

民間主導のまちづくり タスクフォース報告書

～ 民間の創意工夫に基づく持続可能なまちづくりに向けて ～

2018年3月

日本商工会議所 地域振興部
民間主導のまちづくりタスクフォース

あなたのまちの20年後はどっちだ？



はじめに

「民間主導のまちづくりタスクフォース」は、まちづくり・農林水産資源活用専門委員会および社会資本整備専門委員会のもと、和歌山大学の足立基浩副学長を座長に迎えて設置、数回にわたる議論を重ね、本報告書が作成されました。

21世紀に入る前の日本はインフラ投資をすれば、豊かな人口をベースに、ある程度の地域再生がもたらされました。しかし、今は人口減少が定着しつつある時代。新しい仕組みづくりが必要となっています。

それは「民間」が今ある資源を有効に使い、自分たちのアイディアで‘稼ぎ’を意識できるようなまちづくりです。

行政は側面から、まちが健全に育つように規制緩和を含めた「利用」のお手伝いをする。つまり、今ある資源を利用し、価値を生み出す主体である地域住民、民間が、まちづくりに十分に参加できるようにすることです。

その結果、例えば地価があがるかもしれません。それは、地域住民の厚生（満足度）を増大させ、企業の参画をもたらし、税収も増えます。

まちづくりとは、つまり、こうした民間がまちをベースに稼げるような仕組み（正のサイクル）を育てるための作業なのです。その意味では「まちそだて（育て）」の視点が重要となるでしょう。

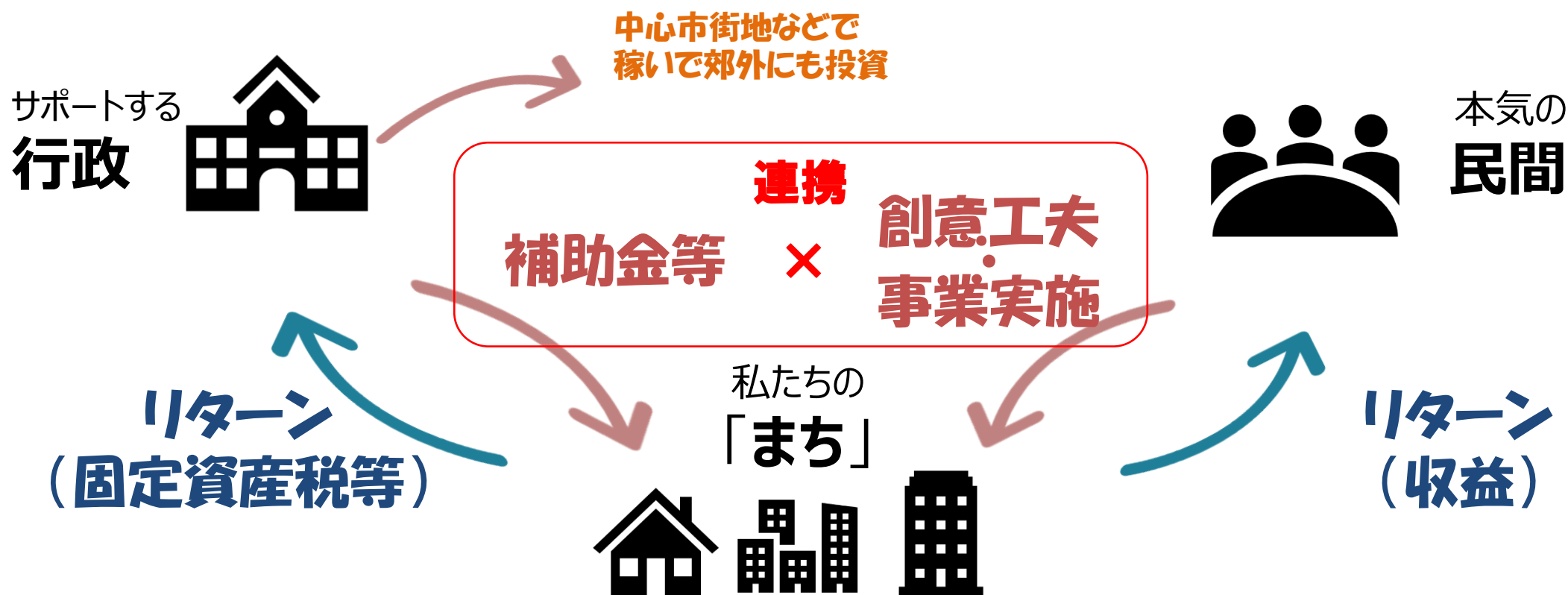
商工会議所の強みは「民」の視点です。皆さんが本気になれば、まちは魅力的な姿に育ち、住み続けたいくなるような人情味あふれるものとなります。

本報告書には「商工会議所目線」の具体的なヒントが詰まっています。ぜひ、ご一読ください。

2018年3月
日本商工会議所
地域振興部

本報告書で伝えたいこと

- 一般的に、魅力ある「まち」は人が集まり（にぎわい）、経済活動が活発に行われる（消費）、という循環のあるところだと言え、それは集客機能が集中した中心部（市街地）を指すことが多い。
- 魅力がアップすることで地価が上がり、自治体の固定資産税収も増える。
- 元来、地価が高い（固定資産税収が多い）まちの中心部にお金を使う（まちづくりの投資を行う）ことで、まちの魅力がさらにアップしてにぎわい、消費、そして地価が上がるという好循環が生まれる。



第1章 いまが分岐点

1. 人口の長期推移
2. 世帯数の長期推移
3. 人口の減少
4. にぎわいの消失
5. 地域の投資価値（魅力）の減退
6. いまが分岐点

第2章 20年後の「まち」の姿

1. 失敗する「まち」
2. 求められる新しい視点
3. 成功する「まち」のイメージ

第3章 民間主導のまちづくり・まちそだて

1. 「民間が主導し、行政が支援」の必要性
2. 新しい潮流
3. 実践者の想いと行動
4. 「本気」のまちづくり・まちそだての事例

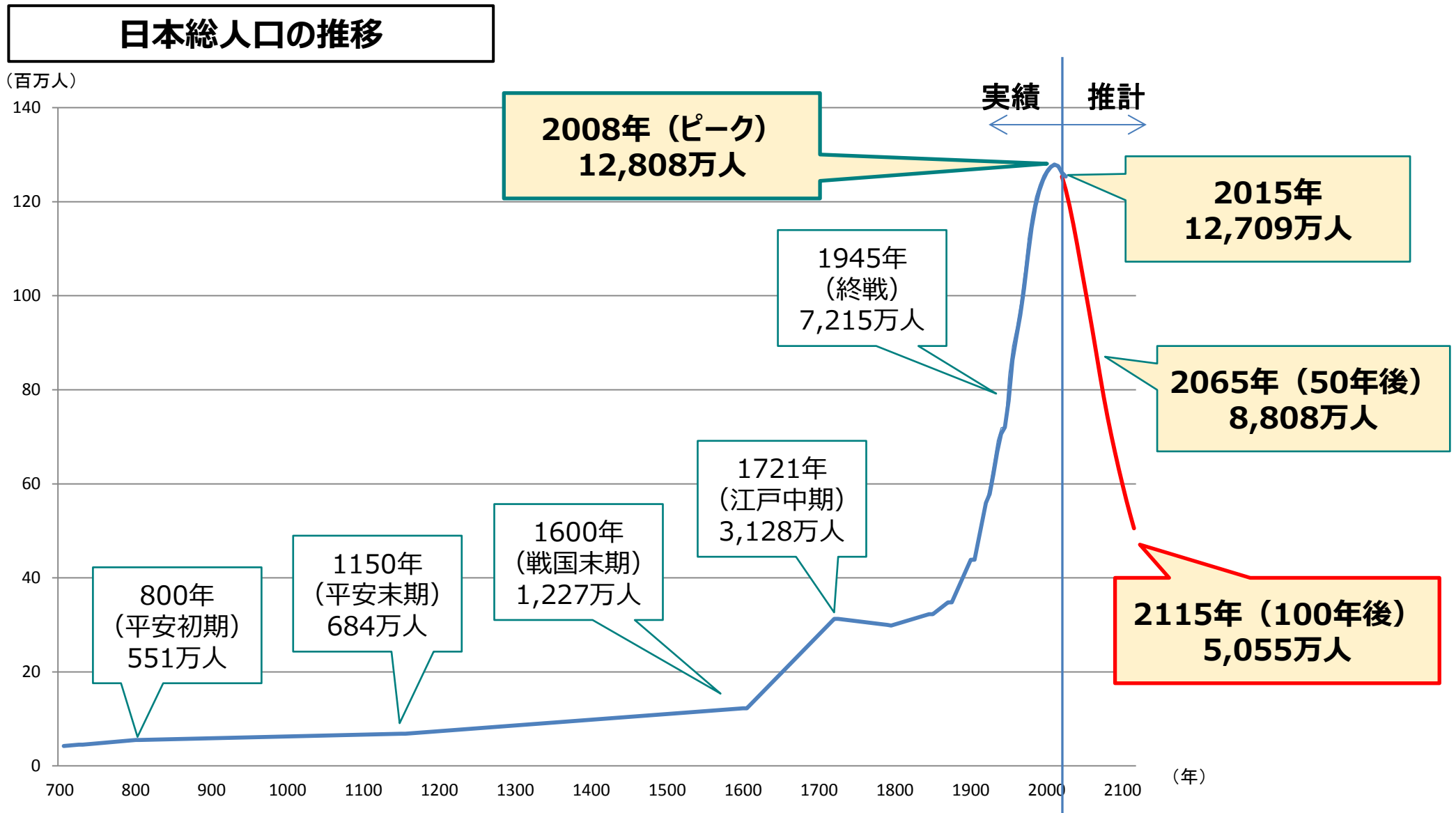
第4章 まちづくりに対する施策等

1. まちづくり関連法制の変遷
2. これまでの日本商工会議所の意見等
3. 政府対応の現状等

第1章 いまが分岐点

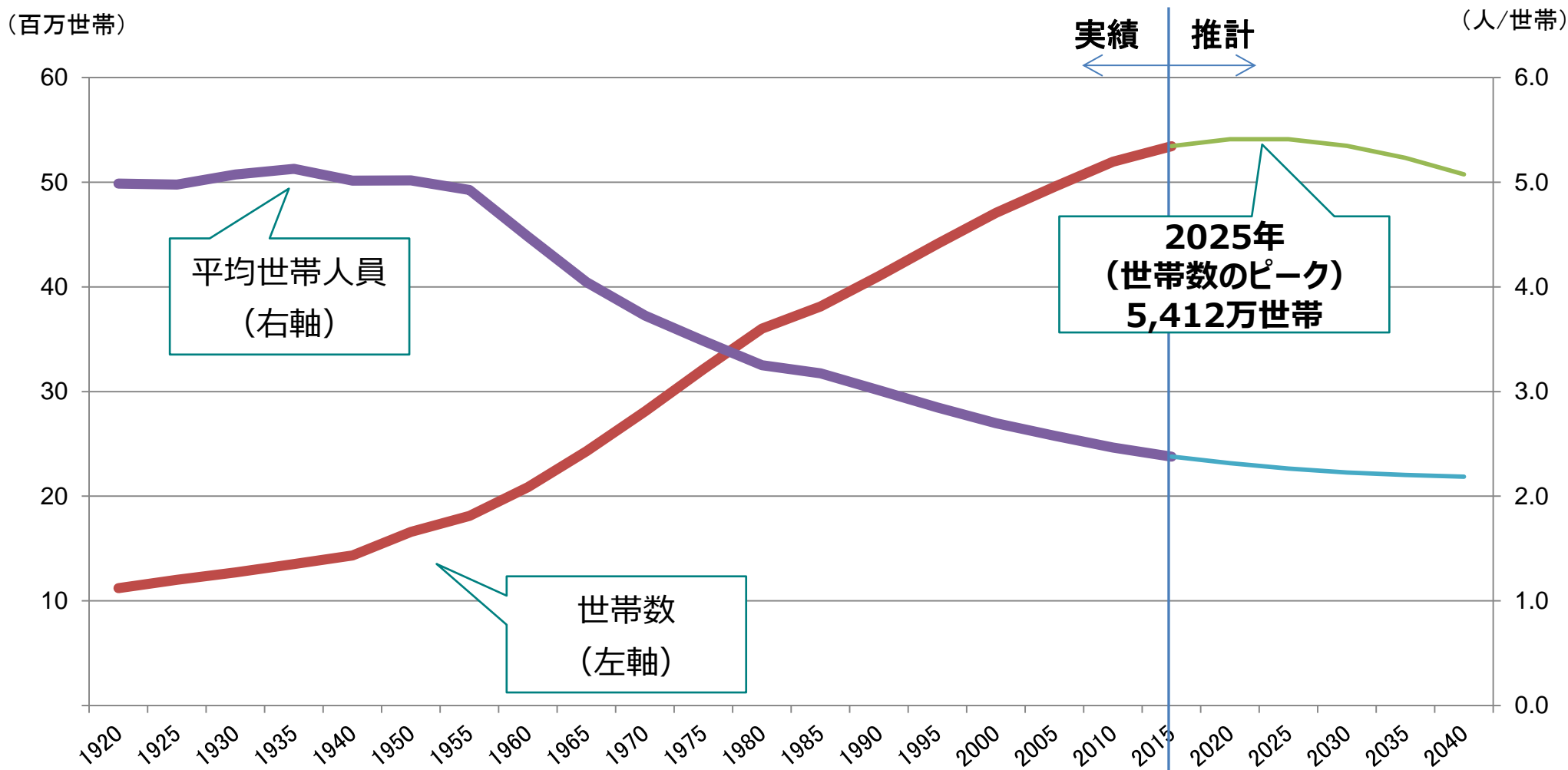
1. 人口の長期推移
2. 世帯数の長期推移
3. 人口の減少
4. にぎわいの消失
5. 地域の投資価値（魅力）の減退
6. いまが分岐点

