

平成 22 年度まちなか再生総合プロデュース事業
報告書

平成 23 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 補助対象者	3
1－3 補助対象業務	3
1－4 平成 22 年度補助内容	4
1－5 平成 22 年度補助対象事業	5
2 まちなか再生支援協力委員会について	6
2－1 設置趣旨	6
2－2 委員会構成	6
2－3 委員会の活動経過	11
3 平成 22 年の補助対象事業の概要	12
3－1 山口市	12
3－2 銚子市	34
3－3 岡崎市	57
3－4 古河市	81
3－5 北九州市	104
3－6 多久市	127
4 おわりに	148
4－1 各都市の共通する論点	148
4－2 まちなか再生総合プロデュース事業総括	150
参考 平成 22 年度まちなか再生専門家派遣事業の実施概要	152

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、4年前にふるさと財団に設置されたユニークな委員会です。今年度は、昨年度から引き続き「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ました。「ふるさと財団」では、本年度から新たに「まちなか再生支援専門家派遣事業」を始め、「まちなか再生総合プロデュース事業」にステップアップする前段階での支援を行いました。

来年度からは両事業を有効に組み合わせてより効果的な支援を行う体制を整えつつあります。

さて、アドバイザー・ボード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緒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ります。

今年度は、山口県山口市、千葉県銚子市、愛知県岡崎市、茨城県古河市、福岡県北九州市、佐賀県多久市の6市を対象に、意見交換の場をもちました。6市の皆様には、われわれ委員会が現地に伺った際に、いろいろとご支援、心配りをいただきました。この場を借りて感謝申し上げます。

今年度の6市は、多様な内容の計画を持ち、多様な手段を用いてまちなか再生を試みているところですが、その成果はまちなか再生に関わる市町等の地方自治体の職員の皆様、また地元市民、住民、商工業関係者の方々の力によるところが大きいと改めて痛感しております。今年度は事業開始時期に若干の時差があり、現地視察の際にはまだ内容が十分でない地区もありましたが、最終的なまとめである本報告の段階ではそれぞれ成果ある内容となっております。これもまちなか再生プロデューサーをはじめ地元関係者のご努力によるものと感謝いたしております。

委員会の活動としては、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ました。

この報告書には、これら一連の活動の中で得られたさまざまな知見が詰まっています。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す。本事業が現場主義を基本としていることから、この報告書は多様な要素をそれぞれに確認し、再生の試みもそれぞれの地区に対応した内容をまとめたものとなっております。本報告書を参考とされる方はそうした点に注意していただき活用していただければ幸いです。

この報告書をご覧になった皆様が、「まちなか再生総合プロデュース事業」、あるいはその前段の「まちなか再生支援専門家派遣事業」に、今後、多数応募されることを期待しております。

まちなか再生支援協力委員会 委員長 小林重敬

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り組みの推進に資するため、当該取り組み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補助する。

1-2 補助対象者

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 補助対象業務

（次の全てに該当する事業）

①まちなかの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

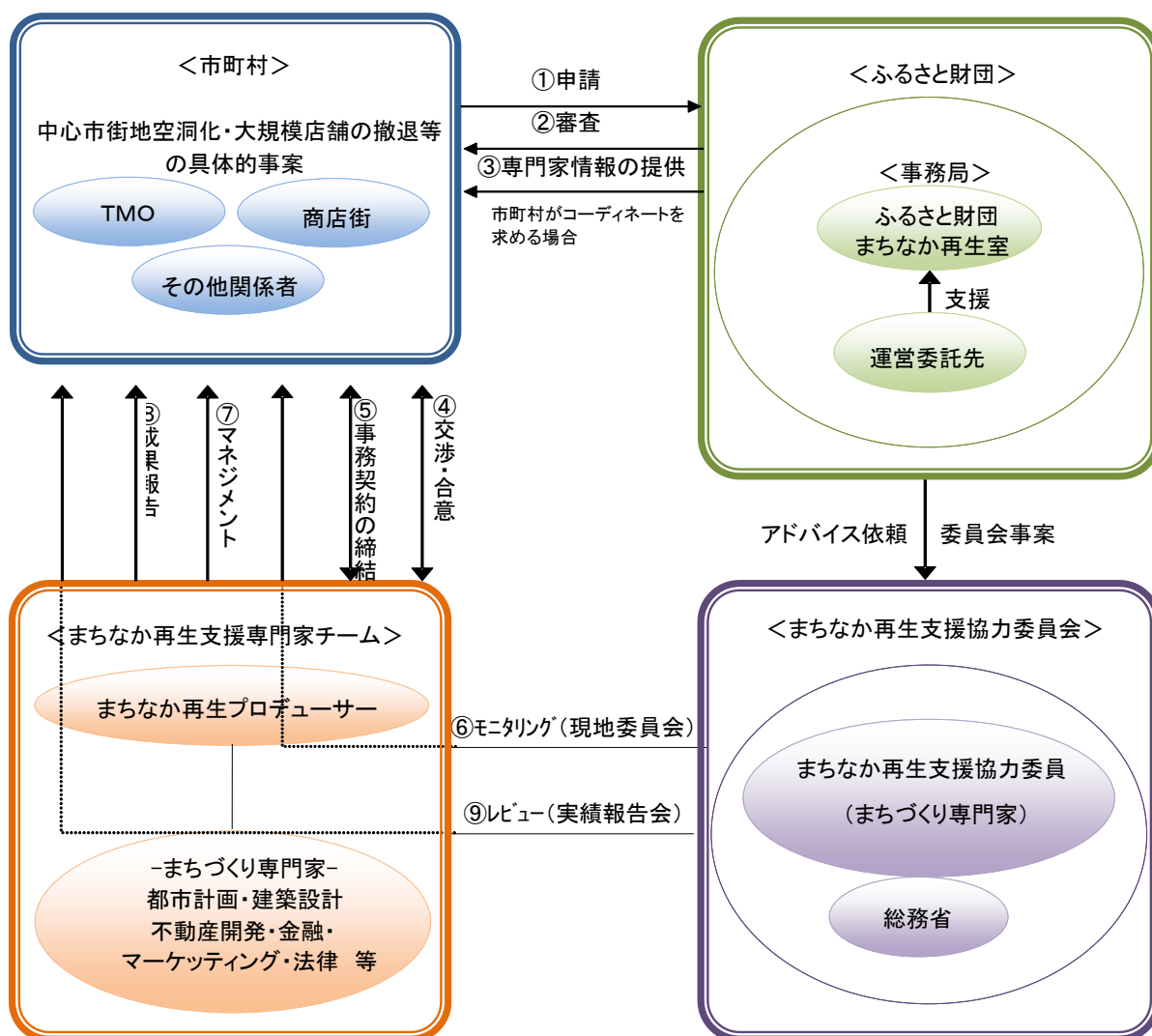
③プロデューサー等が実質的、継続的な取り組みを行う事業

④本事業による取り組み内容が、まちなか再生のモデル事例となるような事業

1-4 平成22年度補助内容

- ①補助事業数 6箇所
- ②補助額 1,000万円以内／団体（補助率2／3以内）
- ③補助対象期間 平成22年4月1日から平成23年2月20日までの間
- ④補助対象経費 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継続補助 継続補助を前提としない

○事業概念図



1-5 平成22年度補助対象事業

平成22年度補助対象事業概要（市町村コード順）

市町村名	プロデューサー名	事業概要
山口県 山口市	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 氏	中市・米屋町・道場門前の3商店街各商店街の再生について新たに展開すべきテーマ・計画・課題について下記の検討を行う。 ●中市商店街 ・アルビ跡地及び梅田邸から中市コミュニティホールまでの間の土地建物についての連鎖的再開発事業の調査検討 ・振興組合の体制強化のための計画立案 ●米屋町商店街 ・ライフスタイル提案型ショップの集積による新たな商店街づくりのための検討及び実践的計画立案 ●道場門前商店街 ・コミュニティレストラン及びホームケア事業の実現化に向けた調査検討及び実践的計画立案
千葉県 銚子市	株式会社 アイ・シー・エフ 代表取締役 小倉 義昭 氏	中心市街地の核店舗であった大型商業施設が撤退して更地となっている土地の再開発の基本計画を策定する。また、当該地区の関係団体等との意見交換を進め、事業の推進に必要な組織体制の整備を行う。
愛知県 岡崎市	株式会社 ランドブレイン 取締役 及川 愛二 氏	中心市街地活性化基本計画の見直しを行い、重点事業（モデル事業）を実施する。特に、既に進行中で活性化の核事業として期待している2プロジェクト（商業活性化、二十七曲り活用）を推進する。また、特に民間の取組みが十分でないため、民間事業を牽引する役割を担う整備推進機構に対する指導を行う。
茨城県 古河市	東京大学 都市工学 まちづくり大学院 技術スタッフ 松本 昭 氏	古河駅西口を中心とした市街地の活性化を図るため、駅西口、旧日光街道周辺等、歴史的な街並みを活かした独自の事業展開を実施し、交流人口や観光客の増加を図り、地域住民を巻き込んだまちなかの再生を実現させ、商業の活性化を図る。
福岡県 北九州市	株式会社 アフタヌーン ソサエティ 代表取締役 清水 義次 氏	小倉ビジネス地区を中心とした街なかの振興プラン「小倉家守構想」を策定する。また、入居者支援とエリア振興に取り組む「家守」となる人材の発掘・育成を行うために、専門家や実践者を招聘した講座を開催するとともに、家守が活躍するためのネットワーク構築を図る。また、小倉中心市街地ビジネス地区の不動産事業者からなる連絡会を設置し、家守事業等に関する情報提供や街なかの魅力作りに向けた意見交換を行う。
佐賀県 多久市	株式会社 アールトゥ 計画事務所 代表取締役 渡会 清治 氏	平成21年度事業成果を踏まえ、企画・構想を有志で組み立てる段階から、事業としてのフィージビリティを高め、一部は事業に移行する段階として位置づける。翌23年度に具体的な事業を立ち上げるための条件を整えることを念頭に置きつつ、①多久駅北口周辺地区まちづくりの戦略的プランの作成②中核施設の事業化検討（施設計画、資金調達、管理運営等）③上記を推進するまちづくり組織の強化拡充④まちづくりの情報発信体制の構築とする。あわせて、本業務成果を踏まえて中心市街地活性化基本計画を策定することとする。

2 まちなか再生支援協力委員会について

2-1 設置趣旨

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、このことは個々の補助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補助対象案件、若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、「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選任した13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、東京都市大学の小林重敬教授、委員長代理に日本福祉のまちづくり学会副会長の秋山哲男氏が就任した。本年度の委員長及び委員の任期は、委嘱の日から平成23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22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＞

小 林 重 敬

（東京都市大学 都市生活学部 教授）

東京大学大学院工学研究科博士課程都市工学専攻修了。工学博士。

横浜国立大学大学院教授、日本女子大学講師、規制改革委員会参与、参議院国土交通委員会客員研究員などを歴任。横浜国立大学特任教授（横浜国立大学建築都市スクール（Y-G S A）担当、学習院大学講師を兼任。

これまで、国土交通省等多くの審議会に参加し、都市政策、住宅政策、土地政策、国土政策などの政策づくりに関与、また東京の都市ビジョン、住宅マスタープランづくり、横浜のMM21の開発、都心部のまちづくり方針、横浜駅周辺地区大改造計画など、さらに地方都市の高松市、浜松市、沼津市などの中心市街地活性化計画に参画。

専門は、まちの再生、エリアマネジメント、都市計画、まちづくりの制度

<委員長代理>

秋 山 哲 男

(日本福祉のまちづくり学会副会長・早稲田大学・東京大学まちづくり大学院非常勤講師)

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、2002 年同教授、2006 年より首都大学東京 都市環境科学研究科 教授に就任、2010 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 ST (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) などの研究に取り組む。

<委員> (50 音順)

大 西 達 也

(株式会社日本政策投資銀行 地域企画部 地域振興グループ参事役)

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 同行地域振興部課長、2009 年 6 月より同行 地域企画部 地域振興グループ課長に就任、2010 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 年株式会社庵を設立。

株式会社庵では、京都事業として、京町家を再生活用した「京町家ステイ」と日本の伝統文化及び京都の暮らしの文化体験事業を実施し、これで培ったノウハウ、システム、ネットワークにより「美しい日本」が残る日本各地で、都道府県・市町村とまちづくり会社・NPO 向けに、古民家・町家再生を軸に地域の暮らしの文化を継承することを目的に「滞在体験型観光まちづくり」支援事業を推進している。

口 広 守

(イオン株式会社グループ開発責任者, イオンリテール株式会社執行役員 開発企画本部長)

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 イオン株式会社執行役グループ開発責任者 兼 イオンリテール株式会社取締役開発本部長、2010 年 イオン株式会社グループ開発責任者 兼 イオンリテール株式会社執行役員開発本部長、2011 年 2 月より現職

西 郷 真理子

(株式会社まちづくりカンパニー・シーブネットワーク 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・シーブ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。

- ・2008 年度日本都市計画学会賞石川賞受賞
- ・2008 年 MIPIM Asia Award 総合賞 SPECIAL JURY AWARD 受賞
- ・2010 年ウーマン・オブ・ザ・イヤー大賞受賞

都市計画課、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。

歴史的な町並み保存と地場産業活性化:川越蔵づくりの町並み保存、長浜の商店街活性化、漆の産地活性化のための「木曾くらしの工芸館」の計画立案と建築設計。

中心市街地活性化計画として長浜市、山口市、沼津市、板橋区等の商店街活性化戦略プログラム構築事業、他各地のまちづくりを支援。

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、株式会社全国商店街支援センター取締役)

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 タウンマネージャーを後任に委ね勇退。全国各地の中心市街地活性化のアドバイスと、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し、2009年6月全国各地の商店街の活性化にむけた取り組みを支援するために設立された株式会社全国商店街支援センターのセンター長に就任、商店街の活性化に向けた人材育成研修や活性化事業計画づくり、事業推進など商店街のニーズに応じたきめ細かな支援に取り組んでいる。2010年4月より現職。

濱 田 厚 史

(総務省 地域力創造グループ 地域振興室長)

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。なかでも自立的なまちづくり・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。

古 川 康 造

(高松丸亀町商店街振興組合 理事長)

1957年 高松丸亀町生まれ、1981年 立命館大学経営学部卒業、1983年 祖父の興した野田屋電機入社、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、2007年より現職。

少子高齢化社会に対応した新しい形の地方自治組織の創設を目指して中心市街地再生に向け定期借地権を利用し土地問題の解決を図った商店街再生を核に日々、新しいまちづくりに精力的に取り組んでいる。

2006年 がんばる商店街77選経済産業省（中小企業基盤整備機構）

2007年 第27回新聞広告賞 広告主企画部門最優秀賞（日本新聞協会）

2007年 土地活用モデル大賞 国土交通大臣賞（都市みらい推進機構）

2007年 日経MJ優秀製品サービス 最優秀賞（日本経済新聞社）

2008年 「ターンアラウンド・オブ・ザ・イヤー」受賞（日本ターンアラウンド・マネジメント協会）

2008年 （社）日本ショッピングセンター協会 第3回日本SC大賞ニューフェース賞

2008年 （社）日本都市計画学会石川賞 受賞

2008 年 MIPIM Asia Award 総合大賞 受賞

2011 年 地域再生大賞中四国ブロック賞（共同通信社）

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。

吉 永 哲 司

（まちなかプログラム研究室 代表）

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。2009 年 7 月～ 2010 年 3 月 株式会社全国商店街支援センター本部支援グループ地域担当他、2010 年 4 月より現職。

2-3 委員会の活動経過

本年度、委員会は計 8 回開催された、うち、初回の第 1 回は補助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 6 回の委員会は、各補助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、多久市は、昨年度に続く 2 ヶ年度目の事業実施であったため、第 7 回の委員会は財団内にての開催となった。

また、平成 23 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 22 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	平成 22 年 4 月 27 日	ふるさと財団	補助対象事業の検討
第 2 回委員会	平成 22 年 6 月 2 日	山口県山口市	現地視察・意見交換
第 3 回委員会	平成 22 年 7 月 6 日	千葉県銚子市	現地視察・意見交換
第 4 回委員会	平成 22 年 7 月 20 日	愛知県岡崎市	現地視察・意見交換
第 5 回委員会	平成 22 年 8 月 11 日	茨城県古河市	現地視察・意見交換
第 6 回委員会	平成 22 年 8 月 23 日	福岡県北九州市	現地視察・意見交換
第 7 回委員会	平成 22 年 11 月 17 日	ふるさと財団	中間報告・意見交換
実績報告会	平成 23 年 2 月 10 日	全国町村会館（東京都）	事業成果報告・意見交換
第 8 回委員会	平成 23 年 3 月 10 日	ふるさと財団	総括

3 平成 22 年の補助対象事業の概要

3-1 山口市

(1) 市の概況

山口市は平成 17 年 10 月に、小郡町、秋穂町、阿知須町、徳地町の 1 市 4 町と、また平成 22 年 1 月には阿東町と合併し、現在の山口市が誕生した。山口県のほぼ中央部に位置し、面積は約 1,023 k m²、山口駅や商店街を有し小売業の店舗・事業所などが集積する山口県の県庁所在地である。

山口市の公共交通の現状について、鉄道は、山陽新幹線、山陽本線、山口線、宇部線が市域を縦・横断しており、新山口駅で全ての路線が結節し、県下の拠点駅としての役割を担っている。平成 23 年 3 月のダイヤ改正により、東海道・山陽新幹線「のぞみ」が上下 27 本、又、山陽九州新幹線「さくら」も上下 13 本停車することとなり、より一層の観光、経済交流が図られ、鉄道利用者の増加が期待される。バス路線は、都市核・地域間を結ぶ基幹交通については、防長交通、中国 J R バス、宇部市交通局により運行されており、公的支援を行いながら路線を維持・確保している。

山口市内を運行するコミュニティ交通については、コミュニティバスや地域主体のコミュニティタクシーが運行されており、地域主体の運営組織に対しては、公的支援を行い、持続可能な公共交通となるよう地域や交通事業者と一緒に、取り組んでいる。

中心市街地周辺には市役所等の公共施設、都市公園、県立美術館をはじめとする文教施設等が立地し、様々な都市機能も集積している。また、一の坂川の豊かな自然をはじめ大内氏時代や明治維新関連の歴史資産などの文化資源が存在している。さらに、湯田温泉などを含めて、観光地としての魅力も備えた都市となっている。

■ 人口

山口市の人口は阿東町を合併した 2010 年 1 月時点で 199,297 人であり、山口県下 2 位の規模で県全体の 13.35%を占める。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、山口都市圏は山口市および防府市で都市圏を構成しており、県内随一の規模の都市圏を構成している。(図表 3-1-1 参照)

人口推移をみると、山口県全体の人口が長期にわたり減少してきている一方で、山口市人口は長期にわたって増加傾向にある。(図表 3-1-1 参照) しかし、将来推計人口(国立社会保障・人口問題研究所)によると 2015 年には 2010 年を下回り、以降、2030 年には約 18.5 万人となるまで減少を続け、少子・高齢化も進展すると予測されている。(図表 3-1-2、図表 3-1-3 参照)

昼夜間人口比(昼間人口/夜間人口)は長期増加傾向にあり、1990 年までは 1 を下回っていたものの、1995 年以降は 1 を超えて推移しており、近隣市町村からの通勤・通学者による流入が流出を上回っている。(図表 3-1-4、図表 3-1-5 参照)

図表 3-1-1 山口市周辺および山口県等の人口推移

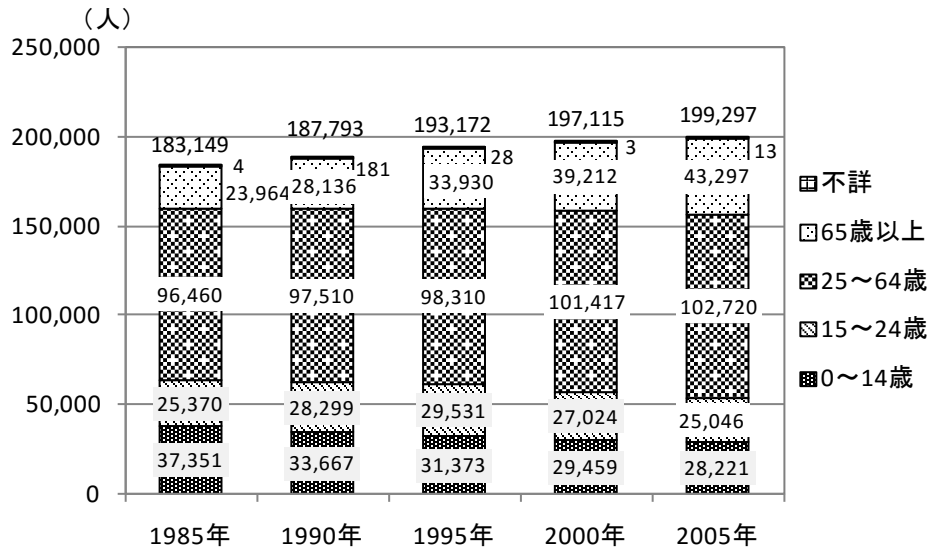
市町村名	1985 年 (人)	1990 年 (人)	1995 年 (人)	2000 年 (人)	2005 年 (人)	県内 シェア	2005 年 /2000 年
山口県	1,601,627	1,572,616	1,555,543	1,527,964	1,492,606	100.00%	97.69%
山口都市圏	301,216	305,427	311,975	314,839	316,115	21.18%	100.41%
山口市	183,149	187,793	193,172	197,115	199,297	13.35%	101.11%
下関都市圏	324,585	315,643	310,717	301,097	290,693	19.48%	96.54%
下関市	324,585	315,643	310,717	301,097	290,693		96.54%
宇部都市圏	252,638	252,007	251,516	249,460	245,216	16.43%	98.30%
宇部市	182,505	182,526	182,771	182,031	178,955		98.31%

(注 1) 2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

(注 2) 都市圏は核都市への通勤通学率 10%以上の市町村

資料：国勢調査

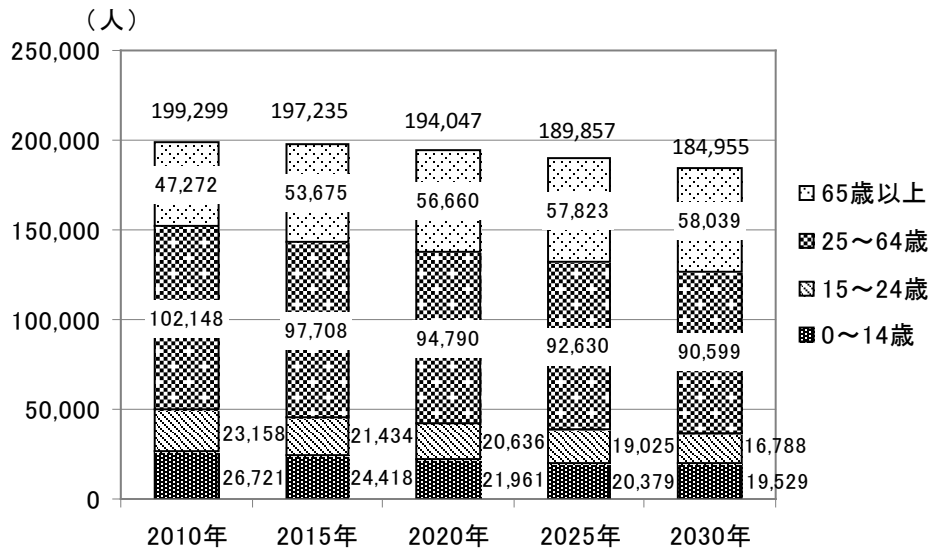
図表 3-1-2 山口市の年齢階層別人口の推移



(注) 2010年4月1日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：国勢調査

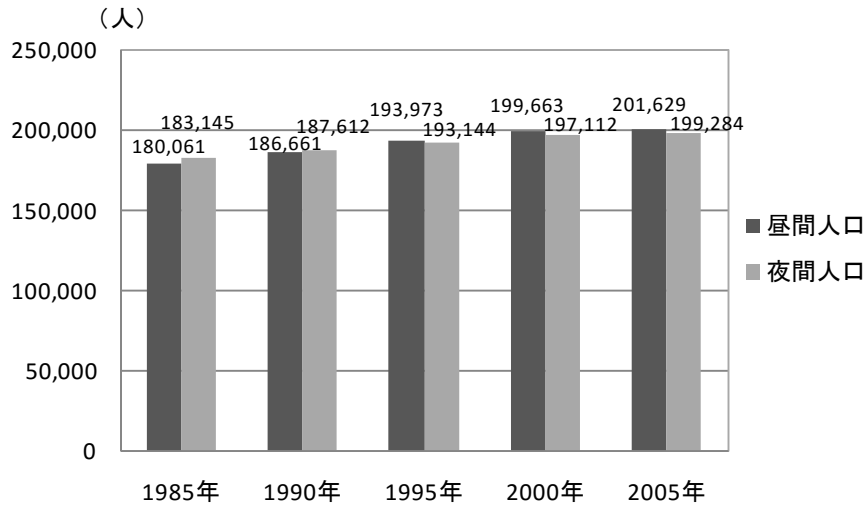
図表 3-1-3 山口市の将来推計人口



(注) 2010年4月1日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：国立社会保障・人口問題研究所『日本の市区町村別将来推計人口』（2008年12月推計）

図表 3-1-4 山口市の昼夜間人口の推移

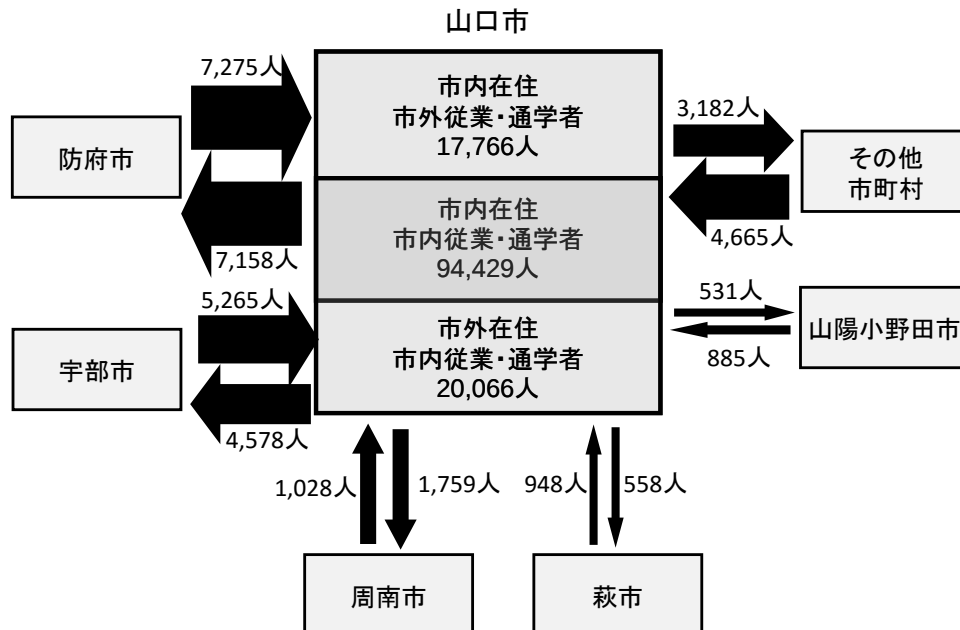


	昼間人口	夜間人口	昼間人口/ 夜間人口
1985 年	180,061	183,149	0.983
1990 年	186,661	187,793	0.994
1995 年	193,973	193,172	1.004
2000 年	199,663	197,115	1.013
2005 年	201,629	199,297	1.012

(注) 2005 年国勢調査結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：国勢調査

図表 3-1-5 山口市の通勤・通学の流出入状況 (2005 年)



(注) 2005 年国勢調査結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：国勢調査

■ 産業

山口市における 2006 年の事業所数は 10,015、従業者数は 97,518 人である。全体の推移をみると、2001 年まで事業所数、従業者数ともに増加し続けていたが、2006 年には減少に転じている。また、第 2 次産業にいたっては、1996 年をピークに急激な減少が見られる。(図表 3-1-6、図表 3-1-7 参照)

2006 年の事業所数、従業者数から産業構造をみると、山口市は、県庁所在地であるものの、第 3 次産業の割合が低い。(図表 3-1-8、図表 3-1-9、図表 3-1-10、図表 3-1-11 参照)

山口市における商業については、2007 年の山口市の商店数は 2,073 店、従業者数は 13,668 人、売場面積は 318,204 m²、年間商品販売額は約 2,173 億円である。

小売業集積は、売場面積・年間販売額共に山口県の約 15%の規模を占め、県下第 2 位となっている。(図表 3-1-12 参照)山口市の小売店の年間販売額は 2007 年時点で 1991 年とほぼ同じ水準である一方、2007 年の売場面積は 1991 年の 8 割近い増加となっている。(図表 3-1-13 参照)

山口市の商圈をみると、合併後の萩市、宇部市の一部もその範囲に含んでおり、県下最大の商圈となっている。(図表 3-1-14 参照)

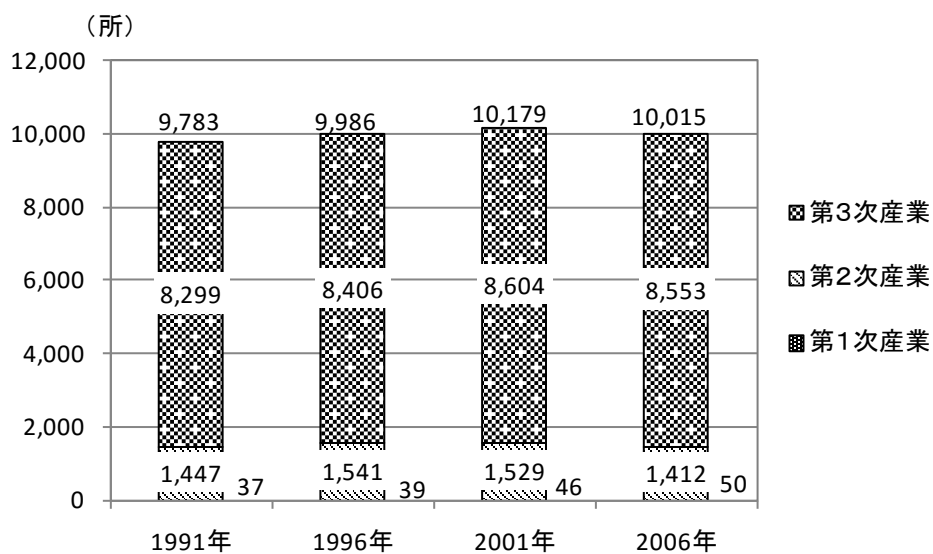
また、山口県内の市町村別の小売吸引力をみると、1 を超えているのは 8 市町であり、山口市の小売吸引力は 1.15 で県下第 3 位である。(図表 3-1-15 参照)

山口県内の大型小売店舗を見ると、10,000 m²以上の大型店は 30 店舗あり、そのうち山口市内には 6 店舗がある。山口市内の大型店舗は約 20,000 m²のサンパークあじすが最大規模となっており、県下では比較的小さい。県内で規模の大きい店舗は、50,000 m²以上がシーモール下関 S C (下関市)、30,000 m²以上は、ゆめタウン新下関(下関市)、ザ・モール周南星プラザ(下松市)、おのだサンパーク(山陽小野田市)となっている。また、2005 年以降の立地は下関市に 2 店舗、防府市に 1 店舗、下松市に 1 店舗、周南市に 1 店舗である。(図表 3-1-16 参照)

(ア) 全産業

①事業所数と従業者数

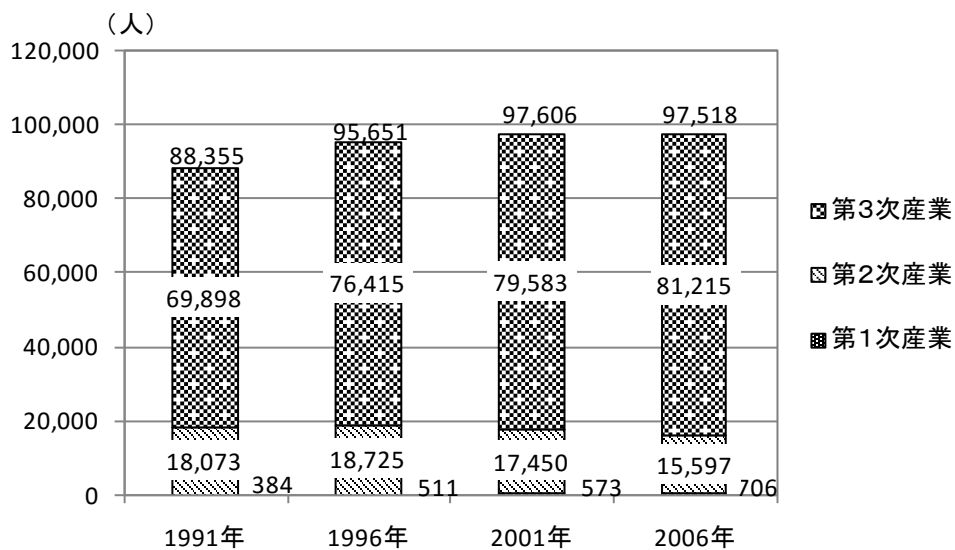
図表 3-1-6 山口市の事業所数の推移



(注) 2006 年事業所・企業統計結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：事業所・企業統計

図表 3-1-7 山口市の従業者数の推移



(注) 2006 年事業所・企業統計結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：事業所・企業統計

②山口市等の産業別事業所数・従業者数(2006 年)

図表 3-1-8 山口市等の産業別事業所数(実数(所))

	全産業	第 1 次産業	第 2 次産業			第 3 次産業		
		農林漁業	鉱業	建設業	製造業	卸売業	小売業	その他
山口県	71,651	264	56	7,805	3,979	3,827	17,561	38,159
山口市	10,015	50	12	1,065	335	2,936		5,617
(旧山口市)	9,549	40	12	1,010	310	635	2,160	5,382
(旧阿東町)	466	10	0	55	25	141		235
下関市	13,319	51	9	1,144	800	873	3,229	7,213
宇部市	7,321	10	3	849	397	459	1,764	3,839
萩市	3,779	48	3	369	292	129	1,065	1,873

資料：事業所・企業統計

図表 3-1-9 山口市等の産業別事業所数(産業別構成比)

	全産業	第 1 次産業	第 2 次産業			第 3 次産業		
		農林漁業	鉱業	建設業	製造業	卸売業	小売業	その他
山口県	100.00%	0.37%	0.08%	10.89%	5.55%	5.34%	24.51%	53.26%
山口市	100.00%	0.50%	0.12%	10.63%	3.34%	29.32%		56.09%
(旧山口市)	100.00%	0.42%	0.13%	10.58%	3.25%	6.65%	22.62%	56.36%
(旧阿東町)	100.00%	2.15%	0.00%	11.80%	5.36%	30.26%		50.43%
下関市	100.00%	0.38%	0.07%	8.59%	6.01%	6.55%	24.24%	54.16%
宇部市	100.00%	0.14%	0.04%	11.60%	5.42%	6.27%	24.10%	52.44%
萩市	100.00%	1.27%	0.08%	9.76%	7.73%	3.41%	28.18%	49.56%

資料：事業所・企業統計

図表 3-1-10 山口市等の産業別従業者数(実数(人))

	全産業	第 1 次産業	第 2 次産業			第 3 次産業		
		農林漁業	鉱業	建設業	製造業	卸売業	小売業	その他
山口県	652,046	3,099	662	60,006	111,186	30,998	105,509	340,586
山口市	97,518	706	104	8,632	6,861	21,831		59,384
(旧山口市)	94,951	626	104	8,202	6,607	5,871	15,306	58,235
(旧阿東町)	2,567	80	0	430	254	654		1,149
下関市	120,609	760	64	8,344	21,266	6,933	19,745	63,497
宇部市	78,064	148	25	6,968	12,425	4,556	12,005	41,937
萩市	24,104	461	11	2,423	2,629	834	4,640	13,106

資料：事業所・企業統計

図表 3-1-11 山口市等の産業別従業者数(産業別構成比)

	全産業	第 1 次産業	第 2 次産業			第 3 次産業		
		農林漁業	鉱業	建設業	製造業	卸売業	小売業	その他
山口県	100.00%	0.48%	0.10%	9.20%	17.05%	4.75%	16.18%	52.23%
山口市	100.00%	0.72%	0.11%	8.85%	7.04%	22.39%		60.90%
(旧山口市)	100.00%	0.66%	0.11%	8.64%	6.96%	6.18%	16.12%	61.33%
(旧阿東町)	100.00%	3.12%	0.00%	16.75%	9.89%	25.48%		44.76%
下関市	100.00%	0.63%	0.05%	6.92%	17.63%	5.75%	16.37%	52.65%
宇部市	100.00%	0.19%	0.03%	8.93%	15.92%	5.84%	15.38%	53.72%
萩市	100.00%	1.91%	0.05%	10.05%	10.91%	3.46%	19.25%	54.37%

資料：事業所・企業統計

(イ) 小売業

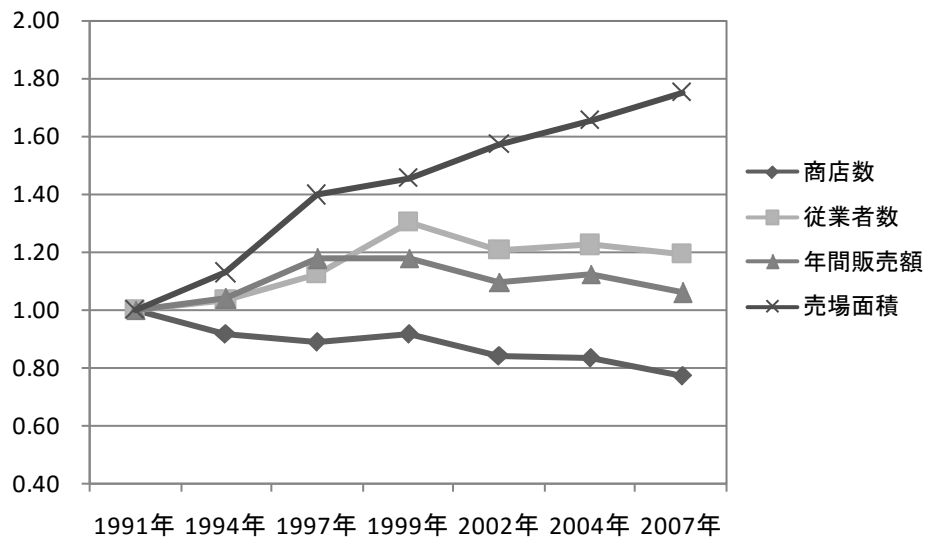
図表 3-1-12 山口市等の小売集積 (2007 年)

	商店数		従業者数		売場面積 (㎡)		年間商品販売額 (百万円)	
山口県	16,146	100.00%	94,093	100.00%	2,078,929	100.00%	1,485,591	100.00%
山口市	2,073	12.84%	13,668	14.53%	318,204	15.31%	217,254	14.62%
(山口市)	1,949	12.07%	13,154	13.98%	308,079	14.82%	210,923	14.20%
(旧阿東町)	124	0.77%	514	0.55%	10,125	0.49%	6,331	0.43%
下関市	3,049	18.88%	17,747	18.86%	383,770	18.46%	293,016	19.72%
宇部市	1,627	10.08%	11,180	11.88%	265,285	12.76%	174,936	11.78%
萩市	951	5.89%	3,912	4.16%	86,176	4.15%	51,267	3.45%

(注) 平成 19 年商業統計結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：商業統計

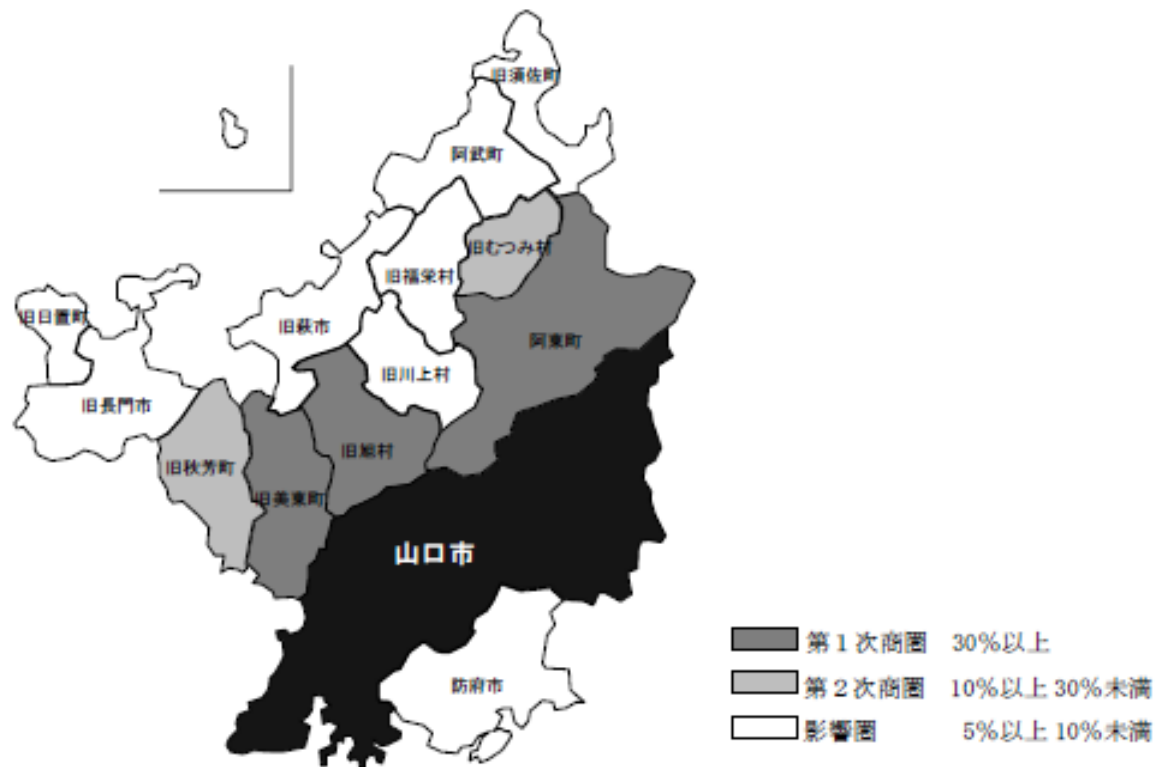
図表 3-1-13 山口市の小売店の商店数・従業者数・年間販売額・売場面積の推移
(1991 年=1)



(注) 平成 19 年商業統計結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：商業統計

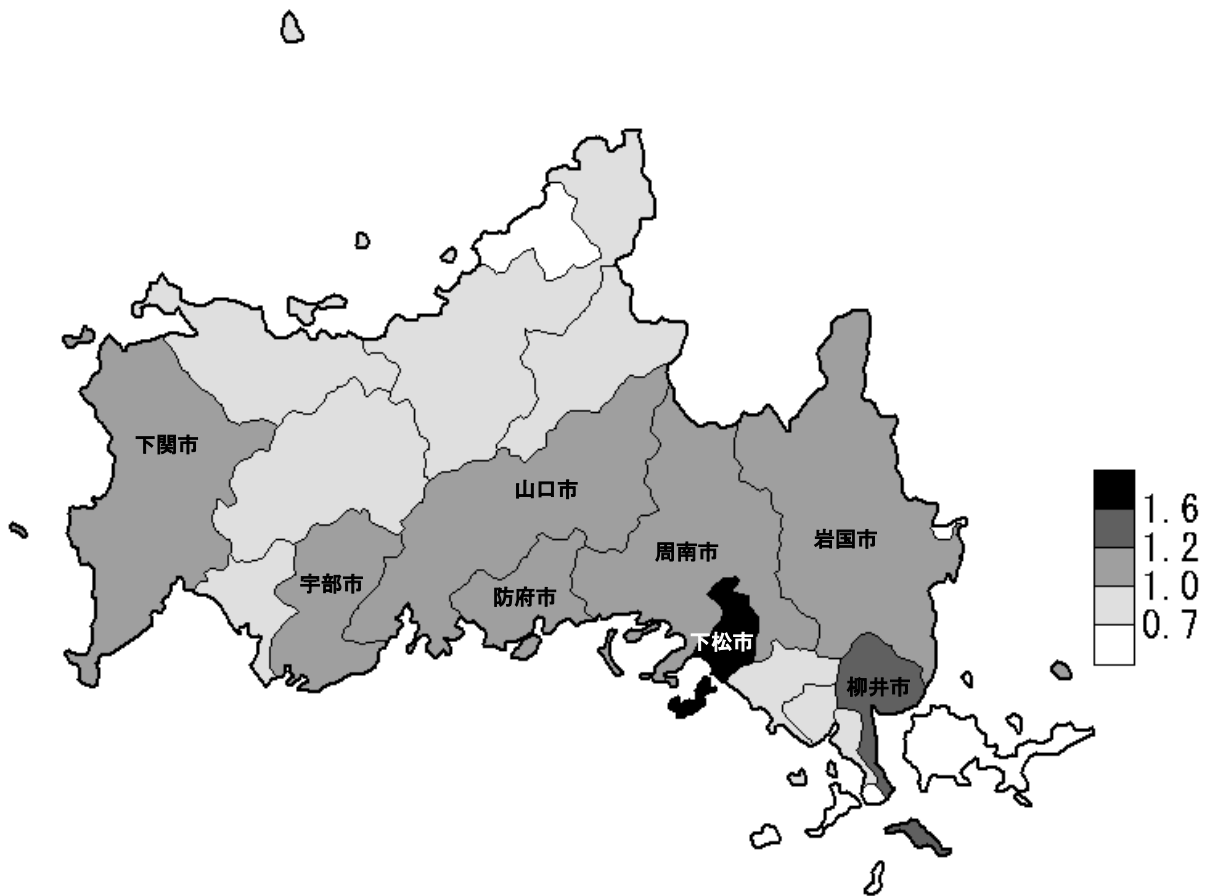
図表 3-1-14 山口市の商圈（2007 年）



※住民アンケートに基づき、各市町村の消費支出の吸収率により商圈を設定

資料：平成 19 年度山口県買物動向調査報告書

図表 3-1-15 山口県各市町村の小売吸引力分布（2007 年）



（注 1）2007 年商業統計および 2005 年国政調査結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

（注 2）各市町村の小売吸引力は、年間販売額における県内シェア／人口における県内シェアとして算出

市町村名	小売 吸引力	人口	年間販売額 (百万円)
下松市	1.66	53509	85053
柳井市	1.39	35927	47795
山口市	1.15	191677	210923
防府市	1.09	116818	121738
下関市	1.05	290693	293016
周南市	1.02	152387	149071
宇部市	1.02	178955	174936
岩国市	1.00	149702	143789
長門市	0.96	41127	37910
萩市	0.92	57990	51267
山陽小野田市	0.88	66261	56076
平生町	0.88	14203	11955
(阿東町)	0.87	7620	6331
光市	0.86	53971	44567
田布施町	0.83	16287	12969
美祢市	0.78	29839	22270
周防大島町	0.55	21392	11247
阿武町	0.51	4101	1987
和木町	0.30	6441	1823
上関町	0.24	3706	869

