

平成28年6月30日
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

日本版 BID を含むエリアマネジメントの推進方策検討会 (中間とりまとめ)

目 次

はじめに

I 我が国のエリアマネジメント

- (1) 「つくる」から「育てる」まちづくりへ
- (2) エリアマネジメント活動の内容と運営団体
- (3) エリアマネジメント活動の効果
- (4) エリアマネジメント活動の課題
- (5) 協定制度

II エリア内の地権者からの資金徴収等による財源の確保

- (1) BID (Business Improvement District) 制度
- (2) 米国の BID 制度
- (3) 英国の BID 制度
- (4) 我が国の取組み

III 事業収益の増加、資金提供の促進

- (1) 広告による事業収益の増加
- (2) 公共空間等の利活用による事業収益の増加
- (3) 出資、寄附等の資金提供の促進

IV エリアマネジメントの推進方策

- (1) 基本的な考え方
- (2) 個別施策

参考資料

はじめに

検討会では、本年４月以降、関係府省、地方公共団体、有識者等の参加のもと、計４回にわたり会議を開催し、ＢＩＤ（Business Improvement District）制度、ＴＩＤ（Tourism Improvement District）制度など海外のエリアマネジメントの先進事例、大阪市など国内の取組み事例を参考に、我が国におけるエリアマネジメントの推進方策について検討を行ってきた。

また、５月上旬には、石破まち・ひと・しごと創生担当大臣及び伊藤内閣府大臣補佐官がニューヨーク市マンハッタンのブライアントパークを訪問し、ＢＩＤ制度を活用したエリアの活性化の取組み、エリアマネジメント活動の目的や効果等について意見交換を行った。

エリアマネジメントとは、特定のエリアを単位に、民間が主体となって、まちづくりや地域経営（マネジメント）を積極的に行おうという取組みである。現在、民主導のまちづくり、官民協働型のまちづくりへの期待から、大都市の都心部、地方都市の商業地、郊外の住宅地など、全国各地でエリアマネジメントの取組みが実践されている。

一方、多くの有識者等が指摘するように、我が国のエリアマネジメントの課題として、エリア内の関係者の合意形成の困難さ、安定的な活動財源の確保の問題がある。我が国では海外のＢＩＤ制度のような費用の徴収制度はないため、財源について、公共施設の管理等の行政からの委託費等、広告事業からの収入、イベント収入等の事業収益に依存せざるを得ない状況にある。

このため、検討会では、合意形成の促進、財源の確保の点に特に着目し議論を進めてきた。議論の途中ではあるが、現時点での中間的な考え方としては、以下本文（Ⅰ～Ⅳ）にて示すとおりである。

今後、この中間とりまとめで示した内容について地方公共団体、関係者等から意見聴取等を行うとともに、引き続き、関係府省が連携し、推進方策の具体化に向けた検討を行う。

I 我が国のエリアマネジメント

(1) 「つくる」から「育てる」まちづくりへ

我が国の都市、まちは成熟期を迎え、今後、持続可能な都市経営、まちの運営を行っていくためには、これまでの「つくる」まちづくりから、「育てる」まちづくりに転換していく必要がある。

「つくる」まちづくりの段階では、法律等の範囲内であれば各々の土地で自由に開発を行うことができたが、今後の「育てる」まちづくりでは、バラバラではなく、エリア内の関係者が課題を共有し、方向を同じくし、フリーライダーを出さないような形で進めていく必要がある。「つくる」段階では、法律、条例等のハード・ローといわれる公的規制が中心となるが、「育てる」段階では、関係者による自主的規制、地域ルール等の民間発意のソフト・ローが重要となる。そのため、エリアマネジメントを実践する場合、関係者が価値観を共有し、エリアの抱える課題を認識することで、解決に向けた行動を共にする必要がある。エリアマネジメントの本質は、エリア単位で関係者の協調的な行動を促すことにある。

エリアマネジメント活動は、良好な環境の形成、エリアの魅力向上といった効果に加え、その活動を行うこと自体が弱体化してしまった地域コミュニティにおいて関係者の対話と協働をもたらし、まちの個性の構築、まちへの愛着と誇り（「シビックプライド」）の醸成、社会関係資本（「ソーシャルキャピタル」）の形成に役立つものである。

「つくる」段階と「育てる」段階で、行政と民間の関係も異なってくる。都市間競争や地域間競争の激化、今後の人口減少社会においては、行政が主導する画一的なまちづくりには限界が生じ、官民連携を強化し、エリアを単位にエリア特性を生かし、「育てる」まちづくりを進めていく必要がある。

(2) エリアマネジメント活動の内容と運営団体

「育てる」まちづくり、民主導のまちづくりへの期待等から、大都市の都心部、地方都市の商業地、郊外の住宅地など、全国各地でエリアマネジメントが実践されている。

「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）によれば、エリアマネジメント活動の内容は、エリアの特性に応じ様々であるが、多い順番に次のとおりである。

- ・「イベント・アクティビティ」（55.1%の団体が実施）
- ・「防災・防犯、環境整備」（36.2%）
- ・「まちづくりルール等」（30.5%）
- ・「情報発信」（26.8%）

- ・「公共施設・空間の整備・管理」(25.1%)
- ・「民間施設の公的利活用」(10.6%)

米英をはじめ海外の BID の活動では、「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。我が国のエリアマネジメント活動への一層の理解の浸透、認知度の向上を図るには、住民の関心が高い災害、環境等といった社会的課題にも積極的に取り組んでいく必要がある。

エリアマネジメントの運営団体の形態については、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、株式会社など、多様な組織形態となっている。実態としては、法人格を持たない団体が最も多く、法人格を持つ団体の多くは NPO 法人又は株式会社で、公益認定や認定 NPO の制度はほとんど活用されていない。これらの公益認定等の制度については、税制特例のメリット等を考慮しつつ、積極的な活用を図る必要がある。

(3) エリアマネジメント活動の効果

「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、エリアマネジメントは、まちなみや景観、賑わいや集客、住民意識の向上やネットワークの形成等、防災・防犯・安全、消費活動や売上・雇用といった様々な分野に効果があると評価されている。また、活動区域外へ効果（スピルオーバー効果）が及ぶと評価されている団体も多い（回答団体数の 49%）。

また、京都大学の研究によれば、エリアマネジメント活動が行われているエリアの商業地の地価は行われていないエリアより有意に高く、エリアマネジメントが商業地の地価に対してプラスの影響を与えている可能性が高いとされる。

ニューヨーク大学が行ったニューヨーク市内にある 44 の BID 地区の調査では、BID 地区と BID を採用していない地区とを比較した場合、BID 地区では資産価値が概ね 15%増加し、その後も資産価値が維持されているという調査結果もある。

こうしたエリアマネジメント活動の効果について客観的に外部に示すことで、関係者の理解を得るとともに、エリアへの資金や投資を積極的に呼び込んでいく必要がある。

(4) エリアマネジメント活動の課題

「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、エリアマネジメント団体が抱える課題として、以下のとおり、資金面、人材面、認知面、制度面の課題が挙げられる。

- ・資金面：人材の確保や雇用に要する人件費、幅広い事業実施や今後の事業拡大、新しいイベントの実施のための資金の不足、施設の老

朽化等による維持管理修繕費

- ・人材面：活動を主体的に担う人材の不足
- ・認知面：関係者の理解不足、域外への低い認知度
- ・制度面：公共施設・公共空間等の占用許可や使用許可、収益への課税

