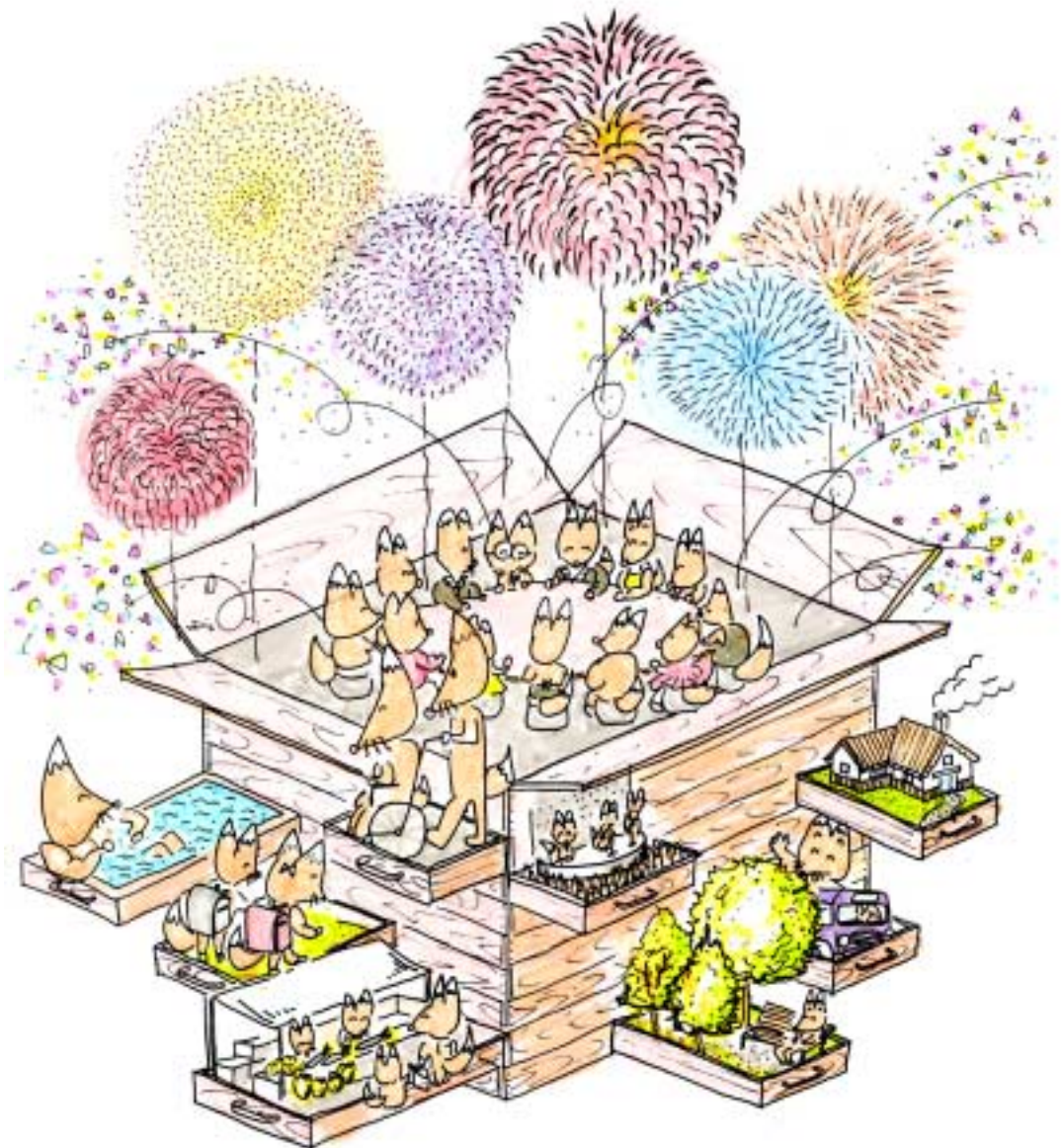


中心市街地活性化の玉手箱

～協働のまちづくりをめざして～



平成16年3月

中心市街地の活性化ワーキンググループ

目 次

はじめに	1
I 中心市街地の活性化とは	2
1. 中心市街地って？	2
2. 活性化って？	2
II 中心市街地のいま	3
III 活性化の方針	5
1. 方向性とテーマ	5
2. イメージ図	6
IV 具体的方針	8
1. 交通発着ゾーンの玉手箱	9
2. 情報・商業ゾーンの玉手箱	11
3. 行政・文化ゾーンの玉手箱	16
4. ソフトの玉手箱	17
5. 共通の玉手箱	19
V まとめ	20
VI 付録	22

はじめに

～ まちの顔が消えてもよいのでしょうか ～

中心市街地とは、そのまちの活力や個性を代表する「顔」ともいうべき場所です。そもそも中心市街地は、商業を中心とした機能を中心に、人々の生活や娯楽や交流の場となり、集中的に人口が増え、長い歴史の中で独自の文化や伝統が生まれ、人々が集い賑わう楽しい場所として醸成されてきました。

しかし近年、車社会の進展、低価格化への対応の遅れや、流通革命などを中心とした商業を取り巻く環境の変化、また、人口減少や地域教育環境の変化に伴う地域文化の希薄化等、様々な要因により、中心市街地への求心力の低下が全国的な傾向として顕著になってきています。

塩尻市においては、「塩尻市中心市街地活性化基本計画」が、平成11年3月に中心市街地の賑わいを取り戻すことを目的に策定され、特に商店街活性化をめざした各種事業が展開されてきました。しかしながら現在のところ、商業活性化による賑わい創出といった結果が理想通りには得られておらず、市民の多数意見としては、まだまだ中心市街地は活性化されていないという認識が強いのが現実であります。

このような足踏み状態から一步前進を図るべく、市民公募による「中心市街地の活性化ワーキンググループ」が平成15年4月に立ち上がりました。「協働のまちづくり」を基本理念とし、ほぼ週に1回のペースで活動を行い、中心市街地地域の住民の皆様との意見交換会や、中心市街地活性化における先進地の視察なども併せて実施して参りました。

活動の源流には“わがまち塩尻”に対する誇りと責任をもっと高めたいといった純粋な気持ちが溢れており、参加したメンバーがそれぞれの思いで中心市街地活性化を大いに考え語りあって参りました。

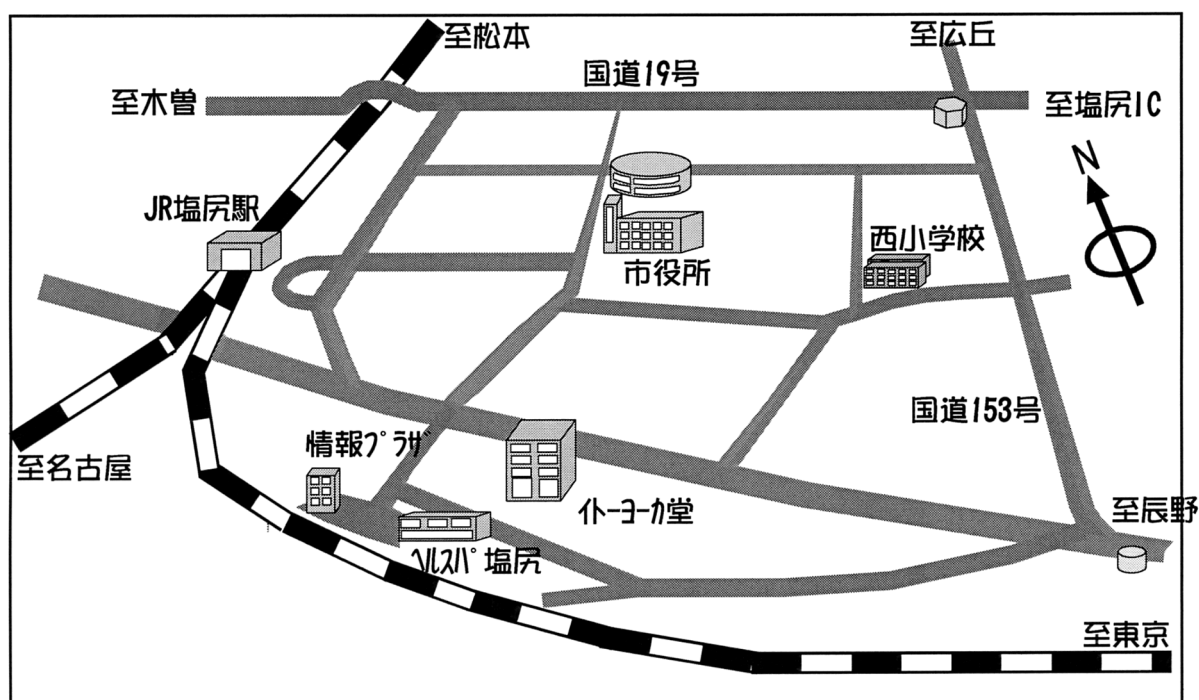
塩尻の「顔」である中心市街地を、どこにもない、ひとつしかない「顔」としてつくりあげるために、ワーキンググループ参加者一同による手作りの報告書をまとめさせていただきました。以下に、中心市街地の活性化に向けた市民意識の向上と活性化のための玉手箱を提案します。

1 中心市街地の活性化とは

1. 中心市街地って？

東は、国道 153 号線、南は、JR の中央東線と県道床尾・大門線、西は、JR の篠ノ井線、北は、国道 19 号線に囲まれた区域です。（下の図をご覧ください）

行政等の公共施設、商店・金融機関・事業所等の業務施設や医療機関が、市内でも充実している「大門商店街及びその周辺の大門地区」です。



2. 活性化って？

私たちは、ただ単に商業を中心とした繁栄を、この「場」に復活、再生させるということだけとは考えておりません。

人々が、住み、育ち、学び、働き、交流する「場」として、快適に暮らし、にぎわいを取り戻し、ここに住む人々や訪れる人々が、ぬくもりや誇りを感じられるまちを、実現することだと考えています。