資料：年間販売額は 2007 年商業統計、人口は 2005 年国勢調査

図表 3-1-16 山口県内の店舗面積 10,000 m²以上の大型店

所在市町村	店舗名	店舗面積 (m ²)	開設年月
山口市	サンパークあじす(サンリブ阿知須)	20,152	1996 年 3 月
	山口井筒屋山口店	19,439	1933 年 6 月
	ゆめタウン山口	19,210	1997 年 3 月
	フジグラン山口	12,283	2000 年 9 月
	ハイパーモールメルクス山口	11,263	2000 年 9 月
	ザ・ビッグ大内店	11,017	1994 年 11 月
下関市	シーモール下関SC	54,052	1977 年 10 月
	ゆめタウン長府	18,413	1993 年 6 月
	イオン長府SC(マックスバリュ長府店)(店舗面積変更予定)	10,500	2005 年 6 月
	ゆめタウン新下関	30,482	2009 年 11 月
宇部市	フジグラン宇部	25,508	1999 年 3 月
	ゆめタウン宇部	24,975	1996 年 9 月
	ハイパーモールメルクス宇部(Mr Max宇部店)	21,389	1997 年 9 月
萩市	丸久萩SC(アトラス萩店)	12,314	1993 年 4 月
防府市	防府SC(防府サティ)	25,335	1982 年 4 月
	ロックシティ防府SC	24,026	2008 年 3 月
	ゆめタウン防府(イズミ防府店)	15,486	1994 年 11 月
下松市	ザ・モール周南星プラザ(西友ザ・モール周南店)	30,516	1993 年 11 月
	サンリブ下松店	17,636	1998 年 10 月
	イオン下松山田SC(マックスバリュ山田店)	10,957	2005 年 6 月
岩国市	イズミ南岩国SC(ゆめタウン南岩国)	13,837	1983 年 12 月
	フジグラン岩国	13,737	1987 年 4 月
光市	ジャスコ光店	11,058	1995 年 11 月
柳井市	ハイパーモールメルクス柳井	14,083	1999 年 4 月
	柳井SC(ゆめタウン柳井)	13,238	1988 年 6 月
周南市	ロックタウン周南(ザ・ビッグロックタウン周南店)	27,000	2008 年 6 月
	ゆめタウン新南陽	14,159	1993 年 10 月
	松下徳山ビル(近鉄松下百貨店)	10,020	1962 年 9 月
山陽小野田市	おのだサンパーク(フジグラン小野田)	31,600	1997 年 3 月
	イオンタウン小野田店(マックスバリュ、コーナン)	11,209	2004 年 7 月

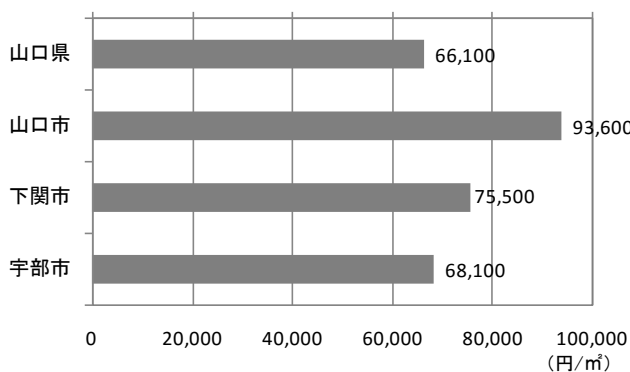
資料：東洋経済新報社「全国大型小売店総覧 2009」

■ その他

山口市の商業地における平均地価は 93,600 円/㎡で、山口県全体の約 1.4 倍である。
また、山口市の所得水準は山口県全体平均よりも高く、宇部市に次いで県下第 2 位である。

山口市の財政力指数は、0.71 であり県下第 8 位である。(図表 3-1-17、図表 3-1-18、図表 3-1-19 参照)

図表 3-1-17 地価 (商業地の標準地地価の平均価格)



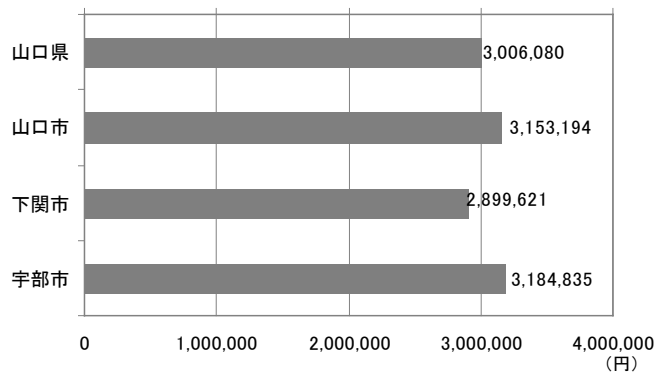
※標準地ごとの 1 ㎡当たりの価格の合計を当該標準地点数で除したもの。

※商業地とは、市街化調整区域を除く都市計画区域内の準住居地域、近隣商業地域及び商業地域並びに用途指定のされていない都市計画区域及び都市計画区域外において、商業用の建物の敷地の用に供されている土地をいう。

※県庁所在地である佐賀市については、該当データ無し。

資料：2007 年度国土交通省土地・水資源局「都道府県地価調査」

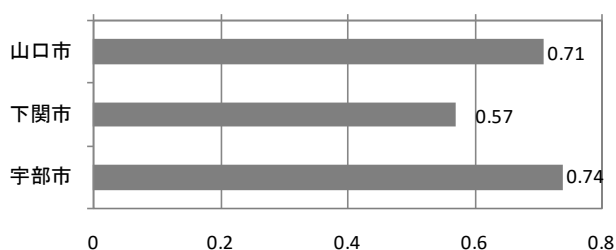
図表 3-1-18 所得水準 (課税対象所得の合計を納税義務者数の合計で除したもの)



※課税対象所得の合計を納税義務者数の合計で除したもの。

資料：2007 年度総務省自治税務局「市町村税課税状況等の調」

図表 3-1-19 財政力指数



※財政力指数は基準財政収入額を基準財政需要額で除したもの。過去 3 か年度の平均値。

資料：2006 年度総務省自治財政局「市町村別決算状況調」

（２）対象地区の概況

対象地区はＪＲ山口駅より北西へ約 400m、市域のほぼ中央部に位置し、山口駅から商店街を含み小売商業の店舗、事業所などが集積している山口市中心商店街（中市商店街、米屋町商店街、道場門前商店街を含む 7 つの商店街で構成）地域である。中市商店街から道場門前商店街までは東西 800m にもなり、また、中市商店街内の山口井筒屋山口店、道場門前商店街内の生活協同組合コープやまぐちコープどうもんが集客核となっている。一方で、中市商店街内では 2000 年に丸信中市店「アルビ」閉店以降、その跡地利用が課題となっている。

また、対象区域周辺には市役所等の公共施設、都市公園、県立美術館をはじめとする文教施設等が立地し様々な都市機能も集積している。また、一の坂川のより豊かな自然をはじめ歴史資産などの文化資源が存在している。

当該商店街への来街客は、年齢別では 50 代が最も多く、以下、70 代以上、60 代、40 代となっており、若者より高年齢者が多く、男性客よりも女性客のほうが多い。来街者の目的は、「買い物」が 6 割以上を占め、内訳は「食料品」、「婦人服・洋品」、「書籍・文具」の順となっており、買回り品を軸とした商店街構成となっている。

近年、中心市街地の小売業に関する従業者数、売場面積、年間販売額、商店数は、それぞれが減少傾向を示しており、中心市街地の求心力が低下している。その要因の一つとしては、郊外地域に大型店舗が相次いで立地したことが考えられる。そこで、中心市街地では再生・活性化にむけた事業者や住民によるまちづくり活動が行われており、関係機関が連携して各事業を展開している。

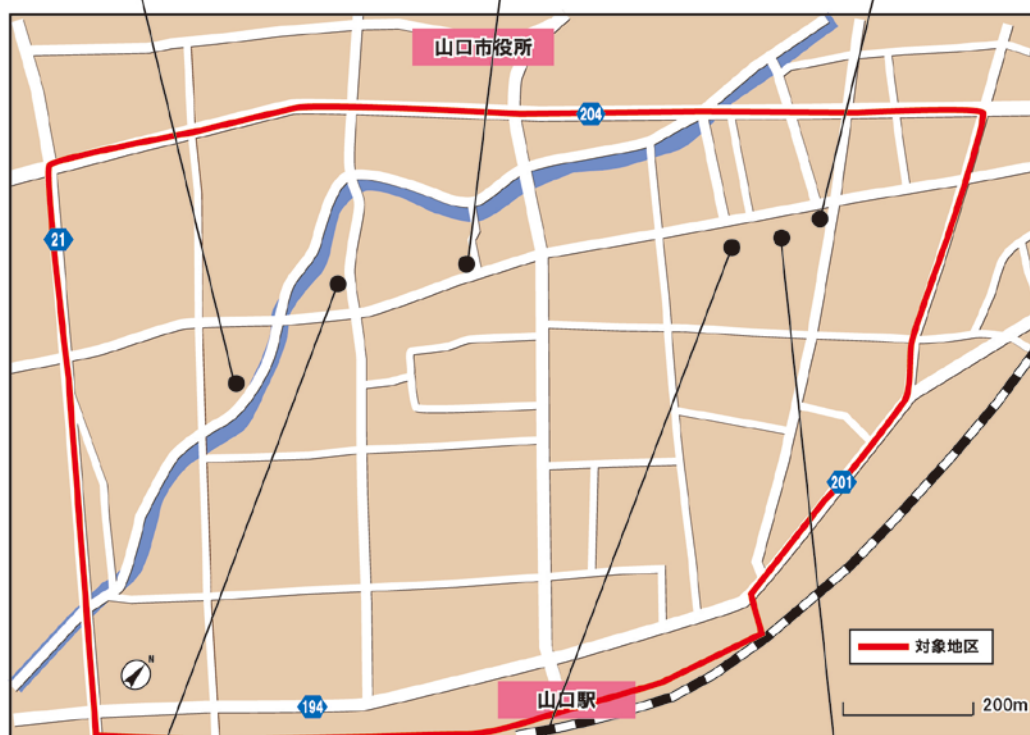
中心市街地活性化を担当し関係部局を総括する組織として、山口市役所内には中心市街地活性化推進室が設置されており、中心市街地の活性化施策を推進している。また、商工会議所、㈱街づくり山口、7 つの商店街で構成する山口市商店街連合会への情報提供、地域住民の組織である山口中心市街地まちづくり推進協議会との連携も行っている。

今後、山口市中心商店街のうち、中市・米屋町・道場門前の 3 商店街の個性を生かして更なる組織強化を図りつつ、各商店街が連携した新たな中心商店街としての再生及びエリアマネジメントを、継続的に担っていける人材を創りだし育成できる自立的なシステムづくりを目指している。

■ 基礎データ

地区名	山口市中心商店街（中市商店街、米屋町商店街、道場門前商店街）
基礎データ	面積：約 75ha ， 人口：4,249 人 ， 人口密度：5,665 人／k m ² 営業店舗数：約 298 店舗 ， 空き店舗数：約 28 店舗 交通：JR 山口線山口駅から徒歩 1 分

■ 対象地区概況図



(3) 事業内容

これまで財団の「地域再生マネージャー事業」により、中市・米屋町・道場門前の3商店街では熱心な議論、検討を続けており、中心商店街の事業が具体化しつつある。議論の過程において各商店街の再生について新たに展開すべきテーマ・検討課題が整理されつつあることから、次のステップへ進むために各商店街で下記テーマを検討し、効果的な事業につなげることを目指す。

■ 中市商店街

- ・アルビ跡地及び梅田邸から中市コミュニティホール（NAC）までの間の土地建物についての連鎖的再開発事業の可能性検討
- ・商店街振興組合の体制強化（駐車場・NAC利用促進方策、空き店舗対策、財務体質強化など）

■ 米屋町商店街

- ・ライフスタイル提案型ショップの研究と米屋町への商業集積のための方策検討
- ・ライフスタイル提案型ショップ等の商業集積による新たな商店街づくりのための検討及び実践的計画立案

■ 道場門前商店街

- ・専門学校や地域コミュニティと連携し、地産地消や地域資源の活用、安心安全などの社会課題に対応した空き店舗対策としてのコミュニティレストラン事業の実施
- ・商店街近隣で暮らす高齢者世帯に対するホームケアサービス事業の展開のための空き店舗活用による活動拠点づくり

3商店街の個性を生かして更なる組織強化を図りつつ、各商店街が連携した新たな中心商店街としての再生及びエリアマネジメントを、継続的に担っていく人材を創りだし育成できる自立的なシステムを構築する。商店街をひとつのショッピングモールと見立て、西門前地区、道場門前地区を西の核、中市地区、米屋町地区を東の核と位置づけるとともに、JR山口駅への通りをシンボル軸と位置づけ、東西核、東西に伸びるアーケード、シンボル軸による「2核十字型モール構想」を基本として整備を進める。

(4) 現地委員会

①スケジュール

■ 日時

平成 22 年 6 月 2 日 (水)

13:45～15:15 現地視察

公設市場～中市商店街～米屋町商店街～道場門前商店街～山口市役所

15:15～17:45 第 2 回まちなか再生支援協力委員会

場所：山口市役所 第 2 委員会室

1. 開会挨拶
2. 山口市挨拶
3. 平成 22 年度まちなか再生支援協力委員の紹介
4. 山口市事業説明
 - ①山口市現況、事業概要説明
 - ②プロデュース事業説明

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)
5. 意見交換
6. 閉会

■ 出席委員

小林委員長、大西委員、梶浦委員、口広委員、服部委員、古川委員、吉永委員

②現地視察



③委員会発言要旨

■ 3つのプロジェクトの全体構成

- ・中市・米屋町・道場門前の3商店街は全長が800mにもなるため、一体的には考えにくい。それぞれの商店街で性格を変えるか、中市・米屋町と道場門前の東西二つに分けて考えないと難しいだろう。東西の真ん中に住宅があって、東西両方を支える仕組みができるとよいのではないか。
- ・道場門前商店街には生協があるが、現在は他に核となる生鮮食品店がない。生協のレシートをみたところ、客単価は1,500～1,600円で業績好調のようである。東側に生鮮食品店を設けることは、競合関係のもとでのサービス向上には有効ではないか。ただし、限られたマーケットであるため、生協の業績は苦しくなるだろう。そこで、西側では、少子高齢化という時代背景を受けて、お年寄り、子供をテーマにした機能強化、市場開拓を考えてはどうか。

■ 駐車場、交通アクセス

- ・駐車場が西の核のポイントにはない。また、東側のアルビ跡地の駐車場へのアプローチは道の狭さや一歩通行などに問題があり、自動車でのアクセスが弱いのではないか。駐車場を全体的にマネジメントする議論が必要ではないか。また、バス交通システムも重要になるだろう。

■ 導入機能

- ・県都には「何でも揃えないといけない」という呪縛があるものだが、山口市は合併しても人口が19.9万人で、しかもその全てが中心市街地に目を向けているわけではなく、まちづくりのターゲットがつかみにくい面がある。その点、現状、中心市街地に男性は少ないが、子育ての20～30代女性や高齢者、学生も歩いている。今後、学生や20～30代に目を向けることも考えられるのではないか。特に県都ならではの強みとして大学がある。山口大学の前の辺りは並木が美しく店舗集積も一定程度あったが、学生たちを中心市街地まで引っ張れるといい。
- ・中心市街地には文化ゾーンもほしい。歴史遺産を壊さないで、まちづくりを進めてほしい。
- ・中心市街地には時間消費させるものをもってくるべきではないか。500円より1,000円、1,000円より1,500円と、出来るだけお金を使ってもらうための仕掛けが必要ではないか。
- ・エンターテインメントであれば、コミュニティシネマでは高齢者と若者が両方利用している例もみられる。また、昔のパチンコは手を使うので高齢者の娯楽としてはいいだろう。30分間300円位で遊べるといいのではないか。

■ 居住者中心のまちづくり

- ・人が住んでいない場所を活性化するなら郊外SC方式には勝てないので、中心市街地のまちづくりは居住者中心で考えて欲しい。居住者数については統計と実態が乖離している可能性もあるので、まずは実態を把握することが必要である。

- ・商店街振興組合のビジネスモデルが現実に合わせてきており、居住者の視点も入れ、まちづくり会社など新しい形で運営体制を構築していく必要がある。その際、商業者と居住者は賑わい・集客についての利益が相反することに留意する必要がある。商業者中心の事業的組織と居住者も参加したより広い組織の 2 本立てにしている例がある。

■ 空き店舗を活用した次世代の担い手育成

- ・道場門前商店街では空き店舗率が約 2 割に上る一方で、山口駅からの通りには若い店主による銀細工や小洒落たショップも多い。若い店主にとってはアーケード街は賃料が高くて出店できないのだろう。アーケード街にとって、従来とは違う客層を開拓するためには彼らを巻き込んでいくことが有効であるだけでなく、次の世代につなげていく必要があり、そのためには賃料を安くすることも必要ではないか。店舗所有者にとっても、空き店舗の状態が 5 年間続くなら賃料を安くしても貸した方がよいだろう。

■ 借地における撤退費用

- ・アルビ跡地のプロジェクトについては、まちづくり会社が市から借地して建物を所有するということが、来年度から建物所有者には資産除去債務が発生し、撤退費用を計上する必要があるので注意を要する。
- ・賃料については、再開発費用の分は高くせざるを得ないが、地域相場と事業採算上必要な金額とのバランスを考慮する必要がある。

(5) 事業成果

以下3点が今年度の主な成果として挙げられる。

■ ロハス・ガーデンプロジェクトの基本計画策定（米屋町商店街）

商業と住宅の複合施設「ロハス・ガーデン」プロジェクトにおける基本計画策定を行った。本施設のコンセプトとして、①居住人口の増加、②ライフスタイル提案型ショップ、③親水性をもたせるとし、建築デザイン（デザインコード）、事業プログラム、マーチャンダイジング計画について策定した。

来年度、都市計画決定がなされ組合設立予定である。

■ マーケットプラザプロジェクト「マルシェ中市」（中市商店街）

核のある中心商店街として、一日に一度は行く中心商店街をコンセプトにフードマーケット等の市場により集客のある場所としていく。当商店街地区に立地している「山口井筒屋」地下「美・食館」食品店街と市場の連携によりまちの中心にある駐車場（山口銀行跡地）を利用し歩いてもらうなどすることで、まちに賑わいを生み出し、相乗効果を生み出すことを目的とし、建築デザイン（デザインコード）、事業プログラム、マーチャンダイジング計画について策定した。

なお、マルシェ中市については、3月上旬竣工で4月にオープン予定である。

■ やさしいくらしのまち 空き店舗対策・コミュニティカフェ事業（道場門前商店街）

「やさしいくらしのまち」として、買物代行を行ったり、古い町屋を道の駅に利用しコミュニティの中に高齢者の活動の場をしつらえるなど、高齢者ニーズに応えた住みよい場所をつくる。西の核として、どうもんパークを軸に2つの縦の通りと商店街が囲むエリアを活性化する。商業施設を集積させスーパー、住宅をつくり日常生活の全てが済むエリアになることを目指し、空き店舗対策事業、マーチャンダイジング計画について進めている。

今後は、高齢者を対象としたサービス業態の展開など検討を行っていく。

（参考）目標達成状況の自己評価

活動内容				進捗状況				
				遅れている	やや遅れている	予定通りである	やや進んでいる	進んでいる
全体プロデュース						●		
デザインコード						●		
事業プログラム						●		
MD戦略プログラム						●		
中市商店街	・梅田邸～NAC間 →連鎖的再開発事業の可能性検討 ・振興組合の体制強化（財務体質強化等）	マーケット プラザ プロジェクト	建築デザイン			●		
			事業プログラム			●		
			MD計画			●		
米屋町商店街	・ライフスタイル提案型ショップの研究と 商業集積方策の検討	ロハス ガーデン プロジェクト	建築デザイン				●	
			事業プログラム				●	
			MD計画			●		
道場門前商店街	・社会課題対応した空き店舗対策事業 →コミュニティレストラン事業 ・高齢者世帯へのホームケアサービス事業 →活動拠点づくりの検討	どうもん やさしいくらし のまち	空き店舗対策事業			●		
			MD計画			●		

（６）来年度以降の取り組み

■ 対象事業の今後の展開

中市商店街における梅田邸再開発事業がマルシェ中市との相乗効果をもたらし、また、米屋町商店街の法定再開発事業が居住人口の増加につながることで、東の核のさらなる賑わいが商店街全体の賑わいになることを期待する。

■ その他関連事業の実施予定等

以下の事業について、検討・実施を行っていく。

- ・商店街を担う人材育成
- ・タウンマネージャー設置の検討
- ・テナントミックスによる空き店舗対策
- ・産学公連携した商店街のニーズ調査
- ・地域の人が集うコミュニティ施設研究

(7) 委員会レビュー

■ 地域価値を高めるための核となる大型店への支援と、大型店に頼らないまちづくり

- ・全国各地で、地方百貨店が撤退し、それらを中心市街地の核として進めていた活性化事業について改めて取り組み直さないといけない状況が生じている。そうした状況に陥らないようにするため、撤退後に対策を講じるのではなく、大型店と共に地域価値を高めていくように前もって公的支援をしていただきたい。山口市では、井筒屋がマーチャンダイジングを改善して大分よくなったが、駐車場がまだ充実していないようだ。この点、山口市に支援いただきたい。これと同時に、大型店に頼らないまちづくりを進めていってほしい。大型店が撤退しても持続可能なまちづくりを進めていけば、危機を突破できるはずである。

■ プロデュース機能とマネジメント機能の分離

- ・まちなか再生には、ビジョンを共有する段階、プロジェクトを実施する段階、プロジェクトが完了した段階の 3 段階がある。プロジェクトが完了する山口の次の課題は、プロデュース機能とマネジメント機能を明確に分けることである。

3-2 銚子市

(1) 市の概況

銚子市は関東平野の最東端に位置して東から南は太平洋に臨み、北は利根川を隔て茨城県の神栖市に対し、西は旭市、北西は東庄町に接している。

面積 83.91 k m²で、海岸部は磯浜が主であるが、南は屏風ヶ浦の海岸壁、東は君ヶ浜などの磯浜がみられる。内陸部は、利根川沿岸の平坦地、南西部の北総台地と東部の丘陵部となっている。気候は沖を流れる暖流・寒流の影響を受け、夏は涼しく冬は温かい。

温暖な気候と豊富な資源に恵まれた銚子市では、キャベツ、大根などの野菜、その他に鶏卵、養豚などの畜産業を中心に農業が盛んである。近年では糖度日本一を誇る銚子メロンの生産も増え、銚子ブランドの一つとして人気を得ている。

また、昔から漁業のまちとしても知られており、全国有数の水揚量を誇っている。黒潮と親潮のぶつかる銚子沖は魚種も豊富で、イワシ、サンマ、サバの大衆魚を中心にマグロやカツオ、タイ、ヒラメなどが市場に並ぶ。生鮮魚は首都圏に多く出荷されるほか、干物や缶詰などの水産食品として加工されている。さらに、銚子では漁業や紀州からの移住者などにより始められた醤油醸造業が飛躍的に発展し、缶詰や干物などの水産加工業と併せ、現在でも銚子市の基幹産業の一つとなっている。

観光資源も豊富で、犬吠埼灯台、君ヶ浜、屏風ヶ浦、地球の丸く見える丘展望館、銚子ポートタワー、銚子マリーナ、銚子漁港など多くの観光資源に恵まれており、古くから観光業が栄えている。

公共交通に関しては、鉄道がJR、銚子電気鉄道、路線バスは千葉交通、関東鉄道が運行されているほか、東京方面へ向けて高速バスも運行されている。バス路線については、規制緩和により路線の整理統合が進むことも予想され、現行の運行体制の維持を図りながらも、行政主体のバス運行について検討が望まれている。

■ 人口

銚子市の人口は 2005 年 10 月時点で 75,020 人であり、千葉県下第 23 位の規模で県全体の 1.24%を占める。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、銚子都市圏は銚子市単独で都市圏を構成しており、千葉都市圏約 200 万人の約 3.7%の規模の都市圏である。(図表 3-2-1 参照)

人口推移をみると、千葉県全体の人口が長期にわたり増加してきている中で、銚子市人口は長期にわたって減少傾向にある。(図表 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、人口減少、少子・高齢化の加速が予測されている。(図表 3-2-2、図表 3-2-3 参照)

また、昼夜間人口比（昼間人口／夜間人口）も 1995 年以降は 1 を下回り、茨城県神栖市等へ流出超過となっている。(図表 3-2-4、図表 3-2-5 参照)

図表 3-2-1 銚子市周辺および千葉県等の人口推移

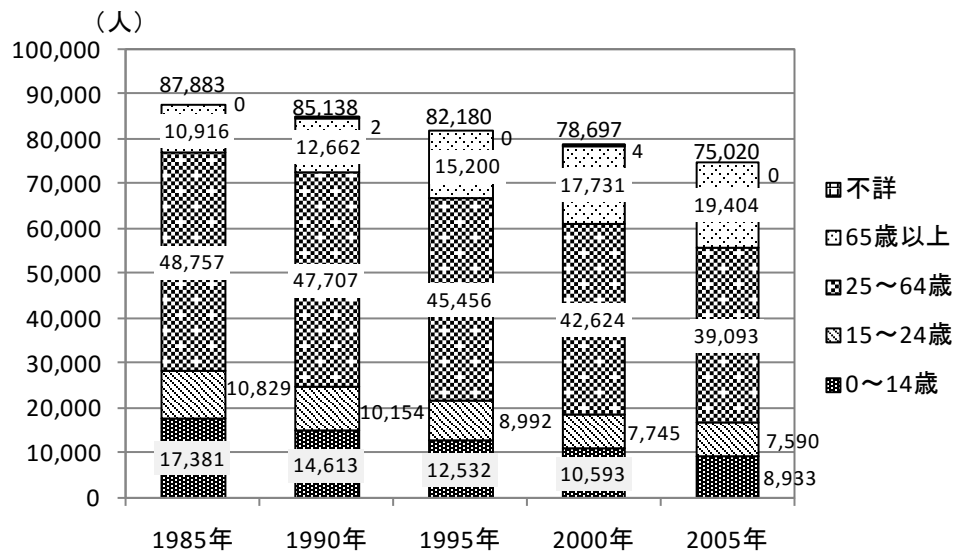
市町村名	1985 年 (人)	1990 年 (人)	1995 年 (人)	2000 年 (人)	2005 年 (人)	県内 シェア	2005 年 /2000 年
千葉県	5,148,163	5,555,429	5,797,782	5,926,285	6,056,462	100.00%	102.20%
銚子都市圏	87,883	85,138	82,180	78,697	75,020	1.24%	95.33%
銚子市	87,883	85,138	82,180	78,697	75,020		95.33%
千葉都市圏	1,600,415	1,738,031	1,857,498	1,921,316	1,976,455	32.63%	102.87%
千葉市	788,930	829,455	856,878	887,164	924,319		104.19%
船橋都市圏	729,036	779,793	793,398	806,683	831,432	13.73%	103.07%
船橋市	506,966	533,270	540,817	550,074	569,835		103.59%
松戸都市圏	427,473	456,210	461,503	464,841	472,579	7.80%	101.66%
松戸市	427,473	456,210	461,503	464,841	472,579		101.66%

(注 1) 2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

(注 2) 都市圏は核都市への通勤通学率 10%以上の市町村

資料：国勢調査

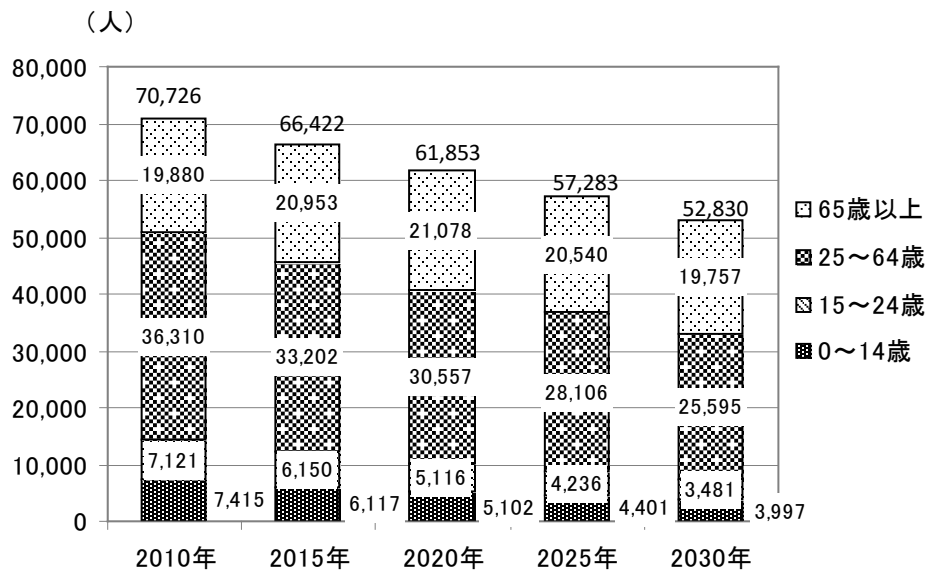
図表 3-2-2 銚子市の年齢階層別人口の推移



(注) 2010年4月1日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：国勢調査

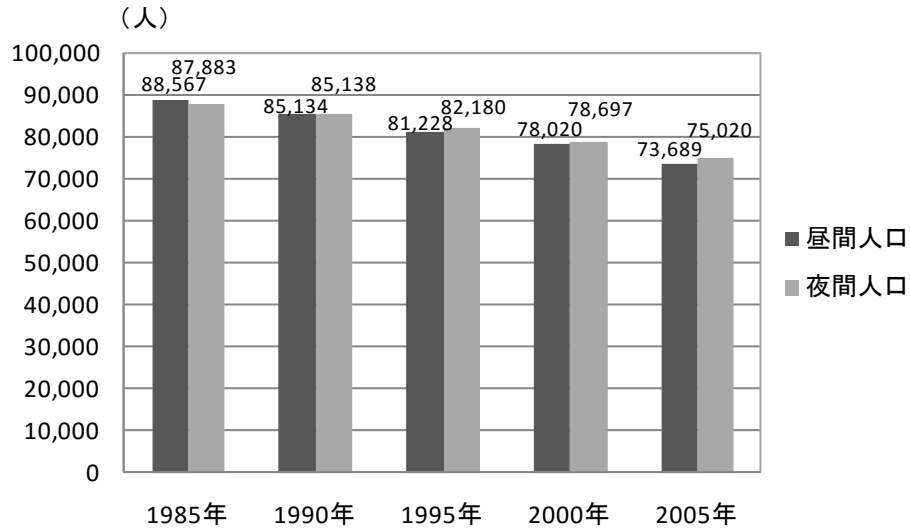
図表 3-2-3 銚子市の将来推計人口



(注) 2010年4月1日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：国立社会保障・人口問題研究所『日本の市区町村別将来推計人口』（2008年12月推計）

図表 3-2-4 銚子市の昼夜間人口の推移

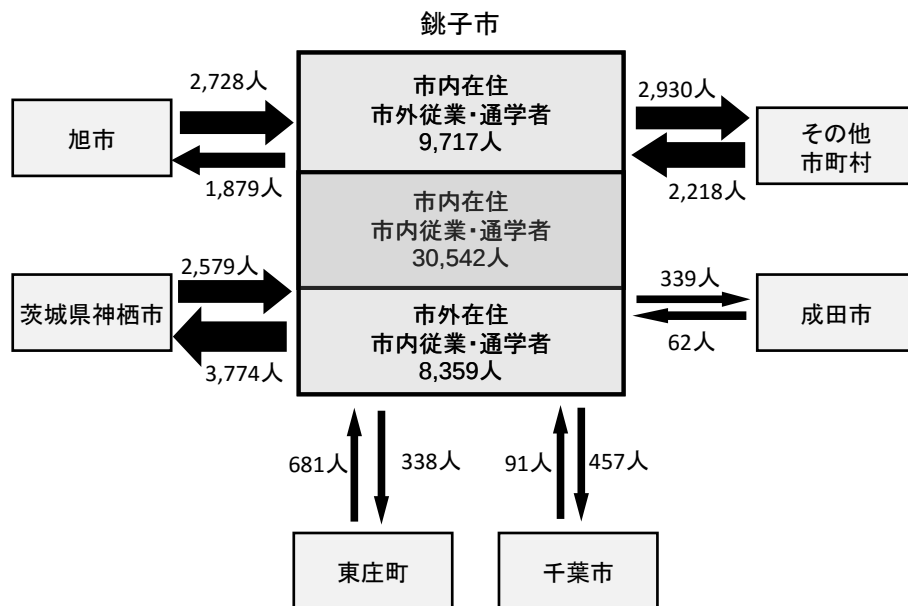


	昼間人口	夜間人口	昼間人口/ 夜間人口
1985 年	88,567	87,883	1.008
1990 年	85,134	85,138	1.000
1995 年	81,228	82,180	0.988
2000 年	78,020	78,697	0.991
2005 年	73,689	75,020	0.982

(注) 2005 年国勢調査結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：国勢調査

図表 3-2-5 銚子市の通勤・通学の流出入状況 (2005 年)



(注) 2005 年国勢調査結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：国勢調査

■ 産業

銚子市の事業所数、従業者数はともに減少が続いており、2006 年の事業所数は 4,798、従業者数は 31,569 人である。事業所数は千葉県の約 2.5%、従業者数は同約 1.5%にあたる。(図表 3-2-6、図表 3-2-7 参照)

2006 年の事業所数、従業者数から産業構造をみると、銚子市は県全体に比べて製造業の割合が高いことが特徴的であり、従業者数では 20%にのぼる。(図表 3-2-8、図表 3-2-9、図表 3-2-10、図表 3-2-11 参照)

銚子市の商業については、2007 年時点の商店数は 1,121 店、従業者数は 5,076 人、売場面積は 92,665 m²、年間商品販売額は 687 億円であった。年間商品販売額は千葉県の約 1.2%にあたる。(図表 3-2-12 参照)

また、2007 年時点では、銚子市の売場面積は 1991 年とほぼ変わらず、年間販売額は 1991 年から 2 割以上の減少となっている。(図表 3-2-13 参照)

千葉県買物動向調査によれば、銚子市は隣接する旭市の商圈に含まれる。旭商圈は、銚子市のほか、匝瑳市、東庄町、香取市の 4 市 1 町で構成されており、銚子市からは約 15.8%の吸引がある。(図表 3-2-14 参照)

また、千葉県内の市町村別の小売吸引力をみると、1 を超えているのは 19 市町であり、銚子市の小売吸引力は 0.96 で県下第 21 位である。(図表 3-2-14、図表 3-2-15 参照)

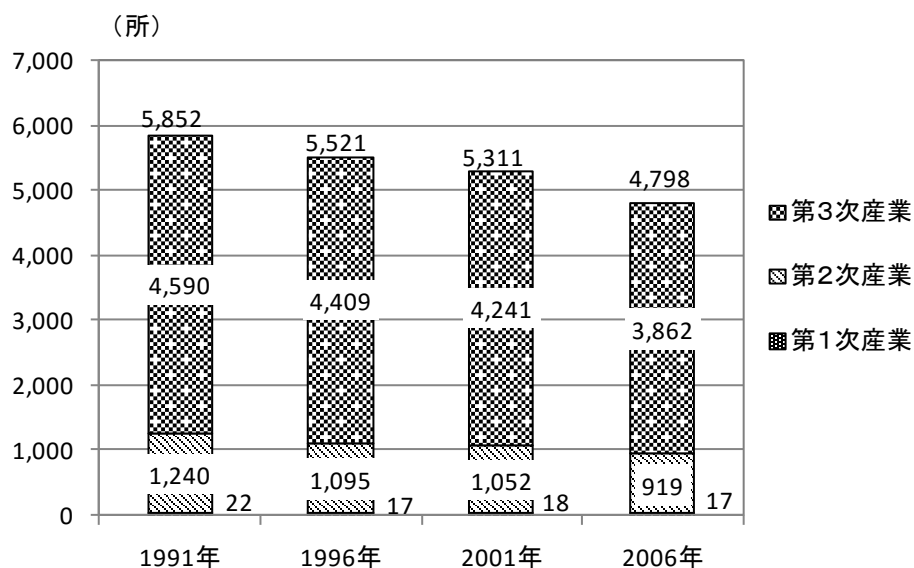
なお、2010 年 3 月には、店舗面積 50,000 m²超のイオン銚子 SC が開業し、新たな拠点となっている。

千葉県内の大型小売店舗を見ると、10,000 m²以上の大型店は 133 店舗あり、そのうち銚子市内にはこのイオン銚子 SC の 1 店舗である。その他、千葉県下において、規模の大きい店舗は、50,000 m²以上がハーバーシティ蘇我・アリオ蘇我（千葉市）、そごう千葉店（千葉市）、ららぽーと TOKYO-BAY（船橋市）、イオンモール成田（成田市）、イオン八千代緑が丘 SC（八千代市）となっている。最近 3 年間の立地動向を見ると、2010 年はイオン銚子 SC のみで、2009 年に千葉市、習志野市、木更津市にそれぞれ 1 店舗、2008 年には千葉市に 2 店舗、館山市、富津市にそれぞれ 1 店舗の立地があった。(図表 3-2-16 参照)

(ア) 全産業

①事業所数と従業者数

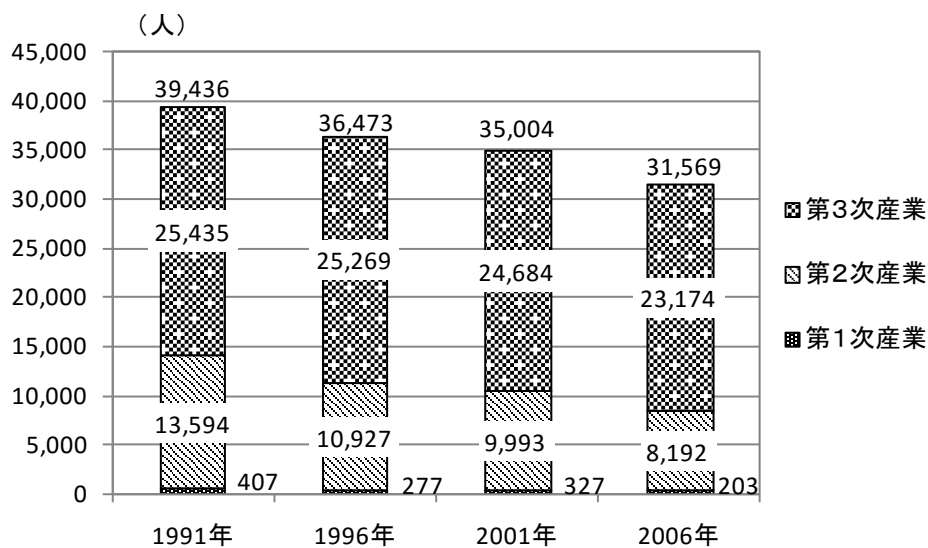
図表 3-2-6 銚子市の事業所数の推移



(注) 2006 年事業所・企業統計結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：事業所・企業統計

図表 3-2-7 銚子市の従業者数の推移



(注) 2006 年事業所・企業統計結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：事業所・企業統計

②銚子市等の産業別事業所数・従業者数(2006 年)

図表 3-2-8 銚子市等の産業別事業所数（実数（所））

	全産業	第 1 次産業	第 2 次産業			第 3 次産業		
		農林漁業	鉱業	建設業	製造業	卸売業	小売業	その他
千葉県	194,817	637	76	19,832	12,191	9,493	43,541	109,047
銚子市	4,798	17	—	478	441	258	1,193	2,411
千葉市	28,174	29	—	2,452	1,111	1,879	6,031	16,672
船橋市	15,272	15	—	1,224	754	803	3,468	9,008
松戸市	13,196	15	1	1,085	915	649	2,925	7,606

資料：事業所・企業統計

図表 3-2-9 銚子市等の産業別事業所数（産業別構成比）

	全産業	第 1 次産業	第 2 次産業			第 3 次産業		
		農林漁業	鉱業	建設業	製造業	卸売業	小売業	その他
千葉県	100.00%	0.33%	0.04%	10.18%	6.26%	4.87%	22.35%	55.97%
銚子市	100.00%	0.35%	0.00%	9.96%	9.19%	5.38%	24.86%	50.25%
千葉市	100.00%	0.10%	0.00%	8.70%	3.94%	6.67%	21.41%	59.18%
船橋市	100.00%	0.10%	0.00%	8.01%	4.94%	5.26%	22.71%	58.98%
松戸市	100.00%	0.11%	0.01%	8.22%	6.93%	4.92%	22.17%	57.64%

資料：事業所・企業統計

図表 3-2-10 銚子市等の産業別従業者数（実数（人））

	全産業	第 1 次産業	第 2 次産業			第 3 次産業		
		農林漁業	鉱業	建設業	製造業	卸売業	小売業	その他
千葉県	2,052,521	7,794	858	144,675	258,058	93,541	367,213	1,180,382
銚子市	31,569	203	—	1,833	6,359	1,767	5,760	15,647
千葉市	370,035	454	—	26,748	28,179	24,690	62,066	227,898
船橋市	175,377	91	—	10,153	18,614	8,869	33,782	103,868
松戸市	124,072	170	7	8,240	15,451	6,397	24,781	69,026

資料：事業所・企業統計

図表 3-2-11 銚子市等の産業別従業者数（産業別構成比）

	全産業	第 1 次産業	第 2 次産業			第 3 次産業		
		農林漁業	鉱業	建設業	製造業	卸売業	小売業	その他
千葉県	100.00%	0.38%	0.04%	7.05%	12.57%	4.56%	17.89%	57.51%
銚子市	100.00%	0.64%	0.00%	5.81%	20.14%	5.60%	18.25%	49.56%
千葉市	100.00%	0.12%	0.00%	7.23%	7.62%	6.67%	16.77%	61.59%
船橋市	100.00%	0.05%	0.00%	5.79%	10.61%	5.06%	19.26%	59.23%
松戸市	100.00%	0.14%	0.01%	6.64%	12.45%	5.16%	19.97%	55.63%

（注）2006 年事業所・企業統計結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：事業所・企業統計

(イ) 小売業

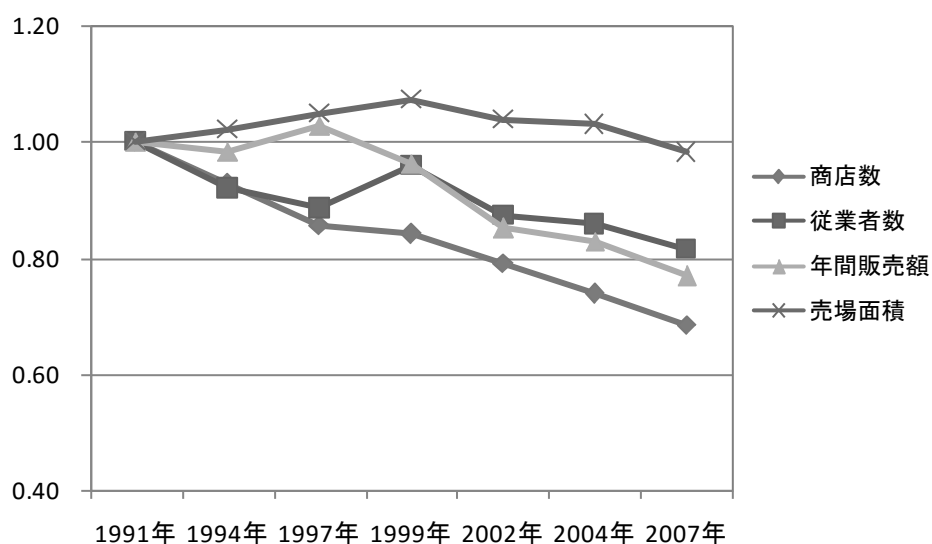
図表 3-2-12 銚子市等の小売集積 (2007 年)

	商店数		従業者数		売場面積 (㎡)		年間商品販売額 (百万円)	
千葉県	39,603	100.00%	330,640	100.00%	6,250,760	100.00%	5,754,991	100.00%
銚子市	1,121	2.83%	5,076	1.54%	92,665	1.48%	68,736	1.19%
千葉市	5,476	13.83%	55,834	16.89%	976,990	15.63%	1,120,709	19.47%
船橋市	3,055	7.71%	29,517	8.93%	504,490	8.07%	561,402	9.76%
松戸市	2,584	6.52%	22,521	6.81%	356,432	5.70%	384,121	6.67%

(注) 平成 19 年商業統計結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：商業統計

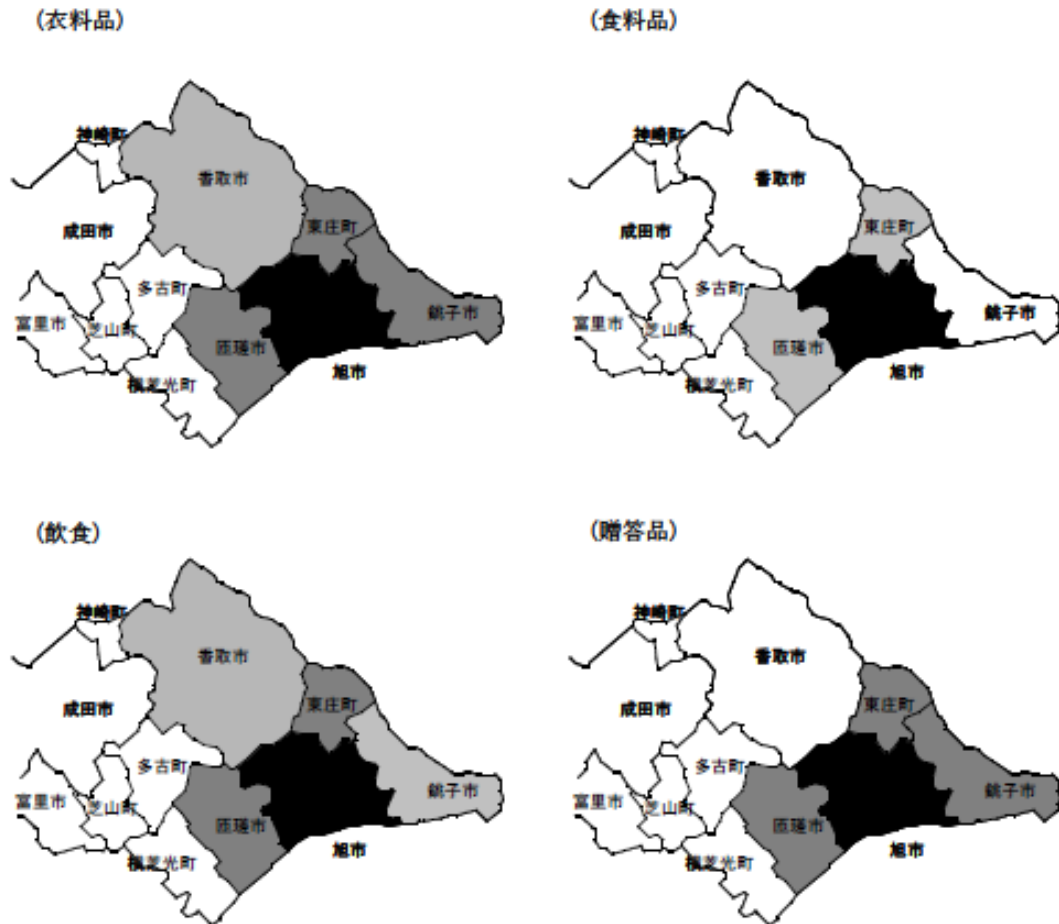
図表 3-2-13 銚子市の小売店の商店数・従業者数・年間販売額・売場面積の推移
(1991 年=1)



