

株式会社キャッセン大船渡 取締役  
大船渡市官民連携まちづくり協議会 タウンマネージャー 臂 徹

andNEXT STEPPERS!

拓き、広げる、大船渡のまちづくり。

キャッセン大船渡



# - はじめに -

## 基礎的検討

## 具体的検討

## 実践準備

|     |                            |                        |
|-----|----------------------------|------------------------|
| H23 | 【市】復興計画                    | ・土地利用の決定               |
| H24 | 【市】ワーキンググループによる検討          | ・必要機能、エリマネ導入等の提言       |
| H25 | 【市】グランドデザイン、基本計画の策定        | ・まちづくり会社の方向性等の決定       |
|     | 【市】エリアマネジメント・パートナーの決定      | ・大和リース(株)と協力協定         |
| H26 | 【市】予定借地人の決定                | ・各街区の主な事業者が登場          |
|     | 【市】まちづくり協議会の設置             | ・エリマネの方向性等の意思決定機関      |
|     | 【市】災害危険区域の指定               | ・海側は居住不可               |
| H27 | 【協議会】まちづくり会社設立準備室の設置       | ・市、会議所、協議会の混合チーム       |
|     | 【協議会】タウンマネージャーの決定          | ・臂徹を選任                 |
|     | 【会社】まちづくり会社「(株)キャッセン大船渡」設立 | ・官民協働出資                |
|     | 【市】まちなか再生計画の策定             | ・商業エリアのコンセプト、適正規模等の明示  |
|     | 【市】復興推進計画（商業特区）の策定         | ・商業関連産業の税制特例           |
| H28 | 【会社】まちづくり会社が商業施設整備を開始      | ・津波立地補助金の活用            |
| H29 | 【会社】まちづくり会社の商業施設オープン       | ・H 29.4.29 オープン        |
|     | 【会社】日本都市計画家協会賞の最高賞を受賞      | ・関係した人全ての総力・賜物         |
|     | 【市】景観事前協議制度を実施             | ・H30 ～まちづくり会社にコンサル業務委託 |
|     | 【市】まちづくり会社を都市再生推進法人に指定     | ・公的なまちづくり組織としての人格を付与   |

2019～ 津波復興拠点全体のエリアマネジメントを実施

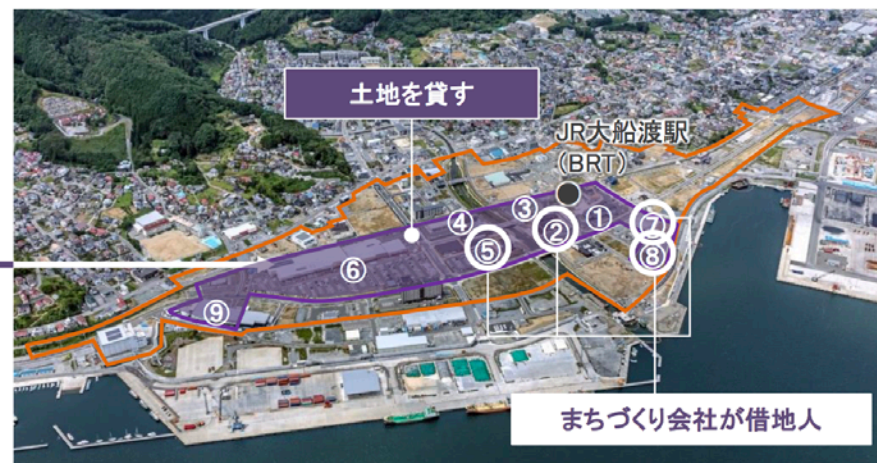


# - はじめに -

2011.10



2018.8



|     | 土地区画整理事業    | 津波復興拠点整備事業                |
|-----|-------------|---------------------------|
| 面積  | 約33.8ha     | 約7.7ha<br>(都計決定約10.4ha)   |
| 期間  | H25～32年度    | H25～29年度                  |
| 事業費 | 約206億円      | 約60億円                     |
| 備考  | 平均減歩率10.75% | 主に市有地(売却意向の<br>民有地を買い取り等) |

| 街区 | 機能                      | 借地人     |
|----|-------------------------|---------|
| ①  | ファクトリーショップ(菓子)          | 企業      |
| ②  | 商店街(飲食、サービス)            | まちづくり会社 |
| ③  | ホテル                     | 企業      |
| ④  | 商店街(飲食、物販、サービス)         | 商店街組合   |
| ⑤  | 商店街(飲食、物販、サービス)         | まちづくり会社 |
| ⑥  | 大型店舗(スーパー、ホームセンター等)     | 企業      |
| ⑦  | (検討中)・・・海の活用、交流文化を育む波止場 | まちづくり会社 |
| ⑧  | ワイナリー、ものづくり施設           | まちづくり会社 |
| ⑨  | 水産加工場                   | 企業      |

