



地方創生 まちづくり

— エリアマネジメント —

内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局
内閣府地方創生推進事務局

エリアマネジメントとは？

我が国は人口減少社会を迎え、これからのまちづくりは「つくること」から「育てること」へシフトしていく必要があると言われています。そのような中、全国各地で幅広い多様な主体が一体となって、地域の価値を高める様々な活動を行っています。そうしたまちづくり活動は「エリアマネジメント」と呼ばれ、注目されています。

Q1

エリアマネジメントの定義

「エリアマネジメント」とは、

地域における良好な環境や地域の価値を維持・向上させるための、住民・事業主・地権者等による主体的な取組

出典：国土交通省 土地・水資源局「エリアマネジメント推進マニュアル」（2008）

と定義されます。

快適で魅力的な環境の創出や美しい街並みの形成による資産価値の保全・増進等に加えて、ブランド力の形成や安全・安心な地域づくり、良好なコミュニティ形成、地域の伝統・文化の継承等、ソフトな領域のものも含まれます。

Q2

エリアマネジメントの背景

これからのまちづくりに関してエリアマネジメントが注目されていますが、そこには、主に以下の3つの背景があるとされています。

■ 人口減少社会における維持管理・運営（マネジメント）の必要性

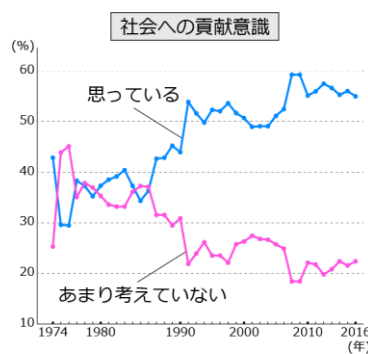
人口減少社会において、新しい開発が抑制され、遊休資産が増加する中、つくったもの・あるものをいかに活用するかという視点が重要になります。コンパクトシティの形成の推進に代表されるように、既存ストックの有効活用、開発したものの維持管理・運営（マネジメント）の必要性が高まっています。

■ 地域特性に応じた地域の魅力づくりの必要性

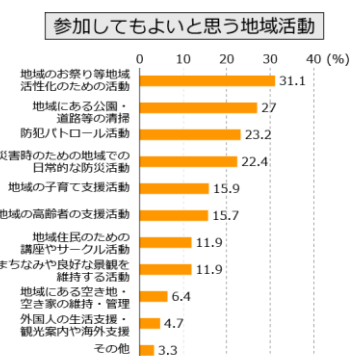
地域の経済動向をみると、消費や生産といった経済活動の動向は地域間でばらつきがあり、「稼ぐ力」の差が生じています。活力に富む地域を持続させていくため、地域の特性に応じた地域の魅力づくりの重要性が住民や行政等に認識されつつあります。また、地域全体の魅力が高まることによって、地域の資産価値の維持・向上という効果が生まれ、「地方の平均所得の向上」が実現するという好循環が確立されることが期待されています。

■ 環境や安全・安心への関心の高まり、地域活動への参加意欲の高まり

ライフスタイルや価値観の多様化、ニーズの高度化等に伴い、環境や安全・安心の意義が見直され、関心が高まっています。また、ボランティア活動をはじめとする社会貢献や地域活動に対する興味・関心の高まり等、自分達の手で地域を変えていこうとする機運が高まりつつあります。これは、地方創生において重要な、地方が自ら考え、責任をもって取り組むという「自助の精神」に通ずるものがあります。



出典：内閣府「社会意識に関する世論調査」

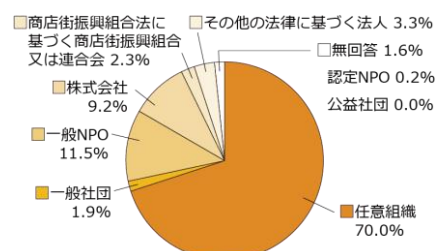


出典：国土交通省「平成23年度国土交通白書」

Q3

エリアマネジメント団体の組織形態

エリアマネジメント団体の組織形態は、任意組織としてのまちづくり協議会、NPO 法人、一般社団法人、株式会社等、多様な組織形態となっています。法人格を持たない団体（任意組織）が最も多く、法人格を持つ団体の多くはNPO 法人又は株式会社となっています。



エリアマネジメントのポイント

エリアマネジメントは、幅広い多様な主体による取組であり、一概にその特徴を述べることは難しいですが、代表的なものとして以下の4つのような特徴があると言われています。

ここでは、事業で得られた収益をまちづくり活動へ還元していることで注目される北海道札幌市の札幌駅前通まちづくり(株)を例に紹介します。

POINT 1 「つくること」だけではなく、「育てること」

我が国の人口は減少局面に入っており、これからは、「開発＝つくること」だけではなく、その後の維持管理・運営（マネジメント）の方法、つまり「育てること」までを考えた開発を行うことが重要です。そして、このことは、「開発＝つくる」段階とは異なる「維持管理・運営＝育てる」段階における民間と行政との間の公共空間の利活用や公共貢献を含めた連携関係の構築にもつながります。

