

3 まちづくりと一体なった商業活動

にぎわいあふれるまちづくりに向け、商業者のみならず、まちづくりの核となる様々な事業主体がどのように連携し、どのような事業を行っているか等について掲載しています。

江差町歴まち商店街（北海道江差町）	・ ・ ・ ・	160
小樽運河周辺商業集積（北海道小樽市）	・ ・ ・	162
青森市新町商店街（青森県青森市）	・ ・ ・ ・	164
青梅市内 8 商店街（東京都青梅市）	・ ・ ・ ・	166
(株)まちづくり三鷹（東京都三鷹市）	・ ・ ・ ・	168
(株)飯田まちづくりカンパニー（長野県飯田市）		
	・ ・ ・	170
(株)まちづくり長野（長野県長野市）	・ ・ ・ ・	172
(株)黒壁（滋賀県長浜市）	・ ・ ・ ・	174
彦根市内 6 商店街（滋賀県彦根市）	・ ・ ・ ・	176
京都市伏見区商店街（京都府京都市）	・ ・ ・ ・	178
神戸市内 1 1 商店街等（兵庫県神戸市）	・ ・ ・	180
水木しげるロード周辺商店街（鳥取県境港市）		
	・ ・ ・	182
松江天神町商店街（島根県松江市）	・ ・ ・ ・	184
豊後高田市内 8 商店街（大分県豊後高田市）		
	・ ・ ・	186
オーバルパティオ（宮崎県都城市）	・ ・ ・ ・	188

歴史的・文化的遺産を活かした商店街づくり

！ ここがポイント

歴史的・文化的・人的資源を生かし、「守り」「育て」「創る」まちなみ整備と商店街活性化。



「壺番蔵」でのライブコンサート

事業実施の背景

江差町は、北前船とにしん漁で賑わい、北海道の中でも古くから商業の町として繁栄していたが、北海道経済の中心が札幌に移るにつれ、町は次第に衰退していった。

しかし、栄華の名残として下町地区に数多くの問屋、町家、蔵、商家、寺社等の歴史的、文化的遺産が残されている。この美しく貴重な景観を後世に永く伝え、また訪れる人が心の安らぎを感じることができるまちなみとして、「いにしえ街道」の整備を進めた。

このハード面での整備と同時並行で、商業活性化として、「歴まち商店街協同組合」の十数年にわたる努力により、各種イベントを実施し、元気でがんばる商店街づくりを行っている。

<経過>

- 平成元年 北海道戦略プロジェクト「歴史を生かすまちづくり事業」の「歴史を生かす街並み整備モデル地区」に指定
- 平成3年 「景観形成デザイン委員会」発足
- 平成4年 「歴まち商店街組合」設立（任意団体）
- 平成5年 「いにしえ夢開道」のイベント開催開始
- 平成8年 「江差町歴まち商店街協同組合（法人格）」商店街として、本格的な近代化事業の取組開始
「ふるさと江差の街並み景観形成地区条例」制定
- 平成10年 「歴史のまち宣言」

平成12年 「江差町中心市街地活性化計画」策定
中心市街地を4ゾーンに区分けし、それぞれの地区の特徴を生かしながら一体的な商業活性化を目指す。下町地区は、歴まち事業を柱として、集積区域整備事業を実施してきた。

平成15年 「壺番蔵」を拠点とし、歴まち商店街協同組合が管理運営を実施

平成16年 「江差朝市・新鮮組」開催

平成17年 「いにしえ街道」オープンフェア開催

事業の概要

地区内に存在する歴史的・文化的・人的資源を生かし、「守り」「育て」「創る」を意識しながら、数多くのソフト事業を展開している。

「いにしえ夢開道」

平成5年より「職人芸が生きる工芸品と食」をコンセプトに「いにしえ夢開道」（春、秋）を街路内で実施している。

CI活動

ペン画家の唐澤照文さんによるイメージキャラクター「夢作」誕生、現在では各店主をイメージしたキャラクターも作成。干支を題材にしたマスコットも作成している。

町民野外劇「江差幕末物語」の実施

幕末の榎本武揚、土方歳三を主役に「開陽丸」が江差沖に沈んだことをテーマに演じられている。

「壺番蔵」を利用したライブコンサートの実施

毎回多彩なゲストを招いたライブコンサートの実施。

年々年越しイベントの実施

「壺番蔵」で餅つき、年越しそば、「切声」等のイベント開催。

北前の道ウィンドギャラリーの実施

地区内の一般家庭、商店によるウィンド展示。

旧檜山郡役所前での夕焼けコンサートとピアガーデン

日本海に沈む夕焼けを背景に地元中学生のブラズバンドの演奏と手作りピアガーデンの実施。

「夢作宣伝社」(ちんどん屋)

商店街組合員によるイベントPR事業の実施。

「江差朝市・新鮮組」

平成16年から、姥神社前広場で5月～10月まで、第1、3土曜日に朝市を開催、15、6件程度の出店により、地場産の活イカや新鮮な野菜等が並ぶ。商工会青年部も、朝市集客企画(クワガタ虫プレゼント)や、オリジナル商品「江差産寒のりラーメン」等を朝市で販売し、好評である。

事業の効果

「いにしえ街道オープンフェア」は、人口1万人の江差町に1週間に約6万5千人の人を集めた。住民参加型の企画も多く、町人には和服姿での参加を呼びかけ、「江差沖上げ音頭」「江差餅つき囃子」「江差追分」などの郷土芸能が披露され、郷土料理の屋台や朝市は、観光客でにぎわった。

「歴史を生かすまちづくり」の先進地視察が、数多く訪れるようになっている。

地元小学生による「写生会」や、修学旅行の受け入れの実施により、歴史・文化や地域の景観に対する総合学習の場を提供している。

各種イベントを活用した商店街活性化事業は、地元住民に定着している。朝市についても、「朝市なら地元の活イカが手に入る」と評判になっている。

事業の課題

「いにしえ街道」の整備は、道路拡幅事業と同時並行で実施されてきたが、移転補償費等での困難な事例や、商店の閉鎖により空き地となってしまった土地や、今まであった生鮮食料品店や本屋が「いにしえ街道」内から移転してしまったケースもある。今後更なる商店街の魅力向上のために不足業種の出店が望まれる。

また、地元住民と観光客双方をターゲットとした商店街づくりを目指すため、地元住民が観光客と一緒に楽しむことが出来るような商店街活性化事業を地元住民自身が企画し実施していく体制作りが課題である。

江差町歴まち商店街

所在地	: 檜山郡江差町
組合員数	: 27名
商店街の類型	: 近隣型商店街
関連URL	: http://homepage1.nifty.com/esashi



江差町歴まち商店街



行列の出来る「江差朝市・新鮮組」

小樽運河周辺の歴史的建造物を活かした商業集積

！ ここがポイント

小樽運河周辺の歴史的建造物とその街並みを保全し、石造建造物を商業施設として再活用を図りながら、にぎわいづくりを推進。



多くの観光客で賑わう小樽運河

事業実施の背景

小樽市は、北海道西海岸のほぼ中央に位置し、天然の良港と豊かな自然環境に恵まれたまちで、港を核として、商工業・金融・海陸輸送などの面で大きな役割を果たし、歴史と伝統を継承しながら、北海道の拠点として発展してきた。

小樽経済の最盛期は、大正末期から昭和11年頃であり、小樽運河も大正12年に国内唯一の海岸沖合埋め立て方式で完成している。

その後、北海道経済の中心が札幌へ移転し、小樽は高度成長期の発展から取り残され、小樽運河もその使命を終え、運河周辺には過去の小樽の繁栄を物語る重厚な木造石造りの倉庫群、商社や銀行などの歴史的建造物が数多く残された。

こうした中、昭和41年に交通渋滞解消策として、運河全面埋め立ての都市計画決定がなされ、工事が進捗する中で、運河保存を訴える市民運動が起こり、運河の埋め立てか保存かをめぐる「小樽運河論争」が始まった。

10年以上の議論の末、最終的に昭和61年

運河の幅の半分を埋め立てて道路とし、残りは御影石を銀杏模様に敷き詰めポケットパークの配置やガス灯がともる散策路として整備された。

事業の概要

小樽運河周辺再生

再生された小樽運河は、小樽のシンボルとして定着する一方、運河周辺には昭和58年頃から、民間資本による新しい投資が活発に行われている。古い石造倉庫の再活用や歴史的建造物と調和したデザインの建物が新築され、ガラス工房やレストラン、寿司屋、地ビールなどが次々と誕生し、往時の賑わいを取り戻している。

石造り建造物、木骨レンガ造り

とりわけ、昭和58年に、明治の石造建造物の旧木村倉庫を店舗として再活用した「北一硝子三号館」の開業をきっかけとして、石造り建造物が次々に商業店舗として再活用されるようになり、現在、北一硝子関係の店舗だけで、18店舗も集積している。

このほか、明治の木骨レンガ造の建物を活用したオルゴール館や明治29年創業の現存する北海道最古の時計店、コンプ専門店の展開など個性豊かな店舗が集積し、活況を呈している。

屋台村「小樽出抜小路」

また、平成17年には明治・大正時代の雰囲気伝える屋台村「小樽出抜小路」が「地産・地消・地人」をテーマに22店舗でオープンし、新たな飲食施設として、多くの市民・観光客が訪れている。

