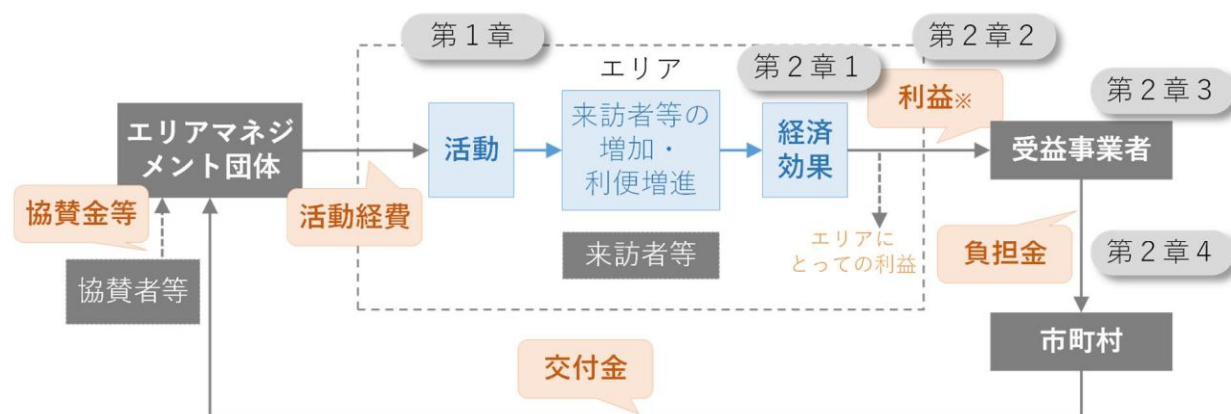


## 第3部 エリアマネジメントの効果及び受益の把握・算定方法 ～負担金設定の考え方～

第3部では、特に、エリアマネジメント活動による経済効果及び利益の把握・算定の手法について解説します。

第1章では、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し、第2章1では経済効果と受益の関係について、第2章2では受益額の把握・算定方法について、第2章3ではエリアと受益事業者の特定の仕方について、第2章4では負担金の設定について、それぞれ解説しています(下図参照。)

また第3章では、エリアマネジメント活動内容の報告等に必要データ収集の方法や活動報告書について解説しています。



※事業者が受けると見込まれる利益。経済効果を貨幣換算し、活動経費も踏まえて算定。

# 第1章 エリアマネジメント活動と経済効果

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となります。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します。

## (1) エリアマネジメント活動と経済効果の関係性

### ① 活動の種類と経済効果のつながり

- ・本制度では、エリアマネジメント活動によってどの程度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。
- ・エリアマネジメント活動は、第2部第1章で整理したとおり、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類することができます。
- ・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。

	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
エリアマネジメント活動の種類	<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>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・集客イベント（マルシェ、お祭り等）</li> <li>・一時的な環境整備（イルミネーション等）等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・歩行者空間の拡大</li> <li>・歩行者環境の整備</li> <li>・オープンカフェ</li> <li>・コミュニティ拠点の整備運営等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・メディア構築運営</li> <li>・情報連携体制構築</li> <li>・マップ作成</li> <li>・案内機能構築運営等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・交通サービス（エリア内巡回バス等）</li> <li>・ワーカー支援サービス（ビジネス・ウェルネス・子育て等）等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・防災・防犯活動</li> <li>・清掃活動</li> <li>・警備活動等</li> </ul>

(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利便増進に寄与するもの

これらの各種の活動と経済効果の増進との関係性を整理すると、以下のとおりとなります。



※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) の価値を推計する手法。

### ※1 来訪者等の定義

- ここでいう「来訪者等」とは、来訪者又は滞在者のことを指します (法第5条第4項第6号)。
- ➡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)

### ※2 経済効果の設定の考え方

- 経済効果については、来訪者等の増加を目指すエリアマネジメント活動だけでなく、来訪者等の利便増進を目指す活動によるものも対象となり得ます。経済効果の捉え方は、以下のとおり、主に来訪者等の増加を目指すものであるのか、あるいは来訪者等の利便増進を目指すものである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エリアマネジメント活動については、そのエリアマネジメント活動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、貨幣換算が難しいエリアマネジメント活動については、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)により経費が低減されることなどの経済効果を示す。

- ・以上のような考え方にに基づき、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となります。

## ② 来訪者等の増加に直接関係する活動と経済効果

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章で示したとおり、その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。

- ・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。
- ・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>（「参考1 歩行者通行量と経済効果」p.56 参照。）において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。
- ・さらに、広報活動や清掃、警備など、情報発信や活動基盤を整えるといった活動については、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の整備の際に一体的に行うことで、その効果を高めると考えられる活動となります。そこで、活動の種類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。

エリアマネジメント活動



来訪者等の増加<sup>※2</sup>



経済効果の増進

来訪者等の増加<sup>※2</sup>によって経済効果が増進

(売上高の増加、地価の上昇など)

※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。

### ③ 来訪者等の利便増進に寄与する活動と経済効果

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、街並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を及ぼしているという研究成果もあります。

- ・活動の種類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、活動の種類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、貨幣換算が難しいため、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の増進に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経費の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。

#### 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



#### 経済効果の増進

※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、街並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、公益社団法人日本都市計画学会
- ・ 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

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、街並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：

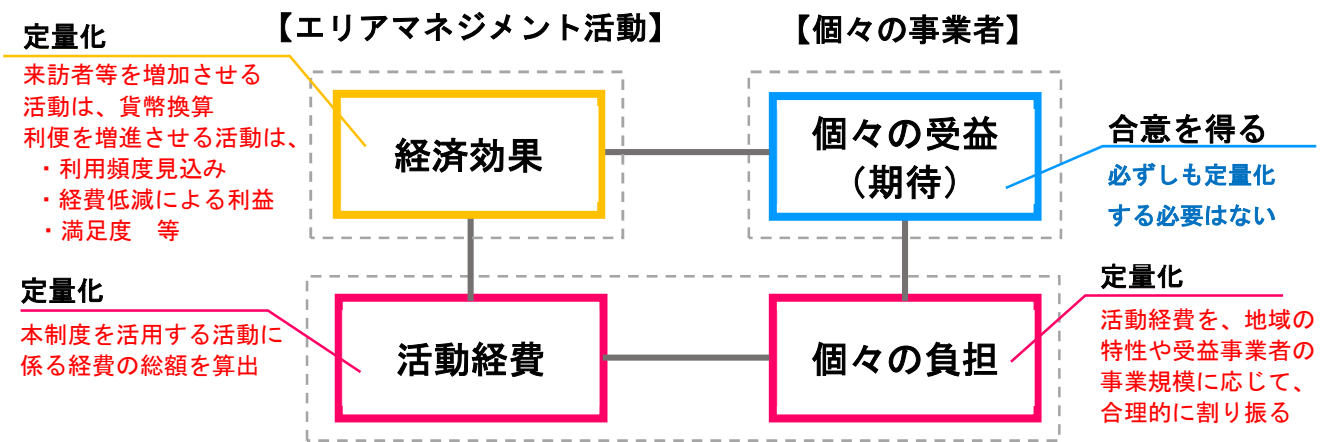
- ・ 国土交通省都市・地域整備局都市計画課（2007）「景観形成の経済的価値分析に関する検討報告書」
- ・ 沓澤隆司・山鹿久木・水谷徳子・大竹文雄（2007）「犯罪発生の地域的要因と地価への影響に関する分析」、日本経済研究、56、pp. 70-91、日本経済研究センター
- ・ 山鹿久木・中川雅之・齊藤誠（2002）「地震危険度と地価形成：東京都の事例」、応用地域学研究、7、pp. 51-62、応用地域学会
- ・ 平山一樹・御手洗潤（2016）「エリアマネジメントが地価にもたらす影響のメカニズムの分析」、都市計画論文集、Vol. 51、No. 3、pp. 474-480、公益社団法人日本都市計画学会
- ・ 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、公益社団法人日本都市計画学会
- ・ 諸富徹（2010）「地域再生の新戦略」、中公叢書

