

# アフターコロナのまちづくり

—新しい多様性を備えたまちの創造—

2023年3月

東京都中小企業診断士協会

まちづくり研究会



## はじめに

新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の感染拡大は、われわれの生活や社会システム全般に大きな影響を及ぼすこととなった。特に地域構造の面では、経済合理性追求のもとで加速していた集中指向を大きく減速させることになり、長らく継続していた東京一極集中の傾向が変曲点を迎え、新たな生活様式に対応したバランス形成が進行した。

こうした状況変化を踏まえた今後のまちづくりのあり方について、東京都中小企業診断士協会まちづくり研究会では、コロナ禍の発生直後から変化を余儀なくされたまちづくりの状況と課題について会員相互で意見交換を行い、2021年3月にアフターコロナを展望したまちづくりのあり方「中心市街地活性化2.0」を公表した。

中心市街地（まちの中心）<sup>1</sup>の活性化に当たっても、分散が進む業務機能の立地を促進すべきという提言は、生活機能のみに着目していたまちづくりのあり方に一石を投じ、関係者から一定の評価を頂くことができた。

一方、その後2年間を経るなかで、依然としてコロナ禍は継続しているものの、徐々にウィズコロナの生活様式が定着しつつあり、デジタル田園都市国家構想等の新しい政策に基づく取組が進行している。

本稿は、こうした状況を踏まえて、前回提言後の状況を再確認し、改めて今後取り組むべきまちづくりの課題を明らかにすることをねらいとしてとりまとめたものである。今後の実りあるまちづくりに向けて、関係者の取組の一助となれば幸いである。

2023年3月

東京都診断士協会まちづくり研究会

会長 名取雅彦

---

<sup>1</sup> まちの中心に位置し、地域における社会的、経済的及び文化的活動の拠点としての役割を果たす市街地一般を対象とすることを明確にするため、本稿ではできるだけ「中心市街地（まちの中心）」と表記することにした。中心市街地活性化法における対象の規定については巻末用語集を参照



## 目次

1	コロナ禍のもとでの状況変化	1
1-1	東京一極集中傾向の緩和 -地方定住・郊外化の定着-	1
1-2	産業活動と就業形態の見直しの拡大	3
1-3	自宅周辺における生活行動の拡大	5
1-4	デジタル社会の創造に向けた取組の加速と地域生活圏	8
1-5	コロナ禍のもとでの状況変化	10
2.	ウィズコロナ・アフターコロナのもとでの中心市街地に係るニーズ	11
2-1	中心市街地(まちの中心)の捉え方	11
2-2	コロナ禍による中心市街地(まちの中心)への訪問頻度への影響	13
2-3	都心居住に対する意識	15
2-4	これからの中心市街地(まちの中心)に対する機能・空間整備ニーズ	16
2-5	まちづくり活動に関する意識	17
2-6	中心市街地活性化の必要性と課題	19
3.	地域生活圏における「中心市街地活性化2.0」の展開	21
3-1	アフターコロナの中心市街地像 -身近な CBD としての中心市街地-	21
3-2	身近な CBD としての中心市街地の形成に向けた取組の方向	24
3-3	地域別の課題と取組展開例	28
4.	これからの中心市街地活性化に向けて	31
4-1	「デジタル田園都市国家構想」の推進とあわせた拠点形成の推進	31
4-2	公共施設整備をきっかけとする機能整備	31
4-3	官民連携によるエリアマネジメントのための仕組みづくり	31
4-4	多様な機能立地推進に向けた制度運用と改正	32
	おわりに	33
	【付属資料1】 アンケート調査の概要	34
	【付属資料2】 関連用語集	36



# 1 コロナ禍のもとでの状況変化

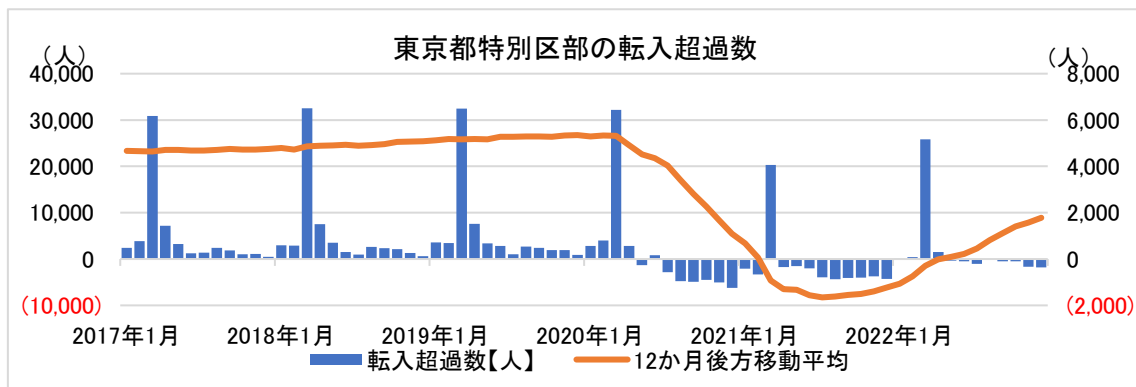
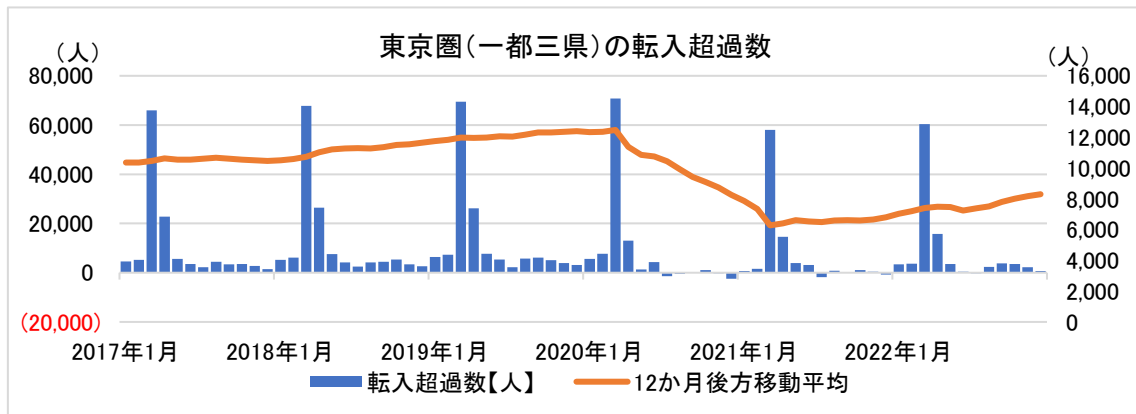
はじめに、前回の提言発表を行った2021年3月以降の社会状況の変化を振り返る。

## 1-1 東京一極集中傾向の緩和 -地方定住・郊外化の定着-

### (東京圏への転入超過の沈静化)

コロナ禍発生後の国土構造及び地域社会における大きな変化は、1990年代後半から継続していた人口の東京圏（東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県）への転入超過傾向が大幅に減速したことである。東京圏への集中の減速は継続しており、これに伴い地方定住や、東京圏における郊外居住が定着することとなった。

総務省が公表した住民基本台帳に基づく人口移動報告によって、東京圏の転入超過数を12ヵ月後方移動平均でみると、2019年までは増加傾向を示していたが、2020年3月から急速に減少に転じ、2021年4月からは横ばいとなっている。毎月の転入超過数は2017年から2019年までは毎月プラスとなっていたが、2020年からは転出超過の月も生じるようになった。なかでも東京都区部は2020年、2021年の減少傾向が著しく、3月4月頃を除くと減少となっていた。また、郊外部の埼玉県、千葉県、神奈川県は転入者数がほぼ横ばいであった。



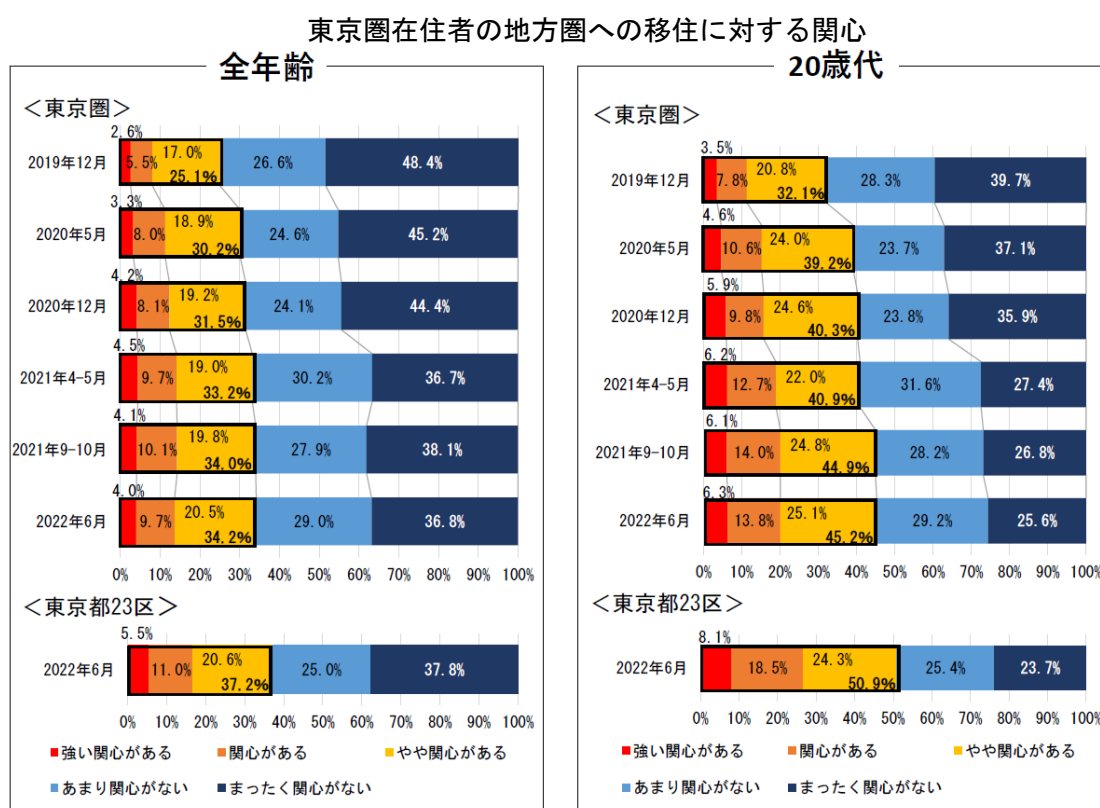
出所) 総務省「住民基本台帳人口移動報告月報」をもとに作成

2022年になって、東京都特別区部の流出傾向が少しおさまってきているが、就学・就業者が多い3月4月を除くとほぼ均衡している状況である。一方で、後述するように地方圏への移住に対する関心が高まっており、就業形態や事業所の移転等の変化が生じている。新型コロナの感染症法上の位置づけが見直され、ウィズコロナに向けた生活行動の変化が見込まれる中で、今後の人口動向がどのように推移するか、引き続き注目される。

### （若者を中心とする地方移住に対する関心の高まり）

一方、東京圏から地方への移住については、若者を中心に関心が高まっているとの調査結果がある。

内閣府がコロナ禍発生以降、継続的に実施している「新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」によれば、地方への移住に関心があるという回答が2019年12月以降、増加傾向を示しており、2022年6月時点では24.2%に達している。特に、20歳代は地方移住に対する関心が高く、2022年6月時点では45.2%を占めている。



出所) 内閣府「新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」



## 1-2 産業活動と就業形態の見直しの拡大

### (就業形態の変化)

東京への人口流入が減少し、若者が地方居住に関心を示すようになった大きな要因として、就業形態の変化をあげることができる。コロナ禍を契機として、テレワーク利用の拡大が進行し、加えて都心部におけるオフィスに対する企業の考え方が変化をみせはじめた。

コロナ禍発生直後に注目された事例として、電通の本社売却や、富士通のオフィス出社比率の削減及び就業規則見直し、パソナの淡路島への本社移転等等があげられるが、この傾向は、その後も着実に広がりを見せている。

特に、NTTグループは2021年9月28日に、分散型ネットワーク社会に対応した「新たな経営スタイル」を発表し、社員の働き方はリモートワークを基本とし、働き方を自由に選択・設計可能とすることでワークインライフ（健康経営）を推進する方向性を示した。2022年6月24日にはその考え方を一歩進め、日本全国どこからでもリモートワークにより働くことが可能な組織をリモートスタンダード組織とし、新しい就業制度を導入すると公表した。

新たな就業制度は、全社員を対象として勤務場所を原則自宅にするという革新的な考え方に立つものである。

- ・ 勤務場所は「社員の自宅」とする（会社への通勤圏に居住する必要は無し）
- ・ リモートワークと出社のハイブリッドワークを前提（出社時の交通費は支給）
- ・ 社員本人の希望や業務内容に応じ、個人単位での適用や適用除外も可能

NTTグループの新勤務ルール

区分	旧ルール	⇒	新ルール
勤務場所	事務所	⇒	自宅
テレワークの事務手続き	社員申出、上長承認	⇒	申出不要
出社の扱い	通勤（通勤費）	⇒	出張（旅費）
居住地	勤務する事業所周辺	⇒	居住範囲の制限なし

出所) NTT ニュースリリース (2022年6月24日) をもとに作成

就業制度の見直しはNTTグループにとどまらない。例えば、ヤフーは2022年4月1日にリモートワーク制度「どこでもオフィス」を改定し、居住地・通勤手段の制限を撤廃した。日本国内であればどこにでも住むことができ、特急や飛行機など好きな移動手段での通勤を可能とするなど、同様の取組が広まりつつある。また、大企業ほどではないが、中小企業でもこうした動きが確実に進行している。

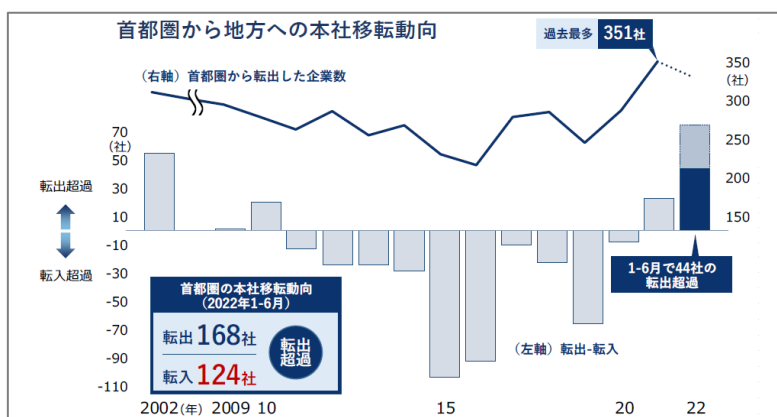
### (本社機能の脱首都圏、複数本社化)

パソナの淡路島移転をはじめとする企業の本社移転も継続、拡大している。

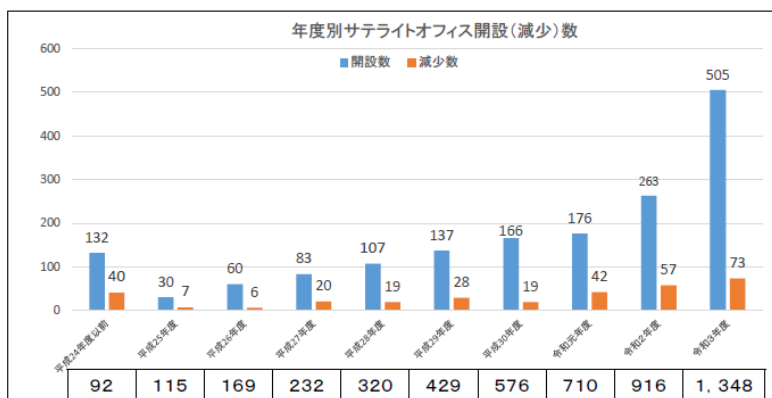
帝国データバンクの首都圏・本社移転動向調査によれば、2022年1-6月間に首都圏から地方へ本社を移転した企業数は168社に上り、企業本社の首都圏外への転出の動きが加速している。他方、同期間における地方から首都圏への転入企業は124社にとどまり、過去10年で最少となった。この結果、2022年1-6月における首都圏への本社移転動向は、転出企業が転入企業を44社上回る「転出超過」となり、前年同時期（14社）に比べて大幅に増加した。移転先の都道府県数が昨年の31件から37件へと増加するなど、移転先がより遠方・広範囲へと広がりを見せている。

