

平成 24 年度まちなか再生総合プロデュース事業
報告書

平成 25 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
第1章 事業概要	3
1 まちなか再生総合プロデュース事業について.....	3
1-1 まちなか再生総合プロデュース事業（補助金）.....	3
1-2 まちなか再生総合プロデュース事業（専門家派遣）.....	6
2 まちなか再生支援協力委員会について.....	8
2-1 設置趣旨.....	8
2-2 委員会構成.....	8
2-3 委員会の活動経過.....	14
第2章 実施概要	15
1 平成24年度の補助対象事業の概要.....	15
1-1 広野町	15
1-2 秩父市	29
1-3 青梅市	38
1-4 飯田市	48
1-5 豊後高田市	60
2 平成24年度の専門家派遣事業の概要.....	70
2-1 七戸町	70
2-2 寒河江市	72
2-3 沼田市	74
2-4 流山市	76
2-5 静岡市	78
2-6 栗東市	80
2-7 大村市	82
第3章 おわりに	84
1 各都市の共通する論点.....	84
2 まちなか再生総合プロデュース事業総括.....	88

参考資料：補助対象地域の概況.....	90
1 広野町（今次震災前の状況）.....	90
2 秩父市.....	100
3 青梅市.....	110
4 飯田市.....	121
5 豊後高田市.....	131

はじめに

「まちなか再生支援協力委員会」は、5年間という時限付きで発足した委員会で、今年がその最終年度にあたります。委員会はふるさと財団に設置され、まちづくりに関わる様々な分野を網羅し、かつ各地でまちづくりを実践している専門家で構成されている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」のまちなか再生事業の中心は「まちなか再生総合プロデュース事業」ですが、昨年度から新たに「まちなか再生支援専門家派遣事業」を始めており、「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も行ってきました。本年度は両事業を有効に組み合わせにより効果的な支援を行う体制が整えられて、支援活動が進められたところです。

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、大分県豊後高田市、埼玉県秩父市、東京都青梅市、福島県広野町、長野県飯田市の5つの市町を対象とし、実際に赴いて意見交換の場をもちました。これらの市町の皆様には、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。

今年度の市町はいくつかに類型化することができます。第1に大分県豊後高田市や長野県飯田市のように、「まちなか再生」では既に一定の実績をお持ちであり、全国的にも話題を提供してきた「まち」です。しかしこの2つの「まち」も時の経過とともに、これまでの「まちなか再生」に手詰まり感をお持ちで、まちなか再生策の再生とも言うべき時期にきた「まち」ということです。全国的にもこのような「まち」は多く存在するのではないかと考えます。大分県豊後高田市では「昭和のまち」としてここ10年間まちなか再生に実績をお持ちですが、「まちなか」でも「昭和のまち」による再生に乗れない地区が「まちなか」に存在し、その部分のテコ入れが今回の「まちなか再生」です。一方、長野県飯田市は「リンゴ並木」の資源をはじめ長い「まちなか再生」の歴史がありますが、その歴史を継承することによる「まちなか再生」です。これら2つの事例は「まちなか再生」を継続的に進めるためには、しっかりした組織の存在、それを支える人材、財源が必要であり、その承継が長期間にわたって維持される必要性が認識されたと考えます。

第2に埼玉県秩父市、東京都青梅市のように東京大都市圏の縁辺部に存在し、「まち」がこれまで培ってきた地域特有の資源を活かす「まちなか再生」と大都市圏からの影響で「まちの画一化」の進行が拮抗している「まち」です。このような類型に属する「まち」もおそらく3大都市圏をはじめとする大都市縁辺部の「まち」には多いものと考えられます。両市ともにこれまで培ってきた資源を市民にとって魅力あるものに再生し、その魅力を大都市圏のマーケットに乗せようとする「まちなか再生」です。これらの「まちなか再生」は事業を新たに始める必要があり、そのために用意されているまちづくりの手段や資金確保の方法など、様々な仕組みを上手に使えるかが課題としてあることが委員会で指摘されてきました。

第3に福島県広野町のように、今回の東日本大震災により大きな被害を受けた「まち」です。大変残念なことですが今回被災した「まち」では「まちなか再生」には多くの課題を抱えています。復興に関わる制度的な課題も多く、「まちなか再生」の基本となる「ひと」がいまだに戻らないこと、さらにその源となる生業が再生していないことに尽きるような気がしております。「ひと」が戻ってくる仕組み

を具体的に提供しようとする「まちなか再生」が必要です。このような「まち」、あるいは広野町よりさらに条件の悪い市町が存在していることも事実です。

今年の「まちなか再生総合プロデュース事業」の対象となった市町の多くは、大分県豊後高田市や長野県飯田市はもちろんのこと、多くの市町が、すでに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。今年度とくに感じたところは、まちなか再生に関わる地元の人材が「まちなか再生」を担っているということ、さらに「まちなか再生」は息の長い事業であり、なかなか終わりが見えないということです。そのような中で、この「まちなか再生総合プロデュース事業」が、一つの契機を提供し、あらためて「まちなか再生」に取り組む機運を地域に提供する役割も担っていると感じているところです。

本報告書には最終的なまとめが示されておりますが、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。

「まちなか再生総合プロデュース事業」は、今年度で終了いたしますが、来年度からは事業内容を更新し、地域に根付いて「まちなか再生」に取り組んでいる大学にも参加いただくプログラムも始まります。今後もこの事業に多数の「まち」が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

第1章 事業概要

1 まちなか再生総合プロデュース事業について

1-1 まちなか再生総合プロデュース事業（補助金）

（1）事業概要

本事業は、財団法人地域総合整備財団<ふるさと財団>（以下「財団」という。）が、まちなか再生を図る市区町村に対して、まちなか再生を居住機能・商業機能等の総合的な側面から促進し、活力と魅力ある地域づくりに寄与することを目的として、まちなか再生に取り組む市町村の個々のケースに即して、具体的・実務的ノウハウを有する専門家をコーディネートし、専門家に業務の委託等をする費用の一部を補助するものである。

本事業では、補助対象市町村のまちなか再生の実現に向けて、以下を実施する。

- （1）個々のケースに即したまちなか再生支援専門家のコーディネート
- （2）まちなか再生支援専門家との契約に対する費用補助
- （3）財団で組織したまちなか再生支援協力委員会による事業進捗状況のモニタリングとレビュー

（2）補助対象者

まちなか再生に取り組む市区町村。

（3）補助対象業務

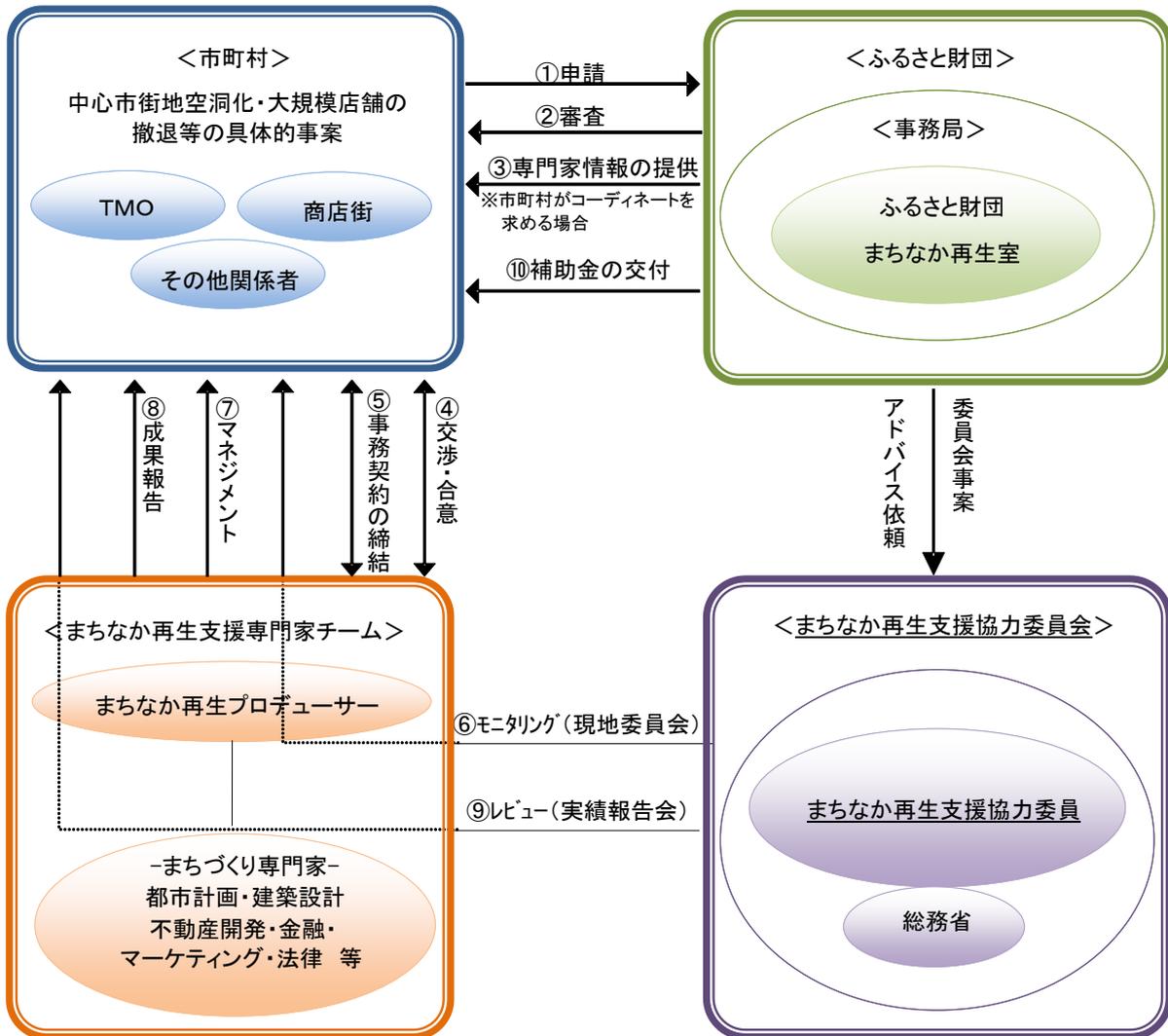
（次の全てに該当する事業）

- ①市町村がまちなか再生事業の推進を目的として、まちなか再生支援専門家と契約を締結するものであること。
- ②まちなか再生の観点から、事業実施に係る実質的成果が期待できるものであること。
- ③市町村とまちなか再生支援専門家との連携を円滑に行う体制の整備等、効果的に実施されるような仕組みを有するものであること。
- ④市町村が継続的なまちなか再生を推進するために行うものであること。
- ⑤他の市町村におけるまちなか再生のモデルとなり得るものであること。
- ⑥国、独立行政法人、地方独立行政法人及び当財団以外の他の公益法人から補助対象業務に係る補助金等を受けないものであること。

（4）平成24年度補助内容

- 補助金・・・1事業当たり 1000万円以内
- 補助率・・・補助対象経費の2/3以内
- 補助対象経費・・・まちなか再生支援専門家チームの個々の専門家との契約金額の総額

○事業概念図



(5) 平成24年度まちなか再生総合プロデュース事業（補助金）対象事業

(市町村コード順)

市町村名	プロデューサー名	事業概要
福島県広野町	協同組合地域活性化フォーラム 理事長 奥山 修司 氏	広野町復興計画（第一次）の中で示された市街地の復興を中心に、個々の施設に対応した具体的な計画と仕組みづくりを目指すもの。JR広野駅周辺市街地再生のビジョンづくり、広野町に安心して暮らすためのシステム検討等を行う。
埼玉県秩父市	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 西郷 真理子 氏	昨年度に策定した商店街活性化事業計画に基づき、民間活力によるまちづくりを推進するもの。コミュニティレストラン施設の設置、まちなか駐車場システムの構築、農商連携による地場産品のブランディングによる商店街活性化事業計画の実施支援、事業協同組合の運営支援、支援制度に基づく活性化新規事業の企画とフォローアップ等を行う。
東京都青梅市	一般社団法人チームまちづくり プロジェクトマネージャー 松本 昭 氏	まちなか居住の促進を図るため、住んでみたいと思わせるような、豊かな自然に親しみながら都市的な生活を享受できる特性を最大限に活かした、特色のある事業計画とするもの。現状把握と今後の地域動向の可能性予測、地元検討組織との調整、まちづくり会社設立支援等を行う。
長野県飯田市	株式会社コム計画研究所 代表取締役 高田 昇 氏	現行の中心市街地活性化基本計画を総括し、市民の合意形成のもと次期計画に向けてビジョンづくりを行うもの。今年度に計画期間満了を迎える中心市街地活性化基本計画の成果と課題の検証、現状調査及びとりまとめ、中心市街地活性化ビジョンの構築、市民会議等による合意形成等を行う。
大分県豊後高田市	株式会社studio-L 代表取締役 山崎 亮 氏	新たな賑わいを創出するための仕掛けづくりや、地元向けのコミュニティの場としての商店街のあり方や活用方法、魅力ある飲食街の仕掛けづくり、PR方法等を地域住民と協働する中で調査・検討を行い、住民が主人公となり得る具体の活性化策案を作成するもの。現状把握と分析、課題の整理とコンセプトづくり、各種実行組織の構築、スケジュール案の作成及び概算事業費の積算等を行う。

1-2 まちなか再生総合プロデュース事業（専門家派遣）

（1）事業概要

本事業は、まちなか再生を促進し、活力と魅力ある地域づくりに寄与することを目的として、まちなか再生に取り組む市町村の個々のケースに即して、具体的・実務的ノウハウ等を有する専門家を派遣し、まちなか再生に関する助言等を行うものである。

まちなか再生の初動期の事業に対するスタートアップ支援、または「まちなか再生総合プロデュース事業（補助金）」等を実施した市町村へのフォローアップを行う。

○まちなか再生スタートアップ派遣

まちなか再生の取り組みに対する、現地調査（視察、ヒアリング、資料分析）、課題整理、アドバイス・提言、情報提供など。

○まちなか再生フォローアップ派遣

「まちなか再生総合プロデュース事業（補助金）」を実施した事業など、進行中のまちなか再生事業の個別課題のフォローアップ、具体的アドバイス、情報提供など。

（2）派遣対象者

まちなか再生に取り組む市区町村。

（3）派遣方法、費用

○まちなか再生支援専門家の選任

まちなか再生支援専門家の選任は、派遣内容を市区町村と協議のうえ、財団が選任。

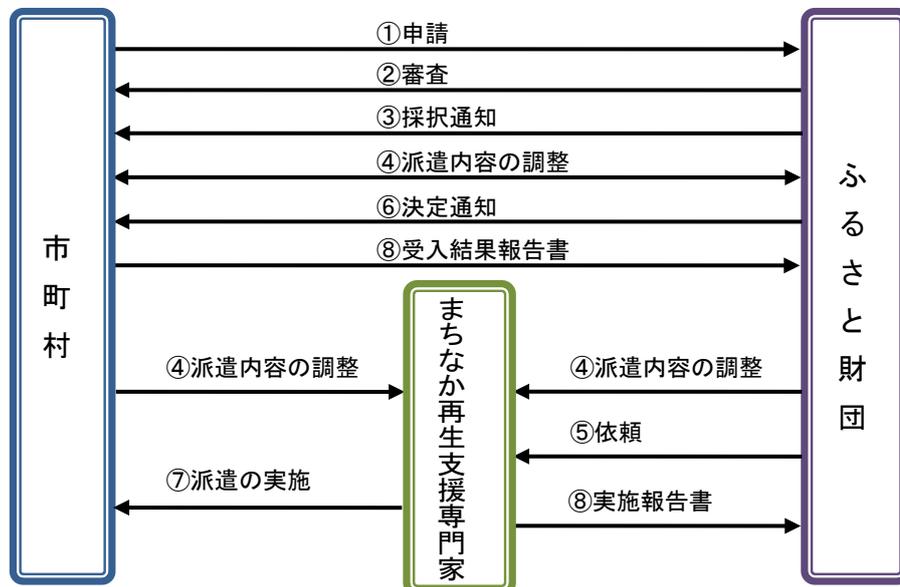
○派遣の人数及び回数

1件あたり4人回を限度とし、原則として、1回につき1～2日間の派遣。

○費用

専門家派遣に係る費用（旅費・謝金）について財団が全額負担。

○事業概念図



(4) 平成24年度まちなか再生総合プロデュース事業（専門家派遣）対象事業概要

(市町村コード順)

市町村名	専門家名	事業概要
青森県七戸町 (七戸町中心街)	株式会社石塚計画デザイン事務所 代表取締役 石塚 雅明 氏	住民と行政がまちづくりについて協議する場として、昨年度「七戸まちづくり100人会議」を実施。本事業では、まちなか再生に向けて、100人会議を基にした担い手組織の設立及びコウモリやニンニク等の地域資源を活かした具体的な事業等を検討。
山形県寒河江市 (寒河江市中心市街地)	大阪樟蔭女子大学 学芸学部 インテリアデザイン学科 専任教授 大島 康孝 氏	まちなかの中核施設でありながら、空き施設となっている「フローラ・SAGAE」について、集客拠点としての再生に向けた具体的な利活用策を検討。さらに、他の観光拠点に訪れる来訪者をまちなかまで集客し、回遊を促す方策等について検討。
群馬県沼田市 (沼田市中心市街地)	有限会社リテイルワーク 代表取締役 服部 年明 氏	現在、事業を進める土地区画整理事業を基盤とし、区画整理エリア内のまちづくりの方向性について再整理するとともに、まちなか居住及びにぎわいの核づくりに向けた具体的な方策について検討。
千葉県流山市 (流山本町)	株式会社 JTB コーポレートセールス 地域活性化担当マネージャー 門脇 伊知郎 氏	昨年度策定したまちなか再生に向けたアクションプランを実践する。「出来ることから、一つひとつ着実に実行する事」を基本として、今年度は特に、来訪者のまちなか回遊を促すソフト事業の他、おもてなしの環境整備について、具体的に展開。
静岡県静岡市 (中心市街地活性化区域(静岡地区))	長浜まちづくり株式会社 コーディネーター 吉井 茂人 氏 株式会社ライティングプランナーズアソシエーツ 代表取締役 面出 薫 氏	まちなか再生を担う組織として設立したI Loveしずおか協議会について、エリアマネジメント等を担う組織として今後展開していくための手法を検討。さらに、地元関係者が連携を図るきっかけとしてイルミネーション事業を実施。
滋賀県栗東市 (栗東市安養寺地区)	株式会社 studio-L 西上 ありさ 氏	エリアマネジメント組織の中核を担う人材育成を目指し、昨年度A+plusを設立。今年度は具体的な取り組みをけん引する人材力・組織力強化に向けて、担い手となる人材の育成、実践段階に入るプロセスを通じてメンバーの拡大を図る。
長崎県大村市 (大村市中心市街地)	有限会社ハーツ環境デザイン 代表取締役 鈴木 俊治 氏	商店街に新たに整備される2か所の拠点施設に対し、その間をつなぐ商店街モールがにぎわいを欠く状況にある。本事業では、まちなか再生に対する地元の意識形成、にぎわいづくりに向けた具体的な事業案及び実践に向けた体制づくりを検討。

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、もしくは市町村からのまちなか再生に関する具体的相談に対して、「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する「まちなか再生支援協力委員会」を設置した。

2-2 委員会構成

委員会の委員は、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 15 名の委員により構成した。

委員会には、委員長及び委員長代理を置き、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ものとしている。平成 24 年度は、委員長に東京都市大学の小林重敬教授、委員長代理に北星学園大学客員教授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 25 年 3 月 31 日までであり、委員会事務局は財団内に設置した。

○平成 24 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、学習院大学講師、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。横浜国立大学名誉教授、全国市街地再開発協会理事長、などを兼任。

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、さらに東京大手町・丸の内・有楽町地区、名古屋駅前地区などの大都市都心部エリアマネジメント活動、および地方都市の高松市、浜松市、沼津市、富山市などの中心市街地活性化計画に参画。

専門は、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

(北星学園大学 経済学部 客員教授・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、健やかまちづくり理事長)

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年退職、2011年より現職。

専門は都市交通計画、観光交通計画、バリアフリーデザイン・ユニバーサルデザイン、研究者や社会貢献はバスを中心とする地域公共交通計画、国土交通省の移動円滑化基準に関連する様々なプロジェクト(基本構想、サインシステム・情報のバリアフリー)、移送サービス(ST サービス)の研究、情報システムと交通・観光、災害とまちづくり・交通計画。

<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 課長)

1989年4月 日本開発銀行(現日本政策投資銀行) 入行、1995年6月 フランスパリ高等商科大学トレーニー派遣、1996年4月 同行英国ロンドン駐在員事務所駐在員、2000年4月 日本政策投資銀行九州支店企画調査課調査役、2005年4月 同行首都圏企画室課長(兼地域企画部参事役)、2007年4月 同行地域振興部課長、2009年6月 同行 地域企画部 地域振興グループ課長、2010年4月 同行地域企画部参事役、2012年4月より現職。

データ分析を通じて地域の課題と可能性を導き出す「地域づくり健康診断」や、まちづくり、集客交流など地域振興に関する講演等を通じて地域のキーパーソンをつなぐネットワークカーとして活動中。主な著書に、「実践!地域再生の経営戦略(改訂版)~全国36のケースに学ぶ“地域経営”(きんざい)」等がある。

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。

小泉 雅生

(首都大学東京大学院都市環境科学研究科建築学域 教授、有限会社 小泉アトリエ パートナー)

1986 年 東京大学大学院在学中にシーラカンスを共同設立、1988 年 同大学院修士課程修了、2001 年 ～東京都立大学大学院助教授、2005 年 小泉アトリエ設立 パートナー (現職) 2010 年～首都大学東京大学院都市環境科学研究科建築学域教授、博士 (工学) (現職)

専門分野、建築設計、意匠設計、設計論。主な著書、『ハウジング・フィジックス・デザイン・スタディーズ』(INAX 出版・2008)、『環境のイエ』(学芸出版社・2010)『住宅の空間原論』(彰国者・2011・共著)『LCCM 住宅の設計手法ーデモンストレーション棟を事例として』(建築技術・2012・共著)。

西郷 真理子

(株式会社まちづくりカンパニー・シープネットワーク 代表取締役、都市計画家)

1975 年 明治大学工学部建築学科卒業、1990 年 11 月 株式会社まちづくりカンパニー・シープネットワークを設立。現在、東京大学大学院工学系研究科都市工学専攻非常勤講師、東日本大震災復興構想会議専門委員会委員。

- ・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
- ・2011 年 NHK E テレ『仕事学のすすめ』10 月毎週水曜日出演 (テキスト刊)

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

再開発事業；高松丸亀町商店街の A 街区再開発、B/C 街区小規模連鎖型再開発では計画・建築設計・監理、コンサルタント業務、タウンマネ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：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。震災復興計画として石巻市、等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。

齊藤 靖範

(イオンモール株式会社 開発本部 グループ開発計画部長)

1976 年 名古屋工業大学大学院修士課程修了、同年 ジャスコ株式会社入社。1984 年 東京開発本部 調査計画課長、1987 年 関東事業本部開発部 調査計画課長、1989 年 北陸ジャスコ(株)出向 第三開発部長、1992 年 同 取締役第一開発部長、1999 年 同 取締役総務部長、2000 年 (株)ヤオハンジャパン出向 店舗開発本部マネジャー、2003 年 イオン(株)開発本部 開発計画部長、2008 年 イオンリテール株式会社開発本部 開発計画部長、2009 年 兼 イオン(株)DV 事業戦略チームリーダー、2012 年 イオンモール株式会社開発本部 グループ開発計画部長 (現職)。

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。

出口 和宏(2012 年 9 月まで 森 源二)

(総務省 地域力創造グループ 地域振興室長)

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 2 月 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空店舗等を活用した核商業施設「ばていお大門」の整備等を手がける。

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活性化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。地域商店街活性化指導担当に就く。一方で中心市街地商業活性化アドバイザーとして、中小機構派遣業務で上越市、上田市、鳥取市など中心市街地活性化事務局をサポートする。

内閣府委嘱地域活性化伝道師、経産省中心市街地商業活性化支援業務有識者委員等。

福川 裕一

(千葉大学大学院 工学研究科 工学研究科建築・都市科学専攻建築コース 教授)

1950 年千葉県市川市生まれ。東京大学工学部都市工学科卒業 (1972)、同大学大学院工学研究科博士課程修了 (1978)、工学博士。専門は都市計画およびアーバンデザイン。歴史的環境の保全と既成市街地再生をテーマに、川越、佐原、長浜、小諸、高松市丸亀町などのまちづくりにかかわる。1992 年からはベトナムの町並み保存プロジェクトにも参加。中心市街地活性化には「合意形成システム」と「市民による開発システム (まちづくり会社)」の二本柱が必要が持論。「NPO 千葉サポートセンター」代表、NPO 全国町並み保存連盟・副代表、川越一番街町並み委員会・副委員長などをつとめる。ICOMOS の下部組織 CIVVIH (International Committee on Historic Towns and Villages) のメンバー。主な著書に『都市にとって土地とは何か』(筑摩書房、1988)、『ゾーニングとマスタープラン』(学芸出版、1997)、『ぼくたちのまちづくり』(全 4 冊、岩波書店、1999)、『中心市街地活性化とまちづくり会社』(建築学会、丸善、2005) など。「都市住宅に対す

る都市計画的アプローチとは何か」(都市住宅学9)で都市住宅学会賞(1998)、『ぼくたちのまちづくり』で都市計画学会石川賞(1999)、ホイアン町並み保存プロジェクトで建築学会賞(2000)。作品としては「木曾暮らしの工芸館」(新建築1994年8月号)、「高松市丸亀町商店街A街区市街地再開発」(新建築2008年1月号、2008年都市計画学会石川賞)などがある。

古川 康造

(高松丸亀町商店街振興組合 理事長)

1957年 香川県高松市丸亀町生まれ。立命館大学経営学部卒後、高松青年会議所理事長などを経て、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に向け、中心市街地再生に精力的に取り組む。2007年より現職。定期借地権を利用し土地の所有権と利用権の分離をはかり、まちづくり会社によるエリアマネジメントなど、斬新な手法で高松丸亀町商店街の再生に取り組む。

2007年日本新聞協会新聞広告賞最優秀賞受賞。

2008年都市計画に独創的な業績を挙げた個人、団体に贈られる日本都市計画学会最高位の学会賞である石川賞を受賞。

2009年不動産国際見本市(Mipim)アジア大賞受賞。

2010年不動産国際見本市(Mipim)国際総合大賞受賞

公職多数。

松島 茂

(東京理科大学大学院 イノベーション研究科 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。

政所 利子

(株式会社 玄 代表取締役)

東京都生れ。跡見学園短期大学卒業。PR誌「メイト」編集長、コスチュームデザイナー(クリスチャン・ディオール)、プロダクトデザイナー、空間計画及び環境計画プランナー等を経て、1988年株式会社 玄を設立。東京、浅草「六区街の再生」等首都圏内、まちづくり・総合計画・環境設計・計画及び設計業務をはじめ、全国市町村における各種地域産業振興、商工業活性化策、事業経営戦略、地域ブランド等の研究・調査が主要業務。1996年～財団法人北区勤労者サービスセンター理事に就任、1998年～東京都台東区に産業博物館開館。日本おやつ学会会長。2001～2005年立教大学大学院観光学研究科講師、2005年4月～東北文化学園大学客員教授歴任。伝統的工芸品産地プロデューサー、経済産業省産業構造審議会委員、国土交通省中心市街地活性化アドバイザー

ザー、2007 年内閣府地域活性化伝道師、地方制度調査会委員、2008 年 VISIT JAPAN 大使、2009 年 NPO 法人さど理事、2010 年 NPO 法人カントリー・ポッタークラブ理事長就任他。平成 23 年度地域づくり総務大臣表彰式シンポジウムコーディネーター（総務省）、観光行政（管理者）研修講師（国土交通省観光庁）。

主な著書、地域ブランド戦略における自治体の役割（東京都市町村職員研修所／論集「翔」）、
「創業塾」女性起業家向けセミナー（セミナーテキスト／東京都商工会連合会）。

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回開催した。そのうち、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、最終回にあたる第8回は総括に係わるものとして、財団内にて実施した。

第2回～第4回、第6回委員会は、各補助対象事業の進捗状況を把握し、また各市町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した。なお、昨年度に続く2ヵ年度目の事業実施であった秩父市を対象とした第5回委員会、並びに今年度2度目の開催となった広野町を対象とした第7回委員会は、財団内で開催した。

また、平成25年2月には、市町・プロデューサー等、各補助対象事業の担当者による実績報告を都内で開催し、各事業の実績に対して委員から助言を行った。

平成24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24年 4月 17日	ふるさと財団	補助対象事業の検討
第2回委員会	平成24年 6月 2日	福島県広野町	現地視察・意見交換
第3回委員会	平成24年 6月 30日	大分県豊後高田市	現地視察・意見交換
第4回委員会	平成24年 8月 8日	東京都青梅市	現地視察・意見交換
第5回委員会	平成24年10月 2日	ふるさと財団	埼玉県秩父市事業についての意見交換
第6回委員会	平成24年11月 27日	長野県飯田市	現地視察・意見交換
第7回委員会	平成24年12月 6日	ふるさと財団	福島県広野町事業についての意見交換
実績報告会	平成25年 2月 13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25年 3月 7日	ふるさと財団	総括

第2章 実施概要

1 平成24年度の補助対象事業の概要

1-1 広野町

(1) 町の概況

広野町は、福島県浜通り地方の中部、双葉郡の最も南に位置し、面積は58.39㎢であり、東に太平洋を臨み、西に阿武隈山系、南はいわき市と北は楡葉町と隣接している。また、東京電力株式会社広野火力発電所、1997年に日本発のサッカーのナショナルトレーニングセンターとして開設されたJヴィレッジが立地している。

広野町は、平成23年3月11日に発生した東日本大震災で被害を受けるとともに原子力発電所事故の影響で町全域が緊急時避難準備区域に指定され、全町民が避難した。役場機能もいわき市内に移転した。

同区域指定は平成23年9月30日に解除され、同月に策定された「広野町緊急時避難準備区域復旧計画」に沿った除染やインフラ整備等、帰還に向けた整備が進んでいる。同復旧計画では平成24年12月までにすべての除染を行い、平成24年度中の帰還完了を予定していた。

平成24年3月1日に役場機能を元の広野町役場に戻すと同時に広野町復興計画（第一次）を策定した。この復興計画で示された市街地の復興を中心に、個々の施策に対応した具体的な計画と仕組みづくりを目指す。

短期間で対応が必要な、学校、病院、インフラ等の機能修復と並行し、今年度は、長期的な将来を見据えたまちづくりも進めていく。

町民一人ひとりの生活の復興であり、安心して暮らせる町を取り戻し、その上で、将来的に継続して発展する自立的な復興を目指す。また、単に震災前の町に戻るだけでなく、双葉地域の広域行政機能などの集積が見込まれており、こうした要請にも的確に応えるものとする。

なお、平成24年4月初め時点で約3,000人が住んでいるが、帰還した住民は住民登録人口約5,400人のうち、約250名で残りは原子力発電所関連の作業員である。

(2) 対象地区の概況

対象地区は、JR常磐線広野駅から徒歩1～15分の広野町市街地及び復興ゾーン（大字下浅見川字築地周辺）とする。

基礎データ

地区名	広野町市街地及び復興ゾーン（大字下浅見川字築地周辺）
基礎データ	交通：JR 常磐線広野駅から徒歩 1～15 分 （広野町全体） 面積：約 58.39 km ² 人口：5,490 人、人口密度 94.0 人/km ² （平成 23 年 3 月 11 日時点） 営業店舗数：約 63 店舗

対象地区概況図（赤線内を中心に事業検討）



(3) 事業内容

平成 24 年 3 月 1 日に策定された広野町復興計画（第一次）の中で示された、JR 広野駅周辺市街地の復興を中心に、具体的な計画策定と施策具現化に向けた支援を行う。

■JR 広野駅周辺市街地再生のビジョンづくり

- 商店（共同店舗化）の復旧
- 住環境・教育環境の整備
- 公共・公益機能の集約再編
- スマートコミュニティの導入

■ビジョンづくりに必要な調査

- 町民の意見収集
- 説明会の開催等

■広野町に安心して暮らすためのシステム検討

- 地域交通システム
- 高齢者地域システム

(4) 現地委員会

1) 1回目(第2回委員会)

①スケジュール

■ 日時

平成24年6月2日(土)

14:00～16:00 現地視察

いわき駅～四ツ倉仮設住宅～二ツ沼総合公園～J-VILLAGE～火力発電所～被災した堤防～広野町下浅見川応急仮設住宅～広野町駅前商店街

16:15～18:30 第2回まちなか再生支援協力委員会

場所：広野町役場 会議室

1. 開会挨拶
2. 広野町挨拶
3. 平成24年度まちなか再生支援協力委員の紹介
4. 広野町事業説明

①広野町現況、事業概要説明

②プロデュース事業報告

協同組合地域活性化フォーラム

理事長 奥山 修司 氏(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、小泉委員、辻田委員、服部委員、政所委員、森委員

■ 地元参加者

副町長、広野町総務課、福島県企画調整部避難地域復興局

③委員会発言要旨

■スケジュール、ステップの議論の必要性

- ・町民と作業員という二層の住民がいる。町民帰還のスケジュールと作業員が作業進行状況によって年々どのような規模になるのか、そのスケジュール、ステップをしっかりと読まなければ、まちづくりへの反映ができない。町民と作業員の人口規模がどのように変化していくのかということと、帰還町民と作業員がまちなかに出てくることとは高い相関関係をもっている可能性があるため、そこを含めたステップの議論が必要。商業等の事業を始めると帰還する住民もいるかもしれないという点についても留意が必要。
- ・人口構造についてはリアルタイムで半年・1年の変動を入れ込んだ修正値を推計していく必要がある。そのためにはデータ読込が必要で向こう5年分について取り組んでほしい。

■復興、まちなか再生の目標像

- ・本来、まちなかは商業だけではなく多様な機能を持っていた。新しいまちなか機能を含めて、どういう形で新しいまちなかを作っていくかを考えてはどうか。特に高齢者が最初にまちなかに帰ってくる可能性があるため、彼らをターゲットにした議論が必要。
- ・平常時ではない状況では成功事例のアプローチが活用できないため、可能性のあることは何でも様々なところに働きかけて試行して、出てきた課題を潰していくしかないだろう。
- ・もともと卸・小売業が少ない地域で卸・小売業の活性化をすることが本当に良いのか。住民票をもっていた方々に聞き取り調査すべき。人手が足りないのであれば、総務省で制度を持っている復興支援員もある。作業員を相手にビジネススペースでうまく回っていくのか。作業員は地域にロイヤリティはないと思うので、そこだけを念頭に置くには違和感がある。イオン等の参入可能性があるかも検討すべき。ビジネススペースで回らないとしてもCSR的な観点で協力をしてくれることもあるのではないかな。

■商業の再生方策

<仮設ミニスーパーの開設>

- ・震災被害にあった長野県栄村で中小機構の制度を活用して仮設店舗を作り、ミニスーパーを開設したところ。店舗面積約50坪、売場面積28坪、売上は500万円。仮設店舗は家賃不要なので何とかやりくりしている状況。これは広野町にとってモデルになる。最初に大規模の物は難しいため、段階的に設けていくことが求められている。商品供給面では、商品品種ごとに複数事業者から仕入れると調達コストがかかるので、大手スーパー、地域のスーパーとの連携によって対応してはどうか。生産性の面からは、商品の賞味期限・ロス対策として、総菜や弁当、給食、飲食など複合的なビジネスにしていくことが必要。東電作業員への食材供給、弁当などを付加できれば成立するのではないかな。小型スーパーの場合、マーケットとして2,000~2,500世帯を想定したい。1,500世帯であれば1億円を確保できる。損益分岐点は6,000万円。まず1,500世帯にいつ到達するか。

<東電作業員の方々をシーズとする>

- ・商業再生について、作業員というシーズを活かして、食品の調理・加工、生活用品納入を機に取り組んでいくことについては賛同する。
- ・再生の基盤になる収入が得られる状態にして発展させていくには東電との関係は非常に大事。作業員の食堂のような場所を少しずつ広げて人が雇用されるようになるとよい。

<実現方策>

- ・施設整備には、地域商店街活性化法に基づく商店街活性化事業計画が認定されれば、支援が受けられる。被災地には特段の配慮があるだろう。その場合は、事業主体が商店街振興組合もしくは商工会であることが求められる。できれば商工会が事業主体となってほしい。事業費の2/3の補助が受けられるので、1/6ずつを県・町で支援してほしい。但し、同法では什器・備品購入への支援は難しいので、商工会が独自で運営する場合、什器・備品をリースにして3年間リース額を支援する方法もありえるので検討してほしい。
- ・商工会が動かない理由は忙しいからだけではない。事業のリスクを含めた継続的な商売の筋道が見えないため、引き受けることはできないはず。具体的な商業の展開を詳細に提示しなければ、商売を始めたい人は出てこないで、そこまでストーリーとして語っていく必要がある。
- ・商業のスペースが不足しているなら、アイアイ跡地を商業用地として活用することも十分にありうる。農地転用規制がネックで新しい平地が確保できない中、こういう状況であれば平地の土地を確保することが重要。農地転用は、国にも働きかけていくべき。

■健康づくり等の機能の導入

- ・作業員の方から伺うと飲食だけでなくスポーツやカルチャーも求めている。カラオケなら地盤の基礎だけ残っている所や空き店舗に作ることも可能。スポーツジムもユニット型施設なら10坪程度の空き店舗に作るができる。一般的に平均月約1万円位はスポーツ・カルチャー、余暇に使うと言われている。1万人なら1億円というお金が商品仕入れ型でなく動くことになる。被災地で問題になるのは「たまり場」づくり。作業員や住民の方々に健康でいていただくために、身近な商店街から元気が出る空間再生をしていけばよい。運動すればおなかも減って経済活動が起きる。広野町の商店街が健康づくりの商店街になるとビジネスモデルとしても支援の輪を広げることに関わり、メディアも動くのではないかな。
- ・未病対策、健康とまちづくりの関係は非常に重要。
- ・中小企業庁の地域商業再生事業、地域商店街活力向上事業の両方を活用すれば、高齢者・子育て・健康相談など地域コミュニティの機能を商店街の中に設けられるようになっており、今年度より補助金が活用できるようになっている。

■町のイメージ戦略の必要性

- ・町のイメージを変えていく戦略が必要。被災して原発があり、PRしにくい部分もあるが、そこをいかに変えるか。食は人々を結びつけ、コミュニケーションを生み出す求心力がある。「復興食堂」のように住民がコミュニケーションをとるための場所や作業員が溶け込める場所を作ってはどうか。うまく機能すれば、メディアが広野町の動きを好意的にとりあげるようになる。目に見える形の場所を作ることが大事。
- ・厳しい環境で囲い込まれている作業員の方々を町の人が歓迎する場があればよい。まちなかの方々と作業員の方々が一体となって地域の再生ができればよいのではないかな。

■廃炉産業について

- ・作業員のように一時的なものではなく、町を構成する重要な住民が根付く産業となる可能性がある。世界に先駆けた廃炉産業の研究開発の拠点になるというイメージもありうる。優れた環境の中でこそ研究開発ができることを町が積極的にアピールすることもできる。
- ・中期的な廃炉産業のビジョンという意味では、J ヴィレッジが大きな財産なので活用方法を考え

ていく必要がある。今のまま作業員の生活スペースになるのか、廃炉産業として違う形になった時にスポーツの場に変えていくのかなどビジョン検討が必要。

■その他

- ・J ヴィレッジに陽を当てるために、J-リーグに話を持ちかけて復興イベントができないか考えてもよいのではないか。

2) 2回目（第7回委員会）

①スケジュール

■ 日時

平成24年12月6日（木）

14:00～16:00 第7回まちなか再生支援協力委員会

場所：財団法人地域総合整備財団 1階会議室

1. 開会挨拶
2. 広野町事業概要説明
 - ①広野町現況、事業概要説明
 - ②プロデュース事業報告協同組合地域活性化フォーラム
理事長 奥山 修司 氏（プロデューサー）
3. 意見交換
4. 閉会

■ 出席委員

小林委員長、秋山委員、小泉委員、辻田委員、服部委員

■ 地元参加者

広野町総務課、福島県企画調整部避難地域振興局

②委員会発言要旨

■プロセスプランニングの必要性

- ・人口変動は事業計画のもとになるため把握しておくことが重要。特に交通に関しては変動する人口を見据えた可変的な計画を立てる必要がある。若者が戻ってこない一方で高齢者が戻ること考えると、人口減少が相当起こる。10年後をどのくらいの人口ボリュームで考えるか、考え方を整理しておく必要はないか。原子力関連ビジネスによって人口が増える場合と、そうではない場合など、幾つかのシナリオが考えられる。シナリオもなく進めてしまうと計画が立たないのではないか。
- ・シナリオを今作るのは難しいだろう。プロデューサーのプランは、現状で確実な数字を考えて段階的に作っていくという方向性であり、妥当であろう。
- ・昭和34年の伊勢湾台風の復興は三段階で進めた。まず就労のための仮設住宅を作り、次に復興計画がない段階ではビル建設を禁止して土地利用規制を行った。そして復興計画を立てた上で本格的な復興を始めた。広野町でもこうしたステップを踏んでいけばよい。人口動態や就業動態は分からないだろうが、居住や産業が定着するならば就労する人も変わる。その流れの中である程度5年後、10年後の仮定をしていくことが必要。
- ・プロセスプランニングであり、まさにその通りである。

■オフィス、事業用施設整備について

- ・事業者側から広野町内に今すぐ建物を建てられる土地、自前の施設のニーズが出てきているということは、復興に携わる事業者のための計画が必要ということだろう。
- ・短期間で具体的に動くものであり、重要かもしれない。
- ・東京電力は福島復興本社に4,000人体制を敷くと発表しているが、実際の現地人員は3,000人のようである。東京電力に具体的な計画を聞き出し、緊急的に都市計画を考えることは出来ないか。広野町だけでは対処できない問題であり、誰かが間に立ってコントロールしないとイケないのではないか。

