

平成20年度マスターセンター補助事業

青森県内8市の中心市街地活性化策 に関する調査研究

報 告 書

平成21年1月

社団法人 中小企業診断協会 青森県支部

| | |
|----------------------------------|----|
| はじめに | 1 |
| 第1章 総論 | 3 |
| 1. 本調査研究事業の目的 | 3 |
| 2. まちづくり三法 | 3 |
| 3. 中心市街地の要件 | 4 |
| 4. 中心市街地活性化計画の作成及び認定 | 4 |
| 5. 青森県内の中心市街地活性化計画の認定状況 | 5 |
| 6. 青森県商店街振興組合連合会の現状と活動状況 | 5 |
| 7. 青森県の商業の現状 | 7 |
| 8. 青森県の人口の推移 | 10 |
| 第2章 各論 | 13 |
| 1. 青森市 | 13 |
| 2. 弘前市 | 19 |
| 3. 八戸市 | 26 |
| 4. 黒石市 | 32 |
| 5. 五所川原市 | 38 |
| 6. 十和田市 | 42 |
| 7. 三沢市 | 47 |
| 8. むつ市 | 52 |
| 第3章 まとめ | 57 |
| 1. 全国的に疲弊が目立つ中心市街地 | 57 |
| 2. 県内8市における中心市街地の現状 | 57 |
| 3. 県内8市における中心市街地活性化の取り組み事例 | 59 |
| 4. 中心市街地活性化実現のために | 61 |
| おわりに | 64 |

はじめに

この報告書は社団法人中小企業診断協会のマスタープラン補助事業として、青森県支部がとりまとめたものである。青森県内の商店街の状況をみると空き店舗が目立ち、シャッターが降り、中心市街地の賑わいが減少しつつある。このため元気のある街づくりを目ざして、行政、商工会議所、商店街団体、個々の商店が「まちづくり」、「イベントの実施」、「各種の集客方策」、「個々の魅力」づくり等に取り組んでいる。

効果は上げつつあるものの、なかなか歯止めがかかり上昇とまではいかないのが現状であろう。

国においては、平成10年まちづくり三法、いわゆる中心市街地活性化法、都市計画法、大規模小売店舗法を整備し、さらに平成18年にはまちづくり三法を改正し、まちづくりの活性化事業を打ち出している。これを受けて、県内の各市町村においては、すでに「中心市街地活性化基本計画」を策定したところ、現在策定に取り組んでいるところもある。

今回の調査は、各商工団体を中心に訪問し、聞き取り調査を行い、必要に応じて行政、商店街団体からも聞き取り調査を行うこととした。調査手順は次のとおりである。

1. 中心市街地の現状
2. これまで実施した活性化策
3. 中心市街地活性化についての今後の対応

この調査対象としては、青森、弘前、八戸、黒石、五所川原、十和田、三沢、むつの各市について調査することにした。

この調査に当たり、青森県商工政策課、経営支援課、各市役所、商工会議所、商工会、中小企業団体中央会、青森県地域社会研究所の関係者の皆様には、大変な御協力を頂き心から感謝申し上げます。この報告書が、今後の“まちづくり”の一助になれば幸いです。

なお、本報告書作成に参加した者は、下記の中小企業診断士（当県支部会員）です。

平成21年1月

社団法人 中小企業診断協会青森県支部

支部長 山本達雄

委員長 新見壽次

調査研究委員

半田敏久 渡邊啓三

金澤徳夫 高畑彰

米田吉宏 山本進

伊藤朗

第1章 総論

1. 本調査研究事業の目的

青森県内の各市町村は、中心市街地の活性化、まちづくりに意欲的に取り組んでいる。これは東北新幹線の八戸駅開業、さらには間近にせまった新青森駅開業もあり、まちづくり、まちの顔づくりに行政、商工団体、商業者の取り組みに拍車を掛けている。

特に、青森市の場合、TMOの立ち上げ、コンパクトシティを目ざしてのまちづくりが進められ、全国から注目を浴びている。

さらに青森市は、全国でも第一番目に中心市街地活性化基本計画が承認され、まちの整備が一段と進められている。

青森市に次いで、三沢市、弘前市、八戸市が承認され、県内の他の市町村も、これに続いて計画づくりが進められているところもある。

このような現状を踏まえ、県内各市町村における中心市街地活性化の取り組みの現状や、どのような計画づくりがなされ、それがどう実施されていこうとしているのかを把握し、整理し、まとめることにしたものである。

2. まちづくり三法

まちづくり三法とは、

- ・ 中心市街地活性化法 （新設）
- ・ 都市計画法 （改正）
- ・ 大規模小売店舗立地法（大店法の代替）

である。これら三法は平成 10 年にまちづくり三法として新設及び、改正等がなされたものである。

平成 18 年 5 月には、さらなる改正が行われている。この目的とするところは、空洞化している中心市街地の活性化を図るため、「市街地の整備改善」、「商業等の活性化」を柱とし、地活振興を図ろうとするものである。さらには、「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しようとするものである。

基本計画作成のスキームは、次のとおりである。

- (1) 国が基本方針を作成
- (2) 市町村が市街地の整備改善、商業等の活性化を実施するための基本計画を作成し、国及び県は助言する。
- (3) 市町村の「基本計画」に則って、中小小売商業の高度化を推進する機関（TMO）や民間事業者等が作成する商店街整備や中核的商業施策等に関する事業計画を国が認定し、支援を実施す

る。

3. 中心市街地の要件

中心市街地活性化法による措置は、都市の中心の市街地であって、次に掲げる要件に該当するものとしている。

- (1) 当該市街地に、相当数の小売業者が集積し、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市町村であること。
- (2) 当該市街地の土地利用及び商業活動の状況等からみて、機能的な都市活動の確保又は経済活力の維持に支障を生じ又は生じる恐れがあると認められる市街地であること。
- (3) 当該市街地における都市機能の推進及び経済活力の向上を総合的かつ一体的に増進することが当該市街地の存在する市町村及び周辺の地域の発展にとって有効かつ適切であると認められること。

4. 中心市街地活性化計画の作成及び認定

基本計画の作成主体は市町村であり、この計画の認定主体は内閣総理大臣となっている。

基本計画の主な記載事項は次のとおりである。

- (1) 中心市街地の活性化に関する基本的な方針目標、計画期間
- (2) 中心市街地の位置及び区域
- (3) 市街地の整備改善のための事業等に関する事項（土地区画整備事業、公共施設整備等）
- (4) 都市福利施設整備事業に関する事項、住宅供給及び居住環境向上のための事業に関する事項
- (5) 商業活性化のための事業及び措置に関する事項（中小小売商業高度化事業等）
- (6) 公共交通機関の利用者の利便増進事業、特定事業に関する事項
- (7) 各事業措置の総合的かつ一体的増進に関する事項
- (8) 都市機能の集積の促進を図るための措置に関する事項

5. 青森県内の中心市街地活性化計画の認定状況

- (1)2007 年 2 月に青森市の中心市街地活性化基本計画が国から第 1 号に認定されている。コンパクトシティを理念としたまちづくりが進められており、全国から注目され多くの視察団が来青している。2 年後の東北新幹線新青森駅開業を目前にし、まちなかで観光拠点として青森駅前に文化観光交流施設の建設計画が進められている。
- (2)2007 年 11 月に三沢市の基本計画が認定されており、「アメリカ村」の建設によって中心市街地の活性化を目ざしている。
- (3)2008 年 7 月に弘前市及び八戸市の基本計画が認定され、それぞれ事業化が進められている。
- (4)十和田市においては、2008 年 8 月に「十和田市中心市街地活性化促進協議会」が開催され、中心市街地活性化のための各種事業を官民で推進する「(仮称) 十和田市まちづくり会社」の第 1 回設立準備会を開催している。なお、十和田市は 2008 年度内に「中心市街地活性化計画」を策定することになっている。

6. 青森県商店街振興組合連合会の現状と活動状況

当連合会は青森県中小企業団体中央会内に事務局を置き、活発な事業を展開しており、商店街振興に大きな役割をはたしている。

(1)組織

青森県商店街振興組合連合会は、組合員（商店街振興組合）17 名からなる。この構成内訳を市別にみると、

| | |
|-------|---|
| 青森市 | 3 |
| 弘前市 | 5 |
| 五所川原市 | 2 |
| 八戸市 | 4 |
| 十和田市 | 3 |

であり、この 17 の各商店街振興組合の組合員数は 1,024 名である。

組合員数が多い商店街振興組合を列挙すると次のとおりである。

| | |
|--------------|-------|
| 青森市新町（商振組） | 1 8 5 |
| 八戸市六日町（商振組） | 8 0 |
| 弘前駅前（商振組） | 6 7 |
| 青森市夜店通り（商振組） | 6 6 |
| 五所川原市大町（商振組） | 6 2 |
| 八戸市十三日町（商振組） | 6 2 |

(2) 事業活動状況

当連合会では、各種の指導業務及び関係諸団体との連携を強化し、若手経営者や後継者を対象とした接客等の人材研修及び大型店での店舗実習等の事業を展開している。19年度の主なものとしては次のとおり。

① コミュニティ助成事業（イベント事業）

青森市新町での（しんまちふれあい広場）、弘前駅前での（駅前夏まつり）、十和田市中央の（とわだストリートフェスタ）等である。

② 成功商店街普及支援事業（サクセスマネージャー派遣）

五所川原市大町の「一店逸品運動について」、また十和田市中央の「屋台村整備について」の支援事業を行っている。

③ ピカピカあきんど育成事業

県内各地の高校、大学から応募のあった「商業プラン」8件の中から3プランを選定。そのプランを生徒が実施実践し、その成果を報告発表する。

- ・八戸大学（八戸市鮫地区における前沖サバブランドの構築とサバのまちづくり）
- ・県立三沢商業高等学校（地元商工会との連携による三沢グルメマップの作成）
- ・県立三本木農業高等学校（米ぬかと紫黒米を活用した健康菓子の製造販売）

④ 若手商業者実践研修事業

若手商業者に対しての接客研修、経営戦略講義、売場実習（イトーヨーカドー青森店）など実践的な研修を行っている。

⑤ 地区別商店街活性化セミナーの開催

商店街青年部、女性部の研修、交流会等を実施。

青森県商店街振興組合連合会会員名簿

平成20年3月31日現在

| No. | 商店街振興組合名 | 理事長名 | 組合員数 | 所在地 |
|-----|-----------------|-------|------|-----------------------------|
| 1 | 青森市新町 (商振組) | 成田 雄一 | 185 | 青森市新町2丁目6番地27号 成田園ビル内 |
| 2 | 柳町 (商振組) | 千葉 哲朗 | 57 | 青森市本町1丁目1番地42号 |
| 3 | 青森市夜店通り (商振組) | 酒井 忠夫 | 66 | 青森市古川1丁目16番地4号 |
| 4 | 弘前中土手町 (商振組) | 小林 貞三 | 54 | 弘前市大字土手町78番地 ルネス街3階 |
| 5 | 弘前下土手町 (商振組) | 菊池 清二 | 53 | 弘前市大字土手町22番地 弘前商事ビル3階 |
| 6 | 弘前駅前 (商振組) | 工藤 武義 | 67 | 弘前市駅前2丁目3番地7号 |
| 7 | 弘前上土手町 (商振組) | 西谷 洌 | 56 | 弘前市大字土手町151番地 |
| 8 | 弘前市大町 (商振組) | 藤田 善徳 | 54 | 弘前市大字駅前町7番地5 おおまち協同パーク1階 |
| 9 | 五所川原市中央通り (商振組) | 工藤 邦昭 | 28 | 五所川原市寺町6番地 |
| 10 | 五所川原市大町 (商振組) | 斎藤 英明 | 62 | 五所川原市大町19番地 (株松屋内) |
| 11 | 八戸市十三日町 (商振組) | 橋本 精二 | 62 | 八戸市十三日町7番地 ワシントンホテル内 |
| 12 | (商振組)三日町三栄会 | 類家 徳昌 | 44 | 八戸市三日町27番地 八戸中央ビル5階 |
| 13 | 八戸市六日町 (商振組) | 森貝 尚道 | 80 | 八戸市六日町10番地 いわとくパルコ内 |
| 14 | 八戸市廿三日町 (商振組) | 吉田 誠夫 | 28 | 八戸市廿三日町10番地 石万ビルディング内 |
| 15 | 十和田市南 (商振組) | 今泉 礼三 | 47 | 十和田市稲生町22番38号 |
| 16 | 十和田市中央 (商振組) | 細川 興一 | 42 | 十和田市稲生町16番42号 自転車専科ナカムラ内 |
| 17 | 十和田市七八丁目 (商振組) | 吉田 和雄 | 39 | 十和田市稲生町11番7号 田清第一店舗内 |

(出所：青森県中小企業団体中央会)

7. 青森県の商業の現状

(1) 調査結果の概要

平成19年6月1日現在で実施されている「平成19年商業統計調査」速報（青森県統計分析課）によると、

- ・事業所数は18,672事業所
- ・従業者数は119,221人
- ・年間商品販売額は3兆3,103億円である。

前回（平成16年調査）に較べると、

- ・事業所数 7.6%減少（1,542事業所減）
- ・従業者数 5.2%減少（6,502人減）
- ・年間商品販売額 7.5%減少（2,674億円減）

といずれも減少している。

[事業所数、従業者数、年間商品販売額]

| 区分 | 平成16年 | 平成19年 | 増減数 | 増減率 |
|-------------|---------|---------|---------|--------|
| 事業所数 | 20,214 | 18,672 | △ 1,542 | △ 7.6 |
| 卸売業 | 3,825 | 3,517 | △ 308 | △ 8.1 |
| 小売業 | 16,389 | 15,155 | △ 1,234 | △ 7.5 |
| 従業者数(人) | 125,723 | 119,221 | △ 6,502 | △ 5.2 |
| 卸売業 | 34,070 | 30,891 | △ 3,179 | △ 9.3 |
| 小売業 | 91,653 | 88,330 | △ 3,323 | △ 3.6 |
| 年間商品販売額(億円) | 35,777 | 33,103 | △ 2,674 | △ 7.5 |
| 卸売業 | 20,917 | 18,704 | △ 2,213 | △ 10.6 |
| 小売業 | 14,860 | 14,400 | △ 460 | △ 3.1 |

(2) 事業所数

卸、小売業別にみると、卸売業は前回と較べて 308 事業所 (8.1%) の減少、小売業は 15,155 事業所で前回と較べて 1,234 事業所 (7.5%) の減少となっている。事業別にみると卸、小売業ともすべての業種で減少し、小売業では飲食料品小売業が 14.7% の減少と減少割合が高い。

[産業分類別事業所数]

| 区分 | 平成16年 | 平成19年 | 増減数 | 増減率 |
|------------------|--------|--------|---------|--------|
| 卸売業 | 3,825 | 3,517 | △ 308 | △ 8.1 |
| 小売業 | 16,389 | 15,155 | △ 1,234 | △ 7.5 |
| 各種商品小売業 | 48 | 42 | △ 6 | △ 12.5 |
| 繊維、衣服、身の回り品小売業 | 2,062 | 1,942 | △ 120 | △ 5.8 |
| 飲食料品小売業 | 6,610 | 5,641 | △ 969 | △ 14.7 |
| 自動車・自転車小売業 | 1,055 | 1,041 | △ 14 | △ 1.3 |
| 家具、什器、家庭用機械器具小売業 | 1,325 | 1,217 | △ 108 | △ 8.2 |
| その他の小売業 | 5,289 | 5,267 | △ 22 | △ 0.4 |

(3) 事業者数

従業者数を卸、小売業別にみると、卸売業で 3,179 人 (9.3%) の減少、小売業では 3,323 人 (3.6%) の減少と卸売業の減少割合が高い。

業種別にみると飲食料品小売業が 0.1% の微増となった外はすべて減少している。

小売業では織物・衣服・身の回り品小売業が 14.1% の減少、ついで各種商品小売業が 11.3% の減少となっている。

[産業分類別従業者数]

(単位：人)

| 区分 | 平成16年 | 平成19年 | 増減数 | 増減率 |
|------------------|--------|--------|---------|--------|
| 卸売業 | 34,070 | 30,891 | △ 3,179 | △ 9.3 |
| 小売業 | 91,653 | 88,330 | △ 3,323 | △ 3.6 |
| 各種商品小売業 | 5,487 | 4,869 | △ 618 | △ 11.3 |
| 繊維、衣服、身の回り品小売業 | 7,982 | 6,853 | △ 1,129 | △ 14.1 |
| 飲食料品小売業 | 34,950 | 34,988 | 38 | 0.1 |
| 自動車・自転車小売業 | 6,793 | 6,618 | △ 175 | △ 2.6 |
| 家具、什器、家庭用機械器具小売業 | 5,886 | 5,371 | △ 515 | △ 8.7 |
| その他の小売業 | 30,555 | 29,631 | △ 924 | △ 3.0 |

(4)年間商品販売額

卸、小売業別にみると卸売業で 2,213 億円（10.6%）の減少、小売業で 460 億円（3.1%）の減少となり、卸売業の減少割合が高い。

業種別にみると小売業では各種商品小売業が 17.5%の減少、繊維・衣服・身の回り品小売業が 16.5%の減少、家具、什器、家庭用機械器具小売業が 15.1%の減少と二桁台の減少率となっている。

[産業分類別年間商品販売額]

(単位：万円)

| 区分 | 平成16年 | 平成19年 | 増減数 | 増減率 |
|------------------|-------------|-------------|--------------|--------|
| 卸売業 | 209,170,137 | 187,035,178 | △ 22,134,959 | △ 10.6 |
| 小売業 | 148,599,748 | 143,995,882 | △ 4,603,866 | △ 3.1 |
| 各種商品小売業 | 12,053,414 | 9,945,516 | △ 2,107,898 | △ 17.5 |
| 繊維、衣服、身の回り品小売業 | 10,757,123 | 8,987,034 | △ 1,770,089 | △ 16.5 |
| 飲食料品小売業 | 47,755,266 | 46,510,053 | △ 1,245,213 | △ 2.6 |
| 自動車・自転車小売業 | 18,415,164 | 16,918,448 | △ 1,496,716 | △ 8.1 |
| 家具、什器、家庭用機械器具小売業 | 12,123,548 | 10,292,317 | △ 1,831,231 | △ 15.1 |
| その他の小売業 | 47,495,233 | 51,342,514 | 3,847,281 | 8.1 |

(5)売額面積

平成19年の売場面積は 1,915,607 m²と平成17年の 1,873,740 m²より、41,867 m²（2.2%）の増加となっている。

その他の小売業は増加しているものの、それ以外の小売業は減少している。

[産業分類別売場面積]

(単位：m²)

| 区分 | 平成16年 | 平成19年 | 増減数 | 増減率 |
|------------------|-----------|-----------|----------|-------|
| 各種商品小売業 | 255,582 | 242,071 | △ 13,511 | △ 5.3 |
| 繊維、衣服、身の回り品小売業 | 289,430 | 282,391 | △ 7,039 | △ 2.4 |
| 飲食料品小売業 | 572,289 | 539,062 | △ 33,227 | △ 5.8 |
| 自動車・自転車小売業 | 45,675 | 44,769 | △ 906 | △ 2.0 |
| 家具、什器、家庭用機械器具小売業 | 240,465 | 220,912 | △ 19,553 | △ 8.1 |
| その他の小売業 | 470,299 | 586,402 | 116,103 | 24.7 |
| 小売業合計 | 1,873,740 | 1,915,607 | 41,867 | 2.2 |

また、青森県内における大規模小売店舗の状況をみると、平成19年3月末での旧大店法及び大店立地法の届出ベースにおける売場面積（青森県経営振興課調）は、1,309,623 m²、届出件数は 287 件となっている。

市町村別に売場面積をみると、青森市 313,965 m²、弘前市 220,997 m²、八戸市 208,038 m²とこの3市で 743,000 m²と 56.8%、届出件数では 160 件で 55.7%を占めている。

この三市について、十和田市が 80,780 m²、五所川原市が 79,399 m²、つがる市が 62,506 m²、むつ市 54,049 m²、黒石市 52,049 m²となっている。

