

浜町エリア及びその周辺エリアの活性化に向けて



宮津まちづくり会議

平成27年11月

目次

はじめに	3
（１）浜町エリア及びその周辺エリアの位置づけ	4
（２）これまでの検討プロセス	5
（３）宮津中心部における解決すべき課題	6
（４）課題解決に向けた方向性	7
（５）宮津中心部における理想像	8
i）浜町エリアの理想像	
ii）既存商業地エリア（本町・中町・新浜など）の理想像	
iii）宮津駅前エリアの理想像	
iv）大手川エリアの理想像	
（６）賑わいづくりに向けた具体の取組事業（案）の検討	10
i）浜町エリアの理想像の実現に向けた具体の取組み	
ii）浜町周辺エリア（既存商業地エリア、大手川エリア、宮津駅前エリア）の理想像の実現に向けた具体の取組み	
iii）これらの取組みを進めるために	
おわりに	27

はじめに

宮津市では「みやづビジョン2011」において、目指す地域の姿を「住んでよし訪れてよしの宮津」と掲げ、その柱の一つとして「経済が発展する活力のあるまち」を目指しています。

一方、急速な少子高齢化の進展、高度成長から低成長へと経済社会の変化も相俟って、当市においても、中心市街地における活力の低下が課題となっているところです。

人口減少が本格的に到来する中、さらなる困難な状況が予測されるところであり、今後は、従来まちづくりの中心であった行政だけでなく、地域の様々な主体がまちづくりを考え、行動していくことが求められています。

このため、平成26年3月、民間視点でまちづくりに向けた企画・立案を行うとともに、まちづくり事業の担い手の育成、組織化を行うことを目的に、民間事業者、地域関係者、行政が協働し、「宮津まちづくり会議（以下「まちづくり会議」という）」を設立しました。

まちづくり会議では、中心市街地活性の要衝として位置づけられる浜町エリアのあり方を中心に検討を重ね、これまで10回のまちづくり会議をはじめ、地域振興拠点のあり方を検討する「事業化ワーキング」を8回、浜町エリア周辺の活性化を検討する「浜町周辺ワーキング」を11回開催するなど、精力的に検討を行ってきました。

このたび、浜町エリア及びその周辺エリアの活性化に向けたあり方に一応の結論を見たため、ここに、その概要を報告します。

今後は、宮津市をはじめ関係者に対して、その実現に向けた取組を働きかけるとともに、本会議においても、引き続き、宮津市の活性化に向け、必要な取組を行っていきたいと考えています。

平成27年11月

宮津まちづくり会議

会長 武田 恭和

（１）浜町エリア及びその周辺エリアの位置づけ

人口減少社会が本格的に到来する中、本市のまちづくりを考える上で、天橋立をはじめ、豊かな海産物などの観光資源を有する本市においては、交流人口の一層の増大が欠かせません。

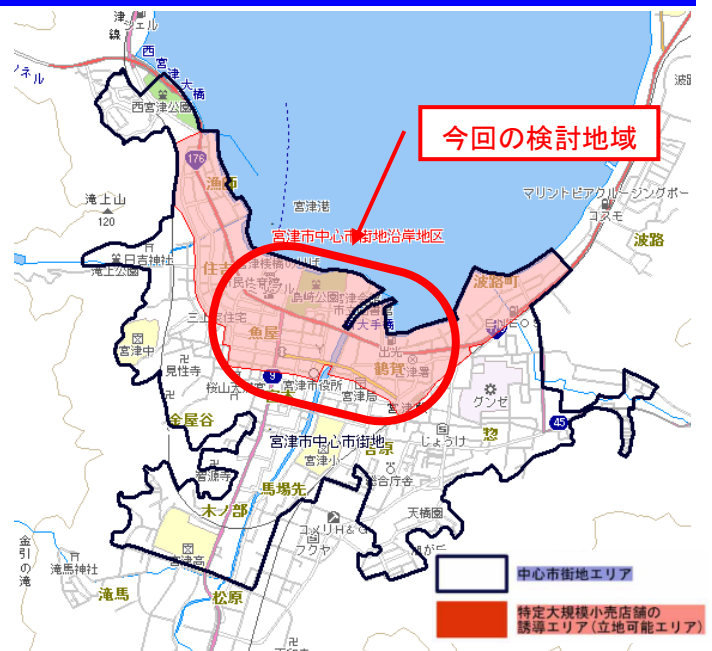
特に、現在、北部7市町が連携して取り組む「海の京都」や、平成27年7月に全線開通した京都縦貫自動車道をはじめとした交通基盤の整備、京都舞鶴港への国際クルーズ客船の寄港などは、本市において大きなチャンスであると同時に、他地域への流出を招く懸念も有しています。

このため、本市への来訪者に宮津の多様な魅力を伝えるための拠点が必要と考え、中心市街地の中心部に位置し、交通の要衝であり、大型商業施設や公共施設が集中している「浜町エリア」を戦略的に活用することが求められます。また、近年の観光は、まちの魅力そのものを楽しむ傾向にあるため、浜町エリアだけでなく、「浜町周辺エリア」との連携も考慮する必要があります。

なお、浜町エリアは、交流人口の増大という点で戦略的な位置にあると同時に、みやづ歴史の館や図書館、都市公園や体育館なども集積しており、市民にとっても学びや憩いの場所でもあります。

このため、みやづ歴史の館や図書館、都市公園や体育館なども集積しており、市民にとっても学びや憩いの場所でもあります。

このため、まちづくり会議においては、今回の検討地域を「浜町及びその周辺エリア」（以下「宮津中心部」という）と定めるとともに、来訪者のみならず、市民にも貢献するための活性化方策を検討することとしました。



丹後地域商業ガイドライン（平成19年度策定）から抜粋

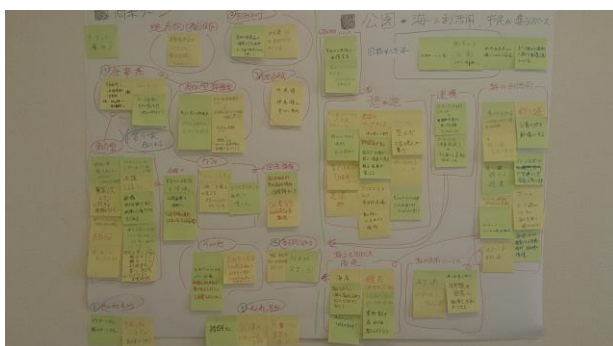
(2) これまでの検討プロセス

宮津中心部の賑わい創出について、地域振興拠点のあり方を検討する「事業化ワーキング」や、浜町エリア周辺の活性化を検討する「浜町周辺ワーキング」において、以下の項目を検討し、今後のまちづくりに必要不可欠な具体の取組事業（案）を選定しました。

〔検討プロセス〕

課題整理 アイデア出し	■市街地の現状と課題整理 ○「現在の状況」と「理想像」を考え、「理想に近づけるための促進策・改善策（必要なコンテンツ）」のアイデア出し
将来の理想像	■各地区における理想像及び機能配置のあり方・必要なコンテンツ検討 ○浜町エリア、既存商業地エリア、宮津駅前エリア、大手川エリア
各エリアの 戦略	■以下の視点に基づいた各地区の活性化に向けた具体の取組みの検討 ○理想像の実現に向けた具体の取組み ○中心市街地へ呼び込むターゲット層及び具体の取組み ○実現可能性、緊急度・重要度から見た具体の取組み
回遊性確保 に向けた 戦略	■浜町エリアを拠点とした回遊性の確保の検討 ○浜町から既存商業地・大手川・宮津駅前への具体的回遊性・連携の取組み

