

[1 - 4]. 前計画の取り組み

(1) 概要及び目標

本市では、平成18年に改正された「中心市街地の活性化に関する法律」に基づき、都市的な感性を持って、快適で心豊かな田園都市を自分たちの力で育んでいこうという、市民の熱い思いを込めた「都会の魅力と、田園の魅力を併せ持つ、ちょっとおしゃれな田舎町」を意味する快適空間「ルーバン・フラノ」を目指し、「富良野市中心市街地活性化基本計画（前計画）」を策定し、平成20年11月に国の認定を受けた。

富良野商工会議所、ふらのまちづくり（株）を中心に富良野市中心市街地活性化協議会を組織し、民間と行政の連携を図りながら、協働による中心市街地の活性化に取り組んできた。

■期 間 平成20年11月～平成26年10月

■区域面積 A = 77ha（右図赤枠内）

■目 標

1. 滞留拠点整備による地域経済のパイの拡大と商店街のにぎわいの創出

達成状況を把握する指標：歩行者通行量

にぎわいにあふれた中心市街地とは、まちなかを歩き、まちなかを観光することにより中心市街地の回遊性を高めて観光客を増やすこと、商業を活性化して買い物客を増やすことである。すなわちにぎわいとは『多くの人々が中心市街地に集まる』ことである。

2. 利便性・機能性に富む集合住宅建設による「まちなか居住」の促進

達成状況を把握する指標：居住人口

まちなか居住が進展している中心市街地とは、中心市街地の都市機能や生活利便施設のサービスを総合的に提供ができ、あらゆる世代と豊かに交流し、車に過度に頼らず歩いて暮らせる都心ライフを営んでいる人々が増えることであり、それらは中心市街地の居住者数の回復、増加があつて成立するものである。



(2) 活性化の目標、目標指数及び数値

目 標	目標指標	前計画基準値 (H19)	前計画目標値 (H26)
にぎわいと商業の活性化	歩行者通行量	3,094 人	3,700 人
まちなか居住の推進	居住人口	2,741 人	2,900 人

(3) 取組み状況と成果

全事業数 33事業（内着手 30事業）

着手率 90.9%

1) 土地区画整理事業、市街地再開発事業、道路、公園、駐車場等の公共の用に供する施設の整備
その他の市街地の整備改善のための事業に関する事項

事業名	実施状況	進捗状況等
富良野駅前地区土地区画整理事業	H20 完成	J R富良野駅前地区 4.2ha を事業区域とし、駅前広場拡張による交通結節点の整備、新たな商店街の形成と、まちなか居住人口増加を目的に 20 戸の公営住宅を建設。土地区画整理事業と市街地再開発事業の一体施行により、集客核複合施設「富良野市中心街活性化センター（ふらっと）」の利用者は、計画を上回る約 96,584 人/年(H24)と順調に推移している。
東 4 条街区市街地再開発事業	実施中	日常生活に必要な様々な機能と居住空間をまちなかに集積（新たな商業ゾーン、福祉ゾーン）し、利便性に富んだ市街地の創出により、居住人口の増、及び歩行者通行量の増加を図るため、平成 21 年度事業着手予定であったが、関係権利者の合意形成に 4 年間の期間を要し、平成 25 年度着手、現在は順調に工事が進行している。
上富良野・旭中・富良野線交通安全施設等整備事業	H20 完成	富良野市中心街活性化センター（ふらっと）の沿線を、市民を含め観光客などの歩行者・自転車通行量の増加を目的に、平成 20 年度自歩道のバリアフリー化が完成し、富良野市最大のイベント「北海へそ祭り」や、隠れた散策ポイントである、分祀された「へそ神社」そして“縁結び石”“縁切りの石”などにより賑わいロードとして順調に推移している。
「サンライズ・パーク（仮称）」整備事業	実施中	土地交換などによって、商店街隣接地に大型バスも駐車可能な「まちなか駐車場」を配置することで、商店街への回遊促進のため、平成 22 年より地域関係権利者との交渉開始。平行し、タウンモビリティ・ステーション機能拡充のため、地域ローカル FM 局、ラジオ・スタジオを計画区域隣接「経済センター 1 階」に誘致（平成 22 年 8 月）し、地域情報発信拠点の整備を図ってきたが、関係権利者の合意形成に時間を要し、平成 23 年度着手予定は遅延しながら、現在、実施中である。
道路舗装改良事業（市道南 4 丁目 2 外 2 路線）	実施中	市道南 4 丁目 2 は、富良野市立富良野小学校に通学する児童の交通安全の確保と、高齢者をはじめ多くの人にとって安心して歩いて暮らせる生活空間の実現。市道東 6 条・市道南 1 丁目 1 整備事業は郊外からのアクセスを改善し、通勤、買い物などの交通利便性を向上させ、区域内への円滑な誘導を図り、回遊性の向上

		により「賑わいの創出」を目指し、「フラノ・マルシェ」「東4条街区地区市街地再開発（ネーブルタウン）」の整備期間と連動し現在事業実施中である。
地域づくり推進事業	実施中	安全で安心できる生活環境の形成のため、地域コミュニティを担い、地域づくりに取り組む地域活動各種団体（町内会・自治会）対して助成を行うものであり、現在も継続して実施中である。

2) 都市福利施設を整備する事業に関する事項

事業名	実施状況	進捗状況等
東4条街区市街地再開発事業（再掲）	実施中	

3) 公営住宅等を整備する事業、中心市街地共同住宅供給事業その他の住宅の供給のための事業及び当該事業と一体として行う居住環境の向上のための事業等に関する事項

事業名	実施状況	進捗状況等
東4条街区市街地再開発事業（再掲）	実施中	
富良野市融雪施設設置補助事業	実施中	積雪の多い北国、富良野の冬季間における快適な居住、生活環境の向上は、歩いて暮らせる居住空間創出により住人口増加と結びつくものと考え、宅地敷地内や玄関前等の雪を処理するために融雪施設（融雪槽・融雪機・ロードヒーティング）を設置しようとする市民に、その設置に要する費用の一部について補助を行うものであり現在も継続して実施中である。
富良野市除雪ヘルパー派遣事業	実施中	積雪の多い北国、富良野の冬季間において高齢者が、安全・安心して住める快適な居住、及び生活環境の向上を図るために、自力による除雪が困難な高齢者世帯住宅の出入り口に、通路及び屋根からの落雪を除雪するヘルパーを派遣し、その経費の一部について補助を行うものであり、現在も継続して実施中である。
まちなか居住推進会議の設置	実施中	継続的にまちなか居住を推進していくために「ふらのまちづくり（株）」内に投資相談窓口と担当職員を配置し、さらには富良野中心市街地活性化協議会運営委員会のまちなか居住専門部会を「まちなか居住推進会議」として発展（平成20年11月）させ、フォーラムの開催及び集中相談窓口を開設しながら、行政機関と連携を図っている。折しもリーマンショックによる影響が懸念されながらも、平成21年から平成25年にかけて14棟の共同住宅の建設促進を図ることが出来

		き順調に推移している。
--	--	-------------

4) 中小小売商業高度化事業、特定商業施設等整備事業その他の商業の活性化のための事業及び措置に関する事項

事業名	実施状況	進捗状況等
「フラノ・マルシェ2（仮称）」整備事業	未実施	本事業は、市街地再開発事業による商業床の取得により、新規出店舗数の増加及び、小売店舗数の集積を図り、一般市民が歩いて用がたせる利便性に富んだ市街地を創出。市街地再開発事業の工事が順調に推移していることから、平成26年度内工事完成後実施する。
「フラノマルシェ（仮称）」開発事業	H22 完成	国道38号沿いで将来は地域高規格道路の出入り口ともなる富良野協会病院跡地に、複合集客施設と大型駐車場を兼ね備え、富良野らしい景観を備えた「飲食モール」を創出。富良野の食材を生かした「食文化の発信基地」とし、まちの玄関口・滞留拠点として、完成後毎年、計画の2倍を超える約80万人に迫る集客があり、順調に推移している。
「どんとまとめて！」まちなか活性化事業	実施中	■商店街ポイント事業の高度化 市内のポイントカードの集約を機に IC カード化を図り、平成25 年6月末現在約14,100 枚を超える発行数となっている。市民（消費者）が利用することによって、多様な付加価値（市民カード、クレジットカード機能、公共交通利用カード等）の提供を目指し、現在、順調に推移している。 ■まちの話題情報お届け事業 各個店や団体の情報を一元化し全国に富良野の“まちの話題情報”の発信を目的に、ホームページ「富良野情報ポータルサイト“アレ・コレ・フラノ”」を立ち上げ（H21）旬の話題発信を、現在も継続して実施中である。 ■おもてなしづくり事業 中心市街地の歩行者通行量の拡大に向けて、市内ジャンル別マップを作成（H21）し、「フラノマルシェ」内インフォメーションにボックスを設置し情報提供を行っている。また、PR画像を作成（H21）し、フラノマルシェ内のモニター（3台）で季節に応じた富良野情報を提供を、現在も継続して実施中である。 ■ギャラリーロード整備事業 市内、相生通・東5条通・すずらん通り沿いの各個店のショーウィンドをギャラリー化（H21）し、プロ、

		アマを問わず様々な分野の作品を、市民、観光客に提供し、「まちなか」を散策する楽しみの提供を、現在も継続して実施中である。 ■地域資源「ふらのブランド」開発研究事業 「フラノマルシェ」における富良野地域の農畜産物を活用した新たな「ふらのブランド」の商品開発のため、消費者購買調査（H21）を実施し、ふらのブランド商品開発展開事業と連携し、ふらのブランド向上へと発展させた。
中心市街地活性化イベント事業「北海へそ祭り」	実施中	毎年7月28日、29日に、相生通をお祭り会場として、お腹を顔に見たてて「まちなか」を踊る、ユニークなお祭り「北海へそ祭り」は、市民が誇れる郷土のお祭りとして、また、北海道を代表するお祭りとして発展し、花観光と連動した観光客集客に寄与し、中心市街地商店街に市民、観光客等の集客、流入を図り、平成24年は78,000人の来場と順調に推移している。
中心市街地活性化イベント事業「ふらのワインぶどう祭り」	実施中	1987年から、ワインの原料である「ぶどう」が無事収穫をできることへの感謝と「ふらのワイン」を支えてくれる市民や観光客への感謝イベントとして、毎年9月第3日曜日に郊外の清水山で開催していたが、中心市街地、商店街への賑わい再生を目的に平成19年度より会場を「まちなか」に移し、ふらのワイン、ふらの果汁を低料金で提供し、富良野の特産品、農産物を使用した料理を提供、平成24年は7,500人の来場と、現在も順調に推移している。
外国人観光客満足度向上事業	実施中	増加傾向にあった冬期長期滞在型外国人に対して、郊外スキー場宿泊施設地域と中心市街地間に無料シャトルバス（ダウンタウン・シャトルバス）を運行（平成21年から有料）し、中心市街地への回遊を図ってきた。 平成22年からは、こうした2次交通が好評なことから、夏期観光シーズンに合わせ郊外観光施設シャトルバス（くるるバス）を運行し、現在も実施中である。
観光資源活用推進事業	H22 中止	「北の国から」資料館及び隣接ふらの広場を、屋内イベント空間としての拡充を図り、まちなか芸術館、ミニコンサート、まちなか落語会、フリーマーケットなどの会場と活用、集客を図ってきたが、平成21年9月「ふらの広場」の営業停止により、平成22年より事業中止となっている。