対象となる活動の種類 組み合わせ例		経済効果の例	貨幣換算例（手法及び受益額の例） ※算定手法の詳細は第2章2参照
来訪者等の増加に直接関係する活動のみの場合			
①	・イベント実施	エリア内の売上の増加	社会実験及びアンケートの実施により、来訪者等の消費単価に来訪者数を乗じて算出
来訪者等の利便増進に寄与する活動のみの場合			
⑤	・清掃活動	経費の削減	単独で実施する場合の経費と共同化して実施する場合の経費を比較し、経費の削減額を算出
⑤	・警備		
④	・交通サービス	利用頻度の増加・満足度向上	CVMにより、来訪者等の支払意思総額を算出
来訪者等の増加に直接関係する活動及び来訪者等の利便増進に寄与する活動を総合的に把握する場合			
① ② ③ ⑤	・イベント実施 ・公共空間整備運営 ・情報発信 ・清掃	事業環境の維持改善	CVMにより、来訪者等の支払意思総額を算出
① ② ③	・イベント実施 ・公共空間整備運営 ・情報発信	エリア内の売上の増加	社会実験及びアンケートの実施により、来訪者等の消費単価に来訪者数を乗じて算出
① ② ③	・イベント実施 ・公共空間整備運営 ・情報発信	エリア内の売上の増加	DID法により、売上の増加額を算出
① ② ③ ④ ⑤	・イベント実施 ・公共空間整備運営 ・情報発信 ・交通サービス ・清掃・警備	地価の上昇	ヘドニック・アプローチにより地価の上昇額を算出
① ⑤ ⑤	・イベント実施 ・清掃 ・防犯・防災活動	事業価値の向上	年間の売上額に、エリアマネジメント活動が貢献したと思われる割合を乗じる ※より多くの検証や手法の精査が必要

#### 4 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及び③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「活動経費」の算出が必要となります。これは、その活動の内容や活動量に応じた全体としての活動経費として算出します。
- ・その活動経費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のか、あるいは受益事業者の事業規模に応じて合理的に差をつけるのか等、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。

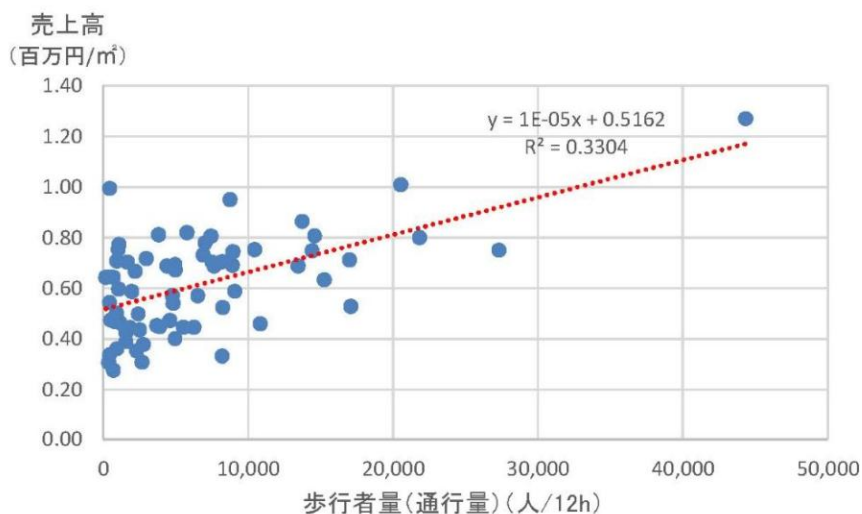
- ・個々の受益事業者が受ける利益については、必ずしも定量化する必要はないと考えられます。これは、第2部第1章2(7)で示したとおり、個々の受益事業者において出現する利益に対して、エリアマネジメント活動は間接的であると考えられるためです。定量化されたエリアマネジメント活動の経済効果が活動経費を上回り、個々の負担額が事業者間で公平かつ妥当に算定されるのであれば、その負担は個々の事業者が受ける利益の限度内であるとしてよいと考えられます(「参考2 エリアマネジメント活動と売上高(エリアマネジメント活動と売上高の関係について補論)」p.57参照。)
- ・上記の定量化すべき内容については、以降で解説します。
- ・上記以外に、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。



定量化	対象	項目	概要
必要	エリアマネジメント活動	経済効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・受益額算出のため、推計(将来の見込み)として定量化</li> <li>・基本的に来訪者等を増加させる活動は、貨幣換算</li> <li>・来訪者等の利便を増進させる活動は、総体的又は個別の活動ごとに定量化するか、利用頻度見込みや経費削減による利益、満足度等を把握することも考えられる</li> </ul>
		活動経費	<ul style="list-style-type: none"> <li>・受益額算出のため、本制度を活用するエリアマネジメント活動に係る経費の総額を算出</li> </ul>
	個々の事業者	個々の負担	<ul style="list-style-type: none"> <li>・負担金設定のため、活動経費を地域の特性や受益事業者の事業規模に応じて合理的に割り振る</li> </ul>
必須ではない(合意を得る)		個々の受益(期待)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・必ずしも定量化する必要はない</li> </ul>

## 参考1 歩行者通行量と経済効果

### 参考1-1 歩行者通行量と売上高の関係



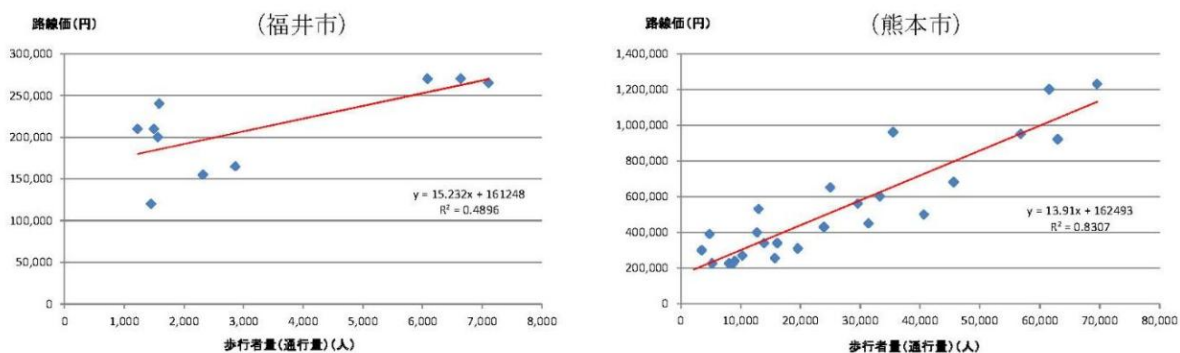
#### 各都市の中心市街地の歩行者量（通行量）と小売業売上高

(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1-2 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2 エリアマネジメント活動と売上高

### (エリアマネジメント活動と売上高の関係について補論)

店舗等事業者の売上高の増加は、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ると考えられます。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ると考えられます。

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

- ・店舗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となります（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。）。

本制度の必要性は、第1部第1章で示したとおり、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ることが考えられることから、市町村も関与し、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。

## 第2章 受益と負担の把握・算定方法

# 1

### 経済効果と受益の関係

最終的に負担金を設定するためには、受益額を算定するとともに、受益事業者を特定することが必要です。そのためには、各エリアマネジメント活動を通じて得られる経済効果により、具体的にどのような受益が想定されるのかを適切に把握することが重要となります。ここではまず、経済効果と受益の関係について整理します。