札幌駅前通まちづくり(株)の場合・・・

2011年3月の地下歩行空間（通称：チ・カ・ホ）供用開始に先立ち、広場としての利用や壁面広告（エリアマネジメント広告）等の収益事業のあり方などに関する約3年間の検討期間を経て、2010年9月に設立されました。

POINT 2 住民・事業主・地権者等が主体的に進めること

これからのまちづくりにおいては、従来の平均的・画一的と評されがちであったまちづくりではなく、「個性豊かな地域」や「身近な地域」を実現することが重要です。地域の問題が多様化し、その解決方法も様々であるため、住民・事業主・地権者等が主体的に進める必要があります。

札幌駅前通まちづくり(株)の場合・・・

「地域をエリアマネジメントする会社を関係者自らが出資し創設しよう」との目的をもち、札幌駅前通に関係のある17の企業・団体により設立されました。

POINT 3 多くの住民・事業主・地権者等が関わり合いながら進めること

エリアマネジメントは、地域の限られた人々による取組ではなく、多くの住民・事業主・地権者等が関わり合いながら、地域に関する様々な活動を総合的に進めるものです。そのためには、「地域の総意を得る」、「活動に対して費用負担をする」、「活動メンバーとして主体的に参画する」等、様々な関わり方が求められています。

さらに、必要に応じて行政や専門家・他のエリアマネジメント団体と関わり合いながら進めている場合も多く見られます。

札幌駅前通まちづくり(株)の場合・・・

リニューアルを迎えている札幌駅前通地区では、まちを構成するビルオーナーや商店街、ビジネスパーソンと共に、若手のビジネスパーソンを中心に構成する「ワーキンググループ会議」等を通じて今後のまちづくりの方向性を共有しています。その他、アートマネジメントやまちづくりに関する講義、ワークショップ、ディスカッション等を行う「Think School」も開校し、地域のまちづくり活動の担い手育成を行っています。

POINT 4 一定のエリアを対象としていること

エリアマネジメントは、多くの住民・事業主・地権者等が関わり合いながら進めるものですので、程度の差はあるものの、敷地単位でなく一定のエリアを対象とすることが基本と考えられています。このように一定のエリアを設定することで、活動の目標や内容を共有し、活動の成果や地域の変化等を評価し、PDCAサイクルを回すことにより、エリアマネジメント活動を持続可能なものとするにつながります。

札幌駅前通まちづくり(株)の場合・・・

道庁や市役所等の官公庁や、銀行や商社等の事業所、地下街商店街、ホテル等が建ち並び、都市機能の中核的役割を果たす地区を対象としています。札幌駅前通まちづくり会社(株)は、地下歩行空間の地上・地下通行量や地下広場、広告の稼働率について経年的に把握し、事業計画に活かす等、PDCAサイクルを回すことに努めています。

エリアマネジメントの活動内容

地方創生まちづくり

エリアマネジメントの活動内容は、エリアの特性に応じて様々ですが、実施している団体の多い順に並べると以下のとおりです※。多様なエリアマネジメント活動が地域や団体にに応じて行われていることがうかがえます。

※「エリアマネジメントの実施状況と効果に関するアンケート調査」（2014年度。京都大学、国土交通省、和歌山大学の共同調査。対象は都市再生整備計画策定済の826市町村であり、回答数は746市町村。）より。

実施している
団体の割合

55.1%

1 まちの賑わいづくり (イベント・アクティビティ)

季節に応じたイベントの開催等により、多くのひとを呼び込み、まちの賑わいを創出するための取組です。企業、学校、地域団体等、様々な組織の連携が進められています。



▲福岡ストリートパーティ
[福岡県福岡市]※1
(車道を封鎖し出店すること等によりわくわく感を演出)



▲サップロフラワーカーペット
[北海道札幌市]※2
(北3条広場の夏のイベント。ボランティアが花びらを敷き詰め制作に参加)

36.2%

2 防災・防犯、環境維持

2-1 まちの清掃・防犯

まちの快適性を高めることを目的として、ゴミ拾い等の清掃活動のほか、防犯講習会を実施するなど就業者等が共同してエリアの清掃・防犯に取り組んでいます。

2-2 まちの防災

企業やテナント間の連携を強化することや帰宅困難者を受け入れるための備蓄倉庫を整備するなどにより、地域の防災能力向上を目指しています。合同避難訓練の実施や、行政との連携によって様々な活動が行われています。



▲はかた駅前通りの清掃活動
[福岡県福岡市]※3
(博多まちづくり推進協議会のクリーンデ
イ・緑化活動)



▲名古屋駅前のおもてなし花壇
[愛知県名古屋市]※4
(愛知県が花きの産出額日本一を誇ることをPRする
取組の一環として、名古屋駅まちづくり協議会が30
か所約145㎡の花壇に愛知県産花きを提供し、花によ
るおもてなしを実践)

