３－３　小田原市

小田原市は神奈川県の南西端に位置し、古くから交通の要衝として栄え、神奈川県西部地域の生活拠点として、また、富士・箱根・伊豆の観光交流拠点としての役割を担う、地方中核都市である。本事業の対象区域である小田原かまぼこ通り地区は、かまぼこ製造販売店等の水産加工業者が集積する地区であり、後北条時代から漁業が盛んで、江戸時代には東海道の要衝・箱根越えの東の玄関口の宿場町としての発展とともに、旧千度小路周辺において水産加工業が発展した。小田原市では、このかまぼこ通り周辺と小田原駅、小田原城を結ぶラインを回遊の重点軸とし、各拠点の魅力向上と回遊ルートの強化を図っている。

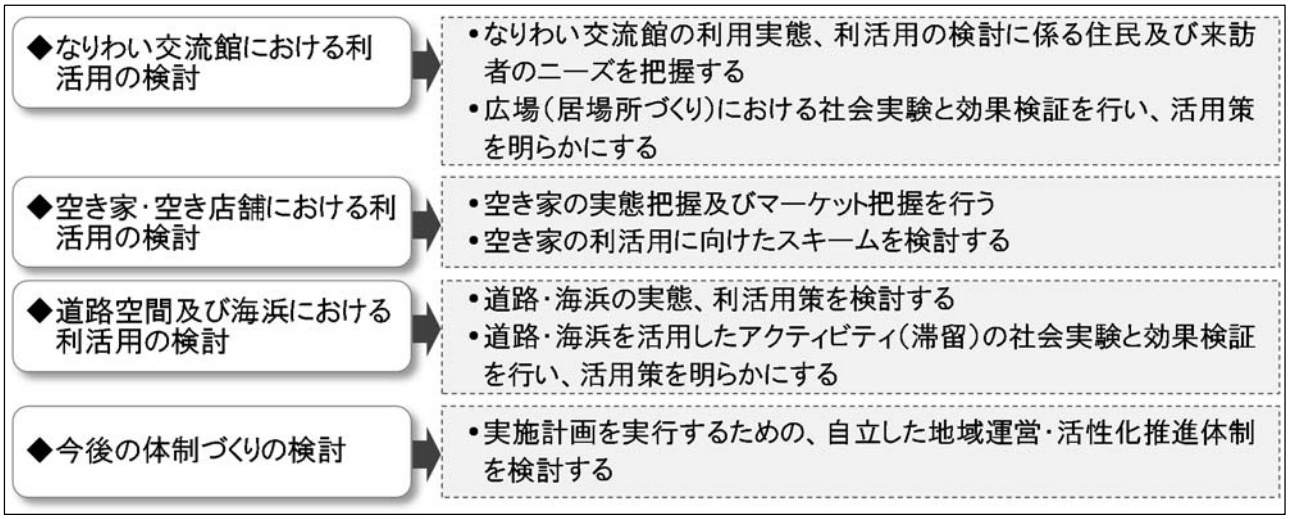
一方、対象区域では、魚市場の移転や消費者の趣向の変化等により、基幹産業であった水産加工業や店舗の衰退が進んでいる。また、市域でも特に高齢化が進んでおり、地域コミュニティの存続が課題となっている。こうした状況を受け、地元の商業者や地区住民を中心に構成する「小田原かまぼこ通り活性化協議会」が設立され、平成 28 年に地区の将来像をまとめた「まちづくり構想」が策定された。今後は、その実現に向けた具体的な実施計画を策定することとしている。

（１）取組み概要

本事業では、このまちづくり構想の実現に向け、対象区域の拠点となる「なりわい交流館」及び「道路・海浜」を活用した回遊性向上のための新たな事業を検討する。具体的には、なりわい交流館における地区の情報提供、知る機会の創出（レンタサイクル、小田原かまぼこ全１２店舗食べ歩きスタンプラリーの実施）、かまぼこ通りにおける歩行者の安全性・快適性の確保（一方通行化及びスラローム化による歩道の拡幅）、かまぼこ通り等における滞留を促す機会の創出（歩道へのベンチの設置、海辺のハンモックの設置）にかかる社会実験を行い、今後具体的に取り組むべき事業内容・手法を明らかにする。

また、「空き家」に関する実態を把握し、その活用・流通に向け、空き家所有者と利用者のマッチングの仕組み、利用者が短期間体験できるお試し店舗・住宅等の仕組みや体制づくりなどを検討する。さらに、今後の事業の担い手として、協議会と地区住民が主体となる新たな体制づくりも行いながら、持続可能な「公民連携によるまちなか再生」の実施計画を策定する。

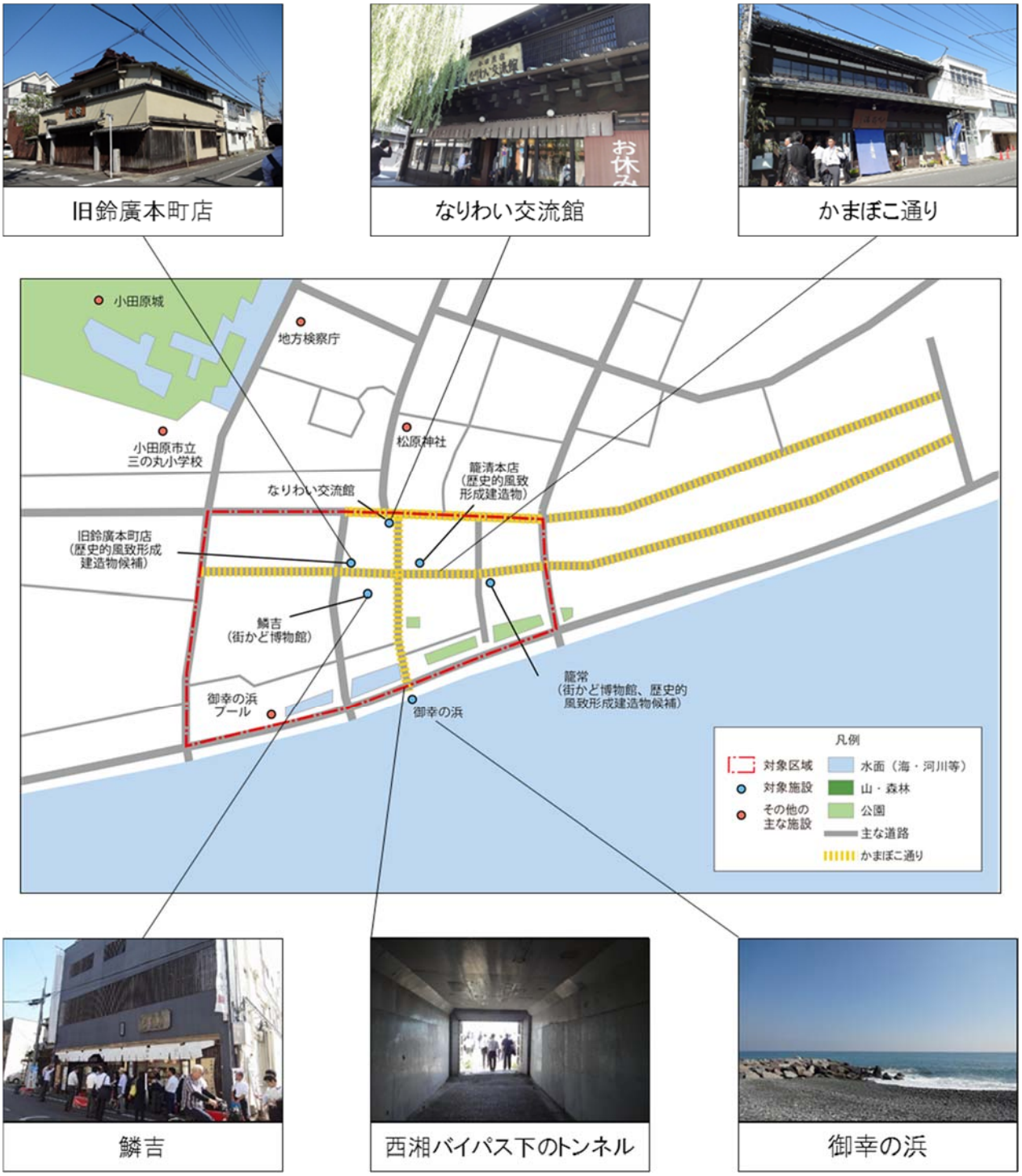
＜今年度の事業概要＞



①対象地区概況

地区名	小田原かまぼこ通り地区
基礎データ	【面積】約16.5ha(0.17k㎡)、【人口】1,859人、【人口密度】11,266人／k㎡ 【営業店舗数】11店舗、【空き店舗数】10店舗 【交通】小田原駅から徒歩 15 分（東海道新幹線、東海道本線、伊豆箱根鉄道大雄山線、箱根登山鉄道、小田急電鉄）

＜対象地区概況図＞



②まちなか再生プロデューサー

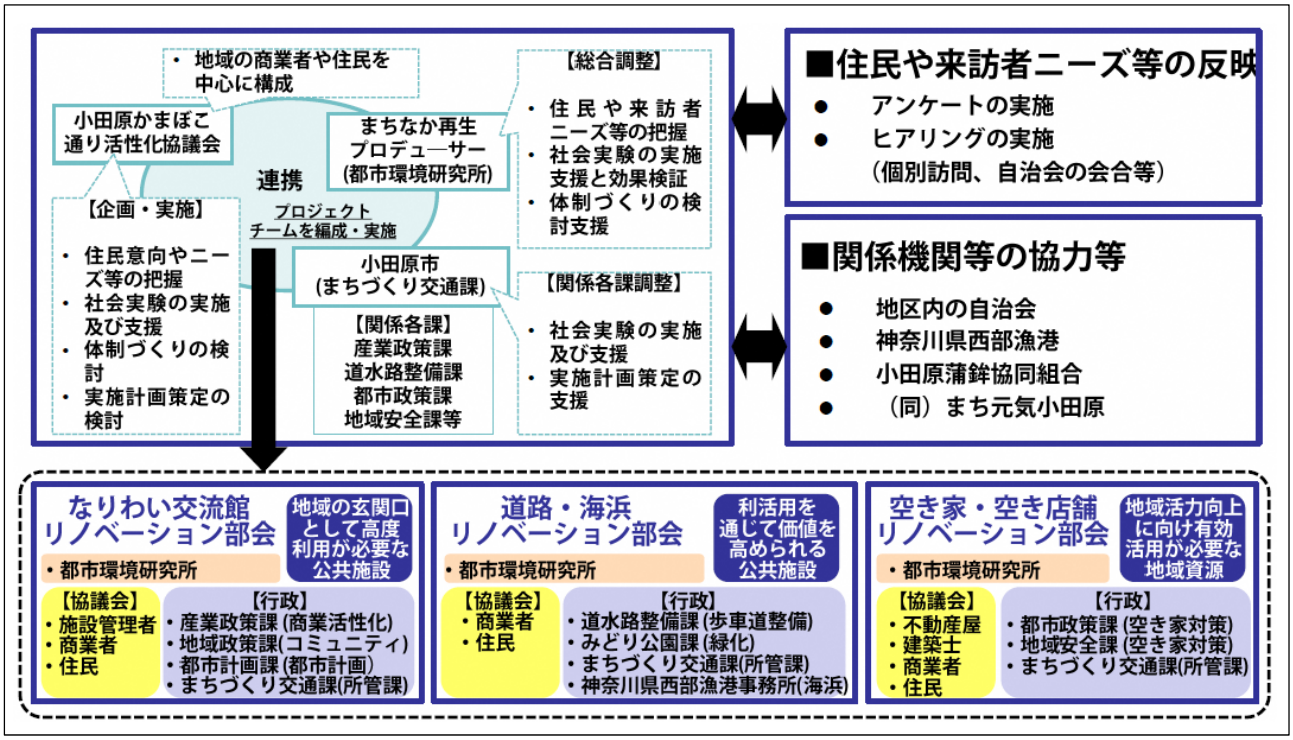
株式会社　都市環境研究所　取締役 主任研究員　大野　整　氏

株式会社　都市環境研究所　取締役 主任研究員

【略歴】

平成３年(株)都市環境研究所に入社、平成24年より同社取締役。技術士（建設部門、都市及び地方計画）。専門は、都市・地区の環境デザイン(景観計画、土地利用計画)の計画立案と実践。小田原市では、15年ほど前から都市計画や景観まちづくりに関する業務などを担当し、平成20年より小田原市街づくり景観アドバイザーを務める。

③取組みの体制



（2）今年度の事業成果

①まちなか再生の長期目標と今年度の目標

まちなか再生の長期目標

自立した地域運営の仕組の下、対象地域が持つ歴史、自然、産業等の特色を活かした回遊性向上のための施策を展開し、観光客等の来街者を増加させ、まちの賑いを再生する。

さらに商業活性化・集積による生活環境・利便性の向上により定住者を増加させ、まちの賑いを再生することにより、地域コミュニティの維持・拡大を図る。

【達成度を測る評価軸】
- ✓ 住民・来訪者のアクティビティ（話す、座る・休む、遊ぶ、食べる等の行為）を生み出す施設や機能の増加数
- ✓ 住民・来訪者のアクティビティ数

今年度の目標

◆小田原かまぼこ通り活性化協議会で策定した「まちづくり構想」から「回遊性の向上」、「商業の活性化」、「定住人口の増加」の3つのテーマを重点とし、本地区の拠点となる「なりわい交流館」をはじめ、「道路・海浜」における公共空間、「空き家」などの地域資源の活用方法の検討を進める

◆長期目標である「地域コミュニティの維持・拡大」の実現に向けた短期、中期、長期の実施計画を策定する

②今年度の成果

◆ なりわい交流館を核とした情報発信と回遊・交流促進策の整理

- なりわい交流館をレンタサイクル基地とし、小田原かまぼこ全 12 店舗の食べ歩きのチケット販売、なりわいマルシェ（地場産品の販売、かまぼこ・提灯作り体験など）の社会実験を実施し、なりわい交流館における新たな情報発信・交流機能の強化につながった。
- 地域資産である「かまぼこ」や「海」、「農産物等の地域特産品」は、まちなか再生の基本的コンテンツとして活用可能であり、それらの付加価値を高め、なりわい交流館から情報を発信し、回遊や交流を促進するための取組み施策を明らかにした。

◆ 道路の有効的な利用策の整理

- 道路空間の一方通行化及びスラローム化による、歩道を拡幅した社会実験を実施し、通過車両の減速及び安全な歩行者空間の確保に一定の効果があることが明らかになった。一方、定常的な一方通行化は、生活利便性の面から一部の地区住民や沿道事業者の意向にそぐわないなどの課題が明らかになった。
- 道路空間内にベンチ、番傘、プランター等の滞留空間を創出した社会実験を実施し、様々なアクティビティ創出につながること、利用者ニーズがあることが明らかになった。
- 歩行者の安全性を確保するとともに、沿道の店舗や歴史的資源、空地や空き家等と一体的に利活用し、通りの個性や魅力を創出するなどの方向性を明らかにした。

◆ 海浜の有効的な利用策の整理

- 御幸の浜における滞留空間を創出（ハンモックの無料レンタル）した社会実験を実施し、座る場のニーズに応え、利用者も多く、楽しく滞留することの効果が得られた。また、市外・県外に居住する小田原の海のファン層の存在が明らかになった。
- 海辺は、なりわい交流館とのネットワークを強化し、地域のなりわいの起源を知る・理解する有効な場所として利活用するなどの方向性を明らかにした。

◆ 空き家・空き店舗の実態及び利活用ニーズの把握

- 本地区の立地や環境、建物の規模等に魅力を感じている空き家等の利活用ニーズを掘り起こし、地域の新たな魅力を創出する資産として活用する方向性を明らかにした。また、地区住民や協議会が望む、空き家の利活用の方向性について共有を図ることができた。

◆ 地区住民の参加と新たな事業体の整理

- 地区住民に対する情報発信を継続し、世代や立場を超え、フラットに意見交換ができる機会を設け、まちなか再生に取組む組織や事業体の必要性が明らかになり、かまぼこ通り活性化協議会及び自治組織との関係性を整理することができた。

③今後の課題と取組み方針

◆ コンテンツ、地域価値の発信

- 小田原市と連携した広域的な回遊を促進していき、かまぼこや海辺等の基本コンテンツの魅力向上を図る。また、協議会や地区住民が参加し、なりわい交流館の情報発信や交流機能の強化を図る。

◆ 公共空間（道路・海浜）の有効利用

- 歩行者の安全性を高め、沿道建造物との一体的利用や、海浜とのつながりを強化し、「かまぼこ通り」の個性や魅力向上を図る。具体的には、歩行者の安全性や快適性を確保するため、道路の美装化や交通ルール等の整備 （道路・海辺の滞留空間創出)、心地よく滞留できる道路空間（パークレット）や海浜空間の多様な主体の連携による創出、海浜のハンモック貸出し等の事業化（管理運営）について、検討を進める。

◆ 商業の活性化、定住人口の増加

- かまぼこ通り沿道における商業の活性化と定住人口の増加を目指すため、地域の将来像を定め、若者層をターゲットとした空き家・空き店舗を活用した新たなコンテンツづくりを促進する。

◆ 地区住民の参加と新たな事業体の設立

- まちなか再生の体制づくりを構築するとともに、地区住民自らが、生活環境の改善・向上などの地域課題の解決に取り組める機会を創出し、持続可能なエリアマネジメントに取り組む。また、その核となる事業を展開する上で、必要に応じてまちづくり会社を設立し、地区が抱える課題を解消し、魅力を高めながら地区で稼ぐ仕組みを構築する。
- 地区住民や地区外の専門家・サポーターを取り込みながら、徐々に「民」が主導する公民連携への転換を図り、持続可能なまちなか再生を実施する。

④実績報告会発表資料

平成29年度　まちなか再生支援事業

小田原市（神奈川県）

回遊・滞留から商業活性、定住へ

■プロデューサー
株式会社都市環境研究所
取締役主任研究員　大野整

Ⅰ　事業概要　（1）まちなか再生の取組み背景

■かまぼこ通り周辺地区の概要

	小田原市全域	対象区域（かまぼこ通り周辺地区）
面積（km²）	113.81	0.219
人口（人）	192,211	1,786

※1. 人口は平成29年12月時点

江戸時代の古地図
『東海道分間延絵図』から宮小路付近

歴史的背景
- 箱根越えの東の玄関口として東海道屈指の宿場町
- 江戸時代に水産加工業が発達

本市の位置付け
- 小田原市歴史的風致維持向上計画における「宿場町・小田原の水産加工業にみる歴史的風致」
- 小田原駅、小田原城、かまぼこ通り周辺地区は、回遊促進拠点としている

1

Ⅰ　事業概要　（1）まちなか再生の取組み背景

■かまぼこ通り周辺地区の概要

写真①
小田原宿 なりわい交流館
（民間委託運営の公共施設）

写真②
旧鈴廣本町店

写真③
蔵常

- 市内のかまぼこ12店舗のうち、本地区に9店舗が集積。
- うち7店舗が今もかまぼこの製造・販売のなりわいが営まれている

かまぼこ通り周辺地区の課題
- 水産加工業や店舗の衰退
- 定住者の減少による空き家、空き店舗の増加
- 本市の水準を上回る高い高齢化率
- 地域コミュニティの希薄化

2

Ⅰ　事業概要　（2）まちなか再生の長期目標

■小田原かまぼこ通り活性化協議会の概要

- 平成26年度から地域の活性化を目的に活動中
- 将来のまちづくりの方向性を示す、「小田原宿かまぼこ通り～まちづくり構想～」を策定（平成28年10月）

組織体制
- 蒲鉾業者
- 地元自治会、住民
- 小田原ひもの組合
- 小田原林青会
- 神奈川県宅地建物取引業者会　など

■協議会のこれまでの取組み

- イベントの開催
  - 100mかまぼこ-ギネスに挑戦-
  - 小田原宿場祭り
- かまぼこ通りのPR
  - パンフレットの製作・配布
  - 誘導サインの設置
  - ホームページの開設

3

Ⅰ　事業概要　（2）まちなか再生の長期目標

■まちづくり構想の概要

1．まちづくりのメインテーマ → 小田原宿の歴史性を活かしたまちづくり

2．まちづくりの方向
①だれもが住み続けたい、移り住みたくなるまちづくり
②小田原宿としての文化と風情を感じるまちなみの形成
③人の回遊、滞留、交流が生まれるまちづくり
④安全で人にやさしい、居心地の良いまちづくり
⑤本構想を基本にした、継続的・段階的なまちづくり

3．まちづくりの取組 → 6つの柱で取組を構成
❶回遊の促進、❷商業の活性化、❸交通手段等の充実、❹安全・安心な道路空間、❺街なみ景観の形成、❻生活環境の改善

4

Ⅰ　事業概要　（2）まちなか再生の長期目標

■まちなか再生の進め方

まちづくり構想の実現

1　本地域のまちなか再生は、前述のまちづくり構想に基づき協議会を主体とし、地域住民や行政と連携を図り、公民連携により展開する

2　その進め方として、「①回遊性の向上」、「②商業の活性化」、「③定住人口の増加」の3つのテーマを段階的に実施し、徐々に地域コミュニティの維持・拡大を目指す

まちづくりの3本柱	STEP①回遊性の向上	STEP ②商業の活性化	STEP ③定住人口増加
	● 小田原城や箱根方面等を訪れる観光客を取り込むため、回遊性の向上を図る	● 回遊性の向上等により、商業の活性化・集積を図る	● 商業集積などによる生活環境・利便性の向上により、定住人口の拡大を図る
長期目標	地域コミュニティの維持・拡大		