#### (1) 基本的な考え方

本制度における経済効果とは、第2部第1章2(7)で示したとおり、来訪者等の増加や利便増進を通じて、区域内における事業者の事業機会の増大又は収益性の向上が生じ、あわせて当該区域の経済効果の増進が図られることを指します。

また、受益とは、エリアマネジメント活動によって個々の事業者が具体的かつ見込まれる利益を受けることを指します(法第17条の7)(受益事業者については第2部第1章2(8)参照)。

したがって、経済効果は区域全体に波及する概念である一方、受益は負担金制度の前提として、一定の範囲の事業者に帰属する利益として整理されます。

本章では、次項で経済効果の把握・受益額の算定方法について、第3項でエリアと受益事業者の特定の仕方について、また第4項で負担金の設定について、それぞれ解説します。

#### (2) 経済効果と受益事業者・受益額の設定例

具体的には、例えば次に示すようなものが想定されます。

※あくまでも事例の一つであり、これらに限定されるものではありません。

経済効果	売上の増加	人流の増加	賃料の上昇	事業環境の改善	地価の上昇
受益額	売上増加額	売上増加額	店舗売上増による賃料収入の増加額	関係者の支払意思総額	地価増加額
受益事業者	小売・飲食事業者等	小売・飲食事業者等	小売・飲食店舗への不動産賃貸事業者(歩合賃料が設定されている場合)	小売・飲食事業者等 ※土地所有者等とすることも可能	土地所有者

# 2

## 受益額の把握・算定方法

エリアマネジメント活動については、前項までで解説したとおり、来訪者等の増加や利便増進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額をどのように算定すべきかについて解説します。

---

### (1) 基本的な考え方

受益額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得ると考えられます。既にエリアマネジメント活動を行い、その経済効果が受益事業者を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、活動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。

一方で、新しくエリアマネジメント活動を始める場合や、これまで行っていたエリアマネジメント活動であっても、改めて経済効果を把握して受益事業者の理解を得る場合は、活動計画を取りまとめる前に、将来の経済効果を推計する作業が必要となります。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章及び前項の考え方を踏まえて、受益額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、これらによらない方法をもって推計する場合もあり得ます。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することも検討すべきです。

## (2) 受益額の把握・算定方法の全体像

### ① 算定方法の全体像

経済効果を貨幣換算して受益額を算定する方法には様々なものがあります。例えば、第1章(1)③の表では、本制度の対象となるエリアマネジメント活動の内容や得られる経済効果、受益額の算定手法の組み合わせの例を示しています。これらについて、

- ・社会実験を経て経済効果を算定するか、社会実験を経ずに算定するか。
- ・実施しているエリアマネジメント活動の種類が複数ある中で、個別の活動ごとに把握するか、総合的に捉えて把握するか。
- ・顕在化したデータを用いて分析するか、価値を尋ねるか。

の3つの視点から分類し、整理すると、以下のとおりとなります。

#### ■算定方法の全体像 (イメージ)

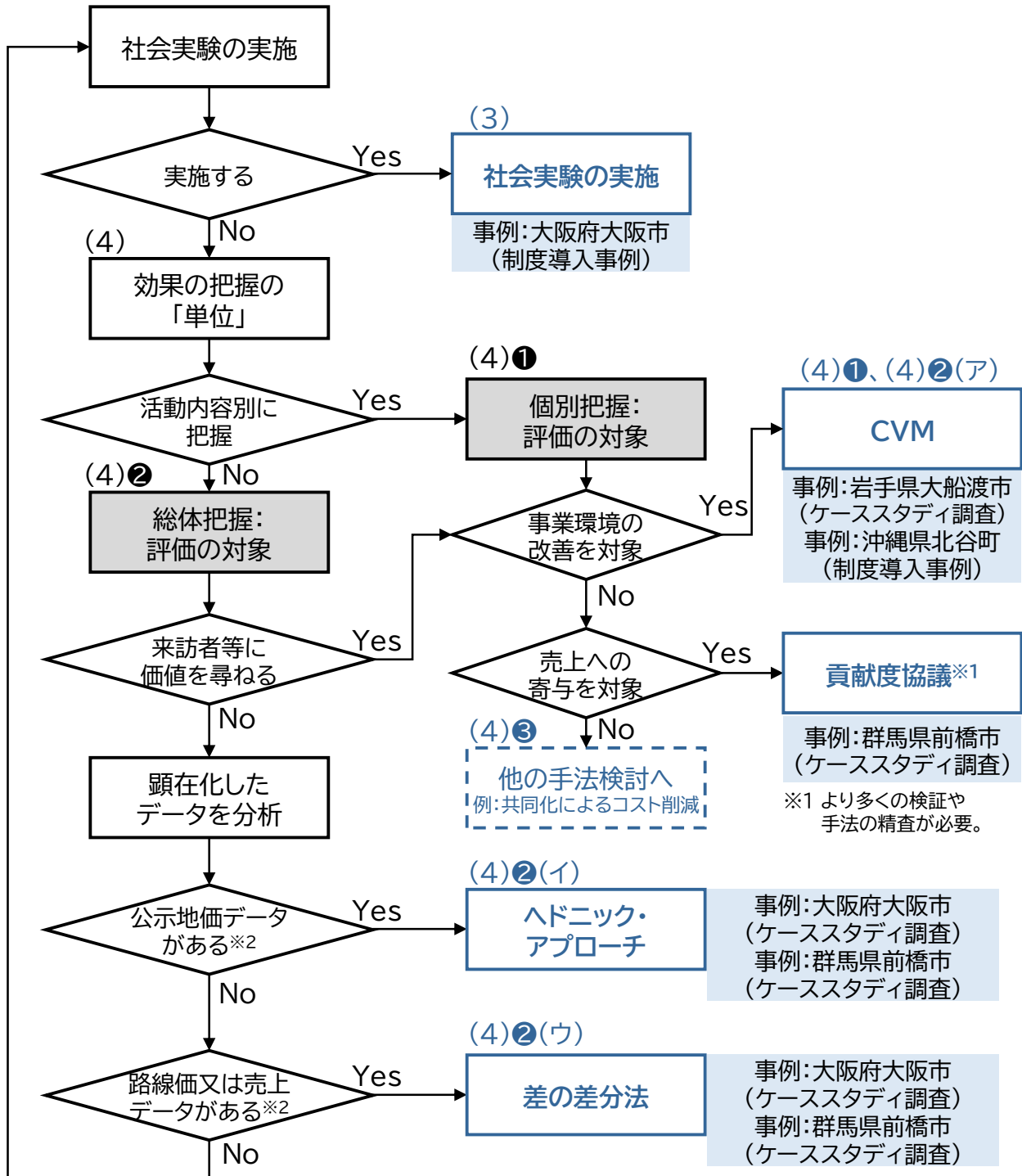
エリアマネジメント 活動の捉え方※1	(3)	(4)		組み合わせ (例)
	社会実験あり	社会実験なし		
	顕在化したデータを分析する	来訪者等に価値を尋ねる		
個別の活動ごとに把握	(3) 社会実験	(4)③ 共同化 (見積)	(4)① CVM 貢献度協議※2	組み合わせ (例)
1・・・	売上の増加		事業環境改善 売上への寄与	売上の増加 ←社会実験
2・・・				事業環境改善 ←CVM
3・・・				事業環境改善 ←CVM
4・・・				
5・・・		経費削減		経費削減 ←共同化
総体的に把握	—	(4)②(イ) ヘドニック	(4)②(ウ) 差の差分法	—
1・・・		地価の上昇	売上の増加 人流の増加	
2・・・				
3・・・				
4・・・				
5・・・				