取組事業（案）の選定



（３）宮津中心部における解決すべき課題

本市においては、急速な少子高齢化の進展に伴い、地域経済が縮小傾向にあるとともに、人口流出による担い手不足など、地域の活力が低下する深刻な状況となっていると考えられます。

特に宮津中心部においては、空き家・空き店舗の増加による賑わいの喪失、まちの魅力低下、商店などの後継者不足をはじめとする様々な課題を抱えており、課題解決への方向性を早急に定め、経済団体、行政、地域住民などが一体となった取り組みを進める中、丹後をはじめ各地からの集客、交流人口の増加を図り、賑わいを創出していくことが重要な状況にあります。

〔宮津中心部の解決すべき課題（まちづくり会議での議論から）〕

浜町エリア	既存商業地エリア（本町・中町・新浜など）
■海（宮津湾、天橋立の眺望）の魅力が十分活かしきれておらず、海の積極的な活用が必要 ■海を近くに感じる演出が必要 ■天橋立が眺望できる強みを、広く発信することが必要 ■食事処や遊び場など、家族や子どもなどが休日気軽に集まれるスペースがもっと必要 ■島崎公園は多世代がもっと気軽に利用できるようなスペース確保や徹底した管理が必要 ■東西（浜町周辺～歴史の館間）のアクセス性向上が必要 ■浜町エリア内の来訪者の回遊性を確保することが必要であり、施設相互の連携が必要 ■大型商業施設の来訪者が周辺施設に回遊する工夫が必要 など	■空家、空き店舗の有効利用が必要 ■後継者、プレイヤーづくりが必要 ■物件所有者と借り手のトラブルを解消させる仕組みが必要 ■店舗兼住宅など空き店舗活用が困難な状況を克服するための支援や制度が必要 ■若者が集う場所（おしゃれなカフェやライブハウスなど）が必要 ■路地裏など魅力的な場所があるにもかかわらず知られていないものが多く、情報発信の強化が必要 ■情報発信に向けて商店街の特徴づけが必要 ■吸引力・ワクワク感がある特徴的な店舗・景観が必要 ■浜町や駅などから回遊させるための工夫が必要 ■歩道整備など歩きやすい空間づくりが必要 など
宮津駅前エリア	大手川エリア
■まちの玄関口としての雰囲気、賑わいが必要 ■駅舎機能の充実（待合機能・案内機能、きれいなトイレ、飲食スペースの強化など）が必要 ■駅前機能（ビジネスホテル、カルチャースクール、コンビニ、物産店など）の充実が必要 ■空家、空き店舗の有効利用が必要 ■後継者、プレイヤーづくりが必要 ■物件所有者と借り手のトラブルを解消させる仕組みが必要 ■宮津城や海など、駅を降りた際に宮津の特徴を演出することが必要 ■浜町や既存商業地へ回遊させるための工夫が必要 など	■大手川ふれあい広場の積極的な活用が必要 ■大手川エリア全体（城壁や太鼓門、湊橋など）の情報発信や積極的な活用が必要 ■宮津城やガラシャなど歴史的なストーリー性の打ち出しが必要 ■国道から城壁などが認知できるような演出や誘導が必要 ■大手川やその周辺をゆっくり眺めながら時間を過ごす場所づくりが必要 など

（４）課題解決に向けた方向性

これらの課題を解決し、まちの魅力の向上を図るためには、かつて丹後の中核都市であった時代のような賑わいを取り戻すため、地域が有する歴史と文化に培われた大切な資源を見直し、新たな魅力を加えながら効果的に活用することで、「新たな賑わい」を創出していくことが重要であると考えられます。

まちづくり会議においては、新たなまちづくりの方向性を

『地域資源を活用し、人が集い行き交う、賑わいのある場所づくり』

と定め、これを実現するためのキーワードを、

キーワード① ＜暮らし＞	北前船が行き交う城下町・宮津の栄華を現代に伝える豊かな町並み、また、受け継がれる貴重な伝統、コミュニティを活かし、暮らす人々、集う人々に魅力的な場所にする
キーワード② ＜集い＞	海路と陸路の結節点という地理的条件を活かし、丹後地域の中核都市としての機能を再構築し、さらには日本海側観光の要衝としての機能をもつ場所にする
キーワード③ ＜商い＞	山海の食材を活かした商業の活性化を図り、地域経済の循環を生み出す場所とする

として、中心市街地の活性化を進めていく必要があります。

なお、このまちづくりの方向性のもと、（５）に各地区の理想像などを定めます。

(5) 宮津中心部における理想像

i) 浜町エリアの理想像

浜町エリアは海辺に位置する利便性の高い地区であり、宮津会館、歴史の館や図書館、福祉関係施設、体育館、地産地消施設など、様々な施設が集積する集客拠点となっています。



<地区の理想像>

『家族みんなが1日ゆっくり楽しみ、五感で宮津を味わうことができるエリア』

海辺に位置する浜町エリアは、天橋立などへの玄関口としての交通拠点の役割を担うとともに、海の魅力を最大限に活かしながら、地域住民をはじめ全国から人が集まる賑わいのある場所づくりを進める必要があります。

このため、海の魅力を活かしたスポーツをはじめ、宮津の歴史や文化、海産物や農産物などの地域資源を体感するエリアとして、市民が家族とともに、1日楽しく過ごすことができる場所を目指し、エリア全体で市内外に向けて宮津の魅力を発信していく中心となるエリアであると考えています。

- ① 中心市街地の核として、市街地全体の活力を生み出す源泉となること。
- ② 公園、海、既存施設のより緊密な連携のもとで、地区の魅力向上を図り、市民、近隣住民の生活拠点となること。
- ③ 経済活動の拠点として、市内外域全体へその効果を波及すること。

ii) 既存商業地エリア（本町・中町・新浜など）の理想像

既存商業地エリアは、かつての港町・歓楽地の面影を残しており、今もまだ多くの飲食店などが点在する新浜・魚屋地区（路地裏）、市街地の中心部であり、日用品店などが点在する本町地区、近年の沿道区画整理事業などによって新しい都市景観が形成された中町地区など、宮津の中心市街地機能を担っている地区となっています。



<地区の理想像>

『路地裏に驚きと幸せが散りばめられた 玉手箱エリア』

宮津の中心部である既存商業地エリアは、ほとんど全国規模のチェーン店がなく、いまもなお路地裏に代表される非日常や懐かしさを感じることができる場所に個性豊かな店舗が集積しています。

このため、来訪者が宝物を発見したような幸せを体感できるエリア形成を目指し、店舗を営む事業者も消費者として来られる来訪者とともに笑顔になれるエリアにしていく必要があると考えます。

iii) 宮津駅前エリアの理想像

宮津駅前エリアは、宮津駅をはじめとする公共交通機関、税務署、郵便局など公共機関が集積するビジネス・ターミナル拠点となっています。また、当エリアは、藩政時代の宮津城内にあたり、「本丸石垣」「一色稲荷神社」など魅力的な歴史ストーリーも有している地区です。



<地区の理想像>

『おもてなしの心溢れる情報発信・旧宮津城内に広がる駅前エリア』

市街地の東の玄関口である宮津駅前エリアは、京阪神方面と宮津をつなぎ、市街地への導入口の機能を有するなど、地域住民をはじめ全国から人が集まる賑わいのある場所となる可能性を秘めています。

