



三島市
まちなかりノバージョン
推進計画

令和4(2022)年
三島市

目次

序章

1. 計画策定の背景と目的.....	2
2. 計画の対象エリア.....	3
3. 計画のターゲット.....	3
4. 計画期間.....	3

第1章 エリアの現状とポテンシャル

1. エリアの現状とポテンシャル.....	6
2. 目指すべき方向性.....	11

第2章 エリアの将来像

1. エリアの将来像.....	15
2. ライフモデル（将来のエリアでの過ごし方のイメージ）.....	16
3. 指針の設定.....	17

第3章 将来像実現のための戦略

1. 将来像実現のための戦略.....	20
---------------------	----

第4章 今後の展開について

1. 計画の実現に向けた今後の進め方.....	30
2. 推進主体の役割について.....	31

[参考資料]

■各種調査結果まとめ.....	35
■用語集.....	37

● 序章

序章

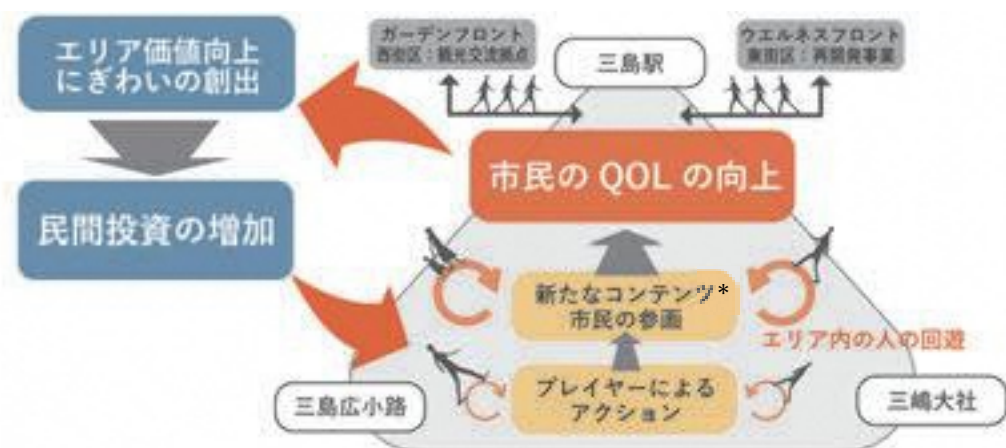
1. 計画策定の背景と目的

■ 計画策定の背景

- ・大通り商店街をはじめとする中心市街地エリアは、かつては買い物客でにぎわいを見せていましたが、現状は大型店の郊外進出や経営者の高齢化による後継者問題のほか、空き地・空き店舗の点在も見られています。さらに、例年開催されている各種イベントは新型コロナウイルス感染症の影響により中止や縮小を余儀なくされるとともに、三島駅周辺においても県境をまたぐ移動の自粛等により、来街者および観光客の減少という大きな問題に直面しています。
- ・人口減少社会の到来とともに、地方公共団体の財政にも限りがある中で、多くの都市で行政主体ではなく、まちのユーザーである住民や企業等、民間が主体となった官民連携のまちづくりが進められ、使われていない施設の多様な活用方法などにより、豊かな公共空間を生み出す取り組みが展開されています。
- ・また、人口減少や少子高齢化に加え、空き家や空き店舗の増加などにより地域の活力低下が懸念されており、ウォーカブルなまちなか*の形成により、都市の魅力を向上させ、まちなかににぎわいを創出することが求められています。公園などの公共空間を人中心のウォーカブルな空間へ転換し、民間投資と共鳴しながら「居心地が良く歩きたくなるまちなか」を形成することで、豊かな生活を実現するため、まちの魅力・競争力の向上によって内外の多様な人材、関係人口をさらに惹きつける好循環の構築が必要です。

■ 計画策定の目的

- ・個別の建物のリノベーションだけではなく、官民一体となったエリア全体のリノベーション*を推進することで、三島市の中心市街地をより魅力的にし、エリアに関わる市民全員の QOL*を向上させ、市民の豊かな暮らしの実現を図ることを目的とします。
- ・民間主体の動きを行政が後押しするための体制や仕組み、場づくりの在り方を示すことで、本エリアに関わるプレイヤー*を増やし、民間がアクションを起こしやすい環境づくりを進めるほか、三島駅南口周辺の開発によるにぎわいをまちなかに取り入れることで、エリアへの民間投資を増やしていくことを目的とします。これにより交流人口の増加とエリア内での地域消費の増加にもつなげていきます。



* = 巻末の用語集をご参照ください

2. 計画の対象エリア

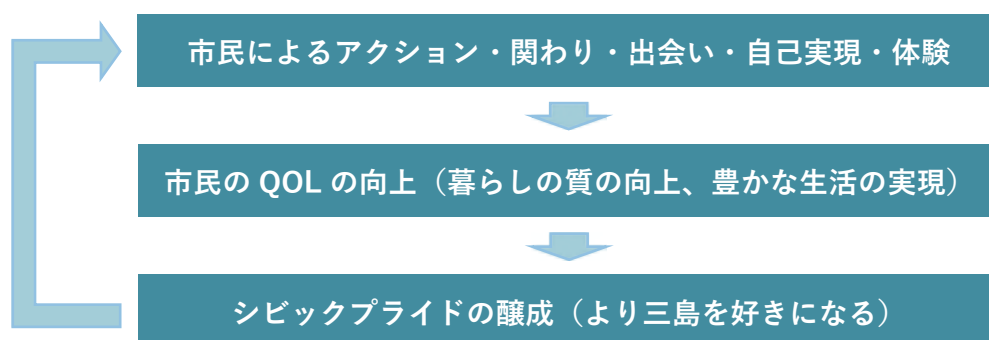
本計画の対象エリアは、中心市街地のうち三島駅、三島広小路、三嶋大社を結んだエリアおよびその周辺です。



3. 計画のターゲット

本計画のターゲットは、対象エリアに関わる三島市民とします。

対象エリアにおいて商う市民、暮らしている市民、訪れる市民をターゲットとし、対象エリア内でのアクションを支援することで市民自らがプレイヤーとなることを促します。そして、様々な活動によりにぎわいが生まれ、外部からの参入（エリア内での創業等）やプレイヤーが増加し、対象エリアがより魅力的になることで、エリアに関わる市民全員のQOLの向上と、シビックプライド*の醸成や交流人口の増加にもつながる好循環を生み出していきます。



4. 計画期間

本計画の計画期間は、令和4(2022)年度から令和8(2026)年度の5年間とします。

* = 巻末の用語集をご参照ください

●第1章 エリアの現状とポテンシャル

第1章 エリアの現状とポテンシャル

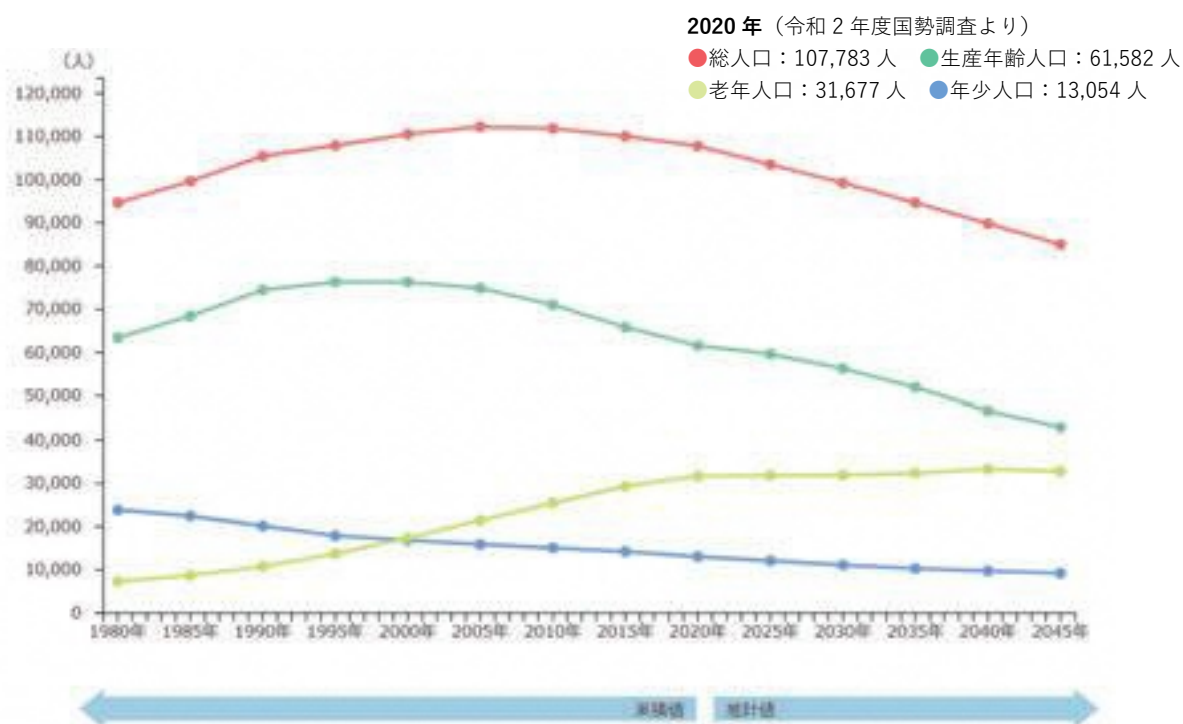
1. エリアの現状とポテンシャル

エリアの現状に関する状況の分析、アンケート調査や現地調査、ヒアリング調査等の結果を踏まえ、エリアの現状とポテンシャル*を整理しています。

①人口動態

ー三島市全体で少子高齢化が進む

全国的に人口減少や高齢化が進むなか、三島市においても、平成 17(2005)年の 112,241 人をピークに減少傾向が続いています。また、令和 2(2020)年の高齢化率は約 29.4%であり、今後はその比率が高まっていくことが予想されています。



総人口の推移 [出展：地域経済分析システム RESAS]

今後も人口減少と高齢化が予想されており、エリア内には住宅も多いことから、空き家対策などエリア内の居住者との連携も重要となります。人口減少社会における付加価値の創出と地域課題の解決の場として、エリアを活用していく必要があります。

