

4章 まちづくりの方向性

4.1. 地域住民の意見

○本計画におけるまちづくりの方向性を示すにあたり、地域住民の意見として、令和5年度に組成された「中心市街地活性化プロジェクト庁外チーム」及び令和6年度に開催した「中心市街地活性化に向けたまちづくり勉強会」について、その議論の内容を以下に示します。

4.1.1. 中心市街地活性化プロジェクト庁外チーム会議

○中心市街地の活性化に向けた意見交換・議論を行うため、塩尻商工会議所や株式会社しおじり街元気カンパニー等の産業支援機関に加え、大門商店街を拠点として事業を営み、今後20年後、30年後の次代を担う若手世代をチームメンバーとし、開催しました。

■チームメンバー一覧（図表28）

組織名	役職	氏名
中信興業株式会社	代表取締役	小松 裕
株式会社いちた	取締役店長	松尾 祐汰
有限会社ダスキン塩尻	専務取締役	浜 淳一
株式会社立石コーポレーション	代表取締役	立石 宗一郎
家印	代表	吉江 大紀
合同会社 en.to	代表	横山 暁一
スナバ	コーディネーター	草野 エリ
株式会社しおじり街元気カンパニー	代表取締役	藤森 茂樹
塩尻商工会議所	経営指導員	太田 美絵

■事務局メンバー一覧（図表29）

組織名	役職	氏名
塩尻市	副市長（チームリーダー）	石坂 健一
産業振興事業部	部長	古畑 久哉
産業振興事業部産業政策課	課長	上條 崇
産業振興事業部産業政策課産業政策係	係長	村上 洋一
産業振興事業部産業政策課産業政策係	主事	辻 友太
建設事業部	部長	曾根原 博
建設事業部都市計画課	課長	米山 進
建設事業部都市計画課整備係	係長	中田 健太郎

■期日及びテーマ（図表30）

回数	期日	テーマ
第1回	令和5年 5月12日（金）	中心市街地活性化プロジェクト庁外チームについて・情報交換
第2回	令和5年 8月31日（木）	中心市街地の現状と課題
第3回	令和5年 11月 9日（木）	中心市街地の目指す10年後の姿
第4回	令和5年 11月27日（月）	中心市街地の現状と目指す姿のギャップ
第5回	令和5年 12月25日（月）	中心市街地のミッション・ビジョンについて
第6回	令和6年 3月25日（月）	「大門地区市街地総合再生基本計画」について

■各回のまとめ（図表 31）

第1回	- プロジェクトチームの目的や中心市街地の活性化に向けたこれまでの市の取組等を確認 - 参加者それぞれの視点での中心市街地の現状・課題について情報交換を実施
第2回	- 中心市街地の位置づけや過去の活性化策の取組経過を共有 - 現在の大門商店街の強みや課題、要望等について意見交換を実施
第3回	第2回までの議論や市の上位計画等を踏まえ、“中心市街地の10年後の目指す姿”について意見交換を実施
第4回	- 第3回であげられた各メンバーの意見をグルーピングし、「自立」「挑戦」「催事」「連携」「拠点」の5つの項目を設定し、“中心市街地の10年後の目指す姿”を整理 5つの項目ごとに定性・定量的指標とそのマイルストーンを設定し、意見交換を実施 - 意見交換では、「つながる」というキーワードや、5つの項目を束ね、大門のまちとして打ち出す共通のテーマ設定を求める意見があげられた
第5回	- 中心市街地の共通のテーマを「つなげるまち、大門」と設定し、「何をしてどのように社会へ貢献できるか」、「近い将来どんな状態が理想か」、「提供する価値・大切な価値観」等について意見交換を実施 - 意見交換では、“大門らしさ”について議論になり、「新しいことを柔軟に取り入れる」「繋がった人がつなげていく」等といった意見があげられた
第6回	- 第5回の意見を踏まえ、中心市街地のミッション・ビジョン・バリューを再定義し、ビジョン等の達成に向けられた新たな「5つの柱」を決定 - 今後のまちづくりの推進に向け、「塩尻大門地区市街地総合再生基本計画」の策定・検討について説明

