資料編

(1)案内チラシ

表面

中心市街地
活性化
シンポジウム
育てよう!まちづくりの司令塔
～中心市街地活性化協議会～
平成20年1月30日(水)
13:30～17:00（開場13:00）
会場 せんだいメディアテーク
1階 オープンスクエア
仙台市青葉区春日町2-1 TEL 022-713-3171
参加無料 定員200名
事前にお申込み下さい。
詳しくは裏面をご覧下さい。
交通アクセス
<地下鉄>
<バス>
<車>
基調講演 13:35～14:35
実効性あるタウンマネジメントの推進について
宮城大学大学院事業構想学研究科 教授 横森 豊雄 氏
制度紹介 14:35～14:50
経済産業省東北経済産業局 他
休 憩
パネルディスカッション 15:00～17:00
育てよう!まちづくりの司令塔
～中心市街地活性化協議会～
好事例地域の取り組みについて、お話しいただくとともに、今後、中心市街地活性化協議会が「まちづくりの司令塔」として機能していくための方向性について話し合っていただきます。
コーディネーター 横森 豊雄 氏
宮城大学大学院事業構想学研究科教授
パネリスト 加藤 博 氏
青森市中心市街地活性化協議会副会長／青森市まちづくりあさんど理事長
服部 年明 氏
中心市街地活性化アドバイザー／㈱まちづくり青森タウンマネージャー
松山 茂 氏
宮城商工会議所広域振興部部長
※パネルディスカッションの質疑には、会場からの質問を受け付け、10分程度の質疑応答の時間を用意しています。
■主催：経済産業省東北経済産業局 ■事務局：ランドブレイン㈱仙台事務所 TEL 022-716-0633

裏面

育てよう!まちづくりの司令塔
～中心市街地活性化協議会～

講師 & パネリストプロフィール

基調講演　講師・コーディネーター

横森 豊雄 氏

宮城大学大学院事業構想学研究科　教授

専修大学大学院経済学研究科博士課程単位取得，スターリング大学客員教授，専修大学教授等を経て現職。経済産業省「市町村の中心市街地活性化への取り組みに対する診断助言事業検討委員会」委員長，経済産業省「大型空店舗利活用検討委員会」委員長等，中心市街地関連の委員会等を多数歴任。

パネリスト

加藤　博 氏

青森市中心市街地活性化協議会副会長
青森市まちづくりあすんど理事長

「この土地は，先祖からもらった物ではない，子孫から借り受けているのだ。」を心の拠り所に，毎月40回以上の会議に出席する。青森市新町商店街新興組合常務理事，青森商工会議所常議員，青森市中心市街地活性化協議会副会長，（有）PMO（パサージュ・マネージメント・オフィス）代表取締役社長　他役職多数。

服部 年明 氏

中心市街地活性化アドバイザー
前 株式会社まちづくり長野タウンマネージャー

元信州ジャスコ常務取締役，ジャスコで生鮮食品部門の高度化に取り組み，その後全国各地のスーパー，百貨店と提携設立した地域ジャスコの業務指導，新店開設にあたる。平成15年長野商工会議所会頭の要請を受け，TMOタウンマネージャーに就任。平成19年4月タウンマネージャーを後任に委ね全国各地の中心市街地活性化アドバイザーとして指導にあたる。ショッピングセンター開発企画運営会社ホリデイ&ウォーク代表取締役。

松山　茂 氏

宮崎商工会議所広域振興部部長

宮崎商工会議所経営指導員，日本商工会議所情報化推進研究会委員，同ネットワーク化研究会委員。専門経営指導員を経て，平成11年からTMO（街づくり推進機関）事業を担当し，宮崎TMO事業構想の策定などに従事，平成19年4月から現職。

中心市街地活性化シンポジウム「育てよう！まちづくりの司令塔～中心市街地活性化協議会～」

＜参加申込みについて＞

お申込みは，FAX，E-mail又はホームページからお願いします。

FAX送付先：022-716-0636
E-mail送付先：kasseika@landbrains.co.jp
ホームページアドレス http://www.tohoku.meti.go.jp/shogyo/index-syotengai.htm

申込締切　平成20年1月25日金

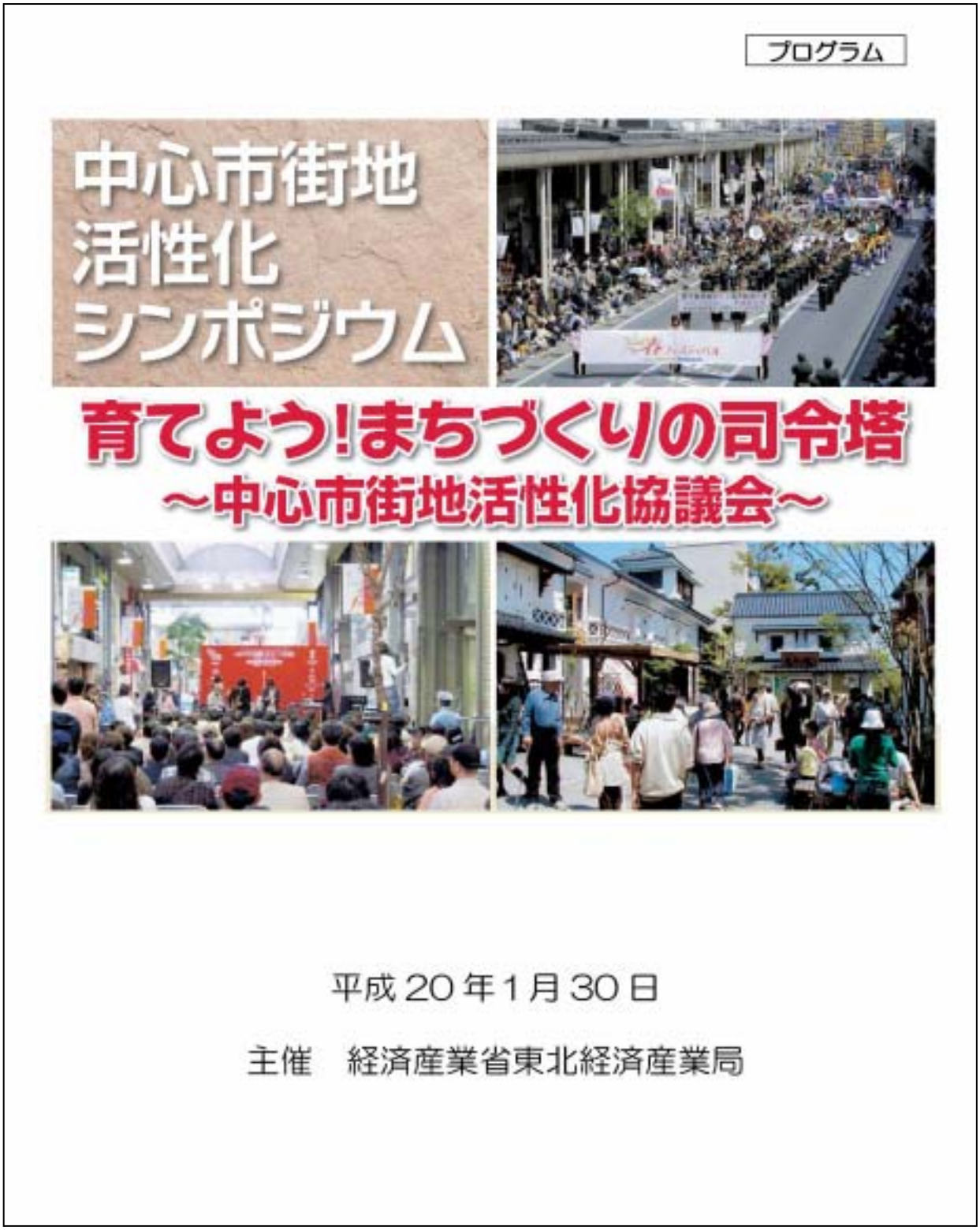
◀FAXの場合は下記事項をご記入のうえお手数をおかけ下さい。E-mailの場合は下記事項をご記入のうえお申込み下さい。又，ホームページの場合は申込み専用フォームにてお申込み下さい。