30.5%

3 地域ルールづくり・ コミュニティづくり

3-1 地域ルールによる良好な 景観の形成等

まちづくりの方針やガイドライン等に基づいて、統一感のある景観を形成するための取組です。街並み、緑化空間、公開空地等を適切に維持・管理することにより、快適で質の高い景観づくりが行われています。

※大阪府は平成27年度補正予算「地方創生加速化交付金」(第3次)を活用し、「日本版BID制度実現に向けた普及活動・支援業務」として右図の枚方宿や高野街道を含む淀川舟運や街道などに着目したフォーラム等を実施。



▲六本木ヒルズ備蓄倉庫(食糧用)
[東京都港区]※5
(帰宅困難者を受け入れるにあたり食糧等を備蓄)



▲震災訓練[東京都港区]※5
(六本木ヒルズ自治会と森ビル株式会社の共催による震災訓練)



▲枚方宿での五六市[大阪府枚方市]※6
(東海道に大阪までの4宿を加え、五十七次とも呼ばれるが、その56番目の宿場町として栄えた枚方宿で、枚方宿地区まちづくり協議会が毎月第2日曜日に開催し、毎月約200店舗が出店)



▲ライトアップされた高野街道の街並み
[大阪府河内長野市]※6
(高野街道では、ライトアップのほかにも、川床でホテルを見ながら食事を楽しむ「蛸の宴」や周辺住民の玄関先に杉玉を吊るす「杉玉のある町並み」といった取組を実施)

3-2 まちのコミュニティづくり

多様な関係者による地域特性に応じた魅力ある地域づくりを推進するため、関係者の信頼を醸成しながら、「育てること」を視野に入れた、自主的な地域ルールをつくる活動のほかに、関係者の交流を促進するとともに、地域づくりの担い手を育成する新たなコミュニティを生み出す取組も進められています。

※育てる地域ルールとしては、まちづくりの基本的な枠組みを定める「まちづくりガイドライン」や、地域に既に存在したルールを改めてルール化した「式目」（京都市祇園南側地区）などの例があるとされています。



みそぎわ ななおし
▲御成川大学 [石川県七尾市] ※7

(市民有志により結成された運営委員会が、七尾をはじめ能登半島全体をキャンパスにしたイベント、ワークショップ、セミナーなどを開催。メインキャンパスは、元北陸銀行であった建物をリノベーションし、その中にまちの外と建物の中を結ぶ象徴的な長机を設置)



26.8%

4 まちの情報発信

まちに関する情報を広く発信し、知名度向上が図られています。また、来街者・就業者・地域住民等に対して効果的なまち案内ができるようなインフォメーションボードやウェブサイト等の運営に取り組んでいます。



▲デジタルサイネージの活用
[大阪府大阪市] ※8
(梅田エリアに点在するデジタルサイネージ端末を活用し、梅田地区エリアマネジメント実践連絡会がエリアイベント等の情報を発信。(写真は、会員企業による多言語デジタルサイネージ [Umeda i]))



▲丸の内ウォークガイド
[東京都千代田区] ※9
(大丸の魅力歩いて体感することを目的に、週3日の3コース(大手町、丸の内、有楽町)を大丸有エリアマネジメント協会が実施)

25.1%

5 公共施設・公共空間の整備・管理 (エリアマネジメント広告・オープンカフェ等)

道路、広場等の公共施設や公共空間、私有地において、屋外広告物を企業に販売することや、オープンカフェやイベント等利潤が上がる事業を実施し、得られた広告収入等をエリアマネジメントの財源に充てる活動です。デザイン性の高いフラッグを掲出すること等により、結果的にまちの賑わいづくりにも役立っています。



▲那珂川オープンカフェ [福岡県福岡市] ※1
(天神地区の憩いと賑わい空間を創出するため、We Love天神協議会が那珂川の河川敷である水上公園でオープンカフェを展開。売上の3%をまちづくり活動の支援金としてテナントからWe Love天神協議会に拠出)



▲エリアマネジメント広告
[愛知県名古屋市] ※4
(街路灯バナーや、工事用仮囲い広告をエリアマネジメント広告として活用)

10.6%

6 民間施設の公的利活用 (空き家・空き地等)

平成5年以降の20年間で、空き家は1.8倍※、空き地は1.2倍※に増加しています。使われていない空き屋・空き地を地域の手で再利用し、まちの拠点として再生するなどの活動が行われています。

※平成5年 448万戸→平成25年 820万戸
出典：総務省「住宅・土地統計調査」

※※平成5年 1,279km²→平成25年 1,554km²
出典：国土交通省「土地基本調査」



▲蔵カフェ&コミュニティスペース
[愛知県豊田市] ※10
(豊田まちづくり㈱により、商店街の中で長年空き家となっていた築100年の蔵と古民家を子育て世代のコミュニティ施設MAMATOCO(ママトコ)として再生)



▲桜城址公園
[愛知県豊田市] ※10
(MAMATOCO(ママトコ)と隣接する公園であり、毎月第3土曜日に行われるStreet & Park Marketの会場として活用)

