

「エリアマネジメントと道路空間の関係」

村木美貴

千葉大学大学院

工学研究科准教授



【はじめに】

今日はエリアマネジメントと道路空間の関係について、お話ししたいと思います。「都市とは何か？」と書いています（スライド1）。中心市街というのを考えたときに、求められるものというのは、最終的には人がそこに存在するにぎわい空間をつくり出すということであり、特に商業地の中心的なところというのは交通の結節点でもあり、文化、教育、住宅、物販、さまざまな要素が形成されているものだと思います。

【英国型タウンマネジメント】

私は、イギリスのタウンセンターマネジメントというのを90年代の終わりぐらいから見てきました。イギリスの中心部でのマネジメントをやっているところの多くが、全国組織のATCM（Association of Town Centre Management）というところに入っています（スライド2）。

このマネジメント自体は80年代から始まっているのですが、活性化してくるのが90年代からです。サッチャー首相のときに郊外型の大型商業施設を認めて、それに伴い中心商業地が衰退したという背景がありました。

民間企業が中心になって中心部の活性化を行うことをやっていますが、その際に重要になるのはお客さんが来るための市街地をつくるということです。行政サービスとして行う道路や公園等の公共施設の清掃よりもレベルアップして行うということです。さらに防犯を積極的に行い、安全な市街地をつくるということと、いつ来ても楽しいと思われるイベントを行うということです。



都市とは何か？

人がいる、賑わい

交通の結節点
文化
教育
住宅
物販
…様々な要素



1

英国型タウンマネジメントのポイント

タウンセンター・マネジメント(TCM) 英国全土で500ヶ所以上



2

ATCM
association of town centre management

関係者は、地権者、不動産所有者、商業者、警察、交通事業者、大学、行政などです。

様々な活動を行うので、当初は資金を大手企業や行政からの寄附、会費で賄ってきましたが、全くお金を支払わないで街がきれいになって、儲けだけを持っていく人たちがたくさんいることが問題となりました。そこで、北米で実施されているBID (Business Improvement District) という仕組みをイギリスでも導入することになりました。これは中心市街地で、事業税の上に1%程度の税金(賦課金)を附加して、そのお金をエリアの全ての人達から徴収して、その資金で活動を行うという形です。

このBIDですが、地域に投資しても良いと思われる活動について投票を行います。安全、清掃、環境評価、地域のマーケティング。多くのところで取り入れられていて、投票はテナントが行います。

5年過ぎるとまた投票を行うという形で、多くの場合は先ほど申し上げた大体1%程度の賦課金を徴収して、その徴収分を地域に戻すという形で、清掃活動等に使うことが行われています。こういったことが何故必要なのかといいますと、中心商業地というのは様々な目的意識があります。不動産所有者は儲けたいと思っていますし、警察は人がたくさん集まっていざこざが起きると困る、というように形に目的意識が異なります。これがどれほど違うのかということの共有も含めて、異なる組織を束ねるプラットフォームをつくって、100%の満足できなくても80%程度は自分たちの望んでいることが実現できるような特定エリアをつくっていくということで、事業展開を行うケースがほとんどになっています。

【グレイブゼンドの事例】

スライド3は、非常に古いタウンセンターマネジメントのケースで、ロンドンから20分ぐらいのところにある10万人以下の都市でグレイブゼンドと呼ばれるところです。

時間によって歩行者専用化をしています。何故エリアマネジメントがスタートしたかというのと、当時ヨーロッパで最大級の大型商業施設が郊外に出店するということで、中心部はもうひとたまりもないということで、自分たちで何らかのことをしてお客さんが来るような中心商業地というのをつくりたいというエリアの活動をしたい

Case 1: TCMによる運営 9.2万都市グレイブゼンド

3



マネジメントの経緯

4

- 近隣15キロ圏内に大型ショッピングセンターが1989年に開業、1990年にヨーロッパ最大のショッピングセンターの計画申請が出てTCMの必要性が高じる
- タウンセンターへの影響を懸念して、官民の協力で1991年からTCM活動を開始