お名前	
団体・企業名	
所在地	〒
電話番号	（　　）　　FAX番号　（　　）
メールアドレス	@

※申込に関わる個人情報は，本シンポジウムに係る事務連絡と参加者の確認のために使用し，その他の目的の為に使用することはありません。

(2)プログラム

当日配布したプログラム　　表紙



P2

中心市街地活性化シンポジウム
育てよう！まちづくりの司令塔　～中心市街地活性化協議会～

日　時：平成20年1月30日（水）　13：30～17：00
会　場：せんだいメディアテーク　1階オープンスクェア
主　催：経済産業省東北経済産業局
事務局：ランドブレイン㈱仙台事務所

プログラム

－13：00－

1．開会挨拶
・経済産業省東北経済産業局長　赤津　光一郎

2．基調講演
・講　師：横森　豊雄　氏（宮城大学大学院事業構想学研究科　教授）
・テーマ：「実効性あるタウンマネジメントの推進について」

3．制度紹介
・経済産業省東北経済産業局
産業部商業・流通サービス産業課長　徳能　邦幸
「平成20年度中小商業等関係支援措置の概要」
・独立行政法人中小企業基盤整備機構東北支部
中心市街地サポートマネージャー／チーフアドバイザー　松浦　忠雄　氏
「独立行政法人中小企業基盤整備機構の支援メニューについて」

【休憩】　（10分）

－15：00－

4．パネルディスカッション
・テーマ：「育てよう！まちづくりの司令塔～中心市街地活性化協議会～」
・コーディネーター：横森　豊雄　氏（宮城大学大学院事業構想学研究科　教授）
・パネリスト：
加藤　博　氏（青森市中心市街地活性化協議会副会長/青森市まちづくりあきんど隊隊長）
服部年明　氏（中心市街地活性化アドバイザー/前　株式会社まちづくり長野タウンマネージャー）
松山　茂　氏（宮崎商工会議所広域振興部課長）

5．閉会

P3

講師＆パネリストプロフィール

○基調講演　講師・コーディネーター

横森　豊雄　氏

宮城大学大学院事業構想学研究科教授

専修大学大学院経済学研究科博士課程単位取得、スターリング大学客員教授、専修大学教授等を経て現職。
経済産業省「市町村の中心市街地活性化への取り組みに対する診断助言事業検討委員会」委員長、経済産業省「大型空店舗利活用検討委員会」委員長等、中心市街地関連の委員会等を多数歴任。

○パネリスト

加藤　博　氏

青森市中心市街地活性化協議会副会長

青森市まちづくりあきんど隊隊長

「この土地は、先祖からもらった物ではない、子孫から借り受けているのだ。」を心の拠り所に、毎月４０回以上の会議に出席する。青森市新町商店街振興組合常務理事、青森商工会議所常議員、青森市中心市街地活性化協議会副会長、（有）ＰＭＯ（パサージュ・マネージメント・オフィス）代表取締役社長　他役職多数 。

服部　年明　氏

中心市街地活性化アドバイザー

前　株式会社まちづくり長野タウンマネージャー

元信州ジャスコ常務取締役。ジャスコで生鮮食品部門の直営化に取り組み、その後全国各地のスーパー、百貨店と提携設立した地域ジャスコの業務指導、新店開設にあたる。平成 15 年長野商工会議所会頭の要請を受け、ＴＭＯタウンマネージャーに就任。平成 19 年４月タウンマネージャーを後任に委ね全国各地の中心市街地活性化アドバイザーとして指導にあたる。ショッピングセンター開発企画運営会社（有）リテイルウォーク代表取締役。

松山　茂　氏

宮崎商工会議所広域振興部課長

宮崎商工会議所経営指導員、日本商工会議所情報化推進研究会委員、関ネットワーク化研究会委員、専門経営指導員を経て、平成１１年からＴＭＯ（街づくり推進機関）事業を担当し、宮崎ＴＭＯ事業構想の策定などに従事。平成１９年４月から現職。

P4

―配布資料一覧―

1　基調講演資料
資料１：実効性あるタウンマネジメントの推進について

2　制度紹介資料
資料２：平成 20 年度中小商業等関係支援措置の概要
資料３：独立行政法人中小企業基盤整備機構の支援メニューについて

3　都市紹介資料
資料４：中心市街地活性化に係る都市紹介（宮崎市・長野市・青森市）

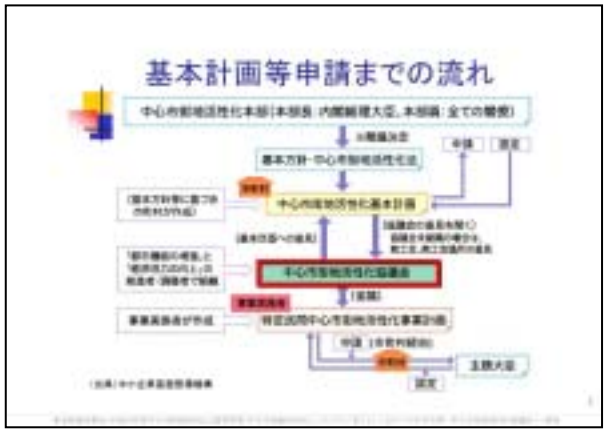
4　パネルディスカッション資料
資料５：宮崎市中心市街地活性化に向けての取り組み（松山　茂　氏）
資料６：戦略的中心市街地活性化（服部　年明　氏）
資料７：戦略的中心市街地活性化の取り組み・事例　長野市（服部　年明　氏）
資料８：コンパクトシティと中心市街地活性化－青森市の取り組みについて－（加藤　博　氏）

