



# 地域まちづくり団体による公共空間活用の可能性



自発的に地域のまちづくり活動に取組む団体がある。成り立ちも構成も異なる団体が、公共の利益のために様々な活動に取組んでいる。従来、まちづくりを担ってきた行政では、道路や公園等の維持管理費捻出のため、あるいは、地域活性化や街なかの賑わい創出のために、公共空間の規制緩和と有効活用がすすめられている。いずれも求める先は、まちの課題解消、地域の魅力創出、賑わい向上、という公共空間の質の向上であり、この公共空間活用に鍵がある。

「まちづくり団体が公共空間で地域の魅力や賑わい創出事業を行い、その収益を次の活動につなげると同時に、地域の課題解決や価値向上、公共空間の質向上の財源として地域に還元する。」という持続的な公共空間活用の可能性を模索し、その時に意識すべき4つの事柄【公共空間の本来目的と新たな目的・賑わい創出の均衡点】【収益は公益に】【まちづくり団体の条件】【官民の役割】について意見を述べる。

## 地域まちづくり団体による公共空間活用の可能性

名古屋都市センター 研究主査 井村 美里

### 1. 背景と目的

1990年以降の、特定非営利活動法人法、地方分権一括法の施行、そして2004年の行政サービスの民間開放などを図るための規制改革と民間開放の推進等を背景に、それまで中央が行ってきた取り組みが地方へ、行政の取り組みが民間へと新たな動きが出てきている。また、1947-49年生まれの団塊世代のサラリーマンが定年退職を迎え、職場での知識や経験を生かし地域活動に取り組む事例が各地で見られるようになり、企業においても地域支援や協働の取り組みを行うCSR活動が充実し、行政以外の担い手による、多彩な地域活動が進行している。自分たちの地域は自分たちの手で！という意識は着実に根付いてきており、こうした意欲の継続が自分たちのまちに愛着を育み、地域をより魅力的なものにしようとする動きにつながっているようだ。しかし、行政以外の担い手による、まちづくり活動には、運営ノウハウや団体間の連携、活動資金や人材の不足という様々な課題もあるようだ。

一方、長引く不況と生産年齢人口の減少等から、税収低下を余儀なくされる地方自治体も多い。限られた財源の中で公共資産をいかに維持管理、運営していくかという課題を持ち、経費削減や既存資産の売却、道路や公園等の公共空間の規制緩和と有効活用を進め、資金創出に取り組んでいる。近年の中心市街地の活性化、都市の再生・集約化という動きも、公共空間の規制緩和と有効活用を後押ししている。

いずれの立場も、まちの課題を解消し安全にする、地域の個性や魅力を向上させ、街なかでは賑わいを創出する、という公共空間の質の向上を目指している。そこで、地域のまちづくり活動を通じて社会貢献している団体（以下、「地域まちづくり団体」あるいは単に「団体」という。）が、自立し、持続していくための財源や体制、制度等の仕組みを追求したいと考えた。行政が有効活用を進める公共空間に注目し、地域まちづくり団体が公共空間を活用して地域の魅力や賑わいを創出する活動を行い、その収益を次の活動へつなげると同時に、地域の維持管理や整備など地域課題の改善や価値向上、公共空間の質向上の財源として地域に

還元するという、両者にとってメリットのある連携ができるないだろうか。本調査では、名古屋市の都心部に注目し、公共空間活用の課題を明らかにする中で、様々な理念や組織構造を持つ地域まちづくり団体がどのように取り組み、行政と連携をとることで、持続的な公共空間活用につながるかについて、その可能性を検討する。

### 2. 地域まちづくり団体の活動

#### （1）組織の分類

単に、まちづくり活動に取り組む団体といつても、その活動目的や活動エリア、常勤職員の有無、財産の有無、活動資金の出所等、様々な違いがある。本章では、①設立経緯、②法人格の有無、③行政団体の参画の有無、④活動内容、の4つの軸で分類し、整理する。

##### ①設立経緯

日本では古くから、集落の「結」や「寄り合い」などの集まりで、地域の道や水路の維持管理等共同事業を実施し、地域の暮らしを自分たちで支えてきた。この類の事業は今ではほとんどが行政の仕事になっているが、1960年代中頃までは、地域の人々が農閑期に労力を提供し、共同作業として行われることも珍しくなかった。現在でも、自治会や町内会と呼ばれる地域のつながりを軸にした住民中心の団体が、地域内の環境美化や住民相互の連絡、防災活動、地域の安全確保などその活動は多岐にわたるまちづくり活動を展開している。地域の縁でつながる団体ということで「地縁団体」とも呼ばれている。

一方、特定の目的の下で有志が集まる組織もある。ボランティア団体やNPO法人等が、その典型的な組織といえるだろう。特に1998年に特定非営利活動促進法（NPO法）が施行されて以来、様々な活動を行うNPO法人が増え、地方公共団体や企業等と協力して地域の活動に取り組む団体も多い。特定の目的を遂行するために設立された組織であることから、志を共にする縁を意味する「志縁団体」とも呼ばれている。活動圏域は、一部の地域に限定されるものもあれば、全国的に広がる広域的なものもある。全体的にみると、

志縁団体全体の活動内容は多岐にわたっているが、1つの組織で行う活動分野は限定されているようだ。

近年のインターネット等、高度情報技術の急速な進展により、新たなつながり方によるまちづくり団体が生まれている。団体自身のウェブサイトやブログ、ツイッターを通じて、企画毎に各地から参加者を募り、活動フィールドとして地域のまちづくりに関わる団体である。地縁団体、志縁団体と区別して、参加者が企画そのものを楽しみ、かつ、地域とつながるような活動に取り組んでいるという意味で「楽縁団体<sup>1</sup>」と呼べるのではないだろうか。企画内容や情報発信方法、デザインセンス等によって、情報閲覧者に興味を沸かせ、参加を促す必要があるため、楽縁団体の主体者らは常に新しさを求めて企画を作り出しているように思われる。

**表 1 経緯による分類**

分類	まちづくり活動団体の例
地縁団体	自治会、町内会、PTAなど
志縁団体	ボランティア団体、NPO法人、スポーツクラブなど
楽縁団体	NPO法人、任意のまちづくり団体など

## ②法人格の有無

地域まちづくり団体が組織される根拠法や法人格の有無によって表2のように分類することもできる。法人格を取得することは、まちづくり団体の継続性を社会的に表明し、責任の所在を明確にすることでもある。契約行為等を伴う活動を行う場合に法人格を持っていることが有利に働くことになるだろう。

**表 2 法人格の有無による分類**

組織	根拠法	法人格
自治会、町内会	なし	—
任意のまちづくり組織等	なし	—
協定運営委員会	なし <sup>2</sup>	—
有限責任事業組合	有限責任事業組合契約に関する法律	—
自治会、町内会 (認可地縁団体)	地方自治法 260 条の 2 (1991 年 4 月～)	○
一般社団法人、一般財団法人	一般社団法人及び一般財団法人に関する法律	○
特定非営利活動	特定非営利活動促進	○

法人 (NPO)	法	
商店街振興組合	商店街振興組合法	○
合同会社 (LLC)	会社法 (2006 年 5 月 1 日施行)	○
株式会社	会社法	○
タウンマネジメント機関 (TMO <sup>3</sup> )	中心市街地の活性化に関する法律	○

## ③行政団体の参画の有無

各地の地域まちづくり団体の事例をみていると、団体の構成員に行政の参画がある場合、活動内容に以下のような傾向が見られる（表3）。

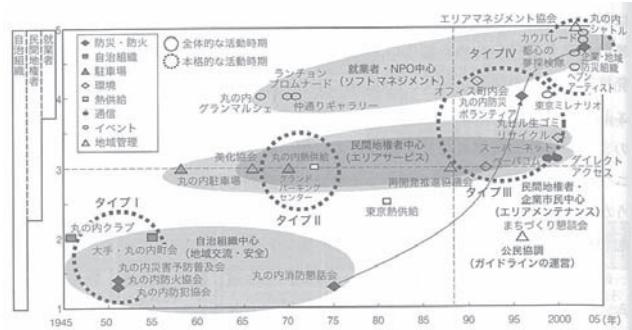
- ・ 地域内にまちづくり団体が組織された比較的初期段階に、自治組織から始まった活動の次の一步を進めようとして、関係者間でまちの将来イメージの共有やデザインルール策定を行う。
- ・ 公共空間を利用した社会実験やその後の展開に取り組む。