ビジネスプラン

5

- 1) 前提条件の決定 TCMの条件設定
- 2) 清掃の充実
- 3) 親しみやすさ タウンセンター案内人等
- 4) 安全性 CCTV等
- 5) アクセスしやすさ ショップモビリティ、歩行者専用化等
- 6) 地区別プラン(6地区別)
- 7) その他 イベント、住宅供給等
- 8) 戦略方針のテスト
- 9) プロモーションとマーケティング
- 10) 活動のコーディネート

ということがありました（スライド4）。

実施内容としては、スライド5に示すように、道路、公園等も含めて清掃をとにかく充実させる。お客さんが来たときに親しみやすいようなエリアをつくる。安全性を高める。それからお客さんが歩きやすい市街地をつくらなければいけないということで、ショップモビリティや歩行者専用化を図るといったことです。イギリスの中心商業地のほとんどは歩行者専用化が進んでいます。ここも非常に早くから歩行者専用化を、時間帯を区切って行うことにしています。あとはイベントやマーケティングなどが入っています。

スライド6に写真を示します。交通規制については、お金のある街は、ボラードが自動的に上がってくるのですが、ここはお金がないので、10時になりますと、周りの商店の人が手でゲートを閉めます。中心地域のアイデンティティをつくるために、案内板やゲートなどを青で塗る。花を飾る。それから標識や案内板を設置していくといった取り組みがされています。

スライド7の黄色で書かれている道路、色が塗られている道路、ここが時間を区切って10時から5時の間、歩行者専用化されます。搬入等の車は時間外に入ってきます。このように歩行者専用化を図るという道路空間の利活用がある一方で、それだけでは賑わいというのはつくれません。そこで、中心部では、買い回り品と最寄り品だけが1階部分に出店することができるという土地利用規制をしています。

物販店は、お店が開いている時間帯には人が必ず来て賑わいます。しかし飲食店が出店すると、昼や夕方など人が来る時間が限定的になり、仕込みの時間等はお店が閉まってしまうということがあります。そのため、中心部には飲食店はあまり出店しないように土地利用規制をして、お客さんが歩いて回れる空間づくりをしています。

何がはやっていて、どんなお店を出店させるべきかという判断をエリアマネジメントの専門家をお願いをして、はやりの店をヘッドハンティング等して、にぎわいをつくるということが実施されています。

一般的にイギリスでは、ハイストリートという名前の通りというのは一番の目抜き通りを意味します。私がこ

人が集まるための仕掛け

6



街は誰のものか？

7



通りの価値を上げる

8



の町を初めて訪れた1998年には、ハイストリートはスライド8に示すように空き店舗になっており、35%ぐらいが空き店舗になっていました。歩行者専用化されているものの、誰も人が通らない通りでした。

これを人が通る通りに変えていくために、ある部分は全部壊して、もしくはリノベーションして建物をフィジカルに変更するということが実施されました。上階には居住用途を入れて、下の階は基本的に物販が8割程度、用途指定されます。

物販の用途指定されたところにどんなお店を出店させるかをこれはタウンセンターマネジメントが考え、お店が入った2006年に訪れた時には、誰もいなかった通りに人が歩くようになりました。リーマンショック後も若干空き店舗が見られましたが、あまり変わることはない道路の空間を見ることができました。このようにさまざまな人のパートナーシップによって通りをつくっていくということを実現しているのがイギリスの中心市街地です。

【New West End Companyの取り組み】

今の例は地方都市ですが、例えばロンドンでも多くのところに見ることができます。ロンドンの中心部のボンドストリートやオックスフォードストリートにNew West End Companyというところが設立されています(スライド9)。

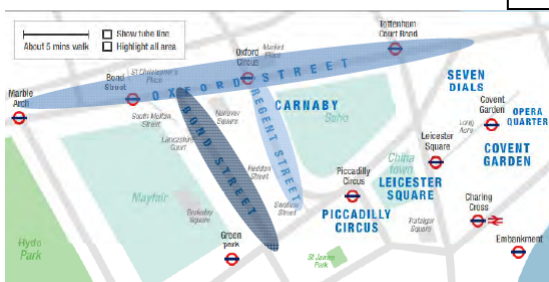
BIDの賦課金が事業税の1%と設定され、非常に多くのブランドショップがあるところです。活動は、やはり清掃と犯罪抑制、これがとても大きな役割を持っています。2002年からは警察と一緒に地区の犯罪を少なくするための活動が実施されています。とにかく頻繁にパトロールをすることで犯罪の割合が減って、ピンクチラシ等も98%除去するといったことが実施されています(スライド10)。

