

第 4 回 中心市街地活性化推進委員会 議事要旨

日時：平成 25 年 10 月 29 日（火）14:00～16:00

場所：中央合同庁舎 4 号館・1214 特別会議室

出席者

横森委員長、秋葉委員、阿部委員、関委員、原田委員、古川委員、森川委員、山崎委員

議事次第

事務局からの説明

中心市街地活性化に係る制度・運用の主な論点

議事要旨

事務局からの説明を踏まえ、自由討議において以下のような意見があった。

(A 委員)

- 地方も共稼ぎの人が多く車に頼らない生活は考えられない。
- 車が便利な生活を考えると郊外のロードサイドにお店がいっぱいある方が生活しやすい。
- 年金・医療にしても、ネガティブキャンペーンになってしまう。
- このまま放っておくと将来大変だということを言わないと、本当の意味の重大さがなかなか理解できない。
- コンパクトシティの問題で、街の中に機能集約をして居住を増やすというのはいい。しかし、金持ちでない限り、郊外に住んでいる人たちが家を処分して中心部に移り住むのは難しい、だからうまくいかないというような論調は、非常に偏っている。
- 団子と串の議論で、中心の拠点と周辺の地域拠点をうまく活用していかないといけない。
- 例えば市の総合計画とかマスタープランが全く一般化しない。きれいな絵が描けても、議論が十分浸透してなく市民も参加していない。プランに基づいた実際の政策を行っていくことが必要。
- イギリスだとプランを作るときはネットやショッピングセンタ

- 一でのパネル展示等で説明する。そうしたきめ細かい対応が必要。
- 複数拠点について、例えば、清水と静岡それぞれ個別に計画を作るのではなく、静岡と清水とそれからいくつかの地域拠点を全部ひっくるめた基本計画を作り、その中で機能の充実、各拠点の分担を明確にする。あくまでも中活の基本計画はその市町村が一つ作成する。いたずらに基本計画だけ増えていって選択と集中にならないというような話ではない。
  - イギリスではKPIは基本的に決まっている。一番重要なのは通行量で、どう変化してきたか毎月発表したり都市間で比較をする。
  - この指標で比較するとどこの街が1番とか最下位とか非常にはっきり出る。全部明白に示した上で議論が出発する。
  - 大体土曜日の通行量で、イギリスの多くの街はセンサーが街中に設置され自動的にカウントする。だから全国的なデータ収集ができる。
  - Key Performance Indicator はあくまでも Key であり、それにプラスしてというのは地方独自のもの。Key Performance に関しては歴年データと横のボーダー圏の比較、これをやるべき。
  - PDCA は非常に大事。プランを作っても Do・Check が十分に行われない、それを見直した新たな事業も全くできていない。
  - 重要なのはプランを作ったときの現行データがあること。PDCA はお題目ではなくて実際にそれに基づいてデータを取って公表すること。
  - 5年じゃなくて1年たったら報告書としてこういう事業をやって十分成果が出ていない、指標を取ってみるとこれが欠けているとかはっきり示し見える化することが大事。
  - イギリスでは、自主事業の収入ということである駐車場は大きい。私営の駐車場が多く管理を全部引き受けると、そこから上がる収入が莫大でそれを元に活動している事が多い。
  - TMO が自主財源事業でなにか始めると民営圧迫だとかよく言われたこともあった。要するにそういう事業にあまりにも偏り過ぎて本来の街作りのほうがおろそかになるというのはあると思う。

(B委員)

- 収支のサステナビリティの観点からいうと、まちをコンパクト化しなければならない。

(C委員)

- 今後の方向性は、コンパクトなまちづくりであり、各地域の資源、歴史を活かした特色あるまちづくりが求められる。
- 各々のまちが機能分担的に存在するのではなく、一つのまちにまちの機能がバランスよく集積すべき。
- 民間企業に直接的な支援をすべき（戦略補助金の復活）。
- 何のための中心市街地活性化なのかということを経済自治体が理解しないとイケない。
- 4事業の基準は必要。
- 中活計画は、まち全体を考えることとすることを経済自治体は認識すべき。
- 中心市街地活性化基本計画というネーミングを変えてはどうか。
- 認定期間5年の見直しを検討してはどうか。

(D委員)

- 地方が人口減と高齢化する中で、まちづくりの衰退をどう止めるかという構造改革をする必要がある時に、この中活制度を使うと良い。
- 中活法のメリットは以下の5点と考えられる。①中心市街地を考えることで、郊外部を考えることになる。大店法、農地の問題も同時に考えることができる。②都市政策と産業政策を同時に、ハードとソフトを同時に調整することができる。③市民の行動様式もしっかりと把握することができる。④行政と民間の役割分担ができる。⑤活性化協議会という法定の場を設け、総合調整ができる。
- 協議会は、調整はするが実行はしない。実行はまちづくり会社に任せるべき。
- 各地域において、産業をどう捉えるかについて考えることが必要。医療も重要。
- 目標数値は、基礎データとして統一したデータは必要。
- 何を以て「活性化」とするかについては、国があまり指導しないで自由な議論の中で地域がそれぞれの目標の数字を立てるこ