(写真提供) ※1 We Love 天神協議会 ※2 札幌駅前通まちづくり株式会社 ※3 博多まちづくり協議会 ※4 名古屋駅地区まちづくり協議会 ※5 森ビル株式会社 ※6 大阪府 ※7 森記念財団 ※8 梅田地区エリアマネジメント実践連絡会 ※9 大丸有エリアマネジメント協会 ※10 豊田まちづくり株式会社

エリアマネジメントのメリット

地方創生まちづくり

エリアマネジメント活動による効果は、大きく以下の4つに分類できると言われています。

さらに、「エリアマネジメントの実施状況と効果に関するアンケート調査」によれば、回答市町村の49%が活動区域外への効果(スピルオーバー効果)*があると回答しており、エリアマネジメント活動の公共性の高さも示唆されています。一方で、エリアマネジメントの効果に関するデータがないという回答も多く、エリアマネジメント団体による、効果の見える化の推進が求められています。

* 具体的には、隣接する商店街の歩行者数の増加、市全体の観光客数の増加、エリアマネジメント団体の管理運営する施設のみならず中心市街地における年間商品販売額の増加等

メリット1 快適な地域環境の形成とその持続性の確保

住民・事業主・地権者のみならず、就業者・来街者にとっても快適で質の高い環境の形成が図られます。

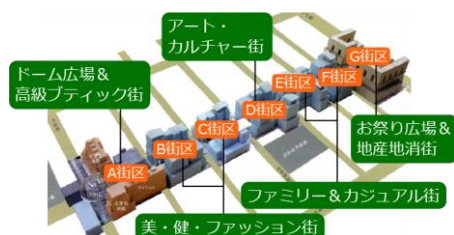
建築物や道路・公園等の公共施設の整備とあわせて、その場所にふさわしい活動がなされるような継続的な仕組みを整えることで、快適な地域環境を形成し、環境を持続する仕組みがつけられます。



▲ペDESTリアンデッキの一部広場化 [愛知県豊田市]
(道路の一部を広場化してオープンカフェを設けるなど、まちなかの賑わいを創出する取組) ※ (写真) 豊田市 提供

メリット2 地域活力の回復・増進

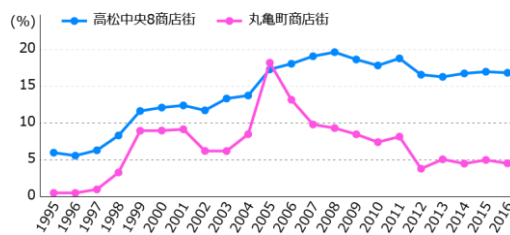
地域の活力の回復・維持、さらには増進が期待されます。例えば、中心市街地においては、来街者が増えて活気を取り戻したり、空き店舗が減少して経済活動が活性化していくことが期待できます。



▲高松丸亀町商店街全体のイメージ
[香川県高松市]

(高松丸亀町まちづくり(株)による統一的なコンセプトに基づく商店街全体のテナントミックス)

出典：内閣府「地域のチャレンジ100」(http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/seisaku_package/naiyou.html)



▲高松中央8商店街と丸亀町商店街の空き店舗率の推移
[香川県高松市]

事例1 PDCAサイクルによるまちづくりガイドラインの評価 [We Love 天神協議会]

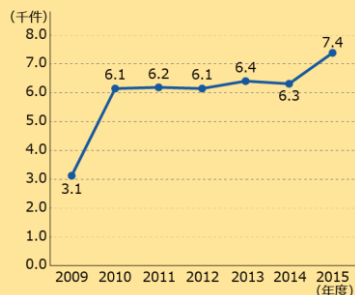
We Love 天神協議会は、福岡市の都心部に位置する天神地区をエリアとして、2006年4月に設立された任意組織のエリアマネジメント団体です。企業、団体、住民、行政等、多様な活動主体で構成されており、2016年10月末時点で会員数は127となっており、地権者等をはじめ天神地区に深く関わりのある「地区会員」(年会費5万円)、行政等の「特別会員」、それ以外の「一般会員」(年会費3万円)の3種別に分かれています。

We Love 天神協議会は、まちづくりガイドラインの評価手法を設定し、「効果の見える化」に取り組んでいます。評価システムはあらかじめ設定した「目標」が達成されているかどうかを、既定の「評価方法」に従って評価していくものです。PLAN(計画)→DO(実施)→CHECK(評価)→ACTION(改善)の循環を想定した評価システムを基本にしており、①目標評価を基に、達成度を診断し、改革の方向を検討、②改革の方向性について関係者と合意形成、③各年度の事業計画、3年毎のアクションプラン等の見直しに反映、といったプロセスを経ています。こうしたプロセスにより例えば、子育て世代の来訪や「天神まちあるき事業」の参加者数も、近年上昇傾向にあります。