(注) 平成 19 年商業統計結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：商業統計

図表 3-2-14 旭市の商圈（2007 年）



商圈 (基準吸引率)	旧・市町村区界				現・市町村区界			
	市町村		商圈人口 (人)	吸引人口 (人)	市町村		商圈人口 (人)	吸引人口 (人)
		市町村 吸引率				市町村 吸引率		
第1次 (30%以上)	計	4 81.9%	70,292	57,601	計	1 83.5%	70,453	58,828
	旧・旭市	81.9%	40,403	33,090	旭市	83.5%	70,453	58,828
	旧・海上町	82.8%	11,128	9,214				
	旧・飯岡町	82.0%	10,855	8,901				
	旧・干潟町	80.9%	7,906	6,396				
第2次 (10～30%未満)	計	5 16.6%	142,614	23,633	計	3 16.5%	131,600	21,730
	銚子市	15.2%	73,864	11,227	銚子市	15.8%	73,864	11,671
	旧・八日市場市	14.4%	31,962	4,603	匝瑳市	14.8%	41,790	6,185
	旧・野栄町	15.9%	9,804	1,559	東庄町	24.3%	15,946	3,875
	旧・山田町	21.9%	11,038	2,417				
	東庄町	24.0%	15,946	3,827				
第3次 (5～10%未満)	計	0 -	-	-	計	1 5.7%	86,449	4,928
					香取市	5.7%	86,449	4,928
合 計		9 38.2%	212,906	81,234		5 29.6%	288,502	85,486

注1) 吸引率=吸引人口÷商圈人口×100

注2) 各商圈内の最上段吸引率は圏内加重平均(圏内吸引人口計÷圏内商圈人口計×100)

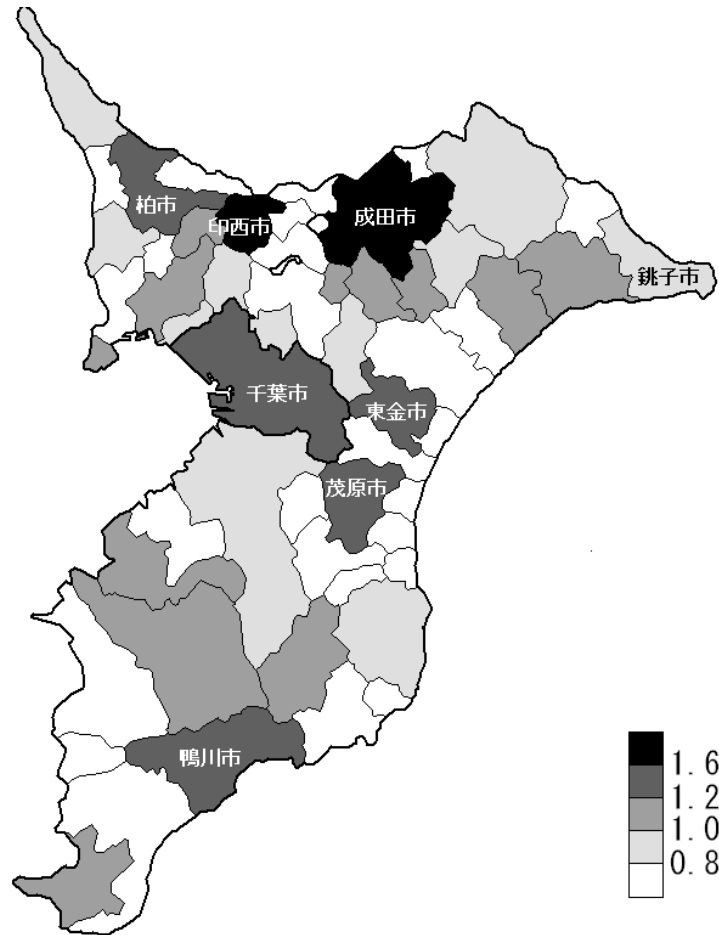
注3) 市町村・商圈人口は平成18年10月1日現在(千葉県毎月常住人口調査より)

但し、旧市町村人口は平成18年10月末日現在(各市町村住民基本台帳字別人口表より)

※住民アンケートに基づき、各市町村の消費支出の吸収率により商圈を設定

資料：平成19年度千葉県買物動向調査報告書

図表 3-2-15 千葉県各市町村の小売吸引力分布（2007 年）



市町村名	小売 吸引力	人口	年間販売額 (百万円)	市町村名	小売 吸引力	人口	年間販売額 (百万円)
成田市	1.73	121,139	198,703	いすみ市	0.84	42,305	33,676
印西市	1.61	60,060	91,892	四街道市	0.80	84,770	64,367
柏市	1.29	380,963	467,138	御宿町	0.79	7,942	5,986
鴨川市	1.28	36,475	44,487	横芝光町	0.79	25,981	19,581
千葉市	1.28	924,319	1,120,709	一宮町	0.78	11,656	8,635
茂原市	1.27	93,260	112,573	鋸南町	0.78	9,778	7,230
東金市	1.21	61,701	71,137	佐倉市	0.76	171,246	124,107
酒々井町	1.19	21,385	24,198	市川市	0.76	466,608	335,635
館山市	1.18	50,527	56,790	富津市	0.72	50,162	34,479
芝山町	1.13	8,389	9,042	袖ヶ浦市	0.69	59,108	38,850
木更津市	1.12	122,234	130,223	長生村	0.69	14,543	9,467
旭市	1.12	70,643	75,086	東庄町	0.68	16,166	10,496
富里市	1.11	51,370	54,139	流山市	0.68	152,641	98,994
浦安市	1.08	155,290	159,510	勝浦市	0.67	22,198	14,215
匝瑳市	1.07	42,086	42,942	鎌ヶ谷市	0.67	102,812	65,448
船橋市	1.04	569,835	561,402	山武市	0.66	59,024	36,987
君津市	1.03	90,977	88,662	大網白里町	0.61	49,548	28,665
大多喜町	1.02	11,514	11,168	我孫子市	0.60	131,205	74,341
白井市	1.02	53,005	51,203	南房総市	0.60	44,763	25,342
習志野市	0.99	158,785	149,180	神崎町	0.59	6,705	3,742
銚子市	0.96	75,020	68,736	睦沢町	0.56	7,838	4,137
香取市	0.95	87,332	78,549	九十九里町	0.54	19,009	9,764
市原市	0.94	280,255	250,180	白子町	0.50	12,850	6,046
八千代市	0.94	180,729	160,750	栄町	0.48	24,377	11,044
野田市	0.90	151,240	129,606	印旛村	0.44	12,652	5,289
八街市	0.87	75,735	62,329	長南町	0.43	9,824	4,001
松戸市	0.86	472,579	384,121	長柄町	0.41	8,564	3,304
多古町	0.85	16,950	13,615	本埜村	0.39	8,390	3,092

(注 1) 2007 年商業統計および 2005 年国政調査結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

(注 2) 各市町村の小売吸引力は、年間販売額における県内シェア／人口における県内シェアとして算出

資料：年間販売額は 2007 年商業統計、人口は 2005 年国勢調査

図表 3-2-16 千葉県内の店舗面積 10,000 ㎡以上の大型店

所在市町村	店舗名	店舗面積 (㎡)	開設 年月
銚子市	イオン銚子SC	55,316	2010年3月
千葉市	ハーバーシティ蘇我・アリオ蘇我	72,376	2005年4月
	そごう千葉店	70,050	1993年4月
	塚本大千葉ビルディング(ヨドバシカメラ千葉店)	23,653	1967年3月
	三越千葉店	21,402	1972年10月
	千葉パルコ	20,027	1976年12月
	千葉ステーションビル(ペリエ1・2)	11,465	1963年4月
	蘇我スポーツ公園前SC	22,000	2008年7月
	太平洋セメント幕張ビル(イトーヨーカドー幕張店)	15,298	1998年10月
	ワンスモール(ダイエー千葉長沼店)	35,289	2000年11月
	フレスポ稲毛(マミーマート稲毛長沼店)	26,474	2003年6月
	稲毛サティ	23,476	1990年11月
	ロイヤルホームセンター千葉北店	16,507	2002年9月
	ラパーク千城台(長崎屋千城台店)	20,788	1995年3月
	鎌取SC・ゆみーる(ジャスコ鎌取店)	32,875	1994年3月
	あすみが丘プランニューモール(土気あすみが丘とうきゅう)	24,781	2000年10月
	イオンおゆみ野SC(マックスバリュおゆみ野店)	17,556	2008年5月
	Mr. Maxおゆみ野SC	15,479	2003年5月
	ベイシアスーパーセンターちば古市場店	11,200	2009年5月
	マリンピア(ジャスコマリンピア店)	31,571	1984年4月
	カルフル幕張	23,314	2000年11月
	ワールド・ビジネス・ガーデン(大塚家具幕張ショールーム)	22,100	1991年11月
	ミハマ・ニューポート・リゾート(スーパースポーツゼビオ)	18,901	2001年10月
	ガーデンウオーク幕張	18,638	2000年10月
	コストコホールセール幕張店	10,507	2000年12月
	検見川浜駅SコミュニティC・フェリア(イズミヤ検見川浜店)	15,681	1991年11月
	ROOM DECOかねたや幕張新都心店	13,882	2005年4月
	川島ビル(ザ・ダイソーマリンピア専門館店)	11,823	1981年10月
市川市	ニッケコルトンプラザ(ダイエーいちかわコルトンプラザ店)	48,108	1988年11月
	市川妙典サティ	29,831	1999年4月
	南行徳SC(ダイエー南行徳店)	29,500	2000年4月
	ショップス石川(スポーツデポSHOPS市川店)	21,361	2000年11月
	コーナン湾岸市川モール(コーナン市川原本店)	25,430	2005年3月
	市川ステーションセンター(シャポー市川)	13,544	1972年10月
	市川ビル(ダイエー市川店)	12,921	1975年7月
船橋市	ららぽーと TOKYO-BAY	116,879	1981年4月
	船橋駅前ビル(船橋西武)	38,311	1967年9月
	ビビットスクエア南船橋	37,199	2004年12月
	船橋駅北口再開発ビル(東武百貨店船橋店)	36,439	1977年10月
	IKEA船橋	23,499	2006年4月
	西武津田沼SC(SEIYU津田沼パルコ店)	23,112	1977年6月
	船橋ツインビル(イトーヨーカドー船橋店)	20,145	1981年10月
	高根木戸SC(ジャスコ高根木戸店)	11,406	1979年12月
	高根台西SC(パシオス・リフレ京成高根台店)	10,022	1995年11月
館山市	ロックシティ館山SC(ジャスコ館山店)	26,740	2007年5月
	コメリパワー館山店	14,760	2008年4月
木更津市	木更津駅西口再開発ビル・アクア木更津	17,535	1988年3月
	アピタ木更津店	15,300	2000年12月
	木更津グリーンシティSC(ジャスコ木更津店)	12,675	1982年11月
	ロックタウン木更津	12,407	2009年10月
松戸市	松戸ビルヂング・三井生命松戸ビル(伊勢丹松戸店)	31,268	1974年4月
	松戸駅東口開発ビル(イトーヨーカドー松戸店)	19,904	1980年6月
	新松戸中央開発ビル(ダイエー新松戸店)	15,575	1981年11月
	真嶋ビル(SEIYU常盤平店)	13,851	1974年12月
	ピコティ東館(北小金サティ)	11,628	1994年3月
	松戸パークビル(ダイエー松戸西口店)	10,056	1977年6月
野田市	野田SC(ジャスコノア店)	25,419	1989年3月
	ロックタウン野田七光台(マックスバリュ・ロイヤルHC)	19,337	2004年4月
茂原市	カインズホーム茂原店	14,142	1996年9月
	茂原SPアスモ(ケーヨーデイツー茂原店)	13,717	1989年12月
	茂原セントラルモール(フードプラザハヤシ)	13,494	2007年5月
成田市	イオンモール成田(ジャスコイオン成田店)	57,024	2000年3月
	公津の杜SC・ユアエルム成田店(イトーヨーカドー成田店)	28,620	1999年12月
	成田パークSC(ボンベルタ百貨店成田)	22,339	1992年3月
	成田パークSCアネックス	11,284	1999年10月

所在市町村	店舗名	店舗面積 (㎡)	開設 年月
佐倉市	ユーカリが丘サティ	16,827	1992年3月
	臼井SC・レイクピア(ジャスコ臼井店)	13,096	1984年3月
	スカイプラザユーカリが丘	11,310	1999年3月
	染井野SC(イトーヨーカドー臼井店)	10,850	1998年10月
	ベイシアスーパーセンター佐倉店	10,100	2005年12月
東金市	サンピア(ジャスコ東金店)	14,400	1978年11月
旭市	サンモール(ジャスコ旭店)	21,165	1982年4月
	カインズホームスーパーセンター旭飯岡店	10,200	2005年11月
習志野市	モリシア(イオンモリシア津田沼店)	33,185	1978年10月
	イオン津田沼SC(ジャスコ津田沼店)	30,655	2003年10月
	ハイパーモールメルクス新習志野(Mr Max 新習志野店)	24,053	2000年12月
	TEC津田沼駅前開発計画(ユザワヤ津田沼店)	20,357	1998年11月
	津田沼Sスクエア(イトーヨーカドー津田沼店)	20,183	1977年11月
	東京インテリア家具幕張店	20,130	2005年12月
	サンウェルSP(イトーヨーカドー東習志野店)	16,389	1994年11月
	スーパービバホーム新習志野店A棟	12,866	2006年4月
	ロイヤルホームセンター習志野店	10,500	2003年9月
	ホームズ幕張新都心店	14,620	2009年7月
柏市	柏高島屋ステーションモール	48,698	1979年11月
	スカイプラザ柏(そごう柏店)	39,729	1973年10月
	モラージュ柏(ヤオコーマーケットプレイス モラージュ柏店)	29,759	2004年7月
	ららぽーと柏の葉(東急ストア)	26,690	2006年11月
	イオン柏SC(ジャスコ柏店)	25,242	2006年5月
	コジマNEW柏・松ヶ崎SC	17,985	2000年10月
	柏SC	15,787	1993年4月
	柏駅前第一ビル(丸井柏VAT)	10,729	1964年4月
	丸井柏店	10,590	1996年2月
	イトーヨーカドー柏店	10,513	1971年4月
	長崎屋サンSC柏店(長崎屋柏店)	10,278	1967年3月
市原市	unimo(ユニモ)ちはら台	31,363	2007年9月
	アピタ市原店	20,434	1998年11月
	市原Sスクエア(イトーヨーカドー市原店)	16,386	1976年6月
流山市	流山おおたかの森SC	25,333	2007年3月
八千代市	キッコーマンP流山(イトーヨーカドー流山店)	14,300	1993年11月
	イオン八千代緑が丘SC(ジャスコ八千代緑が丘店)	56,871	2005年4月
	フルルガーデン八千代(イトーヨーカドー八千代店)	42,322	2002年9月
	ism緑ヶ丘店(トライアル八千代店)	20,640	2000年10月
	京成SC八千代台店(ユアエルム八千代台店)	19,897	1977年11月
我孫子市	あびこSC(エスパ我孫子店)	18,407	1994年10月
	イシバシSPアビイクオーレ(イトーヨーカドー我孫子店)	10,033	1990年2月
鴨川市	鴨川SC・フローレ(ジャスコ鴨川店)	12,050	1992年11月
	ベイシアスーパーセンター鴨川店	11,848	2003年12月
鎌ヶ谷市	イオン鎌ヶ谷SC(ジャスコ鎌ヶ谷店)	23,358	2004年4月
	アクロスモール新鎌ヶ谷(トイザらス新鎌ヶ谷店)	11,688	2006年11月
	アピタ君津店	10,407	1987年10月
富津市	イオンモール富津(ジャスコ富津店)	28,433	1993年9月
	カインズホーム富津店	12,572	2008年10月
浦安市	舞浜駅前開発(イクスピアリ)	29,998	2000年7月
	ショッパーズプラザ新浦安(ダイエー新浦安店)	25,399	1990年6月
	イトーヨーカドー新浦安店	23,360	2000年10月
	SEIYU浦安店	10,571	1979年11月
四街道市	四街道Sプラザ(イトーヨーカドー四街道店)	21,000	2005年3月
	四街道SC(MEGAドン・キホーテ四街道店)	12,680	1999年3月
	斎藤ビル・M2プラザ四街道(ザ・ダイソー四街道M2プラザ店)	10,672	1977年4月
八街市	カインズホーム・ベイシアフードセンター八街店	16,640	2000年11月
	グリーンタウンやちまた(ジャスコ・マックスバリュ八街店)	12,980	1998年10月
印西市	イオンモール千葉ニュータウン(ジャスコ千葉NT店)	47,000	2000年9月
	ジョイフル本田千葉ニュータウン店(変更予定)	40,916	2003年1月
	BIG HOP ガーデンモール印西	36,885	2007年9月
	牧の原モア(ヤオコー、ヤマダ電機テックランド)	18,614	2005年10月
	スポーツデポ・ゴルフ5・サンキ千葉NT店、カワチ薬品牧の原店	11,721	2004年4月
白井市	ホームマックススーパーデポ・カワチ薬品白井店	12,623	2003年2月
富里市	ベイシアスーパーセンター富里店	11,630	2005年12月
匝瑳市	カインズホームスーパーセンター八日市場店	14,145	2004年1月
	オーシャンマート126(カスミ八日市場店)	10,460	1991年10月
山武市	ラパーク城東(長崎屋成東店)	16,179	1997年11月
酒々井町	スーパーセンタートライアル酒々井町	10,000	1995年5月
長柄町	長柄Sリゾート(アウトレットコンサート長柄)	20,531	2004年3月

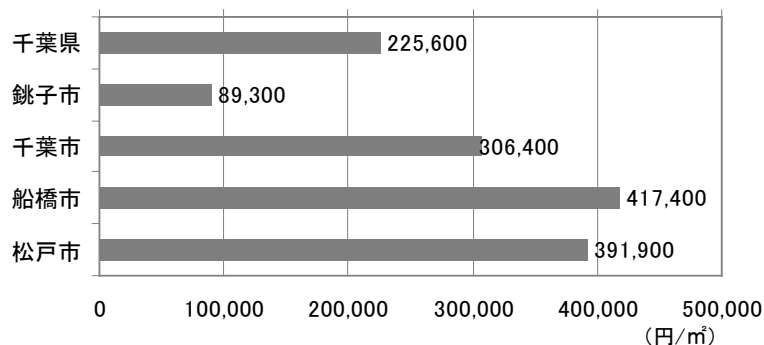
資料：東洋経済新報社「全国大型小売店総覧 2009」

■ その他

銚子市の商業地における平均地価は 89,300 円/㎡で、千葉県全体の平均地価の 4 割程度である。また、銚子市の所得水準は千葉県全体平均の 77.5%となっている。

銚子市の財政力指数は 0.57 であり県下 56 市町村中第 36 位である。(図表 3-2-17、図表 3-2-18、図表 3-2-19 参照)

図表 3-2-17 地価 (商業地の標準地地価の平均価格)



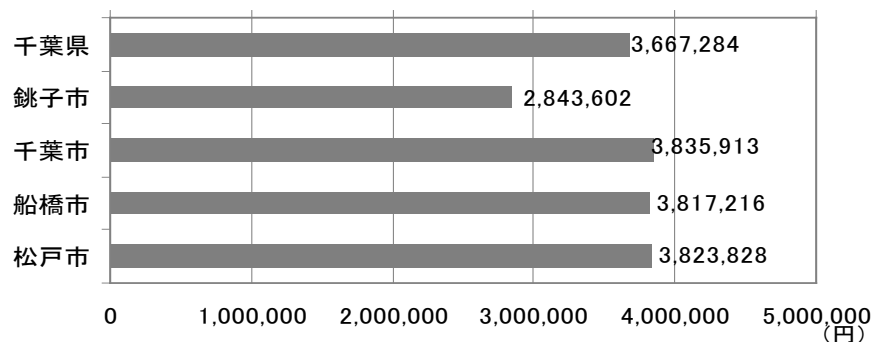
※標準地ごとの 1 ㎡当たりの価格の合計を当該標準地点数で除したもの。

※商業地とは、市街化調整区域を除く都市計画区域内の準住居地域、近隣商業地域及び商業地域並びに用途指定のされていない都市計画区域及び都市計画区域外において、商業用の建物の敷地の用に供されている土地をいう。

※県庁所在地である佐賀市については、該当データ無し。

資料：2007 年度国土交通省土地・水資源局「都道府県地価調査」

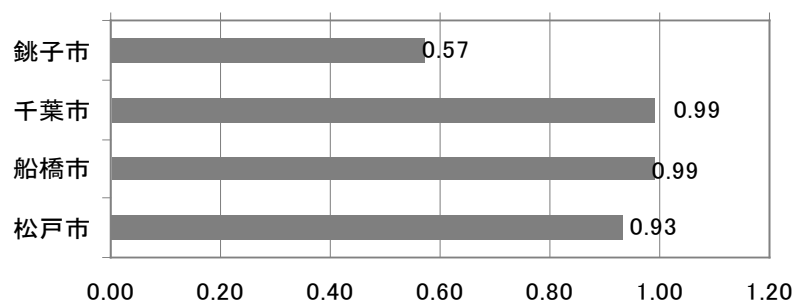
図表 3-2-18 所得水準 (課税対象所得の合計を納税義務者数の合計で除したもの)



※課税対象所得の合計を納税義務者数の合計で除したもの。

資料：2007 年度総務省自治税務局「市町村税課税状況等の調」

図表 3-2-19 財政力指数



※財政力指数は基準財政収入額を基準財政需要額で除したもの。過去 3 か年度の平均値。

資料：2006 年度総務省自治財政局「市町村別決算状況調」

（２）対象地区の概況

対象地区は、銚子駅（ＪＲ総武本線、銚子電気鉄道）の北側に位置し、銚子駅から駅前シンボルロード、マイロード沿いに商店街が広がり、利根川に至るまでの銚子市の中心市街地である。市役所、金融機関、ホテルが立地するほか、ふるさと雇用再生特別基金事業を活用し、銚子中心市街地活性化研究会が運営する「銚子セレクト市場」も開設されている。また、地区の南側と西側は住宅地区で、東側には古くからの商店街と醤油醸造工場などが立地している。

こうした立地条件から、中心市街地への来街者は、買物などに訪れる近隣住民や近隣で働く人が中心となるが、銚子駅前を中心に観光客も多く来訪している。

しかし、かつては地区内の核店舗であった大型店「十字屋」が2005年に撤退し、また公共交通機関である路線バスの減便等もあり、中心市街地は衰退傾向にある。加えて、前述のとおり2010年3月に郊外に開業したイオン銚子SCが新たな買物拠点となる中で、中心市街地では残っていたもう一つの大型店「銚子ショッピングセンター・シティオ」が2011年1月に閉店するなど、更なる衰退が懸念されているところである。

■ 基礎データ

地区名	銚子市三軒町、大橋町（一部）、若宮町、西芝町、東芝町、双葉町、中央町、末広町
基礎データ	面積：約 68ha ， 人口：2,200 人 ， 人口密度：3,235 人／k m ² 営業店舗数：約 218 店舗 ， 空き店舗数：不明 交通：J R 総武本線 銚子駅、銚子電気鉄道 銚子駅

■ 対象地区概況図



(3) 事業内容

かつての中心市街地の核店舗「十字屋」の跡地について関係権利者等、民間による主体的な再生を支援し、それを核として賑わいを創出し中心市街地全体の活性化を図るため、本事業では、十字屋跡地の再開発の基本計画をとりまとめることとする。

具体的には、下記のとおりである。

■ 十字屋跡地再開発計画のとりまとめ

土地所有者である㈱松屋百貨店の同意を得た上で、当該地区の関係団体と連携して事業内容を整理し、下記３点を含む実現可能な再開発の基本計画をとりまとめる。

- ①事業手法、事業実施手順の整理
- ②事業費の算出及び資金計画の作成
- ③管理運営計画の作成

あわせて、事業の推進に必要な組織体制の整備を行う。運営会社設立に向けては、㈱松屋百貨店との明確な責任分担、テナント、地元金融機関などの資本参画、出資も含めた市の支援策等についても検討を行う。

(4) 現地委員会

①スケジュール

■ 日時

平成 22 年 7 月 6 日 (火)

12:30～15:30 現地視察 (市内)

銚子駅～渡船場(外観)～銚子銀座～銚子観音～銚子漁港～犬吠埼灯台
(外観)～地球の丸く見える丘展望館～銚子ドーバーライン～イオン(外
観)～信田缶詰工場(外観)～銚子駅～ヤマサのレンガ蔵～シティオ～
山十商店～十字屋跡地～銚子市役所

15:30～18:00 第 3 回まちなか再生支援協力委員会

場所：銚子市 勤労コミュニティセンター2 階ホール

1. 開会挨拶
2. 銚子市挨拶
3. 平成 22 年度まちなか再生支援協力委員の紹介
4. 銚子市事業説明
 - ①銚子市現況、事業概要説明
 - ②プロデュース事業説明

株式会社アイ・シー・エフ

代表取締役 小倉 義昭 (プロデューサー)
5. 意見交換
6. 閉会

■ 出席委員

秋山委員長代理、大西委員、梶浦委員、西郷委員、古川委員、水野委員、吉永委員

②現地視察



③委員会発言要旨

■ 長期的な観光プランの必要性

- ・十字屋跡地だけの対策ではなく、銚子市全体として人口減少を止められるような長期的プランを作って取り組む必要がある。
- ・現在の施設コンセプトで進めるのであれば、市全体の観光プランを早く作るべきだ。その中で、幾つかの個別ゾーンの一つとして十字屋跡地を位置づけていくことが求められる。
- ・観光プランとしては、観光資源・交通を考慮し、交流人口を高めるための戦略などを盛り込んだ、新しい時代にあった長期的な計画とすることが必要。観光政策も含め、しっかりしたプランニングが必要。まず、グランドデザインを書いてみてはどうか。

■ 十字屋跡地施設のコンセプト、機能、規模等

- ・この施設の対象者は観光客なのか地元なのか明確にする必要がある。観光客と地元の両方を狙うのは無理がある。観光客向けの施設を喜ぶのは団体観光客だけである。それ以外の観光客はその土地の暮らしを見たいものである。施設が地元の暮らしに根付いてくれば、観光客が来るようになる。地元の人が好んで来る施設にすることが重要ではないか。
- ・地元の人向けの施設としては店舗規模が 300 坪では小さすぎないか。
- ・十字屋跡地を観光拠点と位置づけるには駐車場が足りないのではないか。銚子ではバスかマイカーのアクセスが多いだろうが、現在の計画では 30 台くらいしか駐車できないのではないか。
- ・銚子漁港にある漁協の市場との棲み分け、調整はうまくいくのか。
- ・店舗を作って閑散とした状態になってしまうと次の手が打てない。この施設を設置する前に、広い道路を朝市のような形で使ってみてはどうか。

■ 十字屋跡地施設の事業採算性と補助金活用

- ・テナント賃料は売上の 10%を想定しているが、人件費、電気代、設備費なども考えると不足するのではないか。テナントの売上が下がると更に収入が下がるのも問題。
- ・国、市等の補助金の活用を検討できないか。例えば、商店街組合等において新たに実施する、社会課題に対応した集客力向上、または売上増加の効果がある商店街活性化を目指した施設設備事業（テナントミックス）として計画し、中小企業庁の中小商業活力向上事業補助を受ける活性化事業に取り組んではどうか。また、チャレンジショップや起業支援事業なども織り込み、市・県の補助支援を受けることも出来るのではないか。補助を受けるにせよ、民間単独で事業化するにせよ、事業採算にのせるには具体的な店舗施設、投資計画、テナント業種構成、業種ごと出店条件、共益費概算見積など事前に十分に検討し慎重に事業化へ臨むことを提言する。また、商店街振興組合でない場合は、商工会議所や中小事業者等で会社を設立し取り組むことも検討できるのではないか。市、事業者ともに経済産業局に相談してはどうか。テナントミックス店舗整備事業は土地買収、造成整備等は補助対象外である。

土地は定期賃借で借りて投資を抑え事業化することがのぞましい。

- ・事業採算を考えると補助金を使った方がいい。また、事業スケジュールを補助金活用に合わせて見直した方が良さそう。
- ・補助金の活用が可能なら、飲食施設の配置が予定されているところをピロティにして駐車スペースを増やした方が良さそうではないか。

■ 中心市街地店舗の営業時間の延長

- ・中心市街地では飲食店の多くが夜 9 時で閉店して街全体が暗くなってしまうので、灯りがほしい。若者すら来なくなったという人がある。個々の店舗では客が来ないため取り組めないで、事業者全体での取り組みが必要である。
- ・曜日を決めて営業時間を長くしたり、夜間に灯りをつける日を設けることなどが考えられるだろう。

■ バス運行について

- ・銚子市内の観光地は犬吠埼をはじめ、銚子電鉄、外川漁港など数多く、これら広域で考えるならばバスが不可欠になる。
- ・一方、多様な場所にバス路線を設けるためには、それら地区の観光の取組についても議論し、需要予測をきちんと行う必要がある。観光客向けのバスを中心市街地以外に持っていくと赤字になるおそれが高い。
- ・また、コミュニティバスの運行を考えると、2 ルート 8 k m と仮定すれば料金を 100 円にする場合は赤字 2,000 万円を市が負担する必要がある。加えて、初期投資も車両等に 6,000 万円必要で、これに停留所も整備するとなると相当高額になる。まずは地域の公共交通を総合的に検討するべきである。

(5) 事業成果

目標に対して、以下のような成果が得られた。

■ 十字屋跡地再開発計画のとりまとめ

十字屋跡地の再開発計画として、数多くの資源に恵まれ、漁獲量日本一の漁業、豊かな農産物、犬吠埼や屏風ヶ浦などの絶好のロケーションを有する全国有数の観光名所として知られる銚子の魅力をもっと多くの人に届けることをコンセプトにする屋台形式の商業施設「(仮) 銚子漁港市場 てうし横丁」開発計画をとりまとめた。

これは新鮮な地元産品が集まり、「地元のは地元で消費する」というできたとれたての銚子ならではの美しさを市の内外に発信することで新しいモノづくり、コミュニケーションの場を創造する施設であり、生鮮食品（青果・鮮魚等）、総菜、市場食堂等のテナントを予定している。

この「(仮) 銚子漁港市場 てうし横丁」開発計画については、土地所有者である(株)松屋百貨店から同意を得ることができた。

また、事業の推進に必要な組織体制の整備としては、現在 2011 年秋頃の開店に向けて、運営会社の設立準備、関係機関への協力要請やテナントの募集などを実施している。

(参考) 目標達成状況の自己評価

活動内容	進捗状況				
	遅れている	やや遅れている	予定通りである	やや進んでいる	進んでいる
十字屋跡地再開発計画のとりまとめ			●		

（６）来年度以降の取り組み

■ 対象事業の今後の展開

○「(仮)銚子漁港市場 てうし横丁」整備事業推進

- ・運営会社を 2011 年 4 月頃に設立し、秋頃の開店を目指して事業を進めていく。
- ・安心安全な地元産品を提供してくれる生産者や、魅力ある商品を開発し販売・提供するテナント（事業者）等の確保が課題であり、市として支援・協力体制を早期に確立する。

■ その他関連事業の実施予定等

○2011 年 1 月に閉店した「銚子ショッピングセンター・シティオ」を含めた周辺商店街の空き店舗対策に取り組む。

○その他、プロデューサーからは中心市街地活性化のアクションプログラムとして以下が提案されている。

- ・来街者を増やす広域交流の促進に向けて、「観光整備」基本計画の策定
- ・“さかなのまち” 銚子市の新たな「ブランドづくり」基本計画の策定

(7) 委員会レビュー

■ まちなか再生全体のプランの必要性

- ・人を集める方法はコミュニティバスだけではない。交通手段以外に、定住人口を増やすことも考えられるし、まちなかの魅力を作る必要もある。十字屋跡地の再生だけでまちなかの魅力が不十分ならどうするのか。客に来てもらう交通手段はどうするのか。駐車場も必要だし、自転車を貸し出す仕組みも含めた総合力が必要。銚子は道路空間が広く閑散としている。道路にはみ出すような商店街にしていかないと賑わいが失われていく。
- ・定住人口が減少してきている現状を踏まえると、今後、定住人口を増やすことは難しい。交流人口をいかに増やすかという観点でマスタープランを考えるべきではないか。
- ・個別プロジェクトの話だけではなく、行政計画、ビジョンを立てることが必要ではないか。

■ 施設の対象顧客・規模について

- ・現行の計画では、観光客と地元住民の両方を対象にしている。山口市のプロジェクトでは地元住民を意識したマーチャンダイジングとデザインにしている。これからの観光客は山口市型のマーケットプレイスに関心があり、そういう場所で買い物をしたいのではないか。土産物屋になれば地元の人に愛されない。観光客向けといっても団体客向けの駐車場等もなかった。さらに議論を深めて欲しい。
- ・観光客向け施設であると言い切ってもいいのではないか。新しい売上を獲得するのはまちにとってよいことである。問題は、活性化が地域に波及していくための方法をどのように考えていくかである。
- ・市内に既に同じような施設がある中で、新たに50店舗の施設をつくとオーバーストアにならないか心配だ。既存事業者から誘致するのであれば、市内のあらゆる店舗、農協、漁協等、集めないといけないのではないのか。一方で、市外から誘致してくるとなると地産地消の実現が難しい。また、銚子には個店で頑張っているところも多いが、彼らにとって極めて賃料が安い場所に競合店が出店するのは大変な脅威になってしまう。新たに農家や漁師が直売をするとしても、彼らが店舗経営することは持続可能であるか懸念がある。

■ 夜の人通りの創出

- ・銚子に行って一番気になったのは夜の通りに人が歩いていないことであった。これは地元のある飲食店オーナーの意見でもある。夜に店舗が閉まっているに対策を講じないとせっかく計画を立ててもうまくいかない。遅くまで灯りをとともす状況を誘導するようにしてほしい。この施設の閉店時刻を20時にすることを考えているのなら、その意気込みを周囲の商店街に周知してほしい。

3-3 岡崎市

(1) 市の概況

岡崎市は、平成 18 年 1 月に、額田町と合併し現在の岡崎市が誕生した。岡崎市は、愛知県の中央部、三河山地と岡崎平野の接点にあり、三河高原の西端に位置している。北部は豊田市に、東部は新城市に、西部は安城市、西尾市に、南部は幸田町、蒲郡市、豊川市に接している。総面積 387.24 k m²で、県内 3 番目の規模であり、三河高原の丘陵台地の西を北から南に縦断して矢作川が、東から西に横断する形で乙川が流れる、水環境に恵まれた地にある。

岡崎市が位置する西三河地域から名古屋周辺地域に続く一帯は、愛知県における自動車産業、航空機産業、工作機械産業など世界的なモノづくりの研究開発拠点であるとともに、多様な分野の高度な産業技術が集積している岐阜県、三重県、静岡県と高規格道路網でネットワークされた環伊勢湾地域の中心に位置しており、近代工業の先端を行く輸送用等機器産業、化学工業が盛んである。また、航空機産業についても、平成 20 年 3 月に国産小型旅客機の事業化が決定し、今後、エンジン、複合素材などの新たな部品需要が期待されている。その一端を担う岡崎市は、加えて、繊維・味噌・石製品などの伝統工業があり、商業・農業とも調和のとれた産業構造をもつ都市である。

交通は広域利便性に優れており、JR 東海道本線、名鉄名古屋本線及び愛知環状鉄道線の鉄道網や、東名高速道路、国道 1 号、国道 248 号、国道 473 号、平成 26 年に供用が開始される新東名高速道路の幹線道路網により、名古屋市や周辺都市との円滑な交通が確保されている。

■ 人口

岡崎市の人口は 2005 年 10 月の国勢調査時点で 363,807 人（2006 年合併の額田町人口含む）と、愛知県下第 5 位の規模であり県全体の約 5%を占める。通勤通学率 10%以上の市町村を都市圏とすると、岡崎都市圏は岡崎市と幸田町で都市圏を構成しており、名古屋都市圏約 478 万人の約 14%の規模の都市圏を構成している。（図表 3-3-1 参照）

人口推移をみると、愛知県全体、岡崎市ともに長期にわたって増加傾向にある（図表 3-3-1 参照）。2000 年から 2005 年にかけての増加率を見ても、岡崎の増加傾向は強い。また、将来推計人口（国立社会保障・人口問題研究所）によると、2025 年まで増加は続き、2030 年の段階でも少子・高齢化は進展するものの 38 万人を超えて推移すると予測されている。（図表 3-3-2、図表 3-3-3 参照）

一方で、昼夜間人口比（昼間人口／夜間人口）は 1 を下回り、減少傾向にある。豊田市、名古屋市等の都市部や近隣市への通勤・通学者による流出超過がみられる。（図表 3-3-4、図表 3-3-5 参照）

図表 3-3-1 岡崎市周辺および愛知県等の人口推移

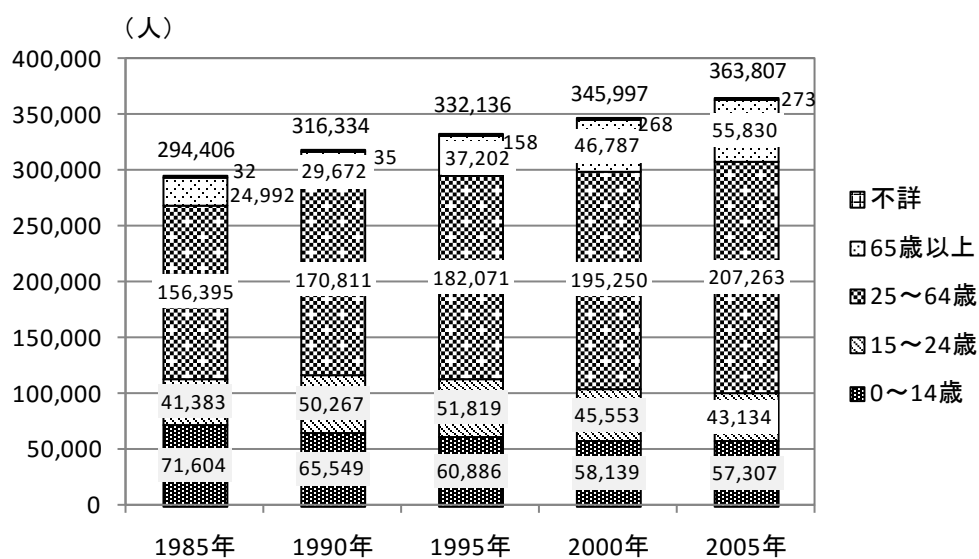
市町村名	1985 年 (人)	1990 年 (人)	1995 年 (人)	2000 年 (人)	2005 年 (人)	県内 シェア	2005 年 /2000 年
愛知県	6,455,172	6,690,603	6,868,336	7,043,300	7,254,704	100.00%	103.00%
岡崎都市圏	322,997	347,338	364,847	379,405	399,403	5.51%	105.27%
岡崎市	294,406	316,334	332,136	345,997	363,807		105.15%
名古屋都市圏	4,327,200	4,457,381	4,555,032	4,658,715	4,777,601	37.43%	103.03%
名古屋市	2,116,381	2,154,793	2,152,184	2,171,557	2,215,062		102.00%
豊田都市圏	423,086	455,363	474,550	494,689	517,610	7.13%	104.63%
豊田市	344,105	370,858	383,800	395,224	412,141		104.28%
豊橋都市圏	559,830	582,891	602,036	618,736	631,969	8.71%	102.14%
豊橋市	322,142	337,982	352,982	364,856	372,479		102.09%

（注 1）2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

（注 2）都市圏は核都市への通勤通学率が 10%以上の立地都道府県立地の市町村で構成

資料：国勢調査

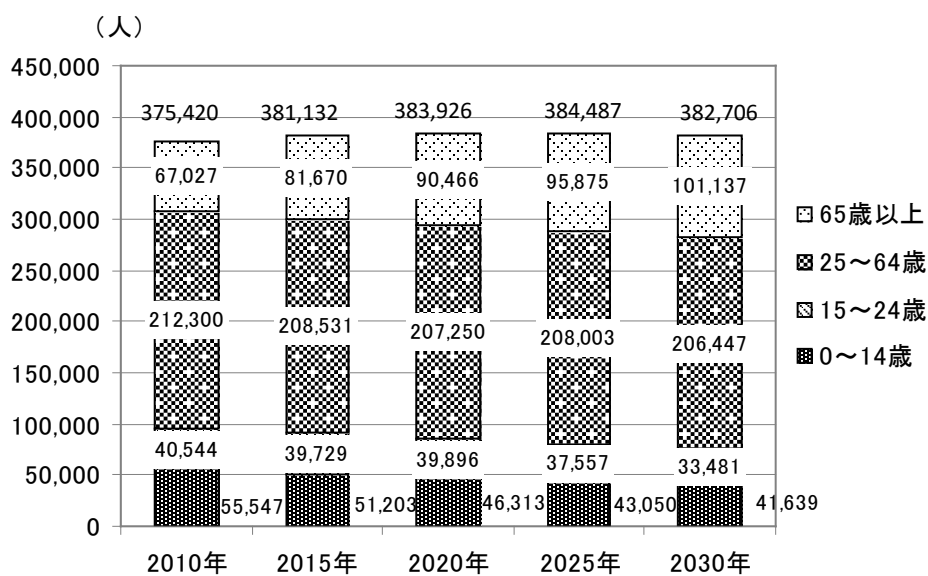
図表 3-3-2 岡崎市の年齢階層別人口の推移



(注) 2010年4月1日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：国勢調査

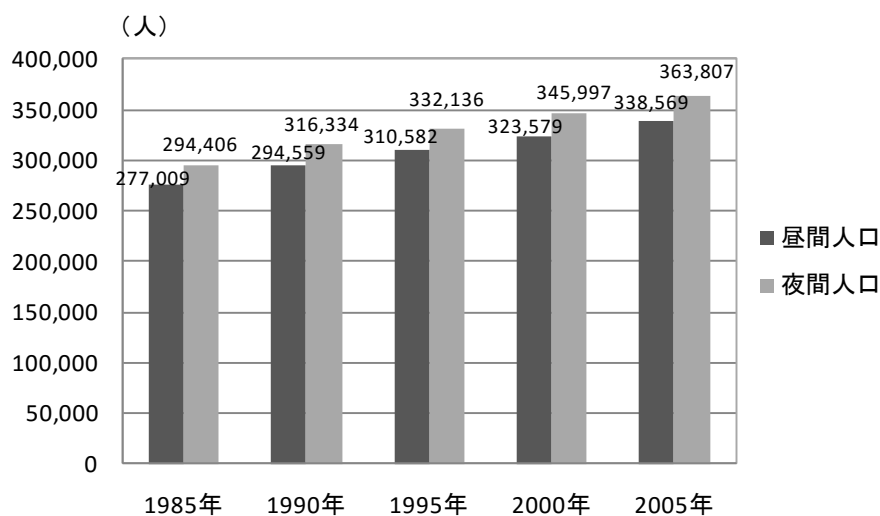
図表 3-3-3 岡崎市の将来推計人口



(注) 2010年4月1日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：国立社会保障・人口問題研究所『日本の市区町村別将来推計人口』（2008年12月推計）

図表 3-3-4 岡崎市の昼夜間人口の推移

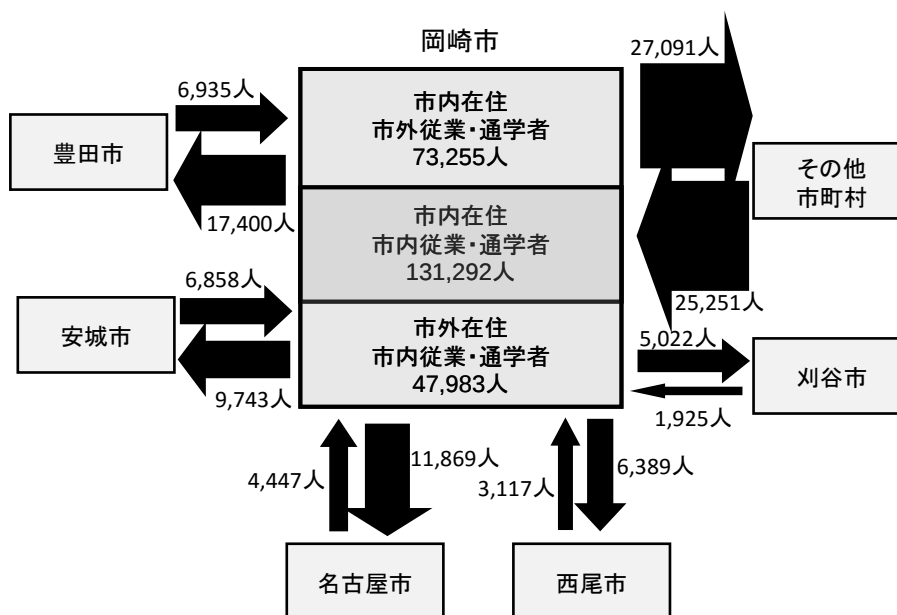


	昼間人口	夜間人口	昼間人口 / 夜間人口
1985 年	277,009	294,406	0.941
1990 年	294,559	316,334	0.931
1995 年	310,582	332,136	0.935
2000 年	323,579	345,997	0.935
2005 年	338,569	363,807	0.931

(注) 2005 年国勢調査結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：国勢調査

図表 3-3-5 岡崎市の通勤・通学の流出入状況 (2005 年)



(注) 2005 年国勢調査結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：国勢調査

■ 産業

2006 年時点で岡崎市の事業所数は 15,038 事業所、従業者数は 166,138 人であり、事業所数は愛知県の 4.5%、従業者数は 4.4%にあたる（図表 3-3-6、図表 3-3-7 参照）。事業所数は 1996 年を境に減少に転じているものの、従業者数は 2006 年まで増加を続けている。

2006 年の事業者数、従業者数から産業構造をみると、岡崎市は県全体とほぼ同様の構造であり、第 3 次産業の割合が高い名古屋市、製造業の割合が高い豊田市とは傾向が異なる。（図表 3-3-8、図表 3-3-9、図表 3-3-10、図表 3-3-11 参照）

岡崎市における商業については、2007 年の商店数は 2,848 店、従業者数は 21,302 人、売場面積は 449,018 m²、年間商品販売額は 4,049 億円であった。年間商品販売額は名古屋市、豊橋市に次ぐ県下第 3 位であるが、その規模は愛知県の約 4.9%、名古屋市の 1/9 程度である。（図表 3-3-12 参照）

岡崎市の小売店の年間販売額は 1991 年からほぼ横這いに推移してきているものの、売場面積は 1.5 倍に増加し、商店数は約 7 割に減少している。（図表 3-3-13 参照）

