

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 (現時点)	2019年度増加分 1 年目	2020年度増加分 2 年目
○○○ (単位)			

2021年度増加分 3 年目	2022年度増加分 4 年目	2023年度増加分 5 年目	KPI増加分 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 (現時点)	2019年度増加分 1年目	2020年度増加分 2年目
〇〇〇（単位）			

2021年度増加分 3年目	2022年度増加分 4年目	2023年度増加分 5年目	KPI増加分 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～』*¹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*¹／地域再生推進法人*²

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



*1 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

*2 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 (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 (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 (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

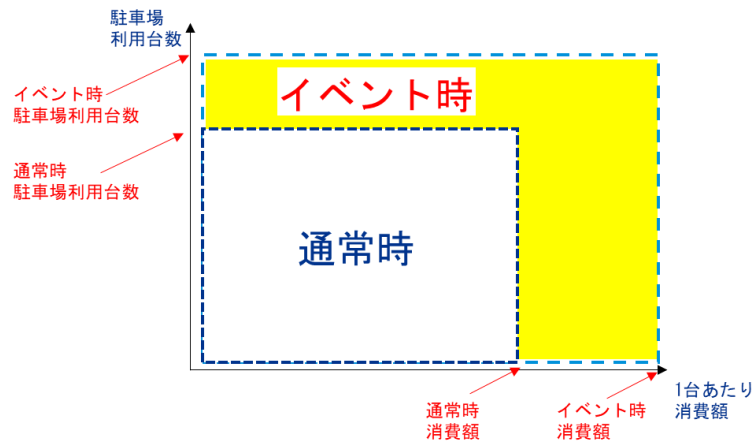


図 参 2-5 経済効果算定のイメージ図

(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。

福井えきまえ感謝DAY 利用者アンケート調査 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)		
~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 回答者数	両日合計平均同行人数/ 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

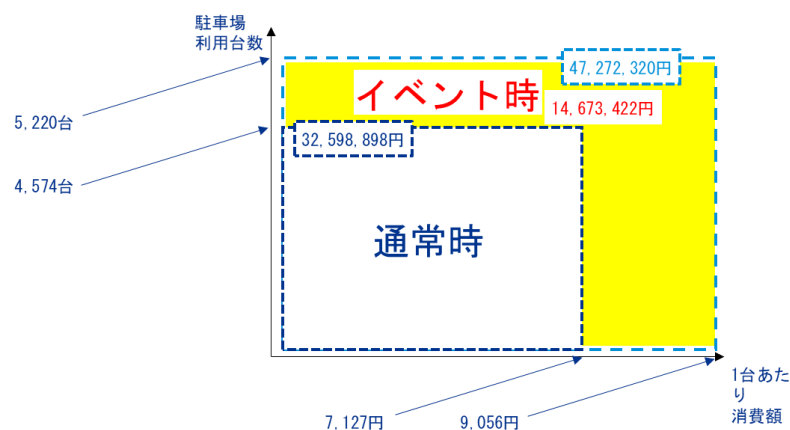


図 参 2-8 経済効果イメージ図

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。

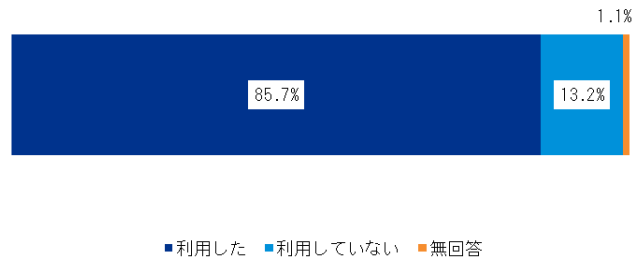


図 参 2-9 駐車場無料券利用率

(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。

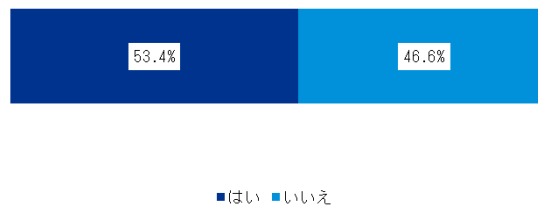


図 参 2-10 駐車場無料券による滞在時間延長効果

(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

によるライブパフォーマンス、来場者が体験できるワークショップなどを 2 日間開催するイベント。

③ 事業費

アートマーケット出店者からの出店料の他、デポアイランド通り会を中心とした地元事業者の協賛金、合計約 100 万円で運営されている。

④ 主催

Okinawa Art Market 実行委員会

⑤ 共催

デポアイランド通り会

⑥ 会場

沖縄県北谷町デポアイランド・ボードウォーク（海岸通り）

⑦ 調査実施時期

令和元年 11 月 09 日（土）・10 日（日）

⑧ アンケート調査実施地点

Art Market Okinawa 2019 会場付近及びデポアイランド内各所



図 参 3-15 事業実施地点

（出典：デポアイランド公式ウェブサイトを基に作成。デポアイランドの区域は黄線で囲まれた区域。）



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

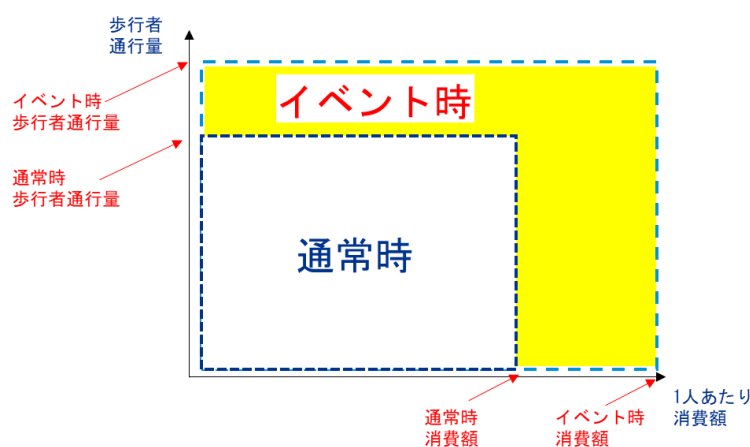


図 参 3-18 経済効果算定のイメージ図

(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 Please provide details ()
2. Food and drink: ¥	Restaurants, amount 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 Please provide details ()
2. Food and drink: ¥	Restaurants, amount 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）

