

－開催抄録－

パブリックデザインセミナー（第6回）：セミナーテーマ・利用（3）

『公民連携—出店したくなる公共空間とその仕組みとは何か？』

平成 29 年 5 月 31 日、日本大学理工学部駿河台キャンパス 5 号館 524 号室にて開催されました



講師プロフィール

小西 龍人 こにし たつひと/

株式会社船場 CD統括部 プロジェクトマネージャー PDC 会員

1975 年滋賀県彦根市生まれ、茨城県、栃木県育ち

1998 年株式会社船場入社。開発事業本部東京 S C 総合開発研究所（調査企画部門）を経て、2016 年 1 月より CD 統括部（Creative Director Division）に異動。入社以来、商業施設の企画開発コンサルティング全般（調査・企画・コンセプト・戦略立案・テナントミックスプランニング・テナントリーシング等）に従事。

■主な業務実績

K I T T E 博多、イオンモール岡山、新宿小田急ハルク 食堂酒場ハル☆チカ、中央自動車道 E X P A S A 談合坂、豊島区南池袋公園整備事業 等

●はじめに

冒頭、公民連携といっても様々な取り組み形態があり、大津市も改装に出資した「大津駅ビル」のリニューアル、青森県のイオンモールが、つがる市と連携した「つがる市立図書館」の行政の力もお借りした事例の紹介がありました。また、講師の小西氏が所属する船場が携わった武雄市立図書館の紹介や、民間企業の広場の企画開発実績として、民間が賃料を取れないにもかかわらず、わざわざ広場を開発する意義の説明がありました。



つがる市図書館



西宮ガーデンズ屋上



森ノ宮キューズモールベース

●公共空間がアツイ背景

公共空間が熱い背景として、民間企業にとって商業施設がオーバーストア状況のため違う出店チャネルを探していたり、公共空間の方が規制（営業時間や店休日等）が緩そうなこと、そして芝生などの素晴らしい環境といった付加価値があり、公共空間に出店することがブランディング向上にも繋がっていることが述べられました。

●そもそも出店するための判断とは？

企業は公共空間に関わらず、出店するにあたりターゲット獲得に繋がる商圈、人口・世帯動向や立地環境、開発コンセプト、施設全体でのゾーン構成、競合施設の状況等を調査した上で判断すること、また、乗降客数や前面通行量といったトラフィックポテンシャルに加え、駐車場や駐輪場の整備状況も重要であると説明がありました。

●公共空間のトレンドと考察

現在の公共空間のトレンドとして、昨年のグッドデザイン賞として天王寺公園エントランスエリア「てんしば」、世界一美しいスタバとして富山の富山環水公園店、東京都墨田区のアシックスコネクション東京など、全国の最新事例について、スライドを用いて紹介がありました。主流となっている民設民営方式、大阪や福岡の中心部では大手私鉄系デベロッパーが本格的参画し、テナントミックス面では、従来主流の飲食だけではなく、物販やスポーツ健康といったサービス、ゲストハウスの導入等が進められており、最新のトレンドを踏まえ、今後の公共空間ビジネスの可能性について話が展開されました。



てんしば内ゲストハウス



富山環水公園スターバックスコーヒー



アシックスコネクション東京

●南池袋公園で苦勞した点

苦勞した主な点としては、募集要項の作成期間の短さ（3ヶ月程）、募集してもホームページでトップページから消えてしまい発見しにくかった点、行政側がハード主体のため、商業（ソフト）に明るい商業観光系の方が不足していた点等があげられました。また、今後については、施設の活用の仕方や運営面が重要であること、南池袋公園とグリーン大通りで面的な連携や拡がりに取り組んでいる状況の話もありました。