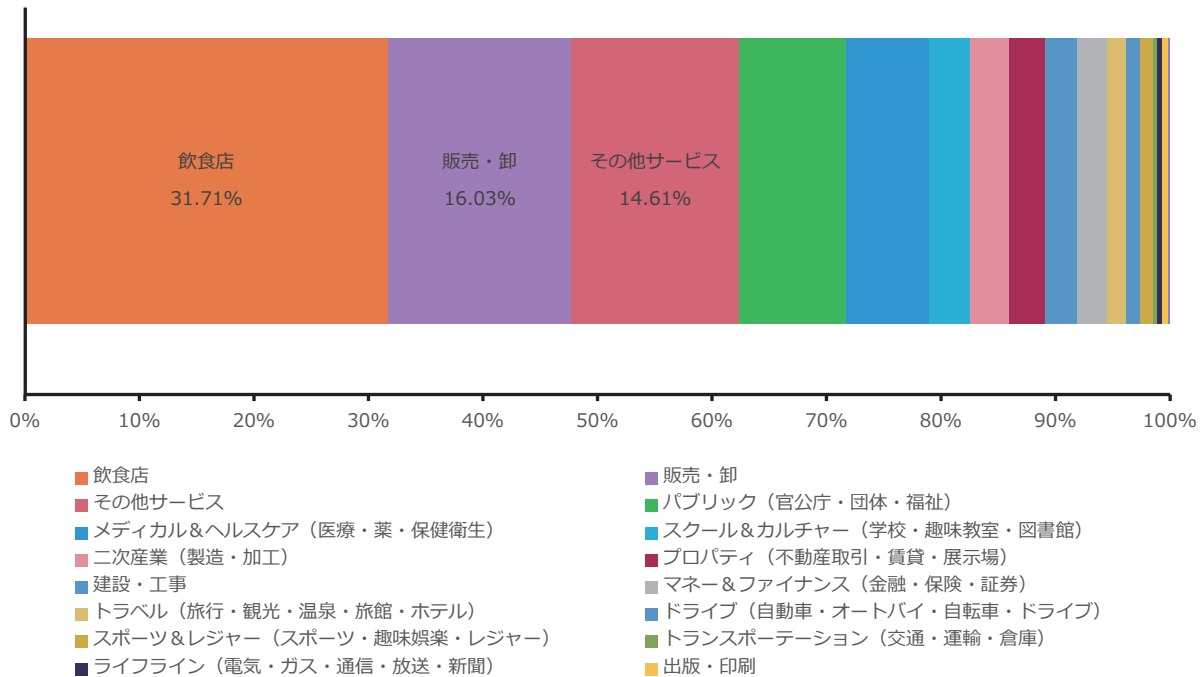
* = 巻末の用語集をご参照ください

②産業構造

ーエリア内では、飲食店が最も多い

エリアを含む三島市中心部における産業ごとの事業者数の割合は、飲食店が最も多く、全体の約31.7%を占めています。

また、ヒアリング調査でも、本エリアの特徴として「飲食店が多いこと」があげられたほか、飲食店事業者がエリア内で様々な取り組みを行っていることが明らかになっています。



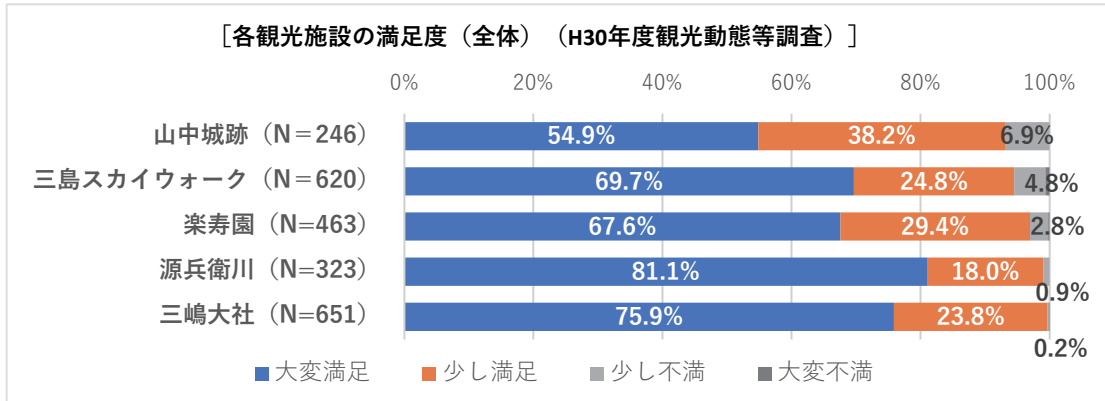
事業者数による産業割合 [出展：地域経済分析システム RESAS]

産業としては飲食店が多く、特に個人事業主が多いことがポテンシャルとなっていますが、三島市全体の商業については販売額および売り場面積は減少傾向にあります。また、市民目線では「働く場所が少ない」「魅力的な店がない」とのイメージを抱く方が多く、魅力的な個店のあるエリアを求めるニーズが高くなっています。一方で、商店主の高齢化も進行しており、人通りが少ないことを課題にあげる事業者も多く、目的地となるような魅力的な個店を増やしていくことが必要です。

③観光

―三嶋大社や源兵衛川の来訪者満足度は99%

エリア内を流れる源兵衛川は、来訪者の認知度が50%を下回る一方、来訪した99%が満足したと回答しています。対象エリアの三角形の頂点でもある三嶋大社は来訪者の認知度は80.7%とほかの観光施設よりも高く、来訪者のほぼ全員が満足したと回答しています。



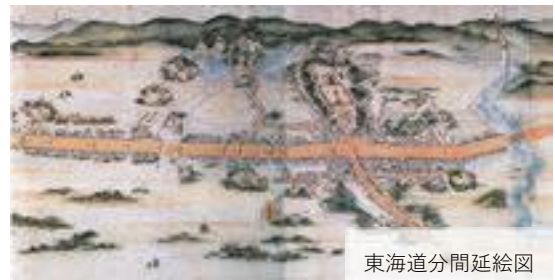
関東圏からの観光客が多く満足度も高い一方で、エリア内における回遊と観光客がお金を落とす仕組みがないことが課題となっています。情報発信の強化や商店主の観光客への意識など、市民自体が三島の魅力をもっと知る必要があるとの意見もあがっています。観光の目的が“体験”に変わっていくか、三島の“人”が新たな観光のポテンシャルになることでエリアの観光が特徴づけられます。

④歴史・文化

―大社を中心に形成され、歴史が色濃く残るまち

三嶋大社を中心にまちが形成され、古くからほかの市町と交流しながら発展してきた本エリア内には、三嶋大社のほか、三島八小路をはじめとする昔の地名と路地、看板建築の街並みが残っています。特に、エリア内の東海道や鎌倉古道沿いには、今もその名残が感じられる場所が数多く残っています。

ヒアリング調査やアンケート調査では、エリア内に残るそうした歴史文化資源を三島のまちを表すポテンシャルとして捉えた意見が多くあげられました。



三嶋大社、楽寿園、寺社仏閣、歴史など多くのポテンシャルを抱えており、エリアの特色の一つとしてあげている市民も多いです。こうした歴史・文化を資源として活用することで、魅力的なエリアの形成につながっていく必要があります。

⑤自然・地理的環境

—美しい水がめぐり、緑溢れるまちなか

本エリア内には、富士山や箱根水系から湧き出た美しい水がめぐっています。また、エリアの中心部を南北に流れる源兵衛川、その水源をたたえ豊かな植生環境を有し、ジオサイト*として認定されている楽寿園、湧水が園内の至る所から流れる白滝公園、樹齢1,000年を超える巨木を有する三嶋大社の森など、豊かな自然環境に恵まれています。

各種調査における市民の意見でも、これらの資源を大切にしながらも活用していきたいとの意向が見受けられました。



源兵衛川や白滝公園、楽寿園や富士の湧水など多くのポテンシャルがあり、市民のエリアへの印象も「水辺や緑」が強いと言えます。エリアの将来像や過ごし方のイメージについても、「居心地の良い水辺や緑の空間が多いエリア」を求める意見が多くあげられています。一方で、魅力的なエリアでありながら、うまく活用できていないという意見も多く、こうしたポテンシャルを活用した居心地の良い空間形成が必要です。

⑥空き地・空き店舗

—エリア内に空き地や空き店舗が点在している

三島広小路駅の周辺では、空き店舗がエリア内のほかの地域と比較して多く点在しています。また、大通り沿いの空き地は、大きな通りに面していない部分の空き地と比較し大規模なものが多くあります。エリア内に点在する空き地・空き店舗について、作業部会*や市民・事業者アンケート調査、ヒアリング調査において、利活用の可能性を言及する声があげられました。

空き店舗は三島広小路駅周辺で多くなっていますが、空き店舗がないというエリア(商店会)もあります。空き地もエリア内に点在しています。空き店舗が生じる主な原因として“家賃の折り合いがつかない”という意見が多く見受けられるほか、「空き店舗活用事業費補助金」の支給がなくなると商店会からの退会や廃業が多くなるなど、補助制度への意見も多くあがっています。一方でリノベーションなどのモデルケースの創出による取り組みを求める意見も多く、オーナーへの啓発と合わせたエリアの遊休不動産をポテンシャルとして捉えた取り組みが必要です。

⑦歩行者空間

—歩きたくなる街並みが整備されている

歩行者空間のハード整備の状況として、エリア内のほとんどの通りでは無電柱化や歩行者空間の整備が進み、段差のないスムーズな動線が確保されています。また、快適性については、エリア全体として街路灯が連続的に整備されており、歩行者が安心して歩くことができる環境が整っているほか、花飾りにより彩られ、心地よく過ごせる空間が創出されています。

ヒアリング調査でも、「本エリアは歩きたくなる街並みである」や「裏路地や小路の空間があることで歩きたくなる」といった声があがっています。

散策の魅力がある(歩くことが楽しい)と感じている市民が多く、今後についても、散策の魅力があるエリアへのニーズが高くなっています。エリア内のポテンシャルとして歩行空間をあげる意見も多いですが、一方で滞在のしやすさや景観・雰囲気については改善が必要となっています。散策と掛け合わせるコンテンツも合わせた空間創出の検討が必要です。

* = 巻末の用語集をご参照ください

⑧エリア内で活動するひと

—民間事業者や個人が主体となって活動が行われている

エリア内では様々な事業者や個人が取り組みを行い、まちなかのにぎわいを生み出しています。ヒアリング調査でも、「エリア内にはまちとつながりを持つことができる場所が多く用意されている」、「新たに三島にやってくる移住者や事業者に対して暖かく迎え入れる雰囲気がある」などの意見があり、エリア内ではすでに民間事業者や個人が主体となって、様々な動きや空気が生まれています。

