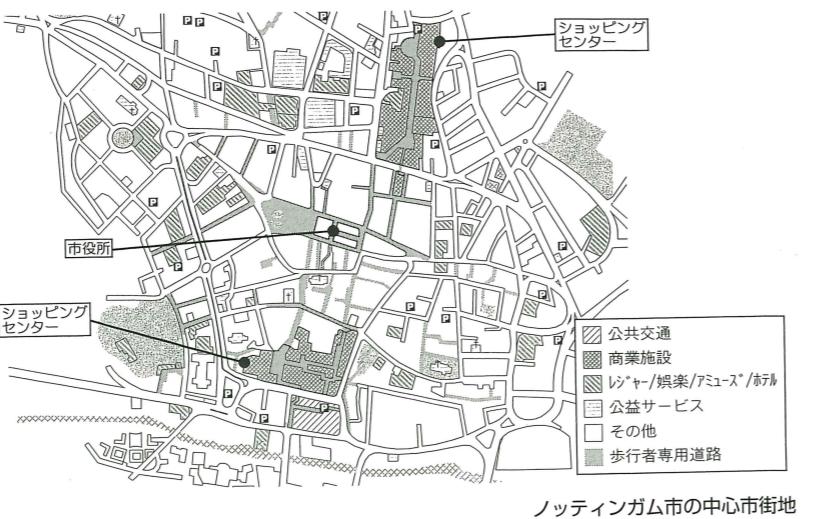


中心市街地の活性化に向けて——ノッティンガム市の事例から



ノッティンガムの象徴であるロビンフッドの像



ノッティンガム市の中心市街地



メドウ・ホールの専門店モール



ノッティンガムのCCMの組織構成

顧客調査では、計画とその功績において75%以上の満足度を示す。

・年間100万人(96年)以上の観光入込み客数。

・主要な商業開発による雇用の増大は概ね10%。

・イギリスで最大の歩行者ネットワークの実現。

■「シティ・センター・マネジメント(CCM)」の構成と目的

ノッティンガムにはCCMが確立しており、このようなパートナーシップは1991年に発足し、今年で8年目となる。その最も大きな特徴は、16のさまざまな組織がこのパートナーシップをつくりあげていることである。

M「」の構成と目的

16の組織のうち1つは地方自治体で、残りの15は小売り、ラジオなどの放送、運送、不動産、内部的に再開発に投資する企業などである。この地方自治体と残りの15の企業は、ノッティンガムの中心街をこれからますます発展させて行くための要となる組織といえよう。

CCC設立の目的は、生活圏(リージョナルシティー)人口100万人の中心として、ノッティンガム中支部を、産業、商業、観光などの面でますます発展させることに寄与することである。またその発足は、はじめにも触れたように91年に郊外に大規模スーパー2店が出店したことが契機である。2店どもはシェフィールド郊外の「メドウ・ホール」と、ノッティンガム南のレストラン郊外の大型スーパー「チエスター」であり、中心部の商業にとつては大変な奮威となつた。そこで91年に、街中の活性化を図る目的で委員会が発足。3つの対策を行うことが提案され、実行された。

①ノッティンガム市だけではなく、隣りの自治体を含むノッティンガムシャー県の中に郊外型の大型SCCをつくらせないようにした。イギリスでは唯一ノッティンガムシャー県だけが、現在でも郊外型大型SCの進出が無い。

②消費者はSC的な機能を欲しており、それらの



ノッティンガムの中心部

ノッティンガム市の概況

昨年8月末から9月上旬にかけて行われた当協会主催の「海外住宅・都市開発事情観察」において同市を公式訪問し、今後のわが国地方都市等における中心市街地活性化のための参考事例として、シティ・センター・マネジメント代表であるジャネット・エリス氏に話を伺つた。

■ノッティンガム市の概況

ノッティンガム市はイギリスのほぼ中央に位置する人口約28万人の地方中核都市であり、ロンドンから電車で約2時間という所に位置している。ロビンフッドの伝説で知られるノッティンガムの歴史は、アングロサクソンが進出してきた時代に始まるといわれる。かつては国内有数の工業都市であり、レースなどの織物産業や炭鉱の街として繁栄したが、近年は他都市と同様に基幹産業が衰退し、現在では海外を含めて新規産業誘致を積極的にに行っている。中心市街地は2・5平方Km内に約17万平方m（店舗数1300）の商業床を擁し、市役所を中心におき、2つのショッピングセンターが南北に配置され、中心エリアは歩行者専用モールで回遊できる。買い物