資金面に着目すれば、団体の主な収入源（複数回答）は多い順に次のとおりで、行政からの補助金や委託金等に多く頼っているのが実態である。

- ・自治体からの補助金・委託金等（56.1%）
- ・構成員・関係者からの会費等（40.6%）
- ・活動収益（自主財源）（36.7%）

その他、検討会の議論を通じて明らかになった課題として、エリアマネジメント活動を担う人材の不足、制度面では、公共施設等の占用等許可手続きの緩和、エリアマネジメント団体が収益事業で得た収益を公共的な活動に再活用する際の課税の取扱いなどが挙げられる。

海外のBIDでは、エリアの地権者、事業者が地方公共団体が課税・徴収した資金等をBID団体に提供し、それを財源にエリアマネジメント活動を展開している。我が国では、活動資金の多くを自主財源に依存せざるを得ず、広告事業や駐車場事業、オープンカフェ、イベント等の収益事業などにより財源の確保を図っている例はあるが、強固な財政基盤を築いている団体は少ない。

財源の確保について検討する際のポイントは大きく二つある。一つは、フリーライダーを出さないような形でエリア内の関係者から会費的な収入を如何に円滑に徴収するかという点。もう一つは、会費的な収入以外の事業収入や自主財源を如何に増加させるか、という点である。我が国では、前者については、例えば、地方自治法の分担金制度を活用した大阪市の取組みが、後者については、エリアマネジメント広告などエリアのメディア化の取組みなどがあり、優良事例については事例集等も作成し、積極的に横展開を図る必要がある。

（５）協定制度

エリアマネジメントにおいては、今後のまちづくりの方向性について関係者の合意形成を促進していく必要があるが、この点において、都市再生特別措置法の都市利便増進協定は、道路、公園、広場、駐輪場、街灯などの施設の整備に関するルールに加え、これらの管理や利用に関するルールについても定めることができ、エリアマネジメントの実践において有効な制度といえる。本協定制度は、住民同士が締結した協定を市町村が認定する枠組みとなっているが、協定違反への対応は民々で行われることになる。

また、他の協定制度として建築協定、景観協定、緑地協定があるが、これらは各根拠法に基づき、区域内の地権者などの全員合意により協定を定め、市町村長

などの認定を得ることで発効する。協定違反への対応は都市利便増進協定と同様に民々の関係に委ねられるが、これらの協定は、全員合意による協定であり、土地所有者等の協定上の義務が、明確で画一的なものであることから、協定の認定後に土地所有者に変動があった場合にも効力が引き継がれる（承継効）。

Ⅱ エリア内地権者からの資金徴収等による財源の確保

(1) BID (Business Improvement District) 制度

BID 制度は、1970 年代にカナダで生まれ、1980 年代から米国で導入され、オーストラリア、ニュージーランド、南アフリカなどに広まり、2000 年代からは英国、ドイツにおいても制度化された。現在、類似の制度も含めれば、世界で約 2000 地区もあると言われ、国際的に普及した制度と言える。

BID 制度について明確な定義はないが、一般的には

「地理的に区画され多くの場合インナーシティに位置する地区で、不動産所有者や事業者から徴収される負担金により、その地区の維持管理、開発、プロモーションを行うもの。BID が提供するサービスは、通り、歩道、公園やオープンスペースの維持管理、治安の改善、マーケティング、施設改善、その他の開発である。これらのサービスは、行政が提供しているサービスに対する付加的なもの。」

(Frank FRIESECKE 氏が 2006 年 3 月の 5th RIG Regional Conference で発表した論文より) と解されている。

BID 制度の特徴は、BID の活動資金を地方公共団体がエリアの関係者から徴収し、BID 団体に提供することである。ニューヨーク市における BID 設置の手続きを参考にすれば、次のとおりである。

(ニューヨーク市の BID 設置の手続き)

- ・ BID の発起人である地区の代表者が事業計画を作成する。同計画では不動産所有者の分担額、提供するサービスを明示する。
- ・ 不動産所有者の 2 分の 1 以上の賛成を得て、NY 市に申請する。
- ・ 5 年程度の期限付で、BID 設置の条例が制定される。
- ・ NY 市が、資産税 (property tax) に BID 評価税 (assessment tax) を上乗せした形で不動産所有者から徴収する。
- ・ 市が徴収した上乗せ評価税は、BID の運営組織に還元され、清掃、防犯、マーケティング、イベントなどの活動財源となる。

我が国ではエリアマネジメントの活動内容は協定等のルールにより定められているが、BID の制度では、事業計画にサービス内容が定められる。

BID 団体のサービス内容については、「Clean & Safe」と言われる清掃、防犯活動、公共施設の維持管理を加えた「行政の上乗せ的なサービス」と、マーケティング、プロモーションといった「商業・産業振興的なサービス」に分類される。一般に、米国の BID は前者の取組みに、英国の BID は後者の取組みに重点を置く傾向にあると言われる。

なぜ、海外各国で BID が普及したのかについては、それぞれの国の事情があるが、我が国との比較では、例えば、海外では行政が提供するサービスの水準が低

く相対的に民間の活動への期待が高いこと、また、経済のグローバル化等に伴う地域間競争のなかで、エリア特性を生かし魅力の向上を図り、成長をエリア内に取り込もうとする志向が日本に比べ強いことが要因として挙げられる。

（２）米国の BID 制度

米国における BID の設立数は、国際ダウントウン協会の調査（2011 年）によれば 1002 件で、カリフォルニア州 232 件、ニューヨーク州 115 件（うちニューヨーク市 67 件）、ウィスコンシン州 82 件となっている。

BID の活動内容は、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る。

BID の法的な位置付けは、州法によって定められるため州によって違いはあるが、基本的には便益を受ける不動産所有者がエリア内の公共施設の改善・維持管理や、エリアの活性化に要する事業費用を税として負担することは共通している。税の負担者は基本的に資産税の納税者で、住宅は除かれている場合や大幅な減免を受ける場合が多い。BID 評価税の税額の決め方は、BID の期間の事業計画に基づき、毎年の事業費を算定し、その事業費を BID 内の建物床面積割合で分担する場合と、資産税評価額に応じて分担する場合がある。

ニューヨーク市の「BID2012 年次報告」によれば、BID 団体の収入の全体の 80% は BID 税で、圧倒的な割合を占めている。また、支出については、清掃（25.4%）、警備（19.4%）、誘客事業（16.4%）、道路及び景観形成事業（14.0%）の順番となっている。

ニューヨーク市の BID の事例として、マンハッタンのグランドセントラル駅周辺エリアがある。このエリアでは、BID 税の資金を活用し、清掃員を雇い、警備や清掃、街灯、植栽の維持管理などを実施し、治安回復と街のイメージの刷新を実現した。また、隣接するブライアントパークも、かつては麻薬取引などの危険エリアであったが、公園をまちの賑わい拠点へと変貌させ、周辺エリアの不動産価値を向上させた。ブライアントパーク BID では、冬季のスケートリンク等のイベントや、レストランや売店等の賃料収入から、事業収益の拡大を図ることなどにより、BID 税の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る。

ニューヨークのような大都市だけでなく、米国では、人口 10 万人以下の地方都市でも BID 制度の普及が進んでいる。このような地方都市では、BID と TIF（Tax Increment Financing：将来の税収増によって償還する債券等を発行して資金を調達し、インフラ整備や土地利用転換などの開発事業を行い、民間の投資を呼び込む仕組み）を組み合わせ、まず、行政が TIF を使ってインフラ整備等を行い、

