

平成20年度まちなか再生総合プロデュース事業
報告書

平成21年3月

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
1 まちなか再生総合プロデュース事業について	3
1-1 事業概要	3
1-2 助成対象者	3
1-3 助成対象事業	3
1-4 平成20年度助成内容	3
1-5 平成20年度助成対象事業	5
2 まちなか再生支援協力委員会について	6
2-1 設立趣旨	6
2-2 委員会構成	6
2-3 委員会の活動経過	10
3 平成20年度助成対象事業の概要	11
3-1 静岡県沼津市 （町方町・大門町・通横町地区）	11
(1)市の概況	11
(2)対象地区の概況	16
(3)事業内容	18
(4)事業成果	19
(5)来年度以降の取り組み	19
(6)委員会レビュー	20
3-2 愛媛県今治市 （今治港内港周辺地区）	22
(1)市の概況	22
(2)対象地区の概況	27
(3)事業内容	29
(4)現地委員会	30
(5)事業成果	33
(6)来年度以降の取り組み	34
(7)委員会レビュー	35
3-3 長野県小諸市 （相生町・大手・本町・市町地区）	37
(1)市の概況	37
(2)対象地区の概況	42
(3)事業内容	44
(4)現地委員会	45
(5)事業成果	48

(6)来年度以降の取り組み	51
(7)委員会レビュー	52
3-4 兵庫県篠山市 (篠山城下町地区)	54
(1)市の概況	54
(2)対象地区の概況	59
(3)事業内容	61
(4)現地委員会	62
(5)事業成果	65
(6)来年度以降の取り組み	66
(7)委員会レビュー	68
3-5 石川県珠洲市 (飯田町商店街)	70
(1)市の概況	70
(2)対象地区の概況	75
(3)事業内容	77
(4)現地委員会	78
(5)事業成果	81
(6)来年度以降の取り組み	83
(7)委員会レビュー	84
3-6 滋賀県長浜市 (長浜市中心市街地)	86
(1)市の概況	86
(2)対象地区の概況	91
(3)事業内容	93
(4)現地委員会	94
(5)事業成果	98
(6)来年度以降の取り組み	98
(7)委員会レビュー	99
3-7 岩手県盛岡市 (肴町・中ノ橋通・八幡町地区)	100
(1)市の概況	100
(2)対象地区の概況	105
(3)事業内容	107
(4)現地委員会	108
(5)事業成果	111
(6)来年度以降の取り組み	113
(7)委員会レビュー	114
4 おわりに	115
4-1 各都市に共通する論点	115

4-2	まちなか再生総合プロデュース事業総括	117
-----	--------------------------	-----

はじめに

「まちなか再生支援協力委員会」は、まちづくりに関わる様々な分野の専門家を集めて「まちづくりのご意見番」の役割を担うべく、昨年度、ふるさと財団に設置されたユニークな委員会である。二年目となる今年度は、今年度より新たに始まった「まちなか再生総合プロデュース事業」にかかるアドバイザー・ボードとして、この一年間活動してきた。

われわれの活動は現場主義を基本としており、まちなかの再生に取り組む現地に赴き、実際に現場を歩いて視察し、行政や地元のまちづくり関係者及び地元のまちなか再生プロデューサーと一同に会して直接対話する現地委員会を活動の中心としていることに大きな特徴がある。

今年度は、愛媛県今治市、長野県小諸市、兵庫県篠山市、石川県珠洲市、滋賀県長浜市、岩手県盛岡市の6市に赴いて、意見交換の場をもった。6市の皆様には、われわれ委員が現地に伺った際に、いろいろとお心配りをたまわり、この場を借りて感謝申し上げたい。

さて、多くの都市を回ってみて感じたことは、個別のプロジェクトをそのまち全体の中でどのように位置づけるべきかという視点をもっとあつてよいのではないかという点である。確かに具体的なプロジェクトがなければ、まちづくりといっても絵に描いた餅にすぎない。そのためには、そのプロジェクトに焦点を当てた詳細なプランが必要であることは確かである。しかし、そのまち全体が歴史の流れの中でどのように変化しつつあるのか、交通体系の変化の中で人の動きはどのように変化しつつあるのか、というまち全体の鳥瞰図を描いてみないことには、個々のプロジェクトの意義を的確に位置づけることはできない。まちづくりのためには、「蟻の眼」と「鳥の眼」の両方が必要だということを、いまさらながら痛感した。

メンバーが現場の実務に近い領域で活躍している委員が多いことから、時には厳しい意見や異なる意見も交わされたが、皆、熱意を持って参加し、現地のことを真剣に考えて発言した。むろん、限られた時間の視察で、充分状況を把握できたとは言えないかもしれないが、事務局の事前調査によるポイントを絞った資料に助けられて、それぞれの立場から問題の核心を把握したものであったと考えている。

どんな都市でも、まちづくりには長い時間がかかるものである。その過程ではまちづくりに携わってこられた方々にはいろいろと苦労もあるであろう。予め考えた方向性がそのまま続くとは限らない。行ったり来たりがあるのは当然である。だからこそ、この本委員会としては「こうすべきだ」というのではなく、「こういう点を考えてみては」というよう、現場でまちづくりに没頭されているみなさんに「岡目八目」でヒントとなることを一つでも二つでも申し上げるように心がけたつもりである。柔軟な発想を生み出すためのお手伝いをする役割を、ある程度は果たせたのではないかと思う。

委員会の活動としては、これら現地委員会に続いて、現地関係者が東京に集まって、こ

の1年間の活動実績を報告する会議と、それを受けて委員が総括議論をする委員会の2回を加えて、今年度の活動を終了した。

この報告書には、これら一連の活動の中で得られた知見のエッセンスが詰まっている。しかし、まちなか再生の問題は様々な要素が複雑に絡み合ったものである。ある都市でプラスとなった手法が、どこの都市でもプラスになるわけではなく、都市それぞれの特色に応じた解があるというところに難しさがある。本事業が現場主義を基本としていることから、この報告書は総論的な内容が少なくなっている。ご覧になる方は、そうした点に注意していただき、自身のまちに置き換えて活用していただければと思う。この報告書をご覧になったみなさんが、「まちなか再生総合プロデュース事業」に応募いただき、われわれ委員会として、より多くのまちでの「まちなか再生」にお手伝いできれば幸いである。

まちなか再生支援協力委員会 委員長 松島 茂

1 まちなか再生総合プロデュース事業について

1-1 事業概要

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。）は、市町村のまちなか再生を目的とする取組の推進に資するため、当該取組の個々のケースに即して、専門分野の違う具体的・実務的ノウハウ等を有する複数の専門家「まちなか再生支援専門家チーム」（以下「専門家チーム」という。）及び、全体を総合的にプロデュースする専門家「まちなか再生プロデューサー」（以下「プロデューサー」という。）をコーディネートし、市町村が、プロデューサー等に、まちなか再生に係る業務を委託等する経費の一部を助成する

1-2 助成対象者

プロデューサー及び専門家チーム（以下、「プロデューサー等」という。）とまちなか再生に係る業務委託契約を締結する市町村

1-3 助成対象事業

（次の全てに該当する事業）

①まちなか空間の再生を目的として実施する事業

※当事業でいう「まちなか空間の再生」とは、市町村の中心となる地区の施設改修、環境改善、維持管理、まちづくり会社の設立、プロモーション、資金調達等の実施を総合的にマネジメントすることによって、当該地区の定住人口と交流人口の密度を高めることをいう。

②まちなか再生の観点から、事業の実施に係る実質的成果があがることが期待できる事業

③プロデューサー等が実質的、継続的な取り組みを行う事業

④本事業による取り組み内容が、まちなか再生のモデルとなるような事例となり得る事業

1-4 平成20年度助成内容

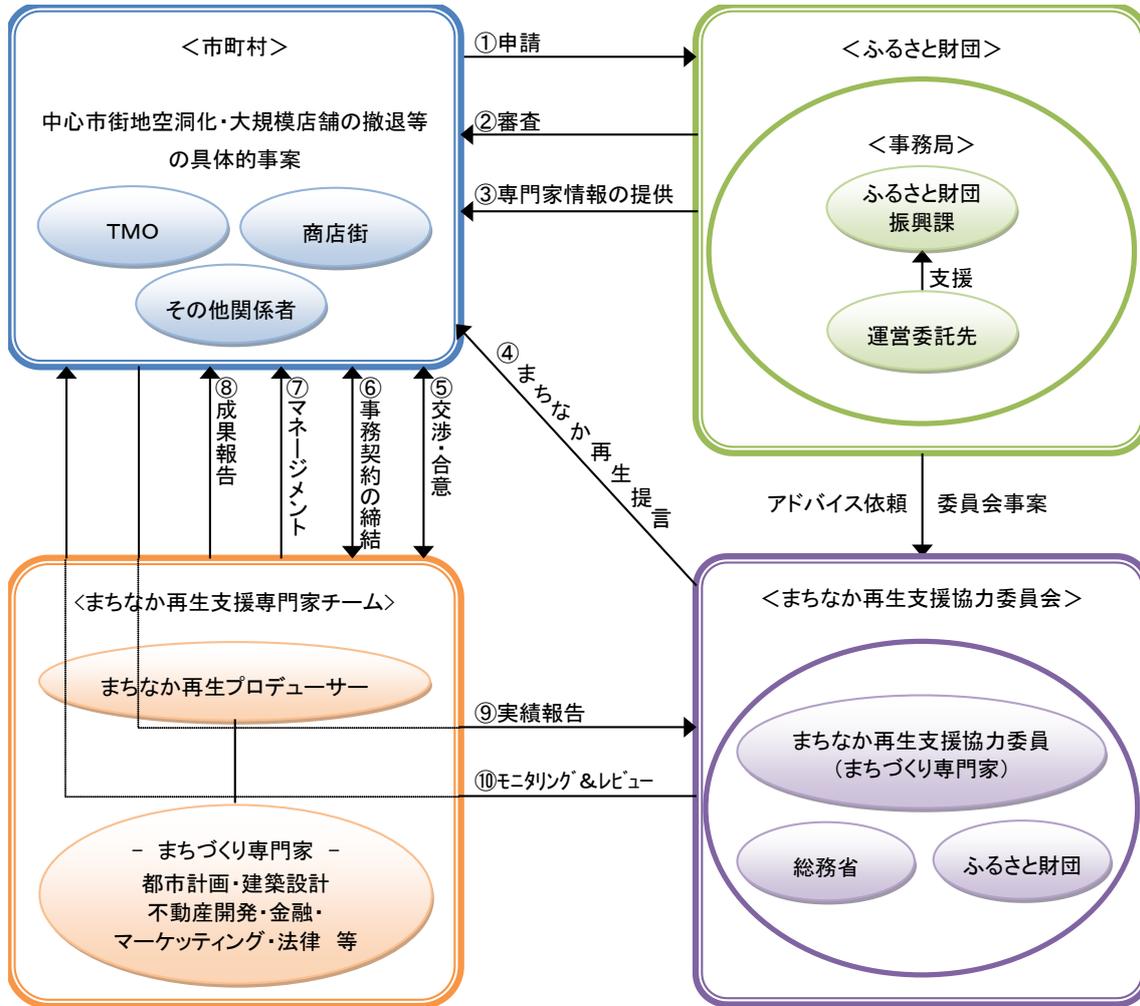
①助成事業数 7箇所

②助成金 1000万円以内／団体（助成率2／3以内）

③助成対象期間 平成20年4月1日から平成21年3月31日までの間

- ④助成対象経費 プロデューサー等の個々の専門家との契約金額の総額
- ⑤継続助成 継続助成を前提としない

○事業概念図



1-5 平成20年度助成対象事業

平成20年度助成対象事業概要（市町村コード順）

市町村名	プロデューサー名	事業概要
岩手県 盛岡市	浅井敏博 (株)アスク	肴町・中ノ橋通商店街を中心とした地域一帯を、若者・年配の方にも快適な活気ある町とするため、まちづくりに関する専門家を招聘し、「まちづくり」に興味をもち活動できる人材の確保とネットワークを構築する。
石川県 珠洲市	高峰博保 (株)グルーヴィ	飯田町商店街（中心市街地）の活性化を図るため、専門家を招聘し、本年度完成予定の交流施設を中心として、まちなかの再生にかかわる行動計画の策定と賑わいづくり・活性化に取り組む地域グループを組織することにより、交流人口の増加に取り組む。
長野県 小諸市	松林和彦 (有)松林都市建築計画	駅・大手門周辺を核とした回遊性・賑わいのあるまちづくりを進めるため、専門家を招聘し、行政・NPO・市民団体・市民有志による「まちなか再生」への取り組みをつなぎ、関係者の情報共有・連携強化・戦略づくり・戦略運営の為に体制づくりを行う。
静岡県 沼津市	西郷真理子 (株)まちづくりカンパニー シップネットワーク	町方町・大門町・通横町地区における地域住民、関係権利者による主体的なまちづくりを支援するため、専門家を招聘し、当該地区の状況確認と分析、地元検討組織のコーディネートおよびまちづくりに関する基本計画・建築計画・推進プログラムを作成する。
滋賀県 長浜市	西郷真理子 (株)まちづくりカンパニー シップネットワーク	黒壁スクエアを中心とした市街地の継続的な取り組みを進めるため、中心市街地活性化基本計画に基づき、交流人口増加・まちなか居住等について、各再生拠点ゾーンを定め、空間デザイン作成、事業スキームおよび資金計画等を含めた事業実施計画の策定を行う。
兵庫県 篠山市	梶浦秀樹 (株)庵	丹波篠山城周辺の伝統的な町並み、町屋・古民家などの地域資源を再生・活用したまちなか再生を推進するため、専門家を招聘し、まちなか滞在施設の整備・仕組みづくりと、観光まちづくりを組み合わせた観光PR計画のための全体計画および個別計画を策定する。
愛媛県 今治市	松田朋春 (株)コールドセンター	今治港周辺地域の賑わいの創出と活性化に資する取り組みとして中心市街地のアート化、交流人口の増加のため、専門家を招聘し、ワークショップの実施、市民活動組織のコーディネート、みなと再生構想に係る建築デザイン、および市民連携の促進手法を定め、まちなかの再生を図る。

2 まちなか再生支援協力委員会について

2-1 設立趣旨

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在り方・課題等を総合的・客観的に検討・検証し、適時修正していくことが必要であり、このことは個々の助成対象事業についても同様である。

そのため、まちなか再生総合プロデュース事業の助成対象案件、若しくは自治体からのまちなか再生に関する具体的相談に対して、「再生手法」、「建築プラン」、「ファイナンス」、「スケジュール」、「実施体制」、「関連支援策」などのアドバイスを行う、多様な有識者により構成されるタスクフォース型の委員会を設置した。

2-2 委員会構成

学識経験者、実務家及びまちづくり専門家等の中から財団理事長が委嘱した12名の委員により、委員会が構成された。

委員会には、委員長及び委員長代理が置かれ、委員長は財団理事長が指名し、委員長代理は委員長が指名する。その結果、委員長には東京理科大学の松島茂教授、委員長代理には千葉大学の福川裕一教授が就任した。本年度の委員長及び委員の任期は、委嘱の日から平成21年3月31日までであり、委員会事務局は財団内に置かれた。

○平成20年度 まちなか再生支援協力委員（敬称略、役職名等は委員会終了時点）

<委員長>

松島 茂

（東京理科大学大学院 総合科学技術経営研究科 教授）

1949年生まれ、1973年東京大学法学部卒業、同年通商産業省入省。中小企業庁小売商業課長、南東アジア大洋州課長、在ドイツ日本大使館参事官、中小企業庁計画課長、大臣官房企画室長、工業技術院技術審議官、中部通商産業局長等を歴任。2001年4月より法政大学経営学部教授。2008年4月より現職。

専門は経営史、産業集積論、企業家活動論、イノベーション・プロセス論。研究テーマは、「産業の競争力」及びそれを規定する諸要因（企業戦略・アントレプレナーシップ・産業集積・産業政策）。

1975年から尾高煌之助教授、故橋本寿朗教授らとともに機振法研究会を立ち上げて、戦後日本の産業政策の研究を進めてきた。また、中小企業庁計画課長の時には、1999年の中小企業基本法改正の先鞭をつけた。

<委員長代理>

福川 裕一

(千葉大学大学院 工学研究科 教授)

1972 年東京大学工学部都市工学科卒業。1978 年東京大学大学院工学研究科工学博士、明治大学工学部助手、千葉大学工学部講師を経て、1996 年より現職。

基礎研究として、都市ならびに集落の構成史、近代都市計画制度の成立過程とその計画論上の評価。現実の計画課題として、市街地の変容メカニズムの解明、環境評価の方法、整備手法に関する研究。とくに、歴史的街区の現代的意味の解明とその保全・整備計画論。なかでも自律的なまちづくり・再開発手法、土地利用計画・規制のあり方を中心とした都市計画システムに関心。

<委員> (50 音順)

秋山 哲男

(首都大学東京 都市環境科学研究科 教授)

1974 年明星大学大学院理工学研究科土木工学専攻、1975 年東京都立大学工学部土木工学科助手、1994 年東京都立大学都市科学研究科講師、2001 年東京都立大学都市科学研究科助教授を経て、2006 年より現職。

専門は観光まちづくり、観光交通計画、観光ユニバーサルデザイン。

高齢者・障害者の S T (Special Transport) サービス、デマンド型交通、地域のアクセシビリティ・デザイン計画 (交通バリアフリー法の基本構想、高齢者の転倒、障害者の災害時の避難) などの研究を行っている。

伊藤 信

(総務省 地域振興室長)

大西 達也

(株式会社日本政策投資銀行 地域振興部 課長)

1989 年 4 月日本開発銀行(現日本政策投資銀行) 入行、1995 年 6 月フランスパリ高等商科大学トレーニー派遣、1996 年 4 月同行英国ロンドン駐在員事務所駐在員、2000 年 4 月日本政策投資銀行九州支店企画調査課調査役、2005 年 4 月同行首都圏企画室課長 (兼地域企画部参事役)、2007 年 4 月より現職。

梶浦 秀樹

(株式会社庵 (いおり) 代表取締役)

1956 年神奈川県生まれ、東京育ち。1980 年東京大学法学部卒業後、日本国有鉄道に入社、自治省財政局調整室(出向)を経て、1987 年岳父の経営する小売全国チェーンに入社、1997 年社長就任、2000 年同退任。2003 年西武しんきんキャピタル及び TAMA ファンドの設立に参加、取締役投資委員(2006 年取締役退任、顧問投資委員)。2003 年日本文化研究家の Alex Kerr らとともに株式会社庵を設立。

株式会社庵では京都の古い町家を借上げ、快適で魅力的な住居として改装を加え、「暮らすように旅をする京町家ステイ」と、日本伝統文化研修「オリジン・アート・プログラム」等を実施するとともに、日本各地の町家・古民家などの眠っている観光資産を再生・活用した新しい形の観光まちづくりをコンサルティングしている。

口広 守

(イオン株式会社 執行役 グループ開発責任者、イオンリテール株式会社 取締役 開発本部長)

1973 年ジャスコ株式会社入社、1991 年開発本部中部開発部開発課長、1998 年開発本部中部開発部長、2002 年開発本部関東開発部長、2005 年イオン九州株式会社開発本部長、2006 年イオン株式会社開発企画本部長、2007 年イオン株式会社執行役開発本部長、2008 年より現職。

西郷 真理子

(株式会社まちづくりカンパニー・シープネットワーク 代表取締役)

1975 年明治大学工学部建築学科卒業、1990 年 11 月株式会社まちづくりカンパニー・シープネットワークを設立。現在、東京大学大学院工学系研究科都市工学専攻非常勤講師。

都市計画家、建築家という専門家の職能をまちづくりのなかで総合的にとらえ住民とのパートナーシップでコミュニティに依拠したまちづくり「既成市街地の再生」に関して研究、実践を行っている。

高松丸亀町商店街の A 街区再開発事業・B/C 街区小規模連鎖型再開発のコンサルタント業務、建築設計・監理、タウンマネージメントプログラム構築事業等に携わる。東京下町の谷中銀座を始めとした商店街活性化、墨田区の商業活性化すみだプログラム、板橋区、山口市等地域の活性化に関わる。

国土交通省地域づくり表彰(大臣賞)審査会委員、経済産業省「中心商店街再生研究会」委員等を務める。

辻田 昌弘

(三井不動産株式会社 S&E 総合研究所 所長)

1958 年生まれ、1980 年一橋大学法学部卒業、同年 4 月三井不動産株式会社入社。2000 年 4 月同社企画調査部調査課長、2003 年 6 月(社) 日本経済団体連合会 21 世紀政策研究所研究主幹(出向)、2007 年 4 月より現職。

服部 年明

(有限会社リテイルウォーク 代表取締役)

三重県四日市市生まれ。1964 年岡田屋(現イオン株式会社)入社、地域会社業務指導担当等を経て、1975 年信州ジャスコへ出向、商品・営業・店舗開発・提携会社経営を担当。1985 年信州ジャスコ常務取締役、2000 年イオン株式会社を勇退。2000 年 3 月有限会社リテイルウォークを設立、上田市に大型専門店とレストラン複合の大型 SC を開発、同年 11 月開店、運営管理にあたる。

2002 年長野商工会議所の要請により、まちづくり機関、長野 TMO のタウンマネージャーに就任、中心市街地商業活性化に取り組む。株式会社まちづくり長野の設立、旧ダイエービルの後活用、長野そごう跡及び周辺再開発推進支援、空洞化した大門南商店街の核商業施設整備等を手がける。

2007 年 4 月、長野 TMO タウンマネージャーを後任に委ね勇退。現在、全国各地の中心市街地活性化のアドバイスと、経産・農水省委嘱地域中小企業サポーター、中小機構委嘱まちづくりサポーターとして講演活動等に活躍する。

古川 康造

(高松丸亀町商店街振興組合 理事長)

1981 年立命館大学卒業。1983 年祖父が興した野田屋電機株式会社に入社、1995 年同社常務取締役、2003 年高松丸亀町商店街振興組合専務理事、2006 年高松丸亀町まちづくり株式会社専務取締役、高松地産地消株式会社代表取締役社長、2007 年より現職。

吉永 哲司

(株式会社パルコ 開発局 開発担当)

1968 年東京大学工学部都市工学科卒業。1969 年同工学系大学院(都市工学)中退、西武百貨店入社(池袋店 9 期(増床)計画事務局)。1973 年渋谷パルコを始めとする新規出店業務、これらに関連して渋谷の「まちづくり」「公園通りの歩道拡巾計画」などに参画。1980 年インテリア(店舗内装)陳列装飾、レストラン企画、ホテル・レジャー施設など多角化の企画調査を担当。1990 年松本パルコの店舗増床用地開発・周辺まちづくり、2002 年浦和パルコの開発業務全般を担当。

専門は専門店集合ビルの企画開発、建築企画等のディレクション。

2-3 委員会の活動経過

本年度、委員会は計8回開催され、うち、初回の第1回は助成対象事業の検討に係わるものとして、そして、最終回にあたる第8回は総括に係わるものとして、財団内にて実施された。

第2回～第7回の委員会は、各助成対象事業の進捗状況を把握し、また各市やプロデューサー等との意見交換を行うため、委員自ら対象事業地に赴き、現地視察と合わせて開催された。

なお、平成21年2月には、市・プロデューサー等、各事業担当者による実績報告が都内で開催されたが、委員もここに出席し、助言を行った。

平成20年度「まちなか再生支援協力委員会」等開催実績

名称	開催日	開催地	概要
第1回委員会	H20.5.16	ふるさと財団	助成対象事業の検討
第2回委員会	8.29	愛媛県今治市	現地視察・意見交換
第3回委員会	9.29	長野県小諸市	現地視察・意見交換
第4回委員会	11. 4	兵庫県篠山市	現地視察・意見交換
第5回委員会	11.10	石川県珠洲市	現地視察・意見交換
第6回委員会	12. 3	滋賀県長浜市	現地視察・意見交換
第7回委員会	H21.1.16	岩手県盛岡市	現地視察・意見交換
実績報告会	2. 9	東京都千代田区	事業成果報告・意見交換
第8回委員会	3.10	ふるさと財団	総括

3 平成20年度助成対象事業の概要

3-1 静岡県沼津市（町方町・大門町・通横町地区）

(1)市の概況

沼津市は静岡県東部、伊豆半島西側の付け根に位置し、駿河湾に面する。2005年に市南端部に位置する戸田村と合併し、東西15.7km、南北31.1km、面積187.1k㎡を有する現在の姿となった。

道路は東西に東名高速道路、国道1号が通過しているとともに、JR沼津駅は東海道本線と御殿場線との結節点であり、沼津港は海上交通の役割を担うとともに、漁港としても鱻の干物は全国一のシェアを有するなど、古くから交通の要衝として、人・物・情報の往来拠点となって発展を続け、静岡県東部地域の中心的都市として経済・文化・行政機能を集積してきた。

