

## 1. 事業者

### ① TMOまちづくり会社等による中心市街地活性化の取組【ふらのまちづくり株式会社】

#### ふらのまちづくり株式会社

「ふらのまちづくり株式会社」は、平成15年10月、富良野市の中心市街地活性化を総合的に推進するため設立。同年11月、富良野市よりTMO構想の認定を受け、TMOまちづくり会社として活動を開始。  
平成20年11月、内閣府の認定を受けた「富良野市中心市街地活性化基本計画＝ルーバン・フラノ構想」の事業推進役となるべく組織の強化を図り、同年9月に資本金を1,035万円から8,350万円へと増資。  
ルーバン・フラノ構想に掲げた2大テーマ、「中心市街地の賑わいの復活と経済の活性化」「超高齢化社会に対応するコンパクトなまちづくり」を実現すべく、行政と協働の形でまちづくりを推進している。

○ 所在地：富良野市幸町13-1

○ TEL：0167-23-5177

○ URL：<http://www.furano.ne.jp/marche/>

#### 中心市街地活性化の取組のポイント

地域が求める商業施設への期待の一つには、賑わいづくりとしての集客機能の強化があげられますが、TMOまちづくり会社「ふらのまちづくり(株)」は、まず「フラノマルシェ」で観光客の集客力を高め、「フラノマルシェ2」と「タマリーバ」で住民の集客力を高め、その結果、中心市街地周辺の路線価の上昇という効果を生み出しました。

また、富良野市は建設業関係や農業をはじめとした飲食店などの「食」に関する事業が地域経済を支えている産業構造を持っていたので、ハード整備を伴う「食」に関する集客力を高める事業が、大きな経済波及効果を創り出したと考えられます。

「ふらのまちづくり(株)」は、地域の産業構造に合った集客力を高める事業が地域経済に貢献する、中心市街地活性化の代表的な事例です。

#### 病院移転により広大な空き地が出現

富良野市は、テレビドラマ「北の国から」の放映後、知名度は全国区となりましたが、地域経済は低迷が続いており、「富良野五条商店街」に立地していた「富良野協会病院」が平成19年に移転となった結果、商店街には約6,600㎡の広大な空き地と、多くの空き店舗が残りました。

#### 中心市街地活性化基本計画を作成し

##### 「ふらのまちづくり(株)」を増資・組織強化

行政も広大な空き地の利用法に苦慮する中、最も深刻な影響を受けた「富良野五条商店街」は、富良野商工会議所や「ふらのまちづくり(株)」などとともに、平成19年に「中心市街地活性化協議会」を設立し、民間主導による中心市街地活性化基本計画の作成に乗り出しました。

そこで、既存の「ふらのまちづくり(株)」を増資し組織強化を図り、これまででは出来なかったハ

ード整備事業を中心とした「富良野市中心市街地活性化基本計画」を策定しました。

#### 富良野市中心市街地活性化基本計画の主な事業

##### 「フラノマルシェ」整備

富良野駅北に移転した富良野協会病院跡地を活用し、ブランドイメージの高い富良野の食材(野菜等)や加工食品(乳製品)の販売、飲食等の店舗やフリーマーケット等イベント実施のための多目的広場を整備。国道沿いの玄関口、拠点として機能。

##### 「ネーブルタウン」整備

富良野五条商店街とその周辺の未利用地等を市街地再開発事業により一体的に開発し、認可保育所、高齢者住宅、クリニック、店舗、事務所、住宅等を整備することにより、商店街の再生を推進。

##### 「サンライズ・パーク」整備

百貨店「くにい」跡地を開発し、大型バスも駐車可能な「まちなか駐車場」やポケットパークを整備、ここを起点としてレンタサイクルを活用した「まちなかパーク&ライド」を推進。

#### 「フラノマルシェ」の「おいしい」お店たちが「農と食」のエンターテインメント空間を創出

喫緊の課題は病院の跡地利用であったので、まず、跡地に地元の食が楽しめる、豊富な土産物なども扱う複合商業施設「フラノマルシェ」を整備しました。

観光客の誘引を目的としたこの施設は、オープン初年度から、目標入込数30万人を大きく上回る55万人超を記録しました。

「フラノマルシェ」は、「食」をテーマにした店舗が軒を連ね、大きく4つのブース(空間)に分かれており、地元の食材を使った、ここでしか味わうことのできないものを数多く提供しています。

