

市民公園・学びの森エリアにおける
商業施設等誘致調査業務委託

業務報告書

平成 31 年（2019 年）2 月

目次

1. はじめに

- 1－1 調査の目的
- 1－2 調査内容
- 1－3 エリアの目指す姿
- 1－4 現状分析と課題整理

2. シミュレーションについて

- 2－1 必要な付加価値・業種
- 2－2 整備手法・管理運営方針
- 2－3 法的条件・配置・規模・区割り
- 2－4 概算事業費の試算
- 2－5 事業スケジュール
- 2－6 参考事例

3. 事業者募集に向けた留意点の整理・検討

- 3－1 事業及び管理運営のコンセプト
- 3－2 民間事業者に求める資質
- 3－3 オープンスペースの使い方についての検討

4. プロモーションの手段検討

- 4－1 プロモーションの考え方
- 4－2 プロモーションの手段
- 4－3 これからのプロモーションのあり方について

5. イメージスケッチ

1. はじめに

1-1 調査の目的

「緑の基本計画」において示されている「今後の緑とオープンスペースをめぐるまちづくりの方向性」に鑑み、「都市ルネサンス地区」の重点風景地区に指定されている市民公園・学びの森エリアにおいて、民間活力を取り入れた賑わいを創出するために、感性豊かな若い世代が訪れる商業施設の立地集積を促す調査業務を実施する。

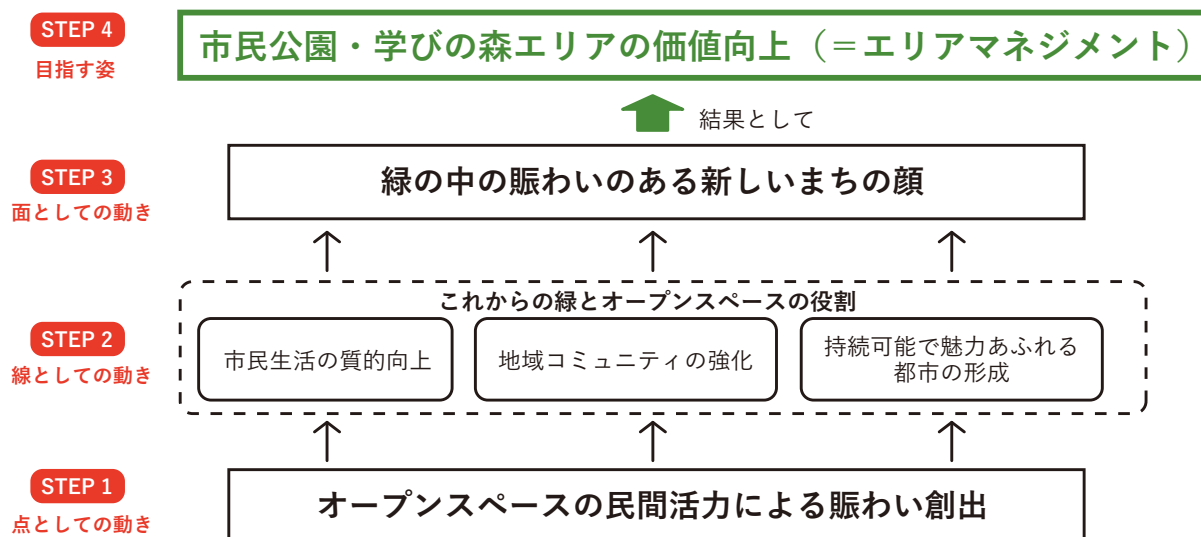
1-2 調査内容

「那加福祉センター・勤労会館駐車場敷地（以下調査対象地と呼ぶ）」への商業施設等の誘致に向けた次の調査を行う。

1. 賑わい創出につながると想定される最適な業種・配置・規模・必要な付加価値などを総合的に分析したシミュレーションを行う。シミュレーションを行う際は、整備手法・管理運営の方針を複数案検討するとともに、法的条件等の整理も併せて行う。
2. 上記シミュレーションを元にした最適な区画割案、イメージスケッチを作成する。区画割案及びイメージスケッチを作成する際は、「緑の基本計画」の精神に鑑み、できる限り「都心の森」を保全・活用したものにする。
3. 上記シミュレーションを元に、事業者募集に向けた留意点の整理・検討を行う。
4. 事業者募集に当たり、最適なプロモーション手段の検討を行うこと。検討を行う際は、ターゲットを意識したデザイン、紙媒体及び SNS 等を活用した発信方法の提案を行う。