※1 「エリアマネジメント活動の捉え方」の1～5は活動の種類。また、各算定方法における着色箇所は、算定対象範囲の例を示している。

※2 より多くの検証や手法の精査が必要。

## ② 算定方法のフロー図

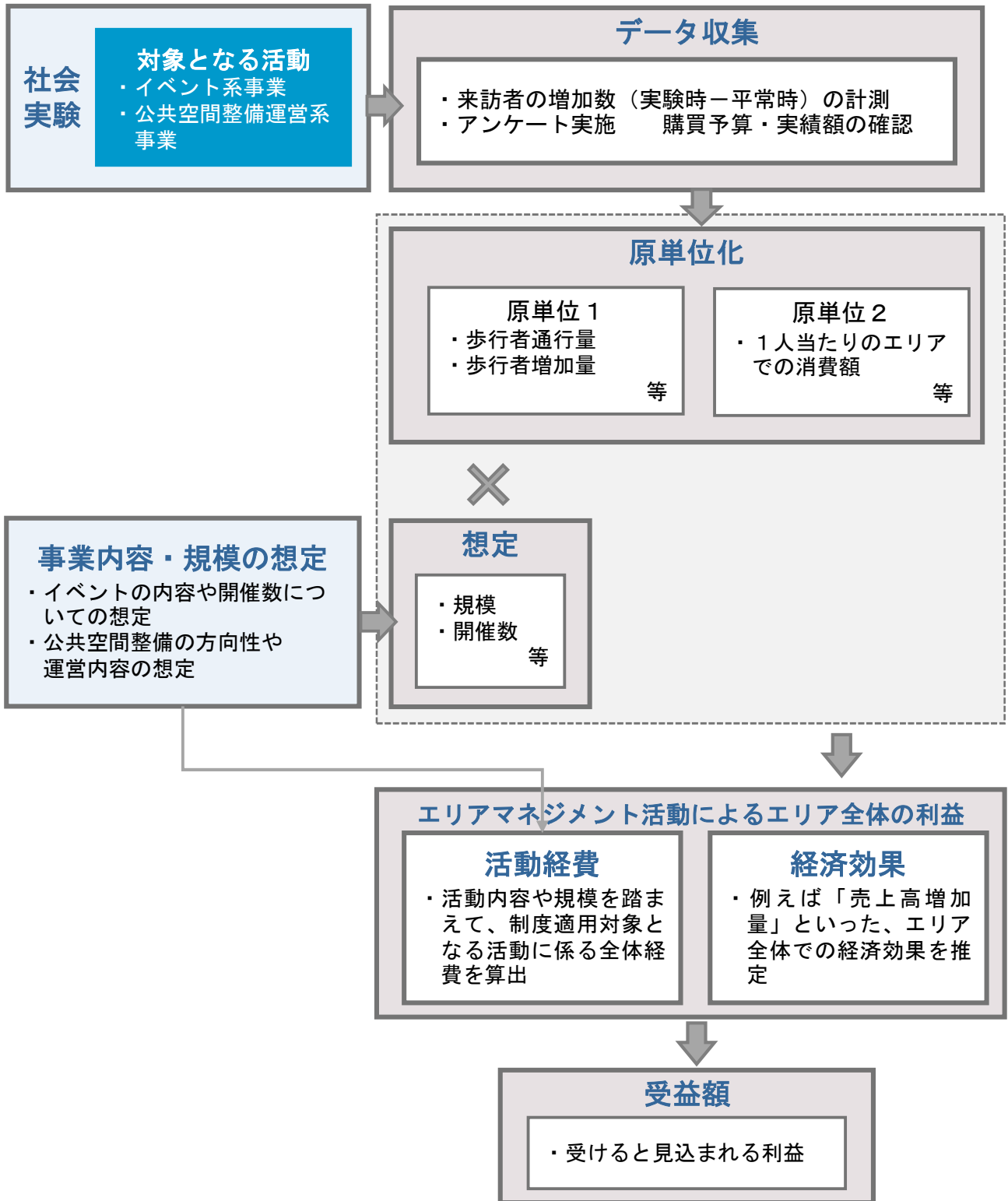
前項では、複数ある算定方法の全体像を体系的に示していますが、実際にいずれかの方法で受益額を算定する際には、これらの中から望ましい算定方法を選択する必要があります。以下に、その手がかりの一つとして、想定される検討手順を段階ごとにフローチャートの形で整理したものを示します。



※2 算定を行うために必要なデータが十分にある。

### (3) 社会実験を経た経済効果の把握及び受益額の算定

- ・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、その際に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又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額（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。
- ・例えば、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単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ます。なお、これは活動計画における目標として設定することも考えられます。
- ・そして、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「1人当たりのエリアでの消費額」を想定し、来訪者等の増加量と掛け合わせることにより、「売上高増加量」といった経済効果を推定することができます（「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」p. 64 参照。）。
- ・また、第1章（1）で示したとおり、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、これらの活動も本制度の対象の活動の一部として、エリアマネジメント活動の活動経費に含め、一体的に負担金を徴収することも考えられます。その場合は、イベントや公共空間整備運営とあわせた全体としての活動経費を算出するとともに、得られる経済効果を示し、受益額の算定につなげることが考えられます。



## 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

来訪者等にアンケート調査を実施して経済効果の算定を行った例を示します。

### ▶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 (人)	$D = A - B$	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	$B / D \times 100$ (%)	506	270	355	335	426	285
最大売上金額 (億円)	$A \times C / \text{億円}$	4.43	2.85	3.67	7.21	5.20	2.33
予想売上金額 (億円)	$B \times C / \text{億円}$	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	8,919 円
平均イベント売上金額	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	$B / D \times 100$ (%)	300	733	-	669	567	-
最大売上金額 (億円)	$A \times C / \text{億円}$	1.52	0.88	-	0.67	1.01	-
予想売上金額 (億円)	$B \times C / \text{億円}$	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)