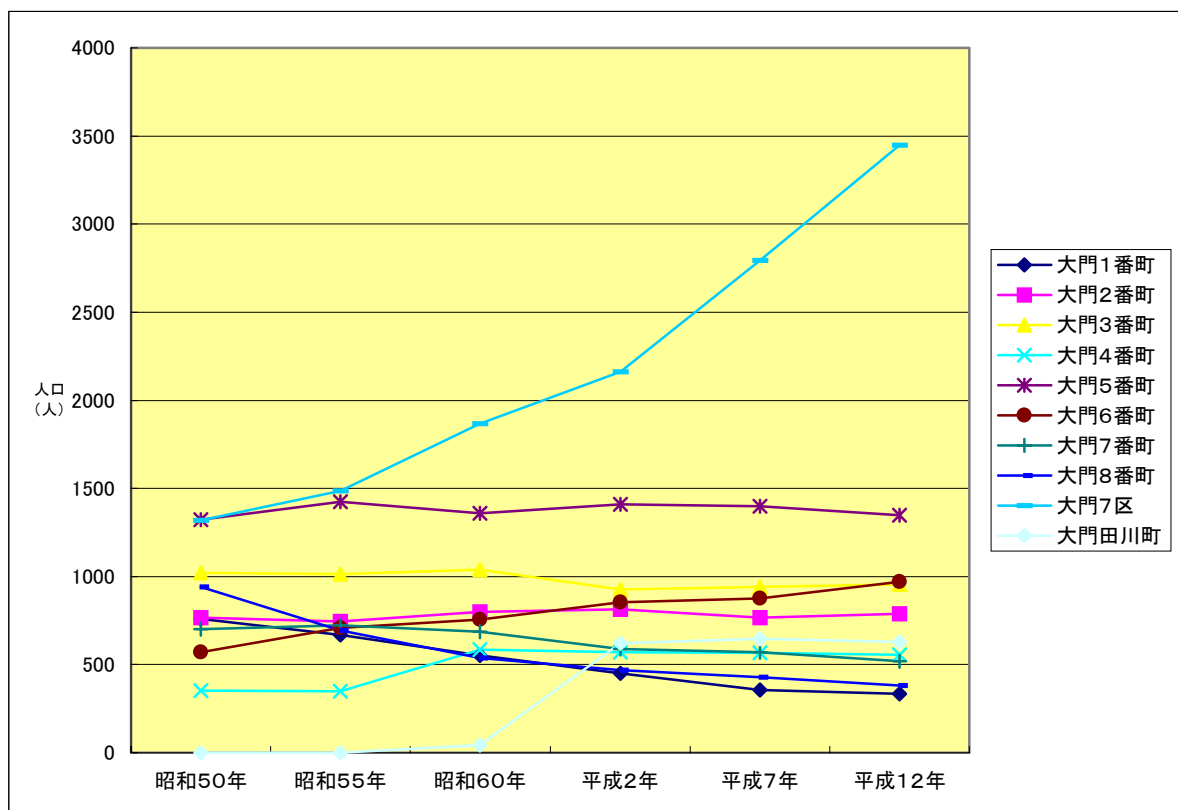
II 中心市街地のいま

塩尻市は松本盆地の南端に位置し、鉄道・道路の分岐点であり交通の要地として塩尻駅を中心に発展してきました。中でも大門地区は商業地域としても栄えていました。

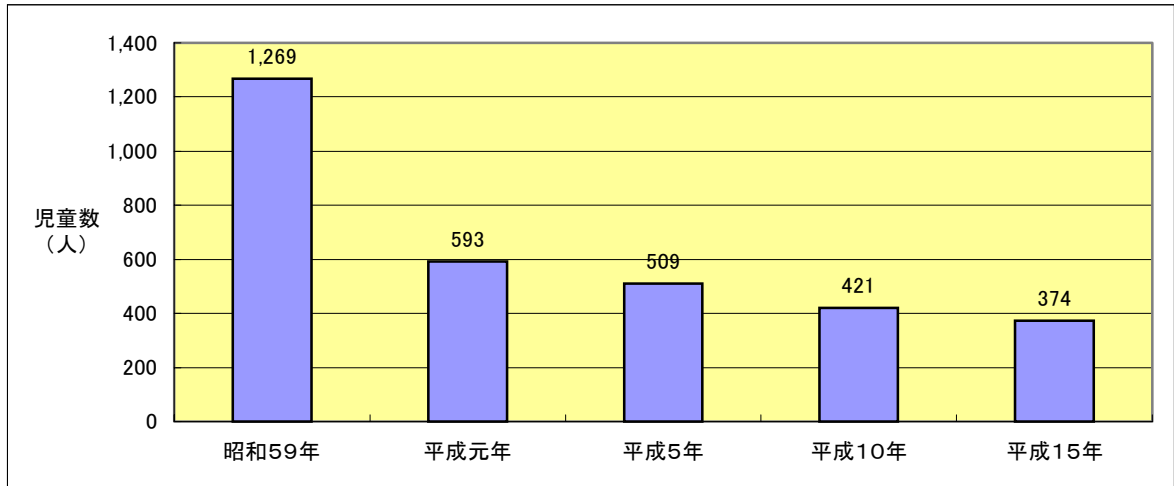
しかし、昭和54年の大型スーパー出店、昭和57年の駅舎移転等大きな環境の変化を経験し、交通の主役が徐々に鉄道から自家用車に移り、住民の生活様式の変化に伴うなか、商店街の繁栄にも陰りがみえてくるようになりました。そのような状況をうけ昭和60年にコミュニティーマート構想が計画され中央通り・銀座・栄町の3商店街を基盤に大門商店街振興組合が設立されました。平成5年に大型スーパーを核店舗とする地元主導型の再開発商業施設がオープンして、この再開発計画は終了しましたが、大規模小売店舗法の規制緩和、商業活動調整協議会の廃止等により、郊外への大型店出店が相次いだことや、交通の主役が自家用車に移ったことで、中心市街地の衰退をくい止めるには至っていません。

近年は、歩行者の減少、居住人口の減少、空き店舗問題等、商業地域の空洞化が指摘され、店頭販売が成り立ちにくい状況になっています。また居住人口の減少により、市内他地区に比べ少子高齢化が進展し、活気がなくなってきました。

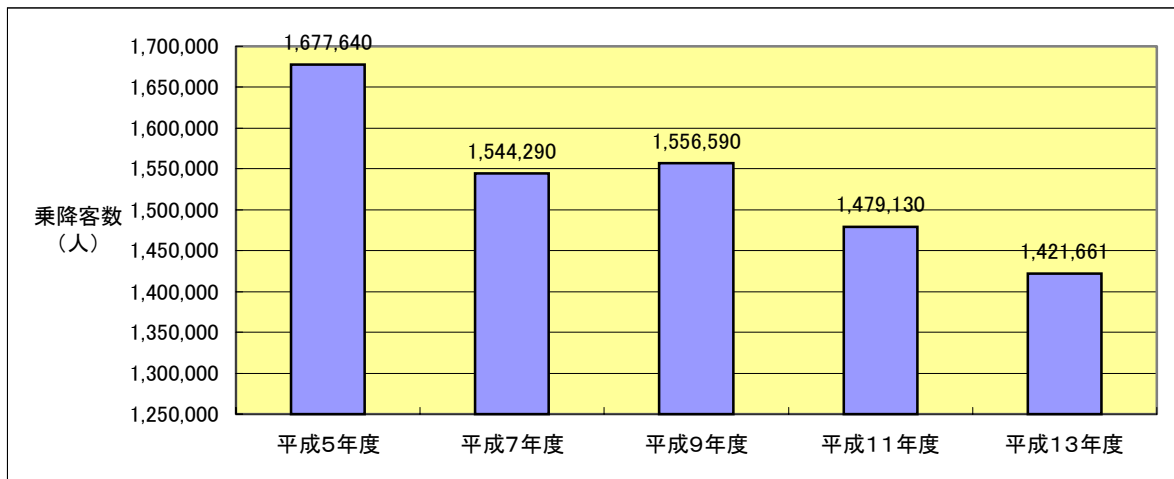
<資料1 大門地区行政区別人口の推移 (統計しおじり)>



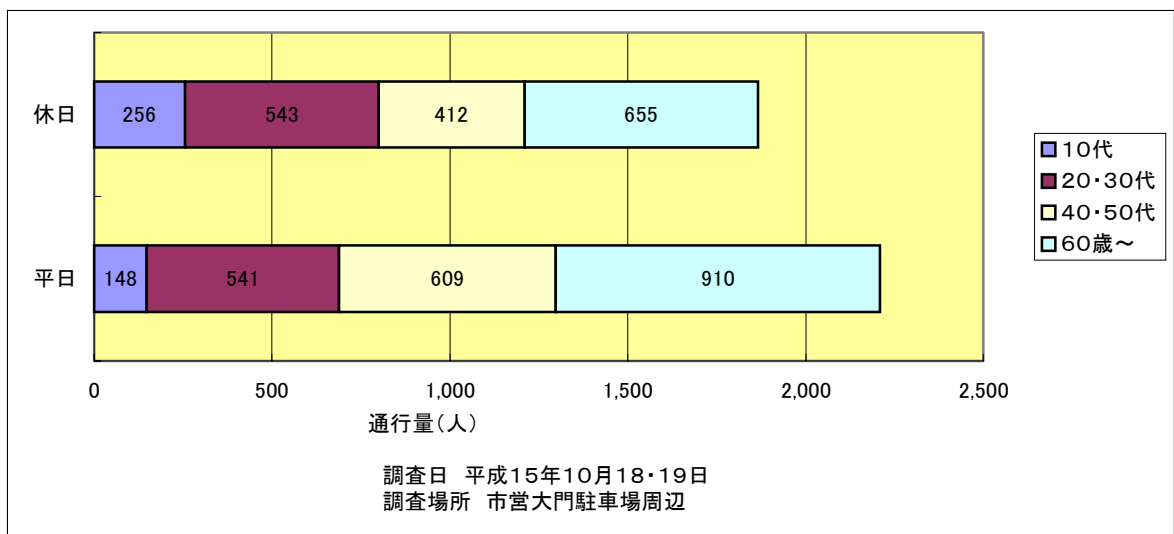
< 資料2 塩尻西小学校児童数の推移 (塩尻市教育要覧) >



< 資料3 塩尻駅乗降客数の推移 (統計しおじり) >



< 資料4 歩行者通行量 >



Ⅲ 活性化の方針

人が集まり賑わいを生み出す為に、吸引力を高め快適に過ごせる環境整備と実現に向けた仕組みの整備を基本方針とします。

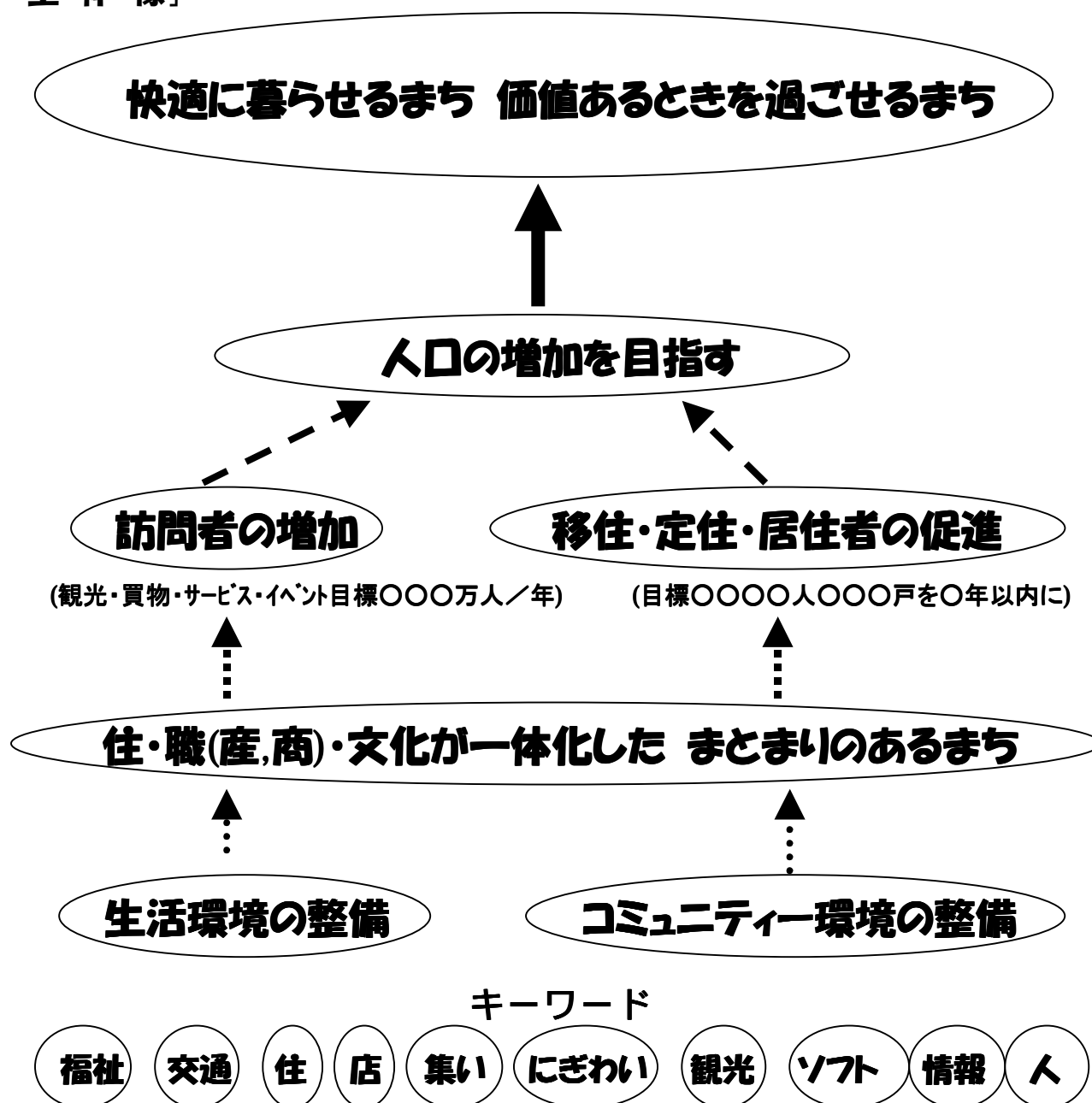
1. 方向性とテーマ

中心市街地が目標とする将来のまちのイメージを

「快適に暮らせるまち 価値あるときを過ごせるまち」

として、人間の基本的生活の原点を念頭に、都市と田園地域が調和した、人と自然にやさしいまちづくりを進めることにより、活力がわき上がり、塩尻市の中心的市街地の役割を果たすことをめざします。

