地域のマーケット（空き商店街）再生から始まる「エリア再生」とその手法の拡散（北九州未来づくりラボ）

別添資料4

課題	小嶺台団地は人口減少、少子高齢化、団地の老朽化などの多くの問題を抱えている。 団地の中心に位置する小嶺マーケットは、かつては精肉店、鮮魚店、青果店など地域の台所として賑わっていたが、地域の衰退とともに精肉店のみになってしまい、地域コミュニティの場としての地位を失っている。 加えて、北九州市は人口減少数で全国ワーストとなっており、オールドタウン化した類似の団地が多数存在する。
目的	「小嶺マーケットの再生」を起点に団地内の暮らしの向上を図ることで団地内物件の価値を向上させ、住宅市場における空き家取引の活性化を図っていく。あわせて、今回の取組モデルを次年度以降に横展開していくことで、「北九州モデル」としての団地再生手法を確立させ、全国の事例にも応用できるよう（仮称）エリア再生マネージャーの養成などにも中長期的にも取り組んでいく。
取組内容	① 「ワークショップしながらDIYリノベーション」の実施 ② 新たな取組の配信による 「北九州モデル」の発信、拡散 ③ 専門家招へい、地域コミュニティー創生にかかる先進事例の調査 ④ 空き家・空き店舗・空き商店街等の調査
成果	○「ワークショップしながらDIYリノベーション」による小嶺マーケットの再生 ○マーケット再生を通じた地域コミュニティーの課題、解決策の検討 ○専門家招へい、先進事例調査による当該事業へのフィードバック ○空き家・空き店舗・空き商店街等の実態把握

別添資料4

小嶺台団地の現状と課題

【現状】
- ○ 団地開発から約50年が経過し、世代交代が進んでいない。
- ○ 人口・世帯数をみると、核家族化及び高齢化が進展している。
- ○ 人口減少に伴って商店が激減し、買い物難民化が顕著。
- ○ 高齢の単身世帯が年々増加している。

【課題】
- ○ 団地内に精肉店１軒のみで地域コミュニティの核が乏しい。
- ○ 近隣のスーパーも閉店となり、タクシー利用の買い物も散見。
- ○ 世代間の交流がほぼ皆無。
- ○ 地域課題の解決に向けたコミュニティ醸成が出来ていない。

小嶺台

for more information
03-6384-0787
makepla@zenrin-ms.co.jp
https://www.zenrin-ms.co.jp/

ライフスタイル

ローカル郊外	100%
プラチナタウン	0%
アーバンミドルクラス	0%

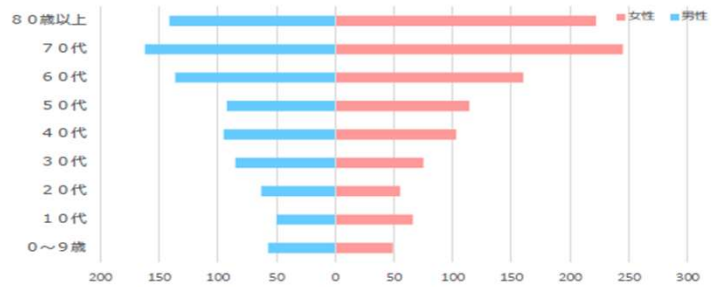
店舗

販売・卸	22%
メディカル＆ヘルスケ	19%
その他サービス	15%

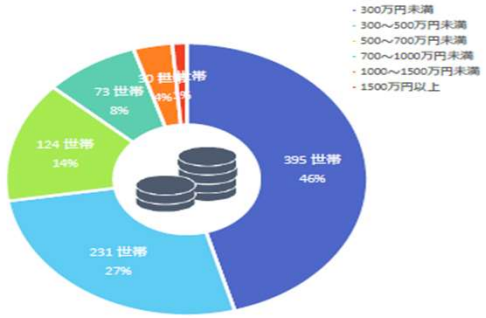
人口・世帯数

総人口
1,967人

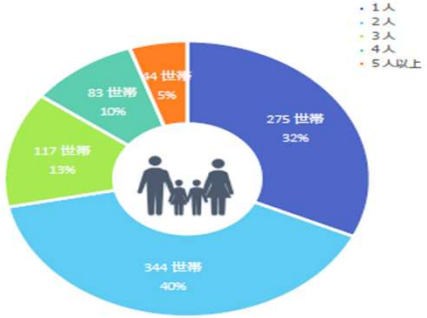
世帯数
1,047世帯



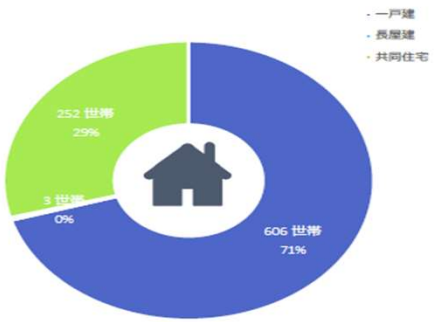
年収



世帯人員



住宅の建て方



MakePla

Source: 平成27年国勢調査地域メッシュ統計基本指標、Chomonicx4.0、TMD500 © Zenrin Marketing Solutions Co.,Ltd. All rights reserved.