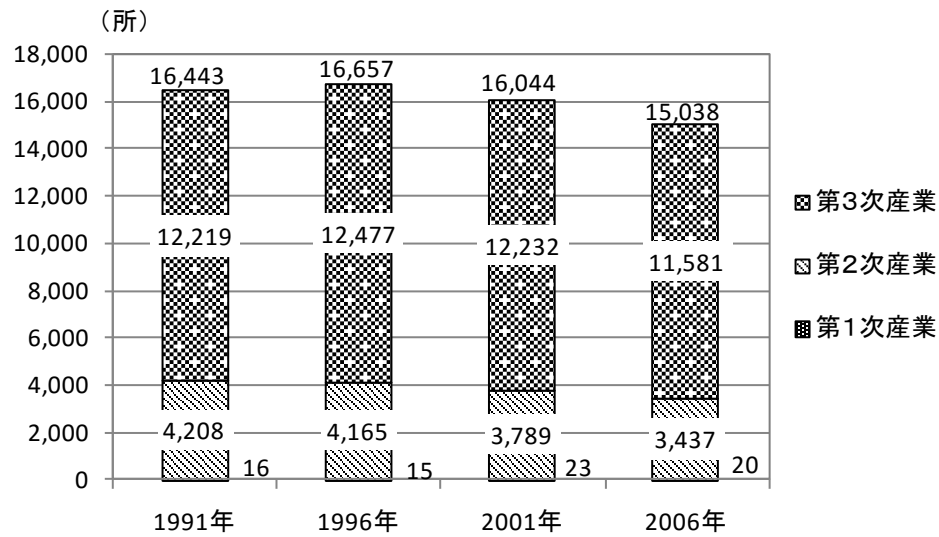
また、愛知県内の市町村別の小売吸引力をみると、1 を超えているのは 14 市町村であり、岡崎市の小売吸引力は 0.97 で県下第 18 位である。但し、小売吸引力が 1 を超えているのは人口 220 万人超の名古屋市を除くと、全て人口 20 万人未満の市町村である。一方、県下第 2 位の商業集積をもつ豊橋市の小売吸引力も 0.98 にとどまっており、県内において名古屋市の商業の広域拠点性が際立っているといえる。（図表 3-3-14 参照）

愛知県内の大型小売店舗を見ると、10,000 m²以上の大型店は 149 店舗あり、そのうち岡崎市内には 8 店舗がある。岡崎市内の大型店舗には、60,000 m²を超え、県下第 3 位の規模を誇るイオンモール岡崎が 1995 年に開店しているほか、20,000 m²を超えるアピタ岡崎北店、コムタウンなどの大規模な店舗がある。愛知県下において、県下第 1 位、第 2 位の規模の店舗はいずれも名古屋市に立地している。（図表 3-3-15 参照）

(ア) 全産業

①事業所数と従業者数

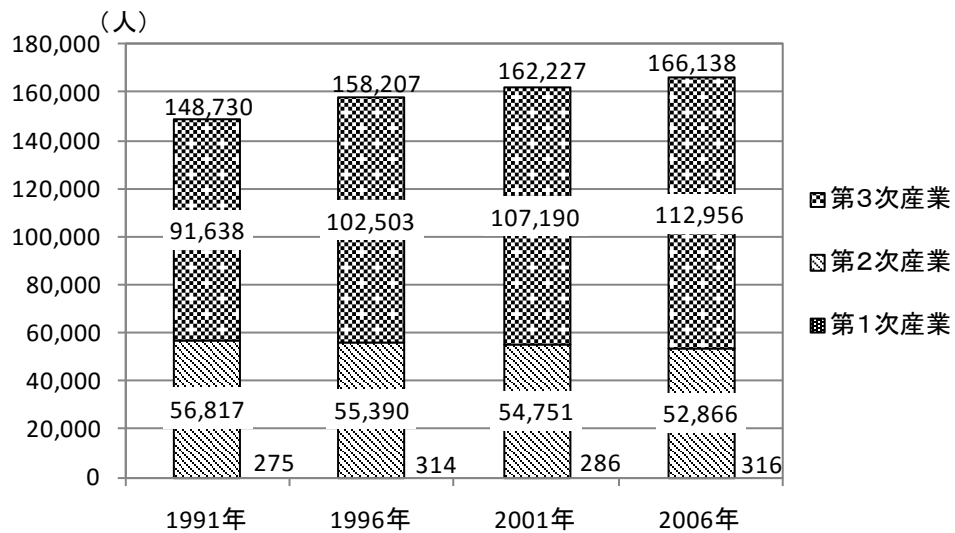
図表 3-3-6 岡崎市の事業所数の推移



(注) 2006 年事業所・企業統計結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：事業所・企業統計

図表 3-3-7 岡崎市の従業者数の推移



(注) 2006 年事業所・企業統計結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：事業所・企業統計

②岡崎市等の産業別事業所数・従業者数(2006 年)

図表 3-3-8 岡崎市等の産業別事業所数（実数（所））

	全産業	第 1 次産業	第 2 次産業			第 3 次産業		
		農林漁業	鉱業	建設業	製造業	卸売業	小売業	その他
愛知県	335,601	464	96	28,307	45,258	25,975	61,855	173,646
岡崎市	15,038	20	14	1,529	1,894	924	3,038	7,619
名古屋市	130,013	40	2	8,659	13,247	14,805	21,909	71,351
豊橋市	16,105	31	8	1,403	1,793	1,238	3,342	8,290
豊田市	14,213	41	20	1,521	1,655	545	2,633	7,798

資料：事業所・企業統計

図表 3-3-9 岡崎市等の産業別事業所数（産業別構成比）

	全産業	第 1 次産業	第 2 次産業			第 3 次産業		
		農林漁業	鉱業	建設業	製造業	卸売業	小売業	その他
愛知県	100.00%	0.14%	0.03%	8.43%	13.49%	7.74%	18.43%	51.74%
岡崎市	100.00%	0.13%	0.09%	10.17%	12.59%	6.14%	20.20%	50.66%
名古屋市	100.00%	0.03%	0.00%	6.66%	10.19%	11.39%	16.85%	54.88%
豊橋市	100.00%	0.19%	0.05%	8.71%	11.13%	7.69%	20.75%	51.47%
豊田市	100.00%	0.29%	0.14%	10.70%	11.64%	3.83%	18.53%	54.87%

資料：事業所・企業統計

図表 3-3-10 岡崎市等の産業別従業者数（実数（人））

	全産業	第 1 次産業	第 2 次産業			第 3 次産業		
		農林漁業	鉱業	建設業	製造業	卸売業	小売業	その他
愛知県	3,762,487	4,860	895	235,596	942,099	281,972	482,591	1,814,474
岡崎市	166,138	316	115	11,334	41,417	8,396	23,224	81,336
名古屋市	1,449,671	362	15	98,978	164,657	180,071	174,410	831,178
豊橋市	161,938	322	120	11,375	38,286	12,016	25,268	74,551
豊田市	240,668	449	146	11,612	107,717	7,172	23,144	90,428

資料：事業所・企業統計

図表 3-3-11 岡崎市等の産業別従業者数（産業別構成比）

	全産業	第 1 次産業	第 2 次産業			第 3 次産業		
		農林漁業	鉱業	建設業	製造業	卸売業	小売業	その他
愛知県	100.00%	0.13%	0.02%	6.26%	25.04%	7.49%	12.83%	48.23%
岡崎市	100.00%	0.19%	0.07%	6.82%	24.93%	5.05%	13.98%	48.96%
名古屋市	100.00%	0.02%	0.00%	6.83%	11.36%	12.42%	12.03%	57.34%
豊橋市	100.00%	0.20%	0.07%	7.02%	23.64%	7.42%	15.60%	46.04%
豊田市	100.00%	0.19%	0.06%	4.82%	44.76%	2.98%	9.62%	37.57%

（注）2006 年事業所・企業統計結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：事業所・企業統計

(イ) 小売業

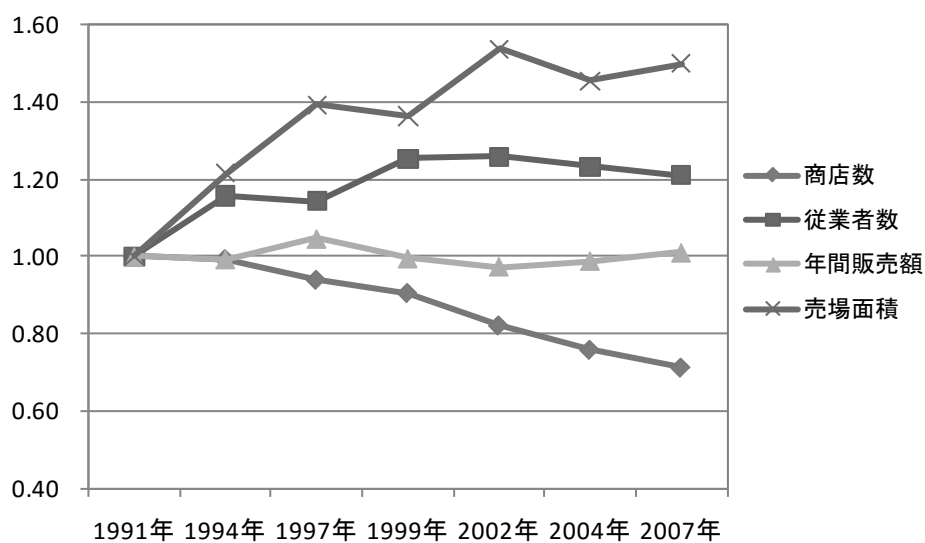
図表 3-3-12 岡崎市等の小売集積 (2007 年)

	商店数		従業者数		売場面積 (㎡)		年間商品販売額 (百万円)	
愛知県	57,153	100.00%	436,194	100.00%	8,463,108	100.00%	8,291,533	100.00%
岡崎市	2,848	4.98%	21,302	4.88%	449,018	5.31%	404,992	4.88%
名古屋市	19,759	34.57%	153,086	35.10%	2,819,770	33.32%	3,191,700	38.49%
豊橋市	3,159	5.53%	23,210	5.32%	453,194	5.35%	418,084	5.04%
一宮市	2,785	4.87%	20,547	4.71%	412,494	4.87%	372,830	4.50%
豊田市	2,408	4.21%	21,462	4.92%	370,129	4.37%	396,274	4.78%

(注) 平成 19 年商業統計結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：商業統計

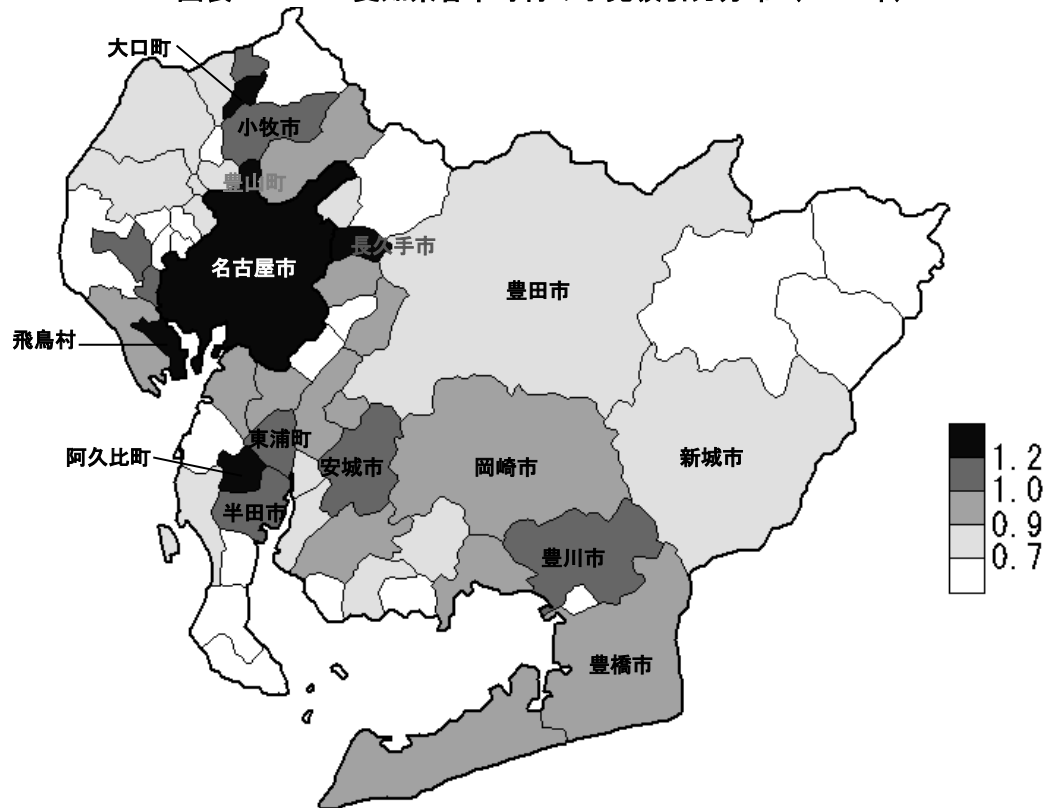
図表 3-3-13 岡崎市の小売店の商店数・従業者数・年間販売額・売場面積の推移
(1991 年=1)



(注) 平成 19 年商業統計結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：商業統計

図表 3-3-14 愛知県各市町村の小売吸引力分布（2007 年）



（注 1）2007 年商業統計および 2005 年国勢調査結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

（注 2）各市町村の小売吸引力は、年間販売額における県内シェア／人口における県内シェアとして算出

市町村名	小売 吸引力	人口	年間販売額 (百万円)	市町村名	小売 吸引力	人口	年間販売額 (百万円)
飛島村	2.13	4,369	10,618	豊田市	0.84	412,141	396,274
阿久比町	1.31	24,577	36,861	碧南市	0.83	71,408	67,932
大口町	1.29	21,602	31,745	高浜市	0.83	41,351	38,997
名古屋市	1.26	2,215,062	3,191,700	吉良町	0.81	22,041	20,369
長久手町	1.23	46,493	65,401	稲沢市	0.79	136,965	122,999
豊山町	1.22	13,565	18,970	江南市	0.77	99,055	87,525
半田市	1.17	115,845	154,357	新城市	0.77	52,178	46,057
東浦町	1.11	48,046	60,762	常滑市	0.71	51,265	41,453
小牧市	1.10	147,182	184,624	幸田町	0.70	35,596	28,582
扶桑町	1.10	32,535	40,782	清須市	0.70	55,038	44,186
蟹江町	1.09	36,750	45,705	瀬戸市	0.69	131,925	104,001
津島市	1.07	65,547	79,907	豊明市	0.68	68,285	52,835
安城市	1.06	170,250	206,029	岩倉市	0.66	47,926	36,122
豊川市	1.02	159,563	185,956	東郷町	0.66	39,384	29,599
刈谷市	0.99	142,134	161,600	大治町	0.66	28,501	21,413
豊橋市	0.98	372,479	418,084	武豊町	0.65	40,981	30,283
弥富市	0.98	42,575	47,722	知多市	0.58	83,373	55,334
岡崎市	0.97	363,807	404,992	甚目寺町	0.58	38,563	25,545
三好町	0.94	56,252	60,453	美浜町	0.58	26,294	17,305
西尾市	0.94	104,321	112,064	犬山市	0.56	74,294	47,904
日進市	0.94	78,591	84,016	一色町	0.54	24,068	14,974
知立市	0.93	66,085	70,001	南知多町	0.52	21,909	13,015
田原市	0.92	66,390	70,110	愛西市	0.52	65,556	38,770
東海市	0.92	104,339	109,410	小坂井町	0.49	21,881	12,261
蒲郡市	0.91	82,108	85,142	幡豆町	0.48	12,802	6,986
春日井市	0.91	295,802	306,524	設楽町	0.43	6,306	3,134
大府市	0.90	80,262	82,836	七宝町	0.41	22,869	10,605
尾張旭市	0.88	78,394	78,781	美和町	0.37	23,875	10,089
春日町	0.88	8,320	8,355	東栄町	-	4,347	-
一宮市	0.88	371,687	372,830	豊根村	-	1,517	-
北名古屋市	0.87	78,078	77,229				

資料：年間販売額は 2007 年商業統計、人口は 2005 年国勢調査

図表 3-3-15 愛知県内の店舗面積 10,000 ㎡以上の大型店

所在市町村	店舗名	店舗面積 (㎡)	開設 年月
岡崎市	イオンモール岡崎(ジャスコ岡崎南店・岡崎西武)	65,285	1995年9月
	アビタ岡崎北店	22,421	2002年7月
	コムタウン(フィール、ケーヨーデイツー、エイデン)	21,091	1994年5月
	岡崎SC(松坂屋岡崎店)	15,936	1971年4月
	ショッピングモール・レスバ(ドミエ若松店)	13,644	1996年11月
	ふれ愛の街クラタ(パロー羽根店)	13,330	2007年11月
	SEIYU岡崎店・ニトリ岡崎店	11,290	1992年10月
	エルエルタウン(パロー上和田店)	10,359	1991年8月
名古屋市	第二星ヶ丘ビル・星ヶ丘テラス(三越名古屋星ヶ丘店)	28,694	1974年9月
	アビタ千代田橋店	23,593	2004年9月
	イオン千種SC(マックスバリュ千種若宮大通店)	13,689	2005年5月
	イオン名古屋ドーム前SC(ジャスコナゴヤドーム前店)	42,497	2006年3月
	大曽根SC(メッツ大曽根)	17,110	2002年4月
	東海TV放送旧本社ビル(IDC大塚家具名古屋栄ショールーム)	11,205	2007年2月
	ホームセンターコーナン砂田橋店	10,683	2006年3月
	アビタ名古屋北店	16,682	1998年3月
	ダイトウオリベック(ダイエー上飯田店)	13,036	1973年4月
	MOZOワンダーシティ(ジャスコワンダーシティ店)	73,446	2009年4月
	ヨシヅカ名古屋西店	19,540	2006年11月
	JRセントラルタワーズ(ジェイアール名古屋タカシマヤ)	75,065	2000年3月
	名鉄B、名古屋近鉄B 外(名鉄百貨店本店、近鉄パッセ)	72,891	1954年12月
	名古屋ターミナルビル(松坂屋名古屋駅店)	17,415	1974年11月
	ビックカメラ名古屋駅西店	15,389	1983年11月
	松坂屋・エンゼルビル・栄ガスビル(松坂屋名古屋本店)	86,747	1910年2月
	オリエンタル・栄共同・三越名古屋栄店・ラシック	75,860	1954年2月
	丸栄本店・栄ビル(スカイル)	58,022	1943年8月
	NP共同ビル(名古屋バルコ)	39,977	1989年6月
	ナディアパーク開発商業ビル(ロフト名古屋)	18,807	1996年11月
	古川ビル・八勝館ビル(ジャスコ八事店)	17,000	1973年12月
	シャンピアポート(フィール)	12,784	2003年10月
	カインズホーム名古屋堀田店	12,200	2007年12月
	イオン熱田SC(ジャスコ熱田店)	45,995	2002年10月
	カーマ21熱田店	12,934	2005年11月
	バレマルシェ神宮	10,951	1984年9月
	ボナンザPヨシヅカ太平通り店	18,105	1998年4月
	アズパークSC(トイザらス名古屋中川店)	13,095	1998年10月
	スーパーストア パロー戸田店	11,795	2005年10月
	ジャスコ名古屋みなとSC(ジャスコ名古屋みなと店)	48,650	1999年11月
	カインズモール名古屋みなと	28,697	2005年3月
	ファニチャードーム名古屋新本店	26,260	1999年3月
	ル・マルシェ(アビタ港店)	25,728	1993年10月
	ジャスコシティ南陽(ジャスコ南陽店)	14,593	1992年4月
	名古屋みなとSC(ニトリ名古屋みなと店)	14,391	2002年5月
	ホームセンターコーナン南十番店	12,466	2007年8月
	ブラザー港SCビル(アビタ東海通店)	11,864	1997年4月
	エイデン名古屋みなと店	11,745	2002年10月
	名古屋南SC(アビタ名古屋南店)	14,998	1996年7月
	イオンモール新瑞橋店SC	24,000	2010年3月
	ジャスコ守山SC(ジャスコ守山店)	26,379	2000年3月
	JRF新守山SC(アビタ・ロイヤルホームセンター新守山店)	18,696	2000年11月
	清水屋藤ヶ丘店	13,904	1978年7月
	イオン大高SC(ジャスコ大高店)	51,165	2008年4月
	アビタ鳴海店	19,500	2004年11月
	イオン有松SC(マックスバリュ有松駅前店)	15,985	2005年3月
	イトーヨーカドーSP(イトーヨーカドー鳴海店)	14,791	1997年9月
	アビタ緑店	12,527	1986年6月
	有松ジャンボリーA(フィール有松ジャンボリー店)	11,966	2005年12月
	カインズホーム名古屋大高インター店	11,966	2005年12月
	ダイエー名古屋東店	20,357	1999年5月
豊橋市	豊橋南SC(ジャスコ豊橋南店)	28,166	1997年6月
	豊橋ファミリーP(イトーヨーカドー豊橋店)	17,130	1978年6月
	アビタ向山店	16,650	1975年5月
	豊橋南ブラザ(カーマ21豊橋南店)	14,808	2006年11月
	豊橋栄ビル(豊橋丸栄)	12,616	1974年10月
一宮市	豊橋ステーションビル・カルミア	10,832	1970年7月
	イオンモール木曽川キリオ(ジャスコ木曽川店)	48,500	2004年6月
	アビター宮店	21,284	1975年6月
	アビタ木曽川店	20,247	1999年6月
	名鉄新一宮ビル(名鉄百貨店一宮店)	14,905	2000年11月
瀬戸市	一宮ニッケコーナンプラザ(HCコーナニー宮今伊勢店)	11,928	2000年10月
	ニトリ・スポーツデポ一宮店	10,569	2007年12月
	ジャスコ瀬戸水野SC(ジャスコ瀬戸みずの店)	15,788	2000年9月
	アビタ瀬戸店	11,859	1972年11月
	瀬戸SC(ピアゴ菱野店、コジマNEW瀬戸店)	11,552	1993年2月

所在市町村	店舗名	店舗面積 (㎡)	開設 年月
半田市	パワードーム半田(パロー、エイデン、カーマHC)	29,765	1990年9月
	ジャスコ半田店	12,195	1995年11月
春日井市	春日井サティ	29,735	1999年3月
	高蔵寺ニュータウンセンター・サンマルシェ(アビタ高蔵寺店)	25,755	1976年10月
	THE MALL春日井(LIVIN春日井)	24,321	1977年6月
	THE MALL春日井パート2(ニトリ春日井店)	13,147	2000年12月
豊川市	豊川サティ	22,966	1998年9月
	プリオ・プリオII(アビタ豊川店)	18,789	1989年11月
津島市	イッツ・ボナンザシティ(ヨシヅカ津島本店)	28,126	2000年11月
刈谷市	アビタ刈谷店	19,765	1969年10月
	ロックSタウン刈谷(マックスバリュ・メガマート刈谷店)	19,571	1999年7月
	エルシティ(イトーヨーカドー刈谷店)	10,281	1979年11月
豊田市	豊田市駅西口市街地再開発ビル(松坂屋豊田店)	39,477	1988年10月
	豊田SC(ジャスコ豊田店)	18,357	1975年7月
	トヨタ生活協同組合メグリア本店	17,455	1976年3月
	高橋共同SC・グリーンシティ(ジャスコ高橋店)	12,893	1987年11月
	豊田市駅東地区市街地再開発ビル(メグリアセントレ)	12,865	1995年4月
	アビタ豊田元町店	11,385	1974年11月
安城市	ザ・モール安城店	22,818	1996年5月
	アビタ安城南店	17,780	2006年9月
	さるびあプラザ(イトーヨーカドー安城店)	15,300	1997年11月
	アンディSC(ドミニー・ナカヤマ新安城店)	12,842	1979年11月
	安城SC(ピアゴ福釜店・ユーホーム安城店)	12,459	1999年12月
西尾市	おしろタウン・シャオ(ドミニー西尾シャオ店)	14,350	1989年9月
	西尾駅前SC(ピアゴ西尾駅東店)	13,508	1975年1月
	フィールいつも	13,076	2007年12月
蒲郡市	カインズモール蒲郡	14,374	2004年9月
	アビタ蒲郡店	14,278	2000年12月
	蒲郡ショッピングモール(予定)	12,788	2010年
犬山市	犬山しろひがしスクエア(イトーヨーカドー犬山店)	12,472	1988年6月
常滑市	カインズモール常滑	16,520	2007年11月
江南市	VIA MALL(アビタ江南西店)	29,100	2005年6月
	平和堂江南店	10,373	1999年2月
	ピアゴ江南店	10,072	1985年4月
小牧市	モートSC(ジャスコ小牧店)	26,421	1997年11月
	アビタ・タキソウ小牧店	21,358	1976年12月
	ホームセンターコーナン小牧店	15,823	2005年9月
	桃花台タウンセンター(アビタ桃花台店)	14,654	1991年4月
	ラビオ(平和堂アルプラザ小牧店)	14,400	1995年9月
	小牧パワーセンター(ビッグリブ小牧店・カーマ小牧パワーズ店)	13,162	1996年4月
	カインズホーム小牧店	12,000	2000年10月
稲沢市	アビタタウン稲沢(アビタ・ユーホーム・安井家具稲沢店)	44,424	1996年10月
	リーフウォーク稲沢(アビタ稲沢東店)	29,182	2009年3月
	稲沢グランドショッパ・パル(フィール パールシティ)	17,223	1976年11月
	稲沢ハーモニーランド(フィール・HCコーナン)	15,758	1998年4月
	ボナンザPヨシヅカ新稲沢店	13,619	1977年5月
	HCパロー メガストア稲沢平和店	12,453	2006年9月
	トップモール稲沢(ケーヨーデイツー・アオキスーパー稲沢店)	11,250	2003年10月
東海市	アビタ東海荒尾店	19,717	2002年9月
大府市	アビタ大府店	13,751	1997年5月
	リソラ大府ショッピングテラス(大府フランテ館)	10,500	2008年5月
知多市	知多新知プラザ(イトーヨーカドー知多店)	12,800	1997年5月
知立市	ギャラリエアビタ知立店	29,527	1994年11月
尾張旭市	サンゴースC(イトーヨーカドー尾張旭店)	16,290	1998年11月
岩倉市	岩倉SC(ホームエクスポ岩倉・ピアゴ八剣店)	15,771	2000年11月
日進市	日進竹の山SC(カーマHC日進竹の山店)	11,065	2004年12月
清須市	イッツボナンザシティヨシヅカ清須店	24,674	1999年4月
北名古屋市	パレマルシェ西春	11,650	1994年10月
	ボナンザPヨシヅカ師勝店	10,859	1975年9月
弥富市	イオンタウン弥富SC(イオンスーパーセンター弥富店)	19,341	2000年9月
	ウイングプラザパティ(ヨシヅカ弥富店)	10,569	1990年6月
東郷町	オートプラネット名古屋	12,000	1999年6月
長久手町	グランパルク(アビタ長久手店)	29,994	2000年11月
豊山町	エアポートウォーク名古屋(アビタ名古屋空港店)	22,650	2008年10月
大口町	アビタ大口店	20,839	1998年10月
	パローSC大口店	10,044	1995年11月
扶養町	イオン扶養SC(ジャスコ扶養店)	36,094	2003年7月
甚目寺町	ヨシヅカ甚目寺店	10,306	1974年
蟹江町	ボナンザPヨシヅカ蟹江店	12,368	1978年5月
	蟹江ニュータウン(予定)	16,000	未定
阿久比町	アビタ阿久比店	28,876	1999年5月
東浦町	イオンモール東浦(ジャスコ東浦店)	46,644	2001年7月
三好町	三好町SC・アイモール(ジャスコ三好店)	35,826	2000年10月
	ベシニア三好店	10,600	2006年3月

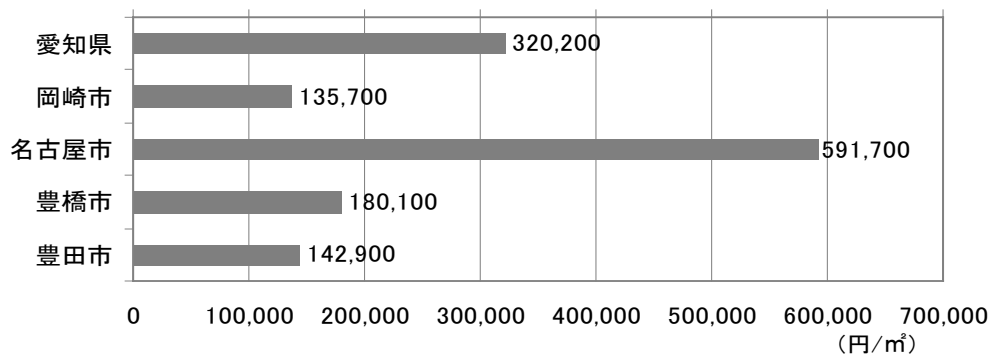
資料：東洋経済新報社「全国大型小売店総覧 2009」

■ その他

岡崎市の商業地における平均地価は 135,700 円/㎡で、愛知県全体の約 0.42 倍である。また、岡崎市の所得水準は愛知県全体平均を上回り愛知県平均の約 1.03 倍となっている。

岡崎市の財政力指数は 1.13 であり、隣接する豊田市同様地方交付税の不交付団体である。(図表 3-3-16、図表 3-3-17、図表 3-3-18 参照) (ただし、平成 22 年度単年度の財政力指数は 0.99 に減少)

図表 16 地価 (商業地の標準地地価の平均価格)



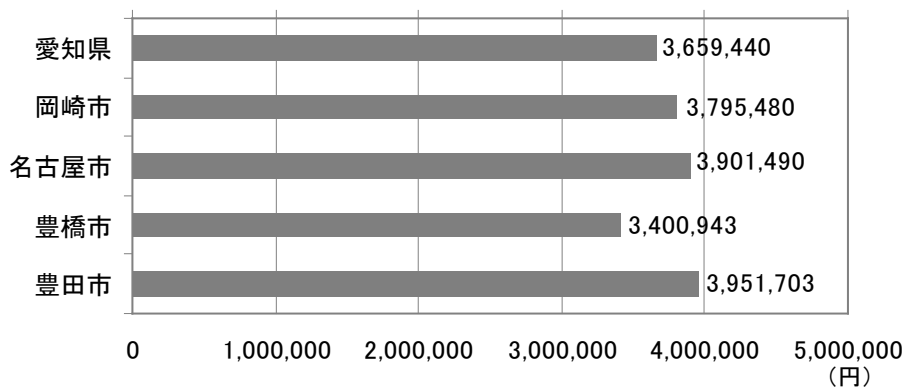
※標準地ごとの 1 ㎡当たりの価格の合計を当該標準地点数で除したもの。

※商業地とは、市街化調整区域を除く都市計画区域内の準住居地域、近隣商業地域及び商業地域並びに用途指定のされていない都市計画区域及び都市計画区域外において、商業用の建物の敷地の用に供されている土地をいう。

※県庁所在地である佐賀市については、該当データ無し。

資料：2008 年度国土交通省土地・水資源局「都道府県地価調査」

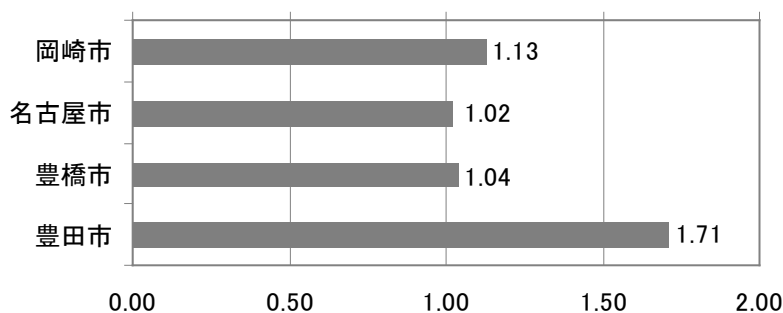
図表 3-3-17 所得水準 (課税対象所得の合計を納税義務者数の合計で除したもの)



※課税対象所得の合計を納税義務者数の合計で除したもの。

資料：2007 年度総務省自治税務局「市町村税課税状況等の調」

図表 3-3-18 財政力指数



※財政力指数は基準財政収入額を基準財政需要額で除したもの。過去 3 か年度の平均値。

資料：2008 年度総務省自治財政局「市町村別決算状況調」

（２）対象地区の概況

岡崎市では、平成 20 年度に中心市街地活性化基本計画を策定しており、名鉄名古屋本線東岡崎駅及び愛知環状鉄道中岡崎駅周辺地域を含む、康生・伝馬地区周辺を中心市街地と位置づけている。

この地区は、古くから西三河の歴史や都市機能・商業機能が集積した中心市街地として発展してきた。また、岡崎市における 35 の商店街のうち、20 の商店街が立地しており、来街者の約 7 割が 5km 未満の地区からであるなど、近隣からの来街者が多い。来街者の来街目的のうち、最も多いのは図書館・ホール利用、次いで食品の買物、通勤通学であり、来街手段としては自動車利用が 3 割を占める。

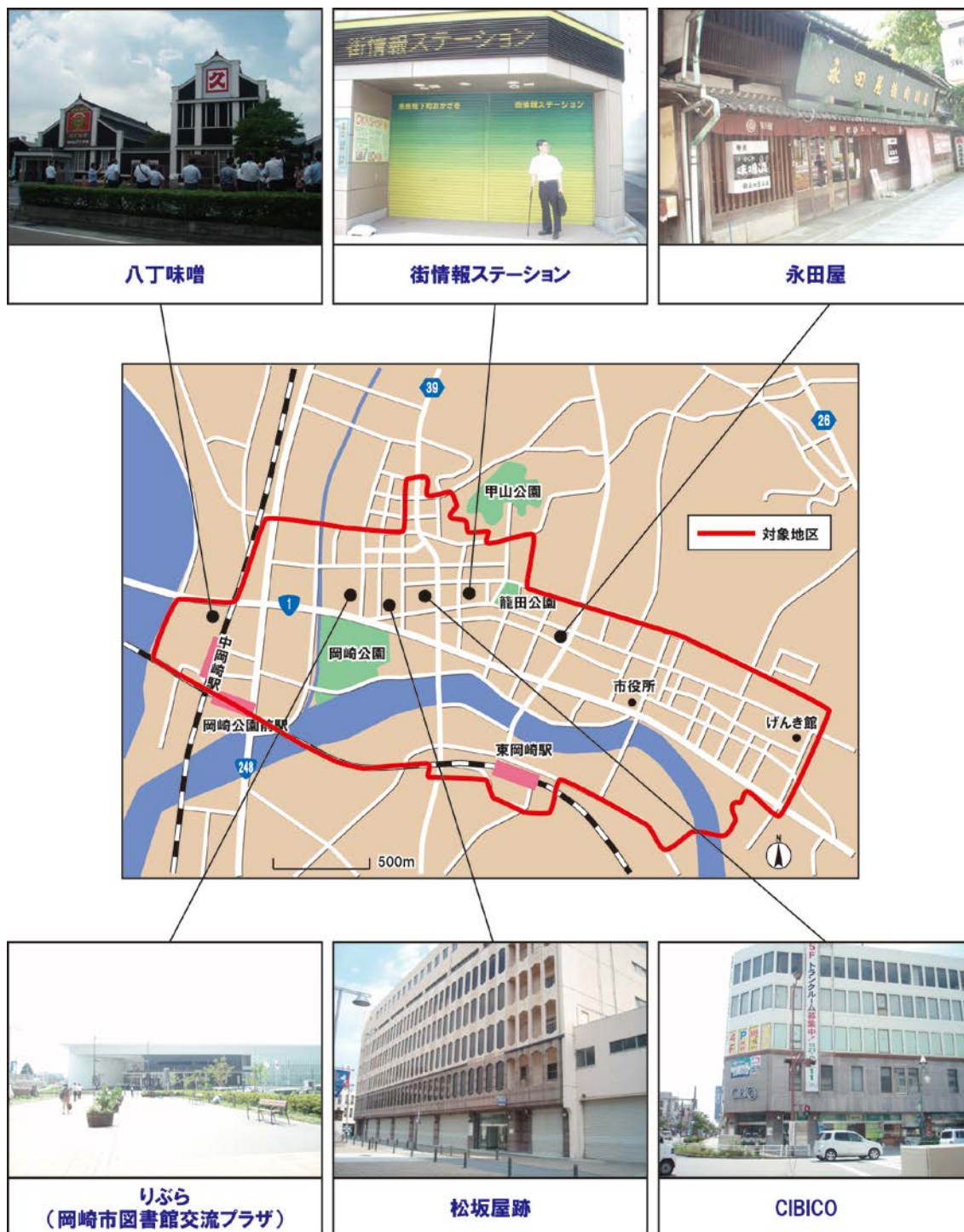
国道 1 号沿線、康生地区、東岡崎駅周辺地区には事務所の集積もあり、オフィス機能も有する。さらに平成 20 年 3 月には 215 戸の高層マンションも完成しており、新たな住宅供給も進んでいる。

一方、近年では全国の中心市街地と同様に、モータリゼーションの進展、ライフスタイルの多様化等により、人口の減少及び郊外流出、公共施設の郊外移転が起きている。また、中心市街地外での大型小売店舗の出店（イオンモール、アピタ）、中心市街地内の個店の魅力低下、小売店舗数、販売額の減少、空き家・青空駐車場等の低未利用地の増加等を引き起こし、中心市街地がこれまで有してきた商業をはじめとする様々な都市機能の低下をもたらしている。人口についても、過去 5 年間で約 500 戸の住宅供給あったものの人口は約 150 人減少している。

■ 基礎データ

地区名	岡崎市康生通ほか
基礎データ	面積：約 238ha ， 人口：13,456 人 ， 人口密度：5,653 人／k m ² 営業店舗数：約 460 店舗 ， 空き店舗数：約 60 店舗 交通：名鉄名古屋本線東岡崎駅から徒歩 0 分

■ 対象地区概況図



(3) 事業内容

まちづくり三法改正を受け、平成20年度に中心市街地活性化基本計画を策定し事業を実施してきた。現状では、既に核となる事業が完了し、数値目標もほぼ達成しているものの、活性化が実感できるような状況にない。そこで、拠点施設整備等の事業効果を中心市街地全体に波及させるために、官民協働で多様な取組みを持続的に行いつつ、下記について検討を行い「中心市街地の再活性化」をめざすこととする。

■ 地域商店街や個店に対する活性化支援

(ア) 商店街と顧客をつなぐ『まちゼミ』の活性化

(イ) 個店の魅力を高める『おかざき商人塾』の実施

■ 官民協働で取り組む先導的事業の推進

地域資源を活用した『二十七曲り活用事業』の推進

■ 地域ぐるみの取り組み体制の機能強化

岡崎市においては、特に民間の取組みが十分ではないことから、民間事業を牽引する役割を担う「中心市街地整備推進機構」について、専門家の能力、ノウハウを活用して本来の機構の役割・機能が十分に発揮されるよう支援、指導を行う。

■ 官民が共有できる活性化ビジョンの確立

誰もが認める中心市街地活性化を実現するためには、中心市街地活性化の定義、ビジョンなど根本的な内容を市民、関係者の合意のもと整理し、その上で本当に必要な事業等を見出すことが必要と考えられる。そのため、本業務においてそれらの課題を検討し中心市街地活性化基本計画を再構築する。

(4) 現地委員会

①スケジュール

■ 日時

平成 22 年 7 月 20 日 (火)

10 : 40 ~ 15 : 00 現地視察

東岡崎～イオンモール（外観）～きらり通り～八丁味噌蔵見学（カクキュー）～竹千代橋～五万石藤棚～岡崎城～伝馬通（歴史プロムナード）～伝馬通商店街～籠田公園～街情報ステーション～康生地区商店街～シビコ～セルビ～松坂屋跡～プロムナード～りぶら（岡崎市図書館交流プラザ）

15 : 30 ~ 18 : 00 第 4 回まちなか再生支援協力委員会

場所：岡崎市 りぶら会議室 103

1. 開会挨拶
2. 岡崎市挨拶
3. 平成 22 年度まちなか再生支援協力委員の紹介
4. 岡崎市事業説明
 - ①岡崎市現況、事業概要説明
 - ②プロデュース事業報告株式会社ランドブレイン
取締役 及川 愛二（プロデューサー）
5. 意見交換
6. 閉会

■ 出席委員

小林委員長、秋山委員、大西委員、梶浦委員、口広委員、辻田委員、服部委員、古川委員、水野委員、吉永委員

②現地視察



③委員会発言要旨

■ 中心市街地活性化の進め方について

- ・岡崎市ではこれまでかなりの事業を実施してきた。これからは今までやってきた事業をどう活かすかという視点に立つべきだろう。
- ・岡崎市の中心市街地は広すぎることもあり、絞るのが難しい。魅力的な拠点がばらばらに点在し、全体を何となく支えているところから、二十七曲りの議論が出てきている。二重線引きという考え方で活性化区域内に事業推進区域を設定するのであれば、プロムナードから康生町の若者が店を出しているエリアまでと考えるのがよいだろう。その場合、その活動を支える組織としては、エリア関係者で構成された組織のほかに、新しい参画者も入れる民間組織としてまちづくり会社があるべきではないか。岡崎市の中心部を支える仕組みが必要である。
- ・岡崎市でも大型店化が進んでいるが、これは税金の県外流出を意味する。今後の高齢社会において税収確保は一層の重要課題となるため、早めに問題意識を持っておく必要があり、市民に中心市街地活性化の意義を説明するのはとても重要だろう。
- ・施設には派生需要が多いものと少ないものがある。例えば、病院は見舞客がいろいろなものを買ったり周辺でお茶を飲んだりする。派生需要を意識しながら、民間に対する指導もきちんと行わなければならない。需要を掘り起こす施設を考えていくべきと考える。

■ 岡崎市図書館交流プラザ「りぶら」の集客力の周辺への波及促進

- ・近隣の市町村から客を呼べる施設であった松坂屋の撤退は大きい。しかし、そのような施設があったことを考えると、このエリアの商業施設は成功する可能性をもっている。「りぶら」のように平日 4,000 人を集める施設は貴重であり、この集客力を周辺へ波及させてほしい。
- ・図書館を建設することに着目したのはとてもよかった。「りぶら」の集客力はすごい。問題はここが点になっていて、プロムナードにつながっていないことである。ここから東に伸びていく都市計画を考えないともったいない。
- ・商店街が所有している駐車場が 1,200 台分くらいあるとのことなので、集客力の周辺への波及のためには共通駐車券を作るべきではないか。
- ・「りぶら」は、集客力はあるものの仕事もお金も落ちない場所になっている。一方で、岡崎城だけが切り離されて違う場所になっている。かつて岡崎市に話を聞きに来た際に、岡崎城の天守閣を市内から見えるようにビスタラインを策定していると聞いたが、今回はタワーマンションやラブホテルが建っていた。松坂屋がなくなったときには岡崎城と関係のある建物ができるものだと思っていた。岡崎城と「りぶら」、「りぶら」とプロムナードの使い方を行政が中心となって考えていくべきである。

■ 商店街の活性化について

- ・康生商店街には、若者が新たに始めたお店と昔ながらの店の両方が点在していた。商店街と考えるのではなく、個々の店が点としてあると考えたほうがよいのではないか。康生商店街前の道路はとても立派で、歩く商店街とは違う。少なくとも観光

目的でそぞろ歩きする感じではない。人を歩かせる発想はしないほうがよいかもしれない。籠田公園の駐車場は30分100円であり、駐車場がもう少し安く提供できるのであれば、当面は車前提で考えていってもよいのではないか。

- ・康生町でうまくいかなかった商業をもう一度やり直すのは難しい。特に、岡崎市のように車の保有率が高く、車に乗れない世代の割合もさほど高くない地域において、まちなかの位置づけは厳しい。例えば伊勢神宮のように歴史的遺産を商売に変えて商店街を活性化すると決めるのであれば、関係者の合意は得やすいだろう。商店街で扱う商品と、まちゼミで取り扱う商品のリンクもあるべきだ。商店街としてコンセプトがぼやけないようにしないといけない。
- ・まちなかが静かで居住者がほとんどいないように見受けられた。タワーマンションのような居住区が整備されると、商店やコンビニエンスストアが出店するはずなのに、それがいないところを見ると居住人口と実態人口に乖離があるかもしれない。住民票に基づく居住人口は当てにならないので、実態調査をしっかりとすべきである。人の住んでいないところに需要はない。居住者をいかにとり戻すかを考えないといけない。
- ・商店街が売上げを失った理由は消費者の欲しい商品が並んでいないからである。新しい商品を並べることができない背景には、過去に地価がかなり高かったときに債務を抱えてしまい、銀行融資が得られず投資ができないという二重苦、三重苦がある。テナントは売上がなければすぐいなくなるため、テナントを支援しても意味がない。その点を意識してほしい。

■ 観光振興、二十七曲りについて

- ・岡崎と言うと徳川家康のイメージがあるが、まちを歩いても岡崎城を中心とした康生町の歴史文化は感じられない。「りぶら」の中でもあまり歴史は取り上げられていない。観光と日常生活のどちらに注力しようとしているのか分からない。
- ・岡崎市が観光に力を入れているとは思えない。住んでいる人たちだけで商売が続く時代ではない。岡崎に行くのなら泊まって帰りたいと思わせないといけない。観光は裾野がとても広く波及効果がある産業であり、市民に観光による効果を数字を使って説明していく必要があろう。
- ・二十七曲りで観光活性化していきたいということはうかがえた。しかし、実際に歩いてみると、二十七曲りは二車線道路に分断された地域であり、歴史的景観として整備するには相当な住民合意が必要になると感じた。自分たちでは魅力ある地域であると思いたくても競合する地域は手強い。
- ・観光バス頼りの観光には限界がある。観光バスで来る人の年齢はとても高く買い物もしない。お金を落としてくれる個人旅行客が楽しめる環境づくりが必要である。そのためには、気軽に立ち寄れて大人の知的好奇心を満たせるスポットであることが必要となる。観光客にも喜んでもらえる商店街にしていきたいなら、岡崎市でしか買えない商品が笑顔とともにそこで売られている必要がある。そういうソフトの部分で充実しなければならない。但し、「観光客」という言葉だけで概括的に捉えてしまうと、みんなの頭がぼらぼらになって進まないの、誰をターゲットとしてど

んな商売をしていくのかを決めて取り組む必要がある。

- ・商店街では日常生活、二十七曲りでは観光に注力すべきではないか。ただし、観光客だけをターゲットとすれば絶対失敗する。市民が小さな旅気分を味わえる場所作りをすることが重要である。まち歩きが楽しければ観光客はきっと来る。二十七曲りでまち歩き回遊の楽しさを作り出す取り組みをしなければならない。エリアにコアとなる場所をつくって、魅力的なエリアを作り出していく。それは、民間でも行政でもなく、商人が取り組まなければならない。まちづくり会社の中で商人が参画する取組が進むことが望ましい。
- ・二十七曲りを何らかの形で市民を中心に定着させていこうという模索はうかがえる。岡崎市民が二十七曲りを忘れかけているのなら、学校の行事やカリキュラムの中で、定期的に岡崎市の歴史を教え、岡崎市のあるべき姿を子供たちに考えさせていけばよいのではないか。行政が注力すべきはそこではないか。
- ・ターゲットを設定する際には、データをもとにした議論と共に、あえてデータを作らず議論をしながら目標値を設定していくことも想定してほしい。来街者数を把握したとしても、観光目的で来ている人の数は把握することができない。観光については幅広に考えておく必要がある。また、自動車で買い物に来る人、観光で歩く人、公共交通機関を利用する人等様々あるため、きめ細やかなデータ整備が必要である。