青森県内における大規模小売店舗の地区別面積

(平成19年12月末現在)

| 地区別 | 店舗面積(m ²) (1,000m ² 超) | 面積割合 (%) | 件数 | 件数割合 (%) |
|--------|--|-------------|-----|-------------|
| 青森市 | 313,965 | 24.0 | 65 | 22.6 |
| 弘前市 | 220,997 | 16.9 | 48 | 16.7 |
| 八戸市 | 208,038 | 15.9 | 47 | 16.4 |
| 3市計 | 743,000 | 56.7 | 160 | 55.7 |
| 黒石市 | 52,049 | 4.0 | 14 | 4.9 |
| 五所川原市 | 79,399 | 6.1 | 11 | 3.8 |
| 十和田市 | 80,780 | 6.2 | 20 | 7.0 |
| 三沢市 | 29,699 | 2.3 | 11 | 3.8 |
| むつ市 | 54,714 | 4.2 | 18 | 6.3 |
| つがる市 | 62,506 | 4.8 | 9 | 3.1 |
| 平川市 | 25,798 | 2.0 | 3 | 1.0 |
| その他の町村 | 181,678 | 13.9 | 41 | 14.3 |
| 合計 | 1,309,623 | 100.0 | 287 | 100.0 |

※上記数値は旧大店法及び大店立地法の届出ベースによるもの(出所:青森県経営振興課)

8. 青森県の人口の推移

中心商店街の振興、発展には人口が大きく影響する。一般的に売上高は人口と所得が大きく影響し、人口が多く可処分所得が大きいと、それだけ消費に回る額が大きく、商店街は賑わうことになる。

近年、「まちなか居住」といわれるのが、商店街の近くに多くの人々が住み、そして近くの商店街で買い物をしてもらい、中心街に賑わいを取り戻そうということにもつながることになる。

(1) 青森県の人口

青森県の人口は、平成20年4月1日現在の推計人口では、1,398,130人と140万人を割り込んでいる。国勢調査の推移でみると、昭和60年には人口152万4千人とピークを向かえ、その後は減少傾向を示し、平成17年には1,436,657人と昭和60年に比べて87,791人(△5.8%)と減少している。

[青森県の人口の推移]

| 年月日 | 人口(人) | 増減数 |
|------------|-----------|---------|
| 昭和45年10月1日 | 1,427,520 | |
| 昭和50年10月1日 | 1,468,643 | 41,123 |
| 昭和55年10月1日 | 1,523,907 | 55,264 |
| 昭和60年10月1日 | 1,524,448 | 541 |
| 平成2年10月1日 | 1,482,873 | △41,575 |
| 平成7年10月1日 | 1,481,663 | △1,210 |
| 平成12年10月1日 | 1,475,728 | △5,935 |
| 平成17年10月1日 | 1,436,657 | △39,071 |

(出所:青森県統計分析課)

(2) 県内 10 市の人口

平成 20 年 4 月 1 日現在の 40 市町村のうち、10 市の人口は 1,069 千人と 76.4% を占めている。

青森市は 30 万 4 千人、八戸市が 24 万人、弘前市が 18 万 4 千人とこの 3 市で 72 万 8 千人余りと県内の 52.1% を占め、ついで十和田市、むつ市、五所川原市、三沢市、つがる市、黒石市、平川市となっている。町では、おいらせ町が 2 万 4 千人、南部町が 2 万人となっている。

[県内 10 市の人口・世帯数]

| 市名 | 推計人口 | 世帯数 |
|-------|-----------|---------|
| 青森市 | 304,399 | 120,321 |
| 弘前市 | 184,176 | 69,861 |
| 八戸市 | 240,212 | 91,621 |
| 3 市計 | 728,787 | 281,803 |
| 黒石市 | 37,302 | 12,016 |
| 五所川原市 | 60,295 | 22,316 |
| 十和田市 | 66,115 | 25,275 |
| 三沢市 | 42,222 | 15,818 |
| むつ市 | 61,402 | 24,399 |
| つがる市 | 38,614 | 11,694 |
| 平川市 | 34,484 | 10,284 |
| 合計 | 1,069,221 | 403,605 |

(出所：青森県統計分析課)

(3) 人口動態の推移

青森県の人口は減少しているが、この動きをみると、自然動態では出生者数が年々減少し、出生者数よりも死亡者数が上回っている。

また、社会動態では、県外からの転入者数よりも県外への転出者数が大幅に上回っている。ちなみに、平成 20 年 3 月の県外からの転入者数は、4,045 人、県外への転出者数は 9,894 人と社会増減数は△5,849 人となっている。

[人口動態の推移]

| 年月 | 出生者数 | 死亡者数 | 自然増減数 | 県外からの転入者数 | 県外への転出者数 | 社会増減数 |
|---------|-------|-------|-------|-----------|----------|---------|
| 平成10年3月 | 1,150 | 1,245 | △ 95 | 5,494 | 11,750 | △ 6,256 |
| 平成15年3月 | 909 | 1,262 | △ 353 | 4,746 | 10,356 | △ 5,610 |
| 平成16年3月 | 1,036 | 1,279 | △ 243 | 4,532 | 9,993 | △ 5,461 |
| 平成17年3月 | 854 | 1,522 | △ 668 | 4,133 | 10,234 | △ 6,101 |
| 平成18年3月 | 925 | 1,318 | △ 393 | 4,191 | 9,790 | △ 5,599 |
| 平成19年3月 | 831 | 1,296 | △ 465 | 3,722 | 9,987 | △ 6,265 |
| 平成20年3月 | 844 | 1,327 | △ 483 | 4,045 | 9,894 | △ 5,849 |

(出所：青森県統計分析課)

また、人口の高齢化は進み、総務省の推計によると、平成 20 年 9 月時点で全国の 65 才以上の人口は 2,819 万人と総人口に占める割合は 22.1%、70 才以上は 2,017 万人としている。

本県の高齢化率、いわゆる総人口に占める 65 才以上の人口の割合は 24% 台に達している。

(4) 東北六県県庁所在地の人口の推移

東北では政令指定都市である仙台市が 99 万 7 千人、秋田市が 33 万人、ついで青森市、福島市、盛岡市、山形市となっている。

平成 13 年から 17 年にかけて人口が増加しているのは仙台市、秋田市、微増が山形市、その他は減少している。なお、17 年以降市町村合併等があり、これにより人口は変化している。

[東北六県の県庁所在地の人口の推移]

| 市名 | 平成13年 | 平成15年 | 平成17年 | 増減 (H17-H13) |
|-----|---------|---------|---------|-----------------|
| 青森市 | 297,726 | 296,766 | 293,640 | △ 4,086 |
| 盛岡市 | 281,861 | 281,245 | 280,972 | △ 889 |
| 仙台市 | 981,398 | 991,169 | 997,199 | 15,801 |
| 秋田市 | 312,706 | 312,845 | 330,621 | 17,915 |
| 山形市 | 249,891 | 250,517 | 250,046 | 155 |
| 福島市 | 289,043 | 288,632 | 288,261 | △ 782 |

(出所：日本の人口統計総覧)

第2章 各論

1. 青森市

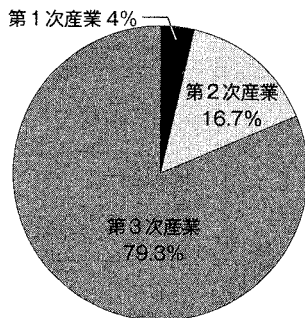
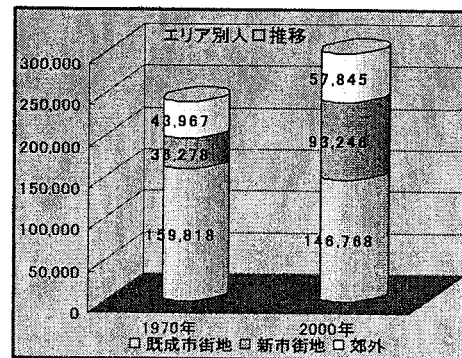
(1) 中心市街地の現状と課題

① 青森市の概況と人口動向

青森市は、青森県の県庁所在地として、人口30万の地方中核都市として栄えている。地勢的に南に八甲田山、北にむつ湾の間にある青森平野の中心に位置する。

戦国時代は北畠氏の陸奥管領の居城（浪岡地）として東北の拠点であり、江戸時代は、津軽藩の外港として整備された。明治になり、県都として、又、東北本線（明治24年）、奥羽本線（明治28年）、青函連絡船（明治41年～昭和63年）の開通に伴い交通の要都として発展してきた。

市街地は、長期的には年々拡がり、戦後までは現在の中心部の旧市内だけであったものが、郊外に急速に拡大した。市では「コンパクトシティ構想」のもとに、中心市街地へ再度の人口集積を計画する等の施策により都市機能の拡充に努力している。



青森市の都市集積度を示す指標の一つである既成市街地人口をみると、146,768人49.3%となっている。

就業者割合は、第1次4.0%、第2次16.7%、第3次79.3%と、第3次産業のウエイトが極めて高く、消費型商業都市であるといえよう。

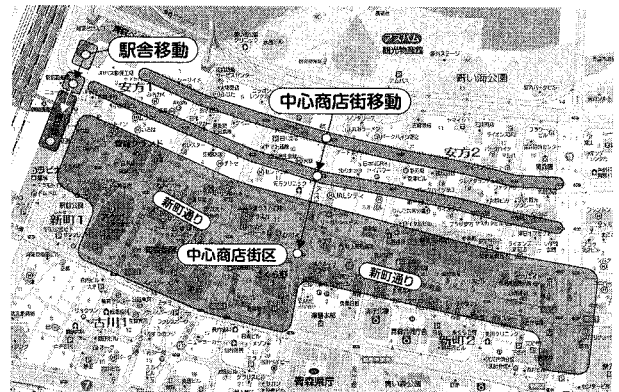
② 小売業の変遷

1) 明治から戦後まで

青森市の中心商店街区は、明治以来いっどこか移動してきている。

明治の初期は、港町であったので、安方通りが中心であった。明治24年東北本線開通後から急速に町が発展し、それと共に商店街も繁栄してきた。

駅舎の位置が安方から大町に変わったことにより大町通りが中心商店街区になり、更に明治41年に駅舎の位置が現在の新町に移転してから徐々に新町が繁栄し、戦後は完全に新町商店街が中心商店街区として発展している。このように、歴史的に駅舎との位置とそれに伴う人口の流動と共に中心商店街は移動してきた。



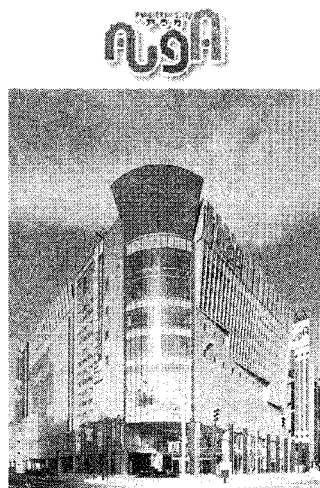
2) 高度成長期から平成 20 年までの推移

戦後の混乱期を過ぎると中心商店街は、新町商店街をメインストリートに駅前・古川の市場・イロハ通り、夜店通り、昭和通り、ニコニコ通り、柳町通り等によって形成されるようになった。百貨店も、老舗の松木屋、カネ長（現さくら野）、みなみ、中三が出店し、各商店街区と一体になり、広域型買回性の強い中心商店街区となった。

しかし、昭和 30 年代後半以降、経済の高度成長とともに、住宅の郊外への拡散、モーターレーゼーションの進展等により郊外へ拡大し、浪打商店街、旭町・浪館商店街等が周辺に成立した。

さらに、昭和 52 年に、大規模な駐車場を有した本格的な郊外型ショッピングセンターであるサンロード青森（ジャスコが核店舗）が南方に出店し、観光通りにはカテゴリーキラーのナショナルチェーン店が集積し、著しく中心商店街へ影響を与えることとなった。また、平成 2 年東バイパスにジョイフルみなみを始めとし、郊外型専門店が出店し、西バイパスにもガーラタウン（平成 12 年、41,405 m²）と共にロードサイド店が出店し、中心部の三方を囲む形で郊外型のショッピングゾーンが完成した。同時に最寄品主体のスーパーマーケットが郊外へ面的な展開をほぼ完了している。

こうした状況の下で中心市街地においては、平成 13 年 1 月には、再開発ビル「アウガ」（店舗面積 16,193.84 m²）が開業し、通行者も増えたものの、一方においてメイン店舗である松木屋百貨店（平成 15 年 4 月）の閉店に象徴されるように、昔からの専門店が数多く閉店し、シャッターや空地が目立つようになってきている。さらに、ここ数年、南方にイトーヨーカドーを中心に大規模な S C が出現し、商業集積地としての重心は完全に観光通りを中心とした南方地域に移ったと言えよう。（イトーヨーカドーは平成 15 年 6 月、ドリームタウンは平成 19 年、アプレ 103 は平成 20 年にオープン）



(2) 青森市が実施した活性化施策等

① 活性化施策の推移

青森市でこれまでに実施された中心街区の振興・活性化策の主なものは下記のとおりである。

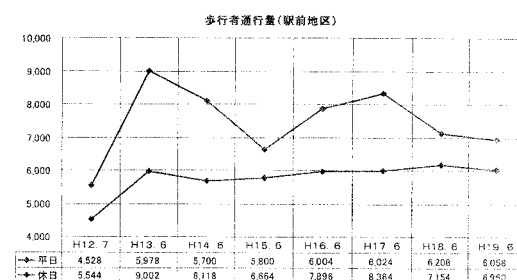
昭和 53 年に「商業近代化実施計画」が策定され、その翌昭和 54 年には、「青森駅前地区市

| | |
|--------------|-------------------------------|
| 昭和 53 年 3 月 | 青森地域商業近代化実施計画策定 |
| 昭和 54 年 3 月 | 青森駅前地区市街地再開発事業基本計画策定 |
| 平成 10 年 11 月 | 青森市中心市街地再活性化基本計画の策定 |
| 平成 11 年 6 月 | 青森市都市計画マスタープラン策定（コンパクトシティの形成） |
| 平成 12 年 6 月 | TMO 青森設立（商工会議所） |

街地再開発事業基本計画」が策定され、本格的な中心街区の活性化事業が開始されている。しかし、アーケード建設等の個々の商店街の部分的な事業は実施されたが、街区全体にインパクトを与えるようなハード事業は、平成10年6月施工の中心市街地活性化法に基づき策定された「青森市中心市街地再活性化基本計画」が立案されてからである。それを受け、平成12年6月TMO青森を商工会議所が設立し、「パサージュ広場」を開店した。翌13年1月に長年の懸案であった駅前再開発ビル「アウガ」がオープンしたことにより、駅前～上新町～古川の街区の通行量増加に見られるように一定の活性化の効果が上がった。さらに、平成18年1月に駅前再開発の第一地区の再開発ビルとして、「ミッドライフタワー」が完成した。1階に商業施設〈活性市場びあ〉も開店した。

| | |
|----------|-------------------------------|
| 平成12年9月 | パサージュ広場オープン |
| 平成13年1月 | 駅前再開発ビル「アウガ」開店 |
| 平成18年2月 | ミッドライフタワー青森駅前オープン |
| 平成18年11月 | 青森市中心市街地活性化協議会設立 |
| 平成19年2月 | 新中心市街地活性化基本計画第1号認定（H19.12月変更） |

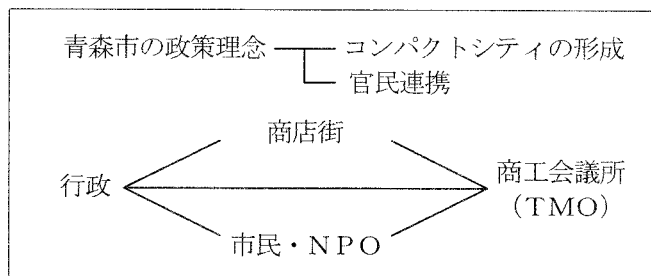
中心市街地の再活性化の成果 ①歩行者通行量の増加



これら、一連の事業の実施により新しい飲食店、サービス業等の出店もあり中心商店街としての新しい界隈性を一定程度創出することに成功している。

② TMO青森

平成12年6月にTMO青森として青森商工会議所が設立主体となり、青森市より認定された。TMO青森は、企画調整型TMOとして性格を持ち、まちづくりの主役は商業者・住民など市民が主役としている。



TMOは、右の表のとおり、ハードからソフトまで様々な事業を行っている。

青森市には中心商店街活性化を目的とした組織（中心商店懇話会、青森市まちづくりあきんど隊）

があり、又再開発計画予定地が多数存在していたので、行政・商店街・市民・NPO・商工会議所の連携による街づくりが進められている。

TMO青森の事業

| | |
|----------|------------------|
| 平成12年6月～ | TMO青森認定 |
| 平成12年9月～ | パサージュ広場オープン |
| 平成15年4月～ | まちなかレンタルサイクル |
| 平成15年8月～ | まちなかマーケットスクウェア |
| 平成17年6月～ | まちなかしかへらあ〜S |
| 平成18年5月～ | AOMOR I 春フェスティバル |

③ AOMOR I 駅前地区再開発事業

AOMOR I 駅前再開発地区はJR青森駅前に位置し、中心商店街と駅を結ぶ要となっている。しかし、昭和52年頃は、老朽化した低層木造建築物が密集し、県都青森市の表玄関として、寂しい

ものがあつた。

このようなことから、景観面、防災面、衛生面の改善、土地の高度利用と商業施設の設備等をはじめとする商業の近代化を図るため、再開発事業を施工してきた。

再開発事業と一体的な関連公共施設整備事業として地下駐車場整備、路上店舗共同ビル建設。駅前公園整備等の都市環境整備を行い中心市街地の活性化を図った。

平成13年1月に再開発ビル「アウガ」がオープンし、平成18年1月に商業施設（活彩市場ぴあ）、医療くミッドライフクリニックAMC、福祉施設くミッドライフケアレジデンス、シニア対応型分譲マンションくミッドライフタワー青森駅前が入居した「ミッドライフタワー」が再開発ビルとして建設された。

ここに、昭和52年以来29年に亘った努力がようやく実現し、再開発事業が完了している。

④ 柳町商店街の活性化

中心商店街の新町通りと駅前地区の活性化策の他に、主な商店街活性化策としては、中心商店街区の東側に位置する柳町商店街がある。

昭和57年7月に柳町商店街振興組合が設立され、昭和60年3月に「商店街近代化計

事業経緯

| | |
|----------|----------------------------|
| 昭和52年3月 | AOMOR I 地域商業近代化実施計画策定 |
| 昭和54年3月 | AOMOR I 駅前地区市街地再開発事業基本計画策定 |
| 昭和59年6月 | 第一地区市街地再開発準備組合設立 |
| 昭和60年11月 | 第二地区市街地再開発準備組合設立 |
| 平成2年12月 | 第二地区市街地再開発組合設立 |
| 平成3年2月 | 第一地区市街地再開発組合設立 |
| 平成11年9月 | フェスティバルシティAUG第二地区着工 |
| 平成13年1月 | 「アウガ」オープン |
| 平成16年5月 | ミッドライフタワー（第一地区）着工 |
| 平成18年1月 | ミッドライフタワー1F「活彩市場ぴあ」着工 |
| 平成18年3月 | ミッドライフAMCオープン |
| 平成18年4月 | ミッドライフレジデンスオープン |

| 青森駅前第二地区の概要 | 青森駅前第一地区の概要 |
|--|---|
| 事業の概要 事業名 青森駅前第一地区第一種市街地再開発事業 施工者 青森駅前第一地区市街地再開発組合 計画地 青森市新町一丁目116番地 地域/地区 商業地域、防火地域、高度利用地区 青森駅前第一種市街地再開発事業地区 建ぺい率 法定100% 計画75.18% 容積率 法定700% 計画676.92% 空地率 法定45%以上 計画54.60% 地区面積 2,968.38㎡ 敷地面積 1,782.10㎡ 総事業費 50億円 | 事業の概要 事業名 青森駅前第二地区第一種市街地再開発事業 施工者 青森駅前第二地区市街地再開発組合 計画地 青森市新町一丁目103番地 地域/地区 商業地域、防火地域、高度利用地区 青森駅前第一種市街地再開発事業地区 建ぺい率 法定100% 計画73.45% 容積率 法定600% 計画458.80% 空地率 法定45%以上 計画45.08% 地区面積 12,954.67㎡ 敷地面積 9,686.41㎡ 総事業費 185億2千6百万円 |
| 施設建築物「フェスティバルシティAUGA」の概要 | 施設建築物「ミッドライフタワー」の概要 |
| 延べ床面積 55,551.80㎡ ■本棟 54,505.98㎡ 店舗 16,193.84㎡ 駐車場 16,461.51㎡ 公的施設 11,157.51㎡ 共用部分 10,693.12㎡ ■別棟 1,045.82㎡ 構造 鉄骨鉄筋コンクリート造・鉄骨造 充填型網管コンクリート造 主要用途 店舗、駐車場、公的施設 駐車台数 522台（附置義務台数 232台） 駐輪台数 123台 | 延べ床面積 1,339.67㎡ ■本棟 14,937㎡ 店舗 14,323㎡ 医療施設 724㎡ 福祉施設 2,090㎡ 共同住宅 10,662㎡ ■別棟 約614㎡ 構造 鉄筋コンクリート造一部鉄骨造 地下1階・地上17階 最高の高さ 約66m 主要用途 商業施設、医療施設、福祉施設、共同住宅 |