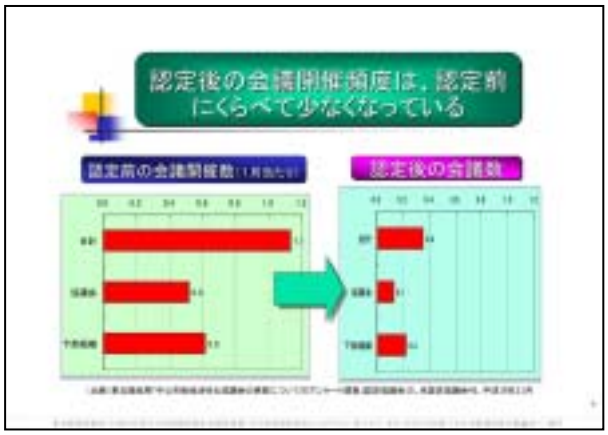
5　参加者アンケート票

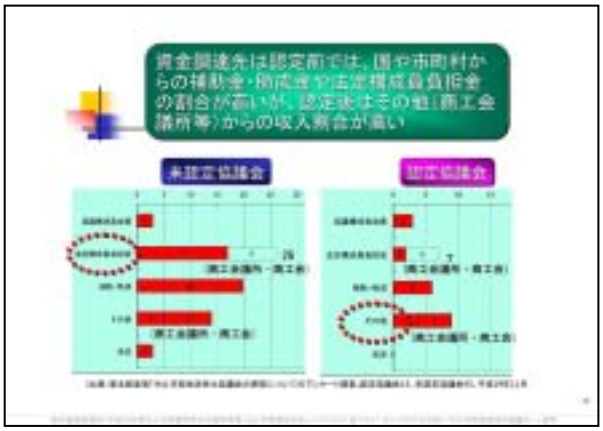
メモ

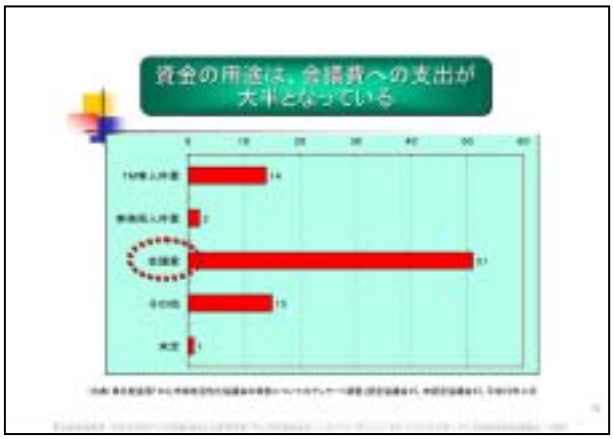
(3)当日説明資料

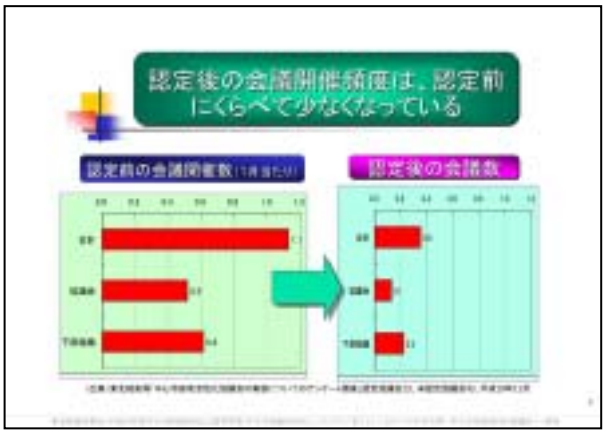
【横森　豊雄氏（基調講演）】



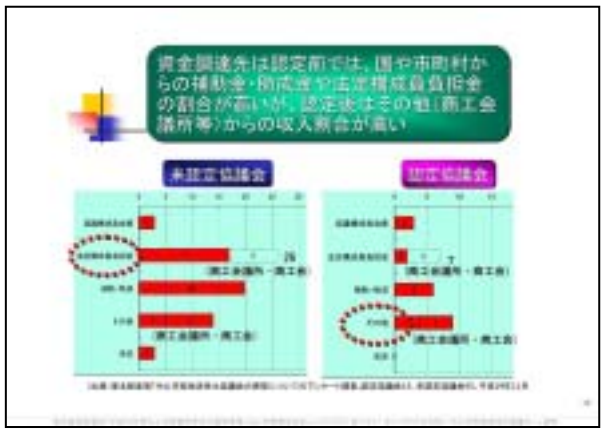


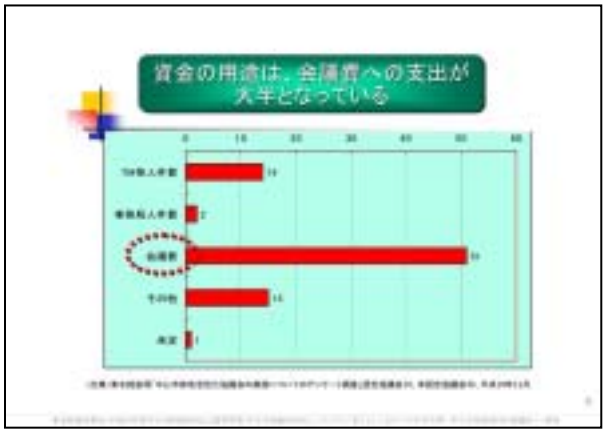





認定後の会議開催頻度は、認定前にくらべて少なくなっている
認定前の会議開催数
認定後の会議数

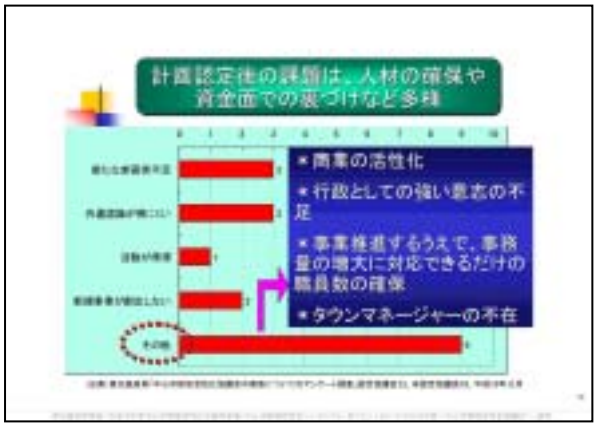
年間予算は100万円未満が約半数となっている
46件で平均220.1万円

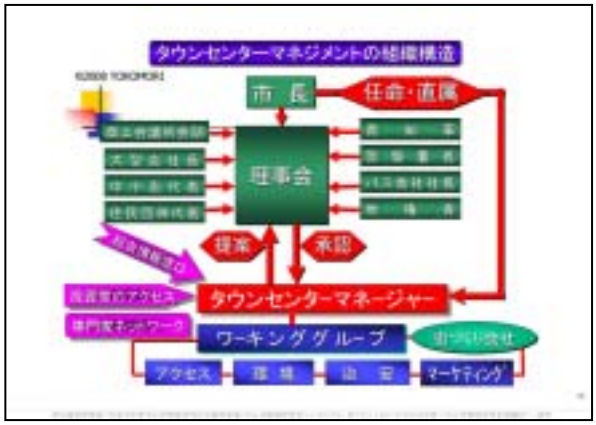

資金調達先は認定前では、国や市町村からの補助金・助成金や法定増成負担金の割合が高いが、認定後はその他（商工会議所等）からの収入割合が高い
未認定協議会
認定協議会


資金の用途は、会議費への支出が大半となっている

協議会の課題・・・認定前ではノウハウ不足が、認定後は資金不足が最も多いが、いずれもリーダー不足の割合も高くなっている
未認定協議会
認定協議会

認定に向けての課題は、認定要件に耐える事業の見通しが立たないことや、中心市街地の将来像を共有する面での課題が多い


計画認定後の課題は、人材の確保や資金面での裏づけなど多様
＊商業の活性化
＊行政としての強い意志の不足
＊事業推進するうえで、事務量の増大に対応できるだけの職員数の確保
＊タウンマネージャーの不在


タウンセンターマネジメントの組織構造
市長
任命・直属
理事会
提案
承認
タウンセンターマネージャー
ワーキンググループ
アクセス
環境
治安
マーケティング

監督（市長）と司令塔（タウンマネージャー）の役割

- 監督（市長）は選手を選考し、チーム戦略を決定し、司令塔（タウンマネージャー）を指名する
- 司令塔はスキルが高く、俯瞰できる能力を持つ。FWやDFといった単能選手ではない。
- 司令塔はチームをまとめ、指示を出し、キラーパスを出す
- チャンスでは最前線に出て、シュートを打ち、ゴールを決める

©2008 YOKOMORI

タウンセンターマネジメント（TCM）

- TCMとは、健全で持続的な中心市街地をつくるために、
- 中心市街地活性化に関心のある地方自治体や商業者・民間事業者・地権者などの官民の関係者が、
- ビジョンと戦略を共有し、実効性のあるパートナーシップを組んで、
- 街の魅力を高め、アクセスを改善し、快適性を高め、イベントなどのマーケティング事業を行うこと（または組織）である。

典型的なTCMの構成員

- SCのオーナー、マネージャー
- 小売業者
- 地権者
- 事業者
- メディア
- 商工会議所
- 運輸事業者
- レジャー/エンタテイメント事業者
- 旅行代理店
- 警察
- 地方自治体
- *住民*
- *地域団体*
- *学校*
- *スポーツ団体*
- *不動産業*

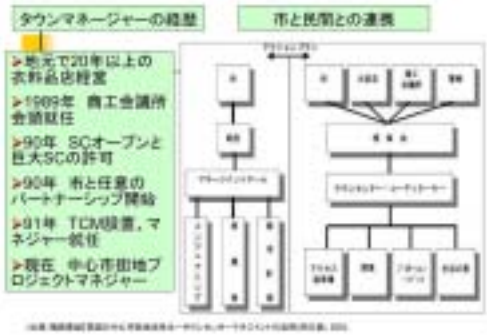
中心市街地活性化協議会の要件

- 各方面を代表する多様な関係者の参加
- 各組織のトップorそれに近い人の参加

↓

- 社会的存在意義の高まり
- ここでの決定は議会議決と同等の重み

©2008 YOKOMORI



シティセンターカンパニーの収入（コベントリー市）

- 1999年度の予算は692万ポンド（約13億円）
- 会社の収入の90%は市から提供される資金
- 市が行っていたタウンセンターマネジメント、市営駐車場運営、清掃事業、道路補修事業をシティセンターカンパニーに契約で移管し、その経費を市が払う
- 市からの財源のかなりの割合が市営駐車場の駐車料金収入で、残りの10%が自主財源であるが、露店の場所代が最も大きな収入源

シティセンターカンパニーの支出（コベントリー市）

- 支出の57%は市営駐車場関連の経費
- 残りはマーケティング事業、清掃事業、治安維持活動などにかかる経費
- この会社の目的はマネジメントとプロモーションに限定されており、ハード改善事業は市自体が行う
- スタッフは駐車場関係の30人の職員を含む52人で構成

シティセンターカンパニーのメンバー制度

- 自主財源の確保を目的とした、最低3年間のメンバー制度
- 警備、マーケティング・イベント、会員サービス、託児サービス、ロビー活動、商工会議所サービス、の6項目の特典
- メンバー料は基本料金部分と
- 成果達成度で累進的に増減する追加料金部分