「全体像」



2. イメージ図

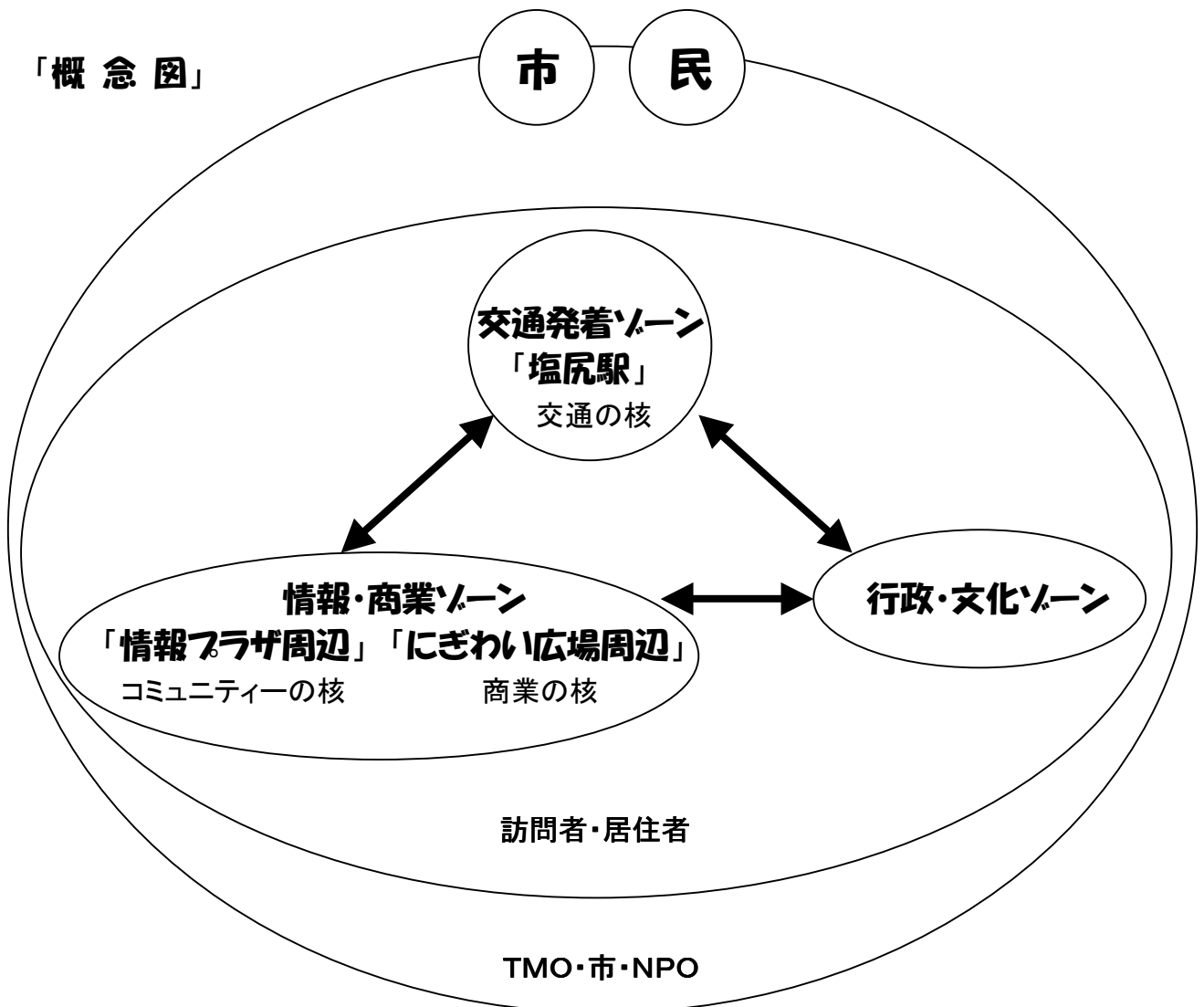
中心市街地を5つのゾーン

- ☆ 交通発着ゾーン ☆ 情報・商業ゾーン ☆ 行政・文化ゾーン ☆
☆ 住居ゾーン ☆ ロードサイドゾーン ☆

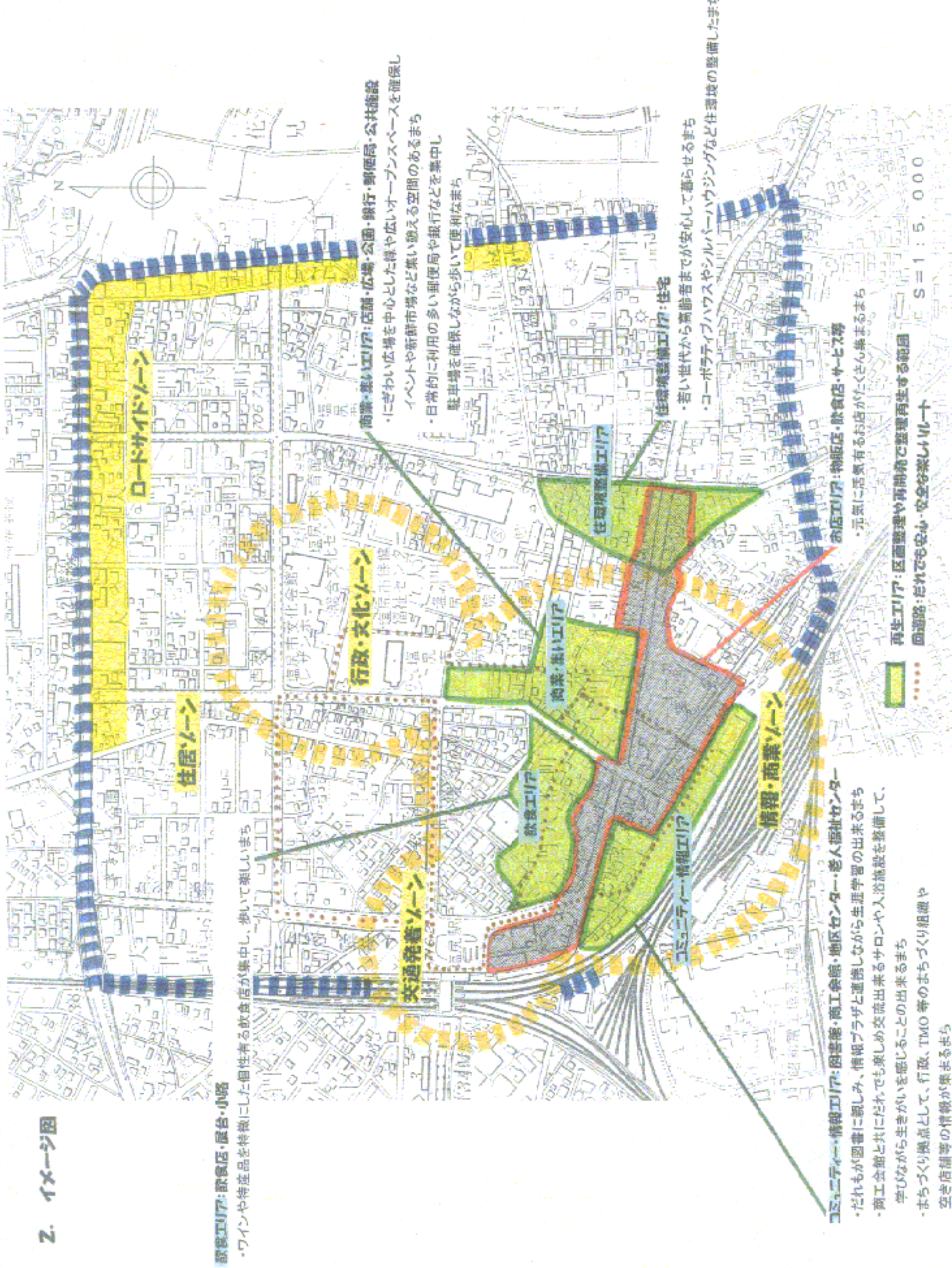
に区分けし、さらに5つの再生エリア(区画整理や再開発で整理再生する範囲)を計画しました。

特に、塩尻駅周辺、情報プラザ周辺、にぎわい広場周辺の3つは「まちの核」と位置づけると共に、支える人や組織が活性化にとって有効であり、ソフト側の支援と協力が不可欠であります。

「概念図」



2. イメージ図



飲食エリア:飲食店・屋台・小路

・ワインや特産品を特徴にした個性ある飲食店が集中し、歩いて楽しいまち

行政・文化ゾーン

・にぎわい広場を中心とした緑や広いオープンスペースを確保し
イベントや新鮮市場など集い憩える空間のあるまち

・日常的に利用の多い郵便局や銀行などを集中し
駐車場を確保しながら歩いて便利なまち

飲食エリア

・若い世代から高齢者までが安心して暮らせるまち

・コーポティブハウスやシルバーハウジングなど住環境の整備したまち

コミュニティ・情報エリア

・だれもが図書に親しみ、情報プラザと連携しながら生涯学習の出来るまち

・商工会館と共にだれでも楽しみ交流出来るサロンや入浴施設を整備して、
学びながら生きがいを感じることの出来るまち

・まちづくり拠点として、行政、TMO等のまちづくり組織や
空き店舗等の情報が集まるまち

情報・商業ゾーン

・元気に活躍するお店がたくさん集まるまち

コミュニティ・情報エリア:図書館・商工会館・地区センター・老人福祉センター

・だれもが図書に親しみ、情報プラザと連携しながら生涯学習の出来るまち

・商工会館と共にだれでも楽しみ交流出来るサロンや入浴施設を整備して、
学びながら生きがいを感じることの出来るまち

・まちづくり拠点として、行政、TMO等のまちづくり組織や
空き店舗等の情報が集まるまち

商店エリア:物販店・飲食店・サービス等

・元気に活躍するお店がたくさん集まるまち

再生エリア:区画整理や再開発で整理再生する範囲

・回道路:だれでも安心・安全な乗り場

S = 1 : 5,000

IV 具体的方針

**中心市街地が活性化する為のアイデアとして
「活性化の玉手箱」の「引出(ひきだし)」をつくり、まとめました。
予想される効果と緊急性について、★(低い) ~ ★★★★★(高い) と、
実行者を[]内に表現しました。**

玉手箱を読む前に

この玉手箱には、色々な言葉がでてきます。

「引出」の中にも説明してありますが、全体にかかわる言葉もあるので、
それについて説明します。

<出てくる順序で>

(1)「NPO(エヌ・ピー・オー)」

「Nonprofit Organization(ノンプロフィット・オーガニゼーション)」の略で、民間非営利組織の意味ですが、ここでは、特定非営利活動法人のNPO法人のみではなく、市民公益活動団体全般を指しています。