画書」を作成し、昭和62年3月に通産省の指定によりコミュニティ・マート構想モデル事業を実施し、「柳町商店街振興組合活性化モデル事業報告書」を作成し、これに基づいて事業を進めてきた。

平成3年5月にアーケードを建設し、平成9年3月には青森県営柳町駐車場(191台)が完成した。さらに国土交通省の指定である柳町シンボルロード整備事業が平成3年度から8年の歳月をかけ平成10年11月に完成された。

ソフト事業としては、平成3年より「M. I. A (コミュニティまつり)」、「グリーンベルト・ピアガーデン」、「きのこ見分け方・展示会」を毎年開催する等、活発に商店街活動を行っている。

(3) 中心市街地活性化法に基づく活性化の動き

旧中心市街地活性化法に基づいて、コンパクトシティ形成に伴う街なか魅力づくりのため、「街の楽しみづくり」「交流街づくり」「街ぐらし」の目標を達成するため「ウォークブルタウンの創造」を目的に事業を実施し、活性化に官民一体となり取り組み、成果を上げてきたところである。しかるに今回中心市街地活性化法が施行され、新たに活性化のための方針が必要となった。

新中心市街地活性化基本計画

(旧)青森市中心市街地再活性化基本計画
(目標) ウォークブルタウンの創造
(方針) 街の楽しみづくりの推進
交流街づくりの推進
街なか居住の推進

新青森市中心市街地活性化基本計画
(目標) ウォークブルタウンの創造
(方針) 街の楽しみづくりの推進
交流街づくりの推進
街なか居住の推進

◆計画期間 平成19年2月～平成24年3月(5年2ヶ月)
◆目標

| 区分 | 方針 | 評価指標 | 実績値 | 目標値 |
|-------|----------|-----------------------|-----------|------------|
| | | | (平成17年) | (平成23年) |
| 目標1 | 街の楽しみづくり | 歩行者通行量 (主要14地点) | 59,090人 | 76,000人 |
| 目標2 | 交流街づくり | 観光施設年間入込客数 (主要3施設) | 696,312人 | 1,305,000人 |
| 目標3 | 街ぐらし | 夜間人口 | 3,348人 | 3,868人 |
| 目標4-1 | 商業の活性化 | 空き地・空店舗率 | 10.7% | 8.6% |
| 目標4-2 | 商業の活性化 | 小売業年間商品販売額 | 68,553百万円 | 68,553百万円 |

◆主な事業

- 文化観光交流施設整備事業
- 青森県南の道事業(総合交流ターミナル)
- パターソン構設地区活性化事業
- 青森県文化再活性化事業
- まちなかホト・ホラっと推進事業
- 中心市街地活動拠点施設設置事業
- 街なか住み替え支援事業

歩行者・通行量・居住人口の増加など、一定の成果があることから、目標・方針は旧計画を踏襲することとし、数値目標を提示している。

(4) まとめ

青森市は明治以来、交通の利便性、県都としての優位性などを条件に発展し近代的で豊かな街になってきた。しかしながら、個々の商店街、商店という個別的な視点から見ると、栄枯盛衰の激しい流れや険しい山々があった。

中心商店街は、安方→大町→新町と変わり、今や安方、大町通りは商店街の面影はまったくない。個々の店や企業も昭和の戦前、戦後、平成の時代を通してみると、繁栄した店・街一番になった店・青森を代表した百貨店等が撤退の憂き目に会っている事例は、枚挙に暇のない程である。

又、現代の中心商店街の新町通りにおいても然りである。近年有力な店が相次いで閉店している。これは、商業近代化、中心市街地活性化の諸施策が実行され、通行量が増えた中心商店街区においても見られている。さらに、社会が豊かになり、誰もが、自動車を持てるようになったモーターライゼー

ション社会になると、SC（ショッピングセンター）・郊外型大型店・カテゴリーキラー店・郊外型飲食サービス業店の集積地である郊外に、小売商業機能を含んだ生活の中心街区としての移転が見られるようになった。

極端に言えば、力関係からみて、近年急速に商業集積が進んだサンロード青森～アプレ 103～イトーヨーカドー～ドリームタウンに囲まれた南地区に対し、従来中心商店街と言われてきた旧市街地に立地する青森～新町～古川地区が、真に中心商店街と言えるかは、疑問を禁じえない。

時代の流れを客観的にみると、かつて、商店街の変遷があったように、今、中心街区はどうなるのかという境目にあるとも言える。

商店街・中心市街地は、その存立基盤又は存立要因が変わることによって盛衰を繰り返すものである。そこで、青森市の現在の中心市街地の将来はどうなるのかを若干、考察したい。

下の表に示したように、将来にわたる基本的な存立要因を分析するならば、現在の中心市街地と新興商業地区・南地区とは、それぞれの存立要因があるため、2つの中心的センターとして当面は、並存して存立するものと予測される。しかしながら長期的視点に立って、市の人口が大幅に減少した場合存立基盤は崩れる。又、漠然とした経営を行いそれぞれの地区のニーズにフィットする努力をしない場合は、どちらに立地しても衰退するのは確かである。

存続のための条件

| 中心市街地 | 郊外（南地区）中心商業地区 |
|--|--|
| 1. 総体的には現在計画されている中心市街地活性化計画が確実に実施されること。 | 1. 大型資本、域外資本により大規模な施設の展開を中心に集積は維持されると思われる。特に車を利用する客にとっては、絶対的な立地をつくり出しているため、小売商業の中心的な地区になる。 |
| 2. 最も重要なことは、刻々変化する消費性向、生活動態に対し、事業者・サービス提供者が、自らの能力と努力により、真の専門店の集団として、ニーズに応えられるかにかかっている。 街区環境の整備は行政等との連携は必要であるが、個々の経営に関しては、経営者の自己責任であるので甘えと妥協は許されないことを銘記すべきである。 | 2. 地元の企業が立地するには、高度の経営ノウハウを持ったオペレーション技術が要求される。 |
| 3. 高度で専門的な、街の生活のファッションを感じる文化的、精神的に満足が得られる商品・サービスの提供できる街づくりが必要である。 街中の界限性の楽しみをいかに発起できるかである。 | 3. 性格として若者とボリュウムゾーン、物販的には引き続き強力なゾーンとなる。 |

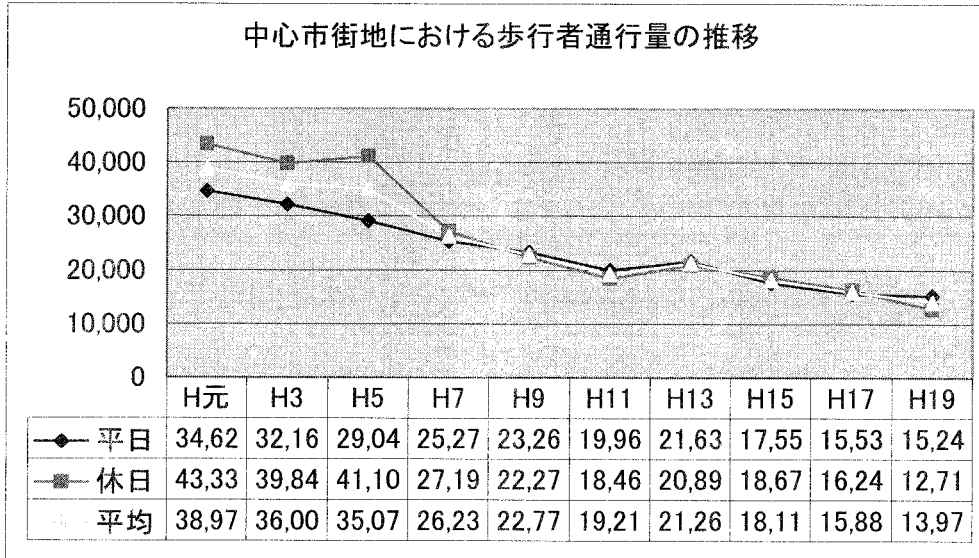
（青森市 執筆担当：渡邊 啓三）

| 要因 |
|---|
| ①人口は、長期的に減少する。旧市内に高層住宅が立地している。コンパクトシティ構想で郊外への拡張は歯止めがかかる。 |
| ②商業集積は、オーバーストアの状況にあるので、旧市内・南地区共に今後は大きな変動は少ない。 |
| ③モーターリーゼーションもほぼ、ピークに達しているため、新たに社会生活の変革という意味でのインパクトは少ない |
| ④小売商業機能はSC、カテゴリーキラー店を有する南地区が強力である。旧市内は、街としての雰囲気、業種構成の多さ、飲食サービスの充実に優位性がある。 |

2. 弘前市

(1) 中心市街地の現状

① 通行量調査の結果



平成元年より隔年で中心市街地（7商店街）の通行量調査を実施しているが、直近の平成19年では平成元年と比較して64.1%減少している（平均）。

平成7年の休日では、前回平成5年より33.8%減少しているが、後述するさくら野弘前店の城東移転の影響が見られる。

② 大型店の出店状況、撤退状況

大型店の郊外立地状況では、平成5年10月のさくら野弘前店の城東移転の他、平成14年までは県内小売店の立地が目を引く状況となっている。平成15年以降は、大手デベロッパーによる複合スーパーやナショナル・ブランドの量販店進出が多い状況となっている。

中心市街地における大型店の撤退では、今泉書店、紅屋商事といった弘前市の老舗の廃業の他、ダイエー撤退に伴う弘前駅前地区再開発ビルの規模縮小がある。

大規模小売店舗の郊外立地状況(平成4年～平成18年)※店舗床面積 2,000㎡以上

| | 名称 | 形態 | 営業年月日 | 店舗床面積(m ²) |
|----|--------------------|---------------|--------|------------------------|
| 1 | ユニバース 堅田店 | スーパー(食料品) | H04.11 | 3,018 |
| 2 | さくら野 弘前店 | 百貨店(総合) | H05.10 | 24,491 |
| 3 | ホビー館 | 専門店(映画館等) | H06.9 | 2,322 |
| 4 | サンデー 弘前石渡店 | 専門店(日用品) | H09.12 | 3,698 |
| 5 | サンデー 弘前店 | 専門店(日用品) | H09.4 | 3,697 |
| 6 | ユニバース南大町店 | スーパー(食料品) | H10.11 | 4,424 |
| 7 | 7 サンワドー 弘前城東店2号館 | 専門店(日用品) | H12.11 | 2,000 |
| 8 | メディアイン 城東店 | 専門店(ビデオレンタル等) | H12.8 | 2,104 |
| 9 | カブセンター 弘前店 | スーパー(食料品) | H14.9 | 3,453 |
| 10 | 安原ショッピングセンター | スーパー(食料品) | H15.4 | 11,098 |
| 11 | ケーズデンキ | 専門店(家電) | H15.7 | 4,454 |
| 12 | 城東タウンプラザ | スーパー(食料品等) | H15.8 | 11,550 |
| 13 | カブセンター 神田店 | スーパー(食料品) | H16.4 | 3,154 |
| 14 | ニトリ 弘前店 | 専門店(家具) | H16.11 | 6,943 |
| 15 | ファッションモール城東高田 | 専門店(衣料品) | H17.12 | 2,034 |
| 16 | 弘前オフィスアルカディア複合商業施設 | スーパー(食料品等) | H18.4 | 3,004 |
| 17 | コジマNEW 弘前店 | 専門店(家電) | H18.11 | 2,400 |
| 18 | ロックタウン樋の口 | スーパー(食料品等) | H18.12 | 12,300 |

(資料:「大規模小売店舗立地法」等の届出に基づき作成)

中心市街地における主な大規模小売店舗の状況(平成4年～平成18年)

| | 名称 | 形態 | 変更等年月日 | 変更事由等(現在の状況) | 店舗床面積(m ²) |
|---|-----------------------------|------------|--------|----------------|------------------------|
| 1 | ダックシティカネ長武田百貨店(現在のさくら野 弘前店) | 百貨店(総合) | H 5.10 | 廃業・郊外移転(立体駐車場) | 8,550 |
| 2 | 中三 弘前店 | 百貨店(総合) | H 6.10 | 増床 | 20,434 |
| 3 | イトーヨーカ堂 弘前店 | 百貨店(総合) | H 7.3 | 増床 | 20,885 |
| 4 | ハイローザ | 百貨店(総合) | H10.6 | 廃業(空地) | 5,063 |
| 5 | タケダスポーツ 駅通り店 | 専門店(スポーツ用) | H13 | 廃業・郊外移転(空ビル) | 1,185 |
| 6 | 今泉書店 | 書店 | H15.3 | 廃業(ゲームセンター) | 1,284 |
| 7 | 紅屋商事 | 百貨店(総合) | H16.1 | 廃業(マンション) | 6,993 |
| 8 | 弘前駅前地区再開発ビル | スーパー(食料) | H17.10 | ダイエー撤退(規模縮小) | 22,168 |

(資料:「大規模小売店舗立地法」等の届出に基づき作成)

③ 空き店舗の状況

平成18年に調査した結果では、駅前商店街と百石町商店街において約20%前後の空き店舗率となっており、対策が必要な状況となっている。一方、大町商店街や上土手町商店街、下土手町商店街は比較的少なく、4%前後の割合となっている。

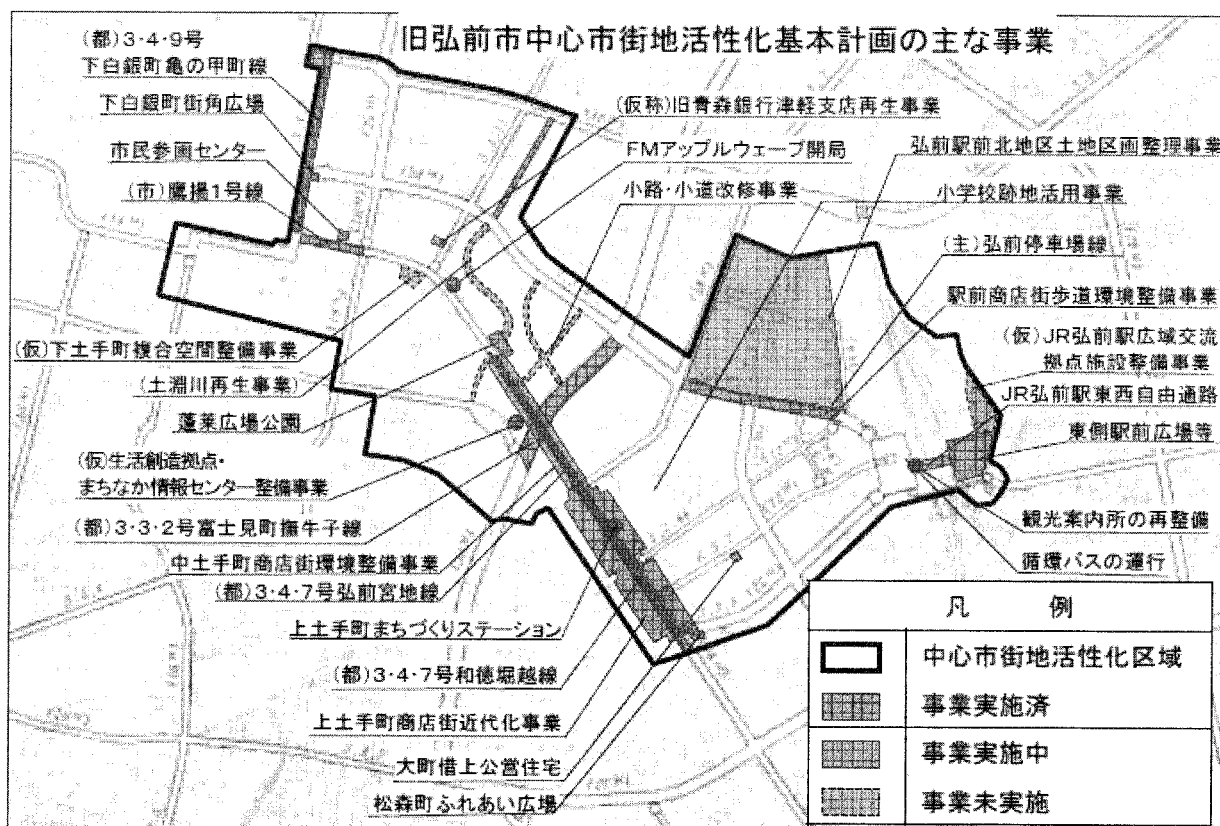
中心商店街(6商店街)の空店舗及び未利用地の状況(平成18年)

| | 店舗数 | 営業店舗 | 空き店舗 | 空き地 |
|------|-----|-----------|----------|---------|
| 駅前 | 88 | 68 77.3% | 18 20.5% | 2 2.3% |
| 大町 | 63 | 57 90.5% | 2 3.2% | 4 6.3% |
| 上土手町 | 77 | 74 96.1% | 3 3.9% | 0 0.0% |
| 中土手町 | 57 | 49 86.0% | 4 7.0% | 4 7.0% |
| 下土手町 | 42 | 39 92.9% | 2 4.8% | 1 2.4% |
| 百石町 | 81 | 65 80.2% | 15 18.5% | 1 1.2% |
| 計 | 408 | 352 86.3% | 44 10.8% | 12 2.9% |

(資料:弘前市独自調査)

(2) 活性化策として実施した事業

平成12年12月に旧弘前市で中心市街地活性化基本計画を策定し、これまで各種事業を実施している。しかしながら、目標及び目標数値が設定されていなかったため、数値により達成度合いを評価できない状況となっている。



① 市街地の整備改善のための事業

市街地の整備改善のための事業については、21事業のうち12事業が完了、実施中が2件、未実施が7件となっている。

実施中のものとしては、「弘前駅前北地区土地区画整理事業」、「(都)3・4・7号弘前・宮地線」、未実施の主な事業としては、「土淵川河川再生事業」、「小路・小道改修事業」、「JR弘前駅広域交流拠点施設整備事業」、「小学校跡地活用事業」等がある。

未実施の理由としては、事業実施の段階で、連携する他の事業の構築が図れなかったことや市町村合併の枠の変更による内容の再編、財源的確保が得られなかったことが挙げられる。

② 商業の活性化のための事業

商業の活性化のための事業については、24事業のうち7事業が完了、5事業が終了、実施中が7件、未実施が5件となっている。

実施中の事業としては、「中土手町商店街環境整備事業」、「テナントミックス事業」等があり、また未実施の主な事業としては、「(仮)下土手町複合空間整備事業」、「界わい空間整備事業」、「各種消費者サービスの検討」等がある。

未実施の理由としては、ハード整備については、地権者、開発者との協議においてコンセンサスを得られなかったことが挙げられるほか、ソフト事業については協議不足により、事業計画内容が商店街や商業者に十分伝わっておらず、関係者の意識が醸成されなかったことなどが挙げられる。

③ TMOの対応

前述のとおり、弘前市では弘前商工会議所を認定構想推進事業者(TMO)と定め、事業を実施してきたが、旧基本計画で設定された施策の検証により、今後の課題を整理し、平成20年7月、新たに弘前市中心市街地活性化基本計画が認定された。

(3) 中心市街地活性化に向けての対応

① 活性化計画の対応

弘前市の中心市街地活性化はこのような状況を踏まえ、「市民＝住人」、「商業者＝商人」、「観光客＝旅人」など、多くの人々が生き生きとふれあう舞台として中心市街地「まちなか」をブラッシュアップ「まちみがき」していくこととし、基本理念を「住人と商人と旅人がふれあう「まちなか」と定めた。