■ 商人塾

- ・商人塾では、理論よりも実践の指導をすべきだろう。起業する人にはまず商売の面白さを伝えて、その次に理論を学ばせればよい。まちづくり会社と行政がタイアップして店を借上げることも有効だ。固定資産税を少し上回る程度の家賃で貸して、業績が上がったら賃料を上乗せしていく仕組みをとっている例がある。商店街で新たに起業する人にとっては一定期間のチャレンジショップの仕組みが望まれている。
- ・人口増加が続く中核市として経済力も需要も有るはずの岡崎市がこれだけ衰退しているのは、地元資本が時代の変化に対応できていないことが問題だろう。地元資本をどう動かしていくのか、そのための施策を考える必要がある。例えば、商売を始めるときに必要なサポートがある。会計・簿記や届出など分からない人たちを支えていく仕組みが必要である。

■ 総合的な交通戦略

- ・市が運営しているコミュニティバスだけでなく、バス交通全体を見直す必要がある。法律が変わることも想定し、国からの財源がない場合の交通網の取捨選択を考えるべきで、総合的な交通戦略を考えてほしい。そのためには、人口密度・分布などを的確に捉える必要がある。

（５）事業成果

４つの目標に対して、それぞれ以下の活動を行った。

■ 地域商店街や個店に対する活性化支援

（ア） 商店街と顧客をつなぐ『まちゼミ』の活性化

『まちゼミ』とは、商店街店舗の存在と特徴を知ってもらい、消費者とのコミュニケーションにより、信頼関係を築き、顧客に結びつけることを目的とし、中心市街地の商店主が講師となり、受講者に各店固有の知識を提供する少人数のゼミナールを年２回開催するものである。現在、会員数 48 店舗である。今年度は、まちゼミの課題や今後の方向性を共有するため、まちゼミの会のメンバー（ゼミを開催している商店主）を中心に、３回にわたりワークショップ形式での話し合いを行った。この結果、下記の成果が得られた。

a 『まちゼミ』の３つの理念の確立

「お客様の満足・幸せ」「個店の売上げアップ」「街の発展・活性化」の理念の下、今後も『まちゼミ』を継続することが確認できた。

b 『まちゼミ』のさらなる発展に向けた目標値の設定

c 目標達成に向けた取組みの確認

受講者数増加（HP の充実、テーマ型ゼミの導入等）、自立運営に向けた組織づくり（役員交代の仕組みづくり、まちゼミファンの運営への参画等）

（イ） 個店の魅力を高める『おかざき商人塾』の実施

中心市街地内の商業者を対象に、武雄講師の指導の下、９月から約４か月間にわたり、繁盛店づくりに必要な理論と知識の習得と、学んだ理論の自店での実践にチャレンジした。具体的には、理論研修（３時間×１０回開催）として、店づくりの基礎を体系的に習得したり、臨店指導（各店舗につき６回実施）として、学んだ理論をお店で実践、体得したりした。これにより、魅力ある個店づくりに向けた商業者の意識啓発、商業理論の習得が可能となった。

参加した個店では、来店者の増加、売上の増加などの成果が得られるとともに、まちづくりへのステップアップを希望する商業者も見られ、商店街・商業地のマネジメントに向けた人材育成も図ることができた。

■ 官民協働で取り組む先導的事業の推進

地域資源を活用した『二十七曲り活用事業』を推進した。具体的には、二十七曲りの活用に向けて、関係団体等ヒアリングと２回の検討会議を開催した。また、周知事業として小学生の二十七曲り探索やシンポジウムを行った。

シンポジウムの参加者は 116 人にもなり、基調講演とパネルディスカッションにより二十七曲りの認知度が向上した。小学生の二十七曲り探索は、連尺小、根石小、梅園小でおかざき観光ガイドの会の協力のもと開催した。今後は、ハブとなる中間支援組織づくり、活動団体のネットワークづくりが求められる。

■ 地域ぐるみの取組み体制の機能強化

中心市街地整備推進機構の運営改善に向け、4回のグループ討議を行い、「中心市街地整備推進機構の役割」の明確化と、事業規模・収支構造・運営体制等の方向性の確認をもとに、「今後5ヵ年の行動計画」を検討し、運営体制の改編（事業分野ごとの部会の設置、責任者の配置等）、収益性の低い事業の縮小、新たな収益事業への展開と実施準備（おかざきバル等）を行った。

■ 官民が共有できる活性化ビジョンの確立

主要事業の完了、百貨店の撤退、各種まちづくり制度の見直しなどの環境変化や「目標達成されても活性化の実感がない」といった状況に対応して、活性化の必要性・意義の再確認や、区域、目標・指標の再設定、施策・事業、体制の再構築を行った。

（参考）目標達成状況の自己評価

活動内容			進捗状況				
			遅れている	やや遅れている	予定通りである	やや進んでいる	進んでいる
①地域商店街や個店に対する活性化支援	商店街と顧客をつなぐ『まちゼミ』の活性化	『まちゼミ』の活性化に向けたワークショップ			●		
	個店の魅力を高める『おかざき商人塾』の実施	理論研修・臨店指導			●		
②官民協働で取り組む先導的事業の推進	地域資源を活用した『二十七曲り活用事業』の推進	検討会議における議論			●		
		シンポジウムの開催			●		
		小学生の二十七曲り探索			●		
③地域ぐるみの取組み体制の機能強化	中心市街地整備推進機構の運営改善	グループ討議における議論			●		
④官民が共有できる活性化ビジョンの確立	中心市街地活性化基本計画の再構築	中心市街地活性化基本計画の再構築			●		

（６）来年度以降の取り組み

■ 対象事業の今後の展開

（ア） 継続的な評価と見直し

再構築した計画では民間主体の取り組みが多く、社会変化に左右されやすい指標・目標となっているため、常に社会変化に対応した軌道修正が必要であり、併せて計画の見直しを担う主体の明確化が必要である。

（イ） 多様な主体による事業推進

観光事業、二十七曲り活用事業、商業活性化事業で重要となる多様な民間事業者の効果的な連携を進めるコーディネートが必要である。

（ウ） 継続的な推進体制

法定協議会の継続の必要性がなくなった後も中心市街地活性化の各主体の調整機能を持つ組織が必要である。

そのためには、官民連携のまちづくりを牽引する中心市街地整備推進機構の安定した事業運営に向けて、収支構造の改善、人材の育成・確保を引き続き進めること、また、重点的事业である商業活性化、商人塾事業を戦略的、継続的に取り組むことができる民間・商業者主体の体制づくり、担い手づくりが必要となる。

（エ） 数値では表せない成果の評価

人口減少、社会変化に対応した活性化の指標は、「中心市街地の質の向上」「市民の幸福度」など右肩上がりの時代の測定方法とは異なっているはずで、これを評価する方法を見出すことが必要である。

■ その他関連事業の実施予定等

（ア） 岡崎武将隊の結成

岡崎城を舞台に三河武士の魅力を発信する「岡崎版武将隊」の結成を目指す。

（イ） 八丁味噌のまぜそば（八丁味噌まぜそば会）

岡崎のご当地グルメを目指す地元ラーメン店主らが集まり考案する。（市内の各店舗にて販売中）

(7) 委員会レビュー

■ まちのビジョン、グランドデザインについて

- ・「まち」の活性化につながる具体的な動きが分からなかった。二十七曲りのような長い通りをどのように開発するのか。ある程度の選択と集中が必要になるだろう。岡崎市は駅が3箇所に分かれていて中心市街地も大きい。どのようにまちづくりをしていくかというグランドデザインがないと拡散して何もできなくなってしまうだろう。
- ・商工行政に寄ったプランになっているという印象があるが、都市計画部局との連携を引き出せるものがあるかもしれないと思う。

■ 観光振興について

- ・市民参加のスタイルをとっていて非常によいが、行政である岡崎市が後ろに引きすぎなのではないか。歴史・文化の伝統に満ちた街である割に、対外情報発信、観光政策が感じられない。戦国武将ブームであるのにブームにも乗っていない。
- ・観光に力点を置いているが、36万人もいる市民を集めることにも力を入れても良いのではないかな。
- ・商業と歴史をキーワードとしているのだろうが、注目すべきは岡崎市図書館交流プラザ「りぶら」であり、同施設をもっと活用するべきではないか。

3－4 古河市

(1) 市の概況

古河市は平成 17 年 9 月に、猿島郡総和町、猿島郡三和町と合併し、現在の形となった。面積は約 124 k m²で、関東平野のほぼ中央に位置し、茨城県・埼玉県・栃木県の県境にある。地形はほぼ全域にわたり平坦、気候は温暖である。南側に利根川が流下し、西側は渡良瀬川および渡良瀬遊水地に接するほか、宮戸川や西仁連川などの河川が田園地域を南流する水と緑豊かな自然環境を有している。

市内には J R 宇都宮線古河駅があり、東京都心やさいたま市、宇都宮市までの距離が 50～60 k m（首都 60 k m 圏）という地理的条件に加え、4 号国道、新 4 号国道や国道 125 号、354 号などの広域的道路が東西南北に走り、生活や生産、流通の場として恵まれた立地条件にある。

工業については、主に総和地区において昭和 30 年代後半から工業団地の造成が進められ、大規模工場の立地により県内有数の工業都市となっている。また、農業についても総和地区、三和地区を中心に、米、野菜、花卉などが生産され、比較的大規模な農家が多い。

■ 人口

古河市の人口は 2005 年 10 月 1 日時点で 145,265 人であり、茨城県下第 5 位の規模で県全体の 4.88%を占める。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、古河都市圏は古河市、八千代町、境町で構成され、約 19.5 万人の規模で、水戸都市圏約 69 万人の約 28%である。人口推移をみると、古河市は茨城県全体と同様に 2000 年まで増加してきたが、2005 年に微減に転じている。(図表 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 2000 年にはじまった減少傾向は 2030 年まで続くものと見込まれており、2030 年の人口は約 11.6 万人となり、少子・高齢化の進展も予測されている。(図表 3-4-2、図表 3-4-3 参照)

昼夜間人口比（昼間人口／夜間人口）は、1985 年から 2005 年の間に 0.937 から 0.917 にまで下がり、近隣町村等への通勤・通学者による流出が流入を上回っている。(図表 3-4-4) 主な流出先としては、境町、栃木県小山市、埼玉県さいたま市などで、流入元は栃木県野木町、境町、栃木県小山市などがあり、このうち境町、栃木県小山市、埼玉県さいたま市では流出超過となっている。(図表 3-4-5 参照)

図表 3-4-1 古河市周辺および茨城県等の人口推移

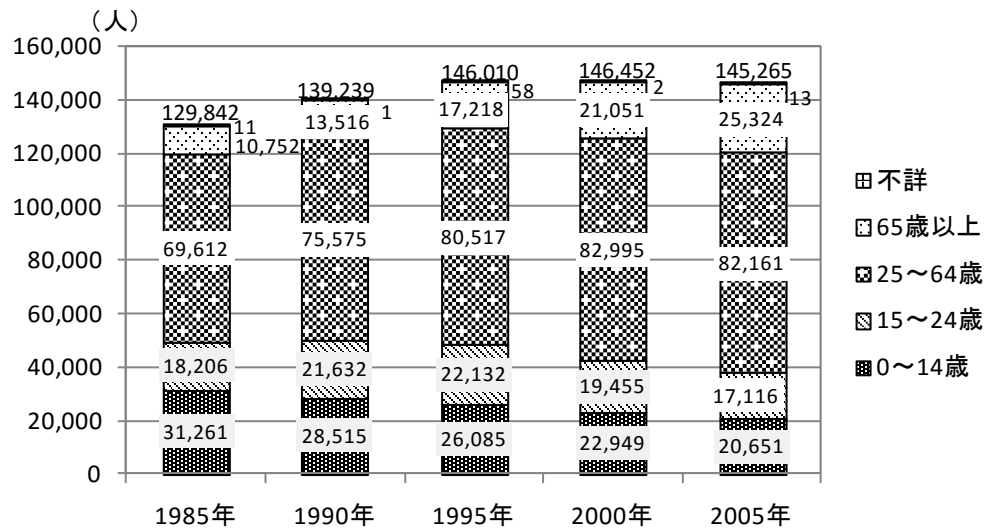
	1985 年 (人)	1990 年 (人)	1995 年 (人)	2000 年 (人)	2005 年 (人)	県内 シェア	2005 年 /2000 年
茨城県	2,725,005	2,845,382	2,955,530	2,985,676	2,975,167	100.00%	99.65%
古河都市圏	180,168	190,512	198,255	197,975	195,342	6.57%	98.67%
古河市	129,842	139,239	146,010	146,452	145,265		99.19%
水戸都市圏	654,112	672,038	684,182	691,730	691,213	23.23%	99.93%
水戸市	253,744	260,456	261,275	261,562	262,603		100.40%
日立都市圏	393,452	392,797	394,234	388,986	377,047	12.67%	96.93%
日立市	218,111	215,069	212,304	206,589	199,218		96.43%
つくば都市圏	368,906	408,404	436,179	456,100	469,805	15.79%	103.00%
つくば市	150,074	168,466	182,327	191,814	200,528		104.54%

(注 1) 2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

(注 2) 都市圏は核都市への通勤通学率 10%以上の市町村

資料：国勢調査

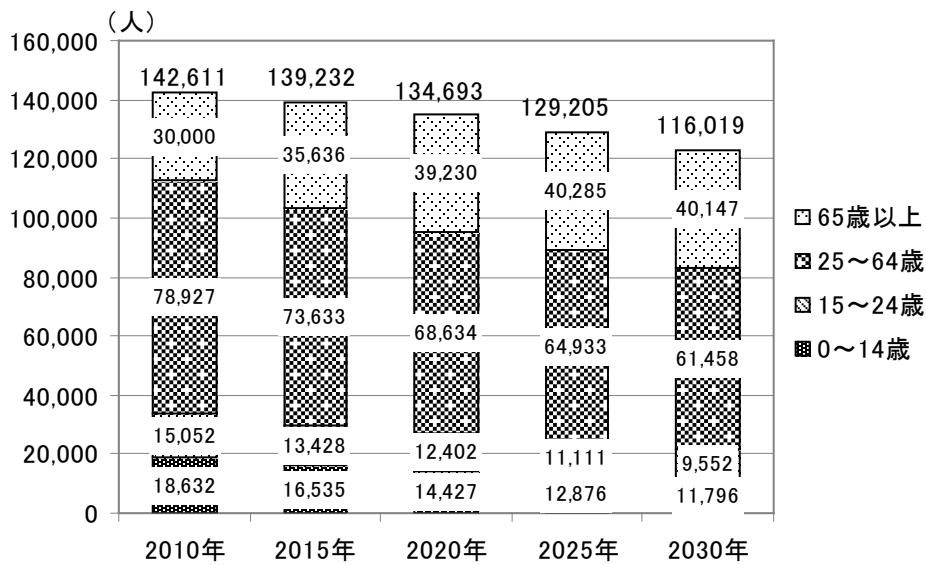
図表 3-4-2 古河市の年齢階層別人口の推移



(注) 2010年4月1日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：国勢調査

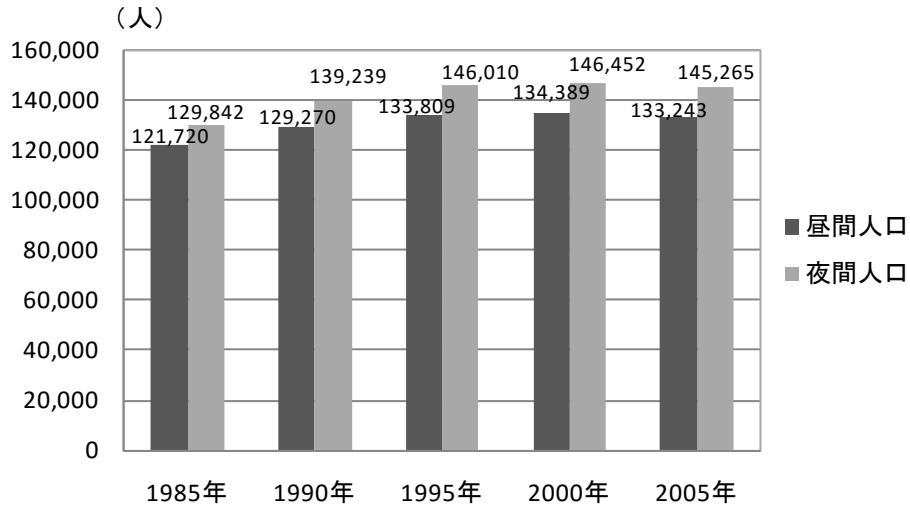
図表 3-4-3 古河市の将来推計人口



(注) 2010年4月1日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：国立社会保障・人口問題研究所『日本の市区町村別将来推計人口』（2008年12月推計）

図表 3-4-4 古河市の昼夜間人口の推移

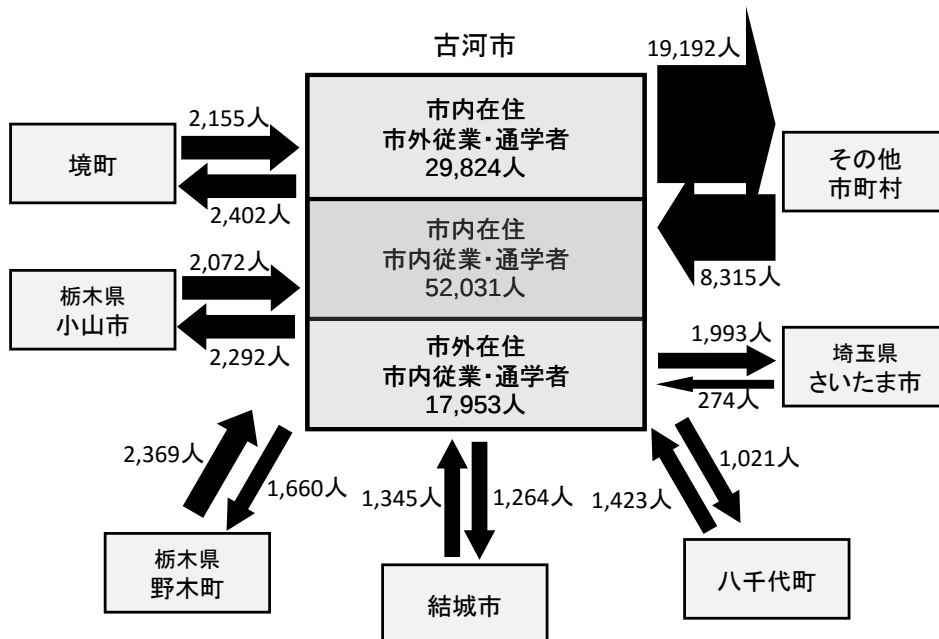


	昼間人口	夜間人口	昼間人口/ 夜間人口
1985 年	121,720	129,842	0.937
1990 年	129,270	139,239	0.928
1995 年	133,809	146,010	0.916
2000 年	134,389	146,452	0.918
2005 年	133,243	145,265	0.917

(注) 2005 年国勢調査結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：国勢調査

図表 3-4-5 古河市の通勤・通学の流出入状況 (2005 年)



(注) 2005 年国勢調査結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：国勢調査

■ 産業

古河市における 2006 年の事業所数は 6,521、従業者数は 61,401 人である。全体の推移をみると、1996 年まで事業所数、従業者数ともに増加し続けていたが、2001 年に減少に転じている。(図表 3-4-6、図表 3-4-7 参照)

2006 年の事業所数、従業者数から産業構造をみると、古河市は県全体に比べて製造業の割合が高い。(図表 3-4-8、図表 3-4-9、図表 3-4-10、図表 3-4-11 参照)

古河市における商業については、2007 年の古河市の商店数は 1,365 店、従業者数は 8,572 人、売場面積は 190,503 m²、年間商品販売額は 1,425 億円である。小売業集積は、売場面積・年間販売額共に茨城県の約 5%の規模を占め、県下第 6 位となっている。(図表 3-4-12 参照)古河市の小売店の年間販売額は 1997 年を頂点として 1999 年より、2007 年時点で 1991 年から 1 割程度の減少となっている。一方、売場面積は 2002 年には 1991 年比で 1.7 倍程度にまで増加したが、以後は減少に転じ、現在は 1.5 倍程度となっている。(図表 3-4-13 参照)

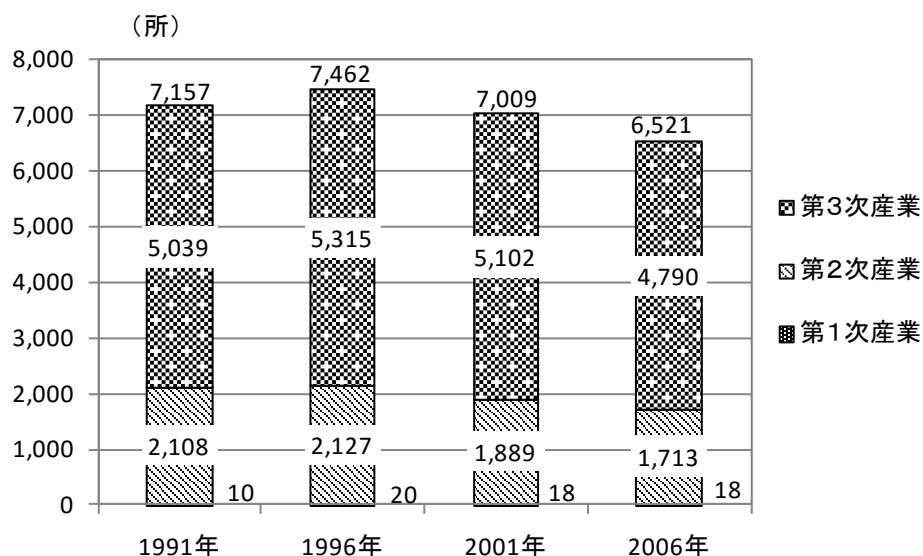
茨城県内の市町村別の小売吸引力をみると、1 を超えているのは 10 市町であり、古河市の小売吸引力は 0.99 で県下第 11 位である。(図表 3-4-14 参照)

茨城県内の大型小売店舗を見ると、10,000 m²以上の大型店は 65 店舗あり、そのうち古河市内には 4 店舗がある。古河市内の大型店舗で最も大きいのは 20,700 m²の古河サティである。県内で規模の大きい店舗は、50,000 m²以上がジョイフル本田・ファッションクルーズニューポートひたちなか店(ひたちなか市)、イオンモール水戸内原(水戸市)、30,000 m²以上は、泉町一丁目南ビル(水戸市)、イオン土浦 S C (土浦市)、つくばクレオスクエア・クレオ(つくば市)、i i a s つくば(つくば市)、山新グランステージつくば(つくば市)、イオン下妻 S C (下妻市)となっている。2005 年以降の立地は水戸市に 3 店舗、つくば市に 3 店舗、守谷市に 2 店舗、古河市・龍ヶ崎市・土浦市・坂東市・牛久市・石岡市・大洗町・茨城町にそれぞれ 1 店舗ずつである。(図表 3-4-15 参照)

(ア) 全産業

①事業所数と従業者数

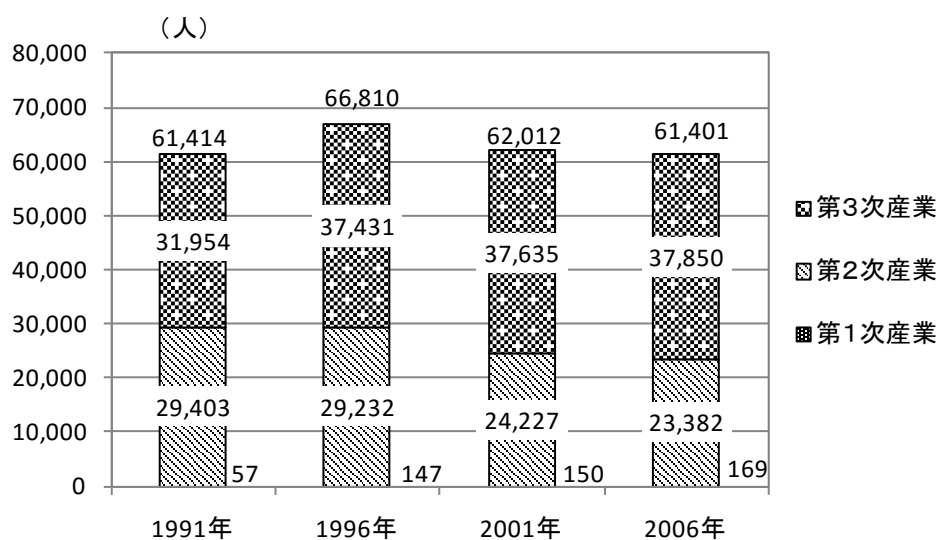
図表 3-4-6 古河市の事業所数の推移



(注) 2006 年事業所・企業統計結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：事業所・企業統計

図表 3-4-7 古河市の従業者数の推移



(注) 2006 年事業所・企業統計結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：事業所・企業統計

②古河市等の産業別事業所数・従業者数（2006 年）

図表 3-4-8 古河市等の産業別事業所数（実数（所））

	全産業	第 1 次産業	第 2 次産業			第 3 次産業		
		農林漁業	鉱業	建設業	製造業	卸売業	小売業	その他
茨城県	126,506	509	77	16,718	12,141	6,262	28,302	62,497
古河市	6,521	18	－	896	817	297	1,413	3,080
水戸市	13,949	15	1	1,332	593	1,108	2,906	7,994
日立市	8,136	7	2	770	799	393	1,772	4,393
つくば市	7,582	31	1	1,003	419	431	1,413	4,284

資料：事業所・企業統計

図表 3-4-9 古河市等の産業別事業所数（産業別構成比）

	全産業	第 1 次産業	第 2 次産業			第 3 次産業		
		農林漁業	鉱業	建設業	製造業	卸売業	小売業	その他
茨城県	100.00%	0.40%	0.06%	13.22%	9.60%	4.95%	22.37%	49.40%
古河市	100.00%	0.28%	0.00%	13.74%	12.53%	4.55%	21.67%	47.23%
水戸市	100.00%	0.11%	0.00%	9.55%	4.25%	7.94%	20.83%	57.31%
日立市	100.00%	0.09%	0.00%	9.46%	9.82%	4.83%	21.78%	53.99%
つくば市	100.00%	0.41%	0.01%	13.23%	5.53%	5.68%	18.64%	56.50%

資料：事業所・企業統計

図表 3-4-10 古河市等の産業別従業者数（実数（人））

	全産業	第 1 次産業	第 2 次産業			第 3 次産業		
		農林漁業	鉱業	建設業	製造業	卸売業	小売業	その他
茨城県	1,273,140	6,174	734	95,250	289,430	55,029	194,899	631,624
古河市	61,401	169	－	4,264	19,118	2,550	9,455	25,845
水戸市	154,837	219	21	11,290	8,696	12,669	23,988	97,954
日立市	97,576	117	44	5,617	31,758	2,797	11,870	45,373
つくば市	103,166	331	2	5,962	9,354	4,189	14,210	69,118

資料：事業所・企業統計

図表 3-4-11 古河市等の産業別従業者数（産業別構成比）

	全産業	第 1 次産業	第 2 次産業			第 3 次産業		
		農林漁業	鉱業	建設業	製造業	卸売業	小売業	その他
茨城県	100.00%	0.48%	0.06%	7.48%	22.73%	4.32%	15.31%	49.61%
古河市	100.00%	0.28%	0.00%	6.94%	31.14%	4.15%	15.40%	42.09%
水戸市	100.00%	0.14%	0.01%	7.29%	5.62%	8.18%	15.49%	63.26%
日立市	100.00%	0.12%	0.05%	5.76%	32.55%	2.87%	12.16%	46.50%
つくば市	100.00%	0.32%	0.00%	5.78%	9.07%	4.06%	13.77%	67.00%

（注）2006 年事業所・企業統計結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：事業所・企業統計

(イ) 小売業

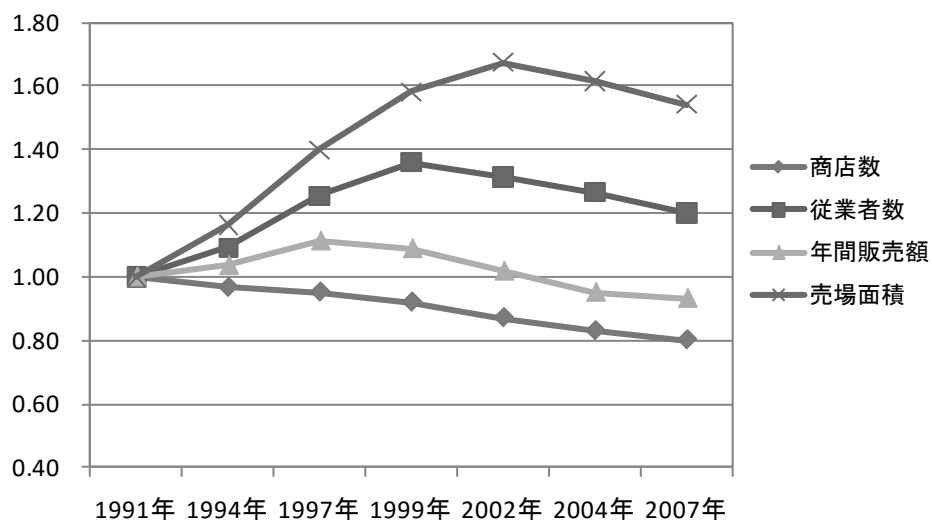
図表 3-4-12 古河市等の小売集積 (2007 年)

	商店数		従業者数		売場面積 (㎡)		年間商品販売額 (百万円)	
茨城県	25,414	100.00%	166,200	100.00%	3,862,743	100.00%	2,958,758	100.00%
古河市	1,365	5.37%	8,572	5.16%	190,503	4.93%	142,528	4.82%
水戸市	2,552	10.04%	19,522	11.75%	457,897	11.85%	376,673	12.73%
日立市	1,622	6.38%	10,521	6.33%	233,932	6.06%	167,252	5.65%
つくば市	1,435	5.65%	10,435	6.28%	248,818	6.44%	207,479	7.01%

(注) 平成 19 年商業統計結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：商業統計

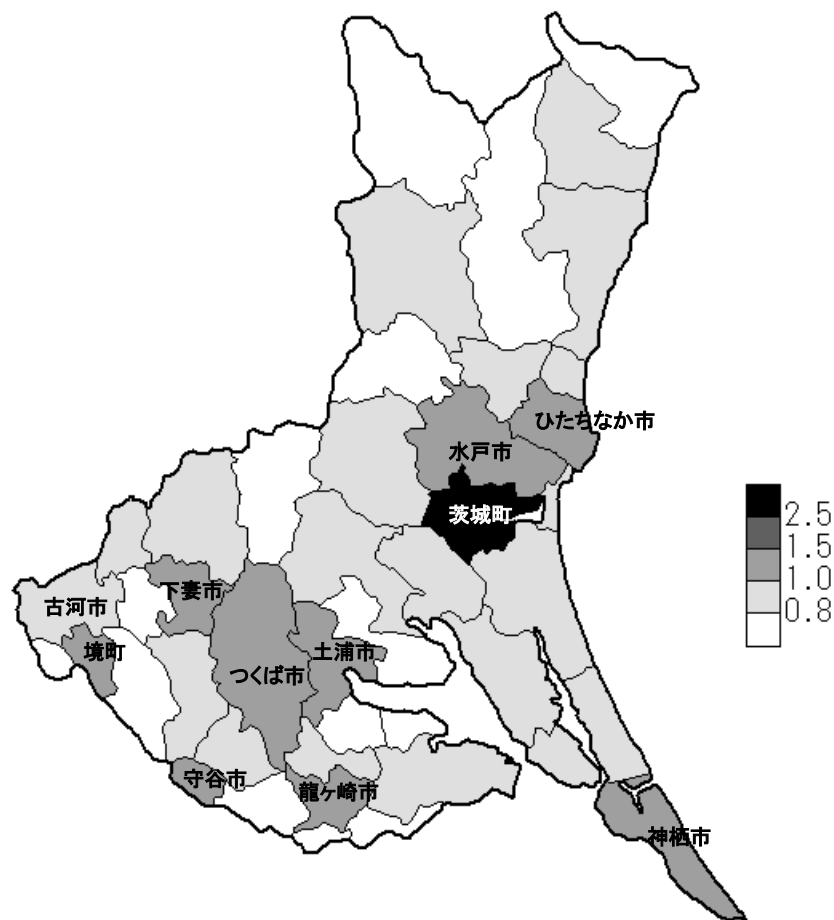
図表 3-4-13 古河市の小売店の商店数・従業者数・年間販売額・売場面積の推移
(1991 年=1)



(注) 平成 19 年商業統計結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：商業統計

図表 3-4-14 茨城県各市町村の小売吸引力分布（2007 年）



（注 1）2007 年商業統計および 2005 年国勢調査結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

（注 2）各市町村の小売吸引力は、年間販売額における県内シェア／人口における県内シェアとして算出

市町村名	小売 吸引力	人口	年間販売額 (百万円)	市町村名	小売 吸引力	人口	年間販売額 (百万円)
茨城町	2.75	35,008	95,901	稲敷市	0.89	49,689	43,979
水戸市	1.44	262,603	376,673	那珂市	0.88	54,705	47,722
土浦市	1.41	144,060	201,606	行方市	0.87	40,035	34,452
守谷市	1.21	53,700	64,393	小美玉市	0.86	53,265	45,741
神栖市	1.12	91,867	102,609	笠間市	0.86	81,497	69,960
ひたちなか市	1.12	153,639	170,676	鉾田市	0.86	51,054	43,625
下妻市	1.09	46,435	50,513	日立市	0.84	199,218	167,252
龍ヶ崎市	1.06	78,950	83,043	大洗町	0.82	19,205	15,622
境町	1.05	26,468	27,686	坂東市	0.78	57,516	44,502
つくば市	1.04	200,528	207,479	取手市	0.77	111,327	85,415
鹿嶋市	0.99	64,435	63,557	大子町	0.76	22,103	16,622
古河市	0.99	145,265	142,528	北茨城市	0.74	49,645	36,543
高萩市	0.98	32,932	32,095	かすみがうら市	0.73	44,603	32,467
潮来市	0.97	31,524	30,280	阿見町	0.72	47,994	34,383
結城市	0.96	52,460	49,874	桜川市	0.66	48,400	31,574
常陸大宮市	0.95	47,808	45,245	八千代町	0.64	23,609	15,023
つくばみらい市	0.95	40,174	37,766	常陸太田市	0.61	59,802	36,285
東海村	0.94	35,450	33,171	美浦村	0.56	18,118	10,140
牛久市	0.93	77,223	71,272	五霞町	0.49	9,873	4,839
石岡市	0.93	81,887	75,410	城里町	0.45	22,993	10,318
筑西市	0.90	112,581	100,608	利根町	0.38	18,024	6,782
常総市	0.90	66,536	59,283	河内町	0.35	10,959	3,844

資料：年間販売額は 2007 年商業統計、人口は 2005 年国勢調査

図表 3-4-15 茨城県内の店舗面積 10,000 m²以上の大型店

所在市町村	店舗名	店舗面積 (m ²)	開設 年月
古河市	古河サティ	20,700	1998年9月
	イトーヨーカドー古河店	15,291	1976年5月
	総和町SC(スーパーヤオコー古河牛谷店)	13,592	1996年6月
	マーケットシティ古河	11,400	2007年3月
水戸市	イオンモール水戸内原(ジャスコ水戸内原店)	52,000	2005年11月
	泉町一丁目南ビル(水戸京成百貨店)	30,549	2006年3月
	山新グラusstage水戸	24,400	1999年6月
	水戸駅北口再開発事業施設建築物・マイム(丸井水戸店)	15,986	1993年2月
	水戸駅ビル・エクセル	14,133	1985年3月
	上水戸SC(MEGAドン・キホーテ上水戸店)	13,102	1999年6月
	スーパービバホーム水戸県庁前店	11,873	2009年4月
	SCミーモ(MIMO)	10,749	1973年11月
日立市	日立駅前ショッピングタウン(イトーヨーカドー日立店)	20,396	1991年10月
	カインズ日立モール(カインズ・ベイシアフードセンター日立店)	16,206	2001年11月
土浦市	イオン土浦SC(ジャスコ土浦店)	48,302	2009年5月
	ウラボリ(イトーヨーカドー土浦店)	17,500	1997年10月
	ジョイフル本田荒川沖店	12,945	1976年3月
	荒川沖SC(長崎屋荒川沖店)	12,484	1981年11月
石岡市	新治SC さん・あびお(エコス新治SC店)	11,034	1993年4月
	ウエルサイト石岡(ヨークベニマル石岡店)	16,570	2006年11月
結城市	石岡SC(ジャスコ石岡店)	11,980	1987年12月
	カインズホームスーパーセンター結城店	10,020	2003年5月
龍ヶ崎市	SCサプラ(イトーヨーカドー龍ヶ崎店)	19,491	1999年3月
	ビバホーム龍ヶ崎店	14,223	1999年3月
	龍ヶ崎ショッピングセンター	13,414	1987年8月
	QizMALL龍ヶ崎店(ヤマダ電機テックランド龍ヶ崎店)	10,896	2007年3月
下妻市	イオン下妻SC(ジャスコ下妻店)	31,108	1997年11月
水海道市	アピタ石下店	13,482	1999年10月
高萩市	ベイシア電器・カインズホーム高萩店	13,351	1999年3月
	高萩サティ	10,344	1995年7月
笠間市	笠間SC(ジャスコ笠間店)	22,923	1998年4月
取手市	常総SC(ジャスコ取手店)	19,885	1996年10月
	取手駅西口再開発ビル(取手とうきゅう)	11,991	1985年10月
	ホームマック取手店・ケーズデンキ取手パワフル館	11,357	2003年3月
牛久市	エスカード牛久SC(イズミヤ牛久店)	13,740	1987年3月
	SEIYUひたち野うしく店	13,500	2006年12月
つくば市	iiias(イーアス)つくば	47,253	2008年10月
	山新グラusstageつくば	32,692	2006年5月
	つくばクレオスクエア・クレオ(筑波西武・ジャスコつくば店)	30,832	1985年3月
	つくばクレオスクエア・キュート	14,921	2005年3月
	LALAガーデンつくば	13,801	2004年3月
	つくばSC・A棟(アッセ)	10,261	1995年11月
ひたちなか市	ジョイフル本田・ファッションクルーズニューポートひたちなか店	60,039	1998年3月
	長崎屋勝田店	14,522	1983年11月
	ジャスコ勝田店	14,335	1983年1月
鹿嶋市	ニュー鹿嶋STチェリオ(ジャスコ鹿嶋店)	13,772	1994年5月
守谷市	ジョイフル本田守谷店	25,812	1993年4月
	ロックシティ守谷	21,514	2007年6月
	アクロスモール守谷(カスミ松ヶ岡店・ワンダーグー守谷店)	18,799	2006年4月
	北守谷SC(アピタ守谷店)	11,091	1987年3月
	SEIYU守谷店	11,077	2003年3月
常陸大宮市	常陸大宮SC・ピサーロ(ジャスコ常陸大宮店)	16,143	1997年12月
筑西市	玉戸モール(とりせん下館店)	12,720	1995年11月
	サンユービル	11,442	1978年1月
坂東市	ヨークタウン坂東(ヨークベニマル坂東店)	18,500	2005年7月
稲敷市	西代SC・バルナ(アピタ佐原東店)	22,893	1999年11月
	江戸崎SC(エコス江戸崎SC店)	12,252	1995年3月
	ジョイフル山新佐原・東店	11,828	1992年12月
かすみがうら市	千代田Sモール(ケーヨーデイツー千代田Sモール店)	15,754	2004年1月
神栖市	ベイシアSC神栖店	11,830	1993年4月
行方市	ベイシア玉造店	10,067	2002年11月
茨城町	ロックシティ水戸南(カスミロックシティ水戸南店)	20,065	2007年4月
大洗町	大洗リゾートアウトレットモール	16,528	2006年3月
東海村	東海駅東Sタウン(ジャスコ東海店)	13,108	1993年9月
境町	Sモール・フィズ(キンカ堂境店)	16,216	1997年2月

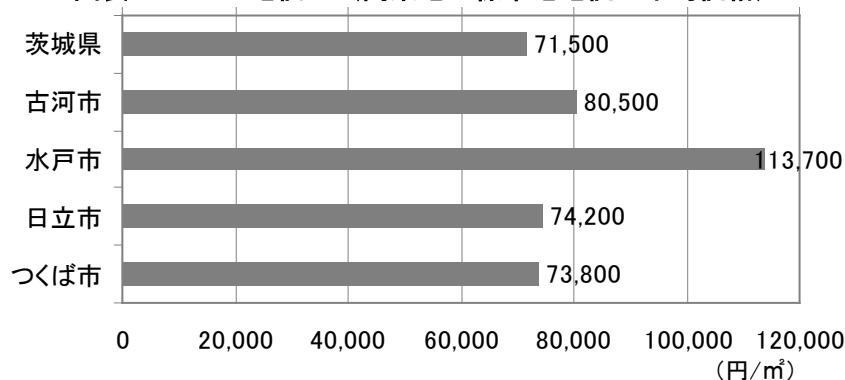
資料：東洋経済新報社「全国大型小売店総覧 2009」

■ その他

古河市の商業地における平均地価は 80,500 円/㎡で、茨城県全体の平均地価を上回るものの、水戸市の約7割である。一方、古河市の所得水準は茨城県全体平均の約95.0%となっている。(図表 3-4-16、図表 3-4-17 参照)

また、古河市の財政力指数は 0.78 であり、県下 44 市町村中第 17 位である。(図表 3-4-18 参照)

図表 3-4-16 地価 (商業地の標準地地価の平均価格)



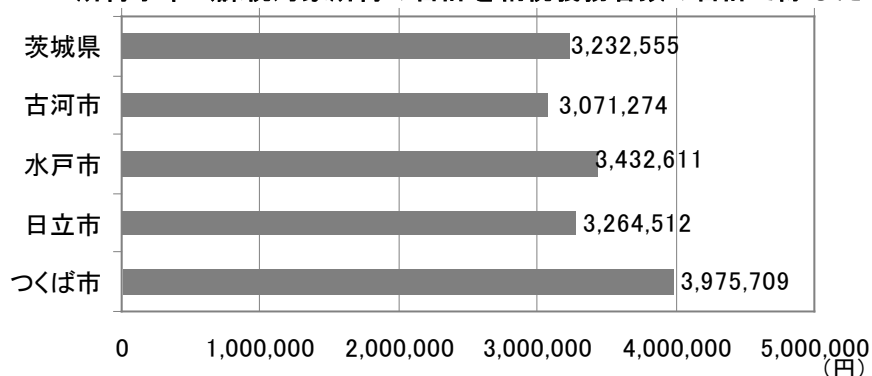
※標準地ごとの 1 ㎡当たりの価格の合計を当該標準地点数で除したもの。

※商業地とは、市街化調整区域を除く都市計画区域内の準住居地域、近隣商業地域及び商業地域並びに用途指定のされていない都市計画区域及び都市計画区域外において、商業用の建物の敷地の用に供されている土地をいう。

※県庁所在地である佐賀市については、該当データ無し。

資料：2007 年度国土交通省土地・水資源局「都道府県地価調査」

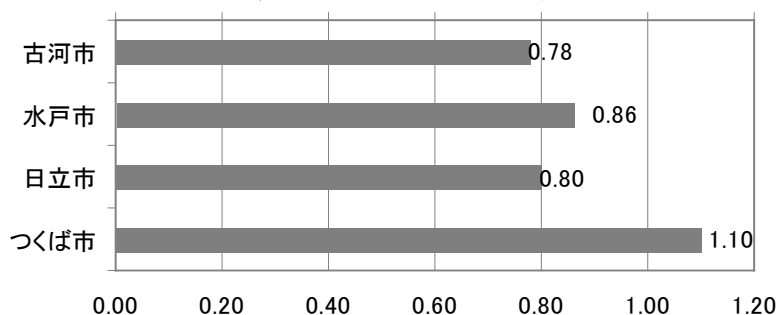
図表 3-4-17 所得水準 (課税対象所得の合計を納税義務者数の合計で除したもの)



※課税対象所得の合計を納税義務者数の合計で除したもの。

資料：2007 年度総務省自治税務局「市町村税課税状況等の調」

図表 3-4-188 財政力指数



※財政力指数は基準財政収入額を基準財政需要額で除したもの。過去 3 か年度の平均値。

資料：2006 年度総務省自治財政局「市町村別決算状況調」

（２）対象地区の概況

対象地区は、古河商店会連合会区域内となっており、古河市本町～中央町～横山町である。最寄り駅からの交通手段は、JR 宇都宮線古河駅から徒歩 1 分の位置にある。近隣に百貨店など大規模施設があり、小売店舗と事務所が混在した構成であり地域への来街者層は、近隣住民、近隣で働く人が中心である。

当該地区は、官公署の地区外移転や郊外への大規模店舗の立地、駐車場不足等の理由により、近年では建物は残っているが、閉店・休業した店舗が多く、人通りが少なくなっている。具体的には、下記のような変化があり、衰退が進んでいる。

- ・ 駅乗車人員 16,928 人（H 6 年）⇒ 13,810 人（H21 年）
- ・ 人口の推移 17,309 人（H15 年）⇒ 16,346 人（H22 年）
- ・ 商業店舗数 営業店舗 180、うち空き店舗 72（H22 年）
- ・ 高齢者の割合が高い 市全域 17.7%、対象地区 24.4%

古河市中心市街地では、旧古河市総合計画及び中心市街地活性化基本計画（旧法）並びに TMO 認定計画において、中心市街地における方針が策定されており、空き店舗対策（商店会主催によるイベント補助）やチャレンジショップ等の事業も実施されてきており、今後も引き続き郊外店の影響による商業力低下、空き店舗の増加による活力低下、駅周辺の求心力低下といった課題への対応が求められている。

また、出城界隈の景観、歴史博物館、篆刻美術館、文学館、神社仏閣、石蔵などの歴史的・文化的資源が豊富であり、これらの地域資源を活かした取組も求められている。

現在、新しい動きとして、下記の 4 つのプロジェクトが進行中である。

- ・ 出城界隈ミュージアムタウン環境整備事業（旧商家「坂長本店」の保存活用）
- ・ 中央町広場整備事業（市保有の未用地の利活用）
- ・ 酒井蔵整備事業（鍛冶町通りに位置する石蔵の活用）
- ・ 古河市地域交流センター整備事業（社会教育機能と観光交流機能を兼ね備えた地域交流センターの建設整備）

今後、再生の方向として地域の歴史的・文化的資源を活かし、閑静さと賑いの共存したまちづくりを推進することが求められている。

■ 基礎データ

地区名	古河駅西口地区
基礎データ	面積：約 289ha ， 人口：16,346 人 ， 人口密度：5,656 人／k m ² 営業店舗数：180 店舗 ， 空き店舗数：72 店舗 交通：JR 東北本線古河駅

■ 対象地区概況図



(3) 事業内容

古河市では、当該地区の地域特性を活かし、古河駅西口を中心とした市街地の活性化を図るため、まちなか再生支援専門家を招聘し、駅西口、旧日光街道周辺等、歴史的な街並みを活かした独自の事業展開を実施することにより、交流人口や観光客の増加を図り、地域住民を巻き込んだまちなかの再生を実現させ、商業の活性化を図ることとする。

具体的には、実施区域内における空き店舗は店舗併用住宅が多いことから、まちなかにおける空き店舗の状況、営業している業態、不足している業種等を調査・研究し、空き店舗の活用支援策・モデル事業等の計画を取りまとめ、再生コンセプトの確立と実践するためのシステムづくりを行うこととし、行政・商店街・地域住民との連携と協働も視野に入れる。