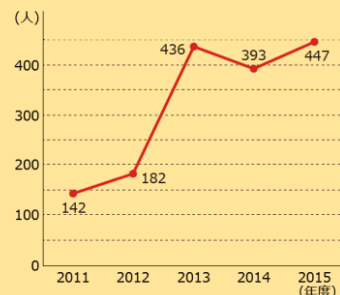


- 天神まちづくりガイドライン-アクションプラン
- 各年度事業計画

▲まちづくりガイドラインの評価手法
(PDCAサイクル)



▲天神地区ベビーカー無料貸出件数
(子育て世代を応援し、楽しく快適にまちを回遊してもらうことを目的に実施)

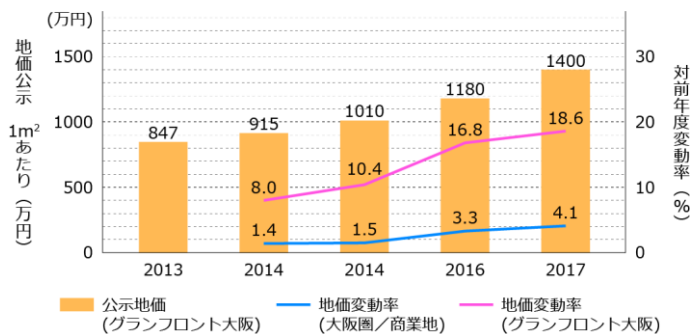


▲天神まちあるき事業の参加者数
(天神の街角や路地に息づく歴史の足跡や隠れたスポット等を訪ね歩くツアーを毎月最終土曜日に開催)

出典：We love 天神協議会平成27年度事業報告より森記念財団が作成

メリット3 資産価値の維持・増大

エリアマネジメントの実施に伴い、土地・建物の資産価値が高まることが期待されます。美しい街並みや安全で快適な環境が形成されることで、土地・建物の不動産価値が下落しにくくなったり、不動産の売却が比較的容易になったりする等、市場性を維持することが期待されます。



▲グランフロント大阪の公示地価 (1m²あたり) [大阪府大阪市]

出典：国土交通省地価公示ウェブサイト

(<http://www.land.mlit.go.jp/landPrice/>)

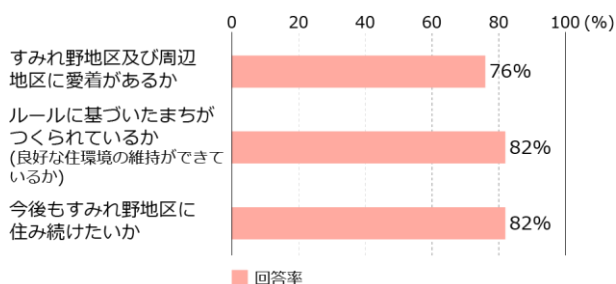
注：各標準地の対前年変動率は、継続する標準地について、前年の地価公示価格との対比から算出したものです。

メリット4 住民・事業主・地権者等の地域への愛着や満足度の高まり

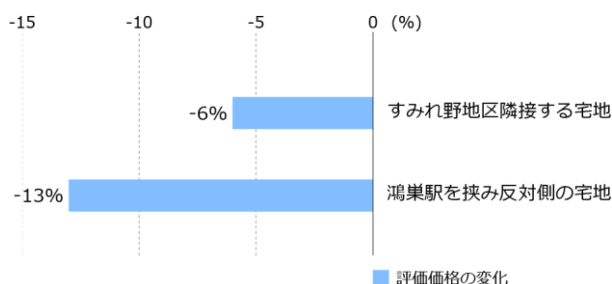
住民・事業主・地権者等の地域への愛着や満足度が高まることが期待されます。その結果エリアマネジメントへの参画意識が高まり、活動が充実化していくとともに、住民の定住促進や事業主の継続性等、地域の求心力が高まることによる更なる効果が期待されます。

埼玉県鴻巣市すみれ野地区における住民等の意識と資産価値 (「NPO法人エリアマネジメント北鴻巣」が景観の統一を考慮したまちづくり等を展開)

出典：NPO法人エリアマネジメント北鴻巣資料



■ 回答率



■ 評価価格の変化

▲住民等の意識

(工学院大学倉田研究室H26.3居住者アンケートより)

⇒ 公園を中心とした環境を自ら管理・育成するエリアマネジメントの理念に共感し、すみれ野地区の取組や住環境を高く評価する住民が多いことが分かります。

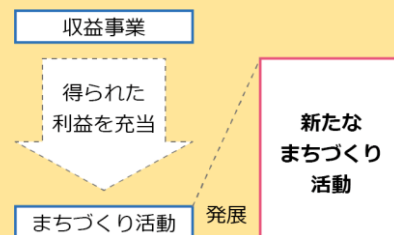
▲すみれ野地区に隣接する宅地の鑑定評価価格の下落率

(各地点内4地点平均、平成20年から平成26年)

⇒ 鴻巣駅を挟んで反対側の宅地よりも下落率が小さく、すみれ野地区の付加価値が隣接地区に波及していくと推測されます。

事例2 事業で得られた収益をまちづくり活動へ還元 [札幌駅前通まちづくり株式会社]