このため、お客様や家族をおもてなしの心で出迎え・見送るための機能を有するとともに、洗練された宮津の魅力（城、海、松など）や情報に触れることができるエリア形成を目指し、浜町エリアと同様、市内外に向けて宮津の魅力を発信していく中心となるエリアを目指す必要があると考えています。

iv) 大手川エリアの理想像

大手川エリアは、宮津駅前（宮津城エリア）と既存商業地（城下町）を結ぶエリアであり、周辺には明治の教会建築であるカトリック宮津教会、戦後庁舎の名建築として知られている市役所、下流にはヨットの帆をイメージした湊橋など、歴史や自然を感じることができます。



また、平成16年台風23号災害を受け、大手川河川改修事業により、かつての宮津城の威容を偲ぶ城壁護岸や、川辺の散策道の整備、大手川ふれあい広場の整備及びガラシャ像の建立など近年市民の憩いの場・観光視点での整備が進んでいる地区でもあります。

<地区の理想像>

『大手川が市街地と海と結ぶ 憩いと交流エリア』

市街地の中心部を流れる大手川エリアは、宮津駅前と商業地である市街地、そして海へと続く動線の結節点に位置しています。

このため、まち歩きへの期待感を高めたり、まち歩き後の疲れを癒し、余韻を楽しむことができる、憩いと交流のエリア形成を目指し、来訪者が静かな宮津の情緒に浸れるよう、上質な空間にしていける必要があると考えます。

(6) 賑わいづくりに向けた具体の取組事業(案)の検討

i) 浜町エリアの理想像の実現に向けた具体の取組み

海辺に位置する浜町エリアは、市民が家族とともに、1日楽しく過ごすことができる場所を目指すとともに、エリア全体で市内外に向けて宮津の魅力を発信していく、中心市街地の「核(拠点)」として整備を進めることが適当と考えます。

このエリアを活性化させる基本的な視点としては、

視点 1	「常に人が集う空間の創出」を図り、「商いによりまち全体の経済効果を及ぼす」ことに繋げていく。
視点 2	各施設などの連携や集積により「テーマ性やストーリー性のある複合的なエリア」にしていき、エリア全体で市内外に宮津の魅力を発信していく。

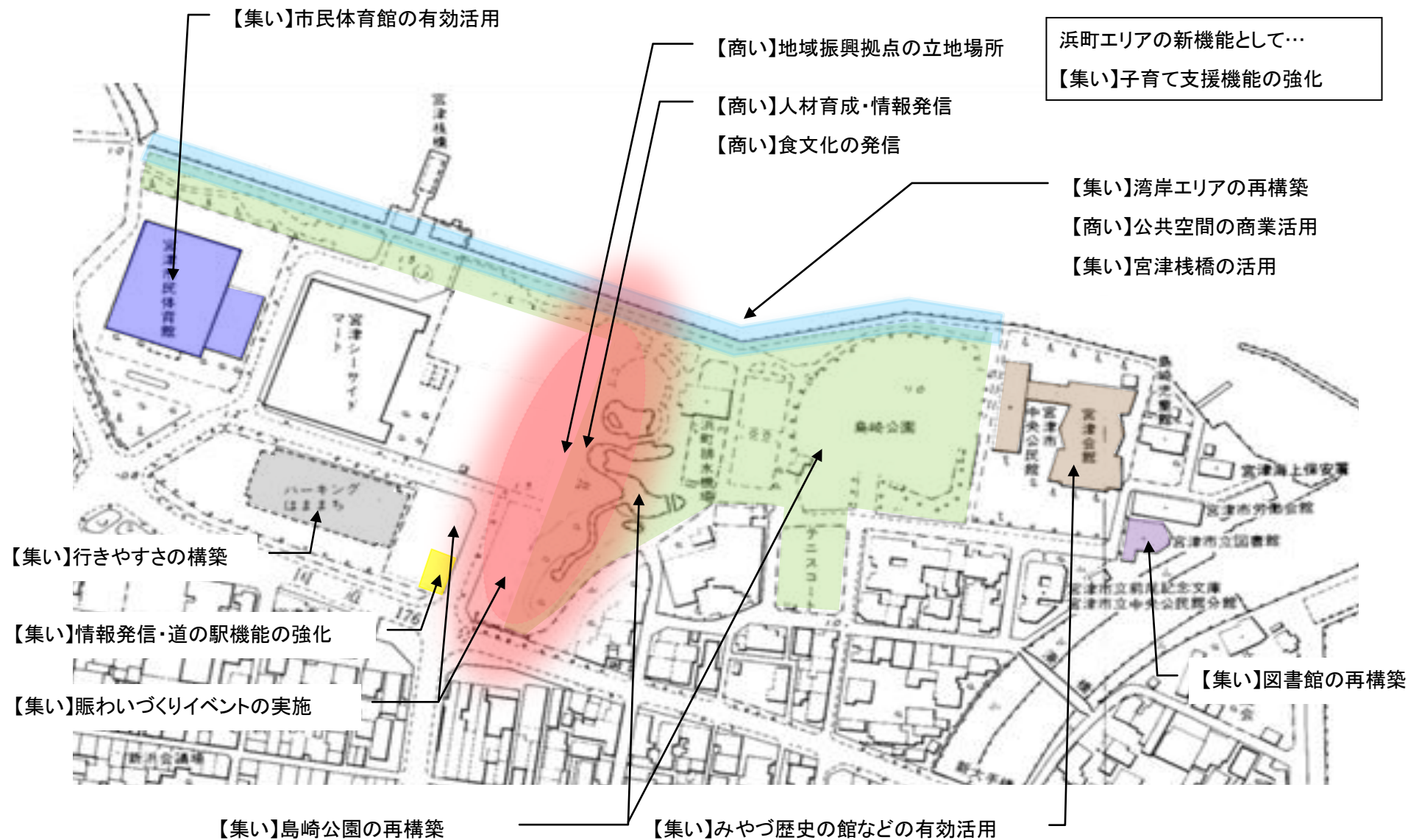


< 取組み事業（案） > ※前頁の視点に基づいて、ワーキングなどにより検討した結果、以下のとおり取組み事業（案）を取りまとめたもの。

浜町エリアにおける集客・交流機能の強化



<浜町エリアの機能図>



<地域振興拠点の整備について>

前頁のうち、地域振興拠点については、拠点のあり方を詳細に検討した結果、以下のとおりまとめました。

〔実証実験の結果〕

平成27年5月から11月にかけて浜町周辺で実施した、地域振興拠点の具体化に向けた実証実験の結果は以下のとおりです。



a) 来場者の声

- 「海のロケーションを活かして食事が楽しめる」との意見が多かった。
- 「食」だけのイベントでは食べた後の時間がつぶせないとの意見もあり、公園・海辺を活用して遊びや休憩、体験などができる仕掛けを構築し、相乗効果を生ませる必要がある。
- 単なる対面販売ではなく、+αのサービス（目の前で調理するなど）を展開している店舗の方が“行ってみたい・買ってみたい”と感じる方が多い。
- 宮津＝新鮮な海産物というイメージが強いため、海の幸が味わえるアイテムや、宮津・丹後のA級的な商材を求める方が多い。

b) 来場者の動き

【利用者が来場される方面】

- 隣接する大型商業施設（ミップル）側からの来客が多く、周辺施設との回遊が見られた。
⇒各施設からのアクセス性が良い場合や、利用者の動線上で魅力的な場を設けると、相乗効果で集客効果が高くなることが実証
- 駐車場の誘導の徹底により、立体駐車場利用の利用が多かった。
⇒誘導をしっかりと行うことにより、特定の駐車場への誘導が可能
- 宮津栈橋にはパーク&クルーズの利用者が多かったが、イベントへの来客が少なかった。
⇒海の活用を目指す場合、賑わいの場とのアクセス性や見通しを改善する必要あり
- 視認性が高い国道側で賑わいを見せることにより、市民体育館交差点を右折する車両が多く見られた。
⇒交通量の多い場所から賑わいを見せることにより、通りすがりの来訪者を獲得しやすい