また、総務省が実施した地方公共団体が誘致、または開設にあたって関与した企業のサテライトオフィスの開設状況の調査結果によれば、2021年度の開設数は505か所と前年度263件から倍増している。都道府県別にみると、北海道110箇所、新潟県95箇所、岐阜県89か所と続いている。立地先は、人口規模が大きい都市だけでなく、中小都市、町村部にも広がっている。

一時的な対応ではなく、オフィス立地や就業制度の見直しが広がっていることから、本社等の業務機能については、今後も東京からの分散が拡大、定着する可能性が高いと考えられる。



出所) 東京データバンク「首都圏・本社移転動向調査 (2022年1-6月速報)」



出所) 総務省「地方公共団体が誘致又は関与したサテライトオフィスの開設状況調査」

### 1-3 自宅周辺における生活行動の拡大

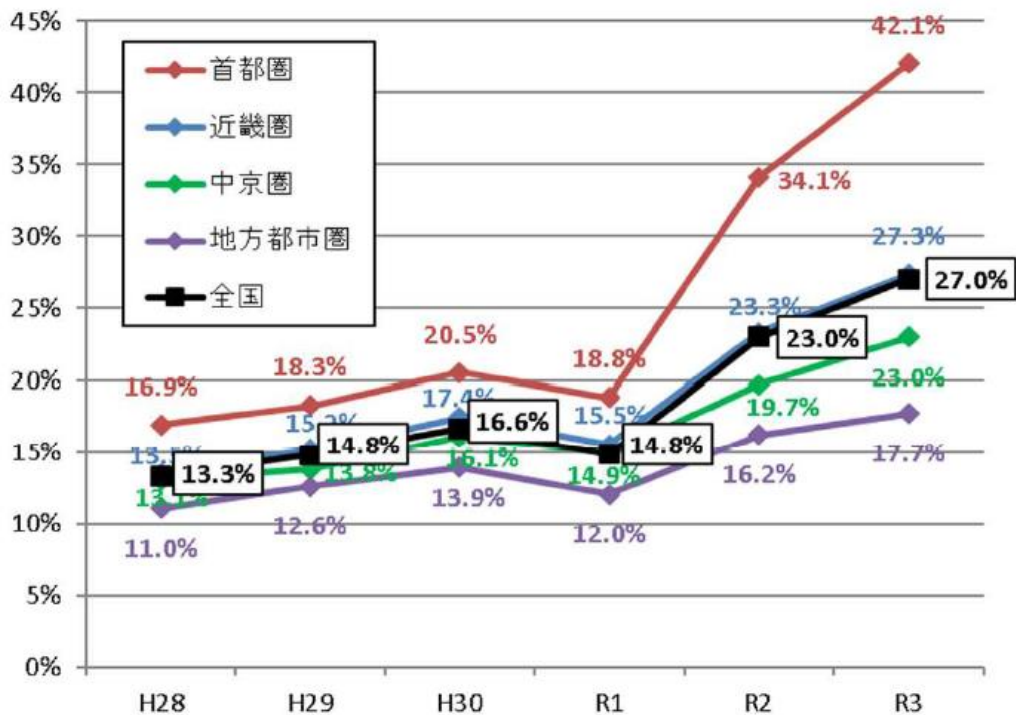
(東京圏を中心とするテレワークの普及・定着)

3年に及ぶコロナ禍のもと、生活行動も大きく変化した。就業・居住の面では、就業形態の見直しが進み、オフィスワーカーの場合、週に数日のテレワークは当たり前となった。テレワークの導入状況の推移に関する国土交通省の調査によれば、コロナ禍発生後に2019年の14.8%から増加し2021年には27.0%となっている。特に首都圏では4割以上と広く普及していることがデータからも窺われる<sup>2</sup>。

またテレワークを行いたい場所としては自宅が8割以上を占めており、テレワークの普及が自宅周辺で就業する人口の増加につながったと考えられる。

一方で、テレワークの普及状況は職種によって差があることにも留意する必要がある。テレワークの実施状況を職種種別にみると、「研究職」64.1%、「営業」51.6%、「管理職」51.1%、「専門・技術職（技術職）」49.8%が相対的に高いのに対して、「サービス」「販売」「保安、農林漁業、生産工程・輸送・機械運転・建設・採掘・運搬・清掃・包装等従事者」は10%未満と低く、現場系の職種はテレワークになじまないことが明確になった。

雇用型テレワークの推移



出所) 国土交通省「令和3年度テレワーク人口実態調査」(調査時点は2021年10~11月)

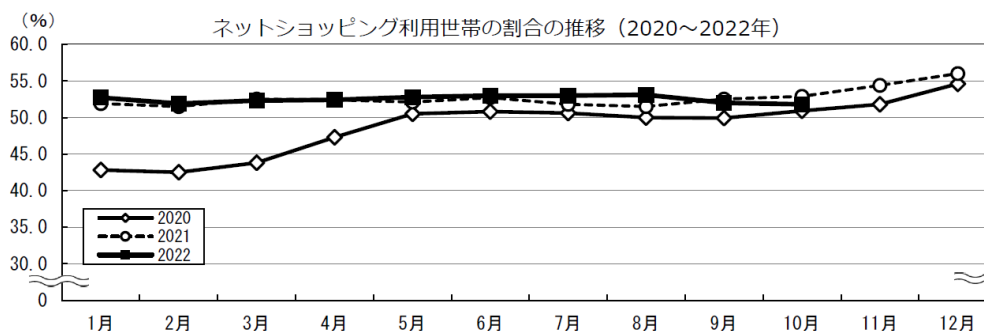
注) 同調査によれば自営型就業者のテレワーク率は2021年27.3%(定義変更があったため、時系列の比較ができない)。

<sup>2</sup> 今回実施したアンケート調査によれば、週4日以上テレワークという就業者が1割近い。

### (ネット消費の拡大)

家計調査によれば、ネットショッピングを利用する世帯の割合は、コロナ禍のもとで増加が顕著となり、2020年5月には利用世帯の割合が初めて5割を超えた。その後は2021年、2022年ともほぼ同様の推移をみせており、5割超程度で安定したと考えられる。

一方支出額は、増加傾向にあり、2022年10月度における1世帯当たりのネットショッピングの月間支出額は平均2万397円/世帯となっている（2021年は19,247円/世帯）。

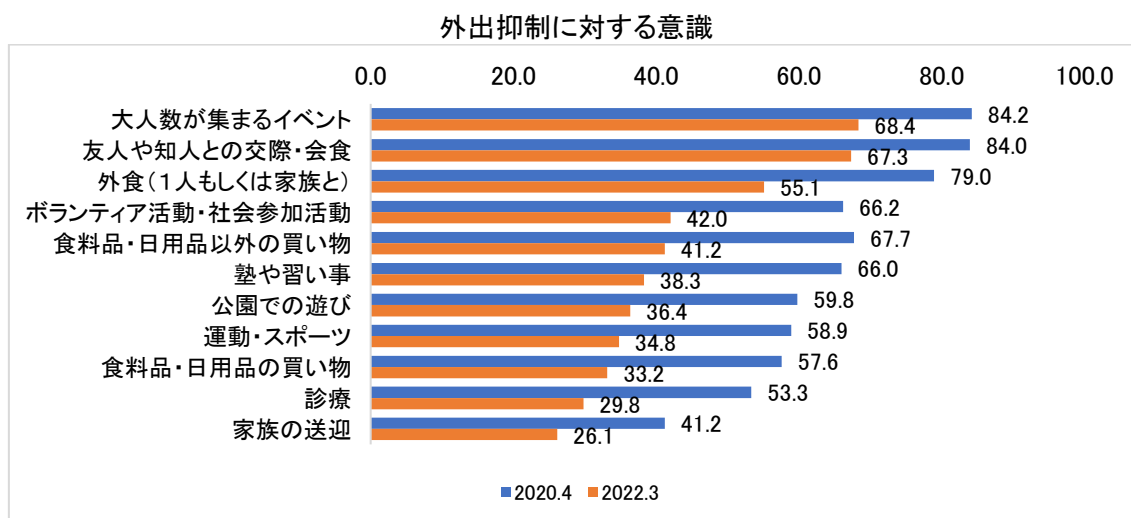


出所) 総務省家計調査年報 ([https://www.stat.go.jp/data/joukyou/pdf/n\\_joukyo.pdf](https://www.stat.go.jp/data/joukyou/pdf/n_joukyo.pdf))

### (外出抑制意識の低下)

コロナ禍のもとで三密回避が推進され、生活者の行動いったん大きく抑制されたが、最近になって行意識の変化がみられる。国土交通省が実施した生活行動調査によって、目的別に行動を抑制しようとする意識をみると、目的全体にわたって抑制意識が低下していることがわかる。

ただし、特に大人数が集まるイベント、友人や知人との交際・会食については、回答率は低下しているものの、依然として抑制しているという回答が7割近い。



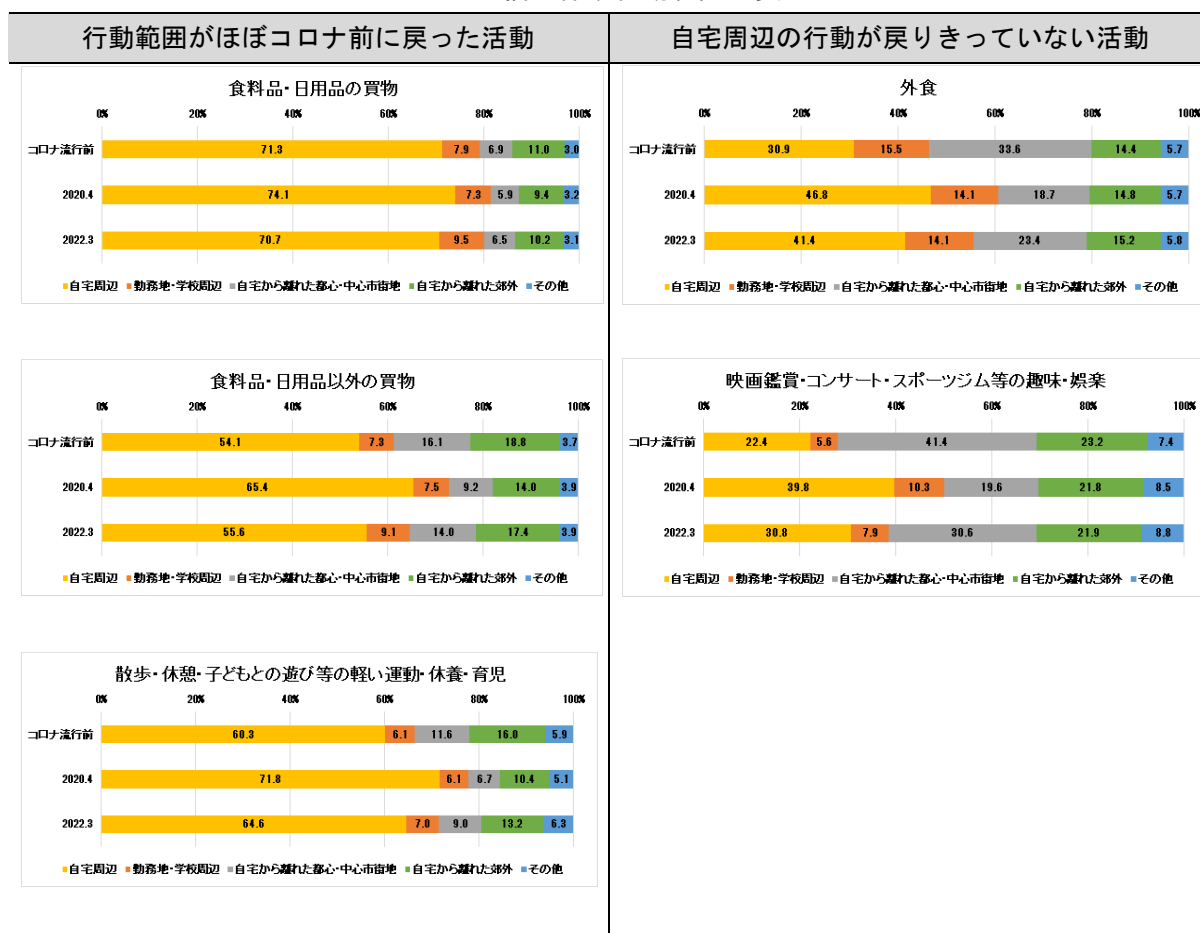
出所) 国土交通省「新型コロナウイルス感染症の影響下における生活行動調査」を基に作成

### (選択的な行動範囲の回復)

コロナ禍に伴う実際の行動範囲について確認すると、すべての目的でコロナ禍を機に、大きく外出が減少し、その後回復している。行動先の回復傾向は活動によって差があり、買物や散歩・休憩・子どもとの遊び等の日常的な活動についてはほぼコロナ禍前に戻っていることがわかる。

また、外食や映画鑑賞・コンサート・スポーツジム等の趣味・娯楽活動については、自宅から離れた中心市街地（まちの中心）における行動が減少し、自宅周辺の活動が拡大したことがわかる。2022年3月になると、中心市街地（まちの中心）における行動も増える兆しがみられるものの、こうした行動については、まだ行動範囲がある程度抑制されているものと考えられる。

### コロナ禍に伴う行動範囲の変化



出所) 国土交通省「新型コロナウイルス感染症の影響下における生活行動調査」を基に作成

## 1-4 デジタル社会の創造に向けた取組の加速と地域生活圏

### (デジタル田園都市国家構想)

コロナ禍に伴って、ネット利用が広まる中で、政策面ではデジタル化が推進されることとなった。コロナ禍直後から、society5.0 に対応したスマートシティや、スーパーシティが推進されてきたが、2021 年度に誕生した岸田政権は、取組を一步進め、デジタルの力を活用して地方の社会課題解決に向けた取組を加速化・深化させる「デジタル田園都市国家構想」を始動させた。

その後、「地方創生」の取組と合体することとなり、2022 年 12 月には「まち・ひと・しごと創生総合戦略」に変わる「デジタル田園都市国家構想総合戦略」が公表された。総合戦略では、「デジタルの力を活用した地方の社会課題解決」に向けて①地方に仕事をつくる、②人の流れをつくる、③結婚、出産、子育ての希望をかなえる、④魅力的な地域をつくるを掲げ、また「デジタル実装の基礎条件整備」に向けて①デジタル基盤の整備、②デジタル人材の育成・確保、③誰一人取り残されないための取組を位置付けている。

具体的な目標として、2027 年度に「地方と東京圏との転入・転出を均衡させること（2021 年度は 83,827 人の転入超過）」、「スタートアップや中小企業等の取組の促進・定着・実装が見られる地域を 900 地域とすること（2022 年 6 月時点で 144 地域）」、「スマートシティの選定数を 2025 年までに 100 地域とすること等が掲げられている。



### デジタル田園都市国家構想総合戦略の全体像

総合戦略の基本的考え方

- ▶ デレワークの普及や地方移住への関心の高まりなど、**社会情勢がこれまでとは大きく変化している中、今こそデジタルの力を活用して地方創生を加速化・深化**し、「**全国どこでも誰もが便利に暮らせる社会**」を目指す。
- ▶ **東京圏への過度な一極集中の是正や多極化を図り、地方に住み働きながら、都会に匹敵する情報やサービスを利用できるようにすることで、地方の社会課題を成長の原動力とし、地方から全国へとボトムアップの成長につなげていく。**
- ▶ デジタル技術の活用は、その**実証の段階から実装の段階に移行**しつつあり、デジタル実装に向けた各府省庁の施策の推進に加え、デジタル田園都市国家構想交付金の活用等により、**各地域の優良事例の成長圏を加速化**。
- ▶ **これまでの地方創生の取組も、全国で取り組まれてきた中で蓄積された成果や知見に基づき、改善を加えながら推進していくことが重要。**