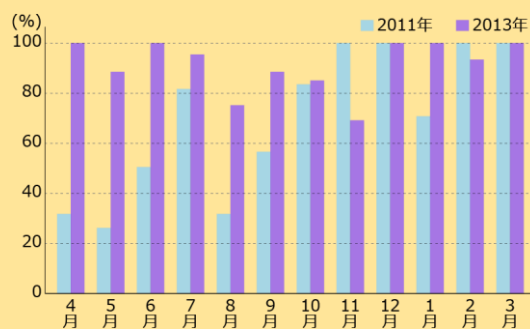
札幌駅前通まちづくり株式会社は、札幌駅前通に関係のある17の企業・団体により、2010年に設立されたエリアマネジメント団体です。地下歩行空間（通称：チ・カ・ホ。地下鉄南北線大通駅～札幌駅の約520m）の運用（指定管理）、壁面広告等の事業を行っており、得られた収益を出資者に分配せず、まちづくり活動へ再投資しています。地下歩行空間の壁面広告は、壁の一部を、市道部分は札幌市から借用し、国道部分は道路管理者、交通管理者、札幌市、事業主体で連絡協議会を設置し、広告の掲出を可能としており、2011年の開通以来、注目度の高い媒体へ成長し、長期広告枠100%の稼働率となりました。



▲事業収益をもとに目標を実現
(2013年度は51事業、約3,300万円をまちづくり活動に還元)



▲地下歩行空間の壁面広告と断面図 ※ (写真)札幌駅前通まちづくり株式会社 提供



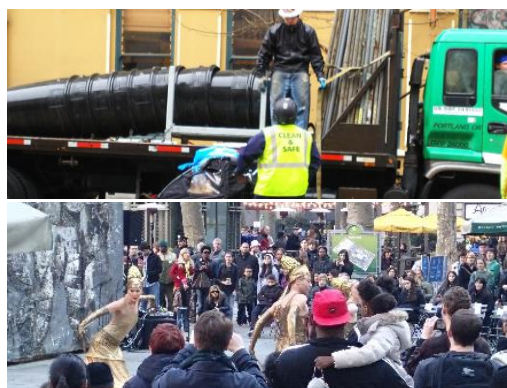
▲壁面広告稼働状況

BID (Business Improvement District)とは？

- BID制度は、1970年代にカナダで生まれ、米国、英国をはじめとする多くの国に広がっており、現在、類似の制度を含めれば、世界で約2,000地区もあると言われています。
- BID制度について明確な定義はありませんが、一般的には、インナーシティ等一定のエリアで、地方公共団体が不動産所有者や事業者から徴収した負担金をBID団体に提供することにより、BID団体がそのエリアの改善、維持管理、プロモーション等を行うもので、BID団体が提供する清掃活動、イベント開催、マーケティング等のサービスは行政サービスに対する付加的なものである、とされています。
- 我が国への適用に当たっては、地方自治制度や法体系等の違いから、そのままの形では難しいですが、海外のBID制度は、エリアマネジメント活動の安定的な財源確保のための制度としての側面だけでなく、BIDによる「Clean & Safe」と言われるエリアの清掃や防犯活動によって、犯罪リスクを下げ、安全性を高めるという効果を生むことで、エリアマネジメント活動が公共的・公益的な活動であるとの認識が定着したという側面も含めて、示唆に富む先進事例として注目されています。

1 アメリカのBID

- 米国のBIDは、1980年頃から広がりを見せており、国際ダウNTOWN協会の調査（2011年）では、全米で1,000以上のBIDが存在しています。
- 活動内容は、清掃、防犯・治安維持が中心となっている団体が多いとされますが、駐車場・交通サービス、集客・受け入れ活動、公共空間のマネジメント、社会事業、ビジネス誘致等の活動も行っています。
- 資金調達仕組みは、ニューヨーク市の場合、地区内の不動産所有者に課される資産税にBID税を上乗せした形で、市が徴収し、BID団体に交付されます。
- ニューヨーク市のブライアントパークBIDでは、かつては治安が悪く、犯罪の温床となっていたブライアントパークをまちの賑わいの拠点として変貌させ、イベントやレストラン等の賃料収入から、BID税収入を上回る自主財源を確保し、強固な財政基盤を構築しています。



(上) ▲ The Portland Business Alliance (PBA)の清掃活動※1
(下) ▲ ブライアントパークでのイベント

2 イギリスのBID

- 英国のBIDは、中心市街地活性化手法として従来から用いられてきた仕組みに代わって2000年代初頭になって導入され、2015年度末時点では、全英で200以上のBIDが存在しています。※3
- 活動内容は、米国のBIDと比べ、まちの賑わいの創出等、商業・産業振興的なサービスに重点を置く傾向があると言われています。
- 資金調達の仕組みは、テナント（事業者）に課される地区内の事業者税にBID税を上乗せした形で、自治体が徴収し、BID団体に交付されます。
- 特にロンドンでは48ものBIDが設立され、それぞれが競争し合うことで、ロンドン全体の魅力向上にも繋がっていると言われています。



