

先進事例検索システム

事例No.	3001
公表年度	R5
団体の属性	市区
団体名	宮崎県都城市

事例区分 (大)	地域活性化
-------------	-------

事例区分 (小)	関係人口
-------------	------

事例種類	関係人口
------	------

事例内容・タイトル

図書館とイベント広場を核に年間 200 万人を集客 中心市街地中核施設
「Mallmall(まるまる)」

出典

令和5年度調査研究：先進事例調査研究事業

○図書館とイベント広場を核に年間 200 万人を集客 中心市街地中核施設「Mallmall(まるまる)」

- ・取組団体：宮崎県都城市
- ・取組内容：大規模商業施設の撤退による賑わい低下に対して、地元経済界が中心となり跡地再生に着手。市との協働により、公共・民間施設を集約した新たな核となる複合施設を整備した。集客力アップに向けた公民連携の取組が功を奏している。
- ・推進体制：商工政策課 主担当 1 名（中心市街地活性化担当の係としては 7 名）
- ・事業予算：総事業費（整備費） 約 65 億円
合併特例債 都市再構築戦略事業 などを活用

1. 宮崎県都城市の概要

人口：157,942 人（令和 5 年 8 月 1 日時点）

職員数（一般行政部門）：1,401 人（令和 5 年 4 月 1 日時点）

総面積：653.36 km²

図表 1 都城市の位置図

国土地理院承認 平14総規 第149号



出所：（一財）地方自治研究機構にて作成

2. 取組の背景・目的・内容

（1）取組の背景・目的

都城市長である池田氏が中心となり、大規模商業施設の撤退した跡地がリノベーションされ、中心市街地中核施設「Mallmall（まるまる）」が誕生した。この施設は、都城市立図書館や子育て世代活動支援センター等の複合施設、オシャレなカフェが併設され、中心市街地の中核

を担っている。設立当初は、年間 27 万人の来場を見込んでいたものの、初年度の 2018 年度だけで延べ約 190 万人になり、見込みを大幅に上回る来場者数となっている。

図表 2 土地取得までの年表

2011(平成 23) 年 1 月	「都城大丸」閉店
2012(平成 24) 年 9 月	都城商工会議所の会員を中心に都城大丸跡地の再開発を手がける新会社「ハートシティ都城」を設立
2012(平成 24) 年 11 月	都城市長選で元副市長の池田宜永氏が初当選し市長就任
2013(平成 25) 年 3 月	ハートシティ都城が都城大丸跡地の土地建物を取得
2014 年	都市再生特別措置法が改正され、国の補助対象が拡大したことから、中心市街地の再開発を「都市再構築戦略事業」へとシフト
2015(平成 27) 年 3 月	都城市がハートシティ都城から土地建物を取得 池田市長が主体となり、中心市街地活性化のため、建物は取り壊さず図書館を目玉にした建物に改装することを決め、整備に着手
2018 (平成 30) 年 4 月	複合施設「Mallmall」オープン