■駅周辺の施設整備、まちなか再生について

- ・駅周辺にオフィス需要があるなら、計画施設によって周辺の規模、内容も変わるため、セットで考えることが必要。マスタープランがない中では計画のコントロールが必要。
- ・あえて分散させて施設整備して、駅周辺に人が動く計画を作ればよいのではないか。
- ・計画施設に商業が入る必要があるか。商業は立地変化が必要だが、ビルインになると共益費の負担などもあり、それが難しい。商業がだめなら倉庫に変えるなどフレキシブルに使える形態を考えてほしい。最寄品小売業と飲食業など業種業態を分けた施設が必要。商業はコストをかけないことが必要であり、地域商業再生事業補助金なども活用を検討してほしい。中心市街地にホテルも廃屋で残っており放置されると大変になる。需要が変化する中で、民間事業は慎重に検討してほしい。
- ・住民ニーズと事業者ニーズを両にらみしながら、それらが一体となってまちの中心部に配置されるプランニングができればよい。まちなか再生計画のようなものを立てる必要があろう。駅東側は時間がかかる。従来のまちなかだったところをどうするかも含めて調整を要する。

■行政に対するプランニング等のスタッフ支援の必要性

- ・被災地の市町村に UR 都市機構の職員が配置されており、空地をどうするか、住まいをどうするかを考えてくれる。彼らに頼めばよいのではないか。プラス α の人力になる。
- ・事業展開をする際には町役場だけでは難しく、能力を持った人材が1人か2人必要だろう。

(5) 事業成果

帰還町民は、平成 25 年 2 月初めで約 700 人である。平成 24 年 8 月末に学校が再開されたものの、平成 24 年度当初の約 300 人から帰還は進んでいるものの、そのスピードは緩やかである。

再生のビジョンづくりのため、仮設住宅 (3 か所)、復興プロジェクト委員、火力発電所、工業団地、農業組合、商工会、馬場医院へのヒアリング等を実施し、商業機能、交通支援機能、教育機関、医療機関の状況を調査した。

また、復興のための町民意向アンケート調査結果より、避難前に住んでいた場所へ戻りたい割合が約 63%であることを踏まえ、帰還住民 3,500 人～5,000 人を目標としたまちづくりについて検討し、「駅前総合開発事業」、「生活総合支援システム」の事業提案を行った。

■JR 広野駅周辺市街地再生のビジョンづくり

商業、教育、医療の各機能や、民間の事業所ニーズがあることを踏まえ、広野町における商業機能の再生に向けては、中小企業基盤整備機構仮施設整備事業の活用等により、事業を再開している商店と連携した仮設商業店舗の整備事業を検討した。また、駅前総合開発に向けた展開に向けて、駅前地区を復興計画区域に位置づけること、駅前地区を含めた市街地総合再生計画を策定すること、復興交付金の市街地整備メニュー（優良建築物等整備事業）の活用等を想定し、復興促進のためにできるだけ迅速に整備可能なプラン案として、JR 広野駅西側の広野町と JR 東日本所有地にシンボリックな施設の整備を検討した。

■広野町に安心して暮らすためのシステム検討

生活総合支援システムとして、クラウド型のデマンド交通システムに高齢者や障害者が広野町で 24 時間安心・安全に暮らして行けるために、地域生活移動のデマンド交通サービスだけでなく、緊急時の通報・検索・避難誘導、買物支援・宅配サービス、健康支援、双方向のコミュニケーションサービス等の総合的な生活支援を可能にするシステムを付加させ、高齢者や障害者は自分用にカスタマイズされる携帯端末を通してサービスが受けられるシステムを検討した。

(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
JR広野駅周辺市街地再生のビジョンづくり			●		
ビジョンづくりに必要な調査			●		
広野町に安心して暮らすためのシステム検討			●		

(6) 来年度以降の取り組み

■今後の事業推進に向けた方策と課題

○まちなか再生事業のビジョン

「駅前総合開発事業」と「生活総合支援システム」を復興に向けたシンボル事業として具体化し、ハード、ソフト両面から住民が暮らしやすい町づくりを行う。新たな挑戦により復興をPRしたい。

○駅前総合開発事業

開発案件の有機的連携と効果的整備を図るため、まちなか再生の計画区域を定め(仮称)まちなか再生総合計画策定に取り掛かり、優良建築物等整備事業の他にも中小機構仮施設整備事業、災害公営住宅整備事業、住宅市街地総合整備事業、駅東地区への津波復興拠点整備事業の導入可能性を検討予定。

○生活総合支援システム

住民帰還の加速化を図るためにも「生活総合支援システム」導入への第一歩として、帰還している高齢者の移動手段確保を目的に地域公共交通会議を開催、新しい支援システムの導入を図っていく予定。

■その他関連事業の実施予定

他地域に先駆けて、伐採した木材や宅地・農地等の除染で発生したバイオマスを利用し、水熱爆砕・固液分離処理装置並びに高温焼却捕集装置によるセシウム完全分離・除去・管理を実現できるコージェネレーションシステムを導入し、除染によるグリーン産業化を図るとともに、熱エネルギーを活用した温室栽培や総合給食・食材加工センターの整備・運営に挑戦する事業者の誘致を目指す。

(7) 委員会レビュー

■全体の事業の進め方について

- ・現場にうかがうと、作業員や企業の話など様々な問題がある。それらを全てこの事業で引き受けるのは難しいが、今回は2つの話題に集中させて、まず灯りが見える拠点を作り、人々との会話ができるツールを獲得していくところから始めていくとことと理解した。
- ・まちなか再生事業と生活支援システムは独立したものではなく、お互いがうまく関連し、全体の再生につながっていかけていくことが必要。

■駅前総合開発事業について

- ・シンボルには賞味期限があり、消費されていく面がある。これまでのようなシンボルではなく、未来につながるシンボルである必要がある。事業と建物がもつシンボリックな意味と、その先に街と融合していく視点がないと単に消費されて終わってしまう。既存のまちや商店街などと連携、融合していくことを考えてほしい。地元との対話や行政の中長期的な視点が求められる。
- ・店舗の家賃として、地方では坪5,000円以上は支払えない状況。今後、まちなかに商店街を再生してテナントミックスしていくことになれば、先行する今回の賃料が地域での基準になるので慎重な検討が必要。

■生活総合支援システムについて

- ・見守り生活支援システムについて参考までに。「見守り隊」というデジタルサイネージを利用したシステムの実験を始めているが、効果はとても大きい。ただし、コンテンツを誰が管理するかが問題になっている。docomoもタブレットを配布しているが実際には活用されていない。高松では管理者を病院においた。民間病院ではなかなか受けてくれないものだが、高松では商店街の管理下の病院だったためにうまくいった。システムができてはコンテンツ、管理主体が重要になる。

1-2 秩父市

(1) 市の概況

秩父市は埼玉県の西部にあり、面積は 578 km²で、埼玉県全体の約 15%を占めている。都心まで約 60～80km 圏、さいたま市までは 50～70km 圏に位置し、周囲に山岳丘陵を眺める盆地を形成している。市域の 87%は森林で、その面積は埼玉県の森林の約 40%を占めており、ほとんどは秩父多摩甲斐国立公園や武甲・西秩父などの県立自然公園の区域に指定されるなど、自然環境に恵まれた地域である。また、市の中央を流れる荒川は、秩父湖、秩父さくら湖などのダム湖を形成しており、この川によって市の中心部は東西に区分され、東部の平坦部分は市街地を形成し、商店街、住宅地などが集中している。西部丘陵地帯にある平坦地は、水田など農業用地が多い。

気候は、太平洋側内陸性気候に属しおおむね温暖であるが、盆地であるため寒暖の差が大きく、山地では夏季に雷雨が多く発生し降水量も多く、山岳地方では冬季にはかなりの積雪となる。

交通は、幹線道路は東西に走る国道 299 号、南北に走る国道 140 号の 2 路線の国道を中心として、主要地方道 9 路線、一般県道 12 路線と縦横に走る市の幹線道路で形成され、観光・経済・社会活動を支えている。現在、西関東連絡道路（国道 140 号バイパス）の整備が進められている。

地場産業としてセメント、織物、木材産業などが中心であったが、近年、その生産量は減少し、代わって電子部品、精密機械、電子機械などの電子機械産業が市の産業の中心となっている。

(2) 対象地区の概況

対象地区の秩父神社周辺商店街は、宮側町・番場町・東町・本町・中町・上町などで構成されており、秩父鉄道秩父駅から徒歩約 1～10 分の距離にある面積約 60ha のエリアである。主な客層は、近隣住民・近隣で働く人が中心であり、シーズンには観光客も来街する。

秩父市の中心市街地は、秩父盆地の中央に位置し、長い歴史の中で生活文化交流の拠点として栄えてきた地区であり、現在においても人口集積が高い地区である。秩父駅周辺と国道 299 号線、また旧秩父往還である主要地方道秩父名栗線に面した商店街区域と、秩父神社参道にあたる番場通りに面した商店街区域には小売店舗と事務所等のほか住宅地が混在した構成となっている。

高齢化による後継者不足と人口減少が進行しているほか、ロードサイド大型店等の進出によりまちなかの商店街は年々衰退傾向にありにぎわいが少なくなっている。

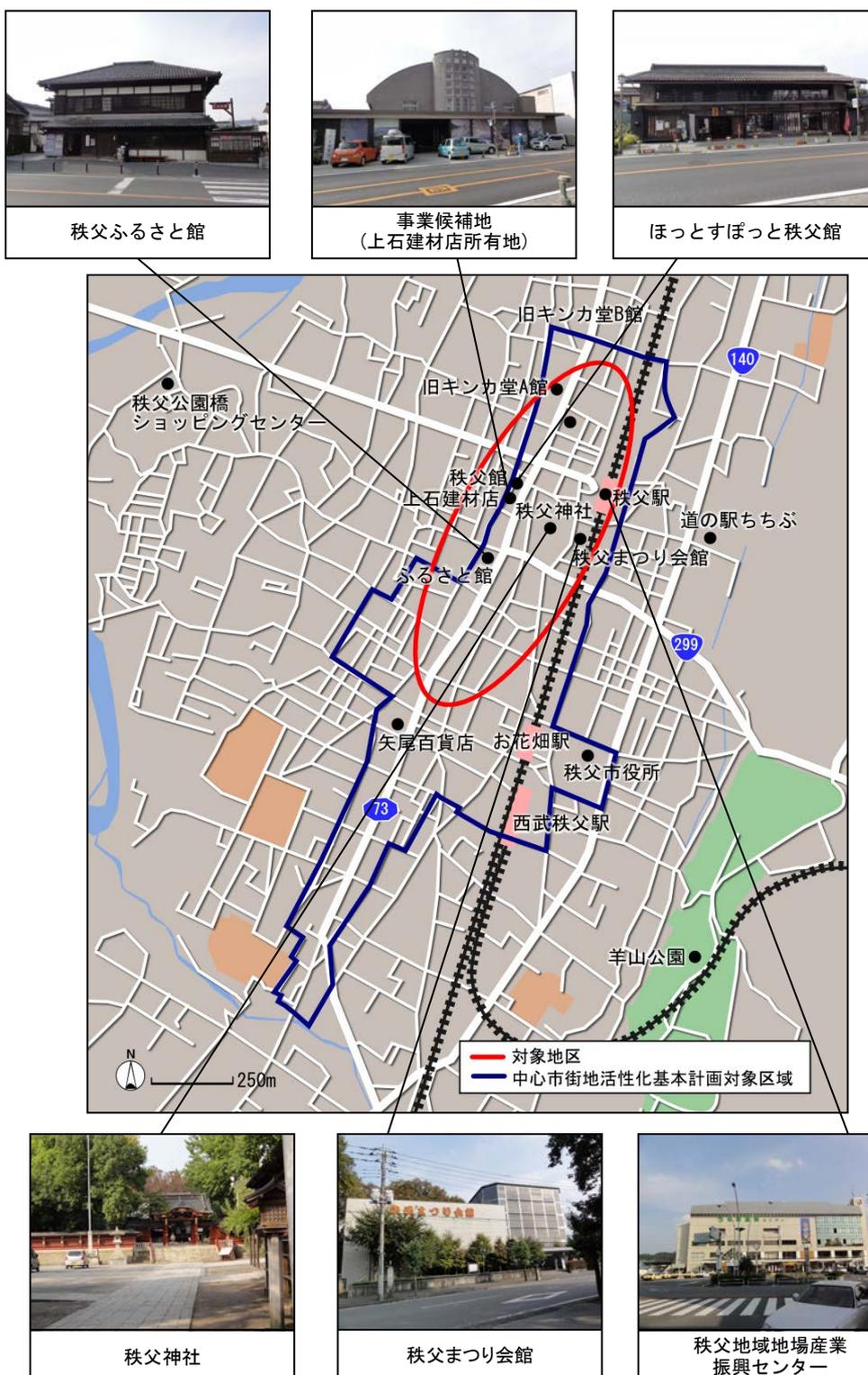
中心市街地においては、旧法の中心市街地活性化基本計画・TMO 認定計画において中心市街地における活性化方針・事業を策定し、これまでみやのかわ商店街を中心に事業実施を行ってきており、平成 21 年度には全国商店街支援センターの活性化モデル事業を実施してきた。近年では、その発展型として平成 22 年度は商店街活性化支援プログラム事業により、全体のデザインコード策定、秩父神社周辺商店街の活性化案を作成している。また平成 23 年度は、まちなか再生総合プロデュース事業において、調整・検討を行い組合の事業について定款変更を実施、活性化事業を実施する団体として確立した。

今後は、実施主体となる事業協同組合の支援を行うことで、にぎわいのあるまちを目指し活性化計画を推進することが求められる。

基礎データ

地区名	秩父神社周辺商店街
基礎データ	面積：約 60ha ， 人口：3,500 人 ， 人口密度：5,833 人/km ² 営業店舗数：約 200 店舗 ， 空き店舗数：約 - 店舗 交通：秩父鉄道秩父駅から徒歩約 1～15 分

対象地区概況図



(3) 事業内容

対象地区において、平成 23 年度「まちなか再生総合プロデュース事業」において商店街活性化事業計画を策定し、国の事業認可申請を行った。今年度は、作成した商店街活性化事業計画に基づき、民間活力によるまちづくりを推進していく。

特に、今年度予定されている商店街活性化事業計の実施主体となる事業協同組合の支援を行い、にぎわいのあるまちを目指し活性化計画を推進していくものである。

事業実施主体の秩父市商店連盟事業協同組合によるコミュニティレストランの設置や、誰でも気軽に利用できるまちなか駐車場システムの構築等、平成 24 年度に実施予定な具体的活性化事業の実施に際し事業運営支援や、地元の合意形成による活性化新規事業の企画・調査、国の支援制度の活用検討を行う。

具体的な事業項目は、下記のとおりである。

■商店街活性化事業計画の事業化

○商店街活性化事業計画の実施支援

- ・コミュニティレストラン施設の設置
- ・まちなか駐車場システムの構築
- ・農商連携による地場産品のブランディング

○事業の受け皿となる事業協同組合の事業運営支援

■支援制度に基づく活性化新規事業の企画とフォローアップ

- 追加事業等の企画と物件の現況調査・実測調査・事業計画の作成
- 地域商店街活性化法・中小商業活力向上事業
- その他支援制度活用検討
- 説明会の開催等

■上記業務を遂行するにあたり必要な業務

(4) 中間報告委員会

①スケジュール

■ 日時

平成 24 年 10 月 2 日 (火)

13 : 30 ~ 15 : 30 第 5 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. 秩父市挨拶
3. 平成 24 年度まちなか再生支援協力委員の紹介
4. 秩父市事業説明

①秩父市現況、事業概要説明

②プロデュース事業報告

株式会社まちづくりカンパニー・シープネットワーク

代表取締役 西郷 真理子 (プロデューサー)

プロジェクトマネージャー 杉山 久哉

5. 意見交換
6. 閉会

■ 出席委員

小林委員長、梶浦委員、辻田委員、服部委員、古川委員

■ 地元参加者

秩父市産業観光部商工課、秩父市商店連盟事業協同組合、秩父商工会議所

②委員会発言要旨

■商店街活性化事業計画の実施支援について

<コミュニティレストラン施設の設置>

- ・レストランの席数は一人の料理人でできる範囲がよい。生産者や加工品生産者とのレシピ開発も進めてほしい。やりたい人がいることが最も重要。
- ・やみくもに店舗を作ると過当競争が起こり、既存店がつぶれることに留意いただきたい。役所は調整できないため、地元で調整が必要になる。まさにエリアマネジメントである。
- ・レストランは地域の人と観光客の両方を狙うと難しいだろう。地域の人に使われているレストランに興味を持つ観光客に来てもらうということではよいのではないか。

<まちなか駐車場システムの構築>

- ・駐車場整備がダメージになって立ち上がれない商店街は多いので、慎重になったほうがよい。平面駐車場なので投資は行わないだろうが、検討が必要。収益とサービスのどちらを目的にするか、はき違えると痛い目にあう。
- ・駐車場料金が無料になれば、1,000円でも2,000円でも多めに買い物しようとする人が多くなるはずだ。

<農商連携による地場産品のブランディング>

- ・冬場の生鮮の品揃えは全国で大きな問題だが、房総半島との連携はできないか。また、スーパーマーケットが撤退した中で、お年寄りのニーズが高い惣菜をどう提供していくか。惣菜の売上は高い。朝市や農協では食品衛生上管理された場所を設けて、農家の方々に地元の食材を使ったおこわや煮物を持ってきてもらっているところもある。
- ・山奥になるほど保存食におもしろいものも多く、調理する仕組みも多様である。保存食の料理体験などできれば、観光客を呼び込むきっかけになるのではないか。
- ・売れ残りの野菜販売には注意を要する。売らなければ廃棄するものなのでコストはほとんどかからないが、それに客が集中して通常の野菜が売れにくくなったことがある。

■支援制度に基づく活性化新規事業の企画とフォローアップについて

- ・国の支援制度は、役割が複合化している。事業を展開する場合には、単に商業の議論だけではなく、商業と福祉、商業と健康などが一緒になっていることに留意すべき。国が用意している様々な制度を、市の側から活用することを考えていくべきではないか。
- ・支援制度は国から直接情報収集をして先を読んで取り組む必要がある。
- ・事業を単発で実施しても意味が無く、補助金を組み合わせながら毎年事業をし続けてほしい。経済産業省の戦略補助金はなくなったが、中小企業庁の地域商業再生事業補助金を使えないか。同補助金は平成25年度概算要求で41.9億円を要求しており、「地域住民のニーズを踏まえた子育て支援施設や高齢者交流施設の整備、外部環境の変化に適合した形での店舗の集約化など」を支援するとされている。これらとの関連性をうまく表現して申請をしてはどうか。但し、同補助金ではコミュニティ機能に注目しているが、コミュニティ機能だけでは商店街運営ができず、稼ぐ分野が必要。テナントミックスによりコミュニティ施設の受益者負担で賄えない分をカバーする自立した事業を行うようにしてほしい。

■観光集客・情報発信

- ・秩父には、豊富な資源があり、最近では「鉄コン!」「あの花」など人が集まる機会も多い。一方、参加者の情報を集めたり、情報発信をうまくしたりできているとはいえ、機会を逸している。積極的に市と一緒に立ち回ったほうがよいのではないか。
- ・アニメ「あの花」は下火になるかと思っただが映画化の話も出ており、これを利用して若者向けの集客を意識し、若い人向けの情報発信、SNS を使ってもよいのではないか。映画化が来年であれば時間はあまりない。
- ・秩父祭笠鉦特別曳行のチラシでは 60 年間で初の試みであることが伝わらず、もったいない。例えば、鉦を立ち上げている映像を YouTube 等で提供してもいいのではないか。部局ごとに情報発信しているのだろうが、お客様が求める情報をトータルに発信していくべき。
- ・首都圏の歴史文化都市としては青梅、鎌倉、川越がある。首都圏のうち秩父に来る可能性があるのは、特に西武池袋線沿線、新宿線沿線、埼玉県の人たちではないか。彼らへの情報発信が足りない。市役所で文化資源担当は教育委員会であるが、資源は守っているだけでは何とかなるものではなく、観光要素を入れざるを得ない。チラシも教育委員会ではないところが担当すべきであり、変えていくきっかけを住民から作りだしていく必要がある。観光客をどのように集めて経済活性化につなげていくのか考えてほしい。笠鉦特別曳行は、西武鉄道も稼ぎ時になる。西武鉄道の中吊りで PR してもよかったのではないか。
- ・「鉄コン!」では帰りの電車で記念品を渡すのと同時にアンケートをして参加者データを取り、秩父のファン作りを行っていくべき。1 車両を専有していたのなら、観光協会、商工会含めて色々な PR ができたはず。
- ・秩父は車で行くと遠いが、列車に乗ると近い。駐車場が足りなくても、電車で来れば問題ない。

■その他

- ・みやのかわ商店街では振興組合と自治会が一体となっているが、新しい仕組みを作ろうとすると抵抗勢力は存在する。振興組合と自治会が一体となっていることをうまく活用しながら乗り切っていくことが必要である。地域のコミュニティが残っているということは大きい効果をもたらさるだろう。
- ・「みやのかわ丸ごと外食作戦」について具体的なテーマを決めて展開してもよいのではないか。

(5) 事業成果

目標に対して、以下のような計画策定、検討作業を行った。

1. 商店街活性化事業計画の事業化

事業計画内の個別事業の実施支援

コミュニティレストラン施設の設置

- ・設計事務所導入の段取り
- ・施工会社選定手続きに関する支援
- ・施工契約公示を経て入札、内容調整、着工、建設中
- ・活力向上補助金交付手続き支援

まちなか駐車場システムの構築

- ・コインパーキングの基本的な値段、必要な工程等の洗い出し
- ・駐車場関連設備のデザインの前例調査

農商連携による地場産品で安心食材とブランディング

- ・事業の組み立てと資金計画について組合に対する支援
- ・事業の段取りについて提案
- ・秩父名産品の調査
- ・ワークショップ開催による商品・メニュー開発
- ・生鮮マーケット開催準備としてのデザイン要素の洗い出し

事業協同組合の事業運営支援

- ・上記各事業に関して、組合に対する助言、準備作業、関係者間の調整業務などを支援している

2. 支援制度に基づく活性化新規事業の企画とフォローアップ

活性化認定事業への追加の可能性

- ・番場町の駐車場計画の検討

秩父病院跡地利用の支援制度活用検討

- ・高齢者・障がい者によるコミュニティレストラン
- ・福祉関連事業としての支援活用の検討

支援制度活用検討

- ・活力向上事業
- ・地域商業再生事業
- ・平成 25 年度の新しい制度（検討作業進行中）

(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. 商店街活性化事業計画の事業化	■事業計画内個別事業の実施支援	コミュニティレストラン施設の設置			●		
		まちなか駐車場システムの構築		●			
		農商連携による地場産品のブランディング			●		
		■事業協同組合の事業運営支援			●		
2. 支援制度に基づく活性化新規事業の企画とフォローアップ	■活性化事業の企画と物件の現況・実測調査・事業計画			●			
	■地域商店街活性化法中小商業活力向上事業のフォローアップ			●			
	■支援制度活用の検討、申請書作成など			●			

(6) 来年度以降の取り組み

■対象事業の今後の展開

1. 商店街活性化事業計画の事業化

事業計画内の個別事業の実施支援

活力向上補助金請求と精算事務手続き

- ・事業主体である秩父市商店連盟事業協同組合を支援
- ・書類の整備、実績報告書、精算払請求書の準備など

コミュニティレストラン施設の設置

- ・平成 25 年 3 月末竣工、駐車場整備を経て 5 月末オープン予定
- ・オープニングイベント・プロモーション活動
- ・各種イベントでの積極的な活用を図る

まちなか駐車場システムの構築

- ・無料駐車が一般的な秩父での採算性の検証
- ・地主・権利者との調整
- ・システムの購入と設置・運用開始

農商連携による地場産品で安心食材とブランディング

- ・ワークショップ成果品の商業化
- ・広報の企画・プロモーション

事業協同組合の事業運営支援

- ・上記各事業に関して、組合に対する助言、準備作業、関係者間の調整業務などを支援

2. 支援制度に基づく活性化新規事業の企画とフォローアップ

店舗新築および改装事業候補物件

- ・新規支援制度に合致するものの洗い出し
- ・所有者の意向確認
- ・事業計画の見直し

活性化認定事業への追加の可能性

- ・番場町の駐車場計画の検討

秩父病院跡地利用の支援制度活用検討

- ・高齢者・障がい者によるコミュニティレストラン
- ・福祉関連事業としての支援活用の検討

支援制度活用検討

- ・活力向上事業・地域商業再生事業・平成 25 年度の新しい制度

■その他関連事業の実施予定等

- ・中央通り線 本町・中町通り街路整備事業（拡幅事業）
- ・アニメ「あの花」の映画化に伴う聖地巡礼イベント
- ・商店街街路灯の LED 化（地域商業再生事業 3 次募集）
- ・まちなかキャンドルナイトイベント
- ・鉄コン、街コン

(7) 委員会レビュー

■情報発信の改善

- ・秩父には夜祭はじめ、素晴らしいものがたくさんある。また、今回の事業でコミュニティが活性化し、楽しそうで嬉しそうなまちになることで、観光客にも居心地良くなると思う。一方で現地委員会での議論のとおり、秩父の情報発信はあまり上手くない。今後の工夫が求められる。

■秩父駅との回遊性強化

- ・西武秩父駅から秩父神社の方までは観光客が歩いていく道がなく、サインもない。西武鉄道が乗客を運んできたとしても、この点はハード整備をしなければ、街がつながってこないのではないか。

■広域観光の検討

- ・西武鉄道が広域観光で力を入れたときに、アクセス、観光スポットの連携において秩父は一つのコアとなる。交通アクセスが良くなると日帰り型になるが、周辺の町も含めて PR していくと、滞在型になっていくのではないか。
- ・秩父は首都圏という大市場を商圈に抱え、更に横浜元町まで鉄道がつながると結び付きが一層強まる。その際、秩父のまちとしてのターゲットをどう考えるのか。まちの人にとって良いレストランが外から来る人にとっても魅力的であるという点について検討が必要。

1-3 青梅市

(1) 市の概況

青梅市は、東京都の多摩地域西部、都心部から約 50km 北西に位置し、総面積は 103.26 km²で、東京都 2 市 3 町・埼玉県 2 市の 7 市町に隣接している。市域は、古くから近隣地域の交易、文化の中心として栄え、昭和 26 年に 3 町村合併で市制施行し、昭和 30 年に 4 か村を加えて現在の青梅市となった。関東山地が平野部と接し、東側に向けて扇状の武蔵野台地を形成するその扇の要に当たり、市域のほぼ中央を、多摩川が北西から南東へ貫流し、北部には入間川の支流である霞川と成木川が流れ、東部の平地から上流にかけて丘陵地・山地と変化している。

秩父多摩甲斐国立公園の玄関口として、豊かな自然環境に恵まれた都市であり、首都圏における観光・レクリエーションの場として賑わうとともに、東部の台地部は、埼玉県南西部から多摩地域、神奈川県県央部にかけての圏央道と国道 16 号線に沿った日本最大規模のハイテク産業集積の一翼を担うなど、業務・商業・生活・文化・医療などの分野で多摩西部地域の拠点となっている。

(2) 対象地区の概況

対象地区は、JR 青梅駅周辺・東青梅駅周辺の一部、約 90ha のエリアである。かつて青梅宿を中心に商業地として栄えたこの地区は、明治から昭和にかけては官公庁、公共施設の立地や商店街のにぎわいなど青梅駅周辺が市の中心地となってきた。その後の人口増加、市街地拡大も受けて、現在は、東青梅駅周辺に国・都の機関、市役所、健康センターなど官公庁施設が数多く立地し、また、東隣の河辺駅周辺には大規模商業施設や公共施設が整備され、これら青梅・東青梅・河辺駅の周辺地区が、総合長期計画や都市計画マスタープランにおいて中心市街地として位置づけられており、また、青梅業務核都市基本構想においても業務施設集積地区としての青梅中心市街地地区に設定されている。

一方で、青梅駅前地区は、居住人口の減少と商業機能の衰退による活力の低下、地域資源を効果的に活用できていない現状がある。このため、青梅の持つ特性と魅力として、誰もが暮らしやすい環境を整備するなどの街なか居住の促進が求められている。「青梅駅前の再開発について考える会」が昭和 51 年完成の共同ビルの老朽化による建替えや、誰もが住みやすく、喜んでもらえる青梅駅前空間を形成するための勉強会などを行っている。

こうした動きも踏まえ、青梅市では平成 24 年 3 月には今回の対象地区を中心市街地として、「粋活タウン 青梅宿～絆と歴史や自然を活かした 住みやすく、訪れたくなるまち～」を基本理念とする青梅市中心市街地活性化基本計画(原案)を策定した。

この基本計画(原案)の事業計画について、区域の課題であり、目標である街なか居住の促進を図るため、都心近郊に住んでいる方たちが住んでみたいと思わせるような、豊かな自然に親しみながら都市的な生活を享受できる特性を最大限に活かした特色あるものとして具体的かつ実効性のある内容にする必要がある。

基礎データ

地区名	青梅駅周辺中心市街地
基礎データ	面積：約 90ha ， 人口：7,708 人 ， 人口密度：8,564 人／km ² 営業店舗数：約 172 店舗 ， 空き店舗数：約 77 店舗 交通：JR 青梅線青梅駅から徒歩 0 分

対象地区概況図



(3) 事業内容

中心市街地活性化基本計画（原案）について、特に下記2点に係る事業計画の具体化を行う。

- ①街なか居住の促進を図るため、都心近郊に住んでいる方たちが住んでみたいと思わせるような、豊かな自然に親しみながら都市的な生活を享受できる青梅の特性を最大限に活かした、特色のある事業計画
- ②交流人口の増加や商店街の活力向上につながる特色のある事業計画

そのため、以下を実施する。

■中心市街地の現状把握と動向分析

- ・中心市街地の商業環境、居住動向、地域資源の現状把握と、今後の動向を分析する。

■まちづくり会社の設立に関する支援

- ・地元のまちづくり検討組織への助言と調整を行う。
- ・まちづくり会社の設立に関する支援を行う。

■まちづくりの基本方針の作成

- ・まちなか再生の戦略と方針、ゾーンの設定とゾーン別まちなか再生の方針、重点事業等の設定を行う。

■再開発モデルケースの検討

- ・青梅駅前地区において、まちなか居住を推進する再開発モデルケースを検討し、コンセプト立案、建築基本構想作成、事業スキームの構築を行う。

■事業化に向けた推進プログラムの作成

- ・基本方針にもとづき、国等の支援策の活用、事業の資金計画案および具体的な事業スケジュールの検討、事業推進組織の事業内容の整理と組織、事業のマネジメント管理方策の検討を行う。

■事業スケジュールの作成

- ・事業化に向けた具体的な事業スケジュールを作成する。

(4) 現地委員会

①スケジュール

■ 日時

平成 24 年 8 月 8 日 (水)

13 : 00～14 : 20 現地視察

住江町有料駐車場～東青梅駅前～河辺駅北口～ケミコン跡地～青梅織物工業協同組合～青梅市立美術館～多摩川・釜の淵公園～青梅駅前～昭和レトロ商品博物館～赤塚不二夫会館～住江町有料駐車場～青梅市役所

14 : 30～16 : 55 第 4 回まちなか再生支援協力委員会

場所：青梅市役所 201～203 会議室

1. 開会挨拶
2. 青梅市挨拶
3. 平成 24 年度まちなか再生支援協力委員の紹介
4. 青梅市事業説明

①青梅市現況、事業概要説明

②プロデュース事業報告

一般社団法人 チームまちづくり

プロジェクトマネージャー 松本 昭 (プロデューサー)

専務理事 西郷真理子

5. 意見交換
6. 閉会

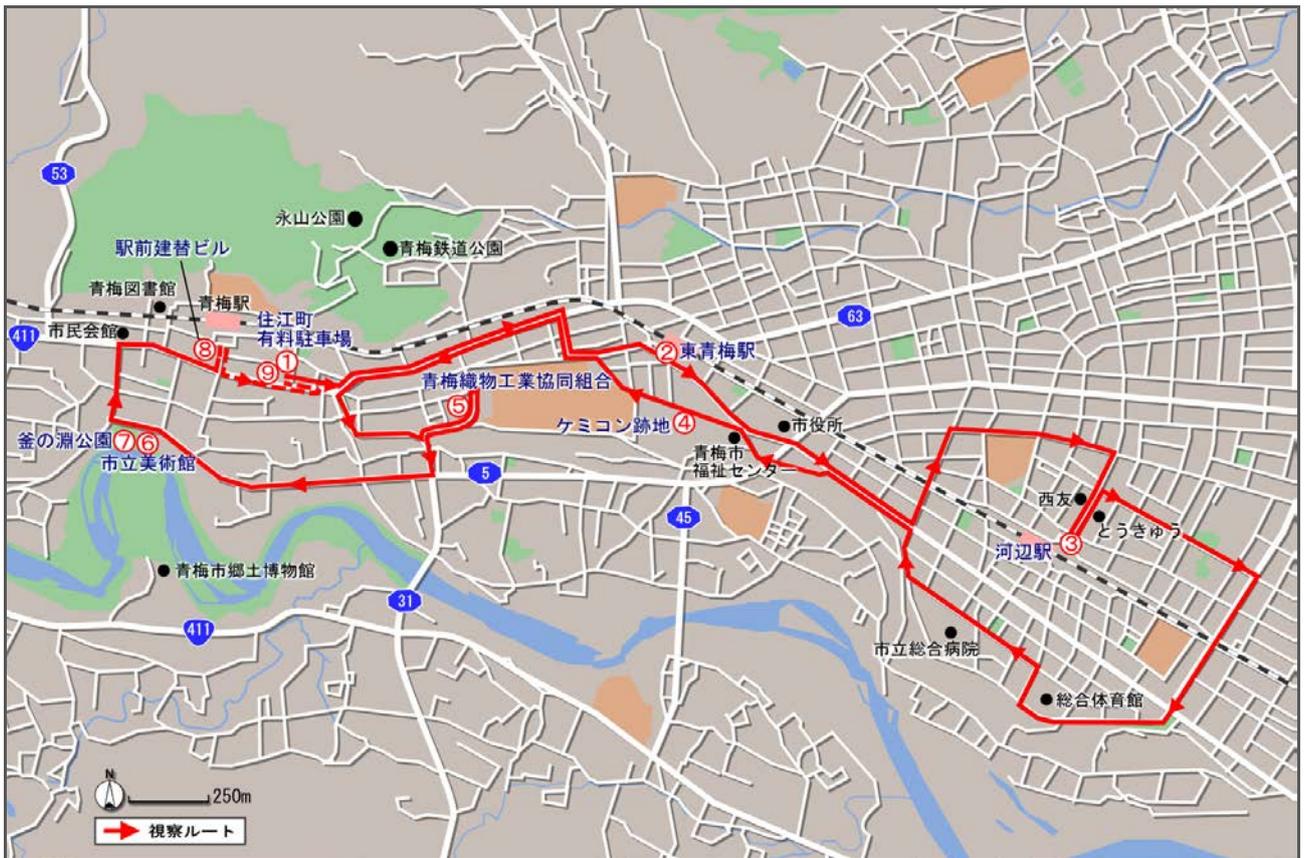
■ 出席委員

小林委員長、梶浦委員、齋藤委員、福川委員、古川委員、松島委員、吉永委員

■ 地元参加者

市長、副市長、青梅市企画部、青梅市環境経済部、青梅市都市整備部、青梅商工会議所、NPO 法人ぶらり青梅宿、青梅宿の景観を育む会、青梅市商店会連合会、住江町商店街振興組合、協同組合東栄会、青梅駅前の再開発を考える会

②現地視察



③委員会発言要旨

■青梅市中心市街地におけるエリア再生の基本方針について

＜中心市街地全体、青梅・東青梅・河辺の役割分担＞

- ・青梅、東青梅、河辺のそれぞれが拠点として役割がある。河辺は住宅と新しく住む人のための商業拠点、東青梅はまちなかの公共的施設が集約されており、青梅駅は観光の入口であると同時に旧来の歴史・伝統ベースとしたまちなかと各拠点の役割分担を考えていく。
- ・人口減少が急速に進む中で、市全体の長期展望を持つことが重要な前提となる。青梅駅前には御岳に広がる国立公園の入口で観光の拠点、河辺駅周辺は現代的な産業が立地して産業都市としての一面も持つ。複層的に3拠点を含む中心市街地を考えるべき。

＜青梅駅周辺地区＞

- ・青梅駅周辺の歴史的街並みを含む地区が青梅市の目玉であり、市としてここに注力すべき。特色ある日本の集落で、昭和レトロを超えて骨太に歴史を訴えていければよい。例えば、隠れてしまっている河岸段丘を活かすなど色々な可能性がある。
- ・伝建地区等の選定に重要な町割が残っており、今後の条件変更次第で可能性はある。しかし、青梅駅周辺のマンションは商業地の容積率500%を適用して建てており、本来の街並みを壊している。地権者がマンションのような価格で土地が売れると思っている状況で、街並みを維持していくことは非常に難しい。

＜観光＞

- ・青梅には素晴らしい観光資源、癒される魅力ある場所が多い。東京という日本最大のマーケットに近いが「玄関口」というだけでは素通りの場所になってしまう。どうやって人に来てもらうか考える必要がある。十分に知られていないのではないか。
- ・青梅市が持っている歴史性をストーリーに組み立てて観光資源として磨き上げることが必要。昭和レトロという概念ではまとめきれない。織物工業協同組合の繭蔵は絹織物工業の名残であり、青梅から東青梅にかけてかつての工場群が浮かび上がれば観光につながる。

＜物販等、地元向けサービス＞

- ・商品知識を持った店員が量販店より高い商品を販売するというように、旧来からある商店街をどう育て上げるかが課題。その一端を駅前が担うことも十分に考えられる。
- ・飲食をうまく使うとよい。一般の人が少し行きたくなる店ができるとうよい。
- ・青梅は青梅マラソンで知られるが、西多摩中心に大きな病院があり、様々な健康・保健に関する中心的エリアがある。福祉を超えて、老人が健康に暮らせるまち、子供を健やかに育てられるまちとして、「健康」を1つのまちづくりのテーマとして検討してほしい。

■青梅駅前地区で、地元まちづくり組織が進める再開発事業について

＜再開発の導入機能など＞

- ・駅前には都市計画がきっちり行われているものの、建物がくたびれていることが大きな問題。広場や20数mの道路をどう活かすか。再開発では本当にいい青梅の景観にするよう考えてほしい。公共施設をどこまで駅前に導入できるかは重要であるし、ドミノマンションではない自然風土にあった住宅も必要だ。
- ・青梅の魅力を活かすには、「自然」とそれを大事に活用した「施設」、「江戸の街並み」など、都会の人が癒されるものを作ることがポイント。それを上手に感じさせるソフト・ハードが充実す

れば、価値の高い再開発になる。そこに住まう人たち、周辺に住まう人たち、河辺に通勤している人たちにとっての重要な場づくり、仕掛け方、見せ方、ソフトが重要になる。資源・資産に加え、歴史、コミュニティがあるので成功の可能性は十分にある。ハード先行ではなく、ソフトの面から考えたハードづくりを進めてほしい。

- ・青梅駅周辺は、新青梅街道で河辺方面に行きやすくなったため、マーケットが小さくなって商業施設の存続が難しくなりつつある。そんな中での駅前の再開発は、一般的に考えられる商業集積では長続きしない。観光や非日常的な機能を持たなければ難しい。
- ・商店街は単に物を売ったり買ったりする場所としては市民権を失いつつある。消費者は圧倒的に郊外の大型店を支持しており、商店街が生き延びるためには、公共性に目覚め、自分たちの持っている土地を一種の公共施設として市民の皆さんに活用していただくという発想の転換が必要。単に商業だけで稼ぐという観点では難しい時代になってきている。
- ・人口減少社会を迎え、東京でも都心回帰が進んでいる中、マンションを作り定住人口を増やすのは難しい気がする。青梅・東青梅・河辺の乗降客数は1:1:2の割合であり、青梅で大きな開発をするのは慎重に考えたほうがいいのか。

<再開発事業の進め方>

- ・再開発の実現に向けて土地問題を解決するにはコミュニティが不可欠。青梅市の地権者のみなさんのような覚悟のあるコミュニティは大切にすべきで、役所はしっかり支援してまちづくりを行ってほしい。再開発は箱モノ整備のイメージが強く市民受けしないが、ソフトだけでは活性化は難しい。ハード、ソフトの両方揃ってやっていく必要がある。
- ・駅前の全体の方針やデザインコードに合意した上で、できるところから進めて、公共事業を進めていくということだけでなく、「青梅駅前の再開発を考える会」の事業のデザインがどこまでできるかを考える必要がある。
- ・新しい再開発の仕組みが必要な時期にきている。旧来型の再開発事業では行政も付き合いきれないが、新しいコンセプトの再開発の仕組みに行政が関わっていくことができればよい。

■その他

- ・市美術館の駐車場の片隅に、京都の貴船の河床を思わせる素晴らしい天然のクーラーがあった。河岸段丘に囲まれた多摩川の地で街区整備の際などにもっと生かせるのではないかな。

(5) 事業成果

中心市街地の現状把握と動向分析、地元の検討組織への助言等のまちづくり会社設立支援を通じて具体的な事業計画を策定するため、まちづくり団体ヒアリング(8団体)、来街者アンケート(270人)の調査のほか、まちなか再生検討委員会(3回)、再開発ワークショップ(5回)、青梅街道ワークショップ(3回)を開催して検討を行い、以下の成果を得た。

■まちづくりの基本方針の作成

- ・調査分析により得られた、青梅の心地よさ、奥多摩の玄関口、まちなかりゾートなどのキーワード等も踏まえ、「暮らし」×「なりわい」の融合による青梅スタイル、街並みと伝統を大切に身丈のまちなか再生、所有と利用の分離によるまちなか再生の事業化の3つを掲げて、エリアマネジメントによるまちなか再生事業を実施することとした。
- ・再開発事業を行う青梅駅前を「拠点施設ゾーン」、津雲邸、赤塚不二夫会館など質の高い町家を保存・活用するまちなみ保存を行う青梅街道沿いを「青梅街道ゾーン」とし、青梅中心市街地活性化の重点事業を、青梅駅前再生事業(身丈再開発事業、駅前広場再整備事業)、旧青梅街道沿道地区再生事業(エリアマネ型空家再生事業、津雲邸保存再生事業、町家・街並み再生事業、青梅スタイル住宅事業)とした。

■再開発モデルケースの検討

- ・青梅駅前西地区の建築防災街区整備事業第2街区(中央ビル、共同ビル、岩波ビル)を核とする約0.5haにおける市街地再開発事業の実施について、商業、住宅、公共公益施設等の入居する中層建築物として、青梅の地形、特性を生かした建築計画、空間計画と、定期借地権を設定し、地価の顕在化を抑制する事業スキーム等の検討を行った。

■事業化に向けた推進プログラムの作成

- ・青梅街道沿道について、まちづくり会社によるエリアマネ型空家活用事業、歴史的建造物の活用や、街並み環境整備事業活用及びデザインコード付き地区計画での街並み再生の検討、また、青梅駅前広場再整備事業についても民間管理のスキーム等を検討した。

