

平成18年度マスターセンター補助事業

岩手県内13市(14地区)の中心市街地

活性化に関する調査研究報告書

平成19年 1 月

社団法人 中小企業診断協会岩手県支部

は じ め に

この「調査研究報告書」は、平成18年度マスターセンター補助事業の一環として、社団法人中小企業診断協会岩手県支部が取りまとめたものである。

商店街に空き店舗が目立つようになり、中心市街地の衰退が話題になり始めてから久しい。この間、国・県をはじめ市町村なども手をこまぬいていたわけではない。もちろん商工会議所・商工会、さらには当事者である商店街の各団体（商店街振興組合や協同組合、さらには任意団体など）や、直接商店街に関係する事業主たちも力を合わせて、中心市街地活性化に向けて努力を重ねてきたことは言うまでもない。

しかし、中心市街地の衰退に歯止めがかからないばかりか、日を追って深刻の度が深まっているのが現状である。

このような状況のなかで、平成18年度の通常国会で、いわゆる「まちづくり三法」が改正され、新たな時代を迎えようとしている。中でも「中心市街地活性化法」の改正に合わせて、各市町村は新たな基本計画づくりを模索しはじめたところである。

県内各地の「街づくり」や「商店街の活性化」に、いろいろな形で関わりを持っている中小企業診断協会岩手県支部はこのタイミングをとらえて、県内13市（奥州市のみ2地区）の官（市役所）・民（商工会議所、商店街組合等）両サイドから聴き取り調査や資料提供を求め、各市（地区）がこれまで中心市街地活性化にどのように取り組んできたのか、これからの対応をどのように考えているかなどを取りまとめることとした。

市当局や商工会議所等に対するヒアリングについては、必要に応じて事前に質問項目を送付し、訪問時に聴き取り調査をした。質問項目はおおむね以下のとおりである。

1．中心市街地の現状と課題

商業統計調査結果の推移、通行量調査の推移、大型店の郊外への出店状況・中心市街地からの撤退状況、空き店舗の状況など。

2．これまで実施した活性化策など

最近数年間に実施した国・県・市などの補助事業（ハード、ソフト等）・商店街の自主事業など、空き店舗対策、TMOへの対応その他。

3．中心市街地活性化について、今後どのような対応を考えているか

新しい「まちづくり三法時代」を迎えて今後の対応は 。

今回の調査に当たり、各市役所や商工会議所等の商業担当者にはたいへんお世話になった。あらかじめ資料を取り揃えるなど、真剣に取り組んでいただいたことに対し、心から感謝申しあげたいと思う。

県内の各都市における中心市街地活性化をテーマにした調査研究事業（一冊の報告書にまとめること）は、これまであまり例がなかったと思う。そのような意味から、「ほかの市ではどのような施策を実施してきたのか」など、これからの活性化施策に向けてのヒントにでもなれば幸いである。

なお、本調査研究事業に参加したのは、下記の中小企業診断士6人（いずれも当支部の会員）である。

今後ともよろしくお願い申しあげて、ご挨拶に代えたい。

平成19年1月

社団法人中小企業診断協会岩手県支部

平成18年度調査研究事業委員会

委員長 宮 健

委 員 伊藤 陸男

〃 菊池 利美

〃 菊池 登

〃 齊藤 静夫

〃 芝田耕太郎

目 次

はじめに

第一部 総論 3

1. 本調査研究事業の目的 3

2. まちづくり三法の改正 3

3. 改正「中心市街地活性化法」 3

4. 中心市街地の活性化を図るための基本的な方針 4

5. 岩手県中心市街地活性化懇談会の「中間提言」 5

6. 「中間提言」からの抜粋 5

7. 内閣府の「地域の経済2006」 7

8. 「まち」の再生に向けて 9

第二部 各論 12

1. 盛岡市 12

2. 花巻市 16

3. 北上市 20

4. 奥州市水沢区 24

5. 奥州市江刺区 28

6. 一関市 32

7. 陸前高田市 36

8. 大船渡市 40

9. 遠野市 44

10. 釜石市 48

11. 宮古市 52

12. 久慈市 56

13. 二戸市 60

14. 八幡平市 64

おわりに 68

第1部 総 論

１．本調査研究事業の目的

平成18年度の調査研究事業のテーマとして岩手県内13市（14地区）の「中心市街地活性化」への取り組みを取り上げた理由については、「はじめに」のところでも述べたが、「まちづくり三法」の改正に対して、県内13市の行政や商工会議所・商工会等がどのような対応をしようとしているのか、あるいはその前段として、これまでどのような取り組みをしてきたのかをまとめてみたいと思ったことである。あわせて、中小企業診断協会岩手県支部としても直接各市・各商工団体等からヒアリングすることによって、県内各地区のおおまかな動きをつかんで整理しておきたいと思ったことも、このテーマを選んだ理由である。

県内13市（14地区）を横断的に取り上げることによって、結果的に各市・各商工団体等の担当者への情報提供になれば幸いである。

２．まちづくり三法の改正

まちづくり三法とは、今さらいうまでもなく中心市街地活性化法、都市計画法、大規模小売店舗立地法のことである。これら三法は平成10年に「まちづくり三法」として整備（中心市街地活性化法は新設、都市計画法は改正、大規模小売店舗立地法は「大店法」の代替）され、8年後の平成18年5月に改正された。実際に改正されたのは「中心市街地活性化法」（18年8月施行）と「都市計画法」（19年11月施行予定）の二つで、「大店立地法」は指針改正（事業者の社会的責任強化）のみである。

３．改正「中心市街地活性化法」

改正前の「中心市街地活性化法」に基づき、岩手県内の24市町村（市町村合併前）にTMOが設置され、「基本計画」に盛り込まれた活性化事業にここ数年間、鋭意取り組んできた。しかし、各市町村とも目に見えた効果を上げることができないままに推移してきたというのが現実の姿である。もちろん何もやらなかった場合は、現状よりもさらに商店街の衰退に拍車がかかっていたであろうことは推定できる。その意味では、まったく効果がなかったと言い切ることはできない。

今回の改正では、「中心市街地活性化に関する基本理念の創設、内閣総理大臣が本部長になる『中心市街地活性化本部』を創設、『選択と集中』により、市町村が作成する基本計画の内閣総理大臣の認定制度の創設と支援措置の拡充、多様な民間主体が参画する中心市街地活性化協議会の法制化等から成り立っており、『コンパクトでにぎわいあふれるまちづくり』というコンセプトにより中心市街地への都市機能の増進及び経済活力の向上を総合的かつ一体的に推進する制度」（内閣府が平成18年12月15日に発表した「地域の経済2006」の記述より引用）となっている。

市町村はこの趣旨にのっとり、中心市街地活性化法が求める「基本計画」をあらためて作成し、

中心市街地活性化本部の認定を得ることをめざすことになるが、改正法による認定は全国で100～200市町村程度（旧法により認証を受けたTMOは全国で689地区あった）と言われているので、県内の認定も相当せまき門になるのではないかと一般的に認識されているようである。

4．中心市街地の活性化を図るための基本的な方針

中心市街地は「まちの顔」

平成18年9月8日に閣議決定された「中心市街地の活性化を図るための基本的な方針」の前文の冒頭部分で、「中心市街地は、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』とも言うべき地域である」と述べている。そして、「都市機能の拡散、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の郊外立地、居住人口の減少等中心市街地のコミュニティとしての魅力低下、中心市街地の商業地区が顧客・住民ニーズに十分対応できていないことなどにより、中心市街地の衰退が進みつつある」と続く。

ちなみに「大規模集客施設」とは、床面積1万㎡を超える店舗、飲食店、展示場、遊技場（アミューズメント施設等）、劇場、映画館等のことである。

中心市街地活性化の意義と目標

「基本的な方針」は全体で23ページ、第11章までである。第1章1「中心市街地の活性化の意義」の中では、「都市機能の無秩序な拡散に歯止めをかけ、多様な都市機能がコンパクトに集積した、子どもや高齢者を含めた多くの人にとって暮らしやすい、歩いて暮らせる、にぎわいあふれるまちづくりを進めていくことが必要である」と述べられている。

さらに追求すべき目標（第1章2「中心市街地の活性化の目標」）の項には、「地域住民、事業者等の社会的、経済的、文化的活動が活発に行われることにより、より活力ある地域経済社会を確立すること」とある。

基本計画の認定基準

第2章3「基本計画の認定基準」の項には、認定を受けようとする市町村は、「おおむね5年以内を目安に」計画期間を定め、数値目標を盛り込むことが記述されている。そして、「基本計画には居住人口、歩行者通行量、事業所数、従業者数、年間小売販売額、空き店舗数等についての絶対値、変化率等の定量的な指標に基づく数値目標を設定しなければならない」とある。

原則は「一市町村一区域」

第3章の1には、「中心市街地の要件」が述べられている。すなわち「当該市街地に、相当数の

小売商業者が集積し、及び都市機能が相当程度集積しており、その存在している市町村の中心としての役割を果たしている」ところが、中心市街地であると定められている。

同じく3章の2「留意事項」の中心市街地の数の項には、「中心市街地を設定しようとする場合、原則的に一市町村に一区域となるものである。しかし、合併市町村、政令指定都市等、同一の市町村の内であっても、地域によって異なる課題を持っているなど、地域の実情により中心市街地とすべき地域が複数存在する場合も考えられる」とも述べられている。原則は、あくまでも「一市町村一区域」である。

第4章以下には、具体的な事業等が述べられているが、ここでは「基本的な方針」の全体を紹介するのが本来の目的ではないので、以下は省略する。

5．岩手県中心市街地活性化懇談会の「中間提言」

岩手県は平成17年度に、商工労働観光部産業振興課を事務局とする県職員の横断的な研究会（岩手県中心市街地活性化研究会）を立ち上げ、街づくりの実務家や学識経験者等へのヒアリング、会議等を頻繁に開催して、その成果を報告書にまとめた。

さらに18年度は「研究会」の成果を引き継ぐ形で、18年6月に外部の学識経験者、消費者など幅広い層から委員を委嘱して「岩手県中心市街地活性化懇談会」（委員長：岩手大学工学部教授・安藤 昭、委員13名）を組織し、11月までに4回の会議を開催して「中間提言」をまとめた。この「中間提言」は県のホームページでも公開されており、さらに県民からの提言なども受けながら、19年3月までに懇談会としての「最終提言」をまとめたいとしている。

6．「中間提言」からの抜粋

県が公表した「岩手県における中心市街地活性化に関する中間提言」は、A4版27ページの本文のほかに、「骨子」（8ページ）がある。これらの中で述べられているポイントのいくつかを紹介したい。

今後の「まちづくり」で意識すべき点

意識すべき点として、「人口減少」、「超高齢化」、「財政制約」の三つを上げている。とくに「人口減少」「超高齢化」については、「国全体の動向よりも早く進んでいる」と指摘している。

中心市街地を巡る現状と今後の懸念

前述した「活性化研究会」の研究結果を次のように紹介している。

〔中心市街地の状況〕

「居住人口の減少」「歩行者通行量の減少」「小売業年間販売額など経済活動指標の低落」

「業務・公共機能の拡散」

空き店舗・空地など「未利用地の拡大」や地価の低落傾向

「まつり」の縮小廃止など「まちの個性の消失」

コミュニティでの生活者同士の関係の希薄化

生活者・消費者の関心・利用の低下など（「求心力」の低下）

[郊外の状況]

「ニュータウンなどの人口減少・高齢化」

「郊外における大型商業施設間の競合激化」

「中心市街地活性化」の必要性

「まもる」 「生活の質」や「持続した就労環境」さらには「コミュニティ」「歴史・文化資産」などをまもる

「つくる」 「新規事業の育成」など産業をつくる。合わせて「新たな文化」や「新たな人材」をつくる

「つづける」 「暮らしやすい生活空間を持続的に確保すること」など、将来にわたって「まち」を保ちつづける

活性化により目指すべき「まち」の姿

「充実感」を「持続的」に得られる「まち」

「共生」する「まち」

「個性的」な「まち」

方向性は「コンパクトシティ」

「コンパクトシティ」の理念的イメージとして、次の三つを上げている。

「集める」 「居住人口」と「都市機能」を集める

「高める」 「都市機能」を高め、生活者、事業者の満足度、生活・活動の質を高める

「関わる」 生活者・事業者などが、都市経営や「まち」の運営などに積極的に関わる

さらに「コンパクトシティ」の具体的推進については、次のように述べている。

県・市町村が基本的考え方を整理、認識を共有化し、具体的推進の環境整備が必要である

市町村では、地域の実情を踏まえつつ、具体的な都市経営方針に「コンパクトシティ」の考え方を反映させる必要がある

県・市町村が連携のうえ、適切な支援や都市計画制度の活用のあるり方などを検討するとともに、市町村において具体的な推進プログラムなどを検討することが必要である

中心市街地活性化の関係主体

市町村...「中心市街地活性化（まちづくり）にとっての重要な役割を自覚することが必要」 「調整型にとどまらず、主体的にビジョンを住民、事業者、関係団体に示し、提案していくことが必要」と述べられている。

住 民...「『まちづくり』の主体的役割を自覚することが必要」 「住民が主体の『まちづくり』を進めていくことが重要」との趣旨が述べられている。

事業者...「『地域への貢献』などを通じ、地域社会の一員として、主体的に『中心市街地活性化』（まちづくり）に参画することも、生活者に対するよりよい価値の提供の一つであることを認識することが重要」と述べられている。

関係団体...地域には自治会、NPO法人、商工団体など多種多様な主体が存在する。「それぞれがもつ知見とネットワークを『中心市街地活性化』（まちづくり）に活かしていく、主体性の発揮が重要」と述べられている。

県の役割

前項で紹介したとおり、中心市街地活性化の主体は、「市町村」「住民」「事業者」「関係団体」の四つである。

一方、県の役割はどうなるのだろうか。「中間提言」では「県の役割」を次のように位置づけている。

広域的役割

・広域的ビジョンの提示

・地域間の広域調整の実施

・国に対する政策提案等

市町村との連携

・市町村の政策立案支援

・市町村との協働事業展開

県の「起点」（主体）能力の強化

7．内閣府の「地域の経済2006」

内閣府の報告書「地域の経済2006」の中に、「中心市街地の再生」（第2部第1章）についての記述がある。次ページはその要約版（原文のまま）である。

1．現状の認識

- ・中心商業地域・中心部の商店街には回復に明らかな遅れ
- ・外的要因 街の郊外化・中心市街地の空洞化：郊外型大型店の出店、中心市街地に立地していた大型店の撤退、地価の高さ、モータリゼーションの進展
- ・内的要因
 - 商店街自体が抱える問題
 - （後継者難、魅力ある店舗がない、商店街活動への参加意識の薄さ）
 - 消費者の意識の低さ
 - （生鮮食品は家に近い大型店、洋服は郊外型大型店、中心部の大型店と家に近い大型店で購入、かつ買い物に満足している割合が高い）
- ・計量分析 人口要因、中心商業地域の拠点性、郊外的要因が中心商業地域の売上に影響

2．これまでの施策

- ・旧中心市街地活性化法は、市町村が中心市街地の基本計画を作成、国に送付する仕組み
活性化計画の中心は、中心市街地への来訪者を増やすこと
（→ 文化・交流・福祉等の機能強化、 イベント開催、 商業の魅力を高める）
- ・大店立地法の手続き簡素化を謳う特区で期待どおりの効果が発揮されているのは半分程度
- ・消費者の望む中心市街地は、ワンストップサービス（小売業、金融機関、役所、病院等）

3．活性化のためのヒント

- ・ウォッチャー→人手の増加に向けたイベントの開催、郊外店との棲み分けのための工夫
- ・小売吸引度の高い街→交流人口の多さ、観光名所、交通の要所・地域の中心地という地理的要因も

4．街づくりに向けた新たな動き

- ・人口減少・高齢化社会への対応（2005年には沖縄を除く全地域で人口減少）
- ・コンパクトシティ論の高まり
- ・改正まちづくり3法の施行
- ・街なかへのマンション建設の促進、行政の支援策も
- ・街なか／郊外の居住希望では圧倒的に郊外、街なかに住みたい理由は「利便性の良さ」
- ・今後の街のあり方として、「街なか再生を望む」人と「今のままで良い」人は同程度
- ・街なか再生に向けた明確なビジョンと説明が求められる

8．「まち」の再生に向けて

「6W2H」でまとめてみる

これまで「中心市街地の活性化を図るための基本的な方針」（平成18年9月8日閣議決定）や、岩手県中心市街地活性化懇談会の「岩手県における中心市街地活性化に関する中間提言」（18年12月8日）、さらには内閣府の「地域の経済2006」（18年12月15日）などを参照しながら、中心市街地活性化について述べてきたが、それらを「6W2H」の方式でまとめてみた。

項 目	その意味するところは	具 体 的 な 内 容 は
WHY	なぜやるのか	住民が暮らしやすい「まち」をつくる キーワードは「コンパクトシティ」 住民は「ワンストップシティ」を望む
WHO	だれがやるのか	主体は行政（市町村）←県がサポート 事業主、商店街組合等、商工団体 NPO法人、ボランティア等民間団体、市民
WHOM	だれに対してやるのか	内閣府の中心市街地活性化本部に対して「基本計画」を提出する 本来の主役は「住民」であることを忘れずに
WHAT	なにをやるのか	内閣府に提出する基本計画に何を盛り込むか 市町村が「街のかたち」をどう考えるか 具体的な施策をどうするか
WHERE	範囲をどう定めるのか	中心市街地をどの範囲に設定するか 原則は「一市町村一区域」
WHEN	いつ（までに）やるのか	基本計画をいつまでに提出するか おおむね5年以内にやるべきスケジュールは
HOW	どんな方法でやるのか	街なか居住者の増加策 大型集客施設の街なか誘導策 街なか観光施設・ルートの設定 商店街のイベント等の活性化策 交通体系・手段、駐車場の整備 など
HOU MUCH	目標値、予算はいくらか	内閣府が求めている活性化目標値は 活性化策に要する費用はどれだけかかるか