＜総合戦略のポイント＞

- まち・ひと・しごと創生総合戦略を抜本的に改訂し、**2023年度から2027年度までの5か年の新たな総合戦略**を策定。デジタル田園都市国家構想基本方針で定めた取組の方向性に沿って、**各府省庁の施策の充実・具体化**を図るとともに、**KPIとロードマップ（工程表）**を位置付け。
- 地方は、地域それぞれが抱える社会課題等を踏まえ、**地域の個性や魅力を生かした地域ビジョンを再構築し、地方版総合戦略を改訂。地域ビジョン実現に向け**、国は政府一丸となって総合的・効果的に支援する観点から、**必要な施策間の連携をこれまで以上に強化**するとともに、同様の社会課題を抱える複数の地方公共団体が連携して、効果的かつ効率的に課題解決に取り組むことができるよう、**デジタルの力も活用した地域間連携の在り方や推進策を提示**。

施策の方向

デジタルの力を活用した地方の社会課題解決

デジタルの力を活用して地方の社会課題解決に向けた取組を加速化・深化

- 1 **地方に仕事をつくる**  
スタートアップ・エコシステム確立、中小・中堅企業DX（キャッシュレス決済、シェアリングエコノミー等）、スマート農林水産業・食品産業、観光DX、地方大学を核としたイノベーション創出等
- 2 **人の流れをつくる**  
「転機なき移住」の推進、オンライン関係人口の創出・拡大、二地域居住等の推進、地方大学・高校の魅力向上、女性や若者に選ばれる地域づくり等
- 3 **結婚・出産・子育ての希望をかなえる**  
結婚・出産・子育ての支援、仕事と子育ての両立など子育てしやすい環境づくり、こども政策におけるDX等のデジタル技術を活用した地域の様々な取組の推進等
- 4 **魅力的な地域をつくる**  
教育DX、医療・介護分野DX、地域交通・インフラ・物流DX、まちづくり、文化・スポーツ、防災・減災、国土強靱化の強化等、地域コミュニティ機能の維持・強化等

デジタル実装の基礎条件整備

デジタル実装の前提となる取組を国が強力に推進

- 1 **デジタル基盤の整備**  
デジタルインフラの整備、マイナンバーカードの普及促進・利活用拡大、データ連携基盤の構築（デジタル社会実装基盤全国総合整備計画の策定等）、ICTの活用による持続可能性と利便性の高い公共交通ネットワークの整備、エネルギーインフラのデジタル化等
- 2 **デジタル人材の育成・確保**  
デジタル人材育成プラットフォームの構築、職業訓練のデジタル分野の重点化、高等教育機関におけるデジタル人材の育成、デジタル人材の地域への還元促進、女性デジタル人材の育成・確保等
- 3 **誰一人取り残されないための取組**  
デジタル推進委員の展開、デジタル共生社会の実現、経済的格差等に基づくデジタルデバイドの是正、利用視点でのサービスデザイン体制の確立等

地域ビジョンの実現に向けた施策間連携・地域間連携の推進

＜モデル地域ビジョンの例＞

- スマートシティ スーパーシティ
- SDGs未来都市

＜重要施策分野の例＞

- 農学官 協創都市
- 地域交通の リ・デザイン
- 遠隔医療

＜こども政策＞

- 地方創生 デレワーク

＜地域防災力の向上＞

- 教育DX

＜施策間連携の例＞

関係府省庁の施策を取りまとめ、地方にわかりやすい形で提示

重点支援

モデルとなる地域を選定し、選定地域の評価・支援

優良事例の横展開

他地域のモデルとなる優良事例の周知・共有、横展開

伴走型支援

ワンストップ型相談体制の構築や地方支分部局の活用等による伴走型支援

＜地域間連携の例＞

デジタルを活用した取組の深化

自治体間連携の枠組みにおけるデジタル活用の取組を促進

重点支援

国が事業の採択や地域の選定等を行う際に、地域間連携を行う取組を評価・支援

優良事例の横展開

地域間連携の優良事例を収集し、メニューブック等を通じて広く周知・共有

出所) 内閣官房「デジタル田園都市国家構想総合戦略（2023年度～2027年度）」

8

### (新しい国土形成計画の検討と「地域生活圏」)

デジタル田園都市国家構想とともに、国土構造の面で注目されるのは、新しい第三次国土形成計画の策定作業であろう。2022年7月に、国土審議会計画部会から「国土形成計画（全国計画）中間とりまとめ」が公表された。

中間とりまとめでは、ローカル、グローバル、ネットワークというこれからの国土で重要な3つの視点を踏まえて重点をおくべき方向として、①地域生活圏、②世界唯一の新たな大都市圏（スーパー・メガリージョンの進化）、③令和の産業再配置が打ち出されているが、今後の地域のあり方については、地域の関係者がデジタルを活用して自らデザインする新たな圏域としては掲げられている「地域生活圏」が注目される。

「地域生活圏」は、①官民の多様な主体が共創して、②デジタルを徹底活用し、③生活者・事業者の利便を最適化しつつ、④横串の発想 という4つの原理で取組を独自に考え行動する範囲と定義され、将来にわたり暮らしに不可欠な諸機能の維持・向上を図ることが目指されている。これは、人口減少が進む中で、デジタルによる課題解決に着目した新しい生活圏の考え方であり、市町村界に捉われずに地域が連携する中で、4つの原理をうまく取り入れることが目指されている。

地域生活圏の具体的なイメージについて、デジタル活用や人々の行動範囲の広域化などを考慮した1つの目安となる規模として、1時間圏内10万人前後という規模が示されている。これまでの国土計画では、様々な機能が立地する圏域規模を30万人として約300の圏域で構成するという議論が行われてきたが、圏域規模の目安が10万人となることで、地域によってはより分散型の国土形成が目指されることになる。

分散型の国土構造を構成する圏域イメージ

	主な役割	主な機能
全国	<ul style="list-style-type: none"> <li>世界にも通じるオンリーワンの提供</li> <li>我が国の国際競争力の強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>金融センター等の国際ビジネス中枢拠点</li> <li>国際戦略港湾、国際空港</li> <li>日本唯一の店舗・イベント(世界ツアー)</li> <li>国会、中央省庁、各種国立施設・機関等</li> </ul>
広域ブロック	<ul style="list-style-type: none"> <li>非日常の高次都市的機能の提供</li> <li>広域ブロック圏域内の連携・調整</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>主要国立大学、大企業の支社等</li> <li>広域ブロックと世界をつなぐ拠点港湾、空港</li> <li>全国数箇所の店舗・イベント(8大都市ツアー)</li> <li>観光誘致等の取組における広域連携</li> <li>国の地方支分部局等</li> </ul>
地域生活圏	<ul style="list-style-type: none"> <li>日常生活の基盤(通勤・通学圏)</li> <li>日常の都市的機能の提供</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域金融機関、法律・会計等の業務支援機能</li> <li>大学や高専等の高等教育機関</li> <li>圏域内外の交通手段(鉄道、バス、空港)</li> <li>救命救急を担える医療機関</li> <li>衣・食・住などの総合的な買い物サービス</li> </ul>
生活エリア(小学校区程度)	<ul style="list-style-type: none"> <li>身近な生活関連サービスの提供</li> <li>地域コミュニティ形成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日用品を購入するスーパーやコンビニ</li> <li>診療所などの身近な医療機関(かかりつけ医)</li> <li>コミュニティバス等の移動支援サービス</li> <li>公民館や集会所</li> </ul>

出所) 国土審議会計画部会資料

## 1-5 コロナ禍のもとでの状況変化

以上で紹介した動向やその他の関連情報から、コロナ禍の元での状況変化を再整理すると、以下のようにまとめることができる。

コロナ禍に伴う生産活動・生活行動・地域活動の変化

区分		コロナ禍直後	この2年間の変化	今後の見通し、期待
人口分布	地方定住	<ul style="list-style-type: none"> <li>東京への転入超過の激減</li> <li>郊外部・地方移住の増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>人口流動の安定化</li> <li>東京都心から郊外部、地方都市等への転出増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>若者の地方居住指向</li> <li>地方定住、地方分散の拡大</li> </ul>
	地方分散			
生産活動	業務機能	<ul style="list-style-type: none"> <li>本社等への入社制限のもとで、テレワークを活用</li> <li>就業制度の柔軟な運用事例の輩出</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>テレワークの普及</li> <li>オフィス立地見直し、就業制度見直しの普及拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>業務機能等の郊外部、地方中枢中核都市等への分散</li> </ul>
	小売業	<ul style="list-style-type: none"> <li>三密回避のもとでの停滞</li> <li>ネット販売の増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ネット販売の定着</li> <li>ウィズコロナ型営業の試行・定着</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>体験価値の提供に重点を置く出店、サービス形態への移行</li> </ul>
	飲食・接客サービス業	<ul style="list-style-type: none"> <li>開店時間の制限に伴う事業縮小</li> <li>デリバリーサービス等、ネット対応型事業への転換</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新業態の定着</li> <li>ウィズコロナ型営業の試行・定着</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>インバウンド回復による活性化</li> </ul>
生活行動	就業・通勤	<ul style="list-style-type: none"> <li>入社抑制、テレワークによる勤務</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>職住近接型勤務形態の定着</li> <li>業務形態の多様化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>就業形態の一層の多様化</li> </ul>
	買物	<ul style="list-style-type: none"> <li>三密回避のためネットショッピングを活用</li> <li>キャッシュレス決済</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>居住地周辺における消費行動の増加</li> <li>ウィズコロナ型行動への移行</li> <li>キャッシュレス決済の定着</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コロナ禍終焉後に本格的に回復</li> <li>潜在的なリアルニーズに対応した体験価値を重視した買物スタイルの浸透</li> </ul>
	外食	<ul style="list-style-type: none"> <li>三密回避のため店内飲食の抑制、デリバリー、テイクアウトの活用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>居住地周辺における消費行動の増加</li> <li>ウィズコロナ型行動への移行</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コロナ禍終焉後に本格的に回復</li> </ul>
	趣味・娯楽・スポーツ	<ul style="list-style-type: none"> <li>三密回避のため活動抑制</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ウィズコロナ型行動への移行</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コロナ禍終焉後に本格的に回復</li> </ul>
	交際・付き合い	<ul style="list-style-type: none"> <li>三密回避のため活動抑制</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>外出抑制からウィズコロナ型行動への移行</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コロナ禍終焉後に本格的に回復</li> </ul>
	地域政策	中小企業活性化	<ul style="list-style-type: none"> <li>交付金措置</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>交付金措置、需要喚起</li> </ul>
	情報化	<ul style="list-style-type: none"> <li>テレワーク促進</li> <li>スマートシティ、スーパーシティ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>モデル事業の展開</li> <li>デジタル田園都市国家構想の始動、検討</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新しいひとの流れの実現(地方と東京圏との人口流動の均衡)</li> </ul>



## 2. ウィズコロナ・アフターコロナのもとでの中心市街地に係るニーズ

コロナ禍のもと社会環境が変化する中で、人々の「中心市街地（まちの中心）」に対するニーズはどのように変化しているのだろうか。第2章では、中心市街地（まちの中心）における活動やまちづくりに対する意識を本調査で実施したアンケート調査の結果を中心に確認する。

### 2-1 中心市街地(まちの中心)の捉え方

#### (地域によって異なる中心市街地の捉え方)

- ・ 中心市街地の活性化に関する法律(中心市街地活性化法)によれば「中心市街地」とは、相当数の小売商業者が集積し、及び都市機能が相当程度集積しており、その存在している市町村の中心としての役割を果たしている市街地のことであり、「地域における社会的、経済的及び文化的活動の拠点となるにふさわしい魅力ある市街地の形成を図ること」が基本とされている。
- ・ ただしアンケート調査によると、具体的な中心市街地（まちの中心）のイメージは、市町村の中心ではなく、大都市圏の中心と捉えられている場合がある等、地域によって異なっていることがわかった。
  - 東京圏では、大都市圏の中心部（東京都心）が約3割、郊外部の拠点都市が約2割となっており、大都市圏の中心部が中心市街地（まちの中心）と意識されている。
  - 大阪圏、名古屋圏では、大都市圏の中心部が約2割、郊外部の拠点都市が約1.5割となっており、東京圏ほどではないが大都市圏の中心部が中心市街地（まちの中心）と意識されている。
  - 地方圏（その他の地域）では、県庁所在都市の中心部が16%、中都市中心部が11%、日常生活圏の中心部が15%であり、三大都市圏以外の拠点が多くなっている。

#### (年齢とともに変化する中心市街地の捉え方)

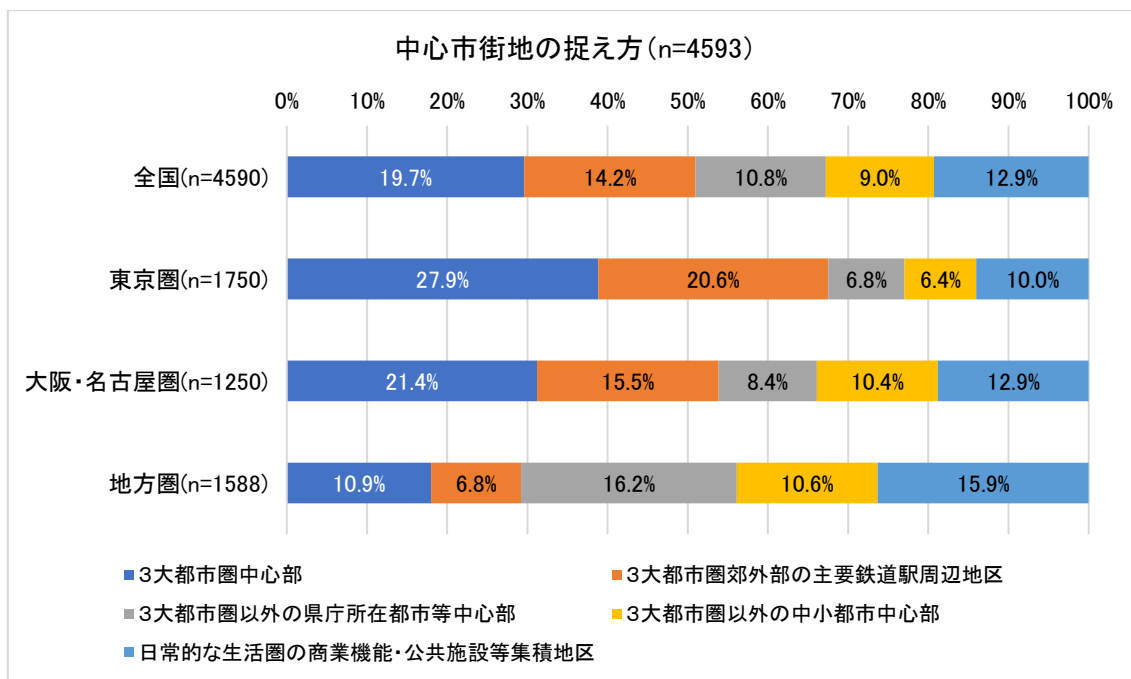
- ・ 年齢別にみると、年齢が高くなるほど、日常生活圏の商業拠点・公共施設等の集積地区を選択しており、生活圏が年齢とともに身近な範囲へと変化する傾向のあることが窺われる。