その整備した公共施設を BID が管理する仕組みで取り組んでいる。

また、BID 制度は、カリフォルニア州等において、特定の地域における観光事業の振興のための財源確保の取組である TID としても活用されている。

バーkeley市の TID は、バーkeley市内の宿泊施設の事業者から宿泊収入の 1 %を TID の活動資金として徴収し、運営は Visit Berkeley が行う。TID が導入された結果、Visit Berkeley の財政力は向上し、広報誌 Visit Berkeley の作成、コンベンションやトレードショーなどの観光関係ビジネスの促進等エリア全体の観光振興が大きく促進された。TID は、その延長の有無が関係者の成果評価により決定される制度設計となっており、有効期間中は地域の観光振興を担う DMO 等の安定的な財源となる一方で、TID を運営するマネジメント団体である DMO 等により高い成果を達成しようとする意欲を担保する仕組みとなっている。

米国の BID 制度からの示唆をまとめると次のとおりである。

- ・ エリア内の関係者から地方公共団体が BID 税を徴収することにより、安定的な財源を確保している。
- ・ 議会による BID 設置に関する条例の制定、地方公共団体による BID 団体の監督など、公的なガバナンスが効いている。
- ・ エリア内の清掃、防犯活動など関係者にとって分かり易い活動や、不動産価値の維持向上など効果の見える化により、関係者の合意形成の促進、理解の増進を図っている。
- ・ 公共施設等を柔軟に利活用し、イベント、レストラン及び売店の賃貸などによって収入の増加を図っている。
- ・ 地方都市では BID 制度と TIF 制度を組み合わせ、行政がインフラ整備や開発誘導を行い、出来上がったまちを BID 団体が管理するという、公民連携の形で取り組んでいる。
- ・ 宿泊施設の事業者から宿泊収入の 1 %を DMO の活動資金として徴収している。
- ・ TID の設立により、DMO の財政力が向上し、エリア全体の観光振興に資する取組みが大きく促進された。

(3) 英国の BID 制度

英国では、2000 年頃から、米国を参考に BID 制度の導入を検討し、全英 22 地区のパイロット事業を経て、2003 年にイングランドで BID 法が整備された。BID 制度の導入の背景には、1980 年代から中心市街地の活性化に取り組んできたタウンセンターマネジメント (TCM) の課題があった。時間の経過とともに、TCM に会費を支払わない事業者などフリーライダーの問題が出てきたことや、行政の補助金等に頼らない安定的な財源の必要性から BID 制度が導入された。

米国やドイツの BID 制度の納税義務者は不動産所有者であるが、英国ではテナ

ント（事業者）が納税義務者となることが特徴である。事業者は、事業税（Business Rates）に1～2％程度上乗せされた金額を BID 特別税（BID Levy）として地方公共団体から徴収される、地方公共団体はそれを BID 団体に還元する。英国の BID の活動内容は、米国と比べ、まちの賑わいの創出など、商業・産業振興的なサービスに重点を置く傾向がある。

イングランドにおける BID 設置の手続きは、次のとおりである。

（イングランドの BID 設置の手続き）

- ・ BID の提案者（エリア内の事業者、地権者等）が BID 提案書を作成する。同提案書には BID の対象エリア、納税義務者、納税額、BID 組織が提供するサービス内容等を明示する。
- ・ サービス内容について、地方公共団体との間で基本協定を締結する。
- ・ 地方公共団体から投票実施について認可を得る。
- ・ 納税義務者の投票総数の過半数以上、不動産評価額で過半数以上の賛成票によって、BID 設置が決定する（BID の期限は5年間）。
- ・ 地方公共団体が、事業税（Business Rates）と同様の方法でテナント（事業者）から BID 特別税（BID Levy）を徴収し、BID の運営組織に活動資金として還元される。

2015 年末現在、全英では 203 の BID があるが、特に、ロンドンでは 48 もの BID が設置され、各 BID がそれぞれエリアで魅力化を競争し合うことで、ロンドン全体の魅力向上にも繋がっていると言われる。

英国の BID の長所として、BID と、BID に属さない団体や住民とが連携し、関係者が共同で、地域ビジョンや戦略を策定する動きが進んでいることがある。例えば、英国南西部のプリマス市（人口約 30 万人）では、市内の 2 つの BID が、地方公共団体や観光協会と連携し、来街者 25%増、新規雇用創出 2800 人、来街者の支出増 6300 万ポンド、といった共通の目標を設定し、BID 団体は担当エリアの活性化に取り組んでいる。一方で、地方公共団体は公共交通基盤の整備や土地利用・建築規制の緩和に、観光協会は主に外国人観光客へのプロモーションに取り組むことで、地域全体の魅力化を進めている。

英国の BID 制度からの示唆をまとめると次のとおりである。

- ・ サービス内容について、行政と BID 団体が基本協定を締結することで、上乗せ的なサービスを行うことを担保する。BID 団体は、商業・産業振興的なサービスに重点を置く。
- ・ BID 団体と関係機関が連携し、課題や目標を共有するとともに、共同で地域ビジョンや戦略を作成している。

（４）我が国の取組み

①大阪市（大阪版 BID 制度）

大阪市では、平成 26 年度に、大阪市エリアマネジメント活動促進制度（「大阪版 BID 制度」）を創設し、まちづくり資金を大阪市が徴収し、エリアマネジメント団体に交付する仕組みを制度化した。

これは、複数の制度を活用したもので、都市計画法の地区計画制度、都市再生特別措置法の都市再生整備計画制度、都市再生推進法人制度及び都市利便増進協定制、地方自治法の分担金制度をパッケージ的に適用したものである。まず、地区計画及び都市再生整備計画において対象エリアを定めた上で、当該エリア内においてエリアマネジメント団体に認定された都市再生推進法人と地権者が都市利便増進協定を締結し、市が地権者から分担金を徴収した上で、都市再生推進法人に補助金として交付するスキームである。

大阪市の取組みは、民間のエリアマネジメント活動に公的な位置付けを付与するとともに、地方自治法の分担金制度を活用し活動財源の一部を公的に確保した点で、参考とすべき取組みである。

②横浜市

横浜市では、みなとみらい 21 地区等において、ハードとソフトが一体となったエリアマネジメントの取組みを推進してきたが、このような取組みを一層推進しようと、平成 28 年度より、エリアマネジメントを実施する団体と横浜市が、協議の上で「エリアマネジメント計画」の策定を行い、両者で協定を締結する仕組みを制度化した。

適用対象となるエリアマネジメントは、地区計画若しくは都市計画提案に基づいて実施するエリアマネジメント、又は地区施設、公開空地等の利活用を行うエリアマネジメントで、協定の締結後にエリアマネジメント計画は公表され、当該計画に基づきエリアマネジメント団体が活動を行う。

横浜市の取組みは、行政とエリアマネジメント団体との調整手続きを制度化するとともに、エリアマネジメント活動に公的な位置付けを付与する点で、参考とすべき取組みである。

③北海道倶知安町

倶知安町のニセコひらふ地区は、オーストラリアからのスキー旅行者の増加をきっかけに、世界各国から旅行者が来訪する国際マウンテンリゾートとして発展してきた。その一方で、海外からの不動産投資が活発化し、不動産所有者の約 8 割が不在の外国人となったことに伴い、町内会など日本人社会の人間関係に依存した従来の地域運営が限界を迎えた結果、地域住民や観光客に対して快適で質の

高い環境の提供を維持するため、持続可能な地域運営の仕組みと財源の必要性が認識された。

このため、平成 23 年度から研究会（その後、検討委員会へ移行）を立ち上げ、エリアマネジメント活動の事業内容、活動主体、活動財源の徴収方法等について検討を進めている。

Ⅲ 事業収益の増加、資金提供の促進

(1) 広告による事業収益の増加

エリアマネジメント広告とは、エリアマネジメント団体が、道路、広場等の公共施設や公共空間、私有地における屋外広告などのスペースを企業等に販売することによって、エリアマネジメント活動に係る自主財源を確保する取組みである。エリアマネジメント広告は、財源確保の取組みではあるが、一方で、欧米のまちなかの広告物のように、まちの広告物は適切な景観誘導を行えば地域の魅力や価値の向上に繋がる。我が国では、これまで広告物は一般的に景観阻害要因とも考えられてきたが、まちの賑わいの創出の重要な要素として捉え直し、自主的ルール策定を通じ、景観誘導を行うことで、地域価値の向上を図っていく必要がある。