まちの将来計画やデザインガイドラインの策定、公共空間利用など、ハードのまちづくりを意識する時に、行政が参画している事例が多いようである。地域の合意を得て、公共的な取り組みとして行うための仕組みとして、行政団体の参画が促されているのではないかと考えられる。

## ④事業の性格

複数の地域まちづくり団体が存在し、幅広い活動を行っている地域がある（表3）。

東京都大手町・丸の内・有楽町エリアでは、自治組織、民間地権者、企業市民、就業者それぞれを活動主体として、地域交流・安全、エリアサービス、エリアマネジメント、ソフトマネジメントなどの地域活動に取り組んでいる。当初は、自治組織を中心に地域交流や防犯・防災活動に取り組まれていたが、次第に、民間地権者を中心とした団体により地域の駐車場管理や熱供



**図 1 時期別地域管理内容及び主体の展開<sup>4</sup>**

給など地域サービスの提供に取り組まれ、その後、地権者と企業市民を中心とした団体が緑化やリサイクルなど地域のメンテナンスに取り組み、最近では、就業者やNPOも一緒になって、イベントやイルミネーション、観光等ソフト部分のマネジメント活動が展開されている。

このように、清掃など地域の基礎的な課題解決を図ることから始まった活動が、地域の活性化のために人々の楽しみを高める方向へと発展し、まちづくり活動が多彩、多様なものになるに応じて(図1)、同エリアに目的の異なるいくつかの地域まちづくり団体が設立されている。

**表3 各地のまちづくり団体の構成員と活動内容**

地域	団体名	所在地	構成員	開始年	取組み内容
紫川	小倉イルミネーション実行委員会	北九州市	商店街、大型店、まちづくり団体、大学、ホテル、行政	2001	駅前、臨外橋、勝山公園・大芝生広場などで各構成団体が趣向を凝らした大小様々なイルミネーションを展開
紫川	紫川マイタウンの会	北九州市	地域の有志	2002	イベントを通して紫川及びその周辺の賑わい創出・回遊性の向上に寄与
小倉都心地区、黒崎副都心地区	北九州まちづくり応援団株式会社	北九州市	資本金3200万円(商工会議所、地元企業、商業連合会、北九州市など)	2005	北九州TMOの活動実行、まちづくりに関する事業の企画、推進、経営、管理、コーディネイト
紫川・勝山橋	小倉オープンカフェプロジェクト	北九州市	カフェ店、商業連合会、紫川マイタウンの会、商工会議所、北九州まちづくり応援団、北九州市	2008	紫川・勝山橋ひろば(橋上の一定幅)特設カフェ
小倉都心地区	We Love 小倉 協議会	北九州市	活動目的に賛同する団体、企業及び個人	2010	ネットワーク構築(大学、企業、まちづくり団体、NPO、自治会)、まちのPRと情報発信
長田地区	新長田まちづくり株式会社	神戸市	資本金3億5000万円/	1998	テナント説致・マネジメント、地域支援
	株式会社神戸ながたティエム・オーナー	神戸市	資本金1500万円/神戸市、神戸商工会議所、4商店街振興組合、新長田まちづくり(株)始め19団体	2001	商業活性化、情報発信、賑わいイベント、商店街事務局代行、名物プロモーションなど
	神戸・新長田中心市街地活性化協議会	神戸市	商店街(振興事業者、事業者、復興まちづくり協議会、「KOBE鉄人PROJECT」実行委員会、ほか)	2006	都市機能増進、経済活力向上
	NPO法人KOBE鉄人PROJECT	神戸市	NPO会員	2007	「鉄人」と「三国志」をテーマとした施設整備やイベント開催
秋葉原地区	秋葉原駅付近地区まちづくり推進協議会	東京都	事業者、町内会長、千代田区、東京都など	2002	秋葉原駅付近地区的まちづくりに関する調整・推進
	秋葉原タウンマネジメント㈱	東京都	資本金6,490万円/千代田区:3,000万円、地元町会・団体・開業事業者など民間27社:3,490万円	2007	環境整備、駐車中林対策、治安維持、企業・団体連携による施設整備、観光促進、空きビル対策、新規産業インキュベーション、コラボツーシュア産業振興、先端技術展開
	まちの魅力向上に向けた道路等の公共空間活用検討会	東京都	学識経験者、町会・商店街・電気街等の地域団体、企業、警察・消防・行政等	2008	安全・安心をベースとしたまちづくりの総合的な検討
	アキバ21	東京都	町会・商店街・電気街等	2009	防犯パトロールやキャンペーン、防犯カメラの設置等、安全・安心に向けた取り組み、「秋葉原協定」の制定
大手町・丸の内・有楽町	丸の内熱供給株式会社	東京都	資本金27億7500万円	1973	熱供給事業、中水道事業、管工事請負事業、関連コンサルティング業務
	丸の内美化協会	東京都	地権者(法人41社)、事務局は三菱地所(株)	1988	都、区道植樹帯の整備、丸の内仲通りの管理
	大手町・丸の内・有楽町地区再開発計画推進協議会	東京都	地権者(会員68名)、オブザーバー14名、特別会員10名(千代田区ほか)	1988	適正な都心機能のあり方を検討し、東京駅周辺再開発誘導地区で一的な再開発を推進
	大手町・丸の内・有楽町地区まちづくり懇談会	東京都	東京都、千代田区、JR東日本、再開発計画推進協議会	1996	地区の将来像設定と実現に必要なルール、手法を議論。まちづくりガイドラインの運営
	NPO法人大丸有エリアマネジメント協会	東京都	地域企業、団体、就業者、学識者、弁護士、市民等	2002	都市環境の改善(無料バス運行)、多様なコミュニティ形成を通じた地域活性化(野球大会)
	東京駅周辺防災隣組	東京都	地域企業	2004	月1回程度の総会を中心に、講演会、啓蒙活動、千代田区帰宅困難者避難訓練、BPR(Business Ruling Platform)による活動企画の提示を通じ、地区的安全性を世界に発信することを目標に活動
	オープンカフェ・イン・丸の内実行委員会	東京都	東京都、千代田区、大丸有協議会、NPO大丸有エリアマネジメント協会、東京商工会議所、東京観光財団、都市づくりハブリック・サイトセンター、国	2004	丸ビル前から晴海通りまで繋がる仲通り約850mの区間の歩道や空地でオープンカフェやパフォーマンス
	大丸有環境共生型まちづくり推進協会(エコツッキアリ協会)	東京都	学識者、地域内外の企業	2007	大丸有環境ビジョンの策定、丸の内地球環境クラブの運営、CSR報告書、打ち水、エコキッズ探検隊、エコ結び、丸の内朝大学
	有限責任中間法人丸の内パブリックスペースマネジメント	東京都	三菱地所・東京メトロ・JR東日本・丸の内熱供給	2007	維持管理協定によって「丸の内地下広場」(都道)と「行幸地下通路」(三菱地所所有)の維持管理
	丸の内エリアマネジメント広告実行委員会	東京都	大手町・丸の内・有楽町地区まちづくり懇談会、株式会社ジャパンエリアマネジメント、三菱地所ビルマネジメント株式会社、NPO大丸有EM協会	2008	丸の内仲通りでエリアマネジメント広告
汐留地区	汐留地区街づくり協議会	東京都	宅地所有者、借地権者約180名(大手町・4社含む)、東京都市・港区(特別会員)	1995	公共空間の維持管理、空間デザイン提案
	中間法人汐留シオサイトタウンマネジメント	東京都	汐留地区街づくり協議会が母体	2002	汐留シオサイト内の公共施設(歩行者デッキ、公園等)の維持・修繕・更新、まちおこしイベント等
	特定非営利活動法人コムーネ汐留	東京都	NPO会員	2004	汐留地域民主体の都市経営を試し、新たな地域社会のコミュニティ形成と人材発掘・育成
	博多駅地区まちづくり研究会	福岡市	地権者企業、学識者、団・県・市、経済団体	2003	まちづくりのグランドデザイン、ガイドラインの策定
博多駅地区	博多まちづくり推進協議会	福岡市	地権者、賃借者、自治協議会、公的・専門的立場から活動推進する機関、協力する個人	2008	情報発信、賑わいイベント、回遊性創出(マップ作成、ガイド)、環境活動(清掃、公園作り、フラワーロード)、自主財源確保(エリアマネジメント広告、まちづくり支援自販機)
	博多天神地区 WeLove天神協議会	福岡市	地権者、賃貸者、商業者、地域団体、地区企業、非営利団体、個人、行政、公的機関、教育研究機関	2006	社会実験「天神ピックnick(オープンカフェ等)」の継続、まちづくり憲章制定(2007)、まちづくりガイドライン策定(2008)、「まちめぐりナビプロジェクト」社会実験
横浜みなとみらい21地区	横浜新都市センター(株)	横浜市	第3セクター	1980	横浜新都市ビルとスカイビルの管理運営
	株横浜みなとみらい21	横浜市	横浜市、神奈川県、都市公園、地権者、地元経済界	1984	まちづくりの調整推進、各種調査、電波障害対策調整、地区内公共施設整備計画、100円バス運行支援、企業説明会、広報・PR赤レンガ倉庫貸付、イベント広場管理運営、駐車場経営、総合案内所管理運営など
	MM21熱供給㈱	横浜市	三菱地所・東京電力、東京ガス、横浜銀行など	1986	熱供給事業
	株メディアシティー横浜	横浜市		1987	情報提供システム構築、運営管理
	株横浜国際平和会議場	横浜市	横浜市、神奈川県、日本政策投資銀行等12団体	1987	会議施設等の建設運営
	MM21街づくり協議会	横浜市	中央地区地権者35団体、YMM21	1988	街づくり基本協定の運営、部会・視察会・講演会の実施
	横浜高速鉄道㈱	横浜市	横浜市、神奈川県、東京急行電鉄、三菱地所など	1989	みなとみらい線建設運営
	横浜都心電波対策協議会	横浜市	街づくり協議会会員、ポートサイド地区街協会員	1990	MM21地区と関連開発地区内の建物建設による周辺市街地のテレビ障害の改善
	MM21地区総合案内板設置委員会	横浜市	地区内団地、観光協会ほか10団体	1993	桜木町駅前総合案内板設置、暫定駐車場案内板
	MM21街の案内運営委員会	横浜市	地区内団体等39団体	1993	来街者に対するMM21駅前総合案内所の運営、地区内の歩行者案内サイン更新、MM21ホームページ管理
	MM21リサイクル推進協議会	横浜市	施設設置者19団体	1993	廃棄物の減量化、資源化物の共同リサイクル
	株ケーブルシティ横浜	横浜市	横浜市、都市公園、三菱地所、TRY90、三菱重工業、YMM21など20団体	1993	電波障害対策、CATV施設の建設運営
	MM21駐車場案内システム協議会	横浜市	駐車場設置者13団体、横浜市、YMM21、都市公園	1996	自動車来街者の駐車場情報(経路、混雑状況)の提供
	イベント調整会議	横浜市	地区内事業者16団体、YMM21	1998	地区内事業者などのイベント調整、情報交換
	MM21「100円バス」運行協力委員会	横浜市	街づくり協議会他、地区内企業団体等14団体	2000	「100円バス」運営協力、交通アクセス改善
	MM21緑花推進協議会	横浜市	地区内外企業30団体	2001	駅前広場などを花による緑化、華やかさを演出しイメージ向上
	MM21イベント実行委員会	横浜市	業務系ビルオーナー、集客施設、公共施設、横浜市、都市公園など29団体・企業	2003	みなとみらい線開業による街の活性化と集客力向上

