



地域再生
エリアマネジメント
負担金制度
ガイドライン

2020 年 3 月
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

地域再生エリアマネジメント負担金制度 ガイドライン

目次

はじめに ～本ガイドラインの目的と対象・構成～	1
第1部 地域再生とまちづくり	2
第1章 エリアマネジメントの概要	2
1. エリアマネジメントの背景・定義及び活動内容	2
2. 地域再生とエリアマネジメントの促進	6
第2章 海外における取組事例	11
1. 海外における BID 制度	11
2. BID 制度における合意形成	13
第2部 地域再生エリアマネジメント負担金制度の活用方法	14
第1章 地域再生エリアマネジメント負担金制度について	14
1. 地域再生エリアマネジメント負担金制度の概要	14
2. 地域再生エリアマネジメント負担金制度の骨格	15
第2章 制度活用のポイントと進め方	22
1. 制度の活用にあたってのポイント	22
2. 制度の活用に関係する主体とその役割	24
3. 制度活用のプロセス及び手続	25
第3章 制度活用に必要な計画の内容	33
1. 市町村で作成する計画	33
2. エリアマネジメント団体で作成する計画	34
3. 負担金条例	40
第4章 制度活用において想定される法的論点	45
第3部 エリアマネジメントの効果及び受益の把握・算定方法	49
第1章 経済効果の考え方	49
1. 本制度において捉える経済効果の考え方	49
2. エリアマネジメント活動と経済効果の関係性	51
第2章 受益と負担の把握・算定方法	64
1. 受益の把握・算定方法	64
2. エリアと受益事業者の特定の仕方	72
3. 負担の考え方	73
第3章 データの把握とレポーティング	78
1. データ収集方法について	78
2. 活動報告書について	83

はじめに ～本ガイドラインの目的と対象・構成～

0

本ガイドラインの目的と対象・構成

本ガイドラインは、地域再生エリアマネジメント負担金制度の活用にあたって参考となる考え方を整理したものです。

☐ガイドラインの目的

- ・ 地域再生エリアマネジメント負担金制度の理解の促進
- ・ 地域再生エリアマネジメント負担金制度の活用に向けて必要な手続等の解説

☐ガイドラインの対象者

- ・ 市町村（特別区を含む※）のまちづくり担当部局の職員の方々
- ・ エリアマネジメント団体の方々

※以下、本ガイドラインにおいては、特段の断りの無い限り、「市町村」に特別区を含みます。

☐ガイドラインの構成

- ・ 第1部では、エリアマネジメントの意義・必要性、本制度の創設の背景を解説し、本制度の活用に取り組むにあたっての基本的な理解を深めることを目指しています。
- ・ 第2部では、制度の骨格と市町村及びエリアマネジメント団体の役割、諸手続・プロセスを解説し、本制度の活用に向けて必要な理解を深めることを目指しています。
- ・ 第3部では、特に、エリアマネジメント活動による経済効果（利益）の把握・算定の方法について解説し、合意形成や計画作成に資することを目指しています。

第1部：地域再生とまちづくり

- ・ 地域再生の課題とエリアマネジメントの必要性及びその概念について

↓ ベースとなる考え方

第2部：地域再生エリア マネジメント負担金制度の活用方法

- ・ 制度の骨格と各主体の役割、活用にあたってのプロセスの解説

利益の
捉え方

第3部：受益と負担の 把握・算定方法

- ・ 活動による経済効果の把握・算定についての解説

第1部 地域再生とまちづくり

～地域の価値を高める仕組みとしてのエリアマネジメント～

第1章 エリアマネジメントの概要

1

エリアマネジメントの背景・定義及び活動内容

全国各地で、幅広い多様な主体により、地域の価値を高める様々な活動が行われています。そうしたまちづくり活動としての「エリアマネジメント」について解説します。

□エリアマネジメントの背景・定義

我が国の都市が成熟期を迎える中、今後は、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ります。「つくる」まちづくりの段階では、開発をコントロールする公的規制（ハード・ロー）が中心となりますが、「育てる」まちづくりでは、エリア内の関係者が課題認識を共有し、合意の下につくる自主的規制、地域ルールなどの民間発意のソフト・ローが必要となります。

こうした背景から、まちづくりは、従来は行政が主体となった都市計画や公共施設整備が中心に展開されてきましたが、近年、市民・企業・NPOなどが担い手となって、地域の価値の向上に取り組む「エリアマネジメント」が活発になってきています。

「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。

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

□エリアマネジメントの活動内容

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次項のとおりです。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活動例：【地方創生まちづくり ―エリアマネジメント― より】

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の活動内容

実施している
団体の割合

※「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。

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ー
[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)



▲SAPPORO Flower Carpet 2018
[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。



▲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、名古屋地区街づくり協議会が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)

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。

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「川の宴」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、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。



▲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
(大丸有の魅力歩いて体感することを目的に、大丸有エリアマネジメント協会が事前受付・アレンジによりガイドツアーを実施)

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。



▲まちフェス「まちなかDAYキャンプ」

[福井県福井市] ※10
(駅前電車通りの車道でBBQやテントでのお昼寝などアウトドアを体験。来場手段として路面電車を運行し、BBQの食材は近くのデバ地下でセット商品を販売)



▲エリアマネジメント広告

[愛知県名古屋市] ※4
(街路灯パナール、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] ※11
(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] ※12
(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 撮影：Doppietta photo 提供：サッポロフラワーカーペット実行委員会 ※3 博多まちづくり推進協議会 ※4 名古屋地区街づくり協議会 ※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 まちづくり福井株式会社 ※11 豊田まちづくり株式会社 ※12 一般社団法人TCOM

☑ エリアマネジメントの要素

エリアマネジメントの基本的な考え方、活動のポイントは以下のとおりです。

① 地域の関係者が主体的に取り組む活動である

- ・ エリアマネジメントは、前項で記したとおり、「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」と位置付けられています。
- ・ つまり、地域にいる人々が責任を持って、その地域のことを考え、地域に必要な取組を実践していくという、考えることと実践することの両面を担うことが特徴です。単に協議するための組織とは異なり、実践も伴うことが重要になります。

② 「絆と信頼」がベースとなる

- ・ エリアマネジメント活動は、上記のように地域に関わる様々な主体が参画し、共に考え実践する活動です。
- ・ その際、最も重要となるのが「絆と信頼」です。共に活動していくためには、お互いの信頼関係を構築し、関係性を高めていくことが重要です。特に今回の地域再生エリアマネジメント負担金制度を活用していくには、まずは地域において「絆と信頼」を確立し、それに基づき様々な協議、検討、実践を進めていくことが重要になります。

③ 経済的価値のみならず様々な価値を創出する

- ・ 前項の活動内容の事例で示したとおり、エリアマネジメント活動は賑わいの創出などにより、経済的な価値を高めていくことに寄与するものと考えられますが、それ以外にも地域における良好な環境の維持や、まちのコミュニティづくり、地域活力の回復・増進、地域への愛着や満足度の高まりなど、様々な地域価値の創出、向上に貢献します。
- ・ 例えば、エリアマネジメント活動により、まちの中に様々な空間、サービスや交流が生まれます。それらは快適性の向上や安心感の醸成、まちに対する満足度の向上など、様々な効果を生み出し、まちの価値の向上を実現していきます。

2

地域再生とエリアマネジメントの促進

地域再生エリアマネジメント負担金制度は地域再生に向けて官民連携で取り組んでいくための新たな制度です。制度創設につながった地域再生に関する課題認識やその解決策の一つとしてのエリアマネジメントの必要性について解説します。

□エリアマネジメントにおける財源確保の課題

エリアマネジメント活動を行う団体の収入源としては、自治体からの補助金・委託金、会員等からの会費、イベントの開催等による自主財源などが挙げられます。

しかし、約3分の1のエリアマネジメント団体が、人材面の課題のほか、財源不足を課題として認識しており、特にエリアマネジメント活動に対する費用を負担しないにもかかわらず、活動による利益を得ている「フリーライダー」が大きな課題と考えられます。

エリアマネジメント活動を促進する上では、こうした課題に対応し、エリアマネジメント団体の活動の財源について、安定的な確保を図る必要があります。

【エリアマネジメント団体の主な収入源】

※複数回答

選択肢	割合
自治体からの補助金、委託金 等	56.1%
会員や地権者等からの会費その他の出損金	40.6%
団体の自主財源（イベントなど）	36.6%
寄付金	7.5%
その他	9.1%

【エリアマネジメント団体が直面している主な課題】

選択肢	割合
人材面の課題（エリマネを担う人材の不足等）	42.7%
財政面の課題（財源の不足、収入源の限定等）	33.5%
認知面の課題（地域への認識不足）	8.8%
制度面の課題（許認可手続き等の負担）	6.1%
その他	9.0%

※京都大学経営管理大学院・国土交通省都市局まちづくり推進課・和歌山大学経済学部のアンケート調査（2015年7月）による。調査対象は、都市再生整備計画を策定済みの市区町村のうち、都市再生推進法人がエリアマネジメントを実施している地区等を有する市区町村（計826市区町村、1524地区）。

□地域再生エリアマネジメント負担金制度の創設

こうした課題に対応するため、2018年に地域再生法が改正され、官民が連携してエリアマネジメント活動を促進することにより地域再生を実現する「地域再生エリアマネジメント負担金制度」が創設されました。

地域再生法（平成17年法律第24号。以下「法」といいます。）は、地方公共団体が行う自主的かつ自立的な取組による地域経済の活性化、地域における雇用機会の創出その他地域の活力の再生（地域再生）の取組を支援する法律です。

具体的には、地方公共団体が地域再生計画を作成し、内閣総理大臣の認定を受けることで、地方公共団体は当該計画に基づく支援措置を受けることが可能となります。また、民間事業者を含めた地域の関係者が地域再生計画の作成について提案できる制度や、地域の関係者が参画する地域再生協議会制度を設けるなど、官民連携による取組を推進する仕組みも講じられています。

人口減少やそれに伴う地域経済の縮小という課題に対応し、地域再生を実現していくためには、企業の経済活動や人々の生活の基盤となる「まち」の活力を維持・向上していくことが求められ、その際、行政だけでは限界があるため、いかに地域を構成する多様な関係者の力を引き出し、活躍してもらうかが重要です。

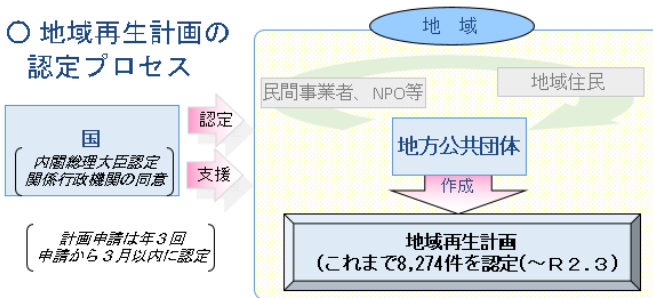
この点、エリアマネジメント活動は、来訪者や滞在者の増加による賑わいの創出等を通じて、地域における就業機会の創出や経済基盤の強化に寄与し、ひいては地域の価値の向上を実現するものであることから、今回、法に、エリアマネジメント活動を促進するための「地域再生エリアマネジメント負担金制度」を位置付けることとしたものです。

地域再生制度の概要

○ 地域再生法（平成17年法律第24号）

- 地方公共団体が作成する**地域再生計画**を内閣総理大臣が認定、認定計画に基づく措置を通じて、自主的・自立的な地域の活力の再生に関する取組を支援
- 地域再生の施策は、「**就業の機会の創出**」「**経済基盤の強化**」「**生活環境の整備**」が3本柱
- 地域再生法は、**各府省横断的・総合的な施策**を乗せる共通プラットフォームとして機能
- 計画認定には、地域再生基本方針（閣議決定）への適合を確認

○ 地域再生計画の認定プロセス



- 平成17年の法制定以降、**8度の法改正**（H19,20,24,26,27,28,30,R1）により、支援措置メニューを充実
- 特に、**平成26年からの地方創生の流れ**に呼応し、支援措置メニューの強化が加速
- 地方創生全体の方向性を定める「まち・ひと・しごと創生法」（平成26年法律第136号）と、個別地域における具体的な支援措置を提供する「地域再生法」の2法が両輪となって地方創生を推進

主な支援措置メニュー

- ① **地方創生推進交付金**（H28創設）（（償還は令和元年改正で創設）
- ② **地方創生整備推進交付金**（道・污水处理施設・港）（H17創設、H28改正）
- ③ **企業版ふるさと納税**（まち・ひと・しごと創生寄附活用事業）（H28創設）
- ④ **地域再生支援利子補給金**（H20創設）
- ⑤ **企業の地方拠点強化の促進**に係る課税の特例等（地方活力向上地域等特定業務施設整備事業）（H27創設、H30改正）
- ⑥ **地域再生エリアマネジメント負担金**（地域来訪者等利便増進活動計画）（H30創設）
- ⑦ **商店街活性化促進事業**（H30創設）
- ⑧ 「**小さな拠点**」の形成に係る手続・課税の特例（地域再生土地利用計画）（H27創設）（（小さな拠点税制））（H28創設、H30改正）
- ⑨ **生涯活躍のまち形成事業**（H28創設）
- ⑩ **地域住宅用地再生事業**（R1創設）
- ⑪ **既存住宅活用農村地域等移住促進事業**（R1創設）
- ⑫ **民間資金等活用公共施設等整備事業**（民間資金等活用事業推進機構（PF推進機構）の業務特例）（R1創設）
- ⑬ **補助対象施設の有効活用**（財産処分制限に係る承認手続の特例）（H17創設）等

地域再生エリアマネジメント負担金制度の創設

平成30年地域再生法改正関係
平成30年6月1日公布・施行

- ◆ 近年、民間が主体となって、賑わいの創出、公共空間の活用等を通じてエリアの価値を向上させるためのエリアマネジメント活動の取組が拡大。
- ◆ 他方、エリアマネジメント活動では、**安定的な活動財源の確保が課題**。特に、エリアマネジメント活動による利益を享受しつつも活動に要する費用を負担しないフリーライダーの問題を解決することが必要。
（民間団体による自主的な取組であるため、民間団体がフリーライダーから強制的に徴収を行うことは困難）
- ◆ このため、海外におけるB I Dの取組事例等を参考とし、**3分の2以上の事業者の同意を要件として、市町村が、エリアマネジメント団体**が実施する地域再生に資するエリアマネジメント活動に要する費用を、その受益の限度において活動区域内の受益者（事業者）から徴収し、これをエリアマネジメント団体に交付する官民連携の制度（**地域再生エリアマネジメント負担金制度**）を創設し、地域再生に資するエリアマネジメント活動の推進を図る。

※ B I D・・・Business Improvement District。米国・英国等において行われている、主に商業地域において地区内の事業者等が組織や資金調達等について定め、地区の発展を目指して必要な事業を行う仕組み。

【地域再生に資するエリアマネジメント活動】

地域の来訪者又は滞在者の利便の増進やその増加により経済効果の増進を図り、地域における就業機会の創出や経済基盤の強化に資する活動

（例）



イベントの開催



オープンスペースの活用

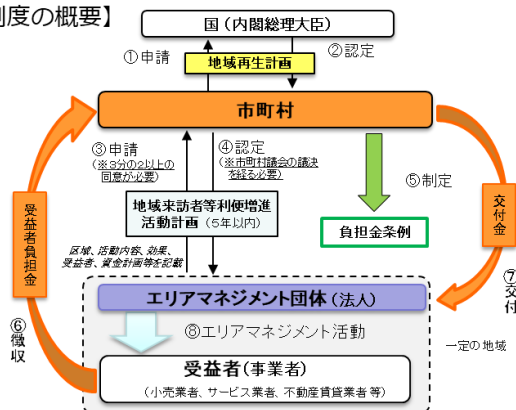


自転車駐輪施設の設置



賑わいの創出に伴い必要となる巡回警備

【制度の概要】



※ 3分の1超の事業者の同意に基づく計画期間中の計画の取消等についても、併せて規定

来訪者等の増加により事業機会の拡大や収益性の向上を図り、地域再生を実現

□地域再生におけるエリアマネジメントの意義

地域再生を実現する上でエリアマネジメントに取り組むことは、以下の観点から有益と考えられます。

① エリアの関係者が連携して取り組むことにより大きな効果を創出

- ・ エリア内のそれぞれの事業者は、その収益の増加を目的として、個々に事業活動（販促活動等）を行っていますが、まちづくりで取り組むべきことは極めて幅広く、個々の事業者での取組や行政のみでの取組では、人員や財源に限りがあり、十分な効果を得ることは期待できません。
- ・ エリア内の事業者を緩やかにつなぐ組織（エリアマネジメント団体）が取り組むことにより、それぞれの持つ資源（人材、資金など）を活用し、個別の事業者では実施できなかった事業や活動に関係者が連携して取り組んでいくことで、より大きな効果を生み出していくことが可能になると考えられます。

② 官と民の連携のプラットフォームを構築

- ・ エリアマネジメント活動は民間が主体となる活動ですが、地域の価値を高めていくという目的は行政も共有するものであり、活動の実施に当たっては、民間と行政がまちづくりの大きな方向性を共有し、信頼感を構築しながら進めていくことが重要です。
- ・ また、地域経済の活性化等を通じて地域再生を実現する上では、行政の取組だけではその目的を達成することは難しく、民間の経済活動をいかに活性化させるかが重要となります。その際、行政と民間事業者が同じ方向性を共有して取り組むエリアマネジメントは、両者をつなぐプラットフォームとして大きな役割を果たすことになると考えられます。

③ 都市・地域圏全体をけん引するエリアでのエリアマネジメント活動を促進することにより、全体の価値の向上を実現

- ・ 大都市の国際競争力の中心となる業務地区や、地方都市の経済を支える中心市街地・商店街は、経済・商業活動の拠点として、都市・地域圏全体をけん引することが期待されるエリアです。
- ・ 人口減少に伴う税収の減少、高齢化に伴う社会保障費の増大等により、行政の財源にも制約が生じている中、都市・地域圏全体の活性化を実現するには、こうした経済・商業活動の拠点となるエリアを重点的に支援し、その効果を都市・地域圏全体に波及させていくという視点が重要です。
- ・ その際、行政は自ら事業を実施するだけでなく、エリア内の民間の活力を有効に活用すること、すなわち、エリアマネジメント活動を促進することが重要です。また、行政がエリアマネジメント活動を促進する手法は、民間が活動しやすい環境の整備など、必ずしも財政負担を伴うものに限られません。
- ・ このように、経済・商業活動の拠点となるエリアにおいて、行政がエリアマネジメント活動を促進することは、財政制約の下で、エリア価値の向上を通じて都市・地域圏全体の活性化を実現するという、我が国の多くの都市・地域が抱える課題を解決する最善の手法です。

- ・上記では、今回のエリアマネジメント負担金制度を活用する上で、まずはエリアマネジメント活動が地域再生に果たす役割や官民連携で取り組む意義等について知っていただくために、そのポイントについて解説しました。
- ・エリアマネジメントの活動内容や団体のあり方等については、内閣官房・内閣府及び国土交通省が公表している資料や、エリアマネジメントに関する書籍などもあわせてご参照ください。エリアマネジメントの一般的な理解については、それらの資料を参照いただき、ここでは、制度活用を検討する第一歩として、上記の事項について、理解を深めていただければ幸いです。

【参照資料】

- ・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」の中間とりまとめ』2016
- ・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『地方創生まちづくりエリアマネジメント』2017
<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/about/areamanagement/index.html>
- ・国土交通省土地・水資源局土地政策課『エリアマネジメント推進マニュアル』2008
http://www.mlit.go.jp/kisha/kisha08/03/030425_.html
- ・国土交通省土地・水資源局土地政策課『エリアマネジメントのすすめ(全体)』2010
<http://www.mlit.go.jp/common/001206668.pdf>
- ・国土交通省土地・水資源局土地政策課『エリアマネジメントのすすめ(共有地管理等)』2010
<http://www.mlit.go.jp/common/001206669.pdf>
- ・国土交通省都市局まちづくり推進課官民連携推進室『官民連携まちづくりの進め方 ～都市再生特別措置法等に基づく制度の活用手引き～』（官民連携まちづくりポータルサイトに掲載）
http://www.mlit.go.jp/toshi/toshi_machi_tk_000047.html
- ・小林重敬編著『エリアマネジメント 地区組織による計画と管理運営』学芸出版、2005
- ・小林重敬編著『最新エリアマネジメント 街を運営する民間組織と財源』学芸出版、2015
- ・小林重敬＋森記念財団編著『まちの価値を高めるエリアマネジメント』学芸出版、2018
- ・小林重敬＋森記念財団編著『エリアマネジメント 効果と財源』学芸出版、2020

第2章 海外における取組事例

1

海外における BID 制度

地域再生エリアマネジメント負担金制度の創設に当たっては、海外における BID 制度（Business Improvement District）を参考としました。ここでは、本制度を理解する上で一助ともなる、海外の BID 制度について紹介します。

□BID 制度とは

BID は欧米諸国を中心に実施されている制度で、主に商業地域において地区内の事業者等が地区の発展や、価値の向上に向けて必要な取組やその負担等について定め、事業者等から負担金や租税等の形態で金銭を徴収し、その事業者等によって設立された組織（BID 組織）に交付してその取組を進める仕組みです。

BID 制度は、地区の発展や価値の向上に向けた取組の財源を確保することと、様々な取組を一体的にマネジメントする組織を位置付けることを大きな目的としていますが、その際、「地権者や事業者の負担による安定的な財源確保」と、「フリーライダー問題の解決」を仕組みとして内在している点に特徴があります。

つまり、地区内の事業者から負担金、租税等の形で公権力を背景に強制力をもって金銭を徴収する制度となっており、これにより、安定的かつ継続的な資金の確保を図るとともに、負担を拒む事業者からも金銭を徴収することが可能となっています。

具体的な運用においては、一定の事業者の同意を得ることや、負担金等を負担する事業者の事業規模を定めること等により、地区内の関係者とのコミュニケーションや民主的な手続・プロセスを重視した運用が行われています。

▶各国の BID 制度について

	アメリカ (ニューヨーク市)	イギリス	ドイツ (ハンブルク州)	日本（地域再生エリアマネジメント負担金制度）
特徴	・公衆衛生の悪化や犯罪増加等の課題への対処を契機として開始された経緯から、clean&safe を第一の目的として活動しているケースが多い（N Y市では、清掃は約 9 割、警備は約 6 割の地域で実施）	・事業者の負担によって実施されるため、マーケティングやプロモーションなど、商業活性化に対する投資の側面が比較的強い	・道路の歩行空間を拡張した敷石の設置等、街区管理という側面が比較的強い ・判例法理により、税や分担金ではない、特別賦課金という形式を採用	・地域の「稼ぐ力」を高め、「自助の精神」に基づく地域再生を実現するまちづくり活動として位置付け

同意 水準	過半数	過半数 (投票総数と負担 金額の両方)	申請時：15%以上の賛 成 公告縦覧手続時：3 分の 1 以上の反対がない	3 分の 2 以上
徴収 の 対象	不動産所有者	事業者 (テナント)	不動産所有者	エリアマネジメント活動 により利益を受ける事業 者 (例：小売業者、サービス 業者、不動産賃貸業者等)
徴収 の 方法	資産税に上乗せして市 が負担金を徴収	事業所税に上乗せ して市が負担金を 徴収	市が賦課金を徴収	市町村が負担金を徴収

2

BID 制度における合意形成

海外の BID 制度では、合意形成をどのように進めているのかについて紹介します。

□合意形成

各国の BID 制度は、負担金等の徴収対象や同意を得る者の割合、徴収方法等に違いがありますが、同意の取得や合意形成については、共通点が見られます。

事業者等からの同意の取得にあたっては、BID 組織が示す事業計画について投票を行うという形式をとる場合がほとんどとなっています。

投票を行う際に、BID 組織はこれまでの実績や今後の活動内容について丁寧に説明し、賛成を得るよう努めます。この際、地区内の様々な事業者を回り、要望を聞くなどしながら、信頼関係の構築に努めています。

また、ドイツのハンブルク市では、市に BID 担当官を置いて、BID 組織や地権者と密接に連携し、事業計画の作成や各事業者への説明会の開催、個別説明などを行政担当者と BID 組織と一緒に動いていくことで信頼関係を構築し、合意形成を図っています。BID 組織や地権者は信頼できるプロのタスクマネージャー（コンサルタントなど）を雇用することが多く、そのノウハウが大きな役割を果たしています。

また、イギリスでは、制度の開始に際して、いくつかのエリアにおいてパイロット的に事業を実施し、BID の成果を確認し、適用エリアを広めるべく横展開しています。シンガポールでは現在、BID パイロット事業を展開しており、いくつかの地域を取り上げ、行政と民間事業者の組織が連携して、活動の実施や合意形成プロセスを動かしています。

このように、BID の立ち上げにおいては、行政と民間事業者の組織が緊密な連携を取り、個別の説明や実験的な事業実施などの積み重ねを経て展開されているという例が多くみられます。

- ・ハンブルク市の BID 説明ページ（独語）

<https://www.hamburg.de/bid-projekte/>

- ・シンガポールの BID パイロットプロジェクトの説明ページ（英語）

<https://www.ura.gov.sg/Corporate/Get-Involved/Enliven-Public-Spaces/Business-Improvement-District>

第2部 地域再生エリアマネジメント負担金制度の活用方法 ～制度の全体像と使い方～

第1章 地域再生エリアマネジメント負担金制度について

地域再生エリアマネジメント負担金制度の概要

はじめに、地域再生エリアマネジメント負担金制度の目的や基本的な仕組みについて解説します。

背景と目的

一定のエリアで活動し、その地域の価値を向上させるエリアマネジメント活動を推進するためには、安定的な財源の確保を図ることが必要です。

また、エリアマネジメント活動による価値の向上を利益として享受しつつも活動に要する費用を負担しないフリーライダーの問題を解決することも必要となります。

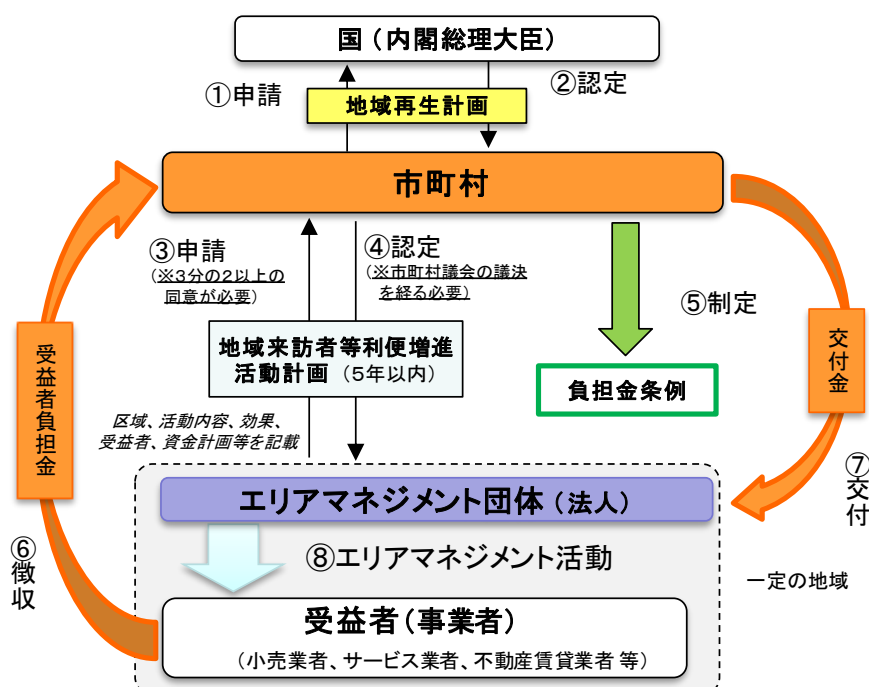
地域再生エリアマネジメント負担金制度は、フリーライダーの問題をできるだけ解決し、活動に必要な安定的な財源を確保することにより、賑わいの創出等の活動を行い、地域への来訪者の増加や就業機会の創出など地域の経済基盤の強化を目指すことを目的としています。

☑ 仕組み

本制度は市町村とエリアマネジメント団体がともに取り組む官民連携の仕組みです。

- ・市町村が本制度の活用について記載した地域再生計画を国に申請し、認定を受けます。
- ・市町村がエリアマネジメント団体からの申請に基づき、活動計画を認定します。あわせて条例を制定し、エリアマネジメント活動の費用（負担金）をその受益の限度において受益者から徴収します。
- ・エリアマネジメント団体は、市町村から交付金の交付を受け、計画に基づいた活動を実施します。
-
- ```
graph TD
 National[国（内閣総理大臣）]
 Plan[地域再生計画]
 Municipality[市町村]
 Ordinance[負担金条例]
 ActivityPlan[地域来訪者等利便増進活動計画（5年以内）]
 Entity[エリアマネジメント団体（法人）]
 Activity[エリアマネジメント活動]

 Plan -- "①申請" --> National
 National -- "②認定" --> Plan
 Municipality -- "③申請
(※3分の2以上の同意が必要)" --> Plan
 Plan -- "④認定
(※市町村議会の議決を経る必要)" --> Municipality
 Municipality -- "⑤制定" --> Ordinance
 ActivityPlan --> Municipality
 Municipality -- "⑥ 受益者負担金" --> Entity
 Entity -- "⑧エリアマネジメント活動" --> Activity
 ActivityPlan -- "区域、活動内容、効果、受益者、資金計画等を記載" --> Entity
```



# 2

## 地域再生エリアマネジメント負担金制度の骨格

地域再生エリアマネジメント負担金制度の活用にあたっては、制度を正確に理解し使いこなすことが必要となります。ここでは、法の規定を参照しながら、本制度をどのように理解すればよいかについて解説します。

### ☑制度の全体的な理解

本制度は、エリアマネジメント活動を、来訪者や滞在者の増加を通じて地域内の事業者の事業機会の拡大や収益性の向上が図られ、経済効果の増進を通じた地域再生を実現するものと捉え、この活動により利益を享受する事業者から負担金を徴収する制度です。

したがって、本制度の本質として、エリアマネジメント活動により地域の価値が向上するという期待をベースに、地域のステークホルダー（受益者）から活動に要する費用を負担してもらうという考え方を理解することが重要です。

そのため、負担金を財源とした交付金の交付を受けるエリアマネジメント団体は、その活動に対する評価を行った上で、対外的な説明責任を果たすことが求められます。

一方、エリアマネジメント活動に対する期待の一つである経済的な効果（売上高や賃料、地価の上昇等）は、複合的な要因によるものであり、エリアマネジメント活動のみでただちに得られるものではないという理解を共有することも重要となります。更に、エリアマネジメント活動による効果の顕在化は、一過性のイベントの効果として捉えるだけでなく、継続的な活動の成果として中長期的に効果が顕在化してくるものもあることから、時間軸を考え、理解することも重要と考えます。

また、本制度は、実施するエリアマネジメント活動の全部、又は一部のみを対象として活用することも可能です。負担金の徴収について関係者の合意が得られた活動や区域から徐々に進めていくことが望ましいと考えられます。

### ☑用語（法第5条第4項第6号）

本制度の対象は、法ではそれぞれ次のように呼んでいます。

- ➡エリアマネジメント活動・・・地域来訪者等利便増進活動
- ➡エリアマネジメント団体・・・地域来訪者等利便増進活動実施団体

### ☑対象となる地域（法第5条第4項第6号）

制度の適用対象となる区域は、地域の事業者がエリアマネジメント活動により受益すると見込まれるような地域となります。

制度上は、自然的・経済的・社会的条件からみて一体である地域で、来訪者等の増加により事業機会の増大や収益性の向上が図られる事業を行う事業者が集積している地域を対象にしています。

他方、住宅地などの事業者が集積しているとはいえない地域は、制度の対象外となります。

### ☑活動の実施主体（法第5条第4項第6号）

エリアマネジメント団体は、負担金を徴収した市町村から交付金の交付を受け、その交付金に基

づき、エリアマネジメント活動を行うこととなります。このため、交付金を適正に管理、執行する体制を整えるとともに、エリアマネジメント団体内の責任関係等が明確であることが必要となります。

そこで、本制度では、その実施主体を、法人格を有するエリアマネジメント団体に限定しています。

- ➡特定非営利活動法人（NPO 法人）
- ➡一般社団法人、一般財団法人
- ➡その他の営利を目的としない法人
- ➡地域再生の推進を図る活動を行うことを目的とする会社

## □対象となる活動と活動のターゲット（法第5条第4項第6号）

本制度において対象となるエリアマネジメント活動は、法において以下のように定義されています。

①来訪者等の利便の増進に資する施設又は設備の整備又は管理に関する活動

②来訪者等の増加を図るための広報又は行事の実施その他の活動

つまり、エリアに訪れ、滞在する人々の増加やそれらの人々の利便性の向上をもたらす活動が本制度の対象になります。

ここでいう、「来訪者等」は買い物客や観光客の他、就業等で滞在している人も含むものと解されます。

以下に、これまでのエリアマネジメント活動の事例からどのようなものが想定されるのかを示します。

| イベント系事業                                   | 公共空間整備<br>運営系事業                                             | 情報発信系事業                                                                           | 公共<br>サービス系事業                                       | 経済活動基盤<br>強化系事業                                                 |
|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| ・お祭りやマルシェ、イルミネーションなど来訪者を直接的に呼び込むことにつながる事業 | ・歩行者空間の充実化、各種設備の整備や日常的な管理運営など来訪者、滞在者の利便性や憩いの場を提供することにつながる事業 | ・エリアに係る様々な情報の集約や発信（WEB やマップ等）、エリア限定のメディア構築など来訪者、滞在者の利便性を高めるとともにエリアのプロモーションにつながる事業 | ・交通に関するサービスやビジネスサポートなどエリア内の企業、滞在者等の利便性を高めることにつながる事業 | ・エリア内の清掃や警備、防災対応力強化などエリアへの企業立地や新規店舗誘致など経済活動の活性化を支える基盤の形成につながる事業 |
| 来訪者等の増加を図る活動                              |                                                             | 来訪者等の利便増進に資する活動                                                                   |                                                     |                                                                 |



## イベント系事業※

○ソライロテラス（写真提供：まちづくり福井株式会社）



○はかた駅前通りのイルミネーション（写真提供：博多まちづくり推進協議会）



## 公共空間整備運営系事業※

○沖縄県中頭郡北谷町のデポアイランド・ボードウォーク（写真提供：デポアイランド通り会）



○豊田市所有地を活用した THE CONTAINER nishimachi6（写真提供：一般社団法人 TCCM）



○新虎通り 旅するスタンド（写真提供：森記念財団都市整備研究所）



○丸の内仲通りアーバンテラス（写真提供：大丸有エリアマネジメント協会）



※想定されるエリアマネジメント活動として掲載しています。  
地域再生エリアマネジメント負担金制度の事例ではありません。

## 情報発信系事業※

○駅前十街区 MAP（提供：札幌駅前通まちづくり株式会社）



## 公共サービス系事業※

○まちなかループバス（写真提供：高松丸亀町商店街振興組合）



○まちなかサポートセンター ふく+（写真提供：まちづくり福井株式会社）



## 経済活動基盤強化系事業※

○巡回警備（写真提供：グランフロント大阪 TMO）



○防災活動【AED講習会】（写真提供：梅田地区エリアマネジメント実践連絡会）



※想定されるエリアマネジメント活動として掲載しています。

地域再生エリアマネジメント負担金制度の事例ではありません。



## ☑本制度を活用する活動の目的設定・効果の捉え方（効果指標の考え方）（法第5条第4項第6号）

法では、本制度の対象となるエリアマネジメント活動を、「地域の来訪者等の利便を増進し、これを増加させることにより経済効果の増進を図り、もって当該地域における就業の機会の創出又は経済基盤の強化に資する活動」と定めています。

つまり、本制度の対象となる活動の目的は、来訪者等の利便の増進と来訪者等の増加であり、地域を訪れ滞在する人が増え、利便性を感じる（満足感を持つ）ことが求められます。

そして、それらが事業者の経済的な効果につながるようになります。

## ☑活動による利益（法第5条第4項第6号）

法では、「地域来訪者等利便増進活動により生じる利益を受ける事業者から市町村が負担金を徴収」することとされており、活動による利益をどう捉えるかが重要となります。

上記の目的設定や効果の捉え方で示したように、本制度の対象となる活動の目的は地域への来訪者等の増加や満足度の向上であり、特定の事業者の利益ではなく、あくまでも地域全体に対して利益を生じさせることが想定されています。

また、エリアマネジメント活動の効果・利益については、来訪者等の増加や満足度の向上など、エリアマネジメント活動から直接的に導きやすい効果・利益もあれば、地域における売上高の増加や地価上昇など、複合的な要因から成り立つものであり、エリアマネジメント活動のみでは因果関係を説明することが難しい効果・利益もあります。

そこで、活動の効果・利益として以下のようなものを目標として設定することが考えられます。

| 直接的な効果・利益<br>(本制度で想定する目的で、かつ、<br>エリアマネジメント団体が関与しやすい)                                                                                  | 間接的な効果・利益<br>(効果の発現が複合的な要因で成り立っており、エリアマネジメント団体の活動のみでは説明しきれない)                                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>●来訪者等の増加</li><li>●満足度の向上<br/>(ステークホルダー《受益者》、来訪者等)</li><li>●街ブランドの向上</li><li>●事業コストの削減</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>○売上高の増加</li><li>○地価や賃料の上昇</li><li>○空室率の低下</li><li>○新規ビジネスの創出</li></ul> |

## ☑受益事業者（法第5条第4項第6号）

法では、本制度の対象地域について、「来訪者又は滞在者の増加により事業機会の増大又は収益性の向上が図られる事業を行う事業者が集積している地域」としています。

このことから、エリアマネジメント活動によって利益を得て、負担金の徴収を想定できる事業者として、地域での来訪者等の増加によって自らの事業にメリットが生じる事業者と捉えることができます。

このため、一般的に想定される小売・サービス事業者の他、不動産賃貸業や対事業者サービス業、賃貸ビルや自社ビルのビルオーナーなども、就業者の利便増進等による事業機会の増大という観点

から、受益事業者に含まれると考えられます。

#### ☑計画の同意（法第 17 条の 7 第 5 項）

本制度は「総受益事業者の 3 分の 2 以上であって、その負担することとなる負担金の合計額が総受益事業者の負担することとなる負担金の総額の 3 分の 2 以上となる受益事業者の同意を得なければならない」としています。

そのため、エリアマネジメント団体と市町村が緊密に連携し、丁寧な説明を進めて合意形成を構築していくことが求められます。

#### ☑負担金設定の考え方（法第 17 条の 8 第 1 項）

法では、「地域来訪者等利便増進活動により受けると見込まれる利益の限度において、受益事業者から負担金を徴収することができる」としています。

あくまでも、受けると見込まれる利益を前提に、負担金の水準を考えることとなります。

本ガイドラインの第 3 部において詳述しますが、エリアマネジメント活動の必要なコストを算出した上で、地域全体にもたらされる利益を想定し、その全体コストと全体利益について比較し、合理的な説明によって各受益事業者の納得を得た上で、個々の受益事業者に費用を割り振るという形で設定していくことが望ましいと考えられます。

また、負担金には、市町村の徴収コストを含めることも可能です。

#### ☑交付金で活用できる経費（法第 17 条の 9 第 1 項）

法では、「認定市町村は、負担金を徴収したときは、これを財源の全部又は一部として認定地域来訪者等利便増進活動実施団体に対し、認定地域来訪者等利便増進活動計画に基づき実施される地域来訪者等利便増進活動に必要な経費の財源に充てるため、交付金を交付するものとする」としています。