例えば、札幌市の札幌駅前通まちづくり株式会社では、地下歩行空間の壁面を活用した長大なエリアマネジメント広告を行っている。この壁面広告は、地下歩行空間の壁の一部を、市道部分は目的外使用として札幌市から借用し、国道部分は国と協定を締結することで、広告の掲出を可能としたものである。また、広告のデザインについては、同社に設置された広告物デザイン審査委員会が事前にチェックを行うことで、景観を阻害せず、まちの賑わいに寄与する広告物の掲出を推進している。このような仕組みは、会社設立検討時から収益事業の一つとして考え出されたもので、現在も同社の収入の大きな柱となっている。

また、大阪市の一般社団法人グランフロント大阪 TMO では、屋外広告物、広場の広告等のスペースメディア、デジタルサイネージなどの街メディアを積極的に活用することで、良好な都市景観形成と自主財源の創出を図っている。このエリアでは、都市再生特別措置法の特例制度によって道路空間に屋外広告物の設置を認めるとともに、大阪市の屋外広告物条例の改正、景観に関する自主ルールの策定、審査体制の構築などを通じ、同 TMO による自律的な景観誘導を可能としている。

このような取組みも参考に、エリアマネジメント広告の実施、まちのメディア化によって得られた事業収益により、自主財源を確保する仕組みを推進する必要がある。

(2) 公共空間等の利活用による事業収益の増加

財源確保の手段として、道路、広場といった公共空間、公共施設において、オープンカフェやイベントなど利潤が上がる事業を実施し、事業収益を充実させる取組みがある。エリアマネジメント広告と同様に、単なる財源確保にとどまらず、賑わいのある公共空間の形成、商業空間として魅力向上などの目的で事業が実施

されている。

例えば、札幌駅前通の道路下にある地下通路（「チ・カ・ホ」）や地上部の札幌市北3条広場（「アカプラ」）を利用したイベントの開催、札幌大通地区の歩道でのオープンカフェ（「大通すわろうテラス」）の設置などである。また、東京都では、公開空地等の活用を通じ地域の賑わいを創出する活動を行うまちづくり団体の登録制度（「東京のしゃれた街並みづくり推進条例」における「まちづくり団体の登録制度」）、横浜市では、公共施設の指定管理者について、地域の住民グループ等について一定の場合には公募なしで指定管理者に指定する仕組み（「横浜市指定管理者制度運用ガイドライン」）がある。海外では、例えば、ニューヨークのブライアントパークのBID団体は、ニューヨーク市との間で公園の管理協定を締結し、まちの賑わい創出を図るため、冬季のスケートリンクやアート等のイベントを数多く開催し、園内のレストラン、売店などから利用料収入を得て、これらの事業収益によって活動資金の大部分を賄っている。

このような取組みも参考に、公共施設や民有地も含む公共空間の積極的な利活用により、まちの賑わいを創出しつつ、イベントの収入や物販・飲食等を行う民間事業者からの利用料収入等によって財源を確保する仕組みを推進する必要がある。

（３）出資、寄附等の資金提供の促進

エリアマネジメント団体への資金提供を促す仕組みとしては、会社形態のエリアマネジメント団体への出資について、一般財団法人民間都市開発推進機構の住民参加型まちづくりファンド（まちづくりファンドを通じたエリアマネジメント団体への出資）があるほか、一般社団法人形態の団体については公益法人認定、NPO 法人形態の団体については特定非営利活動促進法の認定を取得することで、外部からの寄附金等の税制優遇、みなし寄附金（収益事業から非収益事業への支出の一部を非課税とする制度）等の優遇措置を受けることが可能である。

これらの支援措置を積極的に活用するとともに、開発事業者によるエリアマネジメント活動への支援の促進や新たなインセンティブ措置の検討により、エリアマネジメント団体への出資、寄附等の資金提供を促進していく必要がある。

Ⅳ エリアマネジメントの推進方策

(1) 基本的な考え方

既に見てきたように、我が国のエリアマネジメントの課題の一つとして、安定的な財源の確保が挙げられる。また、エリアマネジメント活動に対する住民や事業者等の理解がなかなか浸透しない、認知度が低いといった問題、さらには、活動を支える専門的な人材の不足といった課題にも直面している。

このため、海外の BID 制度や国内の取組み事例を参考に検討を進めてきたが、エリアマネジメント活動の内容は多岐にわたり、エリア特性により様々である。また、民主導のまちづくりという活動の性質も踏まえれば、行政がその活動を一定の枠に入れ、規制するという手法は適切ではない。そのため、まずはエリア内における関係者間の合意をベースとして、エリアマネジメント活動を進めていく必要があるが、一方で、公共性の高い活動については行政も一定の関与を行い、その活動を積極的に支援していく必要がある。

このような認識を踏まえ、以下(2)に掲げるとおり、エリアマネジメントの推進方策について中間的な整理を行った。

今後、地方公共団体、関係者から意見聴取等を行い、引き続き、関係府省の連携のもと、方策の具体化に向けた検討を深め、必要であれば法改正等も視野に入れる。

また、観光地域における自主財源の確保の課題については、海外の TID の取組みも参考にしながら、宿泊税や着地型観光など地域が行う観光財源の充実に向けた取組みについて検討を進める。

(2) 個別施策

施策①：定量的な目標の設定(KPI)及び効果の「見える化」の推進

- ・ 海外の BID の KPI (重要業績評価指標) の設定状況の調査、国内外の優良事例の紹介等を通じ、エリアマネジメント活動における定量的な目標及び効果の「見える化」を推進する。

施策②：関係者の合意形成の促進、合意の継続性の確保

- ・ ハードとともにプロモーション等のソフトの取組みについて、関係者が協定等により内容、費用負担等について合意し、合意形成後に関係者が変動した場合も合意の継続性を確保しつつ、合意に基づき費用を負担する等の仕組みについて検討する。

施策③：公共性、公益性が高い活動に対する公的関与、費用徴収

- ・ 公共性、公益性が高いエリアマネジメント活動について、行政の認定、行政計画への記載等公的な位置付けを付与し、それを支援する仕組みについて検討する。
- ・ 地方自治法の分担金制度については、同法の趣旨に合致するものであれば地方公共団体の判断により、ソフトの取組みも含めエリアマネジメントに要する費用を分担金として徴収することが可能であることを明確化する。

施策④：公共空間等の利活用による財源の確保

- ・ 公共空間、公共施設等の利活用により、広告収入、賃料・利用料収入、イベント収入等の増加を図るため、公共空間等の利活用に係る特例制度の活用を図るとともに、利用料の減免等のエリアマネジメント団体の負担軽減方策について検討する。

施策⑤：エリアマネジメント団体への資金提供の促進

- ・ 一般財団法人民間都市開発推進機構による出資制度等の活用、社団法人についての公益認定制度、NPO 法人についての認定制度等の活用、公共貢献の一環として開発事業者によるエリアマネジメント活動への資金提供等を含めた支援の推進を図るとともに、新たなインセンティブ措置を含めエリアマネジメント団体への資金提供を促進する方策について検討する。

施策⑥：地方創生カレッジ等による専門的な人材の育成・確保

- ・ 地方創生カレッジ等を活用するとともに、エリアマネジメント団体相互の知識・ノウハウの共有等を促進し、エリアマネジメント活動を担う専門的な人材の育成・確保を図る。

