による組織体制の確立支援

星川沿道の二つの商店街のメンバーを中心に、沿道で行われているイベントや活動を帰属させた体制を構築し、まちづくり団体（プラットフォーム）の設立に向けた意識の醸成を図る。

目標：まちづくり団体（プラットフォーム）を設立し、一般社団法人化を目指す

#### ③リノベーションまちづくり

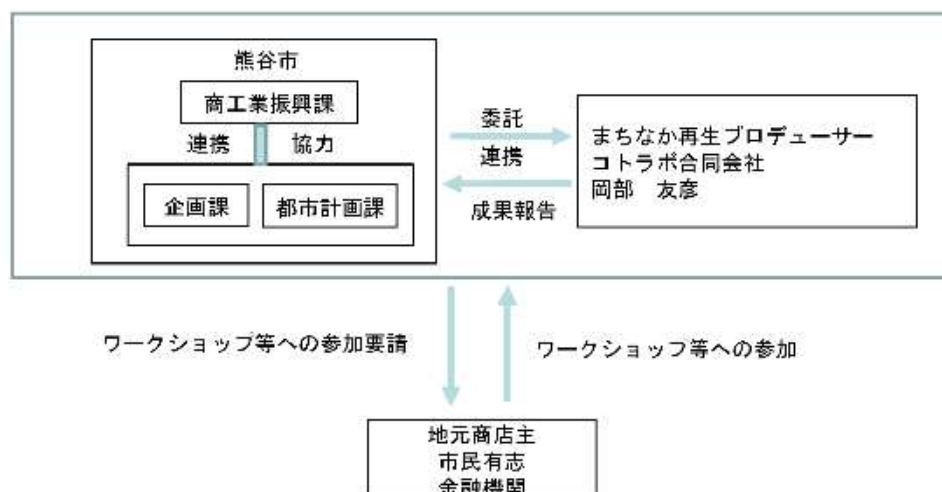
一昨年度から開催している、市民主体のまちづくりワークショップ（熊谷・街・妄想ワークショップ）の2022年度事業として、星川を日常的に楽しむ方策について検討し、地域資源である星川を活用した魅力的な滞留空間を構築する社会実験を行う。

目標：ワークショップと社会実験の実施により、市民の意見集約を図り、星川を活用した新たな魅力を創出するための方策をまとめる

7

## I 事業概要

### (4) 今年度の事業実施体制

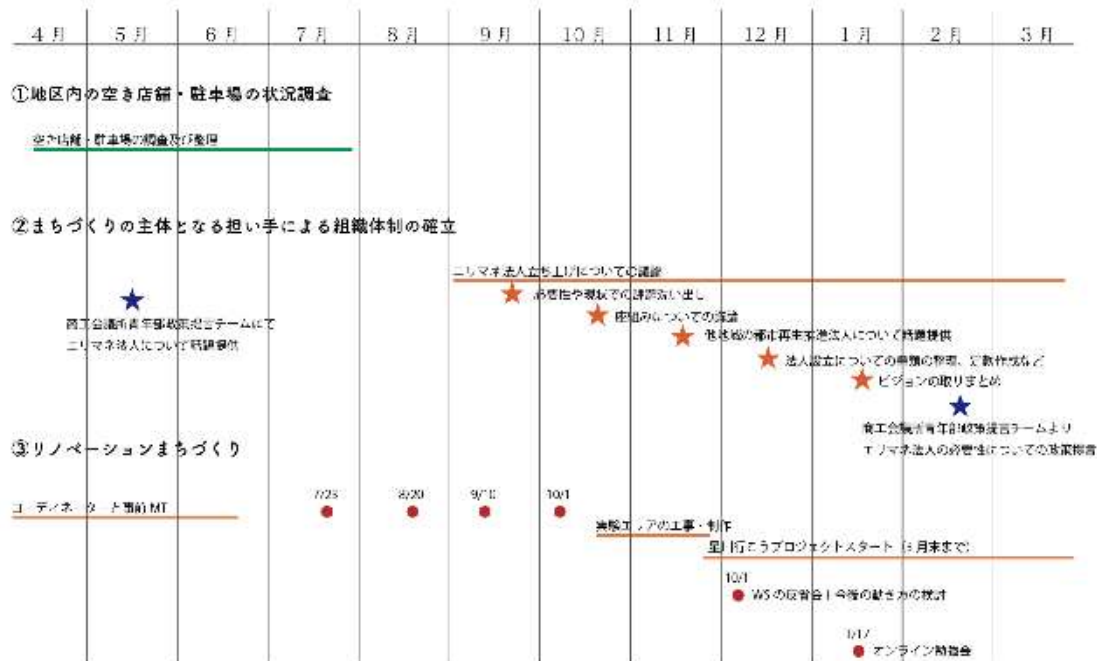


8



## II 成果報告

(1) 本事業の取組み経過



5

## II 成果報告

## (2) 本事業における主な活動、取り組み 星川周辺の各エリア状況



10





シンボルロードとして整備されているが人通りは乏しい

11



親水広場も滞留する環境が整っていない





## Ⅱ 成果報告

### (3) 本事業の成果

#### ① 地区内の空き店舗・駐車場の状況調査

##### 星川通り周辺エリアの空き家・空き店舗調査

星川周辺の物件を日視調査から下記のような流れで貸店舗化へ向けて調査。  
現状地域内で対象となりうる物件は45件。内訳は下図のようになっている。

目視調査  
↓  
登記簿取得  
↓  
地権者へのコンタクト（訪問、郵送）  
↓  
周辺住民への聞き込み

| 状態      | 件数 | 説明                         |
|---------|----|----------------------------|
| 可       | 1  | 所有者から賃貸の了承を得た              |
| 不可      | 13 | 資物置き場、倉庫、使う予定、取壊し予定、貸す意思なし |
| 所有者不明   | 6  | 所有者がわからない                  |
| 連絡つかず   | 11 | 所有者はわかっているが連絡がつかない         |
| 可否不明    | 3  | 所有者（代理人）と連絡が取れたが結果が出ていない   |
| 連絡待ち    | 1  | 所有者（管理費）からの連絡待ち            |
| 不動産管理   | 9  | 不動産管理                      |
| 不動産管理で可 | 2  | 不動産経由で賃貸可能                 |



14







通行量調査R3年度（歩行者）

黒：平日  
赤：休日



■地域の現状について

- ・ 個店や個人としては活動しているが、商店街としての積極的な活動は乏しい。
- ・ 空き店舗が少なく、空き地・駐車場が多い。（空き店舗になると駐車場や空き地に）
- ・ 駐車場にして街の動きを様子見してる地権者が多いのでは。
- ・ 星川はシンボルロードとして整備されているが、

通過交通が多く、星川自体も目的地化されず、人通りが乏しい。

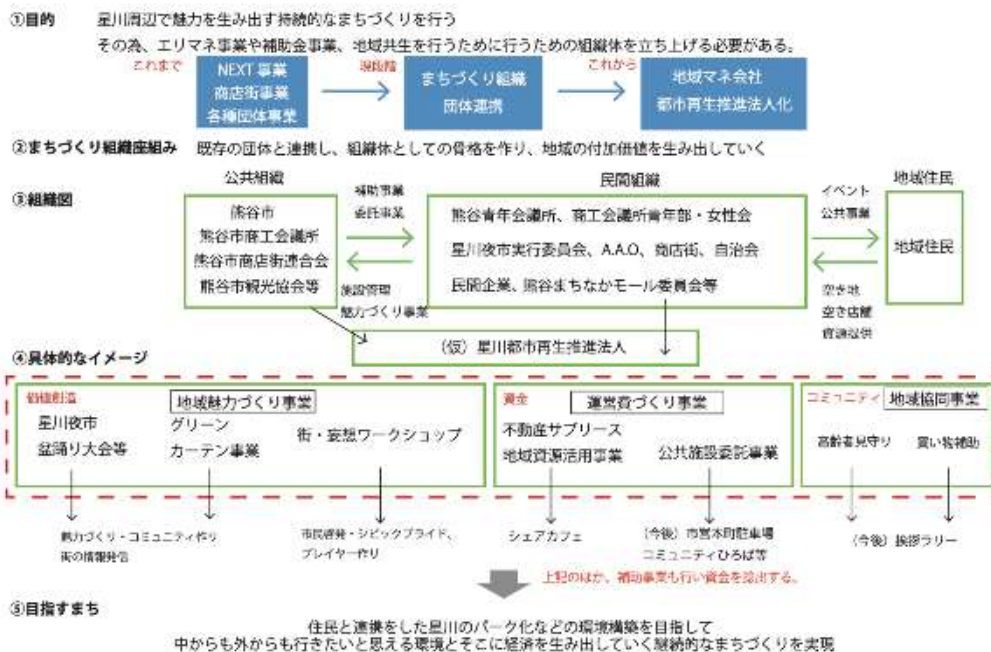
- ・ 星川はハード整備がされるたびに人通りが乏しくなった。（商店会会長談）
- ・ かつては若手が動くと、出る杭は打たれる的に潰されることが多かった。
- ・ 周辺に低利用、未利用の公共施設が立地。（市営駐車場、遺贈物件、星溪園）

## Ⅱ 成果報告

### ②まちづくりの主体となる担い手による組織体制の確立

【案】熊谷市 星川周辺地区 まちづくり組織座組み

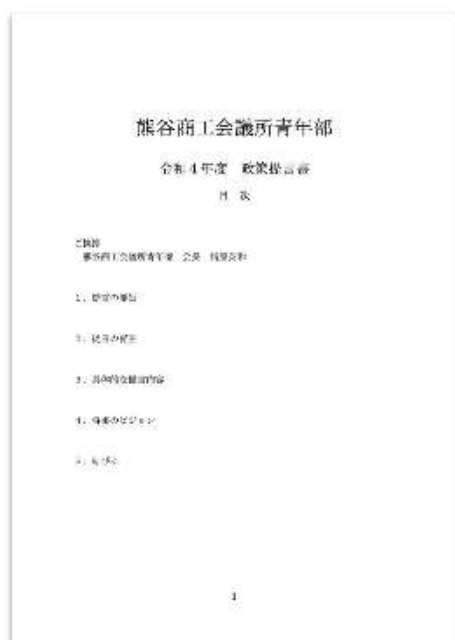
Ver.2



19

## Ⅱ 成果報告

### ②まちづくりの主体となる担い手による組織体制の確立



商店街の若手チームを核とし、  
商工会議所青年部とともに、  
星川地域における都市再生推進法人を  
活用したまちづくりについて  
をテーマとして、政策提言案を取りまとめ、  
4月に法人立上げを行う。

20

## II 成果報告

### ②まちづくりの主体となる担い手による組織体制の確立

エリマネ法人立ち上げ趣旨の整理

■星川地域にて都市再生推進法人が必要な理由

- ・行政と各事業団体、商店街、自治会との中間組織としての役割
- ・行政の組織編成に左右されない体制づくり。持続可能な組織体が必要。
- ・星川における広場の活用や水量の調整が現状は困難なため、管理を委託し広く活用できる状況にしていきたい。

■星川地域に都市再生推進法人を設立するメリット

- ・星川沿道の店舗(商店街)や住民への情報共有
- ・合意形成の機能。
- ・まちづくりに関わりたい、星川ににぎわいを作りたい、熊谷を変えていきたいと思う人達が想いを持って参画し、行動へと繋げていけるコミュニティのハブ的役割。
- ・アクションを誘導、誘発、自発する機能(ソフト・ハード共に行政と共に考えて実行していく)

21

## II 成果報告

### ②まちづくりの主体となる担い手による組織体制の確立

エリマネ法人として今後行なっていきたいことの整理

【実証実験】

- ・星川地域におけるウォークアビリティとモビリティについての実証実験
- ・地域内外から人が集まりにぎわいの創出に向けての実証実験
- ・上位計画への提言

【補助事業】

- ・まちづくりワークショップの運営
- ・地域活性化、にぎわい創出に向けた補助事業(市、県、国)

【近隣商店の統括】

- ・だるま市、灯篭流し、こいのぼり、イルミネーションなど  
エリア内への情報共有、道路使用許可申請、各種保険などの代行業務
- ・熊谷市商店街連合会との連携し、星川地域内のイベント・祭り業務の委託(えびす産業祭など)
- ・まちなかモール委員会の事務委託(会議体の運営、書類作成)

【業務委託】

- ・民間企業が星川地域で実施する業務委託

【人材育成】

- ・地域の若手人材を活用し、事業を通じて育成
- ・若手人材を行政や民間企業へ採用、出向

22



## Ⅱ 成果報告

### ②まちづくりの主体となる担い手による組織体制の確立

#### 今後の動き方

【令和5年度:1年目】将来像設定・社会実験設定

【令和6年度:2年目】社会実験と、それに合わせた合意形成

【令和7年度:3年目】事業化

(工事を伴わないものについては、当該年度末を目掛けて具体の規制緩和等、工事であれば補正で基本設計には着手)

※3年で体制審議を予定

23

## Ⅱ 成果報告

### ③リノベーションまちづくり



**参加者募集**

参加費:4000円(全1回分)

家族で参加の場合は1人分はOK  
高校生・大学生は半額  
7/14締切!!

下記の申込フォームから  
お申し込みください。

申込フォーム

過去のWS記録!!

参加しようか悩んでいる方、  
どんなことをするのがいいか  
知りたい方は、過去のワーク  
ショップ記録をご覧ください。

**熊谷 街・妄想・ワークショップ**  
一里川を日常的に楽しむには何をしたら良い?-

開催日時 7/23(土) 8/20(土) 9/10(土) 10/1(土)  
13:00-16:00 (8/20の開催は15:00開始となります。ご了承ください。)

問合せ先 diy.kumagaya2020@gmail.com (コトラが合同会社)

会場 シェアカフェ☆エイエー (熊谷市本町1-222)

主催 熊谷市役所、コトラが合同会社

運営 08スタジオ、エイエー、コトラが合同会社

24



前年度に引き続き、  
街を自分たちが快適だと思える街へと変えていくワークショップ。

→今年は市役所職員も参加し、企画を検討し  
実行。



## 今年度のWSの方向性

より星川にフォーカスして、滞留空間を生み出し、中心市街地への人の流れを作ることを実践的にやりたい。前年度は冬の1～3月に取り組みを行なったが、今年は、夏・秋の時期に実行を予定。  
星川を活用して目的地となる環境、滞留したくなる環境の検討を行う。

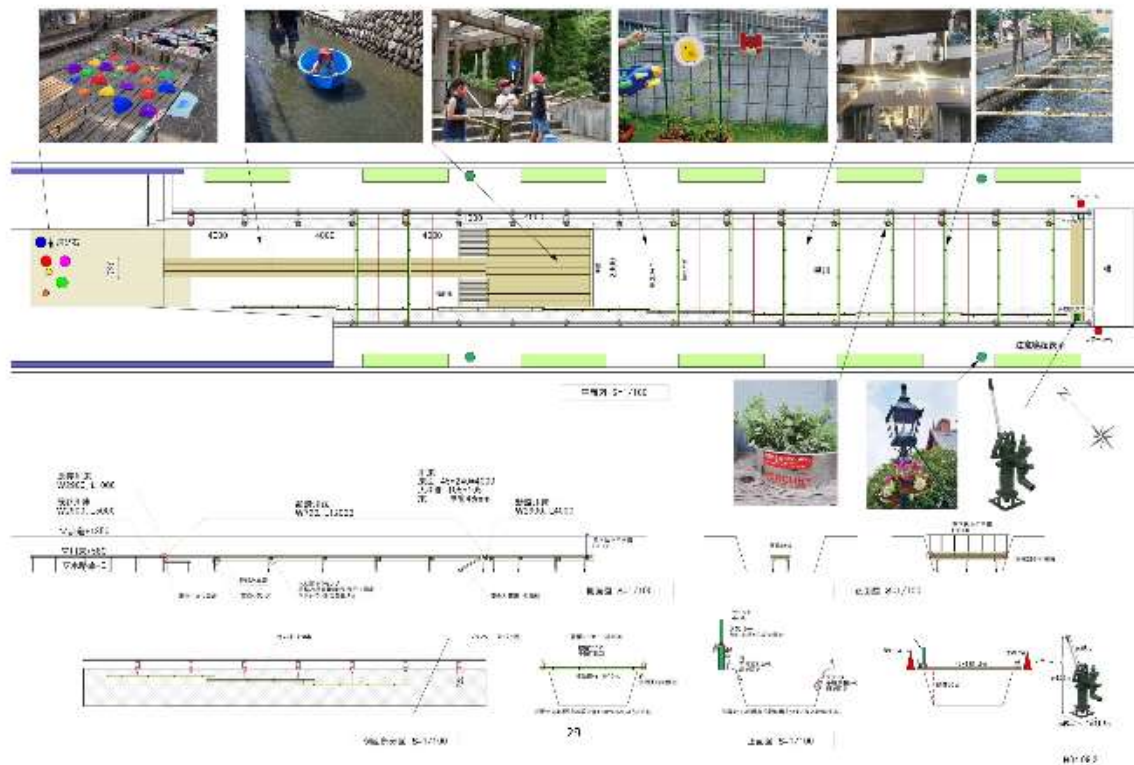








### WS3回を経過した時点での企画案の状況



### WS3回を経過した時点での企画案の状況











## 星川行こうよプロジェクト

星川は、星谷のシンボルロードであり、かつて都市公園として整備された歴史もあり、市民の憩いの場としての空間。しかしながら、歩道は狭く、滞留するスペースも乏しく、日常的に使用しづらいのが現実です。そこで、星川通りをより快適に多くの方が利用できる環境を、人の憩いの場づくりをテーマに実践実験のプロジェクトを行います。みんなで使って、創り出したらまた遊び場があるか、みんなで楽しみましょう！

星川を楽しむための実験プロジェクトです。  
みんなで考えみんなで創る広場のようなスペース。  
みんなで管理し、それぞれが責任を持って楽しく使うこと  
を前提としています。

**期間:** 10/28から1月末を予定(状況に応じてプロジェクトを一時中断する場合があります。)

**主催:** 星谷・河・安型ワークショップ実行委員会

**後援:**

**協力:**

**お問合せ先:** 星谷・河・安型ワークショップ実行委員会 (080-5283-0000・エイエー・エコー・コトダテ株式会社)  
diy.humagaya2020@gmail.com

**注意事項:** 危険な行為はしないでください。  
お子さんが遊ぶ際には、保護者(大人)は目を離さないでください。

**星谷・河・安型ワークショップとは?**  
まちづくりは市民の力で、地域を創る。星谷のまちをより良くするために必要なことを考え、実践し、学び、交流を促す。星谷のまちをより良くするために必要なことを考え、実践し、学び、交流を促す。星谷のまちをより良くするために必要なことを考え、実践し、学び、交流を促す。