県内でも有数の商業都市であり、沼津駅の南側には9の商店街と大型店として西武百貨店、富士急百貨店が立地し、北側には3つの商店街とイトーヨーカ堂が立地する。

市内の主な開発として、沼津駅周辺総合整備事業により、鉄道高架化に併せた駅前整備が進められている。2008年3月には再開発ビル「イーラ de」がオープンし、新たな回遊拠点として中心市街地活性化にも寄与している。また、沼津港は水辺の都市拠点として、大型展望水門「びゅうお」のほか2007年11月には水産複合施設「沼津魚市場 INO」がオープンするなど、広域的に誘客する魅力も高まっている。

■人口

2005年国勢調査時点の沼津市の人口は約21万人であり、静岡市の人口約70万人の1/3以下、浜松市の人口約80万人の1/4の規模である。ただし、通勤通学率10%以上の市町村を都市圏と見立てて比較すれば、沼津都市圏は約53万人となり、静岡都市圏約100万人、浜松都市圏約114万人の約1/2規模の都市圏を構成している。

人口推移をみると、静岡県全体は人口微増で推移しているものの、沼津市においては漸減傾向にあり、過去5年間（2005年／2000年）の増減率は静岡市の-0.8%と比べても、-1.7%と顕著である。しかしながら、都市圏でみると、沼津都市圏は1985年以降増加を続けており、近隣市町の人口増加に支えられる形で都市圏人口を維持している。（表3-1-1参照）

将来推計人口（国立社会保障・人口問題研究所）によると2035年の人口は15.7万人で2005年人口の75.3%にまで減少されると推計されている。これは、全国平均・静岡県平均を約10%下回る数値であり、今後急激な人口減少が市内経済に大きな影響を与えることが予測される。（表3-1-2参照）また、2035年の65歳以上人口比率は36.5%と、全国平均・静岡県平均を上回っており、人口減少とともに高齢化も進展すると予測されている。（表3-1-3参照）

昼夜間人口比（昼間人口／夜間人口）は1.08となっており、昼間は通勤・通学者による約1万7,000人の純流入が見られる。これは、静岡市の1.04、浜松市の1.00よりも高く、昼間人口が多いという特徴が見て取れる。（表3-1-4参照）

表3-1-1 人口推移

（単位：人）

	1985年	1990年	1995年	2000年	2005年	2005年 ／2000年
静岡県	3,574,692	3,670,840	3,737,689	3,767,393	3,792,377	100.7%
沼津都市圏	497,571	515,086	525,518	530,472	532,799	100.4%
沼津市	215,360	216,213	216,470	211,559	208,005	98.3%
静岡都市圏	987,101	1,001,939	1,010,791	1,007,243	1,002,199	99.5%
静岡市	710,528	713,719	714,266	706,513	700,886	99.2%
浜松都市圏	1,020,712	1,058,701	1,086,360	1,112,556	1,139,189	102.4%
浜松市	728,300	751,509	766,832	786,306	804,032	102.3%

（出典）総務省統計局「国勢調査」各年

（注1）過年は、2005年国勢調査の市町村境界に基づき組み替えた数値

（注2）都市圏は、核都市への通勤通学率10%以上の市町村

表 3-1-2 将来推計人口

(単位:千人)

	2005年	2015年	2025年	2035年	2035年 ／2005年
全国	127,768	125,430	119,270	110,679	86.6%
静岡県	3,792	3,712	3,511	3,241	85.5%
沼津市	208	195	177	157	75.3%

(出典) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の市町村別将来人口」(2008年12月推計)

(注1) 2008年12月1日現在の人口をもとに推計したもの

表 3-1-3 将来推計人口(65歳以上人口比率)

	2005年	2015年	2025年	2035年
全国	20.2%	26.9%	30.5%	33.7%
静岡県	20.6%	27.6%	31.6%	34.6%
沼津市	20.8%	28.7%	32.7%	36.5%

(出典) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の市町村別将来人口」(2008年12月推計)

(注1) 2008年12月1日現在の人口をもとに推計したもの

表 3-1-4 昼夜間人口

(単位:人)

	昼間人口	夜間人口 (常住人口)	昼間人口 ／夜間人口
全国	—	127,767,994	—
静岡県	3,783,248	3,792,377	1.00
沼津市	225,199	208,005	1.08
静岡市	727,210	700,886	1.04
浜松市	806,370	804,032	1.00

(出典) 総務省統計局「国勢調査」(2005年)

■事業所・企業

沼津市の事業所数は、製造業では一部上場企業の大規模事業所が複数立地しているものの、小規模・零細企業も多く、近年は減少が続いている。過去5年間（2006年／2001年）の増減率は-8.3%と、静岡市の-10.0%よりも減少幅が小さいものの、静岡県平均の-7.8%よりも減少幅が大きくなっている。しかしながら、従業員数は-2.0%に留まっており、事業所減少による人口流出の影響は少ないものとみられる。（表3-1-5参照）

表3-1-5 事業所数・従業者数

（単位：人）

	2001年		2006年		2006年／2001年	
	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数
静岡県	207,923	1,887,611	191,673	1,825,065	92.2%	96.7%
沼津市	13,449	121,405	12,328	118,963	91.7%	98.0%
静岡市	43,058	380,947	38,771	353,623	90.0%	92.8%
浜松市	40,303	386,619	37,194	378,260	92.3%	97.8%

（出典）総務省統計局「事業所・企業統計」（2001・2006年）

（注1）2001年分は、2006年調査の市町村境界に基づき組み替えた数値

■商業

沼津市の商業については、小売業年間商品販売額が 2004 年から 2007 年にかけて-33.4 億円 (-1.3%) と減少しており、浜松市や静岡県平均が増加しているのと反対の傾向にある。一方で、売場面積は-1.0 万㎡ (-3.8%) と減少しており、2004 年まで増加してきた反動が出てきたものと考えられる。そのため、売場面積 1 ㎡当たり販売額は+23.7 千円 (+2.5%) 改善しており、静岡市や浜松市をはじめ静岡県平均では売場面積の増加傾向が続き、売場面積 1 ㎡当たり販売額が低下するなどオーバーストア化が進む中、先駆けてオーバーストア化に歯止めがかかった状態にある。

人口 1 人当たり販売額、小売吸引力は 2004 年から 2007 年にかけて浜松市が急激に向上しているのに比べ、沼津市、静岡市はほぼ横ばいであるが、沼津市の 2007 年の小売吸引力は 1.124 と依然として高い水準を保っており商圈には恵まれていると考えられる。(表 3-1-6 参照)

表 3-1-6 小売業の状況

(単位:百万円、㎡、人、千円/㎡、千円/人)

	2004 年					
	年間商品 販売額	売場面積	住基台帳 人口	売場面積 1 ㎡当販売額	人口 1 人当 販売額	小売吸引力
静岡県	3,967,096	4,423,227	3,773,140	896.9	1,051.4	1.000
沼津市	251,737	274,201	212,038	918.1	1,187.2	1.129
静岡市	812,858	853,740	716,389	952.1	1,134.7	1.079
浜松市	878,891	925,212	781,784	949.9	1,124.2	1.069

	2007 年					
	年間商品 販売額	売場面積	住基台帳 人口	売場面積 1 ㎡当販売額	人口 1 人当 販売額	小売吸引力
静岡県	4,078,182	4,539,358	3,775,367	898.4	1080.2	1.000
沼津市	248,397	263,755	210,120	941.8	1182.2	1.124
静岡市	807,190	855,558	711,882	943.5	1133.9	1.078
浜松市	937,653	1,018,047	788,078	921.0	1189.8	1.132

(出典) 経済産業省調査統計部「商業統計表」(2004・2007 年)

総務省自治行政局「住民基本台帳」(2004 年 3 月 31 日現在・2007 年 3 月 31 日現在)

(注 1) 2004 年分は、2007 年調査の市町村境界に基づき組み替えた数値

(注 2) ※印は一部の合併市町村のデータが秘匿等の理由により含まれていないことを示す

(注 3) 小売吸引力は各市の人口 1 人当販売額を県平均で除したもの

(2)対象地区の概況

J R 沼津駅南口より南へ約 600m、中心市街地の南西に位置し、本地区の中心を構成するアーケード名店街は、昭和 29 年に防火建築として日本で初めての共同建築様式によるポルティコ（公共歩廊）空間の連続する商店街として誕生し、沼津市の中核をなす商店街の一つであったが、その後、駅前への大型百貨店の出店により商業の中心が駅前に移動し、商店街のポテンシャルが低下するとともに、経年による建物の老朽化等も加わり来街者が減少している。アーケード名店街の現在の店舗数は 55、業種構成は、衣料品販売 16.4%、食料品販売 20%、その他小売 36.4%、飲食店 9.1%、サービス業 18.2%となっている。

中心市街地の人口は、長期間減少傾向にあったが、その利便性等が見直されてきた結果、マンション等の供給が進み、人口も下げ止まりから増加に転じつつあるものの、中心市街地活性化に向けては、

- 広域的な中心性の強化
- 魅力ある商業の展開
- 豊かな自然環境や文化の活用
- 快適でくつろぎのある空間の創出
- 定住を促進する居住環境の充実

といった課題を克服されることが必要とされている。

交通上・市街地整備上の課題解決については、現在 J R 沼津駅周辺において鉄道高架化事業を進め、南北市街地の分断解消と新たな都市拠点の形成を図ろうとしている。

こうした状況下、建て替えや全面的な改修等、建物の更新とあわせた新たなまち再生の取り組みの必要性を地元住民自らが感じ、検討が始められた。

2004 年度～2005 年度に当該地区を含む沼津駅以南約 40ha を対象として、「市街地総合再生基本計画調査」を行い、当該地区を重点プロジェクト地区として、説明会、アンケート調査、ワークショップ等を実施している。2006 年度に町方町自治会、アーケード名店街が中心となって発足した街づくり検討会がスタートし、地権者勉強会が開催され、今後のまちづくりの方針等について検討が始まっている。

現在は中心市街地活性化基本計画の策定を進めているところである。

■対象地区概況図



まちの情報館
商店街の中にあるまちづくりの拠点施設



沼津仲見世商店街



駅南再開発ビルイーラde
上層はマンション



日本初の共同化ビル
歩道上に2階がせり出した公共歩廊



アーケード名店街
商店街一帯が美観地区に指定



沼津銀座通り商店街

(3)事業内容

前記の状況を踏まえ、まちの将来像の検討やその実現化に向け、地区全体を対象としたまちづくり組織の設立及び活動への支援、まちの将来像の検討及び共有化のための情報提供とケーススタディ、まちの将来像を実現するための規制・誘導方策の検討・整備手法の検討は不可欠である。

また、喫緊の課題である、アーケード名店街の老朽化対応を検討する必要性から、

- ・関係者ワークショップ
- ・プランニング
- ・事業スキーム検討

が計画された。

上記プロジェクトを成功に導くため、まちの将来像の検討やその実現のための整備手法などを検討するうえで、まちづくりに関する実務的ノウハウ等を有する専門家の知識を活用したケーススタディを通じての関係者の合意形成を図るものである。

なお、これらに先立ち各種統計調査等を検討した結果、次世代環境対応型近隣商店街を目指す、日本版ライフスタイルセンターというコンセプトのまちづくりを提案することとし、本年度は、当該地区2haを対象として調査検討を行った。

(4)事業成果

①関係者ワークショップ

市民・商業者のまちづくりの活動拠点である「まちの情報館」がコーディネート役となり、地元組織である街づくり検討会と連携し、地権者勉強会などを実施した。

- ・コアメンバー会議：8回開催
- ・ブロック別勉強会：14回開催
- ・まちづくり講演会：4回開催
- ・専門委員会：3回開催

②プランニング

ライフスタイルセンターというコンセプトは、端的には、低層の街並み、オープンモール、住む、という3点に集約される。アーケード名店街は広い道路を有するため、この道路を美しくし、魅力的なモールとすることが望ましく、その検討のため空間的デザインを検討した。

③事業スキーム検討

新生アーケード名店街について、基本的には1階が店舗、2階以上が住居等となることを想定したが、従来の再開発手法は土地と建物を交換するものであったため、事業規模が大きいと、地方都市では事業収支の観点から成り立たないケースが多かった。したがって、土地全体に定期借地権を設定し、地権者組織が建築物を建てる仕組みを検討した。

このまちづくり会社（株式会社LSC沼津みなみ）については既に設立が予定（2009年4月1日）されており、資本金（1,000万円）も集まりつつある。

(5)来年度以降の取り組み

地区計画の決定・先行街区の決定 → 先行街区の事業化・道路のモール計画 → 継続街区の決定・道路のモール化 → 継続街区の事業化・ライフスタイルセンターの実現、と、段階的な進行を想定している。

また、事業スケジュールは大きく4段階に分けられ、デザインコード、事業スキーム、MD戦略、街路計画それぞれについて、計画、設計、着工・工事等、段階ごとに進められる予定となっている。

(6)委員会レビュー

■関係者ワークショップ

- ・都市計画は、民意と関係者のワークショップをベースに成立させるべきであり、関係権利者の合意形成は最も重要な作業である。よくワークショップがなされているようであるが、もう少し時間を割いて合意形成を計るのが望ましい。
- ・『まちの情報館』が築いてきた商業者・地権者からの信頼をベースとしたワークショップは、形式・内容ともに優れたものであり、これからまちなか再生に取り組もうとする他地域への範となるであろう。

■事業スキーム

- ・現在の商圈、人口動向など正確な現状分析ができており、その認識の下での“身の丈”にあった開発手法である定期借地権の活用は妥当である。現在の経済情勢下において段階的开发も現実的である。

■再生の仕組み

- ・地価を反映させた場合、事業を成立させるために高層ビル化が必須となるが、土地・建物分離による定期借地権活用により、容積率に縛られない形での開発が可能となる。

■今後の進め方

- ・地元のコンセンサス形成や事業スキームは目途が立っているようであるが、今後は現体制のままで新しいテナント導入によるテナントミックス・テナントマネジメントが上手くできるかどうか鍵となる。駅高架化に伴う駅周辺地区開発との間でのテナント導入に関する競合も、当該事業にとっては不確定要因であり、注視が必要である。

■総評

- ・衰退した中心市街地の活性化を阻害している要因は、ひとつは「土地問題」であり、もうひとつは「運営体制と原資の確保」の二点にあるといっても過言ではない。土地問題と運営体制の構築抜きには根本的な解決にはならず、合理的にまちなか再生を図るには土地の所有と利用を分離し、しっかりした運営体制をいかに築き上げるかにかかっている。
- ・地方都市におけるライフスタイルセンターという国内にも例のないコンセプトは、評価できる。今後は、コンセプトに合致したテナントを集められるか、また、既存の商業者で継続営業される方については、コンセプトに沿う形での業態転換ができるかが課題である。

- ・商店街は抜本的な改造をしないと存続を許されない段階にまで疲弊し、個々の店主の努力では回復できないと認識されてきており、共同事業への協力を求めやすい状況になってきているため、今回提案の事業は早期合意も期待できるであろう。
- ・後背の居住者層の生活レベルは高いにも係わらず、東京との距離が適当にあり、新幹線駅や高速道路 I C に直結していないため、独立した個性ある商業核の形成ができるであろう。
- ・この大きな空間（オープンモール）を成功させるための課題（a. 店舗構成、b. デザインや演出、c. 催事企画と来街者動員）を同時並行的に解決することが必要である。
 - a.（店舗構成）
 - ①顧客の利便性を考慮した既存店舗の再配置 → 連続した密度の高い店舗
 - ②低廉な家賃 → 新しい提案性のある店舗（実験店舗も可能になる）
 - ③居住者が気楽に利用できる雰囲気の良い飲食店の導入 → 日常的なにぎわい
 - ④郊外大型 S C やアウトレットほど広大ではなく、コンパクトで楽しさを持たせ、元気のよいスーパーも欲しい。
 - b.（デザインや演出）
 - ①空間デザインは、デザイナーの奇抜な発想や売名的な提案よりも、機能性を損なわないもの、長期間飽きないものにするを優先させるべきである。
 - ②催事を含む演出は、プロの企画担当者を選び、催事業者のオルグ（店主の片手間では集客力にならない）を行い、質の高いものを継続して行える体制を整えるべきである。
 - c.（催事企画と来街者動員）
 - ①居住者を増やす中高層マンション、利用しやすい規模の複数の駐車場の配置（移転した店舗跡の収入源にもなる。）を計画の中にいれるべきである。
 - ②賃貸を中心に質の高い住宅をできるだけ低廉に供給する。
 - ③商店街の質を高めることができれば、商圈を広げることができるであろう。さらに、当該地区の周辺に質の高い住宅群（マンション）が誘致できるであろう。
 - ④今後は、複数ある商店街を拡散させずに、いい店舗をコンパクトに早めにまとめることが必要であろう。
- ・一般的に J R 高架化について、立地の良いエキナカは「まち」の発展を阻害することもあるので、高架下空間の商業利用については行政の配慮が必要である。

3-2 愛媛県今治市（今治港内港周辺地区）

（1）市の概況

今治市は愛媛県の北東部に位置し、瀬戸内海に面する高縄半島の東半分を占める陸地部と、芸予諸島の南半分の島しょ部からなる。2005年に1市11ヵ町村による合併により、東西25km、南北45km、面積約420k㎡を有する現在の姿となった。

道路は東西に国道196号、南北に国道317号が貫き、しまなみ海道（西瀬戸自動車道）により、本州の尾道方面につながっている。JR予讃線が海沿いを、JR瀬戸大橋線がしまなみ海道と平行して走っており、今治駅はその結節点となっている。

今治港は重要港湾に指定されており、瀬戸内の海上交通の要衝として古くから海運業が発達してきた。海運業の繁栄により、各種船舶を建造する造船業も盛んであり、市内に約20の造船所を有し、それに伴う関連会社とともに日本でも有数の造船団地を形成している。

市内には百貨店「今治大丸」が立地していたが、業績不振により2008年末に閉店し、現在は市内に百貨店がない状態となっている。

市内の主な開発として、新都市開発整備事業として今治インターチェンジ周辺の丘陵地に生活・文化・教育・行政などの都市の総合機能を備えた新しいまちの建設が進められており、大規模商業施設が設置される予定である。中心市街地と新都市との連携が課題となっている。

■人口

今治市は愛媛県第2の都市であるが、2005年国勢調査時点の人口は約17万人であり、松山市の人口約51万人の1/3以下の規模である。通勤通学率10%以上の市町村を都市圏と見立てて比較すると、今治都市圏は合併により今治市のみで都市圏を構成している。

人口推移をみると、愛媛県全体は人口微減で推移しており、今治市においても漸減傾向にある。過去5年間（2005年／2000年）の増減率は松山市及び松山都市圏において増加傾向にあるのに対し、-3.7%と減少している。（表3-2-1参照）

将来推計人口（国立社会保障・人口問題研究所）によると2035年の人口は12.0万人で2005年人口の68.7%にまで減少されると推計されている。これは、全国平均を約18%、愛媛県平均を約8%下回る数値であり、今後急激な人口減少が市内経済に大きな影響を与えることが予測される。（表3-2-2参照）

加えて、2035年の65歳以上人口比率も39.3%と、全国平均・愛媛県平均を上回っており、人口減少とともに高齢化が進展し、約4割が65歳以上の高齢者となる社会が到来すると予測されている。（表3-2-3参照）

昼夜間人口比（昼間人口／夜間人口）は1.01となっており、昼間は通勤・通学者による若干の純流入が見られる。これは、松山市、宇和島市の1.02とほぼ同じ水準であるが、今治市は単独で都市圏を構成していることから、市内完結型のまちであると言える。（表3-2-4参照）

表3-2-1 人口推移

（単位：人）

	1985年	1990年	1995年	2000年	2005年	2005年 ／2000年
愛媛県	1,529,983	1,515,025	1,506,700	1,493,092	1,467,815	98.3%
今治都市圏	197,774	191,504	185,435	180,627	173,983	96.3%
今治市	197,774	191,504	185,435	180,627	173,983	96.3%
松山都市圏	588,002	604,332	623,136	635,824	642,696	101.1%
松山市	466,354	480,854	497,203	508,266	514,937	101.3%
宇和島都市圏	130,846	124,529	119,520	113,627	106,566	93.8%
宇和島市	110,194	105,030	100,776	95,641	89,444	93.5%

（出典）総務省統計局「国勢調査」各年

（注1）過年は、2005年国勢調査の市町村境界に基づき組み替えた数値

（注2）都市圏は、核都市への通勤通学率10%以上の市町村

表 3-2-2 将来推計人口

(単位:千人)

	2005年	2015年	2025年	2035年	2035年 ／2005年
全国	127,768	125,430	119,270	110,679	86.6%
愛媛県	1,467	1,380	1,260	1,127	76.8%
今治市	174	158	139	120	68.7%

(出典) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の市町村別将来人口」(2008年12月推計)

(注1) 2008年12月1日現在の人口をもとに推計したもの

表 3-2-3 将来推計人口(65歳以上人口比率)

	2005年	2015年	2025年	2035年
全国	20.2%	26.9%	30.5%	33.7%
愛媛県	24.0%	30.5%	34.7%	37.0%
今治市	25.5%	33.6%	37.4%	39.3%

(出典) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の市町村別将来人口」(2008年12月推計)

(注1) 2008年12月1日現在の人口をもとに推計したもの

表 3-2-4 昼夜間人口

(単位:人)

	昼間人口	夜間人口 (常住人口)	昼間人口 ／夜間人口
全国	—	127,767,994	—
愛媛県	1,468,813	1,467,815	1.00
今治市	175,237	173,983	1.01
松山市	525,208	514,937	1.02
宇和島市	90,797	89,444	1.02

(出典) 総務省統計局「国勢調査」(2005年)

■事業所・企業

今治市の事業所数は、主要産業の造船業が比較的好調であったとはいえ、全体では減少が続いており、過去5年間（2006年／2001年）の増減率は-14.1%と、松山市の-13.8%宇和島市の-10.6%を下回っている。しかしながら、従業員数は-6.4%に留まっており、愛媛県の平均-7.9%を上回っていることから、好調の造船業が雇用を下支えした形で維持していたものと考えられる。（表3-2-5参照）

表3-2-5 事業所数・従業者数

（単位：人）

	2001年		2006年		2006年／2001年	
	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数
愛媛県	80,613	661,695	71,594	609,667	88.8%	92.1%
今治市	11,221	79,364	9,637	74,280	85.9%	93.6%
松山市	25,120	238,457	21,655	217,894	86.2%	91.4%
宇和島市	6,366	39,423	5,689	35,756	89.4%	90.7%

（出典）総務省統計局「事業所・企業統計」（2001・2006年）

（注1）2001年分は、2006年調査の市町村境界に基づき組み替えた数値

■商業

今治市の商業については、小売業年間商品販売額が 2004 年から 2007 年にかけて-68.7 億円 (-4.0%) と減少しており、愛媛県の平均とほぼ同様の減少率である。それに合わせて、売場面積は+1.0 万㎡ (+4.2%) 増加しており、オーバーストア化が進んでいる。それを示すように、売場面積 1 ㎡当たり販売額は 639.8 千円/㎡に低下している。これは、松山市の 845.2 千円/㎡、宇和島市の 921.0 千円/㎡と比較しても低い数字となっており、厳しい状態が続いている。

人口 1 人当たり販売額、小売吸引力は 2004 年から 2007 年にかけて宇和島市が増加しているのにくらべ、今治市、松山市は減少している。しかし、松山市の 2007 年の小売吸引力は 1.118 と依然として 1 を超える水準を保っているのに対して、今治市は 0.959 と 1 を切る水準になっており、商業環境に恵まれているとはいえない状況にある。(表 3-2-6 参照)

表 3-2-6 小売業の状況

(単位:百万円、㎡、人、千円/㎡、千円/人)

	2004 年					
	年間商品販売額	売場面積	住基台帳人口	売場面積 1 ㎡当販売額	人口 1 人当販売額	小売吸引力
愛媛県	1,431,137	1,932,964	1,496,929	740.4	956.0	1.000
今治市	167,936	241,676	179,208	694.9	937.1	0.980
松山市	563,317	593,72	476,250	949.3	1182.8	1.237
宇和島市	91,607	124,233	93,830	737.4	976.3	1.021

	2007 年					
	年間商品販売額	売場面積	住基台帳人口	売場面積 1 ㎡当販売額	人口 1 人当販売額	小売吸引力
愛媛県	1,365,415	2,012,499	1,479,775	678.5	922.7	1.000
今治市	161,069	251,742	175,661	639.8	916.9	0.959
松山市	549,143	649,691	513,902	845.2	1068.6	1.118
宇和島市	937,653	1,018,047	788,078	921.0	1189.8	1.132

(出典) 経済産業省調査統計部「商業統計表」(2004・2007 年)

総務省自治行政局「住民基本台帳」(2004 年 3 月 31 日現在・2007 年 3 月 31 日現在)