# - はじめに -

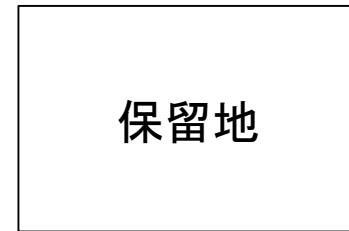


| ①街区          | さいとう製菓総本店<br>※工事中 | ②街区            | キャッセン大船渡<br>(テナント型飲食店街) | ③街区       | 大船渡プラザホテル<br>(宿泊施設) | ④街区           | おおふなと夢商店街<br>(共同店舗型商店街) |
|--------------|-------------------|----------------|-------------------------|-----------|---------------------|---------------|-------------------------|
| キャッセン・ファクトリー |                   | キャッセン・フードヴィレッジ |                         | キャッセン・ステイ |                     | キャッセン・ドリームプラザ |                         |

|                                  |                        |                                 |                        |                                  |                        |                                 |                        |
|----------------------------------|------------------------|---------------------------------|------------------------|----------------------------------|------------------------|---------------------------------|------------------------|
| 敷地                               | 4,768 m <sup>2</sup>   | 敷地                              | 4,768 m <sup>2</sup>   | 敷地                               | 3,756 m <sup>2</sup>   | 敷地                              | 5,576 m <sup>2</sup>   |
| 延床                               | 1,235.9 m <sup>2</sup> | 延床                              | 1,235.9 m <sup>2</sup> | 延床                               | 4,438.6 m <sup>2</sup> | 延床                              | 1,426.7 m <sup>2</sup> |
| 構造                               | S 造平屋建                 | 構造                              | S 造平屋 3 棟分棟建           | 構造                               | S 造 6 階建               | 構造                              | S 造平屋建                 |
| 菓子販売やカフェ、菓子作り体験、見学もできるさいとう製菓の総本店 |                        | 地元客や船員たちで賑う大船渡の飲食文化を来街者に提供する飲食街 |                        | 宿泊とバンケット利用で他街区との連携を促進する大船渡プラザホテル |                        | 大船渡の昔からの食やコミュニティ文化を来街者に感じてもらえる場 |                        |

| ⑤街区          | キャッセン大船渡<br>(テナント型商店街) | ⑥街区                    | 大船渡再開発<br>(ショッピングセンター) | ⑦街区      | キャッセン大船渡<br>※計画中 | ⑧街区                  | キャッセン大船渡<br>(ものづくり拠点) |
|--------------|------------------------|------------------------|------------------------|----------|------------------|----------------------|-----------------------|
| キャッセン・ファクトリー |                        | キャッセン<br>大船渡ショッピングセンター |                        | キャッセン・ピア |                  | キャッセン<br>クリエイティブファーム |                       |

|                                  |                        |                                 |                         |                                    |                      |                             |                      |
|----------------------------------|------------------------|---------------------------------|-------------------------|------------------------------------|----------------------|-----------------------------|----------------------|
| 敷地                               | 10,548 m <sup>2</sup>  | 敷地                              | 34,419 m <sup>2</sup>   | 敷地                                 | 3,583 m <sup>2</sup> | 敷地                          | 3,977 m <sup>2</sup> |
| 延床                               | 2,897.4 m <sup>2</sup> | 延床                              | 10,741.2 m <sup>2</sup> | 延床                                 | -                    | 延床                          | 500.0 m <sup>2</sup> |
| 構造                               | S 造平屋 4 棟分棟建           | 構造                              | S 造平屋 7 棟分棟建            | 構造                                 | -                    | 構造                          | W 造 4 棟分棟建           |
| 震災前の小売店等を集積、異業種や多世代交流・観光商業を促す商店街 |                        | 地元客や船員たちで賑う大船渡の飲食文化を来街者に提供する飲食街 |                         | 海を活用し、ウチとソトとが交わり、新たな文化が生まれる波止場（ピア） |                      | 公園と海に囲まれた、新たなヒト・モノ・コトが育まれる場 |                      |



