

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

とびあ・まちなか再生プロジェクト

2 地域再生計画の作成主体の名称

岩手県遠野市

3 地域再生計画の区域

岩手県遠野市の全域

4 地域再生計画の目標

4-1 地方創生の実現における構造的な課題

東日本大震災以降、観光客入込数の減少が続き、平成26年の184万人から平成30年には171万人まで減少した。また、平成30年の東北横断自動車道釜石・秋田線の全線開通に伴い、市内を走る自動車の交通量が4割減少した。

遠野市中心市街地活性化センター（とびあ）平成15年に遠野市が施設を所有。店舗の管理・運営は、入居店舗を中心に中小企業団体を立上げ、今では指定管理者制度により継続しているものの、平成19年には年間130万人の入込数と20億円の販売額に対し、令和2年には、年間80万人の入込数と10億円の販売額となるまで減少しており、とびあを含め遠野市のまちなかで事業を営む100を超える市内の商工業者の経営にも影響が及び、地域経済の振興にとって大きな課題となっている。

1. まちなか核店舗（とびあ）の活用分析の課題

遠野のまちなかの魅力を取り戻すためには、まずは核店舗となるとびあを運営する遠野商業開発自らの経営や活用課題について分析する必要がある。これまで遠野商業開発では、まちなか活性化の取組を行ってきたが、成果が上がらず、売上は減少する一方である。また、成果が上がらない要因を分析することができておらず、恒常的な事業が続いている状態である。さらに、そもそもとびあの魅力が何なのかという点も分析できておらず、遠野商業開発スタッフにアンケートを取った結果、とびあの魅力は「不明」と答えた人が全体の8割にもなった。スタッフも魅力がわかっていない状態のため、魅力発信もできていない状況である。また、創業から30年以上経過し、とびあ従事スタッフも高齢化が進行。市内の若年人口も減少しているため集客力向上を図る上で必要な考えや発想力を得ることが困難になっている。したがって、まずはとびあの魅力や活用方法をDXの視点も含めながら分析していくことが、まちなか再生の第一歩であると言える。

2. まちなか核店舗（とびあ）の集客力向上の課題

①これまで、遠野市民を主な集客ターゲットに設定し事業を行ってきたが、平成19年に約3万人に対し、令和2年には約2万5千人まで人口が減少したことに伴い、とびあの売上は減少する一方である。とびあの経営力向上を図るためには、とびあで販売される農産物や特産品のブラッシュアップを促すことができる遠野商業開発スタッフの育成が必要であり、経営分析したことで見つかった魅力やとびあの新たな活用方法をきちんと取り入れアウトプットしていくための人材育成が課題である。

②さらに、集客力向上を図るためには、これまでのターゲットとすべき対象範囲を、遠野市内から遠野市周辺市町村を含む遠野広域商圏として再設定し、利用者呼び込みしくみづくりを再構築する必要がある。とびあに市外から来場したお客様に対しアンケートを取った結果、市外から送迎してくれるサービスがあれば是非使いたいという声が非常に多かった。よって、市外に住む人もターゲットにできるよう、広域的な取組を実施していく必要がある。

③ビジネス関係者を新規ターゲットにするにあたり、現在まちなかにはビジネスマンが滞在するスペースが整備されておらず、公衆WiFiが活用できるようなサテライトオフィスがないことが課題である。これまで何度もビジネス関係者からサテライトオフィスについて問い合わせがあったものの、要望に応えることはできなかった。しかし今後さらに企業の集積によりサテライトオフィス活用のニーズが高まると予想されることから、とびあ利活用の分析と併せて施設整備を行う必要がある。

3. 担い手不足に対処するための省人化・省力化への対応の課題

人口減少による担い手不足により、中心市街地活性化事業への参加者の確保が今後の課題に挙げられる。そのため、デジタル技術を活用した事業実施の省人化、実績把握のための省力化が必要である。

4. 中心市街地で開催されるイベントの開催方法の課題

とびあの集客力向上とともに、まちなか回遊に結び付けるための手立ての構築が課題である。よって、日常の購買活動から、まちなか回遊に結び付けるための方策を検討する必要がある。