1. 人口の長期推移



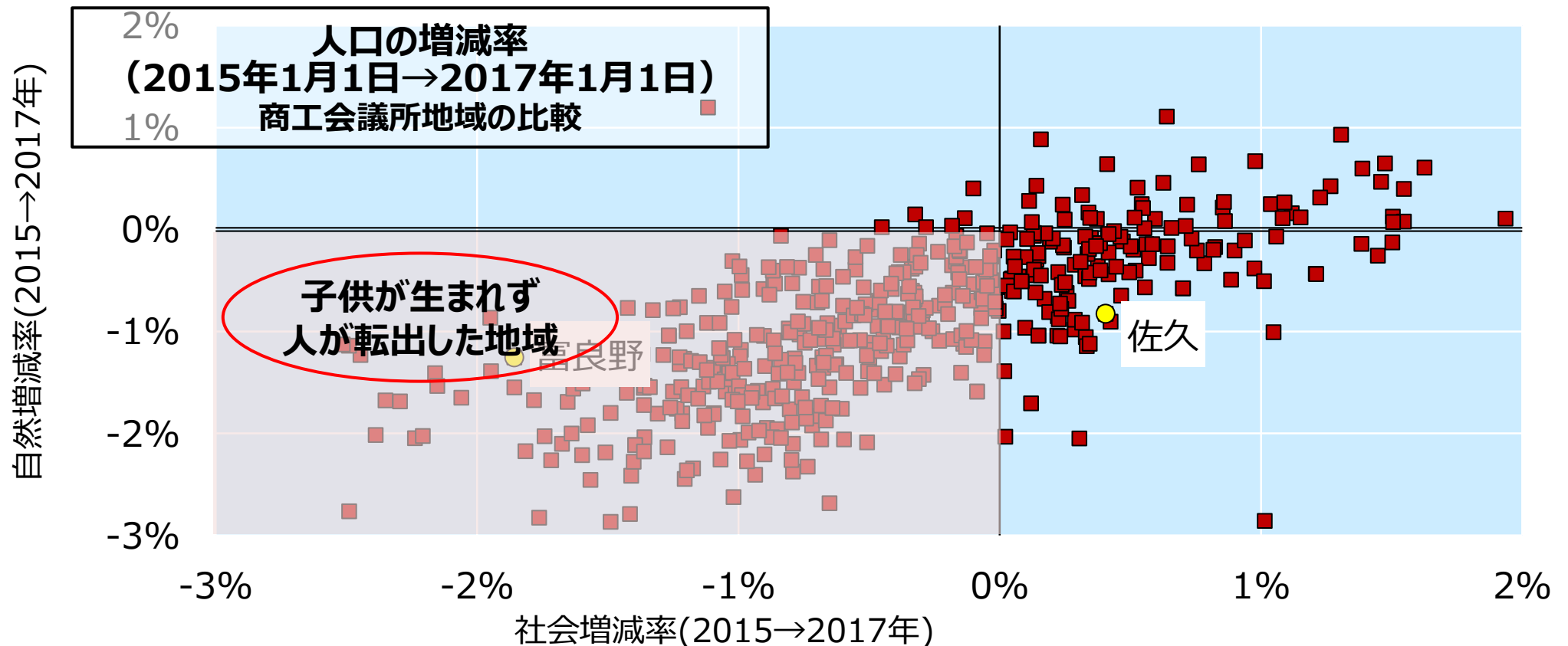
2. 世帯数の長期推移

日本総世帯数の推移



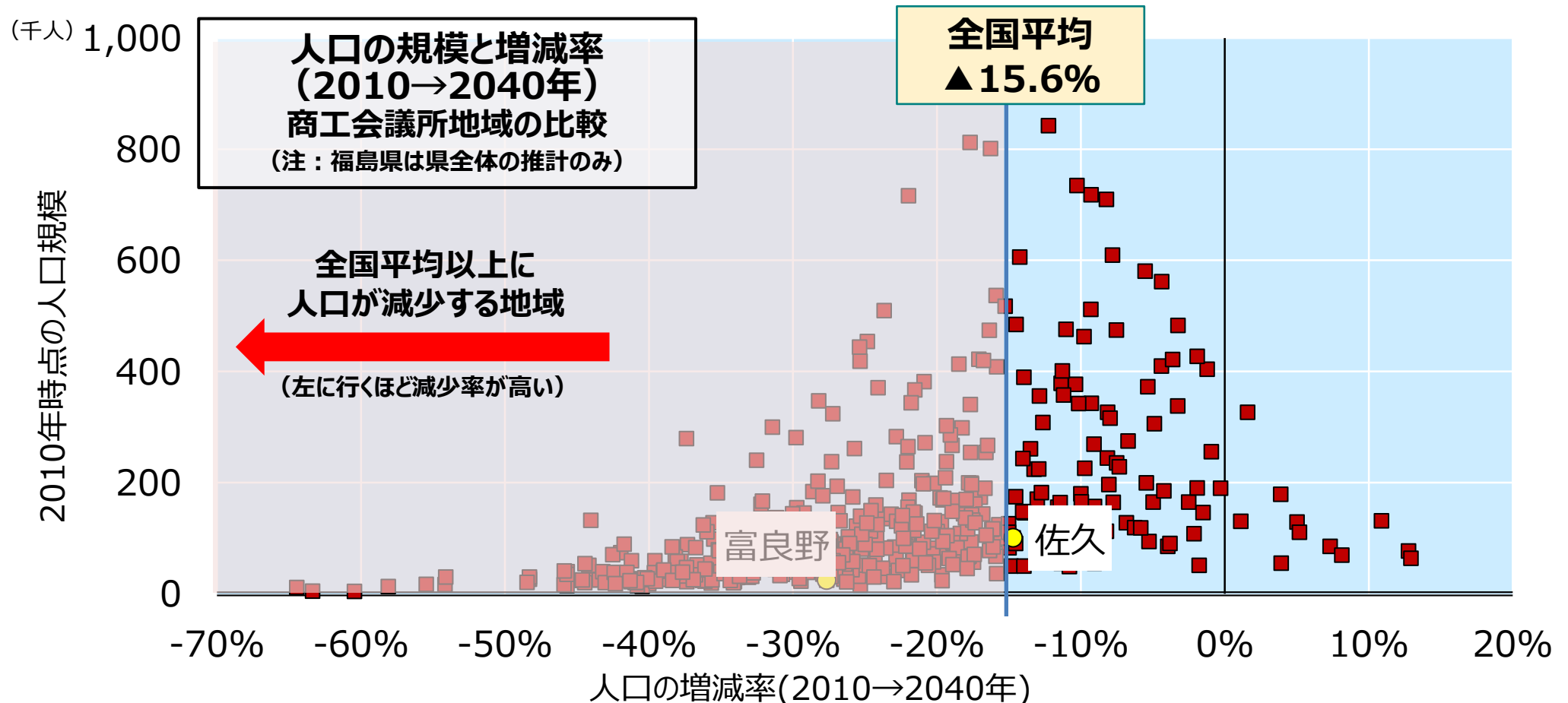
3. 人口の減少① (あしもとの状況)

- 地方創生元年といわれる2015年から、間もなく、4年目を迎えようとしている。
- 残念ながら人口減少に歯止めはかからず、全国の商工会議所エリアの約7割にあたる352地域が、出生の低迷（自然減）と人の転出（社会減）のダブルパンチを受け続けている。
- このまま人口が減少し、居住地が拡散すれば、地域の商業が衰退する。また、そうした地域には工場も立地しなくなり、工業も衰退する。
- 商工会議所としても、行政任せにせず、「まち」づくりに取り組む必要がある。



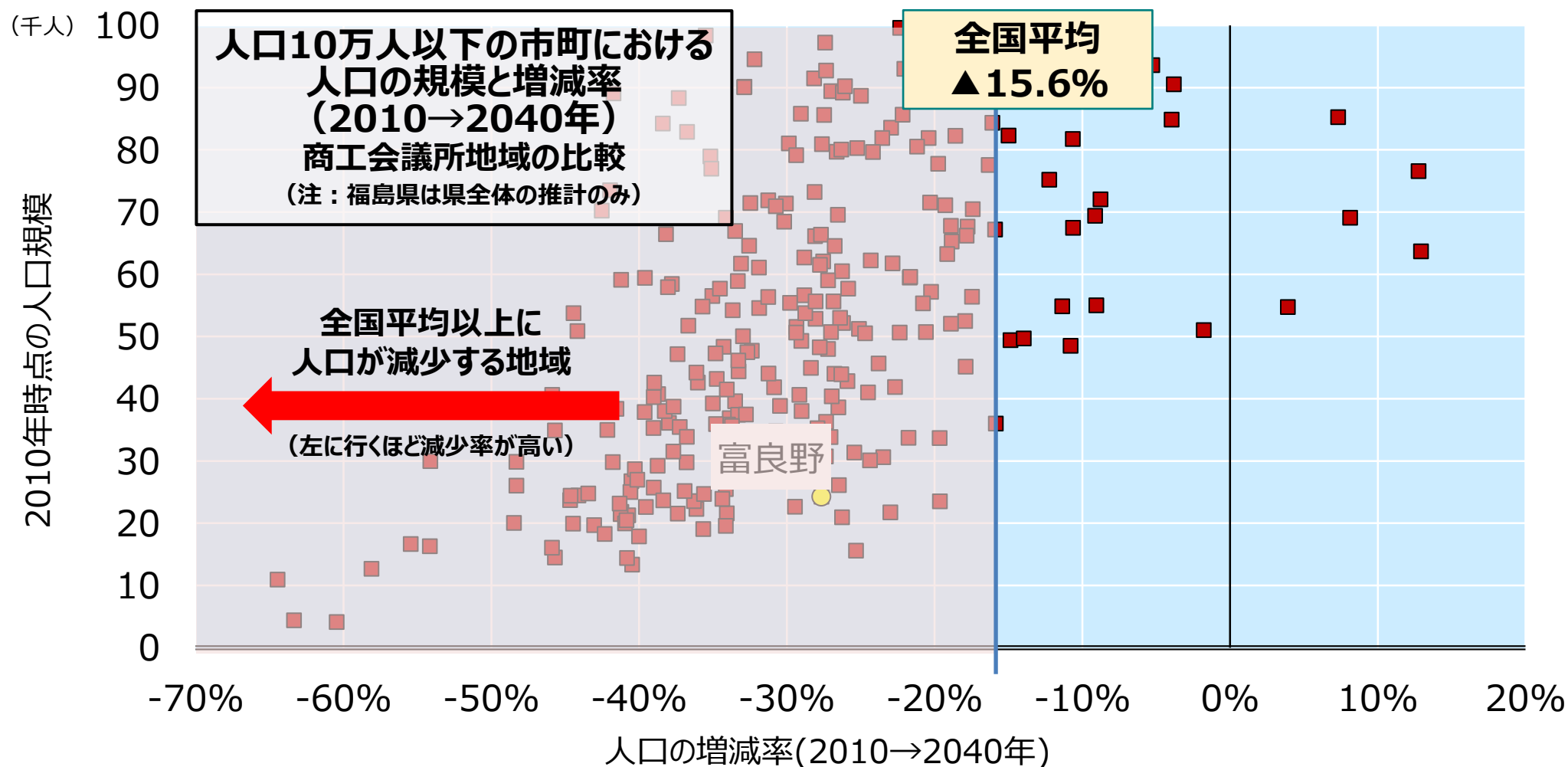
3. 人口の減少② (将来の人口)

- 今後20年で、全国の商工会議所エリアのうち全国平均以上に人口が減少する地域は7割を超える。
- 企業経営における課題解決は、「危機の認識」「課題の共有」「対策の検討」「対策の実行」の4段階が必要で、経営者には、見えにくい危機をいち早く「認識」し、組織として課題を「共有」する努力が必要である。
- 地域総合経済団体たる商工会議所こそ、地域における危機を認識し、地域として課題を共有しなければならない。



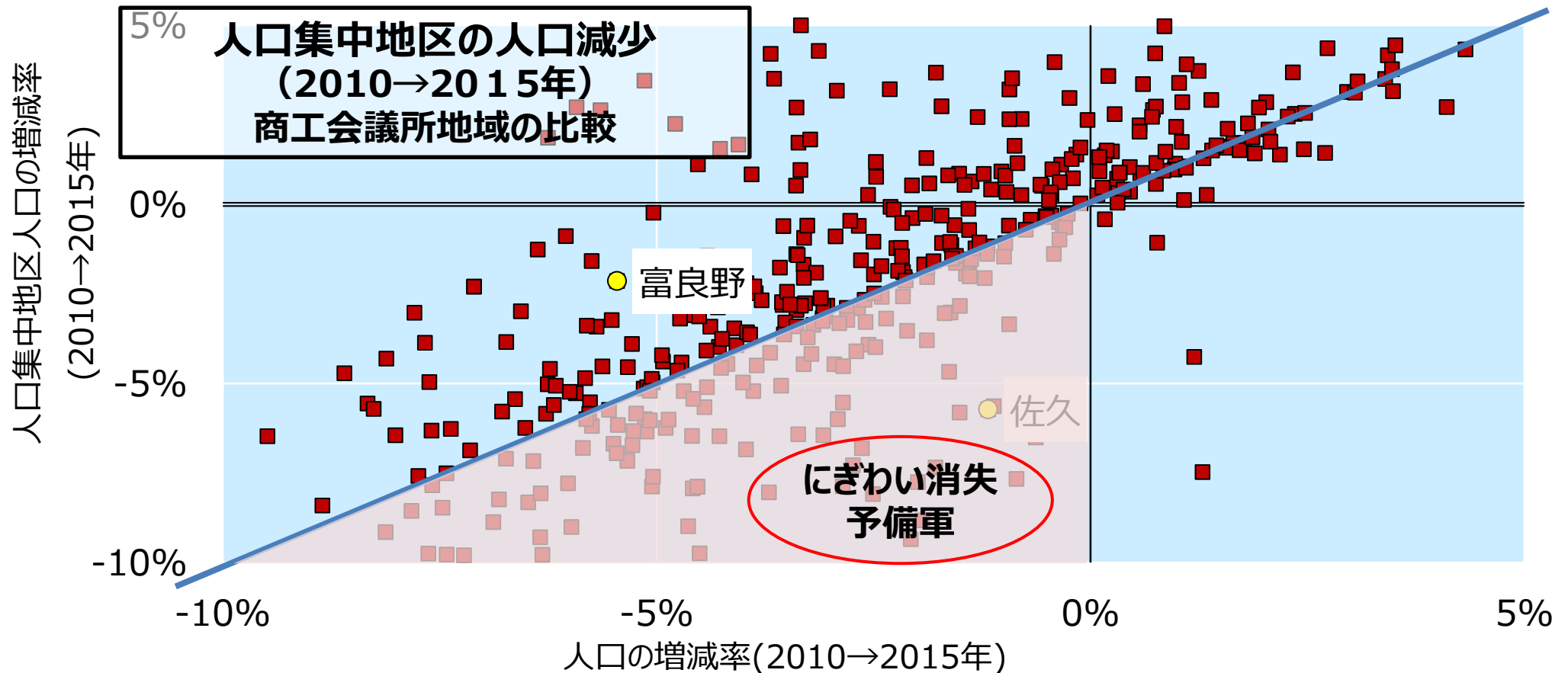
3. 人口の減少③ (人口10万人以下のエリアの将来人口)

- 全国の商工会議所エリアのうち、2010年時点で人口10万人以下の地域は6割近くにのぼる。
- そのほとんどの地域で、全国平均以上に人口が減少する見込みである。