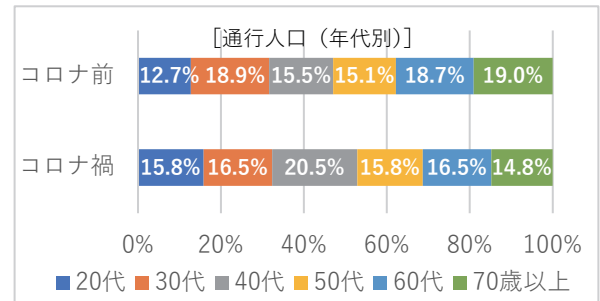
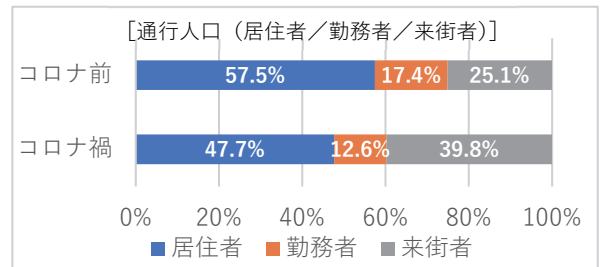
若い世代ほどまちづくり等の活動への参加意向が強く、一方で事業主の回答では商店街活動等への参加は難しいとの意見が多くなっています。コンパクトな人間関係や人と人とのつながりをポテンシャルとしてあげる意見もあり、今後エリア内のプレイヤーとの連携により目的を持った新たな活動を進めていくことで、にぎわいの創出につながっていくと考えます。

⑨まちなかにいるひと

—属性問わず多様な人々がエリアを訪れる

新型コロナウイルス感染症拡大前（以下、コロナ前）の令和元(2019)年とコロナ禍の令和3(2021)年どちらにおいても、エリア内の通行人口のうち、最も多くを占めているのは居住者で、コロナ前で 57.5%、コロナ禍で 47.7%となっています。また、市民アンケート結果から、若い世代ほどまちなかに魅力を感じてエリアに訪れている傾向にあるとともに、エリア内のまちづくりへの参加意向も高い傾向にあることが分かります。

また、通行人口の年代別の内訳を見ると、各世代が約 15~20% ずつエリア内におり、特定の属性を問わず、多様な人々が本エリアを訪れているといえます。



[出展：KDDI・技研商事インターナショナル「KDDI Location Analyzer」]

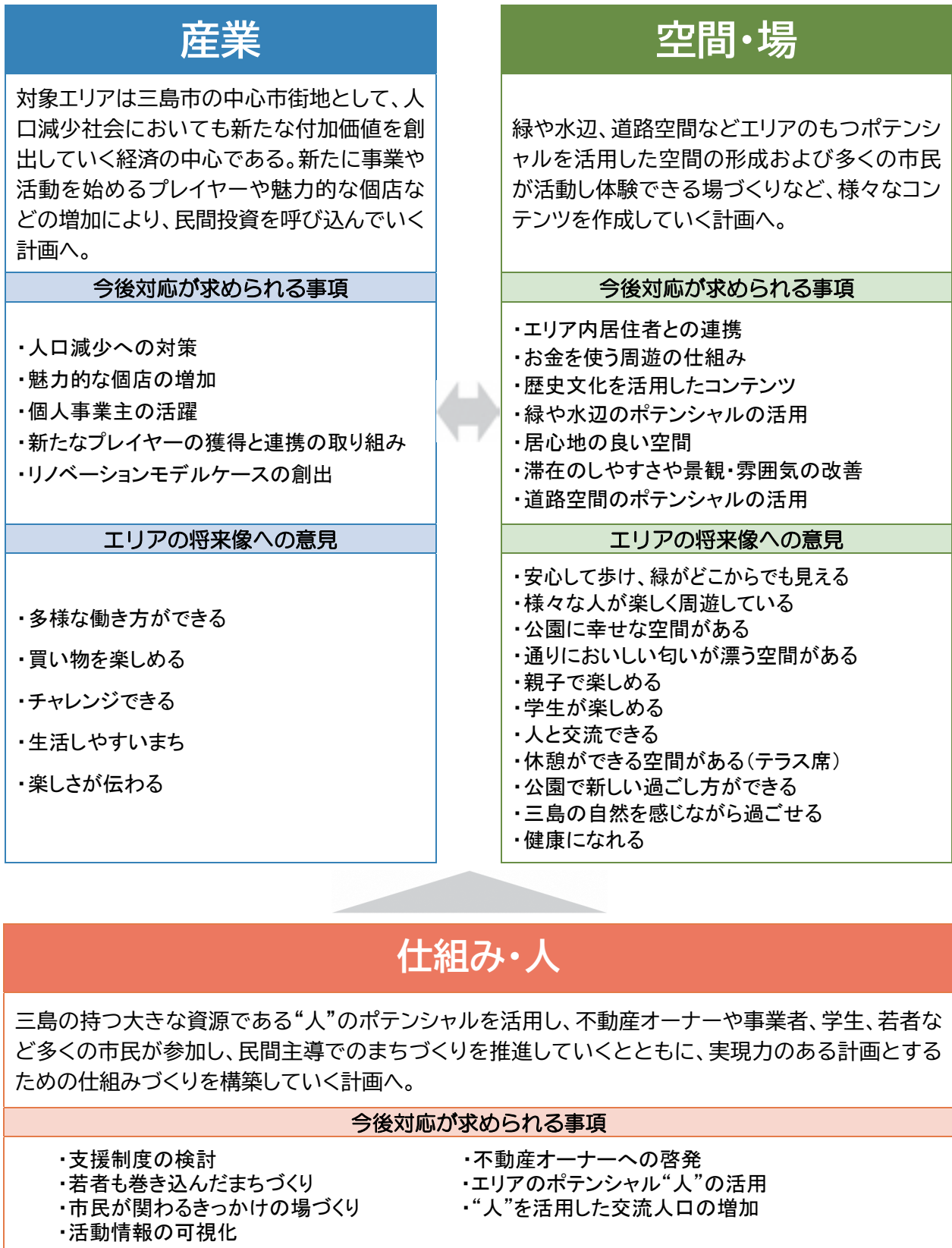
新型コロナウイルス感染症の流行を機に、市民のエリアでの滞在が増えており、特に若い世代で来訪頻度が高く、魅力を感じていることが分かります。一方でエリア外居住者の来訪頻度は高くはありません。地域とつながることができる様々な場がある一方で、参加しにくいとの意見も多く、様々な属性や目的の市民がエリアに関わることができるきっかけの場も必要です。



**各エリアの現状や調査結果を踏まえ、
エリアの豊富なポテンシャルを活用することで
市民の豊かな暮らしを実現していく計画へ**

2. 目指すべき方向性

各種現況の調査結果および作業部会における「目指すべき将来像」への意見等を踏まえ、三島のポテンシャルを活用した本計画の目指す方向性として以下の3つが導き出されます。



● 第2章 エリアの将来像

第2章 エリアの将来像

1. エリアの将来像

市民、事業者、市の官民が一体となり、エリア全体のリノベーションを推進することで、対象エリアがより魅力的になり、エリアに関わる市民が質の高い暮らしを実現していくため、将来的に目指す姿を「エリアの将来像」として掲げ、後述する15の戦略を推進していきます。

まちなかのせせらぎ

エリア内のいたるところを流れる澄んだせせらぎは市民の誇り。散策をしながら五感で三島の魅力を体感する人、水遊びをする子どもたちはもちろん、水辺に足をつけて読書をしたり、ビール片手に夕涼みしたりする大人たちで今日もにぎわっています。

関連する主な戦略

- 戦略5 公園や水辺空間のリノベーション
- 戦略10 エリアを楽しむコンテンツおよび休憩スペースづくり

まちのフロント/三島駅周辺

富士箱根伊豆のフロント*である三島駅南口は、人が集い、人と街をつなぐゲート機能を備えた東街区再開発事業の整備により、観光回遊のハブ拠点としての西街区や三島のセントラルパーク楽寿園と連携する中で、新たなイノベーション(付加価値)やにぎわいの広がりが期待されます。そしてエリア内の魅力的なコンテンツに誘われてエリアの中で回遊していきます。

関連する主な戦略

- 戦略10 エリアを楽しむコンテンツおよび休憩スペースづくり
- 戦略15 官民連携でのエリアリノベーションに向けた体制の検討

まちなかの空き地

まちなかに点在している空き地には、キッチンカーが集まったり、芝生が敷かれて子どもの遊び場やファミリーの憩いの場になったり、音楽が奏でられたりと、まちなかの様々なイベントを通して最大限に活用されています。

関連する主な戦略

- 戦略1 エリア内への新たなプレイヤーの誘致
- 戦略4 リノベーションモデル事業の創出
- 戦略10 エリアを楽しむコンテンツおよび休憩スペースづくり

まちなかにめぐる路地や小路

三島八小路をはじめとする路地と路地裏の街並みは三島の大きな魅力。思わず入り込みたくなるような雰囲気に誘われて道を曲がると、整備された表通りとは別世界が広がり、ゆったりとした時間の流れの中で、コアな三島を楽しむことができます。

関連する主な戦略

- 戦略8 歴史文化を活用したコンテンツづくり
- 戦略10 エリアを楽しむコンテンツおよび休憩スペースづくり

夜までにぎわう三島広小路駅周辺

ランチからディナー、そして食べ歩き、飲み歩きまで楽しめる広小路駅周辺は魅力的な飲食店が集まるエリアです。夜も、多くの人がテラスでせせらぎを聞きながら三島の夜を楽しみ、にぎやかな雰囲気が通りまで溢れ出しています。

関連する主な戦略

- 戦略2 空き店舗等を活用したチャレンジの場づくり
- 戦略6 道路空間のリノベーション
- 戦略9 食を活用したコンテンツづくり

変わらない。けど、進化する三嶋大社周辺

看板建築の街並みに風鈴の音色が聞こえるまちなかに起業家が集まり、ビジネスマンがパークレット*で仕事をしているなど、歴史を感じさせる雰囲気と新しい空気が入り混じるエリアです。

関連する主な戦略

- 戦略1 エリア内への新たなプレイヤーの誘致
- 戦略2 空き店舗等を活用したチャレンジの場づくり
- 戦略6 道路空間のリノベーション
- 戦略8 歴史文化を活用したコンテンツづくり