県内13市（14地区）の取り組み

今回調査研究の対象としたのは、岩手県内の13市（14地区）である。これら14地区の中心市街地活性化への取り組み等については、第二部「各論」で個別に紹介することとするが、市役所や商工団体等へのヒアリングを通じて感じた点をまとめておきたい。

各市、商工団体等の各担当者は改正まちづくり三法の趣旨を踏まえ、よく勉強している

各地域の取り組みについてはばらつきが見られ、年度内に「基本計画」を内閣府に提出するスケジュールを立てているところもある

旧法におけるTMOの設置に至らなかった市もあり、今後も模索が続く

中心市街地の区域をどのように設定するか悩んでいるところもある

「一市町村一区域」の原則により、合併によって新市の一部となった旧町村の、活性化の遅れが心配されている

全国で認定を受けるのが100～200地区という話が一人歩きしており、このことが「どうせ基本計画をまとめてもだめなんだ」という無力感に通じることが心配される

街なか居住人口の静かな増加が見られる市もあり、国道4号線沿いの各市にはマンションの建設が進行する気配がある

中でも盛岡市の場合は、中心部の小学校の児童数が増加に転じている例も見られる

各市で心配されているのは、大型集客施設の街なかへの誘導が「かけ声だけに終わらないか」という点である。逆に、大型集客施設（病院など）の郊外移転がこれからも予定されているところがある

内閣府の認定を受けられない地域の切り捨てが進むのではないかが心配されている

最近、街づくりに関心を寄せるNPO法人や市民団体が増えており、「街を守るのは住民の力だ」という気運が徐々に芽生えてきていることが実感できる

中心市街地活性化に関する問題は、まちづくり三法の改正によって、確かに一つの転換点にさしかかっている。これまではどちらかというと、個々の商店街の衰退をどのように食い止めるかという視点からとらえられていたが、これからは「住民が暮らしやすい街」をどう構築するかという視点が重要視されてくる。その意味から、行政当局は民間団体の意見も汲み入れて、「街のかたち」を住民に示すことが求められる。

内閣府からの、認定を受けられるかどうかはもちろん重要であるが、それと同時に、まず「基本計画を策定する」ことに全力を注いでいただきたいと思う。

第2部 各 論

〔盛岡市〕

商店街を軸に賑わいの街づくりを目指せ

１．中心市街地の現状と課題

盛岡市の概況と人口動向

岩手県の県都・盛岡市は県内ほぼ中央に位置し、北に岩手山を仰ぎ、街なかを北上川、中津川、雫石川などが流れる風光明媚な街である。西暦1600年頃から南部氏の「盛岡城」城下町として整備され、明治維新以後、県都として栄えてきた伝統と歴史の町でもある。平成４年に都南村を、18年１月に玉山村を編入して念願の30万都市になり、20年４月、中核市の指定をめざしている。

旧盛岡市の人口は、平成17年の国勢調査で12年比減少（12年288,843人、17年287,186人）しているが、中心市街地の人口は増加傾向にある。盛岡市には150棟ほどのマンションがあり、就業者割合では第三次産業がほぼ80％を占める典型的な消費型都市である。

盛岡市の中心市街地は、おおむね河南地区、河北地区、駅周辺地区（それぞれが川で区切られている）の三つに集約される。それら３地区の人口の推移（国勢調査）を示すと以下のとおりである。

区 分	平成７年	平成12年	平成17年	12年対17年増減
河 南 地 区	12,615人	11,724人	11,929人	+205人
河 北 地 区	13,527	14,107	14,249	+142
駅周辺地区	1,528	1,804	2,550	+746
（３地区合計）	（27,670）	（27,635）	（28,728）	（+1,093）
盛岡市全体	286,478人	288,843人	287,186人	-1,657人
３地区のシェア	9.66％	9.57％	10.00％	

小売業をめぐる動き

盛岡市の中心商店街は、県内の各都市や他の県庁所在都市などに比較して、街並みがよく整備されている方だとの評価を耳にする。確かに、東北地方の各都市などと比較して、盛岡市の肴町、大通、盛岡駅前、材木町などの中心商店街は比較的整然としているように見受けられる。

盛岡市の郊外に、平成15年８月にイオン盛岡ショッピングセンター（店舗面積34,490㎡、その後増床）が outlets し、盛岡市は本格的なSC時代を迎えたが、それから３年後の18年９月には、イオン盛岡南SC（店舗面積37,195㎡）が開店した。その後も、マイヤ（仙北町駅西側）、ユニバース（津志田）などが相次いでSC業態の店をオープンさせており、これら周辺地区のSC開店ラッシュが、中心市街地にどのような影響を及ぼすのかが心配されている。盛岡市の推計値によれば、18年度末の大型店舗率（市内の小売店店舗面積に占める大型店の店舗面積割合）は66.9％になるという。

中心市街地の空き店舗の状況については、正式なデータといえるものはないが、盛岡市の商業担当職員の目視調査によれば、16年度末 50店舗、17年度末 67店舗とのことである。さらに盛

岡まちづくり による商店街の歩行者調査（毎年３月実施）では、とくに日曜日の減少ぶりが目立つ。一方、月曜日の歩行者は増加または横ばいの地点が多い。

また、商業統計調査結果によると、「売場面積」が増加、他の項目は減少（５年間比較）している。

区 分	商店数（店）	従業者数（人）	年間販売額（百万円）	売場面積（㎡）
平成11年調査	3,242	21,992	415,158	376,837
平成16年 〃	2,937	21,788	391,679	428,927
増 減（％）	-305	-204	-23,479	+52,090

２．盛岡市がこれまでに実施した活性化施策など

中心市街地活性化基本計画

平成10年６月に制定された「中心市街地活性化法」に対応すべく、盛岡市が「盛岡市中心市街地活性化基本計画」を策定したのは12年３月である。この基本計画に盛り込まれた都市像は、平成６年３月に策定された「第三次盛岡市総合計画」を踏襲するものであった。すなわち、 人が集い活力に満ちた北東北の拠点都市、 豊かな人間性をはぐくみ世界にひらかれた教育文化都市、恵まれた自然とともに生きお互いにささえあう健康福祉都市...がそれである。

TMO（タウン・マネジメント機関）の認定

盛岡市は平成12年６月に、盛岡商工会議所をTMOとして認定した。その事業内容は、アーケードや駐車場等の整備、不動産賃貸、街づくり事業に関連する調査研究、商店街の事務代行、テナントミックス、商店街のイベントの企画立案・運営、地場産品の販売などであった。これらの事業は、平成13年５月に第三セクターの「盛岡まちづくり株式会社」に移行された。

○盛岡まちづくり株式会社（資本金 20,000千円、うち盛岡市 10,000千円）

出資団体：盛岡市、盛岡商工会議所、盛岡市肴町商店街振、盛岡大通商店街、盛岡駅前商店街振、盛岡市材木町商店街振、川徳、ジョイスほか24団体

中心市街地の活性化策

盛岡市の中心市街地の中から肴町、大通、盛岡駅前、材木町の四つをとりあげ、各商店街をめぐる話題や、これまで盛岡市、商工会議所などがどのような施策を講じてきたかを概観することとする。

肴町商店街（振興組合の組合員数 85）

盛岡を代表する老舗商店街であり、平成18年５月に中小企業庁が全国の商店街の中から選抜した「がんばる商店街77」の一つに選ばれた。選抜理由は、『『全蓋アーケード』の下、各種イベントを開催し、市民に広く親しまれる商店街』である。全蓋アーケードの施設（平成13年にリニュ

ーアル)やカラー舗装などには、国、県、市の補助金や制度融資などが導入されている。別組織の協同組合ジョイのカード会員は20万人を超えている。

大通商店街(協同組合の組合員数 98)

盛岡を代表する繁華街で、延べ983mに及ぶ軒型アーケードがある。さらにカラー舗装、植栽、電話ボックス、水飲場、案内板なども設置されている。リリオ会館、立体駐車場や、大通と交差する通称「映画館通り」の街路灯設置事業などにも補助金や制度融資などが導入されて、整然とした街並みを保持している。18年12月にはダイエー跡地に新しい商業ビル(MOSSビル)がオープンした。また、チャレンジショップ「おへれんせ」も18年9月に開店している。さらに、携帯電話による買い物代金の決済システムを導入するなど前向きな努力を続けている。

盛岡駅前商店街(商店街振興組合の組合員数 38)

JR駅前はいつの時代でも「街の顔」である。盛岡駅前も例外ではない。これまでに商店街共同施設事業として、カラー舗装のほか、植栽、ベンチ、街路灯、電話ボックスなどが設置されている。盛岡市がめざしている花の街「ハンギングバスケット事業」が駅前商店街からスタートした。

駅前立地の特性から組合員にはホテル、飲食店などが多い。最近は駅ビルデパート「フエザン」や駅西側の盛岡地域交流センター「マリオス」等との交流をめざし、駅周辺イルミネーションやサマーフェスティバルなど合同イベントも開催している。

材木町商店街(商店街振興組合の組合員数 82)

平成5年に宮沢賢治のブロンズ像などのモニュメントを設置したコミュニティ道路が完成し、組合運営の立体駐車場など、ハード面は充実している。また昭和49年にはじまった「よ市」(毎年4~11月の土曜日に開催される路上市)の街として、全国的に知名度は高く視察団も多い。

材木町商店街の特色の一つに、民芸品・工芸品の店が比較的多いことがあげられる。もっと商店街としての特色を出すためには、民芸品などの店のさらなる集積が望まれる。



盛岡駅前のハンギングバスケット



全蓋アーケードの肴町商店街



大通商店街に開店したおへれんせ



「よ市」で賑わう材木町商店街

3. 中心市街地活性化法への対応

盛岡市、盛岡商工会議所の動き

盛岡市は平成18年10月3日に「盛岡市中心市街地活性化協議会設立準備会」の初会合を開き、新しい基本計画づくりに向けて動き出した。19年9月頃を目処に、国の認定を得たいと目論んでいる。盛岡商工会議所もこれと呼応して、19年1月に「中心市街地活性化協議会」を立ち上げた。協議会が民間の機関としての提言をまとめ、これらを参考に盛岡市が「基本計画」を策定することになる。

基本計画の策定に向けて

上記のとおり、「基本計画づくり」に向けて動き出したばかりであるが、盛岡市中心市街地の活性化について、いくつかの私見を述べることにする。

街なか人口の増加 現在肴町に、高齢化時代にマッチした医療・介護つきマンションの建設が進んでいる。コンパクトシティをめざし、街なか人口のさらなる増加策がのぞまれる。

街なか観光の拠点づくり 盛岡城跡公園とその周辺の整備、とりわけ「歴史資料館」(仮称、県立図書館跡)の開館が急がれる。観光客をいかにして街なかに呼び込むかが大きな課題である。

先人にちなんだ新たな観光の拠点づくり 盛岡は原敬、新渡戸稲造、米内光政、金田一京助、石川啄木など多くの先人を輩出している。宮沢賢治も学生時代を盛岡で送っている。これら先人を顕彰するとともに、ゆかりの地などを整備して観光客誘致に結び付けたい。

盛岡3大麺の「めん横丁」など 街なか観光にも関連するが、3大麺(わんこそば、冷麺、じゃじゃ麺)の店を集めた「めん横丁」「めんの小道」とか、あるいは同じビルのワンフロアに3大麺の店を集めた拠点などをつくって観光客にアピールしたい。

盛岡バスセンターの再開発 老朽化したバスセンターの改築、周辺の整備が河南地区の活性化に直結する。バスセンター以外の再開発適地にも目を向けて、街なかに集客施設を誘導する具体策を官・民一体となって推進してもらいたい。合わせて「歴史的建造物」の保存・整備も。

街なか駐車場の整備 消費者が商店街やお店に抱く不満の一つが駐車場の問題である。民間の力だけでは解決できない問題でもあり、官・民が力を合わせた取組が必要である。

大学生や各種市民団体との提携 大学生や市民の趣味の会などと提携したイベント開催が活性化につながる。お祭り広場を確保し、毎週土・日にイベントを開催するなど人を呼び込みたい。

街づくりに関するNPO法人の組織づくり 街づくりに関心のあるNPO法人やボランティア団体は多い。馬車を走らせるなどユニークな試みもあり、これら団体の組織化がのぞまれる。

消費者から選ばれる商店街 どこで買物をするかの選択権は消費者にある。消費者から「おらほの商店街」といわれるような商店街になるための努力が究極の中心市街地活性化策である。行政、民間指導団体、商店街、事業主、消費者などの力を結集するための具体策がほしい。

〔花巻市〕

街なか居住促進をさらに図ろう

１．花巻市の概要

花巻市は、岩手県のほぼ中央に位置し、県都盛岡市に近く、かつ空港、新幹線、高速道路等高速交通時代に即した交通網の拠点であり、「活力と潤いのあるイーハトーブの郷づくり」を目指し、農業、商業、工業、観光等の各産業が発展、文化的側面との調和が保たれた都市づくりを進めている。

こうした恵まれた環境を活かし発展している地場産業は元より、近年は県内外から多くの企業が立地し、県内第４位の工業生産額を誇る工業都市としても知られる。一方、商業においては、国道４号線や駅西部の新興住宅地周辺に立地した郊外型店舗の影響により中心市街地は空洞化が進展している状況であり、中心市街地活性化が大きなテーマとなっている。

２．中心市街地の現状と課題

平成16年度商業統計調査によると、花巻市の小売商店数は、平成11年859店、平成16年には792店と7.8％減少している。一方、同期間の売場面積は、96,939㎡から101,760㎡と増加し、店舗規模は拡大している。

花巻では、イトーヨーカ堂花巻店、花巻ツインプラザ（マックスバリュ・ホームック）、ジーズ花巻、コメリパワー花巻等大型店が多く郊外に立地し、その結果、小売業全体の店舗面積に占める大型店（店舗面積1,000㎡以上）の割合は61.1％となっている。一方、中心市街地では、繁華性が低下しており、最近の空き店舗の状況をみると、平成14年度末32店舗、空き店舗割合3.7％、平成16年度末には47店舗、空き店舗割合5.4％、平成17年９月末45店舗、空き店舗割合5.1％である。

３．これまで行った施策について

ここ数年間において行政の助成金によるハード、ソフトの施策や空き店舗対策、商店街・民間団体等による自主的な活性化への取り組み、効果等は以下のとおりである。

花巻市中心市街地活性化基本計画策定（主体：花巻市）平成12年３月

中小小売商業高度化事業（TMO）構想策定（主体：商工会議所）平成14年３月

市がTMO構想と花巻商工会議所をTMO（認定構想推進事業者）として認定：平成14年５月。この構想は、宮沢賢治が謳歌した「大正ロマン」と現代の調和をテーマに76の事業を掲げ、平成14年度から平成20年度にかけて実施する事業の推進により、活気ある商店街の再生と中心市街地再活性化を図るものであり、現在、その構想に掲げた事業実施の促進がなされている。

具体的なTMO事業

「どでびっくり市in花巻」事業（平成15年～平成17年 県の地域活性化事業調整費 平成18年市のイベント事業費）

花巻市の中心市街地において「市」を開催し、かつて賑わっていた時代を復活。既存商店の路面販売（花巻地方旧４市町の参加型の「市」）を行うものである。

「賢治産湯の井戸」公開事業（平成14年～平成18年）

宮沢賢治誕生の際、産湯に使った井戸を８月１日～31日までの期間、観光客や市民に開放し鍛冶町地区の賑わいづくりを図ったものである。

「商人くん」実験的補助事業「大堰川青空カーニバル」（平成17年 県のTMO補助金）

上町、吹張町商店街青年部、農業青年クラブ等が主体となって大堰川沿いの「まちなかビクターセンター」広場において、まちかどライブやクリスマスツリー・夢灯りの点灯などの多彩なイベントを実施し賑わいを図ったものである。

「賢治ふるさと情報館」運営

空き店舗を利用して多くの観光客や市民が集う場を提供し賑わいを取り戻すべく情報を発信するものである。

街なか居住促進

TMO構想として盛り込まれていた優良建築物事業である「街なか高齢者向けマンション」の建設が進展している。

東北電力跡地利用で、道路拡幅に合わせて定住人口を増やそうと、舘坂で事業を営む者・住民が主体となってマンション事業に取り組むこととなり、事業施行者である有限会社「TATESAKA」（資本金300万円）を平成16年４月１日設立。

事業名称：花城町地区優良建築物等整備事業 別途、高齢者向け優良賃貸住宅制度（国土交通省所管）も導入

施行場所：花巻市花城町12番地内 敷地面積 約4,800㎡

事業方式：地元主導の民間事業（国土交通省所管／国、岩手県、花巻市の補助による優良建築物等整備事業を導入した補助事業）

総事業費：約23億5,500万円（うち国・岩手県・花巻市の補助金総額約5億円）

工事内容： 分譲棟（SRC）

一般分譲マンション58戸（12階建のうち３～12階）

医療ゾーン 3 科予定（12階のうち 1 ～ 2 階）
賃貸棟（RC）
高齢者向け優良賃貸住宅（家賃補助あり）18戸（ 3 階建）
店舗
調剤薬局、 レストラン、 生鮮食品店、 雑貨店等
8 店舗
上記延床面積 約12,120㎡