【会場での動き】

- 再開発用地付近の会場に多くの来客があった。
⇒再開発用地付近は国道からの視認性や駐車場からのアクセス性が高く、利用者を吸引するポテンシャルがある可能性が高い
⇒海側は国道や駐車場から見通しが悪く、しっかりとした誘導や見通しの改善などを行う必要がある

○公園内の築山周辺は食事などの多くの利用があった。

⇒生垣撤去など、アクセス性の改善や視認性向上を図ると、公園との回遊効果が高まる

⇒駐車場からのアクセス性も良く、大きな誘導をせずとも公園活用が促進されたことにより、築山付近は集客ポテンシャルが高く、工夫により利用が促進される可能性が高い

○ピーク時には、公園を含めて食事などをする場所が少なく、地べたなど会場周辺で食事をする人が多かった。

⇒休憩などができるスペースの確保が必要であり、海側・公園の活用が有効

c) 事業者の声

○浜町の特徴である「海」を十分活用すべきであり、海から公園付近に人の流れを作っていくべき。

○海側は、現状では国道からの見通しが悪い。

○国道から見えやすい場所に出店する店舗の方が来客は多い。

d) 人気商品・コンテンツ

○水産物を活用した商品：へしこチャーハン、へしこ茶漬け、イカ焼き、シロメ井 など

○体験型のコンテンツ：自分で具材をカスタマイズするピザ、ちくわづくり など

〔地域振興拠点づくりに向けたポイント〕

a) 地域振興拠点のターゲット層

地域振興拠点のターゲットとなる顧客層を検討する場合、大きく分けて「地元住民」と「観光客」がある。それらを分析すると以下のとおりです。

（地元住民）

地元住民は安定した顧客となり、経営を安定させることが可能となるが、地域人口が減少しており、今後先細りが懸念されるため、周辺市町の住民もターゲットにすることが必要。

（観光客）

本市の場合、「天橋立」をはじめとした観光地があり、年間270万人の観光入込客が来訪していることが大きな特徴であり、「観光客」の活用は非常に魅力的であるが、休日と平日、また繁忙期と閑散期の入込みに大きな変動があり、経営を安定させる上ではリスクが高い。

これらのことから、ターゲット層の考え方としては、次のとおりです。

第1のターゲット：20km圏内の市民・近隣住民（約7万人）

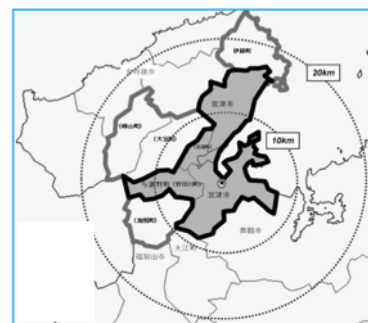
経営が安定することを目指すと、常時来客が見込める近隣住民の来場が必要であるとともに、地元人が愛さなければ観光客は立ち寄らないこともあり、第1のターゲットとして、平日でも来場可能な市民・近隣住民を第1のターゲットとするのが妥当と考えます。

① 1次商圏：宮津市・旧岩滝町・旧野田川町

- ・距離的には浜町から約10km圏内（車利用なら20分以内）
- ・具体には宮津及び通勤通学状況などで宮津と結び付きが強い地域

② 2次商圏：伊根町・旧加悦町・旧大宮町・旧峰山町

- ・距離的には約10km～20km圏内（車利用なら30分圏内）
- ・旧大宮町、旧峰山町は、京丹後市の中心部に近く、日本海側の漁獲量も多いため、平日ではなく、週末や月1～2回の来場地域とした。
- ・旧加悦町は、距離的に遠いこと、町内に大型商業施設があることで2次商圏とした。



第2のターゲット：20km～50km圏内・南丹地域・京都市内（約45万人+京都市）

距離的に約20km～50km圏内（車利用なら60分圏内）の福知山市、舞鶴市、綾部市、豊岡市などは月1回の来場が可能な地域として、また京都縦貫自動車道の全線開通により時間短縮が図られた南丹地域や京都市以南は、宮津へのアクセス性が向上し、来訪する可能性が増えることが想定され、大きなターゲットと見込まれることから、月1回の来場が可能な地域として第2のターゲットとするのが妥当と考えます。

第3のターゲット：観光客（約270万人）

本市には年間270万人の観光客の入込みがあり、観光での行き帰りに立ち寄れる場所とすることにより、経営を行う上での「伸びしろ」となり、大きなターゲットとなります。しかしながら、休日と平日、また繁忙期と閑散期の入込に大きな変動があるため、第3のターゲットとするのが妥当と考えます。

b) 地域振興拠点の特徴及び規模

【特徴】

- 浜町の特徴として「宮津の旬を五感で楽しむことができるエリア」と位置付けている
 - 満腹祭のアンケートや声などから、「海の幸」の利用ニーズが高い
 - 近隣の大型商業施設との差別化を図ることが必要
- から、地域ならではの食材を活かした「食」にこだわるとともに、「都市部でも通用するクオリティ」をもった拠点が相応しいと考えます。

コンセプト	海の京都の台所
具体の機能	○宮津産を中心に丹後エリアの旬の食材を提供 ○産地直送の「農産物」に加えて、「海の幸（活魚、鮮魚など）」を総合プロデュース（仕入、販売、料理、加工） ○「買う」と「食べる」「体験する」が一体となった旬の魅力の相乗効果 ○食材の新たな活用を発見し、売れる製品としてリメイク

【規模】

- 近隣住民をメインターゲットとするため、食卓に必要な食材が取り揃えることが重要
 - 半径20km以遠の周辺都市部の住民や、天橋立などに来た観光客などを吸引できる程度の規模が必要
 - デベロッパー（施設主）の経営が安定する家賃収入を確保できることが必要
- を勘案すると、現在の農産物等直売所（約190㎡）より大きな施設が必要と考えます。

（事例）

一定の集客があり、収益を上げている類似施設

- 農産物直売所（京丹後市） 約1,200㎡（売り場面積）
- 水産物直売所（舞鶴市） 約1,500㎡（建築面積）
- 道の駅（山口県萩市） 約1,000㎡（売り場面積）

⇒規模については、事例から考えると、「売り場面積：800～1,000㎡程度」の施設であれば一定の吸引力があり、経営的にも安定することが期待できると考えますが、詳細な経営計画（ランニングコストなど）や商品のアイテム数、出店者の状況などにより決定されるものとなります。

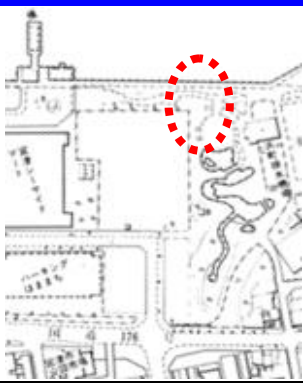
c) 地域振興拠点の立地場所

立地場所としては、

- 実証実験の結果から、国道からの視認性が高い場所が来場する可能性が高い
 - 自動車利用者が大半を占める中、核となる駐車場（立体駐車場）からアクセスしやすい場所に立地することが適当
 - 海の利用者（航路など）と陸の利用者（国道利用者、公共交通利用者など）のどちらからもアクセスしやすいことが適当
 - 周辺の集客施設（公共施設、大型商業施設など）と連携し、回遊性を高めることが必要
 - 宮津・浜町の特徴である「海」のロケーションを活用しやすい場所
- を勘案すると、「浜町交差点付近から海側のエリア」が立地場所として相応しいと考えます。