**ワークショップの詳細やプロセスはこちらをご覧ください。→**



利用風景



作業風景





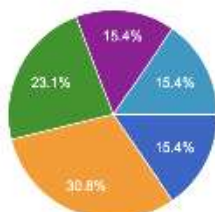




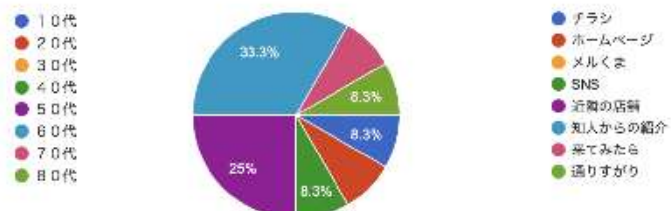


## 利用者向けアンケート（2022年度）

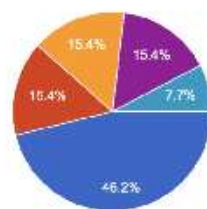
年代について



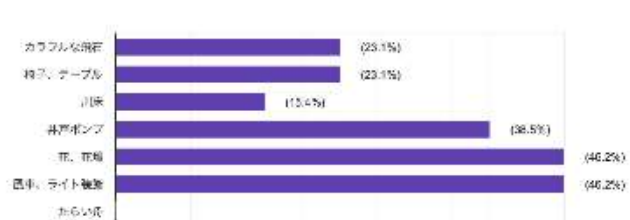
きっかけ



誰と来ましたか？

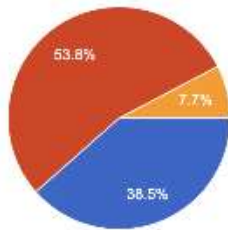


何に興味を持ちましたか？



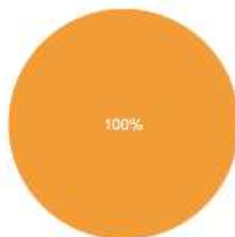
## 利用者向けアンケート（2022年度）

### 星川の車道について



- 車が速くて怖い
- レンガ敷で良い
- レンガ敷で悪い

### 期間限定のプロジェクトですが、 どのように思われますか？



- 期間内の終了で良い
- もう少し期間を延ばしてほしい
- 恒久的な取組に設定してほしい

### 星川がどのようなになったら良いと思いますか？ ご自由にお書きください。

#### ■道路の歩行化

- ・歩行者優先の花の咲く遊歩道 落ち着ける場所
- ・歩行者天国 ケータリングやキッチンカー

#### ■星川が綺麗になると良い

- ・川の水が綺麗な方がよい
- ・あまり虫が発生しなければいいと思います
- ・虫除けの類々のものがあつたら良い
- ・鎌倉町から駅通りまで、綺麗な花のプランターが並んでいると、ステキだと思った。
- ・一部ではなく全体をもっと花で飾って欲しい

#### ■店舗が増えたら良い

- ・テーブルで数える物などを食べる所
- ・出店
- ・売店

#### ■みんなが集まれる場所

- ・皆さんで楽しめること

#### ■遊べる場所

- ・イルミネーションやライトアップがあつたら、インスタ映えがするのでは
- ・
- ・草舟
- ・ちょっとしたボートや浮島があると夏なんかは面白いと思います。
- ・子供だけだと危険かもしれませんが、

41

## 利用者向けアンケート（2021年度）

### 星川がどのようなになったら良いと思いますか？

#### ■星川が綺麗になると良い

- ・きれいな川、魚がいっぱい
- ・鯉を増やして欲しい
- ・水の底が綺麗だといい、夏は川の近くは臭いがします

#### ■店舗が増えたら良い

- ・ユニークな店舗が星川を囲み、オシャレになると良い
- ・いい感じです。店が増えたらいい
- ・区間から買い物などが出来る場所
- ・テイクアウトできるカフェなどがもう少し増え、川沿いにベンチやこのような施設が増えて、憩いの場になれば良い
- ・治安がよく、普通の飲食店も多くて居る街になってほしい
- ・星川通りが商店街みたいになると楽しめると思います。

#### ■道路の歩道化

- ・土日はホコ大
- ・歩行者天国
- ・歩行者天国にして、路面でご飯が食べられたり、お酒が飲めるといいです。
- ・車道と歩道にフェンスがあつたらいいと思う。

#### ■みんなが集まれる場所

- ・明るい街
- ・ふらりと来て、他愛もない会話が出来るような場所ができれば嬉しい。
- ・ダックレースなどの、休止中のイベントがまたできるようになったら良いと思う。
- ・もっと人で浴れるようになったらと思います
- ・みんなが集まれる場所
- ・若い子、半グレのいない昼夜集まれる場所
- ・家族で楽しく過ごせる場所
- ・世代問わず誰もが楽しめる場所になったらいいと思います。

#### ■遊べる場所

- ・みんなが楽しく遊べたらいい
- ・みんながいつでも遊べて行きたいと感じること
- ・今回のような、遊ぶスペースは子供にとって非常にいいと思います。大変かと思いますが、継続していただけるととてもありがたいです。
- ・小さい子の憩いの場にしたい
- ・安全に子供が楽しめる親水広場
- ・もともとというところなのでもっとこういうイベントを増やしたらいいと思う。

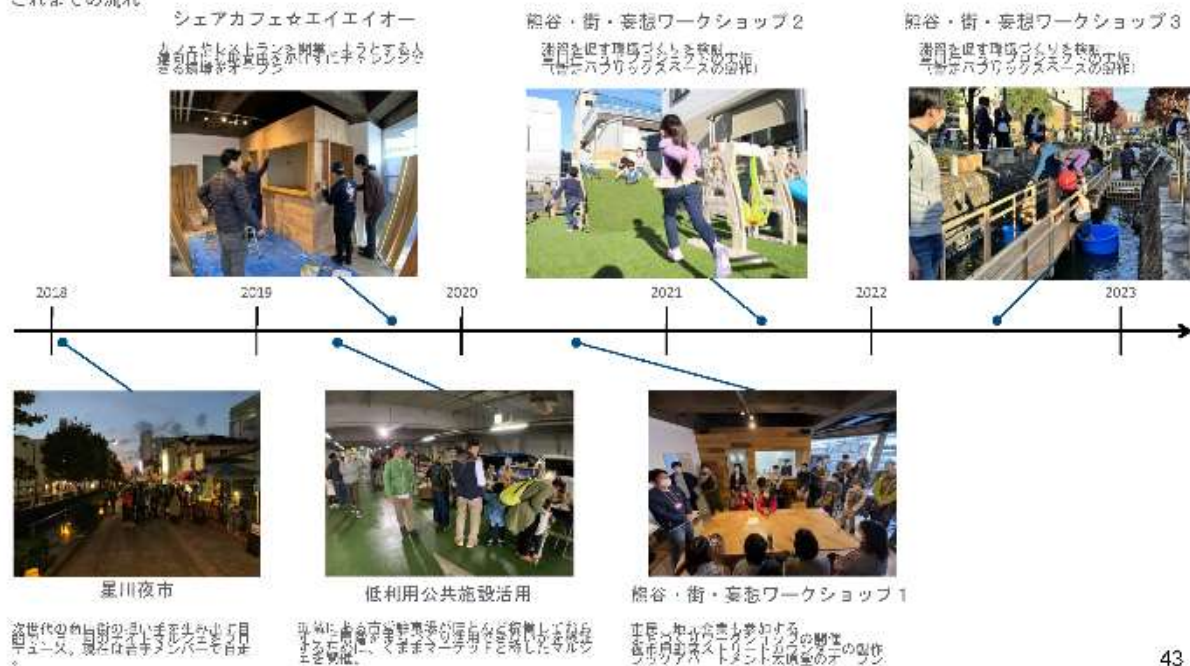
42



## III 今後の展開

### (1) 提案実現への展望と課題

これまでの流れ



43

## III 今後の展開

### (1) 提案実現への展望と課題

- ・子育て世代や子供達の滞留につながる空間は一定程度示すことができた。
- ・周辺の店舗との連携により、地域経済につなげる流れを作ることが課題。
- ・3-6ヶ月の暫定的な取組であり、取組の積み上げができていない。
- ・車社会である熊谷で、車で行きやすい環境として環境を整える必要がある。
- ・上位計画に即したビジョンのもとで、道路や歩道の整備など、常設化など、民間ではできない工夫を行政主体で検討する必要がある。

44

## III 今後の展開

### (2) 今後の展開

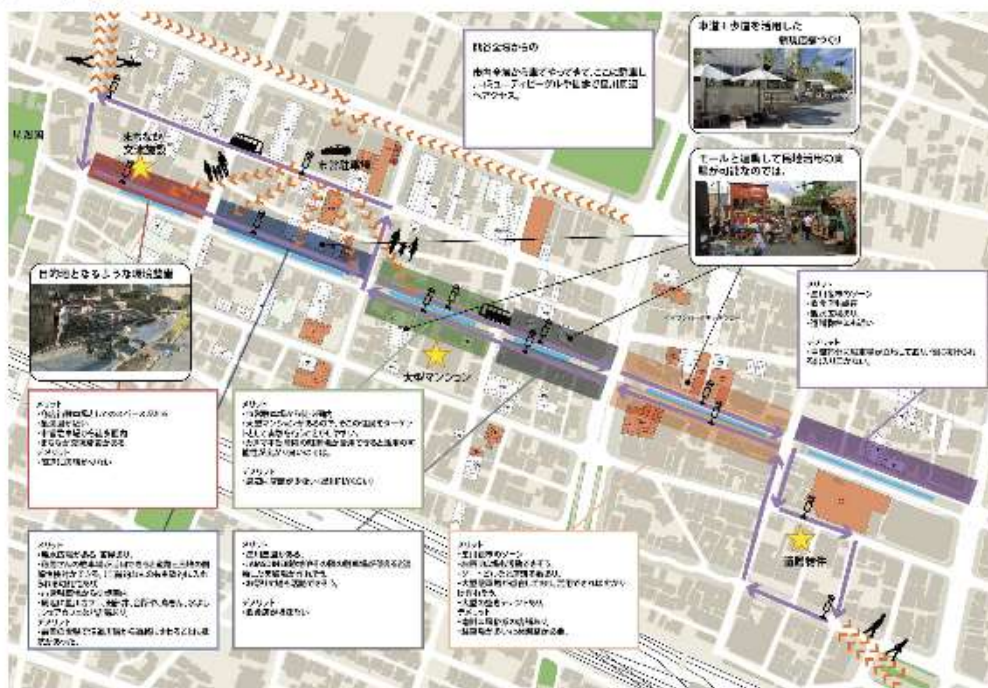
- ・ 星川ウォークアブルビジョンづくりWSの企画運営
- ・ 星川沿いの将来像・エリアビジョンの検討
- ・ R6年度社会実験企画検討
- ・ 本町市営駐車場、遺贈財産の活用検討 エリマネアセットの具体化に向けた検討

など

45

## III 今後の展開

### (2) 今後の展開



46

### 3 岡崎市（愛知県）



令和4年度 まちなか再生支援事業

## 添付資料

**岡崎市(愛知県)**

康生通り ヨリミチ×コミチ プロジェクト

## ■プロデューサー

日本工営株式会社

胡内 健一



## I 事業概要

### (1) まちなか再生の取組み背景

## 岡崎市の概要

- ・愛知県の中央部
- ・市域面積: 387.20km<sup>2</sup> (東西29.1km・南北20.2km)
- ・約60%が森林
- ・総人口 384,422人 (2023年1月現在)

## 対象区域の概要

### ○区域の特徴

- ・公共空間が50%以上
- ・公共投資の集中的な実施(平成27年度～)
- ・ウォーカブルなまちづくりの推進

### ○区域の位置づけ

- ・都市機能誘導区域
- ・国土交通省の「地方再生モデル都市」「スマートシティ先行モデルプロジェクト」「新しいまちづくりのモデル都市」に採択

### ○抱える課題

- ・「新規出店」「再開発」「公共空間でのイベント開催」などの民間投資の誘導
- ・区域内を各拠点を結ぶ回遊性の促進





## I 事業概要

### (2) まちなか再生の長期目標

#### 長期目標

- ・再開発やリノベーションに伴う出店／オフィス立地／住居供給
- ・公共空間を活用した収益活動等の民間投資の促進

#### 現在までの取組

- ・かわまちづくり  
ナイトマーケットや水上アクティビティなどの公民連携による水辺空間の活用
- ・歴史まちづくり  
歴史的風致維持向上計画の重点区域として、無電柱化やまちなみ景観を整備
- ・リノベーションまちづくり  
空き家を調査し、新規出店希望者とのマッチングを行い、新たな担い手を創出
- ・観光まちづくり  
歴史資源を活用した日帰り観光プログラムの実施  
東海オンエアを活用した魅力スポット創出
- ・健康まちづくり  
クアオルトウォーキングによる健康づくり



2

## I 事業概要

### (3) 今年度の目標と事業概要

#### 当該年度の目標

- ・回遊動線「康生通り」の歩道空間を活用した社会実験の実施
- ・歩道空間活用の常態化によるメリットの確立
- ・歩道空間活用の常態化に向けた仕組みの構築

#### 今年度の事業概要

都市再生推進法人等が進めるエリアリノベーションの取組と連携し、地域の担い手の支援・創出を図るため、道路空間・空き地(駐車場用地を含む)を活用した取組を実施し、常態化の仕組みづくりを行う

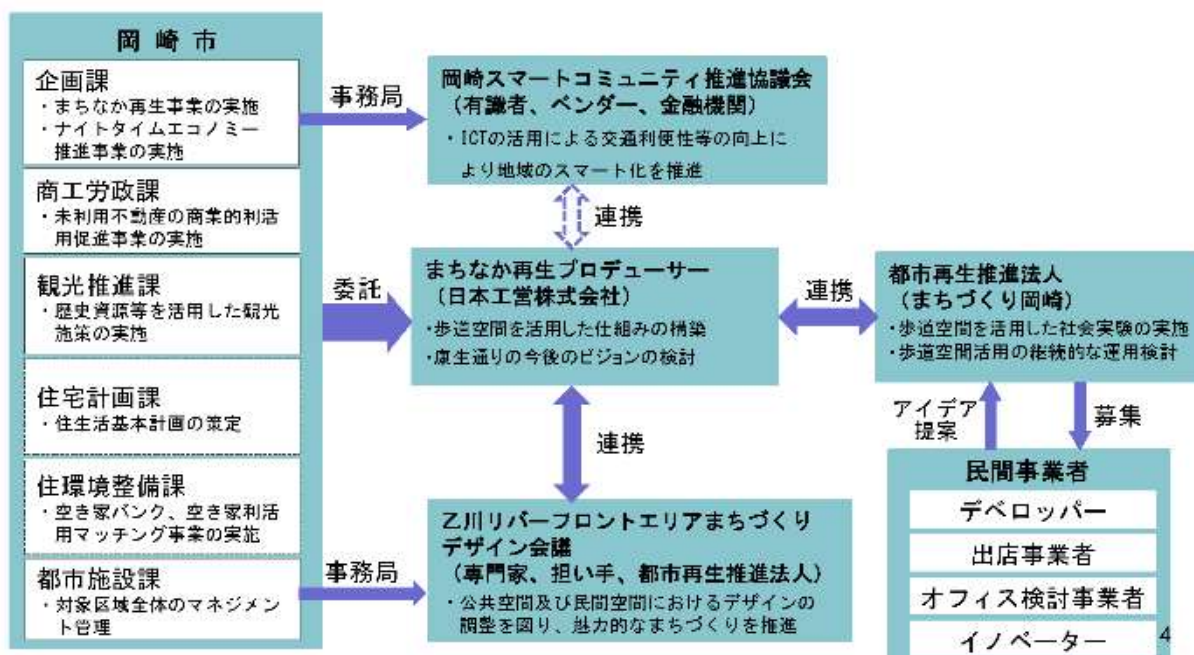
#### 事業のステップ

- |       |                       |
|-------|-----------------------|
| STEP1 | 市担当課におけるまちなか再生課題の認識整理 |
| STEP2 | まちなか再生課題に関する公民認識の共通化  |
| STEP3 | 課題アイデアの提案募集           |
| STEP4 | ブラッシュアップ、マッチングの実施     |
| STEP5 | 実証実験の実施               |
| STEP6 | 事業化に向けた協議、仕組みづくり      |

3

## I 事業概要

### (4) 今年度の事業実施体制



## II 成果報告

### (1) 本事業の取組み経過

#### 理想的な歩道空間、ストリートデザイン

- 康生通りを、拠点施設と連携した「快適で歩いて楽しい回遊動線」の一部とするため、通りの密度を高めるための取組
- 康生通りのまちづくりを担う都市再生推進法人「まちづくり岡崎」による常態化に向けた仕組を構築



出典：「康生通り将来ビジョン」  
 (2022.3作成、岡崎市・名古屋工業大学 伊藤孝紀研究室・まちづくり岡崎)

#### 期待する事業成果①

康生通りにおける歩道空間活用の密度を高めるための社会実験の実施、歩道空間活用の常態化によるメリットの確立(地域の担い手・地権者・出店者との共有)

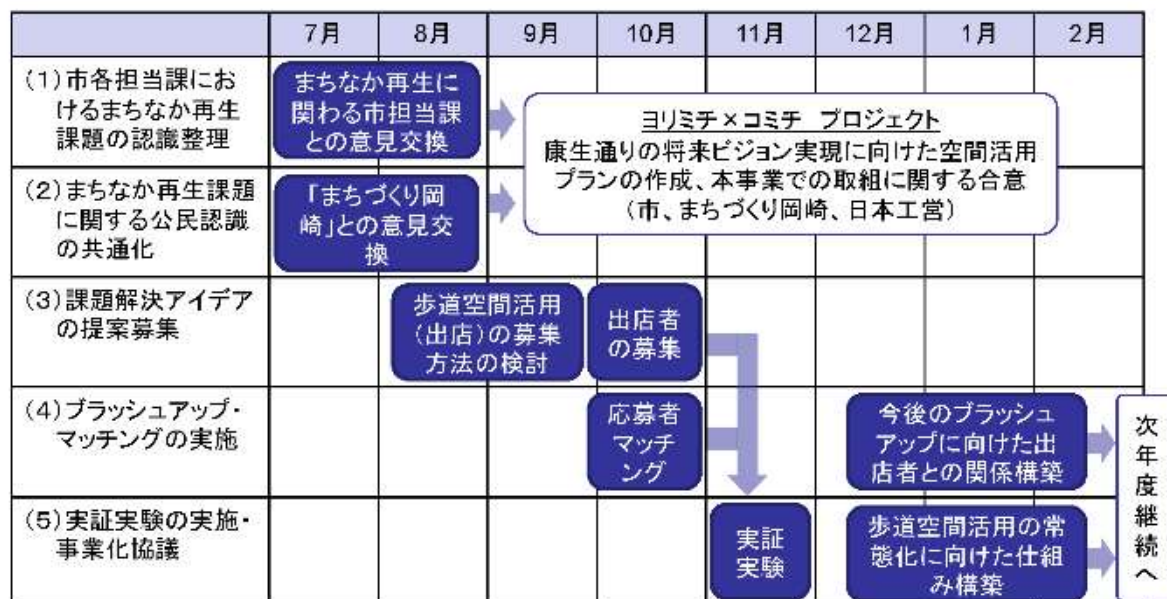
#### 期待する事業成果②

康生通りおよび周辺エリアにおける歩道空間活用の常態化に向けた仕組みの構築(情報整備、活用主体の確保、活用主体の管理と支援)