シティセンターカンパニーのメンバー制度

- 初年度はまず基本料金と追加料金の両方を払う
- 2年目以降はシティセンターカンパニーが達成を約束した10項目のうち、何項目が目標に達したかによって追加料金は増減
- 4項目以下なら追加会費なし、5項目なら追加会費33%、6項目なら67%、7項目～9項目なら100%、10項目全部なら150%

シティセンターカンパニーが達成を約束した項目

- 年間来街者数の減少をくいとめる
- 来街者数を1%増やす
- クリーン度を5%改善する
- 会員店のロス率を5%改善する
- 中心市街地の犯罪率を5%減らす
- 中心市街地に対する市民の認識を改善する
- 裕福な人に街を訪れてもらえるようにする
- 年間4つのイベント開催の協議と合意を99年11月末までに行う
- 中心市街地活性化に2万ポンドを支出する
- 空き店舗数を減らす

Business Improvement Districts (BIDs)の導入

- フリーライダーの排除
- 継続的・安定的な財源の確保
- 受益と負担の明確さ
- 負担金設定の自由度
- 資金調達の多様性保証

©2006 YOKOMORI

Business Improvement Districts (BIDs)の導入

- 国税である事業用レイト(National Non-Domestic Rate)の全国一律の税率に、一定の範囲内で、地方自治体の上乗せ税率を認める
- 事業用レイトは非住宅用不動産の賃貸価格を課税標準とし、占有者が納税義務を負う国税

©2006 YOKOMORI

Business Improvement Districts (BIDs)

- BIDs導入の提案者は、その地理的範囲と参加事業者の業種、推進する事業と投入資金、事業推進のステップなどを明らかにしたビジネスプラン、事業用レイトの上乗せ比率、最長5年以内の事業期間を示す
- 指定地域のすべての指定業種事業者は、BIDs導入可否の投票に参加し、投票総数の過半数が賛成、および賛成者の課税標準額が全課税標準額の過半数を超えていれば、BIDsは成立
- 期間終了後の継続は再投票を必要

©2006 YOKOMORI

プリマス市のBID

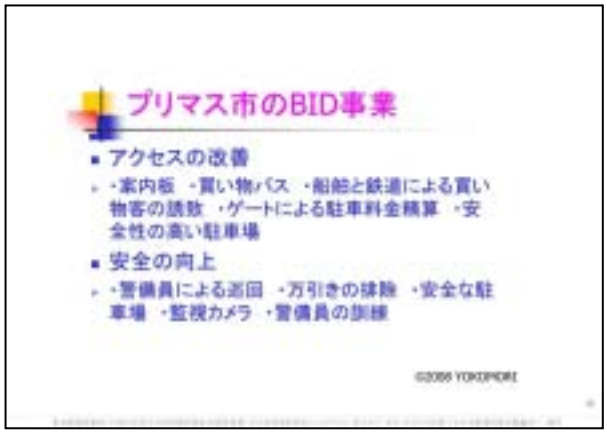
- 中心市街地型で、2005年からの5年間限定
- 収入は1%の附加金収入が年平均約26万ポンド(6300万円)
- 市の補助金が出向職員給与を含んで約29万ポンド(7000万円)
- 地権者寄付金が約10万ポンド(2400万円)
- 合計66万ポンド(1億6000万円)
- 5年間の総計で3,299,000ポンド(約7億9000万円)

©2006 YOKOMORI

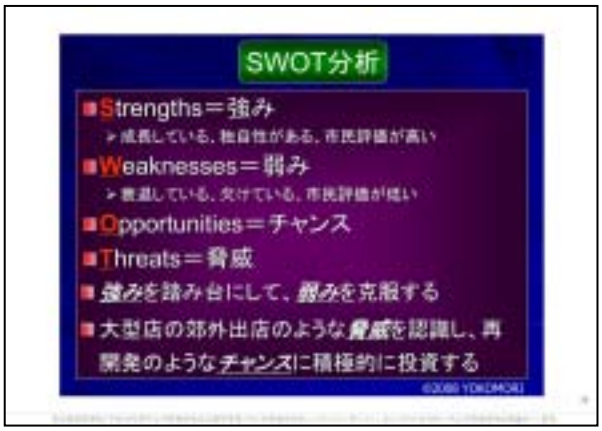
プリマス市のBID事業

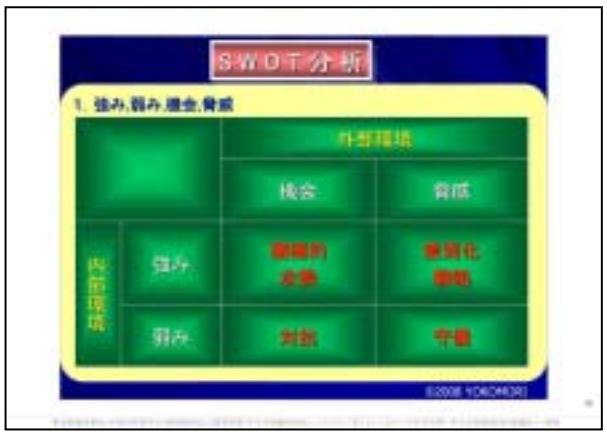
- プロモーション
  - ・マーケティング ・イベント ・ストリートパフォーマンス ・ウェブサイト ・ニュースレター
- 清掃
  - ・清掃チーム ・クリーナー ・ポスターと落書き ・ゴミ箱
- 魅力向上
  - ・花と植え込み ・ファサードのイルミネーションとクリスマスライティング ・オープンカフェ ・遊び場 ・パブリックスペースの整備

©2006 YOKOMORI


プリマス市のBID事業
■ アクセスの改善
・案内板 ・買い物バス ・船舶と鉄道による買い物客の誘致 ・ゲートによる駐車料金精算 ・安全性の高い駐車場
■ 安全の向上
・警備員による巡回 ・万引きの排除 ・安全な駐車場 ・監視カメラ ・警備員の訓練
©2006 YOKOMORI

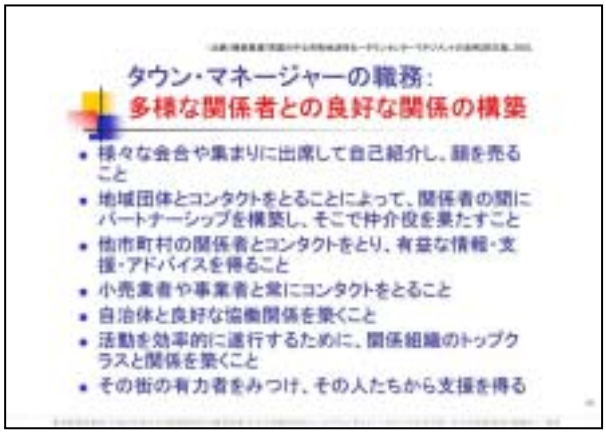
まちづくりをマネジメントする


SWOT分析
■Strengths＝強み
➢成長している、独自性がある、市民評価が高い
■Weaknesses＝弱み
➢衰退している、欠けている、市民評価が低い
■Opportunities＝チャンス
■Threats＝脅威
■強みを踏み台にして、弱みを克服する
■大型店の郊外出店のような脅威を認識し、再開発のようなチャンスに積極的に投資する
©2006 YOKOMORI


SWOT分析
1. 強み,弱み,機会,脅威
外部環境
機会
脅威
内部環境
強み
弱み
©2006 YOKOMORI

健康診断
SWOT分析
戦略・ビジョン
ビジネスプラン
アクションプラン
事業実施
年次報告書
事業評価
TCMの
事業実施
プロセス
©2006 YOKOMORI

Health Check Monitoring
健康診断モニタリング（月例）
■ 歩行者通行量
■ 空店舗率
■ 小売販売額
■ 駐車台数
■ 犯罪件数
Apr
May
Jun
Jul
Aug
Sep
Oct


タウン・マネージャーの職務：
多様な関係者との良好な関係の構築
• 様々な会合や集まりに出席して自己紹介し、顔を売ること
• 地域団体とコンタクトをとることによって、関係者の間にパートナーシップを構築し、そこで仲介役を果たすこと
• 他市町村の関係者とコンタクトをとり、有益な情報・支援・アドバイスを得ること
• 小売業者や事業者と常にコンタクトをとること
• 自治体と良好な協働関係を築くこと
• 活動を効率的に遂行するために、関係組織のトップクラスと関係を築くこと
• その街の有力者をみつけ、その人たちから支援を得る