1-3 エリアの目指す姿

都市空間はこれまでゾーニングにより快適な環境を確保することが重視されてきたが、社会の成熟化や価値観の多様化により、その考え方をアップデートする時期に差し掛かってきている。とくにオープンスペースへの民間活力の導入はその象徴的な取組みであり、その役割や目指す姿も「**緑の中の賑わいのある新しいまちの顔**」と捉えることができる。その結果として周辺エリアへの波及とエリア価値の向上（＝エリアマネジメント）が大きな目標と考える。



1－4 現状分析と課題整理

調査対象地の周辺は、緑豊かで質の高い公共資産があること、公共交通機関でのアクセスが容易なこと、感性豊かな若者が集まり始めていることなど、非常にポテンシャルの高いエリアである。特に学びの森と市民公園をつなぐ立地特性を活かし、都市公園との連携を含めエリアマネジメントの舞台とすることが考えられる。

一方、「緑の基本計画」では「歩いて楽しい」ことが目標の一つとして掲げられているが、来訪者が本エリアを歩いて巡ることが少ないことや、目的となるコンテンツが少ないことが課題として考えられる。調査対象地では、行政と民間がパートナーシップを構築し事業展開する公民連携手法により、課題解決を図ることが有力である。これにより市民公園～学びの森相互の回遊が生まれ、エリア周辺にさらに賑わいが波及することを見据えた計画とすることが重要である。

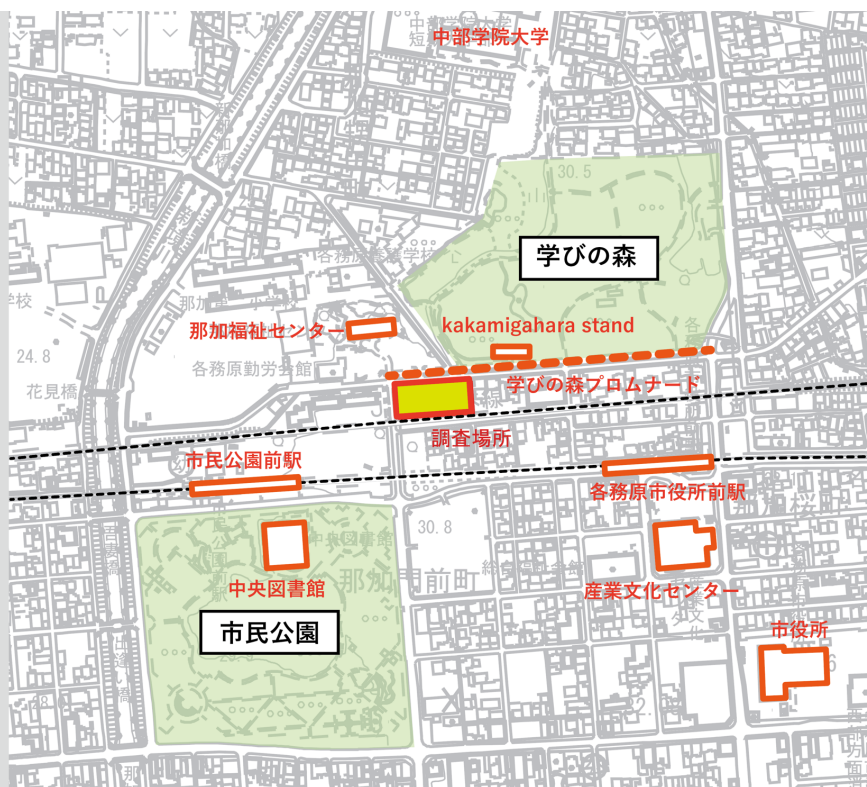
公民連携手法によりエリア課題を解決する

◎エリアの魅力ポイント

1. 緑豊かな公共資産がある
2. 公共交通機関アクセスが容易
3. 民間活力導入の成果がある
4. 文教育施設が集まっている
5. 鉄道による分断を感じさせない

◎エリアの課題

1. エリア内の回遊性が少ない
2. 目的となるコンテンツが少ない



2. シミュレーションについて

2-1 必要な付加価値・業種

■付加価値の捉え方について

ハードからソフトへ、「どこにでもある」から「ここにしかない」へ

社会が成長過程にある段階では、増加する人口に対して不足するハードを効率よく供給する視点が重視される傾向にあった。その過程でハードの質的向上がすべての付加価値の尺度で語られることが多く見られたが、モノが飽和し社会が成熟するとともに、価値基準の転換が求められる状況となってきた。特にモノや空間については、供給する以前に需要を創り出さなければ、無駄なものをつくることになりかねない状況にある。以下にこれからの時代で重視すべきソフトの方向性を整理した。