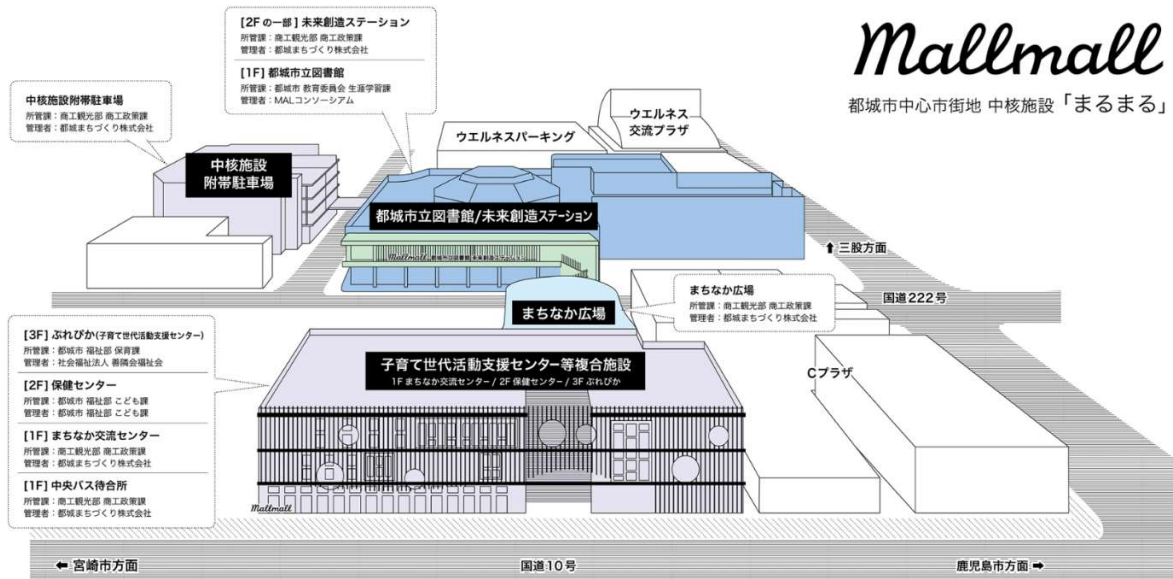
出所：Think 都城（一部加筆）

(2) 取組の内容

① 中心市街地中核施設「Mallmall（まるまる）」を中心とする再開発

中心市街地中核施設「Mallmall（まるまる）」は、商業施設のリノベーションを行った「図書館」や産学官金の連携を図りながら、創業支援等を進める「未来創造ステーション」、多目的広場であるまちなか広場を囲む西側には、広場から中央通りへ抜けられるよう通路を大きく開口した 3 階建ての行政施設を新設。1 階にバス待合所や市民交流スペースの「まちなか交流センター」、2 階に保健センター、3 階に子育て支援センター「ふれびか」を設けた。

図表3 Mallmall 建物図



出所：都城まちづくり株式会社 HP

各施設の管理は、指定管理者制度を採用し、施設の特徴によって、管理している事業者は異なっている。まちなか広場は、第三セクターである都城まちづくり株式会社による指定管理を行っており、指定管理業務の仕様として、集客施策として200回のイベント実施を盛り込み、指定管理者の企画による集客に力を入れている。

既存の建物から図書館へのリノベーションでは、公募型プロポーザルを行い、指定管理者「MAL コンソーシアム」に決定。「図書館備品調達等業務」「管理運営業務（指定管理業務）」「カフェ運営業務」をパッケージにした、「VE・O・C方式」にて、指定管理委託しており、民間企業の特徴を活かした整備及び運営を行っており、多様な利用者のニーズに合わせて過ごすことができる図書館となっている。

図表4 Mallmall 外観（左）及びまちなか広場にて実施されているイベント（右）



出所：（一財）地方自治研究機構撮影

館内には「こどものにわ」という未就学児の親子が過ごせるゾーンや軽食を採ることができる「おべんとうコーナー」、市民による市民のための活動を行う「プロジェクトスタジオ」といった様々なブースが用意されている。プロジェクトスタジオでは、昔の都城の街並みの模型や来場者が自由に書き込める模造紙、市民が持ち寄ったであろう古い写真などが掲載されており、都城市への愛着を押し量ることができる空間となっている。

図表5 図書館内プロジェクトスタジオの写真



出所：（一財）地方自治研究機構撮影

② 複合商業施設「TERRASTA」

広場に面する北側部分の再開発は、民間事業者が担った。再開発にあたり、「商業施設をつくらない」方針を掲げた都城市であったが、近隣では生鮮食品が購入できないという課題があり、その解決策を示す必要があった。そこで、スーパーマーケットを設けることを条件に、旧都城大丸本館の北側部分と、隣接していた都城郵便局旧本館などの跡地の再開発事業者を公募。30社以上の地元企業が出資する(株)センター・シティが選定され、複合商業施設の計画が進められ、2022年4月、スーパーマーケット、レストラン、ホテルを併設した

「TERRASTA」がオープンした。土地は都城市所有とし、建物は(株)センターシティの所有となっている。近隣の宿泊施設との競合を避けるため、コンセプトを設定し、周りのシティホテルやビジネスホテルとの差別化を図っている。

図表6 TERRASTA



出所：TERRASTA HP

③ 市長の3つのコンセプト

池田市長は、「TERRASTA」を設立する際、3つのコンセプトを持って臨んだ。一つ目が、スーパーマーケットを設けること。二つ目が女性をターゲットにすること、三つ目が各施設を屋根でつなぎ、移動時に傘が不要な仕組みを作ることだった。二つ目の女性をターゲットにすることは、女性の集客力や買い物の意思決定権者であることから考えた目的であり、三つ目の傘が不要な仕組みは、子育て世代の女性をターゲットにした場合、子ども連れでは傘を差す余裕がないことから、回遊性を高めるためにも特に重要なコンセプトとした。このこだわりは、集客力を高めるための重要な指針となっている。