○第2回であげられた中心市街地に関する意見を、ハード・ソフトと強み・弱みの観点で以下に整理しました。

■中心市街地に関する意見整理（図表 32）

	まちの強み	まちの弱み
ハード面	- core 塩尻、えんぱーく、スナバ等、行政の整備によるテクノロジー・文化的なコンテンツが豊富であり、周辺地域と比べると活性化されている - 土地に空きが出ると比較的すぐ埋まることから、住宅の新陳代謝自体は起きている - 古き良き建物が残存していることから、新しい建物と古い建物が混在、共存するまちづくりを検討してはどうか - 大門商店街は、メインの通りだけでなく、裏通りにも素敵な建物がある	- 空きビルが増加しており、管理が行き届いていないビルがある印象 - 空きビル等は今後、景観面や防犯面への影響が懸念される一方、取り壊しやその後も費用が掛かり売却も困難 - 駐車場不足（大門駐車場だけでなく、各店舗に近い駐車場がほしい） - core 塩尻、えんぱーく、スナバ等の施設が充実しているものの、それぞれが点のままになっている - 空き家・空き店舗のさらなる増加が懸念
ソフト面	- 塩尻駅は長野県内でも乗降客数が多い駅 - えんぱーくによって中心市街地に学生が集まっている - 大門商店街の店主は年齢が高いイメージが強いが、若い世代も入ってきている - 大門マルシェは、挑戦の場、動き始める「きっかけ」の場になっている - 大門商店街は、徒歩圏内で衣食住に関わる買物等を済ませることができる。	- イベントを実施しているものの、一過性なものにとどまっている印象 - 地域の担い手育成が不十分 - 宿泊施設が少なく、core 塩尻、スナバ等を利用する出張者の宿泊需要を市外に逃している - 商店街に人通りが少ない

○第3回であげられた「中心市街地の10年後の目指す姿」に関する意見をグループヒングし、5つの項目に整理しました。

■10年後の目指す姿（図表33）

自立	独自の価値を提供し、利益を確保する店舗群で商店街が形成
<u>関連する意見・目指す姿</u>	
・店舗以外にも稼ぐ手段があり、大門への投資が加速 ・魅力的な店舗が数多く立地し、毎日賑わう大門 ・店舗が魅力を十分に発揮し、それを求め客が来店 ・松本市、ロードサイドとは異なる魅力で客を惹きつける ・各店舗の「顔」が見える等、魅力的な店舗が集まる ・「自立した店舗」が集合し、商店街が形成されている ・大手資本に対し、独自の価値を提供し対抗する個店 ・失敗しても問題ないという風土が形成されている ・今いる店舗が継続して繁盛している ・市の手厚い支援を元手に、覚悟を持つ個店が並び	
挑戦	「挑戦しやすい大門」が浸透し、「挑戦」→「自立」が好循環を生む
<u>関連する意見・目指す姿</u>	
・「大門で出店したい」と多くの出店希望者が殺到 ・挑戦しやすく花開きやすいまち、大門 ・何かチャレンジしたい人が「大門でやってみよう」と集まる ・大門マルシェがきっかけで、ビジネスへと発展する ・空き店舗、土地の活用希望者が殺到し、競争激化	
催事	持続性がある運営で定期的にイベントが開催され、多くの人で溢れる
<u>関連する意見・目指す姿</u>	
・毎月イベントが開催され、それを継続できる主体がいる ・多くの人を訪れ、活気であふれている ・子供や学生が来訪し、生涯の思い出を育む ・効果的な情報発信により、多くの来訪者が訪れる ・イベントが頻繁にかつ無理なく実施されている	
連携	店舗同士が協力・切磋琢磨しあい、相乗・波及効果を産み出す
<u>関連する意見・目指す姿</u>	
・店舗同士のコミュニケーションが活発 ・自立した店舗同士が協力し、束で戦っている ・自分事として皆が集まり、連携し、様々なことを成す	
拠点	不動産情報が可視化され、取引が活性化し、潜在的空き店舗ゼロ
<u>関連する意見・目指す姿</u>	
・建物の老朽化をリノベーションで解決、魅力が増す ・商店街・各店舗のデザイン性が集客につながっている	