## (2) 地域まちづくり活動の定義

様々な地域まちづくり団体や、様々な活動がある中で、何を地域まちづくり活動と呼ぶべきであろうか。

国土交通省土地・水資源局作成のエリアマネジメント推進マニュアルには、「地域における良好な環境や地域の価値を維持・向上させるための、住民・事業主・地権者等による主体的な取組み」をエリアマネジメントと定義し、一定のエリアを対象にした活動をエリアマネジメント活動といっている。ただし、地域の環境や価値を維持向上させる取り組みといつても、エリア全体の環境、街の将来像や街並みルールを作る／共有物等を管理する／防犯、美化、地域PR、経済活性化、空家空き地活用など居住環境や地域の活性化に関する活動を行う／生活のルールや生活支援サービスを提供する／コミュニティ形成等のソフト的な活動を行う等、様々ある。「新しい公共を担う人びと」では、「公共の志をもって自発的に活動する人びとの連携した取り組み」を「新しい公共」と呼び、地域コミュニティやNPO法人、企業の社会貢献活動を「新しい公共」と表現している。「エリアマネジメント」と「新しい公共」には地域を良くするために自発的に行動するという意味合いが含まれている。

また、全国19政令指定都市の内、まちづくり条例を制定している13都市の条例（表4）には、市民活動の定義に「営利を目的としない」「自発的・自主的」「自立的」「公益・不特定多数の利益」というキーワードが含まれている。

自治体名	条例名
札幌市	札幌市市民まちづくり活動促進条例
仙台市	仙台市市民公益活動の促進に関する条例
千葉市	市民参加及び協働に関する条例
川崎市	川崎市自治基本条例
横浜市	横浜市市民活動推進条例
相模原市	相模原市街づくり活動推進条例
京都市	京都市市民参加推進条例
大阪市	大阪市市民活動推進条例
神戸市	神戸市民による地域活動の推進に関する条例
堺市	堺市安全・安心・快適な市民協働のまちづくり条例
岡山市	岡山市協働のまちづくり条例
北九州市	北九州市自治基本条例
福岡市	福岡市市民公益活動推進条例

表4 全国政令市のまちづくり条例

以上のこととは、本調査で扱おうとする地域まちづくり活動の意味するものに近い。そこで、ここでは、地域まちづくり活動を「営利を目的とせず、継続的、自発的に行う、まちづくりに関する活動」と定義する。

## 3. 名古屋市都心部の地域まちづくり活動

### (1) 地域まちづくり活動の分布

名古屋市都心部では、どこにどれくらいの圏域で活動しているまちづくり団体があるだろうか。その分布をまとめてみる。

町内会等住民自治組織の活動は、基本的に小学校区で展開されており、この単位での活動は地域清掃や防災活動、地域の祭りなど多岐にわたっている。また、名古屋市では、より小さな単位でまちづくりに取り組む地域委員会という仕組み（図2）がモデル的に実施され、平成23年2月6日に河村市長の再選が決まり、そのマニフェスト<sup>5</sup>には地域委員会の全市拡大が書かれている。都心部には、現在、展開されている8つのモデル地区のうちの1つが西区江西学区に設置されている（図3）。

### 地域委員会の仕組み

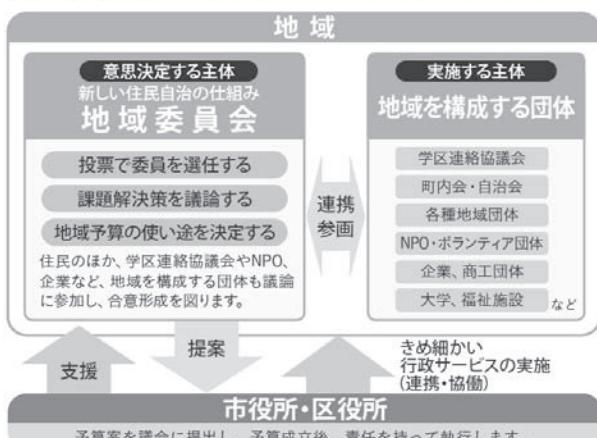


図2 地域委員会の仕組み



図 3 名古屋市都心部の小学校区(斜線部が江西学区)

NPO法人や任意のまちづくり団体として、地域のまちづくり活動に取組む団体の状況を示したのが図4である。この他、建築協定、緑化協定、景観協定の運営委員会も志を同じくする団体といえるだろう。また、景観条例における都市景観形成地区も地域の意見によってできており、形成地区に関わる組織も地域まちづ

