熊本市中心市街地活性化基本計画
（植木地区）

熊本県熊本市

平成 21 年 12 月 7 日認定

平成 22 年 3 月 23 日変更

平成 22 年 11 月 12 日変更

平成 23 年 11 月 24 日変更

平成 25 年 3 月 21 日変更

平成 26 年 3 月 28 日変更

平成 26 年 11 月 27 日変更

平成 27 年 3 月 27 日変更

熊本市中心市街地活性化基本計画(植木地区)

目次

○ 基本計画の名称
○ 作成主体
○ 計画期間
１　中心市街地の活性化に関する基本的な方針 ・・・

７　中小小売商業高度化事業、特定商業施設等整備事業その他の商業の活性化のための事業及び措置に関する事項 ・・・

様式第４［基本計画標準様式］

○ 基本計画の名称：熊本市中心市街地活性化基本計画(植木地区)
○ 作成主体：熊本県熊本市
○ 計画期間：平成 21 年 12 月から平成 27 年 11 月まで

１．中心市街地の活性化に関する基本的な方針

[1] 熊本市(植木地区)の概要

（１）市町村合併の経緯

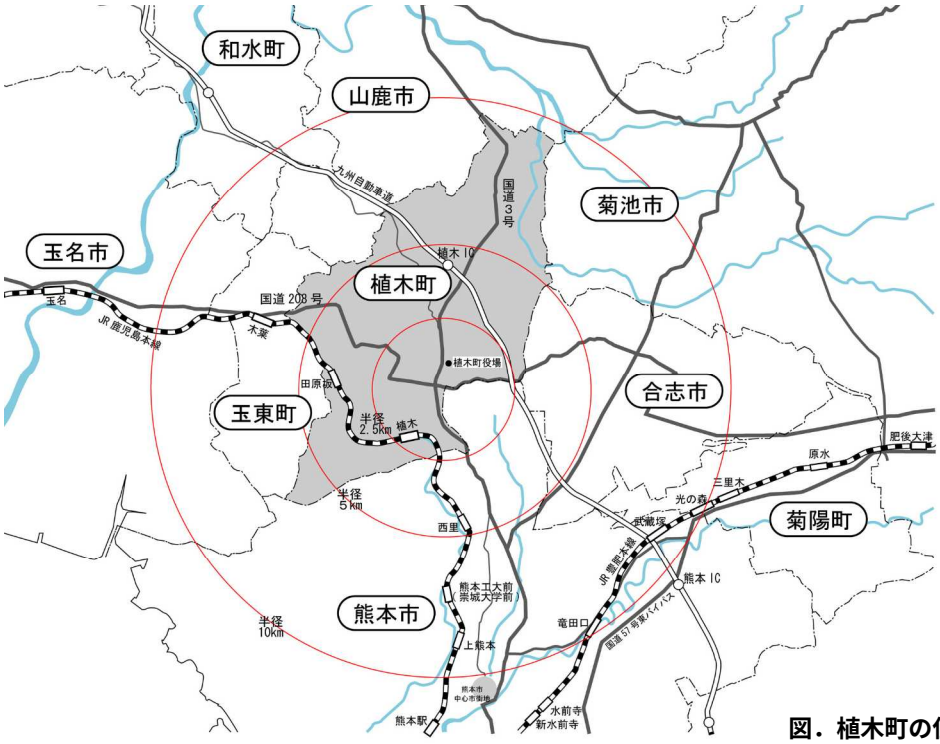
平成 22 年 3 月 23 日に旧熊本市と旧植木町、旧城南町が合併し、新たな熊本市が誕生。本基本計画は、旧植木町の中心市街地活性化基本計画を継承する基本計画として、熊本市植木地域を中心に記載。

また、本基本計画において、「植木町」及び「本町」、「町」は「植木地域」に、「町域」は「地域」に、「町内」は「域内」に、「町外」は「域外」に、「町民」は「住民」に読み替える。



（２）位置・地勢

植木町は、熊本県の北西部、熊本市の中心から北へ 13㎞ に位置し、古くから交通の要衝として発展した。現在もＪＲ鹿児島本線の植木・田原坂の 2 駅と九州自動車道植木ＩＣがあるほか、国道 3 号、208 号が交差し、県北の玄関口としての役割を担う。豊かな自然に恵まれ東西 8㎞、南北 15㎞、総面積 65.81 平方キロメートル、人口約 31,000 人、熊本市におけるベッドタウンの要素を持つ地域である。



図．植木町の位置

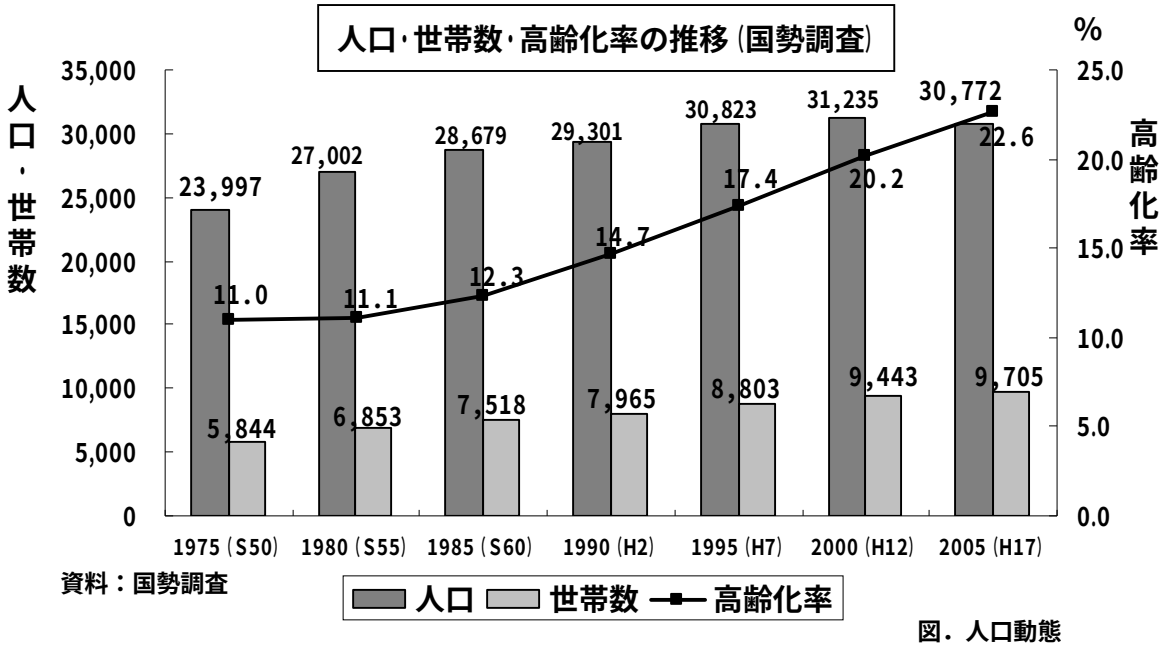
（3）歴史

平安時代、合志郡の西部が独立し、山本郡となる。これがほぼ現在の植木町であり、歴史的にもまとまりのある町域といえる。江戸期元禄以後、豊前街道と三池往還の分岐点に宿場町が形成され、味取新町と呼ばれた。これは現在の中心市街地の町筋形成の起こりである。以後、明治期には郵便取扱所、植木学校、植木警察出張屯所をはじめとする様々な都市機能が立地した。また、明治 10 年の西南戦争では、2 月 22 日～4 月 15 日まで植木町、特に田原坂が主戦場となった。

明治 22 年、市町村制施行により植木町、山本村、田原村、菱形村、桜井村、山東村、吉松村、田底村を山本郡と定められ、明治 29 年、植木町を含む山本郡は山鹿郡と合併し鹿本郡となった。その後昭和 30 年、田底村を除く 7 町村が合併し植木町ができ、さらに昭和 44 年に田底村との合併を経て、平成 22 年に熊本市と合併し、今日の熊本市植木地域となった。

（4）人口動態と地域生活圏

植木地域の人口は、昭和 40 年代 23,000 人から平成 12 年には 31,000 人まで増加し、それ以降は横ばいの状態である。熊本市のベッドタウンとしての急激な人口流入が終息した状態である。

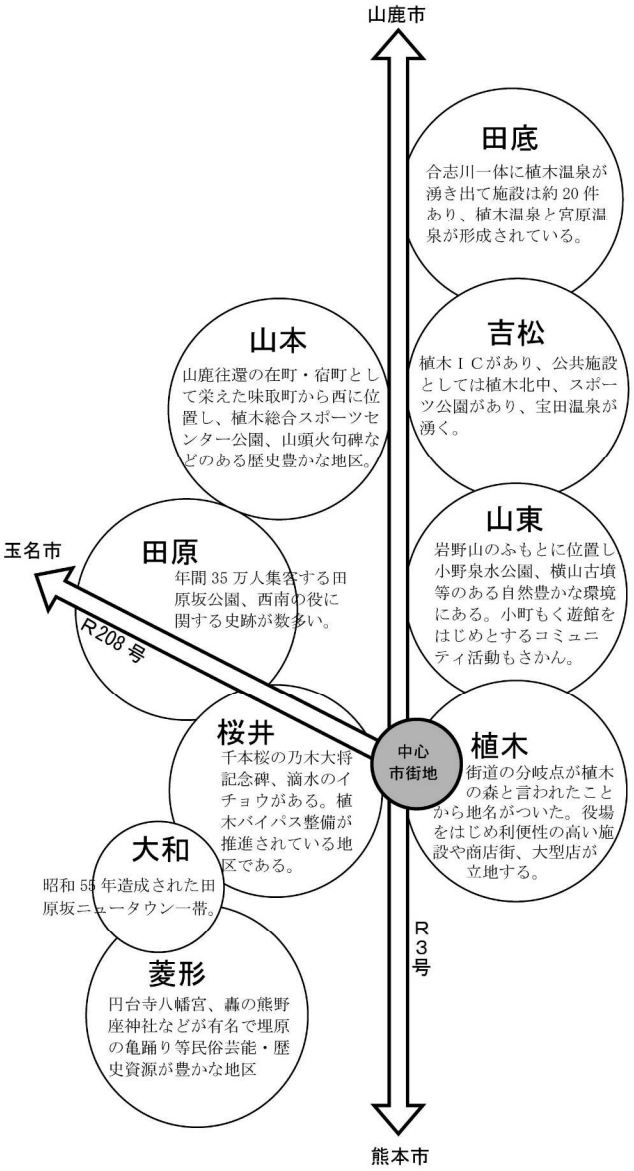


資料：国勢調査

図．人口動態

（地域生活圏）

植木地域は昭和の合併前の 8 ヶ町村地区と田原坂ニュータウンを含む大和地区の９地区に大きく分かれる。これらの地区では氏神（鎮守）が祀られ、それぞれに祭・神事を執り行い、受け継がれている。このようなまつりごとを背景に地区単位の個性豊かな独自の生活圏をもつ集落が形成されている。消防団は約 1,100 名の団員で組織され、県内でも有数の組織率といわれている。また、新しい動きも生まれつつある。子育て世代が気軽に一人暮らし農家に遊びに出かけるという「ばあちゃんち」は山東地区の新しい福祉の取り組みとして注目を浴びている。山本・桜井地区においても、保育園や子育てサークルの取組みによる子育て支援施設が開設された。



図．町内９つの生活圏

（５）産業

第 1 次産業から第 3 次産業までの就業人口や生産額はほぼ均衡がとれ、商業、工業とともに、町の基幹産業である農業も野菜、米の生産やスイカ・メロンなどの施設園芸や畜産が盛んである。

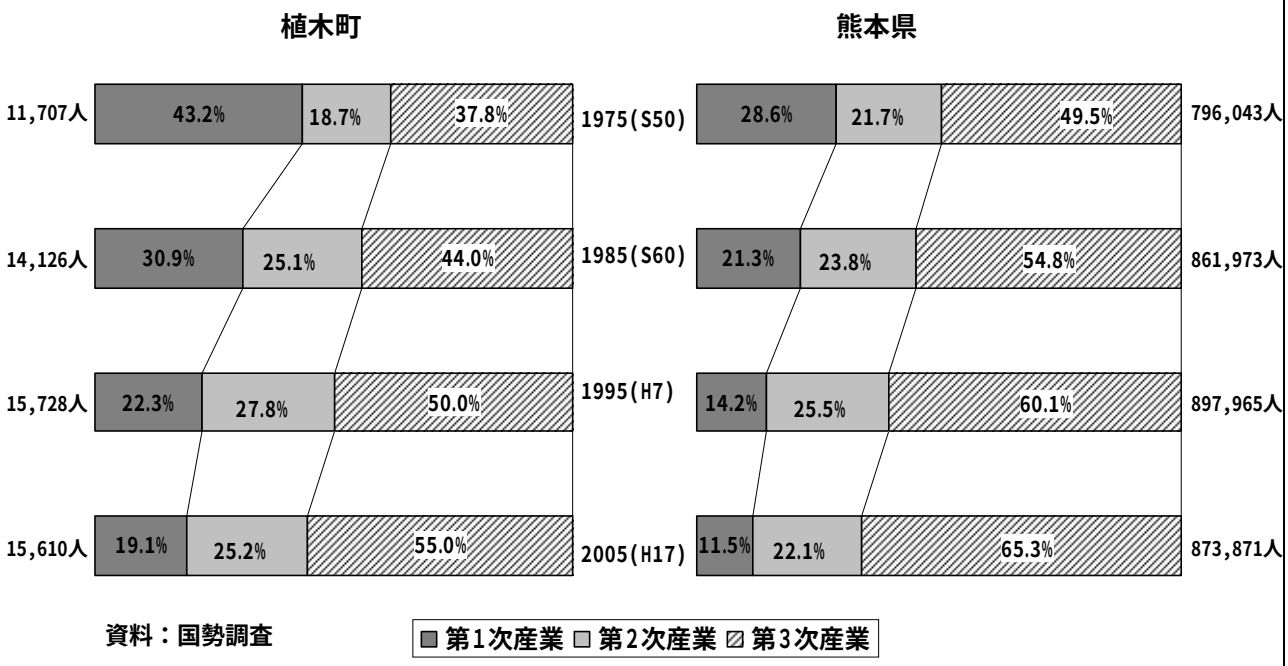
中でもスイカは、明治 20 年代前半、植木台地に栽培されはじめたといわれ、昭和 40 年代には農協の組織的な取り組みで産地形成している。平成 18 年現在、作付面積 495ha、収穫量 19,100 t、出荷量 17,900t、産出額 35.1 億円であり、作付面積と産出額は旧植木町において全国市町村 1 位であった。



特産品「スイカ」

①産業別就業人口

過去 30 年間の間に、産業別就業人口の構成は下図のように大きく変動した。

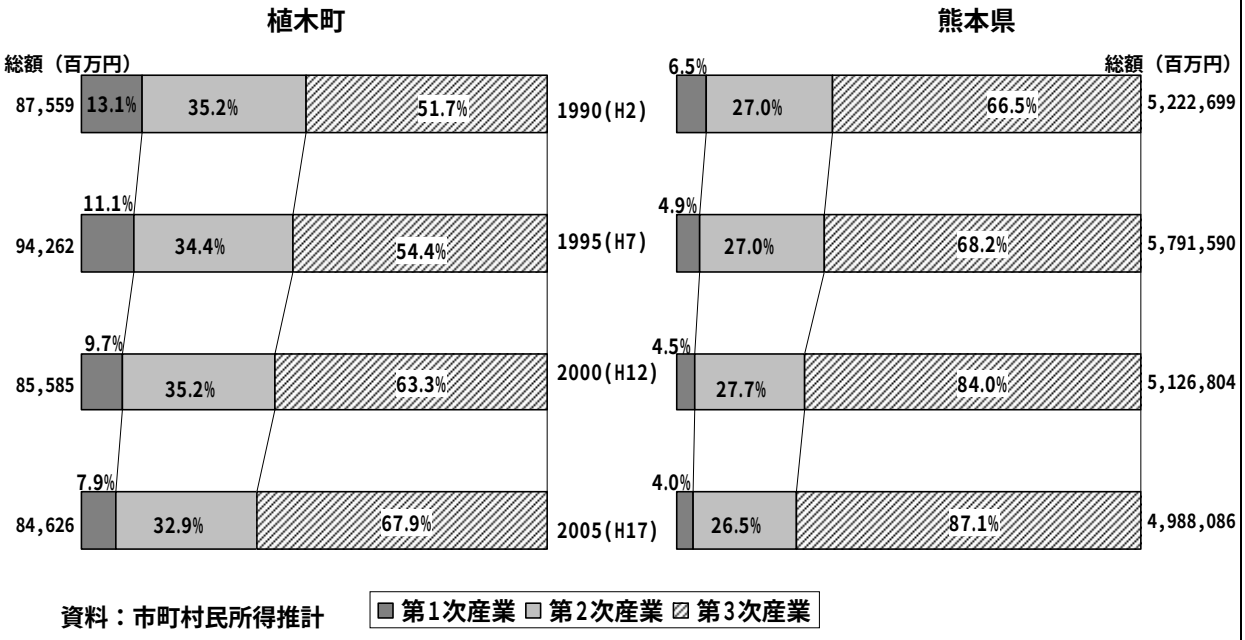


資料：国勢調査

図．産業大分類別就業人口

②産業別純生産額

産業別純生産額は植木町総額で 846 億円。第 1 次産業は 67 億円（7.9%）、第 2 次産業 278 億円（32.9%）、第 3 次産業 575 億円（67.9%）という内訳である（平成 17 年）。昭和 40 年代の企業進出により製造業出荷額は伸びていたが、平成 12 年前後から頭打ちとなっている。



資料：市町村民所得推計

図．産業大分類別純生産額

（6）観光資源・地域資源

西南戦争の激戦地で有名な田原坂は「史跡田原坂公園」として整備され、年間約 35 万人の入場者がある。平成 9 年度から「植木観光ガイドの会」（ボランティアガイド）が、郷土の歴史、田原坂の歴史を交えた独自の語り口で、各史跡を案内している。

小野泉水公園は、平安時代の絶世の美女、小野小町が産湯を使ったと言い伝えられる史跡であり、公園として整備されている。ホタルの生息地としても親しまれている。

植木温泉は、九州自動車道植木インターから車で 10 分、田畑の色づきが四季を演出してくれるのどかな植木温泉郷。良質の弱アルカリ単純イオウ泉で、神経痛やリューマチ等に効果があり、夏の納涼花火大会は毎年約 2 万人で賑わう観光資源となっている。



図．観光資源・地域資源

（７）植木地域の市街地形成

1969（昭和 44）年に現在の町域となった直後、1971（昭和 46）年に国道３号バイパス（現在の同３号）の完成及び九州自動車道熊本-植木間開通により熊本都市圏の北の交通の要衝としての役割を担ってきた。自動車交通量は現在まで増加の一途をたどっており、国道３号の更なるバイパスの整備が進行中である。