○第4回までの議論を経て、第5回、第6回の会議で提示された大門らしさ、中心市街地のテーマ、ミッション・ビジョン・バリュー、5つの柱を以下に整理しました。

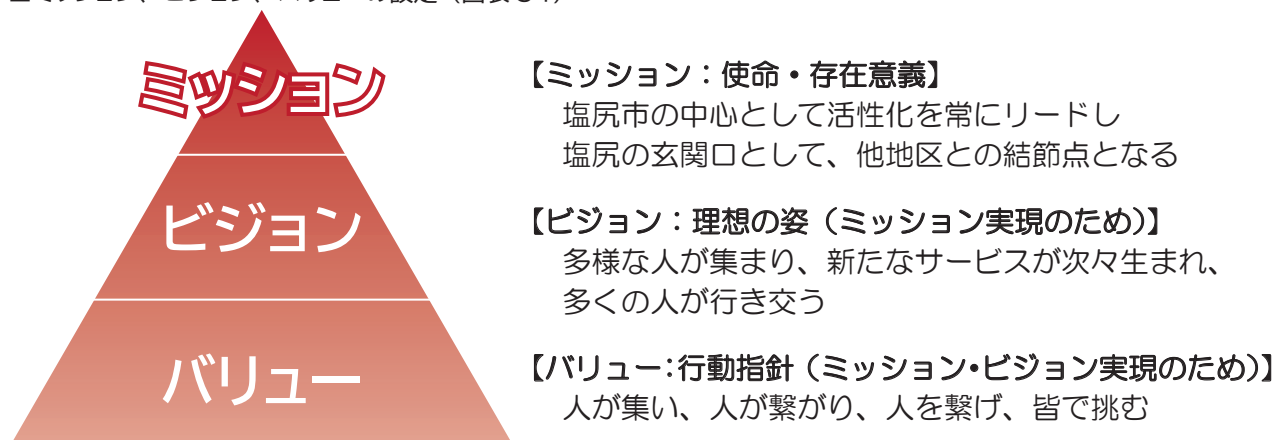
【議論の中であげられた“大門らしさ”】

- ・新しいことを柔軟に取り入れる
- ・新しいことにどんどん挑戦していく土壌
- ・外部の人・意見に寛容
- ・守るものなき大門
- ・交流するまち
- ・繋がった人がつなげていく
- ・挑戦し続ける

テーマ「つなげるまち、大門」

熱量を持ったもの同士がつながり、大門商店街に新たなさざ波を起こす
店と客、店と店、客と客をつなげ、大門商店街のさざ波が、塩尻市の大波となる
まちと共に生き、まちと共に学び、まちと共に栄え、大きなうねりが全国に波及する

■ミッション、ビジョン、バリューの設定（図表 34）



最上位評価指標（KPI）＝居住人口の増加、来訪者数の増加

■ビジョン、KPI 達成のための「5つの柱」(図表 35)

既存店舗の 魅力度向上	ソフト事業による 賑わい創出	公共施設から まちへの還流	更なる拠点の 整備・更新
・独自の価値提供 ・安定収益確保 ・業態転換 ・個別キャンペーン	・イベントの実施 ・イベントの誘致 ・個別店舗連携	・えんぱーく、図書館、スナバ、core 塩尻、塩尻インキュベーションプラザ、情報プラザからまちへのシャワー効果	・重点整備地域（再開発） ・空き店舗への誘致 ・WR ビル再生
広報強化 ・SNS 等による面的発信、各個店による個別発信、広報戦略策定			

4.1.2. 中心市街地活性化に向けたまちづくり勉強会

○令和6年度にまちづくりに関心のある方を対象に、中心市街地の活性化に向けたまちづくり勉強会を3回開催しました。勉強会の期日・テーマは次の通りです。

■期日及びテーマ（図表36）

回数	期日	テーマ
第1回	令和6年 7月23日（火）	地域が主体となるまちづくりの重要性
第2回	令和6年 9月25日（水）	地域ブランディングによるまちづくり
第3回	令和6年 11月21日（木）	リノベーションによるまちづくり

主催：株式会社しおじり街元気カンパニー

講師：公益社団法人全国市街地再開発協会 高野 浩二 氏

○勉強会の中では、主に次の意見がありました。

【こんな街にしたい やってみたいこと】

- ・街歩きが楽しいと思えるまちづくり
- ・「長野県の中心地である塩尻市」であり、JRの分岐点であることを活かし、乗り換えの待ち時間を有効に活用できるまちづくり、乗り換えついでに周遊したくなるまちづくり
- ・お店の人と客の間に会話が生まれるまち
- ・旅行者も移住者も居心地良く感じられるまち
- ・再び訪れたくなるまち（ホスピタリティの充実）
- ・自立した店が増え、毎日人が歩く商店街
- ・地域事業者間の連携が盛んなまち
- ・若者がチャレンジできるまち
- ・周辺の住宅環境、生活環境とマッチしたコンパクトで特色ある商店街
- ・小学生～高校生が気軽に集まれる空間のあるまち
- ・塩尻に愛着を感じるまちづくりによって、次世代の担い手を作り出す