次に、候補となる「浜町交差点付近から海側のエリア」をさらに「海側」と「再開発用地側」に区分し、詳細に比較検討した結果は以下のとおりです。

		海側に立地	再開発用地側に立地
拠点の核施設の場所 ◎：大変良好・容易 ○：やや良好・容易 △：やや不良・困難 ×：大変不良・困難			
海の雰囲気（ロケーション）		◎：目の前に宮津湾・天橋立が見える	×：海を見るには2階建にする工夫が必要
整備のしやすさ（ハードル）		×：公園を利用する場合、都市公園法などのハードルが高く、規制をクリアできるとしても整備までに今後数年間の期間を要する	○：再開発用地は整備しやすい △：場所が少し狭い
駐 車 場	立体駐車場及び平面駐車場から核施設へのアクセス	×：遠い、かつ道路を渡る必要がある	○：近いが、道路を渡る必要がある
	専用駐車場の確保	○：再開発用地などにある程度のスペースが確保できる	△：配置によっては確保できるがスペースが少ない ×：配置によっては浜町立体駐車場及び平面駐車場を利用しないと確保できない
	専用駐車場から核施設へのアクセス	△：再開発用地に確保した場合、少し距離がある	◎：前面に確保できればアクセスが良い
視認性（国道から）		×：見えづらい	◎：見えやすい
他施設との連携	公園との連携	△：公園利用者を獲得しにくい	○：公園利用者を獲得しやすい
	既存市街地との連携	×：既存市街地や観光交流センターから遠い	○：既存市街地や観光交流センターとの連携も取りやすい
	天橋立との連携	◎：観光船乗り場との連携を取りやすい	×：観光船乗り場から遠い

このように検討した結果、

○「海側」では、海のロケーションを活かすことができるが、国道からの視認性や駐車場からのアクセスなどに課題があること。

○「再開発用地側」では、国道からの視認性や立体駐車場からのアクセス性は高いが、スペースに制限があり、施設用地や専用駐車場などの確保に課題があるとともに、既存施設の取扱いや海の眺望を活かす場合に課題があること。

から、それぞれ一長一短があり、拠点の核施設の立地場所については、今後さらに検討が必要です。

d) 経営マネージャーの確保について

地域振興拠点の具体化には、より詳細な拠点概要の設定や条件設定、経営計画の策定など、整理・調整すべきことが多く存在します。

また、これらを具体化するにあたっては、絵に描いた餅とならないよう、実現可能な形で計画策定や協議・調整を行う必要があり、そのためにも強いリーダーシップと経営的感覚を持った「経営マネージャー」の存在が必要不可欠であると考えます。

平成27年に一旦中断している「経営マネージャー」については、条件が整った段階で再募集を行う必要があるとともに、経営マネージャーの受入れに向けた準備・研究（組織構成、基本計画など）を進めていくことが必要です。

e) 今後の検討について

今回の地域振興拠点の検討にあたっては、実証実験の結果やワーキングなどでの事業者の意見をもとに検討をしたものでありますが、具体化に向けては、担い手となる事業者の取りまとめや条件設定など、調整すべきことが多く存在します。

こうしたことから、今回の実証実験及び検討結果を踏まえて、今後さらに議論を進め、具体に向けた取組みを進めていくことが必要であり、そのために必要なポイントとしては以下のことを特に進めていくことが重要と考えます。

- 担い手となる事業者の確保

- 担い手との協議を踏まえた立地場所や規模などの選定

- 周辺事業者（特に既存大型商業施設）との連携や協力を求めていくこと

なお、特に以下の点については、宮津市において調査・検討をお願いします。

- 地域振興拠点の整備に向けて、公共用地（再開発用地、公園）での立地における実現可能性の調査・検討

- 公共施設（公園、図書館など）の充実・改善に向けた方針の整理

f) 当面の賑わいづくりについて

観光交流センターのオープンや道の駅登録などを踏まえ、浜町地区において早期に賑わいを創出していくことが望まれます。

平成27年度においては、実証実験を兼ねた賑わいづくりイベントを実施してきましたが、今後は、平日開催や小規模でも店舗の常設化など「より経営視点」を持った取組みを実施していくことが、賑わい創出する上でも、また、地域振興拠点の実現に繋げていくためにも必要と考えます。

なお、実施にあたっては、取組みやすい再開発用地などを活用するとともに、徐々に海側へ広がりを持たせるなど、スピード感を持って進めることが必要と考えます。

ii) 浜町周辺エリア（既存商業地エリア、大手川エリア、宮津駅前エリア）の理想像の実現に向けた具体の取組み

まずは中心市街地の「核」として、「浜町エリア」を取り組むことが最優先ですが、浜町エリアと連動して賑わいを創出していくエリアとして、

○新規出店の集中、路地裏の魅力発見イベントの開催など、近年、集客エリアとしての機能、魅力が再発見されつつある「既存商業地エリア」

○鉄道における玄関口であり、京都丹後鉄道への転換等の動きがある「宮津駅前エリア」

を結ぶL字型ゾーンを**既存商業地活性化の「リード地域」**に設定し、賑わいづくりに重点的に取り組むことが適当であると考えます。

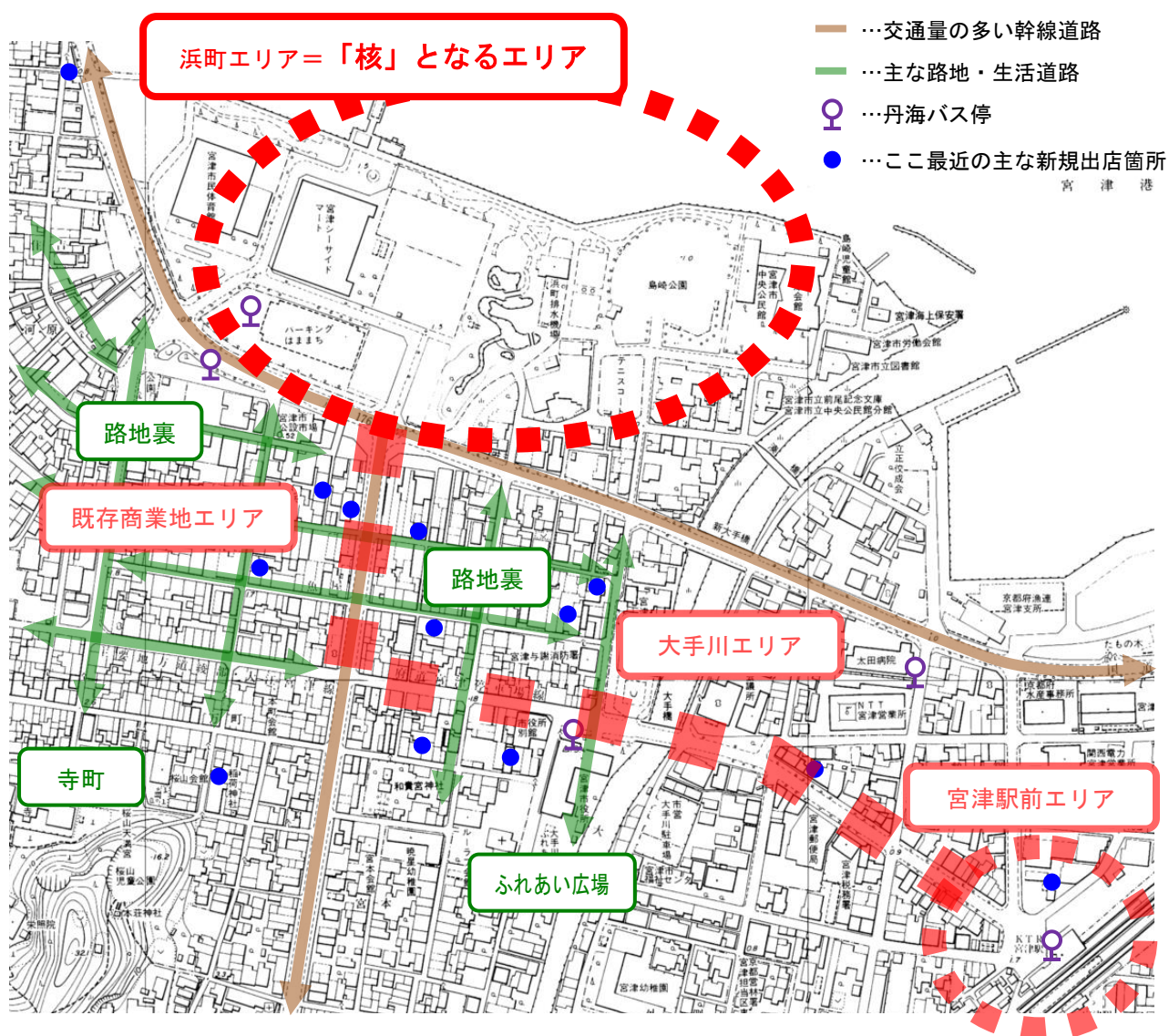
なお、本市の中心市街地については、規模や形態がコンパクトで、店舗や病院など必要な機能が揃っていることから、住みやすい環境であるとともに、起業など新しい「コト」を起こす方には、“ちょうどいい環境・チャレンジしやすい場所である”といった声も聞かれる現状であることから、活性化を図る上でポテンシャルは高いと考えます。

