

全体総括

○計画期間：平成21年6月～平成27年3月（5年10月）

1. 計画期間終了後の市街地の状況（概況）

基本計画に基づき、「住んでよし、訪ねてよし、和で織りなす味わいのある美しい城下町」を目指して事業を実施したところ、中心市街地活性化計画区域内が全体的に和の雰囲気のあるまちとなり、まちなかを歩く市民の姿が多く見られるようになった。

特に工事が完了した小城駅前広場や小城公園は、以前と比べてゆっくと時間を過ごす人が増え、利用者の満足度が高くなっていることを伺わせる。

また、「まちあかりイベント」として清水竹灯りに合わせて実施した事業が、事業実施団体のみならず、まちの駅加盟店や近隣の個店にも波及しつつあり、今後も広がりを見せそうな感じである。

日常の商店街の歩行者数は目標値の1,880人を超え1,882人と増え、空き店舗率も21.4%から15.7%と減少した。しかし、年間小売販売額は2,177百万円と目標達成には至っておらず、基準値の2,469百万円よりも下がっており、中心市街地内は計画実施前とあまり雰囲気が変わらず、住民や観光客が賑わいを感じられるまでには至っていない。

2. 計画した事業は予定どおり進捗・完了したか。また、中心市街地の活性化は図られたか（個別指標毎ではなく中心市街地の状況を総合的に判断）

【進捗・完了状況】

- ①概ね順調に進捗・完了した ②順調に進捗したとはいえない

【活性化状況】

- ①かなり活性化が図られた
②若干の活性化が図られた
③活性化に至らなかった（計画策定時と変化なし）
④活性化に至らなかった（計画策定時より悪化）

3. 進捗状況及び活性化状況の詳細とその理由（2.における選択肢の理由）

58事業中43事業（74%）が完了、15事業（26%）が着手できておらず、順調に進捗・完了したとは言えない。

さらに、計画実施中（H25）に、中心市街地の範囲から1Km未満の場所にある大型スーパーマーケットが一度閉店したことにより、大型商業施設拡充整備事業にて整備した大型商業施設の売り上げは伸びたが、その後、県内大手資本により新装開店したため、大型商業施設の売り上げが減少してきている。

また長引く不況の影響からか、観光バスが立ち寄るような、お土産物などを販売する比較的大きな店舗の小売販売額が減少している。

また、当初小売販売額の増の要員として期待されていたまちづくり会社による事業が、戦略補助金（経済産業省）の廃止により実施できなかったことが大きく影響し、小売販売額の目標が達成できなかった。

しかし、基幹事業として実施した小城駅周辺環境整備（駅前広場整備、駐輪場・駐車場の整備）等と小城公園高質化（エントランスの整備等）が平成27年3月に完成し、これにより小城駅を利用してまちを回遊する来街者が増えることが予想されるため、今後も小さな店舗の売り上げ増は期待できるのではないかと考える。

また平成28年1月にまちなか市民交流プラザがオープンすることで、そこに集まる市民や来街者による歩行者の増や、周辺飲食店などの小売販売額の増も期待できる。

4. 中心市街地活性化基本計画の取組に対する中心市街地活性化協議会の意見

【活性化状況】

- ①かなり活性化が図られた
- ②若干の活性化が図られた
- ③活性化に至らなかった（計画策定時と変化なし）
- ④活性化に至らなかった（計画策定時より悪化）

【詳細を記載】

小城市中心市街地活性化協議会としては、行政、関係各団体等と協議・調整しながら中心市街地の活性化を推進した結果、計画に位置付けた事業は民間主体の計画事業で課題は残るものの、概ね順調に実施されたと考える。中心市街地においては、現在都市計画の街路整備事業が進行中という状況の中、商店街元気づくり事業・まちの駅ネットワーク構築事業などのソフト事業を実施した結果、歩行者通行量は目標数値を達成することができたが、中心市街地における活性化の効果については街路事業完了後に再度評価を求めていきたいと考える。

一方、厳しい経済環境のなか民間開発型の事業取り組みについては、中小企業基盤整備機構の支援などを受け、調査及び事業化プランの造成などを実施してきたが、実際事業化するまでに至らず、今後とも取組を継続して推進して行くことが望まれる。

