

平成30年（2018年）ぶらくり会9月例会報告

開催日時：9月18日（水）午後6時30分～午後8時

開催場所：神戸市産業振興センター 801号室

講師：上野 美咲（うえの みさき）様

和歌山大学経済学部特任助教

（略歴）

大阪府出身

和歌山大学経済学部卒業（55期、足立ゼミ）

三菱東京UFJ銀行（現三菱UFJ銀行）勤務

英国UCLパートレット校にて修士号取得

講演テーマ：『地方版エリアマネジメント』

＝神戸市はユネスコ創造都市ネットワークの都市デザイン分野の創造都市になぜ認定され日本におけるトップランナーになりえたか。その秘訣について語る＝

出席者数：20名

9月度のぶらくり会例会は、和歌山大学経済学部の上野美咲特任助教に講師となって頂き『地方版エリアマネジメント』というテーマでご講演頂きました。

地方都市圏に焦点を当てたエリアマネジメント活動について、実証実験を行った研究は皆無に等しかったとのことで、講師は大規模データを用いてこの課題に取り組まれたとのことでした。そして講師は、京都大学の中に設置された官民協働まちづくり実践講座（座長：和歌山大学経済学部足立基浩教授）の事務局として関わられ、その時に得られた情報の収集の分析に当たられたとのことで、今後失敗しない地方創生のための有益な結果が得られたとのことでした。

ご講演ではエリアマネジメントとは何かのご説明から始まり、地方版エリアマネジメントの制度と歴史的経緯、エリアマネジメント活動で地価は上昇するのか、補助金は必要かとの検証、そして地方版エリアマネジメントの特徴と将来についてお話し頂きました。その概要は以下の通りです。

なお、ご講演頂いた内容は、講師が本年7月に出版された以下の書籍に更に詳しく記されていますので是非お買い求め下さい。

- ・書籍名：『地方版エリアマネジメント』
- ・出版社：日本経済評論社
- ・著者：上野美咲
- ・第1刷発行：2018年7月25日
- ・定価：本体2500円＋税

1. エリアマネジメントの定義

- ① 「地区組織による計画と管理運営」のことを指す。
- ② まちづくりにおけるディベロップメント（開発）中心の考え方からマネジメント（運営管理）を強調したものといえる。
- ③ 公が担ってきた開発に対する役割などに加えて、エリア単位で協同する民と連携してまちを運営していくことを強調する点にその特徴がある。

- ④ イギリスではハイストリートと呼ばれる商店街エリアの住民がそのエリアだけに限って上乗せで税金（固定資産税）まで支払い、そのエリアの維持管理、開発、広報活動などを行う仕組みがある。

2. エリアマネジメントの範囲

日本の都市再生では中心市街地というエリアをもとに再生を行うものと、大都市部を中心に都市再生整備計画区域を限定し地域経済を再生させるものがあり、いずれも一定の効果を示してきたものの、都市再生が行政区の全域を対象にしているケースが多く、依然その区画が広すぎる傾向にある。

3. エリアマネジメントの公共性

- ① エリアマネジメントのエリア外への効果（スピルオーバー効果）
 - ・ある地域に巨大企業が誘致されれば、その周辺地域にもベッドタウンとしてこの企業に通う人口が増え、ひいてはこの地域の地価が上昇する、などのケースが挙げられる。
 - ・このスピルオーバー効果が高いものとして、A. 地図・まち歩き、HP作成などエリアレベルの情報発信、B. 小規模公共空間の整備・管理、C. 小規模な民設の公共的施設・空間の整備・管理、D. 中規模のイベント、E. まちなみ景観のルール・緑化、F. 空き店舗対策、G. 駐輪対策・防災・防犯活動、清掃、H. 空き家対策などがある。
- ② エリアマネジメントのエリア内への経済波及効果
エリア内の波及効果が特に高いものから順に、A. 市民会館など公共空間の設備・管理、B. 売電・送電に関する地域エネルギー供給体の誘致、C. イベント・アクティビティ、D. コミュニティバス・レンタサイクル（エリア外目的利用が多い場合）、E. 帰宅困難者対策などがある。
- ③ ソーシャル・キャピタルとエリアマネジメントの公共性
 - ・人間社会の信頼からなる「ネットワーク」が「協力から相互利益をもたらす一種の投資」として、まちの再生に不可欠である。
 - ・まちづくりなどの分野においても、こうした一定の信頼関係が前提にされていることが多く、日本の場合、被災時に略奪などが発生せず、秩序が保たれていたことに関係している。
 - ・まちづくりや特にエリアマネジメント分野に限ったことではないが、こうした地域社会における信頼関係を暗に前提にしており、またその信頼関係を手助けする組織が必要なのである。
 - ・まちづくりやエリアマネジメントのような活動はまさに社会全体にとって経済余剰（社会的満足度）に対しプラスの要素が大きいものと考えられる。