このエリアを活性化させる基本的な視点としては、

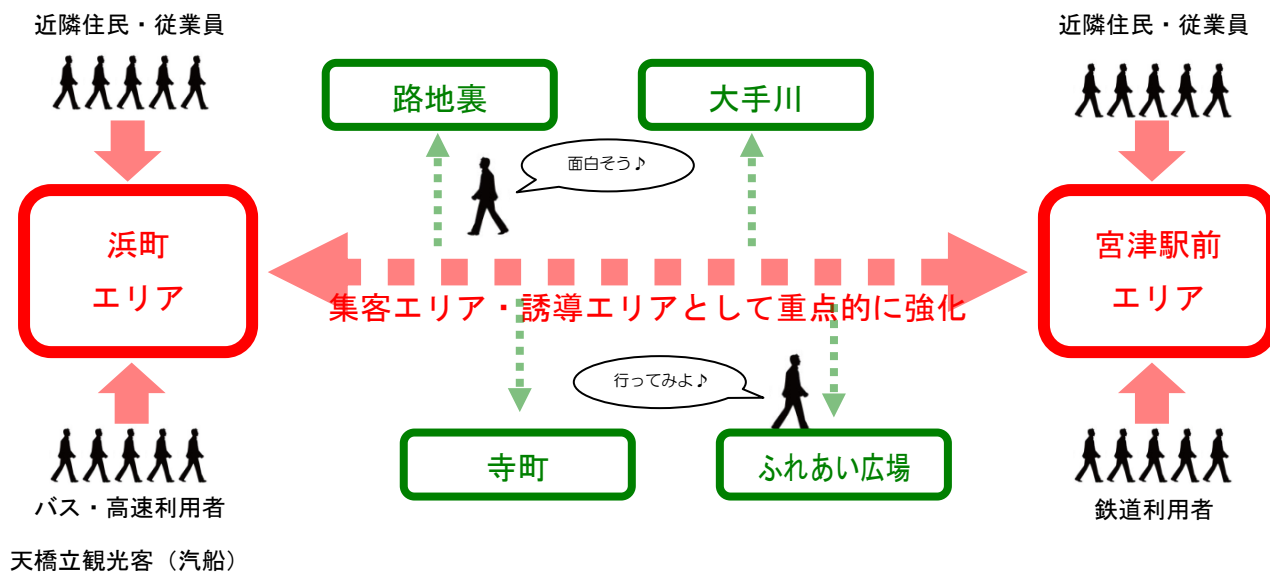
視点1 L字型ゾーンにおける 集客・交流機能の強化 【L字型部分（動線）】	○現状では人の歩く動線でないため、歩きたくなる・歩きやすい空間整備をしていく。 ○休憩スペースや案内板を置くなどの工夫をし、路地などに引き込むための仕掛けをしていく。
視点2 路地裏などの活用による 魅力創造、都市機能の充実 【路地・寺町など（目的地）】	○「人」・「商い」を生み出し、小規模からでもチャレンジできる仕掛けづくりをしていく。 ○路地など、目的地は、ターゲットを絞ってしっかり魅力付けをしていく。 ○歯抜け状態（遊休）の不動産などの活用を図っていく。



<浜町エリアと連動して重点的に取組むリード地域>



<L字型ゾーン（動線）と路地裏など（目的地）の動線イメージ>



＜取組み事業（案）＞ ※P19の視点に基づいて、ワーキングなどにより検討した結果、以下のとおり取組み事業（案）を取りまとめたもの。

L字型ゾーンにおける集客・交流機能の強化

路地裏などの活用による魅力創造、都市機能の充実

「暮らし」

まちなか居住の推進

- まちなか居住の推進
(例示)
- ・UIターンの促進
 - ・まちなか暮らし体験ハウスの設置
 - ・定住促進住宅・シェア住宅の整備
 - ・移住に関する制度の充実(減税制度など)
 - ・婚活イベントの開催
 - ・遊休不動産を活用した居住機能の整備

高齢者等にやさしいまちづくり

- 高齢者等の立寄り場所の整備
(例示)
- ・高齢者等の交流サロン・たまり場の設置
 - ・高齢者も気軽に通えるジムの誘致
 - ・生活基盤の集約(居住促進地区の設定)
 - ・買物バス等の運行

「集い」

宮津駅前の魅力づくり

- 宮津駅の有効活用
(例示)
- ・多目的スペースの活用
 - ・駅利用者(学生・ビジネスマンなど)の嗜好に合ったファーストフード店などの誘致
 - ・まちの情報(市広報、スーパー特売情報、健康情報など)モニターの設置
(運営経費は企業広告料で充当)

街路の魅力づくり

- 歩きたくなる動線づくり
(例示)
- ・浜町～本町交差点～宮津中学校下／駅前までの安心安全に歩ける歩道づくり
 - ・女性好みのオシャレな空間づくり
 - ・緑地の充実
 - ・イルミネーション・ライトアップ
 - ・空き店舗活用
 - ・各通りに愛称をつける
 - ・案内版、マップの設置

川辺空間の魅力づくり

- 大手川の活用
(例示)
- ・城壁を国道側まで延伸
(現在の場所では国道から見えにくい)

路地裏の活用

- 路地裏のおもてなし
(例示)
- ・休憩スペースの設置
(おもてなしベンチ設置など)
 - ・町家など歴史的建造物の公開促進
 - ・テーマを絞った魅力付け
 - ・工夫を凝らしたサインの設置