エリアマネジメント団体が受け取る交付金については、来訪者等の増加やその利便増進につながる活動に必要な経費の財源に充てるため交付することとされ、具体的には以下のような費用項目が考えられます。

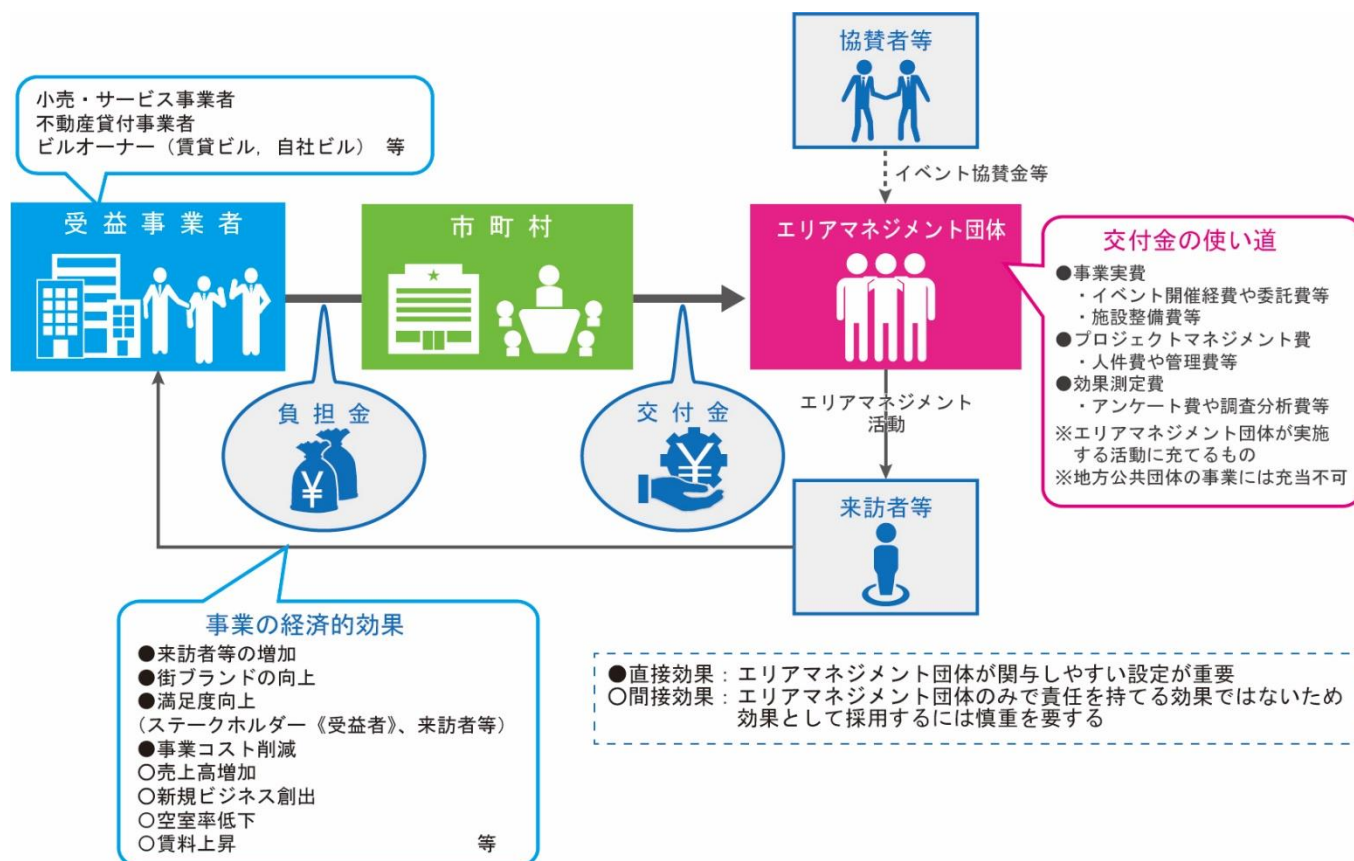
- ・事業実費（イベント等の開催経費や委託費、施設整備費等）
- ・プロジェクトマネジメント費（マネジメントスタッフの人件費や管理費等）
- ・効果測定費（効果測定に用いる各種調査費やレポート作成費等）

なお、本制度の対象となる「地域来訪者等利便増進活動」は、エリアマネジメント団体が実施する活動であり、負担金を原資とした交付金は地方公共団体の事業に充当することはできません。

また、エリアマネジメント団体の活動を支援するため、市町村が負担金として徴収した額に上乗せして交付金として交付することは可能です。



前項までに整理した本制度の骨格に基づいて、エリアマネジメント団体と受益事業者の関係を整理すると以下のようになります。



## 第2章 制度活用のポイントと進め方

# 1

### 制度の活用にあたってのポイント

本制度の活用にあたり、市町村とエリアマネジメント団体をはじめとする地域の関係者が合意を形成する過程において、認識を共有しておくべきと考えられるポイントについて、解説します。

#### ① エリアの将来像・方向性の共有

- ・本制度の活用を検討するにあたっては、そのエリアがどのような特徴や強み、あるいは課題を有している場所で、地域においてどんな役割を担い、どんな将来像を目指していくのかといった点について、大きなビジョンとして事業者間で、そして事業者と行政間で共有していくことが重要になります。
- ・必ずしもマスタープランやガイドラインという形で取りまとめる必要はありませんが、ビジョンが共有されることにより、具体的なエリアマネジメント活動の検討やその先の合意形成に向けて信頼感のベースが構築されるものと考えられます。
- ・ビジョンは社会の変化に伴い、またエリアの環境の変化により改変していくものであることにも留意する必要があります。

#### ② 官と民の緊密な連携による準備と実践

- ・本制度の活用に向けての具体的な第一歩は、市町村のまちづくり担当者とエリアマネジメント団体が緊密に連携していくことです。
- ・エリアマネジメント活動はあくまでも民間主導の活動ではありますが、それらは第1部第1章で述べたとおり地域の再生に寄与するものであり、高い公益性を有していると言えます。そのため、本制度では市町村が重要な役割を担うことを求めています。
- ・そのため、本制度の活用に向けた準備段階で、ステークホルダーとなる受益事業者とのコミュニケーションを図るにあたっては、エリアマネジメント団体と市町村が一緒になって進めていくことが、受益事業者からの信頼を得る上で望ましいと考えられます。
- ・実践の段階においても、活動をスムーズに進めていくためには、交付金の交付やエリアマネジメント団体からの報告など、常に市町村の担当者とエリアマネジメント団体が密にコミュニケーションを取ることが必要です。
- ・また、エリアマネジメント活動は、都市計画・まちづくりや、地域の経済・商業・観光など、幅広い分野に関連するものであり、行政の複数の部局に関連することも想定されます。
- ・行政とエリアマネジメント団体の連携を進めていくためには、行政内で対応窓口を一元化するなど、エリアマネジメント団体と協働・連携する体制を構築することも重要です。

### ③ エリアマネジメント活動の内容とその効果及び負担に対する

#### 丁寧な説明と納得感の構築

- ・本制度は、エリアマネジメント活動に要する費用を、受益を受けると見込まれる事業者から負担してもらう制度です。これまでエリアマネジメントは自主的な位置付けの中で進められてきましたが、今回の制度では一定の強制力を持つことになります。
- ・そういった中で制度の活用を進めていくためには、受益事業者に対して、実施する活動の内容や想定される効果、得られる利益、全体的なコストと個々の負担について丁寧に説明を行い、納得感を築くことが重要です。
- ・見込まれる効果や利益については、正確に把握することが困難な要素でもあるため、この部分については受益事業者の期待感を吸い上げつつ、丁寧な説明を行う必要があります。
- ・また、効果の内容や利益の水準、効果が顕在化されていくプロセス（時間軸）などについて納得感を得ることによって、計画を取りまとめることが重要です。

### ④ 地域の特性や状況に応じた効果・利益の把握と負担の配分

- ・上記に述べた効果や利益については、地域の特性や状況に応じて様々な選択肢があると考えます。第3部において例を挙げますが、必ずしも直接的に経済的な利益に結びつく効果のみでなく、受益事業者がどのようなことを期待しているのか、エリアマネジメントとしてどのような活動を行うのかによって捉えるべき効果や利益に違いが出てくることは当然のことと考えられます。
- ・また、負担の配分についても、地域の特性や状況に応じて様々な選択肢があると考えます。第3部において例を挙げますが、一律に負担を求めることや、場合によっては事業規模、立地環境などによって合理的に按分することも考えられます。負担の配分を検討する際には、上記に述べたように受益事業者への丁寧な説明を行い、納得感を得ていくことが重要です。

# 2

## 制度の活用に関係する主体とその役割

地域再生エリアマネジメント負担金制度は、前述したように、官民連携により実施されます。官民の主体がこの制度を活用するために、それぞれの役割を果たす必要があります。

### ① 行政（市町村）

- ・市町村は、本制度の活用の入口となる「地域再生計画」を作成し、国の認定を得る必要があります。多くの市町村で既に「地域再生計画」が作成されていますが、改めて、本制度の活用に関する事項を記載した「地域再生計画」を作成する必要があります。
- ・そして、負担金の徴収に関する「負担金条例」の制定、受益事業者からの負担金の「徴収」、エリアマネジメント団体への交付金の「交付」という手続きが発生します。
- ・その他、エリアマネジメント団体から申請された計画の認定や事業の監督等という役割もあります。
- ・複数の市町村域を越えたエリアで制度を導入する場合、市町村で協働・連携し、連担した区域について地域再生計画を作成することは考えられます。一方、「負担金条例の制定」や「徴収」「交付」の手続きは、市町村ごとに行うこととなります。

### ② エリアマネジメント団体

- ・エリアマネジメント団体は、本制度の活用についてその活動内容や想定される利益等の事項を記載した「地域来訪者等利便増進活動計画」を作成し、市町村長の認定を得る必要があります。
- ・次に、負担金を財源の全部又は一部とした交付金の交付を市町村から受け、活動を「実施」します。市町村長の求めに応じて活動内容を「報告」する必要があります。

### ③ 事業者（受益事業者）

- ・エリアマネジメント活動により利益を得る受益事業者は、負担金条例に基づいて、「負担金を負担」する必要があります。

### ▶ 制度に係る主体とそれぞれの主な役割

|             |                                                           |
|-------------|-----------------------------------------------------------|
| 行政（市町村）     | 地域再生計画の作成<br>負担金条例の制定<br>負担金の徴収と交付金の交付<br>エリアマネジメント団体の監督等 |
| エリアマネジメント団体 | 地域来訪者等利便増進活動計画の作成<br>活動の実施と報告                             |
| 事業者（受益事業者）  | 負担金の負担                                                    |

次項からは、上記の役割について、制度活用のプロセスに沿って解説します。



# 3

## 制度活用のプロセス及び手続

地域再生エリアマネジメント負担金制度を活用していくに当たっての基本的なプロセスについて解説します。ここでは、制度活用に最低限必要と思われる一般的な事項と流れについて解説しますが、具体的な進め方や必要な手続については、それぞれのエリアの状況に応じて、市町村とエリアマネジメント団体が協議しながら進めていくことが望まれます。

### 制度の活用に向けたプロセス

|                           | 行政（市町村）                                                 | エリアマネジメント団体                                                             |
|---------------------------|---------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| 発意<br>(p. 26)             |                                                         | 活用意向の表明<br>地域再生計画の提案（必要に応じて）                                            |
| 準備・<br>計画作成<br>(p. 26～27) | 地域再生計画の作成（変更）                                           |                                                                         |
|                           | 地方創生推進交付金の申請（必要に応じて）<br>・ 地域来訪者等利便増進活動計画作成費／社会実験費 等     |                                                                         |
|                           |                                                         | 活動計画の検討<br>社会実験の検討（必要に応じて）                                              |
|                           |                                                         | 社会実験の実施（必要に応じて）<br>・ 受益算定につながる各種データ収集<br>・ 活動内容、資金計画、受益算定など<br>・ 受益者の特定 |
|                           | 受益者リストの作成                                               |                                                                         |
| 計画申請・<br>認定<br>(p. 27～28) | 合意形成の支援                                                 | 活動計画の作成と関係者の合意形成                                                        |
|                           | 公告・縦覧                                                   | 活動計画の申請                                                                 |
|                           | 活動計画の認定（議会の議決を経る）                                       |                                                                         |
| 活動実施<br>(p. 28～30)        | 負担金条例の制定                                                |                                                                         |
|                           | 負担金納入通知書等の送付など                                          |                                                                         |
|                           | 負担金の徴収                                                  |                                                                         |
|                           | 交付金の交付                                                  |                                                                         |
|                           | 地方創生推進交付金の申請（必要に応じて）                                    | 活動の実施                                                                   |
|                           | 監督等                                                     | 活動の報告（市町村長の求めに応じて）                                                      |
| 継続準備<br>(p. 30)           |                                                         | 精算（計画期間終了時）                                                             |
|                           |                                                         | 活動評価の取りまとめと合意形成（5年目等）                                                   |
| 変更手続<br>(p. 30)           | 上記の【準備・計画作成】と【計画申請・認定】のプロセスを実施<br>ただし、軽微な変更の場合はその限りではない |                                                                         |

## ☑発意

本制度の活用にあたっては、多くのケースではエリアマネジメント団体がこの制度の活用意向を市町村に対して表明することから始まることが想定されます。

## ☑準備・計画作成

### ① 地域再生計画の作成

- ・ エリアマネジメント団体又は市町村から本制度の活用の意向を受けて、当該市町村は本制度に関する事項を記載した「地域再生計画」を作成し、国（内閣総理大臣）の認定を得る必要があります。
  - ・ この際、「地域再生計画」を作成した市町村は必要に応じて、「地域来訪者等利便増進活動計画」の作成費や合意形成、社会実験等の費用に充てるための地方創生推進交付金をあわせて申請を行うことができます。
  - ・ 法第5条第7項により、エリアマネジメント団体から地域再生計画の作成について提案された場合は、遅滞なく地域再生計画の作成を行うか否かを通知する必要があります。エリアマネジメント団体からの提案を受けた市町村はできるだけ速やかに対応することが望まれます。
- ※地域再生計画の記載内容については、後述します。

### ② 計画の検討及び社会実験

- ・ 地域再生計画の認定後、エリアマネジメント団体は「地域来訪者等利便増進活動計画」の作成プロセスに入ります。本計画は5年を超えない期間を計画期間として作成します。
  - ・ ここでは、具体的な活動内容と資金計画及び受益の把握・算定が重要な要素となります。受益の把握・算定のため、必要に応じて社会実験等を行い、エリアマネジメント活動の効果について検証していくことも有効な手段になると考えられます。
- ※地域来訪者等利便増進活動計画の記載内容については、後述します。
- ・ 社会実験については、受益の把握・算定につながるデータを収集することが重要です。第3部において詳述しますが、エリアマネジメント団体が行うイベントや公共空間整備等に合わせて、来訪者等の増加量や活動に対する評価アンケートなどの調査を行うことが考えられます。
  - ・ これにより、次のステップである合意形成に向けて有効なデータや活動イメージを提示することにつながると考えられます。

### ③ 受益事業者リストの作成

- ・ エリアマネジメント活動によって利益を得るであろう受益事業者については、計画検討段階から想定していくことが重要です。検討プロセスの中で、あるいは社会実験等を踏まえて、その活動により利益を得る事業者と地理的範囲を見極め、最終的な受益事業者としてリスト化する必要があります。
- ・ リスト化にあたっては、地理的範囲に含まれる事業者の登記情報を取得することやエリアマネジメント団体で既に把握している事業者リスト（協議会名簿等）から作成することが考えられます。

また、必要に応じて任意の現地調査を行い、事業者の情報を補足していくことも考えられます。

- ・リスト化は、まずはエリアマネジメント団体が自ら作成することが求められます。リストに掲載された事業者が同意の対象となるので、一般的には「法人の所在地・代表者名」が必要と考えられます。また、受益者として特定するためには、エリアマネジメント活動の実施区域内の「所在地」、「事業内容」といった情報も必要と考えられます。
- ・これらの作成に際しては、エリアマネジメント団体だけでは難しい面もあるため、市町村の担当者の協力を得て、関係法令に基づきながら、市町村が持つ情報とエリアマネジメント団体が持つ情報を効率的に活用し、作成することが望ましいと考えられます。
- ・また、市町村は、地域来訪者等利便増進活動計画の認定に当たっては、エリアマネジメント団体から提出されたリストについて、同意の要件を満たしているか確認する必要があります。

#### ④ 計画策定と合意形成

- ・エリアマネジメント団体は、検討した内容を基に「地域来訪者等利便増進活動計画」として取りまとめ、受益事業者からの同意を得る必要があります。
- ・市町村への認定申請にあたっては、受益事業者の3分の2以上（受益事業者の総数及びその負担金総額両方に対して）の同意を得なければなりません。
- ・前述の受益事業者リストの作成や最終的な合意形成については、地域の状況に応じて適切な方法を選択する必要があります。
- ・合意形成プロセスは丁寧に行われるべきであり、例えば徴収対象となる事業者に対して説明や周知が行われず、自らが徴収対象であることを、負担金の納入通知書を受け取ることによって初めて認識するような状態は不適切です。
- ・負担金の徴収対象となる可能性がある事業者については、制度導入に向けた検討や、協議の段階から、協議会メンバーといった形で参画を求め、まちづくりのビジョンの共有など、丁寧なプロセスを経ることが望まれます。
- ・こうした望ましい合意形成のあり方については、法第17条の7第8項の認定基準（次ページ）に規定する以外にも、市町村が独自に認定基準として、望ましいプロセスを定めることも考えられます。
- ・エリアマネジメント活動は賑わいの創出等を通じて地域再生を実現する公共性の高い事業であることから、エリアマネジメント団体による事業者の合意形成や地域来訪者等利便増進活動計画の検討・作成段階においても、そのプロセスは官民連携で行われることが望まれます。ドイツ・ハンプルク市の事例（第1部第2章）でも見られるように、合意形成の主体となるエリアマネジメント団体だけでなく、市町村も合意形成に関与することが望ましいと考えられます。

### ☑計画申請・認定

#### ① 計画申請と認定

- ・「地域来訪者等利便増進活動計画」の案について受益事業者の同意が得られ、条件が整った時点で、エリアマネジメント団体は市町村に対して計画に対する認定を申請することができます。
- ・市町村長は、エリアマネジメント団体から提出された活動計画について、認定基準を満たすと認

められる場合には、市町村議会の議決を経た上で、当該計画を認定するものとしています。認定基準は以下のとおりとなっています。

### ▶ 認定基準（法第 17 条の 7 第 8 項）

- ・ 認定地域再生計画に適合するものであること。
- ・ 受益事業者の事業機会の増大又は収益性の向上及び活動実施区域における経済効果の増進に寄与するものであると認められること。  
（確認内容の例：活動計画の記載事項のうち、受益の内容や程度、受益者である事業者の範囲等の妥当性など）
- ・ 円滑かつ確実に実施されると見込まれるものであること。  
（確認内容の例：地域来訪者等利便増進活動の実施区域、活動内容、計画期間の適切性、負担金の額の妥当性など）
- ・ 活動による受益事業者が受けると見込まれる利益の限度において、受益事業者が負担金を負担するものであること。  
（確認内容の例：利益の内容・程度や資金計画、負担金の額など）
- ・ 特定の者に対して不当に差別的な取扱いをするものでないこと。  
（確認内容の例：一部の受益者の利益だけを目的とした活動ではなく、広く区域内の事業者に利益が及ぶかを確認。活動の実施区域、活動内容の適切性や、負担金の額が事業者間で公平かつ妥当か、など）
- ・ ただし、前述したように、これ以外にも市町村独自で認定基準を規定することも考えられます。
- ・ 市町村は認定に当たって、以下のような手続を行うことが必要になります。

### ▶ 認定に当たって行う手続（法第 17 条の 7 第 6、7、9～13 項）

- ・ 地域来訪者等利便増進活動計画を公告し、公告の日から 1 か月間公衆の縦覧に供しなければなりません。
- ・ 公告は、市町村の公報への掲載やインターネットの利用その他市町村が適切と認める方法により行います（施行規則第 41 条）。
- ・ 受益事業者は、縦覧期間中に、市町村に意見書を提出することができます。
- ・ 認定市町村の議会の議決を経なければなりません（その際、意見書の要旨も提出）。
- ・ 活動計画を認定したときは、遅滞なく、公表しなければなりません。

## ② 負担金条例の制定（法第 17 条の 8 第 2 項）

- ・ 市町村は、認定した活動計画に基づき、「受益事業者の範囲」並びに「負担金の額」、「徴収方法」を定める条例を制定することが必要となります。  
※負担金条例に盛り込むことが想定される内容については、後述します。

## ☐ 活動実施

### ① 負担金の徴収（法第 17 条の 8）



- ・市町村は受益事業者リストを基に、活動計画の認定後に把握した情報を適宜更新しながら、受益事業者に対して負担金の賦課手続を行う必要があります。
- ・その後、市町村は負担金徴収を行います。また、負担金が納付されない場合は納付期限を指定して督促を行った上で、なお納付期限までに納付されない場合は、地方税の滞納処分の例により強制徴収することが可能です。
- ・負担金の収納の事務は、収入の確保及び負担金の徴収を受ける事業者の便益の増進に寄与すると認められる場合には、私人への委託が可能となります（エリアマネジメント団体が収納の事務を受託することも可能です）。
- ・負担金の収納の事務を私人に委託したときは、その旨を告示し、かつ受益事業者の見やすい方法により公表しなければなりません（施行令第13条第1項）。

## ② 交付金の交付（法第17条の9）

- ・市町村は負担金を徴収した時は、これを財源の全部又は一部として、エリアマネジメント団体に対して、活動計画に基づき実施されるエリアマネジメント活動に必要な経費の財源に充てるため、交付金として交付します。
- ・交付金の交付は、エリアマネジメント活動が適正かつ円滑に実施されるよう、市町村が交付要綱などで必要な事項を定め、交付していくことが考えられます。
- ・交付金の交付を受けたエリアマネジメント団体は、計画期間が終了したときは、遅滞なく、当該交付金について精算しなければなりません。

## ③ 活動の実施と監督（法第17条の12）

- ・エリアマネジメント団体は、交付された交付金を財源にして活動計画に記載されたエリアマネジメント活動を実施していくことが求められます。
- ・市町村長は、エリアマネジメント団体の活動や会計が法令や活動計画に違反する疑いがあるなど、監督上必要があると認めるときは、エリアマネジメント団体に対して、その活動又は会計の状況の報告を求めることができます。
- ・また、受益事業者の10分の1（受益事業者の総数及びその負担金総額両方に対して）以上の同意を得て、エリアマネジメント団体の活動又は会計が法令又は活動計画等に違反する疑いがあることを理由としてエリアマネジメント団体に対する報告の徴収が請求されたときは、市町村はエリアマネジメント団体に対し、その活動又は会計の状況について報告を求める必要があります。
- ・この報告を求めた際に、エリアマネジメント団体の活動又は会計が、法令や活動計画等に違反していると認めるときは、違反を是正するために必要な措置を取るべきことを命ずることができます。そして、エリアマネジメント団体がその命令に従わないときは、活動計画の認定を取り消すことができます。
- ・活動計画の認定が取り消された場合、エリアマネジメント団体は、遅滞なく交付金の精算を行わなければなりません。また市町村は認定を取り消したときは、遅滞なくその旨を公表しなければなりません。

#### ④ 活動報告

- ・ エリアマネジメント団体は、上記に基づいて市町村長から求めがあった際は活動や会計について報告を行う必要があります。
- ・ また、法に規定するほかにも、活動に対する受益事業者の納得感を構築し、5年以内の計画期間の後、引き続き活動を継続することを想定すると、活動報告は丁寧に行われることが望まれます。
- ・ 第3部において詳述しますが、エリアマネジメント活動の実績について受益事業者や市町村に対して1年ごとに報告することも一つの方法として考えられます。
- ・ 各エリアでの検討段階や合意形成の際に、エリアマネジメント団体と受益事業者、市町村の間で、この制度を活用し、推進していく上でどのような報告が必要かについてあらかじめ整理し、活動報告の具体的内容を決めておくことが重要です。その活動報告の内容は、市町村の条例などに規定することも考えられます。

#### ⑤ 受益事業者の請求による計画の認定の取消し（法第17条の11）

- ・ 市町村長は、受益事業者が3分の1（受益事業者の総数及びその負担金総額両方に対して）を超える受益事業者の同意を得て、活動計画の認定の取り消しを請求した時は、当該認定を取り消さなければなりません。
- ・ 活動計画の認定が取り消された場合、エリアマネジメント団体は、遅滞なく交付金の精算を行わなければなりません。また、市町村は認定を取り消したときは、遅滞なくその旨を公表しなければなりません。

#### ☑継続準備

計画期間終了後も活動を継続したい場合、計画期間の最終年において、再び地域来訪者等利便増進活動計画の認定手続が必要となり、受益事業者からの同意を得る合意形成プロセスを踏むことが必要になります。

そのため、前述したように、毎年、活動報告を丁寧に行うことはもちろん、最終年において活動内容やその効果を取りまとめる作業を行っていくことが望まれます。

#### ☑変更手続

認定を受けた地域来訪者等利便増進活動計画を計画期間中に変更しようとするときも、再び認定手続が必要となり、受益事業者からの同意を得る合意形成プロセスを踏むことが必要になります。

ただし、下記の場合は、軽微な変更として、認定手続が不要となります（施行規則第42条）。

- 一 地域の名称の変更又は地番の変更に伴う範囲の変更
- 二 資金計画の変更であって、次に掲げるもの
  - イ 総受益事業者の負担することとなる負担金の額の百分の十以内の減少による変更
  - ロ 収入金又は支出金の額の百分の十以内の増加又は減少による変更
- 三 前二号に掲げるもののほか、地域来訪者等利便増進活動計画の実施に支障がないものとして条例で定める軽微な変更

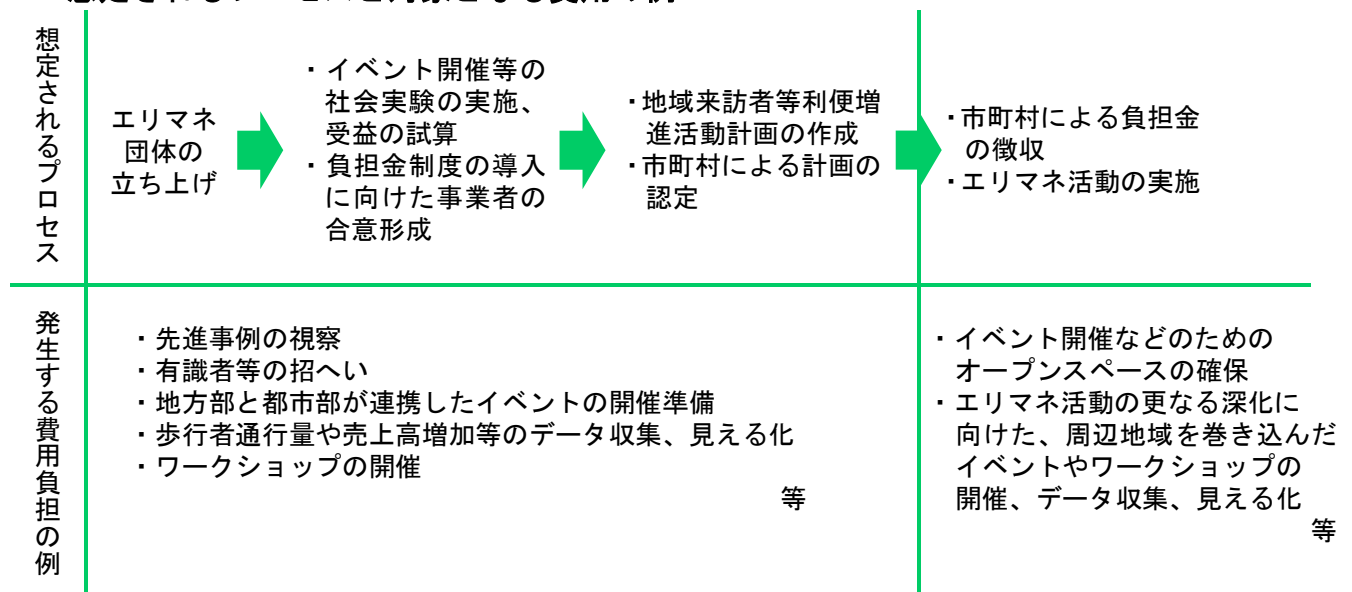
## ☑地方創生推進交付金（法第13条第1項）

- ・上記までに解説したプロセスの中で、「準備・計画作成」段階や「活動実施」中においては、エリアマネジメント団体による「地域来訪者等利便増進活動計画」の作成に当たっての各種検討や受益事業者との合意形成、エリアマネジメント活動の効果を検証する社会実験などの作業が必要となります。これらの作業に要する費用負担の軽減のため、国が地方公共団体に交付する交付金を利用することが可能です。
- ・第1部第2章で紹介したように、海外のBID立ち上げのプロセスにおいては、パイロット事業の実施や行政とともに丁寧な合意形成がポイントとなっていました。地方創生推進交付金を用いて、このプロセスをそれぞれのエリアの状況に応じて検討、実施していくことが考えられます。

| 地方創生推進交付金<br>(まち・ひと・しごと創生交付金) |                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業概要・目的                       | ①地方版総合戦略に基づく、地方公共団体の自主的・主体的で先導的な事業を支援<br>②成果目標（KPI）の設定とPDCAサイクルを組み込み、従来の「縦割り」事業を超えた取組を支援<br>③法に基づく法律補助の交付金とし、安定的な制度・運用を確保                                                                                                 |
| 資金の流れ                         | ・国から地方公共団体に対し、事業費の2分の1を交付<br>（2分の1の地方負担については、地方財政措置を講じる）                                                                                                                                                                  |
| 手続き                           | ・地方公共団体が対象事業に係る地域再生計画（概ね5年程度）を作成し、内閣総理大臣が認定                                                                                                                                                                               |
| 留意点                           | ・国による固有の補助金の交付を既に受けている、又は受けることが確定している事業には、充当することはできない。また、国による補助制度の対象となる可能性のある事業については、国による補助事業（※）の活用を優先<br>※地域再生エリアマネジメント負担金制度に係る、国の補助事業の例<br>・民間まちづくり活動促進・普及啓発事業【国土交通省 補助金】<br>・都市再生整備計画事業、都市公園・緑地等事業等【国土交通省 社会資本整備総合交付金】 |

詳細については、別途「地方創生推進交付金制度要綱」のほか、内閣府ホームページをご確認ください。  
<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/tiikisaisei/souseikoufukin.html>

## 想定されるプロセスと対象となる費用の例





## 第3章 制度活用に必要な計画の内容

# 1

### 市町村で作成する計画

市町村で作成する「地域再生計画」に記載する項目を解説します。

---

#### ☑地域再生計画

地域再生エリアマネジメント負担金制度を活用するため、市町村は以下のような内容を記載した「地域再生計画」を作成し、内閣総理大臣の認定を得る必要があります。

地域再生計画については、エリアマネジメント団体から市町村に対し、作成の提案が可能です。

#### ▶ 必須記載事項（法第5条第2項）

- ・ 地域再生計画の区域
- ・ 地域再生を図るために行う事業に関する事項
  - 受益事業者からの負担金の徴収及びエリアマネジメント団体への交付金の交付に関する事項を記載する必要があります。
  - この他、地方創生推進交付金などの地域再生基本方針に基づく支援措置や地域独自の取組（行政の一元的な窓口設置、エリアマネジメント団体に対する助成や公共空間・公共空地の利活用促進策等）についても記載できます。
- ・ 計画期間

#### ▶ 努力記載事項（法第5条第3項）

- ・ 地域再生計画の目標
- ・ 事業の実施による地域における就業の機会の創出又は経済基盤の強化に資する程度

#### ☑地域再生計画 記載例（地域再生エリアマネジメント負担金制度版）

参考資料2 参照

# 2

## エリアマネジメント団体で作成する計画

エリアマネジメント団体で作成する「地域来訪者等利便増進活動計画」に記載する項目と内容のイメージを解説します。

### ☑地域来訪者等利便増進活動計画（法第17条の7）

地域再生エリアマネジメント負担金制度を活用するためにエリアマネジメント団体が作成する「地域来訪者等利便増進活動計画」には、以下のような内容を記載する必要があります。

#### ▶ 必須記載事項

##### ① 活動を実施する区域

- ・ 商業・業務などの事業者が集積し、自然的経済的社会的条件から見て一体である地域の中で、活動に応じて区域を設定します。
- ・ 既に活動しているエリアマネジメント団体の活動範囲の全てや、その一部を切り出して区域として設定することもできます。
- ・ 設定した区域の区域図を添付してください。

##### ② 活動の目標

- ・ 計画に記載するエリアマネジメント活動による目標を記載してください。
- ・ 前述したように、本制度の目的は来訪者等の増加や利便の増進であることから、以下のような目標を設定することが考えられます。

（目標例）

- ・ 来訪者等（歩行者通行量）の増加
- ・ 来訪者等の滞在時間の増加
- ・ エリアへの来訪者等の満足度の向上 等

### ③ 活動の内容

- ・来訪者等の増加や利便の増進につながるエリアマネジメント活動を記載してください。
- ・活動の例については、前述したように以下のようなカテゴリーが考えられます。
- ・資金計画の作成も必要なことから、活動の規模やどの範囲で行うかといった点についても検討し、記載してください。

| イベント系事業                                                                                     | 公共空間整備<br>運営系事業                                                                                               | 情報発信系事業                                                                                                                            | 公共<br>サービス系事業                                                                                         | 経済活動基盤<br>強化系事業                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>・お祭りやマルシェ、イルミネーションなど来訪者を直接的に呼び込むことにつながる事業</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・歩行者空間の充実化、各種設備の整備や日常的な管理運営など来訪者、滞在者の利便性や憩いの場を提供することにつながる事業</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・エリアに係る様々な情報の集約や発信（WEBやマップ等）、エリア限定のメディア構築など来訪者、滞在者の利便性を高めるとともにエリアのプロモーションにつながる事業</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・交通に関するサービスやビジネスサポートなどエリア内の企業、滞在者等の利便性を高めることにつながる事業</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・エリア内の清掃や警備、防災対応力強化などエリアへの企業立地や新規店舗誘致など経済活動の活性化を支える基盤の形成につながる事業</li> </ul> |
| 来訪者等の増加を図る活動                                                                                |                                                                                                               | 来訪者等の利便増進に資する活動                                                                                                                    |                                                                                                       |                                                                                                                   |

- ・活動内容には、都市公園への自転車駐車場、観光案内所その他の施設などの占用の特例に係る事項を記載することもできます（法第17条の10。参考資料2参照）。

### ④ 活動により事業者が受けると見込まれる利益の内容及び程度

- ・活動の内容に応じて、その経済的効果（利益）について記載してください。基本的には効果を貨幣換算したものを記載し、貨幣換算に馴染まないものについては、その限りではありません。
- ・利益の内容やその程度については、想定されるものとして記載することとなります。想定の方法については第3部において詳述します。

### ⑤ 計画期間

- ・計画の期間は5年を超えない範囲で設定してください。
- ・計画の初年度は負担金の徴収と交付金の交付が始まる年からとなり、準備・検討期間は含まれません。

## ⑥ 資金計画（施行規則第 39 条）

- ・活動の内容を踏まえて、必要な支出と収入を検討し、記載してください。
- ・支出は目的に従って区分してください。記載できる項目は基本的には「事業実費」、「プロジェクトマネジメント費」、「効果測定費」となります。この中の細目について、どこまで資金計画に記載するかについてはエリアマネジメント団体と市町村の協議の中で決めていくことができます。
- ・また、収入については性質ごとに区分し、「負担金（交付金）」のみで賄うのではなく、他の収入源を加えることも可能です。例えば、「補助金」や「自己資金」、「協賛金」といった収入源を加えて、支出全体を賄っていくこともできます。
- ・それぞれの受益事業者が負担することとなる負担金の額及び徴収方法の素案を添付してください。
- ・また、次項にあるように、エリアマネジメント団体が本制度以外で行う活動についても、その収支を記載する必要があります。

|                | 収入項目         | 金額      | 支出項目              | 金額      |
|----------------|--------------|---------|-------------------|---------|
| 負担金制度<br>の対象活動 | 負担金<br>(交付金) | 〇,〇〇〇千円 | 事業実費              | 〇,〇〇〇千円 |
|                | 補助金          | 〇,〇〇〇千円 | プロジェクトマネジ<br>メント費 | 〇,〇〇〇千円 |
|                | 協賛金          | 〇〇〇千円   | 効果測定費             | 〇,〇〇〇千円 |
|                | 自己資金         | 〇〇〇千円   |                   |         |
|                | 合計           | 〇,〇〇〇千円 | 合計                | 〇,〇〇〇千円 |



**⑦ エリアマネジメント団体が行う地域来訪者等利便増進活動以外の事業の概要、規模及び損益の状況（施行規則第 40 条）**

- ・本制度の対象とする活動以外にエリアマネジメント団体が行う活動についてもその内容や事業規模と損益について記載してください。

|               | 活動内容 | 収入項目 | 金額      | 支出項目 | 金額      |
|---------------|------|------|---------|------|---------|
| 負担金制度の対象以外の活動 | 〇〇〇  | 自己資金 | 〇,〇〇〇千円 | 事業実費 | 〇,〇〇〇千円 |
|               |      | 協賛金  | 〇,〇〇〇千円 |      |         |
|               |      | 補助金  | 〇〇〇千円   |      |         |
|               |      | 合計   | 〇,〇〇〇千円 | 合計   | 〇,〇〇〇千円 |

**▶ 添付書類（施行規則第 38 条）**

- ・活動計画の認定申請の際には、以下の書類を添付してください。
  - ・エリアマネジメント団体の定款、登記事項証明書
  - ・認定申請の日の属する事業年度の直前の事業年度の貸借対照表、損益計算書、当該事業年度末の財産目録又はこれらに準ずるもの
  - ・受益事業者からの同意を得たことを証する書類
  - ・その他参考となる事項を記載した書類
- ・このうち、受益事業者からの同意を得たことを証する書類については、各事業者からの同意書などが考えられますが、具体的には、市町村と調整し、必要な書類を整えることが望ましいと考えられます。

**⑧ 都市公園の占用の特例**

- ・地域来訪者等利便増進活動計画に都市公園の占用の許可の特例について記載する場合の取扱いについては、以下のとおりです。

**▶ 地域来訪者等利便増進活動計画への記載**

- ・地域来訪者等利便増進活動計画の「地域来訪者等利便増進活動の内容」の項目に、都市公園における来訪者等の利便の増進に寄与する施設又は物件（以下「来訪者等利便増進施設」という。）であって次に掲げるものの設置（都市公園の環境の維持及び向上を図るための清掃その他の措置であって当該施設又は物件の設置に伴い必要となるものが併せて講じられるものに限る。）に関する事項を記載することができます。
- 来訪者等利便増進施設としては、施行令第12条において、以下のとおり定めています。

- (1) 自転車駐車場で自転車を賃貸する事業の用に供するもの
- (2) 観光案内所
- (3) 路線バス（主として一の市町村の区域内において運行するものに限る。）の停留所の