5

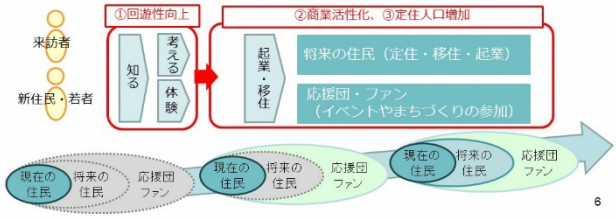
Ⅰ　事業概要　（3）今年度の目標と事業概要

■今年度のまちなか再生の事業概要

- 回遊性の向上、商業の活性化、定住人口増加に向けた施策の検討
  →公共空間(なりわい交流館、道路・海浜)、空き家等の利活用の検討
- 持続的なまちづくりの体制づくりの検討
- 社会実験等を踏まえた公民連携による実施計画(ロードマップ)の策定

■まちなか再生の視点

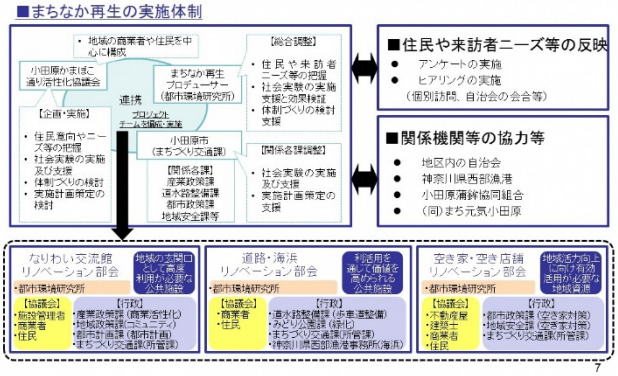
- 地域の魅力を掘り起し、新たなライフスタイルの再発見・創造を進める



6

Ⅰ　事業概要　（4）今年度の事業実施体制

■まちなか再生の実施体制



7

Ⅱ 成果報告 （1）本事業の取組み経過

■実施事項の概要

①なりわい交流館における利活用の検討（なりわい交流館リノベーション部会）
現況の実態、住民・来訪者のニーズ把握 → 広場を活用した社会実験 → 社会実験の効果の検証

②道路空間及び海浜における利活用の検討（道路・海浜リノベーション部会）
道路・海浜の実態、利活用の検討 → 道路・海浜を活用したアクティビティ(滞留)の社会実験 → 社会実験の効果の検証

③空き家・空き店舗における利活用の検討（空き家・空き店舗リノベーション部会）
空き家の実態、マーケットの把握 → 空き家の利活用に向けたスキームの検討

＊社会実験は、物件を確保できなかったため未実施

◆ 現地会議でのアドバイザリーボードのご助言を活用し実施・検討

実施計画の立案（Ⅲ．今後の展望）
・まちづくりに向けた提案
・提案実現への展望と課題
・今後の展開

④今後の体制づくりの検討
協議会の実態等の把握 → 今後の体制づくりの検討

8

Ⅱ 成果報告 （1）本事業の取組み経過

■実施スケジュール

事業内容	実施手法等	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
実施事項		Ⅰ 意向把握と社会実験準備				Ⅱ 社会実験		Ⅲ 効果の検証		Ⅳ 実施計画の検討	
①なりわい交流館における利活用の検討	住民ニーズの把握										
	社会実験の場所の検討・準備										
	社会実験の実施										
	効果の検証										
	平成30年度以降の取り組み										
②道路空間及び海浜における利活用の検討	安全性確保の検討										
	社会実験の方法の検討・準備										
	社会実験の実施										
	効果の検証										
	平成30年度以降の取り組み										
③空き家・空き店舗における利活用の検討	空き家の実態等の把握										
	空き家の利活用方策・スキームの検討										
	平成30年度以降の取り組み										
④今後の体制づくりの検討	協議会の実態等の把握										
	今後の体制づくりの検討										
その他	部会の開催 現地会議の開催	部会❶	部会❷	部会❸	部会❹		現地会議 10/10		部会❺	部会❻	

9

Ⅱ 成果報告 （2）本事業における主な活動、取組み

①なりわい交流館における利活用の検討
■なりわい交流館の現況、利活用の検討に係るニーズ把握

なりわい交流館の現況
・市内の観光情報をはじめ、周辺の店舗等の発信拠点、交流施設の位置づけ
・休憩スペース、パンフレット配布、お茶等のサービスを提供
・広場はイベント等で利用される頻度が少ない
・現状、まち歩き等の休憩所としてのニーズが高い
・利用者の多くは観光客であり、住民にとっては観光施設という認識で、普段立ち寄る場所となっていない

住民ニーズ等
・物販サービス(食品、日用品等)、喫茶サービス、住民向けイベントや教室等の利活用のニーズが高い

来訪者ニーズ等
・周辺の観光施設情報、地区内の飲食店情報のニーズが高い
・水産加工業をはじめとするなりわい文化を知る、体験するニーズが高い

なりわい交流館の利活用の課題
・情報発信はパンフレットの提供が中心で、回遊を促す機能が限定的
・水産加工業をはじめとするなりわいを具体的に知る、体験する機会が少ない
・交流館の広場の利活用は進んでいない
・来訪者と住民の交流促進という目標と、施設の現状の使われ方や施設への住民認識に差がある

10

Ⅱ 成果報告 （2）本事業における主な活動、取組み

②道路空間及び海浜における利活用の検討
■道路空間の現況、利活用の検討に係るニーズ把握

道路空間の現況
・スピードを出した通過車両が多く、歩行者の交通事故も発生している
・歩車道が分離されていないため、安心して散策しにくい
・一部の店舗では、ベンチ等の滞留空間を演出している

住民ニーズ等
・通過車両の速度抑制対策、駐車スペースの確保等に対するニーズがとても高い
・地域内の屋外空間は休憩場所、通りの緑が少ないという声が聞かれる

来訪者ニーズ等
・滞留空間が少ないため、休憩しながら散策したいニーズが高い

道路空間の利活用の課題
・地区内の道路は、スピードを出した通過車両が多いため、安全・安心に散策しにくい
・地区内の沿道には、ほっと休める滞留空間が少ない

11

Ⅱ 成果報告 （2）本事業における主な活動、取組み

②道路空間及び海浜における利活用の検討
■海浜の現況、利活用の検討に係るニーズ把握

海浜の現況
・高潮等の影響により大きめの玉砂利が多いため、海浜は歩きにくい
・バイパスにより海と陸が遮断され、つながりが感じにくい
・眺める、波の音を聞く、散策する、釣り等はあるが、それ以外のアクティビティは少ない
・玉砂利やテトラポッド等の上に座る人は見られる
・消波ブロックにより海浜が狭くなり、昔より海浜へ行かなくなったという声が聞かれる
・台風等の直後は流木が多く打ち寄せられ、歩きにくい状況が見られる
・自治会等による清掃活動が続けられている

住民ニーズ等
・歩きやすい浜辺、海を眺められる座る場等へのニーズが高い

来訪者ニーズ等
・ゆっくりくつろぐための座りたくなる場に対するニーズがある

海浜の利活用の課題
・海浜は玉砂利が凸凹した状態で、流木等も放置され、歩きにくい
・海浜でゆっくり過ごしたいと思う場が少なく、実際のアクティビティは単調である

12

Ⅱ 成果報告 （2）本事業における主な活動、取組み

①なりわい交流館、②道路空間及び海浜における利活用の検討
■回遊の現況の把握（既往調査）

歩行者交通量の現況(H26年度)
・小田原駅周辺及び学橋までの回遊者は多いが、国道１号、御幸の浜方面の回遊性は低い
・小田原駅・小田原城周辺以外の場所は、歩行者数も少なく、一部の施設を除き、滞在時間も短い

回遊行動の現況 （H28年度）
❶他地域の経由、駅周辺でランチをとる 約15%
（1～2時間前後の滞在）
ex.温泉地（箱根、熱海、伊東、湯河原等）の宿泊前に飲食
❷小田原城を見学、駅周辺でランチとお土産購入 約60%
（2～4時間前後の滞在）
ex. 小田原城を見て温泉地で宿泊
❸目的意識を持ち、小田原城以外の地域へ回遊 約25%
（5～9時間前後の滞在）
ex.旧東海道まち歩き、特産品(ういろう、かまぼこ等)の買い物

回遊に係る課題
・小田原駅周辺及び学橋までの回遊者は多いが、国道１号、御幸の浜方面の回遊性は低い
・小田原駅・小田原城周辺以外では、（一部施設を除く）歩行者数も少なく、滞在時間も短い
・目的地となる界隈性のあるかまぼこ通りの魅力を引き出しきれていない

13

Ⅱ 成果報告 （2）本事業における主な活動、取組み

①なりわい交流館、②道路空間及び海浜における利活用の検討
■回遊に係る課題への対応の検討

なりわい交流館の利活用の課題
・情報発信はパンフレットの提供が中心で、回遊を促す機能が限定的
・水産加工業をはじめとするなりわいを具体的に知る、体験する機会が少ない
・交流館の広場の利活用は進んでいない
・来訪者と住民の交流促進という目標と、施設の現状の使われ方や施設への住民認識に差がある

道路空間の利活用の課題
・地区内の道路は、スピードを出した通過車両が多いため、安全・安心に散策しにくい
・地区内の沿道には、ほっと休める滞留空間が少ない

海浜の利活用の課題
・海浜は玉砂利が凸凹した状態で、流木等も放置され、歩きにくい
・海浜でゆっくり過ごしたいと思う場が少なく、実際のアクティビティは単調である

回遊に係る課題
・小田原駅周辺及び学橋までの回遊者は多いが、国道１号、御幸の浜方面の回遊性は低い
・小田原駅・小田原城周辺以外では、（一部施設を除く）歩行者数も少なく、滞在時間も短い
・目的地となる界隈性のあるかまぼこ通りの魅力を引き出しきれていない

回遊の課題への対応の方向性
・なりわい交流館における地域のなりわい情報の提供や具体的に知る、体験する機会の創出
・かまぼこ通りにおける、楽しく散策できる歩行者の安全性・快適性の確保
・かまぼこ通りや海浜等における、アクティビティなどを楽しめる滞留を促す機会の創出

14

Ⅱ 成果報告 （2）本事業における主な活動、取組み

①なりわい交流館、②道路空間及び海浜における利活用の検討
■回遊性向上の社会実験の概要

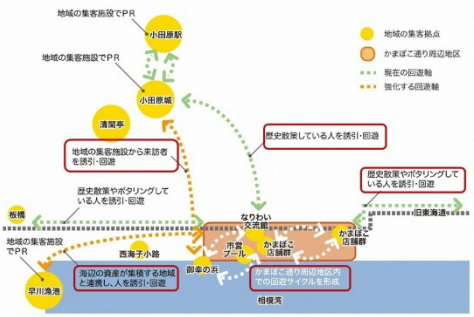
- 本地域の資源を活用し、「地域を　知る、体験する」、「楽しみをつくる」ことにより、来訪者を誘引して、回遊性向上の実現を目指す
- 回遊を「A.地域を「知る・体験する」、「 B.地域資源を活かし「楽しむ」」の２つに区分し、次のような社会実験を行い、回遊性向上の検証を行う

	A．地域を「知る、体験する」	B．地域資源を活かし「楽しむ」
テーマ		
目的	A-1　にぎわい・回遊の促進	B-1　歩行者の安全性・快適性 B-2　公共空間を活用した滞留
社会実験内容	A-1①レンタサイクルの実施 A-1②かまぼこ全店舗食べ歩き事業 A-1③なりわいマルシェ等の開催	B-1①かまぼこ通り歩行者空間の確保 B-2①滞留空間の確保 ・海辺（御幸の浜）、かまぼこ通り、なりわい交流館の広場の活用
効果や課題の抽出	例）　かまぼこ通りの認知度の向上 回遊性の向上	例）　心地よい居場所づくり 歩行者の安全性の確保
今後	対応方策やまちづくりの方向性の再検討	

15

Ⅱ 成果報告 （2）本事業における主な活動、取組み

①なりわい交流館、②道路空間及び海浜における利活用の検討
■回遊性向上の社会実験の概要



Ⅱ 成果報告 （2）本事業における主な活動、取組み

①なりわい交流館、②道路空間及び海浜における利活用の検討
■回遊性向上の社会実験

住民や来訪者の回遊促進を図るPRの強化

- なりわい交流館や観光案内所等でのチラシの配布
- 地元情報誌への掲載
- ホームページ（市・協議会）等を通じた情報発信
- 街頭でのチラシ配布　等

Ⅱ 成果報告 （2）本事業における主な活動、取組み

①なりわい交流館における利活用の検討（社会実験）

❶レンタサイクル

実施概要
- なりわい交流館でレンタサイクル（５台）を有料で貸出し
- 9月3日～10月31日に実施

検証結果
- 地区内は、徒歩中心の回遊が多いため、総レンタル数は少なく、回遊促進に十分に寄与しなかった

❷かまぼこ12軒舗食べ歩き

実施概要
- チケット販売(スタンプラリー・特典付き、各店でかまぼこを提供)で回遊促進(なりわい交流館、店舗で販売)
- 9月28日～10月31日に実施

検証結果
- 雨天が多い中、一定の利用者数を得た(市民利用含む)
- 特典で販売促進（約5割）
- なりわい交流館での販売が一番多い（約4割）
- かまぼこ通りに初めて来た人(約6割)、年配(50歳以上が約6割)、女性(約7割)が多い
- 交流館スタッフの案内幅拡大

❸なりわいマルシエ

実施概要
- なりわい交流館広場を活用し、特産品販売となりわい体験（かまぼこづくりなど）を提供
- 10月21日～10月22日に実施

検証結果
- 特産品販売や体験のニーズは高く、特に地域住民からは、特産品販売のニーズが高い
- なりわい体験と特産品販売を複合して実施した結果、滞留時間が延び交流空間を創出
- 出店者側からは、晴天時における再検証についての要望が強い

Ⅱ 成果報告 （2）本事業における主な活動、取組み

②道路空間及び海浜における利活用の検討（道路の社会実験）

❶交通規制

実施概要
- かまぼこ通りを交通規制（一方通行）し、歩道を拡幅
- 10月21日(土)、29日(日)、30日(月)に実施

検証結果
- 道路線形をスラローム化としたことで、通過車両は平均約12km/hの減速効果が得られた
- 通過車両の減速と歩道の拡幅により、「歩きやすかった」という声も聞かれた

＊アドバイザリーボードのご助言により、道路線形をスラロームに変更して実施

❷道路の滞留空間創出

実施概要
- ベンチ・番傘・緑化による滞留空間を創出
- 10月30日(月)に実施

検証結果
- 店舗のベンチより、道路空間のベンチを利用する来訪者が多く見られた
- 道路空間で「座る、話す」(滞留約5分)の他に、「食べる、写真を撮る」(滞留約10～15分)等の行為も確認でき、一定の滞留効果を得られた

Ⅱ 成果報告 （2）本事業における主な活動、取組み

②道路空間及び海浜における利活用の検討（海浜の社会実験）

❸海浜の滞留空間創出（ハンモック、遊歩道の整地）

実施概要
- 海浜を歩きやすくした上で６基のハンモックを無料レンタル
- 9月23日～10月9日に実施（土・日曜日、祝日の６日間）
  ＊10月７日、14日～29日は天候不良により未実施

検証結果
- 利用者数　７６組、延べ184人
- 利用者は多く、平均滞留時間が約25分と、心地よい滞留空間を創出した
- 若年層の利用が66%と高い（30歳以下21組、30歳代が29組、計50組）
- 市民等は27組（約36%）よりも県内・関東地方の利用者（約64%）が多い
- 継続利用意向も多く（約75%）、事業性がある（有料利用意向約60%）

Ⅱ 成果報告 （2）本事業における主な活動、取組み

③空き家・空き店舗における利活用の検討

- 本地域の商業の活性化及び定住人口の増加に向けて、今年度は、地域情報の収集・活用と実現の仕組み・体制づくりの検討を行う。

今年度の取組み	● 地域情報の収集・活用	● 実現の仕組み・体制づくり
対応方策	● 空き家等の所有者の意向を把握し、利用（流通）を促す	● 空き家所有者と利用者のニーズのマッチング ● 利用者が短期間に体験できる機会の検討（お試し店舗・住宅等）

Ⅱ 成果報告 （2）本事業における主な活動、取組み

③空き家・空き店舗における利活用の検討

空き家の場所と意向
・空き家の数28件　※ヒアリング、現地調査

空き家の利活用意向

所有者の意向（ヒアリング結果）
・空き家の多くは相続中、賃貸意向なし

住民の意向（ヒアリング、アンケート調査）
・空き家の増加により、雑草の繁茂や不審火等が懸念
・物販店舗、住宅、カフェ・喫茶のニーズ

不動産事業者ヒアリング結果

一般市民が居住地として選択しにくい場所
・駅から遠い（徒歩15分）、住宅が小規模である、津波の心配もある等
・住宅地内は、接道条件が悪く車が入らない、建替えできない住宅もある

流通する不動産数は限定的
・所有者が困っていない、売買意欲がない
・水産加工業者の所有施設の一部は、倉庫従業員宿舎などに利用されている

Ⅱ 成果報告 （2）本事業における主な活動、取組み

③空き家・空き店舗における利活用の検討

新店舗オーナーヒアリング調査　通り沿道

本地域・施設の選択理由
・小田原駅周辺と比較して賃料等が低コストであること
・かまぼこ店をはじめとする水産加工品店などのコンテンツに恵まれていること
・国道１号に近接し、伊豆・箱根方面からの交通アクセスが比較的良いこと

来店者の状況
・地域の方の来店が多いが、自動車での来店もある（パン屋）
・かまぼこ店や飲食店に来る市内・外の方で多く、伊豆・箱根方面への保養目的の固定客もいる（生活雑貨店）

移住者ヒアリング調査　通り裏の住宅地

本地域への移住理由
・自動車を持たないため、駅から徒歩やバスでアクセスでき、平坦な地形で自宅で料理教室ができ、不動産価格が安かったり、条件にあった。

地域の魅力について
・お寺が多く、落ち着いた生活環境を有していて、地域のコミュニティが息づいている。
・歴史や文化の薫りが感じられ、公共・公益施設が比較的身近にあり、お城や海が近く、かまぼこ通りには個店が建ち並んでいる。

Ⅱ 成果報告 （2）本事業における主な活動、取組み

④今後の体制づくりの検討

■体制づくりの検討に係る現況把握(意見交換、かわら版発行、アンケート等)

協議会の現況
- 協議会メンバーは、主に商業者、男性で構成され、法人格はない任意組織
- 地域外のメンバーが多く、自治会長以外の住民は少ない
- HPやFacebookは主に来訪者向けで、地域住民向けの発信は弱い
- 建設、不動産、編集等の専門性を持つメンバーが地域ＰＲやイベント開催等を主体的に実施している
- 組織は拡大しているが、検討が主要メンバーに偏りがち

自治会、住民の現況
- 自治会は高齢化し、40代以下の若い担い手が少ない
- 自治会未加入(2割程度)、回覧板等も受け取らない、地域への取組に無関心な住民も確認された
- 協議会の活性化の取組には、多くの方から賛同を得られた(アンケート回答者の約7割)

その他団体の現況
- なりわい交流館の施設運用は、主に管理者と行政の情報発信等に留まる
- かまぼこ通りの各店舗は、組織間で連携した取組をしているが、効果的に発揮されていない

体制づくりの課題
- 協議会は商業活性化を主軸としており、住民との連携が不足
- 組織の定着、拡大化により、アンバランスな検討体制
- 空き家の問題意識は高いが、その利活用を担う組織はない
- かまぼこ通りに係る組織間の連携の不足

Ⅱ 成果報告 （3）本事業の成果

①なりわい交流館における利活用の検討（社会実験）

- なりわい交流館をレンタサイクル基地とし、かまぼこ食べ歩きのチケット販売、なりわいマルシェの社会実験を実施

【得られた効果】
- なりわい交流館での回遊促進サービス付チケット(かまぼこ食べ歩きチケット)の販売、広場の活用(特産品販売、なりわい体験)により、なりわい交流館の新しい情報発信機能、交流機能の強化につながった
- かまぼこ通り周辺の回遊は、徒歩によりなされることがわかった

■利用者等の声
- かまぼこ店が12店もあり、各店のオススメや味の違いを楽しめて良かった(住民)
- 様々な体験を教えてもらえ、楽しめて良かった(来訪者:子供あり家族)
- スーパーは日が経った商品だが、マルシェの商品は採れたてであり、買い物も楽しかった(住民)

【今後に向けた提案等】
- 従来の紙媒体の周辺店舗紹介に加え、回遊促進サービス付チケット販売 (かまぼこ食べ歩き事業の次年度以降の実施)の情報発信を検討
- なりわいの商品サンプルの提供等の新しい情報発信を検討
- 広場を買い物の場(店舗のテストマーケティングの場)や体験の場等に活用し、交流空間の創出を検討
- 住民ニーズにも応じた利活用を展開し、来訪者と住民の交流を促進

Ⅱ 成果報告 （3）本事業の成果

②道路空間及び海浜における利活用の検討（交通規制の社会実験）

- 道路空間の車道を一方通行化によるスラローム化とあわせて、歩道拡幅した社会実験を実施

【得られた効果】
- 一方通行及び歩道の拡幅、車道のスラローム化により、通過車両の減速対策、安全な歩行者空間の確保につながった
- 定常的な一方通行化は、生活利便性の面から地域住民や沿道事業者の意向にそぐわないことが課題として挙げられた

■利用者の声
- 歩きやすかった(住民)
- 普段よりも車のスピードを出しにくく、気を使った(住民)
- 日常生活の利便性が低下する懸念から、交通規制（一方通行）に強く反対する人が複数存在(住民)
- 業務に支障(来店者のアクセス低下、搬出入に時間がかかる)(商業者)

【今後に向けた提案等】
- 協議会や住民、事業者の意向を踏まえた歩車分離（道路の断面構成、舗装仕上げの見直し）、減速対策を検討
- 協議会や住民、事業者の意向を踏まえた一方通行導入の必要性の検証

