

# 第16回さいたま活性化サロン テーマ「稼ぐまちが地方を変える～地方創生への提言～」

◇ 平成29年4月3日開催

◇ ゲストスピーカー 木下 斉 一般社団法人エリア・イノベーション・アライアンス 代表理事

「稼ぐまちが地方を変える～地方創生への提言～」発表概要

- ・ 早稲田商店会は、大学が休みの期間の夏枯れ対策として、低予算かつ補助金がない中で、「ゴミのリサイクル活動」を実施。空き缶などのゴミをもってきてもらう呼びかけを行う一方で、ゴミを資源化する機械を作っている事業者ブースへの出展を依頼。持ってきたゴミを回収機に入れると景品が当たるというイベントを行ったところ、マスコミにユニークな取組みとして取り上げられ、出展した事業者は商談が決まったほか、商店会も活性化するなど事業者・商店会共にプラスの効果があった。この取組みは評価され、各地に広がっていくこととなったが、やがて補助金が支給されるようになると、この種の事業を新たに行おうとする側のコスト意識が薄れてしまい、他の地域では上手くいかなかった。行政機関が補助金等でまちの活性化を支援することは必ずしも良い結果となるものではなく、民間主導で事業を構築し、稼ぐ地域に変えていくことが成果を上げる基本と言える。
- ・ 米国・欧州のまちづくり事業では、まちが活性化することで誰が得をするのかという視点から、最終受益者である不動産オーナーが負担（投資）をすべきとの整理がなされており、税金の投入は行われていない。日本の地方都市でも、不動産オーナー自らがまちの活性化のため先行投資し、集客力を上げ、資産価値を向上させるという取組みが行われ始めている。
- ・ 人口が拡大していく中での地方都市のまちづくりは、中央省庁が大都市圏で実効性のあった手法を示し、それに伴う予算も下ろしたため、与えられたものを実行していれば良い面があったが、人口減少社会でまちづくりを行うにあたっては、地方都市の実態を踏まえる必要があり、中央省庁がその手法を示せるものではなくなっている。よって、その地域に住む人（地域を代表する企業等）がまちの将来像をきちんと描いて自発的に事業を発案し、また、資金についても自らが投資し、民間資金を誘導することが重要。
- ・ 地域活性化事業は、地域外から流入を増やし、地域内での取引を促進して、地域から出ていくものを削減することが基本だが、ただ流入を増やせばいいものではなく、地域内での取引の単価がいくらであるかが大切。流入する人が増えても取引単価が安ければ、コストに見合わないこともある。事業を行うからには必ずリターンがあるべきであり、収入と支出の両面を見ることが大切。
- ・ 地域活性化には、官民の連携は重要。例えば、行政機関が保有する土地や建物などの資産を有効的に活用するため、民間企業が、官民合築施設の建設や公共施設の建て替えを行えば、民間企業は投資に値する投資利回りを実現しようとするため、建設費は適正な水準に抑えられ、身の丈に合った施設整備ができる。一方、行政機関が計画を策定した場合、コストは高額になりがち。
- ・ まちに対する需要は変化していくが、その変化に合わせたまちづくりをしていかなければならない。民間はその変化に速やかに対応できるが、行政は対応するのに時間を要するため、需要のないような建物を建て、最終的に税金を投入しなければならなくなるケースが多い。よって、民間企業が不動産オーナーや公共資産を持つ行政機関と一緒に今の時代に合ったまちづくり事業を創っていくことが重要。