施策⑦：地方創生推進交付金等による先駆的な取組みへの支援

- ・ 協定制度、信託方式等の新たな手法を用いた先駆的なエリアマネジメントについて、地方創生推進交付金等を活用し、その立ち上げ、初期段階等の支援を行う。

施策⑧：官民の協議会の設置等による官民連携の推進

- ・ エリアマネジメント団体も参加する官民の協議会の設置、地方公共団体内のエリアマネジメントに関する総合的な窓口の設置等により、エリアマネジメント分野における官民連携を推進する。

(参考資料)

日本版 BID を含むエリアマネジメントの推進方策検討会について

<検討会の目的>

地域における良好な環境の形成、地域の価値の維持・向上、地域の稼ぐ力を高めるための官民連携したエリアマネジメント活動等について、その役割や課題を整理するとともに、BID (Business Improvement District) や TID (Tourism Improvement District) を含む海外の先進事例や国内の取組事例から示唆を得つつ、我が国におけるエリアマネジメントの推進方策について検討を行う。

<検討体制>

構 成 員：伊藤内閣府大臣補佐官、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

参加省庁：総務省、経済産業省、国土交通省

事 務 局：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

<検討経過>

第 1 回検討会 4 月 25 日 (月)

(有識者からの意見聴取)

- ①小林 重敬 横浜国立大学名誉教授
(エリアマネジメントを巡る現状と課題について)
- ②青山 公三 龍谷大学政策学研究科教授
京都府立大学京都政策研究センター長
(米国の BID 制度と大阪版 BID 制度について)

(意見交換)

第 2 回 5 月 13 日 (金)

(地方公共団体及び有識者からの意見聴取)

- ①寺本 譲 大阪市都市計画局開発調整部長
(大阪市エリアマネジメント推進条例等について)
- ②御手洗 潤 京都大学経営管理大学院特定教授
(エリアマネジメントの関連制度と課題について)

(意見交換)

第3回 5月23日（月）

（地方公共団体及び有識者からの意見聴取）

- ①坂井 文 東京都市大学都市生活学部教授
（札幌、英国のエリアマネジメントについて）

- ②田中 義人 倶知安町議会議員
（ニセコひらふエリアマネジメントについて）

（意見交換）

第4回 6月13日（月）

（有識者からの意見聴取）

- ①柏木 宏 大阪市立大学大学院創造都市研究科教授
（海外のTID制度について）

（意見交換）

国内のエリアマネジメントの取組事例

事例1: 大阪市うめきた先行開発地区

都市再生推進法人である一般社団法人グランフロント大阪TMOが、施設の点検や清掃・巡回、街並み景観ガイドラインの運用、公共空間を活用した収益事業、エリア巡回バス・レンタサイクルの運営、イベント・プロモーションなどにより、エリア全体の価値の向上とまちブランドの構築を推進。



(画像) 一般社団法人グランフロント大阪TMO



施設の点検



エリア巡回バス

事例2: 札幌駅前通地区

札幌駅前通まちづくり株式会社が、札幌駅前地下広場空間や北3条広場の指定管理者として、その運営管理やイベントコーディネート等を行い、札幌の目抜き通りにふさわしい、継続的かつ恒常的な地域のにぎわい創出や、地域価値の向上を推進。



物販イベント

(出典) 国土交通省資料、第3回検討会坂井教授資料をもとに作成

英米のBIDの活動事例

事例1: 米国NYブライアントパーク (公共空間の魅力化)

マンハッタンのミッドタウンにあるブライアントパークは、かつては治安が悪く、犯罪の温床となっていた公園だったが、1980年に周辺の不動産所有者がBIDを立ち上げ、質の高い公共空間の創出・管理と、魅力的なイベントを年間を通じ開催。これにより、まちの賑わい拠点の形成、周辺の不動産価値を向上を実現。



質の高い公共空間の創出により
まちの賑わい拠点を形成



年間800件ものイベントを開催



イベント料金、レストラン
賃料、寄付等の自主財
源を大幅に増加

事例2: 英国プリマス市 (地方都市の活性化)

英国南西部のプリマス市（人口約25万人）では、2つのBID組織（プリマス・ウォーターフロントBID、プリマス・シティセンターBID）が、観光協会や自治体と共通の目標（①来街者の増加、②来街者の消費額増加、③新規雇用創出）を設定し、魅力向上やテナントミックスによるまちなかの再生と、国内外へのプロモーションによる観光客の呼び込みを一体的に推進。



冬季に来街者を呼び込むための
まちなかのスケートリンク



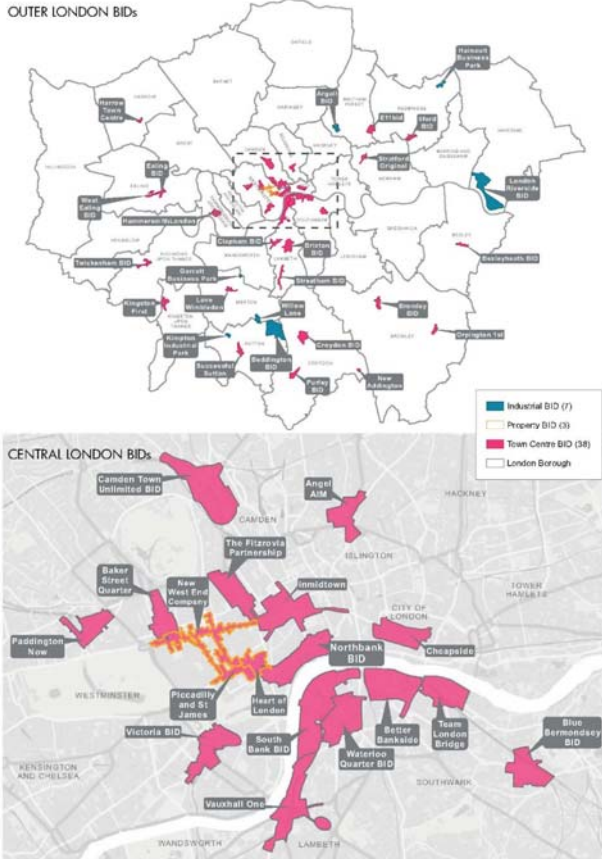
街歩きを楽しめるよう、
大きな案内板を各所に設置

まちなかの若者の居
住人口増加

ドイツ、オランダ、フラン
スをはじめ外国人観光
客が約50%増加（2014
年/2012年比）

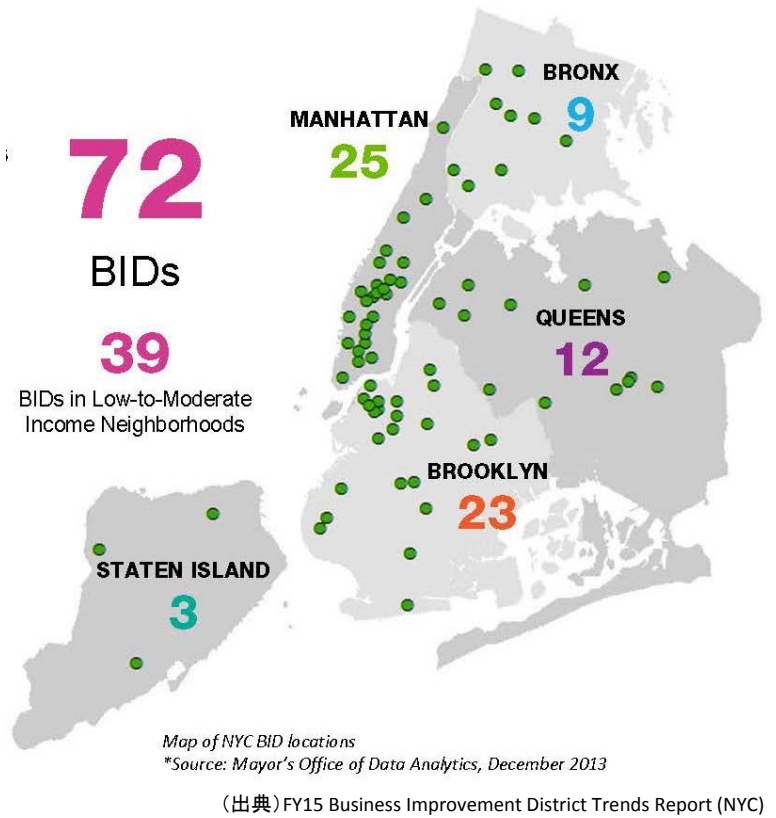
英米で普及するBID

ロンドン市内のBID: 48(2015年末)