(注 1) 2004 年分は、2007 年調査の市町村境界に基づき組み替えた数値

(注 2) ※印は一部の合併市町村のデータが秘匿等の理由により含まれていないことを示す

(注 3) 小売吸引力は各市の人口 1 人当販売額を県平均で除したもの

(2)対象地区の概況

対象地区は重要港湾今治港内港周辺とその後背に伸びる商店街及び官公庁街、JR 今治駅周辺を含む中心市街地の約 154ha である。

中心商店街は大きく 5 商店街（新町、常盤町、米屋町、本町、港町各商店街）により構成され、東西約 700m、南北約 500m内の 482 区画内で 247 店舗が営業している。空き店舗は 67 区画、駐車場空地 61 区画、住居部分 98 区画（以上、2007 年時点）となっている。常盤町商店街と本町商店街の一部は歩行者専用のアーケードでつながっている。

中心商店街は商店数、年間商品販売額、通行量等いずれも減少を続けており、市全体に対するシェアの低下が著しい。

常盤町商店街西側入り口、どんどび交差点向い側に、市内唯一の百貨店「今治大丸」が立地していたが、業績不振により 2008 年末に閉店し、跡地利用は未定となっている。

1999 年 5 月に開通した瀬戸内しまなみ海道（西瀬戸自動車道）によって、陸路による移動・物流の利便性が高まった一方、今治港の船舶乗降人員数は、1998 年の約 179 万人から翌 1999 年には約 116 万人に激減して以降減少が続き、航路の廃止・縮小が進んだこともあって、2006 年には約 65 万人まで減少、港周辺区域及び隣接する中心商店街に影響を与えている。

2008 年 2 月には、今治港内港周辺地域を賑わいと交流の拠点として再生し、その効果を中心市街地に波及させようとする「みなと再生構想」が答申された。

■対象地区概況図



金星川では社会実験としてライティング事業が実施された



ベニーズ
空き店舗を改修し、ICPCの事務所として活用している



今治港湾ビルの建て替えを中心とした再開発が予定されている



市内唯一の百貨店今治大丸は2008年12月に閉店



常盤町商店街
市全体に対するシェア低下が進んでいる



今治城

(3)事業内容

今治港内港周辺を「にぎわいと交流」の拠点として整備する前記「みなと再生構想」実現に向けた、ソフト部分として今治のシビックプライドとなる新たな「公共空間(社交場)」創出のため、プラットフォーム機能・イベント機能・インフォメーション機能・施設管理機能を併せ持った市・商工会議所・中心商店街・市民等の参加する組織、ICPC(今治シビックプライドセンター)をつくり、まちづくりの推進をはかることを目的とし、ICPC活動のコーディネート事業(運営会議、サロン、ワークショップ、イベント、フォーラム等の開催運営、先進事例等の事例収集、資料調整及び作成、インフォメーション機能の検討)とICPC組織の活動計画策定事業(ICPC活動の方向性検討、ICPC組織イメージ、整備手法検討、ICPC活動による交流機能検討)を柱としている。

以上を実現するため、

- ・ICPC運営主体設立事業
- ・「みなと再生構想」事業化にむけたフォローアップ事業

が計画された。

ICPC運営主体設立事業は、みなと再生におけるソフトプランニング及びICPC組織化にむけた活動イメージの実験として、事業計画策定にむけた試行並びに市民の関心を高めるための情報発信等を行うものである。

また、「みなと再生構想」事業化にむけたフォローアップ事業は、みなとにおけるソフトコンテンツの創造を担うとともに、市民の期待と希望を伝える役割を担おうとするものである。

(4)現地委員会

①スケジュール

■日時

平成20年8月29日(金)

13:00～15:30 現地視察

サンライズ糸山(サイクリングターミナル) ～ 今治新都市開発
第2地区(外観) ～ 今治新都市開発第1地区(外観) ～
商店街 ～ 金星川 ～ 今治港 ～ 今治城 ～
郊外大型店(フジグラン)(外観) ～ 郊外大型店(ワールドプラ
ザ)(外観) ～ 今治市役所

16:00～17:50 第2回まちなか再生支援協力委員会

於：今治市役所本館2階庁議室

- 1) 開会(委員紹介)
- 2) ふるさと財団あいさつ
- 3) 今治市あいさつ
- 4) 今治市(プロデューサー・専門家)事業説明
 - i 今治市現況、事業概要説明
 - ii プロデュース事業報告
株式会社ワコールアートセンター
チーフプランナー 松田朋春(プロデューサー)
- 5) 意見交換、委員提言
- 6) 閉会

18:00～19:30 ICPC サロン参加

於：今治市 今治銀座商店街ベニーズ前

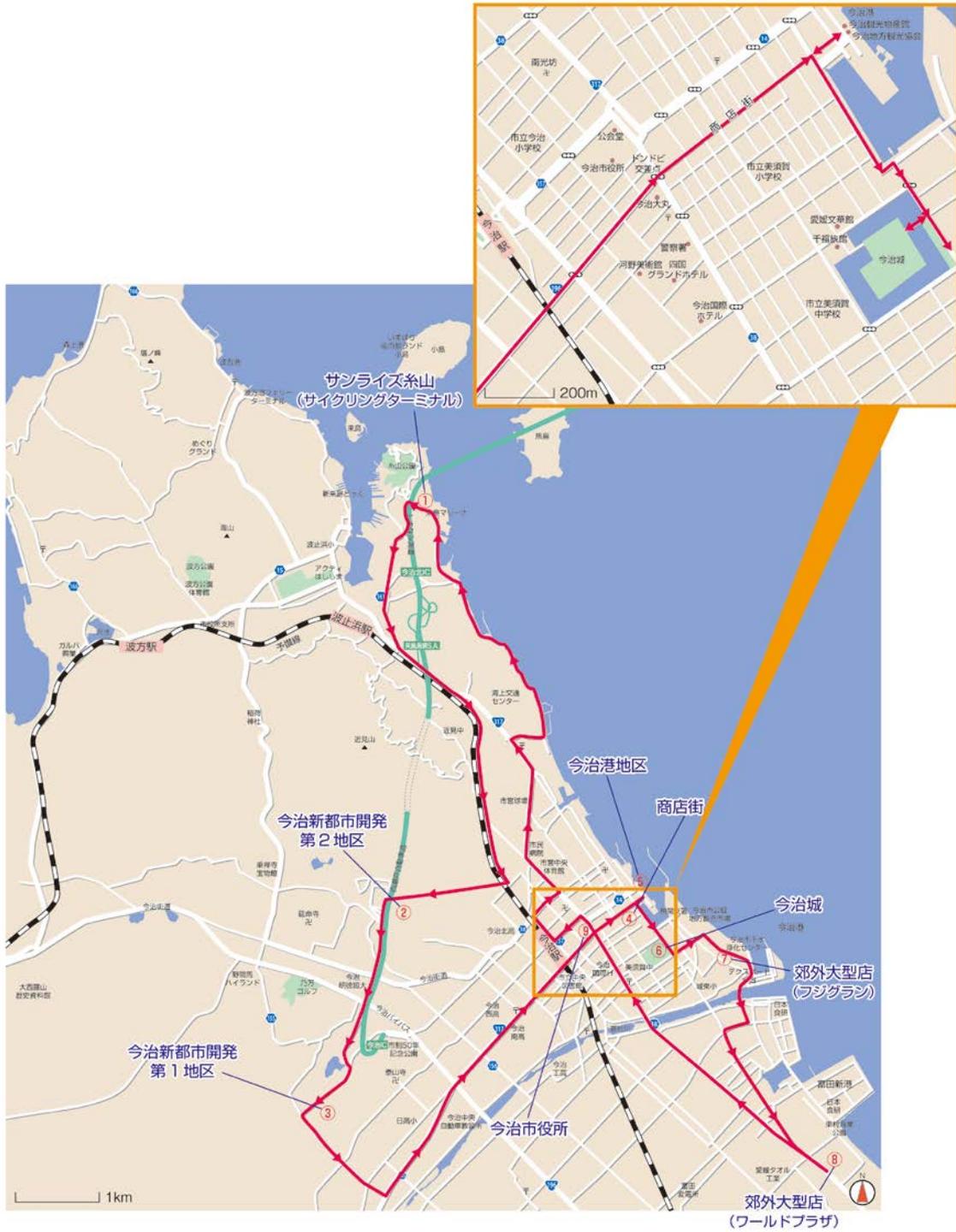
※関係者との意見交換等

■出席委員

福川委員(議長)、秋山委員、大西委員、梶浦委員、西郷委員、古川委員、吉永委員

②現地視察

■現地視察ルート



③委員会発言要旨

■海事都市のアイデアを詰めていく必要があり、アートや ICPC など様々な主体との連携が求められる。

- ・今治港周辺には、どのくらいの人が、どの時期に来るのかを具体的に計算し、そのためにどれだけの施設が必要かを考える必要がある。
- ・大人の知的好奇心を満たす仕組みを作れるかが、大きなポイントである。海事関係の産業観光を検討するのも良いであろう。大人は作られた紛い物には反応しなくなってきている。地元企業と協力し、その出発点として海の場所を使うのは有効な施策であろう。
- ・自分達の身の丈にあったまちづくりという意味では、ICPCはとても良いプログラムで、これからまちを創って行く人材養成の重要な機関となろう。
- ・港に関連した子ども向け職業体験施設の整備を検討することも良いであろう。
- ・現在のフェリーターミナルは古いが、人の交流もあり、内装のデザインを良くすることで、充分人が呼べるであろう。

■他の都市の成功事例をどのように適応させるか検討する必要があり、今治の特徴をどのように示すかが求められる。

- ・ウォーターフロントの開発は、日本を始め世界中で取り組まれており、成功事例・失敗事例などと市の計画を照らし合わせることも必要である。
- ・今治市は、タオル生産量日本一であり、このような強みを活かすことも必要であろう。造船などの市の特徴を、中心商店街に持って来ることも有効な施策である。
- ・造船のような基幹産業と連携できれば有効であり、そのようなプロモートを検討する必要がある。

■中心市街地の人口にあわせて、中心商店街も集約する必要がある。

- ・商店街は、1/3の店舗でシャッターが閉まっており、約7,000人という域内人口にあわせて、業種を絞り店舗を集約させる必要がある。
- ・ポイントを絞って域内人口をどのように集めるか検討するべきであり、それができないと、域外からの誘客は困難である。
- ・商店街を集約して空き店舗をどうするか考えるときには、誰に来てもらいたいターゲットを明確にするべきである。
- ・商店街のダウンサイジングに当たっては、都市の構造をどう変えるかのイメージを考える必要がある。その背景には交通問題が隠されており、どのように対応するか検討する必要がある。
- ・大型商業施設の郊外への誘致と、中心商店街の再生を図ることとの整合性について検討する必要がある。

■その他

- ・まちづくりを進めるに当たり、商店街の人に求める投資は資金ではなく、土地の提供である。そのときのポイントは、デザイン、事業主体、スキームの3つであり、この3つを同時に考える必要がある。
- ・今治市は、戦災復興時に、道路配置など非常に分かりやすいアーバンデザインがなされている。みなと再生構想の中で、当時のアーバンデザインをどう受け継いでいくかという点も議論する必要がある。

(5)事業成果

①ICPC 運営主体設立事業

2008年7月に、将来のICPC設立に向けたコアメンバーと位置づける運営会議を、11名構成（加えてアドバイザーとコーディネーターそれぞれ2名）で組織した。

運営会議はICPCの活動計画を策定するための会議とし、メンバーによる自主的な議論と運営が行われている。

②「みなと再生構想」事業化にむけたフォローアップ事業

現在、上記運営会議メンバーを中心として、サロン、ワークショップ等の開催運営を通じた将来の組織設立に向けた活動イメージの実験、事業計画策定に向けた試行を行いながら、活動の方向性、整備手法の検討を行い、みなと再生構想のフォローアップ事業を推進している。

◇ICPC サロン

- ・2008年8月に行われたICPCサロンでは、今治港の様子やみなと再生イメージの動画上映やICPCの活動報告等が行われた。

◇活動イメージの実験

- ・商店街の中程にある、空き店舗となった自転車屋を借り、2008年8月にICPC事務所を開設、活動拠点としている。

(6)来年度以降の取り組み

本年度作成したアクションプログラムについては、できるものから取り組む予定である。

また、ICPC 組織化に向けて、本年度の「ICPC 運営会議」を発展させた「ICPC 協議会（仮称）」を組織し、発足させる予定である。

本年度の課題であった、行政主導体制（事務局：市街地再生課）から、市民主体の体制（事務局専任：市民から選任）への転換をはかり、市民の意識高揚・醸成を推進していく予定である。

■来年度以降の目標

既存プロジェクト	新プロジェクト	
	ハード面	ソフト面
<p>【2009 年度に実施するプログラム】</p> <ul style="list-style-type: none"> 「シビックプライド」という概念を理解すると同時に、今治のシビックプライドを発見・創造・共有するワークショップとして、公開型連続講座を展開する。 「みなと」を活用したソフトプログラムの実証実験（ワークショップ）を「今治海事展」と連携して実施する。 商店街との連携によって推進するソフトプログラムの実証実験（ワークショップ）を「今治商人まつり」と連携して実施する。 運営会議の中で検討し、年度末のフォーラムで発表することを目指す。 <p>【運営会議等で事業化に向けた検討を行うプログラム】</p> <ul style="list-style-type: none"> アート系の企画案について、2010 年に開催が予定されている「瀬戸内国際芸術祭」への参加を軸に、その実現可能性を検討する。 ICPC で活用できるコンテンツを発掘、蓄積していくプログラムを検討する。ノベルティについては開発手法、権利・ロイヤリティの管理方法などについて研究する。 事業の実現に向け、協力機関とのネットワーク構築など、具体的な調査、調整等を行う。 商店街を舞台に、あるいは商店街の協力によって実現すべきプロジェクトについて、その絞込みと具体プランの精査を行う。 市担当課と共同での事業化をプロデュースする。 	-	<ul style="list-style-type: none"> ICPC 事業化方針の明確化 アクションプログラム実現とともに、コミュニケーションプログラムの実施に向けた計画化 瀬戸内国際芸術祭など外部環境を視野にいれた動き

(7)委員会レビュー

■ I C P C運営主体設立事業

- ・運営主体の設立は比較的簡単であるが、運営体制、活動原資の確保をいかに行うかを議論する必要がある。
- ・「シビックプライド」による市民意識の啓蒙は方向性として正しいものの、運営主体設立までには相応の時間を要する印象がある。現状では行政側の動きしか見えておらず、官民の役割分担を明確にする必要がある。

■再生の仕組み

- ・みなと再生（ハード整備中心）とまちの再生（イベントなどソフト事業中心）の2つの試みに連続性が必要である。

■今後の進め方

- ・港とまちなかの関連性などについて、まずは地域の現状分析を行い、「みなと再生からまちの再生へ」といったビジョンが市民の賛同を得られるかどうかを確認することが必要である。

■総評

- ・新しい仕組みであり、今後は、具体の事業にどのように結びつけていくかが大切である。全く新しい発想でプロジェクトを全部組み立て、それを見直すことができれば、新しいタイプのまちなか再生のモデルとなろう。
- ・運営組織の形成は比較的容易ではあるが、いかに継続可能なものにするかは、活動原資をいかに確保するかにかかっている。それには地域住民、土地権利者、行政などの合意形成が必要である。
- ・「シビックプライド」というコンセプトのもと、理念先行・ソフト先行の進め方は斬新で、今後の展開におおいに期待できるものであるが、「みなと」と「商店街」のリンクージュについては、観光客向け・地域住民向けという方向性の違いも含め、整理が必要である。両方の計画がある程度進み出してからだと調整に時間を要することも懸念されるため、特にコンセプト先行型で進めていることから、方向性の調整を進める必要がある。
- ・広域からの集客という構想は捨て、まちの体力のあるうちに極力早く、東予地方の中心・地元のサービス拠点として確実に再生させることが重要である。
- ・商店街の延長・面積が、人口規模に対して現況では過大のように感じられるので、商店街の集約について検討する必要がある。
- ・提案されている各プログラムを持続させるには、運営経費を行政からの補助金やボランティアの好意に過度に依存せずに、自主財源で賄える体制とする必要がある。

- ・ I C P Cは箱モノを作るだけになり兼ねないため、市民が自主的に行きたくなるような施設又は行く必要がある施設にすることが重要である。
- ・ 商店街は、地元の人にとって便利で楽しめるようなコンパクトな商店街に再編するとともに、女性や中高校生も気軽に利用できる環境を生かしたレストラン・喫茶店を育成し、観光客にも対応できるタオルや食品などの地場産業を活用した施設を付加すると効果的である。まず、地元の人が楽しまない観光客は呼べないであろう。

3-3 長野県小諸市（相生町・大手・本町・市町地区）

(1)市の概況

小諸市は長野県東部、浅間山の南斜面に当たる佐久地域に位置し、北は群馬県に接している。市域は東西 12.8km、南北 15.4km、面積は 98.66k m²を有している。

道路は東西に上信越自動車道、国道 18 号が通過しているとともに、中山道、北国街道、佐久甲州街道が交差することから、東西物資の集散する商業拠点として発展してきた。小諸駅は J R 信越線と小海線の結節点となっているが、1997 年の長野新幹線開通と平行在来線が廃止された結果、新幹線佐久平駅周辺に進出した商業施設への消費者の流出、事業所の統廃合が進み、小諸市の商業に大きな影響を与えている。

小諸駅周辺はかつて大型商業施設も立地していたが、上述した佐久平駅の開通とともに始まった佐久平周辺の大型商業施設の急増に合わせて、1999 年にジャスコ小諸店、2001 年に小諸東急という 2 大大型店があいついで撤退した。

市内の主な開発として、まちづくり交付金を活用して駅・大手門周辺を公園として整備する計画が進んでいる。

また、旧北国街道沿道は街路整備事業により歴史的な建築物を活かしたまち並み景観の整備が進んでおり、小諸駅駅をはさんで反対側にある懐古園と併せて観光客を誘客する魅力も高まっている。

■人口

2005年国勢調査時点の小諸市の人口は約4.5万人であり、長野市の人口約38万人の1/8以下、飯田市の人口約11万人と比較しても1/2以下の規模である。ただし、通勤通学率10%以上の市町村を都市圏と見立てて比較すれば、小諸市は隣接する佐久市に吸収される形で都市圏を構成しており、佐久・小諸都市圏は約19万人となり、長野都市圏約64万人、松本都市圏45万人には及ばないものの、飯田都市圏約18万人を超える規模の都市圏を構成している。

人口推移をみると、長野県全体は人口微減で推移しているが、小諸市も減少傾向にあり、過去5年間(2005年/2000年)の増減率は長野県全体の-0.9%と比べても、-1.4%と顕著である。しかしながら、1985年以降2000年までの増減率はプラスであることから、過去10年間でみると微減に留まっている。(表3-3-1参照)

将来推計人口(国立社会保障・人口問題研究所)によると2035年の人口は3.6万人で2005年人口の78.9%にまで減少すると推計されている。これは、全国平均を約8%下回る数値であり、今後人口減少が市内に大きな影響を与えることが予測される。(表3-3-2参照)また、2035年の65歳以上人口比率は37.0%と、全国平均を3.3%上回っており、全国平均を上回るペースで人口減少と高齢化が同時に進展するものと予測されている。(表3-3-3参照)

昼夜間人口比(昼間人口/夜間人口)は0.96となっており、昼間は通勤・通学者による人口の流出が見られる。長野市、松本市、飯田市といった主要都市とは違い、昼間人口が少ない特徴が見て取れる。(表3-3-4参照)

表3-3-1 人口推移

(単位:人)

	1985年	1990年	1995年	2000年	2005年	2005年 /2000年
長野県	2,136,927	2,156,627	2,193,984	2,215,168	2,196,114	99.1%
佐久・小諸 都市圏	184,341	187,704	191,002	193,927	192,552	99.3%
小諸市	43,705	44,888	45,711	46,158	45,499	98.6%
佐久市	93,895	95,625	97,813	100,016	100,462	100.4%
長野都市圏	629,909	636,186	647,886	646,488	638,851	98.8%
長野市	357,507	366,773	377,678	378,932	378,512	99.9%
松本都市圏	414,708	422,916	437,358	450,118	453,103	100.7%
松本市	217,601	220,764	225,799	229,033	227,627	99.4%
飯田都市圏	183,831	182,214	181,250	181,746	178,798	98.4%
飯田市	111,009	110,402	110,204	110,589	108,624	98.2%

(出典) 総務省統計局「国勢調査」各年

(注1) 過年は、2005年国勢調査の市町村境界に基づき組み替えた数値

(注2) 都市圏は、核都市への通勤通学率10%以上の市町村

表 3-3-2 将来推計人口

(単位:千人)

	2005年	2015年	2025年	2035年	2035年 ／2005年
全国	127,768	125,430	119,270	110,679	86.6%
長野県	2,196	2,095	1,941	1,770	80.6%
小諸市	45	43	40	36	78.9%

(出典) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の市町村別将来人口」(2008年12月推計)

(注1) 2008年12月1日現在の人口をもとに推計したもの

表 3-3-3 将来推計人口(65歳以上人口比率)

	2005年	2015年	2025年	2035年
全国	20.2%	26.9%	30.5%	33.7%
長野県	23.8%	29.6%	32.8%	35.6%
小諸市	23.0%	29.7%	34.1%	37.0%

(出典) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の市町村別将来人口」(2008年12月推計)

(注1) 2008年12月1日現在の人口をもとに推計したもの

表 3-3-4 昼夜間人口

(単位:人)

	昼間人口	夜間人口 (常住人口)	昼間人口 ／夜間人口
全国	—	127,767,994	—
長野県	2,192,533	2,196,114	1.00
小諸市	43,539	45,499	0.96
長野市	396,153	378,512	1.05
松本市	250,457	227,627	1.10
飯田市	113,198	108,624	1.04

(出典) 総務省統計局「国勢調査」(2005年)

■事業所・企業

小諸市の事業所は、製造業を中心にして立地しており、事業所数は近年は減少が続いている。過去5年間（2006年／2001年）の増減率は-9.7%と、長野市の-9.9%を上回っているものの、長野県平均の-7.3%を下回っている。また、従業員数も-8.4%と減少しており、長野市の-9.4%を上回っているものの、長野県平均、松本市、飯田市を下回る数値であることから、事業所数の減少がそのまま従業者数の減少に影響したものと考えられる。（表3-3-5参照）

表 3-3-5 事業所数・従業者数

（単位：人）

	2001年		2006年		2006年／2001年	
	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数
長野県	128,969	1,077,961	119,608	1,008,648	92.7%	93.6%
小諸市	2,556	20,793	2,308	19,048	90.3%	91.6%
長野市	23,189	209,065	20,883	189,471	90.1%	90.6%
松本市	14,706	136,460	13,777	127,228	93.7%	93.2%
飯田市	7,381	58,749	6,914	54,394	93.7%	92.6%

（出典）総務省統計局「事業所・企業統計」（2001・2006年）

（注1）2001年分は、2006年調査の市町村境界に基づき組み替えた数値

■商業

小諸市の商業については、小売業年間商品販売額が2004年から2007年にかけてはほぼ横ばいであり、長野市や長野県全体が減少しているのと比較すれば安定している。また、売場面積は-2.3千㎡(-3.9%)と減少していることから、売場面積1㎡当たり販売額も+23.0千円(+3.8%)改善しており、長野市や松本市、飯田市をはじめ長野県全体では小売業年間商品販売額が低下と、売場面積の増加が同時に起こり、オーバーストア化が進む中、オーバーストア化に歯止めがかかった状態にある。しかしながら、2007年の売場面積1㎡当たり販売額は長野県平均と比較しても約12万円少ない状況にあり、厳しい商業環境にあるといえる。

人口1人当たり販売額、小売吸引力は2004年から2007年にかけてほぼ横ばいであるが、小諸市の2007年の小売吸引力は0.799と低い水準にあり、佐久平周辺の大規模商業施設に消費者を吸収されている様子が見て取れる。(表3-3-6参照)

表3-3-6 小売業の状況

(単位:百万円、㎡、人、千円/㎡、千円/人)

	2004年					
	年間商品販売額	売場面積	住基台帳人口	売場面積1㎡当販売額	人口1人当販売額	小売吸引力
長野県	2,401,157	3,075,592	2,200,896	780.7	1091.0	1.000
小諸市	38,713	64,083	44,705	604.1	866.0	0.794
長野市	478,534	524,562	378,810	912.3	1263.3	1.158
松本市	297,535	301,124	203,142	988.1	1464.7	1.343
飯田市	140,514	182,098	108,797	771.6	1291.5	1.184

	2007年					
	年間商品販売額	売場面積	住基台帳人口	売場面積1㎡当販売額	人口1人当販売額	小売吸引力
長野県	2,373,576	3,179,181	2,184,596	746.6	1086.5	1.000
小諸市	38,689	61,696	44,394	627.1	871.5	0.799
長野市	448,437	536,024	379,125	836.6	1182.8	1.084
松本市	324,795	350,188	223,697	927.5	1451.9	1.331
飯田市	134,746	176,202	107,234	764.7	1256.6	1.152

