

## 第7回 都市の多様性とイノベーションの創出に関する懇談会

### 議事概要

日時：令和元年5月30日(木)13:00～15:00

場所：中央合同庁舎3号館6階都市局議室

※ 鶴殿ゲスト委員及び(独)都市再生機構から、地方都市の現状についてそれぞれ資料に基づき説明がなされた後、委員はじめ出席者間において、主に以下の意見交換がなされた。

#### [地域内の経済循環]

- 地域外から所得があっても、それを受け止める構造が地域になれば、所得は域外企業に流出してしまう。まずは小さくても地域内に地域のニーズを満たすサービス産業等を少しずつ育てることが重要。公共空間という器の整備も大事であるが、その中で賑わい創出を図る活動の種を蒔くことも必要。
- 地域内の経済循環を活性化するには、地域の資源をビジネスにつなげることが必要。例えば地域の課題も解決資源のひとつである。
- 土地価格の最大化を求めると、必ずしも地域が目指す方向性に沿った土地利用にならない可能性もあるが、一方で、「適正価格でよいのでまち全体のために土地を譲りたい」という土地所有者も存在する。地域内でビジョンが共有されると、経済合理性だけにとらわれない土地取引の可能性が高まる。

#### [まちの賑わい]

- 生き活きとしたまちとは、常に人が沢山いることではなく、イノベーションやお金を生み出す多種多様な人が地域にいることではないか。
- 賑やかさは、そこにいる人数だけではなく、空間の広さによって見え方が異なる点も重要。広くしすぎないことで、同じ人数でも賑やかに見える。イノベティブな人材はこだわった空間を好む傾向にあり、運営者や店主の思いのこもった空間を排他的にならないようにしながら作っていくことが重要。

#### [選択可能性とまちの価値]

- リノベーション等、「心地よさ」や人が集まる「魅力」を作り出す取組は、定量的に投資効果を算出できないことが課題ではないか。
- まちにとって「価値が高い」とは、多くの選択肢を持つことであり、その地域の様々な活動の選択肢を減らしてしまう取組は「価値が低い」取組。「心地よさ」を実現するのはヒット商品を開発するのに似ていて、当て方、セオリーはない。ヒットするまで追い求めてトライを繰り返すことが必要ではないか。

- S市では商店街と隣接して公共施設を整備したものの、公共施設の来訪者が商店街を訪れるという当初狙った効果は得られなかった。しかし、商店街がまちの本店所在地としての役割を見出したことで、買い物客ではなくビジネス客による賑わいを生み出した。狙いどおりにいかなくとも、選択肢を多く持つことで、副次的な効果に切り替えることができる。
- 自治体は、国からの交付金を街の活性化の投資資金として捉え、リターンを追求する姿勢を持つべきではないか。
- サブスクリプション(定額制)は、その場所まで行くという選択肢をユーザーに増やすが、誰かが損をするリスクを負うことでもある。実感はできないとしても、人の集積によりイノベーションが起きる可能性を高める、まちにとっての「公共性」がある取組である。
- 公共交通そのものは特に地方都市では社会福祉的な取組となるものであり、まちのビジネス主体が担うべきとするものではないと考える。
- プレイスメイキングそのものの価値を数値化することは難しいが、例えば周辺商店の売上げを指標とすることはできるだろう。

#### **[地方都市のあり方]**

- 地方都市では、郊外の道路沿いに進出した全国チェーン店で買い物がされ、所得が東京をはじめ地域外に流出するとともに、都市同士の均質化が引き続き進んでいるのではないか。行政の考え方を含めこの構図を変えていくことが重要であり、まずは中心市街地と郊外で商売をする際の公平性が担保されることが必要ではないか。
- 江津市や鯖江市など、危機意識を持ってまちならではの魅力を磨くビジョンを打ち出している都市もあり、そういったところは活性化してきている。
- 地方都市では、他のエリアと協同して地域の魅力を売り出すことも必要ではないか。例えば地域の産品をブランド化して東京で売る(地産東消)、全国チェーン店の物産展で売るなど。
- 建築物を新しく整備すると、建築コストをまかなうためのフロア賃料になり、全国チェーンなどの資本力がある店舗の出店が多くなる傾向にある。リノベーションにより家賃を抑えた物件もつくるなど、地域に家賃の多様性をもたらす必要がある。「官能都市」の調査でも、チェーン店と個店が混ざり合っている都市の評価が高くなっており、両者の共存が重要ではないか。

※意見交換終了後、事務局より中間とりまとめ(たたき台)について概略の説明が行われ、次回、中間とりまとめに係る意見交換を行うこととされた。

(以上)