	これまで	これから
求める対象	ハードに求める	ソフトに求める
性質	陳腐化しやすい 高コスト 所有すること モノ重視 レディメイド 量産品 つくること	時代に左右されない 低コスト 共有すること コト重視 オーダーメイド 特注品 つかうこと
価値観	誰でもできる いつでもある どこにでもある	この人にしかできない 今しかない ここにしかない
具体例	ナショナルチェーン ハイブランド ファストフード	個人店 ローカルブランド ハンドメイドショップ

■各業種のニーズ調査

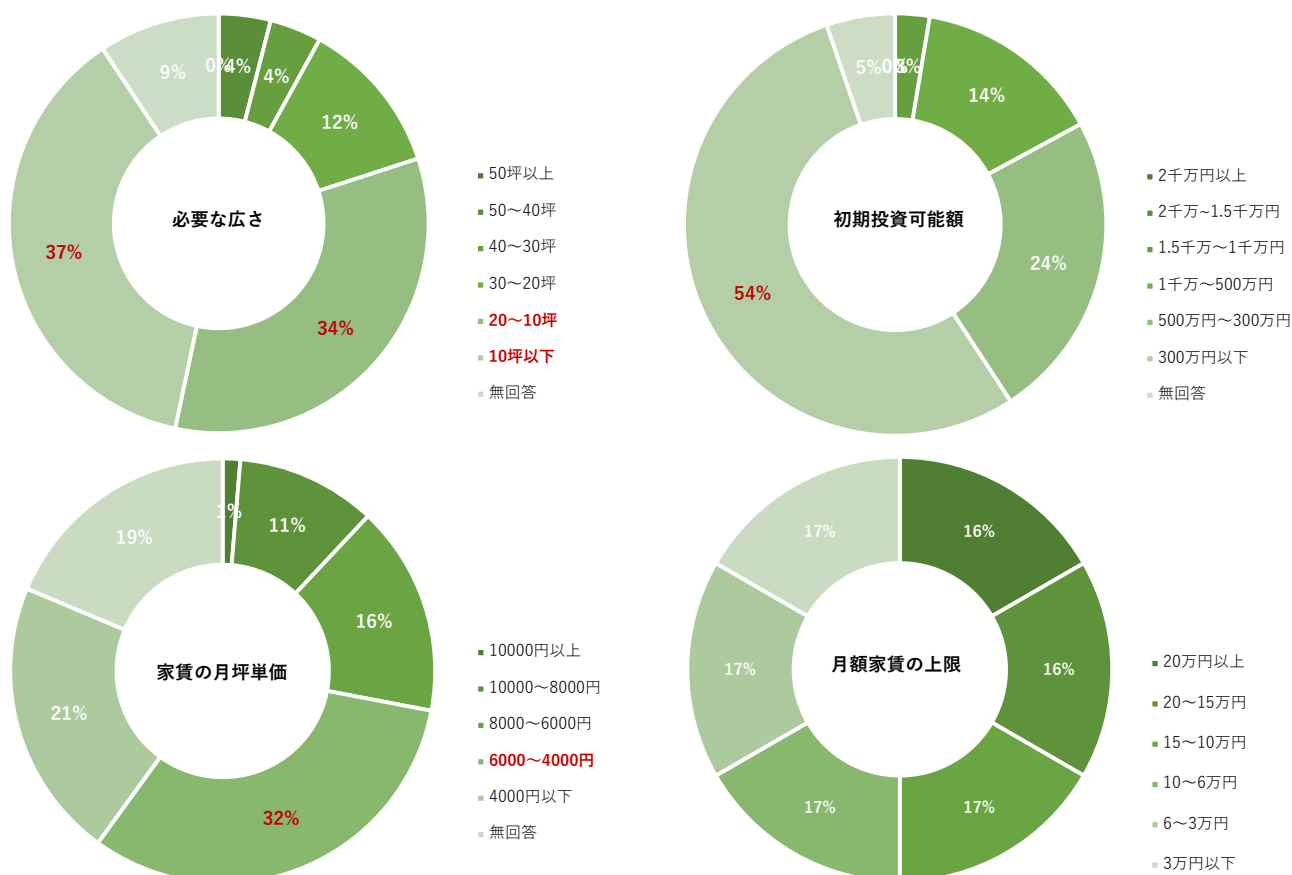
①アンケート結果の分析

2018年11月に行われたマーケット日和にて、事業者へのアンケートを実施した。回答のあった87店舗のうち本事業に関心のある店舗は73店舗（87%）という結果になった。イートイン飲食（カフェ/ファーストフード/レストラン/食堂など）・テイクアウト飲食（パン/焼き菓子/和菓子など）・物販（雑貨/植物/アパレル/本など）・その他の4業態で比較をおこなった。どの業態も共通してコンパクトな広さの店舗で家賃が抑えられていることを希望しており、金融機関の支援を受けることができることも魅力に感じている。イートイン飲食は他の業態に比べ賃料や初期投資の費用がやや高い傾向にある。一方で、テイクアウト飲食や物販の事業者たちはお試し出店やPOPUP出店などといった期間を絞った出店に魅力を感じている傾向にある。また、いくつかの店舗が集まることで起こりうるイベントや広報を一貫して行うことや、それを大家さんが行ってくれることに魅力を感じている事業者も多く見られた。そのようなイベントを含め多くの事業者が、この場所のコンセプトやストーリー性を重視している。その活動として共有部の活用や、まちを面白くするといった活動に関心がある事業者が非常に多くいることが今回のアンケートの結果分かった。

