

平成 17 年度マスターセンター補助事業

人口減少に対応した地域づくり
報 告 書

平成 18 年 1 月

社団法人 中小企業診断協会 鳥取県支部

はじめに

2007 年から始まると予測されていた日本の人口減少は、実質 2005 年にすでに人口が減少していることが確認された。これは、明治以降の我が国が初めて経験する長期的な未曾有の人口減少社会へと突入したことになります。人口減少に伴って自治体の税収の減少が予想され、各自治体が「持続的な自治体財政」を成り立たせるには、歳出減をはじめとした懸命な努力が求められています。社会保険制度などの国のさまざまな制度も人口増加を前提に設計されていた我が国にとっては、長期の人口減少はいまだかつてない事態となっています。われわれは、21 世紀の人口減少社会という課題を克服していくためのパラダイムシフトを求められ、制度面はもちろん、意識面でも 10 年、20 年後の日本のありかたを考えた方向転換を迫られているのです。

また、地域社会では、住民の高齢化・若者の転出によってまちの担い手が減少・高齢化しています。加えて、少子化の進展やモータリゼーションの進展に伴い、住民同士の顔なじみの関係が薄れ、町内会や自治会の運営さえ困難な状況もあり、コミュニティの維持が危機的状況になりつつあるのが現状です。急速に失いつつあるコミュニティを維持し、持続可能なまちづくりがもとめられています。

鳥取県の人口は、1995 年をピークに全国より 10 年早く、若者層の転出という社会減により人口減少が進んでいます。鳥取県の地域中小企業は、この人口減社会に発生する社会問題や市場ニーズを予測し、それをチャンスと捉えて果敢に市場に挑戦していくべきでしょう。

このたびの中小企業診断協会鳥取県支部の調査研究事業では、人口減による予想される社会問題と市場ニーズを予測し、それに対する「地域中小企業の対応」を検討するとともに、「コミュニティを維持できる持続的なまちづくり」を実現するためのひとつの方向性として、鳥取市と米子市においての「既存の社会的資産を活用したコンパクトなまちづくり」を調査研究するものです。

この調査研究中、まちづくり三法の改正のまっただ中にあり、配布の頃には成立している見込みです。本調査研究報告と法的根拠が伴わない部分もあるかと存じますが、ご容赦くださいますようお願いいたします。

平成 18 年 1 月

社団法人 中小企業診断協会
鳥取県支部長 高 橋 務

目 次

はじめに	2
第 1 章 日本・鳥取県人口減少の状況と予測	3
第 2 章 人口減少で予想される社会問題と地域中小企業の対応	1 1
第 3 章 持続できる社会を目指す「コンパクトシティ」とは	2 2
第 4 章 コンパクトシティの海外および国内の先進事例	2 4
第 5 章 とっとりコンパクトシティ構想 米子市	3 2
第 6 章 とっとりコンパクトシティ構想 鳥取市	5 0
おわりに	5 9

第1章 日本・鳥取県人口減少の状況と予測

(本章担当 永島 哲夫)

1. 国立社会保障・人口研究所の将来人口推計

(平成14(2002)年1月発表より抜粋)

(1) 総人口の推移

平成12(2000)年の日本の総人口は同年の国勢調査によると1億2693万人であった(平成17(2005)年にも国勢調査が行われたがまだ集計は出来ていない)。この結果に基づき中位推計によると、総人口は今後も緩やかに増加し、平成18(2006)年に1億2774万人でピークに達したのち、以後長期の人口減少過程に入るとされ、平成25(2013)年にはほぼ平成12年規模に戻り、平成62(2050)

年には1億60万人に達すると予測されとしている。(図1)

高位推計では平成21(2009)年に1億2815万人でピークに達し、以後減少して平成62(2050)年には1億825万人に達すると見込まれる。

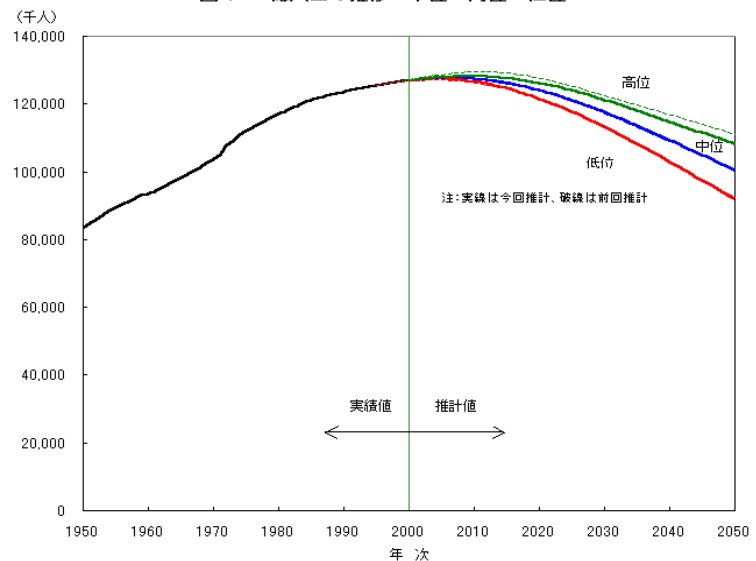
低位推計では平成16(2004)年に1億2748万人でピークとなり、以後減少して平成62(2050)年には9203万人に達する見込みとしている。

(2) 人口動態の変化

この中位推計によると、年間の出生数は平成12(2001)年の119万人から減少を続け、平成20(2008)年には110万人を切り、平成26(2014)年には100万人の大台を割り込み、平成62(2050)年の67万人に達すると見込まれる。

一方死亡数は平成12(2001)年の98万人から一貫して増加を続け、平成33(2021)年の151万人を経て、平成50(2038)年にはピークの170万人に達して、その後減少して平成62(2050)年には162万人になる。従って平成18(2006)年がピークではないかと推計される。

図1 総人口の推移：中位・高位・低位



(3) 年齢3区分別人口推移

年少(0～14歳)

中位推計では年少人口は年々減少が続き、2003年に1700万人で平成28(2016)年には1600万人を割り込み、緩やかな長期減少となり、2050年には1084万人規模と見込まれる。

人口割合では中位推計で平成12(2000)年の14.6%から減少を続け平成17(2005)年には14%を割り込み、平成33(2021)年に12%に達し、その後も減少を続け平成48(2036)年に11%を経て平成62(2050)年に10.8%になると見込まれる。

生産年齢(15～64歳)

中位推計では生産年齢人口は平成7(1995)年をピークに以後一転して減少過程に入り、平成42(2030)年には7000万人を割り込み、平成62(2050)年には5389万人に達する。

生産人口割合を見ると、中位推計では平成12(2000)年の68.1%から減少を続け平成32(2020)年には60.0%に減り、その後も減少を続け平成47(2035)年に現在の水準より10ポイント低い58.0%で、平成55(2043)年の54.9%を経て平成62(2050)年に53.6%になると見込まれる。

老年(65歳以上)

中位推計では年少人口、生産年齢人口の減少が始まる一方で、老年人口は現在の2200万人から平成25(2013)年に3000万人を突破して、平成30(2018)年の3417万人へと急速な増加を続ける。すなわち団塊の世代(昭和22～24年生まれ世代)が65歳以上の年齢層に入りきるまで急速な老年人口の増加を生じる。その後緩やかな増加を迎えるが、第2時ベビーブーム世代が老年人口となる平成55(2043)年に老年人口はピークに達しその後緩やかに減少して平成62(2050)年に3586万人となる。

老年人口割合は平成12(2000)年17.4%から平成26(2014)年には25%に達し、4人に1人が65歳以上の人口となる。その後平成29(2017)年に27%となり、平成30(2018)年以降平成46(2034)年頃までおおよそ3400万人台で推移する。老年人口割合は低出生率の影響を受けて平成30(2018)年以降も上昇を続け平成45(2033)年には30%台に達する。平成62(2050)年には35.7%の水準に達し、2.8人に1人が65歳以上の人口になると見込まれる。

2. 日本の人口減は2005年より始まった

人口動態調査年間推計(2005.12.22発表)によると2005年の出生数が前年同期より44千人減り106万7千人と5年連続前年を下回り、死亡者は107万7千人と差し引きで1万人の自然減となった。出生数が死亡数より少ない自然減は1899年(明治32年)に統計が始まってから初めて少子化の加速がかかった。外国籍の自然増加数を6千人と見積もると、2005年は4千人の自然減となる。つまり、人口のピークは2004年12月であった。2005年度の見込みで

は出生数は 2004 年より 4 万人少ない 107 万人にとどまり、出生率は過去最低の 1.26 人～1.27 人程度と見込まれる（2004 年度は 1.29 人）。出生数は戦後最も多かった 1949 年 269 万 6 千人と比べて 60% の減少となった。死亡者数は 2003 年 100 万人死亡時代に入り、団塊世代が 90 歳前後となる 40 年代には 170 万人に拡大する。出生数から死亡者数を差し引いた自然減は 40 年代には 90 万人に達し鳥取県の人口をはるかに越える人口が消えることになる。

国立社会保障・人口問題研究所の 2002 年にまとめた中位推計で、04 年の出生数は 115 万人としていたが 111 万人で 4 万人下回り、少子化の歯止めがかからず、低位推計をも上回る人口の減少化が進んでいる。

2002 年の人口調査では 2006 年がピークでそれ以降人口は減少に転ずるとしていたが、少子化の進展が予想以上に早く、現在の見込みでは 2004 年がピークで 2005 年から人口減少時代に入ったと見込まれる。そうした推計から総人口のピークは 2004 年 12 月で 1 億 2776 万人出会ったと推計され、05 年以降は人口減少時代に入ったとされる。

これら人口減少についての課題として

- 社会保障の中における少子高齢化対策
- 人口減少における 経済の問題等

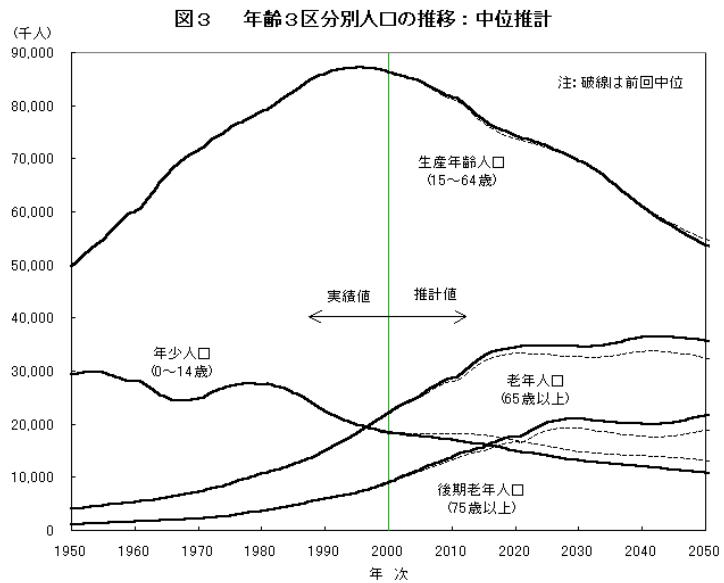
が挙げられる。以下にこの課題をしてみる。

3．社会保障における少子化対策、高齢化対策

(1) 少子化

少子化の大きな問題として、子供を育てるコストが膨らんでいるのが大きな要因ではないだろうか。養育・教育費というコストに加え、子供の養育によって母親が働けなくなる場合のコストが一番大きい。少子化を加速している要因として、未婚・晩婚化が進んでいることもあるが、女性の労働のあり方と密接に関連している。

年金、医療、介護とあるがこの稿では割愛することとする。



4．人口減少による経済への影響について

(1) 人口減の先進国「日本」

人口が減るのは日本だけではなく、先進国や発展するアジアの国々でも長期的に人口が減るところが相次ぐ。人口減少、少子高齢化社会へと一歩先に進む日本は多くの国々のためこの問題をどう乗り切るかの範を示すことが出来る。

(2) 生産人口減で外国人労働者の活用

日本の生産年齢人口（15～64歳）は2000年の8600万人から2050年の5400万人まで減少していく見通しである。そのショックを少しでも緩らげ、働き手を確保するための対策として外国人労働者の受け入れがある。現在(2002年)合法的な外国人労働者が52万人いて、少子高齢化を睨んで積極的に受け入れるべきとの意見があるが、外国人労働者には定住としての社会保障、社会への適応等の対応が課題である。外国人労働者の活用に当っては、一層の規制緩和と一般市民を含む社会への対応が問題となっている。

(3) 人口減少では国民の所得が下がるのではないか

人口増加率が低い国で一人当たりGDPが増えやすいという傾向がうかがえる。人口が減った場合に一人当たりの所得が増える傾向にある。これは、人口が減る国では設備など資本によって労働力を置き換える力が働き経済の効率が高まりやすくなる。人口増加圧力の高い国では雇用維持が優先するため規制緩和によって効率化が進みにくい、などの要因がある。

しかし、全人口に占める働く人の比率が下がり、働くことの出来ない高齢者の比率が高くなる中で日本の人口が減少していくことの影響では、人口減少・少子高齢化社会を乗り切り、国民の生活水準を向上するためには、人口が減る中でなるべく多くの人が働く働く人が減少するから、働く人の一人当たりの生産性を引き上げる高齢者が増えるから高齢社会の負担(社会保障費等)を抑える。の三つを実行する必要がある。

(4) 人口減少の中での女性・高齢者の就業率の向上

人口減少社会では生産年齢人口に対して高齢人口が増大する社会である。日本女性の労働力率（15歳以上人口に占める就業・失業者総数の割合）は世界的に低い。女性の年齢別の有業率（就業率）は特に出産・育児の時期である30代にかけて低下している。働きたい女性が働けるようになることは人口減少社会を乗り切るためにも、女性の社会参加が必要となる。

人口減少・高齢化社会ではより多くの高齢者に働いてもらうことが望ましい。そして高齢者が社会保障費を負担する側にとどまることの経済的意義は大きい。高齢者がより柔軟な働き方が選

択できれば、より高齢まで働くことが可能になり、女性の就業率を上昇させる上でも有効である。

（５）人口減少社会における生産性の向上

人口が減るのであれば一人当りの生産、すなわち生産性が上昇すれば一人当りの所得は増やせる。そのためには規制緩和や公共部分の改革が必要になる。人口減少社会では、これらの改革が思うほど大きな軋轢や苦痛を伴わない可能性がある。従って人口の伸びが低い国の方が生産性の伸びが高い傾向にある。

日本の産業別労働生産性を米国と比べると、機械などを除いて殆どの産業で米国より低い。全産業部門で米国の水準に追いついた場合、日本の労働生産性は28%上昇する。ということは労働人口が28%減っても今の国内総生産は維持できる。すなわち約8500万人だった生産人口は6100万人強に三割近く減っても国内総生産が維持できると言う事になる。

日米での労働生産性格差が生じたのは、規制や労働市場の柔軟性の違い、取引慣行や流通システムの違いによるところが大きい。製造業では食品など規制が残る産業では生産性が特に低い。人口減少社会では生産性の低下は避けねばならない。

生産性の向上の中において公共投資などの分野での非効率が多いとされて課題となっている。日本の公共工事は欧米に比べて高く多いといわれている。県民所得の低い地域のほうが、公共投資が多いのも事実である。公共事業が地域の所得を支えるためであってはならない、その必要性によって行われていれば公共事業の量と地域の所得との関連性は薄れてくる。人口減少社会では本当に必要なインフラの整備が求められる。いずれにせよ公共投資については「必要性本位」で、一層の効率化が求められる。

（６）人口減少における住宅

日本ではすでに住宅があまり始めている。人口が減れば住宅は更にあまることになる。日本住宅ストックの約一割はすでに空家である。空家の所有者の7割は条件が整えば持家を貸しても良いと考えている。ここで潜在的には大きな賃貸住宅市場がある。定期借家権の導入でそのリスクが低下している。リバースモーゲージもある、すでにあるものをより効率的に使うことも生産性向上に役立つ。今後の事業や生活環境においてこれらを有効に活用することが求められる。

（７）人口減少社会への生活とのかかわり

人口減少により直接影響として、生活空間が一人あたりで広がることがある。日本人の生活の豊かさを実感できない理由の一つに狭い住宅がある。人口が本格的に減り始めればゆったりと使うことが出来る。利用可能な土地が一層広がり、需要の減退で地価が下落して住宅も買いやすくなる。

通勤地獄や道路渋滞も人口減少である程度緩和される。人口が減れば地方の交通インフラの利用は更に低迷する可能性がある。

全体の人口が減少する中で高齢者の人口は増えていく、高齢者の意識調査によると、「経済的な生活が成り立たなくなる不安」について欧米間に格差が見られる。日本は60%台であり欧米は30%台である。年金の水準は主要国の中で日本はかなり高い。終身雇用の中で老後のことを深く考えない傾向があった、人生60年と思っていたがいつのまにか80歳になっていたというようなことがあるのだろうか。

いずれにしても前向きに考えることが必要で、高齢者の趣味や学習、ボランティアなどの取り組む高齢者が急増しており更には高齢者の企業も増えており、第2、第3の人生ととらえる人が増えている。これらから見ると人口減少社会は工夫次第ではゆとりのある豊かな社会が迎えられるのではないかと。一人一人がポジティブに向かうことが必要だ。

(8) 人口減少化におけるこれからのまとめとして

企業には一人当たり所得の変化などに更に敏感に対応した国・地域ごとの生産・販売戦略が必要になる。国も制度の見直しが迫られる。以下が主要な項目である。

- 高齢化に伴う負担増の抑制

年金、医療、介護などの制度の見直し（本稿ではこの問題には触れない）

- 労働市場への参加の促進

女性や高齢者の就業率の向上

- 生産性の向上

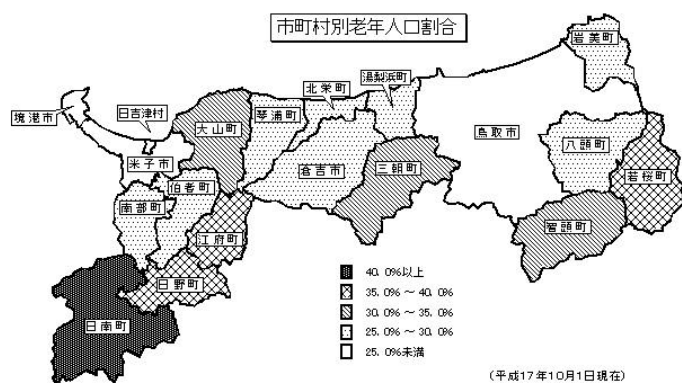
規制緩和、公共事業効率化など

日本は世界の中でかなり早く人口減少社会を迎える、企業戦略や制度整備の面で世界に範を示せる可能性がある。その克服に努めることが一人当たりで見て豊かな経済社会を創出する道でもある。人口減少時代には更に知恵と行動力が必要である。