ベンチ又は上家※

(4) 都市公園法（昭和 31 年法律第 79 号）第 7 条第 1 項第 6 号に掲げる仮設工作物

※ いわゆるコミュニティバスを想定していますが、どのような運行形態、運行区域の路線バスが対象となるかについては、公園管理者が、地域来訪者等利便増進活動計画の認定に当たっての協議段階において、地域の実情に応じて個別に判断することとなります。例えば、学校や病院、鉄道駅など来訪者等が日常生活で利用する施設が隣接する市町村にあり、市町村の区域をまたいで運行区域が設定されているコミュニティバス等も対象になると考えられます。

## 公園管理者への協議

- ・ 地域再生計画の認定を受けた市町村は、都市公園における来訪者等利便増進施設の設置に関する事項が記載された地域来訪者等利便増進活動計画について認定しようとするときは、あらかじめ公園管理者に協議し、その同意を得なければなりません。
- ・ 地域来訪者等利便増進活動計画が認定を受けた日から 2 年以内に、エリアマネジメント団体から活動計画に基づく都市公園の占用について許可申請があった場合においては、公園管理者は、同法第 7 条の規定にかかわらず、占用が来訪者等利便増進施設の外観及び構造、占用に関する工事その他の事項に関し施行令第 14 条に定める次の技術的基準に適合する限り、当該許可を与えるものとします。

ア 来訪者等利便増進施設の外観及び配置は、できる限り都市公園の風致及び美観その他都市公園としての機能を害しないものとする。

イ 地上に設ける来訪者等利便増進施設の構造は、倒壊、落下その他の事由による危険を防止する措置を講ずることその他の公園施設（都市公園法第 2 条第 2 項に規定する公園施設をいう。以下同じ。）の保全又は公衆の都市公園の利用に支障を及ぼさないものとする。

ウ 地下に設ける来訪者等利便増進施設の構造は、堅固で耐久力を有するとともに、公園施設の保全、他の占用物件（都市公園法施行令（昭和 31 年政令第 290 号）第 13 条第 1 号に規定する占用物件をいう。）の構造又は公衆の都市公園の利用に支障を及ぼさないものとする。

エ 来訪者等利便増進施設のうち、施行令第 12 条第 1 号に掲げる自転車駐車場にあってはその敷地面積が 30 平方メートル以内、同条第 2 号に掲げる観光案内所にあってはその建築面積が 50 平方メートル以内、同条第 3 号に掲げる停留所の上家にあってはその建築面積が 20 平方メートル以内であること。

オ 来訪者等利便増進施設の占用に関する工事は、次に掲げるところによること。

- (1) 当該工事によって公衆の都市公園の利用に支障を及ぼさないようできる限り必要な措置を講ずること。
- (2) 工事現場には、柵又は覆いを設け、夜間は赤色灯をつけ、その他公衆の都市公園の利用に伴う危険を防止するため必要な措置を講ずること。

- (3) 工事の時期は、公園施設に関する工事又は他の占用に関する工事の時期を勘案して適当な時期とし、かつ、公衆の都市公園の利用に著しく支障を及ぼさない時期とすること。

# 3

## 負担金条例

市町村で作成する、負担金の徴収を定める「負担金条例」の記載内容例を解説します。

### ☑負担金条例（法第 17 条の 8 第 2 項）

#### ① 負担金条例

- ・「受益事業者の範囲」並びに「負担金の額」、「徴収方法」について定める必要があります。このほか、負担金制度の一般的な運用を想定すると、以下のような項目について規定することが考えられます。

（趣旨・定義）

（受益事業者）

（賦課及び徴収）

（賦課期日）

（負担金の額）

（徴収の手続）

（徴収猶予）

（減免）

（受益事業者の申告・不申告の取扱い）

（受益事業者に変更があった場合の取扱い）

（過誤納金・還付）

（立入検査）

（延滞金）

（罰則）

（実績報告）

など

#### ② 各項目の説明

- ・法第 17 条の 8 第 2 項では「受益事業者の範囲並びに負担金の額及び徴収方法については、認定市町村の条例で定める」としています。これらの項目に加えて、負担金制度の運用に当たって必要な内容を、条例で規定する必要があります。

以下では、負担金条例制定において、制度の円滑な運用を目指すため、規定することが考えられる項目について示します。

#### ▶ 趣旨・定義

- ・条例の根拠や用語の定義について定めます。

#### 【説明】

根拠法となる法第 17 条の 7 第 8 項や第 17 条の 8 を示すとともに、負担金条例の内容を示し

た認定地域来訪者等利便増進活動計画（以下「認定活動計画」という。）について特定することが考えられます。

認定活動計画は、法第 17 条の 7 第 8 項、第 9 項に基づき、市町村の議会の議決を経た上で、市町村が認定を行うもので、負担金条例で規定すべき内容が記載されると想定されます。

負担金徴収の運用に当たっては、認定活動計画の内容について、条例の各項目で規定する必要があります。

認定活動計画については、法第 17 条の 7 第 12 項において、市町村が認定後に遅滞なくこれを公表することと規定されていますが、本計画は負担金条例の対象区域や徴収期間の根拠となるため、負担金の徴収対象となる受益事業者が容易に知り得るよう、必要に応じて認定後遅滞なく告示することなどを規定するとともに、インターネットその他の適切な方法により、情報を閲覧できる環境を整えることが望ましいと考えられます。

## ▶ 受益事業者

- ・ 負担金の徴収対象となる受益事業者の範囲について規定します。

### 【説明】

本制度では、認定活動計画に受益事業者の範囲について定めることとされており、その中で負担金の徴収対象となる受益事業者の定義について記載されます。

条例では、必要に応じて認定活動計画中に記載する内容を引用しながら、受益事業者について規定する必要があります。

## ▶ 賦課及び徴収、賦課期日

- ・ 受益事業者への負担金の賦課、及び受益事業者を決定するための賦課期日、賦課を行う期間について規定することが考えられます。

### 【説明】

受益者負担金制度においては、賦課対象区域の公告の時点を「賦課期日」として、その時点における区域内の土地所有者等を受益者として規定する場合があります。

本制度における賦課期日については、エリアマネジメント活動の年間の実施スケジュールや、受益事業者の確定と納付通知書等の発行事務も考慮した期日を設定する必要があります。

負担金の賦課については、地域来訪者等利便増進活動計画の認定が前提となります。このため、認定活動計画の計画期間以外では、負担金を賦課することができないように規定することも考えられます。

## ▶ 負担金の額

- ・ 受益事業者が負担することとなる負担金の額とその決定方法を規定する必要があります。



#### 【説明】

負担金の額については、ガイドライン第3部第2章3に述べたとおり、負担金の総額について、個々の受益事業者へ割振りを行う際に、算出する方法を規定することなどが考えられます。

いずれの場合においても、認定活動計画の計画期間中に、どのようなルールで負担金額を設定するかについて、金額と決定方法を記載する必要があります。

### ➡ 徴収の手続

- ・市町村が各受益事業者から徴収する手続について規定する必要があります。

#### 【説明】

市町村が、各受益事業者の納付する金額を徴収する際には、地方自治法第231条において、「普通地方公共団体の歳入を収入するときは、政令の定めるところにより、これを調定し、納入義務者に対して納入の通知をしなければならない。」と定められており、本負担金条例においても、納付額の通知について規定する必要があります。

納付方法については、年度ごとに一括して負担金を納付するケースや、分割納付のケースなど、負担金の金額規模や内容に応じて納付方法を設定することが考えられます。

### ➡ 徴収猶予

- ・災害その他の事由により事業の継続や生活の維持が困難となる場合に、負担金の徴収を猶予することについて規定します。

#### 【説明】

受益者負担金制度においては、災害その他の事由により負担金の納付が困難と認められる場合において、徴収を猶予する規定を設けることが一般的であり、受益事業者の実情に応じて適切に措置されるよう規定することが考えられます。

また運用に当たっては、猶予の取消しをあわせて規定することが考えられます。

### ➡ 減免

- ・負担金の徴収の対象外となる減免の規定について、規定します。

#### 【説明】

受益の考え方を整理した場合や、他の徴税制度との整合を考えた場合に、負担金の徴収の対象外となる事業者は、減免の扱いとすることが考えられます。

負担金条例では減免についても規定されている事例が多く、この条例においても、必要に応じて規定することが考えられます。

減免については、負担金条例では国及び地方公共団体の公用に関して負担金の対象外としている事例があります。

## ▶ 受益事業者の申告、不申告等の取扱い、受益事業者に変更があった場合の取扱い

- ・ 受益事業者については、変更の状況を把握することが難しい状況も想定されます。こうした状況において、適切に市町村が受益事業者について把握できるよう、申告について規定することが考えられます。

### 【説明】

本制度では、当初エリアマネジメント団体（地域来訪者等利便増進活動実施団体）により地域来訪者利便増進活動計画が認定申請された時点で、受益事業者の把握が行われます。

この受益事業者については、時間の経過に伴い変更する可能性があります。そこで当該負担金制度を運用するためには、市町村がこうした変更の状況を的確に把握しつつ、受益事業者の変更や申告に関する取扱いを規定しておくことが望ましいと考えられます。

「受益事業者に変更があった場合の取扱い」については、下水道負担金条例でも多くの場合規定があり、受益者の地位承継などについて規定していますが、納付の方法を分割とするなど、徴収・納付方法に応じて規定を検討することも考えられます。

一方、受益事業者の申告や不申告等の取扱いについては、下水道負担金条例では条例又は施行規則で規定される場合が多く、受益事業者に課する義務の程度や罰則の有無を勘案しながら、適切に規定する必要があります。

## ▶ 過誤納金・還付

- ・ 負担金徴収後に受益事業者が変更する場合に対応できるよう、還付について規定するものです。

### 【説明】

地域来訪者等利便増進活動が実施される前に、事業者に変更が生じ受益事業者に該当しなくなることも想定されます。こうした場合は、市町村が賦課期日時点で受益事業者として歳入調停を行った内容に過誤が生じる可能性も生じます。

このように、負担金徴収の根拠となる事実に変更が生じる場合に、徴収金を受益事業者に還付する手続きを規定しておくことが考えられます。

## ▶ 立入検査

- ・ 負担金の徴収に当たり、市町村が事業者に対して質問や検査を行うことが可能となるよう規定するものです。

### 【説明】

本制度では、受益事業者該当する要件について、登記事項では確認できない場合も想定されます。

そこで、よりの確に受益事業者である事実を認定し、公平に負担金を徴収するために、前項の申告制度とあわせて、市町村職員に本制度に関する質問検査権を付与することも考えられます。

## ▶ 延滞金

- ・ 法第 17 条の 8 第 4 項に基づき、延滞金の徴収に関して規定します。

### 【説明】

負担金について法第 17 条の 8 第 3 項に基づいて督促を行った場合でも、納付すべき金額が納付されなかった場合に、延滞金を徴収できるよう規定することも考えられます。

## ▶ 罰則

- ・ 不正行為により負担金の徴収を免れた場合に罰則を設けるよう規定します。

### 【説明】

本条例の適切な運用のため、関係機関と調整の上、罰則を規定することも考えられます。

## ▶ 実績報告

- ・ 市町村がエリアマネジメント団体（認定地域来訪者等利便増進活動実施団体）を適切に監督しながら、毎年度交付金を交付するために、年度ごとの実績報告を規定することも考えられます。

### 【説明】

法第 17 条の 9 では、認定活動計画の計画期間が終了した際に、交付金を精算することが規定されています。また法第 17 条の 12 では、市町村が必要に応じてエリアマネジメント団体から活動や会計の状況について報告を求めることができることを規定しています。

市町村がエリアマネジメント団体に交付金を交付する場合は、年度ごとに執行することが想定されます。そこで、本条例の適切な運用のため、上記の監督規定に加えて、年度ごとの実績報告を義務付けることを規定することが考えられます。

## ▶ その他 施行規則などにおいて規定する事項

- ・ 負担金の算定に用いる数値の定義（例：下水道受益者負担金条例における「受益者の地積」）
- ・ 納期や納入方法
- ・ 徴収猶予や減免の手続の詳細
- ・ 還付手続
- ・ 賦課徴収に係る職務の委任
- ・ 条例で規定する各手続き書式

## 第4章 制度活用において想定される法的論点

地域再生エリアマネジメント負担金制度を活用するにあたり、想定される法的論点について解説します。市町村はエリアマネジメント団体が作成した地域来訪者等利便増進活動計画を基に、負担金条例において、受益事業者から負担金を徴収する根拠として、「受益事業者の範囲並びに負担金の額及び徴収方法」を定めることとなります。ここでは、制度の運用に当たって法的リスクを低減するため、配慮すべき点について解説します。

---

### ▶ 受益事業者の範囲

- ・受益事業者の範囲設定については、エリアマネジメント団体に第一義的な裁量を与えられており、市町村長には、その範囲設定が法で定める基準に適合するかどうかの判断が委ねられています。このため、範囲設定が不合理なものでなく、裁量の範囲内と認められる限り、法的リスクを回避できるものと考えられます。
- ・なお、下記のような範囲設定を行う際には、「特定の者に対し不当に差別的な取扱いをするものではない（法第17条の7第8項第5号）」よう留意する必要があります。

### ▶ 地理的な範囲

- ・地理的な範囲設定を行う際には、「自然的経済的社会的条件から一体的である地域（法第5条第4項第6号）」である必要があります。その上で、活動計画は「円滑かつ確実に実施されると見込まれるものである（法第17条の7第8項第3号）」必要があること、エリアマネジメント活動には関係者の積極的・能動的な協力が重要であることなどを踏まえると、活動計画に対する同意が得られている者の地理的範囲も一定程度考慮することはあり得ると考えられます。
- ・エリアマネジメント活動による効果は、例えば、イベント等集客活動であれば活動場所から空間的に波紋状に及ぶ性質があると考えられる等、正確に把握することが難しいことから、受益事業者の範囲設定については、合理的な根拠を説明できるのであれば、裁量の逸脱・濫用の事情がない限り、法的リスクを回避できるものと考えられます。その際には、社会実験等において、地区や業種・業態等を一定程度区分した上で利益の有無や程度を把握し、範囲設定の判断根拠となるデータを蓄積することが望ましいと考えられます。

### ▶ 業種・業態・事業規模の範囲

- ・エリアマネジメント団体が、実施する活動の性質等に照らし、利益を受ける見込みがない又は低い業種・業態があると判断する場合、特定の業種・業態を受益事業者の対象外とすることも可能と考えられます。
- ・さらに、市町村の負担金徴収コストが、一部の受益事業者についてはその負担金額に比して著しく大きくなるような場合には、負担金徴収対象の基準額を設け、負担金額が当該基準額以下となる小規模事業者等を徴収対象外とすることも可能と考えられます。

## ▶ 負担金の額

### ▶ 利益の算定の根拠

- ・活動計画に記載される「事業者が受けると見込まれる利益の内容及び程度（法第17条の7第2項第4号）」は、実績値ではなく推定値です。そのため、例えば小売店については、来訪者の増加により売上高が増加するという前提の下、利益の程度を算定することになります。一方で、小売店の売上高等のデータは当該事業者しか把握できず、データ提供に応じられる場合でなければ、実際の売上高増加の有無を確認することは容易ではありません。
- ・上記のようなデータを入手する代わりに、社会実験におけるアンケート調査等を通じて来訪者の消費行動を把握し、受益を推定することが考えられます。アンケート調査等の結果を基に利益を算定する場合には、その算定方法の合理性を説明するためにも、収集したデータや当該データに基づく判断過程を記録化し、事後的に検証可能な状態にしておくことが望ましいと考えられます。また、活動計画に基づく活動を開始した後も、その実施状況等を記録化することが望ましいと考えられます。
- ・受益者負担金制度の先例である下水道事業受益者負担金に係る訴訟事件の裁判例からは、負担者からの賦課処分取消請求等が訴訟リスクとして想定されるところ、これらの既往の裁判例においては負担金の妥当性についての具体的な根拠が検証されています。
- ・すなわち、「利益（土地計画法75条1項）とは必ずしも金額として算定しうる経済的利益ばかりでなく、事業施設を利用することによって生ずる生活上の利便をも含む」（行田市に関する浦和地判昭和57年5月14日）ことを前提とし、「その事業施設を利用することによって生じる利便性、快適性という主観的利益を含む」（大和郡山市に関する奈良地判昭和56年6月26日）こと、「要は、受益の性質、程度、事業の性質および事業費等を勘案し、社会通念からみて、受益者の受益の限度をこえないものと容認できる賦課額を決定すべきものと解するのが相当である」（同上）との判断がなされており、その上で、具体的な金額による検証ではなく、それぞれの要素を総合的に判断してその妥当性が評価されています。
- ・貨幣換算（金銭的評価）が困難な内容についての詳細は後述しますが、ガイドライン記載の検証方法（P49以降）において、多方面から、また、先行事例の比較の中で検討がなされておりガイドラインに沿って検証・算出されたものであれば、訴訟上の根拠として効果を有するものと考えられます。

### ▶ 経済効果の貨幣換算が困難な活動・事業

- ・来訪者等の利便増進に資する活動については、経済効果の貨幣換算が難しい場合がある一方、来訪者等一般に対して広く利益が存在し、公共事業としての色彩を帯びているという考え方により、当該活動を公共事業のように捉え、受益・経済効果が少なくとも事業費を上回ると推定し、負担金額とすることも考えられます。
- ・これは、エリアマネジメント活動の総経済効果（B）は（B1）受益事業者に対する経済効果と（B2）受益事業者以外の来訪者等を含む地域社会一般に対する経済効果に分けられると概念し、総事業コストを（C）とした場合、 $(B1) > (C)$ であることが負担金徴収の前提であり、（C）によって（B2）



ももたらされていることを勘案し、下限としての事業費の全部又は一部を負担金額として徴収できるという考え方によるものです。

- ・ただし、このような対応をするには、当該エリアマネジメント活動の費用が適正に算定されたものであり、濫費された等の事情がないことを確認する必要があると考えられます。また、受益事業者に対する経済効果が事業費を上回ることについて、CVM 調査等によりできる限り検証に努めることが求められるほか、相当割合の受益事業者の理解が得られていることも傍証になると考えられます。
- ・なお、裁判例を参照すると、芦屋市に関する裁判例（神戸地判昭和 57 年 4 月 30 日（大阪高判昭和 58 年 9 月 30 日も同旨））において「公共事業の故をもって、常に当該事業に投資された事業費の総額相当額が即ち当該事業によって生じる利益の総額であることとはできない」としており、公共事業であることから事業費（費用）をただちに受益とみなすことは慎重であるべき一方、同裁判例は、事業の性質から「当該事業等が、ことさら不経済、不合理な内容、方法で施行される等特別の事情がない限り、公共下水道事業によって配する区域内に生じる利益の総額は、投資された事業費の総額を下回るものではないと推定してよい」と判示しています。また、行田市に関する裁判例（浦和地判昭和 57 年月 14 日）は、「公共下水道事業のもたらす利益は、事業区域内全域にわたる生活環境の改善、右区域内の住民の個人的な住生活の向上があげられるが、これを経済的に評価すると、その総量は、投下された事業費総額に対応すると考えられ」との判示があり、上記の点に留意した説明方法を用いることが適切であると考えられます。
- ・このほか、事業の共同化や設備などの共同利用によりコストが削減されるのであれば、その分利益が生じたとみなし、コスト削減分の費用を負担金額とできると考えられます（例：個々の事業者がサービスや施設を利用する場合 100 万円×10 社＝1,000 万円かかるが、一括で利用すれば 800 万円にコスト削減される場合、200 万円を利益とみなす）。
- ・この「共同化」「共同利用」には、（ア）事業者が個別で行えるサービスや施設の利用を共同化し、それによりコストが削減できた場合、（イ）性質上単独事業者では行えない活動を共同で行った場合の二種類があると考えられ、（イ）については個別の場合のコストが観念できないため、受益事業者に対する経済効果が総事業コストを上回ることを確認できることが前提になると考えられます。

#### ➡負担金額の算定方法

- ・受益事業者ごとの負担金額については、あらかじめ受益事業者と決めたルールに則り算出することになりますが、負担金の徴収根拠となる条例においても、受益事業者が自己の負担金額を事前に把握できるようにする必要があるため、算定基準等を明確に規定する必要があります。

## ➡ 徴収方法

### ➡ 受益事業者の変更

- ・市町村は、負担金を確実に徴収するために、受益事業者を把握している必要がありますが、事業者の転出入により受益事業者の入れ替わりが生じることも想定されます。負担金の徴収対象を正確に把握するためにも、条例において、転出入により受益事業者該当しなくなる・新たに該当する場合には、活動団体に申告又は届出をするよう規定し、活動団体経由で把握することも考えられます。このような規定を設ける場合には、転出入する事業者が自身は受益事業者であった・あることを把握していることが必要であるため、受益事業者の範囲の周知性が担保されることが重要です。

### ➡ 活動計画に記載した利益と実績の乖離

- ・活動計画に記載する利益は活動前に算定する推定値であり、活動計画の運用において、活動が計画通りに実施できなかったことなどにより、実績値と乖離する場合も想定されます。このような活動計画の性格に鑑みれば、当該乖離が、活動計画の作成・決定、条例の制定時点で容易に想定され得るものであったなどの事情がない限り、直ちに不当性を追及されるものではないと考えられます。一方で、受益事業者による負担の公平感を担保する観点から、条例において、予定されていた活動が全て中止された場合など、受益事業者が利益を受ける見込みが失われた場合には、負担金を納付事業者に還付することを規定することも考えられます。

## 第3部 エリアマネジメントの効果及び受益の把握・算定方法

### ～負担金設定の考え方～

## 第1章 経済効果の考え方

# 1

### 本制度において捉える経済効果の考え方

本制度では、エリアマネジメント活動によってどれくらいの経済効果があるのかを示すことが求められます。ここでは、本制度において経済効果を捉える際の基本的な考え方について解説します。

### ☑地域再生エリアマネジメント負担金制度活用の際に捉える経済効果の基本的考え方

#### ① 来訪者等の定義

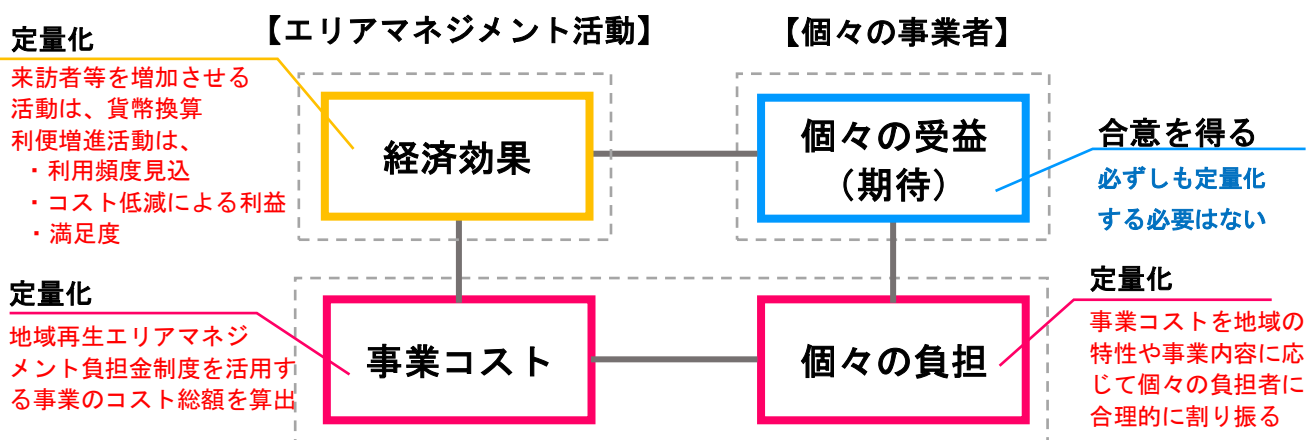
- ・本制度において経済効果を考えるに当たっては、本制度がターゲットとしている「来訪者等」の定義を確認することが必要です。
  - ➡来訪者 買物客や業務、観光等で訪れた人（比較的短期間エリアで活動する人々）
  - ➡滞在者 就業者や中長期の観光等で訪れた人（比較的中長期間エリアで活動する人々）
- ・つまり、経済効果を捉える際に対象となるエリアマネジメント活動は、来訪者だけでなく滞在者（就業者を含む）を対象とし、就業者に対する利便増進活動も含まれることになります。

#### ② 経済効果（利益）の設定の考え方

- ・経済効果については、以下のように、主に来訪者等の増加を目指すものなのか、あるいは来訪者等の利便増進を目指すものなのかによって異なってくると考えられます。
  - ➡主に来訪者等の増加を目指す活動については、エリアマネジメントによる経済効果を貨幣換算する。
  - ➡主に来訪者等の利便増進を目指す活動など、必ずしも収益は見込めず、貨幣換算がしづらい活動については、利用頻度の多さが見込めることや、利用者の満足度、スケールメリット（規模拡大効果、規模の利益）によりコストが低減することなどの経済効果を示す。
- ・以上のような考え方に基づき、そのエリアにおいて、把握することが可能で、かつ受益事業者からの理解が得られる経済効果を示すことが必要です。

### ③ 定量的に把握すべき内容の考え方

- ・まず、エリアマネジメント活動による「経済効果」は上記②の考え方に基づいて設定し、把握します。これについては、あくまでも将来の見込みであり、「推計」となります。
- ・次に、エリアマネジメント活動に係る「事業コスト」の算出が必要です。これは、活動内容や活動量に応じて、全体コストとして算出していきます。
- ・その全体コストを個々の受益事業者がどのように負担するかについては、個々の事業者ごとに割り振った「個々の負担額」を算出します。これについては、均等に負担をしてもらうか、事業規模に応じて合理的に差をつけるか等、エリアの状況に応じて、受益事業者の理解を得ながら整理をしていきます。
- ・個々の受益事業者が受ける利益については、必ずしも定量化する必要はないと考えられます。これは、第2部第1章2「活動による利益」に記したとおり、個々の受益事業者において出現する効果・利益に対して、エリアマネジメント活動は間接的であると考えられるからです。定量化されたエリアマネジメント活動の経済効果が事業コストを上回り、個々の負担額が事業者間で公平かつ妥当に算定されるのであれば、その負担は個々の事業者が受ける利益の限度内であるとしてよいと考えられます。（参考：p.54 エリアマネジメント活動と売上高の関係について補論）
- ・上記の定量化すべき内容については、以降で解説をします。
- ・これ以外に、経済効果を推計する際に、そのエリアの過去の経済状況等のデータの把握や社会実験によるデータの計測、活動報告の際のデータの計測などが必要になる場合もあります。



# 2

## エリアマネジメント活動と経済効果の関係性

本制度で求められる経済効果を示すためには、エリアマネジメント活動と経済効果がどのような関係なのかについて理解することが重要です。ここでは、既往の調査・研究等からエリアマネジメント活動と経済効果の関係について解説をします。

### □基本的な考え方

エリアマネジメント活動による経済効果については、第2部第1章でも述べたように、当該活動により来訪者等が増加し、そのことがその先の経済的な効果を生み出すと考えられます。

来訪者等の増加と経済効果の関係性については、既往の研究<sup>※1</sup>でも歩行者通行量増加と売上高、地価との関係が示されています。

エリアマネジメント活動



来訪者等の増加<sup>※2</sup>



経済効果の向上

来訪者等の増加<sup>※2</sup>によって売上高、地価などの経済効果が向上

※1 国土交通省都市局都市計画課「まちの活性化を測る歩行者量調査ガイドライン（ver1.1）」（平成31年3月）

pp. 3-7

※2 来訪者等の増加数を示す指標として、歩行者通行量や、イベント参加者数、来場者数、駐車場利用台数を基にした換算などが考えられます。



また、エリアマネジメント活動によって、防災・防犯・安全への効果、住民等の意識向上・相互理解、まちなみや景観の形成への効果が一定程度認められるという調査結果や、これらが地価にも影響しているという研究成果もあります。

### エリアマネジメント活動



#### 来訪者等の利便の増進<sup>※3</sup>

- ・ 防災・防犯
- ・ 良好な景観の形成 等



#### 経済効果の向上

※3

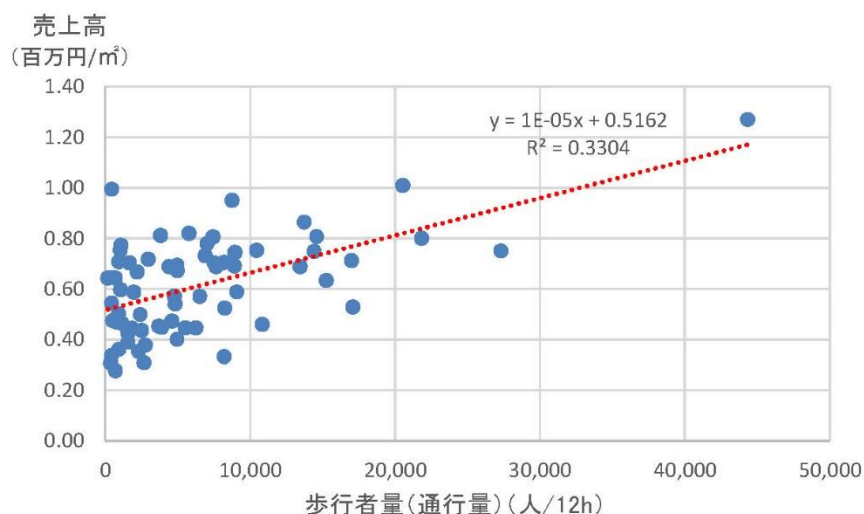
エリアマネジメント活動が防災・防犯・安全や住民等の意識向上・相互理解、まちなみや景観の形成に効果があるとしている調査結果の例：

- ・ 京都大学経営管理大学院、国土交通省都市局まちづくり推進課、和歌山大学経済学部（2015）「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」
- ・ 齊藤広子（2018）「戸建て住宅地開発におけるエリアマネジメント導入のプロセスと課題、住民の評価」、都市計画論文集、Vol. 53、No. 1、pp. 57-66、日本都市計画学会
- ・ 深谷昌代（2017）「防犯カメラの設置による窃盗犯罪の抑止効果について」、政策研究大学院まちづくりプログラム修士論文

防災・防犯・安全や住民等の意識向上・相互理解、まちなみや景観の形成が地価に影響しているという研究成果の例：

- ・ 国土交通省都市・地域整備局（2007）「景観形成の経済的価値分析に関する検討報告書」、国土交通省
- ・ 沓澤隆司・山鹿久木・水谷徳子・大竹文雄（2007）「犯罪発生の地域的要因と地価への影響に関する分析」、日本経済研究、56、pp. 70-91、日本経済研究センター
- ・ 山鹿久木・中川雅之・齊藤誠（2002）「地震危険度と地価形成：東京都の事例」、応用地域学研究、7、pp. 51-62、応用地域学会
- ・ 平山一樹・御手洗潤（2016）「エリアマネジメントが地価にもたらす影響のメカニズムの分析」、都市計画論文集、Vol. 51、No. 3、pp. 474-480、日本都市計画学会
- ・ 宮崎薫・御手洗潤・宋俊煥（2019）「都市の人口規模と人口動態によるエリアマネジメントの効果とその態様による差異の分析」、都市計画学会論文集、Vol. 54、No. 1、pp. 30-40、日本都市計画学会
- ・ 諸富徹（2010）「地域再生の新戦略」、中公叢書

## 参考：歩行者通行量と売上高の関係



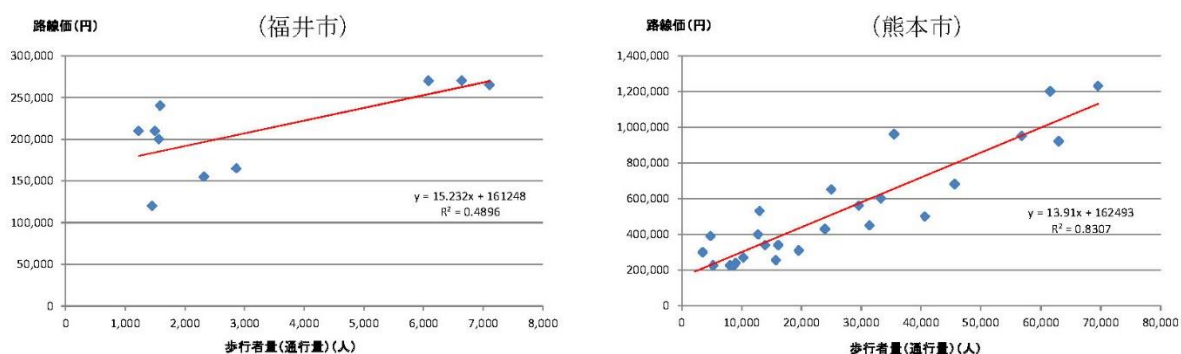
### 各都市の中心市街地の歩行者量（通行量）と小売業売上高

(注) 歩行者量（通行量）は、計測地点のうち通行量が最も多い地点の数値（平成 26 年度またはそれに最も近い年度を引用）を 12 時間通行量に換算。売上高は、中心市街地地域が含まれる商店街の年間商品販売額を売場面積で除して算出

出典) 認定された中心市街地活性化基本計画における各都市（対象 68 都市）の歩行者量（通行量）計測数値、経済産業省「平成 26 年商業統計調査」から国土交通省作成

国土交通省都市局都市計画課「まちの活性化を測る歩行者量調査ガイドライン（ver1.1）」（平成 31 年 3 月）p. 5

## 参考：歩行者通行量と地価の関係



### 中心市街地の歩行者量（通行量）と路線価

資料) 各調査地点の歩行者量（通行量）（福井市（H29）、熊本市（H28））、国税庁「平成 29 年分路線価図」から国土交通省作成

国土交通省都市局都市計画課「まちの活性化を測る歩行者量調査ガイドライン（ver1.1）」（平成 31 年 3 月）p. 6

## 参考：エリアマネジメント活動と売上高の関係について補論

店舗等商業者の売上高の向上は、エリアマネジメント活動による来訪者等の増加と、個々の事業者の営業努力によって達成されと考えられます。つまり、エリアマネジメント活動のみでは捉えきれない経済効果であると考えられます。

売上高は、一般的には次のような要素で構成されと考えられます。

**売上高の構成要素＝店舗前通行人数、入店率、滞在時間、視認率、買上げ率など**

### ➡店舗前通行人数

- ・店舗前通行人数の増加に影響を与えるのは、街への来訪者等（入込客）と、その店の立地やアクセス環境である。

### ➡入店率＝入店客数/店舗前通行人数

- ・通行人数が少なくても、店舗イメージ、知名度、看板の出来具合、ブランド戦略、信用力などにより入店率は上がる。

### ➡滞在時間

- ・店の滞在時間と売上は比例し、滞在時間が長いほど売上は上がる。
- ・滞在時間は、客導線、商品構成や売場の演出、スタッフの声かけのタイミング、接客マナーなどにより変わる。

### ➡視認率＝客が商品に関心を持ち、立ち止まる確率

- ・POP（商品の説明などを行う店内広告）は視認率を上げる有効なツールである。

### ➡買上げ率＝客が商品等を実際に購入する確率

- ・価格設定を含め、ここで買いたいと思わせる工夫や仕組みが必要。

売上高の構成要素を見ると、「店舗前通行人数」以外の項目は、店舗の独自努力に関するものです（好立地を求めて店舗を移転することも、店舗の独自努力であるが、ここでは負担の大きさから、そこまでは考えないものとします）。

地域再生エリアマネジメント負担金制度の必要性は、第1部第1章で述べたとおり、商業エリアの活性化は各事業者個々の取組では限界があり、エリアで来訪者等の増加に取り組むことによって、より大きな経済効果が発揮されと考えられることから、行政も関与し官民連携で対応することにあります。

エリア全体の売上高は、エリアマネジメント活動による経済効果が反映される部分と、各店舗の独自努力が反映される部分があると考えられますが、個々の事業者の取組では限界があり、エリアマネジメント活動により改善すべき項目は、店舗前通行人数の増加をもたらす、エリアへの来訪者等の増加と考えられます。

## □エリアマネジメント活動と経済効果

### ① 活動のカテゴリーと経済効果のつながり

- ・前項で述べたように、エリアマネジメント活動は、歩行者通行量等の指標を介して経済効果につながっていると考えられます。
- ・ここでは、エリアマネジメント活動と来訪者等の増加の関係性について、既存のエリアマネジメント団体による活動実績から検証します。
- ・エリアマネジメント活動は、第2部第1章で整理したように、大きく①イベント系、②公共空間整備運営系、③情報発信系、④公共サービス系、⑤経済活動基盤強化系に分けることができます。
- ・そのうち、来訪者等の増減に直接関係するものは、①、②と考えられます。③、⑤は間接的に関係し、④は来訪者等の利便増進に寄与するものと考えます。

| エリアマネジメント活動の種類 | ①イベント系事業                                      | ②公共空間整備運営系事業                                                | ③情報発信系事業                                                                         | ④公共サービス系事業                                            | ⑤経済活動基盤強化系事業                                                    |
|----------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
|                | ・お祭りやマルシェ、イルミネーションなど来訪者を直接的に呼び込むことにつながる事業     | ・歩行者空間の充実化、各種設備の整備や日常的な管理運営など来訪者、滞在者の利便性や憩いの場を提供することにつながる事業 | ・エリアに係る様々な情報の集約や発信（WEBやマップ等）、エリア限定のメディア構築など来訪者、滞在者の利便性を高めるとともにエリアのプロモーションにつながる事業 | ・交通に関するサービスやビジネスサポートなどエリア内の企業、滞在者等の利便性を高めることにつながる事業   | ・エリア内の清掃や警備、防災対応力強化などエリアへの企業立地や新規店舗誘致など経済活動の活性化を支える基盤の形成につながる事業 |
|                | 集客イベント（マルシェ、お祭り等）<br>一時的な環境整備（イルミネーション等）<br>等 | 歩行者空間の拡大<br>歩行者環境の整備<br>オープンカフェ<br>コミュニティ拠点の整備運営<br>等       | メディア構築運営<br>情報連携体制構築<br>マップ作成<br>案内機能構築運営<br>等                                   | 交通サービス（エリア内巡回バス等）<br>ワーカー支援サービス（ビジネス・ウェルネス・子育て等）<br>等 | 防災・防犯活動<br>清掃活動<br>警備活動<br>等                                    |
| （来訪者等の増加）効果    | ○                                             | ○                                                           | △                                                                                | ◇                                                     | △                                                               |