(出典) GLA (2016) Business Improvement Districts: The role of BIDs in London's regeneration

ニューヨーク市内のBID



Map of NYC BID locations

*Source: Mayor's Office of Data Analytics, December 2013

(出典) FY15 Business Improvement District Trends Report (NYC)

BID(Business Improvement District)制度の一般的定義

国や州（連邦制の国の場合）の法律に基づくもの。国や州により制度に違いがあるが、最大公約数的には次の定義が判り易い。

「BIDとは、①**地理的に区画**され多くの場合インナーシティに位置する地区で、不動産所有者や事業者から②**徴収される負担金**により、その地区の③**維持管理、開発、プロモーション**を行うもの。BIDが提供するサービスは、④**通り、歩道、公園やオープンスペースの維持管理、治安の改善、マーケティング、施設改善、その他の開発**である。これらのサービスは、⑤**行政が提供しているサービスに対する付加的なもの**である。」

大阪版BID制度検討会資料より

※出所) Frank FRIESECKE - 06年3月の5th FIG Regional Conference (ガーナ/アクラで開催) で発表した論文の冒頭部「BIDの定義」の文章より

【ニューヨーク市のBID設置の手続】

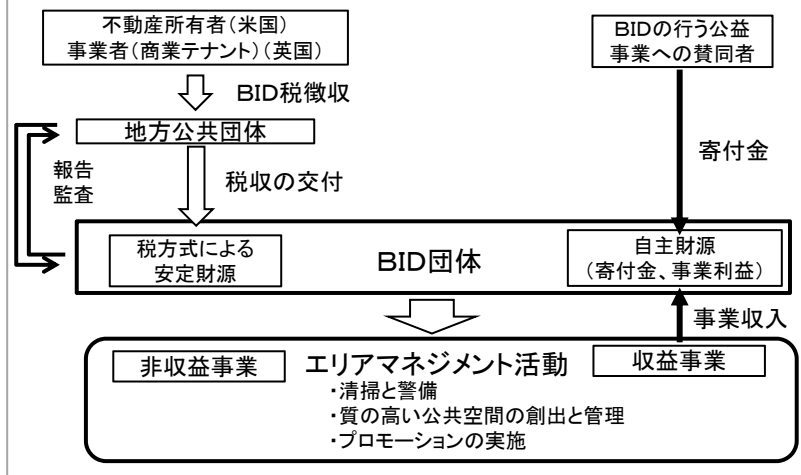
- BIDの発起人である地区の代表者が事業計画を作成する。同計画では不動産所有者の分担額、提供するサービスを明示する。
- 不動産所有者の2分の1以上の賛成を得て、NY市に申請する。
- 5年程度の期限付で、BID設置の条例が制定される。
- NY市が、資産税(property tax)にBID評価税(assessment tax)を上乗せした形で不動産所有者から徴収する。
- 市が徴収した上乗せ評価税は、BIDの運営組織に還元され、清掃、防犯、マーケティング、イベントなどの活動財源となる。

【イングランドのBID設置の手続】

- BIDの提案者(エリア内の事業者、地権者等)がBID提案書を作成する。同提案書にはBIDの対象エリア、納税義務者、納税額、BID組織が提供するサービス内容等を明示する。
- サービス内容について、地方公共団体との間で基本協定を締結する。
- 地方公共団体から投票実施について認可を得る。
- 納税義務者の投票総数の過半数以上、不動産評価額で過半数以上の賛成票によって、BID設置が決定する(BIDの期限は5年間)。
- 地方公共団体が、事業税(Business Rates)と同様の方法でテナント(事業者)からBID特別税(BID Levy)を徴収し、BIDの運営組織に活動資金として還元される。

海外のBID制度の事業スキーム

大阪版BID制度検討会資料をもとに作成

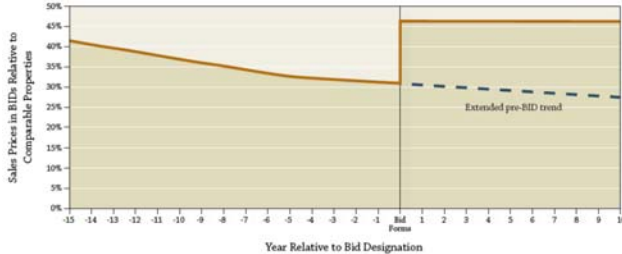


海外のBIDの目標(KPI)設定例

米国

①BIDの効果（例：ニューヨーク）

- ニューヨーク大学が行った44のBID地区の調査によると、BID地区とBIDを採用していない地区を比較すると、BIDを採用することで地区の資産価値が概ね15ポイント増加し、その後も資産価値が維持という効果を試算。



②BIDの主な目標:

- ニューヨークのBIDのKPIは、大きく分類すると、次の7つに分かれる。

①清掃	⑤不動産
②治安	⑥マーケティング
③まちなみ・景観	⑦雇用・売上等の経済面
④賑わい創出	

Department for Communities and Local Government (2007) の資料より作成

英国

①BIDの目標（例：プリマス市）

- 英国南西部のプリマス市(人口約30万人)では、市内の2つのBID(中心市街地とウォーターフロント)が、地方自治体と観光協会と連携し、①来街者の増加、②新規雇用創出、③来街者の消費増加という、共通目標を設定。

Shared Goals - by 2020



②BIDの主な設定指標:

- 英国の26のBIDを調査した結果によれば、KPIの設定指標で多いのは、上位より次のとおり(上位5つ)。

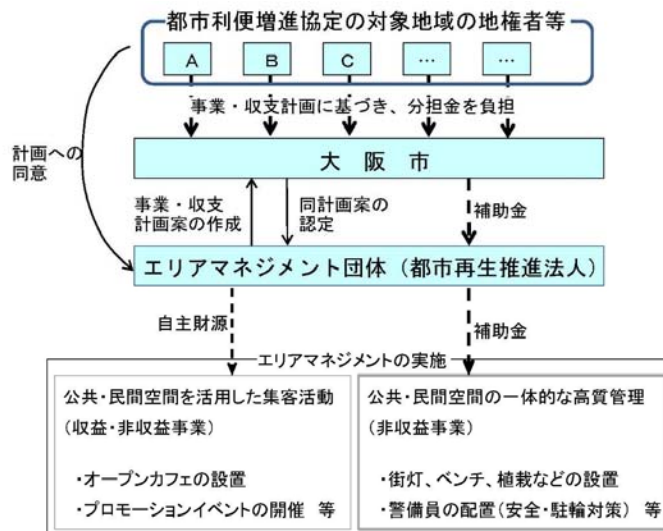
①来街者数	17
②犯罪件数	14
③企業の売上高・小売販売額	14
④空き店舗率・占有者の入れ替わり率	11
⑤駐車場の利用	7