■事業スケジュールの作成

- ・2013年度の中心市街地活性化基本計画の認定取得を想定し、2016年度にかけて市街地総合再生計画、地区計画、再開発事業、街並み整備について、エリアマネジメントまちづくり会社、町家再生のまちづくり会社、再開発準備組合・再開発まちづくり会社・再開発組合の設立、デザインコード策定等のスケジュールを作成した。

(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
中心市街地の現状把握と動向分析			●		
まちづくり会社の設立に関する支援		●			
まちづくりの基本方針の作成			●		
再開発モデルケースの検討			●		
事業化に向けた推進プログラムの作成			●		
事業スケジュールの作成			●		

(6) 来年度以降の取り組み

■対象事業の今後の展開

(展望)

青梅駅前の老朽化した共同ビルの更新などの青梅駅前地区市街地再開発事業と、歴史的資源、空き店舗などを活用した旧青梅街道沿道のまちなか再生事業を具体化し、誰もが暮らしやすい魅力ある環境を整備するとともに、都心近郊から人を呼び込める青梅らしい駅前空間の再生を図っていく。

(課題)

1. 青梅駅前地区市街地再開発事業

市街地再開発事業に取り組むに当たり、都市再開発法などの要件や国庫補助金採択基準の緩和などを整理する必要がある。

2. 旧青梅街道沿道のまちなか再生事業

空き店舗などをマネジメントしていくまちづくり会社の設立・運営と、官民が連携した事業手法などの検討が必要である。

■その他関連事業の実施予定

- ・青梅市中心市街地活性化基本計画策定（平成 25 年度認定申請予定）
- ・青梅駅周辺地区市街地総合再生計画策定（平成 25 年度）

(7) 委員会レビュー

■地域住民自身による将来像検討の必要性和コミュニティの維持・形成方策

- ・地域の人たちが自分たちのまちを将来どうしたいのか、誰を対象にまちづくりをするのかが重要。観光地を作るのか、快適な居住地を作るのかによって計画は変わる。商店街振興組合は商業者の組織、自治会は居住者の組織であるが、集客については両者の利害が相反する。この関係をしっかり構築する必要がある。また、旧住民と新住民の問題も各地の中心市街地で大きくなるはず。高松丸亀町ではマンションは完売が続き、居住者は増加したが、新しいマンションに民生委員も警察も個人情報保護のために立ち入れない状況であり、コミュニティ形成の障害になっている。将来、こうした商業者と住民の間の問題、新住民と旧住民の間の問題に早く手を打つ必要がある。具体的には、共通課題である「安全・安心」をテーマに、病院を核にしたまちづくりとか自警団設置など新しい仕掛けをつくることが考えられる。

■御岳山等への観光客、青梅大祭来訪者のニーズ分析

- ・現在の青梅駅周辺にはおいしいレストランなども少なく御岳山や奥多摩を訪ねる観光者が通過してしまっており、実態をもう少し見た方がよい。また、14万人にも及ぶ青梅大祭への来街者について分析してほしい。ここに新しい店舗をどうつくればいいのか、再生のヒントがあるはずだ。

■青梅中心市街地の立地、地形等への対応の必要性

- ・青梅は横に広く長い都市であり、また、地形的に駅から大きく下っており 200m くらいでまちが集約している。地形も研究しないと、まちがうまく作動しないかもしれない。
- ・今回の事業は、東西に広く展開しているが、総花で具現化できない計画にするのではなく、小さなものでも成功例を作り、それが連鎖していくようになればよい。

■街並み整備、歴史的建築物の活用等について

- ・映画看板は形状や掲出場所に問題もあり整理が必要。そうでなければ街並みをがんばっても効果が出ない。例えば、看板を表通りだけではなく、路地にジャンル別にまとめたり、形を統一したりしてはどうか。優れた看板建築の上に映画看板を貼っていてもったいないケースもある。
- ・文化財は津雲邸だけではなく、旧稲葉邸や哲学発祥の地もある。旧稲葉邸は管理だけの状況であり、それらを取り込み観光資源にしていくことを検討してはどうか。
- ・デザインコードは既にマンションが立ち並ぶ中でどれだけ効力を持つか、かなり大きな問題。運用についての戦略が必要になるだろう。

1-4 飯田市

(1) 市の概況

飯田市は、長野県の最南端、伊那谷における中心都市であり、面積は約 659 km²である。東に南アルプス、西に中央アルプスがそびえ、中央を天竜川が南流し、山すそは扇状地と段丘が広がり、標高差 2,700m を超える我が国最大級の谷地形の中にある。古くから三河と信州とを結ぶ三州街道の宿場町として栄え、江戸時代に城下町として整備された中心市街地は飯田・下伊那の経済・文化の中心、繁華街として栄えた。1947 年の大火で市街地の 3 分の 2 を焼失、「信州の小京都」とも称された美しい街並みも失われたが、復興にあたって防災街区が整備された。

気候は、四季の変化に富んでおり、一日の気温較差が大きく、雨量は、梅雨と秋に多く冬は少ない。

地場産業として、養蚕や水引などの伝統産業があるが、現在では先端技術を導入した精密機械、電子、光学のハイテク産業をはじめ、半生菓子、漬け物、味噌、酒などの食品産業、市田柿、りんご、なしなどの果物を中心とする農業などが盛んに行われている。

(2) 対象地区の概況

対象地区は、旧街道でもあった国道 153 号線や国道 151 号線が結節し、JR 飯田線が大きく迂回する形でまちに結節し、商業、業務施設や官公庁施設などが集積し、病院や小中学校が立地しており、飯田市中心市街地活性化基本計画で位置づけられている中心市街地である。

昭和 22 年の大火によって街並の 7 割が焼失したが、武家屋敷などの伝統的なまちなみや寺町も現存しており、城跡には飯田市美術博物館、飯田市立中央図書館、柳田國男館、日夏耿之介記念館、追手町小学校、長野県飯田合同庁舎が立地し、文教地区を形成している。

地場産業としては、城下町の歴史と文化に培われてきた酒、味噌、水引、半生菓子などがある。また区域内にはりんご並木がまちなかの中心を通る緑のネットワークを形成し、都市の景観に潤いを与えている。近年取組まれてきた市街地再開発事業によって、エリアの景観が一新され、まちなかを象徴する景観となっている。

これまで、市街地再開発事業など市民の主体的な参画を基盤として事業実施して、市民や民間事業者が蓄積された「知恵」「経営力」「資金力」を集約・集中化し、持続的に発展していくまちづくりの展開が望まれる。また、人口減少・高齢化が進み、多様な都市サービスへのニーズが高まっている中で、多様な社会ニーズに対応したまちを形成するため、戦略的な複合化事業の組立ても行う必要がある。さらに、飯田らしい個性と魅力あふれる都市形成のため、歴史・気候・風土・環境に配慮したまちづくりを推進し、地域固有の潜在的価値を掘り起こし、内外へ発信することが課題となっている。

昨今、JR など公共交通の利用が減少し、マイカーによる来街者は増加し続けている一方で、いわゆる買物困難者の増加が当地域においても社会問題となっており、公共交通を軸とする交通基盤の強化が必要となっている。暮らしの視点から機能再編を推進し、健康で安全安心に暮らせる仕組みを市民・行政が協働して築くことが課題である。

基礎データ

地区名	飯田市中心市街地
基礎データ	面積：約 151ha ， 人口：9,541 人 ， 人口密度：6,318 人／km ² 営業店舗数：約 272 店舗 ， 空き店舗数：－店舗 交通：JR 飯田線飯田駅から徒歩 0～15 分

対象地区概況図



(3) 事業内容

現行の中心市街地活性化基本計画を総括し、成果と残された課題を検証し、市民の合意形成のもと次期計画に向けてビジョンづくりを行う。特に①飯田市基本構想基本計画に基づく「活気ある街づくりの推進」②環境文化都市宣言に基づく「低炭素型社会の構築」③リニア将来ビジョンに基づく「多機能高付加価値都市圏・飯田の豊かさを享受できる学術研究都市の創造」④地域健康ケア計画に基づく「生涯現役の実現」を重点方針に据える。

対象地区の再生の方向は、市民の力の集約集中化により、多様な主体による持続可能なまちづくりを展開すること、複合的視点での事業実施により、社会ニーズに対応したまちを形成すること、地域固有の価値の創造により、品格のあるまちづくりを推進すること、アクセスしやすく環境に配慮した都市交通基盤整備により、訪れやすく低炭素なまちづくりを実現すること、人の暮らしにあった効率のよい機能再編により、安心して安全なまちを創造することが挙げられる。

具体的な事業として、下記の5事業を実施する。

- ①重点方針・重点事業のコンセプトづくりを行い、具体的事業の具現化に向けた、重点事業への助言、事業のブラッシュアップを行っていく。
- ②基礎調査や上位・関連計画の把握に基づいて、現行の「飯田市中心市街地活性化基本計画」を総括し、成果と残された課題の検証を行う。
- ③市民意識調査を実施し、市民意識やニーズを把握する。
- ④①～③の結果等をもとに、中心市街地活性化ビジョンの構築を行う。
- ⑤市民会議、分科会の開催を経て、今後の中心市街地活性化の方向性について、市民合意形成を行っていく。

(4) 現地委員会

①スケジュール

■ 日時

平成 24 年 11 月 27 日 (火)

13:00～15:30 現地視察

シルクホテル～ラウンドアバウト予定地～現状ラウンドアバウト～JR 元善光寺駅～元善光寺～アップルロード (ロードサイド) ～JR 飯田駅前～橋北～旧測候所～美術博物館～銀座堀瑞ビル～トップヒルズ第 2～裏界線～MACHIKAN2002～知久町～飯田動物園～りんご並木のエコハウス～三連蔵～りんご並木横丁～トップヒルズ本町 (りんご庁舎)

15:50～18:20 第 6 回まちなか再生支援協力委員会

場所：飯田市市民活動交流センター (りんご庁舎) 会議室

1. 開会挨拶
2. 飯田市挨拶
3. 平成 24 年度まちなか再生支援協力委員の紹介
4. 飯田市事業説明

①飯田市現況、事業概要説明

②プロデュース事業説明

株式会社コム計画研究所

代表取締役 高田 昇 (プロデューサー)

5. 意見交換
6. 閉会

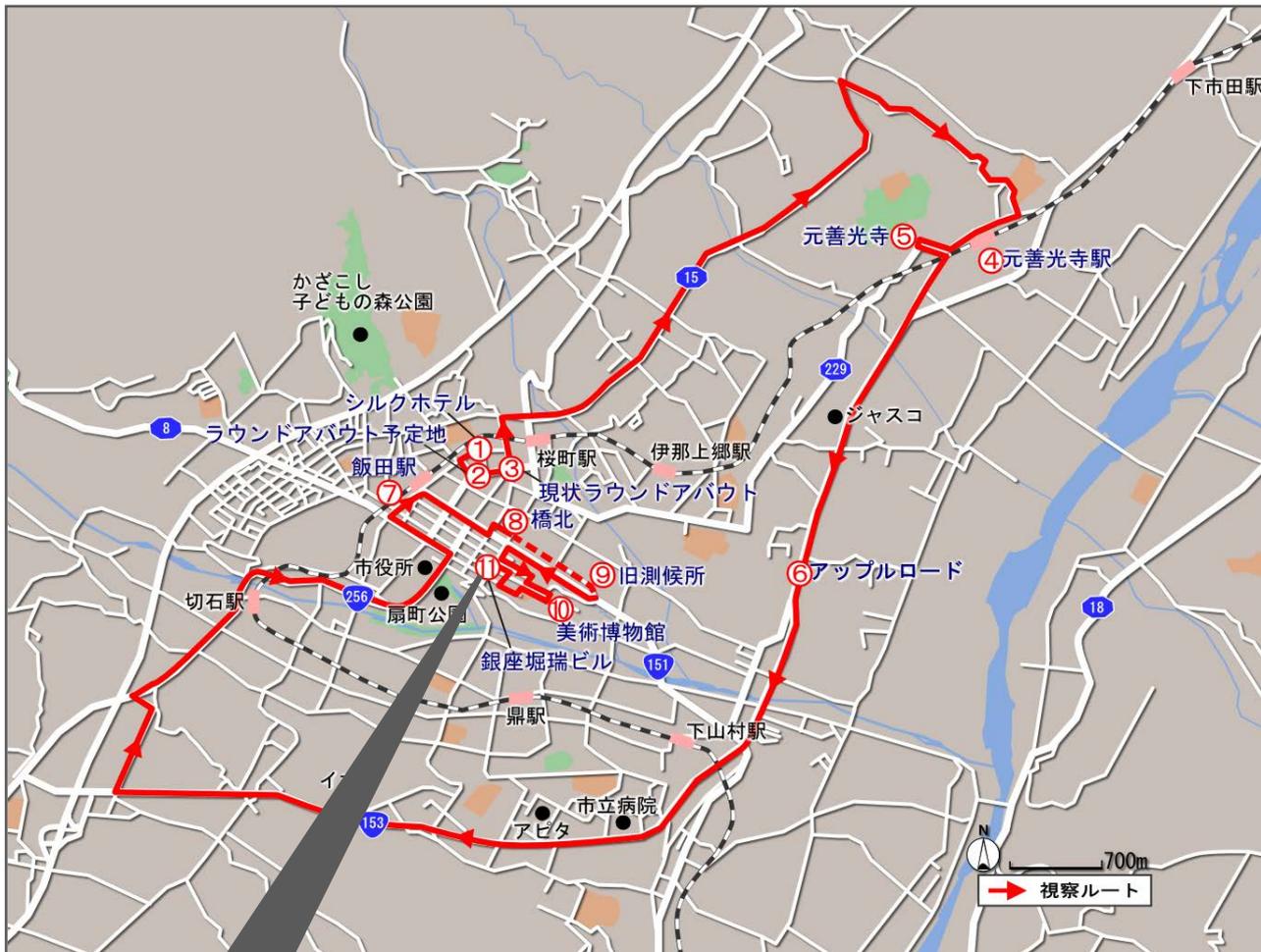
■ 出席委員

秋山委員長代理、大西委員、西郷委員、齋藤委員、福川委員、松島委員、吉永委員

■ 地元参加者

市長、飯田市産業経済部、飯田市産業経済部商業・市街地活性課、株式会社飯田まちづくりカンパニー、橋南まちづくり委員会、NPO いいだ応援ネットイデア

②現地視察



③委員会発言要旨

■飯田市における中心市街地の位置づけ、機能

- ・歴史的資産が多く保存への努力もされてきており、再開発地域にも様々な取組みがあることを理解した。しかし今後、どこに重点を置いていくのか見えていないのではないか。
- ・商都として三遠南信の商業・物流の結節点であった当時の飯田のまちの中心の持つ意味と、現在の飯田市の中心市街地の持つ意味は変わってきている。飯田市における中心市街地がどういう機能を持つゾーンかを見直す重要な時期に来ている。この施設の脇の蔵が若いお母さんが集まる場所になっていたが、これは商都ではありえないのではないか。彼女たちはこの周辺に住んでいるのだろうし、まちなかに居住をする中心市街地になっている。居住者が増えれば、従来の飯田の中心市街地とは異なる中心市街地になる。飯田市の中心市街地とは何かが議論されるとよい。その際、中心市街地の持つ多重性を考えたい。お祭の中心であり、広域の中心であるという側面も持つ中心市街地に、まちなか居住の他に重ねるべき機能として、文化もあり得るだろう。これらをどう結合させて中心市街地といわれるゾーンに機能を集めていくか。飯田市における中心市街地とは何かと考えた上で、プロジェクトを絞るべきだろう。着手する課題に重点的に取り組んでほしい。

■飯田市中心市街地における商業・サービス業、観光振興

- ・観光は元善光寺や天竜峡だけでは弱く、中心市街地と結びついていない。観光集客以外の方法を考えなければ、中心市街地の位置づけは出てこない。郊外のバイパスにはナショナルチェーンが出店しており、全国一律のサービスで生活利便の底上げができた状態であるが、中心市街地ではそれ以外のものが必要。また、中心市街地の商店街は桜町までいくとかなりの長さになる。最寄品は広がっていてもいいが、買回品は店舗を集約すると効率が良いため、そうした形にしていくことも検討してはどうか。
- ・飯田市はコンパクトで隔離されており、外にお客が入ってくることも逃げることもない、商売にはやりやすい環境だが、郊外の大型店集積もあるため、中心市街地では物販は難しい。大型店にできない業種・業態しかないが、それは作ろうと思っても簡単にはできない。これからできるとすれば飲食店だろう。地元の材料を使ってきちんと作った料理を提供する。人数も少なくてもいい場所もとらない。また、地元の人の生活レベルを上げることにもなる。大型店では手に入れないものへの要望に対して、店が出来てくる可能性があると感じた。
- ・外から来る人が意外に少ない地域であるので、パイを増やすのは難しいことを併せて考える必要があろう。
- ・商店街が衰退した理由として、小売だけに特化したことが挙げられる。衰退した商店街でも和菓子屋は繁盛しているのは、地域の素材を使って自分で作って販売しているから。製造、卸をしながら小売もしていたのが伝統的な歴史ある都市のメインストリートであり、その機能を戻すことが重要。まちなか居住も大事だが、産業も作らなければならない。周辺の農家と直に連携してファーマーズマーケットをするという現実的な方法から始まり、加工所を設けるなどの工夫が必要になるだろう。商品は仕入れて売るのでなく、作って売る。あらゆるものを作ることに取り組んでほしい。
- ・中心市街地の持つ機能として観光を考えるならば、周辺地域を含めた中で、中心市街地がどういう機能を持っているのかを考えてほしい。ハードウェアとしては、飯田市は養蚕が盛んであった

が、蚕部屋のある家屋できれいな状態で残っているものは少ないので、こういったものも活用できるだろう。また、飯田線の車窓から家屋の立派さを見て、とても裕福な地域であると感じた。今までに蓄積された豊かさは、お祭や暮らしに反映されているはずである。浄瑠璃のような芸能が残っているのも豊かさの反映である。こうしたソフトな側面、文化的な側面を計画の中にどう反映させるか。

■プロジェクト提案

- ・6, 7年前からみても素敵なお店が増えて賑わいもあって良くなってきている。さらに良くなるよ
うにという観点から提案したい。人口 10 万人の都市で商業集積を考えるのは難しいが、ライフ
スタイルをブランド化するような商品開発して、産業にしていくことを提案している。具体的方
策として3つ提案したい。1つ目は、歴史的な街並み地区における町家ステイプロジェクトであ
る。町家ではなくても素敵な家を1軒借りて泊まる場所を提供するというのはこの都市でもで
きる。2つ目は、ライフスタイルをブランド化するショップとして、既にお菓子やレストランが
りんご並木通りに集積しているが、クラフト、家具、ファッションなどについても、周辺にきち
んと作っていく。うまくまわり始めればインキュベーション機能を持たせたメインストリートゾ
ーンができるのではないか。3つ目は、まちなか居住として、細長い敷地を上手に活かして「現
代版町家」を作る。法定再開発で3~4階建てで中庭を上手に使ってつなげていく。これらプロ
ジェクトをつなぐのが、デザインコードと、地域の人たちが作るまちづくり会社と、限定したエ
リアのマネジメントになるという提案である。
- ・リニアが開通すると、首都圏からの観光客を呼び込む仕掛けを作る必要がある。その際に、りん
ご並木の周辺に展開しつつあるものを、ライフスタイルのブランド化として広げていくことを検
討してほしい。
- ・喜久水酒造跡地の再開発、低層まちなか居住に期待したい。空き地にはプレハブのアパートが建
ってきているような印象があり、飯田にふさわしいまちなか居住ができるとよい。
- ・リニア拠点を災害と関連付けることはできないか。首都圏では30年以内にプレートがずれる可
能性が高いと言われており、首都圏からの移住が必要な状況もあるかもしれない。東京のヒンタ
ーランドとして、リニアを利用して2地域居住を促進し、日常生活から災害を「見える化」する
対策を立てられないだろうか。

■りんご並木

- ・りんご並木を子供の頃に自分たちの手で植えて管理した経験を持つ人たちが、まちなかで商店を
営んでいるという事実がある。りんご並木を作った人たちであるという歴史的経験はとても大き
く見えざる資産である。自分たちのまちを自分たちで作り上げていくという大きなパワーになる。
これは中心市街地をつくっていくときのキャッチフレーズにしてはどうか。中心市街地の新しい
概念を作り上げていく際の起爆的なエネルギーはこの点にあるのではないか。
- ・独立した都市として、きめ細かいまちづくりがされている。飯田市において都市計画が効果を持
ち、城下町の構造がうまく活かされており、大火の後の復興が今に役立っていることに感心した。
特にりんご並木を中心にいろいろな活動が起こっていることに感銘を受けた。
- ・飯田市を過去十数年ほぼ毎年訪問していて気になっているのが、シンボルと位置づけているりん
ご並木の地盤沈下。沿道の再開発や飲食店の集積が充実したことによって、以前のようにりん
ご並木が借景になるのではなく、りんご並木がまわりを借景にしているような印象も受ける。外か
ら来た人には、りんご並木が飯田市民のシンボリックな存在であることが必ずしもうまく伝わ

ていないのではないかと。まちの第一印象はとても重要なので、リニア開通までの 15 年間を見通して、今一度りんご並木自体に注目し、整備してはどうか。飯田の皆様が守り育ててきたりんご並木の歴史を知る人間の一人として、その価値が来訪者に過小評価されてしまうのは極めて残念であり、“あえて”この点を指摘したい。

- ・りんご並木の歩車共存道路は、交通量からみれば自動車が通らなくてもよいとも考えられる。そのあたりのスタディをやられてはどうか。

■シティプロモーションの必要性

- ・飯田のまちづくりには、近代近世、昭和、平成と 3 つの歴史があるとのことであったが、丘の上地区の再開発に代表される平成のまちづくりは、身の丈開発の先進事例として全国的に有名で視察者も多いと聞いている。しかし、パンフレット等で紹介されている絵と、来訪者が実際に解説なしに自分たちだけでまちを見た時の落差（例：周辺の空き店舗や人通りの少なさ等）が生じている。リニア開通後も域外からの視察者やビジネス客を呼びこむことを考えるなら、この落差をどのようになくすかも考えておく必要がある。リニア時代に向けて最も重要なことは、シティプロモーションではないか。まちづくりの歴史や飯田方式とも呼ばれる独自手法という自らの「強み」の PR に、今以上に注力してほしい。例えば、外から来た人には（説明なしには）裏界線の意義は分からないだろう。大火、りんご並木の歴史に加えて、平成の再開発も含めたまちづくりについて、できるだけ多くの市民が語れるようにできないか。公民館制度や農業体験、環境都市の取り組みなども含めた飯田市のセールスポイント（強み・魅力）を市民にインプット・共有してもらおう仕組みを考えてみてはどうか。
- ・多くのパンフレットがあるが、飯田の歴史やまちづくりが分かるような資料的整理があるとよい。

■コンパクトシティ化、リニア開通等を踏まえた交通とまちづくり

- ・コンパクトシティを進める際、合併があった都市は地域拠点を作らなければならないため、分散型コンパクトシティにならざるを得ないと考えるが、そこに公共交通をどう組み立てられるかが重要になる。郊外では高齢者の占める割合が高くなるため、公共交通を戦略的に作る準備しておいたほうがよい。交通基本法が廃案になったが、「生活交通サバイバル資金」が 300 億円用意されており、過疎的地域、人口低密度地域には優先して計画費用が拠出されるので検討してほしい。分散型拠点をどう作るかについても同時に検討して欲しい。
- ・日本では歴史的町並みのある市街地では自動車との付き合い方がうまくいっていない都市がほとんどである。自動車との付き合い方についても整理が必要ではないか。
- ・リニアはストロー効果など負の問題点についても検討したほうがよい。
- ・ラウンドアバウトは旭川市で導入した際にはうまく使えず、信号を設置したことがあった。今後、ラウンドアバウトの整備をどこまで進めていくか議論が必要。

■裏界線

- ・裏界線があまり利用されていないということであったが、2 つの事例を参考にしてほしい。1 つめは、大阪の法善寺横丁。こちらは幅 2.7m、長さ 80m。火災からの再建の際、建築基準法で道幅が 4m 必要であったが、特例の適用を受け、元通りの道幅で再建できた。6 尺、9 尺といった狭い道は商売するにはとても良い寸法である。2 つめは、渋谷のスペイン坂。つくった時は 1.8m の幅しかなかったが、その通りの真ん中の地権者と交渉して当時 1 億円のビルを作った。周りはラブホテル街だったが、今では長さ 200m の飲食店街等になった。いいものを作るとまちが変わる。

全体を底上げするのではなく、ポイントにエネルギーを集中したほうが良い。

- 裏界線は、たくさんあるうち、1本に限定して進めて行ってはどうか。

(5) 事業成果

今後、中心市街地において事業を実施していくにあたり、市民会議によって下記の提案が行われた。

■「丘の上」の豊かな自然・歴史・文化ストックを生かし、街と人に会いに多くの人が集う「魅力化アクション」

豊かな緑、動物園やりんご並木、公園、そして歴史のまちなみ、建築が密度高く集まっている「丘の上」の資源を、個々の生かし方と合わせて個々をつなぐ生かし方を体系化することで、大きな魅力を住む人、訪れる人に提供できる。次世代が飯田の中心市街地に明確なイメージが共有できるように、そして内外に向けて強く都市ブランドを訴えられるよう、まちなみの高質化と活用の方法を提案。

■世代、地域、性別を越えた、生きがいのある「丘の上」のまちづくり

子どもから高齢者まで、「丘の上」の内と外、女性と男性、と立場の違いを越えて生活とその質を高められる目標実現のため共に支え合えるように、「自助、共助、公助」の中で、共助を主軸とすることとし、「自分たちで出来ること」「自分たちがやりたいこと」を掘起し、立ち上げていく仕組み、場づくりを提案。

■「丘の上」ならではの素敵な住まい方を継承・発展させるニュービジネス創出

教育、医療、福祉、文化として買物などに恵まれた便利な日常生活、さらには多様なライフスタイルが展開できる場として「丘の上」を見直し、いろんな世代が集まって住むことでエコな暮らし、商売や仕事とも一体の住まいを実現できる方策を、ビジネスモデルとして提案。

■「丘の上」は優しいまち、楽しいまち—もっと多くの人が集まる仕掛けづくり

「丘の上」では、すでにいろんな人、グループが、いろんなお店、イベント、活動などをやっている。それらをもっと人に伝え、相互につながっていくことで、一気に魅力は高まり、それぞれの動きもパワーアップできる。そのための情報、場づくり、仕組みを提案。

■いろんなヒト・モノ・コトが集まる「丘の上」を生かす交通戦略の組み立て

リニアを視野に入れつつ、「丘の上」が今以上に飯田の豊かな文化・ストックを生かし、飯田の中心・コアとして発展していくことを次世代に引き継ぐために、「丘の上」と飯田市域そして周辺、広域とのつながりを強くしていくために、不可欠の総合的な交通戦略（徒歩、自転車、クルマ、タクシー、ミニバス、バス、鉄道、新交通システム等の組み合わせ）のあり方を提案。

(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
重点事業のコンセプトづくり			●		
現行計画の総括及び残された課題の検証			●		
市民意識調査の実施			●		
中心市街地活性化ビジョンの構築(アクションノート編集)			●		
市民会議、分科会(5部会)の開催による市民合意形成			●		

(6) 来年度以降の取り組み

■対象事業の今後の展開

①空き店舗と裏界線の活用によるパティオ創出事業

(課題)

起業者への支援

既存建物の活用

②環境共生型共同住宅整備事業

(課題)

・居住者の募集選定方法

周辺環境との調和

③中心市街地アクセス強化事業

(課題)

・駐車場整備

公共交通利用促進

■その他関連事業の実施予定

・ラウンドアバウト（信号機に頼らない交差点）整備事業

・各種まちなか回遊創出ソフト事業

(7) 委員会レビュー

■公共交通計画について

- ・交通に関して3点。一点目は、リニア開通時の二次交通の展開のビジョンがないようだ。選択肢としてはデマンド交通とバス交通が中心になるだろうが、将来に向けた計画が必要。二点目として、ラウンドアバウトは自動車交通量が少ない場合の交差点処理に有効であり、将来的にどこまで進めるのか見通しを交通計画の骨格として位置づけた方がよい。三点目は自転車交通で、マスタープランとして自転車が歩道ではなく車道を走るネットワーク計画づくりが求められるようになる。自動車交通との関係についても整理が必要。交通計画全体の検討には調査が必要だが、リニアに関連してどのような調査が必要か検討すべき。また、福祉と交通の接点として、高齢者の「おやすみ処」を作ってはどうか。埼玉県戸田市ではNPO まち研究工房がまちなかに数十箇所のおやすみ処を作り利便性を高めている。
- ・公共交通については国土交通省に維持活性化の事業があるので検討されるとよい。二次交通についてはBRTは規模が大きいかもかもしれない。事例としては、本家の名古屋のほか、復興地域、石岡地域等がある。

■対象区域内における飲食店

- ・現地委員会で、今後の活性化に向けては物販より飲食に重点を置くべきという提案を申し上げたが、既にレベルが高い飲食店を持たれており、より広域からの集客に向けて諏訪の他地域との連携も期待したい。他方、地元の人が気楽に行ける核をつくっていてもいいのではないか。

■民間投資を呼び込むための方策

- ・人口規模が比較的小さいまちでは、飯田のように公共施設や市民を中心にして取り組んできたところが成功してきた。一方、中心市街地は「色々な産業の苗床」として、モノを売るだけでなく、つくったり、プロモーションしたり卸すなど多様なビジネスが集積する必要がある。公共や市民だけで終わっては続かないので、そこに民間投資を呼び込むようなスキームの構築が次のステップの課題になる。
- ・民間投資を呼び込むには3つポイントがある。1つ目はエリアの設定。飯田はうまく設定されているが、広過ぎず数ha、数百mの範囲で成功できる場所が見つけられるかどうか。事業ポテンシャルがあり、市民がそこを中心市街地と認める場所であることが必要。ビジネスが成功するにはエリアが統一したデザイン、雰囲気をもつことも大事なので、それを醸成していく。2つ目はそのエリアでの事業主体。公共、市民というだけでなく、事業をやろうという人たちがいるかということ。飯田には既にまちづくり会社があるが、もう少し市民サイドにたった多様なまちづくり会社的な組織が必要かどうか。3点目は事業のための資金調達。海外では都市開発の資金調達は多様であるが、日本では補助金に依存してきた。地域内での資金調達に知恵を絞ると、公も応援しようとなるのではないか。次年度以降、これらを検討してほしい。

1-5 豊後高田市

(1) 市の概況

豊後高田市は、2005年3月に、西国東郡真玉町、西国東郡香々地町と合併し、現在の形となった。面積は約207km²、大分県の北東部、国東半島の西部に位置し、西は宇佐市、東は国東市、南は杵築市と隣接し、北は周防灘に面している。また、大分市まで約60km、北九州市まで約90kmで、両市に比較的近い距離にあり、北は周防灘に面している。気候は、豊かな自然と温暖で過ごしやすい瀬戸内式気候に属している。

豊後高田市の人口は2010年10月1日時点で23,906人であり、昭和30年を境に一貫して減少傾向にある。また、平成2年から老年人口が幼年人口を上回り、少子高齢化が速いスピードで進行している。通勤通学率10%以上の市町村を都市圏と見立てて比較すれば、豊後高田市は単独で都市圏を構成している。

産業としては、農林水産業を主要産業としているものの、就業人口は低下傾向にある。一方、昭和60年以降、工業団地への企業誘致に注力したことから第二次産業の就業人口が増加し、就業人口構成比が全産業の約3割を占めている。

(2) 対象地区の概況

対象地区は、平成24年4月に制定された「第2期中心市街地活性化基本計画」で

定められた豊後高田市の中心市街地である。中心市街地は、市の中心部を流れる桂川によって東西に2分されており、桂川西側が『高田地区』、桂川東側が『玉津地区』と呼ばれている。豊後高田市役所、中央公民館、図書館などの主要な公共施設、病院、学校などの都市福利施設は中心市街地内に立地しており、特に公共施設については『玉津地区』に多く立地しているのが特徴である。

中心市街地には、8つの商店街が存在しており、高田地区は6商店街、玉津地区は2商店街となっている。今年度は、中心8商店街のうち、中央通り商店街、宮町商店街の活性化に取り組む。

「昭和の町」をコンセプトに商業と観光を一体化し、平成13年より中心市街地の整備・再生を進めている。この10年間の取組みにより、交流人口の増加に伴う賑わいの復活や、一部の個店では観光消費による販売額の増加など、一定の成果を挙げている。しかし、商店街を構成する各個店には地元客向けの商店が大半であり、対外的な情報発信に対する必要性の認識不足に加え、高齢化・後継者不足による店舗閉店、また、空き店舗の増加に伴う商店街としての連続性の低下や、観光客に対応した商店との販売額の差が顕著になるなど、商店街間の格差が広がるといった新たな課題が生じている。

基礎データ

地区名	豊後高田市中心市街地活性化区域
基礎データ	面積：約 77ha ， 人口：2,817 人 ， 人口密度：3,658 人/km ² 営業店舗数：約 127 店舗 ， 空き店舗数：約 18 店舗 交通：JR 日豊本線宇佐駅からバス約 10 分

対象地区概況図



(3) 事業内容

中央通り商店街では、他の商店街に比べて高齢化率が高く、後継者もないことから空き店舗が目立っている。また、川により東西を2分されている商店街のつなぐ重要な位置にある。

宮町商店街では、多くの飲食関係の店舗が集積する市の夜の顔ともいえる商店街である。しかし、飲食内容等の情報発信が不十分であるため、宿泊客等の他地域への流出が進んでおり、地域間競争を意識した新たな取組みにより活性化を図る。

そこで、2商店街について、新たな賑わいを創出するための仕掛けづくりや、地元向けのコミュニティの場としての商店街のあり方や活用方法、魅力ある飲食街の仕掛け作り、PR手法等を地域住民と共同する中で調査・検討を行い、住民が主人公となりえる具体の活性化方策案の作成に取り組む。

具体的な事業内容は、下記の通りである。

①中央通り商店街及び宮町商店街の現況把握と分析

- ・地域の沿革、歴史・文化地域資源
- ・これまでのまちづくり
地域整備の概要・商店街居住者の状況
- ・地域資源の現状分析

②課題の整理とコンセプトづくり

- ・地域資源の整備、課題の整理、地域住民の意見の整理（WS, ヒアリング）
- ・地域住民の独自性を活かした活用方法の検討
- ・地域住民と協働した具体のコンセプト
- ・活性化策案の作成

③各種実行組織の構築

- ・推進主体となる組織の構築（地域住民=商店主含む）
- ・具体の活性化策の検討活動（ワークショップ等）

④活性化策のスケジュール（案）及び費用

- ・次年度以降のスケジュール案の作成（実行組織との協働による）
- ・次年度以降の概算事業費の積算

(4) 現地委員会

①スケジュール

■ 日時

平成 24 年 6 月 30 日 (土)

13 : 45～16 : 00 現地視察

富貴寺～亀の井ホテル～宮町商店街～中央通り商店街～新町 1・2 丁目商店街～
駅通り商店街～昭和ロマン蔵～中町商店街～銀座街商店街～稲荷商店街～豊後
高田商工会議所

16 : 00～18 : 20 第 3 回まちなか再生支援協力委員会

場所：豊後高田商工会議所 2 階会議室

1. 開会挨拶
2. 豊後高田市挨拶
3. 平成 24 年度まちなか再生支援協力委員の紹介
4. 豊後高田市事業説明

①豊後高田市現況、事業概要説明

②プロデュース事業報告

株式会社 Studio-L

代表取締役 山崎 亮 (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、小泉委員、服部委員、政所委員、森委員

■ 地元参加者

市長、豊後高田市商工観光課、豊後高田市企画情報課、市議会副議長、市議会産業建設委員長、豊
後高田商工会議所、豊後高田市商店街連合会、中央通り商店街、宮町商店街、豊後高田市観光まち
づくり株式会社

②現地視察



③委員会発言要旨

■「商業と観光の一体的振興」その他全体像について

- ・10年間の取り組みは、観光まちづくり、地域ブランディングという点では十分な成果が得られた。
- ・まちなか再生に取り組む課題と目的の再確認が重要。商売がにぎわうこと、観光客が増えること、コミュニティが強くなることなど、それぞれの処方箋を考えることが必要。
- ・通りに人を呼ぶのは観光の力だが、目の前を歩いている人を店に入れるのは商店の仕事。弱い商店を強くする他の方法が必要。
- ・観光客に冷蔵庫が売れないのは「昭和の町」をやる前から分かっていたはず。商売替えはできないが、商売と関係ないものを店頭に並べてみたり、空き店舗に新しい商売をスタートしたりするなどチャンスはある。観光客をもう少し留まらせる仕組みができればよい。営業中店舗でも昭和の話を観光客や地元の人に堅苦しくなく教えられる機会があるとよい。
- ・豊後高田というブランドを活かして待ちから攻めの商売に変えて売り込んでほしい。そうすれば、若い人がチャレンジしてくれるようになる。新しい商品にチャレンジしたり、インターネット販売で売り込んだり、商売を守りながら若い人にニーズある商売をしていくことがよいのではないかな。
- ・元気な70代とやる気の20代がタッグを組むと、地元の文化と地域性を活かした面白いものができるのではないかな。また、若手商業者を高齢者がお客さんとして支えるような、両方が生きがいを持ち合う新たな商売領域も生まれて来ている。
- ・「高売り」を目指して、いかに日常的なサービスを充実させるかなど、商人の原点に戻ってまじめに考えることもまちづくり再生の要として必要。

■宮町商店街について

- ・宮町商店街は組織が立ち上がりそうで元気な飲食店もあるようだが、例えば、若い人が集まったときの安全・安心への対応など、まちとして考えなければならない要素はある。
- ・横須賀市の飲み屋街各店で出される「横須賀ブラジャー」のように、悪ノリではあるが、仲間うちの結束につながり、マスコミ受けして集客効果がある取り組みも参考になる。

■中央通り商店街について

- ・中央通りはまちの構造から「住む場所」となる覚悟する場所ではないかな。中庭があり蔵がある町家づくりが中心で、定住にとって魅力的な場所である。魅力を発信しながら、まちなか居住を進めてはどうか。人口減少下で創造的縮減をどう実現するか。地産地消も課題。

■推進体制、合意形成について

- ・観光については「まちづくり会社」をベースに今後も展開してほしい。
- ・地域を支える主体は誰か。熱心な個店はあるが地域としてのまとまりはあるかな。
- ・まちのスケールが変わらざるを得ない中、まちのリフォームが必要。まちづくり会社以外に、まちの今後を考えるプラットフォームが必要になるのではないかな。
- ・多くの場合、全ての人々の合意形成は難しい。商工会議所のバックアップの下で、まちづくり会社がある種強引にまちづくりを進めた例もある。
- ・コミュニティを強くする観点、プロデューサーによる力添えを期待したい。
- ・商店街で自治会のたまり場を作って欲しいという要望を聞き入れたり、おかみさんがNPOと組

んだりした例がある。地域住民を巻き込むことが必要。

■まちなかへの定住促進

- ・総合計画の目標人口3万人の実現は人口減少下ではなかなか厳しい。誰をターゲットに定住を進めるか。
- ・観光サービス業に従事する若者が転入し、まちづくり会社で住まいを用意している例がある。
- ・昭和を知らない若者よりも、日本に対する深い知識やノスタルジーを持つ外国人の定住も視野に入れてはどうか。そのためには、九州内での豊後高田のブランド化や、精神充実を求める人々が集まる場所として売り出す新たな戦略が必要。
- ・住民の住み替えは、空き家バンクや行政による規制緩和、一般的な商店街のまた貸しの事例などを勉強されればよい。

■その他

- ・1つのアイデアとして空き店舗に図書館を入れられないか。図書館は本が分野ごとに分かれているので複数店舗に分けられる。今後、大きな公共施設を郊外に作るなら、空き店舗に分散配置して、公共が半分間借りすることを検討してほしい。
- ・まちづくり条例を制定し、重要文化財に指定されるまで数十年かかった例もある。まちづくりには時間がかかる。根気よく取組まれたい。

(5) 事業成果

■中央通り商店街及び宮町商店街を対象としたヒアリング結果

商店街居住者を対象に、計6日間、29ヶ所で36名へのヒアリングを実施した。ヒアリングの分析によって、「話し合いの場がなく、まちへの関心がうすい」「高齢化が進んでいるが、後継者がいない」「空き店舗の活用ができない」「情報発信が苦手」などの課題が明らかになった。

■こびる屋の開催と宮町飲食店ガイドブックの発行

商店街居住者を対象に、全11回のワークショップを実施し、全参加者数は25名にのぼった。募集方法は個別訪問とした。

第1回では商店街であったらよいものについてのアイデア出しを行い、チンドン屋、キャバレー、ガイドブック、持ち寄り食堂等のアイデアが出た。第2回・第3回では、第1回ワークショップでのアイデアの難易度や実現するための準備に必要な人数や時間を割り出した。第4回では、前回までの検討結果から、「持ち寄り食堂」と「ガイドブック」を中心に、それぞれの持ち寄りを紹介したり、お薦めガイドブックの紹介を行い第5回では、開催日を決め、会場をフィールドワークした。第6～8回は、「こびる屋」開催に向けた準備を行った。具体的には、こびる屋のプレスツアーのお知らせ、案内状とメニューカード、看板などを作成したり、廃校から家具を借りたり、近隣住民への周知等を行った。これにより、下記の2つの取組みが実現した。

①社会実験「こびる屋」の開催

平成24年10月28日に、近隣の住民や商店主がおやつやおかずなどを持ち寄り、食堂を開催した。住民自身が持ち寄りのお願いをする際に、開催周知を行っている。持ち寄りは無料でふるまい、来場者へアンケートを実施した。来場者は135名、参加者は21名であった。

②宮町飲食店ガイドブック発行

宮町商店街の飲食店39店舗の情報が掲載されているガイドブックを作成した。お薦めメニューに加えて店主の人物や店の物語の紹介されており、これまで、来街客に分かりづらかった情報を整理し、顔が見える情報発信をしている。市内の宿泊施設や商工会議所などで無料配布されている。