「無頭川モール」イベント空間）賑わい推進事業	実施中	富良野市中心街活性化センター（ふらっと）隣接地の「無頭川モール」（イベント空間）を活用し、沿線商店街、市民実行委員会、民間団体と連携し、夏期期間はビヤ・ガーデン、フリーマーケット、まちなか演奏会（ブラスバンド）。冬期期間は「ふらの仄仄雪灯り祭り」と通年的にイベントを開催し賑わい創出を図り（冬期「ふらの仄仄雪灯り祭り」は平成23年をもって中止）、各種ソフト事業と連動させ、野外イベント空間としての拡充を図り、特にビヤ・ガーデン「フラノビ・アモール」は年4回、都度1,000人以上の集客により、新たな夏の風物詩となり、現在も順調に実施中である。
グリーン・フラッグ推進事業	実施中	地元こだわった料理（地元食材）を認定し、その認定された飲食店には「グリーン・フラッグ」が店頭に掲示され、地元食材の利用促進と市民や観光客には店選びのイベント性を高め、現在38店が認定を受け、現在も順調に実施中である。
中心市街地・地域ＣＩ研究事業補助金	H21 完了	ＶＲ（バーチャルリアリティ）システムを活用し、地域事業者や来街者に良いイメージを持たれる、他にない個性的な施設や地域の特性を活かした、地域のアイデンティティの明確化と、それに沿った「個性づくり」によるまちづくりの展開の研究会は、商店街経営者の意識改革から、ランドデザイン策定へと発展した。
まちなかパーク＆ライド事業	未実施	「まちなか駐車場（仮称：サンライズパーク）」に「まちなかパーク＆ライド」の拠点を隣接させ、高齢者、観光客に電動三輪車、自転車を提供することで、まちなか回遊の利便性を高め、自転車通行量の増加を目指し、賑わいを創出を図る計画も、「まちなか駐車場（仮称：サンライズパーク）」計画の遅延により現在未実施である。
フラノブランド商品開発展開事業	実施中	日商の地域資源∞プロジェクト補助金を活用し、富良野商工会議所を中心に、行政、観光協会、物産振興会、商店街等とともに「フラノブランド検討委員会」を組織し、フードコーディネーターを招聘、技術指導アドバイスの提供を受けた。「フラノマルシェ」内テナント「なまら棒」は、年間49,200本を販売するヒット商品となった。同じくテナント商品「豚まん」の地域食材開発により、年間11,400個販売するなど、それぞれ人気ブランド商品と発展した。
富良野市観光振興計画の策定	H20 完了	市内の周辺及びまちなか観光の促進により、交流人

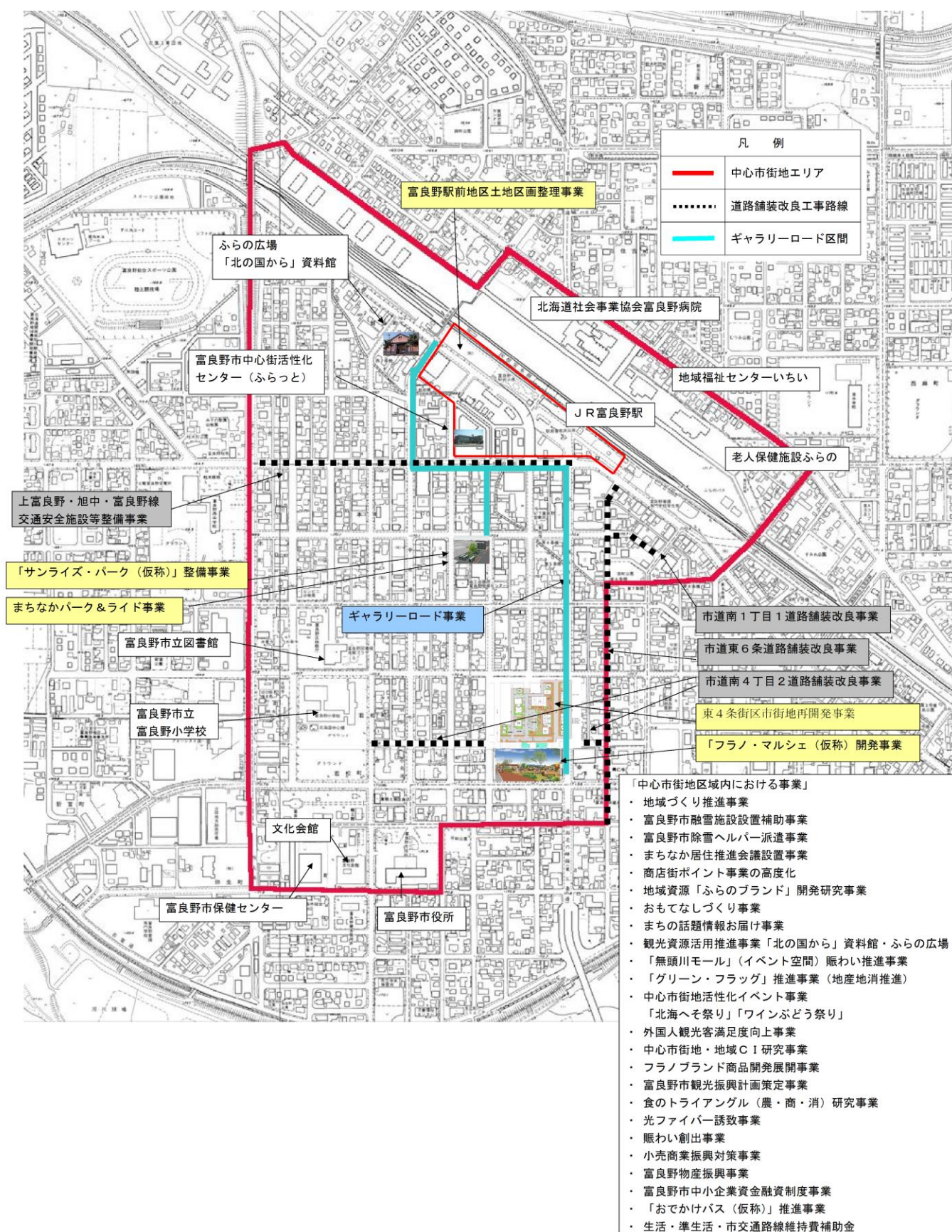
		口増大を図る振興計画の策定は、交流人口の増大による賑わいの創出を図り、まちなか回遊性を高めることを目標とし、具体的戦略「富良野市観光振興計画（平成 20 年～29 年）」策定を行った。
食のトライアングル（農・商・消）研究事業	実施中	スパイス以外はオール富良野産の食材で、日本の食文化に浸透、食農教育にも取り組みやすい「カレー」に着眼し、農業、商業、消費者を結びつける「かけ橋」となる「まちおこし」活動で、温暖化防止一村一品応援プロジェクト～「食」編～の優良事例の認定から、現在は「ふらのオムカレー」と発展し、富良野オムカレー推進協議会 13 店舗により、全国 B 1 フェスティバル参加の常連。カレーのまち“ふらの”のブランド価値を高め、富良野エリアの 1 次産業から 3 次産業の様々な業種・分野で経済的なメリットを生み出し、現在も継続中である。
光ファイバー誘致事業	H24 完了	N T T 次世代通信網の光ファイバーを、N T T が中心市街地を重点的に設定した核区域で、仮予約目標件数(800～1,000 件)の達成を目指し促進した結果、エリアが追加拡大され、富良野市街地、及び北の峰地区まで拡大し、H24 には共用開始され商店街および地域住民の情報受発信システムの高度化を図った。
賑わい創出事業	実施中	中心市街地に市民や観光客の目を向けさせるために、各種イベントの連携を図り企画し中心市街地の賑わい創出に向け、現在も実施中である。
小売商業振興対策事業	実施中	地元消費・地元商店の利用促進を図るための富良野市内共通商品券は、平成 24 年 1 億 5 千万円販売し、消費者（市民）の利便性の向上を図り、大型店対策及び消費者流出防止対策として、現在も継続して実施中である。
富良野物産振興事業	H24 中止	富良野物産振興会は、平成 20 年に N P O 法人として法人格を取得し、富良野市の地場産業の振興促進、生産品の宣伝及び販路拡大と市場の確立強化を図ると共に、企業の雇用安定のため、物産を観光と農業の接点として位置づけ「富良野地域物産フェア」など活発に活動を行っていたが、会員の高齢化による減少等により、平成 24 年より活動中止となっている。
富良野市中小企業資金融資制度	実施中	本市における中小企業に対し適切な助成と自主的な努力を助長することで、中小企業者等及び従業員の経済的、社会的地位の向上に資して中小企業等の振興を図るものであり、市内金融機関の

		窓口を通じて、市内の事業者やこれから事業をしようとしている方への融資や保証料および利子の一部に対して助成を行う。H24 年に制度改正した「富良野市中小企業総合補助金」との連携により、9店の空き店舗解消を図るなど、現在も継続して実施している。
富良野市中小企業振興総合補助金	実施中	本事業は、中心市街地区域を中心に市内商工業振興を目的として、新規出店者の誘致拡大及び既存中小企業の事業実施を後押しするために各種補助事業を実施し、平成24年度空き店舗入居10件、新築開業1件、平成25年度6件と、新規商業者出店誘致の実績をあげている。

5) 1)～4)までに掲げる事業及び措置と一体的に推進する事業に関する事業

事業名	実施状況	進捗状況等
地域公共交通確保維持改善事業	実施中	地域間幹線系統路線維持を図るために北海道上川総合振興局生活交通確保対策協議会で認定されている「ふらのバス(株)」に対し維持費補助を行う事業で、公共交通機関を活かしたまちづくりを進め、中心市街地への集客性を高め、賑わい創出に向け、現在も実施中である。
おでかけバス(仮称)」推進事業	実施中	少子高齢化や環境問題など社会状況に対応するためには、過度に自動車に依存した日常生活を見直し、自転車、歩行者を優先した、利便性が高く使いやすいバス施策の可能性について不定期に研究会を開催し、現在も可能性追求に向け実施中である。
広域生活交通路線維持費補助事業	実施中	広域生活交通路線維持を図るために北海道上川地域生活交通確保対策協議会で認定されている「ふらのバス(株)」に対し維持費補助を行い、公共交通機関を活かしたまちづくりを進め、中心市街地への集客性を高め、賑わい創出に向け、現在は広域生活交通路線維持費補助事業として実施中である。
生活交通路線維持対策事業	実施中	市生活交通路線維持を図るために北海道上川地域生活交通確保対策協議会で認定されている「ふらのバス(株)」に対し、経常支出が経常収益を上回る路線で、経常収益と経常支出の差額を補助し公共交通機関を活かしたまちづくりを進め、中心市街地への集客性を高め、賑わい創出に向け、現在も実施中である。