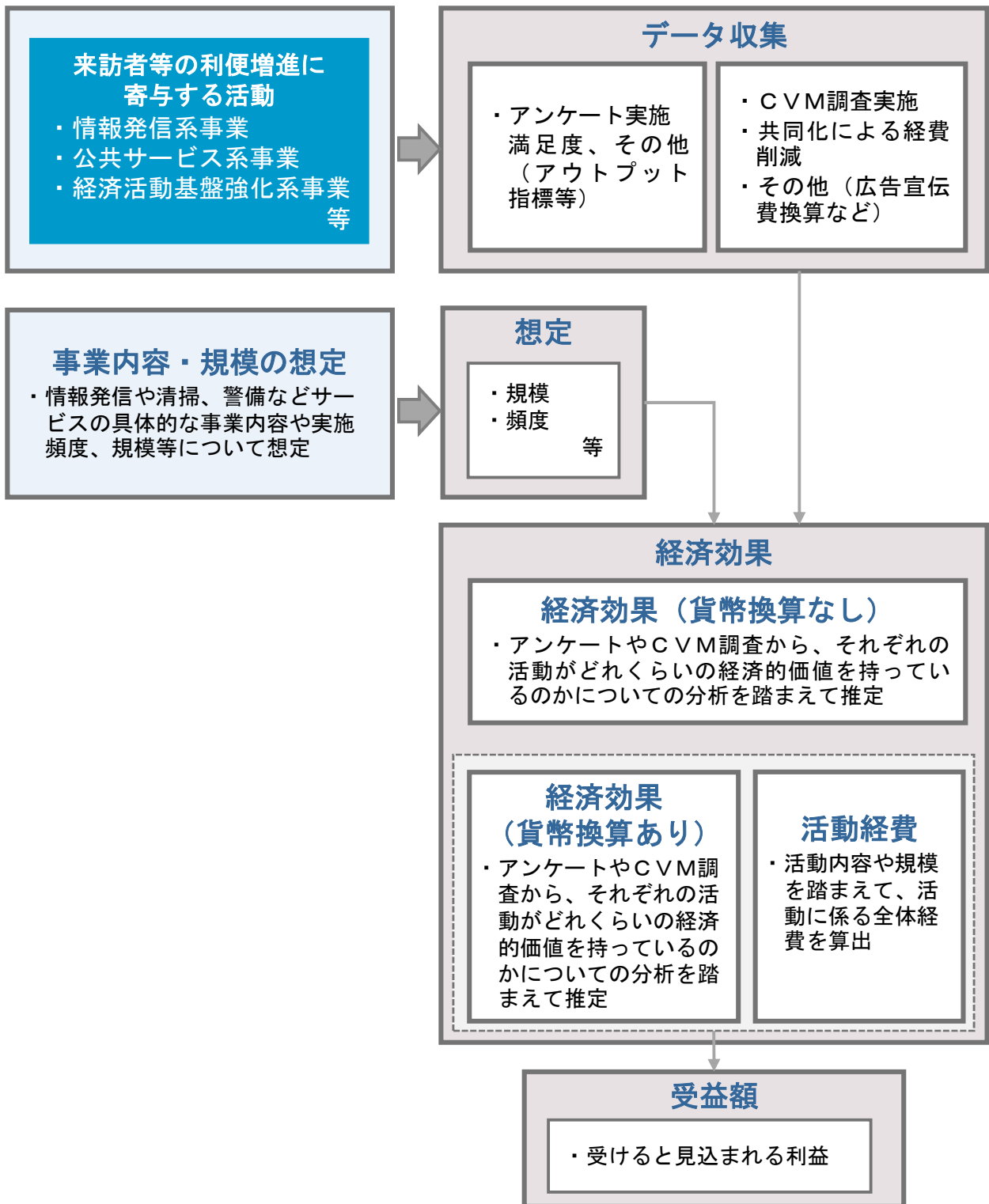
## 参考2 エリアマネジメント活動の評価の対象となり得る指標と歩行者通行量との関係

- ・イベントや公共空間整備運営といったエリアマネジメント活動の評価については、新規出店数や地域での滞在時間、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。また、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。
- ・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。また、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。

### (4) 社会実験を経ない経済効果の把握及び受益額の算定

- ・情報発信系のエリアマネジメント活動や防災、警備、清掃活動、公共サービス系の提供などの来訪者等の利便増進に寄与する活動については、貨幣換算が難しい傾向にあります。
- ・そのため、(3)の社会実験における活動の一部として扱うことも考えられますが、経済効果を把握するに当たっては、一般的に、その実施や各種データの収集について多くの時間と費用を要することが想定されます。
- ・社会実験を経ることなく経済効果を把握しようとする場合や、イベント系や公共空間整備運営系の活動と切り離し、単独で本制度の対象として経済効果を把握しようとする場合は、アンケート等を活用して経済効果を推計することが考えられます。
- ・例えば、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<sup>※</sup>など）を用いて貨幣換算して推計することも考えられます。
- ・さらに、貨幣換算の難しいエリアマネジメント活動を含む複数の活動を総体的に捉え、「地価」をはじめとする各種統計調査などの顕在化したデータを基に、これら複数の活動によってもたらされる受益を算定することも考えられます。

※代替法：評価対象とする事業活動と同様の便益をもたらす他の市場財の価格を基に便益を計測する方法で、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が考えられます。



## ① 個別のエリアマネジメント活動ごとに経済効果を把握・受益額を算定する場合（CVM（来訪者等の評価に基づくもの））

個別のエリアマネジメント活動ごとに、もたらされる経済効果を把握し、受益を推計する方法の一つとして、CVM（Contingent Valuation Method、仮想的市場評価法）調査が考えられます。

これは、アンケートを用いて来訪者等に支払意思額（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となります。留意点として、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。

なお、CVM調査は、個別のエリアマネジメント活動ごとに分けることなく、複数のエリアマネジメント活動を総合的に捉えて価値を推定することも可能な手法です。

## 参考3 大阪梅田駅周辺エリアにおけるCVM調査結果

大阪府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や情報発信活動、防災活動の経済効果を推計しています。

### 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：**  
(対象エリア就業者数)\*(そのWTP)+(来訪者数)\*(そのWTP)

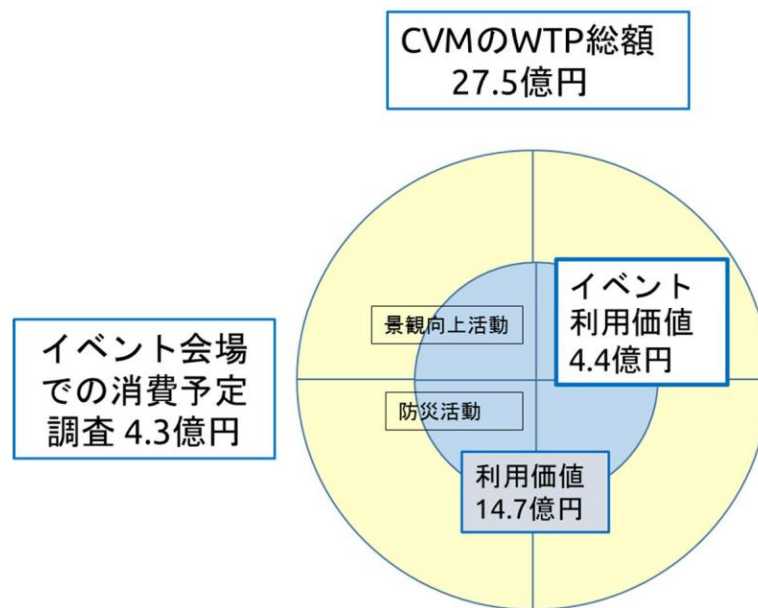


大阪府在住の20～69歳の男女各170名を対象に、大阪梅田駅周辺エリアのエリアマネジメントに対する支払意思額についてインターネット調査を2018年10月に実施しました。

### 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ました。続いて、活動の種類ごと（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。



利用価値	非利用価値
0.5367	0.4671

イベント活動	情報発信活動	景観向上活動	防災活動
0.2961	0.1742	0.3051	0.2302

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）

## ② エリアマネジメント活動を総体的に捉えて経済効果を把握・受益額を算定する場合

個別のエリアマネジメント活動ごとに経済効果を把握・受益額を算定する方法では、貨幣換算が難しい情報発信系や経済活動基盤強化系の活動の効果を捉えることは困難な場合があります。そこで、複数の個別の活動を総体的に捉え、それらの経済効果を把握し受益額を算定する方法によって、エリアマネジメント団体が継続的に行う小規模な活動や複数の活動の効果を総体的に捉えることが可能となります。

### （ア）CVM（来訪者等の評価に基づくもの）（再掲）

①「個別のエリアマネジメント活動ごとに経済効果を把握・受益額を算定する場合（CVM（来訪者等の評価に基づくもの）」参照。

### （イ）ヘドニック・アプローチ（顕在化したデータに基づくもの）

ヘドニック・アプローチとは、地域間の収益性・利便性・快適性の水準の差は地価水準の差に表れるというキャピタリゼーション仮説に基づき、便益を地価という指標を用いて貨幣尺度で計測する手法であるとされます（国土交通省「市街地再開発事業の費用便益分析マニュアル（案）〈平成30年度改訂第2版〉」参照。）。便益を間接的に貨幣換算するための費用便益分析手法の一つであり、事業によって生じる価値が土地の市場価格である地価に影響を与えることに着目して評価