従って、下記の2つを目標とする。

- ・ まちなか再生のコンセプト確立と実践のシステムづくり
- ・ 行政・商店街・地域住民との連携と協働

実施にあたっては、古河市役所内の関係各課による協力体制を確立するとともに、古河市、商工会議所、古河市商店会連合会、(株)雪華（まちづくり会社）、日光街道街並み景観づくり推進連絡協議会、観光関係者、地域住民等で構成する「まちなか再生協議会（仮称）」を設立する。

また、長期的には、既存の歴史的資源や良好な文化施設の導入口として、市民・地域住民・観光客が交流できる機能を高めることとする。さらに、古河駅西口地区全体に生鮮三品（野菜・肉・魚）の業種が不足しているため、それらの買物が賄えるような機能性を持った商店会の確立を目指す。

(4) 現地委員会

①スケジュール

■ 日時

平成 22 年 8 月 11 日 (水)

10 : 30 ~ 15 : 00 現地視察 (市内)

古河総合公園～まちなか再生市民広場～酒井蔵～交流センター予定地～中央町広場～永井路子旧宅～古河街角美術館～篆刻美術館～古河城遺構「坂長本店」～古河文学館～古河歴史博物館～鷹見泉石記念館～古河市役所

15 : 30 ~ 18 : 00 第 5 回まちなか再生支援協力委員会

場所：古河市役所 古河庁舎全員協議会室

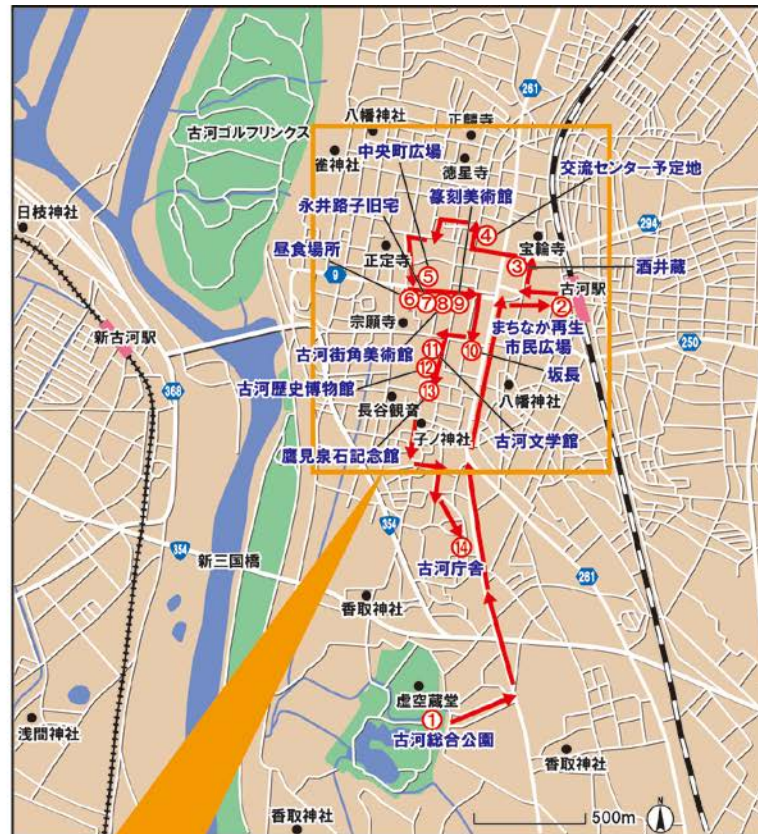
1. 開会挨拶
2. 古河市挨拶
3. 平成 22 年度まちなか再生支援協力委員の紹介
4. 古河市事業説明
 - ①古河市現況、事業概要説明
 - ②プロデュース事業報告

東京大学都市工学まちづくり大学院
技術スタッフ 松本 昭 (プロデューサー)
5. 意見交換
6. 閉会

■ 出席委員

小林委員長、秋山委員、梶浦委員、口広委員、西郷委員、辻田委員、服部委員、福川委員、松島委員、吉永委員

②現地視察



③委員会発言要旨

■ まちなか再生の戦略、進め方

- ・ 古河城遺構「坂長本店」が競売にかかりかけた際に市民の力で阻止した事実はとても重要であり、市民で共有すべき要素だろう。施設が残った意味を市民に重く受け止めてもらうことからまちづくりが始まるのではないか。市民・民間が自由に活動できる舞台を市役所が作ることが重要である。市役所が市民活動を阻害するようなことは決してしないほしい。
- ・ 交流人口増加は大事なテーマだが、定住人口増加も大事な戦略目標になるのではないか。外から来た人が住むかどうかを決めるには、どういう人がそこに住んで、どういう商売・暮らしをしているのかが見えないといけない。住んでいる人がネットワークを作り、自分たちのまちを知っているということに人は魅力を感じる。古河市に住みたい理由は施設だけではなく、土地柄もあると思う。それが定住人口の増加につながると思う。
- ・ 古河市は通勤・通学都市で、平日昼間に市内で活動する人は少なく、地域コミュニティが弱い面があるのではないか。市外で働く市民に対して古河のまちがどれくらい魅力的なのかを伝える必要があるだろう。そうすると、彼らは土日には観光客になるのではないか。知的好奇心をくすぐるコンテンツがあると東京から人を連れてきてくれるかもしれない。
- ・ 観光客が増えれば、市民との衝突も出てくる。市民と市役所の一体感があって初めて良い街だと感じるものであり、観光客を何のために呼ぶのか、市民と議論をした方がよいだろう。
- ・ 古河市の人口と小売売上の規模を考えると「中心」があるはずだが、歩いてみると「中心」がない。まちとしてのアイデンティティがなく、中途半端な印象である。それを打破するには「本当はいいものがあること」を表現する具体のプロジェクトが必要である。住む人の生活スタイルがオシャレであれば、まちに魅力を感じるものであり、それが分かるゾーンを作ることだろう。1地区に絞って1つのプロジェクトを徹底的にやるべきである。それは鍛冶町ではないか。一棟の蔵だけではなく、長浜が一番初めに手がけた黒壁のゾーンと同程度の1,000㎡を対象として、「本物のレストラン」、「町家ステイ」などを展開していくとよいのではないか。
- ・ 徹底して「本物」を作っていくためには、きちんとした民間の事業主体を作り、その民間がリスクを負えるところまで行政が支援するという仕組みを作る必要がある。市民が中心になった事業主体を作るのもよいが、勇気のある人を広く公募するのがよい。東京圏で新しいことをやりたい若くてセンスのよい人は大勢いる。彼らの知恵を借りてはどうか。
- ・ 関東近辺でも歴史的資源のある町は多い。川越も新宿から60分で多くの人が集まる商業都市である。古河らしさ、古河の「本物」を追求しないと失敗するのは間違いない。観光集客を目指すのであれば、数多くの観光地との競争の中で、誰に来てもらいたいのかを考える必要がある。観光バスを対象にしたのでは価格競争に陥り、「本物」の提供は難しい。本格的に実践していただきたい。
- ・ 古河市中心市街地活性化基本計画で首都圏における広域交流人口増加をうたっている

るが、これと古河駅西口エリア活性化との関連がわからない。現状、駅の東側の 4 号線が大幹線で、東西方向は鉄道の踏み切りで遮断されている。この踏み切りは電車通過本数が多いため、立体交差をしない限り、東西交通は厳しい。バイパス計画が実行されなければ東西交通をゼロベースで考えたほうがよいだろう。

■ 歴史的街並み、景観

- ・古河市のような中世から近世にかけての歴史的資産が見える形で点在する都市は多くない。中世来の町の要素を生かしていくことが重要である。栃木県足利市などの都市とネットワーク化するのもよいだろう。
- ・鍛冶町通りには歴史的な建物があり、大事にしていく必要がある。歴史的な街並みで「軒切」が行われ、軒先の瓦が短く寸足らずで惨めになってしまうことが少なくないが、それはしないほしい。
- ・古河市に来る途中、利根川を渡ったあたりから雰囲気が変わる。平野がつづき田畑ばかりだったところに、森林が加わり古河の土地の豊かさを感じた。しかし、駅前の高層マンションには驚いた。広大な土地がありながら、古河市の再開発事業であのような高い建物を建ててしまったことに、歴史文化のあるまちづくりをする覚悟が本当にあるのか疑問に感じた。景観規制等をしていかない限りバラバラな街並みになってしまう。
- ・景観規制をしていくと、例えばペットショップがそれと分からないような店構えにすることもあり、写真を撮るのには良くて買い物する人がいなくなったという例もある。商いと歴史的街並みをどのように組み合わせしていくか。舞台と役者を取り寄せていかなければならない。

■ 観光振興

- ・観光統計を定点的にとらないと戦略を作れない。根拠になるデータに基づいてプランニングしてほしい。例えば、「JR の乗客で通勤通学以外の人数」や、「自動車を使って観光目的で来る人数」などのデータをとるとよい。
- ・観光のターゲットがまだ明確ではないままに観光バスの話がたくさんでてきた。観光バスの駐車場を整備するのは時代に逆行する。観光バスの 30 分滞留では住民交流などできず、ゴミと屎処理が増えるだけなため、個人客に合わせた観光を作るべきである。
- ・今のままでは観光客の増加が売上に結びつかない。おいしい食べ物を出せるシステムは必要である。地元の人が組み込まれていることも重要である。物販の店は集積している必要がある。長い道中で物販の店が点在していれば観光客に商品を買ってもらえない。
- ・古河市の文化施設はとてもよくできているが、文化施設を充実させるだけでは客は満足しない。見る・食べる・買う・憩う、この要素をどう点在させるか。古河市には見せる機能はあるが、楽しむ機能がないのでリピーターは来ない。歴史的資産を見せ、それを使ってモノを売ったり食べたりしてもらい資産を残していくのが商人の街である。その機能が足りないのではないか。

- ・東京から 60 分の「小さな旅気分」を味わってもらうエリアとして、古河市をどのように位置づけるか。宿泊施設を含む境界ができないだろうか。公園を散策して歴史的な建物を見て、帰りに父さんにお土産を買う、そんな商いが組み立てられるのではないか。
- ・酒井蔵から 125 号線を突き抜けた交差点の鍛冶町通り商店街入口の店が両脇とも閉店しているが、これでは回遊が生まれない。一方、肴町の惣菜屋さんは品揃えが豊富で売れているということが分かった。決して安くはない店だが、観光客も買っていくらしい。東京から来た人は帰りにおかずを買って帰るものである。川魚や果物・野菜を売る店舗、加工品を売る店舗を集積できないだろうか。

■ 交通

- ・街路整備がとても充実しているということは、街の歩き方のイメージのベースがあったのではないか。そのような経緯を確認してまちづくりを始めてもらいたい。
- ・鍛冶町通りの拡幅整備を予定しているようだが、そのまま進めて大丈夫か懸念がある。この地域をどのように人に歩いてもらうか、車所有者にどう移動してもらうかをしっかり議論しておくべきではないか。古河駅からその周辺の地区交通、自動車の使い方、歩行者の歩き方を決めておかなければならない。市民に理解を得るためにはコンセプトを示したほうがよい。ストーリーを作って、自動車と歩行者のバランスを示すなどしてほしい。
- ・ペイブメントがユニバーサルデザインではないため、車椅子や子育て中のお母さんが通るには振動が脳に直接伝わってしまい、とても困るはずである。低振動舗装を使うととても心地よい。材質の選択も歩きやすさや景観に影響する。
- ・人に歩いてもらうためのサインは国土交通省の道路のサインでは味気なく寂しい。どのようなサインを作るかについて、ターゲットも含め議論すべきだ。但し、サインは市独自のものを作りすぎると分かりにくくなる場合もあるので、ISO や JIS の規格は確認してほしい。

(5) 事業成果

対象地区の「まちなか再生」戦略として下記の2つを目標とし、6つの方針を掲げ事業を実施した。

下記に挙げる事業のうち、古河市が進める事業については概ね予定通り進行しているが、各事業の中に、まちなか再生に連鎖する多様な仕組み・仕掛けが一層求められる。また、新たに提案を行った事業については、行政・商店街・地域住民の連携と協働を進めながら、今後の着実な推進をめざす。

■ まちなか再生のコンセプト確立と実践のシステムづくり

(ア) 「オンリーワン」…「名物施設」「名物イベント」で魅力を高める

公共施設としての名物施設（坂長本店や酒井蔵、富岡蔵）をオンリーワンの資源として磨き、古河を代表する歴史文化ゾーンを形成する。各蔵においては役割分担を明確にし、建物と広場で市民と観光客が交流するコミュニティスペースを創造する。

- ・古河城遺構「坂長本店」保存再生事業
- ・鍛冶町－酒井蔵等を活かしたまちづくり事業
- ・お祭り－まちづくり連携事業(提灯竿もみ祭り等)

(イ) 「回遊性」…まちを回遊させる環境・仕組み・情報を整える。

古河らしい美しいデザインを総合的に整備し、お休み処、ポケットパーク、快適トイレ、駐車場、食事処などのおもてなし空間を備えた回遊空間を生み出す。

- ・まちなか回廊（4つの回遊軸）でまち育て
- ・まちなかサイン整備事業

(ウ) 「美しい景観」…美しい街並みが地域空間の価値を高める

景観法や景観計画に基づく景観づくりを行い、篆刻や雪華を活用したサインを整備し、市民や観光客をやさしく迎え入れる集客・案内機能の充実を図る。

- ・古河駅西口まちなみ景観修復事業
- ・旧日光街道「史跡案内板」設置事業（約70基）

(エ) 「地産地食」…古河に旨いものありのまちづくり

古河の地場産野菜の代表である「都かぼちゃ」を活かした食のまちづくりを展開するために、各蔵において朝市や夕市を定期的に行い地産地食のまちづくりの拠点に育てる。

- ・かぼちゃでまちづくり－古河パンプキンシティ
- ・蔵で楽しむ－古河に旨いものあり事業

■ 行政・商店街・地域住民との連携と協働

(ア) 「民を呼び込む」…民間が安心して投資する環境をつくり、民間活力を活かす

まちなか再生のビジョンを明確かつ具体的に示し、まちがどう変わるか、どう美しくなるのかを示す、民間主体・行政支援の先導的プロジェクト事業とする。

- ・民間と連携した「坂長本店」「酒井蔵」の再生
- ・民を活かした蔵のまちづくり

(イ) 「市民が力を発揮する」…市民のまちづくりを応援する、まちづくり支援を行う
市民や市民団体が自主的に行う多様なまちづくりを積極的に応援し、市民がまちづくりに存分に力を発揮できる仕組みや体制を整える。

- ・まちづくり協議会の設立と支援
- ・チャレン人よ古河に集まれ事業

(参考) 目標達成状況 (自己評価)

活動内容			進捗状況				
			遅れている	やや遅れている	予定通りである	やや進んでいる	進んでいる
まちなか再生の コンセプト確立と 実践のシステム づくり	方針1 オンリーワン	古河城遺構「坂長本店」保存再生事業			●		
		鍛冶町ー酒井蔵等を活かしたまちづくり事業			●		
		お祭りーまちづくり連携事業(提灯竿もみ祭り等)	ー	ー	ー	ー	ー
	方針4 回遊性	まちなか回廊(4つの回遊軸)でまち育て		●			
		まちなかサイン整備事業					●
	方針5 美しい景観	古河駅西口まちなみ景観修復事業				●	
		旧日光街道「史跡案内板」設置事業(約70基)					●
	方針6 地産地食	かぼちゃでまちづくりー古河パンプキンシティ		●			
		蔵で楽しむー古河に旨いものあり事業			●		
行政・商店街・地 域住民との連携 と協働	方針2 民を呼び込む	民間と連携した「坂長本店」「酒井蔵」の再生			●		
		民を活かした蔵のまちづくり		●			
	方針3 市民が力を 発揮する	市民まちづくりへの多様な支援と連携	●				
		まちづくり協議会の設立と支援	●				
		チャレン人よ古河に集まれ事業			●		

（６）来年度以降の取り組み

■ 今後の事業推進に向けた展望と課題

1. まちなか再生を進める地元・市民・行政・専門家等の横断的まちづくり組織の設置と活動

まちなか再生を推進する団体や専門家、庁内組織などは多々あるが、全体を統括する組織がないため、全体のコンセンサスが図れていないことから、今後新たなまちづくり組織の設置を検討していく。

2. 継続的なまちなか再生事業の実施と補助金・交付金の積極的活用

社会資本整備総合交付金（都市再生整備計画）を活用し、平成 18 年度から平成 23 年度に実施しており、今後もまちなか再生事業を実施するうえで、活用できる制度の情報収集及び検討を継続的に実施していく。

3. まちなか再生事業と連携した商店会の活性化と空家・空地対策

まちなか再生を推進するための事業を官民で実施しているが、商店街の活性化を実感するには至っていないため、空き店舗対策事業等、商店会との連携を密にし、活性化に向けた対策を実施していく。

■ その他関連事業の実施予定（平成 23 年 3 月 31 日現在）

1. 出城界限ミュージアムタウン環境整備事業（実施設計まで完了、現在整備中）
2. 中央町広場整備事業（事業地測量中）
3. 酒井蔵整備事業（耐震補強のみ完了）
4. 古河市地域交流センター整備事業（実施設計まで完了、現在整備中）

(7) 委員会レビュー

■ 市としての全体戦略の必要性

- ・素晴らしい地域資源があり、それに対して市が投資してきている。その成果をどのように回収していくか。観光客増加、定住人口増加などに向けて、蔵という文化資源を活かす手段と住む人の住まい方について、市が戦略を立てていく必要がある。例えば、定住人口を増やすならば、高層ビルなのか、宅地造成すべきなのか。また、公共施設があるにも関わらず、蔵という文化資源が新たにできることについて一層の検討が必要である。明確なビジョンを大きく示していかないと市民の理解は得られないだろう。
- ・古河駅前の都市計画道路の完成は難題であり、当該地区の交通需要がある訳ではないのであれば、別のところに資金と労力を投入してほしい。

■ 事業の仕組み、進め方

- ・「新しい公共」といわれる事業主体が見えてきていない。「新しい公共」による新たな公共事業の仕組みを構築すべきではないか。
- ・蔵の活用は、民間のイキのいい人が入った仕組みを作っていないと厳しいだろう。指定管理者に丸投げしたためにうまくいかなかった例も多い。顧客を相当細かく予想し、蔵の運営者と議論した上で、改修・設計の中身を決めていかなければならない。予算の問題もあると思うが、新しい投資をしようとするのであれば、きちんと詰めていく必要がある。
- ・まちづくり会社の役割は口火を切ることであって、その後は民間の力を引っ張り出す必要がある。そのために一番大事なものはルールづくりであり、景観形成も含めて、市民に提案していくのはよいと思うが、実施していくのは大変なことである。歴史的な資源を持ったまちで、商工会議所、青年会議所、女性会が主体となると、顧客に対しておもてなしができるようになる。
- ・最近では歴史と文化があるところでシナジーが生まれ、出店したいという若者が増えている。そういう人たちに対して、二重定住も視野にいれ、出店できるような仕組みづくり（立地条件の整備、まちなみ整備）を考えてほしい。
- ・駅前に高い建物があるなど景観規制が充分でない。デザインコードを作る必要があるのではないか。

■ PR、情報発信

- ・豊富な資源がありながら、古河市の認知度が低いことを考えるとこれまで情報発信が足りなかったのではないか。また、点在する資源をどうやって結んでいくか。歩く順序等も含めてアピールしていくべきだろう。
- ・古河市の住民は、古河市のことをよく知っている人と、全く関心のない人に分かれる。観光客への案内役ができるよう、住民がまちをよく知っておく必要がある。古河市は市町村合併もあり、市の職員でも地区のことを知らない人も多いので、そこから対策することも大事である。レベルを上げると良い街になる。

3-5 北九州市

(1) 市の概況

北九州市は、1963年に門司市・小倉市・戸畑市・八幡市・若松市の5市による新設合併により誕生した。三大都市圏以外で初の政令指定都市である。現在は、門司区、小倉北区、小倉南区、若松区、八幡東区、八幡西区、戸畑区の7つの行政区から成っている。

関門海峡を挟んで本州に接し、九州の最北端に位置しており、発展著しい東アジア諸国に近接する地理的特性を有している。市域の広さは、東西 33km、南北 34km、面積は約 488k m²で、福岡県の約 10%を占める。市域の大部分は、東部の企救山塊と中央部から南に延びる福智山塊により占められ、北部は海に面して平地が広がっているが、後背地の少ない地形である。

近代以降、日本有数の重工業都市として、また国際貿易港として発展を遂げ、現在でも西日本最大規模の産業集積と技術力を誇るモノづくりのまちであり、港湾・空港・鉄道・高速道路など交通基盤が充実した、国際物流拠点都市でもある。

市街地にはビジネス・商業エリアに隣接して、公園や親水空間が整備され、都会的にぎわいと憩いの空間を共に享受することが出来る。

また、1960年代の公害を克服する過程で得た技術と経験を、長年に渡って環境国際協力に取り組んできており、『「真の豊かさ」にあふれるまちを創り、未来の世代に引き継ぐ』という理念のもと、「世界の環境首都」と呼ばれるにふさわしい都市を目指している。

■ 人口

北九州市の人口は 2005 年 10 月時点で 993,525 人であり、福岡県下第 2 位の規模で県全体の約 3 割を占める。通勤通学率 10%以上の市町村を都市圏とすると、北九州都市圏は直方市、行橋市、中間市、宗像市、芦屋町、岡垣町、遠賀町、鞍手町、香春町、苅田町の 140 万人超で、福岡都市圏の約 2/3 の規模となっている。

人口推移をみると、福岡県全体の人口は 2000 までは増加し続けたものの、2005 年には減少に転じた。その中で、福岡市人口は 2005 年も引き続き増加しているのに対して、北九州市人口は長らく減少してきている。(図表 3-5-1 参照)

将来推計人口(国立社会保障・人口問題研究所)においても、2030 年まで人口減少は続き、2030 年の人口は約 81.2 万人となり、少子・高齢化も進展すると予測されている。(図表 3-5-2、図表 3-5-3 参照)

昼夜間人口比(昼間人口/夜間人口)は 1 を超えて推移しているものの、1985 年から 2005 年までの間で 1.049 から 1.027 に減少している。近隣市町との主な流出入状況を見ると、中間市、水巻町、山口県下関市、行橋市等からは流入超過が見られる一方、福岡市・苅田町・直方市へは流出超過となっている。(図表 3-5-4、図表 3-5-5 参照)

図表 3-5-1 北九州市周辺および福岡県等の人口推移

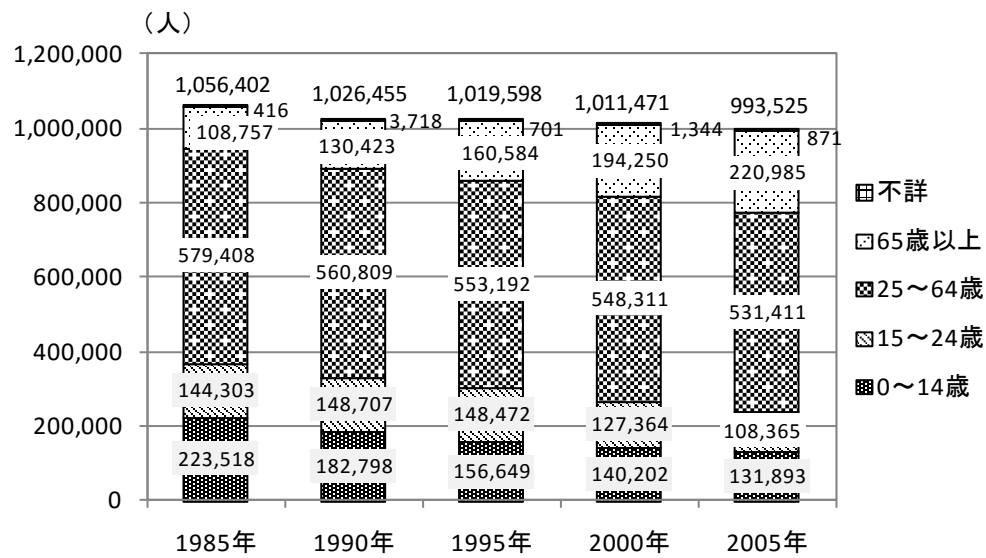
	1985 年 (人)	1990 年 (人)	1995 年 (人)	2000 年 (人)	2005 年 (人)	県内 シェア	2005 年 /2000 年
福岡県	2,725,005	2,845,382	2,955,530	2,985,676	2,975,167	100.00%	99.65%
北九州都市圏	1,468,788	1,442,806	1,450,337	1,445,628	1,424,297	47.87%	98.52%
北九州市	1,056,402	1,026,455	1,019,598	1,011,471	993,525		98.23%
福岡都市圏	1,834,918	1,974,511	2,098,314	2,212,569	2,300,864	77.34%	103.99%
福岡市	1,160,440	1,237,062	1,284,795	1,341,470	1,401,279		104.46%
久留米都市圏	541,638	549,380	561,030	566,417	567,853	19.09%	100.25%
久留米市	288,574	294,665	302,741	304,884	306,434		100.51%

(注 1) 2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

(注 2) 都市圏は核都市への通勤通学率 10%以上の市町村

資料：国勢調査

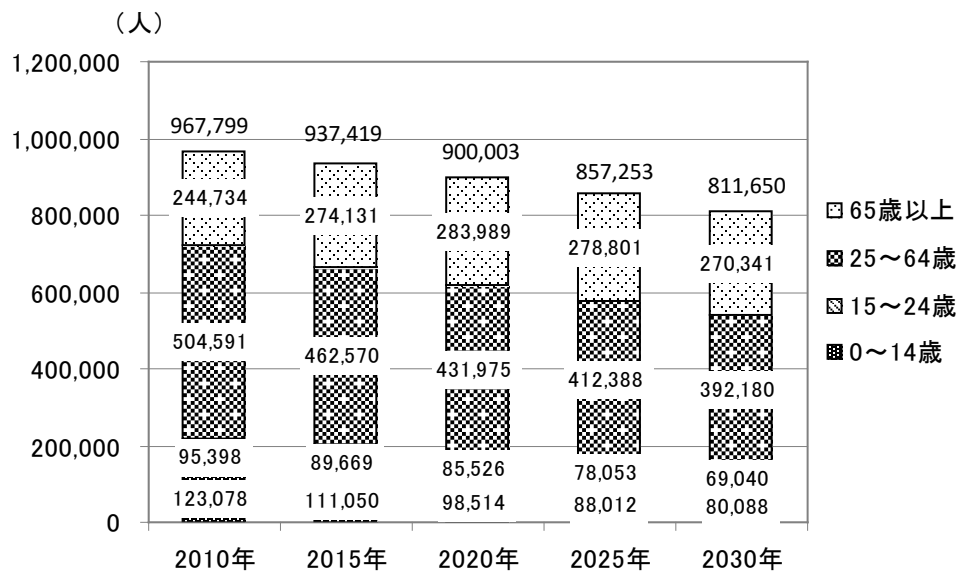
図表 3-5-2 北九州市の年齢階層別人口の推移



(注) 2010年4月1日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：国勢調査

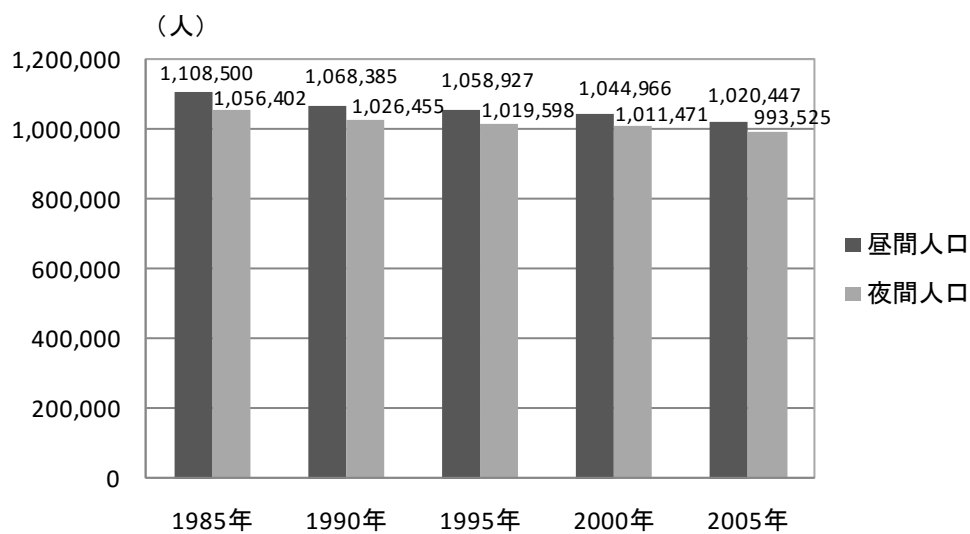
図表 3-5-3 北九州市の将来推計人口



(注) 2010年4月1日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：国立社会保障・人口問題研究所『日本の市区町村別将来推計人口』（2008年12月推計）

図表 3-5-4 北九州市の昼夜間人口の推移

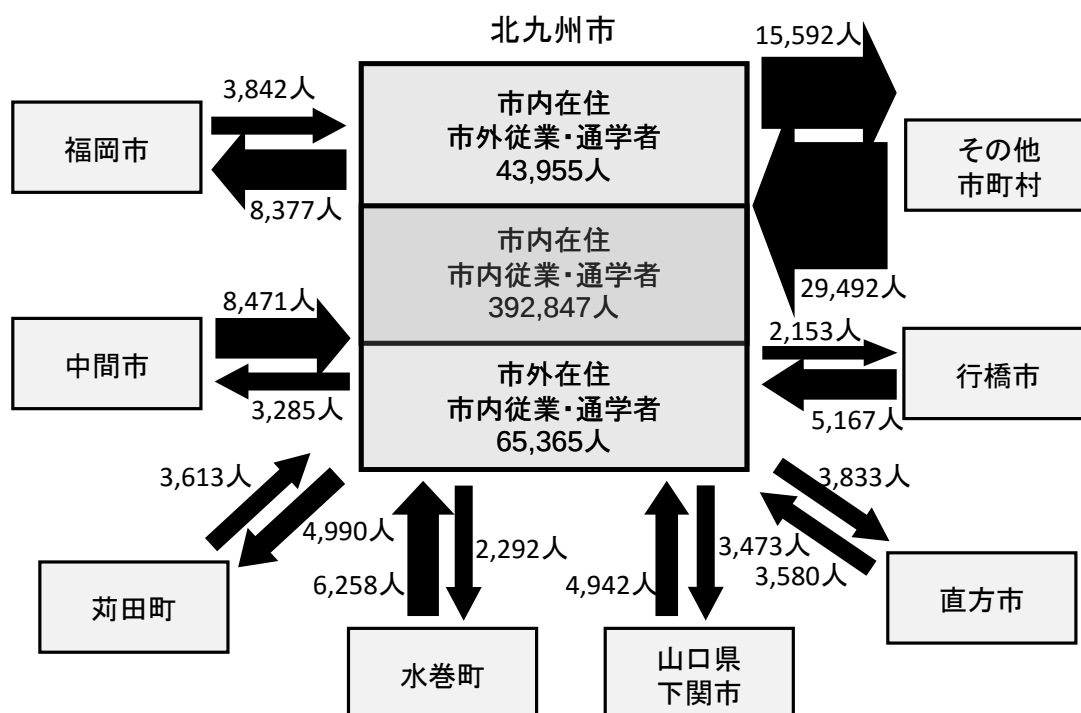


	昼間人口	夜間人口	昼間人口/ 夜間人口
1985 年	1,108,500	1,056,402	1.049
1990 年	1,068,385	1,026,455	1.041
1995 年	1,058,927	1,019,598	1.039
2000 年	1,044,966	1,011,471	1.033
2005 年	1,020,447	993,525	1.027

(注) 2005 年国勢調査結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：国勢調査

図表 3-5-5 北九州市の通勤・通学の流出入状況（2010 年 4 月 1 日時点）



(注) 2005 年国勢調査結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：国勢調査

■ 産業

北九州市における 2006 年の事業所数は 47,238、従業者数は 447,046 人である。全体の推移をみると、事業所数は 1991 年以降減少しており、また、従業者数も 1996 年をピークに 2001 年には減少に転じている。また、1996 年以降、第 2 次産業の減少傾向が強まっている。(図表 3-5-6、図表 3-5-7 参照)

2006 年の従業者数の割合から北九州市の産業構造をみると、製造業、小売業において県全体および福岡市を上回っている。(図表 3-5-8、図表 3-5-9、図表 3-5-10、図表 3-5-11 参照)

北九州市の小売商業については、2007 年の北九州市の商店数は 10,696 店、従業者数は 65,793 人、売場面積は 1,375,333 m²、年間商品販売額は 1 兆 900 億円である。小売業集積は、売場面積・年間販売額共に福岡県の約 1/5 の規模を占め、県下第 2 位となっている。福岡市と比べると、商店数・売場面積で約 8 割にあたる一方、従業者数・年間商品販売額では約 6 割の規模となっている。(図表 3-5-12 参照)

また、北九州市の商店数は 1991 年から減少の一途を辿り、2007 年時点で 1991 年から 3 割以上の減少となっている。また、2007 年の売場面積は 1991 年の約 3 割増となっているものの、年間販売額は 1997 年をピークに減少に転じ、2007 年には 1991 年の 1 割減になっている。(図表 3-5-13 参照)

平成 17 年度(2005 年度)北九州市商圈調査報告書によると、北九州市の南側の日豊沿線地域や市域の西側などの市町村において北九州市への買物出向率が高い。(図表 3-5-14 参照)

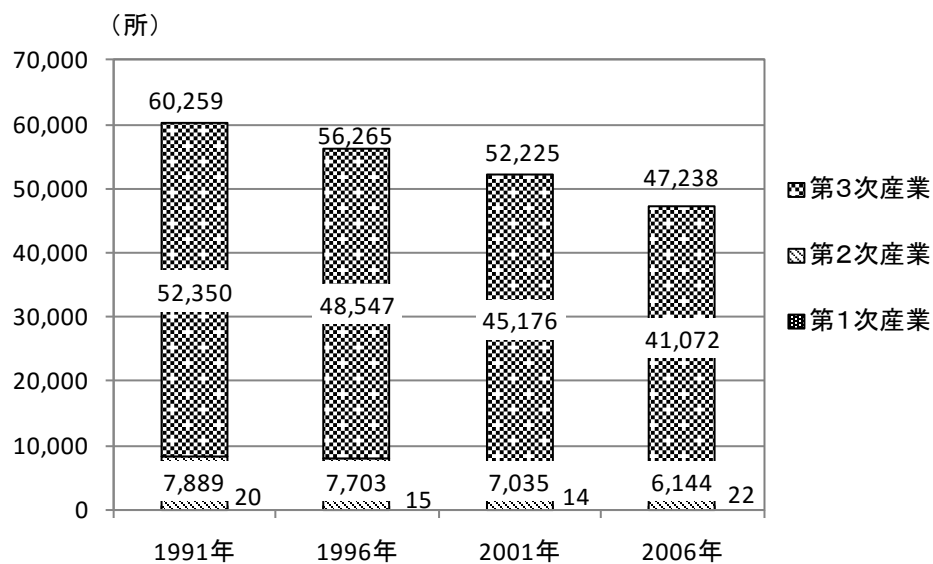
福岡県内の市町村別の小売吸引力をみると、1 を超えているのは 13 市町であり、北九州市の小売吸引力は 1.03 で県下第 11 位である。(図表 3-5-14、図表 3-5-15)

福岡県内の大型小売店舗を見ると、10,000 m²以上の大型店は 98 店舗あり、そのうち北九州市内に 23 店舗がある。北九州市内で 30,000 m²以上の大型店は C O L E T・コレット、井筒屋小倉店、ザ・モール小倉、メイト黒崎(井筒屋黒崎店)、イオン八幡東 S C(ジャスコ八幡東店)の 5 店舗となっている。なお、福岡県内で 50,000 m²以上の店舗は、イオンモール福岡ルクル(粕屋町)、天神ビブレ・天神コア・天神 MM・MMT・西日本・福岡各ビル(福岡市)の 2 店舗となっている。また、2008 年以降の開設店舗は、北九州市内のホームプラザナフコ小倉北店、ダイキ黒崎店・デオデオ八幡黒崎店の 2 店舗の他に、イオンモール筑紫野(筑紫野市)、イオンスーパーセンター大木店(大木町)の 2 店舗である。(図表 3-5-16 参照)

(ア) 全産業

①事業所数と従業者数

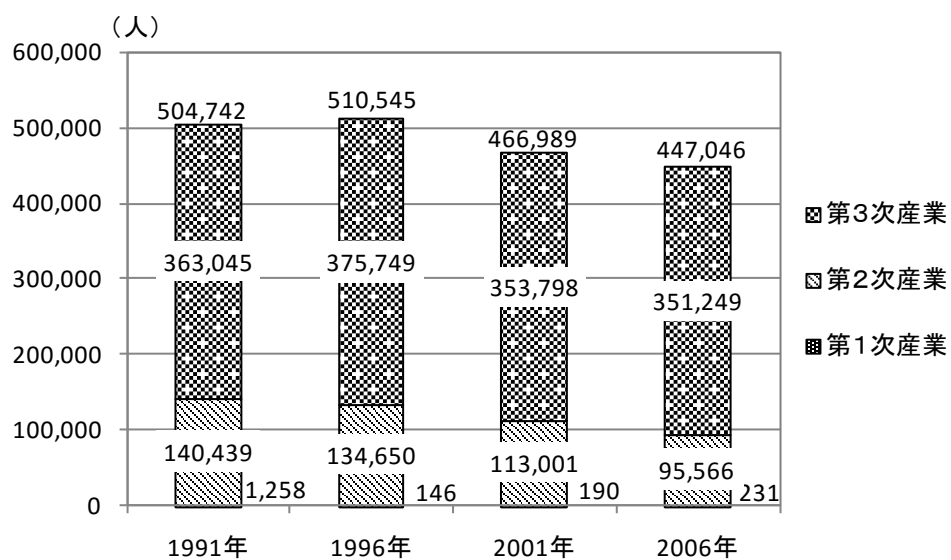
図表 3-5-6 北九州市の事業所数の推移



(注) 2006 年事業所・企業統計結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：事業所・企業統計

図表 3-5-7 北九州市の従業者数の推移



(注) 2006 年事業所・企業統計結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：事業所・企業統計

②北九州市等の産業別事業所数・従業者数(2006 年)

図表 3-5-8 北九州市等の産業別事業所数(実数(所))

	全産業	第 1 次産業	第 2 次産業			第 3 次産業		
		農林漁業	鉱業	建設業	製造業	卸売業	小売業	その他
福岡県	224,954	423	62	20,149	12,260	6,262	28,302	157,496
北九州市	47,238	22	21	4,061	2,062	2,874	11,508	26,690
福岡市	70,359	40	4	4,617	2,141	8,156	13,957	41,444
久留米市	14,935	50	-	1,277	882	1,106	3,246	8,374

資料：事業所・企業統計

図表 3-5-9 北九州市等の産業別事業所数(産業別構成比)

	全産業	第 1 次産業	第 2 次産業			第 3 次産業		
		農林漁業	鉱業	建設業	製造業	卸売業	小売業	その他
福岡県	100.00%	0.19%	0.03%	8.96%	5.45%	2.78%	12.58%	70.01%
北九州市	100.00%	0.05%	0.00%	8.60%	4.37%	6.08%	24.36%	56.50%
福岡市	100.00%	0.06%	0.00%	6.56%	3.04%	11.59%	19.84%	58.90%
久留米市	100.00%	0.33%	0.00%	8.55%	5.91%	7.41%	21.73%	56.07%

資料：事業所・企業統計

図表 3-5-10 北九州市等の産業別従業者数(実数(人))

	全産業	第 1 次産業	第 2 次産業			第 3 次産業		
		農林漁業	鉱業	建設業	製造業	卸売業	小売業	その他
福岡県	2,216,448	4,943	696	163,042	252,755	55,029	194,899	1,545,084
北九州市	447,046	231	221	35,991	59,354	27,712	71,930	251,607
福岡市	811,303	464	20	54,816	34,451	96,749	112,196	512,607
久留米市	137,556	617	-	9,449	14,835	10,315	21,956	80,384

資料：事業所・企業統計

図表 3-5-11 北九州市等の産業別従業者数(産業別構成比)

	全産業	第 1 次産業	第 2 次産業			第 3 次産業		
		農林漁業	鉱業	建設業	製造業	卸売業	小売業	その他
福岡県	100.00%	0.22%	0.03%	7.36%	11.40%	2.48%	8.79%	69.71%
北九州市	100.00%	0.05%	0.00%	8.05%	13.28%	6.20%	16.09%	56.28%
福岡市	100.00%	0.06%	0.00%	6.76%	4.25%	11.93%	13.83%	63.18%
久留米市	100.00%	0.45%	0.00%	6.87%	10.78%	7.50%	15.96%	58.44%

(注) 2006 年事業所・企業統計結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：事業所・企業統計

(イ) 小売業

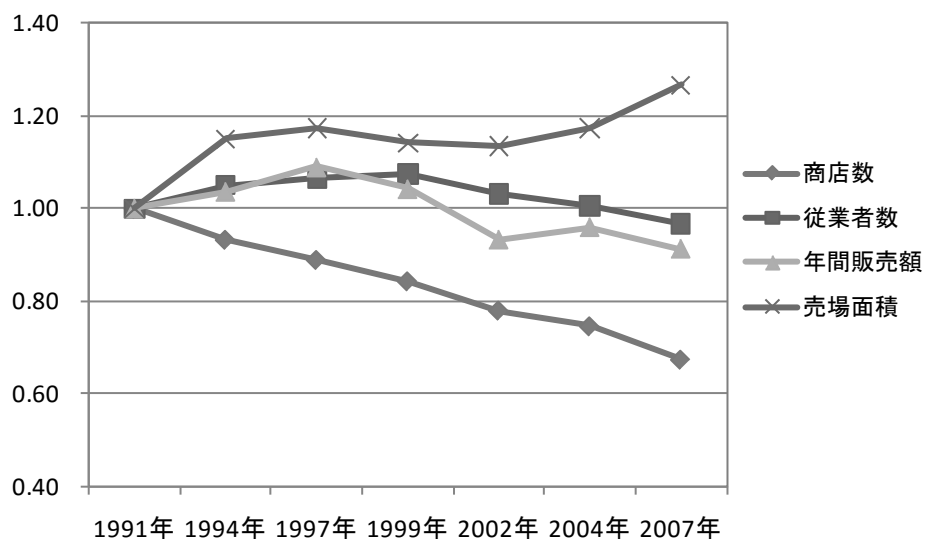
図表 3-5-12 北九州市等の小売集積 (2007 年)

	商店数		従業者数		売場面積 (㎡)		年間商品販売額 (百万円)	
福岡県	48,658	100.00%	316,586	100.00%	6,419,917	100.00%	5,356,185	100.00%
北九州市	10,696	21.98%	65,793	20.78%	1,375,333	21.42%	1,090,390	20.36%
福岡市	13,154	27.03%	98,809	31.21%	1,734,589	27.02%	1,907,189	35.61%
久留米市	3,112	6.40%	20,141	6.36%	423,809	6.60%	359,365	6.71%

(注) 平成 19 年商業統計結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：商業統計

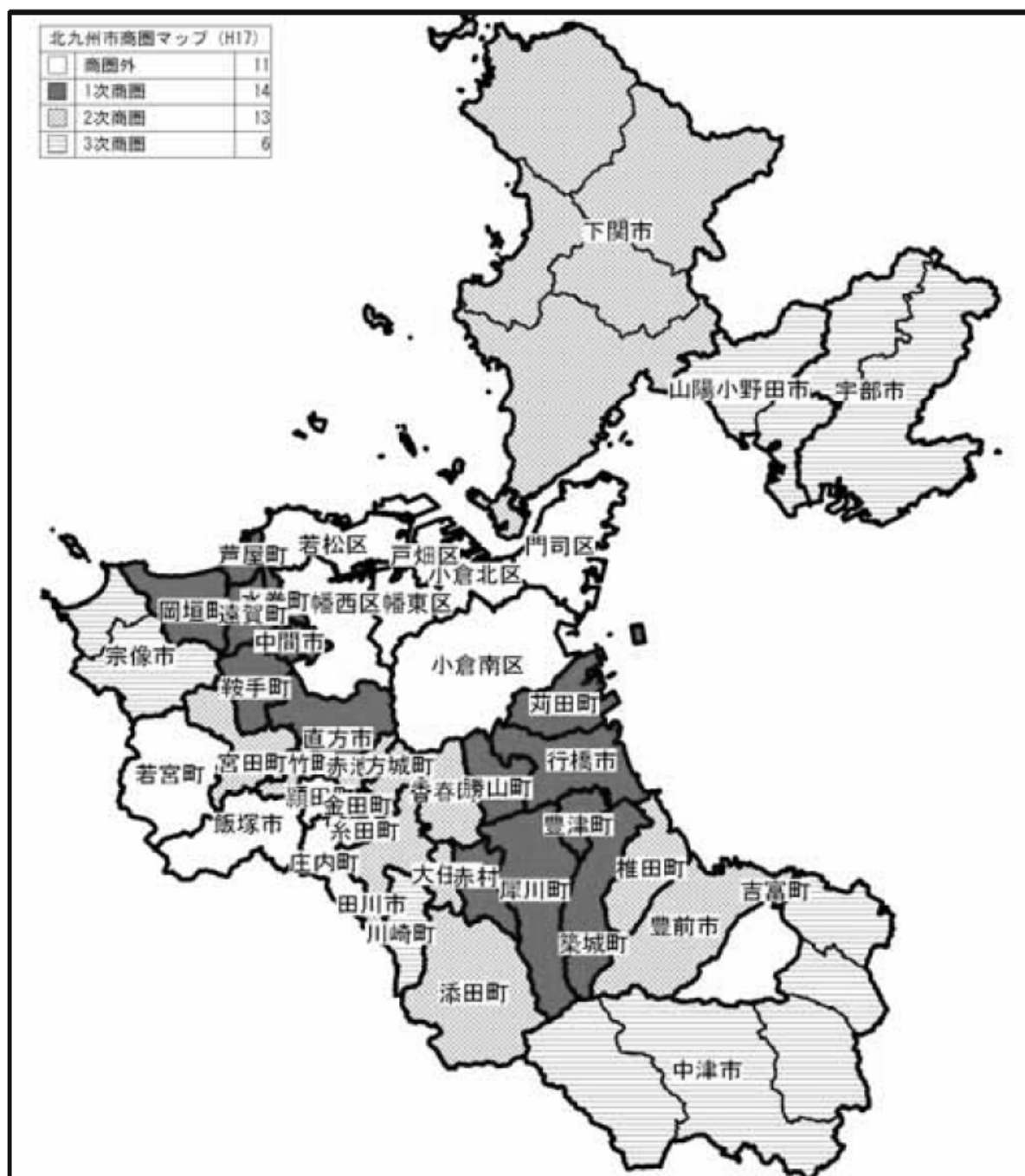
図表 3-5-13 北九州市の小売店の商店数・従業者数・年間販売額・売場面積の推移
(1991 年=1)



