

なら 賑わい通信

発行：奈良市中心市街地活性化協議会事務局

〒630-8586 奈良市登大路町 36-2

(奈良商工会議所内)

TEL：0742-26-1666

E-mail：narachukatsujimu01@yahoo.co.jp

URL：http://www.nara-cci.or.jp/chukatsu/

発行日：2008年4月10日

第4号

奈良市の「中心市街地活性化基本計画」が国に認定される

奈良市が、かねてから当活性化協議会をはじめ内閣府の活性化本部等と協議を重ねていた「奈良市中心市街地活性化基本計画 ～歴史とロマンに抱かれたまほろばの都 奈良～」が先月12日に、内閣総理大臣の認定を受けました。

対象区域は、JR・近鉄の両奈良駅周辺と両駅を結ぶ商業集積地、その南北に歴史的町並みが残っている「ならまち・奈良きたまち」等を含む面積約289haの範囲で、計画期間は平成25年3月までの5年間です。

今後5年間の主な事業として三条通りの拡幅、JR 旧奈良駅舎の整備等の公共事業を始め、もちいどの商店街での食品スーパー、(仮称)奈良町劇場等の立地をめざす民間事業等、75の事業が盛り込まれ中心市街地の活性化の一翼を担うこととなります。

活性化協議会西口会長の談話

先月12日に「奈良市中心市街地活性化基本計画」が内閣総理大臣の認定を頂いたとの知らせを受けました。

昨年3月の協議会設立以来、基本計画の認定に向けて市と共に取り組んできたことが実を結び大変喜んでます。

基本計画の認定が頂けたことについて、市長を始めとする多くの関係者の努力に改めて感謝申し上げます。

中心市街地を活性化させるのが「目的」であり、基本計画の認定は、活性化のための「手段」であると考えます。だから、これからが本当の意味でのスタートとなります。

今後、協議会としましては基本計画に基づいて行う各種事業の実施について、市及び商店街等と力を合わせ、より一層努力して全国の方々に自慢できるような街づくりを進めていきたいと思っております。



で囲まれた区域が対象区域です。

※基本計画の内容は、当協議会および奈良市のホームページに掲載しています。

奈良市のページ <http://www.city.nara.nara.jp/>

奈良市中心市街地活性化フォーラム

奈良市中心市街地のにぎわいのあるまちづくり

- と き / 2008年2月25日(月) 13:00~16:30
- 場 所 / 奈良商工会議所 4F 中ホール

基調講演 奈良市のまちづくりと市街地活性化への提案

～創造の中心、中心の創造～

多摩大学大学院教授

望月 照彦氏



前号からの基調講演の続き及び
パネルディスカッションの様
を掲載します。

第4章 コンパクトシティへ

① いまコンパクトシティが注目

郊外に拡大した都市を、再び都市部に機能集中させる（人口減少のため、公共負担効率化の必要性、エコロジーの時代適合など）。郊外の公的施設や美術館は使われず効率的な地域経営が問われている⇒青森市、長野市等が先例

② これらの事例は近代化でなく「過去化」で成功

大分県豊後高田市のテーマタウン戦略 ⇒「昭和の町づくり」、コンセプトは過去化として成功、25万人の観光客で地方の小都市が活性化

「昭和の町」四つの再生コンセプト

- ① 建築再生（施設修景）～昭和の町の風景を再現する
- ② 歴史再生（一店一宝）～わが店の昭和の宝を店頭に
- ③ 商品再生（一店一品）～わが店の昭和の逸品づくり
- ④ 商人再生（もてなしづくり）～かつてのもてなしとぬくもりのある町の再現

青森市のコンパクトシティづくり⇒街の中心部に戻ろう（歩きやすい街ーウォークアブルシティ）、住む人を増やそう（まちなか居住）、パサージュ広場

③コンパクトシティをつくる条件とは

コンパクトシティを創る5つの「タウンパワー」

- 「集積・利便力」、「人材・組織力」、「A・B・C・D力」、
- 「店舗・個店力」、「交通・歩行力」

注) A・B・C・D力とは

- A (Administration) ～行政セクター
 - B (Business) ～企業セクター
 - C (Citizens) ～市民セクター
 - D (Democratic Organization) ～公益セクター
- まちづくりには、これらの4つのセクターのパートナーシップが大切

奈良への提案②

- ・ 歴史上の都市づくり（平城京）と現代の都市づくりの重層性を計る
- ・ 偉大な歴史文化と生活の温もりのある界隈性（ならまち）が連続している有機的都市が魅力的
- ・ 奈良市に ABCD パートナーシップのスーパーセクターは存在するか（中心市街地活性化協議会がその役割を果たす？）