また、これまでの現状分析、課題から、以下の6つの基本方針を定めている。

以下に、基本方針の内容を示す。

住人と商人と旅人がふれあう「まちなか」

基本方針

I 暮らしの豊かさやまちの楽しみが感じられる空間と仕掛けづくり

II 商店街の魅力と賑わいの回復

III 歴史的・文化的資源を活用した都市観光の推進

IV まちなかの情報発信機能の整備推進

V 街に来やすい交通環境づくり

VI まちなかを拠点とした市民活動の促進

I 暮らしの豊かさやまちの楽しみが感じられる空間と仕掛けづくり

中心市街地に存在する多様な機能を十分に活用し、中心市街地でなければ味わえない独特の雰囲気づくりや他では体験できない楽しみの創出など、独自性のあるまちづくりを進めることで活性化につなげていく必要がある。このようなことを踏まえ、人々が憩い・活動・感動・発見することができる日常の暮らしの舞台となるよう「暮らしの豊かさやまちの楽しみが感じられる空間と仕掛けづくり」に取り組んでいく。

今後は、弘前公園をはじめ、中心部を流れる土淵川や道路、小路・小道の環境整備など、歩いて楽しめる空間整備を推進するとともに、文化・交流施設の利活用の促進、歩行者天国の定期開催や農村と都市の交流、映画や音楽、アートなどのイベント開催等の取り組みを進める。

II 商店街の魅力と賑わいの回復

郊外への大型店の立地の増加とともに、中心商店街では小売店舗の減少、空き店舗の増加などの問題が生じている。アンケート調査結果では、中心市街地に「魅力的な店が多く集まってほしい」「街並みや景観が整備されてほしい」など、商店街にかつての賑わいを取り戻して欲しいとの期待がある。また、中心商店街の周辺地域の高齢化に伴う消費者ニーズの変化への対応など、社会動向を踏まえた活性化の必要性も明らかになってきている。

このようなことを踏まえ、中心市街地の「商店街の魅力と賑わいの回復」に取り組んでいく。

今後は、商店街の環境整備事業や市民市場の再生、屋台村整備などのハード整備に加え、新しい消費者サービスの構築事業、お買い物回数券発券事業、テナントミックス事業のほか、空き店舗解消に係る事業の取り組みを進める。

III 歴史的・文化的資源を活用した都市観光の推進

中心市街地には、弘前公園をはじめ様々な歴史的・文化的資源が集積しています。また、さくらまつりやねふたまつりなど、全国的にも知名度が高く、県内外から多くの観光客が訪れるまつ

りが開催されています。しかし、当市の観光は、気象や天候に左右されやすく、まつり期間以外では中心市街地を回遊する観光客も少なく、中心市街地にある歴史的・文化的資源が十分に活かされていない状況にある。

観光の形態は、大型バスで決まったコースを巡るツアー観光に代わり、小グループが自由に巡る観光が増加していくと見られ、こうした観光客に滞在してもらい、商店街と観光ポイントを回遊してもらうことは、中心市街地の活性化に大きく貢献するものと考えます。

このようなことを踏まえ、「歴史的・文化的資源を活用した都市観光の推進」に取り組んでいく。

今後は、平成 22 年の東北新幹線新青森駅開業や平成 23 年の弘前城築城 400 年を睨みながら、弘前公園及び周辺の歴史的環境の保全や施設整備を進めるとともに、市内中心部に点在する歴史景観や和菓子、和料理、洋食などの食文化との連携、まち歩きガイドマップの作成など、観光客をまちなかへ誘導するための取り組みを進める。

IV まちなかの情報発信機能の整備推進

近年の I C T (情報通信技術)の発展に伴い、インターネットや携帯電話など情報を入手する手段が多様化してきており、中心市街地においても様々な取り組みがされている。

これまでの取り組みとしては、コミュニティ F M の開設やまちなか情報センターの設置のほか、「ゆきナビあおもりプロジェクト」など、携帯端末を活用した店舗・観光施設・経路等の情報提供に関する実証実験がなされており、中心市街地にある豊富な資源の利活用を促進するうえで、I C T の活用は非常に有効な手段であると考えられます。

このようなことを踏まえ、「まちなかの情報発信機能の整備推進」に取り組んでいく。

今後は、これまでの I C T 技術の実験事業の成果を踏まえ、まちなか情報センターが運営するサイトである「R i n g - o w e b」とのネットワーク化を図るなど、まちなかに足を運ぶ契機になる情報の提供やまちなかに来た人が気軽にまちの情報を得ることができるシステムの構築を図っていく。

V 街に来やすい交通環境づくり

これまで人口増加や経済規模の拡大、自動車社会の進展を背景に、市街地が徐々に拡大されてきた。しかしその一方で、現在の人口分布状況の特徴的なこととして、中心市街地及びその周辺における高齢者人口の増加が挙げられ、今後も進んでいくものと考えられる。また、市民アンケート調査では、中心市街地の駐車場に対する不便点・不満点が多く挙げられている。これらの状況から、高齢者にとって利便性が高く、また郊外から家族連れや若者が気楽に訪れることができるような交通体系の整備をすることが課題となっている。

このようなことを踏まえ、「街に来やすい交通環境づくり」に取り組んでいくものです。

今後は、中心市街地の市内循環バスや路線バスなどの運行経路の見直しや鉄道を含めた新しいサービスをつくるなど、公共交通の再構築に取り組めます。

また、中心商店街において共通駐車券を発行するなど、既存の駐車場をより利用しやすいものにするとともに、自転車による移動の促進など、訪れやすく、また、訪れた人が便利に移動できる仕組みを構築していくこととします。

VI まちなかを拠点とした市民活動の促進

当市では、NPOなどの市民レベルの団体による子育て支援活動や、文化的活動、弘前大学を中心とした高等教育機関の取り組みなど、中心市街地を中心として様々な活動が行われています。しかし、これらの活動を行っている団体・個人はそれぞれがあまり連携していないことから、中心市街地の活性化に活かさきれていないことが課題となっています。このようなことを踏まえて、「まちなかを拠点とした市民活動の促進」に取り組んでいくものです。

今後は、中心市街地活性化協議会を中心に様々な団体が連携し活動できる体制をつくっていくこととします。

市内の大学等で組織される「高等教育機関コンソーシアム」の交流プラザ整備事業やまちなかミニシアター文化交流事業、暮らしと市民活動支援事業などNPOや高等教育機関、商業者などが連携した新たな取り組みを進めていくこととします。

② 今後の対応について

弘前市は、始めの基本計画の策定が平成12年12月、それを受けて今年7月に新たに基本計画を策定し、その実行はこれからの計画となっている。

新しい計画では、6つの基本方針を基に、各事業毎の数値目標を定め、平成25年3月までを計画期間としている。各事業の詳細はここでは割愛させていただくが、当市の事業は正にこれから実施されるものであり、その中には現在進捗中の事業や平成22年度の東北新幹線新青森駅開業、平成23年度の弘前城築城400年にあわせた観光事業等も考慮されている。

今後の、当市の事業実施に大きく期待したい。

(弘前市 執筆担当：高畑 彰)

3.八戸市

(1)八戸市の概況

八戸市は、太平洋を臨む青森県の東南部に位置し、北はおいらせ町(旧百石町・下田町)及び五戸町、西は南部町(旧福地村・名川町・南部町)、南は階上町及び岩手県軽米町に接している。

八戸地方には、縄文時代、飛鳥・平安時代の遺跡が多く、国の史跡や重要文化財に指定されている遺跡・出土品が多く見られることから、古くから人々が生活していたことが伺える。藩政時代、この地方を統治した南部氏が、鎌倉時代の初め、源頼朝から領地として貰ったと伝えられるが、本格的な八戸のまちづくりは1630年頃に始まったとされる。

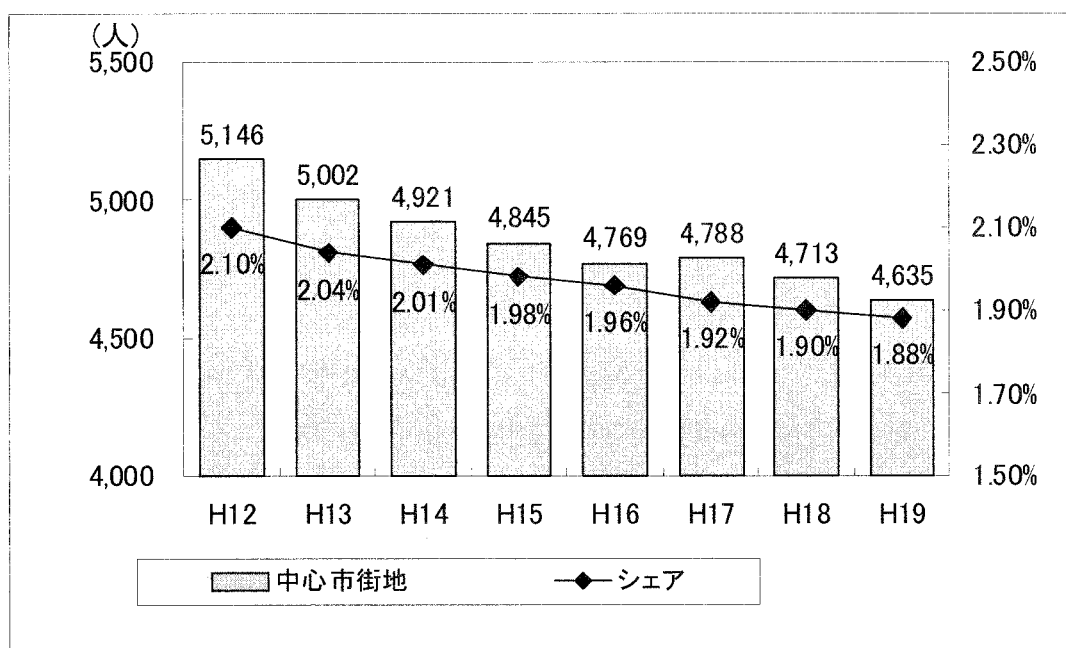
城下は徐々に拡張し、盛岡藩が分封されて誕生した八戸藩(1664年)二万石の城下町として、その骨格は、現在までほぼ変わることなく存続している。

昭和39年、新産業都市の指定を受け、急速な工業集積、都市化の進展、水産業の発展と相まって着実に発展を遂げてきた。平成13年には「特例市」に移行、さらに平成17年3月旧南郷村と合併し、人口約25万人、面積約300k㎡の現在の八戸市の姿となっている。

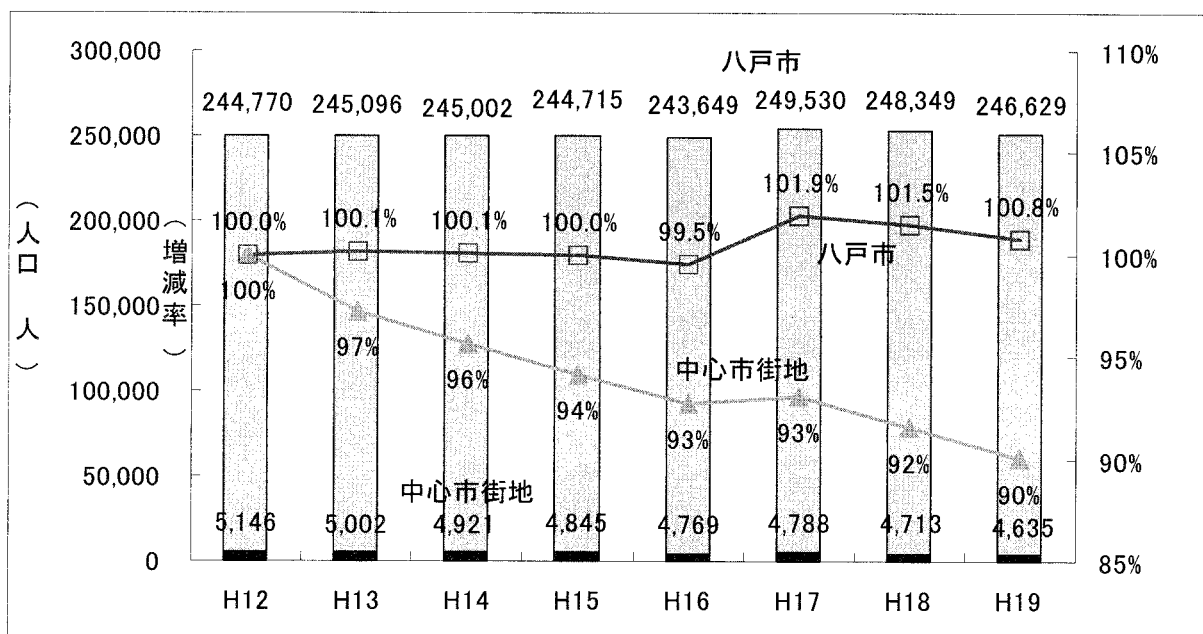
(2)中心市街地の概況

八戸市においては、平成に入ってから、郊外型SCの新設や大型店等の中心市街地からの撤退が相次いでおり、これが中心市街地の衰退を招く大きな原因となってきた。

平成2年の長崎屋の中心市街地からの撤退と、長崎屋を核店舗とするラピア(郊外型SC)の新設に始まり、平成7年隣接する下田町のイオン下田SCの新設、平成8年東北ニチイの撤退、平成9年八戸市立市民病院の郊外移転、平成10年市内沼館地区のピアドゥ(郊外型SC)の新設、平成15年イトーヨーカ堂の中心市街地からの撤退が行われた。



また、平成 6 年 12 月に起きた三陸はるか沖地震のために、中心市街地の中小小売業者のなかには、ビルの亀裂や設備の破損等を復旧できず、数年のうちに閉店を余儀なくされたものも少なくない。市全体人口が横這いの中、中心市街地の人口は平成 12 年比で 90%まで減少している



しかし、一方では、平成 14 年 12 月に開業した東北新幹線八戸駅の乗降客数は、それ以前の 50%UP を維持しており、小売り商業には目に見える形での好影響を与えていないものの、中心市街地にも一定の賑わいをもたらしている。

特に、中心市街地が八戸三社大祭や八戸えんぶりといった伝統的な「祭」の舞台となっていることから、首都圏から多くの観光客が中心市街地を訪れている。また、三陸はるか沖地震の被災ビルを撤去した跡地に新設された屋台村「みろく横町」は、多くの観光客やビジネス客を受け止めている。

現在、新青森駅開業を平成 22 年度に控えており、これを八戸駅の第 2 の開業と受け止め、八戸市の中心市街地の活性化に活用すべく、中心市街地商業者の活性化への機運は上昇してきている。



(三社大祭の写真)



(えんぶりの写真)

(3) 中心市街地活性化のための対策

① 基本方針

中心市街地は、約 350 年前に形作られた城下町としての骨格を今に残しており、小路や横丁、抜け道の多いことが特徴の一つである。

また、官公庁、銀行等が集積し、さらに昭和 39 年の新産業都市の指定以来、多くの製造業が集積し、最近では IT 関連企業の進出等もあり、また、わが国有数の水産都市であることや、八戸特有の「やませ」の影響による小麦文化の発達や南郷区のそば等、八戸ならではの海の幸、山の幸を食材にした飲食店も多くみられる。

これらの八戸の特徴を活かしながら、中心市街地活性化を図るために、次の基本方針が示されている。

1) 八戸の文化交流のメッカをつくる

従来の文化交流施設の集積を活かし、(仮称)八戸市中心市街地地域観光交流施設を中心とした求心力により賑わいを創出し、中心市街地の活性化を図る。

2) まちなかの見どころ・もてなしを充実する

フィールドミュージアム八戸(屋根のない博物館)の中のセンターミュージアムに位置する中心市街地の核として建設される「(仮称)八戸市中心市街地地域観光交流施設」は、ポータルミュージアムの機能をもつ施設で、八戸の歴史・文化、人との触れ合いの施設として集客すると共に八戸の魅力を多様に体験する機会を提供することができる。

また、新幹線新青森駅開業を見据えた上で、観光資源の効率的な運用を図り、観光客やビジネス来訪者などの宿泊を誘致するなど、もてなしの充実を図る。

3) 魅力ある店々が連なる回遊空間を創出する

ウインドーショッピングや小路の散策など、郊外店には無い特徴を活かしたぶらり歩きの楽しめる回遊・滞留型の中心市街地への転換を進め、一度中心市街地から離れた市民の来街をうながす。

4) まちなかに来やすくする

車を運転しない人々が、今以上に中心市街地に来やすくなるように、バス、タクシー、鉄道等の利便性を高める。また、車社会であることも考慮して車利用者の利便も確保する。

(仮称)八戸市中心市街地地域観光交流施設の機能を活用して、八戸駅を利用する観光客、ビジネス客を中心市街地に誘致する。

5) 暮らしやすい住まい環境を整える

ファミリー層の定住促進に向け、良質な住宅供給に取り組む。様々な側面から市民生活を支えるサービスを充実させ、各世代が暮らすことの出来る、地域コミュニティーを担う人口の回復を図る。

① 目標

新幹線新青森駅開業を平成22年度に控え、新幹線八戸駅開業における市民力をもう一度活かして、市民と行政が協働で、先に掲げた基本方針に基づき、今後5年間に推進する中心市街地活性化の目標をつぎのように設定している。

6) 中心市街地に来る人を増やす

(仮称)八戸市中心市街地地域観光交流施設の整備を行うことで、市内外から多くの人々が集まり、多文化交流による賑わいが創出される。また城下町の特色を活かした町造りにより、宿泊型、滞在型の観光客やビジネス客を増やす取り組みを行う。

東北新幹線のJR八戸駅と中心市街地とのバスのアクセス環境の向上や、中心市街地の最寄り駅であるJR本八戸駅と中心市街地を結ぶ歩行空間を改善するなど、来街しやすい環境を整

える。

7) 定住を促進する

中心市街地で居住人口の減少が進む反面、マンション建設が増えつつあるなど、まちなか居住への潜在需要は認められることから、中心市街地内での良質な住宅の供給や住宅取得に対する支援を行う。また、福祉サービスの充実、快適な居住環境の提供により、地域コミュニティの主役たる居住者の定住の促進をはかる。

8) 地元独自の目標 商店街の活力を回復する

中心市街地には比較的低層の店舗が多く、1階路面店の空き店舗の存在は、商業空間の連続性に与える影響が大きい。空き店舗解消のために起業家支援・新規出店者支援等を強化する。また、パティオ（広場）・パサージュ（小径）の整備による回遊性の向上、空きビル等の再整備による魅力的な商業空間の創出を図る一方、町名の由来となっている市日を活かした商店街毎のイベント等を通じて、各商店街の連携強化を図る。

以上に挙げた目標を達成するための計画期間は、各活性化施策の着手時期や実施効果が発現する期間を考慮して、平成24年度末(平成25年3月)までの4年9ヶ月を予定している。

(4) TMO構想発展への期待

従来より、八戸TMO推進会議、八戸中心商業街区活性化協議会等が中心となって、ソフト事業を中心に取り組んできた。中心市街地の情報提供・休憩スペースである「まちなかの駅はちのへ」表通りを交通規制し、歩行者天国としてイベントを実施する「にぎわいストリートフェスティバル」新幹線開業に合わせて整備された「みろく横町」などは市民の好評を博している。しかし、中心市街地では小売業年間販売額や歩行者通行量の減少、空き店舗、空き地の増加など空洞化が急速に進んでいる。この状況に鑑み、平成18年8月、中心市街地活性化法が改正され人口減少・超高齢化社会を前提とした「コンパクトで賑わいあふれるまちづくり」の方向性が示された。具体的には、積極的に中心市街地活性化に取り組む市町村を国が選択し、集中的に支援を行うというものである。国の支援を受けるためには、新たな基本方針に基づく基本計画を策定し、その認定を受けなければならない。その計画策定にあたっては「中心市街地活性化協議会」を設置して意見を聞くことが求められている。

この状況の中、従来のTMO構想を発展的に引き継ぎ、民間・行政・住民などの関係者が一体となって魅力あるまちづくりを推進するためのハード・ソフトの事業主体となる第3セクター「株式会社まちづくり八戸」が、平成19年10月、中心商店街の事業所、八戸商工会議所、八戸市等の出資で設立された。そして株式会社まちづくり八戸と八戸商工会議所は、平成19年11月、「八戸市中心市街地活性化協議会」を組織し、同協議会は、まちづくり関係者(地域住民、関連事業者等)の協議による意見・要望を市の基本計画策定の際、充分伝えると共に、まちづくり活動の調整