## Ⅱ 成果報告

### (1) 本事業の取組み経過



6

## Ⅱ 成果報告

### (2) 本事業における主な活動、取組み

|                            |                                                                                                                           |
|----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| (1) 市各担当課におけるまちなか再生課題の認識整理 | 商工労政課、都市施設課、観光推進課に対するヒアリングを8月に実施し、既存の取組や課題認識、今回事業における連携可能性を把握。                                                            |
| (2) まちなか再生課題に関する公民認識の共通化   | まちづくり岡崎との定例会を設定し、歩道空間活用常態化に向けて必要な取組や現状の課題について整理。<br>名工大・伊藤研と協力し、康生通り将来ビジョンの実現に向けた「空間活用プラン」を作成、本事業での取組を具体化。                |
| (3) 課題解決アイデアの提案募集          | 康生通りを対象とした歩道空間及び空き地の活用（出店）主体を募集<br>→WEBサイトを通じた募集、地域のつながり（まちづくり岡崎）を通じた募集<br>銀行・信用金庫、OKa-Bizへの募集チラシの設置                      |
| (4) ブラッシュアップ・マッチングの実施      | 出店希望者に対し、まちづくり岡崎にて実証実験の主旨と活用可能場所の説明を行い、出店場所のマッチングを実施。<br>まちづくり岡崎にて、看板や什器のレンタルによる支援、看板やのぼり等のデザイン統一のお願い、レイアウトの相談を実施。        |
| (5) 実証実験の実施・事業化協議          | 11月に実証実験を実施。<br>→調査として、空間活用状況及び来訪者の状況を記録。出店者ヒアリング、沿道施設ヒアリング、回遊状況調査を実施<br>空間活用の常態化に向けた取組に着手。<br>→出店者募集サイトの構築、管理体制の整備、課題の整理 |

7

## Ⅱ 成果報告

### (2) 本事業における主な活動、取組み

- (1) 市各担当課におけるまちなか再生課題の認識整理
- (2) まちなか再生課題に関する市民認識の共通化

#### ヨリミチ×コミチ プロジェクト

康生通り将来ビジョンの具体化に向けた空間活用プランとして、ヨリミチ×コミチ プロジェクトを立ち上げ

将来ビジョンの作成など、康生通りをはじめとするQURUWAのまちづくりに深くかかわる名工大により活用プランを作成



名古屋工業大学 伊藤幸紀研究室作成 8

## Ⅱ 成果報告

### (2) 本事業における主な活動、取組み

- (3) 課題解決アイデアの提案募集

#### 歩道空間活用(出店)の募集活動

出店者と沿道店舗向けの案内を作成

空間の整備を実施

9



## Ⅱ 成果報告

### (2) 本事業における主な活動、取組み

(4) ブラッシュアップ・マッチングの実施

#### 出店者と出店場所のマッチング

出店可能場所を整理し、出店者との個別マッチングを実施



期間中の出店者を管理

| Mon                              | Tue   | Wed                              | Thu                              | Fri                              | Sat                              | Sun                              |
|----------------------------------|-------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| 10/31<br>10/31<br>10/31<br>10/31 | 11/1  | 11/2                             | 11/3                             | 11/4<br>11/4<br>11/4<br>11/4     | 11/5<br>11/5<br>11/5<br>11/5     | 11/6<br>11/6<br>11/6<br>11/6     |
| 11/7                             | 11/8  | 11/9                             | 11/10<br>11/10<br>11/10<br>11/10 | 11/11<br>11/11<br>11/11<br>11/11 | 11/12<br>11/12<br>11/12<br>11/12 | 11/13<br>11/13<br>11/13<br>11/13 |
| 11/14                            | 11/15 | 11/16                            | 11/17<br>11/17<br>11/17<br>11/17 | 11/18<br>11/18<br>11/18<br>11/18 | 11/19<br>11/19<br>11/19<br>11/19 | 11/20<br>11/20<br>11/20<br>11/20 |
| 11/21                            | 11/22 | 11/23<br>11/23<br>11/23<br>11/23 | 11/24<br>11/24<br>11/24<br>11/24 | 11/25<br>11/25<br>11/25<br>11/25 | 11/26<br>11/26<br>11/26<br>11/26 | 11/27<br>11/27<br>11/27<br>11/27 |

10

## Ⅱ 成果報告

### (2) 本事業における主な活動、取組み

(5) 実証実験の実施・事業化協議

2022.10.29~2022.11.27

①空地への集客



②店舗敷地でのストリートピアノ



③歩道空間での物販



④歩道上の休憩スペース



⑤龍田公園付近の出店



⑥龍田公園付近の出店



11



## Ⅱ 成果報告

### (2) 本事業における主な活動、取組み

(5) 実証実験の実施・事業化協議

2022.10.29~2022.11.27



原牛通り

本事業での実施エリア



船田公園(周辺エリア)



乙川河川敷(周辺エリア)



桜城橋(周辺エリア)

12

## Ⅱ 成果報告

### (2) 本事業における主な活動、取組み

(5) 実証実験の実施・事業化協議

#### スマート技術を用いた回遊促進支援

- ANA Pocketを活用し、設定スポットを通過するとスマホアプリ内でポイントが受け取れる回遊促進支援策を実施
- 船田公園、康生スタンドを含む市内6か所をポイントに設定

(スマートシティ実装化支援事業と連携)



#### チェックインチャレンジ in 岡崎

ANA Pocketエリア内に設置された6か所すべてのスポットにチェックインすると、特典を特典をGET!



ぼけろーかる

岡崎市内の「おススメの店」や「おススメのスポット」など、まちのトピックスを発信しています。毎朝に配信いたしますので、ぜひチェックしてみてください。



13

## Ⅱ 成果報告

### (3) 本事業の成果

#### 期待する事業成果①

康生通りにおける歩道空間活用の密度を高めるための社会実験の実施、歩道空間活用の常態化によるメリットの確立(地域の担い手・地権者・出店者との共有)

#### 成果①

康生通りの歩道空間と空き空間の活用に向けて、「ヨリミチ×コミチプロジェクト」を立ち上げ、各週末で空間活用を実現した。出店者による、実験後の継続的な取組に繋がる動きが見られた。  
集客力のある籠田公園の周辺や出店が集積した箇所への滞留が実現

#### 期待する事業成果②

康生通りおよび周辺エリアにおける歩道空間活用の常態化に向けた仕組みの構築(情報整備、活用主体の確保、活用主体の管理と支援)

#### 成果②

出店者と沿道店舗から、今後の継続に関する前向きな改善意見を得た。  
また、都市再生推進法人による空間活用を管理する取組を実践したことにより、歩道空間活用の常態化に向けた仕組みの構築に着手した。

14

## Ⅱ 成果報告

#### 成果①

### (3) 本事業の成果

空間活用の実績

#### ヨリミチ



かどでヨリミチ(公共空地を活用した出店と滞留空間)

キッチンカー：出店回数26日  
テントショップ：出店回数20日  
スポット出店：キッチンカー、ガチャガチャの設置  
東海オンエア聖地巡礼スポットとしての集客促進  
常設型休憩スペース(テーブル席、パラソル席)設置  
ミニプレイスペース設置

#### 波及効果

コラボレーション企画：店舗共同による委託形態での販売  
グループマルシェ：5店舗の同時出店  
イベント連携：ラリージャパンのスタンプラリー会場  
12月以降の継続出店(テント出店、キッチンカー出店)  
空き物件を出店者に紹介し、出店予定

のきでヨリミチ(歩道を活用した軒先出店)

#### 【出店側】

出店スペース確保数：13ヵ所  
出店者数：35名  
出店回数：55回

#### 【沿道店舗側】

実施店舗(加盟店)：14店舗  
自店の滞り出しまたは軒先を出店スペースとして貸出  
実施店舗(非加盟店)：5店舗  
社会実験期間中のみ出店スペースとして活用  
波及店舗：3店舗  
歩道ではないが、店敷地内で滞り出し出店

#### 波及効果

空き店舗を活用した1 DAY SHOP誘致(2月出店)  
＝オーナー×出店グループのマッチング  
軒先活用としてのグループ出店誘致(12月出店)  
BOX SHOPへの出店(継続、業態の変更)  
既存店の軒先活用の魅力アップの取組

15



### (3) 本事業の成果

#### 空間活用の実績

実証実験期間中、様々な空間活用を実施

出店者に対し、備品の貸し出しやレイアウトのアドバイス等の支援を実施



通りの統一感



空き地の活用



備品保管場所の確保



自店舗での活用



物販の出店



体験会の出店



イベント時の活用



休憩スペース提供



同一箇所での用途の多様化

16

### (3) 本事業の成果

#### 空間活用の実績

##### コミチ

実証者が多様な活動を通じた場として「コミチ」を最大限に活用します。

##### つづくコミチ



公道と通りを連続させる景観実現

##### すわってコミチ



誰もが自由に使える滞在スポット

#### つづくコミチ(統一感のある通り)

芝生設置：13カ所  
フラッグ設置：40枚  
共通看板・サイン類の設置  
WEB写真展

#### 波及効果

家康公を感じる通りづくりの動き—商店街によるフラッグ作成(麻生織土欣求浄土(おんりえど こんぐじょうと) / 家康生誕の地岡崎)

#### すわってコミチ(歩道を活用した滞在スポット)

休憩スペース設置：4カ所(旭軒元直・山田カバン・観光協会・旧正文館)  
常設型木製ベンチ：2カ所(KOSEIポーチ(暴れん坊チキン・ベルン洋菓子店)

#### 波及効果

通りへの愛着向上やファン獲得に向けた康生ポーチ磨きを実施

#### 沿道店舗の協力を得て、康生ポーチ磨きを実施



#### 商店街によるフラッグ作成



17

### (3) 本事業の成果

#### 出店状況

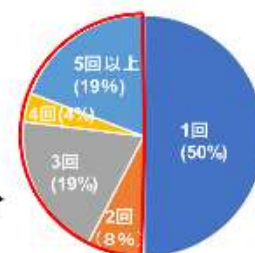
##### ■ 出店回数

- 社会実験期間(30日間)において、**出店回数は45回、出店者数は26名**
- 籠田公園でのイベント実施日の出店数が多い

##### ■ 複数回出店

- 複数回出店した出店者が**全体の半数**

軒先/スタンド活用における  
出店回数別割合(N=26)



▲出店回数(かどでヨリミチ、のきでヨリミチ)

出典:名古屋工業大学 伊藤孝紀研究室

18

### (3) 本事業の成果

#### 籠田公園周辺での流動

■ 実証期間中の人流調査【10/30(日)の結果】 ※9-17時の毎時15分間視測した人数を4倍にして、終日の合計人数を算出



籠田公園を出た人の34%が康生通り方面に移動している。主に北側を通っている。

出典:名古屋工業大学 伊藤孝紀研究室

19



### (3) 本事業の成果

康生通りでの滞留特性

#### ■実証期間中の人流調査【10/30(日)の結果】

注)9-17時台の毎時1回対象地域を巡回し、滞在している人の位置をプロットして作成



### (3) 本事業の成果

康生通りでの滞留特性

#### ■実証期間中の人流調査【10/30(日)の結果】

注)9-17時台の毎時1回対象地域を巡回し、滞在している人の位置をプロットして作成



## Ⅱ 成果報告

### 康生通りでの人流

#### ■実証期間中の日別通行量

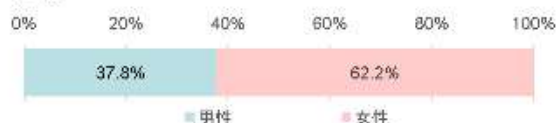


#### ■観測地点



観光協会前に設置した人流カメラで観測したデータのうち、東西に向かって歩く人の双方を合計して算出

#### ■性別



#### ■年齢構成



実証期間中(10/29~11/27)の合計(n=65,597)のうち、年齢・性別不明を除いて集計【65,597人中54,513人が不明(不明率83%)】

昨年の同期間よりも日別通行量が多い。  
性別は女性、年齢構成は30-39歳・40-49歳の割合が大きい。

22

## Ⅱ 成果報告

成果②

### (3)本事業の成果

#### 出店者の意見

複数回出店者の方の満足度が高い。オペレーションや沿道店舗との交流に対する満足度が相対的に高い。  
出店者とのコミュニケーション、WEB等を活用した効率的なオペレーション等に対する意見が得られた。

#### ■社会実験の評価 出店者アンケート結果(5段階評価)

| 項目      | ヒアリング内容                                              | 出店1回(N=9) | 出店複数回(N=11) | 全て(N=23) |
|---------|------------------------------------------------------|-----------|-------------|----------|
| 出店環境    | ・通りの雰囲気がお店の雰囲気に合っていたか<br>・沿道店舗の雰囲気が自分のお店に合っていたか      | 3.5       | 3.0         | 3.3      |
| 出店目的    | ・新規顧客獲得、商品のPR、新商品のお試し、市場調査等が出来たか                     | 3.3       | 3.8         | 3.6      |
| オペレーション | ・出店の予約方法、出店料、場所の広さは適切か<br>・アメニティ(準備のしやすさ、機品の貸出し)について | 4.3       | 4.2         | 4.3      |
| 交流      | ・沿道店舗との交流、新たな人との繋がりができたか                             | 3.6       | 4.1         | 4.0      |

#### ■今後の取組に対する意見

##### 今後の出店理由

- ・月に何度か出店することで、**今後の方向性と目標が持てる**
- ・通りの方との**交流も増えて楽しい**
- ・**商品のPR**をすることが出来る

##### 今後の改善点

- ・予約時に康生通り・鶴田公園の**イベント情報**が欲しい
- ・事前に告知できる**場所やSNS**が欲しい
- ・出店方法については**WEB予約が望ましい**

出典:名古屋工業大学 伊藤孝紀研究室

23



### (3) 本事業の成果

#### 軒先を出店者に貸し出した沿道店舗の意見

軒先の貸出を行うことにより、通りの賑わいに貢献することに肯定的な意見を持つ店主が多い。  
出店者と沿道店舗との連携構築や通りのデザイン統一に関する改善提案が得られた。

#### ■社会実験の評価

| 項目      | ヒアリング内容                                   | 主な回答                                                                  |
|---------|-------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| 賑わい     | ・ 龍田公園との賑わいの繋がりについて<br>・ 通りの賑わいの様子や感想について | ・ 龍田公園でのイベント時に立ち寄るお客も見られた<br>・ 出店が定期的になるとお客が付きやすくなり、賑わい生まれると思う        |
| オペレーション | ・ 出店料は適切かについて                             | ・ 店舗前の歩道空間の貸し出し料として1000円/日は適切である<br>・ 今後は出店者を増やすためにも負担にならない程度の金額設定が必要 |
| 出店者     | ・ 出店者との相性や評価について                          | ・ 出店者によってコミュニケーションに差があった<br>・ もっと宣伝するなど、サポートしたい部分もあった                 |
| 交流      | ・ 周囲との交流や新たな人との出会いの有無について                 | ・ 業種が似ていると相性が良く、店舗の商品を買うという行動もあった                                     |

#### ■今後の取組みに対する参加意思等について

| 今後の貸出理由                                                                                                                                             | 今後の改善点について                                                                                                                                                              |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 出店者に貸し出すことで、少しでも<b>店舗が増え通りの賑わいに貢献</b>できると感じている。</li> <li>・ 車からでも取組みが分かるうえ、<b>歩きたくなるまちを形成</b>できる</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ デザインが統一された什器等があれば、<b>通り全体のブランディング</b>になると感じている</li> <li>・ 出店者との関係性が出来たときはコラボや、委託販売をするなど、<b>販売の種別を変えられるよう</b>に出来たらよい</li> </ul> |

出典：名古屋工業大学 伊藤孝紀研究室

24

### (3) 本事業の成果

#### 都市再生推進法人による空間活用管理の実践

沿道店舗に対し軒先で出店している状況を見せた結果、自ら軒先に出店する沿道店舗が出てきた。外部の出店者の場所として使った結果、沿道店舗の方も道路空間を使うメリットに気づいてもらえた。

空間活用を一定期間継続することで、出店者のリピーターが出てきた。さらに出店者同士のコミュニティ、コラボが発生。

オペレーションに対する評価が高かった。丁寧な対応を心掛けたが、今後はシンプルにして継続できるようにすることが課題。WCB等を活用したオペレーションをできるようにしていきたい。

継続実施に向けて、出店者がいること、出店者のリピーターを増やすことが重要。QURUWA・大河ドラマ・東海オンエア等の集客に合わせた出店、空間活用の取組を打っていきたい。

#### 効果的な歩道空間活用に向けた課題への対応

- ・ 幅広い手段による活用主体の募集
- ・ 空間と活用者とのマッチング
- ・ 活用者と沿道店舗による費用負担の明確化
- ・ 設備や備品の貸し出し、レイアウト相談等の出店者支援
- ・ 統一的なストリートデザイン



出典：「康生通り未来ビジョン」  
(2022.3作成、岡崎市・名古屋工業大学 伊藤孝紀研究室・まちづくり岡崎)

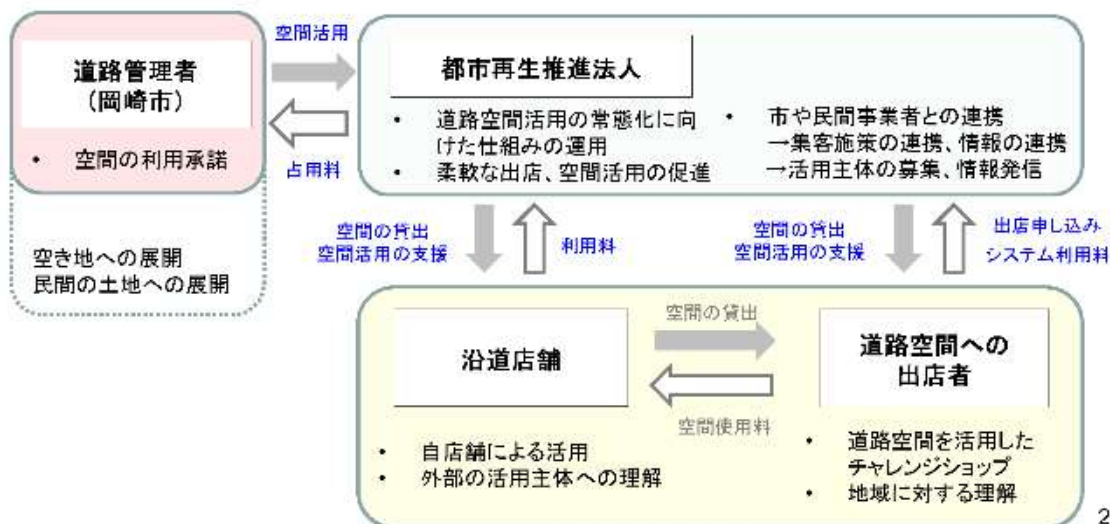
25

## III 今後の展開

### (1) 提案実現への展望と課題

都市再生推進法人による空間活用管理の継続 → 空間活用の常態化

まちづくり岡崎が継続的に歩道空間等の活用の管理を実施するための体制構築に取り組む



26

## III 今後の展開

### (1) 提案実現への展望と課題

都市再生推進法人による空間活用管理の継続 → 空間活用の常態化

継続に向けた主要課題である、オペレーションの効率化、継続的な出店者の確保に向けた取組に着手

**出店者募集や管理のWEB化**  
(3月オープン予定)

- 沿道店舗が見られる出店者情報(誰が、いつ、何回目)
- 出店者と沿道店舗が見られる出店予定情報



既存事例: 康生スタンドの利用者募集サイト

**出店者への継続的なコミュニケーション**  
(次回、よりみちコミチマーケット(春)予定)

- 実証実験期間中の出店者宛に、今後の出店を促すため、実証成果や今後の案内をメールで発信

■実証実験結果  
ご協力いただいたおかげで、2022年10月29日(土)～11月27日(日)の実証期間中(30日間実施)に35名の出店者から55回の出店をいただきました。