Ⅱ 成果報告 （3）本事業の成果

②道路空間及び海浜における利活用の検討（道路の滞留空間創出の社会実験）

- 道路空間内にベンチ、番傘、プランター等の滞留空間を創出した社会実験を実施

【得られた効果】
- 道路を滞留空間 (ベンチ、番傘、プランターの設置)として利活用することは、有効的であるとともに、複数のアクティビティの創出にもつながった

■利用者の声
- 普段からベンチがあると良い (来訪者)
- 店舗を利用しない人は店舗前のベンチは利用しにくいので、店舗前以外の場所にあると良い（住民）
- もっと緑が多いとベンチに座りやすい（来訪者）
- 歩道の舗装変更や店舗増加等で、雰囲気が変わると良い（来訪者）
- なりわい交流館以外にも休める場所があると良い（来訪者）

【今後に向けた提案等】
- パークレットの設えなど、利活用方法(民地との一体的利用)の工夫による、利用者の増加と滞留時間の延長を検討
- 滞留時間の延長等を通じた、来街者のまちの魅力への気づきや会話・　情報提供、にぎわい創出を検討

Ⅱ 成果報告 （3）本事業の成果

②道路空間及び海浜における利活用の検討（海辺の滞留空間創出の社会実験）

- 海浜における滞留空間を創出（ハンモックの無料レンタル）した社会実験の実施

【得られた効果】
- ハンモックの無料レンタルにより、座る場のニーズに応え(平均利用時間は約25分)、利用者も多く、「楽しく」滞留することの効果が得られた
- 他にはないコンテンツは、若年層のニーズを掘り起こす可能性が感じられた
- 市外・県外に居住する小田原の海のファンが存在していた（リピートしている）

■利用者の声等
- 継続利用意向は約75%、うち有料利用の意向は約60%
- 飲食に関するニーズが高い（来訪者）
- 海浜の現状は高い評価のため、海浜までの誘導サイン、駐車場等のニーズがある（来訪者）

【今後に向けた提案等】
- 本地区の基本コンテンツとして利活用を継続し、収益（レンタル費等）とスタッフの確保を検討
- 海辺の滞留促進方策を検討（ウッドデッキなどの座る場、地引網などの体験）
- なりわい交流館から海浜までの回遊促進を図る、誘導サイン設置や道路をはじめとした街なみ整備の検討

Ⅱ 成果報告 （3）本事業の成果

③空き家・空き店舗における利活用の検討

- 空き家・空き店舗の実態や利活用ニーズの把握を実施

【得られた効果】
- 住民や協議会が望む、空き家の利活用の方向性が共有化された
- 新たな店舗が増え、地域外からの人が訪れる場となりつつある
- かまぼこ店等が立地する個性的な界隈性、建物の規模や賃料等に対する魅力を感じ、小さく事業を始めたい起業ニーズがありそう

■空き家部会、住民の意向
- かまぼこ通り沿道の空き家等の利活用を進め、地域に良い雰囲気を創出

※(住民や来訪者にＰＲできる、事業用オーナーの理解が得られやすい)
- 空き家を物販店舗、住宅、カフェ・喫茶等の利活用を求めている。部会では、水産加工品店、ものづくりや飲食系店舗等
- 起業向きのエリア（低コスト、個性的な界隈）であることをＰＲ

【今後に向けた提案等】
- かまぼこ通り沿いの空き家等を活用し、商業の活性化やにぎわいを創出
- 空き家等の現状を把握し、ブランディングを意識した新たなコンテンツづくり

Ⅱ 成果報告 （3）本事業の成果

④今後の体制づくりの検討

- 住民等との意見交換、かわら版の発行、アンケート調査結果を踏まえ、協議会との今後における検討会を実施

【得られた効果】
- 協議会への地域に係る関係主体の参画(地域住民や女性等)により、中立的な組織化が進展した（地域のまちづくりの企画・調整役としての進展）
- 協議会活動(宿場祭り、社会実験やアンケート調査等)に対し、地域住民の協力体制が得られるようになりつつある
- 協議会の建設・不動産経営者が、今後の空き家の利活用の担い手として期待される

■住民の声等
- 活動内容を知る機会が少なく、商業者のために取り組んでいるように見える
- 現在の活動は住民が意見を言える機会がないので改善してはどうか
- 自治会の回覧にあわせたチラシ配布でも、他情報と混在し情報が届きにくい

【今後に向けた提案等】
- 社会実験を通じ、協議会メンバーには、自治会役員や建設・不動産経営者も構成していることから、空き家・空き店舗の活用をはじめとした地域運営も担う新たな事業体の設立を検討
- 住民向けの協議会専用の情報発信ツール（回覧板等）の検討

Ⅱ 成果報告 （3）本事業の成果

①、②、③、④の検討のまとめ

■コンテンツ、地域価値の発信（❶なりわい交流館からの回遊・交流促進）
- 地域資産である「かまぼこ」や「海」、「農産物等の地域特産品」は、まちなか再生の基本的コンテンツとして活用可能
- なりわい交流館は、地域の魅力や価値を伝え、回遊や交流を促す重要な場所

■公共空間（道路・海浜）の有効的な利用（❷道路・海浜の利活用）
- 道路は、歩行者の安全性を確保するとともに、沿道の店舗や歴史的な建造物、空地や空き家等と一体的に利活用し、通りの個性や魅力を創出する可能性を模索
- 海辺は、なりわい交流館とのネットワークを強化し、地域のなりわいの起源を知る・理解する有効な場所として利活用することが効果的

■商業の活性化、定住人口の増加（❸空き家の利活用）
- 本地区の立地や環境、建物の規模等に魅力を感じている空き家等の利活用ニーズを掘り起こし、地域の新たな魅力を創出する資産として活用

■住民の参加と新たな事業体の設立（❹体制づくり）
- 地域住民に対する情報発信を継続し、世代や立場を超え、フラットに意見交換ができる機会を設け、まちなか再生に取組む組織や事業体が必要

Ⅲ 今後の展開（1）提案実現への展望と課題

①まちなか再生の展開方向

・本事業の成果を踏まえ、今後のまちなか再生の展開方向を示します。

■コンテンツ、地域価値の発信（❶なりわい交流館からの回遊・交流促進）

- 基本コンテンツである「かまぼこ」「海」「農産物等の地域特産品」の価値を高め、なりわい交流館から情報発信を発信し、回遊や交流を促進する

■公共空間（道路・海浜）の有効的な利用（❷道路・海浜の利活用）

- 歩行者の安全性を高め、沿道建造物との一体的利用や、海浜とのつながりを強化し、「かまぼこ通り」の個性や魅力向上を図る

■商業の活性化、定住人口の増加（❸空き家の利活用）

- 若者層をターゲットとした新しいコンテンツを創造し、空き家の利活用の促進を通じて、商業の活性化や定住人口の増加を目指す

■住民の参加と新たな事業体の設立（❹体制づくり）

- まちなか再生の体制づくりを構築するとともに、住民自らが、生活環境の改善、向上などの地域課題の解決に取組める機会を創出し、持続可能なエリアマネジメントに取組む

Ⅲ 今後の展開（1）提案実現への展望と課題

②まちなか再生地区と重点エリア

【まちなか再生地区】

- かまぼこ店の集積や空き家等が多い地区を「まちなか再生地区（本事業区域と同様）」とし、短中期的な視点で取り組む。

【重点エリア】

- かまぼこ店や地域資産の集積を活かし、魅力の発掘やコンテンツの創出、向上を図る
- 人とコストを集中的に投資し、短期間（3～5年程度）で実現を目指す

■ 本事業の成果・提案

- なりわい交流館の高い認知度
- かまぼこ店や水産加工品店の集積、歴史的建造物の立地、海辺の魅力向上の可能性
- まちづくり構想の位置付け等

■ アドバイザリーボードのご助言（エリアの特性）

- 各エリアが個性を持ち、来訪者の気分で選択できるようにすべき

（地域資源の活用）

- なりわい交流館が回遊拠点となる重要な役割を担う。地域資源のＰＲ方法に工夫を
- なりわい交流館と海へのつながりを強調することで、かまぼこの背景が伝わりやすくなる

Ⅲ 今後の展開（1）提案実現への展望と課題

③今後の展望❶：なりわい交流館からの回遊・交流促進

■ 本事業の成果・提案（なりわい交流館の利活用）

- 従来の紙媒体の周辺店舗紹介に加え、回遊促進サービス付チケット販売（かまぼこ食べ歩き事業の次年度以降の実施）、商品サンプルの提供等の新しい情報発信の検討
- 広場活用を通じた、買い物の場(店舗のテストマーケティングの場)や体験の場等を通じた交流の場の検討
- 住民ニーズに即した利活用を展開し、なりわい交流館の魅力を向上

■ アドバイザリーボードのご助言（なりわい交流館）

- なりわい交流館は回遊拠点としての役割を担う。地域資源のＰＲ方法に工夫を
- 城、かまぼこ、提灯などのキーコンテンツのつながりを持たせ、回遊を促すストーリづくり
- 四季を通じた観光スタイルの提案

【今後の展望】

① 協議会や地域住民が参加し、なりわい交流館の情報発信や交流機能の強化

② 小田原市と連携した広域的な回遊促進を進め、かまぼこや海辺等の基本コンテンツの魅力向上

【課題】

- 小田原市との連携や役割分担のあり方の模索
- 協議会や地域住民の主体的な参加と情報発信や交流の実践

Ⅲ 今後の展開（1）提案実現への展望と課題

③今後の展望❷：道路・海浜の利活用

■ 本事業の成果・提案（道路の交通規制）

- 協議会や住民、事業者の意向を踏まえた歩車分離、減速対策を検討
- 協議会や住民、事業者の意向を踏まえた一方通行導入の必要性の検証

（道路・海辺の滞留空間創出）

- パークレットの設えなど、利活用方法の工夫による、利用者の増加と滞留時間の延長を検討
- 滞留時間の延長等を通じた、来街者のまちの魅力への気づきや会話・情報提供、にぎわい創出を検討
- 海辺を基本コンテンツとして利活用を継続し、事業性の検討（収益、スタッフの確保）
- 海辺の滞留促進方策を検討（ウッドデッキなどの座る場、地引網などの体験）

■ アドバイザリーボードのご助言（道路の交通規制）

- かまぼこ通りの道路整備は、活性化のための投資と考えるべき
- 道路内の空地を活用したパークレットとすると、まちの価値が大きく変わる
- パークレットを人々が興味を持つ面白いコンテンツとして利用すべき
- パークレットでお酒を提供するくらいの意気込みで関係機関と調整し、そのノウハウを協議会内に蓄積して欲しい

【今後の展開】（道路の交通規制等）

① 歩行者の安全性や快適性を確保するため、道路の美装化や交通ルール等の検討

（道路・海辺の滞留空間創出）

① 心地よく滞留できる道路滞留空間（パークレット）や海浜滞留空間を多様な主体の連携により創出

② 海浜のハンモック貸出し等の事業化（管理運営）の検討

【課題】

- 小田原市、協議会、地域住民、関係機関の連携と合意形成
- 心地よい滞留空間を創出するデザイン

Ⅲ 今後の展開（1）提案実現への展望と課題

③今後の展望❸：空き家、空き店舗の利活用

■ 本事業の成果・提案（空き家等）

- かまぼこ通り沿いの空き店舗を活用して、商業の活性化やにぎわいを創出
- 空き店舗のターゲット絞り込みと新たなコンテンツづくり

■ アドバイザリーボードのご助言（空き家等）

- ブランディング（共通して持てるものさし、地域の将来像のコンセプト）が重要
- まちが目指す方向に必要な場所で必要な空き家活用を進めるべき

（コンテンツとターゲット）

- 既存のコンテンツと新しいコンテンツを組み合わせが重要
- マーケティングを実施して、ターゲットを見定めるべき
- ものづくり街道のようなイメージ
- 路地、裏通り、数地奥の蔵等のまちの魅力を体感する機会を設ける

【今後の展望】

① かまぼこ通り沿道の商業の活性化、住宅地内の定住人口増加を目指すには、若者層をターゲットとした空き家の利活用（新しいコンテンツ）の促進

② 空き家の利活用にあたり、地域の将来像（コンセプト）の検討、若者層のニーズの把握を踏まえたコンテンツを創造し、共感を得る

【課題】

- 世代別のニーズやマーケットリサーチが実施できていない
- 空き家の利活用の推進の強化が必要である

Ⅲ 今後の展開（1）提案実現への展望と課題

③今後の展望❹：体制づくり

■ 本事業の成果・提案（体制づくり）

- 社会実験を通じた組織間が連携し、空き家の利活用（事業）を進める組織の設立による、複合的な取組みの実現
- 住民向けの協議会専用の情報発信ツール（回覧板等）の検討

■ アドバイザリーボードのご助言（体制づくり）

- 協議会はまちづくりの方向性を決めたり情報共有の場であり、課題解決の実施には事業体が必要である
- 専門性を持つ人材を起用すべき
- 仲間づくりがうまい女性をもっと起用すべき
- 生活環境の改善（例えば防災）に協議会と自治会で取り組むことで、定住人口の促進にもつながる

【今後の展望】

① まちなか再生に係る多くの事業を展開するには、まちづくり会社を設立し、エリアマネジメントに取組む

② 地域住民や地区外の専門家・サポーターを取り込みながら、徐々に「民」が主導する公民連携への転換を図り、持続可能なまちなか再生を実施

③ まちづくり会社が地域が抱える課題を解消し、魅力を高めながら地域で稼ぐ仕組みづくり

【課題】

- 地域住民のまちづくり活動や地域活動への積極的な参加
- 協議会や地域住民等による、まちづくり会社やエリアマネジメントの必要性の共有と実施

Ⅲ 今後の展開（2）今後の展開（5年後）

①重点エリアの実施事項

・ 今年度の成果を踏まえた「回遊」の継続・発展させるとともに「商業の活性化」に取組み、重点エリアを対象に「定住人口増加」の取組みに着手します。

特に重要な取組

❶地域の将来像（コンセプト）と個別事業計画の立案と共有

❷道路や海辺、歴史的建造物等を活かした新たな価値の創出

❸空き家や空き店舗の利活用の推進

❹持続可能な取組の体制や仕組みづくりの構築

Ⅲ 今後の展開（2）今後の展開（5年後）

②重点エリアの実施位置

・ **重点エリアにおけるまちなか再生事業は、下図に示す位置で展開します。**

●なりわい交流館

- 食べ歩き事業による小田原かまぼこの認知度と売り上げ向上
- 小田原駅周辺や小田原城とかまぼこ通りの広域回遊促進

●かまぼこ通りとその沿道

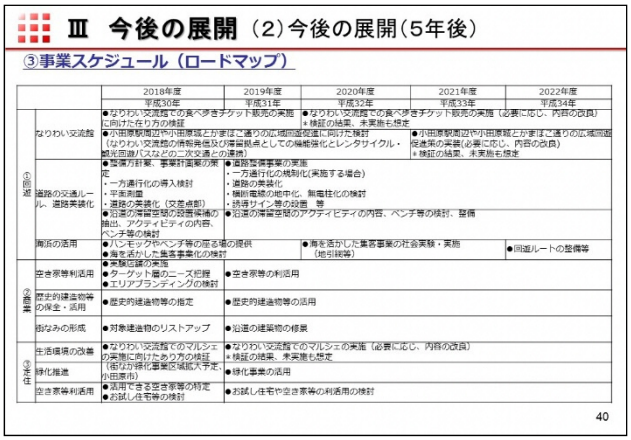
- 歩行者空間等の整備や交通ルール等の検討
- 心地よく滞留できる空間（パークレット）創出
- 空き家等を利活用したにぎわいや新たな価値の創出
- 歴史的建造物等の保全・活用
- 建築物の外観の修景等

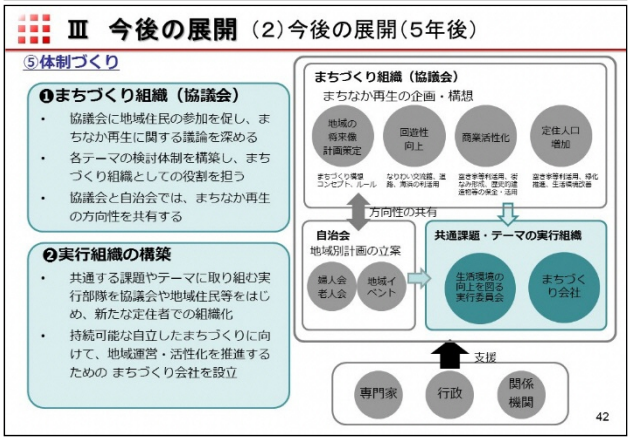
●住宅地

- 緑化の推進や生活環境を改善し、定住環境を整える

●海辺

- 心地よく滞留できる海辺の創出（ハンモック等のレンタル事業等）





⑤今年度成果に対する委員からの講評

- なりわい交流館の「なりわい」という言葉は一般的に言葉の意味がわかりにくいが、「なりわい」という言葉の意味がわかる人を回遊のターゲットにするのもよいのではないか。ただ足を運ぶだけでは、これだけ「なりわい」の店があることは分からないが、街かど博物館ガイドマップによって上手く発信できているのは良い。街かどファン倶楽部もなりわい交流館で発信していけると魅力的な会員組織になるのではないか。
- 海の魅力を最大限に活かしてほしい。道路やなりわい交流館を活かしていくことが大事である。道路は東西のかまぼこ通りのほかに、小田原駅、小田原城を経て、かまぼこ通りへと南北に繋がっており、かまぼこ通り周辺地区においても、なりわい交流館を拠点とし、御幸の浜までを結ぶ南北の縦道を活かしていくことが重要である。かまぼこと海を意識したまちづくりの活動が、なりわい交流館を拠点に広がるとよい。
- 協議会には、女性会員の参加を促す他、高校生などを含めて色々な方を巻き込んでいくことが大事である。
- 空間整備をしていく上では、商売をやる場所として、使う人が誰なのか、街のファンになる最初の人が誰なのかということが、残念ながら見出せていない。これは調査で見出せるものではなく事業感覚によるものと思うので、それを見出していただきたい。小田原城を中心に訪れた人の中から 5%でも関心のある人がいるとすれば、そのような人々をターゲットに選定して、その人々が集まる仕組みを考えてほしい。
- 空き店舗を活用する上では、どのような機能を誘致するかを明らかにする必要がある。その際、まずはその機能を誰がやるのかという事業主体をイメージしてほしい。事業主体がメンバーの中にいるのであれば、まちなかの変化の兆しを掴んでいるのかを整理してほしい。その兆しをメンバー間で共有することで、まちづくりのシナリオや行動指針が決まり、

会社の形が見えてくる。

- 様々な価値観を持つ関係者が、まちづくりに対して同じ方向を向いて走るための目的、将来的にどうなりたいのかという未来像を明らかにする必要がある。かまぼこのような大きなストロングポイントがあると、かまぼこを念頭に考えてしまいがちだが、まちを俯瞰的に見て、まちづくりの切り口を変えることも重要である。かまぼこだけに固執すると、空き家活用でできたパン屋はまちなか再生とは無関係だと除外するのかといったことが生じ得る。だからこそこのエリアはどのような価値観を持ったエリアとするのかを明確に示さなければ、かまぼこ屋以外の地区住民は協力しない状況が生まれてしまう。
- 小田原には、城があり、海があり、駅があり、今回のプロジェクトは、かまぼこ通りを中心に整備されるということであるが、今回の実験は将来像から出てきた部分的な実験ではなく、とにかくやってみたというバラバラ感がある。問題点をはっきりさせるとよいのではないか。残念なことに、個人のお客さんを海にいざなうものがないので、御幸の浜に続く縦道を整備した後にこういうことを考えているということを盛り込んだほうがよいのではないか。
- まちづくりの戦略・目標は、まちづくりを進めていく中で見直して更新することが重要である。住民にとって、行政の縦割り組織は関係ないので、複合的な組織体制で取組むべきである。
- かまぼこ通りを前面に出すとかまぼこが出てきてしまう。まちなか再生における議論は、かまぼこ通りのある地区をどうするかということである。そこを分けて議論できていないのではないか。誰でも小田原のかまぼこは知っているが、敢えてかまぼこ通りまで買いに行くだろうか。例えば、たまにはそこに顔出ししないと売ってもらえないというような、そういうところまで行けばかまぼこを中心とした議論でよいが、そうでないのであれば、もう少し幅広にかまぼこ通りのある地区としての検討をすべきである。

３－４　三原市

三原市は、広島県の中央東部、福山市を中心とした備後圏域の西端、広島市を中心とした広島広域都市圏の東端に位置し、県内２大都市圏のいずれにも属している。広島空港をはじめ、JR 山陽新幹線・山陽本線、三原港、山陽自動車道など主要交通が整う広域交通網の結節拠点でもあり、こうした地理的特性を背景に、三菱重工、帝人などの大手企業の工場を中心とした産業集積地として発展してきたほか、近年は三原西部工業団地や広島臨空産業団地など、広島空港や山陽自動車道付近の産業団地への企業進出が相次いでいる。

今回の対象地域である三原市中心部エリアには、三原駅のほか、三原港、バス等の公共交通機関、公共施設、生活利便施設が集積している。同エリアの人口は、近年はマンションの建設なども相まって若干増加しているが、商業ではここ数年で３割近く事業者数が減少しており、衰退が課題となっている。三原市の合併地域には過疎地域が含まれており、公共交通機関で市内各所とつながる同エリアは、将来にわたり生活利便性を維持し、人を呼び込む機能を向上させることで、市の基盤を支え、活性化を牽引する役割を持つことが期待されているエリアである。

（１）取組み概要

三原市中心部エリアは、本市の顔となる部分であり、同エリアの将来像を市民とともに共有し、産学官市民が連携してまちづくりに取り組むことで、市内外の人にとって魅力的な場所にするとともに、市民・事業者・行政がそれぞれの持ち味を活かし活躍できる場所にするため、「築城 500 年（50 年後）の将来に向けた都市構想（グランドデザイン）」の素案を作成したところである。