事業活動に関する理解を得る（1）

- 関係者と事前に話し合いをもち、反対される可能性を探る
- 最終的な決定を行う人を見極め、組織の政治力学に気を配りながら、この人に絞り込んで交渉する
- 公式・非公式に会ったり、手紙を書いたりして説得すること、必要な場合には非公式ネットワークを通じて影響力を行使する

事業活動に関する理解を得る（2）

- 関係者ごとに事業活動によるメリットを提示する
- 独立性と中立性を維持する一方で、主要関係者のやりたいことに理解を示す
- 反対を避ける方法を模索し、メリットを強調して支援してもらう方法を考える一方、合意を得るのに必要だと判断したときには、提案や計画を修正する柔軟さも必要

多様なパートナーの異なった目標・目的を正しく認識する

- 異なったグループのモチベーション・目標・政治的動機を理解する
- 市町村議員の政治的関心を理解する
- 行動をおこす前に、主要関係者からの反対を想定する
- 主要スポンサーからの支援の理由を理解し、支援を継続してもらう
- 市町村・中心市街地活性化に影響する国の政治状況に目を配る
- 市町村と企業、パートナー間の利害衝突を理解する

活性化への強い関わり、目的達成への強い意欲をもち、そのための努力をする

- 達成可能な、高い自己目標を設定する
- 資金援助、スポンサー獲得の努力をする
- 周期的なアイディア・提案を考えだし、関係者に提示する
- 目標達成に必要となるリスクを負う
- 緊急の問題にはすぐに対応する
- チャンスを逃さないようにすぐに行動する
- 中心市街地ビジョンを明快かつ情熱をもって人に伝える

中心市街地の主要利用者と利害関係者を認識し、中心市街地発展のダイナミズムを理解する

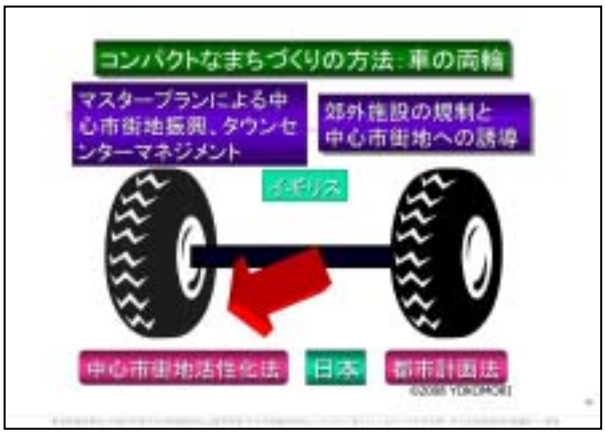
- 他市町村や郊外施設と比較して、中心市街地の競争的地位を理解する
- 中心市街地を歩いて、利用者の視点で重要な問題を見つける
- 中心市街地活性化に必要な環境改善事業やアクセスの改善について理解する
- 他市町村の経験を参考にして、前向きの提案を行う
- 市民の意見を常にモニターする努力を怠らない

基本的なマーケティング理論、特にプロモーションとパブリシティに関する理論を理解し、中心市街地活性化に活用する

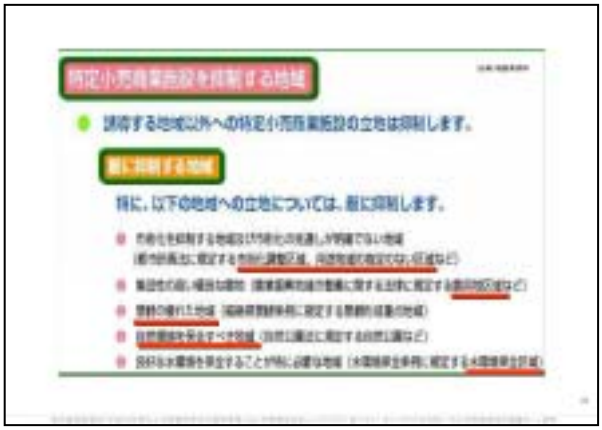
- ニューズ・レターの大量発行・配布により活性化の現状と活動について理解してもらう
- マスコミと常にコンタクトをとり、定期的な記者発表を行う
- プロモーション材料の開発、あるいはその委託を行う
- マスコミを通じて世論に影響を与える
- 記念式典・イベントなどの開会式をマスコミに取材してもらう
- ガイドブック、地図などの制作と配布
- 様々なプロモーション活動の展開

目標を達成するために必要となる事業活動の調整・優先順位付けを行う

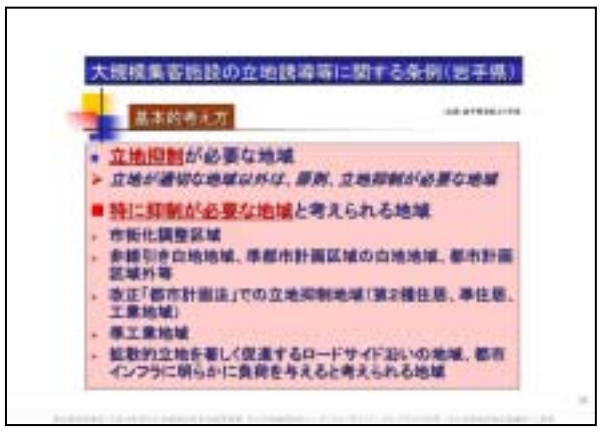
- 事業活動を優先して行うチームをつくり、その達成に必要な行動計画をたてる
- 事業活動・目標を明確にし、それを短期・中期・長期事項に分ける
- 環境の変化に柔軟に対応し、必要なら優先順位・活動を見直す
- 必要なデータを収集し、データベースをつくる
- 進捗状況をチェックし、遅れている項目を見つけた場合には必要な行動をおこす
- タウンセンターマネジメントのスポンサーには進捗状況を常に報告する
- イベント開催についての基本方針をつくり、関係者が自分の役割と責任についてわかるようにする


コンパクトなまちづくりの方法：車の両輪
マスタープランによる中心市街地振興、タウンセンターマネジメント
郊外施設の規制と中心市街地への誘導
イギリス
中心市街地活性化法
日本
都市計画法
©2005 YORIMORI