には英國で最も効果的な運営をしている中心点と評価された。

ノッティンガム市におけるTCMのねらいは、郊外に進出した大規模ショッピングセンターに対応した中心市街地の魅力付けにある。地域経済活性化を図るために、アクセスのしやすさ等の物理的環境を改善するとともに、衰退した製造業の効果的運用による雇用創出に力点を置くなどハード、ソフトにわたる総合的な取組を行っている。

ノッティンガム市のTCMは、「パートナーシップ」「C-COM(City Center Management)」の構築とタウン・センター・マネジャーの実践において、1997年には英国で最も効果的な運営をしている中心市街地と評価された。

■ノッティンガム市のTCMの主な成果

- ・ 国の調査「活気にあふれ生き残る中心市街地」で、最も成功した都市と認定。
- ・ 商品戦略強化により、商業規模と品質に関してイギリス上位5位内にランク付け(全英で第7位から第4位に上昇。空き店舗率が10%から4%に減少)。
- ・ 1987～1996年の期間で、中心市街地の商業売上成長率がイギリスで最大。

■メドウ・ホール

くった。また、大型SCのかわりに街中のショッピングゾーンを拡大し、多種多様な小売りが生れるようにならなかった。また、ショッピング環境の改善に取り組んだ。

③小売りの拡大に努めた。過去8年の間街中ににおける小売りビジネスの拡大に努めた結果、金融・公的施設・レジャー等に波及効果が現れ、それに伴い以前よりも業務施設が多く開設され始めた。

ノッティンガムがそのようななかで街中が繁盛して来たもう一つの理由は、地の利ということもある。つまり周辺の全ての道がノッティンガムに入り込んでくること、街自体がコンパクトにまとまっていたことも有利な条件となつた。

ノッティンガム市の人口は約30万人であるが、買い物に来る人たちを考えれば100万人を相手にすることになる。そのため、住民と買い物客とのバランスをとった開発が必要であり、また、観光客のことを考慮しなくてはならなかつた。

■メドウ・ホール

シェフィールド郊外にある「メドウ・ホール」は大規模複合ショッピングセンターで、ケーツヘッドのメトロセンターと並んで英国最大級、ヨーロッパでも有数の規模である。高速道路M1のJCの直ぐ近くにあり、130エーカー（約52ha）の工場跡地の再利用として1991年にオープンした。

床面積12万平方メートルで1万2千台分の大型駐車場を持つており、また都心との間をスープアートラ

①ノッティンガム市だけではなく、隣りの自治体を含むノッティンガムシャー県の中に郊外型の大型SCをつくりさせないようにした。イギリスでは唯一ノッティンガムシャー県だけが、現在でも郊外型大型SCの進出が無い。

②消費者はSC的な機能を欲しており、それらのサービスを満たすために街中に中規模の2つのSCをつくる

イギリスのほぼ中央に位置するノッティンガムは地方中核都市であり、郊外に建設された大型ショッピングセンター「メドウ・ホール」に対する危機感が契機となつて、タウン・センター・マネジメント(TCM)が設立されている。

客用に1600台の駐車場が要所に分散配置されている。ノッティンガム市内を訪れる生活圏の人々にとって、商業、文化、社会、行政上の中心地となっている。生活圏人口が約100万人、商圈人口としては最大200万人となる。

ノッティンガム市におけるTCMのねらいは、郊外に進出した大規模ショッピングセンターに対応した中心市街地の魅力付けにある。地域経済活性化を図るために、アクセスのしやすさ等の物理的環境を改善するとともに、衰退した製造業の効率的運用による雇用創出に力点を置くなどハード、ソフトにわたり総合的な取組を行っている。

ノッティンガム市のTCMは、「パートナーシップ[CCM(City Center Management)]」の構築とタウン・センター・マネジャーの実践において、1997年には英国で最も効果的な運営をしている中心市街地と評価された。