#### (本稿における中心市街地の扱い)

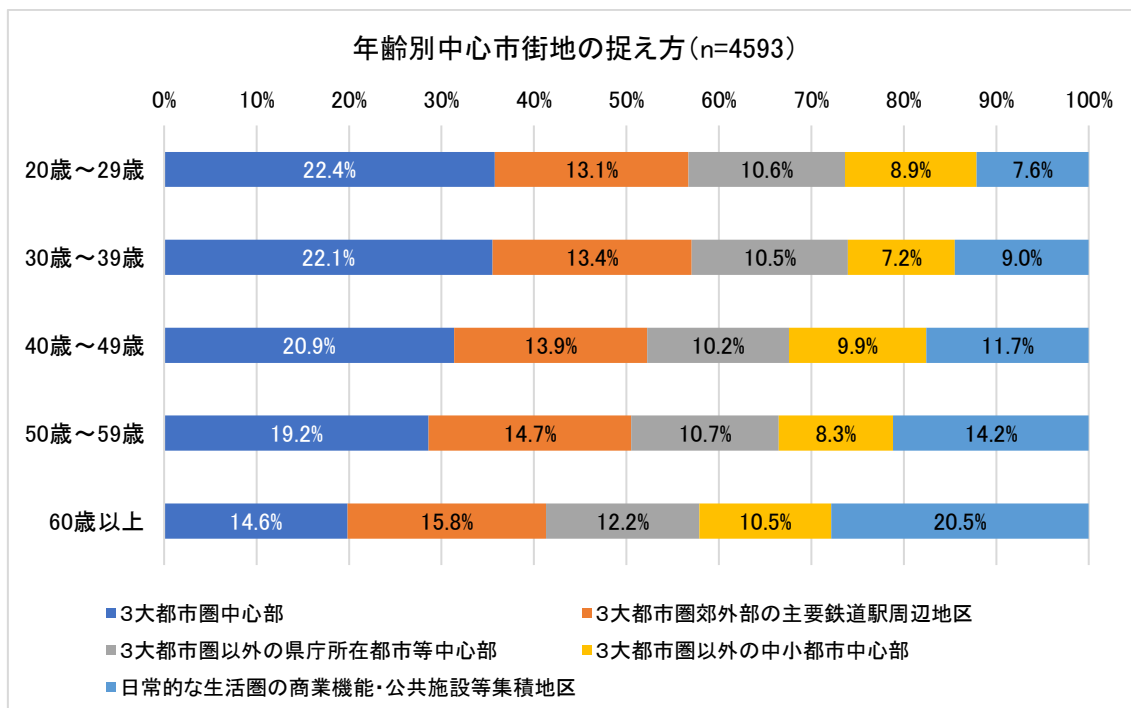
- ・ 上記の結果から、中心市街地（まちの中心）のあり方の検討に当たっては、地域や年齢層による中心市街地（まちの中心）の捉え方の差も考慮することが望ましいと考えられる。その一方で、中心市街地（まちの中心）における行動との関係をみると、大都市圏の中心部と捉える回答者では「仕事」「外食・レジャー・娯楽」での訪問がやや多く、

日常的な生活圏の商業・公共施設等集積地区と捉える回答者では、これらの回答がやや少なかったものの、全体としての傾向は同様であった。

- ・ 以降では、こうした「中心市街地」の捉え方の差は区別せず、中心市街地一般として議論することとしたが、細かくみるとこうした差が存在していることに留意されたい。



注) 不明 (わからない/あてはまるものはない) を除く

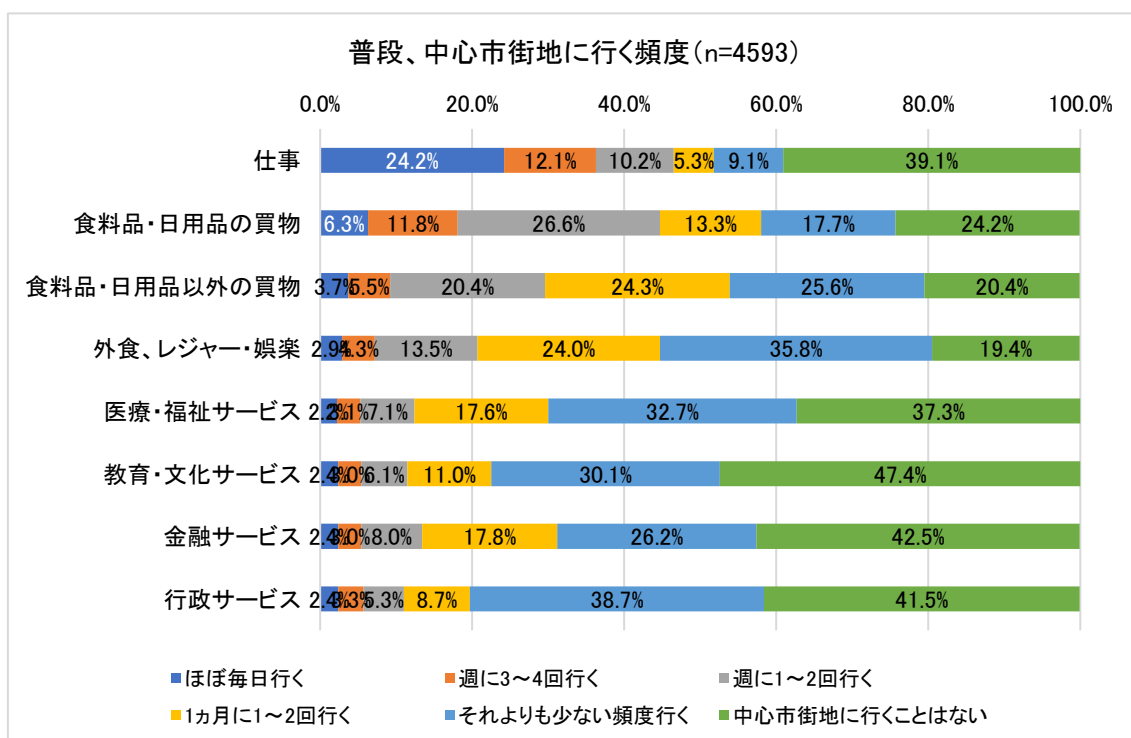


注) 不明 (わからない/あてはまるものはない) を除く

## 2-2 コロナ禍による中心市街地(まちの中心)への訪問頻度への影響

(就業、買物の拠点として性格が強い中心市街地(まちの中心))

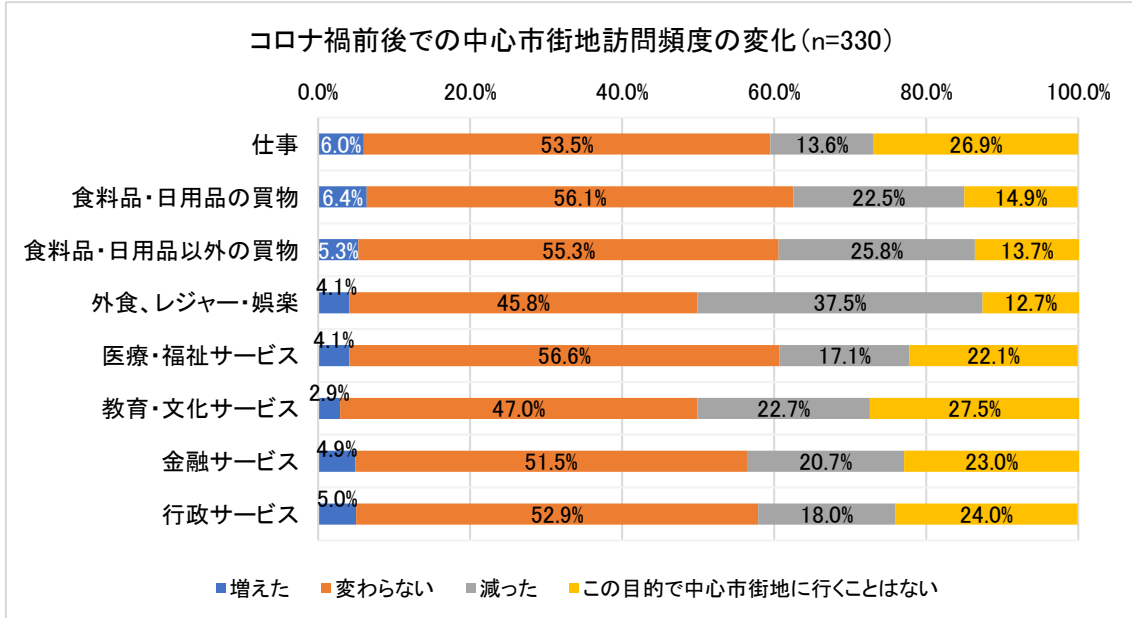
- ・ 中心市街地(まちの中心)との係わりを訪問頻度によってみると、頻度が高いのは仕事、食料品・日用品の買物である。仕事についてはほぼ毎日行くという回答が多く、中心市街地(まちの中心)は仕事をする場所としての性格が強いことが窺われる。
- ・ 主な機能について下記の点を指摘することができる。
  - 仕事については、中心市街地(まちの中心)を訪問する頻度が多いという回答が多いものの、この目的では訪問しないという回答も約4割を占める。これは農業従事者や工場労働者等は就業の場が基本的には中心市街地(まちの中心)以外であるためと推察される。
  - 医療・福祉サービス、金融サービスは、「1か月に1~2回行く」が約2割を占め、それ以上行くという回を含めるとおおむね3割を占める。
  - 教育・文化サービス、行政サービスは、1か月に1~2回以上行くという回答が1割程度であり、それ以上行くという回答を含めても約2割と訪問頻度が低い。



(コロナ禍で訪問頻度が減少したのは外食・レジャー、買回品の買物)

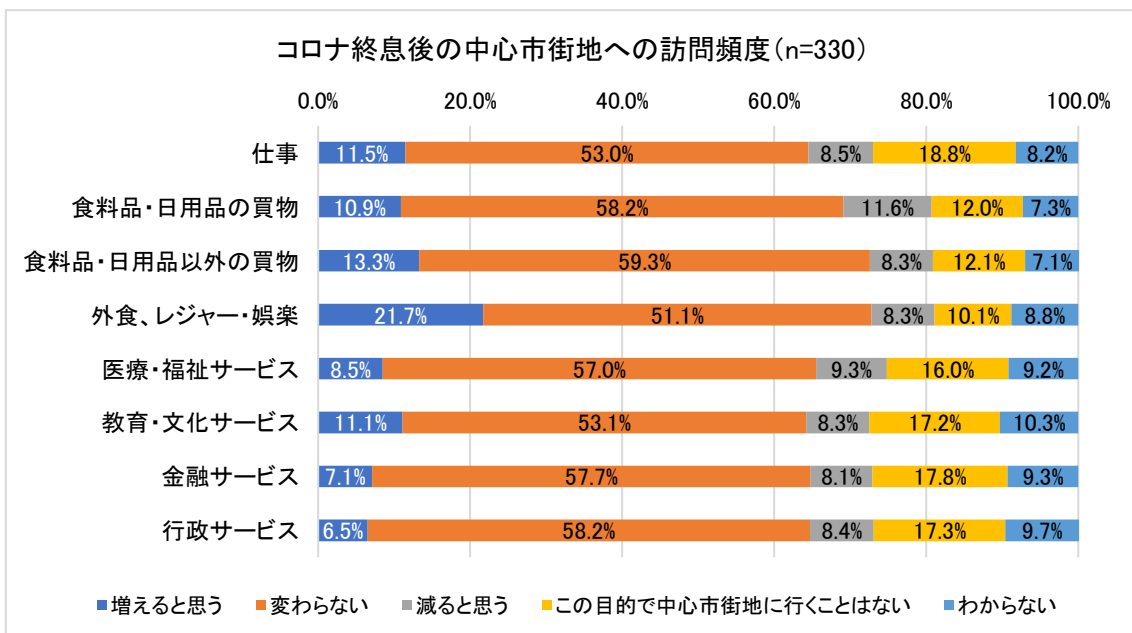
- ・ 一方、コロナ禍前後の訪問頻度については、生活行動全般について変わらないが約5割を占めるが、減少したという回答がそれに次いで多く、増えたという回答は少ない。
- ・ 目的別にみると、減少したという回答が多いのは、「外食・レジャー・娯楽」「食料品・

日用品以外の買物」等であり、減少したという回答が少ないのは「仕事」「医療・福祉サービス」である。必要性が小さい活動について、行動を抑制している傾向が窺われる。



(コロナ禍終息後に訪問が増えるのは外食・レジャー・娯楽等)

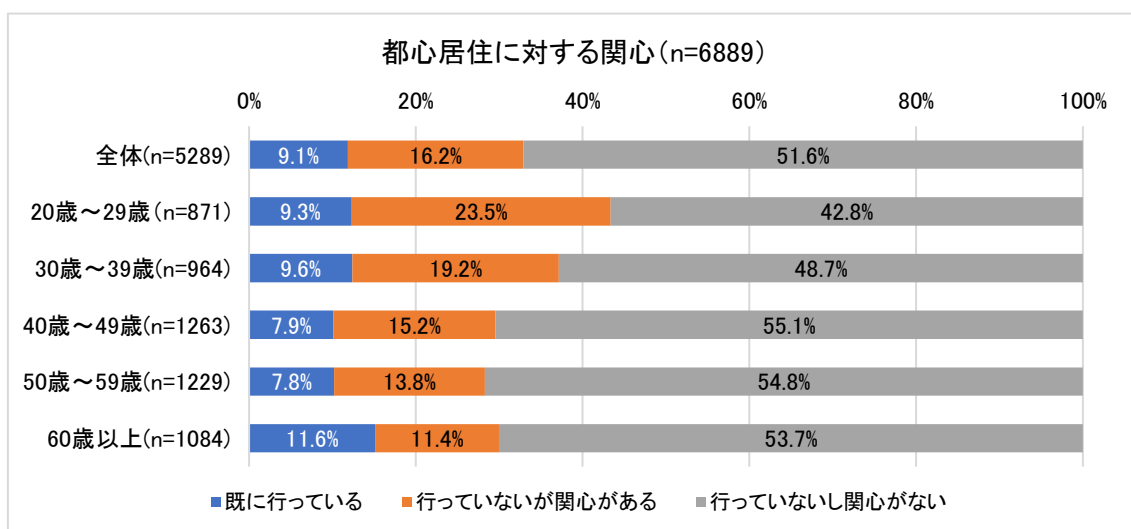
- コロナ禍が終息した場合に訪問が増える行動としては、「外食・レジャー」が 21.7%と多く「食料品・日用品以外の買物」がこれに次いでおり、抑制している行動について潜在的な行動ニーズのあることが窺われる。



## 2-3 都心居住に対する意識

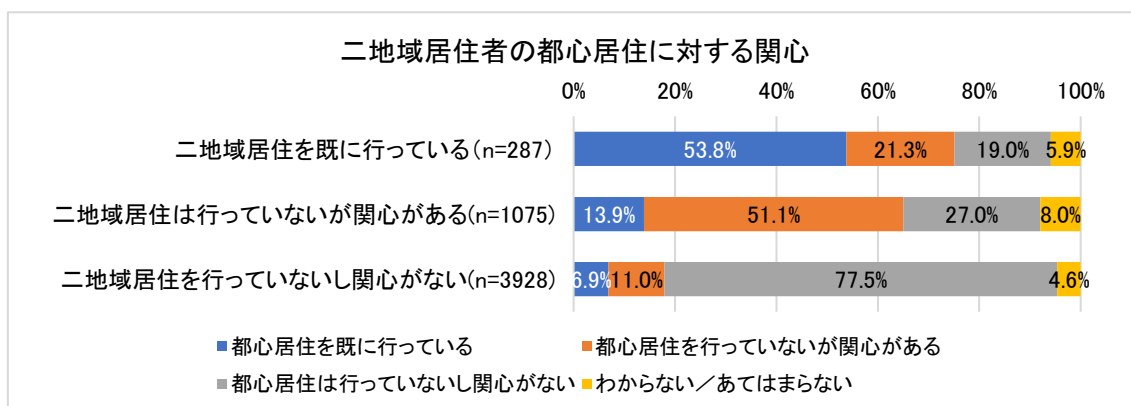
### (若者の関心が高い都心居住に対する関心)

- ・ コロナ禍がおさまった後のライフスタイルについて、ターミナル駅周辺等の中心市街地（まちの中心）における居住生活については既に行っている、行っていないが関心がある、という回答を合わせると35%を占める。若い年代層の関心が高いが、60歳以上では既に居住しているという回答が多くなる。
- ・ また、職業別にみると、経営者・役員や事務職が多く、オフィスワーカーが都心居住指向を有していることが窺われる。



