

こ 小判は道に埋まっている

昨今、エリアマネジメントという言葉が注目されている。「ある特定の地域において、住民や地権者、事業者などが主体的に行う、地域の暮らしやすさを維持したり、地域の価値を向上させる取組」とでも言おうか。住宅地や商業地を問わず広く取り組まれている。今までも住宅地では町内会などの住民の自治組織が中心になって取り組まれてきたし、商業地では商店街組合などが担ってきた。しかし、地域住民の減少や役員の高齢化、商店街の空き店舗の増加などにより、多様化する地域の課題に十分に对应されない状況も見られるようになってきた。一方で、大規模団地の開発や中心市街地の再開発などによって生まれた新しい地域では、そもそも担い手がいらないところからエリアマネジメントの取組を立ち上げていかなければならない。

そんな背景もあり、昨今注目されるエリアマネジメントでは、地域課題に精通した専門性のある組織が関与するケースが増えてきている。そうすると従来の地縁組織によるエリアマネジメントが共同体としてのボランティア活動であったのに対して、専門性のある組織もボランティアというわけにはいかなくなる。組織の件数費だけでなく、エリアマネジメントの拠点を維持する費用、それに課題に対して目に見える成果を出すための事業費などかなりの費用が必要になる。エリアマネジメントの取組自体に何らかの収益性が求められるというわけだ。だからといって受益者である住民や地権者、事業者が負担するには限界がある。

そこで注目されるのは「小判は道に埋まっている」という考え方だ。道路という公共空間を現金化するというと変に聞こえるかもしれないが、道路の一部を貸し出し費用を捻出することで、一定の収益を生み出すことができる。フランスなどのオシャレな路上カフェは地域に人を集める魅力があるが、エリアマネジメントに必要な収益も得るしくみになっている。人通りの多い路上では街路灯や塀などに広告物を掲示して収益をあげることでもできる。そのための仕組みづくりは面倒なことも多いが、安定的にかんりの費用を生み出すことが可能になる。これからは公共空間の現金化という視点がかなり重要になると思うのだ。