

## フラノマルシェとまち育て

**観光客が素通りする市街地だった**

テレビドラマ「北の国から」のロケ地として全国的に知られる富良野市は、年間200万人近い人々が訪れる道内有数の観光地です。しかしそのにぎわいは郊外の観光施設に限られ、中心部に来る観光客はそのわずか5%にも満たない状況で、中心市街地は他の地方都市同様年々衰退の一途をたどっていました。「まちの顔」であるべき中心市街地の衰退は、まちそのものの衰退を意味します。このまま何も手を打たなければ、まちもコミュニティも崩壊を余儀なくされてしまう。そんな危機感から私たちの挑戦は始まったのでした。

**あらたな法定協議会の立ち上げ**

きっかけは地域センター病院の移転問題でした。商店街にとって大事な“集客拠点”となっていた中核病院の移転は、ただでさえ顧客の減少に悩む商店街にとって深刻なダメージとなりつつあったのです。そんな折、日頃からまちづくりに高い意識をもって取り組んできたY氏から「まちなかの一等地をいつまでも野ざらしにしておくわけにはいかない」と、この跡地利用についての発案があり、それに共感した数名の有志が行政と交渉、あらたな「中心市街地活性化基本計画」を作成すべく法定協議会を立ち上げました。議論の結果、中心市街地の活性化は今後計画立案そのものを民間が中心となってい、協議会で決議されたものを行政が基本計画の中に落とし込むという流れに変わることになったのです。

**まちづくり会社を公的ディベロッパーに**

テーマは二つに絞られました。ひとつは「まちなかのにぎわい復活」、いまひとつは「歩いて暮らせる利便性と機能性に富んだまちづくり」です。計画の推進母体として浮上してきたのが「旧まちづくり会社」でした。自治体の財政が逼迫している現状を考えると、今後は民間が主体となって行政とタッグを組み、まちづくりを進めて行くしかありません。旧まちづくり会社の増資と組織陣営の強化で公的ディベロッパー化をはかり、行政と協働しながら具体的なまちづくりの事業を進めていこうというわけです。商工会議所の荒木会頭が先頭に立ち7310万円の増資を実現しました。街を愛する市民の熱い思いと、まちの将来に対する強い危機意識の共有が生んだ歴史的快挙でした。

**「フラノマルシェ」の誕生**

急ぐべきは病院跡地の有効活用による経済活性化でした。毎年郊外に訪れる200万人近い観光客を、まちなかに誘導することによって経済のパイの拡大を図る。そのためには観光客にとって魅力的な商業空間の存在が不可欠でした。我々は富良野の最大の資源である「農と食」に注目し、食文化をテーマとするにぎわい滞留空間を創出することにしました。「フラノマルシェ」の誕生です。

豊かな農畜産資源、全国的に高い評価を得ているスイーツ、2000アイテムに及ぶ地域ブランド商品。本事業は我々が予想した以上の反響を呼び、2010年のオープン以来、毎年右肩上がりの成長を遂げ、2014年7月8日に入場者数は累計300万人を突破しました。その盛況ぶりはたびたびマスメディアによって紹介され、中心市街地活性化事業の全国でも数少ない成功事例として高く評価されることとなりました。初年度の売り上げは約5億円。商品のほとんどが地元調達品であるため、まち全体への波及効果はきわめて大きく、専門家の調べではおよそ10億円と試算されています。

**「まちづくり」から「まち育て」へ**

今、富良野では「フラノマルシェ」事業に続き、もう一つのテーマである「歩いて暮らせるコンパクトなまちづくり＝ネーブルタウン構想」を同時並行的に進めています。「フラノマルシェ」は新会社の単独事業でしたが、本事業は国・自治体・まちづくり会社が三位一体となって取り組む再開発事業です。再開発事業を継続的に進めて行くためには、その推進母体となるまちづくり会社の経営の安定が不可欠です。まちづくり会社は今後も収益性を担保しながらサステイナブルなまちづくりを進めて行かなければならないと考えています。構想の実現にはまだまだ時間がかかりますが、手塩にかけて我が子を育てるように、「まち育て」も長期戦を覚悟で取り組まなければなりません。官民一体となり、オール市民で「まち育て」に取り組めたところが生き残って行くことにならないでしょうか。

(ふらのまちづくり株式会社代表取締役社長 西本伸顕)