

黒田原駅前 まちづくり ビジョン



黒田原のマスコットキャラクター
「クロロとゆめな」のゆめな



令和元年12月
那須町

目次

ページ

1.はじめに

- (1)ビジョン策定の目的 2
- (2)対象区域の設定 3
- (3)計画期間の設定 3
- (4)まちづくり6W2Hのチェック 3

2.まちづくりのテーマ(コンセプト)設定

4

3.現状分析と課題

- (1)黒田原駅周辺区域の現状 5
- (2)課題の整理 7
- (3)参考にしたい全国の事例 8

4.まちづくりの目標に向けて

- (1)テーマ(コンセプト)実現のための施策要素 10
- (2)施策展開スケジュール(A3折り込み) 11
- (3)魅力づくりのポイント 12
- (4)駅前広場完成予想図(A3折り込み) 14

5.成果目標(第1期)

15

6.おわりに

15

1.はじめに

(1)ビジョン策定の目的

JR黒田原駅前周辺について、将来に向けた活性化の方向性を整理するとともに、地域住民、関係者、行政の取り組み指針(ビジョン)を定めるものです。

昭和時代には賑やかであった黒田原駅前は、時代の変遷により外形的には駅前商店街が失われた中で、特色ある活動を行う店舗が経済活動やまちづくり活動を行っており、活性化に向けた機運が高まりつつあります。

令和2年(2020年)から那須町においては、「**第2次まち・ひと・しごと総合戦略**」がスタートしますが、黒田原駅前の活性化については、本計画を基調として総合戦略に盛り込んでいくことが大切です。

さて、国立社会保障・人口問題研究所(以下「社人研」)による将来人口推計が5年ごと(直近では平成30年3月発表)に発表されていますが、これによると、那須町の人口は減少の一途をたどり、20年後の令和22年(2040年)推計人口は、平成27年(2015年)と比較して**約30%減少**すると推計されています。

人口が減少すれば、活気が失われていく。

人口減少社会と相反する活性化について、どのように適応していくか。

今回策定する「黒田原駅前まちづくり基本計画」は、那須町の中心地として、

- ①魅力のあるまちづくり
- ②黒田原地区の定住人口の確保
- ③生活の豊かさ向上
- ④交流人口・関係人口の創出と拡大

以上4点を中心に活性化策を整理し、方向性(ビジョン)を見い出していくものです。



(2) 対象区域の設定



(区割りは厳密なものではありません。)

JR黒田原駅から那須町役場周辺を計画対象区域に設定します。(約7ヘクタール)

・旧立正佼成会

(建物) 平成28年に建物の活用を検討するため、町が耐震診断を実施しました。

診断結果: 建物の活用には補強が必要

この結果を受け、地震に対する対応について慎重に検討を進めております。

建物の活用方針が決定するまでの期間は最低限の補修を行います。また、大正時代の外観を活かし建物内部のライトアップなどで魅力づくりを図ります。

(広場) 黒田原マルシェや夏まつりなど、地域イベント会場として利用されています。計画策定後は使用に関する条例等を整備し、誰もが集い楽しめる黒田原駅前の拠点となる広場として活用します。

(3) 計画期間の設定

計画期間の終期を2030年とします。第1期計画は2025年までとし、2024年に実績を踏まえて見直しを行います。



●2024年・・・第2期へ向けて計画見直し

(4) まちづくり6W2Hのチェック

この計画は・・・ **question**

check

Why	なぜ計画をつくるのですか?	黒田原に住む人も訪れる人も笑顔あふれるまちにするために作成する。
How	どうやって進めるのですか?	地域では会合を重ね、行政は地域の意見を反映した活動や整備を行う。
Who	誰が進めるのですか?	地域と行政がみんなで話し合って進める。
What	なにをやるのですか?	旧立正佼成会広場を中心として、駅前全体の活性化に繋がる活動や整備を行う。
Whom	誰のためにやるのですか?	第一は黒田原に住む人たち、次に那須町へ訪れるお客様の回遊率向上のために行う。
When	いつからやるのですか?	2019年は計画策定を行い、施策に向けた活動や整備は2020年から2030年に行う。
Where	どこでやるのですか?	黒田原駅前通り及び周辺区域を範囲とする。
How much	コストはいくらですか?	第1期計画期間の概算費用を算定中である。