道等の清掃については、地方行政と連携をして、チューイングガムを除去するという活動がイギリスの中心市街地では多く実施されています。多いところでは年に4回ぐらい高圧洗浄でガムを取るようです。

ガムをとり、掃除をして、落書きを消して、といったことを自分たちのお金を使ってやっているわけです。これが自分たちの売り上げに大きく影響をしてくるということと

Case2: BIDによる運営 New Westend Company: Levy 1%

9



エリアのマネジメント費用はBID賦課金から ①Red Caps

10

2002年夏から開始。警察との連携

案内(ビジター、商業者、居住者)、犯罪レポート等を行う



2003年の結果
犯罪の33%削減
8万人のビジターを案内

電話ボックスのピンクちらしの98%削減
1万件以上のビジターと小規模ビジネスへの犯罪防止アドバイスを実施
違法ビジネスに正式手続きを踏ませる
小売販売スタッフに安全性の向上をさせる

②Clean Team

11

2002年夏から開始。地方自治体との連携

清掃とガムの掃除、歩道清掃、吸殻の掃除、落書き消し、無許可のチラシをはがす



2003年の成果
134,000ガムの掃除
25トンのごみの収集
13000個のチラシはがしと落書き消し
730マイルの歩道清掃
2003年の成果を数値で研究

して、彼らはこれを積極的に実施しています（スライド11）。

このNew West End Companyにはマニフェストがあります。マニフェストでは、商業地域と道路の関係が重要視されています。というのもこの地域の一番の目的は強い商業地をつくるということです。ニューヨークとかパリに負けない商業地域をつくるということで、商業開発に非常に大きなプライオリティを与えないといけない。そのためには、買い物される方や小売業者に対して、通りをもっと商業がやりやすくなるような地域にしていかなければいけないし、安全・安心を高め、この地域のプロモーション活動というのを積極的に進めていかなければいけないということが言われています。

この地域で非常に大きな問題だと言われているものをスライド12に示します。写真で見ていただいてもおわかりのように、ロンドン名物の2階建てバスが来ると、これが壁のように連なって、反対側のショーウィンドウが見えないということがあります。これがこのオックスフォードストリートで商業活動をしている商業者にとっては、とても大きな問題だと言われています。

地元の方たちは、どこにどんな店があるかはわかりませんが、観光客はショーウィンドウを見て、そこで買い物をするかどうかを考えます。特にこの通りは、スライド12の円グラフで示しますようにファッションとかアクセサリー、宝飾品、これが50%以上の取り扱い店舗となっていて、ここの売り上げを大きく左右します。

ここでは、クリスマス近くに歩行者専用化を実施しています（スライド13）。非常に買い物しやすくて、できればオックスフォードストリートのような大きなところも、人々が買い物しやすいような歩行者専用化というのを考えてほしいというようなことを、アンケートをとりますと、買い物に来た方たちは言われます。

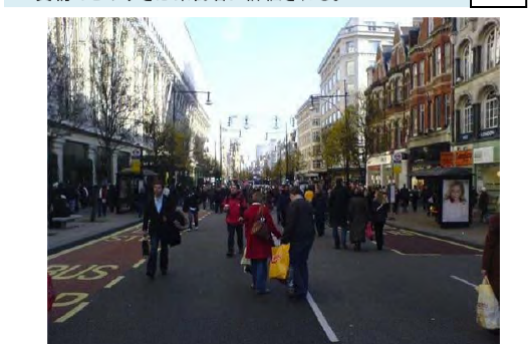
ただし、ここは現在バス路線で1時間に220台、バスが通ります。16万7,000人がこの通りで降車するということで、バスを全部締め出してしまうというわけにはいけないという事実があるわけです。