### (二地域居住と連携した都心居住ニーズの存在)

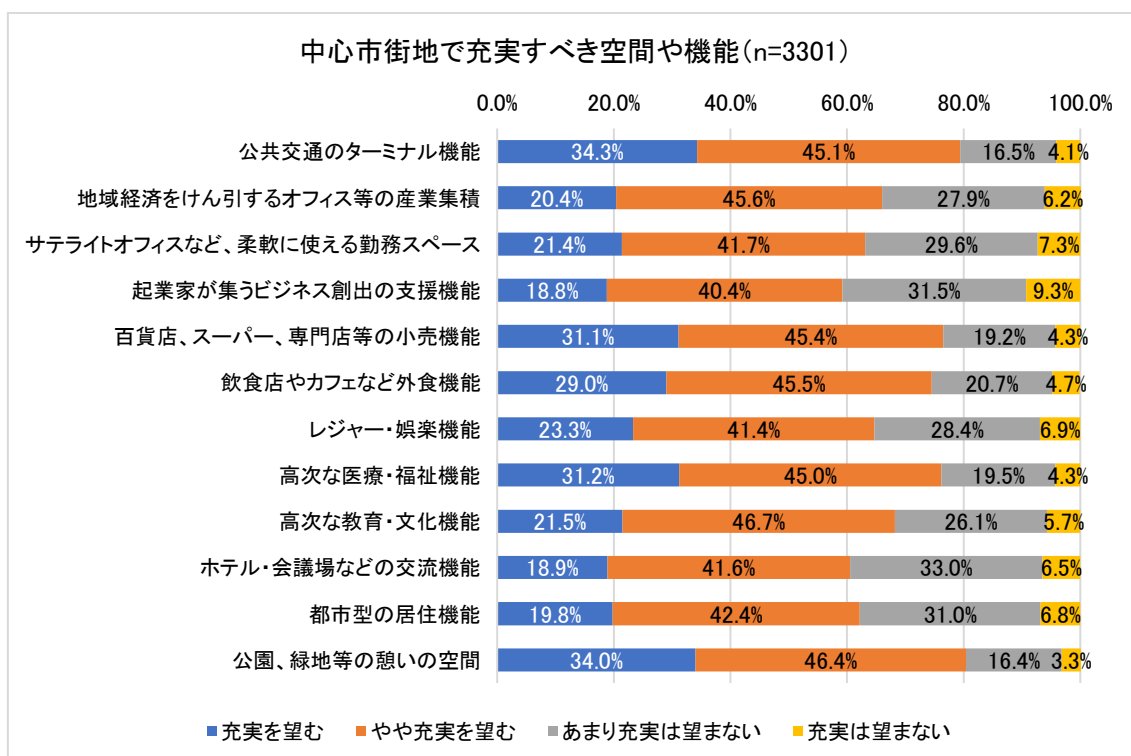
- ・ 都心居住に関連して注目されるのは、都市住民の新しい住まい方として注目されている二地域居住と都心居住との関係性が強いことである。二地域居住をおこなっている回答者はほとんど都心居住を行っており、行っていない場合も、都心居住に対して関心を持っている回答者が多い。



## 2-4 これからの中心市街地(まちの中心)に対する機能・空間整備ニーズ

(ニーズが大きい交通ターミナル機能、憩い空間等)

- ・ 中心市街地(まちの中心)で充実すべき空間や機能としては、「公共交通のターミナル機能」、「公園・緑地等の憩いの空間」、「高次の医療・福祉機能、高次商業機能」、「外食機能」について、充実を望むという回答が3割を超え、やや充実を望むも含めると8割近かった。他の機能についても充実を望むという回答が約2割を占め、やや充実を望むも含めると6割以上となった。
- ・ 空間・機能に対するニーズは、地域別による傾向の差はみられなかった。



注) 対象は、中心市街地への訪問頻度が月に1回以上という回答者

(年齢によって異なる空間・機能ニーズ)

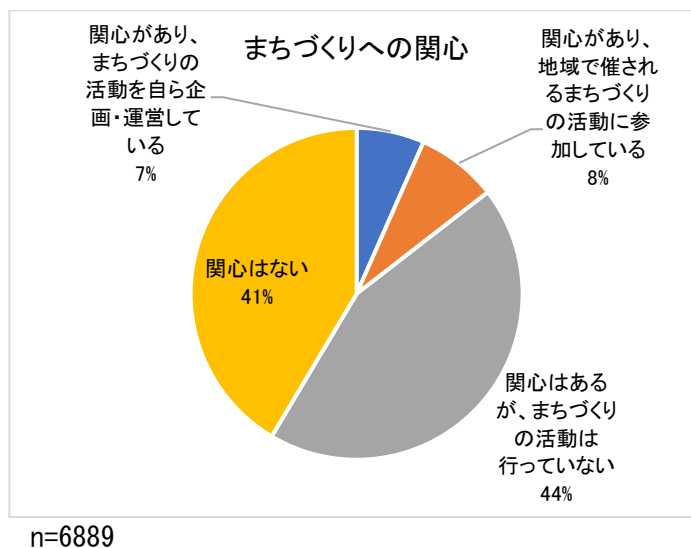
- ・ それぞれの機能に対するニーズは年齢によって異なっており、下記の特徴があった。
  - 公共交通のターミナル機能と医療・福祉機能は、年齢が高くなるほど充実を望むという回答が多くなる。
  - オフィス等の産業機能、勤務スペース、起業支援機能は、20-30歳代の回答がやや充実を含めると7割程度と多く、60歳以上になると回答率が低下する。ホテル・会議などの交流機能、都市型の居住機能もほぼ同様の傾向を示している。
  - レジャー・娯楽機能は、30歳代で充実を望むという回答が約3割と多い。
  - 公園・緑地等の憩いの空間は、充実を望むという回答が、すべての年齢層で3割を超えており、年齢の差はあまりない。

## 2-5 まちづくり活動に関する意識

中心市街地活性化にあたっては、住民等の参加意識が重要であるため、コロナ禍におけるまちづくり活動に対する意識を調査した。

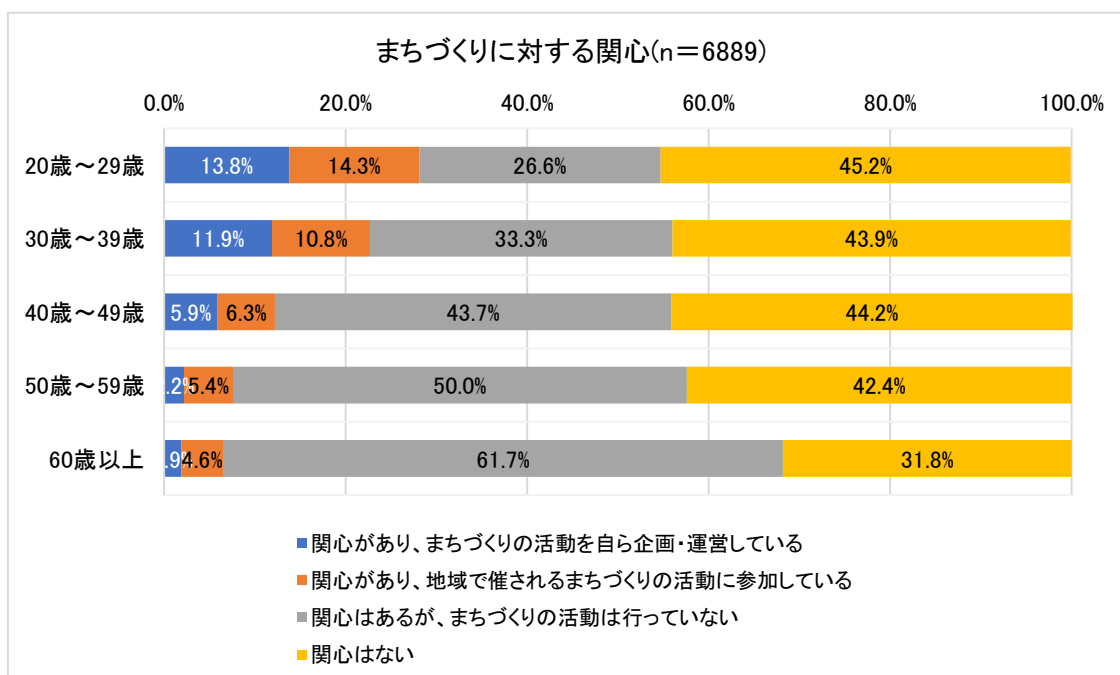
(まちづくりに関心があるという回答は約6割、ただし積極的な参加者は一部)

- まちづくりに関心があるという回答は約6割。このうち、積極的にまちづくりに取り組んでいる回答者は7%、関心があり催し等に参加しているという回答者が8%と15%に留まった。



(積極的活動の中心は20~30歳代、関心は高いが活動が行えていない60歳代)

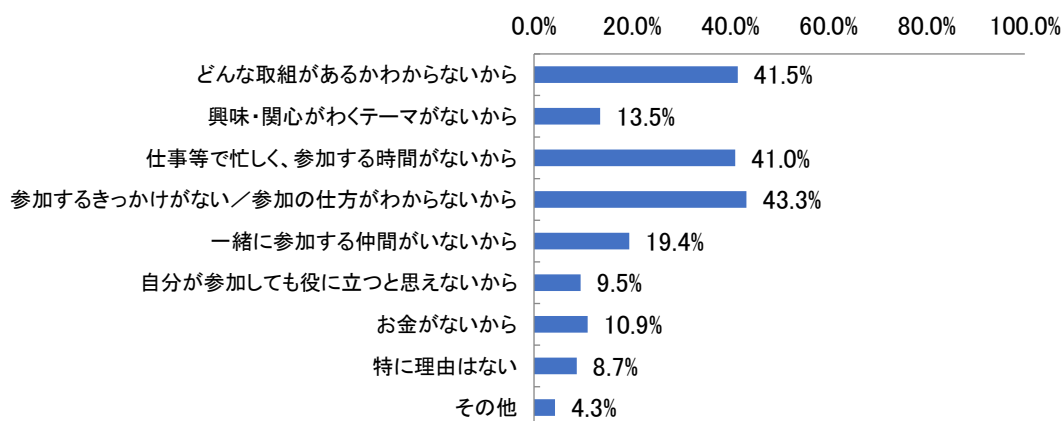
- 回答者の属性別にみると、男性の方が女性より関心が高い。また自ら積極的に関わっているのは20-30代である。また60代以上は、関心は高いものの、活動できていない。



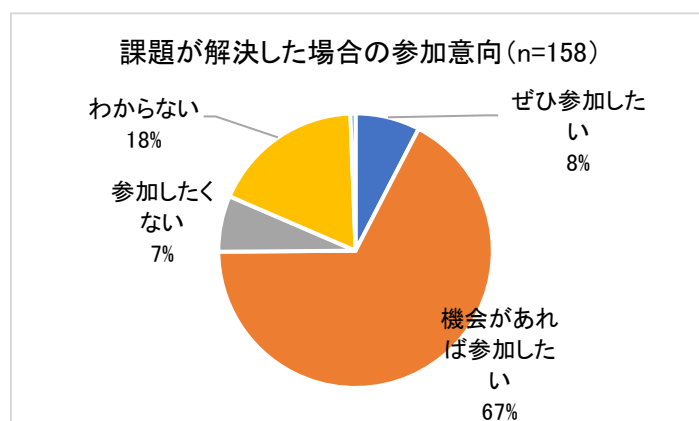
(活動を行えていないのは参加のきっかけ不足、取組の認知不足など)

- ・ まちづくり活動を行えてない理由についてサンプル調査で確認したところ、参加のきっかけ不足、取組の認知不足、そして多忙によるものという回答が多い。

活動を行えていない理由 (n=173)

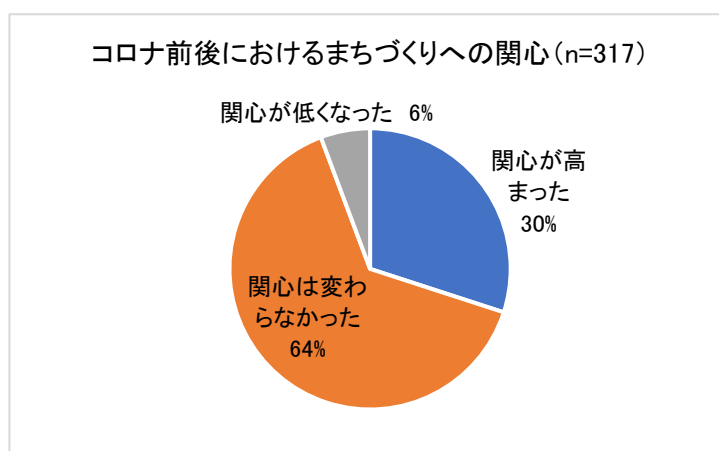


- ・ ただし、課題が解決した場合の参加意向については、「機会があれば参加したい」との回答が6割以上と多く、潜在的な参加ポテンシャルは高いと推察される。



(コロナ禍を機に高まったまちづくりへの関心)

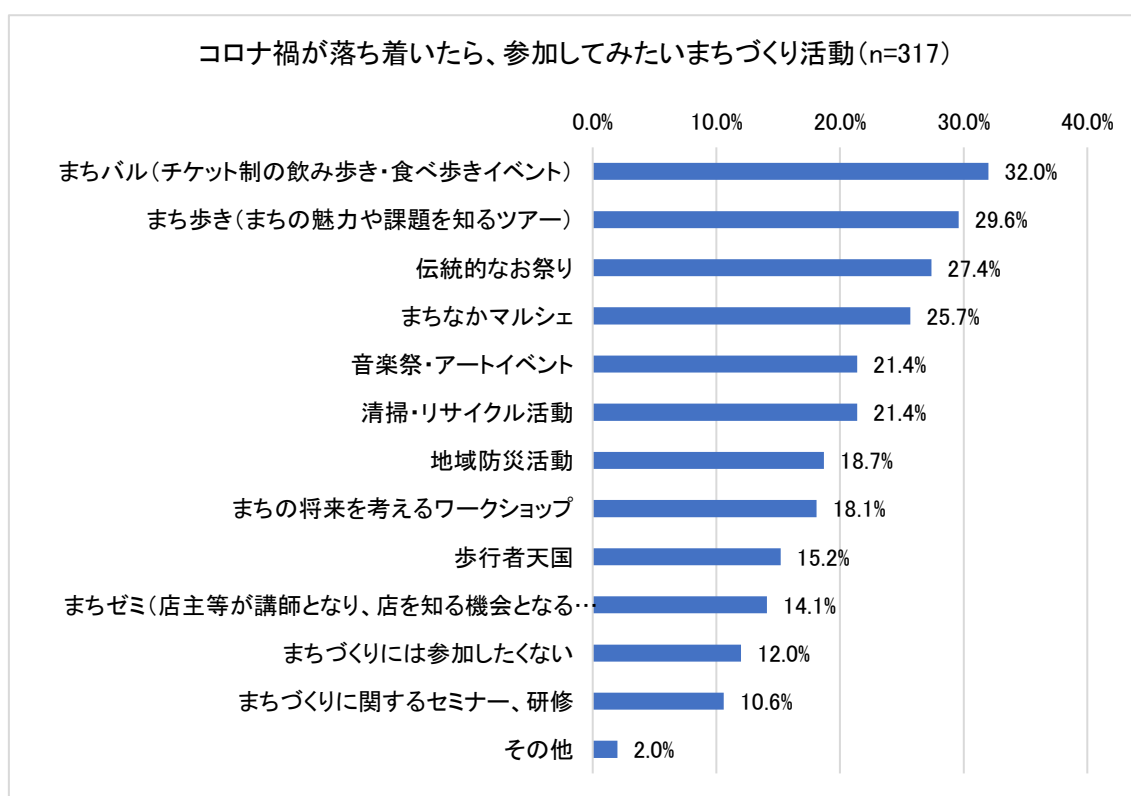
- ・ また、コロナ禍の前後におけるまちづくりの関心について、関心が高まったとの回答が約3割を占めていることが注目される。





### (コロナ禍が落ち着いたら活動してみたい取組)

- ・ コロナ禍が落ち着いたら参加してみたいまちづくり活動としては、「まちバル (チケット制の飲み歩き・食べ歩きイベント)」「まち歩き (街の魅力や課題を知るツアー)」「伝統的なお祭り」「まちなかマルシェ」等が多かった。
- ・ コロナ禍で抑制されていた外出機会が求められている。きっかけ作りとしては、まち歩き等、気軽に参加できる取組が有効だと考えられる。



## 2-6 中心市街地活性化の必要性と課題

以上の調査結果から、中心市街地 (まちの中心) は、コロナ禍のもとで来訪者が減少したが、潜在的な来訪ニーズは高いことが明らかになった。中心市街地 (まちの中心) は交通の利便性が高く、集積のメリットを活かした機能集積が存在しており、こうした集積のメリットに対するニーズを反映したものだと考えられる。

特に、就業、食料品・日用品の買物等の生活に必須な分野においては、中心市街地 (まちの中心) は活動の拠点となっており、高い頻度で訪れる人が多い。外食、付き合い等の必ずしも生活に必須ではない活動については、依然として活動抑制傾向が強いが、コロナ禍終息後は訪問頻度がある程度までは回復するものと推察される。