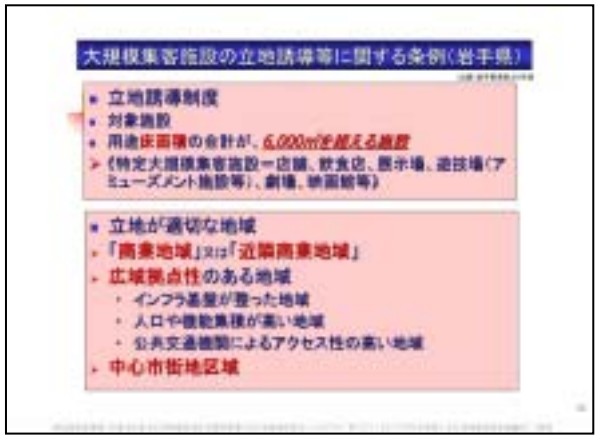
福島県 商業まちづくりの推進に関する条例

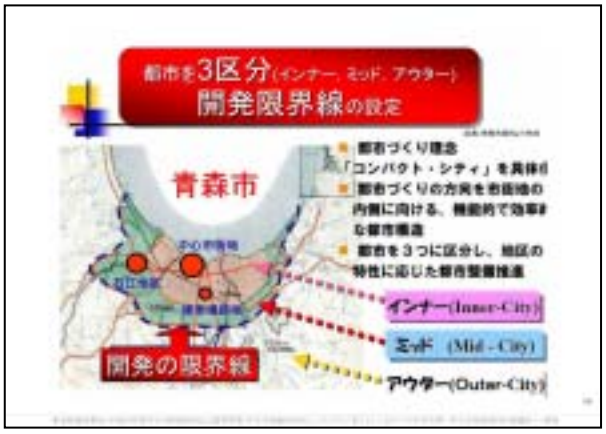

特定小売商業施設を抑制する地域
誘導する地域以外への特定小売商業施設の立地は抑制します。
特に、以下の地域への立地については、厳に抑制します。

福島県の7つの生活圏と中心市町村
県北地域
会津地域
相双地域
県中地域
南会津地域
県南地域
いわき地域

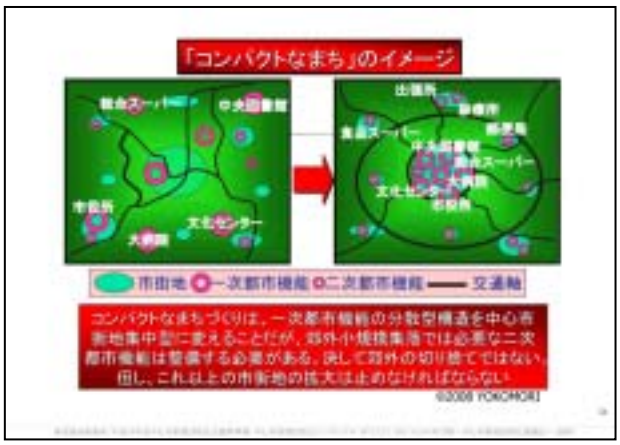

大規模集客施設の立地誘導等に関する条例（岩手県）
基本的考え方
立地抑制が必要な地域
特に抑制が必要な地域と考えられる地域

大規模集客施設の立地が適切な地域


大規模集客施設の立地誘導等に関する条例（岩手県）
立地誘導制度
対象施設
立地が適切な地域
「商業地域」又は「近隣商業地域」
広域拠点性のある地域
インフラ基盤が整った地域
人口や機能集積が高い地域
公共交通機関によるアクセス性の高い地域
中心市街地区域


都市を3区分(インナー、ミッド、アウター)
開発限界線の設定
青森市
インナー(Inner-City)
ミッド (Mid-City)
アウター(Outer-City)
開発の限界線

大きな団子
富山市版コンパクトなまちづくり
公共交通の活性化
①富山市が目指すコンパクトなまちづくりは、生活者の視点を第一に、車に依存しなくても、日常の生活サービスを利用できる生活環境の形成を目指し、徒歩圏と公共交通を都市の骨格とするものである。
車
車と団子
②公共交通幹線の沿線に地域拠点を整備し、旧町村を含めて、全市的にコンパクトなまちづくりを展開するものである。
公共交通
徒歩圏
小さな団子


「コンパクトなまち」のイメージ
市役所
文化センター
大病院
市街地
一次都市機能
二次都市機能
交通軸
コンパクトなまちづくりは、一次都市機能の分散型構造を中心市街地集中型に変えることだが、郊外小規模集落では必要な二次都市機能は整備する必要がある。決して郊外の切り捨てではない。但し、これ以上の市街地の拡大は止めなければならない
©2008 YOKOMORI

【加藤　博氏（パネルディスカッション）】

NPOとの連携子育て支援活動

NPOとの連携つどいの広場

NPOとの連携花植えと管理

TMOとの連携:しかへらぁ～s
街とあなたをつなげる 日記

あきんど隊としての活動

青森を代表する街として
姫リンゴの街路樹とりんごのおそなえ

クリスマスイベント

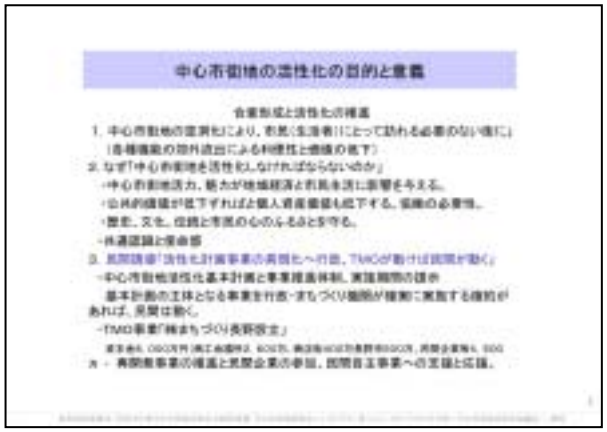
一店逸品運動とお店周りツアー

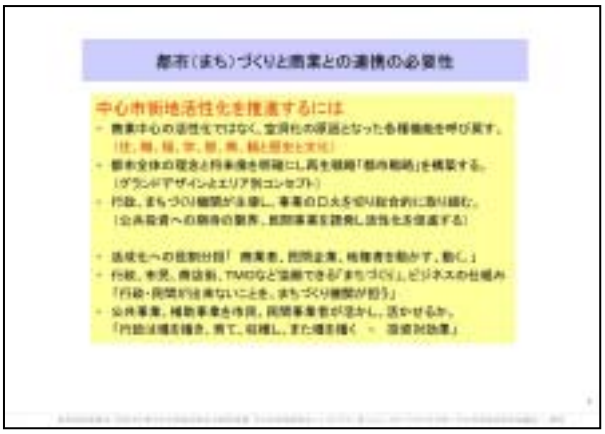
逸品ビヤガーデン

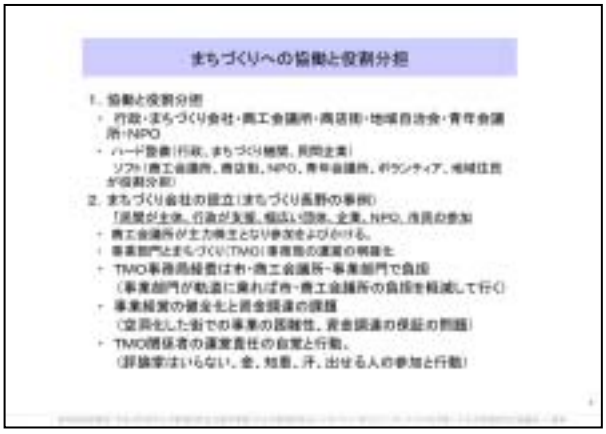
雪だるまロード

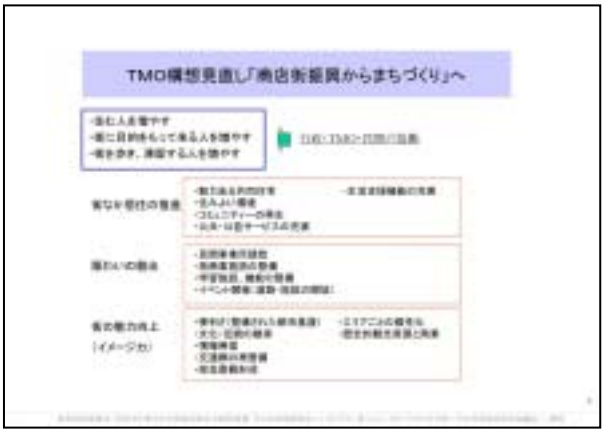
AOMORI春フェスタ
YOSAKOI
アテンダント

【服部　年明氏（パネルディスカッション）】









戦略的中心市街地の活性化と商業の再生
行きたくなるまち、住みたくなるまち の実現を目指す

民間が動く

長野市中心市街地とTMOのこれまでの経緯

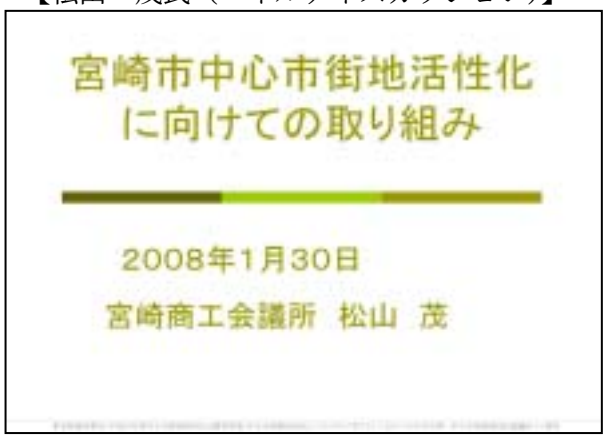
大型空き店舗対策事業（もんぜんぷら座）

パティオ大門型商業・テナントミックス事業

はてぃお大門商業館（くらにわ）オープン

はてぃお大門
蔵安庵

【松山　茂氏（パネルディスカッション）】



面積(㎡)	S63	H3	H6	H9	H14
中央4地区合計	149,542	141,742	137,922	144,380	123,385
宮崎市全体	299,283	316,467	337,077	374,940	405,324
中央4地区／全体	49.9%	44.8%	40.9%	38.5%	29.0%

