

中野区におけるシティマネジメント推進の考え方について

区は、グローバル戦略を進めていくために取り組むべきシティマネジメントについての考え方を整理するとともに、区と民間事業者の役割のあり方や事業の具体化について検討を進めてきたので、以下のとおり報告する。

1 中野区シティマネジメントの検討経緯について

経済の成熟化、超高齢化、生産年齢人口の減少といった日本全体が抱える課題を世界に先んじて乗り越え、50年後を見越した、集客力と発信力など、活力あるグローバル都市形成に向けたまちづくりを進めていくため、平成28年5月に策定した「中野区グローバル都市戦略」（以下、「グローバル戦略」という。）では3つの戦略「拠点整備戦略」「都市観光戦略」「生活環境戦略」により「中野ならではの個性豊かなライフスタイルを発信するグローバル都市」を目指すこととしている。

区は、平成28年に策定したグローバル戦略に基づき、中野区の都市づくりにおける拠点整備、都市観光、生活環境整備等の戦略的取り組みを進めてきた。また、このグローバル戦略策定に当たっては、「中野区グローバル都市戦略推進協議会」（以下「協議会」という。）を母体として検討を進めてきた。

さらに協議会の中に、具体的な取り組みを検討するためのワーキンググループを設置し、「インバウンドの獲得に向けた事業コンソーシアムの組成」についての考え方を取りまとめ、その中で推進組織として法人設立の方向性が示された。このワーキンググループの検討結果は、平成29年2月10日に幹事会の了承を経て、協議会から区に提案された。

2 中野区におけるシティマネジメントの考え方について

(1) シティマネジメントの定義

中野区におけるシティマネジメントの定義は、「区と様々な民間主体が連携し、中野区におけるまちの集客力や発信力の強化に向けた取り組みを行うこと

により、都市の魅力や付加価値の向上を図り、もって持続可能なグローバル都市形成に寄与することを目的とする活動を、総合的、戦略的に展開することとする。

(2) シティマネジメントの目標とする姿

中野駅周辺や西武新宿線沿線のまちづくりという将来に向けた大規模プロジェクトの推進、並びに産業振興、都市観光、地域商業活性化、都市魅力創出など都市再生への取組みが一体となって、グローバルなビジネス活動が展開され、まちが成長し続けることで区内全域がにぎわいと魅力にあふれ、活力のみなぎるまちとなっていくため、区とさまざまな民間主体が中野のまちの価値を共有し、産官学金が連携して取組みを進めていくことを目標とする。

そのため区は、区と民間が連携して戦略的な事業展開に取り組むための基本的なルールを策定し、グローバル都市の実現に向けた体制(プラットフォーム)を構築すると共に、その価値をさらに高めていくことで、調和のとれたまちづくりを進めていく。

(3) 一般社団法人の設立

区と協力のもとにシティマネジメントを実施していくコンソーシアムとして、一般社団法人^(※)(仮称)「中野区シティマネジメント推進機構」(以下「機構」とする。)を民間事業者と共同して設立する。

※一般社団法人(法務省ホームページより)

一般社団法人とは、「一般社団法人及び一般財団法人に関する法律(平成18年法律第48号)」に基づいて設立された社団法人で、設立の登記をすることによって成立する法人。設立に当たっては、2人以上の社員が必要。

(4) 区及び機構、民間事業者の役割分担

目標達成に向け、戦略的に事業展開に取り組むため、区と法人、その他の区内民間事業者の役割分担については、以下の考え方による。

① 区の役割

(ア) まちづくりの戦略や基本ルールの策定

グローバル戦略の推進に向けた区の顔・拠点形成など、政策実現に向けたインフラ整備方針の策定、来年度新たに策定するシティセールス戦略など事業推進のための戦略策定、及び多言語の対応やユニバーサルデザイン対応など、中野区におけるまちづくりの基本的なルールを策定し、全体的な方針を示す。

<シティセールス戦略のイメージ>

- シティセールス策定の目的
- シティセールス戦略のターゲット
- シティセールスの目指す姿
- 戦略展開の基本方針
- アクションプラン
- アクションプランごとの KPI など