・イラスト内の市民の質の高い暮らし(=過ごし方)は、作業部会や市民および事業者アンケート調査、ヒアリング調査等から得られた意見を基に作成しています。
 ・エリアの将来像の実現に向け、「第3章 将来像実現のための戦略」に位置付ける15の戦略を推進していきます。

* = 巻末の用語集をご参照ください

2. ライフモデル* (将来のエリアでの過ごし方のイメージ)

エリアの将来像の実現によってどのようなライフスタイルが実現できるか、5つの異なる立場やシーンでの、とある1日の過ごし方を紹介します。様々な出会いや過ごし方から多種多様な豊かな暮らしを実現するエリアへ。

三島のまちで楽しむ！ (学生の平日)

午前中で授業が終わる木曜日は、友達と三島のまちなかを散歩。

最近オープンしたカフェで早めのランチ。会計時にレジ横をふと見ると、地元の作家さんの雑貨が売られており、思わず購入！

ランチ後は、せせらぎ沿いを散歩しながら、のんびりとカフェめぐり。最近、カメラを始めたので、カフェで友達と写真を撮ってSNSにアップ！

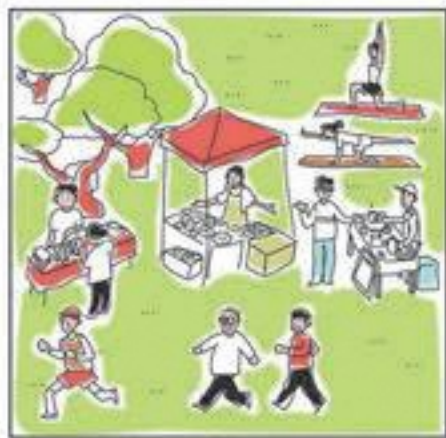
夕方は、空き店舗を改修したコミュニティスペース*へ。今日は、この1カ月楽しみにしていた「三島出身の社会人の方との交流イベント」の開催日！

イベント終了後は、知り合った仲間たちと、夜の広小路で乾杯。様々なジャンルの料理とお酒が楽しめるため、つついはしご酒。



三島のまちを散策する (高齢者の平日)

一日の始まりは、三嶋大社でのラジオ体操から。体にもよく、仲間も作れて一石二鳥。



ラジオ体操の後は、まちなかのコミュニティスペースを仲間と借り、創作活動。最近、ちぎり絵にはまっております、今週末の個展に向けて大忙し！

お腹もすいてきたので、いったん休憩し、商店街へお昼ご飯の買い出しに。木陰にベンチが置いてあるので、時々休みながら買い物ができて便利だな。

今日のお昼ご飯は、商店街のバルでテイクアウトのお弁当を購入。最近、ラジオ体操仲間間で「おいしい」と話題になっていたの、食べるのが楽しみ。

コミュニティスペースに戻ってきて仲間とお弁当を食べながら、個展の最終調整。週末は、商店街で歩行者天国もあるので、たくさんの方が来てくれるといいなあ。

三島の路地で子どもと遊ぶ (ファミリー層の休日)

今日は家族で商店街へ。ママがお店に夢中な間、パパは子どもを路地の芝生空間で遊ばせている。

買い物を楽しんだママは、芝生空間に面するカフェのテラス席で、コーヒーを片手に、パパと子どもたちの様子を眺めて幸せそう。遊び疲れた子どもたちがママのもとに戻ってきて、テラス席で一緒にランチ。



お腹がいっぱいになった後は、源兵衛川で水遊び。パパやママも足を水の中につけて、家族で水遊び。

午後はまた商店街へ。今日は、空き店舗を活用したギャラリーで子どもの絵の作品展。なんと優秀賞を受賞！

なじみのレストランで子どもの入賞祝いのお祝い。テラス席で川のせせらぎを聞きながらイタリアンとケーキでお祝い。

にぎわう三島の通りで商う (商業者の平日)

お店の陳列は、少しだけ道路空間ににじみ出すように工夫。商品をのぞきこむお客さんはみんな顔見知り。世間話に花を咲かせながらやりとりするのが楽しいなあ。

最近移住してきた起業家がふらりとやってきた。話が弾んで、商店街や道路空間を活用したアートイベントを仕掛けることに！

2階の住居部分を商店街仲間とリノベーションしたレンタルスペースは、今日も予約がいっぱい。店舗の2階から、サークルの音楽が聴こえて、にぎやかでいいなあ。



閉店後。仲間の経営する広小路のお店で商店会の打ち合わせ。その後はもちろん近くのバーに移動して仲間と過ごす。

三島で新しいスタート！ (新しいことはじめたい人の平日)

普段はリノベーションされたシェアオフィス*を使っているが、今日は天気も良いので道路のパークレットにて仕事。



午後は、東京から出店希望の仲間を連れてまちなかを案内。公園に来ているキッチンカーでランチを購入し、気持ちのよい水辺で打ち合わせ。

仲間を駅に送ったあと、まちなかを歩いていると起業家仲間にはったり遭遇。空き店舗を改修したシェアスペース*で情報交換。新しい事業で協業することになり、早速夕方の自社イベントに参加してもらうことに。

夕方からは、水辺を活用したイベントを実施。公園を訪れる市民に、自社サービスを試してもらえらる絶好の機会！仲間の企業も一緒に出店し、やる気みなぎる。明日からもがんばろう！

* = 巻末の用語集をご参照ください

3. 指針の設定

長期的な視点で目指していく「エリアの将来像」の実現に向け、本計画における指針をエリアの現状とポテンシャルに基づく3つの方向性に対し、以下に設定します。

産業づくり～人のつながりから三島経済のさらなる発展へ～

新たな付加価値を創出していく市の地域経済の中心として、民間投資により様々な店舗や事業が展開され、遊休不動産など既存の資源も活用し、新たな価値が生まれていくエリアへ。

○様々な人の連携と民間投資によってエリアで多様な店舗が展開されていくエリアに

- 戦略1 エリア内への新たなプレイヤーの誘致
- 戦略2 空き店舗等を活用したチャレンジの場づくり

○事業者との交流などまち歩きから稼げるエリアに

- 戦略3 テイクアウト商品などの開発支援

○官民連携での取り組みで新たなイノベーション(付加価値)が生まれるエリアに

- 戦略4 リノベーションモデル事業の創出

空間・場づくり～三島の資源に自ら関わり・楽しめる、居心地のよいエリアへ～

緑や花、水辺空間などエリアのもつポテンシャルを活用しながら、市民が主体的に関わることができる仕組みや空間の場づくりを行う。さらに、様々なコンテンツに関わることで市民それぞれの豊かな暮らしが実現し、そうしたコンテンツが目的となって人の回遊が生まれるエリアへ。

○公共空間のリノベーションにより市民が主体的にまちに関わり、楽しめる場づくり

- 戦略5 公園や水辺空間のリノベーション
- 戦略6 道路空間のリノベーション

○三島のポテンシャルを活用した市民が主体的に関わり、楽しめる場づくり

- 戦略7 アートを活用したコンテンツづくり
- 戦略8 歴史文化を活用したコンテンツづくり
- 戦略9 食を活用したコンテンツづくり

○まち歩きを誰もが楽しめる緑のある居心地のよい場づくり

- 戦略10 エリアを楽しむコンテンツおよび休憩スペースづくり

仕組み・人づくり～市民が出会い、交流し、やりたいを実現できるエリアへ～

三島の持つ大きな資源である“人”のポテンシャルを活用し、不動産オーナーや事業者、学生、若者など多くの市民がエリアでの取り組みに参画し、様々な出会いから多くのチャレンジが生まれていく“人”中心のエリアへ。また、三島駅南口周辺の開発との連携など官民連携でのエリアリノベーションを実現していくエリアへ。

○エリアリノベーションの実現に向けた支援制度の仕組み

- 戦略11 事業者支援制度の改定・構築
- 戦略12 不動産オーナーへの啓発

○市民が主役となり活躍できるエリアに向けた情報発信

- 戦略13 情報プラットフォーム*の構築

○実行力のある戦略づくりに向けた仕組みづくり

- 戦略14 新たなプレイヤーを生み出す仕組み・人づくり
- 戦略15 官民連携でのエリアリノベーションに向けた体制の検討

* = 巻末の用語集をご参照ください


● 第3章 将来像実現のための戦略

第3章 将来像実現のための戦略

1. 将来像実現のための戦略

作業部会およびヒアリングでの市民の“やってみたい”意見を基に各戦略を位置付けています。

産業づくり～人のつながりから三島経済のさらなる発展へ～			
戦略1	エリア内への新たなプレイヤーの誘致		
内容	エリア内で事業を行う新たなプレイヤーの誘致を行い、魅力的な個店およびエリアを形成していきます。地元事業者との連携でお試し出店が可能なイベントの実施や取り組みを積極的に展開する。		
活用ポテンシャル	人のつながり、空き地等の遊休不動産		
目指す姿	魅力的なお店があり、市民が買い物を楽しんでいるエリアへ		
取り組み案	<p>①新たなプレイヤーの誘致に向けたイベントの実施 マルシェの実施による創業者の発掘、空き地など遊休不動産を活用し、地元飲食店等と連携したお試し出店イベント等を実施する。</p> <p>②創業者獲得に向けた支援制度の整備 各種試行イベントを通じて民間投資や新たなプレイヤーの誘致に向け、地元事業者等と一体となった支援の形を形成していく。</p>		
役割分担	市民（個人）	民間連携で	市
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ イベントを楽しむ ✓ 人気店に声かけ ✓ 地元のお店を応援 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 試行イベントの実施 ✓ プレイヤーの発掘・誘致・支援 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ イベント等の支援、効果検証の実施 ✓ 民間投資を呼び込む支援メニューの整備
戦略2	空き店舗等を活用したチャレンジの場づくり		
内容	大学生あるいは若者のチャレンジを応援する「チャレンジ可能な空間」を、空き店舗等の遊休不動産を活用し整備する。		
活用ポテンシャル	空き店舗等の遊休不動産、若者のまちづくりへの参加意向、大学の立地		
目指す姿	若者がチャレンジできるエリア、学生がまちと関わり楽しんでいる		
取り組み案	<p>①遊休不動産を活用した学生がまちづくりや事業などに挑戦できる場づくり 空き店舗等の遊休不動産を整備し、市内の大学に通う学生あるいは、市内に居住する大学生がまちづくりや自身の事業を試行できる場をつくる。</p> <p>②遊休不動産を活用した若者が創業等に向けた挑戦が出来る場づくり 空き店舗等の遊休不動産を活用して、日替わりで出店可能なチャレンジショップなどお試しの創業ができる場をリノベーション等により整備し、ビジネス試行の機会を創出する。</p>		
役割分担	市民（個人）	民間連携で	市
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 事業に挑戦してみる ✓ 事業を応援する・楽しむ 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ リノベーションの実施による場の整備と運営 ✓ 若者の事業の支援 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 場づくりの支援 ✓ チャレンジ後の支援制度の整備