■実証実験後への波及効果  
実証を通して、空き店舗を活用した1DAY SHOPの予定や、軒先活用としてのグループ誘致出店の12月実施、実証期間中の出店者の方によるBOX SHOP出店などが行われることとなりました。

今回取組: 出店者への実証実験報告

27



## III 今後の展開

### (2) 今後の展開

康生通り将来ビジョンの実現に向けた展開

|                                             |                                                                                   | 2023年3-4月に<br>よりみちコミチマーケット(春)実施予定                                                     |                                                                 |
|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| ハード対策                                       |                                                                                   | 2022年度                                                                                | 2023年度～                                                         |
| 1 公共空間の最大活用<br>ウォーカブル×公共空間<br>公園のように人が溢れる空間 |  | 歩道空間活用の常態化に向けた<br>仕込み構築<br>・WEBサイト運営(2022.3 Start予定)<br>・市の情報発信ツールの活用                 | 歩道空間活用の拡大<br>・QURUWA、大河ドラマ等と連携した<br>空間活用事業の実施<br>・西康生や中央緑道等への展開 |
| 2 美しい景観の演出<br>場所愛×街並み<br>「らしさ」を演出する通りの演出    |  | 地域のファンを作る取組<br>・康生ポーチ庭き・景観整備(プランター等)・情報発信(ぼけろーかる、コリン)<br>通りの統一感の醸成<br>・通りで統一したフラッグの掲出 | 空間活用のデザイン統一(検討中)<br>・什器等デザイン検討                                  |
| 3 交通アクセスの向上<br>次世代モビリティ×車社会<br>誰もが自由に移動する社会 |  | ・サイクルシェアのQURUWA内の利便性向上<br>・情報提供やポイントアプリ等を活用した回遊促進                                     | ・駐車場施策と連<br>携したウォーカ<br>ブル空間整備                                   |
| 4 空きスペースの再興<br>シェア×空き家<br>市民協働の新たなチャレンジ     |  | ・空き家バンク、空き家利活用マッチング事業、企業リノベーション事業と連携                                                  |                                                                 |

出典:「康生通り将来ビジョン」(2022.3作成、岡崎市・名古屋工業大学 伊藤孝紀研究室・まちづくり岡崎)

28

## III 今後の展開

### (2) 今後の展開

今後の展開に向けて抱えている課題(市、まちづくり岡崎の意見を踏まえた整理)

- ・ 能田公園や乙川河川緑地でのイベント開催時期に、同時並行的に歩道空間活用の実証実験を行い、相乗効果による康生通りへの来訪者の誘導を狙ったが、民間事業者同士での客の取り合いと捉えられることがある。関係者でビジョンを共有し、連携を強化していく体制も必要。
- ・ 歩道空間活用と、個別のイベントとのテーマの整合やすり合わせに関しても時間を要することがわかった。統一的なデザインや家康などの歴史を想起させる仕掛けなど、ベースとなるテーマ性について、エリア一体で醸成していくことが必要。
- ・ 「多様な出店に対応できるまち」としてイメージづくりをしていきたい。まちづくり岡崎のみでできることに限りがあり、市(公共空間や空き地活用)や他の民間事業者(不動産事業)との効果的な連携が必要。
- ・ 公共が集中投資をしてきた各拠点間の回遊促進に向けて、QURUWA動線上に人を呼び込むための取組を実施している。康生通りでの本取組を、周囲に波及・連携させていくことが必要。

29

## 4 松原市（大阪府）



令和4年度 まちなか再生支援事業

添付資料

# 松原市（大阪府）

天美駅前商店街のにぎわいの拡張と交流の活性化をめざして

## ■プロデューサー

株式会社 日建設計総合研究所  
上席研究員 小川 貴裕



## I 事業概要

(1) まちなか再生の取組み背景

対象区域の概要

河内天美駅周辺区域（大阪府松原市天美東・天美南）

- 河内松原駅周辺と並び人口密集度が高く、**本市を代表する生活拠点**の一つとなっている。
- 令和3年11月には**大型商業施設セブンパーク天美が開業**し、最寄り駅である河内天美駅はその来客及び従業員が利用しているため、**乗降者数は増加傾向**。

河内天美駅前の二つの商店街

西 トレビアンAMAMI  
天美商店街復興組合

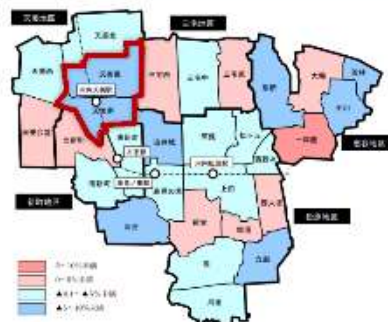


- 小規模な個人商店が密集
- 歩行者が中心
- コミュニティ施設や大学連携の取組みを実施

東 ハートフルAMAMI  
天美駅前東商店街



- スーパーマーケットや薬局など生活用品のチェーン店が点在
- 道幅が比較的に広く車やバイクの通行もある



上図：市域上三宮駅周辺（注：各駅は各駅別）



©Google Map

河内天美駅



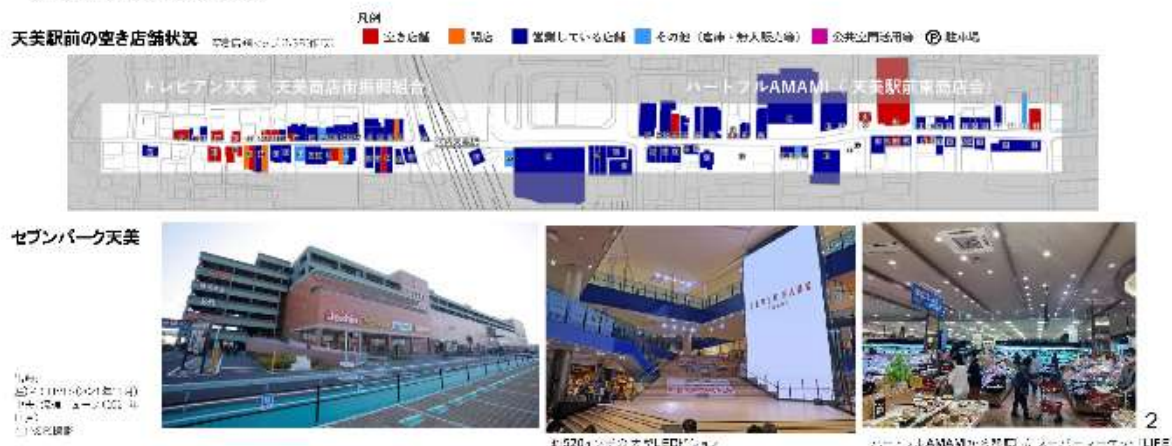


## I 事業概要

### (1) まちなか再生の取組み背景

#### 抱えている課題

- 店主の高齢化などに伴い、事業継承がなされず店舗を閉める所が散見され始め、また商店街内にあったスーパーやファーストフード、携帯電話販売店などが大型商業施設に移転したこともあり、現地の商店に調査及びヒアリングした結果、**商店街内の人流が20%ほど減少**したとの結果がでている。しかし、河内天美駅の乗降者数は増えており、駅前の人流は増加している。
- このような状況の中、**地域の商店に人が流れない**という問題をこのタイミングで解決しなければ、今後も各商店への**来客数が徐々に減り、閉店し、空き店舗となり、さらに来客が減るといった負の連鎖**を招きかねない状況となっている。



## I 事業概要

### (2) まちなか再生の長期目標

#### まちなか再生の長期目標

- 商店街における人流を20%増やすため、今までにないアイデアをまちなか再生専門家に求め、サウンディング調査や社会実験などを行っていただく。
- 社会実験においては、空き店舗などを活用し、商店街の魅力を大きく引き伸ばしていただける事業所を誘致していただき、そのデータをもとに今後の中長期的な河内天美駅周辺地域のにぎわいづくりを創造したい。

#### 昨年度までの取組み

- 河内天美駅周辺の商店に対する人流・売上などの調査・・・市
- 河内天美駅周辺商店街に対する課題の聞き取り・・・市
- 平成 3年 4月 松原市商店街活性化商業施設整備事業補助金 開始
- 平成 9年 4月 松原市地域商業活性化事業補助金 開始
- 平成11年4月 松原市空き店舗等活用促進事業補助金 開始
- 平成23年4月 松原市電灯維持管理費補助金 開始
- 平成29年4月 松原市商店街防犯カメラ維持管理費補助金 開始
- 平成30年3月 松原市商店街等活性化プランの策定
- 令和 2年 4月 松原市まちなか活性化支援事業補助金 開始

催事の様子  
天美商店街深奥軒合  
(トリアンAMAMI)



令和2年度松原市空き店舗等活用促進事業補助金を活用し開業した、松原同保商店会の「エムクラ」



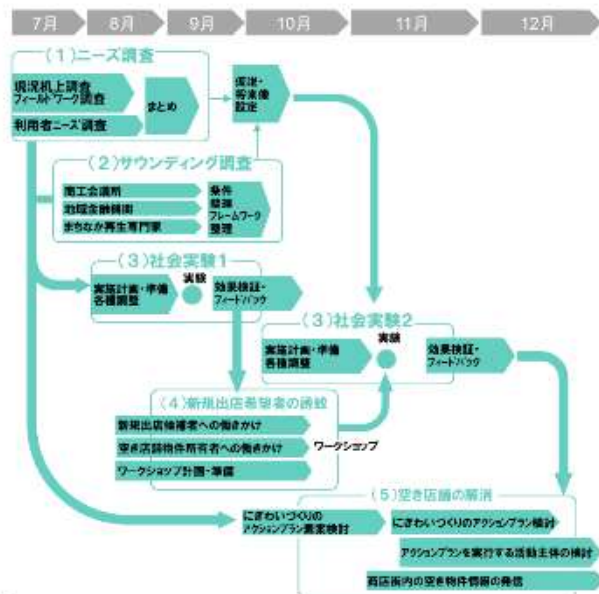


## Ⅱ 成果報告

### 事業全体スケジュール

#### 今年度の事業概要

- 7～8月 (1)ニーズ調査  
①現況机上調査・フィールドワーク調査  
②利用者ニーズ調査
- 8～9月 (2)サウンディング調査  
①地元関係者へのヒアリング  
②まちなか再生専門家へのヒアリング調査
- 調査結果のまとめ
- 9～11月 (3)社会実験  
①社会実験1(9月18日)  
②社会実験2(11月19・20・23日)
- 10月 ふるさと財団 現地会議
- 9～12月 (4)新規出店希望者の誘致  
①新規出店候補者への働きかけ  
②空き店舗物件所有者への働きかけ  
③ワークショップ
- 10～12月 (5)空き店舗の解消  
①空き物件情報の紹介資料化  
②空き店舗解消のためのアクションプラン作成



4



## Ⅱ 成果報告

### ①ニーズ調査②サウンディング調査 (2)本事業の成果

① ② ③ ④ ⑤

#### ニーズ調査・サウンディング調査のまとめ

#### STP分析

SWOT分析や3C分析で内外環境分析を行った結果を踏まえ、河内天美駅前のにぎわい形成に向けた戦略を立案。

| 区分                                    | 戦略1<br>駅利用者向け戦略                                                | 戦略2<br>観光客向け戦略                                       | 戦略3<br>住民向け戦略                                                   |
|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| Segmentation<br>(セグメンテーション)<br>=顧客や市場 | 駅前で飲食店を探している駅利用者<br>学校の行き帰りで飲食をしたい大学生<br>電車・バス待ちの人             | 日本のローカル文化を楽しみたい外国人観光客<br>大阪市内にアクセス良い場所で宿泊し節約したい国内観光客 | 友達同士で溜まる場所や時間をつぶせる場所がほしい近所の高齢者や大学生<br>ゆっくり休憩しながら商店街で買い物したい子育て世代 |
| Targeting<br>(ターゲティング)<br>=狙う顧客像      | 駅前で入りやすいお店を求めている学生や通勤客                                         | 大阪の下町の雰囲気を感じたい観光客                                    | 日常生活の中で交流の場を求めている住民                                             |
| Positioning<br>(ポジショニング)<br>=他との差別化   | 駅前という多様な人が集まる空間を活用した期間限定のプレ出店を可能とすることで、定常的に駅前を利用する人に常に新鮮な楽しを提供 | 商店街を日本文化を体験できる観光資源とし、商店街の中で宿泊する体験を提供                 | 商店街ならではのコミュニティ感を空間やサービスで実現し、多様な人たちが日々通いたくなる憩いの場を提供              |

SWOT分析・3C分析を通して、STP分析により**3つの戦略**に整理  
そのうち、アンケートでもニーズの高い**戦略3の可能性検討**をすべく**社会実験**を企画した

5



3 | 社会実験 当社が商店街内の店舗・スペースを借り、市民の滞在空間や新規出店希望者のチャレンジの機会を提供。地元関係者と連携して空き店舗活用を実施。

社会実験の進め方



6

3 | 社会実験 当社が商店街内の店舗・スペースを借り、市民の滞在空間や新規出店希望者のチャレンジの機会を提供。また、必要に応じ、地元関係者と連携。

#### 社会実験2 各種検証結果



##### 売上

売上アップにつなげるための回転率の目標設定を行い、**販売単価や多様な販売方法の検討が重要**である示唆を得た。また、滞在空間に対するニーズとのバランスを検討する必要もある。

##### 店舗形態

**食物販・飲食店は、商店街の通行者が利用しやすい形態**であり一定の需要が見込める。特に大学生や子供連れは、**時間の融通がききやすく滞在型店舗の需要がある。**

一方、**体験型イベントは、買い物など他目的で通行している商店街利用者のモチベーションとは適合しづらい。**限定時間のワントタイム利用で終わらず、日替わりで様々な体験イベントをサイクルさせ、高齢者や子育て世代のサロンのような空間とする方向は考えられる。

##### 来場者・滞在者数

飲食販売に**椅子やテーブルを用意し誰でも利用できる空間を設置することにより、商店街内の長時間滞在**につながりやすい示唆を得た。

特に、大学生や子供連れとターゲットとすることで、複数人での来店やリピートが見込める。

7

3 | 社会実験 当社が商店街内の店舗・スペースを借り、市民の滞在空間や新規出店希望者のチャレンジの機会を提供。また、必要に応じ、地元関係者と連携。

### 社会実験2 各種検証結果

#### ポップアップショップを知ったきっかけと満足度

いずれのポップアップショップも、**約50%以上と半数の人の満足感を得られた**。DAY1の体験教室は、歩いていて店舗に気が付き入った来店が最も多く、約80%が満足と回答した。DAY2の子どもお仕事体験は、WEBやSNSで知り来店した人が最も多く、満足とやや満足を含わせて92%となった。DAY3のベビーカステラショップは、知り合いからの口コミでの来店が最も多く、満足とやや満足を含わせて91%となった。

**事前の告知により期待感を持ってポップアップショップに来店した人は、比較的満足度が高くなっている。**

11月19日の店舗前人流調査結果



#### 人流

ポップアップショップ開店時間10時～15時(11月19日のみ11時～15時)において、**3日間とも比較対象日の平均値よりも人流20%となる時間帯があった**。ただし、天候の影響や休日(土日)と祝日での通行量の傾向の違い、その他外的要因による通行量変化も含まれている。

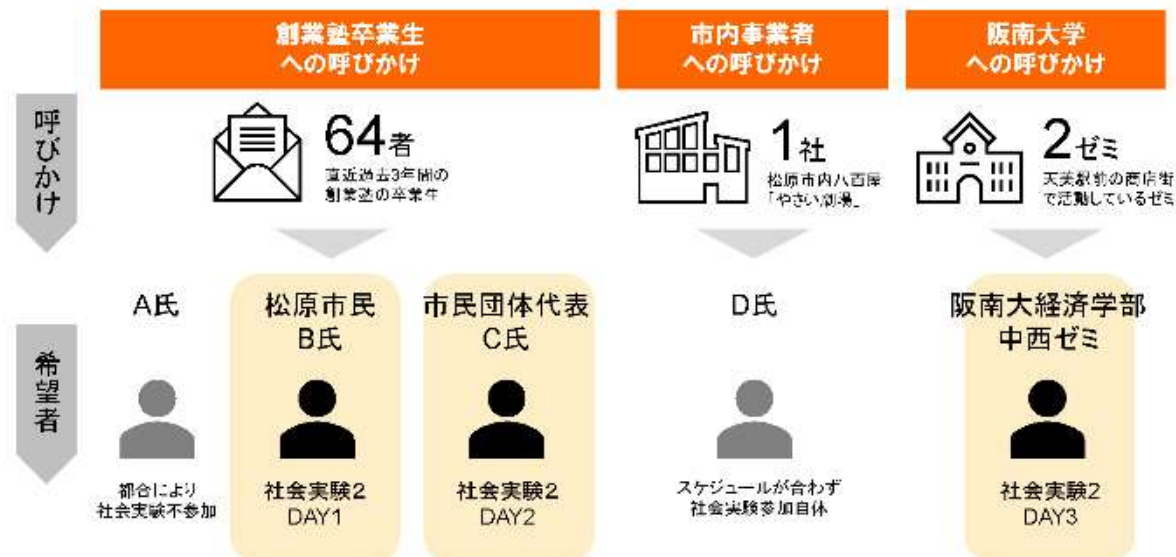
社会実験2に向けたWebやSNSでの発信



8

4 | 新規出店者の誘致 将来的に継続的に商店街のにぎわいづくりに習得できる新規出店者や、にぎわいの中核を担えるポテンシャルのある物件の所有者に働きかけ、にぎわいづくりに向けた確実な一歩を踏み出すための新規出店誘致活動を行った。

### 社会実験への参加者へのポップアップショップ参加の呼びかけ



9



### 4 | 新規出店者の誘致

将来的に継続的に商店街のにぎわいづくりに習得できる新規出店者や、にぎわいの中核を担えるポテンシャルのある物件の所有者に働きかけ、にぎわいづくりに向けた重要な一歩を踏み出すための新規出店誘致活動を行った。