(イ) 基盤の整備

区役所・サンプラザ地区再整備などのまちづくり、Wi-Fi 環境やデジタルサイネージ、及び観光アプリなどの地域の情報基盤等、社会資本となる基盤の整備を進める。

また、基盤整備の一環として、国家戦略特区などの活用による規制緩和を行い、法令制度上の環境づくりを行う。

(ウ) 機構組織及び民間事業者への支援

区は、区の定めた方針により、区と機構とが協力しながらシティマネジメント事業を進めていくため、機構に対して必要な財政的・人的支援を行う。

また、地域の民間事業者に対しては、産業振興施策や中野のまちの価値を向上することを通じて、直接的及び間接的に支援を行っていく。

② 機構の役割

(ア) 区との協力

機構は、区が推進するべきシティマネジメントに係る取組みのうち、民間のノウハウや活力を活用して実施することが、より効果的・効率的な事業については、区との間に協定を締結し、区と機構とで連携して目標の実現を図ることとする。

また機構は、協定に基づいた官民連携による地域一体的なネットワークづくりやまちづくりなど、ブランドとしての「なかの」の価値向上のための事業や地域振興のための事業、及び情報プラットフォームの構築などを実施すると共に、会員相互及び区内民間事業者等との協力によって、民間のノウハウを活かした事業を創出するなど、中野のグローバル戦略推進に貢献していく。

(イ) 民間事業者としての自主的活動

機構は、専門性、マーケティング力、情報等の活用など、民間の特性を生かした事業の提案と実施など、具体的な収支計画をもって自ら事業を実施していく。

また、機構は、自主事業については、区の支援に頼ることなく、自立して運営していくことを目指す。

③ 区内の民間事業者に期待する役割

区内の民間事業者に対しては、まちの賑わいづくりや、ユニバーサルデザインのまちづくりを理解し、企業戦略とまちづくりの一体化によるまちの価値の向上や、将来に対する期待感などの機運醸成に協力することを期待する。

また、機構の運営する情報プラットフォームを利用するなど、機構の実施する事業の利用や、区や機構の推進する事業等への積極的な参加により、まちづくりに参加していく。

(5) 機構の体制等

① 一般社団法人としての体制

機構は、理事会、社員（正会員：会費・決定権あり）および教育機関等の協力会員（非社員：会費・決定権無し）で構成する。

② 機構事務局の体制

事務局の運営については事務等を行う常勤職員、及びシティセールスなどの専門性を有する非常勤アドバイザーにより運営していく。

3 シティマネジメントの取組みについて

シティマネジメントでは、区と機構とで役割分担をしながら、観光プロモーション、シティセールス、エリアマネジメント、情報プラットフォームの4つの事業に取り組むことで、中野のまちの魅力を内外に向けて発信し、中野のまちのブランド力を高めることを図っていく。

(1) 観光プロモーション

観光プロモーションの事業では、中野区への来街者を増やすと共に、滞在時間の増加による経済効果の向上を図っていく。また、再来訪を促すため、地域の受け入れ態勢の整備を行っていく。

区は、条件整備及び他自治体等との調整等を担当し、機構は、具体的な事業の実施を担うほか、フィルム・コミッションなどの独自事業の実施を行う。

(2) シティセールス

シティセールスの事業では、中野駅周辺地域を始めとして、開発の段階に合わせて進化していく中野区の情報を、シティセールス戦略に基づき戦略的に発信し、地域のイメージづくりや価値を高め、まちづくりへの期待感を醸成していく。

区は、シティセールス戦略の策定や、規制緩和等の条件整備を担当し、機構はイベントの実施など、具体的な事業の実施を担うほか、中野ブランドを活用した広告事業などの独自事業の実施を行う。

(3) エリアマネジメント

エリアマネジメントの事業では、地域のステークホルダーが中心となって組織化及び運営が行われ、地域の価値を高める公益的活動が展開できるよう、区は組織化及び運営に関する支援を行っていく。

区は、団体の立ち上げ支援及び規制緩和等の条件整備を行い、機構は、エリマネ団体間のイベント調整及び自主イベント等を行う。

(4) 情報プラットフォーム

情報プラットフォームの事業では、区の観光情報やシティセールスに関する情報を効果的に発信するインフラとして、観光ホームページや観光アプリ、デジタルサイネージなどの一体的な整備・運用を行う。

区は、基盤整備及び運用に対する補助を行い、機構は、民間のノウハウの活用などによる広告収入を得つつ、情報プラットフォームの運用を行う。

4 今後の予定

平成30年7月	中野区シティセールス戦略策定 法人設立 中野区グローバル戦略推進協議会の解散
8月以降	機構と区とで協力した事業の開始 まちづくりの進展に合わせたシティセールス、エリアマネジメント等への取り組み