富良野市中心市街地活性化事業箇所図



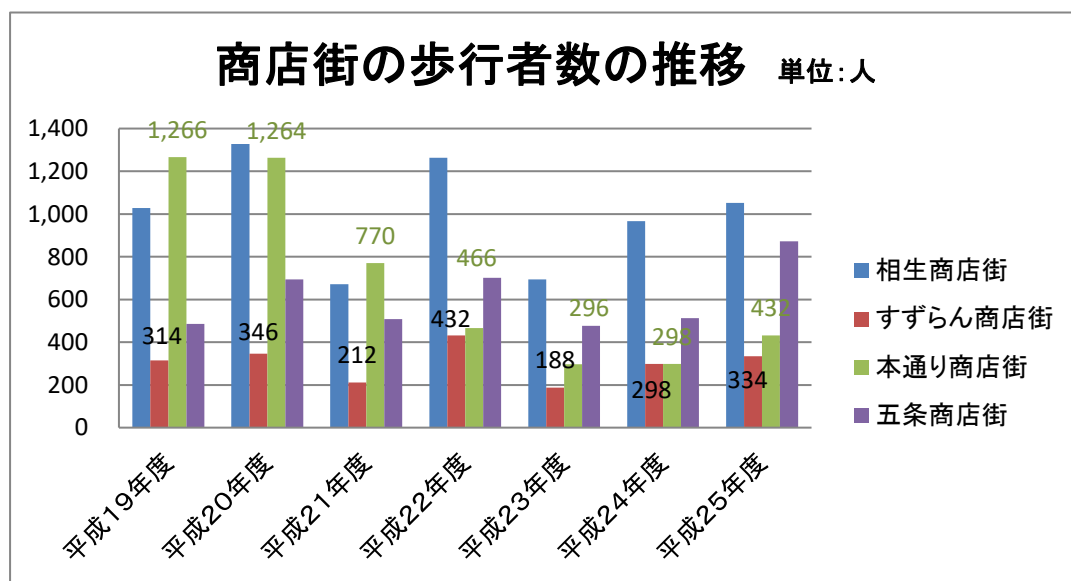
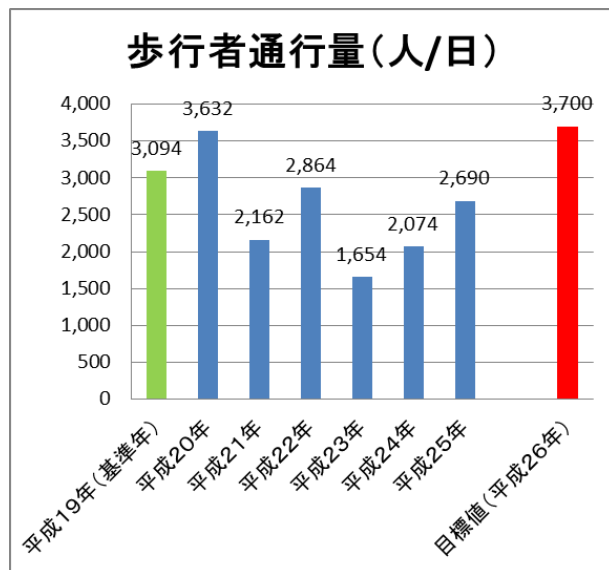
(4) 歩行者通行量

目 標	目標指数	前計画基準値 (H19)	前計画目標値 (H26)	最新値 (H25)
にぎわいと商業の活性化	歩行者通行量	3,094 人	3,700 人	2,690 人

目標1の「歩行者通行量」については、目標を達成することは困難な状況となっている。

その理由として考えられる要因の一つには、駅前広場の拡張による新たな交通結節点の整備と、新たな商店街の形成によるにぎわいの創出を目的とした富良野駅前地区土地区画整理事業により、JR富良野駅周辺の渋滞解消が図られ、公共交通機関の安全で定時運行体制が確保されたが、その一方で、想定外であった高齢化、後継者不足等を理由とする小売り店舗商業者の廃業を誘発し、駅前広場に接する新相生商店街振興組合は、平成20年度に30店舗あった店舗数が平成25年度には19店舗と11店舗も減少（37%減）した。その結果、傘下の相生通商店街の活動に大きな影響を与え、商店街としての魅力を低下させてしまった。

また、本通り商店街エリアで営業していた北洋銀行富良野支店が平成21年に五条商店街エリアに移転し、市民にとっては金融機関の集積による利便性向上で好意的に受けとめられてはいるが、平成20年には1,264人であった本通りの歩行者通行量が平成25年には432人と約66%も減少となった。

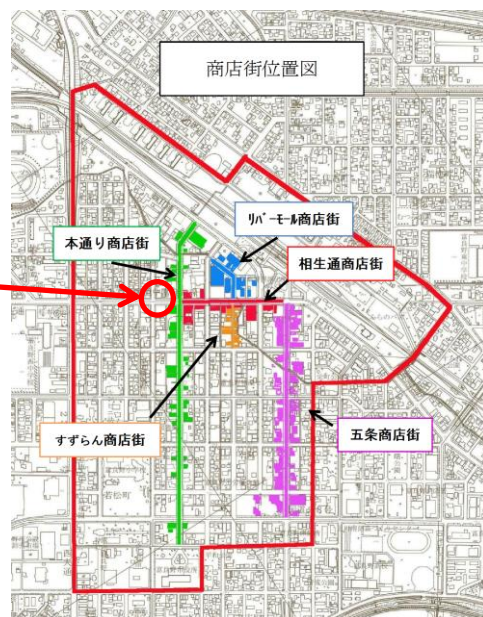


上記グラフは、富良野商工会議所で実施している各商店街別の歩行者通行量の推移であるが、「本通り商店街」の歩行者通行量が平成25年には432人と約66%の減少要因は、物販系店舗が少なく、事業所系の多い「本通り商店街」沿いで営業していた北洋銀行富良野支店の、五条商店街沿

いへの移転（H21）の影響が大きいと考えられる。

衣料、装飾品など物販系店舗が多くしめる「すずらん商店街」の歩行者通行量については、接続する相生商店街の歩行者通行量に比例する傾向が見られ、新相生商店街振興組合加盟店が、店舗数を19店舗と11店舗も減少（37%減）し、商店街としての魅力を低下させた影響を受け、調査年により増減の変動はあるものの、減少傾向となっている。

本通り商店街、すずらん商店街の両商店街は、「フラノマルシェ」から直線距離で約500m以上離れているのと、TVドラマ「北の国から」で一躍知名度は全国区となり、中心市街地の観光スポットとして観光シーズン期間中は多くの観光客で賑わった「三日月食堂」（本通り商店街）が平成21年9月末閉店し、飲食店舗数等も少なく、「フラノマル

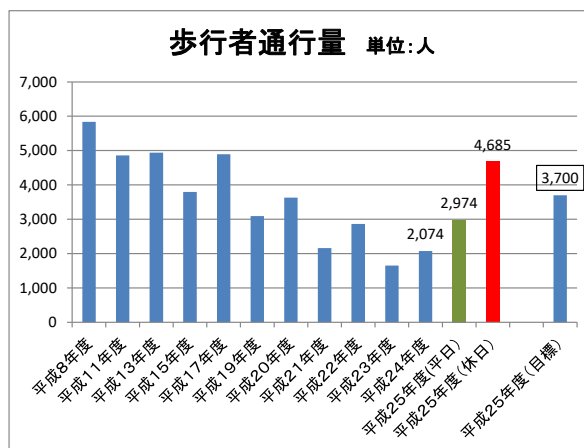


シェ」の集客効果による、にじみ出しを及ぼす状況までには至っていないと考えられる。

駐車場も完備された新北洋銀行富良野支店店舗付近には、他に旭川信用金庫、北海道銀行と二つの金融機関があり、車で利用者が、これらのいずれかの金融機関の駐車場に駐車し、各金融機関で用事を済ませると、そのまま車で帰ってしまうことが可能となり、このことにより来街目的の24%（H26・2月）を占める金融機関への来街者を五条商店街や近接する相生通商店街への回遊に結び付けることが出来なかったことも要因であると考えられる。その結果として、平成25年度実施した交通量測定結果では、相生通の歩行者通行量は平成20年には1,328人であったものが平成25年には1,052人と約21%の減少を招いている。

さらにもう一つの要因は、各種活性化事業の主要事業である「東4条街区市街地再開発事業」において、さらなる賑わいの創出を目的とした主要建築物の見直しを図ったところ、都市計画変更等の必要が生じ、その法的事務手続きに時間を要し工事着手が大幅に遅延。さらに「サンライズ・パーク（仮称）整備事業」においては、地権者との合意形成に時間を要し事業区域が定まらず事業が完了していないことから、中心市街地の魅力を創出することが出来ず、歩行者通行量増加に結びつけることが困難

まちづくり会社実施通行量調査（H25・9）

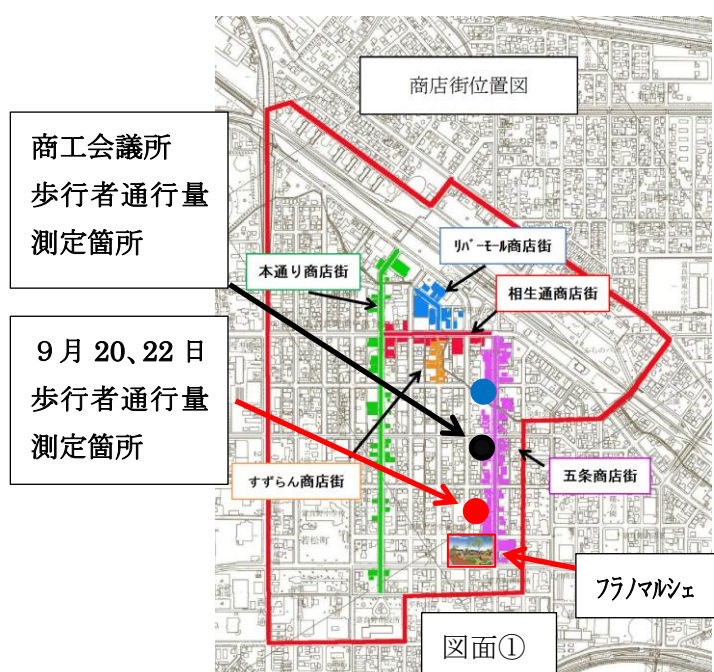


しかし、今回の指標測定手法を別な視点から判断した場合、平成25年9月に「まちづくり会社」が実施した歩行者・自動車通行量調査結果では、平日で2,974人、日曜日には4,685人も
の通行量が観測され、特にフラノマルシェ付近では通行量の増加は顕著であり、確実にフラノマル
シェへの来客者が近隣の商店街へ回遊している結果となっている。

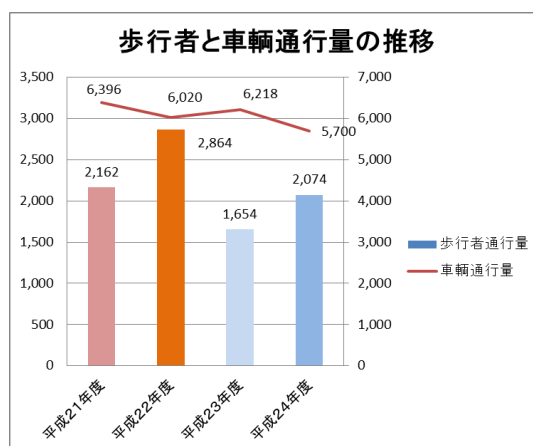
これは先に記述したように、フラノマルシェ周辺商店街へのアンケート調査（H25・9月）結果として、55%が「歩行者通行量が増えた」。33%が「来客数が増えた」との回答結果のとおり、周辺商店街の商業者が実感している回遊促進効果が、この歩行者通行量調査で裏付けられており、フラノマルシェの集客によるにじみ出し効果は、確実に現れていると言える。

【歩行者通行量】 単位：人

調査測定商店街	9月22日(日曜日)
相生商店街	1,223
すずらん商店街	337
本通り商店街	425
五条商店街	961
合 計	2,946



また、目標 1 の指標測定と使用している商工会議所の通行量調査は、毎年決まった日（10 月第 2 金曜日）に一回のみ行われており、定点観測という点では評価はできるものの、調査結果が、天候に大きく左右されてしまうという欠点が判明した。実際、下記の表とグラフが示す通り、平成 21 年は曇りで外気温 10 度、さらに強風による体感温度が下がった日である。一方、平成 22 年度は晴れで外気温 21 度と暖かくなったため、平成 21 年と平成 22 年度を比べると歩行者通行量は増加し、自