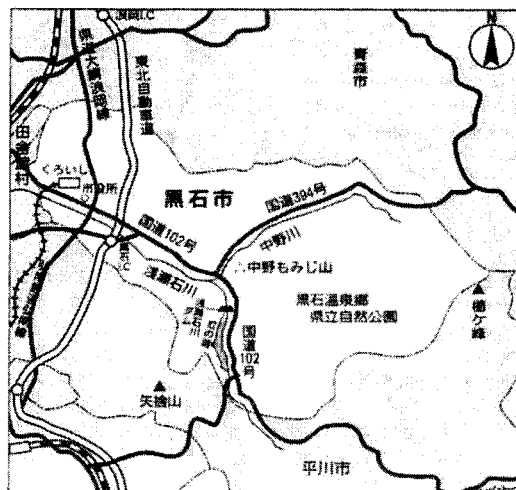
を行うなど、所期の目標に向かって活動を開始している。なお、平成20年3月には、先に挙げた5つの基本方針に対して、その効果を前向きに評価すると共に、北東北の中核都市としての機能・役割と「八戸らしさ」を発揮することに努めることを求める意見書を八戸市長に提出している。八戸市、八戸商工会議所、株式会社まちづくり八戸、民間事業者等は、その意見を中心に、各事業に対してきめ細かく役割分担を定めて、中心市街地活性化に努めており、その効果が期待されている。

(八戸市 執筆担当：半田 敏久)

4. 黒石市

(1) 黒石市の概要

黒石市は青森県のほぼ中央に位置し、十和田八幡平国立公園西玄関口に位置する。昭和29年7月、旧黒石町と浅瀬石、山形、中郷、六郷の4村が合併して黒石市が誕生した。岩木山や八甲田連峰にかこまれ、古くは津軽信英公を藩祖とする黒石藩の城下町として発展。農業を基幹産業とし、りんごや黒石米の主産地としても知られるほか津軽系こけし発祥の地としても有名である。「こみせ」に代表される城下町の風情を残した街並みや建築物が点在し、黒石温泉郷や南八甲田の山並みなどを生かした観光産業も盛んである。最近では、ご当地グルメとして黒石焼きそばを広くアピールしようと、黒石商工会議所などが「やきそばサミット in 黒石」を開催。黒石焼きそばは、ご当地グルメとして人気急上昇中である。



(2) 中心市街地の現状

黒石市は弘前藩から分知された黒石津軽家の城下町として発展した。市街地の形成は明暦2年(1656)弘前藩より黒石津軽家の創立を許され、浅瀬石北側に武家地を、その東側の浜街道沿いに中町等の商家町を配したことから始まった。浜街道は弘前と青森を結び、黒石はその中継地点となり、町並みが整えられていった。現在、弘前市とはJR弘前駅と弘南鉄道弘南線(16.8km、30分)で結ばれ、弘前市中心街から車で30分と弘前広域圏と密接に繋がっている。また、青森市とは東北高速自動車道黒石ICで接している。黒石市の人口は減少傾向にあり(2005年38,455人、2007年37,755人)黒石市の中心市街地では空き地、空き店舗が増加するなど空洞化が進展している状況である。しかし、かつては弘前藩の支藩として栄えてきたことから、市街地には藩



政時代の街並みが点在しており、中でも「中町こみせ通り」には、国の重要文化財「高橋家」をはじめ、造り酒屋など市指定文化財の貴重な家屋等が現存している。その中で「こみせ」は近代化の波や町屋の立て替え等の影響で徐々に減少し、今では中町地区とその周辺に一部が残されるのみとなっている。

① 通行量調査の結果

黒石商工会議所では、車両 18 地点、歩行者 6 地点の市内主要街路定点において通行量調査を行っている。その調査によると、車両通行量における増加地点は東北自動車道黒石 I C 近くの泉屋ホテル（浅瀬石）のみで他は全て減少し、平均減少率は 12.2%であった。

また、歩行者通行量の動向においては、平日は全ての地点で減少し、日曜も 5 地点で減少している結果となっている。

② 大型店の出店状況、撤退状況

国道 102 号と東北縦貫自動車道黒石 I C、さらには県土を横断する国道 394 号を擁し、至近距離に青森空港があるなど、交通の要衝で集客力があり、また、古くから南津軽郡の政治・経済・文化の中心都市であった黒石は、大変魅力ある商圈であった。しかし最近では、当市北部にオープンモール型「アクロスプラザ黒石」がオープンする一方で、当市の南部郊外で 12 年間存在感を示してきたジャスコ黒石店が閉店する等、地元商業者を巻き込んだ激しい競争が続いている。

<店舗面積 500 ㎡黒石市内大規模小売店舗一覧表（平成 19 年 10 月 1 日現在）>

| 番 号 | 店名 | 店舗面積 | 備 考 |
|-----|-------------------|--------|-----------|
| 1 | アクロスプラザ黒石 | 12,500 | 平成20年4月撤退 |
| 2 | ジャスコ黒石店 | 11,337 | 平成19年2月閉店 |
| 3 | サンワドー黒石店 | 3,967 | |
| 4 | ユニバース黒石店 | 2,479 | |
| 5 | ベニーマート黒石店 | 2,369 | |
| 6 | メガ黒石店 | 1,864 | |
| 7 | マックスバリュウ黒石店 | 1,830 | |
| 8 | スーパードラッグアサヒ黒石店 | 1,595 | |
| 9 | 薬王堂黒石富士見店 | 1,549 | |
| 10 | ファッションセンターしまむら黒石店 | 1,290 | |
| 11 | (株)家具の岡崎 | 1,245 | |
| 12 | 弘南生協黒石店 | 1,000 | |
| 13 | いとく黒石店 | 938 | |
| 14 | つるはドラッグ | 800 | |
| 15 | ハッピードラッグ | 800 | 撤退 |
| 16 | さとちょう寿町店 | 676 | |
| 合 計 | | 46,239 | |

③ 空き店舗の状況

中心市街地は、古くから商業、業務など様々な機能が集まり、人々の生活、娯楽、交流の場となり、また、長い歴史の中で独自の文化や伝統を育み、その町の活力や個性を代表する「顔」と言うべき場所である。しかし、このような中心市街地は、ロードサイドや郊外への大型店の

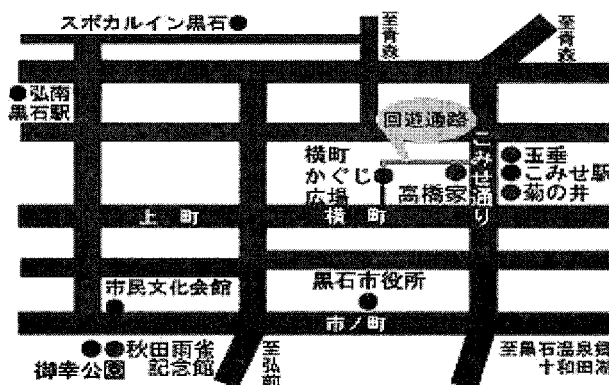
進出、都市間競争等の波にのみこまれようとしている。近年黒石市においても、長年親しまれてきた老舗書店が閉店するなど(平成20年1月現在空き店舗67)厳しい状況におかれている。

(3)活性化策として実施した事業

黒石市の中心市街地には藩政時代につくられた「こみせ」とよばれる木製のアーケードが数多く残されていた。都市化の波や衰退の影響で徐々に減少し、今では中町地区とその周辺に一部残されるのみとなっている。しかし、「こみせ」が失われるにつれ、人々にその歴史的伝統的価値を残そうという機運が生まれ、伝統的木造建造物である「こみせ」や、古い商家・蔵、かくじ・小路などを活用して、中心市街地の伝統的町並みを活かした地域性・風土性豊かな都市型観光エリアとして再生しようと取り組んでいる。

「こみせ」がある通りは「日本の道」百選の指定(建設省:当時)を受け、その後、2005年には中町・浦町二丁目・甲徳兵衛町及び横町地区の各一部が「重要伝統的建造物群保存地区」に選定されている。保存地区は、東西約170m、南北約260m、面積約3.1haの範囲で、

規模の大きな町家が残し、その前面には連続して庇を張り出し、「こみせ」と呼ばれる通路を設ける。町家の主屋は主として切妻造り妻入の二階建てとし、二階正面には出格子窓を付け、前面の「こみせ」は冬期には正面の柱間に板戸や障子戸を落とし込み、雪や風の吹き込みを避ける構造とする。こみせは今日も日常の往来に供され、「こみせ」が連続して並ぶ街並みは東北地方北部の他地域ではすでに失われ、極めて貴重である。



① イベント事業

黒石市は十和田湖観光の西の玄関口にもなっている。昭和33年10月県立自然公園に指定された「黒石温泉郷」、なかでも、400年以上の歴史を持ち古くから湯治場として栄えた温湯温泉は、「温湯系こけし」の発祥地でもある。また、青荷温泉は、四囲が山峡に囲まれた俗界を離れた「ランプと湯けむりの里」として有名である。これらの温泉地や観光地を訪れる人も多く、当市では、毎年年間行事を企画し中心市街地への誘導に努めている。主な事業をあげれば次のとおりである。

<旧正月マッコ市>

旧正月名物「マッコ市」は毎年2月第一日曜日午前5時から行われている。10%~50%の割引料金とともにマッコ(お年玉)さらに買い上げ額に応じてまたマッコと何重ものマッコがもらえる。

<黒石こみせまつり>

こみせまつりは、秋・冬の2回伝統的建物が多くある「こみせ通り」で開催され、昔ながらのイベントや様々な展示が行われる。

<黒石じょんから宵用酔酒まつり>

黒石地区の飲食店街の活性化を図るために企画されている。飲み処「よされ横丁」その境界にあるお店を5店舗まわりスタンプを集めゴールすると抽選で豪華景品があたる。

<黒石さくらまつり>

黒石の桜の名所である東公園で行われる。期間中はイベント盛り沢山で家族連れや花見客で賑わう。夜はライトアップもされる。

<黒石ねぶたまつり>

黒石ねぶたは人形と扇の両方がある。

出陣台数約80台は県内1である。

<黒石よされ>

黒石市最大の祭り「黒石よされ」は約3千人の踊り子が一斉に流し踊りや乱舞を繰り広げる。

この祭りは見るよりも参加することにより楽しさも数倍になる。

<黒石りんごまつり>

りんご即売、りんご品評会、物産展など様々な催し物がある。最近では市内だけでなく、市外・県外からも多数のお客様が訪れている。

黒石よされ



② TMOの対応

黒石市が中心となって中心市街地の再生を図っているが、その活動の核としてTMO「津軽こみせ株式会社」が設立された。その経緯は次のとおりである。

- 地元有志であるJCメンバー勉強会の20人が「こみせの会」を設立し、まちづくりに取り組む
- こみせの会を発展させた有限会社「商舎」・「こみせ駅」を設立し、旧家の建物などを活用した観光・交流の場「こみせ駅」を1997年にオープンし、横町商店街の裏地（かくじ）を利用した広場整備や回遊路整備を進める。
- 1998年に「黒石市中心市街地活性化基本計画」を作成し、2000年にはJCメンバー勉強会の20人と商工会議所青年部を中心とする116名の株主によるTMO「津軽こみせ株式会社」を

黒石市中心市街地活性化整備事業の経緯

| | |
|--------|---|
| 平成元年3月 | 定住拠点緊急整備事業 |
| 4年3月 | 横町活性化実施計画 中町こみせ通り再生・修復計画 |
| 9年3月 | 横町かくじ広場（ポケットパーク）整備 |
| 10年4月 | 中町こみせ通りから横町かくじ広場回遊通路整備 |
| 10年度 | 黒石市中心市街地活性化基本計画作成 |
| 11年11月 | 黒石市中心市街地活性化連絡会開催 |
| 11年度 | 黒石商工会議所がTMO構想作成 |
| 12年6月 | 「津軽こみせ株式会社」設立 |
| 7月 | 津軽こみせ株式会社がTMO認定を申請 黒石市中心市街地活性化基本計画を変更 （日）店舗集団化（月）活性化拠点施設整備事業を追加 |
| 8月 | 黒石市が津軽こみせ株式会社にTMO認定書交付 |
| 9月 | 津軽こみせ株式会社がTMO計画策定 |
| 13年1月 | 活性化拠点施設整備を決定 |
| 7月 | 活性化拠点施設「津軽こみせ駅」開業 |

設立、「こみせ駅」の運営を引き継ぎ活性化拠点施設「津軽こみせ駅」として開業した。

- 津軽こみせ株式会社を中心となり、黒石市住民が応援団として「こみせ」保全・活用の取組が続き、平成17年4月には、国の重要伝統建造物群保存地区（重伝建地区）の指定に結びついている。
- 「こみせ駅」はいわゆる観光土産物を中心とする店舗と休憩所で、津軽三味線のライブをはじめ情報発信的な機能も担っている。
- 2002年には「多目的ホールこみせん」、「イベント広場じょんから広場」を整備するなど、まちづくりの発展的展開に努めている。

(4) 中心市街地活性化に向けての対応

黒石市では、平成10年6月に成立した「中心市街地における市街地の整備改善及び商業等の一体的推進に関する法律」に基づく基本計画を作成した。（略称中心市街地活性化法又は中活法）全国的にロードサイド及び郊外に大型店が進出した結果、中心市街地の衰退が進み、黒石市においても空き地・空き店舗が多数発生、中心市街地の空洞化が急速に進行していった。中心市街地は黒石市の顔というべき場所であり、再活性化をめざして計画を作成したものである。

① 活性化計画の対応

活性化コンセプトを、「こみせ」が輝き、「真の豊かさ」を実感できる街ーこみせを核としたまちづくりーとした。そして、事業展開の方針を、「こみせ」の保全、再生により中心市街地の軸を形成するとともに、活性化拠点を整備して区域全体に効果を波及させることとしている。

○「こみせ」について

「こみせ」を整備保存し、江戸ロマン溢れる街並みを継承・維持するため、「重要伝統的建造物群保存地区」指定（国選定）に向けて手続きを進める。 ※平成17年7月22日指定決定

○「かくじ」について

商店街は、間口が狭い割に奥行が長いところが多い。その裏地は、庭園や畑として利用されてきたが、最近では空き地となっているところが多い。津軽地方ではこの裏地を「かくじ」と呼んでいる。「かくじ」は道路前面の「こみせ」とは家屋を挟んで反対側に存在する裏側の領域であり、これらをつないでさらに道路側と結ぶ動線を確保することで、ポケット広場的な機能をはたす。

そして中心市街地活性化法の基本方針に基づき、計画策定の対象となる中心市街地を決定した。また、中心市街地の活性化のためには商業の活性化も重要であることから、商業・観光・居住等の機能を高めながら、行政・文化・業務・医療機能等との連携をとっていくこととしている。

② 東北新幹線への対応

東北新幹線が青森県に乗り入れてから6年が経過、はやて効果も表れ、日本の道百選に選ばれた「こみせ」を訪れる県外の観光客も増加している。また、周辺の温泉地や、「中野もみじ山」、「津軽伝承工芸館」、「津軽こけし館」も賑わいをみせている。

古くからの文化を見直し、歴史的な遺産を残し中心市街地の活性化を図る。そのことを軸に周辺区域に波及させていく。2年後に近づいている東北新幹線八戸・新青森間の一日も早く完工することは観光都市黒石の発展に大きな期待がもたれている。

(黒石市 執筆担当：新見 壽次)

5. 五所川原市

「立佞武多」に会えるまち

(1) 中心市街地の現状

① 市の概況

五所川原市は平成 17 年に北西部の旧金木町と旧市浦村と合併し、人口は約 6 万 2 千人とそれほど多くはないが、青森県西北五地域の中心として発展してきた歴史や津軽鉄道と JR 五能線との乗り換え地点であること、国道 101 号・339 号線により道路交通ネットワークの中心地となっていることから商圈人口が大きい地域である。(商圈人口：平成 15 年で約 20 万人)

② 中心市街地の現状

現在の中心市街地の現状を端的に表現するには「核店舗がない」ことが挙げられる。平成 18 年 1 月に地元大手の百貨店の閉店により大型店がなくなった。また空き店舗も約 20% 占めるなど（下記表参考）空洞化が進んでいる。

通行量調査（平成 12 年実施）からみた状況においても歩行者・車輛とも平日・休日ともに減少している傾向が見られる。中心市街地区域内には地域拠点病院があり、また五所川原駅を利用する通勤客や学生で多くなるはずの平日においても減少している結果となっている。

（中心商店街空き店舗の状況）

| | H18 年 | 空き店舗数 | H19 年 | 空き店舗数 | 18⇒19 年 |
|----------|-------|-------|-------|-------|----------|
| | 区画数 | ※2 | 区画数 | ※2 | 空き店舗率(%) |
| ※1 本町商店街 | 57 | 15 | 50 | 11 | 26⇒22 |
| 中央通り商店街 | 50 | 5 | 49 | 6 | 10⇒12 |
| ※1 大町商店街 | 90 | 20 | 37 | 4 | 22⇒11 |
| 布屋町商店街 | 28 | 6 | 28 | 6 | 21⇒21 |
| 計 | 225 | 46 | 164 | 27 | 20⇒16.5 |

※ 1 区画整理事業対象商店街 ※2 空き店舗数には空地も含む

③ 空洞化の要因

1) 全国共通の要因である郊外型大型店の進出状況については平成 4 年に市の西側つがる市旧柏村にあるジャスコが開店。平成 9 年には「エルムの街 SC」が開店。中型店舗もその周辺への移転・集積が進んでいる。

2) 公共交通機関の不足に車社会化、買物行動の変化に対応できない中心市街地の機能・魅力低下といった全国共通の空洞化要因に加え、当市周辺は津軽平野の平坦地域で車による移動がしやすい地域であるうえに中心市街地を通らずにすむ外環のバイパスや大橋の開通な

ど交通ネットワークの整備が進んだことが空洞化に拍車をかけたといえる。

3)多くの歴史文化のある地域ながら観光客への情報提供機能等対応が遅れている。

4)中心部居住人口・産業人口が減少している。

などが挙げられる。

(2)五所川原市・商工会議所のこれまでの取組

郊外型大型商業施設「エルムの街 SC」は、五所川原市も出資した第三セクター、五所川原街づくり㈱が設置者・運営主体となっており、黒字経営を続けている。純粹民間会社に移行し商圏人口拡大や雇用増など地域経済にも貢献している。本来は成功事例として挙げられるべき「まちづくりの成果」なのかもしれないが「中心市街地空洞化の原因」とされてしまうジレンマになっている。おそらく行政、地元事業者のなかには街づくり会社に関係する者もいるはずで、中心市街地活性化事業の関わり方への温度差の発生につながる原因にもなりかねない中で、中心市街地活性化事業と「エルム」エリアが Win-Win 関係になるべく市、会議所は取り組んでいる。

① 中心商店街空き店舗チャレンジショップ事業

平成 13 年度から商工会議所が中心となり商店街振興組合とともに年に 2 店舗を対象に家賃の半年分（10 万円上限）を助成し、新規創業の機会を作るとともに中心商店街の空店舗対策として現在も行っている。

成果としては 50%以上の事業者が現在も商店街内で事業を続けている。

② 商店街循環型バス

中心市街地における公共交通機関の機能強化や「エルムの街」との連携による集客性の向上を目指し商工会議所等が中心となっていて行ってきたが、平成 17 年度から TMO ごしょがわらがその事業を引継ぎ継続して行っている。中心市街地と「エルムの街」を結ぶだけでなく住宅地や地域拠点病院などをつなぐ 3 路線を設定。100 円で乗車できる。

③ TMO ごしょがわら

市では平成 12 年 10 月中心市街地活性化基本計画を策定し、商工会議所では TMO の検討委員会を設置、平成 15 年より「コンセンサス形成事業」を行ってきた。平成 17 年 TMO 構想認定をうけ 4 月 TMO ごしょがわらを設立している。

上記①②のほか、五所の市のようなイベント事業、テナントミックス事業など従来実施してきたソフト事業を引き継ぎ実施していくとともに最重点課題として「大町二丁目地区土地区画整理事業」を前提とした施設整備の為の企画調整、支援実施を行ってきた。

現在は、平成 18 年のまちづくり三法改正により TMO は廃止、中心市街地活性化協議会準備委員会を設置するなど商工会議所がその基本理念・機能を継承、大町二丁目まちづくり協議会が主導、市・会議所が支援する方向で協議会設立準備が進められている。