エリアマネジメントをやっているNew West End

道路との関係マニフェスト「通りを買い物客と商業者に戻す」



クリスマス近くの歩行者専用化実施日
買物のしやすさは来街者に評価される。



現状のバス路線



CompanyがTransport for Londonと一緒に必要ないバス路線を変更できないかというような協議等を行っています（スライド14）。こうやって地元商業と交通事業者の間に入って協議を行うといったもこの地域全体の価値を高めるという上では非常に重要だったわけです。

バスを減らすための検討が行われて、2008年に10%バス停を減らし、その翌年に更に10%減らすことが実現することになりました。商業者の抱えている課題と交通の問題、これと一緒に協議するようなことができるようになりました（スライド15）。

【リバプールの事例】

次に、リバプールの都心部での再開発で歩行者専用化を図った事例についてご説明をしたいと思います。リバプールというのはロンドンの外側で、第2次世界大戦の空爆を一番多く受けたところです。空爆被害を受けた敷地が中心部にそのままずっと残り続けました（スライド16）。

再開発をしないとイケないということになったのですが、昔から使われた道路はそのまま道路空間として整備すること、つまり道路をそのまま残して建物を周りに張りつける、そういうタイプの再開発事業をやってほしいということになりました。つまり一般的によくある商業施設というのは屋根がかかった大きな10万平米ぐらいの床面積をつくるケースにはしない。それは何故かという、人のネットワーク、既存商店街等の空間的なつながりを考えた商業開発をしなければいけなかったからです。

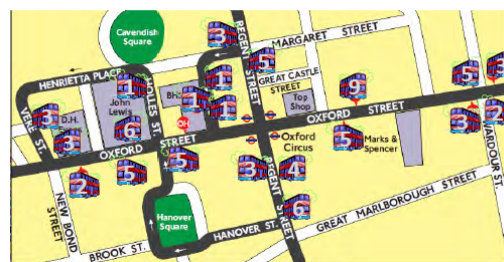
ここもやはり一般車両が入れません。夜8時まで多くのお店があいていますので、夜10時ぐらいから朝9時ぐらいまでしか車が入れないような状況になっています。

また、ここでは大変大きなイベントが、道路空間を活用して実施されていました（スライド17）。来街者がたくさん来ることで大きな経済効果があったと言われています。

このようにエリアマネジメントで、道路空間も利用しながら地域の活力を高めていくという事例は、イギリスでは沢山見ることができます。

結果

オックスフォード・ストリートを通るバスルート
を2008年10%、09年10%減らす対応に



マニフェストによるBIDと交通事業者の協議

Case 3: リバプール 都心部の再開発で歩行者専用化



1941年の当時の敷地
は開発されずに残る



<http://www.liverpoolblitz70.co.uk/tag/bombing/>

24

通りを活かしたイベントによる活性化



来訪者: 2700万人
経済効果: £7億5380万
65%の観光客がこれまでに以上
安全と回答

【アメリカ・ポートランドの事例】

次にスライド18です。これは道路空間そのものではないですが、オレゴン州のポートランドの道路に面した駐車場です。駐車場にたくさんお店が出て、昼になるとオフィスから人が出て、お弁当を買う場面が、この1年ぐらいで非常に増えてきました。

上から見るとスライド19のように、歩道に面する駐車場に、非常に多くのレストラン、お弁当屋さんが大量に出ています。このような場面は街中の至るところで見ることができます。お店をやっている人たちというのは、ここで成功した後、レストランを開きたい人達らしく、味比べ等しながらやっているようです。こういう利活用の仕方というものもあるというのをつい最近思ったところです。

【活動資金の考え方】

このような活動をするときの活動資金はどのように考えていけばいいかです。スライド20は、ケンブリッジのタウンセンターマネジメントの収支です。一番上のCambridge City Councilから最後のRobert Sayleというところまで、特定事業者がほとんどを支えています。Land Securitiesというのは不動産ですし、Aberdeen Propertiesもそうです。Prudential、Marks & Spencer's、Boots、ケンブリッジ大学、こういったところがお金を支出して、中心部の清掃活動とか防犯活動がされることになります。

他にも何百というビジネスがあるわけですが、そこは全然お金を払いません。小さな店は、クリスマスとかイースターのときに、クリスマスの飾りつけの費用を5,000円や1万円といったオーダーで支払うケースはありますが、日々のランニング費用は全然支払わないということになります。