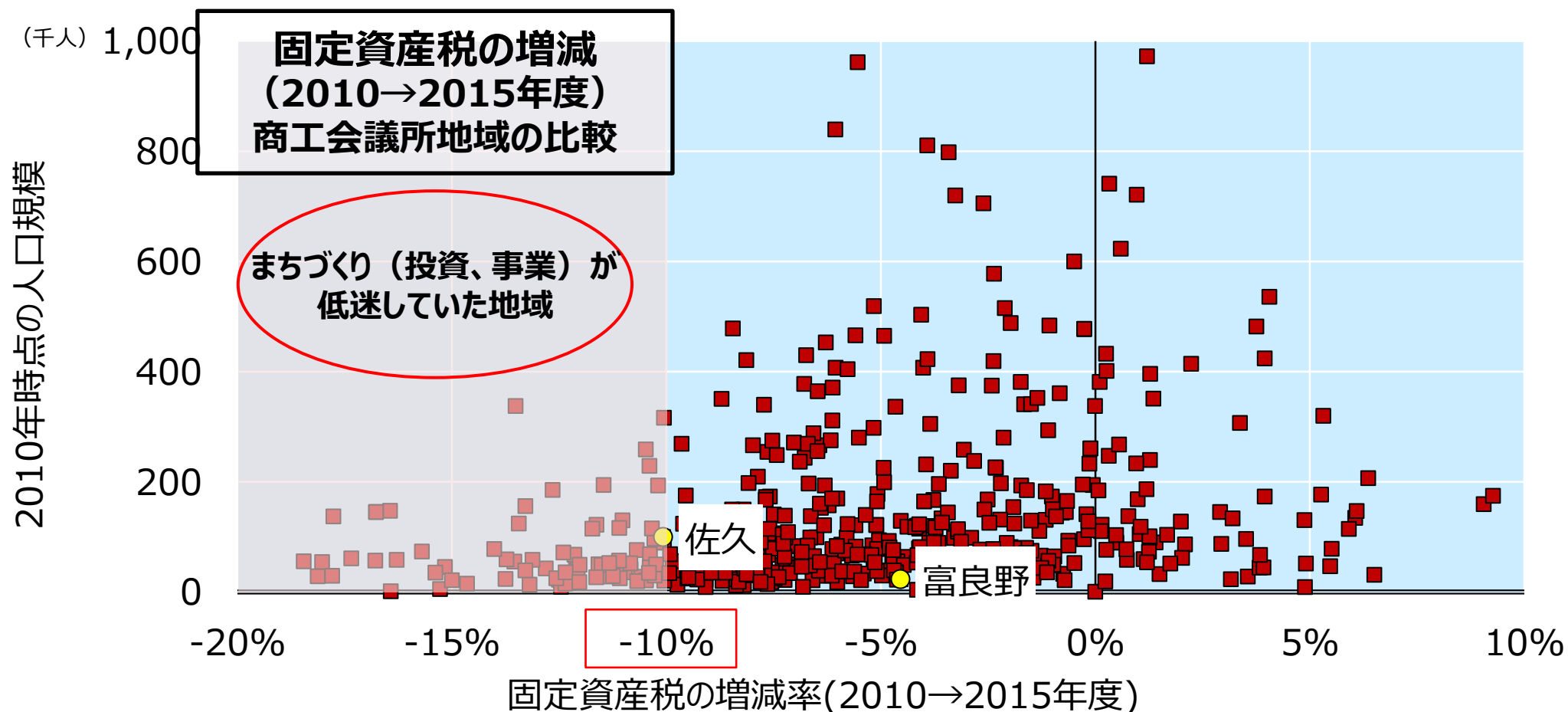
4. にぎわいの消失

- 全国の商工会議所エリアの中でも、人口減少によりにぎわいの基礎となる人口集中地区*が消失している地域が現れはじめています。
- 2015年時点で人口集中地区がないエリアは41地域。ここ5年間だけでも新たに6地域の人口集中地区が消滅。
- ここ5年間（2010→2015年）で総人口が減少したエリアは481地域。そのうち、総人口の減少を上回るペースで人口集中地区の人口が減少した、いわば「まちのにぎわい消失予備軍」は167地域にのぼる。



5. 地域の投資価値（魅力）の減退

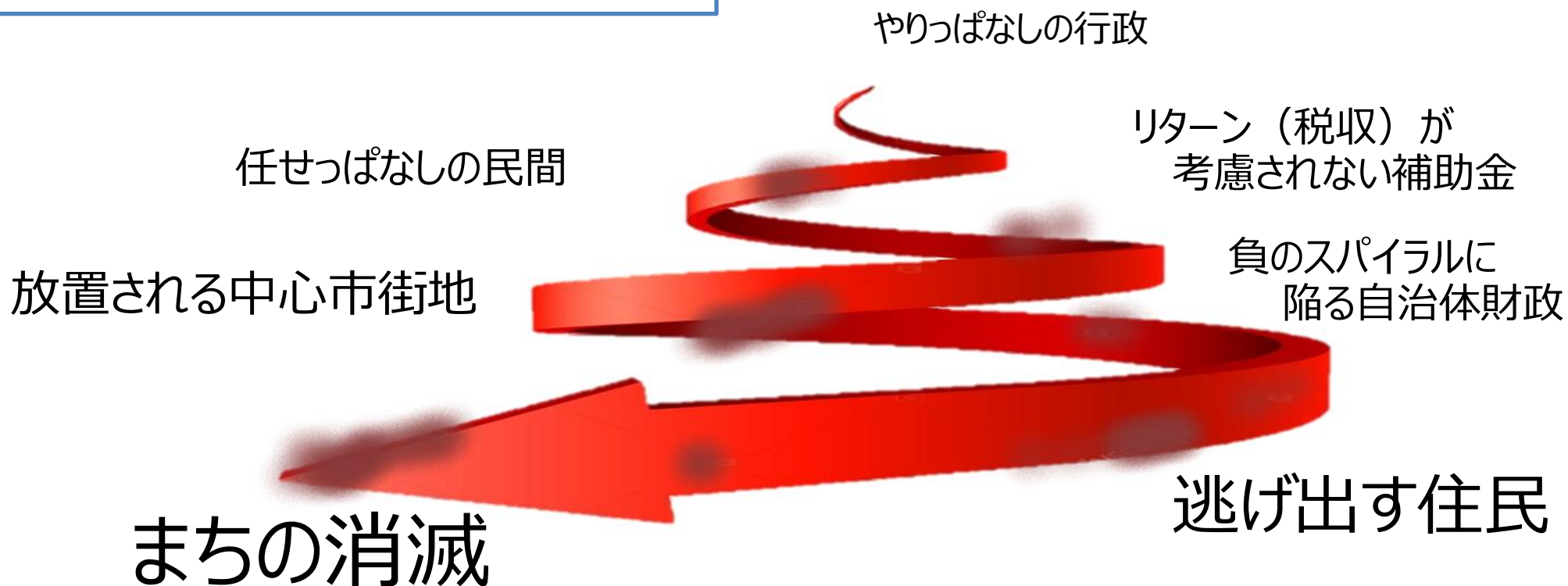
- 2010→2015年度にかけて、全国の商工会議所エリアの中でも、経済活動が活発に行われた成果としての地域の魅力を図る目安の一つである地価が下落などし、固定資産税収が減少したエリアが440地域も存在する。
- 固定資産税が10%以上も減少している商工会議所エリアは88地域にもものぼっている。これらのエリアでは、この期間におけるまちづくり（投資、事業）が著しく低迷していたことを表すものであり、対策が急がれる。



6. いまが分岐点

- 今後、まちづくりに取り組まない地域（指標として固定資産税収が減少する地域）は、人口減少を背景とした社会経済構造の変化に耐えることができず、いわゆるシャッター通りすら存在しなくなる可能性がある。
- このまま放置しておくと、地方自治体の財政のみならず、商工会議所活動の基盤となる地域経済活動が停滞する恐れがある。
- いまが、最後の分岐点である。

いま動き出さないと……



第2章 20年後の「まち」の姿

1. 失敗する「まち」

2. 求められる新しい視点

【コラム①】 行政による投資（補助金）のリターンは固定資産税

3. 成功する「まち」のイメージ

【コラム②-1】 人口減少と高齢化

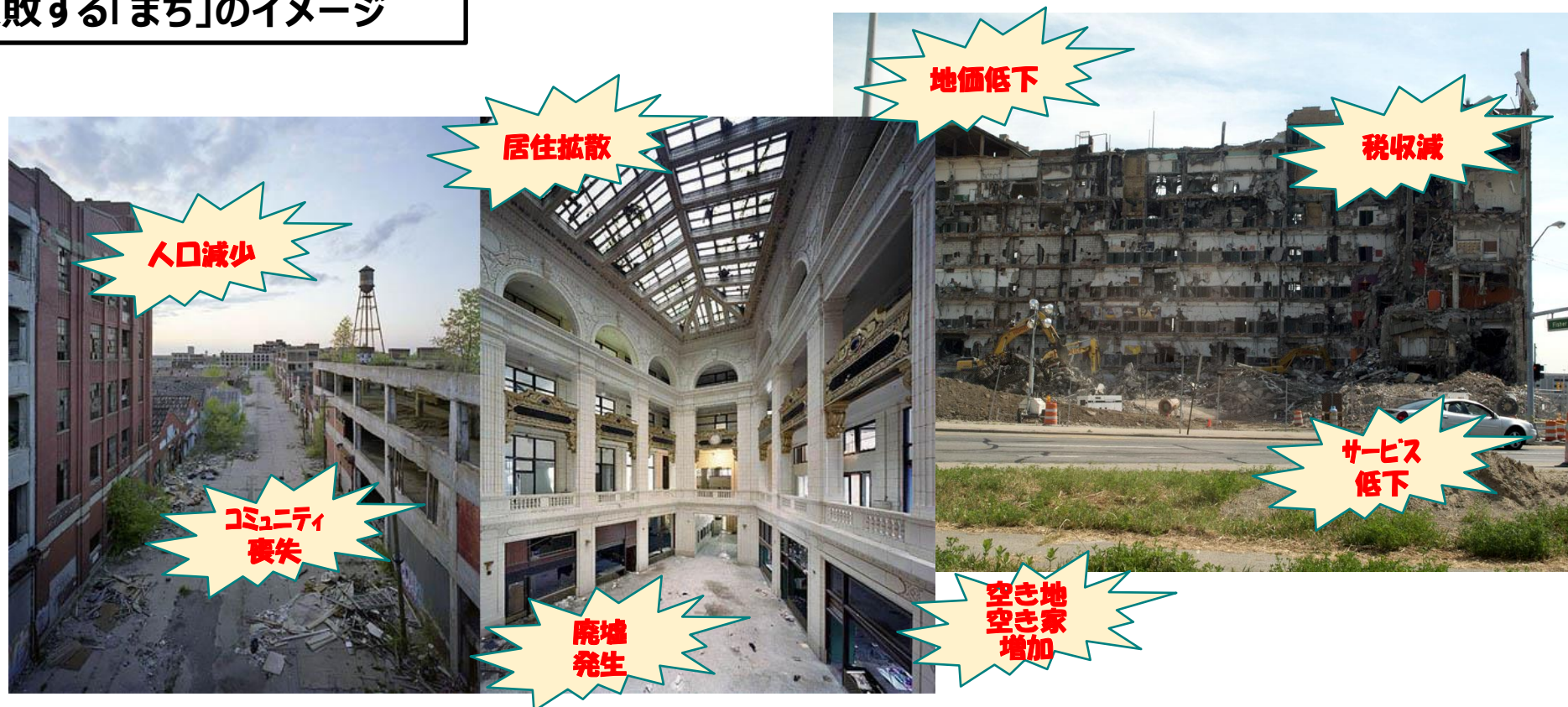
【コラム②-2】 高齢者も消費者

【コラム②-3】 高松丸亀町商店街（リターンを追求して高齢化に対応）

1. 失敗する「まち」

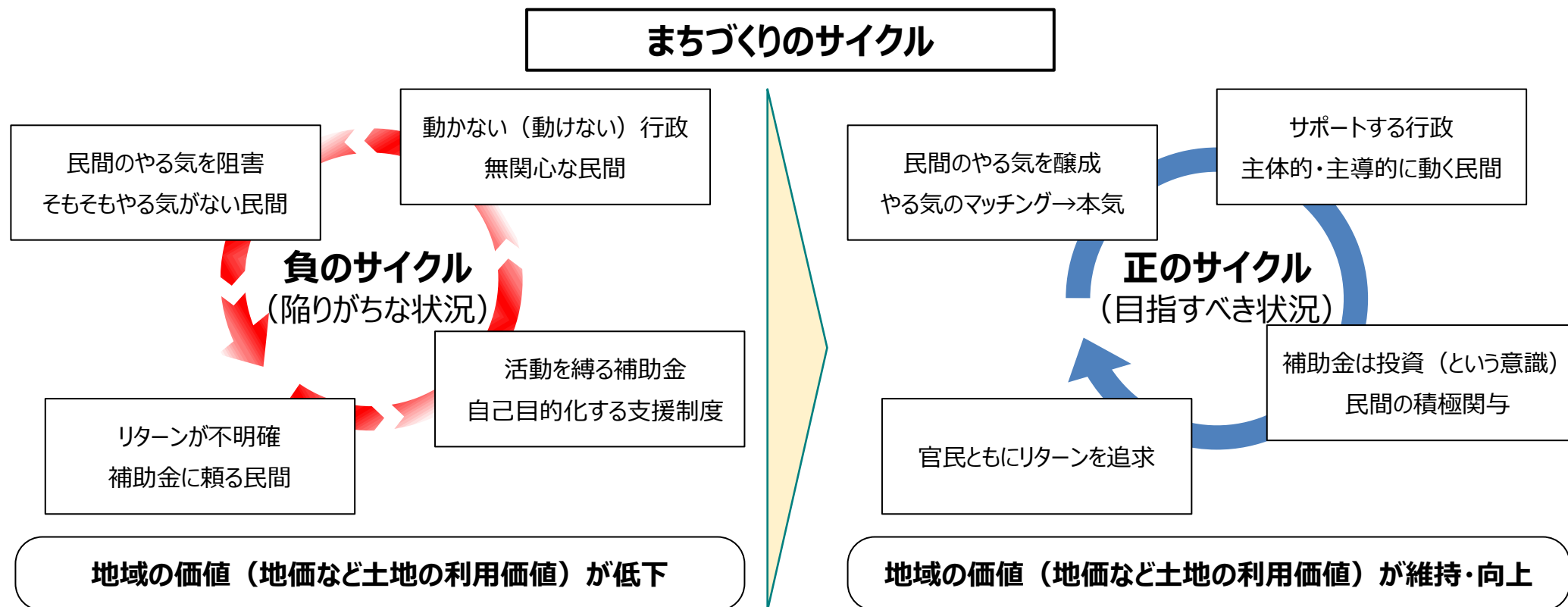
- 民間も行政もまちづくりに動き出さず、居住地は拡散、総人口の減少とともに人口集中地区は消滅、地価の低下により固定資産税収も減少の一途。
- 税収減に合わせて、相対的に人口密度が高い地域すら行政サービスが縮小、郊外は投資されず荒れ放題となる。
- 故意に放置される不動産が増え、空き地・空き店舗など低未利用空間は拡大の一途、所有者不明不動産も増加。
- 公共交通機関は崩壊し、地域コミュニティも雲散霧消。