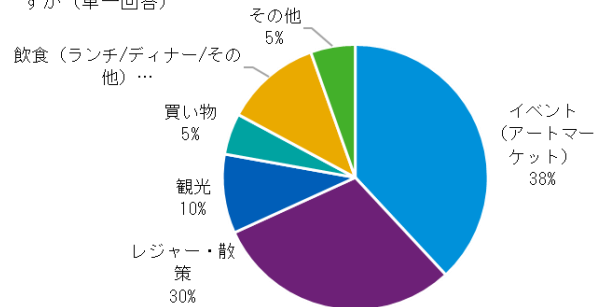


図 参 3-21 来訪主目的

Q3. 当日の買い物・飲食費目

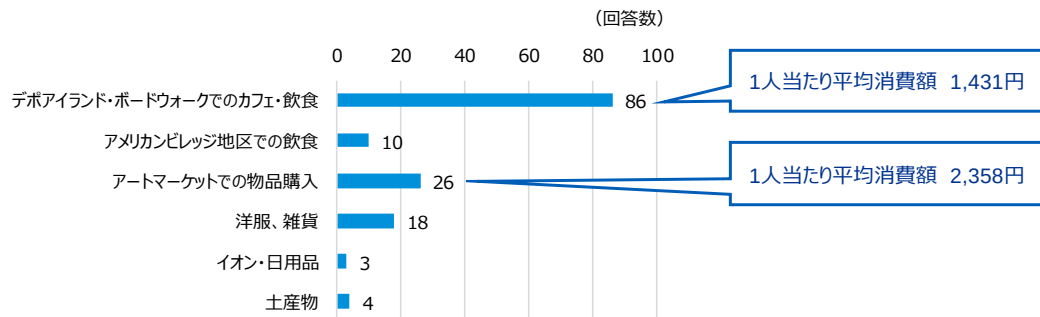


図 参 3-22 当日の消費費目

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。

$$\begin{aligned}
 &\text{アートマーケット出店者を除く周辺事業者のイベントによる受益総額} = \\
 &\quad \text{アートマーケット主目的来場者数 (6,867 人※1)} \\
 &\quad \times \text{アートマーケット主目的来場者のイベント当日の1人当たり消費額 (3,012 円※2)} \\
 &\quad - \text{アートマーケットでの物品購入金額 (313 万円※3)} \\
 &= 1,756 \text{ 万円 (6,867 人} \times 3,012 \text{ 円 (=2,068 万円) - 313 万円)}
 \end{aligned}$$

※1 全来場者数 18,036 人 $\times$ 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)、

$$\text{その1人あたり購入金額 } 2,358 \text{ 円} \Rightarrow 6,867 \text{ 人} \times 19.3\% \times 2,358 \text{ 円} \approx 313 \text{ 万円}$$

(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）

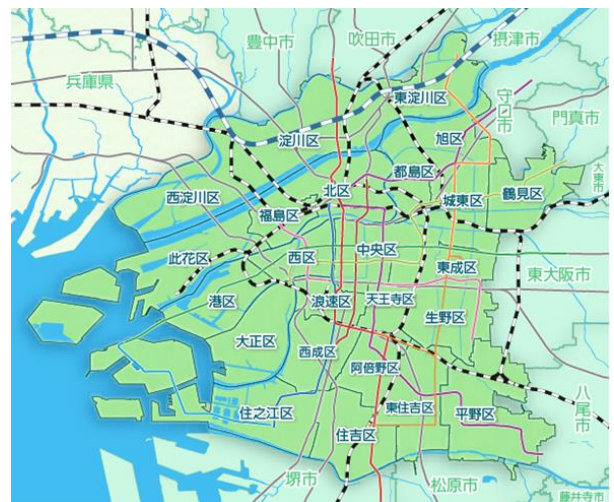


図 参 4-23 大阪市地図

（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
☐	☐
☐	☐
☐	☐
☐	☐
☐	☐
☐	☐
☐	☐
☐	☐

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 2,000 円 × 労働時間 200 時間 × 人員 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 1,000,000 円 × OSAP寄与度 25 % OSAP売上高増加効果額 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。 (2) OSAP参加期はいつですか。 (3) 業種は何ですか。 (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） (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。 (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。 (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。 (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）。 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）。 ア. 出資者とのマッチング・サーチコストの節減 →4.ハ 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 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 エ. 企業認知度・ブランド向上、広告宣伝費の節減 →7.ハ オ. 新規雇用者の獲得、採用活動費の節減 →8.ハ 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 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）。 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。 (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 (単一回答)	効果あり（複数回答）		効果額 (回答企業1社 あたり平均)	全社への効果試算額 (1社あたり平均額 × (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
大阪市内総生産	9.4億円
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