○：来訪者等の増加に直接関係するもの △：間接的に関係するもの

◇：来訪者等の増加よりもむしろ利便増進に寄与するもの

## ② 来訪者等の増加に直接関係する活動

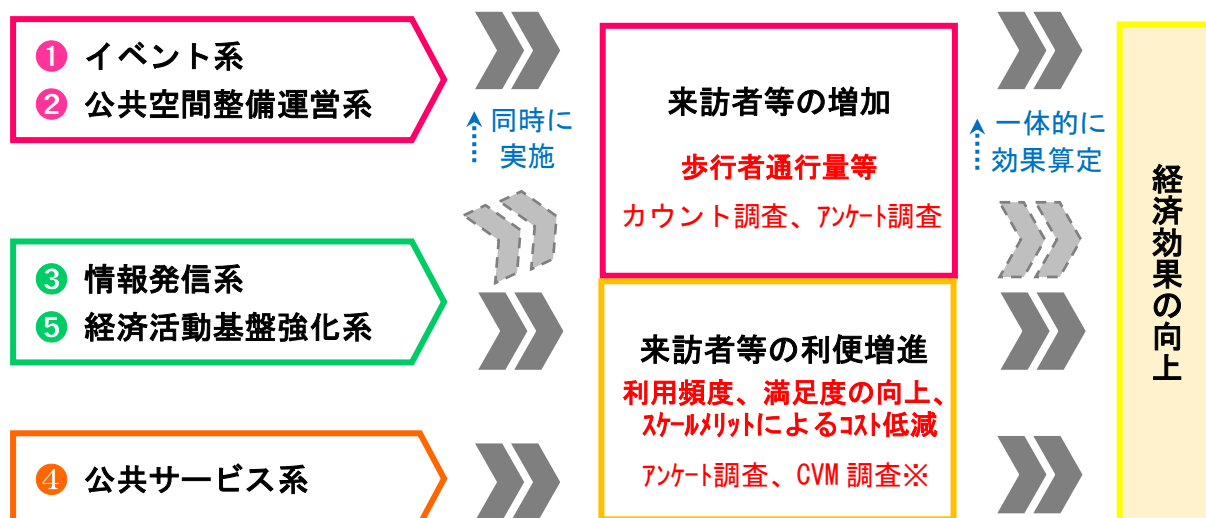
- ・各地で展開されているエリアマネジメント団体の活動において、イベント前後の歩行者通行量を比較し整理すると、イベントごとに増加量や増加率にバラツキはあるものの、概ね、歩行者通行量が増加していることが見てとれました（参考 1、2 を参照）。
- ・また、歩行者空間の拡大やオープンカフェ等、公共空間の整備や運営を行った場合でも、整備前と整備後で歩行者通行量や施設利用者数が増加していることが見てとれました。
- ・詳細のデータについては、次項に掲載しますが、①イベント系や②公共空間整備運営系といった活動と経済効果については、来訪者等の増加を通じて、直接的な関係性があると考えられます。
- ・また広報活動や清掃、警備など、情報発信や活動基盤を整える活動については、来訪者等の増加とは間接的な関係にあり、イベント実施の際や公共空間整備の際に一体的に行い、効果を高めると考えられる活動です。そこで、活動のカテゴリー③と⑤については、①や②と同時にその経済効果を算定する方法を推奨します。

## ③ 来訪者等の利便増進に寄与する活動

- ・カテゴリー③と⑤については、来訪者等の増加に寄与するだけでなく、利便増進に寄与する面もあると考えられます。また、活動のカテゴリー④の公共サービス系に係る活動についても、来訪者等の増加よりも利便増進に寄与する活動であり、利便増進の程度を把握することで、経済効果との関係性を整理すべきものと考えられます。
- ・利便増進の程度は、貨幣換算がしづらいため、利用頻度の増加や満足度の向上が確認され、それらがそのエリアの経済効果とつながっていることを、受益事業者との間で共有することが必要と考えられます。
- ・また、これらの活動は、スケールメリット（規模拡大効果、規模の利益）が働くことが想定されることから、個々の事業者にとってはコスト低減につながると考えられ、これも経済効果として理解されるべきものと考えられます。



これらの関係性を整理したものが、下の図になります。



※CVM（Contingent Valuation Method、仮想的市場評価法）調査…アンケート調査を用いて人々に支払意思額（Willingness to Pay, WTP）等を尋ね、市場で取引されていない財（効果）の価値を推計する

次章では、上記の考え方をベースにエリア全体の受益（エリアマネジメント活動の経済効果）の算定方法を整理、解説します。

参考1:「①イベント系事業」についての来訪者

▶ イベント系エリアマネジメント活動の参加者数等のまとめ

| 【地区名】<br>エリアマネジメント団体名        | イベント名                   | 対象         | 人数（人）     | 備考                               | 根拠（参考文献等）                                                    |
|------------------------------|-------------------------|------------|-----------|----------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| 【大丸有地区】<br>リガーレ              | 打ち水プロジェクト               | 参加者数       | 2,800     | 2016 年実績                         | https://www.mjpm.co.jp/pdf/mjpm20180510.pdf<br><br>リガーレヒアリング |
|                              | 丸の内夏祭り                  | 参加者数       | 12,000    | 2018 年実績                         |                                                              |
|                              | 丸の内ラジオ体操                | 参加者数       | 807       | 2018 年実績                         |                                                              |
|                              | エコキッズ探検隊                | 参加者数       | 532       | 2018 年実績                         |                                                              |
|                              | 丸の内ウォークガイド              | 参加者数       | 113       | 2018 年実績                         |                                                              |
| 【大丸有地区】<br>他の団体主催            | ラフォーレジュルネ<br>エリアコンサート   | 来場者数       | 50,000    | 2016 年実績                         | https://www.mjpm.co.jp/pdf/mjpm20180510.pdf                  |
|                              | 丸の内イルミネーション             | 来場者数       | 6,700,000 | 2016 年実績                         |                                                              |
|                              | 藝大アーツイン 丸の内             | 来場者数       | 30,000    | 2016 年実績                         |                                                              |
|                              | 仲通り綱引き大会                | 参加者数       | 240       | 2016 年実績                         |                                                              |
|                              | 丸の内行幸マルシェ               | 来場者数（年間）   | 210,000   | 2016 年実績                         |                                                              |
|                              | 丸の内駅伝                   | 参加者数       | 500       | 2016 年実績                         |                                                              |
| 【梅田地区】<br>梅田地区エリアマネジメント実践連絡会 | スノーマンフェスティバル            | 来場者数       | 37,514    | 2012 年～2017 年<br>実績平均            | 梅田地区エリアマネジメント実践連絡会ヒアリング                                      |
|                              | ゆかた祭                    | 来場者数       | 21,017    | 2013 年～2018 年<br>実績平均            |                                                              |
| 【札幌駅前通地区】<br>札幌駅前通まちづくり(株)   | さっぽろ八月祭                 | 来場者数       | 20,591    | 2015 年～2018 年<br>平均来場者数          | 札幌駅前通まちづくり(株)ヒアリング                                           |
|                              | チカホ広場稼働時<br>駅前通通行者数（地下） | 歩行者<br>通行量 | 56,327    | 2014 年～2017 年<br>平日平均            | 札幌市都心商店街通行量調査（毎年 9 月に実施）<br>9:00-20:00 の 11 時間合計の平均          |
|                              |                         |            | 42,392    | 2014 年～2017 年<br>休日平均            |                                                              |
| 【豊田地区】<br>（一社）TCCM 他         | SANGOHKAN ATRIUM イベント   | 来場者数       | 5,600     | 2018 年 11 月 17 日（土）<br>10 時～15 時 | （一社）TCCM ヒアリング                                               |
|                              | まちパワーフェスタ               | 来場者数       | 6,540     | 2018 年 3 月 24 日（土）・25 日（日）       | 豊田市中心市街地まちなか宣伝会議ヒアリング                                        |
|                              | ジョイカルウェイブ               | 来場者数       | 20,000    | 2018 年 10 月 13 日（土）・14 日（日）      | 豊田まちづくり(株)ヒアリング                                              |
|                              | STREET & PARK MARKET    | 来場者数       | 20,000    | 毎月第 3 土曜日<br>年間 11 回開催           | （一社）TCCM ヒアリング                                               |
|                              | MUSEUM MARKET           | 来場者数       | 12,514    | 2018 年実績<br>年間 8 日間開催            | （一社）TCCM ヒアリング                                               |
| 【福井地区】<br>まちづくり福井(株)         | まちフェス                   | 来場者数       | 9,194     | 2017 年、2018 年の<br>開催日 1 日平均      | まちづくり福井(株)ヒアリング                                              |
|                              | 響のホール                   | 来場者数       | 233,955   | 年間来訪者数                           |                                                              |
|                              | ハピリンク                   | 来訪者数       | 10,515    | 2017 年度は豪雪のため 2016 年度実績          |                                                              |

イベント日と平常日の歩行者通行量の増減

| 【地区名】<br>エリアマネジ<br>メント団体名               | イベント名                                       | 対象          | イベント<br>日 (人) | 平常日<br>(人) | 増加数<br>(人) | 増加率<br>(%) | 備考                                                                                                       | 根拠                                                                                                                                          |
|-----------------------------------------|---------------------------------------------|-------------|---------------|------------|------------|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 【梅田地区】<br>梅田地区エリ<br>アマネジメン<br>ト実践連絡会    | スノーマン<br>フェスティバル                            | 来場者         | 37,514        | 10,688     | 26,826     | 251.0      | 2012年～2017年<br>実績平均                                                                                      | ヒアリング                                                                                                                                       |
|                                         | ゆかた祭                                        | 来場者         | 21,017        | 4,062      | 16,955     | 417.4      | 2013年～2018年<br>実績平均                                                                                      | ヒアリング                                                                                                                                       |
| 【福井地区】<br>まちづくり福井<br>(株)                | まちフェス                                       | 来訪者         | 8,816         | 4,882      | 3,934      | 80.6       | 2017年、2018年<br>実績より算出<br>(1日当たり)                                                                         | ヒアリング                                                                                                                                       |
|                                         | 響のホール                                       | 来訪者         | 893           | 519        | 374        | 72.1       | 2017年度実績<br>(1日当たり)                                                                                      | ヒアリング                                                                                                                                       |
|                                         | コミュニティ<br>バス<br>「すまいる」                      | 利用者         | 1,720         | 962        | 758        | 78.8       | 2017年「まちフェ<br>ス」開催時の利用<br>者数平均<br>平常日：2017年5<br>月と2018年5月<br>実施の乗降者数<br>調査                               | ヒアリング                                                                                                                                       |
| 【豊田地区】<br>(一社) TCCM<br>他                | SANGOHKAN<br>ATRIUM<br>イベント                 | 歩行者<br>通行量  | 11,520        | 8,856      | 2,664      | 30.1       | 会場最寄り3地<br>点合計、2018年<br>11月17日と実施<br>しなかった昨年<br>11月土曜日との<br>比較                                           | ヒアリング                                                                                                                                       |
|                                         | まちパワー<br>フェスタ<br>3月24(土)                    | 歩行者<br>通行量  | 92,440        | 87,310     | 5,130      | 5.9        | 会場周辺の計測<br>地点6地点の1日<br>平均交通量                                                                             | ヒアリング                                                                                                                                       |
|                                         | まちパワー<br>フェスタ<br>3月25(日)                    | 歩行者<br>通行量  | 72,513        | 68,874     | 3,639      | 5.3        | 平常日は、Jリー<br>グ開催日を除く<br>2018年3月土日<br>平均通行量                                                                |                                                                                                                                             |
| 鳥取市<br>中心市街地                            | 鳥取駅前賑わい<br>実験(平日)                           | 歩行者・<br>自転車 | 71,442        | 60,765     | 10,677     | 12.0       | 2009年9月17<br>日(木)実施                                                                                      | <a href="http://www.tottori-machinaka.com/images/4-2歩行者自転車通行量調査結果.pdf">http://www.tottori-machinaka.com/images/4-2歩行者自転車通行量調査結果.pdf</a>     |
|                                         | 鳥取駅前賑わい<br>実験(休日)                           | 歩行者・<br>自転車 | 88,960        | 44,908     | 35,956     | 80.1       | 2009年9月20<br>日(日)実施                                                                                      |                                                                                                                                             |
| 小名浜絆祭り                                  | 小名浜絆祭り                                      | 歩行者         | 5,282         | 824        | 4,458      | 541.0      | イベント日：2014<br>年10月12日(日)<br>5290名<br>通常日：2014年<br>10月19日(日)<br>824名<br>イベント日：2015<br>年10月11日(日)<br>5273名 | <a href="https://www.pref.fukushima.lg.jp/uploaded/attachment/98031.pdf">https://www.pref.fukushima.lg.jp/uploaded/attachment/98031.pdf</a> |
| 周南市<br>パークタウン<br>ストリート<br>社会実験<br>交通量調査 | 周南市<br>パークタウン<br>ストリート<br>社会実験交通量<br>調査(平日) | 歩行者         | 12,792        | 12,897     | -105       | -0.8       | 実験中<br>平日：2014年10<br>月1日<br>休日：2014年10<br>月4日<br>通常時                                                     | <a href="https://www.city.shunan.lg.jp/uploaded/attachment/15797.pdf">https://www.city.shunan.lg.jp/uploaded/attachment/15797.pdf</a>       |
|                                         | 周南市<br>パークタウン<br>ストリート<br>社会実験交通量<br>調査(休日) |             | 12,865        | 10,961     | 1,904      | 17.4       | 平日：2014年10<br>月15日<br>休日：2014年10<br>月18日                                                                 |                                                                                                                                             |

|                                   |                    |             |         |        |       |      |                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------|--------------------|-------------|---------|--------|-------|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| くまもと<br>城下まつり                     | くまもと<br>城下まつり※     | 歩行者         | 150.5%  | 100%   | －     | 50.5 | 通常時:2010 年休日<br>イベント時:2010 年 4 月 29 日<br>2011 年 4 月 29 日・<br>30 日(土)<br>※2011 年は 2 日<br>間の平均値 | <a href="https://www.city.kumamoto.jp/common/UploadFileDsp.aspx?c_id=5&amp;id=2004&amp;sub_id=2&amp;flid=19955">https://www.city.kumamoto.jp/common/UploadFileDsp.aspx?c_id=5&amp;id=2004&amp;sub_id=2&amp;flid=19955</a> |
| なんば駅周辺<br>道路空間再編<br>社会実験<br>実行委員会 | なんばひろば<br>改造計画(平日) | 歩行者・<br>自転車 | 67,972  | 66,068 | 1,904 | 2.9  | 実験日<br>平日:2016 年 11<br>月 11 日                                                                 | <a href="http://namba-hiroba.jp/report/index.html">http://namba-hiroba.jp/report/index.html</a>                                                                                                                           |
|                                   | なんばひろば<br>改造計画(休日) | 歩行者・<br>自転車 | 104,080 | 99,236 | 4,844 | 4.9  | 休日 2016 年 11<br>月 19 日(土)                                                                     |                                                                                                                                                                                                                           |

※くまもと城下まつりの歩行者通行量は、平常日の通行量を 100%とした時のイベント日の通行量の割合(150.5%)を表記

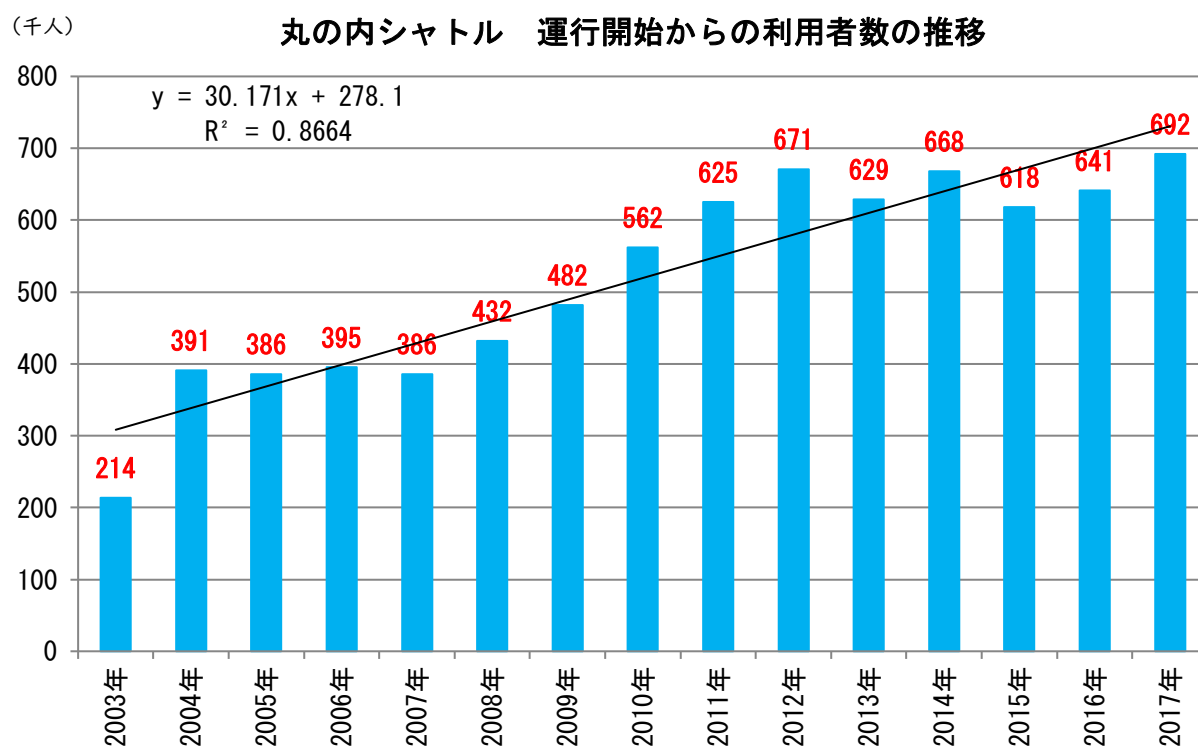
参考 2 : 「②公共空間整備運営系事業」についての歩行者通行量

| 【地区】<br>エリアマネジメント団体     | 対象事業/<br>場所                      | 平日（*平常日）歩行者通行量/利用者数（人/日） |        | 休日（*イベント日）歩行者通行量/利用者数（人/日）     |                                | 整備/開設後（*イベント日）<br>整備/開設前（*平常日）の増加数（人/日） | 整備/開設後<br>整備/開設前の増加率（%）       | 備考                                                                                     | 調査方法・参考資料                                                                                                                                                                   |
|-------------------------|----------------------------------|--------------------------|--------|--------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                         |                                  | 整備/開設前                   | 整備/開設後 | 整備/開設前                         | 整備/開設後                         |                                         |                               |                                                                                        |                                                                                                                                                                             |
| 【大丸有地区】<br>リガーレ他        | 丸の内エリア<br>歩行者空間                  | 60,500                   | 75,322 | (土)<br>26,100<br>(日)<br>20,400 | (土)<br>59,026<br>(日)<br>55,525 | (平日)<br>14,822<br>(休日)<br>34,026        | (平日)<br>24.5<br>(休日)<br>146.3 | 整備前：<br>2002年7月<br>整備後：<br>2016年7月                                                     | 三菱地所グループ<br>「Marunouchi Happ.<br>Stand & Gallery」<br>プレスリリース資料<br>( <a href="https://www.mjpm.co.jp/pdf/mjpm20180510.pdf">https://www.mjpm.co.jp/pdf/mjpm20180510.pdf</a> ) |
| 【福井市中心市街地地区】<br>まちづくり福井 | オープンテラス                          | 2,304                    | 2,514  | 2,320                          | 3,450                          | (平日)<br>210<br>(休日)<br>1,130            | (平日)<br>9.1<br>(休日)<br>48.7   | 平日整備前：2017年7月7日<br>平日整備後：2018年7月26日<br>休日整備前：2017年7月23日<br>休日整備後：2018年7月22日            | ヒアリング                                                                                                                                                                       |
| 【豊田市中心市街地地区】<br>TCCM 他  | あそべるとよたプロジェクト                    | 37,354                   | 43,232 | 27,714                         | 31,023                         | (平日)<br>5,878<br>(休日)<br>3,309          | (平日)<br>15.7<br>(休日)<br>11.9  | 運営開始：2015年<br>駅西口ペDESTロリアンデッキの飲食店の運営管理及び、広場空間の運営管理業務                                   | ヒアリング                                                                                                                                                                       |
|                         | THE CONTAINER N6<br>(コンテナニシマチ 6) | 28,144                   | 29,264 | 31,020                         | 34,163                         | (平日)<br>1,120<br>(休日)<br>3,143          | (平日)<br>4.0<br>(休日)<br>10.1   | 営業開始：2017年11月25日<br>まちなかのおもてなし及び案内機能の充実のための施設<br>売上高：<br>(前) 0 千円<br>→ (後)<br>3,150 千円 | ヒアリング                                                                                                                                                                       |



| 【地区】<br>エリアマネ<br>ジメント団<br>体    | 対象<br>事業                   | 利用者数<br>(人/年度) |        | 開設後-<br>開設前の<br>増加率<br>(%) | 売上高 (千円) |        | 新規事業者数<br>(件) |     | 備考                                                  | 調査方法・<br>参考資料 |
|--------------------------------|----------------------------|----------------|--------|----------------------------|----------|--------|---------------|-----|-----------------------------------------------------|---------------|
|                                |                            | 開設前            | 開設後    |                            | 開設前      | 開設後    | 開設前           | 開設後 |                                                     |               |
| 【豊田市<br>中心市街地<br>地区】<br>TCCM 他 | MAMA<br>TOCO<br>(ママ<br>トコ) | 0              | 14,898 | 100                        | 0        | 19,580 | 0             | 2   | 運営開始：<br>2017年3月13<br>日<br>まちなかコミ<br>ュニティ施設<br>整備事業 | ヒアリング         |

### 参考：「④公共サービス系事業」の利便増進への寄与



※NP0 法人大丸有エリアマネジメント協会ヒアリングを基に作成



丸の内シャトル (写真提供：大丸有エリアマネジメント協会)

## 丸の内エリアの再開発による変化

### →延床面積の推移

|       | 1997 年 | 2017 年 | 増加量    | 増加率(%) |
|-------|--------|--------|--------|--------|
| 延べ床面積 | 542 ha | 800 ha | 258 ha | 47.6   |

### →事業所数の推移

|      | 1996 年  | 2014 年  | 増加数   | 増加率(%) |
|------|---------|---------|-------|--------|
| 事業所数 | 3,523 件 | 4,300 件 | 777 件 | 22.1   |

### →従業者数の推移

|      | 1996 年    | 2014 年    | 増加数      | 増加率(%) |
|------|-----------|-----------|----------|--------|
| 従業者数 | 227,389 人 | 280,000 人 | 52,611 人 | 23.1   |

### →店舗数の推移

|     | 2002 年 | 2017 年 | 増加数   | 増加率(%) |
|-----|--------|--------|-------|--------|
| 店舗数 | 280 件  | 870 件  | 590 件 | 201.7  |

### →店舗面積の推移

|       | 2002 年   | 2017 年   | 増加量      | 増加率(%) |
|-------|----------|----------|----------|--------|
| 延べ床面積 | 12,000 坪 | 35,000 坪 | 23,000 坪 | 191.7  |

### →歩行者通行量

|      | 2002 年   | 2017 年   | 増加数      | 増加率(%) |
|------|----------|----------|----------|--------|
| 平日   | 65,000 人 | 75,322 人 | 10,322 人 | 15.9   |
| 土日平均 | 23,250 人 | 57,275 人 | 34,025 人 | 146.3  |

三菱地所「丸ビル」開業 15 周年、「新丸ビル」開業 10 周年プレスリリースより作成

### →丸の内シャトル利用者数の推移

|      | 2003 年 | 2017 年 | 増加数    | 増加率(%) |
|------|--------|--------|--------|--------|
| 利用者数 | 214 千人 | 692 千人 | 478 千人 | 223.4  |

NPO 法人大丸有エリアマネジメント協会（東京都千代田区）が運行する丸の内シャトルは、大手町、丸の内、有楽町を結ぶ無料の巡回バスです。丸ビル建替え（2002 年 9 月竣工）以降に、新丸ビル前から日比谷などを廻る一周約 35～40 分のルートで運行を開始し、平日 8 時から 10 時までの出勤時間帯は、ビジネスコースとして大手町ルートを 2 台で 10～12 分間隔で運行しています。

ショッピングやビジネスの足として利用され、経年的に利用者数が増加しています。シャトルバス利用者数増加率は、再開発に伴う延べ床面積、事業所数、従業者数、店舗数、店舗面積数、歩行者通行量の増加率よりも高い増加率を示しています。

これは、丸の内シャトルの利用頻度が向上し、丸の内エリアの来訪者や滞在者（従業者）に対する利便増進に高く寄与していることを示していると考えられます。

## 第2章 受益と負担の把握・算定方法

# 1

### 受益の把握・算定方法

エリアマネジメント活動については、前項までで説明したように、来訪者等の増加等を通じて、経済効果を生み、エリア全体に利益をもたらしていると考えられます。ここでは、そのような考え方をベースにエリアマネジメント活動による受益をどのように算定すべきかについて解説します。

#### □基本的な考え方

受益の算定に当たっては、検討するエリアに応じて多様な手法を取りうると考えられます。既に多くの活動を行い、その経済効果が受益事業者理解されている場合は、これまでの実績をベースに経済効果の見込みを貨幣換算するなど、定量的に整理し、計画として取りまとめ、受益事業者の合意を得る方法が考えられます。

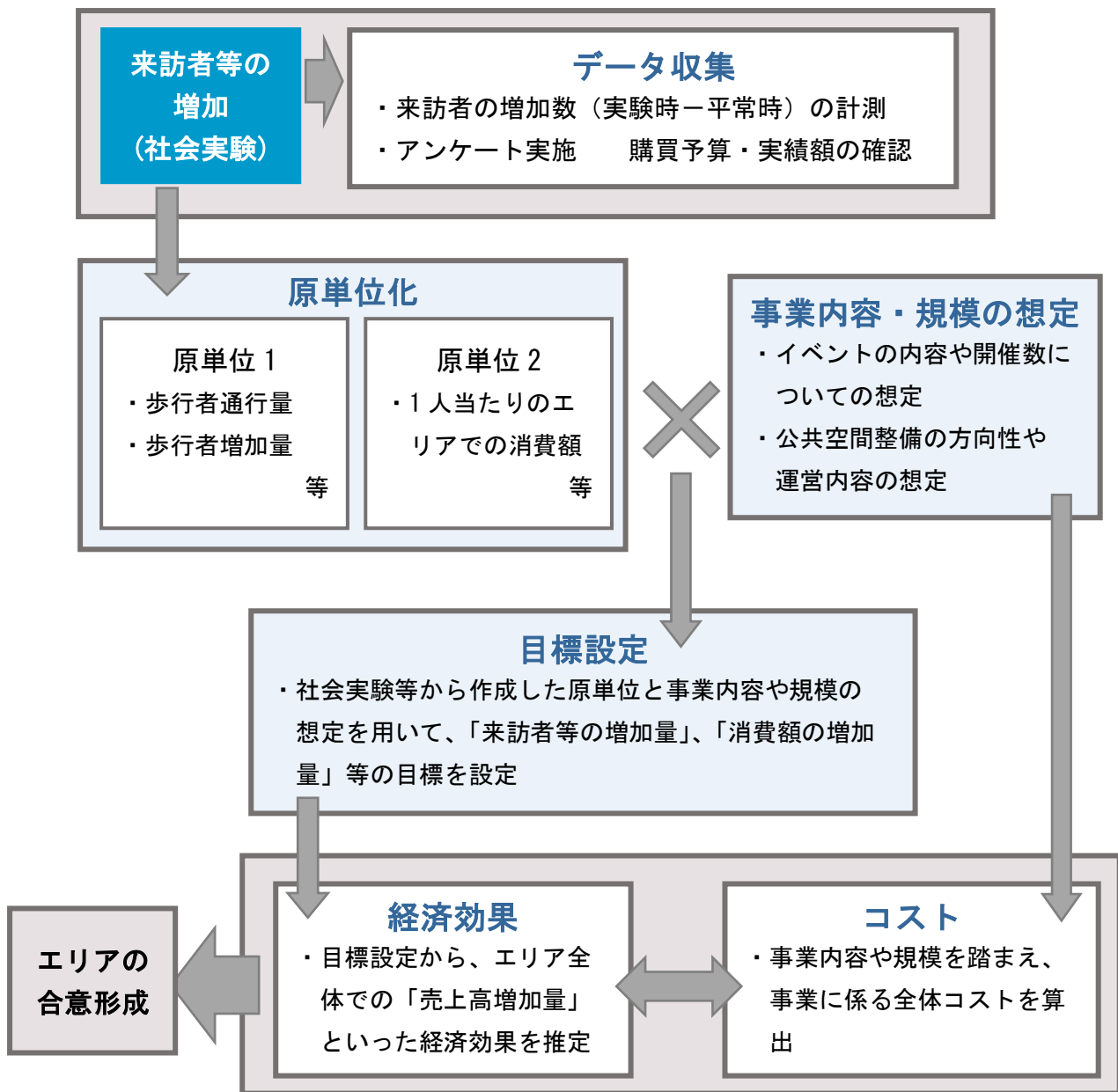
一方、新しく活動を始める場合やこれまで行っていた活動でも改めて経済効果を把握し、受益事業者の理解を得る場合は、地域来訪者等利便増進活動計画を取りまとめる前に、社会実験等を通じて、将来の経済効果を推計する作業が必要になると考えられます。その推計を通じて、受益事業者が合意できる形で経済効果が示されることが望まれます。

ここでは、第1章の考え方を踏まえ、エリア全体の受益（エリアマネジメント活動の経済効果）を推計する方法を示します。ただし、これはあくまでもガイドラインとして、一つの考え方を示すものであり、個別のエリアの状況により、これによらない方法もあり得ます。より簡易な方法や逆に詳細な方法も含め、受益事業者の合意が得られやすい方法で推計を行うことも検討すべきです。

#### □経済効果の把握・算定

##### ① 来訪者等の増加を図る活動による経済効果の把握・算定

- ・ イベント系や公共空間整備運営系の活動を企画する場合には、社会実験として具体的なイベントの実施や一時的な公共空間の改変（例：道路上でのオープンカフェ、パークレット設置）などを行い、その際の歩行者通行量などの計測を行うことが考えられます。
- ・ また、その際、アンケートを実施し、来訪者等がそのエリアでどの程度の金銭を消費したか、または消費する予定なのかを把握することにより、そのエリア全体の受益（エリアマネジメント活動の経済効果）の算定につながります。
- ・ つまり、社会実験を行い、来訪者等の増加量を計測することにより、イベントによる来訪者等の増加量の原单位的なものを作成し、イベント等をどのような内容・規模で行うのか想定した上で、全体的な来訪者等の増加量を推計し目標として設定するという流れが考えられます。
- ・ 更に、アンケートにより把握した、購買予算や購買実績のデータを基に、来訪者等の増加量と掛け合わせることで、売上高といった経済効果を推定することができます（参考1参照）。



社会実験：①イベント系事業または②公共空間整備運営系事業の実験を行う際に、  
③情報発信系事業と⑤経済活動基盤強化系事業を同時に行う。

- ・ また、前述したように、広報や警備、清掃などの活動は、イベントや公共空間整備運営と一体となって効果を高めるものと考えられます。このため、これらの活動も負担金制度としてエリアマネジメント活動の事業コストに含め、一体的に負担金を徴収する場合は、イベントや公共空間の整備運営と合わせて全体コストを算出するとともに、経済効果を示し、受益事業者の合意を得ることが考えられます。
- ・ なお、イベントや公共空間整備運営といった活動の評価については、新規出店数、地域滞在時間、立寄り場所の増加などの指標を挙げる研究もありますが、これらの指標は、歩行者通行量等との代替や相関があると考えられます。
- ・ 新規出店数や立寄り場所が増加すれば、歩行者通行量等は増加します。一方、歩行者通行量等が多いため新たに店舗を出店したり、立ち寄る場所も多くなったりすると考えられます。

- ・また、エリアへの滞在時間が長ければ、歩く時間も増加し、歩行者通行量等は増加すると考えられます。一方、歩行者通行量等が多ければ、エリア内の滞留人口も増加し、エリア滞在時間も増加します。

## ② 来訪者等の利便増進に寄与する活動による経済効果の把握・算定

- ・情報発信系の活動や防災、警備、清掃の活動、公共サービス系の提供などを来訪者等の利便増進活動と捉え、単独で負担金制度の対象とする場合や、イベント等とは切り離してそれらの効果を把握したい場合は、アンケート調査等によりそれらの活動の経済効果を把握することが考えられます。
- ・来訪者等の利便増進につながる活動については、当該エリアにおける必要性を明確にすることが望まれます。この際に、必要性については、例えば次のような観点からの整理が考えられます。
  - ➡この活動は、必ずしも収益の向上にはつながらない。あくまで、来訪者や滞在者などの利便を増進させることが目的である。
  - ➡エリアへの来訪者や滞在者（就業者など）がその活動を利用する頻度の高さが予め想定される。
  - ➡エリアの事業者がその活動を個々に行うより、共同で行った方がスケールメリット（規模拡大効果、規模の利益）などにより、1事業者当たりのコストが削減される。
- ・具体的には、前述の社会実験の際に、情報発信等の活動の重要度、あるいは清掃等サービスによる環境整備の満足度を聞き、そのデータを経済効果への寄与として説明に用いることが考えられます。
- ・また、市場で取引されていない財（効果）を計測する手法（CVM 調査、代替法※など）を用いて貨幣換算し推計を行う方法や、共同化による1事業者当たりのコスト削減額の総額を把握することにも考えられます。この他では、例えば情報発信系の活動を広告宣伝費に換算する方法なども考えられます。

### ※代替法

- ・評価対象とする事業と同様の便益をもたらす他の市場財の価格をもとに便益を計測する方法。

## ▶ CVM 調査による経済効果の推計事例

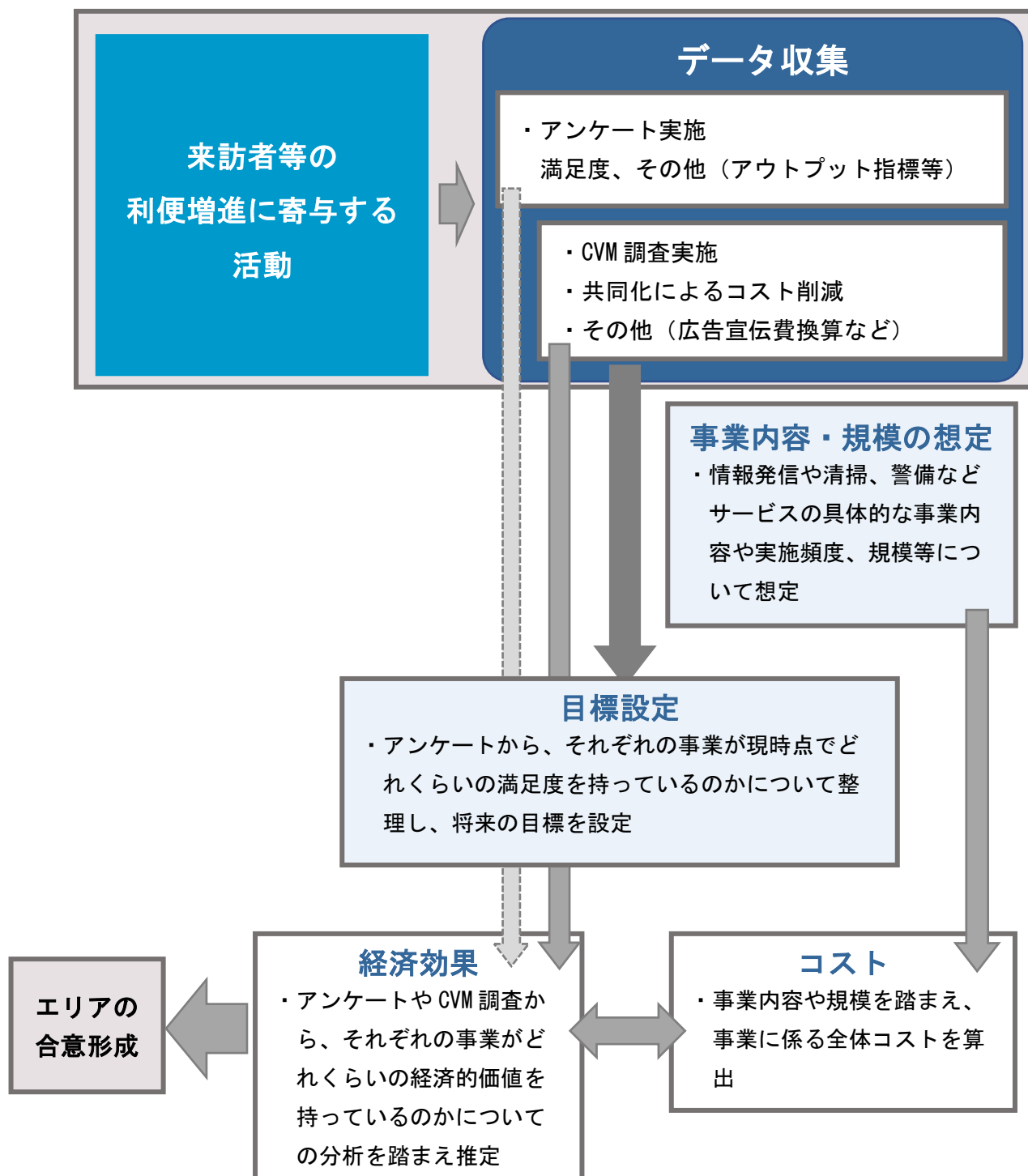
- ・大阪市の梅田周辺地区で行った調査では、CVM 調査を用いて、エリアマネジメント団体によるイベント実施の経済効果の他、情報発信活動や防災活動の経済効果を推計しています（参考2 参照）。

## ▶ 共同化によるコスト削減

- ・活動の共同化については、スケールメリットにより削減されるコストを受益とみなし、コスト削減額から経済効果を算定することが考えられます。例えば、高松丸亀町商店街振興組合では、警備、清掃を共同で行うことにより、受益事業者のコストの大幅な低減が図られています（参考3 参照）。
- ・共同化によるメリットは、コスト削減という比較的明確な形で発現されるため、エリアマネジメント活動に対する合意形成を円滑に運ぶ材料として用いることも考えられます。高松丸亀町商店



街振興組合では、電気・ガス・損害保険について共同化することにより、1事業者当たりのコストを低減しています。一般社団法人海老名扇町エリアマネジメントでは、テナント事業者向けの一般廃棄物処理を包括契約とし1事業者当たりのコストを低減しています。こうした活動は、負担金制度の対象となる活動（来訪者等の増加や利便増進を目指す活動）ではありませんが、エリアマネジメント活動の有益性について、地域の事業者の理解を得るための有効な手段であると考えられます。



### ③ エリアマネジメント活動による経済効果算定ケーススタディ

- ・ ①②で示した考え方にに基づきエリアマネジメント活動による経済効果を算定するにあたっては、対象となる活動の内容や経済効果の及ぶ範囲に応じて、個別のエリアごとに、より適切と思われる方法を選定し、推計を行うこととなります。
- ・ 実際に各地域で行われている活動を対象に、ケーススタディとして来訪者等にアンケート調査を実施し経済効果の算定を行った例を、下表及び参考資料4に示します。

#### ▶ エリアマネジメント活動による経済効果算定ケーススタディ地区

※調査の方法や結果の詳細は参考資料4 参照

| 地区名                   | 福井市中央1丁目地区                                                                                                      | デポアイランド<br>(美浜アメリカビレッジ)                                                            | 大阪イノベーションハブ<br>(OIH)                                                                                                         |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名                   | 福井えきまえ感謝 day                                                                                                    | Art Market Okinawa 2019                                                            | OIH シードアクセラレーション<br>プログラム(OSAP)                                                                                              |
| 地域<br>(人口規模)          | 福井県福井市<br>(約 26 万人)                                                                                             | 沖縄県中頭郡北谷町<br>(約 3 万人)                                                              | 大阪府大阪市<br>(約 274 万人)                                                                                                         |
| 地区タイプ                 | 中心市街地<br>商店街                                                                                                    | 観光地<br>ショッピングモール                                                                   | 都市部<br>ターミナル駅前                                                                                                               |
| 主な調査協力<br>エリアマネジメント団体 | まちづくり福井株式会社                                                                                                     | デポアイランド通り会                                                                         | —                                                                                                                            |
| 事業概要                  | <b>駐車場無料サービス</b><br><br>中心市街地への来街促進と賑わい創出を目的とした事業。イベント実施時に駅前エリアの事業参加店舗で買い物をすると、駐車場無料券が配布され、指定7駐車場での駐車が4時間無料になる。 | <b>集客イベント</b><br><br>アーティストによる作品を販売するアートマーケットやライブイベント、ミュージシャンによるライブパフォーマンスなどを2日間開催 | <b>ビジネスサポート</b><br>(ベンチャー企業支援)<br><br>スタートアップ企業が起業経験者等からメンタリングを受け、オープンイノベーションを志向する大企業との連携や投資家からの資金獲得等を目指すなど、短期集中的に事業化を加速する取組 |
| 活動タイプ                 | イベント系/公共サービス系<br>来訪者増/利便増進                                                                                      | イベント系<br>来訪者増                                                                      | 公共サービス系<br>利便増進                                                                                                              |