(2)「TMO(ティー・エム・オー)」

「Town Management Organization(タウン・マネジメント・オーガニゼーション)」の略で、主に、衰退する中心市街地の商業活動を活性化させるため、その活動を総合的に企画・調整して実現を図る機関で、いわゆる「まちづくり会社」です。

(3)「ユニバーサルデザイン」

年齢や身体状況等に関わらず、誰もが安全に使いやすく、わかりやすい、暮らしづくりのために、ものや環境・サービスを設計デザインすることです。

1990年頃から米国の建築家ロナルド・メイス氏(故人、車いす利用者)が、この考え方を本格的に提唱しました。彼と製品デザイナーであるモーリー・ストーリー氏を中心に、環境デザイナーやエンジニアなど様々な職業の人たちが集まり、「ユニバーサルデザインの7原則」を発表しています。

高齢者・障害者などバリア(障壁)を感じている人たちだけが対象なのではなく、あらかじめあらゆるタイプ・状況下の人たちのニーズに対応し、解決していくことが、ユニバーサルデザインの基本です。

最近では、製造業における「ものづくり」だけでなく、流通業による「売場づくり」や地方自治体による「まちづくり」「ひとづくり」など、社会システム全体でユニバーサルデザインの考え方が採り入れられようとしています。

この中では、これを略して「UD」として書いてある箇所もあります。

1. 交通発着ゾーン(塩尻駅周辺)の玉手箱

★★

引出1 訪れる人の為に、自然公園をつくる【市】

やすらぎ公園・花と緑の憩い公園

ファニチャー(家具)等ストリートベンチ



★

引出2 自転車・傘の無料貸し出し【NPO・商業団体】

どこでもカサ

どこでも自転車



★★

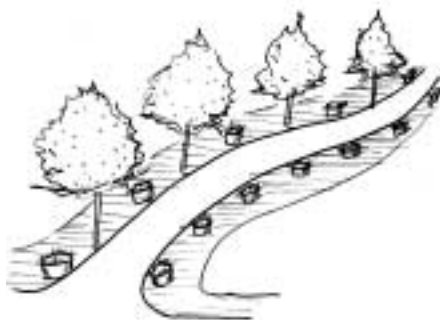
引出3 訪れる人の為に花と緑のみちをつくる【市民・NPO・商業団体・市】

花畑・常緑樹を増やす

花のみち・緑のみち

沿道ガーデニング

ルート別プランター

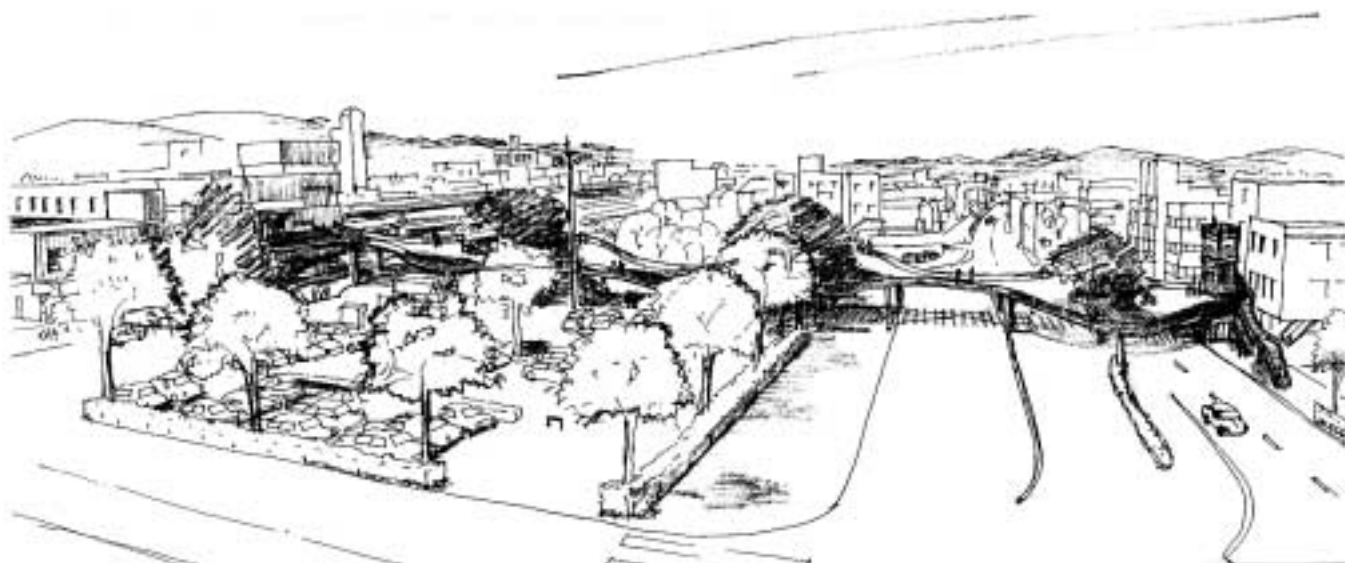


★★★

引出4 人を滞在させながら、中心市街地へ誘導する空中広場をつくる【市・JR】

穂高・アルプス連山ベストポイント 2階コンコースより直接アクセス

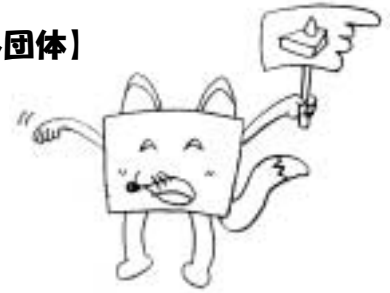
農特産物の青空市場 緑多い駅前広場 西口と自由通路



★★★

引出5 歩く人の為に情報案内板をつくる【商業団体・市・各団体】

おもしろ店めぐり・路地めぐり
おもしろ・安心ケアマップ
(公園・ベンチ・公衆WC・お医者さん等)



★★

引出6 観光者の為にツーリストバスを運行する【市・観光協会・ワイン組合・各団体】

遺跡・博物館めぐり 高ボッチ高原めぐり
ワインめぐり 歌碑めぐり

★★★★

引出7 来訪者の為に(仮称)キツネバス運行【市・運輸関係】

中心市街地巡回
駅→レザンホール→福祉センター→市役所
↑ ↓
←医院・病院←公園←店←銀行
どこでも乗り降り自由



★★★

引出8 駅前にゆとりの時間を過ごせる店をつくる【商店】

オープンカフェ
本・CD店
コーヒーショップ

天気の良い日は穂高連峰・北アルプスを見ながらお茶をする



★★★

引出9 駅周辺から賑わい広場方面へ飲み屋街、屋台村をつくる【商店・農業団体】

地酒・地元ワインが楽しめる店
ネオンが綺麗な通り
塩尻名産・地場食材の店

ココにこないと食べられない・飲めない

★

引出10 SLの基地をつくる【JR・観光協会・商業団体】

塩尻岡谷間定期運行
塩尻発着のSL運行



2. 情報・商業ゾーン(賑わい広場～情報プラザ一体)の玉手箱

★★★

引出11 人々が訪れやすいみちをつくる【市】

塩尻駅前と情報プラザをつなぐみち
目印の樹木
情報プラザからヘルSPA間の
車道と歩道の整備



★★★

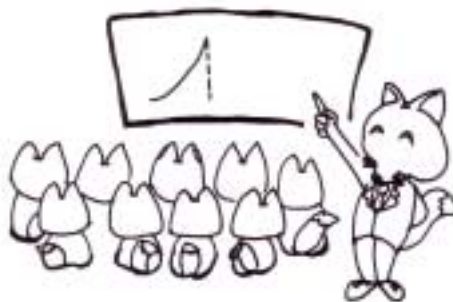
引出12 地域のコミュニティ形成する 複合施設と駐車場をつくる 【TMO・商工会議所・市・NPO】

地区センター・市民交流サロン
市民活動拠点
(TMO準備室・NPO支援拠点)
商工会館

★★★

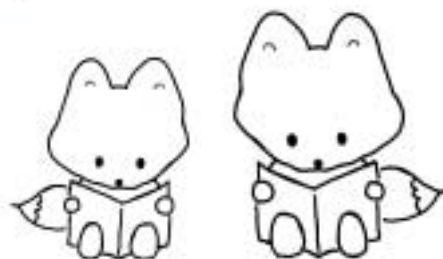
引出13 だれもが集い学ぶ場所をつくる【市】

UD(ユニバーサル)図書館・情報図書館
学習・勉強広場
放送大学学習センター
生涯学習



情報プラザと連携する

「UD図書館・情報図書館(造語)」とは、誰でも使えるメディア
(媒体)によって、気軽に情報を手に入れることができ、
主に、児童図書・視覚障害者用テープライブラリー・聴覚障害
者用字幕付きビデオライブラリーなどを専用のものにせず、
利用できる図書館を想定しています。



★★

引出14 だれもが集いくつろぐ場所をつくる【民間・市】

入浴施設の充実(既存施設の整備:休憩所・露天風呂)

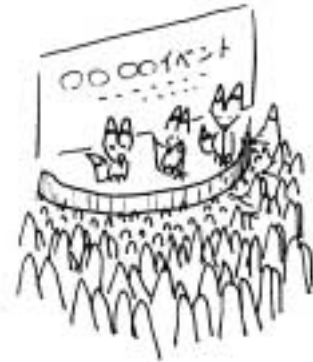


無料休憩が出来、漬け物等を持ち寄り気軽にお茶やおしゃべりが楽しめる

★★

引出15 にぎわい創出の為に祭り・イベント用の施設整備をする【市・商業団体】

ステージ・電源・照明・放送等



★★★

引出16 居住者を増やすため、集合住宅をつくる

【民間企業・TMO・市・地権者・施設組合・各種法人】

コーポラティブハウス(民間) 個人組合の再開発複合マンション(民間)

高齢者向有料賃貸住宅(民間) コレクティブハウジング(公営)

特定賃貸住宅(公営) シルバーハウジング(公営) ケアハウス(社会福祉法人)

コーポラティブハウス:地権者等の共同施工の集合住宅で、マンションタイプ

コレクティブハウジング:個人のプライバシーを確保する為の私的な住居を持ちつつ、食事や団らんなどお互いを支え合う共同生活の場を組み込んだ協同居住型の集合住宅

シルバーハウジング:高齢者や障害者世帯対象で、生活支援員のいる特定賃貸住宅

ケアハウス:軽費老人ホームの一種で、医療機関と共通の施設になると、シルバーマンション

★★

引出17 空き家を減らすしくみをつくる【市・民間企業・商業団体】

5年以上の空き家には5万円の地域通貨で入居祝

空きマンションをコレクティブハウジングへ変換しやすく

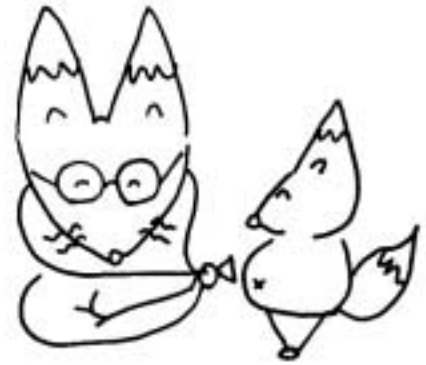
地域内の空き家・空き室、有効利用促進



★★

引出18 生活者安心のため医療・福祉施設をつくる【市・福祉団体・NPO・医療法人】

- 老人福祉センター
- デイサービス付宅幼老障所
- 個人医院集合施設



宅幼老障所: 幼児、高齢者、障害者を対象としており、
宅老所の範囲を拡大

★★★★

引出19 新たな「にぎわい広場」を創出し、その周辺の商業を再編整備する

【市・TMO・商業団体・地権者】

- 大屋根の有る公園
- ユニバーサルデザインの公園
- イベント広場
- 野外劇場
- オープンカフェ・ガーデンレストラン
- クラフト店(手づくり品)
- 参加型店舗
- 既存物販店との連携