▲ ベターバンクサイド※1
(2005年にロンドンで設立されたBID。約700社の企業がメンバー。)

3 ドイツのBID※2

- ドイツのBIDは、2004年にハンブルク市で最初に導入され、2016年11月までに、10州で法制化されています（うち1州は失効、さらに1州で立法準備中）。
- 活動内容は、中心市街地活性化を目的として様々なものがありますが、ハンブルク市の場合、歩道への敷石設置等、公共空間の再整備が中心となっています。この点、清掃、防犯・治安維持等の継続的な維持管理やサービスを行っている米国のBIDとは異なるモデルであると言われています。
- 資金調達の仕組みは、ハンブルク市の場合、地区内の不動産所有者に課される賦課金を市が徴収し、BID団体に交付されます。
- BIDが最初に導入されたハンブルク市では、2016年11月時点で、15地区のBIDが進行中あるいは終了しており、さらに5地区が準備中と言われていますが、他の市も含めたドイツにおけるBID制度の今後の広がりが注目されます。



▲ ノイヤー・ヴァール地区(ハンブルク市)の様子
(Neuer Wall BID)



▲ パサージェンフィアテル地区
(ハンブルク市)の様子
(Passagenviertel BID)

※1 (写真) 森記念財団提供

※2 御手洗潤, 原田大樹: ドイツBID最新状況報告, 新都市, 公益財団法人都市計画協会, 2017.2

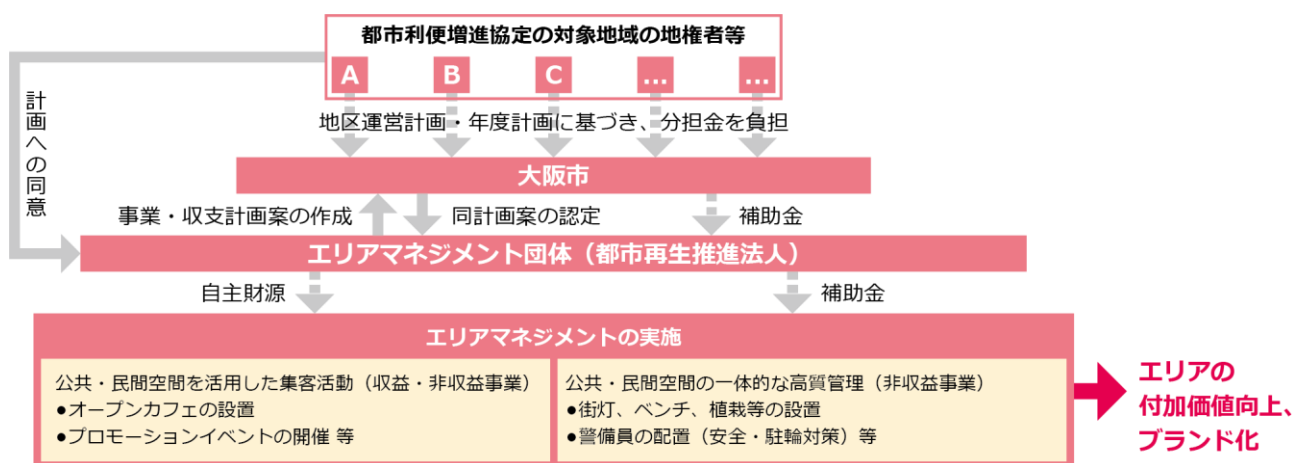
※3 Greater London Authority 「Business Improvement Districts: The role of BIDs in London's regeneration」 (2016)

大阪版BIDとは？

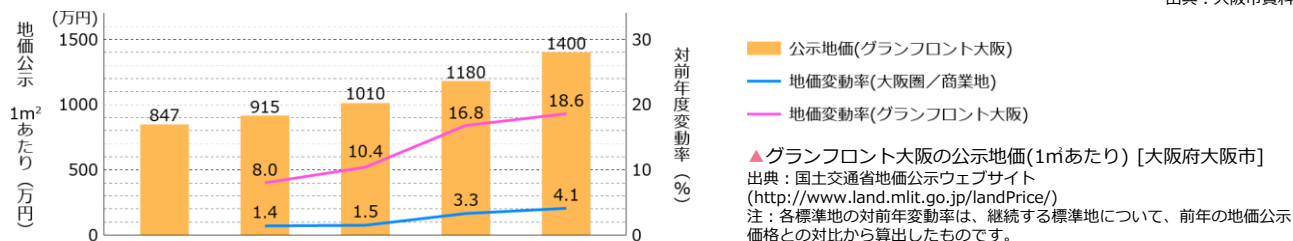
大阪市は、2013年度に「大阪版BID制度検討会」を立ち上げ、検討を重ね、2014年4月に「大阪市エリアマネジメント活動促進条例」を施行し、大阪版BID制度を創設しました。制度としては、エリアマネジメントに関連する現行の既存制度（都市計画法の地区計画、都市再生特別措置法の都市再生推進法人・都市利便増進協定、地方自治法の分担金）をパッケージ化したもので、エリアの地権者から大阪市が分担金を徴収し、活動原資の補助金としてエリアマネジメント団体に交付するというものです。