(出典) 経済産業省調査統計部「商業統計表」(2004・2007年)

総務省自治行政局「住民基本台帳」(2004年3月31日現在・2007年3月31日現在)

(注1) 2004年分は、2007年調査の市町村境界に基づき組み替えた数値

(注2) ※印は一部の合併市町村のデータが秘匿等の理由により含まれていないことを示す

(注3) 小売吸引力は各市の人口1人当販売額を県平均で除したもの

(2)対象地区の概況

対象地区は中心商店街を形成する相生町・大手と、歴史的街並みが残る本町・市町の、それぞれ異なる特徴を持つ街区によって構成されている。相生町・大手地区は小諸駅に隣接する商業地域で、物販店・飲食店・事業所等が混在する中心商店街である。本町・市町地区は旧北国街道に沿って形成されている街区で江戸・明治・大正の建物が点在しており、歴史的町並みの修景が進められているが商店密度は低い。

中心市街地は、佐久平駅（隣接する佐久市の新幹線停車駅）周辺に集積した商業施設の影響や、小諸城址懐古園に来園する年間約70万人の観光客を街中に誘導できていないなどの課題もあり、空き店舗が増える等、商業機能の空洞化が進んでいる。

1998年度から、身近なまちづくり支援街路事業を活用し、歴史的な道筋の修景を行うと同時に、町並み環境整備事業を活用し、沿道の伝統的建物の修理修景、地区まちづくりの拠点施設の整備を行っている。これらの事業実施に際して、各地区にまちづくり協議会を設置し、その団体によるまちおこしの取り組みが進んで来ている。また、まちづくり協議会と連携しながら歴史を活かしたまちづくりに取り組むNPOが立ち上がり、専門家を中心に調査研究、市民提案づくりなどに取り組んでいる。

2005年度からは駅・大手門周辺整備事業がスタートしたが、これは市民ワークショップなどを重ねて、駅周辺の魅力づくりのための市民提案を市の計画に反映したものであり、この整備事業に沿って進められている市民ガーデンはその中から生まれたものである。

本地区においては、歴史や文化を活かしたまちづくりに取り組むNPOや市民団体が立ち上がり、活発な活動が行われているが、それらが連携できていないといった課題も見られる。

■対象地区概況図



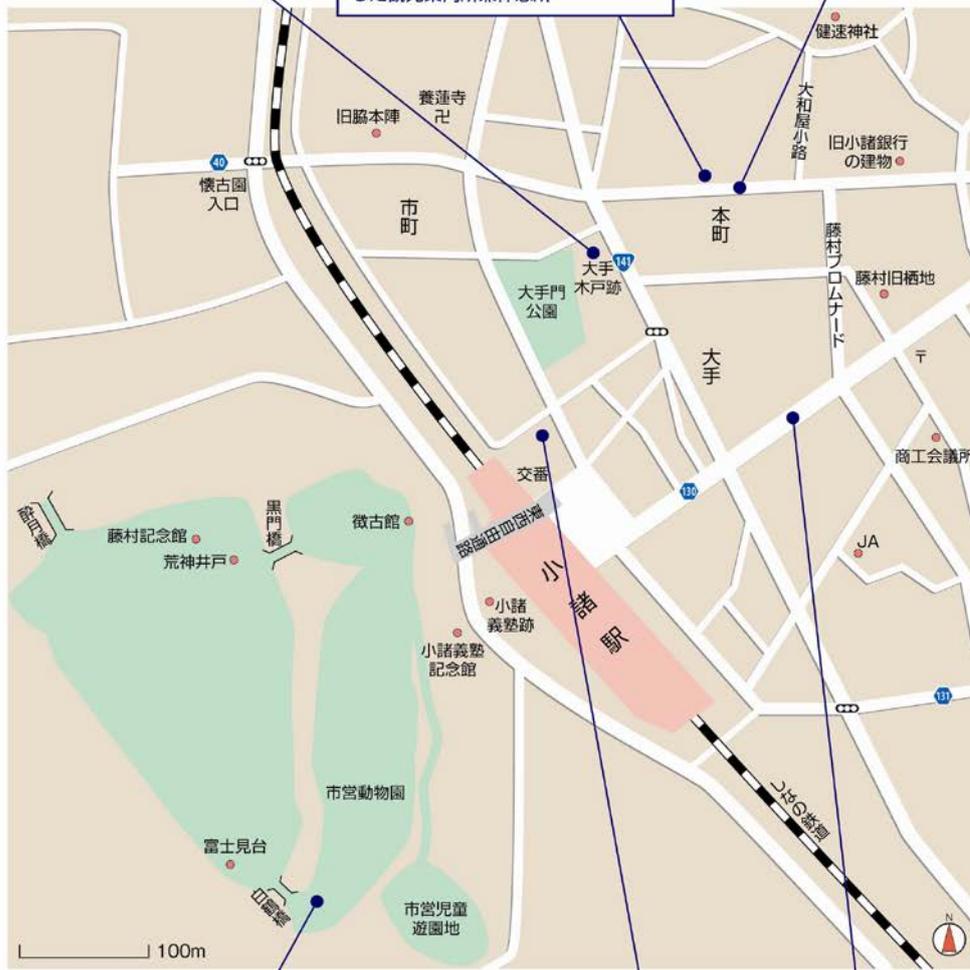
大手門は小諸城の正門で重要文化財。平成20年に解体復元された



ほんまち町屋館
味噌と醤油業を営んでいた商家を利用した観光案内所兼休憩所



歴史的な町並みが残る旧北国街道



年間約70万人の観光客が訪れる小諸城址懐古園



市民ガーデンの整備が進められている(平成21年4月オープン)



電線共同溝化を予定している相生町商店街

(3)事業内容

「花と緑のまちづくり」、「地産地消の食おこし」の取り組みをつないで、来街者と市民が一体となって夢を描き楽しめるようなまちおこしのしかけを実現していくとともに、NPO、市民ボランティア、行政等が協働により、市民力を高め魅力的な仕事おこしを行い、賑わいを創り出して街中に人の動線をつなげていくことを目的とし、

- ・小諸市施設「市民ガーデン及びガーデンショップ」の立ち上げ
- ・「歩いて楽しむ坂の町・戦略会議」の企画・運営
- ・相生町の町並みデザインと魅力向上の戦略づくり

が計画された。

「市民ガーデン及びガーデンショップ」は2009年度にオープン予定の小諸市施設であり、中に「小諸の味カフェ（地産地消・食育拠点）」、「特産品ショップ（園芸商品・農産物加工品等販売）」、「花と緑の相談所（小諸市を花と緑のまちにしていくための拠点）」が設けられる予定となっている。この駅周辺整備で生まれる公園を活用し、まちなかの憩いの空間、交流文化拠点、観光的要素のある魅力的な施設、新しい暮らしの創造・小諸の元気発信の拠点となる場の形成を図る。また、その場の担い手となる「気持ちがあって仕事のできる市民、専門家」を掘り出すとともに、協働のダイナミズムと各自のモチベーションを引き出し、「運営の体制・事業計画」と「魅力的な空間づくり」を実現させるとともに、市民の広い理解と協力をえるための参加のしくみをつくろうとするものである。「市民ガーデン及びガーデンショップ」は、観光客を懐古園から市街地に誘導させる回遊拠点としての機能が期待されているとともに、これを核としながら、上記3つの事業を通じて個々に活動しているNPO等を繋げていくことも期待されているところである。

「歩いて楽しむ坂の町・戦略会議」の企画・運営は、まちの中で動いているプロジェクト等に相乗効果を持たせ、まちなかの魅力として内外に分かりやすく発信し、誘客を図るための戦略づくりを行おうとするものである。「歩いて楽しむ坂の町」をキーワードとし、「花と緑の回廊づくり+屋外を楽しむベンチ、カフェ」、「城下町の文化を魅せる（歴史、食）」、「人の動線をつくる（駐車場、案内、裏道、人力車、巡回）」の3テーマについて開催する戦略会議の企画・運営を行うものである。

相生町の町並みデザインと魅力向上の戦略づくりは、電線共同溝事業を一つの契機とし、街並み協定の締結（デザインガイドの作成）や街並みを統一する事業への取り組みを通じた相生町の美しい坂の街並みづくりの整備、将来に向けたまちづくりへの取り組みを行うものである。

(4)現地委員会

①スケジュール

■日時

平成20年9月29日(月)

13:00～15:30 現地視察

懐古園 ～ 市民ガーデン ～ 大手門 ～ 小諸宿本陣 ～
旧本陣 ～ ほんまち町屋館 ～ 藤村プロムナード ～
相生町商店街 ～ 小諸市役所

15:30～18:00 第3回まちなか再生支援協力委員会

於：小諸市役所本庁舎3階大会議室

1) 開会(委員紹介)

2) ふるさと財団あいさつ

3) 小諸市あいさつ

4) 小諸市(プロデューサー・専門家)事業説明

i 小諸市現況、事業概要説明

ii プロデュース事業報告

有限会社 松林都市建築計画 代表 松林和彦(プロデューサー)

有限会社 結まちづくり計画室 代表 荻原礼子

5) 意見交換、委員提言

6) 閉会

■出席委員

松島委員長(議長)、伊藤委員、梶浦委員、口広委員、辻田委員、服部委員、吉永委員

③委員会発言要旨

■まちを一つの時代にあわせて修景するのではなく、創られたそのままを残すことによりまちのアイデンティティを示す必要がある。

- ・無理に一つの時代に合わせるのではなく、その時々でできた建物が残っているということが大切である。
- ・このまちのアイデンティティは何かということをはっきり持つことが大切である。その意味では、本陣が整備されず放置されていたことは問題である。
- ・エリア別にコンセプトが異なっても良いが、市民ガーデン、歴史的な道、城、これら3つをどのようにつなぎ合わせて行くかが大切である。

■車が走るところと車が走らないところを分ける必要がある。

- ・車を入れるゾーン、入れないゾーンを定めるには、はっきりとした意志が必要であり、行政がイニシアティブをとる必要がある。
- ・北国街道は、交通量が多く、対策をとる必要がある。土日だけでも時間を区切ってクローズするなど検討する必要がある。
- ・北国街道は、一方通行を増やして相生町の商店街通りと上手にリンクさせることを検討する必要がある。行政がどれだけ交通インフラ整備をできるかが課題である。
- ・中心市街地以外に駐車場を整備し、観光バスなど車の入り込みを制限する取り組みが必要である。

■観光客に見せるまちではなく、住民が楽しめるまちにする必要がある。市民ガーデンにはそれがああり、小諸市にはそうした精神的土壌がある。

- ・まち全体を花のあるまちにして行こうとしている市民ガーデンは、住んでいる人が楽しみ、花を作っている人が楽しみ、市民のみんなが楽しもうとする取り組みである。観光客が主ではなく、住んでいる人が気持ち良く過ごせるまちづくりを進める精神的土壌がある。
- ・ガーデニングには、育てる、集める、見せる、分ける、貰うという楽しみがあり、ガーデンをまちなかに作ることは有効な施策であろう。

■その他

- ・歴史的な環境に相応しい泊・食・学のプログラムが必要である。
- ・懐古園から素晴らしい田園風景が見えた。農家とも協力して、大人が楽しめる体験滞在型プログラムをつくれる可能性がある。一次プランとしてまちなか、二次プランは農村部というように、同じ仕組みで何年か掛けて行うことも、有効であろう。
- ・郊外の農園、農場、ワイナリーなどの田園体験型施設と連携することにより、古くからあるまちのイメージが作られ、まちづくりに広がり生まれるであろう。

(5)事業成果

①小諸市施設「市民ガーデン及びガーデンショップ」の立ち上げ

小諸市には多くのアーティスト、専門家が住むことから、園芸、食、ディスプレイなどに関しスキルの高い地元専門家を入れた体制とし、本年度は大きく二つ、「ガーデンの手入れの担い手づくり、仕入れ体制づくり」と「地産地消費の味づくり、商品販売の担い手と体制づくり」に取り組んできた。

施設は小諸市からNPO法人に運営事業を委託される形となるが、様々な取り組みに参加した市民の中から選任・育成したスタッフにより店舗の運営を行う体制が整った。

◇ガーデンの手入れの担い手づくり、仕入れ体制づくり

i. 花と緑の学校

・「花と緑の学校」(12月25日までの17回開催/のべ282名参加)による、ガーデンに関心のある人の掘り起こし及び担い手候補となる市民の学習会を行った。

ii. 緑のサポーター準備会

・これまでに10回の会議を行った。39名、2団体(12月20日現在)の登録があり、ガーデンボランティアの体制などについて詰めている。その中から、商品の生産に関わりたいという有志も募っているところである。(現在13名)

iii. ガーデンに植える・温室に展示する、植物の収集、販売品のルート開拓

・県内外の園芸拠点に足を運び、購入品リストアップ、仕入れ、販売ルートづくりについての協力を取り付け、ビジネスとして成り立たせるための仕組みづくりを行った。

◇地産地消費の味づくり、商品販売の担い手と体制づくり

i. メニュー開発の研究会

・市民から参加者を募り、地元シェフなどを講師にメニューの開発を行っている。その中からスタッフを育て、メニューを絞り込んでいるところである。

ii. 小諸の名物の開発

・小諸産の雑穀、果物を使った名物の研究を重ね、大手門公園オープンイベント等で実験的販売を行ったところである。ガーデンの看板メニューとして、現在、食材の確保を進めている。

iii. 地場産品のリストアップ、仕入れ先の掘り出し

・小諸の地場産品として食材に取り入れるもの、販売するものの品目、仕入れ先のリストアップを行っている。地場産品の委託販売を希望する生産者、加工者の意向調査も実施した。地産地消のネットワークも立ち上がりつつあるところである。

iv. 地元の商業高校との協力体制の模索

- ・地元の商業高校から、市民ガーデンの取り組みを授業に取り入れたいという申し出を受け、調整しているところである。

②「歩いて楽しむ坂の町・戦略会議」の企画・運営

ガーデンによる効果をまちなかに波及させるための会議を開催し戦略計画を立て、実行する。

◇第1期成果：計画の立案

- ・「歩いて楽しむまちづくり」戦略計画の策定（戦略会議3回開催、特別部会1回開催）
- ・本町区を中心に小諸町並み研究会と観光ガイド協会が連携し、当戦略計画についての具体化に取り組むことを合意した。

◇第2期成果：計画から実行へ

- ・駐車場調査NPO法人小諸町並み研究会による駅周辺の駐車場情報の調査及び協力要請。
- ・来年度の協働事業の企画、助成金申請戦略計画の実現化に向け、来年度の協働事業の計画を協議。各助成金に申請を出して行くことを合意。「芸術文化振興基金」に「おひなまつり実行委員会」として申請を提出。

（戦略計画）

i. 定期的な「町めぐりの日（仮称）」作戦

- ・コンセプトを明治大正の商都の浪漫、アンティーク、島崎藤村とし、まちなかにある様々な資源を積極的に見せていこうとするもので、建物やお店の中を見られたり、お宝を並べたり、買い食いができる日を毎月1回程度開催。

ii. 花と緑の回廊プロジェクト

- ・市民ガーデン→相生町商店街→藤村プロムナード→本町→市町の通り沿いにガーデンを設置。「花と緑の勉強会」等を通じ、各所間の連携を図っていく。
- ・「城下町の樹の物語（仮称）」で城下町の中のシンボルツリーを魅力づくりに活用。町並みを魅力的にする樹木を駅ロータリー・相生町通りに植栽。「町めぐりの市」の中で城下町の樹の物語、坪庭の魅力を伝えていく。

iii. 「城下町まち歩き情報UP！」作戦

- ・まち歩きについてはNPOで既に立ち上げられているホームページと行政側・観光協会等との連携がまだとれていないことによる、玄関部分の未整備という問題がある。これを改善するだけで、簡単にまち歩きの情報もマップできるようになるため、観光協会のホームページを玄関にして城下町案内の情報を発信するための調整を行っているところ。

iv. 「城下町の玄関先誘導」

- ・ 来街者が道路を徒歩で移動することを配慮した基本的な取り組みがまだなされていないため、作戦来街者にとって、道が分り易い・駐車場に止め易い・歩き易いサービスの提供、市役所南庭駐車場の活用、駐車場利用サービス、アクセスマップ作成に取り組んでいこうとしている。

v. 団体間の事業連携、調整のしくみづくり

③相生町の町並みデザインと魅力向上の戦略づくり

小諸駅から国道 18 号に至る幹線道路のうち、相生町区間で電線共同溝事業（アーケードの撤去）が計画されており、2002 年度からその検討が始まったが、電線共同溝事業の合意形成が足踏み状態であったため、定期的な協議会の開催（美しい坂のまちづくり会議を 10 回）、美しい坂のまちづくり通信の発行（現在まで 13 号発行）などを実施してきた。

◇第 1 期成果

- ・ 電線共同溝事業の推進についての合意（2008 年 9 月 16 日の全体会議にて）

◇第 2 期成果

- ・ 街並み協定案・街並みデザインガイド案の作成（検討中）

◇第 3 期成果

- ・ ひさし・日除け等の統一デザイン（検討中）
- ・ 美しい坂の明かりづくり（検討中）

(6)来年度以降の取り組み

今年度の取り組みを継続していくほか、取り組みやすく、かつ、重要性が高いものや、喫緊の課題である交通対策等については早急に取り組んでいくとしている。

■ 来年度以降の目標

プロジェクト	来年度以降の目標
小諸市施設「市民ガーデン及びガーデンショップ」の立ち上げ	<ul style="list-style-type: none">• NPO による以下の事業を支援し、協働体制をつくる<ul style="list-style-type: none">➢ ガーデンの経営を軌道に乗せる（カフェ、ショップ）。➢ ガーデンを拠点に、商店街で花と緑のまちづくりを進める。➢ 園芸・食について、商品ブランドを確立し、生産協力体制を構築する。生産者のスキルアップのしくみもつくり、特産品おこしを進める。• 今後整備する公園内の他の施設の活用について、民間活用もしくは市民主体の運営体制を模索する。
歩いて楽しむ坂の町・戦略会議」の企画・運営	<ul style="list-style-type: none">• 定期的な「町めぐりの日（仮称）」を小さく始め継続させていく。• 個々に実施される祭りやイベントなど取り組み方法を見直し、まち中回遊につながるように展開する。• 基本的な情報発信（ホームページなど）や交通対策を至急実現させる。
相生町の町並みデザインと魅力向上の戦略づくり	<ul style="list-style-type: none">• 街並み協定が締結されて電線共同溝事業とともに街並み整備を開始。• 市民ガーデンとの連携により花と緑のまちづくりを展開。• 相生町のテーマ「生涯元気でいられる元気なまち」を実現するプロジェクトに取り組む。

(7)委員会レビュー

■「市民ガーデン及びガーデンショップ」の設立

- ・運営体制、活動原資の確保については議論と具体的計画が必要である。
- ・市民が参加しやすいテーマである「食」や「庭」を設定している当プロジェクトは妥当である。

■「歩いて楽しむ坂の町・戦略会議」の企画・運営

- ・歩いて楽しむ町の構想は、これからの地方都市の重要なポイントであり、戦略的に精度を高めることが必要である。
- ・市民、来街者に“歩かせる”“歩いてもらう”ための市民のコンセンサスを得ておく必要がある。また、歩車分離に代表される交通計画の見直しが必要であろう。

■相生町の町並みデザインと魅力向上の戦略づくり

- ・町のデザインコードは、これからの都市計画上、最も重要なポイントであり、地域住民の合意形成が大切である。地区計画などを含め、具体的プラン作りに着手すべきである。

■再生の仕組み

- ・単なる観光振興ではなく、「市民活動の延長線上に来街者増加を見込む」といったビジョンが不可欠である。

■今後の進め方

- ・市民参加やNPOによる指定管理者制度の導入など着実に前進しているものの、今後の活動継続のためには活動主体独自の財源確保が課題となろう。

■総評

- ・ガーデンの整備、ショップの立ち上げ、歩いて楽しむまちづくり、町並みのデザインコードの策定など、構想は大変おもしろいが、活動原資の確保などマネジメントの部分が脆弱である。また、ガーデンの整備などをいかに衰退する中心部商業の機能回復に結びつけるかが今後の課題であろう。
- ・ホームページなどインターネットを通じた情報発信は、行政と観光協会などとの調整が遅れている。また、通過交通、パーキングなどの交通問題についても、行政と地域住民との調整が必要であろう。
- ・プロデューサーの提案が市民生活、グリーンガーデンに重点を置いていることは、商売優先のイヤミがなく、好感が持てるため、長続きすることが期待できる。ただし、その運営経費を行政からの補助金やボランティアの好意に過度に依存しないで、

自主財源で賄える体制をつくる必要がある。

- 懐古園をはじめとした自然の良さ、城下町の面影を残す伝統的な建築、過去に栄えた産業施設など、観光資源は多いが広域に拡散しているため、これらをどう結び付けるかが課題となろう。この資源を文化事業に転換することができれば、町に深みがでてくるであろう。
- 歩行者の観光のためには、既存の道路は狭く歩道も貧弱である。坂道も急であり、自動車交通量も気になるため、歩行観光とマストラ移動とを組合せた観光ルートの設定に工夫が必要であろう。
- 観光ルートの中に、特色ある店舗・レストランなどを配置することも効果的であろう。
- 駅前広場が登りに傾斜しており、交通機能ばかりで情緒に乏しい。イメージアップのため、グリーンテーマのまちづくりの一環として植栽計画を含めた再構成も検討する必要があるだろう。

3-4 兵庫県篠山市（篠山城下町地区）

(1)市の概況

篠山市は兵庫県中東部の丹波地域に位置し、東を京都府、南東を大阪府と接する。1999年に旧多紀郡4町が合併し、東西31.4km、南北24.7km、面積377.61k㎡を有する現在の篠山市が誕生した。

道路は東西に国道372号、南北に舞鶴若狭自動車道、国道176号、173号が通過している。古くは、旧京街道を通じ、京都への交通の要所として栄えてきたが、JR福知山線（宝塚線）が複線電化されるのに伴い、大阪・神戸方面へのアクセスが向上し、現在では大阪駅へ1時間程度で移動が可能になっていることから、京都経済圏、北近畿経済圏から大阪経済圏への影響が強まっている。

過去の歴史から町並みや祭りなどに京文化の影響を色濃く残しており、中心市街地で大きな開発が行われなかったことから、篠山城跡の周辺は重要伝統的建造物群保存地区に指定されており、歴史的な資産が多く残されている。

2009年に篠山城築城400年を迎えることから、これを契機として交流人口の増大を図り、併せてまちなか再生に取り組もうという機運が高まっている。

■人口

2005年国勢調査時点の篠山市の人口は約4.5万人であり、神戸市の人口約153万人、姫路市の人口約48万人という兵庫県南部の主要都市と比べれば規模が小さいが、県北部の主要都市豊岡市の人口約9万人の1/2の規模を有している。通勤通学率10%以上の市町村を都市圏と見立てて比較すれば、篠山市は単独で都市圏を構成している。

人口推移をみると、兵庫県全体は人口微増で推移しているものの、篠山市においては減少傾向にあり、過去5年間（2005年／2000年）の増減率は豊岡市の-3.8%と比べれば顕著ではないが、-2.3%と減少している。しかしながら、1985年以降2000年までの増減率はプラスであることから、過去10年間でみると微増となっている。（表3-4-1参照）

将来推計人口（国立社会保障・人口問題研究所）によると2035年の人口は3.4万人で2005年人口の75.3%にまで減少されると推計されている。これは、全国平均・兵庫県平均を約10%下回る数値であり、今後急激な人口減少が市内経済に大きな影響を与えることが予測される。（表3-4-2参照）一方で、2035年の65歳以上人口比率は38.4%と、全国平均・兵庫県平均を約4～5%上回っており、人口減少と高齢化が同時に進展すると予測されている。（表3-4-3参照）

昼夜間人口比（昼間人口／夜間人口）は0.95となっており、兵庫県全体の値と等しい。昼間の流出人口の多くは神戸・大阪方面に通勤・通学している住民であると考えられる。（表3-4-4参照）

表3-4-1 人口推移

（単位：人）

	1985年	1990年	1995年	2000年	2005年	2005年 ／2000年
兵庫県	5,278,050	5,405,040	5,401,877	5,550,574	5,590,601	100.7%
篠山市	41,144	41,802	44,752	46,325	45,245	97.7%
神戸都市圏	2,592,590	2,712,789	2,685,187	2,838,298	2,902,869	102.3%
神戸市	1,410,834	1,477,410	1,423,792	1,493,398	1,525,393	102.1%
姫路都市圏	817,307	821,086	844,246	846,789	843,135	99.6%
姫路市	452,917	454,360	470,986	478,309	482,304	100.8%
豊岡都市圏	155,645	151,391	149,447	146,133	138,953	95.1%
豊岡市	96,086	94,163	93,859	92,752	89,208	96.2%

