

都心部の Park-PFI 制度導入都市公園における地域連携とその波及効果に関する研究 ～渋谷区立北谷公園を事例として～

都市空間生成研究室
2041162 山田 汐莉

都市公園	都市公園法	Park-PFI
指定管理者制度	地域連携	北谷公園

1. 研究の目的と背景

社会情勢の変化や公園緑地の維持管理費や老朽化による課題がある中で、官民連携を強化し都市公園を活用することで都市経営課題の解決や、周辺エリアの価値向上に寄与し、今後のまちづくりにおいて必要であると考えられる。

本研究では、公園内の活動が主体同士の関係の横展開に影響することを「波及効果」と定義する。地域連携の起点となる Park-PFI 導入都市公園の先行事例である「渋谷区立北谷公園」を研究対象地とし公園内で地域連携型イベントとして行われている JINNAN MARKET の活動の実態調査と関係主体の分析を試みる。地域連携の観点におけるその波及効果とプロセス、関係者のポテンシャルを明らかにすることで今後の Park-PFI 活用による地域連携の可能性について考察することを目的とする。

2. 都市公園法の変遷

本章では、2017 年に都市公園法が改正され、その設置管理の特例として公募設置管理制度（以下 Park-PFI）が新設された。公募により選定された民間事業者が収益施設と公共部分を一体的に整備できる仕組みである。民間資金等を活用した公園利用者の利便の向上と公園管理者の財政負担の軽減が求められている。

3. 対象事例の選定とその概要

3-1. 対象地の概要

渋谷区初の Park-PFI 制度導入都市公園である。渋谷駅から約 1km 離れた神南エリアに位置し、周辺エリアはセレクトショップやカフェが集積するファッションのまちとして知られている。東急（株）、（株）日建設計、（株）CRAZY AD の 3 社で構成される指定管理者の「しぶきたパートナーズ」が運営管理を行う。通常の公園利用に加え、1 日単位の場所貸しも行い、公園の多様な利活用を推進している。加えて、利用者が活用アイデアを直接管理者に伝えることができる公共空間活用促進の仕組みも導入されている。また、神南エリアに新たな人の流れや関係性をつくり出し、新たな関係人口を増やす取り組みと

して JINNAN MARKET を開催している。



図 1. 北谷公園の様子

3-2. 対象地の選定理由

周辺エリアのテナントを巻き込むことで、まちづくりの観点から人流的な回遊性向上やエリアの活性化だけでなく、地域の直接的なつながりに焦点を当てている点が Park-PFI 導入都市公園を起点とした地域連携の先行事例であるため対象地として選定した。

また、同じく都心部に位置する Park-PFI 導入都市公園である、豊島区立南池袋公園は地域活性化のためのイベントが隣接するグリーン大通りを起点としている点や新宿区立新宿中央公園においては公園を起点としたイベントが周辺エリアのステークホルダーを巻き込んでいない点から、本研究の対象地から除外した。

4. 地域連携型イベント JINNAN MARKET

4-1. JINNAN MARKET の概要

年に 3~4 回、地域のモデル事務所と連携しファッション業界の出店者を集めた様々なコンテンツで構成されるイベントであり、継続実施することで神南エリの活性化を図っている。

4-2. 過去の JINNAN MARKET 出店者の整理

本調査では公式 HP や SNS を活用し、過去の JINNAN MARKET の出店者情報の整理と属性分けを行った。関係者の広がりや変遷からマーケットの波及効果を探る。北谷公園がある神南エリアの出店者数はほぼ変化していない一方で、普段エリアを持たずオンラインもしくはイベントのみの出店者と神南・渋谷エリア外からの出店者が増加傾向にあった。5 回目以降は協力企業や組織が増え、地元商店街と共催や渋谷区の後援を受けることで公園に隣接する道路や周辺ビルまでマーケットは広がった。ま

た8回では協力組織は地元企業や施設であり、マーケットの回数を重ねるごとに地元の協力体制や広がりが見えてきた。加えて6回では周辺店舗を巻き込んだ特別企画が開催された点や、最近ではエリア内のギャラリー展示者が告知を兼ね、出店している点が見えてきた。

4-3. 分析と考察

これらの結果から JINNAN MARKET の出店者の中には徐々に企業や団体、特に地元企業などの協力者が増加しており、これにより公園外でのマーケットの展開や、企業同士の連携から新しい関係の構築が示唆される。また、地域内の連携は北谷公園を中心に形成され、同時に元々の相互関係も拡大している。このように関係性が北谷公園を起点にさらに広がることは今後の地域連携を促進する鍵となると推測される。以上を踏まえて、8回までの実態調査より以下のフェーズが考察される。