保留地

被災事業者数

45/61 (73.8%)





# - 仕組みづくりと実践 -

## 視点：再開発の類型とまちづくりソフト施策のためのシーズ整理

| 類型           | 跡地活用型                                                                      | 混在市街地<br>根源制御型                      | 既存商店街<br>スポンジ化抑制型                                     | 被災地<br>現地復興型                                    |
|--------------|----------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| 説明           | 鉄道操車場跡など、<br>大規模な低・未利用<br>地を活用する                                           | 木賃ベルト地帯など<br>の高度利用を促進す<br>る         | 空き店舗のリノベ<br>ーションなどで商店街<br>の魅力を高める                     | 被災流出した中心市<br>街地の津波防護機能<br>を高め現地復興する             |
| 事例           | グランフロント大阪<br>など                                                            | 六本木ヒルズなど                            | 北九州家守舎など                                              | キャッセン大船渡                                        |
| 地権者          | 開発主体など                                                                     | 開発主体など                              | 元々の商業者など                                              | 行政                                              |
| 開発動機         | 都心マーケット<br>遊休地活用                                                           | 都心マーケット<br>老朽建築物の整理                 | 低未利用施設の活用<br>商店街の再活性化                                 | 民間開発を促す<br>市街地の求心力をも<br>う一度高める                  |
| 住民の<br>来街意向  | プラスαの消費ニ<br>ーズ                                                             | プラスαの消費ニ<br>ーズ                      | 既存商店街の衰退イ<br>メージを刷新する何<br>かがあれば                       | もう一度中心市街地<br>で生活したい                             |
| 商業者の<br>意向   | 販路拡大<br>(新規テナント)                                                           | 販路拡大<br>(新規テナント)                    | 新規の核機能で来街<br>者が増えれば嬉しい                                | これを機に自分たち<br>の力でいい街に！                           |
| 解決すべ<br>き問題点 | 都市部には近接して<br>いるが、元々住民に<br>とってアクセスしや<br>すい場所ではない、<br>デッドスポットとい<br>う意識。競合が多い | 競合が多い<br>あらゆるトレンドの<br>見極め<br>陳腐化の制御 | クリエイターを誘致<br>する流れを生み、今<br>後増えゆく空き床に<br>どのように対処する<br>か | 新しい街には寄りつ<br>きづらいという市民<br>意識<br>安全をいかに担保す<br>るか |