(注) 平成 19 年商業統計結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：商業統計

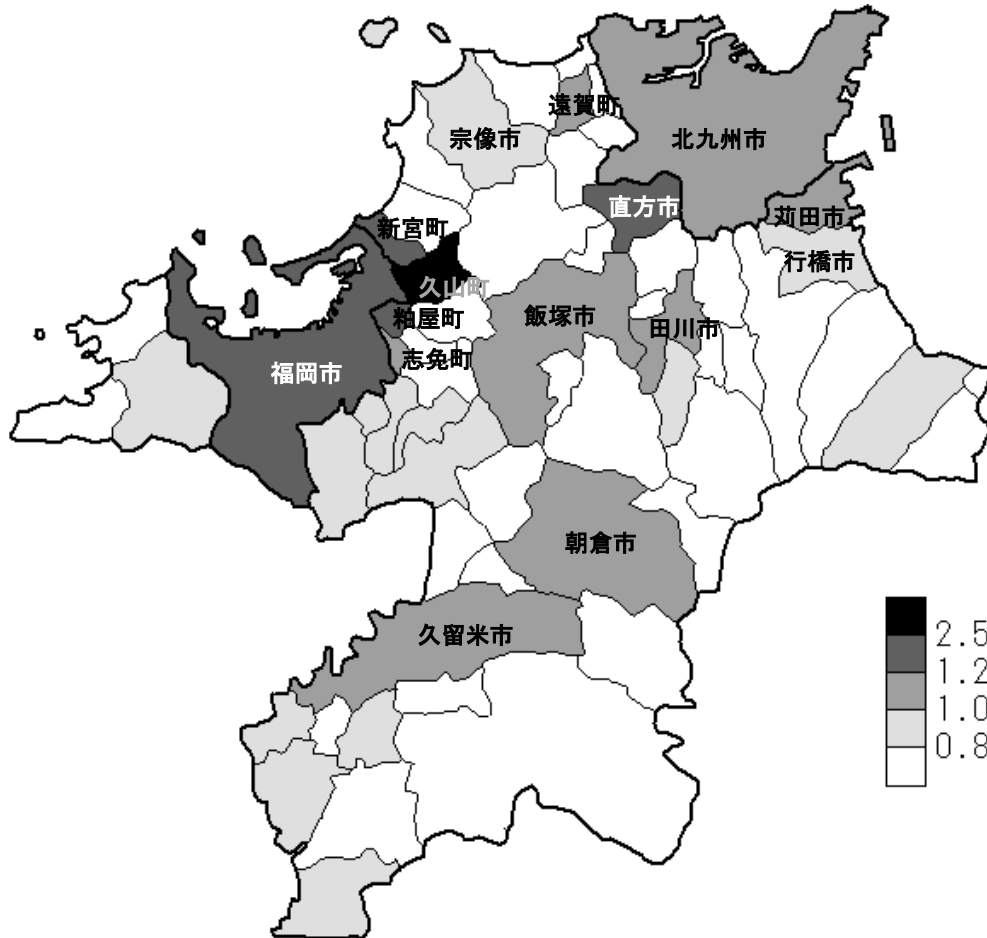
図表 3-5-14 北九州市の商圈（2005 年）



- ・ 1 次商圈：北九州市への買物出向率 70% 以上、2 次商圈：同 50～70% 未満、3 次商圈：同 30～50% 未満
- ・ 北九州市を中心とした 40km 圏内を対象に調査

資料：平成 17 年度北九州市商圈調査報告書

図表 3-5-15 福岡県各市町村の小売吸引力分布（2007 年）



（注 1）2007 年商業統計および 2005 年国政調査結果を、2010 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

（注 2）各市町村の小売吸引力は、年間販売額における県内シェア／人口における県内シェアとして算出

市町村名	小売 吸引力	人口	年間販売額 (百万円)	市町村名	小売 吸引力	人口	年間販売額 (百万円)	市町村名	小売 吸引力	人口	年間販売額 (百万円)
久山町	2.55	7,858	21,217	柳川市	0.82	74,539	64,580	大刀洗町	0.50	15,400	8,100
新宮町	1.84	23,447	45,758	春日市	0.82	108,402	93,917	小都市	0.48	57,481	29,326
粕屋町	1.45	37,685	58,112	大野城市	0.82	92,748	80,283	香春町	0.48	12,369	6,297
福岡市	1.28	1,401,279	1,907,189	前原市	0.81	67,275	57,950	二丈町	0.47	13,409	6,652
直方市	1.23	57,497	74,853	大川市	0.80	39,213	33,422	芦屋町	0.46	16,247	7,980
志免町	1.17	40,557	50,413	那珂川町	0.80	46,972	39,894	東峰村	0.45	2,749	1,305
久留米市	1.11	306,434	359,365	古賀市	0.79	55,943	46,596	嘉麻市	0.44	45,929	21,240
朝倉市	1.07	59,385	67,275	八女市	0.77	71,649	58,172	岡垣町	0.43	31,332	14,285
飯塚市	1.06	133,357	149,863	宮若市	0.74	30,630	23,964	みやこ町	0.43	22,898	10,371
田川市	1.05	51,534	57,533	中間市	0.74	46,560	36,396	上毛町	0.43	8,172	3,685
北九州市	1.03	993,525	1,090,390	うきは市	0.70	32,902	24,343	宇美町	0.41	39,136	17,210
苅田町	1.03	34,387	37,664	広川町	0.69	20,248	14,857	福智町	0.41	25,543	11,106
遠賀町	1.02	19,279	20,873	篠栗町	0.65	30,985	21,423	吉富町	0.41	7,053	3,036
宗像市	0.91	94,148	90,508	大木町	0.61	14,282	9,258	添田町	0.36	11,810	4,549
川崎町	0.91	20,115	19,310	水巻町	0.61	30,679	19,717	桂川町	0.36	14,535	5,516
行橋市	0.89	70,070	66,145	築上町	0.60	20,837	13,161	須恵町	0.29	25,601	7,960
筑後市	0.89	47,844	45,036	福津市	0.59	55,677	34,898	赤村	0.28	3,408	1,025
大牟田市	0.87	131,090	121,066	筑前町	0.57	29,353	17,688	小竹町	0.28	9,253	2,764
豊前市	0.86	28,104	25,630	みやま市	0.56	43,372	25,739	糸田町	0.17	10,216	1,859
太宰府市	0.84	67,087	59,541	鞍手町	0.53	18,204	10,294	大任町	-	5,741	-
筑紫野市	0.82	97,571	84,746	志摩町	0.50	17,290	9,108				

資料：年間販売額は 2007 年商業統計、人口は 2005 年国勢調査

図表 3-5-16 福岡県内の店舗面積 10,000 ㎡以上の大型店

所在市町村	店舗名	店舗面積 (㎡)	開設 年月
北九州市	イオン若松SC(ジャスコ若松店)	24,990	2002年10月
	サンリブ若松	11,290	2000年3月
	イオン戸畑ショッピングセンター	29,302	1999年3月
	COLET・コレット	46,282	1993年10月
	井筒屋小倉店	46,163	1936年10月
	リバーウオーク北九州(グルメシティ リバーウオーク店)	28,492	2003年4月
	IDC小倉ショールーム	19,554	1999年4月
	アーバンポート(ベスト電器小倉本店)	17,381	1993年4月
	JR九州小倉ステーションビル(アミュプラザ)	16,934	1977年12月
	砂津車庫跡地開発(チャチャタウン小倉)	13,750	2000年11月
	ホームプラザナフコ小倉北店	11,687	2008年7月
	ザ・モール小倉	31,963	1995年4月
	サンリブシティ小倉	26,472	2005年4月
	ホームプラザナフコ小倉南店	14,150	2007年9月
	ダイエー城野店	14,052	1981年2月
	小倉Sデパート(徳力サティ)	10,600	1979年10月
	イオン八幡東SC(ジャスコ八幡東店)	39,000	2006年11月
	ホームプラザナフコ八幡東店	16,489	2006年8月
	メイト黒崎(井筒屋黒崎店)	39,100	1979年10月
	ダイキ黒崎店・デオデオ八幡黒崎店	12,831	2010年4月
	Mr. Max八幡西SC	11,817	1997年2月
福岡市	ハイパーモールメルクスMr. Max本城	11,250	1994年12月
	井筒屋annex1(ブックセンターQUEST黒崎本店)	10,046	1959年11月
	ゆめタウン博多	48,542	2000年6月
	イオン香椎浜SC(ジャスコ香椎浜店)	34,460	2003年11月
	ビックマートビル(ヤマダ電機テックランド福岡香椎本店)	12,419	1980年5月
	キャナルシティ博多	42,508	1996年4月
	博多リバレイン・イニミニマニモ	30,280	1999年3月
	ヨドバシ博多ビル(ヨドバシカメラマルチメディア博多)	23,019	2002年11月
	博多ステーションビル名店街・博多ターミナルビル商店街	16,564	1964年12月
	博多中洲3丁目開発計画・gate's(トーホーフアンズ24)	15,546	2006年3月
	福岡交通センタービル(紀伊國屋書店福岡本店)	15,107	1965年8月
	ナフコTWO-ONE・STYLE福岡空港店	14,929	2001年4月
	パピヨンP(ロイヤルHC吉塚店)	12,416	1993年12月
	天神ビブレ・天神コア・天神MM・MMT・西日本・福岡各ビル	56,013	1960年
	NTT-Tビル・天神きらめき通りビル(岩田屋本店本館・新館)	49,940	1996年11月
	西日本渡辺ビル・エルガーウ(大丸・福岡天神)	46,102	1953年6月
	ミーナ天神(ダイエーショッパーズ福岡店)	42,326	1971年6月
	ソリアターミナルビル(三越福岡店)	37,064	1997年10月
	ホークスタウンモール	27,815	1995年4月
	福岡パルコ	24,079	1974年3月
	マイマイビル(ダイエー笹丘店)	21,082	1994年6月
大牟田市	ソリアプラザ	19,708	1989年3月
	渡辺通再開発ビル(サンセルコ)	15,054	1979年3月
	ソリアステージビル(レガネット天神)	11,710	1999年4月
	アクロス福岡	10,912	1995年4月
	マリノアシティ福岡(ロードサイド)	24,563	2000年10月
	イオン福岡伊都SC・本館(ジャスコ福岡伊都店)	24,260	2006年4月
	ダイエーマリナタウン店	22,611	2000年3月
	マリノアシティ(マリナサイド)	18,680	2000年10月
	HCコーナンめいのはま店・SAKODA小戸公園前店	17,445	1995年12月
	第3グリーンプラザビル(ダイエー福重店)	15,152	1983年11月
	ライフステージ太陽福岡西店	12,354	2000年8月
	西新エルモール・プラリバ	20,208	1981年6月
	原サティ	17,143	1976年10月
	中村家具福岡店	10,194	1982年11月
	ゆめタウン大牟田(本棟、別棟)	38,318	2001年10月
	ハイパーモールメルクス大牟田(Mr. Max大牟田店)	11,484	1997年4月

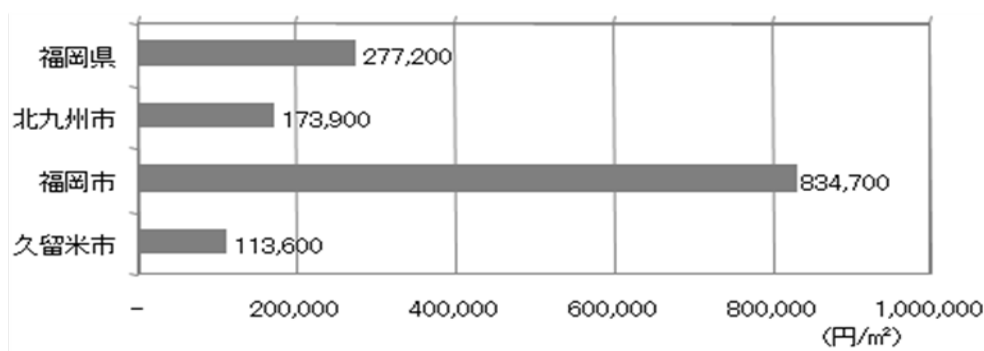
所在市町村	店舗名	店舗面積 (㎡)	開設 年月
久留米市	ゆめタウン久留米・本館	35,390	2003年9月
	米城ビルディング・千歳プラザ東館(岩田屋久留米店・本館)	24,050	1990年12月
	サンリブ久留米	12,160	2000年4月
	ゆめタウン久留米・別棟(ニトリゆめタウン久留米店)	11,913	2003年9月
直方市	イオンモール直方(ジャスコ直方店)	42,000	2005年4月
	明治屋産業びつくり市	11,076	1989年9月
飯塚市	イオンショッピングタウン穂波(ジャスコ穂波店)	28,040	1994年10月
田川市	サンリブ田川	10,801	1998年3月
八女市	ゆめタウン八女	14,272	2000年10月
大川市	ゆめタウン大川	18,481	1999年4月
行橋市	ゆめタウン行橋	29,500	1997年10月
	コスタ行橋(ハローデイ行橋店)	16,945	2006年5月
	行橋サンバル(丸和行橋サン・バル店)	12,434	1995年11月
中間市	Sモールなかま(ダイエーショッパーズモールなかま)	34,241	1978年9月
筑紫野市	イオンモール筑紫野	45,000	2008年12月
	ゆめタウン筑紫野	22,523	1996年3月
	筑紫野ベレッサ(サンリブ筑紫野)	19,643	1993年5月
	シュロアモール筑紫野西側敷地(デオデオ・SAKODA)	12,012	2007年7月
	シュロアモール筑紫野東側敷地(Mr Max筑紫野店)	10,897	2007年7月
	ゆめタウン筑紫野新館(ベスト電器筑紫野店)	10,262	1998年10月
春日市	ザ・モール春日(SEIYUザ・モール春日店)	26,816	1997年3月
	第2グリーンプラザビル・春日アピロス(ダイエー春日店)	11,389	1982年3月
大野城市	大野城サティ	22,962	1977年9月
	下大利えびすSC(ダイエー下大利店)	10,789	1987年4月
宗像市	サンリブくりえいと宗像	21,777	2000年11月
	ゆめタウン宗像	12,901	1999年11月
太宰府市	ルミエール太宰府店	11,478	1995年12月
古賀市	サンリブシティ古賀	19,094	1992年10月
	イオンスーパーセンター古賀店	10,008	1996年6月
朝倉市	イオン甘木SC(ジャスコ甘木店)	13,440	1999年4月
糸島市	イオン志摩SC(イオンスーパーセンター志摩店)	20,000	2006年12月
志免町	福岡東サティ	22,770	2000年4月
新宮町	ハイパーモールメルクスMr Max新宮	12,635	1996年11月
	スーパーセンタートライアル新宮店	11,350	1994年10月
久山町	トリアス・ショッピングウオーク	43,271	1999年4月
粕屋町	イオンモール福岡ルクル(ジャスコ福岡東店)	61,580	2004年6月
水巻町	水巻Sパザール(ダイエー水巻店)	14,632	1983年4月
岡垣町	イオンスーパーセンター岡垣店	17,072	2007年10月
遠賀町	ゆめタウン遠賀	12,874	1995年3月
大木町	イオンスーパーセンター大木店	16,445	2008年4月

資料：東洋経済新報社「全国大型小売店総覧 2011」

■ その他

北九州市の商業地における平均地価は 173,900 円/㎡で福岡市の約 2 割の水準である。また、北九州市の所得水準はほぼ県平均並みで福岡市の約 9 割にあたる。北九州市の財政力指数は 0.69 であり県下第 13 位である。(図表 3-5-17、図表 3-5-18、図表 3-5-19)

図表 3-5-17 地価 (商業地の標準地地価の平均価格)

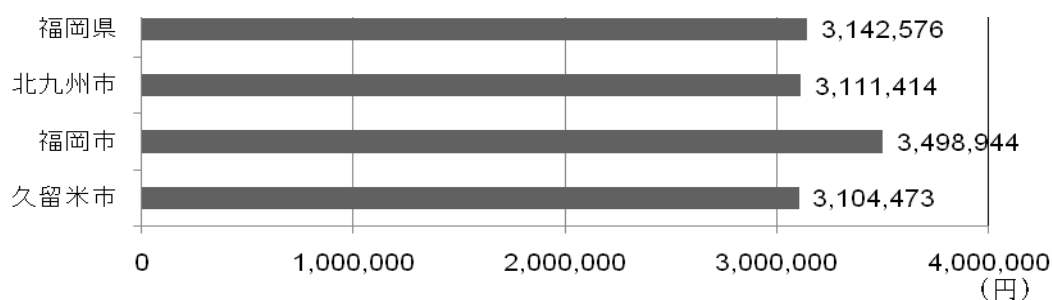


※標準地ごとの 1 ㎡当たりの価格の合計を当該標準地点数で除したもの。

※商業地とは、市街化調整区域を除く都市計画区域内の準住居地域、近隣商業地域及び商業地域並びに用途指定のされていない都市計画区域及び都市計画区域外において、商業用の建物の敷地の用に供されている土地をいう。

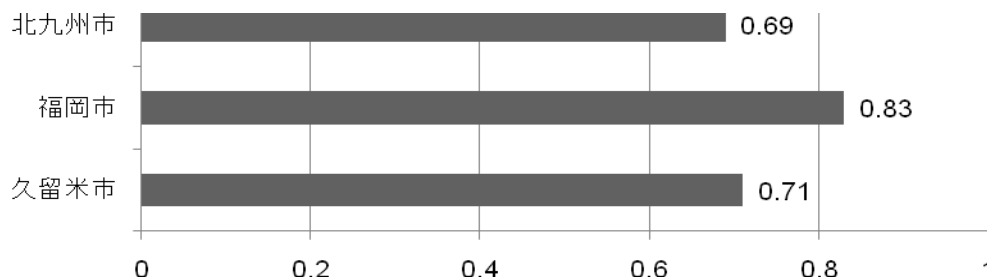
資料：2007 年度国土交通省土地・水資源局「都道府県地価調査」

図表 3-5-18 所得水準 (課税対象所得の合計を納税義務者数の合計で除したもの)



資料：2007 年度総務省自治税務局「市町村税課税状況等の調」

図表 3-5-19 財政力指数



※財政力指数は基準財政収入額を基準財政需要額で除したもの。過去 3 か年度の平均値。

資料：2006 年度総務省自治財政局「市町村別決算状況調」

（２）対象地区の概況

対象地区は、北九州市の政治、経済の中心地である小倉中心市街地約 380ha のうち、JR 小倉駅周辺のビジネス地区周辺地域約 80ha とする。

当該地域は、北九州市の陸上交通の中核拠点である。九州の鉄道の大動脈である鹿児島本線と東九州軸の幹線である日豊本線の結節点であり、山陽新幹線の全列車が停車する全国有数の駅 JR 小倉駅を有する。また、JR 小倉駅は、モノレール、バスの各主要駅が結節し、市内各地への陸上ネットワークを形成している。

対象地区である小倉中心市街地には、大手企業の支店や営業所の立地が多く、そのオフィス需要に応えるため、主に JR 小倉駅北側（浅野）と、JR 小倉駅南口（京町、米町、魚町、紺屋町、堺町、鍛冶町など）にオフィスビルが集積しており、エリア内には市内随一のビジネス地区（エリア内の主要オフィスビル約 60 棟）を形成している。

ただし、平成 14 年以降、新規のオフィスビルの開設はなく、既存オフィスビルの老朽化（1970 年代竣工が多い）が進んでおり、リニューアルを必要とするビルも多数存在する。実際、小倉中心市街地におけるオフィスビルの空室率は大幅上昇（H11 年：9.2%⇒H21 年 9 月：17.8%）しており、福岡市への一極集中の影響と、景気の悪化を受けて、支店・営業所の福岡市への統廃合の動きが加速している。オフィス賃料についても、ここ数年下落傾向が続いている。

当該地区における「都市型ビジネス¹事業者」の集積状況として、事業所数は 1,177 事業所となっている。小倉北区内における小倉中心市街地への立地比率は 53.6%を占めており、集中立地の傾向が見られる。特に情報通信業は立地比率が 59.1%（事業所数 153）と高く、最近営業を開始した都市型ビジネス事業所が多く見られ、事業所立地は流動性が高い（H11 以降の営業開始が 49.1%）ことが特徴である。

¹都市型ビジネスとは

「都市機能に依拠し、多様かつ高度な需要家のニーズに対応して事業を営むものであり、高付加価値型のサービスを提供する産業（ビジネス）」を指す。具体的には、都市部に立地するソフトウェア開発事業者、デザイン・設計事業者、経営コンサルタント、研究機関のような対事業所向けサービスを行う業種だけでなく、健康・福祉関連業、教育・学習支援業などの個人に直接働きかけて市民生活の向上に資する業種も対象とする。

■ 基礎データ

地区名	JR 小倉駅周辺のビジネス地区（浅野、京町、魚町、米町、堺町、鍛冶町紺屋町周辺）を中心にしたエリア
基礎データ	面積：約 80ha 交通：J R 小倉駅，J R 西小倉駅，北九州モノレール小倉駅，小倉駅バスセンター，砂津バスセンター

■ 対象地区概況図



（３）事業内容

小倉中心市街地の事業所数と就業人口の増加を目的に、都市型ビジネス振興を図る観点から民間活力を活用した起業家向けオフィスへの入居支援や、多種多様な街づくり活動団体等と連携しながら魅力ある街なかコミュニティの形成などの推進を目的とする。

これまで中心市街地の活性化策として、主に、再開発等の都市拠点施策（都市計画部署）や商業振興施策（商業振興部署）が中心であり、空床対策が急務であるビジネス地区の振興は十分でなかったことを鑑み、本事業において、これまでの商業振興策などの中心市街地活性化施策や各種支援団体と連携を取りつつも、新たな仕組みを構築し、主にビジネス地区を対象にした新産業振興策と街なかの魅力づくりに取り組む。

小倉中心市街地は、北九州都市圏の中核拠点であり、本事業により、周辺都市に対して専門性の高い業務支援機能等を提供することやビジネスマッチング等による都市圏全体のビジネス交流拡大を官民が共同で実施することで、周辺都市を含めた地域全体の振興に貢献するものとする。

具体的には、下記３点について事業を推進していく。

■ ビジネス地区を中心とした街なかの振興プラン「小倉家守構想」の策定

ビジネス地区と商業地区、歓楽街がバランス良く配置される立地環境を活かし、地域資源の探索、イベント、街なかの交流場、社会実験、事業者ネットワーク等の観点で小倉ビジネス地区を中心とした街なかの振興プランを策定。策定に当たっては、街づくりに関わる人材や専門家を委員にした「小倉家守構想検討会」を設置して検討（４回程度）する。

■ 街なかの魅力づくりと入居者支援を担う人材「家守」の発掘・育成

街づくりに関する専門家や実践者を複数名招聘した講座を開催（受講生 20 名）。多種多様な団体や人材と連携しながら入居者支援とエリア振興に取り組む「家守」となる人材の発掘・育成を行うと共に、家守が活躍するためのネットワーク構築を図る。

また、家守講座の受講生や不動産業者を対象に、具体的な個別プランの実現に向けたコンサルティングを実施し、小倉家守構想の具現化を図る。

■ ビジネス地区の不動産事業者（オフィスビル関係者）等のネットワーク構築

小倉中心市街地のビジネス地区の不動産事業者からなる連絡会を設置し、家守事業等に関する情報提供や街なかの魅力作りに向けた意見交換（３回程度）を行う。

(4) 現地委員会

①スケジュール

■ 日時

平成 22 年 8 月 23 日 (月)

13:30～15:00 現地視察

北九州市役所～小倉駅南口オフィスビル街～北九州テレワークセンター～小倉記念病院(建設中)～小倉駅北口オフィスビル街～魚町銀天街～旦過市場～北九州市役所

15:30～18:00 第 6 回まちなか再生支援協力委員会

場所：北九州市役所 特別会議室 B

1. 開会挨拶
2. 北九州市挨拶
3. 平成 22 年度まちなか再生支援協力委員の紹介
4. 北九州市事業説明
 - ①北九州市現況、事業概要説明
 - ②プロデュース事業報告

株式会社アフタヌーンソサエティ
代表取締役 清水 義次 (プロデューサー)
5. 意見交換
6. 閉会

■ 出席委員

小林委員長、秋山委員、大西委員、梶浦委員、口広委員、辻田委員、服部委員、古川委員、吉永委員

②視察ルート



③委員会発言要旨

■オーナー、開業者への支援

- ・家守事業を進めるときに障害となるのは、家守事業の説明と説得に時間がかかることである。オーナーが納得して事業実施に踏み出すかが最大の課題となる。彼らを納得させるためには、ぶれないビジョンがあった方がよい。小倉中心部のオーナーたちに問題意識があまりない場合には難しい。困っている人たちを集めることが課題だ。
- ・空き地も目立つ。空きビル対策も重要だが、暫定利用でもよいので、空き地利用も急ぐべきではないのか。家守事業は建物が必ず必要とは限らないだろう。
- ・オーナーの厳しい経済状況の中、彼らが投資できる環境にあるのだろうか。投資の原資の確保に向けては支援が必要だろう。
- ・都市経営という観点で考えれば、税収をいかに増やすかを考えないといけない。企業誘致をする場合でも、税金が県外流出する企業ではなく地元企業の育成をすべき。開業しようとしても、開業資金がない人が多いのが現実。制度はあっても使いづらい。そのような人に対する役所の支援が必要。
- ・空き家の暫定利用を中期利用、長期利用に発展させるには役所のバックアップが必要だ。

■「環境」、工業都市など北九州市の政策、特徴と連携した展開

- ・北九州市は「環境」をテーマに事業を進めているが、「環境」はゴミ・緑・水・交通など多岐にわたるテーマなので、環境のどこに重点を置いた戦略をとるのか。その戦略との連携がとれるとよい。
- ・環境に関するビジネスの事業者が、新しい仕事を始める場としてありえるのはいいか。北九州市は工業都市なので技術者が数多くいる。技術者がまちなかに出て、今まで培った技術を展開するという動きはないのか。
- ・九州全体における北九州市の位置づけを考えると、博多駅の再開発で商業が落ち込むことは確実で、さらに九州新幹線の整備により熊本・長崎・鹿児島などから福岡市への流入が加速されていくことは容易に想定できる。こうした福岡市の拠点化の進展が見込まれる一方で、北九州市には新日鉄以来の工業誘致の実績がある。これは福岡市にはないことであり、これを中心市街地に生かしていく必要がある。
- ・家守事業は AIM ビルのインキュベーション施設と競合してしまうのではないか。空室率を下げるために家守事業をする一方で、半導体などの業種は学研都市に誘致している。政策との整合が必要である。
- ・ビジネス地区と歓楽街の関係をどう考えるか。働いた後、楽しい飲食があるのは魅力的である。歓楽街の空き室問題も考えないといけないのだろう。
- ・家守事業は地域の特性に応じたものがありうるはずである。小倉の家守事業がどのようなものなのか議論していただきたい。商業・飲食・屋台などに近い業種を入れて展開するのは新しい取組になるだろう。

■住宅利用

- ・空きオフィスの多くが空室を埋めきれない状況の中でコンパクトシティを考えるの

であれば、政策として住宅への建替えを考えてもよいのではないか。

- ・北九州市が住みやすくなれば、周辺市町村から転入があるかもしれない。住宅は北九州市の切り札になりうる。北九州市内での人口移動があってもよい。斜面市街地が多いので、住みやすい場所への移動希望もあるだろう。高層マンションだけではなく、公的な資金が投入された住宅政策があってもよいのではないか。
- ・住宅利用の議論は重要だ。土地柄もあり、北九州市の進める「環境」との関連でも住宅は考えられる。今後は、健康・医療に関わる住宅が小倉で魅力的になるはずである。それを契機に中心市街地に人を集めていくべきだ。
- ・住宅を都心に持ってくるのはよいが、交通条件をよくすれば郊外でも住みやすくなるため、公共交通についても検討をお願いしたい。土地利用と交通を一体に考えてもらいたい。

■商業

- ・小倉は100万都市であっても、20万人×5と市街地が分散していて中心がどこにあるのか分らない。
- ・熊本・長崎では福岡に対抗せず、むしろアジアを見据えており、北九州市も転換が必要ではないか。
- ・小倉のまちなかには空きスペースが多く、また、ドラッグストアやコーヒーのチェーン、パチンコ、ゲームセンターなど間に合わせの店やキャッチ商売が増えている。「あの店に行きたい」と思わせるお店がない。暫定利用でうまく使う必要性は感じる。おそらく問題は、オーナーが賃料を高めに設定しているために、借りようとす人が逃げてしまっているのだろう。
- ・商店街ではバブル崩壊後、債務が大きくなってしまったために、転業も廃業もできない店が多い。彼らが業種転換するための政策転換が必要である。
- ・小倉城付近の長崎街道を渡った場所に、空き家をうまく活用して歴史的な趣の有る店作りをしてはどうか。エリア別のコンセプトを作って、まち歩きが楽しめる界隈づくりを検討してもらいたい。
- ・北九州で今一番心配なのは百貨店である。家守も大切だが、百貨店のような核が抜ければ、地価の下落にとどまらず、まちが完全に死んでしまう。井筒屋に頼ってきた魚町商店街などもダメージを受け、駅周辺の整備に投入した税金が無駄になる。百貨店が撤退した後の対策の方が行政はお金がかかることを認識してほしい。百貨店を撤退させないようなリスクマネジメントが必要である。
- ・旦過市場に以前のような力がなくなってきたと感じた。一番怖いのは食品衛生である。1つ事件が起これば市場は潰れてしまう。生もの・惣菜を扱っているので、最低限トイレをきれいにするなどの対策を講じてほしい。

(5) 事業成果

先にあげた3つの目標について、下記の通りの実施状況であった。

■ ビジネス地区を中心とした街なかの振興プラン「小倉家守構想」の策定

学識経験者、地元不動産オーナー、まちづくり関係者、市関係部署課長級職員による検討会を設置し、4回の検討会を開催した。検討会の開催に当たっては、実際に動ける人たちを集め、将来のまちづくりチームの核となるよう、公民ネットワーク構築を目指した。検討会での意見を集約して、予定通り2011年2月に構想を策定完了予定である。

■ 街なかの魅力づくりと入居者支援を担う人材「家守」の発掘・育成

「まちのプロデューサーを育てる」ことを目的に「第1回家守講座（まちづくり編）」および、「不動産オーナーと一緒にまちを変える」ことを目的に、「第2回家守講座（不動産オーナー編）」の2回の講座をそれぞれ2日間連続で開催した。講座ではレクチャーとワークショップを組み合わせ、参加者自らが考え、行動できるようにすることを目標とした。

講座受講者の中から実際のプロジェクトに繋がる動きが出始めており、今後は、地元不動産オーナーの意識喚起を目指したリノベーションシンポジウムを契機として、下記の遊休不動産を活用したリーディングプロジェクトを推進する。

- ・魚町地区：中屋興産ビル活用プロジェクト
- ・紺屋町地区プロジェクト
- ・浅野地区プロジェクト
- ・全体（HEAD研究会）：リノベーションシンポジウム・リノベーションスクール

■ ビジネス地区の不動産事業者（オフィスビル関係者）等のネットワーク構築

構想検討会メンバー、講座参加者を中心に、エリア内の不動産オーナーや不動産管理事業者を対象として、「不動産オーナー・管理事業者連絡会」を計3回実施した。人材ネットワークの基礎づくりができ、具体的なプロジェクト及び今後のネットワーク拡大に向けた検討を行った。

今後は、リノベーションスクールを中心としたネットワーク形成が望まれる。

(参考) 目標達成状況（自己評価）

活動内容	進捗状況				
	遅れている	やや遅れている	予定通りである	やや進んでいる	進んでいる
ビジネス地区を中心とした街なかの振興プラン「小倉家守構想」の策定			●		
街なかの魅力づくりと入居者支援を担う人材「家守」の発掘・育成			●		
ビジネス地区の不動産事業者（オフィスビル関係者）等のネットワーク構築			●		

(6) 来年度以降の取り組み

■ 対象事業の今後の展開

本事業による成果である「小倉家守構想」を実現すべく、下記を遂行していく。

- ・ (仮称) 小倉家守プロジェクト社会実験事業
- ・ K T Q リノベーションスクール開校 (当初は試験的实施)
- ・ 後続プロジェクトの継続的な発掘・立上
 - ※リノベーションスクールとの連携の仕掛けづくり
- ・ プロジェクト規模に応じた公民連携仕掛けづくり
- ・ プロデューサーによる構想のフォロー
- ・ キーマンネットワークの形成

これにより、遊休不動産を活用し質の高い雇用を創出することで、産業振興・コミュニティ再生を行っていくことを目指す。

■ その他関連事業の実施予定等

- ・ 本事業を平成 22 年 11 月「北九州市中心市街地活性化基本計画 (小倉地区)」の追加事業として認定 (活性化基本計画の計画期間: 平成 20 年 7 月から平成 25 年 3 月)
- ・ 小倉駅北口エリア: (仮称) 北九州市漫画ミュージアム整備事業や魚町 3 丁目複合商業施設開発事業など、中心市街地活性化基本計画の認定事業を実施していく。
- ・ 小倉駅北口エリア: サッカースタジアムの建設
 - サッカー J リーグ 2 部 (J 2) のギラヴァンツ北九州のホームとして使用する新スタジアムを建設する。⇒収容規模約 2 万人、概ね 5 年後の完成を目指す。

(7) 委員会レビュー

■ 家守構想推進について

- ・地権者等関係者のネットワークに加えて、事業者集積ができるとよいのではないかなという印象を受けた。
- ・家守構想は、起業家向け、新しい商業者向けの素晴らしいコンセプトだが、新規事業は銀行から融資は受けにくく、また、特に技術系の人など意欲はあっても販売・営業に疎い人も多い。彼らに対して市役所からの支援も必要だろう。
- ・個別不動産に対してリノベーションの事業コンサルティングをするには高度な判断力と知識がいるはず。「家守」にはとても高度な技術が必要とされるだろう。

■ 民間投資促進への重点支援の必要性

- ・家守構想は素晴らしいが、その規模とスピードでは時代の変化に追いつかないのではないかな。今後の道州制導入等も勘案すると九州では福岡一極集中になる可能性が極めて高い。これからはもう国内を対象にしてもテナントは出てこない。韓国・中国に対してどのようにアプローチしているのか。福岡は一生懸命やっている。これに対抗するには、北九州を特区的にして民間投資への固定資産税の減免措置や、マスコミを使つての大規模PRなどを思い切ってやらないといけない。その際、小倉の中その他エリアに対する配慮は出来なくても仕方ない。そのくらいの覚悟が必要である。かなりの支援が必要だろう。
- ・中小零細ビルが何十室埋まることも大事だが、市の立場で考えると、メイン通りの大きなビルに空室が多いことへの対策も必要だろう。

3－6 多久市

(1) 市の概況

多久市は昭和 29 年に、北多久町・東多久村・西多久村・南多久村・多久村が合併し、現在の多久市が誕生した。佐賀県のほぼ中央部に位置し、面積は約 96 k m²、四方を山に囲まれた盆地で、東は小城市、佐賀市、北は唐津市、南は、杵島郡江北町、大町町、西・南は武雄市と接している。また、山々を源に河川が市の中央部を貫く牛津川に注いでおり、平野部には水田が広がり、山間部には棚田が点在している。

交通は長崎自動車道が東西に通過しているとともに、J R 唐津線により、佐賀、唐津と結ばれている。

国内にある孔子廟の中でも壮麗と言われる多久聖廟を擁する歴史の薫り高いまちでもあり、古くから「孔子の里」として教育・学問分野に注力してきた。1993 年には、孔子が生まれた中華人民共和国の曲阜市と友好都市も締結している。

産業は、18 世紀に始まった石炭の採掘が需要の増大とともに盛んになり、中小鉱が各地に開坑して、石炭産業が発展した。しかし、エネルギー需要の変化に伴い、多久市内における炭鉱が閉山され、石炭産業は衰退している。

■ 人口

多久市の 2005 年国勢調査人口は佐賀県下にある 8 市のうち、最も少ない 22,739 人で県全体の 2.6%にあたる。県庁所在地である佐賀市の人口約 21 万人の 1/10 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れば、多久都市圏は多久市単独で都市圏を構成しており、佐賀都市圏約 41 万人の 1/20 の規模の都市圏を構成している。(図表 3-6-1 参照)

人口推移をみると、佐賀県全体の人口が長期にわたり減少してきているが、多久市人口は県全体よりも減少傾向が強い。将来推計人口（国立社会保障・人口問題研究所）によると 2030 年の人口は約 1.7 万人で人口減少は続き、少子・高齢化も進展すると予測されている。(図表 3-6-2、図表 3-6-3 参照)

昼夜間人口比（昼間人口／夜間人口）は 0.95 前後で推移しており、昼間は近隣町村等への通勤・通学者による流出が見られる。特に、佐賀市への流出が多い。(図表 3-6-4、図表 3-6-5 参照)

図表 3-6-1 多久市周辺および佐賀県等の人口推移

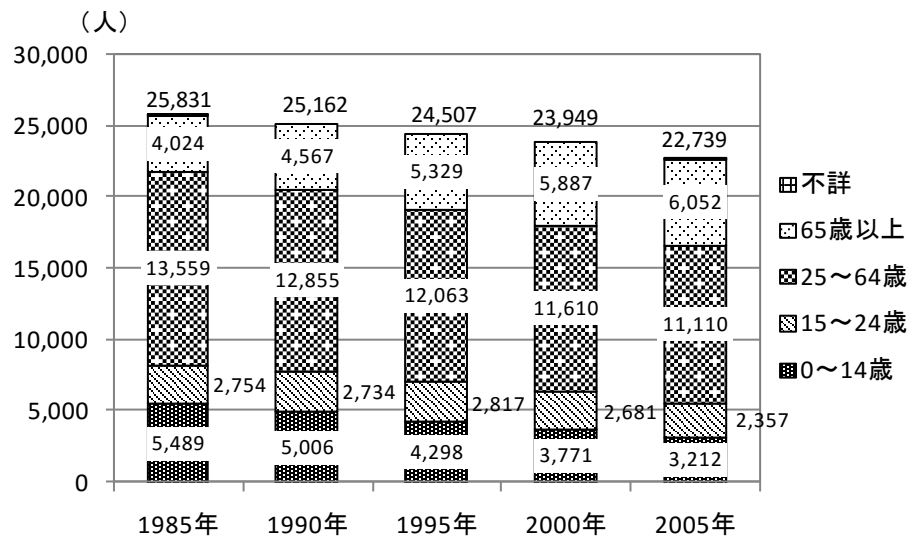
市町村名	1985 年 (人)	1990 年 (人)	1995 年 (人)	2000 年 (人)	2005 年 (人)	県内 シェア	2005 年 /2000 年
佐賀県	880,013	877,851	884,316	876,654	866,369	100.0%	98.83%
多久都市圏	25,831	25,162	24,507	23,949	22,739	2.6%	94.95%
多久市	25,831	25,162	24,507	23,949	22,739		94.95%
佐賀都市圏	411,849	414,146	419,398	417,242	413,320	47.7%	99.06%
佐賀市	208,154	210,444	212,692	208,783	206,967		99.13%
唐津都市圏	149,679	147,403	145,173	141,130	137,854	15.9%	97.68%
唐津市	138,836	136,763	134,567	131,446	128,564		97.81%
鳥栖都市圏	104,952	106,568	112,693	116,750	119,859	13.8%	102.66%
鳥栖市	55,791	55,877	57,414	60,726	64,723		106.58%

(注 1) 2000 年以前分は、2005 年 10 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

(注 2) 都市圏は 2005 年度において核都市への通勤通学率 10%以上の市町村

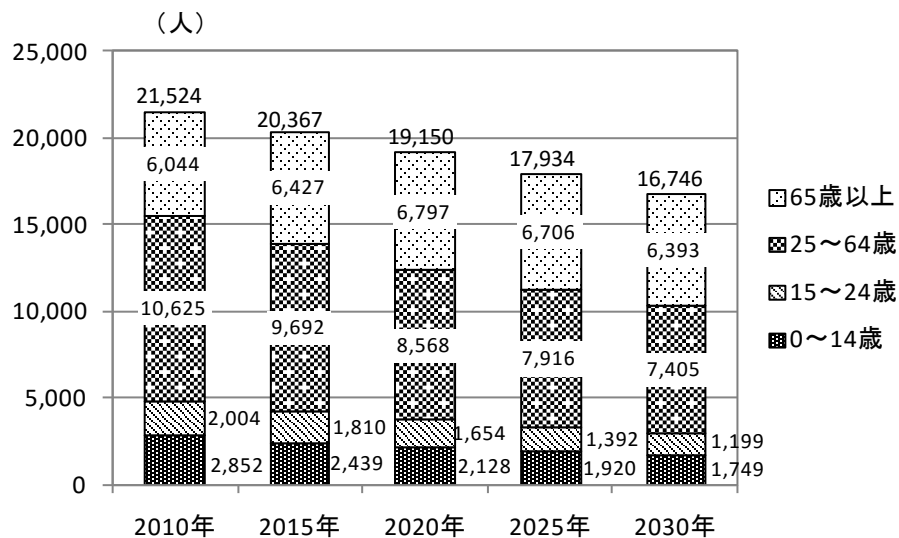
資料：国勢調査

図表 3-6-2 多久市の年齢階層別人口の推移



資料：国勢調査

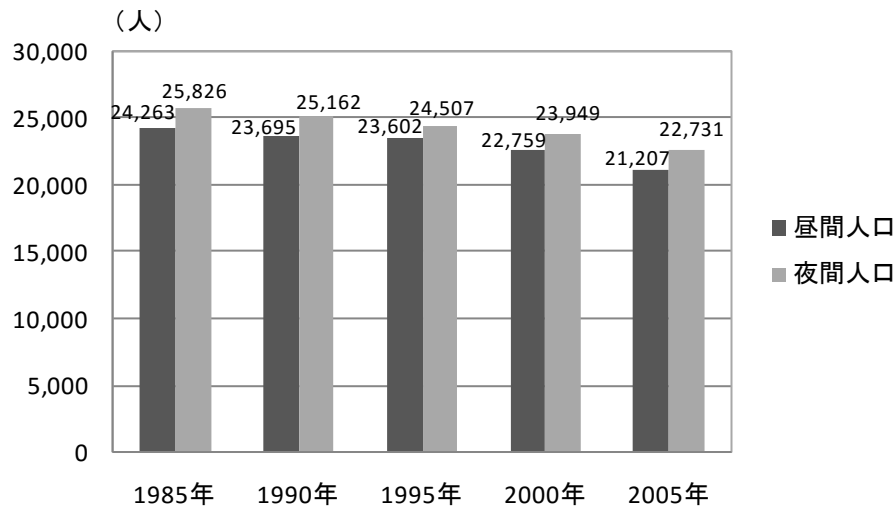
図表 3-6-3 多久市の将来推計人口



資料：国立社会保障・人口問題研究所『日本の市区町村別将来推計人口』（2008年12月推計）

資料：国勢調査

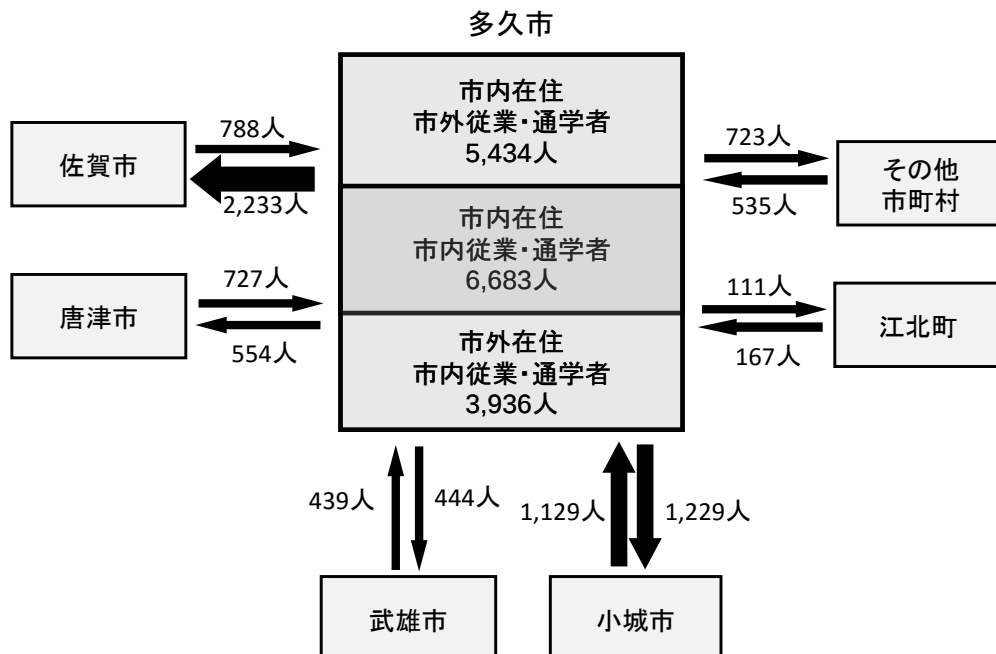
図表 3-6-4 多久市の昼夜間人口の推移



	昼間人口	夜間人口	昼間人口 / 夜間人口
1985 年	24,263	25,826	0.939
1990 年	23,695	25,162	0.942
1995 年	23,602	24,507	0.963
2000 年	22,759	23,949	0.950
2005 年	21,207	22,731	0.933

資料：国勢調査

図表 3-6-5 多久市の通勤・通学の流出入状況（2005 年）



※1 唐津市から多久市への就業・通学者数は、旧唐津市数のみ。旧七山村数は10人未満のため表章されない。
 ※2 多久市から唐津市への就業・通学者数は、旧唐津市数のみ。旧七山村数は10人未満のため表章されない。

資料：国勢調査

■ 産業

多久市における 2006 年の事業所数は 1,005、従業者数は 8,190 人である。過去 10 年間（2006 年／1996 年）の増減をみると、事業所数は 16%、従業者数は 22%減少しており、特に第 2 次産業の従業者数は約 4 割の減少となっている。（図表 3-6-6、図表 3-6-7 参照）

2006 年の事業所数、従業者数から産業構造をみると、多久市は、県全体、佐賀市、唐津市、鳥栖市と比較して第 2 次産業のウエイトが高い。（図表 3-6-8、図表 3-6-9、図表 3-6-10、図表 3-6-11 参照）

多久市における商業については、2007 年の多久市の商店数は 244 店、従業者数は 1,112 人、売場面積は 22,669 m²、年間商品販売額は約 145 億円である。

小売業集積は小規模で、売場面積で県の約 2%、年間販売額でも県の約 2%の規模である。多久市の年間販売額は 1994 年をピークに減少に転じ、2007 年時点で 1991 年から約 2 割減となっている一方、2007 年の売場面積は 1991 年の約 3 割増となっている。（図表 3-6-12、図表 3-6-13 参照）

