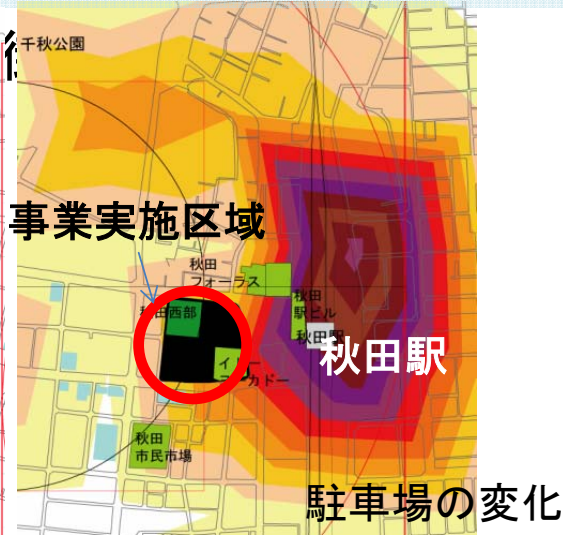
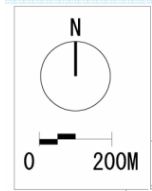


市街地再開発で再生が難しいのは、周辺が衰退するから



秋田市 市街地再開発事業 用途

- ・イトーヨーカドー（商業施設）
- ・バスターミナル
- ・市営駐車場

- ・事業区域で、店舗は増えるが
周辺・隣接部では、増えない
- ・事業区域内で、駐車場は減るが、
周辺・隣接部では、増える。

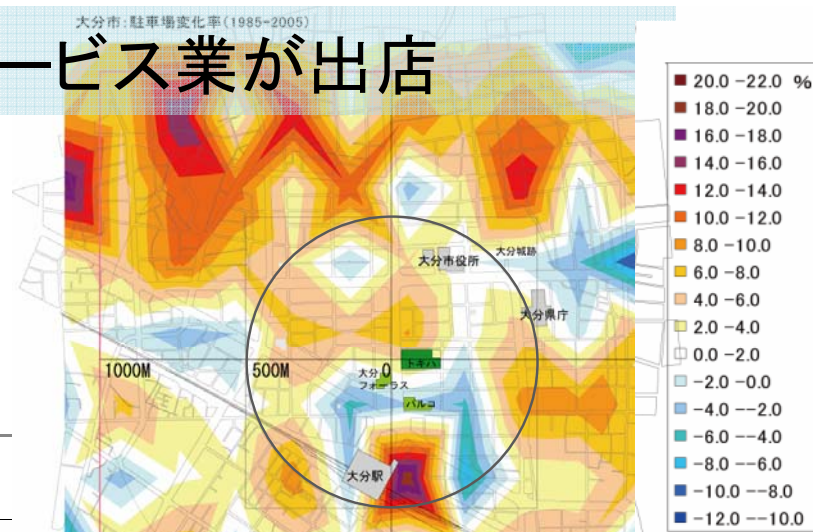


地方都市では、
大型ビルの広い売り場に、
大規模な駐車場を併設した形態は、
成立しにくい。

逆に、駐車場が減る場所で、サービス業が出店

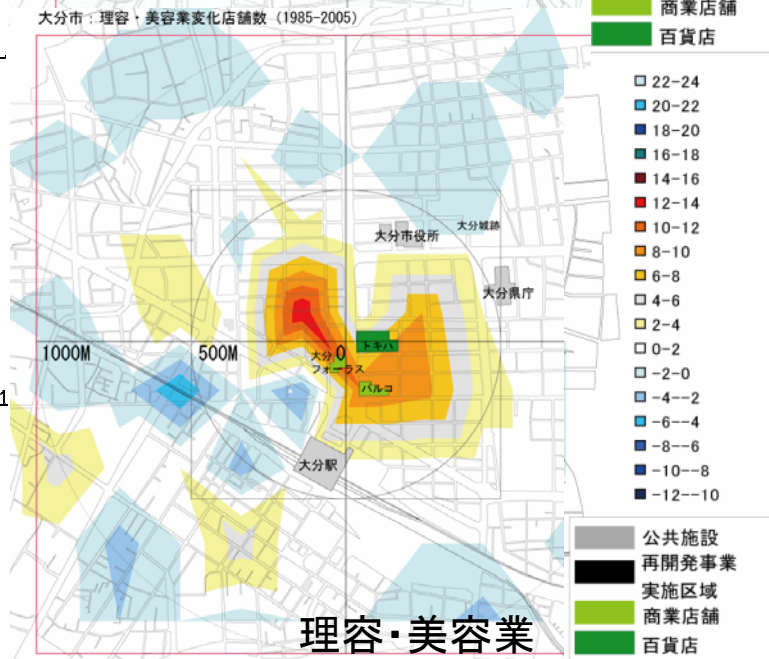
- ・サービス業は、駐車場が減ったか、増加が他地域より少ない場所で増加する

大分市：駐車場変化率(1985-2005)