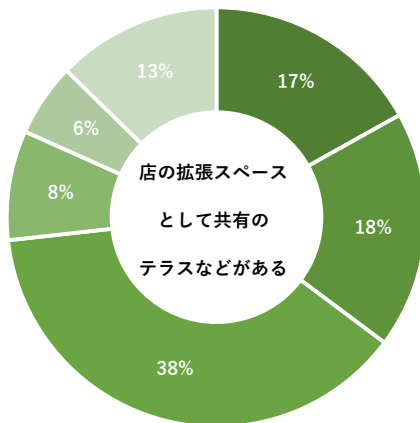
以下グラフはすべての業態を合算した結果と各業態の結果をまとめたものである。

〈すべての業態〉

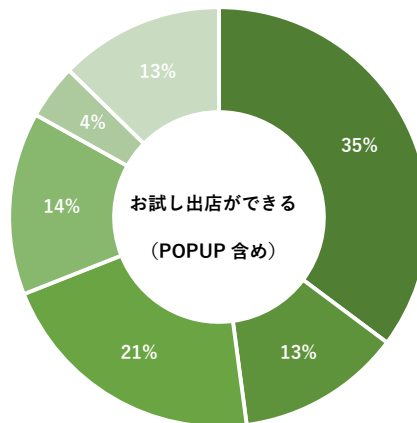
出店するにあたっての各項目の基準について ※一番票の多い項目



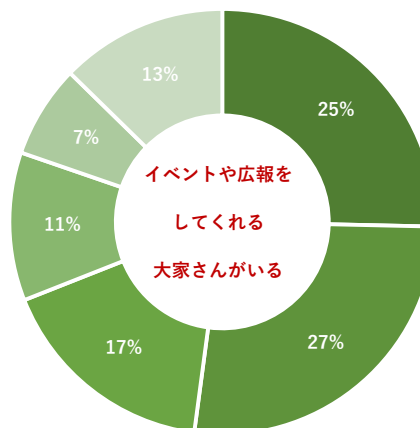
それぞれの魅力の度合いを5段階で評価 ※5:とても魅力的 4:魅力的が過半数を超えるもの



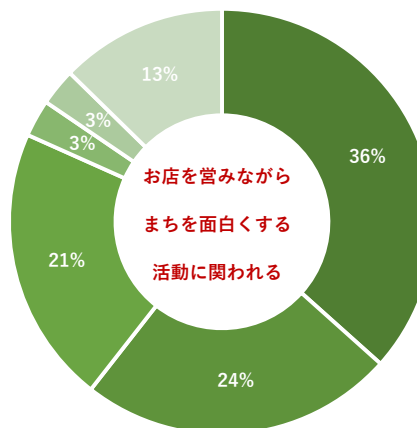
- 5:とても魅力的
- 4:魅力的
- 3:やや魅力的
- 2:どちらともいえない
- 1:魅力的でない
- 無回答



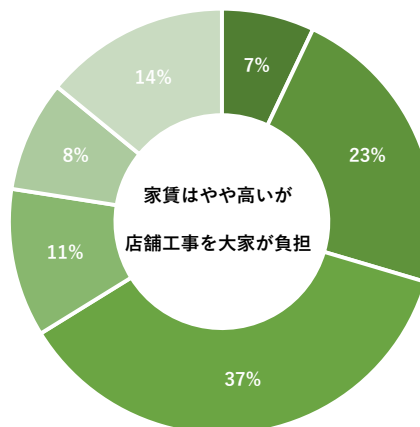
- 5:とても魅力的
- 4:魅力的
- 3:やや魅力的
- 2:どちらともいえない
- 1:魅力的でない
- 無回答



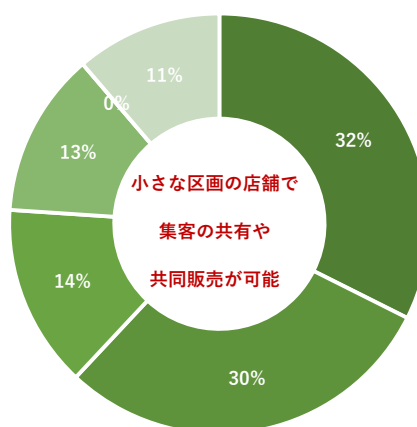
- 5:とても魅力的
- 4:魅力的
- 3:やや魅力的
- 2:どちらともいえない
- 1:魅力的でない
- 無回答