○まちづくり勉強会で実施したアンケート調査では、参加したほとんどすべての方が、まちづくりやエリアマネジメント活動に「興味がある」、「やや興味がある」と回答しており、まちづくりに対して意欲的な方が多くいることが分かりました。こうした意欲的な方を商業者や企業、地域の人々等とつなげ、連携しながら、まちづくりの目標や方向性を共有し、エリアマネジメントに取り組んでいくことが重要です。

4.2. 対象区域のまちづくりの方向性

○本計画では、前述した上位計画での位置づけ、まちの課題及び地域住民の意見を参考に、近年におけるまちづくりのトレンドを踏まえ、本市の中心拠点を構成する対象区域のまちづくりについて下記の方向性を示します。

4.2.1. 上位計画におけるまちづくり方針の確認

○『塩尻市都市計画マスタープラン』において対象区域が位置づけられる「大門地区」については、「人々を呼び込み、都市全体の成長と賑わいをリードする地区」を将来像とし、中心拠点・玄関口としての拠点性・求心性の向上、回遊性を備えた活力・賑わいの発現、多様な世代の居住等の交流が示されています。

■『塩尻市都市計画マスタープラン』の地区別構想・大門地区のまちづくりで整理される「地区のまちづくり方針（抜粋）」

〈土地利用の方針〉

- 都市全体の利便性や魅力向上につながる中心拠点の形成
 - ・市全体の都市活動を支える商業・業務、医療・福祉、宿泊等の都市機能の維持・充実
 - ・まちなか居住の促進
 - ・市街地再開発事業も含めた高度利用・有効利用の検討
- 良好な住環境の形成
 - ・良好な住環境の維持・形成
 - ・既存住宅地の一部における狭あい道路や行き止まり道路の改善
- 地域の特性や実態に応じた空き家・空き地の適正管理と有効活用
 - ・空き店舗等の有効的な活用や老朽化する施設の共同建て替え等の検討
 - ・低未利用地のイベント広場としての活用の検討
 - ・移住・定住の促進に向けた空き家の市場流通や利活用の促進

〈交通体系の方針〉

- 歩きたくなるまちなか空間の形成
 - ・塩尻駅、市役所、大門商店街等を結ぶ歩行者ネットワークの形成
 - ・シェアサイクルポート設置の推進

〈自然・歴史・景観資源活用の方針〉

- 緑豊かなまちなかの創出
 - ・低未利用地の活用による緑豊かなオープンスペース整備の検討
 - ・公共施設・民間施設の敷地内の緑化推進
- まちなかを回遊する緑のネットワークの形成
 - ・街路樹の維持・保全

4.2.2. 意識すべき近年の社会経済動向

○市民が主体となるまちづくりの取組において、本市をとりまく社会経済動向は意識すべき重要な要素であるため、直近の上位計画である『塩尻市都市計画マスタープラン』に記載される「塩尻市を取り巻く社会潮流」を踏まえ、近年の動向を次の通り整理しました。

■『塩尻市都市計画マスタープラン』で整理される「塩尻市を取り巻く社会潮流」

《社会潮流の変化》

- 脱炭素社会形成に向けた取組の展開
 - …自然エネルギーへの転換や省エネルギー化、市街地のコンパクト化、GX^{注1}等
- 頻発化・激甚化する災害への対応
 - …想定外とされていた想定最大規模の災害発生を前提とした防災対策
- ポスト・コロナ時代に適合したまちづくりへの転換
 - …新たな生活様式・働き方の普及・定着への対応
- 新たな交通サービスの普及と歩行者空間の重視
 - …MaaS^{注2}による公共交通サービスの地域格差是正、ウォークブルなまちづくり
- DX^{注3}・スマートシティ^{注4}の推進
 - …DXの推進、先進技術の活用

《近年の都市政策の方向性》

- 民間開発、民間活動と連携したまちづくりの重視
 - …民間開発に対する事前の関与、エリアマネジメントやPPP^{注5}／PFI^{注6}の領域の拡大
- 都市内の農地・低未利用地に関する位置づけの変化
 - …田園住居地域の創設、市街地内の空き地・空き家・低未利用地の活用や集約化
- 都市計画における防災の主流化
 - …新たな災害ハザードエリアの確認、早期避難等のソフト対策の重視、立地適正化計画における防災指針のセット化
- 客観的データに基づくプランニング
 - …ビッグデータ^{注7}（人流データ等）を活用した施設配置、スマート・プランニング^{注8}導入