2. まちづくりのテーマ(コンセプト)設定

テーマ(コンセプト)は黒田原駅前まちづくりの理念です。住民、関係者、行政の共有ビジョンとします。

「黒田原で笑顔と出逢おう」

をテーマ(コンセプト)にします

生活の視点

地域住民の笑顔が
集まるまち(居心地が良い)

黒田原で
笑顔と出逢おう

外部発信の視点

来た人が笑顔になれるまち
(また行ってみたい)



JR黒田原駅前通り(中央の古民家が旧立正佼成会建物)

3. 現状分析と課題

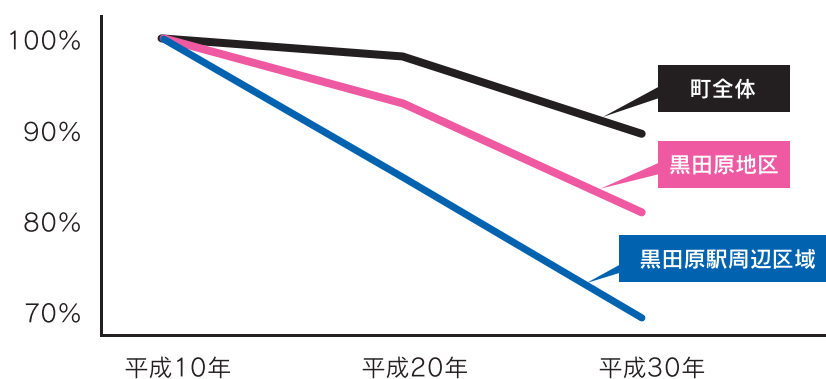
(1) 黒田原駅周辺区域の現状

人口の推移

	平成10年	平成20年	平成30年
町人口	27,747	28,007	25,440
黒田原地区人口	5,833	5,544	4,823
黒田原地区／町全体	21%	20%	19%
黒田原駅周辺区域人口	1,970	1,700	1,334
黒田原駅周辺区域人口／黒田原地区人口	34%	31%	28%

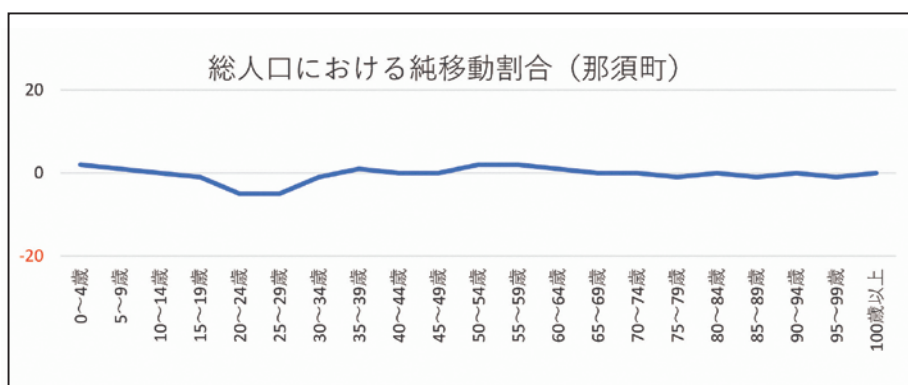
(人)