今後の中心市街地 (まちの中心) に対する機能、空間ニーズとしては交通のターミナル機能、憩いの場、商業機能等が大きいと見られるが、年齢層によって差が大きいことにも留意する必要がある。

ある。コロナ禍を機に在宅勤務者等が増えたことも踏まえて、多様な機能ニーズに応えられるようにすることが重要だと考えられる。

中心市街地（まちの中心）の活性化に当たっては、まちづくりへの参画者を増やすことも重要である。現状は6割が関心を有しているが実際に活動・参加している人は15%にとどまっている。また、多くの中心市街地（まちの中心）では、コロナ対策のため、イベント開催等を自粛している状況である。ただしコロナ禍後にまちづくりに対する関心が高まったという回答者が3割程度おり、参画を推進することが望まれる。

中心市街地（まちの中心）との係わりとニーズ（まとめ）

区分		中心市街地の位置づけ	コロナ禍のもとでの状況変化	中心市街地に対する機能・空間ニーズ
生活行動	全般	<ul style="list-style-type: none"> <li>中心市街地の捉え方は、大都市圏では、大都市圏中心、郊外部拠点都市</li> <li>地方では県庁所在都市、地方中小都市中心地区</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コロナ禍発生直後は外出が抑制されていたが、徐々に緩和</li> <li>大規模イベント、交流などについては抑制傾向が残っている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ニーズが大きいのは、「公共交通のターミナル機能」「公園・緑地等の憩いの空間」「高次な医療・福祉機能」「高次商業機能」「外食機能」等</li> <li>それぞれの機能に対するニーズは年齢によって異なる傾向を示している。</li> </ul>
	通勤	<ul style="list-style-type: none"> <li>週に3日以上行くという回答が約4割と多い。</li> <li>行かないも約4割</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>変わらない約5割、減った14%</li> </ul>	
	買物	<ul style="list-style-type: none"> <li>食料品・日用品は週3回以上約3割、それ以外は約1割</li> <li>行かない約2割</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>変わらない約5割強、減った2割強</li> </ul>	
	外食・レジャー・娯楽	<ul style="list-style-type: none"> <li>週3回以上1割未満</li> <li>行かない約2割</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>変わらない5割弱、減った約4割</li> <li>コロナ終息後に増えるが約2割と多い。</li> </ul>	
	医療・福祉サービス	<ul style="list-style-type: none"> <li>週3回以上1割未満</li> <li>行かない約4割</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>変わらない5割強、減った2割弱</li> </ul>	
	教育・文化サービス	<ul style="list-style-type: none"> <li>週3回以上1割未満</li> <li>行かない5割弱</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>変わらない5割弱、減った2割強</li> </ul>	
	金融サービス	<ul style="list-style-type: none"> <li>週3回以上1割未満</li> <li>行かない4割強</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>変わらない5割、減った2割</li> </ul>	
	行政サービス	<ul style="list-style-type: none"> <li>週3回以上1割未満</li> <li>行かない4割強</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>変わらない5割、減った2割</li> </ul>	
地域活動	まちづくり活動	<ul style="list-style-type: none"> <li>コロナの前後でまちづくりに対する関心が高まったという回答が約3割</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>三密回避のため、イベントを休止する等、活動が限定的に活動</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>まちづくりに関心があるという回答は約6割だが、実際の参加者は15%程度。</li> <li>参加にはきっかけが必要</li> </ul>

## 3. 地域生活圏における「中心市街地活性化2.0」の展開

### 3-1 アフターコロナの中心市街地像 –身近な CBD としての中心市街地–

コロナ禍の発生に伴う三密回避の動きの中で、1990年代末から続いてきた東京圏、特に東京23区への人口転入超過傾向はいったん解消し、郊外部や地方への分散が進行した。また就業場所を規定する産業立地の面では本社の地方移転を実施する企業が増加し、テレワークの導入や就業場所の緩和等就業規則を見直す企業も輩出することになった。

人口動態統計によれば、2022年になって東京圏の人口は再び転入超過の兆しもみられるが、就業規則の見直しや本社・サテライトオフィスの移転等、産業立地の構造的な変化が着実に進んでおり、国土における人口流動、人口分布は新たな局面を迎えたといえることができるだろう。

人口減少社会の趨勢を展望すると、デジタル田園都市国家構想総合戦略で、東京圏との転入・転出を均衡させることが2027年度に達成すべき目標の一つとして位置付けられたように、東京一極集中の是正に向けて、改めてこの機を捉えて、人口や諸機能の分散化のトレンドを定着させることが重要だと思われる。

このような分散型の地域づくりを実現するために、中心市街地（まちの中心）は、引き続き社会的、経済的及び文化的拠点としての役割を果たす必要がある。デジタル社会のもとでも、中心市街地（まちの中心）は依然として集積の経済がもたらす優位性を擁しており、その特性を活かすことで産業立地や各種のサービス機能の立地を通じた拠点形成が可能である。

その際、分散型の地域づくりを進めるうえで特に重要なのは、これまで中心市街地活性化政策で求められていた生活サービスの拠点としての機能を産業が立地する就業の場として拡張することである。地域の稼ぐ力の強化に資する産業の立地拠点として、「身近な CBD（中心業務地区、まちや都市のなかでオフィスや店舗等が特に集積している地区）」としての中心市街地像を目指すべきだと考えられる。

「身近な CBD としての中心市街地」の実現に向けて、「地域生活圏の拠点形成」「中心市街地活性化 2.0」という2つの課題に対応することが望まれる。

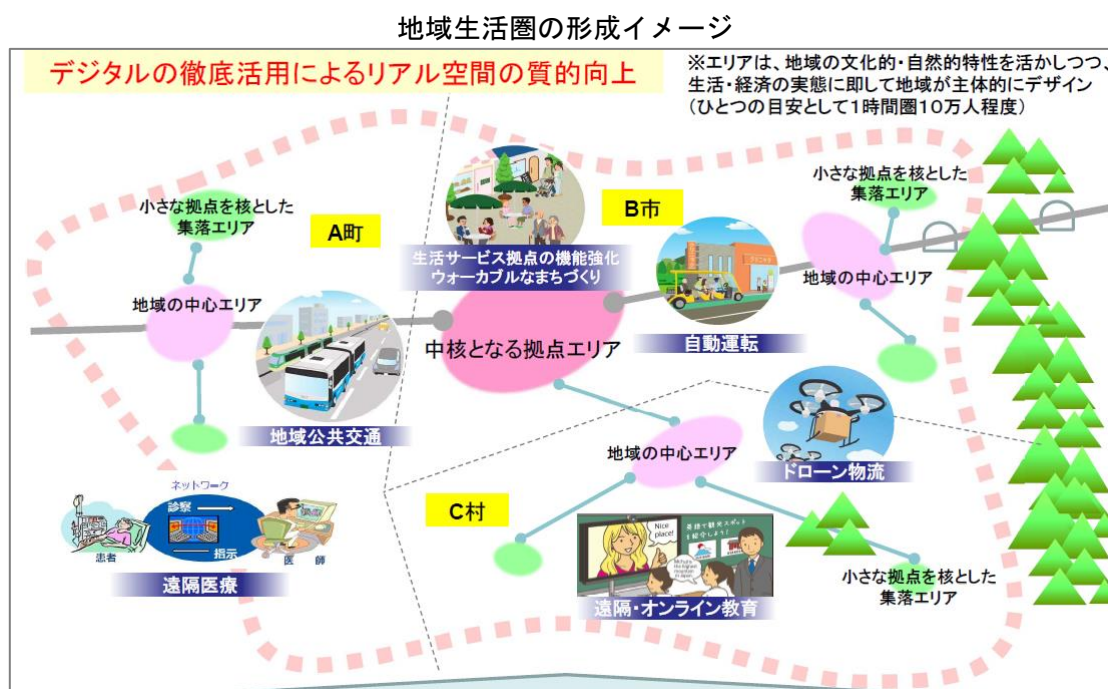
#### （地域生活圏の拠点形成）

「地域生活圏」は、現在、策定作業が進められている第三次国土形成計画で展開されようとしている国土形成の基礎となる圏域である。医療・交通等の都市的機能の提供を可能とする人口の集積条件や経済圏の形成を考慮し、1時間圏約10万人前後の規模が想定されており、分散型国土構造の基盤となる。これからの国土形成に当たっては、広域ブロックの拠点となる中枢・中核都市に加えて、地域生活圏における機能の拡充が課題となると考えられる。

圏域規模の検討に当たっては、地域金融機関、法律・会計等の業務支援機能、大学や高専

等の高等教育機関、圏域内外の交通手段（鉄道、バス、空港）、救命救急を担える医療機関、衣・食・住などの総合的な買い物サービス等の機能立地が検討されている。

こうした機能はデジタルを活用したサービス提供が行われるが、リアルな機能立地の受け皿としては、業務機能や、多様な都市機能が集積し、集積のメリットが活かせる中心市街地（まちの中心）の形成を進める必要がある。国土形成計画が展開される中で、中心市街地（まちの中心）において、拠点性を担う産業・機能集積と空間形成を進める必要がある。



出所) 国土審議会計画部会資料「デジタルとリアルが融合した地域生活圏の形成について」

### 圏域規模に応じた機能の立地状況

機能	機能立地状況
医療	・ 患者 20 人以上の入院施設を有する「一般病院」、「救急告示病院」は、人口 5 万人以上の市町村で 9 割以上、人口 10 万人以上で概ね 10 割立地。
福祉	・ 「特別養護老人ホーム」、「介護老人保健施設」及び「有料老人ホーム」と、在宅型サービスである「訪問介護事業」は、人口 5 万人以上の市町村で概ね 9 割以上、人口 10 万人以上で概ね 10 割立地
買物	・ 「専門スーパー」や「ドラッグストア」は、人口 5 万人以上の市町村で概ね 10 割立地し、「家電大型専門店」は、人口 5 万人以上の市町村で概ね 9 割以上立地
ビジネス	・ 「税理士事務所」や「行政書士事務所」は、人口 5 万人以上の市町村で 9 割以上、人口 10 万人以上で 10 割立地。「法律事務所」や業務のデジタル化を支援する「インターネット附随サービス業」は、人口 10 万人以上の市町村で概ね 9 割以上立地
交通	・ 民間事業者がバス交通を自力で維持するには、ある程度のみとまりをもった地方都市で 30～40 万人程度が限界

出所) 国土交通省「ローカルの視点（地域生活圏）等について」（第 4 回国土審議会計画部会資料より）

## （中心市街地活性化2.0の展開）

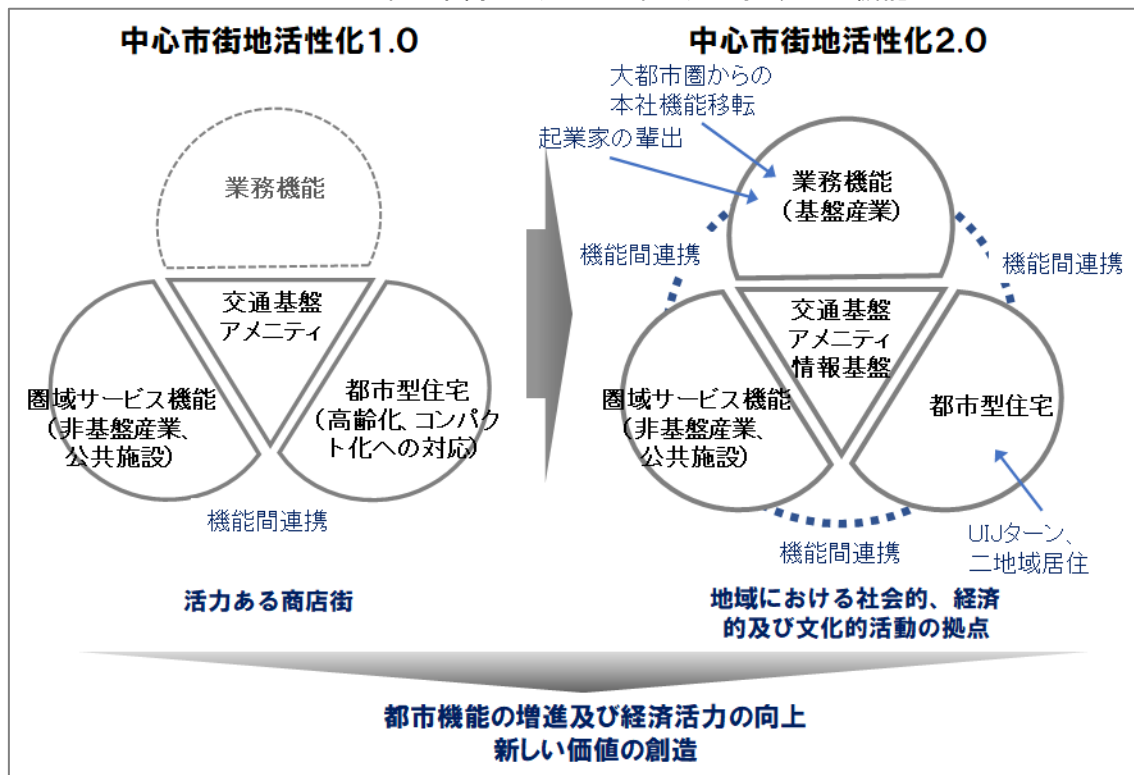
「身近な CBD としての中心市街地」の実現に向けてもうひとつの課題は、2021年3月に公表した提言書で提起した「中心市街地活性化2.0」の展開である。

今回、実施した調査結果からも、中心市街地（まちの中心）は、買物等生活行動の中心としてだけでなく、就業の拠点としての性格を強く有しており、地域の産業活動の拠点であることが改めて明らかになった。

今日、求められている中心市街地（まちの中心）の役割は、地域の稼ぐ力を支える業務機能等、まちの中心に立地する産業機能を含み、よりトータルにまちの活性化を担う機能が集積する、新たな多様性を備えた拠点であり、中心市街地活性化方策も、こうした問題意識のもとで組み立て直す必要があるとあってよい。コロナ禍のもとで、新たな生産活動、生活行動が浸透することを踏まえ、商店街や生活系の機能に対象を限定した現在の中心市街地活性化の考え方を転換する必要性が高まったといえる。

コロナ禍を経て明らかになってきた新たな課題認識のもとで、改めて、多様な機能集積を通じて、新しい価値の創造に資する「地域における社会的、経済的及び文化的活動の拠点」の実現を目指すべきだと考える。こうした考え方にたつて、これからの中心市街地（まちの中心）におけるまちづくりの方向「中心市街地活性化2.0」の展開を図るべきである。

### これからの中心市街地（まちの中心）が担うべき機能



中心市街地活性化 1.0 から 2.0 へ

区分	中心市街地活性化 1.0	中心市街地活性化 2.0
国土構造	・ 東京一極集中	・ 多極分散
ライフスタイル	・ 大都市居住 ・ 長時間通勤	・ UJI ターン、二地域居住 ・ 職住近接
中心市街地活性化の課題	・ 商業機能の回復 ・ まちなか居住、公共公益施設の集約	・ 地域経済のけん引と雇用機会の創出 ・ 圏域に対するサービスの提供
目指す姿	・ 活力ある商店街	・ 地域における社会的、経済的及び文化的活動の拠点
中心市街地に集積させる機能	・ 圏域サービス機能（商業機能を中心とする非基盤産業、公共公益施設） ・ 都市型住宅 ・ インフラ（道路・交通、アメニティ空間）	・ 業務機能（基盤産業） ・ 圏域サービス機能（非基盤産業、公共公益施設） ・ 都市型住宅 ・ インフラ（道路・交通、アメニティ空間、情報基盤）
整備対象空間の広がり <sup>3</sup>	・ 商店街及びその周辺	・ 中心業務地区（CBD）を含む中心市街地全体
まちづくりの体制	・ TMO、開発型まちづくり会社	・ 企画型まちづくり会社 ・ 外部サービスの活用、MAPs+O

### 3-2 身近な CBD としての中心市街地の形成に向けた取組の方向

これからの地域生活圏域における「身近な CBD としての中心市街地」の形成に当たっては、「まちの稼ぐ力と集客力の強化」（地域経済）、「多世代のニーズに対応できる機能と空間の整備」（機能・空間）、「まちづくり活動の再起動」（運営体制）を推進することが重要である。