自動車通行量は減少している。更に平成23年は雨で外気温12度であるため、歩行者通行量は平成21年度に比べても減少している反面、自動車通行量は増加している。平成24年は曇りで、外気温12度であるため。前年と比べると歩行者通行量は増加、自動車通行量は減少している。また、市民アンケート(H25)の自由意見で「自動車が使えないと生活に不便」といった回答が多く見られていることから、比較的近距離の移動でも自動車を使用する傾向が強く、本市において天候の悪化は、歩行者通行量の減少を顕著に助長させ、相対的に自動車通行量を増加させるものであると思われる。

観測日	天候	気温
平成21年10月9日	曇り(強風) 瞬間最大風速12.9m	10度C
平成22年10月8日	晴れ	22度C
平成23年10月7日	雨	12度C
平成24年10月12日	曇り	15度C

中心市街地内の歩行者通行量が減少している結果とはなっているが、富良野駅前地区土地区画整理事業により駅周辺地域の新たな複合核施設「富良野市中心街活性化センター(ふらっと)」(平成19年度完成)は、当初計画4万人の2倍以上となる年間約9万人の集客を維持し、相生商店街の個店舗は減少してしまったが、年間を通じた周辺地域の集客に貢献している。

富良野市中心街活性化センター(ふらっと)利用者数 (年間稼働日数300日/年)

平成19年度 86,035人
 平成20年度 91,912人
 平成21年度 93,950人
 平成22年度 95,671人
 平成23年度 96,584人
 平成24年度 91,912人
 平成25年度 88,915人



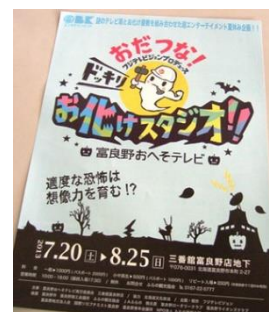
同じく、土地区画整理事業により整備された新常磐通(無頭川リバーモール)は、中心市街地内での憩い、くつろぎ、さらには「まちなかイベント空間」として市民に利用され、日中は親子連れやお年寄りに利用され、

短い夏の夜のひとときを楽しもうと、周辺商店会実行委員会で実施されている「フラノビ・アモール(ビールパーティー)」は、回数を重ねるたびに集客を重ね、開催日には市民約1,000人が周辺地域を回遊する富良野の夏期の恒例行事として定着し、周辺地域の賑わいを



創出している。

平成25年度には「フジテレビジョン」企画・制作による「謎のテレビ局とお化け屋敷を組み合わせた超エンターテインメント夏休み企画」として、「本通り商店街」「相生商店街」角地にある「三番館」デパート地下階を利用した新しいエンターテインメントな空間を創出し、富良野市、ふらの演劇工房、富良野青年会議所など市全体が協力しての夏限定開催企画「ドッキリ お化けスタジオ!! 富良野おへそテレビ」を開催し、連日、市内外の親子連れの来客で賑わいを創出している。



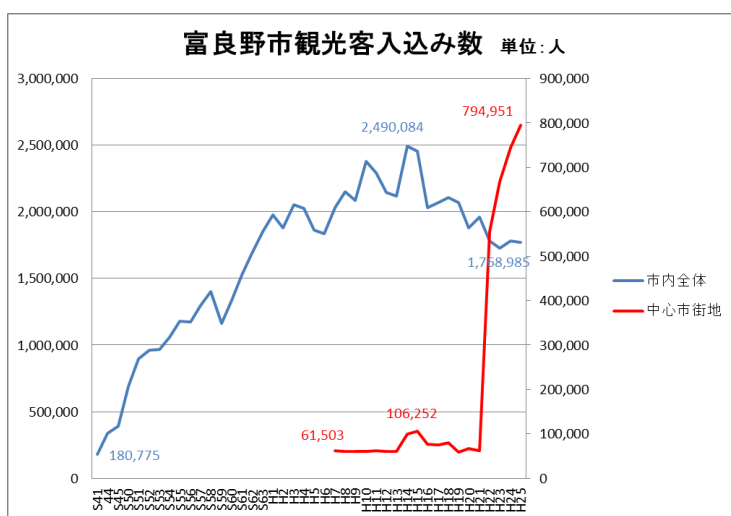
まちなか居住推進会議による情報共有化（空き地利活用）などにより、本通り商店街沿いにあった銀行跡地については、1階部分に全国チェーン店系列の居酒屋の誘致が成立し、2階部分にはカラオケボックス（10室）との複合ビルが、平成26年末の完成を目指して、5月末に着工予定となっている。この複合ビルが完成すると、銀行跡地の本通り商店街1丁目から相生商店街の区画内には、同様の居酒屋が他に2店、計3店と他にスナックが存在し、3番館デパート、スポーツ店、寿司店を除き、夜型の飲食店ブロックが形成され、歩行者通行量変化による増加が期待できる状況となっている。

五条商店街地域では、東4条街区市街地再開発事業の推移を間近に見て、さらには商店街(会)会員の事業関係者の経験談を直接聞き、3丁目区域会員自らによる発意によって、主に老朽化した既存商業店舗の再集積、金融機関及び行政サービス施設の誘致と市民生活に必要な様々な機能と居住空間をまちなかに集積、お年寄りや一般市民が歩いて用がたせる利便性に富んだ市街地創出を目的とした「富良野市東5条3丁目地区市街地再開発事業」の実施は、来街したついでに金融機関で用事を済ませる逆転の行動を誘発させ、商店会への回遊に結びつけることが出来ると期待している。

賑わい創出を目的に、商業地沿いの空間を活用した各種ソフト、イベント事業の取り組みなどにより集客増加を図っているが、実感覚と、かけ離れた測定数値結果となっていることは残念な結果であるが、市民アンケート（意識調査：平成26年2月）で、中心市街地が「賑わってきている」・「少し賑わってきている」と回答が43%と、各種活性化事業取り組みによる効果については、市民も実感覚として感じている結果となっている。

また、各種活性化事業認知度にバラツキがあるものの、中心街活性化事業に「大いに期待している」・「期待している」との回答が68%、中心市街地活性化に向けた施策が「必要」・「少しは必要」と肯定的な回答が81%となっている。

右図は、富良野市の観光客入込数全体と中心市街地への入込客数比較図であるが、中心市街地への入込数が増加し、これが実感覚として感じているにもかかわらず、歩行者通行量データとして反映出来ていないことについては、たいへん残念な結果となっている。



前計画においては、平成22年に（独）中小企業基盤整備機構北海道支部の支援を受け、「フラ

ノマルシェ」による波及効果調査（富良野市中心市街地商業活性化診断・サポート事業C型報告：平成23年3月）を実施したが、その報告によると、

「フラノマルシェ」の経済効果は、次のとおり推計されます。

- ・フラノマルシェの建設投資効果は、北海道産業連関表から、約1.591倍の乗数効果があったと推計されます。したがって、フラノマルシェの建設投資額約3.7億円は、約5.9億円まで波及したと推計されます。
- ・フラノマルシェの消費効果は、原材料波及効果1.57198倍、所得波及効果0.3681倍、合計1.9401倍の乗数効果があると推計されます。オープンから約8ヶ月間の売上金約5.0億円ですので、消費効果は約9.7億円まで波及したと推計されます。
- ・このうち、建設投資効果は、建設した時点で経済効果は終了しますが、消費効果は、毎年売上高に応じ波及し続けます。
- ・雇用者については、フラノマルシェ内の企業で約98人が働いています。全員が新規採用ではないので、雇用効果とは言い切れませんが、フラノマルシェが出来た事により「雇用の場」が確保されたことは間違いのない事実です。」



※報告書から関係箇所を抽出転記

消費効果は、1次効果を示していることから、2次、3次消費効果を加算した場合、地域経済に及ぼす波及効果は、目標数値に表せない効果となっている。

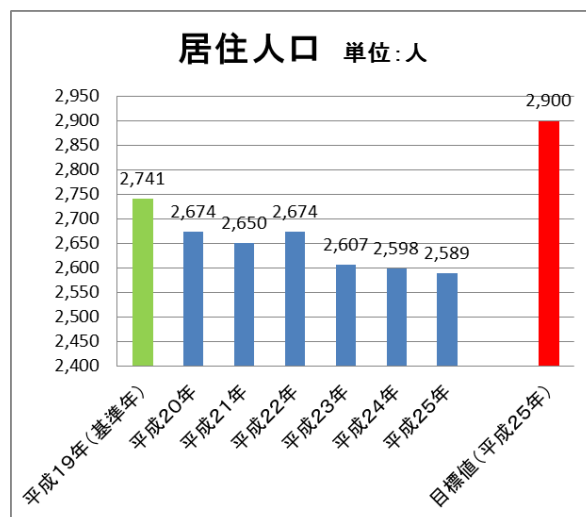
(5) 居住人口

目 標	目標指数	前計画基準値 (H19)	前計画目標値 (H26)	最新値 (H25)
まちなか居住の推進	居住人口	2,741 人	2,900 人	2,589 人

目標2の「居住人口」については「まちなか居住推進会議」によるフォーラム開催や集中相談窓口の開設などで、建設未利用地の有効活用の提案、まちなか居住の利便性について積極的に啓蒙を行ってきた。

折しもリーマンショックなど世界的な不況の波を受けるなか、前計画期間内における共同住宅建設目標である10棟を上回る14棟の実績を達成し、まちなか居住人口の増加を推進してきた。

しかし、過去の実績から前計画では、1棟6戸の共同

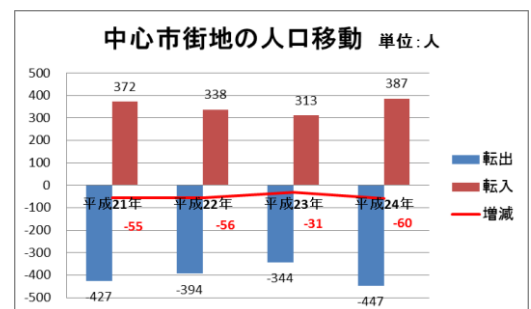


住宅建設としていた想定を下回り、ほとんどが建設費の抑制を図った1棟4戸の小規模共同住宅建設にとどまったこと、富良野市東4条街区市街地再開発事業の遅延による18戸のマンション建設が未完了であることにより中心市街地の居住人口増加にはいたらず、ますます中心市街地の高齢化を招いている状況となっている。今後の取り組みとしては、引き続き建設未利用地の有効活用の提案、まちなか居住の利便性の啓蒙を図ると共に、高齢者向けの居住環境整備を推進していく必要がある。

前計画の中心市街地区域は、旧法による活性化基本計画（平成13年）で設定した区域を、富良野市総合計画で確定、活性化目標を設定し各種活性化事業を取り組んできたが、主たるものが①「東4条街区地区市街地再開発事業（ネーブル・タウン）」による増加82人、②「まちなか居住推進会議設置による住宅建設目標」を5年間で共同住宅10棟建設、居室60室、平均世帯数2.32人として、139人、合計221人の居住人口増加を見込んでいたが、①においては主要建築物の変更による都市計画変更の法定事務手続きに時間を要し事業の遅延を生じた。②においては、折しもリーマンショックなど世界的な不況の波を受けるなか、前計画期間内における共同住宅建設目標である10棟を上回る11棟の棟数の実績を達成したにもかかわらず、建設費の抑制を図った1棟4戸等の小規模共同住宅建設にとどまってしまった。