また、基本計画に記載のある事業で行政主体の事業は完成及び施工中を含め順調に実施されていると考える。

今後の課題は、中心市街地活性化基本計画策定主体が市であることから、行政主導のまちづくりであると勘違いされている面が否めず、民間主導型の開発案件が希薄となっている。まちづくりの主役である市民を中心にした地域住民や地権者、商業関係者、まちづくり会社、デベロッパー、NPO法人、行政などの多様な主体が相互に連携し、濃密な議論を交わす中で積極的にまちづくりに参加・取り組む意欲を共有することが肝心であり中活協議会のマネジメント機能の重要性があらためて痛感させられた。

これからは、中心市街地活性化基本計画で培った事業効果を活かしながら、市民等各層からの十分な理解や参加の下、今後さらに官民一体となって中心市街地の活性化に取り組む所存です。

5. 市民意識の変化

【活性化状況】

- ①かなり活性化が図られた
- ②若干の活性化が図られた
- ③活性化に至らなかった（計画策定時と変化なし）
- ④活性化に至らなかった（計画策定時より悪化）

【詳細を記載】

小城市総合計画後期基本計画進行管理に係る市民アンケート

【調査日】 平成 26 年 4 月

【調査対象】 小城市に居住する 19 歳以上の男女

【対象者抽出方法】 住民基本台帳による無作為抽出

【調査方法】 郵送配布、郵送回収

【回収結果】 配布数：2,000 件

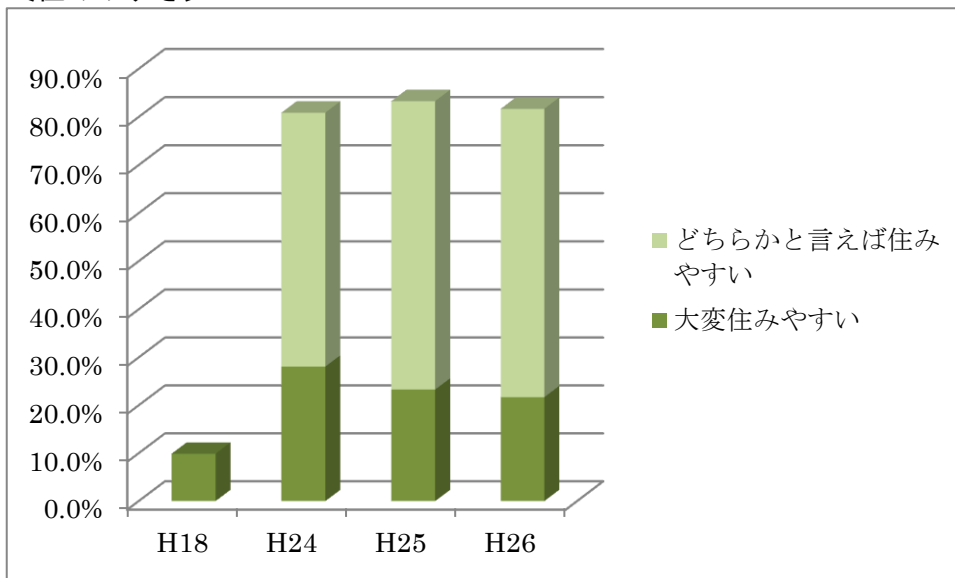
有効回収数：782 件（うち小城地区住民 295 件）

「住みやすさ」について「大変住みやすい」と回答した割合は、平成 18 年度の 9.9%から平成 26 年度は 21.7%と伸び、また「住みやすい」と回答した割合を足すと 81.7%と非常に高い結果となった。