するものです。地価を被説明変数、地価に影響を及ぼす環境条件を説明変数とする地価関数を推計し、それぞれの説明変数が地価に及ぼす影響を定量化します。

ヘドニック・アプローチによってエリアマネジメント活動の効果としての地価の上昇を把握する場合、単年度のデータのみでは効果を適切に把握できないことがあるため、複数年度のデータを用いることが推奨されます。

### **(ウ) 差の差分法（顕在化したデータに基づくもの）**

差の差分法（Difference in Differences：DID。以下「DID法」といいます。）は統計分析手法の一つであり、政策による因果効果を抽出する手法として、近年、活用が進んでいます（国土交通省総合政策局「インフラ経営の実践によるストック効果の分析のためのガイダンス」（令和6年5月）参照。）。調査対象を、処置を行う処置群と行わない対照群に分け、処置群の前後の差から対照群の前後の差を差し引くことにより処置の因果効果を計測する手法です。

DID法では、エリアマネジメント活動によって売上が増加したか又は人流が増加したか等を分析することが考えられます。また、ヘドニック・アプローチと同様にキャピタリゼーション仮説に基づき地価の上昇を把握することも考えられます。一方で、売上や人流については分析に必要な統計情報を容易に入手できるとは限らないため、データの収集方法も検討する必要があります。

## **③ その他の経済効果の把握及び受益額の算定（共同化による経費削減）**

エリアマネジメント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経費を経済効果とみなし、経費削減額から受益額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、警備や清掃を共同で行うことにより、受益事業者の経費の大幅な削減が図られています。なお、共同化によるメリットは経費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にもなり得ます。

高松丸亀町商店街振興組合では、電気・ガス・損害保険についても共同化することにより、1事業者当たりの経費を削減しています。

また、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事業者当たりの経費を削減しています（「参考4 共同化による経費削減の事例」参照。）。このような活動は、本制度の対象となるエリアマネジメント活動（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もあると考えられます。

## 参考4 共同化による経費削減の事例

### 香川県高松市丸亀町 共同化事業による各経費の比較

項目	単位	通常経費	共同化事業経費	削減額	削減率【%】
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

### 神奈川県海老名市扇町 共同化事業による経費の比較

項目	単位	通常経費	包括契約金額	削減額	削減率【%】
テナント事業者向け一般廃棄物処理	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、通常経費は一軒ごとに契約した場合の単価や契約額等

#### 警備・清掃（高松市丸亀町）

- 来訪者等の利便増進活動を共同で行うことにより、受益事業者が負担する経費を削減
- スケールメリットにより明確に経費が低減される受益額算定の例

#### 電気・ガス・損害保険（高松市丸亀町）

#### 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が負担する経費を削減
- エリアマネジメント活動に参加するメリットを明確な形で示す（合意形成を円滑に運ぶ材料となり得る）例

# 3

## エリアと受益事業者の特定の仕事

エリアマネジメント活動の経済効果を把握・受益額を算定した上で、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。

### (1) 基本的な考え方

#### 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みて一体であること
  - ➡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こと（商業エリア、業務エリアなど）

#### ② 区域の特定

- ・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区域となります。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区域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

- ・受益事業者は上記区域で事業を行い、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

#### ④ その他（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活動計画の内容によって決まります。また、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。

# 4

## 負担金の設定

エリアマネジメント活動による受益額の算定と受益事業者の特定を踏まえて、負担金の総額を算出し、個々の受益事業者への割振りを行っていくことが必要となります。ここでは、負担の割振り等の考え方について解説します。

### (1) 負担金の総額は受益額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に係る経費の総額を算出し、受益額の総額と他の財源の獲得可能性を勘案した上で、受益額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。

### 参考1 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となります。

詳細は、国税庁ホームページ「No. 5300 租税公課等の損金算入の可否と租税の損金算入時期」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（ただし、分担金及び賦課金等の負担金以外の例を含む。）

- ・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）

#### 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）

- ・賦課金の額を中心街である 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。

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

※ 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 B I D 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、B I D 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 （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（ホテルの業種にあつては0.2、物販、飲食、ボウリング場等の業種及び情報産業にあつては1.0、ライブハウスの業種にあつては1.5、映画館の業種にあつては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50m以内の事業所にあつては1.0、50mを超え150m以内の事業所にあつては0.8、150mを超え200m以内の事業所にあつては0.6、200mを超える事業所にあつては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B I D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B I D設立計画書の雛形では、負担主体が商業不動産（オフィスや店舗、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以下のとおりとなっています。

$$\text{年間負担金} = \text{係数1} \times \text{敷地接道距離} + \text{係数2} \times \text{課税評価額}$$

係数1は「50%×B I D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%×B I D年間予算額／地区内課税評価額の合計」で\$0.0024未満

（B I D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B I D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B I D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、負担金の算定に当たって、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受けられます。

## 参考2 海外都市におけるB I D税の負担金額

- ・海外都市におけるB I D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、B I D税を推計しました。
- ・各国・各都市の状況やB I Dの活動内容・規模によりB I D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㎡当たりのB I D負担金額

	デンバー	ニューヨーク			プリストル	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/㎡ (2018年)	94円/㎡ (2017年)	216円/㎡ (2017年)	301円/㎡ (2017年)	175円/㎡ (2018年)	483円/㎡ (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となります。また、受益事業者の納得感や信頼感を築くためにも、エリアマネジメント活動とその結果の報告を行うことが重要となります。ここでは、その活動内容等の報告に必要なデータ収集の方法についての考え方を解説します。

#### (1) 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章で示したとおり、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、エリアマネジメント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記載します。

#### (2) データ収集の内容

本制度に基づくエリアマネジメント活動の計画・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、エリアマネジメント活動の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ものと考えられます。

また、第2部第2章で示したとおり、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。

### (3) 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（大阪府大阪市、愛知県豊田市、北海道札幌市）及びデータ利活用のまちづくり（愛媛県松山市）の取組を行っている地区における歩行者通行量並びに行動の把握手法のヒアリング調査に基づいています。

#### ① 従来の人手によるカウント調査

- ・人手によるカウント調査は、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です。コスト面の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ことが一般的です。

##### ➡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月上旬又は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時とすることが一般的である。イベントの開催時間と事業者の営業時間等にあわせて調査を行う。

【引用・参考文献】「交通調査実務の手引」一般社団法人交通工学研究会 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

#### 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としては、大別して端末発信型と定点観測型があります。

▶ **(ア) 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、Wi-Fi、BLE（ブルートゥース）等によって入手する2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となります。データはプロバイダーから購入します。

▶ **(イ) 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保護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	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>データ保有主体からデータを入手</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>緯度経度により移動経路を詳細に把握できる</li> <li>屋内や地下では位置情報が取得できない場合がある</li> <li>絶対数の把握は困難</li> </ul>
	2) Wi-Fiデータ	<ul style="list-style-type: none"> <li>通過したWi-Fiアクセスポイントの位置情報を取得</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wi-Fiセンサーを設置することによる調査を実施</li> <li>データ保有主体からデータを入手</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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）</li> <li>屋内、地下、階数別でも位置情報を取得できる</li> <li>絶対数の把握は困難</li> </ul>
定点観測型	3) レーザーカウンター	<ul style="list-style-type: none"> <li>人やモノからの反射状況から通過人数を計測</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>レーザー機器を設置し、調査を実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>
	4) カメラ画像	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>任意に撮影した人が映り込んだ画像等を入手</li> <li>既設のカメラの活用も可能</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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）</li> </ul>