まちなかを復活させる「ネーブルタウン事業」に着手  
「ふらのまちづくり(株)」の柱となる事業は、「ネーブルタウン」と名付けられた再開発事業でした。「ルーバン・フラノ」の中心事業であり、超高齢化社会に対応するコンパクトシティ、いわゆる歩いて暮らせるコミュニティの再構築です。

この計画はまちづくりの中心に位置づけられるもので、「フラノマルシェ」に隣接するエリア約1万6千㎡の再開発により、「ネーブルタウン」を整備するものでした。

再開発の用地確保は、「富良野五条商店街振興組合」と「ふらのまちづくり(株)」が交渉を行い、完了したところで「フラノマルシェ2」を含む「ネーブルタウン」整備をスタートさせました。

#### 住民のための「フラノマルシェ2」づくり

「フラノマルシェ2」は、あくまでも住民が集まる拠点とし、地元の方々にも足しげく通ってもらえるような生活提案型の店舗、まちなか居住を推進する賃貸マンション、サービス付き高齢者向け住宅、認可保育所やクリニックの整備です。

老若男女・三世代が集うコミュニティの復活を目指しました。

#### 「フラノマルシェ2」と「タマリーバ」を管理・運営する新会社として「コミュニティマネジメント(株)」を設立

今回、「ネーブルタウン」という大規模施設の管理も行うことから、テナントリーシングを行う、新たなまちづくり会社を立ち上げることにし、「富良野五条商店街振興組合」も出資した新会社「コミュニティマネジメント(株)」が「フラノマルシェ2」の管理運営を担っています。

「コミュニティマネジメント(株)」は、商店街の活性化、富良野市のまちづくりにおける企画調整、施設運営のトータルコーディネーター、コンサルタント業務を主体として、将来的にはまちづくりの専門コンサルティング機能を目指しています。

「フラノマルシェ2」への入居テナントの選定は、住民ニーズを把握し、出店希望者の事業計画を検討し、これまで富良野市内には無かったタイプのフラワーショップや、周辺都市まで行かなければ入手できなかった雑貨を扱う店など、特徴ある店舗を選びました。

もう一つは、アトリウム「タマリーバ」の管理・運営です。買い物などで訪れる来街者が“たたず

める場所”“たまり場”となるよう、みんなが集まれて、ゆっくりできる場所づくりを目指し、名前も「タマリーバ」としました。

積雪が多い真冬でも、お年寄りから、小さな子どもまで、リラックスして過ごせる交流の場として、高い天井と一面ガラス張りの開放感が心地良い空間を造りました。商店街が主催するビールパーティーをはじめ、音楽会、ハロウィン仮装コンテストが開かれるなど、活用が広がっています。

#### 計画事業の実施効果で、路線価が上がり商店街の個店は、売上が軒並み向上！

平成27年度に「フラノマルシェ」「フラノマルシェ2」の入込数が118万人となり、平成28年6月には来場者数累計500万を突破しました。

平成28年の路線価では、「フラノマルシェ」「ネーブルタウン」周辺が対前年比6.25%上昇し、中心市街地活性化基本計画に基づく各種事業効果により、3年連続の上昇となっています。

週末の人出はこれまで以上に増加し、各テナントの売上も好調です。また、新規創業のテナントが6軒出店できたのも、大きな成果です。

#### 富良野市中心市街地活性化事業による経済波及効果

「ふらのまちづくり(株)」では、流通科学大学の石原武政特別教授や大阪商業大学の加藤司教授らをメンバーに「フラノマルシェ事業評価研究会」を設置して、経済波及効果を分析し、平成28年10月には、同研究会からフラノマルシェの開業以来の道内への経済波及効果が113億4400万円に上ることが報告されました。

まちなかのコミュニティの再生と商店街再生は一体の存在。まだまだ続く富良野のまちづくり

これまで、「ふらのまちづくり(株)」、「コミュニティマネジメント(株)」、「(株)富良野物産公社」等で構成する「ふらのまちづくりグループ」は、それぞれの役割を担いながら「フラノマルシェ」「フラノマルシェ2」「タマリーバ」を形成してきました。

今後も、同グループでは、まち歩きガイドマップの作成や、商店主向けのセミナーの実施、「タマリーバ」を活用した取組を拡大するなど、商店街を楽しむための仕掛けを充実させていくこととしています。