■近年において意識すべき社会経済動向

- 建設費の急激な高騰
 - …世界各地での戦火に伴う国際的なサプライチェーン^{注9}の混乱や物価高騰に伴う賃金・資材上昇等に起因する建設費の高騰は、まちづくりの懸念要素となっています。

【33 頁に注釈表記した用語の解説（内閣府、総務省、経済産業省、国土交通省等のホームページより引用）】

- 注1：GX……………産業革命以来の化石燃料中心の経済・社会、産業構造をクリーンエネルギー中心に移行させ、経済社会システム全体を変革する取組であるグリーン・トランスフォーメーション（Green Transformation）の略。
- 注2：MaaS ……………地域住民や旅行者一人ひとりの移動需要に対応して、複数の公共交通やそれ以外の移動サービスを最適に組み合わせて検索・予約・決済等を一括で行なうサービスを指すマース（Mobility as a Service）という考え方の略。
- 注3：DX ……………企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会の需要を基に製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務自体や、組織、プロセス、企業文化・風土を変革するデジタル・トランスフォーメーション（Digital Transformation）の略。
- 注4：スマートシティ…国際社会における諸課題や都市や地域の抱えるローカルな諸課題の解決、また新たな価値の創出を目指して、新たな情報技術や官民各種のデータを有効に活用した各種分野におけるマネジメント（計画、整備、管理・運営等）が行われ、社会、経済、環境の側面から、現在及び将来にわたって、人々（住民、企業、訪問者）により良いサービスや生活の質を提供する都市・地域。
- 注5：PPP……………PPP（Public Private Partnership）とは、公共施設等の建設、維持管理、運営等を行政と民間事業者が連携して行うことにより、民間の創意工夫等を活用し、財政資金の効率的使用や行政の効率化等を図る方策。
- 注6：PFI ……………PFI（Private Finance Initiative）とは、PPP の一方式であり、公共施設等の建設、維持管理、運営等を、民間事業者の資金、経営能力及び技術的能力を活用し、国や地方公共団体等が直接実施するよりも効率的かつ効果的に公共サービスを提供する手法。
- 注7：ビッグデータ……事業に役立つ知見を導出するための、一般的なソフトウェアで蓄積・運用・分析できる能力を超えたサイズのデータであり、その活用により、異変の察知や近未来の予測等を通じて利用者個々の需要に即したサービス提供等、業務運営の効率化や新産業の創出等が可能。
- 注8：スマート・ ……ビッグデータを活用して、個人単位の行動データをもとに、人の動きをシミュレーションし、施策実施の効果を予測した上で、施設配置や空間形成、交通施策等を検討する計画手法。
- 注9：サプライ ……商品の企画・開発から、原料や部品等の調達、生産、在庫管理、配送、販売、消費チェーン ……までのプロセス全体を指し、商品が最終消費者に届くまでの「供給の連鎖」。

4.3. 大門地区に期待する将来像

○上位計画での位置づけ、地域住民の意見、社会経済動向等に基づくまちの課題に対して、市内外の人がハード・ソフトの取組を総合化することで創り出していく大門地区の将来像を描いてみました。



市内外から親子が集まってくる特徴ある子育て施設を通して、親同士・子ども同士の新たな交流が育まれており、子ども関連の店舗の立地も進んでいます。

子育て層に人気のあるまち

多様な世代が楽しめる店舗が立地したり、空地（あきち）等を利用したイベントが行われることで、若い世代や二地域居住等による居住者が増え、大門商店街周辺で時間を過ごす家族連れが多く見られます。



新たな居住者と共に楽しめるまち



歩きやすくなった歩道や、もともとある休憩施設があちこちにあることで、散歩をしたり、沿道のベンチに腰掛けて飲み物を片手に談笑する人が増えています。

居心地が良く歩きたくなるまち

新しいホテルやリノベーションしたゲストハウスに宿泊・滞在する観光客やビジネスマン等が、まちなかで飲食する姿をよく見かけようになっています。



来街者が時間を過ごすまち



新たな外部人材や、小さな子どもから高校生や大学生の若者が既存の交流施設で集い、ともに学び、大門地区にて新たな取組を行なっています。

次代を担う人材を輩出するまち

市内外の人による趣味の延長や起業によって開業したお店が、人気となっており、こうしたチャレンジによる賑わいの相乗効果で、新しい店舗が次々に生まれています。



市内外の人のチャレンジが進むまち