国道３号開通と同年の 1969（昭和 44）年に都市計画決定した土地区画整理事業は、1999（平成 11）年度に事業認可を受けた植木中央地区 17.5ha の仮換地指定を終え、一部で家屋移転・建替えが進行中である。

商店街では 1971 年バイパス完成によって歩行者専用化が可能となり「はってん祭」がスタートし、「初市」とともに町の風物詩として支持されてきた。しかし、その後増加した交通量を捌くことができず、歩行者天国による開催が不可能になり、熊本市北区役所周辺の広場に場所を移して開催されることとなった。その熊本市北区役所周辺には、近年、植木文化センター、植木病院(旧町立病院)をはじめとする公共公益施設が集積している。

表．植木町市街地形成の概要

	明治 1868- 大正 1912-	昭和 1925-	平成 1989-
指定等	859合志郡から山本郡独立(ほぼ現在の町域) 1688味取新町(中心部)ができる 1877西南の役(2月～4月田原坂ほか主戦場となる) 1889植木町、山本村、田原村、菱形村、桜井村、山東村、吉松村、田底村施行	55植木町誕生-69旧植木町(植木町と田底村合併)(現植木地域) 64新産業都市指定 69都市計画地域指定(73全域) 69土地区画整理事業区域指定	 96まちづくり交通計画 98都市計画マスタープラン 04都市計画区域マスタープラン
都市基盤	1891国鉄植木駅 1912熊本-植木-山鹿乗合自動車運行	71土地区画整理事業地区50.5ha事業認可 71国道３号バイパス完成 71九州自動車道(熊本-植木)開通 73田原坂ニュータウン分譲開始	05植木中央地区土地区画整理事業役場跡地完了 06植木中央エリア全域仮換地指定
施設	1894宮原鉱泉発見 1898平島河原温泉発見	62植木中央公民館 75社会福祉会館落成 79商工会館完成 83田原坂資料館開館 84小野泉水公園	91町新庁舎落成(現植木総合支所) 93生涯学習センター(ホール･図書館等)完成 93高齢者福祉センターオープン(現温泉福祉交流館) 02町立植木病院移転開業(現植木病院) 03健康福祉センターかがやき館オープン 07予約制乗合タクシー『こまち号』運行開始
中心市街地		61商店街街路灯完成 75共同売出団体「植木町ｻｰﾋﾞｽ店会」発足 76寿屋植木店開店→はなまる→08移転 78ロッキー開店　83きくかわ開店 86「ライフ」開店→07閉店 88「ルウシイ」開店　89「ウエッキー」開店	00植木まちづくり㈱設立 01ＴＭＯ構想認定
		71第１回はってん祭	90「初市」開催 91はってん祭で「夜市」開催

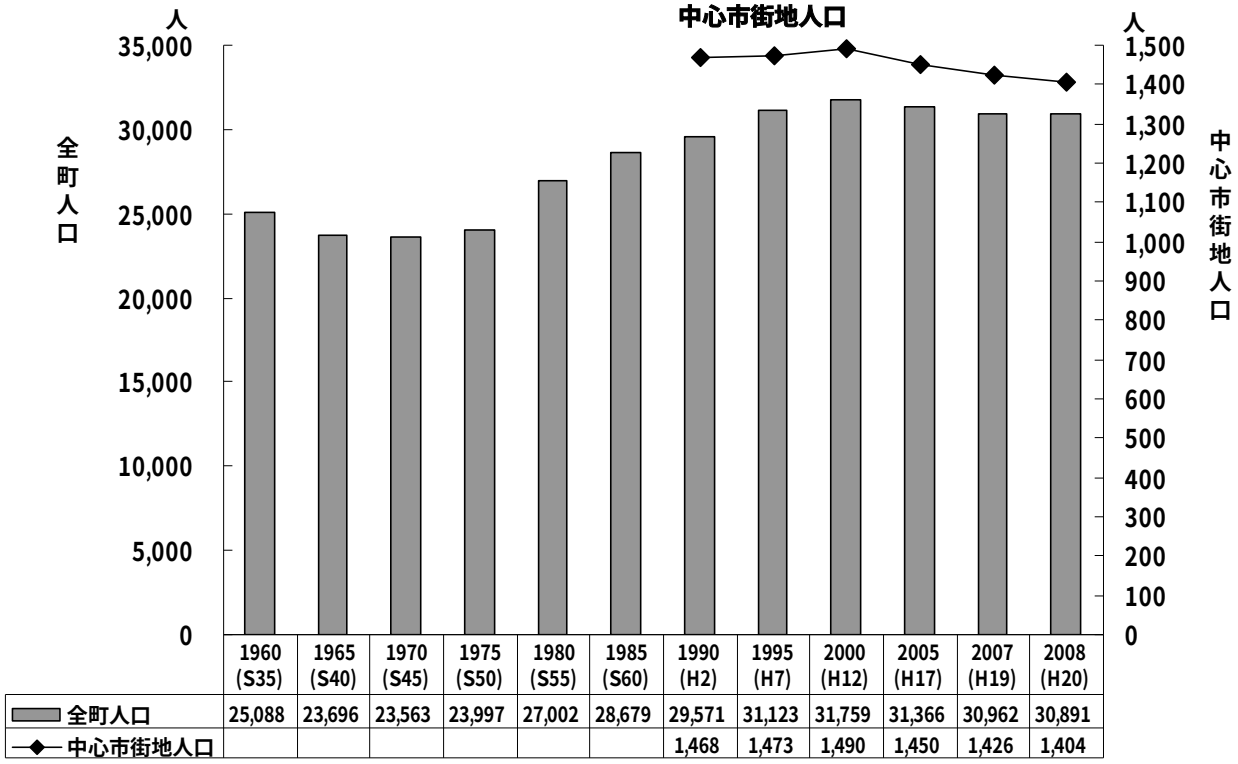
［2］中心市街地の現況

（1）人口・世帯数

①人口

昭和 40 年代には 23,000 人台であった本町人口は、平成 12 年 31,759 人に達するまで増加を続け、その後横ばいから微減に転じ、平成 20 年現在 30,891 人となっている。

一方、中心市街地も平成 12 年から減少が続いているが、全町に比べ減少率が大きい。



	1960 (S35)	1965 (S40)	1970 (S45)	1975 (S50)	1980 (S55)	1985 (S60)	1990 (H2)	1995 (H7)	2000 (H12)	2005 (H17)	2007 (H19)	2008 (H20)
全町人口	25,088	23,696	23,563	23,997	27,002	28,679	29,571	31,123	31,759	31,366	30,962	30,891
中心市街地人口							1,468	1,473	1,490	1,450	1,426	1,404

資料： 1960-1985 年は国勢調査（現町域）
1990-住民基本台帳。（全町及び中心市街地人口）
中心市街地および中心部 6 町丁人口は町丁別人口を中心市街地区域内面積で按分

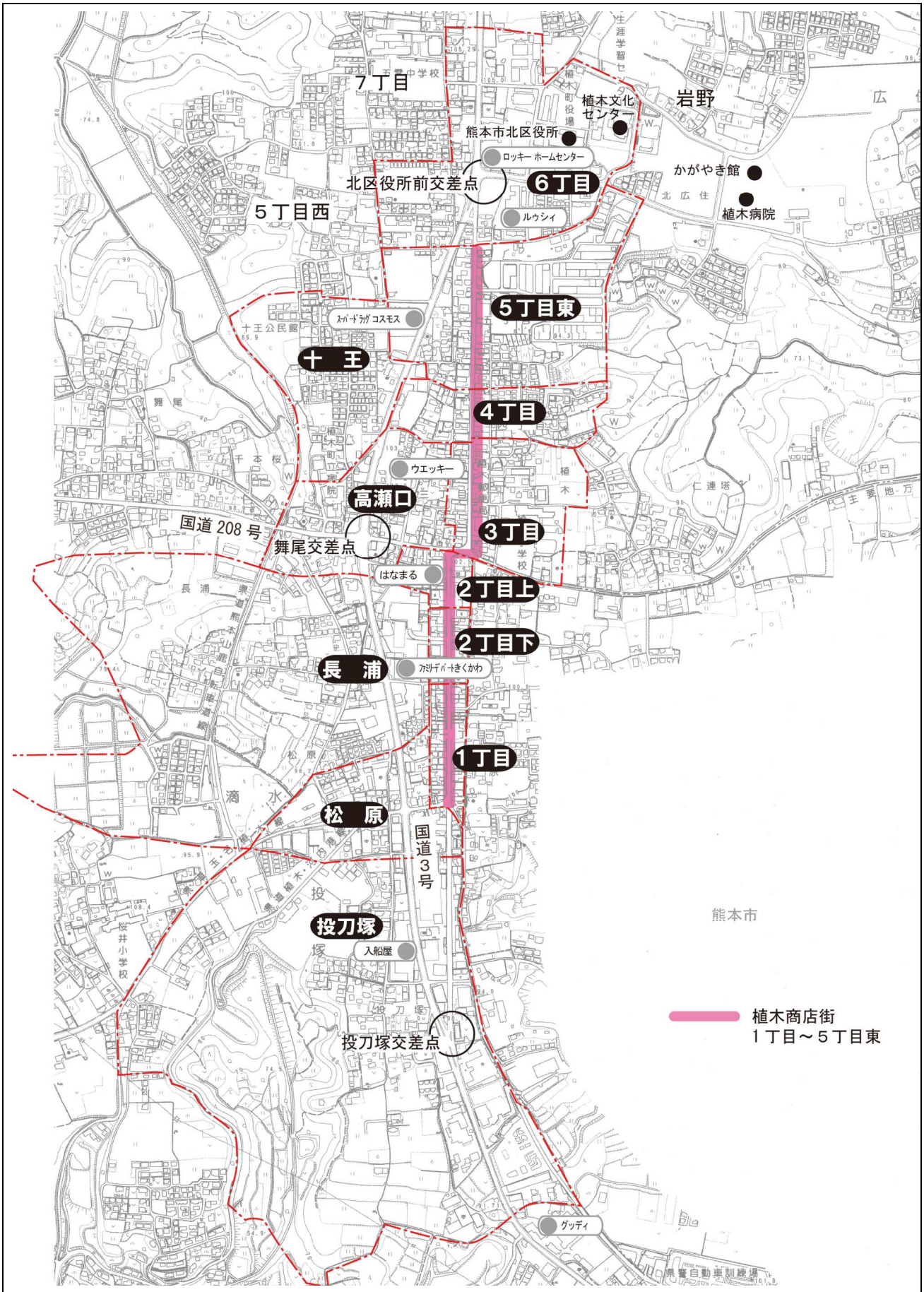
図．人口の推移

表．人口の増減率 (%)

	1990-1995 (H2-7)	1995-2000 (H7-12)	2000-2005 (H12-17)	2005-2008 (H17-20)	1990-2008 (H2-20)
全町人口増減率	5.2	2.0	△ 1.2	△ 1.5	4.5
中心市街地人口	0.4	1.1	△ 4.2	△ 3.2	△ 4.3

表．人口の構成比 (%)

	1990(H2)	1995(H7)	2000(H12)	2005(H17)	2007(H19)	2008(H20)
全町人口を100とした構成比	100	100	100	100	100	100
中心市街地人口構成比	5.0	4.7	4.7	4.6	4.6	4.5

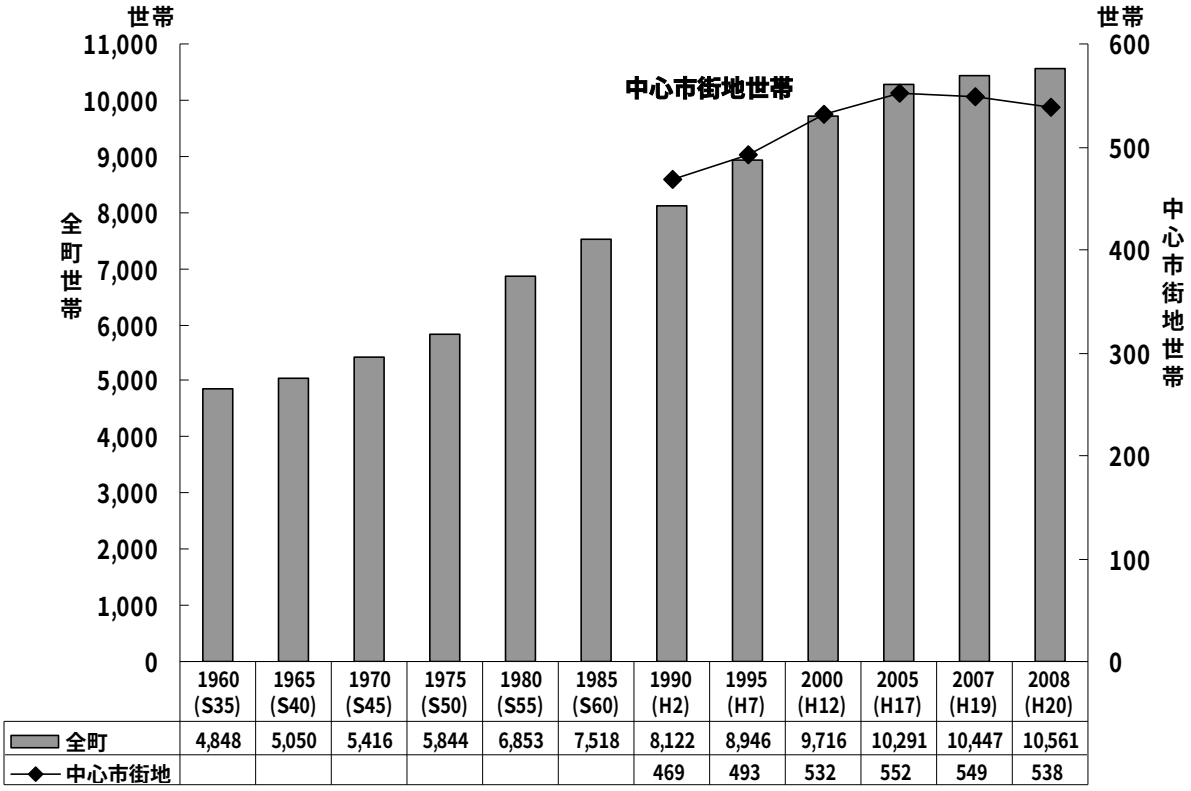


図．中心市街地を構成する 12 町丁

②世帯数

本町の世帯数は、昭和 35 年以降平成 17 年まで急激に増加を続け、その後緩やかな増加に転じている。

一方、中心市街地の世帯数の推移は、平成２年から平成 17 年までの 15 年間で 469 世帯から 552 世帯へと 17.6%の増加を見たが、その後微減に転じ、平成 20 年現在 538 世帯となっている。



資料： 1960-1985 は国勢調査（現町域）
1990-は住民基本台帳。
中心市街地および中心部 6 町丁世帯数は町丁別世帯数を中心市街地区域内面積で按分

図．世帯数の推移

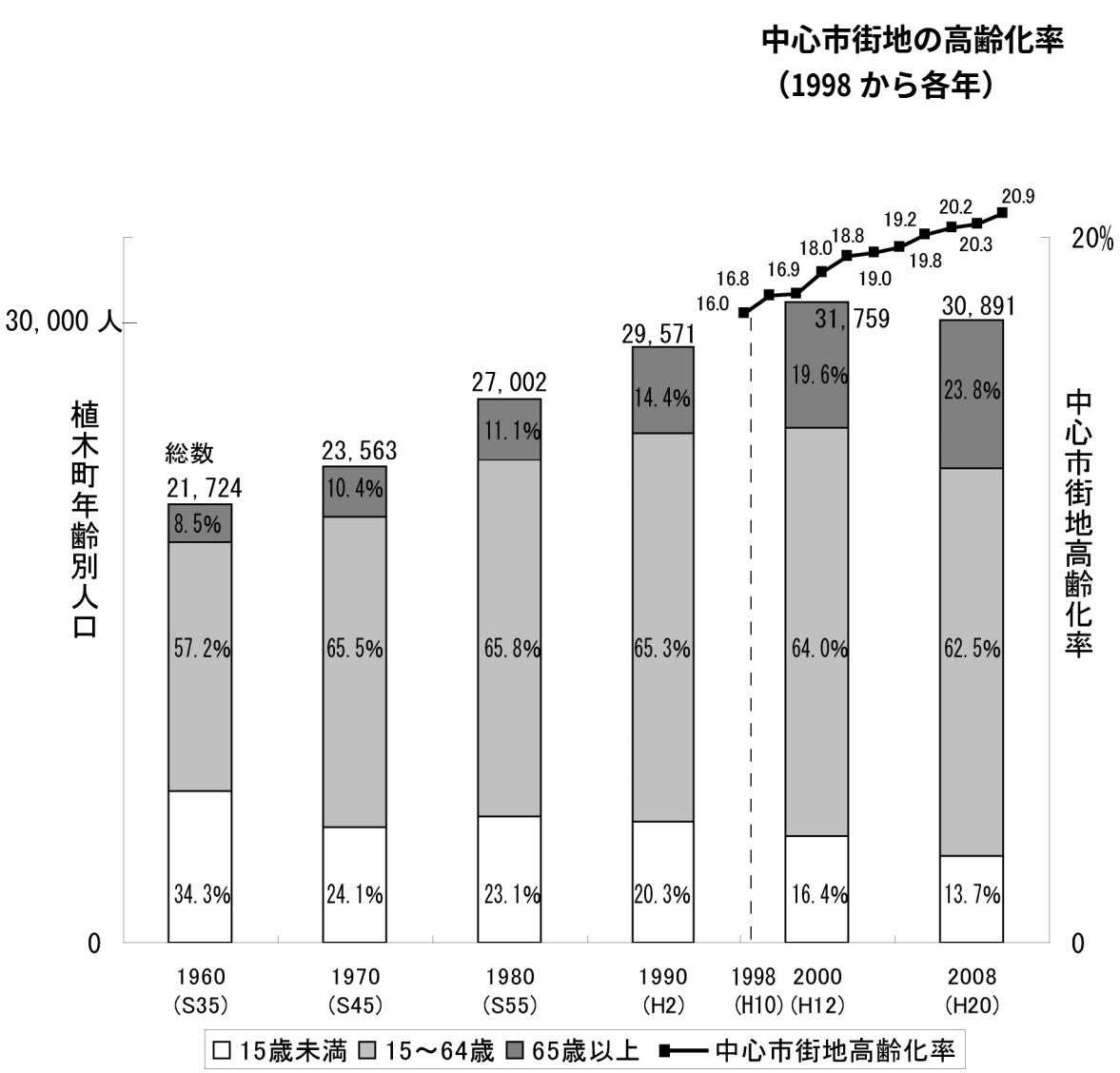
表．中心市街地の世帯数の増減率 (%)