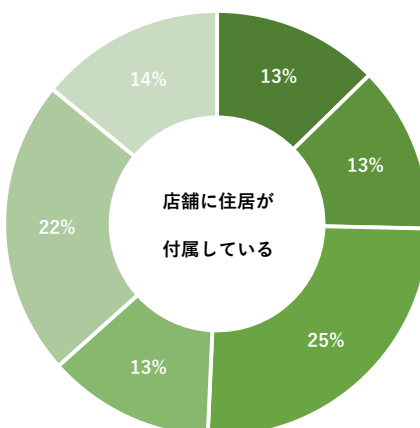
- 5:とても魅力的
- 4:魅力的
- 3:やや魅力的
- 2:どちらともいえない
- 1:魅力的でない
- 無回答



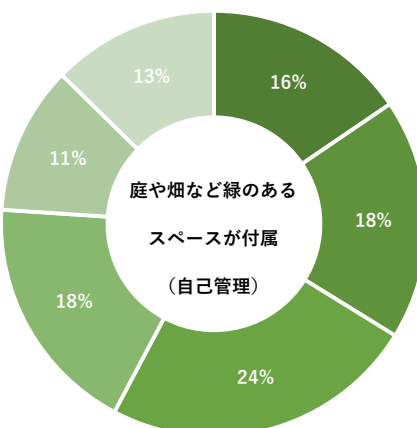
- 5:とても魅力的
- 4:魅力的
- 3:やや魅力的
- 2:どちらともいえない
- 1:魅力的でない
- 無回答



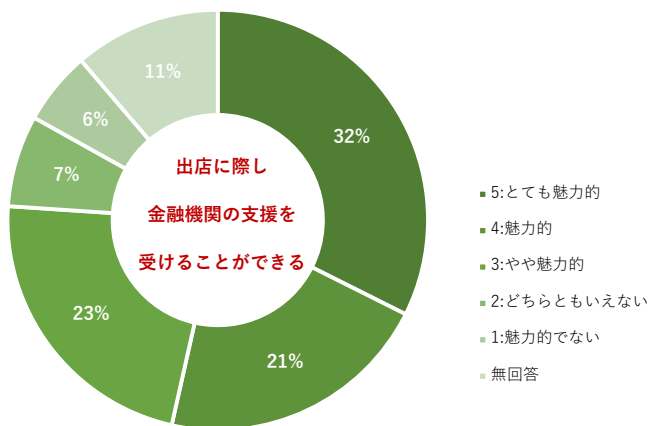
- 5:とても魅力的
- 4:魅力的
- 3:やや魅力的
- 2:どちらともいえない
- 1:魅力的でない
- 無回答



