

ここに注目！ **高いブランドイメージを持つ地域資源を活用し、まちなかへ人を呼び込む**



ポイント

「ちょっとおしゃれななかまち」をコンセプトに、地元農産物の販売所や地域の食材を活用したスイーツカフェ、スーベニアショップを備えたフラノマルシェは、「まちの縁側」として富良野の豊かな地域資源の発信基地となり、年間 70 万人を超える来場を実現。まちなかの回遊につながっている。

[現状分析及び課題抽出]

Plan

衰退する中心市街地の活性化に向けて

富良野市は年間約 180 万人の観光客が訪れる観光地であるが、中心市街地への観光入込数は約 8 万人程度で、いかに観光客を誘引するかが課題となっていた。また、後継者難等による店舗数の減少、空き地・未利用地の増加、特に大型病院の移転により、中心市街地の衰退は顕著になっていた。

そこで、中心市街地に賑わいを取り戻し、商店街の活性化を図るためには、地域資源を活用して富良野内外から人を引き寄せる拠点を設け、まちなか情報の充実や商店街・他団体との連動した各種ソフト事業の実施によってまちなか回遊を促すことが必要と分析した。

[対応策の優位性]

Do

地域資源を活用して賑わいを創出

同社は、大勢の人が自由に集い、交流し、まちに新たな人の流れを作ることを目的にフラノマルシェを整備、食をテーマに富良野の魅力を発信するとともに、まちなか観光等の情報が得られるインフォメーション、イベント広場により日々賑わいと憩いを演出している。

フラノマルシェの開発に当たって一番大切にしたのは街の活性化であることから、来場者の中心市街地への回遊を促すため、食をテーマとしつつ敢えて飲食施設を最小限とした上でまちなかの飲食店情報の充実を図るなど、フラノマルシェの賑わいをまちなか周

基本データ

ふらのまちづくり株式会社
 所在地:北海道富良野市幸町
 人口:約 2 万人(富良野市)
 会員数:55 名(株主数)
 店舗数:9 店舗(買回品小売店 0、最寄品小売店 1、飲食店 7、サービス店 0、その他 1)
 商店街の類型:近隣型商店街・地域型商店街
 主な客層:高齢者、主婦、家族連れ
 関連 URL:<http://www.furano.ne.jp/furano-machi/>

商店街概要

ふらのまちづくり(株)は、平成 15 年に中心市街地の活性化を目指し、官民共同出資により資本金 1,035 万円で設立。その後デベロッパー化をはかるべく民間主体で 8,350 万円へと増資。認定基本計画の中核を担う事業の「フラノマルシェ」開発事業や再開発事業「ネーブル・タウン」の実施主体となり、現在は、各種活性化事業の実施・運営を行っている。



多くの人でにぎわう「フラノマルシェ」

遊へとつなげている。

[効果の評価及び改善策]

Check-Action

フラノマルシェの効果が周囲へ波及

フラノマルシェは平成 22 年の開業以降、入込客数・売上ともに順調に推移し、約 4 年で累計来客数 300 万人を突破。また、スーベニアショップは地域ブランド商品の創出や地域資源の魅力発信に大きく

寄与している。

フラノマルシェによる経済効果は、建設投資額 3.7 億円に対して 5.9 億円、消費効果は約 9.7 億円（平成 25 年度）と推計されるとともに、新たに 98 名の雇用を生んでいる。また、市の調査によると、周辺商店街の店主の約 64%が「人通りが増えた」と回答しており、特に飲食店を中心に効果が確認されている。さらに、平成 26 年のフラノマルシェを含む商店街区の路線価は、前年比 3.4%の上昇となっている。

【実施体制】

民間主導による中心市街地の活性化

同社は、民間主導によるまちづくりを理念に様々な組織と連携・役割分担のもと事業に取り組んできた。また、商店街や地元有志等が実施するイベントやソフト事業を企画・運営面等からの支援、協働による市民の自発的なまちづくりの取組を支えている。中には、自然発生的に始まった「まちなかピアモール」のように、小規模イベントが同社の媒介により夏の一大イベ

ントに育つなど、着実に成果が現れている。

今後は、指定管理業務やフラノマルシェのリーシング収入、再開発事業等により収益をあげながら、中心市街地活性化に向けた再投資、開発事業を継続的にやっていくこととしている。



商店街によるハロウィンイベント



キーパーソン

ふらのまちづくり（株）
代表取締役社長 西本 伸顕

共感づくりを重ね、思いを形に

フラノマルシェは、中心市街地活性化に向けた「まちなかのにぎわい復活」のための仕掛け空間です。このフラノマルシェを計画したきっかけは、中心部にあった病院の移転でした。地域にとって病院は、多くの住民が集まるコミュニティの場でもあったため、病院の移転は、中心部からコミュニティの場の一つがなくなることを意味し、商店街にとっても大きな打撃でした。このままではいけないと、中心市街地の将来に対する危機感が募り、過去の駅前地区土地区画整備事業に対する不満があったこともあって、病院跡地の活用を行政任せにするのではなく、民間が主体となって考えることにしました。

跡地活用は、中心市街地に人を集めるにはどうすればいいかを核として議論に議論を重ね、考えつい

たのが富良野最大の地域資源である「食」をテーマとするにぎわい滞留空間、「フラノマルシェ」でした。自分たちの思いをこめた基本計画策定にあたり重要な市民のコンセンサス形成では、当初困難を伴ったものの、イメージを共有しつつ議論し、事業に対する「共感づくり」を地道に重ねたことで、フラノマルシェ整備へと進むことができました。

商店街から生活街へ

こうして生まれたフラノマルシェですが、フラノマルシェの開設によって生まれたにぎわいを、まち全体のにぎわいへと波及させ、商店街活性化につなげるためには、各個店の努力とフラノマルシェとの連携が不可欠です。そのため、

- ① フラノマルシェの情報発信機能の強化
- ② 商店街を核とする四季折々のイベントの実施
- ③ 個店の魅力アップ（店舗のリニューアル・一店逸品運動・まちゼミなど）
- ④ 新設アトリウムの有効活用

などを今後も積極的に推進していきたいと思っております。

また、「商店街から生活街へ」をテーマに、行政と協働しながら、暮らしに必要な機能のまちなか集積をはかり、利便性と楽しさにあふれる中心市街地を再構築していきたいと考えています。