参考１：梅田地区におけるイベント目的来場者数とアンケートによる平均購買予算から算出したイベント売上金額

▶スノーマンフェスティバル

| 年             |            | 2012   | 2013   | 2014   | 2015   | 2016   | 2017   |
|---------------|------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 来場者数（人）       | A          | 32,877 | 35,857 | 47,412 | 71,301 | 60,975 | 40,790 |
| イベント目的来場者数（人） | B          | 27,452 | 26,176 | 36,981 | 54,902 | 49,390 | 30,185 |
| 購買予算（円）       | C          | 13,470 | 7,950  | 7,746  | 10,109 | 8,529  | 5,707  |
| 想定通常来場者数      | D=A-B      | 5,425  | 9,681  | 10,431 | 16,399 | 11,585 | 10,605 |
| イベントによる来場者増加率 | B/D×100（%） | 506    | 270    | 355    | 335    | 426    | 285    |
| 最大売上金額（億円）    | A×C/億円     | 4.43   | 2.85   | 3.67   | 7.21   | 5.20   | 2.33   |
| 予想売上金額（億円）    | B×C/億円     | 3.70   | 2.08   | 2.86   | 5.55   | 4.21   | 1.72   |

|                    |        |    |
|--------------------|--------|----|
| 平均イベント目的来場者数       | 37,514 | 人  |
| 平均想定通常来場者数         | 10,688 | 人  |
| イベントによる来場者平均増加率（%） | 351    | %  |
| 平均購買予算（円）          | 8,919  | 円  |
| 平均イベント売上金額（億円）     | 3.35   | 億円 |

▶ゆかた祭

| 年             |            | 2013   | 2014   | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   |
|---------------|------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 全コンテンツ参加者数（人） | A          | 24,636 | 27,045 | 17,286 | 22,651 | 25,982 | 21,448 |
| イベント目的参加者数（人） | B          | 18,477 | 23,800 | －      | 19,706 | 22,085 | －      |
| 購買予算（円）       | C          | 6,339  | 7,647  | 10,109 | 5,532  | 8,278  | 6,428  |
| 想定通常来場者数（人）   | D=A-B      | 6,159  | 3,245  | －      | 2,945  | 3,897  | －      |
| イベントによる来場者増加率 | B/D×100（%） | 300    | 733    | －      | 669    | 567    | －      |
| 最大売上金額（億円）    | A×C/億円     | 1.52   | 0.88   | －      | 0.67   | 1.01   | －      |
| 予想売上金額（億円）    | B×C/億円     | 1.17   | 1.82   | －      | 1.09   | 1.83   | －      |

|                 |        |   |
|-----------------|--------|---|
| 平均イベント目的来場者数    | 21,017 | 人 |
| 平均想定通常来場者数      | 4,062  | 人 |
| イベントによる来場者平均増加率 | 517    | % |
| 平均購買予算          | 7,389  | 円 |

※梅田地区エリアマネジメント実践連絡会ヒアリングを基に作成



梅田ゆかた祭（写真提供：梅田地区エリアマネジメント実践連絡会）

## 参考 2：大阪梅田駅周辺エリアにおける CVM 調査結果

エリアマネジメント活動の価値を推計する方法として、CVM（Contingent Valuation Method、仮想的市場評価法）調査が考えられます。これは、アンケート調査を用いて人々に支払意思額（Willingness to Pay, WTP）等を尋ね、市場で取引されていない財（効果）の価値を推定する調査です。留意点としては、相当数のサンプルを確保する必要があることが挙げられます。

以下では、大阪梅田駅周辺エリアで行った CVM 調査について紹介します。

### 大阪梅田駅周辺エリアにおける CVM 調査概要

対象エリア：阪急梅田駅・茶屋町エリア、JR大阪駅エリア、  
JR大阪駅南エリア、西梅田エリア、うめきたエリア

調査方法：インターネット調査

調査時期：2018年10月

サンプル：大阪府在住の20～69歳の男女各170サンプル

**シナリオ**：エリマネ活動は、現在、主に立地する民間企業の分担金で賄われています。仮定の話として、これらの分担金が集まらなくなり、活動の実施が困難になったとします（スノーマンフェスティバルなどの賑わいイベントは中止され、ホームページなどを使ったまちとしての情報発信もなくなり、広告物に関する自主ルールもなくなった結果、今より賑わい感の乏しい雑然とした都市景観に変わっていくものとします。また、防災啓蒙活動も中止されてエリアの安全意識のレベルが今より低下していくものとします）。エリアマネジメント活動を継続するために寄附を求められたとして、あなたなら1年間にいくらかまで寄附できるとお考えですか？

**一人当たりWTPから価値総額の計算：**

$(\text{対象エリア就業者数}) \times (\text{そのWTP}) + (\text{来訪者数}) \times (\text{そのWTP})$

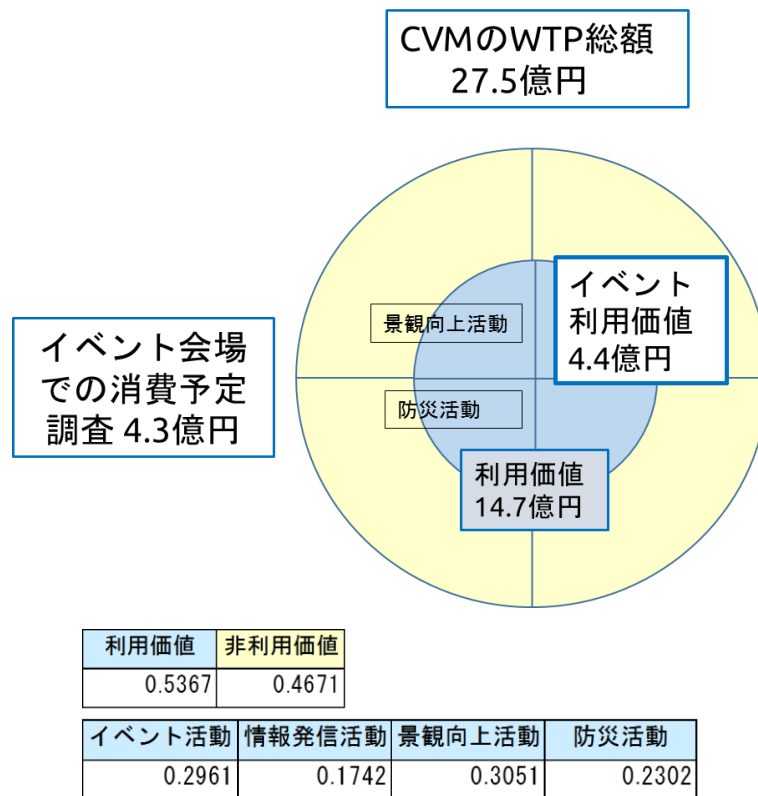


大阪府在住の20～69歳の男女各170名を対象に、大阪梅田駅周辺エリアのエリアマネジメントに対する支払意思額についてインターネット調査を2018年10月に実施しました。

### 大阪梅田駅周辺エリアにおける CVM 調査結果

支払意思額の総額を出した上で、調査回答を基に、利用価値と非利用価値を分離した。続いて活動種類ごと（イベント活動、情報発信活動、防災活動、景観向上活動）の価値を算出し、市場で取引されていない財（効果）を貨幣換算しました。

特に、防災活動のような金銭評価の難しい活動の評価に利用可能で、イベント会場での消費予定調査に加え、CVM調査で金額面から裏付けが取れると評価の信頼性を高めることができます。



(出典)「大阪梅田駅周辺エリアにおける CVM 調査の結果について」(京都大学経営管理大学院 吉田恭)

### 参考 3 : 共同化によるコスト削減の事例

#### 高松丸亀町 共同化事業によるコスト比較

| 項目             | 単位   | 通常コスト | 共同化事業コスト | 低減コスト | 低減率% |
|----------------|------|-------|----------|-------|------|
| 警備：高松丸亀町商店街区域内 | 万円/年 | 2,400 | 1,020    | 1,380 | 57.5 |
| 清掃・ごみ収集：同上     | 万円/年 | 2,475 | 1,404    | 1,071 | 43.3 |
| 電気・ガス共同契約      | 円/kw | 29    | 19       | 10    | 34.5 |
| 損害保険           | 指数   | 100   | 50       | 50    | 50.0 |

#### 海老名市扇町 共同化事業によるコスト比較

| 項目              | 単位  | 通常コスト | 包括契約コスト | 低減コスト | 低減率% |
|-----------------|-----|-------|---------|-------|------|
| テナント事業者向一般廃棄物処理 | 円/回 | 1,500 | 800     | 700   | 46.7 |

(資料) 高松丸亀町商店街振興組合ヒアリング、(一社) 海老名扇町エリアマネジメントヒアリング、通常コストは一軒ごとに契約した場合の単価や契約額等

#### 警備・清掃（高松丸亀町）

- 来訪者等の利便増進活動を共同で行うことにより、受益事業者の負担コストを低減
- スケールメリットにより明確にコストが低減される受益算定の例

#### 電気・ガス・損害保険（高松丸亀町）

#### 一般廃棄物処置（海老名市扇町）

- 来訪者等の利便増進活動とはいえないが、共同化により事業者の負担コストを低減
- エリアマネジメント活動に参加するメリットが明確な（合意形成を円滑に運ぶ）例



# 2

## エリアと受益事業者の特定の仕方

エリア全体の経済効果を把握・算定した上で、それを上限として負担金を求める際には、徴収対象となる受益事業者を特定する必要があります。ここでは、受益事業者の特定に当たっての基本的な考え方、留意点を解説します。

### □基本的考え方

#### ① 対象地域の要件

- ・本制度は、以下の地域を対象としています。
  - ➡自然的・経済的・社会的条件から見て一体であること
  - ➡来訪者や滞在者（就業者も含む）の増加により、事業機会の増大や収益の向上が図られる事業者が集積していること（商業エリア、業務エリアなど）

#### ② エリアの特定

- ・負担金を徴収するエリアは、エリアマネジメント活動を実施するエリアとなります。必ずしも既存のエリアマネジメント団体が活動しているエリア全域とする必要はなく、負担金を徴収することになる活動が関係する区域を切り出して設定することが可能です。

#### ③ 受益事業者の特定

- ・受益事業者は上記エリアで事業活動を行い、当該エリアマネジメント活動により受益が見込まれる事業者となります。具体的には以下のような事業者等が想定されます。
  - ➡小売・サービス事業者…来訪者等の増加で事業機会が拡大し、売上げの増加が期待できる事業者
  - ➡不動産貸付事業者…テナントの売上増加により家賃の上昇が期待できる事業者
  - ➡ビルオーナー（賃貸ビル、自社ビル）…来訪者等の増加や利便増進により、一定の経済効果（地域ブランドの向上による事業機会の増大等）が期待できる事業者

### □留意点

どのような事業者から負担金を徴収するかは、エリアマネジメント団体が地域の事業者の同意を得ながら作成する計画内容によって決まります。市町村の徴収コスト等の観点から、小規模事業者を徴収の対象外とすることも可能です。

# 3

## 負担の考え方

エリアマネジメント活動によるエリア全体の経済効果の算定と受益事業者の特定を踏まえて、負担金額の総額の算出、そして個々の受益事業者への割振りを行っていくことが必要になります。ここでは、負担の割振り等の考え方について解説します。

### □基本的な考え方

#### ① 負担金の総額は受益の総額を超えない範囲で設定

- ・本制度を利用するエリアマネジメント活動のコストの総額を算出し、経済効果（利益）の総額と他の財源の獲得可能性を勘案した上で、経済効果の総額を超えない範囲で負担金の総額を設定します。
- ・なお、受益事業者が負担する負担金は、一般的に市町村が強制的に徴収する租税公課に該当するものと考えられるため、法人税上は損金の額として算入されると考えられます。

### ▶法人が支払った負担金の法人税における課税上の取扱い

- ・法における地域来訪者等利便増進活動に係る負担金は、市町村がその公の目的のために条例を定めて課するものであり、受益事業者が負担金を納付しない場合においては、地方税の滞納処分の例により強制的に徴収することとされています。
- ・負担金の具体的な内容は、市町村が定める条例において定められることとなりますが、地域来訪者等利便増進活動に必要な経費の財源に充てるため、一定の地域に属する受益事業者である法人から市町村が強制的に徴収するものであれば、一般的には、租税公課に該当し、その賦課決定のあった事業年度等において損金の額に算入されることになります。

詳細は、国税庁ホームページ「No. 5300 損金の額に算入される租税公課等の範囲と損金算入時期」をご確認ください。

(<https://www.nta.go.jp/taxes/shiraberu/taxanswer/hojin/5300.htm>)

#### ② 個々の事業者の負担金額の決定

- ・負担金の総額を基に、あらかじめ受益事業者で決めた合理的なルールに則り、個々の事業者の負担金額を算出します。

### ▶負担金額の算出方法の例

- ・面積割 （グランフロント大阪）
- ・面積×利便性係数 （デンバー市）
- ・定額の年会費と面積規模による負担金の組み合わせ （We Love 天神協議会の会費）
- ・面積×業種・距離による補正 （沖縄県北谷町美浜駐車場）
- ・敷地の接道距離（間口）×係数 （ニューヨーク市）

## ☑賦課金額の算出方法の例

### ① 面積割 （大阪市うめきた先行開発地区〈グランフロント大阪〉）

- ・地区の土地面積に容積率の最高限度を乗じた値を「総面積」とし、総面積に対し各受益者の所有分が占める割合を算出し、徴収総額に乗じた額を各受益者の分担金としています。

$$\text{各受益者の分担金} = \frac{\text{各受益者の所有地面積} \times \text{容積率}}{\text{総面積（地区の土地面積} \times \text{容積率）}} \times \text{徴収する総額（当該年度の事業費）}$$



（写真提供） 森記念財団 都市整備研究所

## ② 面積×利便性係数（メインストリートからの距離による補正）（デンバー市ダウンタウン）

- ・ 賦課金額を中心街である 16 番ストリートモールから受ける便益（benefits）に応じて配分するため、モールから遠くなるほど賦課金が低くなるよう利便性係数で補正しています。

$$\text{賦課金額} = [(\text{LSF} + 15\% \times \text{BSF}) \times \text{SZD}] \times \text{PPSF}$$

※ LSF = 敷地面積 (Land Square Footage)

BSF = 建築面積 (Building Square Footage)

SZD = 特別地区割引 (Special Zoning Discount)

PPSF = 課税対象床 1 平方フィート当たりの価額 (Price Per Assessable Square Foot)



### ゾーンごとの PPSF の額

Zone 1 \$0.616117

Zone 2 \$0.481430

Zone 3 \$0.405009

Zone 4 \$0.340867

Zone 5 \$0.284187

Zone 6 \$0.469213

Zone 7 \$0.432306

Zone 8 \$0.358432

Zone 9 \$0.326672

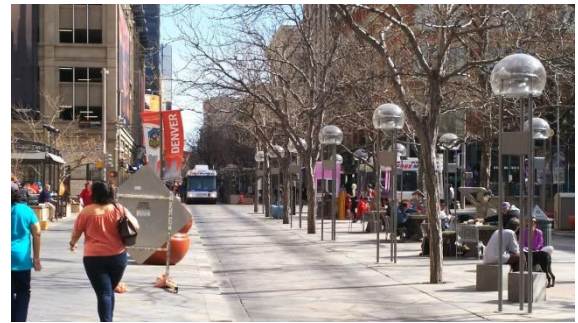
Zone 10 \$0.278455

Zone 11 \$0.232710

Zone 12 \$0.232582



デンバー市の 16 番ストリートモールの様子



(写真提供) 森記念財団都市整備研究所

デンバー市のダウンタウンの 16 番ストリートモールは、トランジットモールになっており、フリーモールライドという無料バスが、シビックセンターと、ダウンタウンと空港を結ぶ高速鉄道のターミナルであるユニオン・ステーションとの間を早朝から夜中まで運行しています。昼間の運行間隔は 5 分で、バス停は 1 ブロックごとにあり必ず停まるので、市民だけでなく来訪者の便利な足になっています。16 番ストリートモールはフリーモールライド専用道で、緊急車両と BID の清掃車両以外は進入できず、ベンチが設置される等、飲食店が出店し賑わいを創出しています。そのため、BID 賦課金は 16 番ストリートモールからの距離が遠くなるほど下がるように設定されています。



### ③ 定額の年会費と面積規模による負担金の組み合わせ（We Love 天神協議会〈福岡〉）

- ・協議会の地区会員には、年会費として定額の拠出を要請した上で、当該会員が所有する建物等の登記簿床面積に応じ、自治活動費を別途負担してもらう形としています。

年会費一覧表

| 会員区分  | 年会費    |      |      |
|-------|--------|------|------|
|       | 金額     | 口数   | 負担義務 |
| 地区会員  | 5万円    |      | あり   |
| 一般会員  |        |      |      |
| 一般団体  | 一口 1万円 | 3口以上 | あり   |
| 個人    | 一口 1万円 | 1口以上 | なし   |
| 非営利団体 | 一口 1万円 | 1口以上 | なし   |

自治活動費一覧表

| ランク | 年間金額（単位：千円） | 地区会員の建物等の登記簿床面積<br>（単位：㎡） |
|-----|-------------|---------------------------|
| A   | 100         | 0以上5,000未満                |
| B   | 200         | 5,000以上10,000未満           |
| C   | 300         | 10,000以上20,000未満          |
| D   | 500         | 20,000以上30,000未満          |
| E   | 700         | 30,000以上40,000未満          |
| F   | 1,000       | 40,000以上55,000未満          |
| G   | 1,300       | 55,000以上75,000未満          |
| H   | 1,500       | 75,000以上                  |

（資料提供） We Love 天神協議会



（写真提供） 森記念財団 都市整備研究所

### ④ 面積×業種・距離による補正（沖縄県北谷町美浜駐車場）

- ・沖縄県北谷町の美浜駐車場では、建物延床面積・駐車場面積等を基に、業種、駐車場からの距離、公共利用補正を加味して分担金としています。

$$\text{算式} \quad A \div B \times A \times (C \times D \times E)$$

#### 算式の符号

- A 建物等延床面積（同建物内に屋内駐車場が設置されている場合は当該駐車場面積を除くものとし、同建物敷地内に屋外付帯施設が設置されている場合は、その施設面積を面積に加えるものとする。）
- B 駐車場等面積（敷地面積－建築面積－屋外付帯施設面積＋屋内駐車場面積＋屋上駐車場面積）
- C 業種補正（ホテルの業種にあっては 0.2、物販、飲食、ボウリング場等の業種及び情報産業にあっては 1.0、ライブハウスの業種にあっては 1.5、映画館の業種にあっては 2.5）
- D 距離補正（事業所入口から最も近い駐車場までの距離が 50メートル以内の事業所にあっては 1.0、50メートルを超え 150メートル以内の事業所にあっては 0.8、150メートルを超え 200メートル以内の事業所にあっては 0.6、200メートルを超える事業所にあっては 0.5）
- E 公共利用補正（美浜駐車場を公共及び分担区域外の者が利用する割合を差し引いた後の利用割合） 0.65(1-0.35)



## ⑤ 敷地の接道距離（間口）×係数（ニューヨーク市）

- ・ニューヨーク市における商業地の BID では、道路に面する建築間口の長さの合計に係数を掛けて算出しています。
- ・ニューヨーク市スモールビジネスサービス局が作成する BID 設立計画書の雛形では、負担主体が商業不動産（オフィス、店舗、ホテル、倉庫、工場、駐車場など）の所有者である場合の算定式は次のとおりとなっています。

### 年間負担金＝係数 1 × 敷地接道距離＋係数 2 × 課税評価額

係数 1 は「50%×BID 年間予算額/地区内敷地接道距離の合計」で \$23 未満

係数 2 は「50%×BID 年間予算額/地区内課税評価額の合計」で \$0.0024 未満

（BID 年間予算額の半分は敷地接道距離に応じて配分し、残りの半分は課税評価額に応じて配分）

【引用・参考文献】

北崎朋希（2018）「エリアマネジメント活動における負担金算定方式の基礎的分析-ニューヨーク市及びシアトル市における BID を対象として-」公益社団法人日本都市計画学会都市計画報告集、No. 17、pp. 129-133

- ・特に BID の活動において来訪者等の増加を重視している地区では、負担金算定に当たって、人通りのある道路に接する程度がより反映されるように係数を設定する例が見られます。

## 参考：海外都市における BID 税の負担額

- ・海外都市における BID 税の負担感を明らかにするため、公開されているデータに基づき、BID 税を推計しました。
- ・各国・各都市の状況や BID の活動内容・規模により BID 税の負担水準は様々で、月額円換算すると、69 円/㎡～483 円/㎡と幅がありますが、平均値で 200 円前後/㎡となっています。
- ・ハンブルクの単価が高いのは、歩道の整備費が含まれているためであると考えられます。

敷地面積（建築面積）1 ㎡あたりの BID 負担金

|      | デンバー             | ニューヨーク           |                   |                   | ブリストル             | ハンブルク             |
|------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
|      |                  | NYC平均            | ブライアントパーク         | タイムズスクエア          |                   |                   |
| 月額平均 | 69円/㎡<br>(2018年) | 94円/㎡<br>(2017年) | 216円/㎡<br>(2017年) | 301円/㎡<br>(2017年) | 175円/㎡<br>(2018年) | 483円/㎡<br>(2017年) |
| 備考欄  | 敷地面積あたり          | 建築面積あたり          |                   |                   | 敷地面積あたり           | 敷地面積あたり           |

（出典）2018 年度（第 2 回）エリアマネジメント活動評価小委員会資料（森記念財団、2018 年 10 月）

## 第3章 データの把握とレポーティング

# 1

### データ収集方法について

本制度では、エリアマネジメント団体は市町村長の求めに応じて、その活動内容等について報告を行うことが必要になります。また、受益事業者の納得感や信頼感を築くためにも、活動とその結果の報告を行うことが重要です。ここでは、活動内容等の報告に必要なデータ収集の方法についてその考え方を解説します。

#### □基本的な考え方

交付金を活用したエリアマネジメント活動の実施中におけるデータの把握や活動報告については、第2部第2章で述べたように、エリアの必要性に応じてその内容は異なります。受益事業者や市町村との合意の上で、活動の実施状況について報告を行うことや、より多くのデータを収集し、そのエリアの変化の状況を報告することも考えられます。

あくまでもエリアの状況に応じて必要なデータの把握・報告が必要となりますが、ここでは、一つの考え方として、来訪者等の増加量や購買額、満足度を把握する手法を紹介したいと思います。

#### □データ収集の内容

本制度に基づく活動の計画・実施段階においては、以下のようなデータを収集していくことが考えられます。

##### ① 来訪者等の増加数

- ・ 平常日とイベント日の歩行者通行量等（駐車場利用台数、イベント参加者数、来場者数など）から、来訪者等の増加数を計測。

##### ② 購買予算・実績額

- ・ イベント開催時に来訪者等に対してアンケート調査を行い、購買予算額・実績額を確認。

##### ③ 満足度やエリアマネジメント活動の評価

- ・ イベント開催時や平常時において、アンケート調査を行い、エリアの環境に対する満足度やエリアマネジメント活動が実施されることの評価を確認。

これらのデータを収集、蓄積していくことで、活動実施中や、本制度の継続に当たって必要となる受益事業者や市町村に対する説明等に当たり有効な情報が得られると考えられます。

また、第2部第2章でも述べましたが、エリアマネジメント活動による効果の顕在化は時間のかかるものもあることから、これらのデータ収集は定点的、継続的に行っていくことが望ましいと考えられます。

## ☑歩行者通行量の調査手法

調査手法の概要と調査事例についてまとめます。事例は、エリアマネジメント活動（大阪、豊田、札幌）およびデータ利活用のまちづくり（松山）の取組を行っている地区における歩行者通行量および行動の把握手法のヒアリング調査にもとづいています。

### ① 従来の人手によるカウント調査

- ・歩行者通行量の計測のために、調査地点に人員を配置して、その前を通過する歩行者を数取器でカウントしていく調査手法。人手によるカウント調査は、コスト的な制約から年間のうち調査日や時間帯、調査地点数を限って実施されるのが一般的です。

#### →調査日

- ・ i) 時期 年間の平均的な通行量を把握する場合には、通常、5 月下旬～7 月上旬または 9 月下旬～11 月上旬に行う。
- ・ ii) 調査日 調査日の設定は、イベント日とイベントが行われない平常日が比較できるように行う。

#### →調査時間帯

- ・ 7 時～19 時とするのが一般的である。イベントの開催時間と事業者の営業時間等に合わせて調査を行う。

【引用・参考文献】「交通調査実務の手引」（社）交通工学研究会 交通技術研究小委員会

国土交通省都市局都市計画課「まちの活性化を測る歩行者量調査ガイドライン（ver1.1）」（平成 31 年 3 月）pp. 15-16

### ▶事例：神田警察通り賑わい社会実験 2017

- ・人手による公共空間活用の活動調査の実施例。活用する公共空間（道路）に調査員が張り付いて、人数・性別・姿勢・活動の種類・滞留時間を計測。さらにアンケート、歩行者通行量調査、ベンチ利用調査などの従来の人手による調査と合わせて、散歩アプリ利用者の回遊行動調査、モニター調査、SNS 調査など新技術による調査も実施。

【引用・参考文献】泉山壘威ほか「公共空間活用における「参加型社会実験手法」としての「神田警察通り賑わい社会実験 2017」の成果と課題」（日本都市計画学会 都市計画論文集 vol. 53 No. 3 2018 年 10 月）

### ▶事例：豊田市駅前ペDESTリアンデッキ広場運営の効果検証

- ・目視により性別、年代、滞留時間、時間帯別滞留人口を調査し、賑わいを創出する策としての手軽に遊べるツール（卓球台）の設置の効果を確認。

調査日：2017 年 2 月 16, 17 日（金、土）および 2018 年 3 月 15, 16 日（金、土）

- ・アンケート調査により利用回数、今後の利用、魅力、要望等を把握し、市民の意識の向上と期待度を確認。調査日：2019 年 2 月 1-20 日 アンケート収集件数：177 件

## ② 新技術を活用した計測手法

・新技術を活用した人流を計測する方法は大別して端末発信型と定点観測型があります。

▶ **端末発信型**：スマートフォン(端末)の利用基地局から捕捉する「モバイル空間統計」と、スマートフォンから発信されるデータをGPS、WiFi、BLE(ブルートゥース)等によって入手するふたつのタイプがあります。前者はプライバシーの問題はなく、統計上の推計により全数カウントができますが、計測精度が荒くなります(都心部で125mメッシュ)。後者はスマートフォン利用者のアプリ導入及びそのデータ活用の同意を必要とし、絶対数の把握はできませんが、属性や個別の追跡は可能です。データはプロバイダーから購入します。

▶ **定点観測型**：センサー、カメラ画像からデータを取得し、同意なく利用できますが、カメラ画像はプライバシーのための処理が必要です。

新技術等を活用した歩行者量（通行量）の計測手法

|       | 計測手法         | 概要                            | 取得方法                                               | 主な特徴                                                                                   |
|-------|--------------|-------------------------------|----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| 端末発信型 | 1) GPSデータ    | ・GPSを搭載した機器等により、継続的に緯度経度情報を取得 | ・GPS機器もしくはスマートフォンアプリ等を用いて調査を実施<br>・データ保有主体からデータを入手 | ・緯度経度により移動経路を詳細に把握できる<br>・屋内や地下では位置情報が取得できない場合がある<br>・絶対数の把握は困難                        |
|       | 2) Wi-Fiデータ  | ・通過したWi-Fiアクセスポイントの位置情報を取得    | ・Wi-Fiセンサーを設置することによる調査を実施<br>・データ保有主体からデータを入手      | ・どのアクセスポイントを通過したのかに基づき、移動経路を把握可能（GPSほど精度は高くない）<br>・屋内、地下、階数別でも位置情報を取得できる<br>・絶対数の把握は困難 |
| 定点観測型 | 3) レーザーカウンター | ・人やモノからの反射状況から通過人数を計測         | ・レーザー機器を設置し、調査を実施                                  | ・独自の人認識アルゴリズムで認識しているため、個人は特定されない                                                       |
|       | 4) カメラ画像     | ・カメラ画像から識別処理等を行うことにより、歩行者数を計測 | ・任意に撮影した人が映り込んだ画像等を入手<br>・既設のカメラの活用も可能             | ・画像を残さない場合は個人情報にならない（画像が残る場合は留意が必要）                                                    |

(出典) 国土交通省都市局都市計画課「まちの活性化を測る歩行者量調査ガイドライン (ver1.1)」(平成31年3月) p. 21 を基に作成



### ③ 新技術を活用した事例

#### ▶ 端末発信型

##### ▶ 松山市の例：専用スマートフォンアプリによる生活行動調査

- ・ 2019 年、JR 松山駅および松山市駅前の広場改変事業を進めるにあたり、駅周辺の居住者や事業所従業者、高校通学者、駅利用者などを対象として、日頃の生活行動や駅とのかかわりなどを把握するために、専用スマートフォンアプリを用いたプローブパーソン調査を実施。スマートフォンからの GPS 位置情報と時刻を自動取得し、活動種類・場所等を入力してもらった。

#### ▶ 定点観測型（センサー）

##### ▶ 松山市の例：大手町駅周辺のレーザーセンサーによる歩行者行動の把握

- ・ 2019 年、駅と郊外電車の電停が近接している大手町駅の歩行者の通行量や移動経路を、周辺の建物に設置したレーザーセンサー（5 箇所）とステレオカメラ（1 箇所）により計測。

##### ▶ 札幌市の例：地下道における音波式人流センサーによる人流センシング

- ・ 札幌駅前通地下歩行空間（通称：チ・カ・ホ）の天井に音波式人流センサーを 5 断面 2 列ずつ設置して、人流（人数・方面別）をカウント。24h365 日データを取得し、チ・カ・ホ開放時間のみデータを抽出。2019 年 10 月より通行量合計（15 分間隔）と方向別データを一般公開。

##### ▶ 豊田市の例：カメラ型歩行者通行量計測装置によるデータ取得

- ・ 2007 年に豊田市駅周辺の 18 地点（現在は 19 地点）にカメラ型の歩行者通行量自動計測装置を設置し、2008 年より毎日データを取得。映像データは残らず、人数のみを方面別にカウントし一日単位で報告され、豊田市中心市街地の歩行者通行量の状況として公表、イベント時の効果測定の参考資料に用いられている。現時点で生データは一般公開なし。

【参考：豊田市でカメラを活用している事例の紹介】

豊田市中心市街地歩行者通行量自動計測事業

#### ①事業の目的

中心市街地で実施する各種事業の効果を検証し、今後の中心市街地活性化施策を検討するための基礎資料とするため。

#### ②自動計測（カメラ画像解析）のメリット

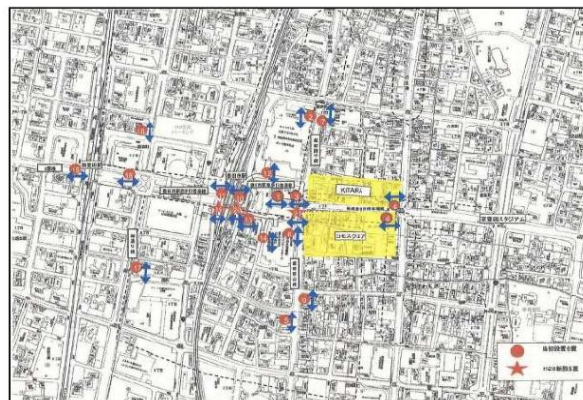
年間を通じた計測が可能であり、計測結果が正確である。また、過去の計測結果との比較が容易である。

#### ③事業の概要

- ・ 地点：21 地点
- ・ 計測日数：365 日
- ・ 計測時間帯：午前 5 時～午後 12 時



図 5-13 計測装置



豊田市中心市街地歩行者通行量自動計測装置設置位置図

（出典）国土交通省都市局都市計画課「まちの活性化を測る歩行者量調査ガイドライン（ver1.1）」（平成 31 年 3 月）



#### ④ 人手及び新技術を活用した4地区の調査内容の比較

- ・大阪、豊田、札幌、松山の各地区における歩行者通行量および行動の把握手法の調査のまとめは以下の通りです。

| 計測手法  | 大 阪 市<br>大阪梅田エリアマネジメント                                                                                                                                                      | 豊 田 市<br>豊田商工会議所<br>豊田まちづくり                                                                                                                                                                                                | 札 幌 市                                                                                                                                                                                                                           | 松 山 市                                                                                                                                                                                             |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 人 手   | <b>●カウント調査</b><br>- 年数回、イベントや社会実験時に実施<br>- 歩行者・車両交通量を把握<br><b>●アンケート調査</b><br>- 回答者属性、来街目的、消費額、エリア活動への評価を把握                                                                 | <b>●カウント調査</b><br>- 中活目的で実施<br>- (カメラ設置前に) 年2回実施<br>- イベント時にも実施し、歩行者通行量、属性、滞在時間等を把握<br><b>●アンケート調査</b><br>- 回答者属性、来街回数、空間の評価、要望等を把握                                                                                        | <b>●カウント調査</b><br>- 商店街の調査で実施<br>- 年1回実施<br>- 歩行者通行量を把握                                                                                                                                                                         | —                                                                                                                                                                                                 |
| 新 技 術 | <b>●Wi-Fiビーコン (端)*</b><br>- エリア団体の社会実験で設置<br>- 歩行者通行量、立ち寄り先、滞留時間を把握<br><b>●監視カメラ (定)*</b><br>- 民間 (グランフロント大阪) が歩道に設置・維持管理<br>- データは警察に提出<br>- 防犯用に設置したものであるため、エリアとしては活用できない | <b>●カメラ型自動計測装置 (定)*</b><br>- 市が中活目的で設置<br>- 19h365日 19地点24台<br>- 歩行者通行量を把握<br><b>●駐車場サービス管理システム (定)*</b><br>- 来訪者等の利便増進のため、官民の駐車場サービスを一元化<br>- 駐車台数、滞在時間等を把握<br>- 店舗等利用による駐車料金割引制度があるため、消費行動の把握も可能<br>- ナンバープレートから住所の把握も可能 | <b>●人流センサー (定)*</b><br>- 24h365日 5断面300個<br>- 歩行者通行量を把握<br><b>●ビーコン (端)*</b><br>- スマホアプリ「さつちか」と連携させ、地下街の案内のために設置<br>- 移動経路を把握<br>- 属性の登録は任意のため、全数は把握できていない<br>- さっぽろ健幸ポイントプロジェクトと連携<br>( - エリア・観光・ビジネス・防災目的で、地方創生推進交付金を活用して設置 ) | <b>●レーザーセンサー等 (定)*</b><br>- 国土交通省スマートシティモデル事業として、松山スマートシティ推進コンソーシアムが設置<br>- 歩行者通行量、移動経路を把握<br><b>●プローブ・ポイント調査 (端)*</b><br>- 市が実施<br>- 移動経路や、移動目的、移動手段等を把握<br>- 駅前広場改変や居住誘導施策のシミュレーションモデル構築に活用する意向 |

(端)\*: 端末発信型 (定)\*: 定点観測型

#### ⑤ 歩行者通行量の調査手法のまとめ

##### ▶ エリアマネジメント活動における来訪者等の測定の現状

- ・人手によるカウント調査やアンケートはイベント時等の年数回、数百万円の費用で実施。
- ・新技術を活用した計測手法は、24h365日データを取得。センサー等設備は約1,000~3,000万円の設置費用と維持管理費がかかるが、スマートシティや防災等の活用目的で国庫補助等を活用して設置されています。
- ▶コスト面を考慮し人手による調査が中心で、新技術は、受益算定の目的のみで設置するには費用が過大であるのが現状です。

##### ▶ エリアマネジメント活動における新技術の活用の今後の展望

- ・定点観測型として、防犯防災等の目的で設置する設備を人流、歩行者通行量の把握に活用し、端末発信型のスマートフォン利用の技術によっては、人流以外の歩行者の属性や行程データの把握が可能になります。
- ・予測シミュレーションによる施策の有効性検証への活用だけでなく、アプリ・サイネージ等との連携による来訪者の回遊誘導に発展する可能性を持っています。
- ▶利活用の仕組み・情報プラットフォームを構築して、オープンデータ化や会費徴収などで持続可能な取組としていくことが期待されます。

# 2

## 活動報告書について

活動報告については、エリアの状況に応じて必要な内容を報告することになります。ここでは参考として、基本的な考え方や報告書の例を紹介します。

### ☑活動報告書の捉え方

活動報告書については、第2部第2章の「制度活用のプロセス及び手続」で述べたように、基本的には、エリアマネジメント団体と受益事業者、市町村との間でどのような内容をどのようなタイミングで報告するかについて、あらかじめ整理を行い、それに基づいて活動報告書を作成することになります。

事業の実施状況や目標の達成度、会計の状況といった内容を計画期間の最後に報告する場合も考えられますし、1年ごとにエリアマネジメント団体の様々な活動実績や関連する様々なデータを報告するような形もあり得ると考えられます。

エリアマネジメント団体と受益事業者、市町村が納得感を持ち、お互い信頼関係を継続できるように活動報告書を活用していくことが重要です。

海外の BID 組織では、豊富なデータや分かりやすいデザインを用いた活動報告書が作成されています。海外の BID 制度では、5 年等、一定期間ごとに費用を負担する事業者等からの投票を経て、事業が継続されるかどうかが決まることになります。そのため、BID によってエリアがどう変わったのか、どんな成果があったのかを丁寧に説明し、再び投票によって信任を得るための努力をしています。

地域再生エリアマネジメント負担金制度も受益事業者からの理解を得ることが重要になりますので、必要に応じて、より積極的に活動報告書の意義を捉え、様々なデータを提示した分かりやすい活動報告書を作成していくことが考えられます。

### ☑より積極的な活動報告書の作成に向けて

#### ① 基本的な考え方

➡多様なデータを載せる（定量データ／定性データ）

- ・ エリアマネジメント活動やその意義を「見える化」するために、活動の実施内容のみならず、エリアそのものがどう変わったのか、エリアの価値がどうなったかについて、エリアマネジメント団体自らでアンケート等（満足度等の定性データ、来訪者数等の定量データ）を実施することや、一般的に公開されているデータ等（定量データ）を継続的に収集し、グラフ化していくことが考えられます。

➡分かりやすく発信する

- ・ 多くの人々から、エリアマネジメント活動について理解や共感を得るために、写真やインフォグラフィックス、ピクトグラムなどビジュアルを使って、エリアの魅力を伝えるとともに、分かり易いものにすることも有効な手段になると考えられます。

➡経年的な蓄積を進めていく

- ・エリアマネジメント活動による成果は短期的には捉えきれない面もあることや、エリアマネジメント活動は経済的な効果に限らず、様々な価値を生み出す面があることから、多様なデータを継続的に収集、蓄積し、エリアマネジメントの活動年表と合わせて比較参照できるようにしていくことも重要と考えられます。