5. 鳥取県の人口推移

(1) 平成17年(2005年)10月国勢調査速報

鳥取県の人口は606,938人で平成12年(2000年)の国勢調査よりも6,351人減少している。速報値での人口増は鳥取市、米子市、湯梨浜町、日吉津村で人口減はその他市町村特



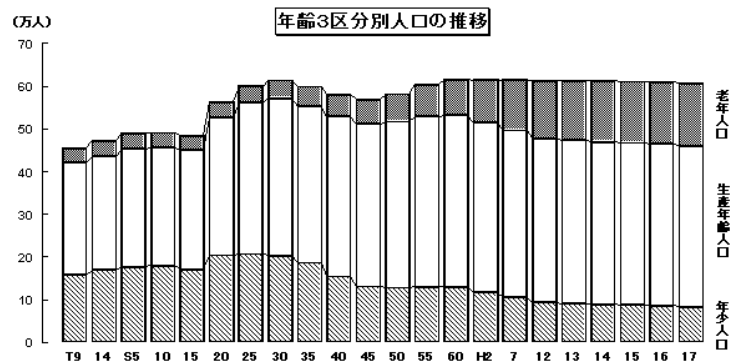
に減少傾向が顕著なのは八頭郡、日野郡であった。

今後の人口変化率予測を見ると、平成 12 年（2000 年）～平成 42 年（2030 年）では鳥取県における増加率の見込みがあるところは、米子市の 2.2%増ただ一つで、他市町村は減少見込みとされ、特に激しい減少率の高いのは、若桜町—54.9%、日南町—53.9%、旧江府町—52.2%と見込まれる。

平成 42 年（2030 年）には鳥取県の人口は 54 万人になると予測されている。

（２）鳥取県の人口推移

昭和 60（1985）年の 616,024 人をピークに年々わずかずつ減少している。鳥取県の人口推移によると全国的に高い出生率でありながら、全国に先駆けて人口減少が始まっている。その要因は、高齢化の進展により、人口構



成における高齢者数が増加することで死亡者数が増加し出生数を上回ったことによる。この背景には鳥取県の特殊事情が絡んでいる。それは 15～24 歳の年齢層（以下若年層という）の人口流出が鳥取県の高齢化を急速に進展させているという事情である。

自然増加率（出生数から死亡者数を減じた数を人口で割った率）を見ると、平成 7 年（1995 年）より減じている。そういう意味では全国に先駆け 10 年早く減少過程に入っているといえる。出生率が全国平均よりも高く 1.53 人（平成 11 年（1999 年）以降 1.50 人台をキープ）にも拘らずである。ということは全国平均より高齢化率が高く平成 12 年（2000 年）全国では 17.3%であるのに、鳥取県は 22.0%と大幅に上回っている。これの主な要因は先にも述べたが特殊事情の社会の増減率があげられる。

社会増減率の主たる要因は、若年層の転出・転入である。この 40 年間で転入が転出を上回っているのは 2 年で、あとの 38 年は転出が転入を上回っている。それが顕著に現れるのが若年層で、例えば昭和 50 年（1975 年）の 0～4 歳の年齢層の推移を見ると、10～14 歳になるまで 45 千人であった人口には増減は無く、15～19 歳になると減少し始め、20～24 歳になると 35 千人と 0～4 歳に比べると 10 千人減少している。更に 25～29 歳になると 38 千人と若干増加しているが、元の 0～4 歳までの人口にまでは回復していない。このことは県外へ進学・就職が主要要因であり、県内回帰もあるがその数は転出者数には及ばない。これが高齢化率を押し上げている鳥取県の特種減少といえる。

鳥取県の人口推移を見ると、15 歳未満の人口の割合はピーク時（昭和初期）36%であったが昭和 30 年代後半で 30%を割り現在 14.2%にまで下がり今後も減少の一方で、65 歳以上の人口割合は昭和初期 7%台であったが昭和 50 年で 10%台にのせ現在は 23%後半で相当のスピードで上がっている。生産人口も昭和 45 年の 66.9%をピークに減少に転じて現在 62.0%で今後徐々に減少して、相対的には鳥取県の人口は全国平均よりも少子高齢化が進んできており、この傾向は今後も続くと思われる。

前回の国勢調査から見通すと 2030 年の鳥取県の人口は 547 千人見当になると推計されており、全国の人口減少スピードより更に進むと予測される。しかし今回の国勢調査の結果ではより人口減が加速されるものと推察される。従って全国の人口減少の課題に一步先に取り組みざるを得ない、これは他県へのモデルとなることがいえる。

県民一人一人の英知と行動によりこれら諸問題に取り組み克服したいものである。

鳥取県企画部統計課資料より（平成 17（2005）年 10 月 1 日）

参考文献：鳥取県の人口構成の特徴と傾向（TORC 研究員松本 緑氏）

第2章 人口減少で予想される社会問題と地域中小企業の対応

(本章担当 滝沢 和嘉)

1. 人口減少で予想される社会問題

第1章で述べたとおり、日本および鳥取県の人口は2005年に初めて死亡数が出生数を上回り、確実に人口減少、高齢化社会に突入した。

現在の人口全体を100人とする、下表の割合になる。

	全体	高齢者	子供
2005 年	100 人	19 人 (19%)	14 人 (14%)
2050 年	72 人	28 人 (39%)	6 人 (8%)

特に、地方の人口減少の割合が高く、2030年までに、全国で7%、地方都市圏で11%、非都市圏で20%の人口減少が見込まれる。人口減少の結果、社会的問題のとして下記のようなことが考えられる。

(1) モノを作る人が減少(労働力の確保が困難)

労働力人口は、2005年には6770万人であったが、2025年には6300万人に減ると予想される(図1、表1)。さらにその内訳は65歳以上が230万人増加、30～59歳が390万人減少15歳～20歳が310万人減少となり労働力人口が減少するとともに高齢化が進む。

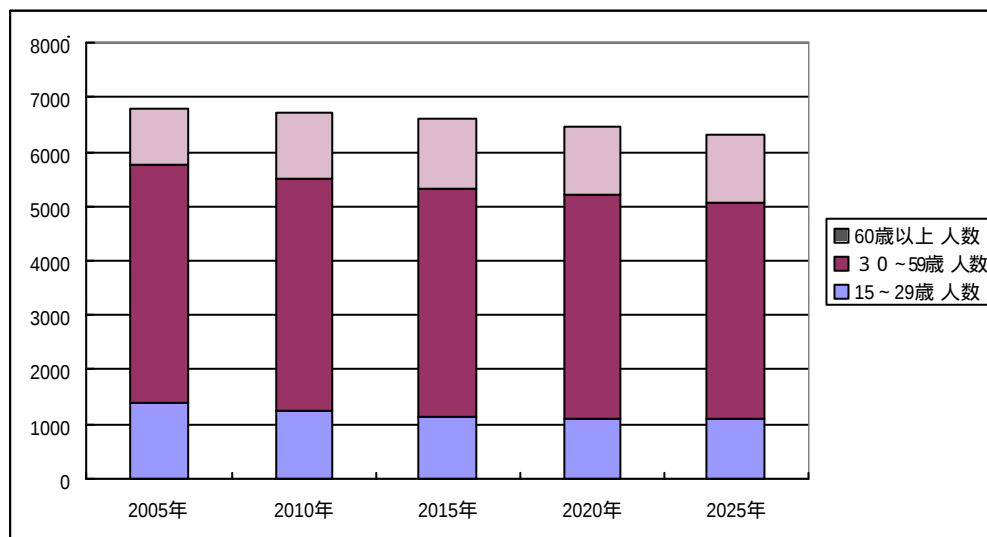


図1 労働力人口の見通し

労働力人口：15歳以上人口のうち、働いている人と働く意思表示(求職活動)をしている失業者の合計65歳以上の人口も含めて、働いている人、働こうとしている人の総数

	15～29 歳		30～59 歳		60 歳以上		千万人
	人数	%	人数	%	人数	%	合計
2005 年	1390	20.5	4370	64.5	1010	14.9	6770
2010 年	1260	18.7	4240	63.0	1230	18.3	6730
2015 年	1150	17.5	4170	63.3	1270	19.3	6590
2020 年	1100	17.1	4110	63.8	1230	19.1	6440
2025 年	1080	17.1	3980	63.2	1240	19.7	6300

表 1 労働人口の見通し

(2) モノを買う人が減る(消費減による国内需要の縮小)

人口減少と、高齢化が進むことによってモノを作る人が減少するとともに、それを買う人も減少し、消費減が、国内需要の縮小を呼び、さらに以下のようなことが生じると考えられる。

デフレの進展、中心市街地の空洞化、企業の淘汰・再編が起こる。

創造、変革の力が落ち、国力の衰えにつながる。

国力の低下 → 期待成長率のマイナスへ → デフレへとつながる。

貯蓄率の低下により設備投資資金の不足が生じる。

年金制度、医療制度などで高齢者を支える若者が不足する。

相対的行政コストの増加、福祉の後退、年金保険料の高負担につながる。

高齢者の比率が高くなることで益々若者の声が政治に届きにくくなり、世代間の利害対立が鮮明化する。

将来の世代へ重い負担につながる。

国土の均衡ある発展が出来ない。

公共事業は既存設備の維持、更新のみとなる。

過疎化の進展により都市と誰も住まない地域の発生。

農業後継者の不足、農地の荒廃。

(3) 人口減少、高齢化の進展と関連して、今後発生する問題

また、人口減少、高齢化が進むことによって、派生して今後次のようなことが考えられる。

モノを作る人が減る(労働力の確保が困難)

- ・ 高齢労働者の増加 → 高齢労働者の能力の活用、働きやすい環境づくりが必要となる。
- ・ 女性労働者の増加 → 仕事と子育てなど家庭生活が両立できる環境づくりが進展する。
- ・ 外国人労働者の増加 → 受け入れ態勢の整備が問題となる。
- ・ 自動化、無人化の進展 → ロボット技術の進歩と機械化への積極的な取り組みが必要となる。

それを買う人が減る（消費減による国内需要の縮小）

・デフレの進展、中心市街地の空洞化、企業の淘汰、再編

→ 海外市場の開拓などの経営戦略の見直しが必要となる。

・物の輸出から知的財産で稼ぐ → 貿易立国から所得立国へと変化する。

技術を輸出してリターンを得る、海外展開して株式の配当で稼ぐことが重要となる。

また、過去の規格大量生産型社会においては、住居・学園と工業地域（働く場所）・商業地域（買い物をする場所）はどんどん離れていき、その間を道路などのインフラで結んでいったが、少子高齢化の人口減少の社会においては地方の財政の問題もあり、住居、商店、オフィス、医療機関、学校娯楽施設、情報センターなどが一体となった「歩いて暮らせる街づくり」が行われていくと思われる。

参考として図2に人口減少から起こる関連問題を示した。

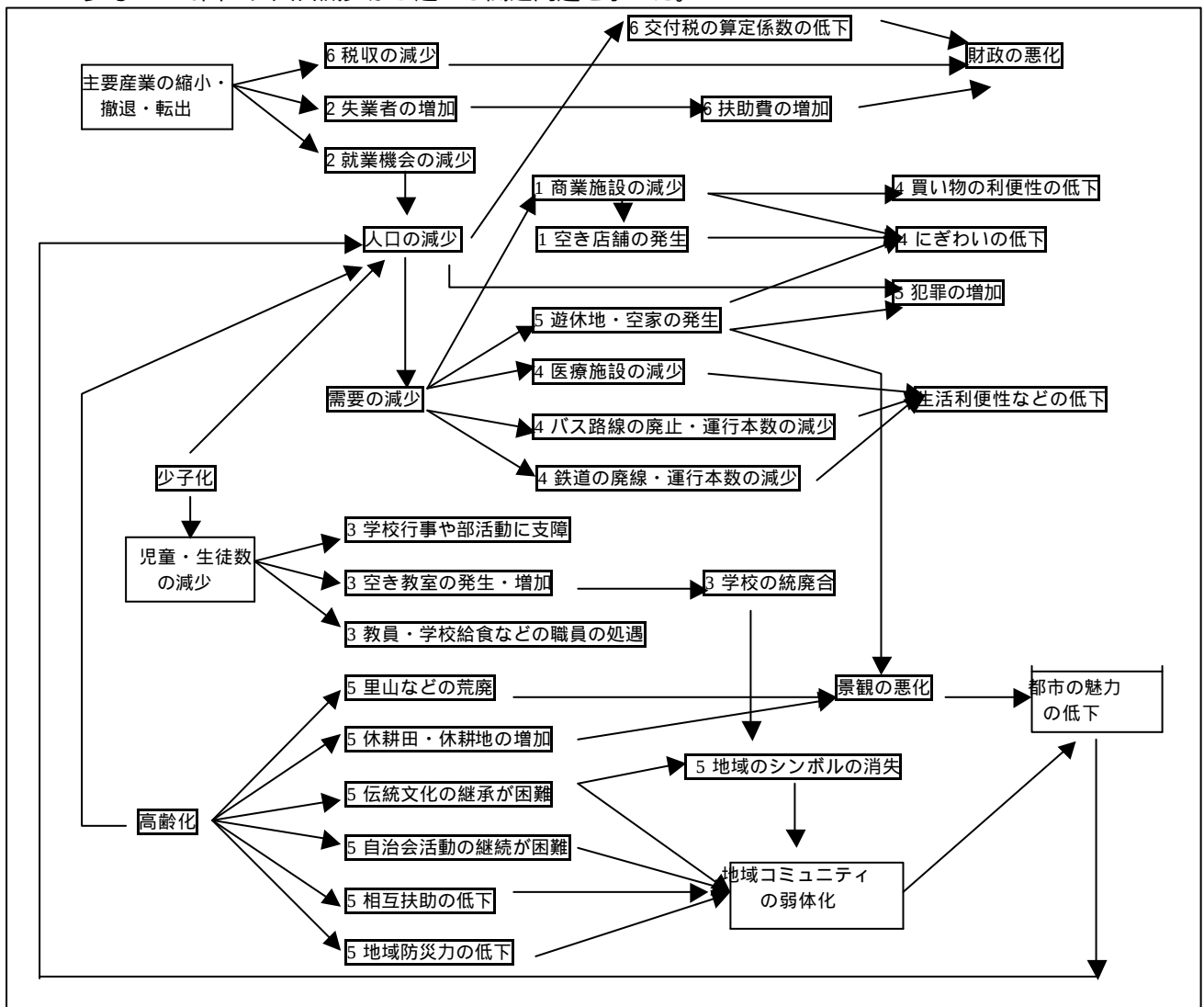


図2 人口減少と関連問題の悪循環の例 中国総研・季刊 2005 vol.9-3, No.32 より

(注) 項目番号は、人口減少による地域問題の分類を示し、次の通り。

1 = 地域経済の衰退、2 = 雇用問題、3 = 児童・生徒数の減少、4 = 生活利便性などの低下、

5 = 地域コミュニティの弱体化、6 = 行政経営問題

3. 少子高齢化、人口減少社会におけるマーケティング

前ページ図2において生じる問題、不便を解消することが新たな事業展開につながると思われるが、その中の1つ1つではなかなか事業として採算に乗りにくい面もある。したがってそれらを総合的に結び付けて事業化していくことも考えていく必要がある。

少子高齢化のマーケットを考えるには、少子化によって生じるマーケット、高齢化によって生じるマーケットおよび両者によってもたらされるマーケットを分けてまた合わせて考えることが必要である。たとえば次に述べるようなことをキーワードとしてそれらを新たな事業展開に結び付けていくことが望まれる。

(1) 少子化関連マーケットのキーワード

少子化 = (1人っ子の増加、児童・生徒数の減少、晩婚化、未婚男女の増加、就労女性の増加)

1人っ子の増加、児童・生徒数の減少

廃校の活用、保育所の民間移譲、学習費のアップ(個別指導塾)、選別された習い事、養子・里親縁組サービス、全寮制の保育園・学校サービス

晩婚化

1人住まいの増加、マンションの増加、ペットを飼う人の増加、新しい対個人サービス業の拡大
未婚男女の増加

1人住まいの増加、マンションの増加、ペットを飼う人の増加、新しい対個人サービス業の拡大
就労女性の増加

惣菜、家事サービス、新しい対個人サービス業の拡大

子育て支援

などが考えられる。

(2) 高齢化関連マーケットのキーワード

当然、健康・楽しさ・安心 etc.がキーワードとなるが特に高齢者の特性を知る必要がある。元経済企画庁長官の堺屋太一氏によれば、高齢者のマーケットの特性は下記のようなものであるという。

巨大であること

人数、経験、時間、貯金、財産において大きなものを持っておりその合計は巨大である。

(金持ち、知恵持ち、時間持ち)

独特であること

職業がなく、学生・主婦などの区別もできず、高齢者という区分以外に大半は縛る別の概念がない。

個性的であること

範囲が 55 歳～100 歳程度と広く、収入は 0～無限大であり、知識、経験、技能、健康がそれぞれちがう。またその経験から自分が人生の師であり、自分が正しいという権利がある。

いずれにしても、売るもの（供給するもの）を考えて高齢者に合わせるのではなく、高齢者（マーケット）を考えて売るものを揃えることが必要となる。

さらにキーワードとして、

健康・能力維持、アンチエイジング、介護

スポーツ

体楽（体を楽しませる）、楽しさ、健康、交歓、レクリエーション、リフレッシュ

住居

街中の住居、別荘地感覚の住居、リホーム（空いた部屋を有意義に使う）

趣味・文化

上達より楽しむことが優先。（音楽教室、英会話教室、社交ダンス）

旅行

無理が利く、好みの注文に応じる、心にしみる、気ままにしたい、好きなようにしたい

その他

- ・本当に好かれる、本当にほしいもの → リピーターとなる → 口コミ
- ・選択できる専門性と品揃え、便利さの追求（すぐ、安く、何でも）
- ・生涯使いたい愛着わく商品や忘れがたいサービス
- ・本物志向（飽きられない商品、サービス） → 子供だましのサービスは通用しない