■ノッティンガム市のTCMの主な成果

- ・国の調査「活気にあふれ生き残る中心市街地」で、最も成功した都市と認定。
- ・商品戦略強化により、商業規模と品質に関してイギリス上位5位内にランク付け(全英で第7位から第4位に上昇。空き店舗率が10%から4%に減少)。
- ・1987～1996年の期間で、中心市街地の商業売上成長率がイギリスで最大。



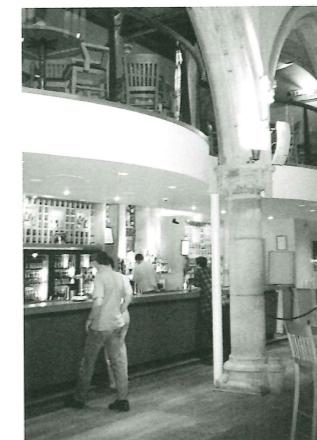
ノッティンガムの中心街



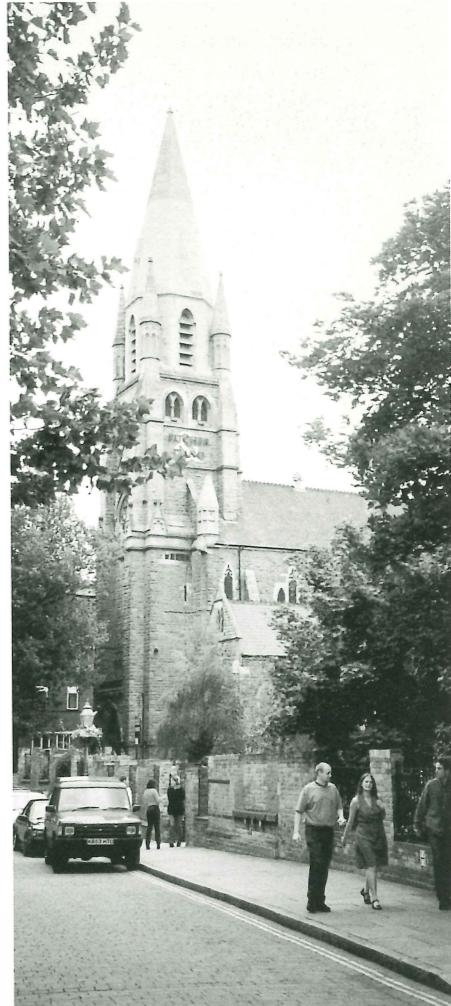
シェフィールド市内とメドウ・ホールを結ぶLRT



公式訪問の様子



元教会のバブの内装



元教会のバブの外観

閑を利用していている。

また、都心と「メドウ・ホール」を結ぶスルーパートラムの路線は、都心部においては道路と一体型の併用区間であり、都心部を離ると専用線となつていて、一方では「メドウ・ホール」を結ぶ路線以外は赤字が続き、現在はバス会社が買収し民営化されている。

イギリスではスルーパートラムなどの導入を、都市の環境改善と活性化のための有効な施策に位置付け、シェフィールドでも大きな成果を上げている。しかし、一方では「メドウ・ホール」を結ぶ路線以外は赤字が続き、現在はバス会社が買収し民営化されている。

一面でも高級なカジノと同時に低料金で楽しめるクラブなどの整備も行つた。

交通手段では自家用車を止めるための駐車場の整備や、バス等の利用頻度を高め公共交通の利用を促進するよう努めた。現在、65%は公共交通を利用している。また、ノッティンガムの再活性化の大きな特徴は多様性ということで、特定のゾーニング政策を持たず、いろいろなもの全般的総括的にミックスして街の再生を進めると同時に、市場のダイマンドを満たして再活性化が行われる。

■ 中心市街地のモール化

ノッティンガムの中心街の道のほとんどは、車が通れない歩行者優先の道となつていて、中心街はコンパクトで約2・5平方Km程度しかなく、街の中心には車が入つて来られないようにして遊歩道を多くとり、大変フレンドリーな街となつていて、モール化の基本は、歴史と文化をもつ都心を、レジャーとショッピングの共存する魅力的な空間に再構築することである。つまり、ショッピングとレジャーで「1日楽しく過ごせる」街づくりが目標であり、中心部約2・5平方Kmを回遊しやすいようにモール化によって整備した。

