

幕張ベイタウン地域運営委員会設立準備会  
第3回勉強会

# 現代のまちづくりの課題

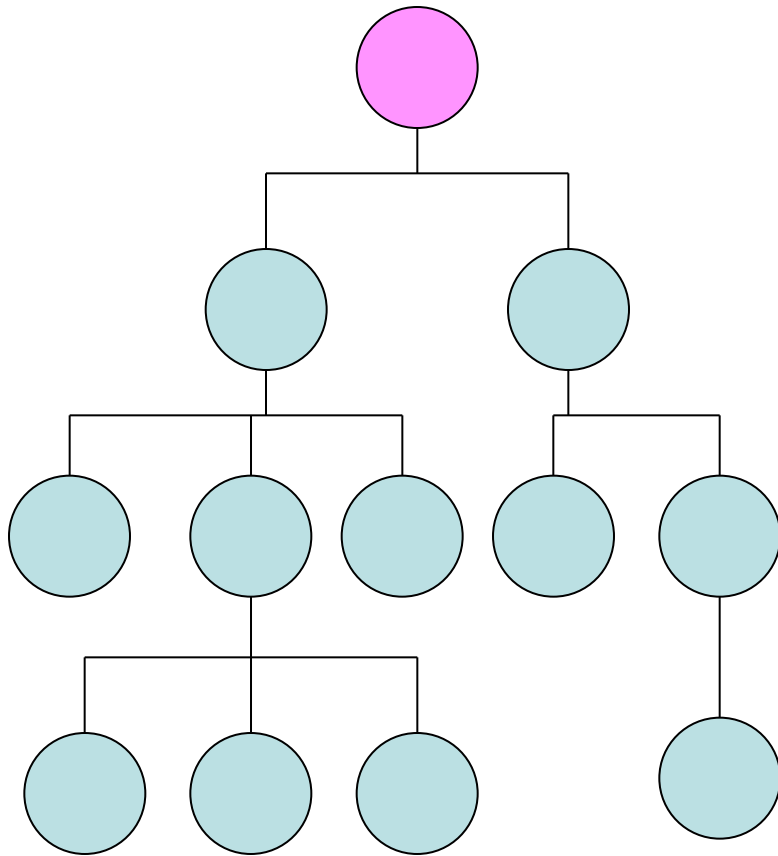
2015年2月1日

NPO法人千葉まちづくりサポートセンター

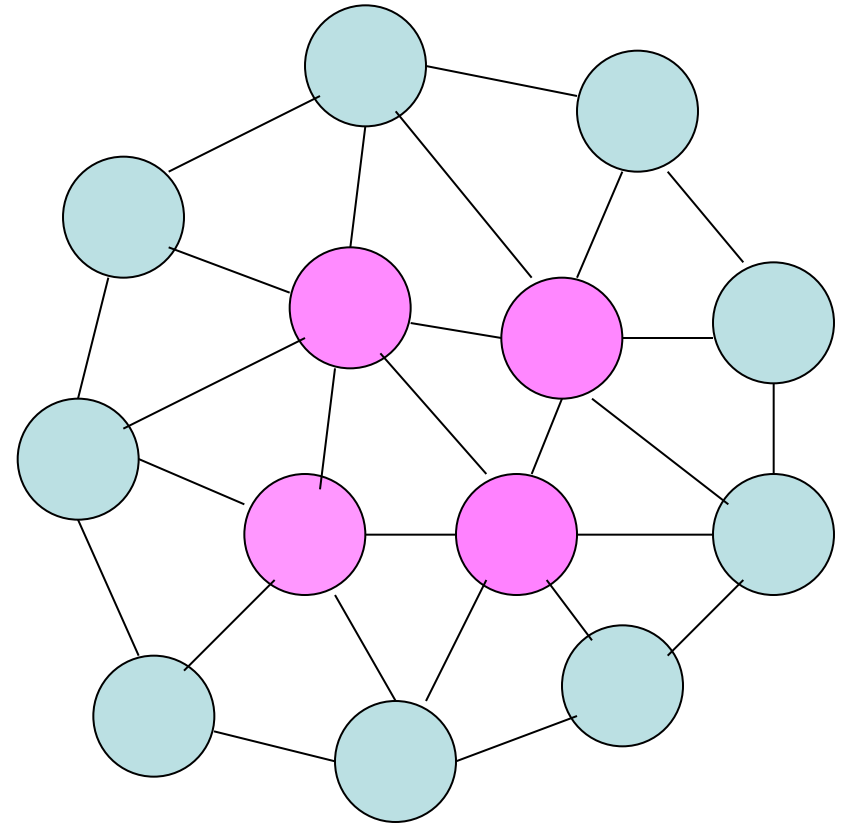
栗原裕治

# 多中心の社会

縦型社会



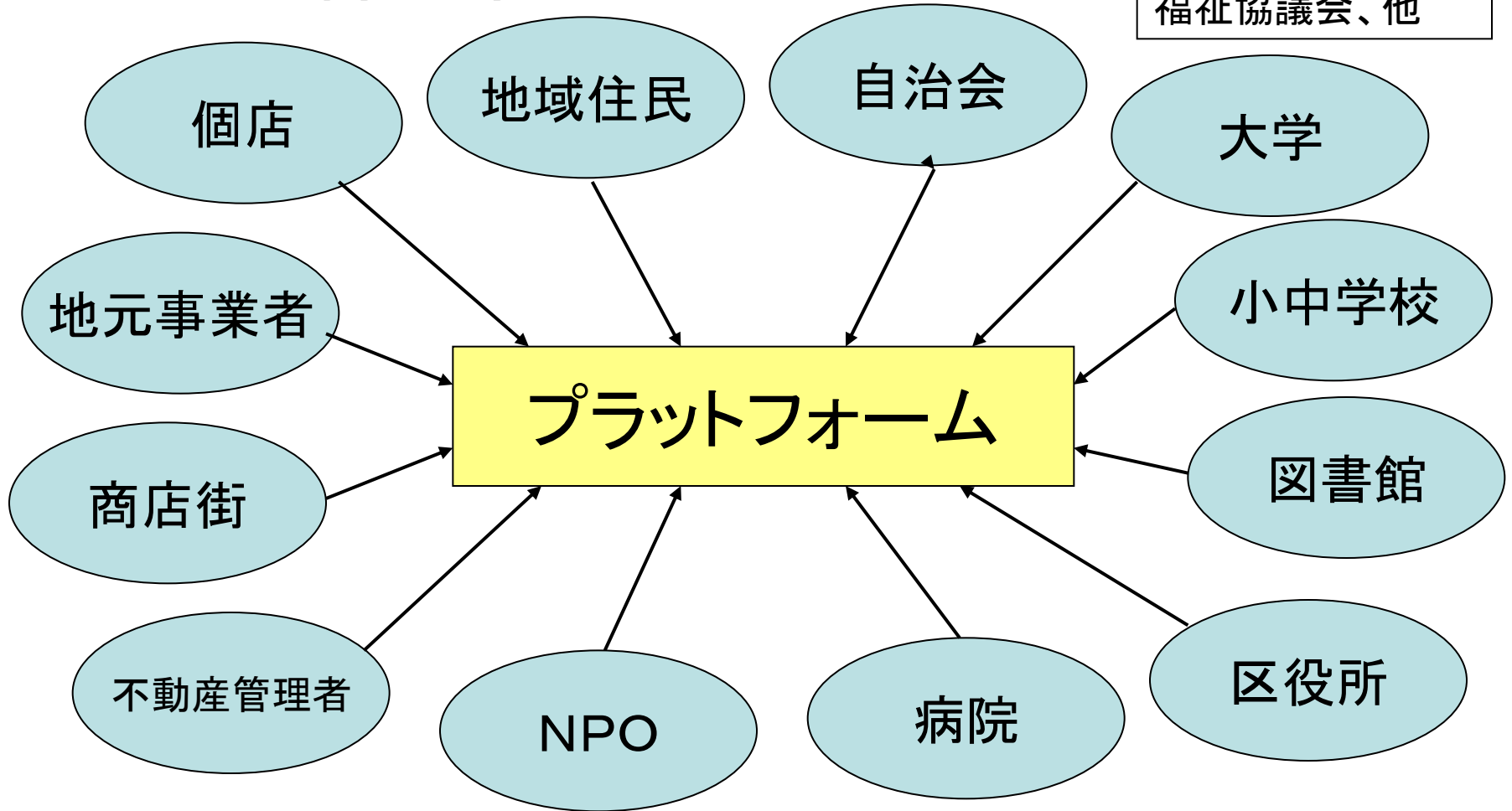
ネットワーク型社会



# 地域ぐるみのまちづくり

みんなが持ち寄る

寺、協会、子ども会、PTA、消防団、社会福祉協議会、他



# 人口減少社会

千葉市美浜区の人口推計(2040年／2010年)

西暦年	2010年	2015年	2020年	2025年	2030年	2035年	2040年
人口(人)	150,162	153,445	153,917	152,177	148,674	143,971	138,694
指標	100.0	102.2	102.5	101.3	99.0	95.9	92.4

0～14歳人口			15～64歳人口		
2010年	2040年	指数	2010年	2040年	指数
22,102人	13,890人	62.8	99,748人	70,333人	70.5
65歳以上人口			75歳以上人口		
2010年	2040年	指数	2010年	2040年	指数
28,312人	54,471人	192.4	8,643人	29,453人	340.8