めざすべき方向	取組の方向	
身近な CBD としての中心市街地 ・ 地域生活圏の拠点形成 ・ 中心市街地活性化 2.0 の推進	まちの稼ぐ力と集客力の強化	・ 地域の基盤産業の立地促進 ・ 外需の誘導に資する集客力の強化 ・ 消費の域内循環の促進
	多様なニーズに対応できる機能と空間の整備	・ サードプレイスとしての機能・空間整備 ・ UJI ターン、二地域居住に資する居住機能の提供 ・ シビックプライドの創造に資する機能・空間整備
	まちづくり活動の再起動	・ エリアマネジメント体制の整備 ・ 社会実験の場としてのまちづくり ・ 参加者の拡大に向けた取組の展開

## (まちの稼ぐ力と集客力の強化)

### ● 地域の基盤産業集積の立地促進

コロナ禍を機に、業務機能の郊外立地、地方分散が進む中、地域活性化を実現するためには、本社機能や、高次の専門サービス業等、域外需要を受け止め、対象地域（都市圏）の地域経済を支える基盤産業の集積を形成することが重要である。

集積のメリットを活かせる中心市街地（まちの中心）において、こうした産業の集積を進めることにより、稼ぐ力の強化に資する中心業務地区（CBD）の形成を推進することが望まれる。

これからの中心市街地活性化は、地域再生計画との連携を視野に置き、こうした地域の稼ぐ力を支える産業振興の視点のもとで展開することが望まれる。

### ● 外需の誘導に資する集客力の強化

地域経済の活性化に当たっては、需要が高く集客力のある小売機能や医療・福祉機能等の立地を進めることにより、来訪者の地域における消費を増やすなど、域外からの消費需要の誘導を推進することも重要である。

また、今後、コロナ禍が終息した場合には観光も大きな集客効果が期待できる。中心市街地（まちの中心）においても、回復しつつあるインバウンド観光との連携も視野において、集客力向上と域内消費に向けた取り組みを展開することが望まれる。

また、外需を誘導するためにも、地域の拠点性向上に資する交通基盤を整備することが望まれる。

### ● 消費の域内循環の促進

地域経済の活性化に当たっては、域外における買物やサービスへの支出等の需要流出を抑え、域内消費を進めることも重要である。域内消費を進めることで、地域内の産業への需要が高まり、雇用機会の創出にもつながることになる。域内消費とあわせて、消費者を対象とする小売業やサービス業だけでなく、対事業所サービス業を含む非基盤産業の立地を促進することが望まれる。

また、域内消費に向けた地域通貨や、クーポンの発行等の仕組みづくりに取り組むことが望まれる。

## (多様なニーズに対応できる機能と空間の整備)

### ● サードプレイスとしての機能・空間整備

機能面では、これまでも中心市街地（まちの中心）で集積が目指されていた、①商業等の圏域に対するサービス機能（非基盤産業、公共施設）、②都市型住宅、③交通基盤・アメニティに加えて、④業務機能（基盤産業）を構成機能のひとつに位置づける必要がある。業務機能としては、地方分散が注力されている本社機能（事務所、研究所、研修所）の他、システム・コンテンツ等の開発機能や、インキュベーション施設、シェアオ

フィス等の集積支援機能を立地させることが重要である。

業務機能の立地を通じて増加が見込まれる職住近接型の中心市街地（まちの中心）では、生活者だけでなく、就業者を含む多様な属性を持つ主体が活動する場となるはずである。それだけに、自宅（ファーストプレイス）でも職場・学校（セカンドプレイス）でもない、居心地の良い時間を過ごせる場として「サードプレイス」を形成することが重要である。アンケートで中心市街地（まちの中心）に対して望まれていた公園・緑地等の憩いの空間や、コミュニティ活動の拠点となる交流施設やカフェ等を整備していくことが望まれる。

また、中心市街地（まちの中心）における機能集積の形成に当たっては、立地機能ができるだけ有機的に連携させることが望ましい。例えば、職住近接型の地域では女性が働きやすくするために、まちなかにおける託児所等の整備が重要になってくる。

#### ● UJI ターン・二地域居住に資する居住機能の提供

東京への転入超過が解消されつつある中で、東京圏の若者を中心に大都市圏から地方に移住して就業する「Uターン」「Jターン」「Iターン」（UJI ターン）や、都市住民が農山漁村などの地域にも同時に生活拠点を持つ「二地域居住」等への関心も高まりをみせている。

今回実施したアンケート調査によれば、こうした UJI ターンや二地域居住に関心を持つ生活者は、都心居住に対する指向が強い。特に二地域居住を既に実行している生活者の場合 5 割以上が都心居住者であり、現在は都心居住を行っていない場合も高い関心を示していることから、中心市街地（まちの中心）において受け皿となる都市型住宅を供給することが有効だと考えられる。

#### ● シビックプライドの創造に資する機能・空間整備

アンケート調査から、中心市街地（まちの中心）は、就業、買物を中心に、外食や様々な都市サービスを楽しむ場としての役割を担っていることが明らかとなった。その一方で、多くの中心市街地（まちの中心）で、空き店舗・空き家・空き地等の遊休施設・遊休地の拡大、賑わいの空間としての魅力の低下、小売業等商業機能の低下などの問題が発生し、地区としてのイメージの低下を招いている。

今後、テレワークやサテライトオフィス等の立地が進展する中で、中心市街地（まちの中心）が地域生活圏における拠点としての役割を果たすためには、こうしたイメージを一新し、求心力を高めることが重要だと考えられる。

新しい生活圏における拠点イメージの定着に向けて、「シビックプライド」と呼ばれる、市民の地域に対する誇りの創造に資する機能・空間整備やまちづくりへの参加機会の提供等を推進することが望まれる。



## (まちづくり活動の再起動)

### ● エリアマネジメント体制の整備

これからのまちづくりに当たって地域が自主性をもって取り組むことが必須であることはいうまでもない。中心市街地活性化計画と地域再生計画の連携に基づく施策の展開や、立地適正化計画との関係の整理等、様々な分野の調整が必要である。こうした中で、自立性をもった地域運営を行っていくためには、主体性をもってまちのあり方「将来ビジョン」を構想し、自ら事業を推進していくことが必要である。そのためにまちづくり会社等の運営機関を整備するとともに、適切なディレクションを行えるプロデューサー人材を配置することが望まれる。

企画力を備えたまちづくり会社等が中心となって、関係者と連携し、地域主体のまちづくりを行うことが基本であるが、地域を取り巻く環境変化の中で、外部地域との交流や、外部機関との連携がこれまで以上に重要になると考えられる。

### ● 社会実験の場としてのまちづくり

それぞれの地域が目指す将来ビジョンの具体化にあたっては、できるだけ新しい発想を活かして地域における空き店舗の活用、イベントの開催などの事業を展開することが重要である。この場合、新しい取組を具体化するための検討機会を持つために、社会実験を実施することも有効だと考えられる。

例えば、政府が推進するスマートシティや脱炭素化に向けた取組の場としてエリアを提供することにより、求心力のあるまちづくりが展開できる可能性がある。最近、注目されているタクティカル・アーバニズムのように、参加型でできることから取り組む社会実験を行うことも有意義だと考えられる。

### ● 参加者の拡大に向けた取組の展開

様々な主体が利活用する場としての価値の向上を目指すまちづくりは、できるだけ多くの参加者のもとで展開することが望ましい。アンケート調査によれば、まちづくりに関心を有するという回答が約6割に達するが、実際に活動、参加できているのは15%程度にとどまっている。コロナを機に関心が高まったというこの機を捉えて、参加者の拡大に向けた取組を展開することが望まれる。

参加者の拡大に当たっては、引き続き、活動の中心となっている20代、30代を中心に展開することが望まれるが、あわせて関心を有しているのに参加できていない高齢者の巻き込みが急務である。

まち歩きや、タクティカル・アーバニズムなどの参加しやすいイベント開催を通じて、参加のきっかけ作りをしていくことが望まれる。

### 3-3 地域別の課題と取組展開例

東京圏への人口の流入超過が沈静化し、東京圏からのUJIターン、二地域居住等の新しい住まい方が進展する中で、それぞれの地域が置かれている状況を踏まえて取組を展開する必要がある。今後の課題と取組例について、地方都市、大都市圏郊外部、大都市都心に分けて整理した。

#### (地方都市)

地方都市における中心市街地（まちの中心）は、東京圏からの人口、本社等のオフィス機能の受け皿となることが想定され、CBD（中心業務地区）の整備を推進することが望まれる。地方中枢・中核都市は、こうしたCBD（中心業務地区）の形成が特に期待される地域である。既に各地で本社機能やサテライトオフィスの誘致活動が展開されており、一定の成果があがっている。また、総務省調査で県庁所在都市以外でもサテライトオフィスの立地が進んでいる都市が多いことに示されているように、CBD（中心業務地区）の形成は、中小都市でも展開の可能性がある。また、海外における中心市街地（まちの中心）の整備に当たっては、中小都市であっても、地域経済を支えるクリエイティブ産業の振興や、コンベンション等のビジネス交流を中核機能に据える例が散見される。

地方の広域ブロックや、地域生活圏における拠点形成に向けて、中小都市を含めた拠点形成を進めることが望まれる。

#### ◆群馬県前橋市

- ・ 地方都市の衰退モデルとして取り上げられることもあったが、「めぶく。」というコンセプトをビジョンに掲げ、まちづくり推進機関「前橋デザインコミッション（MDC）」を立ちあげてアーバンデザインに着目したまちづくりを展開している。
- ・ 前橋市は、本社・サテライトオフィスの誘致に積極的に取り組んでおり、中心市街地（まちの中心）でも再開発ビル等における立地が構想されている。また、馬場川通りにおいてまちづくり分野では初のSIB（Social Impact Bond）を用いたスキームを適用するなど、積極的に新しい取組を展開していることが注目される。

#### ◆長野県塩尻市

- ・ 塩尻市では、中心部に位置する大門地区において、新たな店舗や事業所の立地も重視した施策が展開されており、塩尻市振興公社が主体となって、大規模スーパー撤退後の施設ウィングロードの管理運営や、産業振興の取組が推進されている。
- ・ 産業振興の面では、情報関連分野における人材育成と組込ソフトウェア分野の産業振興を図る拠点としての塩尻インキュベーションプラザ（SIP）、起業家育成を主軸としたシビック・イノベーション拠点「スナバ」や、時短就労者を対象とした自営型テレワークの推進施設「KADO」が設置されていることが注目される。

- ・ 大門地区には、図書館やコワーキングスペースなどの機能を備えた塩尻市市民交流センター「えんぱーく」も立地しており、複合的な機能と空間整備を実現している。

#### ◆宮崎県日南市

- ・ 日南市油津商店街は、これまでの発想を変えて商店街において 30 社近い IT 企業を積極的に誘致し、昼間人口を増加させることでまちの中心の再生を実現した。こうした企業は若い主婦等の就業の場となり、IT 人材の確保で苦勞していた立地企業にとってもメリットがあった。
- ・ 商店街における就業の場としての環境整備に向けて、託児所や「ことごと」等子育て支援機能や、「油津 yotten」等の交流機能を充実させたこと、企業立地の取組に向けて外部人材を登用した点等が注目される。

#### (大都市圏郊外部)

大都市圏郊外部では、コロナ禍のもとでの三密回避に加え、長距離・長時間通勤の見直しが進んだ結果、テレワークによる在宅勤務が拡大している。また、サテライトオフィスの立地なども進む中で、平日の昼間も地域で過ごす就業者が増加している。

大都市圏郊外部においても地域生活圏形成の観点から、こうした昼間人口の増加に対応し、職住近接型の拠点形成を推進すべきだと考えられる。

#### ◆愛知県豊田市

- ・ 豊田市では、中心市街地（まちの中心）に立地する拠点施設 T-FACE のリニューアルとあわせて、「ライフセンター」というコンセプトを打ち出した。周辺 5km 圏 25 万人の商圏居住者のニーズを踏まえて、ショッピングセンターの枠を超え、遊ぶ・学ぶ・働く・出会う・交流する・癒すなど、日常の様々な行動に応える施設として、大型ショッピングセンターとは異なる施設ポジションを確立することが目指されている。
- ・ 家食・中食・外食対応「おそうざいマルシェ」「T-マルシェ」、コワーキングスペース「Y シェア」、子育てラボ「未来ラボステーション YY」、キッチンスタジオ併設多目的ホール「Y スタジオ」等の、就業を含むコミュニティ支援の機能と空間が配置されている点が興味深い。

#### (大都市都心)

大都市都心は、大都市圏全体としての集積が維持されたとしても、既存産業の停滞・空洞化、大都市圏への転入減少に伴い、成長地域と衰退地域の差が拡大する可能性がある。特に、老朽化したオフィスが集積するオフィス街や、老朽住宅が集積する密集市街地では、空洞化が生じる懸念がある。

地方における地域生活圏の形成と並行して、大都市都心では空洞化による弊害を招か

ないように、再開発による機能更新や、エリアマネジメントの強化による、地域活性化を推進することが望まれる。

◆東京都台東区徒蔵（カチクラ）エリア

- ・ 台東区の御徒町駅～蔵前駅間に位置する地区「徒蔵（カチクラ）エリア」では、雑貨製造・卸産業の停滞に伴う空洞化が進行する中で、起業支援とものづくりのイベント開催を通じた取組が成果をあげている。
- ・ 2002 年に開設された台東区の創業支援施設「台東デザイナーズビレッジ（通称デザビレ）」卒業生の地区内での開業していることに加え、台東モノマチ協会が主体となって、ものづくりによるまちづくりのイベント「台東モノマチ」を開催していることがコミュニティ活性化の基盤として機能している。

◆愛知県名古屋市錦二丁目

- ・ 名古屋市錦二丁目では、空洞化が進む繊維問屋街において再開発事業をきっかけとして、エリアマネジメントに向けたビジョンを策定するとともに、運営主体として、錦二丁目エリアマネジメント株式会社を設立し、活性化に取り組んでいる。
- ・ また、まちづくり会社が事務局となって、名古屋市や地区内の地縁組織を中心とした地域会員、協力いただく企業や団体などの事業会員、今後様々なプログラムでの連携を予定している連携会員、様々な分野の専門知識を有する特別会員をメンバーとするエリアプラットフォーム N2/LAB を設置し、新しい技術やアイデアを積極的に活用し、この地区から新しい「くらし」「しごと」を作る挑戦を進めようとしていることも注目される。

地域別の課題と取組展開例

地域区分	課題	事例
地方都市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 東京圏からの人口、オフィス機能等の受け皿整備</li> <li>・ 商業以外の産業立地に着目した中心市街地活性化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 群馬県前橋市「アーバンデザインによるまちづくり」</li> <li>・ 長野県塩尻市「塩尻インキュベーションプラザ、スナバ、KADO」</li> <li>・ 宮崎県日南市「IT 企業誘致による中心市街地活性化」 等</li> </ul>
大都市圏郊外部	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ テレワークの定着、サテライトオフィスの立地などに対応した職住近接型のライフスタイルの定着に対応した拠点形成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 愛知県豊田市「ライフセンターとしての拠点整備」 等</li> </ul>
大都市都心	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 既存産業の停滞・空洞化、大都市圏への転入減少に対応した、機能更新や、エリアマネジメントの強化による、地域活性化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 東京都台東区カチクラエリア「起業拠点を活かしたものづくりのまちづくり」</li> <li>・ 愛知県名古屋市錦二丁目「錦二丁目エリアマネジメント+N2*/LAB」 等</li> </ul>

## 4. これからの中心市街地活性化に向けて

### 4-1 「デジタル田園都市国家構想」の推進とあわせた拠点形成の推進

政府が 2022 年末に公表したデジタル田園都市国家構想基本戦略では、「デジタルの力を活用した地方の社会課題解決」に向けて、2027 年度に「地方と東京圏との転入・転出を均衡させること（2021 年度は 83,827 人の転入超過）」、「スタートアップや中小企業等の取組の促進・定着・実装が見られる地域を 900 地域とすること（2022 年 6 月時点で 144 地域）」、スマートシティの選定数を 2025 年までに 100 地域とすること等が目標として掲げられている。