戦略3	テイクアウト商品などの開発支援		
内容	エリア内での食べ歩きコンテンツとしてテイクアウト商品の開発、また、道路空間を活用したテイクアウトコーナーやワゴン陳列等の仕組みを整備していく。		
活用ポテンシャル	食、歩きやすい道路空間、魅力的な個人事業主		
目指す姿	魅力的なお店があり、市民が買い物を楽しんでいるエリアへ 商店主の方と楽しく交流しながら、まち歩きができる おいしいものを食べられるエリアへ		
取り組み案	<p>①テイクアウト商品等の開発 市内の事業者を対象に、SDGs*など丁寧な暮らしや三島の文化にスポットを当てたテイクアウト商品等の開発にかかる支援を行っていく。</p> <p>②テイクアウトコーナーなどの設置 テイクアウト商品を店頭で販売するためのスペースの設置や、道路空間を活用した仕組みづくりなど、社会実験等での試行を通じ構築していく。</p>		
役割分担	市民（個人）	民間連携で	市
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 食べ歩きを楽しむ ✓ 地元商店を知る ✓ 商品開発への参加 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 商品開発の協議・実践 ✓ 道路空間を活用した事業展開の試行 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 商品開発の支援 ✓ 道路空間活用の検討の場づくり ✓ 啓発活動

戦略4	リノベーションモデル事業の創出		
内容	官民連携によって、地域課題等の解決を視野に入れた新たなリノベーション事業の創業を支援するスキームを創出する。		
活用ポテンシャル	人的資源・既存の取り組み、遊休不動産		
目指す姿	魅力的なお店があり、市民が買い物を楽しんでいるエリアへ 商店主の方と楽しく交流しながら、まち歩きができる		
取り組み案	<p>①リノベーションモデル事業の試行 官民連携でのリノベーションモデル事業の創出に向けて具体的な物件等を定め、リノベーションコンテストの開催など、地域の課題解決にもつながる新たな事業を、不動産オーナー、創業者、地域の支援者、市の連携体制にて試行していく。</p> <p>②リノベーション推進体制の構築 リノベーション事業の試行を通じて、エリア内でのリノベーション事業を支援する体制を構築し自走させていく。</p>		
役割分担	市民（個人）	民間連携で	市
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ リノベーション作業への参加 ✓ 事業への参加 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ リノベーション事業の実践 ✓ リノベーションまちづくり支援体制の構築 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ モデル事業検討の場づくり ✓ 体制構築の支援

* = 巻末の用語集をご参照ください

空間・場づくり～三島の資源に自ら関わり・楽しめる、居心地のよいエリアへ～

戦略5	公園や水辺空間のリノベーション		
内容	公園を活用する様々な主体者にとって、居心地の良い空間を形成していく。公園空間における Park-PFI*などの事業者による店舗設置等の検討や、三島のポテンシャルである水辺空間を市民が楽しく活用できるコンテンツづくりを行っていく。		
活用ポテンシャル	緑や湧水等のせせらぎ		
目指す姿	公園や水辺空間で市民が思い思いの過ごし方を実現する親子で水と緑など自然を感じながら楽しむことができる居心地の良い空間がある		
取り組み案	①公園や水辺空間の活用に向けた社会実験の実施 事業者による仮設店舗の設置とそれに伴う休憩スペースの設置、市民がキャンプやフリースペースとして活用できる場の提供の試行など、公共空間の新たな活用の方法や空間づくりに向けた社会実験を行っていく。		
	②制度の整備 社会実験等の結果をもとに、Park-PFI など事業者や市民による公共空間の活用に向けた制度を検討し、様々な活用が可能な居心地の良い空間の整備を図っていく。		
役割分担	市民（個人）	民間連携で	市
	✓ 公園を自分の思い思いの方法で楽しむ ✓ 社会実験に参画・参加	✓ 社会実験への参加 ✓ 場づくり・仕組みづくりの実践	✓ 社会実験の支援 ✓ 効果検証の実施 ✓ 制度の検討




戦略6	道路空間のリノベーション		
内容	道路空間を様々な主体が活用し、それぞれの居心地の良い空間を形成していく。道路空間を利用したテラス席や店舗前での販売、遊び場の設置、パークレットの設置など社会実験を通じた実証を行っていく。		
活用ポテンシャル	歩きやすい道路空間、魅力的な個人事業主		
目指す姿	歩いて楽しい通りが多い、子どもと安心して楽しめる休憩ができる居心地の良いスペースがある 緑と水や歴史文化的資源が活用され、三島の自然と歴史を感じられる		
取り組み案	①道路空間の活用に向けた社会実験の実施 車線規制によるテラス席の設置や芝生の公園の設置など、道路空間を活用する社会実験を実施していく。		
	②制度の整備 社会実験等の結果をもとに、パークレットの設置や道路空間活用の指針への提案を検討するなど、様々な活用が可能な居心地の良い空間の整備を図っていく。		
	③歩行者空間の演出 三島の歴史や文化を活用し、自然や街並みと調和する歩行者空間の演出を図っていく。また、景観重点整備地区の形成基準に基づき、道路沿いの壁面後退による空地確保や周辺と調和した色彩等により、歩いて楽しい安らぎを感じられる歴史的・文化的な街並みを創出する。		
役割分担	市民（個人）	民間連携で	市
	✓ 社会実験に参画・参加 ✓ 道路空間を使って遊ぶ ✓ まち歩きを楽しむ	✓ 社会実験への参加 ✓ テラス席の設置等の道路空間の活用	✓ 社会実験の支援 ✓ 効果検証の実施


* = 巻末の用語集をご参照ください

戦略7	アートを活用したコンテンツづくり		
内容	遊休不動産を活用したアートギャラリーの実施など、アートを活用した周遊のコンテンツづくりを行っていく。また、一過性ではなく、連携したクリエイターによる三島の資源のさらなる活用などへも展開していく。		
活用ポテンシャル	魅力的な個人事業主、人的資源・既存の取り組み、遊休不動産		
目指す姿	アートを楽しめる		
取り組み案	<p>①アートを活用したコンテンツづくり 空き店舗などの遊休不動産を活用したギャラリーの設置、絵本に関するイベントの実施などをきっかけとした、市民がアートに触れる機会や場を創出していく。</p> <p>②継続した取り組み、プレイヤーの発掘 一過性の取り組みで終わらずに、イベント等のコンテンツに関わった人がその後もアートに関わることができる、またアーティストも継続してまちづくりに関わることができる機会や場を創出していく。</p>		
役割分担	市民（個人）	民間連携で	市
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ アートを楽しむ、体験する ✓ 自身が創作活動に参加していく 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ イベントの実施 ✓ 場の整備、創作活動の支援 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ アーティストの誘致 ✓ クリエイターを地域に巻き込む仕組みの支援

戦略8	歴史文化を活用したコンテンツづくり		
内容	絵本や三嶋大社、文豪や着物を活用したまち歩きなど、三島の歴史・文化を活用した、周遊のコンテンツづくりを行っていく。また、シニア世代の知見等を活用し、多世代の交流を図っていく。		
活用ポテンシャル	魅力的な個人事業主、歴史・文化、人的資源・既存の取り組み		
目指す姿	歴史文化を楽しめる 子どもが地域に愛着を持つエリア シニア世代も活躍するエリア		
取り組み案	<p>①歴史・文化を活用したコンテンツづくり 三嶋大社での各種イベントの実施や神社の特徴を活用したまちづくり、文豪の石碑を活用したコンテンツや着物を着てのまち歩きなど、市民がエリアを楽しむためのコンテンツを作成していく。</p> <p>②継続した取り組み、プレイヤーの発掘 一過性の取り組みで終わらずに、イベント等に関わった人が継続して、歴史・文化に関わることができる機会や場を創出していく。</p>		
	役割分担	市民（個人）	民間連携で
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 三島の歴史文化を知る、楽しむ、体験する ✓ 自身が主体的に歴史文化に関係のある活動に参加していく ✓ 自身の知見を伝えていく 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ イベントの実施 ✓ 場の整備、活動の支援 ✓ 自身の事業と連携した歴史文化の活用 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ シニア世代等の活躍の場の創出支援



戦略9	食を活用したコンテンツづくり		
内容	空き地でのキッチンカー等のお試し出店やマルシェの実施、ツアーの企画や食べ歩きコンテンツの開発など、箱根西麓三島野菜をはじめとする三島の食を活用した、周遊のコンテンツづくりを行っていく。		
活用ポテンシャル	魅力的な個人事業主、三島の食、遊休不動産 		
目指す姿	様々な“おいしい”を楽しめる、健康になれる		
取り組み案	<p>①三島の食を活用したコンテンツづくり 道路空間でのマルシェの実施や、空き地の暫定利用としてキッチンカー等による食のイベントなど、三島の食を活用したコンテンツづくりを行っていく。(戦略10 取り組み案①と連動)</p> <p>②継続した取り組み、プレイヤーの発掘 一過性の取り組みで終わらずに、イベント等に関わった人が継続して、エリア内に関わることができる機会や場を創出していく。</p>		
役割分担	市民（個人）	民間連携で	市
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ おいしいものを楽しむ ✓ マルシェに出店する ✓ 食のレシピを考える 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 遊休不動産の活用 ✓ 場の整備、活動の支援 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 遊休不動産等の活用に向けた支援