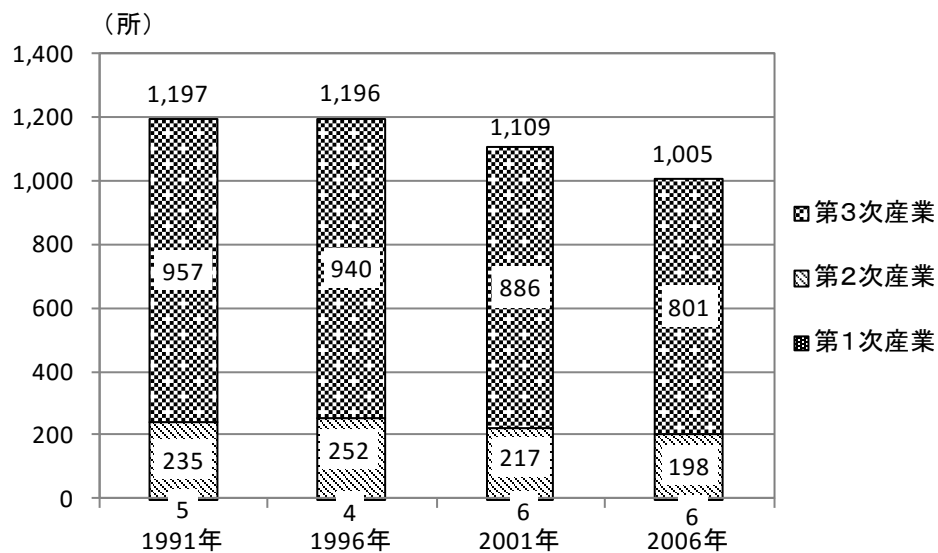
また、佐賀県内の市町村別の小売吸引力をみると、1 を超えているのは 6 市町であるが、多久市の小売吸引力は 0.67 にとどまり、購買力が大きく市外に流出している。（図表 3-6-14 参照）

佐賀県内の大型小売店舗を見ると、10,000 m²以上の大型店は 15 店舗あり、そのうち多久市内には 1 店舗がある（2010 年 3 月時点においては 0 店舗となっている）。規模が 30,000 m²以上の大きい店舗はゆめタウン佐賀、佐賀 SC・モラージュ佐賀（西友佐賀巨勢店）イオン S タウン大和（ジャスコ佐賀大和店）となっており、いずれも佐賀市内に立地している。2005 年以降の立地は佐賀市に 2 店舗、鳥栖市に 1 店舗である。（図表 3-6-15 参照）

(ア) 全産業

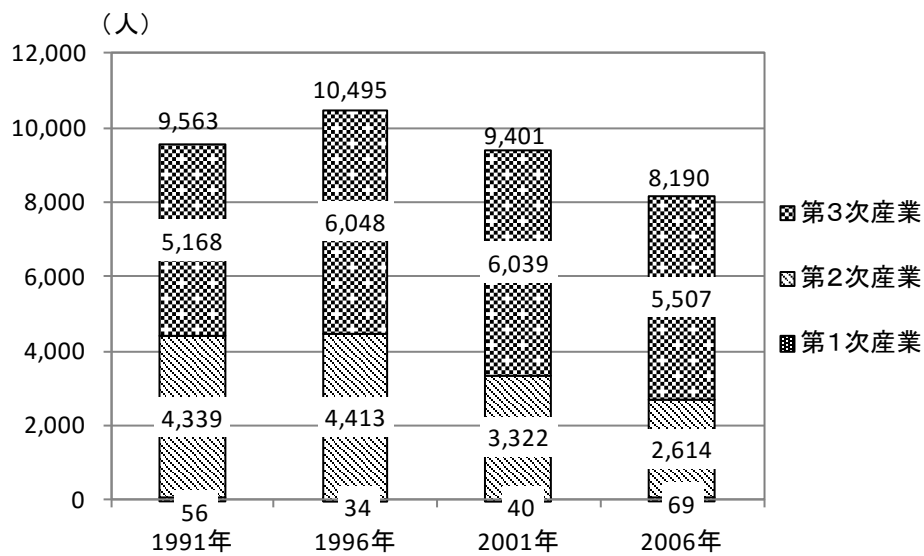
①事業所数と従業者数

図表 3-6-6 多久市の事業所数の推移



資料：事業所・企業統計

図表 3-6-7 多久市の従業者数の推移



資料：事業所・企業統計

②多久市等の産業別事業所数・従業者数(2006 年)

図表 3-6-8 多久市等の産業別事業所数（実数（所））

	全産業	第 1 次産業	第 2 次産業			第 3 次産業		
		農林漁業	鉱業	建設業	製造業	卸売業	小売業	その他
佐賀県	41,781	186	22	4,289	3,045	2,188	10,370	21,681
佐賀市	11,331	28	2	920	542	657	2,643	6,539
多久市	1,005	6	2	125	71	27	255	519
唐津市	6,419	32	8	580	347	278	1,704	3,470
鳥栖市	3,043	9	2	234	179	235	794	1,590

資料：事業所・企業統計

図表 3-6-9 多久市等の産業別事業所数（産業別構成比）

	全産業	第 1 次産業	第 2 次産業			第 3 次産業		
		農林漁業	鉱業	建設業	製造業	卸売業	小売業	その他
佐賀県	100.0%	0.4%	0.1%	10.3%	7.3%	5.2%	24.8%	51.9%
佐賀市	100.0%	0.2%	0.0%	8.1%	4.8%	5.8%	23.3%	57.7%
多久市	100.0%	0.6%	0.2%	12.4%	7.1%	2.7%	25.4%	51.6%
唐津市	100.0%	0.5%	0.1%	9.0%	5.4%	4.3%	26.5%	54.1%
鳥栖市	100.0%	0.3%	0.1%	7.7%	5.9%	7.7%	26.1%	52.3%

資料：事業所・企業統計

図表 3-6-10 多久市等の産業別従業者数（実数（人））

	全産業	第 1 次産業	第 2 次産業			第 3 次産業		
		農林漁業	鉱業	建設業	製造業	卸売業	小売業	その他
佐賀県	377,490	2,604	326	31,231	64,886	17,684	59,191	201,568
佐賀市	111,433	386	19	7,814	9,390	6,259	17,768	69,797
多久市	8,190	69	46	742	1,826	208	1,226	4,073
唐津市	50,436	417	120	4,585	6,552	2,247	9,029	27,486
鳥栖市	37,827	133	32	1,851	9,102	2,631	5,234	18,844

資料：事業所・企業統計

図表 3-6-11 多久市等の産業別従業者数（産業別構成比）

	全産業	第 1 次産業	第 2 次産業			第 3 次産業		
		農林漁業	鉱業	建設業	製造業	卸売業	小売業	その他
佐賀県	100.0%	0.7%	0.1%	8.3%	17.2%	4.7%	15.7%	53.4%
佐賀市	100.0%	0.3%	0.0%	7.0%	8.4%	5.6%	15.9%	62.6%
多久市	100.0%	0.8%	0.6%	9.1%	22.3%	2.5%	15.0%	49.7%
唐津市	100.0%	0.8%	0.2%	9.1%	13.0%	4.5%	17.9%	54.5%
鳥栖市	100.0%	0.4%	0.1%	4.9%	24.1%	7.0%	13.8%	49.8%

資料：事業所・企業統計

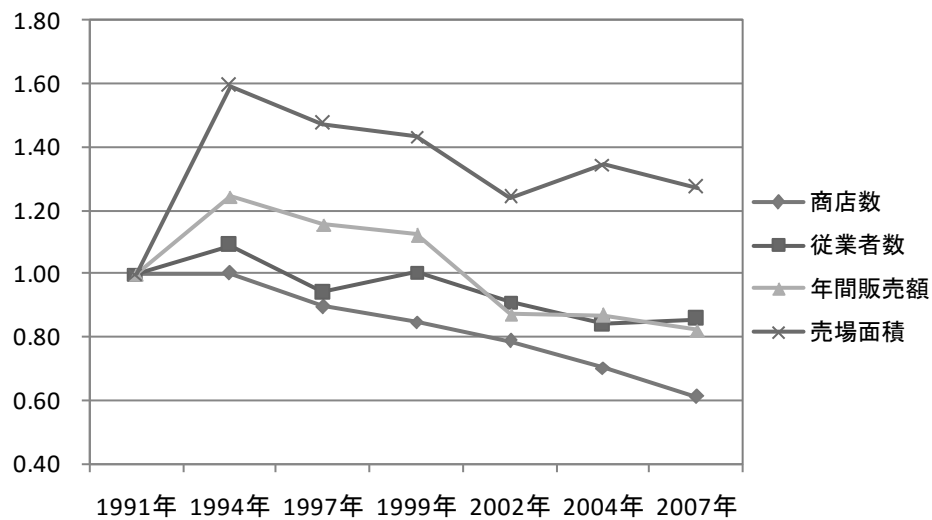
(イ) 小売業

図表 3-6-12 多久市等の小売集積 (2007 年)

	商店数		従業者数		売場面積 (㎡)		年間商品販売額 (百万円)	
佐賀県	9,771	100.0%	54,167	100.0%	1,214,032	100.0%	818,094	100.0%
佐賀市	2,515	25.7%	16,010	29.6%	360,578	29.7%	251,868	30.8%
多久市	244	2.5%	1,112	2.1%	22,669	1.9%	14,481	1.8%
唐津市	1,562	16.0%	8,108	15.0%	166,057	13.7%	122,166	14.9%
鳥栖市	732	7.5%	4,737	8.7%	125,181	10.3%	79,969	9.8%

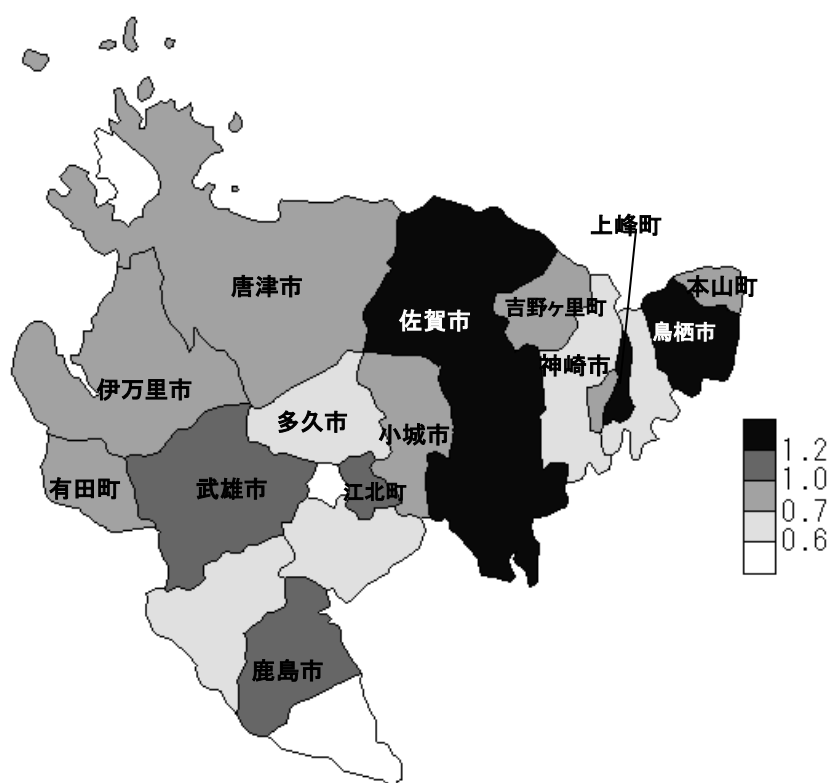
資料：商業統計

図表 3-6-13 多久市の小売店の商店数・従業者数・年間販売額・売場面積の推移
(1991 年=1)



資料：商業統計

図表 3-6-14 佐賀県各市町村の小売吸引力分布（2007 年）



市町村名	小売 吸引力	人口	年間販売額 (百万円)
上峰町	1.34	9,090	11,491
鳥栖市	1.31	64,723	79,969
佐賀市	1.21	241,361	275,848
江北町	1.18	9,628	10,753
鹿島市	1.18	32,117	35,691
武雄市	1.14	51,497	55,670
唐津市	0.99	131,116	122,166
有田町	0.96	21,570	19,527
伊万里市	0.96	58,190	52,599
基山町	0.78	18,889	13,991
小城市	0.76	45,852	32,915
吉野ヶ里町	0.71	16,100	10,760
多久市	0.67	22,739	14,481
神埼市	0.67	33,537	21,084
白石町	0.65	27,057	16,483
嬉野市	0.62	30,392	17,854
みやき町	0.61	27,157	15,603
太良町	0.50	10,660	5,047
大町町	0.45	7,956	3,349
玄海町	0.44	6,738	2,814

※各市町村の小売吸引力は、年間販売額における県内シェア／人口における県内シェアとして算出

（年間販売額は 2007 年商業統計、人口は 2005 年国勢調査）。

図表 3-6-15 佐賀県内の店舗面積 10,000 m²以上の大型店

所在市町村	店舗名	店舗面積 (m ²)	開設年月
多久市	多久地域主導型 SC(アーガス多久店)	11,000	1992 年 4 月 (2010 年 3 月 閉店)
佐賀市	ゆめタウン佐賀	49,251	2006 年 12 月
	佐賀 SC・モラージュ佐賀(西友佐賀巨勢店)	36,900	2002 年 8 月
	イオン S タウン大和(ジャスコ佐賀大和店)	32,048	2000 年 9 月
	イオンスーパーセンター佐賀店(本棟)	16,390	2005 年 4 月
	佐賀玉屋	15,832	-
唐津市	イオン唐津 SC(ジャスコ唐津店)	20,232	1999 年 9 月
	まいづるスリーナイン	10,600	1995 年 3 月
鳥栖市	スーパーセンターイズミ鳥栖店	14,000	2010 年 4 月
	鳥栖プレミアム・アウトレット	21,379	2004 年 3 月
	フレスポ鳥栖	29,718	1997 年 10 月
武雄市	ゆめタウン武雄	21,700	1998 年 4 月
鹿島市	メガセンタートライアル鹿島店	10,272	1996 年 4 月
上峰町	上峰サティ	21,200	1995 年 3 月
みやき町	ハイパーモールメルクスMr Max北茂安	10,709	1998 年 12 月

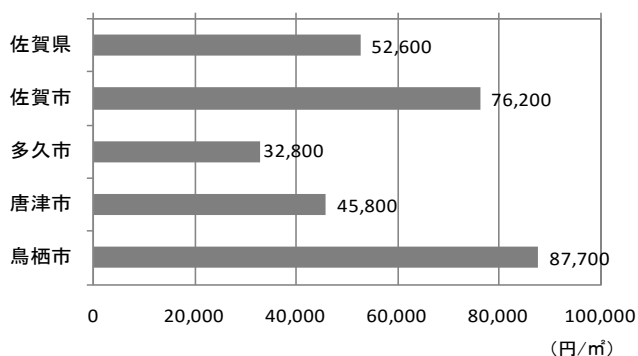
資料：東洋経済新報社「全国大型小売店総覧 2010」

■ その他

多久市の商業地における平均地価は 32,800 円/㎡で、佐賀県全体の 62%である。また、多久市の所得水準は佐賀県全体平均よりも低く、県庁所在地である佐賀市の約 8割程度である。(図表 3-6-16、図表 3-6-17、図表 3-6-18 参照)

多久市の財政力指数は、0.39 であり厳しい財政状況にある。(図表 3-6-18 参照)

図表 3-6-16 地価（商業地の標準地地価の平均価格）



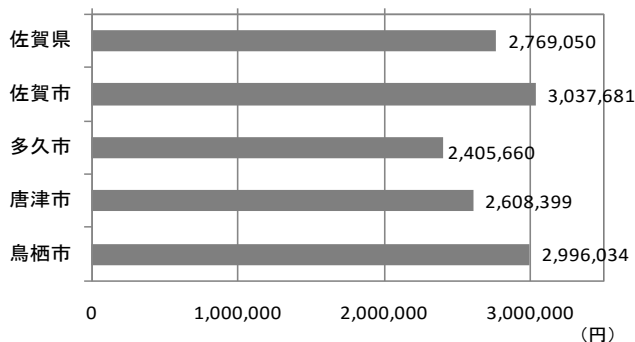
※標準地ごとの 1 ㎡当たりの価格の合計を当該標準地点数で除したものの。

※商業地とは、市街化調整区域を除く都市計画区域内の準住居地域、近隣商業地域及び商業地域並びに用途指定のされていない都市計画区域及び都市計画区域外において、商業用の建物の敷地の用に供されている土地をいう。

※県庁所在地である佐賀市については、該当データ無し。

資料：2007 年度国土交通省土地・水資源局「都道府県地価調査」

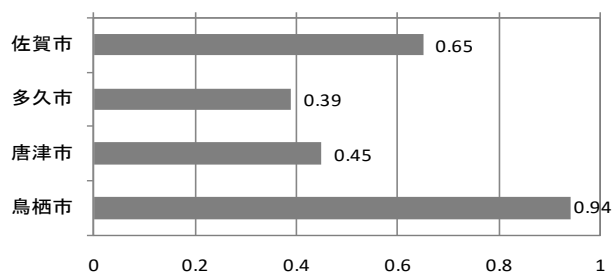
図表 3-6-17 所得水準（課税対象所得の合計を納税義務者数の合計で除したもの）



※課税対象所得の合計を納税義務者数の合計で除したもの。

資料：2007 年度総務省自治税務局「市町村税課税状況等の調」

図表 3-6-18 財政力指数



※財政力指数は基準財政収入額を基準財政需要額で除したもの。過去 3 か年度の平均値。

資料：2006 年度総務省自治財政局「市町村別決算状況調」

（２）対象地区の概況

対象地区は市内のほぼ中央に位置し、ＪＲ多久駅を中心に国道 203 号と市道中山・筋原線に囲まれた約 37ha の地区であり、多久市の中心市街地にある。市内唯一の商業地域であり、かつ市内で最も商業集積が高い地域である。対象地区内には店舗面積 1 万㎡超の大型店もあったが、現在は営業を中止している。

当地区は、唐津港への石炭積み出し駅であったため、昭和 30 年代から 40 年代まで、石炭の積み出し拠点として発展し、まちの中心部として商業地が形成された。しかし、高度経済成長期に炭鉱の閉山が相次ぎ、それに伴う著しい人口減少により大打撃を受けた。また、近年は、市外の大規模ショッピングセンターに顧客を奪われるなど中心商店街の空洞化が進み、賑わいを失いシャッター通りと化している。商店主の世代交代も進まず、将来に対し意欲と活気を失いつつあるなど、地区の活力の減退は深刻な状況にある。

しかしながら、当地区は依然、市民の意識として多久市の中心であり、当地区の再活性化を市勢浮揚の重要な施策と位置づけている。

こうした中で、現在、遊休地として長い間放置されていた石炭積み出しのための貨物ヤードを含む、多久駅を中心とした南北の再開発を行っている。これにより民間活力の活性化を図り、定住人口の増加と中心市街地の空洞化に歯止めを行い、賑わいを取り戻そうとしている。多久駅周辺土地区画整理事業（施工面積：17.7ha、施工期間：1994 年度～2014 年度、総事業費：約 101 億円）は 1992 年に都市計画決定され、1996 年度から工事が進められている。駅舎は 2008 年 1 月に完成、駅南側の土地区画整理事業は完了し、閑静な住宅街となっている。駅北側の土地区画整理事業については 2008 年度に事業着手し、5 年計画で事業を行っているところである。

今後、共助型のまちなか再生に向けて、地域の人々が主導するまちづくりの仕組みを如何にして作るかが地域の課題となっている。

■ 基礎データ

地区名	多久駅周辺
基礎データ	面積：約 37ha ， 人口：2,391 人 ， 人口密度：6,462 人／k m ² 営業店舗数：約 130 店舗 ， 空き店舗数：約 50 店舗 交通：JR 唐津線 多久駅前

■ 対象地区概況図



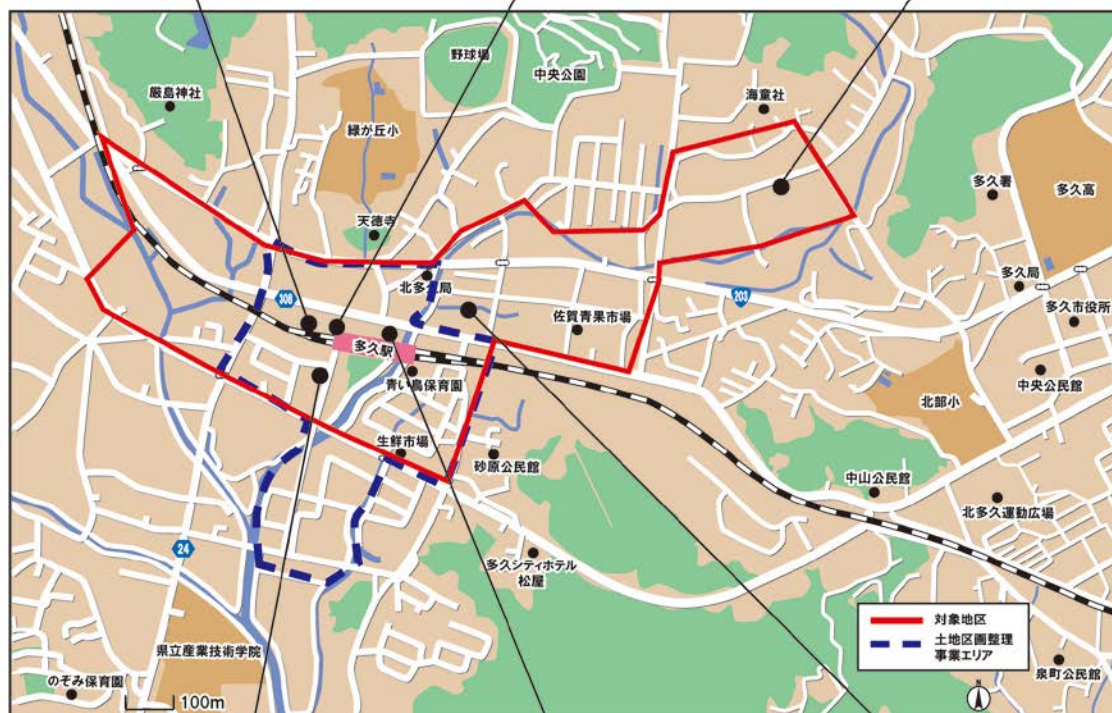
駅北側駐車場



駅前広場



SC「コーリー」



多久駅南交通広場



中核施設用地



京町商店街

(3) 事業内容

対象地区においては、「多久駅周辺地区土地区画整理事業」に基づき、鉄道・公共交通機能の再整備を行い、多久駅周辺に生活に必要な機能・サービスを集約することで、コンパクトで質の高い暮らし・生活の場所としてのまちづくりを目指し、まちなか再生の取り組みを進めている。土地区画整理事業は、施工面積 17.7ha（対象地区の約 48%）、施工期間を平成 6 年度～26 年度とし、総事業費約 101 億円をかけて行っている。現在、同事業における進捗率は 78%、面整備率は 69%となっている。本事業は、定住人口（まちなか居住）・交流人口の増加に繋げていくことを目指すものである。

平成 21 年度を初年度とする 10 年間の事業の内容としては、下記のとおりである。

- ・多久駅北口周辺地区を賑わいのあるまちとして再生する
- ・中核施設の整備、運営の検討
- ・地元主体のまちづくり組織の構築
- ・地域のコミュニティの再生
- ・活動を広げるための情報発信
- ・交通体制の検討、構築
- ・地域循環型事業スキームの検討、構築

本事業については、昨年度来、中核施設の基本的枠組みの検討や、推進体制の組み立てを行ってきたが、今年度の目標として、下記 4 点を挙げて継続して事業を実施していく。

- ①北口まちづくりの戦略プランの検討
- ②中核施設の事業化検討
- ③上記を推進するまちづくり組織の強化拡充
- ④まちづくりの情報発信体制の構築

このうち、本年度は、特に「③推進するまちづくり組織の強化拡充」を軸に地域の人々を巻き込みながら皆で考え実行することとし、地域主導でまちなか再生を進めるためのプラットフォームづくりを実施していく。

(4) 現地委員会

①スケジュール

■ 日時

平成 22 年 11 月 17 日 (水)

13:30~15:30 第 7 回まちなか再生支援協力委員会

場所：(財) 地域総合整備財団第 1 会議室

1. 開会挨拶
2. 平成 22 年度まちなか再生支援協力委員の紹介
3. 多久市事業説明
 - ①多久市現況、事業概要説明
 - ②プロデュース事業報告

株式会社アールトゥ計画事務所
代表取締役 渡会 清治 (プロデューサー)
4. 意見交換
5. 閉会

■ 出席委員

秋山委員長代理、梶浦委員、口広委員、辻田委員、濱田委員、服部委員、松島委員

②委員会発言要旨

■「新しい公共」も踏まえたニーズへの対応

- ・ ニーズ調査によって地域の様々な階層から意見を聞き出している方法はとてもよい。
- ・ ニーズ調査で明らかになった都市機能を誰が供給するか。需要がないとビジネスが成り立たない。都市圏としての規模がないなら、都市機能を誰が供給するかを考えないといけない。需要規模に応じたスタイルで都市機能が供給されるようにしなければならない。規模にあったビジネスモデル作成が必要だ。ニーズ調査結果の分析方法や読み取り方を考える必要があろう。
- ・ 実施にあたって市が用意するもの、市民が用意するもの、県・他都市に依存するものの仕分けが必要である。今までの公共に加え、「新しい公共」を踏まえて枠組を議論してほしい。
- ・ 今後 10 年間で市民意識を高めていく必要があろう。今後は資金準備をする段階になる。市民が税金負担をする以外に労力を出すこともできる。自分たちの欲しいものを作るには自分たちも労力を出すことが必要と言うことを示すきっかけになる。市役所若手の集まりも頼もしい。その中で市民の欲しがるものを実現するための、役所の縦割りを越えた協力方法についても議論してほしい。

■ 生鮮 3 品の供給、小規模ビジネス

- ・ 2 万 1,000 人の都市で 3 つの駅、つまり約 7,000 人ずつの商圈では大型店は維持できない。ただし、多久市の人口サイズで運営できる市場はある。例えば、高齢化が進むと配達を必要とする人が増える。宅配は重荷であるがニーズは高い。そこを行政で支援すればよいのではないかな。それが最大のビジネスのネタだと思う。
- ・ 昔から小規模の集落はあり、そこにスーパーがなくても生鮮 3 品を手に入れる手段があった。生鮮 3 品、基礎インフラのあり方については、生活圏の規模に応じたものがある。多様なあり方を考えて、小規模なビジネスが生まれるシナリオを考えてほしい。
- ・ スーパーが撤退して買物難民になっていた地域で商店街の惣菜店が利益をあげている例がある。行政が支援をしながら商店街の核を作り、地域住民の支援もうけるなど、いろんな工夫ができる。病院を集積させ、周辺に惣菜店やミニスーパーを作るのも有効だ。建替が必要な病院に声がけしても良い。病院があればお年寄りの交流機能を有する施設になりうる。移転補償をするかたちで新たな集積を作ってもよいのではないかな。買物難民を解消するための支援策も利用すれば良いのではないかな。
- ・ 軽トラ市をやる場合、駅以外の巡回型で月 1 度程度のものか。買い物距離がのびていることを考えると、自動車を持たない人への買い物についても考えないといけない。
- ・ 中核施設に人が来るようになれば、小規模ながら小売業店舗が周辺にできる。農家の人が土日限定で出店することから始まってよい。人が集まる状態を作り、地域の中でいいものができる可能性を高めていってほしい。
- ・ 生鮮 3 品だけではないまちの機能（託児所、マッサージ等）が必要。それをどこに作るかを考えないといけない。既存の都市機能を考えながら場所選定を行うべきだ。

■ 駅前中核施設整備

- ・中核施設がまちなか再生の方向性を決める。多久市の目標やニーズを踏まえ、その一助として施設を作るプログラムが必要だ。そうしなければ市民への説得ができない。
- ・京町商店街にまちの機能があるのに、駅前に中核施設を作るのはおかしいのではないか。今一度、駅前に何があればよいのかという議論をゼロベースで始めるべきではないか。必ずしも駅を中心にまちを作る必要はないはずである。
- ・中核施設を作る前に、暫定的な施設を作ればよいのではないか。プレハブの安いものからはじめてもよい。恒久的なものを作ると、ハコモノ行政のようにうつる。
- ・中核施設建設の際は所有と利用の分離方式でやってほしい。新しい店舗を作って自分たちで営業するとなると商売が成り立たない。ショッピングセンターに慣れきった消費者には脈絡ある集積が必要で、商業だけで人を集めるのではなく公益的な施設と商業を組み合わせるべきだ。行政を支える支援機能をワンストップ化し、まちづくり会社が買い上げて配置転換をすることもできる。そうなれば行政支援もしやすい。
- ・農業者が多いのであれば出店できる場所を作ってもよいのではないか。駅に新しい機能を設けるのではなく、アクセスの工夫をする手段もある。公的な役割を行政・民間・市民がどのように分担しながらやっていくのか考える必要がある。
- ・駐車場を半分にして、そこに商業機能を充実させることも考えられる。
- ・交通規制の導入も含めた検討が必要だ。2車線あるが歩道がとれる幅員ではない。
- ・駅前にバスや車など道路を使う集積がある以上、スムーズに車を通すことは避けられない。歩行者専用風にすると元の集積もだめになるため、工夫が必要である。

■ 交通

- 中心市街地は交通が不便であれば魅力が半減する。都市全体における交通の過不足ない組み立ての議論も必要である。鉄道に投資する必要はなく、他に投資するところがあるのではないか。交通によってどのように市民を都心に集めるかを検討すべきだ。
- 交通基本法が制定されるので、その潮流も視野に入れてほしい。障害者に向け合理的配慮をする必要が出るだろう。市が方針を決め赤字を最小にするような交通計画、モビリティの最低保障が必要になる。
- ・地区交通の議論をしておいた方がよい。15分単位の交通量の調査があると判断しやすい。

(5) 事業成果

先に掲げた 4 つの目標に対して、下記に取り組み、それぞれ以下のような成果が得られた。

■ 北口まちづくりの戦略プランの検討

検討は、昨年度立ち上げた「まちづくり協議会」とその下部に設けた「まちづくり協議会プロジェクト会議」、「女性グループ研究会」、および今年度立ち上げた「商業部会」を通じて行った。協議会、協議会プロ、女性G、庁内若手、子育て世代他等多久市全体のメンバーである。また、庁内の若手（入所 10 年未満の全職員）による「市役所若手職員ワーキング部会」を設け、ワークショップ形式での検討を行った。具体的内容については、下記のとおりである。

- ・まちの将来ビジョンを語り合う（協議会、協議会プロ、女性G、庁内若手、子育て世代他）
- ・今後 10 年の活動を組み立てる（協議会、協議会プロ、女性G、庁内若手他）
- ・交通の問題を皆で考える（協議会、女性G、庁内若手他）
- ・地区の圏域での役割－街なかの居場所とは（協議会、女性G、庁内若手他）
- ・商業軸の活性化に向けて（商業部会、庁内若手他）

■ 中核施設の事業化検討

検討は、「まちづくり協議会」と「まちづくり協議会プロジェクト会議」、「女性グループ研究会」において行った。

多久市における「街なかの居場所に関するニーズ」を具体的に把握するため、想定されるユーザー層である、子育て世代、シニア世代、高校生、および若手シングル世代を対象としたグループヒアリングを各 2 回ずつ行った。またヒアリングの結果を踏まえて、意見集約を行った。具体的内容については、下記のとおりである。

- ・想定される利用者層へのグループヒアリング
- ・グループヒアリングをふまえた居場所の機能イメージの集約
- ・運営管理の仕組みに関する意見集約

■ 上記を推進するまちづくり組織の強化拡充

- ・商店街再生を担う活動体制をつくる（商業部会、次世代リーダー会）
- ・まちづくりの実行・運営を担う組織を育てる（ハピたくらぶや都通りを復活させる会など市民有志の参画）
- ・活動の実践／TAKU 駅前元気まつり

■ まちづくりの情報発信体制の構築

- ・情報発信の実践活動
- ・新しいイベントの立ち上げ／TAKU 駅前元気まつり
- ・居場所づくりの発信：都通りにおける活動－空き地を居場所－
- ・外部との交流の輪を広げる

10年プロジェクトの2年目であり、まちづくり体制の輪を広げることができた。小さなまちづくり活動を自主的に行う活動が地域住民の中で連鎖的におき始めており、今まであきらめていた層もまちづくりに目を向け始めた。区画整理が進み、新しいまちの形も徐々に目に見えるようになってきた。

今後はこうした動きを、まちの中核的な層の人々に浸透させ、まちづくりの担い手としての参加を促し「新しい公共」型のまちづくり体制のもとで、一つずつ実践に移すことが課題である。

(参考) 目標達成状況 (自己評価)

活動内容	進捗状況				
	遅れている	やや遅れている	予定通りである	やや進んでいる	進んでいる
多久駅北口のまちづくり戦略プランの作成			●		
中核施設の事業化検討			●		
まちづくり組織の強化拡充			●		
まちづくり情報発信体制の構築		●			

(6) 来年度以降の取り組み

10年プロジェクトの2年目としての今年度の成果をもとに、来年度は以下を目標として取り組むこととしている。

■ 街なみ形成

- ①土地活用相談、空き店舗活用相談等の実践
- ②花と緑のまちづくりの実践

■ イベント/情報発信

- ①元気まっりの継続実施
- ②小規模イベントの連鎖実施
- ③情報発信の実践体制構築

■ まちづくりビジョン

- ①まちの特色づくりの議論を深める
- ②商業、賑わいづくりの具体的な提案
- ③定住促進の議論を深める
- ④花と緑のまちづくり事業の具体的な検討
- ⑤交通ハブ化の議論を深める⇒行政への提案へ

■ 中核施設

- ①運営管理の具体的な体制づくり（特に、利用者グループと連携した体制づくり）
- ②事業運営の細部検討
- ③河川や道路サイドと連携した計画調整
- ④施設の具体的な設計、建設

■ プラットフォームの拡大強化

- ①まちづくりマネジメント組織の立ち上げ
- ②実働部隊の強化拡充⇒若手、女性、中高年齢層
 - ・企画、情報発信を担う部門の強化
 - ・街なみ形成プロジェクトのサポート
- ③市民の多様な参画のプロモーション（会員、運営支援等）
- ④市民、各種団体等の支援・サポートの輪を広げる

■ その他の関連事業の実施予定

- ・多久駅周辺土地地区画整理事業（道路整備、河川改修、無電柱化 等）
- ・都市再生整備計画事業：
 - 多久駅周辺土地地区画整理事業と連動した事業の展開（中核施設整備、街路灯整備等）
- ・タウンマネジメント推進業務：
 - タウンマネージャーの採用により推進体制の強化を図る。

(7) 委員会レビュー

■ 「新しい公共」という事業主体の確立の必要性

- ・ 公共事業を住民を含めた新しい公共が担うという意識で、事業主体をみつけながら投資をしていかないと後々うまくいかないはずだ。

■ 交通

- ・ 情報提供になるが、交通基本法が国会でまもなく承認される。サバイバル戦略補助金に 305 億円の予算がついている。はじめに県がバス交通を計画し、さらに市町村がそれらのバス交通を計画する段取りで進むことになるだろう。そして、今後はその補助金は交通基本法に統合されるだろう。来年度・再来年度に補助金をとる戦略を考えてほしい。さらに、まちづくり交付金が一括交付金という形に変わり、地域の裁量で使えるお金が増える。そこに交通やまちなか再生に配分を頂くための準備も戦略的にしておく必要があろう。

4 おわりに

4-1 各都市の共通する論点

■地域の資源、資金を活用する新たな仕組みづくりの必要性

- ・ 今年度支援対象とした6都市のいずれについても、かつて第一次産業や第二次産業で栄えていた時期があり、地域資源を活用した一定の取組がなされてきた。今後は、これまで活用されてこなかった目に見えない資源や、地元で蓄積された資金に着目してまちなか再生の取組と連動する仕組みを作ることは考えられないか。自治体はその仕組みを作るための後押しができないか。
- ・ まちづくり会社が市民からお金を集めようとしても、例えば、私募債は49名以下で1億円以下という制限が設けられており、スキームが整っていない面がある。今後のスキーム整備が望まれる。
- ・ 地域資源の活用については、それぞれのまちの良いものを活かそうとしないで、既存の事例を踏襲し画一的にやろうとしている自治体が少なくないことが問題である。

■行政の役割について

- ・ 自治体は、まちなかの公共施設の整備は行うものの、ハード整備後の運営等について、十分に議論がなされていない。整備後の施設を誰が維持するのかという観点から、「新たな公共」として民間団体に委ねていくことも考えなければならない。
- ・ 自治体側でデザインができていないと、補助金、交付金は効果的に使えないので、きちんとビジョンを立てる必要がある。今回の支援対象の中にもビジョンができていない都市が幾つかあったので、議論を深めていただきたい。
- ・ 自治体が計画を策定するに当たって、今後は色々な知恵を集め、市民に動いてもらうことを通して税金を最大限に活用することができるよう、行政の手腕が問われる。
- ・ 行政としては、中心に高密な居住をさせる方向に誘導すべきである。実際の事業の実施主体は民間になるが、計画の段階から行政が関与し、誘導すべきではないか。

■まちなかにおける商店街の位置づけ

- ・ 大型店が撤退することも含め、中心市街地は適正規模に淘汰されていくと感じる。しかし、いまだに活性化のために従来の大型店を壊し、それ以上の建物を建てるというような、供給過剰を加速させる事業を実施しようとしている。供給過剰を適正化していくことが必要になってきているのではないかと感じる。それに伴い、今後は、施設解体が多くなってくるため、それに対して使いやすい支援施策を行政にはお願いしたい。
- ・ 中心市街地商店街衰退の背景には、居住者が少なくなっていることが一番大きい。エリア内の投資が生まれにくい一方で、廃業もできない状態である。そのような商店街の実態を勘案し計画を作ると実効性が高まるのではないかと感じる。

- ・ 自治体の中心市街地活性化が努力を怠った商売人の救済策になってしまっている。自助努力のなさで売上を失った商店街を助けるという観点ではなく、居住者をいかに取り戻すかを考えないといけない。そして、居住者を取り戻すために必要なのが商業という順番である。商業が先行しないようにしないといけない。特に、空き店舗対策でテナント支援をすることには気をつけるべきだ。もっと根本的なところを支援すべきである

■都市の構造転換について

- ・ 人口が減少し、高齢化率が40%程度になるという社会に対するビジョンが共有されていない。人口が減る中で中心市街地のサイズをどのようにするかの議論も必要である。
- ・ 都市計画では、コンパクトシティという考え方があるが、大都市には適合するが、地方都市にも適合するかは疑問がある。分散して住んでいても高速バス等を中心に公共交通体系が組まれると変わってくる。大都市の議論と地方都市の議論が「コンパクトシティ」一辺倒でよいのかどうか考える必要がある。
- ・ 地方都市を前提に考えると、周辺との関係も含めた都市の中心部の持つ機能の再編成が必要になる。それにあわせて都市政策、商業政策、地域政策がどのように対応するのか考える必要がある。
- ・ コンパクトシティの議論はよいが、現実的にはそれに至る段階的な縮退計画をどのように作るかという議論が必要で、それがなければ地元に受け入れられないし進められないだろう。場合によっては、中心以外にも居住拠点があるような都市構造があってもよい。これまで拡大ビジョンを語ってきたが、「逆ビジョン」が必要になるのだろう。縮小しながら生活維持するプランを提示していくべきだ。
- ・ 中心市街地の活性化という概念が、フィットしなくなっている。活性化をするのではなくて、将来の都市構造をどう再構成するかという問いになりつつある。単に寂れたところを活性化しようという旗の振り方では対応できない。

■総評

- ・ 近年、都市間移動に要する時間が短縮され、従来なら何時間もかかっていたところにも、簡単に行けるようになった。他方で、人口減少・高齢化という現実がある。これらを認識した上で、個々の都市の位置づけを確認する作業が必要になってくる。
- ・ 全体のビジョンがないまま、まちなか再生について議論することはできない。しかし、市町村合併で行政が大きくなると、自治体内で格差問題が起きて、意思決定できなくなりつつある。自治体のサイズに応じてマネジメントの仕組みを階層的に入れる必要があるのではないか。
- ・ 東日本大震災の教訓を踏まえ、今後のまちづくりにおいては、災害への備えや地域全体での効率的なエネルギー配分についても、念頭に置く必要があるのではないか。
- ・ 平成の大合併は、福祉行政に適合する単位の大きさにしたが、住み方の単位はそれとは異なる。住民生活の観点でどのように機能ごとの核を作っていくべきか。そのためにエリアマネジメントの重要性をもっと打ち出すべきである。住民にとって生活しやすい都市づくり、仕組みを考えなければならない。エリアは机上で作るのではなく育てるものである。

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、2008 年度に新規事業として始めたものである。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、自治体とコーディネータとの契約に要する経費に対して補助を行い、多様な専門家によるアドバイザー・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事例に対して、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」によるタウンセンター・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で実施することにより、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するが、基本的に、事業の行われている現地を歩き、地元市町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”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。

また、今年度から、「まちなか再生総合プロデュース事業」による重点支援と並行してまちなか再生の専門家が短期的に現地でアドバイスを行う、「まちなか再生支援専門家派遣事業」を実施した。この事業は「まちなか再生総合プロデュース事業」を実施するには事業としての熟度が低い市町村や、事業実施後においてもプロデューサーや専門家による指導、取り組みの継続を要望する地域において、初動期のまちなか再生に対応したスタートアップと進行中のまちなか再生に対応したフォローアップの2つのタイプに分け、まちなか再生の状況に応じた幅広い支援を行うことを意図したものである。

事業はスタートアップとして5地域（北海道旭川市、新潟県三条市、長野県須坂市、大分県竹田市、沖縄県糸満市）を対象とし、フォローアップとして3地域（青森県八戸市、静岡県沼津市、宮崎県延岡市）を対象として試行的に実施したところである。

本事業を活用して、スタートアップでは、事業の方向性が固まり本格的な事業に進展させようという地域がでてきたこと、フォローアップでは住民を中心とした具体的な事業展開に発展した地域がでてきたことから、初動期のまちなか再生事業の底上げと事業実施後の事業継続性の確保という当初の目的は果たせたと考えている。

一方で「まちなか再生総合プロデュース事業」並びに「まちなか再生支援専門家派遣

事業」の実施状況を踏まえて、最終委員会では来年度以降の事業実施に向けて以下のよう
な意見をいただいた。

- ・今年度の総合プロデュース事業の対象地域においても、事業熟度に差が見受けられた。この差は行政の取組姿勢によるところが大きく、取組前にもっと十分な検討が行われる必要があったのではないかと。特にまちなかについての局所的な議論の前に、地域全体のビジョンが構築されていることが重要なのではないかと。
- ・総合プロデュース事業の対象地域のスクリーニングという点からみると、専門家派遣事業（スタートアップ）の実施により事業熟度の把握、評価ができるようになったといえる。専門家派遣事業（スタートアップ）で門戸を広げ、総合プロデュース事業に絞り込んでいくという流れができればよいのではないかと。
- ・専門家派遣事業（スタートアップ）と総合プロデュース事業の連携をより意識して、総合プロデュース事業で熟度の高い取り組みとして支援できるよう、専門家派遣事業（スタートアップ）の情報についても委員会で共有すべきではないかと。
- ・総合プロデュース事業実施後の事業進捗を確実なものとするためには、翌年度以降の事業費について行政が事前に検討しておくことが望ましいのではないかと。

来年度以降の事業実施にあたっては、こうした点にできる限り留意して取り組みたい。特に、専門家派遣事業（スタートアップ）の実施にあたっては、対象市町村に総合プロデュース事業の趣旨や事業内容についても理解してもらう等事業間の連携に配慮するとともに、総合プロデュース事業を実施する市町村において、より効果的な取組が行われるよう努めていく。

今後、「まちなか再生総合プロデュース事業」については、これまでのノウハウをまちなか再生に取り組む全国の市町村で活用できるよう整理し、さらに多くの地域へ取組を拡げていくことが求められている。これまで支援してきた地域が少しずつ再生の姿を見せ始めていることから、これらの取組が全国各地でのまちなか再生の萌芽へとつながっていくことを祈っている。

参考 平成 22 年度まちなか再生専門家派遣事業の実施概要

市町村名	専門家名	事業概要
北海道旭川市 (中心市街地)	日本福祉のまちづくり学会 副会長 秋山 哲男 氏 阪南大学 教授 松村 嘉久 氏	平成 22 年度中の中心市街地活性化基本計画大臣認定を目標とした策定作業を行うことに伴い、中心市街地域の内外を結ぶ交通の強化や観光まちづくりの具体化を図ることにより、当該計画期間の当初となる平成 23 年度の事業推進を目指す。
新潟県三条市 (中心市街地)	NPO 法人コミュニティビジネスサポートセンター 代表理事 永沢 映 氏 ワールド企画(有) ダニエル カール 氏	まちなかの再生や賑い創出のために「まんなかプロジェクト」を立ち上げ、専門家を招聘することにより、関係機関等と連携して、総合的なプロジェクトのシナリオを検討しながらプロジェクトチームによる実践を推進する。
長野県須坂市 (中心市街地)	株式会社庵 代表取締役 梶浦秀樹 氏	歴史的景観保存対策事業や道路整備により貴重な産業遺産としての建物や街並みは、ある程度整備されているので、今後のまちづくりに活用する方策の決定を目指す。
大分県竹田市 (竹田町商店街)	有限会社イー・エー・ユー 代表 崎谷 浩一郎 氏 東京大学大学院 教授 中井 祐 氏 東京大学大学院 助教 川添 善行 氏	歴史的景観の保存と都市計画道路整備の調和、まちなかへの図書館建設及びギャラリーを中心としたまちなか再生、空き店舗をギャラリーや工房として活用するなど文化芸術が薫る景観づくりの推進とまちなかの賑わい創出に取り組む。
沖縄県糸満市 (中央市場商店街 周辺)	NPO 法人シーズ・市民活動を支える制度をつくる会 代表理事 林 泰義 氏 愛知県瀬戸市銀座通り商店街振興組合 相談役理事 山内 義則 氏	糸満市中央市場周辺地区の活性化を目的として、講演会や中心市街地活性化基本計画の策定などを行っているが、対象区域を市場商店街に糸満漁港周辺地区を加え、広い範囲でまちづくりのグランドデザインを行い、商店街活性化の取り組みを目指す。
青森県八戸市 (中心市街地)	京都大学大学院 教授 中川 大 氏 首都大学東京大学院 助教 吉田 樹 氏 名古屋大学大学院准 教授 加藤 博和 氏 日本福祉のまちづくり学会 副会長 秋山 哲男 氏	まちなかへの誘客サービスとしての公共交通の品質、モビリティ・マネジメントの実践による「来やすさ」、交通サインの充実によるまちの「おもてなし」の向上を実践するとともに、まちなかの賑わい創出及び、周辺地域との交流促進に必要な交通政策ポリシー確立に向けた議論を行う。
静岡県沼津市 (町方町・大門町・通横町)	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 氏 高松丸亀町商店街振興組合 理事長 古川 康造 氏	当該地区の既存商店街を「日本版ライフスタイルセンター」として甦らせるために専門家を招聘し、地元検討組織への助言や地元地権者への情報を提供することで合意形成を図っていく。
宮崎県延岡市 (幸町商店街)	有限会社リテイルウオーク 代表取締役 服部 年明 氏 高松丸亀町商店街振興組合 理事長 古川 康造 氏	中心市街地活性化のファーストアクションとしての延岡駅周辺整備の事業効果を周辺地域に波及させるため、専門家を招聘し、商店街が主体となって取り組む再開発の手法や事業スキームを構築していく。

<地域総合整備財団 まちなか再生室>

吉田 勉 開発振興部長

志茂 伸俊 開発振興部 まちなか再生室長

玉井 一有 開発振興部 まちなか再生室 調査役

高坂 正 開発振興部 まちなか再生室 調査役

平成22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23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