	1990-95 (H2-7)	95-2000 (H7-12)	2000-05 (H12-17)	2005-08 (H17-20)	1990-08 (H2-20)
全町	10.1	8.6	5.9	2.6	30.0
中心市街地	5.1	7.9	3.8	△ 2.5	14.8

③年齢構成別人口

本町全体の年齢構成別人口は、平成 20 年において年少人口 4,236 人、生産年齢人口 19,312 人、老年人口 7,343 人。構成比は 13.7%、62.5%、23.8%となっており、老年人口 21%以上の超高齢社会にある。国の平成 18 年における構成比、13.6%、65.5%、20.8%（国勢調査より）と比べ高齢化が進んでいる状況にある。

中心市街地の高齢化率は、全町よりやや下回るものの、最近年（平成 20 年）で 20.9%と、近年急激に高まってきている。



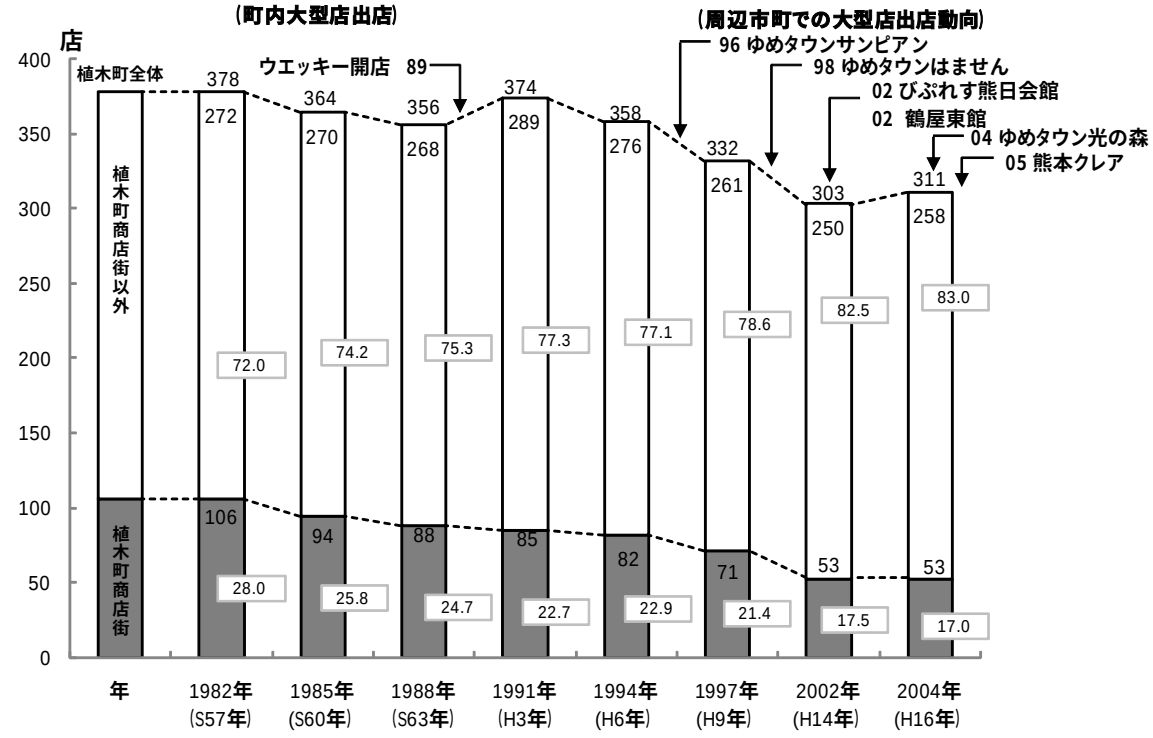
資料：1960-1985 年は国勢調査（現町域）
1990-は住民基本台帳（全町及び中心市街地）

図． 年齢構成別人口の推移

（2）商業

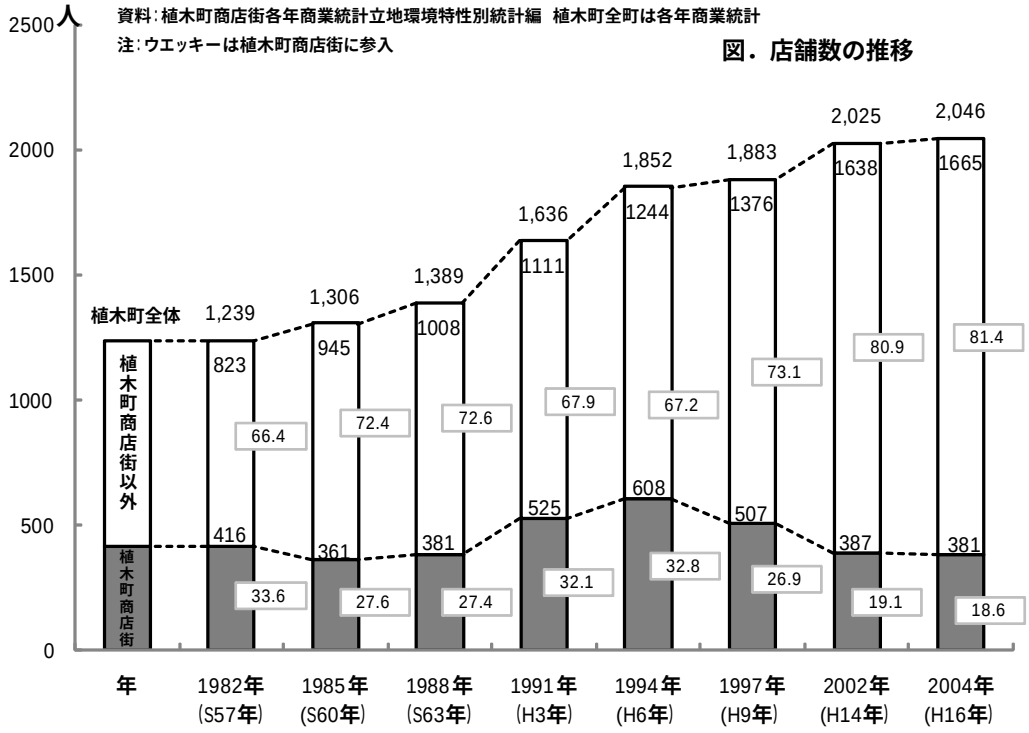
①小売商業主要指標

昭和 57 年で 106 店、町全体の 28.0%を占めていた植木商店街の商店数は、平成 16 年現在 53 店、17.0%となり、同商店街の商業機能が落ちてきた実態を示している。従業員数は 33.6%から 18.6%と店舗数以上にシェアを落としており、その結果、1 店舗当たりの従業員数の減少、すなわち経営規模の縮小化の傾向がうかがえる。



資料：植木町商店街各年商業統計立地環境特性別統計編 植木町全町は各年商業統計
注：ウエッキーは植木町商店街に参入

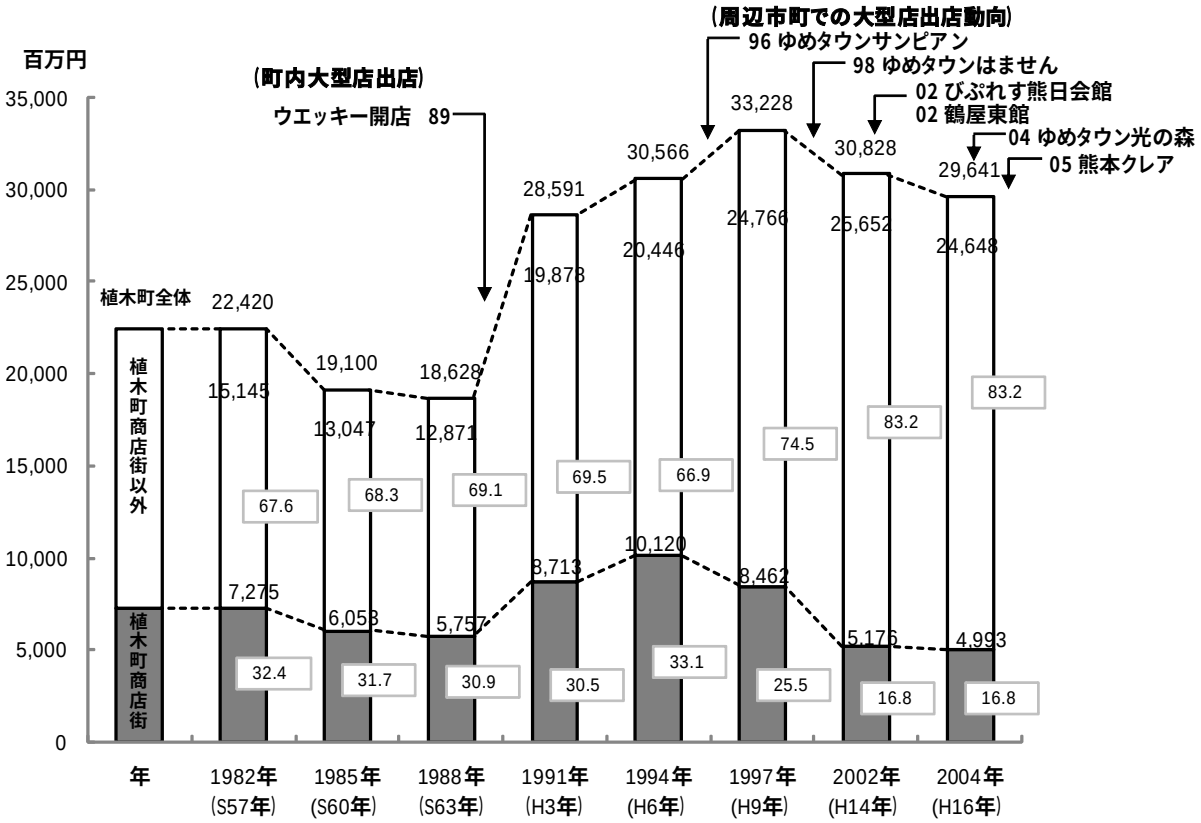
図．店舗数の推移



資料：植木商店街各年商業統計立地環境特性別統計編 植木町全町は各年商業統計
注：ウエッキーは植木町商店街に参入

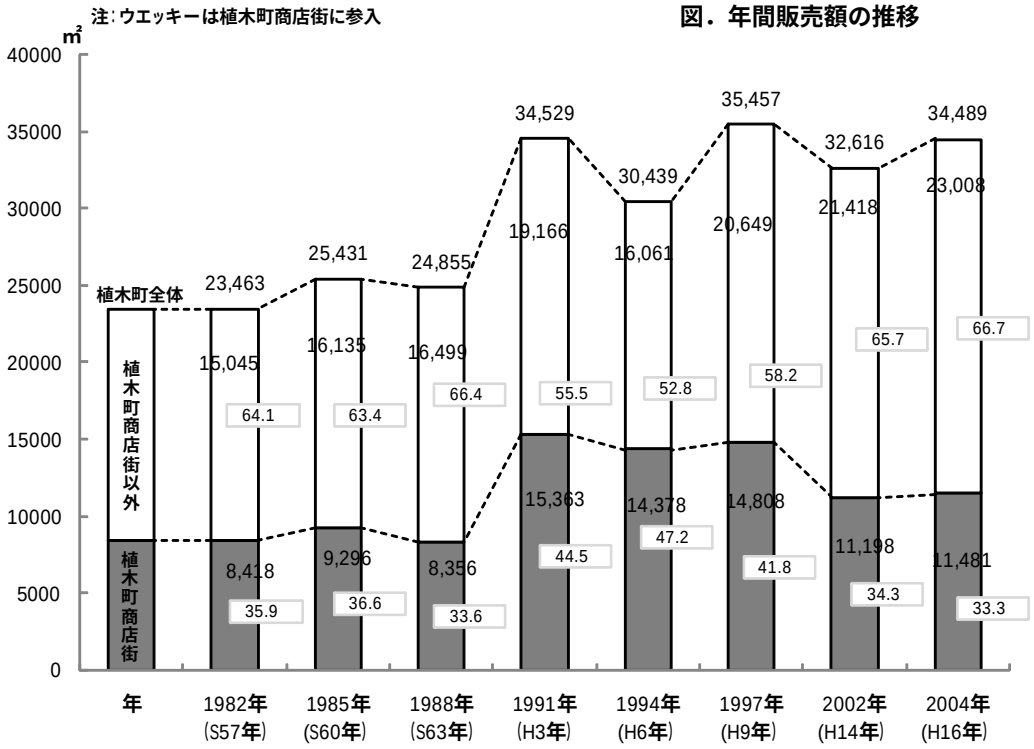
図．従業員数の推移

年間販売額は、昭和 57 年から平成 16 年の約 20 年間に、町全体では 224 億円から 296 億円へと伸ばしている一方、植木商店街は 72 億円から 49 億円へと激減している。特に平成 6 年以降の 10 年間の減少が大きい。



資料：植木町商店街各年商業統計立地環境特性別統計編　植木町全町は各年商業統計
注：ウエッキーは植木町商店街に参入

図．年間販売額の推移



資料：植木町商店街各年商業統計立地環境特性別統計編　植木町全町は各年商業統計
注：ウエッキーは植木町商店街に参入

図．売場面積の推移

②大規模小売店舗の立地動向

【植木町内の大規模小売店舗】

本町の大規模小売店舗は商業地域・近隣商業地域指定の中心商店街に立地するほか、他の用途地域や白地地域の国道 3 号沿線へロードサイド型店舗が立地する傾向にある。これらのロードサイド店の立地は片側 1 車線の国道 3 号の渋滞の一因となっている。

中心市街地では総合スーパーのウエッキーが商業核の機能を果たしている。



図．植木町の大規模小売店舗位置

表．植木町の大規模小売店舗

	NO	店舗名	店舗面積 ㎡	開業日	備考
中心	1	ｼｮｯﾋﾟﾝｸﾞﾌﾟﾗｻﾞｳｴｯｷｰ	5,405	1989(H1)3月	
	2	ﾛｯｷｰﾎｰﾑｾﾝﾀｰ	2,747	1978(S53)	
	3	ﾌｧﾐﾘｰﾃﾞﾊﾟｰﾄきくかわ	1,981	1983(S58)12月	
	4	柚井ｼｮｯﾋﾟﾝｸﾞﾙｳｼｨ	1,493	1988(S63)8月	
	5	はなまる	841	2007(H19)12月	寿屋閉店後の引継店,移転開業
	-	植木ｼｮｯﾋﾟﾝｸﾞｾﾝﾀｰﾗｲﾌ	2,563	1986(S61)6月	2007(H19)閉鎖
	6	ｽｰﾊﾟｰﾄﾞﾗｯｸﾞｺｽﾓｽ植木店	1,670	2006(H18)5月	
他(町内)	7	ｸﾞｯﾃﾞｨ植木店	5,701	2004(H16)4月	
	8	入船屋	1,518	2006(H18)6月	

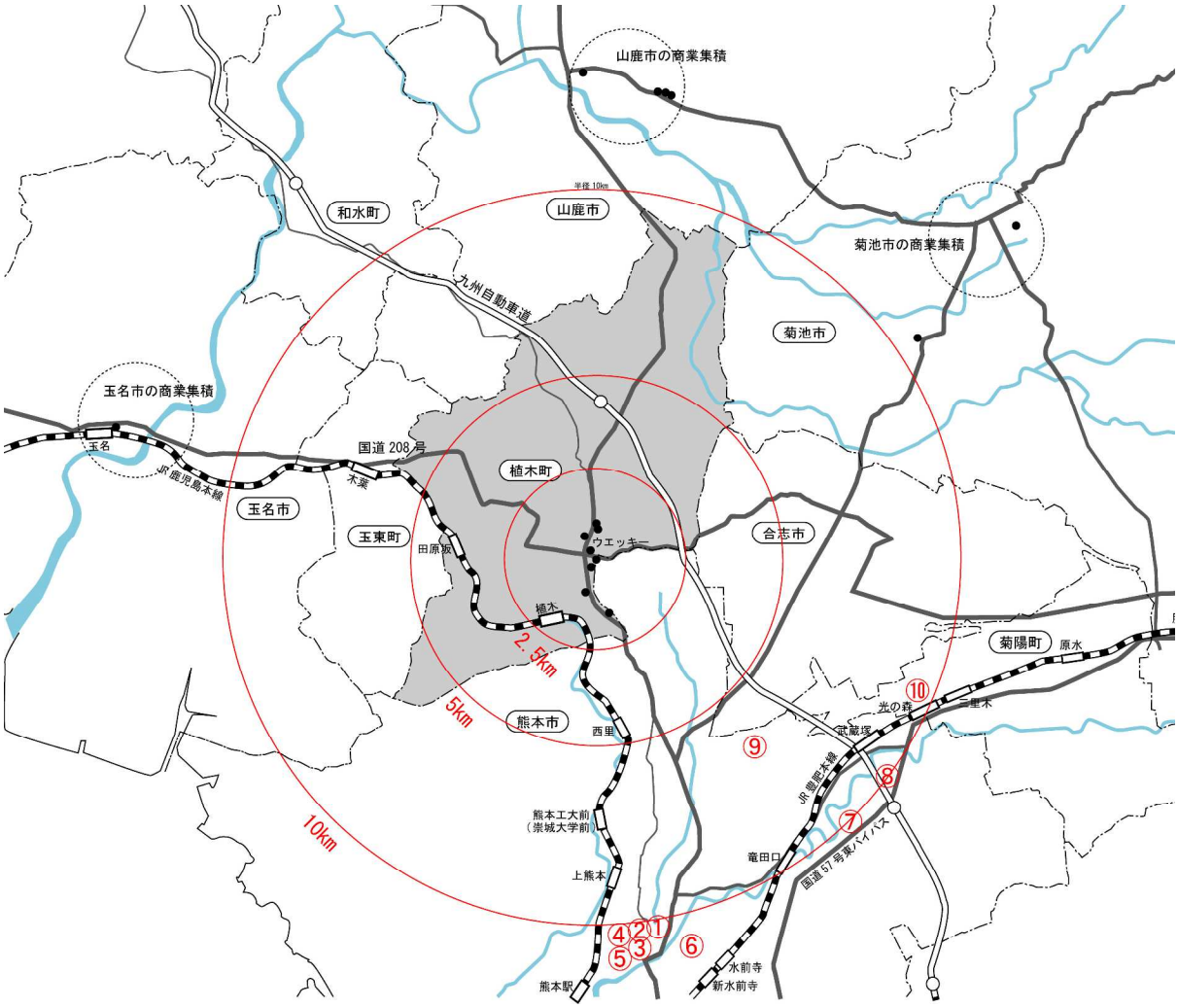
但し、「5 はなまる」は移転建替えにより届出面積以下となったためこの表では店舗面積ではなく延床面積で記載している。