エリアマネジメント団体「グランフロント大阪TMO」が大阪版BID制度適用の第1号です。

このような仕組みを導入することで、認定されたエリアマネジメント団体が安定的に活動原資を得られるとともに、対象地域を官民連携で一体的に管理できるため、エリア全体としての価値も向上させやすくなると言われています。大阪市は「まず大阪でできる制度を創設して実績を重ねることで、エリアマネジメントの機運を高めて全国的な活動を促す」としており、その成果に注目が集まっています。



出典：大阪市資料



グランフロント大阪

グランフロント大阪は、旧梅田貨物駅区域（約24ha）である「うめきた」の先行開発区域（約7ha）として2013年に開業したJR大阪駅北側の大規模複合施設です。開業時からエリアの地権者12社で構成された「一般社団法人グランフロント大阪TMO」がエリアのにぎわい創出の活動を行っています。都市再生特別措置法（道路占用許可の特例）と国家戦略特区（国家戦略道路占用事業）の枠組みを活用し、歩道空間でのオープンカフェ運営や広告掲出も可能になっています。

（グランフロント大阪全体の来訪者数は、年間3,650万人(1日平均10万人)の目標に対して年間5,187万人(1日平均14.2万人)と大きく超えています。(2015年4月26日～2016年4月25日)）



▲うめきた地区・
グランフロント大阪の位置



▲大阪版BIDの適用地区の中心部に建つ
グランフロント大阪



▲巡回警備



▲放置自転車対策

※（写真）グランフロント大阪TMO 提供

エリアマネジメントの情報発信・普及促進

地方創生まちづくり

政府では、以下をはじめとするエリアマネジメントに関する情報発信や普及促進を行っていますので、各地の取組の参考にお使い下さい。

- ➡ 内閣官房・内閣府では、「まち・ひと・しごと創生基本方針2016」に基づき、「日本版BIDを含むエリアマネジメントの推進方策検討会」の中間とりまとめを2016年6月に行いました。また、パンフレット「地方創生まちづくりーエリアマネジメントー」を公表しています。

▼日本版BIDを含むエリアマネジメントの推進方策検討会の中間とりまとめ

▼地方創生まちづくりーエリアマネジメントー

<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/about/areamanagement>

- ➡ 国土交通省では、「エリアマネジメント推進マニュアル」、パンフレット「エリアマネジメントのすすめ（全体・共有地管理等）」を公表しています。

▼エリアマネジメント推進マニュアル

http://tochi.mlit.go.jp/tocsei/areamanagement/web_contents/shien/index_01.html

▼エリアマネジメントのすすめ

http://tochi.mlit.go.jp/tocsei/areamanagement/web_contents/H20torikumi/data/susume.pdf



街を育てる
エリアマネジメント推進マニュアル



エリアマネジメントのすすめ
(全体)



エリアマネジメントのすすめ
(共有地管理等)

■ 全国エリアマネジメントネットワーク*1

全国のエリアマネジメント組織による連携、協議の場を提供し、エリアマネジメントに係る政策提案、情報共有及び普及啓発を行い、行政との連携を通じてエリアマネジメントの発展を支えることを目的とし、2016年7月に発足したエリアマネジメント団体の全国組織です。会員数（2017年3月時点）は、団体・個人をあわせて106、そのうち、33団体がエリアマネジメント団体です。全国各地でシンポジウムを開催し、アンケート調査や分科会、海外視察等を通して、エリアマネジメント活動の先進的な取組や課題について情報共有しています。

▼全国エリアマネジメントネットワーク

<http://areamanagementnetwork.jp/>



■ 都市再生推進法人*2 / 地域再生推進法人*3

都市再生推進法人は都市再生特別措置法に基づき、地域のまちづくりを担う法人として、市町村が指定するものであり、地域再生推進法人は地域再生法に基づき、地域再生を担う法人として、市町村が指定するものです。市町村は、まちづくりや地域再生の新たな担い手として行政の補完的機能を担いうる団体を指定できます。メリットとして、まちづくりや地域再生の担い手として公的位置付けを付与されることのほか、都市再生推進法人の場合、市町村に対する都市再生整備計画の提案ができること、都市利便増進協定を締結することができること等があります。



*1 全国エリアマネジメントネットワークウェブサイト参考 <http://areamanagementnetwork.jp/kiyaku/>

*2 国土交通省ウェブサイト参考 <http://www.mlit.go.jp/common/001039904.pdf>

*3 内閣府ウェブサイト参考 http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/tiikisaisei/siryou/h28_chiiki_panf.pdf

参考文献：国土交通省 土地・水資源局「エリアマネジメント推進マニュアル」（2008）
小林重敬編著「最新エリアマネジメントー街を運営する民間組織と活動財源ー」（2015）