行政の取組

行政では昭和58年に北海道で初の「小樽市歴史的建造物及び景観地区保全条例」を制定し、歴史的

景観保全の取り組みを進めるとともに、「小樽市都市景観賞」を設け、都市環境の向上とまちづくりへの市民の関心を高める取り組みを行っている。

また、運河に面した歴史的建造物「旧小樽倉庫」を取得し、博物館や観光物産館「運河プラザ」として活用している。

事業の効果

小樽運河周辺は、今や小樽の基幹産業である観光のシンボルとして大きな役割を果たしている。

年間約750万人の観光客が訪れ、観光産業は小樽経済に大きな効果をもたらしている。

また、最近の観光動態として、小樽をロケ地として公開された映画「ラブレター」などの影響により、韓国や台湾などの東アジア圏を中心に外国人観光客が増加するなど、国際的な観光スポットとしても注目を浴びている。

一方、運河周辺は、観光の閑散期の新たなイベントとして平成11年から毎年2月に開催されている「小樽雪あかりの路」のメイン会場として、運河の水面に浮かべた浮き球キャンドルや散策路に設置したスノーキャンドルが訪れる人々を魅了し、期間中約50万人の来場者を集めている。

事業の課題

小樽運河周辺は、小樽の観光に大きな役割を果たしているが、小樽観光の課題である宿泊滞在型への移行のために、観光客の多様なニーズに対応できる受け入れ体制の整備とともに周辺施設のさらなる魅力の向上を図る必要がある。

特に、北運河は運河創建時の幅40mの水路のままであり、旧日本郵船小樽支店などの周辺施設との回遊性を高めることにより、小樽観光の質的向上に大きな役割を果たすことが期待される。

小樽運河周辺商業集積

所在地	: 小樽市
会員数	: 運河周辺商店約100店
商店街の類型	: 広域型商店街



石造り倉庫を利用した「北一硝子」館



ノスタルジックな「小樽雪あかりの路」

「福祉対応型商店街」を目指して

商店街等活性化事業の事例

青森県青森市 青森市新町商店街

！ ここがポイント

コンパクトシティ構想の下、にぎわいあふれる「福祉対応型商店街」に向けた取組み。



事業実施の背景

新町商店街はJR 青森駅から1kmほど広がる商店街で、青森市の中心市街地として発展してきたが、昭和63年の青函連絡船の廃止により駅前からの人通りが急減した。

また、モータリゼーションの進展や居住人口の郊外シフト、病院や図書館といった主要集客施設の移転なども中心市街地の衰退の一因となっていた。

こうした中、新町商店街では、「商店街に訪れる顧客にとって何が一番望ましいのか」ということを検討し、「人と緑にやさしいまちづくり」というコンセプトのもと「福祉対応型商店街」という理念を形成した。

その背景には、商店街は商業者単独では生き残れないという危機感と、商店街は商業者だけのものではなく、訪れる人すべてのものであり、半公共的福祉施設であるという意識があったためである。

そのため、自分のためだけでなく地域のためという視点を持ち、地域と連携していくことが重要だと再認識して各種事業を構築している。

事業の概要

一店逸品運動事業

- ・商店街の個店の魅力向上のため、商品政策（マーチャンダイジング）を導入
- ・お店回りツアーによる消費者へのダイレクトな個店PR
- ・観光客にも人気の逸品カタログ作成 等
- ・行政・NPO等との連携事業
- ・小さな子供を持つ両親が「まちなか」に子連れで過ごせる空間（子育て支援施設「さんぼぼ」）を運営（市から委託／子育て支援グループ等と連携）
- ・道路を活用し、NPO等約50団体と連携する「しんまちふれあい広場」を実施
- ・新町商店街を含む中心7商店街が共同で宅配サービス事業実施。（集配作業等でNPO等と連携） 等
- ・タウンモビリティ事業など
- ・商店街の移動をスムーズにする電動スクーターや買い物カートなどの無料貸出サービス
- ・26カ所（約3,000台）の駐車場で利用できる共通無料駐車券
- ・バスカードなどと交換できる縄文スタンプ事業 等

事業の効果

商店街の魅力の再発見

一店逸品運動、特にお店回りツアーにより、日常的に利用する消費者に直接商品をPRすることで、商店街の魅力が再認識された。

また、商店街の各個店においても、自信を持ってお客様に薦める商品を検討する中で、売り手視点から買い手視点での商品構成を進めるきっかけとなった。

来街の利便性向上

子育て支援施設運営により、利用者から、「商店街に足を運ぶきっかけになった」等の意見もあり、これまで来街動機が少なかった新たな層の顧客が開拓されつつある。

また、共通無料駐車券システムにより、商店街の課題である「駐車場」が確保でき、来街利便性が向上した。

「まち使い」をすすめる交流の場の創出

NPOなどの各種団体と連携することで、「障害者」や「高齢者」等の来街機会が増えるとともに、NPOの事務所が商店街内に開設されるなど、多様な交流が生まれた。

組合の垣根を越えた意識の醸成

一店逸品運動の取組みに他の商店街の店舗が参加するなど、組合の垣根を越えて地域の活性化に対する意識が醸成されつつある。

事業の課題

事業の自立化

国や市からの補助期間は限度があるため、事業の継続には「事業採算の確保」が最大の課題であり、必要経費に見合った収入の確保を検討する必要がある。

商店街全体への波及

各種事業の展開により来街者は増加しているが、商店街の一部エリアでのみ滞留しているため、商店街全体へ波及させる仕組みが必要である。

連携体制の一層の強化

地域団体等とのより一層の連携強化により、商店街の「まち使い」を進め、両者にメリットのある関係を構築するとともに、協働して活性化に取り組む必要がある。

広報活動の強化

消費者への直接PRや広報誌・ホームページ等での広報活動を行っているが、更なる認知度の向上のため、有効な広報活動の展開が望まれる。

その他、各事業における課題

採算の確保、対象者の拡大、個店の参加体制強化等

青森市新町商店街

所在地	: 青森市
会員数	: 187組合員
商店街の類型	: 広域型商店街
関連URL	: http://www.jmonne.jp/%7Eshinatil/



新町商店街



「しんまちふれあい広場」の様子

！ ここがポイント

「昭和の町」として整備を始めた商店街に、青梅のまち全体が博物館という新しい概念（フィールドミュージアム）で活性化。



来街者でにぎわう青梅宿アートフェスティバル、特設舞台を設けた昭和レトロ商品博物館と青梅赤塚不二夫会館

事業実施の背景

東京都青梅市は都心から西に40～60km圏に位置し、秩父多摩甲斐国立公園の玄關口として、豊かな自然環境に恵まれた都市である。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しており、その扇の要に当たる。青梅駅周辺は西多摩地域最大の繁華街として昭和30～40年代に最盛期を向かえ、「青梅市の顔」として中心商店街の役割を果たしてきた。

しかしながら、モータリゼーションの進展、交通体系の整備、消費者のライフスタイルの多様化などの影響を受け、大型小売店など商業施設の郊外展開が進んだ。この結果、空き店舗も増加し、商業機能の空洞化も危惧されている。

このような状況に対し、青梅における商店街の振興策として、大正・昭和のレトロな風景を活かしたまちづくり、景観を重視したまちづくりが基本コンセプトにあげられており、住江町商店街では、町内の空き店舗を活用し、集客のための施設として、平成11年に「昭和レトロ商品博物館」、平成15年に「青梅赤塚不二夫会館」を開設した。2館の入館者は年間約6万人となっている。

集客力が高まる中で、更なる活性化を目指して、商店街の商店一つひとつが博物館であり、店の主人が学芸員であるというコンセプトで「まるごと博物館」事業をスタートさせた。

イベント「青梅宿アートフェスティバル」は、平成3年に住江町商店街振興組合により開催されたが、年を追うごとに参加商店街も増え、15回を数える平成17年度は7商店街で実施した。

また、このアートフェスティバルで映画看板を掲示したところ、好評であり、映画看板のある街として、全国的に知られるようになるきっかけとなった。アートフェスティバルの参加商店街が増えていく中で、商店街間の交流も進み、イベント時だけでなく、半日から1日、来街者に青梅を楽しんでいただけるように、8商店街で「ぶらり青梅宿ガイドブック」を作成した。

このような中で、JR 東日本では、青梅駅をレトロ化する「レトロステーション」事業の実施、市内にある明星大学の造形芸術学部の学生が、アートフェスティバル開催時に空き店舗で作品展示等を行うなど、商店街の枠を越えた活動となってきた。

これらのことから、商店街では、既存の商店街の枠を越えた組織をつくり、活性化を進めることとし、「ぶらり青梅宿実行委員会」を組織し、「おうめまるごと博物館」構想を推進することとした。

事業の概要

青梅市の美しい風景を育む条例、青梅市商店街振興プラン、青梅商工会議所「魅力ある商店街づくり・まちづくり」などの条例、計画を基本に、誇りの持てるまちづくりをすすめ、買い物、食事もできて一日楽しめる観光商店街「ぶらり青梅宿」を推進する。