（出典）総務省統計局「国勢調査」各年

（注1）過年は、2005年国勢調査の市町村境界に基づき組み替えた数値

（注2）都市圏は、核都市への通勤通学率10%以上の市町村

表 3-4-2 将来推計人口

(単位:千人)

	2005年	2015年	2025年	2035年	2035年 ／2005年
全国	127,768	125,430	119,270	110,679	86.6%
兵庫県	5,590	5,482	5,193	4,799	85.5%
篠山市	45	42	38	34	75.3%

(出典) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の市町村別将来人口」(2008年12月推計)

(注1) 2008年12月1日現在の人口をもとに推計したもの

表 3-4-3 将来推計人口(65歳以上人口比率)

	2005年	2015年	2025年	2035年
全国	20.2%	26.9%	30.5%	33.7%
兵庫県	19.9%	27.4%	30.9%	34.3%
篠山市	26.5%	31.5%	36.2%	38.4%

(出典) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の市町村別将来人口」(2008年12月推計)

(注1) 2008年12月1日現在の人口をもとに推計したもの

表 3-4-4 昼夜間人口

(単位:人)

	昼間人口	夜間人口 (常住人口)	昼間人口 ／夜間人口
全国	—	127,767,994	—
兵庫県	5,298,677	5,590,601	0.95
篠山市	42,781	45,245	0.95
神戸市	1,547,971	1,525,393	1.01
姫路市	502,176	482,304	1.04
豊岡市	91,166	89,208	1.02

(出典) 総務省統計局「国勢調査」(2005年)

■事業所・企業

篠山市の事業所数は、もともと多くはないが、近年は大きく減少しており、過去5年間（2006年／2001年）の増減率は-12.3%と、兵庫県平均の-5.3%、豊岡市の-5.6%よりも減少幅が顕著である。しかしながら、従業員数は-3.4%に留まっており、豊岡市の-7.1%に比較すれば事業所減少による影響は少ないものとみられる。（表3-4-5参照）

表 3-4-5 事業所数・従業者数

（単位：人）

	2001年		2006年		2006年／2001年	
	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数
兵庫県	252,132	2,329,868	238,879	2,286,149	94.7%	98.1%
篠山市	2,656	18,950	2,328	18,314	87.7%	96.6%
神戸市	75,750	737,868	72,788	718,492	96.1%	97.4%
姫路市	27,313	263,466	27,023	259,354	98.9%	98.4%
豊岡市	6,928	46,368	6,541	43,055	94.4%	92.9%

（出典）総務省統計局「事業所・企業統計」（2001・2006年）

（注1）2001年分は、2006年調査の市町村境界に基づき組み替えた数値

■商業

篠山市の商業については、小売業年間商品販売額が 2004 年から 2007 年にかけて-24.2 億円 (-5.2%) と減少しており、神戸市、姫路市、豊岡市や兵庫県全体が増加しているのと反対の傾向にある。加えて、売場面積は+1.4 万㎡ (+28.5%) と大きく増加しており、そのため、売場面積 1 ㎡当たり販売額は 252.6 千円 (-35.2%) と大きく減少している。2004 年には兵庫県の平均を上回っていたものが、2007 年には大きく下回っており、オーバーストア化が加速している。

人口 1 人当たり販売額、小売吸引力は 2004 年から 2007 年にかけて神戸市、姫路市、豊岡市や兵庫県全体が向上しているのと反対に低下しているが、低下の幅は小さく、篠山市の 2007 年の小売吸引力は 1.050 と依然として 1 を超える水準を保っている。昼間人口が流出する中で、この水準を保っている背景には、観光客の売り上げが影響していると考えられる。(表 3-4-6 参照)

表 3-4-6 小売業の状況 (単位:百万円、㎡、人、千円/㎡、千円/人)

	2004 年					
	年間商品販売額	売場面積	住基台帳人口	売場面積 1 ㎡当販売額	人口 1 人当販売額	小売吸引力
兵庫県	5,333,625	5,896,813	5,566,566	904.5	958.2	1.000
篠山市	48,712	50,202	46,941	970.3	1037.7	1.083
神戸市	1,745,264	1,618,179	1,488,637	1078.5	1172.4	1.224
姫路市	589,758	671,861	532,821	877.8	1106.9	1.155
豊岡市	94,161	131,320	92,817	717.0	1014.5	1.059

	2007 年					
	年間商品販売額	売場面積	住基台帳人口	売場面積 1 ㎡当販売額	人口 1 人当販売額	小売吸引力
兵庫県	5,487,306	6,255,288	5,580,497	877.2	983.3	1.000
篠山市	46,293	64,505	45,995	717.7	1006.5	1.050
神戸市	1,796,402	1,850,551	1,502,772	970.7	1195.4	1.248
姫路市	595,172	739,342	532,853	805.0	1117.0	1.166
豊岡市	103,786	136,841	90,920	758.4	1141.5	1.191

(出典) 経済産業省調査統計部「商業統計表」(2004・2007 年)

総務省自治行政局「住民基本台帳」(2004 年 3 月 31 日現在・2007 年 3 月 31 日現在)

(注 1) 2004 年分は、2007 年調査の市町村境界に基づき組み替えた数値

(注 2) ※印は一部の合併市町村のデータが秘匿等の理由により含まれていないことを示す

(注 3) 小売吸引力は各市の人口 1 人当販売額を県平均で除したもの

(2)対象地区の概況

対象地区は篠山城跡を中心とした中心市街地約 230ha で、重要伝統的建造物群保存地区（以下、「伝建地区」という）に指定されている旧京街道に面する商家群（河原町・小川町）と篠山城の外堀に面する武家屋敷（西新町・御徒士町）を含み、伝建地区の周辺に商店街の街並みが残された地区である。

旧山陰街道に位置する城下町であり、篠山城を中心とした町割りが今も残る。また、周辺には田園地域と山並み、「日本のふる里」と言える盆地空間が広がっている。

大規模開発が実施されなかったため、城下町の構成要素である城跡・武家地・町人地が大きく壊されることなく残っている。また、デカンショ祭りをはじめとする多くの祭りや旧篠山町役場（現・大正ロマン館）や春日神社（能舞台）等、歴史的建造物も多く残る。

対象地区は 1993 年に県景観条例に基づく景観形成地区に指定、1995 年から 2002 年度は河原町で町並み環境整備事業を実施、2004 年は伝建地区に選定、2005 年度以降に武家屋敷等で保存修理事業を実施し、23 物件について完了している。

なお、中心市街地の営業店舗数は約 300、空き店舗数は約 43 となっているが、人口減・高齢化により、空き店舗・空き家は増加しつつある。重要伝統的建造物群事業など景観保存の事業は、現在利用されている店舗・居住中の住宅に限定されがちであることから、空き店舗・空き家の放置が課題となっている。

また、篠山観光の客層は、若者から高齢者まで、年齢層、グループ形態も多様であるが、大半が日帰りまたは立寄りの観光となっているため、消費活動の大きい宿泊観光へのシフトも大きな課題となっている。

■対象地区概況図



大正ロマン館
大正12年建築の旧篠山町役場。観光案内所、飲食物販施設に転用されている



下二階町商店街



料亭丸山跡
町家ステイ施設へ整備予定



お徒士町通り武家屋敷群
下級武士徒歩組の屋敷群。江戸期の敷地割が残る。国重要伝統的建造物群保存地区に指定



篠山城跡大書院は2000年4月に再建された



河原町妻入商家群
旧京街道に面する商家群。国重要伝統的建造物群保存地区に指定

(3)事業内容

2009年に「丹波篠山築城400年祭」を開催するとともに、これを契機として、持続可能なまちづくりのため、篠山城下町の伝統的なまち並み、町家・古民家などの地域資源を再生・活用し、併せて「まちなか再生」を推進することを目的としている。

そのために、築城400年祭実行委員会（事務局：篠山市）を設置するとともに、外客誘致に注力した観光PRを展開するものである。また、まちなか滞在施設の整備にむけた仕組みづくりを進め、滞在体験型観光まちづくりを軸に調査・企画を実施するとともに、城下町地区にてNPO法人たんばぐみが展開する古民家再生プロジェクト（建築士会、建築組合、左官組合等も参画）との連携・支援を行うほか、市民ファンド設立を検討するものである。

以上を実現するために、

- ・築城400年祭プロジェクト
- ・篠山観光外客誘致プロジェクト
- ・滞在体験型観光まちづくりまちなか再生プロジェクト

が計画された。

これらは密接に関連しており、歴史的町並みを有する商店街等に、観光まちづくりの仕組み（滞在施設の整備、文化体験事業の実施など）を導入することで、街の新たな魅力の創造、賑わいや雇用の創出、地域の活性化につなげることを目指している。

今年度の目標としては、地区に多く残る古民家を再生・活用した滞在施設について事業スキーム構築とモデル事業の実施、外客誘致も視野に入れた魅力ある観光商品の開発と広報宣伝活動、これらの事業を展開する新まちづくり会社の設立を掲げている。

また、以上の実効性を高めるために、京都で実績のある「町家ステイ」事業者の協力を得るほか、外客誘致にも精通した専門家を招聘し、国内外の観光客を対象とした滞在型の商品開発と広報宣伝活動を展開するものである。

(4)現地委員会

①スケジュール

■日時

平成20年11月4日(火)

13:00～15:20 現地視察

大正ロマン館 ～ 二階町商店街 ～ 春日神社 ～ 歴史美術館
(外観) ～ 尊養寺(外観) ～ 料亭丸山跡(古民家ステイ候補地) ～ 王地山陶器所 ～ 河原町古民家再生候補地 ～
河原町妻入商家群 ～ 南外濠 ～ 武家屋敷群 ～ 青山歴史村
(外観) ～ 篠山城跡 ～ 篠山市民センター

15:30～18:00 第4回まちなか再生支援協力委員会

於：篠山市民センター研修室5

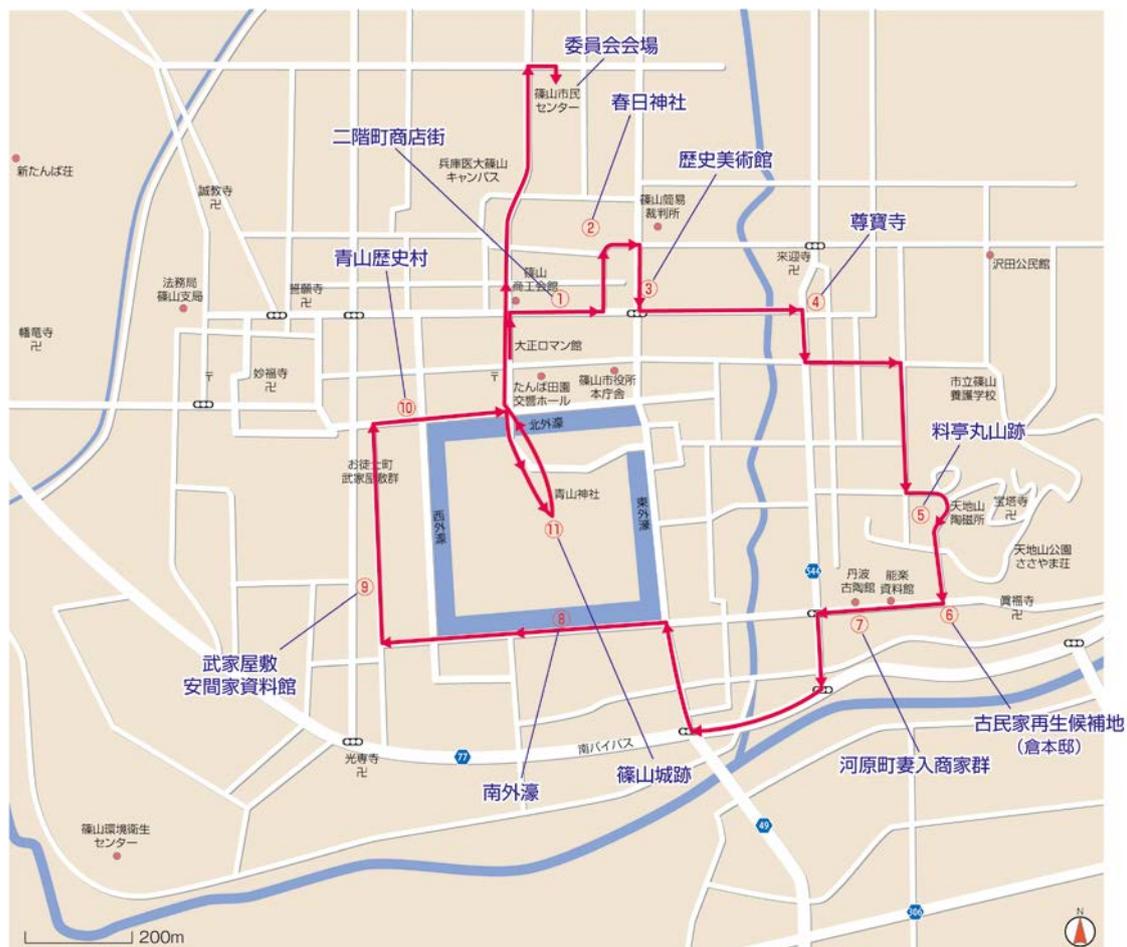
- 1) 開会(委員紹介)
- 2) ふるさと財団あいさつ
- 3) 篠山市あいさつ
- 4) 篠山市(プロデューサー・専門家)事業説明
 - i 篠山市現況、事業概要説明
 - ii 「築城400年祭」
(財)兵庫丹波の森協会 研究員 森岡武
 - iii 「篠山外客誘致プラン」
(株)プロビスささやま チーフコーディネーター
安井龍太郎
 - iv 「全体計画・町家古民家利活用計画」
(株)庵 代表取締役 梶浦秀樹(プロデューサー)
- 5) 意見交換、委員提言
- 6) 閉会

■出席委員

秋山委員(議長)、大西委員、古川委員、吉永委員、服部委員
梶浦委員(プロデューサーとして出席)

②現地視察

■現地視察ルート



③委員会発言要旨

■古民家と他の観光資源の繋げ方と古民家再生に係る土地所有者への対応と仕組みを検討する必要がある。

- ・まちづくりは最終的には土地を持っている人たちの協力が得られないと始まらないという現実がある。土地が確実に地権者の手元に戻ってくる定期借地権を使うなど、土地を持っている人たちの協力を得るための仕組みをつくる必要がある。
- ・町並み保存のための所要資金の調達は、ファンドのような市外在住者の資金を活用することも有効である。

■観光と住民生活の棲み分けを考慮し、観光資源をどのように活かすか検討する必要がある。

- ・観光客向けではなく、市民生活に密着したまちづくりをすると、観光客も訪れるものである。観光地らしい店揃えや物売りをすると、観光客は来なくなるものである。
- ・京都に来る外国人観光客は、日本の田舎に行ってみたいという要望がある。プロバンスやトスカーナのイメージであると思われるが、篠山市には、そのような外客誘致の可能性はある。
- ・観光まちづくりを推進するに当たっては、目指すまちの姿に対して市民の共感を得る必要がある。
- ・観光資源は豊富であるため、相互の繋がりを強め、観光客に情報が伝わるような取り組みが必要である。

■公共交通とのバランスをとりながら、歩いて楽しめる観光地とするためのプログラムを整備する必要がある。

- ・公共交通、レンタカー、自家用車のバランスを検討する必要がある。
- ・距離感が分かるまち歩き用のマップの作成と、堅苦しくないガイドの育成が必要である。
- ・歩車交通のバランスを取る必要がある。車道幅員を狭隘化して歩道とポールで仕切るなどの工夫が望まれる。また、観光ポイントを何度も乗り降りできる回遊バスの導入も検討するべきである。

■暮らしを楽しむような旅を求める個人客をターゲットに、全体の質を上げるための戦略を考える必要がある。

- ・大阪、京都、神戸といった大都市に近いので、個人滞在客のリピーター獲得がポイントであろう。優良個人客を大切にすることが必要である。
- ・景観を整備するという取り組みだけでなく、「ゴミがない」などホスピタリティのあるまちづくりを進め、個人客がまた訪れたいくなるようなまちを目指す必要がある。

(5)事業成果

①築城 400 年祭プロジェクト

ポスター等各種PRツールの作成はほぼ完了した。また、実行委員会、広報戦略会議も多く開催し、市民の参加意欲も非常に高まっている。マスコット・キャラクターも策定し、これを活用した各種グッズも製作中である。

- ・PRポスター、チラシ等のデザイン企画、作成については、ほぼ作成済みである。
- ・400年祭主体のガイドブックは、取材を済ませ、構成等を検討中である。
- ・マスコット・キャラクター、ロゴを活用したグッズのデザインを済ませて、制作中である。
- ・報道機関への情報提供、提供資料作成については、準備中である。
- ・実行委員会(11回)、広報戦略会議(5回)を開催した。

②篠山観光外客誘致プロジェクト

外国語版のポスター、冊子を製作し、また国内外の展示会にも出展し、今後も誘客活動を行う予定である。

- ・広報宣伝ツールの英語版ポスター・冊子は制作済みで、中国語・韓国語版は、現在作成中である。作成済みのツールを活用し、国内の展示会に出展し、2～3月に開催されるシンガポール、マレーシア、オーストラリアの展示会に出展し、誘客活動を行う予定である。

③滞在体験型観光まちづくりまちなか再生プロジェクト

空き家・空き店舗を洗い出し、大型物件1棟については改修青写真を描くまでに至った。なお、これらを活用するための篠山暮らし事業の運営主体と事業計画、資金調達の仕組みについては、現在検討中である。

- ・空き家・空き店舗の洗い出し調査は、所有者が不在ゆえ、難航したが、大型物件1棟と中型物件3棟の目途が立った。
- ・事業期間中、可能となった大型物件1棟の実態調査を実施、現況図を作成、改修工事費概略見積を作成した。
- ・事業運営上、大型物件は3棟、中型物件は同じく2棟と換算した(3組もしくは2組で、母屋・離れ・蔵という分割利用が可能)。
- ・「篠山暮らし」事業の運営主体と事業計画、資金調達については検討中である。

(6)来年度以降の取り組み

モデル事業として、空家等の所有者が利用権を信託する篠山城下町トラスト運動を2009年度より展開する予定である。

その他、既存プロジェクトの新たな展開のほか、ハード、ソフト両面からの新プロジェクトも計画されている。

■来年度以降の目標

既存プロジェクト	新プロジェクト	
	ハード面	ソフト面
<p>【築城400年祭プロジェクト】</p> <ul style="list-style-type: none"> 本事業で作成した様々な広報ツールを用い、2009年4月4日のオープニングを皮切りに11の主催事業と35の協賛支援事業を展開。 	<ul style="list-style-type: none"> 街路灯・サインを整序、町家ファサード修景整備による景観の魅力向上。 フリッジ駐車場を整備、土・日・祝日の歩行者道化により住民＋観光客に優しい交通環境を整備。 	<ul style="list-style-type: none"> 2009年に「丹波篠山築城400年祭」を開催。これを契機に、篠山市の伝統的な町並み、町家・古民家などの地域資源を再生・活用した「まちなか再生」を推進。 散策マップを作成、恒常的な既存店舗・歴史的施設紹介、特別公開等を実施。「まち歩き」によるまちおこし。 住民による手作りのライトアップ・飾り付け、路地裏の魅力アップ等の景観整備。 特産品創造にむけ、アイデアと工夫を発掘。
<p>【篠山観光外客誘致プロジェクト】</p> <ul style="list-style-type: none"> 本事業で作成した英語版ポスター及び外客用冊子を活用し、外客誘致広報宣伝活動を展開。 	-	<ul style="list-style-type: none"> 既存の3つの第三セクターを再編、古民家再生、滞在施設・飲食施設経営、旅行商品販売促進の各事業を運営する観光まちづくり株式会社(仮称)を設立。 長期滞在型の旅行商品を開発、篠山市をハブに京都・大阪・神戸・奈良などの大型観光地と連携した新たな滞在型観光のまちとして展開。 海外からの旅行関係者を招聘、篠山市内(城下町地区)の散策及び意見交換会の開催。 アジアの動向、旅行者のニーズ、篠山市の可能性についてのセミナー・シンポジウムの開催。 観光商品開発及び社会実験を目指すモニタリング・ツアーを企画。

<p>【滞在体験型観光まちづくりプロジェクト】</p> <ul style="list-style-type: none"> 町家ステイ+地産地消レストラン+篠山暮らし体験プログラム事業を運営する観光まちづくり株式会社(仮称)を設立。 各種事業を活用、空き町家等を上記施設として整備。 上記運営に従事する各種人材・市民人材を育成。 	<ul style="list-style-type: none"> 歴史まちづくり事業、地域住宅交付金事業等により、空き古民家を住宅としての滞在施設もしくは簡易宿所として整備。 空き料亭を農山漁村活性化プロジェクト事業もしくは市民ファンド等により、地産地消レストランに改修。 いずれも、NPOたんばくみと連携。 	<ul style="list-style-type: none"> 古民家・町家ステイ+地産地消レストラン+篠山暮らし体験プログラム事業を運営する運営主体(観光まちづくり株式会社(仮称))を設立。 篠山暮らし体験プログラムの企画、まちなかガイド、プログラム講師など市民人材を育成。
--	---	---

(7)委員会レビュー

■築城400年祭プロジェクト

- ・大きな節目のイベントは、再生に向けてのきっかけになり得る最大のチャンスであり、一過性のイベントに終わらせずに、今後につながるキックオフとして企画する必要がある。
- ・当該事業を契機に、初めて篠山を訪れる来街者をどのようにもてなすことができるかが鍵となる。市民のホスピタリティが問われることから、マイナス面でのロコミ効果を招かないためにも、今一度、来街者誘致の意義を確認し、市民の共通認識を築いておく必要がある。

■篠山観光外客誘致プロジェクト

- ・海外にまで目を向けた誘致計画は非常に斬新であり、豊富な観光資源を有する篠山市は成功の可能性を有している。広報手法に留意して取り組む必要がある。
- ・黒豆に代表される地元食材など情報発信次第で海外にも十分通用する素材があるため、外客誘致に向けた効果的な情報発信など京都他で実績のあるプロデューサーの手腕に期待するところである。

■滞在体験型観光まちづくりまちなか再生プロジェクト

- ・豊富な観光資源である古民家の有効活用は合理的な手法である。権利関係の調整、それをコントロールする仕組みの構築が必要である。
- ・プロデューサーの進める「本物志向」を維持しつつ、早期に分かりやすい成功事例を見せることで、賛同者を増やしていくことが必要である。

■再生の仕組み

- ・町家再生などハード整備面ではビジョン、仕組みともに順調に進んでいる印象がある。今後は、まちづくり会社を支える民間企業・住民をどのように巻き込んでいくかが課題であり、そのためには関係者に参加することによるメリットを示す必要がある。

■今後の進め方

- ・地域権利者の合意形成を図るためのワークショップを重ね、早期にまちづくり会社を設立させる必要がある。

■総評

- ・初めて篠山を訪れる方に対し市民が良い印象を与えることが最も重要なので、市民への啓蒙を引き続き行うべきである。

- ・豊富な観光資源の最大活用を目指すには、土地の権利をコントロールする仕組みが必要である。土地をいかに活用するか、また放置するかは権利者の自由であり、これをコントロールする仕組みづくりが急務であろう。
- ・関係権利者の合意、地域住民全体の合意形成がなされれば、豊富な観光資源を有する都市の再生は容易であろう。早期に「まちづくり会社」など全体をコントロールする仕組みを創設する必要がある。
- ・東京などの大都市からのインバウンドをダイレクトに視野に入れていることは効果的な取り組みである。また、ソフト・オリエンテッドな点も同様に評価できる取り組みである。
- ・プロデューサーの提案は、伝建地区を持つ農村都市を活性化させようとするもので長期的な取り組みが必要であり、継続的な事業として息切れさせないようなシステムづくりが課題である。また、400年祭後も、城下町の街並みを生かした情報発信を継続する必要があるであろう。

3-5 石川県珠洲市（飯田町商店街）

(1)市の概況

珠洲市は石川県の北東部、能登半島の最先端に位置する。西は輪島市、能登町に接し、残りの三方を海に囲まれる。総面積は247.2k m²。

道路は市を囲むようにして海沿いを国道249号が通過しているとともに、2003年の能登空港（石川県輪島市）の開港に合わせて整備された珠洲広域農道（珠洲道路）により首都圏へのアクセスが飛躍的に高まっている。鉄道は2005年3月にのと鉄道能登線（穴水～蛸島間）が廃線となり、現在はバス交通が唯一の公共交通機関となった。明治時代まで海上交通の要衝として栄えてきたが、現在は漁港だけが残っている。

廃線となったのと鉄道の駅を中心として商業地区が構成され、三方を海に囲まれた地形により、独特の文化が育まれてきたが、昨今では人口の流出による過疎化が進んでおり、定住人口の増加が課題となっている。