## ② 活動報告書の作成に当たってのポイント

- ・活動報告書の作成に当たっては、エリアマネジメント団体が中心になって作成することになりますが、出来るだけ、受益事業者や市町村、外部の専門家や大学等の教育機関と連携し、データの収集や分析、発信を行っていくことが重要になると考えます。
- ・活動報告書の作成に当たっての、受益事業者との連携については、データの提供依頼という関係性だけでなく、活動報告書の作成プロセスを共にすることにより、信頼関係の更なる構築等につなげていくことが期待されます。
- ・専門家や大学等の参画を得ることは、外部の目線も入れた活動報告や評価につながり、活動報告書の信頼性向上が期待されます。更には、効率的な調査手法等のアドバイスを受けながら活動報告書の作成につなげていくことも期待できます。

## ☐日本のエリアマネジメント団体の活動報告書の例

### ①活動報告書の目次の例

- ・現状の日本のエリアマネジメント団体の活動報告書は以下のように、団体の情報や活動内容の記載に留まっているものが多い状況です。

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>活動報告書<br/>目次</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ご挨拶</li> <li>2. 沿革</li> <li>3. エリアマネジメント団体について <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 概要</li> <li>・ 決算状況と推移</li> <li>・ 主な業務内容の説明</li> </ul> </li> <li>4. 取り組んでいる事業内容</li> <li>5. 中心市街地活性化協議会との連携事業</li> <li>6. 市とエリアマネジメント団体の連携事業</li> <li>7. データ集</li> </ol> | <p>活動概要<br/>目次</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 会の構成 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 会員</li> <li>・ 会議開催</li> </ul> </li> <li>2. 情報発信</li> <li>3. 活動 <ul style="list-style-type: none"> <li>【環境】</li> <li>【交流】</li> <li>【活性化】</li> <li>【その他】</li> </ul> </li> <li>4. 地区内の他団体への参加等</li> <li>5. 協力・後援</li> <li>6. 協力関係 <ul style="list-style-type: none"> <li>行政、協議会、NPO、企業など</li> </ul> </li> </ol> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### ②一般社団法人海老名扇町エリアマネジメントの活動報告書の例

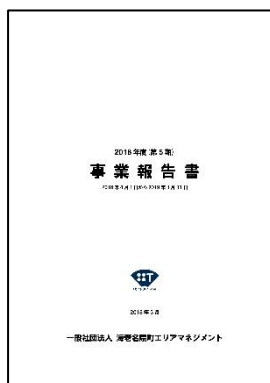
- ・海老名駅西口においてエリアマネジメント活動を進める一般社団法人海老名扇町エリアマネジメント（2014年9月設立）は、毎年、活動内容や財務状況等を取りまとめた事業報告書を作成・公表しています。当団体は地権者や住民等から集めた会費等を財源に活動していることから、会員

の種類ごとに取組と価値提供を明確にするとともに（下表参照）、それらの取組について事前に設定した目標値に対する達成状況を4段階（◎120%以上 ○100%以上 △100%未満 80%以上 ×80%未満）で自己評価し、事業報告書で公表しています（下図参照）。また、事業報告書には歳入と歳出等の決裁報告や財務目録等も掲載しており、こうした情報発信によりエリアマネジメント活動の透明性を確保し、会員や地域の関係者の理解の醸成を図っています。

表 海老名扇町エリアマネジメントの提供価値と年会費

| 役割                                              | 対象者                             | 提供価値                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 年会費                                                                          |
|-------------------------------------------------|---------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| 資産（不動産）管理運用                                     | セ<br>ン<br>タ<br>ー<br>地<br>主      | <input type="checkbox"/> 機軸改正説明会（年1回） 講師・税理士<br><input type="checkbox"/> 地面動向報告会（年1回） 講師・不動産鑑定士<br><input type="checkbox"/> 経済マーケットレポート（年1回） 講師・横浜銀行<br><input type="checkbox"/> 事例研究 不定期 参考になる街づくりを提案する<br><input type="checkbox"/> 懇親会（年1回） 会員間および三井不動産との親睦を図る<br><input type="checkbox"/> 個別運用相談 相談内容により専門家を紹介                                                                                                                              | 別紙 土地会費テーブルに基づく<br>所有する土地面積に応じた口数<br>4,000円/口                                |
|                                                 | 建<br>物<br>所<br>有<br>者           | <input type="checkbox"/> 駅周辺まちづくり助成金を活用した設備の設置・改修<br>（防犯カメラの設置／フロッピー＆ベンチの設置／駐輪場の設置など）<br><input type="checkbox"/> 群管理によるスケールメリットを活かした土地利活用に係る費用の削減<br>（火災保険／建物清掃業務／建物警備業務／電気保安業務<br>防火扉点検業務／資源ごみ回収業務／防犯カメラ設置費用<br>AED設置費用／その他）<br><input type="checkbox"/> 会員優待サービス<br>（フロムカード店舗優待券／リコ－フューチャーハウス利用割引<br>リコ－クリエイティブショップ利用割引など）<br><input type="checkbox"/> テナントリーニング<br><input type="checkbox"/> 各種情報発信サービス<br>（イベント・セミナー開催のご案内／ホームページ作成割引引きなど） | 別紙 土地会費テーブルに基づく<br>所有する土地面積に応じた口数<br>5,000円/口<br><br>未利用地→未利用地（住宅・その他）テーブル使用 |
|                                                 | 海<br>老<br>名<br>市                | <input type="checkbox"/> イベント受付窓口業務<br><input type="checkbox"/> 警備業務（安心・安全）<br><input type="checkbox"/> 清掃業務（清潔）<br><input type="checkbox"/> 施設維持管理業務（奇麗）<br><input type="checkbox"/> 放置自転車通報業務                                                                                                                                                                                                                                                | 業務委託費                                                                        |
| ソリ<br>ユ<br>ー<br>シ<br>ョ<br>ン<br>サ<br>ー<br>ビ<br>ス | 住<br>人                          | <input type="checkbox"/> 自治会機能による暮らしのサポート（回覧板の配布など）<br><input type="checkbox"/> 各種イベント開催による住人同士コミュニケーションの活性化<br><input type="checkbox"/> 防犯パトロールの実施<br><input type="checkbox"/> 防災訓練の実施<br><input type="checkbox"/> 扇町まちづくり情報誌「そらかぜ」の配布                                                                                                                                                                                                        | 3,000円/戸<br>（月額 250円）                                                        |
|                                                 | テ<br>ナ<br>ン<br>ト<br>事<br>業<br>者 | <input type="checkbox"/> 支払い決済用カードリーダーの支給（クレディセゾン）<br><input type="checkbox"/> 店舗の広告整備（広告フラッグ利用／サインエジ利用）<br><input type="checkbox"/> ホームページ作成費用割引<br><input type="checkbox"/> クリニック診察予約システム初期投資割引<br><input type="checkbox"/> エリアマネージメントイベント情報の提供                                                                                                                                                                                              | 36,000円/店<br>（月額 3,000円）                                                     |
|                                                 | B<br>T<br>S                     | <input type="checkbox"/> 海老名駅西口地区まちづくりガイドラインの運用による景観維持<br><input type="checkbox"/> 随時イベントの開催によるまちの賑わい創出<br><input type="checkbox"/> まちの安全、安心、綺麗の確保                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 別紙 建物会費テーブルに基づく<br>延べ床面積に応じた口数<br>5,000円/口                                   |

BTS（ビルド・トゥ・スツ）型・特定企業向け賃貸施設  
マルチテナント型・複数企業向け賃貸施設



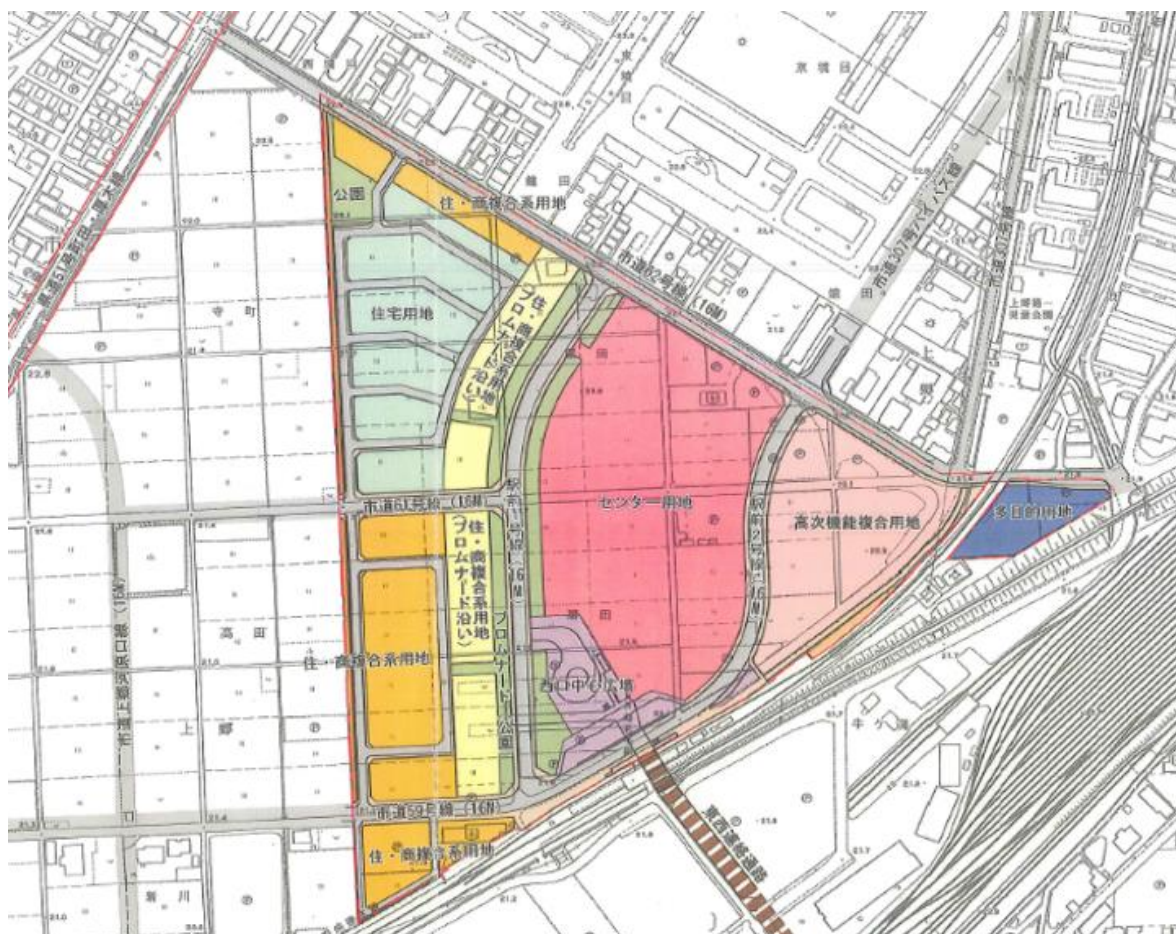
## IV-3 2018年度 活動報告（サマリー）

| 活動報告                                            |                       |                        |         |          |         |      |      |        |    |             |
|-------------------------------------------------|-----------------------|------------------------|---------|----------|---------|------|------|--------|----|-------------|
| 事業区分                                            | 事業名                   | 施策名                    | 成果指標    | 目標値      | 見込      | 達成率  | 前年比  | 実施時期   | 評価 | 方向性         |
| アセット<br>マネジメント                                  | A1 不動産管理運営            | 1 扇町エリアマネージング運営        | 利用率     | 98%      | 99%     | 101% | 100% | 通期     | ○  | 継続 商業       |
|                                                 |                       | 2 資産運用研修会（1回）          | 参加人数    | 20名      | 11名     | 55%  | 100% | H30/5  | ×  | 継続 センター街区   |
|                                                 |                       | 3 資産運用研修会（2回）          | 参加人数    | 20名      | 12名     | 60%  | 86%  | H30/11 | ×  | 継続 センター街区   |
|                                                 |                       | 4 資産活用先進事例研究会・民間交歓会    | 参加人数    | 20名      | 19名     | 95%  | 95%  | H31/2  | △  | 継続 センター街区   |
|                                                 | A2 景観維持               | 1 「まちづくりガイドライン」の運用（審査） | 審査件数    | 3件       | 3件      | 100% | 100% | 随時     | ○  | 継続 環境美化・住宅  |
|                                                 |                       | 2 扇町周辺美化デー             | 回覧/参加人数 | 12F/240名 | 1F/307名 | 128% | 153% | 毎月     | ◎  | 継続 環境美化・住宅  |
|                                                 | A3 海老名駅西口地区<br>施設管理運営 | 1 パブリックスペース活用事業        | 有料利用    | 5件       | 15件     | 300% | 500% | 通期     | ◎  | 拡大 公共施設     |
|                                                 |                       | 2 自転車光景観区              | 月間販売本数  | 2000本    | 2,039本  | 102% | 121% | 通期     | ○  | 拡大 公共施設     |
|                                                 |                       | 3 海老名駅西口特定公共施設創定管理     | 実施率     | 100%     | 100%    | 100% |      | 通期     | ○  | 維持 公共施設     |
|                                                 | A4 まちづくりファクト活用        | 1 まちづくりファクト活用した環境整備    | 計画策定    | 未実施      |         |      |      |        | ×  | 拡大 公共施設     |
| ソリ<br>ユ<br>ー<br>シ<br>ョ<br>ン<br>サ<br>ー<br>ビ<br>ス | A5 賑わい創出              | 1 「海老名扇町アウトドアパーク2018」  | 来場者数    | 1,500名   | 1,500名  | 100% | 100% | H30/5  | ○  | 拡大 公共・プロ    |
|                                                 |                       | 2 「扇町おもしろ祭り2018」       | 来場者数    | 10,000名  | 12,500名 | 125% | 128% | H30/8  | ◎  | 拡大 公共・プロ    |
|                                                 |                       | 3 「扇町防災フェス2018」        | 来場者数    | 10名      | 2名      | 20%  | 100% | H30/10 | ×  | 見直し 公共・プロ   |
|                                                 |                       | 4 「おでんナイトニッポン」         | 来場者数    | 3,200名   | 3,200名  | 100% |      | H30/11 | ○  | 拡大 公共・プロ    |
|                                                 | S1 情報発信               | 1 情報誌「そらかぜ」の発行         | 発行回数    | 6回       | 6回      | 100% | 100% | 2ヶ月毎   | ○  | 継続 プロモーション  |
|                                                 |                       | 2 ホームページリニューアル事業       | アクセス伸び率 | 200%     | 未実施     |      |      | H30/12 | ×  | 見直し プロモーション |
|                                                 | S2 住民へのサービス           | 1 市販業務連絡（旧版版全戸配布）      | 配布回数    | 10回      | 10回     | 100% | 100% | 通期     | ○  | 継続 住宅       |
|                                                 |                       | 2 防災訓練の実施              | 実施回数    | 1回       | 1回      | 100% | 100% | H30/10 | ○  | 見直し 住宅      |
|                                                 |                       | 3 住民参加型型イベントの開催        | 住民参加人数  | 3名       | 1名      | 33%  | 25%  | H30/4  | ×  | 見直し 住宅      |

図 海老名扇町エリアマネジメント 2018年度事業報告書



【対象区域】



(出典) 海老名扇町エリアマネジメントウェブサイトほか



## ☑アメリカ・イギリスの BID 活動報告書の例

## ① デンバーダウンタウンパートナーシップ（アメリカ）



デンバー市の BID 団体による年次報告書は、BID の範囲のみならず、ダウンタウン全体の基本的な統計データの変化や、BID 活動の実績等が分かりやすいピクトグラムやグラフによって表現されています。

報告書では、①開発と投資、②オフィス床および企業、③雇用、④大学と学生数、⑤住民数と住居、⑥人口動態、⑦小売業とレストラン、⑧モビリティ、⑨パブリックスペースとそこで行われる活動、⑩観光とアトラクション等が設定され、特に BID に関連する活動としては、⑨のパブリックスペースの利用として、パブリックスペースごとに、年間どれだけ稼働したか、イベントへの参加人数、主なイベント名等が挙げられ、前年比どれだけ増加したか等の統計も公表されています。

(出典) 小林重敬＋森記念財団編著「まちの価値を高めるエリアマネジメント」(学芸出版、2018年) pp. 100-102

▶効果測定項目など（2016 年度アニュアルレポートより）

→ 清掃

- ・回収したごみ袋の数、落書きを消した数、高圧洗浄、清掃活動の延べ時間

→安全

- ・治安の改善度（アンケート）、警備員数、安全関連のミーティング数、アウトリーチ回数、セキュリティプランの達成度

➡賑わい創出活動

- ・ イベント開催数、ベンダー（屋台など）数、歩行者数の増減、公園を訪れた犬、人、子供の数等
- ・ 樹木保全プログラム（手入れされた樹木の数、敷地数、メンテナンスコスト、植樹数）

→ 經濟発展

- ・雇用数、居住者増加数、企業誘致（指標：企業名）

➡ マーケティング

- ・ニュースレター受信者数、イベントフライヤー（チラシ）発行数、マップ配布数等

→特別イベントの広告

- ・新聞、メディア、イベントガイド、モールのバナー広告、折込広告等（インプレッション数）

## ② ダウンタウンボストン BID（アメリカ）

ダウンタウンボストン BID では、5 年間の活動報告書として、毎年の成果を経年で示しています。

①街の美化、②おもてなし活動、③清掃、④ダウンタウン内のマンション立地、⑤ボストンのマーケットトレンドとして、評価資産額や賃料、その他の変化、⑥ハイテク産業の立地数なども示されています。

例えば、BID 活動の成果については、①街の美化では、プランターの数、ハンギングバスケット、ホリデイリース等の設置活動の数をカウントしています。

特に、ボストンにおいては、⑥ハイテク産業の立地について、BID がダウンタウンの目標と掲げて活動を後押しすることで、官民連携による世界レベルの金融都市となるべく、ダウンタウンの環境を整え、ビジネスをしやすい環境を作り出すことで、より一層の投資も呼び込んでいくといった、サイクルを作り出しています。

（出典）小林重敬＋森記念財団編著「まちの価値を高めるエリアマネジメント」（学芸出版、2018 年）pp. 100-102

## ◆ ダウンタウンボストン BID 5 ヶ年活動レポート



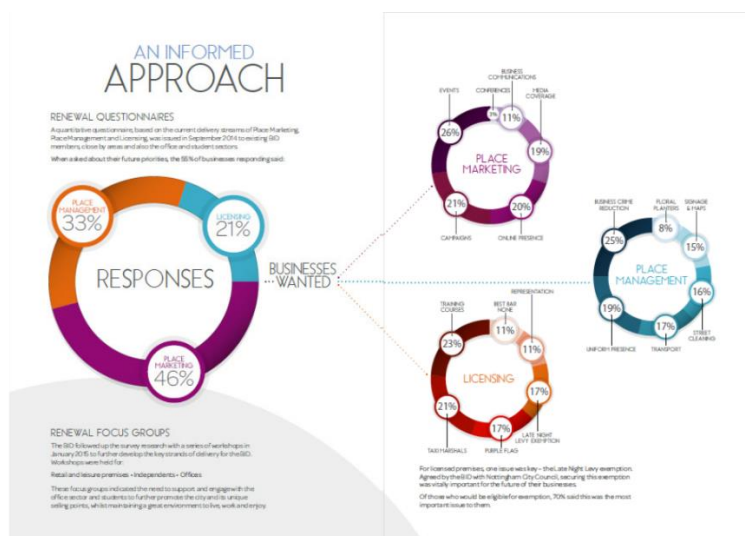
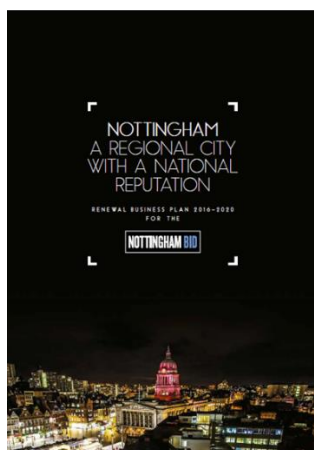
### ③ ノッティンガム BID（イギリス）

ノッティンガム BID では、デザインを非常に重視した 5 ヶ年報告書／計画書を作成しています。特徴として、ファッション雑誌に用いられるようなクオリティの高い写真を用いており、インパクトの強いデザインとなっています。

活動については、地図とアプリの連動や、広報活動、無料・割引駐車、イベント、防犯活動、ナイトタイムエコノミー（パープルフラッグ認定）、清掃等に加え、商業プロモーションに力を入れており、BID メンバーによる VIP ロイヤリティシステムの開発を行っています。

一方で、デザインのみならず、これまでの活動を踏まえた今後 BID メンバーの求めることについてのアンケート結果も公表されており、プレイスメイキング（Place Making:46%）、管理（Place Management:33%）、許認可等（Licensing:21%）の順となっています。要望の多いものは、イベントやキャンペーン、オンラインのプレゼンス等、外部発信に関するものが多くみられています。

（出典）小林重敬＋森記念財団編著「まちの価値を高めるエリアマネジメント」（学芸出版、2018 年）pp. 100-102





## 参考資料





## 参考資料

### 目次

|                                           |      |
|-------------------------------------------|------|
| 1. 地域再生エリアマネジメント負担金制度関係条文（平成30年6月1日公布・施行） | 参— 1 |
| ❶ 地域再生法（平成17年法律第24号）（抄）                   | 参— 1 |
| ❷ 地域再生法施行令（平成17年政令第151号）（抄）               | 参— 6 |
| ❸ 地域再生法施行規則（平成17年内閣府令第53号）（抄）             | 参— 8 |
| 2. 地域再生計画 記載例                             | 参— 9 |
| 3. エリアマネジメントの情報発信・普及啓発                    | 参—14 |
| ❶ 全国エリアマネジメントネットワーク                       | 参—14 |
| ❷ 国土交通省・内閣府関連                             | 参—14 |
| ❸ 地方創生カレッジ                                | 参—15 |
| 4. エリアマネジメント活動による経済効果算定ケーススタディ            | 参—16 |
| ❶ ケーススタディ調査 対象地区一覧                        | 参—16 |
| ❷ 福井県福井市（福井市中央1丁目地区）でのケーススタディ調査           | 参—17 |
| ❸ 沖縄県中頭郡北谷町（デポアイランド）でのケーススタディ調査           | 参—28 |
| ❹ 大阪府大阪市（大阪イノベーションハブ）でのケーススタディ調査          | 参—38 |

## 1. 地域再生エリアマネジメント負担金制度関係条文（平成 30 年 6 月 1 日公布・施行）

### ① 地域再生法（平成 17 年法律第 24 号）（抄）

（地域再生計画の認定）

第五条 地方公共団体は、単独で又は共同して、地域再生基本方針に基づき、内閣府令で定めるところにより、地域再生を図るための計画（以下「地域再生計画」という。）を作成し、内閣総理大臣の認定を申請することができる。

2 地域再生計画には、次に掲げる事項を記載するものとする。

- 一 地域再生計画の区域
- 二 地域再生を図るために行う事業に関する事項
- 三 計画期間

3 前項各号に掲げるもののほか、地域再生計画を定める場合には、次に掲げる事項を記載するよう努めるものとする。

- 一 地域再生計画の目標
- 二 その他内閣府令で定める事項

4 第二項第二号に掲げる事項には、次に掲げる事項を記載することができる。

- 一 まち・ひと・しごと創生法第九条第一項に規定する都道府県まち・ひと・しごと創生総合戦略（次号において単に「都道府県まち・ひと・しごと創生総合戦略」という。）に同条第二項第三号に掲げる事項として定められた事業又は同法第十条第一項に規定する市町村まち・ひと・しごと創生総合戦略（次号において単に「市町村まち・ひと・しごと創生総合戦略」という。）に同条第二項第三号に掲げる事項として定められた事業であって次に掲げるもののうち、地方公共団体、事業者、研究機関その他の多様な主体との連携又は分野の異なる施策相互の有機的な連携を図ることにより効率的かつ効果的に行われるものその他の先導的なものに関する事項

イ 地域における就業の機会の創出、経済基盤の強化又は生活環境の整備に資する事業（ロに掲げるものを除く。）であって次に掲げるもの

- （1）結婚、出産又は育児についての希望を持つことができる社会環境の整備に資する事業
- （2）移住及び定住の促進に資する事業
- （3）地域社会を担う人材の育成及び確保に資する事業
- （4）観光の振興、農林水産業の振興その他の産業の振興に資する事業
- （5）（1）から（4）までに掲げるもののほか、地方公共団体が地域再生を図るために取り組むことが必要な政策課題の解決に資する事業

ロ 地域における就業の機会の創出、経済基盤の強化又は生活環境の整備のための基盤となる施設の整備に関する事業であって次に掲げるもの

- （1）道路、農道又は林道であって政令で定めるものの二以上を総合的に整備する事業
- （2）下水道、集落排水施設又は浄化槽であって政令で定めるものの二以上を総合的に整備する事業
- （3）港湾施設及び漁港施設であって政令で定めるものを総合的に整備する事業

二～五 （略）

六 自然的経済的社会的条件からみて一体である地域であって当該地域の来訪者又は滞在者（以下この号及び第十七条の七第四項において「来訪者等」という。）の増加により事業機会の増大又は収益性の向上が図られる事業を行う事業者が集積している地域において、当該地域の来訪者等の利便を増進し、これを増加させることにより経済効果の増進を図り、もって当該地域における就業の機会の創出又は経済基盤の強化に資する次に掲げる活動であって特定非営利活動法人等（特定非営利活動促進法（平成十年法律第七号）第二条第二項に規定する特定非営利活動法人、一般社団法人若しくは一般財団法人その他の営利を目的としない法人又は地域再生の推進を図る活動を行うことを目的とする会社をいう。以下この号において同じ。）が当該事業者の意向を踏まえて実施するもの（以下「地域来訪者等利便増進活動」という。）に必要な経費の財源に充てるため、地域来訪者等利便増進活動が実施される区域内において当該地域来訪者等利便増進活動により生ずる利益を受ける事業者から市町村が負担金を徴収し、当該地域来訪者等利便増進活動を実施する特定非営利活動法人等（以下「地域来訪者等利便増進活動実施団体」という。）に対して交付金を交付する事業に関する事項

イ 来訪者等の利便の増進に資する施設又は設備の整備又は管理に関する活動

ロ 来訪者等の増加を図るための広報又は行事の実施その他の活動

七～十五 （略）

5 （略）

6 次に掲げる者は、地方公共団体に対して、地域再生計画を作成することを提案することができる。この場合においては、地域再生基本方針に即して、当該提案に係る地域再生計画の素案を作成して、これを提示しなければならない。

一 当該提案に係る地域再生計画に記載しようとする第二項第二号に規定する事業を実施しようとする者

二 前号に掲げる者のほか、同号の地域再生計画に関し密接な関係を有する者

7 前項の規定による提案を受けた地方公共団体は、当該提案に基づき地域再生計画を作成するか否かについて、遅滞なく、当該提案をした者に通知しなければならない。この場合において、地域再生計画を作成しないこととするときは、その理由を明らかにしなければならない。

8～18 （略）

#### 第一節 まち・ひと・しごと創生交付金の交付等

第十三条 国は、認定地方公共団体に対し、当該認定地方公共団体の認定地域再生計画に第五条第四項第一号に掲げる事項が記載されている場合において、同号に規定する事業に要する経費に充てるため、政令で定めるところにより、予算の範囲内で、交付金を交付することができる。

2 前項の交付金（次項において「まち・ひと・しごと創生交付金」という。）を充てて行う事業に要する費用については、道路法（昭和二十七年法律第百八十号）、土地改良法（昭和二十四年法律第百九十五号）その他の法令の規定に基づく国の負担又は補助は、当該規定にかかわらず、行わないものとする。

3 まち・ひと・しごと創生交付金の交付の事務は、政令で定める区分に従って内閣総理大臣、農林水産大臣、国土交通大臣又は環境大臣が行う。

#### 第七節 地域来訪者等利便増進活動計画の作成等

（地域来訪者等利便増進活動計画の認定等）

第十七条の七 第五条第四項第六号に規定する事業が記載された地域再生計画が同条第十五項の認定を受けたときは、当該認定の日以後は、地域来訪者等利便増進活動実施団体は、内閣府令で定めるところにより、地域来訪者等利便増進活動の実施に関する計画（以下「地域来訪者等利便増進活動計画」という。）を作成し、当該地域来訪者等利便増進活動計画が適当である旨の認定地方公共団体である市町村（以下「認定市町村」という。）の長の認定を申請することができる。

2 地域来訪者等利便増進活動計画には、次に掲げる事項を記載しなければならない。

- 一 地域来訪者等利便増進活動を実施する区域
- 二 地域来訪者等利便増進活動の目標
- 三 地域来訪者等利便増進活動の内容
- 四 地域来訪者等利便増進活動により事業者が受けると見込まれる利益の内容及び程度
- 五 前号の利益を受ける事業者の範囲
- 六 計画期間（五年を超えないものに限る。）
- 七 資金計画
- 八 その他内閣府令で定める事項

3 前項第七号の資金計画には、同項第五号の事業者（以下「受益事業者」という。）が負担することとなる負担金の額及び徴収方法の素案を添えなければならない。

4 第二項第三号に掲げる事項には、都市公園（都市公園法（昭和三十一年法律第七十九号）第二条第一項に規定する都市公園をいう。以下同じ。）における自転車駐車場、観光案内所その他の来訪者等の利便の増進に寄与する施設又は物件であって政令で定めるものの設置（都市公園の環境の維持及び向上を図るための清掃その他の措置であって当該施設又は物件の設置に伴い必要となるものが併せて講じられるものに限る。）に関する事項を記載することができる。

5 第一項の規定による認定の申請をしようとする地域来訪者等利便増進活動実施団体は、当該地域来訪者等利便増進活動計画について、総受益事業者の三分の二以上であって、その負担することとなる負担金の合計額が総受益事業者の負担することとなる負担金の総額の三分の二以上となる受益事業者の同意を得なければならない。

6 認定市町村は、第一項の規定による認定の申請があったときは、内閣府令で定めるところにより、その旨を公告し、当該地域来訪者等利便増進活動計画を当該公告の日から一月間公衆の縦覧に供しなければならない。

7 前項の規定による公告があったときは、受益事業者は、同項の縦覧期間満了の日までに、縦覧に供された当該地域来訪者等利便増進活動計画について、認定市町村に、意見書を提出することができる。

8 認定市町村の長は、第一項の規定による認定の申請があった場合において、当該地域来訪者等利便増進活動計画が次に掲げる基準に適合すると認めるときは、その認定をするものとする。

- 一 認定地域再生計画に適合するものであること。
- 二 受益事業者の事業機会の増大又は収益性の向上及び第二項第一号の区域における経済効果の増進に寄与するものであると認められること。
- 三 円滑かつ確実に実施されると見込まれるものであること。
- 四 地域来訪者等利便増進活動により受益事業者が受けると見込まれる利益の限度において、受益事業者が負担金を負担するものであること。
- 五 特定の者に対し不当に差別的な取扱いをするものでないこと。



- 9 認定市町村の長は、前項の認定をしようとするときは、あらかじめ、当該認定市町村の議会の議決を経なければならない。
- 10 認定市町村は、前項の議決を経ようとするときは、第七項の規定により提出された意見書の要旨を当該認定市町村の議会に提出しなければならない。
- 11 認定市町村は、第四項に規定する事項が記載された地域来訪者等利便増進活動計画について、第八項の認定をしようとするときは、当該事項について、あらかじめ、当該都市公園の公園管理者（都市公園法第五条第一項に規定する公園管理者をいう。第十七条の十において同じ。）に協議し、その同意を得なければならない。
- 12 認定市町村の長は、第八項の認定をしたときは、遅滞なく、これを公表しなければならない。
- 13 第八項の認定を受けた地域来訪者等利便増進活動実施団体（以下「認定地域来訪者等利便増進活動実施団体」という。）は、当該認定を受けた地域来訪者等利便増進活動計画（以下「認定地域来訪者等利便増進活動計画」という。）の変更（内閣府令で定める軽微な変更を除く。）をしようとするときは、認定市町村の長の認定を受けなければならない。
- 14 第三項及び第五項から第十二項までの規定は、前項の認定について準用する。

#### （負担金の徴収）

- 第十七条の八 認定市町村は、認定地域来訪者等利便増進活動計画（前条第十三項の規定による変更の認定があったときは、その変更後のもの。以下同じ。）に基づき認定地域来訪者等利便増進活動実施団体が実施する地域来訪者等利便増進活動に必要な経費の財源に充てるため、当該地域来訪者等利便増進活動により受けると見込まれる利益の限度において、受益事業者から負担金を徴収することができる。
- 2 前項の場合において、その受益事業者の範囲並びに負担金の額及び徴収方法については、認定市町村の条例で定める。
  - 3 第一項の負担金（以下単に「負担金」という。）を納付しない受益事業者があるときは、認定市町村は、督促状によって納付すべき期限を指定して督促しなければならない。
  - 4 前項の場合においては、認定市町村は、条例で定めるところにより、年十四・五パーセントの割合を乗じて計算した額を超えない範囲内の延滞金を徴収することができる。
  - 5 督促を受けた受益事業者がその指定する期限までにその納付すべき金額を納付しない場合においては、認定市町村は、地方税の滞納処分の例により、負担金及び前項の延滞金（以下この条において単に「延滞金」という。）を徴収することができる。この場合における負担金及び延滞金の先取特権の順位は、国税及び地方税に次ぐものとする。
  - 6 延滞金は、負担金に先立つものとする。
  - 7 負担金及び延滞金を徴収する権利は、これらを行使することができる時から五年間行使しないときは、時効により消滅する。
  - 8 負担金及び延滞金の収納の事務については、収入の確保並びに当該負担金及び延滞金の徴収を受ける受益事業者の便益の増進に寄与すると認められる場合に限り、政令で定めるところにより、私人に委託することができる。

#### （交付金の交付等）

- 第十七条の九 認定市町村は、負担金を徴収したときは、これを財源の全部又は一部として、認定地域来訪者等利便増進活動実施団体に対し、認定地域来訪者等利便増進活動計画に基づき実施される地域来訪者等利便増進活動に必要な経費の財源に充てるため、交付金を交付するものとする。

- 2 前項の規定により交付金の交付を受けた認定地域来訪者等利便増進活動実施団体は、計画期間が終了したときは、遅滞なく、当該交付金について精算しなければならない。

（都市公園の占用の許可の特例）

第十七条の十 第十七条の七第四項に規定する事項が記載された地域来訪者等利便増進活動計画が同条第八項の認定（同条第十三項の変更の認定を含む。）を受けた日から二年以内に、認定地域来訪者等利便増進活動実施団体から当該認定地域来訪者等利便増進活動計画に基づく都市公園の占用について都市公園法第六条第一項又は第三項の許可の申請があった場合においては、公園管理者は、同法第七条の規定にかかわらず、当該占用が第十七条の七第四項の施設又は物件の外観及び構造、占用に関する工事その他の事項に関し政令で定める技術的基準に適合する限り、当該許可を与えるものとする。

（受益事業者の請求による認定の取消し）

第十七条の十一 認定市町村の長は、受益事業者が、総受益事業者の三分の一を超え、又はその負担する負担金の合計額が総受益事業者の負担する負担金の総額（次条第二項において「負担金総額」という。）の三分の一を超える受益事業者の同意を得て、第十七条の七第八項の認定の取消しを請求したときは、当該認定を取り消さなければならない。

- 2 前項の規定により認定を取り消された地域来訪者等利便増進活動実施団体は、遅滞なく、第十七条の九第一項の規定により交付された交付金について精算しなければならない。
- 3 認定市町村の長は、第一項の規定により認定を取り消したときは、遅滞なく、その旨を公表しなければならない。

（監督等）

第十七条の十二 認定市町村の長は、認定地域来訪者等利便増進活動実施団体の活動又は会計が法令若しくはこれに基づく行政庁の処分又は認定地域来訪者等利便増進活動計画に違反する疑いがあると認めるときその他監督上必要があると認めるときは、当該認定地域来訪者等利便増進活動実施団体に対し、その活動又は会計の状況について報告を求めることができる。

- 2 認定市町村の長は、受益事業者が、総受益事業者の十分の一以上又はその負担する負担金の合計額が負担金総額の十分の一以上となる受益事業者の同意を得て、認定地域来訪者等利便増進活動実施団体の活動又は会計が法令若しくはこれに基づく行政庁の処分又は認定地域来訪者等利便増進活動計画に違反する疑いがあることを理由として当該認定地域来訪者等利便増進活動実施団体に対する報告の徴収を請求したときは、当該認定地域来訪者等利便増進活動実施団体に対し、その活動又は会計の状況について報告を求めなければならない。
- 3 認定市町村の長は、前二項の規定により報告を求めた場合において、認定地域来訪者等利便増進活動実施団体の活動又は会計が法令若しくはこれに基づく行政庁の処分又は認定地域来訪者等利便増進活動計画に違反していると認めるときは、当該認定地域来訪者等利便増進活動実施団体に対し、当該違反を是正するために必要な措置をとるべきことを命ずることができる。
- 4 認定市町村の長は、認定地域来訪者等利便増進活動実施団体が前項の規定による命令に従わないときは、第十七条の七第八項の認定を取り消すことができる。
- 5 前条第二項及び第三項の規定は、前項の規定による認定の取消しについて準用する。

## ② 地域再生法施行令（平成 17 年政令第 151 号）（抄）

（来訪者等の利便の増進に寄与する施設又は物件）

第十二条 法第十七条の七第四項の政令で定める施設又は物件は、次に掲げるものとする。

- 一 自転車駐車で自転車を賃貸する事業の用に供するもの
- 二 観光案内所
- 三 路線バス（主として一の市町村の区域内において運行するものに限る。）の停留所のベンチ又は上家
- 四 都市公園法（昭和三十一年法律第七十九号）第七条第一項第六号に掲げる仮設工作物

（負担金及び延滞金の収納の委託）

第十三条 認定市町村（法第十七条の七第一項に規定する認定市町村をいう。以下この条において同じ。）は、法第十七条の八第一項の負担金（以下この条において単に「負担金」という。）及び同条第四項の延滞金（以下この条において単に「延滞金」という。）の収納の事務を私人に委託したときは、その旨を告示し、かつ、受益事業者（法第十七条の七第三項に規定する受益事業者をいう。）の見やすい方法により公表しなければならない。

- 2 法第十七条の八第八項の規定により負担金及び延滞金の収納の事務の委託を受けた者は、認定市町村の規則の定めるところにより、その収納した負担金及び延滞金を、その内容を示す計算書を添えて、当該認定市町村又は地方自治法施行令（昭和二十二年政令第十六号）第百六十八条に規定する当該認定市町村の指定金融機関、指定代理金融機関、収納代理金融機関若しくは収納事務取扱金融機関に払い込まなければならない。
- 3 法第十七条の八第八項の規定により負担金及び延滞金の収納の事務を私人に委託した場合において、必要があると認めるときは、認定市町村は、当該委託に係る負担金及び延滞金の収納の事務について検査することができる。