第5章 コンフュージョンシティ（融合都市）へ

- ① 都市の中心部への機能集約だけでなく、それらがフュージョン（融合）して新機能を生み出すことが大切 ⇒ 例) 富山では「くすり博物館」の建設。それは、新しい時代の要請に応える機能や環境、風土の創造をもたらすもの。

中心市街地の商業機能だけでなく、新産業（サービス、福祉、環境、教育、IT等）の苗床がまちなかに展開すること ⇒ならまちでITの最先端が起業化されるなど都市に新たな経済活力を生み出す躍動は、コンパクトシティを超えて融合都市を創造すること ⇒バイオ都市の創造などは奈良にふさわしい。

② コンフュージョンシティの事例

○商店街株式会社・アモールトーフ（足立区東和銀座商店街）

商店街は市民のためにある、商人は多足の草鞋を ⇒ ビジネスコンセプト

コミュニティビジネスを始め、いまでは病院のレストラン、小学校の給食サービス、施設の清掃事業、警備事業まで。地域のお年寄りや子供たちを守る活動を

○まちづくり長野の挑戦～市街地への集中投資と投志
株式会社まちづくり長野を設立、直営食品スーパー店の「トマト食品館」、ミニショッピングセンターの「ばていお大門」（地元の企業家が経営する 20 店舗）

③ コンフュージョンシティをつくる条件とは

コンフュージョンシティを創る7つの「タウンパワー」

- 「集積・利便力」、「人材・組織力」、「A・B・C・D力」、
- 「店舗・個店力」、「交通・歩行力」、
- 「起業・資本力」、「産業・経営力」

奈良への提案③

- ・ 開発と保存のコンセンサスは出来ていますか。
- ・ 地域資源活用、コンバージョン（復元・再生）のソフト・ハードの手法は生み出されているか
- ・ 民間まちづくりプロデューサーは存在するか（長野の服部氏の例）
- ・ 街の起業家の育成と支援の仕組みは出来ているか

第6章 コンプレキシティシティ（複雑系都市）へ

① 都市はもともと複雑系の構造を持つ、しかし近代の都市計画はその複雑系を壊してきた。まちづくりで言えば超高層ビル、広い道路、人工地盤でなく、くねった狭い道、密集した街区、低層住宅が人間にとってより魅力的。このような複雑系のまちづくりがこれからの主役に。

近代都市計画を提唱したル・コルビジエでなく、都市の多様性が魅力的としたジェーン・ジェイコブスの思想である。

② コンプレキシティシティの事例

○ 民主導で、歴史、文化、国際性を創出した長浜市の「黒壁再生」

そのコンセプトは、ガラス産業でなく「ガラス文化産業」、ガラス製品の輸入だけでなくデザイナーによるガラスの地場産業化に挑戦。この動きに、地域の企業家、商業者もこの考え方に賛同。地場産業の創造にコミュニテ

ィの人々も協力。

○ パリの「ドメル二通り」（リヨン駅近く）の職人たちの楽園

ドメル二通り沿いの高架橋下に連なるピュアディック・デザールでは、多くのウィンドーが博物館のようで魅力的。古い産業遺産を苗床に伝統職人と地場産業を陽の当たる場所に引き出し、産業再生と産業観光で大きな成功を収めている →国鉄の高架橋という都市の産業遺産を保存と活用で再生

③ コンプレキシティシティをつくる条件とは

コンプレキシティシティを創る9つの「タウンパワー」

- 「集積・利便力」、「人材・組織力」、「A・B・C・D力」、
- 「店舗・個店力」、「交通・歩行力」、
- 「起業・資本力」、「産業・経営力」、
- 「文化・芸術力」、「風土・志民力」

奈良への提案④

- ・ 地場産業、コミュニティビジネスなどのタウンビジネスの群生化を仕掛ける。タウンビジネスモデルはあるか
- ・ 新たな都市経済を支える地域産業のコンセプトは何か
- ・ 巨大化や高度技術化だけでなく、ザ・サードイタリア・モデルのようなフレキシブル・スペシャライゼーションの産業政策はあるか

第7章 都市・地域の創造競争の時代がやってきた

- ① 金融資本主義から文化資本主義の時代がやってきた
- ② 行政、大企業主導から市民企業家、社会起業家主導の時代へ
- ③ グローバルスタンダードからローカルスタンダード、ローカライニシアティブの時代へ
- ④ ハードパワーではなく、ソフトパワーが美しき競争のエネルギーとなる時代へ

パネルディスカッション要旨

パネラー／桑原 和代氏（飯田市商業・活性課 課長）
黒田 輝夫氏（富山市商店街連盟 会長）
伊津田 崇氏（中心市街地サポートマネージャー）
コメンテーター／望月 照彦氏（多摩大学院 教授）