などが考えられる。

（３）少子化関連、高齢化関連を併せたマーケットのキーワード

１人の孫に対する多数の高齢者のポケット ＝ 高額商品

１人住まいの増加

生活支援事業（自宅周辺の見回り・セキュリティ、虫の駆除、話し相手、片付け、安心、安全、便利、いやし）

などが考えられる。

（４）人口減少社会、少子高齢社会に対応した戦略

前述したようにこれらのキーワードをもとに、何かを事業化するには、まず戦略を策定しなければな

らない。特に市場が縮む時代には、ニーズを細分化し、顧客ニーズに応えていくことが重要である。すなわち、

人口減少、高齢化 → 期待成長率のマイナスへ → デフレ ならば 技術革新 → 労働生産性アップ → 期待成長率アップへとつなげなければならない。 顧客減少 → 売り上げ数量減少 → 売り上げ金額減少なら → より高いものを売る、 より多く売ることが必要となる

1 人の顧客に今までと同じ商品を同じ値段で売っている顧客の数が減っていく以上売り上げは間違いなく落ちる。それを超えるにはより高価な商品、よりたくさんの商品を売らなければならない。さらに全く新しい値打ちを持った商品を作り出し、積極的に売っていくことが必要となる。すなわち

新しい機能や優れたデザインなどで高付加価値化

1 人のユーザーにできるだけ複数の商品を販売する

従来のユーザー層に加えて新たなユーザー層を開拓する。

新たな需要分野に積極的に進出する。

などの戦略が必要となる。

生産性の上でも「効率の向上によって付加価値を産み出して行く労働生産性の向上」とともに、こうした商品やサービスを創り出す能力の向上が必要となる。すなわち今まで述べてきたことを頭において、新しいライフスタイル、新しい消費願望、新しい値打ちを次々と創り出していく「創造生産性」の向上に努めなければならない。

人口減少時代に生きる企業の新しいモデルの 1 つは、過去の「顧客資産」を繰り返し活用するストックビジネスへの転換である。人口減少時代においては「売った買った」のフローの販売ビジネスだけでは利益は増やしくくなる。

4．労働力の確保

次に労働力の確保も大きな問題である。前述したように日本の労働力人口は 2005 年の 6770 万人から、2025 年には 6300 万人に減少する。この間の 20 年で 60 歳以上の労働力は 230 万人増加するが、30～59 歳の層は 390 万人、15 歳～29 歳の若年層は 310 万人それぞれ減少する。付加価値を生み出す源泉である働き手の減少で、日本の産業の活力が損なわれる恐れがある。この労働力不足に対応するには眠っている人材資源を活用することが必要となる。それには、

女性の活用を促進する

働き手が増加する高齢者の就労の機会を意識的に広げる

ことが必要となる。そのために仕事と出産を両立させる社会システムづくりをして女性の就労を増やすことや、機械化を含めて女性や高齢者が働きやすい職場づくりを進めなければならない。

そうした中で今後の労働力の確保策としてすでに多くの企業で

新卒採用の維持・拡大
非正規社員の拡大
定年退職前後の雇用制度見直し
出産・介護休業制度の活用促進
外国人労働者の雇用

などの対策が考えられている。特に 2006 年 4 月に「改正高年齢者雇用安定法」が施行され、高齢者が 65 歳まで働ける環境整備が企業に義務付けられることもあり、高齢者労働力の有効活用に積極的に取り組むことが望まれる。

5. グローバル化への対応

労働人口減少および消費人口減少に対応して日本国外への進出、国外の力の活用として

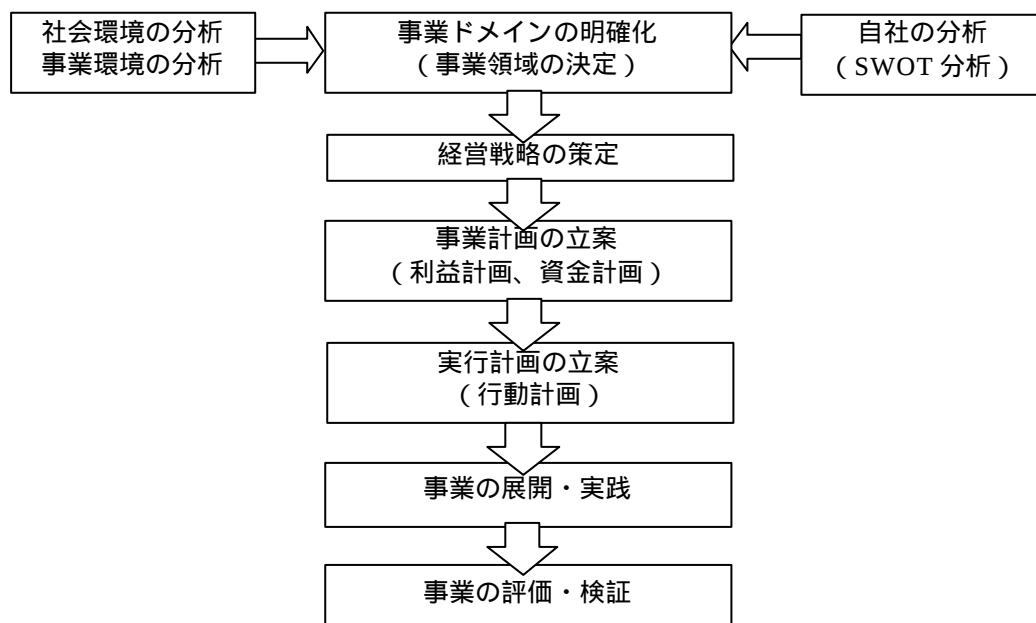
労働人口減少に伴う外国人労働者の採用
労働人口減少および人件費増に伴う海外生産
国内消費人口の減少に伴う外国消費地の開拓
国内観光客の減少に伴う外国人観光客の受け入れ

なども積極的に検討していく必要がある。

6. 地域中小企業の対応

(1) 変化への対応と戦略の策定

少子高齢化、人口減少の進む中で地域中小企業は、自社の存続・成長のために前述のことを踏まえ、自社の存立意義を確認していかなければならない。SWOT 分析などを用いて経営環境および自社の分析を行い、常に経営環境の変化に対応できる企業体質づくりを目指すことが大切である。



この場合競争優位性をどこに置くかの検討が重要になる。自社の戦略中に競争相手と比較して優位性が無ければ事業の成功は難しい。コストリーダーシップ、差別化、集中化の組み合わせの中でどう優位性を構築していくか十分に検討しなければならない。中小企業の場合には特定の狭い分野に集中する戦略が有効である場合が多い。各企業は自社の持つ経営資源と能力を活用し、独自の工夫と経験を重ねることによって、顧客に支持される事業システム（しくみ）を作り上げることが必要である。多様性、独自性を持つことによって、持続可能な競争優位性を持つことが出来る。

特に中小製造業においては、業界の平均や通念と異なる狭いターゲットを攻めるといった独自の分野に集中することを通じて、新たな事業システムを作り上げることが求められる。多様なニーズの中から他社が取り組まない特異なニーズに着目し、そのニーズに対応した独自の事業システムを作り出すことによって持続的な競争優位が形成される。

（２）新市場の開拓

新市場の開拓を考える場合、３のマーケティングの部分で示したキーワードを基に事業領域をどうするか検討する必要がある。たとえば高齢者向けビジネスとして、

- ・介護ビジネスは２０００年の介護保険制度の導入以降、企業の新規参入で５年間で市場が６兆円に拡大している。
- ・高齢者向けの教育や医療などに民間参入が促されれば介護ビジネスと同様な市場規模が見込まれると言われている。

また上記の高齢者向けビジネスを含め、「アジアなどでの海外事業」「保育などアウトソーシングの３つ市場の開拓で、１５年間で１６０兆円規模の拡大が見込めるといわれている。

ほかにも、

- ・今後、世界的に水不足、農地劣化、労働力不足などにより、農産物の価格が上昇するという傾向が強まると思われるので、安全・安心な農産物の提供をする分野も有望になってくると思われる。
- ・少子によって住宅需要は減少するが、居住者に利便性や快適性を提供するリフォームやメンテナンス市場は拡大するものと思われる。国土交通省もこうした分野を「新建設市場」と命名し、今後の成長を展望している。

また、住宅関連では、「リバースモーゲージ」制度の活用が考えられる。リバースモーゲージとは、住宅を保有する高齢者に対し、住宅を担保として年金式の融資を一定期間または終身で行う制度で、死亡時または融資期間完了時に住宅を処分して精算する新たな融資方式である。これは高齢者の生活資金確保と資産流動化を目的とした制度で、精算時に住宅の残存価値が高いほど、融資額が多くなることから、利用者にとっては良質な住宅を整備するインセンティブが生まれる。また、

これまで老後生活資金として貯蓄にまわしていた分を、住宅投資に向けても老後の生活が確保されるので、バリアフリー化を中心した質の高い住宅へのリフォームなどの需要が生じるものと思われる。

- ・アミューズメント業界も少子化で若年層の需要が減少すると考えられるが、市場を若者だけでなく、健康で時間もお金もある高齢者に広げてゆくことで新たな拡大が見込まれる。すでに高齢者に絞ったゲームセンターも登場している。

などが新市場を開拓するにあたって参考になるであろう。

(3) 中小企業向け制度の活用

かつて国の中小企業対策はすべての中小企業を支援、援助するというスタンスであったが、現在は全部は助けられない、良いところのみ生き残ってもらうという方針に変わってきている。すなわちやる気のある中小企業のみ育成・支援するということである。

鳥取県においても中小企業新事業活動促進法のもと各種の支援策がとられているが、ここにきて独自に新事業開拓事業者認定制度（経営革新計画認定企業が生産・販売する商品について県が随意契約で購入できる制度）や県知的財産の創造等に関する基本条例＝「とっとり知的財産活用プラン」

知的財産基盤づくり・・・情報の一元提供

中小企業支援

地域ブランド支援

の制定など産学官連携を含めて地域自立のための支援策を打ち出しているのでこれらを積極的に活用することを検討すべきである。

(4) 規制緩和および民間委託増加への積極的な取り組み

国の規制緩和の流れ、行政改革による民間委託（指定管理者制度等）の動きについてもNPO(非営利組織)法人やコミュニティビジネスなどへの取り組みも含め、新たな事業展開のチャンスとして積極的に取り組んでいくことが望まれる。

(5) 労働力確保への取り組み

4. で述べた通り 2006 年 4 月に「改正高年齢者雇用安定法」が施行される。これは従業員が 65 歳まで働ける環境整備を企業に義務づけるもので、企業は 定年の延長、 継続雇用制度の導入、 定年の廃止 の 3 つの中からどれかを選択しなければならない。少子・高齢化社会を迎えるにあたり、中小企業においてもこれを機会に高齢者の雇用について見直しを行うとともに（より良い活用を検討）今後の人材計画を策定していかなければならない。また、中小企業においては女性の活用もしなければ十分な労働力の確保は困難なため、女性の能力を十分に引き出す職場の環境づくりも急がれる。

ある樹脂加工の中小企業においては、創業１００周年の６０年先まで全社員の年齢推移を一覧できる１００年計画表を作成し、毎年平均２人採用する計画を立てている。そのために社長自ら大学や高等専門学校を回り、人材集めを行っている。

また、ある大手企業では、女性が働きやすい職場づくりのためにコンサルタントを中心に社内の女性社員の声をくみ上げ、課長以上の男性が研修を行っている。

ほかに、ある紙加工会社では高齢者の活用のため「機械に合った人を探るより、人に合わせて機械を作る」という社長方針の下、製造ラインで働く６０歳代の女性のため座って作業できるように製造設備を改造し、老眼でも見やすいように照明の位置も下げた。そして年配女性の経験と能力で生産性を上げている。

７．事業展開の実例

（１）新しい分野へ進出

警備会社他の生活支援事業の展開

高齢化・晩婚化の進捗にあわせ日常生活で困ったことの需要を取り込むサービスを事業化。自宅周辺の見回り、虫の駆除、工事の立会い、清掃、食事の支度、ペットの世話、草むしり、不用品の処分などの家事サポートを行う。

建設会社の農業への進出

農業生産法人を設立して公共事業減による業務減少を補完。遊休農地の活用。

外食産業から介護への進出

少子化で縮小に向かう外食産業に加え介護分野に進出。またシナジー効果をねらい農業、観光、教育を含めた４つを事業の柱とした。外食で培ったサービス、教育システム、食材の共同仕入れ、施設の建設ノウハウなど相乗効果を狙ったものである。

（２）市場を新しい視点で開拓

ビール会社の市場拡大

痛風の原因とされるプリン体を従来の発泡酒より９割減らした新商品で売り上げ数量を２割伸ばした。「健康を気にして飲酒を控えていた層を新たに取り込むことに成功した」

ベビーおむつからペットのおむつとペットフードへ

子供の倍以上のペースで増えているペットに着目し、ペットの室内飼育、小型犬の人気、高齢化、肥満化に絞って開発

育児用品メーカーの関連市場・海外市場への展開

育児用品から育児支援事業（保育園の運営）、海外育児用品の販売へ拡充

子供向け写真館

子供向け写真館に衣装を 400 着置いて、着替えながら気軽に楽しめるようにした。

音楽教室の顧客層の拡大と、提供サービスの拡大

子供向け音楽教室から、高齢者向け教室の拡充と併せて他の文化教室も拡充。

(3) フロービジネスからストックビジネスへ

高齢者向け書籍、雑誌に特化した出版社

高齢者向け雑誌の販売とともに高齢者に対して旅行、教室、チャリティバザールの開催、物販、フリーマーケット（交換会）の運営を総合的に事業化している。

売った後のサービス事業を充実させたマンション業者

マンション建設 → 販売 → 不用品買い取り → リサイクル店で販売

「マンションを売るより、マンションライフを売ろう」というコンセプトのもと住人が購入した後のサービスに重点を置く戦略を立てた。

上記のように市場が縮む時代には、マスマーケティングは通用せず、ニーズを細分化し、こちらからそのニーズを奪い取る戦略が必要となる。また、前にも述べた通り市場を細分化し、ピンポイントのニーズを狙った事業の集合体で考える必要もある。

第3章 持続できる社会を目指す「コンパクトシティ」とは

(本章担当 布野 眞由美)

1. コンパクトシティとは

コンパクトシティ (Compact City) とは、イギリスをはじめとした欧米諸国で活発な論議がされている、持続可能な都市をめざす都市設計の考え方である。都市の中心部に、住・学・職・商・遊・医などの都市機能をコンパクトに集積し、既存の社会資本を活用し、持続可能な都市の発展を目指そうというまちづくりの考え方である。職住近接により交通渋滞緩和や二酸化炭素削減などの環境改善が見込まれることや、中心市街地の活性化等を期待している。

コンパクトシティの流れは、ニュータウン等の住居の郊外化により、都市の拡大をすすめてきたいままでの都市計画のパラダイムシフトといえる。いま、人口減少による歳入減に迫れている自治体は、際限のない郊外化により上下水道などの公共投資の非効率や億単位の除雪費用に悩まされている。ここ数年、都市の活力を保持する政策として自治体による「コンパクトシティ」への取り組みが増えており、青森市、仙台市、稚内市をはじめとした東北・北海道の都市と神戸市などがコンパクトシティを政策に取り入れている。(海外・国内の事例については、第4章でとりあげる)。

2. コンパクトシティの背景

(1) 都市機能の分散化

下記の点などを理由に、都市機能は分散し、中心市街地は衰退してきた。

住宅の郊外化

ニュータウン政策や安い土地・広い土地を求めている住宅建設等で、住宅は郊外化し、郊外居住者は増加してきた。

郊外へのショッピングセンター等大型店の出店、郊外ロードサイド型店舗の増加

大型ショッピングセンターの出店や、小売業・飲食業等の全国チェーン店のロードサイド型店舗の増加で、消費者が郊外へ流れる。

公共施設や大規模病院の郊外移転、無秩序な公共工事

駐車場確保の問題等で、多くの公共施設や大規模病院も郊外へ移転した。また、国・自治体とも高度成長期やバブル期において道路建設を積極的に進めてきたこと。

商店街の衰退(商店街の駐車場不足、狭い街路、マーケットニーズへの対応の遅れ)

「商店街 VS 大型店」問題から、大型店間競争となり「中心市街地 VS 郊外」問題へ変化してきた。商店街は地域顧客ニーズに対応できず、商店街離れが進み、さらに賃貸に非協力的な地権者が空き店舗を増やしている。

まちづくり三法や条例など政策の限界

1998年制定のまちづくり三法(改正都市計画法、大規模小売店舗立地法、中心市街地活性化法)が

十分に機能していない。たとえば都市計画法に基づいて、1市町村だけでゾーニングを設定しても周辺市町村で同様の取り組みをしていないと意味をなさない。

(3) 郊外化の問題点

都市機能の分散、郊外へのスプロール現象により、下記のような問題点が発生してきた。

交通弱者の生活に影響

自動車中心の社会は移動手段のない高齢者・学生などの「交通弱者」にとって不便であり、公共交通の弱体化を招く。地方都市では、大人一人につき車一台を所有していないと生活に支障をきたす現状がある。また、二酸化炭素の増加により、大気汚染を招く。

社会資本の非効率化

道路、上下水道、消防などの公共投資の効率を悪化させ、膨大な維持コストが発生するなど、財政負担が大きい。

環境破壊

無秩序な郊外開発は自然保護、環境保護の面からも問題があり、農地・緑地の確保を妨げる。などが上げられる。

3. コンパクトシティの発想

こうした問題に対して、コンパクトシティは、都市郊外化を抑制し、住みやすいまちづくりを目指し、歩いてゆける範囲を生活圏と捉え、市街地をコンパクトにまとめるという発想である。住民のコミュニティの再生や、中心市街地の再開発などの事業を通し、職住近接型まちづくりを目指している。

地価下落や、世帯人数の減少等を背景に、近年地方都市でもマンション開発が急激に進むなど、コンパクトシティの方向への動きも見られる。しかし、自治会や町内会への加入率は低く、コミュニティが欠落しているともいわれる。