活性化部門とイベント部門により構成、車輪の両輪として進める。

活性化部門

青梅駅周辺の地域を特性ごとに3つのフィールドに分け、地域資源を活かし、箱物でなく、まち全体を博物館化して活性化を図る。

・町屋まるごと博物館（上町、仲町地区）

江戸時代後期の土蔵造りの商家（東京都指定有形民族文化財）明治期の建物の店舗、蔵等が存在。

・昭和まるごと博物館（本町、住江町地区）

青梅赤塚不二夫会館、昭和レトロ商品博物館などが存在。

・匠まるごと博物館（西分町、勝沼地区）

古くから青梅を担ってきた織物産業を代表してきた青梅織物工業協同組合、鍛冶屋、竹細工店が存在。

これら地域の資産を活用して、活性化を図る。

ソフト部門

・地域ブランドづくり事業

青梅の代名詞を創出する。

・シンクタンク「商行宿」事業

さまざまな領域の専門家と商業、行政、市民（青梅宿）との連携強化を図り、次世代の青梅宿を作りあげる。

・イベント事業

青梅宿「歳時記フェスティバル」を開催し集客に努め商店街とまちのPRを行う。

春 朧月夜の青梅宿（青梅宿さくらまつり）

夏 真夏の夜の青梅宿（昭和の夏の定番、肝だめし）

秋 晩秋の青梅宿（青梅宿アートフェスティバル）

冬 光と影の青梅宿（影絵とキャンドルアート、年末のイルミネーションを青梅宿流に演出）

・ガイドブック作成事業

青梅宿の楽しみと商店街の情報を提供するガイドツール。第1編「レトロ編」、第2編は発行済み。今後も定期的に発行していく予定。

事業の効果

他の商店街と連携したイベントの開催、ガイドブック作成等の活動が礎となり、各商店街が協力してまち

づくりを進めていこうという機運が高まって、平成18年3月26日、買い物も食事もできて一日楽しめるまち＝観光商店街「ぶらり青梅宿」を推進するため「ぶらり青梅宿実行委員会」を発足することができた。

事業の課題

商店街の努力により来街者は増加しているが、一定の商店街の範囲に留まっているのが現状である。実行委員会において、前述のとおり事業を計画しているが、来街者にいかに全商店街を回遊してもらえるか、また、来街者を増やしていくかを考えながら、それを着実に実行していくこと、さらに、事業をいかに展開していくか、が今後の課題である。

青梅市内8商店街

上町商店会、仲町商店会、本町商店会、仲通り睦会、キネマ通り睦会、住江町商店街、西分町大通り振興会、東栄会

所在地：青梅市上町、仲町、住江町、西分町、勝沼（JR 青梅駅周辺）

会員数：8商店街 180商店

商店街の類型：地域型商店街

関連URL

青梅本町商店会：<http://honcho.ome.jp/>

青梅赤塚不二夫会館：<http://akatsuka-kan.ome.jp/>

昭和レトロ商品博物館 <http://www.10.ocn.ne.jp/~retoro/>



街なかにある映画看板

！ ここがポイント

SOHO など都市から新産業を創出するとともに、市民、事業者、大学とのコラボレーションによって中心市街地を活性化。



まちづくり三鷹の事業範囲

事業実施の背景

三鷹市は、新宿から20分に位置する住宅都市として発展してきたが、近隣の大規模商圏に購買力を奪われるとともに、大・中堅工場の流出も続き、域内雇用力や地域産業が脆弱化してきた。そこで平成8年には多摩地域で最初となる「三鷹市産業振興計画」を策定し、商業では三鷹未来塾などの人材育成事業、工業では工場アパート等を実施してきた。その後平成10年より、住宅都市と共存できる新たな産業として「SOHO (small office home office)」に注目し、「SOHO CITY みたか構想」を定め、インターネットやパソコンを活用した情報通信関連いわゆるIT事業者の集積と振興を図ってきた。平成11年には、中活法のTMOとなる「株式会社まちづくり三鷹」を三鷹商工会、市内事業者とともに設立し、三鷹駅前の商業発展とIT事業者の集積という両軸に足をおいた中心市街地活性化事業に取り組んできている。

事業の概要

中心市街地の活性化事業

「三鷹電子商店街事業」

地元商店街の販売促進と販路拡大に向けて「地域密着型の電子モール」を構築し、24時間、全国にネット販売を13年度から開始。現在120店舗が参加し、共同決済、共同配送、市内無料配送を実現してきた。それにより個店のITが進むとともに顧客情報の蓄積を図っている。

「三鷹産業プラザ1期2期の建設整備」

地域から新たな産業を創出するために、SOHO及び都市型産業が集積できるよう、独立行政法人中小企業基盤整備機構（前地域振興整備公団）とともにインキュベーション施設として平成12年に第1期三鷹産業プラザを建設整備した。入居企業28社ユニット、地域情報センター（SOHOサロン）を整備してきた。

その後、リノベーション補助金、高度化無利子融資を活用して、まちづくり三鷹が単独でテナントミックス事業として第2期三鷹産業プラザを建設。商業店舗として16店舗、ITルーム2室、会議室3室が整備された。

SOHO CITY みたか構想の推進

「コーディネート相談事業」

三鷹産業プラザでは、毎日無料で企業の社長による創業や経営の相談、三鷹経営コンサルティング協会による専門相談が実施され、身近での創業支援環境を整えている。加えて、技術アドバイザーによる三次元計測器の測定指導も行っている。

「ビジネスプランコンテスト」

地域から創業者や優秀なビジネスモデルを発掘するために、平成13年からビジネスプランコンテストを開催してきた。賞金だけでなくコンサルティングを重視するとともに、場合によっては、TMOによる株式の取得（投資）による支援を行っている。

「ベンチャー カレッジ」の開催

シニアや主婦層の創業を促進するために、創業塾を開催。講師陣は全て地元の人材に依頼し、受講後に地域人脈になるようにしかけている。

「NPOとの連携事業」

NPOシニアSOHO普及サロン・三鷹とは、パソコン講習会等を通じて、高齢者の地域社会でのプラットフォーム形成を支援している。NPO子育てコンビニは、みたか子育てねっとの運営事業を行っている。

都市型産業の育成事業

「地域新生コンソーシアム事業」

三鷹の光工学関連企業、大学そしてまちづくり三鷹との産官学の連携により、「医療用高解像度立体視顕微鏡」の開発とそれに必要な手術用針と糸の試作開発を行ってきた。産官学の恒常的な連携を進めるために「三鷹光ワークス」を構築し「レンズがわかるセミナー」やCADを使った「レンズセミナー」などを開催し、光工学関連の人材育成を進めている。

事業の効果

三鷹産業プラザを中心にソフト事業とハード事業が総合的に実施され、新規事業所の立地集積と従業員が増加しただけでなく、中央通り商店街の来場者（通行人）が増加した。加えて、多様な事業展開をすることによって、商業、工業など既存事業者とITやSOHO事業者との交流や事業連携が図られ、幅広いビジネスチャンスが生まれている。

事業の課題

まちづくり三鷹やSOHO倶楽部（SOHO同士が作った任意団体）が中心になって、空き店舗や空きオフィスを借上げてインキュベーション施設を整備してきたが、いまだにオフィス需要を満たすことができない。特に、SOHOから一定規模となった企業が入居できる500㎡程度のオフィスが整備されていない。

加えて、中心市街地では、商業店舗の跡地がマンション主体の住宅開発に偏り、店舗・オフィスなど都市機能のバランスが悪くなっている。中心市街地の賑わいを創出するためには、観光事業を本格的に実施することや魅力ある人材の創出やコンテンツなどを探し出すなど新たな視点が求められている。

(株)まちづくり三鷹

創 立 : 平成11年9月28日
資 本 金 : 2億7250万円
所 在 地 : 三鷹市
関連URL : <http://www.mitakane.jp/tmo>
E-mail : hfo@mitakane.jp



まちづくり三鷹の連携イメージ



SOHOユニット



中心市街地活性化シンポジウム

！ ここがポイント

「街の機能再編」「定住人口の増加」「商業の活性化」等による特色あるまちづくり事業を、市民、企業、行政のパートナーシップのもとに展開。



りんご並木と橋南第一地区再開発ビル

事業実施の背景

飯田市の中心市街地は、「丘の上」とも呼ばれる天竜川の河岸段丘上に位置し、橋南、橋北、東野の3地区で構成されている。商店街が縦横に発達し、1970年代までは、総人口約19万人の広域商圈として、何でも揃う唯一の場所としての地位を誇っていた。しかし、面積が狭く地価の高い市街地から郊外への人口流失が進み、近年にはロードサイド型の商業集積が郊外バイパスを中心に形成された。このような中、商店主達が危機感を抱き、平成2年から活性化のための検討会を頻繁に開いて話し合い、「商業の振興だけでは、もはや街を活性化できない」という考えに至り、「暮らしを支援するまちなか居住」が中心市街地再生のテーマとなった。以後、市民、企業、行政のパートナーシップのもとに様々な取り組みを展開している。

事業の概要

市街地再開発事業

- ・橋南第一地区市街地再開発事業(H13 竣工)
商業機能、交流機能、住宅機能を併せ持つ地上10階建てで、高度化資金を活用。また、市営駐車場(80台)を隣接させ利便性が高い。1階には地元スーパーマーケットを中心に生花店やレストランなどがあり、2階、3階に、歯科医院、ハローワークプラザとともに、市役所の機能を一部移転した「飯田市りんご庁舎」が入居し、住民票や税証明等の交付や手続きが行える他、市民サロンや会議室を市民が利用。4階から10階は、14種類の間取りの都市型住宅(42戸)が造られ、ほぼ即日完売となった。
 - ・橋南第二地区市街地再開発事業 (H18 年竣工予定) 第一地区の北側に隣接し、店舗、業務、住宅、金融機関、川本喜八郎人形美術館、駐車場で構成され、H16年に工事着工。
 - ・堀端地区優良建築物等整備事業(H19 年竣工予定) 店舗、健康福祉、ケア付き高齢者賃貸住宅、住宅により構成。H18年に工事着工。
- りんご並木三連蔵整備事業(H12 竣工)
- 歴史的建造物であるりんご並木の三連蔵を市が取得・改修し、一般に開放。市民や観光客の交流拠点となっている。
- テナントミックス事業(H15 竣工)
- 第一地区の隣接地にTMO(株)飯田まちづくりカンパニーが空き店舗を取得し、テナントビルを建設、7店舗が入居。1区画が小スペースのため、大半が起業家の出店。
- 福祉サービス事業(H14年竣工)
- TMOがケア付き高齢者共同住宅「アシストホームりんご」(6世帯)を建設、賃貸。