失敗する「まち」のイメージ



2. 求められる新しい視点

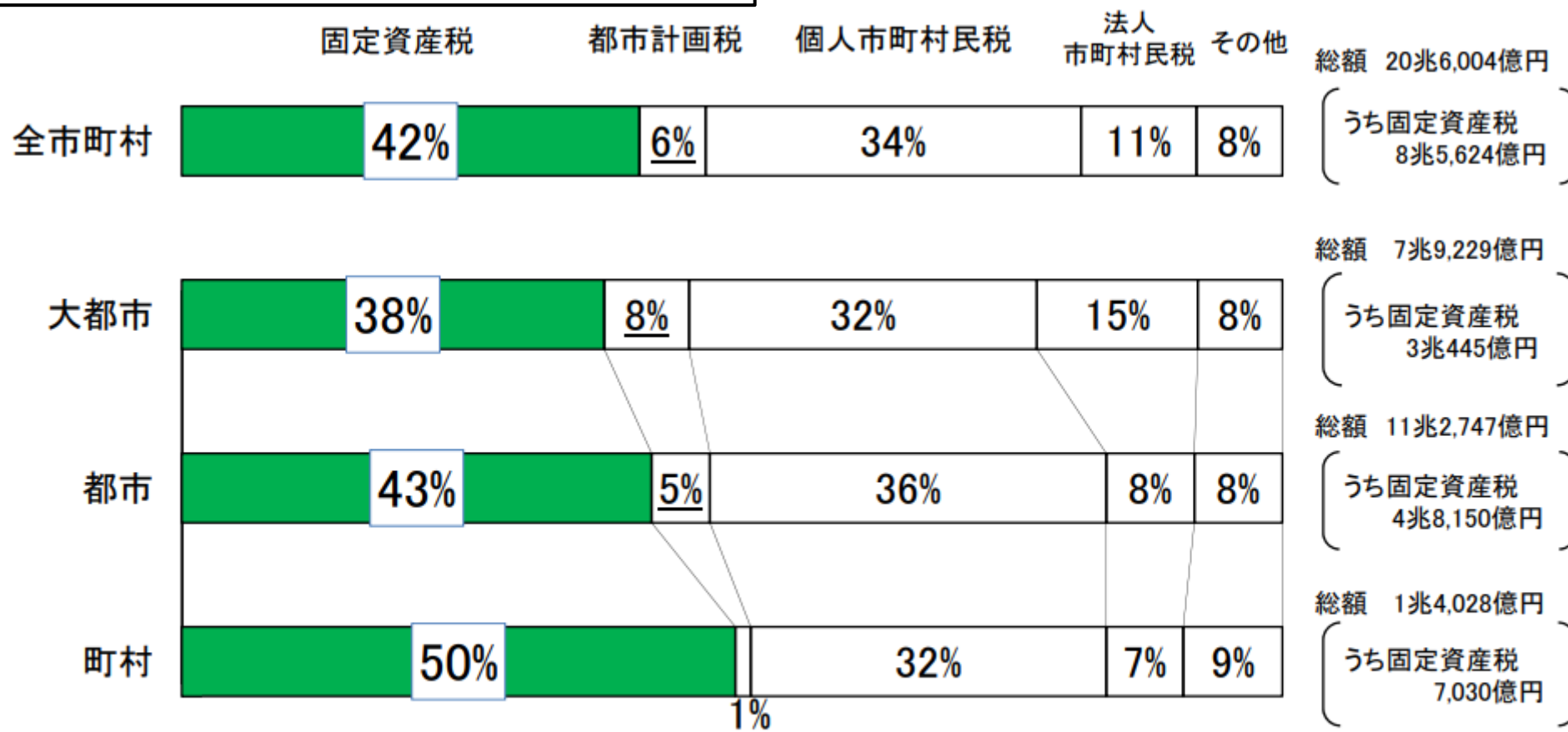
- 補助金を投資と認識し、その投資に見合うリターンを生み出すことが本来のまちづくりのあり方である。
- 同じ商業施設でも、郊外型と市街地型で固定資産税負担が異なるといった競争条件の違いなどによる不公平感も、民間のやる気を阻害している。
- 陥りがちな負のサイクルを回避し、目指すべき正のサイクルへと転換するためには、利益や地価（土地の利用権を含む）・税金などに代表される地域の価値を最大化するよう、官民ともにリターンを意識することが重要である。そのための条件整備に向けた行政との交渉なども商工会議所の役割である。



[コラム①] 行政による投資(補助金)のリターンは固定資産税

- 市町村税収の約4割は固定資産税であり、その割合は、大都市より、都市・町村の方が高い。
- 地方自治体は、補助金を投資と考え、固定資産税というリターンを得て、それをより投資効率の高い中心市街地に再投資するという意識を持つ必要がある。

地方税収の内訳 (2015年度決算)



※1 税収は、「地方財政状況調査」(総務省)における決算額である。

※2 大都市は、政令指定都市及び東京都23区(都が徴収する分を含む)。都市はその他の市。

※3 四捨五入により計が一致しない場合がある。

「地方財政統計年報」(総務省)より作成

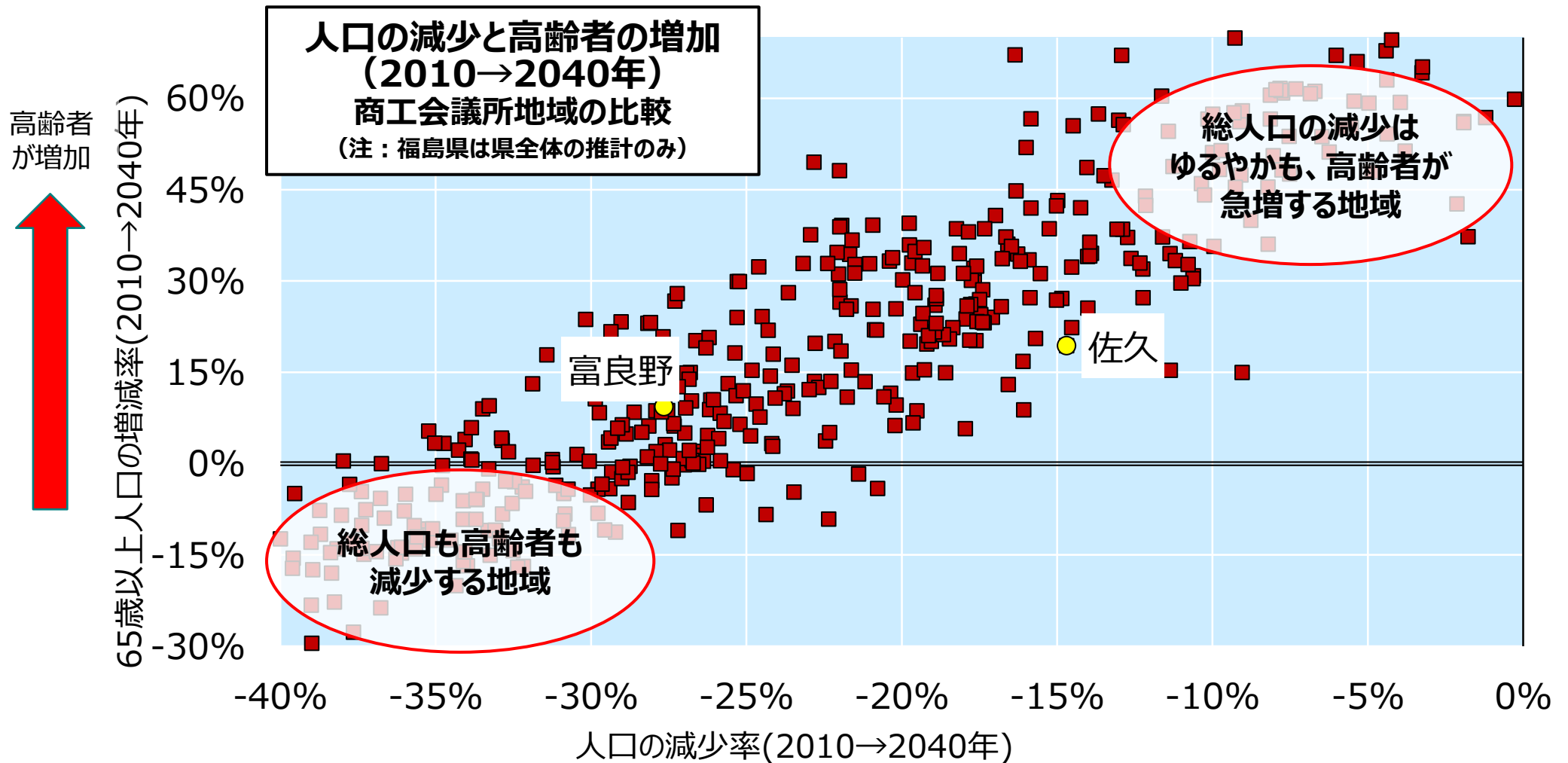
3. 成功する「まち」のイメージ

- 民間による継続的なにぎわい創出などを契機に、行政との連携によって居住地域の集約化が図られ、総人口は減少するものの人口集中地区の人口は維持、固定資産税収の維持などにも成功。
- 一定の税収を背景に、中心市街地への重点再投資が行われる。同時に郊外への投資配分も可能となる。
- 空き地・空き店舗など低未利用空間が縮小、相対的な地価の上昇もあり、所有者不明不動産も漸減。
- 公共交通機関が維持され、子供から高齢者まで集うにぎわいが形成。地域コミュニティも維持。



[コラム②-1] 人口減少と高齢化

- 人口は減少する。
- なお、人口の減少に合わせて高齢者も減少する地域がある一方で、高齢者が急増する地域もある。



[コラム②-2] 高齢者も消費者

- 高齢者世帯も、若年世帯に負けず劣らず、消費している。業種によっては、高齢者世帯の方が大口顧客である。

世帯主年齢別の1人当たり月額支出額（2016年）

項目	～24歳	25～29歳	30～34歳	35～39歳	40～44歳	45～49歳	50～54歳	55～59歳	60～64歳	65～69歳	70～74歳	75歳～
食料品	11,668	12,774	12,419	11,872	13,633	15,169	17,048	19,004	20,784	22,881	23,304	22,997
飲料	1,740	1,936	1,581	1,134	1,303	1,391	1,501	1,682	1,627	1,591	1,477	1,439
酒類	427	766	649	745	1,043	991	1,240	1,480	1,505	1,678	1,378	1,129
外食	9,337	8,712	6,898	4,769	5,181	5,165	5,429	5,537	4,987	4,799	4,269	3,465
家賃・地代	29,363	22,797	13,291	5,599	6,197	4,751	4,400	4,124	2,568	2,635	2,304	2,823
設備修繕・維持	65	276	738	652	861	1,138	1,973	3,104	5,353	4,803	4,789	6,841
水道光熱費	6,718	6,274	5,479	5,076	5,765	6,302	7,085	7,797	8,330	8,874	9,211	9,698
医薬品・摂取等	501	461	477	511	595	794	1,118	1,368	1,586	1,992	2,155	2,384
保険医療サービス	1,788	2,288	2,501	2,279	2,249	2,417	2,823	3,125	3,918	4,657	3,837	4,676
洋服・履物	5,106	4,637	4,872	3,688	3,832	4,108	4,913	5,328	4,785	4,475	4,041	3,766
交通・自動車	14,355	11,232	10,030	8,118	8,424	9,874	12,698	14,625	12,405	11,623	10,282	7,254
通信	7,815	6,360	5,508	4,682	5,018	5,586	6,501	6,165	5,261	4,762	4,293	3,874
教育	487	1,269	2,736	4,329	5,890	9,372	9,784	5,053	1,286	443	270	265
教養娯楽	15,192	13,123	8,313	8,102	9,362	9,188	9,978	11,372	11,889	14,163	13,980	12,303
交際費	4,807	5,490	4,540	3,264	3,079	3,909	5,681	8,569	9,293	10,872	11,522	11,318
その他	13,028	12,226	12,558	11,134	12,496	16,263	23,213	25,642	19,759	19,266	17,905	17,468
消費支出合計	122,396	110,621	92,590	75,956	84,928	96,417	115,385	123,975	115,338	119,512	115,019	111,699

[コラム②-3] 高松丸亀町商店街(リターンを追求して高齢化に対応)

丸亀町商店街再生の特徴は、定期借地権制度を活用した土地問題の克服にある。

市中心部の活性化は新たな収入(利益)と新たな税金を生むという、官民ともに開発効果/リターンを意識したまちづくりが、丸亀町商店街の持続性の基礎となっている。

民間にとっては土地の利用権の向上およびそれによる地価の上昇、行政にとっては固定資産税収の増加が、まちづくりの目的であり成果の一つである。

関係税金を合算した7街区完成時の税収増予想額

	税収増予想額
国	60,900万円/年
県	16,485万円/年
市	22,024万円/年
合計	99,409万円/年

投下された補助金に対する利回りは6%



これこそが、中心市街地を活性化させる意義

新たな先駆的取り組みとして

丸亀町「医・食・住のまちづくり」

「50歳を超えると郊外は苦痛です。公共交通がないから軽い買い物でも、車が必要。しかし、80歳前後で免許を手放して、そのまま引きこもり気味になってしまう。だから、車がなくても全部歩けるような安心安全な街をつくらうと思いました。」

高松丸亀町商店街振興組合理事長 古川康造氏

- 在宅で、高度医療、終末医療まで担保された賃貸住宅・マンションを建設
- 予防トレーニング & 健康チェックができる「Body Bank」設置、健康レストラン「菜園's CAFE」も開設
- 2018年4月には、まちなか医療施設の拡充に向け、「高松まちなか地域包括ケア」の中核をなす「丸亀町総合医療モール」を開設予定



厚生労働省の試算(2010年1月)によれば

1万歩で14円の医療費削減効果

歩いて暮らせるようにすることは、官民ともにメリット

日本人の1日平均歩数を3,000歩増やすことにより、糖尿病や脳卒中等にかかる医療費を約5.5%削減することができる(約2,700億円/年間)