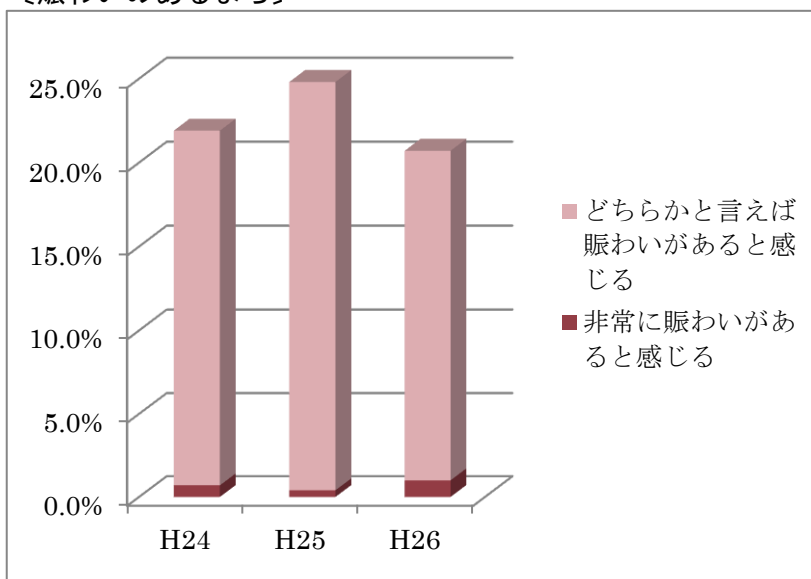
しかし、別の設問で「非常ににぎわいがある」と感じる人の割合は 1%（回答者数 295 名中 3 名）と非常に低く、「どちらかというのにぎわいがある」と感じる人の割合 19.7%（回答者 295 名中 58 名）と合わせても 20.7%という結果となっている。平成 24 年度に「非常ににぎわいがある」と感じる人と「どちらかというのにぎわいがある」と感じる人の計が 21.9%であった結果と比較すると、1.2%と微減ではあるが、に

ぎわいを感じる人が減っており、活性化できたとは言えない。

〔住みやすさ〕



〔賑わいのあるまち〕



6. 今後の取組

市民アンケートでは、住みやすさの満足度は向上しているが、賑わいを感じるかどうかの問いではここ数年 20%～25%という数値に大きく変動がない。

平成 27 年度中には市が計画している基幹事業(ハード整備)が終わるため、今後これらを利用し、回遊性の高い、市民発起のまちづくり活動、まちづくりイベント等を行うよう推進していく。また、引き続き商店街の活性化を推進し、にぎわいのあるまちづくりを目指す。

具体的には、平成 29 年予定の小城スマートインターチェンジ開通による観光客の増や、大学誘致による来街者の増などが見込めるため、まちなか市民交流プラザを集客拠点とし、回遊性を高めるようなソフト事業を推進していく。

(参考)

各目標の達成状況

目標	目標指標	基準値	目標値	最新値		達成状況
				(数値)	(年月)	
城下町や羊羹など地域の特徴を活かした交流人口の拡大	中心市街地の歩行者・自転車通行量(人/日)	1,818 (H20)	1,880 (H26)	1,882 (H26)	H26.10	<u>a</u>
魅力的な都市・商業空間の充実による暮らしやすい環境づくり	中心市街地商店街の年間小売販売額(百万円)	2,469 (H16)	2,470 (H26)	2,177 (H26)	H27.4	<u>c</u>

注) 達成状況欄 (注: 小文字の a、b、c は下線を引いて下さい)

A (計画した事業は概ね予定どおり進捗・完了。さらに、最新の実績でも目標値を超えることができた。)

a (計画した事業は予定どおり進捗・完了しなかった。一方、最新の実績では目標値を超えることができた。)

B (計画した事業は概ね予定どおり進捗・完了。一方、最新の実績では基準値を超えることができたが、目標値には及ばず。)

b (計画した事業は予定どおり進捗・完了しなかった。また、最新の実績では基準値を超えることができたが、目標値には及ばず。)

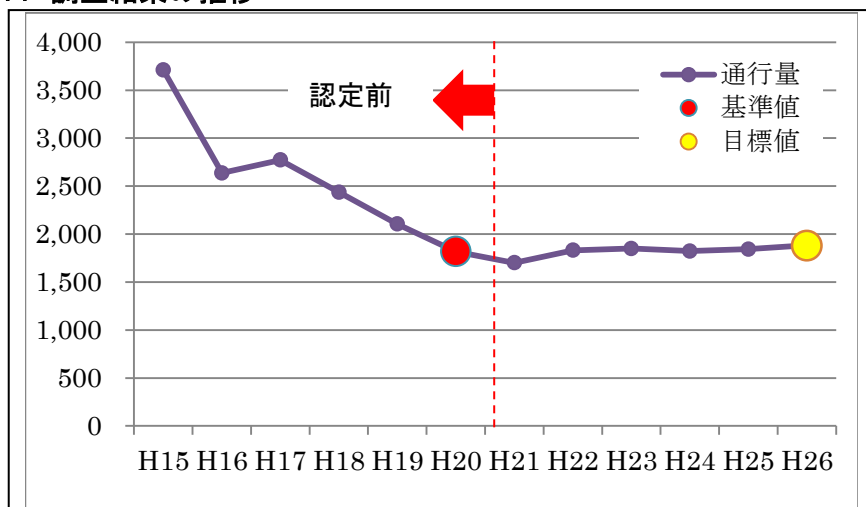
C (計画した事業は概ね予定どおり進捗・完了。一方、最新の実績では目標値および基準値にも及ばなかった。)