平成18年 9 月10日現在、58戸中、36戸契約済み、平成19年 2 月28日引渡し、 3 月入居可である。
価格は、1,480万円～4,300万円（ 1 DK ～ 5 LDK ）平均価格帯は2,000万円前後である。

4 . 今後の中心市街地活性化への取組み

TMOに替わる新たな中心市街地活性化に、市や商工会議所、商店街等がどのように取り組もうとしているかは、以下のとおりである。

花巻市は、平成18年 1 月に 1 市 3 町（花巻市、石鳥谷町、東和町、大迫町）合併、2 月に初代市長が選出され新市政がスタートした。市長のマニフェストの中に商店街の再活性化などの方向性が示されている。

花巻地方 1 市 3 町の中心市街地の再生と小売商業機能の維持を検討する会として「中心市街地小売商業機能検討会」が設立された。メンバーは、花巻市 1 市 3 町の商店街若手リーダーや行政・商工団体の職員で構成、市長から委嘱され活性化の検討を重ねている。

花巻では、まちづくりのNPOとして花巻文化村協議会や寺町文化村協議会、まちなか観光のNPOなど活動が盛んであり、次世代を担う若手リーダーの動きが活発である。このまちづくりの団体の動きは、改正まちづくり三法において、市町村が策定する基本計画の機関、いわゆる「中心市街地活性化協議会」の一端を担う組織体として期待される。

今、花巻市では、このように新しいまちづくり三法による中心市街地活性化の方向性を検討している段階にある。

5 . まちづくりに関して

以上、花巻市の現状・問題点・施策などをみたが、平成18年 1 月に 1 市 3 町が合併し、人口も10万人規模となった。しかも花巻市は、岩手県内で唯一の空港もあり、高速交通の拠点、加えて観光面でも、花巻温泉郷や宮沢賢治の生誕の地としても全国に知られている。

こうした市の個性・特徴をさらに全国にPRする必要があるといえる。さらに、歴史的・文化的特徴を保全する意味でも景観を重視した施策に力点を入れるべきと考えられる。

また、最近、中心市街地で事業を営む者、住いする者が主体となって街なか居住促進を図る動きは、全国的にも稀であり、それだけ中心市街地の空洞化を危惧している現れでもあり、かつ地元への愛着心の表現である。こうした動きを市でも重視し、街なか居住促進支援策を多方面から講じることが大切だといえる。

（参考）



〔銀河タウン館坂〕花巻市での最初の本格的マンションであり、住居ゾーン、医療ゾーン、店舗ゾーン、高齢者向け優良賃貸住宅で構成されている。平成19年 2 月28日引渡し、 3 月入居可能。



花巻市商店街の一角、シャッターを閉めた店舗が多く、日中人通りがほとんどない。

中心市街地を活性化させる方策の一つとして、街なか居住を商業者、住んでいる住民が主体となって取り組んでいる。

〔 北上市 〕

北上駅周辺とツインモールプラザとの回遊策を早急に進めよう

１．北上市の概要

岩手県の中央やや南部、北上平野の中ほどに位置している。市の中央部には北上平野が広がり、古くから交通の要衝として栄えている。

現在の北上市は、旧北上市、和賀町、江釣子村の３市町村合併により平成３年４月１日に誕生した。人口は順調に増加し、平成９年末には９万人に到達した。産業面では、県内市町村に先駆けて工業団地造成を行うなど、工業都市形成に向けた施策を推進し、県内一の工業都市となっている。

住民基本台帳による平成17年10月31日現在、人口は93,288人、うち高齢者（65歳以上）割合は20.5%である。市全体の人口は10年前（平成７年）と比較し、5,319人（６％）増加している。世帯数も28,247世帯（平成７年）に対し、32,276世帯（平成17年）と増加傾向にある。

２．北上市中心市街地の現状と課題

北上市の中心市街地は、JR北上駅から北西側、本町・新殻町地区ツインモール・プラザを中心とした範囲である。

中心市街地の人口推移をみると、北上市全体では、平成10年から17年９月末現在にかけ3.3%増加しているのに対し、中心市街地では平成10年6,304人に対し、平成17年には5,958人とこの間5.5%減少している。歩行者・自転車通行量も平成10年8,716人から平成17年7,676人と大きく減少している。県立高校・県立病院等の移転も昼間人口減少の一因となっている。

北上市商店街の概況・問題点

北上市商店街は、本通り商店街、本通り一丁目商店街、新殻町商店街、諏訪町商店街、北上駅前商店街の５つである。

５つの商店街では、各店舗・アーケード等の施設いずれも老朽化しており、歩行者通行量が減少、繁華性が低下し、休日シャッターを下ろす店舗や空き店舗が目立ち、空き店舗割合は、平成17年９月末16%から17%と高い状況である。

中心市街地から大型店撤退・出店事例

中心市街地から大型店が２店撤退、１店出店している。

北上ショッピングセンタービルの核店舗であるエンドーチェーンが昭和53年オープンし、平成３年閉店した。跡地については、平成18年１月、奥州市の民間建設業者が競売落札し、同年８月建物を取り壊し、土地約1000坪の更地、現在利用方針は未定である。

駅前再開発ビルの核テナントであるイトーヨーカ堂が昭和61年オープンし、平成12年閉店した。現在当該ビルは、〔地階〕：飲食店、物産館、カラオケBOX、〔１階〕：スーパー、100円ショップ、薬局、〔２階〕：ニチイ学館、不動産屋、内科医院、学習塾、〔３・４階〕：生涯学習センター、NPO活動センター、テレビ局支局と利用頻度は高いが、顧客数では以前に比べ減少している。

北上都市計画本通り地区第一種市街地再開発事業として、平成12年３月ツインモールプラザ（事業等面積48,800㎡、駐車場面積37,900㎡、延面積86,700㎡）がオープンした。核店舗にはさくら野百貨店が「さくら野北上店」として出店している。

特色としては、ツインモールプラザ東館に映画館７館（1,300席）、同西館には８コースのプールなどを備えたフィットネスクラブと、両館合わせて約1,500台収容の市営自走式立体駐車場、さらには両館を２階でつなぐ連絡通路が設置されている。

駐車場利用者数は、年間100万台以上、フィットネス会員数は平成17年末3,323人、映画館利用者は年間50万人である。ただ、当該ビル来訪者は外に出ないため、周辺の歩行者通行量にプラス効果がなく減少傾向である。ツインモールプラザが立地する十字路地区商店街は、モータリゼーションにより、むしろ地盤沈下している。

郊外の大型店立地状況

平成18年９月末現在、大型店（店舗面積1,000㎡以上）の立地では、中心市街地２店舗、郊外立地が17店舗、合計19店舗であり、うち最近出店した事例としては、平成16年に郊外出店した大型店ロックタウン北上店、スーパーオセン北上店がある。平成17年３月末大型店全体店舗面積110,495㎡のうち中心市街地立地は34,268㎡、郊外立地が76,227㎡である。

街なか居住について

最近、分譲型マンションがJR北上駅周辺を中心に増加しており、街なか居住が進展している。平成12年から18年にかけて６棟が建設され、内訳は中心市街地内が３棟、その周辺が３棟、合計約300戸である。マンションのタイプは、２LDKないしは３LDK、専有面積は平均70㎡、価格は1,800万円から2,500万円程度である。

３．今までの中心市街地活性化策について

この数年間に行ってきた行政によるハード、ソフトの施策や空き店舗対策、商店街・民間団体等による自主的な活性化への取り組み、効果等は、以下のとおりである。

中心市街地活性化基本計画	策定提出：平成11年４月（変更提出：平成12年10月）
TMO構想	当初認定：平成11年12月（変更認定：平成12年11月）

基本計画事業実施状況			
区 分	計画事業	完了・実施中	未実施
市街地整備改善	10 -	7 -	3 -
商業活性化	10（ 4 ）	5（ 2 ）	5（ 2 ）
そ の 他	11（ 10 ）	5（ 4 ）	6（ 6 ）
計	31（ 14 ）	17（ 6 ）	14（ 8 ）

注：（ ）内は、TMO構想に掲げられた事業数である。

○その他の事業

商店街空き店舗活用起業家支援事業（平成16年～） 基本計画事業再現

商店街振興事業費補助金

お江戸「本牧亭」出前寄席事業（平成17年～：地域活性化事業調整費補助）

魅力ある商店街づくり事業（平成17年単年：財団法人地域活性化センター補助）

商業等活性化資金融資事業

4．今後の中心市街地活性化への取り組み

今後、TMOに替わる新たな中心市街地活性化に市役所、商工会議所、商店街等はどうのように取り組もうとしているかは、以下のとおりである。

○まちづくり三法改正への対応

市役所内検討組織設置：平成18年 7 月 まちづくりワーキンググループ設置。

中心市街地活性化基本計画承認申請：未定

中心市街地活性化協議会設立：未定

5．北上市の中心市街地活性化について

北上市は、県内有数の工業団地を擁し、交通の要衝でもあり、さらに発展が見込まれる都市である。中心市街地については、商店街の空洞化がみられ、その対策としては、ツインモールプラザとJR北上駅との回遊性を図る意味で、エンドーチェーン跡地に集客につながる核施設を設け、人の流れを創出する必要がある。また、現在街なかにマンションが建設されているが、街なか居住促進のための支援措置を講じることも必要と考えられる。その際、景観保全のため、景観地区を設けそれに適したマンション建設の支援策等も必要といえる。

（参考）



駅前イトーヨーカー堂、撤退後の複合ビルとマンションの状況



エンドーチェーンの跡地、現在更地となっている。



ツインモールプラザの現状

駅前とエンドーチェーン跡地、さらにツインモールプラザとの回遊性を如何に図るかが、北上市の当面の大きな課題である。

〔奥州市・水沢区〕

水沢生活圏の中心核としてのメイブルの再生

1．中心市街地の現状と課題

奥州市水沢区の概要

岩手県内で第二の人口規模を誇る奥州市は、平成18年2月に水沢市と、江刺市、前沢町、胆沢町、衣川村が合併して誕生した市である。水沢区はその奥州市の中核となる街で、平成17年10月現在の人口が60,585人（岩手県統計局調査課）。人口密度は盛岡市について第2位であり平成13年までは人口が増加傾向を示していたが14年からは減少に転じている。

水沢区は古くは有数の穀倉地帯であったが、時代と共に農業の占める割合が低下し、近年は商業の街として長く栄えてきた。しかし、周辺地区への相次ぐ大型店の出店によりその影響力は総じて低下している。平成12年の国勢調査の結果によると、産業別の就業者割合は次のとおりである。

第一次産業 8.7％ 第二次産業 30.5％ 第三次産業 60.9％

商業統計調査結果から見た商業の現状

区 分	商店数（店）	従業者数（人）	年間販売額（万円）	売場面積（㎡）
平成11年調査	931	5,157	8,609,457	90,063
平成14年 "	861	5,045	7,828,917	91,630
平成16年 "	800	4,680	7,615,726	108,892
増減（11年対比）	(-) 14.1％	(-) 9.3％	(-) 11.5％	(+) 20.9％

上記のとおり、平成11年調査を基に5年後の平成16年と比較してみると、商店数は14.1％、従業者数は9.3％、年間販売額は11.5％の減少を示しているが、売場面積は逆に20.9％と大きな増加を示しており、店舗の大型化、つまり大型店の占める割合の増加が容易に想像できる。1商店当りの売上金額は11年調査では9,247万円であったものが、16年調査では9,519万円と3％の上昇を見ているが、従業員一人あたりでは、1,669万円から1,627万円と逆に2.5％の減少を示しており、売場面積1㎡当りでは95万6千円が69万9千円と26.9％の大幅な減少を示している。

大型店の出店状況

平成17年2月現在の水沢区の大型店（1,000㎡以上）の出店状況は次の通りである。

中心商店街

横町一番街再開発商業ビル西棟 3,094㎡

ショッピングシティ メイブル	11,248㎡
総合衣料スガハラ	1,276㎡
ロードサイド（国道4号線）	
ショッピングパーク水沢	2,586㎡
インドア	1,327㎡
ロイヤルサンタ	1,190㎡
スーパーデンコードー水沢店	1,399㎡
ビックワン	2,230㎡

ロードサイド（その他の幹線道路）

スーパーセンターみずさわ	4,042㎡
ジョイス水沢日高店	1,228㎡
サンデー水沢店	1,200㎡
長野家具店	1,908㎡
クオリティー・フード・パワーセンター・バリュー水沢店	2,500㎡
神文ストア水沢原中店	1,188㎡
薬王堂 桜屋敷店	2,200㎡
水沢佐倉河店舗	1,919㎡
カルチャーパークあてるい	
いわて生協	7,843㎡
サンデー	4,235㎡
タケダスポーツ	1,914㎡
カワチ薬品	3,008㎡

上記20店舗の売場面積の合計は、57,535㎡であり、商業統計による売場面積に占める大型店の占有率は52.8％である。

大型店は当初、水沢の中心商店街に集中していたが、次第に国道4号線に出店を始め、次いで周辺の主要幹線道路沿いに出店が進み、現在は佐倉河の水沢文化会館（Zホール）周辺に集中する傾向を示している。

中心商店街の空き店舗の状況

空き店舗の実態を正確に把握しているものはないが、この調査において水沢区の中心商店街の核となる駅通り（メイブルから水沢駅まで）の空き店舗を調べると、銀行やホテル、事業所などを除く商店（飲食店・理美容店を含める）の数は合計で66店舗あり、そのうち営業している店舗が46店、空き店舗が20店であった。その割合は実に30.3％にも達しており、消費者からシャッタ



新装開店したメイブル

ー通りと呼ばれる程、空き店舗の数が増えている。

２．これまでに実施した活性化策等

ＴＭＯ構想の推進

水沢市が「中心市街地活性化基本計画」に取り組んだのは平成10年度からであり、計画は平成12年度にできあがった。同じ時期に水沢商工会議所でもその取り組みを始めており、市と会議所が同時進行でＴＭＯの立ち上げを行っている。基本理念は「個性が光る『商人（あきんど）』のまち」であり、具体的には次の10項目を掲げ（最終的には11項目に増える）、平成12年度から５年間（最終的には６年間）の計画で事業が進められた。掲げた項目と結果は次の通り。

ダイエー跡の活用

２つの金融機関が店舗を新設し、跡地の活用がはかられた

大町地区の整備促進

沿道整備事業が主となり、組合事業は当初計画のとおりは進展していない

歴史的な資源を生かした街づくりの推進

観光物産センターの建設などが実現し、蔵の保存活用などが検討されている

空き店舗対策の推進

空き店舗を活用したチャレンジショップの開店、市の家賃補助等により効果が上がったが、空き店舗の解消という抜本的な問題は未解決となっている

対象を定めた来街者対策の推進

イルミネーションの実施や実験店舗の開設、介護支援センターの設置等を実施した

買物サービスの強化

花飾り、ワゴンセール、情報紙の発行等のきめ細かな対応を実施した

イベントの開催

フリーマーケットや青空市などを定期的に開催し、集客効果をあげている

商業基盤整備の推進

課題を上げて検討を続けているが、パティオ・商業施設等のハード事業は実現されていない

商業者への支援と自助努力の促進

商工会議所等が中心となり、専門家の派遣などを進めて商業者や創業者への支援を強化した

中心市街地におけるコミュニティの活用

街路灯、電柱の移設等の賑わいの道づくり事業、４地区の町づくり構想を策定した

（追加）商業核施設の活性化（横町メイブルの再生事業）

メイブルについては「メイブルの再生」として後述する。

ＴＭＯ構想の推進にあたっては、ＴＭＯとして水沢商工会議所がその任にあたり、水沢商工会議

所と水沢市、水沢信用金庫から専任の職員を派遣して事業の推進にあたった。当初に掲げた目標のハードルが高く、当初の目的が十分に達成できたかと言えば疑問な面もあるが、十分な効果を挙げる事ができなかった市町村に比べれば成功した事例に上げてても良い実績といえる。

メイブルの再生

市街地再開発事業によって昭和60年に開店した大型店のメイブルは、核店舗となっていたジャスコの撤退により30のテナントも閉店を余儀なくされ、平成17年５月をもって閉店した。この施設は中心市街地の核施設であり、その再生が中心市街地活性化のためには必要不可欠の重要課題であった。このため、当初の計画にはなかったＴＭＯ構想の一つに位置づけ、官民あがての取り組みを行い平成18年４月の営業再開（核店舗ジョイス）にこぎつけた。この事業は、中小商業者、水沢市、水沢商工会議所等が出資した特定会社「株式会社水沢クロス開発」（資本金10,000千円）が事業主体となって、国・県の補助金（総額388,330千円）を得て総事業費796,293千円で実施したものである。また、この事業実施にあたっては、県・市・地元商工団体が事業主体と一体となって「水沢市大型商業施設再生事業促進委員会」を組織して再生事業を支援・推進してきたほか、日本ショッピングセンター協会からの全面的なバックアップも受けている。この事業は中心商店街にある大型商業ビルの再生モデルとして全国が期待し、注目している。

３．中心市街地活性化への取り組み

中心市街地活性化法等の改正により、中心商店街の振興策は見直しが迫られており、奥州市ではその対応として「奥州市中心市街地活性化基本計画策定委員会」を平成18年10月に設置した。

この委員会は助役を委員長に、市長部局と教育委員会事務局の部課長が委員となり、振興局と商工会議所・商工会の事務局がオブザーバーとして参加している。

中心市街地活性化の基本方針は示されていないが、現段階では中心市街地として水沢と江刺が対象地区として考えられており、水沢の場合は現在のメイブルを中心とする中心市街地の活性化策を中心に検討が諮られるのは間違いないと思われる。