また、現在策定が進められている第三次地方形成計画では、デジタルとリアルが融合した「地域生活圏」の形成が展開される見込みである。

「デジタル田園都市国家構想」については、地方創生から移行した「デジタル田園都市国家構想総合戦略」に基づき、今後も関連事業が展開される見込みであり、基盤産業の集積や、拠点性の強化など、当面の中心市街地（まちの中心）の整備に当たっては、こうした取組を活用することが有効だと考えられる。

### 4-2 公共施設整備をきっかけとする機能整備

これからの中心市街地（まちの中心）の活性化の担い手としては、商業者に限らない事業者や地権者の参画が期待されるが、民間主導で変われる地域は限られる可能性が高い。当分の間、多くの地域では活性化に向けた変革のトリガーとして、行政による“新しい公共公益施設”の導入が有効だと考えられる。

今日、人口減少、高齢化が進む中で、ほぼすべての市町村で公共施設等総合管理計画が策定され、公共施設の再編整備が取り組まれている。中心市街地（まちの中心）の活性化に当たり、公共施設の機能再編や再配置が有効なきっかけとなる場合も多いと考えられる。地域のオーガナイザーとしての市町村が、中心市街地（まちの中心）の活性化に向けて自ら実施できる手段として、検討することが望まれる。

### 4-3 官民連携によるエリアマネジメントのための仕組みづくり

これからの中心市街地（まちの中心）の活性化に当たっては、従来にも増して地域外とのネットワークを強化する必要がある。中心市街地（まちの中心）が、地域経済をけん引するまちの拠点としての役割を果たすためには、域外の地域に対してサービスを提供し、地域経済を支える基盤産業や、地区としての求心力強化に資する機能を集積させることが必要なためである。

そのためには、地域のプロモーションや、地域製品の販売チャネルの構築が重要であり、新しい官民連携によるエリアマネジメントのための仕組みづくりを行うことが有効だと考

えられる。例えば、中心市街地（まちの中心）の管理運営を担うまちづくり会社について、地域産品を扱う地域商社機能や、国内外への地域の観光プロモーションを展開する観光地域づくり法人（DMO）としての機能を強化することも有効だと考えられる。

また、マッチングや地域通貨の導入等の仕組みについては、アグリゲーターと呼ばれる広域で複数の地域に、地域の持続的発展に資する製品又はサービスを供給する地域外法人全国を対象とするネットワークサービスの活用も選択肢とすることが考えられる。

#### **4-4 多様な機能立地推進に向けた制度運用と改正**

中心市街地活性化2.0が目指す、地域の稼ぐ力を支える業務機能等、まちの中心に立地する産業機能を含み、よりトータルにまちの活性化を担う機能が集積する拠点を実現するためには、中心市街地活性化法を改正し、現在は地方再生の中で推進されている業務機能を含む多様な機能整備を推進するための法的条件を整備すべきだと考えられる。

一方、地域では制度改正を待たずに産業立地も視野に置いた地域づくりを進める必要があり、柔軟な制度運用を行うことが重要である。

ビジョンの実現に資する制度運用に当たっては、市町村がまちづくり会社等の地域の管理運営主体との連携のもとでイニシアチブを発揮することが期待される。既に業務機能の立地も視野においた中心市街地活性化に取り組む自治体も輩出しつつあり、こうした取組をモデルとした取組の普及が望まれる。

## おわりに

前回の提言書「中心市街地活性化2.0」（2021年3月）の執筆時点では、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）拡大の影響や、ICTを活用したまちづくりの動向は、まだまだ変化の余地も大きく、その趨勢を確認する必要があった。

今回、その後の社会環境を振り返ることにより、東京都心部からの人口流出傾向はいくぶん収まる兆しがあり、ウィズコロナのもとで生活行動範囲が拡大し、里帰りや旅行も再開し始めたこと、コロナ禍が終息し、アフターコロナのフェーズに移行すれば、こうした傾向はさらなる拡大が見込まれることなどを確認した。

一方、企業立地や就業形態の変化は、情報化の進展による側面も大きく、地方分散に向けた政策とあいまって、就業規則・産業立地の変化や、生活行動の構造的な変化が進行、定着しつつあり、こうした変化を促進するために、地域生活圏の拠点として「身近なCBDとしての中心市街地」を目指すべきであり、そのために、「地域生活圏の拠点形成」「中心市街地活性化2.0」という2つの課題に対応すべきことを提起した。

中心市街地（まちの中心）は、地域の市場結節点であり、中小企業診断士が支援対象としている中小企業や商店街の立地点である場合も多い。したがって、「身近なCBDとしての中心市街地」の形成は、まちづくり関係者に対してだけでなく、こうした産業や、地域団体の活力を支えるエコシステムの形成に関わる問題提起でもある。

本稿が、今後のまちづくりやまちづくりに関わる政策形成はもとより、中小企業の支援活動等の参考にもしていただければ幸いである。

## 【付属資料1】 アンケート調査の概要

### 1. 実施のねらい

提言書のとりまとめにあたり、就業形態が変わる中で、ライフスタイルを変えた人々がまちに対して、どのように評価しているか、どのような機能・空間を期待しているかを把握するために、独自のネットアンケートを実施した（内閣府、国土交通省が意識調査は実施しているが、まちづくりに対する都心に対するニーズは十分に把握していない）。

### 2. 調査方法

- ・ インターネットモニター調査として FASTASK を活用し、スクリーニング調査＋本調査を実施した。
  
- ・ スクリーニング調査の概要
  - 回収状況：モニター300万人に対して5問、6,889サンプル回収
  - 設問内容：
    - ◇ 暮らし方に関する意向（地方移住、二地域居住、ワーケーション、在宅勤務等）
    - ◇ 中心市街地の捉え方
    - ◇ 中心市街地とのかかわり 訪問頻度
    - ◇ 中心市街地で充実してほしい機能・空間
    - ◇ まちづくり活動への関心
  
- ・ 本調査1：中心市街地への訪問頻度の変化に関する調査の概要
  - 回収状況：スクリーニング調査で、なんらかの目的で「中心市街地を月に1回以上訪問している」という回答者回答者5,610人に対して6問、330サンプル回収330サンプル
  - 本調査
    - ◇ 中心市街地への訪問頻度
    - ◇ コロナ禍前後の訪問頻度の変化
    - ◇ 仕事で、中心市街地を訪れることが増えた理由
    - ◇ 買物、外食等で、中心市街地を訪れることが増えた理由
    - ◇ 医療・福祉、教育・文化、金融サービス、行政サービス等をうけるために、中心市街地を訪れることが増えた理由
    - ◇ コロナ禍が終息した場合の中心市街地への訪問頻度の変化
  
- ・ 本調査2：まちづくりに関する調査の概要
  - 回収状況：スクリーニング調査で「まちづくりに関心のある」という回答者4,019に対して8問、330サンプル回収



➤ 設問内容

- ◇ 金銭面を含む設問への回答可否
- ◇ まちづくり活動への関心
- ◇ 具体的に取り組んでいるまちづくり活動
- ◇ まちづくりに関心がありながら活動できていない理由
- ◇ 課題が解決した場合のまちづくりに対する参加意向
- ◇ コロナ禍前後のまちづくりに対する関心の変化
- ◇ 上記の理由
- ◇ コロナ禍が終息したら参加してみたいまちづくり活動

## 【付属資料2】 関連用語集

### ■ エリアマネジメント団体

国土交通省エリアマネジメント推進マニュアルによれば、「地域における良好な環境や地域の価値を維持・向上させるための、住民・事業主・地権者等による主体的な取組」であり、内閣官房・内閣府では「特定のエリアを単位に、民間が主体となって、まちづくりや地域経営（マネジメント）を積極的に行おうという取組」と説明されている。

エリアマネジメント団体は、その取組の実施機関。中心市街地活性化の推進機関も多くはこの定義に含まれると考えられるが、公社組織の場合もあることから、本稿では「特定地区の管理運営団体」という表記を用いた。

### ■ 基盤産業・非基盤産業

基盤産業は、域外を主たる販売市場とした産業。一般的に農林漁業、鉱業、製造業、宿泊業、運輸業（特に水運）、IT産業等が該当。企業活動の利益が帰属する本社機能もあてはまる。

非基盤産業は、域内を主たる販売市場としている産業で、建設業、小売業、対個人サービス、公共サービス、公務、金融保険業（支店、営業所）、不動産業等が該当する。

### ■ シビックプライド

「地域をより良い場所にするために、自分自身が関わっている」「地域を育くみ、そのために行動する」という、まちづくりに対する当事者意識や自負心のこと。人口減少に伴う衰退する地方経済の活性化などへの効果が期待できるとして、シビックプライドの醸成に取り組む自治体が増えている。

### ■ サードプレイス

自宅（ファーストプレイス）でも職場・学校（セカンドプレイス）でもない、居心地の良い時間を過ごせる第三の居場所のこと。

### ■ 創造地区

芸術、映画、ゲーム、デザイン、広告等の創造産業を中心に、IT産業や法律相談等、知的財産の生産に関わる産業が集積する地区のこと。創造都市の核となる産業の集積拠点

### ■ TMO（Town Management Organization）

中心市街地（まちの中心）に関わる官民の諸活動を総合的に企画・調整し、時には事業主体となって、中心市街地（まちの中心）の諸資源を活かして、活性化を図る機関。旧中心市街地活性化法では、中心市街地全体の商業活性化に向けて構想・計画を作成し、テナント・ミックスの管理、商業基盤施設等の整備、共同ソフト事業の実施を行っていく機関。特に TMO 構想を策定し、市町村の認定を受けた「認定構想推進事業

者」

#### ■タクティカル・アーバニズム (tactical urbanism)

大規模開発（ニューアーバニズム）に対して、できることから市民の手で小さなアクションを起こし、長期的な変化やムーブメントにつなげようとするプロジェクトベースのまちづくりの考え方。道路空間の活用や木製ベンチの設置等、社会実験的な取組が輩出している。

#### ■DMO (Destination Management Organization)

「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協働しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた組織（観光地域づくり法人）のこと。

#### ■地域再生計画

地方公共団体が行う自主的かつ自立的な取組による地域経済の活性化や雇用機会の創出等地域の活力の再生を総合的に推進するため、地域再生法に基づき内閣総理大臣が認定する計画。本社機能の誘致に向けた地方活力向上地域等特定業務施設整備事業が位置付けられる。

#### ■地域商社

地域の関係者を巻き込み、農産物等の地域の資源をブランド化し、生産・加工から販売まで一貫してプロデュースし、地域内外に販売する組織

#### ■地域生活圏

第三次国土形成計画で導入される新しい地域形成の基盤となる圏域の考え方。目安となる事項規模を10万人とし、人口減少が加速する地方において、人々が安心して暮らし続けていけるよう、地域の文化的・自然的一体性を踏まえつつ、生活・経済の実態に即し、市町村界に捉われず、官民のパートナーシップにより、デジタルを徹底活用しながら、暮らしに必要なサービスが持続的に提供されることをめざしている。

#### ■中心業務地区 (CBD : Central Business District)

都市の主要なビジネス地区や商業地区のこと。まちや都市の中で、オフィスや店舗等が特に集積している（集中している）地区のこと。

#### ■中心市街地活性化法・中心市街地

中心市街地（まちの中心）における都市機能の増進及び経済活力の向上を総合的かつ一体的に推進するため、その基本理念、市町村による基本計画の策定、内閣総理大臣による認定等を定める法律。この法律による措置は、都市の中心の市街地であって、次に掲げる要件に該当するものについて講じられる。

一 当該市街地に、相当数の小売商業者が集積し、及び都市機能が相当程度集積しており、その存在して

いる市町村の中心としての役割を果たしている市街地であること。

- 二 当該市街地の土地利用及び商業活動の状況等からみて、機能的な都市活動の確保又は経済活力の維持に支障を生じ、又は生ずるおそれがあると認められる市街地であること。
- 三 当該市街地における都市機能の増進及び経済活力の向上を総合的かつ一体的に推進することが、当該市街地の存在する市町村及びその周辺の地域の発展にとって有効かつ適切であると認められること。

#### ■特定地区の管理運営団体

特定地区のまちづくりや管理運営を担う、TMO、まちづくり会社や、エリアマネジメント団体のこと。中心市街地活性化は公社組織によって推進される場合もあることから、本稿ではこの表記を用いた。

#### ■二地域居住

主な生活拠点とは別の特定の地域に生活拠点（ホテル等も含む）を設ける暮らし方のこと。都市住民が多様なライフスタイル等を実現するための重要な手段と考えられている。

#### ■集積の経済

集積の経済は、企業活動が特定地域に集中して立地することで得られる便益。生産規模の拡大を通じて生産コストを下げるのが可能となること、取引関係にある異業種の企業が同一の地域（都市）に立地することで、取引に伴う交通やコミュニケーションにかかる費用を大きく節約できること、異業種の技術者が集うことで、新たな創造の発想によって、新しいアイデアなどが生まれ、企業の生産性を向上させることなどによってもたらされる。

#### ■まちづくり会社

広義には、特定エリアの活性化や課題解決等、まちの活性化に取り組む第3セクター等の法人一般。狭義には、2006年の改正中心市街地活性化法に基づき中心市街地活性化協議会の構成員として、良好な市街地を形成するためのまちづくりの推進を図る事業活動を行うことを目的として設立された会社等

#### ■MAP 'S+0

経済産業省が設置した「地域の持続可能な発展に向けた政策の在り方研究会」報告書（令和2年9月30日）で提案されている、多岐にわたる地域課題に取り組むための地域で中心的な役割を担う事業者を核とした地域内外の連携体制のこと。下記の構成機関の頭文字をつなげた造語

- ① マネージャー（Manager）：地域の持続的発展に取り組む中核的な人材（地域内人材と地域外人材が連携する場合を含む）
- ② アグリゲーター（Aggregator）：広域で複数の地域に、地域の持続的発展に資する製品又はサービスを供給する地域外法人
- ③ プレイヤー（Player）：マネージャー及びオーガナイザーに対し、協力・連携する地域内外の法人（又は人材）
- ④ サポーター（Supporter）：地域の持続的発展に取り組む人材・組織への支援を行う地方公共団体又は国
- ⑤ オーガナイザー（Organizer）：マネージャーが所属する組織であり、アグリゲーター及びプレイヤー

一と連携する主体であり、サポーターの支援先である取組の中心的な役割を担う地域内法人

#### ■立地適正化計画

都市再生特別措置法に基づき、市町村が都市全体の観点から作成する、居住機能や福祉・医療・商業等の都市機能の立地、公共交通の充実等に関する包括的なマスタープラン（都市計画法による市町村マスタープランの一部とみなされる）。誘導施設の立地を進める居住誘導区域と都市機能誘導区域を定める。

同計画に基づき、都市機能立地支援事業を活用する場合は、「中心拠点区域」（必要な都市機能を誘導し、まちの活力の維持・増進や、持続可能な都市構造の再構築を積極的に図る拠点区域）及び必要があれば「生活拠点区域」（中心拠点区域の都市機能を公共交通により活用可能な区域で、公共交通の利用促進にもつながる拠点区域）を設定する。

#### ■Society5.0

サイバー空間（仮想空間）とフィジカル空間（現実空間）を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する人間中心の社会（Society）。狩猟社会（Society 1.0）、農耕社会（Society 2.0）、工業社会（Society 3.0）、情報社会（Society 4.0）に続く新たな社会を指すもので、第5期科学技術基本計画において我が国が目指すべき未来社会の姿として提唱された。

#### ■ワーケーション

「ワーク」と「バケーション」を組み合わせた造語で、普段の職場と異なるリゾート地や観光地で働きながら休暇を取ること。





#### ■一般社団法人東京都中小企業診断士協会「まちづくり研究会」について

まちづくり研究会は、1998年の中心市街地活性化法の成立を機に、まちづくりに関する提言活動を目的として設立された、東京都中小企業診断士協会の中でも有数の歴史を誇る協会の認定研究会です。

中小企業診断士を中心に、都市計画コンサルタントや商業コンサルタントなどが参加し、まちづくりの支援に向けた専門性の研鑽、ネットワークづくり、提言活動に取り組んでいます。

詳細は本研究会ホームページをご参照ください。

⇒<https://machizukuri-kenkyukai.jimdofree.com/>

まちづくり研究会 診断士

検索



#### ■本提言に関する問い合わせ先

上記ホームページ左上の「問い合わせ」よりお願いします。