Department for Communities and Local Government (2007) の資料より作成

大阪版BID制度の概要

◆平成26年3月「大阪市エリアマネジメント活動促進制度」を制定

制度の要素項目		大阪市エリアマネジメント活動促進条例（既存制度をパッケージ化）
BID団体の公共的位置付け		都市再生特別措置法で定める「都市再生推進法人」制度を活用
活動財源の確保	BID団体の税優遇	BID団体は、一般社団法人からスタート
	BID財源の徴収・交付	都市再生特別措置法で定める「都市利便増進協定」制度の活用を前提とし、財源の徴収は地方自治法で定める「分担金制度」をパッケージ的に活用。交付は補助金として行う。
公共的空間の活用	公物管理	施設の維持管理を団体が行うことを条件に占有許可や占有料について柔軟に対応する。
	公共空間等の活用	公開空地等の活用を都市利便増進協定に位置づけることを可能とする前提のもと、その活用に係る規制緩和を別途定める。（検討中）



エリアの付加価値向上、ブランド化

(出典)第2回検討会 大阪市資料

都市利便増進協定の概要

(出典)国土交通省資料をもとに作成

- 都市再生整備計画の区域において、まちのにぎわいや憩いの場を創出する広場等について、居住環境の向上にも資するよう、地域住民が自主的な管理のための協定を締結。オープンカフェやフリーマーケット等のイベントを開催。
- まちづくり団体も参加し、ノウハウを提供。国・自治体が必要なサポートを実施。

- ⇒ **地域の実情・ニーズに応じたルールによるまちづくりが実現。**
- ・ 地域住民等のまちづくり参画の促進、それを通じた満足度の向上。
 - ・ 公共公益施設の管理を民が行うことで、公共側の財政負担の軽減も期待。

【対象地域のイメージ】



【都市利便増進協定】

①協定締結者

- 地域住民
- 都市再生推進法人（市町村長が指定したまちづくり会社、特定非営利活動法人、一般社団・財団法人）

②協定により定める事項(例)

- まちづくり会社が広場を管理・運営。その際、イベントの開催等、賑わいを創出する取組も併せて推進。
- まちづくり会社が広告板を設置し、その管理を行うとともに、広告収入をまちづくり活動に充当。
- ベンチ、緑地などの清掃・補修等を地域住民が自ら実施。

等

まちの賑わいや
憩いの場を提供
する施設

市町村長による認定

国や地方公共団体による援助（情報提供、助言等）

都市再生推進法人の概要

(出典)国土交通省資料をもとに作成

- 都市再生推進法人とは、都市再生特別措置法に基づき、都市再生整備計画の区域内におけるまちづくりを担う法人として、市町村が指定するもの。

都市再生推進法人のメリット

- まちづくりの担い手として、公的位置付けを付与
- 市町村に対する都市再生整備計画の提案が可能
- 都市利便増進協定を締結することが可能

※都市利便増進協定

土地所有者等とともに締結する、オープンカフェ、広告塔などの施設の日常管理・運営に関する協定

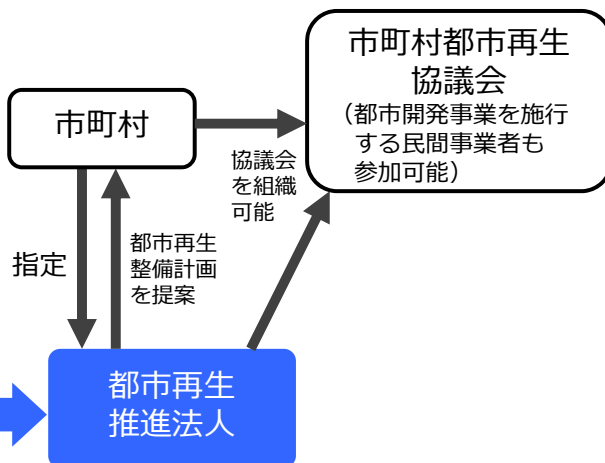
実施する事業イメージ

- ・ オープンカフェ
- ・ 自転車共同利用事業
- ・ 広告塔等の整備管理
- ・ まちなか美化清掃活動
- ・ 歩行者天国等でのイベント開催



【オープンカフェ】

まちづくり団体
(社団・財団法人、
NPO法人、
まちづくり会社)



地方自治法・都市計画法における分担金制度等

○地方自治法（昭和22年法律第67号）（抄）

（分担金）

第224条 普通地方公共団体は、政令で定める場合を除くほか、数人又は普通地方公共団体の一部に対し利益のある事件に関し、その必要な費用に充てるため、当該事件により特に利益を受ける者から、その受益の限度において、分担金を徴収することができる。

【事例】公共下水道に係る受益者分担金（和歌山市公共下水道事業分担金条例）

- 公共下水道の費用負担区域外から、公共下水道に下水を流入させようとする土地所有者等より、事業費の一部に充てるため受益者分担金を徴収している。

○都市計画法（昭和43年法律第100号）（抄）

（受益者負担金）

第75条 国、都道府県又は市町村は、都市計画事業によつて著しく利益を受ける者があるときは、その利益を受ける限度において、当該事業に要する費用の一部を当該利益を受ける者に負担させることができる。

2～7 （略）

うめきた先行開発地区における分担金対象事業

【巡回バス・イベント等】

A 自主財源で行う事業

・巡回バス等

うめくるバス～梅田地区を約30分で巡回



運行時間/10:00～21:00
運行間隔/10分～12分
運賃/100円（小児50円）
1日乗車券/200円（同100円）
コンバスシステムでロケーション情報をリアルタイム配信

うめくるチャリ～30台のレンタサイクル



設置場所/うめきた広場
利用時間/貸出8:00～20:00
返却24時間可能
料金/最初の1時間100円
以降1時間毎100円
カード決済可能
台数/30台
（うち15台は電動アシスト）

