

地域づくり、既成市街地活性化に向けた市民・民間事業者等の関わり方について (先進事例調査の報告)

(株)価値総合研究所
戦略調査事業部

○西野 郁夫

日大生産工

宮崎 隆昌

日大生産工 (PD)

中澤 公伯

1 はじめに

地方分権時がさげばれる中、自治体の足腰を強めることを目的とした平成大合併も一段落したところだが、今後は地域間競争が激しくなることが予想される。地域の魅力づくりが重要性を増している中で、「エリアマネジメント」が注目されている。

これまでの中心市街地・既成市街地活性化に関する調査・研究をみると、先進事例の取組みや手法に着目する例が多く見られるが、地域資源や抱える課題が異なる地域でどの程度参考になるかは疑問である。

そこで本稿では、単に事例や手法の紹介等を行うのではなく、地域価値向上のために取り組むべき段階(プロセス)及びその手順(時間軸)に着目し、“シナリオ”として整理した。

なお、本稿は「既成市街地既成市街地活性化方策としてのエリアマネジメントのあり方に関する調査」(調査主体:(財)広域関東圏産業活性化センター、調査協力:(株)価値総合研究所)の一部を取りまとめたものである。

2 アプローチ

本稿において“シナリオ”を作成するに当たっての手順は以下の通りである。

- ① 既存調査、文献、エリアマネジメント事例等をもとに、普遍性があると思われる成功要因を抽出
- ② シナリオを作成するうえで重要と思われる要因を段階(プロセス)及びその手順(時間軸)に沿って整理し「エリアマネジメント推進のシナリオ」として提示
- ③ 先進的な取組みを行っているエリアマネジメント組織へヒアリング調査を行い、②で整理した“シナリオ”を検証

3 シナリオの作成に当たっての考え方

本稿ではエリアマネジメントを「一定の広がりを持つ地域において、地域価値の向上を目指して、中・長期的な視点で、街づくり戦略立案から維持管理・プロモーション、文化広報等の広範な分野のマネジメントを一貫して明確なコンセプトの元に自律的に行う活動」と定義している。

これまでの地域活性化の取組み例をみると、計画論に則り、「理念」→「戦略策定」→「体制・資金」→「事業等実施」→「評価」の流れで考えられるのが一般的であるが、現実には個別の地域性、多様な関係者によりその内容・方向性が多様となるため、最初の段階で明確な理念・戦略を規定することが非常に難しい。

既成市街地活性化に向けた各種取組みを行っている多くの地域で「目に見える大きな成果をあげられない」「実施したが上手く事業展開できない」のは、上記の難しさに起因していると考えられる。

一方、うまくいっている地域では、まず、地域価値の向上を志す人々が集まり、比較的容易に実施が可能な活動・事業から実施している。このような試行的な活動を繰り返すうちに、地域の将来像を作り上げている(例:兵庫県出石町(現:豊岡市)、高松市丸亀町商店街等)。

4 エリアマネジメント成功のためのシナリオ

以上の視点から、エリアマネジメント成功のためのシナリオを図1に示した。このシナリオは、大きく2つのステップで構成される。

第1ステップ(試行期)は、とりあえず出来ることを数多く、少ないリスクで実施する期間である。

次に、第2ステップ(エリアマネジメント期)は、その中から有効に機能し、継続的に活動できることを

本格的に実施する期間である。

また、ここで重要となるのが、第1ステップから第2ステップへの移行判断であるが、ここでは、『広義の「公共性」を有していること』、そして、『長期的（継続的）に「業」として成立できる』ことがあげられる。