人口の減少率

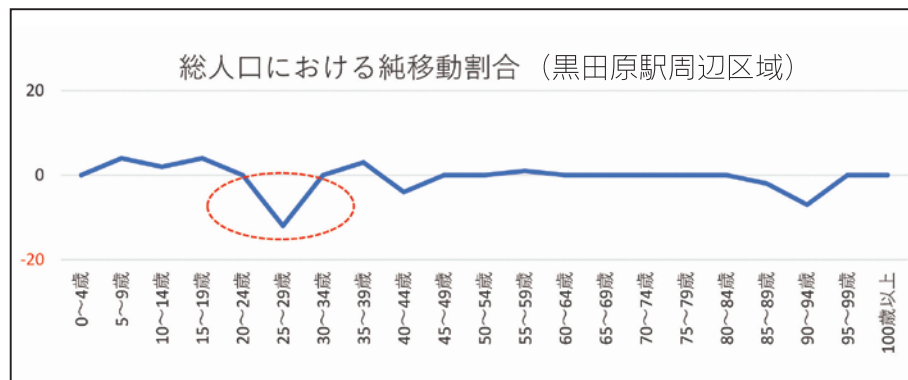


総人口における純移動割合

(町全体)



(黒田原駅周辺区域)



分析

- 平成10年を100とした場合の人口減少率
那須町 8% 黒田原地区 17% 黒田原駅周辺区域 32%
- 総人口における純移動割合について町全体と黒田原駅周辺区域で比較すると
総人口における黒田原駅周辺区域の25歳～29歳以下の転出超過の割合が大きい。

[参考] 人口の推移

	平成10年	平成20年	平成30年	平成10年から20年間の増減率	
音羽町	677	604	502	▲175	▲26%
幸町	586	492	362	▲224	▲38%
本町	336	305	237	▲99	▲29%
相生町	371	299	233	▲138	▲37%
[参考] 広谷地	307	395	450	+143	+47%

交通の状況

JR黒田原駅乗降客数

(人)

	平成9年	平成19年	平成29年
乗降客数(人/年)	538,740	200,888	181,606
一日平均利用者数(人)	1,476	548	497

※計画策定時において、平成30年実績値が公表されていないことから、平成29年から10年間隔で比較した。

分析

- 乗降客のうち那須高校生 定期220人×乗降=440人 一般客は約60人/日
- 乗降客数は、平成9年と比較すると66%減少している。
- 乗用車、軽自動車の保有台数を平成9年と比較すると32%増加している。

通過交通量

※昼間12時間自動車類交通量(上下合計)

(平日)

(台)

路線名	計測地点	平成17年	平成22年	平成27年
県道豊原・高久線	高久駅前	6,905	6,791	6,319
県道太子・那須線	針生	3,736	5,159	4,517

※道路交通センサスに基づき、調査は概ね5年間隔で実施している。従って直近の平成27年から5年間隔で比較した。

(日祭日)

路線名	計測地点	令和元年7月14日(日)
県道豊原・高久線	黒田原	5,932
県道太子・那須線	針生	2,216

分析

- 県道豊原・高久線 日祭日の交通量は平日の1割減である。
- 県道太子・那須線 日祭日の交通量は平日の1/2に減少している。

(2) 課題の整理

ア まちづくりビジョンの存在

- 明確なビジョンがない→今回策定する→策定したビジョンに基づいて活動や整備を行う。

イ 人口減少

- 黒田原地区の人口減少率が高い。
- 黒田原駅周辺区域の若者の転出超過の割合が高い。

ウ 交通

- 地域住民や、町に訪れるお客様の利便性向上のために電車の乗り換えを解消する必要がある。このためには那須町まで宇都宮線実現に向けたJRへの要望を行う必要がある。
- 通勤、通学時間帯のバスに加え、黒田原駅から那須湯本、芦野、伊王野へのシャトルバスや乗り合いタクシーの運行、レンタル自転車の整備など、町に訪れるお客様の利便性を高める2次交通の検討が必要である。