4. エリアマネジメント活動の事例

- ① イベント型のエリアマネジメント活動として、空き店舗対策や小規模なイベント、会員向け情報発信、広告事業、一般的な物販・飲食の地図・まち歩き・ホームページ作成などの地域情報の発信がある。
- ② 公的な面を強く有するエリアマネジメント活動として、駐輪対策、防災・防犯活動、清掃活動などがある。
- ③ まちづくりルールの作成や景観向上のためのファサード整備などがある。
- ④ 施設管理型のエリアマネジメント活動で、小規模な公共施設・空間や民設の公共的施設・空間の管理がある。

5. エリアマネジメント活動—地方都市圏と大都市圏との違い

- ① 地方都市圏
 - ・民間組織が管理会社を作って対応するような規模のエリアマネジメントは極めて少なく、行政が主体であることが多い。これは、小規模都市ゆえに、将来の収益性に関して不確実

性が高く、ひいてはリスクが大都市圏のまちづくりと比べものにならないほど大きな点と関係している。

- ・しかし、近年では例外的に独自の資金、独自の手法を用いたまちづくりの例が地方都市圏においても目立つようになった。

例：香川県高松市の丸亀町商店街、滋賀県長浜市の中心市街地など

② 大都市圏

大阪駅や東京駅周辺でのエリアマネジメントは不動産業者や鉄道会社が管理者となって「公的な部分（都市再生）」を含むこのエリアのまちづくりを「民」主導で実施している。

例：大阪駅周辺「一般社団法人グランフロント大阪TMO」、東京駅周辺「NPO法人大丸有エリアマネジメント協会」

6. 地方版エリアマネジメントの制度と歴史的経緯

① 旧まちづくり3法から新しいまちづくり3法へ

- ・経産省、国交省、総務省が中心となって策定された旧まちづくり3法（中心市街地活性化法、改正都市計画法、大規模小売店舗立地法（1998年～2000年））のもとで中心市街地の空洞化が進み、改善が求められた。そして、経産省と国交省を中心に、理想とする元気な地方都市の中心市街地の姿と現実としての姿（衰退）とのギャップを埋めるため、中心市街地再生に関する補助金投入の手法で「選択と集中」の理念のもと「新しいまちづくり3法」が誕生した（2006年施行）。
- ・新しいまちづくり3法を取り巻く環境は中心市街地というエリア指定があるためエリアマネジメントの範疇に入る。しかし、その主体は活性化協議会という商工会議所や行政、まちづくり会社などを母体とする大所帯であるケースが多く、意見がまとまらないケースも散見された。

② 都市再生特別措置法（大都市型施策、2002年）

- ・中心市街地活性化法とは別の視点で、市街地再生などを目的として導入されたのが、国交省を中心に立案された都市再生特別措置法（2002年）である。特に国際競争力の増大のために、都市全体のインフラ整備の充実を主目的とした点に特徴がある。
- ・都市の国際競争力を増大させる、などの要請に対応するためには、A. 都市機能の高度化（容積率の緩和など）、B. 都市の居住環境の向上などが検討された。つまり、都市の再生の推進に関する基本方針などの制定が必要となった。
- ・特に、「都市再生緊急整備地域」と呼ばれる優先順位の高い都市を指定し、中心市街地を含む市街地の整備を推進するための「民間都市再生事業計画の認定及び都市計画の特例並びに都市再生整備計画に基づく事業等」に充てるための交付金の交付などの特別の措置を講じる必要性が生じた。