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

## 参考1 人手及び新技術を活用した4地区の調査内容の比較

- ・大阪市、豊田市、札幌市、松山市の各地区における歩行者通行量及び行動の把握手法の調査をまとめたものは以下のとおりとなります。

計測手法	大阪市 大阪梅田エリアマネジメント	豊田市 豊田商工会議所 豊田まちづくり	札幌市	松山市
人手	<ul style="list-style-type: none"> <li>●カウント調査                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-年数回、イベントや社会実験時に実施</li> <li>-歩行者・車両交通量を把握</li> </ul> </li> <li>●アンケート調査                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-回答者属性、来街目的、消費額、エリマネ活動への評価を把握</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●カウント調査                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-中活目的で実施</li> <li>-（カメラ設置前に）年2回実施</li> <li>-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</li> </ul> </li> <li>●アンケート調査                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-回答者属性、来街回数、空間の評価、要望等を把握</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●カウント調査                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-商店街の調査で実施</li> <li>-年1回実施</li> <li>-歩行者通行量を把握</li> </ul> </li> </ul>	—
新技術	<ul style="list-style-type: none"> <li>●Wi-Fiビーコン（端）*                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-IIR社団体の社会実験で設置</li> <li>-歩行者通行量、立ち寄り先、滞留時間を把握</li> </ul> </li> <li>●監視カメラ（定）*                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-民間（グランフロント大阪）が歩道に設置・維持管理</li> <li>-データは警察に提出</li> <li>-防犯用に設置したものであるため、IIRとしては活用できない</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●カメラ型自動計測装置（定）*                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-市が中活目的で設置</li> <li>-24h365日 19地点24台</li> <li>-歩行者通行量を把握</li> </ul> </li> <li>●駐車場サービス管理システム（定）*                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-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</li> <li>-駐車台数、滞在時間等を把握</li> <li>-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</li> <li>-ナンバープレートから住所の把握も可能</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●人流センサー（定）*                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-24h 365日 5断面300個</li> <li>-歩行者通行量を把握</li> </ul> </li> <li>●ビーコン（端）*                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-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</li> <li>-移動経路を把握</li> <li>-属性の登録は任意のため、全数は把握できていない</li> <li>-さっぽろ健康ポイントプロジェクトと連携</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●レーザーセンサー等（定）*                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-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</li> <li>-歩行者通行量、移動経路を把握</li> </ul> </li> <li>●プローブパビリ調査（端）*                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-市が実施</li> <li>-移動経路や、移動目的、移動手段等を把握</li> <li>-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</li> </ul> </li> </ul>

（端）\*：端末発信型 （定）\*：定点観測型

## 参考2 人手によるカウント調査事例

### 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。さらにアンケートや歩行者通行量調査、ベンチ利用調査などの従来の人手による調査とあわせて、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】 泉山墨威ほか「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」（公益社団法人日本都市計画学会 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）及び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

### 参考3 新技術を活用した調査事例

#### ▶ 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松山駅及び松山市駅前の広場改変事業を進めるに当たり、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関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か所）とステレオカメラ（1か所）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、人流（人数・方面別）をカウント。24時間365日データを取得し、チ・カ・ホの開放時間に限定したデータを抽出。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し、イベント時の効果測定の参考資料に用いられている。

【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

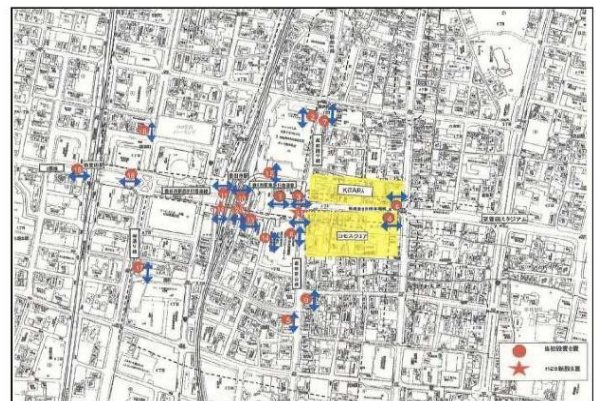
年間を通じた計測が可能であり、計測結果が正確である。また、過去の計測結果との比較が容易である。

#### 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）p.33

### ③ 歩行者通行量の調査手法のまとめ

#### (ア) 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調査は、イベント時等の年数回、数百万円の費用で実施することができます。
- ・ 新技術を活用した計測手法は、24 時間 365 日データを取得することができ、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りますが、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することも考えられます。

コスト面を考慮すれば人手による調査が中心で、新技術については、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。

#### (イ) 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、人流や歩行者通行量の把握に活用することも可能です。
- ・ 端末発信型のスマートフォン利用の場合、技術によっては、人流以外に歩行者の属性や行程データの把握が可能となります。
- ・ 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等の回遊誘導に発展する可能性も持っています。

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

エリアマネジメント活動の報告については、エリアの状況に応じて必要な内容を報告することとなります。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。

### (1) 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3で示したとおり、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となります。

活動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あれば、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想定されます。

エリアマネジメント団体、受益事業者及び市町村が納得感を持ち、互いに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となります。

海外のB I D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B I D制度では、5年など、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、活動が継続されるかどうかが決まることとなります。そのため、B I Dによってエリアがどのように変わったのか、どのよう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行っています。

本制度も受益事業者からの理解を得ることが重要となるため、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。

### (2) 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、エリアマネジメント活動の実施内容のみならず、エリアそのものがどのように変わったのか、エリアの価値がどうなったのかについて、エリアマネジメント団体自らでアンケート調査等（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、分かりやすいものにするの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あ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となって作成することとなりますが、可能な限り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と考えられます。
- ・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。さらに、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。

## (3) 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

- ・現状の日本におけるエリアマネジメント団体の活動報告書は以下のとおり、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となっています。

<p><b>活動報告書</b> 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><b>活動概要</b> 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。当該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算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	センター用地	<ul style="list-style-type: none"> <li>□税制改正説明会（年1回） 講師・税理士</li> <li>□地価動向報告会（年1回） 講師・不動産鑑定士</li> <li>□経済マーケットレポート（年1回） 講師・横浜銀行</li> <li>□事例研究 不定期 参考になる街づくりを実施する</li> <li>□懇親会（年1回） 会員間および三井不動産との親睦を固める</li> <li>□個別運用相談 相談内容により専門家を紹介</li> </ul>	別紙 土地会費テーブルに基づく 所有する土地面積に応じた口数 4,000円/口
	センター用地以外	<ul style="list-style-type: none"> <li>□駅周辺まちづくり助成金を活用した設備の設置・改修（防犯カメラの設置/プリンター&amp;ベンチの設置/駐輪場の設置など）</li> <li>□幹管理によるスケールメリットを活かした土地利用に係る費用の削減（火災保険/建物清掃業務/建物警備業務/電気保安業務 防火扉点検業務/資源ごみ回収業務/防犯カメラ設置費用 AED設置費用/その他</li> <li>□会員優待サービス（プロムナード店舗優待券/リコフチャーハウス利用割引/リコクリエイティブショップ利用割引など）</li> <li>□テナントリーシング</li> <li>□各種情報発信サービス（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）</li> </ul>	別紙 土地会費テーブルに基づく 所有する土地面積に応じた口数 5,000円/口  未利用地→未利用地（住宅・その他）テーブル使用
	海老名市	<ul style="list-style-type: none"> <li>□イベント受付窓口業務</li> <li>□警備業務（安心・安全）</li> <li>□清掃業務（清潔）</li> <li>□施設維持管理業務（奇麗）</li> <li>□放置自転車通報業務</li> </ul>	業務委託費
ソリキュベーションサービスの 会員の課題解決	住人	<ul style="list-style-type: none"> <li>□自治会機能による暮らしのサポート（回覧板の配布など）</li> <li>□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</li> <li>□防犯パトロールの実施</li> <li>□防災訓練の実施</li> <li>□扇町まちづくり情報誌「そらかせ」の配布</li> </ul>	3,000円/戸 （月額 250円）
	テナント事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>□支払い決済用カードリーダーの支給（クレディセゾン）</li> <li>□店舗の広告整備（広告フラッグ利用/サインage利用）</li> <li>□ホームページ作成費用割引</li> <li>□クリニック診療予約システム初期投資割引</li> <li>□エリアマネージメントイベント情報の提供</li> </ul>	36,000円/店 （月額 3,000円）
	BTS	<ul style="list-style-type: none"> <li>□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</li> <li>□歳時イベントの開催によるまちの賑わい創出</li> <li>□まちの安全、安心、綺麗な確保</li> </ul>	別紙 建物会費テーブルに基づく 延べ床面積に応じた口数 5,000円/口