例えば、子育て支援の活動支援センターふれびかは市内・市外に関わらず、誰でも無償で利用できるため、利用者が多い。また、市民であれば有償での一時預かりも利用できるため、ちょっとした間預けて、併設されたスーパーマーケットに買い物に行く、といったことや乳幼児の検診のついでにふれびかを利用するといったことが可能である。

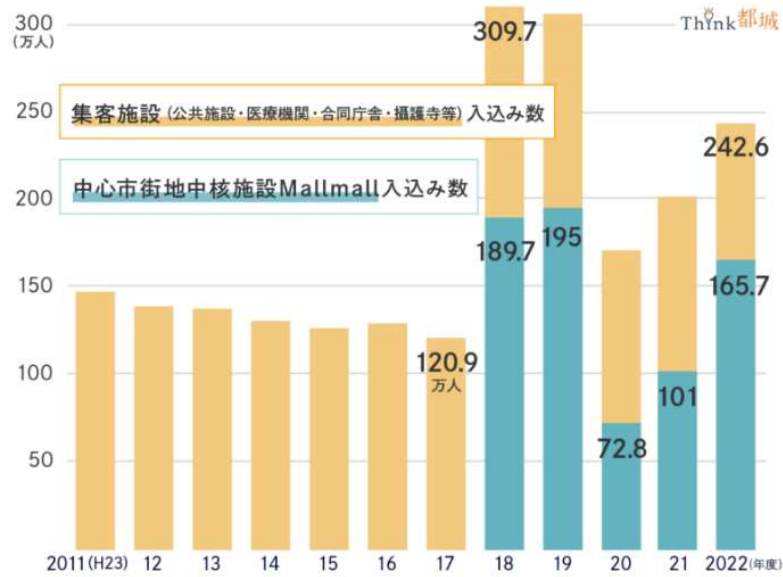
3. 成果・課題

(1) 成果

Mallmall 全施設では、初年度に延べ約 190 万人の来場者数となり、過去の集客数をはるかに凌ぐ数値となった。都城市役所の資料によると、中心市街地の主な集客施設の来場者数の合算値は、Mallmall がオープンした 2018 年度に前年度比約 2.6 倍となった。

利用者の多くは図書館の利用者、特に中高生の利用が多く、終業後や部活が終わった後に利用されている。中高生の試験前などの繁忙期には、開館前に入場者の列ができ、学習用スペースの机など、すべて埋まるほど来館者がいるという。学生たちは自転車や親の送迎などで利用しているようであるという。一日三千人程度の利用者がおり、平日であってももの近隣の自治体からも来館者がいる。

図表7 集客施設入込客数



出所：Think 都城

2020年度からはコロナ禍による落ち込みがあったものの、それでも着実に来場者を増やし続け、Mallmallの5周年を控えた2023年2月には、累計来場者数は700万人、5月時点で事前の想定を3倍以上も上回る約750万人に達している。この影響は大きく、中心市街地の歩行者通行量の増加にも寄与している。2018年度には対前年比238%を達成し、2022年には646万人に至った。2023年8月には図書館のみで500万人を突破し、その時点で延べ820万人の来場者がいた計算となっている。

図表8 施設来場者数



出所：Think 都城

(2) 課題及び今後の取り組み

施設の入込み客数が増え、街の人通りも増えたが、それは施設周辺に限った話であり、周辺の通りや施設にまで効果は波及していないという。

周辺の商店街では、空き店舗の解体やリノベーション、新しく出店するといったことに対して、補助金を出しているほか、都城市商工会議所が任命しているタウンマネージャーによる店舗オーナーへの働きかけや出店希望者に対するヒアリングを行っている。

その結果、中心市街地空き店舗の割合は20%を切るまでとなっているが、目に見える効果までは出ていないという。また、築年数が50年を超えるようなものもあり、その場合、リノベーションしても入居することができないため、解体を進めるほかなく、なかなか難しいという課題がある。

Mallmallは十分に集客することができているが、周辺の商店街（アーケード街）までには波及効果が生み出せていないので、今後は「波及効果」にも注力していきたいと考えている。

【参考】

- ・ 都城市ホームページ
<https://www.city.miyakonojo.miyazaki.jp/soshiki/77/3650.html>
- ・ Mallmall ホームページ
<http://mallmall.info/library.html>
- ・ 都城まちづくり株式会社
<https://www.machidukuri-miyakonojo-city.jp/>
- ・ TERRASTA ホームページ
<https://terrasta.jp/>
- ・ Think 都城
<https://think-miyakonojo.jp/article/5496/>