一店逸品運動事業

NPO いいだ応援ネットアイデアが、個店の個性化を図り、まちの商業の魅力を高めるために、H16より、継続事業として運動を展開している。参加店30店舗。

チャレンジショップ事業

大規模リニューアルを行った駅前SCの4階の一部をNPOが借り、5区画のチャレンジショップを運営。卒業店が商店街の空き店舗に出店している。

まちなか音楽・映画鑑賞事業

「街をもっと楽しくしよう」という思いを持つ若者が中心の市民団体IDAWAVEが、屋外ライブ（月1回）や音楽コンテスト、映画の名作鑑賞会などの事業を会員制で実施。会員数は200名で、事務局をTMOが担う。

商店街環境改善活動事業

電線地中化が行われた駅前中央通商店街では、名称を“ガーデンズ”に改称し、市民の庭となることをコンセプトに、リサイクルステーションの設置や、地域ぐるみ環境改善活動「南信州いいむす21」にも参加している。

事業の効果

市街地の整備と商業等の活性化の連携による複合的再開発事業による拠点形成に取り組み、商業、業務、住宅、文化交流、公共公益といった都市機能の集約化が図られ、りんご並木、駅前を中心に若者によるNPO、ボランティアグループの活動も起こり、まちに新たな賑わいが生まれている。

事業の課題

再開発事業を中心としたインフラ整備が整いつつあり、今後は、より魅力溢れる都市空間にグレードアップさせるために、りんご並木を中心とした新たな商業核と駅前SCを中心とした商業核の機能強化を行い、魅力あふれる商業・サービスを再構築していく一方で、従来それ程重視しなかったまちなか観光事業を、市、南信州観光公社、民間事業者と連携して推進する。また、NPOが展開している一店逸品運動や経営指導を、より多くの商店に広め、個店の強化が必要となっている。

(株)飯田まちづくりカンパニー

設立年月日	: 平成10年8月3日
所在地	: 飯田市知久町1-10
資本金	: 2億1,200万円
URL	: http://www.machkan.jp/



三連蔵屋外ライブ



一店逸品フェア



中央通り商店街

！ ここがポイント

緊急性のある地域、事業を優先し、活性化へ行政・TMOが協働。活性化計画事業の具現化に行政・TMOが動けば民間が動く。



もんぜんぶら座（旧大手スーパービル）

事業実施の背景

- ・長野市では平成10年に冬季オリンピックが開催され、新幹線、高速道の整備が進み、平成11年には中核市へ移行するなど都市の基盤整備が進んだ。
- ・長野市の中心市街地は、善光寺の門前町として歴史的な蓄積を持ち、さまざまな便益を提供しその中心を担ってきたが、一方で、車社会への移行が急速に進み、郊外への人口流出に伴う都市機能の移転やロードサイドへの大型店出店が進行。中心市街地の商業機能の衰退が問題となってきた。
- ・平成12年、中心市街地の核店舗であった地元百貨店、大手総合スーパーが相次いで撤退し、中心市街地の空洞化が深刻化。
- ・平成13年に長野商工会議所がTMO構想協議会を設け検討、平成14年2月、大手流通業OBをタウンマネージャーとして招聘。同年3月にTMO構想が認定された。平成16年5月には、(株)まちづくり長野がTMO認定を受け、中心市街地活性化に向けた本格的な取組みを進めている。

事業の概要

空洞化の深刻な中央地域の大型空き店舗の後活用と地域再生

【もんぜんぶら座】

- ・平成12年12月に大手総合スーパーが撤退。ビル会社は後継テナントを誘致しようとしたが難航し、長野市が平成14年8月に中心市街地活性化策を進める目的で土地と建物を取得した。
- ・後利用計画について、市民の声として公共的施設と商業施設の複合的活用の要望が高かった。周辺住民には高齢者が多く、街中から食品スーパーが消え日常生活品の購入に苦労するとの声があり、地元住民等5610名による食品スーパー開設の陳情書が市に出された。
- ・長野TMOは、ビル1階に食料品店を計画。平成15年4月に全国でも異例のTMO直営店「TOMATO食品館」をオープンした。
- ・ビル地下1階、2階、3階部分は、子育て支援や市民活動支援の施設とし、平成15年6月にグラウンドオープン。商業機能と公共機能が複合した中心市街地賑わいの核施設として活用されている。

【長野銀座A-1地区再開発】

- ・平成12年7月に地元百貨店が撤退。景気低迷、百貨店退店という状況で従来あった再開発計画が動けなくなっていた。
- ・学識経験者、市民代表等からなる「長野中央地域まちづくり検討委員会」での検討など、百貨店跡地を含めた新たな再開発構想が持ち上がり、地元放送局の信越放送(SBC)が跡地への進出を決定。
- ・施設愛称は「TOiGO」(トイゴ)、商業施設、公共施設、放送施設として、平成18年8月に完成予定。敷地面積約6640㎡、4F建ての銀座棟、10F建てのSBC棟からなり、道路を挟んだ南側へ駐車場(長野銀座D-1地区再開発事業)も整備中。

善光寺門前で空洞化した商店街の再生

【ばていお大門 蔵楽庭(くらにわ)】

- ・善光寺門前の大門町には、活用されていない土蔵、立派な庭を備えた空き家屋が多くあった。これらの地域資源活用による商店街の活性化と善光寺拠点を支える新しい魅力拠点の形成を図るために、テナントミックスによる新たな商業施設を設置する「ばていお大門整備事業」が計画された。
- ・コンセプトは「小さな旅気分を味わえるまち」。
- ・観光客重点から市民生活者も訪れる施設を目指しバテオ(中庭)を中心に面的に整備。インテリアショップ、レストラン、カフェ、土産物店など20店舗が出店している。

空き店舗後活用(TMO)

【楽茶れんが館】

- ・明治時代末期の馬車引き会社の建物として建てられた当時流行の煉瓦造りの西洋館であり、平成3~14年は長野市物産館として利用されていた。
- ・利用者減少に伴い物産館の閉鎖が決定。歴史と趣きのある建物を有効利用するため、TMOが後活用。「信州そば米」「長芋」を使った善光寺門前にふさわしい『楽茶御膳』、手作りケーキなど季節と地元らしさをアピールした料理を提供している。

事業の効果

- ・行政、TMOが口火を切ることで、大型店撤退による中心市街地衰退に歯止めがかかり、空き店舗への出店(H15年度以降、市の空き店舗補助金利用実績28件)、マンション建設(H15年度以降、施工済6棟277戸、施工中1棟50戸)、シネコン進出(H18年6月オープン予定)など民間投資も進んでいる。
- ・都市ストックを活用して街の魅力を高めることで、居住者増加、賑わい回復の傾向が始まっている。

事業の課題

- ・行政、TMO、民間(住民、地権者、事業者など)のさらなる協働体制の強化。
- ・「TOMATO食品館」、「ばていお大門」、「楽茶れんが館」の事業定着。
- ・TMOの財政的、組織的基盤強化。ソフト事業推進。

(株)まちづくり長野

創 立	: 平成15年1月17日
資 本 金	: 8,000万円
所 在 地	: 長野市
関連URL	: http://www.machidukuri-nagano.jp/
E-mail	: hfo@machidukuri-nagano.jp



TOiGO(トイゴ)



楽茶れんが館



TOMATO食品館

！ ここがポイント

第三セクター「黒壁」が民間主導でガラス事業を展開。都会から帰ってきた若い後継者が家業に専念しながら、伝統文化「長浜曳山祭り」を愛し、継承。



ガラス館

事業実施の背景

長浜は秀吉がはじめての城持ち大名になった地で、また大河ドラマ「功名が辻」の「山内一豊」は三代目の長浜城主である。当地は「楽市・楽座」で知られるように、430年の間商業の街として栄えてきた。特に、地場産業として高級絹織物「浜縮緬」が長く当地の地域経済を支えてきたが、和装の衰退と共に業界も縮小していった。

また、昭和50年代に入りモータリゼーションの発達、大資本のショッピングモールの郊外進出などにより、中心商店街は急激に疲弊していき、店主は高齢化し、シャッター通りとなっていった。かつては、湖北地域15万人の商圈を誇っていた商店街は、月間わずか約4,000人の来街者となり、日曜日の午後1時間にメイン通りを「人4人と犬1匹」しか通らなかった。当然、市民の悩みはこうした経済の衰退によって生活が脅かされることであるが、それだけでなく、秀吉の時代から護り継がれてきた豪華絢爛な子供歌舞伎を曳山と呼ばれる山車の上で演じる「曳山祭り」の継承が困難になることが問題となっ

ていた。

さらに追い討ちを掛けたのが、昭和60年代初めにカトリック教会の郊外移転に伴い、旧黒壁の建物が売却され、その跡地にマンションの建設計画が持ち上がったことである。この建物は、明治33年に国立第百三十銀行長浜支店として建てられその黒漆喰の洋館である外観から「黒壁銀行」として親しまれ、その後、明治銀行、専売公社、カトリック教会に姿を変えながら街の賑わいを見つめ続けてきた。この街のランドマーク的な建物が取り壊されると聞き、当時の市役所職員が危機感を持って、地元の財界人に相談を持ちかけた。