本事業では、この素案をベースに、グランドデザインへの意見聴取を行いながら市民との合意形成を図る。また、市中心部エリアの活性化を持続的なものとするため、まちづくりに関心ある人や、まちづくりに向け活動する人材の発掘を図りながら、こうした人材が動きやすい支援体制や組織の検討を行い、地域の「稼ぐ力」を向上させる仕組みを構築する。

＜今年度の事業概要＞

◆グランドデザインの意見聴取及び合意形成	•ワークショップの開催等を通して市民や市内有識者等からグランドデザインへの意見を聴取し、素案へ反映する
◆グランドデザインの人材育成及び起業化活動支援	•ワークショップを開催し、事業化アイデアの抽出と参加者から活動人材の発掘を図る •活動人材と具体的な事業化構想を策定する
◆三原ショーケースの整備	•市内の魅力的な資産（風景，店舗，産品，人材など）を整理し、市民に見える化、活動の具体化を促進する場とする「三原ショーケース」の枠組みについて整理する

①対象地区概況

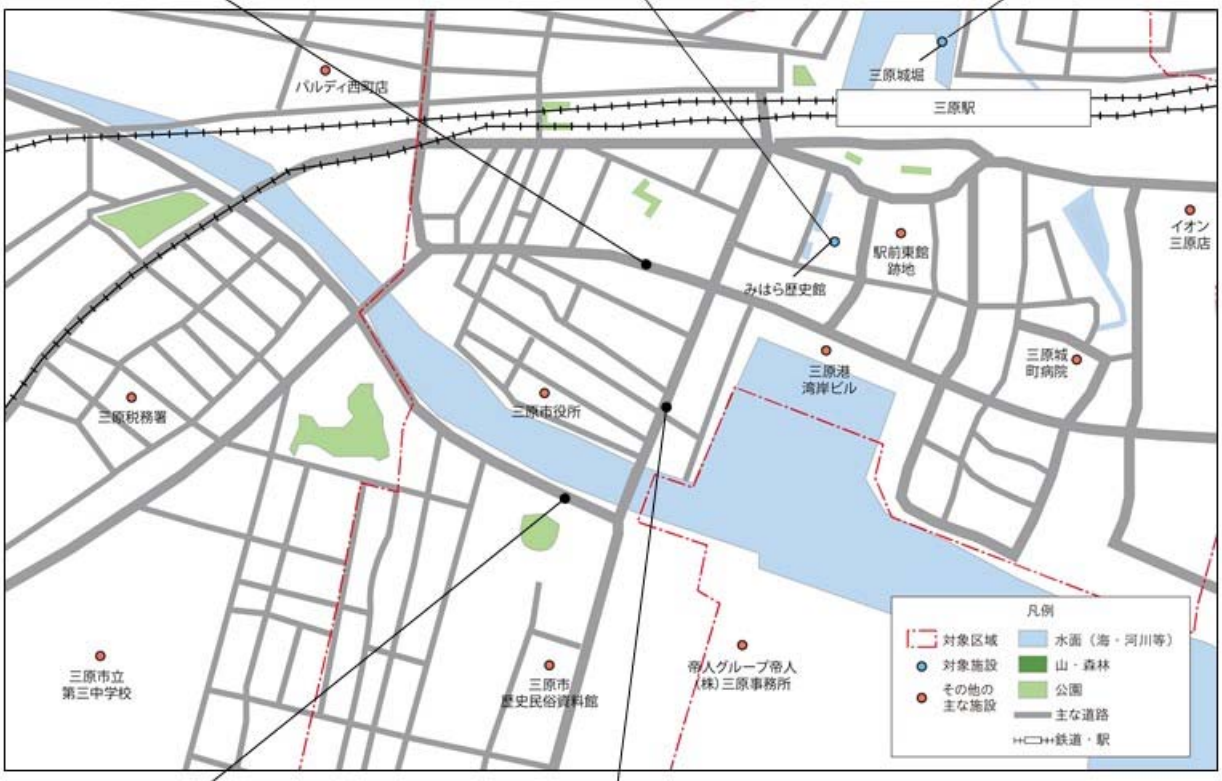
地区名	三原市中心部エリア
基礎データ	【面積】約90ha、【人口】7,546人、【人口密度】8,784人／k㎡ 【営業店舗数】約196店舗、【空き店舗数】約 43店舗 【交通】JR山陽本線・新幹線三原駅に隣接

＜対象地区概況図＞

商店街の様子

みはら歴史館

三原城跡



商店街の様子

商店街の様子

小路の様子

②まちなか再生プロデューサー

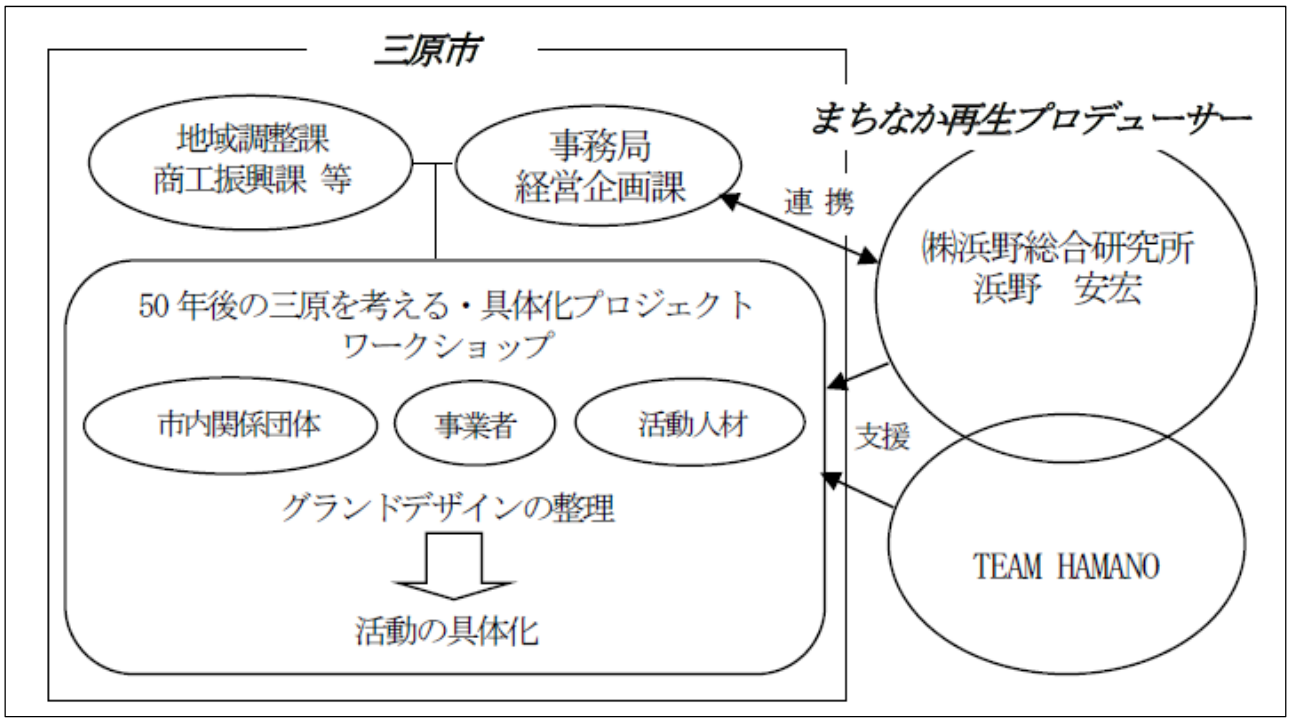
株式会社　浜野総合研究所　代表取締役社長　浜野　安宏 氏

株式会社浜野総合研究所 代表取締役社長
特定非営利活動法人 渋谷・青山景観整備機構（ＳＡＬＦ）
専務理事
中国人民大学 名誉客員教授

【略歴】

日本大学藝術学部映画学科演出コース卒業。FROM-1st, 東急ハンズ, AXIS, QFRONT, Q-AX, 青山AOなどを総合プロデュース・商業コンサルタント, その他多数プロデュース。神戸ファッションタウン, 横浜みなとみらい都市デザイン委員など, 多くの公的活動も歴任する。現在も渋谷, 青山を拠点にアジアへの活動を拡げている。主要著書に「ファッション化社会」「質素革命」「浜野商品研究所コンセプト＆ワーク」「人があつまるストリート派宣言」「生活地へー幸せのまちづくりー」「はたらき方の革命」「TRAVELING WISDOM（DVD）」等がある。

③取組みの体制



（2）今年度の事業成果

①まちなか再生の長期目標と今年度の目標

まちなか再生の長期目標

三原市中心部エリアは、都市機能の中枢であり、将来にわたって市中心部エリアの機能を維持・発展させることが重要である。
そこで、ハード面では「グランドデザインを」を核に官民が一体となった魅力的な都市景観づくりが進み、ソフト面ではまちづくりに関心のある人や、まちづくりに向け活動する人が動きやすい支援体制が確立され、空き店舗や空き家などの遊休資産を有効活用し、地域の経済的な発展を向上させる仕組みを構築する。

【達成度を測る評価軸】
- ✓ 歩行者・自動車通行量（平日・休日）の増加
- ✓ 小売業事業者数の増加
- ✓ 小売業年間消費販売額の増加

今年度の目標

- ◆グランドデザインの合意形成及びビジュアル化の完成
- ◆活動人材によるプロジェクトの立ち上げ（3 件程度）
- ◆起業等につながる成功モデルの取組に向けた着手（1 件以上）

②今年度の成果

◆ 都市構想（グランドデザイン）について一定の合意形成

- ワークショップ等を開催しながら市民や市民有識者等から意見聴取を行ったが、「概ね賛同する」との意見が大半であった。
- 素案で提示している市中心部エリアの発展の方向性や各エリア（地区）のコンセプト等、グランデザインの骨格について大きく修正するような意見は出てこなかったことから、一定の合意形成が得られたものと評価できる。

◆ 活動人材の発掘・育成、活動の場づくり

- 講演やワークショップ等の開催を通し、まちづくりに対する考え方やマインドが変わり、まちづくりに関心のある人材や今後まちづくりに向け活動が期待できる人材を 30 名程度発掘した。
- 空き店舗や空き家などのリノベーションや起業の心構えなどの「学び」と、具体的なプランの検討を活動人材が体験した。
- 活動人材間のネットワーク形成に寄与することができた。

◆ 具体化プロジェクトの立ち上げ

- 発掘した活動人材と具体的なプロジェクト構想を検討し、3 件の具体化プロジェクトの立ち上げを行った。
- このうち、1 件は事業化に着手し、さらに 1 件は事業化に向けて継続的に検討していくこととなった。

◆ 三原ショーケースの枠組み整理

- ワークショップ等の取組みを通して、活動人材が着実に起業へつなげていくためには、活動人材に対して起業、店舗づくり、人材、産品、風景などの三原市に関連する情報を提供し、知ってもらうこと（動機づけ）で、新たな活動人材を発掘・育成（きっかけ）し、更なる活動につなげるための支援を行うことを一体的に行うことの重要性を理解することができ、この役割を担うワンストップ窓口として三原ショーケースの枠組みを整理した。

③今後の課題と取組み方針

◆ 都市構想（グランドデザイン）の広報・周知

- 多くの市民や開発事業者、起業・活動する人たちと同じ方向性でまちづくりを推進するべく、一定の合意形成を得た都市構想（グランドデザイン）について広報・周知を行う。
- 具体的な取り組み内容を示してほしい、といった意見が寄せられたことから、グランドデザインを市民や開発・活動する人たちが、もっとイメージしてもらいやすいように、「発展のストーリー」、「具体的取組みの整理」などについて修正を図る。

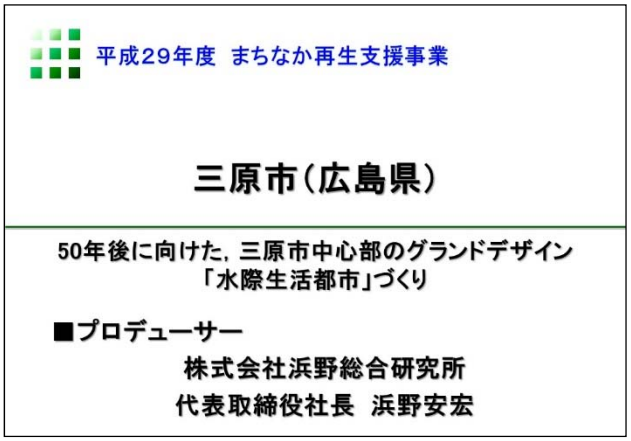
◆ 景観ガイドラインの導入

- 都市構想（グランドデザイン）の着実な実施に向けては、民間事業者等の積極的な参入が期待されているが、調和のとれた市中心部の景観づくりを維持するために、強制力を持たないガイドラインの導入を検討する。
- 民間事業者等の自立的な開発を阻害しない範囲で、民間の協力を得ながら、景観を保てるようなガイドラインを導入するために、専門家の助言や関係機関との連携を図りながら、景観ガイドラインの導入を進める。

◆ 産学官民の連携による推進体制の構築

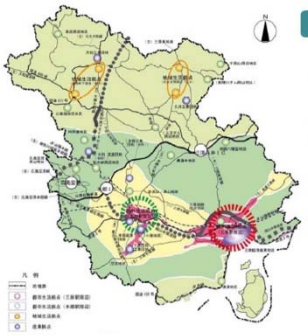
- 発掘した活動人材を中心に多くの起業や活動が生まれる取り組みを推進し、まちの賑いや活性化に繋げていく必要がある。
- 現在は、市やプロデューサーが中心となり、まちなか再生の取組みを進めているが、今後、産学官民の連携による推進体制を構築していく。
- 具体的には、市が「主要拠点」を、民間が「賑い拠点」を整備・開発しながらハード面の整備に取り組みつつ、市民がエリア内の空き家・空き店舗・空きビルを活用して「活動拠点」づくりに取り組むソフト面の仕掛けを行う。

④実績報告会発表資料



Ⅰ 事業概要

(1)まちなか再生の取組み背景



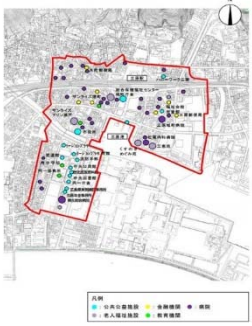
対象区域の概要(1)

・市中心部は，ＪＲ三原駅，三原内港などがある，広域交通拠点。

・市域における都市活動の中心を担い，合併した地域など周辺部を支え，けん引する役割のエリア。

Ⅰ 事業概要

(1)まちなか再生の取組み背景



対象区域の概要(2)

- 市中心部には多くの公共公益施設が集積している。
- 特に、行政サービス施設や病院などの医療・福祉施設が多数立地し、さらに、銀行・郵便局などの金融機関や学校などの教育施設も立地している。
- 本市の商業機能を牽引する地域で，市全体の小売業の事業所数の約26.2%，従業者数は約26.8%，売場面積は約48.6%，年間商品販売額は約27.8%を占めているが，ここ数年で３割近く減少し，衰退が課題となっている。
- 三原城跡天守台跡の西側(西国街道沿い)には，現在も古い街並みが残るとともに，歴史的に価値の高い寺社や網の目のように張り巡らされた小路など，歴史・文化資源が多く残っており，観光地としてのポテンシャルが高い。

Ⅰ 事業概要

(1)まちなか再生の取組み背景

抱えている課題

- 人口減少，少子高齢化が進む中，合併した周辺地域を始めとして，市民の安心した生活を守るためには，公共施設や医療機関等の公益機能や商業・交通機能など，様々な都市機能が集積し，市全体を支える市中心部を，将来に渡り維持し，発展させることが必要
- そのために，まずは将来めざすべきまちの方向性や将来像を，市民・事業者・行政で共有するとともに，魅力あるまちづくりに取り組む機運を醸成する
- また，そのまちで経済活性化や地域課題解決のために活躍したいと考えている人を探し，育成するとともに，活躍する人たちをつなぎ合わせる
- そして，まちづくりに向け活動する人が動きやすくなるよう支援し，活発な活動を生みだす

Ⅰ 事業概要

(2)まちなか再生の長期目標

まちなか再生の長期目標

① 三原城築城500年(50年後)の将来に向けた都市構想（グランドデザイン）を策定し，将来めざすまちの姿を，市民と共有する
② ハード面では，市民が誇りや愛着を持ち，市内外のひとから魅力的に思われるエリアとなるよう，民間の整備を誘導する
③ ソフト面では，①市民・事業者・行政がそれぞれの持ち味を活かし活躍できる場所となるよう，空き店舗や空き家などの遊休資産を有効活用した，地域の「稼ぐ力」を向上させる仕組みを構築する

昨年度までに実施してきた取組

① 三原城跡周辺整備事業
② 山脇邸リノベーション事業（古民家再生）
③ 駅前東館跡地活用整備事業
④ 三原七夕ゆかた祭り
⑤ 地域ポイント活用事業
⑥ 魅力向上支援事業（地域活動を担う人材の発掘・育成）
⑦ 「市中心部のグランドデザイン(素案)」作成

Ⅰ 事業概要

(3)今年度の目標と事業概要

今年度の目標

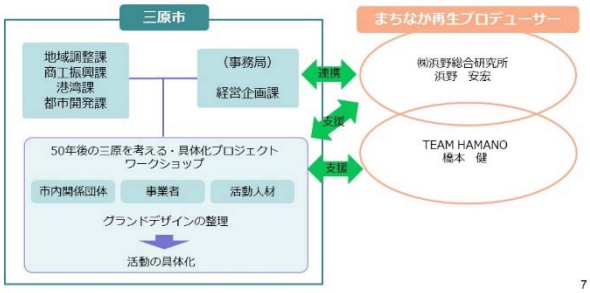
① **グランドデザインの合意形成及びビジュアル化の完成**
② **活動人材によるプロジェクトの立ち上げ（3件程度）**
③ **起業等につながる成功モデルの取組に向けた着手（1件以上）**

今年度の事業概要

① **グランドデザイン作成を通じた，今後の魅力あるまちづくりに向けての意見聴取及び合意形成**
・市内有識者等によるグランドデザインへの意見聴取
・ワークショップの開催（グランドデザインへの意見聴取）
・ワークショップ内容の広報及び啓発活動
・ワークショップでの意見を反映したグランドデザイン素案の見直し
② **グランドデザイン作成を通じた，今後のまちづくりに関心ある人材の育成と起業化活動支援**
・ワークショップの開催
・ワークショップ参加者から活動人材を発掘，活動人材への支援(アドバイス)
・ワークショップを通じた人材育成・活動具体化プロセスの整理
③ **①②を通じた，三原での今後の取組内容整理**
・ハード：エリアの資産価値向上に向けた，公共又は民間による拠点整備
・ソフト：拠点づくりに必要な支援策(相談窓口設置，財政支援　等)

Ⅰ 事業概要

(4)今年度の事業実施体制



Ⅱ 成果報告

(1)本事業の取組み経過

Ⅱ 成果報告

(2)本事業における主な活動、取組み

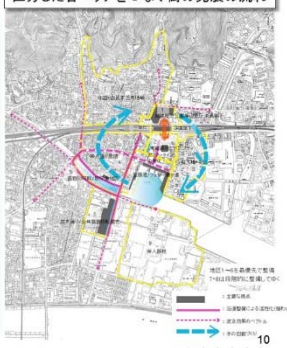
1　グランドデザインの意見聴取及び合意形成

Ⅱ 成果報告

グランドデザインとは

50年後の三原城築城500年をめざし，将来，市民が誇りや愛着を持ち，市内外の人からも魅力的に思われる市中心部とするため，向かうべき方向性として，景観の考え方，発展のシナリオ，エリアごとにめざすコンセプトを定めた，ハード・ソフト両面からの将来構想である。

区分した各エリアをつなぐ街の発展の流れ



10

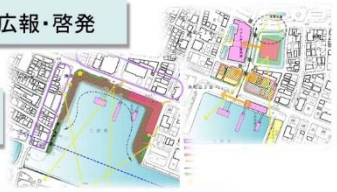
Ⅱ 成果報告

1 グランドデザイン作成を通じた，今後の魅力あるまちづくりに向けての**意見聴取**及び**合意形成**

ワークショップ，パブリックコメントなどによる**意見聴取**

ワークショップ内容の広報・啓発

合意形成



グランドデザイン素案の一部修正（完成）

11

Ⅱ 成果報告

意見聴取の実施手法

① 議員全員協議会での意見聴取
② 有識者からの意見聴取
③ ワークショップによる意見聴取
④ パブリックコメントの実施
⑤ 関係機関への説明・意見聴取

12

Ⅱ 成果報告

◆意見聴取の実施状況

実施手法	実施時期	対　象	内　容
① 議員全員協議会	6月16日	市議会議員	・議員全員協議会で素案を説明し，意見聴取
② 有識者意見聴取	6月22日 10月21日	地元経済界の関係者 エリア内で活動している人	・素案作成の段階から個別に意見聴取を継続
③ ワークショップ意見聴取	7月11日 8月23日 10月21日	ワークショップ参加者 （約30名）	・1回目，2回目に素案を説明し，意見聴取 ・3回目には，エリア内の具体的提案も示し，意見聴取
④ パブリックコメント	9月1日～22日	市　民	・素案のほか，作成の背景や目的，主旨などを示し，意見聴取
⑤ 関係機関（県，経済団体など）	6月～12月	県職員 商工会議所会員	・会議，研修会等で素案を説明し，意見聴取