エ 魅力づくり

- 黒田原駅を利用する那須高校生などが安心して電車を待つスペースを設置する必要がある。
- 歴史的建造物や民俗資料館などの誘客に結びつく可能性がある資源を活かす工夫が必要である。
- お客様をもてなす人材育成が必要である。
- 若者の町外流出を抑制するためには、地域住民が地域の魅力を知る必要がある。
- 駅前通りの歩行空間が狭く危険であるため、歩行者に優しい道路整備を検討する必要がある。
- 駅前通りにベンチなどを設置し、滞在時間の延長につながる工夫について検討する必要がある。
- 若者の定住促進に繋がる魅力的な取組みを行う必要がある。

オ ネットワークとコミュニケーション

- まちづくりに関する計画立案や事業立案、調整、実施等を担うまちづくりの専門家「タウンマネージャー」の育成が必要である。
- 地域住民一人一人が主役となり、相互理解のもと協働したまちづくりを行う必要がある。
- 地元支持が得られないものは外部の支持も得られ難い。
地元ファンを獲得するために地域内でのつながりを促進する必要がある。

[参考]

魅力ある中心市街地とは (web資料)

- | | |
|---------|---|
| 20代 | 1 交通が便利な街
2 歩いて楽しい街
3 ショッピングが楽しめる街 |
| 30代 | 1 歩いて楽しい街
2 交通が便利な街
3 ショッピングが楽しめる街 |
| 40代 | 1 歩いて楽しい街
2 交通が便利な街
3 観光客が多く訪れる街 |
| 50代 | 1 歩いて楽しい街
2 交通が便利な街
3 歴史や伝統を生かした街 |
| 60代・70代 | 1 歩いて楽しい街
2 交通が便利な街
3 高齢者や障害者にやさしい街 |

要約すると

魅力ある中心市街地とは、

歩いて楽しく
交通が便利な街

プラスα

(3) 参考にしたい全国の事例

中小企業庁が公表している「全国がんばる商店街77選」を参考に、国内の成功事例を調査した結果、黒田原駅周辺の人口水準での成功例は確認できなかった。明治27年頃の黒田原駅前には旅館が立ち並び多くの湯治客で賑わっていた。地域住民と町が協働して往時の賑わいを創出することができれば全国に誇れる「黒田原駅前商店街」となる。旧立正佼成会建物の活用には、耐震補強が必要であり慎重な検討を行う必要があるが、地域住民の求める未来形として建物の再生と活用の実現があるため、木造古家の活用事例として熊本市「上乃裏通り」の取組みを基調としていきたい。

木造古家の活用で「古さと新しさが融合」

Q ここがポイント

民間事業者が、所有者及び出店者のニーズをマッチングすることで、木造古家の再生・活用を実現。新たな魅力で街を再生。

■ 事業実施の背景

熊本市の中心商店街・上通から東へ約100m離れた「上乃裏通り」は、車1台がやっと通れるような路地裏で、以前は、老朽化した築100年以上の木造建物が多く、商業地としての価値は低い地域であった。また、「防犯地域」「準防犯地域」のために、鉄筋建てが建直しの条件となり、所有者は、新築コストがかかるため、古い建物を放置するか、取り壊して駐車場にして活用していた。

このような中で、1987年、県内から移築してきた「蕎麦」を改装したビアレストラン「呑乃倉庫」がオープン、古い蔵を活用した独特の食空間が評判となった。これを契機に、中心商店街に比べ地価や賃料が安いこともあり、若者を中心に上乃裏通りへの出店ニーズが高まり、この改装を手掛けた工務店経営者は、多くの若者たちから創業の相談を受けるようになった。また、工務店経営者は、古い建物が次々と取り壊され、「古いもの」や「裏通りの魅力」が失われていくことを危惧して、所有者に「建物を捨てるのではなく、再生すること」を働きかけた。所有者からの再活用に関する依頼も増えていった。

■ 事業の概要

工務店の経営者が、所有者及び出店者の双方に利益をもたらすため、それぞれ個別・詳細に打合せを行い、最も適した手法により再生を実現している。

借地で旅館業を営み経営不振から廃業を覚悟した経営者の場合は、資金面の目途をたてるために、段階的に改修することで再生を実現。建物を壊すと収入の道が絶たれたが、旅館跡には、レストランや衣料品店など5店が入居。毎月の賃料収入を生み出す「優良資産」へと再生されている。