- 5:とても魅力的
- 4:魅力的
- 3:やや魅力的
- 2:どちらともいえない
- 1:魅力的でない
- 無回答



- 5:とても魅力的
- 4:魅力的
- 3:やや魅力的
- 2:どちらともいえない
- 1:魅力的でない
- 無回答



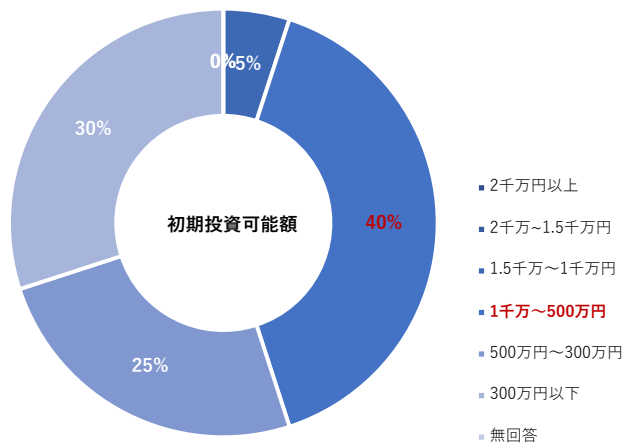
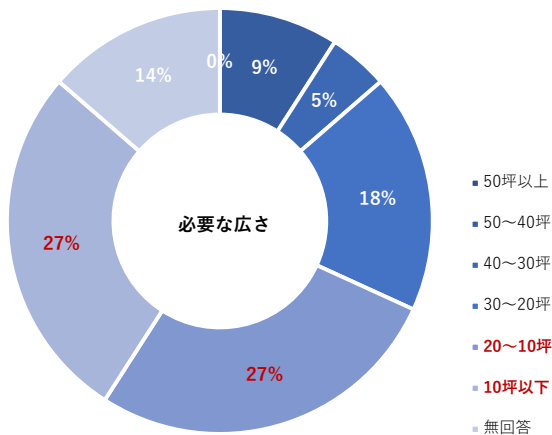
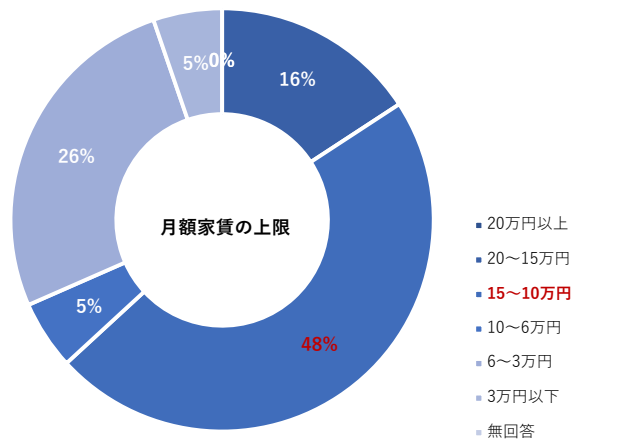
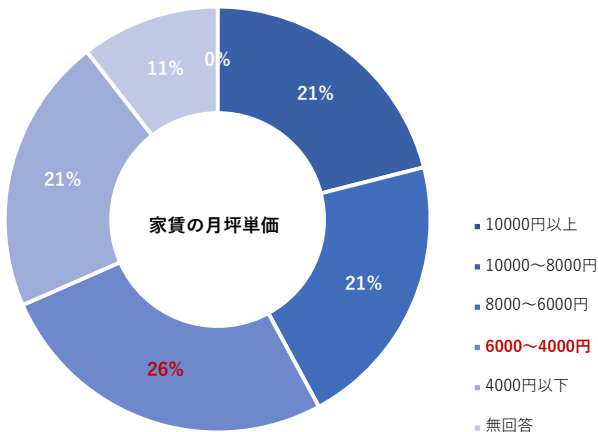
〈 自由意見 〉

- ・ 大きな通りから少し入った所で、口コミで広がる店づくりができる場所。
- ・ たのしそうであること。
- ・ イベントのコンセプトが自分の商品にあっているか、主催者さんの思いなどを重要なポイントにしています。主催者の方の想いや考えがちゃんとあるイベントに出店したいなといつも思っています。また、自身の店のコンセプトに合っているかどうか。
- ・ 低予算でスタートできること。
- ・ 人の流れがある立地であること。
- ・ 身の丈に合った内容（雇用人数や借入）で、営業できる条件がそろう場所。
- ・ 人通り、利便性駐車場、1日の来場者数、駅、公園の近くで散歩、ジョギング、観光、家族層などの幅広い層にアプローチし易く、食事と一緒にアルコールの売り上げ見込を見込めること。
- ・ 立地と駐車場の有無。（近隣に有料Pでも可能）
- ・ 日当たり、家賃、話題性は大切にしています。
- ・ 若い子が魅力となる空間かどうかにも気にします。センスなど。
- ・ ロケーションと、集客できる環境かどうか周りの雰囲気、広さ、今後出店する場合駐車場併設（もしくは近くに無料駐車可能な駐車場）
- ・ 主催者の方の想いや考えがちゃんとあるイベントに出店したいなといつも思っています。
- ・ ただ、儲けたいと考えているイベントよりも、ストーリーのあるイベントに惹かれます。
- ・ 自分たちの目指していること、伝えたいことが実現できる場所なのか、イベントのコンセプトに共感立地、景観、家賃、一緒に仕事をするメンバーが最重要です。（同じような志を持っていたり共通項を見出して協力出来る人々かどうか。）
- ・ 自店は大物家具の取り扱いもあるので、商品の入れ替えがある時などスムーズに行えることが魅力的だと思う。
- ・ マーケット、主催されている方々、近隣者含めて周辺的环境、集客率の多さ、客単価、規模の大きさ、他店舗のクオリティ。
- ・ 1店舗だけでなく何店舗かがまとまる場所であるなら、全体のコンセプトや目指すところが明確で、その運営が普段から発信、企画などに意欲的であるのが魅力になると思う。