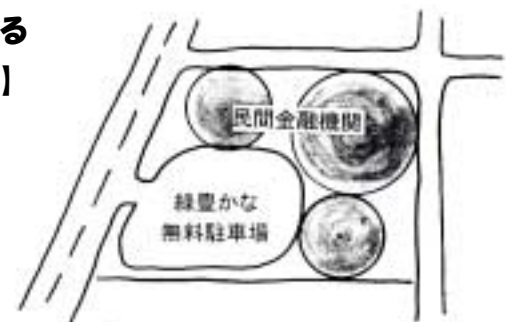
商業を核とした回遊性有る店の整備
「ユニバーサルデザインの公園」とは、
雨天でも利用でき、機能訓練にも有用で、
幼児の遊び場にもなり、
誰でもいつでも利用できる公園ですが、
足元は、土・芝生・ウッドチップ等の自然素材を使用
別の「引出」との組合せが必要

★★

引出20 暮らし易さのため金融機関の集合整備をする

【郵政公社・金融機関・地権者】

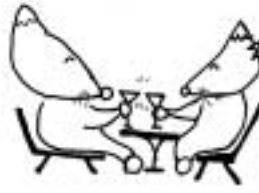
- 郵便局・民間金融機関
- 共通駐車場整備



★★★★

引出21 特徴ある店舗の導入をはかる【商店・TMO】

- 物販店・飲食店
- 工房(手作り加工)
- ギャラリー・ステージがある店

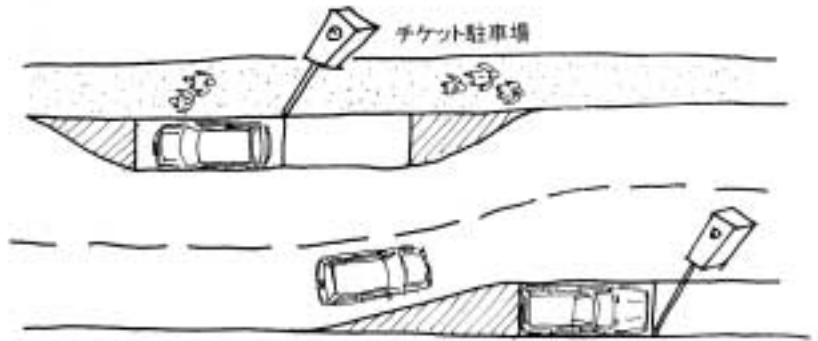


個性豊かな品揃えの物販店やワイン、農特産物を使った飲食店

★★★★

引出22 訪問者の為に駐車場を整備【市・商業団体】

- 緑豊かな無料駐車場
- チケット駐車場
- 立体駐車場1時間無料化



- 駐車場の拡大整備や
- 立体駐車場利用促進

★★★★

引出23 通過交通者を制限する(トランジットモール化)【市・県】

- 通りにハンプ
- 特定エリア内に抑止看板

- ハンプ:車の速度を落とす為の設備
- 歩行者優先の協力要請サインを設置し
- 安心して歩ける通り
- トランジットモール:一般車両を制限し道路を歩行者・自転車と公共交通機関に開放すること



★★★★

引出24 人と車の動線を分ける【市・地権者】

- 歩道の確保
- 車両入り口制限

車を気にせず安心して買い物、まち歩きが出来る

★

引出25 安心して歩ける道の整備
【市・地権者・自治会】

足元灯・防犯灯を整備充実

各ゾーンをつなぐ動線の重点整備



★★★

引出26 楽しい小路をつくる 【市・地権者・商店】

花と緑有る路地 小さい店が集まる路地 歴史が見える路地

路地に魅力をちりばめ、楽しさを演出

★

引出27 憩いとやすらぎの場所をつくる 【市・市民】

地域全体の緑化率15%をめざす

緑の植え込みと地域管理リーダーの養成

家庭ガーデニング教室を開催し花と緑の普及



★★★

引出28 生活者の為に新鮮市場を開催する 【商業団体・農業団体・市】

地域の農特産物の朝市、夕市

農特産物加工・販売センター

手作りセンター

ここだけしか無い物を販売



★★★★

引出29 西小学校の児童を2倍にふやす 【民間法人・市】

若い夫婦向け住宅建設

子育て支援センター

児童館設置

就学児童を持つ世帯が住みやすい環境整備とサポート

通学区の見直し



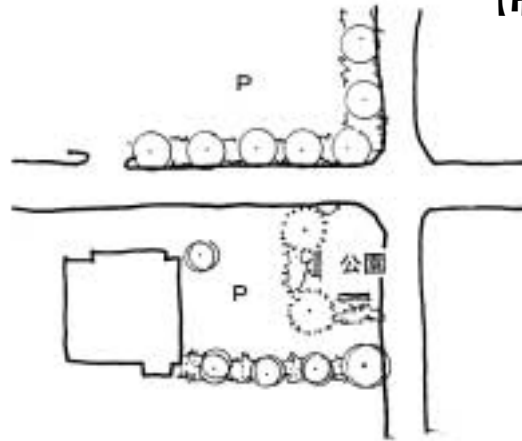
3. 行政・文化ゾーンの玉手箱



引出30 公共施設利用者のために商工会議所移転後に公園と駐車場をつくる

〔市・商工会議所〕

公園
駐車場



大型施設と大イベント用の用地確保
NTTの営業所跡地との一体活用も視野に



引出31 スポーツ・文化拠点の集合整備をする〔市〕

文化公園
駐車場
スポーツ施設

芸術文化、芸能文化、創作文化、音楽文化の整備



引出32 市役所南駐車場に郵便局を移転する〔郵政公社〕

郵便局

現在の郵便局駐車場不足解消と他施設の連携
郵便局建物の後利用は、地域福祉拠点に
(デイサービス・宅老・福祉広場等の福祉系に転用)



4. ソフトの玉手箱

★★★★

引出33 「まち」や「人」の情報ツールをつくる【TMO・商業団体・NPO・市民・市】

ホームページ・かわら版
人材バンク
有名人紹介所(高齢者・特技・〇〇先生等)
商店街マップ(商品紹介だけでなく店主や店構えも)
ミニFM(タイムリーな情報発信)
物々交換情報センター(モバイル利用)

まちや人の情報を発信しコミュニケーションツールとして活用
「人材バンク」は、人材育成・養成や派遣も行う



★★

引出34 困っている人に生活応援窓口をつくる【市・NPO・商工会議所・TMO】

育児や介護等の福祉系相談、お店の開業等の事業系相談
手話・英語・ブラジル語等のコミュニケーション系相談
外国人生活相談
地域活動支援拠点

人と人が話しながら応援をする拠点の場
地域活動を支援、育てる仕組みをつくる



★★★★

引出35 発表したい人を応援する仕組みをつくる【商業団体】

ギャラリー・ステージの活用
個人や団体の成果発表

芸術文化が気軽に発表出来る受け皿
空き店舗の場所やウインドースペースの情報受発信



★★★★

引出36 店主が講師で商店街の魅力を発信する【商店】

店の人が先生で各用途の勉強会や講習会開催
店主の啓発・啓蒙活動

お客様と店主のコミュニケーションを活発にし地域に根ざした商業
(ガーデニング・靴の選び方・新鮮野菜の見分け方・魚のさばき方・パンク修理法・本の探し方・服装コーディネート)

★★

引出37 「塩」をテーマに食文化を発信する【商業団体・市・各種団体】

- 「塩」メニューの食イベント
- 「塩」素材を使った創作料理
- 「塩」の市(いち)

塩関連でサミット、異国交流などを開催



★★★

引出38 経営基盤の強化のため、新しい経営形態を取り入れる【商店・地権者】

- 同業種の店が一緒になり専門店として強化
- 商店の共同出資会社
- 商店街のアウトレットモール化

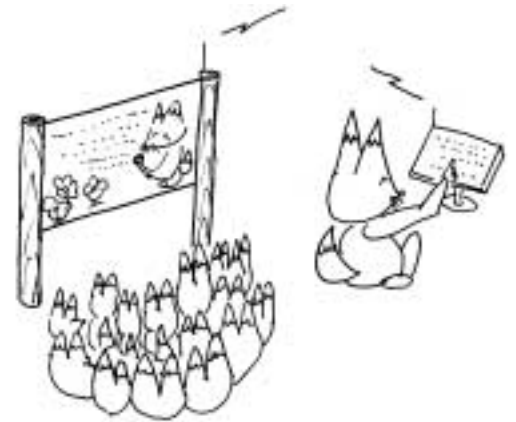
大型店には無い特徴の有る商品の品揃えをし、広い商圈をねらう

「アウトレットモール」とは、アウトレット・ストアの集合体であり、「複合店舗化(複数の店舗や業態があつまることによって効果的な集客を見込むこと)」したもののこと。アウトレット・ストアとは、主に服飾系のメーカーが、目立たない程度の傷などがついた二級品などを処分するために作った専用店舗のこと。定価よりも大幅に低い価格帯で販売している。

★★★

**引出39 まちをわかりやすく、楽しくするため
ディスプレイをする【商店・企業・市民】**

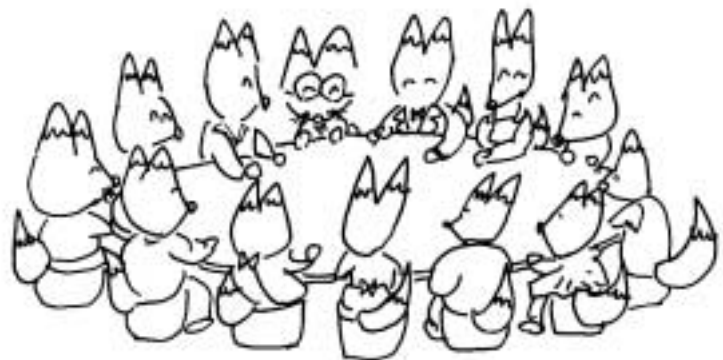
- 花や木工芸の飾り物
- まちの情報を映し出す大型画面(プロジェクター)
- まちの情報探しのためのタッチパネル型パソコン等



★★★★

引出40 まちを元気にする組織をつくる【市民・NPO・各種団体・商工会議所・市】

- T M O
- まちづくり協議会
- 市民活動団体
- 各種団体等



まちの組織を強くし、地域が一つになり、めざす方向へ推進する

5. 共通の玉手箱

★★★★

引出41 まちを誰でも使いやすいように、ユニバーサルデザイン(UD)の手法を取り入れる

【関係者全員】

段差の解消だけではなく、動線は、すべての人が同一に案内標識等は、まちじゅう統一感のある、わかりやすいもの施設、ものの使い方が専用にならないような形態に単なる改良ではない創意工夫に満ちた造形の創造を店・金融機関を重点整備等(段差の解消:スロープ設置)

(段差は全て1cm以下、出入り口巾は100cm以上、通路巾は、120cm以上とする。)