所有者は、駐車場よりも多くの家賃収入が見込めるようになり、また、新築よりも建築費が割安なため、比較的安い賃料の設定が可能となる。

また、出店者に対しては、工務店経営者が、出店コスト削減のために、テナートの改装などで発生した廃材・什器等を無償で提供するほか、経営面についても指導・助言を行い、お金は無くともやる気のある若者の出店をサポートしている。

■ 事業の効果

1987年のビアレストランのオープンを契機に、所有者、出店者を巻き込む「面」としての「大きな」波及を実現した。現在は、古い民家や旅館など70の木造建物がお洒落に再生され、自然発生的に、飲食店、古着屋、雑貨店、ブティックなど約100店舗が集積。通り全体として、「古さと新しさが融合した独特の雰囲気」のある空間を形成している。

上乃裏通り

所在地	: 熊本市
商店数	: 100商店
商店街の類型	: 地域型商店街
関連URL	: http://www.manyou-kumamoto.jp/



(蔵蔵を改装したビアレストラン)

■ 事業の課題

上乃裏通りでは、古い木造建物を再生することで、中心商店街に比べると比較的安い賃料での入居が可能となり、自然発生的に若者などの個性的な店舗が集まってきた。しかしながら、最近では、通りの価値が高まってきたことから、古い建物を取り壊して新たなテナントビルに建替えるケースも出てきている。今後も、通りの雰囲気を持し、魅力ある店舗の集積を図るために、建物の保全について、所有者の理解と協力を得るための仕組みづくりが課題となる。



(魅力ある商業集積)



(旅館跡リニューアル)

[活性化事例に共通しているもの]

- ① イベントの継続、そこに行かないと体験できない風景、「独特の雰囲気」のある空間、味、時代を感じる店舗。
- ② 景観事業(サイン、舗装、歩道、駐車場の整備、その他の創出事業)
- ③ カリスマ性のあるタウンマネージャーの存在
- ④ ビジネスだけではなく地域住民等の交流の場がある。

4. まちづくりの目標に向けて

(1) テーマ(コンセプト)実現のための施策要素

地域住民の笑顔が集まるまち(居心地が良い)



活性化の核はこちら

まちの基礎づくりに
再びチャレンジ

- 1 地域住民と行政の連携強化
- 2 潜在的キーパーソンの掘り起こし
- 3 タウンマネージャーの育成
- 4 老若男女が集う駅前づくり
- 5 移住者との連携
- 6 「まちの駅」の活性(地域情報を提供し、まちづくりの拠点となる交流の場)
- 7 町内の幼稚園や保育園、小、中、高等学校との連携
- 8 地域内経済循環を高めた地域活性(地産品から新たな土産品、名物などの創出)

「挑戦」し「やり続ける」ことが大切

来た人が笑顔になれるまち(また行ってみたい)

歩いて楽しい
駅前づくり

「魅力づくり」から「外部発信」へ

- 1 旧立正校成会建物の維持補修
- 2 広場整備(塀含む)と週末のライトアップ
- 3 イベントの定期開催
- 4 駅前景観イメージづくり…関係者間での合意形成
- 5 駅周辺潜在的資源の活用研究
- 6 「まちの駅」の活性
(地域情報を提供し、地域住民と町へ訪れたお客様が交流することができ「おもてなし」につなげる場)
- 7 駅前出店支援・改築支援
- 8 十字路の景観形成、案内サインの整備
- 9 電柱地中化要望活動と、高機能舗装の検討
- 10 SNSやメディアを活用した魅力発信(だっばラジオ放送局)
- 11 JRへの要望・連携
(駅舎改築意匠・Suica・上下線の乗り換え解消、電車の待ち時間を安心して過ごせるスペースの設置)
- 12 顧客情報の共有による交流人口・関係人口の増加
(黒田原地区全体での「おもてなし」により太いファン獲得へつなげる)