【広域的な大規模小売店舗】

植木町中心市街地から半径10ｋｍの圏域内の大規模小売店舗（5,000㎡）は、以下のとおり。

表．広域的な大規模小売店舗

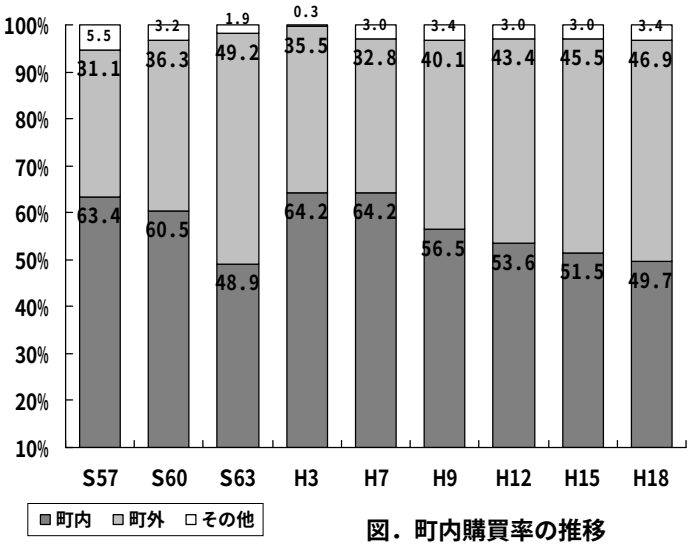
	NO	店舗名	店舗面積 ㎡	開業日	備考
熊本市中心市街地	1	鶴屋百貨店	68,068	1952(S27)年	本館･東館･New-s･ウィング館の合計
	2	熊本パルコ	9,051	1986(S61)5月	
	3	ダイエー下通店	17,376	1979(S54)10月	左記開設時はダイエー城屋
	4	交通センタープラザ	5,315	1979(S54)5月	
	5	くまもと阪神百貨店	25,095	1973(S48)10月	左記開設時は岩田屋伊勢丹百貨店
他	6	ダイエー熊本店	13,246	1980(S55)4月	
	7	ゆめタウンサンピアン店	24,839	1996（H8)6月	左記開設時はニコニコドーサンピアンSC
	8	ミスターマックス熊本インター	8,665	2004(H18)年3月	
	9	サンリブ清水店	9,980	2000(H12)年10月	
	10	ゆめタウン光の森店	36,065	2004(H16)年	



図．広域的な大規模小売店舗

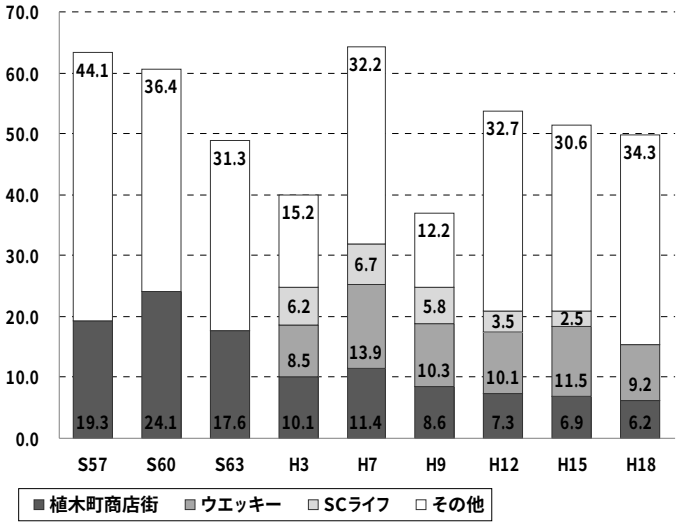
③消費動向

熊本県消費動向調査結果によると、植木町では概ね5割を超える町内購買が継続しており、一定の顧客満足は得られていると判断される。しかし、平成7年から町内購買率はしだいに下がってきており、平成18年は49.7%と5割を下回る結果であった。町外の買物場所として隣接する菊陽町のゆめタウン光の森は町外 46.9%のうち8.0%を占め、今後影響が拡大していく可能性がある。



図．町内購買率の推移

町内の買物場所として、昭和 60 年には24.1%の購買率があった「植木商店街」は、平成18年には8.2%へと大幅に低下し、買物場所としての支持が得られなくなっている状況である。中心部の核店舗であるウエッキーも低下傾向にはあるものの、開店以降概ね１割程度は確保している。平成 19 年に閉鎖されたライフが共存していた平成7年はウエッキーを買物場所として支持する購買率も高くなっており、一定の店舗の集積を維持することが中心市街地全体としての購買率を高めることを示している。



図．買い物場所別購買率の推移

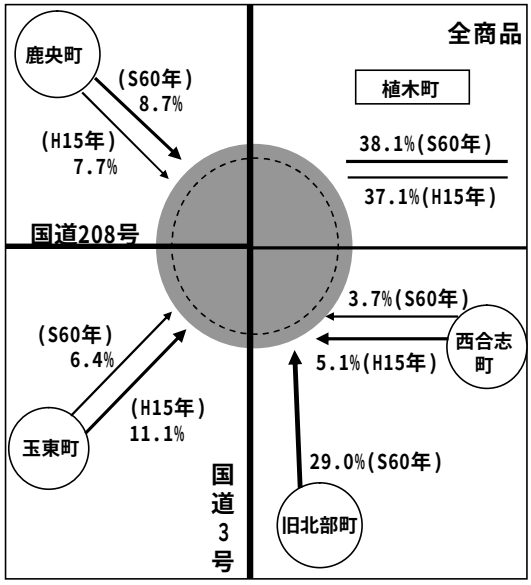
周辺市町から植木町へ流入する消費行動をみると、調査最新年の平成 18 年は合併等によってデータがないため、昭和 60 年と平成 15 年の 18 年間の変化を右図に示す。なお旧北部町については、平成 3 年に熊本市と合併しているためそれ以前の数値のみを示す。

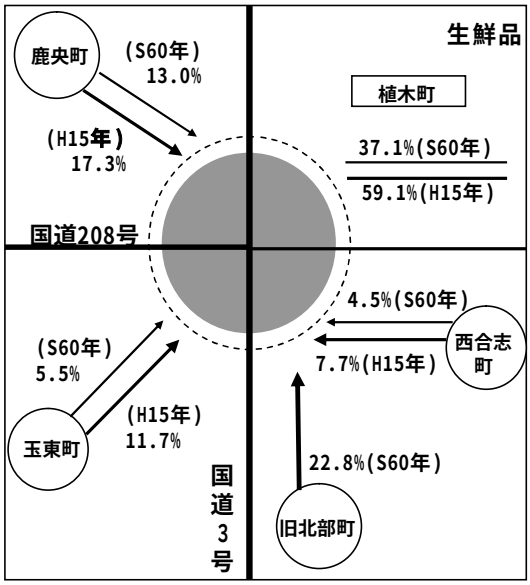
周辺の市町のうち、「植木商店街や植木町の大型店で買物をする」という結果が出ているのは鹿央町（現山鹿市）、玉東町、西合志町（現合志市）、旧北部町となっている。全商品の購買率では平成 15 年の玉東町 11.1%が最も高い。

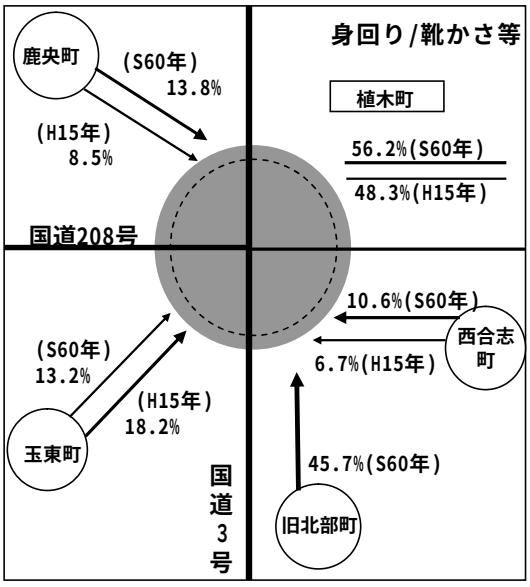
商品別に見ると、生鮮品では鹿央町の 17.3%が最も高い。この結果は、周辺町からみると、生鮮品の買物場所として植木町が選択されており、植木町周辺が一定の商圏を形成しているといえる。

食料品以外では身の回り品の「靴・傘など」の品目で購買率が高くなっており、玉東町で 18.2%と高い購買率がでている。

中心市街地の商業機能の中でも強い業種弱い業種が現れており、持ち合わせた商業機能を強化し、不足業種を導入する方向での機能強化が求められる。商業核における生鮮の強化と商店街等での専門店数の増強が課題である。







資料：熊本県消費動向調査

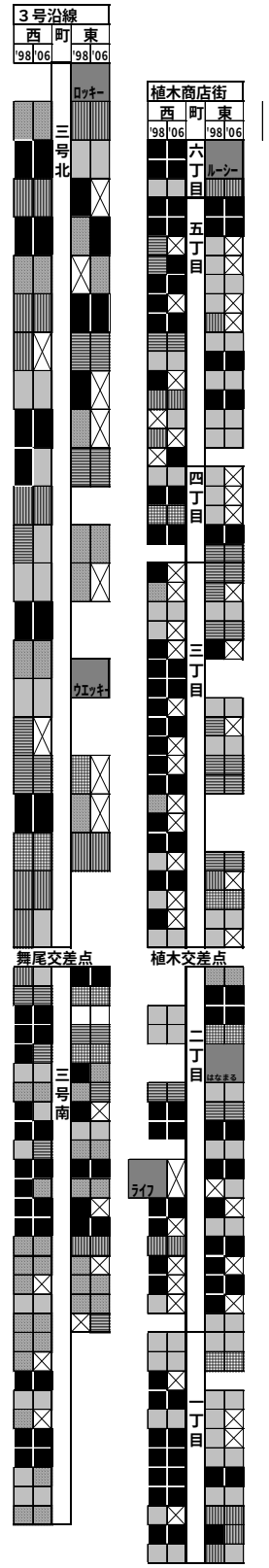
④中心部の業種構成と空店舗

旧基本計画策定時の平成 10 年から平成 18 年の商店街及び国道 3 号沿線の店舗立地状況を図化した（右図）。業種別に立地状況をみると、物販店は国道 3 号沿線と商店街共に最も多いが、いずれも減少傾向にある。次にサービス業が多く、国道 3 号沿線では増加傾向にある。飲食店は中心市街地の割には店舗数が少ない。物販・サービス・飲食の業種を充実させ、消費行動を促す魅力を増進することが求められる。業務・金融は主要な事業所がこの地区に集中しているものの、関連した業務等の立地を促すために、利便性の高い立地環境を整える必要がある。

空店舗の状況は、平成 10 年と平成 18 年を比較すると、国道 3 号沿線で 2 から 14 店舗へ、商店街では 3 から 40 店舗へと急増している。これは、土地区画整理事業の進行による一時休業も起因しているが、商店街活動の停滞と少子高齢化等から、店舗を廃業して専用住宅として建て替えられてしまったことによる要因も大きい。植木まちづくり株式会社が行政と共にまちづくり相談所を設け、相談業務を進めているが、今後、新規営業者向け賃貸スペース等への積極的な投資を促進するためのインセンティブも必要である。

表．中心部の業種構成と空店舗

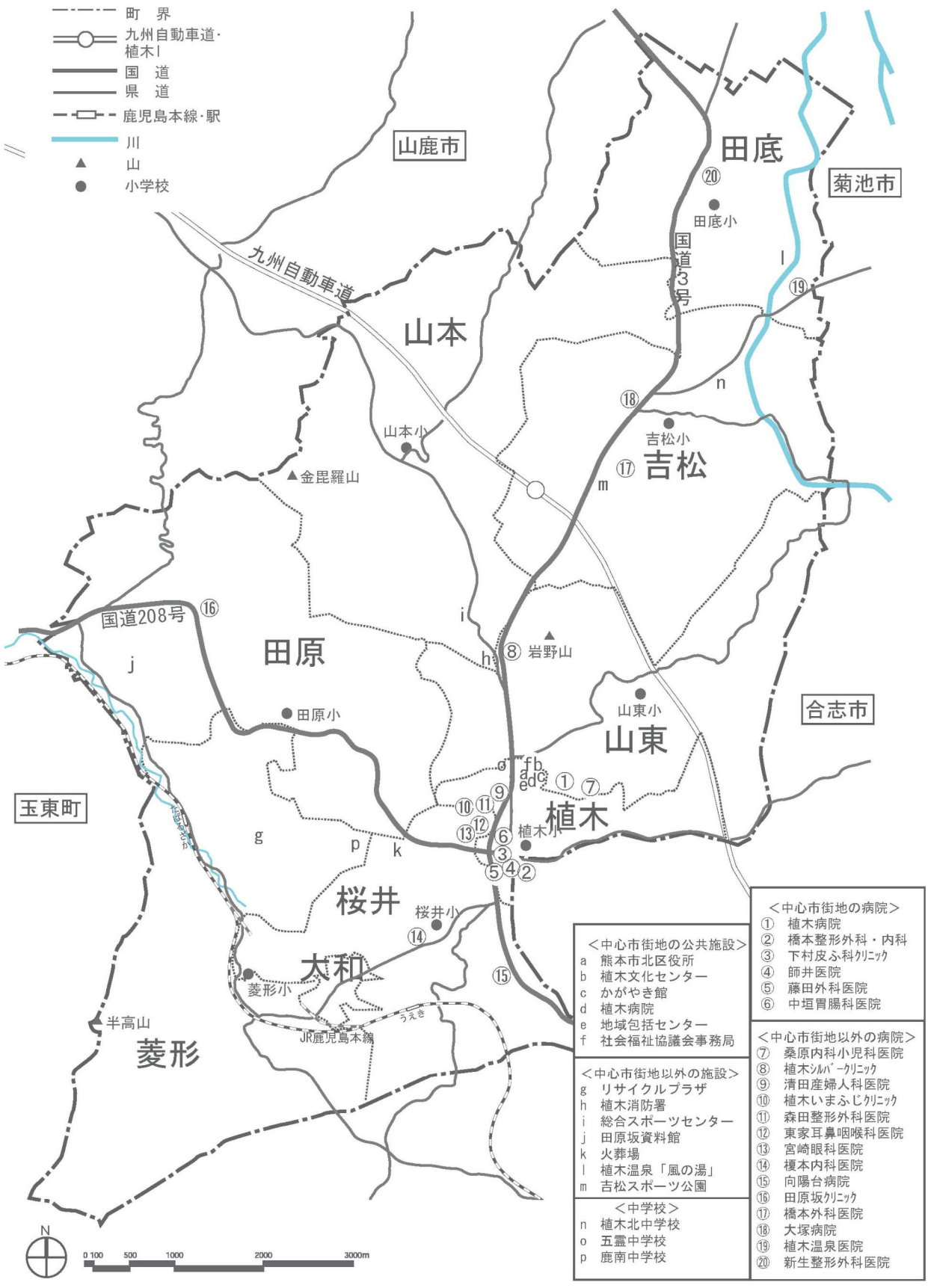
	3号沿線						植木商店街					
	'98			'06			'98			'06		
	西	東	計	西	東	計	西	東	計	西	東	計
大型店舗	0	2	2	0	2	2	1	2	3	0	2	2
物販	18	9	27	14	5	19	36	17	53	25	12	37
サービス	9	2	11	12	2	14	16	26	42	12	19	31
飲食店	12	11	23	11	7	18	2	1	3	0	1	1
業務･金融	4	3	7	4	5	9	4	9	13	2	6	8
製造･加工	7	3	10	4	3	7	3	5	8	2	3	5
病院	1	3	4	1	2	3	1	3	4	1	3	4
計	51	33	84	46	26	72	63	63	126	42	46	88
空店舗	0	2	2	5	9	14	2	1	3	23	17	40



図．中心部の業種構成と空店舗

（3）都市機能

植木町域 65.81k ㎡内の主要な公共・公益施設及び医療施設の分布を見ると、主要幹線道路が交差する中心市街地に集積していることがわかる。



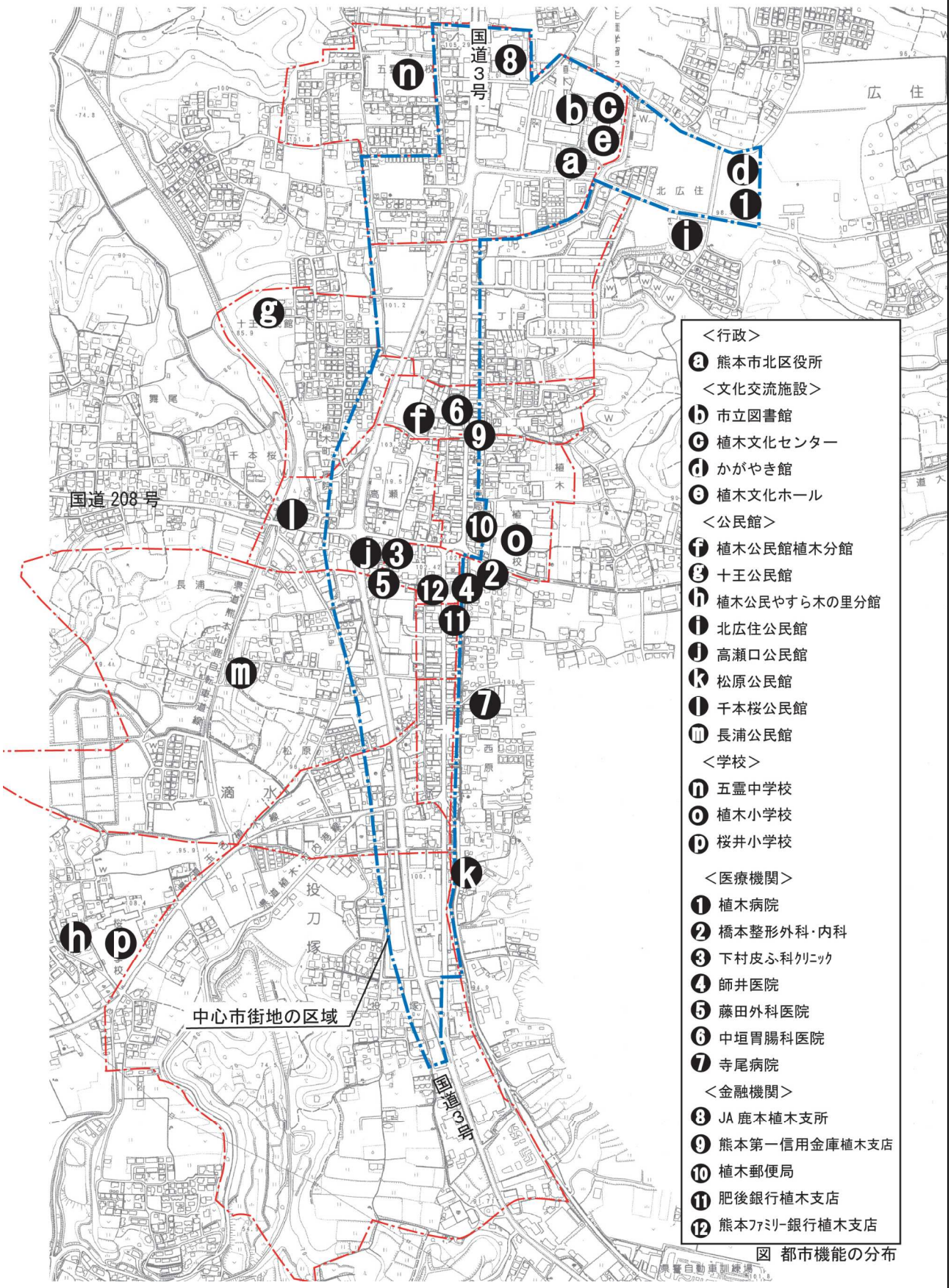

国道3号
国道208号
中心市街地の区域
国道3号
＜行政＞
ⓐ 熊本市北区役所
＜文化交流施設＞
ⓑ 市立図書館
ⓒ 植木文化センター
ⓓ かがやき館
ⓔ 植木文化ホール
＜公民館＞
ⓕ 植木公民館植木分館
ⓖ 十王公民館
ⓗ 植木公民やすら木の里分館
ⓘ 北広住公民館
ⓙ 高瀬口公民館
ⓚ 松原公民館
ⓛ 千本桜公民館
ⓜ 長浦公民館
＜学校＞
ⓝ 五霊中学校
ⓞ 植木小学校
ⓟ 桜井小学校
＜医療機関＞
❶ 植木病院
❷ 橋本整形外科・内科
❸ 下村皮ふ科ｸﾘﾆｯｸ
❹ 師井医院
❺ 藤田外科医院
❻ 中垣胃腸科医院
❼ 寺尾病院
＜金融機関＞
❽ JA 鹿本植木支所
❾ 熊本第一信用金庫植木支店
❿ 植木郵便局
⓫ 肥後銀行植木支店
⓬ 熊本ﾌｧﾐﾘｰ銀行植木支店