まちの全てが、使う人にとって使いやすい工夫がされている



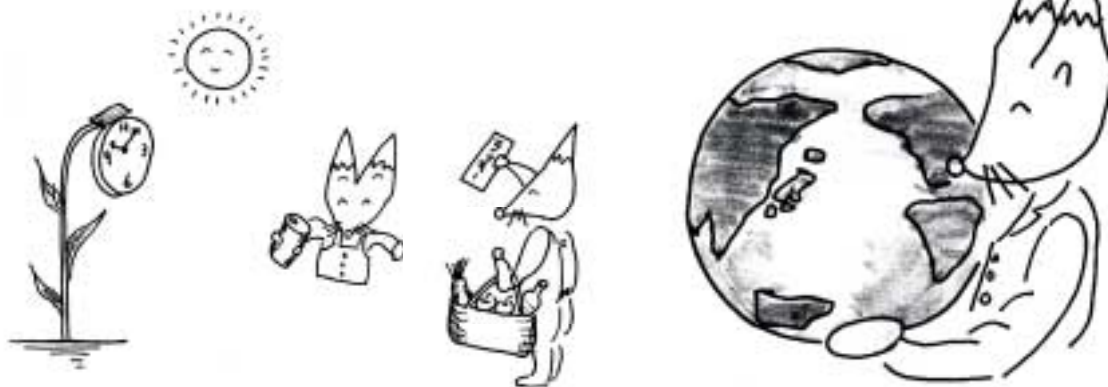
★★★★

引出42 環境にやさしいまちをつくる【関係者全員】

マイバッグでお買い物すると特典がある

リサイクル品の交換情報がある

太陽光発電の街灯、足元灯、時計、施設



「引出」の使い方

この「引出」は一つつつでも使えますが、複合的に使う方がより効果があります。

「引出」の中も、自由に組み合わせて使えますが、「複合的」が効果的です。

例: **引出19** + **引出28** + **引出33** + **引出40** + **引出41**

V まとめ

私たちは、中心市街地の活性化を願い

「まち」の進む方向と具体的なアイデアの「引出」をつくりました。

活性化に向けて「まち」をつくり、創造することは、全てのチームワークが必要です。

ワーキンググループも市民のチームですが、商業チーム・企業チーム・行政チーム

それぞれが重なり合ったときに活性化の **花** が大きく咲くと思います。

市民一人一人が「協働のまちづくり」を目指し

進むことが重要だと思えます。



今後は、アイデアの「引出」を更に深く論議・検討することが必要であり

市民を交えた組織づくりとして、「まちづくり協議会」「TMO」等事業主体の

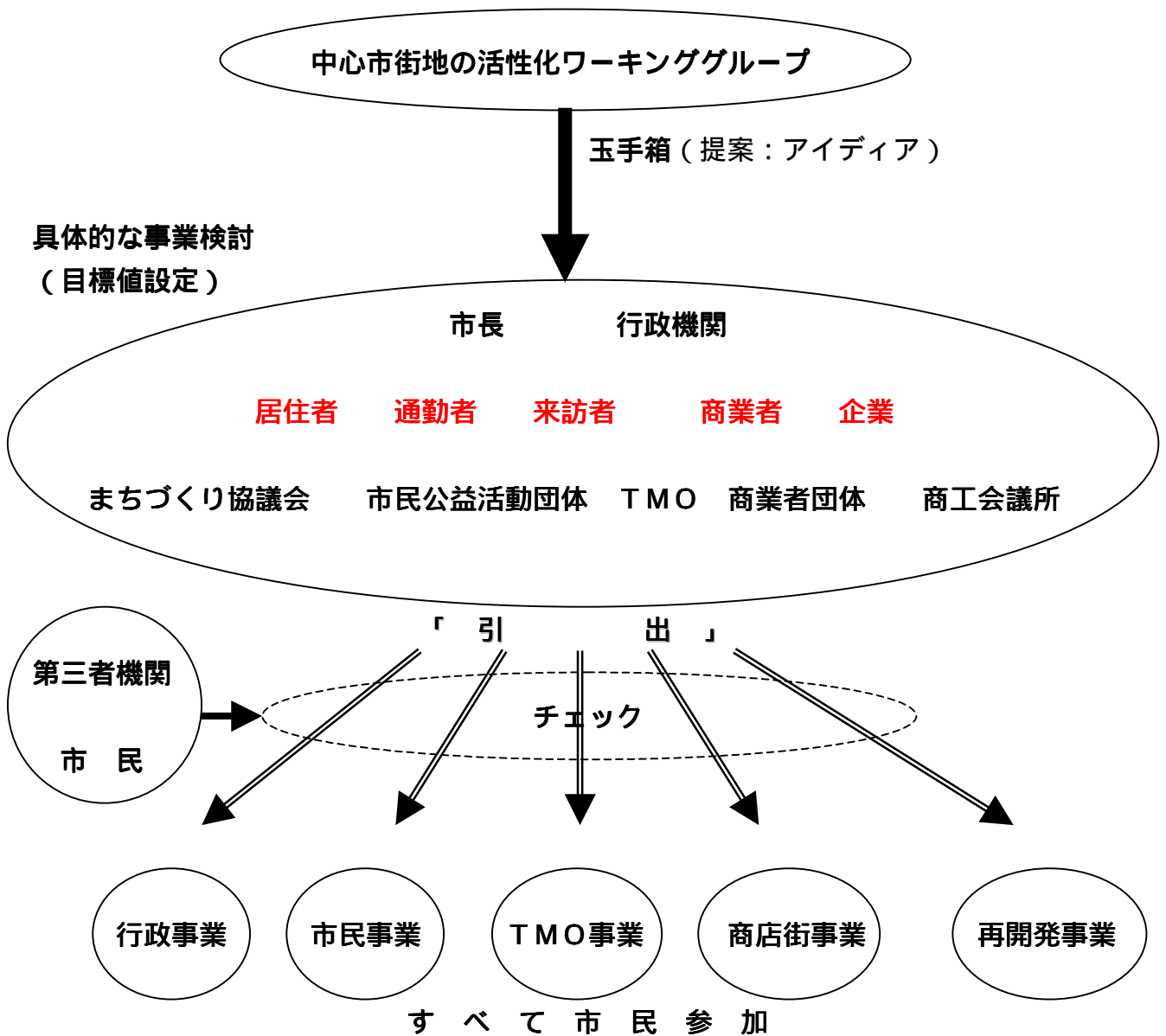
より具体的な体制作りや、市民の公益活動と共にまちを具体的に

動かす必要があると思えます。

更に、事業の目標を明確にした上で第三者機関を設置し常に活性化に対して

チェックを行うと共に、社会構造の変化や経済の急速な変化にも柔軟かつ機動的な

対応ができる組織の設置も必要です。



人々の中には活性化に対する温度差があり、意識の違いを感じました。

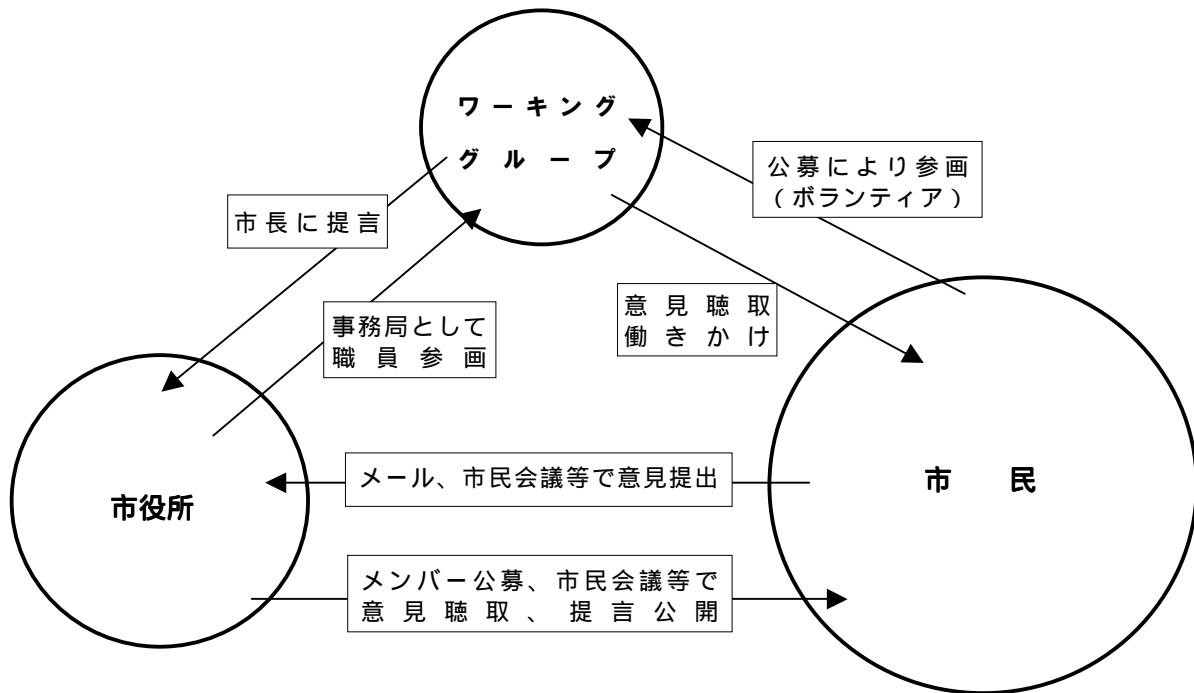
ワーキンググループの意見は、市民の意見ではありますが、市民参加のアリバイづくりにならないように、組織や体制を進化させ、専門家と協調しながら、まちに関わる「参加のデザイン」を工夫し、協働のまちづくりのより具体的な一歩を踏み出す行動をおこすと共に、オンリーワンの「顔」となるよう活性化に向けて、更に推進されることを期待します。

VI 付録

1. ワーキンググループの位置付け……………	23
2. ワーキンググループの活動経過……………	24
3. 大門商店街採点表……………	25
4. ≪中心市街地活性化≫意見交換会 お寄せ頂いた声……………	27
5. 視察研修報告……………	30



1. ワーキンググループの位置付け



中心市街地活性化ワーキンググループ 参加の心得

- 一、 この会議は、塩尻市の中心市街地と、まちづくりの将来像に関することについて検討し、方向性を提言する事を目指します。
- 一、 この会議の発言は、建設的かつ前向きな意見が尊重されます。ただし少数意見であっても、無視されることはありません。
- 一、 すべてのメンバーは、進行役の議事進行のもとに自由な意見を述べるすることができます。ただし、発言内容は簡潔になるよう留意しましょう。
- 一、 物事の決定は、十分な論議のうえ出席者の過半数以上の賛同を必要とします。否決された意見については、再度検討することもできます。
- 一、 やむを得ず欠席する場合に、事前に文書により提出された意見は、会議での発言として取り扱います。
- 一、 進行役は会議の運営にあたり、公平かつ平等を期することとします。
- 一、 この心得に不都合を生じた場合は、メンバーの意向を受けて、改正又は追加することができます。