④ 「立佞武多の館」

この施設は「立佞武多」という五所川原を代表する歴史文化の約 100 年ぶりの復活からはじまった。その高さ 22m という威容な立佞武多が五所川原観光の目玉となり市民・観光客に定着し、2004 年中心市街地活性化の核として建設された。

この施設の知名度・集客力の高さは中心市街地活性化の核として大いに期待されており、実際に多くの観光客が見学に訪れている。しかし、まだ周辺商店街への波及効果が十分に現れていないのが現状のようである。

(3) 中心市街地活性化に向けてのこれからの対応

これからの五所川原中心市街地活性化に向けた取り組みの中心的事業は、平成 12 年の活性化基本計画で設定された計画区域 84ha の内「立佞武多の館」を中心とした大町二丁目地区 4.4ha のエリアで「大町二丁目地区中心市街地商業活性化推進事業」が行われている。平成 17 年認定の TMO 構想をもとに行われた活性化設備整備事業に続いて平成 19 年度から都市再生土地区画整理事業を実施している。

本事業は地元住民中心の市街地としてだけでなく立佞武多や「太宰治」など本市固有の歴史・文化を観光客の方にも感じてもらえる「立佞武多に会えるまち」をテーマに観光客も地元住民も回遊する商店街の「再生・高度利用」「密集住宅市街地の環境改善」を目指している。

事業の構成内容としては

① ゾーニングによる個別プロジェクト事業策定

大町二丁目地区 4.4ha はエリアを縦横の通りがおおよそ四分割する形で通っている。

- 1) 北西部（立佞武多の館周辺）＝市場館プロジェクト＋金魚佞武多通り P
- 2) 北東部（立佞武多の館前広場・鶴屋稻荷周辺）＝広場・参道 P
- 3) 南西部（仮設店舗利用などによる土地利用）＝HOT な広場 P
- 4) 南東部（区画整理・換地などによる施設建設）＝第 2 集客施設 P

第 2 集客施設 P エリアでは、来年生誕百周年を迎える「太宰治」ゆかりの土蔵の整備、記念館化の計画が進んでいる。

② 「街路」＝通りグループの策定

ゾーニングの個別プロジェクト事業だけではエリア全体や通りを挟んだ隣接街区と方針・デザイン調和が課題となる。そこで「街路」を協定単位として街路景観形成や共同事業

などの実効性を高めることとした。

③ 「まちづくり協定」の策定・実施

大町二丁目まちづくり協定という全体協定と各通りグループのグループ協定の2段階で構成し、それぞれの街区の個性と全体の街の調和を期待した「紳士協定」である。

この協定管理者は地権者で構成する「まちづくり協議会」だが、各テナントも対象として地域内の協調性を維持する。また建築物の新設段階などにおいても協議会から諮問される「まちづくり委員会」において評価されることになっている

この上記①②③の組合せ、つまり①の「市場館P」「HOTな広場P」「第2集客施設P」の3プロジェクトを個別プロジェクトとして活動を継続させ、②「金魚佞武多通り」「広場・参道」「大町通り」「ハイカラ町通り」の4通りグループにこれまでのソフト事業を移管し、グループ協定の策定を通してエリア間連携をつくることで効果的なまちづくり協定の仕組みを形成させている。

この他の中心市街地活性化策に関して、

- 1) 来年の「太宰治生誕百周年」に関わる事業
- 2) 観光客への対応強化の為の駅前整備
- 3) 一時郊外に建設が予定されていた地域拠点（病院の活性化計画地域内建設問題）

などが挙げられる。

現在は2010年新幹線新青森駅開業への具体的な対応をしているという動きには見えない。それよりもまだそのための基盤整備を進めている状況といえる。

個人的観測だが、地域的に新青森駅開業によって青森県内で一番魅力的な観光エリアになると思われる西北五地域の中心である五所川原市のこの取組が成功することがすなわち2010年新幹線新青森駅開業およびその観光客へのおもてなし対応の第一歩であると感じている。

(五所川原市 執筆担当：米田 吉宏)

6. 十和田市

テーマ：買い物が楽しめ、満ち足りた時間を過ごせる街づくり

(1) 中心市街地の現状と課題

当市は、安政6年（1859年）に新渡戸傳翁によって拓かれた土地であり、古くは平安・鎌倉時代から多くの名馬を輩出している馬産地としても有名な地域である。平成17年1月に「旧十和田市」と「旧十和田湖町」が合併し、現在の新「十和田市」が誕生。平成20年10月末現在の人口は約67,000人。

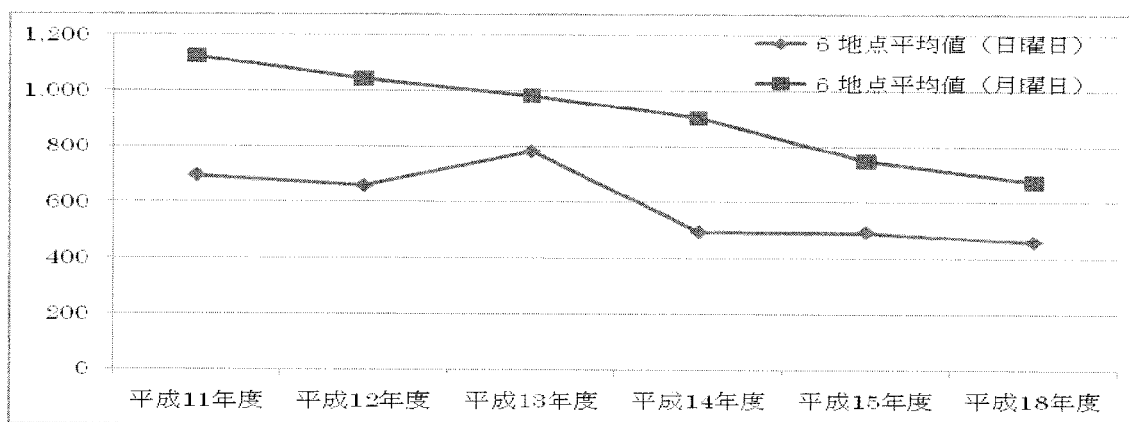
青森県の南部中央に位置し、旧国道4号が中心市街地を南北に縦断、国道45号、102号線が東西に通っており、地理的にも県南中央部の交通の要所であり産業の中心地として近隣町村を牽引してきた。また、全国的にも有名な八甲田山系や十和田湖、奥入瀬溪流といった風光明媚な観光スポットを有している所でもある。

しかし、近年では官公庁の出先機関の統廃合や転居などにより官庁街通り沿道に空き地が目立ち、隣接する中心商店街においても車社会の進展や郊外型店舗の相次ぐ出店により、市街地内の大型店舗や小規模零細小売店の閉鎖が進み、空き店舗が目立ち中心市街地の空洞化が顕著となっている。

① 通行量調査の結果

南北を貫く旧国道4号線沿いに中心商店街区を形成する当市の通行量（村木薬局前～大七書店前までの6地点平均値）を見てみると、中心商店街区の衰退が始まりつつある平成11年度をピークとして、年々減少傾向にある。

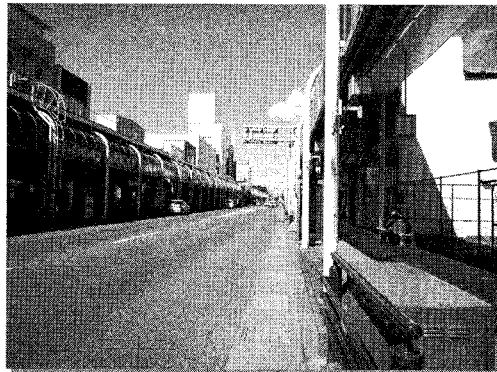
【十和田市中心商店街区歩行者通行量調査表】



（資料提供：十和田商工会議所）

② 大型店の出店・撤退状況

かつては、中心商店街に2つのデパートが立ち並んでいたが、近郊の市町村に大型店が開店したことや不況の煽りから客足が次第に減り、平成11年8月に十和田松木屋（現在、まちの駅）、平成12年3月ジョイフルシティ十和田亀屋が相次いで閉店。それに追い討ちをかけるかのように、平成14年7月、相坂地区に十和田南ショッピングセンター（サンデー、マックスバリュ、ユニクロ等）の開店を皮切りに、郊外には大型店の新設ラッシュが始まった。平成17年9月イオン十和田ショッピングセンター、更に平成18年3月には十和田観光電鉄跡地に十和田元町ショッピングセンター（ケーズデンキ、ホームック等）が開店した。



③ 空き店舗状況

中心市街地の4商店街（南、中央、六丁目、七・八丁目商店街）の空き店舗率の推移を見ると、平成17年12月調査で空き店舗率21,1%（空き店舗32店/店舗数152店）、平成20年1月調査で空き店舗率27,9%（空き店舗41店/店舗数147店）と、空き店舗の割合は拡大傾向にあり空洞化に拍車をかけている。

(2) 活性化策として実施した事業

① 空き店舗対策事業

平成11年度より、国・県の補助による商店街等活性化先進事業「空き店舗対策事業」として、既存中心商店街に散在する空き店舗7ヶ所に店出者を募ってチャレンジショップを実施。その翌年（平成12年度）は、同事業の継続により駐車場（51台収容可）を併設して立地する旧十和田松木屋ビル1階を「とわだまちの駅」の名称とし、12店舗の出店により開始された。

近年では、平成19年度に国の補助による少子高齢化等対応商業活性化支援事業として、ワンボックスショップ事業（ボックス21区画）とチャレンジショップ事業（2店舗）を複合的に組み合わせて空き店舗対策に取り組んでいる。

② イベント事業

これまでは、商店街活性化事業として単発の各種イベントを行ってきたが、平成17年3月に構造改革特別区域計画として「十和田市中心市街地にぎわい特区」で認定を受けることにより、年間を通してのイベント事業「とわだストリートフェスタ」の開催が可能となった。

特に、特区認定を受けることにより、祭りやイベントにおける道路使用許可手続きが円滑化され、旧国道4号線を歩行者天国にして各種イベントの開催が可能になったことは商店街活性化の一助となっている。平成19年度に行われた代表イベントとして、4月「よさこい協賛」、6月「20mのり巻き」、7月「忍者修行道場（駒っこ馬車等）」、8月「BONおどりフェスタ」、10月「ハロウィン（仮装コンテスト）」、12月「サンタが街にやってくる（ケーキ作り）」、2月「飛び出せ町へ（まける日）」などがある。

③ TMOの対応

平成12年に十和田市中心街地活性化基本計画を策定、それを受けて平成13年3月TMO推進協議会を設置・運営。その後、TMOの具現化に向けてコンセンサス形成事業に3ヵ年取り組み、平成16年4月に十和田TMO組織設置・運営を図る。現在、平成21年4月初旬のまちづくり組織（会社）設立へ向けた「まちづくり組織検討懇談会」が毎月開催されている。

(3) 中心市街地活性化に向けての対応

① 活性化計画の対応

当市では、平成12年度策定の旧計画を大幅に見直し、十和田市の特徴である良好に整備された中心市街地の都市基盤を活かしながらコンパクトで賑わいのあるまちづくり、高齢者に優しいまちづくりを推進するため新たに中心市街地活性化基本計画を策定し、平成20年度末までに改正中心市街地活性化法の認定に向けて申請することを目指している。

中心市街地活性化に向けての基本方針として、以下のような項目を掲げている。

- 買い物が楽しめ、満ち足りた時間を過ごせる街づくり
- 安全で快適な暮らしのできる、住み良い街づくり
- 歴史・芸術・文化が薫り、心豊かにくつろげる街づくり

また、計画認定後の概ね5年間で実施可能なハード、ソフト事業として、以下5分野について提示されている。

| | 項 目 | 事 業 | 例 |
|---|-------------|--------------------------|---|
| 1 | 市街地の整備改善 | 道路、歩行空間、下水道、駐車場整備ほか | |
| 2 | 都市福祉施設の整備 | 教育施設、医療施設、社会福祉施設の整備ほか | |
| 3 | まちなか居住の推進 | 共同住宅の供給ほか | |
| 4 | 商業の活性化 | 商業施設の整備、空き店舗対策、イベントの実施ほか | |
| 5 | 上記4分野の一体的推進 | 公共交通の利便性を図る事業ほか | |

なお、商業活性化の主な事業として「商業公共複合施設整備事業（観光情報・物販飲食機能を持つ複合施設）」「商業住宅複合施設整備事業（共同住宅を併設した商業施設）」「横丁整備事業（屋台村とパサージュ広場の併設）」等が盛り込まれている。

② 東北新幹線完成への対応

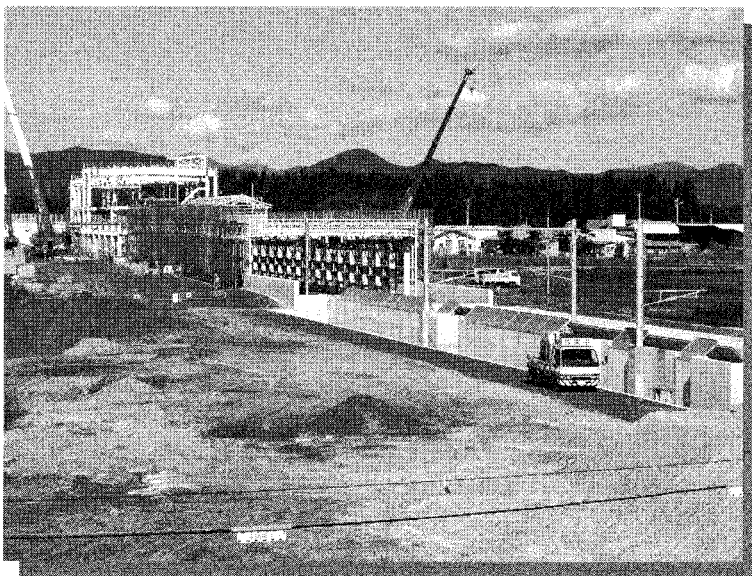
当市から、北へ約 14k m離れた七戸町に新幹線駅舎が 2010 年に完成予定。青森県内屈指の観光スポットを保有する当市としては新幹線開業をチャンスとして活かすために、平成 19 年 7 月に地域の商工団体や農業団体、観光協会、民間公共交通機関が中心となって「十和田市新幹線開業効果活用推進協議会」を設立。下部組織として 3 部会（食品開発、グリーンツーリズム、2 次交通検討）を設置。

以下のような活動をしている。

【専門部会の活動内容】

| | 平成 19 年度の活動 | 平成 20 年度の活動予定 |
|---------------------|--|---|
| 食品開発 専門部会 | 地域の素材を活用した料理開発 ⇒ 素材活用試食会を 2 回実施 | 地元食材を使った料理開発 ⇒ 郷土料理のブラッシュアップ ⇒ 試作品でのイベント参加 ⇒ 市場調査、テスト販売の実施 |
| グリーンツーリズム 推進専門部会 | 台湾からの修学旅行生の誘致 ⇒ 中学校 1 校誘致（40 名） ⇒ PR 用 DVD の制作 | 旅行代理店や学校への PR 活動 ⇒ 台湾訪問&韓国への PR |
| 2 次交通検討 専門部会 | 新幹線駅舎からの交通アクセスについての検討開始 | 新幹線駅舎からの交通アクセス調査 ⇒ 奥入瀬・十和田湖へのアクセス調査 ⇒ 実証運行に向けた計画策定 |
| 新たな 専門部会 | — | 「さけ釣り」を観光資源とする部会 観光情報発信をするための部会 |

③ 集客・誘客への対応



いる。

市民や観光客の中心市街地の回遊性を高め、文化芸術活動の支援や交流を促進する拠点として、平成 20 年 4 月に十和田市現代美術館を開設。アートを通じた新しい体験を提供する開かれた施設として、国内外で活躍する 21 人のアーティストによるコミッションワークの展示のほか、館内には、休憩スペース、市民活動スペース、屋外イベントスペースなどの多様な機能を内包して

また、東北新幹線全線開通を見据えて観光客への情報提供を充実させようと十和田市観光協会では、平成20年10月に十和田市の飲食店や温泉旅館などの宿泊施設を紹介した「とわだ飲食泊マップ」を作製。市街地と焼山地区、十和田湖畔地域の計119カ所の店舗と施設が一目で分かる内容に工夫されている。マップは25,000部作製され、掲載店のほか観光施設などで無料配布されている。

(十和田市 執筆担当：山本 進)

7. 三沢市

～ 市制 50 周年！異国情緒の特色を活かして ～

(1) 三沢市の特徴

三沢市は、青森県の東南部に位置する人口約5万3千人（うち米国人関係者約1万人）の都市で、今年で市制50周年を迎える。

東に太平洋、西に小川原湖を臨み、東西11km、南北25kmの縦長の長方形の形をしている。市の北部に、市の半分近い面積を占める米軍三沢基地が立地している。

特徴的なことは、そういった土地利用上の制約もあり、他の地域のような駅を中心とした市街地形成ではなく、米軍基地に隣接する形で市街地が形成されている点である。

また、『よそ者 ウェルカム！』の独特の文化・風土を形成している点も特徴のひとつと言える。基地内だけでなく、市街地近郊にも多数米国人が居住していることに加え、米軍基地内には自衛隊の三沢駐屯地、市の北部（六か所村）には原子力関連施設があり、それらの就業者である俗に言う『転勤族』の集団が市街地の人口の多数を形成している。その『転勤族』が一定時期になると、一斉に転入・転出を繰り返す住民構成となっている。よって、先祖代々三沢に住んでいる地元人は市街地には意外に少ない。このためか、人種や出身地などを問わない独特の文化・風土が形成されるようになったのであろうと推測される。



【商店街のイベントに両国の国旗は欠かせない（写真はハロウィンフェスタ 2008）の風景】

(2) 商店街の変遷、課題

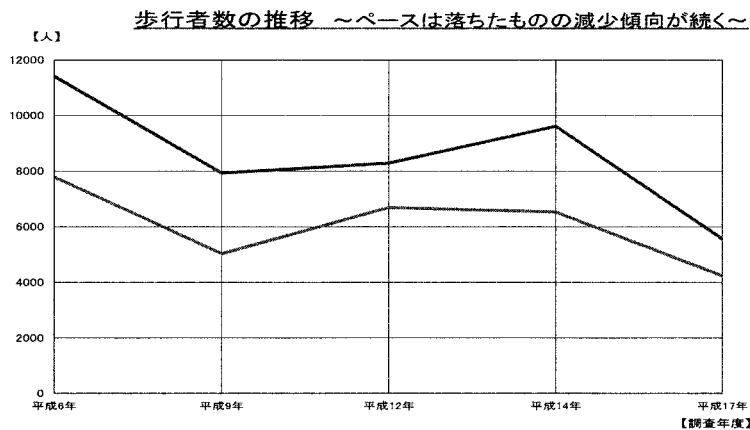
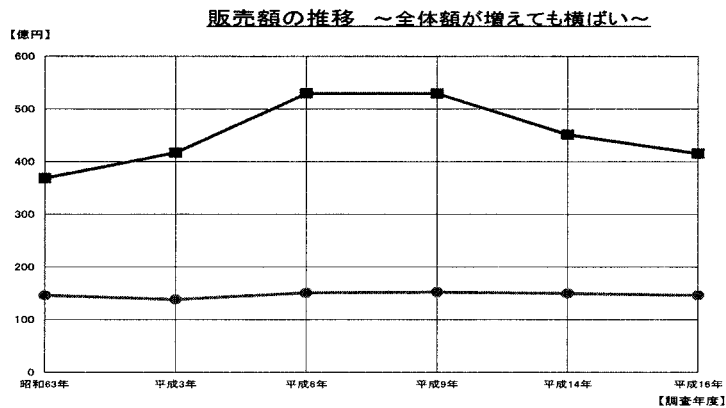
為替相場が固定相場だった時代（1ドル＝360円）は、市街地には外国人が溢れ、大いに賑わい栄えていった。しかし円安の終わりと同時に、商店街の主要顧客であった米軍関係者の購買力が低下したことに加え、モータリゼーションの進展や郊外の大型ショッピングセンターの進出といった外部環境の変化によって、全国の商店街と同じ道を辿って『シャッター商店街』化してしまった。