また、宮町商店街を多くの人に安全・安心に訪れてもらうため、警察官立寄所を設置し、実証実験を行った。

■各種実行組織の構築

こびる屋を開催したことで、商店街を横断する組織として「よこまち会議」が発足した。

(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. 中央通り商店街及び宮町商店街の現状把握と分析	地域の沿革、歴史・文化地域資源		●		
	これまでのまちづくり、地域整備の概要・商店街居住者の状況				●
	地域資源の現状分析		●		
2. 課題の整理とコンセプトづくり	地域資源の整備、課題の整理、地域住民の意見の整理		●		
	地域住民の独自性を活かした活用方法の検討		●		
	地域住民と協働した具体のコンセプト		●		
3. 各種実行組織の構築	活性化策案の作成		●		
	推進主体となる組織の構築(地域住民=商店主含む)			●	
	具体の活性化策の検討活動(ワークショップ等)		●		
4. 活性化策のスケジュール(案)及び費用等	次年度以降のスケジュール案の作成			●	
	次年度以降の概算事業費の積算			●	

(6) 来年度以降の取り組み

■対象事業の今後の展開

- ・「よこまち会議」の組織形成
- ・商店街にない機能を持った活動を空き店舗で展開
- ・商店街の住民と一緒に活動するコラボレーター育成

■その他関連事業の実施予定（自治体）

- ・こびる屋で活用した「赤レンガ」の改修＝店舗としての活用
- ・まちなか憩い空間の整備＝住民によるイベント会場等として
- ・警察官立寄所の本格設置
- ・組織構築の結果からの要望に対する補助金創設

(7) 委員会レビュー

■大学生の参画

- ・若い方々を「よこまち会議」に入れるのが課題だと感じた。以前は立命館アジア太平洋大学（APU）の学生が参画していた。U ターンの方々の意見も聞いてはどうか。後継者・担い手確保は豊後高田市内だけでは難しいだろうから、福岡などから若者を誘致してもいいのではないか。アトリエショップなどは豊後高田と相性がよいはずだ。

■支援策の活用

- ・動き出した現状を大事にして、来年度は地域商業再生事業などの国の支援策も活用してほしい。全国商店街支援センターでは専門家も派遣している。起業支援、新しいモデル事業の実施等について各種事業を組み合わせで応援できる。

■まちづくり会社と連携の必要性

- ・今回の動きと既存のまちづくり会社との関係はどうなっているか。既存のまちづくり会社と温度差がある方がいたので「よこまち会議」が必要とされたのだろうし、「よこまち会議」が盛り上がるほどに両者がどういう関係を築くのか考えておく必要がある。単に融合すればよいというものでもない。地元としての次なる課題になるだろう。

2 平成 24 年度の専門家派遣事業の概要

2-1 七戸町

(1) 対象区域の概要等

■位置、立地環境等

七戸町は、青森県北東部にある上北郡の町。対象区域は、七戸町中心街。

(交通手段)

東北新幹線七戸十和田駅から バス 15 分

(立地環境・構成)

銀行、スーパー、郵便局、病院、公民館などがあり、小売店舗と公共施設が混在した構成。

■現況と課題

大型店舗の進出、店主の高齢化、住民ニーズへの対応の遅れにより空洞化が進んできた。新幹線開業を契機に、これまでの行政主導の取組を反省し、地域ぐるみで考え話し合う場を作り、明日からでもできることを見つけ、中心市街地再生に取り組むことが課題。



	対象区域	七戸町全体
面積	約 42ha	約 337 km ²
人口	約 1,969 人	16,763 人
人口密度	4,688 人/km ²	約 49 人/km ²
営業店舗数	約 200 店舗	約 770 店舗
空き店舗	約 15 店舗	—

(2) 専門家派遣事業の目標

平成 23 年度に開催した「七戸まちづくり 100 人会議」で人気の高かった「ドラキュラまつり」を実行するための検討を行う。若者が定住できるよう中学・高校・大学と連携し、教員や学生が長期的視野で考えたり話し合う場をつくる。町外に 100 人会議方式のまちづくりを広めるため、100 人会議の実行委員が積極的に出向き、交流を深め、その地域の良さを取り入れる。

(3) 専門家派遣事業の実施内容

■派遣専門家

- ・石塚 雅明：株式会社石塚計画デザイン事務所

■実施内容

	実施日	派遣専門家	助言・活動内容
第 1 回	5 月 14 日	石塚 雅明	・「ドラキュラまつり」を効果的な「地域おこしや中心市街地再生」につなげるための方策について
第 2 回	8 月 3 日～ 8 月 4 日	石塚 雅明	・「しちのへドラキュラ祭り」の企画検討にあたって、コウモリ観察会と意見交換会を実施。ヒナコウモリの一大営巣地があることを資源としてどのように捉えるかについて
第 3 回	12 月 4 日～ 12 月 5 日	石塚 雅明	・「しちのへドラキュラ祭り」を「ドラキュラ de まちおこし」プロジェクトとして持続的取組にし、地域再生資源に着目、多様な地域人材のネットワークを形成していく。 ・100 人会議の成果を踏まえ開催することとなった「七戸まちおこし知恵だし会議」の企画運営について
第 4 回	2 月 27 日～ 2 月 28 日	石塚 雅明	・「ドラキュラ de まちおこし企画」実行委員会の発足について

(4) 専門家からの主な助言・提案等

■「しちのへドラキュラ祭り」を地域再生策とするために

- ・「七戸まちづくり 100 人会議ネットワーク事業」を進めるのではなく、“まちづくり”における情報交換や共有の場としてだけでなく、実際に行動する場としての組織を作るべきである。
- ・「しちのへドラキュラ祭り」の企画検討にあたっては、ヒナコウモリの一大営巣地があることを資源として捉えた上で、そのライブカメラで生態等について学び、コウモリのマイナスイメージに着目するだけでなく、プラスの面にも着目して活用方策を考えるのは重要である。
- ・七戸の地域再生資源として「自然＝コウモリ」、「農産物＝ニンニク」、「歴史＝城」に着目し、多様な地域人材のネットワークを形成しながら、少しずつ目に見える成果を積み上げて行くべきだ。

■「ドラキュラ de まちおこし」実行委員会の設立

- ・「ドラキュラ de まちおこし企画」を実行委員会形式で目に見える成果として町内外に示すことで、“まちづくり・まちおこし”の取り組みモデルとして確立できるのではないかと。
- ・実行委員会設立にあたり、参加してほしい団体や個人に目的を伝えるため、なぜ「ドラキュラ」なのかについて、わかりやすい講演を行うことで参加者に説明することが必要だ。
- ・町企画財政課が事務局として調整役や情報発信役になるほか、4つのプロジェクトを推進していくうえで予算の裏付けがあることも含めて伝える必要がある。
- ・「ドラキュラ de まちおこし」実行委員会について、次年度は3年目にあたり、目に見える成果をあげる年として実行組織にすべき。
- ・多様な地域人材のネットワークを形成するきっかけづくりとして、学生や農業者など、これまでつながりの薄かった人たちの参加を促し、「七戸まちおこし知恵だし会議」を開催すべきで、そこでの提案をもとに、来年以降、実施するプロジェクトを明確にし、スケジュールと体制を組むようにする。そのためには、今年度中に、「七戸まちおこし知恵だし会議」参加者からキーパーソンをピックアップして、「ドラキュラ de まちおこし」ネットワーク会議を立ち上げるべきだ。

(5) 専門家派遣事業実施による七戸町としての総括及び今後の方向性

■総括（事業成果・課題）

「七戸まちづくり 100 人会議」から派生した今回の「ドラキュラ de まちおこし企画」を実行委員会形式にすることで、実際に行動するという目的が明確になった。また、具体的な事業として、①コウモリ WEB カメラ（ドラキュラライブカメラ）、②ドラキュラメニュー一店一品、③ドラキュラハロウィンフェスタ、④七戸ドラキュラブランド戦略を会議参加者に提示できた。これらの事業についても、実行委員会のメンバーがプロジェクトチームの形で取り組む素地ができつつあり、参加者同士のつながりも見られ、新規の参加者を勧誘する動きも見られる。

■今後の方向性

4つの事業のうち、コウモリ WEB カメラの設置について、「NPO 法人コウモリの保護を考える会」と連携し、最初の成果として実現していく。また、参加者からの具体的提案（商品に「ドラキュラ」の名称をつける）に対し、知的財産としての取り扱いに留意しながら迅速に対応していく。

事務局としては、実行委員や所属する団体が楽しみながらプロジェクトに参加できるよう環境を整え、実行委員会参加者の負担があまり大きくならない範囲で、具体的な取組みを実行していくことで必ず目に見える成果を出す。

2-2 寒河江市

(1) 対象区域の概要等

■位置、立地環境等

寒河江市は、山形県中央部にある中核都市。対象区域は、寒河江市中心市街地。

(交通手段)

JR 左沢線寒河江駅、徒歩 0 分

(立地環境・構成)

JR 駅、市庁舎、税務署、郵便局、大型商業施設、文化・芸術施設などがあり、小売店舗と事務所が混在した構成。

■現況と課題

対象区域では、居住人口の減少、商業機能や文化交流機能等における中心性の低下など中心市街地の空洞化が進み、中心市街地活性化センターの機能拡充が大きな課題となっている。



(2) 専門家派遣事業の目標

寒河江市が所有管理する中心市街地活性化センター（フローラ・SAGAE）を中心市街地全体に波及するようなリニューアル計画を策定し、中心市街地の機能拡充を目指す。

	対象区域	寒河江市全体
面積	約 150ha	約 139.08 km ²
人口	約 8,800 人	42,373 人
人口密度	5,866 人/km ²	約 305 人/km ²
営業店舗数	約 217 店舗	約 559 店舗
空き店舗	約 20 店舗	—

(3) 専門家派遣事業の実施内容

■派遣専門家

- ・大島 康孝：大阪樟蔭女子大学学芸学部インテリアデザイン学科

■実施内容

	実施日	派遣専門家	助言・活動内容
第 1 回	7 月 3 日～ 7 月 4 日	大島 康孝	<ul style="list-style-type: none"> ・周辺自治体の郊外大型商業施設による影響について ・観光物産発信施設を導入するための観光地からの誘導及び物販の方策など ・市民アンケート結果への具体的助言
第 2 回	8 月 7 日～ 8 月 8 日	大島 康孝	<ul style="list-style-type: none"> ・住む人にとって中心市街地に必要なものと機能 ・中心市街地活性化センターの管理運営について ・近隣同様施設との比較からみる問題点 ・市民アンケート結果への具体的助言
第 3 回	10 月 29 日～ 10 月 30 日	大島 康孝	<ul style="list-style-type: none"> ・中心市街地活性化センターのリニューアル計画の実施主体 ・市民アンケートの結果分析

(4) 専門家からの主な助言・提案等

■ 中心市街地への回遊性

- ・観光客が中心市街地に来ない理由はこれといった核施設がなく、PR もされていないからと思われる。
- ・イベントは無料で、市にお金が落とされていない。何でも無料として、無料なら文句は言われなという姿勢は良くない。満足できるものを有料で提供したい。

■ フローラ・SAGAE の再生方策

- ・市民アンケートから、現在の店舗・品揃えに不満があることがわかる。チェリーランドのように、中心市街地でも県産品が買え、さらに寒河江の特産品を特化させた物産店が望まれている。
- ・中心市街地で車を利用できない老人が確実に増える。彼らを対象とした安全安心で小分けされた地産地消の産直品が必要である。
- ・テナントのオーナーが高齢化し、後継者がいないため、新たな取り組みに消極的になっている。商店街も撤退が続出しており放置できない。フローラ SAGAE の現建物は築後 30 年。建物については、維持費も考慮に入れ、取り壊して 2 層までにコンパクト化するローコストな案について検討すべき。
- ・売場をヴィジュアル・マーチャンダイズする専門家が不在のまま、市が売場管理に携わるのは無理。
- ・フローラに行政機能を移す案について、中心市街地に行政機能があるのは市民にとって利便性が高まりにぎわい創出になるものの、駐車場が新たな費用がかかる点について市民の同意が必要となる。

■ 「慈恩寺」を中心とした観光開発

- ・観光は「慈恩寺」に集中して整備すべき。現状は、宗教法人の管理下で、観光に関心なく未整備。活性化するには古刹だけでは無理があり、新たな魅力づくりが必要。福寿草・彼岸花・蓮を密植し「花の三尊」と銘打って花の名所とし、それをモチーフとした和菓子などのグルメ開発をすべき。
- ・観光資源がバラバラで存在し、観光に関する総合的な情報発信・案内機能がない。この機能は中心市街地核施設に必要である。

(5) 専門家派遣事業実施による 寒河江市としての総括及び今後の方向性

■ 総括（事業成果・課題）

中心市街地活性化センターのリニューアル計画について、計画内容や実施主体等について助言いただいた。また、市民アンケートの結果から、中心市街地に欠けている機能について、観光客の回遊性を高め、高齢者にとってもニーズのある地元の産直品を取り扱う店舗について検討する。

特に、リニューアル計画の実施、管理運営について、行政だけではなく、民間の役割が重要であることが認識できた。また、費用について、大規模な費用をかける開発ではなく、実現可能性を検討し、マーケティング予測を元にコストやリスクの低減を図ることが求められる。

■ 今後の方向性

建物の維持管理に関わる経費の問題について、今後方向を決定していく必要がある。

2-3 沼田市

(1) 対象区域の概要等

■位置、立地環境等

沼田市は、群馬県北部に位置する北毛の中心都市。
対象区域は、沼田市中心市街地。

(交通手段)

上越線沼田駅から徒歩 15 分、バス 5 分

(立地環境・構成)

商店街、金融機関、コンビニ、都市整備事務所、大型商業施設等、小売業と事業所が混在するエリア。



■現況と課題

都市の拡大に伴う人口減少、少子高齢化、商業の衰退が顕著に進んでいる。H10 年より土地区画整理事業の手法による中心市街地の活性化を推進しているが、事業合意形成の遅延、事業費の増加、行財政の逼迫により思うように活性化策が進んでいない状況である。

	対象区域	沼田市全体
面積	約 10ha	約 443 km ²
人口	452 人	52,708 人
人口密度	4,520 人/km ²	118 人/km ²
営業店舗数	約 96 店舗	約 733 店舗
空き店舗	約 37 店舗	—

(2) 専門家派遣事業の目標

中心市街地活性化事業の推進として下記を進める。

- ・土地区画整理事業の推進
- ・中心市街地文化施設の検討（生方記念文庫、旧沼田貯蓄銀行）
- ・まちなか居住施策の検討
- ・中心市街地における集客施設検討（にぎわいの核）

(3) 専門家派遣事業の実施内容

■派遣専門家

- ・服部 年明：有限会社リテイルウォーク

■実施内容

	実施日	派遣専門家	助言・活動内容
第1回	6月22日	服部 年明	・区画整理事業の目的についての確認 ・協力、協働により向上する個々の業務・生活環境・資産等3つの価値 ・観光と商業を一体的にとらえて検討することの重要性について
第2回	8月9日	服部 年明	・市中心市街地土地区画整理事業担当へのアドバイス ・土地区画事業関係者と市担当者への講演
第3回	9月25日	服部 年明	・市中心市街地土地区画整理事業担当へのアドバイス ・土地区画整理組合員研修会講演
第4回	2月4日	服部 年明	・具体的な事業計画について

(4) 専門家からの主な助言・提案等

■スピードのある区画整理事業の必要性

- ・区画整理事業は空洞化した街の再生、地域価値の向上が目的であり、現在での視点でなく 20 年後の人口・世代構成・商業・居住・公益施設の活用など地域の社会の状況を判断し各種機能のあり方を考える事が必要。
- ・個人や官の利害ではなく、協力、協働によって個々の業務・生活環境・資産の 3 つの価値が上がる。具体的には①景観形成、②商業区域と居住区域の分離、③民間商業地と公益広場施設との一体デザイン等に取り組んでいく必要がある。
- ・各町の活性化に向けて即具現化できる事業を早期検討し、区画整理と国の支援メニューを活用し、スピードある事業化へ官民連携し取り組むことが望まれる。
- ・区画整理事業が十数年の長期にわたるなかでまちづくりへの機運が薄れている。民間事業を促進させるため権利調整と整備区画の決定を行い、事業街区土地を決定した上で、土地賃貸または取得併用による民間事業を先行させる施策を、行政及び街区地権者で検討することが必要。

■3 町連携による活性化方策

- ・各町単会ではなく 3 町全体で連携し、活性化方策を検討することが必要。
- ・区画整理による街の活性化と同時にグリーンベル 21 の再生が重要となる。区画整理によるまちの活性化が進み街の魅力を高めても、幽霊ビルがまちなかに存在する結果になれば、せっかくのまちの魅力は薄れる。市も直接、間接的に権利者に対策を促す行動が必要と考える。
- ・各町の役割として、上之町は、賑わいの核、天狗広場周辺における核施設整備として、中町はサービス付き高齢者住宅と地域コミュニティ支援機能及び商業テナントミックス等として、下之町はグリーンベル 21 再生への働きかけをしてみてもどうか
- ・上之町の賑わいの核づくりには隣接のコンビニの事業者とも連携し、官民連携で魅力ある施設に向けて取り組めないか。

■商業再生方策

- ・大型商業ビルは従前、コンビニの売上並だったのではないだろうか。スーパー単独では活性化不可能。床区分所有権利者の一致協力なしに再生はない。
- ・商店街の活性化は第一に個店の魅力向上にある。区画整理によるハード面での活性化と同時にソフト面での活性化への取り組みを促すことが必要。活性化効果はソフトの取り組みで決まる。

(5) 専門家派遣事業実施による沼田市としての総括及び今後の方向性

■総括（事業成果・課題）

これまでの各町の「計画」には、今後も活用可能なデータが盛り込まれており、各種計画との結びつけや組み合わせを行い、より良い新たな計画として活用・応用していく。また、スピードのあるまちづくりのため、行政以外に、民間とも連携する方策を検討していく。

■今後の方向性

3 町連携で事業を進めていくとともに、全市民を対象として「これからの中心市街地を考える」という講演会を開催し、関係者のみならず地域住民で中心市街地を再考するきっかけとしていく。

2-4 流山市

(1) 対象区域の概要等

■位置、立地環境等

流山市は、千葉県北西部に位置し、都心から 25 キロ圏に位置する住宅都市。対象区域は、流山本町。

(交通手段)

流鉄流山線流山駅から徒歩 0 分、つくばエクスプレスながれやまおおたかの森駅からバス 15 分、南流山駅からバス 10 分

(立地環境・構成)

江戸川沿いに広がる地域で歴史的な町並が残る。住宅と小規模な小売店舗及び大規模施設（キッコーマン流山工場、イトーヨーカドー、ケーズデンキ等）で構成。

■現況と課題

経営者の高齢化や後継者不足、商業環境変化への対応の遅れなど低迷傾向にあり、地元密着型のサービス展開や空き店舗の有効活用など、商業団体等との連携による活性化が課題である。



	対象区域	流山市全体
面積	約 0.55ha	約 35.28 km ²
人口	2,864 人	166,547 人
人口密度	5,207 人/km ²	4,610 人/km ²
営業店舗数	約 23 店舗	約 520 店舗
空き店舗	約 3 店舗	約 38 店舗

(2) 専門家派遣事業の目標

昨年度、流山本町のコンセプトとアクションプランを策定したが、今年度は、アクションプランを実現・実行していく。実行に際しては、「出来ることから、一つひとつ着実に実行する事」を基本として、特にソフト事業を中心に取り組みを進める。ハード事業であるまちなか整備等に関しては、本年度を計画期間と位置付ける。

(3) 専門家派遣事業の実施内容

■派遣専門家

- ・門脇 伊知郎：株式会社 JTB コーポレートセールス

■実施内容

	実施日	派遣専門家	助言・活動内容
第 1 回	6 月 20 日	門脇 伊知郎	・「半旅」のモデルコース・モニターツアー実施、「みりん」を中心とした食の開発といった“ソフト事業”の推進とともに、町並の整備などの“ハード事業”の計画の検討を行っていく必要性について
第 2 回	11 月 29 日	門脇 伊知郎	・前回を受けて設立された「半旅モデルコース開発部会」「おもてなし事業部会」の実施 ・「半旅モデルコース開発部会」では、リピーターを増やすプログラムを構築するための方策について、「おもてなし事業部会」では、アクションプランのハード事業の仕分け作業を実施。
第 3 回	2 月 12 日	門脇 伊知郎	・2 部会において、市が製作した流山本町 HP (無料ソフト) の紹介 ・「半旅モデルコース開発部会」は情報発信方法の検討を実施。 ・「おもてなし事業部会」は来訪者増に向けた HP の構成の再検討を実施。「体験型宝探しイベント」の周知徹底の必要性を助言。
第 4 回	2 月 26 日	門脇 伊知郎	・まちづくりに関するヒント・方向性を検討していく上で調査結果分析の重要性について。 ・取組の目的とゴールイメージ、直近の課題の整理

(4) 専門家からの主な助言・提案等

■「流山本町ホームページ」について

- ・現在暫定的に制作されたホームページについて、特にトップ画面のブラッシュアップが必要。行政が注力するコンテンツや、“半旅”の定義などを入れていく。
- ・ホームページと Facebook、イベントカレンダー（紙媒体）を連動させ、流山本町の情報をより効果的に外部に発信することが必要。
- ・すべてを網羅する豊富なコンテンツでは、他の流山市観光系 HP と掲載内容が重複してしまう。訴えたいものをとがらせ、本協議会オリジナル感を出すべきだ。安易な写真の使いまわしも避けるべきで、イラストや切り絵などの工夫が必要。
- ・ホームページをいくら立派に作っても、見てもらう努力をしなければ宝の持ち腐れ。発信方法の検討を行う必要がある。Facebook 等のソーシャルメディアも検討すべきだ。
- ・本事業の最終目的は来訪者増にあり、アクションが起こることを意識した構成の再検討が必要。

■半旅モデルコースのプログラム開発について

- ・リピーターを増やすプログラムを構築するべき。リピーターが多い観光地は顔・表情が変わり、また季節でも変わる。年間のイベントカレンダーを作成するなど次に繋がる活動が必要。
- ・モデルコースは、コース設定という枠組みから離れ、従来の観光マップ等とは違う本町独自のプラン、プログラムという形で開発していくことが重要。

■イベントにおける周知の必要性

- ・無料ソフトで作られた流山本町ホームページには過度の要求はできないが、「行灯のまち」をホームページ上でもきちんと表現する必要がある。
- ・現在実施している「体験型宝探しイベント」については、ステージとなる地域住民に対する周知が不十分であったことから、来訪者を受け入れる側の「おもてなしの心」に欠けていた。主催者側に地域住民を巻き込むこと、並びに「おもてなしの心」を醸成することで、より一層のイベントの盛り上がりと地域活性化につながるものとする。

(5) 専門家派遣事業実施による流山市としての総括及び今後の方向性

■総括（事業成果・課題）

本町地区の店舗やイベントなどの情報の発信と共有のツールとしてホームページを活用する方法は有効であるが、行政発信のものと差別化するためにも流山本町ならではの魅力あるコンテンツづくりを行っていく必要がある。

■今後の方向性

当面は、流山本町イベントカレンダーの作成とホームページのブラッシュアップを図るほか、流山本町の Facebook の立ち上げを行う。また、行灯回廊プロジェクトで進めている切り絵行灯を 25 年度中に 100 個設置目標を目指す。

平成 25 年度も、引き続き 3 部会（半旅モデルコース開発部会、みりんを中心とした食の開発部会、本町のおもてなし事業部会）の活動が中心となるが、イベントカレンダーやホームページの作成管理や運営を含め、そこに携わる編集スタッフ・広報部会（事務局）の立ち上げも必要課題となる。引き続き 2014 年の「白みりん誕生 200 年」に向けての地域住民や地元関係者を巻き込んだ地域の盛り上がりの醸成をしていく。

2-5 静岡市

(1) 対象区域の概要等

■位置、立地環境等

静岡市は静岡県中部に位置する政令指定都市であり県庁所在地。区域は、中心市街地活性化区域（静岡地区）。

（交通手段）

JR 東海道線静岡駅、静岡鉄道新静岡駅・日吉町駅から徒歩 0 分

（立地環境・構成）

商店街、百貨店、スーパー、大型小売店、市役所・県庁等の広域施設、行政施設、郵便局、芸術・文化施設等が立地する商業・公共・事業所が混在する県の中心となるエリア。

■現況と課題

小売業店舗数・売場面積が増加しているにも関わらず、買物をする人が減少し、郊外大型店の利用者が増えており、小売業年間販売額が減少している。また、歩行者通行量全体的に減少傾向にある。



	対象区域	静岡市全体
面積	約 250ha	約 1411.85 km ²
人口	15,068 人	710,920 人
人口密度	6,027 人/km ²	504 人/km ²
営業店舗数	約 1,320 店舗	約 11,480 店舗
空き店舗	—	—

(2) 専門家派遣事業の目標

平成 24 年度は、中心市街地活性化基本計画の 4 年目に当たることから、平成 23 年度の基本計画のフォローアップを受けて、同計画の目標達成のために更なる活性化策となる事業を追加し、まちなかのにぎわい創出を図っていく。平成 24 年度は、年末・年始のまちの魅力向上及びにぎわい創出に寄与する（仮称）「I Love しずおか協議会」によるまちなかのイルミネーション支援を予定。

(3) 専門家派遣事業の実施内容

■派遣専門家

- ・吉井 茂人：長浜まちづくり株式会社
- ・面出 薫：株式会社ライティングプランナーズアソシエーツ

■実施内容

	実施日	派遣専門家	助言・活動内容
第 1 回	6 月 22 日	吉井 茂人	・協議会の運営体制・方法・合意形成・資金調達について
第 2 回	8 月 8 日	面出 薫	・イルミネーションの色彩について ・テーマの設定 ・商業ビルや未実施地区の光の演出方法について ・七間町映画館跡地の光の演出方法について ・イベントの実施：写真コンテストの開催
第 3 回	2 月 27 日	吉井 茂人	・組織体制と資金調達の方法～長浜の事例を交えて～

(4) 専門家からの主な助言・提案等

■「I Love 静岡協議会」の運営体制・方法

- ・I Love しずおか協議会の運営体制・方法について、承認機構と企画と現場を動かせるコアとなるメンバーやそれをつなぐ信頼できる調整役が必要で、調整役によって合意形成が左右される。
- ・マンネリ化を防ぐため、多様多様な階層の人達が必要でメンバーを固定化すべきではない。コアメンバー・サブメンバー・アクションメンバーが必要となり、全ての事を把握出来る司令塔と補佐役のコンビのが存在する。

■資金調達の方法

- ・協議会加入者の確定と会費の徴収および各事業の収支計画が早急に必要である。それによって自己資金調達の方法を考えなければならない。
- ・大型店は商店街に対して既に経費を払っており、商店街がその中から資金を出すべきではないかという考え方もあり、全体計画を早く確定して協力体制を構築すべきだ。
- ・資金調達のパターンには、事業に介入できる出資・融資型と、自主性と専門性を尊重する寄付・助成型がある。
- ・協議会参加団体の合意形成について、関係者の協力を説得できる人材や関係を持つこと、また、会議では出された意見を否定しないことが大事。

■イルミネーション事業について

- ・イルミネーションで使用する色は、暖色系が好ましい。まちなか全体で統一感を持たせるため、既存で共有できる簡単なテーマを設定すべきだ。実現性を高めるため、低予算で実施可能な光の演出手法についても検討をすべきだ。
- ・イルミネーション事業は既に大型店・商店街・静岡市によって実施されている。今年は市街地全体でスケールメリットと統一性があるように、早い段階から合意体制づくりへの仕掛けをすべきだ。
- ・企画は、メインとサブイベントおよびスケールメリットと各通りの個性を保つことが必要である。話題性、意外性、ストーリー性、継続性のあるものであるべきだ。
- ・市民寄付（電球寄付）について、感動を与える事ができれば受益者負担となり期待出来る。

(5) 専門家派遣事業実施による静岡市としての総括及び今後の方向性

■総括（事業成果・課題）

協議会の運営にあたる人選の重要性、協働事業の実施に際して参加者の合意形成を進める困難性、について共通認識を持つことにより、協議会で賑わい創出事業を実施するための準備のスピードUPが図れた。協議会として実施する事業のうち、従来参加団体が個別に実施してきた事業を連携するにあたっての各団体の連携方法、協働事業に対する各団体の関与の仕方の調整方法が課題となる。

組織と事業継続には強力なリーダーシップと事務局の強い指導性（牽引）が必要となる。事務局を公社と分離したとしても、今後も一体性が求められる。I LOVE しずおか協議会が、幹事会の議題内容を実行するには、重荷になりかねず会議に追われてしまうことが懸念される。

■今後の方向性

I Love しずおか協議会において、協議会会員以外の既存団体からの協力も得ながら事業を推進していく。

2-6 栗東市

(1) 対象区域の概要等

■位置、立地環境等

栗東市は、滋賀県の南西部に位置する、大阪・京都のベッドタウン都市。区域は、栗東市安養寺地区。

(交通手段)

JR 草津線手原駅から徒歩 5 分程度のバス停が 6 箇所)

(立地環境・構成)

商店街、銀行、民間企業、市役所、郵便局、スーパー等、小売業と事業所が混在するエリア。

■現況と課題

骨格道路沿道を中心として商業・業務施設の立地誘導を図っているが、地区内の小売店舗や飲食店等は全体として少ない状況にあり、閉店・休業している店舗、空きテナントの増加が地区の課題となっている。また、地区の活性化に向け市民や事業者の主体的な取り組み、あるいは周辺の観光資源・地域資源との連携・一体性が見られず、にぎわいは感じられない状況となっている。



	対象区域	栗東市全体
面積	51.0ha	52.75km ²
人口	約 1,900 人	65,875 人
人口密度	約 8,636 人/km ²	約 1,249 人/km ²
営業店舗数	約 51 店舗	約 393 店舗
空き店舗	約 70 店舗	—

(2) 専門家派遣事業の目標

地域住民が笑顔で快適に暮らせる持続した地域のにぎわいの再生であり、「景観まちづくり」で地域を元気にするモデル地区として、地区計画の都市計画決定、まちづくり協定づくり、並びに、今後のまちなか再生に不可欠となるエリアマネジメント組織の設立を目指している。

今年度は、平成 23 年度、スタートアップ支援により立ち上げた A+plus をはじめ、テーマごと (3 つ程度) のチームづくりを行いエリアマネジメント組織の中核を担う人材育成を目指す。また、「景観まちづくり」をキーワードとする花と緑プロジェクトやアートイベントの開催を通じて、コミュニティの再生や人と人がつながる仕組みづくりを継続実践する。

(3) 専門家派遣事業の実施内容

■派遣専門家

・西上 ありさ：株式会社 Studio-L

■実施内容

	実施日	派遣専門家	助言・活動内容
第 1 回	7 月 3 日	西上 ありさ	・テーブルワークの方法について ・ガイドブックづくりの基本について
第 2 回	8 月 11 日	西上 ありさ	・取材実施方法について
第 3 回	11 月 11 日	西上 ありさ	・ガイドブックの作成方法
第 4 回	1 月 27 日	西上 ありさ	・ガイドブックの内容、配布方法、活用方法について

(4) 専門家からの主な助言・提案等

■安養寺地区ガイドブックの作成

- ・ガイドブックは、安養寺地区における人々を紹介するもので、地域住民が気づいていない新たな魅力を発信することを目的とするもので、安養寺地区のまち歩きを通して発見された、安養寺の街並みから感じられる特徴や固有性を共有した上でガイドブック作成する。
- ・ガイドブックを作るメンバーは地元の建築士やカフェオーナー、大学生、行政職員等で構成された「A+Plus」および高校生を中心としており、彼らによるインタビューを中心に進めた。ガイドブックに掲載する人物へのインタビューにおいては、質問シートの作り方、インタビューの聞き方、写真の撮り方など等、他事例を参考にしながら進める。
- ・ガイドブックの形式決定にあたっては、アウトプットイメージを共有するため、様々なガイドブック事例の講評をおこないながら進めた。その上で、3つのグループに分かれてガイドブックの台割案を話し合い、それぞれのいい部分を採用しながら作成した。

■今後のガイドブック作成について

- ・ガイドブックを今後、作成していくにあたって、高校生が描いたイラストを活用したコメントを書いたり、素人集団がつくっていることをPRしていたりするなど有効ではないか。
- ・今後のガイドブック発行に向けた作業として、記事の確認作業、インタビュー先との最終校正、配布場所や配布方法などについての具体的な助言を行った。
- ・ガイドブックについて、反響の無さや悪評などがあっても、自分たちがやってきたことに自信を持って継続していくことが必要であり、次年度以降も、継続して取組んでいくべき。
- ・地図の内容充実も望まれる。
- ・今年度の取組成果をまとめる必要性を指摘した上で、完成型を目指すのではなく、作成作業を継続して積み重ねることが求められる。

(5) 専門家派遣事業実施による栗東市としての総括及び今後の方向性

■総括（事業成果・課題）

今年度の具体的な成果物として制作したガイドブックの校正作業を2月中に、その後の印刷、および配布作業を3月中に行い、年度内の目標達成を目指す。

次年度も継続的に取組んでいくために、高校生や大学生の次の世代への連携や引継ぎなどを確保していく。

■今後の方向性

創刊号を発行する中で、次年度に向けた取組み体制やコンセプトなどを整理していく。また、今回のガイドブックへの共感者を広げるため、手渡しなどの丁寧な対応を図る。

2-7 大村市

(1) 対象区域の概要等

大村市は、長崎県の中央に位置する自然豊かな都市。長崎空港を有する。対象区域は、大村市中心市街地。

■位置、立地環境等

(交通手段)

JR 大村線大村駅から徒歩3分

(立地環境・構成)

商店街、医療施設、百貨店、再開発ビル(建設中)、文化施設等、小売業を中心としたエリア。

■現況と課題

平成7年以降大手総合スーパーの出店以降、郊外型大型店舗の進出やドーナツ化現象により住宅地の拡散を要因に、衰退が進んでいる。まちなかの賑わい再生と高齢化社会に対応したユニバーサルデザイン化やコンパクトシティの実現を進めている。

(2) 専門家派遣事業の目標

市街地再開発事業の推進による充実した商業・サービス機能の集積と市による老朽化した文化施設の建て替えなどにより、都市居住のための住宅建設を誘導し、都市機能が集積された魅力あふれる中心市街地の再生を目指している。

商業の核施設と建設予定の本町アパート市民交流プラザをつなぐアーケードを活かし、中心市街地の魅力づくりに向けた活性化策推進のため、商店街、住民及び市による協議会設立を目指す。

(3) 専門家派遣事業の実施内容

■派遣専門家

- ・鈴木 俊治：有限会社ハーツ環境デザイン

■実施内容

	実施日	派遣専門家	助言・活動内容
第1回	7月18日	鈴木 俊治	<ul style="list-style-type: none"> ・中心市街地再生の方向の提案 ・住民、商業者、市職員の参加によるワークショップを企画・実施
第2回	8月29日～ 8月30日	鈴木 俊治	<ul style="list-style-type: none"> ・中心市街地再生に関し、自らが参加しながらできそうなこと、してみたいことについて、具体的に検討するワークショップを実施。
第3回	10月10日～ 10月11日	鈴木 俊治	<ul style="list-style-type: none"> ・これまでの振り返り、プロセス確認 ・事例紹介「メインストリートプログラム～アメリカにおける歴史的商業建築の保全・活用と中心市街地の再生」 ・ワークショップによる事業抽出
第4回	2月20日	鈴木 俊治	<ul style="list-style-type: none"> ・主なプロジェクト案について ・まちづくり活動の組織化について



	対象区域	大村市全体
面積	78.3ha	約 126.3 km ²
人口	2,766人	91,624人
人口密度	3532.6人/km ²	725.4人/km ²
営業店舗数	183店舗	1,006店舗
空き店舗	37店舗	—

(4) 専門家からの主な助言・提案等

■中心市街地再生に向けたプロセス

- ・従来の中心市街地活性化施策は、TMO づくり、中活法（旧法時代含む）の認定計画が先行し、予定調和的で均衡配分的計画の限界であった。また、従来形態のままの商店街活性化を主眼としていた。
- ・今後の中心市街地活性化施策は、社会潮流、時代変化への対応する必要がある、具体性、特に担い手を育てていかなければならない。
- ・具体性のない、担い手が明らかではない旧来の方式では、まちは活性化しない。顔が見える関係づくりと、楽しみながら、できるところから参加できるしくみが大切。
- ・やる気のある人たちが集まり、先行するため、まず、多様な人たちが多様なアクティビティをまちで行う、人が集まることを目指すべきではないか。
- ・走りながら考えて、必要などころを変えながら、成長する組織、活動であるべきで、やる気のある人の意向を尊重して足を引っ張らないことが大事だ。

■参考となるまちづくり手法

- ・参考になる手法として、日本では山崎亮氏が手がけるコミュニティデザインや、米国ではメインストリートプログラムがある。
- ・メインストリートプログラムは、地域資源を活かした包括的まちづくり手法で、アメリカで 30 年、約 1,900 地区の実績のある包括的なまちづくり手法である。

(5) 専門家派遣事業実施による大村市としての総括及び今後の方向性

■総括（事業成果・課題）

中心市街地再生の方向として、①まちの良いところを探す、②課題を洗い出す、③それらを踏まえて、このまちでやってみたい／やれることを考えてみる事を提案し、住民、商業者、市職員の参加によるワークショップを企画・実施し、総参加者数 38 名(延べ 80 名)の参加があった。

ワークショップでは、立ち上げたい、可能性のあるプロジェクトとして、街コン、100 円笑店街プラスアルファ、店主が教えるプロの技、店主や地元の芸人が演ずるまちなかエンタメ、ダンス・バンド・パレード、ワンデイシェフ、まちなか情報発信等のアイデアが挙げられた。また、その実現のために、地域の女性力を活かす・引き出すこと、商店街の改革、まちなかをつなぐ組織が必要であることが確認された。今後もまちなか再生に向けた活動を継続するため、ワークショップ参加者を中心に組織を立ち上げることが合意された。

2013 年 3 月に各プロジェクトの会議を行い、2013 年 4 月の全体会議で正式な組織～仮称・まちなか再生隊～の結成を目指すことが決定した。また、会議の参加者が互いに連絡できるよう、住所録を配布することとなった。

■今後の方向性

組織作りを行い、役員や規約の協議や各プロジェクトのメンバーを増やして民間主体で進めていくことが必要であるため、情報発信を進めていく。

第3章 おわりに

1 各都市の共通する論点

■目指すべきまちなか再生の方向

- ・ものが動くためには3つ条件がある。1つ目は何をやるかが見えること。2つ目はそれをできそうだという感覚をみんなが持つこと。3つ目は資金調達を含めた条件が揃うこと。初動期にこの条件が揃えばよいが、まずは1つ目の条件として持続的にまちを再生できるようなものを見つけるのが難しい。
- ・まちなか再生は、住民にとって住みやすく、行き来しやすいことを打ち出していくべきだろう。ネット・通販が増えており、製造小売、生鮮のように市場小売、体験型の飲食・サービスでなければ商店街に残るのが難しい。昔のような商店街を作るのは難しくなり、特に地方のまちづくりはこれまでとは違う要素を入れていかなければならない。まちづくりは、まちなかの人をどう増やしてどう安全に暮らせるようにするかということがメインテーマになるのではないか。
- ・街の機能の大部分が郊外店等に吸収されており、まちなか再生が難しくなっている。そうした中で新しい芽もあるので、それを他の地域のやる気のある人に見せられるような仕組みがあるといいのではないか。
- ・初動期は、再生に向けた色々な事業をやりたいという人はたくさんいるが、郊外化のパワーの中でのまちなか再生は難しい。公共施設をまちなかにつくっても、そこで展開されるビジネスがないと「まち」にはならない。次のプロビジネスにどう結び付けていくかが課題である。
- ・高松市では郊外の宅地化された農地を再び農地に戻して、居住地はまちなかに小さくまとめるという、中心市街地と郊外の連携で都市計画を考えようとしており、まちなかだけでなく都市全体をいかに再生させるかというステップに行きつつある。
- ・大都市・中核都市では観光や商業、経済活性化というまちなか再生があるが、その対極にあるような衰退した地域では、観光でも産業立地型でもなく、歴史があり、文化があり、その中で「居住していく」という仕組みづくりが求められる。人口1万～3万人以下の地域においては、これまでのまちなか再生事業とは違う、新しいまちなか再生の枠組みが必要となるのではないか。

■民間主体のまちづくりのサポートのあり方

<事業投資を行う段階までステップアップさせる仕組みづくり>

- ・衰退したまちで住民が動き出すということが世界中で起きている。住民が立ち上がり、まず少しずつでも自分たちでお金を集めた上で動き出し、足りない分について公的支援を受けるということも大切。公的支援を得て何年かかかって合意が整うと投資をする段階になる。日本では、建物が傷んでいるために建築基準法上改修しようとするのと新築と同じ位の費用がかかる状況にある。コンストラクションにお金がかかってしまう。その費用回収が期待できないから投資をやめてしまうという悪循環に陥っている。前段としてコンストラクションのスキームが組めていけば、次のステップに行く。コンストラクションが上手にできると、マネジメントフィーが生み出されていく。まちづくり初期段階においては、きちんとコンストラクションしていくところまで、ステップアップしていくようなものになっているか地元と議論し、こちらからノウ

ハウを伝えていくことが求められる。

- ・ 投資をしていくためには、事業主体があった上で、融資や補助を受ける必要があるが、その段階に辿り着けないという状況がある。ステップアップする仕組みについて考える必要がある。
- ・ 初期段階では、若手が本業とは別に時間を割き、お金を持ち寄ることから始まる。それが商工会や観光協会という確固とした組織の中で「若手の会」というそれ自体は法人格のない形態となっていき、やがて行政を巻き込んでいく。そうした中で、このまちなか再生事業は、事業投資を行う段階に繋げるのに有効であった。
- ・ アメリカではプロが参画して資金調達し、住民と一緒に事業を組み立て、マネジメントの段階に入っていくという形で自立した事業が実現している。

<民間組織の認証による地位の確立>

- ・ まちなか再生においては、民間にしっかりとした組織があっても、行政と組まないと進められないことが多い。多くの地方公共団体は財政難で新しい事業が難しく民間の取組みが盛り上がっていても進められない場合も多い。そこで、地方公共団体の参画がなくても民間で進められる仕組みを作っていくべきではないか。そのためには、しっかりした民間組織を認証するという制度があればよい。海外には事例がある。民間の取組をどうサポートしていくかという制度的仕組みを作っていくと良いのではないか。
- ・ 資金調達において、公共団体と民間法人には相当の差があり認証することが難しい。公共に認証される組合・法人が必要なのではないか。