メイブルが閉店していた時の東北銀行水沢支店前の歩行者は、日曜日で305人、月曜日が520人であったものが、営業再開後には同地点で、日曜日に1,764人に、月曜日も2,662人にと５倍の通行量があり、その効果の大きさが如実に現れている。また、空き店舗もメイブル周辺は殆ど無いのに比べ、メイブルから遠くなるにしたがって目立つようになっており、核施設としての機能も十分に果たしている。

しかし、こうした努力にもかかわらず、メイブルから撤退する入居者も増えており、核施設としての魅力に乏しい面もあり、引き続き魅力ある商業施設としての充実を計ることが中心市街地活性化のポイントともなっている。

〔奥州市・江刺区〕

地域の熱意が一体となって実を結んだ蔵の街

１．中心市街地の現状と課題

奥州市江刺区の概要

奥州市江刺区は、奥州市で水沢区に次いで人口が多く、平成17年10月現在の人口は32,594人（岩手県統計局調査課）。以前は人口の減少に悩まされ過疎地域にも指定されたが、近年では人口は横ばい傾向にある。

江刺区は古くから豊かな穀倉地帯であり、豊富な物産にも恵まれ、特にりんごは日本一の評価が定着している。地域内には中核工業団地もあって、優れた企業が立地し、奥州市の工業の中心地を形成している。商業は長らく低迷し、水沢市への流出が激しかったが、市内への大型店の進出や中心商店街の活性化が実り、県内外からの観光客も周遊するようになった。平成12年の国勢調査の結果によると、産業別の就業者割合は次のとおりである。

第一次産業 27.4％ 第二次産業 31.5％ 第三次産業 41.1％

商業統計調査結果から見た商業の現状

区 分	商店数（店）	従業者数（人）	年間販売額（万円）	売場面積（㎡）
平成11年調査	360	1,563	2,847,720	35,336
平成14年 〃	322	1,794	2,658,578	38,481
平成16年 〃	302	1,697	2,268,527	36,833
増減（11年対比）	（-）16.1％	（+）8.6％	（-）20.3％	（+）4.2％

上記のとおり、平成11年調査を基に５年後の平成16年と比較してみると、商店数は16.1％、年間販売額は20.3％の減少を示しているが、逆に従業者数は8.6％、売場面積は4.2％と増加を示しており、店舗の大型化が進んでいる。１商店当りの売上金額は11年調査では7,910万円であったものが、16年調査では7,512万円と19.9％の減少、従業員一人あたりでは、1,822万円から1,337万円と26.6％の減少、売場面積１㎡当りでは80万６千円が61万６千円と23.6％の減少と、いずれも大幅な減少を示している。

大型店の出店状況と空き店舗

平成18年６月現在の江刺区の大型店（1,000㎡以上）の出店状況は次の通りである。

江刺ショッピングセンター（ジャスコ江刺店）	5,444㎡
江刺ツインプラザ	7,002㎡

桜木家具店	1,618㎡
ファッションセンターしまむら江刺店	1,200㎡
ショッピングパークサンエー	2,960㎡
ダイソー	1,335㎡

上記６店舗の売場面積の合計は、19,559㎡であり、商業統計による売場面積に占める大型店の占有率は53.1％である。

空き店舗の実態を正確に把握しているものはないが、商店が連綿として続いていないということもあり、空き店舗は着実に増えているが目立つほどではない。中町の蔵を生かした商店街づくりが大きく目を引き、その陰に隠れて目立たないことも功を奏している。

２．これまで実施してきた活性化策等

若手経営者の「黒船」の設立

平成５年のNHK大河ドラマ「炎立つ」ロケ誘致の先頭に立って活躍した江刺青年会議所のOBが中心となって、平成９年に「㈱黒船」（当時の資本金は4,600万円）が設立された。中心商店街が衰退していく現状に危機感を抱き、当時、滋賀県長浜市で商店街活性化の核になっていた「黒壁」と連携して地域おこしを図るのが目的だった。そして、同年、「黒壁ガラス館」の誘致に成功した。

この、㈱黒船の活動が大きく報道され、江刺の商店街活性化への取組が多くの人から注目を浴びるようになった。この動きに、いち早く反応したのは行政であったかも知れない。押しても引いても動かない商店街が大半の時代に、青年が立ち上がって行動に移す江刺の姿は、行政の求める理想的な姿であったことは容易に想像できる。これ以降、江刺の商店街活性化事業は県内のモデル事業として認知され、全国的にも評価を高めていくことになる。

平成18年５月に、中小企業庁が選定した「がんばる商店街77」にも選ばれている。

地域住民の長年の自主的取り組み

「黒船」の取り組みが高く評価され、行政ばかりでなく広く県民からも商店街の再生事業のモデルとして注目を集めるようになったが、実際にはその取り組みは平成元年頃までさかのぼる。

昭和63年から、岩谷堂地区の都市計画街路整備事業が始まったが、当時は、どこの街でもあるようなごく普通の特色のない再開発が進められていった。こうした現実を目の当たりにした地域住民が声を挙げ、岩谷堂に多く存在する蔵を生かした街づくりを進めようと動き出したのである。

地元振興会や商店会が中心となり一軒一軒を回って説得を続け、地域の合意形成を図り、平成５年には商店のみならず、一般住宅も含めた「街づくり協定」を結び、古い街並みの形成を地域一体となって進めることが決められた。こうした努力が実を結び、「黒壁ガラス館」が完成する頃

には、その蔵を生かした町づくりとが一体となって、みごとな景観を作り出すことができたのである。

TMO構想の推進

江刺市が「中心市街地活性化基本計画」に取り組んだのは平成11年度からであり、同時進行の形で江刺商工会議所でもその取り組みを始め、翌12年度に商工会議所がTMOに認定され、本格的な取り組みが始まった。基本構想のテーマは「蔵の街、音・水・緑の街づくり」である。

江刺市の場合は、TMO構想にそって事業が進められたというイメージよりも、市街地活性化事業のメニューの中の一つにTMO構想も入っているという印象が強い。例えば、TMO構想という政策がなかったらこの街づくりがどう変わったかといえ、あまり変わらない街づくりができていたのではないかというのが調査しての感想である。

しかし、このTMOによって、「裏小径遊歩道整備」「装飾灯設置」等の事業が行われたのも事実であり、その成果として強調されなければならない。

多彩で巧みな補助事業の導入による活性化の実現

若手経営者の「黒船」の活動が高く評価され、県や市からの強い支援活動があったことは既に述べたが商工会議所の果たした役割も極めて大きい。各種補助事業の導入により極力、構成員の負担を無くし、商工会議所が事業実施する事の不公平感を払拭してきたが、それは、単に金の問題だけではなく、会員が商工会議所に寄せる大きな信頼があって始めて可能になることである。こうした努力によってなされた主な事業は次の通りである。

「魅力ある商店街整備事業（黒壁ガラス館、オルゴール館改修）商店街等活性化先進事業（キンコン館ほか）毎週日曜日開催の「おらほの祭り」、中心市街地活性化事業（蔵出市ほか）商店街活性化モデル事業（岩谷堂箆笥、工芸館、楽市ほか）

ソフト事業の充実

江刺は歴史が古く、郷土芸能の盛んな地域であり、その伝承にも力を入れているが、商工会議



江刺区の蔵の街



毎週日曜日開催の「おらほの祭り」

所がその伝承活動の支援と商店街の活性化をうまく結びつけ、大きな効果を挙げている。

その代表的なイベントが「おらほの祭り」事業である。

この事業は、平成15年度から始まったが、6月から10月までの毎週日曜日の午前11時から正午まで蔵まちモールで江刺の郷土芸能を2団体が披露するというイベントである。年間で、約60団体が参加するが、1年間通っても全てを見ることができないというほど、豊富な郷土芸能が残されている。

日頃は年1回の地域の祭りにしか披露しないような団体も、このイベントのために練習を積むなど、伝承する団体にも良い刺激になっている。年1回の単発行事の開催であれば、それほど苦労はないが、毎週開催のイベントを継続するのは容易なことではない。それを支えている商店街の努力は高く評価される。このイベントの他にも、毎週水曜日開催の「水曜日」や、年1回開催の「蔵まち市」、中町で開催される「青空市」など多くのイベントが開催され、活気がみなぎる街づくりが行われている。

3. 中心市街地活性化への取り組み

中心市街地活性化法等の改正により、中心商店街の振興策は見直しが迫られており、奥州市ではその対応として「奥州市中心市街地活性化基本計画策定委員会」を平成18年10月に設置した。

この委員会は助役を委員長に、市長部局と教育委員会事務局の部課長が委員となり、振興局と商工会議所・商工会の事務局がオブザーバーとして参加している。

中心市街地活性化の基本方針は示されていないが、現段階では中心市街地として水沢と江刺が対象地区として考えられており、江刺区の場合は現在の岩谷堂を中心とする中心市街地の活性化策に検討が加えられるのは間違いないと思われる。

しかし、合併によって江刺が今までのような厚い行政の支援を受けられるかとなると、不安がないわけではない。財政が厳しい状況が続く中で、「市の中心」という位置づけが薄れるからである。

江刺の商店街の活性化の目標は、中町を蔵の町として明治をイメージしながら、商店街全体を歴史・文化を漂わせる街並のイメージに仕上げ、商店街を回ることによって歴史の流れを体験できる町並に整備することである。この構想は、中世の建物を再現した「藤原の郷」から江戸時代の「武家屋敷」が残る金ヶ崎町の伝統的建造物群と連動するもので、商店街単独でものを考えるという姿勢から一歩踏み出した夢のある構想である。

年間30万人を超える（平成17年度）「えさし藤原の郷」の観光客を、いかにして商店街に誘導するか、「菊田一夫記念館」などの文化施設への誘導策とも合わせて、課題は多い。

【一関市】

居住人口の増加によるコミュニティの強化

1．中心市街地の現状と課題

中心市街地の環境

一関市は岩手県南にあり、盛岡市と仙台市とのちょうど中間に位置している。商圈としては、旧東磐井郡、旧西磐井郡、宮城県北の金成・栗駒・鶯沢の各町（現栗原市）を想定している。

平成17年9月に1市4町2村が合併し、人口125,818人（17年国勢調査）規模の新一関市になったばかりである。合併前の各町村にも中心市街地はあり、TMOを設置しているところもある。旧千厩町では17年に街づくり会社を設立して、中心地にある酒蔵を買い取り、見学会やコンサートなどのイベントを開催するなど活性化に貢献していたが、今回の調査では合併後の中心市街地として、旧一関市に限定して述べることとする。

一関市の中心市街地区域は、都市計画道路山ノ目駅鉾山線、大町地主町線、一関駅前上の橋線に沿って分布し、旧市街地のほぼ全域が含まれる（165ha）。この中に17商店会がある。この中で、特に活性化の重点地域が、大町・地主町地域である。

人口の推移（資料：一関市、国勢調査）

区 分	人 口	世帯数	流出口	流入人口	昼間人口	備 考
昭和30年	58,304	10,269				・昭和30年の第二次合併で旧一関市となる ・昭和30年対平成17年で人口107.2%、世帯数214.6%
昭和50年			1,864	6,255	62,513	
平成12年			5,269	11,418	69,659	
平成17年	62,480	22,035				

商業の推移（資料：商業統計調査）

区 分	小売 商店数 （店）	卸売 販売額 （百万円）	小売 販売額 （百万円）	小売 従業者数 （人）	小売売場 面積 （㎡）	1店当り 売上 （万円）	1店売場 面積 （㎡）	1店 従業者数 （店）
平成9年	816	149,606	76,299	4,232	85,883	9,350	106	5.2
平成16年	704	76,037	67,410	4,345	99,980	9,575	142	6.2

産業別就業構造（平成12年国勢調査）

第一次産業 9.0% 第二次産業 33.2% 第三次産業 57.6%

中心商店街の変化

昭和30年代の大町・地主町など市内中心部の居住者は現在の10倍以上もあり、街路幅も狭く活

気に溢れていた。その後モータリゼーションが進み、青葉町に抜ける国道迂回路が開通した昭和40年代後半から50年代初頭にかけて、商店街高度化事業を行い、区画整理で商店のセットバックによる拡幅、さらには街路整備事業等で商店街はきれいにはなった。

しかし、店主の高齢化、後継者難などにより商店街の活気低下が始まり、さらに店主自身が郊外に住居を移し、店舗にテナントを入れて店主は家主となる例が多くなった。必然的に商店街周辺の人口の減少に拍車がかかった。また、50年代には市役所が竹山地区に移転し、加えて県立磐井病院が大町裏から市役所近くに移転したこともあって、大町・地主町地区への来街者が大幅に減少した。一方、駅前地区の核店舗であった千葉久が平成9年に閉店し、代替店として郊外にサティが出店した。さらに14年にはダイエーが撤退し、大町・地主町地区の衰退が加速することになった。

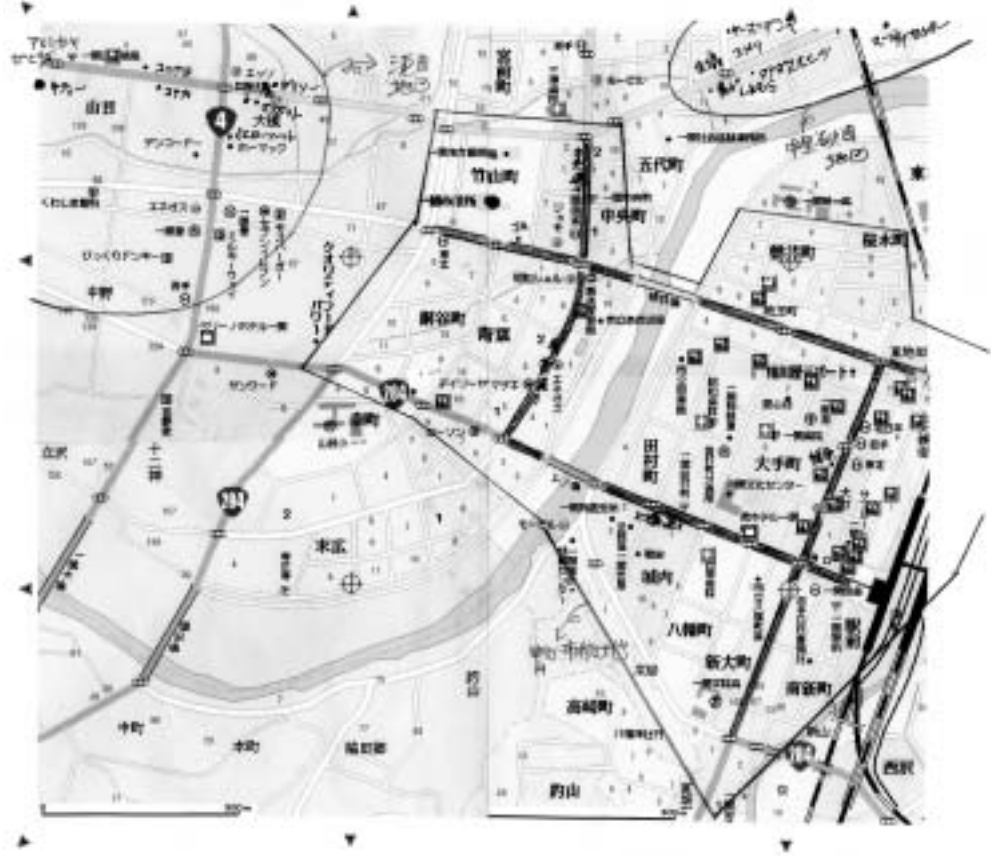
この間、郊外（山ノ目・泥田地区、中里・石畑地区）に続々と大型店が出店した。

・山ノ目泥田地区：サティ、ユニクロ、コナカ、アメリカヤ、ゼビオ、マスカット、デンコードー、イエローハット、ホームック、ダイソー、その他大型飲食店、靴店、本屋など。

・中里石畑地区 ：生協、コメリ、洋服の青山、しまむら、タケダスポーツ、ケースデンキなど。

さらにこの先にイオンスーパーセンターの開店（19年度）が予定されている。

一関市中心市街地と郊外の地図



中心商店街の問題点・課題

中心商店街（銀座・大町・地主町）の空き店舗率は13%を超えている。ダイエー跡には17年に産直型の「おおまち新鮮館」が開業し、他の空き店舗への波及効果が期待される。

中心市街地人口の減少幅が大きく、今後「街なか人口」の増加策が最重要課題である。

商店街に飲食店の増加（店舗構成比20%以上）が見られるが、これらの多くは夜間営業の居酒屋等であり、喫茶店など日中の来街者のための憩いの場が少ない。（18年に、空き店舗にコミュニティプラザが開設された）

大規模店と違う魅力づくり（品揃え、消費者ニーズへの対応、専門性の発揮、駐車しやすい駐車場など）によって、消費者が来街したくなるような木目細かな工夫が不足している。

高齢化社会に配慮した休憩場所、トイレ、歩道のバリアフリー化などの対策が不足である。

日曜閉店の店もあり、商店街を活性化させるための統一行動に欠ける。商店会等のリーダーの育成強化や、自主的な協力態勢に向けての意欲向上策が必要である。

行政に期待する前に、店主（家主）の商店街活性化への真剣な取組姿勢が望まれる。

2．これまでに実施した商店街活性化策

年間を通じての「大売出し」など

1月の初売り、3月の春祭り（銀座・大町歩行者天国）、5～11月の錦町通り「ど市」（第1土曜日）、8月の夏祭り、全国地ビール祭、よいよい市（上の橋商店会）、10月の商工祭、11月の福の市（銀座・大町歩行者天国）、12月の全市歳末合同大売出しなど。