サスキャッチ
週末は異空間

(2) 主な施策展開スケジュール

主な施策展開・活動方針	第1期計画						第2期計画				
	2020年 令和2年	2021年 令和3年	2022年 令和4年	2023年 令和5年	2024年 令和6年	2025年 令和7年	2026年 令和8年	2027年 令和9年	2028年 令和10年	2029年 令和11年	2030年 令和12年
まちづくり推進協議会と行政の連携強化	→										
潜在的キーパーソンの掘り起こし	→										
移住者との連携	→										
タウンマネージャーの育成・活動	→						→				
老若男女が集う駅前づくり	→										
「まちの駅」の活性	→										
旧立正佼成会の維持補修	→										
広場整備・週末ライトアップ設備	→										
イベント時 まちづくりセンターとの連携	→										
駅前景観イメージの関係者間での合意形成	→										
十字路の景観形成、案内サイン	→						→				
駅周辺の潜在的資源について価値向上の研究	→										
電柱地中化と高機能舗装要望	→										
出店支援策・改築支援策 しくみづくりと運用	→										
J R東日本への要望・連携	→										
S N S やメディアを活用した魅力発信	→										

●想定する補助事業 地方創生交付金、国土交通省補助金を想定。

●年次計画については、外部環境(補助事業予算枠の状況、那須町財政シミュレーション)により変動します。

上記表のメニューを実施した場合の主な概算費用

[第1期]	コスト(千円)
1 旧立正佼成会建物補修	3,000
2 塀の改修と広場整備	20,000
3 まちの駅の機能強化 店舗デザイン・改修等	試算中
4 タウンマネージャー活動費5年分×2	試算中

[第2期]		コスト
6 電線共同溝 特殊舗装	研究中	(県事業として要望)
7 駅周辺潜在資源の価値向上研究	所有者の理解のもとで研究する	(未定)

(3) 魅力づくりのポイント

ア まちなかの雰囲気



熊本市

イ 電柱地中化



那珂川町

ウ 高機能マシチック舗装 施工例



エ 街区のデザイン例



横浜元町

【駅前広場 完成予想図】



はじめに

まちづくりのテーマ設定

現状分析と課題

まちづくりの目標に向けて

成果目標(第1期)

おわりに

5. 第1期完了時の成果目標

Key Performance Indicator

	2019年	→	2025年
①タウンマネージャー	0人	→	1~2人
②マスメディアへの露出	4回程度	→	年12回
③老若男女対象の定期イベント開催	年4回	→	年12回
④週末交通量の増加	12h交通量 8,148台 <small>※令和元年調査実績値</small>	→	10,000台
⑤駅前への新規出店数	0店舗	→	3店舗
⑥黒田原地区 人口減少率の低減	4,832人 <small>施策展開前の推計</small>	→	4,700人 <small>※減少率3%</small> 4,540人 <small>※減少率6%</small>

6. おわりに

取り組みにあたってのポイントは、

- ア まず黒田原地区の魅力が地域住民が再認識する。
次に那須町の方々、県北20万人の方々に認知していただく。
- イ 人口減少、高齢化により地域づくりの担い手が不足しつつある。
これらの問題を解消するためには、地域の子どもから若者を中心に、交流人口、関係人口の創出につながる魅力的な「人そだて」が大切である。
- ウ 地域の魅力発信を効果的に行うためには、ターゲット (whom) を定めることで、何をやるのか (What)、どこでやるのか (Where) など具体的な計画につながっていく。

- 本書の作成にあたりましては、黒田原まちづくり推進協議会メンバー、移住定住支援コーディネーター、黒田原で起業された方、Uターンされた方などからさまざまな意見をいただきました。
- 黒田原地区の自治会長からビジネス展開のためのアドバイスをいただきました。

令和元年12月