<地元出資を集める仕組みづくり>

- ・ 民間では100万円、1000万円の出資は厭わないし配当もいらぬが元本がなくなるのは嫌という意見は多かった。まちづくり事業の場合でも信用保証のシステムがあるとよい。
- ・ お金を出してもよいという人は地方に結構いる。お金がなくなつては困るが社会貢献したいという方々のお金を担保にしながら事業がまわっていくというのがよいという議論はその通りだ。非営利型株式会社を立ち上げてやっている仕組みが東京都内ではある。
- ・ 田舎の町では町内会費を集めてきた。初期投資については補助金もあるが、商店街の人や住民も含めた税金のような仕組みが必要になるだろう。事業化によって得られる収益や、モノの流通・サービスの流通の拡大によって捻出していく収益を、資金として継続的な活動に充てることが求められる。電子マネーを地域通貨として活用してもらい、地元にお金が残るような仕組みになっているものもある。意識を醸成しながらまちを維持している。

■まちなかを支えるまちづくり会社の事業継続性の確保

- ・ まちづくり会社は確実に利益を出すことが必要であり、赤字になると事業が進まなくなってしまふ。再開発事業など無理に事業を進めては建て直しが大変で、多くの場合、行政が赤字を埋めることになる。事業が持続可能かどうかの見通しが重要である。また、赤字をカバーする事業も必要であり、まちづくり会社として事業の多角化をしてほしい。テナントミックス、駐車場、ビルメンテナンスなど、バランスのとれた事業計画をたててほしい。

■多角的な視点を持ったまちなか再生の体制づくり

- ・ 地元の熱意は大前提だが、専門家が必要になる時は来るだろう。高松丸亀町では、地元と専門家、それに加えて地元で専門家との触媒の役目をする人が3点セットになった上で、都市計画、金融、流通、法務など、その他の様々な専門家に集まっていたことがパワーになった。まちなか再生をチームで支援をしていくような新しい仕組みにすればより効果が出るのではないかと。特に金融、財務の専門家が入らなければ、計画ができて資金調達ができない。
- ・ 成功事例について、成功要因を良いリーダーがいたからだといった属人的な観点で捉えることが多いが、それでは普遍性がない。良いリーダーは大きな要素ではあるが、成功に導いたノウハウ・マニュアルを確認する必要がある。それをするのに、各省庁の制度では難しく総合プロデューサーが必要になる。それらのノウハウをマニュアル化できないか。プロデューサーにエリア、デザイン、産業、主体の問題など、基本を確認し理解してもらえないだろうか。

■人材に関する支援、人材育成の必要性

<まちなか再生を担う人材の確保>

- ・ まちづくり事業をするには、地元の人間と専門家が必要。かつて商店街の方々は仕事をしながらまちづくりをしていたが、両立が困難になっている。そうした中、専門家を支える制度は多いが、地元のキーマンがまちづくり事業を生業として展開できるよう支える制度がない。商店街が自主財源で賄うのは大変であり、地元のキーマンの人件費を支援するような制度があると効果は大きいだろう。
- ・ 建築でもまちづくりでも、そこに関わる人材をキープすることが重要。現在は、新しいものを作ることにしてお金が出ているが、再生のためのお金は動きにくい。ソフト事業にお金が出にくいと、人材が関わりにくい。多数輩出している建築・都市計画分野の卒業生など、適切な人材を派遣できるとよい。

<人材育成する仕組みづくり>

- ・ デザイン（建築）、スキーム（制度、資金調達、合意形成）、産業（ショーケース機能）の3点からのアプローチを各地に課題として与えると、すぐには消化できずパニックになるだろうが、どれ1つ欠いてもいけないし、1つだけにこだわってもいけない。実際に実践しているところに行くと経験するという教育システムが必要だ。経験してみないと分からないものだろう。
- ・ イギリスでは、業務実績をどこまで積んでいるかをポイント制にしていた。日本でも学会に聴きに行くとポイントが貯まるようになっているが、不十分である。人材育成する人を対象とした仕組みが必要になっている。
- ・ 人づくりについて自治体を対象とすることができないか。例えば、事業実施にあたり、プロデューサーのチームだけではなく、自治体の人にも調査に同行して学ぶという縛りを設けるとよいのではないかと。
- ・ これまで事業実施に際しては、行政の中で核になりそうな人、実際に動きそうな人、観光協会の頑張るそうな若手などを巻き込んで一緒に動いているのが実態だ。そうしなければ人も育たない。

■総評

今年度の補助対象とした5自治体における取組みについて、一般化して他自治体で活用する観点から大きく2つのパターンに類型化できるだろう。1つは、豊後高田市や飯田市のように、まちなか再生を既に実践し、一定の評価を得ている地域において、時間が経過し次のステップをどう展開していくかというもの。人材、あるいは人材が支えるまちづくり会社に対する支援の重要性が指摘されている。また、もう1つは青梅市や秩父市のように、大都市の縁辺部にある街について、大都市からの影響を受けながらも固有の文化・資源を活かし、どうまちなか再生を図っていくかというもの。その手法として秩父市、青梅市の事例は、モデルになり得るだろう。広野町は、他都市の典型ではないが、どこから手をつけるべきかの手がかりを示唆しうる。小さな単位でもよいので実践していくということが求められる。

2 まちなか再生総合プロデュース事業総括

「まちなか再生総合プロデュース事業」は、中心市街地等まちなかの衰退に悩む各地の自治体を支援するため、財団が、平成 20 年度に新規事業として始めたものである。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ー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。

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、初回と最終回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、一昨年度から「まちなか再生総合プロデュース事業（補助金）」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、「まちなか再生総合プロデュース事業（専門家派遣）」を実施している。この事業は「まちなか再生総合プロデュース事業（補助金）」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。

これらにより、委員及びプロデューサーの有するまちなか再生手法の地方都市での適用、実践を支援し、プロジェクトの立ち上げからプランニング、事業化へのステップアップを実現してきた。成功事例のノウハウが継承され、成果を挙げてきたと言えよう。

一方、今年度の事業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。

- ・ まちなか再生の事業には、合意形成、投資がかかる場所、運営の場所がある。投資がかかる場所が最も苦勞するしノウハウが必要となるのでプロデュース事業で手がけてほしい。
- ・ まちなか再生総合プロデュース事業は事業の仕組みをもっていないが、それがメリットになってきた。例えば、国土交通省における再開発事業調査費は、再開発事業をしないといけないという立て付けになっているため、調査の出口が制約されてしまい使いにくい。経済産業省も同様だ。使いたいときに支援メニューがなくなることもある。本事業は成果があがっているので、今後、バージョンアップしていくにあたっては、出口の事業に繋いでいくこと、また、使いやすように各省の事業に意見していくことが大事だろう。
- ・ エリアを捉え、エリアを担うデザインコードを作り、産業を芽生えさせるためにライフスタイルのブランド化をするということが核心的ルールである。但し、専門家はそのアドバイスをトータルに提供できない。そこを総合的にアドバイスするのが総合プロデュース事業である。

- ・ 専門家派遣においても、初動期をうまく芽出しして、複数の専門家の意見が入る仕組みがあるとよい。次の展開のためには、少し違う提案が必要である。始めに一人の専門家で行ってみて、次の段階でチームを組んで複数人で行く支援をするなど、制度の仕組みを考えるという手もあり得る。様々な出口を各地域に探ってもらうのが総合プロデュース事業の本来の姿であり、様々な専門家が必要である。
- ・ 平成の大合併により、合併された旧市街地におけるまちなか再生が取り上げづらくなっている。そういう地域を対象にできるとよいのではないか。
- ・ 中心にはヒエラルキーがあり、そのシステムが重要である。下の階層の中心が元気になることで、高松のような中心も元気になる。
- ・ 本事業における「まちなか」という概念には縛りが無い。中心市街地活性化法の対象地域のような特典はないが、地元の申請どおりに「まちなか」として認めるといふ意味ではフレキシブルな定義である。
- ・ まちなか再生の対象になりにくい地方都市も多く、再生プログラムがない。まちなか再生のシナリオは描けなくても、総合プロデュースの再生プログラムは必要とされている。ある程度、まちなか再生の意味もあり、テーマも見えているところで、事業を行うことはできないか。
- ・ 初動期においても、次の段階に進む意識の低い地域を支援しても成果が出にくいので、「主体作り」を掲げた地域を支援していくようにした方がよいのではないか。

来年度以降の事業実施にあたっては、指摘のあったように、多様な専門家の総合力の発揮によって、初動期の芽出しから事業化の支援まで取り組むこととしたい。

また、本事業は 20 年度のスタートから丸 5 年間を経過して自治体にも定着しているところであるが、事業対象、事業の進め方などについては、委員等の知見を得ながら、より効果的な支援を行うことができるよう改善、検討を進めていくこととしたい。特に今年度対象とした飯田市、豊後高田市のように、既にまちなか再生に一定の成果を挙げている地域において、更なる段階に向けて取り組む動きも出て来ている。民間の意識も高まっている中で、新たな主体形成の支援などもより重視していきたい。

この「まちなか再生総合プロデュース事業」では、今後もモデルとなる地域の支援を通じて、「まちなか」の新たな姿・役割、新たな再生手法などを、全国各地でのまちなか再生の取り組みに貢献できるよう努めていきたい。

参考資料：補助対象地域の概況

1 広野町（今次震災前の状況）

（1）人口

広野町は、福島県浜通り地方の中部、双葉郡の最も南に位置し、面積は 58.39 km²であり、東に太平洋を臨み、西に阿武隈山系、南はいわき市と北は檜葉町と隣接している。

広野町の人口は 2010 年 10 月 1 日時点で 5,418 人であり、福島県全体の約 0.3%にあたる。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、広野町は、県内最大のいわき都市圏に含まれる。人口推移をみると、福島県全体では、2000 年以降減少を続けており、広野町も 2005 年以降減少している。（図表 1-1 参照）

将来推計人口（国立社会保障・人口問題研究所）においては、2035 年まで人口減少が続き、2035 年の人口は、3,746 人となり少子・高齢化が進展すると予測されている。（図表 1-2、図表 1-3 参照）

昼間人口も 2000 年までは増加してきたが、昼夜間人口比（昼間人口／夜間人口）は 2000 年を除いて 1 を下回っており、2010 年には 0.987 であった。（図表 1-4 参照）

近隣市町との主な流出入状況を見ると、いわき市、檜葉町、大熊町で流出超過となっている。（図表 1-5 参照）

図表 1-1 広野町周辺および福島県等の人口推移

市町村名	1990 年 (人)	1995 年 (人)	2000 年 (人)	2005 年 (人)	2010 年 (人)	県内 シェア	2010 年 /2005 年
福島県	2,104,058	2,133,592	2,126,935	2,091,319	2,028,752	100.00%	97.01%
広野町	5,591	5,767	5,813	5,533	5,418	0.27%	97.92%
いわき都市圏	369,725	374,841	374,331	368,213	355,367	17.52%	96.51%
いわき市	355,812	360,598	360,138	354,492	342,249	16.87%	96.55%
郡山都市圏	550,014	568,431	577,254	577,424	569,999	28.10%	98.71%
郡山市	314,642	326,833	334,824	338,834	338,712	16.70%	99.96%
福島都市圏	472,537	478,270	478,437	470,961	456,996	22.53%	97.03%
福島市	284,768	292,696	297,894	297,357	292,590	14.42%	98.40%

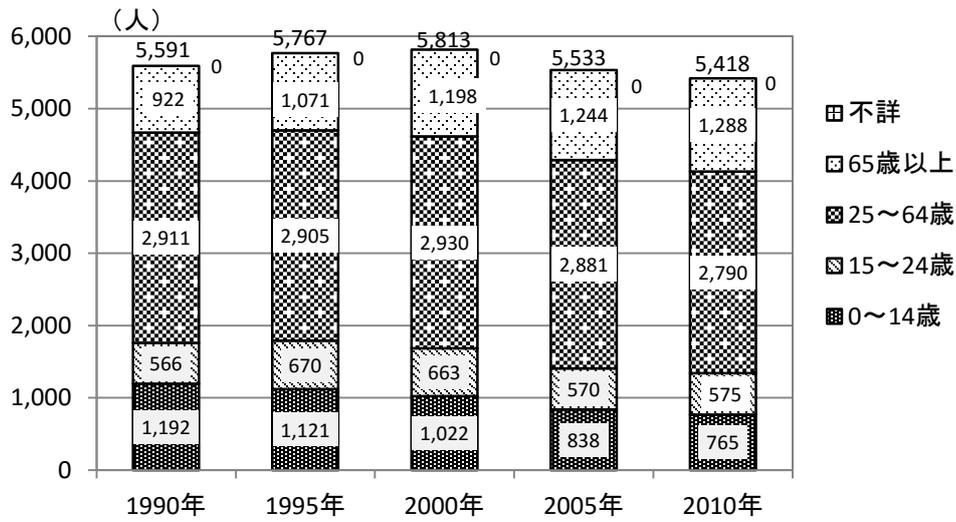
（注 1）2012 年 4 月 1 日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

（注 2）都市圏は核都市への通勤通学率 10%以上の市町村

（注 3）広野町は、いわき都市圏に含まれる

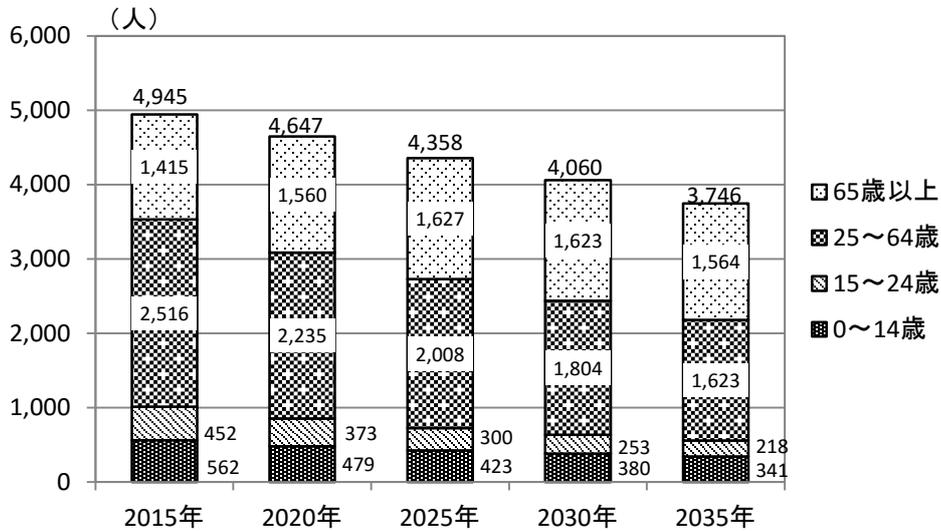
資料：国勢調査

図表 1-2 広野町の年齢階層別人口の推移



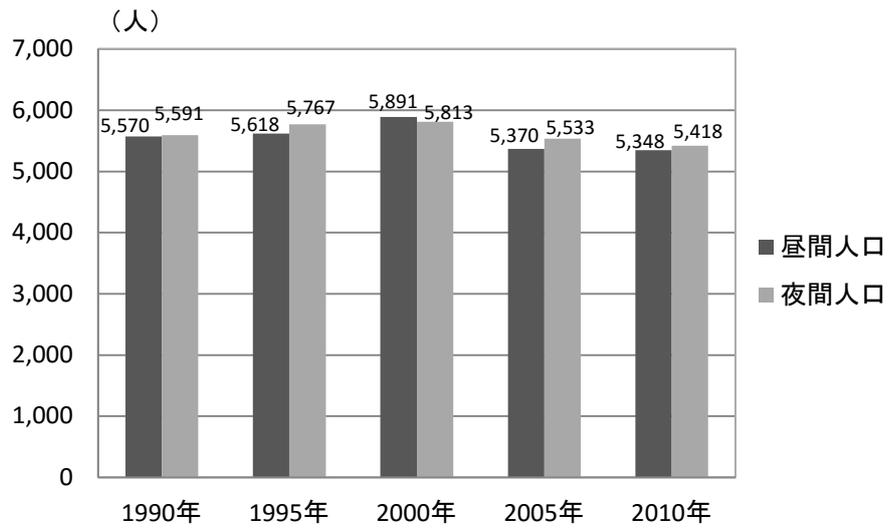
資料：国勢調査

図表 1-3 広野町の将来推計人口



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）

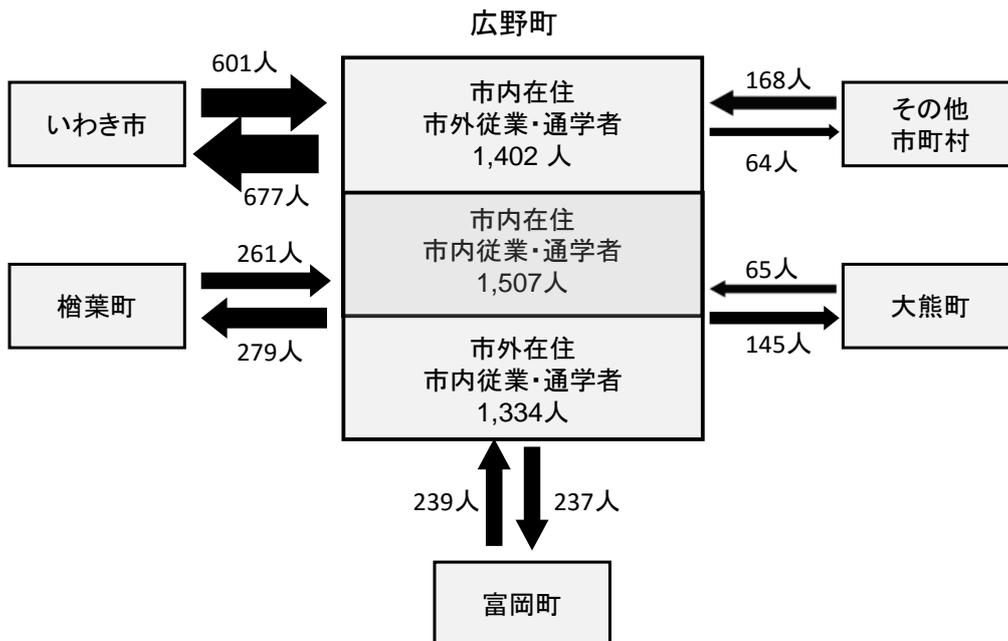
図表 1-4 広野町の昼夜間人口の推移



	昼間人口	夜間人口	昼間人口/ 夜間人口
1990年	5,570	5,591	0.996
1995年	5,618	5,767	0.974
2000年	5,891	5,813	1.013
2005年	5,370	5,533	0.971
2010年	5,348	5,418	0.987

資料：国勢調査

図表 1-5 広野町の通勤・通学の流出入状況



資料：国勢調査

(2) 産業

広野町における 2009 年の事業所数は 289、従業者数は 2,925 人である。1991 年以降の推移をみると、事業所数、従業者数ともに 1996 年をピークに減少に転じ、2009 年時点では 1991 年とほぼ同水準にある。但し、従業者数については、2006 年に大きく落ち込んだ後、2009 年に再び増加に転じている。(図表 1-6、図表 1-7 参照)

2009 年の事業所数、従業者数から産業構造をみると、広野町は福島県全体に比べると、第一次産業と第二次産業の割合が高い。(図表 1-8、図表 1-9、図表 1-10、図表 1-11 参照)

広野町における商業については、2007 年の商店数は 53 店、従業者数は 203 人、売場面積は 3,279 m²、年間商品販売額は約 23 億円である。いずれも福島県全体に占める割合でみると最も割合の高い商店数でも 0.25%にとどまる。(図表 1-12 参照)

広野町の小売店の年間販売額は 2002 年まではほぼ横ばいであったが、その後は減少を続け、2007 年にはピーク時の 1999 年と比較して 34%もの減少となっている。また、商店数は 1991 年から減少し続けているが、売場面積については増減がありながらも、2007 年にはピーク時の 1994 年と比較して 15%の減少となっている。(図表 1-13 参照)

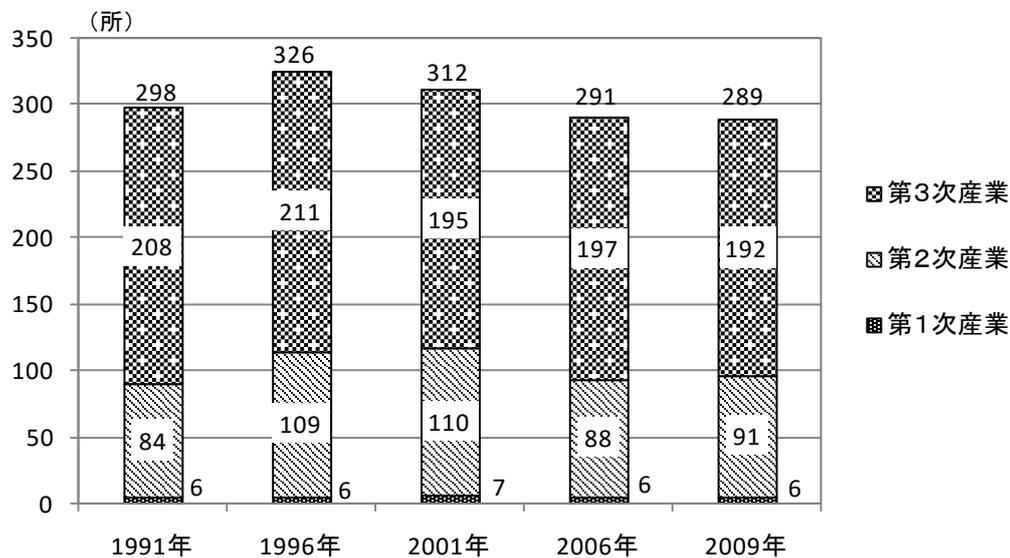
福島県内の市町村別の小売吸引力をみると、1 を超えているのは県下 59 市町村中 13 市町であり、広野町の小売吸引力は 0.44 で県下第 46 位である。(図表 1-14 参照)

福島県内には 10,000 m²以上の大型店は 28 店舗ある。ただし、広野町内に 1,000 m²以上の店舗は 1 店舗のみ(ショッピングプラザアイアイ (1,227 m²)) である。(図表 1-15 参照)

(ア) 全産業

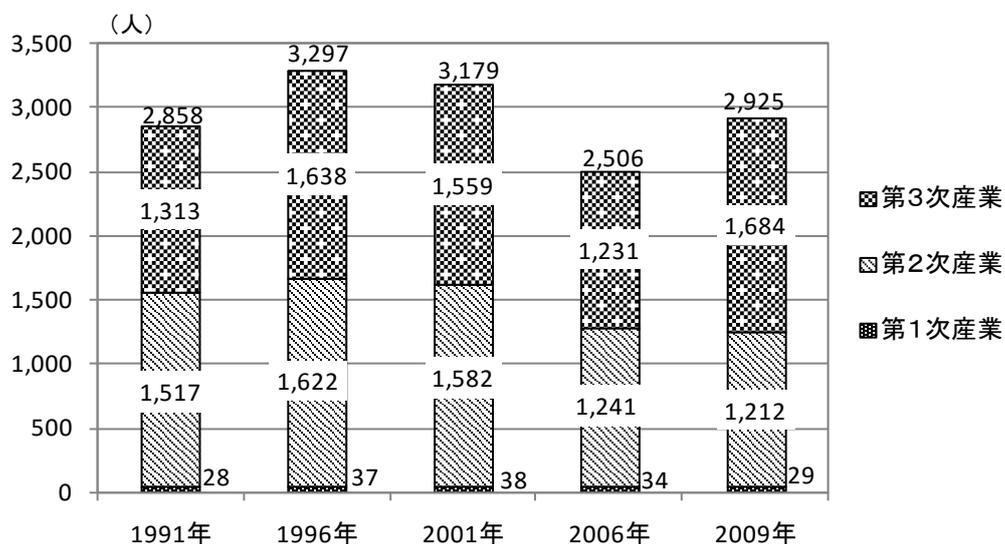
①事業所数と従業者数

図表 1-6 広野町の事業所数の推移



資料：事業所・企業統計、経済センサス

図表 1-7 広野町の従業者数の推移



資料：事業所・企業統計、経済センサス

②広野町等の産業別事業所数・従業者数(2009年)

図表 1-8 広野町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
福島県	102,063	812	76	12,079	8,254	5,615	21,420	53,807
広野町	289	6	1	56	34	7	50	135
福島市	13,816	44	1	1,237	732	885	2,772	8,145
郡山市	17,557	70	1	1,948	954	1,615	3,135	9,834
いわき市	15,815	89	17	1,693	1,204	858	3,426	8,528

資料：経済センサス

図表 1-9 広野町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
福島県	100.00%	0.80%	0.07%	11.83%	8.09%	5.50%	20.99%	52.72%
広野町	100.00%	2.08%	0.35%	19.38%	11.76%	2.42%	17.30%	46.71%
福島市	100.00%	0.32%	0.01%	8.95%	5.30%	6.41%	20.06%	58.95%
郡山市	100.00%	0.40%	0.01%	11.10%	5.43%	9.20%	17.86%	56.01%
いわき市	100.00%	0.56%	0.11%	10.71%	7.61%	5.43%	21.66%	53.92%

資料：経済センサス

図表 1-10 広野町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
福島県	943,465	9,180	730	83,287	183,047	44,285	139,555	483,381
広野町	2,925	29	2	294	916	24	206	1,454
福島市	149,635	552	7	9,712	19,986	7,928	21,718	89,732
郡山市	180,857	535	6	14,749	21,374	14,864	27,315	102,014
いわき市	153,635	1,430	176	14,255	27,403	6,592	22,993	80,786

資料：経済センサス

図表 1-11 広野町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
福島県	100.00%	0.97%	0.08%	8.83%	19.40%	4.69%	14.79%	51.23%
広野町	100.00%	0.99%	0.07%	10.05%	31.32%	0.82%	7.04%	49.71%
福島市	100.00%	0.37%	0.00%	6.49%	13.36%	5.30%	14.51%	59.97%
郡山市	100.00%	0.30%	0.00%	8.16%	11.82%	8.22%	15.10%	56.41%
いわき市	100.00%	0.93%	0.11%	9.28%	17.84%	4.29%	14.97%	52.58%

資料：経済センサス

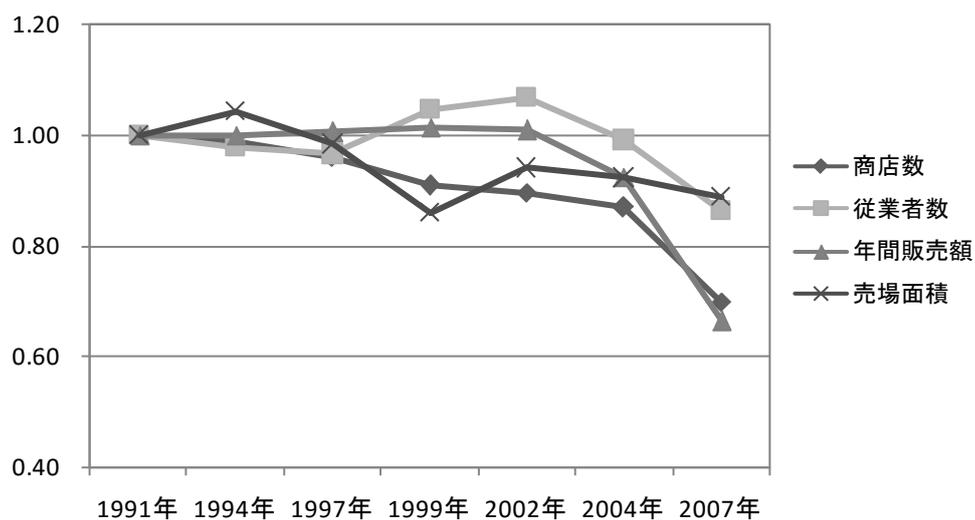
(イ) 小売業

図表 1-12 広野町等の小売集積 (2007 年)

	商店数		従業者数		売場面積 (㎡)		年間商品販売額 (百万円)	
	福島県	21,255	100.00%	125,606	100.00%	2,747,602	100.00%	2,038,908
広野町	53	0.25%	203	0.16%	3,279	0.12%	2,379	0.12%
福島市	2,752	12.95%	19,056	15.17%	392,345	14.28%	321,862	15.79%
郡山市	3,031	14.26%	22,021	17.53%	530,462	19.31%	416,571	20.43%
いわき市	3,327	15.65%	21,220	16.89%	441,093	16.05%	352,964	17.31%

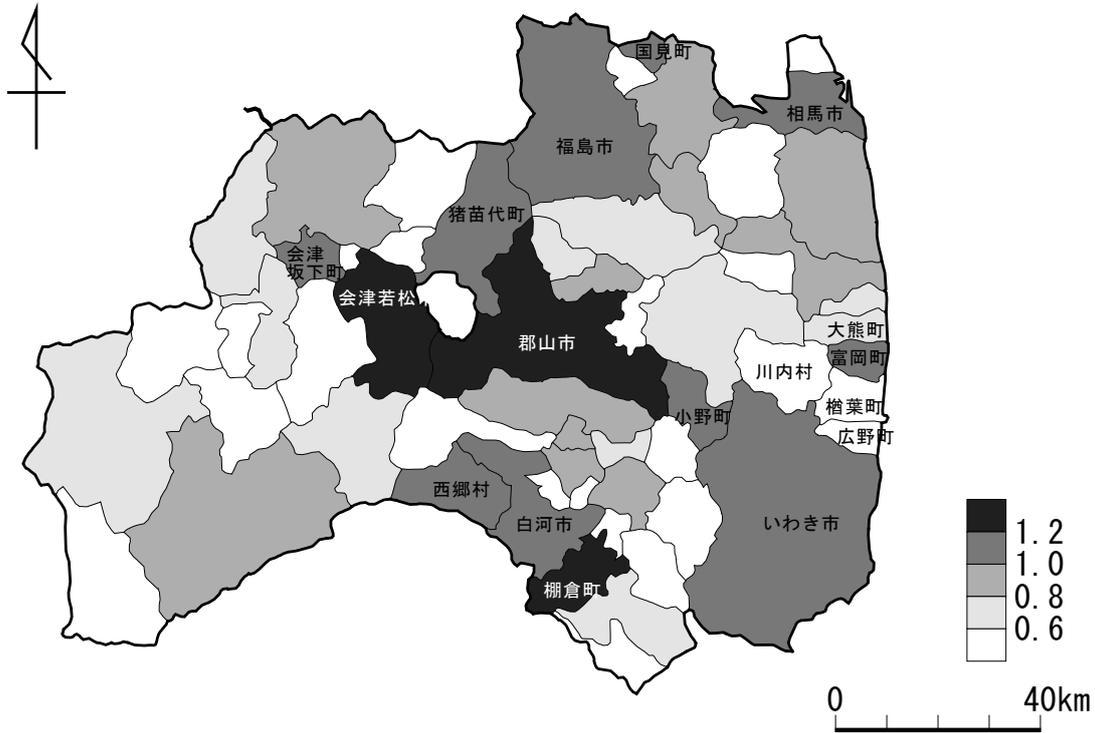
資料：商業統計

図表 1-13 広野町の小売店の商店数・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 1-14 福島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)
1 会津若松市	1.28	126,220	161,788
2 棚倉町	1.24	15,062	18,721
3 郡山市	1.22	338,712	416,571
4 会津坂下町	1.15	17,360	20,104
5 富岡町	1.12	16,001	18,009
6 猪苗代町	1.11	15,805	17,701
7 小野町	1.11	11,202	12,516
8 福島市	1.09	292,590	321,862
9 相馬市	1.08	37,817	40,870
10 国見町	1.07	10,086	10,871
11 西郷村	1.07	19,767	21,254
12 いわき市	1.03	342,249	352,964
13 白河市	1.00	64,704	64,720
14 南会津町	0.99	17,864	17,777
15 浪江町	0.99	20,905	20,792
16 矢吹町	0.98	18,407	18,105
17 南相馬市	0.97	70,878	69,134
18 須賀川市	0.97	79,267	77,022
19 鏡石町	0.96	12,815	12,326
20 本宮市	0.95	31,489	30,057
21 石川町	0.87	17,775	15,580
22 喜多方市	0.87	52,356	45,596
23 伊達市	0.81	66,027	53,547
24 川俣町	0.80	15,569	12,525
25 二本松市	0.79	59,871	47,445
26 田村市	0.74	40,422	30,009
27 西会津町	0.70	7,366	5,215
28 玉川村	0.69	7,231	5,042
29 大熊町	0.67	11,515	7,761
30 下郷町	0.67	6,461	4,340
31 塙町	0.66	9,884	6,530
32 大玉村	0.64	8,574	5,542
33 双葉町	0.64	6,932	4,477
34 只見町	0.64	4,932	3,159
35 柳津町	0.60	4,009	2,415
36 湯川村	0.58	3,364	1,962
37 矢祭町	0.56	6,348	3,558
38 金山町	0.56	2,462	1,378
39 桑折町	0.53	12,853	6,893
40 檜葉町	0.53	7,700	4,121
41 泉崎村	0.52	6,802	3,588
42 浅川町	0.52	6,888	3,585
43 檜枝岐村	0.47	636	301
44 三島町	0.46	1,926	899
45 三春町	0.44	18,191	8,056
46 広野町	0.44	5,418	2,379
47 古殿町	0.43	6,030	2,617
48 会津美里町	0.42	22,737	9,619
49 新地町	0.32	8,224	2,636
50 天栄村	0.27	6,291	1,694
51 葛尾村	0.26	1,531	401
52 中島村	0.25	5,154	1,298
53 鮫川村	0.20	3,989	792
54 北塩原村	-	3,185	-
55 磐梯町	-	3,761	-
56 昭和村	-	1,500	-
57 平田村	-	6,921	-
58 川内村	-	2,820	-
59 飯館村	-	6,209	-

(注1) 2007年商業統計および2010年国勢調査結果を、2012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2010年国勢調査

図表 1-15 福島県内の店舗面積 10000 m²以上の大型店（広野町内は 1000 m²以上）

所在市町村	店舗名	店舗面積 (m ²)	開設 年月
広野町	ショッピングプラザアイアイ	1,227	1982年10月
福島市	辰巳屋平和ビル(中合百貨店福島店)	26,383	1973年10月
	イオン福島店	21,862	1998年10月
会津若松市	アピタ会津若松店	16,990	2006年3月
郡山市	郡山中町再開発ビル(うすい百貨店)	31,592	1999年11月
	イオンタウン郡山ショッピングセンター(マックスバリュ・メガマート郡山店)	29,094	1998年10月
	イトーヨーカドー郡山店	27,012	1989年6月
	ショッピングモールフェスタ(イオン郡山フェスタ店)	26,617	1996年4月
	ザ・モール郡山	21,928	2000年11月
	オリエントパーク日和田(ジョイフル山新郡山日和田店)	15,962	1997年3月
	アテイ郡山	14,089	1975年9月
	カインズホーム郡山富山店	10,999	1999年9月
	フェスタパワー(ケーズデンキ郡山北本店)	13,544	2000年1月
いわき市	鹿島ショッピングセンター・エプリア(ヨークベニマルエプリア店)	29,186	1995年10月
	片倉フィラチャー(イオンいわき店、ニューライフカタクラ平店)	24,223	1995年9月
	イトーヨーカドー平店	14,526	1971年4月
	ヨークベニマル大原店	12,172	1994年11月
白河市	ベシア白河モール	25,613	2001年1月
	メガステージ白河(ダイソーメガステーション白河店)	17,816	1998年10月
須賀川市	メガステージ須賀川Bエリア(スーパースポーツゼビオ・ダイユーエイト)	15,812	2007年12月
	ロックタウン須賀川(マックスバリュ須賀川店)	13,480	2005年10月
相馬市	相馬ショッピングセンター(イオン相馬店)	13,417	1989年11月
	エイトタウン相馬(ダイユーエイト相馬店)	10,088	2007年7月
南相馬市	南相馬ジャスマール(イオンスーパーセンター南相馬店)	29,237	2009年7月
	ニューライフジャスコ原町店	11,628	1986年2月
大玉村	SUPER CENTER PLANT-5大玉店	16,360	2006年2月
鏡石町	イオンスーパーセンター鏡石店	19,514	2005年9月
西郷村	白河西郷ショッピングセンター(イオン白河西郷店)	25,833	1999年10月

資料：東洋経済新報社「全国大型小売店総覧 2012」

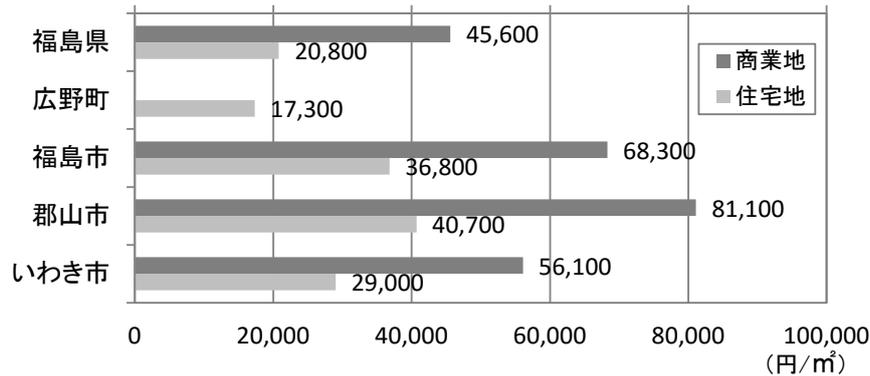
(3) その他

広野町の商業地の標準地地価は公表されていないため、住宅地で県内他地域と比較すると、広野町の住宅地平均地価は17,300円/㎡であり、これは県内の住宅地平均地価と比較すると、福島県全体平均の83.2%、県内最高の郡山市の42.5%にあたる。(図表1-16参照)

広野町の所得水準は3,019,991円で福島県全体平均の112.4%、福島市の103.6%にあたり、県下59市町村の中で第4位と上位にある。(図表1-17参照)

また、財政力指数は1.25で、これも県内第3位と上位にある。(図表1-18参照)

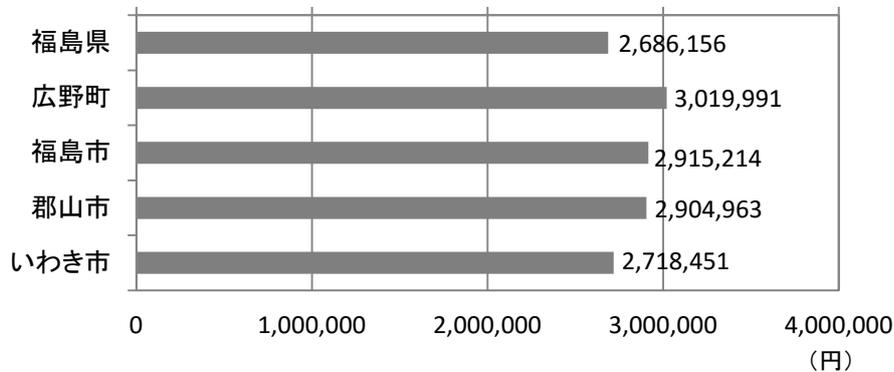
図表1-16 地価 (商業地の標準地地価の平均価格)



(注)平均地価は、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。

資料：2012年度国土交通省土地・水資源局「都道府県地価調査」

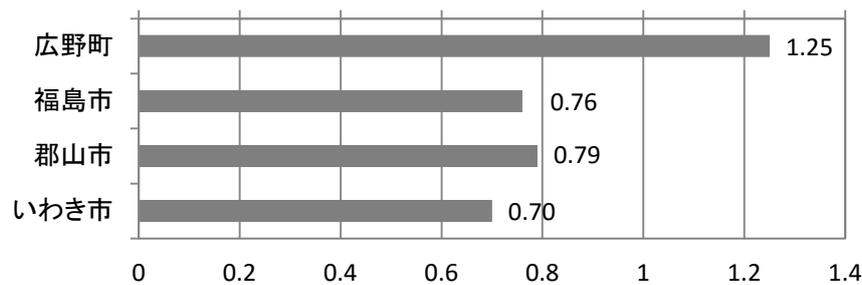
図表1-17 所得水準 (課税対象所得の合計を納税義務者数の合計で除したもの)



(注)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：2010年度総務省自治税務局「市町村税課税状況等の調」

図表1-18 財政力指数



(注)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：2009年度総務省自治財政局「市町村別決算状況調」

2 秩父市

(1) 人口

秩父市は2005年4月1日に吉田町、大滝村、荒川村の3町村と合併した。

秩父市は、埼玉県の西端に位置し、面積は約578km²で、埼玉県全体の約15%を占める。市域の87%は森林で、その多くは秩父多摩甲斐国立公園や武甲・西秩父などの県立自然公園の区域に指定されている。市の中央を流れる荒川は、秩父湖、秩父さくら湖などのダム湖を形成し、また、この川によって市の中心部は東西に区分され、東部の平坦部分は商店街、住宅地などが集中する市街地で、西部丘陵地帯にある平坦地は水田など農業用地が多くなっている。

秩父市の人口は2010年10月1日時点で66,955人であり、県全体の0.93%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、秩父都市圏は秩父市、横瀬町、皆野町、長瀬町、小鹿野町で構成され、10万人超の規模で県全体の1.50%にあたる。人口推移をみると、埼玉県全体が増加し続けている中で、秩父市は長期低落傾向にあり、2005年から2010年までの5年間で5.11%減少している。(図表2-1参照)

将来推計人口(国立社会保障・人口問題研究所)においても、2035年まで人口減少は続き、2035年の人口は47,249人となり、少子・高齢化も進展すると予測されている。(図表2-2、図表2-3参照)

昼夜間人口比(昼間人口/夜間人口)も1を下回って推移しており、2010年は0.966である。(図表2-4参照)通勤・通学による近隣市町との主な流出入状況を見ると、都市圏

内の小鹿野町、横瀬町、皆野町からは流入超過が見られる一方、熊谷市、長瀬町等へは流出超過となっている。(図表2-5参照)