→住民・商業者等の「積極動機」を受容、懸案事項を解決し、商圈と空間を維持する仕掛けを如何に創り続けるか？



# - 仕組みづくりと実践 -

## Workshop



## Seminar

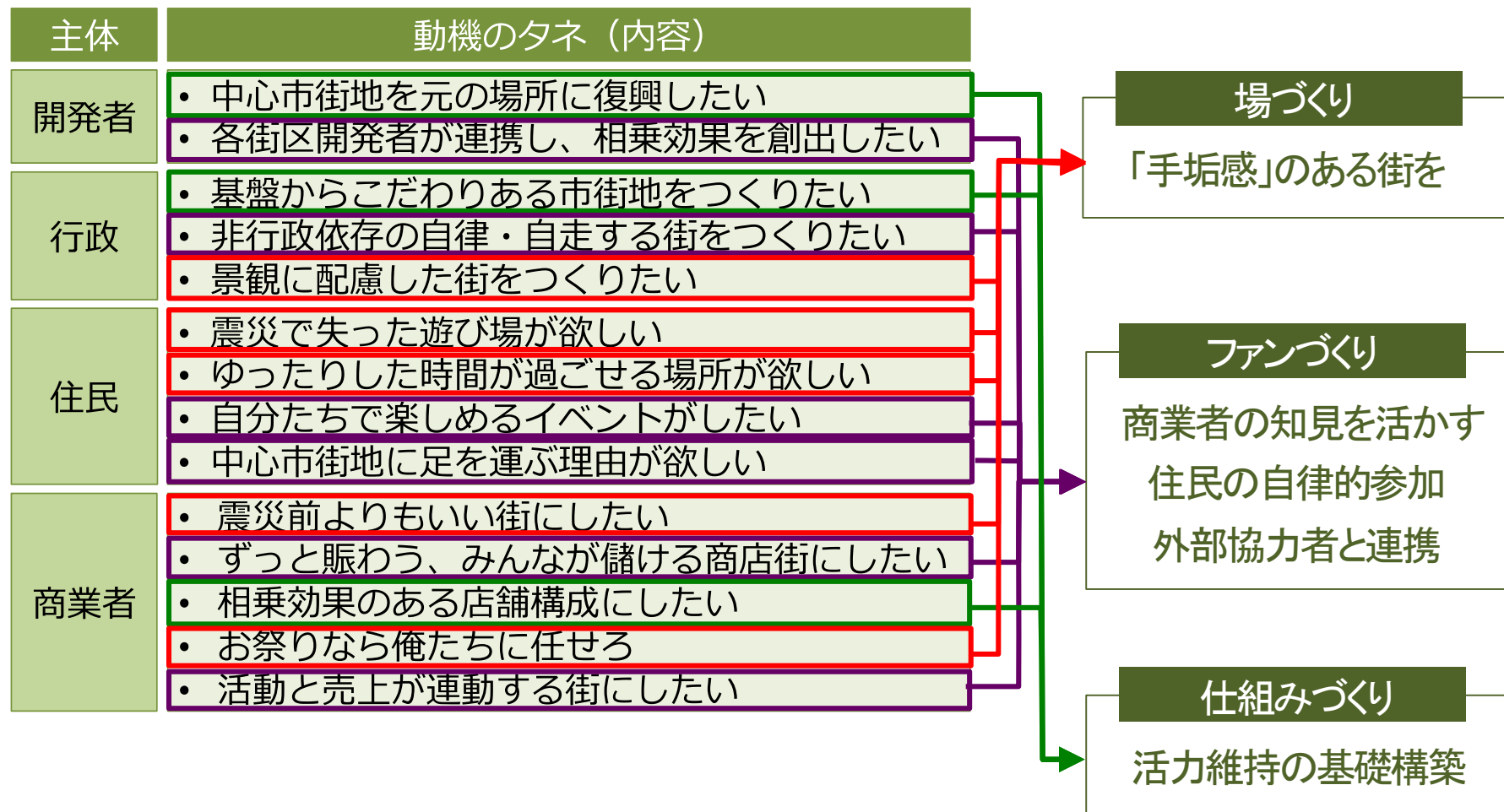


## Nommunication



# - 仕組みづくりと実践 -

## 仕掛けのポイントから出た方針





## － 仕組みづくりと実践 －

前段のような状況を踏まえ、完全に流失した中心市街地の再建にあたって留意すべき点と対応方針を検討。

下記のような課題への対応が必要であることを認識

- ① 居住と商業・業務に分かれている大船渡の街
- ② 街を「消費者」ではなく、「生活者」が集まる場所にしていくための工夫が必要
- ③ 場づくりと仲間（＋ファン）づくりと基盤づくりが肝要
- ④ 上記の過程に、前頁の「積極動機」を取り入れて、関係者の自律性を尊重することが重要



都市再生  
推進法人

エリマネ  
推進主体

商業施設  
経営母体

## 都市再生推進法人として

- ✓ 市から指定(都市再生特別措置法)
- ✓ 都市利便増進協定に基づいて利便増進施設を整備
- ✓ 公共施設管理者(道路・河川)と包括協定を結び公有地の占用や清掃
- ✓ 住民に向けたまちづくりの啓発活動やPR



## エリアマネジメント推進主体として

都市再生  
推進法人



エリマネ  
推進主体

商業施設  
経営母体

- ✓ キャッセン大船渡エリア全体の持続的な賑わい創出
- ✓ エリア全体の販売促進活動
- ✓ エリア全体での各種イベント
- ✓ 施設整備
- ✓ 若手人材の育成