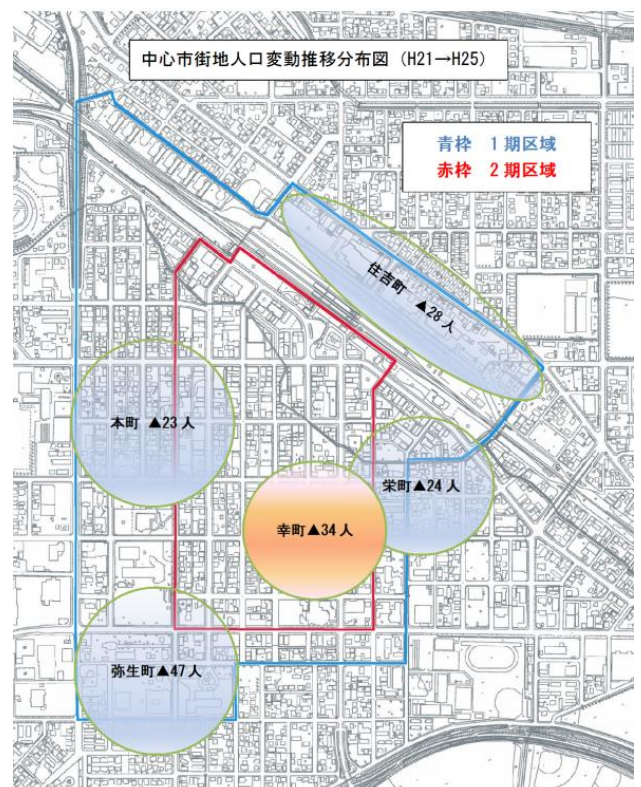
また、この目標値設定にあつては、社会および自然現象による増減を思考せず、目標値を設定してしまった。

短期間データ分析ではあるが、平成20年に前年比△67人と大きく減少、その後3年は微減した。平成23年に前年比△67人と大きく減少、その後微減と4年周期で70人程度の減少が発生している状態であるが、右グラフの転出、転入の推移を考察すると転勤等による転出が転入を上回っているのではないかと推測できる。



今回の計測値の結果を受け、計画期間約5カ年間での各種活性化事業の取り組みに対して、活性化エリアを広範囲に設定過ぎたことも要因として検討する必要性が求められた。

平成21年から平成25年間で20人以上減少している町内会ごとの人口変動推移を位置図（右図）で表すと、77haで設定している中心市街地の外周町内での減少が大きいことが読み取れ、社会および自然現象による人口減数値を際立たせている。新計画においては、こうした反省を踏まえ、**重点地域エリア**（赤枠内区域）および**目標値**の設定が必要と考えている。



しながら、前計画の第1弾事業となった「フラノマルシェ」では、計画を上回る集客がもたらした波及効果として、フラノマルシェに接道する路線評価額（札幌国税局調査）が、多くの道内他都市が地価評価額を下げる中で、平成24～25年と連続して下げ止まらせる効果を生み出している。また、マスメディアが本市の中心市街地活性化の取り組みを高く評価し、数多く取り上げたこともあり、「2013 地域ブランド調査」の市町村魅力度で、全国第5位（前年6位）にランキングされるなど、種々の活性化事業取り組みにより目標指標に表せない成果を生み出している。

公益的ディベロッパーとしての「新まちづくり会社」の事業展開

増資を図った「新まちづくり会社」の最大の特徴は、中活計画に示されたハード事業の実施主体、公益性をもったディベロッパーとして明確に位置づけされたことであり、その前期計画事業として実施されたのが「フラノマルシェ」である。

地方都市の、こうした民間主導による「まちづくり」は報道各社からも大いに注目され、建設段階からオープン後にかけて、NHK教育テレビ以外の道内全TV会社から取材を受け、大きなコマーシャル効果をもたらすこととなった。郊外地に同時期にオープンした商業施設との相乗的な宣伝効果もあり、富良野市の平成22年度上半期観光客入り込み客数は129万人、前年対比1.2%増。長期低落傾向に歯止めをかけるという成果を生んだ。

さらに「新まちづくり会社」が行うイベント等の開催に対しては、まちづくりに関心を持っていただけの道内マスコミが、その都度報道等で取り上げてくれることから、年間を通して「ふらの」の話題を道内に発信するパブリシティ効果をもたらしており、「フラノマルシェ」の開設によるPR効果には計り知れないものがある。

オープンから1年間で放送された各TV会社の番組は以下のとおりとなっている。

- H22・3・25 UHB スーパーニュース
- H22・4・22 NHK ネットワーク北海道
- H22・4・22 HTB イチおし
- H22・4・23 UHB のりゆきのトークで北海道
- H22・5・1 HTB ほんわか土曜日
- H22・5・15 TVH 旅com北海道
- H22・5・20 STV どさんこワイド 179
- H22・6・3 NHK おはよう北海道「10万人達成」
- H22・6・9 HTB イチおし「10万人達成」
- H22・6・9 NHK ネットワーク北海道
- H22・7・1 HTB おは天
- H22・7・23 HBC はなまるマーケット（全国放送）



市区町村の魅力度ランキング

順位	市区町村名	魅力度
2013 (2012)		2013 (2012)
1 (2)	京都市	53.8 (55.6)
2 (3)	函館市	53.4 (52.8)
3 (1)	札幌市	52.1 (60.0)
4 (4)	横浜市	48.0 (49.7)
5 (6)	富良野市	46.8 (44.9)
6 (6)	小樽市	45.4 (44.9)
7 (6)	鎌倉市	42.8 (44.9)
8 (5)	神戸市	42.4 (47.0)
9 (9)	金沢市	41.5 (42.5)
10 (10)	石垣市	38.7 (41.0)



H22・8・30 NHK あさイチ（全国放送）

H22・9・3 NHK ネットワーク北海道「30 万人達成」

H23・4・21 HTB イチおし

目標 1，目標 2 とともに、前計画期間内では目標値を達成できない見通しとはなっているが、前計画で目標数値達成に向けて実施してきた各種活性化事業の効果で目標数値達成の兆しが見え始めて来ていることは確かで、平成 26 年 2 月に実施した市民アンケートの結果においても、「賑わってきている」「少し賑わってきている」と回答した市民は約 43%であり、市民の約半数が効果を認め、活性化の取り組み（施策）について、「必要」「少しは必要」と 81%の市民が回答している。また、「遅い」「もう少し早い進捗が必要」との回答が 32%ありながら「大きな取り組みなので時間がかかるのはやむをえない」との回答が 38%もあり、継続した新計画策定に対し「必要である」「少しは必要である」との回答が 64%となっている。市民は前計画をベースに、引き続き立ち止まることのない事業の継続性を求めていると推測ができるアンケート結果となっている。

本市では、年々高齢化率が増加し、平成 21 年の 65 歳以上の人口割合は 26.4%、平成 24 年には 7.1%増加し 28.2%となっている。中心市街地では 22.09%から 26.94%と約 22%上昇し、65 歳以上の割合では、中心市街地での上昇率が高く、極端に表現すると、約 3 分の 1 世帯が高齢者世帯であるといえ、富良野商工会議所が実施した商業者の年齢調査（平成 21 年）による年齢構成をみると、60 歳以上が約 50%、40 歳以下は 29%と、商業者の後継者育成もしくは新規商業者参入を図らなければ、自然淘汰による商業店舗の衰退が容易に推測される。

こうした状況において、「フラノマルシェ」での新規出店テナント 4 店舗、東 4 条街区地区市街地再開発事業（ネーブルタウン・マルシェ 2）での新規出店テナント 13 店舗（計画）の出店は、中心市街地商業地域の魅力を高め新規出店を誘発し、商業者の新陳代謝を図る取り組みとして大いに期待している。

また、富良野市は、平成 24 年度より、中心市街地区域内の商工業振興を目的に、新規出店家賃補助事業・店舗等新築改修費補助事業・人材育成促進事業等をメニューに盛り込んだ「富良野市中小企業振興総合補助金」を制定し、平成 24 年度空き店舗入居 10 件、新築開業 1 件、平成 25 年度 6 件と、新規商業者出店誘致の実績をあげていることから、広く補助金活用の PR に努め、空き店舗解消と新規出店店舗の拡大促進に向けて取り組んでいく必要がある。

中心市街地における「まちの縁側」の配置は、「フラノマルシェ」に見られるように集客機能として十分な効果が発揮できるものと考えられる。しかしながら、集客からいかに「まちなか回遊」に結びつけ、歩行者通行量増加を図り、賑わいを創出することに結びつけられるか、（独）中小基盤整備機構北海道支部による波及効果調査「富良野市中心市街地商業活性化診断・サポート事業 C 型報告（平成 23 年 3 月）」では

「フラノマルシェが出来たことにより「人通り」が増えたと感じている商店街は、五条通商店街が 64.4%と圧倒的に多く、その他の商店街は「変わらない」むしろ「減った」と回答しています。このことから、商店街の人通りにも格差が出てきていることが推察されます。各商店街の通りの回遊性を向上させるために、各商店街が特色のある街づくりに、あるいは、魅力ある店づくりに着手することが必要です。』

（資料：富良野市中心市街地商業活性化診断・サポート事業 C 型：平成 23 年 3 月）

と報告がなされている。

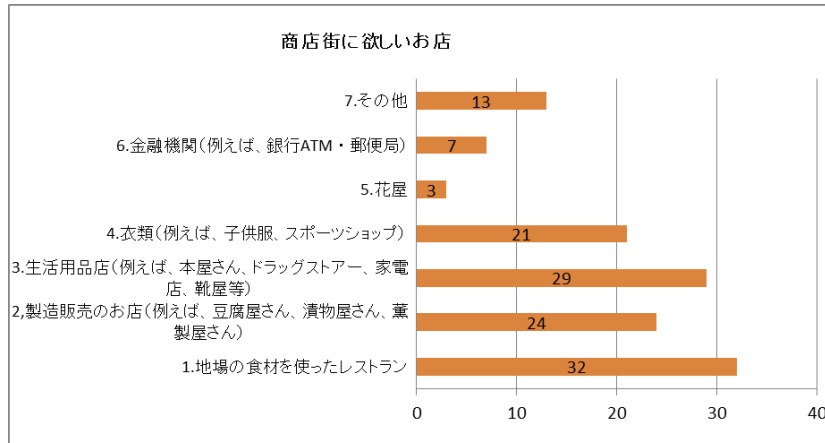
富良野市中心市街地活性化協議会運営委員会と富良野商工会議所との協働により、平成20年より、ソフト事業及び市内商店街経営者に対し多様なセミナーを開催し、経営者の意識変化と個店の魅力アップに向け推進を図り、市内ポイントカード事業の統一とＩＣ化による高度化を図った「新ふらのポイントカード」は、平成25年月末現在、約14,200枚の発行と順調に推移し、今後、市民カードへの展開に結びつけられるアイテムとなりつつある。さらには、今後の「まちゼミ」運動を主体に、個店の1店逸品活動が具体的に展開されることが大いに期待をされている。