c (計画した事業は予定どおり進捗・完了しなかった。また、最新の実績では目標値および基準値にも及ばなかった。)

個別目標

「中心市街地の歩行者・自転車通行量」※目標設定の考え方基本計画 P57～P65 参照

1. 調査結果の推移



年	(人/日)
H20	1,818 (基準年値)
H21	1,700
H22	1,831
H23	1,849
H24	1,823
H25	1,843
H26	1,882
H26	1,880 (目標)

※調査方法：毎年10月の水曜日、日曜日の9時から19時までの通行量を計測し、加重平均により1日当たりの平均値を求め、その値を評価値とする。

※調査月：10月

※調査主体：小城市

※調査対象：中心市街地の3地点（小城庁舎前、本町通り（NTT前）、JR小城駅前）における歩行者及び自転車の通行量

2. 目標達成に寄与する主要事業の計画終了後の状況（事業効果）

①. まちなか市民交流プラザ整備事業（小城市）

支援措置名及び支援期間	社会資本整備総合交付金（都市再生整備計画事業（小城中心市街地地区））平成23年度～平成26年度
事業開始・完了時期	平成23年度～平成26年度【実施中】
事業概要	旧小城庁舎跡に、行政サービス機能と市民活動支援機能（NPO支援オフィス等）、産業支援機能、情報発信機能等を持った「まちなか市民交流プラザ」の整備を行う。
目標値・最新値	（見込まない）
達成状況	—
達成した（出来なかった）理由	—
計画終了後の状況（事業効果）	（現在建築中）
まちなか市民交流プラザ整備事業の今後について	平成27年9月30日竣工（終了）予定 平成28年1月上旬オープン予定

②. 観光物産館整備（（株）まちづくり小城）

支援措置名及び支援期間	
事業開始・完了時期	【未】
事業概要	物産販売施設等の建築
目標値・最新値	目標値：656人 最新値：0人

達成状況	達成できなかった
達成した（出来なかった）理由	戦略的中心市街地商業等活性化支援事業費補助金廃止により、資金調達の見込みがなくなったため、未実施
計画終了後の状況（事業効果）	なし
観光物産館建築の今後について	実施しない

③. 大型商業施設拡充整備事業（民間事業者）

支援措置名及び支援期間	
事業開始・完了時期	平成 21 年度【完】
事業概要	大型商業施設の移転新築による店舗面積と駐車場の拡充及び地産地消コーナーの設置
目標値・最新値	目標値:26 人 最新値:39 人
達成状況	達成
達成した（出来なかった）理由	店舗面積・駐車场面積の増
計画終了後の状況（事業効果）	移転による店舗面積・駐車场面積の拡充で移転前より集客数が増えたが、平成 25 年度に近隣に大型スーパーマーケットが開店したため、移転当初と比較すると若干減少傾向にある。
大型商業施設拡充整備事業の今後について	実施済み

④. 町屋「深川家住宅」活用による集客交流施設整備事業（(株)まちづくり小城）

支援措置名及び支援期間	中小小売商業高度化事業に係る特定民間中心市街地活性化事業計画の主務大臣認定(戦略的中心市街地商業等活性化支援事業費補助金)平成 21 年度～
事業開始・完了時期	【未】
事業概要	飲食店、物販施設、交流広場、ギャラリー等の改修整備及びまちなかナビゲーター(案内人)の設置
目標値・最新値	目標値:87 人 最新値:0 人
達成状況	達成できなかった
達成した（出来なかった）理由	実施に向けて協議を重ねて行く中で、地権者との賃貸契約が不調に終わったことから、事業申請を取り下げたため達成できなかった。
計画終了後の状況（事業効果）	なし
深川家住宅活用の今後について	実施しない