活性化企画など

平成8年「菜の花カード」（ポイントカード、141店加盟）

〃9年「嗜食館」（空き店舗対策としての食品物産販売、その後独立営業中）

〃14～15年「チャレンジショップ」（7店独立営業）「街なかギャラリー」（空き店舗対策）

〃15年「大町日曜市」（フリーマーケット他）

〃12、14年「有料個店指導」（希望者にコンサル派遣）「空き店舗支援」（商店街に開業内装費の1/2・上限100万円助成）「高校生による好きな商店マップ作り」

3．中心市街地活性化の実施対策と今後の対応

平成12年4月に一関市中心市街地活性化基本計画を策定し、10年計画として、現在スケジュールに沿って、以下の目標実現を目指して事業を実施中である。

活性化のための目標

資源を活かしたプラスアルファの街づくり 自然・歴史・文化・スポーツ等各施設の現有資源

の連携活用による、来街者への魅力づくりの充実

商業・サービス個店の充実 商店街や個店のサービス充実、付加価値や専門性を高めるとともに、積極的に情報発信にとりくみ、サービス向上とイメージアップを図る

快適で魅力的な市街地形成のための基盤整備の促進 山ノ目地区の街路整備を促進し、中心市街地へのアクセス向上と商店街整備、一ノ関駅東口開設と西口整備、駐車場の充実

定住人口の確保と高齢者にやさしい街づくり 地域コミュニティや商店街の活性化を図るため中心市街地での住宅整備を促進し高齢者の方々も安心して生活し、歩ける街づくり

中心市街地整備改善のための事業

来街しやすさや回遊性の向上 中央町道路環境整備事業（実施中） 駐車場利便性向上整備ほか 一関駅周辺環境の整備 駅東口開設周辺地整備（完了） 大型空き店舗活用（旧ダイエー1Fに店舗オープン済み） 旧千葉久跡地活用（平野組が土地取得し活用検討中）

プラスアルファの街づくり 磐井川周辺環境整備事業、ポケットスペース整備事業ほか 良好な居住環境の整備 適正な住宅整備と定住促進事業（ ～ は未着手）

商業の活性化のための事業

多機能市街地としての魅力づくり 回遊スポット充実（蔵の広場H12完成、梅文庫未開設、市街地案内誘導サインH16設置完了） 空き店舗活用事業（空き店舗情報を会議所のHPでH14発信完了、特産品販売施設H12完了、チャレンジショップH14～15完了、付加価値飲食店への来街誘導未着手）

商業経営のサポート充実 新規商業者育成事業（開業サポートセミナーH13～14実施済み） 中小商業者支援資金利子補給・開業支援策（実施中） 商業者サポート事業（情報提供とアドバイザー派遣H14～15完了）

来街者へのサービスの充実 バス活用による公共交通サービス充実（H16試験運転、実施検討中） いっぱくサービスの実施（コミュニティプラザH18設置済み） 宅配サービスの実施（買物代行・宅配サービスをH15民間が実施、現在休業中） 共通商品券事業（商店街共通商品券発行・未実施） カード事業の充実（多機能カード導入・協議のみ）

情報発信とPRの充実 中心市街地情報システムの導入（情報端末機の設置、情報システム構築、サテライトスタジオの設置・H14実施せるも現在閉鎖中）

以上、計画中、未実施のものなどを含めて羅列した。合併後の新一関市にとっては、中心市街地の活性化策と合わせて、旧町村の商店街整備なども要請されており、課題は多い。

〔陸前高田市〕

商店会の自主活動力を強化しよう

１．中心市街地の現状と課題

陸前高田市の概況

当市は沿岸部最南端に位置し、北は大船渡市・住田町、南は宮城県気仙沼市に接している。日本百景に数えられる高田松原は県内最大の海水浴場で、観光客入込数は毎年100万人を超える。

基幹産業は第一次産業（農業、林業、水産業）であり、平成12年の国勢調査による産業別就業者割合は「第一次産業 17.3%、第二次産業 36.2%、第三次産業 46.5%」である。

人口・世帯数の推移

国勢調査による人口・世帯数を、平成12年と17年を対比してみると、以下のとおりである。

	人口	世帯数
平成12年	25,676人	7,708世帯
〃 17年	24,709人	7,807世帯
増 減 数	- 967	99

なお、高齢化人口の割合は30.5%（17年）と、県内都市部では遠野市、釜石市に次いで高い。

中心市街地の現状

当市の中心市街地は大町・荒町・馬場地区から発展し、JR陸前高田駅開業により駅通り商店街が形成されて現在に至っている。その後国道45号線バイパスの開通により、バイパス沿いに大型店が進出したことにより中心市街地の衰退がはじまった。主な大型店は、ショッピングセンター「リプル」（食品スーパー、衣料品、書店など）、ホームセンター「コメリ」、「ツルハドラッグ」、「衣料品のしまむら」、「イエローハット」などである。

次に当市の商業統計調査による商店数・年間販売額等を示すと以下のとおりである。

区 分	商店数（店）	従業者数（人）	年間販売額（百万円）	売場面積（㎡）	1店当り販売額（万円）
平成11年調査	426	1,473	21,004	28,938	4,930
平成16年 〃	380	1,405	20,619	38,625	5,426
増 減	- 46	- 68	- 385	9,687	496

上表を見ると、特に商店数の減少（５年間で10.8%）が際立っている。その一方で売場面積の増加が目立っており、郊外型大型店の影響と思われる。

消費者の見方、経営者の見方

下に示したのは、平成17年に陸前高田商工会が実施したヒアリング調査結果（抜粋）である。

消費者の見方

- ・食料品、医薬品、雑貨はスーパーなどの大型店を支持している（地元購買率82.7%）。
- ・衣料品、家電等の買回り品は市内の大型店のほか大船渡、気仙沼に行く。
- ・商店街を利用するのは、地元の高田町の人よりも、周辺の矢作、生出などの人が多い。
- ・商品の管理が悪い、流行遅れ、品揃え少ない、価格高いなど商品、価格に不満が多い。
- ・店員の接客態度悪い、買わないと店を出にくい、店に活気がないなどの不満も多い。
- ・休日が多い、閉店が早く仕事帰りに買えない、駐車場がない・不便などの声もある。

経営者の見方

- ・大型店に客を奪われて売上、利益ともに低下しており、経営方針が消極的になる。
- ・営業時間、定休日、接客対応が悪いことなどについては自己批判している。
- ・商店街活動は不活発で参加者少ない。５商店会が連携して活動すべきという意見が多い。
- ・高齢者に配慮した品揃え、ベンチ・トイレ・無料休憩施設・駐車場などが必要だと認識。
- ・商店会会員のコミュニケーション不足、会員そのものも減少し運営が困難である。
- ・補助金等、行政への依存心が強い。

上記によりそれぞれの見方を総合すると、消費者は「消費者ニーズの変化に対応していない」と言い、経営者は「郊外の大型店に客を奪われた」と言っていることがわかる。

中心市街地からの大型店の撤退

平成18年４月に、駅前と大町にあった地元有力スーパーが倒産によって閉店した。このため、市街地の通行客が減少している。特に駅前店の跡地活用が急がれている。



JR陸前高田駅前空地

２．これまで実施した活性化対策

「中心商店街再生への道」による現状分析と計画策定

商工会の「地域振興調査事業」として、全市の11の小学校地区の父母・祖父母を対象にした消費者の意識調査、商店会会員意識調査、商店会会員に対する聴き取り調査などを行い、中心市街地の現状の確認とアンケートの分析・集計を行っている。これらをもとに、今後の活性化ビジョンの策定と実行計画の設定を「報告書」にまとめた。その内容の一部は前述したとおりである。なお、アンケートの回収率は父母82.9%、祖父母59.4%、経営者79.0%であった。

商店街問題検討委員会の設置・開催

商工会内に標記委員会を設置し、平成16～17年度に先進地視察を実施した、訪問先は宮城県白石市中心部商店街、古川市七日町商店街、山形県高畠町中央通り商店街である。また、委員会は9回開催している。委員は市内の各商店会役員、商工会指導課長、商店活性化シニアアドバイザー、市役所都市計画課長、商工観光課長、商工会商業部会長など15人で構成している。

個別の活性化事業

空き店舗活用支援事業

中心市街地の空き店舗への入居者に、賃借料月額1/2または4万円のいずれか少ない方の額を12ヵ月助成。空き店舗情報を市のホームページに掲載（現在登録8店舗）など。

街角ギャラリー

大町商店街の奥様がた（エブロン会）が、ひな祭り・子供作品展・趣味写真展などを開催し、来街者促進を図っている。

「5の日市」の開催

大町商店会が朝市として開催。スーパー撤退後は生鮮食品販売の重要なイベントとして好評である。商店街の駐車場を朝の空いている時間に活用している。

共同チラシの発行

市の地域活性化事業調整費助成制度を活用して、毎月1回各商店会共同のチラシを発行。

アーケードふれあい祭り

陸前高田駅通り振興協同組合の自主イベントとして、18年9月にはじめて実施。ストリートライブ・街角映画館・フットケアマッサージ体験・子供広場・街の本屋さんなどのイベントと、抽選券プラス食事券つき「得するチケット」を販売するなどの企画で盛り上がった。



ストリートライブ



イベント来街者



平常時の商店街

3．中心市街地活性化への今後の対策

商工会の対応

陸前高田商工会が設置した商店街問題検討委員会は、現状分析をもとに短期（すぐ取り組む対策）、中期（3～5年で取り組む対策）、長期（6～10年で取り組む対策）の3ステップに分けて、

中心市街地活性化の実現をめざしている。以下、それらを抜粋して示すこととする。

第1ステップ（平成18年度が初年度）

- ・中心市街地活性化基本計画策定の準備（行政への協力）
- ・商店会合同商店マップ作成
- ・商店会自主販促継続実施
- ・接客対応改善マニュアル作成
- ・開閉店時間の統一
- ・国道45号線に商店街への誘導看板の設置
- ・個店統一のれん看板の設置
- ・顧客への定期的情報提供
- ・若者も参加できるイベントの実施
- ・空き店舗出店者支援策の見直し
- ・買い物バス運行の見直し改善
- ・路上駐車規制の緩和など

第2ステップ

- ・空き店舗活用しミニ「まちの駅」設置
- ・電話、FAXによる配達サービスの実施
- ・JR陸前高田駅舎に「まちの駅」整備（バスターミナル、観光案内等の複合施設）
- ・JR駅裏の市街地の有効活用
- ・イベント広場、パザール広場の整備
- ・高齢者のための歩道のバリアフリー化
- ・「蔵」活用の歴史館、先人館等の開設など

第3ステップ

- ・共同駐車場の整備
- ・各商店会の統合
- ・地元主導（TMOなど）による商店街環境整備
- ・まちの駅、歴史館等の管理をTMOに移管
- ・商店会による回遊の仕掛けの整備など

行政としての対応

陸前高田市は中心市街地の活性化について、以下のような施策を講じようとしている。今回の調査担当者の提言も交えて紹介したい。

総合的「街づくり」の視点から基本計画を策定して国の認定を受けるため、中心市街地活性化協議会の創設、中心市街地活性化本部の設置などを行う。

「岩手の湘南」等のキャッチフレーズで気候のよさをアピールし、医療・介護付きのマンションなど、街なか居住者の増加支援をめざす。「在京陸前高田会」に働きかけ、退職者のUターン促進や他地域からの移住促進の努力もして、高齢者に優しい中心市街地をめざす。

中心市街地における公共設備等の整備は、地域のバランス、用地確保の難しさ（財政難）などから、困難であると認識する。

中心市街地活性化法の改正に合わせて、新しいTMO構想の実施を検討していきたい。

地域での取り組みとしては、市商工観光課、商工会による「商店街問題ワーキンググループ」を設置し、商店街活性化について検討を進めることにしている。

以上述べてきたことを総括して感じるのは、商店主自身による店舗集合化や商店会活動の自主運営など、当事者能力の強化が重要であるということである。

〔大船渡市〕

大船渡駅周辺とサン・リア周辺の活性化を

１．中心市街地の現状と課題

大船渡市の概要

三陸沿岸の南部に位置する大船渡市は、昭和27年に大船渡町、盛町が中心になり、周辺の末崎、赤崎、日頃市、猪川、立根の５村を合わせて合併してできた市である。その後、平成13年に三陸町と合併し、現在の大船渡市となった。人口は43,329人（平成17年国勢調査速報）で、微減傾向にある。

当市の基幹産業は水産業、窯業（セメント）、木工業であり、産業別の就業者割合（平成12年国勢調査）は以下のとおりである。

第一次産業 11.5％ 第二次産業 34.3％ 第三次産業 54.2％

商業統計調査結果から見た商業の現状

当市の商業統計調査の数字を、平成11年と16年の比較において示すと以下のとおりである。

区 分	商店数（店）	従業者数（人）	年間販売額（万円）	売場面積（㎡）
平成11年調査	842	3,088	4,976,814	63,649
平成16年 ”	748	3,167	4,498,360	61,725
増 減（％）	(-) 94 (-11.2)	79 (2.6)	(-) 478,454 (-9.6)	(-) 1,924 (-3.0)

上記のとおり、５年前との比較においては、商店数（11.2％）、年間販売額（9.6％）、売場面積（3.0％）の減少、従業者数（2.6％）の増加という結果が出ている。これを１店当たりの数字に置き換えると、従業者数、年間販売額、売場面積のいずれにおいても、増加していることを意味しており、それだけ商店の大型化（中小商店の閉店等）が進んだことになる。一方、売場面積当たり売上高（3.3㎡当たり）は、11年の2,580千円から16年は2,405千円に減少している。

大型店の出店状況

当市の大型店（店舗面積1,000㎡以上）の出店状況（地域別）をみると、以下のとおりである。

大船渡町

ショッピングプラザマイヤ	4,559㎡
薬王堂大船渡店	1,062㎡
マルベニ家具店	1,037㎡

盛町

南三陸ショッピングセンター 6,573㎡

（通称「サン・リア」）

ツルハドラッグ 1,059㎡

立根町

コメリホームセンター大船渡店 3,948㎡

マイヤ大船渡インター店 1,926㎡

クボタホームセンター大船渡店 1,320㎡

猪川町

薬王堂猪川店 1,219㎡

赤崎町

サンデー大船渡店 2,645㎡

デイリーポート新鮮館 1,988㎡

上記11店の売場面積を合計すると27,336㎡となり、商業統計調査の売場面積の44.3％を占める。さらに売場面積500㎡以上の５店（ケーズ電器、デンコードーなど）の売場面積を加えると、ほぼ50％を占める。

これら大型店の立地をみると、大船渡町のショッピングプラザマイヤと、盛町のサン・リア（核店舗ジョイスと40の専門店）が両商店街の核になっていることがわかる。その他の大型店は、郊外の猪川町・立根町・赤崎町に立地しており、今後もこの傾向が続くとみられる。

一方、最近撤退した大型店はないが、昭和50～60年代に千葉久大船渡店（本社・一関市）と中央ショッピングロードの２店が撤退している。両店とも大船渡駅前地区に立地していた。

中心商店街の空き店舗の状況

大船渡商工会議所が平成13年に実施した「空き店舗実態調査」によると、空き店舗率が11％と報告されている。空き店舗になる前の業種では、衣料品６店、飲食店４店、食料品３店などが多かった。

その後の空き店舗調査は実施していないが、商工会議所の話では「最近も閉店する店が多く、空き店舗率は17～20％くらいではないか」とのことである。空き店舗対策として、これまでにあ



まり目立った施策は講じられていない。

2．これまでに実施した活性化対策等

大船渡市の活性化事業
商店街活性化対策事業
大船渡駅周辺の商店街活性化に資する事業に対して助成することを目的に、平成12年度から実施している。現在は大船渡駅周辺に限らず、市内商店街の集客イベント等に対して助成している。
中小企業振興事業
市内の商店街振興組合、協同組合、任意団体等を対象に、販売促進事業や商店街賑わいづくりの事業に対して助成している。
大船渡駅周辺活性化計画
平成11年度に策定された事業で、これまでに駅前交流広場の整備（平成13年度）、茶屋前1号線（駅西側）の拡幅工事（14年度）などを実施した。

助成金を活用した具体的な活性化事業
商店街再生にぎわい創出事業
・正月初売りイベント ・正月初売り無料列車 ・正月初売り無料バスの運行
Kesenよさ恋フェスタ（さかり中央通商店街振興組合）
・盛町の中心商店街で実施
地産地消市場まつり（大船渡大通り商店街振興組合）
・大船渡駅前広場にて実施
南町一番丁「ときめき広場」(協同組合南町一番丁商店会)
・映画上映会 ・絵画展
大船渡にぎやかフェア（大船渡サーモスタンプ協同組合）
・抽選会 ・作品展
三陸・大船渡夏まつりおまつり広場（協同組合南町一番丁商店会）

TMOへの対応
岩手県内における「中心市街地活性化基本計画の策定」は24市町村（合併前の市町村単位）に及んだが、市部で策定しなかったのは大船渡市と陸前高田市である。18年度に法改正があり、各市町村でこれまでに策定したTMO策定はご破算になる。当市においてももちろん策定に向けて議論を重ねてきた経緯はあるが、問題は今後どうするかである。

大船渡市の中心市街地はこれまでも述べてきたように、大船渡地区と盛地区である。大船渡町のショッピングプラザマイヤの周辺から盛町のサン・リア周辺までは、ほぼ一本道で、約3kmの距

離がある。この長い一本道とその周辺部が中心市街地に相当する地域であると思われるが、前述したように商店街の疲弊の問題もあり、結局旧法に基づく基本計画の策定には至らなかったものと推測される。