中心市街地活性化ソフト事業取組状況		富良野商工会議所
年 度	名 称	詳 細
平成20年度	地域資源∞全国展開プロジェクト (小規模事業者新事業全国展開支援事業)	商品開発テーマ:スイーツ
平成21 年1 月	中心市街地商業活性化セミナー	セミナー「テーマ:地域活性化の成功事例・失敗事例から見た協議会の役割・地域活性化(まちなか元気)の理論」
平成21 年2 月	中心市街地商業活性化セミナー	セミナー「テーマ:事業の事業性、採算性の評価のポイントについて」 セミナー「テーマ:儲かる店づくりの理論とポイント・実践法」
平成21年度	戦略的中心市街地商業等活性化支援事業	・ギャラリーロード事業 ・まちの話題情報お届け事業
	富良野市商業振興実態調査事業 (緊急雇用創出事業)	・中心市街地商業環境調査(9月～10月) ・商店街通行量調査(10月) ・商品券発行事業調査(6月～7月) ・地域ブランド化調査(8月) ・ブランド化モニター調査(10月)
	域資源∞全国展開プロジェクト (小規模事業者新事業全国展開支援事業)	商品開発テーマ:総菜
平成22年2月	商店街区観光度検証	セミナー「テーマ:まちなか観光と都市デザイン」
平成22 年度	地域資源∞全国展開プロジェクト (小規模事業者新事業全国展開支援事業)	商品開発テーマ:特産品
	緊急雇用創出事業	1. 中心市街地商業動向調査事業 イ、中心市街地商店街通行量調査 (8月～2月) ロ、中心市街地来街者アンケート調査(8月～2月) 2. 市民消費動向調査事業 イ、市民消費動向調査 (1月～3月) ロ、市民消費動向調査 若年層 (1月～3月) ハ、経営環境等実態調査 (2月～3月)
平成22年6月	中心市街地商業活性化セミナー	セミナー「テーマ:まちづくりに躍動する商店街の若手達」
平成22年6月	中心市街地商業活性化セミナー	セミナー「テーマ:商店街一店逸品運動」
平成23 年度	地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト (小規模事業者地域力活用新事業全国展開支援事業)	一店逸品運動調査 消費者動向調査 平成23 年9 月 204 件 事業者ヒアリング調査 平成24 年1 月 21 事業者
	戦略的中心市街地商業等活性化支援事業 (商店街ポイント事業高度化)	・商店街ポイント事業高度化
平成24年10月	中心市街地商業活性化診断・サポート事業(セミナー型)	セミナー「テーマ:まちゼミによる誘客の仕掛けづくり」

「まちの縁側」に結びつく商店街の魅力づくり、商業機能の充実により、市民や観光客に支持される商店街形成が求められていることは明確で、平成22年11月～平成23年2月にかけて、「フラノマルシェ」施設内の来客者(市民・観光客)に対して実施したアンケート調査報告では、地場の食材を使ったレストランを始め、製造販売のお店(例えば、豆腐屋さん他)、生活用品店(例えば本屋さん他)、衣類(例えば子ども服他)の回答が多く見られている。

質問6 市内商店街に欲しい店・近くにあったら利用したい店 102

項 目	人数	割合(%)
1.地場の食材を使ったレストラン	32	31.4
2.製造販売のお店(例えば、豆腐屋さん、漬物屋さん、薫製屋さん)	24	23.5
3.生活用品店(例えば、本屋さん、ドラッグストア、家電店、靴屋等)	29	28.4
4.衣類(例えば、子供服、スポーツショップ)	21	20.6
5.花屋	3	2.9
6.金融機関(例えば、銀行ATM・郵便局)	7	6.9
7.その他	13	12.7
8.無回答	16	15.7



着手年度が大幅に遅延し、現在、工事進行中である富良野市東4条街区市街地再開発事業（ネーブルタウン）の完成（H27・3月予定）により、今後、新たな商業集積と、既存商店街の再配置による魅力向上を図り、各個店は、それぞれ店舗前に駐車場を配置し、消費者への利便性を創出する全

天候型多目的空間（アトリウム）は、冬期間に減少する消費者を特に意識し、商店街売り出しイベント、コンサート、展示会、パブリックビューイング、乗用車新車発表会等、多様なイベントを催すと同時に、市民ニーズである「ただ時間をつぶせる場所」「待ち合わせの場所」を提供し、通年を通して賑わいを創出することが期待できる。

介護付高齢者マンション（36戸）及び賃貸マンション（18戸）による居住人口の拡大と、目標とする歩行者通行量、居住人口、それぞれの達成に向け大いに期待されている。



(6). 本市におけるまちづくりの考え方

1) 第5次富良野市総合計画（基本構想 平成23年～平成32年）

＜前期基本計画（平成23年～平成27年）＞

平成22年度に制定された第5次富良野市総合計画では、将来像（めざす姿）を「安心と希望、協働と活力の大地『ふらの』」とし、テーマは「住み続けたいまち、そして、子どもたちに誇れるまちをめざして」と

基本理念

- ・基本理念1 市民の暮らしを地域と行政がともに支えるまちづくり
- ・基本理念2 富良野の魅力や強みを活かし創造するまちづくり

を示し、将来像「安心と希望、協働と活力の大地『ふらの』」を実現するために、施策を5つの領域に分けて

- ・基本目標1 時代を担う子どもたちをみんなで育むまちづくり
- ・基本目標2 やさしさと生きがいを実感できるまちづくり
- ・基本目標3 人と自然が共生する環境にやさしいまちづくり
- ・基本目標4 地域の魅力ある産業を活かしたまちづくり
- ・基本目標5 市民と地域、行政が協働して築くまちづくり

の基本目標を設定し、それぞれの基本目標に個別目標を掲げている。

第4章に、その「基本目標4 地域の魅力ある産業を活かしたまちづくり」の個別目標2「商工業の振興とまちなかに賑わいのあるまちづくり」の推進施策として、「中心市街地活性化の推進」が掲げられている。

個別目標2 商工業の振興とまちなかに賑わいのあるまちづくり

■基本構想に掲げた施策の方向

- ・富良野市中心市街地活性化基本計画に基づき、機能集約型の市民にとって暮らしやすい街をめざすとともに、まちなか居住の推進や観光客のまちなか誘導を進めます。
- ・中小企業などの経営基盤の強化や経営の安定化に向けた支援を充実し、地元企業の育成を図るとともに、消費者ニーズに即応した魅力ある商店街づくりをめざします。
- ・異業種間の連携や人材育成など企業活動の支援と地域資源やふらのブランドを生かした高付加価値化を図り、新分野進出や新産業の創出を図ります。
- ・定住人口の増加と地域経済発展のため、雇用の場の創出を図るとともに、社会の変化に対応した人材育成や雇用環境の整備を図ります。



■現況と課題

- ・本市には中心市街地の2商店街振興組合と5商店会があり、さらに山部商店街、東山商店会が形成され、地域の居住者の消費生活の場としての役割を担っています。しかし、市内の小売店は、大型店舗の郊外進出と居住地域の郊外化により、中心市街地の流入人口の減少が加速し、空き店舗の増加や後継者不足等中心市街地の商業店舗は厳しい経営を続けており、大きな課題となっています。
- ・市民の生活様式や価値観の多様化など消費者ニーズが変化する中、消費者の視点に立った創造的な事業展開や起業化などが必要です。
- ・また、新たな産業として観光関連産業の形成を進めるとともに、特産品としての農畜産物加工など地域資源の高付加価値化などにより競争力を高め、販路拡大による地域経済の振興と雇用の創出が必要です。

■推進施策

第3部 前期基本計画

1. 中心市街地活性化の推進

①施策の内容

- ・年間約200万人の観光客を中心市街地へと流入促進させ、市民や観光客がまちなかを歩き中心市街地を回遊する仕掛けや取り組みを総合的に行い、多様な人々が集うことによるにぎわい創出を図ります。
- ・総合的な生活環境が充実し、生活利便性の高さや人々のふれあい、生活文化にあふれた居住環境を備えたまちなか居住を推進することにより、中心市街地のにぎわいを創り出し、中心市街地の居住者数の増加をめざします。

②成果指標

（資料）中心街整備推進課

項 目	平成20年	平成27年	備 考
1日当たり歩行者通行量	3,632人	4,000人	

③実施計画事業

事業名及び事業内容		H23	H24	H25	H26	H27
1. 中心街活性化センター「ふらっと」管理運営事業	健康増進、商業支援施設の維持管理費用	継続	⇒	⇒	⇒	⇒
2. フラノ・マルシェ開発事業	市有地の有償貸付により、新たなまちなか回遊と賑わい創出による商業活性化の推進	継続	⇒	⇒	⇒	⇒
3. 東4条街区地区第1種市街地再開発事業（ネーブル・タウン）	ネーブルタウンとして、細分化された敷地を統廃合し、日常生活機能と居住空間を集積する	継続	⇒	⇒	⇒	
4. サンライズ・パーク(仮称)開発事業	くにい跡地西側にまちなか駐車場を整備することによる賑わい通り形成と市街地回遊性の向上	新規	⇒	⇒	⇒	

2) 富良野市都市計画マスタープラン（平成 23 年度～平成 42 年度）

富良野市都市計画マスタープランでは、本市のまちづくりのあるべき姿、及びキャッチフレーズとして
※以下富良野市都市計画マスタープランより抜粋

「まちごと公園に向けて」

まちごと公園とは

普段の市民生活における、ゆとり、やすらぎ、豊かさ等の快適な住環境の創出をめざしたもので、市街地全体を周辺の恵まれた自然環境と調和したひとつの公園としてイメージするものです。

「まちごと公園に向けて」を基に、まちづくりの理念を次のとおり設定し

まちづくりの理念

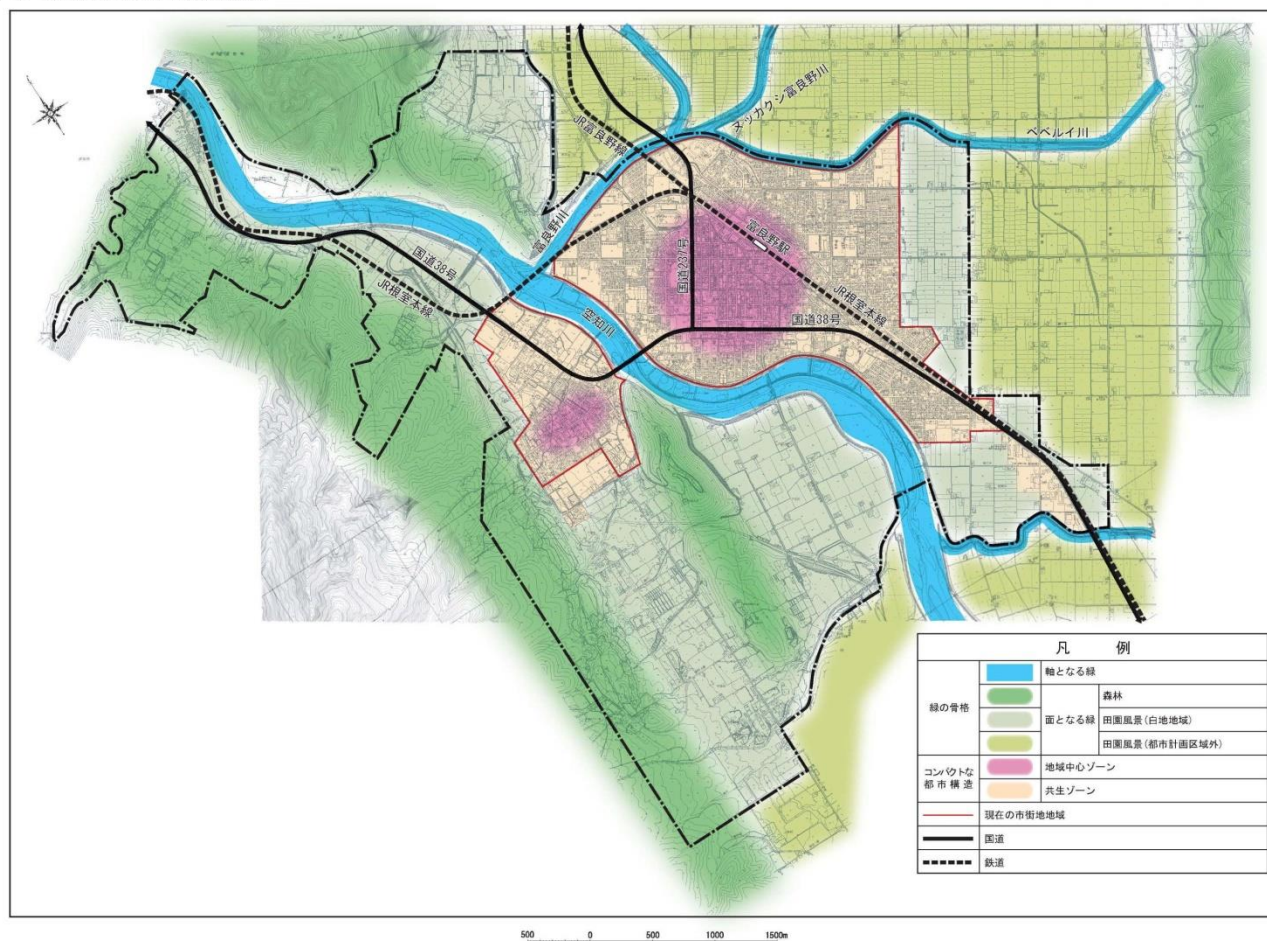
富良野市は豊かな大自然に囲まれた盆地にあり、恵まれた環境に育まれています。私達みんなで、この郷土を大切に、活気あふれ人にやさしく安心して住み続けられるまちづくりをめざし、これを子供達へ引き継いでいきます。