図 都市機能の分布

［3］地域住民のニーズ等の把握・分析

町民アンケート調査の結果と、協議会におけるアンケート集計結果の検証作業を踏まえて地域住民のニーズ等の分析を行う。

（1）中心市街地の評価

①「身近で安全な街」なのだが「活気が無くて歩きにくい」という評価は、住民の多くの人が実感しているところ（協議会意見）。

②どのような整備が行われたら中心市街地へ出かける機会が増えるか？との問に対して「交通網」という回答が最も多く、『植木(中心市街地)は渋滞の常習地帯なので近寄りたくない』という印象は、町外のみならず地域住民からも強く持たれている。

③「便利さ」と「住みやすさ」について評価が比較的分かれているのは、交通の要衝にありながら渋滞による不便さを強いられている現状の反映でもある。

（2）中心市街地における街行動

①来街頻度は「週 1 回」が最も多く、「毎日」と「街なかに居住している」を加えると 7 割に達する。中心市街地はよく利用されている。

②来街目的は「買物」が最も多く、ついで「金融機関」、「役場」、「通院」という順である。「食事」と「飲み」は合わせても 9.2%と少ない。

③町域が広く、駅との連絡や公共交通の改善で来街頻度を増す必要がある、という協議会の意見であった。

（3）中心市街地活性化への期待

①アンケート設問に対する回答では、「安心安全な道路・歩道」、「新たな店舗の誘致」、「産業振興施設」、「美しい街なみ・景観」が多かった。

②自由意見では、「渋滞への不満」が目立ったが（31 件）、それにも増して地産地消、物産販売など「道の駅」を街なかの集客施設として待望する声が強かった（33 件）。

③商業集積に関する意見も 29 件と多く、空き地・空き店舗の解消、店の連続性確保、飲食店の要望、品揃えの要求などが目立った。

④大型店に言及する意見も 27 件と多かったが、「光の森」のイメージが強く現れていた。

⑤巡回バス、バス停の改善など「バス」に言及した意見も 27 件、交通網の改善による「公共交通の利便性向上」についても、18 件の意見が寄せられた。

（4）アンケート結果の分析

①市街地の整備要求で「歩道の整備」が、交通基盤では「道路網」が 1 位の回答を占めていることは、交通渋滞と歩きにくい商店街という当地区の現状を物語っており、区画整理事業の推進による道路整備が期待される。

②商業では、新規店舗の誘致が望まれており、これは現状での商業機能の弱体化への不満の表れと受け止められる。大型店と商店街とが協調した機能強化が望まれる。

③商業施設以外の施設要求では、「産業振興」「特産品開発」への回答が多く、農商工連携による産業振興施設の誘致対策が必要とされる。

④その他、「美しい街並み、景観」への要求も強い。

【町民ニーズ等（町民アンケート調査）の概要】

①調査の目的：植木町中心市街地の発展を図るための基礎資料とするため調査
②調査の対象：住民基本台帳の無作為抽出による 1,000 名　③調査の方法：郵送留置法
④調査期間：発送 2007 年 9 月 21 日（金）／締切 2007 年 10 月 9 日（火）
⑤調査主体：植木町都市計画課・産業振興課
⑥回収状況：（最終）発送 1,000 票に対し、回収 445 票。　回収率 44.5%。

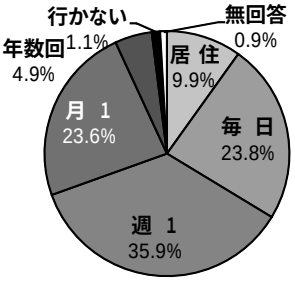
回答者の年齢

選択肢	1 20　代	2 30　代	3 40　代	4 50　代	5 60～64歳	6 65歳～	0 無回答	計
実　数	37	50	57	117	51	128	5	445
割合%	8.3	11.2	12.8	26.3	11.5	28.8	1.1	100.0

１.来街頻度

中心市街地へ毎日または週に１回来街する方は約６割

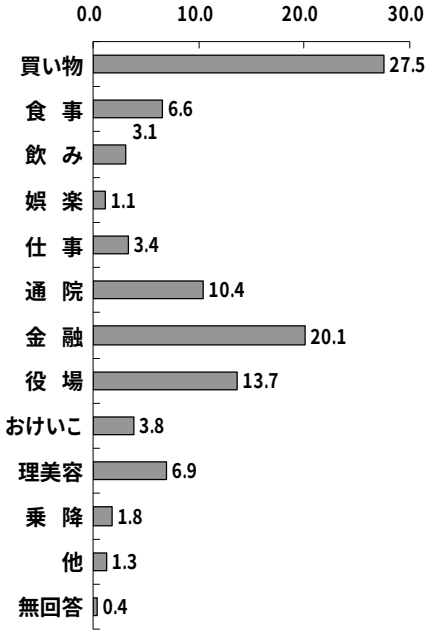
・最も回答率の高い「週に１回」の来街 35.9%。
・「毎日」来街する 23.8%を加えて 6 割弱の回答。
・中心市街地への支持の高さが伺える。



２.来街目的

来街目的は買物が１位

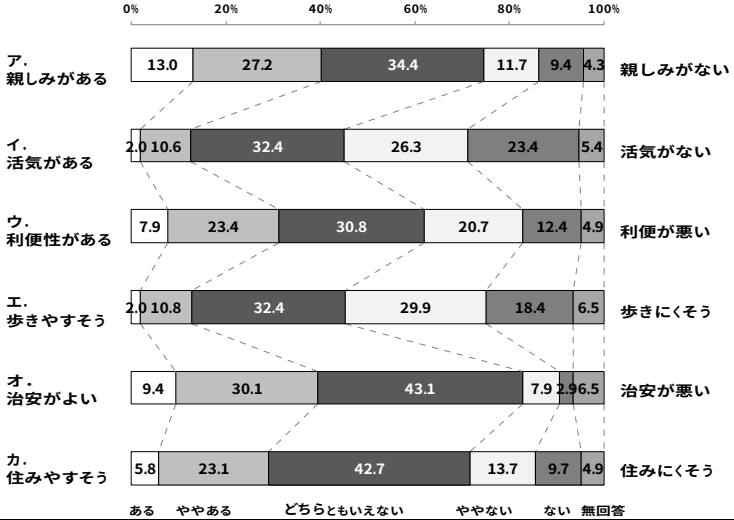
・買物に次いで、金融、役場、通院の順となっており、日常の買物と用事が済ませられる諸機能が備わった中心市街地といえる。
・一方で、食事や娯楽、お稽古事などは低い。



３．街の印象

やや「活気がない」、やや「歩きにくい」

・印象が良い方向にある指標は、「親しみがある」「治安がよく安心できる」「住みやすそう」の 3 指標である。最も評価されているのは「治安がよく安心できる」。
・最も印象の悪い指標は「活気がない」次いで「歩きにくい」となっている。



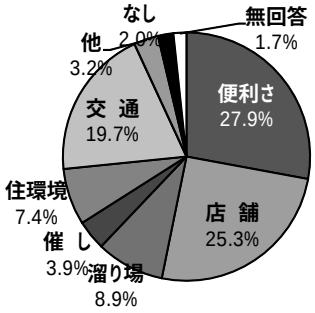
４．中心市街地へのニーズ

賑わう街になるための魅力は・・・

さまざまな用事が済ませられる便利さ

・次いで「店舗が集積し買物が楽しい」が 25.3%、
「さまざまな交通手段で行きやすい」が 19.7%。

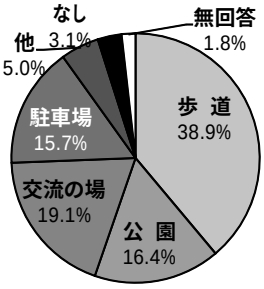
・上位 3 指標以外のポイントが低く、
「便利さ」「商業集積」「交通」に意識が集中。



５．求められる市街地整備

安心安全な道路・歩道

・次いで「交流の場」19.1%、「公園」16.4%、「駐車場・駐輪場」
15.7%と続き、ほぼ均衡している。

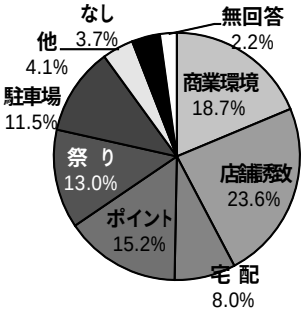


６．商業が活性化するための取り組み

新たな店舗誘致

・最も高いのは「店舗誘致」23.6%、次いで「商業環境」18.7%。

・いずれも新規出店への期待だが、具体的な記述意見から
「店舗誘致」には大型店への期待が含まれていることが推測される。



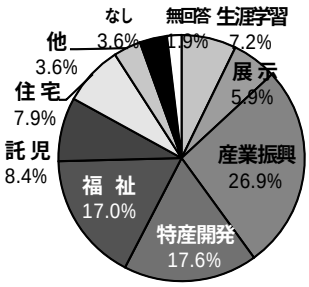
７．商業施設以外であったらいい施設

植木らしい「産業振興」施設

・「産業振興」が 26.9%と極めて高い。

・次いで「特産開発」と「福祉」が 17.0%台で均衡している。

・他の指標は 1 桁台に止まっている。

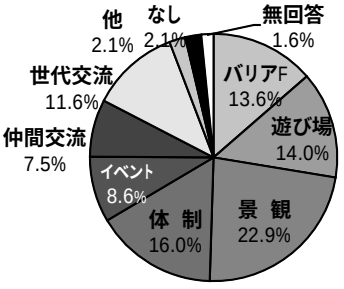


８．中心市街地が住みたくなる街になるための取り組みは

美しい街並み・景観づくり

・「景観」への期待が最も高く 22.9%。

・次いで「地域の体制」16.0%、「遊び場」14.0%、
「バリアフリー」13.6%、「世代交流」11.6%と続く。

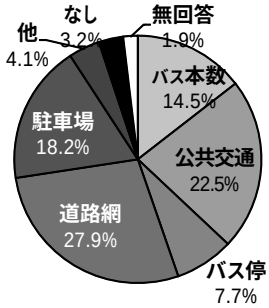


９．交通基盤整備

道路網の整備

・「道路網」が 27.9%と最も高く、「公共交通」が 22.5%と続く。

・次いで「駐車場・駐輪場」が 18.2%、「バス本数」が 14.5%となっている。



［4］旧基本計画の検証（平成 11 年３月策定）

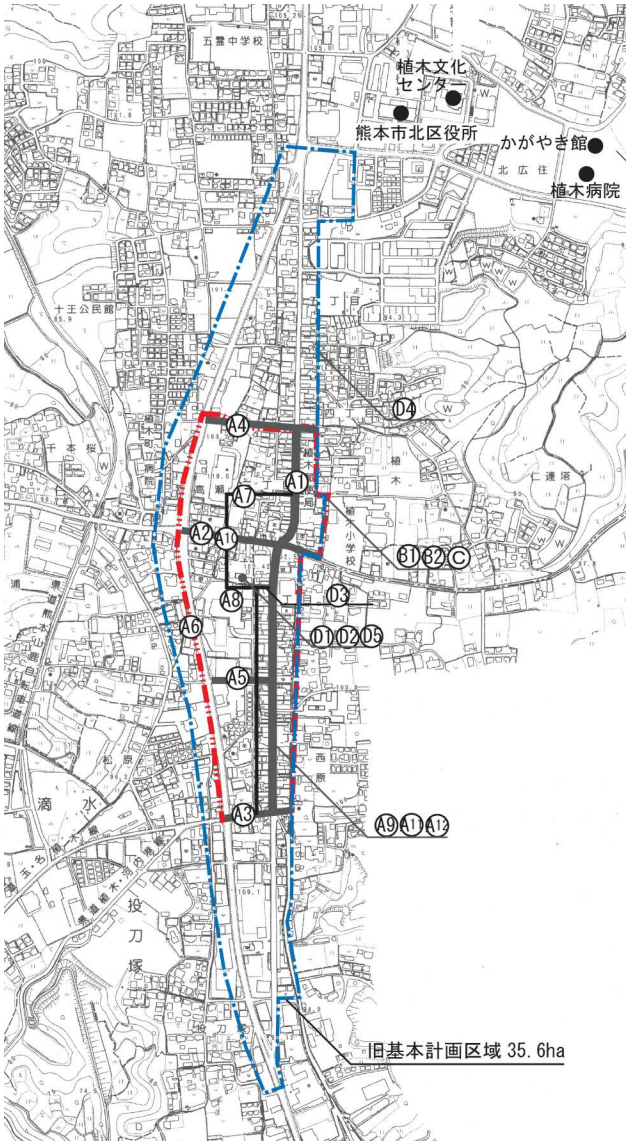
（1）旧中心市街地活性化基本計画の概要

旧基本計画では、植木台地の上にあるという地形的な特性を踏まえ、中心市街地の目標像を「ハイランド・ガーデン・シティ」とし、①都市の骨格と都市景観の明瞭な輪郭を形成し（ハイランド）、②『わが街』としての愛着の感じられるおもてなしマインドと空間を提供（ガーデン）、③商業を要とした都市機能がわかりやすく編集された生活拠点の形成を目指すこと（シティ）、としている。

（2）旧中心市街地活性化基本計画の事業の検証

[次頁に事業の進捗状況一覧]

旧基本計画には、市街地整備改善のための 23 事業、商業活性化のための 14 事業が掲載されている。市街地整備事業では植木中央地区土地区画整理事業のなかで、地区内公共施設 6 事業が着手されている。公共公益施設整備等については、6 事業の内「予約制乗合タクシーこまち号」は運行開始し、5 事業が整備方針立案の段階である。まちなみ景観形成の 2 事業は、平成 16 年度以降まちづくり研究会及び作業部会が組織され、町と植木まちづくり株式会社の主導によるワークショップで地元参加による「街並み形成ガイドライン」と「協定・地区計画案」が作成された。



（3）事業の総括と今後の課題

①進む基盤整備事業

中心市街地活性化のための歩道および交通体系の整備に関する事業は、土地区画整理事業の進展によって達成されつつある（一覧表Ａ）。

②遅れる宅地の有効活用

区画整理による換地後の宅地の有効活用に関する公・民の取り組みに関する事業が遅れている（一覧表Ｂ～Ｅ事業）。観光情報センター等の公益施設は区画整理終盤の事業に位置づけられているが、民間の宅地利用は区画整理事業の進展に伴い暫時条件は整っていくことになる。住民参加で作られた「まちづくりガイドライン」を活用し、まちづくり相談所と、建替え支援のためのインセンティブを有効活用しながら、都市機能の強化に結びつく民間開発を誘導していくことが課題である。

③さらに立ち遅れた商業活性化事業

商業核の強化、消費者サービス、個店の業態開発、商店街組織強化等の直接的な商業活性化事業がさらに立ち遅れている（一覧表Ｆ～Ｉ事業)。

今後、1）協議会活動の開始を契機に地元商店街の活動を活発化し、2）まちづくり会社と行政の協調支援を強化し、3）商店街と個店の事業を効果的に推進することが課題である。

【旧基本計画掲載事業一覧】

事業メニュー	事業主体			事業の進捗状況	
	町	TMO	商店街	着手	
市街地整備改善のための事業					
A土地区画整理事業					実施中
A植木中央地地区					
A1中央線	○			○	
A2東西線	○			○	
A3南環状線	○			○	
A4北環状線	○				
A5小町通り線	○				
A6国道3号歩道整備	○				
A7区画道路整備	○			○	
A8公園･緑地整備	○				
A9公共下水道整備	○			○	
A10高瀬口人道橋	○				
A11歩行者ネットワーク形成	○				
A12電線電柱対策事業	○			○	
A13　B地区（区画整理推進地区）	○			-	未着手
A14　C地区（誘導整備地区）	○			-	未着手
Bまちなみ景観形成事業					
B1まちなみ･まちづくり研究会支援	○	○		○	H16年以降、まちづくり研究会･作業部会の開催支援
B2まちなみ形成ルール化事業	○	○		○	街並み形成ｶﾞｲﾄﾞﾗｲﾝ及び地区計画･協定の地元案作成
C中心市街地居住促進事業	○				
D公共公益施設整備事業					
D1まちづくりボランティア拠点整備事業	○			○	地域交流施設の主要施設として検討
D2観光情報センター	○			○	地域交流施設の主要施設として検討
D3バス利用促進事業	○			○	バス停及び公開空地による待合機能強化について検討
D4コミュニティバス運行事業	○			○	予約制乗合タクシー「こまち号」運行開始
D5町民相談窓口	○			-	
D6駐車場整備事業	○			○	地域交流施設付帯駐車場としての台数確保のみ計画
商業活性化のための事業					
E商店街商業集積強化事業					
E1業種業態発展モデル推進事業			○	-	未着手
E2共同･協調建替え事業			○	○	区画整理事業の進捗にあわせH19から地権者対応を実施
E3空地空店舗対策事業			○	○	空き地活用による市の開催。
E4市の開催			○	○	農家女性グループの商品開発と定期的な市の開催
F新商業核整備事業		○			
G共通サービス事業					
G1カード･シール事業		○	○	○	TMO事業として商品券事業に切り替え実施
G2宅配サービス事業		○	○	ー	未着手
H文化企画事業					
H1植木中心マップの作成		○	○	○	ぐるっと金峰パンフレット作成（周辺商工会との連携）
H2はってん祭、初市の実施		○	○	○	継続実施。2号街区公園の整備後実施予定
H3地域文化イベント事業		○	○	○	料理開発事業
H4環境文化事業		○	○	○	区画整理事業前の潤いの欠けた通りに花壇整備実施
I組織強化事業					
I1商店街組織の法人化			○	ー	商店街を構成する店舗の減少により法人化は困難
I2商店街連合会の組織化			○	ー	基本単位となる商店街の組織化と共に連合会も困難
I3作業部会の継続		○		○	街並み形成の勉強会とルール化に向け部会を開催