（来訪者等の利便の増進に寄与する施設又は物件に関する技術的基準）

第十四条 法第十七条の十の政令で定める技術的基準は、次のとおりとする。

- 一 法第十七条の七第四項の施設又は物件（以下この条において「来訪者等利便増進施設」という。）の外観及び配置は、できる限り都市公園の風致及び美観その他都市公園としての機能を害しないものとする。
  - 二 地上に設ける来訪者等利便増進施設の構造は、倒壊、落下その他の事由による危険を防止する措置を講ずることその他の公園施設（都市公園法第二条第二項に規定する公園施設をいう。以下この条において同じ。）の保全又は公衆の都市公園の利用に支障を及ぼさないものとする。
  - 三 地下に設ける来訪者等利便増進施設の構造は、堅固で耐久力を有するとともに、公園施設の保全、他の占用物件（都市公園法施行令（昭和三十一年政令第二百九十号）第十三条第一号に規定する占用物件をいう。）の構造又は公衆の都市公園の利用に支障を及ぼさないものとする。
  - 四 来訪者等利便増進施設のうち、第十二条第一号に掲げる自転車駐車場にあつてはその敷地面積が三十平方メートル以内、同条第二号に掲げる観光案内所にあつてはその建築面積が五十平方メートル以内、同条第三号に掲げる停留所の上家にあつてはその建築面積が二十平方メートル以内であること。
  - 五 来訪者等利便増進施設の占用に関する工事は、次に掲げるところによること
- イ 当該工事によって公衆の都市公園の利用に支障を及ぼさないようできる 限り必

要な措置を講ずること。

- ロ 工事現場には、柵又は覆いを設け、夜間は赤色灯をつけ、その他公衆の都市公園の利用に伴う危険を防止するため必要な措置を講ずること。
- ハ 工事の時期は、公園施設に関する工事又は他の占用に関する工事の時期を勘案して適当な時期とし、かつ、公衆の都市公園の利用に著しく支障を及ぼさない時期とすること。

### ③ 地域再生法施行規則（平成 17 年内閣府令第 53 号）（抄）

（地域来訪者等利便増進活動計画の認定に係る手続）

第三十八条 法第十七条の七第一項の規定により認定の申請をしようとする地域来訪者等利便増進活動実施団体（法第五条第四項第六号に規定する地域来訪者等利便増進活動実施団体をいう。以下同じ。）は別記様式第二十五による申請書に、次に掲げる書類を添えて、これらを認定市町村（法第十七条の七第一項に規定する認定市町村をいう。以下同じ。）の長に提出しなければならない。

- 一 定款及び登記事項証明書
- 二 申請の日の属する事業年度の直前の事業年度の貸借対照表、損益計算書及び当該事業年度末の財産目録又はこれらに準ずるもの（申請の日の属する事業年度に設立された地域来訪者等利便増進活動実施団体にあつては、その設立時における財産目録又はこれに準ずるもの）
- 三 法第十七条の七第五項の同意を得たことを証する書類
- 四 前各号に掲げるもののほか、その他参考となる事項を記載した書類

（資金計画の記載事項）

第三十九条 法第十七条の七第二項第七号の資金計画は、資金計画書を作成し、収支予算を明らかにして定めなければならない。この場合において、収入予算においては、総受益事業者の負担することとなる負担金の額を収入金として計上しなければならない。

- 2 前項の収支予算は、収入にあつてはその性質、支出にあつてはその目的に従って区分しなければならない。

（地域来訪者等利便増進活動計画の記載事項）

第四十条 法第十七条の七第二項第八号の内閣府令で定める事項は、地域来訪者等利便増進活動実施団体が地域来訪者等利便増進活動以外の事業を営んでいる場合には、その事業の概要、規模及び申請の日の属する直前の事業年度における損益の状況とする。

（地域来訪者等利便増進活動計画の公告）

第四十一条 法第十七条の七第六項の規定による公告は、地域来訪者等利便増進活動計画について、認定市町村の公報への掲載、インターネットの利用その他の認定市町村が適切と認める方法により行うものとする。

（法第十七条の七第十三項の内閣府令で定める軽微な変更）

第四十二条 法第十七条の七第十三項の内閣府令で定める軽微な変更は、次に掲げるものとする。

- 一 地域の名称の変更又は地番の変更に伴う範囲の変更
- 二 資金計画の変更であつて、次に掲げるもの
  - イ 総受益事業者の負担することとなる負担金の額の百分の十以内の減少による変更
  - ロ 収入金又は支出金の額の百分の十以内の増加又は減少による変更
- 三 前二号に掲げるもののほか、地域来訪者等利便増進活動計画の実施に支障がないものとして条例で定める軽微な変更



## 2. 地域再生計画 記載例

この記載例は、地域再生エリアマネジメント負担金制度に関する地域再生計画の記載例です。

※地域再生計画の作成に当たっては、必ず活用する支援措置に係る地域再生計画認定申請マニュアル（総論）及び（各論）等のマニュアルを確認してください。

※詳細については、内閣府ホームページをご確認ください。

(<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/tiikisaisei/sinsei.html>)

### 地域再生計画

#### 1 地域再生計画の名称

〇〇地域再生エリアマネジメント計画

#### 2 地域再生計画の作成主体の名称

〇〇市

#### 3 地域再生計画の区域

〇〇市の全域

または

〇〇市の区域の一部（〇〇地区）

#### 4 地域再生計画の目標

##### 4-1 地域の現状

###### 【地理的及び自然的特性】

〇〇市は、〇〇県、〇〇市の北西に位置する。本市の〇％は市街化区域であり、市域の東部は〇〇湾に面し、沿岸南東部にかけて工業地帯が広がる。

###### 【産業】

本市の中心地〇〇周辺では〇〇製品を取り扱う〇〇関連企業が立地してきた。発達・集積してきた〇〇業は〇〇の商業を支え、〇〇年の〇〇業年間商品販売額は全国の都道府県の中で〇位と大きな比重を占めた。その後、〇〇産業の衰退や事業所の東京移転などもあり、直近の業種別販売額で〇〇製品は〇割弱にとどまる。

###### 【人口】

本市の人口は、〇年の〇人をピークに減少が続いており、直近の国勢調査（平成〇年実施）では〇人まで落ち込んでいる。国立社会保障・人口問題研究所によると、現状のペースでは、平成〇年には 昭和〇年比で総人口が約〇％減、生産年齢人口では〇％減となる見込みである。（〔表1〕参照）。

(図表、グラフ等を用いた分かりやすい記載に努めてください。)

〔表 1〕 ○市人口推移

出典：総務省「国勢調査」(平成○年)

国立社会保障・人口問題研究所「地域将来推計人口」(平成○年)

#### 4-2 地域の課題

○○地区は、本市の中心市街地として、都市の魅力や国際競争力を高め、経済活動を牽引する中心的な役割を担う地区として、これまで○○などの施策を行ってきた。また、近年では民間団体が主体となり、○○などのエリアマネジメント活動を行うことにより、新たに人の流れが創出され、まちに賑わいを呼んでいる。このように、地域価値を向上させ、来訪者・滞在者の増加を通じて地域の収益力の向上を図る、地域再生を実現する取組が進められているところである。

一方、こうした活動の主たる担い手となる団体の資金構成は、会員企業からの会費が大半を占めまた活動団体の組織としても特定の企業からの派遣者が業務を担っており、活動のための自主財源や有能なマネジメント人材が確保される仕組みが不足し、自律的かつ持続的な好循環が確立されていないことが課題となっている。

#### 4-3 目標

##### 【概要】

4-2に記載した課題に対応するため、エリアマネジメント団体の財源確保及び官民連携のまちづくりの推進を図るとともに、エリアマネジメント活動による来訪者・滞在者の利便性向上などにより、新たな賑わいを創出しまちを活性化することを目標とする。

##### 【数値目標】

| K P I    | 事業開始前<br>(現時点) | 2019年度増加分<br>1 年目 | 2020年度増加分<br>2 年目 |
|----------|----------------|-------------------|-------------------|
| ○○○ (単位) |                |                   |                   |
|          |                |                   |                   |

| 2021年度増加分<br>3 年目 | 2022年度増加分<br>4 年目 | 2023年度増加分<br>5 年目 | KPI増加分<br>の累計 |
|-------------------|-------------------|-------------------|---------------|
|                   |                   |                   |               |
|                   |                   |                   |               |

##### (K P I の例)

- ・ 歩行者交通量増、地域への交通機関利用者増、駐車場利用台数増
- ・ 地域の売上高の増、立ち寄り箇所の増、滞在時間の増

- ・ 歩行者空間の魅力度向上（アンケート）
- ・ イベント開催件数
- ・ 設立した法人の数

## 5 地域再生を図るために行う事業

### 5-1 全体の概要

〇〇地区のエリアマネジメント活動に、地域再生エリアマネジメント負担金制度を導入し〇〇、〇〇など、まちに新たな賑わいを創出し、地域価値を向上する取組を進める。

### 5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

#### (1) 地域来訪者等利便増進活動計画に基づく特例（内閣府・国土交通省）：【A3012】

##### ① 地域来訪者等利便増進活動の内容

〇〇、〇〇等の活動

##### ② 地域来訪者等利便増進活動を実施する区域

〇〇駅周辺（または）〇〇地区

##### ③ 地域来訪者等利便増進活動実施団体

〇〇

##### ④ 地域再生エリアマネジメント負担金制度導入に向けた取組

〇～〇年度にかけて、〇〇地区内の〇〇において社会実験を実施し、地域来訪者等利便増進活動として想定するエリアマネジメント活動による経済効果を把握し、地域来訪者等利便増進活動計画を策定する。

地域再生エリアマネジメント負担金制度の導入は、〇年度を予定。

##### ⑤ 重要業績評価指標（KPI）及び目標年月

| KPI     | 事業開始前<br>(現時点) | 2019年度増加分<br>1年目 | 2020年度増加分<br>2年目 |
|---------|----------------|------------------|------------------|
| 〇〇〇（単位） |                |                  |                  |
|         |                |                  |                  |
|         |                |                  |                  |

| 2021年度増加分<br>3年目 | 2022年度増加分<br>4年目 | 2023年度増加分<br>5年目 | KPI増加分<br>の累計 |
|------------------|------------------|------------------|---------------|
|                  |                  |                  |               |

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

⑥ 事業実施期間

地域再生計画の認定の日から〇〇年〇月〇日まで

(2) 地方創生推進交付金（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

〇〇市

② 事業の名称

〇〇〇

③ 事業の内容

〇〇〇

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

〇〇〇

【官民協働】

〇〇〇

【地域間連携】

〇〇〇

【政策間連携】

〇〇〇

⑤ 重要業績評価指標（KPI）及び目標年月

4の4-3の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証方法】

〇〇〇

【外部組織の参画者】

〇〇〇

【検証結果の公表の方法】

〇〇〇

**⑦ 交付対象事業に要する経費**

- ・ 法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】  
総事業費 ○○千円

**⑧ 事業実施期間**

地域再生計画の認定の日から○年○月○日まで

**⑨ その他必要な事項**

特になし

**5-3 その他の事業**

**5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置**

○ ●●● (○○省):【B○○】

該当なし

**5-3-2 支援措置によらない独自の取組**

○ ○○事業

**① 事業概要**

○○により○○を○○することで、○○を○○し、○○を目標とする。

**② 事業実施主体**

○○市

**③ 事業実施期間**

○○年○月○日から○○年○月○日まで

**6 計画期間**

地域再生計画の認定の日から○年○月○日まで

**7 目標の達成状況に係る評価に関する事項**

**7-1 目標の達成状況に係る評価の手法**

4に掲げるKPI○○について、実績値を公表する。また、○○委員により、事業の結果を検証し、改善点を踏まえて次年度の事業手法を改良することとする。

**7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容**

毎年度○月に外部有識者（○○委員）による効果検証を行い、翌年度以降の取組方針を決定する。

**7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法**

目標の達成状況については、検証後速やかに○○市公式WEBサイト上で公表する。



### 3. エリアマネジメントの情報発信・普及啓発

#### ① 全国エリアマネジメントネットワーク

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（2018年8月時点）は、団体・個人をあわせて121、そのうち、41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。



ウェブサイト参考：<http://areamanagementnetwork.jp/>

#### ② 国土交通省・内閣府関連

国土交通省では、『官民連携まちづくりの進め方 ～都市再生特別措置法等に基づく制度の活用引き～』\*<sup>1</sup>を公表し、実務担当者がまちづくりの現場でより実践的に使えるよう、都市再生特別措置法等に基づく各種制度の内容やメリット、活用プロセス、運用実績・運用事例などを具体的に解説するなど、官民連携のまちづくりを推進しています。

参考：都市再生推進法人\*<sup>1</sup>／地域再生推進法人\*<sup>2</sup>

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。



\*<sup>1</sup> 国土交通省 官民連携のまちづくり

ウェブサイト参考：[http://www.mlit.go.jp/toshi/toshi\\_machi\\_tk\\_000047.html](http://www.mlit.go.jp/toshi/toshi_machi_tk_000047.html)

\*<sup>2</sup> 内閣府

ウェブサイト参考：<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/tiikisaisei/>

参考：内閣府「エリアマネジメント活動の推進」について

ウェブサイト参考

<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/about/areamanagement/index.html>



### ③ 地方創生カレッジ

内閣府では、地方創生の本格的な事業展開に必要な人材を育成・確保するため、実践的な知識をeラーニング講座で提供しています。

2019年2月22日に公開を開始した「エリアマネジメント～立ち上げから自走まで～（講座制作：法政大学）」では、地域再生エリアマネジメント負担金制度の紹介も含め、エリアマネジメントを実践する方を対象にした講座を受講できます。

#### ■ コース概要

- ・このコース（講座）は、エリアマネジメントに挑戦しようとしている人、すでに実践を始めている人を対象にしています。
- ・本コース（講座）ではエリアマネジメントの立ち上げから自走までの一連の流れを学習します。実践する際に留意する点のイメージを掴んでもらい、日々の活動への活力を得ることを目指します。

第1章（ユニット）：エリアマネジメント基礎・主要な政策

- ・エリアマネジメントの基礎の習得
- ・国内での実用的な政策を知り、実践に活かす術を習得

第2章（ユニット）：海外の取り組み

- ・海外事例の紹介でエリアマネジメントの可能性を知る。

第3章（ユニット）、第4章（ユニット）：国内の取り組み

- ・国内事例の紹介により、より実感値を得る。

第5章（ユニット）：エリアマネジメントの立ち上げから自走まで

- ・エリアマネジメント従事者や専門家の考え方を理解し、エリアマネジメント活動を始める心構えを身につける。



ウェブサイト参考 <https://chihousesousei-college.jp/>

## 4. エリアマネジメント活動による経済効果算定ケーススタディ

### ① ケーススタディ調査 対象地区一覧

令和元年度に実施したケーススタディ調査は、来訪者増・利便増進など、活動の特性に応じた経済効果の算定方法を検討するため、多様な地域・活動を対象とした。

表 参1 調査対象地区一覧

| 地域        | 地区名                  | 関連エリアマネジメント団体等 | 調査対象とした活動                                       | 活動の分類        |                 |
|-----------|----------------------|----------------|-------------------------------------------------|--------------|-----------------|
|           |                      |                |                                                 | 来訪者等の増加を図る活動 | 来訪者等の利便増進に資する活動 |
| 福井県福井市    | 福井市中央1丁目地区           | まちづくり福井株式会社    | 駐車場共通サービス事業<br>(福井えきまえ感謝DAY 駐車場半日(4時間)無料サービス事業) | ○            | ○               |
| 沖縄県中頭郡北谷町 | デポアイランド(美浜アイランドビレッジ) | デポアイランド通り会     | 集客イベント<br>(Art Market Okinawa 2019)             | ○            |                 |
| 大阪府大阪市    | 大阪イノベーションハブ(OIH)     | —              | スタートアップ企業支援事業<br>(OIH シードアクセラレーションプログラム(OSAP))  |              | ○               |

## ② 福井県福井市（福井市中央1丁目地区）でのケーススタディ調査

### (1) 福井市の基礎情報

#### ① 概要

福井市は福井県北部に位置する県庁所在地であり、JR 福井駅を中心に商業・行政機能などの中核機能が集積した都市である。九頭竜・足羽・日野の三大河川の扇状地である福井平野に位置し、豊かな自然や食材に恵まれており、全国各都市の「すみよさランキング（都市データパック東洋経済新報社）」では、安心度、利便度、快適度、富裕度、住居水準充実度の観点から毎年度上位に選ばれている。令和5年春の北陸新幹線・金沢―敦賀間開業に向けた再開発が進められており、合わせてエリアマネジメント活動の活性化が検討されている。



図 参 2-1 福井市の位置

（出典：福井市「第2期福井市中心市街地活性化基本計画」）

#### ② 市域面積

536.41 平方キロメートル

#### ③ 人口

263,129 人（令和2年1月1日現在）

### (2) 調査対象地区の概要

#### ① 調査対象地区の位置

調査対象とした地区は、図 参 2-2 に示した福井駅前の福井市中央1丁目である。

#### ② 交通

JR 福井駅を中心として JR 西日本旅客鉄道、えちぜん鉄道、福井鉄道の鉄道網が整備されている。京福バスやすまいるバスなど、郊外バス、市内バス、コミュニティバスの発着地点もあり、公共交通の利便性の高い地域となっている。また、福井駅周辺は自動車社会でもあり、大型立体駐車場からコインパーキングまで、エリア内には多くの駐車場が立地している。



図 参 2-2 調査対象地区の周辺図

（出典：Google map）

### ③ 地区の周辺情報

福井市では、計画期間を平成 25 年 4 月～平成 30 年 3 月の 5 年間とした第 2 期福井市中心市街地活性化基本計画に基づく取組が行われてきた。平成 28 年 4 月に福井駅西口の再開発事業として、「ハピリン」が開業し、同施設は駅前のランドマークとなっている。令和 5 年春には北陸新幹線の金沢―敦賀間が開業する予定であり、これに合わせ、ＪＲ福井駅西口の中央大通りと福井駅前電車通りに挟まれた「三角地帯」に商業施設・ホテル等が入居する地下 1 階、地上 28 階建てのビルを建設する計画等が進められている。

### ④ エリアマネジメントの取組

全国エリアマネジメントネットワークの会員であるまちづくり福井株式会社は、通行量調査やエリアリノベーション講座などを実施する他、コミュニティバスの運行、各種イベント運営等のエリアマネジメント活動を行っている。平成 28 年には地権者等と共にエリアマネジメント協議会を立ち上げ、エリア全体の魅力創出について検討が進められている。

## (3) ケーススタディ調査の対象事業概要

### ① 事業名

駐車場共通サービス事業

福井えきまえ感謝 DAY 駐車場半日（4 時間）無料サービス事業

### ② 事業概要

中心市街地への来街促進と賑わい創出を目的としている。イベント実施日に駅前エリアの事業参加店舗で買い物をすると、買い物金額に関わらず駐車場 4 時間無料券が配布される。配布された無料券を提示すると指定 7 駐車場（サカエパーキング、ファミリーパーキング、西武専用駐車場、市営本町地下駐車場、福井駅西口地下駐車場、パーク 23、北ノ庄駐車場）での駐車が 4 時間無料となる。

### ③ 事業実施日

令和元年 10 月 26 日（土）、27 日（日）





図 参 2-3 事業対象駐車場  
(出典：まちづくり福井株式会社提供資料を基に作成)

④ 主催

福井駅前販売促進委員会・大型商業施設  
(西武・ハピリン・プリズム福井・AOSSA)

⑤ 事業費

約 250 万円。各商業施設、各商店街振興組合、まちづくり福井株式会社からの協賛金により拠出している。約 190 万円を駐車場事業者への補填金、残りを印刷費・広報費・人件費等に充当し、補填金で充足しきれない駐車場利用料金については、駐車場事業者の自己負担として運営している。

⑥ 同日開催されたイベント

10/27(日) 『駅前ハロウィン』(開催場所：ハピリンモール)

10/27(日) 『ケーブルテレビフェスタ 2019』(開催場所：ハピテラス)



図 参 2-4 調査対象事業(福井えきまえ感謝 day) のチラシ

(出典：まちづくり福井株式会社提供資料)

#### (4) 経済効果算定方法

経済効果の算定においては、下記の式により算出した。

＜駐車場利用台数×1台あたり消費額＞のイベント時と通常時との差

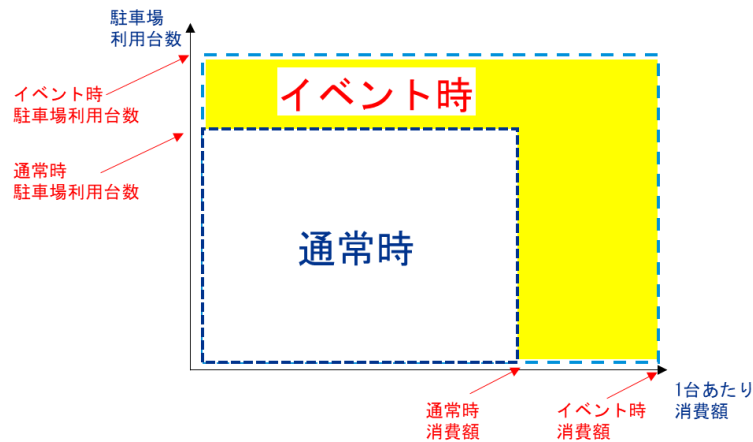


図 参 2-5 経済効果算定のイメージ図

#### (5) データ収集方法

##### ① 調査対象

##### (ア) 駐車場利用台数

過年度の事業実績から、下記3駐車場のサービス利用台数が全体の約9割を占めていることが判明したため、本ケーススタディの駐車場利用台数調査における調査対象とした。

＜調査対象駐車場＞

- ・ サカエパーキング（福井県福井市中央1丁目17-12）
- ・ ファミリーパーキング（福井県福井市中央1丁目17-26）
- ・ 福井駅西口地下駐車場（県営地下駐車場）

##### (イ) 1台あたりの来訪者消費額

イベント時の1台あたりの来訪者消費額調査においては、利用者への対面でのアンケート調査を実施した。駐車場毎に利用者の平均的消費額には差がないと考えられることから、調査人員を1カ所に集中的に配置し、調査の効率化を図った。調査実施地点については、入出庫者の出入りが多く、アンケート調査実施に必要なスペースを確保できることから、運営事業者の協力のもと、下記地点に調査員を配置し実施した。

＜調査地点＞

サカエパーキング利用者出入り口付近（アップルビル内）

## ② 駐車場利用状況

### (ア) 駐車場利用台数

駐車場利用台数については、駐車場運営事業者の協力のもと、イベント当日、及び比較対象となる通常の週末の1時間毎の入出庫台数のデータを取得した。比較対象となる通常の週末については、消費税率が引き上げられた令和元年10月以降で、イベント当日と天候条件が近いことから、10月19日（土）、11月3日（日）とした。

### (イ) 駐車場利用時間

より詳細な効果算定、分析に活用するため、1台当たりの駐車場平均利用時間についても、合わせて取得した。

## ③ 消費額

### (ア) 第1段階アンケート調査

調査員3名が調査地点のサカエパーキング内ブースにて、駐車場利用者に対して当日の消費金額調査を実施した。調査方法としては、調査員が駐車場利用者に対して当日の同行者人数と消費金額を聞き取り、その結果を図参2-6 第1段階アンケート調査票の該当欄に同行人数別に色分けしたシールを張り付け、データを収集した。なお、消費金額は図参2-6 第1段階アンケート調査票に記載のとおり金額幅でデータを収集し、集計の際は各金額幅の中央値を用いた。

#### <調査実施時間>

10月26日（土）13時～18時

10月27日（日）12時～18時

### (イ) 第2段階アンケート調査

より詳細な効果算定、分析に活用するため、駐車場無料券の利用状況や具体的な消費費目について、(ア)に付随して、インタビュー形式でアンケート調査を実施した（図参2-7 第2段階アンケート調査票）。

#### <調査実施時間>

10月26日（土）13時～18時

10月27日（日）12時～18時

### (ウ) 過去調査結果の利用

通常時の消費額については、過去調査における1人あたり消費額のデータ（『令和元年度ハピリン来場者調査実施報告書』まちづくり福井株式会社、平成31年4月27日（土）～29日（月・祝）、令和元年5月2日（木・祝）、3日（金・祝）の計5日間）を利用した。

| <b>福井えきまえ感謝DAY 利用者アンケート調査</b><br><b>本日、買い物・飲食等でお使いになられた金額を教えてください。(予定でも可)</b> |                  |                 |
|-------------------------------------------------------------------------------|------------------|-----------------|
| ~1, 000円                                                                      | 1, 000~2, 000円   | 2, 000~3, 000円  |
| 3, 000~5, 000円                                                                | 5, 000~7, 000円   | 7, 000~10, 000円 |
| 10, 000~15, 000円                                                              | 15, 000~20, 000円 | 20, 000円~       |

図 参 2-6 第 1 段階アンケート調査票

福井えきま感謝 DAY 駐車場 4 時間無料サービス アンケート調査票

|      |                       |     |         |               |  |
|------|-----------------------|-----|---------|---------------|--|
| 調査日  | 10/26 (土) / 10/27 (日) | 時間帯 | 時台      | 担当者名          |  |
| 調査地点 | サカエパーキング利用者出入口        |     | 調査タイミング | 来訪 / 帰路 / その他 |  |

Q1. 本日の当駐車場利用は何時間でしたか。あるいは何時間を予定していますか。 \_\_\_\_\_ 時間 \_\_\_\_\_ 分

Q2. 本日は、「福井えきま感謝 DAY 駐車場 4 時間無料券」をご利用されましたか。

|         |            |       |
|---------|------------|-------|
| 1. 利用した | 2. 利用していない | →Q6 へ |
|---------|------------|-------|

Q3. Q2 で「1. 利用した」と回答した方にお伺いいたします。

駐車場 4 時間無料分と比べてどのくらい買い物・飲食をしましたか。(1 つ)

|                           |                         |
|---------------------------|-------------------------|
| 1. 駐車場無料分以上に買い物・飲食をした     | 2. 駐車場無料分と同程度の買い物・飲食をした |
| 3. 駐車場無料分を超える買い物・飲食はしていない |                         |

Q4. Q2 で「1. 利用した」と回答した方にお伺いいたします。

駐車場 4 時間無料券は福井駅近辺での滞在時間、駐車場利用時間延長に役立ちましたか。(1 つ)

|       |        |       |
|-------|--------|-------|
| 1. はい | 2. いいえ | →Q6 へ |
|-------|--------|-------|

Q5. Q4 で「1. はい」と回答した方にお伺いいたします。

普段に比べ、滞在時間、駐車場利用時間が延長した分、どのように過ごされましたか。(複数可)

|                  |                    |
|------------------|--------------------|
| 1. 買い物時間をゆっくり    | 2. 飲食を楽しむ          |
| 3. イベント等への参加 ( ) | 4. 普段行かない店舗へ入店 ( ) |
| 5. その他 ( )       |                    |

Q6. 本日、福井駅近辺でした(するつもり)の買い物・飲食の金額・予算(同伴者を含む総額、駐車場利用料金を含む)をお教えてください。またその大まかな内訳をお教えてください。

|          |     |        |     |
|----------|-----|--------|-----|
| 総額 約     | 円程度 |        |     |
| 1. 買い物代  | 円程度 | 2. 飲食代 | 円程度 |
| 3. レジャー代 | 円程度 | 4. その他 | 円程度 |

Q6. 普段の週末(土・日)の福井駅近辺へのお車での来訪頻度、駐車場利用頻度はどの程度ですか。(1 つ)

|                  |             |                 |             |
|------------------|-------------|-----------------|-------------|
| 1. 毎週 2 回以上      | 2. 毎週 1 回程度 | 3. 2~3 週に 1 回程度 | 4. 月に 1 回程度 |
| 5. その他 ( ) に 1 回 |             |                 |             |

Q7. 普段の週末の福井駅近辺での滞在時間、駐車場利用時間はどの程度ですか。 \_\_\_\_\_ 時間 \_\_\_\_\_ 分

Q8. 普段の週末の福井駅近辺での 1 回での買い物・飲食の金額・予算(同伴者を含む総額、駐車場利用料金を含む)をお教えてください。また、その大まかな内訳をお教えてください。

|          |     |        |     |
|----------|-----|--------|-----|
| 総額 約     | 円程度 |        |     |
| 1. 買い物代  | 円程度 | 2. 飲食代 | 円程度 |
| 3. レジャー代 | 円程度 | 4. その他 | 円程度 |

ご協力、誠にありがとうございました。

図 参 2-7 第 2 段階アンケート調査票



(6) 調査結果

① 駐車場利用状況

イベント当日と比較対象日の利用台数と平均利用時間を集計したところ、イベント時の2日間の合計駐車台数は646台増加し、平均利用時間は24分間の延長があった。

(ア) イベント時

表 参2-1 イベント時の駐車場平均利用時間

|         | 10月26日(土) | 10月27日(日) | 両日合計駐車台数 | 両日合計平均利用時間 |
|---------|-----------|-----------|----------|------------|
| 駐車台数(台) | 2,541     | 2,679     | 5,220    |            |
| 平均利用時間  | 2時間14分    | 2時間29分    |          | 2時間21分     |

(イ) 比較対象日

表 参2-2 比較対象日の駐車場平均利用時間

|         | 10月19日(土) | 11月3日(日) | 両日合計駐車台数 | 両日合計平均利用時間 |
|---------|-----------|----------|----------|------------|
| 駐車台数(台) | 2,258     | 2,316    | 4,574    |            |
| 平均利用時間  | 1時間52分    | 2時間2分    |          | 1時間57分     |

② 1グループあたり消費額

駐車場利用者に対する同行者を含めた消費金額のアンケート調査の結果、イベント時の1グループあたりの平均消費金額は9,056円であった。過去調査から算出した通常の比較対象日の1グループあたりの平均消費金額は7,127円であったため、イベント時の1グループあたりの消費額は通常時対比+1,929円(同+27.1%)であった。

(ア) イベント時

表 参2-3 イベント時の消費額(1グループあたり)

|           | 10月26日(土) | 10月27日(日) | 両日合計<br>回答者数 | 両日合計平均同行人数/<br>消費金額 |
|-----------|-----------|-----------|--------------|---------------------|
| 回答者数(人)   | 421       | 408       | 829          |                     |
| 平均同行人数(人) | 1.93      | 1.98      |              | 1.95                |
| 平均消費額(円)  | 8,919     | 9,197     |              | 9,058               |

(イ) 比較対象日

表 参 2-4 過去調査における結果

|                 |       |
|-----------------|-------|
| 一人あたりの平均消費金額（円） | 3,641 |
| 平均同行人数（人）       | 2.0   |
| 同行者含む平均消費金額（円）  | 7,127 |

※過去調査結果（『令和元年度ハピリン来場者調査実施報告書』まちづくり福井株式会社）におけるデータを利用。なお、平均同行人数については表 参 2-3 イベント時の消費額（1グループあたり）で示した両日合計平均同行人数を用いている。

※小数点以下四捨五入の関係により、一人あたりの平均消費金額と平均同行人数を乗じた同行者含む平均消費金額の算出結果には誤差。

③ イベント全体の経済効果

＜駐車場利用台数×1台あたり消費額＞の算定式に基づき、福井えきまえ感謝 DAY イベント当日の経済効果を算定した結果、駐車場利用台数は+14.1%増、消費額は+27.1%増、経済効果は+45.0%増となり、経済効果の金額は14,673,422円と算出された。

表 参 2-5 経済効果の算定結果

|               | 比較対象日      | イベント時      | 増減         | 増減率     |
|---------------|------------|------------|------------|---------|
| 駐車場利用台数（台）    | 4,574      | 5,220      | 646        | 14.1%増加 |
| 1台あたり平均消費額（円） | 7,127      | 9,056      | 1,929      | 27.1%増加 |
| 経済効果（円）       | 32,598,898 | 47,272,320 | 14,673,422 | 45.0%増加 |

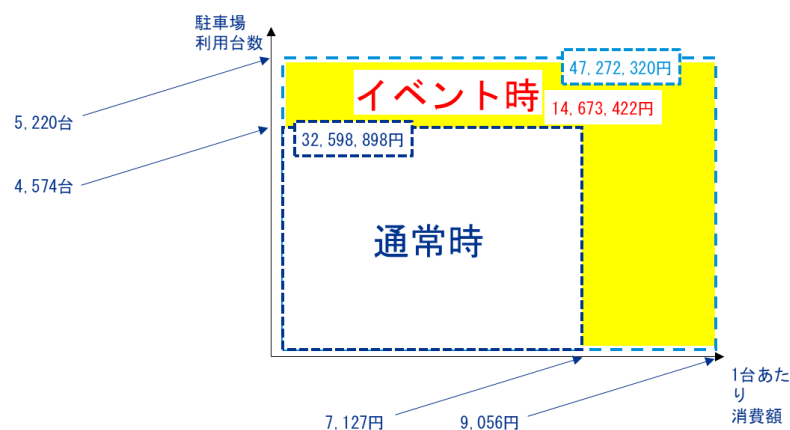


図 参 2-8 経済効果イメージ図

④ 第2段階アンケート調査結果抜粋

(ア) 駐車場無料券の利用率

駐車場無料券の利用率は、85.7%と高い結果となった。

Q2. 本日は、「福井えきまえ感謝DAY 駐車場 4 時間無料券」を利用しましたか。

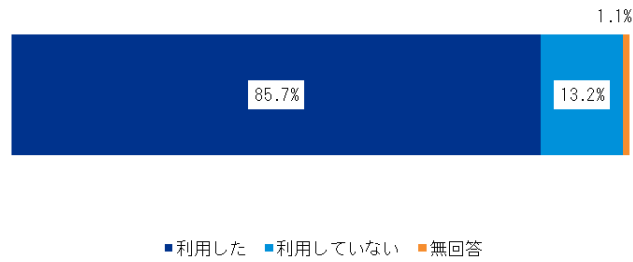


図 参 2-9 駐車場無料券利用率

#### (イ) 駐車場無料券による滞在時間の延長効果

駐車場無料券のエリア滞在時間への駐車場無料券の効果について調査したところ、滞在時間の延長に役立ったとする回答はおおよそ半数であった。

Q4. 駐車場 4 時間無料券は福井駅近辺での滞在時間、駐車場利用時間延長に役立ちましたか。

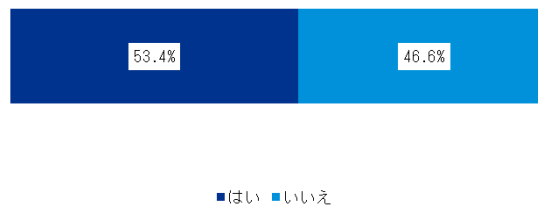


図 参 2-10 駐車場無料券による滞在時間延長効果

#### (ウ) 駐車場無料券と消費活動の関係

一方、駐車場無料サービスと消費活動の関係について聴取したところ、「駐車場無料分以上に買い物・飲食をした」、「駐車場無料と同程度の買い物・飲食をした」との回答が 4 割を占めており、駐車場無料券の消費行動に一定の影響を与えていることが示唆された。

Q3. 駐車場 4 時間無料分と比べてどのくらい買い物・飲食をしましたか。



図 参 2-11 駐車場無料券と消費活動の関係

#### (7) 調査結果概要

以上のとおり、「福井えきまえ感謝 DAY 駐車場半日（4 時間）無料サービス事業」におけるケーススタディ調査結果から、イベント当日は通常時に比べ来訪者数、消費額共に増加し、イベント全体で 1,467 万円に上る経済効果が算定された。駐車場無料サービスの事業費約 250 万円の数倍の経済効果が発現している結果となった。

また、詳細アンケート結果において、①駐車場無料券の利用率は高く、②利用者の半数が滞在時間の延長に役立ったと回答したこと、駐車場利用状況調査において、③駐車場利用時間が約 30 分弱延長していること、等を勘案すれば、本事業が来訪者の利便増進に一定程度寄与していることが確認できた。

一方で、来街者の本事業の事前の認知度は高いとは言えず、買い物・飲食時に無料券を受け取り、初めてサービスを知ったという利用者が多い状況であった。このため、駐車場無料サービス自体が主たる来街目的とはなっておらず、当日はエリア一帯で地元ケーブルテレビイベントや各店舗での販促など、「福井えきまえ感謝 DAY」に合わせた活動が実施されていることから、駐車場無料サービスの直接的な経済効果については、慎重な捉え方も必要である。

概して、駐車場無料サービスは、来訪者にとって付加的な利便増進サービスと位置付けられ、来訪者は広く恩恵を受けている。また、イベント当日のプラスの経済効果は、エリアの事業者にも広く及んでいると考えられる。

今回のケーススタディの調査結果から、現状、駐車場事業者の自己負担、及び一部の小売事業者による協賛金によって賄われている費用について、広くエリア内の事業者で分担することには一定の合理性があると考えられる。

### ③ 沖縄県中頭郡北谷町（デポアイランド）でのケーススタディ調査

#### (8) 北谷町の基礎情報

##### ① 概要

北谷町は、沖縄県本島中部に位置する沖縄県中頭郡に属する町である。那覇空港からは約 20 キロメートルの距離であり、車での移動所要時間は 30～40 分程度である。北谷町は、町土面積の約 52.3%を米軍基地が占めており、土地利用上の制約を抱える一方で、町西側の沿岸域はマリンスポーツが楽しめる観光・リゾート地として発展してきた。北谷町の西海岸に位置する美浜地区のアメリカンビレッジは、アメリカ合衆国の雰囲気を模したショッピング・エンターテインメントエリアであり、美ら海水族館、首里城に並ぶ沖縄本島の観光スポットとして、多くの観光客で賑わうほか、若者を中心とした地元住民の憩いの場となっている。



図 参 3-12 北谷町の位置

(出典：Google map)

##### ② 町域面積

13.93 平方キロメートル

##### ③ 人口

28,926 人（令和 2 年 1 月現在）

#### (9) 調査対象地区の概要

##### ① 調査対象地区の位置

調査対象とした地区は図 参 3-13 に示した北谷町美浜アメリカンビレッジエリアであり、調査実施地点はエリア内の海岸通り沿いに位置する商業施設群であるデポアイランド地区である。



図 参 3-13 調査対象地区の位置

(出典：Google map)



図 参 3-14 デポアイランド  
(出典：デポアイランド公式ウェブサイト)

## ② 交通

美浜アメリカンビレッジは、那覇空港から国道 58 号線を北上して車で約 40 分の距離にある。公共交通を利用の場合は沖縄バス・琉球バスの路線バスのほか、那覇空港から近隣ホテルに発着するリムジンバスによるアクセスが可能である。

## ③ 地区の周辺情報

美浜アメリカンビレッジは、ショッピング、アミューズメント、グルメなどが一度に楽しめるリゾートタウンとなっている。地区内にはデポアイランドの他、複数のショッピングモール、映画館等がある。また、人工湾の海水浴場であるサンセットビーチが整備されている。地区周辺にはリゾートホテルが立ち並び、令和 2 年現在も新たなホテル建設が進行中である。

## ④ エリアマネジメントの取組

全国エリアマネジメントネットワークの会員であるデポアイランド通り会は北谷町美浜アメリカンビレッジのエリアマネジメント活動に取り組む団体である。美浜アメリカンビレッジは、近年急増しているインバウンド観光客のみならず、国内観光客、在沖米軍関係者、地域住民の来訪者が昼夜を問わず増加傾向にあり、こうした状況に対応するため、エリアマネジメントの取組の重要性が高まっている。デポアイランド通り会は来訪者への情報発信・利便性向上、外国人観光客の集客増加策や集客イベントの実施活動等のエリアマネジメント活動を行っており、2014 年度の経済産業省「がんばる商店街 30 選」に選定されている。