富良野市都市計画区域におけるめざすべき 5 つの将来像を

- (1) 自然と調和したまちづくり
- (2) 人と人の共生したまちづくり
- (3) 活気あるまちづくり
- (4) 文化的なまちづくり
- (5) みんなで力を合わせるまちづくり

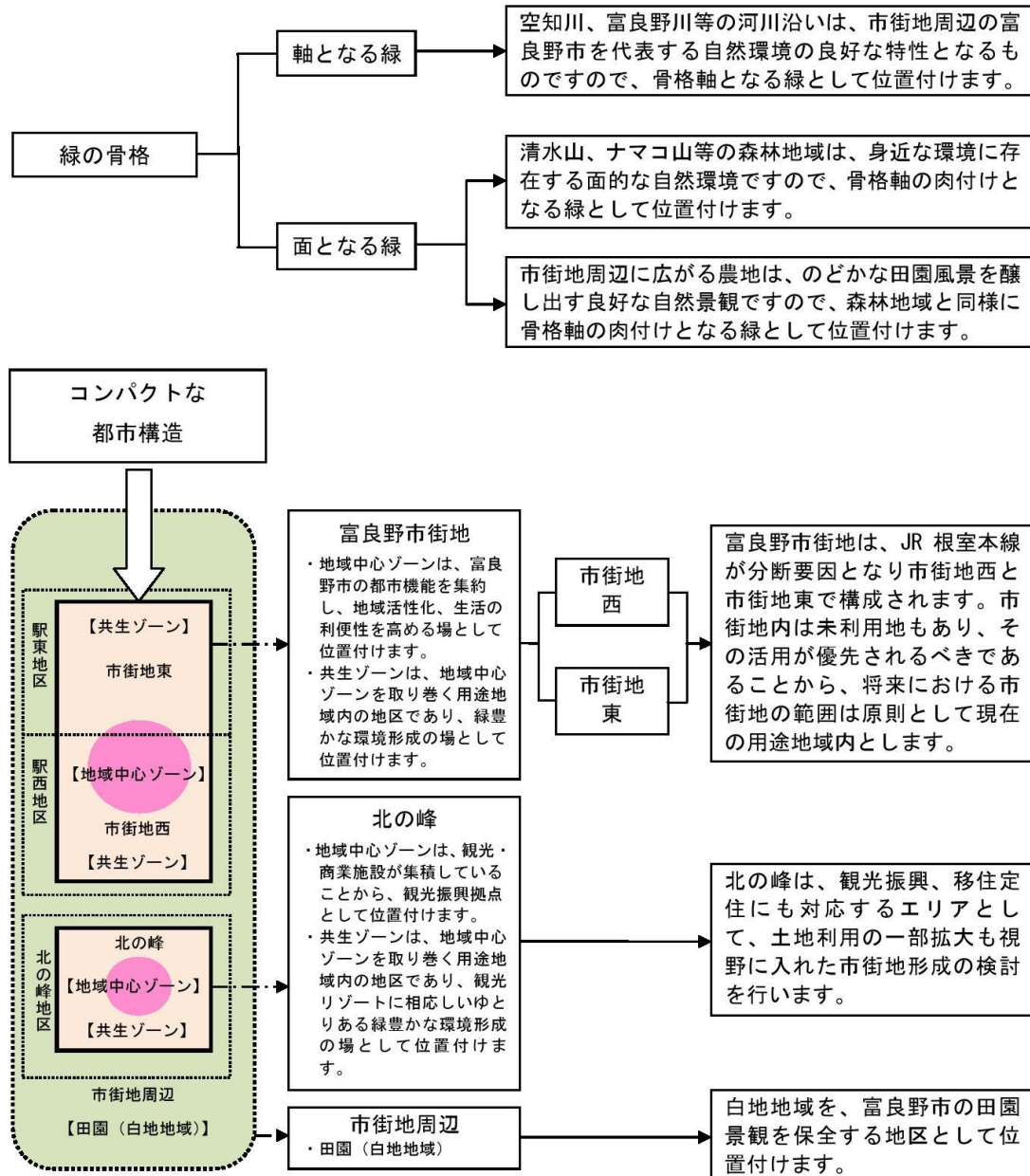
この、(3) 活気あるまちづくりの中で、合理的かつ利便性を考えたコンパクトにまとめた土地利用や交通体系を構成し、商工業や農業及び観光などの産業振興を図ることによって活気あるまちづくりをめざし、住んでいる地域や地区の活気あるコミュニティ活動ができるまちづくりをめざしている。

図-20 緑の骨格とコンパクトな都市構造図



4. 緑の骨格とコンパクトな都市構造の設定

キャッチフレーズの「まちごと公園にむけて」における都市の緑の骨格とコンパクトな都市構造を次のとおり設定し、恵まれた自然環境の中での快適な都市環境の創出と、持続可能な都市をめざす「基本方針」の基礎とします。



（７）中心市街地に関する基本的な方針

１）前計画総括を受けての新計画の必要性和その概要

前計画の目標１「歩行者通行量」、目標２「居住人口」とともに、前計画期間内では目標値を達成できない見通しとはなっているが、前計画で目標数値達成に向けて実施してきた各種活性化事業の効果で目標数値達成の兆しが見え始めて来ていることは確かで、平成２６年２月に実施した市民アンケートの結果においても、「賑わってきている」「少し賑わってきている」と回答した市民は約４３％であり、市民の約半数が効果を認め、活性化の取り組み（施策）について、「必要」「少しは必要」と８１％の市民が回答している。

また、「遅い」「もう少し早い進捗が必要」との回答が３２％ありながら「大きな取り組みなので時間がかかるのはやむをえない」との回答が３８％もあり、継続した新計画策定に対し「必要である」「少しは必要である」との回答が６４％となっている。

市民は前計画をベースに、引き続き立ち止まることのない事業の継続性を求めていると推測ができるアンケート結果となっている。

本市では、年々高齢化率が増加し、平成２１年の６５歳以上の人口割合は２６．４％、平成２４年には７．１％増加し２８．２％となっている。中心市街地では２２．０９％から２６．９４％と約２２％上昇し、６５歳以上の割合では、中心市街地での上昇率が高く、極端に表現すると、約３分の１世帯が高齢者世帯であるといえ、富良野商工会議所が実施した商業者の年齢調査（平成２１年）による年齢構成をみると、６０歳以上が約４６．８％、４０歳以下は２９％と、商業者の後継者育成もしくは新規商業者参入を図らなければ、自然淘汰による商業店舗の衰退が容易に推測される。こうした状況において、「フラノマルシェ」での新規出店テナント４店舗、東４条街区地区市街地再開発事業※（ネーブルタウン・マルシェ２）での新規出店テナント１３店舗（計画）の出店は、中心市街地商業地域の魅力を高め新規出店を誘発し、商業者の新陳代謝を図る取り組みとして大いに期待している。（※２期計画では地区名を東４条街区地区とする。）

また、富良野市は、平成２４年度より、中心市街地区域内の商工業振興を目的に、新規出店家賃補助事業・店舗等新築改修費補助事業・人材育成促進事業等をメニューに盛り込んだ「富良野市中小企業振興総合補助金」を制定し、平成２４年度空き店舗入居１０件、新築開業１件、平成２５年度６件と、新規商業者出店誘致の実績をあげていることから、今後はさらに広く補助金活用のＰＲに努め、空き店舗解消と新規出店店舗の拡大促進に向け取り組んでいく。

「フラノマルシェ」は市民の９０％が認知されているにもかかわらず、主要核拠点施設事業遅延の影響もあり、他の各種活性化事業については８％～１９％と、市民アンケート結果では、ほとんど認知されていない結果となっている。

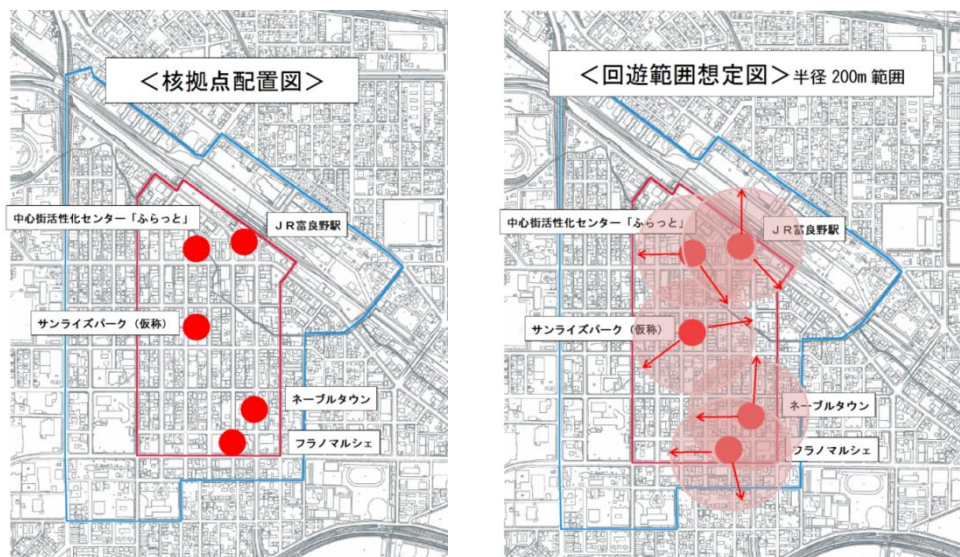
市民アンケートでは中心市街地への来訪目的を約４分の３が「買い物のため」と回答している一方で「魅力ある店や商店が少ない」「目的の商店がない」と３分の１の市民回答をしているところからも、市民が魅力を感じれば来街する頻度も増し、賑わいが創出され、魅力と賑わいが相乗的に増大していくスパイラルが発生することが期待でき、そうした賑わいの実感が共有出来るように前計画の方向性を踏まえつつ、空き店舗解消、建設未利用地活用、新規出店店舗等と商店街の新陳代謝による中心市街地の目に見えた変化を生み出せるように、活性化のアプローチを進めていく必要がある。

新計画策定では、「フラノマルシェ」の年間８０万人近く集客による滲み出し効果で周辺商店街の賑わいは創出しているが、残念ながら中心市街地全体までの波及までには至っていない。エ

リア全体の活性化のためには、「フラノマルシェ」からＪＲ富良野駅までの直線距離約５００ｍを、人が歩いて苦痛を感じない距離といわれる２００ｍ程度の中間的エリアに「溜まり」となる施設を配置することが必要で、その施設は市民、観光客共に利用できる「機能性と利便性に富む」施設でなければならず、中心市街地内に適度に配置された機能性と利便性に富む「溜まり」から全体への回遊へと結び付けることが必要と考えている。