⑤. 大型商業施設空店舗スペースを活用したテナントミックス施設整備事業（(株)まちづくり小城）

支援措置名及び支援期間	中小小売商業高度化事業に係る特定民間中心市街地活性化事業計画の主務大臣認定(戦略的中心市街地商業等活性化支援事業費補助金)平成 22 年度～
事業開始・完了時期	【未】

事業概要	中心市街地の大型商業施設空き店舗を改築・改装した集合型飲食店街(屋台村)の整備及び中心市街地と連携した集客イベントの実施
目標値・最新値	目標値:99人 最新値:0人
達成状況	達成できなかった
達成した(出来なかった)理由	中心市街地活性化診断・サポート事業(経済産業省)を活用した事業内容等の検討を行い、平成22年度には大型商業施設空き店舗の施設診断を行ったが、構造上改修・活用するのは困難となったため、事業を断念した。
計画終了後の状況(事業効果)	なし
テナントミックス施設整備の今後について	実施しない

3. 今後について

目標達成に向けてまちづくり会社が計画していた事業が、国の支援措置の廃止(戦略的中心市街地商業等活性化支援事業費補助金)や厳しい経済情勢、また地権者との不調や大型商業施設空き店舗の構造上の問題のため実施できなかった。

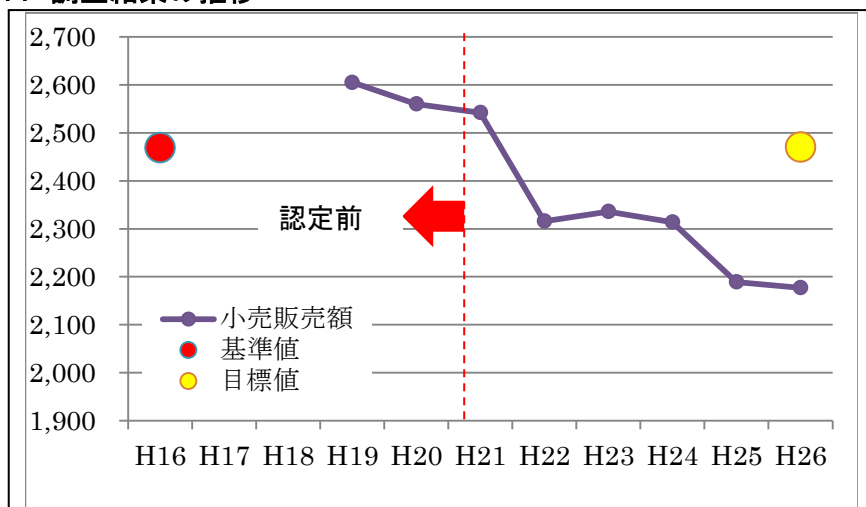
しかし、「その他」として見込んでいた JR 小城駅周辺環境整備、小城公園高質化事業、まちの駅ネットワーク事業などが、歩行者・自転車通行量の増加に効果があったものと思われ、計画策定以降の通行量が増加し、目標を達成できた。

整備中のまちなか市民交流プラザは平成28年1月オープン予定であり、また平成29年にはスマートインターチェンジが開通を予定していることから観光客の増が見込まれるため、今後は各施設や商店街を回遊するための仕掛け作りを中心にソフト事業を実施していく。

個別目標

「中心市街地商店街の年間小売販売額」※目標設定の考え方基本計画 P66～P68 参照

1. 調査結果の推移



年	(百万円)
H16	2,469 (基準年値)
H21	2,542
H22	2,316
H23	2,336
H24	2,314
H25	2,189
H26	2,177
H26	2,470 (目標)

※調査方法：毎年 4 月に、業種別に中心市街地における定点観測地点となるサンプル商店の小売販売額を調査し、H20 年度以降の毎年の「業種別伸び率」を中心市街地における商店の業種別に加重平均し、中心市街地の「年間小売販売額の伸び率」を算出。
「年間小売販売額の伸び率」を基礎値に乘じ、毎年の中心市街地の年間小売販売額を推計する。