そこで立ち上がったのが、青年会議所OBを中心としたメンバーで、貸しビル業、ホテル業、金属加工業、建設業、倉庫業などの様々な業種の企業家達である。当初、土地、建物の買戻しと修復資金等で1億3千万円の資本金(長浜市4千万円、民間8社9千万円)で第三セクター「株式会社黒壁」がスタートした。建物は確保できたが、事業として何をすることが未だ決まらない。何度か役員会を重ねるうち、初代社長から「ガラスを作っている所には沢山の人が集まる。ガラスをやるう」との提案で、役員がヨーロッパに行き、超一流のガラス文化に感動し、長浜で本物のガラス事業を展開することとなった。

事業の概要

こうして、平成元年7月1日、黒壁一号館黒壁ガラス館、二号館スタジオクロカベ(オリジナル工房)、三号館ピストロミユルノワール(レストラン)からなる黒壁スクエアが誕生した。その後、NHKで紹介され、観光客、特に女性が口伝えて広めたこともあり、来街者が順調に増加した。

観光客の増加に伴い、ガラス館の横を走る北国街道の古い民家を借り受け、ガラスにかかわる直営店を増やし「北国街道」を「ガラス街道」として展開していった。平成4年には、江戸時代からの醤油の製造卸の商家を譲り受け、ヨーロッパ各地で買い付けたアンティーク美術品を商家の佇まいに展示した国内唯一のガラス美術館をオープンした。こうして、単なるガラスの物売りではなく、本物のガラス文化を発信することに心掛けてきた。平成15年には、それまでの黒壁のガラス技術の集大成としてオリジナルブランド「リフレクションクロカベ」を発表した。黒壁の理念は、「お客様に常に新たな感動を与える」ことであるが、今では、来街者が年間200万人を迎え、そのうちリピート客が40%強を占めるまでに至っている。

事業の効果

黒壁オープン当初は、地元商店街は冷やかな目で迎えていた。しかし、年々増加していく観光客にシャッター通りのシャッターが徐々に開き、今では黒壁スクエア300メートル四方にシャッターの閉まった店はほとんど無くなった。黒壁直営店の年間売上げは6億円から7億円であるが、地元にとす経済効果は30億円とも言われている。

黒壁	来街者	推移
平成 元年		9万8千人
平成 3年		34万5千人
平成 5年		73万7千人
平成10年		162万3千人
平成15年		217万7千人

事業の課題・反省点

これからの課題として3点挙げられる。

- 1) 今まで、ガラス文化を基軸としながら、増加するリピート客に新たな感動を与えるべく、万華鏡展、美術館特別展、フィギュアミュージアム誘致等仕掛けをしてきたが、順次企画

をしていくことが資金的にも大変である。

- 2) 第三セクターということで、これまで出資金以外一切行政の補助を受けていないが、事業拡大とともに、運営資金の調達コストの負担が大きくなってきている。
- 3) 創業17年と若い企業であり、構成するスタッフも非常に若い。磐石な経営体質にすべく人材育成等が今後の課題である。

(株)黒壁

創 立	: 平成元年4月11日
資本金	: 4億4千万円
所在地	: 長浜市元浜町
店舗数	: 13店舗
業務内容	: 国内ガラス工芸品の展示販売 海外アートガラス輸入、展示販売 ガラス工房運営、オリジナルガラス制作販売 食堂喫茶の運営 まちづくり文化に関する情報、資料収集提供
関連URL	: http://www.kurokabe.co.jp



吹きガラス

「再発見と新創造」城下町の挑戦

！ ここがポイント

地域資源を活かした新名所。江戸町屋風、大正ロマン、ケータイ、脳にやさしい音楽、寺子屋など多彩なキーワード。

商店街等活性化事業の事例

滋賀県彦根市 彦根市内6商店街



夢京橋キャッスルロード

事業実施の背景

滋賀県彦根市は、日本列島のほぼ中央・国土軸の東西南北の交点という要衝にあり、琵琶湖の東北部に位置している。中心市街地には、国宝・彦根城がそびえ、東に石田三成ゆかりの佐和山城跡がある。関ヶ原の戦いのあと徳川四天王の一人、井伊直政がこの地に任ぜられ、その意志を継いだ、長男直継、次男直孝が20年の歳月をかけて「彦根城」を築城したのが始まりで、その後開国の祖井伊直弼公を輩出し、35万石の城下町として栄えた。

そのような歴史的背景を持ちつつ、商店街も栄枯盛衰を辿り、昭和初期より銀座商店街が県内屈指の商店街として賑わった。しかしながら、オイルショック後、郊外への住宅地や大型店、ロードサイド店などの立地が進み、人口重心や消費者の利便性から中心市街地は、衰退へと向かった。

彦根市における中心市街地にある商店街は、12商店街であるが、その数もピークの800店から400店弱と激減している。

事業の概要

ハード整備

そのような中、平成元年から10年がかりで「夢京橋キャッスルロード」が街路拡幅事業に取り組み、江戸町屋風のファサードに統一され、年間45万人の来街者が訪れるほど賑わいを回復した。この事例は、市内の各商店街へ成功事例として波及した。

その後、平成10年の中心市街地活性化法の施行と同時にTMO構想によるファサード整備事業を花しょうぶ通り（町屋風）・登り町グリーン通り（欧風）・おいでやす（なまこ壁風）・四番町スクエア（大正ロマン風）の各商店街が実施、銀座商店街においては、アーケード整備事業、四番町スクエアにおいては、お客様駐車場・テナントミックス施設（食の館「ひこね食賓館」四番町ダイニング）の設置をおこなった。

夢京橋キャッスルロードと四番町スクエアは観光客を、その他の商店街は地元客を主とする顧客層として事業展開している。

ソフト整備

各商店街ごとに取り決めたコンセプトにより、商店街整備を行ってきたが、完成が始まりとの認識を持ち、ソフト事業に取り組んでいる。

花しょうぶ通り商店街のナイトバザールや地域一帯で開催されるアートフェスタ勝負市は、滋賀・滋賀県立・聖泉の各大学生や市民団体とともに実施している。昔の寺子屋を利用した「街の駅」も商人塾として定着してきた。

また、登り町グリーン通り商店街では、おかみさんによる「店先カルチャー教室」や地元アーテ

彦根市内 6 商店街

所在地 : 滋賀県彦根市

会員数 : 6 組合 249 店

(彦根夢京橋商店街、花しょうぶ通り商店街、彦根銀座街、登り町グリーン通り商店街、おいでやす商店街、四番町スクエア)

商店街の種類 : 近隣型商店街

関連URL : 彦根商工会議所

<http://www.hkone-ccior.jp/>



花しょうぶ通り商店街

(商人塾として活用されている「街の駅」)



QR_Code まちあるき

イストを育てる「NOBORMACHIグリーンステージ」に取り組んでいる。四番町スクエアは、大正口マン風のまちとなったが、脳にやさしい音楽「ハイパーソニックサウンド」や六童子、五灯式のガス灯など話題性が多い。

前述の「街の駅」は、滋賀大学・滋賀県立大学のまちなか研究室としての活用やNPO彦根景観フォーラム・NPO湖東焼を育てる会など多彩なメンバーで構成されている。今後組織のLLP化((Limited Liability Partnership) = 有限責任事業組合)も視野に入れサステナブルな活動を目指すまで発展してきた。

市内の回遊性を高めるため、ユビキタス技術を駆使して、ごく身近なパソコンである「ケータイ電話」を用いて学習型観光を推進している点も波及効果の現われといえる。

事業の効果

平成17年の新聞・メディアへの記事掲載等を広告料換算すると約1億円の試算となり、大きな事業効果であった。

事業の課題・反省点

中心市街地の人口減少に歯止めがかかり、住宅・マンションの建設が急増している。都市として住んでよし、働いてよし、暮らしてよしが都市格を形成するとするならば、彦根市の水準は、高いと判断できる。

この20年間で、約80億円の投資をしてきたこととなるが、税金として回収できるかどうか今後の課題でもある。

歴史と文化のまち「彦根」を訪れる人、もてなす地元の人々の笑顔が溢れ、賑わうことが今後の彦根のパロメータとなろう。

豊富な地域資源を活かしたまちづくり

！ ここがポイント

伏見港、伏見城、寺田屋等の史跡や酒蔵など、地域資源が豊富。地元商店街や地域住民等との連携強化により、これらの資源を活かしたまちづくり。



十石舟

事業実施の背景

伏見は豊富な地域資源に恵まれているにもかかわらず、これまでこの資源を地元であまり意識していないのが現状であった。そのため、まちづくりの機運を高めるには、これらの資源をいかに地域住民にアピールすることができるかが必要と考えられた。その前提として、これからまちづくりを行おうとしているTMO組織・(株)伏見夢工房に関して、地域住民や出資者以外の事業者の認識がまだまだ低く、その啓発が急務で本事業を通じて理解を得る必要があった。そのため、地域資源である「十石舟」の運航事業や「酒と蔵」をテーマとした事業展開を図り、これらの事業を通して地域住民等へのコンセンサスの形成を図ることになった。また、観光と商業の一体化によるまちづくりを図る必要性があった。

事業の概要

十石船の運行等、観光スポット整備事業

まちづくりについて、地域住民等の合意形成を図るため、地域資源の1つである十石舟の運航を行った。十石舟とは、江戸時代に運航していた運搬舟のことで、当時、伏見は港町で賑わっており、その趣を現代