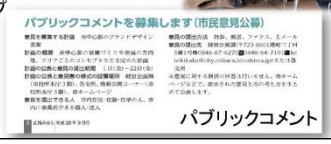
13

Ⅱ 成果報告

◆意見聴取の実施状況

ワークショップ

商工会議所会員説明会



パブリックコメント

14

Ⅱ 成果報告

◆意見聴取による主な意見

ワークショップ，パブリックコメントなどで，グランドデザインのエリアを区分した各地区のコンセプトなどに対して寄せられた意見

全体・各地区	主な意見
グランドデザイン素案全体の方向性やコンセプト	・景観，店，イベント，人など，全てが「水」つながることのできるプロジェクトになって欲しい ・住む人の目線を重視し，住みやすい生活都市にするべきである ・良いものを造っても，どうやってそこに人を集めるかが見えてこない ・「今ならとりあえずこんなことができる」という具体的な取組をひとつずつ実行した方が良いと思う
① 城跡歴史公園周辺・JR高架下	・駅北側や高架下は，夜でも明るい場所にしてほしい ・露店や移動販売等，地区内でチャレンジしたい創業者に無料で場所を提供 ・城跡の石垣を有効活用して欲しい
② 駅前東館跡地	・跡地に接する道路は，駅から港へのメインストリートとして景観を重視すべき ・イベント開催や，市民が集える場所として，多目的広場が必要である
③ 三原港フェリー乗り場	・三原の資産であり，ぜひ，活用と民間への開放を！ ・散歩をしたくなる港にしたい ・整備するだけでは人は集まらない ・港に何ができるか，港で何がしたいかを考える必要がある

15

Ⅱ 成果報告

◆意見聴取による主な意見

ワークショップ，パブリックコメントなどで，グランドデザインのエリアを区分した各地区のコンセプトなどに対して寄せられた意見

各　地　区	主な意見
④ 帝人通り界隈	・駅－帝人通り－港－市役所と一本でつながれば良いと思う ・帝人通りが，賑やかで，来てみたい場所になることが大切である ・空き店舗の活用，イベントの拡大が必要である
⑤ 西野川河畔・市役所新庁舎地区	・河畔のカフェなど「歩く」きっかけとなるものを作ることは良いと思う ・新庁舎・港・帝人通りを重点的に取り組む方が良いのではないか ・メタセコイアの並木はキレイだと感じているので，リージョンプラザの外壁（レンガ造り）の雰囲気と合わせた整備が必要である
⑥ 並木通り・公共施設集積地区	・港から並木通り，沼田川沿いに向けて水路を作れば良いのではないか ・きれいな並木通りを活かして欲しい ・このエリアが一番早く整備され，きれいな通りができれば良いと思う
⑦ 小路・古民家活用地区	・小路，古民家がまとまっていないため，バラバラな感じがある。これを統一したら，素敵な街並みになるのではないか ・寺が多く，通りを整備していけばとても情緒のある街並みになると思う

16

Ⅱ 成果報告

◆ワークショップ内容の広報・啓発

グランドデザイン素案やワークショップ参加者との意見交換などについて，市広報誌・ホームページ，マスコミ等で広報・啓発を実施

市の中心部の将来像について話し合う参加者

市広報誌

地元新聞

17

Ⅱ 成果報告

◆グランドデザイン素案の一部修正

【意見聴取の結果】
・グランドデザイン素案に対する意見聴取では，「概ね賛同する」といった意見が多かった。
・素案で示している市中心部の発展の方向性や各エリア（地区）のコンセプト等を大きく修正するような意見は無かった。
・具体的な取組内容をグランドデザインで示してほしいなど，提案を含めた意見が多かった。

一定の合意形成

グランドデザインで示す，「市中心部の将来の都市景観像」を市民や開発・活動する人たちに，もっとイメージしてもらいやすいように，「発展のストーリー」，「具体的取組の整理」などについて修正。

18

Ⅱ 成果報告

（2）本事業における主な活動、取組み

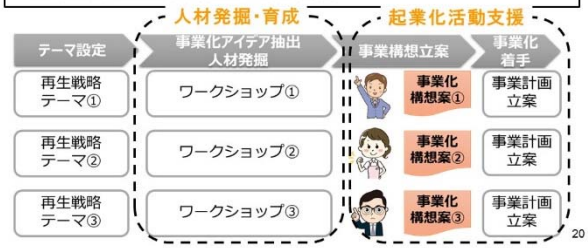
2 グランドデザインの実現に向けた
人材育成及び 起業化活動支援

19

Ⅱ 成果報告

2 グランドデザイン作成を通じた，今後のまちづくりに関心のある人材の育成及び起業化活動支援

■ 3つの再生戦略テーマを設定し，ワークショップを通して事業化アイデアと人材を発掘し，やる気のある人材と事業化構想を策定（具体化プロジェクト3件程度）
■ このうち成功モデルとなる1件について事業化着手



20

Ⅱ 成果報告

◆ワークショップテーマ・手法の検討

グランドデザインワークショップの概要

【目的】
①活気ある市中心部を実現するために必要な「活動する人」のきっかけづくり。
②空き店舗のリノベーションや，起業の心構えなどの「学び」と，具体的なプラン検討体験の「共有」による，ノウハウの取得やネットワークづくり。
③具体的なプランに対する実現に向けた支援策さがし。
④市民が望む，活気ある未来の三原市にするため，参加をきっかけに，できることにチャレンジする環境づくり。
【テーマ】
ワークショップ①「市中心部の空きビルを活用してやりたいこと，できること」
ワークショップ②「自分の強みや想い，地域資源を活かした起業を考えよう」
ワークショップ③「古民家を活用した起業・活動プランを考えよう」
【参加者】
今後のまちづくりに関心があり，市内で既に活動している，活動したいと考えている市民
【手法】
・グランドデザインでめざす将来の都市景観像の説明・共有
・まちづくりアドバイザー，起業家，建築家（リノベーション），イベント企画運営者などによる講演・体験談
・テーマに沿ったグループワーク討議・発表

21

Ⅱ 成果報告

◆第1回ワークショップ

【開催日】
平成29年7月10日（月） 参加者 27名
【内容】
①グランドデザイン素案の説明・質疑応答，意見聴取
②帝人通り地区の現状説明 ～ 市中心部の昔と今 ～
③TEAM HAMANOパネリストによる講演
・「ポートランドにおける住民の活動による街の再生事例とそのプロセス」
・「若者が集う拠点づくりやイベント開催の手法」
・「映画づくりから見た，人材育成の重要性」
④グループワーク
・グランドデザイン素案に関する意見交換
・「帝人通り老朽化ビル（シネパティオ）を若者たちに開放しよう」をテーマとして，グループでシネパティオの活用案を討議・発表
【参加者の意見】
➢ シネパティオで実現してみたいこと・・・シェアオフィス，ライブハウス，アートイベントセレクトショップ，チャレンジショップ，子育てママの拠点など
➢ 実現への課題・・・仲間がいない（人材不足），費用がない，コーディネートしてくれる人がいない，市民のまちを変えたいと思う意識の低さなど

22

Ⅱ 成果報告

◆第1回ワークショップの様子

23

Ⅱ 成果報告

◆第2回ワークショップ

【開催日】
平成29年8月23日（水） 参加者 25名
【内容】
①グランドデザイン素案の説明・質疑応答，意見聴取
②TEAM HAMANOパネリストによる講演
・「ポートランドの事例を交えて，起業に必要な考え方や実践のノウハウ」
・「サードウェイブコーヒーを事例とした起業に向けたブランディングと経験談」
・「期待される三原産品の紹介」
③グループワーク
・グランドデザイン素案に関する意見交換
・「自分たちでできる起業」をテーマとしてグループで具体的な起業プランを討議・発表，併せて課題や必要な支援策について整理
④参加者同士のネットワークづくりのための懇親会
【具体的な起業プラン】
①市内を周遊するための自転車レンタルとカフェを併設した「レンタサイクルショップ」
課題・・・拠点（場所）がない，必要な支援策・・・拠点づくりへの支援
②起業をめざす人たちでシェアして，三原産品を調理・提供する「シェアキッチンカー」
課題・・・キッチンカー・資金調達，必要な支援策・・・クラウドファンディング など

24

Ⅱ 成果報告

活動のきっかけづくり

◆第2回ワークショップ・懇親会の様子

25

Ⅱ 成果報告

◆第3回ワークショップ

【開催日】
平成29年10月21日（土） 参加者 15名
【内容】
①TEAM HAMANOパネリストによる講演
・「三原内港・波止場エリアの整備の方向性や具体的イメージ・活用案」
・「バンクーバーのグランビルアイランドを事例とした，起業やまちづくりに必要な考え方，実践のノウハウ」
・「将来の円一・並木通りエリアの整備アイデアの紹介」
②グループワーク
・グランドデザイン素案に関する意見交換
・「参加者所有の館町（駅北側）の古民家を活用した起業・活動プラン検討」をテーマとしてグループで具体的な起業プランを討議・発表
③浜野まちなか再生プロデューサーによるワークショップ（全3回）のまとめ
「活気のある市中心部の実現にこれから必要なこと」について
【具体的な起業・活動プラン】
①外国人観光客などをターゲットとした，観光案内所，ゲストハウス，三原の野菜産品の販売する「八百屋公民館」を出店
②近隣に小学校が近いことから，24時間対応の「放課後児童クラブ」の運営 など

26

Ⅱ 成果報告

◆港・波止場エリアの整備の方向性や具体的イメージ・活用提案

27

Ⅱ 成果報告

◆将来の円一・並木通りエリアの整備提案

28

Ⅱ 成果報告

◆将来の円一・並木通りエリアの整備提案

29

Ⅱ 成果報告

◆グループワークのテーマとした古民家の概要

30

Ⅱ 成果報告

◆グループワークのテーマとした古民家の概要

31

Ⅱ 成果報告

◆ワークショップによる成果（まとめ）

①人材発掘・育成，活動のきっかけづくり
・将来の市中心部において，活動する人材（約30名）を発掘。
・空き店舗や空き家などのリノベーションや起業の心構えなどの「学び」と，具体的なプランの検討を体験することができた。
②参加者の意識・行動変容
・講演を受けて，まちづくりに対する考え方やマインドが変わり，前向きに取り組もうとする者が現れた。
・講演をきっかけに，参加者が起業に向け動き始め，遠方まで講演者にアドバイスを受けに出向いた。
③参加者のネットワークづくり
・ネットワークづくりにより，既にグループで起業しようとする取組がスタートするなど，ネットワークの重要性が分かった。
④課題解決に向けた取組の整理
・グランドデザインを推進するための課題（支援策等）を把握し，取組の考え方が整理できた。

32

Ⅱ 成果報告

◆ワークショップによる成果（まとめ）

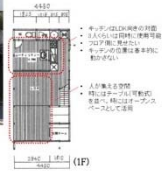
⑤具体化プロジェクトの立ち上げ（3件）
(1)港エリア内の空きビルを活用した「シェアオフィス」（起業）
(2)自社ビルの一部を活用した「コワーキングスペース」（起業）
(3)駅北側の空き家（古民家）を活用した「ゲストハウス，地元野菜の販売所，コミュニティ拠点施設」（起業，活動）
⑥事業化への着手
(1)⇒空きビルを購入し，起業する予定であったが，売買価格の高騰が課題となり，事業化着手には至らなかった。
(2)⇒自社ビルの活用について提案があり，今後グランドデザインの取組と連携し，活動人材の交流の場「コワーキングスペース」として事業化予定。
(3)⇒参加者同士のネットワークの中で，グループワークの題材となった古民家を賃貸し，女性の起業として事業化に着手（成功モデル）。現在，起業化支援を継続中。

33

Ⅱ 成果報告

◆成功モデルの起業化活動支援

活用にあたっての想い
- "食の秘密基地"をコンセプトにした、"食"に特化した空間。
- 食の提供だけでなく、生産者と料理人など食に関する職人がつながるきっかけをつくれるような、相談会、展示会、発表会にも対応。
- フロアの使用方法を固定せず、汎用性を持たせ、時間・人が変わっても、色々な使い方が可能。(チャレンジショップ、シェアキッチン)
- 調理を見せられるよう、"ライブ感"を重視した対面キッチン。
- これらの想いを実現できる空間活用方法について、TEAM HAMANOからのアイデア提案を受けたい。(レイアウトやデザインについて)



「VEGENESS」での取組(構想中のもの)
- 野菜の販売、調理＋販売(美味しい食べ方の紹介)
- 三原産の野菜を使った食品販売(アイユ・ノワール)
  …大和町産の黒にんにくを使ったスイーツを考案中
- 酒類の販売
  …佐木島で竹糖を生産し、ラム酒を醸造・販売
- 食材、新しいレシピの相談会、発表会、展示会
  …etc

TEAM HAMANOにより，室内レイアウトや窓際ディスプレイ，エントランス演出，家具照明器具イメージ，外壁サイン演出などについて意見交換，事例を交えた具体的アドバイス，提案を実施。

34

Ⅱ 成果報告

(2)本事業における主な活動、取組み

3 三原ショーケースの整備

35

Ⅱ 成果報告

3 市中心部の活性化に向けた三原ショーケースの枠組の整理

1 今年度のまちなか再生の取組は，グランドデザイン実現に向け，白紙の状態の中，何が必要か検討するところから始めた。
2 そのような中，グランドデザインによる，まちなか再生を進めるため，今後，誰に対し，何を取り組むべきかなどを整理することが必要と考え，その形を「三原ショーケース」と位置づけた。

【今年度事業】
(1) グランドデザイン作成通じた，意見聴取及び合意形成
(2) ワークショップを通じた，人材育成及び起業化活動支援

課題が見えた！！

【課題】
- 活動人材の発掘･育成や情報提供するための窓口が必要
- 起業や活動するための拠点や資金が必要
- 活動人材のネットワークが必要

課題の解決方法

36

Ⅱ 成果報告

①動機づけ
- 起業・活動したいと考えている人に，三原の魅力を知ってもらい，三原(地域)に目を向けてもらうための情報発信

起業・活動してみたい！

②きっかけづくり
- ワークショップなどにより，具体的な起業・活動プランを検討・企画することを通じて人材を発掘・育成

起業・活動を支援してほしい

③活動支援 ※現在，暫定的に相談窓口を市経営企画課に設置
- 起業・活動の相談・情報提供
- 人材育成，資金調達
- 人材ネットワークづくり・マッチング

①～③までの一連の流れを「三原ショーケース」とした

起業・活動が生まれる

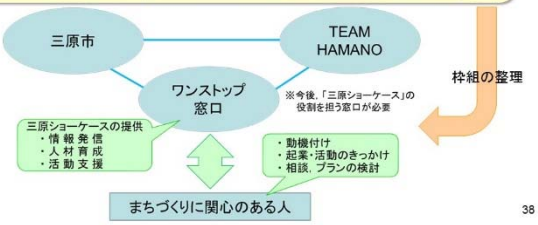
37

Ⅱ 成果報告

◆三原ショーケース枠組の整理

三原ショーケースとは

まちづくりに関心のある人に対して，起業，店舗づくり，人材，産品，風景などの情報を提供し，知ってもらうこと(動機づけ)で，新たな活動人材を発掘・育成(きっかけ)し，更なる活動につなげるための支援を行うこと ⇒ この役割を担うワンストップ窓口が必要



38

Ⅲ 今後の展開

(1)提案実現への展望と課題

①グランドデザインの広報・周知
将来の都市景観像である「グランドデザイン」を，多くの市民や開発事業者，起業・活動する人たちに情報を届け，同じ方向性でまちづくりを推進する。
【課題】
グランドデザインを広報・周知するために，市の関係部署や市内の関係機関が連携した推進体制を整備する必要がある。

②景観ガイドラインの導入
調和のとれた市中心部の景観づくりのために，強制力を持たないガイドラインを検討中であり，今後導入する。
【課題】
民間事業者等の開発をあまり阻害せず，民間の協力を得ながら，景観を保てるようなガイドラインを導入するためには，専門家の助言や関係機関との連携が必要である。

39

Ⅲ 今後の展開

(1)提案実現への展望と課題

③起業・活動による，まちなか再生の推進
市中心部の空き家，空き店舗などを活用した，多くの起業や活動が生まれる取組を推進し，まちの賑わいや活性化につなげる。
【課題】
現在，市やTEAM HAMANOが中心となり，まちなか再生の取組を進めているが，今後，産学官民の連携による推進体制をまとめ，調整する機関(受け皿)や支援策が必要である。

④グランドデザイン実現に向けた拠点づくり
市が整備する「主要拠点づくり」，民間開発による「賑い拠点づくり」，市民の「活動拠点づくり」の実現に向け，並行して取り組む。
【課題】
「主要拠点づくり」＝商圏，資金・予算，支援策
「賑い拠点づくり」＝ロケーション，立地，商業可能性，資金
「活動拠点づくり」＝資金，物件，スキル・ノウハウ

40

Ⅲ 今後の展開

(2)今後の展開

■グランドデザイン実現に向けて
エリア内で市が整備する「主要拠点」を核とし，民間が整備・開発する「賑い拠点」，「活動拠点」で生まれる取組により，まちのにぎわいを生み出そうと考えている。そのため，ハード・ソフト両面に取り組んでいく。

■ハード面の取組
市が主要拠点を整備する(城跡公園：平成28年度完了，市役所新庁舎：平成31年度完了予定，駅前東館跡地：平成32年度完了予定，三原駅・港湾エリア：中期的，円一エリア：長期的に整備予定)とともに，民間の開発は景観ガイドラインにより開発を誘導することで，景観づくりを進める。

41

Ⅲ　今後の展開

（2）今後の展開

■ソフト面の取組

今年度，エリア内の賑わいづくりに向け，ワークショップを通じて活動人材の育成と発掘を行ってきたが，今後は，これら人材を中心とした活動具体化に向け，エリア内の空き家・空き店舗・空きビルを活用した「活動拠点づくり」の支援に取り組む。

【具体的支援】

「場づくり支援」⇒拠点さがし，拠点づくりの相談，リノベーションの提案・支援

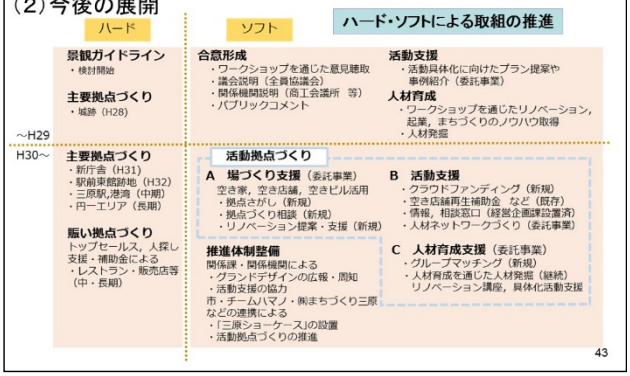
「活動支援」⇒クラウドファンディング，補助金，情報・相談窓口，人材のネットワークづくり

「人材育成支援」⇒グループマッチング，リノベーション講座，人材育成を通じた人材発掘，具体化活動支援

※ソフト面の取組は，現在，市やチームハマノが行なっているが，今後，その役割を㈱まちづくり三原に移行することを検討中。

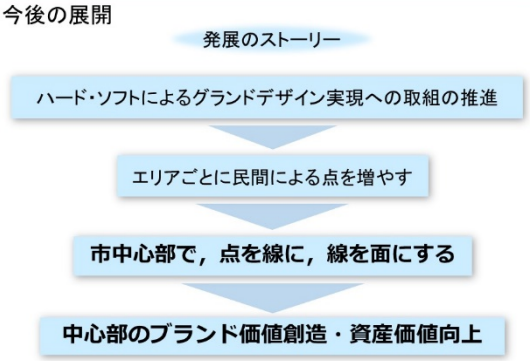
Ⅲ　今後の展開

（2）今後の展開



Ⅲ　今後の展開

（2）今後の展開



⑤今年度成果に対する委員からの講評

- ワークショップを通じて活動してくれそうな方が 30 人も見つかったことは大きなことである。古民家を見せて、具体的な物件を見せながら少しずつ巻き込むやり方がよかったのではないか。今後、このようなグランドデザインのもと、賑わいをつくっていくためには、新幹線駅裏にある三原城の存在や島への航路があることの情報発信をしっかりされるとよい。
- 水際生活都市というコンセプト自体は共感するところがあるが、すべてのものが断片的で、１つ１つが連動していない気がする。水際というコンセプトに対して、今回事業化プロジェクトとして立ち上げたコワーキングやシェアオフィスといった事業は全く関係なく、果たして三原らしい取組みかというと疑問である。水辺らしい生活の仕方、なりわいのあり方に個性が出てこないと、心配である。
- 主体になるべき人は市民の中にできたほうがよい。自分であれば、外部から登用されたプロデューサーがイメージできるような名称は表に出さない。最終的には市民が表に出たほうが良い。リーディングをうまくやらないと市民はついてこなくなる。
- ソフト面などのコンテンツとハード面がフィットしていない印象を受ける。駅前の開発などはハード面が先行して取り組まれているが、一方を先行するのではなく、ハード面とソフト面を複合的に考えたほうが良い。
- 三原市のことを「見晴らしが良い」とある委員が評していたが、新幹線が真ん中にあり、山と海の両方に開かれた地域特性だからである。個々に生まれつつある事業はあるようだが、全体としてのグランドデザインを示せるとよいと感じた。

３－５　日南市

日南市は、宮崎県の南部、宮崎市の中心部から南に約 52km に位置し、車で約１時間の距離である。日南市の道路網は、南北に縦断する国道 220 号と国道 448 号及び東西へ走る国道 222 号を動脈とし、県道日南高岡線等の主要幹線道路とこれらに連結する主要地方道６路線、一般県道 16 路線、広域農道等が縦横に配置されている。鉄道は、南宮崎駅（宮崎県宮崎市）から志布志駅（鹿児島県志布志市）間を結ぶ JR 日南線があり、南宮崎駅から日南駅までは、約１時間 10 分で結ばれている。油津港には大型岸壁があり、「飛鳥Ⅱ」などの豪華客船の寄港地となっている。