3．中心市街地活性化をめざして

国土交通省のまちづくり交付金
大船渡市には年間約110万人（うち碁石海岸は60万人）の観光客が訪れている。また、前述した商店街活性化事業でも、恵まれた水産資源の活用と結びついたイベントが一つの武器となっている。
市が平成17年度に策定した「大船渡港湾周辺地区の都市再生整備計画」が採択され、18年度の交付金（国土交通省）が決定している。同計画のうち、市街地活性化に直接結びつく主な事業は以下のとおりである。
大船渡駅東西を結ぶ連絡歩道橋の整備に伴う、住宅地から駅、商店街、港までの回遊性を高めながら、魅力あるまちづくりを目指す。
まちの玄関口大船渡駅については、観光・物産情報の発信拠点としての機能を充実する。

大船渡駅周辺とサン・リア周辺の活性化
大船渡市の中心市街地は、大船渡駅からショッピングプラザマイヤの周辺にいたる地域と、盛町のサン・リア周辺地域の二つに分化しているといえる。大船渡駅周辺の活性化策については前述したとおりである。
一方、盛町のサン・リアは協同組合南三陸ショッピングセンター加盟店およびテナント（約40店）が、核店舗のジョイスとともにSCを形成している。さらに周辺部にはマイヤさかり店があり、最近ツルハドラッグも開店した。これらを地域の核にして、商店街の賑わいづくりにまで及ぶかどうかは、路面店としての強みを発揮する専門店の経営努力にかかっている。
幸い当市の「地元購買率」(岩手県調べ、平成15年度)は91.3%と比較的高水準を保っている。しかし、10年度の93.1%に比較するとやや流出が多くなってきており、楽観はできない。

中心市街地活性化法への対応
当市がTMO基本計画の策定を見送ったことについては、前述したとおりである。今後、新しい活性化法が求める商店街再生に向けて、各市町村がどのようなアクションを起こすかが注目されている。新法による基本計画策定はハードルが高く、県庁所在都市くらいしか採用されないのではないとも言われている。採用されるかどうかは別にして、この機会に「大船渡市の中心市街地をどのようにしたいのか」を、官民の知恵を絞って検討する努力は無駄ではないと思われる。

〔遠野市〕

みんなで創りあげる民話の里の中心市街地活性化

1．中心市街地の現状と課題

遠野市の概要

遠野市は、北上高地の中南部に位置し、平成17年10月に宮守村と合併し新「遠野市」が誕生した。総面積は825.6km²と広大で、人口は32,364人（平成17年国調、12年比4.0%減）市域の中央に遠野盆地があり、中心市街地が形成されている。藩政時代は遠野南部家の城下町として、また内陸部と沿岸部を結ぶ宿場町として栄え、今日でも北上高地における唯一の拠点都市として重要な役割を担っている。

当市の基幹産業は、農林畜産業であり、特に日本一の生産を誇るホップやハウレンソウ、ワサビなどは全国的な評価を得、さらに木材生産に加え古くから馬産地として名を馳せている。産業別の就業者数割合（12年国調）は 第一次産業24.8%、第二次産業33.3%、第三次産業41.9%である。

当市は、柳田国男の「遠野物語」で紹介された「民話のふるさと」として全国的に有名であり、とおの昔話村、伝承園、遠野ふるさと村、水光園などの観光施設のほか、南部まがり家千葉家、カッパ淵などがあり、心のふるさとを求めて訪れる観光客は多く、グリーンツーリズムにも積極的に取り組んでいる。

商業統計調査結果から見た商業の現状

最近5ヵ年の小売業の動向を商業統計調査でみると、商店数（6.9%減）、年間販売額（4.6%減）とも減少しているが、従業者数（0.3%増）、売り場面積（14.8%増）は増加しており、最近における相次ぐ大型店の出店の一方で小規模店の閉店等を反映している。

区 分	商店数（店）	従業者数（人）	年間販売額（万円）	売り場面積（㎡）
平成11年調査	449	1,886	2,808,492	36,109
平成16年 "	418	1,891	2,680,024	41,447
増 減（％）	-31（-6.9）	5（0.3）	-128,468（-4.6）	5,338（14.8）

（注）旧宮守村を含めた数値。

大型店の出店状況

当市の大型店（店舗面積1,000㎡以上、旧遠野市内）の出店状況をみると、中心市街地には、市内最大規模の「とぴあ」（店舗面積：6,897㎡、寄合店舗、H1）1店舗あるだけで、平成3年の国道283号線バイパスの開通を契機に、郊外のこの沿線に食品スーパー、ホームセンター、ドラッグストアなどのチェーン店（6店、計12,037㎡）が集中立地しており、新たな出店の動きもみられる。

< 郊外立地の大型店 > ・ホームック遠野店（1,437㎡、H5）・キクコストア明神前店（1,188㎡、H6）・コメリホームセンター遠野店（3,400㎡、H12）・ビッグハウス遠野店（1,651㎡、H15）・AQUTE MARKET PLACE（みずかみ）（3,161㎡、H16）・ツルハドラッグ遠野店（1,200㎡、H16）

遠野市中心市街地の抱える課題（空き店舗の状況など）

郊外大型店の集積立地による中心市街地内の商店街の活力低下

・中心市街地内の唯一の大型店「とぴあ」の核店舗サティが平成14年8月に撤退した。遠野市は、国の補助事業を活用、市自ら施設を取得、平成14年12月に遠野中心市街地活性化センター（とぴあ）としてリニューアルオープンしたものの、今日なお郊外大型店に押され気味である。

・中心市街地の歩行者通行量（10地点合計）は、休日より平日が多く、また平日は増加傾向にあるが、休日は減少傾向にある（H13以前の調査による。H18は現在調査中）。

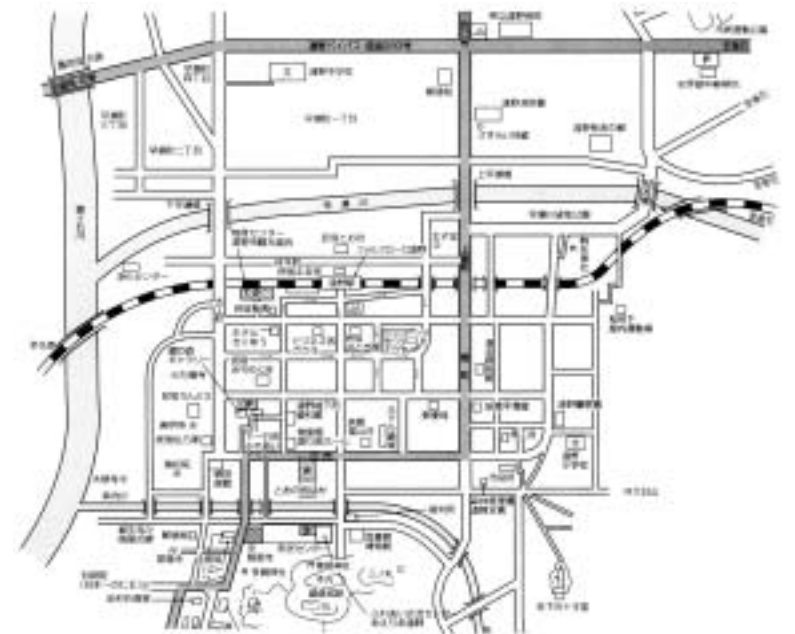
・遠野商工会の空き店舗調査によると、平成13年の17店舗から、平成17年の15店舗へと減少している。これは、新規創業者に対する創業へ向けての個別指導の重視と、空き店舗情報の提供によるものとみられる。

中心市街地への観光客減少と「見る観光」からの脱却

・遠野ふるさと村の開村や「どぶろく特区」などにより市全体としては観光客も増加しているが、市立博物館への入館者数にみられるように中心市街地への観光客は減少傾向にある。

・一方で、これまで減少してきた宿泊者数は増加傾向に転じるなど、地道なイベントの継続開催による効果も現れている。

< 中心市街地の概観図 >（遠野駅の南、駅下方の商業地が中心市街地）



2．これまで実施した活性化対策

遠野市中心市街地活性化基本計画

遠野市は、岩手県で最も早い平成10年11月（変更：平成14年4月）に基本計画の策定に取り組むなど街づくりの先進地である。テーマは「民話のふるさと遠野の中心市街地再生プラン」である。

「潤い溢れる落ちついた町並み整備」や「ふれあいと交流を促進する中心市街地の機能の拡充」など6つの目標を掲げ、これまでの投資も60億円台にもなろうといわれている。

街並みの景観一新

遠野市では、かつてよりHOPE計画等による景観に配慮した大工町の街区整備、とおの昔話村、遠野駅前広場の整備などを実施してきたが、さらに「下一日市土地区画整理事業」（H9～）や、木造と白壁の店舗ファサード事業（下一日市まちや振興）で街並みの景観も一新した。他の上組町、穀町、石町では、止まり木（スピーカー付きベンチ）設置などの整備を図った。

空き店舗の活用

平成13年よりチャレンジショップや語り部の休み処、さらには介護施設などとして活用。家賃助成が終了すると退店するケースもみられたことから、現在は個別指導に切り替えた。

核店舗の再生（遠野中心市街地活性化センター（とぴあ）H14）の特徴

店舗数35店：市民参加型の店づくりとして、農家の産直販売（生鮮野菜）、手作りの店、チャレンジショップのスペースを確保（核は地元食品スーパー）するなどし、リニューアルした。公共施設併設：市の窓口業務、老人いこいの家的機能を併設、平面駐車場（無料）も増設した。

昔話語り部館（下一日市商店街）



遠野・町家のひなまつり



TMO等による多彩なイベントの開催

市と商工会が市民・ボランティアと一体となって多彩なイベントを展開している。

「遠野町家のひなまつり」の開催（第7回、H18.3 商工会女性部）：「古びな特別展示」（15カ所）「ギャラリー展示」（27カ所）「お食事・お休み処」（13カ所）などを中心市街地に配置したひなまつりが開催され、約2万人参加＜「遠野どべっこ祭り（地元の造り酒屋がこの祭のために仕込んだ“にぎり酒”提供）」「遠野昔ばなし祭り」とともに遠野ふゆ物語として定着＞

「遠野まちなか物語」の開催：遠野賑わいプロジェクトで開発された一店逸品を味わうカフェや商店街ガイドツアーの開催、・商店街ギャラリーの設置、一店逸品運動の実施（なお、「遠野逸品の会」（15店）ではこだわりの「特選ギフトセット」販売）

「スローライフ月間in遠野」の催し（H18.9～11月）：「まちなか馬車運行」（土日運行）「まちかどギャラリー“花物語”」（商店街区の彩り）など遠野ならではの「まちづくり」と「ライフスタイル」を考え、行動する28事業を実施

3．中心市街地の活性化を目指して

遠野市における新たな中心市街地活性化への取り組み

街づくり先進地である当市は、改正中心市街地活性化法等にも積極的に対応していくこととしている。平成18年4月、遠野市産業振興課内に中心市街地活性化担当を置き（10月から2名体制に）、5月に「まちなか賑わいプロジェクトチーム」を設置した。構成員は16名（市民・関係団体職員11名、市職員5名、民宿経営者・女性グループ・設計士など）でアイディアを出し合い基本計画の見直し、今後の活性化策の検討・実行を担うこととしている。基本計画の策定は遅くとも平成19年10月を目指すこととし作業を進めている。

中心市街地活性化の方向（「まちなか賑わいプロジェクトチーム」により検討中）

「なつかしさと癒しを基調に“観光のまちづくり”“高齢者対応のまちづくり”を進める」「若い人が戻って来れる“住みやすいまちづくり”“生活していける商売づくり”を進める」「駅周辺への住宅団地の整備などにより、“街なか”居住の推進を図る」「市民総参加型で“民話のふるさと遠野”にふさわしいまちづくりを進める」などを基本とし、今後、具体的な対応策について、多くのアイディアを出し合い、それを実現する「仕組づくり（仕掛けづくり）」「担い手育成（意識づくり、ひとづくり、グループづくり）」「資金づくり」を進めたいとしている。

以上が、遠野市の中心市街地活性化に向けた取り組みである。バイパス沿いの道の駅「風の丘」に集客が増す中で、イベントのない日にも中心市街地をいかに活性化させるかが課題といえよう。その一手法として遠野ブランドを県内外に発信する物産センター等の機能拡充も期待される。また、当市の女性の元気、やる気にならい、商業者、市民、ボランティアなどが一体となった活動にこそ活路が見出せよう。

〔釜石市〕

人・もの・情報が行き交う街をめざそう

1．釜石市の概況

釜石市は岩手県南東部に位置する三陸沿岸の町である。また日本の近代製鉄の発祥地でもあり、「魚と鉄のまち」として栄えてきた歴史をもっている。昭和30年に甲子村、鵜住居村、唐丹村、栗橋村の4村と合併して現在の釜石市になった。

その後、新日本製鉄の経営合理化の一環としての配置転換や釜石製鉄所の高炉休止が相次ぎ、企業城下町・釜石市の盛衰が大きな話題となったことは記憶に新しい。

人口の推移

釜石市の人口のピークは昭和38年（1963）の92,132人であった。現在はその半分にも満たない42,987人（平成17年国勢調査）となっている。過去20年間の人口、世帯数の変化を表わしたのが下表である。（資料はいずれも「国勢調査」）

区 分	昭和60（1985）	平成 7（1995）	平成17（2005）	2005 / 1985
人 口	60,007人	49,447人	42,987人	0.72
世 帯 数	19,142世帯	17,839世帯	16,994世帯	0.89

老年人口割合と産業別就業者割合

釜石市の人口統計の特徴の一つに、老年人口割合の高いことがあげられる。すなわち平成17年の国勢調査における老年人口割合は31.2%となっており、岩手県全体の24.5%と比較して相当高いことがわかる。ちなみに県内13市の中では、遠野市の32.2%に次いで高い。

次に産業別就業者割合を見ると以下のとおりである。（カッコ内は岩手県全体）

第一次産業 8.0%（14.2） 第二次産業 33.8%（29.5） 第三次産業 58.2%（56.3）

2．中心市街地の現状と課題

中心市街地の「位置及び区域」

釜石市は平成12年5月に中心市街地活性化法に基づいて「基本計画」を策定し、認定を受けている（TMOは商工会議所）。計画書の「位置及び区域」には以下のように記述されている。

釜石漁港に面する東前町から、市役所をとおり大渡町までの商業地である「東部地域」と、釜石駅を中心とし国道283号線と大渡川に挟まれた「鈴子地域」一帯、および五の橋から七の橋までの国道283号線の両側に位置し、中妻町、上中島町、新町で構成される「西部地域」。

次ページの地図のとおり、蛇行する川に区切られた三つの地域が中心市街地である。



西部地域

鈴子地域

東部地域

中心市街地の商店街

前述の中心市街地には、釜石市大通商店街振興組合、釜石市大渡町商店街振興組合、釜石市只越町商店街振興組合と三つの商店街振興組合があり、このほかに浜町一丁目商店会、中妻中央通商店会、中妻北商店会、上中島商店会など任意団体の商店会もある。

釜石市只越町商店街振興組合は昭和38年に県内初の振興組合として設立された。さらに大渡町から只越町に至るアーケード街は、発展する釜石市商店街のシンボリックな存在でもあった。

なお、大渡町のアーケードは平成13年に撤去され、植栽などを施した新しい街路整備がほどこされている。

核店舗の閉鎖

商店街の核店舗であった「東北ニチイ釜石店」は、旧丸光釜石店がニチイ系（後にマイカル）の店舗として引き継がれたものであったが、マイカルの事実上の倒産により平成14年5月に閉店した。跡地は空地のままとなっており、現在のところ利用計画は具体化していない。

郊外的大型店出店

釜石市はもともと市街地面積が狭隘であり、大型店の出店は住宅の多い西部地区に集中している。食品スーパーとしては、釜石共栄上中島店、ジョイフルタウンかまいし（核店舗ジョイス）、マイヤ野田店などがあり、その他ホームック、サンデー、デンコードーなどがある。

平成5年10月に隣接する大槌町に開店したシーサイドタウン「マスト」は、核店舗にマイヤ（食品スーパー）とホームックを擁し、専門店41店をかぞえる三陸沿岸最大級のショッピングセンターであり、釜石市の商店街に少なからず影響を与えている。

釜石市の商業の実態

釜石市の商業の実態を10年前と比較してみると、次ページの表のとおりである。（資料は「商業統計調査」）

区 分	商店数（店）	従業者数（人）	年間販売額（百万円）	売場面積（㎡）	1店当り販売額（千円）
平成6年調査	920	3,423	53,214	56,988	57,841
平成16年 "	656	2,949	43,934	56,617	66,973
増 減	-264	-474	-9,280	-371	9,132

3．主な活性化施策

交通網の整備

現在の釜石市を特徴づけるものとして、「交通網の整備」があげられる。陸上では三陸縦貫自動車道と東北横断自動車道釜石秋田線の整備が進められている。新しい仙人峠道路が平成19年に供用されると、遠野・釜石間の車による所要時間が20分も短縮される。一方、釜石港の「湾口防潮堤」「公共埠頭」など港湾整備も進み、世界一の深度を誇る釜石港には大型船舶の停泊も可能になる。物流基地としても大きな役割が期待できる。

交通網の整備に関連して企業誘致にも力を入れており、雇用の創出にも弾みがついている。工場の新・増設のほかに、海洋開発や岩手大学との共同研究なども実を結んでおり、新しい時代の釜石市をめざす行政の取り組みは注目にあたいする。

これらは直接的に中心市街地活性化をめざす施策とはいえないが、「人・もの・情報」が行き交うことによって活性化を促すことは間違いない。

釜石駅周辺の整備

釜石駅周辺整備事業の一環として、物産センター「シープラザ」が完成したのは平成8年のことである。シープラザの1階は、観光案内所、特産品コーナー、テナントフロア（小売店）など、2階はレストラン、市民交流フロア、情報プラザ、会議室などで構成されている。釜石シーウェイブスRFC事務局も2階にある。