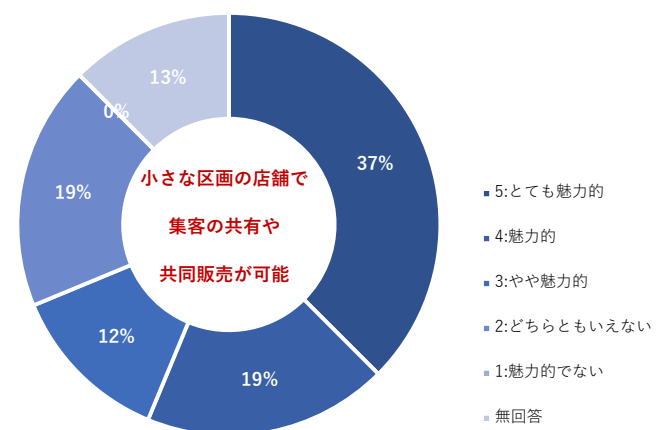
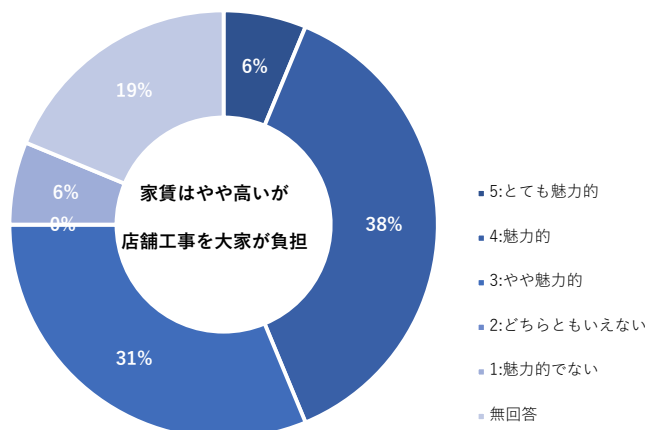
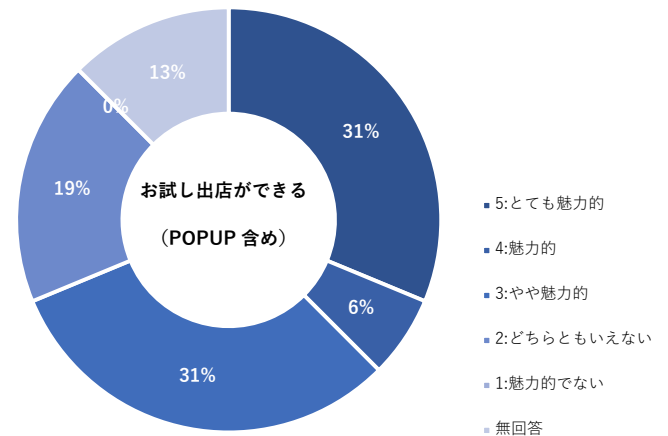
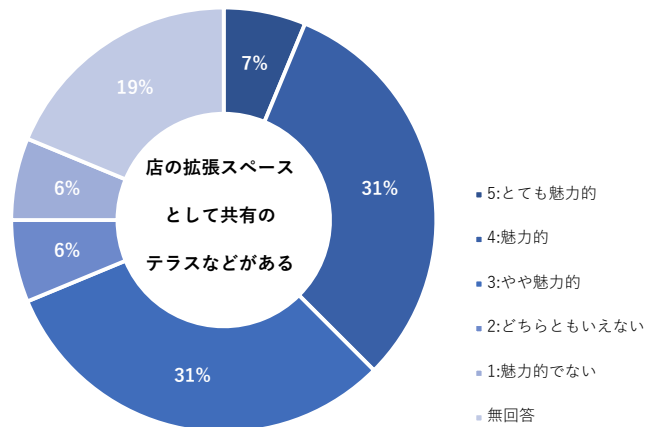
- ・ 今いる集合施設は管理人しかおらず集合体としての魅力は全くないので個別でがんばっているけれど、店舗間の客層の違いにより、協力ができなかつたり足並み揃えたりできなかつたりイメージが違ってしまったなどしてマイナスな部分も多い。集まればどうにかなる、というよりは、明確なコンセプトの上に選定されており、ここの店舗も全体の運営も常に「動いている」のが理想的。
- ・ 過去のイベントの雰囲気、出店のジャンル。
- ・ 自分がお客の立場なら行きたいと思うかどうか。
- ・ 場所、アクセス、遠方の場合の出店を検討する。
- ・ 関心はありますが自身で店舗を持つことは現在全く考えておりません。
- ・ 話題性は大切にしています。
- ・ 無料駐車場がある、子連れも気兼ねなく入りやすい雰囲気づくり、カフェ、物販、いろんなワークショップができる直感地域の活性化、地域の方がふらっと遊びにこれる場所作り、他県からも来てもらい各務原をより知ってほしい。
- ・ 北向き店舗。
- ・ 駐車スペースの有無。
- ・ 野菜の鮮度。
- ・ 会場の雰囲気、主催者テーマ、場所、駐車場の有無、集客が見込めるか。
- ・ 無理なく続けていけるか。
- ・ 駐車場があるか。
- ・ 見た目、配置のしやすさ、インスピレーション、他にどんなお店が入るのかが一番気になると思います。
- ・ 土地や人の雰囲気。
- ・ 家賃です。
- ・ 小さいながらも出店スペースがあると前向きに検討すると思います。
- ・ 管理している大家さんもしくは、専任担当者が取りまとめてインスタやポップアップ、企画展などまめにしていだける体制があると励みになりますしお客さんも来やすいと思います。(なかなか、わざわざ店舗にお客さんが来ないので。)
- ・ 費用と集客の為にイベント企画など。
- ・ 集客数や交通の便の良さ、場の雰囲気、家を探すのと同じ。
- ・ 日当たり、水周り。