・イベント等

ミュージックバスカー



ピアガーデン



3Dプロジェクションマッピング



大阪クラシック



【都市利便増進施設※の管理】

B 自主財源で行う事業

・オープンカフェ・広告の管理

オープンカフェ



パナール広告



C 分担金で行う事業

・歩道空間の管理

施設の点検



清掃



放置自転車対策



巡回



（写真提供）グランフロント大阪TMO

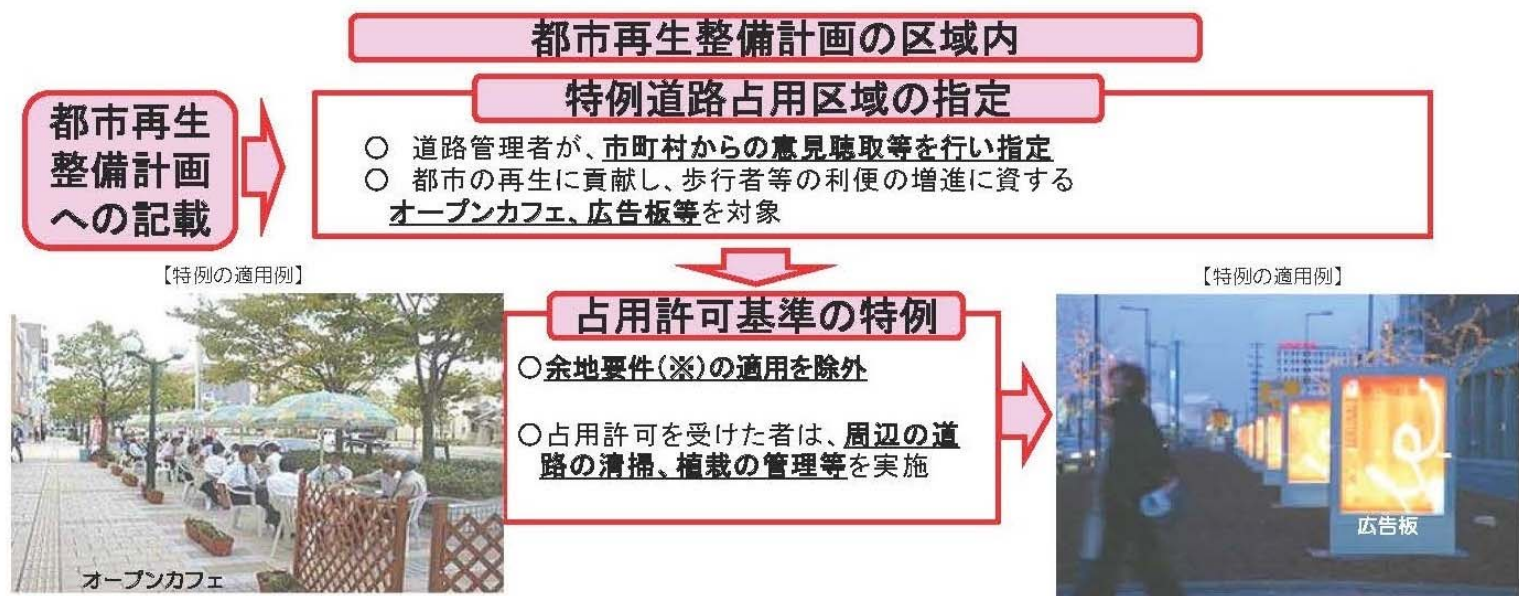
※協定に位置付けられた都市利便増進施設にかかる道路占用料について免除

各種協定制度の比較

	都市利便増進協定	建築協定	景観協定	緑地協定
根拠法	都市再生特別措置法	建築基準法	景観法	都市緑地法
エリア	都市再生整備計画区域	条例で定める区域内	景観計画区域内	都市計画区域等
締結主体	土地所有者等 又は 都市再生推進法人	土地所有者等	土地所有者等	土地所有者等
締結要件	土地所有者等の相当部分の参加	全員の合意	全員の合意	全員の合意
対象	都市利便増進施設 (広場、街灯、並木等)	建築物	建築物、工作物、土地 (緑地)	土地(緑地)
協定事項	・施設の種類、位置 ・整備又は管理の方法 ・費用負担方法 ・変更廃止手続 ・協定有効期間	・建築協定区域、 ・建築物に関する基準等 ・協定有効期間 ・違反の場合の措置	・景観協定区域 ・建築物、屋外広告物等の基準等 ・協定有効期間 ・違反した場合の措置	・協定区域 ・保全又は緑化の方法 ・協定有効期間 ・違反した場合の措置
承継効	なし	あり	あり	あり

公共空間の利活用・公共施設の管理運営

公共施設の占用許可の特例



※ 占用許可基準の1つ。道路の敷地外に余地がないためにやむをえない占用であること

出典:国土交通省資料4

屋外広告物条例におけるエリアマネジメント広告に対する特例(大阪市の例)

2013年12月 条例改正

大阪市屋外広告物条例第7条の3

地方公共団体、...地縁による団体、商店街振興組合法...に規定する組合、...特定非営利活動法人等が、その行う地域における公共的な取組(市規則で定めるものに限る。)に要する費用の一部に充てるため、広告主との契約に基づき表示し、又は設置する広告物又は掲出物件については、第4条の規定(=禁止区域の規定)は適用しない。



(写真提供) グランフロント大阪TMO

(出典) 第2回検討会 御手洗特定教授資料をもとに作成

エリアマネジメント団体に関する法人形態と税

	公益社団法人	認定NPO法人	NPO法人	非営利型の一般社団法人	一般社団法人	株式会社
①課税対象	収益事業(公益目的事業に該当するものは収益事業でも非課税)	収益事業	収益事業	収益事業	全所得	全所得
②寄附者への優遇	あり	あり	なし	なし	なし	なし
③みなし寄附金損金算入限度額	次のいずれか多い金額 ①所得金額の50% ②公益目的事業の実施に必要な額	次のいずれか多い金額 ①所得金額の50% ②年200万円	なし	なし	なし	なし

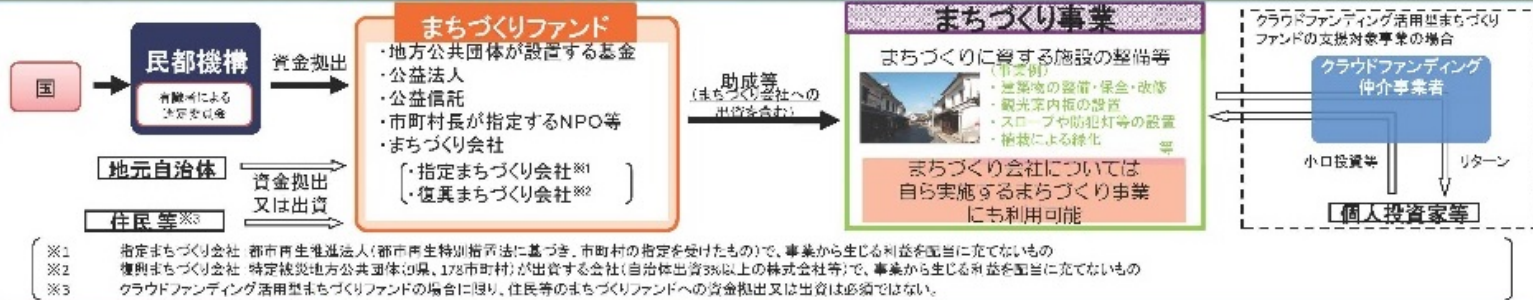
- ① NPO法人、非営利型・公益社団法人は、収益・非収益事業の会計分離の上で、非収益事業は非課税(収益事業は原則課税)
- ② 法人へ寄付を行った場合の寄付者への税優遇(寄付金控除・損金算入)
- ③ 当該法人の収益事業から非収益事業に投入される利益の損金算入(みなし寄付金という)

(出典) 第2回検討会 御手洗特定教授資料

まちづくり会社に対する公的出資の例 住民参加型まちづくりファンド

国土交通省資料より

地域の資金を地縁等により調達し、景観形成・観光振興等のまちづくりへ誘導するため、住民参加型まちづくりファンドに対して、資金拠出による支援を行う制度。



制度利用のための主要要件

<対象区域>

・全国

<支援限度額>

・次の①～③のうち、最も少ない額※

① 2,000万円(必要と認められる場合には5,000万円)

② 地方公共団体の拠出金額

③ 総資産額(民都機構による支援後)の1/3

※ クラウドファンディング活用型まちづくりファンドの場合には、①：億円、②：地方公共団体の拠出金額のいずれか少ない額(最大、総資産額の1/2)

<まちづくりファンドの助成等の対象>

・公共施設設備整備、修繕施設整備等、民間による都市開発事業(ハード事業)

※ クラウドファンディング活用型まちづくりファンドの場合に限り、仲介事業者へのクラウドファンディング実施支援のための委託や仕器等の購入等のハード事業と一体として行われるソフト事業についても支援可能。

具体例

まちづくりファンド：京町家まちづくりクラウドファンディング活用型基金(平成27年度)

○まちづくりファンドが支援した事業の一例

京都の歴史・文化の象徴である京町家をクラウドファンディングを活用し再生

京都市内にある約4,300軒の京町家の減少を食い止め、保全・再生・活用(カフェやシェアハウスにリノベーション等)を推進することにより、京都固有のくらしの文化、空間の文化、まちづくりの文化の継承、発展とまちなみ景観の保全及び創造、さらには地域経済の活性化を図る。



実績

2005年度～2015年度

支援件数 133件

支援総額 37億円

(出典)第2回検討会 御手洗特定教授資料