中心市街地活性化ワーキンググループ メンバー

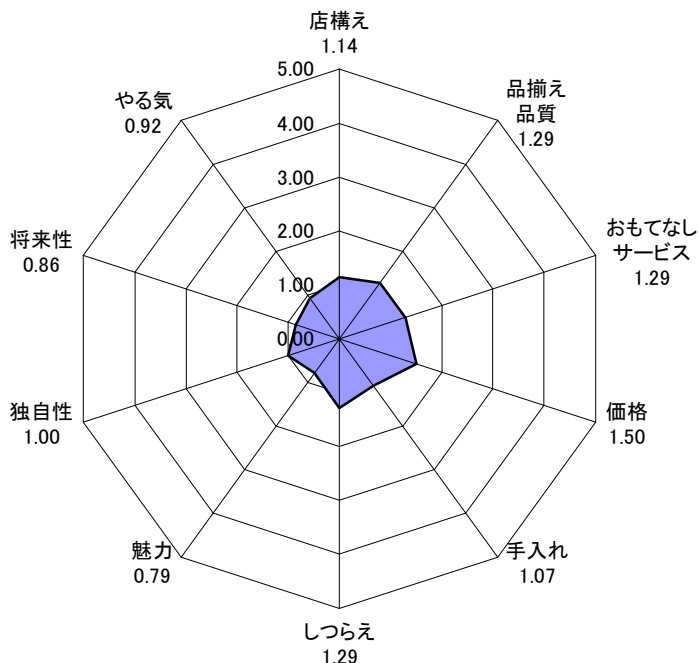
平出芳雄（大門）・塚原成幸（広丘）・斉藤辰生（広丘）・堀内泉（広丘）・保科とひ江（洗馬）山下美津子（大門）・小口信弘（大門）・小松宏二（棧敷）・加藤光久（大門）・真嶋佳世子（大門）・山田正治（大門）
 滝沢俊光（大門）・小松裕（大門）・浜正道（大門）・臼井郁江（吉田）・清水宏（大門）中村厚志（大門）
 花山隆（大門）・清水正哉（大門）・小松稔（大門）・青木智（宗賀）・中村稔（広丘）川上恵一（宗賀）
 赤尾正典（大門）・百瀬真文（大門）・青木博文（片丘）・友野良夫（大門）（順不同）

2. ワーキンググループの活動経過

	開催日	出席 人数	内容	運営会議
第1回	4月14日	26	3WG合同会議	
第2回	4月21日	24	中心市街地の状況	
第3回	5月6日	23	ワーキンググループの運営について	
第4回	5月12日	19	〃	
第5回	5月20日	17	ワーキンググループ参加の心得・分科会の設置、進め方について	
	5月29日		運営会議のみ開催	
第6回	6月6日	16	グループ別会議について	
第7回	6月13日	21	グループ討論 a・b	
第8回	6月20日	18	〃 まちづくりのねらいについて	
第9回	6月26日	16	3WG合同会議 グループ分け a福祉・交通・住 b観光・店・にぎわい集い cソフト・情報・人	
第10回	7月3日	17	分科会 a・b・c	
第11回	7月10日	17	〃 分科会毎 テーマ別項目の拾い出し・検討	
第12回	7月22日	14	〃 分科会毎 テーマ別項目の意見交換	
第13回	7月28日	14	〃 分科会毎 テーマ別項目の意見交換	
	8月5日		運営会議のみ開催	
第14回	8月11日	17	〃 中間報告にむけて分科会毎のまとめ	
第15回	8月18日	4	分科会 c 中間報告にむけてのまとめ	
	8月25日		運営会議のみ開催	
第16回	8月28日	15	中間報告書について・中間報告の方法について	
	9月1日		運営会議のみ開催	
第17回	9月12日	17	中間報告	
第18回	9月24日	9	後半の進め方	
第19回	10月1日	17	「環境と食と生活のフェア」を見ての感想	
第20回	10月15日	10	項目の拾い出し	
第21回	10月28日	14	〃	
第22回	11月10日	13	項目整理・意見交換会の検討	
第23回	11月25日	10	にぎわい広場（周辺）の利活用について	
第24回	12月8日	19	意見交換会（於 大門公民館）・視察について	
	12月18日	9	意見交換会（診断・助言事業） ワーキンググループとして6名出席	
	12月18日	7	視察研修検討委員会（視察場所・日程の検討）	
第25回	12月22日	12	大門商店街採点表について・視察について・報告について	
第26回	1月7日	12	視察研修について・工程表について・報告書の骨子について	
第27回	1月20日	10	項目の時系列の検証・にぎわい広場（周辺）の計画検討	
	2月1日	11	視察研修（伊那・飯田・犬山） 伊那：いなっせ 飯田：トップヒルズ本町	
	2月2日	13	視察研修（犬山・小牧） 犬山市福祉会館にて都市計画課 奥村主幹・小川主査・TMO（犬山まちづくり株式会社）大藪GMより話を伺う	
第28回	2月2日	13	視察研修の感想・報告書の役割分担について	
第29回	2月13日	9	分担毎に作成された報告書の内容検討	
第30回	2月26日	12	〃 ・ 具体的方針 細部検討	
第31回	3月4日	11	〃	
	3月7日		運営会議のみ開催	
第32回	3月10日	12	報告書の内容検討及び最終意見調整	
	3月19日		運営会議のみ開催	
第33回	3月23日	11	報告書の最終確認・報告会の方法について	
第34回	3月30日		報告会	

3. 大門商店街採点表

ワーキンググループによる大門商店街採点



評 価

大門商店街の採点に 14 名からの回答があり、集計すると図のような結果になりました。

各項目(10項目)で厳しい採点がされており、なかでも「魅力」「独自性」「店構え」が低いのは、まちかどアンケート からみた中心市街地の「生活利便施設が充実」(73%)と高い評価に対して、「歩いて楽しい」(15%)と低い評価がされたこととの一致点が伺えます。

まちかどアンケート：

平成 15 年 10 月 18・19 日に、大門商店街において、国の事業としてアンケート調査が実施されました。

回答者の声

努力している店舗と、なんとなく開店しているかに見受けられる店舗が混在している。

空き店舗を無くし、営業日・営業時間等の足並みを揃え、活気ある街並みにする。

空き店舗を無くすための環境づくり、支援体制(出店者への補助金等)を整える。

入りやすい店づくり、陳列方法など、店主の努力が必要ではないでしょうか。専門的な店を願う立場から言えば、各店舗の専門性を生かすためには、大門商店街はちょうどよい大きさではないかと考えます。消費者ニーズ調査もしながら、専門店追及の道の研究をしながら、集客方法など研究しながらですが、これからの消費者のお金の使い方を考えると、地道なにぎわいの町づくりになるかなと思います。

意欲と感謝の気持ちを持って表現すること。その上で店主の顔を印象づける工夫をする。物販はサービスの心。オリジナルグッズはさらに宣伝する。

お客様あっての店づくりを常に考えて、これしかないというものを探し続けること。

全体的には辛口になったが、現況はかなり厳しい部分が多い。ハード面で検討すべきことはたくさんあるが、街としてのコンセプトの強化と店主の意識改革が進まないと、人の動線をつくるのは難しい。人に来て欲しい、交流を深めたい!など自発的な行動を期待します。

全体的に個人店は入りにくさが感じられ、もっとオープンな店づくりや、開かれた雰囲気づくりが必要と感じた。

ソフト的には、「あいさつ」や「お客様へのありがとうの気持ち」が見えなく、気分を害するときもある。

商品の数や種類も少なく、又、どこに、どんな品があるか見えにくい「レイアウト」になっている。

客の入りやすい入口は、最低限度の店の姿勢を表すものとして改善して欲しい。商品や内装は、魅力・独自性・将来性ひいては、やる気にも関わるので、周囲からとやかく口に出せない部分でもあるが、商店街を形成している以上、自分の店は自分のものだけではなく、周囲の環境の一部にもなっていることを忘れないで欲しい。もし、店を継続できないのなら、他人に貸すとか、経営をさせる等々を検討し、個々の店主、商店街組合、商工会議所等の商業者側の人々が、真剣に商店街全体での空き店舗を減らすことを考えないと、活性化の議論は、無駄であり今後も継続して検討していく気にならない。

一部の店主は、接客マナー等も含めて良好なところも見受けられるが、全体的には、普通以下のところが多い。

商店街全体で市場調査をやり、商業圏の拡大を図って欲しい。権兵衛峠開通となれば木曾圏も伊那圏に奪われてしまう。

街並みが悪い。お店がばらばらで買い物がしづらい。

自動ドアのお店が少ない。

交差点が多すぎる。とても歩きにくい。

絵を書くだけでなく、まずは1ヶ所メインの場所をつくる。「にぎわい広場」周辺に建物建設。その中に店をいくつか入れる。又、一角には地域コミュニティーの場所もあり、高齢者が気軽に立ち寄って休み、食事もでき、すてきな喫茶店もあり、若者も大勢集まってくるような場所ができれば。理想論ではなく、現実問題に取り組んでいくべきではと考えます。

他力本願から脱皮し、独自性を生かし、若い後継者を早く育成して魅力ある商づくりをする。

効果が上がるイベントを年間定期化し集客力を高める。(例 飴市(塩市)、蕎麦まつり、ハッピーハロウィーン、食と環境フェア、ワインとそばまつり、えびす講等)

個性的な店構え、街並みの環境美化(緑化木、花)を一層進める。

旧店主(現在商売をやめている店主)に、現状について、又は、将来についてお願いしたい。店舗併用住宅として今後続けていかれるか、又は、機会があれば転居する意識があるのか、意識(意欲)を聞いてみたい。このままでは、シャッター商店街になってしまいます。

このことについては、前々から言っていることですが、店主、又、経営者の考え方が変わらない限り、前進することはできないと思う。

全ての点において改良された方が良いのではないのでしょうか。また、特色のある飲食店がもっとあればと思います。

夕方早めに店を閉めてしまい、塩尻市のイメージが分るように思う。(人気なくて閑散としている)自分の家でのお店であれば、もう少し店を開けておけばいかがでしょうか。人事ではなく店主さん自分自身と思い努力して欲しい。

4. ≪中心市街地活性化≫意見交換会 お寄せ頂いた声

回収数：12

1 性別

男性	女性	未記入
7	4	1

2 年齢

10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	その他
0	0	1	5	1	4	1	0

3 住所

大門	塩尻東	吉田	その他
10	1	1	0

4 中心市街地の活性化について

- ・ もっと積極的にやりたい 9
- ・ 今のままで良い 0
- ・ その他 2
 - 早急に理想プランを提示し、市民の反応を！
 - ワーキンググループの終了する3月末には、具体案の検討に入って欲しい。(ワーキンググループではなく市として)
- ・ 回答なし 1

5 福祉・交通・住（Aグループ）についての感想・意見

- ・ 老人に対する案も良いが、若年層に対する案も出し合って検討していただきたい。特に自転車道路の整備など基本的なところが欠けていると思う。交通面では、JR塩尻駅の利用促進のため、パークアンドライドの推進とそれに合わせた駅周辺の再開発、100円バスの活用(スクールバスなど若年層向けに)、若年層の希望を西小学校の大門プロジェクトなどから集めてみるのはいかがでしょうか。子供達が何を求めているかの手がかりになると思います。(男性・40代・大門)
- ・ 市営住宅 一般住宅の借上げ(市の補助)(女性・40代・大門)
- ・ 老人デイのできる場所を作って欲しい。特に、料理(調理室のある)施設が欲しい。(女性・40代・大門)
- ・ トランジットモールもいいのですが、車の乗り入れしやすい、止めやすい片側駐車場があった方がいいと思います。年寄も障害者も車は便利(女性・40代・大門)
- ・ ごくろうさん！(男性・50代・大門)
- ・ 商店街を1度全部白紙に戻し、1から考え直して欲しい。(特にあいている店)(女性・60代・大門)
- ・ 駅前花壇ではなく、そこにテナント(総合病院を含めた)の入るビルを建て、中央商店街まで、花の路をつけてみては？(女性・60代・大門)
- ・ さあ、具体的にしたい。(男性・60代・大門)
- ・ 下大門の近くに共同の駐車場が欲しい。(男性・30代・大門)

- ・ 100円バス利用者のために、待合所の整備・イス・屋根等々、多少過剰設置と思われても、是非やってください。(男性・70代・大門)
- ・ 村部の独居の高齢者は、買い物等近くにお店がなく不便しているようです。高齢者のアパートを大門に造るのは良い考えと思います。冬の間だけでも預かってくれるところもあると良いのでは。(女性・40代・塩尻東)