※調査月：4 月

※調査主体：小城市

※調査対象：中心市街地の小売販売店

2. 目標達成に寄与する主要事業の計画終了後の状況（事業効果）

①. 観光物産館整備（(株) まちづくり小城市）

支援措置名及び支援期間	
事業開始・完了時期	【未】
事業概要	物産販売施設等の建築
目標値・最新値	目標値:409 百万円 最新値:0
達成状況	達成できなかった
達成した（出来なかった）理由	戦略的中心市街地商業等活性化支援事業費補助金廃止により、資金調達の見込みがなくなったため未実施。
計画終了後の状況（事業効果）	なし
観光物産館建築の今後について	実施しない

②. 大型商業施設拡充整備事業（民間事業者）

支援措置名及び支援期間	
事業開始・完了時期	平成 21 年度【完】
事業概要	大型商業施設の移転新築による店舗面積と駐車場の拡充及び地産地消コーナーの設置
目標値・最新値	目標値:100 百万円 最新値:245 百万円
達成状況	達成

達成した（出来なかった）理由	移転により、駐車場面積及び売り場面積を拡大したため、小売販売額が増えた。
計画終了後の状況（事業効果）	平成 21 年に店舗を拡大移転したに加え、平成 24 年に近隣の大型スーパーが閉店し、小売販売額を大幅に伸ばしたものの、翌年には閉店した同店舗が改装開店したことにより客数・小売販売額ともに減少し、さらに平成 27 年にも近隣の大型スーパーが改装開店したため、その影響が懸念される。
大型商業施設拡充整備事業の今後について	実施済み

③. 空き店舗等対策支援事業（小城市）

支援措置名及び支援期間	社会資本整備総合交付金(都市再生整備計画(小城中心市街地地区)) 平成 22 年度～平成 26 年度
事業開始・完了時期	平成 22 年度～平成 26 年度【完】
事業概要	空き店舗・空き家を活用する際の助成
目標値・最新値	目標値:0 最新値:0
達成状況	達成
達成した（出来なかった）理由	予定していた件数(年 2 件)を達成した
計画終了後の状況（事業効果）	小売販売額の減少を少なくすることができた。
空き店舗対策事業の今後について	中心市街地活性化対策での空き店舗対策事業は終了する。 今後は商工会議所や商工会を対象とした補助に切り替え、市内全域を対象として実施する。

④. 町屋「深川家住宅」活用による集客交流施設整備事業（(株)まちづくり小城）

支援措置名及び支援期間	中小小売商業高度化事業に係る特定民間中心市街地活性化事業計画の主務大臣認定(戦略的中心市街地商業等活性化支援事業費補助金) 平成 21 年度～
事業開始・完了時期	【未】
事業概要	飲食店、物販施設、交流広場、ギャラリー等の改修整備及びまちなかナビゲーター(案内人)の設置
目標値・最新値	目標値:43 百万円 最新値:0
達成状況	達成できなかった
達成した（出来なかった）理由	実施に向けて協議を重ねて行く中で、地権者との賃貸契約が不調に終わったことから、事業申請を取り下げたため達成できなかった。
計画終了後の状況（事業効果）	なし
深川家住宅活用の今後について	実施しない

3. 今後について

大型商業施設や、規模の大きな羊羹販売店の売上が減少し、中心市街地の商店街全体の小売販売額は減少しているが、比較的小さい店舗の売上は伸びており、また空き店舗を利用した出店希望者からの相談件数も年々増えている。

また小城駅周辺の環境整備や小城公園高質化など、小京都小城ならではの風情のある環境は大変好

評で、さらに市では中心市街地区域内への大学誘致を積極的に進めており、落ち着いた環境の文教地区で、若い人が増えてくることが予想されることから、小規模店舗の出店が見込まれる。

今後は、平成 27 年 1 月オープン予定の「まちなか市民交流プラザ」を中心に、商工会議所や商店街振興会、市民活動団体、学生など、団体同士の連携を支援し、市民協働のソフト事業を展開していく。同時に、小城駅から須賀神社までの回遊性を向上させ、歴史あるまちを散策しながら飲食や買い物ができるような事業を実施することで観光客を増やし、活気あるまちづくりを目指す。