対象区域は、デパートやショッピングセンター、商工会議所、銀行、県立病院など、商業や都市機能が集積するエリアで、市も本区域を中心市街地と位置づけ、市の中心市街地活性化事業に取り組み、賑わい創出に取り組んできた区域である。

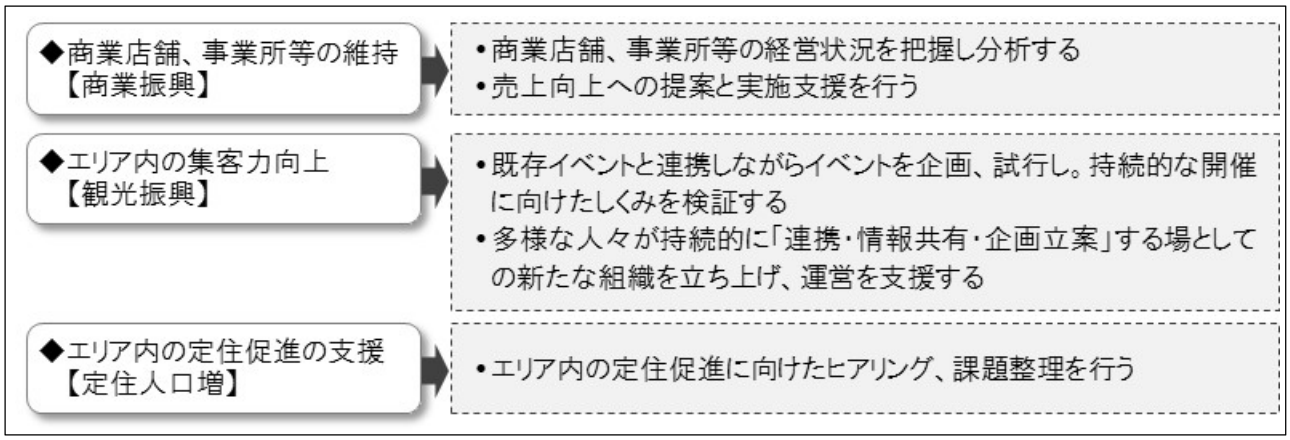
（１）取組み概要

日南市では、平成 24 年度から 28 年度まで日南市中心市街地活性化事業（以下中活事業）を実施し、商業振興、観光振興、定住人口増の３つの長期目標を立て、活気が失われた商店街の再生や港まちエリアにおける回遊性の向上に取り組んできた。

その結果、一定の賑わいづくりを行ってきたが、市が主体となって事業を推進してきたため、住民やまちづくり団体等が連携する住民主体によるまちづくり体制の構築が乏しく、今後賑わいづくりの継続や、地域で動ける人材の発掘、推進体制の構築が課題となっている。

本事業では、事業テーマを「エリア内商業機能の維持と魅力向上に向けた支援」と定め、中活事業で掲げた３つの長期目標に留意した事業を実施しつつ、まちなか再生にかかわる各関係者がそれぞれの課題を解決し、活動を維持・継続していくことができるように新たな推進組織の立ち上げ・運営支援を行った。

＜今年度の事業概要＞



①対象地区概況

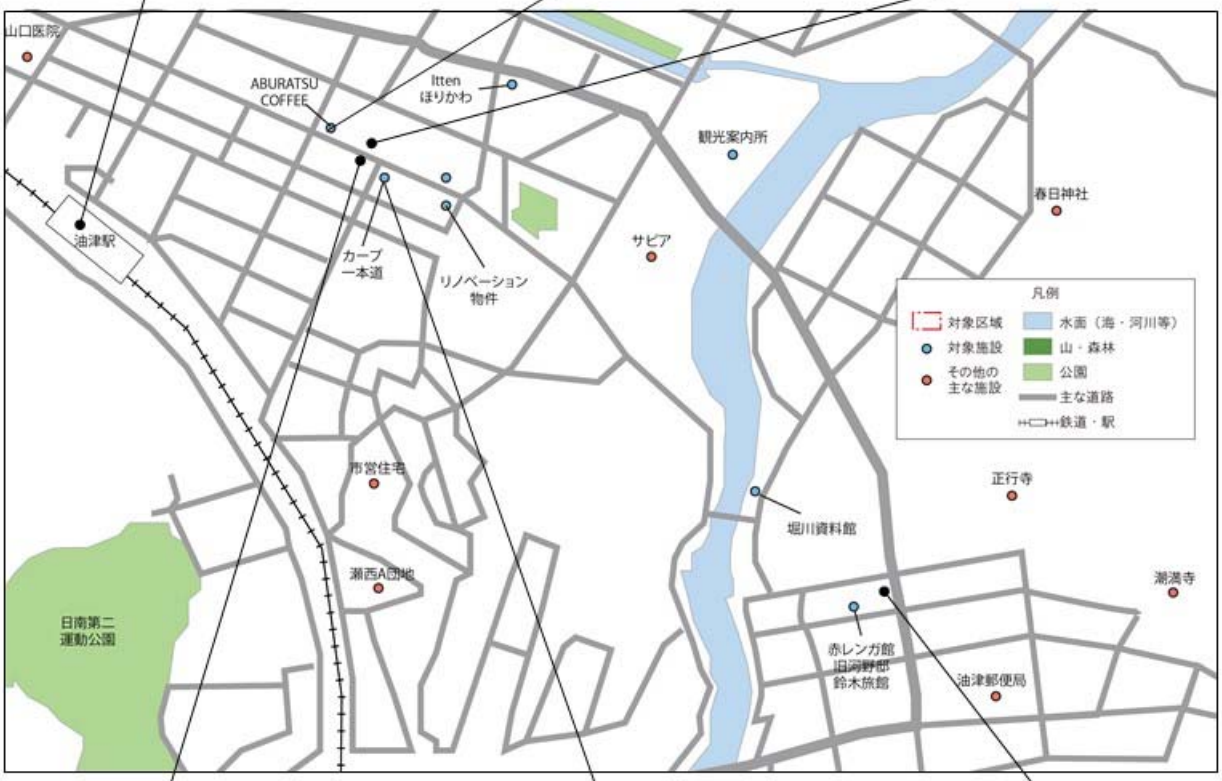
地区名	油津地区
基礎データ	【面積】:約73.3ha、【人口】3,048人、【人口密度】4,175人／k㎡ 【営業店舗数】104店舗 【交通】JR日南線油津駅から徒歩2分

＜対象地区概況図＞

油津駅

商店街の様子

商店街の様子



油津Yotten

カープ一本道

杉村金物本店

②まちなか再生プロデューサー

日南市エリアマネージャー／株式会社油津応援団　専務取締役　木藤　亮太　氏

日南市エリアマネージャー
株式会社油津応援団　専務取締役

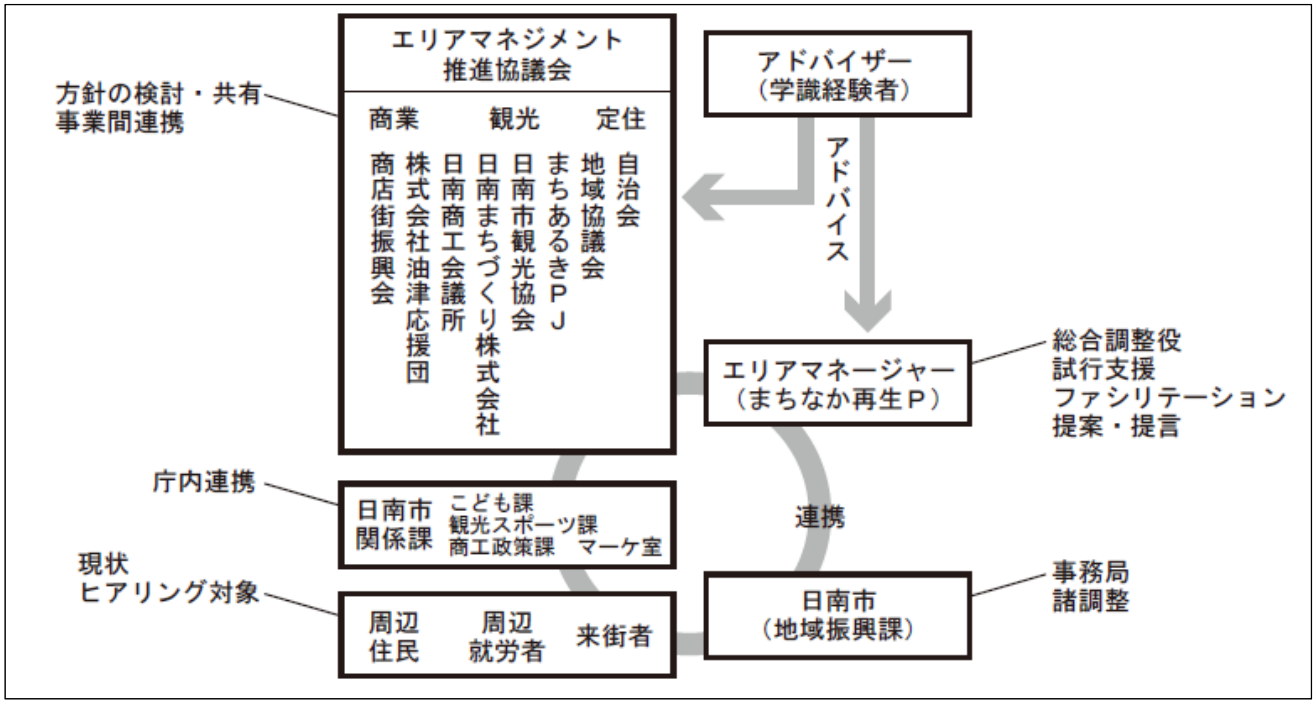
【略歴】

九州芸術工科大学（現九大）、同大学院を出て14年間、株式会社エスティ環境設計研究所に勤務、５年間取締役を務める。まちづくりに関する企画・計画、建築・ランドスケープ（造園）空間の計画・設計、市民参加型取り組みの企画・実践及びこれらに関わる諸調整などを専門とする。

子守唄の里五木の村づくりで平成20年に土木学会デザイン賞を受賞、重要文化的景観「蕨野の棚田」、かなたけの里公園、古湯・熊の川温泉等各種プロジェクトに関わる。

日南市が実施した全国公募により2013年7月1日から2017年3月31日までテナントミックスサポートマネージャーとして採用された。

③取組みの体制



（２）今年度の事業成果

①まちなか再生の長期目標と今年度の目標

まちなか再生の長期目標

日南市中心市街地活性化事業（計画期間：平成24～28年度）における成果を踏まえつつ、改めてまちに何が必要かを検討・議論するために新たな体制をつくり、関係者・住民の当事者意識の向上、官民の連携をさらなる強化、新たなリーダー育成に努め、引き続き商業振興、観光振興、定住人口増を目指していく。

① 商業振興
新規店舗、既存店舗の維持継続および今後の変化に対応できるシステムの醸成

② 観光振興
関連事業を連携させ、より効果を高める、自走できるシステムを構築

③ 定住人口増
継続して推進を目指すものの、まずは現状を把握し改めて実施方策を探る

【達成度を測る評価軸】
✓ 商店街エリア及び港エリアの通行量

今年度の目標

① 商業振興
◆現状を知り、何が課題かを関係者間で共有
◆魅力向上に向け店舗の認知度を高め、顧客との信頼関係を構築

② 観光振興
◆既存イベントと連携したイベントの実施
◆持続的な新たな組織の立ち上げ

③ 定住人口増
◆課題の把握

②今年度の成果

◆ 経営者の意識改善・向上

- 店舗への個別支援や経営相談イベントの開催を通して、年配層の商店主から「自分の商売の魅力を考えるいい機会になった」との評価が、また若い商店主から「新たな顧客層の開拓につながった」との声が聞かれ、既存店舗・新規店舗を問わず、幅広い年齢層の経営者に対して、経営改善意欲を高めるきっかけとなった。
- 支援を行った若い経営者の店舗が初めて商店街の会合へ参加するなど、今後の活躍が期待される若い商店主に対して商店街活動への参加意欲を高めることに寄与することができた。

◆ 行政の資金に頼らないイベントの実現

- 中高生との協働イベントを開催したほか、地元大学からの協力を得ることで、人件費を削減し、非常に少額な予算で自立したイベントを開催した。
- プロ野球球団「広島カープ」のキャンプ地である特性を生かし、地元住民と民間企業がコラボレーションしてクラウドファンディングにより資金を調達し、JR 油津駅を改修するイベントを開催し、同地域の情報発信効果を高めた。

◆ エリアマネジメント会議の発足

- プロデューサーがこれまで１人で担ってきたファシリテーターとしての役割を、地域の人材が中心となり実行するための体制作りを目指し、産官民から構成されるエリアマネジメント会議を発足した。

- エリアマネジメント会議のあるべき姿については、現時点で結論は出ていないものの、個々の組織が自分たちの役割について認識する機会となっている。

③今後の課題と取組み方針

◆ 個店への支援等の維持・継続

- 個店への支援を通して経営者の意識改善や向上が図られ、商店街の関係者が情報共有するミーティングには若い新規出店者も参加するようになっている。
- 今後はこのミーティングを軸に新しい店舗と既存店舗との意見交換を促進し、両輪で取り組む関係づくりを行っていき、こうした意見交換体制の中で、さらにアイデアを募り、維持・継続に向けた取組みを持続させていく。

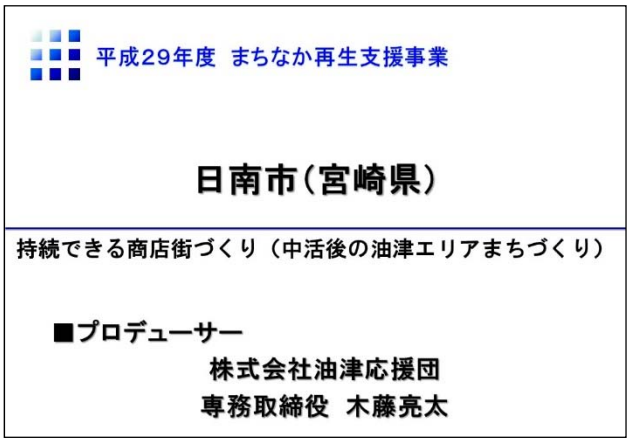
◆ 新たな観光誘客に向けた新たな施策の展開

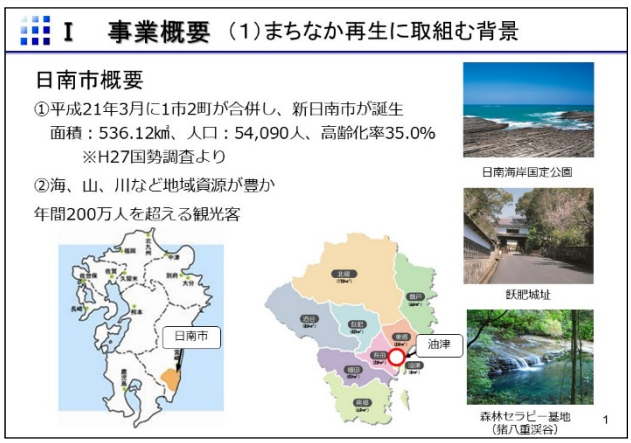
- プロ野球のキャンプや、大型客船など、同地域が保有するポテンシャルを最大限に生かすために、フィンガーフードやローカルフードを前面に出した食メニューの開発など、一時的な誘客効果に応じて最大限に享受できる施策展開を図っていく。
- 着実に成果が出始めている商業エリアと、比較的誘客効果が少ない港エリアや観光スポットとの結びつきを強め、面的な観光施策を展開する。
- 例えばスポーツ合宿の受入れの動きと連動して、油津エリアの宿泊施設、飲食店等と連携したスポーツツーリズムを確立するなど、新たな魅力を生かした観光施策を展開する。

◆ まちなか再生体制の構築

- 従来の年配層に加えて、若い商店主もまちなか再生活動への参加意欲が高まりつつあり、異なる年齢層の意識ギャップを解消していく必要がある。そこで、同地域で活発に活躍しているまちづくり会社を中心に、「仲介役」的な役割を担う体制を構築していく。
- まちづくり会社と行政が連携し、新規人材の発掘に取り組む。雇用までは時間がかかると思われるが、集客や観光事業などに対応できる人材の獲得を目指して取り組んでいく。
- 民主導ではなく、官民協働での活動を継続するべく、まちなか再生に向けた推進体制の構築を目指す。

④実績報告会発表資料





Ⅰ　事業概要

油津地区：航空写真

2

Ⅰ　事業概要

大型クルーズ船の寄港：油津港

3

Ⅰ　事業概要

広島東洋カープキャンプ：天福球場

4

Ⅰ　事業概要

油津地区の概要：歴史

①江戸時代から昭和初期
　油津港や堀川運河を基盤に林業・漁業・商業が栄えた。県南地域の経済拠点。

②大正時代
　電気、鉄道、上水道といった社会基盤が県内でも先進的に整備。漁港も整備。

③昭和初期
　マグロの水揚げが急増し「東洋一のマグロ基地」と呼ばれた。
　飫肥杉の搬出とマグロの水揚げで空前の活況を呈し、市街地が急速に拡大。

④戦後
　郵便局、商工会議所、県立病院などの公共公益施設が整備。
　昭和40年代には、当時としては珍しい近代的なアーケードが商店街に整備。

【昭和初期の堀川運河周辺】

【昭和10年頃の油津港】
（マグロの水揚げ）

5

Ⅰ　事業概要

油津地区の概要：登録有形文化財

油津赤レンガ館　（大正１１年建築）

杉村金物本店　（昭和７年建築）

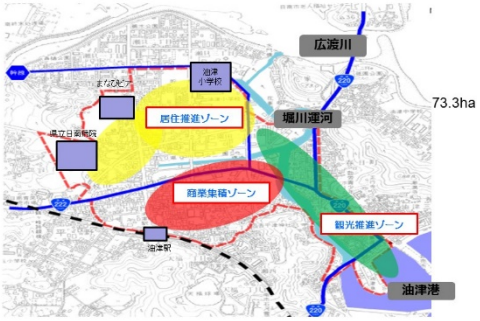
堀川橋　（明治36年完成）

堀川運河護岸　（江戸時代前期完成）

6

Ⅰ　事業概要

まちなか再生に取り組むエリア



7

Ⅰ　事業概要

油津地区とは・・・

日南型のコンパクトシティ形成ができるまち

・商い・・・県南唯一の百貨店、市内唯一のアーケードを有した商店街
・観光・・・歴史的資源、食資源を活用した観光
・暮らし・・・医療機関、金融機関、公共公益施設の集積

⇩

中心市街地

8

Ⅰ　事業概要

中心市街地とは・・・

商業、業務、居住等の都市機能が集積し、長い歴史の中で文化、伝統をはぐくみ、各種機能を培ってきた**「まちの顔」**。

しかし、現状は・・・

・　モータリゼーションの進展
・　流通構造の変化等による大規模集客施設等の郊外立地
・　居住人口の減少やこれに伴うコミュニティ機能の低下
・　ニーズに対応できていない商業機能　　など・・・

⇩

魅力の低下（衰退）

9

Ⅰ　事業概要

(2)まちなか再生の長期目標

昨年度まで　⇒　中心市街地活性化事業(H24.11~H29.3)

①商い
テナントミックスサポート事業
多世代交流モール整備
複合機能ビル・立体駐車場整備　など

②観光
歴史的建造物の活用
水辺利活用　など

③暮らし
子育て支援施設整備
市民活動支援センター整備　など

計　51事業

10

Ⅰ　事業概要

商い

【商業振興】

●商店街に飲食店をはじめ誘致ＩＴ企業のオフィスや小規模保育所などの29店舗誘致が実現した。

●市民の支援により立ち上がった運営組織によってまちなか再生の新たな一歩を踏み出した。

●通行量増加、空き店舗解消など一定の成果をあげた。

→長期的な課題

新規店舗、既存店舗の維持継続及び今後の変化に対応できるシステムの醸成

11

Ⅰ　事業概要

観光

【観光振興】

●運河や港などの地域固有の資源を活かした「へぇ～ほぉ～まちあるき」を開催。

●海外クルーズ船の来航やプロ野球キャンプの連携など機会はあるが、それらを活かした回遊促進までには至っておらず持続的に機能していく仕組みづくりが求められている。

→長期的な課題

関連事業を連携させ、より効果を高める、自走できるシステムを構築する

12

Ⅰ　事業概要

暮らし

【定住人口増】

●定住促進に向けた施策については明らかな実施方策が検討できず、成果については乏しい状況となっている。

→長期的な課題

継続して推進を目指すものの、まずは現状を把握し改めて実施方策を探る

13

Ⅰ　事業概要

(3)今年度の目標と事業概要

それぞれの課題を解決し、活動を維持・継続していくこと

●そのために、必要な３つの行動

行動① 情報を共有すること

→常に情報を共有し、課題意識・解決方法などをともに交換し合える場が必要

行動② ともに活動すること

→常に連携した活動を意識し、ともに解決していく意識を根付かせる場が必要

行動③ 担い手を育成すること

→常に先を見据え、世代交代がスムーズに進むよう、次の世代を育成する場が必要

14

Ⅰ　事業概要

	長期的な目標	今年度取り組む事業
商い	新規店舗、既存店舗の維持継続及び今後の変化に対応できるシステムの醸成）	・(1)商業店舗、事業所等の維持 ①商業店舗、事業所等の経営状況の把握と分析 ②売上向上への提案と実施支援
観光	関連事業を連携させ、より効果を高める、自走できるシステムを構築する	・(2)エリア内の集客力向上 ①集客支援の試行と検証 ②持続的なイベント開催に向けた仕組みの構築
暮らし	継続して推進を目指すものの、まずは現状を把握し改めて実施方策を探る	・(3)エリア内の定住促進の支援 ①現状の把握と課題の整理