前計画第２弾として工事中のネーブルタウンには、まちなかに市民が求める商業店舗の誘致と、新たな観光資源を活用した店舗誘致、そして、冬期間、自宅に引き隠れがちな市民に、通年を通し気軽に利用され、各種イベント開催により自由に溜まれる空間「全天候型多目的空間（アトリウム）」を配置し、周辺商店街のにぎわいを創出する。さらには、市民、観光客に対してまちなか駐車場「サンライズパーク（仮称）」整備事業により、日常、イベント開催時などにまちなかでの駐車場を提供し、周辺商店街へ歩いて回遊する歩行者の増加を図る。

■前計画及び新計画における核事業による回遊範囲想定図



２）区域（エリア）

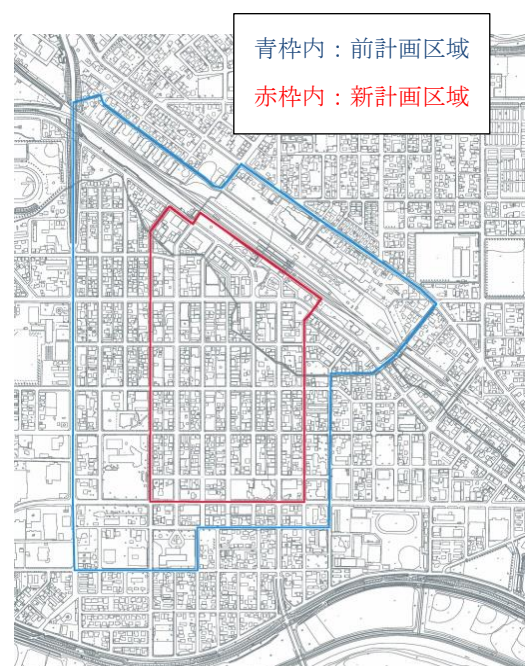
本市の中心市街地（Ａ＝７７ha 区域）内で、核拠点配置計画から回遊範囲想定される区域を、重点区域として

- ①早くから市街地が形成され、公共投資によるインフラの整備が進み、商店街により囲まれている地域を中心に
- ②広域からの来街時に、回遊の起終点となる鉄道駅を含み、北は鉄道軌道を境に
- ③東は市道東６条沿線、西は市道西２条沿線、南は一般国道３８号線沿線を境に

中心市街地の７７ha 内に囲まれる重点地域（右図赤枠内）を新計画区域（エリア）として設定する。

<新計画対象区域 Ａ＝３０ha>

右図 赤枠内



3) 基本的な方針、目標、目標指数、目標数値等

当市における新計画は、前計画の基本的な方針を発展させ、今後取り組む各種事業が中心市街地活性化への波及効果をもたらし、とどまることなく活性化が継続され、拡大されるよう、その仕組みや仕掛けを重視しつつ事業展開を行ってまいります。商業集積を高め、まちなかのにぎわい、回遊性の増大と、まちなか居住者の増加を図り、活力あるコミュニティの再生に向けて、以下に掲げるコンセプトをもって中心市街地の活性化を進める。

～快適生活空間「ルーバン・フラノ」を目指して～
「都会的な感性をもって、快適で心豊かな田園都市を自らの力で育む」

基本的な方針は

- 1 市民の中心市街地活性化への意識向上による協働のまちづくり
- 2 まちなか居住環境の充実
- 3 商業集積の向上による集客力の強化（にぎわいの創出）
- 4 滞留拠点施設整備とまちなか情報の発信による回遊促進

の4つを新たに掲げる。

市民が中心市街地の重要性を認識し、少子高齢化を迎えた地方都市、その「まち」の中心市街地においてコミュニティの再生化と、かつての賑わいを取り戻したことを実感できる協働によるまちづくりを目指し、中心市街地の居住環境の充実によるまちなか居住人口（消費者）の増加を図りながら、新規出店舗も含めた魅力ある商店街の形成により、集客力を高め、更に滞留拠点施設を整備することにより中心市街地の商店街を回遊する人々の増加を目指す。

目標、目標指数については以下のとおりとする。

目 標	目 標 指 数
市民の中心市街地活性化への意識向上による協働のまちづくり	賑わい感の向上
中心市街地に共同住宅建設の推進	居住人口
新規出店舗誘致により商業集積を高める	小売り店舗数
滞留拠点施設整備とまちなか情報発信により回遊する人々を増やす	歩行者通行量

目標数値等については以下表のとおりとする。

基本的な方針	中心市街地の 活性化の目標	目標指数	前 計 画 基 準 値 (H19)	前 計 画 目 標 (H25)	最 新 値 (H26. 3)	新 計 画 基 準 値 (H26. 3)	新 計 画 目 標 値 (H31)
【追加】 (新)市民の中心市街地活性化への意識向上による協働のまちづくり	目標① 【追加】 市民の中心市街地活性化への意識向上による協働のまちづくり	賑わい感の向上	新計画 新規目標	新計画 新規目標	8 %	8 %	3 8 %
【変更】 (旧) 利便性・機能性に富む集合住宅建設による「まちなか居住」の促進 (新) まちなか居住環境の充実	目標② 【変更】 (旧) 目標② まちなか居住の推進 (新) 中心市街地に、共同住宅建設等の推進	居住人口 (人)	2, 741	2, 900	1, 093 (H26. 3)	1, 093	1, 200
【追加】 (新) 商業集積の向上による集客力の強化(にぎわいの創出)	目標③ 【追加】 新規出店舗誘致により商業集積を高める	小売り 店舗数 (戸)	119 新計画 新規目標	新計画 新規目標	149	149	162
【変更】 (旧) 滞留拠点整備による地域経済のパイの拡大と商店街の賑わいの創出 (新) 滞留拠点施設整備とまちなか情報発信による回遊促進	【変更】 (旧) 目標① にぎわいと商業の活性化 (新) 目標④ 滞留拠点施設整備とまちなか情報発信により回遊する人々を増やす	歩行者 通行量 (人/日)	3, 094	3, 700	2, 690	2, 690	3, 700

※居住人口については、前計画区域から、重点地域区域と面積を変更している関係で、目標指標数値が大きく変更になっている。

2. 中心市街地の位置及び区域

(1) 位置

位置設定の考え方

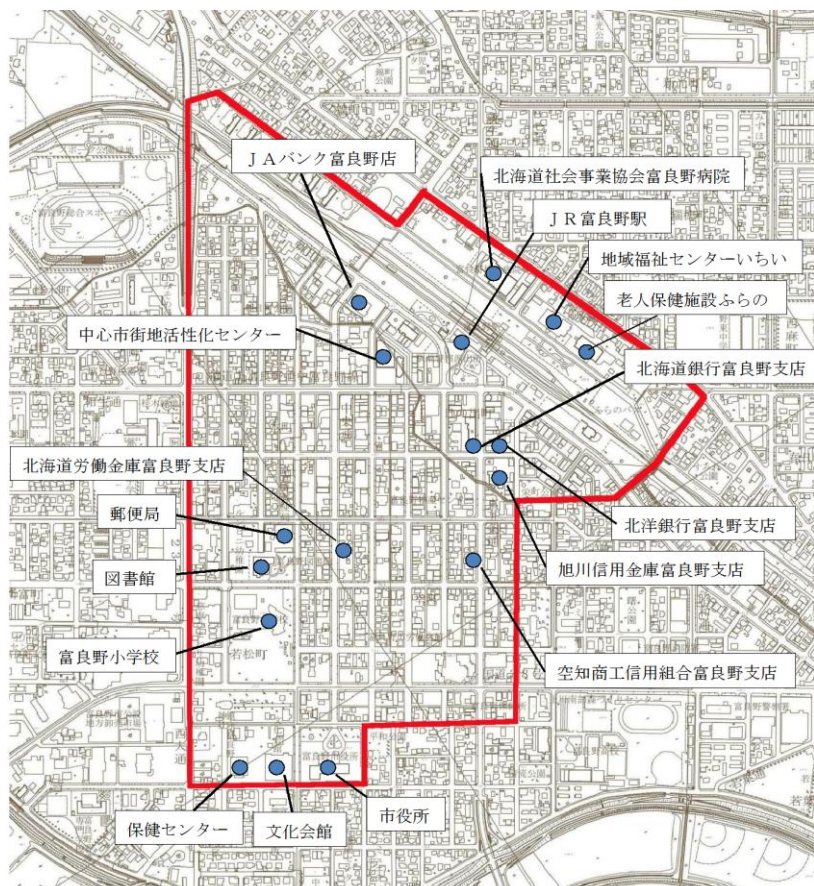
明治33年(1900)8月旭川・富良野間の鉄道開通に伴い、当初は現駅舎の2km程東側(東6線附近)の平坦地に開駅を予定していたが、鉄道側は北海道大学と交渉し学田地(※)であった現在地(東3線、4線)の50町歩の無償寄附を受けて開駅決定となった。

決定した位置は旧市街地から離れていたことから役場は直ちに市街地に区画割をなし旧市街地で商業を営む者に区画割地の払い下げ優先権を与えたことと、その頃の経済情勢は無限の森林資材に恵まれていることを背景に三井、王子製紙を主力とする造材事業が活発で木材景気に湧き立っていたことから、これを当て込んで旅館業、料飲店などが直ちに移転開業して現在の市街地の原型が形成された。

富良野市の中心市街地は、JR富良野駅を中心として形成された商店街の周辺に住宅地が広がり、各種公共施設が集積している地域で、本地域では、市民生活に係わる様々な居住・商業・行政・文化活動が展開されるのみならず、周辺都市も含めた広域的なエリアを対象とする交流・商業・行政・文化の中心でもある「まちの顔」であった。

位置設定にあたっては、こうして富良野の街の形成に当初より中央通(本通)を中心に西側に発展してきた既成市街地と在宅介護支援センター、老人保健福祉施設ふらの、道営住宅さらには平成19年5月に移転開院した富良野協会病院等がある東側区域を含めた地域、A=77haを中心市街地として位置づける。(※学田地：北海道大学農学部附属第八農場)

(位置図)



(2) 区域 (エリア)

区域設定の考え方

当市における新計画は、前計画の基本的な方針を発展させ、今後取り組む各種事業が中心市街地活性化への波及効果をもたらし、とどまることなく活性化が継続され、拡大されるよう、その仕組みや仕掛けを重視しつつ事業展開を行ってまいります。商業集積を高め、まちなかのにぎわい、回遊性の増大と、まちなか居住者の増加を図り、活力あるコミュニティの再生に向けて中心市街地の活性化を進めます。

したがって新計画あたっては、本市の中心市街地 (A=77ha 区域) 内で、

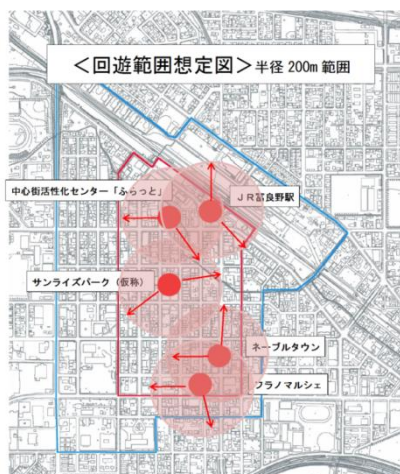
①早くから市街地が形成され、公共投資によるインフラの整備が進み、商店街により囲まれている地域を中心に据え

②広域からの来街時に、回遊の起終点となる鉄道駅を含み、北は鉄道軌道を境に

③東は市道東6条沿線、西は市道西2条沿線、南は一般国道38号線沿線を境に

これらで囲まれる中心市街地内に重点地域を配置、新計画対象区域 A=30ha として設定します。

前計画及び新計画における 核事業による回遊範囲想定図



(新計画区域)