とが重要。そのプロセスがまちづくり。

- 4 施策については手法としては必ずパッケージで行うというような位置付けが必要だと思う。中活は構造変革を求められているから、せめてこの四つぐらいは総合的に議論をしてほしい。
- 協議会の事務局をどこに置くのかは重要な問題。
- まちづくり会社は、4 パーセント公共事業が入ると特定会社として作ることができるが、現在は議会の関係もあり、設立は非常にハードルが高い。そのため、市長が認めた民間企業で、まちづくり事業が出来る業者については、まちづくり会社として認定又は指名をするというのはどうか。地区によっては複数、もしくは事業ごとにそれぞれ持っていて良い。もうすこし柔軟に考えてほしい。
- まちづくり会社は、収益事業と公共的な事業の両方を実施する二重構造になっており、1 段階目の基盤があんまりにも脆弱なので、本来やるべき事業に力を注げない現状がある。今回の法改正の中には支援メニューを入れてほしい。
- 人材育成のプログラムをもう一度真剣に作る。5 年くらいは公費を投入する仕組みが必要。

#### (E 委員)

- 中活とは街の将来をちゃんと考えること。
- 農地、自然、歴史、文化等の保全と、暮らしやすさ、便利さ、快適さ等のバランスが重要。
- 中活の基本理念や制度、目的の中に長期の視点、将来日本がどうなっているかについての視点が必要。
- 大型店や車を使わないというわけではなく、それらのある程度コントロールすることを中心に考える必要がある。
- ネガティブキャンペーンだと賛同が得られにくいため、まちなかに集約して暮らしたほうが楽しいし、将来や収入の向上が見込める、というポジティブなキャンペーンが良い。
- まちづくり会社の収入源は、多様な財源があってよいと思う。

#### (F 委員)

- 中心市街地活性化イコール商店街の活性化ではない。
- 公費を投入してまで、商店街を再生させる必要があるのかという意見がある。

- 郊外に展開された都市機能を、正しく縮めて行政コストをカットしないと自治体は財政的にもたない。
- このまちで生活してみたいと思えるまちづくりをすることが最も合理的。
- 中心部に集めて郊外の農地を再生すべき。
- 中心部のマンションを安価に提供できる仕組みづくりが必要。
- 税収の推移も評価の対象に加えるべき。

(G委員)

- 中活は、将来に向けて考えるきっかけを作ってくれる役割がある。それを考えないと今どうすべきかわからない。
- 例えば、過疎地で中山間地ならどうなるのか等、ワーストケースを考えておくこと。
- 結局自治体から見ると税金の話になる。税収率や税収の支出増で将来どうなるのか、中山間地の多い市はどうするのか中活を契機に考えていくことで住民の理解も得られる。
- 一番重要なのはデータの公開。自治体が公開すれば、日本全国のエリアでそれを使ったアプリ等見える化をする人が出てくる。それを参考に他の市町村に展開される。
- アメリカはもう全部公開されているので、国民がチェックできるし、それを将来予測していくことができる。
- データの種類に加えて量を集めてもらえるような動機付けがあるといい。うまいシステム作りをすれば多くのデータ集まる。
- 諸外国ではアイデアを広く集めようとウェブ上でのコンテスト形式がはやっている。
- 例えばワシントン D.C だと Apps For Democracy、イギリスだと Show Us a Better Way、ニューヨークだと Big Apps とかやっぱり街に何かこれやらなくちゃいけないというのを集めるための方法、仕組み。そういうのも地道に考えていくべき。
- 或いは、アイデアチャレンジャーというのもあり、ニューヨークでは1件当たり入賞すれば100ドルぐらい。
- 例えば空き家のデータがあるから、それでスマホ上でアプリ作ってもらって優勝賞金いくら等、そういうやり方も今世界ではトライはし始めている。

(H委員)

- 中心市街地活性化＝商店街の活性化では、市民の耳を集めることはできない。
- 活性化が何を意味するのかについて、もう少し分かりやすく説明しないと街全体の影響に結びつきにくい。商売だけではなくコミュニティの話も必要。
- 市民が夢のような暮らしをすることが、街が「活性化した」ということであって、これは人口が増えたとかお金が儲かったということとは少し違う、それだけではない価値だ、ということをごのくらい明示できるかが重要。
- 最悪のシナリオと、ベストケースの両方をそれぞれいくつか想定しておく必要があると思う。
- 情報発信としては、ワークショップで100人集まったら、その人たちがそのツールを使って10人ずつ自分の親戚とか知り合いに説明する、といったアナログな手法が効果的。
- よそ者であることは強い。地域の中でも、一部の人たちはよそ者が現れるのを待っている。
- 地縁型のコミュニティは今弱っている。逆にテーマ型コミュニティが増えている。テーマ型のコミュニティが100ぐらい地域にあるのであれば、中心市街地にその人たちをまず呼んでくるところからスタートしようという発想から始めたのが延岡の事例。
- 地元まちづくり会社をやっている人がいても、あえてよそ者に頼むということがある。よそ者だからできることがある。

以 上