#### 民間事業者への新規出店の可能性と意向の確認

| 業種                   | 事業者名(個人含む)           | 対応          | 結果                                                           |
|----------------------|----------------------|-------------|--------------------------------------------------------------|
| 飲食                   | 居酒屋「黒子」              | 12/7 ヒアリング  | プレ出店は可能であるが、インシヤル費用補助が必須。予算合致せず。                             |
|                      | 居酒屋                  | 11/19 ヒアリング | 採算見込めず。                                                      |
|                      | イベレーションファクトリー        | 11/12 ヒアリング | 採算見込めず。                                                      |
|                      | スターバックスジャパン          | 11/11 ヒアリング | ロードサイド型に注力するため出店可能性無し。                                       |
| 小売                   | コメダ珈琲                | 11/24 問い合わせ | 採算見込めず。                                                      |
|                      | 2017 ティーリング          | 11/24 現地案内  | 採算見込めず。ただし他業態と連携した地域活動拠点の整備運営には関心あり。                         |
|                      | モンベル                 | 12/15 ヒアリング | 商店街への出店やターミナル駅以外への出店はないため。                                   |
| スーパー                 | イズミヤ                 | 11/24 現地案内  | 採算見込めず。                                                      |
|                      | 飯沼オアシス               | 11/24 現地案内  | 採算見込めず。                                                      |
| コンビニ                 | イズミ                  | 12/23 ヒアリング | スーパー出店に向けた検討したい。後輩のために市と連携体制を組みたい。                           |
|                      | ローソン                 | 11/12 ヒアリング | 採算見込めず。                                                      |
| ファッション               | アパレルリサーチ             | 11/11 ヒアリング | 採算見込めず。                                                      |
|                      |                      | 12/1 問い合わせ  |                                                              |
| リフォーム・工事             | スマクラホーム              | 12/5 問い合わせ  | 問い合わせたが先方都合によりヒアリング不可。<br>「商店街のにぎわいづくりに向け、何かしらに就きたい」とのご意見あり。 |
|                      |                      | 12/15 問い合わせ |                                                              |
|                      |                      | 12/22 問い合わせ |                                                              |
|                      |                      | 1/6 市職員の訪問  |                                                              |
| 自転車                  | アサヒサイクル              | 11/22 ヒアリング | 自転車の確保が難しいため。                                                |
|                      |                      | 12/16 回答    |                                                              |
| 医療                   | スギ薬局                 | 10/30 ヒアリング | 採算見込めず。                                                      |
| クリーニング支援             | 丸井二社社                | 11/11 ヒアリング | 紹介可能な企業無し。                                                   |
| ソーシャルビジネス<br>コーディネート | 有賀会社・ケイ・フジワ          | 11/10 ヒアリング | 紹介可能な企業無し。                                                   |
| 不動産                  | ミヤマ産業                | 11/23 ヒアリング | 紹介可能な店舗無し。                                                   |
|                      | オオウラ                 | 11/23 ヒアリング | 協力可能な店舗有り。                                                   |
|                      | 近鉄不動産                | 7/29 ヒアリング  | 紹介可能な店舗無し。                                                   |
| 専門家                  | 有賀会社やすがみ             | 10/19 ヒアリング | 採算見込めず。                                                      |
|                      | みよのかわ商店街振興組合<br>専務理事 |             |                                                              |
| 大学                   | 関西大学 中西ゼミ            | 11/23 ヒアリング | ニーズは把握でき今後も検討を進めるが現時点で採算見込めない。<br>現時点で新規出店の判断は不可。            |
|                      | 近畿大学(八木)             | 11/18 ヒアリング |                                                              |
| 地元                   | NPO(社会実験参加者)         | 11/20 ヒアリング | 運営不況、補助金活用できれば可能性あり。                                         |
|                      | NPO(社会実験参加者)         | 11/18 ヒアリング |                                                              |

多くの事業者から新規出店の障壁が聞かれた

10

### 4 | 新規出店者の誘致

将来的に継続的に商店街のにぎわいづくりに習得できる新規出店者や、にぎわいの中核を担えるポテンシャルのある物件の所有者に働きかけ、にぎわいづくりに向けた重要な一歩を踏み出すための新規出店誘致活動を行った。

#### 新規出店の障壁

✓ 河内天美駅が事業者の考える商圈に入っていない  
商圈の被り、設定している利用者層が河内天美駅前に居ないなど

✓ 商店街のような空間への出店を望まれていない  
ロードサイド型への特化、ターミナル駅ビル出店形態など

#### 出店可能とする要素

### 1) 本格的に出店検討のため出店エリア調査支援

- 空き店舗を活用し、**期間限定のプレ出店によりテストマーケティングを行うことが可能**であると、事業者の“出店”そのもののハードルを下げる事が可能となる。
- **利用者にとっても期間限定で様々な業種・業態のサービスを楽しめる商店街になる。**

### 2) 地域活性化の視点での補助や助成

- ビジネス支援の視点の補助金のみではなく、「**地域のにぎわいを持続的につくり市民の安心感や居場所をつくる**」という**地域貢献の視点**から、市として事業者と二人三脚で連携する体制が重要。

### 3) 地域に根差した店舗づくり

- 産官学連携などにより、**住民に受け入れられやすいコミュニティの場を創出**することで、ビジネス性だけではない出店意義を事業者が見出すことができる。

11

### 5 | 空き店舗の解消

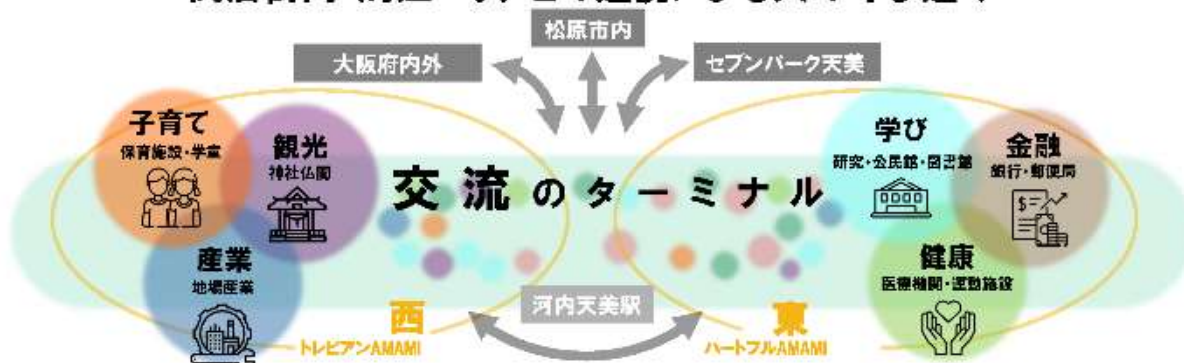
にぎわいづくりの施策の方向性と、空き店舗を継続して解消していくためのにぎわいの仕組みや、達成すべき目標の設定など、アクションプラン策定を行った。

#### (1)達成したい目標・ビジョンの設定

## 商店街のにぎわいの拡張と交流の活性化

### 商店街のにぎわいの種類の多様化

### 商店街内・周辺エリアとの連携による人の呼び込み



12

### 5 | 空き店舗の解消

にぎわいづくりの施策の方向性と、空き店舗を継続して解消していくためのにぎわいの仕組みや、達成すべき目標の設定など、アクションプラン策定を行った。

#### (1)天美駅前ににぎわいづくりの方向性(4P分析による施策検討)

### “商店街のにぎわいの拡張と交流の活性化”の実現に向けた施策

| 1<br>誘引力の高い店舗<br>のプレ出店支援                                                                                      | 2<br>観光・宿泊需要<br>の取り込み                                                                                                         | 3<br>住民の交流の場<br>の創出                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Previous</b><br>既存の店舗<br>・ターゲット<br>                                                                        | <b>Previous</b><br>観光・宿泊需要<br>・ターゲット                                                                                          | <b>Previous</b><br>住民の交流の場<br>・ターゲット                                                                                                                                                                                 |
| <b>Plan</b><br>に任                                                                                             | <b>Plan</b><br>に任                                                                                                             | <b>Plan</b><br>に任                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Place</b><br>天美駅前の空き店舗<br>(イメージ：駅前マクドナルド跡地)                                                                | <b>Place</b><br>天美駅前の空き店舗<br>(イメージ：トレビアンAMAMI内の複合施設)                                                                          | <b>Place</b><br>天美駅前の空き店舗<br>(イメージ：ハートフルAMAMI内の複合施設)                                                                                                                                                                 |
| <b>Promotion</b><br>新出店支援                                                                                     | <b>Promotion</b><br>観光・宿泊需要                                                                                                   | <b>Promotion</b><br>住民の交流の場                                                                                                                                                                                          |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>・書店街内なるべく入口付近で既存商店街利用者へのアプローチ</li> <li>・新しいもの好きの利用者層へのアプローチ</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・SNSやGoogleマップの活用などのデジタル媒体</li> <li>・FreeWi-Fiの設置</li> <li>・看板やメニューなどの多言語対応</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・日常使いのスーパーマーケット+地域コミュニティ活動拠点</li> <li>・周辺スーパーマーケットと同等の価格設定(住民利用しやすい価格)</li> <li>・商店街内の元スーパーの空き店舗(イメージ：ハートフルAMAMI内ノイブ跡地)</li> <li>・住民向けイベントの開催</li> <li>・大学生ゼミ活動の拠点</li> </ul> |

13



## Ⅱ 成果報告

### ⑤空き店舗の解消 (2)本事業における成果

① ② ③ ④ ⑤

#### 5 | 空き店舗の解消

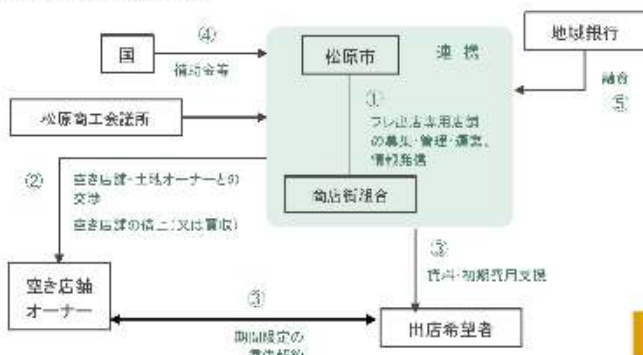
にぎわいづくりの施策の方向性と、空き店舗を継続して解消していくためのにぎわいの仕組みや、達成すべき目標の設定など、アクションプラン策定を行った。

##### (1)天美駅前のにぎわいづくりの方向性 詳細



- 人流誘導および周辺への波及効果が期待される飲食店などの商店街への誘致をめざす。
- 即出店ではなく、期間限定のプレ出店ができるスキームを用意し、テストマーケティングを可能とする。出店に向けた準備を支援するための窓口を用意。
- さまざまな種類の店舗を楽しめることで利用者の増加を狙う。

実現に向けた望ましいスキーム



にぎわいづくりへの効果

- ◆ 店舗利用者の増加
- ◆ 魅力ある個性的な店舗の集積による商店街イメージの変容
- ◆ 新規出店者の創出による空き店舗の解消

現在:飲食店が出店検討中

14

## Ⅱ 成果報告

### ⑤空き店舗の解消 (2)本事業における成果

① ② ③ ④ ⑤

#### 5 | 空き店舗の解消

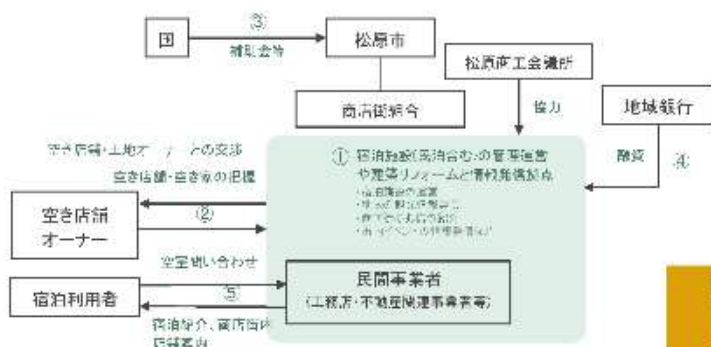
にぎわいづくりの施策の方向性と、空き店舗を継続して解消していくためのにぎわいの仕組みや、達成すべき目標の設定など、アクションプラン策定を行った。

##### (1)天美駅前のにぎわいづくりの方向性 詳細



- 府内における万博やIR誘致などの要素から、観光・インバウンドマーケットの拡大を見込む。
- 日常の需要を満たす空間としての商店街の他に、地域外からの新たな需要の効果的な取り込みも目指す。
- 市内の宿泊機能強化をめざし空き店舗を面的に活用した宿泊施設を確保。

実現に向けた望ましいスキーム



にぎわいづくりへの効果

- ◆ 新たな利用者層の獲得(外国人)
- ◆ 市内への観光波及
- ◆ 地場事業者を巻き込んだ観光付加価値化
- ◆ 空き店舗の一体的な空間活用

現在:検討期間中に新店したリフォーム店を核として構想中

15





## Ⅲ 今後の展開

### (1) 提案実現への展望と課題

#### ■今後の取組み

(再掲)  
達成したい目標・ビジョン  
のイメージ図



課題

#### 地域の新規プレイヤーとの関係構築

- 新規出店者同士のつながりが望まれている
- 新規出店者の地域への貢献意識の醸成・向上

#### 大阪／関西への初出店を目論む事業者に対する支援

- 行政と民間事業者という垣根を越えて、共に地域づくりを行うための連携意識
- 単なる費用支援する補助金ではなく、地域貢献の視座からのサポート体制を検討

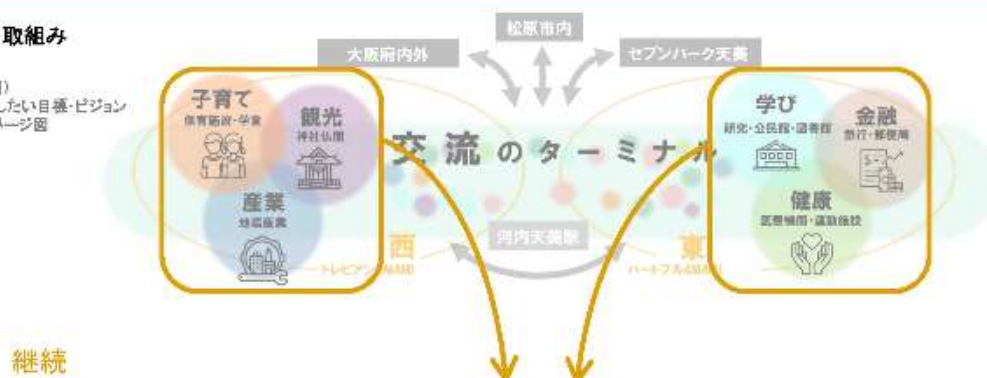
18

## Ⅲ 今後の展開

### (1) 提案実現への展望と課題

#### ■今後の取組み

(再掲)  
達成したい目標・ビジョン  
のイメージ図



継続

#### 河内天美や松原市に想いのある人が活躍できる場づくり

- テナント誘致のみでは実現できない、継続的で持続可能な河内天美駅前のにぎわいづくりには、住民や地域利用者の力は必須
- ポップアップショップ等の施策をより手軽にやりやすくするイベントサポートなど、地域のにぎわいづくりに貢献したい気持ちを実現する仕組みを構築

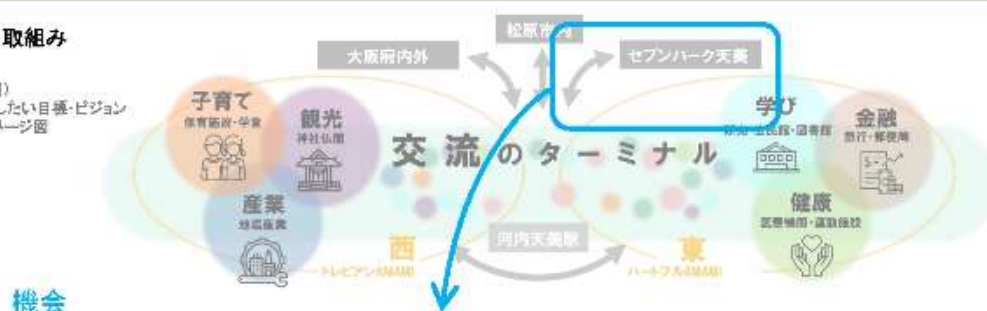
19

### III 今後の展開

#### (1) 提案実現への展望と課題

##### ■今後の取組み

(再掲)  
達成したい目標・ビジョン  
のイメージ図



機会

商店街の周辺エリアとの連携（セブンパーク天美との連携協議開始！）

取組み案1  
セブンパーク天美のチラシへの  
商店街情報発信

取組み案2  
クーポン・イベント連携

取組み案3  
天美エリアの  
エリアブランディング

セブンパーク天美チラシ  
の右下の枠を使用し  
商店街のイベント紹介等を行う予定



昨年8月と12月にセブンパーク天美で  
開催されたコスプレイベント  
「acosta!@SEVEN PARK AMAMI」で  
は、2日間で約1,600人の集客となった

20



## 参考資料

21



### (1) まちなか再生の取組み背景

## 松原市の概要

- 大阪府のほぼ中央に位置し 大阪市や堺市、羽曳野市、藤井寺市、八尾市に接している。
- 市内には阪神高速松原線・大和川線、西名阪自動車道、近畿自動車道、阪和自動車道や国道 309 号、大阪中央環状線などが貫通し、南大阪における道路交通の要衝地ともなり、その玄関口として発展を続けている。

2022年12月現在

|    |                        |
|----|------------------------|
| 面積 | 約16,660km <sup>2</sup> |
| 人口 | 116,966人               |

「スポーツパーク三つばら」(運営:ミズノグループ)