再活性の多様性

イギリスの街に見られる空洞化のパターンとして、中心街にビジネス施設と高級アパートなどが固まり、所得の豊かなそのビジネス街の外側をドーナツ状に低所得層の住む街が取り囲むという形が見られるが、ノッティンガムはその典型的な街のひとつである。

こういった街の中心街の活性化にあたっては、ビジネスを誘致することだけではなく、その外側にいる社会的に貧しい人たちを巻き込んでの活性化といふことが仕事を進める上で大変大事なことになる。そのため、小売り面では高級品などを取り揃えた百貨店からディスカウントショッピングまで揃え、またレジャーなどCCMは考えている。

企業・住民個人の意見をくみ上げる手法

CCMのむこう3年間毎の計画を作成する際に、15のパートナー企業には、2~3日かけたビアリングを行い、議論し意見を取り組んでいる。また、一般の住民には1~2年に1回街頭で直接ヒアリングを行つたり、各家庭にアンケートを募つたりして調査を行つていて、さらに、外部のコンサルタント会社を使って全国的な調査も行つていて、ならないとCCMは考えている。

土地利用計画について

イギリスの場合、地方自治体が都市計画を担当しているので、さまざまな手続きを得た上で文章を書類としてまとめていかなくてはならないが、ノッティンガムの場合、土地利用計画については「ミックスドユース」ということをうたっているだけである。イギリスは他の国と違い、ゾーニングということを行つておらず、特にノッティンガムの場合には多岐にわたる市場のニーズに基づき開発をして行けばよく、もともとの計画をあまり入れる必要はないといったところ。

たくさんの店を作りオフィスをあまり作らないようにならうとした地域で、思ったより店舗が来なかつたケースや、5年前には街の中心に住宅を作ったことを考へていなかつたが、25年前に作つた才

■ CCMマネージャーの役割

CCM(シティセンターマネジメント)の業務は、リス氏一人で行つており、活性化のために活動する多くの組織のコーディネーター的役割を果たしている。また、街の活性化のために必要な事柄の優先順位を決定したり、ノッティンガムに進出したい企業や個人、各種補助金申請のサポートなどの役割も行っている。

なお、近くの街・レストランといつても完全な民間のセクターではない。イギリス国内では、地方自治体はどこもCCMの機能をするものがあるが、その構成組織の仕方は各自治体により取り組み方が違う。ノッティンガムでは、このやり方が最適であるということで実践されている。

CCMマネージャーの権限

いわゆる権限ということでは、法的な効力のある権限は一切ない。マネージャー自身の説得力によって、関係者を説得し影響を与えていくことになつていて、CCMには1~2万ポンドの予算が付与されており、エリス氏自身の説得力によって、その予算を使つうにした。用途自体に制限を加えるとなかなか街の活性化が進まないため、建物の外観さえ変えなければ中の用途は、いかようでもかまわないことになつていて。例えば、ノッティンガムはかつてレースの製造で有名であったが、現在、レース工場がオフィスや住宅などに変わつた。また、近い将来、マーケットスクウェアに路面電車を復活させることになつていて、車を復活させることになつていて、

まとめ

CCMのこれまでの成功要因は、CCM(特に専業しているマネージャー)の街づくりに対する熱意と、それに協力する市民、企業の理解や努力があり、少ない資金でより高いボテンシャルを引き出せた要因であると思われる。街づくりは人で動くことを再認識することができた。

また、歴史的な建物の外観を保存することにより、統一感のある街並みを残し、用途や機能だけを変更することにより、時代にあつて、活気ある街へと発展していると感じられた。このような修復型の建築の背景には、歴史や文化に対する国民の意識があるといえよう。

ヨーロッパでは地震が少なく、建築材料として半永久的に利用できるレンガが使われているなど、日本との根本的な違いはあるものの、都市の歴史や文化に対する国民の意識の違いが街の在り方を大きく左右させていているのである。そのことに関して、特に印象深かったのは、元教会を改造したバブであった。外観は現在も教会そのものであるが、内部はバブとして利用され若者を中心に賑わつておらず、本当に雰囲気のよい空間であった。