これらの対策の一環として、平成8年に中心市街地の低未利用地を活用し、ダイエーをキーテ

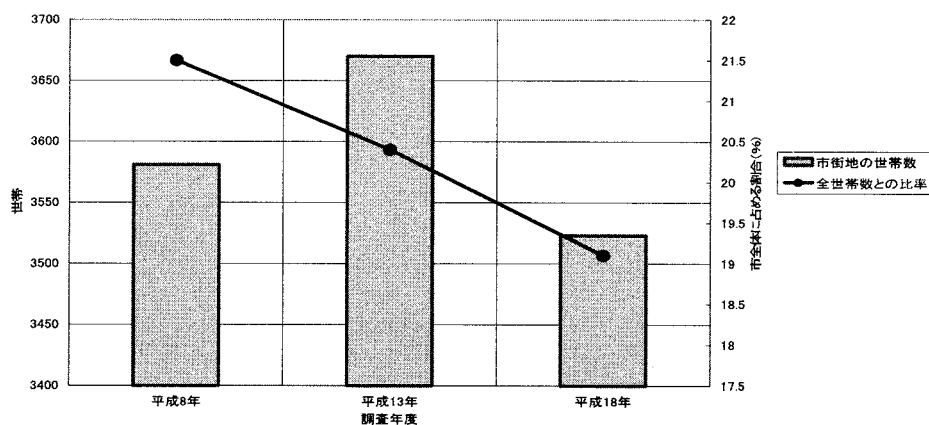
ナントとする地元主導型大規模小売店舗の整備が行った。しかし、郊外店への消費流出に対する一定のワンストップ効果はあったものの、中心市街地への回遊効果は期待通りのものではなかった。

現在、やや回復基調にあるものの、中心商店街における活力は低迷したままであり、消費購買力の市外流出傾向が続き、市の商業全体の都市間競争力の面でも厳しい状況にある。

中心市街地の居住人口においても減少傾向を辿っており、居住が市の郊外へ流出し『空洞化』の傾向がでている。



市街地の世帯数～人口は増えても市街地には住まない～



【出所：中心市街地活性化計画の数値をもとに加工・編集】

(3) 現在に至る市街地活性化の取り組み

こういった状況を打破するため、既に三沢市TMOは、中心市街地活性化法の成立・改正に合わせて、プロジェクトを実施中である。以下に実施の概略を示す。

- 平成10年 中心市街地活性化法成立施行を受け、平成11年3月に中心市街地活性化基本計画を策定した。
- 平成16年 同法に基づく事業として、アメリカ村の形成を核として中心市街地活性化を図る都市再生土地区画整理事業の工事に着手し、平成22年度事業完了に向け急ピッチで事業進捗を図ってきた。
- 平成18年 中心市街地活性化法改正により、これまでの取組・課題の整理等をふまえた新たな基本計画の策定に着手し、平成19年11月30日に内閣総理大臣認定を経て、平成24年度を目標年次とする新たな基本計画に基づき中心市街地活性化を推進することとした。

なお、旧計画における中心市街地の区域（区域面積約73ha）は、商店街の活性化を主眼に設定したが、新たな基本計画面積（約129haに拡大した面積）においては、公共施設や福祉関連事業所などの計画的な立地・整備を盛り込み、コンパクトなまちづくりを推進すべきエリアとして設定している。

(4) 実施計画の全体像

以下に、現在推進する『中心市街地活性化計画』の中核である『アメリカ村』構想による活性化策の全体像を示す。

【基本コンセプト】

○国際色を愉しめる 魅力・活力・安心のある街

【3つの基本方針、目標】

○魅力・活力を創出する三沢市の『顔』にふさわしい中心市街地の形成

○アメリカンテイストなライフスタイルを楽しむ中心市街地の形成

○安心して住み続け、暮らせる中心市街地の形成

【達成目標 測定指標】

平成24年（事業完了時）の達成目標を以下のように設定した。

○12地点の休日歩行者通行量 平成17年比 1.66倍 (7,016人)

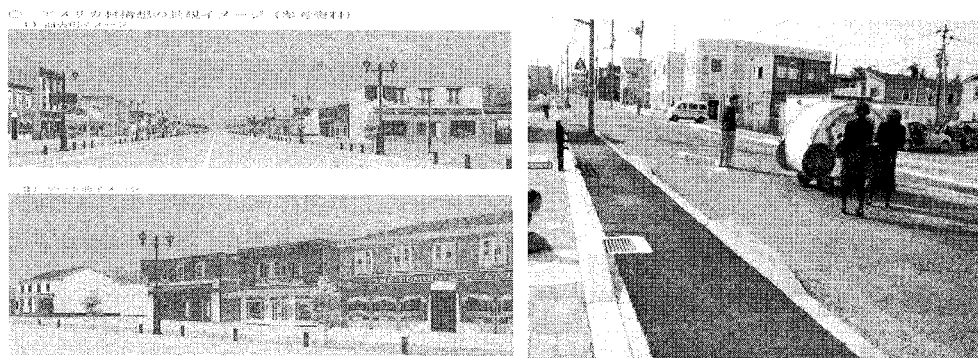
○小売業年間商品販売額 平成16年比 3.7%増 (15,161百万円)

○居住人口 平成18年比 2.6%増 (7,732人)

【達成目標に向けた主な取り組み】

① 都市再生土地区画整理事業 【実施時期：平成14年度～平成22年度】

アメリカ村計画の基盤整備事業であり、土地の集約・再編、老朽建築物の更新、積雪寒冷地を考慮した歩道融雪システム・電線地中化整備等を進める。



【図：三沢市 商工会 HP より引用 <http://www.misawa.or.jp/>】

【写真：整備事業の風景 ～右の縁石(既設)から左の縁石[新規]まで道幅を変更中～】

② MG plaza 整備事業 【実施時期：平成19年度～平成21年度】

都市再生土地区画整理事業地区の中心において、国際交流・集客のための拠点商業施設整備とシンポジウム及びPR キャンペーン事業を実施するものであり、中心市街地の賑わい拠点創出と商店街への回遊性向上を図る。

③ FM放送事業・大型映像情報コンテンツ提供事業 【実施時期：平成20年度～】

MG plazaに設置されるコミュニティFM 放送局・大型映像情報装置を活用し、中心市街地の情報発信性向上と地域アイデンティティ醸成を図り、中心市街地の賑わい創出を図る。

④ 大通り地区集客拠点施設整備事業 【実施時期：平成21年度～平成22年度】

中央町地区都市再生土地区画整理事業により集約化された空き地を活用し、商工会・農協・漁協・畜産公社など地域経済界の協働による地産地消の推進を目指した複合的交流拠点施設整備

と情報発信を図る。

⑤ ワンコインバス空街カードポイントサービス提携事業 【実施時期：平成20年度～】

中心商店街構成店舗が主に加盟する空街カードのポイントサービスとして、中心市街地内を循環するワンコイン（100円）循環バスの回数券交換サービス提供により、ワンコインバス利用率向上と中心商店街消費拡大の相乗効果創出を図る。

(5) 今後について

現在やや工事に遅れがあるものの、三沢市にしかないモノ（米軍基地）を使った大型プロジェクトをここまで動かしているTMO（商工会）の尽力には頭が下がる思いである。

『改正 中心市街地活性化法』は、『地権者と販売権者の分離』を掲げており、計画認定時には一定の強制権も付されている。とはいっても、やはり話し合うのは人間同士である以上、これまでも大変だったであろうし、今後も交渉が難航する部分も多分にあるであろう。

TMOである商工会のホームページに載っている『冷めない熱意』と『諦めない行動』で今後の計画完遂と市街地の発展を期待したい。

（三沢市 執筆担当：伊藤 朗）

8. むつ市

(1) 中心市街地の現状

むつ市は、昭和34年9月、田名部町と大湊町が合併して誕生し、その後平成17年3月にむつ市、川内町、大畑町、脇野沢村が大合併した。人口は65,224人、28,720世帯(平成20年9月30日現在)で、旧むつ市の人口は全体の7割以上を占める。その中心市街地は、田名部地区と大湊地区に分かれるが、街中の活性化事業はお互いに連携を保ちながら行っている。

① 通行量調査の結果

平成13年3月に本州最北の鉄路「下北交通大畑線」が廃止され、また、大型店の進出・撤退などによって人通りの流れも変化している。むつ商工会議所の市内交通量調査に基づいて5年間の動きをみると、調査地点ごとの特徴がよく表れている。

1) 鉄道駅廃止地区・・・むつ松木屋前(旧田名部駅通り)

鉄道駅の廃止により「徒歩」が激減し、車両(除く二輪車)も減少傾向にある。この中で生活節約志向が高まって「二輪車(自転車)」を利用するケースが多くなった。二輪車の増加は、各調査地点でも同じような傾向がみられる。



2) 新設店開業地区・・・上路電器前(中央通り)

平日、休日ともに増加傾向が目立つ。特に「徒歩」は8年前に比べて休日では6倍近くまで急伸している。これは、衣料店(ハニーズ、アベイル)や大型電器店(ヤマダ電機)などの新設店が増加したことによる。

3) 大型店廃店地区・・・青森テレビむつ支局前(旧アークスプラザ通り)

アークスプラザやキノシタの閉店により一般的に通行量は減少していたが、2)の新設店開業地区に近いことや運動公園のイベント開催などの影響で減少に歯止めが掛っている。



4) 大湊地区・・・カメラのみなみや大湊店前(大湊駅通り)

二輪車が大幅に増え、乗用車、バス・トラックは横ばいだが、徒歩は減少している。

② 大型店の出店状況、撤退状況

現在の大型店は、面積 3,000 m²超の店舗がむつ松木屋、(株)マエダ、苫生モール、サンデーむつ中央店の 4 店、1,000 m²超 3,000 m²未満の店舗は 8 店になっている。平成 16 年からの動きをみると出店は 3 店あったものの、平成 17 年 9 月にアークスプラザ、18 年 5 月には家具のキノシタの倒産による閉店が相次ぎ商業施設の配置図も変わってきた。今年に入ってからの動きとして、田名部中心市街地北方の郊外に大型スーパーを核とした複合型商業施設計画が浮上している。これに対して、中心市街地の衰退に拍車をかけるとの反対意見や計画地の一部が住居地域に掛っているなどの問題が生じており、現在、開発許可は棚上げ状態になっている。

③ 空き店舗の状況

むつ市の代表的な商店街である田名部駅通り(現在、田名部駅はない)は、大畑線の廃線によって人通りが激減したため、今では約 60 店舗のうち 1 割程度が空き店舗になっている。

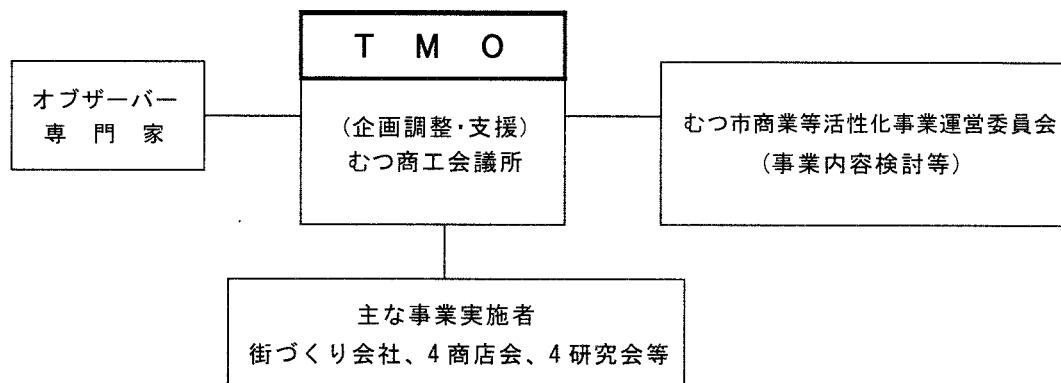
また、田名部駅通りの西方にある小川町地区や更に離れた大湊地区でも空き店舗が目立つようになった。これには、売上不振、駐車場問題、後継者問題など様々な要因があるが、増えてきた空き店舗により街の景観が損なわれ商店街全体の集客力が弱まっている。

(2) 活性化策として実施した事業

① TMOの対応状況

中心市街地活性化法(略称)の施行を受けて、平成 13 年 10 月に「むつ市中心市街地活性化基本計画」、平成 16 年 3 月には「むつ市タウンマネジメント構想」が打ち出されたが、その活性化事業を推進する機関(TMO)を、むつ商工会議所が担当することになった。

TMO活動は、「むつ市商業等活性化事業運営委員会」(むつ市、商工会議所、商店会、町内会等)が事業内容を検討し、田名部駅通り(レンガ通り)、小川町、新町、大湊の 4 商店会と 4 研究会が中心になって事業を行い、オブザーバーや専門家が支援する体制で進められる。



活動方針として、「イベント内容の充実と共同化の推進」、「総合的な空き店舗対策の実施」、

「サービスの充実・強化に向けた調査・検討」および「総合的なまちづくりの視点からの拠点整備のあり方の調査・検討」を掲げている。

② 空き店舗対策事業

むつ商工会議所では、空き店舗を別の商店として復活させ街の賑わいを取り戻す施策として、次のような「空き店舗対策助成事業」を行っている。

- 1)採択基準 中心市街地活性化区域で月20日以上営業する者(夜間営業のみを除く)
- 2)助成金等 1事業者30万円以内(月5万円を限度、営業開始月から6ヵ月間)
- 3)助成費用 店舗内装経費、什器・備品購入費用、賃貸料事業実績として平成19年度に3件(小川町2件、大湊浜町1件)の適用があり、20年度も引き続き事業を行っている。

また、今年2月から「スペース2008in田名部駅通り」と称して、商工会議所が田名部駅通りの中で空き店舗となった一階部分を借り上げ、文化団体やサークルなどに展示スペースを無料で貸し出す事業を始めた。これまでの利用例として、むつ面好会による「能面展」、絵画展、写真展などがあり街の賑わい復活に一役買っている。

③ イベント事業

旧むつ市の観光イベントは、「芦崎湾の潮干狩り」、「むつ桜まつり」、「大湊海軍まつり」、「恐山大祭」、「大湊ネブタまつり」、「早掛キャンプ場バーベキューまつり」、「恐山秋詣り」、「かさまい(来さまい、食さまい)まつり」など地元の観光資源を活かした企画が揃っている。

一方、商業・産業イベントは、平成18年度に商工会議所が市から管理委託された「むつ来さまい館」、「むつ市下北観光物産館(まさかりプラザ)」、「むつ市イベント広場」を中心に開催される。これらの三施設の特徴を活かしながら次のようなイベントが開かれている。

産業まつり、フリーマーケット、三の市、いきいき地場野菜即売、ピアノリサイタル、コンサート、映画上映、こみせ広場、ミニギャラリー、その他。

最近では、9月に柳町地区において「むつ市のうまいは日本一!」、「青森ご当地グルメ in むつ」、「生産者による豊漁・豊作祈願祭」が同時開催され、食のイベントを盛り上げた。また、TMO活動の一環である「合同盆踊り」(7~8月)、「むつ市年末年始連合大売出し」および「イルミネーション」(12月~1月)事業は、街中活性化の恒例行事になっている。

④ 各種集客事業

毎年力を入れている集客事業として、平成18年11月から始めた「むつ市共通商品券事業」がある。商品券は、1セット1万円(千円券10枚)で発行し、1セットごとに商品券1枚プラス

するプレミアム付きのもので、大売出しの商品にも利用されるなど好評を得ている。(参加事業者は、19年度で337事業所、発行額6,900万円)

(3) 中心市街地活性化にむけての対応

① 活性化計画の対応

むつ商工会議所の平成20年度中心市街地活性化重点施策として、a.「むつ来さまい館、むつ市下北観光物産館、むつ市イベント広場」の積極的活用 b.共通商品券発行事業の継続 c.商店街空き店舗出店の支援 d.東北新幹線八戸-青森間の開業に向けた誘客対策 e. TMO事業の推進を決定した。実施にあたっては、商店会、各種研究会および関連団体の協力・連携を蜜にし、効率的な推進を目指すことにしている。

② 東北新幹線完成への対応

下北半島は観光資源に恵まれているが、JR八戸駅、野辺地駅、青森空港、三沢空港からの二次交通が不便なため、観光はツアーバスの利用による立ち寄り型観光が多く地元事業者にとって恩恵が少ない。そこで、2010年新青森駅および七戸駅(仮称)開業による観光・産業効果を上げるため、自然を活かした溪流散策等の自然体験や産業体験などのニューツーリズムを中心とした着地型旅行商品の開発と二次交通の整備に力を入れる。この目標を実現するため、平成19年度は次のような事業を行った。

- 1)新幹線駅開業に向けた体験旅行「モニターツアー」
- 2)「首都圏大学生との交流事業 in 下北」による成果発表会
- 3)観光ガイド現地指導会
- 4)観光ガイド先進地視察

今後は、観光ガイドの育成や情報発信窓口の一元化と観光情報のホームページ改良を行いながら、新幹線効果を積極的に取り込むことにしている。

③ 商業エリアからみた街づくりの課題

田名部と大湊地区の間にあるJR下北駅は、駅前広場を拡張中で来年には駅舎も新築され中心市街地や観光地へのアクセスが便利になる。同時に、近くの中央地区にかけて街のイメージが良くなり、駅の東方には若生モールの商業施設も控えている。更に前述の複合型商業施設計画が実現することになれば、田名部地区の中心街はこれらの商業地域に包囲される。

こうした情勢の中で、商店街としては、市や商工会議所による事業所や施設誘致などの総合的対策による街全体の活性化を強く望みたいところである。

また、釜臥山をバックに潮の香漂う港町・大湊地区は、地理的にも独立していることから、高齢者世帯を巻き込んだ便宜性の高い生活型商店街を目指すとともに、海浜観光の要素を取り入れた街づくりが必要になろう。

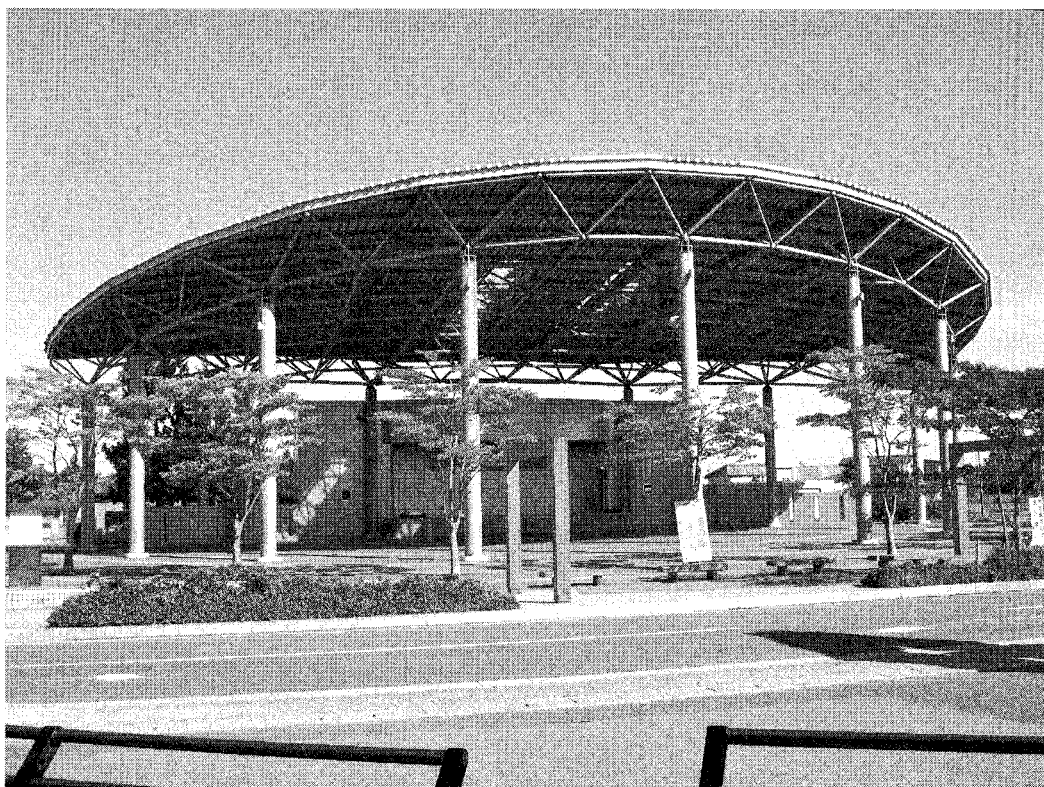
④ 集客、誘客への対応・今後の方向

下北半島は、地理的にみて比較的独立した経済圏になっており、半島外地域との商圈争いは比較的少ない。また、将来人口推計(国立社会保障・人口問題研究所調査：平成 17 年)によると、00 年～30 年までの 30 年間で青森県全体は 14%減少するが、旧むつ市は、歴史的・地理的にも下北の商工業の中心地であることから減少は 5%に止まると見込まれている。しかし、周辺の旧川内町、旧脇野沢村、旧大畑町は約 4 割の大幅減少が予想されており、全体の商圈人口は縮小していく可能性がある。

