

令和元年度 都市整備常任委員会 他都市調査視察報告書

自由民主党 田辺昭人

令和2年 1月22日（水）～23日（木）

1月22日（水）千葉県木更津市

「park-PFI」を活用した都市公園の利活用について

都市公園法が2017年に改訂された。その改訂により、これまで公園内できなかつた事業が、新たにできるようになった。それが、公募設置管理制度「park-PFI」である。

park-PFI は、飲食店、売店等の公園利用者の利便の向上に資する公募対象施設の設置と、当該施設から生じる収益を活用してその周辺の園路、広場等の一般の公園利用者が利用できる特定公園施設の整備改修等を一体的に行う事業者を公募により選定する制度であり、都市公園に民間の優良な投資を誘導し、公園管理者の財政負担を軽減しつつ、都市公園の質の向上、公園利用者の利便の向上を図る新たな整備・管理手法である。

木更津市では、基本構想に位置付ける「みなとまち木更津再生プロジェクト」の具現化に向けたパークプロジェクトのうち、新たな賑わいの拠点として、1966年度に開園した鳥居崎海浜公園の整備を進めるため、park-PFI を活用し、民間の集客施設を誘致するとともに、老朽化した都市公園の再整備を一体的に行うこととした。

park-PFI には、三つの特例が認められ、下記の緩和措置が適用される。

- ①設置管理許可期間の特例により、最長20年間で設置することが可能
- ②建蔽率の特例により、公募対象施設の建蔽率を12%を参酌して条例で定めることが可能
- ③占有物件の特例により、自転車駐車場、看板および広告塔が占有物件として設置が可能

以上の国のガイドラインを基本として、木更津市では公募設置等予定者の選定を行い、3事業者から提案がなされた結果、高い評価を得た事業者が決定された。

木更津市の計画では、収益施設はレストランやカフェ等の飲食店を中心に共有テラスを含む建物を建築し、共有部分として、園路、広場、駐車場、植栽を整備しアメリカ西海岸をイメージした空間を目指している。これら施設の収益が公園整備や維持管理に充てられることとなる。

昨年の11月に公募設置予定者が決定し、令和2年3月に官民の責任及び役割の分担を明確にするため、基本協定を締結する予定である。工事の完了予定は

令和3年3月となっている。

今回の視察を通じて、強く感じたことは、マーケットサウンディング調査の重要性である。木更津市では、平成29年から同調査を始めて、20数社に及ぶ対象事業者を3社まで絞り込んだ。この対象事業者とは、デベロッパーであり、木更津市がコンサルに相談しながら、積極的に声をかけ、ヒアリングや意見交換を図ってきた結果とのことである。対象事業者がデベロッパーである理由は、木更津市が求める開発コンセプトを理解し、事業者の持つイメージやブランド力を集客に繋げて運営していくためには、事業者として、コンソーシアムを構成することが求められるからではないだろうか。

本市においても、将来の都市公園の有効活用について、検討する時期が必ず来ると思われる。様々な公共事業に官民連携手法が導入される中で、本市の公園施設等に合致する整備事業としていくために、積極的かつ熱意をもってマーケットサウンディング調査を行うべきと考える。



1月23日（木）広島県尾道市

NPO法人尾道空き家再生プロジェクト

「遊休不動産再生による景観維持と若年移住者による収益力向上について」

同法人は、尾道市と連携して様々な魅力をもつ建物が集積する尾道の景観を守りつつ、移住、定住、起業する若者を呼び込むためこれまで100件を超す空き家・空き店舗を再生してきた。

また、サイクルツーリズムを核とした民間投資による新たな観光拠点の形成や食の魅力の創出等によって、観光から移住に繋がる更なる人の流れの創出を目指している。

人口の減少と高齢化、空き家の増加は、全国的な社会問題である。これは、本市においても同様であり、空き家条例などの施行や谷戸地域へのアーティスト誘致策のほか、宅建業者への空き家バンクへの協力など、様々な対策を講じている。

尾道市においての特徴は、尾道の旧市街、2キロ四方の中心市街地に所在する様々な時代の特徴ある空き家の保存と再利用を通じて、若者の移住策へと繋ぐ所であると考えられる。また、古民家を活用した2件のゲストハウスの運営は、観光交流や移住希望者と地域を結びつける役割を果たしている。これらの企画を進めるための組織として立ち上げられたものが、同法人である。

当初はボランティアからスタートして、市と連携した空き家バンクの運営、空き家探しからセルフイノベーション、定住まで一貫した移住支援を実施。工具・機材の貸し出し、リノベーション手法を学ぶワークショップ等を実施するなど、現在は多岐にわたり、進化を続けている。



このような取り組みが可能となった背景の理由はいくつも考えることができる。例えば尾道の歴史や地政学的な特色、また、地域の食材を最大限に生かした食の魅力であり、何よりも強いインパクトは尾道の生んだ映画監督である大林宜彦氏による尾道三部作の映画の効果が挙げられる。

これらを総合的にブランド化したとき、普通であれば弱点とされる坂や階段、細い道も売りになるという、逆転の発想ではないだろうか。本市においても、弱点がむしろ横須賀らしさ、横須賀への地域愛が施策へと変わるチャンスに繋がる可能性を強く感じた、この視察であった。