①まちなか回遊の取組みとして、まちなかの個店の魅力向上が課題である。市内商工業者や農業者など他の産業分野の多様な連携により、新たな商品開発とPRの手法の確立、店舗装飾などのスキル向上に資する研修プログラムが必要である。

②日常の回遊のみならず、まちをまるごとイベント会場に位置付けるなど、まち全体を上げた取組が必要である。

5. 閑散期となる冬期間の集客の課題

厳しい寒さと積雪のある遠野の冬期間における中心市街地への集客方策が課題である。そのため、冬ならではの市街地の装飾、消費喚起を図る手立てを講じる必要がある。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

遠野市は、岩手県を縦断する北上高地のほぼ中央に位置し、市域のほぼ中央に市街地が形成され、周りには田園風景が、さらにその周囲は標高1,000m~2,000mの山々に取り囲まれている。

市街地は、寛永4年(1627年)に南部直栄が八戸から移封後、遠野南部家の城下町として形成。碁盤目状に街並みが整備され、江戸時代以降、沿岸と内陸を結ぶ要衝の地として「馬千匹・人千人」と称され、毎月1と6の付く日には市がたつほどの賑わいを見せていた。明治に入ると、柳田國男が『遠野物語』を著すなど、小京都とも呼ばれる現在の観光地として知られる遠野市の要素がかたちづくられてきた。

平成10年11月には「中心市街地活性化基本計画」の認定を受け、民話の里をイメージした人に優しい遠野コリドール(回廊)を計画の方向性に位置付け、全国でも先駆けて中心市街地の活性化に取り組んできた。

平成18年のまちづくり三法見直しを受けて、平成21年3月に新たに「中心市街地活性化基本計画」の認定を受け、更に平成28年3月に「第二期中心市街地活性化基本計画」の認定を受け、観光の拠点施設を整備してきた。

しかし、中心市街地の核施設とも言える中心市街地活性化センター(とびあ)は、平成元年に民間資本により整備されたものの、その後大手流通事業者の経営破綻により、施設の維持継続が困難となり、平成15年に遠野市が施設を所有。店舗の管理・運営は、入居店舗を中心に中小企業団体を立上げ、今では指定管理者制度により継続しているものの、平成19年には年間130万人の入込数と20億円の販売額に対し、令和2年には、年間80万人の入込数と10億円の販売額となるなど、入込数と販売額は減衰が続いている。

遠野市は1955年の47,110人をピークに恒常的な人口減少が続いており、直近の国政調査(2015年実施)では28,062人となっている。(令和3年10月1日現在は25,648人)国立社会保障・人口問題研究所「地域将来推計人口」(平成25年)をもとに本市の総人口・年齢区分別人口の推移を推計すると、2040年には17,786人と、2015年比で総人口が約4割減となる見込みであり、今後中心市街地の衰退が進行すれば、人口減少も相対的に加速していくことが懸念される。

一方で、遠野市の手企業においては、取引先企業を遠野市に集積させ、サプライヤー集積・高効率化による事業基盤の強化と拡大を計画している。このプロジェクトでは、サプライヤー約20社が新たに遠野市に集積し、400人規模の雇用が見込まれている。この動きは、雇用のみならずビジネス関係人口の増加に繋がるため、本プロジェクトを中心市街地活性化の好機と捉えており、ひいては地域経済の活性化に繋がるものとして、産学官民一体となって地域を盛り上げる取組を実施していくこととしている。

以上の経過を踏まえ、今後の新しい人の流れや物流環境の変化に即し、岩手県の内陸部と沿岸部を結ぶ結節点として再生するため、協同組合遠野商業開発が、市内の商工業者など他事業者との協働により、地域経済を牽引する役割を果たすため、自らの経営力向上に取り組むとともに、まちなかの個々の店舗の魅力を高めながら、“まちなか”に“ひと”と“しごと”を呼び込む好循環な地域づくりを目指す。