シープラザの向かい側に駅前橋上市場「サン・フィッシュ」がオープンした。釜石の観光名所ともなっていた「橋上市場」が惜しまれながら45年間にわたる営業を終えたのは、平成15年1月であった。最盛期には200店もの店（生鮮・乾物店など）がひしめき合っていたが、国道にかかる大渡橋の架け替えを機に閉鎖され、最後まで営業を続けていた十数店が新天地を求めてサン・フィッシュに入居している。

このほか、駅前地域（鈴子地域）にはデンコードー、薬王堂なども出店しており、中心市街地の一角を形成している。岩手銀行釜石支店も只越町から鈴子地域に移転した。

釜石まちかど情報館“ぴぽば”

釜石市の中心市街地が鈴子地域、西部地域に比重を移していることは否めないが、東部地域の

中心商店街も巻き返しをはかっている。その先頭に立っているのが商工会議所が設置運営している「釜石まちかど情報館ぴぽば」（大町商店街）である。

中心市街地活性化の新たな拠点として“ぴぽば”がオープンしたのは平成9年のことである。商工会議所本来の活動拠点（小売業やサービス業などの活性化セミナー会場等）としての役割のほかに、パソコン教室、まちづくりワークショップ、趣味の会、まちかどギャラリー、税務相談、行政相談などの会場としても広く活用されている。

その成果であると即断はできないが、平成18年7月に商工会議所が実施した通行量調査（2年ごとの定点調査）で、只越町、大町、大渡町の歩行者がいずれも2年前に比較して増加に転じたというデータがある。この調査結果では、西部地域の中妻町、上中島町の歩行者の増加率も高いが、西部地域はもともと歩行者の少ない地区であるから、率だけで比較するわけにはいかない。いずれにしても“ぴぽば”の存在が、東部地域中心市街地の復権につながるのではないかと期待される。



釜石まちかど情報館「ぴぽば」

4．中心市街地活性化法への対応

釜石市役所・商工会議所ともに、いまのところ目立った動きはない。平成12年に策定した基本計画を見直し、さらに活性化に向けた有効な計画を打ち出していきたいと思う。

そんな中で、大町の釜石市民病院跡地を高齢者向けの集合住宅に転用しようとの動きが浮上している。街なか居住人口の増加につながるものであり、その成り行きが注目される。

もう一つ、国交省の「街づくり交付金」を活用した街路整備事業がある。これは中心市街地活性化法に基づく計画ではないが、商店街の街路の美化・整備等につながるものであり、「歩いて楽しい商店街」のために有効な施策である。

釜石市の中心市街地活性化策は、地味ながら確実に動き出している。

〔宮古市〕

街なか大型店「キャトル」と商店街の回遊性促進

１．宮古市の概要

岩手県の太平洋側に位置し、本州最東端のまちである。三陸の海の幸に恵まれた宮古市では、古くから伝統的地場産業として水産加工業が発達していたが、昭和に入り港湾や道路整備が進んだことから、重化学工業や合板産業が成長し、現在では、誘致企業であるヒロセ電機を中心に日本有数のコネクター産地ともなり、金型関連企業の集積が進んでいる。

現在の宮古市は、平成17年４月に旧宮古市、田老町、新里村の３市町村が合併し誕生した。住民基本台帳によると平成18年11月１日現在、人口60,290人、うち高齢者（65歳以上）の割合は27%、世帯数は23,222世帯。平成12年のデータ（３市町村合計）と比較すると、市全体の人口は2,933人（５％）減少し、高齢者人口は2,167人（５％）増加、世帯数は1,151世帯（５％）増加している。

２．宮古市中心市街地の現状と課題

中心市街地は、JR宮古駅北側の商業地域、近隣商業地域が連続する範囲で、宮古駅から宮古魚菜市场までの南北方向と、宮古駅前から市役所までの東西方向で囲まれた、およそ48.6haの区域である。

図表１・宮古市の中心市街地



平成18年11月１日現在、中心市街地の人口は3,074人で、12年と比較すると21%減少している。歩行者交通量も、平成14年８月末閉店した宮古サティの再活用事業として、地元資本による「キャトル」（店舗面積7,000㎡）が15年12月新規開業で一時的に増加したものの、総じて増加しているとはいえない。

図表２・中心市街地の歩行者交通量の推移（人）

調査地点		平成15年度	平成16年度	平成17年度	平成18年度
栄町	平日	637	2,502	3,098	3,428
	休日	510	2,660	6,207	3,272
末広町	平日	1,199	1,163	1,184	1,170
	休日	1,255	1,221	1,285	959
中央通	平日	959	932	1,027	943
	休日	1,026	632	644	725

出所：宮古商工会議所の市街地交通量調査を基に作成

宮古市商店街の概況・問題点

中心市街地に定めた区域には、法人団体として末広町商店街と中央通商店街の２つの商店街と魚菜市场がある。いずれの商店街も空き店舗、空き地が増加し、また、建物の老朽化が目立つ。休日でも歩行者の数は少ない。空き店舗割合は12～15%である。さらに、若年層の流出による個店の後継者不足も深刻な問題となっている。

郊外の主な大型店立地状況

マリンコープDORA

地域型ショッピングセンター、店舗面積6,400㎡、開設平成18年11月１日、駐車台数約650台。

ジョイス宮古千徳店

食品スーパー、店舗面積1,485㎡、開設平成15年４月８日、駐車台数約150台。

ホームック宮古店、南店

ホームセンター、店舗面積...各約1,320㎡ 駐車台数各約100台。

上記大型店は、いずれも商店街の店舗と競合する業態であり、商店街が再生するためには、前述の中心市街地に位置する地元資本による大型店「キャトル」との回遊性を強める必要がある。そのためには、商店街の中に、キャトルから顧客が回遊するだけの仕掛けづくりをする必要がある。

３．これまでの中心市街地活性化策について

宮古市では、衰退する市街地を立て直すべく宮古市中心市街地活性化基本計画（平成13年３月30日提出、15年１月22日最終変更）を打ち出した。現在までに行われた、もしくは現在行われている事業の主なものは、次ページのとおりである。

道路、都市計画道路等整備事業

和見磯鶏線街路事業：事業主体（以後省略）市

（都市計画事業）市道和見磯鶏線の整備改善を図り、郊外から市街地への流れを改善する。平成14年度完成。延長116m、幅員17m。

宮古港線街路事業：県

（都市計画事業）県宮古港線の整備改善を図り、郊外から市街地への車両の流れの改善と、人に優しいまちづくりの促進。現在事業中で、平成20年完成予定。延長449m、幅員16m。

官公庁施設整備事業

宮古郵便局舎建設事業：国

ゆうせい情報プラザの建設により、駅前核のコミュニティ機能の向上を図る。

平成18年11月完成。

商店街等リノベーション事業

宮古サティ再活用事業：共同出資会社、土地所有者、（市）

閉鎖された宮古サティの建物等を取得し、テナント・ミックスを行い、教養文化施設を配置することで、商業機能、交流機能を持つ複合核施設として整備を図る。

平成15年12月完成。

商店街等活性化先進事業

タウン・バスライド導入事業：宮古商工会議所

中心市街地と周辺の公共施設等を循環するバスの実験運行を実施し、市街地への買物客の流入を図る。平成17年12月導入済み。

チャレンジ「ホップ・ステップ・ジャンプ」制度創設事業：TMO、宮古商工会議所、（市）若年、障害者施設など中心市街地で新たに商売しようとする人への支援制度を創設する。

中心市街地ソフト支援事業

タウンモビリティ導入事業：TMO

買い物客へのカートの貸し出し、個店の夜荷物の運搬を行うことで、買い物における利便性の増大を図る。

伝統的な祭り復活と新しい祭り創出事業：TMO

伝統的な祭りの復活と季節感を活かした新しい祭りの創出を図る。

4．街なか居住状況

平成18年11月1日現在の中心市街地の世帯数は1,368世帯で、宮古市全体に占める割合はわずか

5％である。

深刻な人口高齢化が進む中、高齢者が老後を安心して暮らすための高齢者住宅を街なかに建設し、中心市街地の空洞化対策の一つにしようとする動きは、全国地方都市で展開されている。宮古市では、現在市営住宅が郊外に立地しており、市としては市営住宅を街なかに建設する予定はないという。

そうした中、民間業者による高齢者マンションが平成18年4月、街なかに建設、オープンした。自己所有地面積が558.10㎡、借地の駐車場を含めて敷地面積850㎡、建物延床面積1,179.14㎡、7階建である。入居費用は、月額支払い家賃が全室139,000円（賃貸料金・電気料金・上下水道料金・暖房費・食費（3食）・管理費含む）。

平成18年11月8日現在の利用状況は21室中14室、夫婦用は3室中1室が埋まっている。

5．今後の中心市街地活性化への取り組み

快適観光空間整備事業

サーモンランドみやこ整備事業：市

サーモンランドセンター（駅前観光案内所）など駅前核の拠点施設を整備し、まちの顔の創出を図る。

中心市街地活性化法に基づく基本計画策定、中心市街地活性化協議会

宮古市では、平成19年度引き続き検討して行く方針という。

6．宮古市のまちづくりについて

宮古市の中心市街地空洞化を促進したものは、やはり人を最も集める県立宮古病院の郊外移転にある。さらに、車社会で住宅や店舗も郊外に移り、中心市街地の商店街は大きく地盤沈下しているのが実態である。こうした中心市街地を再生する必要性は、今後の都市間競争が激しくなり、暮らしやすい街か否かが従来以上に問われている。まちづくりを行う財源が乏しい中、行政・地域住民が一体となって暮らしやすさへのより積極的な挑戦が求められる。



地元資本による「キャトル」

「キャトル」と末広町商店街との回遊性を強化することが宮古市のまちづくりにおいて重要なことである。

〔久慈市〕

まちのシンボルの整備とまち育てによる中心市街地の活性化

1．中心市街地の現状と課題

久慈市の概要

三陸沿岸の北部に位置する久慈市は、平成18年3月に山形村と合併し、新「久慈市」となった。面積は623Km²、人口39,141人（平成17年国調、12年比2.6%減）と、岩手県沿岸北部の拠点都市を形成し、特に隣県八戸市と地理的に近く、経済的、人的交流も深い。

当市の基幹産業は、農林漁業であり、特に雨よけホウレンソウや日本短角種（肉牛）の産地として知られており、アワビやウニの「つくり育てる漁業」も盛んである。産業別の就業者数割合（平成12年国調）は、第一次産業11.2%、第二次産業33.9%、第三次産業54.8%である。

当市には、国家石油備蓄基地があり、陸中海岸国立公園、県立自然公園（平庭高原）などの自然豊かで風光明媚な観光資源や地下水族館「もぐらんぴあ」を有し、北限の海女、久慈琥珀や小久慈焼などで全国的に知られている。

商業統計調査結果から見た商業の現状

最近5ヵ年の小売業の動向を商業統計調査でみると、商店数（9.7%減）年間販売額（16.7%減）とも減少しているが、従業者数（4.4%増）売場面積（14.8%増）は増加しており、当市においても、最近における相次ぐ大型店の出店が続く一方、中小零細業者の閉店等が進行している。

区 分	商店数（店）	従業者数（人）	年間販売額（万円）	売場面積（㎡）
平成11年調査	596	2,640	4,810,560	53,826
平成16年 〃	538	2,756	4,006,012	61,818
増 減（％）	-58（-9.7）	116（4.4）	-804,548（-16.7）	7,992（14.8）

（注）旧山形村を含めた数値。ただし年間販売額の の数値には旧山形村分が含まれていない。

大型店の出店状況

旧久慈市内の大型店（店舗面積1,000㎡以上）の出店状況をみると、中心市街地に4店（店舗面積計5,166㎡）が立地しているが、そのほかほとんどが郊外の国道45号線沿いに集積立地している。国道バイパスの開通を契機として、顕著に商業重心が移動したことが伺われる。

郊外立地の大型店は、6店、店舗面積計28,912㎡で、平成15年6月にオープンした久慈ショッピングセンター（店舗面積11,359㎡）が最大規模である。これら大型店の合計店舗面積（34,078㎡）は久慈市小売業の売場総面積の55.1%と過半数を占めるに至っている。

<中心市街地立地>・中村家具店（1,021㎡）・ユニバース久慈川崎町店（1,873㎡）・久慈市民市

場（1,011㎡、地元食品店等の寄合）・ショッピングロードフジモリ久慈（衣料、1,261㎡）

<郊外立地>・ホームック久慈店（1,220㎡、S63）・ジョイフルタウン久慈（核店舗：ジョイス、6,357㎡、H5）・ショッピングタウンアクロス久慈（核店舗：管文、6,638㎡、H12）・久慈ショッピングセンター（核店舗：ユニバース、サンデー、11,359㎡、H15）・ジョイス久慈中の橋店（1,558㎡、H15）・スーパードラッグアサヒ久慈店（1,780㎡、H16）

久慈市中心市街地の抱える課題（空き店舗の状況など）

中心市街地内の人口、世帯数の減少と街なか居住環境の低下

- ・最近5ヵ年の中心市街地の人口は10.6%の減少（市全体は3.5%の減）世帯数は4.8%減（市全体は3.5%増）と中心市街地の人口、世帯数の減少が顕著（平成13年から18年までの5ヵ年）
- ・中心市街地における高齢化の進行が顕著。平成18年の高齢化率は31.4%（市全体は23.5%）
- ・モータリゼーションの進展により歩行者通行量も激減、県立久慈病院の郊外移転も大きく影響。

郊外への大型店の相次ぐ進出と生活者の中心市街地離れによる商業活力の低下

- ・中心市街地内の店舗数は、258店舗から194店舗と24.8%の減少。（平成9年から16年）中心市街地内の売場面積は、約1万㎡、36.2%も減少（逆に市全体は大型店の進出により14.8%も増加）この結果、中心市街地内の売場面積のシェアは51.5%から28.6%へと大幅に低下した。
- ・中心市街地内の商業従事者数は、32.7%の減少し、年間販売額は201億円から94億円へと半減。

久慈商工会議所が実施した空き店舗調査（主要5商店街）

平成13年には空き店舗が33店舗にも増加したが、平成17年には16店舗へと減少している。

この要因として、空き店舗を利用した「ご近所介護ステーション事業」や「チャレンジショップ事業」の実施などによるほか、更地化することにより減少している。

<中心市街地の概観図>（JR久慈駅の西口・東口を中心とした商業地が中心市街地）



中心市街地への集客機能の低下

- ・広域的に観光名勝地や観光施設が散在しており、中心市街地には核となる集客施設がない。
- ・鉄道やバスなどの公共交通機関の利用が低下し、久慈駅や中心商業地への吸引が不足している。

２．これまで実施した活性化対策

久慈市中心市街地活性化基本計画に基づく街づくり

当市においては、平成12年３月に、中心市街地の規模を72ha（JR久慈駅を中心に久慈川、長内川、巽山に囲まれた都市機能が集積する地区）に設定した基本計画が策定され、前述した課題解決のため着実に事業推進が図られてきている。

街区整備と空き店舗活用

国道281号線電線地中化事業（県、H11～20実施中）が推進されており、これに合わせ、銀座商店街ではアーケードを撤去（県、H14）とファサード整備事業（H15～16、21店舗が参加）が実施され街の美観が一新した。

空き店舗活用事例：この中から補助事業を脱却し独立営業する者も出てきているなど、街なかに人を呼び込む流れが見られる。＜・街なか再生推進創業支援事業（市、H15～16、6店参加）・空き店舗対策チャレンジショップ事業（TMO、H16～17、5店参加、継続実施中）・パサージュ（小径広場）整備事業（TMO、H16～実施中、民間運営のレンタルショップ）・久慈「街の駅（いっぷく亭）」研究事業（TMO、H12～主婦が集まって素人で開業、現在は民間で独立営業中。郷土料理の食堂や農家の野菜等の販売施設、高齢者等の交流サロン）・ご近所介護ステーション設置事業（市社会福祉協議会、H16、「みんなのトイレ」も設置）・駅前にも民間の介護施設がオープン（H18年10月）＞

街の美観が一新された中心商店街



久慈駅前の「いっぷく亭」



TMOによるソフト事業の展開

平成13年以来、ハード事業とともに、市民の合意形成、情報発信（TMO通信発行）各種イベント、人材育成などのソフト事業を展開してきた。＜・一店逸品運動（H12～）・八の市事業（H13～月３回「のれんの日」大のれん、売り出し、イベント、一店逸品）・北三陸くじ冬の市（市・民間、H17～実施中、11月から２月まで月１回。毎月「３」と「８」の付く日に立つ市に合わせ、食を中心とした多彩なイベントを企画）＞

３．中心市街地活性化を目指して

久慈市における新たな中心市街地活性化への取り組み

当初計画の重点事業であった街の集客核建設が未実施であったため、当市は、改正活性化法等に基づき、これの実現などを中心とした新たな取り組みを強力に推進してきている。

＜・H17年12月「(株)街の駅・久慈」設立総会 ・H18年６月「久慈街なか再生推進本部」設置（本部長：商工会議所副会頭）市役所内に「中心市街地活性化推進室」設置（専任４名、兼務２名）・H18年８月「久慈市中心市街地活性化協議会準備会」開催（会長：会議所専務理事。「法定協議会の早期立ち上げ」「基本計画の策定及び物産館等街なか再生核施設整備計画の策定」「３つの小委員会（“街なか再生”“戦略プラン”“商品開発”）を設置し具体案づくり」）＞