図表2-1 秩父市周辺および埼玉県等の人口推移

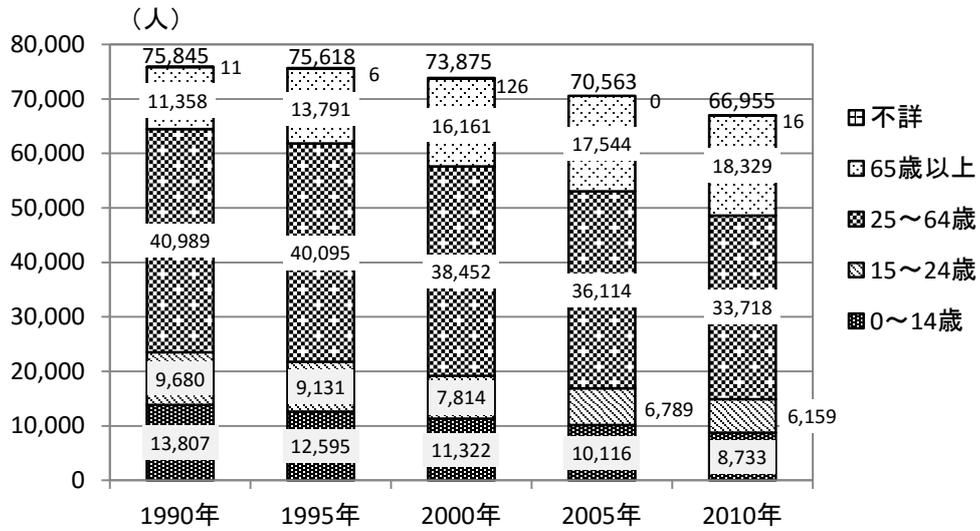
市町村名	1990年 (人)	1995年 (人)	2000年 (人)	2005年 (人)	2010年 (人)	県内 シェア	2010年 /2005年
埼玉県	6,405,319	6,759,311	6,938,006	7,054,243	7,194,957	100.00%	101.99%
秩父都市圏	123,314	122,851	119,477	114,596	108,226	1.50%	94.44%
秩父市	75,845	75,618	73,875	70,563	66,955	0.93%	94.89%
さいたま都市圏	1,536,089	1,639,654	1,707,442	1,754,646	1,803,170	25.06%	102.77%
さいたま市	1,007,569	1,078,545	1,133,300	1,176,314	1,222,434	16.99%	103.92%
川口都市圏	495,120	504,618	514,545	538,434	561,506	7.80%	104.29%
川口市	438,680	448,854	460,027	480,079	500,598	6.96%	104.27%
所沢都市圏	303,040	320,406	330,100	336,100	341,924	4.75%	101.73%
所沢市	303,040	320,406	330,100	336,100	341,924	4.75%	101.73%

(注1) 2010年国勢調査結果を、2012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(2011年10月11日に、川口市と鳩ヶ谷市が合併した)

(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

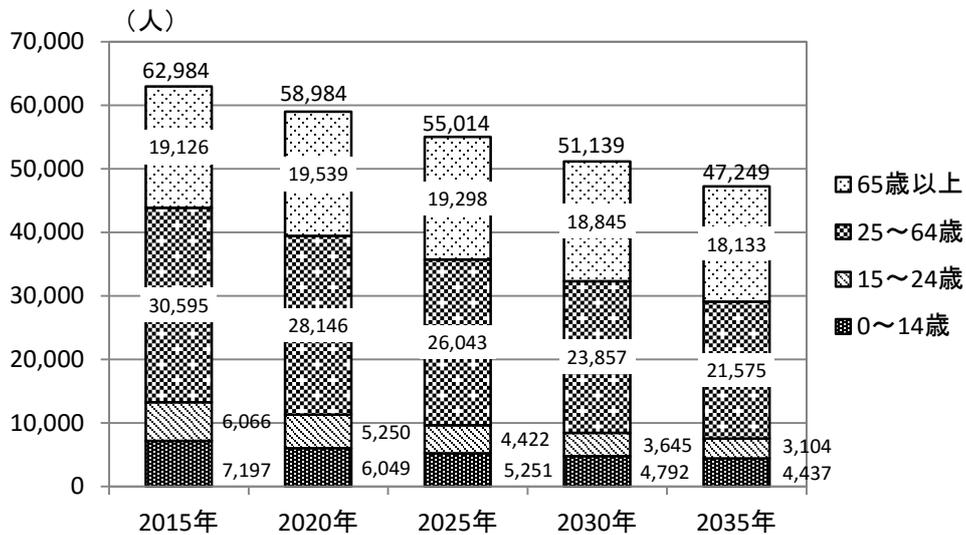
図表 2-2 秩父市の年齢階層別人口の推移



(注) 2012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

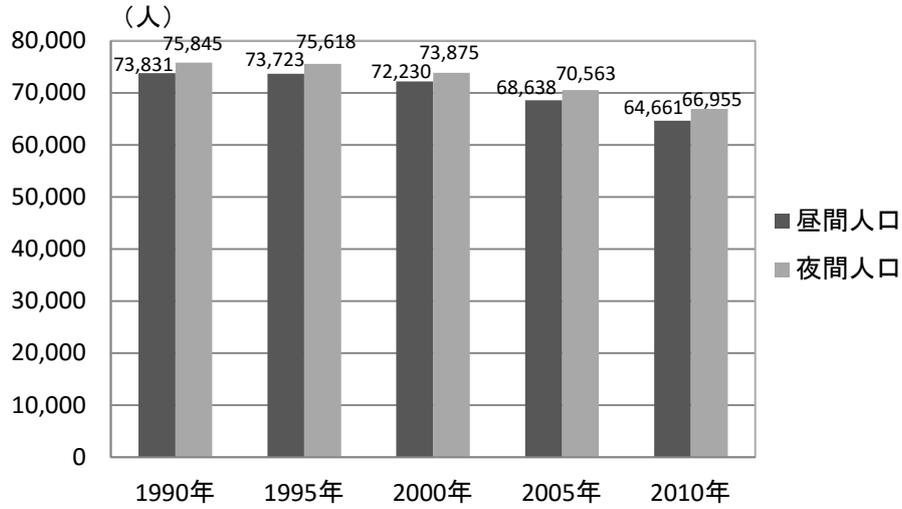
図表 2-3 秩父市の将来推計人口



(注) 2012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 2-4 秩父市の昼夜間人口の推移

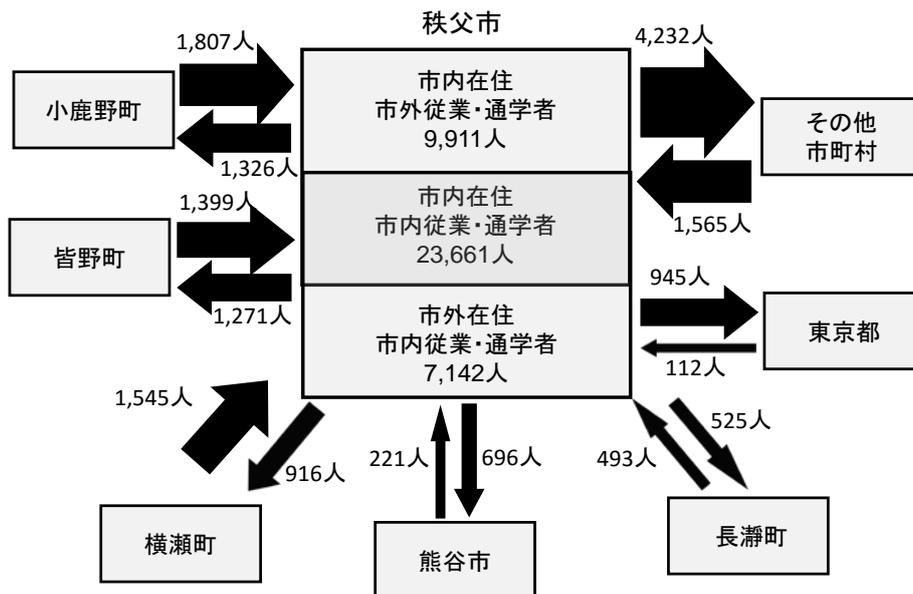


	昼間人口	夜間人口	昼間人口/ 夜間人口
1990年	73,831	75,845	0.973
1995年	73,723	75,618	0.975
2000年	72,230	73,875	0.978
2005年	68,638	70,563	0.973
2010年	64,661	66,955	0.966

(注) 2010年国勢調査結果を、2012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 2-5 秩父市の通勤・通学の流出入状況



(注) 2010年国勢調査結果を、2012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

(2) 産業

秩父市における2009年の事業所数は3,958、従業者数は30,608人である。事業所数、従業者数とも長らく減少してきている。(図表2-6、図表2-7参照)

2009年の事業所数、従業者数から産業構造をみると、秩父市は埼玉県全体に比べると、第一次産業および第二次産業のうち工業、建設業の割合がやや高い。製造業についても従業者数は埼玉県全体の割合を上回っている。(図表2-8、図表2-9、図表2-10、図表2-11参照)

秩父市における小売業については、2007年の秩父市の商店数は814店、従業者数は4,950人、売場面積は99,106㎡、年間商品販売額は723億円である。いずれも埼玉県全体の1%強に当たる(図表2-12参照)。秩父市の小売店の年間販売額は1994年を頂点として減少を続けたものの、2002年に再び上昇に転じて2007年時点で1991年から7%の減少となっている。一方、売場面積は増加基調にあり、2007年時点で1991年から41%の増加となっている(図表2-13参照)。

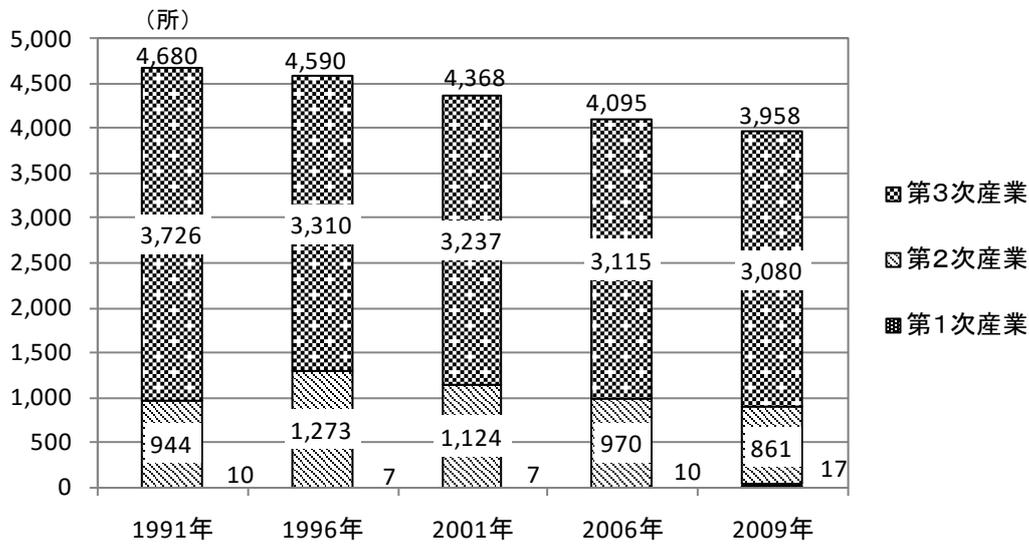
埼玉県内の市町村別の小売吸引力をみると、1を超えているのは21市町であり、秩父市の小売吸引力は1.23で県下第4位である。(図表2-14参照)

秩父都市圏内の大型小売店舗を見ると、3,000㎡以上の大型店は8店舗あり、全て秩父市内にある。秩父市内の大型店舗で最も大きいのは7,716㎡の矢尾百貨店秩父店である。(図表2-15参照)

(ア) 全産業

①事業所数と従業者数

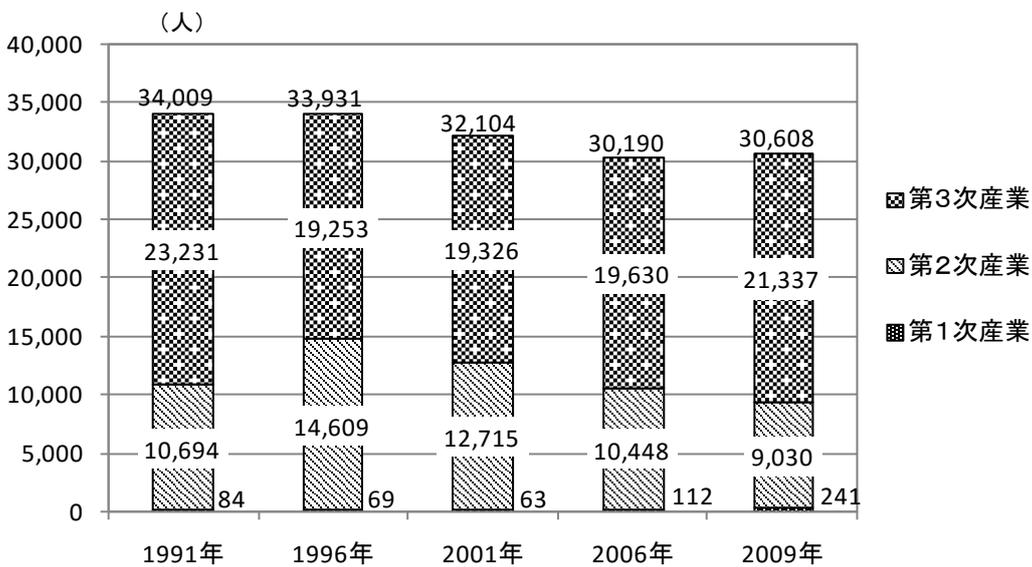
図表 2-6 秩父市の事業所数の推移



(注) 2012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、経済センサス

図表 2-7 秩父市の従業者数の推移



(注) 2012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、経済センサス

②秩父市等の産業別事業所数・従業者数（2009年）

図表 2-8 秩父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
埼玉県	267,630	566	38	30,678	32,159	16,487	46,972	140,730
秩父市	3,958	17	5	507	349	141	780	2,159
さいたま市	43,737	64	0	4,233	3,177	3,602	7,579	25,082
川口市	24,569	32	0	2,797	4,880	1,638	3,642	11,580
所沢市	10,525	21	0	1,218	811	563	2,017	5,895

資料：事業所・企業統計

図表 2-9 秩父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
埼玉県	100.00%	0.21%	0.01%	11.46%	12.02%	6.16%	17.55%	52.58%
秩父市	100.00%	0.43%	0.13%	12.81%	8.82%	3.56%	19.71%	54.55%
さいたま市	100.00%	0.15%	0.00%	9.68%	7.26%	8.24%	17.33%	57.35%
川口市	100.00%	0.13%	0.00%	11.38%	19.86%	6.67%	14.82%	47.13%
所沢市	100.00%	0.20%	0.00%	11.57%	7.71%	5.35%	19.16%	56.01%

資料：事業所・企業統計

図表 2-10 秩父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
埼玉県	2,777,223	5,736	703	197,818	502,702	156,712	409,926	1,503,626
秩父市	30,608	241	150	2,513	6,367	755	4,963	15,619
さいたま市	542,050	489	0	38,334	47,990	44,794	76,421	334,022
川口市	202,838	227	0	19,429	40,836	13,451	29,893	99,002
所沢市	118,798	132	0	8,605	12,403	4,957	18,104	74,597

資料：事業所・企業統計

図表 2-11 秩父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
埼玉県	100.00%	0.21%	0.03%	7.12%	18.10%	5.64%	14.76%	54.14%
秩父市	100.00%	0.79%	0.49%	8.21%	20.80%	2.47%	16.21%	51.03%
さいたま市	100.00%	0.09%	0.00%	7.07%	8.85%	8.26%	14.10%	61.62%
川口市	100.00%	0.11%	0.00%	9.58%	20.13%	6.63%	14.74%	48.81%
所沢市	100.00%	0.11%	0.00%	7.24%	10.44%	4.17%	15.24%	62.79%

（注）2006年事業所・企業統計結果を、2011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

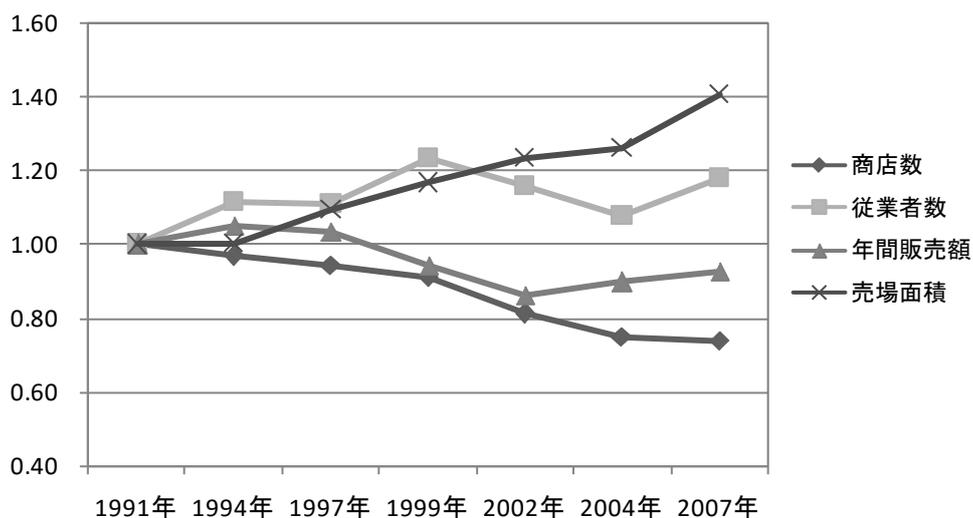
図表 2-12 秩父市等の小売集積 (2007 年)

	商店数		従業者数		売場面積 (㎡)		年間商品販売額 (百万円)	
	数	割合	数	割合	㎡	割合	額	割合
埼玉県	44,573	100.00%	357,223	100.00%	6,928,355	100.00%	6,337,840	100.00%
秩父市	814	1.83%	4,950	1.39%	99,106	1.43%	72,322	1.14%
さいたま市	7,028	15.77%	65,076	18.22%	1,178,523	17.01%	1,260,944	19.90%
川口市	3,455	7.75%	25,724	7.20%	478,678	6.91%	440,337	6.95%
所沢市	1,852	4.15%	15,863	4.44%	280,231	4.04%	290,087	4.58%

(注) 平成 19 年商業統計結果を、2012 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

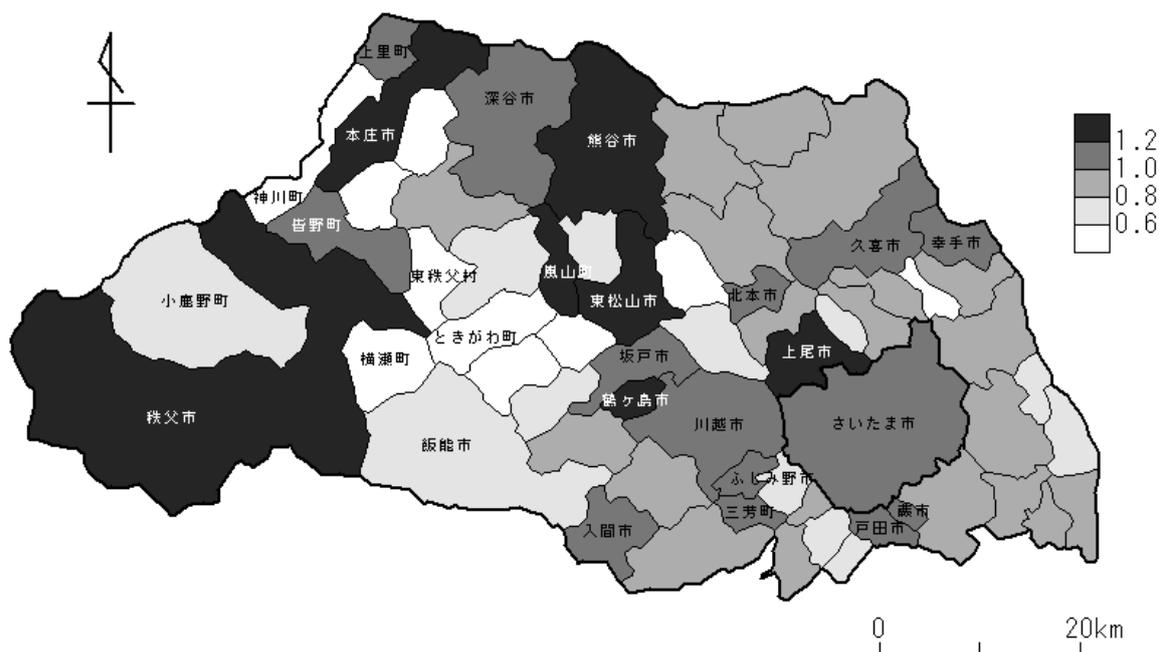
図表 2-13 秩父市の小売店の商店数・従業者数・年間販売額・売場面積の推移
(1991 年=1)



(注) 平成 19 年商業統計結果を、2012 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 2-14 埼玉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)
1 鶴ヶ島市	1.52	69,990	94,018
2 上尾市	1.41	223,926	277,171
3 熊谷市	1.28	203,180	228,909
4 秩父市	1.23	66,955	72,322
5 嵐山町	1.22	18,887	20,373
6 東松山市	1.22	90,099	96,699
7 本庄市	1.20	81,889	86,312
8 三芳町	1.19	38,706	40,569
9 さいたま市	1.17	1,222,434	1,260,944
10 幸手市	1.14	54,012	54,317
11 深谷市	1.14	144,618	145,033
12 蕨市	1.13	71,502	71,241
13 北本市	1.09	68,888	66,259
14 皆野町	1.08	10,888	10,371
15 戸田市	1.08	123,079	117,204
16 入間市	1.08	149,872	142,132
17 ふじみ野市	1.05	105,695	97,394
18 上里町	1.04	30,998	28,326
19 川越市	1.03	342,670	310,348
20 坂戸市	1.01	101,700	90,223
21 久喜市	1.01	154,310	136,769
22 三郷市	0.96	131,415	111,646
23 所沢市	0.96	341,924	290,087
24 越谷市	0.96	326,313	274,723
25 八潮市	0.95	82,977	69,154
26 狭山市	0.95	155,727	129,669
27 蓮田市	0.94	63,309	52,262
28 志木市	0.93	69,611	56,791
29 行田市	0.92	85,786	69,538
30 春日部市	0.92	237,171	191,883
31 日高市	0.90	57,473	45,636
32 川口市	0.89	561,506	440,337
33 草加市	0.89	243,855	190,503
34 新座市	0.88	158,777	123,287
35 寄居町	0.88	35,774	27,592
36 羽生市	0.86	56,204	42,814
37 杉戸町	0.86	46,923	35,479
38 加須市	0.81	115,002	82,404
39 鴻巣市	0.81	119,639	85,633
40 白岡町	0.80	50,272	35,557
41 桶川市	0.80	74,711	52,825
42 和光市	0.79	80,745	56,468
43 朝霞市	0.79	129,691	90,681
44 松伏町	0.79	31,153	21,771
45 飯能市	0.78	83,549	57,643
46 滑川町	0.78	17,323	11,900
47 毛呂山町	0.76	39,054	26,077
48 伊奈町	0.75	42,494	28,075
49 小川町	0.73	32,913	21,291
50 小鹿野町	0.68	13,436	8,033
51 吉川市	0.68	65,298	38,983
52 川島町	0.68	22,147	13,171
53 富士見市	0.60	106,736	55,996
54 横瀬町	0.59	9,039	4,677
55 長瀬町	0.58	7,908	4,043
56 神川町	0.45	14,470	5,758
57 鳩山町	0.43	15,305	5,733
58 美里町	0.41	11,605	4,206
59 宮代町	0.41	33,641	12,057
60 ときがわ町	0.40	12,418	4,403
61 吉見町	0.39	21,079	7,203
62 越生町	0.38	12,537	4,179
63 東秩父村	0.25	3,348	738

(注 1) 2007 年商業統計および 2010 年国勢調査結果を、2012 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 2010 年国勢調査

図表 2-15 秩父都市圏内の店舗面積 3000 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
秩父市	矢尾百貨店秩父店	7,716	1950年9月
	UNICUS秩父	6,412	2009年11月
	秩父公園橋SC(ベルク公園橋店)	5,072	1998年10月
	ヤオコー秩父大野原店	4,265	2005年8月
	ベルク秩父影森店	4,041	2005年8月
	カインズホーム秩父店	4,000	1996年5月
	ベルク・ケーヨー宮地店	3,249	1977年7月
	ベスト電器ヤオ秩父店	3,237	1953年9月

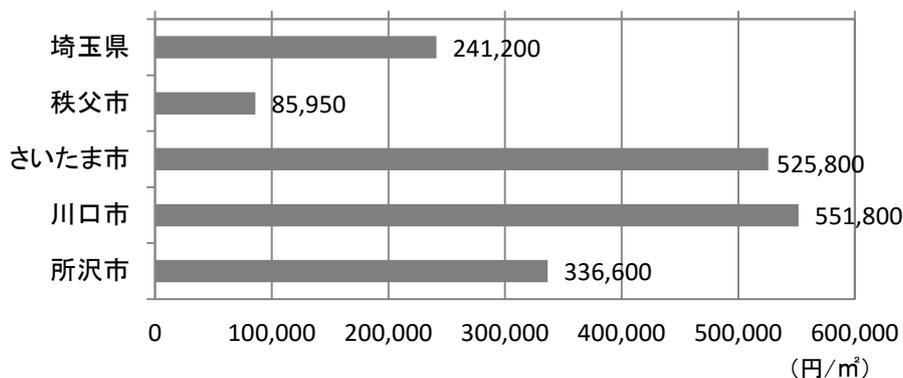
資料：東洋経済新報社「全国大型小売店総覧 2012」

(3) その他

秩父市の商業地における平均地価は 85,950 円/㎡で埼玉県全体の 35.6%、秩父市の所得水準は埼玉県全体の 83.8%となっている。(図表 2-16、図表 2-17 参照)

秩父市の財政力指数は 0.63 であり、県下 64 市町村中第 58 位である。(図表 2-18 参照)

図表 2-16 地価 (商業地の標準地地価の平均価格)



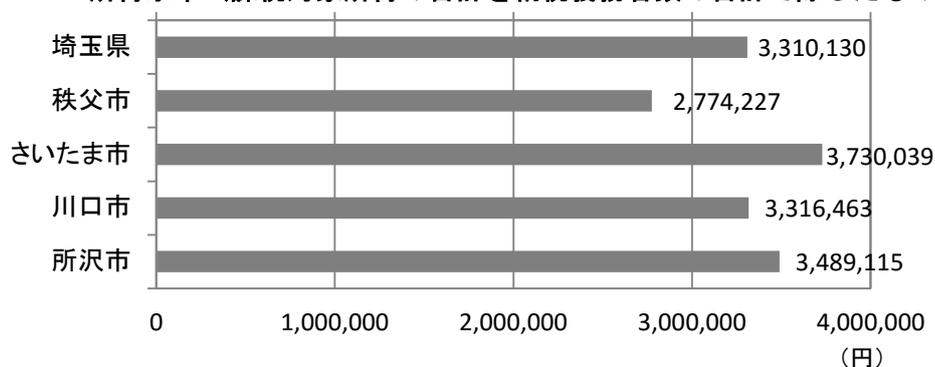
(注 1) 標準地ごとの 1 ㎡当たりの価格の合計を当該標準地点数で除したものの。

(注 2) 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。

(注 3) 川口市地価は、鳩ヶ谷市と合併前の旧川口市数値

資料：2012 年度国土交通省土地・水資源局「都道府県地価調査」

図表 2-17 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の)

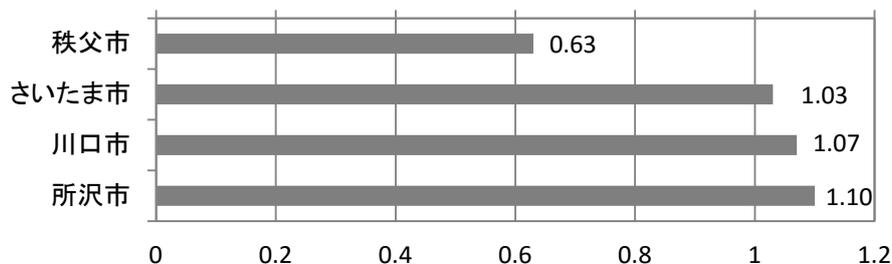


(注 1) 課税対象所得の合計を納税義務者数の合計で除したものの。

(注 2) 川口市所得水準は、鳩ヶ谷市と合併前の旧川口市数値

資料：2010 年度総務省自治税務局「市町村税課税状況等の調」

図表 2-18 財政力指数



(注 1) 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の。過去 3 か年度の平均値。

(注 2) 川口市財政力指数は、鳩ヶ谷市と合併前の旧川口市数値

資料：2009 年度総務省自治財政局「市町村別決算状況調」

3 青梅市

(1) 人口

青梅市は、東京都の多摩地域西部に位置し、総面積は 103.26 km²で、東京都 2 市 3 町・埼玉県 2 市の 7 市町に隣接している。市域のほぼ中央を、多摩川が西から東へ貫流し、北部には入間川の支流である霞川と成木川が流れ、東部の平地から上流にかけて丘陵地・山地と変化している。

青梅市の人口は 2010 年 10 月 1 日時点で 139,339 人であり、東京都全体の 1%にあたる。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、青梅市は羽村市と奥多摩町を自身の都市圏としており、3 市町合計は約 20 万人の規模で、東京都全体の 1.5%にあたる。人口推移をみると、東京都全体では、増加が続いているのに対し、青梅市は 2005 年を境に減少に転じている。(図表 3-1 参照)

将来推計人口(国立社会保障・人口問題研究所)は、今後減少傾向となることが見込まれ、2035 年の人口は 131,228 人となり、少子・高齢化もさらに進展すると予測されている。(図表 3-2、図表 3-3 参照)

昼夜間人口比(昼間人口/夜間人口)は 1 を下回って推移しており、2010 年は 0.914 である。(図表 3-4 参照)

通勤・通学による近隣市町との主な流出入状況を見ると、他県へは流入超過の状況にあるが、特別区部、羽村市、瑞穂町、立川市、八王子市では流出超過となっている。(図表 3-5 参照)

図表 3-1 青梅市周辺および東京都等の人口推移

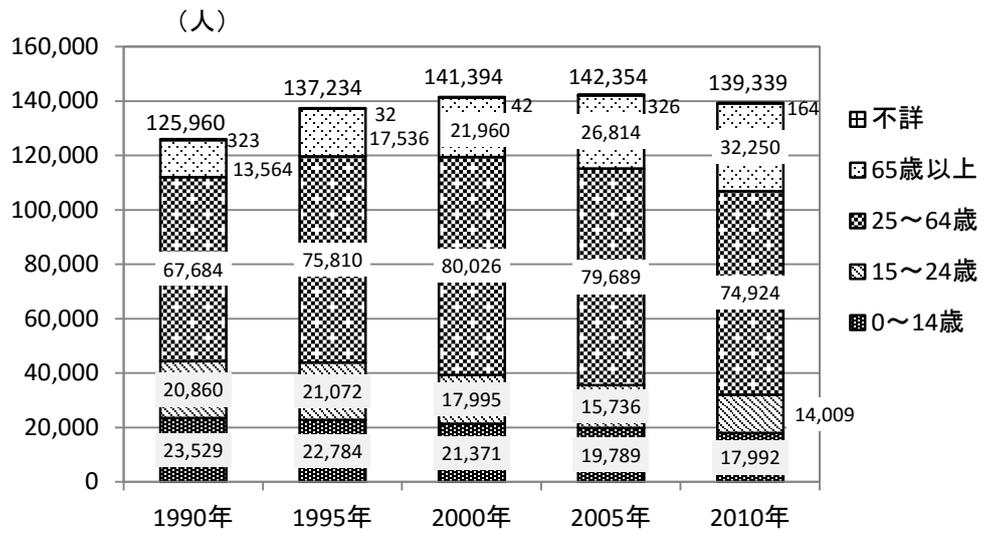
市町村名	1990 年 (人)	1995 年 (人)	2000 年 (人)	2005 年 (人)	2010 年 (人)	県内 シェア	2010 年 /2005 年
東京都	11,855,563	11,773,605	12,064,101	12,576,601	13,161,751	100.00%	104.65%
多摩地域	3,659,654	3,773,914	3,901,773	4,058,204	4,185,878	31.80%	103.15%
青梅都市圏	186,815	200,586	204,982	205,609	202,416	1.54%	98.45%
青梅市	125,960	137,234	141,394	142,354	139,339	1.06%	97.88%
八王子都市圏	632,275	669,900	703,988	736,550	760,105	5.78%	103.20%
八王子市	466,347	503,363	536,046	560,012	580,053	4.41%	103.58%
町田都市圏	349,050	360,525	377,494	405,534	426,987	3.24%	105.29%
町田市	349,050	360,525	377,494	405,534	426,987	3.24%	105.29%
府中都市圏	209,396	216,211	226,769	245,623	255,506	1.94%	104.02%
府中市	209,396	216,211	226,769	245,623	255,506	1.94%	104.02%

(注 1) 2011 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 青梅市の年齢階層別人口の推移

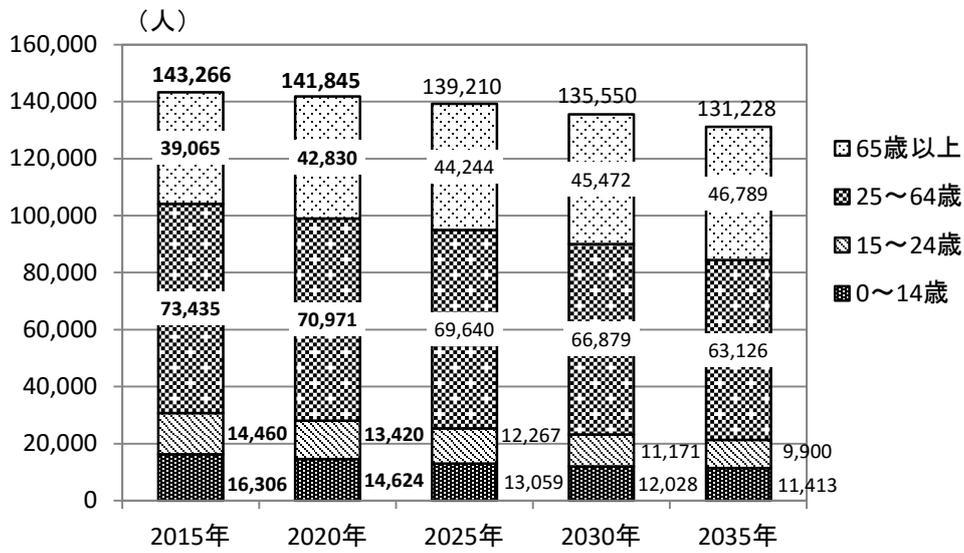


(注) 2012年4月1日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

資料：国勢調査

図表 3-3 青梅市の将来推計人口

(国立社会保障・人口問題研究所 推計)

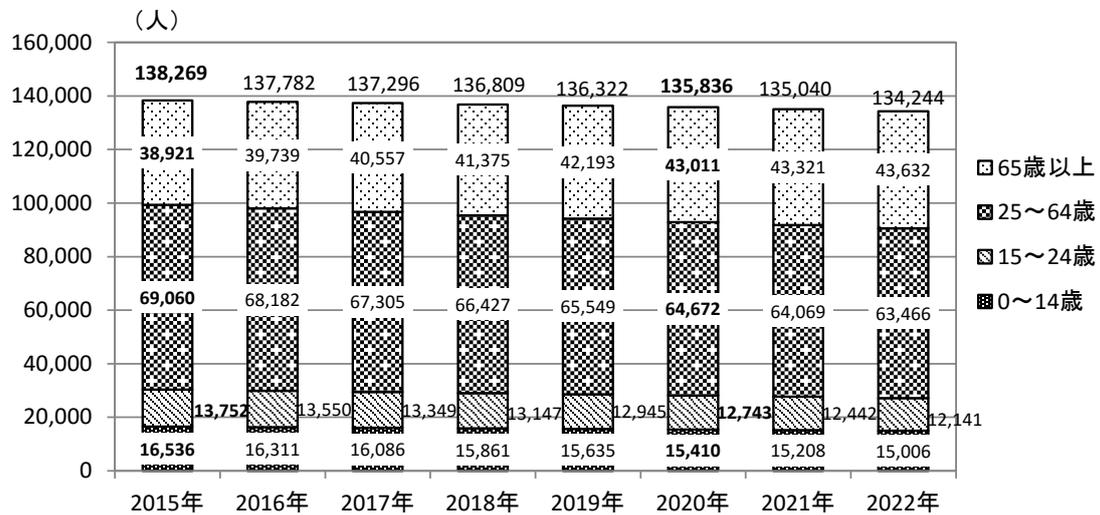


(注 1) 2011年4月1日の市町村境界に基づき組み替えた数値を使用

(注 2) 合計値の推計結果は、年齢区分別の合計値と一致しない。

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）

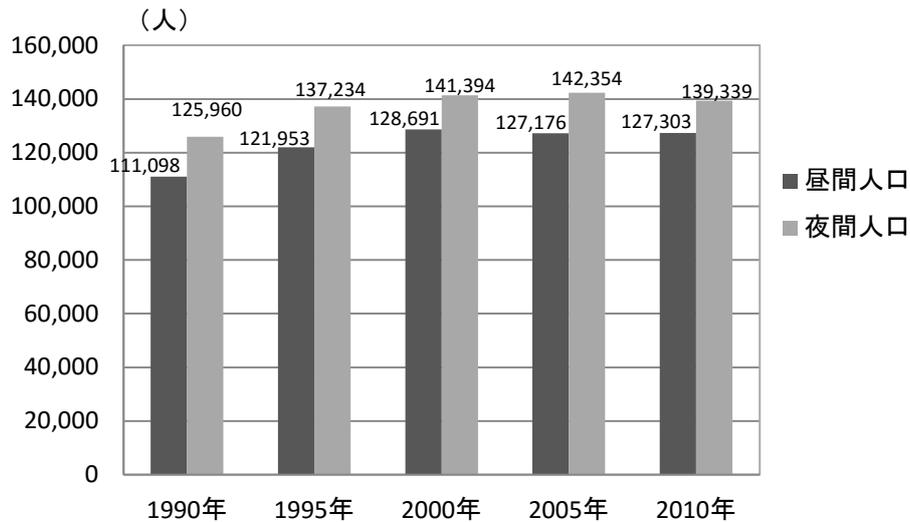
(青梅市 推計)



(注) 国勢調査結果から得られた人口動態をもとにコーホート法により推計

資料：青梅市

図表 3-4 青梅市の昼夜間人口の推移

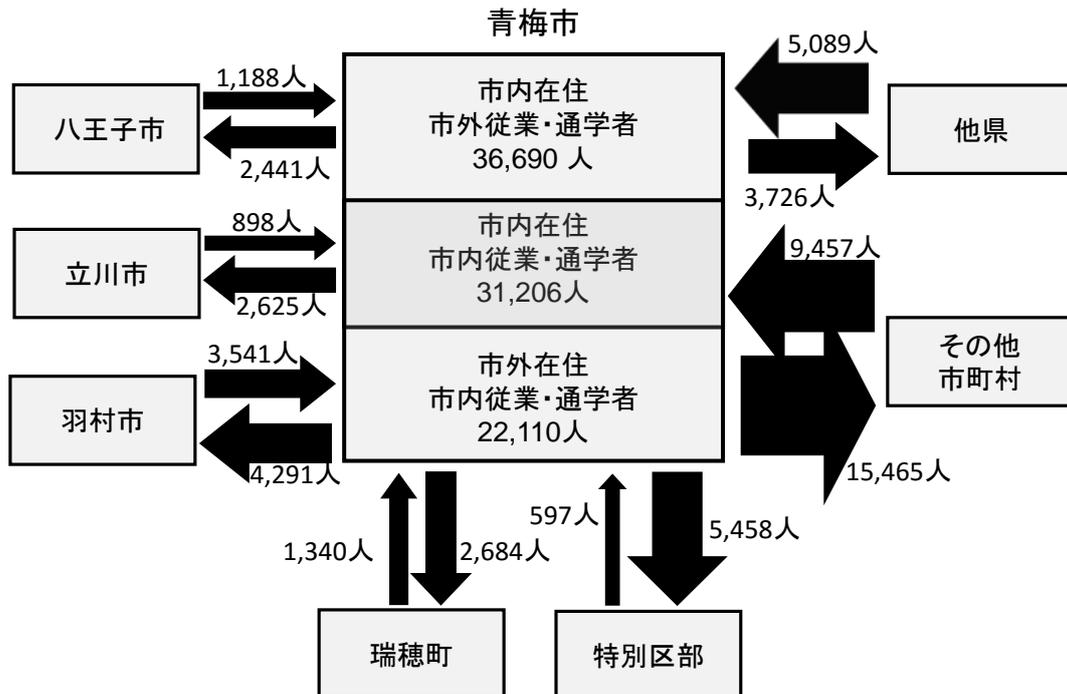


	昼間人口	夜間人口	昼間人口/ 夜間人口
1990年	111,098	125,960	0.882
1995年	121,953	137,234	0.889
2000年	128,691	141,394	0.910
2005年	127,176	142,354	0.893
2010年	127,303	139,339	0.914

(注) 2010年国勢調査結果を、2012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 青梅市の通勤・通学の流出入状況



(注) 2010年国勢調査結果を、2012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

(2) 産業

青梅市における 2009 年の事業所数は 5,092、従業者数は 57,236 人である。事業所数は 1996 年を境に、従業者数は 2001 年を境に減少に転じていたが、2009 年には事業所数、従業員数ともに増加している。(図表 3-6、図表 3-7 参照)

2006 年の事業所数、従業者数から産業構造をみると、青梅市は東京都全体に比べると、事業所数、従業者数の第一次産業と第二次産業の割合が高い。(図表 3-8、図表 3-9、図表 3-10、図表 3-11 参照)

青梅市における商業については、2007 年の商店数は 952 店、従業者数は 7,012 人、売場面積は 134,605 m²、年間商品販売額は約 1,131 億円である。いずれも東京都全体の 1%程度にあたる。(図表 3-12 参照) 青梅市の小売店の年間販売額は 1997 年を頂点に、1999 年より減少傾向にある。また、商店数は減少傾向であるのに対し、売場面積は 1991 年より増加を続けており、2007 年には 1991 年と比して 1.6 倍強と大幅に増加している。(図表 3-13 参照)

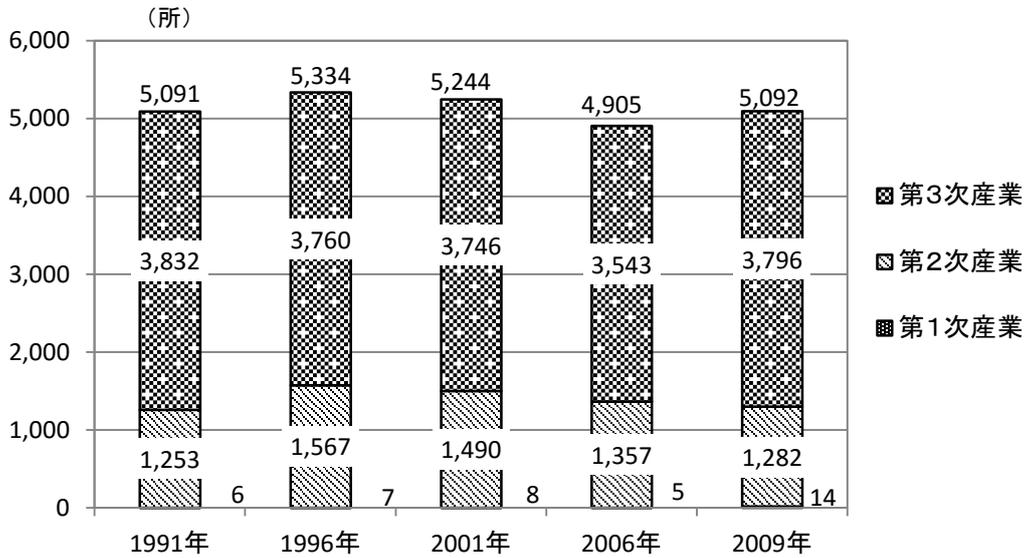
東京都内の区市町村別の小売吸引力をみると、1 を超えているのは 10 区市町であり、青梅市の小売吸引力は 0.62 で都下の 62 自治体中第 34 位である。(図表 3-14 参照)