6 店・集い・にぎわい・観光 (Bグループについて)の感想・意見

- ・ 自転車の無料使用コーナー(女性・40代・大門)
- ・ 食品加工の場所作り(味噌作り、豆腐作り、ジャムなどの瓶詰めのできる場所)(女性・40代・大門)
- ・ ごくろうさん!(男性・50代・大門)
- ・ 街へ出て行くところがなく、結局ヨーカドーの上から下まで歩いているだけです。一人でも気軽に入れる喫茶店やお店がない、店は入りにくい等で、街の中は歩きたくないのが現状です。また、特産品でも小売と同じ値段で売るなど、地域の人にやさしくない。(女性・60代・大門)
- ・ さあ、具体的にして欲しい。(男性・60代・大門)
- ・ 商店街のお店が古いので、直すのに補助金を出して欲しい。(男性・30代・大門)
- ・ 多種業者が一体となって活性化を図るには、大変苦労が伴うが、なんとしてもやっていただきたい。(男性・70代・大門)
- ・ 地中化した電線に見合った地域としての空き店舗対策をしていく必要がある。(女性・40代・大門)
- ・ この時代にリスクを背負って商店にお金をかけられないところがある。
- ・ 地域の傘を作ったらどうか(大門エリアどこに返しても良い。無料レンタルパラソル)(女性・40代・大門)
- ・ たしかに核になる建物があっても周辺の店に人が入るとは限りません。店自体、街自体が個性をもつべきだと思います。多くの人の智慧を集めれば個性ある街ができる。店の人自体がやる気・元気を出すことが大切。(女性・40代・塩尻東)

7 ソフト・人・情報 (Cグループ)についての感想・意見

- ・ 障害者就労の店オープン バリアフリーの店にエコショップ。障害者の就労の場としての整備(女性・40代・大門)
- ・ 地域通貨、是非実現させてください。エコタウンにしましょう!(女性・40代・大門)
- ・ ごくろうさん!(男性・50代・大門)
- ・ 情報は広く発信して欲しい。知らないでいることも多いので(周辺地域で)(女性・60代・大門)
- ・ 人の流れがないので(松本は流れている)つまらない。(女性・60代・大門)
- ・ さあ、具体的にして欲しい。(男性・60代・大門)
- ・ もっと人が集まるように宣伝をして欲しい。(男性・30代・大門)
- ・ 自転車・コウモリ等の方法は参考になるのでは。(男性・70代・大門)
- ・ 「まちづくりはひとづくり」という考え方に大賛成です。お金や建物ではなく、人が街を変えたいと思います。第3章に挙げてある提案を実践してみたらどうでしょう。(女性・40代・塩尻東)

8 中心市街地活性化に向けての感想・意見

- ・ 長期的な視野での検討も必要なのではないかと思います。教育の充実(西小学校の教育を全国にアピールできるものにする)(男性・40代・大門)

- ・ 短歌、お土産、ワイン 短歌散歩ロードの整備（女性・40代・大門）
- ・ 歩きながら見られる、食べられる、買える街に！（女性・40代・大門）
- ・ 「誰のための」中心市街地活性化は、どのように解決されたのですか。（50代・吉田）
- ・ 大きな建物も必要かもしれないが、個性的な小さなお店がたくさんできるよう。チャレンジショップなどももっと進出させ、大々的に皆に知られ、入りやすいようにした方が良い。（女性・60代・大門）
- ・ この会で方向性ができた場合は、行政への提案を早め早めにして欲しい。（男性・60代・大門）
- ・ 駅から一体の市街化する必要あり。（男性・60代・大門）
- ・ とにかく人が大勢集まれる街にして欲しい。（男性・30代・大門）
- ・ ぶどうまつり～ハロウィーン～ワインのタベ～そば切りのタベ～クリスマス～年末年始の売り出し～えびす講等点でなく線として継続してください。（男性・70代・大門）
- ・ 空き店舗対策のハード面の充実。シャッターの閉まっている店と交渉して売り出して商店を始めてもらおう。（女性・40代・大門）
- ・ 現在切実に困っていることは、何が問題なのか分からない。（買い物に不便なのか、飲食に不自由なのか、人口減のことが、アミューズメントない、福祉施設ないetc.）（男性・60代・大門）
- ・ 大門商店街がさびれていくことは寂しいことです。できたら元気のある街になってもらいたいです。塩尻駅があるので、やはり、塩尻の顔だと思います。（女性・40代・塩尻東）

9 ワーキンググループについての感想・意見

- ・ とても一生懸命に活動されていて、敬意を表します。御苦勞様です。でも、1年間で終わりにして、市が責任を持って実質的な検討を進めていって欲しいと思います。（男性・40代・大門）
- ・ 市民全体で自分達のまちづくりをするきっかけとなれば非常にすばらしい。やめられないぞ。（男性・40代・大門）
- ・ がんばってください！塩尻は大好きです。（女性・40代・大門）
- ・ ドーナツ店開いて！（女性・40代・大門）
- ・ 積極的に取り組んでおられることは、とてもうれしいことだと感じました。具体化というよりも、賛同者・仲間をもっと増やすことも大事だと思います。（50代・吉田）
- ・ 結論を1つにせず、いくつかの類型でまとめることを望む。（男性・50代・大門）
- ・ このグループが行政への強い力が欲しいと思います。（男性・60代・大門）
- ・ もっと積極的に活動（男性・30代・大門）
- ・ 今晚の諸意見・希望を検討していただき、前進していただきたい。（男性・70代・大門）
- ・ すごいと思う。限られた時間の中で方向性も見出していて、共感できるところが多い。週に1回も集まり、貴重な時間を割いてくださっていて本当に感謝します。（女性・40代・大門）
- ・ 都市の歴史をみると、中心となる繁華街は時代と共に変遷している。大門地区に固執するのではなく、仲町なり広丘なり、もっと広いエリアの塩尻全体の活性化を考えていく必要があるのではないか。（男性・60代・大門）
- ・ 大門商店街当事者の意見・意向が見えてこない。（男性・60代・大門）
- ・ ワーキンググループを発展させ、もっと大勢のグループにして、個々の問題別にグループに分かれ、具体的な方向を考えていったら。その中から実践するグループが出てきても良いと思う。「私も参加しても」と思いますが、今のペースだと参加できないかも。（女性・40代・塩尻東）

5. 視察研修報告

中心市街地活性化ワーキンググループのメンバーは、視察研修を行いました。視察地は、視察研修検討委員会で活性化先進地の中から候補地を選び、ワーキンググループの会議で決定しました。視察研修の日程と場所は以下のとおりになっています。

月日	研修場所
2/1	現地視察1 長野県伊那市(施設:いなっせ) 施設見学
	現地視察2 長野県飯田市(施設:トップヒルズ本町) 施設見学
	現地視察3 愛知県犬山市(中心市街地) まちウォッチング
2/2	現地視察3 愛知県犬山市 活性化の取組み状況研修 TMO(犬山まちづくり株式会社)の設立の経過と現在の活動を聞く。
	現地視察4 愛知県小牧市(施設:ラピオ・ルミナスツインズ小牧) まちウォッチング (駅前再開発の様子)

視察地「いなっせ」のおはなし

伊那市の中心市街地に、市街地再開発として新設された8階建てのビルで、学習や交流の場、また、芸術、文化の拠点として利用できる施設です。サークル活動の場として利用されて、生涯学習の拠点としての施設になっています。施設としての機能は充実していました。

今後は施設を利用する人たちが、近くの中心市街地(とくに商店街)と、どのように関わっていくかが、課題だと思えます。



伊那市市街地再開発ビル
『いなっせ』



いなっせ内 ホール
視察日の催し “大人と子供たちのジャズコンサート”

視察地「トップヒルズ本町（ほんまち）」のおはなし

飯田市の中心市街地に、中心市街地再開発事業としてつくられた店舗、行政窓口、住宅の複合施設。大きな特徴は、建物管理を株式会社まちづくりカンパニーが行っていることです。

1階を店舗、2階を行政窓口、3階を地域交流スペース、4階から10階までが住宅となっていて、生活・環境・行政機関が一体化されています。

まちづくりカンパニーは、空き店舗を買取り、チャレンジショップとし、新規の事業者支援も行っています。

また、歴史ある蔵を利用して、レストラン等運営管理しています。文化や歴史を取り込み、活動をしています。



飯田市中心市街地再開発事業
株式会社まちづくりカンパニーが建物管理する
『トップヒルズ本町(ほんまち)』



株式会社まちづくりカンパニー
レストラン三連蔵



トップヒルズ本町(ほんまち)内
りんご庁舎

視察地・研修地「犬山」のおはなし

犬山は閑静な古い町並みを残す城下町。

中心市街地が空洞化し、活性化に向けて平成15年9月にTMOがつくられました。TMO(犬山まちづくり株式会社)の設立の経過をお聞きしました。かつて、にぎわっていたまちがさびれてしまい、これを何とか活性化しようと、市長を中心に、市・商工会議所の人たちの熱意がきっかけになり、始まったそうです。

「株式会社ですので、地元の企業にも出資していただき、個人の方にも出資して頂いた。」

TMOをご理解いただくのに、大変苦労したそうです。

「たのしいまちをおれたち&わたしたち」、「歩いて暮らせるまち、歩いて巡るまち」を、モットーにし、みんなで、何とかにぎわいのあるまちにしたいという気持ちが集まり、会社になった、とのこと。

次に、犬山まちづくり株式会社の代表の方にお話をお聞きしました。

まちづくりを熱く語っていただきました。

TMOやまちづくりの欠かせないポイントとして。

◎人とひとのコミュニケーションづくり。

まちづくり株式会社の活動も、コミュニケーションで行っているそうです。

◎にぎやかにすることの必須条件を見つけ出す。(色、音、香り、にぎわい)

◎行政主体ではなく、住民主体で。

予定時間をオーバーして、このまちへの思いを聞かせていただきました。話していただいたポイントの他に、気づいた事がありました。TMOの組織の中に、冗談のような事でも、行動を起こしてくれそうな熱心で身近なひとが、必要なのです。まさにまちづくり株式会社の代表の方が、その人でした。

「まちをなんとかしたい」という個人個人の思いが活動の活力になっているのでしょうか。



犬山まちづくり株式会社

アンテナショップ 弐番屋
お祭りグッズ等を販売しています。



アンテナショップ なつかしや
木製玩具、和紙、喫茶、2階には事務所



みんなで、まちの景観を考えています。(↑小学校の塀です。)

視察地「ルミナスツインズ小牧」のおはなし

市街地再開発事業により、店舗、住宅の複合施設になっています。再開発事業は地方公共団体主体と考えがちですが、民間や個人でも実施することができます。

この施設は、個人施行の事業でつくられました。この地区内に土地と建物を持っていた人々が、市やコンサルタントと力を合わせてつくりました。住民主体で行った事例です。

住民が、発起して再開発した例です。



ルミナスツインズ小牧 全景

視察地「小牧駅前開発」のおはなし

小牧市の駅前には、大規模な再開発が行なわれ、駅前には公園として整備されています。

市役所は、駅から3キロと離れているため、駅ビルの中に市役所の分庁舎があり、証明書の交付等の窓口サービスがここで受けられます。又、土日も開庁されているため、とても便利です。



小牧市役所 分庁舎(都市センター)

視察研修後記

研修を終えて、活性化先進地は、それぞれの手法で行っていて、現在も活動しています。自分たちの目で見ると、活動している人の話を聞いたことは、1年間の活動の中でも貴重な、体験でした。

活動している人や暮らしている人が、かがやいていることが、『活性化のもと』であると、感じられた研修でした。



平成16年3月

発行 中心市街地の活性化ワーキンググループ

事務局 塩尻市経済事業部商工観光課

塩尻市大門7番町3番3号

0263-52-0280