コンパクトシティの実現にはハードルも多いが、コンパクトシティ化しやすい都市の特徴として、公共交通が、ある程度充実していること、中心市街地である程度文化活動が盛んであること、コミュニティが存在していること、観光地としても成立しうる資源を持っていること、などがあげられる。

国土交通省も、コンパクトシティを目指すべく政策転換を進めている。前述のとおり、1998年制定のまちづくり三法（改正都市計画法、大規模小売店舗立地法、中心市街地活性化法）が十分に機能しないことから、現在見直しが行われている。そのうち都市計画法、中心市街地活性化法が本年改正される予定である。

参考資料 土交通省東北地方整備局ホームページ <http://www.thr.mlit.go.jp/compact-city/>

青森県青森市ホームページ <http://www.city.aomori.aomori.jp/> ほか

第4章 コンパクトシティの海外および国内の先進事例

(本章担当 西川 孝一)

海外先進事例として、クリチバ市(ブラジル・パラナ州)、ポートランド(アメリカ・オレゴン州)、ハッセルト市(ベルギー)、ランス市(フランス)をとりあげた。また、国内先進事例として、青森県青森市をとりあげた。それぞれ、都市の概要、まちづくりの特徴、コンパクトシティ関連政策等の具体的内容についてまとめた。

1. クリチバ市(ブラジル・パラナ州)

(1) 都市の概要

クリチバ市はブラジル連邦パラナ州の州都で、サンパウロの南400kmに位置する人口160万、面積約420k m²の大都市である。

(2) まちづくりの特徴

土地利用、道路網、公共輸送の連携

強い都心の育成と5本の開発軸、都市開発と連携したバスシステムの育成

開発全体を定期的に見直していく仕組みづくり

環境問題に配慮した都市づくり

(3) 具体的内容

都心への一極集中の緩和。都心の魅力を保持させながら、開発軸の育成を行う。

クリチバ市の都心強化および魅力保持の施策

項目	施策内容
大規模店舗新規出店凍結	従来からの個別店舗と市場や露天商による集客力の保持
歴史的建造物や都心内の緑地保全のための容積率緩和制度	都心地区の歴史的建造物の保全や緑地の保全に協力的な土地保有者に対して、開発容積率の割増制度、容積率の等価交換制度による動機付けを行う
路外駐車場新規建設凍結	高度な土地利用の推進。路上駐車問題が発生している
大型車進入規制	都心道路網の負荷軽減と安全性向上

都心から5方向の放射線状に数キロの長さの開発軸を設定し、育成している。

開発軸内では建物高さや容積率が最大限に緩められており、高層のマンションが立ち並ぶ状態である。開発軸以外では高層建築物は建築できないので、都心と開発軸の高層化は際立っている。高層建築物の1階と2階は、商業あるいは業務用途に限定されている。

直行バスと連節バスの導入

容量向上のために3連結バスを導入。バスターミナルでは開発軸以外の支線バス、開発軸間を環状に運行する環状バス、開発軸に沿って高速運行する直行バスとの間で乗り継ぎが可能となっている。

2. ポートランド（アメリカ・オレゴン州）

（1）都市の概要

オレゴン州の北西部に位置する人口 45 万人・都市圏人口 120 万人の同州最大の都市である。

（2）まちづくりの特徴

バスと LRT による公共交通システムと TDM、それと連携した都市圏の土地利用の誘導

（3）具体的内容

都市政府「メトロ(METRO)」の発足、メトロ独自の自治憲章を制定

メトロは、自然保護、インフラの整備、住宅開発、交通、経済開発など、都市圏の地域総合計画の策定を行っている。

バス以外の車両の乗り入れを制限した全長 20 街区に及ぶ歩行者空間「トランジット・モール」の整備と LRT の導入

新しい公共交通システムの利用を促進するために、市の中心部の 370 以上の街区をバス及び路面電車の運賃無料区域に指定した。

単に公共交通の導入と歩行者モールの整備を進めてきたことだけでなく、交通政策と生活環境の整備を一体的に進める TOD の実践

機能別街路網構成の導入

街路を幹線街路、非自動車街路、地区サービス街路、自転車街路の 4 つに区分し、それらを格子状の街路網に重複して振り分けることにより、動線の交錯を減らし、歩行者、自転車、公共交通手段、車が共存するシステムの実現をめざしている。

駐車管理政策の導入

- ・ ダウンタウンにおける駐車場の総量規制
- ・ 大気汚染に対する対策を講じた場合に駐車場の増設を認めるエア・クオリティ・オフセット
- ・ 用途別に駐車場付置義務の上限を設けた付置義務駐車基準

歩行者マスタープラン、自転車マスタープランの策定

交通静穏化（トラフィック・カーミング）プログラムへの市民参加

都市成長限界線を設定し、都市的な開発は限界線内に限り、限界線外では農業・林業・低密度住宅開発だけを行う。

3. ハッセルト市（ベルギー）

（1）都市の概要

ベルギーの北東部にあたり、首都ブリュッセルの北 80 Km に位置する人口 6 万 8 千人の都市で、リンブルグ州の州都。古くからジュネーバ(ジン酒の一種)の産地として有名

（2）まちづくりの特徴

商店街の空き店舗、景観対策として空き家や荒地に課税をする制度を創設した。

（3）具体的内容

1982 年より景観対策の観点から美観を損なうような建物を放置させたまま修繕、改装など何も措置をしない所有者に対する解決策として課税制度を創設している。こうした措置により、1982 年に 450 棟が課税対象となったが、2004 年時点では 20 棟になっている。空き店舗のまま放置するよりは賃料を下げてテナントを入居させようということで、都心部の空き店舗解消にも効果が出た。

■ ハッセルト市の空き家および放置された建物および住宅に関する直接税（景観課税）

（2002 年 1 月 1 日から 2006 年 12 月 31 日まで適用）

課税対象基準

- ・ 関係当局によって、住宅に適さないと宣告された住宅
- ・ 関係当局の解体指令が出されている住宅および建物
- ・ 人の住んでいない住宅
- ・ 会計年度の期間中に建物の 50% が有効に利用されていない建物
- ・ 市長治安官団体により権限の付与された、官吏によって作成された、放置に関する技術報告書を伴う住宅
- ・ 災害、老朽化もしくはその他に見舞われた、建物の残骸を伴う用地
- ・ 目的に沿った使用をされず、未完成のままになっている、新しく建てられた建造物
- ・ もはや使用されていない、商業用および工業用建物

基礎税額

公道と境を接している建物もしくは住宅の正面部分の長さ 1m 毎に 75 ユーロ = 公道と境を接していない建物、住宅 or その一部：建築面積 1m² 毎 5 ユーロ

課税対象者など

その会計年度の 1 月 1 日時点での、完全な所有者、建物保有者、長期借地人もしくは用益権者であ

って初年度は基本額、2年目から基本額の2倍、3年目3倍、4年目4倍、5年目5倍を課税する。

(出典:平成17年度 中小企業白書)

4. ランス市(フランス)

(1) 都市の概要

ランス市はフランス北部、シャンパーニュ地方の中心都市で、人口約20万人、面積46.9Km²である。フランス王家の聖なる都市とされ、歴代国王の戴冠式が行われる。ノートルダム大聖堂がある。

(2) まちづくりの特徴

近隣地区の消費者の獲得を目的として、接客サービス、店舗の外装、内装、ディスプレイ等、業種を問わず求められる小売・サービス店としての基礎的な品質基準「シャルト・カリテ・コマース」(商店品質憲章)を設定し、それに基づく表彰制度が設けられた。

(3) 具体的内容

[シャルト・カリテ・コマース(Charte Qualite Commerce)]は、1997年のシャラント・マリティーム県での取り組み以来、現在、フランス国内20県以上で普及してきている商店・自営業者の接客とサービス品質向上のための取り組みである。

ランス市(マルヌ県ランス市)のシャティヨン地区は住民約2万人のほとんどが低所得者層に属す労働者階級地区であるが、そこに政府が設立した住宅公益会社レフォル・レモアが管理する公営住宅の1階は商店が入居していた。

但し、その20店ほどの商店街は郊外の大型ショッピングセンターとの競合により、深刻な商業不振に直面し、空き店舗の増加や家賃が払えない店舗が出るなど厳しい状況となっていた。そこで、2000年に地方自治体の支援の下、住宅公益会社、商工会議所、小売店協会などのパートナーシップにより、それまで主に観光商業地で展開されてきた「シャルト・カリテ・コマース」を地元商店街活性化のために導入することにした。

制度の概要

この品質憲章事業に参加する商店は、80項目の評価基準についての研修を受けた後、「覆面客」の抜き打ち査定を受け、合格すると1年間「シャルト・カリテ」マークが授与される。店頭でのラベル掲示だけでなく、地元新聞等でも表彰を受けた商店のPRが行われ、近隣消費者獲得へのマーケティングツールとして利用される。

主な査定評価基準

1) ウィンドウ・ディスプレイ、全般的な外観(清掃状況も含め)

- 2) 営業時間：表示されているか、時間が守られているか。
- 3) 買い物客にとって、清潔で心地よい空間か（照明、音楽、温度など）
- 4) 接客時の対応：ていねいな挨拶、受け答え（電話の対応も含む）
- 5) 買い物客の質問に対する対応：親切かつ有用な受け答え
- 6) 買い物客のクレームへの対応：適切かつていねいに対処できるか否か
- 7) 商品配達やサービス提供時に時間が厳守されているか

査定とフィードバック

- ・ 最初の覆面調査における各店への評価点数は合格基準の 50%に満たなかった。外観や清潔さについては比較的高い水準であったが、電話対応や接客サービスなどの顧客サービスの質に問題があった。しかしながら、こうした問題点についての商店への説明は困難を極め、約半年間の冷却期間の後、再チャレンジとなった。
- ・ 再チャレンジに際しては商工会議所が中心となり、顧客サービスとコミュニケーション能力を向上させるトレーニングを重点に昼食時の閉店時間の対応や社会的役割などについて集団レッスンを行うとともに、各店や店員の特徴やニーズに基づいた個人レッスンも実施した。
- ・ こうした努力を積み重ねた結果、2001 年 4 月に査定に臨んだすべての店舗が「シャルト・カリテ」の授与を受けるまでになった。
- ・ その成果は、新聞、ラジオで紹介されたほか、ロゴマーク入りの表示板やビニール買物袋等を支給し、その他グッズの配布も行われた。

取り組みの成果

- ・ 現在、シャティヨン地区での取り組みは 4 年を経ているが、2001 年以降、商店街の空き店舗はなく、地区イメージは大いに改善し、銀行の支店も開設された他、店舗営業権の買い手もあらわれるなど、地区の状況は大きく改善した。
- ・ 「シャルト・カリテ・コマース」への参加商店も当初の 10 店から 15 店へと増加してきている。
- ・ 「シャルト・カリテ・コマース」に参加した店主達は、来客数や来店頻度、売上げも増加していると感じているが、それ以上に、自分では気付くことができなかった視点からの指摘を受けられることのメリットを挙げる声が多い。特に「シャルト・カリテ」の査定評価が一年毎の更新であることが、店主側に取り組みの継続・定着と共に自信や誇りをもたらしているようである。また、同業者組合が中心であるフランスにおいて、地域内でやる気のある商店間の新たなネットワーク形成に寄与している面もある。特に、一定の成功を収めている優良店も、この取り組みにあえて参加することで商店街全体のレベルアップにつなげていこうという個人主義の国での連携意識の高まりなど、うれしい動きも顕在化して

いる。

(出典:平成 17 年度 中小企業白書)

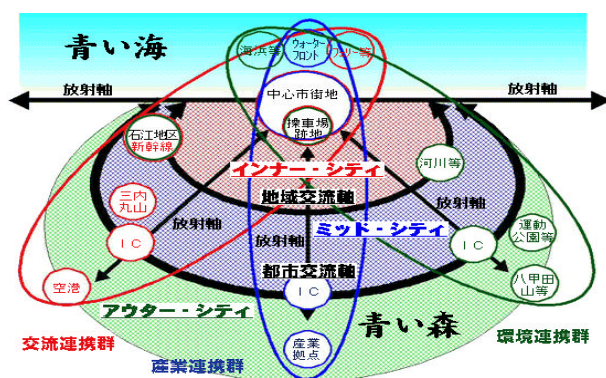
5．青森市

(1) 都市の概要

青森市は青森県の県庁所在地で政治・経済・文化の中心地であり、交通の拠点でもある。人口は 318,000 人、面積は 82,451ha である。

(2) まちづくりの特徴

市街地内を細区分して都市整備・土地利用をコントロールし、併せて地域内交流を促進させる連携軸を強化することによって、中心市街地を生活拠点とした均衡のとれた扇形の市街地形成や、自家用自動車のみに依存した交通体系の是正等により、都市の再構築を図る。



(3) 具体的内容

市街地である「インナー・シティ」「ミッド・シティ」と、郊外の「アウター・シティ」に三区区分し、それぞれに都市生活像を明らかにし、各種のプランを立てコンパクトシティの実現化を目指している。

インナー・シティ (Inner-City)

- 都市生活像
- ・集約された施設群による生活の利便性の高さと賑わい
 - ・老若男女の集住による新しい都市型コミュニティ
 - ・様々な交通手段による都市内移動の円滑化

インナーは、戦後の戦災復興により区画整理された旧市街地に加え、昭和 40 年代の急激なスプロールによって形成された市街地を多く内包しており、まちなみの老朽・空洞化が進行しつつあるが、市民の濃密な生活空間が多く残る地域であることから、住宅地の再編・再構築により土地の高度利用を図り、良好な居住環境整備を進める。

また、中心市街地を日常生活の拠点とすることが可能なエリアであることから、その再活性化を

図り交流拠点・生活拠点化することで、中心市街地の賑わいを創出する。更には、住宅マスタープランとの整合のとれた高齢者向け住宅等の整備や、各種都市利便施設の集約化等により、歩いていける範囲の生活の利便性が高まることで、高齢者等にも暮らしやすい生活環境づくりを進める。高齢化の進む本エリアでは、互いに支え合える地域コミュニティの熟成を促進するとともに、地域に根ざしたサービスを提供する近隣商業機能の再生を誘導する。

さらに、各種都市機能の集約化により、域内流動の円滑化が図れることで、交通渋滞の解消・大気汚染の低減等が促され、交通手段として、歩行者系の徒歩、自転車の利用を促進すると共に、公共交通（バス等）の利便性を高め、交通弱者等の人々にも対応する、市民の等身大の都市づくりを進める。

ミッド・シティ（Mid-City）

- 都市生活像
- ・低層住宅を主体とするゆとりある住環境
 - ・個人、家族の生活を重視するコミュニティ意識
 - ・マイカー主体の行動手段に加える（鉄道、バス、自転車）乗り継ぎシステム
 - ・戸建住宅を求める生産年齢世代の多い世帯、等の特定世代への集中

ミッド（Mid-City）は、市街地拡大の圧力の受け皿としての地域で、ゆとりのある居住環境の保全・誘導を図り、公園や緑地、家の庭の緑花等による緑豊かな空間づくりを目指す。

そのため、住宅地などで、地域コミュニティの充実を促し、住民参加によるまちなみルールづくりなどにより、より住み良い都市づくりを推進する。石江地区については、新幹線の整備を契機として、本市のそして津軽地方の新しい玄関口としてふさわしい都市環境整備を進める。エリア内の交通については、自家用自動車だけに依存しない様々な交通手段（鉄道、バス、自転車、等）を活用し、あらゆる人々にとって利用しやすい交通環境を作るとともに、交通の円滑化を進めることで、交通渋滞・混雑発生の抑制に努める。

アウター・シティ（Outer-City）

- 都市生活像
- ・「あおもり」らしさを支える景観・環境の維持、保全地区
 - ・集約された各種都市機能施設群（遊・産・学）とその間隙を埋める農地、緑地
 - ・緑を支える農家集落とその環境改善

アウターシティは青森市の市街化拡大を抑制する地域で、本市の産業・生産拠点としてのみならず、青森らしさを伝える自然環境や、田園環境を緑の景観の観点から保全を図る。このため農業従事者等の定住を図るため、既存集落整備を進める。

また、これらの資源は、自然を活かし・調和した憩い・レクリエーション・学術・芸術文化活動の場としての整備を進め、田園・自然の緑の中に集約化された産業、学術の拠点は、これからの青森市を支えるエリアとして、より一層の高度化を目指す。

<各地域における将来の都市整備イメージ>

	インナー	ミッド	アウター
現状の都市生活イメージ	・中心市街地（商業・業務地）とその周辺（住宅地） ・人口減少と高齢化衰退する近隣商業機能 ・幹線街路不足・未整備 ・渋滞・混雑 ・迷路状態の細街路 ・建物密集・老朽化 ・昔からのコミュニティ ・緑・ゆとり不足 等	・新興住宅地 ・低層低密・戸建住宅主体（ゆとり不足） ・マイカーに依存した生活 ・郊外型大型店の立地 ・下水道整備は不十分 ・希薄なコミュニティ意識等	・農業集落での担い手不足 ・下水道の未整備等、集落環境整備の遅れ ・郊外ニュータウン（住宅団地） ・青い森をイメージする豊かな自然・水系 ・高等教育機関の立地 ・流通、工業地 等
将来の都市生活イメージ	・中心市街地の再活性化 ・中心市街地の交流・生活拠点化による賑わい ・都心近くに住むことの推進 ・徒歩圏の広がり・ネットワーク拡充 ・高齢になっても自立した生活ができる環境づくり ・近隣商業機能の再生 ・至便な公共交通網 ・都市型コミュニティの熟成等	・緑豊かでゆとりある居住環境 ・将来市街地の受け皿 ・近隣コミュニティの充実 ・マイカーだけに依存しない ・通環境、渋滞・混雑を回避した生活 ・新たな玄関口にふさわしい都市環境 等	・近郊農地維持と担い手が育つ住み良い集落環境 ・市民の憩いの場・学びの場・芸術活動の場 ・産業の拠点 ・豊かな自然から青森らしさを常に感じられる生活環境 ・教育環境の整備 等
インフラ等都市整備のイメージ	・幹線道路（内環状線等）の整備 ・地域交流軸、コミュニティ軸の形成 ・再開発等面的な市街地再整備 ・回遊性を高める中心市街地における環境整備（歩行者ネットワークの充実や駐車・駐輪場整備等） ・近隣商業地の再生 ・TMOの組織化と支援 ・高齢者向け住宅の整備 ・公共施設の複合・集約化 ・公共交通の充実と環境整備 ・ゆとりと潤いの空間整備（青森操車場跡地等） ・都市の防災構造化 等	・都市拠点間の連結等の幹線道路の整備新 ・幹線新駅周辺整備 ・P & R、P & B R、C & Rの推進 ・下水道整備の推進 ・史跡等都市個性を活かした環境整備 ・交通手段の変更等TDM施策の導入 ・乗り継ぎシステム等バス交通の利便性の向上 ・運行の充実や駅周辺整備による鉄道の都市内交通としての活用 ・計画的な市街地整備 等	・拠点間連結のための幹線道路の整備 ・農業集落環境の整備 ・レジャー、レクリエーションの機能の整備 ・流通、工業団地の整備 ・豊かな自然環境の保全 ・学術・芸術文化活動等の支援施設整備 等