面積(㎡/人)	S63	H3	H6	H9	H14
中央4地区合計	3.16	3.24	3.20	3.32	3.81
宮崎市全体	1.05	1.09	1.14	1.23	1.38
中央4地区／全体	301.0%	297.2%	280.7%	269.9%	276.8%

店数(店)	S63	H3	H6	H9	H12	H15
中心市街地	8	8	8	9	8	9
宮崎市全体	19	33	32	43	51	64
中心市街地／全体	42.1%	24.2%	25.0%	20.9%	17.6%	14.1%

これまでの取り組み(4)

- まちんなかプレイパーク事業(H14年～、キッズルーム・一時託児)
- H17年、3,593人利用(一時預かり1,396人)、文化イベント73回・4,346人参加

まちなかコンサート

一時預かり

これまでの取り組み(5)

- レンタサイクル事業(H15年度～)、宮崎駅前商店街アーケード内空き店舗に設置
- H17年、5,643人利用、15.6人／日、リピーター55.3%、買物利用53.5%

これまでの取り組み(6)

- カリーノ宮崎8階フロア運営事業(H15年～)
- 寿屋宮崎店H14年2月閉店、カリーノ宮崎H15年3月オープン、8階フロアを中心市街地コミュニティスペースとして活用、H17年利用者83,225人

ペイント・イベント

夏休み子供作品展

これまでの取り組み(7)

- ニシタチの街路整備事業(H15年)
- 南九州有数の歓楽街、1600店舗の飲食店が立ち並ぶ。
- ニシタチまちづくり協同組合を設立、H14年宮崎市下水道工事に合わせて「人と時のカクテルの街」をテーマに、街路灯はカクテルシェーカー形の街路灯を整備。

整備前

整備後

これまでの取り組み(8)

- ニシタチの街路整備事業(H15年)
- 宮崎に縁のあるスポーツ選手の手形モニュメントを整備。
- 地元出身の寺原隼人(プロ野球)、井上康生(柔道)、大山志保(プロゴルフ)選手のほか、宮崎に縁のある松井秀喜(米大リーグ)やオリバーカーン(W杯サッカー・ドイツ代表)選手ら豪華な面々の手形がそろう。

H16年2月整備

H18年11月整備

空洞化の現状

- 人口　S45年1.0→H16年0.57
- 商品販売額　H3年1,188億→H14年　678億
- 店舗数　H3年　968店→H14年　738店
- 従業員数　H3年4,742人→H14年3,713人
- 通行量(人)休日　H3年47,309人
  →H14年35,273人→H18年24,328人
- 空き店舗　H9年23店舗→H17年24店舗
  →H18年33店舗

イオン宮崎SC　年間業績

■初年度　目　標

来場者数　940万人
売上予算　280億円

■初年度　結　果

来場者数　1014万人(目標比　8%増)
売上実績　310億円弱(目標比10%増)

動員数平均　日曜日　4万5千人　平日1万8千人
最高動員数　7万7千人(開店後最初の日曜日)

イオン宮崎SC　好調要因

■アクセスが良い（車・バス）

■シネマコンプレックス（映画館）や、アミューズメント施設などの準核施設が動員をけん引している

■多機能で時間消費できる

イオン宮崎SC出店による
中心市街地への影響

＜通行量調査＞

	出店前	出店後	増減	1年後	増減
平日	47,720	40,103	▲7,617	37,694	▲2,247
休日	48,297	35,534	▲12,763	34,926	▲608

＊調査地点：橘通3丁目周辺10地点（宮崎商工会議所調べ）

□ 1年後 ： 平日 79% 日曜 72%へダウン

通行量現象に伴う、店舗の閉鎖、商業ビルから業務ビルへの転換等、都心部の回遊性の低下も進んでいる。

イオン宮崎SC出店による
中心市街地への影響

＜商店街売上影響調査＞

□ 橘通り東・西3丁目の7割近くが「売上が減少した」と回答
□「オープン後3ヶ月は、売上が4割落ちた」
□「雨の日の休日の人通りは平日並みに減った」

などの回答がある。

＊商工会議所調べ

イオン宮崎SC出店による
郊外や周辺市町村への影響

□ 宮崎市近辺や、西都・児湯地区を中心に、全体の約1割の店が来店客数や売上が減ったと回答している
□ 郊外スーパーの半分が「売上が減少した」と回答

＊商商工会議会会調べ

今後の取組み（1）

□ ギャゼットマーケットプレイスのリニューアル（H18年3月）

□ 平成17年度経済産業省「戦略的中心市街地商業等活性化支援事業」を活用、オープン10周年のリニューアル。

整備前　整備後

今後の取組み（2）

□ 宮崎山形屋新館増床（H18年9月）

□ 新館増床、本館と一体化、平成17年度経済産業省「戦略的中心市街地商業等活性化支援事業」を活用

整備前　整備後

増床オープン前の中心市街地の様子

空き店舗のシャッターが降り、人通りもまばら

増床オープン後の中心市街地の様子

山形屋周辺の商店街を回遊され、飲食店などの利用も増えました

増床オープン後の四季ふれあいモールの様子

にぎわいイベントの開催

各種イベント開催

最近の四季ふれあいモールの様子
地産地消・食育のイベントを緊急開催！
各種イベント開催
東国原知事がイベントへ来られました

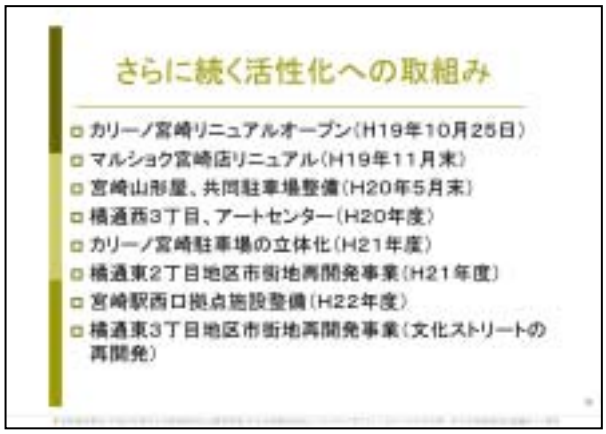
増床オープン後の状況
周辺の通行量の変化
増床オープン前の7月と、増床オープン1ヵ月後10月の対比
オープン前 オープン後 増減
平日 37,618 42,228 +4,610
休日 30,394 37,995 +7,601
□平日 32.2% の増加
□日曜 25.0% の増加

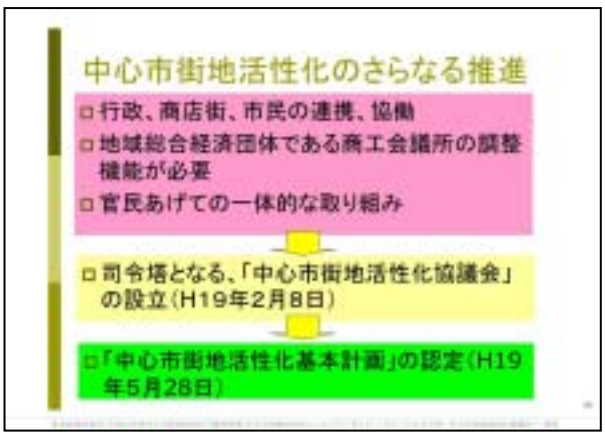
今後の取組み(3)
□宮崎駅前商店街オープンモール化(H18年～H20年)
□地権者が商店街をバックアップ、老朽化したアーケードを撤去・オープンモール化による商店街の再生
地権者会議
アーケード撤去

今後の取組み(4)
□Doまんなかモールイベント事業
□平成17年度経済産業省「戦略的中心市街地商業等活性化支援事業」を活用、年間100回以上の共同イベントを実施
Doまんなかキャンペーン
ファッションショー

今後の取組み(5)
□多彩なソフト事業の実施
□イルミネーション事業、フラワーロード事業、橘通木ゴリドール、みやざき国際ストリート音楽祭、駐車場共同利用システム
ストリート音楽祭
駐車場共同利用

今後の取組み(6)
□宮崎県庁周辺が観光スポットに
□東国原知事就任以来、県庁に10万人を超える観光客が来場し、みやざき物産館は、昨年の5倍の売上を記録
宮崎県庁
みやざき物産館
10月21日県庁前橘通木通りで朝市がスタート