桑原●飯田市の認定はこれからで本年 4 月末頃の予定。
当市のまちづくりは旧 TMO によって実施されてきた。

業者もこの考え方に賛同。地場産業の創造にコミュニティの人々も協力。

10 年も前に商業者が最初に声を上げて市民と市や商業者によって「歩いて生活できるまち」を目標に取り組んできた。

「まちづくりカンパニー」という株式会社を設立、事業の中心を担ってきた。



「まちづくりカンパニー」は、大手事業者が実施する規模にない再開発を自分たちでやろうということでスタート。資本金 2,000 万円、地元企業、銀行、市が出資者、延べ40名が出資。

●こうした動きに市民が行政任せでなく自分たちの手でまちづくりという意識が芽生え、商業者だけでなく積極的に関与することとなった。

最も大変だったのは、資金調達でまちなかカンパニーのファンドを立ち上げた。



黒田●個店単独ではいまの商店街では活動出来ないことを知らされた。

この商店街のなかで生き残れる、活動できるタウンビジネスモデルを創りたかった。

そのための勉強をする必要性を感じ、中小企業大学で学んだことは大きかった。

●通行量の少ない街には外からの出店もない。自分たちで自分たちの街を変えるということしかできないとさとして、組合員にアンケートをしたところ、96%の人達が「街を変えたい」と回答された。そこで、234名の組合を作り、街区をA～Dに分け、さらに14のブロックに分けて街のビジョンプランを作った。→1000万円の自己資金に国交省から2,000万円の補助を受けて。

●再開発プランが出来あがった。→県外からのテナントを誘致するショッピングセンターを計画。郊外化かを反対するならまちなかに魅力的な施設を作るのが自分たちの責任。

伊津田●まちづくりには奈良市の地域資源を計画の中に生かしていくことが必要。奈良市ならではの計画が必要。まず街のビジョンをしっかりと作り、次にゾーニングに入っていく、空き店舗があるからまちづくりをするのではなく、どんな街を作りたいかが先になくはならない。

●認定を得た24ヶ所中、モデルケースとして紹介できるのは4～5所、認定さえとればというところが多い。でもそれでは活性化などとても出来ない。認定は中身が問題。市町村の事業だけでなく民間事業者の事業がないと。

認定はとったが目的はまちづくり、ツールとして活用すること。認定は始まりの第一歩として取り組んで欲しい。

望月●①まちづくりが変わってきた、文化的視点が大事な
こと、②ビジネスモデルが無いとダメ（徹底的に勉強する、
専門家ネットワークするなど）、③事業も人生もロマンに賭ける
（行政も事業者も市民もみんな楽しんで）、④どんな地域にするか
ビジョンをしっかりと持つ

桑原●これからのまちづくりは、パブリックな面を民間で実施
することが大切。企業が出資して街にリスクを負い、そこに店舗を興し
街の中に出て事務所を構えるなどともに推進して欲しい。

商業者だけでなく住宅やオフィスの供給など街をマネジメントして
いく、いろんな人がまちづくりの担い手になること。

黒田●商業者にとってのまちづくりとは、「収益」が得られる環境を
どう作るか。まちづくりだから我慢しろというのは現実的でない。
みんながまとまって良くなろうということでまちづくりを進めたい。

●したがって、お客様に来て頂けるよう街を変える努力が必要。
街の魅力化を計らないとお客は来てくれない。そして街に賑わいが
生まれ、収益の上がる街づくりが出来る。

伊津田●認定後こそが問題、まちづくりのための組織作りであり、
しっかりした事業計画とそれを推進するための態勢づくりが欠かせない。
そしてそれを動かす人など民間事業者の活動が大切。



望月●フォーラムのまとめとして、次の5点に集約される

- ①まちづくりの主体は前述したA B C D力のパートナーシップにある
- ②まちづくり三法は、街を作ってはくれない。三法に頼るのでなく自分たちの宝（ほう）を大切に
- ③成功しているところはいつも知恵を持っている。頭の知恵、地の恵みの地恵、そしてガバナンスの治恵のセットでまちづくりを
- ④まちづくりにビジネスモデルを持つ、利益を出す構造か？、比較優位性があるか？
利用者にとってメリットがあるか？
- ⑤すべての人が自分たちの街を誇りに思っているか
(**タウンブライド**を持つ)。(文責・梅屋則夫)

事務局だより

奈良市中心市街地活性化基本計画が認定されました。
これからがスタートです。これによって中心市街地区



域内において商店街、民間事業者、行政等の皆様
が結束して、新しいアイデアを産み出し、にぎ
わいのあふれるまちづくりを実現しましょう。