(出典:青森市都市計画マスタープラン)

第5章 とっとりコンパクトシティ構想 米子市

～人口減少の中での中心市街地活性化と中小企業のビジネスチャンス～

(本章担当 田原 明夫、景山 浩)

1. 米子市を取り巻く状況

(1) 米子市の概要

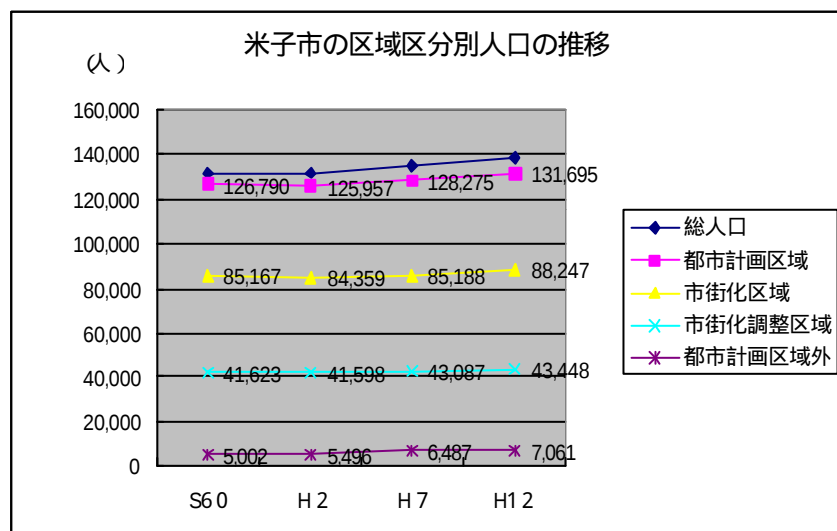
現状米子市は、鳥取県の西部に位置して島根県に隣接し、東西約 22km、南北約 14km の市で、鳥取県西部及び中海圏の中核都市として位置づけられている。また、JR、米子道・山陰道の整備、米子空港など主要な交通機関の中核として都市機能を強化し、“山陰の大阪”といわれている。さらに、皆生温泉や国立公園大山など観光保養基地の機能を有し、鳥取・島根両県の接点として、また山陰地方の各方面への玄関口として、ますます重要性を増しつつ発展を続けている。しかし、大型商業施設の郊外進出、住宅や各種施設の郊外への建設に伴い、中心市街地の空洞化などの問題が出ている。



(出所：yahoo 地図)

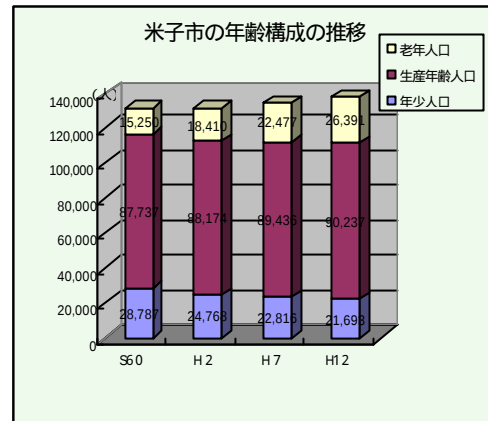
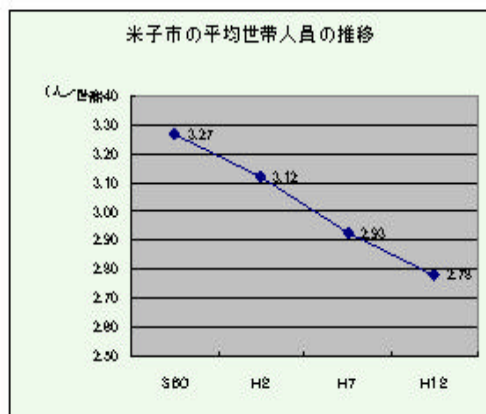
(2) 米子市の人口・年齢構成等

米子市の人口は、緩やかな増加が続いているものの、区域区分別の人口の増減(昭和 60～平成 12 年)を見ると、市街化区域(3,080 人増加)より市街化区域外(市街化調整区域、都市計画区域外の合計 3,884 人増加)の人口増加数が上回っていることから、いわゆる人口のドーナツ化現象をうかがうことができる。



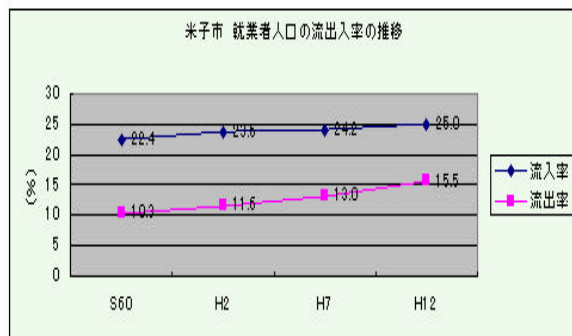
(出所：米子市都市計画マスタープラン)

年齢構成を見ると、老年人口（65 歳以上）と生産年齢人口（15～64 歳以上）が増加し、年少人口（15 歳未満）が減少していることから、少子・高齢化が進行している。また、世帯数を見ると人口同様増加しているが、平均世帯数は急速に減少していることから、核家族化や単身世帯の増加がうかがえ、このことが世帯数増加を促し新たな宅地の必要性が増してきている。



（出所：米子市都市計画マスタープラン）

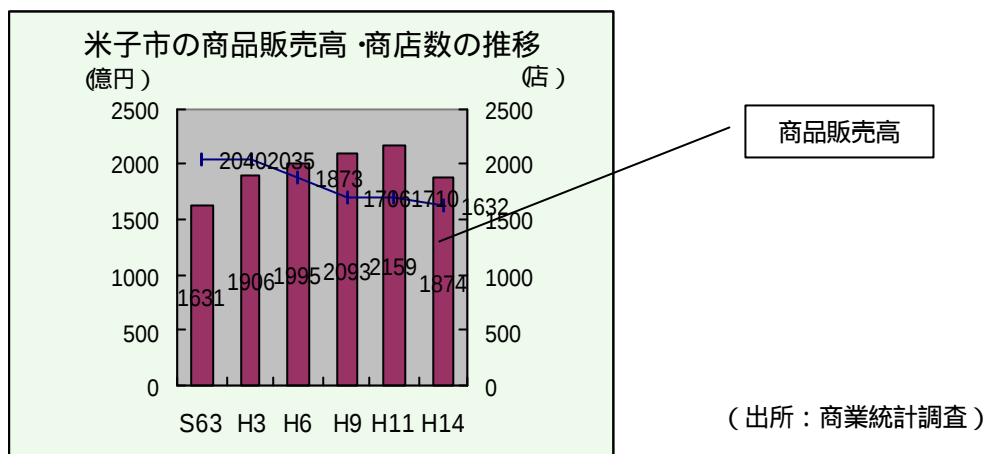
就業者の昼間／夜間比率を見ると、平成 12 年で 112.7%と、近年、減少傾向にある。また、就業者の流入率は、それぞれ増加傾向にあることから、米子市は、産業面における周辺市町村への就業機会を提供しているばかりでなく、産業・居住面で中心的役割を果たしている。



（出所：米子市都市計画マスタープラン）

（３）米子市の商業

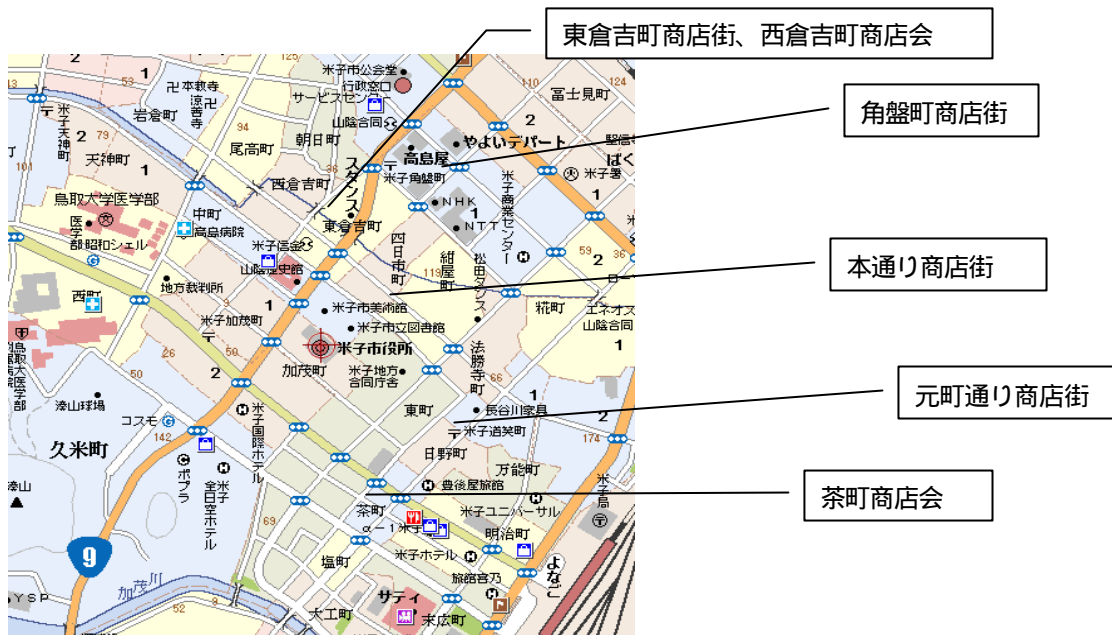
米子市の小売業の商品販売高・商店数・従業員数の推移を見ると、年間商品販売高、商店数は減少傾向に、従業員数は横ばい傾向にある。また、店舗は大型店化（現在の 1,000 m²以上の店舗の占める割合は 64.5%、また、日吉津ジャスコ・境港プラントを含めた割合は 75%）し、商業集積も R 431 に移ってきており、中心商店街の空き店舗率も 32.9%（平成 17 年 3 月時点）となっており、中心商店街の賑わい創出による活性化が課題となっている。



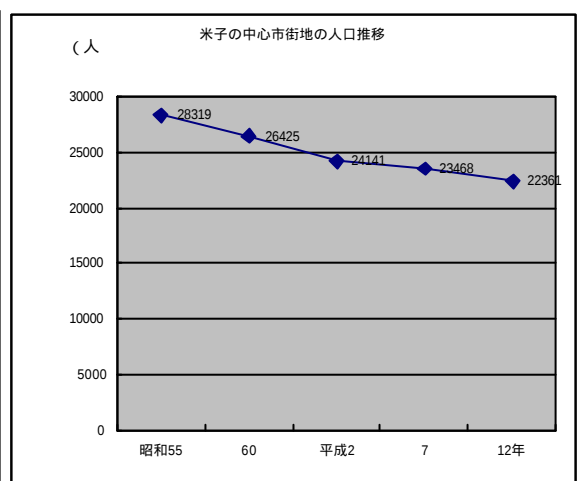
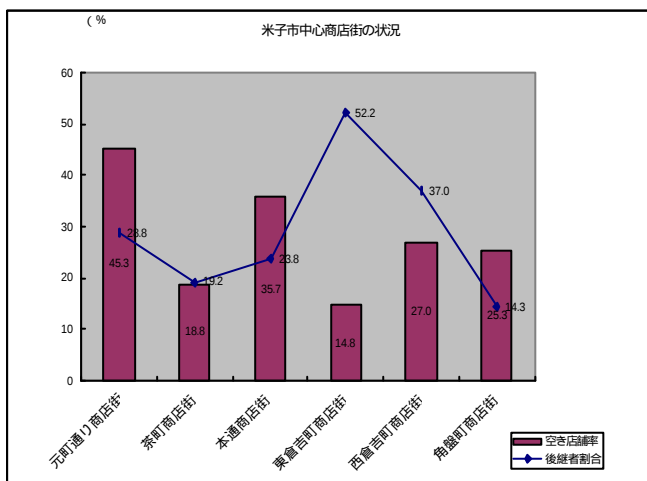
(4) 中心市街地の状況

米子市の中央部に位置し、JR 米子駅から角盤町・富士見町及び加茂町・西町に至る地区は、百貨店・専門店等の商業施設や市役所、国の各種機関等の行政施設、図書館、美術館等の文化施設、事務所・銀行等の業務施設の中核機能を担っている。

しかし、2000 年の大規模小売店舗立地法施行に伴い、大型商業施設・ローサイド型店舗が郊外主要幹線である R431 沿いに次々進出したことを契機に、住宅地の郊外開発(都市計画区域外、中心部周辺)などが加わり、人口・商業施設が郊外に流出している。中心市街地の高齢化は、市全体の高齢化率 21% に対して 36% と極めて高く、このまま何も対策をしないと平成 25 年には、中心市街地の高齢化率は 70% となると推測されている。これにより、中心市街地の人口減少と高齢化が進み、中心市街地の機能が低下してきている。コンパクトシティの観点から見ると、米子市においてはまだ各施設や機能(行政機関、文化・教育施設、病院、商業施設、娯楽施設、駐車場、交通など)が中心部にコンパクトにまとめられていると思われるが、上記問題点の対策に対しては、中心部の不足する施設等の整備などの機能強化と郊外からの誘導(昼間・夜間人口の増)をいかにしていくかが課題となる。



(出所 : yahoo 地図 米子市役所から距離 1 km 圏内)



(出所 : 米子市都市計画マスタープラン)

< 米子市役所から 1 km 圏内の各施設の状況 >

病院 3 7 (総合病院 2、内科・小児科関係 1 3、外科関係 5、皮膚科 4、耳鼻科 1、眼科 4、歯科 8)

介護・福祉施設 5

娯楽施設 (映画館 1、ボーリング 1、スポーツクラブ 1)、コミュニティセンター 3

文化・教育施設 (図書館 1、美術館 1、小学校 1、中学校 1、高等学校 2、託児施設 8 など)

商業施設 (デパート 3、スーパーマーケット 2、ホームセンター 1、商店街 8 ほか)

行政機関 (市役所、県庁出先、税務署、裁判所など) ホテル 2 5、駐車場 1 0

(出所 : タウンページより)

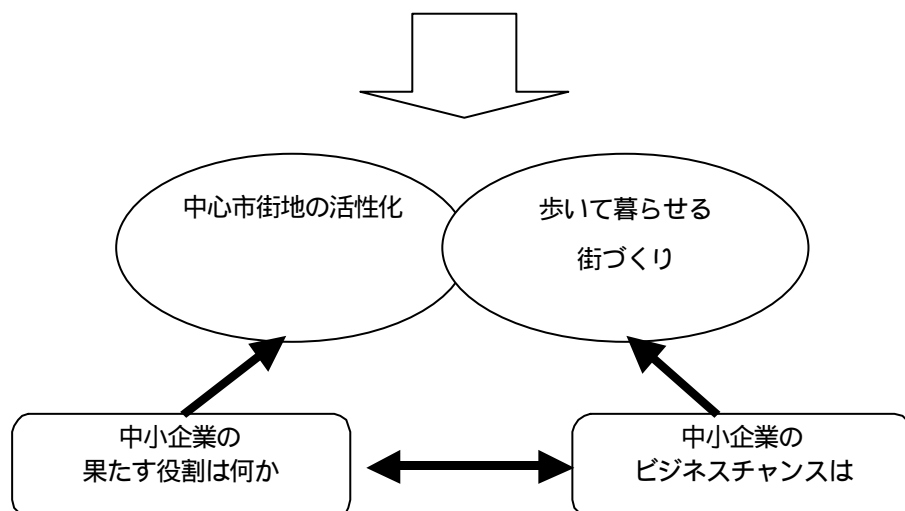
2. 問題点と課題、対応する対策

以上のことから、米子市の現状（特に中心市街地）と主な問題点、そしてそれを解決していくための課題を整理する。

現状と問題点	課 題
○ 中心市街地のドーナツ化現象 ○ 少子・高齢化の進行 ○ 単身者世帯の増加や核家族化の進行 ○ 商業活動の停滞（中心商店街の空き店舗の増加）	○ 中心部の機能強化（住宅、公共施設、商業施設等の充実）と郊外からの誘導（昼間人口の増加） ○ 働く場の創出、働き手の確保 ○ 中心部と郊外の住宅のすみ分け（機能分担） ○ 空き店舗の活用、郊外からの誘導 ○ 観光資源の活用

課題に対する対策

課 題	対 策
○ 中心部の機能強化（住宅、公共施設、商業施設等の充実）と郊外からの誘導（昼間人口の増加） ○ 働く場の創出、働き手の確保 ○ 中心部と郊外の住宅のすみ分け（機能分担） ○ 空き店舗の活用、郊外からの誘導 ○ 観光資源の活用	生活諸機能がコンパクトに集合した暮らしやすい街づくり ハード重視から「ソフト重視の街づくり」へ 「中心域(中心部)」と「生活域」としての機能分担の明確化 新たなビジネスの創出



生活諸機能がコンパクトに集合した暮らしやすい街づくり

従来の人口増を前提とした新市街地拡大の考え方から、既成市街地（中心市街地）を再生するための街づくりを進めていく。必要な多様な機能をコンパクトに集約することによって、多様な人が集い、街なかのにぎわい創出につながる。

現在、米子市の中心市街地は、前述の通り比較的コンパクトに各機能が集約されているが、「歩いて暮らせる街」や空洞化の傾向のある中心部の活性化のためには、不足（または強化）する機能の整備が必要である。