さらに続く活性化への取組み
□カリーノ宮崎リニュアルオープン(H19年10月25日)
□マルショウ宮崎店リニュアル(H19年11月末)
□宮崎山形屋、共同駐車場整備(H20年5月末)
□橘通西3丁目、アートセンター(H20年度)
□カリーノ宮崎駐車場の立体化(H21年度)
□橘通東2丁目地区市街地再開発事業(H21年度)
□宮崎駅西口拠点施設整備(H22年度)
□橘通東3丁目地区市街地再開発事業(文化ストリートの再開発)


中心市街地活性化のさらなる推進
□行政、商店街、市民の連携、協働
□地域総合経済団体である商工会議所の調整機能が必要
□官民あげての一体的な取り組み
□司令塔となる、「中心市街地活性化協議会」の設立(H19年2月8日)
□「中心市街地活性化基本計画」の認定(H19年5月28日)

(4)実態把握アンケート調査票

中心市街地活性化協議会の実態についてのアンケート調査

経済産業省　東北経済産業局
商業・流通サービス産業課

1．この実態調査は、経済産業省　東北経済産業局の事業として行われるものです。

2．ご回答にあたっては、できるだけ貴協議会において中心となって実際に業務に携われている方や、タウンマネージャーの方がご記入下さい。

3．ご回答にあたっては、平成19年12月1日現在の実態に基づいてご記入下さい。

4．調査結果は統計的に使用しますので、個々の協議会名や回答内容、あるいは回答者のお名前を公表することは一切ございません。

5．調査結果は、今後の中心市街地活性化協議会の機能強化のために役立てる大切な資料となりますので、お手数ではございますが、ご記入の上ご返信下さい。

6．ご記入済の調査票は、誠に勝手ながら12月14日（金）までに、下記アンケート返送先まで、ＦＡＸまたはＥ－ｍａｉｌにてご返信くださるようお願い申し上げます。

【アンケート返送先】
ランドブレイン株式会社　仙台事務所
ＦＡＸの場合：　０２２－７１６－０６３６　まで本調査票をご送付下さい。
E-mail の場合：　kang@landbrains.co.jp　まで電子媒体をご送付下さい。

※本調査票の郵送と前後して、同様のお願い及び調査票の電子媒体をE-mailにて送信しております。万が一届いていない場合は、下記問合せ先まで御連絡下さい。

7．後日ご記入内容の確認のため、当局（あるいは当事業委託先）よりお問合せさせていただくことがあります。

8．このアンケートについてのお問合せは、下記までお願いいたします。

【アンケート内容についてのお問合せ先（当事業委託先）】
ランドブレイン株式会社　仙台事務所　　担当：姜（カン）、黒川
〒980-0014　仙台市青葉区本町１－１－15　第一日本オフィスビル別館
TEL：022-716-0633、FAX：022-716-0636、E-mail：kang@landbrains.co.jp

【個人情報の取扱について】
ご提供いただきました個人情報は、当調査のために利用するものであり他の目的には使用いたしません。個人情報は厳重に管理し、紛失、漏洩等がなきよう適切な管理を行います。

＜ご記入者及び御市町村の基礎情報について＞

ご回答者及び市町村の基礎情報についてご記入ください。

協議会名				
ご回答者の連絡先	御所属/御役職			
	ご氏名			
	TEL		FAX	
	住所	〒		
	E-mail			

※ アンケート用紙に記載頂いた上記の個人情報は、本調査の取り纏め作業時に、記載内容等について確認が必要な場合に使用いたしますが、その他の目的の為に使用することはありません。

＜協議会の活動について＞

問. 中心市街地活性化基本計画認定前の活動について、伺います。主に取組まれている活動（認定後の地域においては、取組まれた活動）について、該当するものに○を付けてください。

1．基本計画に対する市への協議・意見提出、　2．委員相互の意見及び情報交換、
3．勉強会、研修会　4．調査研究
5．協議会活動の情報発信　6．事業の企画・立案
7．事業の総合調整　8．イベント等事業の実施
9．その他（　　）

（基本計画認定後の地域の方にうかがいます。）

問. 中心市街地活性化基本計画認定後の活動について、伺います。主に取組まれている活動について、該当するものに○を付けてください。

1．基本計画に対する市への協議・意見提出、　2．委員相互の意見及び情報交換、
3．勉強会、研修会　4．調査研究
5．協議会活動の情報発信　6．事業の企画・立案
7．事業の総合調整　8．イベント等事業の実施
9．その他（　　）

＜協議会のタウンマネージャーについて＞

問. タウンマネージャーを設置していますか？

1．いる　　2．いない

（いる場合、主な活動内容についてお書き下さい。）

＜協議会の予算について＞

問. 協議会の予算について伺います。資金調達先について、該当するものに○を付けてください。

1．協議会構成員からの会費、　2．法定構成員等の負担金
3．国や市町村等からの補助金・助成金　4．その他（　　）　5．未定

問. 資金の用途について、該当するものに○を付けてください。

1．ﾀｳﾝﾏﾈｰｼﾞｬｰ（ｱﾄﾞﾊﾞｲｻﾞｰを含む）の人件費、　2．事務局職員（ﾊﾟｰﾄを含む）の人件費
3．会議費（委員会、勉強会を含む）、　4．その他（　　）　5．未定

＜協議会の課題について＞

問　協議会の活動で課題と思われるものは何ですか。当てはまる番号全てに○を付けて、その要因と解決に向けた取り組みの状況をご記入下さい。

運営上の課題	1．リーダー的人材がいない、　2．活動資金が足りない、 3．ノウハウが不足している、　4．協議会の体制が整っていない、 5．行政との連携体制が整っていない 6．その他（　　）
認定に向けての課題	7．計画立案の段階で協議会の意見が反映しづらい 8．認定要件に耐える事業が揃わない・事業見通しが立たない 9．中心市街地の将来像についてのコンセンサスが形成しにくい 10．協議会としての合意形成が難しい 11．市民の関心が薄く、総意を得づらい 12．合併等、地域固有の課題により、なかなか計画作りが進んでいない 13．その他（　　）
認定後の課題	14．活性化にむけて新たな参画者が不足している、 15．関係者間の共通認識が得にくい 16．認定後、活動が停滞している、 17．新しい事業の創出が進まない、18．組織体制の強化 19．その他（　　）
（上記の課題解決に向けて、具体的解決に向けて取組まれている事業等ありましたらお書きください。）	

＜その他＞

問　今後の協議会の機能強化のために何が必要と思いますか。そのための支援策等のご要望などもあわせて、ご自由にお書き下さい。

（自由記入）

問　最後に、平成20年1月30日に仙台で開催するシンポジウムに際して、協議会活動に関するご質問があればご自由にお書き下さい。

（自由記入）

アンケートは以上です。ご協力、ありがとうございました。
（ＦＡＸまたは、E-mailにて、ご回答下さい。）
＜FAX:０２２－７１６－０６３６＞　＜E-mail:kang@landbrains.co.jp＞

(5)当日アンケート調査票

中心市街地活性化シンポジウム「育てよう！まちづくりの母体～中心市街地活性化協議会～」

参加者アンケート

Q1　今回のシンポジウムは主に何でお知りになりましたか。（ひとつに○）

1．ポスター　2.チラシ　3．ホームページ　4．メール
5．関係機関等からの紹介　6．まちづくり関係のメールマガジン
7．その他（具体的に：　　）

Q2　「基調講演」は、あなたのご参考になりましたか。

1．大いになった　2.少しなった　3．あまりならなかった　4．ならなかった
（その理由　　）

Q3　「制度紹介」は、あなたのご参考になりましたか。

1．大いになった　2.少しなった　3．あまりならなかった　4．ならなかった
（その理由　　）

Q4　「パネルディスカッション」は、あなたのご参考になりましたか。

1．大いになった　2.少しなった　3．あまりならなかった　4．ならなかった
（その理由　　）

Q5　今回のシンポジウムを通じて、中心市街地活性化協議会の機能強化のために必要なことが理解できましたか。（ひとつに○）また、その必要なこととは何だと思われますか。その内容をお書きください。

1．十分に理解できた　2．まあまあ理解できた
3．あまり理解できていない　4．まったく理解できていない

（必要なこと　　）

裏面もお答えください ⇨

Q6　今後も本シンポジウムに参加されるとしたら、どのようなテーマ・内容を希望されますか。ご自由にお書きください。

Q7　「中心市街地活性化」に関するご意見・ご要望について、ご自由にお書きください。

ご協力ありがとうございました。