別添資料4

小嶺マーケットの現状

【現状】
○ 団地内の世帯構成の変化、高齢化の進展により、商店の撤退が相次ぎ、5年以上前から精肉店1店舗のみの状態が続いている。
○ テナントの撤退後、什器や在庫等が放置されている。特に錆びて開閉が困難なシャッター回りは何があるかさえ不明な状態が続いていた。
○ 建物の老朽化も顕著で、新しい住民からは「暗くて怖い」「誰が何をしているのか分からない」といった声すら挙がっていた。

老朽化した外観

長期にわたって開閉していない錆びたシャッター

精肉店のみとなっている内観

テナント撤退後、放置されたままのスペース

別添資料4

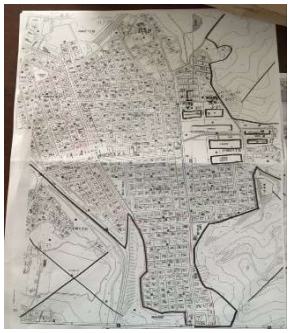
ワークショップしながらDIYリノベーション（小嶺マーケットの再生）

メンバーによる現地調査

改修に向けた議論の様子

シャッタの取り壊し

旧テナントの放置物の数々



手配りによるポスティング

住民の皆さんからマーケット再生に向けて寄贈された家具類

意見箱等の設置

改修前のスペース

改修作業の様子

改修後のスペース

グリーンの設置

別添資料4

人が集まる仕掛けづくりを目指したワークショップ（子ども大工・月１小嶺マーケット）

【子ども大工】

小嶺台団地は高齢化が進んでいるものの、一部では若い世代による建替え、新規分譲も見受けられる状況にある。
今回、ファミリー層の認知度向上、新たな交流スペースに確立に向けて、「子ども大工」を実施し、参加した家族へのヒアリングも行った。

子ども大工の様子

【月１小嶺マーケット】

2022年2月11日（祝）、小嶺マーケット再生の第一歩として、月１小嶺マーケットを開催した。オミクロン感染拡大を考慮し、小規模開催、イベント要素なしという条件での実施だったが、予想以上に地域住民の期待度は高く、「来月も必ず来る」「パンやスイーツが買える場が欲しい」といった生の声が多く寄せられた。

＜月１小嶺マーケット開催で分かったこと＞

地域住民は、日常的な買い回り場所を求めていることは確かだが、それ以上に「ライトなコミュニティーの場」を求めていることが見えてきた。
買い物のついでに他の住民と触れ合う場、ちょっと休憩してお喋りできるような場を望む声は多いが、現状ではそのような居場所づくりは行われていない。当日頂いたメッセージも参考にしながら、月１が月２、週１と進化していけるよう、取組を進めていきたい。

別添資料4

先進事例調査と専門家招へい

地域再生、地域コミュニティー創生にかかる先進事例調査として、そらや（福岡県久山町）、ひのさと48（福岡県宗像市）、野七里テラス（横浜市）、ブラウシア（千葉市）を訪問し、現地の調査、関係者からのヒアリングを行うことで、当該事業へのフィードバックを図った。

ひのさと48

野七里テラス

ブラウシア

リクルート住まいカンパニー SUUMO編集長の池本洋一氏を招へいし、全国事例の紹介、小嶺台団地再生のアドバイスを受けた。山根製作所の山根俊輔氏からはマーケット再生に向けたコンセプト作り等の提案があり、その後の活動の参考としている。

セミナー（池本氏）

セミナーの様子

今後の再生に向けた取組の方向性

【今後の方向性】

- ○ 月１小嶺マーケットを順次充実させていき、地域に根差したマーケット、ひいては地域コミュニティの場となることを目指す。
- ○ マーケット再生を進める中で、地域住民のニーズ把握を行い、行政にもフィードバックすることで、更なる活性化を図る。
- ○ 新型コロナの影響で自治会との協議が進んでいないが、感染状況の推移を見ながら順次進めていく。
- ○ 先進事例調査、専門家招へいで得た知見を参考にしつつ、地域の取組に生かしていく。
- ○ 地方創生施策との連携については、新型コロナの影響で具体化できていないが、今後も連携を図っていくこととする。

【他の商店街への拡散】

今年度は新型コロナの影響もあり、他の商店街の現状把握及び関係者へのヒアリングまでしか実行できなかった。ただ、どの商店街も共通の課題を抱えていることが判明したことから、来年度以降、順次活動を拡げていく方針。