市内の主な開発として、旧珠洲駅跡地については、その有効活用と、交通・情報の新しい玄関口にすることを目的に、バスターミナルとしての再整備を図っている。

■人口

2005年国勢調査時点の珠洲市の人口は約1.8万人であり、輪島市の人口約2.5万人の6割の規模である。通勤通学率10%以上の市町村を都市圏と見立てると、珠洲市は単独で都市圏を構成している。

人口推移をみると、石川県全体は人口微減で推移しているものの、珠洲市においては大きく減少する傾向にあり、過去5年間（2005年／2000年）でも、隣市の輪島市が増減率-4.1%に留まっているのに対し、珠洲市は増減率-9.1%と顕著であり、急激な過疎化が進んでいる。（表3-5-1参照）

将来推計人口（国立社会保障・人口問題研究所）によると2035年の人口は8千人で2005年人口の半分以下まで減少する危機的な状況が訪れると推計されている。（表3-5-2参照）また、2035年の65歳以上人口比率は51.1%と、住民の半数以上が高齢者になると予測されている。（表3-5-3参照）

昼夜間人口比（昼間人口／夜間人口）は1.00となっており、ほとんど市外への移動がないという特徴が見て取れる。（表3-5-4参照）

表3-5-1 人口推移

（単位：人）

	1985年	1990年	1995年	2000年	2005年	2005年 ／2000年
石川県	1,152,325	1,164,628	1,180,068	1,180,977	1,174,026	99.4%
珠洲市	25,860	23,471	21,580	19,852	18,050	90.9%
輪島市	31,843	30,164	28,229	26,381	25,301	95.9%
金沢都市圏	730,570	755,011	781,365	795,961	802,126	100.8%
金沢市	430,481	442,868	453,975	456,438	454,607	99.6%
小松都市圏	218,003	219,759	223,906	226,989	236,950	104.4%
小松市	106,041	106,075	107,965	108,622	109,084	100.4%

（出典）総務省統計局「国勢調査」各年

（注1）過年は、2005年国勢調査の市町村境界に基づき組み替えた数値

（注2）都市圏は、核都市への通勤通学率10%以上の市町村

表 3-5-2 将来推計人口

(単位:千人)

	2005年	2015年	2025年	2035年	2035年 ／2005年
全国	127,768	125,430	119,270	110,679	86.6%
石川県	1,174	1,128	1,053	960	81.8%
珠洲市	18	14	11	8	46.4%

(出典) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の市町村別将来人口」(2008年12月推計)

(注1) 2008年12月1日現在の人口をもとに推計したもの

表 3-5-3 将来推計人口(65歳以上人口比率)

	2005年	2015年	2025年	2035年
全国	20.2%	26.9%	30.5%	33.7%
石川県	20.9%	28.2%	31.8%	34.5%
珠洲市	37.3%	45.6%	50.8%	51.5%

(出典) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の市町村別将来人口」(2008年12月推計)

(注1) 2008年12月1日現在の人口をもとに推計したもの

表 3-5-4 昼夜間人口

(単位:人)

	昼間人口	夜間人口 (常住人口)	昼間人口 ／夜間人口
全国	—	127,767,994	—
石川県	1,177,115	1,174,026	1.00
珠洲市	18,133	18,050	1.00
金沢市	493,849	454,607	1.09
小松市	109,781	109,084	1.00

(出典) 総務省統計局「国勢調査」(2005年)

■事業所・企業

珠洲市の事業所数は、近年は減少が続いており、過去5年間（2006年／2001年）の増減率は-9.5%と、石川県平均の-7.8%よりも低い数値となっている。また、従業員数も-15.9%と減少幅が大きく、事業所減少が人口流出に大きく影響していると考えられる。（表3-5-5参照）

表 3-5-5 事業所数・従業者数

（単位：人）

	2001年		2006年		2006年／2001年	
	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数
石川県	72,638	601,058	66,948	577,944	92.2%	96.2%
珠洲市	1,443	8,955	1,306	7,530	90.5%	84.1%
金沢市	29,538	267,985	27,512	259,228	93.1%	96.7%
小松市	7,036	56,030	6,448	54,359	91.6%	97.0%

（出典）総務省統計局「事業所・企業統計」（2001・2006年）

（注1）2001年分は、2006年調査の市町村境界に基づき組み替えた数値

■商業

珠洲市の商業については、小売業年間商品販売額が2004年から2007年にかけて-6.5億円(-4.2%)と減少しており、金沢市や小松市、石川県全体が増加しているのと反対の傾向にある。加えて、売場面積は+4.6千㎡(+20.9%)と大きく増加している。そのため、売場面積1㎡当たり販売額も大きく減少しており、600千円/㎡を下回るまでにオーバーストア化が進んでいる。

しかしながら、珠洲市の人口1人当たり販売額、小売吸引力は2004年から2007年にかけて金沢市や小松市と同様に増加しており、水準は高くはないものの回復しつつある。(表3-5-6参照)

表 3-5-6 小売業の状況

(単位:百万円、㎡、人、千円/㎡、千円/人)

	2004年					
	年間商品販売額	売場面積	住基台帳人口	売場面積1㎡当販売額	人口1人当販売額	小売吸引力
石川県	1,306,543	1,654,864	1,175,071	789.5	1111.9	1.000
珠洲市	16,143	22,112	20,073	730.1	804.2	0.723
金沢市	590,848	632,438	440,542	934.2	1341.2	1.206
小松市	114,999	144,780	109,657	794.3	1048.7	0.943

	2007年					
	年間商品販売額	売場面積	住基台帳人口	売場面積1㎡当販売額	人口1人当販売額	小売吸引力
石川県	1,339,428	1,827,407	1,169,249	733.0	1145.5	1.000
珠洲市	15,489	26,737	18,785	579.3	824.5	0.742
金沢市	605,948	686,809	441,681	882.3	1371.9	1.234
小松市	119,866	158,186	109,673	757.8	1092.9	0.983

(出典) 経済産業省調査統計部「商業統計表」(2004・2007年)

総務省自治行政局「住民基本台帳」(2004年3月31日現在・2007年3月31日現在)

(注1) 2004年分は、2007年調査の市町村境界に基づき組み替えた数値

(注2) ※印は一部の合併市町村のデータが秘匿等の理由により含まれていないことを示す

(注3) 小売吸引力は各市の人口1人当販売額を県平均で除したもの

(2)対象地区の概況

飯田町商店街は市の中心に位置し、半径 1 km 周囲に市役所、多目的ホール、国道 249 号、大型ショッピングセンター、漁港を有し、従前から市街地の中心的街並みを形成しており、概ね 4 つ（南町、今町、大町、栄町）の商店街で構成される。総面積は約 26.6ha、営業店舗数は約 50。現状では、南町商店街が最も店舗数が多い。

衣料・雑貨・家電などの日用品販売がほとんどを占め、商店街を囲む形で旅館や飲食店が張り付いた形態を取る。業種構成は、小売業 55%、飲食業 17%、美容業 8%、宿泊業 5%、その他 15%となっている。

平日の人通りはまばらであり、そのほとんどが周辺の医療機関を利用する高齢者や中・高校生である。週末も日用品店舗には若干人が訪れるものの、近年の市民の移動は自家用車での移動がほとんどであることなどから、家族連れや主婦の顧客は少ない。

対象地区は、2002 年 3 月に策定した中心市街地活性化基本計画でまとめられた構想実現のため、TMO の設立（2003 年 1 月）、珠洲・都市ルネッサンス都心軸整備事業（2003 年度～）、多目的ホールの整備（2006 年）、まちづくり総合支援事業（現まちづくり交付金）による商店街の街並み整備事業（2005 年度～）といった取り組みが行われてきており、まちづくりの骨格となる整備事業は概ね当初基本計画どおりに順次実施されてきたが、同時に進行した過疎化や高齢化、および、圏域への大型チェーン店の進出や地域内へのコンビニ・量販店の進出、経済不況の影響から、総じて市民の商店街利用も減少しており、商店街の活性化はいまだ実現していない。

現在、まちづくり交付金事業によって地区内の遊休地の活用と周辺地域の活性化を目的に基幹施設の整備が進められており、商店街に隣接する旧老舗旅館移転跡地には、物販施設やオープンスペース等を備えた施設（以下「わくわく広場」という）が 2009 年 3 月に完成予定となっている。

■対象地区概況図



老舗旅館跡地に物販交流施設の整備が進められている



ファサード修景した個性的な店舗(まちづくり会社「夢のと」が運営するショップ)



珠洲駅跡地にバスターミナルを整備する計画がある



ラポルトすず
(珠洲市多目的ホール)



飯田町商店街



ショッピングプラザ シーサイド

(3)事業内容

商店街活性化のためには外客誘致が重要であり、観光商業への転換促進を図る必要がある。また、先述のわくわく広場と商店街は徒歩で行き来できることから、回遊性のある、歩いて楽しめるまちをつくること、そして、わくわく広場が、そのための核としての機能を果たせるような方策を考えていくことも必要である。

以上を実現するため、

- ・わくわく広場の運営計画立案
- ・個店のコンサルティング
- ・情報発信
- ・情報発信力強化
- ・実験事業の実施

が計画された。

わくわく広場については事業展開の方向性検討、個店のコンサルティングについては、個別店舗の今後の事業展開についての相談、アドバイスを実施するものである。情報発信については、情報発信力強化の前段階として、珠洲市及び飯田町商店街の対外的な情報発信を徹底的に行うことが必要であるため、ホームページの作成支援や全国メディアへの露出を図ろうとするものである。情報発信力強化については、前述コンサルティングの延長上にあるものとして、ネット等を活用し個別店舗の情報発信を強化するための支援を行う。実験事業の実施については、商店の魅力を高め、お客が増える実験事業を計画した。

その他、専門家等を交えた勉強会、講師を招聘したまちづくりセミナー等を実施している。

(4)現地委員会

①スケジュール

■日時

平成20年11月10日(月)

13:00～16:00 現地視察

飯田町商店街 ～ 交流施設建設予定地 ～ 珠洲駅跡地 ～ 珪
藻土製品加工場 ～ 里山里海自然学校 ～ 珠洲焼資料館 ～
ラポルトすず

16:15～18:20 第5回まちなか再生支援協力委員会

於：珠洲市 ラポルトすず 市民サロン

- 1) 開会(委員紹介)
- 2) ふるさと財団あいさつ
- 3) 珠洲市あいさつ
- 4) 珠洲市(プロデューサー・専門家)事業説明
 - i 珠洲市現況、事業概要説明
 - ii プロデュース事業報告
株式会社 グルーヴィー 高峰博保(プロデューサー)
- 5) 意見交換、委員提言
- 6) 閉会

■出席委員

福川委員(議長)、秋山委員、伊藤委員、大西委員、吉永委員

②現地視察

■現地視察ルート



ラポルトすず
(多目的ホール)

シーサイドショッピングプラザ
(商業施設)



③委員会発言要旨

■今残っている歴史的な建物(町家)を大切に、観光客をまちなかに取り込む工夫が必要である。

- ・ 珠洲周辺の自然は非常に豊かであり、様々な観光スポットもあるため、たくさんの人が訪れる。この人達が珠洲のまちなかにも来てくれるような構造をつくる必要がある。
- ・ 歴史的な町家が多くあるように感じた。残っている建物を大事にすることに力を注ぐべきである。建物が並んでいる必要はなく、点々と残っているものを大事にするべきである。
- ・ 町家の住み方が良く残っているので、正面だけでなく、奥行きのある活用の方法を考えるべきである。
- ・ 修景事業に取り組んだ店舗を放置しておくとう観光客は見つけることができない。マップに落とし込む等、点を線に変える工夫が必要である。
- ・ 店舗一つ一つに面白い歴史があることを、観光客に知らせる取り組みが必要であろう。
- ・ 観光客は情報を得るために、まず駅を探すものである。観光客に情報を提供できるようなまちなかの玄関を整備する必要がある。

■新しい交通システムの組み立てが必要である。

- ・ 交流拠点は珠洲の観光客の最大数を見込んで計画したようであるが、利用人数を予測して、データに裏打ちされた設計が必要であろう。
- ・ 広域交通システムをどのようにつくり上げ、その中で観光交通をどのように組み立てていくかが重要である。
- ・ 駅跡地に計画されているバスターミナルで情報を得た観光客が、まちなかを回遊できる交通システムの整備が必要である。

■商店街の店舗(空き店舗)を集約する必要がある。併せて商店街と旧珠洲駅跡地に計画されている物販施設を両立させる工夫が必要である。

- ・ 小売業の一人一人は弱いので、門前町のように人が集まる所に集合して店を出しているが、歯抜け状に空き店舗が増えていくと客足は遠のくものである。空き地・空き店舗もあるので、野菜屋のとなりに肉屋があるようなコンパクトなまちなかにすることが一つのテーマであろう。
- ・ 商店街のコンパクト化を推進するに当たり、民間では信用力が不足する場合もあるので、市・三セクの協力も必要である。
- ・ 道の駅の吸引力が強くなり、中心商店街の来客が少なくなるケースもある。物販施設を整備するに当たっては、その規模に注意する必要がある。

- ・物販施設で計画されているチャレンジショップは、将来の商店街の店舗構成を踏まえて、検討する必要があるだろう。

(5)事業成果

①わくわく広場の運営計画立案

数度にわたり運営検討会議を開催し、新たな事業に取り組むためのインキュベーション的な位置づけにするという方向性が見えてきている。運営については、地元住民により組合を設立してこれを行う予定としている。

そのほか、珠洲は能登杜氏のふるさととも言われているため、その後継者育成も兼ね、組合の事務所をここに移し、全国の酒を一堂に集め試飲販売を行えるような機能を持たせること等も検討されている。

- ・コンセプト設定：「珠洲での新たな事業の孵化器」
- ・事業主体の検討：新たな組合を設立して運営を担う
- ・事業構成の検討：実験ショップ（ホール）、直売市（回廊部分及び広場）、足湯等

②個店のコンサルティング

40店舗以上について、個別店舗の今後の事業展開等に関し、ヒアリング、アドバイスの提供を相当な頻度で行い、ネット販売の実現等に繋げた。

・成果例

らごら三和・・・祭関連商品を集約して販売する

女将さんの手づくり商品もコーナーを設ける

いろは書店・・・地域関連書籍等を集め、ネット等を活用して販売する

SHO-TATUS・・・ネットを活用して情報発信を継続する

今井商店・・・地域特産のわかめ、岩のり、しいたけなどのコーナーを充実させる

いずみや・・・前面のコーナーを買いやすい商品で構成

松田商店・・・魚を地方発送していることを分かりやすく表示（店の前面に宅配便の看板を設置）

ホビーつぼの・・・手づくりのパッチワーク等の販売

米田時計店・・・ネット販売していることを知らせる表示を店頭に掲示

③情報発信

雑誌に能登井、スイーツ等の情報が掲載された。これによる訪問客数の増加が期待される。また、ネット上で30店舗以上の紹介を行う等している。

◇全国媒体での発信

- ・内容・・・能登井とスイーツを柱に誘客を促進する
- ・媒体・・・東海じゃらん
- ・期待成果・東海北陸道を使つての珠洲への訪問の増加

◇ネットでの発信

- ・宿泊、飲食、買い物等に分類してネットで紹介（30店舗以上）

④情報発信力強化

ネットによる商品紹介やブログ、ホームページ準備の支援を行った。

- ・ブログ、ホームページ作成講座の開催(3回シリーズ)
- ・成果例

ネットでの商品紹介・・・いろは書店

ブログの復活・・・SHO-TATUS

ホームページの準備・・・シュークルグラス、カフェ・ドらんぷ

⑤実験事業の実施

集客効果を期待し、店内の一角を変えるディスプレイ・チャレンジ等を行った。

- ・ディスプレイチャレンジ（10店舗以上目標）
- ・まち歩きマップの作成（2月中旬予定）
- ・まち歩きの実験（2月22日、珠洲まるかじり）
- ・珠洲焼新作展（2月22日、珠洲まるかじり）

(6)来年度以降の取り組み

前記本年度の取り組みを深化させることに加え、店舗・住宅開発、および街並み整備の促進といったハード面、珠洲焼きの新たな活用等ソフト面での新プロジェクトが計画されている。

■来年度以降の目標

既存プロジェクト	新プロジェクト	
	ハード面	ソフト面
【わくわく広場の運営計画立案】 <ul style="list-style-type: none"> わくわく広場での事業展開が軌道に乗ること 	<ul style="list-style-type: none"> まち歩きが楽しくなる店づくりの促進 まちなかでの住宅開発（高齢者がメイン対象） 燈籠山まつりが似合う街並整備の促進 	<ul style="list-style-type: none"> ネットを活用した事業展開の促進 ホームページ作成サポート（継続的に行うことが重要） ブログでの発信サポート（継続的に行うことが重要） 二・七の朝市の充実（新たな店の開発） 中心市街地で楽しめる名物商品の発信（スイーツ、コロケ、寿司、丼、能登杜氏の酒、他） 新たな珠洲焼のまちなかでの活用
【個店のコンサルティング】 <ul style="list-style-type: none"> 観光商業やネットビジネスへの転換について、取り組みがスタートすでに実績をあげている商店も出てきており、継続する 		
【情報発信】 <ul style="list-style-type: none"> 国メディアを使っての情報発信を継続すること 		
【情報発信力の強化】 <ul style="list-style-type: none"> ネット等を活用し個別店舗の情報発信をサポートする 		
【実験事業の実施】 <ul style="list-style-type: none"> ディスプレイチャレンジ、まち歩きマップ、まち歩きイベントを継続実施する 		

(7)委員会レビュー

■個店のコンサルティング

- ・個別店舗の今後の事業展開に当たっては、スタート地点として通販の活用など身近な成功事例を引用する仕組みは効果的である。

■情報発信

- ・能登半島全体としての広域連携によるスケールメリットを活かすべきである。
- ・個別には大変な尽力をされているが、より大きなまとまりで情報発信力を強める仕掛けが必要である。

■再生の仕組み

- ・個々の取り組みは着実に進んでおり、全体としてのビジョンを示す時期にきている。

■今後の進め方

- ・既存の優れたハード（多目的ホールの『ラポルトすず』と『わくわく広場』間の連携・連続性の構築が急務である。最低限両施設間を歩かせる工夫が望まれる。また、輪島、金沢、能登空港など域外から市中心部へのアクセス見直しが必要である。

■総評

- ・広域で見た時のアクセスと地域の循環システムを有機的に結びつける工夫が必要である。
- ・『ラポルトすず』など、既存の立派なハードとの連携を図る必要がある。そうした立派な施設の近辺に、外からきたバスを止まらせれば来街者の驚きを誘うこともできるため、広域交通計画を見直す必要がある。
- ・来街者に対し、商店街としてどのように情報を発信していくのか、周囲の観光地とともに何をしていくかという点に留意する必要がある。
- ・既存の個店に対するコンサルティングは、即効性のある施策であるが、それを受け入れる地権者の土壌が必要であり、まち全体としてこれを受け入れる合意形成には時間がかかるものである。
- ・個人の土地で個人の経営判断で商売をする店の集合体である商店街の、個店の営業に介入するのは非常に労力のかかる仕事であり、抜本的な改善にはかなりの時間を要する。一方で町の衰退はどんどん進んでいくため、いかにスピードアップさせるかの本格的な議論が必要である。
- ・金沢大学との連携など文化性の高い事業は、長期的かつ広域からの集客に期待が持てる。このような事業を拡大できると、研究や仕事として来街者を増やすことが可能であろう。

- 鉄道が廃止になった原因を究明し、駅施設跡をバスターミナルにすることについて、駅の位置が「まち」の活動とマッチしていなかったのではないかという点も含め、再検討が必要である。交通拠点は、まちの活動の中心近くに設けることが、まちにとってもバス会社にとっても合理的である。
- 人口規模が小さいので、交通施設、商業施設、公益・行政施設などは極力集中させ、集客資源を有効に活用する必要がある。
- 隣接行政との連携による広域観光ルートづくりが、本地域の魅力アップに繋がる有効な施策であろう。
- 能登の紹介ミニコミ誌（マスコミではない。）を宿泊施設の備品に入れ、観光客に珠洲の良さをアピールすることなど、集客に貢献することを行う必要がある。その中で、隠れた特産品を探し出し、ミニコミに掲載する取り組みも必要である。

3-6 滋賀県長浜市（長浜市中心市街地）

(1)市の概況

長浜市は滋賀県の東北部に位置し、西は琵琶湖に面している。2006年は周辺2町と合併したこと、2007年に琵琶湖における市町境界が確定したことにより、市域が大きく拡大し、東西20.2km、南北23.3km、面積247.0k㎡を有する現在の姿となった。

道路は南北に北陸自動車道、国道8号、国道365号が通過しているとともに、JR北陸線の長浜駅は大阪・京都方面から来る新快速電車の終着点であり、名古屋市からは約60km圏域にあることから、京阪神や中京、北陸の経済圏域の結節点となっている。古くから北国街道の要衝として、商工業を中心に発展してきたが、中心市街地は時代とともに衰退し、一時は1時間の通行量が「人4人と犬1匹」と言われるほど疲弊した。しかしながら「黒壁」を中心とした中心市街地再生が成功し、現在では年間500万人以上が訪れる観光都市となっている。

市内には大型店として長浜駅前に平和堂が立地しているが、郊外にも国道8号を中心に店舗面積1万㎡を超える大型点が3つ出店している。

市内の主な開発として、駅前地区整備事業による長浜駅前の再整備や、旧市立病院跡を拠点的公共機能を導入する地区とする計画が進められている。

■人口

2005年国勢調査時点の長浜市の人口は約6万人であり(2006年に1市2町で合併したため2009年3月末で約8.5万人)、大津市の人口約30万人の1/5、彦根市の人口約11万人の1/2強の規模である。ただし、通勤通学率10%以上の市町村を都市圏と見立てて比較すれば、長浜都市圏は約20万人となり、大津都市圏約46万人の約1/2規模、彦根都市圏約26万人に迫る都市圏を構成している。

人口推移をみると、滋賀県全体は人口増で推移しており、長浜市においても漸増傾向にあり、過去5年間(2005年/2000年)の増減率は大津市の+4.7%には劣るものの、+3.5%と滋賀県全体の+2.8%よりも増加幅は大きい。また、都市圏でみると、長浜都市圏は長浜市単体よりも増加率は低いものの1985年以降増加を続けており、長浜市が支える形で都市圏人口を維持している。(表3-6-1参照)

将来推計人口(国立社会保障・人口問題研究所)によると2035年の人口は8.1万人で2005年人口の98.3%と微減に留まると推計されている。これは、全国平均を10%以上上回る数値であり、滋賀県平均よりも高い数値であることから、今後人口減少が市内経済に与える影響は少ないものと予測される。(表3-6-2参照)また、2035年の65歳以上人口比率も28.3%と、全国平均を5.4%、滋賀県平均を1.6%下回っており、高齢化の進展も緩やかだと予測されている。(表3-6-3参照)

昼夜間人口比(昼間人口/夜間人口)は1.09となっており、昼間は通勤・通学者による約5,000人の純流入が見られる。滋賀県全体で、大阪・京都に流出する昼間人口が多く1.00を割っている中で、長浜市では昼間人口が多いという特徴が見て取れる。(表3-6-4参照)

表3-6-1 人口推移

(単位:人)

	1985年	1990年	1995年	2000年	2005年	2005年 /2000年
滋賀県	1,155,844	1,222,411	1,287,005	1,342,832	1,380,361	102.8%
長浜都市圏	194,282	194,447	198,179	201,224	203,301	101.0%
長浜市	55,531	55,485	57,082	60,104	62,225	103.5%
大津都市圏	361,832	394,385	418,717	444,946	463,840	104.2%
大津市	234,551	260,018	276,332	288,240	301,672	104.7%
彦根都市圏	230,307	237,298	244,470	250,683	255,125	101.8%
彦根市	94,204	99,519	103,508	107,860	109,779	101.8%

(出典) 総務省統計局「国勢調査」各年

(注1) 過年は、2005年国勢調査の市町村境界に基づき組み替えた数値

(注2) 都市圏は、核都市への通勤通学率10%以上の市町村

表 3-6-2 将来推計人口

(単位:千人)

	2005年	2015年	2025年	2035年	2035年 ／2005年
全国	127,768	125,430	119,270	110,679	86.6%
滋賀県	1,380	1,406	1,388	1,341	97.2%
長浜市	83	84	83	81	98.3%

(出典) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の市町村別将来人口」(2008年12月推計)

(注1) 2008年12月1日現在の人口をもとに推計したもの

表 3-6-3 将来推計人口(65歳以上人口比率)

	2005年	2015年	2025年	2035年
全国	20.2%	26.9%	30.5%	33.7%
滋賀県	18.1%	24.0%	27.2%	29.9%
長浜市	20.0%	24.2%	26.1%	28.3%