［5］中心市街地活性化の課題の整理

（1）交通体系の整備

中心市街地の活性化に係る地域住民の諸活動や経済活動を支える『交通基盤施設の整備』は最も優先度の高い事業である。渋滞解消の為の東西・南北道路の拡幅、区画道路の整備、安全安心の歩道整備、バス交通のサービス改善等が求められている。

この課題に対しては、土地区画整理事業によって事業が着手されており、商店街の通りにおいて一部成果が現れつつあるが、道路整備と合わせた沿線宅地の利用促進が大きな課題である。

（2）商業核の強化

遠くの郊外ＳＣに行かなくとも、中心市街地における日常の買い物に一定の顧客満足度を得るために、商業核の強化が求められる。中心市街地唯一の核店舗「ウエッキー」はまさにそのような目的を持って、平成元年 3 月に地元主導でつくられたＳＣであるが、建設後 20 年が経過して諸設備の老朽化が進んでいる。ＳＣコンセプトと経営戦略を含めたリニューアル事業を行う事が求められる。

（3）民間宅地開発の誘導

区画整理により沿道の商店は、新区画の宅地に移動し、順次建替えを進めていくことになる。しかし、何らかのインセンティブが働かないままでは、都市機能の強化策には結びつかない。中心市街地活性化の説明や意識改革の説得を粘り強く続けると同時に、支援制度の導入によって、活性化に効果のある建替えを誘導することが肝要である。方向性としては次の 3 点があげられる。

①集合住宅の建設

街なか居住を促進するためには、集合住宅の建設を目的とした土地の有効活用を図ることが望まれる。将来の家族構成の変化に耐えられる設備を整え、不動産価値を高めることへの理解を深めながら、集合住宅建設事業への参加者を増やしていく。

②新しい店舗営業者の誘致

一階表の出入り口を居住部分から分離独立させ賃貸可能な仕様の建物とし、将来後継者が同族で得られない場合においても対応できるようにする事が必要である。集合住宅建設と合わせて１階のテナント経営を軌道に乗せ、成功事例をつくることが望まれる。

③景観形成への合意づくり

住民意向からも、日常使い慣れた街として親しんでいくには景観が整った、落ち着いた環境であることが求められている。多数の地元住民が参加して景観形成の手法に関する「ガイドライン」が作成されているので、これを活用する。

［6］今後の主な開発動向

（1）土地区画整理事業

この事業は、交通渋滞の緩和対策及び沿線商店街の商業環境の改善を目的に、国道 3 号開通と同年の昭和 44 年に都市計画決定され、平成 6 年には区域内で火災が発生し、消火活動に支障を来たした経緯があり、平成 11 年度には区域の拡大が図られ、計画決定区域約 90.8ha となっている。

【植木中央土地区画整理事業】

計画決定のみで事業未着手の状態が続いていたが、平成 10 年度の中心市街地活性化基本計画の立案を契機として、平成 11 年に交通量が集中する植木交差点を中心とした植木中央地区 17.5ha の部分の事業認可を受け、着手されるに至った。平成 17 年度には仮換地指定が完了し、街区単位に北側から順次整備が進められ、現在植木交差点周辺まで進んでいる。

目　　標：植木町の「顔」となる地区としてシンボル性の高い魅力的でかつ安全・快適な都市空間を創造するまちづくり

整備方針：①交通渋滞の解消及び安全性の向上
②快適性・利便性及び防災性の向上
③住民主体のまちづくり
④情報交流拠点の整備

ｽｹｼﾞｭｰﾙ：植木中央土地区画整理事業については、現在のまちづくり交付金の交付決定期間及び今後の都市再生整備計画の作成期間にあわせて１期、２期、３期と期間を区切り事業を進める。

○1期（H17～21）「植木交差点周辺整備等を中心とした植木中央土地区画整理事業」

1 期では、植木交差点周辺及びオフィス機能を多く有する 3 丁目、4 丁目沿線を整備していき、その他建替え等可能な地区においても併行して整備していく。

特に、植木交差点は、合志市、大津町方面からの交通量が多い県道30号線（東西線）と商店街通り（中央線）の結節点だが、クランク状の交差点であり、交通渋滞及び交通事故の要因となっており、この交差点の十字交差化は住環境整備のため重要な事業である。

○2期（H22～25）「商店街通り整備を中心とした植木中央土地区画整理事業」

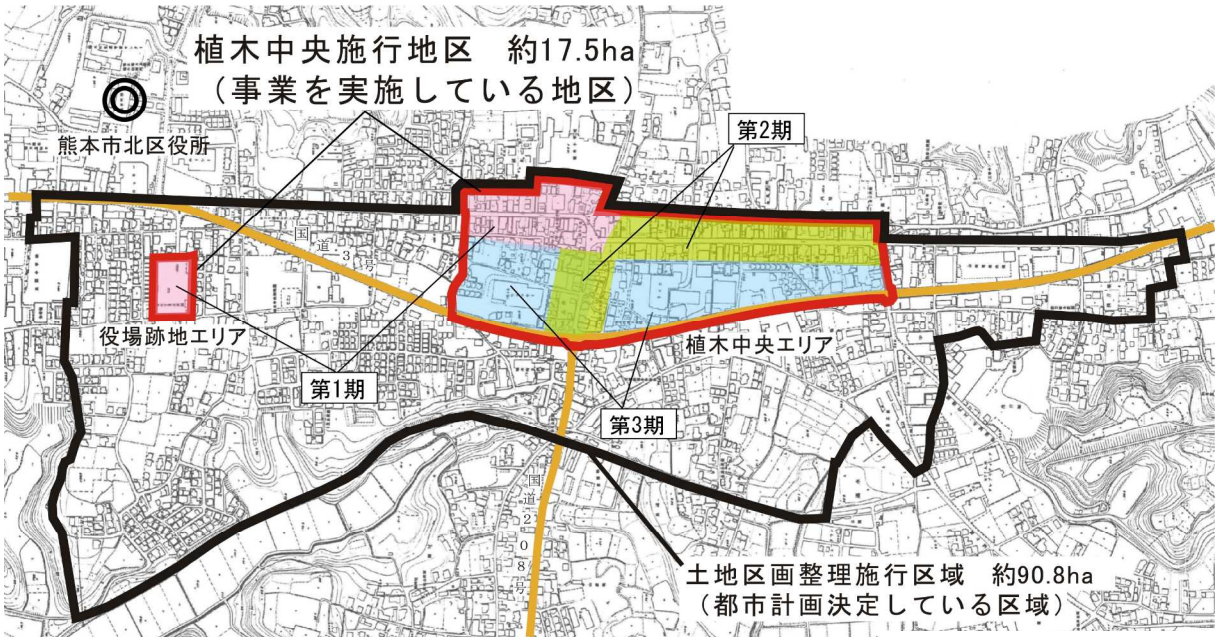
1 丁目、2 丁目及び東西線沿線を中心に整備していき、その他建て替え等可能な地区においても併行して整備していく。

1丁目、2丁目は本町の商店街の中でも特に商業機能の集積している地区であり、商業機能の衰退の進む当地区の整備の必要性は高い。また、東西線沿線は1期工事で整備した植木交差点と国道3号線をつなぐ重要な道路であり植木交差点の整備に続き早急に整備の必要な地区である。

○3 期（H26～30）「国道 3 号線沿いを中心とした植木中央土地区画整理事業」

2 期までに終了していない地区の整備を行う。

2期までに終了していない地区の多くは、国道3号線に近接している。これらの地区は、2期までに整備されている商店街通りと国道3号線を結ぶ地区であり、商店街通りとロードサイド型店舗の並ぶ国道3号線近接地区の相互の魅力向上に非常に重要である。



図．土地区画整理事業施行地区



図．植木中央土地区画整理事業による公共施設の整備

（２）ウエッキーリニューアル事業

【ショッピングセンターウェッキーの概要】

敷地概要：敷地面積 15,271 ㎡　うち所有地 2,267 ㎡、借地 13,004 ㎡

建物概要：鉄骨造 2 階建て

商業施設：売場面積 3,867 ㎡、店舗面積 5,405 ㎡、駐車場 350 台

組合員：開業当時 20 名の組合員が、現在は 11 名。

販売額：平成 4 年をピーク（29 億円）に減少、現在約 19 億円。

【リニューアル事業の概要】

施設・設備の老朽化への対応並びに集客効果拡大のため、ビル本体の耐震強化と内部フロアーの改善をはじめとするリニューアル事業を実施する（リニューアルオープン予定：平成 24 年 9 月）。

①食品売場の規模拡大（現状：955 ㎡→リニューアル後：1,455 ㎡）

現在のウェッキーの集客力低下は食品ゾーンの吸引力不足に起因する部分が大きく、 リニューアルの重点の第一として食品売り場の規模拡大を行う。

②専門店の入れ替え等(テナントミックス)（現状：2,815 ㎡→ﾘﾆｭｰｱﾙ後：2,942 ㎡）

飲食ブランド（ナショナルチェーンのファーストフード)、生活雑貨等の物販に加え、住民サービス、子育て支援・クリニック等の生活利便施設の誘致を図るとともに、既存店舗の商品構成の見直しも実施。

③その他、共用部分の改善整備等も実施。



現在のウエッキー

（３）集合住宅建設事業

土地区画整理事業の進捗に合わせ地権者による賃貸住宅の建設が具体化。

①植木 1 丁目地区（戸数：約 15 戸、建設期間：H24～25）

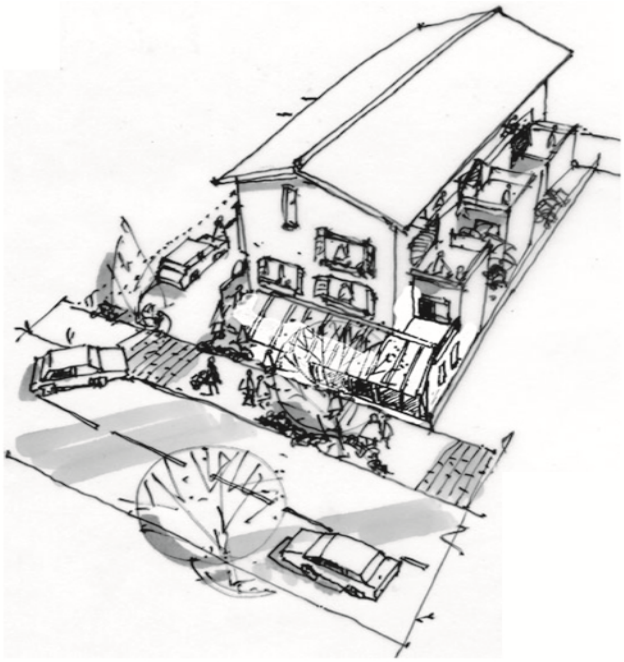
スポーツ店経営者が、街並み景観に配慮した賃貸集合住宅を建設。

②長浦地区（戸数：約 15 戸、建設期間：H25～26）

戸建借家経営者が、戸建地の高度化利用として賃貸集合住宅を建設。

③植木 2 丁目地区（戸数：約 15 戸、建設期間：H26）

地元地権者が、街並み景観に配慮した賃貸集合住宅を建設。



図．共同住宅の整備イメージ

④植木街なか居住・街並み形成推進事業

まちづくり協定に適合する共同住宅や店舗併用住宅の建設に対し助成を行う。

・共同住宅　　：50 万円/戸（上限：200 万円）

・店舗併用住宅：2 万円/㎡（上限：200 万円）



図．店舗併用住宅の整備イメージ

［7］中心市街地活性化の基本方針

（1）基本的な考え方

本町の中心市街地は、豊前街道沿線の宿場町として形成され、交通の要衝として発展してきた。また、昭和の合併によって編成された広い町域においても、国道 3 号が主要な域内交通であり、中心市街地とネットワークする幹線道路となっている。この国道 3 号の交通処理を改善し、熊本都市圏の北の交通要衝としての機能が果たせるように、現在、国道 3 号バイパスの整備が進んでおり、そのような広域交通体系の整備を前提として、土地区画整理事業を基幹事業とした中心市街地の再編整備に取り組んでいるところである。

平成 10 年度　中心市街地活性化基本計画策定
平成 11 年度　植木中央土地区画整理事業知事認可 17.5ha
平成 12 年度　植木まちづくり株式会社設立（H12.10）ＴＭＯ構想認定(H13.3)
平成 17 年度　植木中央土地区画整理事業・仮換地指定全域終了

これらの経過と前項までの現状分析、町民アンケート調査等を踏まえ、中心市街地活性化の基本的な考え方を整理する。

①地域性に根ざしたタウンセンターとなることを目指す

広域にわたる町域内の生活圏である9つの地区の自立的な運営を前提として、各地区で果たせない役割を担い、それを補完できる中心市街地となることが、町独自の中心市街地の形成につながる。中心市街地には、歴史的な経過の中で現在も商店街・大型店を含む商業、金融、医療、事業所等の都市機能が集積している。これらの都市機能の集積を活かしつつ、町内各生活圏の中心（タウンセンター）としての役割を果たしていくためには、中心市街地もまた生活圏の一つとして居住機能を強化していくことが必要とされる。

その必要性は次の４点に集約される。

1）間近に多数の居住者がいることによる防犯、防災面からの安全性。
2）街の維持管理やまちづくりを担う人的資源を絶やさない。
3）近隣と広域の間に位置づけられる地区型のセンター（商店街＋公益施設）の持つ適度な距離の人間関係は、顔の見えるサービスを可能にし、他方で来街者の安心感・満足感にもつながる。
4）徒歩圏商圏（中心市街地周辺）が基本となり、それに町内各生活圏に居住する地域住民が需要者として加わる事で、商店や公益施設の持続的な運営が可能となる。

以上のように、センター地区（＝中心市街地）が自立した生活圏の一つとしての住環境を整えていくためには、その基本となる地区内居住人口を増やしていくことが不可欠である。

②都市機能充実の要となる商業機能を強化する

商業が適正な都市機能集積の要になるという理由として次の4点があげられる。

1）さまざまな用事を買い物とセットで済ませたいという地域住民の欲求

中心市街地には行政、金融、医療等の諸機能が備わっており、アンケート調査にお

いてもそれらの諸施設の利用を目的とした行動が多く、また、同時に買い物や飲食サービス機能のさらなる充実へのニーズが高いことも確認された。

2）持続可能な都市運営に不可欠であるコンパクトな市街地を実現する要

買い物は郊外で、用事は中心市街地で、という分裂した生活行動がこれまでの延長で助長されると、移動のためのエネルギー消費や時間の浪費によって、諸都市機能を十分に享受するゆとりが乏しくなり、結果として都市機能の集積を減退させることになる。すなわち、地域全体の適正な都市機能配置を実現するためには商業機能の配置が要になる。

3）新しい産業を創造する芽を育てる要

アンケート調査において「産業振興施設」の要望が強く、意見欄においても「道の駅」に代表される新しい業態への期待が大きかった。時代と共に、または時代の要請に対応した新しい業態を生み出していく事が必要とされるが、そのようなインキュベーターとしての役割が、人々が集まる中心市街地に求められている。

（2）基本方針

以上の基本的考え方に基づき、以下の 2 つを中心市街地活性化の基本方針とする。

①植木町の顔となる快適で暮らしやすいまちづくり
②商業拠点として町民生活を支えるまちづくり

①植木町の顔となる快適で暮らしやすいまちづくり

少子高齢化社会の中で、子どもがのびのびと育ち高齢者が悠々と余生を送ることのできる生活環境の回復が求められている。そのような環境を植木らしい姿で実現するためには、9つの生活圏に居住する地域住民が都市機能の集積する中心市街地を気持ちよく利用し、その結果として親しみと愛着を持って「ふるさとの顔」という思いを持つことができるような環境を中心市街地に整える事が望まれる。交通体系の改善によって町内の各生活圏からのアクセスを容易にし、バスを降りて（または車を止めて）歩いて楽しい環境を整え、立ち寄る楽しみが数多くある、中心市街地がそんなタウンセンターとなることを目指す。

そのようなまちづくりを持続可能にするためには、中心市街地において一定の居住人口が保たれていることが不可欠である。

②商業拠点として町民生活を支えるまちづくり

持続可能な都市運営のためには、都市機能の集積したコンパクトな市街地の形成が不可欠であり、中心市街地への商業機能の集約化が求められる。また、中心市街地の商業機能の充実に対する地域住民のニーズは高いが、まずはデイリーな買い物需要を満たし中心市街地への日常的な来街頻度を高め、生活提案のできる専門店が成立するための条件を整えることが必要である。