くり団体と考えてよいだろう。

なお、これ以外に、企画毎の活動フィールドとして都心部に関わる楽縁団体として、大ナゴヤ大学やNGOア∞ス、木曽川がつなぐ山とまちインターネットフォーラム等の団体がある。また、2009年5月に設立されたナゴノスペース<sup>6</sup>の運営を行う株式会社ものづくり文化の道もある。名古屋都心部にはまだ、NPO法人、商店街振興組合、社団法人・財団法人以外、法人格を持って地域まちづくり活動に取組む団体は少ない。

## (2) 地域まちづくり団体の課題

地域まちづくり団体の収入としては、事業収入、会費、助成金、そして行政からの業務委託や協働事業などの委託金や分担金などがあり、行政の資金的な支援の割合は一般的に高くなっている。また、法人格を持たない団体は一般に契約行為を伴う事業委託が受けにくく、活動費の確保が大きな課題といえよう。



図 4 名古屋都心部の地域まちづくり活動

地域まちづくり団体の感じる課題について、市内のテーマ型市民組織81団体に対するアンケート調査で、都市センターに期待する役割を聞いたところ、『資金面での支援』が最も多く、次いで『団体の活動を市民や行政に発信する役割』『行政との架け橋役』で、団体の活動を関係行政機関に発信し、行政とのパイプ役としての役割を担うことを期待しているという結果であった(図5)。

また、本調査に関連して行ったセミナー<sup>7</sup>参加者へのアンケートでも「まちづくり活動団体の抱える課題は何だと思う?」に対し、財源不足や人材不足を挙げる回答が多かった(図6)。

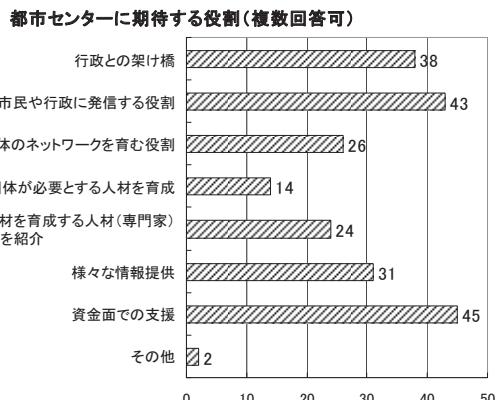


図5 都市センターに期待する役割<sup>8</sup>

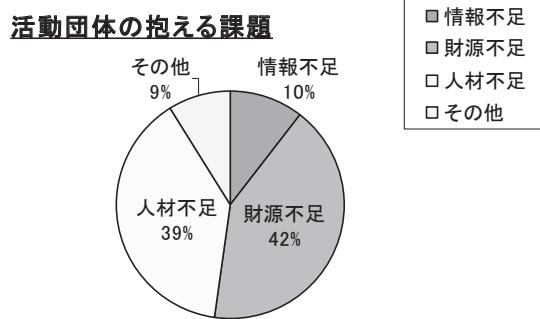


図6 セミナーでのアンケート結果(n54、複数回答可)

#### 4. 行政との連携

公共空間の活用にあたり、地域まちづくり団体と行政との連携は不可欠である。連携内容には、一般的に表5のようなものがある。前章で明らかになったように、地域まちづくり団体が経済的に自立し、行政からの直接的な金銭的支援がなくても活動が継続できるか否かは、大きな課題である。以降では、行政からの直接的な物的・金銭的支援ではなく、団体が自らの活動を通じて収益を得、更なる地域まちづくりへの資本と

する、まちづくり活動資金の循環の可能性について検討するために、公共空間の活用について調べることとする。なお、本調査では、道路、公園、河川の他、総合設計制度の公開空地、特定街区の空地などの敷地内空地、道路から見える民有地を含んだ景観を「公共空間」と呼ぶ。

表6 連携内容

方法	内容
支援を得る	相談体制、活動助成、専門家派遣、施設・備品の貸出し、研修等
許可を得る	道路活用、公園活用、公開空地活用、建築物の活用等
委託を受け る	指定管理者制度、事業委託、アダプト制度等
連携する	情報交換、情報発信、関係者とのネットワーク等

#### (1) 公共空間活用の事例

地域まちづくり団体が公共空間を活用した全国事例を集め、整理したものが表6である。このうち、団体が直接収益を得ている活動には、イベント入場料、物品販売や飲食店舗での売上げ、スケートリンクや自転車駐車場の利用料、広告掲載料等がある。

表5 公共空間でのまちづくり活動

空間	内容	例		
河川	維持管理	清掃		
	イベント	まつり	コンサート	
	物販	マーケット		
	飲食	オープンカフェ	船上レストラン	納涼床
	その他	遊覧船		
公園	維持管理	清掃	草刈	
	イベント	まつり	コンサート	
	物販	マーケット		
	飲食	オープンカフェ	ビアガーデン	
	その他	イルミネーション		
公開空地等	イベント	まつり	コンサート	
	物販	マーケット	市場	
	飲食	オープンカフェ	ビアガーデン	屋台
	その他	イルミネーション パフォーマンス スケートリンク 遊覧船発着所 自転車駐車場	インフォーラータ 大道芸	
道路	維持管理	清掃	修繕	
	イベント	まつり	コンサート	
	物販	マーケット	市場	バザール
	飲食	オープンカフェ	屋台	
	その他	イルミネーション パフォーマンス 自転車駐車場 広告 歩行者天国	インフォーラータ 大道芸	

## (2)公共空間活用における課題

都市センターで行ったセミナー参加者へのアンケートでは、参加者は道路、公園、公共的空地での活動に魅力を感じており、イベント開催や広告事業、出店事業等にまちづくり活動の可能性を感じているという回答が多くかった。一方で、公共空間活用における課題は、法や条例、公共空間を活用したいと考える事業者と行政との連携・調整、空間の使い方の運用やルールであるとの回答が多くかった。

そしてこの課題に対する回答は公務員とその他で意識の違いが顕著に表れた。前者は「(いったん決まってしまうと変更するのが難しい) 法や条例」ではなく、これらを遂行するために作られる「運用やルール」が課題であるとの回答が多く、後者は「法や条例」、「ノウハウ不足」が課題と答えた割合が多く、「使い方や運用やルール」が課題という回答は少なかった。

法を知って運用やルールを使いこなす、あるいは、運用ルール自体に課題があれば解消して対応すると考える前者の知恵を、両者で引き出し、共有することができるか否かが本当の課題なのかもしない。

## 5. 公共空間で事業展開するために

地域まちづくり団体が、公共空間で収益事業を展開することの可能性を探るため、まず、公共空間にどんな関連法があり、活動にあたってどんな手続きが必要なのかを表7に整理する。その後、各法の目的と利用に関する許可制度、近年の動き、地域まちづくり活動団体との連携についてまとめる。

**表7 公共空間の利用に関する許認可**

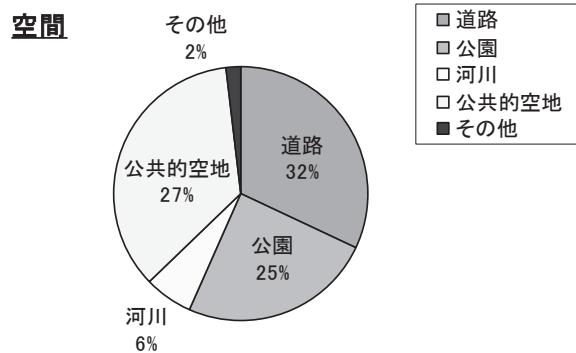
公共空間		管理法等	許認可	許認可申請先
公 有 地	道路	道路法	道路占用許可	道路管理者
		道路交通法	道路使用許可	警察
		屋外広告物法	屋外広告物許可	地方自治体
	河川	河川法	河川占用許可	河川管理者
民 有 地	公 開 空地	建築基準法 総合設計制度	一時使用承認	地方自治体