戦略10	エリアを楽しむコンテンツおよび休憩スペースづくり		
内容	エリア全体での統一性を設定し、エリア内で共有を図るとともに、空き地等を活用してベンチや木陰など休憩可能なフリースペースを設置していく。また、三島駅南口周辺の開発を見据え、散策する楽しみを生むことでエリア内に人を呼び込めるよう、朝や夜のコンテンツ、花の彩りを活用したコンテンツ、健康につながるコンテンツなどを開発していく。		
活用ポテンシャル	道路空間、緑、公園空間、遊休不動産 		
目指す姿	道路等で休憩できるスペースがある 緑が豊富で花の彩りがあり、歩いていて楽しいまちなか 時間帯に合わせた魅力的なコンテンツがある		
取り組み案	<p>①道路空間や遊休不動産を活用した休憩スペースの整備 道路空間でのマルシェの実施や、空き地の暫定利用としてキッチンカー等による食のイベントなど、三島の食を活用したコンテンツづくりを行っていく。(戦略9 取り組み案①と連動)</p> <p>②魅力的な路地空間の活用などエリアの景観に関する啓発 緑や花を各商店前や通りに置き道路空間に彩りをもたせることや、鎌倉古道・三島八小路などの路地空間を活用し、より魅力的なエリアにしていく。</p> <p>③時間帯に合わせた魅力的なコンテンツの作成 朝と夜のコンテンツ、健康につながる朝のコンテンツなど、様々な人が時間帯に合わせて楽しむことができるコンテンツを開発していく。</p>		
役割分担	市民（個人）	民間連携で	市
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ フリースペースを楽しむ ✓ 路地の魅力を発見し楽しむ ✓ エリアの朝と夜を楽しむ 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ コンテンツの作成 ✓ 休憩スペースの整備支援 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 指針となる空間活用案の作成支援 ✓ 休憩スペースの整備

仕組み・人づくり～市民が出会い、交流し、やりたいを実現できるエリアへ～

戦略 11	事業者支援制度の改定・構築		
内容	空き店舗を活用した創業への補助制度等の見直しのほか、飲食店同士の連携や相談ができる仕組みを構築する。また空き店舗等に関する情報発信をタイムリーに行っていく。		
活用ポテンシャル	空き店舗等の遊休不動産、人のつながり		
目指す姿	空き店舗等を活用した新たなお店が創業している 創業した人と地元事業者が連携した取り組みを展開している		
取り組み案	<p>①空き店舗を活用した創業への補助制度の見直し 空き店舗を活用した創業への支援の在り方について再度検討を行い、魅力的なエリアの形成に向けた制度を民間と一体となって構築する。また、エリアに誘致したい店舗種別や補助制度の検討などにより、新規出店店舗の誘導を行う（エリアマネジメントの検討）。さらに、創業後の支援として、地域一体となった支援体制の構築を図っていく。</p> <p>②空き店舗に関する情報発信 空き店舗に関する情報をタイムリーに発信していき、地域と連携した上記の新たな仕組みと合わせて創業者の獲得を図っていく。</p>		
役割分担	市民（個人）	民間連携で	市
	✓ 空き店舗を活用したお店を楽しむ	✓ 事業者支援の枠組みの構築 ✓ 空き店舗情報の収集と発信	✓ 創業支援制度の構築にかかる検討の場づくり

戦略 12	不動産オーナーへの啓発		
内容	エリアリノベーションおよび遊休不動産の活用に向けて、不動産オーナー向けの啓発セミナーやモデル事業の紹介等の啓発活動を行っていく。		
活用ポテンシャル	空き店舗等の遊休不動産、人のつながり、人的資源・既存の取り組み		
目指す姿	遊休不動産のリノベーション等が進んでいる 不動産オーナーと一体となったまちづくりが進んでいる		
取り組み案	<p>①不動産オーナーへの啓発 セミナーの開催やモデル事業の周知など不動産オーナーへの啓発を行っていき、不動産オーナーと一体となった取り組みを実施する機運を醸成していく。</p> <p>②歩行者空間の連続性確保にかかる啓発 大規模空き地や遊休不動産を新たに活用する際は、歩行者空間に影響を与える1階部分等に、エリアの文化活動、にぎわい、憩いの場の創出等につながる店舗の導入を働き掛けていく。</p>		
役割分担	市民（個人）	民間連携で	市
	✓ セミナー等へ参加する	✓ 不動産オーナーと事業者での会議開催など、モデル事業の情報提供	✓ セミナーの実施など啓発活動の実施

戦略 13	情報プラットフォームの構築		
内容	市民がエリアの魅力や取り組みを知ることができる、また情報発信に参画できる情報プラットフォームを構築する。市民による三島の魅力や各エリアでの活動の紹介および告知、個店の PR 等市民による情報発信を実施していく。		
活用ポテンシャル	人のつながり、人的資源・既存の取り組み		
目指す姿	市民がエリア内での取り組みを知ることができ、楽しんでいる 市民自身が情報発信の担い手になっている		
取り組み案	<p>①情報発信の実施 本計画の周知をはじめ、エリア内での取り組みや魅力的な個店等を知ってもらうため、情報を発信していく仕組みを構築し、本計画によるアクションを市民へ啓発していく。</p> <p>②市民による情報発信の仕組みづくり 市民が情報発信の担い手となり、SNS 等を活用した個店情報の発信や、活動への呼びかけなどを行うことができる仕組みを構築する。</p> <p>③情報を共有するプラットフォームづくり 計画の推進にあたり、エリア内でどのような取り組みが行われているのか、情報を共有する仕組みを構築していく。また、SNS 等も含めた既存のプラットフォームとの連携や情報の共有を図っていく。</p>		
役割分担	市民（個人）	民間連携で	市
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 情報を知り、エリアを訪れる ✓ 情報を発信する 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ WEB サイト等の設置・運営等の情報発信 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 情報発信の支援

戦略 14	新たなプレイヤーを生み出す仕組み・人づくり		
内容	エリア内で新たな活動を起こしたい人や、それを応援したい人などをつなぎ、具体的なアクションを生み出していくプラットフォームの整備や、まちづくりの担い手を育成していくことで、エリアで活動する新たなプレイヤーを生み出していく。		
活用ポテンシャル	人のつながり、人的資源・既存の取り組み、 若い世代などのまちづくりへの参加意欲		
目指す姿	まちづくり等に参画する人が次々と生まれている まちづくりに関わりたい、何か活動したいと思った時の窓口がある		
取り組み案	<p>①プラットフォームづくり エリアで新たな活動を起こしたい人や、それを応援する人をつなぎ、様々な分野でのアクションを生み出していく、情報や人が集まるプラットフォームを構築していく。</p> <p>②担い手の育成 まちづくりやリノベーションなどに関する先進事例の研究やセミナーの開催など、エリア内で活動する人材の育成を行っていく。</p>		
役割分担	市民（個人）	民間連携で	市
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ プラットフォームに参加する ✓ セミナーに参加する ✓ 新たな活動を起こす 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ プラットフォームの仕組みの形成 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ プラットフォームの構築支援 ✓ セミナーの開催

戦略 15	官民連携でのエリアリノベーションに向けた体制の検討		
内容	官民連携でのエリアリノベーションの実現に向け、民間主体の動きを行政が後押しするための体制や仕組みなど、行政機関でしかできない取り組みを民間と一体となって検討していく。		
活用ポテンシャル	人のつながり、人的資源・既存の取り組み、各戦略の取り組みやポテンシャル		
目指す姿	官民一体となってエリアリノベーションに向けた取り組みがなされている		
取り組み案	<p>①行政機関の役割の検討 エリア内での官民連携による取り組みの実現に向け、民間主体の動きを行政が後押しするための体制や仕組みなど、市の役割について整理・検討を行っていく。</p> <p>②再開発事業など各種既存事業との連携による相乗効果の獲得 三島駅南口周辺の開発に伴い、新たな人の動きが生まれるため、コンテンツを目的に周遊する仕組みや、東街区の新たな住民等（タウンマネジメント組織）との取り組み、既存の市の取り組みなど、様々な連携により相乗効果を生み出せるよう、情報を共有し、連携を図っていく。</p>		
役割分担	市民（個人）	民間連携で	市
	✓ 既存の取り組みからの本事業への参加	✓ 官民の役割の整理（市主体ではなく）	✓ 行政機関の役割の検討 ✓ 既存事業の情報の提供

●第4章 今後の展開について

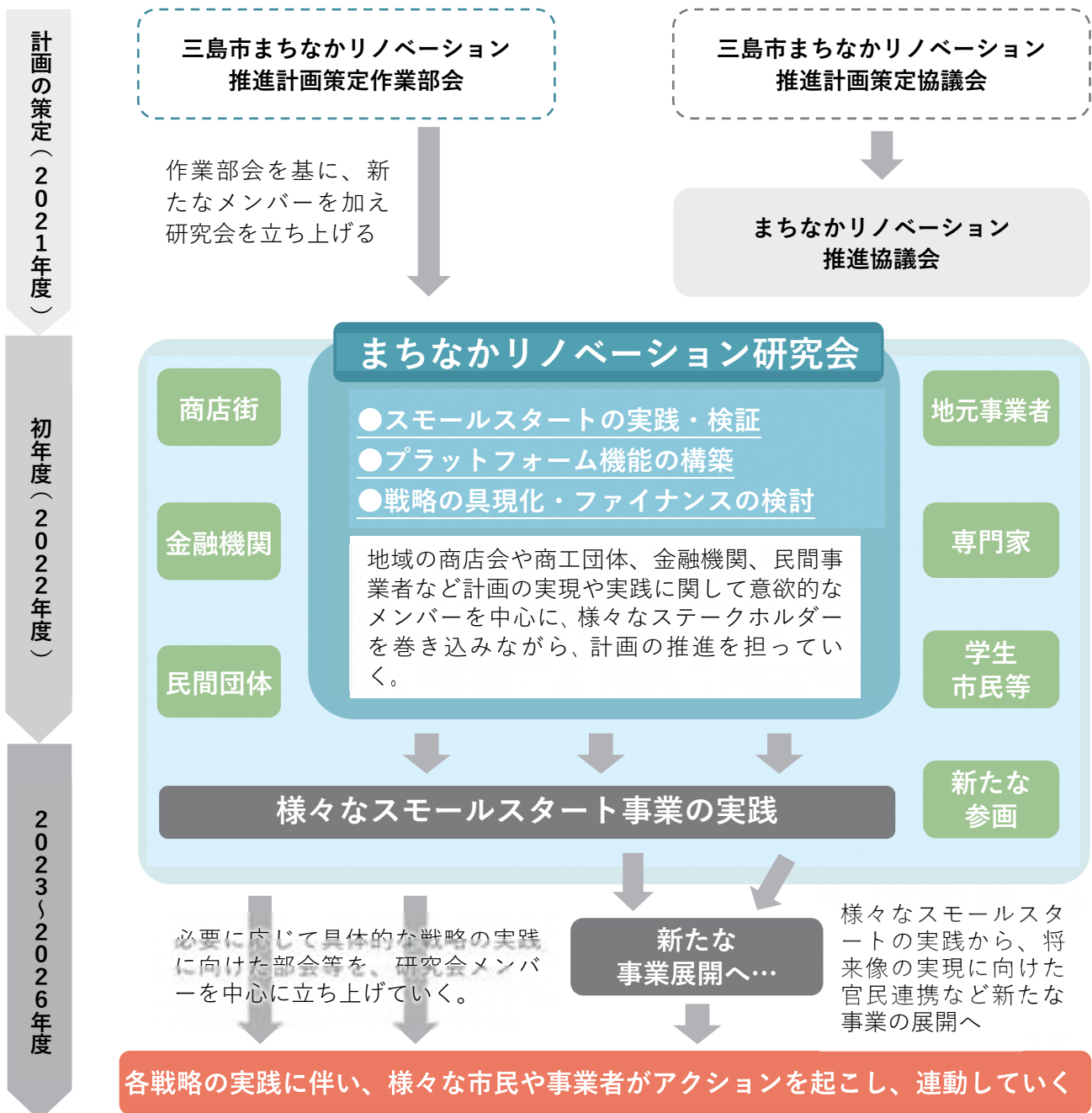
第4章 今後の展開について

1. 計画の実現に向けた今後の進め方

三島市まちなかりノベーション推進計画の実現に向けて、市の働きかけにより「まちなかりノベーション研究会」等の検討の場を設け、計画の推進に向けた具体的な取り組みを検討しスモールスタートとして各戦略の実践を行っていきます。各種事業の実践を通じて、計画の実現を図っていくためのプラットフォームの機能を整理し構築していきます。