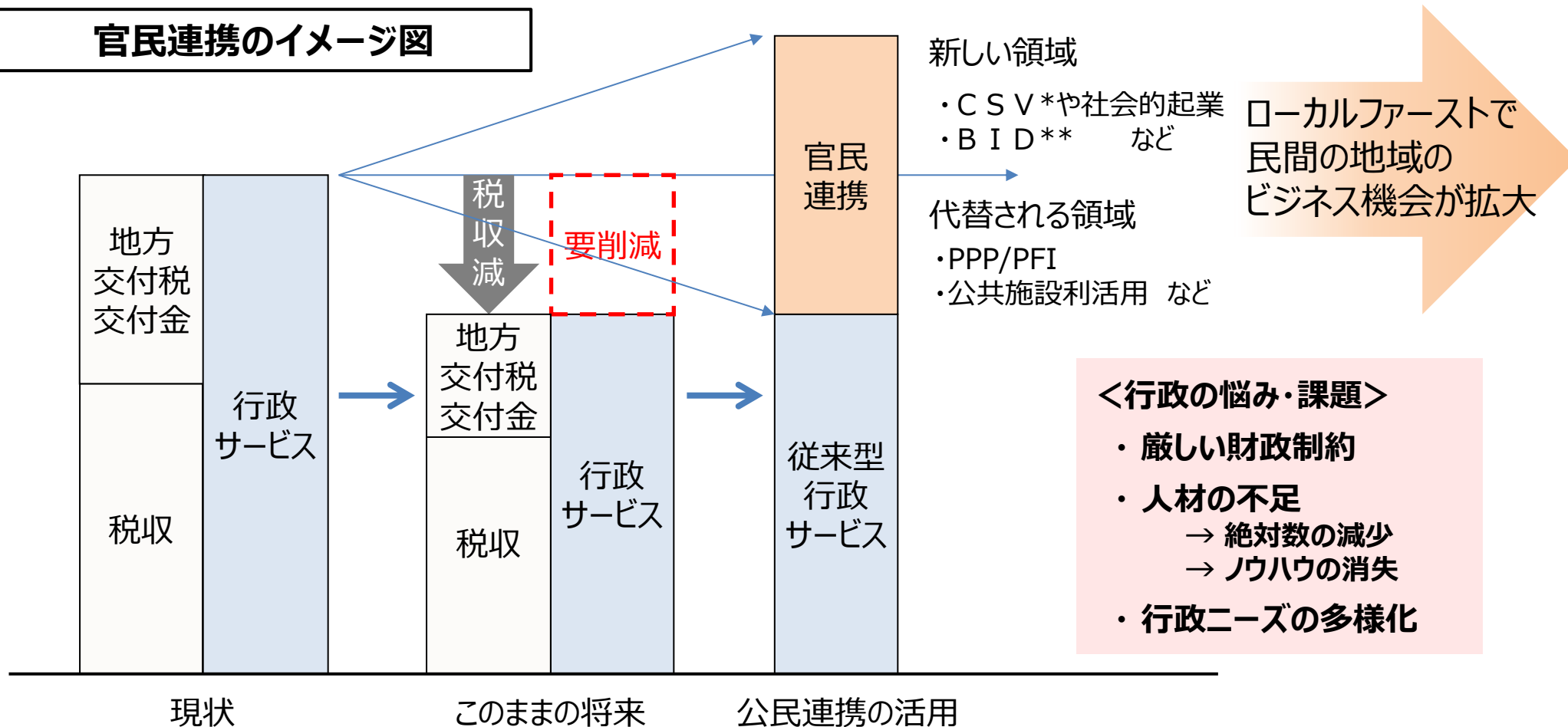
第3章 民間主導のまちづくり・まちそだて

1. 「民間が主導し、行政が支援」の必要性
[コラム③] ローカルファースト
2. 新しい潮流
3. 実践者の想いと行動
4. 「本気」のまちづくり・まちそだての事例
[コラム④] 未来は変えられる！

1. 「民間が主導し、行政が支援」の必要性①

- 将来的に行政サービスは限定的にならざるを得ない。
- 行政にとっては民間の活力を活用する必要に迫られており、特にローカルファーストの精神を持つ民間にとっては新しいビジネス機会の拡大となる。

官民連携のイメージ図

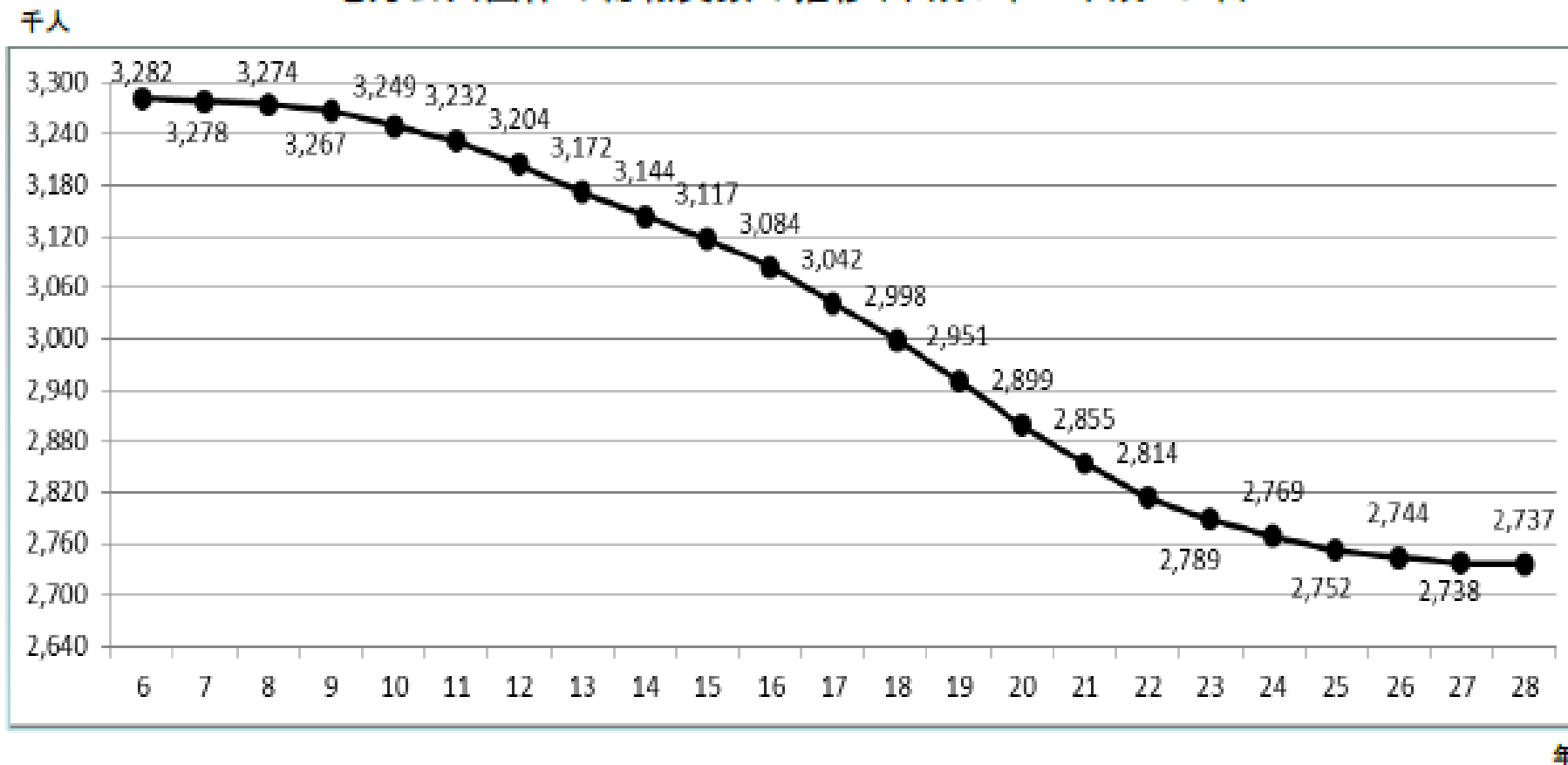


1. 「民間が主導し、行政が支援」の必要性②

- 地方公共団体の職員数は、平成6年をピークとして平成7年から22年連続で減少。
→ 地域での公共サービスの担い手が大幅に減少している。

地方公共団体の職員数推移

地方公共団体の総職員数の推移(平成6年～平成28年)

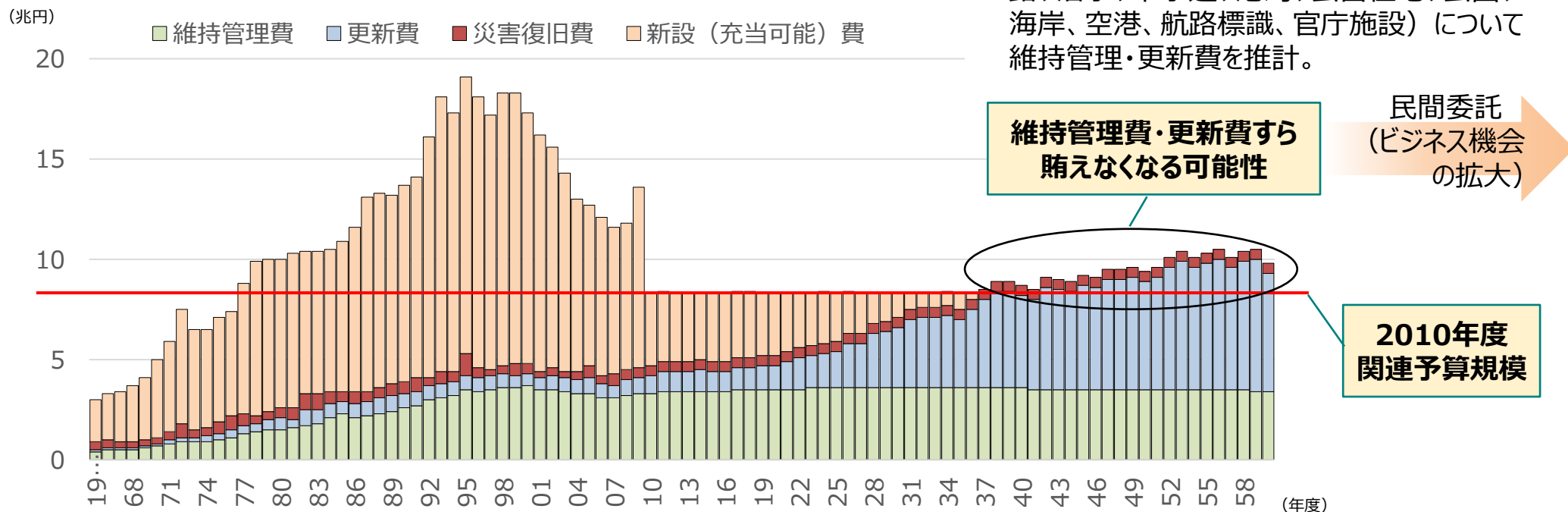


1. 「民間が主導し、行政が支援」の必要性③ (PPP/PFIを活用すべき理由)

- 厳しい財政状況の下、人口減少・高齢化が進む一方で、公共施設の老朽化が進み、更新費用が増加する見通しのため、政府は、民間の創意工夫や資金を活用する様々な整備・運営手法を推進しており、これらの手法は PPP/PFI (Public Private Partnership/Private Finance Initiative) と総称されている。
- PPP/PFI の推進は経済成長戦略の1つとしても位置付けられており、新たなビジネス機会を拡大し、地域経済好循環を実現することも目的とされている。
- 企業経営に見立てると、将来的な税金・利用者の減少を見据えたバランスシートの圧縮(公共のオフバラ化)である。

維持管理・更新費の推計

(「国土交通白書2011」より)



- 国土交通省が所管の社会資本10分野（道路、治水、下水道、港湾、公営住宅、公園、海岸、空港、航路標識、官庁施設）について維持管理・更新費を推計。

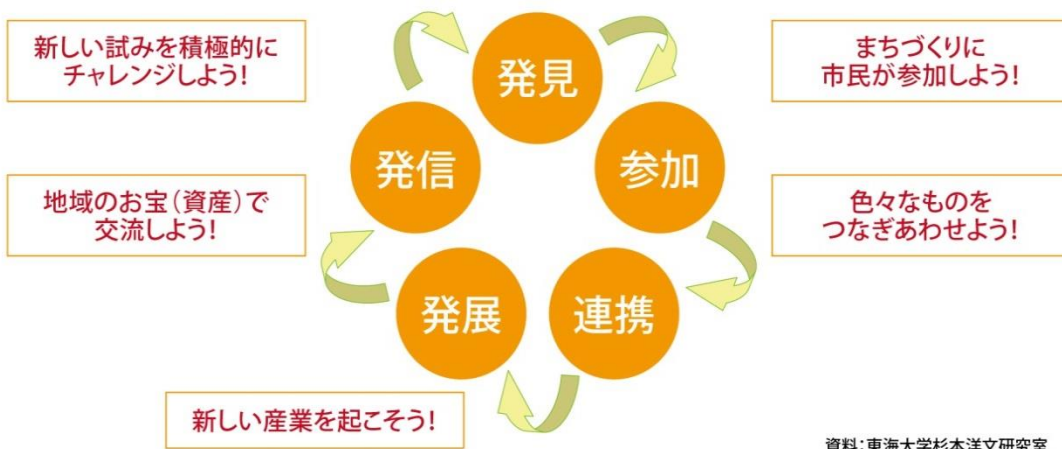
[コラム③] ローカルファースト

地域一番、地元優先、地産地消などと解釈される場合もあるが、それはほんの一例。

幅広く奥深い意味があり、いろいろな可能性につながる含蓄のある言葉。

それが「ローカルファースト」

「ローカルファースト」なまちづくりの仕組み



「ローカルファースト」は、地域資源・資産である人・モノ・情報に着目して、持続的な地域の魅力をつくりだす考え方。

発見・参加・連携・発展・発信を繰り返すことによって、地域らしさのある魅力を生み出し、地域の個性をつくりだすことができる。

ローカルファースト研究会 前代表

亀井信幸氏（茅ヶ崎商工会議所会頭）

まちの歴史や文化、風土、地勢に基づいた個性を生かしたまちづくりを目指し、地域でできることは地域の市民や企業が責任をもち、私たち一人ひとりが地域を盛り上げていかねばなりません。そして、できないことのみ、全国的な組織の会社やサービスなど他の地域の力を借りるべきと考えます。