### (1)道路占用許可と道路使用許可

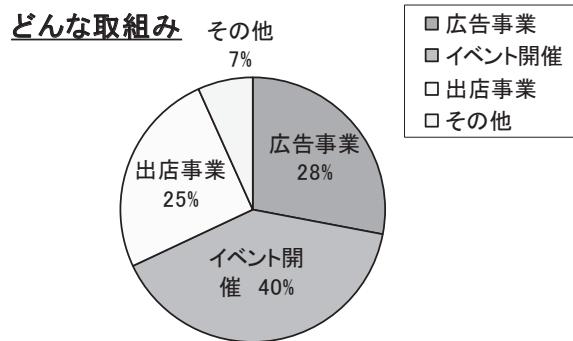
#### ●法の目的と許可条件

道路法は「道路網の整備を図るため、(中略) 交通の発達に寄与し、公共の福祉を増進すること」を目的としているため、何らかの理由によって道路空間

Q. 公共空間でのまちづくり活動の魅力・事業展開と聞いて、可能性を感じるのはどの空間？(n54、複数回答)

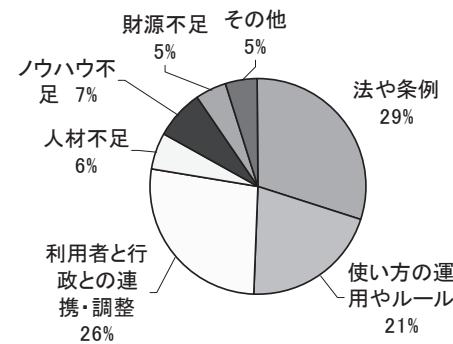


Q. 公共空間でのまちづくり活動の魅力・事業展開と聞いて可能性を感じるのはどんな取組み？(n54、複数回答)

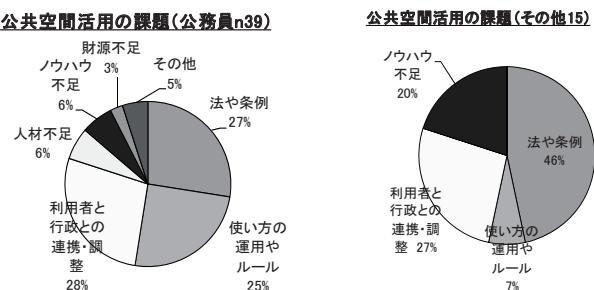


Q. 公共空間等の活用において、課題になっているのは何だと思いますか？(n54、複数回答)

#### 公共空間活用の課題



公共空間活用の課題(公務員n39)



公共空間活用の課題(その他15)

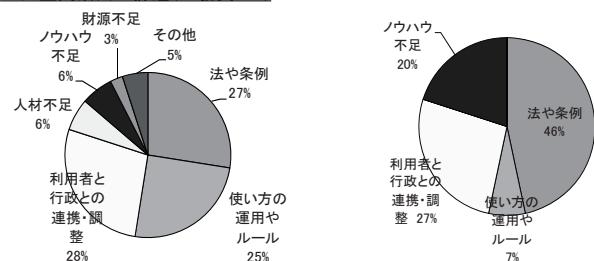


図7 セミナー参加者へのアンケート結果

を占用するものに対しては、個別に限定列挙したもののみ占用許可を行っている。

道路交通法は、「道路における危険を防止し、その他交通の安全と円滑を図り、及び道路の交通に起因する障害の防止に資すること」を目的としており、交通以外の目的で道路を使用する場合には、その行為に対して使用許可を行っている。

いずれも、道路は一部の利用者だけでなく道路を使う全ての利用者のものであるという観点から、本来誰もが使え、交通できる空間を、一部の利用者だけが占用又は使用する場合には個別で許可を要することになっている。また、占用許可基準等で特別に決められた場合を除き、個人が利益を得るような収益活動は許されていない。

### ●行政側の変化

しかし、近年、国土交通省道路局通達「地域の活性化等に資する路上イベントに伴う道路占用の取扱いについて」(2005.3.17) や、警察庁通達「民間事業者等による経済活動に伴う道路使用許可の取扱いについて」(2005)において、「地域活性化や都市の賑わい創出の観点から、地方公共団体や地域住民・団体等が一体となって取り組むイベントとして道路を活用する場合に、道路管理者は弾力的に判断し、イベントを支援すること」、「道路使用許可の可否判断には、収益を伴う、継続的かつ反復的に行われることを持って直ちに否定的な判断を下すことなく、交通への影響度合い、公益性、地域住民、道路利用者等の合意形成の状況を総合的に勘案した上で個別具体的に判断する」ことが示されている。これは、国道を対象に通達されたものだが、県市でも、地域の賑わい創出を重要視する転機になっている。

また、国土交通省道路局通達「地域における公共的な取組みに要する費用への充当を目的とする広告物の道路占用の取扱いについて」(2008.3.25)では、まちづくり団体による広告物の道路占用が許される方向の内容となっており、収益活動による利益が個人ではなく、地域に還元する仕組みや組織ならば、規制を緩和し、占用許可を可能とする方向にある。

### ●地域まちづくり団体との連携

昨今の国の動きの中で、地域を主体とした利用者による道路占用、道路使用や、収益活動は許され始めている。また、これらの合意を図るための、まちづくり団体、道路管理者、交通管理者を含めた関係者検討会

による協議が取り組みやすい雰囲気になってきている。まちづくり団体からの提案に対して、限定列挙される道路占用物件の追加検討も行われている。

ハード系予算の削減等、行政側の厳しい状況の中で、維持管理業務をなるべく民間に出していくとの思惑とも重なり、道路空間を活用したい側と管理を任せたい側の互いのメリットが生まれる仕組みが検討されている状況ともいえる。

しかし、占用物件設置後、継続的な管理ができず、最終的に道路管理者に処理依頼が届く案件も多いという。道路空間活用において大切なのは、占用許可物件をいかに維持管理するか、道路使用時の危機管理体制をいかに確保しているかという点であり、これらの事項に責任をもって対応できる組織体制であることが、地域まちづくり団体に求められている。

## (2)屋外広告物許可

### ●法の目的と許可条件

屋外広告物法は「良好な景観を形成し、若しくは風致を維持し、又は公衆に対する危害を防止するために、

(中略)必要な規制の基準を定めること」を目的としている。掲出可能な場所や大きさ、自己用か否か等が詳細に決められ、かつ事前に許可申請を行うことで地域の景観を阻害していないか、公衆に危害を与えていないかが確認されている。元来が収益のための広告物だが、道路空間では道路法で、河川敷地では河川法で、占用許可が可能な場合に掲出できる、公開空地等は民有地であるため掲出が可能、とその掲出場所によって規制内容が異なっている。景観法に基づく景観形成地区内の屋外広告物に関しては、基準への適合や許可申請前に景観アドバイザーの確認や指導が必要となっている。

### ●行政側の変化

道路空間の広告物については、国土交通省道路局通達「地域における公共的な取組みに要する費用への充当を目的とする広告物の道路占用の取扱いについて」(2008.3.25)により、新たな動きへの対応ということで緩和の方向に進んでいる。

### ●地域まちづくり団体との連携

東京・丸の内地区や横浜・みなとみらい21地区をはじめとして、全国で『エリアマネジメント広告』の社会実験が展開されている。これはまちづくりの担い手が景観向上のためのルールに基づき、路上及び公開空

地などの民有地の屋外広告を販売し、その収入を地域課題や地域価値向上の財源に充てようという事業である。法における屋外広告物に対する制限は、屋外広告物が都市景観を形成する重要な要素の1つで、まちのイメージ形成にも深く関わっているという理由から、民有地よりも、公共空間、景観形成地区内であり厳しいものとなっている。良質な広告であれば、景観を損なうことも少なく、まちのイメージが向上することもある。確かに、広告掲出は土地所有者や建物所有者にとって貴重な収入源で、公共空間の魅力的な活用策ではあるが、都市景観やまちのイメージ形成を阻害することもあり、その折り合いは重要な課題である。

都市景観向上を前提に、特定地域における広告掲出のマネジメントを個々の土地所有者、建物所有者ではなく、例えば、地域まちづくり団体に委嘱し、一部収益を当該団体に提供するといったことを想定してもよいのではないだろうか。団体は広告掲出による収入を得て、経済的な自立に歩を進めることができるようになる。

### (3) 河川占用許可

#### ●法の目的と許可条件

河川法は「洪水、高潮等による災害の発生が防止され、（中略）河川環境の整備と保全がされるようにこれを総合的に管理することにより、国土の保全と開発に寄与し、もつて公共の安全を保持し、かつ、公共の福祉を増進すること」を目的としている。1997年5月に河川の持つ多様な自然環境や水辺空間に対する国民の要請の高まりに応えるため、それまでの治水、利水に加え、河川環境（水質、景観、生態系等）の整備と保全が目的に加えられた。