当面の現実的な施策としては、既存の核店舗のリニューアルと商店街の空き地・空き店舗対策を戦略的に進めることが肝要である。

２．中心市街地の位置及び区域

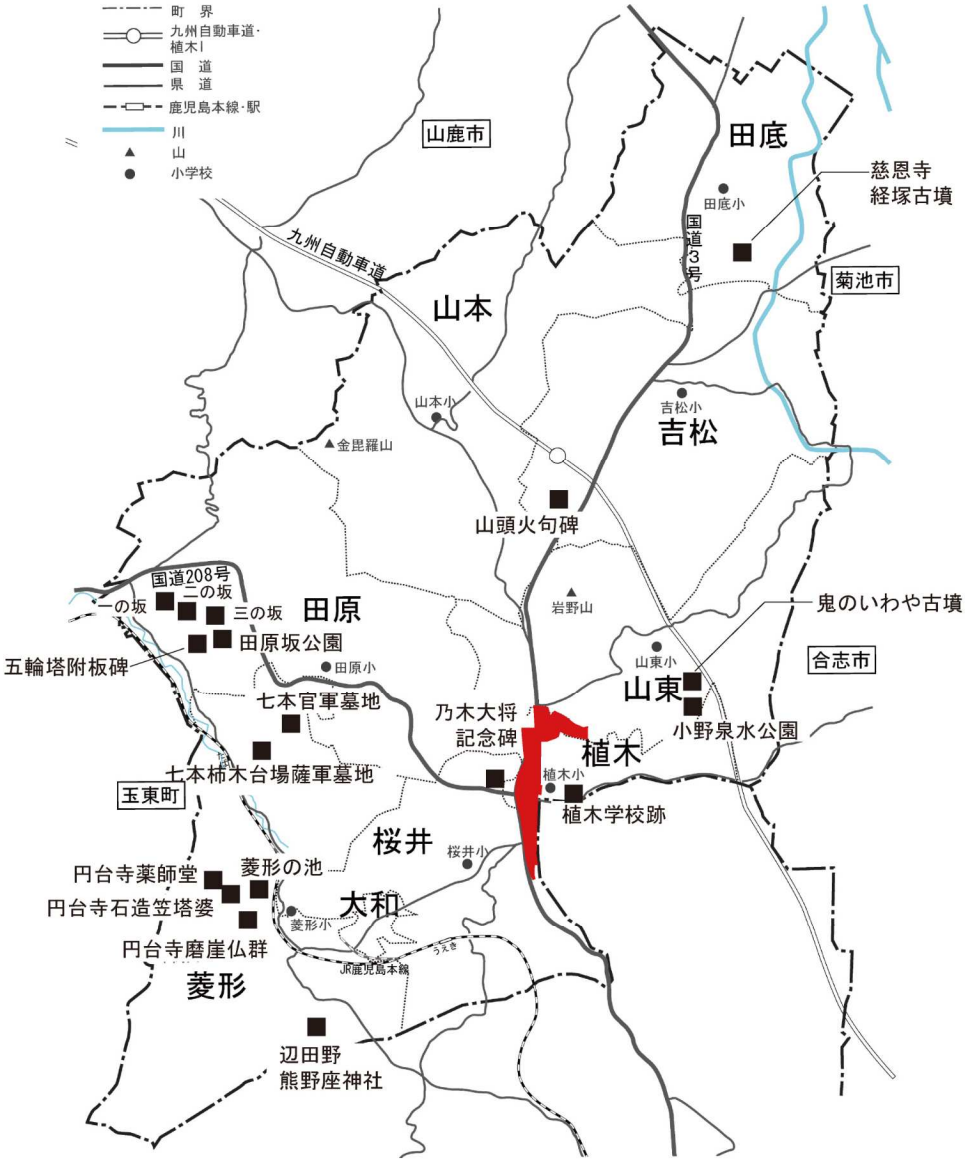
［１］位置

現在の植木町市街地は、豊前街道の宿場町として形成され、明治期には思想・教育の拠点であった植木学校があり、昭和の末年には役場の建替えや核店舗の立地により地域の生活拠点として形成され、現在も国道３号と国道208号が交わる交通結節点であるとともに、多くの公共公益施設が集積する地でもある。

さらに、旧植木町において策定された総合計画においても中心市街地として位置づけられ、「にぎわいとうるおいのある生活文化拠点づくり」「人にやさしい安全・安心のまちづくり」「中心市街地にふさわしい基盤施設の整備」を基本方針とする土地区画整理事業も進捗中である。

以上より、公共公益施設が集積し、中心市街地としての事業が進捗する地域を本計画での中心市街地とする。

（位置図）



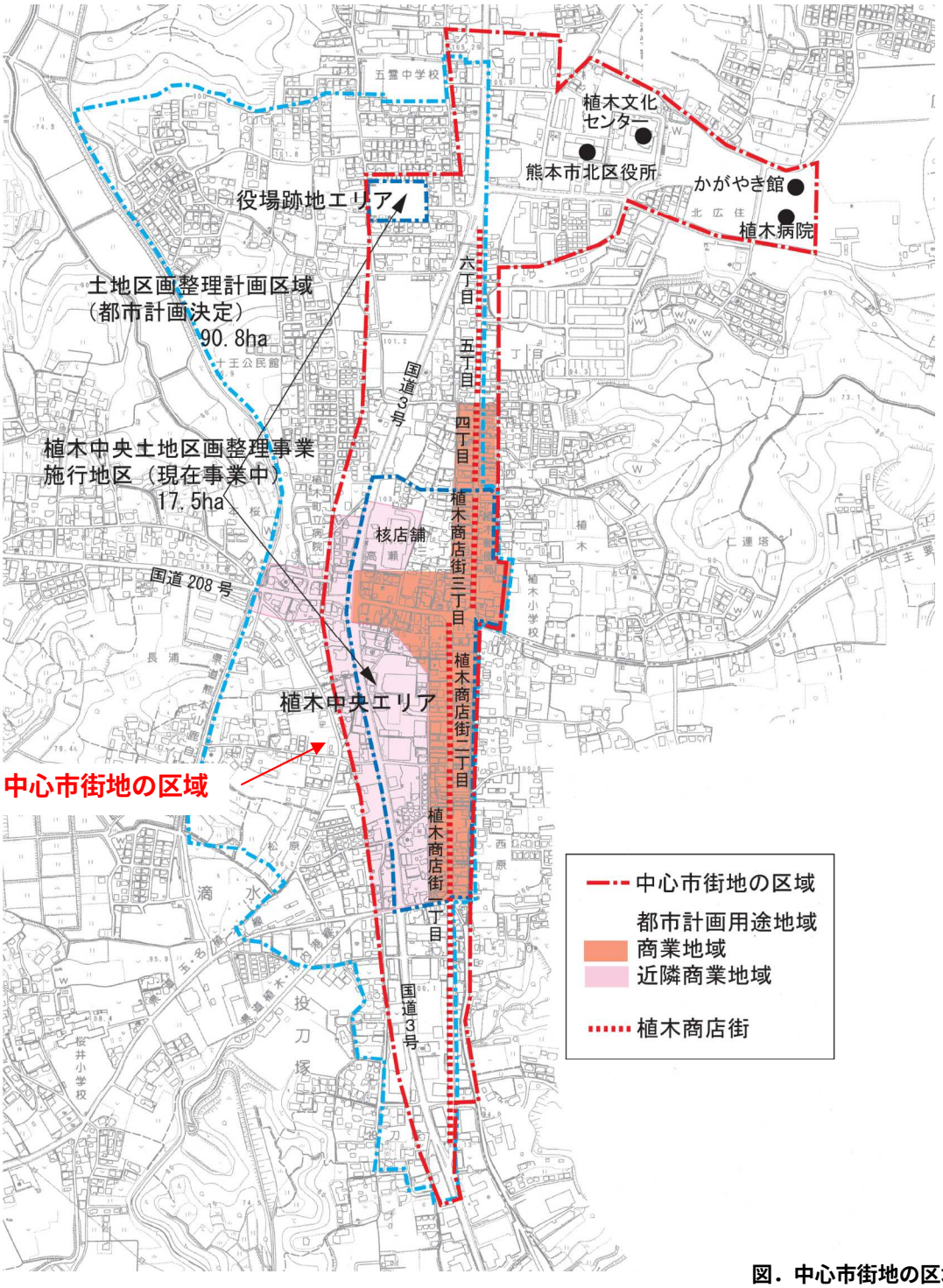
図．中心市街地の位置

［2］区域

区域設定の考え方

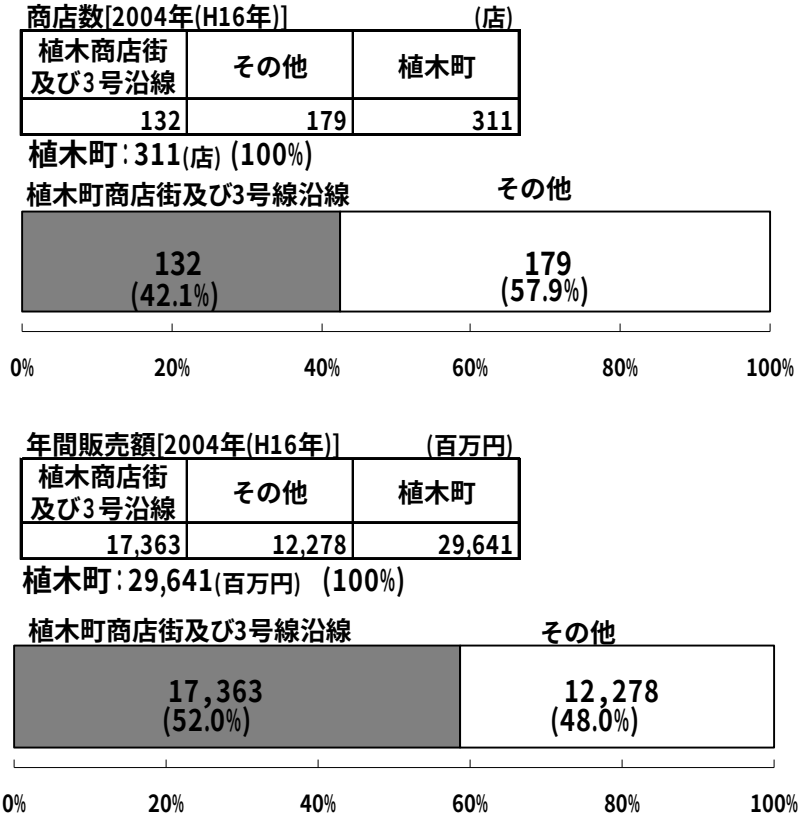
熊本市北区役所・市立図書館・植木病院等の公共公益施設の集積、旧国道 3 号沿いに形成された商店街、土地区画整理事業施行地区、町丁境界を考慮し、下図の 58.1ha を中心市街地の区域とする。

（区域図）



図．中心市街地の区域

［3］中心市街地要件に適合していることの説明

要　件	説　明
第1号要件 当該市街地に、相当数の小売商業者が集積し、及び都市機能が相当程度集積しており、その存在している市町村の中心としての役割を果たしている市街地であること	① 小売商業が集積 本町の小売業の商店数は311店、そのうち中心市街地とほぼ一致する「植木町商店街及び3号沿線」は132店で42%を占め、同じく年間販売額では296億円のうち173億円で52%を占める。これらの指標から町域6,581haの0.76%を占める中心市街地区域58.1haに小売商業の店舗が4割強立地し、売上では過半数を占めていることから、小売商業が集積している。  図．中心市街地に集積する商店数と年間販売額 ② 諸都市機能が集積 中心市街地には、行政、文化交流、医療福祉などの高次都市機能が集中する。また、各種医療施設や金融機関が立地し、広い町域の中で、日常生活に不可欠な都市機能が中心市街地に集中立地している。

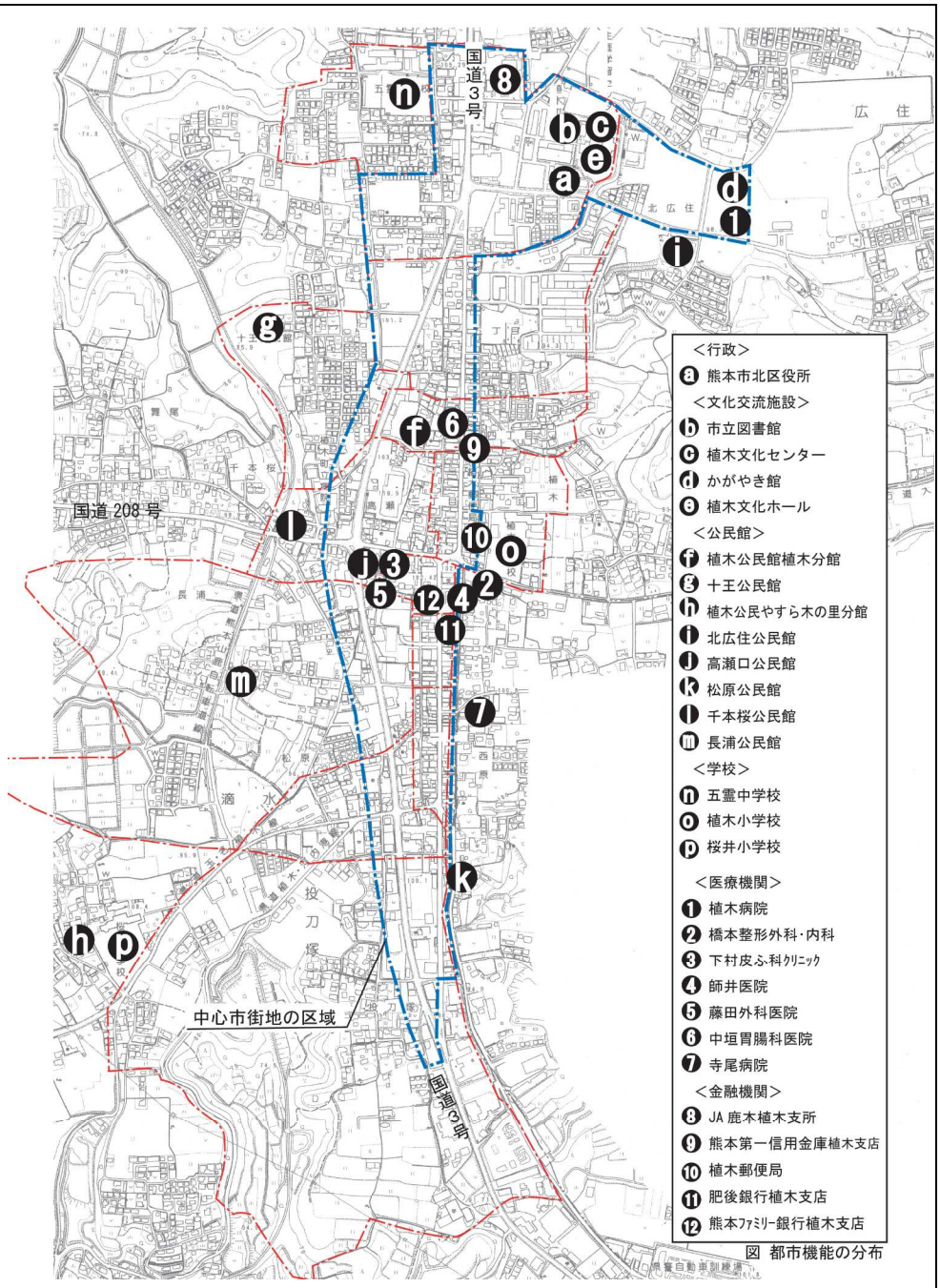


図 都市機能の分布

図．中心市街地の都市機能分布

③地元購買率

本町住民は、生鮮食品、一般食品、日用雑貨のほぼ８割を町内で購入している。生鮮食品の場合、スーパーマーケット、ウエッキー、植木商店街での購買がそれぞれ 35.3%、20.5%、5.5%を占める。衣料品等の買回り品の購入は少ないものの、靴・傘等、貴金属・カメラ・眼鏡など、商店街で高い購買率を示す商品もある。

表．平成 18 年植木町居住者の購買率

H18		植木中心市街地				植木町地元計	ゆめタウン光の森	熊本市
		植木町商店街	ウエッキー	ｽｰﾊﾟｰﾏｰｹｯﾄ				
食料品	生鮮食品	5.5	20.5	35.3	61.3	77.6	1.3	5.5
	一般食品	5.4	17.8	34.7	57.9	80.8	2.1	5.0
日用雑貨品		4.1	11.3	5.1	20.5	82.3	2.1	5.9
衣料品	男子服	6.3	10.7	2.2	19.2	38.6	15.4	33.7
	婦人服･子供服	6.8	13.9	1.7	22.4	41.7	12.1	29.7
	呉服･寝具	7.0	14.1	0.4	21.5	45.6	9.3	30.1
身回品	靴･履物･傘等	18.8	13.2	2.1	34.1	48.2	13.9	25.4
	アクセサリー	1.3	3.4	2.3	7.0	18.9	17.0	54.1
文化品	電気製品	2.4	7.1	ー	9.5	36.9	1.1	45.1
	家具･室内内装	0.5	2.4	ー	2.9	40.3	2.3	35.1
	書籍･文具	5.7	8.4	0.9	15.0	42.4	7.8	38.1
	化粧品･医薬品	2.4	3.8	1.1	7.3	70.6	2.6	11.8
	貴金属･ｶﾒﾗ･ﾒｶﾞﾈ	11.9	5.1	ー	17.0	55.7	2.4	32.1
	ｽﾎﾟｰﾂ･ﾚｼﾞｬｰ用品	12.8	2.7	ー	15.5	46.5	13.7	30.2
	玩具	2.2	0.7	2.7	5.6	25.5	19.1	41.7
贈答品		6.3	12.7	12.7	31.7	43.5	5.8	43.9
商品全体		6.2	9.2	5.8	21.2	49.7	8.0	29.2

資料：熊本県消費動向調査報告書

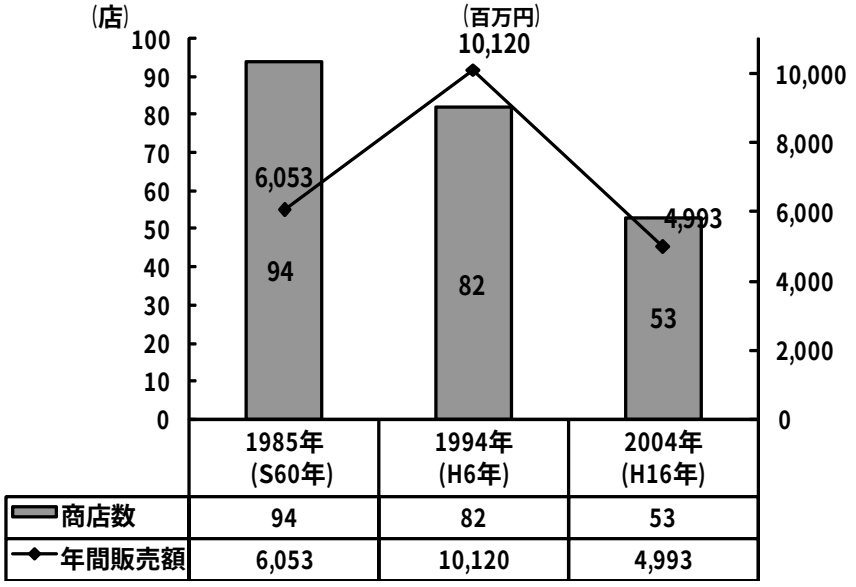
第 2 号要件

当該市街地の土地利用及び商業活動の状況等からみて、機能的な都市活動の確保又は経済活力の維持に支障を生じ、又は生ずるおそれがあると認められる市街地であること

① 商業活動の衰退

中心市街地の植木商店街の商店数、年間販売額の推移をみると、平成 16 年は平成 6 年のピーク時と比べ、商店数で 35.4%減、年間販売額で 50.7%減となっている。

	1985年 (S60年)	1994年 (H6年)	2004年 (H16年)	増減率		
				85-'94	94-'04	85-'04
商店数	94	82	53	△ 12.8	△ 35.4	△ 77.4
年間販売額	6,053	10,120	4,993	67.2	△ 50.7	△ 21.2