計画の推進（戦略のスモールスタートの実践）に際しては、既存の様々な関係団体との連携や情報共有を図るとともに、ICT*等の活用によるDX*の推進も視野に入れていきます。

■ 推進体制および進め方のイメージ



2. 推進主体の役割について

三島市まちなかりノバージョン推進計画の実現に向けたそれぞれの役割について、以下のように設定します。

「まちなかりノバージョン研究会」において戦略の具現化を進めるとともに、研究会の取り組み状況について「まちなかりノバージョン推進協議会」に報告を行い、確認を受けながら本計画を推進していきます。

① まちなかりノバージョン研究会

(1) 想定する参加者・参加団体

商工関連団体、金融機関、建設関連事業者、学生、飲食店事業者など地域の民間団体や地域活動に積極的な事業者および市民等を想定しています。メンバーは固定ではなく、事業の実践などを通じて新たな参画者を受け入れていながら、商工会議所などの産業界、大学等の教育機関、三島市、金融機関、労働機関やマスコミなど「産官学金労言士」の官民連携体制を構築していきます。

(2) 取り組み内容

初年度は、勉強会の開催などを通じて本計画の方向性について共有を図るとともに、他の事例の研究や計画の実現に向けた優先順位、スモールスタート事業として実践すべき内容について検討することから始めていきます。

研究会は毎月1回程度開催し、情報の共有および発信など、プラットフォーム組織としての機能を果たす中で、多種多様な主体によるエリア内でのスモールスタート事業を生み出し、戦略の具現化と将来像の実現を目指していきます。

さらに、これまでのプレイヤーによる知見の継承や、人材を含めた地域資源などの知的財産が流出しないようフェローシップ*を検討するなど、計画に位置付ける事業の推進とともに必要に応じた場づくりも併せて検討していきます。

② まちなかりノバージョン推進協議会

「三島市まちなかりノバージョン推進計画策定協議会」のメンバーを中心に新たに組織し、本計画に位置付けた戦略の取り組み状況に関して、年1回程度報告を受け確認を行っていきます。

③ 三島市

「まちなかりノバージョン研究会」等、計画の推進に向けた検討の場を設けていくとともに、研究会の運営や取り組みを支援していきます。戦略の推進に伴う各種スモールスタートの実践を支援していくなかで、官民連携の取り組みに向けた市の役割を整理していきます。

● 參考資料

[参考資料]

■各種調査結果まとめ

項目	①人口動態	②産業構造	③観光	④歴史・文化	⑤自然・地理的環境
各種調査結果より	<p>【各種統計調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 三島市の人口は、2005 年の 112,241 人を機に減少傾向が続いており、今後高齢化が進む。 <p>【現地調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ エリア内の、通りに面していない裏側の部分や桜川、源兵衛川沿いでは、エリアのほかの地域と比較して住宅が多い。 	<p>【各種統計調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ エリア内の産業割合では、飲食店が 29.6%と最も多く、続いて、販売・卸業が 16.6%と続く。 ✓ 一方で宿泊業を営む事業者の割合は、静岡県の 10.8%に対し、三島市は 2.1%と少ない。 ✓ 三島市内の商店数、商品販売額について、2007 年から 2012 年にかけて、大幅に減少し、2012 年以降はほぼ横ばいとなっている。売り場面積については、減少傾向。 <p>【アンケート調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ エリアへの印象について、働きたいと感じている市民が少ない。「(「思わない」、「あまり思わない」)の回答の合計が 48.1%で最も多い) ✓ エリアへの印象について、魅力的なお店が多く、買い物が楽しいと感じている市民が少ない。「(「思わない」、「あまり思わない」)の回答の合計が 42.6%で 2 番目に多い) ✓ エリアの今後について、魅力的な専門店があるエリアへのニーズが 3 番目に多い。(46.9%が選択) <p>事業者の回答</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 事業を継続していく上での課題として、「人通りが少ない」が最も多い。(46.6%) <p>【現地調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 三嶋大社に近い大通り沿いでは、エリア内の他の地域と比較して小売店が多い。 ✓ 新規出店の店舗は、芝町通りと大通り沿いに多い。 <p>【ヒアリング調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 三島では、物販の店舗が抜けて飲食店が入ってくる傾向が強い。飲食店は物販と比較して利益が出やすいため出店が多いと思われる。 ✓ 若手の店主が少なく、高齢化が進行している。 	<p>【各種統計調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 市内の観光施設の認知度について、最も認知度が高かったのは、三島スカイウォークで 85.9%、次いで三嶋大社が 80.7%であった。山中城跡と源兵衛川の認知度は、50%を下回っており、中心エリアに位置する楽寿園の認知度も、58.2%であった。 <p>【ヒアリング調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 観光客の客層は、関東圏が多い。 ✓ まちなかの多言語化が進んでいない。 ✓ 観光客にまちなかを回遊してもらい、お金を落としてもらう仕組みや仕掛けが必要である。 ✓ 三島の良さを PR する情報発信が十分にできていない。 ✓ まちなかの商店主の意識が、観光客目線になっていない。 ✓ 市民がエリアの魅力を知るきっかけがもっと必要ではないか。特に商店主は、住む人の目線で物事を見がちだと感じる。 ✓ 「観光」の概念が「体験」に変わってきていると感じる。 ✓ 人との関わりを中心にした濃密な観光、移住がその先にある観光（暮らしの観光）が三島の特徴。 	<p>【各種統計調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 三嶋大社を中心にまちが形成され、他の市町との交流をしながら発展してきた本エリア内には、核となる三嶋大社、八小路をはじめとする昔の地名、看板建築の街並み等が残っており、特に東海道や鎌倉古道沿いには、今もその名残が感じられる場所が多く残っている。 <p>【アンケート調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ エリアへの印象について、歴史・文化などに市の特色を感じている市民が多い。「(「そう思う」、「ややそう思う」)の合計が 58.9%で最も多い) <p>【ヒアリング調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 宿場町、連隊の歴史、看板建築、三嶋大社、文学のまちなど、様々な歴史と文化が残っている。 ✓ 鎌倉古道沿道は、かつて大工・建具屋・板金屋等、職人街であった。 	<p>【各種統計調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 本エリアは、富士山や箱根水系からの湧水が出て、美しい水が流れており、源兵衛川の水源があり、豊かな植生環境を有する楽寿園、湧水がいたるところから湧き出る白滝公園、樹齢 1000 年を超える巨木を有する三嶋大社の森など、豊かな自然環境に恵まれている。 <p>【アンケート調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ エリアへの印象について、水辺空間や緑が多く、居心地が良いと感じる市民が多い。「(「そう思う」、「ややそう思う」)の合計が 48.9%で 2 番目に多い) ✓ エリアの今後について、居心地の良い水辺や緑の空間が多いエリアへのニーズが 2 番目に多い。(50.2%が選択) <p>【ヒアリング調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 新幹線を降りてすぐ、楽寿園や白滝公園があるなど、公園が多いことが三島のまちの魅力である。 ✓ 楽寿園や白滝公園、源兵衛川などがあり、自然豊かなまちである。 ✓ 水、せせらぎ、花、というキーワードが重要だと考えている。 ✓ 緑や水など魅力的な資源は多いが、うまく活用できていない。
作業部会でのエリアのポテンシャルへの意見		<ul style="list-style-type: none"> ・ 飲食店個人事業主多い→ネットによる情報発信 ・ 飲食店個人事業主が多い→観光としておもしろくなるポイント→地元の材料について、PR だけでなく使用している→個人少人数グループの散策 ・ チェーン店が少なく、エリアとしての魅力が高い 		<ul style="list-style-type: none"> ・ 三嶋大社 ・ 楽寿園 ・ 寺社仏閣、歴史 ・ 昭和 9 年のイメージを残した三島駅 ・ 三島市民演劇祭 ・ 文化のまち ・ しゃぎり ・ 歴史的背景が強い ・ 看板建築の街並み 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 源兵衛川 ・ 白滝公園 ・ 楽寿園（駅から近い） ・ 湧水、水の流れ ・ 草、木 ・ 水や緑の資源 ・ 水の音 ・ 空気もいい ・ 緑も多くて目に優しい