## 商業施設マネジメント主体として

都市再生  
推進法人

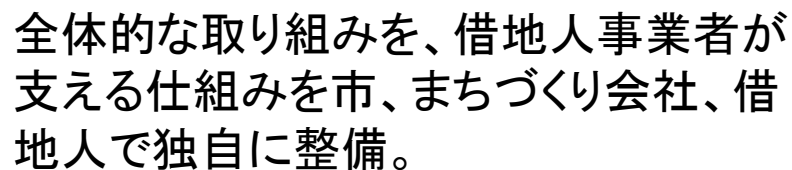
エリマネ  
推進主体

- ✓ 商店街の販売促進活動
- ✓ 来店数や売り上げの確認と個店の営業支援
- ✓ 不足業種のリーシング
- ✓ 各種イベント等の実施
- ✓ ファシリティマネジメント



商業施設  
経営母体

借地人等の協力のもと、キャッセン大船渡が主体となり、エリアにとって価値のある事業を展開



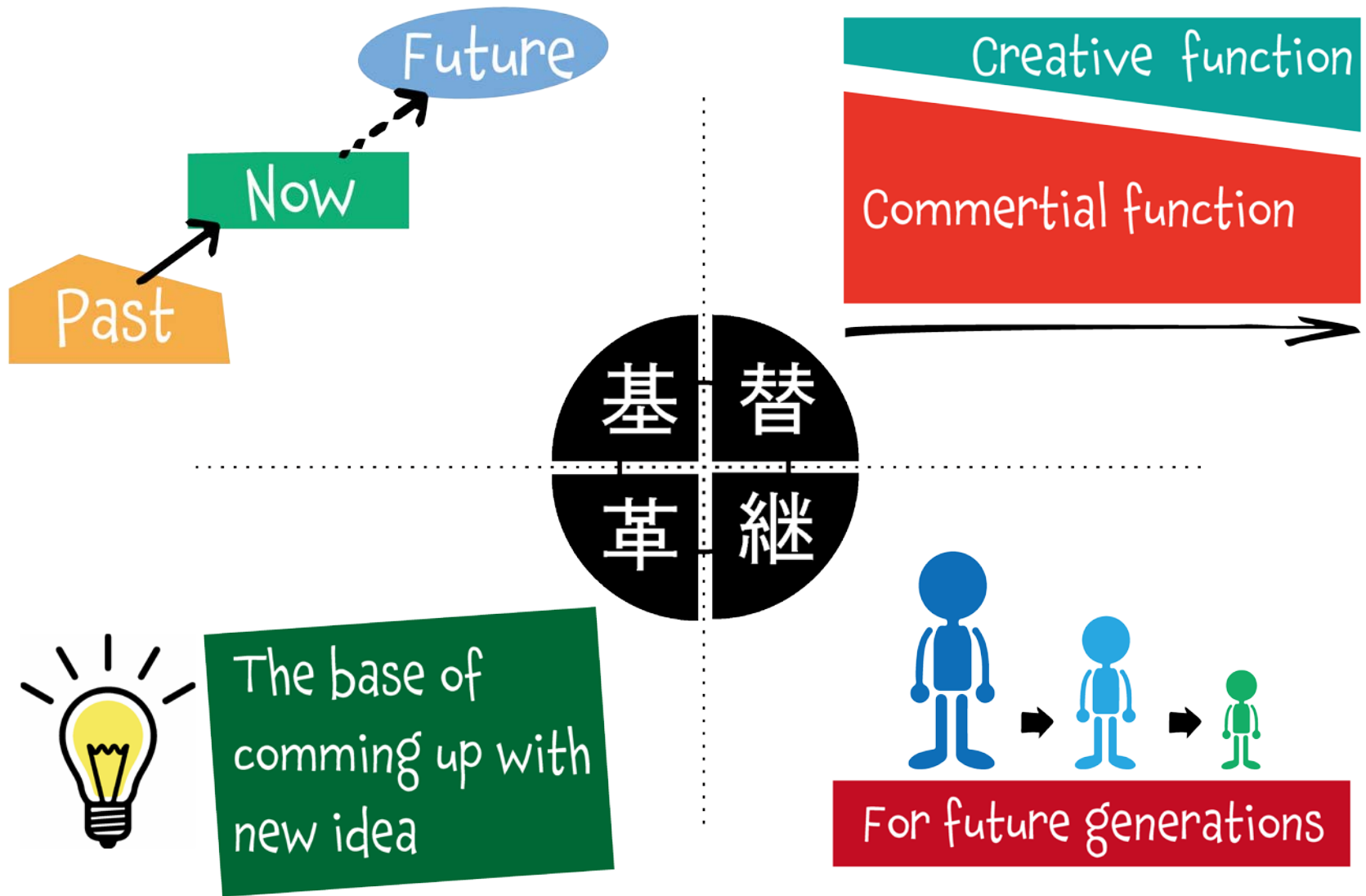


## － 分担金の使い途 －

9つの街区から拠出される分担金の総額は「                      円」程度です。  
この金額を元手に、地域をより魅力にするための「仕掛け」と「投資」を、各街区と連携しておこなっていきます。

| 科目         | 金額 | 内容                                                                                                                                                    |
|------------|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ①販売促進費     |    | キャッセン大船渡エリア全体の<br>・ 全街区共通クーポン付きパンフレットの発行(年2回):1,000,000円<br>・ 初売り展開への充当:1,000,000円 など                                                                 |
| ②宣伝広告費     |    | キャッセン大船渡エリア全体のPRにつながる発信を行います<br>・ メディア広告:1,000,000円(東海新報、岩手日報、IBC、ねまらいんなど)<br>・ 全街区共通Webページ、SNS、ITの展開:1,000,000円<br>・ チラシの発行配布(年4回/新年など):1,000,000円   |
| ③イベント運営費   |    | 年に2回の全体イベントの開催と、3ヶ月に1回の中規模イベント用に供します                                                                                                                  |
| ④利便増進施設整備費 |    | 公共空間に掲出する案内サインやベンチなど、エリア全体の回遊性と魅力向上のための施設整備に使います。(※留保して使用する費目もあり)<br>・ エリア内(⑦街区等)への多用途施設の整備等:1,500,000円/年を留保<br>・ ベンチ、案内サインなどの設置に向けた調査及び設置:1,500,000円 |
| ⑤景観保全費     |    | エリア全体の良質な空間を保つための展開を行います<br>・ 道路の清掃:1,800,000円/年<br>・ 公有空間の草取り:1,200,000円/年<br>・ 各街区周辺への花植え:2,000,000円/年 など                                           |
| ⑥研修費(人材育成) |    | 街区横断で、若手人材のスキルアップやコミュニケーションの活性化、共通展開、インターン学生の活動などに供します                                                                                                |
| ⑦管理費・間接経費  |    | 事務局運営や全体統括、個別調整、資産管理などに充当します                                                                                                                          |
| 合計         |    |                                                                                                                                                       |