従来から川は「万人の自由使用」が原則であり、特定の者が「排他独占的に」かつ「営利目的で」河川区域を恒常に占用することは制限されてきた。

#### ●行政側の変化

しかし、都市の賑わいの創出や水辺に親しむ空間づくりという観点から、2004年3月、国土交通省により「河川敷地占用許可準則の特例措置」が通達され、地方の提案のもと、河川局長の指定があれば社会実験として、従来占用施設として認められていなかったイベント施設やオープンカフェ、広告等の施設を設置することが可能となった。その後、2011年4月からは地方自治体の裁量で、全国で実施可能となり、民間事業者が河川敷

地内に収益施設を設置できるよう、河川敷地占用許可準則を改定し、これまでの特例措置が一般化されることになっている。

河川局長指定による特例措置の社会実験は、名古屋市・堀川、大阪市・道頓堀川、広島市・京橋川等の8区域で実施されている。

#### ●地域まちづくり団体との連携

各地での社会実験を通じて、収益施設の臨時的設置が可能になっており、現在、一般化に向けた仕組み整備が進められつつある。河川法本来の目的をクリアした上で、どのような地区で、どんな団体に対して、どんな占用物件を許可することが、地域の賑わい創出に貢献できるのか、まちづくり団体の関わる余地はあるのか、その青写真はまだ明らかになっていない。

また、河川に関わるまちづくり団体といつても、都市内河川でもその距離は数十kmに及ぶ場合もあり、上下流の各地でまちの様子も、それぞれ取組むテーマも異なり、ひと括りにできない問題もある。一方、河川の水質保全という課題に注目してみると、特定地域だけの課題ではなく、河川に隣接する全ての地域に関わる共通課題であり、より、まちづくり団体間の連携が重要なこととなる。

### (4) 公開空地一時使用承認

#### ●法の目的と承認条件

建築基準法における総合設計制度は「市街地の環境の整備改善に資する」と認めたものを対象として容積率や高さの緩和をするものである。制度の扱いは自治体の運用基準によっており、名古屋市ではこの制度において、次の4種の公開空地を定めている。

- ①歩道状空地：道路との一体利用、歩行（歩道）空間の拡充を目的とする
- ②通り抜け用空地：公共施設、公開空地相互を有效地に連絡する空間。（建物単体でなく）エリアで見た時に人の動線を確保しエリアとしての利便性の向上を目的とする
- ③広場状空地：密集化する街中の環境改善としての空地、憩いスポット、人だまりを目的とする
- ④広場状内部空間：広場状空地と同様の目的を持った内部空間

本来この公開空地は、「日常一般に公開され、周辺地域からの利用及び有効活用又は周辺環境への寄与が期待できる」誰もが自由に行き来できる空地でなけ

ればならないが、「地域活性化や賑わいづくり」「維持管理のための工事」「公共公益」に該当する場合には事前承認により、空間を一時使用することができる。イベント等の行為及び空間の占用状況を勘案して、可否が判断される。公開空地での物販、サービス提供等の収益活動は原則行うことができないが、「地域活性化や賑わいづくり」を目的としたイベント等に伴う一時使用なら可能である。

この他、同様の公共的空地として、都市計画法における特定街区等の空地もある。

### ●行政側の変化

地方分権推進への流れの中で、2000年に各自治体に対する国からの通達の取扱いが拘束力をもたない技術的助言となることが明確化され、自治体による独自制度運用に拍車がかかった。以降、名古屋市では、国の準則にはない名古屋市独自基準の運用が進んだ。最近改正された基準では、市として歴史的建造物や樹林地の保存に重点的に取り組むべきとして、これらが公開空地等として扱われることとなっている。

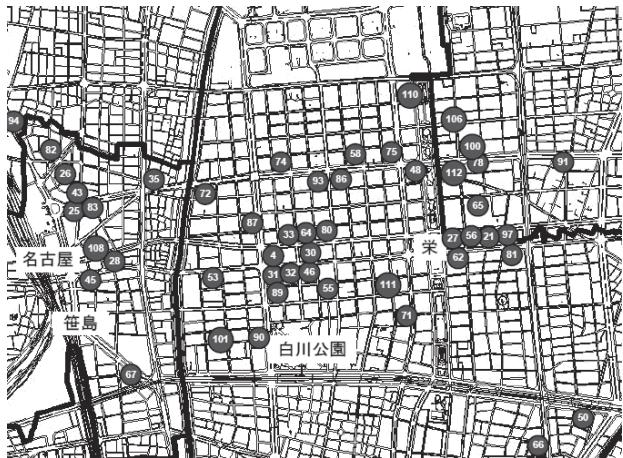


図 8 都心部の公開空地の分布

### ●地域まちづくり団体との連携

公開空地は「…周辺地域からの利用及び有効活用又は周辺環境への寄与…」するためのものであり、地域まちづくり活動団体が、地域活性化や賑わいづくりを目的とした収益活動のために公開空地活用を行う場合、5日間程度の一時使用ならば、かなり柔軟に対応できる状況になっている。また、現状の一時使用申請手続きは、公開空地所有者の承諾を得た上で利用者が行うことになっており、空間を利用する地域まちづくり活動団体が申請することも問題はない。一定エリア内の公開空地を一体的計画的に活用し、一括申請すること

も可能である。

道路や河川に比べて自由度の高い公開空地だが、課題は5日間程度の一時使用という点にあるだろう。設備準備や警備員の配置等、短期使用では経費に対して割に合わない収益となり、出店できないという場合もある。収益事業ではない公共公益活動ならば5日間程度という枠はなく、もう少し長期的な使用が可能となる。大阪府では、5年間限定で、公開空地に自転車駐車場を設置する事例も出てきている。

しかし、恒久的な使用許可を認めようすると、総合設計制度基準の目的や基本方針に「地域活性化や賑わい創出」を記載するか、公開空地の目的に「地域活性化や賑わい創出」を組み入れる必要がある。これは、ソフト事業に対してハードのアメ（容積率や高さ等の緩和）を提供することになり、ソフト事業の継続性の担保を取ることが要請される。ハードとして出来上がった建物が存在する限りずっと、建物所有者がソフト事業の継続を保証することは、相当難しいと考えられ、現状ではまだハードルが高い。

## 6. 公共空間活用の展開に向けて

公共空間を活用し、賑わい創出や地域活性化を目指すにあたり、規範となる事項をまとめる。

### (1) 公共空間の役割と賑わい創出

道路や公開空地などの公共空間にはそれぞれの関連法において、空間の担うべき役割が定められている。道路は、交通のための空間を確保し、円滑な交通の用に供することが挙げられ、河川には、治水や利水、河川環境の整備と保全が挙げられている。総合設計制度における公開空地は、市街地の環境の整備改善に資することでハードのアメ（容積率や高さの緩和）が与えられる。また、屋外広告は良好な景観形成と風致維持を目的とする法によって、公共空間における広告掲出の制限が決められている。いずれも、不特定多数の者が支障なく、自由に公共空間を使用できることが基本となっており、専用的な利用や収益活動は許されていない。

しかし、新たに賑わい創出と街なかの活性化という役割が加わり、公共空間もその役割を担うことが社会的に要請されるようになってきた。この新たな役割と従来からの役割は、相反する状況を生み出すことがある。例えば、道路上での地域の活性化と賑わい創出の活動には、路上でのオープンカフェや市場、まつりや

コンサートの実施、広告板の設置等が考えられるが、これらによって、不特定多数の交通の用に供するという道路の担うべき本来の役割が妨げられかねないし、特定の人や地域に利益が限定されるような使い方をするということである。河川については、河川敷地に飲食や物販店舗の配置やイベントを実施して、多くの人が集まり、賑わいを創出することと、洪水や高潮災害を防止する治水が共存できているだろうか。公開空地でも、歩道状空地や通り抜け用空地は通行を補う空間として、広場状空地は密集地の防災や憩いのためのオープンスペースとして広い空間があること、万人が使えることが原則となっているが、こうした空間でスケートリンク、自転車駐車場、インフォラータ<sup>9</sup>など、期間限定とはいえ長期間、空間を専用することは、地域活性化のためにどの程度許されるだろうか。また、地域まちづくり団体の活動資金獲得のために、掲出場所やデザインの質、空間イメージの統一感等を問わず、安易に広告料を得ようとする行為は、景観形成の観点からどの程度許容できるのだろうか。

