

みち活用のまちづくりオープンカフェ社会実験による持続可能な収益還元システムの検討

(株)建設技術研究所・大阪本社 正会員 ○高橋 富美
 (株)建設技術研究所・大阪本社 正会員 竹林 弘晃
 岸和田市都市整備部都市計画課 実森 伸一
 岸和田市都市整備部都市計画課 越智 正則

1. 目的

近年、地域の活性化、都市における賑わいの創出などの観点から、地方公共団体や商店街などが協力してイベントを開催する取組みが全国各地で行われており、道路もこうしたイベントを通じた活用場として注目されている。国土交通省では「道を活用した地域活動の円滑化のためのガイドライン（平成17年3月）」のなかで、地域活動を活発に、しかも円滑に実施するための手法をとりまとめている。一方大阪府岸和田市では、南海岸和田駅周辺を核とした中心市街地の活性化に取り組んでおり、平成16年度からは「地域の魅力・顔づくりプロジェクト」として、地域住民、商業者、電鉄会社、行政等によるまちづくりの実践活動に取り組んでいる。今後、こうした地域活動をより充実させ、地域の魅力向上へとつなげ、その相乗効果によって地域の活性化、賑わいの創出を図ることが必要となる。しかし、継続的な地域活動とするためには、持続可能な収益還元システムの構築が求められている。

本稿では、平成17年度に大阪府岸和田市において、まちの賑わいの創出と、住民主体の地域活動、持続活動なまちづくりシステムの確立をめざして実施した「みち活用のまちづくり 花と光のオープンカフェ社会実験（以下、社会実験とする）」について報告し、その中で検討した持続可能な収益還元システムについて述べる。

2. 社会実験の概要

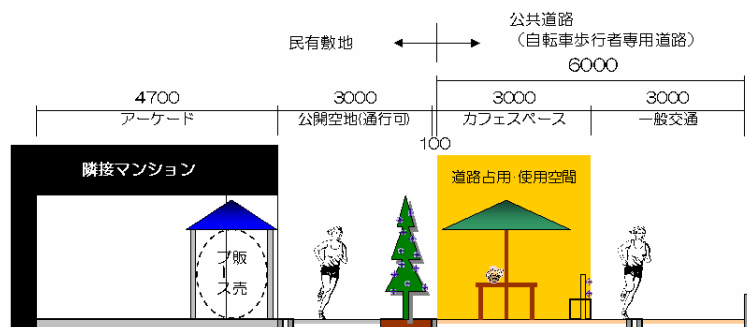
社会実験は、地域住民、地域商業者、鉄道会社、行政等で構成される「地域の魅力・顔づくりプロジェクト岸和田推進協議会」を実施主体として行った。実験場所は、岸和田駅前の延長120m、幅員6mの自転車歩行者専用道路とし、実験期間は平成17年10月29日（土）～11月27日（日）の30日間連続して行った。なお、11月12日以降は19時までオープンし、夜間のイルミネーションにより賑わいを演出した。

オープンカフェは、公共道路上での飲食販売は行わず、テイクアウト方式とし、中心市街地の各商店街の窓口となっている岸和田TMOが運営した。TMOが募集した5店舗が出店した。実験期間中は、各種イベント（花の苗や種等の配布、ライブコンサート、写真展）や他のプロジェクト（花いっぱい、クリーン、イルミネーションプロジェクト）とのタイアップを行った。

実験中の総利用者は944人、総利用グループ数は495組であった。利用者の99%が「非常に良い試み」、「良い試み」と評価し、88%が「続けて欲しい」という継続意向を示した。また、出店者の過半数が、オープンカフェの継続意向を示した。