③ 新しい時代のエリアマネジメントの基礎概念

- ・エリアマネジメントの財源は3つの方法で確保される⇒公助、共助、自助
- ・「公助」とは、活動主体が行政の支援により財源を確保することを意味し、まちの中心部の広場に対して活用しやすい仕組みの構築のために窓口の統一化を行った「あそべる豊田推進協議会（愛知県豊田市）」などが知られている。
- ・「共助」とは、「活動主体が住民、地元企業等の支援により財源を確保すること」を意味し、一例として「浜松まちなかマネジメント株式会社（静岡県浜松市）（商工会議所や地銀からなる株式会社を設立）」がある。
- ・「自助」とは、活動主体が自らの事業収入により財源を確保することであり、民間企業の事業と考えられるが、まちづくり分野で「自助」を指す場合には実施内容に公的なものも含まれるケースが多い。再開発事業により生じた保留床を買い取り、まちづくり会社自ら

が事業リスクを取り、商業床を賃貸、分譲マンションの販売により財源を確保している、「株式会社飯田まちづくりカンパニー（長野県飯田市）」などがある。

④ 都市再生に関する民間組織

- ・TMO (Town Management Organizationの略称) :公的な施設を管理することを目的に設立された組織、再開発などを行う組織、また、まちを総合的にイベント・マネジメントする組織などがある。TMOの設立は1998年に施行された中心市街地活性化法に合わせてのことである。
- ・中心市街地整備推進機構：1998年中心市街地活性化法に基づき設立された。同機構は、公益性と企業性を併せ持ち、行政や民間企業だけでは実施が難しい「開発」に取り組むことが期待される。
- ・都市再生推進法人：一定の条件（運営体制・人材など）が整っているまちづくり組織であり、この条件をクリアすれば公的な位置づけを与えられるものをいう（国土交通省2017）。つまり、行政の関与が難しい分野に対し、民間のノウハウを生かして実施するまちづくり組織である。ここで重要なのは、公共施設、駐車場、駐輪場の整備、管理などが可能であり、都市利便増進協定に基づく都市利便増進施設の一体的な整備・管理を実施できる点である。

⑤ エリアマネジメントへの支援制度

- ・資金面での支援制度として、2018年6月に地域再生エリアマネジメント負担金制度の創設を含む「地域再生法の一部を改正する法律」が制定された。
- ・エリアマネジメント組織は、活動エリア、活動内容やその効果に鑑み、受益者の範囲、資金計画などを記載したエリアマネジメントの計画を作成しなければならない。そして、事業者の3分の2以上の同意を得て地方公共団体などに申請する必要がある。
- ・この負担については、「分担金」ではなく「税制（固定資産税的な性質を帯びたもの）」を活用しているアメリカやイギリスとは異なる。また、3分の2以上の賛成というハードルが、海外では過半数である点と異なる。実施に向けては少し高めのハードルといえる。

⑥ 都市再生特別措置法の一部を改正する法律案

- ・2003年から2013年までの期間に空き家はそれまでより50%増加し、ほぼ愛知県全体の面積に匹敵しているといわれ、また、個人所有の空き地については同期間内に、44%増加している。
- ・こうした問題を受けて、低度利用の土地を集約することを目的として上記法制度の提案に至った。つまり「小さく」「散在する」土地を集約させることを目的としている。

⑦ 海外の取り組み～ニューヨーク市：グランドセントラル・パートナーシップ～

- ・ニューヨーク市マンハッタンのグランドセントラル駅（乗降客数は約70万人/日の巨大なターミナル）周辺エリアは、治安回復とまちのイメージ改善を実現するために、BID税の資金を活用し、現在の活動は、花バスケットの歩道への設置・維持、電灯、歩道への装飾プレートへの埋め込みなどの美化活動、レンタサイクル運営、鉄道公社が所有する高架下の空きスペースのレストランへの貸出など多岐にわたる。また、プロモーション・マーケティングとして、イブニングコンサートや、駅のホール空間を使った食イベント、フリーペーパーの配布、SNSによる広報活動などを行っている。
- ・以前は麻薬取引などが行われる危険なエリアであった、タイムズスクエアとグランドセントラル駅の間に位置するブライアントパークも、まちのにぎわい拠点へと変貌し、周辺エリアの不動産価値を向上させることに成功した。

⑧ 中心的な取り組み事例

「デザイン都市・神戸」創造会議を実施し、市の施策や事業、今後の方針などについて、専門家や有識者が“デザイン”の観点で提案を行っている。2016年7月には、市民や事業者、学生を含む100名を超える人たちが一堂に会した「神戸クリエイター会議」が開催され、「ワカモノの都市」「デザイン都市と瀬戸内」「創造的人材育成」といった7つのテーマでプロジェクトが生まれた。これらのプロジェクトは、市民が動かすまちづくりとして実際の現場で実践されており、まさに市民によってまちが磨かれていく好事例といえる。