DOI: 10.1002/anie.200500000

大塚山古墳  
古山古墳群最後の巨大前方後円墳



④ <http://www.bbc.com/news/health-17144444>



味音品·合綱



www.broadbandnow.com

特價品·印材



المجلة: ١٢٣٤٥٦٧٨٩١٠١١١٢١٣١٤١٥١٦١٧١٨١٩٢٠٢١٢٢٢٣٢٤٢٥٢٦٢٧٢٨٢٩٣٠٣١٣٢٣٣٣٤٣٥٣٦٣٧٣٨٣٩٤٠٤١٤٢٤٣٤٤٤٥٤٦٤٧٤٨٤٩٥٠٥١٥٢٥٣٥٤٥٥٥٦٥٧٥٨٥٩٦٠٦١٦٢٦٣٦٤٦٥٦٦٦٦٧٦٨٦٩٧٠٧١٧٢٧٣٧٤٧٥٧٦٧٧٧٨٧٩٨٠٨١٨٢٨٣٨٤٨٥٨٦٨٧٨٨٨٩٩٠٩١٩٢٩٣٩٤٩٥٩٦٩٧٩٨٩٩١٠٠١٠٢١٠٣١٠٤١٠٥١٠٦١٠٧١٠٨١٠٩١١٠١١١١٢١١٣١١٤١١٥١١٦١١٧١١٨١١٩١٢٠١٢١١٢٢١٢٣١٢٤١٢٥١٢٦١٢٧١٢٨١٢٩١٣٠١٣١٣٢١٣٣١٣٤١٣٥١٣٦١٣٧١٣٨١٣٩١٤٠١٤١٤٢١٤٣١٤٤١٤٥١٤٦١٤٧١٤٨١٤٩١٥٠١٥١٥٢١٥٣١٥٤١٥٥١٥٦١٥٧١٥٨١٥٩١٦٠١٦١٦٢١٦٣١٦٤١٦٥١٦٦١٦٧١٦٨١٦٩١٧٠١٧١٧٢١٧٣١٧٤١٧٥١٧٦١٧٧١٧٨١٧٩١٨٠١٨١٨٢١٨٣١٨٤١٨٥١٨٦١٨٧١٨٨١٨٩١٩٠١٩١٩٢١٩٣١٩٤١٩٥١٩٦١٩٧١٩٨١٩٩٢٠٠٢٠١٢٠٢٢٠٢٣٠٢٤٠٢٥٠٢٦٠٢٧٠٢٨٠٢٩٠٣٠٠٣٠١٣٠٢٣٠٣٣٠٤٣٠٥٣٠٦٣٠٧٣٠٨٣٠٩٣١٠٣١١٣١٢٣١٣٣١٤٣١٥٣١٦٣١٧٣١٨٣١٩٣٢٠٣٢١٣٢٢٣٢٤٣٢٥٣٢٦٣٢٧٣٢٨٣٢٩٣٣٠٣٣١٣٣٢٣٣٣٣٤٣٣٥٣٣٦٣٣٧٣٣٨٣٣٩٣٤٠٣٤١٣٤٢٣٤٣٣٤٤٣٤٥٣٤٦٣٤٧٣٤٨٣٤٩٣٥٠٣٥١٣٥٢٣٥٣٣٥٤٣٥٥٣٥٦٣٥٧٣٥٨٣٥٩٣٦٠٣٦١٣٦٢٣٦٣٣٦٤٣٦٥٣٦٦٣٦٧٣٦٨٣٦٩٣٧٠٣٧١٣٧٢٣٧٣٣٧٤٣٧٥٣٧٦٣٧٧٣٧٨٣٧٩٣٨٠٣٨١٣٨٢٣٨٣٣٨٤٣٨٥٣٨٦٣٨٧٣٨٨٣٨٩٣٩٠٣٩١٣٩٢٣٩٣٣٩٤٣٩٥٣٩٦٣٩٧٣٩٨٣٩٩٤٠٠٤٠١٤٠٢٤٠٣٤٠٤٤٠٥٤٠٦٤٠٧٤٠٨٤٠٩٤١٠٤١١٤١٢٤١٣٤١٤٤١٥٤١٦٤١٧٤١٨٤١٩٤٢٠٤٢١٤٢٢٤٢٣٤٢٤٤٢٥٤٢٦٤٢٧٤٢٨٤٢٩٤٣٠٤٣١٤٣٢٤٣٣٤٣٤٤٣٥٤٣٦٤٣٧٤٣٨٤٣٩٤٤٠٤٤١٤٤٢٤٤٣٤٤٤٤٤٥٤٤٦٤٤٧٤٤٨٤٤٩٤٥٠٤٥١٤٥٢٤٥٣٤٥٤٤٥٥٤٥٦٤٥٧٤٥٨٤٥٩٤٦٠٤٦١٤٦٢٤٦٣٤٦٤٤٦٥٤٦٦٤٦٧٤٦٨٤٦٩٤٧٠٤٧١٤٧٢٤٧٣٤٧٤٤٧٥٤٧٦٤٧٧٤٧٨٤٧٩٤٨٠٤٨١٤٨٢٤٨٣٤٨٤٤٨٥٤٨٦٤٨٧٤٨٨٤٨٩٤٩٠٤٩١٤٩٢٤٩٣٤٩٤٤٩٥٤٩٦٤٩٧٤٩٨٤٩٩٥٠٥٠٥٠١٥٠٢٥٠٣٥٠٤٥٠٥٥٠٦٥٠٧٥٠٨٥٠٩٥١٠٥١١٥١٢٥١٣٥١٤٥١٥٥١٦٥١٧٥١٨٥١٩٥٢٠٥٢١٥٢٢٥٢٣٥٢٤٥٢٥٥٢٦٥٢٧٥٢٨٥٢٩٥٣٠٥٣١٥٣٢٥٣٣٥٣٤٥٣٥٥٣٦٥٣٧٥٣٨٥٣٩٥٤٠٥٤١٥٤٢٥٤٣٥٤٤٥٤٥٥٤٦٥٤٧٥٤٨٥٤٩٥٥٠٥٥١٥٥٢٥٥٣٥٥٤٥٥٥٥٥٦٥٥٧٥٥٨٥٥٩٥٦٠٥٦١٥٦٢٥٦٣٥٦٤٥٦٥٥٦٦٥٦٧٥٦٨٥٦٩٥٧٠٥٧١٥٧٢٥٧٣٥٧٤٥٧٥٥٧٦٥٧٧٥٧٨٥٧٩٥٨٠٥٨١٥٨٢٥٨٣٥٨٤٥٨٥٥٨٦٥٨٧٥٨٨٥٨٩٥٩٠٥٩١٥٩٢٥٩٣٥٩٤٥٩٥٥٩٦٥٩٧٥٩٨٥٩٩٦٠٦٠٦٠١٦٠٢٦٠٣٦٠٤٦٠٥٦٠٦٦٠٧٦٠٨٦٠٩٦١٠٦١١٦١٢٦١٣٦١٤٦١٥٦١٦٦١٧٦١٨٦١٩٦٢٠٦٢١٦٢٢٦٢٣٦٢٤٦٢٥٦٢٦٦٢٧٦٢٨٦٢٩٦٣٠٦٣١٦٣٢٦٣٣٦٣٤٦٣٥٦٣٦٦٣٧٦٣٨٦٣٩٦٤٠٦٤١٦٤٢٦٤٣٦٤٤٦٤٥٦٤٦٦٤٧٦٤٨٦٤٩٦٥٠٦٥١٦٥٢٦٥٣٦٥٤٦٥٥٦٥٦٦٥٦٧٦٥٨٦٥٩٦٦٠٦٦١٦٦٢٦٦٣٦٦٤٦٦٥٦٦٦٦٦٧٦٦٨٦٦٩٦٧٠٦٧١٦٧٢٦٧٣٦٧٤٦٧٥٦٧٦٦٧٧٦٧٨٦٧٩٦٨٠٦٨١٦٨٢٦٨٣٦٨٤٦٨٥٦٨٦٦٨٧٦٨٨٦٨٩٦٩٠٦٩١٦٩٢٦٩٣٦٩٤٦٩٥٦٩٦٦٩٧٦٩٨٦٩٩٧٠٧٠٧٠١٧٠٢٧٠٣٧٠٤٧٠٥٧٠٦٧٠٧٧٠٨٧٠٩٧١٠٧١١٧١٢٧١٣٧١٤٧١٥٧١٦٧١٧٧١٨٧١٩٧٢٠٧٢١٧٢٢٧٢٣٧٢٤٧٢٥٧٢٦٧٢٧٧٢٨٧٢٩٧٣٠٧٣١٧٣٢٧٣٣٧٣٤٧٣٥٧٣٦٧٣٧٧٣٨٧٣٩٧٤٠٧٤١٧٤٢٧٤٣٧٤٤٧٤٥٧٤٦٧٤٧٧٤٨٧٤٩٧٥٠٧٥١٧٥٢٧٥٣٧٥٤٧٥٥٧٥٦٧٥٧٧٥٨٧٥٩٧٦٠٧٦١٧٦٢٧٦٣٧٦٤٧٦٥٧٦٦٧٦٧٧٦٨٧٦٩٧٧٠٧٧١٧٧٢٧٧٣٧٧٤٧٧٥٧٧٦٧٧٧٧٧٨٧٧٩٧٨٠٧٨١٧٨٢٧٨٣٧٨٤٧٨٥٧٨٦٧٨٧٧٨٨٧٨٩٧٩٠٧٩١٧٩٢٧٩٣٧٩٤٧٩٥٧٩٦٧٩٧٧٩٨٧٩٩٨٠٨٠٨٠١٨٠٢٨٠٣٨٠٤٨٠٥٨٠٦٨٠٧٨٠٨٨٠٩٨١٠

22

## I 事業概要

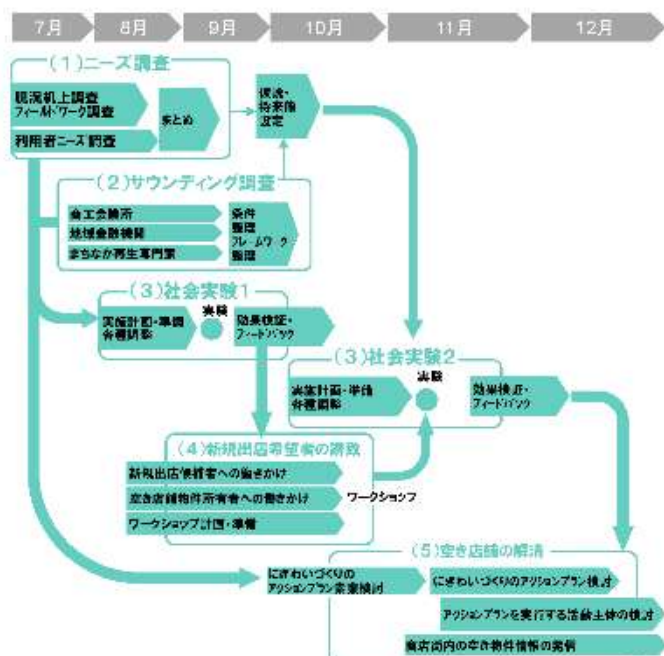
### (3) 今年度の目標と事業概要

## 今年度の目標

商店街機能のメインである商業による商店街のにぎわいの核の作り方(新規出店者)の検討

## 今年度の事業概要

- (1) ニーズ調査
  - ① 現況机上調査・フィールドワーク調査
  - ② 利用者ニーズ調査
- (2) サウンディング調査
  - ① 地元関係者へのヒアリング
  - ② まちなか再生専門家へのヒアリング調査
- 調査結果のまとめ
- (3) 社会実験
  - ① 社会実験1
  - ② 社会実験2
- (4) 新規出店希望者の誘致
  - ① 新規出店候補者への働きかけ
  - ② 空き店舗物件所有者への働きかけ
  - ③ ワークショップ
- (5) 空き店舗の解消
  - ① 空き物件情報の紹介資料化
  - ② 空き店舗解消のためのアクションプラン作成



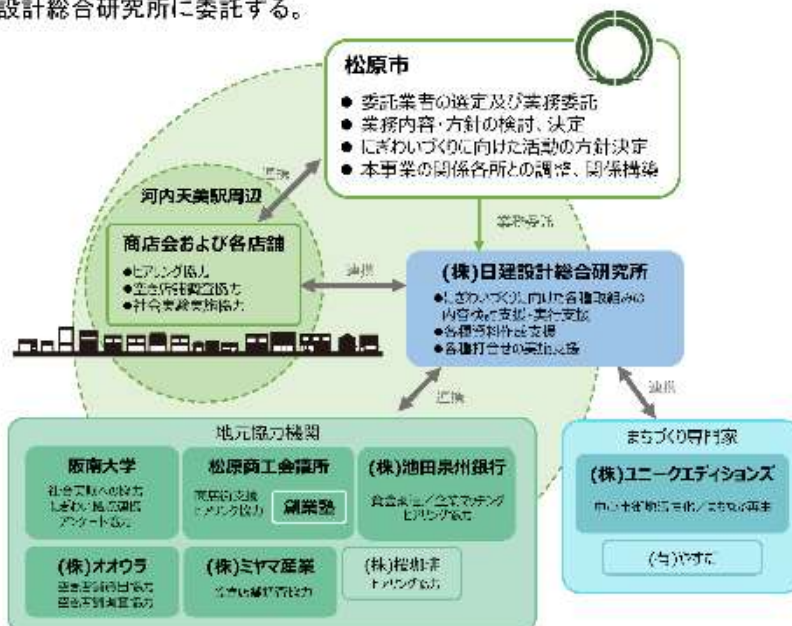
23



# I 事業概要

## (4) 事業実施体制

- 河内天美駅周辺の商店会および各店舗と連携を図り、その他地元の各機関を巻き込み推進する。
- 本業務は日建設計総合研究所に委託する。



24

## 本事業における主な活動、取組み

25

### ニーズ調査・サウンディング調査のまとめ

#### SWOT分析

河内大生駅周辺の外部環境や内部環境を  
強み・弱み・機会・脅威の4つのカテゴリーで  
現状分析を実施。  
各要素のかけあわせより、河内大生駅前の  
商店街のにぎわいづくりの方針を導出。

|       | 強み(S)                                                                                                                                                                                             | 弱み(W)                                                                                                                                                             |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 機会(O) | <p><b>積極化戦略</b></p> <p>①×②③④<br/>駅周辺からの人流誘導および周辺への波及効果が期待される店舗を商店街へ誘致</p> <p>③④×③④<br/>商店街と周辺の話題性のある施設を結び、地域内外からの観光・宿泊需要の取り込み</p> <p>⑤×⑥⑦⑧<br/>スーパーマーケットなどの生活利便施設と併設して住民や駅周辺利用者のための気軽な滞在空間の創出</p> | <p><b>段階的戦略</b></p> <p>①③×①②④<br/>さまざまな種類の店舗を揃えることで利用者の増加を狙う</p> <p>④⑤×⑥⑦⑧⑨<br/>若年層の滞在を実現することにより、商店街の新たな活気の作り方や使い方を創出</p> <p>②③×③<br/>地域外から新たな需要の効果的な取り込みを目指す</p> |
| 脅威(T) | <p><b>差別化戦略</b></p> <p>②×③<br/>事業者が出店検討しやすいスキームを用意</p> <p>⑥×②④<br/>出店および出店後のサポートを行う窓口を用意し商店街全体で支える</p>                                                                                            | <p><b>専守防衛・撤退</b></p> <p>①⑤×④<br/>通行者ニーズを随かめながら、他施設との差別化要素を見つけ、徐々に店が育っていく</p>                                                                                     |

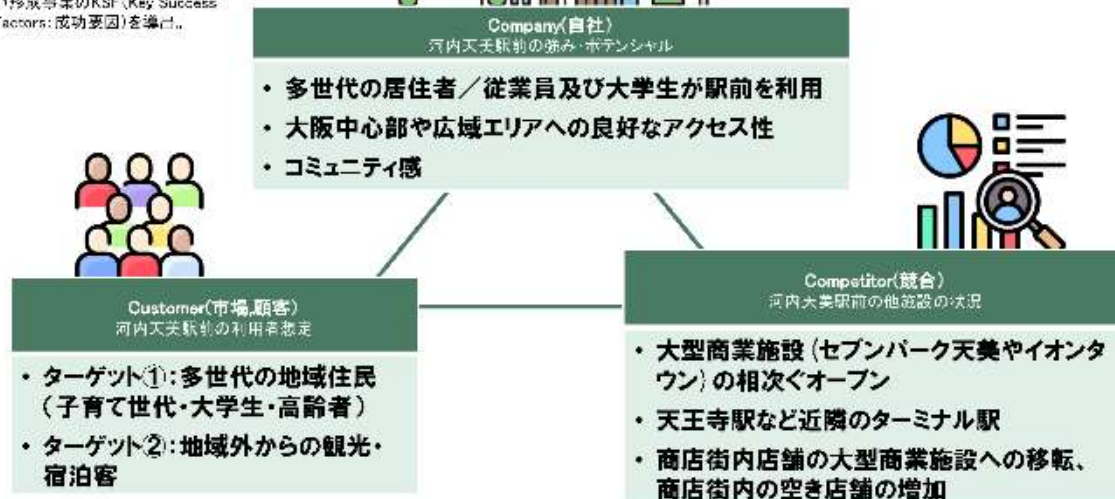
▶商店街の方向性について、複数の戦略を検討

26

### ニーズ調査・サウンディング調査のまとめ

#### 3C分析

河内大生駅周辺のマーケティング環境を分析するため、にぎわい形成要素のKSF (Key Success Factors: 成功要因)を導出。



27



#### 1 | ニーズ調査

##### 実施内容

|       | 実施日時                | 実施概要               |
|-------|---------------------|--------------------|
| ニーズ調査 | 令和4年7月29日(金)・30日(土) | 河内天美駅の利用者へのアンケート調査 |
|       | 令和4年8月5日(金)～11日(木)  | 阪南大学生Webアンケート調査    |

#### 2 | サウンディング調査

##### 実施内容

|                | 実施日時                    | 実施概要                         |
|----------------|-------------------------|------------------------------|
| サウンディング調査      | 令和4年7月28日(木)            | 商工会議所へのヒアリング                 |
|                | 令和4年8月3日(水)             | 地域金融機関へのヒアリング                |
|                | 令和4年10月21日(水)           | (株)オオウラ(地元不動産会社)へのヒアリング      |
|                | 令和4年10月21日(金)           | SHO-A(トレビアンAMAMI既存店舗)へのヒアリング |
|                | 令和4年10月21日(金)           | QQQ(ハートフルAMAMI既存店舗)へのヒアリング   |
|                | 令和4年11月17日(木)～11月26日(土) | 商店街内既存店舗向けアンケート              |
| まちなか専門家へのヒアリング | 令和4年8月9日(火)             | (株)ユニークエディンズ西尾氏へのヒアリング       |
|                | 令和4年11月19日(土)           |                              |
|                | 令和4年10月18日(火)           | (有)やすだ安田氏へのヒアリング             |

28

#### 3 | 社会実験

##### 実施内容

##### 社会実験1

|      |                                              |
|------|----------------------------------------------|
| 実施日時 | 令和4年9月18日(土)                                 |
| 実施概要 | ① オープンな体験コミュニティスペース<br>② 阪南大中西ゼミ3回生による古着ショップ |

##### 社会実験2

|      |                                                  |
|------|--------------------------------------------------|
| 実施日時 | 令和4年11月19日(土) DAY1                               |
| 実施概要 | 体験イベント「簡単お絵描き」+イラスト展<br>講師によるイラスト講座およびイラスト展示即売会  |
| 実施日時 | 令和4年11月20日(日) DAY2                               |
| 実施概要 | 子どもお仕事体験天美マチジャニア<br>子どもたちによる物販・サービスお仕事体験         |
| 実施日時 | 令和4年11月23日(水・祝) DAY3                             |
| 実施概要 | ベビーカステラショップ(+古着ショップ併設)<br>ベビーカステラ販売とイートインスペースの提供 |

##### 人流計測

|      |                         |
|------|-------------------------|
| 実施日時 | 令和4年9月18日(土)            |
| 実施概要 | 社会実験2の実施日の空き店舗前通行者数カウント |



社会実験1の様子



社会実験2 DAY2の様子

29





## Ⅱ 成果報告

### (1) 本事業における主な活動、取り組み

① ② ③ ④ ⑤

#### 4 | 新規出店者の誘致 5 | 空き店舗の解消

##### 実施内容

| 実施日時        | 実施概要                                                  |
|-------------|-------------------------------------------------------|
| 令和4年10月～11月 | 社会実験への参加者の選定<br>(創業塾受講生への呼びかけ／市内事業者への呼びかけ／阪南大学への呼びかけ) |
| 令和4年10月26日  | 社会実験2出店者ワークショップ                                       |
| 令和4年11月     | 社会実験参加者への新規出店の可能性と意向の確認                               |
| 令和4年11月～12月 | 事業者への新規出店の可能性と意向の確認 (計25社)<br>アクションプラン策定              |



社会実験2出店者ワークショップの様子



社会実験2出店者への案内ツアー

30

## ① ニーズ調査 ② サウンディング調査 補足資料

31

### 1 | ニーズ調査 河内天美駅の利用者へのアンケート調査

#### 河内天美駅の利用者へのアンケート調査

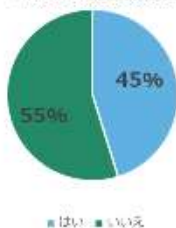
- 滞在エリアは、平日はスーパーマーケットが最も多く、休日はショッピングモールが最も多い結果となり、平日と休日の滞在目的の差が明らかとなった。
- 駅利用者の中、商店街の利用者はほぼ半数であった。利用しない人の理由としては「利用したい店がない」という回答が最も多かった。
- 商店街に求める機能としては、「休憩所やリラックスできるスペース」が圧倒的に多かった。