【数値目標】

K P I ①	中心市街地活性化センター（とびあ）の販売額 12.5億円		(R2 11.9億円 → R6		単位	千円	
K P I ②	中心市街地活性化センター（とびあ）の入込客数 72.0万人		(R2 67.8万人 → R6		単位	千人	
K P I ③	中心市街地（まちなか）商店街販売額 625.0億円		(R2 22.8億円 → R		単位	千円	
K P I ④	中心市街地（まちなか）商店街入込客数 90.0万人		(R2 84.0万人 → R6		単位	千人	
	事業開始前 （現時点）	2022年度 増加分 （1年目）	2023年度 増加分 （2年目）	2024年度 増加分 （3年目）	2025年度 増加分 （4年目）	2026年度 増加分 （5年目）	K P I 増加分 の累計
K P I ①	1,194,940.00	15,000.00	20,000.00	20,000.00	-	-	55,000.00
K P I ②	678.00	14.00	14.00	14.00	-	-	42.00
K P I ③	2,284,305.14	50,000.00	74,000.00	92,000.00	-	-	216,000.00
K P I ④	839.75	20.00	20.00	20.00	-	-	60.00

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

5-2の③及び5-3のとおり。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

○ 地方創生推進タイプ（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

とびあ・まちなか再生プロジェクト

③ 事業の内容

遠野のまちなかが、新しい人の流れや物流環境の変化に即し、岩手県の内陸部と沿岸部を結ぶ結節点として再生するため、中心市街地の核店舗となる遠野ショッピングセンター（とぴあ）を運営する遠野商業開発が、市外の大学の学生の発想力と発信力を借りて、新たなターゲット集客ターゲットを自ら開拓し、地域経済を牽引する事業の実施と自らの経営力向上と集客力向上に取り組んでいく。

プロジェクトの展開にあたっては、これまで遠野市民をターゲットにしてきた事業展開を改め、新たなターゲットとして、遠野市外の住民や観光・ビジネス、ワーケーションで遠野を訪れる観光客に設定し直し、集客力向上に取り組む。

また、市内の商工業者や農業者など他の産業分野の事業者との協働により、まち・まるごと産業まつりの開催や冬期間集客モデル実証事業の実施により、秋冬の閑散期の集客力向上を図る。

1. とぴあ・まちなか再生産学金官研究モデル事業

遠野市と岩手大学は、平成18年3月に相互友好協力協定を締結しているほか、遠野市と岩手県立大学は、平成19年3月に包括的連携協定を締結しており、これら協定項目にある産業振興に関する協力の一環として、岩手大学の学生など、若者からDX推進の視点を含めたアイデアを活かした、とぴあ・まちなか再生プログラムモデル事業を産学官金連携で行う。

2. とぴあ・まちなか再生経営力向上推進事業

①遠野商業開発の役員及び商店街役員を対象に、事業経営に関する研修プログラムの実施と、とぴあ従業員を対象とした販売力向上のための研修プログラムの作成し、実施する。とぴあを運営する遠野商業開発の経営力向上と、市内商店街の集客力向上を図るため、支援機関による経営状況診断を行う。また、専門家を招致しての指導のもと改善ビジョンを策定する。

②新たなターゲットとなる市外からの集客に向けて、送迎バス（お買物バス）の運行コースの検討、実証運行に取り組む。

③コワーキングスペースを整備しビジネス客など新たなターゲットの集客を図る。また、遠野商業開発の人材育成の場や商談スペースとして活用し、DX事業との相乗効果を図る。

本事業は、1年目のとぴあ・まちなか再生活用研究実証事業による研究結果をもとに、2年目から実施する。

3. とぴあ・まちなか再生産学金官連携DX事業

岩手県立大学と連携し、中心市街地の施設管理や事業実施、事業評価のための情報収集の省力化、省人化を図るためのシステム開発に取り組み、コワーキングスペースの利用活用の省力化・省人化を図る。

また、市外からの集客のための送迎バス（お買物バス）の運行に併せて、購買状況に応じた事業アプリの開発を行い、とぴあ買い物客のリピーター確保につなげるとともに、お買物アンケートなど情報収集の省力化・省人化を図る。

4. まち・まるごと産業フェスタ企画・運営事業

中心市街地活性化に関わる商工団体等で構成する実行委員会を設置し、中心市街地全域を会場に開催する、まち・まるごと産業フェスタの企画・運営を行う。

①まちなかの個店の魅力向上のため、市内商工業者や農業者など他の産業分野の多様な連携により、新たな商品開発とPRの手法の確立、店舗装飾などのスキル向上に資する研修プログラムを行う。