新たな推進組織の立ち上げ・運営支援

15

Ⅰ　事業概要

(4)今年度の事業実施体制

油津エリアに複数の「顔」が出揃った

商い
●油津商店街振興会(油津商店街・商工政策課)
●株式会社油津応援団
●商工会議所(中活協議会)

観光
●まちあるきプロジェクト(地域協議会・みなと街づくり委員会)
●日南市クルーズ振興室(観光・スポーツ課)
●日南市観光協会

暮らし
●Ittenほりかわビル(日南まちづくり㈱)
●IT企業サテライトオフィス(商工政策課)
●創客創人センター(市民活動センター)
●子育て支援センター“ことこと”(こども課)

16

Ⅰ　事業概要

まちづくりの新しいスタートのために

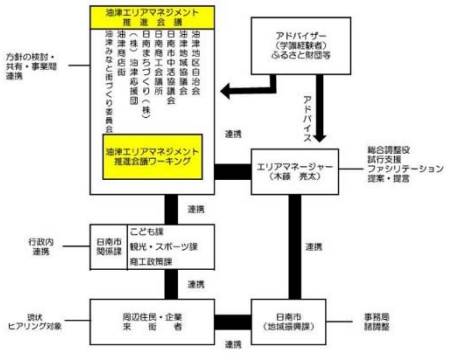
平成29年度から

テナントミックスサポート事業の実績を持った

「木藤　亮太　氏」をエリアマネージャーとして登用

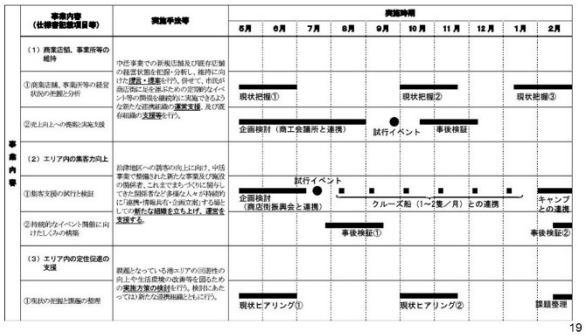
17

Ⅰ　事業概要



Ⅱ　成果報告

（1）本事業の取組み経過



Ⅱ　成果報告　（2）本事業における主な活動、取組み

<1>商業店舗、事業所等の維持

①商業店舗、事業所等の経営状況の把握・分析

継続的に状況把握と分析行い、提案や集客向上のためのデータとして活用した

＜5～6月＞中活事業終了の4月以降の体制や商店街との連携などの考え方について、新規出店者、IT関連企業等を集めて説明、意見交換を行った。

→継続的な情報交換の必要性やイベント開催の要望など意見が上がった

＜10～11月＞新規出店者個別にヒアリングを実施。
経営状況や不安点などを聞き取った。

→飲食店における売れ筋・不振メニューの把握や複数店舗が連携した新しい取り組みなどについて意見が上がった。

＜1～2月＞10～11月に聞き取った内容に対する改善策、具体案などの検討協議を行った。

→複数の改善策が実施された。

Ⅱ　成果報告

<1>商業店舗、事業所等の維持

＜店舗の撤退の状況および出店の成果＞

・中活期間の新規出店29件に対し平成29年度は2件撤退し、既存店舗は1件廃業した。
●キングホルモン（H29.4）　●手羽先番長（H29.4）　●吉川ふとん店（H29.5）

・一方で、平成29年度は4件の新規出店があった。
●ゲストハウス・アキ（H29.7）　●きずなや（H29.9）
●TAURO@あぶらつ食堂（H29.9）　●たこ焼き店（H29.9）

＜サポートの成果＞

・新規出店意向を聞き、アドバイザー、油津応援団、よろづ支援拠点等が連携しアドバイス等を実施し、出店サポートを行い、4件の新規出店が実現した。

・廃業した店舗においては、空き店舗の再活用について提案を行い、IT企業オフィスとしての活用が実現した。
●ダンドリワークス出店（H30.4予定）

Ⅱ　成果報告

<1>商業店舗、事業所等の維持

②売上向上への提案と実施支援

＜企画検討　5～8月＞
日南商工会議所を中心に「日南まちゼミ」の企画を立上げた。
油津エリアおよび油津商店街の旧店舗・新規店舗への声かけを行い、開催趣旨の共有と参加店舗の意識づけを行った。

＜試行イベント　9～10月＞
「日南まちゼミ」と題し、日南市内の複数の店舗が参加し開催された。
油津エリアからは13店舗が参加した。

＜事後検証＞
参加店舗および参加者（お客さま）からは非常に好評の声が多かった。
また、アドバイザーの松井洋一郎氏からも非常に良い取り組みだったとの評価をいただいた。

Ⅱ　成果報告

<1>商業店舗、事業所等の維持

＜「日南まちゼミ」などの開催による意識の向上＞

・お客さまとの信頼関係を築くことを目的としたこの取り組みは、商店主の意識向上に役立った。
●年配層の商店主から「自分の商売の魅力を考えるいい機会になった」
●若い新規出店者から「まだ知られてなかった層の方々に知ってもらうきっかけ」などの声が聞かれた。

・秋ごろから若い商店主たちの参加意欲が高まった。
●30代の商店主（木材業・整体院など）から商店街の活動について興味がある。状況を聞きたいと問い合わせがあり、その後ミーティングへ参加。
●12月のクリスマスツリー設置や、1月の餅つき大会などは新しいメンバーの発送も取り入れられた。また商店街内の情報共有手段としてLINEなどSNSを利用しては？などの新しい提案が上がった。

Ⅱ　成果報告

<2>エリア内の集客力向上

①集客支援の試行と検証

＜企画検討＞
その１　市内中高生（将来の担い手）を集めたワークショップ、イベントの企画
→中高生が企画し実施する夜市の企画で、木藤、株式会社油津応援団、宮崎大学連携しサポート。
→６月に講演会・ワークショップ４回開催（商店街にて）、７月に土曜夜市への参加（３日間）を実施。

その２　クルーズ船の来航に合わせた油津エリア店舗の対応策の検討
その３　広島カープキャンプに合わせた油津エリア店舗の対応策の検討
その４　まちあるき、地域連携などの新規取り組みの検討
→現状（次ページを参照）を把握し、商店でできる対応策についての協議を実施、一部取り組みについては実践を行った。

Ⅱ　成果報告

昨年度までの取り組み状況

平成28年（来航数：22隻／集客数：78,844人）
平成29年度は4月～11月まで24回の寄港が予定

対応については、エリア内各店と協議し、言語対応および営業時間の変更、メニューの変更などの対応について協議・実施。

Ⅱ 成果報告 （2）本事業における主な活動、取組み

昨年度までの取り組み状況

平成27年度（秋季：7,200人／春季：55,000人）
平成28年度（秋季：7,000人／春季：57,000人）
秋季、春季キャンプが中　油津カープ館、カープ一本道を中心とし、チラシ配布や各店のサービス充実によるエリア内への誘客強化、各店が協働したおもてなし策。

Ⅱ 成果報告

昨年度までの取り組み状況

“へぇ～ほぉ～まちあるき”
油津地域協議会の主催による「まちあるきイベント」、平成26年より現在まで6回実施している。

昨年度までの取り組み

「飫肥地区」
→まちなみ再生事業、武家屋敷を利用した宿泊施設が開業
「北郷地区」
→東九州道延伸の計画、北郷温泉、森林セラピー基地、道の駅構想
「南郷地区」
→広域観光を推進する体制（観光DMO）の構築
大島などを活用した観光推進

Ⅱ 成果報告

<2>エリア内の集客力の向上

②持続的なイベント開催に向けたしくみの構築
＜事後検証 8～9月／2月＞
→開催主催・協力団体等と反省点や今後の体制について議論を行った。

＜行政予算に頼らずイベントが開催できた＞
・中高生との協働イベント（AB Youth Street2017）を7月に開催。宮崎大学地域資源創成学部などの協力により、人件費等の削減ができ、予算がほぼない中で実施できた。
●大学生の積極参加でスムーズイベントと運営が可能になった
●次年度も継続して参加しようという機運が高まった。
●実際2月にカープキャンプ対応の取り組みに参加していただいた。

＜飲食店以外でも店頭での飲食販売を実施＞
・クルーズ船の来航に合わせ、複数の店舗で店頭販売を実施。

Ⅱ 成果報告

<2>エリア内の集客力の向上

＜地域住民＋民間企業のコラボ企画が実現＞
・11月の秋季キャンプでは「カープ一本道」の注目度を上げる「インスタスポット」としての発信を行った。
・2月の春季キャンプでは、「日本一のカープ油津駅をつくろう」プロジェクトが発足。JR九州、広島カープ、地域住民の3者コラボにより実施。約200万円をクラウドファンディングで資金調達。
各メディアでも取り上げられ、話題づくりに一役買った。
・商店街内に「広島ホームテレビ」の特設ステージを開設キャンプ期間中にかなりの頻度で情報発信を行った。

＜飲食店とのコラボは継続実施＞
・商店街内の飲食店との意見交換の結果、カープキャンプ用特別メニューやグッズ（Tシャツ）などの販売を実施。
・カープカクテルの販売も継続した。

＜アンケート調査＞
・宮崎大学との連携で回遊マップの試作とアンケート調査を実施

Ⅱ 成果報告

<3>エリア内の定住促進の支援

①現状の把握と課題の整理
＜5～7月　現状ヒアリング＞
定住促進に関わる現状把握を行った。
→「自然減＞社会増」が続き、人口は減少している。
→ただし、昨今の企業誘致などの結果、若年層の転出数は減っている。

＜10～11月　現状ヒアリング＞
→ここ3年で移住者数は増加傾向にある。

	世帯数	人数	うち油津エリア
H27	26	67	3世帯
H28	39	100	3世帯
H29	41	97	5世帯

＜2月　課題整理＞
→担当課である「地域振興課」とともに移住・定住策についての課題整理を行い、企画検討、実施準備を行った。
＜担当課よりの意見＞
ニューファミリー層が好む新築のアパートが少ない。
ニューファミリー層が子育てのしやすい環境である魅力を更に発信していく

Ⅱ 成果報告

<3>エリア内の定住促進の支援

＜移住相談から油津エリアへの出店につながった＞
・9月にオープンした「ピリケン」は、大阪からの移住相談がきっかけで商店街内にオープンした飲食店。
・大阪仕込のたこ焼きが人気。多くの集客を集めている。

＜継続した移住定住促進イベントの実施＞
・大きな成果は得られていないが、継続して移住・定住をアピールするイベント等の取り組みは実施している。

市の移住担当課・マーケティング専門官・こども課が連携して、企画立案された。
子育てが充実している日南市をアピール。

Ⅱ 成果報告

●エリアマネジメント会議の設立
①エリアマネジメントワーキング会議
→各主体の実践者（担い手の育成を意識）

②エリアマネジメント推進会議（親会議）
→各主体の管理者（動きをオーソライズ）

Ⅱ 成果報告

①油津エリアマネジメントワーキング会議を開催

参加団体
油津地域協議会、油津地区自治会、油津応援団、
市民活動センター,日南まちづくり株式会社、日南商工会議所
商工政策課、こども課、観光・スポーツ課、地域振興課

第1回（ 8月）：顔合わせ、それぞれの現状を報告
第2回（ 9月）：連携策として情報の連動、マップづくりを提案
第3回（10月）：進め方の議論（宮崎大学との連携）
第4回（12月）：子育て支援センター利用者をターゲットにしたイベント検討

Ⅱ 成果報告

②油津エリアマネジメント推進会議を開催（11月）

参加団体
油津地域協議会、油津地区自治会
油津みなと街づくり委員会、日南商工会議所
日南まちづくり株式会社、油津応援団
商工政策課、こども課、観光・スポーツ課、地域振興課

・中活で実施できていない事業の必要性等の検証
・慢性的な人材不足は行政とともに解決していく
・住みたい、働きたいの声はある、官民で受入れ策を考えれば可能性がある

34

Ⅱ 成果報告

（3）本事業の成果
〈1〉今年度の総括

①商業店舗、事業所等の維持
中活事業期間中の新規出店のうち2店が撤退した。いずれも会社経営の店舗であり、雇われた店長がお客さまのニーズに柔軟に合わせることができなかった結果だと分析している。小さい町における店舗経営の継続性はお客様ニーズへのきめ細やかな対応がカギだと感じた。
一方で、今年度4件の新規出店が実現した。今後も廃業や撤退による空き店舗化やそこへの出店希望があると考えられ、継続的にマッチングなどを行うことが必要である、と考える。

②エリア内の集客力の向上
中活事業期間が終わり、イベントや集客機会への対応などについて推進力が弱まると思われたが、なんとか昨年と同じような内容、体制での実施ができた。
しかしながら次年度も引き続き推進力の変化の可能性を感じており、体制づくりや企画検討に早めに着手し、より効果的な実施支援を行っていくことが必要である、と考える。

③エリア内の定住促進の支援
大きな成果は出なかったが、移住相談からエリア内出店に繋がった事例があるなど、ニーズはあると感じた。引き続き日南市と連携し、情報発信や受入れサポートに取り組んでいくことが必要、と考える。

35

Ⅱ 成果報告

〈1〉今年度の総括

④エリアマネジメント会議について

これまで木藤1人が担ってきたファシリテーション的役割を1人が引き継ぐのではなく、複数の人材が集まったチーム・体制で引き継ぐことが方策ではないかと議論をしてきたが、現在まで結論には至っていない。
しかし、それぞれの組織が自分達の役割を認識し始めてきている。
平成30年度は、木藤に頼らない新たなステップのために、「油津応援団」を中心に、前例踏襲でない企画を立ち上げ、共に行動することで、エリア全体で自走できる体制を推進していく。
そして、商店街利用促進にとどまらず、新たなコミュニティビジネスが創出されていく状態をつくり、地域にお金がおちるような仕組みを醸成していく。

36

Ⅲ 今後の展開

（1）提案実現への展望と課題

理想的な変化に向けた兆しが見えてきた。現在、30代の新規出店者（木材卸業や整体師）や株式会社油津応援団のスタッフが「仲介役」的な動きを担おうとする動きが出てきた。定例の商店街関係者ミーティングを継続し、提案を検討していくことで、様々な課題が解決できるように思える。

核となる「株式会社油津応援団」においては、人材不足が現状だが、現在、株式会社油津応援団が日南市商工政策課と連携して新規人材の発掘に取り組んでいる。雇用まではもう少し時間がかかるが、集客や観光事業などに対応できる人材の獲得を目指して取り組んでいくこととなる。

クルーズ船の来航やカープキャンプなどは次年度以降も続いていくものとされる。これらの地域資源を活かした取り組みにおいては、引き続き対応していくものである。

37

Ⅲ 今後の展開

（2）今後の展開

★商い→今後の個店への支援等の維持・継続
①〈新規店舗の出店と既存店舗の意識改善・情報共有をどう行うか？〉
・12月より商店街関係者の情報共有ミーティングの開催日を変更し（第一、三水曜）新規店舗が参加しやすくした。
・結果、若い新規出店者が参加するようになった。今後はこのミーティングを軸に新しい店舗と既存店舗との意見交換を促進し、両輪で取り組む関係づくりを行っていく。
・このような意見交換体制の中で、さらにアイデアを募り、維持・継続に向けた取り組みを持続させていく。

②〈子育て支援施設との連携〉
・集客力のある子育て支援施設と連動し、商店街への客足を向ける施策として、利用者への案内（チラシ配布、掲示板）や協働のイベントを実施する。

38

Ⅲ 今後の展開

（2）今後の展開

★観光→新たな観光誘客に向けた新たな施策の展開
①〈気軽に食べれるモノ、油津を感じる食〉
・フィンガーフードやローカルを全面に出した食メニューの開発など飲食店と協働で進めていく。

②〈港エリア（赤レンガなど）への誘客を推進〉
・へぇ～ほぉ～まちあるきの取り組みと連携し、商業エリアと港エリア、使われていない堀川資料館などとの結びつきを強めていく。年2回のイベント開催を目指す。

③〈地方創生を売りにした誘客の取り組み〉
・本年度も100件近い視察が訪れており、今後も継続対応していくとともに、宿泊施設、飲食店と協働した「お金が落ちるしくみ」を意識したおもてなしプログラムをつくり、実施する。

39

Ⅲ 今後の展開

（2）今後の展開

★観光→新たな観光誘客に向けた新たな施策の展開

④〈多言語対応の拡大〉
・観光協会などと連携し、クルーズ船の来航に合わせた言語対応の実施。さらに質の向上を目指した検証を行っていく。

⑤〈スポーツツーリズムとの連携〉
・キャンプ受入れとの連携は継続して取り組む。またスポーツ合宿の受入れの動きと連動して、油津エリアの宿泊施設、飲食店等との連携した取り組みを実施していく。

⑥〈宿泊機能の維持と強化〉
・新しくできたゲストハウス（2件）の維持および今後も宿泊をビジネスチャンスと捉えることができるよう、発信を行っていく。

40

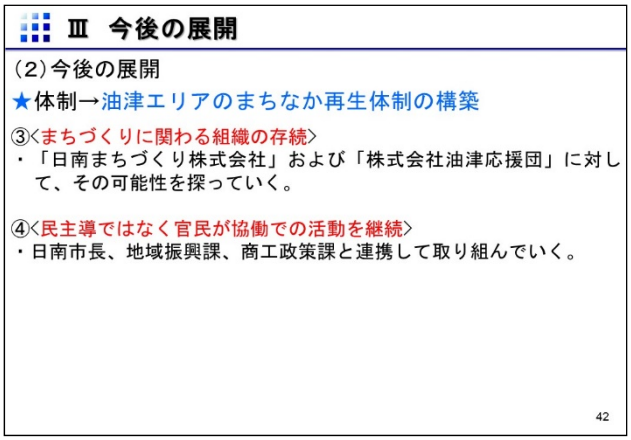
Ⅲ 今後の展開

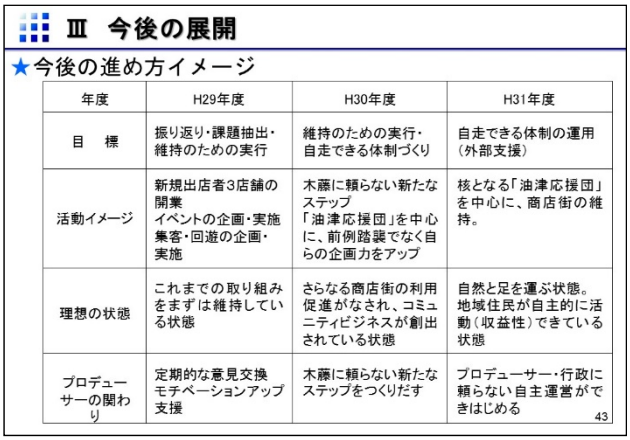
（2）今後の展開

★暮らし→移住促進に向けた取り組み
①〈誘致企業とタイアップして、油津への居住を促す〉
・今後も採用数の拡大を狙う誘致企業と連携し、油津への居住を促す取り組みを検討、実施する。

★体制→油津エリアのまちなか再生体制の構築
①〈異なる年齢層の意識ギャップ解消のための、仲介人材〉
・現在、30代の新規出店者（木材卸業や整体師）や株式会社油津応援団のスタッフが「仲介役」的な動きを担おうとする動きが出てきた。
②〈新規人材の発掘〉
・株式会社油津応援団が日南市商工政策課と連携して新規人材の発掘に取り組んでいる。雇用まではもう少し時間がかかるが、集客や観光事業などに対応できる人材の獲得を目指して取り組んでいく。

41





⑤今年度成果に対する委員からの講評

- プロデューサーには日南のメソッドを方法論化して社会に提示してほしい。方法論に新規性がある。一点目は、マネージャーが家族ごと引っ越して住んだことである。コミットメントの仕方、町の人からの信頼の仕方が違った。二点目は、組織の作り方である。株主が街の人である、「油津応援団」という会社のブランディングと目的が明確である。三点目は、都会の IT 企業を呼び、地元人材を 60 人雇用している。地元人材を雇用する企業を誘致するという作戦が地元の人に支持されている。四点目は、行政と組んで、商店街の要所要所に保育園や公園といったパブリックスペースをインストールしていることで恒常的に人の滞留を促している。最後に五点目は、まちづくり会社が経営コンサルティングをしていることであり、ゲストハウスを学生が起業したとのことであるが、こうした事業の収支が合っているのは、まちづくり会社が支援しているからである。これらのような５つだけでも全く新しい方法論がとられており、興味深い。
- まちづくりは市長がやる気にならなければ進まない。それからまちづくりマネージャー、議会、商工会議所の連携が必要である。10 年経てば、全てが変わる世の中であり、活性化は持続していく必要がある。また、まちづくりマネージャーがずっと関われば、馴れ合いになってしまうので、新たな人が関わることが重要である。

第３章　まちなか再生支援事業　総括

４　まちなか再生支援事業の実施上の留意点

「まちなか再生支援事業」は、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、当財団が、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、当財団が、自治体とプロデューサーとの契約に要する経費を助成するとともに、多様な専門家によるアドバイザリーボードを組織し、助成対象自治体に助言することで、全国のモデルケースとなる事例を支援することを目的としている。

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

平成 25 年度からは、初動期の芽出しから主体形成、事業化の支援まで取り組むこととし、これまでの「まちなか専門家活用型」に加えて新たに「大学連携型」の実施（平成 25～27 年度まで）、現地会議でのワークショップ形式等を含めた地元関係者との双方向での意見交換機会の充実等、新たな試みを行ってきた。さらに今年度は、事業化に向けた取組みも助成対象とし、支援を行ってきた。