これがBIDになりますと全く違います。先に紹介したNew West End Companyの例では、BIDの賦課金が1%ということで、事業収支も大きいです。BIDのLevy（徴収額）が、年間6億円程度です。ただ全体の収入を見ますと、半分がBIDのこの賦課金で、それ以外は寄附やそれ以外のメンバーに対して行う特別なプロジェクトからお金をもらったりしています。ただし清掃や防犯の資金というのは、このようにBIDの賦課金からとる例というのが多くなっています。

付： ポートランド・駐車場の利用

18



道路の際で屋台の営業。昼食時に歩道が人で溢れる

19



ケンブリッジを例にみるTCMの資金 CORE FUNDING 2003/04

20

収入		特定事業者を支えられ、フリーライダーが問題に
Cambridge City Council	£60,620	
Cambridgeshire County Council	£16,000	
South Cambridgeshire District Council	£11,000	
Land Securities	£5,000	
Aberdeen Properties	£5,000	
Prudential	£6,000	
Marks & Spencer's	£3,000	
Boots	£3,000	
Cambridge University	£5,500	
Robert Sayle	£2,000	
小計	£117,120	
Special projects (Christmas, Easter)	£15,250	
合計収入	£132,370	
支出		
Running Costs & Overheads ¹	£103,870	
Projects & Marketing ²	£28,500	
合計支出	£132,370	

また、支出で一番多いのが道路の清掃費用です。中心部にいつ人が行ってもきれいな街をつくるということで、ロンドンの中心部では、こうやってビジネスからお金をとって、その地域の活力を支えるための費用というのが賄われていることになるわけです。

【日本で今後何ができるか】

日本でこれから何ができるのかなというのを考えますと、道路利活用の取り組み事例は、やはりあると思います。スライド21は札幌の大通りですが、大通りは通りでありながら公園になっていますね。その公園の上でのこういったイベントをすると非常に多くの人が集まる事例があったりします。スライド22も札幌ですけども、地下歩行空間が新たにできました。ここは道路空間ではないので広告を出すこともできます。広告で得られた収入は地域のまちづくりの取り組みに活用するということが実施されています。

ただ私は、イギリスで見てきたように、都市のマネジメントというのは受益と負担の関係で支えるのが正しいと思っているので、広告等ですべてを賄うというのは必ずしも正解だとは思いません。

日本ではBIDが何年も前から協議されてきて、実現される気配がないわけですが、BIDなしでやろうとすると（スライド23）、地域の管理をするには会費でやることになる。しかしその場合、必ず支払わない人というのがいます。会費によらない場合は、事業から資金を得ることになります。そのときに、道路空間を活用したエリアマネジメントの指定管理やイベント管理の活動資金を得る方法として道路でのバナー広告等があります。ただこれも、それが街の価値をほんとうに高めるかどうかというのは、話は別という気がします。

以前、道路空間の利活用の委員会では、容積ボーナス、周辺の建物の容積ボーナスを与えて、そこで生まれたお金を地区の管理に提供したらどうかという話題も出ました。ただこれも、容積ボーナスが活用できるような比較的大きな都市でないと難しいのではないかと思います。このようなことが私の問題意識として、常にどうすればいいのかなと思っていることです。

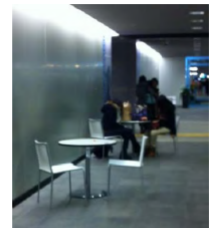
地域の活力に影響を与える道路空間の活用



21

広告費用をまちづくり資金に活用するケース

22



この広告は、札幌駅前通まちづくり株式会社が、札幌駅前通地下歩行空間の景観にあった広告を創出するために実施しています。この事業により得られた収入は、札幌駅前通地区のまちづくりに関する取組みに役立ちます。

BIDなしにエリアマネジメントの費用はどこから捻出するか？

①会費（払う人と払わない人の問題）

23

②会費によらない場合、事業から資金を得る
道路空間を活用したエリアマネジメントの活動資金
→清掃等での指定管理、イベント管理
→道路でのバナー広告等

③容積ボーナスとの連動？

ボーナスにより産まれた面積の賃料の一部をエリアマネジメントに

➡ 受益と負担の関係のないものでいいか？