に復活させようとの試みである。また、地域インフォメーションセンターの運営を行い、タウンマップ等を設置して周辺の観光スポットの回遊を図った。

伏見というと酒どころ、水どころといったイメージがあるが、十石舟の運航している川は、以前はドブ川であった。10年前より定期的に清掃を始めるようになったものの、地元の人たちはそのような取組みには無関心で、平気で川にゴミを捨てていた。しかし、十石舟が運航するようになって地元の人もゴミを捨てなくなった。このように、十石舟の運航によって「郷土愛づくりの街の資産」を大切にすると意識付けをすることができた。だんだん川もきれいになり、今では河川敷に桜の木300本、紫陽花1680本(平成18年には全3068本)紅葉80本(平成18年には全205本)、ユキヤナギ600本の植樹を行ったり、ライトアップによる夜間運航を行うなど、さまざまな取組みを行っている。江戸時代の風習にちなんで、「くらわんか舟」(飲食物の販売を行う舟)の運航も検討している。

酒蔵を活かした集客施設整備事業

酒と酒蔵をキーワードにして商業と観光をミックスし、地域住民との合意形成を図りながら地域の活性化を目指した。この事業と並行して地元の大酒造メーカーの協力を得て旧本店を改装し、「伏見夢百衆」の整備を行い、伏見の土産品・清酒の販売や喫茶、周辺地域の観光案内を行った。この伏見夢百衆の場を活用してクラシック蔵音楽会や日本酒アラカルト蔵講習会等を開催し、地域住民の理解をより深めた。

回遊性を高めるためのパスポート事業

地元商店街や飲食店等と連携を図り、豊富な観光

資源と商業施設等との回遊性を高めるため、パスポート事業を実施した。また、1868年の鳥羽伏見の戦いから137年目を迎え、家内安全、平和祈念して「137年の祈り」事業を実施した。

事業の効果

十石船の運行等、観光スポット整備事業

(株)伏見夢工房に対する地域住民の理解も深まり、コンセンサスの形成に繋がった。また、十石舟は、地域特有の歴史と文化に根ざしたものとして、小中学校の地域学習・教材の1つとなった。十石舟の乗船客を商店街に誘導するため、500円の買い物券を配布しているが、利用率は高いようである。

酒蔵を活かした集客施設整備事業

伏見夢百衆に地域インフォメーションセンターの役割を兼ねさせたことにより、地域の情報発信基地として、中心市街地の集客力向上と地域の活性化が図れた。

回遊性を高めるためのパスポート事業

中心市街地の7つの商店街と連携することにより、商業ゾーンへの集客力向上と活性化につながった。また、これらの商店街に加盟していない個店も本事業に参加したことによって、商業ゾーンを面的に捉える足がかりを見いだすことができた。パスポート事業参加者も2万3500人(目標達成率156%)に達し盛況であった。

事業の課題・反省点

観光と商業が一体となったまちづくりを推進していくことが今後の課題である。伏見大手筋商店街や納屋町商店街、竜馬通り商店街等では、さまざまな事業を展開しており、なかでも伏見大手筋商店街は、ソーラーアーケードの設置や銀行POSの導入、事業協同組合による駐車場の運営、「あてらの会(おかみさん会)」による「個店クリニック」(接客サービスの向上)など、全国でも先進的な取り組みを常に行っている商店街である。

また、竜馬通り商店街も近年はファサード事業や学生との連携等により、注目を集めている。今後は、こ

れらの事業を1商店街としてではなく、各商店街が連携し、さらには地域住民をも巻き込んで、面として活性化を図ることが求められている。

また、地域資源との連携を図り、いかに来街者を回遊させ商店街に引き込むかが課題となっている。そのため、酒蔵・伏見町家等を生かしたまちづくりの推進や十石舟の船着き場における「伏見茶屋」の設置等を検討している。このような活動をとりまとめるためには常に街全体を眺めながら、各関係機関等の調整を行う必要があり、このような役割として(株)伏見夢工房は期待されている。今後はこのような役割を果たしていくためにも、地域内外への幅広いIPR活動、人材の確保等、サポート体制の充実が重要である。

京都市伏見区商店街

所在地 : 京都府京都市

組合員数 : 7商店街等340店

(伏見大手筋商店街、伏見風呂屋町商店街、納屋町商店街、油掛商店会、竜馬通り商店街、中書島繁栄会、中書島柳町繁栄会)

商店街の類型 : 超広域型商店街

関連URL : (株)伏見夢工房 (TMO)

<http://www.kyo-to-fushimicom/>



伏見夢百衆(外観)

震災の街から「食」の街へ

！ ここがポイント

「お好み焼」や「ぼっかけ」をきっかけとした「食のまち」として活気が復活。修学旅行生受け入れ等、様々なソフト事業に注力。



震災復興事業で整備された再開発ビル「アスタ」と大正筋商店街のアーケード

事業実施の背景

JR 新長田駅南側の商業ゾーンは、昭和20～30年代は神戸の副都心として位置づけられ、近くの工場で働く社員やその家族の買い物の場として賑わい、商業力も強かった。その後、地下鉄の延伸等の影響により、多くの住民が郊外ニュータウンに移転して高齢化率が高まるなど、徐々に空洞化が進んだ。そのような中、平成7年に阪神・淡路大震災が発生し、街は壊滅的な打撃を被った。ピーク時には24万人までいた長田区の人口は震災後10万人にまで減少した。震災復興事業が動き出したものの、大正筋商店街では約90店あった店が10店ほどまでに激減するなど、商店街活動ができない状況になっていた。そのため、平成12年に「地域のために一緒に頑張ろう」と若手が集まって出来たのが「アスタきらめき会」という任意団体である。アスタの「アスタ」は、「私たち(US)」と「明日」を意味し、「街(タウン)」の「タ」と合わせた名称である。そして、この時のメンバーが中心となって平成13年6月に3セクTMOの「(株)神戸ながたTMO」が設立された。

TMO事業としてエリア内におけるお店の紹介をするため、「新長田南地区商店街マップ」を作成した際、長田の街における特徴は何か探ってみた所、このエリア内にお好み焼き屋が70軒以上あった。兵庫県は大阪(3800軒)に次ぎ約2800軒(平成5年調べ)と、全国第2位のお好み焼き屋の集積地で、県内一の集積地が長田区であるため、「宇都宮の餃子」のように、「長田のお好み焼き」というイメージを浸透させ、「食によるまちづくり」を目指そうと考えた。

事業の概要

新長田ネット展開事業

長田には「お好み焼き」以外に「そばめし」がある。これは、工場で働く女工さんが、手軽に食事を済ませるため、焼そばを細かく刻み、御飯と混ぜて炒めたもので、地元では結構人気メニューとなっている。地域の特徴をよりアピールするため、「お好み焼き」と「そばめし」のマップを作成し、地域住民や来街者に配布することにした。特に「そばめし」については「そばめし発祥の地」とのサブタイトルをつけてマップ作成を行った。また、TMOのホームページを作成し、新長田のお好み焼き屋の紹介やおいしいお好み焼きの食べ方の紹介等を行った。

「社会体験学習のまち新長田」推進事業

近年は修学旅行に体験学習が求められるようになってきており、単に観光するだけではなく、福祉やボランティア等を通じて地域とのふれ合いが要求されている。この事業において「商人体験」を実施し、お店の手伝いをしてもらいながら、商売の楽しさを知ってもらおうという企画である。また、その前提として、神戸・長田がどのような街であり、震災後どのように立ち直ってきたのかを修学旅行生に教えるカリキュラムが盛り込まれた。そのため作成されたパンフレットが「新長田復興物語」で

ある。また、社会体験学習を受け入れるためのメニュー作りや体制作りを行い、毎年多くの修学旅行生を受け入れている。

事業の効果

新長田ネット展開事業の成果としては、新長田を「お好み焼きのまち」「食のまち」として売り出すことができた。また、そこから「ぼっかけカレー」も生まれてきた。これはテレビ番組で他の商店街とオリジナルカレーの対決をすることになったのがきっかけで、元々お好み焼きの具として使用している牛スジとコンニャクをカレーにかけた。この地域では上からぶっかけることを「ぼっかける」といっているので、名前を「ぼっかけカレー」にしたのである。この「ぼっかけカレー」は大変好評で、TMOと地元の食品メーカーとの共同開発で商品化された。また、「ぼっかけカレー」に続いて、「ぼっかけカレーラーメン」「ぼっかけ丼」「ぼっかけコロッケ」等、次々と新メニューを生み出していった。また、これらの「ぼっかけメニュー」を取り扱っているお店のマップ（「ぼっかけ食べ歩きマップ」）を作成し、来街者へのアピールを行うことができた。

また、ガイドブック等で新長田が「食のまち」として紹介され、遠方からお客様が来るようになった。TMOが企画開発した商品も収益を上げている。また、商店街内において空き店舗が発生しても、すぐに埋まるようになった。

受け入れ事業についても、TMOの収益事業の1つとなっている。

今後の課題・反省点

「お好み焼きのまち」や「ぼっかけ」をより一層定着させ、新商品の企画・開発も積極的に行うなど、「食のまち新長田」のイメージアップを図っていく（地元企業との共同開発でお好み焼き用の「長田ソース」を開発した）。これらの商品のアピールを通して、より新長田の街を知ってもらうことができると期待している。また、「食」を街のシンボルにしておくため、「食のまち」を目指す市町村等との連携を図り、「食」のネットワークを築いていくことが課題である。