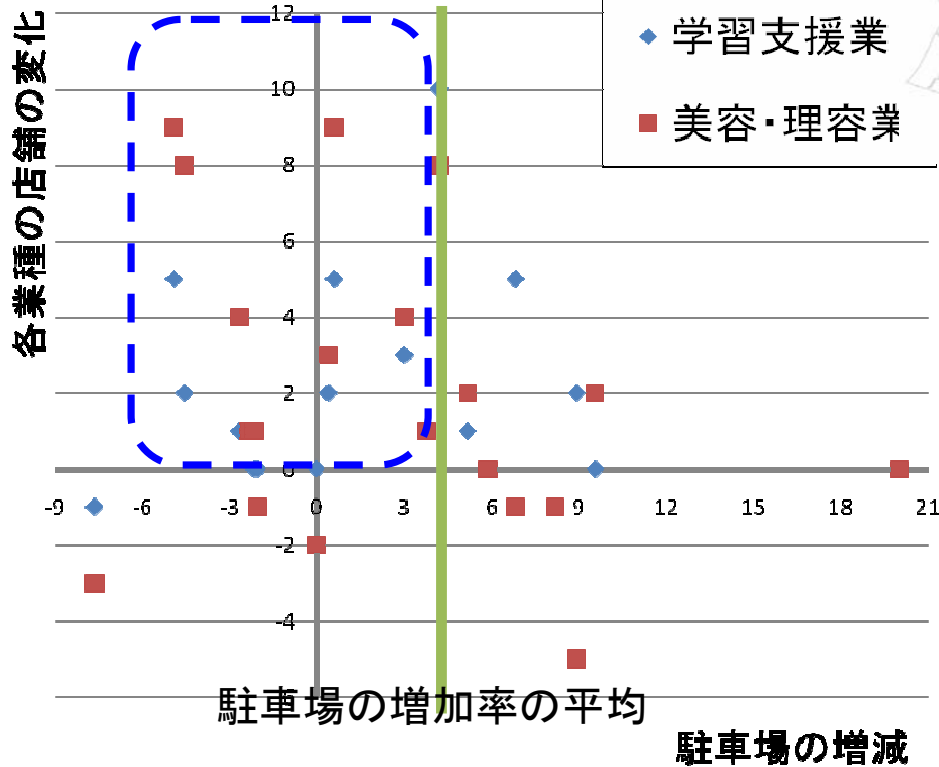
駐車場の増減

大分市：理容・美容業変化店舗数(1985-2005)



理容・美容業

大分：サービス業と駐車場の増減(都心500m)



地方都市の都心衰退のメカニズムから再生へ！

消費構造の変化、サービス化

消費者のニーズに対応できない店舗が減少する

地価下落

空き店舗
空き家

住宅

駐車場

市街地再
開発事業

地価上昇

零細な駐車場の増加

- ・テナント料上がる
- ・地代上がる
- ・出店コストが増える

地価が商業地
平均より高値
で止まる

零細な事業者の新規出店が難しい

店舗数が、さらに減少する。

開発余地(高容積率)が過大な期待を呼ぶ、再生に適した規模に縮小



出店しやすい
地価・テナント、
まず飲食業が
次に他業種が
誘発され路面
に美容、女性
向な多様な業
種が店舗数を
増やす。

都心商業の再生策

①長野市、金沢市、大分市

②高松市

③秋田市、宇都宮市

- ・大型店の立地規制
- ・利益率が高く、付加価値がある事業に対して、賃料を補助し、出店しやすくする
- ・飲食店を増やす
(女性が好む)
- ・飲食店が出店しやすくする。

都心
地価下落

宇都宮市

秋田市

サービス化の
進行度合い

- ・やる気のある若い事業者の新規出店が増える。
- ・飲食店の増加に伴い、他のサービス業が増える。
- ・商業環境が改善される。
- ・さらに店舗が増える 地価上昇