近年、大間・東通の原子力施設関連による地域外からの出張・宿泊の出入りも増えているが、新幹線開業を契機に二次交通を整備し商圈外から集客できる環境をつくとともに、利用者が「この街に来れば欲しい物が揃っており、様々な用事も足せる」と感じるような街にしなければ、今後の活性化は難しい。

こうした状況の中で、最近、下北名産として伝承料理「味噌貝焼き」や「大湊海軍コロケ」による、むつグルメを普及させる動きが活発になっており、今後、地域の総力を結集するノウハウの輪が更に広がっていくことが期待される。

「手をつなぎ 力を合わせる 下北半島」 …… 下北カルタ『て』の部より



【写真：整備事業の風景 むつ市イベント広場】

(むつ市 執筆担当：金澤 徳夫)

第3章 まとめ

1.全国的に疲弊が目立つ中心市街地

これまで中心市街地は、商業、行政、交通、娯楽、医療、居住などの様々な都市機能が集積し、地域の歴史、伝統、文化を育んできた「まちの顔」的な存在であった。

しかし昨今、モータリゼーションの進展や規制緩和を求める外圧などから大型店の郊外への立地が進む一方で、中心市街地では、大型店の撤退や空き店舗の増加などから商業地としての魅力の低下がみられる。広い無料駐車場を有し食料品のまとめ買いが容易であり、映画などのアミューズメント施設を備え、各種イベントなども頻繁に開催される、全天候型ワンストップショッピング空間である郊外型大型店が隆盛となっている。

ただし物販に限れば、その郊外型大型店もカテゴリーキラーと呼ばれる専門店の攻勢を受け苦戦しているという。

また様々な公共施設、例えば、役所、病院、学校などの郊外移転による都市機能の拡散も、中心市街地への来街者数の減少による消費購買力の低下要因となっており、中心商店街の退潮傾向に拍車をかけている。

さらに中心市街地から郊外への引越しや少子化などにより、中心市街地の居住人口の減少が進み、人口のドーナツ化問題が顕在化しこうした状況をさらに深刻なものにしている。

以上、全国的にみると中心市街地は、概して衰退スパイラルの迷路から抜け出せない状況にあるといえる。

2.県内8市における中心市街地の現状

県内8市の中心市街地は、全国と同様にいずれも退潮傾向を強めている。第2章において各市の状況を検証したが、以下、各市中心市街地の退潮傾向の概要をまとめてみた。

青森市では、集客力のあった公共施設の郊外移転としては、昭和56年の県立中央病院、平成5年の県立図書館の郊外への移転があった。商業施設でも、大型店の郊外への移転や新設が盛んに行われた。昭和52年のサンロード青森(ジャスコ)の郊外での開店、平成2年の中心市街地にあった旧みなみ百貨店の郊外への移転(現ラセラ)、平成12年のイトーヨーカドーや西バイパスパワーセンター(現マエダガーラタウン)の郊外出店、平成15年の中心市街地の老舗百貨店松木屋の閉店、平成19年の複合商業施設「ドリームタウンアリー」の開業、翌年平成20年には郊外のかねさ本社・工場跡地に大型商業施設「アプレ103」が開業した。その間、中心市街地では、空き店舗が増加し続けた。

弘前市では、平成5年、現在のさくら野弘前店の郊外移転、その後、平成6年に中三百貨店弘前店が、また平成7年にイトーヨーカドー弘前店が相次いで増床したが、平成10年の百貨店ハイ

ローザの廃業、平成 13 年のスポーツ専門店タケダスポーツの廃業・郊外移転、平成 15 年の今泉書店の廃業、平成 16 年の百貨店紅屋の廃業、平成 17 年のスーパーダイエーの撤退などがあった。

八戸市では、平成に入り、郊外型 SC の新設や大型店の中心市街地からの撤退が相次いだ。平成 2 年の長崎屋の中心市街地からの撤退と、同社を核店舗とする郊外型 SC ラピアの新設、平成 7 年のイオン下田 SC が隣接地区に新設、平成 8 年東北ニチイの撤退、平成 9 年八戸市立市民病院の郊外移転、平成 10 年市内沼館地区の郊外型 SC ピアドゥの新設、平成 15 年のイトーヨーカドーの中心市街地からの撤退があった。

黒石市では、平成 19 年、当市北部にオープンモール型「アクロスプラザ」がオープンする一方、平成 20 年、当市南部郊外のジャスコ黒石店が撤退した。郊外の大型小売店同士の競争が激化するなか、中心商店街の各個店は、退潮傾向を強めている。最近では、長年親しまれてきた老舗書店が閉店するなどさらに厳しい状況にある。中心市街地では空き地や空き店舗が増加し空洞化が進展している。

五所川原市では、平成 4 年に市西側のつがる市旧柏村にあるジャスコが開店した後、平成 9 年には市東部郊外にイトーヨーカドーを核店舗とする「エルムの街 SC」が開店し、地域の消費購買力が東西に分割吸収されるなか、中心市街地の商業は衰退の一途をたどった。平成 18 年には、地元百貨店がついに中心市街地から撤退した。現在では、中心市街地には核店舗がない状況であり、同地区の商業は衰退の一途を辿っている。

十和田市では、平成 11 年に十和田松木屋、平成 12 年にジョイフルシティ十和田亀屋が相次いで閉店した。中心市街地から大型小売店が姿を消す一方、郊外では大型店の建設ラッシュがみられ、平成 14 年に十和田南ショッピングセンターの開店、平成 17 年にはイオン十和田ショッピングセンターの開店、平成 18 年には十和田観光電鉄跡地の十和田元町ショッピングセンターが開店した。この間、中心市街地の空き店舗は増加傾向を示し、中心市街地の商業は退潮傾向で推移した。

三沢市では、為替相場が固定相場だった時代は、中心市街地にある商店街は大いに栄えたという。しかし円高に移るに従い、米軍関係者の購買力が低下し、加えて郊外での大型小売店の立地により客足が遠のき、シャッター商店街化してしまったという。

むつ市では、平成 16 年から出店が 3 店あったものの平成 17 年にショッピングセンター「アークプラザ」、平成 18 年家具のキノシタが相次いで倒産した。いわば郊外の大型小売店同士の販売競争の激化が顕在化しており、中心市街地の商店街は、それらの余波を受ける形で、一層厳しい経営環境にある。

以上、県内 8 市の事例では、モータリゼーションの進展のなか、いずれも中心商店街の衰退・

空洞化、郊外における大型小売店舗の展開といった状況を呈している。こうしたドラスティックな地域商業再編の動きは、早いところでは昭和 50 年代に既に洗礼を受けたケースもあったが、概して平成に入って本格化したといえる。具体的には、例外を除き、まず青森市、弘前市、八戸市の中核三市において顕在化し、次にほかの小都市群に飛び火した格好である。現在では、町村部においても同様な状況となっている。

本調査により、県内 8 市の中心市街地の空洞化の経緯と現状を検証したが、中心商店街が保持していた消費購買力の中心商店街から郊外への移動・分散化の動きは、社会構造の変革のうねりとでもいえる程凄まじいものだったと、今さらながらに再認識させられた。

第一段階として、中心商店街が保持していた消費購買力の郊外への移動・分散化により中心商店街は衰退し、空き店舗やシャッター街通りの現出をみた。その消費購買力の移動・分散化の形態も、一方向だけではなく、大型小売店舗の複数地区への立地により多方向を示したケースも散見された。

次に第二段階として、郊外型大型小売店舗間の販売競争が激化し、その煽りを受け中心商店街の売り上げがさらに減少するという悪循環に陥っている。

中心商店街の衰退は、中心市街地における商業の衰退と同時に、社会インフラ、地域生活拠点としての地域商業の衰退を意味し、中心市街地の生活空間の荒廃、衰退へとつながっている。

3. 県内 8 市における中心市街地活性化の取り組み事例

前述したように県内 8 市では、中心市街地の商業はいずれも厳しい経営状況を余儀なくされており、中心市街地は衰退の一途を辿っているような感じさえする。しかし地元関係者は、ただ手をこまねている訳ではなく、各市においては、商業者、商工会議所、行政などが連携・協力し合い、地域の資源を利活用した様々な中心市街地の活性化方策に取り組んでいる。各市の取組の概要は次の通りである。

青森市では、「コンパクトシティ構想」に基づき中心市街地の活性化を図るべく、複合集客施設「アウガ」の設置運営、商業者育成のための実験店舗施設のあるパサージュ広場の開設などを手がけてきた。また平成 19 年 2 月には富山市と並び、「中心市街地活性化基本計画」の全国一番目の総理大臣認定を受けた。「ウォークブルタウン(回遊街)の創造」を目指す同計画中の具体的な事業としては、青森駅周辺(総合交通ターミナル)整備事業、文化観光交流施設整備事業などがある。また同計画への意見の具申や、全体的なまちづくりを協議し総合調整する機関として「青森市中心市街地活性化協議会」を設立している。なお中心商店街の活性化を図るべく平成 18 年より、「青森ねぶた」と「よさこい」を融合させた「AOMORI 春フェスティバル」が開催されている。

弘前市では、これまで旧法下の中心市街地活性化基本計画のもとで様々な活性化事業を行ってきた。それらは市街地の整備改善のための事業、商業活性化のための事業であり、

TMO が中心となって事業を実施してきた。今後は、新たに認定された弘前市中心市街地活性化基本計画のもとで中心市街地の活性化が図られる。具体的には、ハード事業では土地区画整理事業、道路事業、河川整備事業、市立観光館リニューアル事業、土手町コミュニティパーク整備事業など、ソフト事業では市内循環バス運営事業、ファッション甲子園開催事業、レンタサイクル再構築事業、弘前観光ユビキタス事業などが盛り込まれている。

八戸市では、中心商店街の経営環境は確かに厳しいが、プラス要因も散見される。例えば、東北新幹線八戸駅の乗降客数は、開業以前の 50%増を維持していることが挙げられる。八戸三社大祭や八戸えんぶりなどの伝統的な「祭」が、首都圏などからの観光入込客の増加をもたらし、屋台村「みろく横丁」は、多くのビジネスマンや観光客で賑わっている。ただ衣料など比較購入できる買回り品のストロー効果は一部指摘されており、必ずしも全ての業種に開業効果が波及しているとはいえない。

こうしたなか中心市街地の活性化を図るべく、様々な方策が策定されている。それらは、中心市街地に交流施設を新設し交流と賑わいを図る、魅力ある個店が連なる回遊空間を形成する、来街者の増加や中心市街地への定住を促進する、空き店舗の解消一などである。

「株式会社まちづくり八戸」と「八戸市中心市街地活性化協議会」が協力し合い、魅力あるまちづくりを推進している。

黒石市では、中心市街地に藩政時代につくられた「こみせ」と呼ばれる木製のアーケードが残っているが、最近では、こうした伝統的町並みを活かした都市観光の実施による活性化を目指す機運が高まっている。「こみせ」のある通りは、「日本の道百選」にも選ばれている。また同市では、「黒石よされ」や「黒石ねぶたまつり」などに代表される祭りやイベントも、中心市街地の目抜き通りを舞台に多数開催されている。中心市街地の再生を図る活動の核として、116 名の TMO「津軽こみせ株式会社」が設立されており、「こみせ」の保全・活用が図られている。

五所川原市では、中心市街地活性化事業と「エルム」エリアの Win-Win 関係の構築を図るべく、市や会議所を中心に様々な取り組みが行われてきた。それらは、中心商店街空き店舗チャレンジショップ事業、商店街循環型 100 円バスの運行、TMO ごしょがわらの活動などだが、今後は「立佞武多の館」を核に中心市街地の活性化が図られるという。

十和田市では、これまで空き店舗対策事業、イベント事業、十和田 TMO の活動などが行われてきた。今後は、中心市街地活性化基本計画の策定と認定を目指すという。隣接地区への東北新幹線の延伸という追い風もあり、回遊性のある魅力的なまちづくりを、新設した十和田市現代美術館などの連携により取り組もうとしている。

三沢市では、これまでは三沢市 TMO が市街地活性化に取り組んできた。今後は、国の認定を受けた「中心市街地活性化計画」の中核である「アメリカ村」構想の具体化を図るといふ。これは、米軍基地を擁するという地域特性を活かした活性化事業であり、アメリカを体現した交流拠点施

設の設置、コミュニティFM事業、大型映像装置による情報提供などが行われる。またワンコインバスの運行と活用にも注力するという。

むつ市では、これまでTMOの活動、空き店舗対策事業の実施、各種イベント事業の実施、共通商品券事業などを実施してきた。今後は、「むつ来さまい館、むつ市下北観光物産館、むつ市イベント広場」の積極的活用など諸活性化方策の実施、東北新幹線延伸への対応、大型店の販売競争が激化するなか地域生活拠点としての商店街振興、集客へのさらなる注力などの取り組みが求められている。

以上県内8市の事例では、中心市街活性化の取組として、旧法における中心市街地活性化基本計画の策定と実施が、TMOを中心に取組まれてきた。新法下においても新たな中心市街地活性化基本計画の策定と実施が、総理大臣認定と中心市街地活性化協議会の組織化による対応などにより取組まれつつある。

中心市街地の具体的な活性化方策としては、祭りやイベントの振興事業、伝統的な歴史資源の活用事業や地域特性を活かした新たな交流施設の新設事業、郊外型大型小売店舗との相互補完・連携事業、ソフト事業としてのワンコインバスの運行や共通商品券事業の実施、空き店舗対策事業などがみられる。

4.中心市街地活性化実現のために

県内8市においては、中心市街地の活性化をはかる様々な取り組みが、行政、商工会議所、民間団体、各個店の連携のもとに行われている。中心市街地の活性化という場合、これまでは商業振興が中心であったが、最近では生活空間としての中心市街地の整備・活性化、そのなかの重要な要因である商業の振興というスタンスに変化している。いわば中心市街地活性化の取り組みは、「中小小売業の保護を主眼とした国の商業政策」から、「商業振興も含む地方のまちづくり政策」に変化している。背景には、多くの街が空洞化や崩壊の危機に直面している中で、商業振興だけ考えても限界があるという状況がある。

ただし地域生活拠点としての地域商業の振興は、地域の維持・継続にとって必要不可欠であり、中心商店街は、広域的な消費者利便の実現から、地域住民の生活者利便の実現へとウエートシフトを余儀なくされつつある。

こうした変化に留意しつつ、地域の維持発展を願う熱い思いを効果的に具体化する方策について以下考察した。

各市の商業動向をみると、郊外部では、過当競争も一部顕在化してはいるものの、商業施設の集積が集積を呼ぶ状況が認められる一方、中心市街地では空き店舗が目立ち、衰退が衰退を招いている状況である。

まちの顔でもあった中心商店街の衰退は、まちの魅力の衰退にもつながり、観光における域内消費減少などの悪影響のほか、地域住民の生活利便性の低下も生じている。

概して個店は、郊外の大型店と比べ劣勢にあるのは否めない。郊外の大型店の優位点を挙げると、①セルフサービス、広い通路や高い天井、施設内での回遊性などの開放感、②無料の広い駐車場、③ショッピングのほか映画やゲーム、飲食、トイレ休憩などもできるワンストップショッピング性、④いまが感じられる旬な流行商品を揃えている一など、魅力的で快適な全天候型のショッピング空間を形成している。

一方、中心市街地の個店の場合は、概して店舗自体が老朽化が進んで狭く、一端入店したら何か買わざるを得ない雰囲気、店舗への行き帰りの交通渋滞、駐車場は無いかあっても近くの有料駐車場を使用、ワンストップショッピング性は無く移動の手間や風雨にさらされる、品揃えについても見劣りする一などの状況がある。

こうした劣勢を改善するためには、駐車場の整備と無料化、魅力あるイベントの開催を何度も行う、各個店の魅力度の向上などがまずは求められよう。郊外の商業ゾーンとは差別化された魅力を形成し、再び客を呼び込む工夫が求められている。場合によっては、レトロな町並みの再現など、个性的かつ魅力的な街区再生事業なども有効方策だと思われる。

とりわけ各個店の魅力度の向上に関する有効方策としては、①地域でその店でしか買えない魅力的なブランド商品を扱う、②地域住民の日常生活に関するニーズへの対応ウエイトを大きくする、③上位2割の優良顧客が売上の8割を占めるといわれるが、そうした優良顧客の底上げを図る、④インターネット広告・販売を上手に使う、⑤対面販売時の接客サービスの充実一などが挙げられる。中心商店街の活性化は、ひとえに来街者の支持を得るように整備された魅力的な商業ゾーンの中でいかに各個店が輝きを放つかに関わっている。

以上のような諸活性化方策の実施は、個店や商店街の自助努力に負う部分が多いが、これらの取組を支援する、あるいはオーガナイズ（組織化）する役割が、行政や商工会議所などの関係団体に求められよう。関係団体のさらなる連携・協働によるハード、ソフト事業の継続実施が必要である。

まちは生き物である。様々な社会的な変容要因の影響を受けながら、賑わい空間が移動することも珍しくはない。ただし急激な変化は、都市の整備・運営の非効率化やいたずらに社会不安を増長するなど地域社会に与えるダメージは大きい。ここに人為的にコントロールする必要があるのである。

また老舗が集積する中心市街地は、その都市ならではの息吹、たたずまい、個性を感じさせ、都市観光やまちなか観光における観光資源ともなり、観光消費を促進させて地域振興に寄与する舞台装置的な役割も担っている。加えて多くの場合、祭りやイベントなども開催され、人々との出会い、交流、アミューズメントのステージとしても機能してきた。いわば地域住民の共有財産的

な面も併せ持っている。

おりしも人口減少が明らかになった現在、維持費用が増加する郊外への拡張路線の継続は問題であり、国は郊外に行くほど開発規制を厳しくする一方、様々な支援措置により中心市街地の魅力度を高め中心市街地の活性化を図るべく、まちづくり三法の改正を図った。

以上のようなことから、中心市街地の維持・活性化は、地域社会の維持・継続にとって大きなウエートを占めており、各セクターの協力・連携により取り組むべき問題である。

ところで本県においては、公共事業の減少や就業人口の減少による消費購買力の全体的な減少が、現実問題として、中心市街地における商業の衰退に拍車を掛けている。こうした状況を打破するためには、農水産物の県外販売や輸出の促進、工業振興、観光振興などによる「外貨」の獲得推進が求められる。地方の商業振興は、公共事業依存経済からの脱却による経済的な自立化に関わる、経済産業構造の改革問題でもある。

(財団法人青森地域社会研究所 地域振興部長 竹内 慎司)

おわりに

本報告書は9人の会員が委員会をつくり、新見常任理事が委員長となりまとめることとした。各担当が一市ずつ担当し、各種の調査資料を分析し、現地を訪問し聞き取り調査を行い執筆している。

文章は、読みやすく、かつ、見やすくするため写真、図表を入れることやデータについても最新のものを取り入れることに努めた。

さらに、文章や文体は、各人の文章表現のしかたを尊重することとし、まとめることとした。

調査の過程で、“まち”は生きており、常に変化していると承知はしていたものの、改めて変化が著しいことに驚かされたことともある。

まとめ段階で“提言”をどうするかということとなった。各市のおいたち、都市の機能、商店街の形成、大型店の出店状況等は都市によって異なることや、商工会議所等のまちづくり担当者から教えられる点も多く、一律的な提言策は差し控えた方が良いのではないか。それよりも、本県のシンクタンクである青森地域社会研究所の協力、助言を頂いた方がベターであるということになった。

よって、“まとめ”の項目については、青森地域社会研究所の竹内慎司地域振興部長に執筆して頂くことにより、当支部会員も大変勉強にあり、感謝申し上げます。

また、調査の節目節目には、青森県経営支援課の田中謙一課長に助言を頂きました。改めて感謝申し上げます。

この報告書は平成21年1月に完成することから、最後の委員会を1月に開催し意見交換をすることとしている。会員一同さらに研鑽を積みたい。

最後に、今回の調査を通して各市、各商工団体等の皆様に、再度お礼を申し上げます。

青森県支部長 山本 達雄