▶駅利用者には、商店街は「休憩機能」が求められている

#### ●一定時間滞在エリア



#### ●商店街を利用しますか？ ●商店街を利用しない人



#### ●商店街に求められている機能・サービス



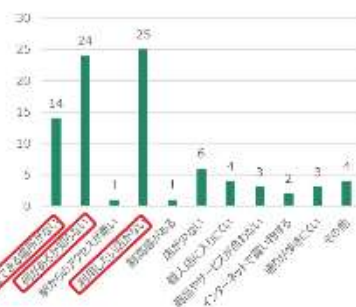
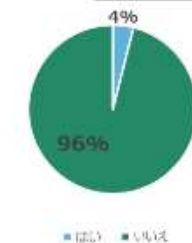
32

### 1 | ニーズ調査 阪南大学生Webアンケート調査

- 河内天美駅周辺エリアや商店街に欲しい機能・サービスのアンケート回答のキーワードをマッピングし可視化した。いずれも、飲食店に関するキーワードが回答数が多く、特にカフェ、ファーストフードといった学生が入りやすい店舗に対するニーズが高かった。
- 商店街を利用しない人が96%と圧倒的に多く、利用しない理由として「利用したい店がない」「何があるか知らない」「滞在できる場所がない」という意見が多かった。

▶大学生にとって商店街は飲食機能が求められており、現在は利用したい動機がない

#### ●商店街を利用しますか？ ●商店街を利用しない人



#### ●河内天美駅周辺エリアに欲しい機能・サービス



#### ●商店街に欲しい機能・サービス



33



### 2 | サウンディング調査 地元関係者へのヒアリング

- 松原商工会議所は、創業したい人の支援等を行っているが、現時点で商店街内の空き店舗情報は所有していない。
- 池田泉州銀行は、市と商工会議所との協定締結や、空き店舗オーナーから空き店舗情報を入手しマッチング等を行っている。
- 商店街内の既存店舗の事業者は、売上や来街者の現象に強い課題意識があり、飲食店やスーパー・コンビニ・生鮮食品専門店で新規出店してほしいと考えている。また、高齢者や地域住民をサポートできる場としての役割に強い意識を持っており、コミュニティ関連施設の新規出店を求める声も多かった。

▶ **地域の中のプレイヤーの関係性を意識し、適切な情報提供やにぎわいづくりに向けた役割の明確化が必要**



34

### 2 | サウンディング調査 まちなか活性専門家へのヒアリング

- (株)ユニークエディンズ西尾氏
  - ▶ 「実証実験後も継続的ににぎわいづくりの作り方として『インスタントな都市デザイン』により居心地のよい空間づくりをつくることの重要性を伺った。また、継続的な地域のにぎわいづくりに必要なプレイヤー像は「その地域に土地・建物を持っている人」と「経済的な利益ではなく意義を感じ関わってくれる人」であり、パブリックマインドの重要性に関する示唆を得た。
  - ▶ また、同氏には現地視察により河内天美駅前の特性をかんがみたと上で、ハートフルAMAMIIは、周辺住宅地の住民にとっての日常生活におけるあらゆるニーズ（買い物や飲食に留まらない）にいかに対応するかが基本戦略となる点や周辺で進行する宅地開発へ着目した子育て世代へのニーズ対応の重要性について指摘を受けた。
- (有)やすだの安田氏
  - ▶ 商店会や商店街内の既存店舗の危機意識の必要性について言及があった。あくまで外部はサポートをする立場であり地域にそのつもりがないとにぎわいづくりは成功しない、というご意見を伺った。

▶ **客観的な意見より、天美駅前におけるにぎわいづくりに必要な要素(人・サービス・空間)の示唆を得た**

普段の大街道



▲西尾氏が関わった愛媛県松山市大街道商店街  
出典元: 1/27/2020/Amami City/Amami City/Amami City

実験時の大街道



▲安田氏が専務理事である  
埼玉県秩父市みやのかわ商店街  
出典元: 1/27/2020/Amami City/Amami City/Amami City

35

## ③社会実験 補足資料

社会実験1については、10月現地会議にて共有したため発表内容から割愛

36

## Ⅱ 成果報告

### ③社会実験 (1)本事業における主な活動、取り組み

① ② ③ ④ ⑤

**3 | 社会実験** 当社が商店街内の店舗・スペースを借り、市民の滞在空間や新規出店希望者のチャレンジの機会を提供。地元関係者と連携して空き店舗活用を実施。

実施した場所(空き店舗・スペース)

#### 実証実験1

トレビアンAMAMI(駅の西側商店街)  
現駐輪場スペース



#### 実証実験2

ハートフルAMAMI(駅の東側商店街)  
空き店舗



37



3 | 社会実験 当社が商店街内の店舗・スペースを借り、市民の滞在空間や新規出店希望者のチャレンジの機会を提供。また、必要に応じ、地元関係者と連携。

#### 社会実験1

実施日時 令和4年9月18日(土)  
実施概要 ①オープンな休憩コミュニティスペース  
②駅前大中西ゼミ3階中による言着ショップ

##### 仮説1

商店街内に休憩やリラックスできるスペースを設け、空き店舗空間を開放することで、空き店舗の存在認知を促し利用者側から利活用の機運を高める。

##### 検証結果

空き店舗の存在の認知のしやすさ  
休憩コミュニティスペースおよび古着ショップは、いずれも店舗前面を道路側に開放し、オープンな設えとした。通行者には、普段と異なる雰囲気になっていることで、通行時に様子を見ている人が多数いた。商店街内の空き店舗の存在を認知してもらうことができた。

空き店舗の活用内容の認知のしやすさ  
実証当日は看板を店頭に設置したが、店舗前で事前告知は行わなかったため、通行者は実証当日に初めて目にして、歩行しながらでは内容や趣旨が伝わり切らなかったと考えられる。数日間の連続開催により認知促進が可能と考える。



38

3 | 社会実験 当社が商店街内の店舗・スペースを借り、市民の滞在空間や新規出店希望者のチャレンジの機会を提供。また、必要に応じ、地元関係者と連携。

#### 社会実験1

実施日時 令和4年9月18日(土)  
実施概要 ①オープンな休憩コミュニティスペース  
②駅前大中西ゼミ3階中による言着ショップ

##### 仮説2

空き店舗で情報収集および発信を行うことにより、通行者が商店街を考えるきっかけを提供し、滞在時間向上やにぎわいのきっかけとなる。

##### 検証結果

商店街についての情報収集および発信のしやすさ  
コミュニティスペース内に設けた「ロコミ商店街魅力発見マップ(右上写真)」を活用し、大学生視点での商店街の魅力に関する意見や、将来的に商店街にほしい機能をヒアリングし、計50件の意見を収集することができた。また、マップを見た人が、他の人の意見や情報を知り、さらに関連する情報を追加することで情報量が増えた。住民が商店街の魅力に気付くツールとして、誰でも投稿・閲覧できればパブリックマインド向上に寄与すると考えられる。



39



3 | 社会実験 当社が商店街内の店舗・スペースを借り、市民の滞在空間や新規出店希望者のチャレンジの機会を提供。また、必要に応じ、地元関係者と連携。

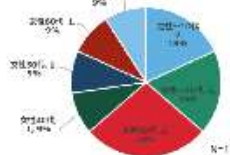
### 社会実験2・DAY1

令和4年11月19日(土)

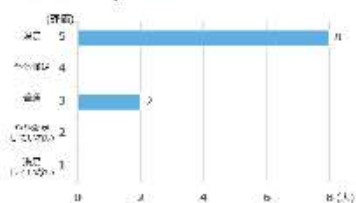
体験イベント「簡単お絵描き」+イラスト展  
講師によるイラスト講座およびイラスト展示販売会

来場者

30代女性が26%、10代以下の男女がそれぞれ18%と最も多い。親子連れの立ち寄りが見られた。



ポップアップショップ満足度  
5段階評価平均値:4.60



当日の様子

P9~11は一枚  
(時間なければ)



40

3 | 社会実験 当社が商店街内の店舗・スペースを借り、市民の滞在空間や新規出店希望者のチャレンジの機会を提供。また、必要に応じ、地元関係者と連携。

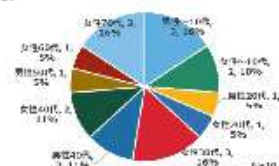
### 社会実験2・DAY2

令和4年11月20日(日)

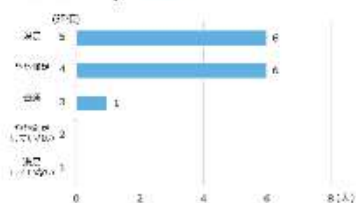
子どもお仕事体験天美マチャニア  
子どもたちによる家族・サービスお仕事体験

来場者

親子イベントであったため、10代以下の男女で26%、女性30代が16%、40代男女が11%と多かった。



ポップアップショップ満足度  
5段階評価平均値:4.38



当日の様子

P9~11は一枚  
(時間なければ)



41

**3 | 社会実験** 当社が商店街内の店舗・スペースを借り、市民の滞在空間や新規出店希望者のチャレンジの機会を提供。また、必要に応じ、地元関係者と連携。

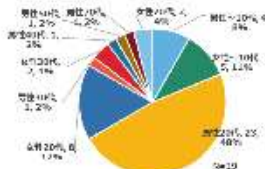
### 社会実験2・DAY3

令和4年11月25日(水・祝)

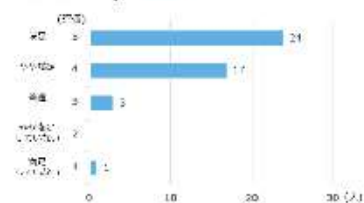
ベビークラステラシヨップ(十古簗シヨップ)  
ベビークラステラシヨップとイトインスペースの提供

来場者

男性20代が48%と半数近い。次いで、女性20代が17%、女性10代以下が11%、男性10代以下が8%と若者の利用が多い。



ポップアップショップ満足度  
5段階評価平均値:4.40



42

## ④新規出店者の誘致 補足資料

43



#### 4 | 新規出店者の誘致

将来的に継続的に商店街のにぎわいづくりに習得できる新規出店者や、にぎわいの中核を担えるポテンシャルのある物件の所有者に働きかけ、にぎわいづくりに向けた確実な一歩を踏み出すための新規出店誘致活動を行った。

#### 社会実験2出店者ワークショップ開催

創業塾2019年卒業生  
松原市民 A氏



※都合により  
社会実験不参加

#### ソーブカービング体験の場の提供

将来的な展開イメージ

- アートセラピーへと  
福祉施設への導入

創業塾2019年卒業生  
松原市民 B氏



社会実験2  
DAY1

#### イラスト販売&アドバイズ講座

将来的な展開イメージ

- オンラインとの融合
- SNSの活用



社会実験2のポップアップショップでは、まず**創業アイデアを試行**することで合意





## 門真市（大阪府）

### ものづくり×まちづくりによるエリアリノベーション

#### ■プロデューサー

株式会社オープン・エー  
代表 馬場 正尊



#### I 事業概要

##### (1) まちなか再生の取組み背景

市町村の概要

- ・人口：119,161人（令和4年1月） 人口密度：9,887人/km<sup>2</sup> 規模：東西4.9km 南北4.3km 面積12.3km<sup>2</sup>
- ・人工電機メーカーの企業城下町として発展。技術力のあるものづくり産業（図1）が立地し、技術力を持つ中小企業が多くある。  
（門真市内で企業数：742社、従業員数14,283人※Panasonic含まず）
- ・随くまちであると同時に人口が多く住宅地でもある（図2、図6）。門真市域南北、門真南駅周辺、四宮地区は準工業地域。その他は住宅系。
- ・20代前半の流入はあるが、20代後半～40代の子育て世代が顕出超過（図3）
- ・産業別売上高では数企業が9割を占める（Panasonic含む）が、1990年代以降製造品出荷額は減少しており、域外から稼ぐ力が弱下。  
産業分類で見ると電気機器器具、家具・装飾品、金属製品が中心。（図5）

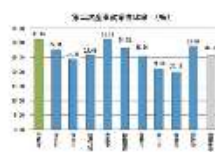


図1 市内主要工業品製造業の比率  
（平成25年度経済センサス基礎調査）



図2 市域人口密度  
（平成27年度国勢調査）

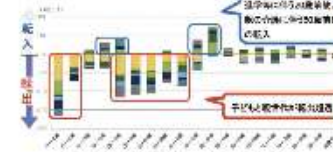


図3 世代別人口移動比率  
（門真市国勢調査）

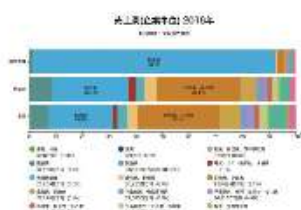


図4 本市で企業数割合上位の割合  
（地域経済センサス調査）

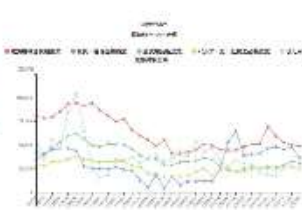


図5 本市の製造品出荷額等（左記）の推移  
（経済産業省発表、E-STAT）



図6 本市の製造品出荷額等  
（経済産業省発表、E-STAT）

# I 事業概要

## (1) まちなか再生の取組み背景



2

# I 事業概要

## (2) まちなか再生の長期目標

### 1) まちなか再生の長期目標

対象エリアである門真市駅前周辺は、都市の中核的機能を有することから、ものづくり産業をとりまとめ、発展させるためのハブとして「稼ぐ力」を強化することが重要と考える。域外から資金を稼ぎ、働き暮らし人々が地域産業や暮らしの場でお金を落とす、地域経済を循環させるしくみを構築することが必要である。



### ・昨年度までの取組

エリアリノベーションで、エリア価値を高める魅力や投資を呼び込む。



働く場があることで生産年齢人口の転入抑制を図り、働き住み続けたいくなる職住近接のまちをつくることで、エリア価値の向上を促すとともに、下落傾向にある地価が上昇に転じることを長期目標とする。



3



## I 事業概要

### (3) 今年度の目標と事業概要

#### 1) 今年度の取組目標

- ・西三荘-門真市駅エリアの将来イメージの具体化
- ・東西エリアの連携強化
- ・エリアプラットフォーム組成、エリマネジメント組織の設立準備



#### 昨年度までの取組による課題

#### 今年度の取組

|                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>社会実験から日常化・恒常化に向けた取組</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・駅前広場の暫定利用スペースの整理、関係協議</li> <li>・高架下や東西軸での空地等活用へのアプローチ</li> </ul>                                     | <b>1. 民間プレイヤーの発掘</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・プレイヤー会議による担い手発掘・ネットワーク化（カドマノカマド）</li> <li>・若手のチャレンジの場づくり（カドマとタクミ、門真夜市等）</li> <li>・ものづくり企業を主体とした「ものづくり×まちづくり」の企画検討</li> </ul>                              |
| <b>まちづくりへのコミットを深める取組</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・まちづくりを担う「推進会議」の組成及び将来ビジョン及びエリマネを具現化する事業化の検討。</li> <li>・地元住民を含めたまちづくりの方針決定を担うエリアプラットフォームの組成。</li> </ul> | <b>2. エリアビジョンの策定及びエリマネジメント組織</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・エリアプラットフォーム組成勉強会の開催</li> <li>・エリアプラットフォームの組成準備</li> <li>・推進会議の組成及び将来ビジョン、エリマネ事業の具体的検討</li> <li>・西三荘駅-門真市駅まで東西軸でのウォークアブル空間の将来イメージ策定</li> </ul> |
| <b>東西エリアとの連携強化の取組</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・チャレンジができる公共空間の創出</li> <li>・門真市駅周辺から古川橋駅まで西三荘駅まで東西ラインでのウォークアブル空間の創出</li> <li>・東西軸の地域交通ネットワークの強化</li> </ul> | <b>3. 東西軸沿道活用</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・高架下や東西軸での空地等の暫定利用（高架下活用、TRIAL PARK）</li> <li>・東西軸の地域交通（シェアサイクル）の実証実験</li> <li>・駅前広場の暫定利用スキーム整備（インフォ設計、ほこみち制度の活用）</li> </ul>                                  |
| <b>具体的な活用事業の実践・提案</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地主、借地人へのアプローチ</li> </ul>                                                                                  | <b>4. スモールエリアの形成推進</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地主・借地人への空き地、空き家・店舗活用事業の提案</li> <li>・チャレンジができる公共空間の活用（イズミヤ2階や店舗活用）</li> </ul>                                                                            |

4

## I 事業概要

### (4) 今年度の事業実施体制

- ・**エリアプラットフォーム組成勉強会**は、地域住民や行政なども加わり、まちづくり全体の方針や再整備方針の意見調整を行うための場。
- ・まちづくりの方向性を議論する「エリアプラットフォーム組成勉強会」を実施。
- ・**推進会議**は、長期的なエリア価値向上を推進していく主体（エンジン）として、エリアに新たな価値を生み出す多様なプレイヤーとのネットワークを構築し、チャレンジしやすい環境づくりやエリマネジメントの具体事業を検討し、推進する。



#### プロジェクトチーム化

- ・今後のエリマネ事業の基盤となる事業（TRIAL PARK、ものづくり×まちづくり）について、推進会議内でプロジェクトチーム化
- ・意欲のある企業・プレイヤーが主体的にプロジェクトを検討・実施する体制に移行。

5

## Ⅱ 成果報告

### (1) 本事業の取組み経過

| 事業内容                           | 実施手法等                                                                                 | 実施時期         |    |     |         |           |                  |               |          |             |             |
|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|--------------|----|-----|---------|-----------|------------------|---------------|----------|-------------|-------------|
|                                |                                                                                       | 5月           | 6月 | 7月  | 8月      | 9月        | 10月              | 11月           | 12月      | 1月          | 2月          |
| (1) 民間プレイヤーの発掘                 | プレイヤー発掘による新しい事業・ネットワークを<br>(カドマノカマド)                                                  | ゼロベースでの発掘    |    |     | カドマノカマド |           |                  |               |          |             |             |
|                                | ・若手・中堅の活躍の場づくり<br>(カドマノカマド、門真夜市等)                                                     |              |    |     |         | マルシェ」企業会合 |                  | カドマノ<br>カマド   | 門真<br>夜市 | カドマノ<br>カマド | カドマノ<br>カマド |
|                                | ・ものづくり企業と連携した「ものづくり・まちづくり」の推進                                                         |              |    |     |         | 企業との連携    | FacilityPM<br>参加 | ものづくり企業との企業連携 |          |             |             |
| (2) TRIAのビジョンの周知及びTRIAのイメージアップ | ・トリアプラットフォーム・人間関係の構築<br>・トリアプラットフォームの推進<br>・企業・市民・学生・若手・中堅の活躍の場づくり<br>・トリアプラットフォームの推進 | 第1回          |    | 第2回 |         | 第3回       |                  | 第4回           | 第5回      | 第6回         | 第7回         |
|                                |                                                                                       |              |    |     |         |           | TRIAのビジョン        |               |          |             |             |
|                                |                                                                                       |              |    |     |         |           | イメージ決定           |               |          |             |             |
| (3) 事業計画の実施                    | ・事業計画の実施<br>・事業計画の実施<br>・事業計画の実施                                                      | 事業計画の実施      |    |     |         |           |                  |               |          |             |             |
|                                |                                                                                       | TRIA PARKの設置 |    |     |         |           |                  |               |          |             |             |
|                                |                                                                                       | TRIA PARKの設置 |    |     |         |           |                  |               |          |             |             |
| (4) スターターエリアの形成                | ・スターターエリアの形成<br>・スターターエリアの形成<br>・スターターエリアの形成                                          | スターターエリアの形成  |    |     |         |           |                  |               |          |             |             |
|                                |                                                                                       | スターターエリアの形成  |    |     |         |           |                  |               |          |             |             |
|                                |                                                                                       | スターターエリアの形成  |    |     |         |           |                  |               |          |             |             |
| (5) ものづくり企業と連携した事業の実施          |                                                                                       | 企業会合         |    |     |         |           |                  |               |          |             | 最終報告会       |