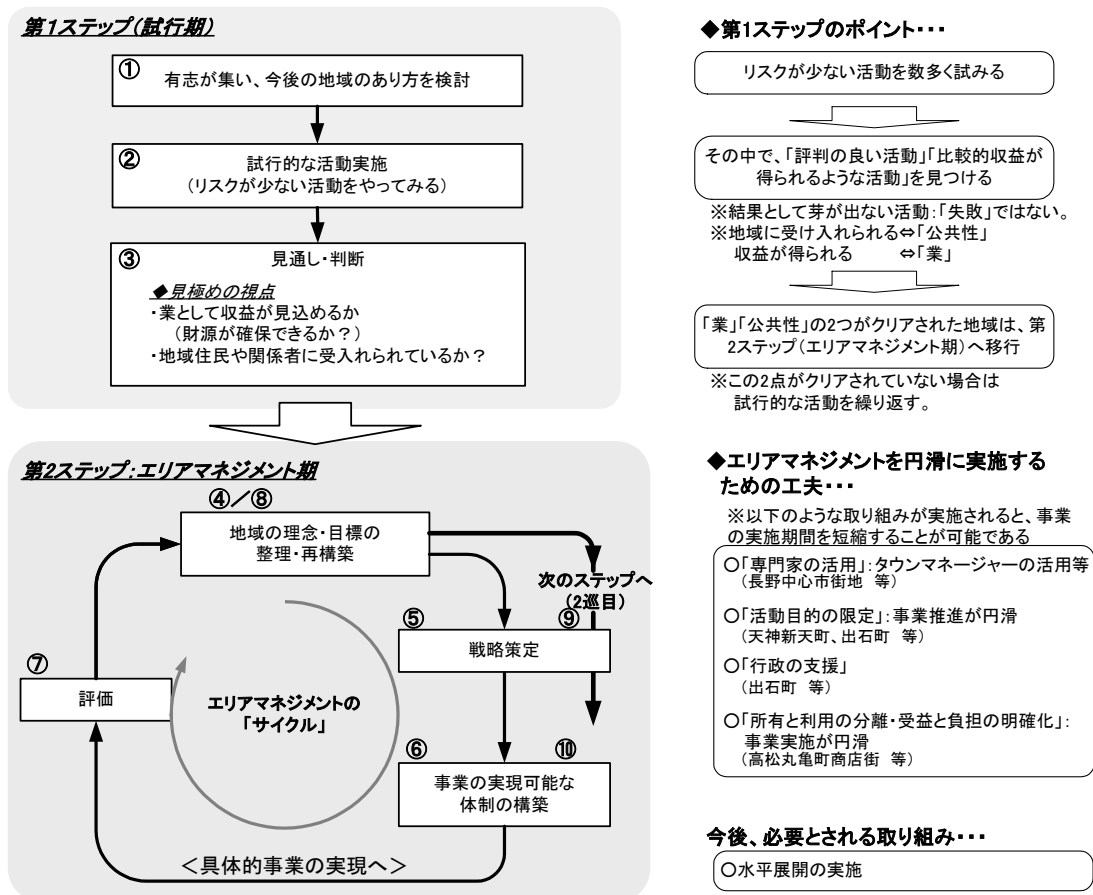
5 先進事例からみるシナリオ

先進的な取り組みを行っているエリアマネジメント組織へのヒアリング調査等を行い、「エリアマネジメントのシナリオ」について検証を行った。ここでは、川崎市、長野市、目黒区自由が丘、豊岡市出石町、福岡市天神新天町商店街、高松市丸亀町商店街を対象としている。

たとえば、豊岡市出石町の例では、「出石城下町を活かす会」、「観光協会」が中心となって、活性化方策のあり方を検討するところから始まり、まずは「皿そば事業」「みやげ物店事業」等を実施したことが第1ステップであると考えられる。

これらの事業等により、観光客が増加し一定の収益が得られるようになると、第2ステップとして、既存事業（皿そば・みやげ物店）の拡大を図るとともに、今度は滞在型の観光地としての確立を目指し、宿泊業を中心とした「観光業」へと事業展開を進めている。

同様に、「第1ステップ」→「第2ステップ」の流れ



に沿って地域活性化を実践している様子が伺える。

6 おわりに

既存市街地活性化に向けた各種取り組みを行っている多くの地域で「目に見える大きな成果をあげられない」「実施したが上手く事業展開できない」のは、「個別の地域性、多様な関係者によりその内容・方向性が多様となるため、最初の段階で明確な理念・戦略を規定することが非常に難しい」ことが原因であると考えられる。

本稿では、商店街、商工会、TMO等、エリアマネジメント活動を行う主体の視点から、既存市街地活性化について、エリアマネジメント推進のための“シナリオ”として整理した。

＜参考文献等＞

- ・小林重敬ほか、「エリアマネジメント（地区組織による計画と管理運営）」（学芸出版、2005年4月）
- ・「中心市街地活性化のポイント」（ぎょうせい、平成16年）
- ・「季刊まちづくり」（学芸出版平成18年3月） 等