多摩地域には 20,000 m²以上の大型店は 25 店舗あるが、青梅市内には同規模の店舗は立地しておらず、改正まちづくり三法にかかる売場面積 10,000 m²以上の大型店で 2 店舗、その他 1,000~10,000 m²未満の中規模店舗が 21 店舗立地している。(図表 3-15 参照)

(ア) 全産業

①事業所数と従業者数

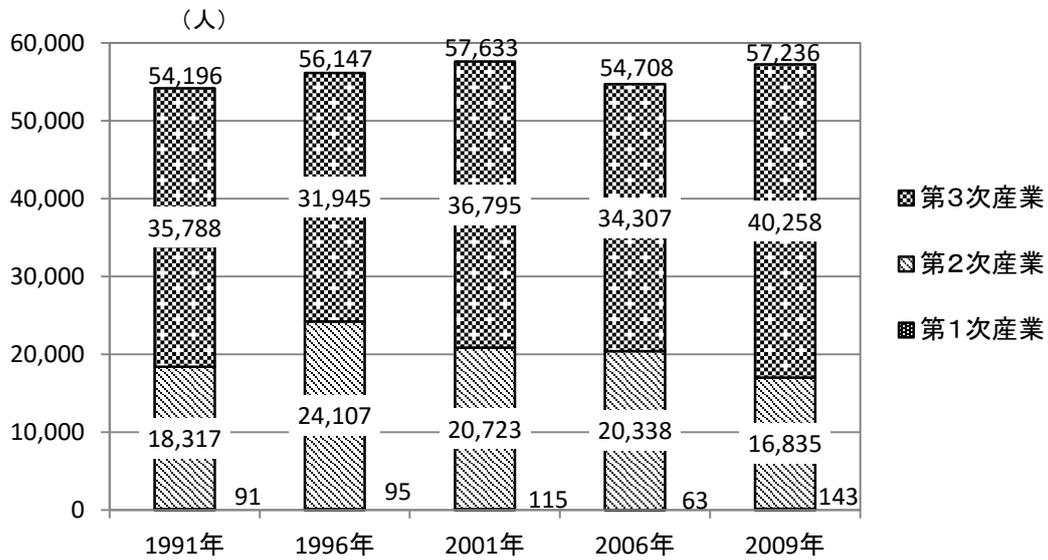
図表 3-6 青梅市の事業所数の推移



(注) 2012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、経済センサス

図表 3-7 青梅市の従業者数の推移



(注) 2012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、経済センサス

②青梅市等の産業別事業所数・従業者数(2009年)

図表 3-8 青梅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
東京都	694,212	498	77	47,235	59,852	59,576	108,661	418,313
青梅市	5,092	14	3	649	630	207	1,001	2,588
八王子市	19,828	27	1	2,050	1,679	1,161	3,509	11,401
町田市	12,855	37	1	1,315	601	618	2,585	7,698
府中市	8,249	17	0	914	408	504	1,398	5,008

資料：経済センサス

図表 3-9 青梅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
東京都	100.00%	0.07%	0.01%	6.80%	8.62%	8.58%	15.65%	60.26%
青梅市	100.00%	0.27%	0.06%	12.75%	12.37%	4.07%	19.66%	50.82%
八王子市	100.00%	0.14%	0.01%	10.34%	8.47%	5.86%	17.70%	57.50%
町田市	100.00%	0.29%	0.01%	10.23%	4.68%	4.81%	20.11%	59.88%
府中市	100.00%	0.21%	0.00%	11.08%	4.95%	6.11%	16.95%	60.71%

資料：経済センサス

図表 3-10 青梅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
東京都	9,520,835	4,003	2,284	500,812	921,524	927,818	990,988	6,173,406
青梅市	57,236	143	85	3,128	13,622	1,892	7,761	30,605
八王子市	233,990	268	4	14,090	29,780	11,318	36,141	142,389
町田市	142,839	250	2	8,093	9,543	4,768	27,583	92,600
府中市	124,322	113	0	6,900	17,700	4,795	17,643	77,171

資料：経済センサス

図表 3-11 青梅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
東京都	100.00%	0.04%	0.02%	5.26%	9.68%	9.75%	10.41%	64.84%
青梅市	100.00%	0.25%	0.15%	5.47%	23.80%	3.31%	13.56%	53.47%
八王子市	100.00%	0.11%	0.00%	6.02%	12.73%	4.84%	15.45%	60.85%
町田市	100.00%	0.18%	0.00%	5.67%	6.68%	3.34%	19.31%	64.83%
府中市	100.00%	0.09%	0.00%	5.55%	14.24%	3.86%	14.19%	62.07%

(注) 2009年経済センサス結果を、2012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：経済センサス

(イ) 小売業

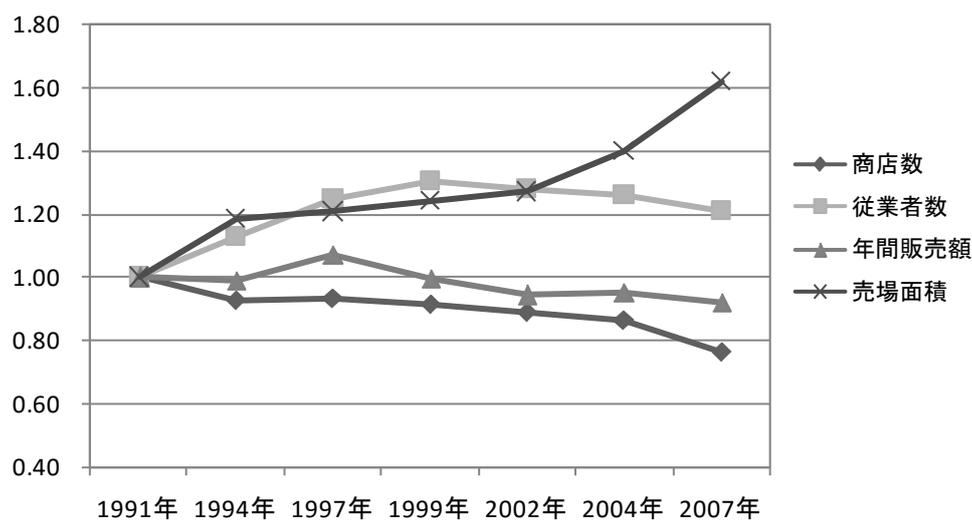
図表 3-12 青梅市等の小売集積 (2007 年)

	商店数		従業者数		売場面積 (㎡)		年間商品販売額 (百万円)	
	数	割合	数	割合	面積	割合	金額	割合
東京都	102,695	100.00%	778,118	100.00%	11,633,314	100.00%	17,278,905	100.00%
青梅市	952	0.93%	7,012	0.90%	134,605	1.16%	113,092	0.65%
八王子市	3,344	3.26%	30,556	3.93%	540,863	4.65%	568,574	3.29%
町田市	2,450	2.39%	23,626	3.04%	438,488	3.77%	504,840	2.92%
府中市	1,329	1.29%	11,638	1.50%	219,175	1.88%	229,797	1.33%

(注) 平成 19 年商業統計結果を、2012 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

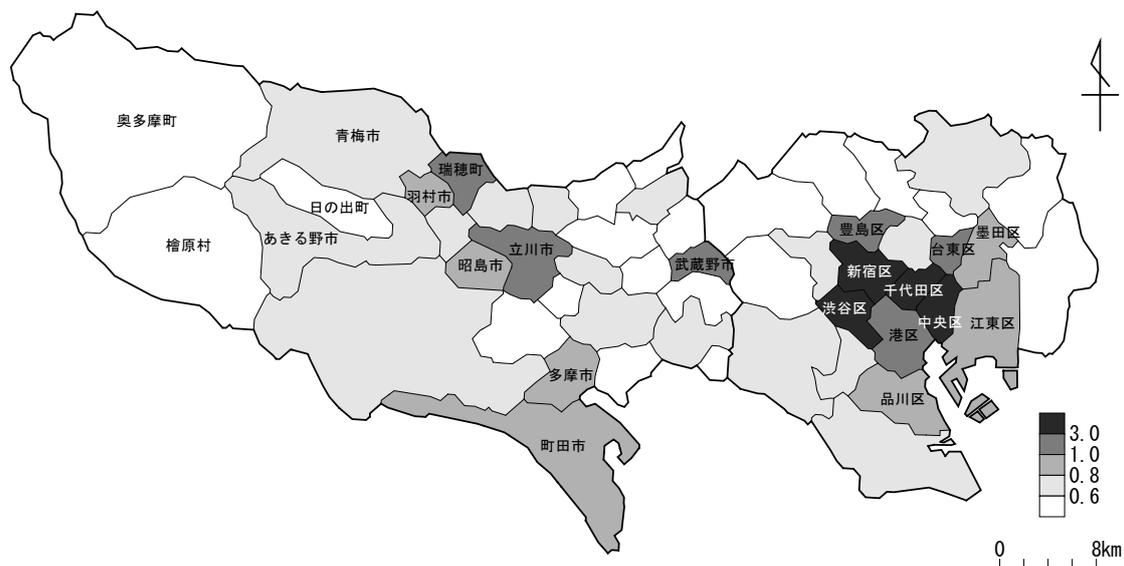
図表 3-13 青梅市の小売店の商店数・従業者数・年間販売額・売場面積の推移
(1991 年=1)



(注) 平成 19 年商業統計結果を、2012 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 3-14 東京都各市町村の小売吸引力分布（2007年）



区市町村名	小売吸引力	人口	年間販売額 (百万円)	区市町村名	小売吸引力	人口	年間販売額 (百万円)
1 千代田区	14.39	47,115	890,130	32 世田谷区	0.64	877,138	736,143
2 中央区	9.14	122,762	1,473,042	33 東久留米市	0.62	116,546	95,587
3 渋谷区	4.27	204,492	1,145,343	34 青梅市	0.62	139,339	113,092
4 新宿区	3.15	326,309	1,349,297	35 新島村	0.62	2,883	2,336
5 港区	2.68	205,131	720,730	36 国分寺市	0.62	120,650	97,550
6 台東区	2.21	175,928	509,379	37 板橋区	0.58	535,824	410,929
7 豊島区	2.07	284,678	772,762	38 葛飾区	0.58	442,586	339,420
8 武蔵野市	1.55	138,734	281,475	39 国立市	0.56	75,510	55,034
9 立川市	1.25	179,668	295,174	40 杉並区	0.55	549,569	397,732
10 瑞穂町	1.12	33,497	49,220	41 江戸川区	0.54	678,967	484,462
11 品川区	0.98	365,302	468,310	42 小平市	0.54	187,035	132,419
12 多摩市	0.91	147,648	176,210	43 北区	0.54	335,544	237,078
13 羽村市	0.91	57,032	68,033	44 三鷹市	0.53	186,083	129,052
14 町田市	0.90	426,987	504,840	45 神津島村	0.53	1,889	1,309
15 墨田区	0.88	247,606	285,012	46 練馬区	0.52	716,124	484,278
16 江東区	0.85	460,819	515,381	47 荒川区	0.51	203,296	136,996
17 昭島市	0.81	112,297	119,875	48 西東京市	0.51	196,511	131,064
18 東大和市	0.79	83,068	85,644	49 東村山市	0.49	153,557	98,109
19 目黒区	0.77	268,330	272,567	50 稲城市	0.44	84,835	49,513
20 武蔵村山市	0.77	70,053	71,132	51 小金井市	0.44	118,852	68,161
21 大島町	0.75	8,461	8,305	52 日野市	0.42	180,052	99,072
22 八王子市	0.75	580,053	568,574	53 狛江市	0.39	78,751	40,655
23 八丈町	0.73	8,231	7,889	54 清瀬市	0.39	74,104	37,612
24 福生市	0.72	59,796	56,919	55 御蔵島村	0.38	348	172
25 中野区	0.72	314,750	297,307	56 奥多摩町	0.34	6,045	2,717
26 府中市	0.68	255,506	229,797	57 日の出町	0.32	16,650	6,909
27 文京区	0.68	206,626	184,862	58 利島村	0.30	341	136
28 調布市	0.67	223,593	196,391	59 青ヶ島村	0.27	201	71
29 足立区	0.67	683,426	599,776	60 檜原村	0.18	2,558	607
30 あきる野市	0.67	80,868	70,674	61 三宅村	-	2,676	-
31 大田区	0.65	693,373	590,658	62 小笠原村	-	2,785	-

(注1) 2007年商業統計および2010年国勢調査結果を、2012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2010年国勢調査

図表 3-15 多摩地域の店舗面積 20000 m²以上の大型店（青梅市は 1000 m²以上）

所在市町村	店舗名	店舗面積 (m ²)	開設 年月
青梅市	カインズホーム 青梅インター店	16,834	2003年12月
	河辺タウンビル(河辺とうきゅう)	11,021	2007年4月
	河辺大栄ビル(SEIYU河辺店)	9,673	1980年4月
	青梅今寺ショッピングセンター(ケーズデンキ青梅店)	6,612	2010年3月
	オザムショッピングモール「ラーレ」青梅新町	4,500	2010年7月
	ヤオコー青梅今寺店	2,879	2010年2月
	ダイソーおうめ新町9丁目店	2,690	1982年7月
	ノジマNEW青梅デジタル館	2,005	2004年1月
	佐久間建設新町ビル(オザムバリュー新町店)	1,933	1994年7月
	カシコシュ青梅新町店	1,880	2002年6月
	マミーマート青梅新町店	1,826	2004年1月
	ヤサカ青梅新町店	1,760	1988年5月
	PC DEPOT青梅店	1,616	2008年10月
	オザムバリュー野上店	1,591	1975年5月
	山下ビル(ヤサカ青梅家具館)	1,574	1994年5月
	青梅ファッションモール(パースデイ、シャンブル、ディパロ)	1,469	2006年3月
	森川ビル(いなげや青梅師岡店)	1,387	1977年9月
	ファッションセンターしまむら青梅新町店	1,334	2003年12月
	伊藤ビル(マルフジ千ヶ瀬店)	1,292	1977年9月
	オザム新町店	1,251	1993年6月
	ファッションセンターしまむら野上店	1,281	1992年3月
	ヤサカ河辺店	1,180	1976年7月
コープとうきょう青梅新町店	1,013	1993年7月	
八王子	八王子ターミナルビル(そごう八王子店)	37,492	1983年11月
	ぐりーんうおーく多摩(ヤマダ電機テックランド八王子別所店)	32,407	2007年4月
	村内ファニチャーアクセス八王子本店	22,554	1977年12月
立川市	立川共同ビルディング(伊勢丹立川店)	37,583	2001年1月
	立川TMビル(高島屋立川店)	32,007	1995年3月
	ルミネ立川店	27,441	1982年10月
	グランデュオ立川	22,085	1999年4月
武蔵野市	オリンピック吉祥寺ビル(東急百貨店吉祥寺店)	29,543	1974年6月
	武蔵野市開発公社F&Fビル・コピス吉祥寺	21,061	1972年3月
府中市	フォレストサイドビル(伊勢丹府中店・フォーリス)	37,485	1996年4月
昭島市	モリタウン(エスパ昭島店)	38,180	1984年4月
	イオン昭島ショッピングセンター(イオン昭島店)	24,356	2003年7月
調布市	調布駅北口ビル(調布パルコ)	21,545	1989年5月
町田市	町田東急ツインズ(東急ハンズ町田店)	31,952	1980年10月
	町田駅ビル(小田急百貨店町田店)	26,717	1976年9月
小金井市	イトーヨーカドー武蔵小金井店	21,740	2009年3月
国分寺店	国分寺ターミナルビル(国分寺マルイ)	29,874	1989年3月
武蔵村山市	イオンモールむさし村山ミュー(イオン)	58,080	2006年11月
多摩市	京王聖蹟桜ヶ丘ショッピングセンター(京王百貨店聖蹟桜ヶ丘店)	37,700	1986年3月
	多摩センター百貨店ビル(IDC大塚多摩店・多摩センター三越)	32,031	1989年10月
	聖蹟桜ヶ丘OPA	20,710	1999年9月
西東京市	アスタ(SEIYUリヴィン田無店)	29,441	1995年3月
瑞穂町	ジョイフル本田瑞穂店	39,436	2007年1月
	ザ・モールみずほ16	24,282	2002年3月
日の出町	イオンモール日の出(イオン日の出店)	50,000	2007年11月

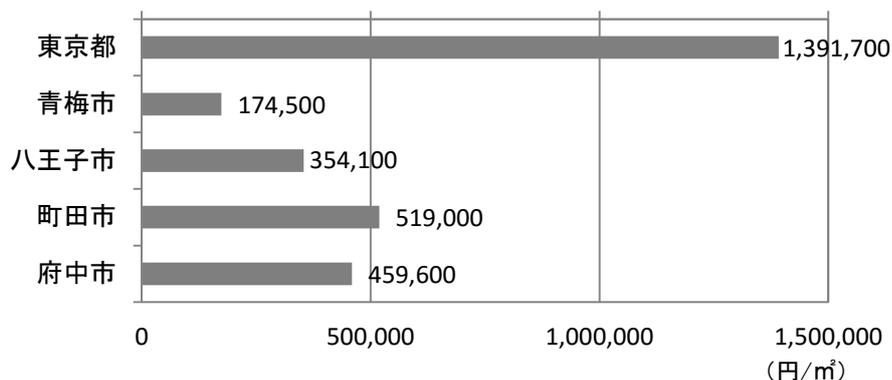
資料：東洋経済新報社「全国大型小売店総覧 2012」

(3) その他

青梅市の 2011 年時点での商業地における平均地価は 174,500 円/㎡で、これは町田市の 33.6%、東京都全体の 12.5%にあたる。2010 年時点での所得水準は 3,176,825 円で、町田市の 83.5%、東京都全体の 77.8%にあたる。

青梅市の 2009 年度の財政力指数は 0.97 で、東京都特別区を除く 39 市町村中第 17 位にある。(図表 3-16、図表 3-17、図表 3-18 参照)

図表 3-16 地価 (商業地の標準地地価の平均価格)

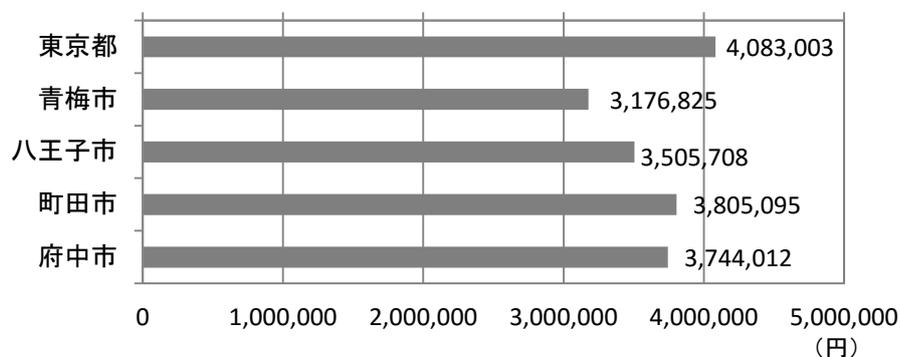


(注 1) 標準地ごとの 1 ㎡当たりの価格の合計を当該標準地点数で除したもの。

(注 2) 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: 2012 年度国土交通省土地・水資源局「都道府県地価調査」

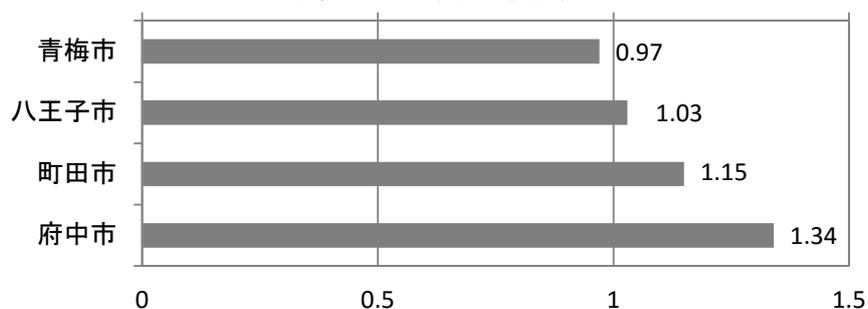
図表 3-17 所得水準 (課税対象所得の合計を納税義務者数の合計で除したもの)



(注) 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: 2010 年度総務省自治税務局「市町村税課税状況等の調」

図表 3-18 財政力指数



(注) 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: 2009 年度総務省自治財政局「市町村別決算状況調」

4 飯田市

(1) 人口

飯田市は、長野県の最南端、伊那谷における中心都市であり、面積は約 659 km²である。東に南アルプス、西に中央アルプスがそびえ、中央を天竜川が南流し、山すそは扇状地と段丘が広がり、標高差 2,700m を超える我が国最大級の谷地形の中にある。古くから三河と信州とを結ぶ三州街道の宿場町として栄え、江戸時代に城下町として整備された中心市街地は飯田・下伊那の経済・文化の中心、繁華街として栄えた。1947年の大火で市街地の3分の2を焼失、「信州の小京都」とも称された美しい街並みも失われたが、復興にあたって防災街区が整備された。

飯田市の人口は2010年10月1日時点で105,335人であり、県全体の4.89%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、飯田都市圏は飯田市、中川村、松川町、高森町、阿南町、阿智村、平谷村、下條村、天龍村、泰阜村、喬木村、豊丘村で構成され、約17万人超の規模で県全体の7.97%にあたる。人口推移をみると、飯田市は長野県全体と同様に2000年をピークとして減少に転じており、2005年から2010年までの5年間で3.03%減少している（図表4-1参照）。

将来推計人口（国立社会保障・人口問題研究所）においても、2035年まで人口減少は続き、2035年の人口は83,367人となり、少子・高齢化も進展すると予測されている（図表4-2、図表4-3参照）。

昼夜間人口比（昼間人口／夜間人口）は、1995年より1を上回って推移しており、2010年は1.047である（図表4-4参照）。通勤・通学による近隣市町との主な流出入状況を見ると、高森町、松川町、喬木村、豊丘村、阿智村、下條村から流入超過しており、流出超過はみられない（図表4-5参照）。

図表 4-1 飯田市周辺および長野県等の人口推移

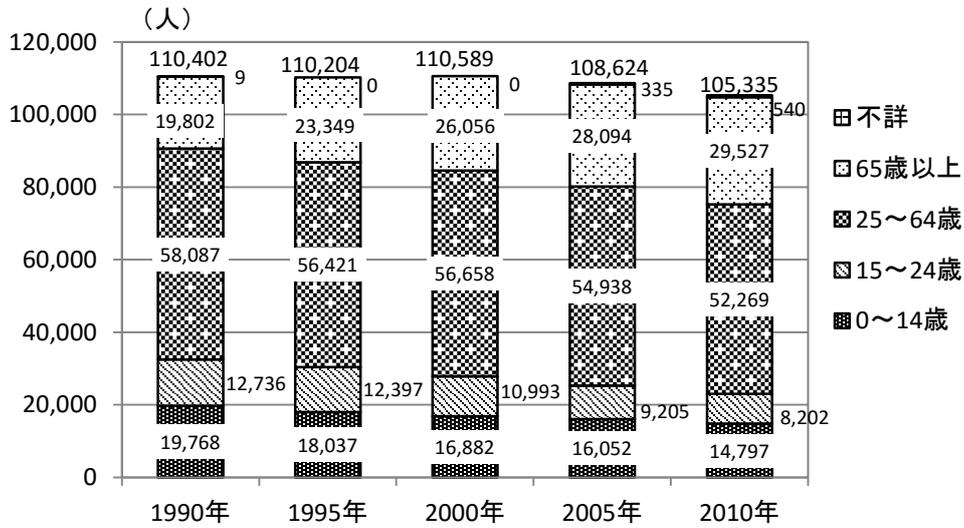
市町村名	1990年 (人)	1995年 (人)	2000年 (人)	2005年 (人)	2010年 (人)	県内 シェア	2010年 /2005年
長野県	2,154,465	2,191,857	2,213,128	2,196,114	2,152,736	100.00%	98.02%
飯田市都市圏	180,412	179,609	180,224	177,442	171,633	7.97%	96.73%
飯田市	110,402	110,204	110,589	108,624	105,335	4.89%	96.97%
長野都市圏	607,024	620,288	620,998	615,650	602,864	28.00%	97.92%
長野市	377,261	387,359	387,911	386,572	381,511	17.72%	98.69%
松本都市圏	421,553	436,043	448,861	451,991	450,869	20.94%	99.75%
松本市	233,756	239,539	243,465	242,541	243,037	11.29%	100.20%

(注1) 2010年国勢調査結果を、2010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

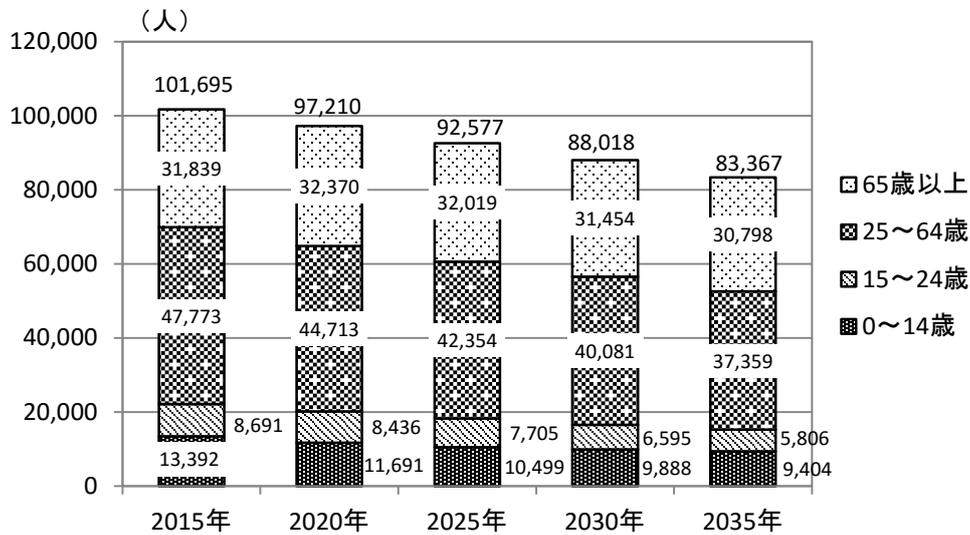
図表 4-2 飯田市の年齢階層別人口の推移



(注) 2012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

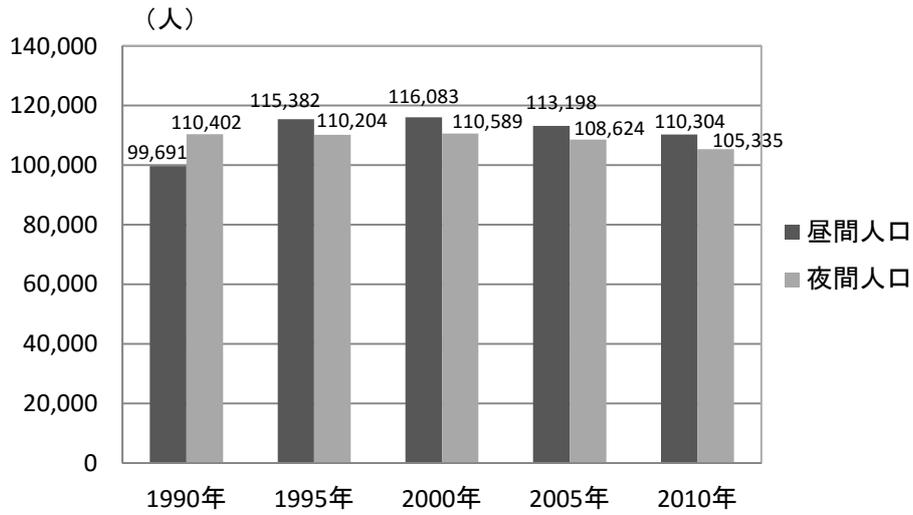
図表 4-3 飯田市の将来推計人口



(注) 2012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 4-4 飯田市の昼夜間人口の推移

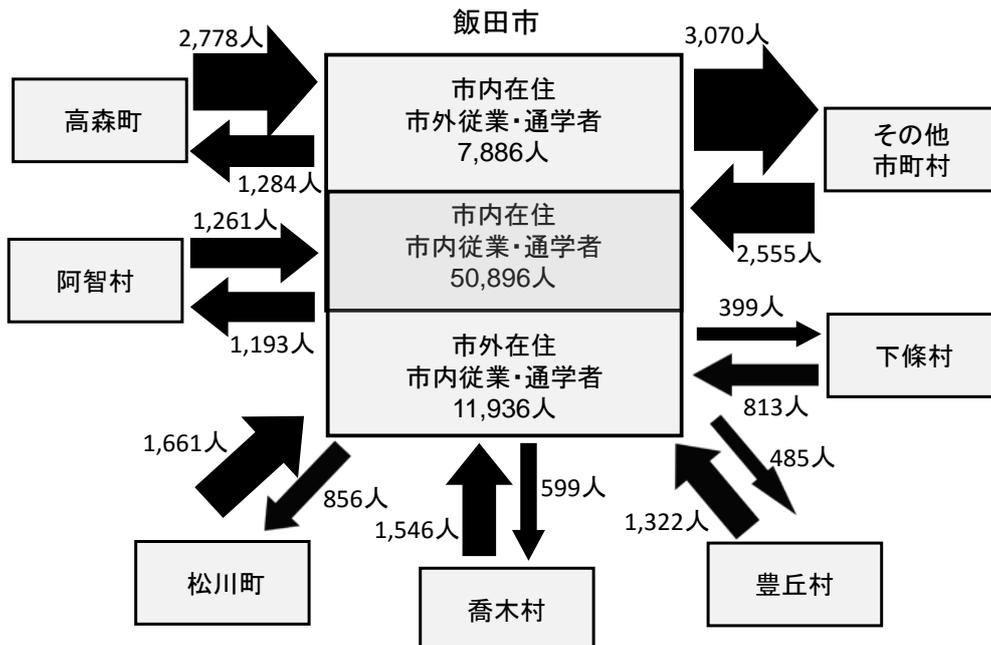


	昼間人口	夜間人口	昼間人口/ 夜間人口
1990年	99,691	110,402	0.903
1995年	115,382	110,204	1.047
2000年	116,083	110,589	1.050
2005年	113,198	108,624	1.042
2010年	110,304	105,335	1.047

(注) 2010年国勢調査結果を、2012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 4-5 飯田市の通勤・通学の流出入状況



(注) 2010年国勢調査結果を、2012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

(2) 産業

飯田市における 2009 年の事業所数は 7,095 事業所、従業者数は 56,450 人である。近年、事業所数の減少に伴い従業者数も減少傾向にあったものの、2009 年にはいずれも増加に転じた（図表 4-6、図表 4-7 参照）。

2009 年の事業所数、従業者数から産業構造をみると、飯田市はほぼ長野県全体と同様の構造となっており、長野市や松本市と比較すると、第 3 次産業の割合が低い一方、精密機器関連の事業所の集積などにより、第 2 次産業の割合が高い（図表 4-8、図表 4-9、図表 4-10、図表 4-11 参照）。

飯田市における小売業については、2007 年の飯田市の商店数は 1,268 店、従業者数は 7,589 人、売場面積は 176,202 m²、年間商品販売額は 1,347 億円である。いずれも長野県全体の 6%弱に当たる（図表 4-12 参照）。飯田市の小売業の推移を見ると、商店数は減少が続く中、イオンやアピタなどの面積の大きい店舗の出店の影響などにより、売場面積は 1994 年以降急増し、1 店舗あたりの売場面積が拡大している。一方、飯田市の小売店の年間販売額は 2002 年まではほぼ横ばいであったが、その後、減少し 2007 年時点で 1991 年から 10%の減少と伸び悩んでいる状況にある（図表 4-13 参照）。

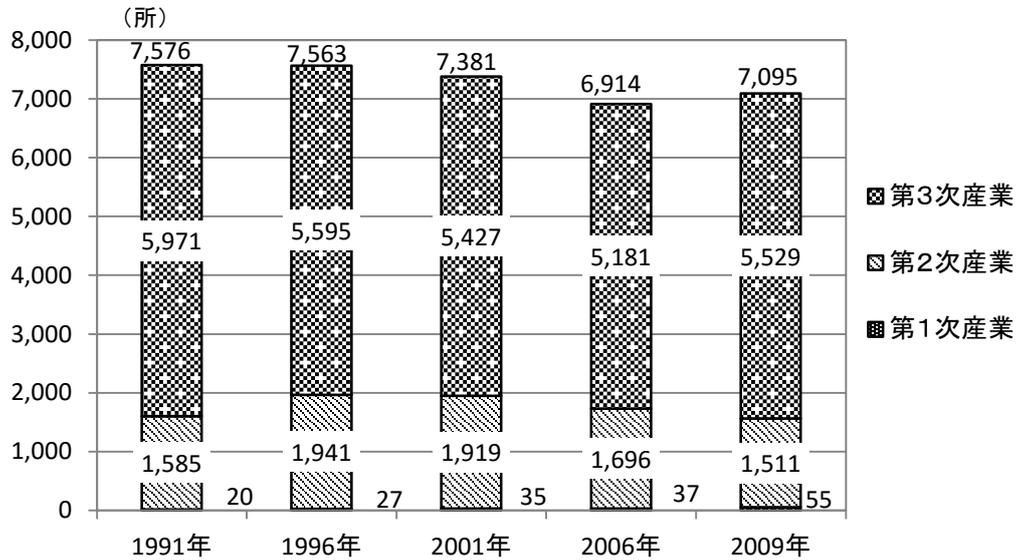
長野県内の市町村別の小売吸引力をみると、1 を超えているのは 17 市町であり、飯田市の小売吸引力は 1.16 で県下第 7 位と上位にある（図表 4-14 参照）。

長野県内の大型小売店舗を見ると、10,000 m²以上の大型店は 36 店舗あり、うち 2000 年以降の開店は 5 店舗で、最も新しいのが 2011 年 4 月に上田市に開店したアリオ上田（イトーヨーカドー上田店）である。また、最も大きいのは佐久市の佐久平ショッピングセンター（イオン佐久平店）の 31,718 m²である。飯田市内では 10,000 m²以上の大型店は 3 店あり、最も大きいのは 12,796 m²のイオン飯田アップルロード店である（図表 4-15 参照）。

(ア) 全産業

①事業所数と従業者数

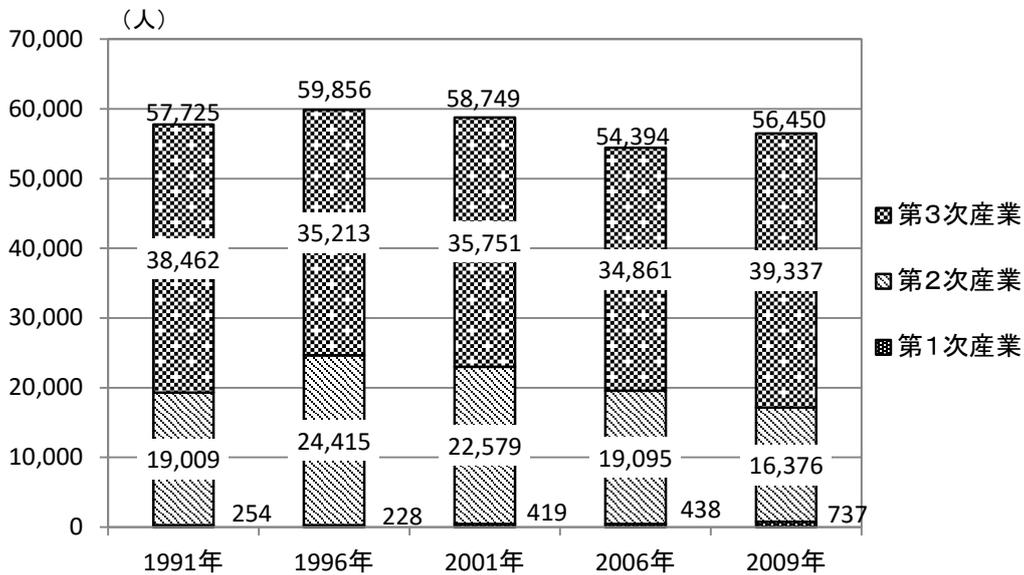
図表 4-6 飯田市の事業所数の推移



(注) 2012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、経済センサス

図表 4-7 飯田市の従業者数の推移



(注) 2012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、経済センサス

②飯田市等の産業別事業所数・従業者数(2009年)

図表 4-8 飯田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
長野県	122,192	1,162	126	14,551	12,326	6,305	22,416	65,306
飯田市	7,095	55	4	792	715	332	1,321	3,876
長野市	21,926	137	13	2,453	1,300	1,587	3,756	12,680
松本市	14,533	74	4	1,329	867	1,228	2,586	8,445
上田市	8,551	47	3	864	999	512	1,556	4,570

資料：経済センサス

図表 4-9 飯田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
長野県	100.00%	0.95%	0.10%	11.91%	10.09%	5.16%	18.34%	53.45%
飯田市	100.00%	0.78%	0.06%	11.16%	10.08%	4.68%	18.62%	54.63%
長野市	100.00%	0.62%	0.06%	11.19%	5.93%	7.24%	17.13%	57.83%
松本市	100.00%	0.51%	0.03%	9.14%	5.97%	8.45%	17.79%	58.11%
上田市	100.00%	0.55%	0.04%	10.10%	11.68%	5.99%	18.20%	53.44%

(注) 端数の関係で、合計は必ずしも 100.00%とは合わない。

資料：経済センサス

図表 4-10 飯田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
長野県	1,060,563	14,253	935	80,407	218,683	53,275	148,013	544,997
飯田市	56,450	737	17	5,464	10,895	2,853	8,283	28,201
長野市	208,495	1,944	93	16,773	22,246	16,297	27,867	123,275
松本市	136,475	1,083	25	9,193	16,683	10,876	18,556	80,059
上田市	78,783	455	24	4,471	19,608	3,989	11,330	38,906

資料：経済センサス

図表 4-11 飯田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
長野県	100.00%	1.34%	0.09%	7.58%	20.62%	5.02%	13.96%	51.39%
飯田市	100.00%	1.31%	0.03%	9.68%	19.30%	5.05%	14.67%	49.96%
長野市	100.00%	0.93%	0.04%	8.04%	10.67%	7.82%	13.37%	59.13%
松本市	100.00%	0.79%	0.02%	6.74%	12.22%	7.97%	13.60%	58.66%
上田市	100.00%	0.58%	0.03%	5.68%	24.89%	5.06%	14.38%	49.38%

(注) 2009年経済センサス結果を、2012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：経済センサス

(イ) 小売業

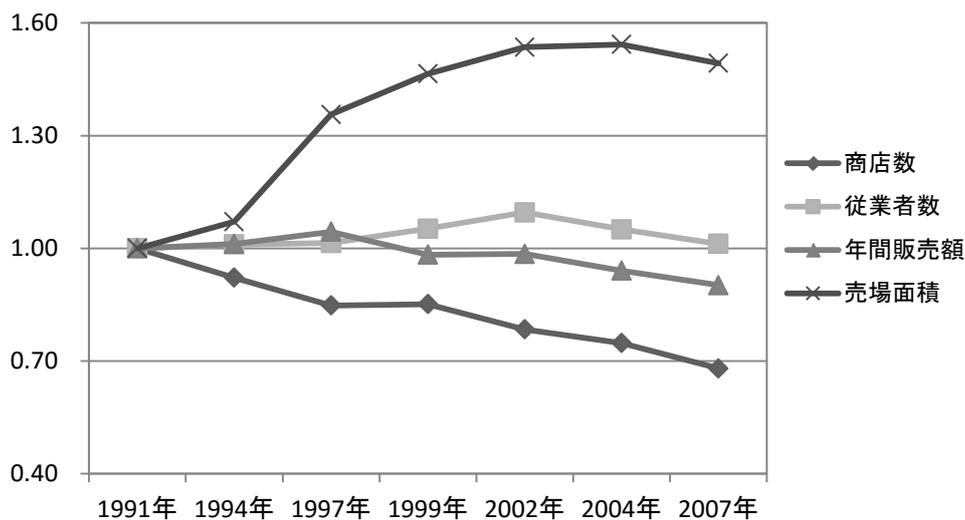
図表 4-12 飯田市等の小売集積 (2007 年)

	商店数		従業者数		売場面積 (㎡)		年間商品販売額 (百万円)	
	数	割合	数	割合	面積	割合	金額	割合
長野県	21,711	100.00%	135,704	100.00%	3,179,181	100.00%	2,373,576	100.00%
飯田市	1,268	5.84%	7,589	5.59%	176,202	5.54%	134,746	5.68%
長野市	3,605	16.60%	25,710	18.95%	542,653	17.07%	451,900	19.04%
松本市	2,494	11.49%	16,823	12.40%	359,368	11.30%	332,861	14.02%
上田市	1,558	7.18%	11,257	8.30%	277,912	8.74%	183,542	7.73%