高齢化率が中心部周辺から比べ15%高い米子市の中心部は、今後ますます「歩いて暮らせる街づくり」が必要であり、また中心部の活性化のためには衰退する商店街の空き店舗対策が必要である。今後は、高齢者でも自宅から歩いて往復できる概ね300～500m範囲の中に、特に、米子市の中心部に不足（または強化しないといけない）する図書館などの文化教育施設、商業・娯楽施設、コミュニティ施設、医療・介護機関を始めとする福祉施設など、通常の生活者が暮らしに必要な用を足せる施設が混在する街づくりを目指す必要がある。

ただ、費用支出のかかる新設ではなく、まず、中心部の空き店舗・空きビルの再生活用をすべきである。

STEP 1：空き店舗（商店街）、空きビル（ホテル、事務所など）の活用

住宅、商業施設、SOHO等の事業所施設、福祉・介護など

STEP 2：新規建設（1F等に商業施設、コミュニティ施設を併設した住居併用マンションなど）

1）米子市中心商店街の空き店舗対策の状況

現在、米子市中心商店街の空き店舗率は32.9%（商店街によって14.3～45.3%）であるが、近年、「チャレンジショップ事業」や「賑わいのある商店づくり事業」の取組により若者を中心とした新規出店が相次いでいます（業種：小売業・サービス業）。また、商店街の有志による取り組みにより活性化に向けた取組が進んでいる。

活用事例1：米子市中心部商店街

東倉吉町商店街の空き店舗（旧喫茶田園跡）にご近所型福祉を目指した「田園プロジェクト」が設立。ここでは、空き店舗をデイサービスセンター（痴呆対応型通所施設）地域交流センター（高齢者相談所など）、喫茶・物品販売所（障害者による製造販売）に利用。また、近くに障害者が運営する配食、自然食品の店も出来ていて、地域福祉の拠点づくり（山陰の巣鴨）が進められている。

活用事例2：米子市中心部商店街

東倉吉町・西倉吉町商店街の有志によって「わらい通り協議会」が立ち上げられ、空き店舗（旧薬局跡）休憩所「笑い庵」をオープンさせ地域住民のコミュニケーションの場や商店街活性化対

策や情報発信基地として機能している。

活用事例 3：米子中心部商店街

本通り商店街の空き店舗（旧銀行跡）を若手経営者が買い取り、カフェ・美容室（テナント）・輸入雑貨（テナント）の店舗をオープンさせ、複合商業施設として賑わいを集めている。

活用事例 4：米子中心部商店街

本通り商店街の空き店舗を活用し、米子松蔭高校生がハートフルプレイス「エデン」を開店。この店舗は、当校の生徒の商業実習を図るもので、地域住民との交流を図るという相乗効果も生まれ、賑わい創出に貢献している。

市外商店街活用事例：松江市天神町商店街

空き店舗を改装して通行者が自由に休める「天神町ふれあいプラザ」やバス停前にマッサージ室もある交流館「いっぷく亭」をつくり、施設にはいつも老人ボランティアがいて話し相手やお茶の接待。また、精神障害者によるクッキーの製造販売、自然食レストランのある社会復帰施設とクリニックをつくり、商店街再生を図っている。

今後、1 階に病院や店舗、低階層に市営の高齢者用住宅、高層に民間住宅が入る 7 階建ての集合住宅が出来ることとなっている。

2）空き店舗活用の課題と対策

商店街の空き店舗対策が進められているが、思った以上に空き店舗の活用が進んでいない状況にある。その原因は、大半が住居との併用となっていることや高額な家賃の提示にあるといわれている。今後は、賃貸として店舗を提供する大家への固定資産税等の減額、店舗を借り受ける経営者の負担低減（現在、行政による措置あり）などにより、空き店舗の活用を推進させる必要があり、ますます「官民一体となった」空き店舗対策が必要となってきた。

また、今後は、商業施設にとらわれず、住宅、交流スペース（地域の住民の交流のみならず、来街者との交流のための）、福祉施設、SOHO などの事業オフィスとしての活用も進めていく必要がある。

ここで、空き店舗の活用が思うように進まない状況と商店街の現状を、長く商店街で事業を行ってこられている経営者の声を紹介すると共に、商店街の魅力について、最近空き店舗を活用して事業を開始された経営者の声を紹介する。

米子ブラザー販売株式会社 代表取締役 岩垣正美さん

岩垣さんは以前、元町通り商店街振興組合の理事長を務めておられたこともあり、商店街の盛衰を肌身で感じてこられた。その間、西部生協や米子高島屋などの大型店出店問題対策に前面に立って陣頭指揮をとられるなど、地元米子市の商業行政に関しても、その歯に衣を着せぬ切れの良い口調で発言を続けている。そのような岩垣さんが、今日の商店街や中心市街地にどのような思いを感じておられるかがあった。

～大型店への出店に合わない業種～

～ 商店街の衰退問題について～

A：『今日の商店街の現状には、私も商店街で商売をしている一員として、寂しさと共に責任も感じています。しかし、商店街がこんなに寂れてしまった原因は、ひとり商業者だけにその責任があるとは言えず、都市計画や商業政策、雇用問題にまで広がる行政問題、すなわち行政の責任もあると思っています。

～行政には都市計画ビジョンがあったのか？～

高度成長時代やその後のバブル時代、郊外型大型店の出店や宅地開発許可を通じて、行政は市街地の拡大化や分散化を促進してきました。その結果、中心地から人やお店が消え、空洞化がすすみ、まとまりが無い無秩序な街になってしまった。駅前通りから路線バスが撤退してしまうなんて本当に情けないことです。とても行政に都市計画に関する確たるビジョンがあったとは思えない。

～ 商売は金儲けのためだけじゃない～

それと、これだけは言うておかなければなりません、商売は単なる商売人のお金儲けだけの問題ではないのです。最盛期、元町通りと本通りの二つの商店街では、約3000人の人が働いていた、ところがそれが今日では700人を切っています。私達はその維持に一翼を担ってきた雇用の場も失われてしまいました。地元の商売人が地元の従業員を雇用し、その双方がまた消費者にもなりお金が回っていくという、米子市の内需拡大の仕組みが壊れてしまったわけです。この仕組みにおける地元商業者の役わりは大手資本の大型店では担えないのです。』

～ 商店街から繁華街へ～

Q:「そういった問題を踏まえて、今日のコンパクトシティといった議論が起こってきたわけですが、空き店舗問題も含めて今後の商店街はどのような方向を目指せばよいとお考えでしょうか。」

A:『空き店舗に関して言えば、行政が仲介役を果たして、貸し主も借り主も商店街と契約を結ぶというかたちが出来上がれば、貸し出しや出店も進むと考えています。

それと、商店街が再び賑わいを取り戻すためには、従来型の店舗だけではなく、観光客が立ち寄ってみたいような演出も加えた、繁華街にならなければいけないでしょう。そのためには、裏通りに完成したよりみち通りも含めた一体感のある回遊性を持った街をつくっていかねばなりません。そのためにも、私たちと一緒に商店街発展のためにがんばっていただける新規出店者は欠かせないのです。』

.....

中心市街地に出店したわけは『事務所の認知度アップには駅前が最適』

米子市 駅前通り 有限会社Dマジック 社長 吉田慎吾さん

デザイン会社勤務の後、平成17年の4月、30歳台前半で、本通り商店街にほど近い、米子駅前通りに面したビルの二階にデザイン事務所を開いた吉田さん。それまでは大山の裾野にあるデザイン事務所勤務という、以前の事務所とは正反対の業務環境を選択されたのには、それなりの理由がありました。吉田さんが感じられた中心市街地、駅前の魅力とはいったいどんなものなのか、そして、今後の中心市街地に対する期待などもあわせておうかがいしまし。

～ 若者の集う場所～

Q : 「まず、事務所の開設地に駅前という立地を選ばれた理由をお聞かせください。」

A : 『私は広告やパッケージなどの商業デザインを仕事にしていますが、T シャツのデザインも行っており、最初は、デザインの仕事場に、私がデザインした T シャツを販売するショップも併設することを考えていました。さびれてきたとはいえ、駅前というのは人が集まる場所ですし、学生を中心とした若者が特に集まります。この若者がショップのメインターゲットでもあり、駅前を中心に物件を探したのです。結局ショップのほうは見合わせてしまいました。』

～県外からの来訪者にもわかりやすい～

Q : 「たしかに、この近辺には最近高校生を中心とした若者向けのファッションを提供するお店の出店が目立ちますが、ショップを見合わせたのにそれでもここだったわけは何でしょう。」

A : 『そうですね、私の仕事のスタイルとして、お客様は地元の方に限りません。県外の方、都会のお客様というのかなりあり、私の事務所を訪ねてこられるケースも出てきます。都会の人の感覚としては、移動手段のメインは公共交通機関であり、場所の目安は駅の名前です。駅前なら飛行機で来られた方にも非常に便利です、そういった面からこの場所を選択しました。

～デザイン事務所の新たなかたち～

それと、もう一つ理由があります。普通私のように個人でデザインを行なっている場合、仕事場は自宅であったり、事務所を設ける場合でも、マンションの一室であったりするわけです。

お客様が企業や事業者ですから、事務所にお金をかける必要はないのです。ところが、私はデザインという仕事を、皆さんに身近な、もっと一般的なクライアントに対する認知度を上げた商売にしたいと考えています。そのような場合、街の中心部で人目につきやすい場所に事務所を開き、きちんと看板を掲げることが必要となってくるわけです。

～移動時間の無駄の解消～

Q : 「そうすると、わかりやすく人が集まる場所というのが、絶対的な価値をもってくるわけですね。」

A : 『そうですね、エリアとしてのブランド力と言ったら良いのでしょうか、そういったものが確かに重要な要素になってきます。

それと、これは事務所を出してから感じたことなのですが、以前はお客さんとの打ち合わせで事務所を訪問するにしても、むだな移動時間が非常に多くかかっていたのです。以前の事務所から市内まで移動し1時間の打ち合わせをして帰るのに、移動時間が打ち合わせ時間と同じくらいかかってしまっていました。これは、私たちのようなデザインの仕事をし、なおかつ営業活動もこなさなければならないといった個人事務所ではビジネス上の大きなムダになります。今の事務所にかわって、このようなムダが相当軽減されたと思います。』

～新たなコミュニティの創造を～

Q : 「吉田さんにとって、駅前への事務所開設というのはいろいろな角度から意味のあることであったわけですが、今後この中心市街地がどのように変貌を遂げていけばよいとお考えでしょう。」

[illegible]

米子市の中心活性化のためには、商店街の空き店舗活用が有効であることを指摘してきたが、現状ではなかなか空き店舗活用が進んでいない。アンケートにもあるように、その理由として、他人に賃貸した場合の保証の問題や住んでいる方の高齢化などが空き店舗活用促進を消極的なものとしていると思われる。

その一つは、空き店舗を放置している所有者に対する課税措置である。今の日本の税法上障壁はあると思われるが検討する余地はある（課税特区などの対応）。また、空き店舗、空き地などの跡地に新たに住宅・商業用建物を建設する場合に容積率について柔軟な対応が出来るよう施策を設けることも施策の一つに検討する必要がある。

ベルギーのハッセルト市の空き店舗及び放置された建物及び住宅に関する直接税（景観課税）

- ・人の住んでいない住宅
- ・会計年度の期間中に建物の50%が有効に活用されていない建物
- ・もはや使用されていない、商業用及び工業用建物
- ・関係当局によって、住宅に適さないと宣告された住宅
- ・関係当局の解体指令がだされている住宅及び建物

ハード重視から「ソフト重視の街づくり」へ

米子市の中心市街地の活性化を進める上で、ハード面での整備も重要であるが、その地域の本来ある資源（米子市中心部には、城跡、湊山公園、加茂川、旧商人屋敷など歴史的・文化資源がある）を活かしたにぎわい創出や新たなイベントの開催などのソフト面での街づくりも欠かすことの出来ない取組である。

米子市事例 1：わらい通り協議会

東倉吉町・西倉吉町の有志が商店街活性化のために任意団体「わらい通り協議会」を設立。

- 空き店舗を活用して集会所兼無料休憩所「笑い庵」をオープン。ここでは、杢州のお酒、お菓子、絵葉書、米子市の名所や旧跡を紹介した歴史書、お地蔵さん巡りセットを販売し、地域のみならず来外者との交流の場、情報発信の場として地域の活性化に貢献している。
- 観光協会による下町ボランティアガイドとともに、会員 5 人により 2003 年 4 月より「加茂川・中海遊覧船」の運航。白壁土蔵前から加茂川を下り、中海に出て米子城跡を望み、新加茂川に入り彫刻ロードに至って折り返す、約 40 分のクルージングで米子の魅力を積極的に PR している。
- その他、まちの話題や発見が掲載されている「ワッハハ情報の発行」や毎月 1 回(第 4 土曜日)ワッハハ市の開催、加茂川地蔵巡りウォークを開催し、米子の魅力の PR や来外者との交流を図り商店街の活性化に貢献している。

米子市事例 2：プロジェクト米子

中心商店街の女性グループ「プロジェクト米子」が 2004 年 7 月に戸板市を開催。さまざまな商品を載せた戸板が商店街に連なり好評だったことから、2005 年から行政の協力を得て商店街再生事業（土曜市、にぎわい市などと連携）として本格的にスタートし、中心商店街活性化に貢献している。

市外事例：松江市天神町商店街

天神市の開催（毎月 25 日）や商店街にある白湊天満宮に「学問の神様」「ぼけ封じになる」と境内に菅原道真の幼児期像「おかげ天神」を安置し高齢者らの参拝による買い物客増加を図っている。また、商店街での小中高生らの物品販売体験により、高齢者・障害者との交流で世代を超えた社会勉強、人間教育の場としての活用を図っている。

「中心域(中心部)」と「生活域」としての機能分担の明確化

中心部を中心域とし、都市の主要機能や歩いて暮らせるまちづくりに欠かせない新たな機能をコンパクトに集積し、中心部周辺や郊外市街地の「生活域」は、日常生活に必要な諸機能を集積させていくことで機能分担を明確化していく必要がある。

今後、前述対応策により中心市街地が高齢者のみならず、子育て世帯、独身者など幅広い世代の

住民からなるコミュニティの再生につながる多様な住まいを選べる街づくりが進み、また、各諸機能が強化されていく上で、環境を考慮した整備も考えていく必要があり、中心域と生活域を交流させていく交通ネットワークの整備が必要である。

いずれにしても、今後は、行政主導から「官民協働」によってまちづくりを行っていく必要があり、中小企業の新たなビジネスチャンスの可能性が広がっていくと思われる。

新たなビジネスの創出

「歩いて暮らせる街づくり」を進めていく上で、「働く場の創出 雇用創出」が必要不可欠である。高齢者、若者、女性（特に子供がいる女性）の雇用の場の創出が期待される。このような米子市の中心部の課題に対する対策を、後押しかつ中小企業の新たなビジネスチャンスとして期待されるのが、「コミュニティビジネス」と「SOHO」である。

2001年度関東経済産業局の報告書では、コミュニティビジネスを「地域資源を活かしながら地域課題の解決に【ビジネス】の手法で取組むものであり、地域の人材やノウハウ、施設、資金を活用することにより、地域における新たな創業や雇用の創出、働きがい、生きがいを生み出し、地域コミュニティの活性化に寄与するもの」としている。コミュニティビジネスは、地域の身近な課題に対応するもので、地域や特性によって、その組織や事業は様々となる。地域における問題として、

- 1) 住民福祉の向上 高齢化に伴う福祉環境への対応、子育て・教育への対応、環境への対応など
- 2) 生活利便性の向上 買物環境の整備、交通環境の整備、余暇活用場の整備など
- 3) 地域振興 観光・イベント（住民同士の交流不足にも対応）・情報発信などによる地域おこし
- 4) 産業振興 創業・企業化による雇用創出、ものづくり・販路開拓による企業の活性化

などが挙げられる。サービスの担い手は、企業、NPO 法人（特定非営利活動法人）などが考えられる。SOHO は、小規模オフィス（SMALL OFFICE）とホームオフィス（HOME OFFICE）を指すことばであり、在宅で仕事をするなどビジネス形態の多様化に対応したものといえる。IT の普及により、現在、国内事業所約 500 万事業所（内法人：188 万、個人 315 万）約 1500 万人が働いているといわれている。

コミュニティビジネス事例：(株)アモール・トーワ

10 年で 30 店が閉店するという危機に追い込まれた東和銀座商店街振興組合が、商店街以外で事業を興し、活性化を図ろうと組合員有志 41 名の出資による株式会社アモール・トーワを設立（資本金 1,350 万円）。地域総合病院の売店とレストラン運営、小中学校の給食事業の受託（7 校）、高齢者向けの弁当・惣菜宅配事業の受託（登録者 100 名）「アモールふるさと館」運営（近隣 SC に漬物店を出店）、ビルメンテナンス事業、空き店舗を活用してパン屋・魚屋を運営している。