こうした助成事業を推進していく中で、明らかになってきた成果と課題等について、アドバイザリーボード委員からの意見等をもとに、以下のように整理する。

■実績報告会における自治体間及びアドバイザリーボード委員との意見交換の時間確保

- 実績報告会は、各自治体の事業成果を報告してもらう場でもあるが、他の助成自治体の取組みから新たな発見・気づきを得る場、自治体間や現地会議では助言を受けられなかった委員との対話の場としての意味合いがある。
- 今年度の実績報告会では、他の助成自治体の事業成果を聞いた上で、各自治体から、他の自治体やプロデューサー、委員に対して質問が投げかけられ、有意義な意見交換がなされたものと考えられる。次年度以降の実績報告会においても、参加する自治体、プロデューサー、委員による双方向での意見交換の時間を設け、より充実した場としていくことが望まれる。

■過年度助成事業の進捗及び成果の継続把握と必要に応じたフォローの仕組みづくり

- 今年度より、過年度に助成した事業に対するフォローアップ調査を開始した。今回は平成 28 年度の助成対象である紫波町、泉佐野市、和歌山市、佐賀市の４自治体から回答を得ている。
- 各自治体では、プロデューサーからの助言や支援を受けるもしくは協議会等の場で関わりを持ちながら、策定したまちなか再生方策に基づき、事業開始又は検討を進めている状況にある。残課題となっていた事項についても引き続き対応が図られていることが確認された。
- 過年度の助成事業の中には、助成期間終了後に活動の停滞が見られる事例も見られたが、今回のフォローアップ調査を継続的に実施していくことで、各助成事業を継続フォローするとともに、まちなか再生支援事業としての成果の把握につなげていくことが期待できるものと考えられる。
- 今後も助成後一定期間は継続的にフォローアップ調査を続け、進捗状況の把握と必要に応じた追加フォローを行っていくことが望まれる。

■助成事業を通じて明らかになった取組みポイントに関する情報発信の強化

- 本助成事業では、モデル自治体での取組みやアドバイザリーボード委員からの助言を通じ、まちなか再生に取り組む全国自治体にとって、参考になると考えられる取組みポイントを、報告書の配布やホームページへの情報掲載を通じて全国自治体に向けて発信している。今後、さらに情報発信機能を強化し、より普及に努めていくことが望まれる。

■助成事業開始後 10 年間のまちなかの変遷を踏まえた事業の方向性に関する再整理・分析

- 本助成事業で対象とする「まちなか」とは、市町村において、一定程度の定住人口が集積し、生活に必要となる各種機能を有する区域であり、市町村が生活及び交流拠点として重点的に整備を図ることが相当であると認める区域を指す。本助成事業の開始当初は、「まちなか」として商業や業務機能が集積するいわゆる中心市街地を対象とした取組みが中心であった。しかし、事業開始後 10 年が経過し、中心市街地に限らない、多様な特徴を持つ「まちなか」を対象とした取組みへの助成も増えてきている。それに伴い、商業地のにぎわいを取り戻すことを中心とした取組みだけではなく、暮らしの場を建て直すことを中心とした取組みに対する助成・助言も必要となってきている。
- 今後、この 10 年の中で起きた変化、考えなければならないことの変化を改めて整理・分析し、情報発信を行うとともに、助成事業の見直し等に役立てていくことなども必要である。

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

参考資料

平成29年度　まちなか再生支援アドバイザリーボード委員　委員略歴

※敬称略、役職名等はアドバイザリーボード終了時点

〈委員長〉

◎小林 重敬　　横浜国立大学 名誉教授

【主な経歴】

東京大学大学院工学研究科博士課程都市工学専攻修了。工学博士。
横浜国立大学大学院教授、日本女子大学講師、規制改革委員会参与、参議院国土交通委員会客員研究員などを歴任。現在、(一財)森記念財団理事長
これまで国土交通省等の多くの審議会に参加し、都市政策、住宅政策、土地政策、国土政策などの政策づくりに関与、また東京の都市ビジョン、住宅マスタープランづくり、横浜のMM21の開発、都心部のまちづくり方針、横浜駅周辺地区大改造計画など、さらに地方都市の高松市、浜松市などの中心市街地活性化に参画。

【主な著書】

「協議型まちづくり」(学芸出版社)、「地方分権時代のまちづくり条例」(学芸出版社)、「条例による総合的まちづくり」(学芸出版社)、「欧米のまちづくり・都市計画制度」(ぎょうせい)、「エリアマネジメント」(学芸出版社)、「コンバージョン・SOHOによる地域再生」(学芸出版社)、「都市計画はどう変わるか」(学芸出版社) など。

〈委員長代理〉

○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

【主な経歴】

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
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)

【主な受賞歴】

2004年　アシタノイエ /第2回サステナブル住宅賞国土交通大臣賞受賞
2005年　戸田市立芦原小学校 /平成20年日本建築士会連合会賞奨励賞
2009年　象の鼻パーク/テラス /第55回神奈川建築コンクール優秀賞受賞
2009年　ENEOS創エネハウス /2009年度グッドデザイン賞
2012年　「千葉市美浜文化ホール・美浜保健福祉センター」 第13回公共建築賞　優秀賞
2012年　「象の鼻パーク／テラス」 第22回AACA賞　優秀賞

【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)、『環境のイエ』(学芸出版社)、『住宅の空間原論』(彰国社)、『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)、『住宅設計と環境デザイン』(オーム社・2015)

〈 委 員 〉(50音順)

○明石　卓巳　　株式会社レイデックス　代表取締役

【主な経歴】

岡山市生まれ。流通系企業で企画デザインを学んだ後、営業力を身につける為、営業職を経て1999年に独立。 グラフィックデザインをベースに、プロモーション・コミュニケーションデザイン・グラフィックデザイン・プロダクトデザイン・CI・VI・BI、リノベーションを軸とした、まちづくり・複合施設・店舗・什器デザインプロデュース、地域ブランドの開発・プロデュース、海外進出サポートなど国内外を問わず勢力的に活動を行う。

クリエイターの社会的地位向上を目指し、人材育成にも視野を広げ活動している。

〈受賞歴〉

自社サイト、Website Design Awards DOPE Awardsなど、ファジアーノ岡山ファジスクエアデザイン、2011岡山屋外広告コンクール商工会議所会頭賞を受賞

【主な取組み】

ファジアーノ岡山(オフィシャルサイトやポスター、フライヤーなどビジュアルコントロール)、岡山トヨペット(オフィシャルサイトや動画プロモーションなど)、ビックジョン(海外向け商品パッケージデザイン)、クレド(販促プロモーション)、白十字(パッケージプロモーション、オフィシャルサイトなどビジュアルコントロール)、バランス(アナクロノームオフィシャルサイトやパンフレットなど)、フレックスギャラリー(パンフレットやショッピングバックなどビジュアルコントロール)、ドミンゴ(DMG/スペルバウンドオフィシャルサイトやパンフレットなど)、ナップ(シュペリオールレイバー/ラロッサデラファブリカビジュアルコントロール)、和三盆(サルボデドラマショップデザインやバッケージデザインなど)、・カイロス(サインや広告、パンフレットなど)、岡山市北区問屋町商業施設リノベーションプロデュース(supleビル、BOOTH BLD SOUTH WIND、BOOTH HAUS、TAKAKI BLDGなど)、岡山市表町商店街(表町・コモン)、地域プロモーション スニーカーブランド「PRAS」プロデュース、THE SHARE HOTELS「HATCHi」コンセプトメイク・ヤクルト岡山県西部販売 新規保育園事業(老松園舎)、大阪府大東市 健康プロジェクトプロモーション、佐賀市呉服元町エリア まちなか再生「ON THE ROOFビルディング」プロモーション

【専門分野】

プロモーション／ブランディング／リノベーション

○飯盛 義徳　　慶應義塾大学総合政策学部教授／学部長補佐

【主な経歴】

1964年　佐賀市生まれ。長崎私立青雲高等学校、上智大学文学部を卒業後、
1987年　松下電器産業株式会社入社。富士通株式会社出向などを経る。
1992年　慶應義塾大学大学院 経営管理研究科修士課程入学。
1994年　同校修了(MBA取得)後、飯盛教材株式会社入社、1997年　同社常務取締役。
2002年　慶應義塾大学大学院 経営管理研究科博士課程入学、2005年　同大学環境情報学部専任講師、2008年　同大学総合政策学部准教授、2014年　同大学総合政策学部教授、2015年　同大学SFC研究所所長就任、2017年より現職。

総務省ふるさとづくり懇談会、総務省人材力活性化研究会、国土交通省奄美群島振興開発審議会、内閣府休眠預金等活用審議会などの委員を務める。

【主な著書】

『社会イノベータ』(慶應義塾大学出版会)、『地域づくりのプラットフォーム』(学芸出版社)など多数。

【専門分野】

プラットフォームデザイン、地域イノベーション、ファミリービジネスマネジメントなど

○今村 まゆみ　　観光まちづくりカウンセラー

【主な経歴】

1988年3月　早稲田大学教育学部卒業
1988年4月　株式会社リクルート入社
1989年10月　国内旅行情報誌「じゃらん」編集制作課配属
1997年10月　じゃらんガイドブック」編集長に。年間最大40タイトルの国内エリア別ガイドブックの編集人を務める。
2003年10月　同社を退職し、フリーランスで「街づくりアドバイザー」「エディター」として活動し、地域アドバイザーや講演・ワークショップを交えたセミナーを行っている。

【専門分野】

①観光資源の活用および、情報発信に関するアドバイザー（エリアの強みを発掘し、ターゲットを明確にした上で、消費者視点に立った体験やサービス開発、特産品開発を行い、効果的なPR戦略を実施する）
②マスコミや消費者視点に立った、わかりやすい広告宣伝ツールの編集・制作
③商店街を中心とした、まちなか観光に関する取り組みおよび情報発信
④地域ブランドや情報発信に関する講演、セミナー、パネルディスカッション・コーディネーター

○角野 幸博　　関西学院大学 総合政策学部 教授

【主な経歴】

1955年京都府生まれ。京都大学工学部建築学科卒業、京都大学大学院修士課程修了、大阪大学大学院博士後期課程修了。（財）21世紀ひようご創造協会研究員、福井工業大学講師、（株）電通、武庫川女子大学教授等を経て、平成18年4月より関西学院大学総合政策学部教授。平成29年4月より関西学院大学ハンズオンラーニングセンター長を兼務。工学博士。一級建築士。
関西を中心に、都市再生やニュータウン再生等の調査研究、計画立案などに携わっています。近年は、大学と地域社会との連携事業にも多数関わっている。
（公社）都市住宅学会関西支部長、国有財産近畿地方審議会委員、大阪市都市計画審議会会長、兵庫県長期ビジョン審議会委員、兵庫県景観審議会委員、西宮市都市計画審議会会長、篠山市街づくり審議会会長、（公財）都市活力研究所評議員、兵庫県立丹波の森公苑長等の公職多数。

【主な受賞歴】

兵庫県功労者表彰（2013年度）

【主な著書】

『郊外の20世紀』（学芸出版社）、『近代日本の郊外住宅地』（鹿島出版会、共編）、『都心・まちなか・郊外の共生』（晃洋書房、共編、都市住宅学会著作賞受賞）、『都市のリデザイン』（学芸出版社、共著）、『都市再生・まちづくり学』（創元社、共著）、『災害対策全書③復旧・復興』（ぎょうせい、共著）他。

【専門分野】

都市計画、住環境計画、地域再生等

○坂井　文　　東京都市大学　東京都市大学　都市生活学部 教授

【主な経歴】

横浜国立大学工学部建築学科卒業。ハーバード大学デザイン大学院ランドスケープ・アーキテクチャー修士修了。ロンドン大学PhD。
JR東日本にて駅ビル開発や駅施設設計にかかわる。修士終了後、ボストンのササキ・アソシエイツにて米国の大学キャンパスや都市公園の計画設計を担当。オックスフォード大学、UCLA等で客員研究員。国土交通省都市局や北海道開発局の検討会、北海道庁や札幌市の建築、都市計画、景観に関わる審議会、委員会等の会長や委員。建築学会理事、都市計画学会国際委員等の学会活動。北海道大学工学部建築都市コース准教授を経て現職。

【主な著書】

著書：『英国CABEと都市景観・建築デザイン』（鹿島出版会、2014年）等
論文：「ロンドン市のインクルーシブ・デザイン：ロンドンオリンピック会場整備に着目して」（日本建築学会計画系論文集80巻709号）、“Re-assessing London’s squares : The development of preservation policy

1880-1931”（Town Planning Review vol.82 no.6）等

○飛田　章　　総務省地域力創造グループ地域振興室長

【主な経歴】

1995年運輸省入省、国土交通省総合政策局貨物流通施設課課長補佐、石川県企画振興部次長（空港活性化戦略担当）、国土交通省総合政策局政策課企画専門官、日本貨物鉄道株式会社総合企画本部経営企画部グループリーダー、国土交通省自動車局安全政策課安全監理室長、東北運輸局観光部長を経て2017年7月より現職。

○西村　浩　　株式会社ワークヴィジョンズ 代表取締役

【主な経歴】

1967年　佐賀県生まれ
1991年　東京大学工学部土木工学科卒業
1993年　東京大学大学院工学系研究科修士課程修了
1999年　ワークヴィジョンズ・アーキテクツ・オフィス設立
現在　　株式会社ワークヴィジョンズ 代表取締役、マチノシゴトバCOTOCO215 代表　ほか

【主な取り組み】

1967年佐賀県生まれ。1999年にワークヴィジョンズ一級建築士事務所を設立。土木出身ながら建築の世界で独立し、現在は、都市再生戦略の立案からはじまり、建築・リノベーション・土木分野の企画・設計に加えて、まちづくりのディレクションからコワーキングスペースの運営までを意欲的に実践する。

主な計画・作品に、大分都心南北軸構想、佐賀市街なか再生計画、函館市中心市街地トータルデザイン、岩見沢複合駅舎、佐賀「わいわい!!コンテナ」、鳥羽海辺のプロムナード「カモメの散歩道」、長崎水辺の森公園橋梁群など。日本建築学会賞（作品）、土木学会デザイン賞、BCS賞、ブルネル賞、アルカシア建築賞、公共建築賞 他多数受賞。2009年に竣工した、北海道岩見沢市の「岩見沢複合駅舎」は、2009年度グッドデザイン賞大賞を受賞。2017年、SPCを設立し、佐賀市の街なかで約10年間シャッターが閉まっていた空きビルをリノベーションによって再生・活用した「ON THE ROOFビルディング」をオープン。

【専門分野】

土木・建築・リノベーション・都市計画・まちづくり

○服部　年明　　有限会社リテイルウォーク　代表取締役

【主な経歴】

1964年　三重県立四日市農芸高校卒業、㈱岡田屋（現イオン㈱）入社。食品スーパーマーケット事業創業を担当。全国各地の百貨店、スーパーとの提携による新店開設と運営指導に就く
1975年　信州ジャスコ㈱出向、県下の百貨店、食品スーパーと提携し、新店開設と店舗のSC化に取り組む。大店舗法化の規制が厳しい中、多店舗化に成功
1985年　常務取締役、商品、店舗開発担当
1999年　イオンと合併 イオン（株）参与 グループ企業管理本部
2000年3月（有）リテイルウォーク（商業施設開発、運営と商業経営研究所（コンサルタント））設立
同年11月　上田市にオープンモールSC開設、運営（現在）
2002年　　長野市中心市街地活性化タウンマネージャー就任（5年間）
2009年　　（株）全国商店街支援センター取締役（現在）
2017年内閣府地域活性化伝道師・中小機構中心市街地活性化アドバイザー、復興支援アドバイザー、よろず相談本部アドバイザー・UR都市再生機構専門家を委嘱

【主な取組み】

① 平成14年2月長野市長、商工会議所会頭の要請を受け長野市中心市街地活性化タウンマネージャ就任冬期オリンピック開催 2 年後、大型GMS店、百貨店が相次ぐ撤退により空洞化した中心市街地中央通り、善光寺門前の再生に取り組む。官民連携による「住・職・福・学・商・憩・観」の各種機能を

まちなかに誘導し、大型店に頼らない生活者視点のまちづくりを提案し実行。
② 平成19年から 3 年間上越市中心市街地活性化協議会、まちづくり上越のタウンマネージャー ・アドバイザーに就き、大型店が相次ぎ撤退した高田地区中心市街地の活性化に取り組む。
③平成 21 年中小企業庁、全国商店街振興組合からのお声がけで全国商店街支援センターの設立に従事、取締役センター長に就く。現在、取締役として地域商店街の活性化の実務指導と地域の商工会議所等中小企業団体との商店街支援連携を担当する。
【専門分野】
商業施設開発・運営、小売商業経営

○馬場 正尊　　株式会社オープン・エー　代表取締役、東京Ｒ不動産 ディレクター

【主な経歴】
佐賀県生まれ
1994年　早稲田大学大学院建築学科修了／博報堂入社
1998年　早稲田大学博士課程／雑誌『A』編集長
2003年　Open A を設立し建築設計、都市計画、執筆などを行う／都市の空地を発見するサイト「東京R不動産」を開始
2009年　東北芸術工科大学准教授
2016年　東北芸術工科大学教授
【主な取り組み】
[設計・プロモーション]
2008年　無印良品+ReBITA
2009年　小舟町プロジェクト　商品企画・設計監理・募集PR
2010年　産経新聞社旧印刷工場TABLOID　設計・ディレクション
2012年　観月橋団地再生計画　商品企画・設計・募集PR
2013年　道頓堀角座
2017年　SHIBAMATA FU-TEN
2017年　Train Hostel 北斗星
2017年　Under Construction
2017年　ザ・パークレックス平河町
[まちづくり]
2012年4月-　佐賀県佐賀市中心市街地の空き店舗活用に関わる改修指導、使用イメージの助言、使用者の募集プロモーション指導
2011年7月-2012年3月　東京都中央区における観光に関わる情報発信や観光拠点の効果的な活用について助言
2016年　佐賀県嬉野市エリアリノベーション事業
2016年　埼玉県川越市エリアリノベーション事業
【主な著書】
2013年　『Re PUBLIC公共空間のリノベーション』(学芸出版)
2015年　『PUBLIC DESIGN新しい公共空間のつくりかた』（学芸出版）
2016年　『エリアリノベーション 変化の構造とローカライズ』(学芸出版)
【専門分野】
建築設計・プロモーション

○古田 篤司　　ＪＩＳＳＥＮ．ＣＯ　代表

【主な兼職】
株式会社 湯のまち城崎　取締役 （山陰但馬・城崎温泉まち会社）
（独法）中小企業基盤整備機構（中小機構） 中心市街地活性化（協議会等）専門アドバイザー
【主な経歴】
1994年 立命館大学 産業社会学部都市生活コース卒
1994年 岩手三陸・（社）岩泉町産業開発公社事務局次長代理就任。経営・業務改革プロジェクト担当。「地域の自立経営」「観光資源の開発」をテーマにした村おこし型第三セクターの経営立て直

し、商品開発、道の駅テナント開発などの業務を担当
1998年　株式会社コム計画研究所にて研究員に就く。自治体計画づくりや活性化計画づくりに従事。自治体総合計画、阪神淡路大震災・復興計画関連、中心市街地活性化関連計画立案などを担当。
2001年　同志社大学大学院　総合政策科学研究科修了
2001年　神戸・新開地まちづくりNPO・事務局長に就任。10年間、タウンマネジャー職を務める。震災復興後の再生まちづくりをトータルプロデュース＆マネジメント。誰もが神戸の中で見放しかけていた商業地区を、一時期は「B面の神戸」として再生するほど集客交流人口の大幅増（通行量・年間100万人以上）に貢献。日本における実践的なタウンマネジャー職の先駆けとなる。
上記在籍時に、立命館大学大学院、同志社大学等で非常勤講師。滋賀・草津市の中心市街地活性化のプランニング、組織づくり、事業開発のアドバイザーを兼任。
現在、神戸湊川地区、山陰但馬・城崎温泉地区、沖縄・石垣市中心市街地地区にてトータルプランナー＆活性化コーディネーターを務める。
中小機構等の中心市街地活性化アドバイザー派遣、まち再生セミナー講師派遣等多数。

○政所 利子　　株式会社玄 代表取締役

【主な経歴】
東京都生まれ。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（2012年3月迄）
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　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
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
2012年　一般財団法人 東京城北勤労者サービスセンター評議員
農林水産省(伊)スローフード展出展総合プロデューサー
2013年　一般財団法人 ロングステイ財団理事に就任
2015年　ミラノ国際博覧会日本館サポーター（農林水産省／経済産業省／JETRO）
2015年　跡見学園女子大学観光コミュニティ学部観光デザイン学科、コミュニティ学科兼任教員
2016年　株式会社 新しい村 取締役就任
【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） 他
【専門分野】
地域ブランド開発、景観デザイン、コミュニティ活性化、ソーシャルビジネス

○水谷 未起　　一般社団法人讃岐ライフスタイル研究所 専務理事

【主な経歴】
1987年3月　県立神戸高校　卒業
1992年3月　早稲田大学第一文学部　卒業
1992年4月　株式会社パルコ入社
PARCO新所沢店　営業課　プロモーション担当
PARCO調布店　営業課　マーケティング・改装担当
PARCO池袋店　営業課　30周年改装／次世代パルコプロジェクト参画
PARCO渋谷店　営業課　30周年ビル全面改装担当

2006年3月　株式会社パルコ退社
2006年9月　株式会社まちづくりカンパニー・シープネットワーク入社
　　高松丸亀町まちづくり株式会社にゼネラルマネージャーとして出向
2010年9月　株式会社まちづくりカンパニー・シープネットワーク退社
2010年9月　一般社団法人　讃岐ライフスタイル研究所を設立、専務理事に就任
2010年12月　ライフスタイル提案型の店舗「まちのシューレ963」企画・立上げ
　　ゼネラルマネージャーを兼任　　現在に至る

平成29年度まちなか再生支援事業　報告書

発行日　平成30年3月

発　行　一般財団法人地域総合整備財団＜ふるさと財団＞

〒　102-0083

東京都千代田区麹町4-8-1　麹町クリスタルシティ東館12階

電話　03-3263-5758

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

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

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