神戸市内 11 商店街等

所在地 : 神戸市

会員数 : 11 商店街等 330 店

（新長田 1 番街商店街、新長田駅前商業協同組合、新長田本町筋商店街、大正筋商店街、西神戸センター街、六間道商店街、六間商店友和会、腕塚食材商業協同組合、久二塚商業協同組合、虹彩商業協同組合、丸五市場事業協同組合）

商店街の類型 : 近隣型商店街

関連URL : ㈱神戸ながたTMO

<http://www.kobe-nagata-tmo.com/>



「食のまち新長田」のヒット商品
（ぼっかけカレー、牛スジぼっかけ、長田ソース）



TMOが実施するタウンモビリティ事業

「鬼太郎」の妖怪オブジェで観光スポット化

！ ここがポイント

街内の歩道沿いに境港出身の水木しげるの人気アニメ「鬼太郎」に登場する妖怪オブジェを設置。観光客が多く集まる「魅力的な妖怪ワールド」を演出。



当地出身の水木しげるさんと鬼太郎たち

事業実施の背景

境港市は、古くから天然の良港として、漁業を中心に栄えてきた。人口は約3万8千人。市の主な産業は水産業、アジ・サバ・イワシといった多獲性魚のほか、夏場のクロマグロなど水揚量・金額ともに全国有数の漁港である。特に、ベニズワイガニは全国一の水揚げを誇っており、この水揚量の多さを背景に水産加工業の集積度が高い地域である。

商店街は、明治35年頃から、境港駅からお台場に通じる町筋に開店し、次第に店舗を増やしなが、本町商店街、松ヶ枝町商店街、銀座商店街、新道商店街の4商店街に発展し、商業の中心として繁栄してきた。

しかしながら、交通体系の変化、大型小売店の進出、消費者ニーズの多様化、店主の高齢化など社会状況の変化により、昭和40年から50年をピークに売上げが減少し、閉店する店舗が急増するなど商業機能の空洞化が危惧されていた。

このような状況の中、商店街活性化策の一つとして平成元年から「緑と文化のまちづくり」をテーマとして、人に優しく、人々に親しめる快適な街づくりを進めていた。この事業の一環として境港市出身の著名人の方々からの提言がきっかけとなり、「鬼太郎」「妖怪」をキーワードとし、妖怪オブジェを商店街歩道に設置する「水木しげるロード」構想がまとまっていった。

事業の概要

当初の計画は、観光客を対象としたものではなく、地域住民を商店街へ誘い込む事業として整備したものであるが、いざ、ふたを開けてみると、そのユニークな発想がテレビ等マスコミに多く取り上げられ、その結果多くの観光客が訪れる県内でも有数の観光スポットへと育っていった。これも、ゲゲゲの鬼太郎を始めとする妖怪たちが、お年寄りの方から子供たちまで幅広い年齢層に受け入れられる証しであり、妖怪のブロンズ像を見て、触れることにより、それぞれストーリーが浮かんでくる、愛される存在であったからこそである。

現在、市内には、水木関連事業の集大成として、水木しげる氏が世界中から集めた妖怪コレクションや独自に制作したオブジェの展示など、妖怪の世界を展示や映像で紹介した「水木しげる記念館」や延長800mの商店街沿いに、妖怪ポケットパーク、ブロンズ像119体、レリーフ5基、絵タイル8枚を設置した「水木ワールド」が広がっており、年間の観光入込客は85万5千人を数えている。

事業の効果

観光や文化等の情報発信拠点を形成

「水木しげるロード」が完成後、住民による「鬼太郎」「妖怪」をテーマとした新しいまちづくりの取組みが行われはじめた。水木しげる氏のファンクラブである「ゲゲゲのしげる会」、水木しげるロードの自主的な清掃活動、防犯活動を行う「水木ロードを育てる会」、鬼太郎音頭を作り、それに踊りを振り付けし、普及活動やPR活動を行っている「鬼太郎音頭保存会」、水木しげるロードの商業振興を行っている「水木ロード振興会」など、多くの組織が結成され、「水木しげるロード」の活性化の取組みが行われている。

観光入込客の増加と空き店舗の減少

「水木しげるロード」がオープンした翌年（平成6年）の入込客数は、28万人余であったが、昨年（平成17年）は過去最高の85万5千人を超えるなどロードオープン時の3倍を超える入込客数を数えている。これに伴い観光対応型店舗の出店が相次ぎ、空き店舗解消が進んだ。

このように「水木しげるロード」整備が地域の街づくり、コミュニティづくりに果たした効果は賑わいの創出のみならず多方面に及んでいる。

事業の課題

二面性を持った商店街

「水木しげるロード」が整備され、観光客で賑わう商店街が創出されるようになったが、このことをきっかけに境港の商店街は二つの顔を持つようになった。

一つは、従来からの地元消費者を主な顧客とする地域密接型店舗であり、もう一つは新しい観光客向けの店づくりに特化した観光対応型店舗である。

商店街は観光客によって、賑わいの回復と店舗全体での売上げ増大効果をもたらしているが、一方では妖怪ブロンズ像のある商店街とない商店街では、通りの賑わいも、店づくりも違いがあるなど、二極化をもたらしている。

水木しげるロード周辺商店街

所在地 : 鳥取県境港市中心市街地
(本町アーケード商店街、松ヶ枝町商店街、西本町商店街、新道元町商店街)

商店街の類型 : 観光対応型商店街



ねずみ男と満開の桜並木



観光客でにぎわう商店街

バリアフリーでお年寄りにやさしい街づくり

！ ここがポイント

高齢化社会を迎え、認知症対策の「おかげ天神」、交流館「いっぷく亭」、段差のない「バリアフリー街路」など「お年寄りにやさしいまちづくり」を実現。



白湯天満宮のおかげ天神

事業実施の背景

松江市は、古代出雲文化の中心地であり、歴史的な背景を持つ観光地が多数存在。風光明媚な土地柄により京都、奈良と並ぶ国際文化観光都市である。

松江市の中心市街地は、昭和50年代後半から郊外店舗や住宅団地の立地が相次ぎ、近年でもその傾向が続いている。

かつて水運の船着き場があり、白湯天満宮の門前町として賑わっていた松江天神町商店街においても活力の低下が進み、平成7年には天神町周辺では、高齢化率が28%に達していた。

そこで、「全国に先駆けて高齢者の方の住み良いモデル地区にしよう。」という当時の松江市長や商店街関係者の発想に基づき、平成11年2月頃から官民が一体となって商店街の活性化方策を検討。平成11年5月に視察に行った「東京巣鴨のとげ抜き地蔵」を例に高齢者が出かける理由や口実は、「買い物」よりも「お墓参り」や神社・仏閣への「お参り」の方が出かけるやすいことがわかり、白湯天満宮に認知症対策の神様「おかげ天神」を建立。高齢者向けの様々な事業を展開した。

この天神市は歩行者天国にして、(高齢者を対象とした商品群の)ワゴンセールやフリーマーケットを行い、大変なにぎわいとなっている。

事業の概要

天神市の開催

おかげ天神の建立に合わせ天神様の縁日として「天神市」(毎月25日)をスタート。天神市の開催日には商店街の道路を歩行者天国にして、高齢者を対象とした商品群のワゴンセールやフリーマーケットを行っている。

高齢者向け施設の設置

天神町商店街の中の空き店舗を2軒改装してふれあいプラザ「まめな館」、交流館「いっぷく亭」(バス停前)を松江市、社会福祉協議会と連携して設置。いつも老人ボランティアの人が必ず一人は留守番をしていて、一人で来られてもいつでも話し相手や湯茶の接待が出来る体制になっている。「いっぷく亭」の2階を松江市マッサージ協会と協力して、「マッサージルーム」を作るなど、充実が図られている。

電線付設アーケード、バリアフリー街路の整備

平成17年6月、アーケードの屋根の部分の下に電線を収納するボックスを設けたアーケードを設置。電線地中化と比べ工期も短く、工期の長期化による顧客離れを回避し、コスト削減を実現。

さらに、車道を15cmかさ上げし、歩道との段差を解消し、アーケードを歩く高齢者の安全性を確保している。

事業の効果

当初、「お年寄りにやさしいまちづくり」をコンセプトとした事業が「ひとにやさしいまちづくり」へと発展。

天神市の歩行者天国による安全で安心な環境の提供により、親子連れの来場、高齢者の生きがいづくりへの貢献と世代を超えた交流の場となった。

さらに、天神町商店街にとどまらず近隣4商店街連携による天神市の実施により、来店者の増加を促す事業を行う等の成果があった。

また、精神障害者通所授産施設の「まるベリー松江」が松江市郊外から移転し、平成17年4月にオープン。地元商店との連携事業がスタートするなど、ひとにやさしいまちのイメージが定着した。

事業の課題

定住人口をいかに増やすかが当面の課題。この町に付加価値を見だし、この町で生活ができるようにし、商店街の活性化に繋げる。

この目標の実行に向け、商店街の枠組みから町の枠組みに変化した実行組織の立ち上げが急務である。



いっぱく亭

松江天神町商店街

所在地	: 島根県松江市
会員数	: 24 商店
商店街の類型	: 地域型商店街
関連URL	: http://www.h6.dbn.ne.jp/~tenjn/



天神市のにぎわい



天神まめな館



電線付設アーケード

「昭和」をキーワードによみがえった商店街

商店街等活性化事業の事例

大分県豊後高田市 豊後高田市内8商店街

！ ここがポイント

商店街に元気を取り戻そうと行政・商工会議所・商業者の3者が協力し合い「昭和」をキーワードにまちの再生へ向けた共同作業を展開。



観光客でにぎわう商店街の様子

事業実施の背景

大分県豊後高田市は、「^{ほとけ}仏の里」として名高い『^{くにさきはんと}国東半島』の西部に位置し、豊かな自然と温暖な気候に恵まれている。10万人の商圏を持つ市内商店街は、市の中心部を流れる桂川によって2分され、西側に6商店街、東側に2商店街があり、それぞれが江戸時代から昭和30年代にかけて、県北地域の商業の中心地として栄えた。