コミュニティビジネス・米子市事例：田園プロジェクト

前述。

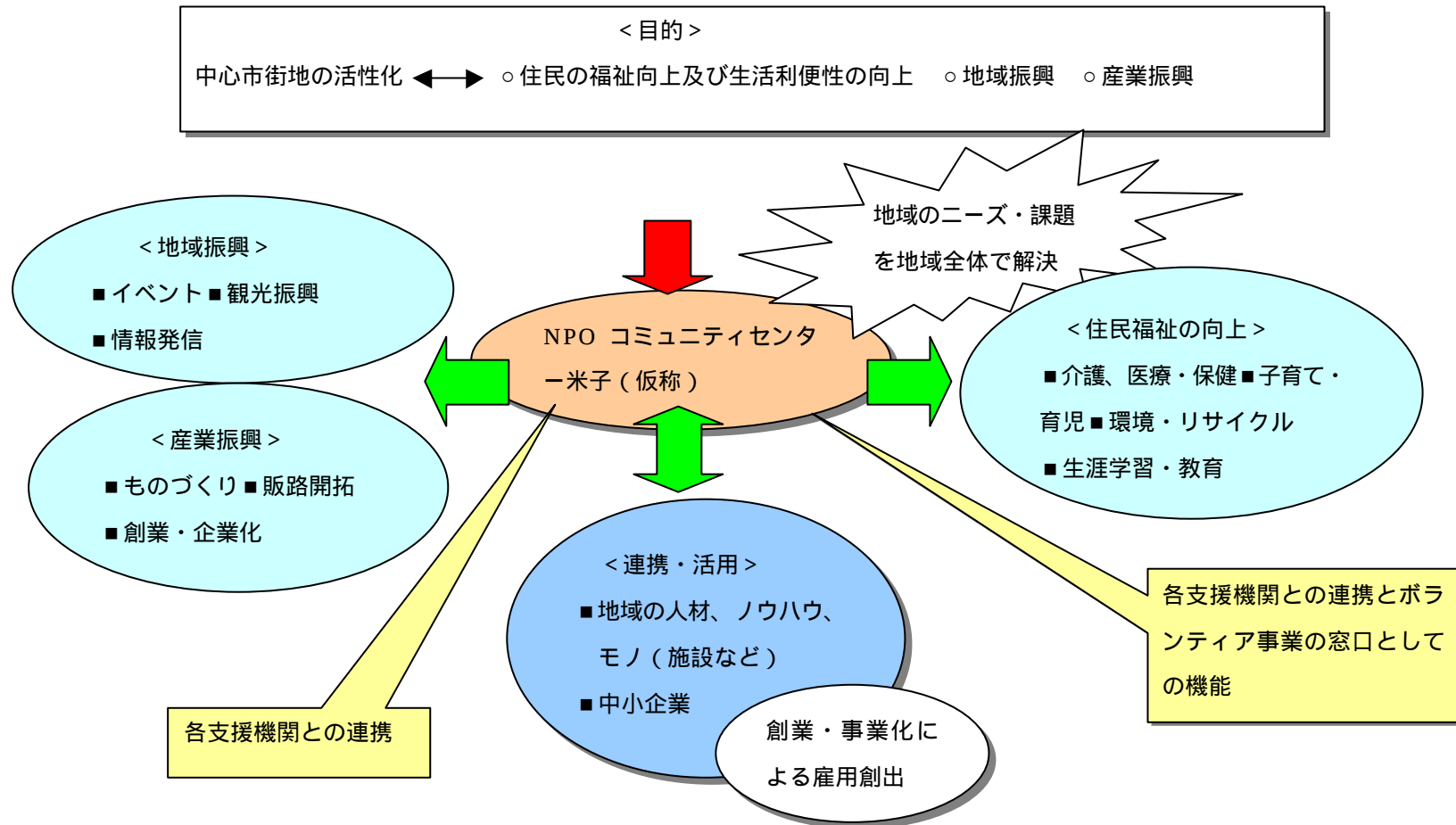
SOHO 事例：北海道岩見沢市

市役所が JR 駅近くの銀行などが入居するビルの 3 階の空きスペースを改修し、法人向け 2 スペース、個人用ブース 3 区画のサテライトオフィス開設。

SOHO 事例：東京都三鷹市

市役所が JR 駅前のコンビニエンス 2 階の空きスペースを利用して SOHO ユニット 9 つと秘書が常駐する支援サロンによる SOHO パイロットオフィスを開設。

米子市中心部におけるコミュニティビジネスが目指すもの（案）



米子市中心部コミュニティビジネスの想定される姿（具体例）

地域の問題・課題は何があるか

その解決方法は
その担い手は 地域の人材・ノウハウ・施設（商工業者、創業者・起業家、ボランティア、行政など）

事業分野	事業概要	具体的事業例	想定される支援の形態 （支援機関又は事業者）
介護・医療・保健	高齢者・障害者向けサービス	○ 高齢者・障害者向けリフォーム ○ 福祉タクシー ○ 給食・配食サービス ○ 代行サービス	○ 既存支援機関 ○ 中小企業者 ○ 新規創業者
子育て・育児	幼児・児童向けサービス	○ 買物やレジャー時の一時預かり ○ 子供デイサービス ○ 子供向け野外活動教室	○ 既存支援機関 ○ NPO コミュニティセンター(仮称)
生涯学習・教育	フリースクール	○ 文化教室 ○ ビジネススクール ○ パソコン教室	○ 商工団体 ○ NPO コミュニティセンター(仮称)
まちづくり	交流スペース イベント支援 情報発信	○ 空き店舗を活用した交流スペースの展開（観光ガイド・自転車レンタル・休憩スペースなど） ○ イベント企画・運営 ○ H P 等による情報発信	○ 商工団体 ○ NPO コミュニティセンター(仮称) ○ 中小企業者 ○ 新規創業者
ものづくり	地場産品・工芸品の開発と販売	○ 特産品販売所 ○ レストラン（例：地産地消） ○ ものづくり・販路開拓支援	○ 中小企業者 ○ 新規創業者 ○ 商工団体
困りごと支援	不特定の地域住民の困りごとを支援	○ 代行サービス	○ 既存支援機関 ○ 中小企業支援センター ○ 新規創業者
環境・リサイクル		○ 食用油回収リサイクル ○ ごみ処理	○ 中小企業者 ○ 新規創業者
中間支援	事業者の運営支援 事業化支援 創業支援 新分野進出支援	○ 各種コンサルティング ○ セミナー等の企画・運営 ○ 専門家派遣 ○ 情報収集・提供	○ 商工団体 ○ 中小企業者 ○ 新規創業者

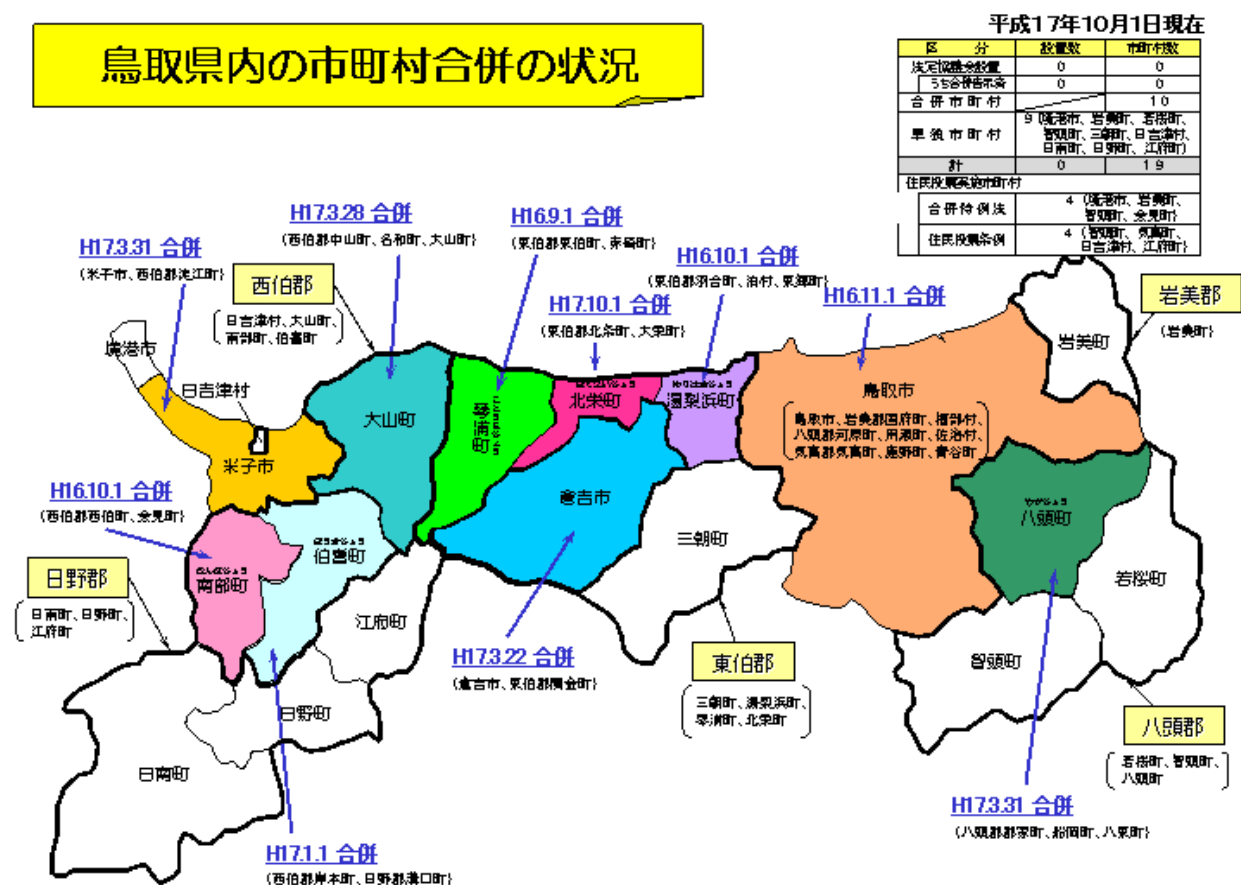
第6章 とっとりコンパクトシティ構想 鳥取市

(本章担当 布野 眞由美、垣田 祐一郎)

1. 鳥取市をとりまく状況

(1) 鳥取市の概要

鳥取県の東部に位置し、県庁所在地である。２００４年１１月に、河原町、用瀬町、佐治村、気高町、鹿野町、青谷町と合併し、人口２０万人の山陰地方最大の都市となった。鳥取市は、２００５年１０月に山陰唯一の特例市となり、鳥取県から 都市計画・建設分野、 産業・経済分野、 環境分野に関係した諸法令の分野において権限が移譲され、事務手続きを大幅に短縮できる。特例市になったことで、住民の声を反映させた施策の推進などが期待されている。



＜特例市に移譲される主な権限＞

- (1)騒音を規制する地域の指定、規制基準の設定、関係行政機関の長への協力要請等（騒音規制法関係）
- (2)悪臭原因物の排出を規制する地域の指定、規制基準の設定、公示、周辺市町村長の意見聴取、関係行政機関の長への協力要請等（悪臭防止法関係）
- (3)振動を規制する地域の指定、規制基準の設定、関係行政機関の長への協力要請等（振動規制法関係）
- (4)指定物質排出者に対する指導、助言及び勧告、報告徴収（瀬戸内海環境保全特別措置法関係）
- (5)特定施設の設置の届出等の受理、計画変更命令等、常時監視、公表、報告徴収、立入検査等（水質汚濁防止法関係）
- (6)計量法に基づく勧告、定期検査等（計量法関係）
- (7)汚水等排出施設を設置している工場に係る特定事業者が公害防止統括者を選任したとき等の届出の受理等（特定工場における公害防止組織の整備に関する法律関係）
- (8)都市計画の決定又は変更にあたっての土地の試掘等の許可等（都市計画法関係）
- (9)開発行為の許可等（都市計画法関係）

- (10)都市計画施設又は市街地開発事業の区域内における建築の許可（都市計画法関係）
 (11)都市計画事業の施行地区内における建築等の許可（都市計画法関係）
 (12)宅地造成工事規制区域の指定等、宅地造成工事許可等、規制区域内の所有者等への勧告、改善命令等（宅地造成等規制法関係）
 (13)拠点整備区域内における建築行為等の許可等（地方拠点都市地域の整備及び産業業務施設の再配置の促進に関する法律関係）
 (14)被災市街地復興推進地域内における建築行為等の許可等（被災市街地復興特別措置法関係）
 (15)市街地再開発促進区域内における建築の許可等（都市再開発法関係）
 (16)市街地再開発事業の施行地区内における建築等の許可等（都市再開発法関係）
 (17)土地区画整理事業の施行地区内における建築行為の許可、許可に当たっての施行者に対する意見聴取、原状回復命令、代執行（土地区画整理法関係）
 (18)土地区画整理促進区域及び住宅街区整備促進区域内における建築行為等の許可等
 （大都市地域における住宅及び住宅地の供給の促進に関する特別措置法関係）
 (19)住宅地区改良事業の改良地区内における建築等の許可等（住宅地区改良法関係）
 (20)都市計画区域内における路外駐車場管理者からの届出、報告徴収、立入検査等及び駐車場管理者に対する是正命令（駐車場法関係）

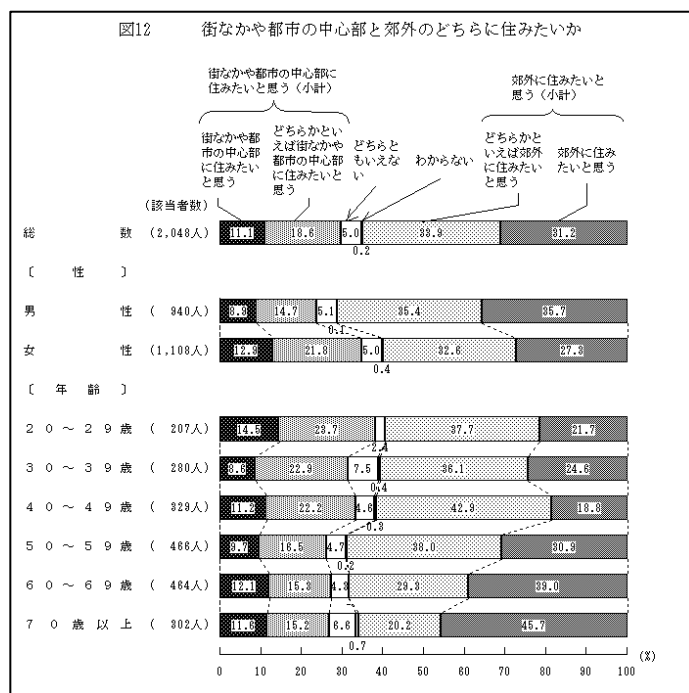
（２）鳥取市の人口

鳥取市の人口は、平成 17 年度の国勢調査速報（<http://www.pref.tottori.jp/tokei1/kokusei2005/sokuhou.htm>）で、市町村合併後の境域で、201,437 人の対平成 12 年で 0.5% 増、旧市町村境域の鳥取市で、153,921 人の同 2.3% 増となっているが、鳥取市の人口増の要因は県東部周辺町村から流入である。鳥取県東部地域で、八頭町郡家（旧八頭郡郡家町）をのぞいて、新鳥取市となった町村および東部地区町村すべてで人口減少であり、とくに八頭郡若桜町 - 12.4%、鳥取市佐治町（旧八頭郡佐治村）- 10.4% と、山間奥部の減少が激しい。山間地は、深刻な高齢化、過疎化の問題を抱えている。世帯構成は年々人数が減少し、高齢者のみの世帯、高齢者の独居世帯が増加しており、もちろん中心市街地も例外ではない。

参考：鳥取県統計課 http://www.pref.tottori.jp/tokei1/kokusei2005/sokuhou/20051205_07.pdf

（３）まちの郊外化と中心市街地

鳥取市の中心市街地は、城下町としての歴史的経緯、駅前という地理的地位を背景に、文化や伝統を育み、居住、教育・医療・行政、産業等の各種機能の中心を担ってきた。道路整備が進められ自家用車も急速に普及したことにより、また中心市街地の地価の高さも後押しとなって、居住の郊外化や事業所立地の郊外化が進展した。鳥取市は、かつて 20 万都市構想を掲げ、美萩野のニュータウン、ついでニュータウン（若葉台）の住宅団地の分譲事業を推し進め、居住の郊外化を推進してきた。それに併せ、昭和 50 年鳥取県立中央病院、昭和 60 年鳥取大学附属小中学校、平成 7 年鳥取市立病院などの公共施設の郊外移転も進展した。結果、鳥取市では郊外化が進展し、小売店・飲食店を始めとする多種多様な集客施設が、顧客を求めて旧国道 9 号線沿線（岩吉地区・湖山地区）をはじめとした郊外地や、



新たに整備された国道沿線への立地を進めることとなった。

中心市街地の空洞化＝まちの郊外化は、人々の住むこと・働くことを行う場所つまり生活圏が、郊外移転したことによりおこっている。大都市圏や政令都市等ではバブルの崩壊後、地価の下落や不動産ファンドの活況から、都市中心部のマンション建設が進み、都心回帰がおこっている。地方都市でも、世帯人数の減少や高齢化、官公庁等の遊休地解放、分譲マンションが山陽側に比べて未成熟等の理由からマンション需要が増え、地方都市でのマンション建設を得意とする県外資本のディベロッパーによるマンション建設が増加している。鳥取市でも、マンション建設が相次ぎ、平成14年は370戸台、平成16年は176戸など供給過剰といわれながらも建設はつづき、分譲マンションが急激に増加している。

しかし、「住宅に関する世論調査」（平成16年11月・内閣府 <http://www8.cao.go.jp/survey/h16/h16-housing/>）によると、「どちらかといえば、郊外に住みたい」33.9%、「郊外に住みたい」31.2%と、依然として郊外居住を希望しているものが多い。郊外土地の所有者、集客施設企業経営者の傾向から、今後も郊外化が進んでいくものと思われる。鳥取県は、中心市街地の活性化に対する施策を進めながらも、一方で、産業振興の整備強化が目的として整備された境港市竹内工業団地に大型店出店させるなど、商業機能の郊外化を積極的進めているように見える。

大型店が郊外へ広がるなかで、“大型店 vs 商店街”といった構図から、“中心市街地 vs 郊外の戦い”といった広域的なまちづくりの問題となった。これに伴い、まちづくり全体に関する立地環境の問題へ変化と、行政改革の目玉である規制緩和を背景に、「経済的規制から社会的規制へ」と平成10年に大規模小売店舗の出店の在り方の法的枠組みが、大きく転換した。大店立地法、都市計画法そして中心市街地活性化法のいわゆる「まちづくり三法」の転換後の枠組みは、「立地場所の問題への対応」と「中心市街地の活性化」が期待されたが、以後7年間の状況は、鳥取県をはじめ、ほとんどの都市で、中心市街地の状況が改善していると言いがたい。さらに大型店の相次ぐ進出によりすでに中心市街地は取り残され、“大型店 vs 大型店”の戦いとなっている。そして中心市街地が衰退することに伴い、「コミュニティの危機」とも言える構造的な停滞感・閉塞感をもたらしている。

（４）商業地区・小売業の現状の状況

我が国の小売業は、平成14年統計でGDP全体の5.2%（約26兆円）を占め、また産業就業者全体の12.2%の雇用の受け皿となっているなど、変わらず日本経済において大きな位置を占めているが、成熟社会やサービス経済化などで販売額は近年減少し続けている。現在も製造業関連が景気回復する中で、非製造業は回復が遅れ、いまだあえいでいる状態である。小売業は店舗規模の大小にかかわらず全体として厳しい状況にあるといえる。