まちのサービス化と女性化することで、
都心商業は、魅力的な場に、再生していく。

コンパクトな都心をつくるダウンゾーニング

- コンパクトシティには、コンパクトな都心が、コンパクトな(零細な)商業・サービス業が要る。
- 都心商業のスマート・シュリンクの手法を！
- 変化する日常生活機能に即し、零細でも高品質・差別性が高く、高利益率のサービス業種
- その業種をリードする女性消費、女性化対応！
- これら新世代ビジネスが増えている都心とは？



サービス化・女性化した都心商業立地は従来型開発で誘導できない。商業・サービス業と観光は近くなってきた。だから、歴史まちづくり法が！

景観法から歴史風致まちづくり法へ

- 京都や金沢、その他の地方都市でも、町並みや町家を活用した新世代ビジネスが多い。
- 地区計画区域内の歴史的建造物の効用は、「伝統工芸品展示場・郷土料理・土産店」でなく、「各種レストラン・お洒落グッズ・美容院」
- 町家店舗イノベーション型は、「Specialty Shopping in Heritage Setting」が、秘訣！
- 郊外と都心の分業が、
- 容積率が低く、厳しい用途規制、今後の環境変化が少ない安定した場所に投資が集まる！

「次世代参加型まちづくり方策」とは？ 合意形成はなるか？

- 意識の変化：個性的な街を求める人は多い
- 事業者・地権者の動きは速いはず、世代交代が滞っているから決定ができないだけ！
- 発想の転換・透明性・柔軟性が確保されれば、合意形成は早く実現できる
- まず景観・歴史風致から、次にシュリンク
- 一部の業者・地権者の古い開発主義に対抗できるビジョンを備えること、
- 地元事業者のための参加方策が要る！

2007年京都の新景観政策、 市民の反応・合意形成は？

(スマートシュリンクのテストケース)

- ①不動産業界から新聞全面広告
- ②京都商工会議所が全面支持
- ③市民運動、市民団体が支持表明
- ④78%の市民が賛成(京都新聞)
- ⑤マンション住民による勉強会が立ち上がる
- ⑥一部、市民にも不安が広がった(でも、一部の業者が意図的にデマを流した。)
- ⑦市議会は全会一致で可決！

① 不動産業界意見広告 でも、自分の家を建て替える市民は、どれほどいるのか？

家は買うもの、移るもの。
核家族化、流動化で、
子が親の家に住み続ける割合は急速に減少。
家は建売業者かマンション業者が建てるもの。
京都らしい街に建つ、京都らしい家を買いたい人が増えた！

2007.01.19

17 13歳 2007年1月19日 発行日 発行 発行 発行 発行

意見広告

京都市民の皆様へ

京都市の新たな景観政策をご存知ですか？

今回、京都で条例化されようとしている新たな景観政策をご存知ですか？
この京都の景観法は、京都100年の計の中で、京都市民がもっとも待ち望んだ条例であると誰もが考えておりました。京都のままには東京とは違い、歴史的建造物や町家との共存が至上命題で、このバランスが保てないと、京都は奇妙な街に成り下がってしまわうでしょう。
しかし、素案になるデザイン基準の詳細部分を読み込んでゆくと、規定されようとしている内容が、京都のままに暮らす市民にとって非常に不具合のあるものであることがわかってきました。
景観法によって、あなたの家は今後建て替えができなくなるかもしれません。

できなくなるかもしれないかもしれません！

あなたの家は建て替えて替えが

例えば、景観法にはこのような内容が盛り込まれています。

もし、あなたの家の敷地面積が5m²であれば、開口3.4mの住宅しか建てることができません。もし、敷地面積が4m²であれば、開口2.4mの住宅しか建てることができません。

もし、あなたの家の敷地が25坪以下（小規模住宅地）であれば、駐車スペースは埋り込み式しか設けることができません。

もし、あなたの家が拡大される無敷地地区に組み込まれていたら、隣地から1.5〜2m離して建築物を建てることが義務づけられます。

景観法では、無敷地地区の拡大が予定されています。無敷地地区は隣地から1.5〜2m離して建築物を建てなければなりません。これまでは、コルティオの敷地が拡大され、無敷地地区となりました。

景観法では、無敷地地区の拡大が予定されています。無敷地地区は隣地から1.5〜2m離して建築物を建てなければなりません。これまでは、コルティオの敷地が拡大され、無敷地地区となりました。

景観法の内容および問題点の詳細については、本会ホームページでお確かめください
「京都の景観法を考える会」ホームページ <http://www.kyoto-keikanho.net/>

「京都の景観法を考える会」事務局
〒603-8242 京都市北区京野上野野108-1 TEL:075-492-1111 FAX:075-492-8321
※本会へのご連絡、お問合せは、info@kyoto-keikanho.netまでお願いいたします

