

岐阜市中心市街地のまちづくりについて

人口減少や少子高齢化の進展による社会の活力低下が大きな社会課題となるなか、岐阜市では、コンパクトシティやスマートシティの推進、中心市街地の活性化、インフラ整備といった各種施策を講じています。知っているようで知らない「岐阜市のまちづくり」についての理解を深めることを目的に、一般財団法人岐阜市にぎわいまち公社 業務執行理事 丹治 克行 氏の連載が始まります。

初回となる本号では、人口減少がまちづくりにどのような影響を及ぼすのか、なぜ中心部の再開発を進めなければならないのか、にぎわいまち公社はどのような役割を果たす組織なのかについて解説していただきます。皆さんの商売にも深く関係する「岐阜市のまちづくり」について、一緒に学びましょう。

一般財団法人岐阜市にぎわいまち公社
業務執行理事兼事務局長 丹治 克行
1980年4月 岐阜市役所入庁
市民税、財政、都市計画、市長公室、
2018年3月 商工観光、教育などの部署を統括
2018年7月 理事兼財政部部長職を最後に、市役所退職
2018年7月 岐阜市にぎわいまち公社
業務執行理事を拝命 現在に至る



日本は2008年をピークに人口が減少、本格的な少子高齢社会に突入した。その上コロナウイルス感染症対策で莫大な財政出動を強いられ、国および全国の地方自治体は、これから深刻な財政危機に直面するであろう。

今後の地方自治を考える時、都市経営は税収の動向によって大きく左右される。ここでは、住民に直接影響する市町村行政の財源について考察してみたい。

岐阜市の財政と都市計画

岐阜市を例に考えてみよう。税収構造を見ると、市税収入約650億円のうち固定資産税・都市計画税が約半分を占める。個人、法人が所有する資産に課税するもので、都市を運営する際の自主財源であり、一番の安定収入である。この安定財源は、市街化区域とりわけ中心市街地の地価の影響を受けるため、「市」の顔となる「街区」の地盤沈下（地価の下落）だけは回避しなければいけない。岐阜市に当てはめると、それが

「柳ヶ瀬」になる。「柳ヶ瀬エリア」の価値が下がると市全体の地価に影響を及ぼすことになるのだ。

こうしたこともあり、官民挙げて中心市街地活性化を標榜し、これまで中心部に投資してきたのである。（中心市街地活性化協議会の事務局は岐阜商工会議所内にある。）

「中心市街地活性化基本計画（2007年5月作成）」によって、市中心部のエリアの価値を向上させる意識が官民で共有された。

岐阜市において定められたエリアは、南北は岐阜駅北口からぎふメディアアコスモスまで、東西は東の御船街道から西の忠節橋通り（北限は若宮町で、以北メディアアコスモスまではエリアが狭い範囲で限定されている）まで、となっている。

岐阜駅周辺エリアは、鉄道高架や駅前再開発等の公共投資により地価が上昇傾向で推移している。また「司のまち」と言われるぎふメディアアコスモス周辺も、メディアアコスモス整備に加え市役所移転等の公共投資に支えられ、地価が下げ止まって上昇

に向かい始めた。

柳ヶ瀬エリアだけが地価が下げ止まっていない状況で、取り残された形になっている。だが今後、高島屋南再開発ビルへの公共施設導入、金公園再整備など柳ヶ瀬エリアへの公共投資が進めば、このエリアも価値が見直されるだろう。

そうした動きに呼応する形で、今、柳ヶ瀬周辺エリアに分譲マンションの建設ラッシュが起きている。また、市中心部に良質な戸建の新築物件が散見されるほか、商業店舗の新規出店も150件を超える勢いを見せ、新陳代謝が加速している。



結果として、マンション所有者等から安定した固定資産税が見込めるほか、新規出店や創業が促進されれば、若者の雇用創出に繋がり、労働人口が確保される。そして、その税収をもって市全域の政策に還元することができる。

中心部への投資が、税の還流の観点からも効果的とされ、全国的に重

点政策として位置付けられているからだ。

コロナ禍で市税収入の先行きが不安視される中、今一度、市中心部の価値を向上させる各種取り組みについてご認識賜り、ご理解とご支援をお願いしたいものである。

岐阜市にぎわいまち公社の役割

ここで、「岐阜市にぎわいまち公社って何をやってるの？」という疑問にお答えしたい。当公社は、岐阜市100%出資の一般財団法人であるが、その役割は、「中心市街地整備推進機構」として、主に柳ヶ瀬エリアの価値向上のための施策を実行し、一方で「景観整備機構」として、観光エリアの価値向上に向けた各種の取り組みを市から委託を受けて行っている。

これまでの取り組みの1つをご紹介しますと、柳ヶ瀬エリアの価値を高める活動として、「柳ヶ瀬活性化プラン」の企画に関わっている。

そのプランでは、①中心商業地に新たな役割を創出②オンラインワンの商品、商人、売り方などを誘致③柳ヶ瀬にしかない店舗づくりとその集積を目指す。

目的を果たすために、具体的なステップアップ戦略を掲げ、

- ステップ1 マーケットづくりと「コンテンツ」の育成
- ステップ2 遊休不動産の活用と店舗の受け皿づくり
- ステップ3 環境整備と空間づくり

と位置付け、柳ヶ瀬の新たな魅力の創造に向けて、戦略的に着実な成果を上げるアクションプランを、岐阜市や民間事業者と連携しながら立案し実行している。

ステップ1では、「サンデービルディングマーケット」や「柳ヶ瀬ジュラシックアーケード」などの立ち上げ支援を行い、ステップ2では、市から委託を受け「リノベーションスクール@岐阜」を開催して、柳ヶ瀬で商売する意欲のあるプレイヤーの育成に努めているほか、リノベーションまちづくりの気運を高めるお手伝いをしていく。そして、ステップ3では、人が集い、憩い、交流する空間づくりの支援を行う。トランジットモールや金公園で実施した「オープンスペースラボ in 金公園」などの社会実験に関わり、人が滞留する空間づくりの分析等をする中で、効果的な公共投資の在り方を模索した。

この「柳ヶ瀬活性化プラン」の実行を通して、柳ヶ瀬のファンを増やす取り組みを継続的に支援してきた。サンデービルディングマーケットが開催



された平成26年以降、柳ヶ瀬周辺エリアにおける新規出店が150店舗を超えているという事実こそ、まぎれもなく現状に投映された成果といえるのではないかと考えている。

新規出店の約半数は、飲食店だが、残り半数には、テラー、ブティック、セレクトショップなどのファッション系、その他、八百屋、パン屋、和菓子屋、花屋、美容室、ネイルサロン、接骨院、雑貨、リサイクル店など生活に根付いた職種も数多くの出店が見られる。若手の創業者、経営者が柳ヶ瀬エリアに進出してきたことで、明らかに「柳ヶ瀬に魅力を感じて関わろうとする人材」が増えてきており、新たな潮流といったものが感じられる。

公社の役割は、この潮流を中心市街地活性化エリア全体につなげる共通項とするため、現状の問題点を整理し、その対応策・処方箋を作って、行政と民間の中間の立場から両者をつなぎ、双方のまちづくり事業の支援をすることと考えている。

次号では、中心市街地の核となる店舗について考えてみましょう。