(注) 平成 19 年商業統計結果を、2012 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

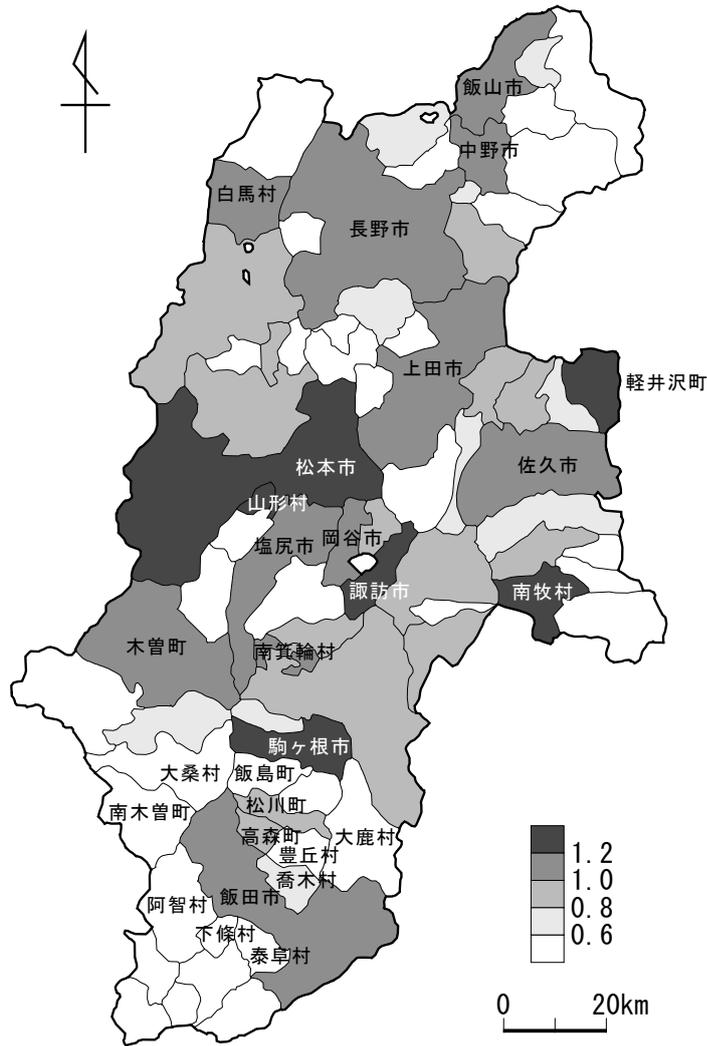
図表 4-13 飯田市の小売店の商店数・従業者数・年間販売額・売場面積の推移
(1991 年=1)



(注) 2012 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 4-14 長野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)	市町村名	小売吸引力	人口	年間販売額 (百万円)
1 軽井沢町	2.40	19,018	50,294	27 箕輪町	0.85	26,214	24,666	53 平谷村	0.45	563	282
2 南牧村	2.30	3,528	8,929	28 松川町	0.82	13,676	12,422	54 豊丘村	0.45	6,819	3,380
3 山形村	1.61	8,425	14,934	29 富士見町	0.81	15,338	13,762	55 松川村	0.45	10,093	4,973
4 駒ヶ根市	1.25	33,693	46,523	30 須坂市	0.80	52,168	45,902	56 小川村	0.42	3,041	1,418
5 松本市	1.24	243,037	332,861	31 小諸市	0.80	43,997	38,689	57 筑北村	0.40	5,172	2,298
6 諏訪市	1.24	51,200	69,927	32 信濃町	0.78	9,238	7,975	58 木祖村	0.40	3,134	1,391
7 飯田市	1.16	105,335	134,746	33 上田市	0.74	5,245	4,307	59 北相木村	0.39	842	358
8 中野市	1.16	45,638	58,247	34 千曲市	0.74	62,068	50,686	60 長和町	0.38	6,780	2,826
9 佐久市	1.09	100,552	120,759	35 佐久穂町	0.73	12,069	9,662	61 飯綱町	0.36	11,865	4,730
10 白馬村	1.08	9,205	10,969	36 宮田村	0.72	8,974	7,117	62 中川村	0.36	5,074	2,003
11 長野市	1.07	381,511	451,900	37 御代田町	0.70	14,738	11,382	63 大鹿村	0.34	1,160	434
12 岡谷市	1.07	52,841	62,358	38 立科町	0.70	7,707	5,943	64 朝日村	0.28	4,741	1,445
13 飯山市	1.07	23,545	27,742	39 喬木村	0.68	6,692	4,995	65 高山村	0.21	7,563	1,792
14 大曾町	1.06	12,743	14,921	40 野沢温泉村	0.67	3,853	2,854	66 生坂村	0.18	1,953	378
15 上田市	1.04	159,597	183,542	41 小布施町	0.63	11,072	7,745	67 泰阜村	0.16	1,910	334
16 南箕輪村	1.03	14,543	16,542	42 阿南町	0.59	5,455	3,540	68 川上村	-	4,972	-
17 塩尻市	1.00	67,670	74,748	43 辰野町	0.55	20,909	12,720	69 南相木村	-	1,121	-
18 大町市	0.98	29,801	32,285	44 根羽村	0.54	1,129	676	70 青木村	-	4,609	-
19 伊那市	0.97	71,093	75,901	45 阿智村	0.54	7,036	4,190	71 売木村	-	656	-
20 安曇野市	0.95	96,479	100,745	46 南木曾町	0.53	4,810	2,799	72 天龍村	-	1,657	-
21 茅野市	0.95	56,391	58,814	47 大桑村	0.52	4,145	2,387	73 王滝村	-	965	-
22 小海町	0.93	5,180	5,305	48 坂城町	0.52	15,730	9,006	74 麻績村	-	2,970	-
23 東御市	0.91	30,696	30,854	49 下條村	0.51	4,200	2,361	75 小谷村	-	3,221	-
24 高森町	0.89	13,216	13,005	50 飯島町	0.49	9,902	5,351	76 木島平村	-	4,939	-
25 下諏訪町	0.89	21,532	21,041	51 原村	0.48	7,573	3,985	77 栄村	-	2,215	-
26 池田町	0.87	10,329	9,925	52 山ノ内町	0.46	13,678	6,957				

(注 1) 2007年商業統計および2010年国勢調査結果を、2012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2010年国勢調査

図表 4-15 長野県の店舗面積 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
飯田市	イオン飯田アップロード店	12,796	1995年6月
	南信ショッピングセンター(イオン飯田店)	11,951	1997年6月
	アピタ飯田店	11,495	1995年11月
長野市	ながの東急百貨店	19,381	1966年11月
	長野ホリデイスクエア(MEGAドン・キホーテ長野店)	13,712	1998年3月
	ケーズタウン若里(ケーズデンキ長野本店、原信若里店)	11,485	1998年10月
	権堂駅前ビル(イトーヨーカドー長野店)	11,220	1978年6月
	ベシア長野ショッピングセンター	10,323	1993年6月
	ショッピングプラザAGAIN(アゲイン)	10,085	1970年11月
松本市	ハイランドシティ松本(イオン南松本店)	17,583	1993年6月
	井上・野口ビル駅前ビル(井上本店)	15,834	1885年
	松本パルコ	15,155	1984年9月
	南松本ショッピングセンター(イトーヨーカドー南松本店)	15,152	1996年4月
	カタクラモール(イオン東松本店)	13,537	1981年3月
	松本電鉄バスターミナルビル(イトーヨーカドーエスパ松本店)	13,178	1978年4月
	ネオパーク松本(ヤマダ電機テックランド松本本店)	12,418	1994年6月
上田市	イオン上田ショッピングセンター(イオン上田店)	24,045	1983年7月
	アリオ上田(イトーヨーカドー上田店)	20,800	2011年4月
岡谷市	アピタ岡谷店	13,222	1985年9月
諏訪市	スワプラザビル、諏訪ビル	17,980	1965年7月
伊那市	アピタ伊那店	13,043	1974年6月
駒ヶ根市	ベルシャイン駒ヶ根店	12,000	1993年3月
中野市	イオン新中野ショッピングセンター	14,000	2001年9月
	ベシアスーパーセンター中野店	10,050	2004年4月
茅野市	茅野ショッピングセンター(マックスバリュ・メガマート茅野店)	11,736	1995年10月
	サンリツプラザ茅野(オギノ茅野ショッピングセンター)	10,100	1998年10月
佐久市	佐久平ショッピングセンター(イオン佐久平店)	31,718	1999年4月
	佐久小田井ショッピングセンター(佐久インターウエーブ)	17,646	1997年11月
安曇野市	イオン豊科店	13,606	1993年4月
	Sタウンよしな(カインズホーム・SEIYU豊科店)	11,043	1995年7月
	ベシアスーパーセンターあづみの堀金店	10,687	2002年11月
軽井沢町	軽井沢プリンスショッピングプラザ・イースト、ニューイースト	18,773	1997年7月
	軽井沢プリンスショッピングプラザ・ウエスト、ニューウエスト	13,302	1995年7月
高森町	アピタ高森店	11,422	1998年11月
山形村	アイシティ21(井上百貨店)	28,582	2000年10月
	山形ショッピングセンター南棟(マックスバリュ・メガマート山形店)	13,000	1996年11月

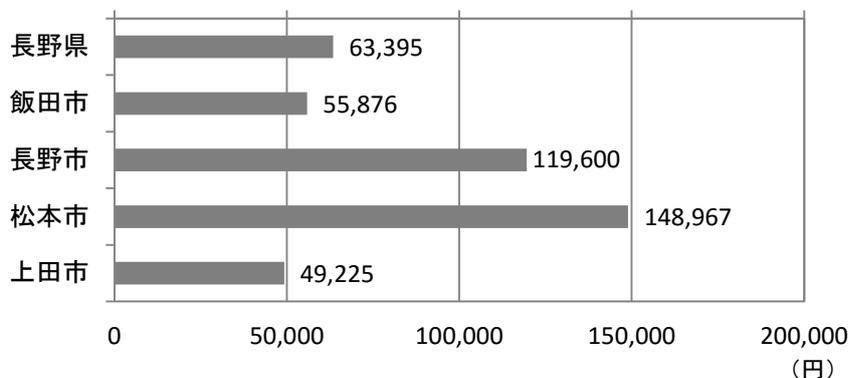
資料：東洋経済新報社「全国大型小売店総覧 2012」

(3) その他

飯田市の商業地における平均地価は 55,876 円/㎡で長野県全体の 88.1%、飯田市の所得水準は長野県全体の 97.0%となっている（図表 4-16、図表 4-17 参照）。

飯田市の財政力指数は 0.59 であり、県下 77 市町村中第 19 位である（図表 4-18 参照）。

図表 4-16 地価（商業地の標準地地価の平均価格）

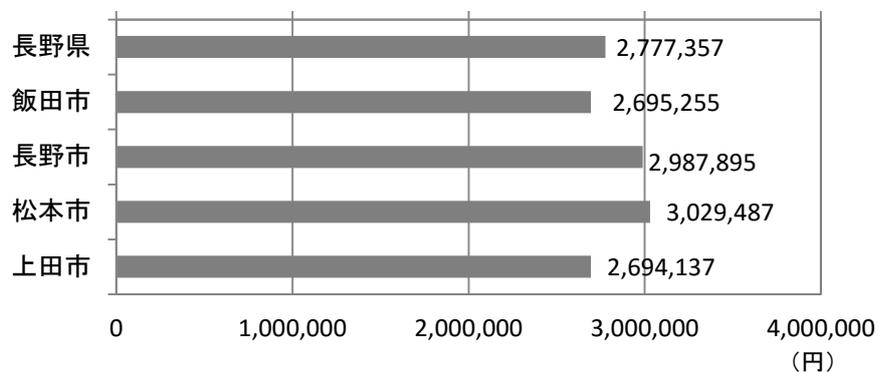


(注 1) 標準地ごとの 1 ㎡当たりの価格の合計を当該標準地点数で除したものの。

(注 2) 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：2012 年度国土交通省土地・水資源局「都道府県地価調査」

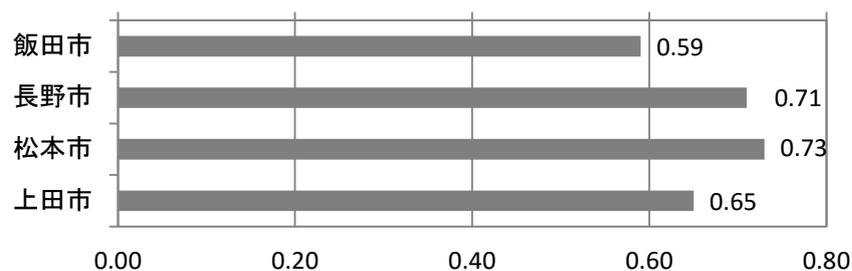
図表 4-17 所得水準（課税対象所得の合計を納税義務者数の合計で除したもの）



(注) 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：2010 年度総務省自治税務局「市町村税課税状況等の調」

図表 4-18 財政力指数



(注) 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：2009 年度総務省自治財政局「市町村別決算状況調」

5 豊後高田市

(1) 人口

豊後高田市は、2005年3月に、西国東郡真玉町、西国東郡香々地町と合併し、現在の形となった。面積は約207km²、大分県の北東部、国東半島の西部に位置し、西は宇佐市、東は国東市、南は杵築市と隣接し、北は周防灘に面している。

豊後高田市の人口は2010年10月1日時点で23,906人であり、大分県全体の2%にあたる。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、豊後高田市は単独で都市圏を構成している。

人口推移をみると、大分県全体、豊後高田市とも長らく減少を続けている一方で、県庁所在地である大分市は一貫して増加傾向にある。(図表5-1参照)

将来推計人口(国立社会保障・人口問題研究所)においては、2035年まで人口減少は続き、2035年の人口は16,787人となり、少子・高齢化も進展すると予測されている。(図表5-2、図表5-3参照)

「昼間人口/夜間人口」をみると、2010年は0.992である。昼間人口も減少を続けており、昼夜間人口比は1を下回って推移している。(図表5-4参照)

近隣市町との主な流出入状況を見ると、杵築市、宇佐市、国東市からの流入超過が見られる一方、大分市、中津市等には流出超過となっている。(図表5-5参照)

なお、豊後高田市は2011年において107人の転入超過となっている。この他、大分県内各市町村で転入超過となっているのは、大分市593人、中津市300人、宇佐市52人、日出町49人のみである。(図表5-6参照)

図表5-1 豊後高田市周辺および大分県等の人口推移

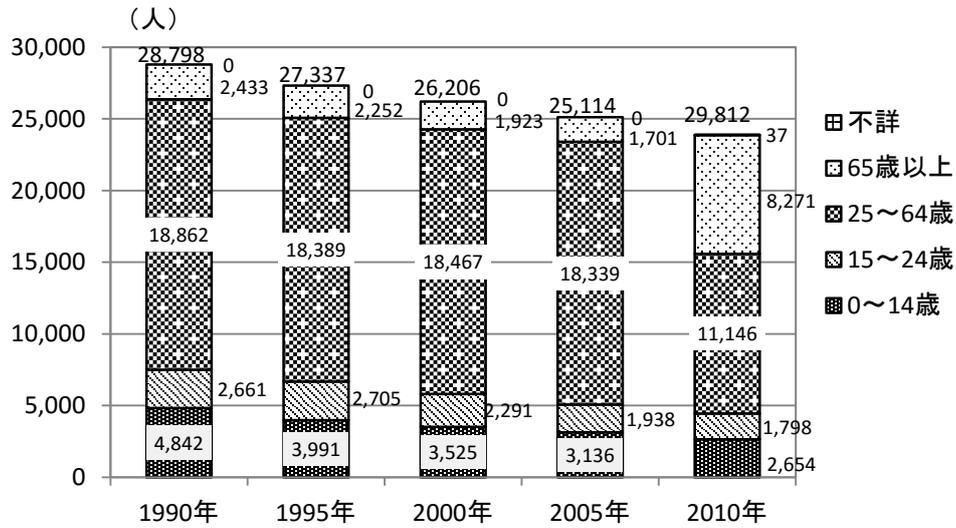
市町村名	1990年 (人)	1995年 (人)	2000年 (人)	2005年 (人)	2010年 (人)	県内 シェア	2010年 /2005 年
大分県	1,236,942	1,231,306	1,221,140	1,209,571	1,196,529	100.00%	98.92%
豊後高田都市圏	28,798	27,337	26,206	25,114	23,906	2.00%	95.19%
豊後高田市	28,798	27,337	26,206	25,114	23,906	2.00%	95.19%
大分都市圏	714,757	726,063	731,194	737,202	743,323	62.12%	100.83%
大分市	429,927	446,581	454,424	462,317	474,094	39.62%	102.55%
別府都市圏	153,923	152,688	152,665	154,599	1,536,06	12.84%	99.36%
別府市	130,334	128,255	126,523	126,959	125,385	10.48%	98.76%
中津都市圏	199,595	195,880	192,583	188,506	184,995	15.46%	98.14%
中津市	86,965	86,679	85,617	84,368	84,312	7.05%	99.93%

(注1) 2012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

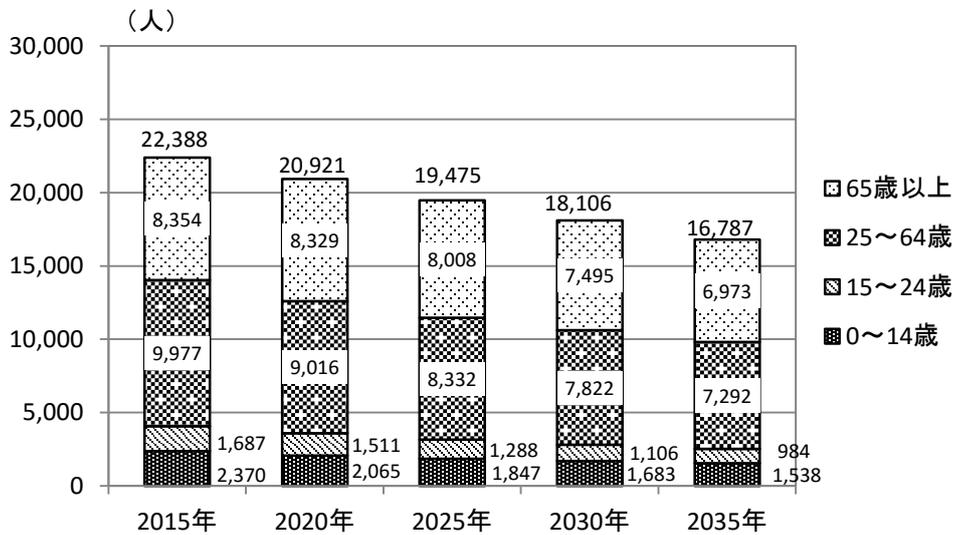
図表 5-2 豊後高田市の年齢階層別人口の推移



(注) 2012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

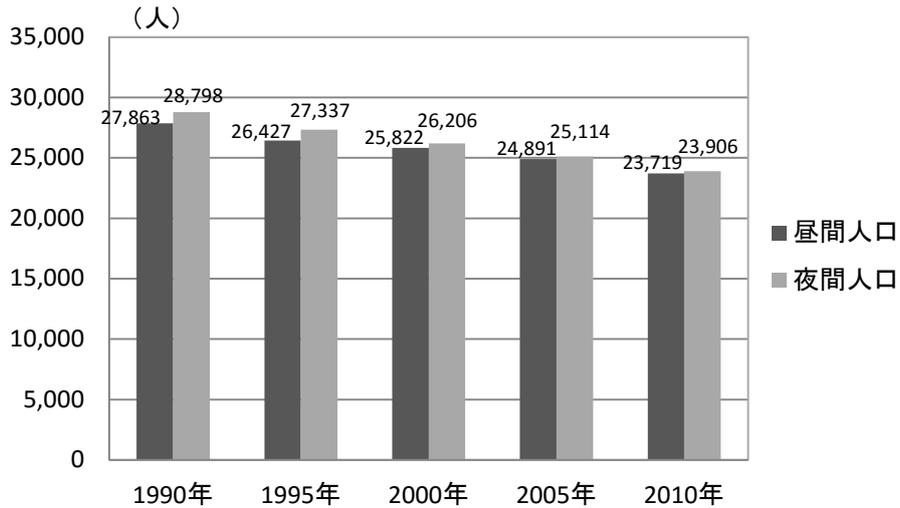
図表 5-3 豊後高田市の将来推計人口



(注) 2012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 5-4 豊後高田市の昼夜間人口の推移

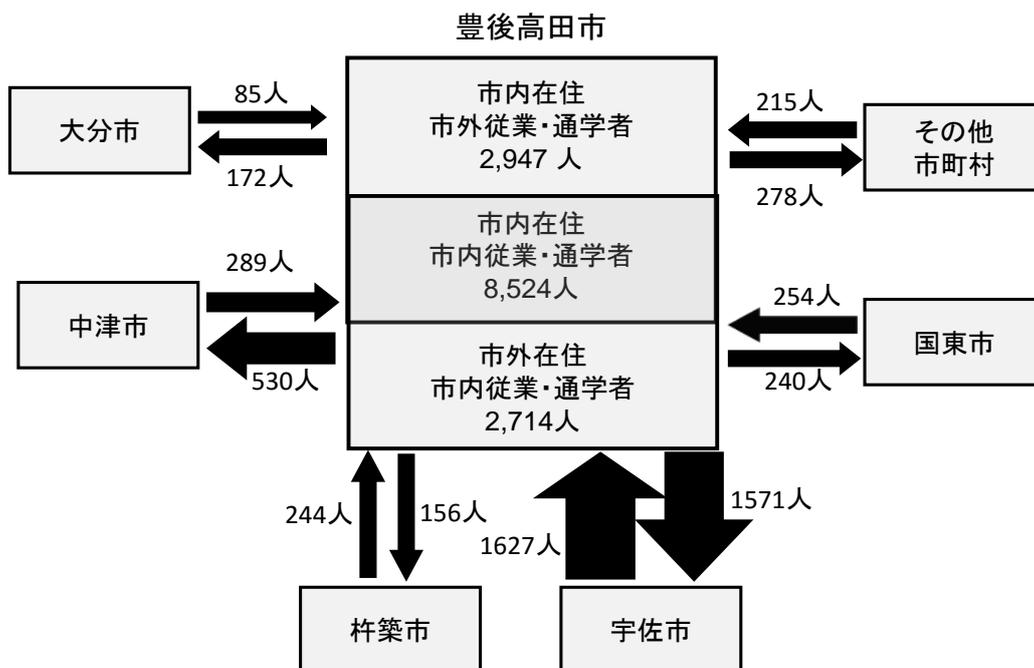


	昼間人口	夜間人口	昼間人口/ 夜間人口
1990年	27,863	28,798	0.968
1995年	26,427	27,337	0.967
2000年	25,822	26,206	0.985
2005年	24,891	25,114	0.991
2010年	23,719	23,906	0.992

(注) 2010年国勢調査結果を、2012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 5-5 豊後高田市の通勤・通学の流出入状況



(注 1) 2010年国勢調査結果を、2012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 5-6 大分県内各市町村の転入超過者数 (2011 年)

	転入者	転出者	転入超過者		
			総数	県内移動	県外移動
大分県	39,801	41,084	-1,283	-	-1,283
豊後高田市	868	761	107	20	87
大分市	15,849	15,256	593	1,230	-637
別府市	5,709	5,957	-248	1	-249
中津市	3,247	2,947	300	1	299
日田市	1,974	2,281	-307	-29	-278
佐伯市	1,570	1,924	-354	-273	-81
臼杵市	1,056	1,158	-102	-72	-30
津久見市	408	586	-178	-158	-20
竹田市	633	777	-144	-99	-45
杵築市	998	1,366	-368	-242	-126
宇佐市	1,823	1,771	52	-55	107
豊後大野市	1,085	1,132	-47	-43	-4
由布市	1,532	1,632	-100	-144	44
国東市	898	1,184	-286	-142	-144
姫島村	45	57	-12	-14	2
日出町	1,207	1,158	49	169	-120
九重町	250	330	-80	-87	7
玖珠町	649	807	-158	-63	-95

資料：大分県の人口推計報告（2011 年版）

(2) 産業

豊後高田市における 2009 年の事業所数は 1,307、従業者数は 9,940 人である。1991 年以降の推移をみると、事業所数は減少し続けている。一方、事業者数については 1996 年をピークに減少を続けていたが、2009 年に再び増加に転じている。(図表 5-7、図表 5-8 参照)

2009 年の事業所数、従業者数から産業構造をみると、豊後高田市は大分県全体に比べて、事業所数、従業者数の第一次産業と製造業の割合がやや高い。(図表 5-9、図表 5-10、図表 5-11、図表 5-12 参照)

豊後高田市における商業については、2007 年の商店数は 344 店、従業者数は 1,499 人、売場面積は 42,944 m²、年間商品販売額は約 176 億円である。大分県全体に占める割合で見ると最も割合の高い商店数で 2.6%、逆に最も割合の低い年間商品販売額では 1.46%にとどまる。(図表 5-13 参照)

豊後高田市の小売店の商店数は減少一途であり、2007 年時点では 1991 年の 6 割に減少している。一方、年間販売額、売場面積はともに増減を経ながら 2002 年時点ではほぼ 1991 年と同水準であった。しかし、その後、売場面積は増加して 2007 年時点では 1991 年のおよそ 1.5 倍になったのに対して、2007 年の年間販売額は 1991 年から 1 割減の水準となった。(図表 5-14 参照)

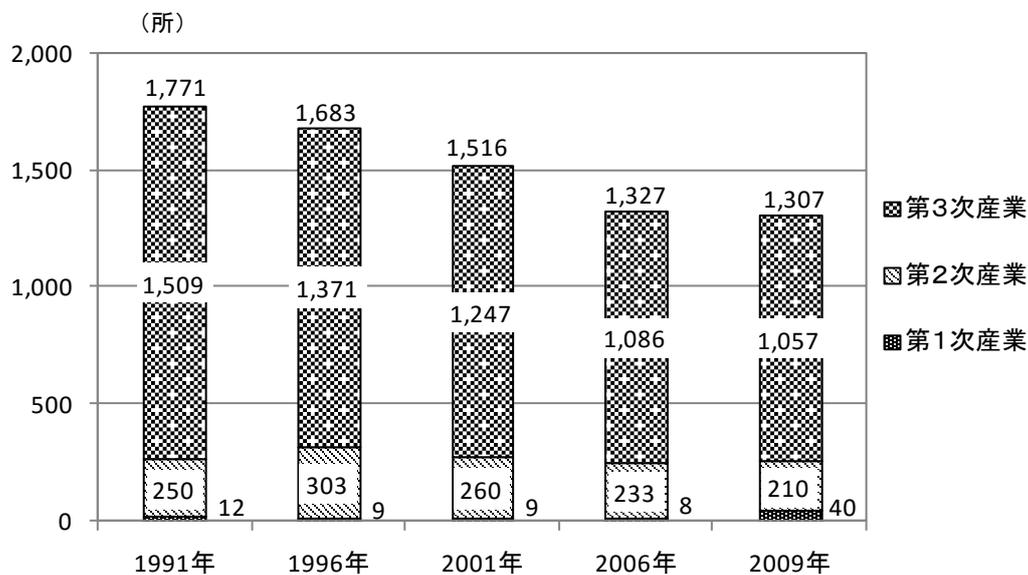
小売吸引力は 0.7 で 1 を大きく下回り、県下 18 市町村中 14 位である。(図表 5-15 参照)

大分県内には 10,000 m²以上の大型店は 16 店舗あり、豊後高田市内では 6,521 m²のロック ST 豊後高田 (マックスバリュ・ホームワイド豊後高田店) が最大で 1,000 m²以上の店舗は 6 店舗である。(図表 5-16 参照)

(ア) 全産業

①事業所数と従業者数

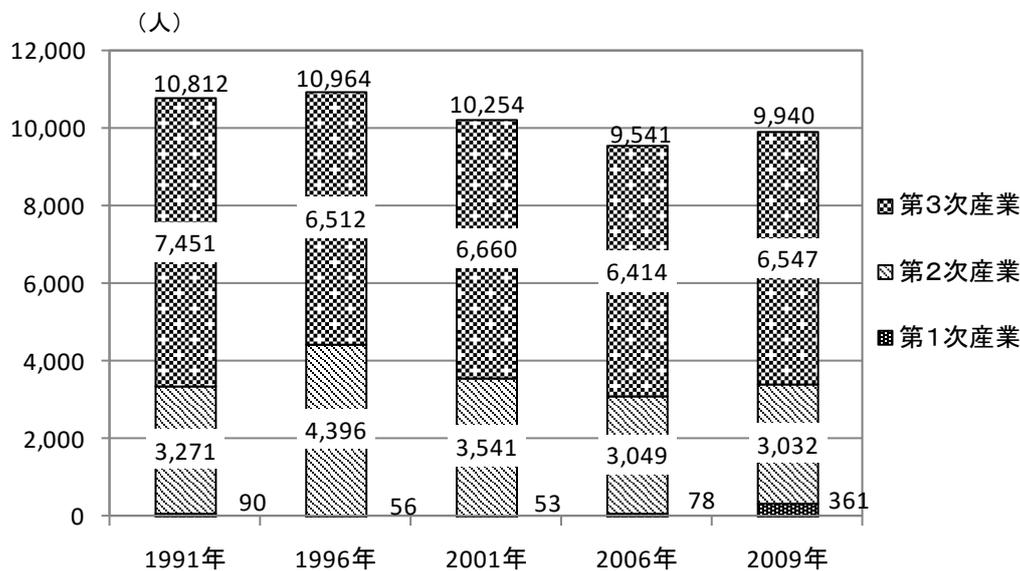
図表 5-7 豊後高田市の事業所数の推移



(注) 2012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、経済センサス

図表 5-8 豊後高田市の従業者数の推移



(注) 2012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、経済センサス

②豊後高田市等の産業別事業所数・従業者数(2009年)

図表 5-9 豊後高田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
大分県	59,861	807	36	5,867	3,354	3,297	13,065	33,435
豊後高田市	1,307	40	0	115	95	46	337	674
大分市	20,634	72	7	2,171	823	1,675	3,954	11,932
別府市	6,633	9	2	416	212	278	1,405	4,311
中津市	4,661	40	1	438	287	265	1,105	2,525

資料：事業所・企業統計

図表 5-10 豊後高田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
大分県	100.00%	1.35%	0.06%	9.80%	5.60%	5.51%	21.83%	55.85%
豊後高田市	100.00%	3.06%	0.00%	8.80%	7.27%	3.52%	25.78%	51.57%
大分市	100.00%	0.35%	0.03%	10.52%	3.99%	8.12%	19.16%	57.83%
別府市	100.00%	0.14%	0.03%	6.27%	3.20%	4.19%	21.18%	64.99%
中津市	100.00%	0.86%	0.02%	9.40%	6.16%	5.69%	23.71%	54.17%

資料：事業所・企業統計

図表 5-11 豊後高田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
大分県	555,827	8,812	770	47,868	77,233	26,045	84,802	310,297
豊後高田市	9,940	361	0	890	2,142	256	1,710	4,581
大分市	237,369	1,094	93	24,290	26,178	15,170	34,318	136,226
別府市	55,419	65	5	2,666	1,613	2,295	10,215	38,560
中津市	41,678	417	15	2,896	9,488	1,884	6,234	20,744

資料：事業所・企業統計

図表 5-12 豊後高田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
大分県	100.00%	1.59%	0.14%	8.61%	13.90%	4.69%	15.26%	55.83%
豊後高田市	100.00%	3.63%	0.00%	8.95%	21.55%	2.58%	17.20%	46.09%
大分市	100.00%	0.46%	0.04%	10.23%	11.03%	6.39%	14.46%	57.39%
別府市	100.00%	0.12%	0.01%	4.81%	2.91%	4.14%	18.43%	69.58%
中津市	100.00%	1.00%	0.04%	6.95%	22.77%	4.52%	14.96%	49.77%

(注) 2009年経済センサス結果を、2012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

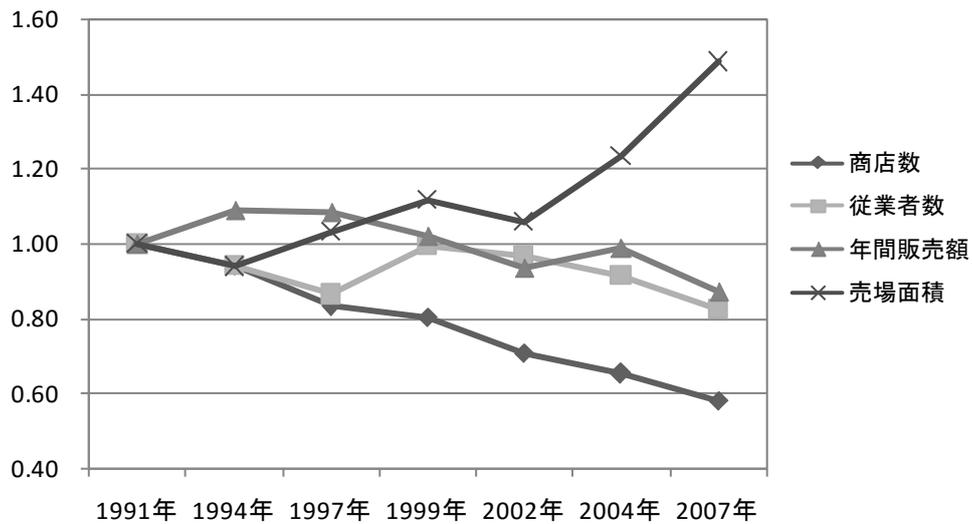
図表 5-13 豊後高田市等の小売集積 (2007 年)

	商店数		従業者数		売場面積 (㎡)		年間商品販売額 (百万円)	
	数	割合	数	割合	面積	割合	金額	割合
大分県	13,208	100.00%	77,246	100.00%	1,800,534	100.00%	1,209,421	100.00%
豊後高田市	344	2.60%	1,499	1.94%	42,944	2.39%	17,668	1.46%
大分市	3,919	29.67%	30,687	39.73%	703,508	39.07%	532,632	44.04%
別府市	1,388	10.51%	8,238	10.66%	172,081	9.56%	123,935	10.25%
中津市	1,110	8.40%	6,226	8.06%	181,141	10.06%	97,530	8.06%

(注) 2009 年経済センサス結果を、2012 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

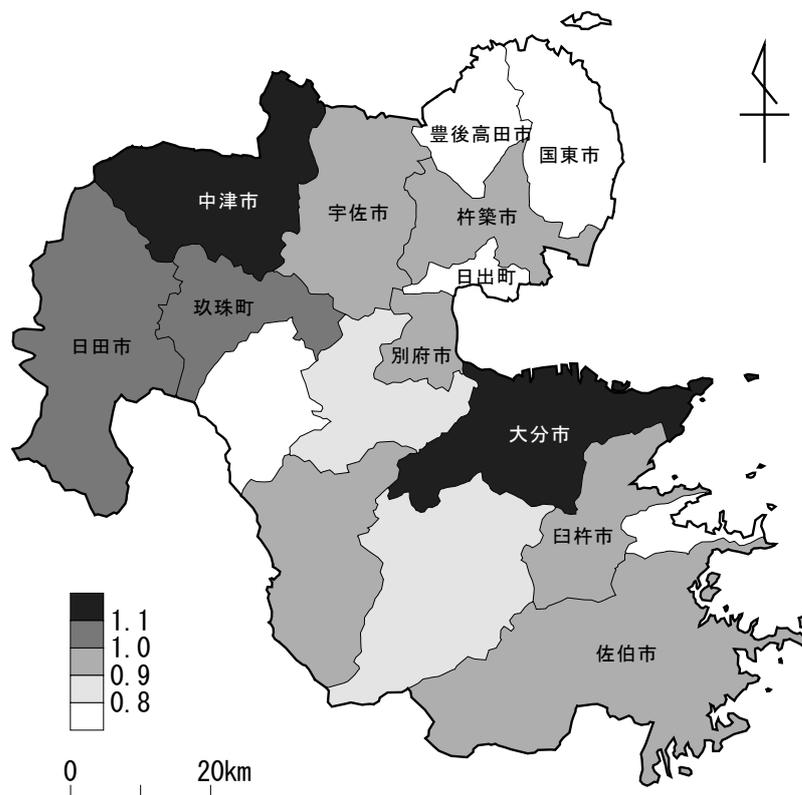
図表 5-14 豊後高田市の小売店の商店数・従業者数・年間販売額・売場面積の推移
(1991 年=1)



(注) 2012 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 5-15 大分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)
1	中津市	1.14	84,312	97,530
2	大分市	1.11	474,094	532,632
3	日田市	1.07	70,940	76,816
4	玖珠町	1.05	17,054	18,119
5	別府市	0.98	125,385	123,935
6	臼杵市	0.93	41,469	39,143
7	佐伯市	0.93	76,951	72,458
8	宇佐市	0.93	59,008	55,187
9	竹田市	0.90	24,423	22,241
10	杵築市	0.90	32,083	29,179
11	豊後大野市	0.87	39,452	34,501
12	由布市	0.83	34,702	28,959
13	日出町	0.77	28,221	22,071
14	豊後高田市	0.73	23,906	17,668
15	国東市	0.65	32,002	21,085
16	津久見市	0.58	19,917	11,710
17	九重町	0.50	10,421	5,271
18	姫島村	0.41	2,189	915

(注1) 2007年商業統計および2010年国勢調査結果を、2012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2010年国勢調査

図表 5-16 大分県内の店舗面積 10000 m²以上の大型店（豊後高田市内は 1000 m²以上）

所在市町村	店舗名	店舗面積 (m ²)	開設 年月
豊後高田市	ロックST豊後高田(マックスバリュ・ホームワイド豊後高田店)	6,521	1997年9月
	トキハインダストリーアイム高田店	3,461	1977年4月
	ホームセンターセブン高田店	2,233	1996年3月
	ディスカウントストアトライアル豊後高田店	1,810	1977年7月
	ディスカウントドラッグコスモス豊後高田店	1,718	2003年11月
	松屋家具	1,458	1979年5月
大分市	わさだ新都心センター(トキハわさだタウン)	64,505	2000年12月
	パークプレイス大分(イオンパークプレイス大分店)	42,753	2002年4月
	トキハ本店	42,564	1935年10月
	トキワインダストリー・あけのアクロスタウン	23,729	1971年10月
	イオン賀来ショッピングセンター(ホームワイドプラス賀来店)	12,178	2004年3月
	大分中央・横萬ビル(大分フォーラス)	12,097	1974年3月
	ホームプラザナフコ鶴崎店	11,397	2007年3月
	イオン高城ショッピングセンター(イオン高城店)	11,000	1993年11月
	サンリブわさだ・ベスト電器わさだ店	10,160	2003年12月
別府市	トキハ別府店	29,728	1988年10月
	ゆめタウン別府	21,000	2007年11月
中津市	イオンモール三光(イオン・ホームワイド三光店)	35,231	1996年12月
	ゆめタウン中津	26,570	1998年5月
佐伯市	トキハインダストリー佐伯店	16,647	1998年10月
	佐伯ショッピングセンター・コスモタウン フリーモール佐伯(サンリブさいき)	14,977	2006年11月
由布市	挟間ショッピングセンター(イオン挟間店)	17,725	1999年4月

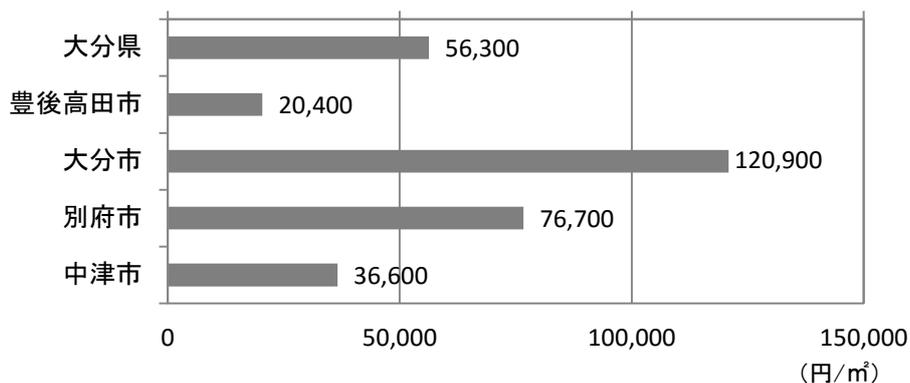
資料：東洋経済新報社「全国大型小売店総覧 2012」

(3) その他

豊後高田市の商業地における平均地価は 20,400 円/㎡でこれは大分市の 16.9%、大分県全体の 36.3%にあたり、所得水準は 2,458,954 円で大分市の 82.5%、大分県全体の 89.8%にあたる。(図表 5-17、図表 5-18 参照)

また、豊後高田市の財政力指数は 0.29 で、県内 18 市町村中第 15 位と下位にある。(図表 5-19 参照)

図表 5-17 地価 (商業地の標準地地価の平均価格)

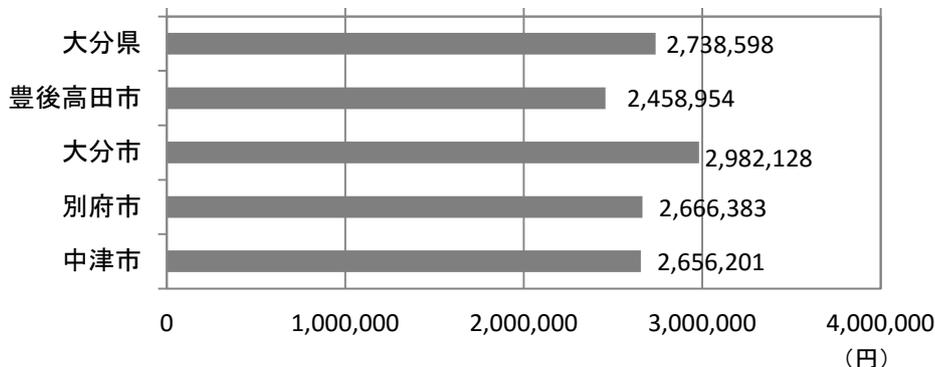


(注 1) 平均地価は、標準地ごとの 1 ㎡当たりの価格の合計を当該標準地点数で除したものである。

(注 2) 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：2012 年度国土交通省土地・水資源局「都道府県地価調査」

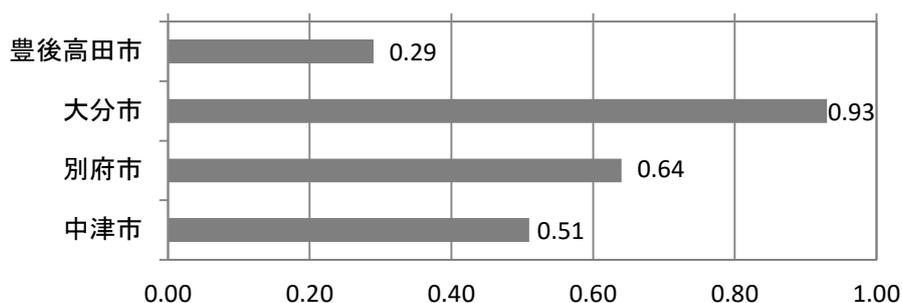
図表 5-18 所得水準 (課税対象所得の合計を納税義務者数の合計で除したものの)



(注) 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の。

資料：2010 年度総務省自治税務局「市町村税課税状況等の調」

図表 5-19 財政力指数



(注) 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の。過去 3 か年度の平均値。

資料：2009 年度総務省自治財政局「市町村別決算状況調」

平成 24 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 25 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