図—1 夜間の実験実施状況



図—2 オープンカフェ設置状況（横断図）

キーワード 交通社会実験・道路空間の有効活用・中心市街地活性化・オープンカフェ

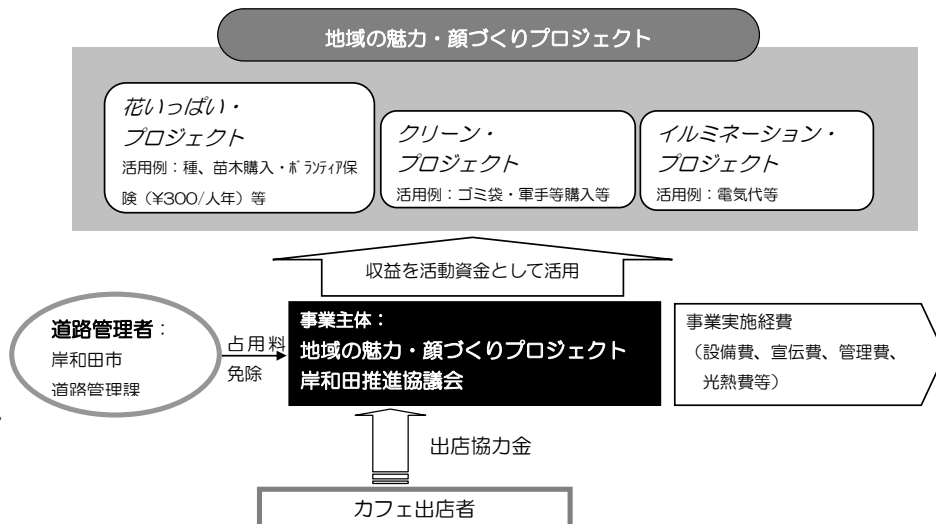
連絡先 〒540-0008 大阪府大阪市中央区大手前1-2-15 (株)建設技術研究所 TEL 06-6944-7777

3．収益還元システムの検討

オープンカフェで得た収益金の活用方法について、カフェ利用者及び出店者とも、道路美化活動やまちの活性化のための資金としての活用意向が強く、カフェの収益金を地域の賑わい向上に還元するシステムについて期待が大きいものと考えられる。

また、カフェの平均使用金額は約 530 円/人、出店した 5 店舗の売り上げは約 50 万円、1 店舗の1日の売り上げは平均約 3,300 円であり、出店料の金額によっては出店料を徴収することが可能であると考えられる。

以上のことから、図-3に示す収益還元システムが検討された。オープンカフェを継続的に実施し、そこで生み出された収益を地域のまちづくり活動資金として活用していく収益還元システムを確立するためには、
$$\text{「出店協力金」} - \text{「実費」} = \text{「まちづくり資金（収益）」} > 0$$
の式を成り立たせる必要がある。出店協力金については、今回の実験のアンケート結果から「売上げの一分とする」ことや、「1店舗あたり 1,500～3,000 円程度とする」等の意見が出された。一方実費には、店舗設備費、広告宣伝費、現場管理費、イベント費、光熱費等が含まれる。また、まちづくり資金（収益）については、道路占用料金が一定の目安として考える。



図—3 収益還元システム

4．課題

今回の実験から、収益還元システムを確立させていくための以下の3要素が考えられる。

オープンカフェの実施規模

1回の実施に際して最低限必要となる共通設備費、広告等については、実施規模が大きくなるほど各出店者あたりの負担は小さくなる。また、出店数の増加は出店協力金の増収だけでなく、集客力の増加と売上増の相乗効果が期待され、ひいてはまちづくり資金（収益）の増収へと繋がる。しかし、実施規模に比べ参加店舗数が少なければ店舗あたりの負担が大きく、資金が得られなくなるばかりか、継続的实施は不可能となる。

集客・売上の増進と実施コスト低減の両面から、最も適した実施規模・出店舗数の設定が必要不可欠である。

オープンカフェの実施期間

長期間にわたる安定した実施は、それ自体がPRとなり、来客数や参加希望店舗数の増加も期待され、こうした相乗効果により大きなまちづくり資金（収益）を得ることができ、収益還元システムを更に有効にしていくことが可能となる。

協力体制

今回の実験では、住民、出店者、TMO、鉄道・バス事業者、行政が協力し合い、互いの役割を担いながら取り組んだ。これにより大きなコスト削減が図られただけでなく、個々の負担も分散された。また、多様な団体・組織が関わることでPR・集客効果の面でも大きな成果が見られた。オープンカフェを本格実施し、収益還元システムを確立するためには、こうした協力体制を維持継続させていくことが必要不可欠であり、小さな投資で大きな効果が期待できる。