⑨ 住民の役割

- 様々なプロジェクトという形で自らが実践することにより、新たな課題を見つけ、さらに新たなアクションを起こす好循環になることが期待されている。つまりそれはPDCAサイクルを地域住民自身によって回していくことになる。
- 自治体はそれを上手くサポートすることによって、新たな政策に繋げていく風潮が昨今の地域づくりには必要とされている。
- 地域住民が政策を変える権利があると自覚し、積極的に意見を言い行動するモチベーションを持つ地域住民が増えると、そのまちが変わるということを意味している。
- 神戸市の事例のように市民同士で議論して完成したプロジェクトは各々が主体性をもつため、永く愛され、更新される。

⑩ 地域資源を（再）発見し、継承する

- 地域住民にとっては見慣れた当たり前のまちが価値をもっているということを再発見してもらう必要がある。守るべきまちの価値とは何か、それはどのように現実のまちの中に存在しているのかについて明らかにする必要がある。
- 地域資源を発見し、磨き、継承するという流れでは、様々な世代でまちをつくり上げるという考えが必要となってくる。
- 「多世代共創」が社会に普及・定着するためには、「地域資源」に対する共有意識の継承が重要な課題と考えられている。実際の地域活動への参画との関係を考えると、地域資源の共有意識は、地域活動への参画の重要なモチベーションとなっており、意識の継承は、多世代共創の普及・定着を考える場合には重要な課題となる。
- 実際に地域活動には参加できていなくても地域資源の共有意識の高い人は、機会があればそうした活動に参加するポテンシャルを有していることから、活動内容の周知や活動時間の配慮といったポテンシャルとニーズを上手く合わせる取り組みは、多世代共創を社会に普及させていくための課題といえる。
- 地域において多世代が交流する場がある、地域活動に熱心な人・団体がある、といったことは地域資源の共有意識を高める要因となっていることから、地域全体の考え方を変えていくことも、多世代共創が普及・定着していくためには重要な要素と考えられている。

⑪ 住民の意識向上

- 成長都市の時代から成熟都市への移行に伴い、地域における住民や事業者側からの一定の計画なりルールがあることがまず必要とされる。
- さらに行政の補助による開発事業、あるいは行政による民間開発に対する規制を中心とした都市づくりから、民間企業、住民を加えた開発の段階から、維持管理運営を考える都市づくり、さらには維持管理運営を中心とする新たな仕組みである都市づくりへ移行する必要がある時代に突入している。
- 一方、日本では核家族化が進み、幼少期における多世代での活動が失われつつある。そのような中、如何にして地域資源を継承するための活動を継承していけばよいか、やはりそれは家族という枠組みにとらわれず、地域の中で多世代間の交流を促進する必要がある。

それは、地域のサークル活動やカフェのような交流スペースで生まれる可能性を示唆している。

- ・住民の意識を向上させるには、現在の都市づくりに必要な維持管理運営を基本とした仕組みに加えて、住民一人ひとりが家族のように多世代で交わる仕組みが必要となる。

7. エリアマネジメント活動で地価は上昇するのか

講師は、京都大学、和歌山大学、国交省と共同で実施したエリアマネジメント活動に関する個別結果を分析したところ以下のことを確認することができたとのことです。

- ・東京都内、大阪府内、愛知県内の3都府県では2006年にエリアマネジメント活動の地価上昇に対する有意性が確認され、その他の地域においてはエリアマネジメントの活動効果は2010年と2014年でプラス符号を持つ統計データが確認された。このことは、エリアマネジメント活動は地域を問わず地価を上昇させる可能性があることを意味することです。
- ・なお、今回扱わなかった住宅地、商業地を区別したエリアマネジメントを分析することで何らかの知見を得ることができるかもしれないとのことで、今後の課題としたいとのことでした。