天橋立との連携

- まちなか観光の推進
(例示)
- ・観光資源のメニュー、商品化
 - ・歴史文化等の展示施設の設置
(ミニ展示施設など)
 - ・まち歩きルート、マップづくり

川辺空間の魅力づくり

- 大手川の活用
(例示)
- ・親水機能の強化
 - ・大手川ふれあい公園を「ガラシャ公園」に名称変更
 - ・公園やしらかべの道の桜、城壁のライトアップ
 - ・川床の設置

駅前商店街の再生

- (例示)
- ・駅前立地を活かしたキッズクラブや体操教室、子どもたちが遊べる空間づくりの創出
 - ・丹鉄沿線をターゲットとしたコンテンツづくり
 - ・空き店舗等の活用
 - ・イルミネーション・ライトアップの実施

移動手段の確保

- (例示)
- ・レンタサイクルネットワークの構築
(レンタサイクル乗り捨て制度など)

拠点となる場所づくり

- (例示)
- ・ビジネスホテルの誘致
 - ・遊休不動産を活用した核となる集客施設の誘致(テナントミックス形態など)
 - ・モデル店舗の育成
 - ・行政課題となっている行政財産を民間活力によりリノベーションし、新たな価値を生み出していく

移動手段の確保

- (例示)
- ・文珠・府中から市街地への船・バスの増便(夕方以降)
 - ・天橋立への送迎システムの構築
 - ・レンタサイクルネットワークの構築
(レンタサイクル乗り捨て制度など)

情報発信

- (例示)
- ・宮津城の再現映像などを楽しむことができるAR、QRコードを活用した看板の設置
 - ・宮津城の特徴を活かした案内マップの作成・強化

良好な街並みの創出

- (例示)
- ・まちなみ修景の保存、改修
 - ・眺望ポイントの設定
 - ・空き地の緑地化



「集客」を「商い」につなげる



浜町エリアから
「人の流れ」をつくる

「商い」

商業空間の活性化

●商店街の再生

- (例示)
- ・空き店舗・町家への店舗誘致
 - ・チャレンジショップの設置
 - ・バル等の開催
 - ・大規模遊休不動産を活用した核となる集客施設の誘致(テナントミックス形態など)
 - ・モデル店舗の育成

- ・新規出店に関する制度の充実(減税制度など)
- ・未利用の空き地や駐車場の有効活用
(簡易なコンテナやプレハブを活用した「商い」×空き地特有の広い敷地を活用した「公園・憩い」の新しい価値の創出)
- ・各店舗共同の送迎システムの構築

●食文化の発信

- (例示)
- ・屋台村の開催
 - ・テーマを決めた共通メニューの開発

●情報発信

- (例示)
- ・店舗情報の発信
 - ・食べ歩きマップ等の作成

●人材育成

- (例示)
- ・タウンマネージャーの構築
(まちの強みを見つけ、まちづくりの方向性を決めて、それを実現していくための事業を開発・コーディネートすること)
 - ・担い手の育成や体験プログラム等の開発に向けた人材育成

- ・起業家、若手事業者が積極的に活動できるシェアスペースの整備
(プロジェクトやクライアントのシェアにより「より良いクリエイティブ」を創出していく)
- ・芸術家等の誘致

- ・商い版天橋義塾(日本3大義塾の一つ)の構築
- ・勉強会(まちづくり塾など)の実施

iii) これらの取組みを進めるために

<担い手の育成・確保>

ここまで掲げてきた各活性化の取組については、言うまでもなく、担い手がなくては実現しません。

また、担い手は言うまでもなくこの地域に住む住民や事業者一人ひとりです。

つまり、このまちを活性化したい、より良い暮らしをしたいという熱い思いのある「住民や事業者が主人公」になるとともに、「よそ者、バカ者、若者、女性」も積極的に取り込み、**地域の一人ひとりが「まちを好きになり、発信し、行動に移していく」、まちぐるみで「まちを運営・経営していく」という考え方**で、身の丈にあった持続可能なまちづくりを進めていくことが必要となってきました。

また、宮津市をはじめとした公共団体は、これらの取組みを積極的に支援し、公民連携の下で取組みを進めていく必要があります。



これらを進めていくためには、

A まちぐるみで取組みを実行していくための仕組み

B まち全体を同じビジョンに向かわせるための仕組み

が必要です。

〔A まちぐるみで取組みを実行していくための仕組み〕

地域の一人ひとりが主人公となり、まちぐるみで取組みを進めていくためには、初めは小さな活動であったとしても、その取組みを成功させ、モデルとし、しっかり発信して仲間を増やすことにより、取組みを全体に広げていくことが必要です。

そのための仕組みとして、以下の3つのステップが必要と考えます。

「場」をつくる	○まちの将来を考え、行動したい人が誰でも参加でき、情報交換や仲間集め、プロジェクトの検討・発信などを行える場をつくる。
「やる気」をあつめる	○まずは少人数(例えば3人以上)でも、「まちづくりを真剣に考え、行動するチーム」を構築し、事業化に向け活動を実施していく。
「つなげる」	○取組み内容をしっかり発信し、共感する仲間を集め、それらを刺激として次の取組みに繋げていく。 ○また、そうしたまちづくりの「人材」をしっかり育てていく。

〔B まち全体を同じビジョンに向かわせるための仕組み〕

しっかりとしたビジョンを持って取組みを進めていくためには、中心市街地の活性化を真剣に考え、様々な主体との協力や連携のもとで行動していくことが必要であり、そのためには、幅広いネットワークを持つ民間の地域リーダーが総合的に牽引する体制の構築が必要です。