社会の動きや人々の価値観の変容もあり、公共空間に求められる内容は時代に応じて変わっていくものである。「空間の持つ本来の目的」にこだわり、原理主義的に判断するばかりでは、解は得られない。

路上や河川敷地でのオープンカフェは本当に通行上、防災上、危険なのだろうか。センスのいい広告ならば景観イメージを向上させるのではないだろうか。何も置かない公開空地よりもイベント開催によって人々の潤いの場になった方が良いのではないだろうか。といった観点から、場所に即して柔軟にかつ十分に、新たな役割を肯定し、検討することで答えが見えてくるのではないかだろうか。

東京のしゃれた街並みづくり条例では、施設内会議室の提供等、空地の機能担保が他の場所でできれば、避難用空地をイベント等の賑わい創出事業に使用できることとしている。空間の持つ本来目的を阻害しない範囲で別の公益目的を設定し、この別目的に社会的意義があれば本来目的との調整は可能である。法における本来目的と、新たに求められる目的とどう折り合いを付けるか、新たな活動が本来有する目的を阻害しないもので、仮に阻害するにしても何らかの代替手段を担保するなど、境界付近の課題を見極め、納得できる両者の均衡点をどこに置くかが重要である。豊かで魅力ある公共空間を形成することに、今こそ、知恵を出

さなければならない。

## (2)公共空間の質の向上と収益活動

収益を生み出す公共空間活用については、どのような枠組みの中で事業を認めることができるのかが重要なこととなる。単に収益が得られれば良しとするではなく、収益事業を通じて公共空間の質が向上することが不可欠である。

1960 年代以前には道路や河川敷に多くの屋台が並び、今もアジア諸都市で見られるような熱気と生活感溢れる賑わいを呈していた。しかし、それらの屋台の営業ルールは不透明で複雑な利権が絡んでいたようにも思える。現代の社会にかつてのままの屋台を置くことは望ましくない。設置位置や収納、営業時間、周辺店舗との関係等が透明性の高いルールで運用され、統一感のあるイスやテーブル等が配置され、落ち着いた雰囲気のオープンカフェを道路空間で認めることにより、通りが華やかになり、まちの光景として好ましいものとなる。民有地だからといって地域のイメージを損ねる広告が掲出されることは、都市景観への悪影響を招きかねず、地域社会が本来享受できる公益が私益によって侵害されているともいえる。逆に、良質の広告デザインがなされた時は、景観の質を高め、地域の価値を高めることにもつながるだろう。

いずれも収益事業を通じて公共空間の質が向上し、さらに、収益の一部が公共空間の質向上のために還元されるということが重要である。収益事業の継続が好循環を生み、より質を高めるという仕組みがまさに求められている。

## (3)公共空間を活用する地域まちづくり団体の条件

公共空間を活用して収益事業を展開する地域まちづくり団体は、ある意味で、公共空間を独占的に利用する者であることから、以下の条件が満たされていることが望ましい。

### ○地域貢献と地元参加

地域まちづくり団体の活動及び公共空間活用の目的が、公共空間の持つ法本来の役割から逸脱しておらず、地域の新たな魅力や賑わい、公共利益が創出される等、地域貢献をすることが基本的な目的として掲げられていること。また、地域まちづくり団体には、当該地域に直接関わりのある者が構成員として参加していることが望ましい。

## ○事業収益の公共還元

公共空間を活用した事業収益の一定部分を地域の公共空間の質の向上のために還元することが、組織として明確になっていることが重要である。同時に、公共空間の質に対し、常に关心を持ち、地域全体の良否を冷静に見極め、公共空間の質向上のために何を収益事業とし、何を還元すべきかを提案できることも大切である。地域資金創出と公共空間の質向上というはざまで、共に高い位置をめざす客観的な視点と、地域全体の利益を追求する姿勢を持ち合わせていて欲しい。

## ○事業の継続性・体力

地域まちづくり団体は、公共空間活用に関わる事業展開を一定期間継続することが可能であること。オープンカフェの調度類や広告看板など、公共空間を長期的に占用または使用する際に、期間中、責任をもって占用物件等の維持管理をしなければならないし、その間の公共空間の本来役割を担保することができる人的能力、財政的な体力が無ければ、公共空間活用を安心して任せることはできない。

## ○公開された組織体制

責任の所在、意思決定の仕組みなど組織体制に関わる事項が明確にされ、公開されていること。事業内容や予算執行状況、地域に還元される利益などが分かりやすく公表されていること。また、公共空間活用時には、関連する法が持つ本来目的のリスク回避がいかに担保され、不測の事態に対する予防策がいかに講じられているか等も公開されていることが望ましい。

地域内の人々の声を聞く体制、公開された意見交換の場があること、団体の事業執行に関する決定が民主的になされることも必要である。

## ○地域の代表といふ性格

公共空間の活用は、騒音やごみ、治安の問題、制限緩和や活動による私権への影響等もあり、従来から行われてきた地域内の環境美化や安心安全活動、地域交流などの活動と関わりを持ち、連携しながら実施することが不可欠である。このため地域まちづくり団体は、行政、住民は無論のこと、町内会や自治会等の地縁組織や各種の事業者組合などの間で、地域まちづくり活動団体が当該地域を代表する一つの組織であるという認識が共有されていることが望ましい。そのためには、団体の構成が特定組織に偏らず、地域に関わる地縁団体や志縁団体、楽縁団体、地域住民、地権者、就業者、行政など地域に関わる様々な視点を持つたメンバーで

構成されることが望ましい。そして、地域の大多数の想いを汲み取り、代弁できる「代表」でなければならぬ。

## (4)行政と地域まちづくり団体の連携

行政にとっても、地域まちづくり団体を支え、公共空間の質の向上を図ることは有意義なことである。ここでは行政とまちづくり団体の連携について述べる。

## ○官民のノウハウの交換

地域まちづくり団体が公共空間を活用し、収益事業を行うにあたっては、関係法制度の理解と対応、不特定多数に対する配慮、事業の公正さ、透明さが求められる。団体がこうした要請に十分に対応するためには、行政に蓄積された経験智が必要となる。

行政側は、法を守りつつ実行していく方法をまちづくり団体に伝える一方、まちづくり団体は、複雑な手続きのどこか大変なのかを行政に対して示し、より簡素化への対応を求める。こうしたやり取りの積み重ねによって互いのノウハウが蓄積していくことになる。

また、行政は団体が実施する事業を通じて、地域活性化や賑わい作りのノウハウを学び、制度改革を含め、他地域への応用へと展開することができる。また、事業を遂行していく間にも、行政とまちづくり団体のそれぞれの異なる視点により、公正さや透明性、不特定多数への配慮を意識した取り組みを行うことで、互いに不足する点を補い合い、より魅力的な公共空間の形成が可能となるだろう。

## ○非常時の対応

地域まちづくり団体が事業展開している公共空間の危機管理については、行政との連携が不可欠である。災害などの発生時には、市民の安全確保、状況や対策などの情報提供にあたり、行政と団体が連携し迅速な対応ができるよう、日常的にきめ細やかに連絡しあえるような体制や関係づくりが必要となる。

## ○他の地域まちづくり団体との連携

様々な地域まちづくり団体の意見交換や連携を促すための場を提供し、より広い視野、地域特性の相違、多様な価値観からそれぞれのまちづくり活動を見つめなおす機会を提供することも行政の役割であろう。地域まちづくり団体相互間で、情報交換やイベントの同時期開催等の連携をとることによって、事業のPR効果が高まり、内容の充実する可能性がある。また、関係団体が増えることで事業規模が増し、単独ではでき