8. エリアマネジメント活動に補助金は必要か

エリアマネジメント活動を点数化して分析を行った結果、エリアマネジメント活動に対する補助金などの存在は多くの場合、活動にマイナスに作用しているとのことでした。

- ・特に「まちなみや景観」の分野では、補助金などの公的資金政策がうまくいっていないとのことでした。その1つの理由としては、景観面で未開拓や発展途上の地域の方がより手厚い保護を受けている可能性があり、効果を出すまでに至らないケースがあるのではないかとのことです。「補助金漬け」という言葉があるように、ある程度の自立を促す策を考えた方がよいのではとのことでした。
- ・会費により収入を得ている組織の場合、「にぎわいや集客への効果」「消費活動や売上、雇用などの経済への効果」「住民などの意識向上、相互理解、ネットワークの形成への効果」の3つの項目でプラスの符号を示しているとのことでした。このことは、イベントなどを行う場合、その活動で生じる収入源を充てると活動は活気づくことを意味しているのではないかとのことです。また、会員が会費を支払うことで参加意識の芽生えという副次的な効果が存在するものと思われ、経済活動や生活に密着した活動に対して特に「会費徴収」が貢献しており、「人とかかわる」ことが多い分野のように思われるとのことでした。

9. 地方版エリアマネジメントの特徴

講師は、この度実施した調査から、エリアマネジメント分野における取り組み事例を以下の9種類にカテゴライズされ、それぞれに分析をされています。

- ① まちなみや景観への効果的エリアマネジメント
岩手県盛岡市「盛岡まち並み研究会」、長野県飯田市「株式会社飯田まちづくりカンパニー」、福岡県北九州市「株式会社北九州家守舎」、岩手県柴波町「オガール紫波株式会社」
- ② にぎわいや集客への効果型エリアマネジメント
香川県高松市「高松丸亀町まちづくり株式会社」、宮崎県日南市「株式会社油津応援団」
- ③ 不動産への効果型エリアマネジメント
沖縄県うるま市「NPO法人ぶろぷ」、岡山県倉敷市「倉敷まちづくり株式会社」、三重県伊勢市「NPO法人伊勢河崎まちづくり衆」、佐賀県佐賀市「NPO法人まちづくり機構ユマニテさが」

- ④ 消費活動や雇用などの経済への効果型エリアマネジメント
福島県会津若松市「七日町通りまちなみ協議会」、三重県伊勢市「外宮参道発展会」、
福岡県みやま市「みやまスマートエネルギー株式会社」
- ⑤ 防災・防犯・安全への効果型エリアマネジメント
高知県高知市「高知大学防災すけっと隊」
- ⑥ 住民（市民）の相互交流などへの効果型エリアマネジメント
徳島県美馬市「脇町・うだつの町並みボランティアガイド連絡会」「南町町並み保存
会」、和歌山県橋本市「彩の台クラブ」
- ⑦ 財政負担の軽減効果型エリアマネジメント
北海道札幌市「札幌駅前通まちづくり株式会社」、徳島県徳島市「NPO法人新町川を
守る会」
- ⑧ 地域の知名度向上への効果型エリアマネジメント
北海道富良野市「ふらのまちづくり株式会社」、北海道寿都町「風のごはんや」
- ⑨ 地域間競争力への効果型エリアマネジメント
静岡県菊川市「潮海寺まちづくり推進協議会」

10. 地方版エリアマネジメントの将来

講師は、国土面積の9割以上が大都市圏以外の地域が占めていること、行政が赤字体質になっており、新規事業の選択肢が狭まっていることなどを鑑みれば、今後のエリアマネジメ

ントの方向性は地方都市圏の「民」を主体とした事業にこそ向けられるべきと提案されています。そして、今後のエリアマネジメントをより発展させるためには、上記で述べてきたことに加え、以下の7つの提言を特に地方都市圏に重点を置いて行いたいと言われています。

- ① まちづくりの長期ビジョンの共有
- ② エリアマネジメント・プラットフォームの構築
- ③ 既存組織のエリアマネジメント組織化への誘導
- ④ 財源の確保
- ⑤ リスクテイクの視点
- ⑥ 自立性確保が困難な地方都市圏などでの活動
- ⑦ 空間政策という視点

以上を講演要旨としますが、更に詳しく講師の研究成果をお知りになりたい方は、冒頭紹介しました2018年7月発行の『地方版エリアマネジメント』をご参照ください。

以上

ぶらくり会世話人 柑芦会神戸支部 平林 義康（大学20期）

平成30年9月度ぶらくり会スナップ写真