中心市街地の活性化の基本方針及び目標

基本方針：「にぎわいと親しみあふれる“コンパクトなまち”の再生」を基本コンセプトとして、「賑わいを再生する核施設の整備」「歩いて楽しめる魅力づくり」「街なか居住の誘導」「コンパクトなまち・久慈の再生」「まちづくり」から“まち育て”へ」を推進する。

目標：「１．街なか再生核施設による賑わいの創出（観光拠点の創出・地域文化のPR）」「２．歩いて楽しめるまちづくり（賑わいのある商店街の形成、ユニバーサルデザイン化、アクセスしやすい交通体系の構築）」「３．快適で住み続けたいまち（多様な世代に対応した住宅の供給、良好な生活環境の形成）」。基本計画の策定・認定：平成18年度内策定・認定を目指す。

今後の対応方向

以上が、久慈市の中心市街地活性化に向けた取り組みであり、現在その具体的な計画づくりを行っている状況である。目標達成のカギは、地域の顔、シンボルとなる街なか再生核施設（(株)街の駅・久慈による物産館等核施設整備事業や市による観光交流センター整備事業等）について、如何にして集客力のある魅力的なものとするかにかかっている。これに合わせ、久慈駅からこの再生核施設までのゾーンの個店の魅力向上を図り、回遊性を高める必要がある。同時に観光客などの交流人口の拡大と市街地への街なか居住を推進するなどの総合的な環境整備が求められている。

〔二戸市〕

二戸駅前周辺と八幡下商店街の活性化

1．中心市街地の現状と課題

二戸市の概要

岩手県と青森県の境で内陸北部に位置する二戸市は、昭和47年に福岡町と金田一村が合併してできた市である。その後、平成18年1月1日に浄法寺町と合併し、現在の二戸市となった。人口は、31,477人（平成17年国勢調査速報）で、5.0％（平成12年国勢調査比）の減少である。

当市の基幹産業は、農業と製造業で、葉たばこ（31億円）、畜産（8億円）、プロイラー（41億円）であり産業別の就業者割合（平成12年国勢調査）は以下のとおりである。

第一次産業20.0％ 第二次産業31.6％ 第三次産業48.4％

商業統計調査結果から見た小売業の現状

当市の商業統計調査の数字を、平成11年と16年の比較で示すと以下のとおりである。

区 分	商店数（店）	従業者数（人）	年間販売額（万円）	売場面積（㎡）
平成11年調査	527	2,487	4,234,357	44,231
平成16年 ”	449	2,343	3,370,969	45,420
増 減（％）	(-) 78 (-14.8)	(-) 144 (-5.8)	(-) 863,388 (-20.3)	(+) 1,189 (+2.7)

上記のとおり5年前との比較では、売場面積（2.7％）が増加しているが、商店数（14.8％）、従業者数（5.8％）、年間販売額（20.3％）とも減少という結果が出ている。これを1店当たりの数字に置き換えると、従業者数、売場面積が増加しているにもかかわらず、年間販売額が減少している。それだけ商店の大型化と同時に価格競争が激しくなったことになる。

一方、売場面積当たり（3.3㎡）の売上高は、平成11年の3,159千円から16年は2,449千円と大幅な減少（22.5％）が見られる。

大型店の出店状況

当市の大型店（店舗面積1,000㎡以上）の出店状況（地区別）をみると、以下のとおりである。

・八 幡 下 地 区	ユニバース二戸福岡店	1,412㎡
・米 沢 地 区	ニコア	6,649㎡（ジョイスなど）
・堀 野 地 区	菅 文	3,974㎡
	二戸ショッピングタウン	7,310㎡（ユニバース、デンコードーなど）
・荷 渡 地 区	薬王堂二戸店	1,342㎡

上記5店の売場面積を合計すると20,687㎡となり商業統計調査（売場面積）の45.6％を占める。

さらに売場面積500㎡以上の4店（しまむら、マルホンカウボーイ、ハッピードラック、コクブンヤ）の売場面積を加えると、23,178㎡となり51.0％を占める。これら大型店の立地をみると、堀野地区の二戸ショッピングタウンが中心商店街の核になっていることがわかる。

二戸市のTMO事業



二戸市商工会からの提供資料

夕暮れ時の二戸ショッピングタウン



撮影2006.11.29 の16:30頃

その他の大型店は、郊外の堀野地区に立地しており、今後もこの傾向が続くとみられる。一方、最近撤退した大型店は、ダイエーとファルがあげられる。ダイエーとファルは八幡下地区と長嶺地区に立地していた。現在はファルの八幡下店はユニバースが出店、長嶺店はハッピードラッグが営業している。

中心商店街の空き店舗の状況

二戸市商工会が平成13年から17年に概観した「空き店舗実態調査」によると、空き店舗率が17.1％と報告されている。商工会の話では「最近も閉店する店があり、空き店舗率は20～25％くらいではないか」とのことである。空き店舗になる前の業種では衣料品、飲食店、書店がともに3店で多かった。空き店舗対策として、これまでにあまり目立った施策は講じられていない。

2．これまでに実施した活性化対策等

二戸市の中心市街地は、JR二戸駅前（石切所地区）から長嶺地区までの約4Km（旧国道4号線）の細長いエリアであり、分散化された商業集積となっている。平成12年3月に「二戸市中心市街地活性化基本計画」が策定されTMOも実施している。

主な二戸市中心市街地活性化事業

広域物産センター（なにゃーと）の整備

二戸駅に隣接し二戸地域や周辺市町村の情報交流拠点として物産センターやイベント会場を併設した施設を整備。

二戸駅周辺土地区画整理事業

二戸駅周辺の整備を実施した。西口は進んだが東口の整備が課題である。

岩谷橋地区街路整備事業

新幹線開業に合わせて二戸市の中心商店街の街路整備事業が実施され歩道などが整備された。

県合同庁舎跡地活用事業

市福祉の充実を図るため市総合福祉センターの整備が行われた。

助成金を活用した事業

館まつり事業

中心市街地の商店街活性化のため、中心商店街の連合売り出し抽選会などの集客イベントを平成12年度から4年間実施した。

花の回廊づくり事業（継続事業）

平成13年度から中心市街地の街並み景観イメージアップを図るため、商店の店頭や街路灯にフラワーポットを設置した。

空き店舗活用事業

平成14年7月に二戸駅前の空き店舗を改装して、農家の主婦グループが雑穀等郷土料理提供を行う飲食店開業を支援した。

統一のれん事業（継続事業）

中心市街地の景観イメージアップを図るため、商店の店頭など約200箇所に取扱商品や店名など思い思いの文字を書いた「手書きのれん」を設置しライトアップも行った。

TMOへの対応

二戸市商工会では平成12年3月にTMO事業を策定し、2. 項のような具体的な事業を実施している。商店街活性化にはハード面と合わせた実施が効果的であるが、計画に対して財政課題もあり順調に進んだとはいえない。

二戸市の中心市街地は、これまでも述べてきたように、二戸駅前地区、八幡下地区と岩谷橋地区である。駅前地区周辺から岩谷橋地区までは、ほぼ一本道で、約4kmの距離がある。この地域がTMOの策定された主要な範囲となっている。

3. 中心市街地活性化をめざして

二戸駅前地区、八幡下地区、岩谷橋周辺の活性化

新幹線二戸駅の開業により西口の「なにゃーと物産センター」はイベントも多く集客力が高くなった。一方、東口の商店街は空き店舗が目立ち、事務所等へ転換するなど商業機能の低下が見られる。共同集客拠点施設の整備が計画されてはいるものの具体的な動きは少ない。



二戸駅前（東口）



八幡下地区

八幡下地区は、ダイエーの撤退や官公庁の移転に伴い、郊外へ移転する店があり商業力の低下が見られる。岩谷橋地区街路整備により歩道は設置され、定期的な市も開催されているが業種構成に偏りがある。商店街組織も弱体化しておりイベントなど共同事業がやりにくくなっている。

郊外の商業集積

バイパスのニコアは協同組合二戸ショッピングセンター加盟店およびテナント（約20店）が、核店舗のジョイスとともにSCを形成している。さらに堀野地区には、ユニバースやアサヒドラッグ、デンコードーなどが集積した二戸ショッピングタウン、ホームセンターかんぶんがある。これらを地域の核にして、商店街の賑わいづくりにまで及ぶかどうかは、路面店としての強みを発揮する専門店の経営努力にかかっている。

幸い当市の「地元購買率」（岩手県調べ、平成15年度）は87.5%と比較的高水準を保っている。

中心市街地活性化法への対応

二戸市の改正中心市街地活性化法への策定方針は固まっていない。しかし、「二戸市の中心市街地をどうしたいのか」と、市と商工会が一緒になり歩いて調査を始めた。商店主などへのヒアリングを実施し施策に反映する計画である。多くのヒントや知恵が生まれてくることを望みたいし、回数を積み重ねることを期待したい。なぜなら中心市街地には歴史や文化、人々の絆など多くの見えない機能も備えているからである。

〔 八幡平市 〕

大更商店街と荒屋新町商店街の活性化

1．中心市街地の現状と課題

八幡平市の概要

八幡平市は北東北 3 県の中心地にあり、岩手山、八幡平、安比高原などの観光資源に恵まれている。昭和32年に大更村が中心になり、周辺の田頭村、平館村、寺田村の 4 村が合併（西根村）36年西根町になった町である。一方、安代町は昭和31年荒沢村と田山村が合併し、二戸郡安代町となり平成14年には岩手郡安代町となっている。平成17年には松尾村・安代町・西根町が合併し八幡平市となった。人口は31,079人（05年国勢調査速報）で、4.3％（00年国勢調査比）の減少である。

当市の基幹産業は農林業、観光、商工業であり産業別の就業者割合（00年国勢調査）は以下のとおりである。 第一次産業25.9％ 第二次産業30.1％ 第三次産業44.0％

商業統計調査結果から見た小売業の現状

当市の岩手県商業統計調査の数字を、平成11年と16年の比較において示すと以下のとおりである。

区 分	商店数（店）	従業者数（人）	年間販売額（万円）	売場面積（㎡）
平成11年調査	385	1,657	2,891,705	32,779
平成16年 〃	355	1,709	2,807,444	37,410
増 減（％）	（-）30（-7.8）	（+）52（+3.1）	（-）84,261（-2.9）	（+）4,631（+14.1）

上記のとおり、5 年前との比較において、商店数（7.8％）、年間販売額（2.9％）の減少、従業者数（3.1％）、売場面積（14.1％）の増加という結果が出ている。これを 1 店当たりの数字に置き換えると、従業者数、年間販売額、売場面積とも増加しており、商店の大型化が進み店舗間の価格競争などが激しくなったことを意味している。

一方、売場面積当たりの売上高（3.3㎡当たり）は、平成11年の2,911千円から16年は2,477千円に減少している。

大型店の出店状況

当市の大型店（店舗面積1,000㎡以上）出店状況（地域別）をみると、以下のとおりである。

〔 大更地区 〕

ショッピングプラザ くどう 大更店 1,037㎡

薬王堂西根店 1,209㎡

ただし、薬王堂西根店は郊外店に属する。

〔 平館地区 〕

西根ツインプラザ 5,591㎡

ユニバース西根店 2,024㎡

ただし、西根ツインプラザは郊外店、ユニバース西根店は中心市街地外の商店街に属する。

〔 荒屋新町地区 〕

該当店はない

上記 4 店の売場面積を合計すると9,861㎡（商工会9,504㎡）となり、商業統計調査の売場面積の26.4％（25.4％）を占める。さらに売場面積500㎡以上の店（中心市街地のワイドライフ・ヒロシマ、中心市街地外のショッピングプラザくどう平館店、郊外店のファッションセンターしまむら、ツルハドラッグ西根店など）の売場面積を加えると、ほぼ41.8％を占める。これら大型店の立地をみると、大更地区のショッピングプラザくどうと、平館地区のユニバース西根店が両商店街の核になっていることがわかる。

一方、最近撤退した大型店は、大更地区の中心市街地にあったはちや西根店があげられる。



県道大更停車場線の商店街



国道282号郊外の西根ツインプラザ付近

中心商店街の空き店舗の状況

八幡平市商工会が平成17年 8 月までに概観した中心市街地の「中心市街地・空き店舗数」によると、空き店舗率が6.4％と報告されている。空き店舗になる前の業種では、衣料品 1 店、洋品 2 店、食肉販売 1 店、医薬品小売 1 店、本屋 1 店、菓子製造小売 1 店、写真・カメラ店 1 店など多様であった。商工会の話では「廃業等を含めた空き店舗率は13％前後ではないか」と話している。空き店舗対策として「お休み処ポパイ元気の館・街の駅」を平成13年度から 5 年間実施したが、その他目立った施策は講じられていない。

2．これまでに実施した主な活性化対策等

八幡平市の活性化事業
(西根地区)
中心市街地活性化推進事業
大更商店街の商店街活性化に資する事業に対して助成することを目的に、平成13年度から実施している。

- ・大更駅前公共駐車場等整備事業
- ・空き店舗活用事業（街の駅）
- ・県道大更停車場線の歩行者空間整備事業（簡易カラー舗装）
- ・市道新山線の歩行者空間整備事業（簡易カラー舗装）
- ・その他

(安代地区)
荒屋新町駅周辺の商店街活性化に資する事業に対して助成することを目的に、平成14年度から実施している。

- 中心市街地活性化推進事業
- ・新町中央線整備
 - ・りんどうDEショウテンUP事業
 - ・あしろりんどうフェスタ2002（花火、オープンガーデン、夢灯り等）
 - ・買物べんりタクシー（街へいくカー）
 - ・四日市事業

助成金を活用した具体的な活性化事業

TMO策定事業（調査）

TMO事業実施（ソフト）

TMOへの対応

八幡平市における「中心市街地活性化基本計画（旧西根町・旧安代町）」及び「TMO構想（旧西根町商工会・旧安代町商工会）」は、旧西根町では平成12年8月と平成13年7月に、旧安代町は平成13年3月と平成14年3月に策定している。中心市街地のハード及びソフトの事業計画が策定されているが都市計画や予算などの関係から順調に進展しているとはいえない。

八幡平市の中心市街地活性化基本計画（改正前中心市街地活性化法）は、これまで述べてきたように合併前の大更地区と荒屋新町地区とそれぞれが策定している。

3．中心市街地活性化をめざして

中心市街地再活性化特別対策事業

八幡平市には年間約365万人（八幡平・藤七地区104万人、安比高原96万人、岩手山など165万人）の観光客が訪れている。また、前述した中心市街地活性化推進事業でも、恵まれた農林業、観光、商工業の活用と結びついたイベントの開催が今後の課題である。

市が策定した「文化交流等施設整備事業」の中心市街地再活性化特別対策事業（総務省）が動き出した。完成までには都市計画道路などの調整が必要と思われるが、中心市街地の商店街衰退を食い止めるためにもニーズにマッチした早期の完成が望まれる。

大更商店街と荒屋新町商店街の活性化

八幡平市の中心市街地は、これまでも述べてきたように大更商店街（大更駅前商店街・大更中央商店街）と荒屋新町商店街の二地域となっている。

・八幡平市（旧西根町）の基本計画位置図 ・八幡平市（旧安代町）の基本計画位置図



八幡平市商工会ホームページ



旧安代町基本計画書より

購買動向調査（H15年）によると、地元購買率（八幡平市）は旧西根町76.5%、旧安代町49.1%、旧松尾村71.8%と比較的高い指数を示している。しかし、この数値は大型店（郊外）の消費者吸引力が貢献していると思われる。

改正中心市街地活性化法への対応

八幡平市は、農林業や観光及び商工業の連携を深めつつ地域づくりを進展させている。中心市街地は八幡平市の顔でもあり多くの機能を有している。店舗リニューアルやセットバックなどの経営改善を行っている経営者がいる一方で、経営意欲を喪失している人もいる。こぢんまりとしたまとまりのある中心市街地を整備し活気を生み出すためにも、改正中心市街地活性化法、都市計画法などによる見直しが期待される。

お わ り に

本調査報告書は、「はじめに」のところで述べたとおり、6人の会員が委員会を結成して取り組んだものである。各委員が2～3市（地区）ずつを担当し、それぞれを4ページでまとめることにした。このため、説明不足や単調な文章表現になったところもあり、いろいろと反省点は多い。

誌面構成に変化をつけるために、適宜「表」「地図」「写真」などを挿入したが、担当者それぞれの思惑もあり、必ずしも統一された誌面構成とはなっていない。また、各種統計資料については、できるだけ最新のデータを使用するようにしたが、この面でも一部統一に欠ける面もあり、これまた反省材料である。

当初は、中小企業診断士としての提言をできるだけ盛り込みたいと思っていたが、各市、商工団体等の担当者がよく勉強をしており、中心市街地活性化策についての意識も強いことから、あまり差し出がましいことを述べるのはどうかとの意見もあり控えめにした。もともとすぐに結論の出せる問題でもないので、これから当支部会員間でも機会あるごとに県内各地の中心市街地活性化問題への理解を深めながら、必要に応じてお手伝いをさせていただきたいと思っている。

今回の調査を通じて、ヒアリング等に応じていただいた各市役所、商工団体等の役職員の皆様に再度お礼を申しあげて、締めくくりといたしたい。

平成19年 1 月

社団法人 中小企業診断協会岩手県支部
支部長 宮 健

平成18年度マスターセンター補助事業

岩手県内13市（14地区）の中心市街地活性化
に関する調査研究報告書

2007年 1 月発行

編集・発行：(社)中小企業診断協会岩手県支部

支部長 宮 健

〒020・0023 盛岡市内丸14 - 8

岩手県中小企業団体中央会内

Tel (019) 624・1363 Fax (019) 624・1266

印刷・製本：株式会社 吉田印刷

〒020・0016 盛岡市名須川町23番27号