BTS（ビルド・トゥ・スーツ）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

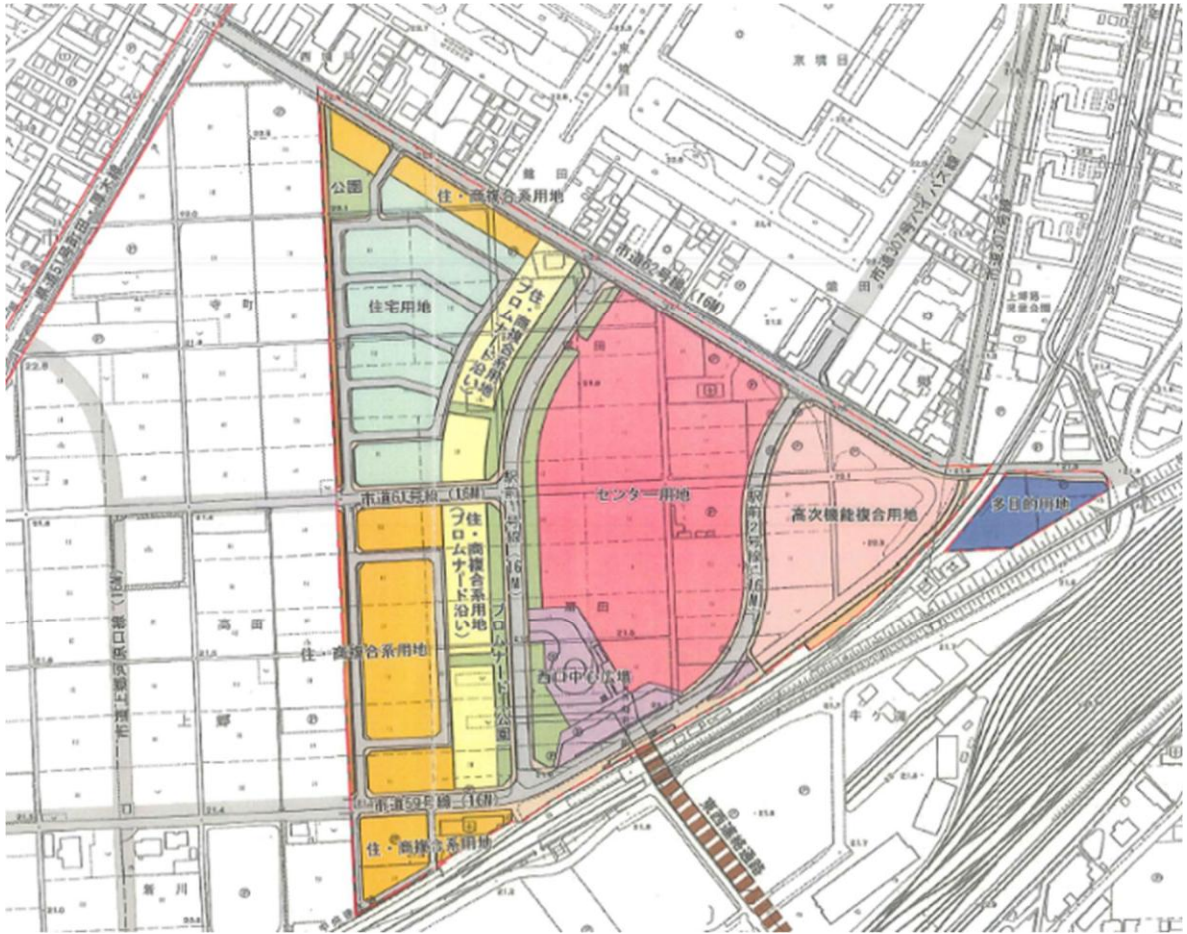


### IV-3 2018年度 活動報告（サマリー）

事業区分	事業名	施策名	成果指標	活動報告				評価	方向性	担当部会
				目標値	見込	達成率	前年比			
アセット 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%	適期	◎	継続 商業
		2 資産運用研修会（1回目）	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回目）	参加人数	20名	12名	60%	86%	H30/11	×	継続 センター街区
		4 資産活用先進事例視察会・質疑応答会	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%	適時	◎	継続 環境美化
		2 駅前周辺美化ツアー	回覧/参加人数	127/240名	117/307名	128%	153%	毎月	◎	継続 環境美化・住宅
	A3 海老名駅西口地区 施設管理運営	1 バックスペース活用事業	有料利用	5件	15件	300%	500%	適期	◎	拡大 公共施設
		2 自転車充電設備	月額販売台数	2000台	2,039台	102%	121%	適期	◎	拡大 公共施設
		3 海老名駅西口特定公共施設前定管理	実施率	100%	100%	100%	100%	適期	◎	維持 公共施設
	A4 まちづくりファンド活用	1 まちづくりファンド活用	計画策定	計画策定	未実施	-	-	-	×	拡大 公共施設
	A5 賑わい創出	1 「海老名駅アワードパーク2018」	来場者数	1,500名	1,500名	100%	100%	H30/5	◎	拡大 公共・プロ
			2 「扇町おもいで祭り2018」	来場者数	10,000名	12,500名	125%	128%	H30/8	◎
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%	100%	H30/11	◎	拡大 公共・プロ
5 ソリキュベーション ST 敷地管理			来場者数	6回	6回	100%	100%	H30/11	◎	継続 プロモーション

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HPほか

## (4) アメリカ・イギリスのB I D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B I D団体による年次報告書は、B I D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、B I D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開発及び投資、②オフィス床及び企業、③雇用、④大学及び学生数、⑤住民数及び住居、⑥人口動態、⑦小売業及びレストラン、⑧モビリティ、⑨パブリックスペース及びそこで行われる活動、⑩観光及びアトラクション等が設定され、特にB I D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、前年比で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（2018）「まちの価値を高めるエリアマネジメント」、学芸出版、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

- ・回収したゴミ袋の数、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、バンダー（屋台など）数、歩行者数の増減、公園を訪れた犬、人、子どもの数等
- ・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）

#### ▶経済発展

- ・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B I D（アメリカ）

ダウンタウンボストンB I D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、B I D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、B I D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（2018）「まちの価値を高めるエリアマネジメント」、学芸出版、pp. 100-102

## ▶ ダウンタウンボストンB I D 5か年活動レポート



### ③ ノッティンガムB I D（イギリス）

ノッティンガムB I Dでは、デザインを非常に重視した5か年報告書／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。

エリアマネジメント活動については、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、B I DメンバーによるV I P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のB I D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見受けられます。

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