(出典) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の市町村別将来人口」(2008年12月推計)

(注1) 2008年12月1日現在の人口をもとに推計したもの

表 3-6-4 昼夜間人口

(単位:人)

	昼間人口	夜間人口 (常住人口)	昼間人口 ／夜間人口
全国	—	127,767,994	—
滋賀県	1,327,275	1,380,361	0.96
長浜市	67,603	62,225	1.09
大津市	282,458	301,672	0.94
彦根市	110,992	109,779	1.01

(出典) 総務省統計局「国勢調査」(2005年)

■事業所・企業

長浜市の事業所数は、近年は減少しており、過去5年間（2006年／2001年）の増減率は-9.3%と、大津市が-3.3%の微減に留まる中、滋賀県平均の-6.0%を下回る数値となっている。しかしながら、従業員数は-1.2%に留まっており、事業所減少による人口流出の影響は少ないものとみられる。（表3-6-5参照）

表3-6-5 事業所数・従業者数

（単位：人）

	2001年		2006年		2006年／2001年	
	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数
滋賀県	61,941	610,733	58,197	608,478	94.0%	99.6%
長浜市	4,595	39,171	4,167	38,685	90.7%	98.8%
大津市	12,255	125,406	11,845	126,668	96.7%	101.0%
彦根市	5,284	51,220	4,964	50,783	93.9%	99.1%

（出典）総務省統計局「事業所・企業統計」（2001・2006年）

（注1）2001年分は、2006年調査の市町村境界に基づき組み替えた数値

■商業

長浜市の商業については、小売業年間商品販売額が2004年から2007年にかけて-4.55億円(-0.4%)とほぼ横ばいであるが、大津市や彦根市、滋賀県全体が増加しているのと反対の傾向にある。また、売場面積は+2.0万㎡(+15.9%)増加していることから、売場面積1㎡当たり販売額は700.2千円/㎡と、滋賀県平均の761.2千円/㎡を下回っており、オーバーストア化の進行が顕著である。

人口1人当たり販売額、小売吸引力は2004年から2007年にかけて大津市、彦根市が向上しているのにくらべ、長浜市はほぼ横ばいであるが、長浜市の2007年の人口1人当たり販売額は1,295千円、小売吸引力は1.336と依然として大津市、彦根市を超える高い水準を保っており商業環境には恵まれていると考えられる。(表3-6-6参照)

表3-6-6 小売業の状況

(単位:百万円、㎡、人、千円/㎡、千円/人)

	2004年					
	年間商品販売額	売場面積	住基台帳人口	売場面積1㎡当販売額	人口1人当販売額	小売吸引力
滋賀県	1,311,799	1,640,660	1,353,893	799.6	968.9	1.000
長浜市	104,852	128,685	79,800	814.8	1313.9	1.356
大津市	270,759	313,154	319,823	864.6	846.6	0.874
彦根市	130,281	164,732	107,101	790.9	1216.4	1.255

	2007年					
	年間商品販売額	売場面積	住基台帳人口	売場面積1㎡当販売額	人口1人当販売額	小売吸引力
滋賀県	1,360,774	1,787,735	1,371,577	761.2	992.1	1.000
長浜市	104,397	149,101	80,624	700.2	1294.9	1.336
大津市	279,619	361,881	325,413	772.7	859.3	0.887
彦根市	137,485	200,466	108,666	685.8	1265.2	1.306

(出典) 経済産業省調査統計部「商業統計表」(2004・2007年)

総務省自治行政局「住民基本台帳」(2004年3月31日現在・2007年3月31日現在)

(注1) 2004年分は、2007年調査の市町村境界に基づき組み替えた数値

(注2) ※印は一部の合併市町村のデータが秘匿等の理由により含まれていないことを示す

(注3) 小売吸引力は各市の人口1人当販売額を県平均で除したもの

(2)対象地区の概況

対象地区は長浜駅から長浜市役所まで東西に延びるシンボルロード周辺一帯であり、地区内には京町家の流れをくむ伝統的様式の町家や商家が数多く残されている。大通寺の門前町や北国街道の宿場町、近代化に繋がる明治時代の各種面影も有し、多くの歴史的・文化的資源、景観資源がある。また、黒壁スクエアの一帯には商店街が拡がり、本市全体の小売商業商店数の4割以上が集積するほか、京阪神や中京、北陸を結ぶJR長浜駅や湖北地域の各地域拠点を結ぶバス路線としての発着機能を有するバスターミナル、市役所、商工会議所、国の地方機関といった公共公益施設も集積している。

長浜市は昭和59年に「長浜市博物館都市構想」を策定、歴史文化遺産を活かしながら、市民が美しく住むことを基本理念とし、歴史と文化を活かした商業観光を展開し、中心市街地と郊外型の大型ショッピングセンターとの差別化を図ってきた。また、第三セクターである株式会社黒壁を中心に、ガラス工芸文化をベースとした商業観光の育成と既存商店街の活力再生の取り組みが行われてきた。

ただし、中心市街地についてはこの約30年間に人口が約1万6,000人から約1万人へと大きく減少が進み、高齢化率も高まっている。小売の吸引力も低下する中、株式会社黒壁が手がけ観光の牽引役となっていた黒壁ガラス館の入場者数も伸び悩みはじめた。また商業観光化の弊害として、次々と外部から参入してくる観光客向けの店の中には、まちづくりの理念に合致しない店舗も増えてきており、まちの統一性といった観点からも課題が生じている。

ハード系の課題としては、増えつつある空き家・空き地への対策、景観に合わないマンション建設への対策等があるほか、駅前広場の整備、公共・公益施設の機能整備も必要とされている。

2008年には中心市街地活性化協議会が設けられ、「駅周辺整備部会」、「交流人口拡大部会」、「まちなか居住部会」の三部会において具体的な検討が進められている。

■対象地区概況図



歴史的な町並みが残る旧北国街道沿い



大通寺本堂
重要文化財。安土桃山時代の建築様式を伝える



長浜市役所東別館
本庁舎の移転計画がある



長浜駅前
駅周辺の整備計画がある



黒壁ガラス館
明治33年建設の百十三銀行建物を利用



大手門通り

(3)事業内容

合併により市域が拡大したなか、湖北地域の中心でもある中心市街地の継続的な活力の再生が強く求められており、第三セクター黒壁を基軸にした持続的、先進的なまちづくり、市民力によるまちづくりをなお一層推進することにより、「交流人口の拡大」や「まちなか居住の促進」を「都市機能の強化」とあわせて総合的、一体的に実施していく必要性から、2007年度において策定した「長浜市中心市街地活性化基本計画」に基づき実施計画を策定し、まちなか再生を推進していくものである。

具体的には、基本計画に基づく、「交流人口拡大」「まちなか居住」「まちづくり会社の設立」について、空間デザイン作成、事業スキーム、資金計画等を含めた事業実施計画の策定を行う。

なお、これらは商業活性化事業と都市基盤整備事業とによるまちづくり総合再生として実施される。すなわち、長浜らしいまちづくりを実現するための「博物館都市構想 ステージⅡ」として、駅周辺再開発プロジェクト、および、公共公益ゾーン再開発プロジェクトと合わせて実施される。

駅周辺再開発プロジェクトについては、伊吹山が美しく見えるといった、長浜らしい開発を行おうと、部会で検討されている。また、公共公益ゾーン再開発プロジェクトについては、市役所の老朽化を踏まえ、新しい建物の在り方、あるいは、現存する庁舎の活用について、市民とともにワークショップにて検討が進められているところである。

(4)現地委員会

①スケジュール

■日時

平成20年12月3日(水)

13:00～15:00 現地視察

JR 長浜駅前 ～ 黒壁美術館 ～ 黒壁ガラス館 ～ 曳山博物館
館 ～ まち家横町 ～ 長浜御坊大通寺 ～ 新庁舎予定地 ～
長浜市役所

15:30～18:00 第6回まちなか再生支援協力委員会

於：長浜市役所本館3階 第一会議室

- 1) 開会(委員紹介)
- 2) ふるさと財団あいさつ
- 3) 長浜市あいさつ
- 4) 長浜市(プロデューサー・専門家)事業説明
 - i 長浜市現況、事業概要説明
 - ii プロデュース事業報告
株式会社 まちづくりカンパニー・シープネットワーク
代表取締役 西郷真理子(プロデューサー)
千葉大学大学院 工学研究科 教授 福川裕一
- 5) 意見交換、委員提言
- 6) 閉会

■出席委員

松島委員長(議長)、秋山委員、伊藤委員、大西委員、梶浦委員、辻田委員、服部委員、
西郷委員(プロデューサーとして出席)、福川委員(専門家として出席)

②現地視察

■現地視察ルート



③委員会発言要旨

■まちなか居住促進のために、どのような人に住んでもらうかと観光客と居住のバランスを考える必要がある。

- ・まちなかは数年前から徐々に人が住みにくい環境になってきている。それは、気軽に外食できる店や日用品が買える店など、生活に必要な機能が少なくなっていることによるので、もう一度、なくなった機能を取り戻す取り組みが必要である。
- ・職住近接を考えると、表で商売をやり、裏で住むという昔の町家に戻ってくる。そのような「商いながら住む」という実例に着目し、まちなか居住を進める必要がある。
- ・まちなかに住む人がどのような人なのかによって、人の動きは変わってくる。まちなかで商売をする人なのか、郊外に仕事がある人なのかといったシナリオを描いておく必要がある。
- ・従来からの住人と新しい住人との間に軋轢が生じた結果、前者が出ていってしまうこともあるため、居住者のルールづくりなどソフト面での配慮も重要である。
- ・仕事がなければ居住者は減り、空き家・空き店舗は増える。観光でお金が落ちる仕組みをつくることも必要である。

■どのようにまちに来て、どこをどう歩かせるかという、観光ルートのコセプトが必要である。

- ・歩かせるまちということを外部に対してアピールするためには、まちなかに、車の速度規制、一方通行、休日の進入禁止などのエリアを設けるといった検討が必要であろう。
- ・船と電車を接続するなど、長浜港を有効に活用することを検討する必要がある。
- ・鉄道で来訪する人のために、他都市の事例を参考にしながら、バリアフリー化への早急な取り組みが必要であろう。

■観光客向けのニセモノのまちにならないよう、店舗やターゲットとする来街者の選別を行う時期にきている。

- ・ガラスを中心としたまちづくりを図っている一面があるが、今後はリピーターを確保できなくなる恐れがある。大通寺の参道などで、違う角度での店揃えを検討する必要がある。
- ・全国的に団体観光客は減少傾向にある。日帰り観光客の多くが観光バスで来ているという現状を念頭においた取り組みが必要である。
- ・観光客数や交通手段など、観光客の動向調査を行う必要がある。観光バスで来る客と鉄道で来る客では、巡回ルート、滞留時間、客質が異なる。観光バス以外で来訪する観光客のための戦略づくりも必要であろう。

- ・今の長浜は観光客向けの土産物屋が増えているが、居住者が必要とするものを扱う店は観光客にも受け入れられるものである。そのような店をどのように増やしていくかが課題であろう。
- ・まちの中心部に車を入れない、団体観光客は受け入れないなどという思い切った取り組みを検討する必要があるだろう。京阪神から近く立地がよいので、このような取り組みも成功するのであろう。

■3つの計画(駅周辺プロジェクト・庁舎のあり方プロジェクト・まちなか再生プロジェクト)は独立しておらず、それぞれが絡んでいることを頭に入れながら考えていく必要がある。

- ・基本計画の段階では、都市を広域的にとらえて人の動きや都市の機能を検討し、その上で、具体的な事業を行うことが重要である。
- ・駅の二重デッキ計画は、通行量を分断して寂しい通りを2つ作ることになる。平面交差でも安全が確保できる可能性があるので、慎重に検討する必要があるだろう。
- ・庁舎の跡地は、すぐに何か作るのではなく、他のプロジェクトとの関係を念頭において、何が必要か検討すべきである。

(5)事業成果

①交流人口拡大・まちなか居住

まちの魅力を高め、交流人口拡大の一助にするとともに、現存する歴史的な建物(群)を活用する方策の一つとして、中庭をコモンテラスとして再生することを検討し、複数の地区を具体的な検討対象とした。

また、町家再生としては、住宅用途だけでなく、居住機能をもつ施設としての再生も念頭に置かれており、後者については、既に旅館として再生された事例がある。現在、大通寺西エリア（空き家の活用、あるいは、空き地に新しく施設を建設する等が検討されている）、北国街道・黒壁スクエア周辺エリア（商業面だけでなくモノづくりにも注目し、所有と運営を分ける仕組みが進められている）、八幡宮周辺エリア（クラフトゾーンが検討されている）、ほか、シンボルロード沿線、北国街道・宿場南端、郊外条理ブロックを対象に、各種の検討が進められている。

事業スキームとしては、まちづくり会社が定期借地権を設定し、事業の統一的マネジメントを行うとともに、TMK（コミュニティ投資会社）としても機能させる形が検討されている。

②まちづくり会社の検討

まちづくり会社検討のため、基本計画策定委員会とまちづくり協議会が動き出している。設立形態については、三セク等によりまちづくり会社を新設する方法や、既存の会社をまちづくり会社として位置づける方法等が考えられ、現在検討が進められている。

また、まちづくり会社は、エリアマネジメント会社として機能を発揮するだけでなく、商業開発、コミュニティビジネス、公共公益ゾーンの開発も手がけることができる可能性があり、期待される。

(6)来年度以降の取り組み

町家再生、空き地へのハード建設等、具体的な事業を進める予定である。

今年度、本事業で全体の事業手法が決まったため、それに基づき、随時事業を進めていく予定である。

(7)委員会レビュー

■町家再生、まちづくり会社・スキームの検討

- ・黒壁、まちづくり役場など個々のプロジェクトは成功しているものの、まち全体としては『合成の誤謬』が起きており、当地の現状を関係者間で共有する必要がある。そのためにはデータに基づく現状分析が有効である。

■再生の仕組み

- ・町家再生及びまちづくり会社などの組織づくりの双方について、既に事例・ノウハウともに豊富な地域であるため、今後は大きな方向性及び既存組織間の整理が求められる。また、商業観光推進は特段の工夫が無くとも外部参入が期待できるが、これにより喪失または希薄化している“生活の場”“ほんもの感”の再生・維持については行政のサポートが必要である。

■今後の進め方

- ・民民の合意形成、官民の合意形成に十分時間をとって計画を遂行する必要がある。
- ・まちづくりビジョンに関して、従来のまちなか居住者と新規入居者の意識の把握と啓蒙が鍵となる。庁舎跡地活用など大規模プロジェクトについては、黒壁地区の延長線上ではなく、全市的課題に根ざした発想での活用策が求められる。

■総評

- ・まちは、生活の場でもあるという点を認識し、観光面と両立させながら発展させる必要がある。本物感や暮らしの場との両立については行政のサポートも必要である。
- ・観光資源を既に有している長浜市は、合理的なまちの運営の仕組みを作り上げれば、継続可能なまちづくりのモデルケースになり得る。観光都市として継続可能なまちづくりを推進するのか、地域居住者をベースに取り組むのかを今後検討する必要がある。
- ・商業流通だけでは「まち」の個性が出しにくい時代になっており、長浜中心街のチャームポイントに疲れが見え始めている。
- ・周辺に分散している歴史上の遺跡・文化施設などとの結びつけや新しい産業の追加が、中心街の発展のために不可欠であろう。
- ・琵琶湖周辺の特産品、信楽焼など長浜商人が商っていたような物品を扱う店をまちなかに置くことも効果的であろう。
- ・既存のまちのよさは、低層建物の集積によるものであり、今後も建築規制によりその良さを生かすとともに、低層かつ質の高い住宅を集積する取り組みが必要である。

3-7 岩手県盛岡市（肴町・中ノ橋通・八幡町地区）

(1)市の概況

盛岡市は岩手県の内陸中心部に位置する。2006年に隣接する玉山村と合併し、南北40.7km、東西45.6km、面積886.5k㎡を有する現在の姿となった。

道路は南北に東北自動車道、国道4号が通過しているとともに、盛岡市中心部から放射状に国道46号、455号、106号が広がっている。JR盛岡駅は東北新幹線の整備により急速な都市化が進み、北東北での拠点性が高まった。

岩手県の県庁所在地であり政治、経済、教育、文化など多くの都市機能において、岩手県の中心的な位置を占めているとともに、盛岡駅から盛岡城跡公園、盛岡バスセンターに至る形で商業施設が集積しており、大型店として川徳百貨店、中三百貨店、旧ダイエー盛岡店の後継ショッピングセンターMOSSが立地する。

市内の主な開発として、盛岡駅周辺の整備が続いており、旧国鉄盛岡工場用地を再開発した盛岡駅西口地区の、地域交流センター・県立図書館の立地に加えて、大手ビジネスホテルや立体駐車場、タワーマンションの進出など、土地利用が進展している。

■人口

2005年国勢調査時点の盛岡市の人口は約29万人であり、岩手県内最大の都市である。県内第2位の一関市と比較しても2倍以上の規模となっている。また、通勤通学率10%以上の市町村を都市圏と見立てて比較すれば、盛岡都市圏は約50万人となり、岩手県全人口の1/3以上を含む都市圏を構成している。

人口推移をみると、岩手県全体が1985年以降漸減傾向にある中で、盛岡市においては2000年までは増加しており、過去5年間（2005年／2000年）の増減率も-0.6%と微減に留まっている。都市圏でも同様に、他の都市圏が減少する中、盛岡都市圏は2000年まで増加を続けており、盛岡市への集中が進んでいる。（表3-7-1参照）

将来推計人口（国立社会保障・人口問題研究所）によると2035年の人口は24.7万人で2005年人口の82.2%にまで減少されると推計されている。これは、岩手県平均を上回っているものの全国平均を約4%下回る数値であり、今後は人口減少が市内経済に大きな影響を与えることが予測される。（表3-7-2参照）また、2035年の65歳以上人口比率も34.5%と、岩手県平均を下回っているものの全国平均を上回る数値である。2005年時点では全国平均を下回っていることから、全国平均を上回るペースで高齢化が進展するものと予測されている。（表3-7-3参照）

昼夜間人口比（昼間人口／夜間人口）は1.06となっており、昼間は通勤・通学者による約1万7,000人の純流入が見られる。これは、県内の他の都市よりも高く、昼間人口が多いという特徴が見て取れる。（表3-7-4参照）

表3-7-1 人口推移

（単位：人）

	1985年	1990年	1995年	2000年	2005年	2005年 ／2000年
岩手県	1,433,611	1,416,928	1,419,505	1,416,180	1,385,041	97.8%
盛岡都市圏	461,286	473,059	489,212	502,295	500,791	99.7%
盛岡市	272,776	278,497	286,478	288,843	287,192	99.4%
宮古都市圏	101,626	95,463	91,606	88,200	83,730	94.9%
宮古市	71,935	68,091	65,480	63,223	60,250	95.3%
一関都市圏	161,347	159,897	158,780	155,169	149,496	96.3%
一関市	134,848	133,747	133,138	130,373	125,818	96.5%

（出典）総務省統計局「国勢調査」各年

（注1）過年は、2005年国勢調査の市町村境界に基づき組み替えた数値

（注2）都市圏は、核都市への通勤通学率10%以上の市町村

表 3-7-2 将来推計人口

(単位:千人)

	2005年	2015年	2025年	2035年	2035年 ／2005年
全国	127,768	125,430	119,270	110,679	86.6%
岩手県	1,385	1,292	1,170	1,040	75.1%
盛岡市	301	291	272	247	82.2%

(出典) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の市町村別将来人口」(2008年12月推計)

(注1) 2008年12月1日現在の人口をもとに推計したもの

表 3-7-3 将来推計人口(65歳以上人口比率)

	2005年	2015年	2025年	2035年
全国	20.2%	26.9%	30.5%	33.7%
岩手県	24.6%	30.3%	35.0%	37.5%
盛岡市	18.9%	25.5%	30.7%	34.5%

(出典) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の市町村別将来人口」(2008年12月推計)

(注1) 2008年12月1日現在の人口をもとに推計したもの

表 3-7-4 昼夜間人口

(単位:人)

	昼間人口	夜間人口 (常住人口)	昼間人口 ／夜間人口
全国	—	127,767,994	—
岩手県	1,377,316	1,385,041	0.99
盛岡市	304,418	287,192	1.06
宮古市	61,410	60,250	1.02
一関市	127,117	125,818	1.01

(出典) 総務省統計局「国勢調査」(2005年)

■事業所・企業

盛岡市の事業所数は、第三次産業を中心に立地しており、過去5年間（2006年／2001年）の増減率は-5.3%と岩手県平均とほぼ同じ減少率となっている。しかしながら、従業員数は宮古市や一関市では大きく減少する中で-1.6%に留まっており、事業所数減少の影響は少ないものと考えられる。県内の従業者数の1/4以上が盛岡市に集中しており、その傾向が高まっている。（表3-7-5参照）

表 3-7-5 事業所数・従業者数

（単位：人）

	2001年		2006年		2006年／2001年	
	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数
岩手県	72,456	629,454	68,767	600,029	94.9%	95.3%
盛岡市	16,645	160,770	15,757	158,123	94.7%	98.4%
宮古市	3,507	26,823	3,213	24,070	91.6%	89.7%
一関市	6,559	57,968	6,091	53,394	92.9%	92.1%

（出典）総務省統計局「事業所・企業統計」（2001・2006年）

（注1）2001年分は、2006年調査の市町村境界に基づき組み替えた数値

■商業

盛岡市の商業については、小売業年間商品販売額が2004年から2007年にかけて-311.4億円(-7.8%)と大きく減少しており、岩手県全体と同様の傾向にある。一方で、売場面積は+3.9万㎡(+8.9%)と大きく増加しており、これは2004年から2007年にかけて郊外型大規模小売店舗が33店舗から59店舗へ増加した結果とみられる。そのため、売場面積1㎡当たり販売額は140千円、率にして-18.1%と岩手県平均と比較しても大きく減少しており、人口が集中する盛岡市に出店が進む一方で、全体の販売額は低下するなどオーバーストア化が加速している。

人口1人当たり販売額、小売吸引力は2004年から2007年にかけて低下傾向にあるが、盛岡市の2007年の人口1人当たり販売額、小売吸引力は1,249千円、1.280と依然として県内で高い水準を保持しており商圈には恵まれていると考えられる。(表3-7-6参照)

表3-7-6 小売業の状況 (単位:百万円、㎡、人、千円/㎡、千円/人)

	2004年					
	年間商品販売額	売場面積	住基台帳人口	売場面積1㎡当販売額	人口1人当販売額	小売吸引力
岩手県	1,371,626	1,756,815	1,405,060	780.7	976.2	1.000
盛岡市	397,785	435,498	295,523	913.4	1346.0	1.379
宮古市	62,235	73,043	58,263	852.0	1068.2	1.094
一関市	113,024	159,465	121,553	708.8	929.8	0.952

	2007年					
	年間商品販売額	売場面積	住基台帳人口	売場面積1㎡当販売額	人口1人当販売額	小売吸引力
岩手県	1,319,816	1,827,616	1,377,666	722.2	958.0	1.000
盛岡市	366,645	474,246	293,537	773.1	1249.1	1.280
宮古市	63,460	66,168	59,687	959.1	1063.2	1.089
一関市	103,174	173,828	124,707	593.5	827.3	0.847

(出典) 経済産業省調査統計部「商業統計表」(2004・2007年)

総務省自治行政局「住民基本台帳」(2004年3月31日現在・2007年3月31日現在)

(注1) 2004年分は、2007年調査の市町村境界に基づき組み替えた数値

(注2) ※印は一部の合併市町村のデータが秘匿等の理由により含まれていないことを示す

(注3) 小売吸引力は各市の人口1人当販売額を県平均で除したもの

(2)対象地区の概況

対象地区は、県庁、市役所等官庁街の横を流れる中津川にかかる中ノ橋を渡った先の地域一帯である。藩政時代からのまちの中心市街地であり、日中はオフィスビル街としても賑わいをみせる。

大きく、中ノ橋を渡りバスセンターに至る中ノ橋通商店街地域、その通りとT字型に接する全蓋アーケードを有する肴町商店街地域、肴町商店街から東方に向い八幡宮神社に至る八幡町地域の、3地域から構成されている。

中ノ橋通には、明治から昭和初期の金融関係の保存建築物が多い。また、バスセンターを有し、公共交通の拠点となっている。

肴町商店街は、全長 365m、約 80 店舗の多様な店舗で構成される全蓋アーケード、ホットラインサカナチョウを有する。商店街の青年部が活発に活動しており、彼らが積極的に展開しているホットラインサカナチョウ内でのイベント活動は、「がんばる商店街 77 選」(2006 年)に選ばれている。来街者は近隣地区の高齢者が多い。

八幡町通には夜間営業の飲食店が多く、廃業等により店舗の連続性も欠けているため、日中のまちの魅力に乏しい。しかし、古いまち並みが残っており、チャグチャグ馬コ、盛岡秋祭りなどの伝統行事の舞台となる通りである。