「ローカルファースト」という言葉を皆で育てていきたい。豊かな生活のあり方、豊かな地域のあり方を「ローカルファースト」という視点から創っていきたい。

ローカルファーストの広がり

- 「ローカルファースト」は、アメリカで非営利団体や地域の経営者団体を中心に広がった「Buy Local キャンペーン」とともに、浸透していった言葉である。
- その先駆的な都市の一つがポートランド（米国オレゴン州）である。1960年代まではよくある車社会の都市で、中心市街地は衰退、郊外は乱開発による自然破壊が進んでいた。これに危機感を抱いた市民が行政を動かし、思い切った「成長管理政策」が導入され、今では全米で最も住みやすい街の一つとなった。その特徴を表すキーワードは「コンパクトシティ」「ウォークブルシティ」「サステイナブルシティ」など様々であるが、これらの根底にあるのが「ローカルファースト」である。
- そしていま、日本でも茅ヶ崎から全国へ広がろうとしている。

2. 新しい潮流

- 行政や補助金に頼る従来型ではない、地域の民間・住民が主導的にまちづくりを進めている事例が全国各地で行われている。

	日本版 B I D *	公共施設利活用	C S V **・社会的起業
内容	・エリアマネジメントの活動資金を、地域内の地権者が共同負担する仕組みのこと	・公共施設（Public Real Estate）を民間が利活用すること	・企業などが社会的価値の実現を通じて事業価値や競争力を確立すること ・C S V を目的に創業することが社会的起業
具体例	グランフロント大阪	秋津野ガルテン	まちづくり型カルチャースクール
（所在）	大阪府大阪市	和歌山県田辺市	三重県松阪市
実施主体	地権者12社が設立したグランフロント大阪TMO	地域住民	N P O 法人Mブリッジ
具体例の概要	・大阪市が「エリアマネジメント活動促進制度」創設、まちづくり原資徴収 ・TMOがBIDによる資金を原資にまちづくりを推進	・廃校となった小学校施設を地域住民が取得 ・農家レストラン、宿泊施設として地域住民が活用（ビジネス展開）	・商店街の空き店舗を活用し、カルチャースクールを開設 ・講師は公募、その独立もサポート ・商店街や地域の祭りとも連携
新しいポイント	・まちづくりの原資を地権者が負担した ・行政が条例で制度を措置した（原資の徴収代行等）	・公共施設を地域住民が買い取った ・公共が手放した施設でビジネスを成功させている	・地域で教えたい、学びたいという潜在ニーズを掘り起こした ・地域の課題と潜在ニーズを結び付けてビジネス化（持続化）した



3. 実践者の想いと行動

佐久商工会議所
阿部副会頭

自分の街に愛着を持っているか？地域の役に立っているのか？自問自答しています。それが強い理念・信念に繋がり、自らを突き動かしていく原動力となってきます。そして地域の強みを活かした持続可能な街のビジョンを描き、それを達成する為に具体的な事業計画を進捗管理していくこと。「住んでいて良かった、住み続けていきたい、移り住んでみたい」将来こんな言葉を頂ければ本望です。全てはこれからを担う若者のため、地域のお客様のために、精進していきたいですね。

まちづくりっていったい何だろう。誰がまちを創っているのだろうか。

市民1人ひとりの価値観、ライフスタイル、行動がまちを創るのではないのでしょうか。如何なる政策も一部の関係者だけの努力だけでは、望まれる結果に辿りつかないことは実証されています。成果がより上がるためには、市民1人ひとりの想いや意識が必要です。

早い、安い、便利という価値観から生まれた社会が、課題が山積している八方塞がりの今の日本。真に豊かな社会になるためには、その価値観は、行動規範は。何が大切で何を優先しなければならないのか。その判断基準がローカルファーストです。今すぐに、誰でもが始められる、人生を、社会を豊かにする魔法の言葉。真剣にそして覚悟を持つことは不可欠ですが、では、どうしたらよいのか？

その答えがローカルファーストです。

茅ヶ崎商工会議所
亀井会頭

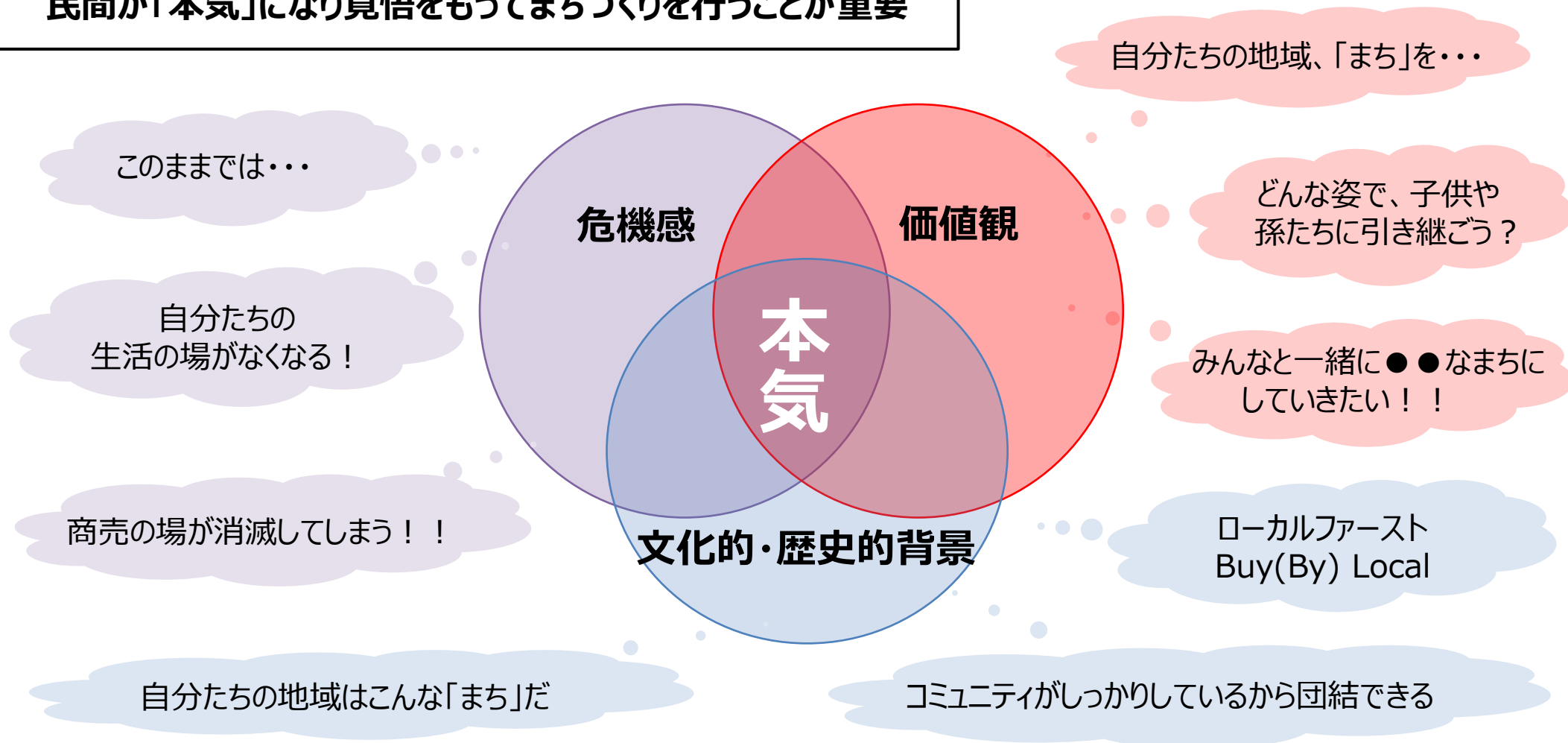
豊田商工会議所
河木副会頭

まちづくりという事業は、一人でできるものではなく、いろいろな人と関わって進められるものだと思います。ただ多くの人のコンセンサスを得るまでには時間がかかることも事実です。まちづくりは、目標に対してどうしたらそれに近づくことができるか試行錯誤の繰り返し。その中で多くの人たちとさまざまな取り組みを通して、少しずつ目標に近づいていく。毎日、そんなことの繰り返しをやっていきます。



3. 実践者の想いと行動（イメージ）

民間が「本気」になり覚悟をもってまちづくりを行うことが重要



「本気」を持続させるためにも、リターン（ビジネス）意識をもつべき

4. 「本気」のまちづくり・まちそだての事例

- 商工会議所が支援等しながら、民間が「本気」になって、補助金や制度融資を上手に活用しながら、まちづくり・まちそだてを進めている事例を紹介する。

	フラマルシェ (富良野商工会議所)	岩村田商店街 (佐久商工会議所)	江津駅前ホテル事業 (江津商工会議所)
概要	「まちの縁側」として富良野の豊かな地域資源の発信基地となり、まちなかの回遊を実現	街があるから商店街があるとの発想により、地域コミュニティ育成による活性化を実現	宿泊施設がなくなった江津駅前に、市民出資によってホテルを建設
まちづくりをはじめたきっかけ (危機感)	・地域ブランドは高いのに経済効果は低い！ ・行政主導で失敗	・大型店進出による危機 ・固定資産税負担が増加、従来通りでは利益がでない！	・出張や里帰り時の宿泊場所消失による交流人口が縮小 ・事業所撤退可能性が発生！
共有したまちのイメージ (価値観)	・稼ぐエンジン ・交流を促す「まちの縁側」	・「街づくり> 商店街づくり」 →子育て支援、教育	・駅前に生活機能集約 →公共が行政サービス集約 →民間が飲食宿泊サービス創出
まちづくりに取り組めた地域的な要因 (文化的・歴史的背景)	・豊かな食文化 ・まとまりの良さ、団結力	・宿場町 ・ローカルファースト	・元市民との強い結びつき ・河口の街でさほど広くない家屋 (里帰り時の宿泊施設必要)
行政・補助金の活用	・経産省補助1.3億円（総事業費3.7億円） ・経済効果113億円（6年間）		・行政支援は返済前提の融資のみ
まちづくりを継続する仕組み・仕掛け (持続的なまちづくり)	・ショッピングセンター経営ノウハウの導入	・「地域のお客様と共に暮らす・働く・生きる 商店街」という意識の維持	・ホテル施設保有会社の余裕資金を再投資／まちづくりに回す方針

◆フラノ・マルシェ <富良野商工会議所（北海道）>



駅前再開発失敗と中心部の広大な空き地 行政まかせではダメだ！

- **観光客も住民も中心市街地に来ない！**
 - ・ 毎年約200万人の観光客が富良野市郊外の観光地を訪れるものの、中心市街地への流入は10万人に満たない状況が続く。
 - ・ 大型病院がまちなかから移転。
- **「まちそだて」に立ち上がったオヤジたち！**
 - ・ 責任世代として評論家ではいられない。
 - ・ まちづくり会社をデベロッパー化（まちづくりをビジネスに）、民間によって資本を増強、オール富良野体制を構築。
 - ・ まちづくり会社は複合施設のオーナーとなって収益をあげ、まちづくり事業に再投資。
- **誘客する施設をまちなかに！**
 - ・ 2010年、大型病院跡地に、地域の「食」をテーマとした商業施設「フラノ・マルシェ」を整備。「ルーラル（田舎）＋アーバン（都会）＝ルーバン・フラノ」とのコンセプトを体現し、観光客も住民も長く滞在できる雰囲気作りに成功。
 - ・ 軽食以外の飲食店を設けず、周辺商店街への誘導を図る。
- **そして・・・**
 - ・ フラノ・マルシェの取り組みによる北海道内への経済効果は、6年間で113億円以上と試算。
 - ・ 「ルーバン・フラノ」第2弾として、2015年、隣接街区に賃貸マンション、クリニック等を併設する「ネーブルタウン」を開設。

<取り組みの経過>

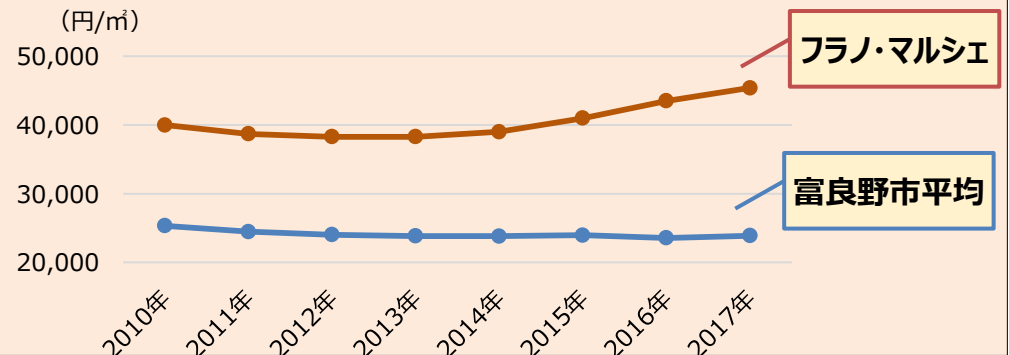
- 2003年 ふらのまちづくり(株)設立
- 2007年 中心市街地活性化協議会設立
- 2010年 フラノ・マルシェ オープン(年間120万人以上の集客)
- 2015年 ネーブルタウン（フラノ・マルシェ2）オープン



累計来場者数が600万人を超えた「フラノ・マルシェ」

地域の価値

- **近年、フラノ・マルシェ（幸町7-28）の地価は上昇中**



◆岩村田商店街 <佐久商工会議所（長野県）>



市街地への大型店出店で大打撃 「商店街を経営する」というスタンス！

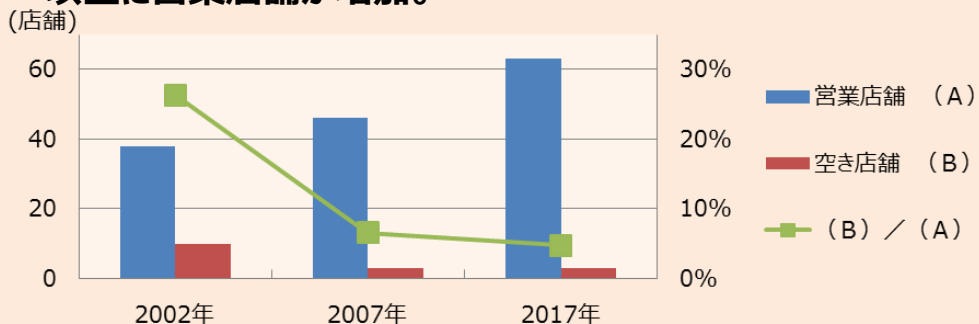
- 中山道二十二番目の宿場町
 - ・ 商業の街として古くから栄え、高度成長期には「物を置いておけば売れる」よき時代を過ごすも、1997年の長野新幹線開業に向け佐久平駅の周りに、大型商業施設が集積する。
- 日本一若い振興組合が誕生！
 - ・ いつの間にか岩村田地区の売場面積は大型商業施設が席卷、従来通りのやり方では利益がでない状況に・・・。
 - ・ 青年会が危機感を持ち、商店街の体制を一新、理事平均年齢が日本一若い岩村田本町商店街振興組合が誕生した。
- 地域密着顧客創造型商店街に
 - ・ イベントこそ活性化の近道と考え、日本一長～い草もちを作ろう大作戦！など「日本一イベント」を毎年実施、メディアにも露出したが・・・、「商店街にお金は落ちていない」。
 - ・ 「商店街は誰のためにあるのか？」という学びから、「街があるから商店街がある」へと思考を変換。「**商店街は商店のものでもない。商店経営者のものでもない。建物の所有者のものでもない。この商店街を利用してくださるお客様のものである**」！！
 - ・ 地域の皆様と「ともに暮らす、働く、生きる商店街」を目指す。
- そして・・・
 - ・ 地域の約5000世帯にアンケート（回収率90%！）するなど、なにか必要とされているか見極めて、「子育て支援」や「教育」に関する事業を展開中。