⇒『地域を牽引し、行動する組織（地域リーダー）』

【期待する機能】

①まち全体のことを真剣に考え、行動に移していくこと

しっかりとしたビジョンを作り、「司令塔」としての役割を担うとともに、地域を巻き込んで実際に行動していくことが必要です。

②様々な主体との潤滑剤となるための中間支援を行うこと

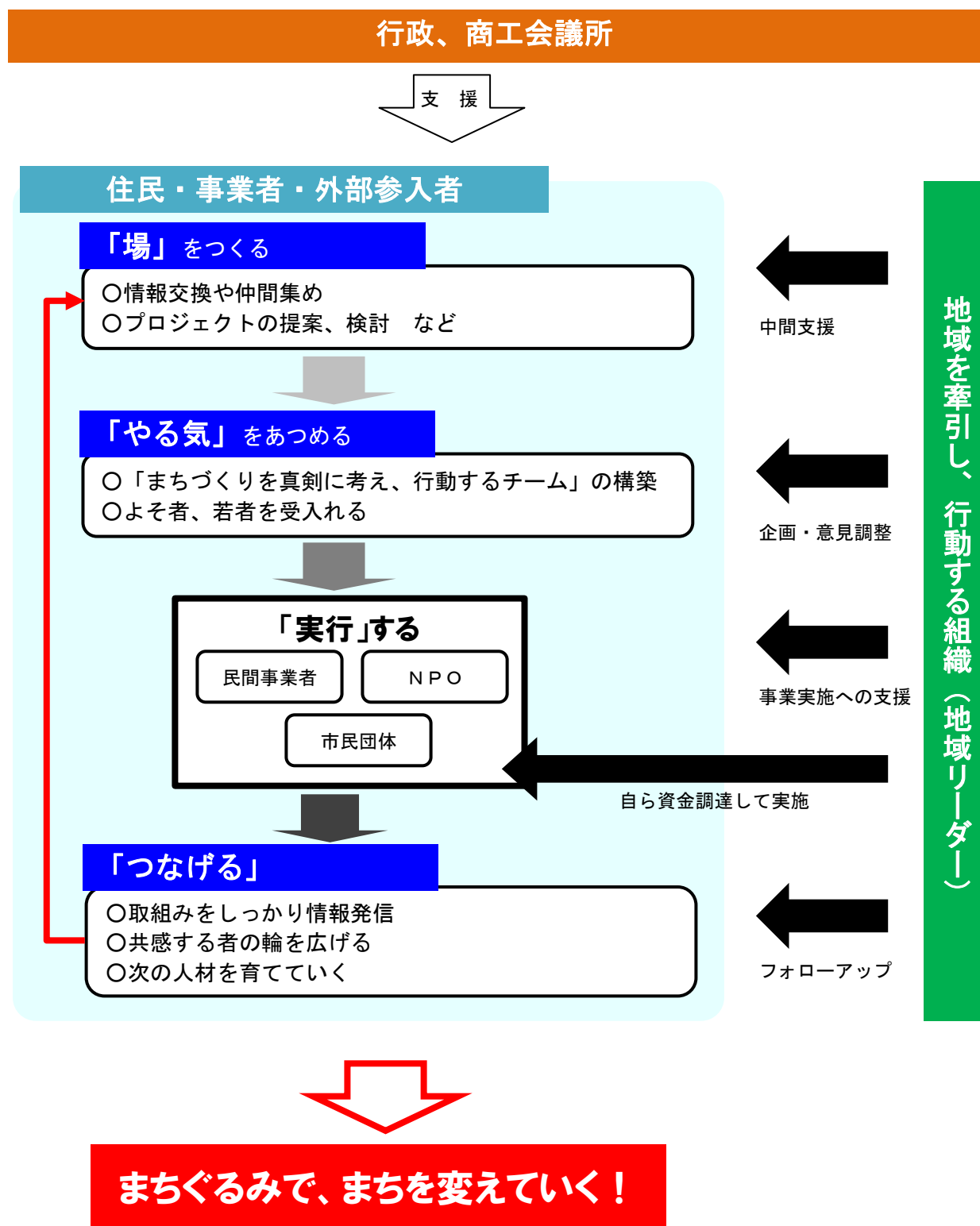
様々な主体が、それぞれの利害関係を乗り越えて取組みを進めていくためには、その間に立って潤滑剤としての動きをしていくことが必要です。

特に、今回の計画策定に向けた様々な議論の中で、まちなかに点在する空き家、空き店舗などの遊休不動産の活用にあたって、信用できる組織が間に入った上で、不動産の「所有と利用の分離」を行うとともに、地域及び進出する事業者を支援する仕組み（所有者と利用者のお見合い作戦、戦略的な経営相談など）を構築していくことが必要との意見が多く上がっております。

これらの意見を踏まえると、様々な主体の間に入り、中間支援を行う組織の必要性が求められています。



〔担い手の育成・確保に向けたイメージ図〕



＜魅力ある商品づくり＞

観光客や市民に地域振興拠点や中心市街地の各店舗への来訪を促すためには、魅力ある商品づくりが欠かせません。

本市においては、既に多くの特産物や土産物などがあり、各事業者においても、新たな商品づくりに向けて日々努力されているところですが、大手資本との厳しい競争の中、地域を挙げての取組みが求められます。

現在、宮津商工会議所においては、農水商工観連携の取組みとして、キラーコンテンツづくりに取り組んでいますが、「宮津でしか買えない・食べることができない＝プレミアム感」を創出するために、今後一層の強化・推進が求められます。また、「商品」×「商品」のマッチング、「業者」×「業者」のマッチングによる新商品などの発信拠点となる店舗やスペースの整備も必要があると考えます。



宮津カレー焼きそば



煉製品

＜情報発信の強化＞

外国人観光客のSNSを活用した投稿が商品の売れ行きや旅館の宿泊などに大きな影響を与えるなど、情報発信のあり方が大きく変化してきています。また、最近では、単に多くの人に情報が伝わるだけでなく、コンセプトやターゲットを明確化し、その情報発信を通じて、地域や商品の付加価値向上を目指す「ブランディング」が重要視されています。

このため今後は、新たな情報媒体の活用や、戦略的な情報発信を心がけていく必要があります。

〔主な事業（案）〕

ａ）情報発信・案内の強化 ～「宮津」という価値を探り発信、市民一人一人が発信～

項目	内容（例示）
全国・全世界への発信機能	○プロデュース・ブランディングから発信までの機能を兼ね備えたマネジメント組織の構築 ○市街地全体のWi-Fi整備（SNSなどのメディアを活用し「来た人がそのまちの広告塔」の役割を果たす） ○戦略的な動画情報の発信（商店街CMの作成：宮津のまちなか、路地裏の“玉手箱”“おもしろさ”を発信、フィルムコミッションの構築：ロケ地誘致と併せた当地のPR など）
市民コンシェルジュ機能	○アナログ情報の発信（moook本の作成、案内看板の整備、AR・QRコードなどを活用した案内マップ など） ○まちなか案内人（コンシェルジュ）の強化

その他情報発信機能	○観光交流センターの機能強化、案内強化、おもてなし強化 ○「宮津満腹地図」の増刷・リニューアル、宮津グルメスタンプラリーの構築 ○「宮津城下で食事」という新しい打ち出し方（観光客を意識した飲食店） ○統一サイン看板の強化
-----------	---

ｂ）商店街イベントの開催 ～実践して、実感して、好きになって、根付いていく～

項目	内容（例示）
集客・魅力発見イベント	○駅前トラック市、子ども向け企画、手づくり市の開催など市民参加型イベントの実施 ○宮津・丹後のグルメを主としたイベントや、まち歩きを主としたイベントの開催 ○市街地魅力発見バルの開催（平日、週末に開催） ○１００円商店街と２００円バスとのコラボ企画の開催
不動産の流動化につながるイベント	○空き店舗を活用したフリーマーケット（１日限定商店街） ○浜町エリアや空き地を活用した屋台村の開催

<今後の宮津まちづくり会議の役割>

報告後は、議論からアクションへ転換する必要があります。また、取組みを進めていくためには、地域を牽引し、行動する組織の設置や人材の確保を図る必要があります。

このため、今回取りまとめた報告書をもとに、より具体的な事業展開へ移行していくため、関係者と共にさらなる検討を加え、「事業化・具体化」を目指していきます。

併せて、まちづくりに向けた「担い手育成」を進めるとともに、「地域を牽引し、行動する組織（地域リーダー）の立ち上げ」に向けた検討を進めていきます。

おわりに

本報告書は、民間事業者、地域関係者及び行政関係者がその立場の違いを超え、約1年半の期間をかけて議論してきた経過をとりまとめたものです。

この報告書を活かすためには、今後の取組みが非常に重要と考えています。一部では、事業者や団体等が協力しながら、賑わいづくりに向けた動きが芽生えてきておりますが、さらに取組みを進めるためには、各主体の並々ならぬ覚悟と努力が必要になるとともに、それぞれが得意分野を活かして協力しながら、事業の成功に向けて取り組むことが必要となります。

一方、宮津のまちづくりに関しては、今回の報告をもって全ての課題に対応するものでなく、依然として多くの課題を抱えており、新たな課題の発生も予想されます。

このため、宮津まちづくり会議としましても、常にその役割を自覚しながら、現在、生まれつつあるまちづくりの機運を醸成し、宮津市の活性化に向けた取組みを続けていくことにより、市民をはじめ、周辺地域や観光客が「行ってみたい」と思っただけのような「まち」にしていきたいと考えておりますので、引き続き、関係各位の御支援・御協力を賜りますようお願いいたします。