## (10) ケーススタディ調査対象事業概要

### ① 事業名

Art Market Okinawa 2019

### ② 事業概要

アーティストによる作品を販売するアートマーケットやライブペイント、ミュージシャン







**図 参 3-16 デポアイランド・ボードウォーク**  
(出典：デポアイランド公式サイト)



**図 参 3-17 イベントの様子**  
(出典：Okinawa Art Market 公式 Instagram より抜粋)

### (11) 経済効果算定方法

イベントの経済効果の算定においては、下記の式により算出した。

＜来訪者数×1人あたり消費額＞のイベント時と通常時との差

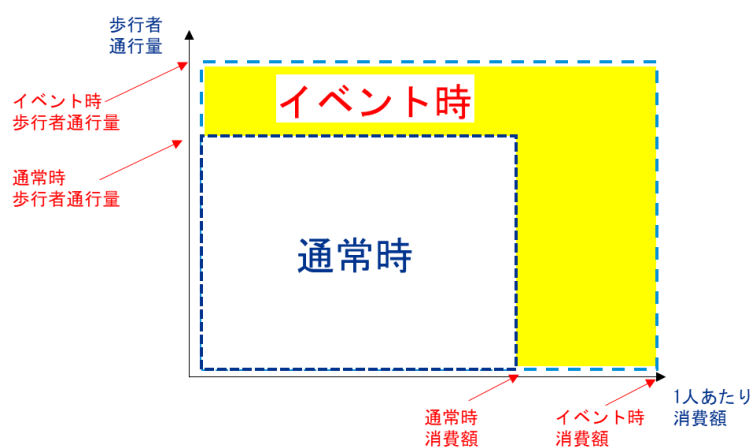


図 参 3-18 経済効果算定のイメージ図

### (12) データ収集方法

#### ① 歩行者通行量

イベント当日の来訪者数については、(一社)北谷ツーリズムデザイン・ラボ協力のもと、会場入り口 2 地点において歩行者通行量調査を実施してデータ収集を行った。比較対象となる通常時の来訪者数については、2019 年 4 月 14 日(日)に実施した歩行者通行量調査の結果を、デポアイランド通り会より提供を受け利用した。

＜調査時間帯＞

令和元年 11 月 9 日(土)・10 日(日) 11 時～19 時

#### ② 消費額

イベント時、及び通常時の消費額については、イベント会場の歩行者に対し、調査員 3 名がインタビュー形式でアンケート調査を実施した。調査票は、図 参 3-19 アンケート調査票(日本語版)、図 参 3-20 アンケート調査票(英語版)のとおりで、調査対象地区は在沖米軍関係者や海外旅行客等の外国人来訪者も多いことから、日本語及び英語にて実施した。アンケート調査においては、消費額のほか、より詳細な効果算定、分析に活用するため、来訪目的や具体的な消費費目についても聴取した。

＜調査時間帯＞

令和元年 11 月 9 日(土) 13 時～19 時

令和元年 11 月 10 日(日) 13 時～17 時 30 分

Art Market Okinawa 2019 アンケート調査票

Q1. 本日は、どちらからお越しですか。

国名 \_\_\_\_\_ 県 \_\_\_\_\_ 市・町・村 \_\_\_\_\_

Q2. 本日は、ご自身を含め何名で、また、どなたと来られましたか。(複数可)

|   |                 |                |                   |                |
|---|-----------------|----------------|-------------------|----------------|
| 名 | 1. 配偶者          | 2. 子供 ( ) 名    | 3. 親 ( ) 名        | 4. 兄弟・姉妹 ( ) 名 |
|   | 5. その他の家族 ( ) 名 | 6. 友人・知人 ( ) 名 | 7. 恋人・パートナー ( ) 名 |                |
|   | 8. 会社の同僚等 ( ) 名 | 9. 一人で         | 10. その他 ( ) 名     |                |

Q3. 本日、(デポアイランド・イオンを含む) アメリカンビレッジ地区でされた(するつもり)の買い物・飲食の金額・予算(同伴者を含む総額)をお教えてください。また、その大まかな内訳をお教えてください。

| 総額 約     | 円程度                          |
|----------|------------------------------|
| 1. 買い物代  | 円程度 (内訳を具体的に: _____) 店舗、品目等  |
| 2. 飲食代   | 円程度 (内訳を具体的に: _____) 店舗、エリア等 |
| 3. レジャー代 | 円程度 (内訳を具体的に: _____)         |
| 4. その他   | 円程度 (内訳を具体的に: _____)         |

Q4. 本日、アメリカンビレッジ地区にお越しになった、**主な目的・動機**は何ですか。(1つ)

|                   |                      |            |
|-------------------|----------------------|------------|
| 1. イベント(アートマーケット) | 2. レジャー・散策           | 3. 観光      |
| 4. 買い物            | 5. 飲食 (ランチ/ディナー/その他) | 6. その他 ( ) |

Q5. 普段の週末のアメリカンビレッジ地区への来訪頻度はどの程度ですか。(1つ)

|                |           |             |            |
|----------------|-----------|-------------|------------|
| 1. 週に1回以上      | 2. 月に1回以上 | 3. 3か月に1回以上 | 4. 半年に1回以上 |
| 5. その他 ( ) に1回 |           |             |            |

Q6. 普段の週末のアメリカンビレッジ地区での1回での買い物・飲食の金額・予算(同伴者を含む総額)をお教えてください。また、その大まかな内訳をお教えてください。

| 総額 約     | 円程度                          |
|----------|------------------------------|
| 1. 買い物代  | 円程度 (内訳を具体的に: _____) 店舗、品目等  |
| 2. 飲食代   | 円程度 (内訳を具体的に: _____) 店舗、エリア等 |
| 3. レジャー代 | 円程度 (内訳を具体的に: _____)         |
| 4. その他   | 円程度 (内訳を具体的に: _____)         |

Q7. 本日は、普段よりもアメリカンビレッジ地区での滞在時間は長くなりましたか(なりそうですか)。(1つ)

|       |        |             |
|-------|--------|-------------|
| 1. はい | 2. いいえ | 3. なんとも言えない |
|-------|--------|-------------|

Q8. 普段に比べ滞在時間が延長した分、どのように過ごされましたか。(複数可)

|              |                    |                |
|--------------|--------------------|----------------|
| 1. イベント等を楽しむ | 2. 飲食を楽しむ          | 3. レジャー・散策を楽しむ |
| 4. 買い物を楽しむ   | 5. 普段行かない店舗へ入店 ( ) |                |
| 6. その他 ( )   |                    |                |

Q9. 今回のようなイベントがあれば来訪頻度は増えそうですか。(1つ)

|       |        |             |
|-------|--------|-------------|
| 1. はい | 2. いいえ | 3. なんとも言えない |
|-------|--------|-------------|

ご協力、誠にありがとうございました。

図 参3-19 アンケート調査票(日本語版)

Art Market Okinawa 2019 Questionnaire

Q1. Where are you from?

Nationality \_\_\_\_\_

Residential address in Japan (city) \_\_\_\_\_

Q2. How many people have you brought with you today and what is/ are your relationship(s) with them? (Multiple answers allowed, please write the number in the brackets)

|       |                             |                    |                                 |                 |
|-------|-----------------------------|--------------------|---------------------------------|-----------------|
| ( )   | 1. Spouse ( )               | 2. Children ( )    | 3. Parents ( )                  | 4. Siblings ( ) |
|       | 5. Other family members ( ) | 6. Friends ( )     | 7. Partner/ In relationship ( ) |                 |
|       | 8. Colleagues ( )           | 9. Only myself ( ) | 10. Other ( )                   |                 |
| total |                             |                    |                                 |                 |

Q3. How much have you spent/ will you spend today on shopping and eating in American Village, including Depo Island and Aeon (with accompanies)? Please state the total amount you have spent/ will spend in each category and complete its breakdown. (Approximate numbers)

|                      |                                                    |
|----------------------|----------------------------------------------------|
| 1. Shopping: ¥       | Shops, items, amount<br>Please provide details ( ) |
| 2. Food and drink: ¥ | Restaurants, amount<br>Please provide details ( )  |
| 3. Entertainment: ¥  | Please provide details ( )                         |
| 4. Other: ¥          | Please provide details ( )                         |
| Total:               | ¥                                                  |

Q4. What was the main purpose of your visit today? (Please circle a single number)

|                       |                                                 |                                    |
|-----------------------|-------------------------------------------------|------------------------------------|
| 1. Art Market Display | 2. Leisure/ browsing ( <i>local residents</i> ) | 3. Sightseeing ( <i>tourists</i> ) |
| 4. Shopping           | 5. Eating (Lunch/ Dinner/ Café/ Bar etc.)       |                                    |
| 6. Other              | Please provide details ( )                      |                                    |

For Local Residents:

Q5. How often do you usually come here? (Single answer)

|                                      |                                    |
|--------------------------------------|------------------------------------|
| 1. More than once a week             | 2. More than once a month          |
| 3. More than once every three months | 4. More than once every six months |
| 5. Other                             | Please state how often ( )         |

Q6. How much do you usually spend here at the weekend in total? Please state the total amount you have spent/ will spend in each category and complete its breakdown. (Approximate numbers)

|                      |                                                    |
|----------------------|----------------------------------------------------|
| 1. Shopping: ¥       | Shops, items, amount<br>Please provide details ( ) |
| 2. Food and drink: ¥ | Restaurants, amount<br>Please provide details ( )  |
| 3. Entertainment: ¥  | Please provide details ( )                         |
| 4. Other: ¥          | Please provide details ( )                         |
| Total:               | ¥                                                  |

Q7. Have you been staying/ will you stay here longer than usual today? (single answer)

|        |       |                 |
|--------|-------|-----------------|
| 1. Yes | 2. No | 3. I don't know |
|--------|-------|-----------------|

Q8. If you have been staying/ will stay longer than usual, how did you/ will spend the extra time? (Multiple answers allowed)

|             |                            |                        |
|-------------|----------------------------|------------------------|
| 1. Event    | 2. Food and drinks         | 3. Leisure / strolling |
| 4. Shopping | 5. Discover new shops ( )  |                        |
| 6. Other    | Please provide details ( ) |                        |

Q9. Do you think these kinds of events would encourage you to come here more often? (Single answer)

|        |       |            |                 |
|--------|-------|------------|-----------------|
| 1. Yes | 2. No | 3. Neither | 4. I don't know |
|--------|-------|------------|-----------------|

Thank you very much for your cooperation.

図 参 3-20 アンケート調査票 (英語版)



### (13) 調査結果

#### ① 歩行者通行量調査

イベント当日は、調査対象 2 地点における歩行者通行量は、2 日間合計で日本人・外国人あわせて 18,036 人であった。それに対し、集客イベントが実施されなかった通常日（平成 31 年 4 月 14 日）を比較対象日とし、調査対象 2 地点における歩行者通行量のデータを取得したところ、2 日間合計の日本人・外国人の通行量は 5,783 人であった。

#### (ア) イベント当日の歩行者通行量

表 参 3-6 イベント時の歩行者通行量

|        | 11 月 9 日（土） | 11 月 10 日（日） | 両日合計   |
|--------|-------------|--------------|--------|
| 日本人（人） | 5,907       | 6,925        | 12,832 |
| 外国人（人） | 2,398       | 2,806        | 5,204  |
| 合計（人）  | 8,305       | 9,731        | 18,036 |

#### (イ) 比較対象日の歩行者通行量

表 参 3-7 比較対象日の歩行者通行量

|        | （土）   | 4 月 14 日（日） | 両日合計  |
|--------|-------|-------------|-------|
| 日本人（人） | 1,564 | 1,834       | 3,398 |
| 外国人（人） | 1,099 | 1,286       | 2,385 |
| 合計（人）  | 2,663 | 3,120       | 5,783 |

※取得できたデータは平成 31 年 4 月 14 日（日）のデータのためのため、土曜日のデータはイベント時の土日比から推計

#### ② 消費額に関するアンケート調査

#### (ア) 回答数

消費額に関するアンケート調査における回答数は両日あわせて日本人が 202、外国人が 48 であった。

#### (イ) 回答結果

イベント当日の一人あたりの消費額は、日本人が平均 2,407 円、外国人が平均 2,907 円となり、日本人・外国人合計の一人あたりの消費額の平均額は 2,663 円となった。比較対象となる通常時の一人あたりの消費額は、日本人が 1,704 円、外国人が 1,537 円となり、日本人・外国人合計の一人あたりの消費額の平均額は 1,619 円となった。この結果、通常時と比較したイベント時の一人あたりの消費額は、日本人が+41.2%、外国人が+89.1%の増加となり、合計では+64.5%の増加となった。



表 参 3-8 イベント時及び比較対象日の 1 人あたりの消費額

|        | 比較対象日平均 | イベント時平均 | 増減      |
|--------|---------|---------|---------|
| 日本人（円） | 1,704   | 2,407   | 41.2%増加 |
| 外国人（円） | 1,537   | 2,907   | 89.1%増加 |
| 合計（円）  | 1,619   | 2,663   | 64.5%増加 |

③ イベント全体の経済効果

＜来訪者数×1人あたり消費額＞の算定式に基づき、Art Market Okinawa 2019 イベント当日の経済効果を算定した結果、日本人来訪者による経済効果が 25,093,015 円、外国人来訪者による経済効果が 11,458,745 円となり、全体での経済効果は 36,551,760 円となった。

表 参 3-9 全体の経済効果

|               | 比較対象日     | イベント時      | 増減         | 増減率     |
|---------------|-----------|------------|------------|---------|
| 歩行者通行量（人）     | 5,783     | 18,036     | 12,253     | 212%増加  |
| 1人あたり平均消費額（円） | 1,619     | 2,663      | 1,044      | 64.5%増加 |
| 経済効果（円）       | 9,457,257 | 46,009,017 | 36,551,760 | 386%増加  |

※日本人・外国人来訪者についてそれぞれ算定した合計であるため、歩行者通行量と1人当たり平均消費額を乗じた経済効果は一致しない。

表 参 3-10 日本人来訪者の経済効果

|               | 比較対象日     | イベント時      | 増減         | 増減率     |
|---------------|-----------|------------|------------|---------|
| 歩行者通行量（人）     | 3,398     | 12,832     | 9,434      | 278%増加  |
| 1人あたり平均消費額（円） | 1,704     | 2,407      | 703        | 41.3%増加 |
| 経済効果（円）       | 5,791,558 | 30,884,573 | 25,093,015 | 433%増加  |

※小数点以下四捨五入の関係により、歩行者通行量と1人あたりの平均消費金額を乗じた経済効果の算出結果には誤差。

表 参 3-11 外国人来訪者の経済効果

|               | 比較対象日     | イベント時      | 増減         | 増減率     |
|---------------|-----------|------------|------------|---------|
| 歩行者通行量（人）     | 2,835     | 5,204      | 2,369      | 118%増加  |
| 1人あたり平均消費額（円） | 1,537     | 2,907      | 1,370      | 89.1%増加 |
| 経済効果（円）       | 3,665,699 | 15,124,444 | 11,458,745 | 313%増加  |

※小数点以下四捨五入の関係により、歩行者通行量と1人あたりの平均消費金額を乗じた経済効果の算出結果には誤差。

④ 詳細アンケート調査結果抜粋

以下では、来訪の目的と当日の消費費目に関する第2段階アンケート調査の結果を抜粋する。まず、当日の来訪主目的については、イベントが4割と、強い来訪動機となっている結果となった。詳しい消費費目について聞くと、大多数がイベント近接地であるデポアイランド・ボードウォークでのカフェ・飲食を挙げ、その消費額は平均 1,431 円であった。一

方、アートマーケットでの物品購入との回答も一定程度みられ、平均 2,358 円となった。

Q4. 本日アメリカンビレッジ地区へお越しになった主な動機・目的は何ですか（単一回答）

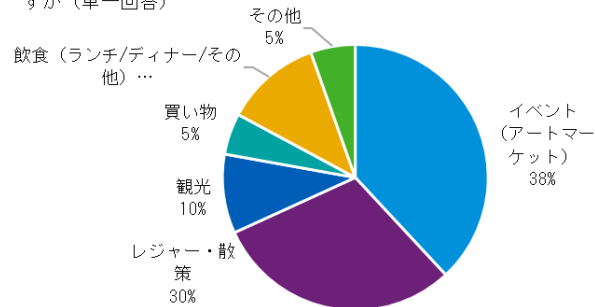


図 参 3-21 来訪主目的

Q3. 当日の買い物・飲食費目

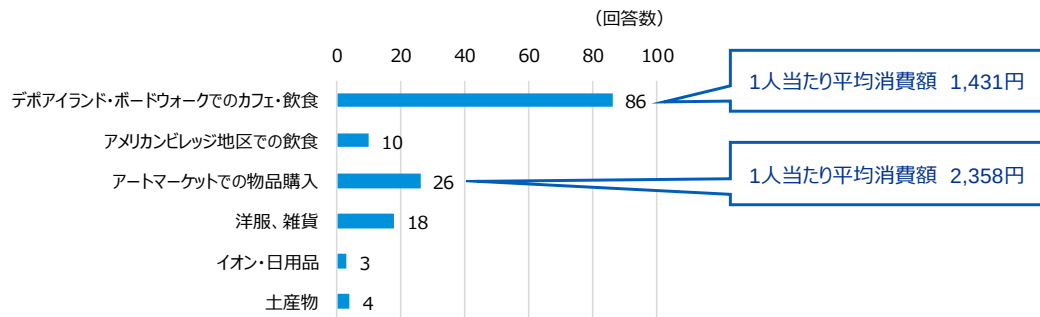


図 参 3-22 当日の消費費目

##### ⑤ 詳細アンケート調査結果を踏まえた受益の試算

上記詳細アンケート調査結果を踏まえ、アートマーケット出店者を除く周辺事業者への、イベントによる直接的な受益総額を試算したところ、以下のとおり、およそ 1,750 万円という結果が得られた。

アートマーケット出店者を除く周辺事業者のイベントによる受益総額 =

アートマーケット主目的来場者数（6,867 人<sup>※1</sup>）

× アートマーケット主目的来場者のイベント当日の 1 人当たり消費額（3,012 円<sup>※2</sup>）

－ アートマーケットでの物品購入金額（313 万円<sup>※3</sup>）

= 1,756 万円（6,867 人 × 3,012 円（=2,068 万円）－ 313 万円）

※1 全来場者数 18,036 人 × アートマーケットを主目的とした来場者の割合 38%（図 3-8）

※2 アートマーケット主目的来場者の消費金額（アンケート調査のクロス集計結果）

※3 費目別回答（図 3-9）でアートマーケットでの物品購入を回答した割合 19.3%（=26/135）、

その 1 人あたり購入金額 2,358 円 ⇒ 6,867 人 × 19.3% × 2,358 円 ≒ 313 万円

#### (14) 調査結果概要

以上のとおり、「Art Market Okinawa 2019」におけるケーススタディ調査結果から、イベント当日は通常時に比べ来訪者数、消費額ともに増加し、イベント全体の経済効果として約 3,650 万円、周辺事業者へのイベントによる直接的な受益として約 1,750 万円と、大きな経済効果が発現している結果となった。またアンケート調査の結果から、来訪者のイベントの満足度が高く、滞在時間の延長、消費額の増加に一定程度寄与したことが示された。

来訪者の消費行動や消費額から、デポアイランド・ボードウォークエリアの飲食店を本イベントの受益事業者とすることに一定の合理性は認められる。イベントは高い集客効果を挙げており、その回遊性を高めることができれば、より広範なエリアの事業者に受益を及ぼす潜在性がある。より広範な事業者を巻き込むことで、イベントの費用を分担する余地も広がると考えられる。

## ④ 大阪府大阪市（大阪イノベーションハブ）でのケーススタディ調査

### (1) 大阪市の概要

#### ① 概要

大阪市は、大阪府の中央に位置する府庁所在地・政令指定都市である。西日本の中心都市として、行政・経済の中核機能が集中しており、活発な経済活動が行われている。

#### ② 市域面積

225.30 平方キロメートル

#### ③ 人口

2,740,202 人（令和元年 10 月 1 日現在）

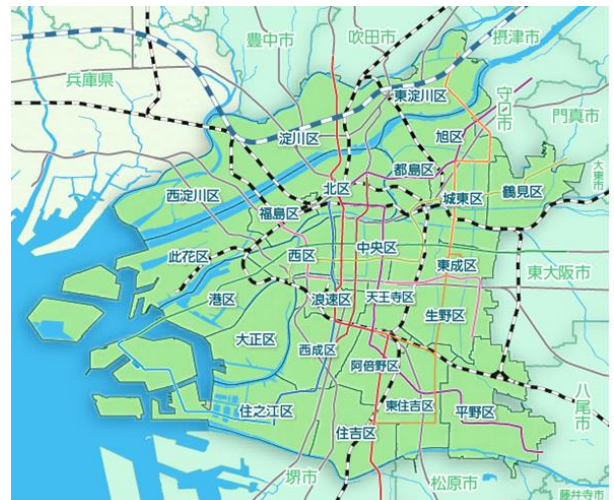


図 参 4-23 大阪市地図

（出典：マップナビおおさか）

### (2) ケーススタディ調査の選定について

来訪者等利便増進活動として、ビジネスサポート分野でイノベーション創出を支援する事業を展開してきた大阪イノベーションハブの取組を事例として、代替法及び仮想的市場評価法（Contingent Valuation Method: CVM）を用いて経済効果を算定することとした。

### (3) ケーススタディ調査の対象事業概要

#### ① 事業名

OIH シードアクセラレーションプログラム（OSAP）

#### ② 事業概要

大阪市は、うめきたグランフロント大阪に「大阪イノベーションハブ（OIH）」を設置し、ス

ターゲット企業が、大阪・関西において起業経験者等からメンタリングを受け、オープンイノベーションを志向する大企業との連携や投資家からの資金獲得等をめざすなど、短期集中的に事業化を加速（アクセラレーション）する取り組みを実施している。

③ 事業実施者

大阪市

④ 大阪イノベーションハブ所在地

大阪市北区大深町 3 番 1 号グランフロント大阪 ナレッジキャピタルタワーC 7 階

⑤ 事業実施期間

平成 28 年度から事業開始

⑥ プログラム概要

(ア) 応募資格

- ・ 創業前～創業 5 年程度で、売上高が概ね 5,000 万円以内のベンチャー企業
- ・ 創業年数によらずサービスリリース前～サービスリリース後 5 年程度で、対象サービスの売上高が概ね 5,000 万円以内のベンチャー企業
- ・ 本プログラム実施期間（4 か月程度）に、他機関の実施するアクセラレーションプログラムへ参加予定のないベンチャー企業
- ・ 大阪市外の企業も応募対象

(イ) 具体的なプログラム内容

- ・ 運営受託者によるアクセラレーションを週 1 回個別に実施
- ・ 本プログラムのメンター陣による個別面談
- ・ 運営受託者、メンター及び他の外部支援者による研修・ワークショップ
- ・ プログラム終盤に、プログラム受講者がベンチャーキャピタリストや大企業の前でビジネスモデルやサービス内容を説明し、投資や事業提携の実施等を訴求するデモデイの実施

⑦ 成果実績

- ・ 採択企業の資金調達金額（累計）  
55 億 306 万円
- ・ 採択企業の事業提携件数（累計）  
66 件
- ・ 採択企業のメディア掲載件数（累計）  
293 件

(4) 経済効果算定方法

OIH シードアクセラレーションプログラム (OSAP) 参加企業の 4 年 8 期 80 社を対象に、プログラムに参加した効果額を問うア

ンケート調査を実施した。効果額の算定については、各種サーチコスト等をどの程度節減できたかを人件費で換算する代替法、又は OSAP がなかった場合に同等の効果を得るためにいくらまで



図 参 4-24 大阪イノベーションハブ所在地

(出典：Google map)

支払う意思があるか（支払意志額（Willingness to Pay：WTP））を聴取する CVM を用いたアンケート調査票を用意した。

本調査においては、OSAP の直接的経済効果として、特に各種サーチコストの節減等を通じた参加企業の利益押し上げ効果を取り上げた。その後、事業の地域経済活性化の効果を広く捉えるため、参考として内閣府経済社会総合研究所の短期日本経済マクロ計量モデルや大阪市産業連関表を用いて、その間接的波及効果を大阪市内総生産（GRP）の押し上げ額の形で試算した。

#### (5) データ収集方法

事業に参加した企業 80 社を対象に、令和 2 年 2 月 20 日から 28 日の期間にアンケート調査票をメールにて送信し、回収した。アンケート調査票イメージは以下のとおり。

OSAP の参加企業にとっての効果として、ア．～カ．の 6 つの利益押し上げ効果項目を質問者が検討しアンケート調査に提示した。回答者がその他の効果があったと考える場合についても、その内容と効果額を聴取している。各項目の効果額の算定については、人件費による代替法の考え方等、回答のしやすさを考慮し、算定例を記載している。

OSAPに参加したことによる効果全般についてお伺いいたします。

(1) OSAPに参加したことによる効果として、該当するもの全てにチェックを入れてください(①複数回答)。

また、最も効果が大きかったと考えるものについても、教えてください(②単一回答)。

| ①                        | ②                     |
|--------------------------|-----------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="radio"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="radio"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="radio"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="radio"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="radio"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="radio"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="radio"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="radio"/> |

キ.「その他」について、具体的にお書きください。

3.でア.「出資者とのマッチング・サーチコストの節減」にチェックした方にお伺いいたします。

サーチコストの節減額はどの程度だったと概算しますか。

※ 効果の算定には、たとえば、OSAPの活動によって、サーチに係る人件費を節約できた分から概算する、または、同等の効果を得るために、他の民間サービスを利用するとした場合に、支払ってもよいと考える額から概算する、等が考えられます。

以下、例)の算定式は、節減額を人件費で算出する際のご参考までにご利用ください。

円

また、概算はどのような考え方で行いましたか。

その他を選択した方は、概算の考え方について、可能な範囲で教えてください。

プルダウン選択  
・例)の算定式を参考に人件費で考えた  
・同様の効果を得るために、他の民間サービスを利用するとした場合に、支払ってもよいと考える額  
・その他

例) 時給 労働時間 人員

2,000 円 × 200 時間 × 3 人

= 1,200,000 円

ご参考  
企業規模10～99人の民営事業所(産業計)の一般労働者正社員・正職員(1ヵ月)の場合  
きまって支給する現金給与総額 299 千円  
所定内・超過実労働時間 183 時間  
1時間当たり 1,635 円 (厚生労働省「平成30年賃金構造基本統計調査」)

3.でエ.「企業認知度・ブランド向上、広告宣伝費の節減」にチェックした方にお伺いいたします。

OSAPへの参加によって得られた企業認知度の高まり、ブランド向上は売上高増加にどの程度貢献しましたか(累計)。

又は、OSAPの活動がなかった場合、同等の効果を得るために、どの程度の広告宣伝費を支払う意思がありますか。

算定式は、効果額を算出する際のご参考までにご利用ください。

売上高増加効果額  円 又は 広告宣伝費支払意志額  円

例) 累計売上高増加額 OSAP寄与度 OSAP売上高増加効果額

1,000,000 円 × 25 % 250,000 円

例) たとえば、売上高増加を、以下のように全体が100%になるように4つに要因分解した場合、OSAPの寄与度は何%程度と考えますか。

要因項目は個別企業ごとに異なると考えられるため、以下はあくまで一例とお考え下さい。

|                                    |       |
|------------------------------------|-------|
| 売上高増加要因 計                          | 100 % |
| 自社製品・サービスの品質向上等による単価上昇             | 20 %  |
| 自社営業努力・供給能力拡大等による製品・サービスの販売数量の増加   | 40 %  |
| OSAPによる企業認知度・ブランド向上による単価上昇、販売数量の増加 | 25 %  |
| その他                                | 15 %  |

図 参 4-25 エクセルによるアンケート調査票



表 参 4-12 アンケート調査項目一覧

| 調査項目                    | 質問文                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. 基本情報                 | (1) 会社名と所在地を教えてください。<br>(2) OSAP参加期はいつですか。<br>(3) 業種は何ですか。<br>(4) 現在の従業員規模を教えてください。                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 2. 満足度等                 | (1) OSAPにご参加いただいた結果、その効果等について、総合的な満足度を教えてください。（単一回答）<br>(2) OSAPの活動、運営等について、特に良かった点がございましたら、ご自由にお書きください。<br>(3) OSAPの活動、運営等について、改善した方が良い点がございましたら、ご自由にお書きください。<br>(4) 御社がシードステージからアーリー・ミドルステージへと展開していくうえで、抱えている経営上の課題、悩み等について、ご自由にお書きください。<br>(5) 御社がシードステージからアーリー・ミドルステージへと展開していくうえで、大阪市や行政に期待する役割、施策等について、ご自由にお書きください。                                 |
| 3. 効果項目                 | (1) OSAPに参加したことによる効果として、該当するもの全てにチェックを入れてください（①複数回答）。<br>また、最も効果が大きかったと考えるものについても、教えてください（②単一回答）。<br>ア. 出資者とのマッチング・サーチコストの節減 →4.ハ<br>イ. ビジネスパートナー（共同開発者等）とのマッチング・サーチコストの節減 →5.ハ<br>ウ. 販路開拓、新規クライアントとのマッチング・サーチコストの節減 →6.ハ<br>エ. 企業認知度・ブランド向上、広告宣伝費の節減 →7.ハ<br>オ. 新規雇用者の獲得、採用活動費の節減 →8.ハ<br>カ. メンター等との相談、参加者同士等のコミュニケーションから得られる知見、刺激 →9.ハ<br>キ. その他 →10.ハ |
| 4.～6. 各項目の効果額（サーチコスト削減） | (1) サーチコストの節減額はどの程度だったと概算しますか。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 7. ブランド向上効果             | (1) OSAPへの参加によって得られた企業認知度の高まり、ブランド向上は売上高増加にどの程度貢献しましたか（累計）。<br>又は、OSAPの活動がなかった場合、同等の効果を得るために、どの程度の広告宣伝費を支払う意思がありますか。                                                                                                                                                                                                                                     |
| 8. 雇用増加効果額              | (1) 採用活動費の節減額はどの程度だったと概算しますか。<br>(2) また、OSAPによる雇用者報酬増加への寄与はどの程度だったと概算しますか。                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 9. メンター効果額              | (1) OSAPの活動がなかった場合、同等の効果を得るために、年間どの程度の額までなら支払うと考えますか。                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 10. その他効果額              | (1) OSAPの活動がなかった場合、同等の効果を得るために、どの程度の額までなら支払うと考えますか。                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

## (6) 調査結果

アンケート回収数は13社、回収率は16.3%（N=80）であった。

### ① 回答企業の属性と満足度

回答企業の基本属性、及び満足度は以下のとおり。参加企業の満足度は極めて高い。

表 参 4-13 回答企業の属性と満足度

| 参加期                   | 回答数 | 業種                | 回答数 | 従業員規模                                                                                                                                                                                                                            | 回答数 |     |          |    |        |   |           |   |       |   |         |   |
|-----------------------|-----|-------------------|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|-----|----------|----|--------|---|-----------|---|-------|---|---------|---|
| 第1期（2016年6月～9月）       | 2   | 製造業               | 3   | 0～4人                                                                                                                                                                                                                             | 7   |     |          |    |        |   |           |   |       |   |         |   |
| 第2期（2016年11月～2017年2月） | 2   | 情報通信業             | 3   | 5～9人                                                                                                                                                                                                                             | 3   |     |          |    |        |   |           |   |       |   |         |   |
| 第3期（2017年6月～9月）       | 1   | 学術研究，専門・技術サービス業   | 2   | 10～19人                                                                                                                                                                                                                           | 3   |     |          |    |        |   |           |   |       |   |         |   |
| 第4期（2017年11月～2018年2月） | 2   | 生活関連サービス業，娯楽業     | 1   | <table><tr><th>満足度</th><th>回答数</th></tr><tr><td>大変満足している</td><td>11</td></tr><tr><td>満足している</td><td>2</td></tr><tr><td>どちらともいえない</td><td>0</td></tr><tr><td>不満である</td><td>0</td></tr><tr><td>大変不満である</td><td>0</td></tr></table> | 満足度 | 回答数 | 大変満足している | 11 | 満足している | 2 | どちらともいえない | 0 | 不満である | 0 | 大変不満である | 0 |
| 満足度                   | 回答数 |                   |     |                                                                                                                                                                                                                                  |     |     |          |    |        |   |           |   |       |   |         |   |
| 大変満足している              | 11  |                   |     |                                                                                                                                                                                                                                  |     |     |          |    |        |   |           |   |       |   |         |   |
| 満足している                | 2   |                   |     |                                                                                                                                                                                                                                  |     |     |          |    |        |   |           |   |       |   |         |   |
| どちらともいえない             | 0   |                   |     |                                                                                                                                                                                                                                  |     |     |          |    |        |   |           |   |       |   |         |   |
| 不満である                 | 0   |                   |     |                                                                                                                                                                                                                                  |     |     |          |    |        |   |           |   |       |   |         |   |
| 大変不満である               | 0   |                   |     |                                                                                                                                                                                                                                  |     |     |          |    |        |   |           |   |       |   |         |   |
| 第5期（2018年6月～10月）      | 0   | 医療，福祉             | 1   |                                                                                                                                                                                                                                  |     |     |          |    |        |   |           |   |       |   |         |   |
| 第6期（2018年11月～2019年2月） | 1   | サービス業（他に分類されないもの） | 3   |                                                                                                                                                                                                                                  |     |     |          |    |        |   |           |   |       |   |         |   |
| 第7期（2019年6月～10月）      | 2   |                   |     |                                                                                                                                                                                                                                  |     |     |          |    |        |   |           |   |       |   |         |   |
| 第8期（2019年11月～2020年3月） | 3   |                   |     |                                                                                                                                                                                                                                  |     |     |          |    |        |   |           |   |       |   |         |   |

### ② 各効果項目への回答数と効果額

OSAPの各効果項目について、効果があったとする回答数（複数回答）、その中で最も大きかったと考えるもの（単一回答）、各項目の効果額（回答企業1社あたり平均）、及び全80社への効果額の試算結果については、表 参 4-13 のとおりである。注意点としては、効果

のうち最も大きかったと回答企業経営者が考えたものは、必ずしも金額としての効果額が大きいものではないもの（カ.「メンター効果」）を挙げる例が多かったことが挙げられる。最大の効果については決めかねるという回答もあり、この設問については、額よりも主観に依る所が大きい回答となっている。

表 参 4-14 各効果項目への回答数と効果額

| 効果項目                                     | 最大の効果<br>(単一回答) | 効果あり（複数回答） |       | 効果額<br>(回答企業1社<br>あたり平均) | 全社への効果試算額<br>(1社あたり平均額 ×<br>(80社×回答率) ) |
|------------------------------------------|-----------------|------------|-------|--------------------------|-----------------------------------------|
|                                          |                 | 回答数        | 回答率   |                          |                                         |
| ア. 出資者とのマッチング・サーチコストの節減                  | 2               | 12         | 92.3% | 1,912,944 円              | 141,263,590 円                           |
| イ. ビジネスパートナー（共同開発者等）とのマッチング・サーチコストの節減    | 0               | 5          | 41.7% | 1,310,667 円              | 40,328,205 円                            |
| ウ. 販路開拓、新規クライアントとのマッチング・サーチコストの節減        | 2               | 7          | 58.3% | 3,033,000 円              | 130,652,308 円                           |
| エ. 企業認知度・ブランド向上、広告宣伝費の節減                 | 3               | 9          | 75.0% | 3,942,857 円              | 218,373,626 円                           |
| オ. 新規雇用者の獲得、採用活動費の節減                     | 0               | 2          | 16.7% | 1,766,000 円              | 21,735,385 円                            |
| カ. メンター等との相談、参加者同士等のコミュニケーションから得られる知見、刺激 | 5               | 10         | 83.3% | 704,444 円                | 43,350,427 円                            |
| キ. その他（教育効果）                             | 0               | 2          | 16.7% | 1,175,000 円              | 14,461,538 円                            |
| 合計（利益押し上げ効果額）                            |                 |            |       |                          | 610,165,079 円                           |

一方、各効果額については、人件費による代替法で算定・回答したケースが多く、その効果額の信頼性としては、完全な主観によるアンケート調査より高いと考えられる（たとえば、役職〇〇の人件費 × △ヵ月（過去にサーチに実際に要した期間）といった丁寧な回答もあった）。代替法によらない場合でも、「同様の効果を得るために、他の民間サービスを利用するとした場合に、支払ってもよいと考える額（WTP）」をプルダウンで選択して回答しているため、CVM としての信頼性に足るものと考えられる。

効果項目として、キ.「その他」については、「経営者、管理職への教育効果」「ベンチャー企業経営に関する学習効果」といった回答があった。

各効果額の結果としては表 参 4-14 のとおり、効果毎に1社あたり70万から400万円の平均効果額がみられた。回答率を基に、参加企業80社全体への各効果額を推計したところ、合計6.1億円の利益押し上げ効果がこれまで（4年8期）に発現している結果となった。

### ③ 間接的波及効果（参考）

この直接的経済効果である参加企業の利益押し上げ効果は、雇用者報酬や配当の増加とそれに伴う個人消費の押し上げ、設備投資の拡大、等を伴い、地域経済の活性化に波及する

と考えられる。こうした波及効果について、ビジネスサポート分野の活動の受益としての算定とは別に把握することで、地域への経済効果の増進や経済基盤の強化につながる活動としての性質を補足説明することも可能である。そこで、内閣府マクロモデル・大阪市産業連関表を用いてその波及効果を試算したところ、表 参 4-15 のとおり、大阪市内総生産を 9.4 億円押し上げる結果となった。ただし、間接的波及効果については、以下の仮定の下での試算であるため、幅をもってみる必要がある。

- ・ マクロモデルにならい、波及効果は直接効果の発現以降 3 年間の累積分とする。すなわち、ある時点において発生した直接効果は 3 年後の経済水準まで間接効果を及ぼし続けると考え、これまで（4 年 8 期）の 6.1 億円の利益押し上げ効果が持つ 3 年後までの波及効果の累積額を間接波及効果額とみなす。
- ・ 参加企業の利益配分の使途について、我が国企業平均と同傾向であると仮定し、全国のマクロモデルを利用して波及効果をシミュレーションする。

表 参 4-15 間接的波及効果

| 項目             | 押し上げ額        |
|----------------|--------------|
| 実質GDP          | 12.6億円       |
| 実質個人消費         | 2.2億円        |
| 実質設備投資         | 12.4億円       |
| 名目GDP          | 14.5億円       |
| 名目個人消費         | 3.3億円        |
| 名目設備投資         | 12.8億円       |
| <b>大阪市内総生産</b> | <b>9.4億円</b> |
| 大阪市雇用者所得       | 4.6億円        |

- ・ 直接経済効果（参加企業の利益押し上げ）はマクロモデル乗数表における法人減税による利益押し上げ額と同等みなし、各 GDP 需要項目の押し上げ額を算定。
- ・ 乗数表を乗じた結果の名目 GDP 押し上げ額（14.5 億円）を大阪市の最終需要押し上げ額とみなし、大阪市産業連関表の自給率（0.65）を基に、大阪市内総生産押し上げ額、及び雇用者報酬増加額を算出。

## (7) 調査概要

以上のとおり、一定の仮定の下での試算であるため、算定結果は幅をもってみる必要があるものの、OSAP の活動は大阪市民経済にプラスの効果をもたらしていると判断できる。

今回の調査に係る課題として、回答率が必ずしも高くなく、推計に依る部分が大きいことがある。調査時期・期間や、対象企業へのアプローチを工夫し、回答率を高める余地は大きい。また、本調査においては、参考として間接的経済波及効果をマクロモデル・産業連関表を用いて試算したが、より実態に則した効果算定とするために、対象企業に増加利益の使途（賃上げ/設備投資/配当 etc.）を聴取することなども検討に値する。

ベンチャー企業の資金調達等に繋がっている OSAP をはじめとする OIH の活動は、エリアの経済活動基盤を強化し、ビジネスの活性化を通じて地域の価値向上に寄与している。これは、エリアマネジメント活動の「来訪者等の利便増進に資する活動」の性質に合致するものと位置付けられる