

第2回中心市街地活性化推進委員会 議事要旨

日時：平成25年8月30日（金）10:00～12:00

場所：内閣府庁舎5階 特別会議室

出席者

横森委員長、秋葉委員、足立委員、阿部委員、原田委員、古川委員、村木委員、森川委員、山崎委員

議事次第

委員からのプレゼンテーション

足立委員：中心市街地の再生と空き店舗・未利用地の有効活用

阿部委員：中心市街地等における商店街活性化

原田委員：まちの性格と中心市街地活性化

森川委員：ICTを活用したまちづくり

議事要旨

委員からのプレゼンテーションを踏まえ、自由討議において以下のような意見があった。

(A委員)

- 都市構図を含めた抜本的な改革を今やらないと効果がない。
- 地域の実情に合った機能の集約が必要。
- 地域の拠点をネットワークとして結んで、全体として中活を位置づける必要がある。

(B委員)

- 中心部はインフラが整っているので、新しく作るよりも有効活用することによって、内需拡大に寄与する。
- イギリスでは、モータリゼーションや郊外型が必ずしも中心部の衰退につながっていない。また、中心部の商店街の品揃え悪いということも必ずしも理由になっていない。
- 土地の流動化が最大の問題である。
- 戦後の農地改革以降、土地の所有権が分散して、個人の財産権と土地の利用権の問題が今になって顕在化している。

- 土地所有者が財産を守るという話とまちが元気になるという話が乖離している。
- 家賃が高かった過去の経験や土地への愛着に対する値段が上乘せられて賃料が高くなってしまう。
- 地権者が少ないと民間ベースで再生しやすいが、所有権が分散していると第三者の介入が必要になる。
- 無償で貸すことによって利用が促進されれば、地価もおのずと上がってくる。
- 新規入居時の家賃を相場より低額に設定し、テナントの利益が出たら家賃に反映させることで成功した事例がある。
- 住宅地と同様に、商業地を有効活用した場合に固定資産税の減免措置などのインセンティブ付与を検討すべき。
- 上手くいっているまちにはリーダーがいる。

(C委員)

- 空き店舗を貸さない理由として、2階に住んでいる場合が多いので、音がうるさくなる、飲食店だと火が出る心配、出入り口が1階に一つしかないことなどが考えられる。

(D委員)

- 大きな問題の一つが区画で、土地が縦に分立されて、うなぎの寝床の店舗形態では、商業活性化には無理がある。
- 中活がなかなか進まない要因の一つは地方議会で、中心部の税収で郊外の農地や道路が整備されてきたと説得するしかない。
- 通行量や空き店舗だけでなく、税収についても成果が問われる。

(E委員)

- お客様にお勧めしたいものを自らが探すことによって、自分の店の強みや良い店にするためにどうすべきか勉強できる。
- 商店街やまちの人が、夢物語を思い描けないと、行政がお手伝いしても、まったく動かない。
- 商店街はメンバーチェンジして、若手が起業する仕組みを作る。
- 人が集まると、そこに市場ができるので、個店が商いをする仕組みができる。
- 商店街の中にアクティブシニアが活躍できる施設があると良い。
- 商店街が大家さんとの仲介に入ることで、出店希望者との信頼関

係が生まれ、割安な賃料で貸してもらえる。

- 中心市街地の推進役として、商店街の組織では難しいので、まちづくり会社の役割が重要になる。
- 合併で3つの商店街が三階構造になると、ある商店街を中心市街地とすると、他の商店街からクレームがくるので決めにくい。

(F委員)

- 目標がある程度画一化されており、どんなまちであろうと、通行量を増やすことが最大のテーマになっている。
- 小さなまちでは差別化による生き残り、特に地方では観光が重要。
- まちに愛着を持つ人たちを増やすことが大きなテーマとなる。
- 小さなまちには、自分の生きがいとかやりたいことを中心に、成長を目指さない価値観もある。
- 中活計画の認定とインセンティブが、郊外開発のメリットに勝てない現状がある。

(G委員)

- まちづくりには、データを集めて現状を把握し、それに基づいた未来を予想して、そこから政策につなげていく仕組みが必要。
- 行動履歴情報をまちづくりに活用すべき。
- 自治体は、まちづくりのための膨大なデータを有しているので、これを公開して、有効活用すべき。
- まちづくりは、縦割りの補助金や行政制度では動かないので、横の連携をしっかりと作りながら進めるべき。

(H委員)

- 中心市街地活性化には時間軸が重要。
- イギリスでは郊外型の立地規制の一方で、中心部では強制収用をやってきた。
- 土地の集約について時間をかけて考えていくのか、メスを入れていく形で積極的にやっていくのか考えるべき。
- 空き家をどうやって市場に流通させるかは、1対1でやっても限界がある。

以 上