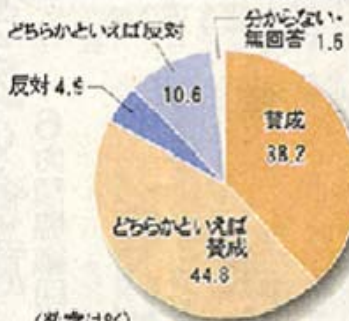
②村田京商会頭 早期導入に賛意 「画期的試み」と評価

- 京都商工会議所の村田純一会頭は23日の定例会見で、京都市が導入を目指す新景観政策について「京都のまちを再び美しくする画期的な試み」と評価し、早期導入に賛成する考えを表明。不動産業界や住民の一部は反対しているが、2月定例会市議会の関連議案提案を支持する意向を明らかに。建築物の高さやデザイン、屋外広告などの規制強化。村田会頭は、損する人も多少我慢してもらうことが市民合意になるとの見方を示した。(京都新聞:2007年1月24日掲載)

③市民の8割が指示した新景観政策

京都市 新景観政策

新景観政策の賛否



(数字は%)

京都市が新年度から早い時期に導入を目指すとしている新景観政策について、京都新聞社は市民を対象に電話世論調査を行い、十四日に結果をまとめた。京都といふ景観について九割以上の人が守る必要があると答えた。新政策導入に付く建築物の高さや屋外広告物の規制強化も八割以上が賛成、七割以上が自ら規制を受け入れると回答した。市民の多数が賛成する結果となり、だが、政策の概要について知っている人は半数程度しかなく、市には今後、市民に知らせ十分な説明が求められるだろう。

(3面に詳報、30面に関連記事)

本社世論調査

概要「知らない」半数

調査は九、十一日、二十歳以上の京都市民を対象に実施した。新景観政策の導入について、市民の半数以上が「知らない」と回答した。また、「知らない」と回答した市民のうち、半数以上は「知らない」と回答した。また、「知らない」と回答した市民のうち、半数以上は「知らない」と回答した。

「経済沈滞」反対意見も

調査は九、十一日、二十歳以上の京都市民を対象に実施した。新景観政策の導入について、市民の半数以上が「知らない」と回答した。また、「知らない」と回答した市民のうち、半数以上は「知らない」と回答した。また、「知らない」と回答した市民のうち、半数以上は「知らない」と回答した。

規制強化賛成8割超



発行所 〒604-8677
京都府中京区西ノ町II-5
2/15(木)
京都新聞社
The Kyoto Shimbun Co., Ltd.
http://kyoto-np.jp/
電話番号・本社 075-241-5490
読者サービス部 075-241-5421
編集局 075-241-5411
印刷部 075-241-5412
販売部 075-241-5413
〒604-8677 京都府中京区西ノ町II-5

この数字は市議会に大きな影響、不動産・建築業界の圧力にも屈せず前回一致で議会通過！

リウマチ科・整形外科
万波整形
M 万波整形
M 万波整形

「新景観策」半年 変わる京都

7月 京都市の新景観政策、6月22日の新策「改正し都市計画条例」に基づき、京都府全域にわたって景観条例が施行される。条例では、京都市内を「景観形成重点地区」として、景観形成の促進を図る。重点地区には、歴史的建造物の保存や、景観の整備を市公署で進め、景観形成の促進を図る。また、景観形成の促進を図る。また、景観形成の促進を図る。



▲コンビニも

▲会社ビルも



工

東山区のコンビニエンスストアは、月替の看板の色を赤や青などに塗り替えている。看板の色を塗り替えているのは、景観形成の一環として、景観の整備を市公署で進め、景観形成の促進を図る。また、景観形成の促進を図る。

夫

戸建て住宅も



戸建て住宅も

和

京都府の景観をとり、京都市が取り組む「景観形成政策」を歩みよる。景観形成政策は、京都市が取り組む「景観形成政策」を歩みよる。景観形成政策は、京都市が取り組む「景観形成政策」を歩みよる。

風

京都市中核の三業連合といつ、周辺の町並みに調和するよう、屋根の勾配や軒先の長さ、外壁の色などを規定する。また、景観形成の一環として、景観の整備を市公署で進め、景観形成の促進を図る。また、景観形成の促進を図る。

工

東山区のコンビニエンスストアは、月替の看板の色を赤や青などに塗り替えている。看板の色を塗り替えているのは、景観形成の一環として、景観の整備を市公署で進め、景観形成の促進を図る。また、景観形成の促進を図る。