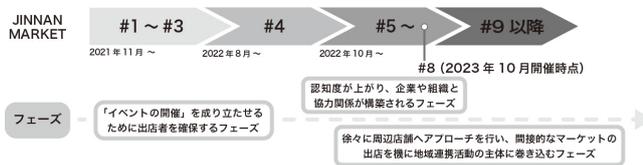


図2. JINNAN MARKET の出店者実態から見たマーケットの地域への波及効果のフェーズ

5. ヒアリング調査

本調査では第4章で明らかにした全8回の出店者へのアンケートと第8回のみ対面インタビュー形式で、JINNAN MARKET の主催者と地元商店街・協議会を対象にインタビュー形式でヒアリングを行った。公園を拠点とした地域連携の実現には地元の関係者の協力が不可欠である。特に地元商店街と企業の積極的な参加が、地域連携の活動範囲を広げる重要な要素となることが明らかになった。運営管理者は外部主体であり、これにより他の周辺ステークホルダーを巻き込む難しさが示唆される。また、地域のコミュニティのハブとなる出店者を引き込むことでそのつながりから出店が実現する事例や、逆に JINNAN MARKET に出店したことで後に周辺のポップアップに出店につながった事例が明らかになった。また、運営管理者の予想以上に JINNAN MARKET の地域への波及効果は広範囲に及んでおり、これによるメディアの注目やさらなる認知度向上、賛同者の増加は協力企業や団体、出店者の増加に繋がり、地域連携活動維持のための方針である「事業性」を強調した今後のマーケット展開が期待される。地域連携の実現には、運営管理者の積極的な関与が不可欠であり、しぶきたパートナーズは商店街組合非

会員のアパレルショップを含め、地元商店街協議会への参加や直接店舗訪問、清掃活動などの地域の店舗や企業同士が直接コミュニケーションを行える場の創出など日常の働きかけは、周辺地域の協力や理解を得るうえで重要であると考察される。

6. 結論

Park-PFI 導入都市公園を起点とした地域連携のために必要な要素は主に大きく2点あげられる。

1 点目は都市公園の空間構成と建築物に関して、「活動を行うための場が整備されていること」と「十分な収益を上げることが可能な収益施設を選定すること」が明らかとなった。

2 点目は Park-PFI 導入都市公園を起点とした地域連携を行う際の重要な主体に着目する。まず、Park-PFI 導入都市公園における、運営管理者のポテンシャルについて、①指定管理者制度を導入していることが望ましい点、②運営管理者は異なるポテンシャルを持ち合わせた複数の団体や企業で構成されていることが望ましい点である。次に周辺関係者に関して、①地域活性化や連携に積極的な地元企業や店舗が1つはあること②「商店街と Park-PFI 導入都市公園それぞれが持つ特性やポテンシャルを活かしたい」という視点を持ち、さらに地域の活性化に関する活動を勢力的に行っている地元商店街振興組合③地域連携を意図したイベントを行う際「各地域の店舗や企業をつなぐコミュニティハブ」の役割を持つ出店者や協力者を巻き込むことが地域連携のための活動を行ううえで重要であることが明らかになった。

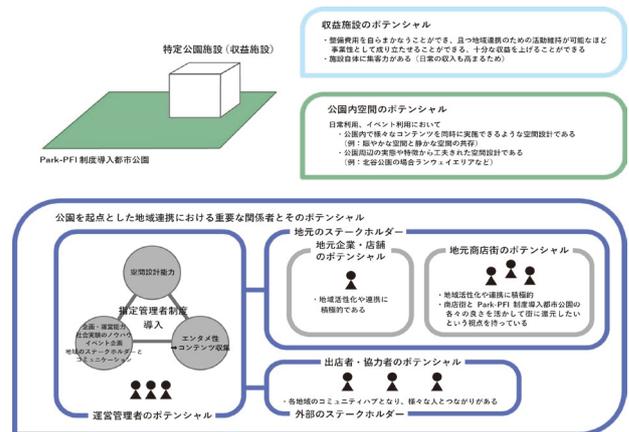


図3. 都市公園を起点とした地域連携のメカニズム

参考文献

- 国土交通省 都市局 公園緑地・景観課、：都市公園法改正のポイント
- しぶきたパートナーズ：JINNAN MARKET | あなたが、公園を自由にする。
<https://jinnanmarket.com/> (最終閲覧日 2024年1月23日)