項目	⑥空き地・空き店舗	⑦歩行者空間	⑧エリア内で活動するひと	⑨まちなかにいるひと	⑩その他
各種調査結果より	<p>【アンケート調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ エリアで空き店舗が生じる主な要因として、「家賃の折り合いがつかない」が 37.7%で最も多く、次に「店舗・建物の老朽化」が続いている。 ✓ 空き店舗の活用のために有効だと思われる取り組みとして、「家賃の低減」が最も多く、「リノベーションなどのモデルケースの創出による地域への啓発」が続いている。 ✓ エリアの今後について、空き家・空き店舗の活用のニーズが、事業者の方が市民より多く、2 番目に高くなっている。(事業者 49.2%、市民 40.3%) <p>【現地調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 三島広小路駅の周辺では、空き店舗が多い。 ✓ 大通り沿いだけでなく、通りに面していない裏側の部分にも空き地が点在している。 ✓ 大通り沿いの空き地は面積が他の空き地と比較して大規模である。 <p>【ヒアリング調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 1 階が空き店舗でも、2 階部分を住宅としている人も多く、積極的に 1 階部分を貸す人は少ないため、まちなかの新陳代謝が起きていない。 ✓ 跡継ぎがおらず、空き店舗となっている場所が多い。 ✓ 家賃が高く、三島市空き店舗活用事業費補助金を活用して新規参入した店舗も、補助金の支給がなくなると、店を閉めてしまう。 ✓ 三島市空き店舗活用事業費補助金を活用して参入した店舗は、2 年程度経過すると商店会を退会してしまうケースが見受けられる。 ✓ 空き地や空きテナントの活用が課題でもあり、大きなチャンスでもある。 ✓ エリアリノベーションの観点では、オーナーの理解・意識醸成(同じ方向性を共有すること)が必要である。 	<p>【アンケート調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ エリアへの印象について、散策の魅力がある(歩くことが楽しい)と感じてる市民が多い。「(「そう思う」、「ややそう思う」の合計が 47.6%で 3 番目に多い) ✓ エリアの今後について、散策の魅力がある(歩くことが楽しい)エリアへのニーズが最も多い。(57.4%が選択) <p>【現地調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ エリア全体として、歩道が舗装され、段差のない導線が整備されているといえる。 ✓ 「滞在のしやすさ」と「景観・雰囲気」は、エリア全体として点数が低く、エリア内において、利用者のための案内板や気軽に座れるベンチ、連続した日陰空間が少ない他、エリア内には、植栽が少ない。 <p>【ヒアリング調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 鎌倉古道は車通りが多く、歩きづらい。 ✓ 裏路地や川沿いなど、歩いて楽しい魅力がある。 ✓ 舗装されていて広く歩きやすい歩道が多い。 ✓ 三島のまちなかは散策するには非常に良い空間だと思うので、飲食との掛け合わせで、食べ歩きの仕掛けは良いのではないかと考えている。(場所としては水道塔など) 	<p>【アンケート調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 中心市街地エリアでのまちづくり等の取り組みについて、若い世代ほど参加意向が高い。 <p>事業者の回答</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 商店街の今後について、自身の活動は難しいとの意見が最も多く(35.1%)、他の事業者や要素でのにぎわいを望む意見が多い。(22.5%) ✓ 中心市街地エリアでのまちづくり等の取り組みについて、37.7%が「参加したい」、「参加してもよい」と回答しており、市民の回答より割合が多い。 <p>【ヒアリング調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 各商店会でそれぞれに取り組みがなされている。 ✓ 一過性のイベントが多い。 ✓ 新しい人を受け入れる雰囲気があり、まちが新しい人によって活気づいている。 ✓ 商店会や事業者同士の連携に課題がある。線ではなく点というイメージで、連携があまりとれておらず、個店で完結しがちな印象がある。 	<p>【各種統計調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 三島駅周辺の滞在人口について、コロナ前(2019 年)の同日と、コロナ禍の現在を比較すると、コロナ禍において三島市民の利用が高まっており、県外からの来訪者は減少している。 <p>【アンケート調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 中心市街地エリアに週に 1 回以上行く人は、エリア外居住者のうち 50.1%。来訪頻度は 10 代・20 代が最も高い。 ✓ 中心市街地エリアを普段の生活圏としての回答は 24.5%にとどまり、中心市街地エリアに居住していると回答した 22.6%とほぼ変わらないため、エリア外の方の利用が少ない。 ✓ 若い世代ほど中心市街地エリアに魅力を感じている。 <p>【ヒアリング調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 地域とつながれる場として、みしま未来研究所、みしまびと、みしま LINK、河川清掃などがある。 ✓ 各団体の行う活動の情報が可視化されておらず、活動が排他的な印象を受ける。 ✓ 早朝に高齢の方が歩いているのを見かける。 ✓ 大学生が出歩いているのを見かけることが少ない。 ✓ リモートワークを機に、地元を歩いている人が増えた。 ✓ 源兵衛川沿いでは、夏場に親子連れを多く見かける。 	<p>【現地調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 駐車場はエリア内に多く点在し、主に平日の日中に行った調査では、月極と時間貸しを含め、満車の駐車場を見かけることはなかった。 <p>【ヒアリング調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 立地として住みやすいまちである。
作業部会でのエリアのポテンシャルへの意見	<ul style="list-style-type: none"> ・ 建物が小さい ・ 大規模な空き地 ・ 空き家・空き店舗 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 鎌倉古道沿い ・ 道路が広すぎない、迷路みたい ・ 歩くとよさがわかる(歴史のあるまち→大人になって魅力がわかる ex 楽寿園、三嶋大社) ・ 道が入り組んでいることで、宝探しのような感覚を味わえる ・ 通りによって舗装面が異なり、つぎはぎ感が面白い ・ 路地裏 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 人間関係がコンパクト ・ まつり→コミュニティ ・ 人と人とのひそかなつながり ・ 程よいコミュニティのサイズ ・ 外から来る人に対してオープン ・ 口コミで移住者の輪が広がっている ・ プレイヤー 一人一人の顔が見える 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 大学や遺伝研等の教育・学術機関(日大、遺伝研、順天) ・ 人が歩いている(朝、高齢の方、トイレがある) ・ 郊外のほうが高齢の方が集まる場がある ・ 大学 ・ 移住者が多い ・ 市外の人間のほうがよさがわかる 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 歩いて次の店に行ける ・ 一つのまちで完結 ・ うなぎ ・ 田舎 ・ ふらっと来る機会がない(目的が必要→「せっかくだから」を増やす) ・ 首都圏からのアクセス ・ 新幹線の駅が近い ・ コンパクトなまち ・ 徒歩圏内に見どころがある ・ 居心地のよさ ・ エリアが狭く歩く道が限られていることで、歩くと人に会う。会う度に仲良くなれる ・ コロケ、風鈴等ブランディングできるものが多くある

用語集

あ

アイシーティー ICT

Information and Communication Technology の略。「情報通信技術」と訳される。IT (Information Technology の略) が「情報技術」と訳され情報を扱う技術を指すのに対し、ICT は「情報や知識を共有すること」に重きをおいており、人と人・人とモノなどの「コミュニケーション」面を強調しているのが特徴。

ウォークアブルなまちなか (ウォークアブルなまちづくり)

「居心地が良く歩きたくなるまちなか」を形成することで人中心の豊かな生活の実現から、まちの魅力向上の好循環を生み出していくまちづくり。

エスディーゼーズ SDGs

国連サミットで採択された持続可能な開発目標 (SDGs: Sustainable Development Goals) のこと。2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標で、17のゴールが設定されており、地球上の「誰一人取り残さない」ことを誓っている。

エリア全体のリノベーション (まちなかりノベーション)

ポテンシャルなどの資源を活用しエリア全体の使い方を変えていくことで、新たな価値を生み出していくこと。

か

キューオーエル QOL

Quality of Life の略：一人一人の人生の質や社会的にみた『生活の質』のことを指す。

コミュニティスペース

地域の人々が交流することを目的とした場所の総称。場所の形態よりも目的が重要であり、カフェや広場、オフィスなどでも、地域の人々が交流することを目的としている場所を指す。

コンテンツ

仕掛けや要素など内容や中身のこと。まちづくりにおけるコンテンツでは、空き家や空き地などの空間の使い方や、市民に提供されるサービス、文化を楽しめる体験や新たな産業など魅力的な地域のモノやことなど広く含む。

さ

作業部会

本計画の策定のために必要な実践者の視点での意見提示や、計画推進に向けた意思統一と連携を図るための会議体のこと。

シェアオフィス

複数の個人、企業、団体が、共同で利用するオフィス（事務所）のこと。登録制で、利用する際には特定の占有スペースが決められておらず、そのオフィス内であればどこを利用していても良いことが特徴である。

シェアスペース

広く市民や来訪者に開放された空間のこと。休憩場所としてだけでなく、訪れる人たちの交流や団体活動の発表の場などとして幅広く活用される場所のこと。

ジオサイト

地球（ジオ）を学び、丸ごと楽しむことができる場所、エリアのことをジオパークといい、そのジオパークの中の見どころとなる場所のことをジオサイトと呼ぶ。伊豆半島ジオパークはユネスコ世界ジオパークとして認定されており、楽寿園は伊豆半島ジオパークにおける三島ジオサイトの一つとして登録されている。

シビックプライド

自分たちの都市（まち）に対する誇りや愛着のことで、その都市（まち）の様々な課題解決や活性化のための具体的行動に取り組む姿勢も含んだ誇りや愛着心のこと。

た

ディーエックス DX

Digital Transformation の略。デジタル技術によって、ビジネスや社会、生活の形・スタイルを変える（Transform する）こと。「DT」ではなく「DX」と表記されるのは、英語圏では交差するという意味を持つ「trans」を「X」と略することがあるためといわれている。

は

パーク ビーエフアイ Park-PFI

2017年の都市公園法の改正により設置された制度で、公募設置管理制度のこと。都市公園に民間の優良な投資を誘導し、公園管理者の財政負担を軽減しつつ、都市公園の質の向上、公園利用者の利便性の向上を図る新たな整備・管理手法のこと。

パークレット

車道の一部や駐車帯を転用し、ベンチやテーブルを設置して人のための空間（休憩、食事、読書、会話、ノートパソコンでの仕事など）を生み出す取り組みのこと。

プラットフォーム

駅のプラットフォームが語源であり、情報や活動状況などを共有し、物やサービスを利用する人と、提供する人など、様々な関わりを持つ人や団体を繋ぐ仕組み、場のこと。

プレイヤー

対象エリアで主体的に活動する人。

フロント

まちの第一印象となる入口・玄関。まちの顔のこと。

フェローシップ

特別研究員のような役割や組織のこと。研究のための奨励金を意味することもある。また、様々な知見を有する人材と地域で活動する人や団体を結び付け、知見を継承していく取り組みのことも含む。

ポテンシャル

可能性や発展性のある潜在能力、可視化されていない資源のこと。また、可能性を秘めた状態のこと。

ら

ライフモデル

一日の生活パターンの事例。例えば一日をこのように過ごすことができる、というイメージ。

三島市まちなかりノベーション推進計画

令和4年3月発行

三島市産業文化部商工観光課

〒411-8666 静岡県三島市北田町4番47号

電話 055-983-2655 FAX055-983-2754

syoukou@city.mishima.shizuoka.jp

<https://www.city.mishima.shizuoka.jp>