また、大型店に対する見方も大きく変化した。つまり、すべての大型店が商店街や中小店舗対立するというわけではなく、むしろ中心市街地に立地する大型店については中心市街地活性化につながるものとして、評価される傾向となっている。ダイエー鳥取店（鳥取市）、倉吉サンピア（倉吉市）の撤退などのように、大型店の中心市街地からの退店により、地域経済に悪影響がもたらされた例は多い。現在、大型店の郊外立地は中心市街地に悪影響を与えるものとされることが多い。つまり、鳥取市の小売業の現状は、“商店街 vs 大型店”ではなく、中心市街地 vs 郊外店舗でもなく、“大型店 vs 大型店”という大型店同士のシェア争いという構図となっている。

鳥取市の小売業をさらに業態別にみると、総合スーパー（GMS）の進出以来、かつて小売業のリーダーであった百貨店が売上を下げている。また、コンビニエンスストアやドラッグストア、ホームセンター、業務用スーパー100円ショップといった業態が売上高や店舗数を伸ばしている。大手チェーン店の進出も相次ぎ、多様かつ変化の郊外は日本でどこにでもある似たような郊外店舗の様相である。加えて高齢化の進展とともに一人高齢世帯が増えていく中で、コンビニエンスストアは高齢者の利用が増え、いわゆる交通弱者のライフラインとなっている。鳥取県は、コンビニ大手のローソンと提携して高齢者向けの店舗研究、地産商品の取り入れに力をいれている。

消費者への世論調査である「小売店舗等に関する世論調査」（平成17年5月・内閣府 - <http://www8.cao.go.jp/survey/h17/h17-kouri/index.html>）によれば、4～5年前と比較して買い物が便利になったと感じる者が全体の73%となっており、政策転換以降の買い物環境の充実に対しては好意的な評価を受けている。このような状況の下、同調査では、新たな大型店の出店を必要と感じる者より不要と感じる者の方が多くなっているとの結果となっている。つまり飽和状態であると消費者は認識している。

消費者は、価格、品揃え、品質、近さ、一度の買い物で用が済むこと（ワンストップ）等を重視しており、これらの満足度が総合的に高い店舗で買い物をしているものと考えられる。逆に言えば、衰退・空洞化している中心市街地の商業地区は、これらの顧客・住民ニーズに十分対応できていないものと考えられる。まちの郊外化、厳しい小売業の状況、大型店の郊外出店等は中心市街地・商業地区の衰退の大きな要因である。しかし、商業地区の活性化を実現するためには、商業者・商店街といった商業地区の担い手は、もっぱらこれらの外部要因に責任転嫁するのではなく、むしろ自らの問題として顧客・住民ニーズを実現するべく努力することが大前提である。

参考： 国土交通省 HP

2．鳥取市コンパクトシティのアイデア

（1）人口減少社会におけるとっとりのまちづくり

今後の鳥取市のまちづくりの方向性は、人口増加を暗黙の前提とした従来型の制度設計ではなく、人口が急速に減少・高齢化加速の時代に通用する持続可能なまちづくりを実現するための制度設計を目指すべきである。持続可能なまちづくりは、持続可能な自治体財政を意味する。人口減少及び高齢化の進展に伴って自治体の税収の減少が予想される中、歳出を減少させ、市町村が将来的なインフラの維持コストが、財政破綻を含め取り返しのつかない事態を招く可能性すらある。鳥取県では日南町のように財政破綻の危機に直面している自治体も存在する。鳥取市でも持続可能なまちづくり・持続可能な自治体財政を実現するには、都市機能の集中をめざし、インフラの維持管理コストや行政サービスコスト（防災、防犯、福祉等）を抑えなければならない。自治体内における事業は、すでに投下された社会資本を活用するを優先し、大型の開発事業の是非を判断する際には、現在及び将来にわたっての公共投資の投資コストと税収や雇用などへの経済的・社会的な影響などを試算した上で判断することが必要となる。

人口減少社会において「持続的な」「持続的な自治体財政」及び「コミュニティの維持」を実現するための方向性としては、「コンパクトでにぎわいあふれるまちづくり」が望ましい。にぎわいの創出のためには、住むひと、働くひと、訪れるひとの増加が必要であり、そのための都市機能の市街地集約することを提案する。

(2) 現行の基本計画等の問題

鳥取市では、中心市街地活性化法にもとづいた中心市街地活性化基本計画が策定されている。

< 鳥取市中心市街地活性化基本計画のポイント >

- 基本計画の目標 「市民が主役のまちづくりの実践」
- キャッチフレーズ 「住みたい・行きたい・ふるさと鳥取」
- 目指す将来像 都心居住による快適で交流のあるまち鳥取の創造
元気ににぎわう都市回遊型観光のまち鳥取の創造
豊かな文化と歴史的風格があるまち鳥取の創造

しかし、基本計画の柱は、合併前の策定されたものであるため全市的でなく、経済・社会情勢の変化に対応して地域住民や商業関係者のニーズを十分踏まえた計画とはなっていない、数値目標の設定があいまい、評価方法や定期的な外部評価の制度化未整備等の問題が見られる。タウンマネジメント活動の問題点として、TMOの活動が商業の活性化に偏っている点や、財務基盤の脆弱性、商業者の積極的な参加が得られず、市民に理解されていない現状がある。平成16年の総務省による「中心市街地の活性化に関する行政評価・監視結果報告書」でも中心市街地活性化に対して厳しい評価がなされている。

また、基本計画に都市集約の視点が欠如しており、先に鳥取市のまち全体の郊外化進展の影響について触れたが、「市街地の整備改善及び商業等の活性化を一体的に推進する」とされており、住宅、オフィス、学校、市役所・町村役場、高齢者福祉施設、保育施設、病院といった公共施設など様々な都市機能を集約するという視点が欠けている。

都市計画法についても、現行制度は、郊外開発が認められやすい状況である。都市計画区域外の地域（特に転用後の元農地）、市街化調整区域、白地地域、市街化区域それぞれにおける規制が、必ずしも郊外に行けば行くほど厳しい体系にはなっていないため、郊外開発が認められやすく、コンパクトなまちづくりの考え方に沿った制度として十分ではない。コンパクトなまちづくりを目指すには、条例により立地制限をすることも必要である。

大店立地法においては、都市計画法とは逆に、中心市街地の活性化のためには、中心市街地に立地しようとする大型店については、大店立地法で要求している基準等を緩和できるようにしたり、撤退時の対策も盛り込ませるようにしたりなど、自治体での裁量をふやすべきである。

(3) 様々な都市機能の市街地集約

とっとり特色をいかしたりノベーション・・・中心市街地への様々な都市機能の集約化

鳥取市は、JR鳥取駅 - 県庁間（城跡付近）を中心に中心市街地が形成され、市役所、高校、文化施設、図書館（2館）、小学校などがあり、弱体化した商業機能・遊機能など以外の都市機能は、かなり中心市街地に集約化されているといえる。コンパクトシティを実現するには、中心市街地の居住者や事業所を増加させ、商業機能と、高齢者福祉、

医療、保育、教育等の都市機能を中心市街地に集約することが、まちの郊外化を食い止める有効な手法である。特に、人口減少が進んでいく中、小売業販売額が今後も頭打ちであること、高齢化が進んでいくこと等を踏まえると、高齢者福祉施設、医療施設や保育施設等を郊外でなく中心市街地に立地することは重要であろう。その点で鳥取市では、総合病院が中心市街地である末広温泉町内での建替移転をすることが決まっている。さらにその病院周辺は温泉が数多く湧き出る地域である。該当地区は、鳥取市の玄関口である JR 駅前から歩いてこられる距離である。全国でも県庁所在地の中心市街地に温泉が湧き出ているケースは少ない。しかし、鳥取のまちは、温泉街としての色はまったくないといってもよいくらい、温泉の魅力は隠れてしまっている。中心市街地には、温泉の湧き出る銭湯が6軒もあり、宿泊施設等で一般も入浴できる施設もある。高齢者が歩いて病院に通い、温泉に立ち寄り、健康施設で増進し、買い物をして帰れるという一連の機能を周辺に集約できるというまちづくりが考えられる。もちろん高齢者のみでなく、すべての住居者にとっても、観光で訪れた人にとっても温泉や健康増進施設が、気軽に利用できることが望ましい。

そして、これをリノベーションですすめていくことが期待される。つまり既存建物をリフォームし、用途転換を図るという既存の資産を再利用する建築概念で取り組みたい。末広温泉町のある日進地区には、周辺に閉鎖されたままねむっている県の宿泊施設等、役割が曖昧で十分活用されていない公共関連施設など、リノベーションによって再生できる施設が多く存在する。それぞれのコンセプトをハッキリさせ、リノベーションによって再生できるのである。たとえば、久松閣という閉鎖された温泉宿泊施設があるが、これは、宿泊棟を高齢者むけ住宅へリノベーションできる。広間は健康増進施設やカルチャー施設、食堂は高齢者むけ食堂などへリノベーションできる。東京都ではすでにリノベーションが活発であり、オフィスビルやホテルをマンションに転換したり、廃校となった小学校をビジネスインキュベーションしたりと事例が多くある。

現在、鳥取市が中心市街地として設定している範囲は鳥取駅から県庁（約1km）まで南北に長く設定してある。これは、城下町という歴史的背景や、まちの発展の経緯、昭和の大合併前の旧市内という視点で設定されている。しかし、その範囲は実は非常に広すぎるのではないだろうか。賛否両論あるであろうが、南北を縮め東西に少し伸ばしもっとコンパクトに考え、駅から半径800m、徒歩10分のぐらいを最重点地区として設定してはどうだろうか。これにより、社会資本の分散を防ぎコンパクトシティ早期形成へ結びつのではないかと考える。

居住者の増加策

人口減時代のコンパクトシティ実現のためには中心市街地の居住者増加が絶対条件であり、土地建物の流動化や住環境の整備が必要である。筆者である私自身も中心市街地に住んでいるが、自宅周辺をみると隣は空き家、向かいも空き家、斜め前も空き家、2軒先も空き家という状態である。子供たちは県外で住んでいた高齢者が亡くなった、老人ホーム施設に入った等理由は様々であるが、とくに貸すでもなく売るでもなく、ただ所有している。やはり、第4章の事例（P26）にあったハッセルト市（ベルギー）のように「空き家および放置された建物および住宅に関する直接税（景観課税）」を設けることにより、所有者の意識を「活用」や「売却」にむけさせ、居住を望むものには不動産取得税負担の軽減などで住居取得を促し、すでに中心市街地にある社会的資産を活かすべきであろう。また、店舗兼住宅に対する支援、賃貸併用住宅への支援、高機能高齢者向け住宅建設への支援も考えられる。住・職一体は、子

育てなど面においても少子化対策や女性の起業などへよい影響が出ると思われる。耐久性がある家を建てるものには住宅ローン利子への一部補給するなど、今後リバースモーゲージの一般化していくのを見越し、先駆けた住宅取得促進施策も考えられる。

さらに、郊外に位置する公営住宅も建替・増設することなく廃止すべきであろう。アパート等の民間賃貸住宅は供給過剰で空き室が目立ちはじめしており、県営住宅・市営住宅・雇用促進住宅・公務員住宅などの公共住宅は役目を終えているといえる。入居の所得制限を下げていき、民間賃貸住宅への移行を促進する。また、市街地の子育て対応・バリアフリー対応の賃貸マンションの新築・改築促進、市による民間賃貸住宅の借り上げ等が考えられる。

3. コンパクトシティ推進のための施策案

行政による施策誘導・抑制は、コミュニティ機能再生とソーシャル・キャピタルの醸成が重要な役割となる。ここでは、考えられるハード的な施策を中心に上げているが、コンパクトシティの形成に最も大事な点は、コミュニティ機能再生とソーシャル・キャピタルといえる。

(1) 住宅・土地施策

「地方都市の中心部では、容積率が「身の丈」を越えて高く設定されている場合があり、名目的な高度利用の可能性を反映させた高い地価評価によって、再開発の障害となっている可能性がある」との意見が聞こえる中、鳥取市の都市計画図を見ると用途地域の再配置・容積率の見直しが必要ではないかと考える。

参照：鳥取都市計画情報提供サービス HP 鳥取市の用途地域図

http://www.city.tottori.tottori.jp/cgi-bin/odb-get.exe?WIT_template=AC020000&WIT_oid=icityv2::Contents::13006

このことは、地価評価を下げ固定資産税を低く抑える効果につながり、人口の高密度化につながるのではないかと考える。また、土地・建物の流動化を促進するため、中心市街地の空き地・空き店舗の譲渡に関しては譲渡税の軽減をおこなうなど売却しやすく誘導する。それを加速するために、前述のような空き地・空き店舗所有者に対しては税の付加が考えられる。また、中心市街地居住者へのインフラ維持管理コストや行政サービスコスト（防災、防犯、福祉等）の負担料率に差をつける。

(2) 交通施策

コンパクトシティにおいては、まちなかにおいて歩行者、自転車を中心として交通政策が必要となる。

中心市街地の公共施設駐車場の時間外活用施策の検討（誘導施策）

国土交通省推進のLRPの導入検討（誘導施策）

渋滞、駐車場情報の提供（誘導施策）

パーク＆ライド施策、相乗り通勤・時差出勤・フレックスタイム・ノーマイカーデーへの誘導（誘導施策）

車輛の通行時間・速度・区間規制による車両抑制（抑制施策）

ナンバー規制・時間帯規制・ロードプライシング・1人乗り規制（抑制施策）

公共交通への利用転換などによる交通需要の調整

ペロタクシーの導入 バス以外で高齢者が気軽につかえる交通手段確保

（４）商業施策

まちなか立地企業への税的優遇措置の導入

都市計画規制の強化 → 業種・業態の適正配置

工業系用途地域・非線引き白地地域等への出店抑制策

大型店が中心市街地から退店する場合の抑制策

中心市街地に立地しようとする大型店については、大店立地法で要求している基準等を緩和する施策

京都市や金沢市は、各エリアに建築できる施設の面積上限を定め、施設設置者に届け出義務を課す条例（ゾーニング型条例）を制定している。また、小売店舗に対し一定の配慮を求めている条例も存在する。

（５）環境施策

建ぺい率の誘導

ミュンヘンの建ぺい率は50%以下に抑えられており、数多くの区には敷地の約50%の中庭があり、最適の日照と通りを確保している。そればかりか、もはや屋上広告物がランドスケープの妨害物として取り外されるようになった。

街区の景観の統一

新築あるいは、改築する建物へのデザインの規制策。

コンパクトシティ推進のための主な関連施策案

	中心市街地（誘導施策）	中心市街地（抑制施策）	中心市街地外（抑制施策）
住宅・土地施策	用途地域・容積率の見直し→固定資産税を低く抑える 空き地・空き店舗売却促進→譲渡税の軽減等 店舗兼住宅、賃貸兼住宅の促進	空き地・空き店舗所有→直接税や固定資産税の重課税	空き地・空き店舗所有→固定資産税の重課税
交通施策	タイムラグを利用した公共駐車場の活用 まちづくりと一体となった LRT(Light Rail Transit) 導入	時間規制による車両抑制 パーク＆ライド	
インフラ整備	経済的負担措置の軽減		行政コスト削減のための経済的負担措置の導入
商業施策	税的優遇措置の導入	都市計画規制の強化	商業施設建設に関する規制措置 都市計画規制の強化
工業施策	-	税的冷遇措置の導入 都市計画規制の強化	税的優遇措置の導入 都市計画規制の強化
環境施策	-	-	-

おわりに

日本人は米国の「個」を大事とする考えや自由の尊重・権利の主張を倣ってきた。しかし、いま時代が進み、個を大事にするあまり、個人の自由を強く主張しすぎる「自分勝手」が増殖し、社会全体として收拾がつかなくなっているのではないだろうかとも考える。

この調査研究をすすめる中でも、中心市街地活性化の施策をとりながら自ら郊外に施設を移転する矛盾した自治体、店を閉めていながら新たな出店希望者には賃貸しない商店主、資産として空き地・空き家のまま土地を所有している地権者 etc. の姿が見えてきた。また、今冬の豪雪では、鳥取県内においても山間部にお年よりが多く住んでおり、孤立や除雪費用について大きな問題となった。

いま、すでに欧州をはじめとした多くの国が、コンパクトシティを都市政策に取り入れ、土地所有者の権利を大幅に制限するなど都市計画の公共性を優先している。

日本でも、住民そして自治体が、まちの公共性を考えていくことが必要である。今回のまちづくり三法改正の機会に、都市政策が公共性の重視の方向へ転換され、市町村でどんなまちにしたいかというしっかりとの方針を立て、基本計画を策定されることが期待されている。

しかし、まちづくり三法が改正されたからといって、中心市街地に消費者が戻ってくるわけではない。商業者は、消費者である地域の市民に協力を仰ぎ、参加し貢献してもらう仕組みをつくっていったらどうか。前述したように、コミュニティの再生とソーシャルキャピタルの醸成が重要である。その中心人物として期待できるのは、団塊世代や元気老人、そして生活者のプロである主婦ではないだろうか。

人口減少社会の中で、地域中小企業はそれをただ不安に思うだけでなく、チャンスと捉えて環境変化に対応していくことが望まれる。かつて松下幸之助が「客の欲しがるもの、客の望むものを売るな。客のためになるものを売れ」といったそうである。地域中小企業はしっかりと社会変化を見据え、一歩先の顧客のためになるモノ・コトを考えて、それをビジネスに結び付けていく視点が必要であろう。

支部における調査・研究事業 委員 / 執筆担当

第 1 章	永島 哲夫	中小企業診断士 ファイナンシャルプランナー
第 2 章	滝沢 和嘉	中小企業診断士
第 4 章	西川 孝一	中小企業診断士、コーチ 達人ネットワーク(有)
第 5 章	田原 明夫	中小企業診断士 淀江町商工会
第 5 章	景山 浩	中小企業診断士 景山中小企業診断士事務所
第 6 章	垣田 祐一郎	中小企業診断士 郡家町商工会
第 3 章 第 6 章	布野 眞由美	中小企業診断士 布野中小企業診断士事務所

チャレンジする中小企業！ アシストする診断士！
社団法人 中小企業診断協会 鳥取県支部

鳥取県米子市道笑町 2 - 2 4 2 高橋公認会計士事務所内

TEL 0859(32)5060

<http://www.shindanshi-t.jp>