費用・注目度両にらみ

京都市が取り組む「景観形成政策」を歩みよる。景観形成政策は、京都市が取り組む「景観形成政策」を歩みよる。景観形成政策は、京都市が取り組む「景観形成政策」を歩みよる。

京都市が取り組む「景観形成政策」を歩みよる。景観形成政策は、京都市が取り組む「景観形成政策」を歩みよる。景観形成政策は、京都市が取り組む「景観形成政策」を歩みよる。

京町家ローン

滋賀銀 保存・活用を支援

滋賀銀行は、京町家の再生を支援する融資を京都市内の十支店で行っている。購入・改修にあきらめないで、実質無担保でも融資を受けられる。また、京町家の再生を支援する融資を京都市内の十支店で行っている。購入・改修にあきらめないで、実質無担保でも融資を受けられる。

購入・改修あきらめないで 実質無担保でも融資

金庫面を京町家の間、合が相次いで、めざした人々の心。実質無担保でも融資を受けられる。また、京町家の再生を支援する融資を京都市内の十支店で行っている。購入・改修にあきらめないで、実質無担保でも融資を受けられる。

関西の新築一戸建て

リクルートがこのほどまとめた2007年7月～9月の関西一戸建ての新築一戸建ての調査によると、関西の平均購入価格は前年比で2.5%減少した。また、京都市の平均購入価格は前年比で2.5%減少した。また、京都市の平均購入価格は前年比で2.5%減少した。

平均3605万円

2年ぶり低下、京滋は上昇

所在別では、京都が前年比で1.2%減少した。また、京都市の平均購入価格は前年比で2.5%減少した。また、京都市の平均購入価格は前年比で2.5%減少した。また、京都市の平均購入価格は前年比で2.5%減少した。

野洲の子会社 工場に新築建設
オ台ロン
オムロンは9日、野洲市の工場に新築建設した。オムロンは9日、野洲市の工場に新築建設した。オムロンは9日、野洲市の工場に新築建設した。

**今も次々と話題になっている！
むしろ市役所より一歩先を行く！！**

それぞれの市民・事業者の立場は？

- ①大部分(78%)の京都市民、景観の良好な京都市に安定して住み続けられる
- ②京都らしさを求める事業者は、今後も安定して、京都で商売(土地投機は望まない！)
- ③京都に関係のない一部事業者は反対、でも経済界は腰が座った支持派(遠慮強いられた！)
- ④規制地区の土地所有者:大部分の安定居住志向者は賛成、今売りたい人だけが反対！
- ⑤土地売買、一時の開発で利益を得る人々(外部の不動産業者、一部建設業者)が反対！

賛成

反対

意外と容易な合意形成？

- ① 反対した地権者は思うほど多くなかった
- ② 京都の特殊事情ともいえないほどに、開発志向は納まってきた。開発可能性を信じてもらえないし、開発に伴う不利益も理解している
- ③ 一部事業者による開発が、住環境を悪化させ、都市経済も好転させなかった事実を知っている
- ④ 一部の土地所有者の不当な利益追求への批判が高まっていた。安定居住が脅かされていた！
- ⑤ 不動産業者、建設業者への不信が強く、一致団結して規制をとという声が高まっていた！！

賛成

反対

地方都市再生のマネジメント

- ①市民と、そのニーズの変化をとらえた事業者は、転換も、コンパクト化をよく理解している
- ②人口減少・高齢化の中で、また環境政策に即して、新たなビジネスを興そうという機運もある
- ③景観法も歴史まちづくり法も、優良な事業者には支持されている事実、彼らを伸ばす機会提供
- ④土地所有者の利益追求、不動産業者、建設業者への不信が強く、規制をとという声は高い。
- ⑤規制強化、スマート・シュリンク(ex.逆線引き、容積率低減)を嫌うのは、一部地権者と業界と行政？普通の市民ではない。誤解を解こう！

誤解を解くための都市計画手法

- ①街の変化を市民に分かりやすく説明する。
- ②地権者と事業者、開発事業者、一般市民など、異なった立場に及ぶ、利益・不利益を示す。
- ③行政だけでなく、マスコミ・市民団体による情報提供を進め、多様な立場間の議論を進める。
- ④不労所得と勤労所得の違いを明確に示す、働かずして得る利益には高い税率、高い負担を。
- ⑤地方都市でも、今も事業機会を狙って、投資を考えている若手事業者がいる！それを阻害する地権者・守旧派事業者がいることも市民に分かりやすく示す。