- 考えていること -

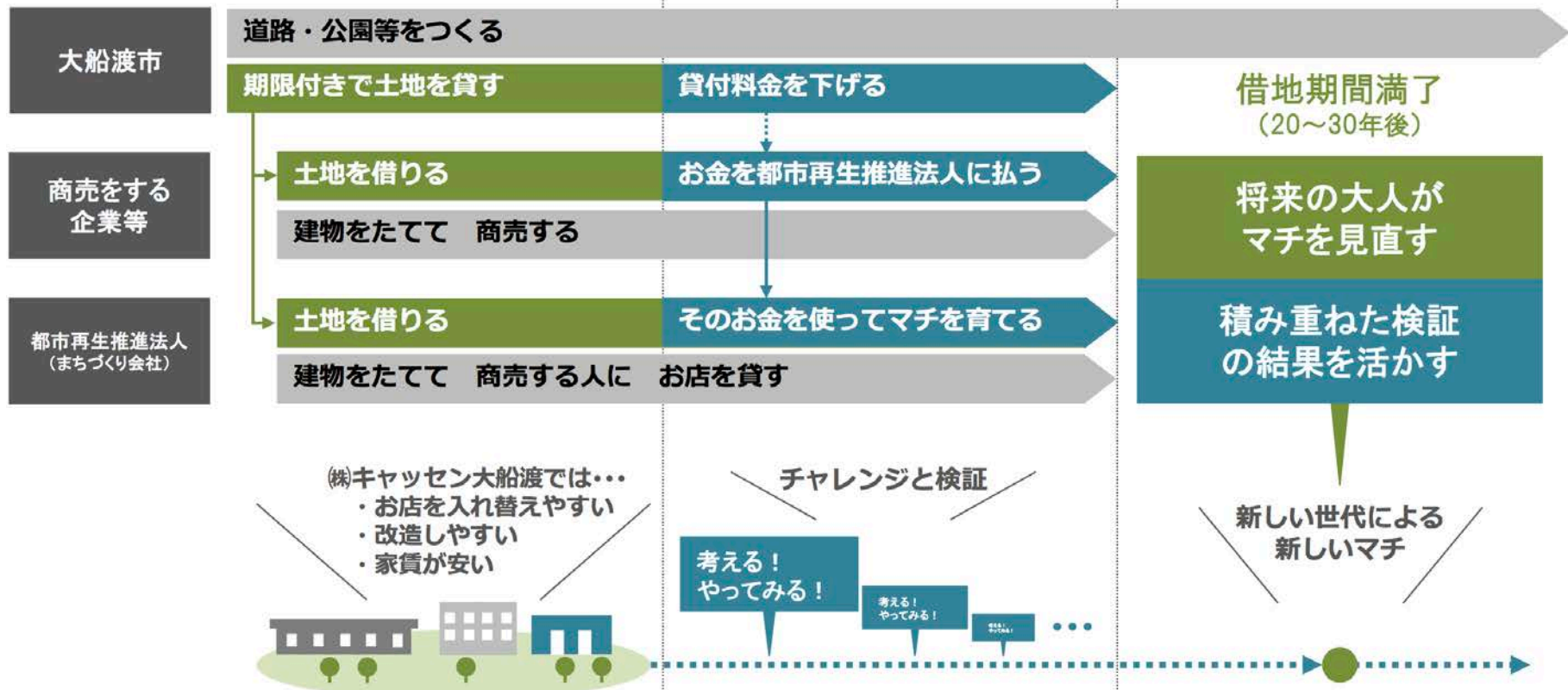


# - 基盤 -

空間をつくる

マチを育てる

空間をつくる





## - 代替 -

木藤亮太さん（株式会社油津応援団）

商店街の再生と言われるが、  
そうではない。  
従前の機能に戻したのではなく、  
新しい機能への置き換えによっ  
て、別の形で活性化しただけ

# - 代替 -

|    |    |    |    |    |
|----|----|----|----|----|
| 観光 | 商業 | 商業 | 観光 | 観光 |
| 観光 | 観光 | 観光 | 商業 | 観光 |



|    |       |    |       |    |
|----|-------|----|-------|----|
| 観光 | 新たな機能 | 商業 | 新たな機能 |    |
| 観光 | 新たな機能 | 観光 | 商業    | 観光 |



- ウェイティング・リストの作成
- 後継機能候補事業者のイベント参加
- ポップアップ機能の導入







# - 革新 -



大船渡まちもり大学

## 豊かな暮らしの実現に向けた 地域固有の活動の継続

小林重敬先生

(1) これからの都市の競争力とは？

→ 均質化した都市に魅力はない(ex. ファスト“風土”)

→ 地域特性をいかしたまちづくりへのニーズ

都市の味気ない空間=spaceを、地域にとって意味のある場=placeに変えていくことが求められる時代.

(2) 新しい地域課題に対応する主体

→ つくって終わり, ではなく, 育てる段階の連携

→ 制度や前例の壁を越えて, 新しい取り組みを始めるローカルな仕組み

場=placeでの活動を構想し, それを展開する人材を探し・創り, 必要な財源を調達できる仕組みが求められる時代.

## (3) 都市計画家の論考に見る、都市とその空間に求められる質と戦略の変化

### サスキア・サッセン「グローバル・シティ」(1991年)

- ・ 世界経済を掌握し、文化を牽引する機能はグローバル・シティと呼ばれる「場」に集積.
- ・ 金融及び高度な専門サービスを提供する企業が集中.
- ・ 世界経済を支配するだけでなく、高所得者層の新しいライフスタイルがグローバルな文化を生み出す.
- ・ しかしその裏では、移民労働者を含む低賃金労働者が、産業を底辺で支える.
- ・ トップダウンによる、カチッと創るまちづくりの様相が強い.