●都市公園法改正について

改正の概要として、国土交通省様よりご提供の資料を用いて紹介されました。主に民間事業者による収益施設の設置を公募選定していくこと、設置管理期間を10年から20年へ、広場リニューアルも含めた整備を民間に移譲すること、保育所の設置などを紹介。また事業者に対するインセンティブとして、①設置管理許可期間の延伸 - 10年から20年へ。②設置できる施設の建蔽率の緩和 - 2%緩和して上限10%へ。③利便増進施設 - 駐車場、看板を設置することでの広告収入。④支援措置として民間事業者による特定公園施設の整備とし

て、地方公共団体がその一部を負担する場合、当該負担額の 1/2 を国が支援する。⑤カフェ、レストランなどの売上を公園の整備に回せるといった項目について紹介されました。

6. 都市公園法改正について

SE&MBA

●公園施設の設置管理に係る公募選定制度の創設 出典：国土交通省

○飲食店、売店等の収益施設(公募対象公園施設)の設置と、周辺の遊歩道、広場等の公共部分(特定公園施設)の整備・改修等を一体的に行う者を、公募により選定する制度を新たに創設

※公園施設：遊歩道、遊具施設(鉄棒、花袋等)、休憩施設(ベンチ等)、遊戯施設(ふらんこ、投げ台等)、運動施設(野球場、プール等)、動物施設(動物園、飼育館等)、遊歩施設(飲食店、商店、駐車場等)、管理施設(車、管理事務所等)、その他法令で定めるもの

○事業者に対するインセンティブとして以下の規制緩和

- ・設置管理可能期間の延長(10年→20年)
- ・設置できる施設の建ぺい率の緩和(これを緩和(上限12%)
- ・利便増進施設(占有物件)の追加(自転車庫、看板等)

<制度を活用した公園堂(イメージ)>

支援制度

補助)民間事業者による特定公園施設の整備に於いて、地方公共団体がその一部を負担する場合、当該負担額の1/2を国が支援

補助)民間事業者による施設の整備に関する費用(社会資本整備補償交付金等)による支援部分を除く(対象)に都市開発資金を交付

Copyright © SE&MBA CORPORATION. All rights reserved.

6. 都市公園法改正について

SE&MBA

●新たなステージで注目すべき点 出典：国土交通省

観点1：ストック効果をより高める

- 都市公園は全国的に見ると一定程度整備されてきた
- 今あるものをどう活かすか、という視点を重視すべき
- 都市公園を活性化する、また、必要に応じて直進するという考え方が重要
⇒公園管理者も資産運用を考える時代へ!

観点2：民間との連携を加速する

- 公共の視点だけでなくモノをつくらない、発想しない
- 民間のビジネスチャンス拡大と都市公園の魅力向上を両立させる工夫を
⇒民がつくる、民に任せる公園があってもいい!

観点3：都市公園を一層柔軟に使いこなす

- 画一的な都市公園の整備は×(とりあえず三種の神器(砂場、滑り台、ブランコ)等)
- 画一的な都市公園の管理は×(一律でボール遊び禁止等)
- 公園の個性を引き出す工夫で、公園はもっと地域に必要な財産になる
⇒公園のポテンシャルを柔軟な発想で引き出す!

Copyright © SE&MBA CORPORATION. All rights reserved.

都市公園法の改正について(国土交通省提供資料より)

●おわりに

まとめとして、儲かる公共空間になるためには、トラフィックがあつてお店の「顔」が訴求出来ること、観光客だけでなく地域の人が日常的に利用したくなるのが、より安定的な売上や収入獲得へ繋がるとの話がありました。また、複数店舗のほうが集客面においてもシナジー効果が期待できたり、隣接地などに他の観光資産があることもメリットであること、駐車場、駐輪場など来店手段の整備も必須であると述べられました。

今後は官民双方が WIN - WIN の関係になるべきであり、場の価値アップが税収アップにつながり、みんなが過ごしたい場所となることで、まちのブランディング向上につながっていくと話を締めくくられました。

※小西氏の説明のあと、聴講に訪れていた国土交通省都市局公園緑地景観課長町田 誠氏が感想を発言されました。

●閉会

最後に茂手木氏が PDC への入会勧誘、講師への謝辞を述べて閉会した。