②まち・まるごと産業フェスタを各年ごとにテーマを設定しながらまち全体で取り組んでいく。

1年目は、「地域資源」をテーマとし、地元高校で開発した新商品の紹介、JAとの連携による農産物、森林組合との連携による木工品を、市街地の各会場で紹介するしくみとする。

2年目は、「健康」をテーマとし、ウォーキング協会と連携して、まちなか回遊を促すため、万歩計の歩数に応じたサービス検討を行う。また、JAと連携しての健康野菜販売や、参加店舗における健康関連の商品紹介などを促す。

3年目のテーマは「環境」とし、CO2削減に応じたサービス検討を行う。また、JAと連携しての健康野菜販売や、森林組合との連携による木材利用、参加店舗における環境関連の商品紹介などを促す。

5. 冬期間集客モデル実証事業

冬期間の閑散期における中心市街地への集客を図る事業を実施する。なお、各年度のテーマに応じた趣向とする。

12月～駅前イルミネーション クリスマスシーズンから年末年始にかけて、遠野駅前を電飾する。

2月～城下町ひなまつり 市街地の商店に残る古雛などを活かし、まちなかを巡る集客

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

本プロジェクトの実施により、遠野市中心市街地活性化センター（遠野ショッピングセンター とぴあ）をはじめ中心市街地の各店舗の販売額が増加するとともに、関連する市内商工業者等の売上額増加が図られ、事業として自走していくことが可能となる。

【官民協働】

本プロジェクトは、遠野市が遠野商業開発との協働事業の推進体制の整備を支援するほか、岩手県立大学との連携など、遠野市中心市街地活性化推進協議会の参加企業・団体と関係機関の協働により実施する。

【地域間連携】

遠野市周辺の関係市町と連携しながら、買い物弱者対策として、本プロジェクトを推進する。
特に、まち・まるごと産業フェスタの開催においては、会場で販売される地域特産品の連携など、遠野広域商圏での取り組みとなっている。

【政策・施策間連携】

本プロジェクトは、中心市街地活性化センター（遠野ショッピングセンター とぴあ）を運営する遠野商業開発及び各商店街や個別店舗等の連携体制を再整備し、特産品開発等の物産振興及び中心市街地活性化のみならず、若年者の創業支援、人口確保ための移住・定住施策との連携の上で事業展開を図る。

【デジタル社会の形成への寄与】

取組①

岩手県立大学と連携し、中心市街地の施設利用や事業実施、事業評価のための情報収集に活用可能なアプリ開発に取り組み、コワーキングスペースの利用管理の省力化・省人化を図る。

理由①

新たなターゲット（ビジネス関係者）を集客するにあたり、省人化システムを実装することで、効果的な集客につなげていくことができる。

取組②

該当なし。

理由②

該当なし。

取組③
該当なし。

理由③
該当なし。

⑤ **事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））**

4-2の【数値目標】に同じ。

⑥ **評価の方法、時期及び体制**

【検証時期】

毎年度 6 月

【検証方法】

遠野市中心市街地活性化推進協議会に検証組織を設置し、検証を行う。
交付対象事業の実施年度のKPIの達成状況を、事業実施年度の翌年6月までにとりまとめた上で、外部組織として検証を行う。
遠野市中心市街地活性化推進協議会が交付対象事業の効果検証を行う際には、商工団体、金融機関など関係機関・団体で構成する有識者の関与を得ながら、その検証結果を報告する。

【外部組織の参画者】

商工団体 市内の商工業関係者
金融機関 市内金融機関の代表者
その他 各支援機関や大学、行政機関など必要に応じ参画を求める。

【検証結果の公表の方法】

検証結果は、遠野テレビを通じて市民周知を図るほか、遠野市及び遠野商工会の公式ホームページで公表する。

⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】
総事業費 68,000 千円

⑧ 事業実施期間

地域再生計画の認定の日 から 2025 年 3 月 31 日 まで

⑨ その他必要な事項

特になし。

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置
該当なし。

5-3-2 支援措置によらない独自の取組
(1) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日まで
(2) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日まで
(3) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日まで

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から 2025 年 3 月 31 日 まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

5-2の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4-2に掲げる目標について、5-2の⑥の【検証時期】に
7-1に掲げる評価の手法により行う。

7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5-2の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。