対象地区は盛岡市内で最も賑わいをもつ商店街であったが、飲食街の衰退、郊外大規模ショッピングセンターの出店などにより、若年層よりも高齢者の来訪が多い町となっている。また、中ノ橋通商店街と肴町商店街は百貨店を核店舗とした商店街を形成しているが、近年、郊外に大規模小売店舗が出店し、核店舗の百貨店を含め、販売額、来街者の減少で商店街の衰退が顕在化してきている。

盛岡市肴町、中ノ橋地区を中心とした地域では、これまでに民間の力により次のような取り組みが行われてきた。

- 「盛岡市肴町商店街振興組合青年部(4S会)」を結成し、商店街の全蓋アーケード「ホットラインサカナチョウ」を完成させた。
- 中ノ橋地区に優良再開発ビル(中ノ橋 106 ビル)や多機能交流センター(プラザおでって)、ホテルの建設などを実現させた。
- 官民一体の「盛岡まちづくり株式会社」を立ち上げ、「まちづくり合同研修会」、「河南地区暮らし・にぎわい再生事業」などに取り組んできた。
- 肴町アーケード街隣接地に「高齢者複合居住施設」を建設した。

なお、当該地域では肴町4番地区再開発事業(居住施設、駐車場、商業施設、まちなか博物館、公開空地を設け、八幡宮、肴町、中津川までの一体的な流れをつくる)、中ノ橋通一丁目プロジェクト事業(居住機能を併せもった百貨店に改装することにより、商業施設の魅力向上と居住者の増加を図る)、バスセンター周辺地区再整備事業(老朽化したバスセンターの再整備により、近隣、広域からの来街者の増加と肴町界隈での回遊性を図る)など、中心市街地活性化基本計画の主要事業が予定されている

■対象地区概況図



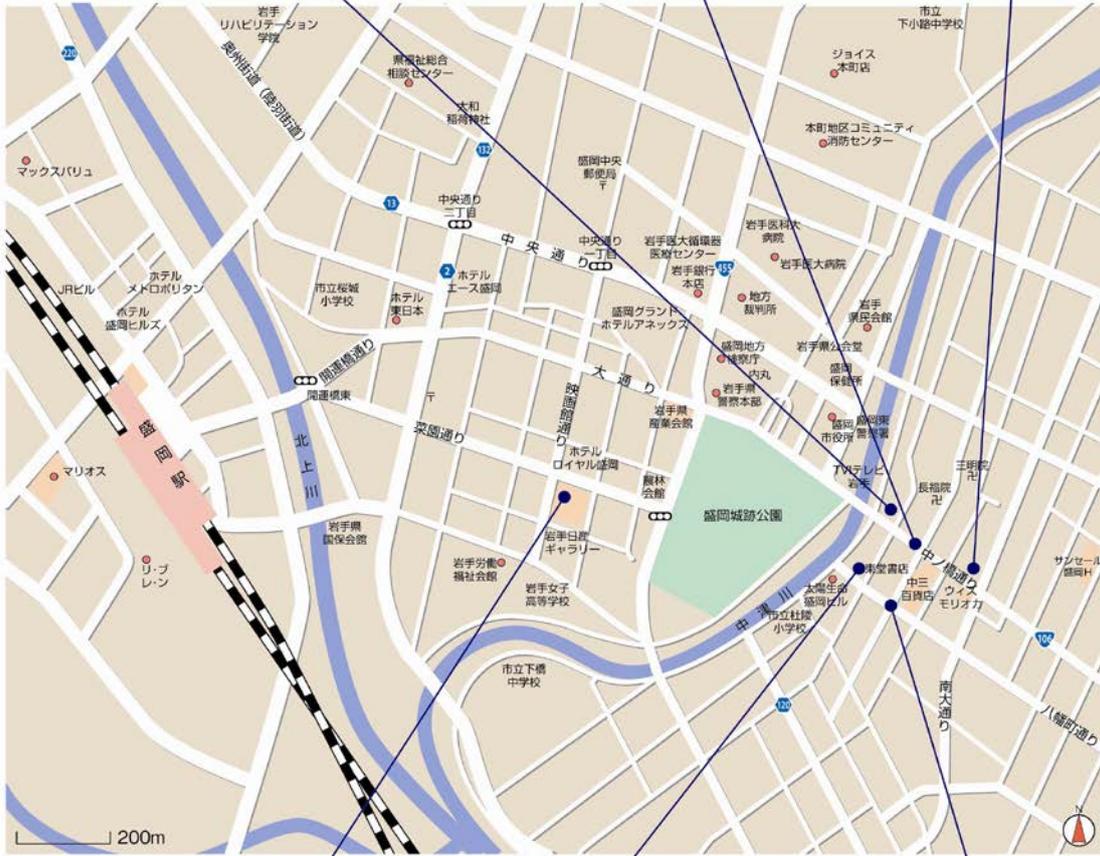
岩手銀行中ノ橋支店
(岩手銀行日本店本館)



中ノ橋通



建て替え計画がある盛岡バス
センターの内部



川徳百貨店
創業 1866年の老舗



もりおか啄木・賢治青春館
(旧第九十銀行本店本館)



ホットラインサカナチョウ
(肴町商店街)

(3)事業内容

現在、対象地区では平面駐車場となっている地区に立体駐車場と1階に商業施設等有する高層マンションの建設が計画されており、駐車場の整備や新たな商業施設による、来街者の増加やマンション入居による居住人口の増加が見込まれている。また、中ノ橋通にある老朽化した既存バスセンターの建替等再整備事業が計画されていることから、公共交通の拠点整備による利用者の増加が見込まれる状況を活かし、中心市街地活性化基本計画と連携した既存商店街の賑わいの回復や回遊性を高めるまちづくり、若年層も高齢者層も快適に居住し、ショッピングも楽しめ、伝統文化にも触れることもできる空間づくりを検討するものである。

また、持続的なまちづくり活動が行えるようにするため、地域住民や商店街から自主的にまちづくりを考え実行する人材の養成、個店・一商店街という単位から相互連携によるまちづくりを行っていく人材のネットワーク構築、デザインコード（素案）の作成に取り組むことも必要である。

以上を実現するため、

- ・ 市民意識調査
- ・ デザインコードづくりをめざした地域学習会
- ・ デザインコードづくりのためのワークショップ
- ・ 地区住民への広報活動

が計画された。

市民の生活ニーズと都市の諸施設との関係や、市民のまちなかに対するニーズを知るための市民意識調査を実施するとともに、デザインコードの作成を通じて住民自らがまちづくりの規範を考える過程で、現状の問題、必要な対処法、実現するための手段を学び、自主的にまちづくりの行うことのできる基盤を整えるため、専門家等による「まちづくり」に関する学習会の開催と「まちづくり」に関するワークショップを通じ、人材の養成やネットワークを構築するものである。また、地域配布ちらしの作成・配布や、エリア情報紙の発行を通じて、地区住民への広報活動を行うものである。

(4)現地委員会

①スケジュール

■日時

平成21年1月16日(金)

9:30～12:00 現地視察

マリオス ～ 映画館通り ～ 川徳百貨店 ～ 八幡町通り ～
中ノ橋通(商店街) ～ 岩手銀行中ノ橋支店(岩手銀行旧本店)
～ 盛岡バスセンター ～ 中三百貨店 ～ ホットラインサカナ
チョウ(肴町商店街) ～ 啄木・賢治青春館(旧九十銀行本店本
館) ～ プラザおでって

13:00～15:15 第7回まちなか再生支援協力委員会

於：盛岡市 プラザおでって 3階大会議室

- 1) 開会(委員紹介)
- 2) ふるさと財団あいさつ
- 3) 盛岡市あいさつ
- 4) 盛岡市(プロデューサー・専門家)事業説明
 - i 盛岡市現況、事業概要説明
 - ii プロデュース事業報告
株式会社アスク 浅井敏博(プロデューサー)
- 5) 意見交換、委員提言
- 6) 閉会

■出席委員

松島委員長(議長)、服部委員、梶浦委員、福川委員、大西委員、辻田委員、吉永委員、
西郷委員(専門家として出席)

②現地視察

■現地視察ルート



③委員会発言要旨

■ハレの場としての商店街と、ケ(近所の住民のため)の商店街の関係を整理する時期がきている。

- ・中心商店街ではなく、近隣型商店街という発想が必要であろう。生活者が日常的に買い物をできる商店街があってもよいという発想がなければ、活性化は難しいであろう。
- ・どこのエリアを本当のハレの場にするのかを、時代の流れに伴う変化を踏まえて整理する必要がある。
- ・当地中心市街地の人口・世帯は微増傾向にあるため、広域からの集客による中心商店街としての活性化ではなく、近隣型商店街として中心部の人口増を図るという発想の転換も必要であろう。ただし、高齢者が増える可能性が高いので、医療、福祉のバックアップも必要である。
- ・近隣型商店街を推進するに当たっては、住宅を供給することも必要であろう。優良な住宅を供給し、商店街に品質の良いものを揃えることで、住宅地としてのイメージを高めることが重要である。

■まちなかにどのように居住してもらうかを考える必要がある。ただし、高齢者だけというよ
うな、純化させたまちづくりをしてはいけない。

- ・老、壮、若が混住する都市機能をいかにつくっていくかが重要である。
- ・住宅価格が高い中心部においては、賃貸物件を加えるなど、若者居住を促進させる工夫が必要である。その場合、高齢者の居住が増えたとしても、高齢者を対象とした商売が成り立てば雇用が発生し、若者居住にもつながるものである。

■デザインコード、地区計画、プロジェクトに順番をつけずに並行し、居住・商業八方睨み
で進めていく必要がある。

- ・バスセンターの建て替えに関しては、高容積な建物ではなく、規模を小さくして、身の丈でやっていくことが大切である。ただし、集客力が落ちるので周辺と一帯として計画する必要がある。
- ・各地域の特性を活かしてデザインコードを作っていくべきである。地区計画とデザインコードは、それぞれをフィードバックさせながら進めていくものである。何をやりたいか、どういう空間・場所をつくりたいかを最初に考え、それを実現するためのデザインコード、それを実現するための地区計画、それを実現するためのプロジェクトとして考えていく必要がある。

■その他

- ・百貨店を建て替える場合は、現在地で行うと工事期間中に商店街がダメージを受け

るものである。隣接地を開発して移転するなど、閉店期間を短くする工夫が必要である。

- ・長い距離を歩いて買い物をするのではなく、目的の店に行って、目的のものを買うというように消費者の購買行動が変わってきている。消費者の変化や購買心理をとらえて、まちづくりや商業施設づくりを考える必要がある。
- ・素晴らしい城や公園という魅力ある自然のオープンスペースを活用する必要がある。歴史や文化を感じさせる古い建物についても活かす仕組み作りをしていかないと、単なるニュータウンになってしまい、魅力も喪失してしまうであろう。

(5)事業成果

①市民意識調査

県立大学高嶋准教授の研究室の協力により、20歳以上の市内居住者1,500名に対して、まちなか居住に関する意識や現在の生活ニーズに関するアンケートを実施した。調査票は11月中旬に送付し、現在、集計・分析中である。

②地域学習会の開催

まちづくりに関する地域住民のコンセンサスを形成することを目的に、計3回の学習会を開催した。対象者は地区の住民や商店主、地権者などである。具体的な実施状況は下記の通りである。

◇第1回地域学習会 2008年9月18日(木)

- ・参加者約100名
- ・テーマ：「中心市街地活性化とは?」「デザインコードとは?」
- ・講師：今野裕美氏(東北経済産業局)、西郷真理子氏(専門家)

◇第2回地域学習会 2008年10月21日(火)

- ・参加者約40名
- ・テーマ：「この地域の歴史を確認しよう」
- ・講師：渡辺敏男氏、中村孝幸氏、佐々木健二氏

◇第3回地域学習会 2008年11月19日(水)

- ・参加者約50名
- ・テーマ：「この地域をどんなまちにしていいたらよいか」
- ・講師：伊藤孝治氏

③ワークショップの開催

人材養成と、まちの目標づくりをめざすことを目的に、計3回のワークショップを開催した。対象者は地区の住民や商店主、地権者である。

具体的な実施状況は下記の通りである。

◇第1回 2008年10月21日(火)

- ・参加者約40名
- ・テーマ：「自分の地区は、どんなところ？ よいところ、課題など」

◇第2回 2008年12月18日(木)

- ・参加者約30名
- ・テーマ：「目標に向かって考えよう」

◇第3回 2009年1月20日(火)

- ・参加者約30名
- ・テーマ：「盛岡の都市の特性を活かしたまちづくりに向かって」

④地区住民への広報活動

活動パンフレット「肴八中まちなかNEWS」を作成し、第1号は対象3地区の全世帯に、第2号は河南地域全体に配布した。

なお、本事業を実施した結果、まちづくりに関する人材養成（商店街の青年部、飲食店街の経営者、デパートの店員、町内会の役員、市役所の職員など多様な階層の人々が多く参加し、まちづくりの気運が高まった）、まちづくりネットワークの基礎固め（建築士、デベロッパー、金融、大学教授等、専門家のネットワークが広がった）、目指すべきまちづくりの目標の検討（まちの歴史を学び、どの時代の特徴を掘り起こし、まちづくりの目標にするのかの、方向性が定まりつつある）が、促進・醸成された。

(6)来年度以降の取り組み

本年度実施した事業により、住民のまちづくりに関する気運が非常に高まったため、今後これを継続し、まちづくり人材の育成、ネットワークの構築を進めていくほか、ソフト面での新たな取り組みも開始する予定である。

■来年度以降の目標

既存プロジェクト	新プロジェクト	
	ハード面	ソフト面
<ul style="list-style-type: none">• 専門家等による地域学習会で地域住民や商店街の人達に「まちづくり」に関する情報提供を行う。• 「まちづくり」興味を持つ人材によるワークショップで「まちづくり」の方向性の検討やデザインコードを作成する。• デザインコード作成の過程で、各地区のまちづくりの人材のネットワークを構築し、相互連携の「まちづくり」が可能となる体制を整える。• 地域学習会、ワークショップでの内容に関し、かわら版的な情報誌を作成し、対象地域に配布することにより、自主的な「まちづくり」の機運を高める。	—	<ul style="list-style-type: none">• まちづくりの中心的役割を担う人材の確保• デザインコード素案のブラッシュアップ• 実現可能性の検討、地域のコンセンサスの形成

(7)委員会レビュー

■個々のプロジェクト

- ・当該事業を市が主導して行くためには、まずは大きな再生ビジョンを示すべきである。民間主導の場合は、市は、NPO、商店街青年部など個々の団体の活動をバックアップする必要がある。

■今後の進め方

- ・市のまちづくりビジョンの中で、広範な中心市街地における肴町周辺地区の位置付け（①観光客も含めた域外からの来街者を惹き付ける“盛岡市の顔”、②都心回帰により増加しつつある近隣住民向けの生活の場、③かつてのような市民のハレの場としての再生など）を明確にすべきであり、そのための手段としての市民意識調査やワークショップが必須である。

■総評

- ・盛岡駅から離れた中心市街地を再中心化するためには、市民のコンセンサスを得られるような、全市民的な取り組みが必要である。
- ・デザインコードの策定は、継続可能なまちづくりにとって重要なポイントの一つである。関係権利者の合意形成はハードルの高い作業であるが、これを実現するためには、具体的な収支計画を含むプラン作りが必要である。
- ・肴八中という対象地域は広大であり、一定の地区ブロックに分け、それぞれに役割分担させ特色を出す必要がある。また、商業ブロックは拡散すると集客力が低下するため、よりコンパクト、より高密度に集積させる方法を見つけなければならない。
- ・基本計画は、満遍なく良くできており、実施計画に当たっては重点政策を明確にすることが必要である。投下できる資金には限りがあるため、行政の公平原則に拘らず、一つ一つの事業投資資金の効果的な活用と重点投資ができるシステムづくりが必要である。一つの成功が次の成功を呼び起こすものであるため、次の成功につながるような綿密な事業プログラムが必要である。

4 おわりに

4-1 各都市に共通する論点

■まちなか再生における交通の在り方

- ・広域交通システムと地域の循環型交通システムをどう作るか考える必要がある。
- ・自動車・自転車・歩行者を含め、人がどう動くかということを考える必要がある。
- ・まちなかにおける交通の在り方を考えるに当たっては、官民の協働体制を作ることが重要であろう。

■地域全体におけるまちなか再生の位置づけ

- ・地域のポテンシャルを考慮することが重要である。商業地や中心地の大きさが地域ポテンシャルと合っているか検証する必要がある。
- ・まちなかの商店街と郊外の大型商業施設との共存は、今後のまちなか再生の大きなポイントである。
- ・まちなか再生を進めるに当たっては、中心市街地だけでなく、地域全体と商圈全体のことを考えて取り組んでいく必要がある。

■まちなか再生と観光

- ・観光によるまちづくりを推進するに当たっては、観光客だけでなく住民にも喜んでもらえるものにしなければならない。住民にとって魅力のあるまちは、観光客にとっても魅力のあるまちである。
- ・観光客の入込数など、量的な面だけではなく、来訪の目的やお金の使い道など、質的な面にも注意を払う必要がある。
- ・滞在型観光を推進するに当たっては、ソフト面とハード面の整備が必要である。
- ・地域の商店街を持続可能にしていくためには、観光客をいかに取り込むかが大きなポイントであろう。
- ・観光客を取り込むためには情報発信が重要である。滞在型の観光客をターゲットとする場合、インターネットを活用することが効果的である。
- ・観光情報の発信は、市町村単位ではなく周辺地域と連携したほうがより効果的である。

■まちなか再生とコンパクトシティ

- ・コンパクトシティを推進するに当たっては、お年寄りに特化したまちをつくるのではなく、若者居住に繋がるような取り組みをする必要があろう。
- ・消費者は、特定の買い物だけをするという動向にあるため、商店街はコンパクト化を進め、利便性を高める必要がある。

■まちなか再生の仕組み

- ・まちなか再生を推進するに当たっては、交通計画を含めた都市計画と流通システムの両面を考慮する必要がある。
- ・まちなか再生の取り組みは、1つの成功が次の成功を生むものである。自治体と住民が誇りと情熱をもってまちなか再生に取り組み、成功が成功を呼ぶ好循環を得られれば、まちなか再生は必ずや成功するであろう。
- ・エリアマネジメントを行い、地権者を統制する仕組みを整えることで、まちの総括的な運営を行う必要がある。
- ・まちづくりの取り組みにおいては、住民が議論に参加することが重要である。
- ・まちづくり会社及び共同体によるまちづくりに対して、制度面での一層のサポートが求められる。

■総評

- ・我々が現時点で獲得しつつある協働の姿というのは、人類が昔から目指していたものである。20世紀の古びた近代社会をかなぐり捨てて、真の意味での現代的な協働社会を描く時代に来ており、我々はその先頭に立っている。
- ・プロジェクトを進めるに当たっては、広域的に取り組むという考え方と、エリアも事業も絞って取り組むという考え方があるが、どちらも必要である。具体的な事業をするためには対象を絞り、予算制約内で実施するというリアリズムが必要である。ただし、その事業が、都市全体の中でどう位置付けられるのかという視点がなくなるとは事業が漂流してしまう危険性がある。
- ・具体的に事業を実施するには、先駆的な各プロジェクトを参考に新しい手法を開発し、既存の多様な手法と合わせて進める必要がある。同時に、商業近代化地域計画のような全体を見渡す作業が必要であり、近隣の都市も含めた地域全体の中で、特定の地域がどのような機能を担うかを明らかにする必要がある。
- ・これからのまちづくりは、全体を見渡す鳥の目と、プロジェクトを仕上げる虫の目の両方をもち、行われていくべきである。

4-2 まちなか再生総合プロデュース事業総括

「まちなか再生総合プロデュース事業」は、中心市街地等まちなかの衰退に悩む各地の自治体を支援するため、財団が、平成20年度に新規事業として始めたものである。18年度のまちなか空間再生事例に関する調査及び19年度のまちなか再生事業を通して、市町村のまちなか再生に不足している機能を検討した結果、①多くの関係者を総合的にまとめていくプロデューサー、②多分野の専門家、③プロデューサーを雇う資金が必要という結果に行きついた。

そこで、本事業では、財団が、まとめ役となるプロデューサーをコーディネートし、資金の助成を行い、多様な専門家によるアドバイザリーボードとして「まちなか再生支援協力委員会」を設置するという3点をパッケージにして提供することで、全国のモデルケースとなる助成対象事業（平成20年度は7件）を支援することを目的としている。

具体的には、英国のタウンセンター・マネジメントにおけるタウンセンター・マネージャーとアメリカ建築家協会がおこなっているプランニング・ウィークエンドという概念を参考にした。つまり、プロデューサーというタウンセンター・マネージャーの機能と「まちなか再生支援協力委員会」によるプランニング・ウィークエンドの機能をセットにすることにより、より実効性のあるまちなか再生の展開を期待したものである。

本事業の特徴は、このパッケージ支援に加え、徹底した現地主義にある。「まちなか再生支援協力委員会」は、最初と最後だけは東京で開催されたが、あとは助成対象事業の行われている現地を歩き、地元行政やプロデューサー等を交えて意見交換する形を採った。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”という立場を活かして、地元の利害に関係していると言い出しにくい論点を提示し、地元関係者の議論のきっかけをつくる役割も果たした。

例えば、多くの現地委員会で、歩行者保護のための自動車交通規制のあり方、商圈規模に見合った商店街のダウンサイジング、地権者に求められる責任と義務などが、多くの先進事例等の情報提供とともに指摘されてきた。本事業を総括するために開催された最終委員会でも委員から「それぞれの地域で一生懸命活動されている方々がいるが、必ず抜けてしまう視点がある。たくさんの人にまちを歩いてもらいたいと言いながら、交通関係の整備を考えていないとか、景観を大切にしたいと思いながら、規制に全く手をつけていないとか、ちぐはぐなことが必ずある。わずか1回でも、我々が行き、アドバイスすることは、現場の方々がちぐはぐに気づき、これから先に考えていく視点を整理するいい機会になっているのではないか。」という意見が提示されたところである。

その他にも、

- ・ 中心市街地再生にかかる公的支援の多くが、事業の実施を前提にしており、どの制度を利用するか決めつけずにスタートできる本事業は非常に有効である
- ・ 事業を前提とした調査は、対象ゾーンを周辺地域との関係でどう位置づけるかと視

点が欠けがちになり、本事業の意義が認められる

- ・一見路線が確定しているように見えても、実際に行ってみると指摘すべき点が多々認められる。委員会の役割は、見落としている点を気付かせ、刺激を与えるお手伝いをするのである

等の肯定的意見が出され、事業としての最低限の目的は果たせたと考えられる。

一方で、初年度ということで試行錯誤した部分もあり、次のような改善に関する意見もあった。こうした点は来年度以降改善できるようできる限り努力したい。

- ・助成対象事業の計画進捗度にばらつきがあった。計画が固まっている案件ではアドバイスの余地が限られる。
- ・助成対象事業は、ある程度動きつつあるが、迷いのあるところが良いのではないか。
- ・プロデューサーの質向上や情報共有の取組みも求められる。委員会とのリンクージュも高めるべきである。
- ・委員会で議論しているような思考を共有できる視野を持ったプロデューサーを育てていくという機能が求められるのではないか。
- ・外部の視点を持ち込むために、プロデューサーは地元から選出しないほうが良い。
- ・「事業ありき」で取り上げたプロジェクトには柔軟に発想することを促し、住民サイドで立ち上げたプロジェクトには事業の組み立て方を指導することによって、成功に導いていくことになると思うが、それを実行するには、3年は必要である。
- ・予算上の制約はあると思うが、補助金上限額および助成対象事業数を増やせないか。
- ・悩んでいる人は多いので、窓口は広くしておく。一方で、事業効果をあげるためには選択も必要である。窓口の広い初期調査と実効可能性の高いところを重点支援する二段構えが良いのではないか。

最終委員会でも発言があった、モデル性の高いまちなか再生の成功事例を少しでも多く誕生させて欲しいという意見は、今年度本事業に関わった全ての関係者共通の想いであり、今年度採択した都市のまちなか再生が実を結ぶまでは、本来的な事業総括とはならない。

しかしながら、必ずや何年後かに今年度採択した都市の中から成功事例が出てくると確信している。

<地域総合整備財団 まちなか再生室>

今泉道雄 振興部 振興部長

岡田正幸 振興部 まちなか再生室長

九内淳志 振興部 まちなか再生室 調査役

最上剛志 振興部 まちなか再生室 調査役

平成20年度まちなか再生総合プロデュース事業 報告書

発行日 平成21年3月

発行 財団法人地域総合整備財団<ふるさと財団>

〒102-0093

東京都千代田区平河町2-5-6 新平河町ビル

電話 03-3263-5758

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

<http://www.machinakasaisei.jp/>

「まちなか再生総合プロデュース事業」は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