図．植木商店街の商店数と年間販売額

② 空店舗の増加

平成 10 年から平成 18 年の 9 年間で大型店は植木商店街で 1 店減

	少、物販店で国道 3 号沿線 27 から 19 店に減少。商店街で 53 から 37 店へ減少しており、結果として、空店舗は国道 3 号沿線では 2 から 14 店へ、商店街では 3 から 40 店へ大幅に増加している。
第 3 号要件 **当該市街地における都市機能の増進及び経済活力の向上と総合的かつ一体的に推進することが、当該市街地の存在する市町村及びその周辺の地域の発展にとって有効かつ適切であると認められること**	中心市街地の活性化は、上位計画である旧植木町における振興計画等との整合性を持って進めることとしており、中心市街地の発展は植木町全域の発展に有効かつ適切である。 **（1）第 4 次植木町総合計画（後期基本計画：平成 17～22 年度）** 政策Ⅲ【豊かさと活力あるまちづくり】の中で、中心市街地の活性化が取り上げられ、「まちづくり推進組織と連携した商店街づくりの促進」、「土地区画整理事業・街路事業と連携した商店街の形成」「初市・はってん祭・小町祭りの開催」等の施策の展開が具体的に掲載されている。 また、政策Ⅳ【機能的で秩序あるまちづくり】の中では「植木中央土地区画整理事業の推進」、「居住環境の整備」、「商店街の整備」、「情報交流施設の整備」等が掲載されている。 **（2）植木町都市計画マスタープラン（H10 年 3 月策定）** 「楽しく住みよい文化の香り高いまちづくり」を目指して策定された当マスタープランの中で、中心市街地を含む東部地域の将来像を「多彩な魅力に満ちあふれた生活都市空間」と設定している。 また、中心商業地の整備方針として、「土地区画整理事業を推進し、集積度の高い商業・業務地区の形成を図り、植木町の『顔』となる地区としてシンボル性の高い魅力的で快適な都市空間の整備を推進すること」としている。各論は以下。 ○旧国道 3 号沿線（植木商店街） 回遊型商業地。滞留性と回遊性を目指した複合商業地区の形成。ベンチ、ポケットパーク等の休憩施設等の整備。 ○国道 3 号沿線 ロードサイド型商業地。車利用の利便性を活かした沿道型商業地区を形成。既存商業施設と競合しない娯楽レクリ、スポーツ、生活関連サービス、飲食施設の誘致が望ましい。 ○都市型住宅地 中高層住宅の整備促進等、土地の有効活用を図る。

３．中心市街地の活性化の目標

［1］中心市街地活性化の目標

本計画の2つの基本方針である

①植木町の顔となる快適で暮らしやすいまちづくり

②商業拠点として町民生活を支えるまちづくり

を踏まえ、以下の 2 つの目標を設定する。

（1）中心市街地活性化の目標

目標①　生活環境の整備による居住人口の増加（方針 1 に対応する目標）

植木町の『顔』として地域住民の来街を促すと同時に、その来訪に応えることのできる生活空間の創出を図る。『行きたい、また行きたい』と思える街であるために『住みたい、住み続けたい』と思える街にすることが、第一の目標である。

目標②　商業集積の再編による商店街の活性化（方針 2 に対応する目標）

中心市街地への一定の顧客吸引のある現状を踏まえ、地域に密着した商業集積となることが第二の目標である。日常の買い物需要に応えるとともに地域住民のライフスタイルに合った生活提案のできる商業集積を目指す。

（2）目標達成のための施策の方向づけ

①土地利用の再編と連携した施策

区画整理事業による土地利用の再編を都市機能の再編に結びつける。すなわち、換地後の宅地に適切な都市機能を誘導し有効活用を図る。

②建替えと改修、両面からの施策

換地後に従前建物が残る場合と従前建物を取り壊して建替える場合とがあるので、従前建物の改修手法も研究・検討し、適切なリニューアルを実施する。

③コミュニティ型都市機能の複合化

当地区は商業と住宅が混在したコミュニティ型の商業地であるところに特徴があり、そのプラスの面を十分に引き出すことが肝要である。生活支援のさまざまなコミュニティ・ビジネス、地産地消物産の製造・販売、高齢者に的を絞った販売・サービス等を上記建替え・改修にあわせて付加・充実していく。

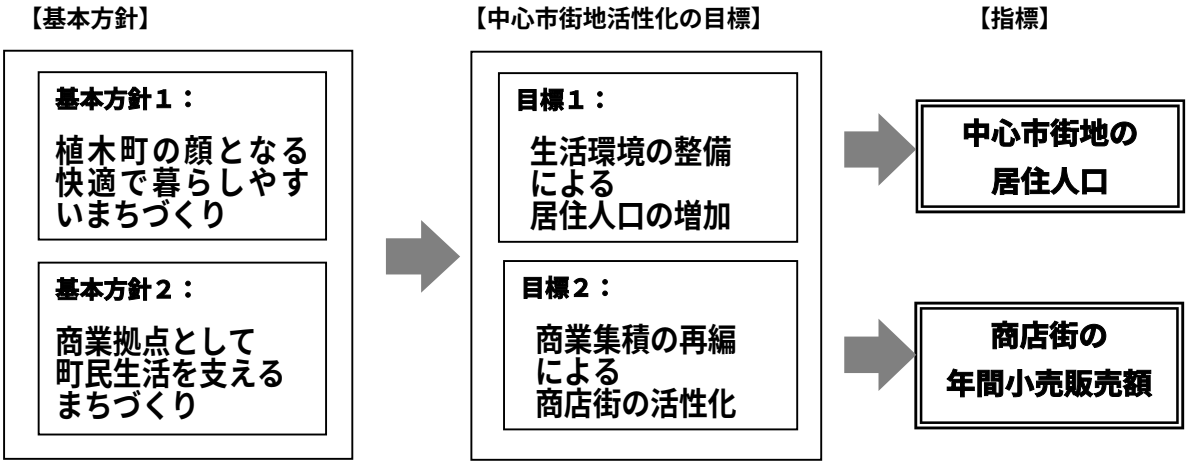
［2］計画期間の考え方

計画期間は、既に進捗している事業及び本計画で位置づけた事業が完了し、事業の効果が発現するまでの時期を考慮し、平成 21 年 12 月から平成 27 年 3 月までの 5 年 4 月とする。

［３］数値目標の設定

⑴ 指標の設定

中心市街地活性化の目標の達成状況を把握するため、以下の指標を設定する。

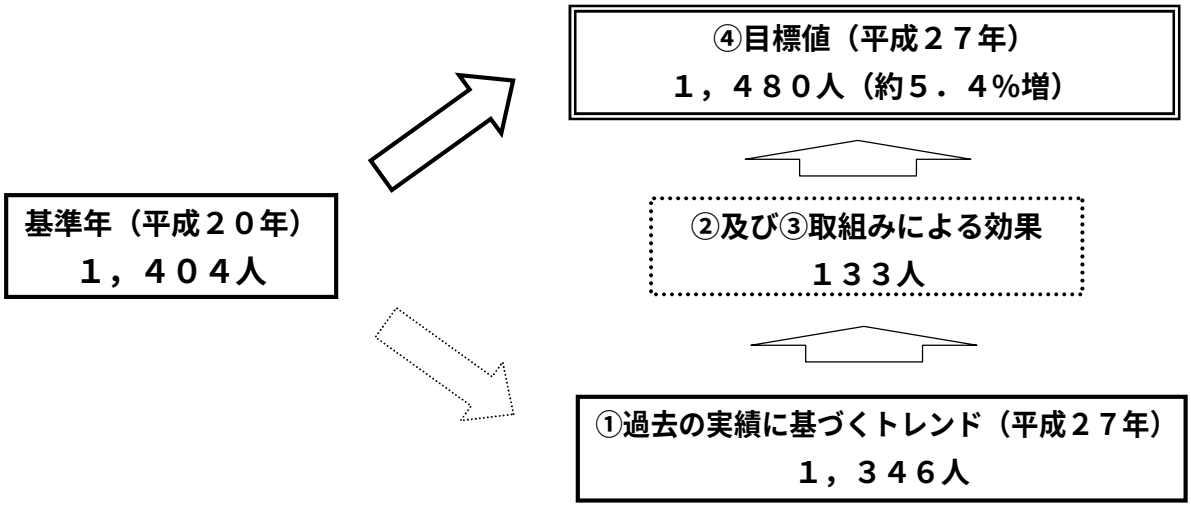


（２）数値目標の設定

【指標１：中心市街地の居住人口】

■目標数値

目標 1「生活環境の整備による居住人口の増加」に関する指標である中心市街地の居住人口について、以下のとおり目標値を設定する。



■数値目標算定根拠

①過去の実績に基づくトレンド

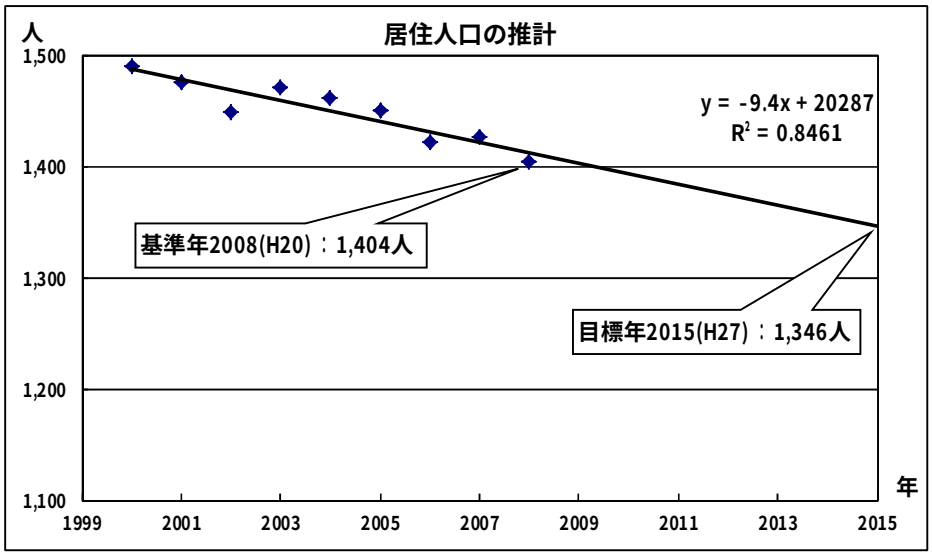
中心市街地の居住人口は平成 12 年をピークに減少傾向である。平成 12 年以降の実績に基づき目標年である平成 27 年の居住人口を回帰分析により算出すると 1,346 人と推計される。

・中心市街地の居住人口

■居住人口は以下のとおり。

年	2000 (H12)	2001 (H13)	2002 (H14)	2003 (H15)	2004 (H16)	2005 (H17)	2006 (H18)	2007 (H19)	2008 (H20) 基準年	2015 (H27) 目標年
居住人口（人）	1,490	1,475	1,448	1,471	1,461	1,450	1,422	1,426	1,404	1,346

■過去の実績に基づくトレンド



②共同住宅建設事業による効果

計画期間内に以下の共同住宅の建設が予定されており、確保される戸数及び中心市街地世帯当たり平均居住者数から、以下の居住人口の増加を見込む。

植木１丁目地区賃貸集合住宅事業　：　１５戸
長浦地区賃貸集合住宅事業　：　１２戸
植木２丁目地区賃貸集合住宅事業　：　２４戸
計　５１戸

・共同住宅建設事業による居住人口の増加

５１戸×２．６１人/世帯※１＝１３３．１１人　　１３３人

※１
平成 20 年の、中心市街地の居住人口 1,404 人と世帯数 538 世帯から２．６１人/世帯を算出。

③上記事業とともに相乗効果を見込む事業

・植木街なか居住・街並み形成推進事業　　など

④中心市街地の居住人口の目標値（平成 27 年）

前記①②③より、目標年である平成 27 年における目標値としての中心市街地の居住人口は以下とする。

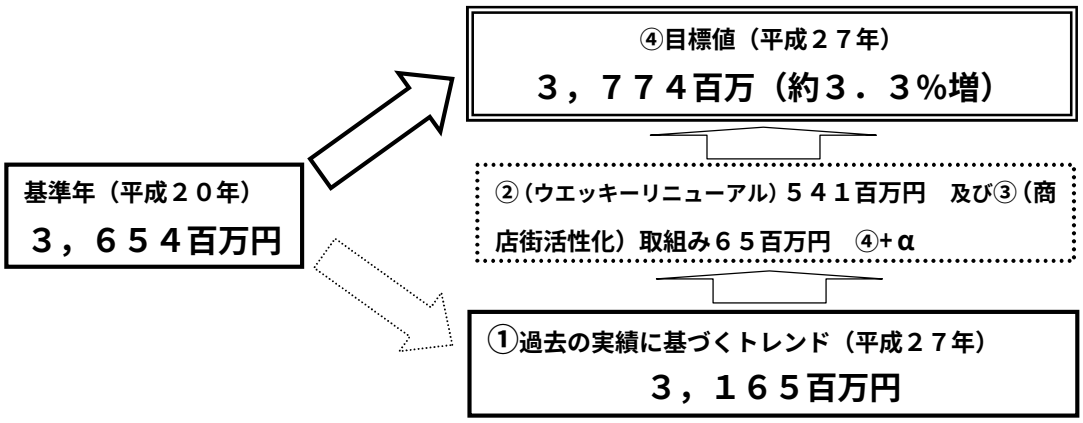
１，３４６人(①)＋１３３人(②)＋α(③)＝１，４７９人

１，４８０人（約５．４%増）

【指標２：年間小売販売額】

■目標数値

目標 2「商業集積の再編による商店街の活性化」に関する指標である中心市街地の年間小売販売額について、以下のとおり目標値を設定する。



■数値目標算定根拠

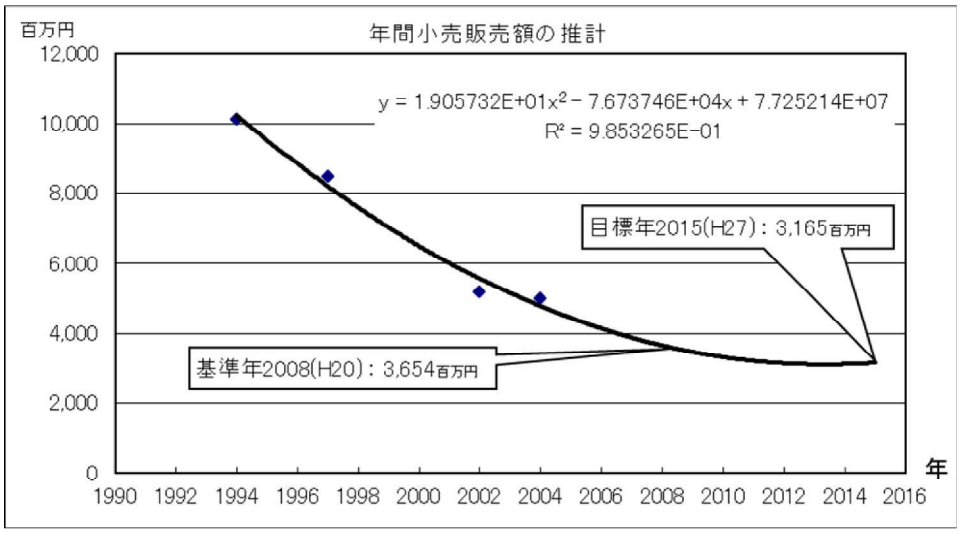
①過去の実績に基づくトレンド

中心市街地の年間小売販売額は平成 6 年をピークに減少傾向である。平成 6 年以降の実績に基づき目標年である平成 27 年の年間小売販売額を回帰分析により算出すると 3,165 百万円と推計される。

表．中心市街地の年間小売販売額

年	1994 (H6)	1997 (H9)	2002 (H14)	2004 (H16)	2008 (H20) 基準年	2015 (H27) 目標年
年間小売販売額(百万円)	10,120	8,462	5,176	4,993	3,654	3,165

※2008 年及び 2014 年は下図の近似式による推計値。



②ウエッキーリニューアルによる効果

ショッピングセンターのウエッキーでは、リニューアル事業によりショッピングマート部門で約 500 ㎡、専門店部門で約 128 ㎡の売場面積が増加される。

この売場面積増による小売販売額の増を以下のとおり見込む。

・ショッピングマート部門

500 ㎡×977 千円/㎡※1＝488,500 千円　　４８９百万円

・専門店部門

128 ㎡×405 千円/㎡※1＝51,840 千円　　５２百万円

・合計：　４８９百万円　＋　５２百万円　　＝　５４１百万円

※1
平成 19 年の、ショッピングマート部門売上実績 933,207 千円と売場面積 955.04 ㎡から 977 千円/㎡を、専門店部門売上実績 1,140,348 千円と売場面積 2814.52 ㎡から 405 千円/㎡を算出。

③植木街なか居住・街並み形成推進事業（店舗併用住宅建築助成）による効果

土地区画整理事業の整備が進む中、店舗併用住宅建築助成により少なくとも 2 年に 1 店舗は店舗が増加する。

よって、計画期間内において増加する店舗（3 店舗）の小売販売額を以下のとおり見込む。

・３店舗×50m²※2×434 千円/m²※3＝65,100 千円　　６５百万円

※2
町において想定する店舗併用住宅における平均的店舗面積。

※3
植木商店街の年間小売販売額 4,993 百万円(H16)と売場面積 11,481m²(H16)から 434 千円/m²を算出。

④上記事業とともに相乗効果を見込む事業

・はってん祭、初市、民謡田原坂全国大会　　など

⑤中心市街地の年間小売販売額の目標値（平成 27 年）

前記①②③④より、目標年である平成 27 年における目標値としての中心市街地の年間小売販売額は以下とする。

３，１６５百万円(①)＋５４１百万円(②)＋６５百万円(③)＋α（④）

＝３，７７１百万円　　３，７７４百万円（約３．３%増）

指　標	基準年（平成 20 年）	目標年（平成 27 年）
中心市街地の年間小売販売額	３，６５４百万円	３，７７４百万円

［4］フォローアップの考え方

目標 1：生活環境の整備による居住人口の増加

○中心市街地の居住人口

事業の進捗状況について毎年確認し、必要に応じて事業を促進するための措置を講じていくとともに計画期間の中間年度に当たる平成 23 年度には住民基本台帳・町丁別人口統計から数値目標の達成状況を検証し、必要に応じて目標達成に向けた改善措置を講じていく。また、計画期間の最終年度終了後についても再度検証を行う。

目標 2：商業集積の再編による商店街の活性化

○商店街の年間小売販売額

事業の進捗状況について毎年確認し、必要に応じて事業を促進するための措置を講じていくとともに計画期間の中間年度に当たる平成 23 年度には、商業統計又は植木商店街の店舗数の増減とウエッキーの年間販売額より推計する年間小売販売額値から数値目標の達成状況を検証し、必要に応じて目標達成に向けた改善措置を講じていく。また、計画期間の最終年度終了後についても再度検証を行う。