<取り組みの経過>

- 1996年 岩村田本町商店街振興組合設立
日本一長～い草もちを作ろう大作戦！など「日本一イベント」開始
 <大規模イベントからの脱却>
- 2002年 コミュニティスペース「中宿おいでなん処」開設
- 2003年 地域の皆様の冷蔵庫代わりになる「本町おかず市場」開業（商店街によるコミュニティビジネス）
- 2007年 子育て世代支援会員制度「子育て村」発足（現在約1,500世帯加盟）
- 2009年 園児から高校生まで机を並べて学ぶ、全国初の商店街直営学習塾「岩村田寺子屋塾」オープン（オープン時の在籍数：23名→2017年：152名）
- 2010年 短時間託児など子育てママのための支援施設「子育てお助け村」開設（年間1000～1500件の利用）

地域の価値

- 地域の魅力（投資価値）が向上、空き店舗が減少し、それ以上に営業店舗が増加。



◆江津駅前ホテル事業 <江津商工会議所（島根県）>



駅前の宿泊施設消滅 このまま次世代には引き継げない！

- **江の川とともに古くから発展**
 - ・ 江の川河口の街として古くから発展。江戸時代は北前船（西廻り航路）の寄港地となり一部は天領に。昭和に入ってから、交通の結節点、石州瓦の産地、工場の集積地として賑わった。
- **駅前から宿泊施設消滅！**
 - ・ 2001年、民間によるホテル建設が盛り込まれた「江津駅前TMO構想」が認定されたが、具体的な動きはなかった。
 - ・ そのうち、駅前にあった4軒の宿泊施設がゼロに・・・
 - ・ 「里帰りしてきた人が泊まる場所がない」「このままの状態、まちを次世代に引き渡して良いのだろうか？」
 - ・ 事業所の撤退可能性まで生じ、危機感を共有した市と民間（商工会議所）が連携してホテル誘致の本格活動を開始。
- **ホテル事業資金を広く市内企業、市民から募る**
 - ・ ホテルだけでなく、駅前に生活機能を集約する「駅前地区再整備計画」が始動。ホテル事業会社として（株）江津未来開発を設立。
 - ・ 資本金は、市内企業・市民向け説明会、関西・関東江津会役員会での説明などで募集、法人93件、個人144件の計237件の満額（約2億円）申し込みがあった。
 - ・ 誰のものでもない「江津市民による江津市のためのホテル」が完成。
- **そして・・・**
 - ・ 開業1年（2016年1～12月）の稼働率は約90%！
 - ・ 余裕資金は地域のために再投資する計画。

<取り組みの経過>

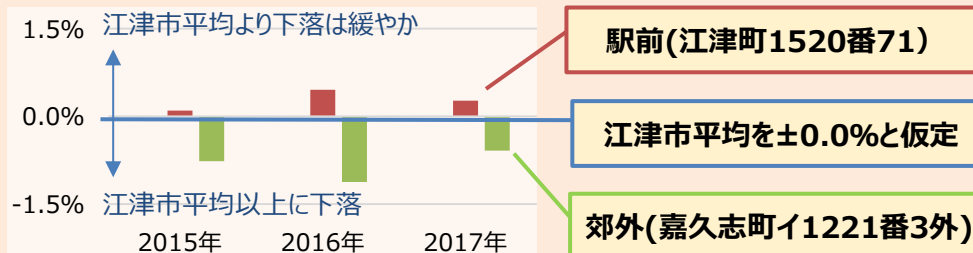
- 2008年 江津商工会議所で「江津市宿泊需要調査」実施
- 2011年 江津駅前地区活性化推進協議会を設立
- 2012年 ホテル事業会社設立
- 2013年 広く市内企業・市民から出資を募る
フランチャイズ契約締結
- 2015年 ホテルオープン（2016年宿泊者数26,186人）



駅前に公共公益複合施設「パレットごうつ」が開設
周辺に飲食店などの新規出店も生まれつつある

地域の価値

- 江津市全体として地価の下落に歯止めがかかっていない。
- **しかしながら、江津市平均と比較して、駅前の地価の下落幅は限定的である。一方、郊外の地価は平均よりも下落している。**



(参考) まだまだある「本気」の取り組み (1/2)

- まちゼミや空き店舗対策、地域商業体験、婚活事業など、「まちづくり・まちそだて」の参考となる事例は多数あり、その一部を紹介する。

得する街のゼミナール (まちゼミ) (岡崎商工会議所)

■ 「お店」と「まち」のファンづくり

「店主が講師となり、それぞれの専門性を活かした知識や技能を受講者（お客様）に教える」。こうした発想で、2002年度に岡崎商工会議所のまちづくり担当者の呼びかけで始まったまちゼミ事業は、年2回のペースで開催され、2018年春に31回目を迎えた。当初は市費を受け実施していたが、参加店の「自主運営組織・資金確保・継続運営」の声より、スタートから5年を経た2008年4月に「岡崎まちゼミの会」を設立。現在は補助金ゼロで、「90店舗程の講師店が120以上の講座を開催し、毎回1600名近くのお客様が参加する」事業を行っている。

■ 「三方よし」全国に

お客様には満足を、お店には新規顧客と売上を、そして街には賑わいを。この三方よしの考え方が、まちゼミの魅力である。また、比較的低予算で実施できることも利点であろう。受講者が顧客になる事例も多いといわれ、まちゼミの魅力が全国に広まっており、現在306地域で開催されている。



アントレ・キッズ (福井商工会議所)

■ 未来を担う地域の人材を育む

アントレ・キッズとは、「企業自らが自分の職業・職種を紹介し体験する機会を提供することで、仕事の厳しさ、働くことの素晴らしさ、物づくり・サービス業の面白さを伝える魂の授業」で、2005年から福井商工会議所青年部（福井YEG）が「地域の中小企業自身が、働く意義を体験にてこどもたちに教えることで、自らの企業価値を再認識する」ためにスタート、2009年からは福井駅前周辺の実店舗でも職業体験を行っている。2012年1月には、経済産業省第2回「キャリア教育アワード」最優秀賞を受賞している。

■ 企業の「社会投資活動」

「最初は、子供たちに地域の良さを伝えたいと思って始めたが、やってみると、大人も元気になるし、自分のやっている仕事の価値を再確認することができた」。アントレ・キッズは、「ボランティアだけの社会貢献活動」ではなく、企業が、信頼、安心という利益を得るための「社会投資活動」であり、現在、福井YEGが蓄積したノウハウを地域に波及させる活動にまで発展している。



(参考) まだまだある「本気」の取り組み (2/2)

- マニュアルが整備されている事業や比較的低予算で実施されている事業もあることから、まちづくり・まちそだての第一歩として、広く参考としてほしい。

ガチ婚 (太田商工会議所)

- 若者定住と地域活性化のために

太田商工会議所は、若者と地元定住と地域活性化を目的に、2013年度より、婚活支援事業を開始。2017年度には、太田市新田商工会、大泉、邑楽、千代田3町の商工会も加わり、運営体制を強化した。

本事業への参加資格は、20歳から45歳までの独身男女で、2015年度までは男女各500名、2016年度は男女各250名、2017年度は男女各150名の規模にて実施した。

- 合コンからガチ婚に

2016年までは、市内の飲食店の協力の下、参加者が各店舗に分散して「合コン」に臨む形式だったが、出会いのきっかけを増やすため、2017年度は大規模パーティー会場にて参加者が一同に会す形式とした。第1回から5回まで、すべて定員に達する応募を受け付けている。これまでのカップル成立数は、延べ489組で、このうち8組(申告ベース)の婚姻を確認、その多くは太田市内に定住しており、本事業の効果が表れている。



アキテナポ不動産 (青梅商工会議所)

- 本気のタウンマネージャー

青梅商工会議所や市、商店街組織は、衰退する中心市街地活性化の推進役として、タウンマネージャーの招聘を決定。2013年に雇用された翌月には、渋谷区から青梅市に引っ越してきた本気のタウンマネージャーが誕生した。

- 若い人たちが住み、働き続ける環境をつくること

2015年4月、地域の43社が株主となる(株)まちづくり青梅が設立、アキテナポ不動産事業が始まった。タウンマネージャーらが街歩きをしながら目視で「空き店舗物件リスト」をつくり、オーナーと交渉して賃貸供給する物件を増やすという地道な努力を重ね、2016年1月に「アキテナポ展示ギャラリー」がオープン。借りる人に

物件が魅力的に見える様々な工夫を重ねることで、2017年9月までのわずか1年半で10軒の契約を成立する。

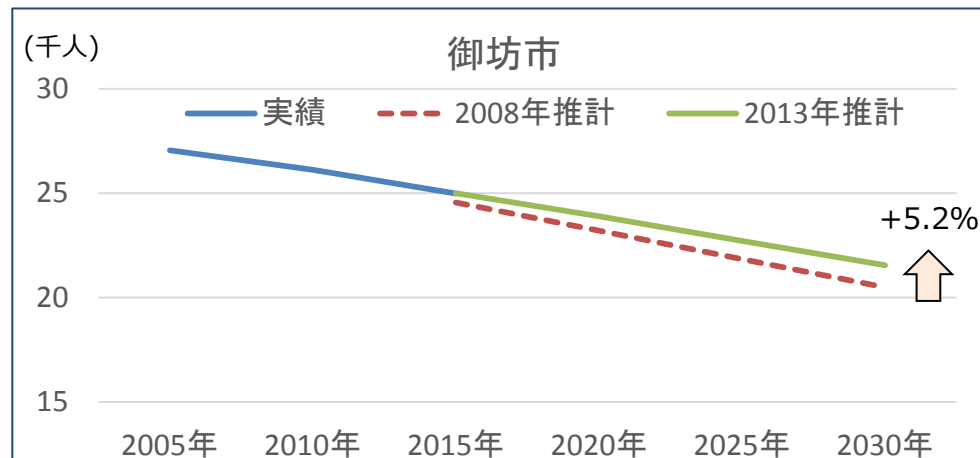
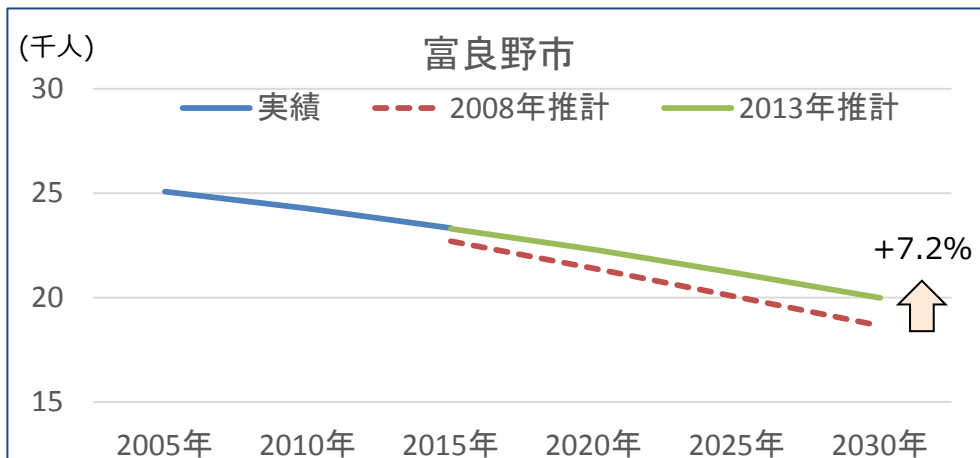
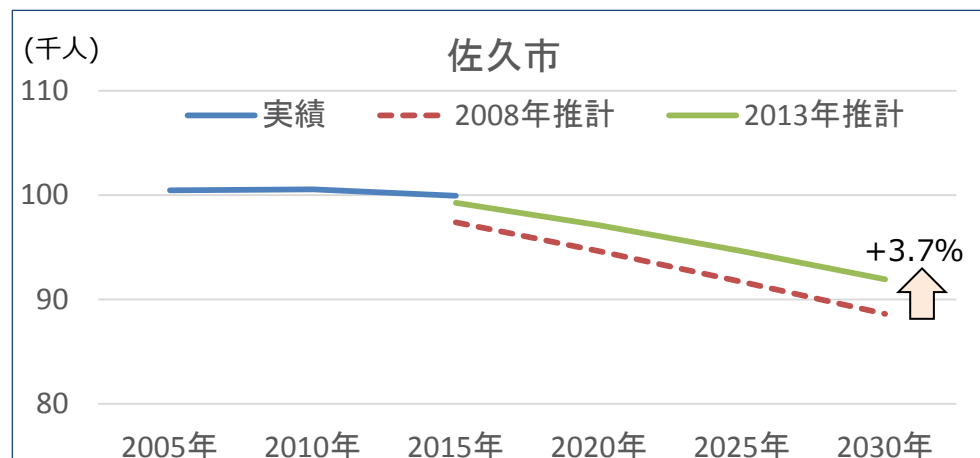
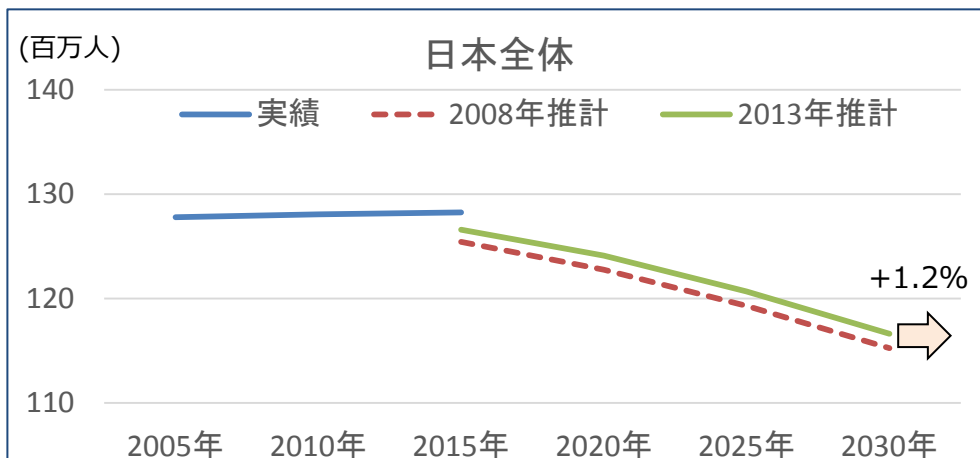
- 古い建物は地域の資源