しかし、昭和30年代以降、人口は減少し続け、昭和40年の宇佐参宮鉄道の廃線やモータリゼーションの進展による人の流れに変化が起こったことなどから、中心商店街も急速に衰退。かつての賑わいも「昔話」となり、ついに、「商店街を歩くのは人よりも犬や猫の方が多い」、「鉄砲を撃っても人にあたらない」とも表現される様相となる。

衰退したまちの再興への道を模索する中、商工会議所を中心とした「豊後高田商業まちづくり委員会」が立ち上がる。繰り返し行なわれる検討会議の中で、活性化へのテーマを「中心市街地」と決定。市街地の古代から近代に至る歴史の調査から始まり、その時間・

空間軸を1枚の地図に組み込む「豊後高田市ストリート・ストーリー」を作成。既存の市街地、その歴史的背景、まちづくりの先例といったそれぞれの要素を考慮し検討する中で、古くて不便だばかり思っていた既存商店街が、実は歴史と伝統のある昭和の姿をとどめた魅力があることがわかり、全国的にブームになりつつあった「昭和」がこのまちのテーマであることを確信する。

「昭和」というテーマの決定後は、行政・商工会議所・商業者の三者一体で1年をかけて「まちなみ実態調査」を実施。徹底したまちの分析から既存商店街の建物の約7割近くが昭和30年代以前のものということが判明。歴史を振り返る中で市が最も元気であった昭和の商店街再生に向けた取組みが始まる。

事業の概要

昭和にちなんだ4つのキーワード

まず「昭和の建築再生」として、各商店のパラペットを外し、以前の看板をむき出しにすることで昭和の街並みを再現。次に「昭和の歴史再生」として、各店に伝わる珍しいお宝を一店一宝として展示。そして、「昭和の商品再生」として、その店自慢の商品販売を実施、そして最後にお客さんと直接対話し、ふれあうことによる昭和30年代と変わらないおもてなしをする「昭和の商人再生」といった4つのキーワードでまちづくりが進められた。

核施設の整備

空き店舗を活用したチャレンジショップや店舗の修景等に加え、商店街に隣接する巨大な米蔵を改修し、まちの拠点施設「昭和口マン蔵」とし



昭和ロマン蔵（駄菓子屋の夢博物館）

て整備、同蔵内に10万点を超える古いおもちゃを展示する「駄菓子屋の夢博物館」をオープンした。この博物館の館長であるおもちゃコレクター小宮裕宣氏については、商工会議所関係者が福岡県へ何度も足を運び、口説き落とした。まさに「企業誘致」ならぬ「人材誘致」である。また、「昭和の町」のシンボルマークでもある黒崎義介画伯の絵本原画を展示した「昭和の絵本美術館」もオープン。さらに、国東半島の食の情報発信施設として観光バスの団体客も収容可能な和食レストラン「旬彩南蔵^{しゅんさいみなみくら}」を整備。メニューの監修や設計は著名な専門家が手掛けた。

商店街でのイベント

商店街では、「街並みめぐり」や「おかみさん市」といった自主イベントを開催している。この勢いは若者にも波及し、「昭和の町音楽祭」を生み出し、文化面にもにぎわいの相乗効果を生み出している。

観光まちづくり株式会社

このにぎわいを継続し、市内全体に波及させるため、「豊後高田市観光まちづくり株式会社」を設立した。「昭和の町」におけるマネジメントを行い、会社の利益は、まちづくりへと還元し、「昭和の町」及び地域観光の「質」を維持できる仕組みの構築を図っている。

事業の効果

年間5万人の観光客を見込んでスタートした「昭和の町」だが、メディアに多く取り上げられたこともあり、予想をはるかに上回る25万人を超える観光客が訪れ、奇跡的に商店街に活気がよみがえり、店主にも笑顔が戻った。同時に、全国から年間100件以上の視察が来るようになり、店主らは、観光客・視察団体と市内のお客の対応に大忙しである。

事業の課題

増加する観光客への受入体制として、土産品の開発、駐車場等の整備、店主の高齢化による各商店の継続等

「昭和の町」として、観光客にも、地元消費者にも愛される商店街・まちづくりの推進

豊後高田市内 8 商店街

所在地 : 大分県豊後高田市

会員数 : 8 商店街 136 商店

(新町1丁目商店街、宮町商店街、新町2丁目商店街、稲荷商店街、中央通り商店街、駅通り商店街、銀座街商店街、中町商店街)

商店街の種類 : 地域型商店街

関連URL : 豊後高田昭和の町

<http://www.showanomachicom/>



商店街を中心に各種イベントを開催

中心市街地内での店舗集団化事業の展開

商店街等活性化事業の事例

宮崎県都城市 オーバルパティオ

！ ここがポイント

中心市街地内の区画整理事業に合わせ、魅力ある商業施設、共同でオープンスペースに中庭を持った商業集積の形成を目指して整備。



オーバルパティオの外観

事業実施の背景

宮崎県都城市は宮崎市と鹿児島市のほぼ中間にあり、陸海空の交通の利便性を生かした生活圏の中心都市として、また、南九州の産業・教育・文化の中核都市として着実に発展している。

しかしながら、本格化したモータリゼーションの波に洗われ、市街地の拡大や大型店の郊外立地とともに、中心市街地における小売販売額の伸び悩み、人口流失・減少が進んでいる。また、店舗の老朽化と空き店舗の増加、経営者の高齢化、後継者不足等の問題もあり、早急でしかも総合的な対応が迫られている。

このような状況の中、中心市街地整備に向けて「特定商業集積整備計画」「中心市街地活性化基本計画」等の策定及び中心市街地における土地区画整理事業、駐車場整備、ホール建設等の様々な事業を展開している。

そして、この中心市街地再編の中で、商業空間の新しい創出と活性化を目指した地元商店街の有志6人が「協同組合都城オーバルパティオ」を設立し、地元商店街活性化に取り組んでいる。

事業の概要

中心市街地における土地区画整理事業に合わせ、賑わいの増進や集客の向上を図るため、地元商業者でつくる協同組合が店舗を集団化し、イベント広場や駐車場を備えた魅力ある商業空間オーバルパティオを整備したものである。

オーバルパティオとは？

「オーバル」というネーミングには、さまざまな夢が生まれてくる「タマゴ」という意味とともに、「価値を超える真価の提供」という意味も込められている。

「オーバル」は単なる「売場」ではなく、そこで過ごす時を楽しめる場所、時間消費型の「まち」として位置付けられる。

建物配置

2階建て低層型の5棟と平屋の1棟から構成されており、南欧の小さなリゾート地の雰囲気、自然素材を使った明るく健康的な生活提案型店舗の集合体として位置付けている。

そのため、建物＋駐車場という一般の商空間に加えて、広場、通り、路地、外部階段、ブリッジといった「まち」の形成要素を取り入れ、本来の「まち」が持ち合わせている界限性の創出を図ってきた。

事業の効果

集団で整備したことにより、周辺地域のカラー（色・まちの特色）が創出され、「オーバルパティオ」に協調した形での新規出店が増え続けている。

このことにより、既存商店街とは性格が異なる1つの“まち”が形成され、今まで少なかった若者が中心市街地に再び戻りつつある。

また、中心市街地内での回遊の拠点として、“ま

オーバルパティオ

所在地 : 都城市
 会員数 : 8 商店
 関連URL : <http://www.ovalle.jp/>

建物・敷地概要

店舗 鉄筋造 2 階建 5 棟 鉄骨造平屋建
 1 棟 延床 2,153.8 m²
 広場 955.0 m²
 駐車場 1,548.9 m² 収容台数 70 台
 敷地 4,239.7 m²

ち”全体の集客力アップに寄与している。

さらに、整備するまでの事業者達の動きが建設だけに留まらず、市街地活性化に向けての新しい動きにもつながり、中心市街地内の他商店街の意識改革のきっかけとなっている。

現在では、隣接する「チャレンジショップ」の指定管理者として新規創業者の育成支援も行っており、名実ともにまちのリーディング的役割を担っている。

チャレンジショップ: 新規創業者のための支援施設
 店舗数: 4 店舗 (すべて営業中)

事業の課題

現在、「オーバルパティオ」周辺地域は、土地区画整理事業の完了、交流プラザ(ホール)・パーキングオープン等ハード面が整備され、それに伴い、新規出店も増えてきており、今後、既存店と新規店とのつながり及び協力体制が必要になってくる。

また、「オーバルパティオ」は中心市街地に新しく生まれた「まち」であり、既存の「まち」との回遊性を図るための合同イベントの開催等も今後進めていく必要がある。

魅力のある「まち」の多くが永い時間によってつくられ、まちの奥行きを増してきたように、「オーバルパティオ」を中心とした地域が、不足する業種やサービスなど業態的な補充を積極的に行い、かつ、既存店も新しい魅力を常に更新しながら、創出、発信する拠点となる必要がある。



都城市中央東部地区土地区画整理事業