なかつた事業展開の可能性や行政の協力も得られやすくなるだろう。

### ○公共空間活用の評価

公共空間活用による収益事業が、地域全体にどんな利益をもたらし、周辺へ影響を与えたか、客観的に評価できるデータ、例えば、地域の賑わいを表す歩行者交通量、来街者滞在時間、小売店舗販売額、施設入館者数などを体系的に整理し、誰もが利用できる仕組みで蓄積し、公共空間活用による地域への貢献や事業効果を見る形でまとめることが重要である。地域まちづくり団体が収益をあげ、地域の利益としてまちに還元する意味が客観的に評価され、人々の理解に役立つものとなるはずである。数字に表れた評価は、団体自身にとってもモチベーション維持に役立つことになるだろう。データで効果を共通認識することは、公共空間を活用することに対して、関係者にある種の緊張感をもたらし、目的を達成するための高い志やマンネリを良しとしない意識の持続や、常に公共空間の質向上を追求する姿勢につながり、結果的に前述したような好循環を持続することにつながっていくと考えている。

## 7. おわりに

地域の魅力づくりはこれまで行政が取組むべき課題とされてきたが、近年、地域まちづくり団体が担う事が増えている。公共空間で地域まちづくり団体の収益活動を認めることは、地域の魅力づくりにつながるとはいえるが、行政の業務を民間に移譲することでもある。このような移譲は果たして、どんな内容まで認めることができるのだろうか。アメリカのサンディスプリング市の事例のように、行政の業務の大部分を民間委託し、少人数の公務員で行政運営している都市もある。本当にそれでよいのだろうか。「公」という大切な何かが変質してしまうのではないか、とも感じる。しかし一方で、企業や各種団体を含む住民を主体にした地域まちづくり団体に、地域の魅力創出を委ねることや、自分たちのまちは自分たちの手で、自らで自立し活動を持続していく、という姿勢に、自治の本質的な姿を見る想いもある。

まだ、今の時点で、公共空間にかかる業務の多くを地域まちづくり団体へ委譲する段階まで、団体も行政も成熟しているとは思えない。一つ一つの事例を重ね、明らかになる課題に対して、ひとつずつ知恵を絞って答えを出し、互いに経験と積み、公共空間を委ねるこ

との是非を見極め、前に進んでいかなければならないのだろう。

また、公共空間活用において、新たな目的として挙げられた賑わい創出や地域活性化の目指すものは、収益を得るためにだけの一過性のイベントや仮設装置ではなく、まち自体の魅力を向上させることである。一時的に公共空間に人が集まればよいのではなく、周囲の土地や建物、店舗など民有地を含めた地域そのものの魅力が高まることによって、人を惹きつけ、繰り返し訪れたいと思わせるような地域になることである。地域まちづくり団体とともに、公共空間活用を模索することは、同時に、公共空間を取り巻く周囲の魅力という、まちづくりの次の発展につながっていると信じている。

## 【本調査における言葉の定義】

- ・まちづくり団体：地域のまちづくり活動に取り組み、社会に貢献している団体
- ・地域まちづくり活動：営利を目的とせず、継続的、自発的に行う、まちづくりに関する活動
- ・公共空間：道路、公園、河川の他、総合設計制度の公開空地、特定街区の空地などの敷地内空地、道路から見える民有地を含んだ景観

## 【本調査の関連事業】

### 自立的なまちづくり活動を支える仕組み・連続セミナー

#### ○第1回

テーマ：「自立型まちづくりの手法～エリアマネジメント広告～」

講 師：株式会社ジャパンエリアマネジメント  
代表取締役 西本 千尋 氏

日 時：平成 22 年 10 月 29 日（金）15:00～17:00

場 所：名古屋都市センター11 階ホール

参加者：49 名

#### ○第2回

テーマ：「東京のしゃれた街並みづくり～地域の魅力を高めるまちづくり活動の促進に向けて～」

講 師：東京都都市整備局都市づくり政策部  
土地利用課基本計画係 野島 肇 氏

日 時：平成 22 年 11 月 19 日（金）15:00～17:00

場 所：名古屋都市センター11 階ホール

参加者：33 名

## 【参考文献等】

- ・「規制改革・民間開放推進のための基本方針」規制改革・民間開放推進本部 平成16年5月25日決定、平成17年5月11日改定
- ・「新しい公共を担う人びと」奥野信宏、2010. 8、岩波書店
- ・「国民生活白書平成19年版 つながりが築く豊かな国民生活」内閣府
- ・「エリアマネジメントー地区組織による計画と管理ー」小林重敬、2005. 4、学芸出版
- ・「エリアマネジメント推進マニュアル」国土交通省土地・水資源局、2008. 3
- ・「エリアマネジメント組織による公共空間活用の仕組みに関する研究」日本建築学会大会学術講演概要集、長聰子・出口敦、2008. 9

- ・「地域まちづくりの推進に関する調査研究～市民団体の連携の視点から～」財団法人名古屋都市センター、2010. 3
- ・「株式会社ジャパンエリアマネジメント」ウェブサイト <http://areamanagement.jp/>
- ・「都市再生 REPORT No. 2」内閣官房地域活性化統合事務局都市再生本部、2005. 3
- ・「名古屋プロジェクト診断 2010～名古屋のまちづくりを振り返る～」財団法人名古屋都市センター、2010. 3
- ・「公共空間のにぎわいまちづくり」2007. 5 (財) 都市づくりパブリックデザインセンター編 (株)学芸出版社
- ・「道路空間活用研究会」ウェブサイト <http://homepage2.nifty.com/pockets/dokuden.htm>

<sup>1</sup> 平成 23 年 2 月 2 日「愛知まちづくりコンサルタント協議会シンポジウム」での日本福祉大学准教授・吉村輝彦氏コメントより

<sup>2</sup> 建築協定、緑地協定、景観協定の運営組織。各協定は建築基準法、都市緑地法、景観法によるものだが、協定運営委員会の定めは法にはない。

<sup>3</sup> TM0 になれるのは、商工会議所、商工会、第三セクター機関等

<sup>4</sup> 「エリアマネジメントー地区組織による計画と管理ー」より抜粋 小林重敬 学芸出版 2005. 4

<sup>5</sup> 河村市長のマニフェストには、地域委員会の全市拡大の他、10%減税、市民等が減税分の一部を寄付することで地域活動やNPO活動を支援する等が書かれている。地域委員会についてはいまだ、小学校区を単位とするとの妥当性、地域委員会が扱う予算対象の範囲、事業執行との関わりなど多くの課題を抱えたままである。

<sup>6</sup> 「ものづくり」をテーマに人々が交流し、「ものづくり文化の道」について情報を発信する拠点

<sup>7</sup> 名古屋都市センター主催のセミナー「エリアマネジメント広告」「東京のしゃれた街並みづくり条例～団体登録～」をテーマに開催。

<sup>8</sup> 名古屋都市センター平成 20, 21 年度自主研究「地域まちづくりの推進に関する調査研究～市民団体の連携の視点から～」より抜粋

<sup>9</sup> イタリア語で「花を敷き詰める」という意味で、道路・広場などに花びらなどにより絵模様を描き、鑑賞に供するというイベント

名古屋都市センターが、名古屋のまちづくりや都市計画行政の課題を先取りした研究テーマを設定し、必要に応じ、名古屋市職員や学識者などとも連携して調査研究を行い、報告書としてまとめたものです。



オープンカフェで日光浴 | フランス ストラスブール 2009.08 撮影

表紙の写真

①		②	
③	④	⑤	⑥
⑦		⑧	

- ① 歩行者専用道に設置されたオープンカフェ | ドイツ ケルン 2009.08 撮影
- ② 水際の遊歩道に設置された屋台 | ドイツ デュッセルドルフ 2009.08 撮影
- ③ 路上のフランクフルト売り | ドイツ フランクフルト 2009.08 撮影
- ④ 路地のオープンカフェ | オランダ アムステルダム 2009.08 撮影
- ⑤ 広場の花売り屋台 | ドイツ カーレスルーエ 2008.08 撮影
- ⑥ 水際に設置されたテラス | オランダ ユトレヒト 2009.08 撮影
- ⑦ 広場の野菜売り | ドイツ フライブルグ 2008.08 撮影
- ⑧ 路上のオープンカフェ | ドイツ ミュンスター 2009.08 撮影

No.090 2011.3 | 研究報告書

## 地域まちづくり団体による公共空間活用の可能性

平成 23 年 3 月

発行  名古屋都市センター

〒460-0023

名古屋市中区金山町一丁目 1 番 1 号

TEL / FAX 052-678-2200 / 2211

<http://www.nui.or.jp/>

この印刷物は再生紙を使用しています。