現在では、空き店舗にとどまらず、空き家をあつめた「アキヤ不動産」も始めている。



[コラム④] 未来は変えられる！

- 国立社会保障・人口問題研究所（社人研）による将来の人口推計は、各地域の努力によって、変えられる。
- 例えば富良野市の2030年の人口であるが、2008年推計値では18,643人であったところ、地域活性化の努力もあり、2013年推計値では19,976人と7.2%も上方修正されている。
- 各地域の取り組み如何によって、未来を変えることができる。



第4章 まちづくりに対する施策等

1. まちづくり関連法制の変遷
2. これまでの日本商工会議所の意見等
3. 政府対応の現状等

1. まちづくり関連法制の変遷

まちづくり関連法制の変遷

法律名	中心市街地活性化法	改正都市計画法	大規模小売店舗立地法
施行年	1998年	1998年	2000年
概要	<ul style="list-style-type: none"> 中心市街地の活性化のために8府省庁で「市街地の整備改善」、「商業等の活性化」を一体的に推進。 TMO制度措置。 	<ul style="list-style-type: none"> 大型店の郊外立地を制限する必要があると市町村が判断した場合の土地利用規制制度を措置。 →原則自由化、市町村が規制可 	<ul style="list-style-type: none"> 大型店の立地に際して、「周辺の生活環境の保持」の観点からの配慮を求めつつ、出店は原則自由化。
競争政策により郊外型店舗の立地が自由化される一方で、影響を受ける中心市街地のために様々な対策を措置			
改正年	2006年	2006年	—
改正内容	<ul style="list-style-type: none"> 自治体が作成する「中心市街地活性化基本計画」に対する内閣総理大臣による認定制度の創設。 →国による「選択と集中」の強化 中心市街地活性化協議会の創設。 →多様な民間主体の参画 	<ul style="list-style-type: none"> 延床面積10,000㎡以上の店舗など大規模集客施設の立地を制限。 →原則自由の方向転換 	(指針の改正等にとどまる)
コンパクトシティ施策の制度化			—

→ 上表のまちづくり3法およびその改正については、「結局は大型店舗小売店が地域商業を席卷することとなり、中心市街地もその影響を受けて衰退が止まらないという状況が続いた。」とする意見もある。

→ 近年は以下の動向が注目を集めている。

- 都市再生特別措置法改正（2014年）による立地適正化計画制度創設 → コンパクト・プラス・ネットワークによるまちづくりの促進
- 空き地空き店舗、所有者不明不動産など低未活用空間に対する各府省庁による様々な手当ての検討

2. これまでの日本商工会議所の意見等

これまでの日本商工会議所の意見等

年月	概要
2013年5月	「まちづくりに関する意見」～コンパクトシティの実現と地域商業の再生との融合によるまちづくりの推進を～
<内容>	<ul style="list-style-type: none"> ・依然としてまちは衰退。これからの10年がまちづくりの最後のチャンス。 ・早急に、まちづくり三法を見直し中心市街地活性化の加速を。
2015年6月	「中心市街地における空き地・空き店舗の利活用促進に関する実態調査結果」
<内容>	<ul style="list-style-type: none"> ・人口規模に関わらず、9割近い地域において、中心市街地における空き地・空き店舗の存在が問題。 ・定期借地権等の手法は浸透しているものの、コスト・地権者等の問題により利活用が進んでいない。
2015年12月	「空き地・空き店舗の利活用に関する研究会報告書」～地方創生の基盤となる「まち」の活性化に向けて～
<内容>	<ul style="list-style-type: none"> ・各地商工会議所で「空き地・空き店舗の利活用が進まず、中心市街地活性化やコンパクトシティ実現に向けた取り組みが停滞している」との声。 ・空き地・空き店舗の利活用に対し具体的な方策等を提示。 <ol style="list-style-type: none"> 1. 空き地・空き店舗の利活用に向けた地域のコンセプトと推進体制づくり 2. コンセプトの実現を後押しする仕組みづくり
2016年5月	「まちづくりに関する意見」～地方創生の基盤となる「まち」の活性化に向けた仕組みの再構築を～
<内容>	<ul style="list-style-type: none"> ・「コンパクト」なまちづくりのさらなる後押しを ・交通「ネットワーク」の整備・再構築の推進を ・関連施策との連携によるコンパクト＋ネットワークの更なる深化を ・まちづくり会社等の事業推進主体への支援の拡充を

→ これまで国などに、行政に対して求める対策等を意見・要望。現状で考えられる課題および対策案はおおむね提示してきており、検討中をふくめ施策として実現されているものも多い。

→ 今後は、引き続き施策化を求めていくと同時に、それらを活用しようとする民間の動きを創出すること若しくはそうした動きを後押しすることが重要である。

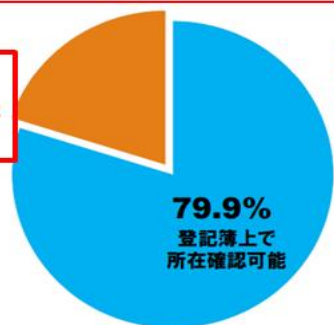


3. 政府対応の現状等 (1/2)

所有者不明土地等問題の現状

○全国の約2割の土地が所有者不明。

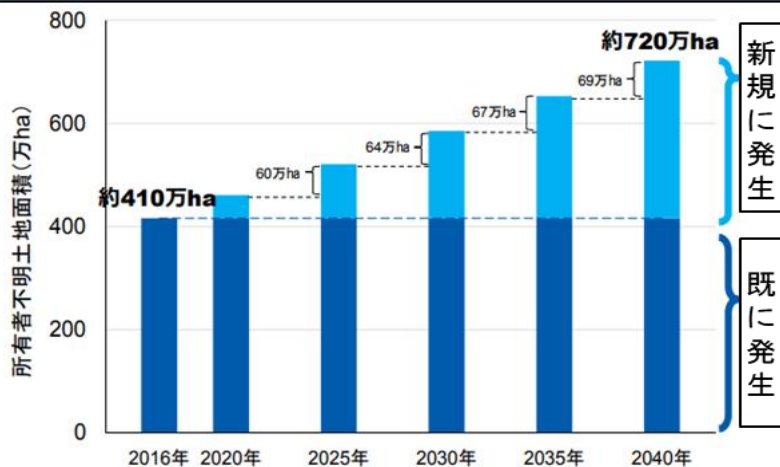
20.1%
登記簿のみでは
所有者不明



《地区別不明率》
・市街地：14.5%
・農地：16.9%
・林地：25.6%

○平成28年時点の所有者不明土地等の面積は、九州本島を上回る約410万ha。

○高齢化による「大量相続時代」を迎え、このまま手を打たなければ、2040年には約720万haと倍増の恐れ。



出典：所有者不明土地問題研究会「所有者不明土地問題研究会 最終報告（平成29年12月）」

政府の対応状況

市街地

○昨年9月から国土交通省で検討開始。同12月に「中間とりまとめ」を公表。

《対応方向性》

- ＞土地収用手続きの合理化・円滑化
- ＞民間事業者が行う公共的事業（公園・広場等の整備）について知事の裁定で所有者土地の利用が可能に

※所有者が現れ明渡しを求めた場合には期間終了後に原状回復
＞固定資産税課税台帳等を税務部門以外の行政機関でも所有者探索に利用可能へ 等

所有者不明の空き地活用のイメージ

市町村や民間企業、NPOが所有者不明の空き地を使った公益性のある事業を計画

市町村などが都道府県知事に土地利用を申請

知事が5年以上の利用権を設定

事業開始

・直売所（購買施設）



・イベントスペース（広場）



農地

○昨年9月から農林水産省で未登記農地の活用策を検討開始
《対応方向性》

○所有者不明農地を事実上管理している者が農地中間管理機構に利用権を設定できる仕組みを創設

- ・利用権設定時の相続人の同意要件（過半）を緩和
- ・利用権の設定期間を10年以上とする
- ・利用権設定後、相続人が現れた場合、金銭で利害調整する仕組みを創設

＞放置された未登記農地



林地

○農林水産省で以下について検討中。

- ・意欲ある林業経営者に森林の管理・経営を集約するとともに、集約ができない森林の管理を市町村等が行う新たな仕組みの創設
- ・森林環境税（仮称）の創設

＞境界確定作業の様子



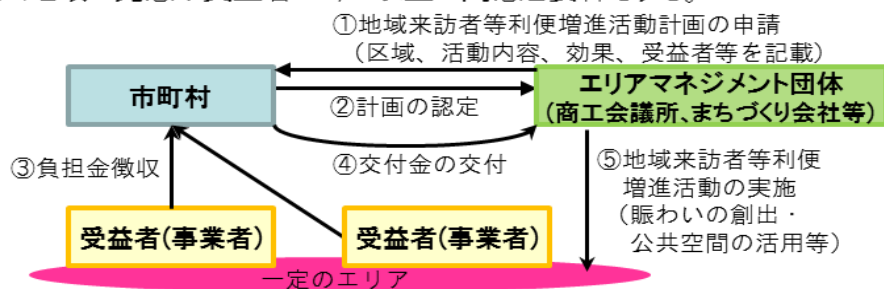
今通常国会に関連法案を提出

3. 政府対応の現状等 (2/2)

政府は民主導によるコンパクトシティ実現に向け、今国会に関連法改正案を提出。

地域再生法の一部を改正する法律案（内閣府）

- ◆地域再生エリアマネジメント負担金制度の創設
 - ⇒フリーライダーの発生を防ぎ、安定的な活動財源を確保し、地域再生に資するエリアマネジメント活動（オープンスペース活用、リノベーション、イベント開催等）を促進。
 - 海外のBD(Business Improvement District)制度等を参考に、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受益者から徴収し、エリアマネジメント団体(商工会議所、まちづくり会社等)に交付する官民連携の制度を創設。
 - ※地域の発意や受益者の2/3以上の同意を要件とする。



- 地域の賑わいの創出に寄与する施設(駐輪場、観光案内所等)を都市公園の占用許可対象に追加

- ◆商店街活性化促進事業の創設
 - ⇒空き店舗等の活用等による商店街の活性化
 - 市町村が商店街活性化のために作成する計画に対し、中小企業への資金調達面での支援や商店街振興組合の設立要件の緩和、関係省庁による予算措置など、商店街の活性化の取り組みを重点的に支援。
 - 計画区域内の空き店舗の所有者に利活用を促すため、自治体による指導・助言・勧告等の手続きを整備。
 - ※居住実態が無いことが確認され、勧告された建築物については、固定資産税の住宅用地特例の対象外とする。

都市再生特別措置法等の一部を改正する法律案（国土交通省）

- 中心市街地で、空き地・空き店舗等がランダムに発生する「都市のスポンジ化」が発生。コンパクトシティ形成や活性化のボトルネックとして、加速度的に都市の衰退を招く恐れ。
- この現状に都市計画制度が十分対応できていないことを踏まえ、国交省は平成29年2月に社会資本整備審議会に「都市計画基本問題小委員会」を設置。課題を把握・整理し、同年8月に中間とりまとめを公表、とりまとめに基づき、今国会に改正法案を提出。



【改正法案の概要】

- ◆コーディネート・土地の集約
 - 低未利用地の地権者と利用希望者とを行政がコーディネートし、複数の土地や建物に一括して利用権等を設定する「低未利用土地権利設定等促進計画」制度を創設。低未利用地集約や利用権交換等を推進。
 - ※所有者等探索のため市町村が固定資産税課税情報等を利用可能とする
 - 都市再生推進法人(まちづくり会社等)の業務に、低未利用地の一時保有等を追加。
- ◆身の回りの公共空間の創出
 - 空き地・空き家を活用した交流広場、コミュニティ施設など、地域コミュニティやまちづくり団体が共同で整備・管理する施設について、地権者の合意を担保する協定制(立地誘導促進施設協定)を創設。
- ◆都市機能のマネジメント
 - 都市機能誘導区域内の商業・医療施設等を休廃止する場合における、市町村長への事前届出制度を創設。市町村長による助言・勧告手続きも整備する。(既存建物活用による商業機能の維持等のための措置)



さいごに

本書をお読みになられて、皆さんはいろいろなことを感じられたのではないのでしょうか。

冒頭にご紹介した、まちづくりの「正」のサイクルを動かす仕組みは、実は民間が続けたいくなるような「インセンティブを付与する」ことなのです。

現在、エリアマネジメントという言葉が脚光を集めるようになりました。エリアマネジメントとは、皆さんの身近な「エリア」を経営感覚で「マネジメント（うまく利用）する」ことです。その結果、人が増え、地価が上がり、新しい投資が起きます。

これは一企業だけではできない作業で、営利を追求しながらいくつかの企業体が共同で取り組む作業です。ゆえに「声掛け役」が必要であり、つまり、商工会議所に期待される役割の一つといえましょう。

本書で紹介したBIDなどのシステムは、行政の補助金に頼らない民間主導のまちづくりの新しい方策であり、ローカルファーストの実践として各地域が自立的に発展していこうという取り組みでもあります。

本書を読んだ皆さんが今の「やる気」をこれからの「本気」に変え、数年後の地価目標などを立てながら覚悟をもってまちづくりに取り組めば、まちはきっと変わるでしょう。

2018年3月
民間主導のまちづくりタスクフォース
座長 足立 基浩（和歌山大学副学長）



タスクフォースの検討状況

1. メンバー

(順不同、敬称略)

	氏名	所属・役職	所属企業・役職
座長	足立 基浩	和歌山大学 副学長	
委員	亀井 信幸	茅ヶ崎商工会議所 会頭	亀井工業(株) 代表取締役社長
〃	阿部 眞一	佐久商工会議所 副会頭	(有)和泉屋菓子店 代表取締役社長
〃	河木 照雄	豊田商工会議所 副会頭	(株)山田屋 代表取締役
〃	二宮 啓市	都城市中心市街地活性化タウンマネージャー	
第2回ゲスト	古川 康造	高松丸亀町商店街振興組合 理事長	

2. 会議開催

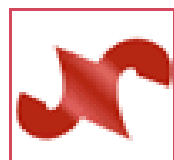
開催回数	開催日
第1回会合	2017年11月22日
第2回会合	2018年1月31日
第3回会合	2018年2月14日

民間主導のまちづくりタスクフォース
事務局

日本商工会議所 地域振興部

TEL: 03-3283-7084 FAX: 03-3211-3859

URL: <http://www.jcci.or.jp>



日本商工会議所

The Japan Chamber of Commerce and Industry