6

## Ⅱ 成果報告

シビックプライドに訴求するビジョンの周知、コンセプトの工夫

### (2) 本事業における主な活動、取組み、(3) 本事業の成果

#### ① 民間プレイヤーの発掘

**カドマノカマド** 社会実験で関わってきたプレイヤー50人以上が集まり、やりたいことをプレゼンし合うアイデア会議を実施



- ・バーガー屋を出店したい (IT系スタートアップ)
- ・定期マルシェを開催して、門真の魅力を育てたい (納豆メーカー息子)
- ・女性でも一人で行ける立呑みバーをつくりたい (子育て中の飲食店主)
- ・空き物件を借りて、サブリース事業をしたい (不動産投資家)
- ・就労支援施設をつかって、デザインで価値向上 (グラフィックデザイナー)
- ・社員や技能実習生が住める場がほしい、つくりたい (ものづくり企業)
- ・学生と地元企業をつなげたい (大学生)
- ・新しいものづくりにチャレンジしたい (ものづくり企業)

**地元プレイヤー発の新たな事業や活動、空き家・空地活用、企業との連携等が多数創出**

カドマノカマド

門真夜市

ものづくり企業×  
大学生・フォーラム

ものづくり×まちづくり  
会議

京阪高架下活用  
バーガー屋の出店

空き家活用  
ものづくり企業社員会



7



## Ⅱ 成果報告

社会実験の事業化、変容の可視化

### TRIAL PARKの設置、公民連携によるマネジメント体制

門真に暮らし、働く皆さんのやってみようの場、出会いの場、  
新しい発見の場、成功と失敗の場...  
広くアクションを受け入れる思いをカタチにする広場



ルールブック

- ・推進会議がTRIAL PARKを運営
- ・利用目的・実施内容が、①新たなチャレンジ、②地域の賑わいづくりやコミュニティ形成、③市民や事業者・企業間のネットワークづくり等のいずれかにつながるかどうかを推進会議にて審査・判断し、運用。
- ・備品レンタル料等の収益は、推進会議に入り、今後のまちづくり活動に役立てる。



8

## Ⅱ 成果報告

次世代人材の関与・育成

### TRIAL PARKを活用した活動創出 地元若手発の定期マルシェが続々と誕生！

推進会議のメンバーが主催または若手をサポートしながら、TRIAL PARKを生かした活動を創出。



#### カドマとタタミ

まちで活動する人と月に1回、「●●の区」と  
たくらみながら、カドマの暮らしの魅力を発信  
するマルシェ。  
地元の若手が発起人となり、自らも出店しつづ  
けながら自立運営。

- ・子育て世代（30～49歳）の来場が約7割
- ・市内来場者が7割以上、満足度は非常に高い
- ・近年オープンした若い地元飲食店、ハンドメイド作家など6組を発掘。月イチで定期開催。
- ・毎回新しい出店者の参加、出店したいと問い合わせが4組。カドマの新しい流れになりつつある。

発起人  
エイコー食品  
佐藤 匠 (22)

| Vol.10        | Vol.11        |
|---------------|---------------|
| 来場者:380人      | 来場者:237人      |
| 出店者数:7店舗      | 出店者数:7店舗      |
| 売上合計:¥264,360 | 売上合計:¥182,860 |
| 平均:¥37,760    | 平均:¥23,979    |
| 飲食平均:¥43,030  | 飲食平均:¥27,800  |
| 物販平均:¥24,600  | 物販平均:¥19,883  |



#### 門真夜市

長期的な地域活性化（地域の価値向上により地域の収益  
増を図る）のため、地域のブランディングの一要素として  
夜市を企画。コロナ禍で低迷する夜の需要を創出し、  
地域の人たちが定期的に來たくなる場をつくる。

- ・来場者数：276人（3日間）
- ・出店者総売上：38.6万円 平均売上：2.9万円/店
- ・屋台街にチャレンジしたいキッチンカー5店舗が連携
- ・寒い冬でも人が集まるような囲いのある屋台街で  
夜需要を創出
- ・年末で通勤客の需要が見込めない中、地元客を中心に  
賑わい創出

発起人  
cooper  
栢山 義彦(36)

9

## Ⅱ 成果報告

ものづくり×まちづくり

次世代人材(子ども)の関与・育成

### ものづくり×まちづくり会議

推進会議メンバー+ものづくり企業3社+行政(まちづくり部・産業振興課)

門真市駅周辺を起点としたものづくり産業の課題解決につながる将来ビジョンを検討。人材確保や新たな販路、事業にチャレンジしていきたいというものづくり企業の課題と、立地や多様な人材が集まる門真市駅周辺エリアのポテンシャルを生かし、「新産業の育成」と「人材育成」を軸に、具体プロジェクトを立ち上げ実践しながら、計画をブラッシュアップしていく。



#### 具体プロジェクトの立ち上げ

- ・地元中学生に向けたものづくり教育プログラム開発
- ・大阪府立高専生のインターンプログラム
- ・ものづくり企業×デザイナー 商品開発プロジェクト など

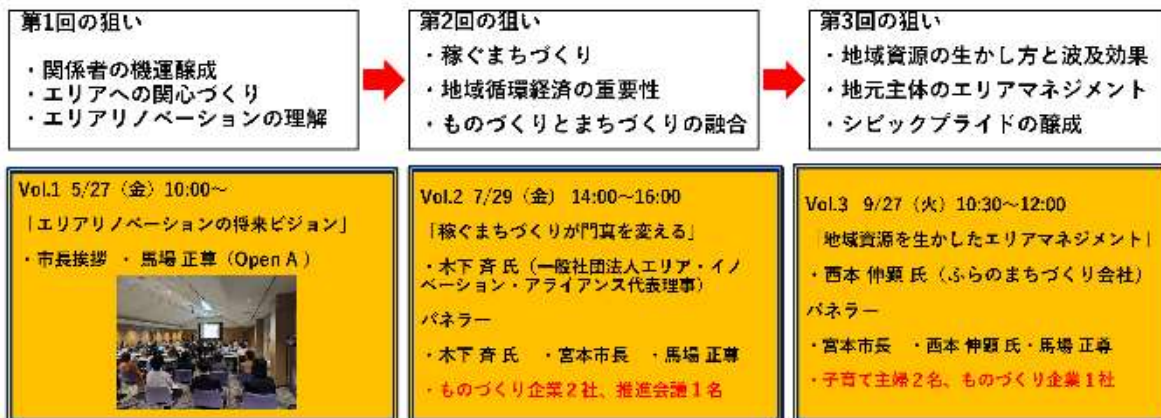
10

## Ⅱ 成果報告

シビックプライドに訴求するビジョンの周知、コンセプトの工夫

### ②エリアの将来ビジョンの策定及びエリアマネジメント組織

#### エリアプラットフォーム組成勉強会の実施



#### 会議の進め方

##### レクチャー (インプット)

既成概念を取り払い、ビジョンや方向性を共有する。参加者の当事者意識を醸成する。

##### 地元パネリストプレゼン

推進会議メンバー、ものづくり企業、子育て世代の地元パネリストがまちづくりへの意見や思いを発信

##### ディスカッション (アウトプット)

・会場から一言カードで意見を収集し、それをテーマに議論する  
・他人の意見を知り、多様な角度でまちの方向性を議論

11





## Ⅱ 成果報告

シビックプライドに訴求するビジョンの周知、コンセプトの工夫

| 勉強会のディスカッションテーマ    | 内 容                                                                                                                                                                                                                    | 事業案                                                                                                                  |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 学びながら働く<br>職住遊近接   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・若いうちから企業で働き収入を得ながら、高校・大学などの資格も取れ、ものづくりの技術も身につけるしくみ</li> <li>・片親世代など、学校に行く経済的余裕のない家庭環境で育つ子どもたちの学びと就労機会の創出</li> <li>・ものづくり企業の人材確保と育成</li> <li>・ものづくり企業で働く社員への暮らしの場づくり</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪公立高専との連携（インターン）</li> <li>・ものづくりシェアハウス</li> <li>・ものづくり×デザイナー商品開発</li> </ul> |
| 子育てと働くを<br>両立できる環境 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・門真の共働き子育てママが（ちょっとでも）働ける環境づくり</li> <li>・タフな子どもが育つ教育</li> <li>・子育て世代、女性が自分らしく働ける。子どもと女性に支持されるまちづくり</li> </ul>                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・TRIAL PARK（開設済）</li> <li>・ものづくり教育プログラム開発</li> </ul>                          |
| ローカルファースト          | <ul style="list-style-type: none"> <li>・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できる環境づくり</li> <li>・圧倒的なものを創らず、小さくてもキラリと光る魅力的な個店の集積をはかる</li> <li>・若者がビジネスチャンスを感じる環境づくり</li> </ul>                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>・定期マルシェ</li> <li>・空き家リノベ（個店誘致）</li> <li>・高架下STAND</li> </ul>                  |

このテーマに沿った事業をエリアマネジメントとして推進

12



## Ⅱ 成果報告

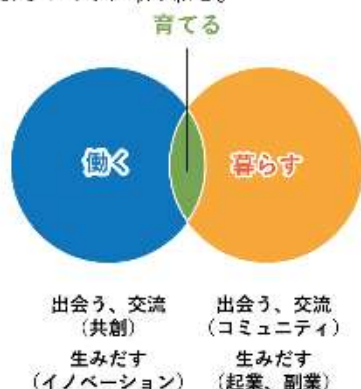
シビックプライドに訴求するビジョンの周知、コンセプトの工夫

将来ビジョン

新しいチャレンジやまちの魅力、ビジネスを生み、  
アップデートし続けるまち

・商業市駅・西三軒駅周辺エリアで「働く」と「暮らす」を育びつなげる結節点とし、人や事業がどんどん「育つ」エリアを目指す。

・地域資源（ものづくり・飲食など）を活かし、発見・創造・発信を繰り返しながら、エリアをより個性的・魅力的にブラッシュアップされていくまちづくりに取り組む。



働く

・アイデアを形にする、ものづくり力という地域資源を生かした新たなものづくり、ビジネスを生み出す新産業の創出、インキュベーション拠点

・ものづくり、飲食、まちづくりなど多様な主体、業種や組織を越えた出会い、交流、共創・イノベーションの場

育てる

・高校・高等専門学校などで学びながら地元企業で働き、技術や知識を身につける人材確保・育成拠点

・小・中・高校生に向けた面白いものづくり教育の場

暮らす

・若者や主婦の起業、副業、新規出店など、新しいビジネスにチャレンジでき、多様な商いを生む地域商業の育成（高架下STAND（仮））

・まちへの愛着、シビックプライドを育てるチャレンジできる場、地域コミュニティ醸成の場（TRIAL PARK・駅前広場等の活用、定期マルシェの実施など）

・働きながら暮らす、職住近接の場（ものづくりシェアハウス等）

・キラリと光る魅力的で多様な個店の創出・集積（空き家リノベーション）

13



## Ⅱ 成果報告

エリブラ・エリノ推進主体の組織立ち上げのプロセス

収益事業

推進会議

エリアマネジメント組織を組成

将来的にはエリアマネジメント組織の母体として、**エリマネ組織設立準備協議会を設立**。  
各社が単独では担えない事業を進め、事業収益をさらに再投資する「核となる事業」を推進。

核となる事業（案）

・公共空間の民間活用事業

→ 駅前広場、TRIAL PARKの暫定利用（貸借協力の活用等）※令和6年度には制度化を予定。

→ 公共施設等の民間活用事業（ものづくり育成拠点など）

・空き家・空き地の活用事業（サブリース事業）

→ 借地人、地主から空き家等を買う/借り上げ、チャレンジしたい事業者、  
地元企業等に貸す（高架下、空き家など）

・マイクロモビリティの運営（シェアサイクル事業等）

→ シェアサイクルの収益見込みを今年度検証（社会実験）

・安定収益事業

→ 駐輪場・駐車場等の経営など

14



## Ⅱ 成果報告

ウォーカブルの概念・エリア設定



15



### ③東西軸沿道活用

#### ■ 京阪高架下の活用事業

地域の主要動線である東西軸の顔になるよう、門真プラザの再整備に向けて高架下活用の将来イメージとマーケットを可視化するための暫定利用事業。



#### 将来イメージ

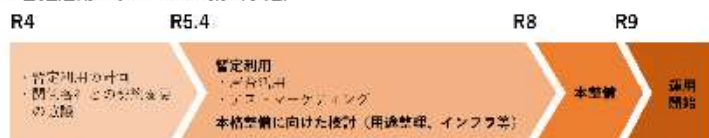
- ・沿道の賑わいを連続・飲食やショップなど、チャレンジできる場
- ・働くX住む人が交わるコミュニティの場



#### ・暫定利用の方向性

東西軸の賑わいの創出やネットワーク強化のため、就業員利用場所になっている高架下を、プラザ再整備までの期間、地域商業のチャレンジできる屋台や移動販売等のできるスペースとして活用利用し、マーケットニーズを検証する。キッチンカー/トンラ/屋台で飲食出店できる環境をつくる。

#### ・暫定活用スケジュール案（予定）



#### 出店意向のある店舗

Cafe & ジビエX  
まめぞうデザイン



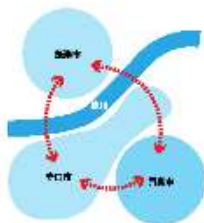
スギハラコーヒー  
ロースター



ハレル食堂

16

### シェアサイクル実証事業



周辺市のマイクロモビリティの導入の動きとも合わせ、シェアサイクル等の導入の実証事業を実施

大規模商業施設開業に伴い、周辺市から自転車での往來の増加が見込まれる。

→西三荘ー古川橋エリアへの流動を促す。



令和4年12月27日より稼働

- ・市役所庁舎
- ・南部市民センター
- ・ルミエールホール
- ・門真市民プラザ
- ・市立総合体育館、
- ・市立保健福祉センター
- ・リサイクルプラザ
- ・門真市駅北自転車駐車場
- ・門真市駅南3自転車駐車場
- ・古川橋駅自転車駐車場
- ・大和田駅自転車駐車場
- ・菅島駅西自転車駐車場
- ・門真南駅東自転車駐車場
- ・幸福町公園
- ・北打越公園
- ・四宮公園
- ・井天池公園
- ・大橋町公園
- ・下三ツ島公園
- ・柳町公園
- ・サン・ジョゼ広場
- ・老人福祉センター

※上記のほか、市営住宅について今後設置を予定。

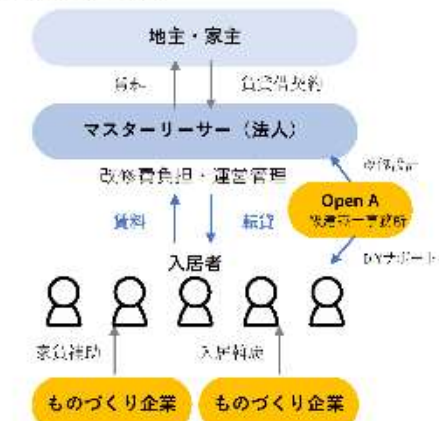
設置施設：22か所  
設置ポート数：145台分

17

### ④ スモールエリア形成推進

#### ものづくりシェアハウス活用事業

##### ■ 事業スキーム案

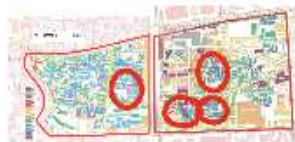


マスターリーサー（法人）がシェアハウス化に関わる改修費等を負担し、改修費算にのじて10年程度借り上げ、運営管理を行う。入居者を地元企業の手先社員中心に集め、安定的な入居を確保し、家賃と入居料に同じ賃料を支払う。改修設計や入居者のDIYサポートをOpen Aが行う。



イメージ

##### ■ 提案エリア



赤のエリアの地主・建物主に提案中

##### <課題>

- ・相続等で動かない物件が多い。（相続整理中の地主と4月以降に検討）
- ・不動産管理会社と地主の信頼関係が薄い
- ・不動産知識のあるオーナーが少なく、空き家・資産活用に消極的。

##### ■ マスターリーサー候補

<事例>  
門真市某工場の文化住宅の再生

門真市出身。文化住宅をリノベーションし、10部屋中7部屋がグルー・ブ・ホーム、3部屋が共同住宅に再生。まちづくりにも協力。地域の支援事業なども実施中。



18

## Ⅲ 今後の展開

### (1) 提案実現への展望と課題

#### 1. 市街地再開発事業（予定）とエリアリノベーションビジョンの課題

- ・市街地再開発事業（予定）の再開発事業協力者が1月に決定し、再開発エリアの整備計画とエリアリノベーションビジョンの統合が必要。
- ・ものづくり拠点、広場、エリマネなど事業協力者の提案に対して、地元プレイヤーや企業が事業として関わる事業計画の具体化。
- ・事業協力者を加えたエリアプラットフォームを組成
- ・エリマネ推進組織として、推進会議から具体的にエリマネ事業に関わる意志のある企業・プレイヤーに絞った「エリマネ組織設立準備協議会」を組成。
- ・市街地再開発事業（予定）に関する協議も行いながら、将来ビジョンとすり合わせる。



#### 2. スモールエリア形成への課題

- ・活用意欲の薄いオーナーへの空き家活用をどう促すか？

売買方針・活用意向なし：2件  
検討中：3件（相続整理中ですぐ動けないなど）  
活用意向はあるが建物状況や立地等で事業化困難：1件



- ・代替りのタイミングで若い地主にアプローチし、連携した空き家活用事業を提案
- ・公共整備（区画整理による道路・広場機能の整備など）を組み合わせて、空き家密集地（赤○エリア）で事業を展開
- ・新たな不動産管理会社とオーナーとの信頼関係づくり

19



## III 今後の展開

### (2) 今後の展開

- ・市街地再開発事業（予定）の計画・設計期間に、**暫定利用等による活用**を行うことで、エリマネ事業の育成、事業構築を行い、**将来的なエリマネ組織の自立的運営、地域プレイヤーが参画できる体制づくり**を行う。
- ・市街地再開発事業（予定）の完成までの間、ものづくり×まちづくりプロジェクトの事業化・実装、ものづくりシェアハウス等の空き家活用事業などの**スモールエリア形成の推進**を行い、エリアへの期待値向上、新規プレイヤーの取り込み、駅前エリアのものづくり拠点化を推進。
- ・小さく実践しながら計画にフィードバックする、アップデートするまちづくりのしくみを持続的に実施。



20



---

## 令和4年度まちなか再生支援事業 報告書

発行日 令和5年3月

発 行 一般財団法人地域総合整備財団＜ふるさと財団＞

〒 102-0083

東京都千代田区麹町4-8-1 麹町クリスタルシティ東館12階

電話 03-3263-5758

URL <https://www.furusato-zaidan.or.jp/>

<https://www.furusato-zaidan.or.jp/machinaka/>

---

「まちなか再生支援事業」は一般財団法人全国市町村振興協会の助成を受けて実施されました