### マイク・ライドン／アンソニー・ガルシア「タクティカル・アーバニズム」(2016年)

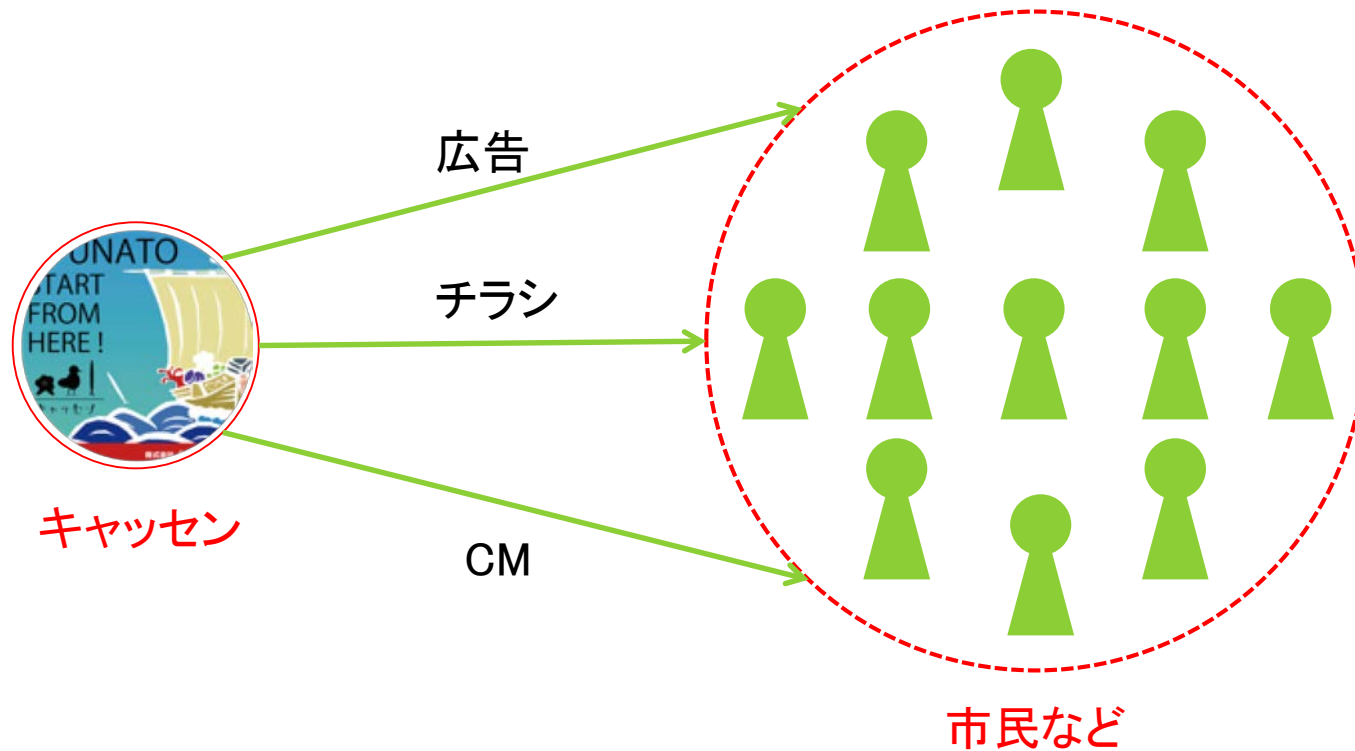
- ・ 従来の政治的・社会的・財政的資本の蓄積をベースとしたハード指向のまちづくりでは、ビジョン・方針を踏まえ、デザインから運営まで、計画段階で作りこむ.
- ・ 一方、タクティカル・アーバニズムは「つくりながら考える」という手法
- ・ 「ハード指向」に対して「仮設空間指向」
- ・ まずアクションすることで、そのまちとの相性を検証したり、その反応をふまえ実態に合った計画検討など段階的プロセスを踏んでいくことが特徴.

カチッとつくりせずに、地域固有の事情を踏まえた活動を継続することで、時代に合わせて、しなやかで楽しい地域をつくり続けていく。



## － フローとストック －

賑わいの「フロー効果」を生むための、賑わいの「ストック効果」の積み上げが起  
こっている。



## － フローとストック －

賑わいの「フロー効果」を生むための、賑わいの「ストック効果」の積み上げが起きている。