# 投資の地域間格差

地価の全国平均は、商業地が7年連続でマイナス、住宅地は23年連続でマイナスが続いている。

一方で三大都市圏の地価は上昇していて、特に東京都は、商業地(プラス2.7%)、住宅地(プラス1.3%)ともに地価上昇率が全国トップである。

- 私たちの街の価値は上昇しているのか、下降しているのか。
- 私たちの街は必要な投資が行われているのか。
- 誰が投資しているのか。【地元なのか、外部なのか】

## 圏域別地価変動率 (2014年7月1日現在)

国土交通省

	住宅地	商業地
三大都市圏平均	0.5(▲0.1)	1.7 ( 0.6)
地方圏平均	▲1.8 (▲2.5)	▲2.2 (▲3.1)
全国平均	▲1.2 (▲1.8)	▲1.1 (▲2.1)

※単位%、▲はマイナス、( )内は前年

# 地域の富の流出

- 外で稼ぎ、外で消費するライフスタイルが定着  
(富の流出の構造: 地域にお金が回らない)
- 団地は機能的な特別な空間
- 住民の役割は消費だけなのか?  
(投資者の顔、まちづくりの支援者の顔)
- 街の共通資本(共有資源)は、与えられるものなのか? つくり出すものなのか?
- なぜ、コミュニティは希薄になったのか?

# 幸福度指数

## 国連の世界幸福度報告書

順位	国名	順位	国名
1	デンマーク	8	オーストリア
2	ノルウェー	9	アイスランド
3	スイス	10	オーストラリア
4	オランダ	12	コスタリカ
5	スウェーデン	17	アメリカ合衆国
6	カナダ	43	日本
7	フィンランド	93	中華人民共和国

# マーケティングのイノベーション

	1.0 製品中心	2.0 消費者志向	3.0 価値主導
目的	大量生産大量消費	多品種少量生産	環境づくり
背景	産業革命	情報技術	ニューウェイブ技術
マーケット	物質的ニーズ マス購買者	洗練された 満足度の高い消費者	ハートと精神 心の豊かさと安心
コンセプト	製品開発	差別化	価値創造（志・精神）
ガイドライン	製品の説明	企業と製品の アイデンティティ	組織の価値ある ビジョンやミッション
価値提案	機能的価値	機能的価値と感情的価値の融合	機能的価値と感情的価値と精神的価値の融合
利用者との接点	1対多数の関係	1対1に近い関係	参加と協働の関係

参考：コトラーのマーケティング3.0



**地域ぐるみのまちづくり**



# これからのまちづくり

- 多くの主体がまちづくりに主体的に参加する
- 自分たちの街の未来がどうなるか、イメージを膨らませる
- 課題を明確にし、解決方法を検討する
- 連携・協働により効率化を図る
- アクション計画を策定し、乗り越える覚悟で合意を目指す
- 相対的に自立を目指す
- 全てにおいて地元化を検討する
- 上記のためのプラットフォームをつくる

プラットフォーム



まちづくり会社

# まちづくり会社の役割

- 地域ぐるみのまちづくりの推進エンジン
- 地元住民、地元事業者、各地域主体のまちづくり参加への受け皿
- 地元意識の醸成のためのまちづくり講座開催の支援
- コミュニティビジネス、ソーシャルビジネスの支援  
(プロダクトアウト型事業)
- 共通資本の管理
- まちづくり資金の調達及びそれらの支援
- 地元住民等の活躍の機会の提供  
(これまで活躍の機会が少なかった人材の積極的活用)
- 情報発信
- 行政その他との連携窓口
- 調査研究

# 資金調達工夫 (擬似私募債)

「営利を目的としない」とは、法人が得た利益を社員に対して分配しないことを指すものであり、NPO法人が「借入金」に適正な利息をつけて返済する「金銭消費貸借契約」を締結すること自体は問題ないと考えます。

ただし、利息の水準が利益の分配に当たるかどうかについては、市場における通常の利率の相場のみならず、契約に至った事実関係等も含めて総合的に判断する必要があります。

年1%と、市場におけるローン利率と比して高いわけではないことから、契約に至る過程において悪意性、不正性が認められないようであれば、当該契約は適正であると判断してよいものと考えます(なお、当該契約が、一対一の関係で契約を取り交わして受け入れる「借入金」ではなく、「擬似私募債」(注)として複数口に分けて一定の資金を調達するものである場合、これを「不特定かつ多数の者」に対して募集すると、「擬似私募債」として認められず、「出資の受入れ、預り金及び金利等の取締りに関する法律」第2条第1項に違反する可能性があるため、同法を所管する金融庁への確認を要するものと考えます)。

(注)「擬似私募債」とは、社債の少人数私募債に準じた形で発行するもので、利息制限法・出資の受入れ、預り金及び金利等の取締りに関する法律等の関係法令及び各種業法をクリアした民法上の証拠証券、すなわち、金銭消費貸借契約の証書であり、NPO法人等も発行することができるものです。(内閣府HP)

# まちづくりとは？

地域ぐるみで

共通資本を 増やし

管理し

活用していく

活動を指す