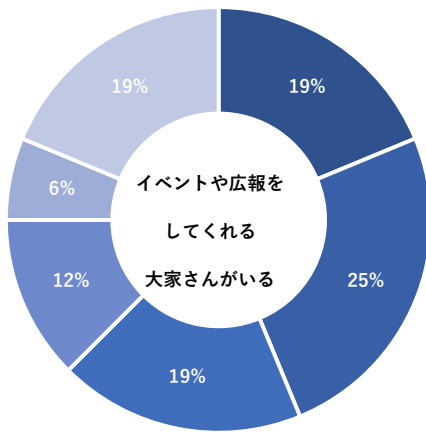
〈 イートイン飲食 〉

出店するにあたっての各項目の基準について ※一番票の多い項目

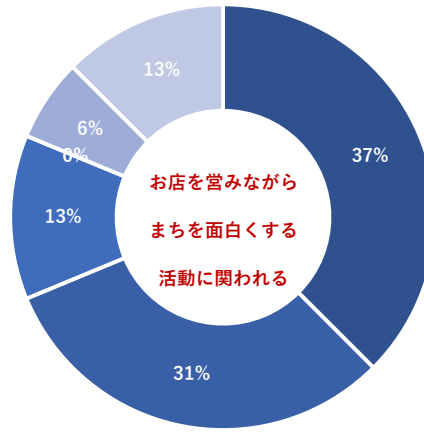


それぞれの魅力の度合いを5段階で評価 ※5:とても魅力的 4:魅力的が過半数を超えるもの

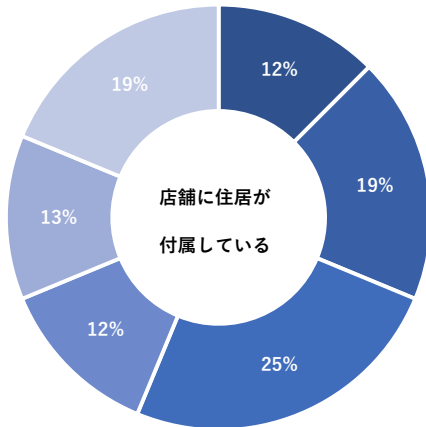




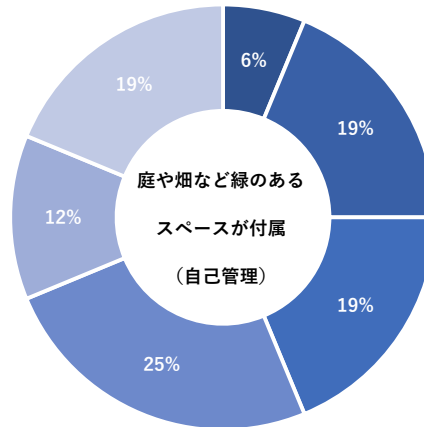
- 5:とても魅力的
- 4:魅力的
- 3:やや魅力的
- 2:どちらともいえない
- 1:魅力的でない
- 無回答



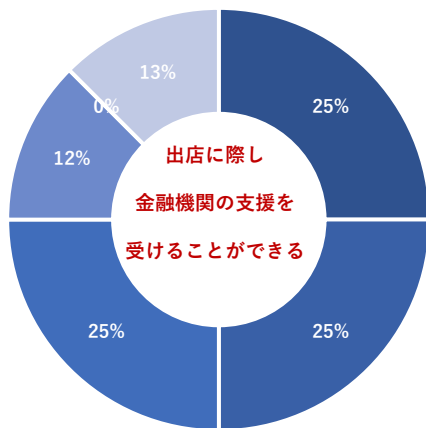
- 5:とても魅力的
- 4:魅力的
- 3:やや魅力的
- 2:どちらともいえない
- 1:魅力的でない
- 無回答



- 5:とても魅力的
- 4:魅力的
- 3:やや魅力的
- 2:どちらともいえない
- 1:魅力的でない
- 無回答



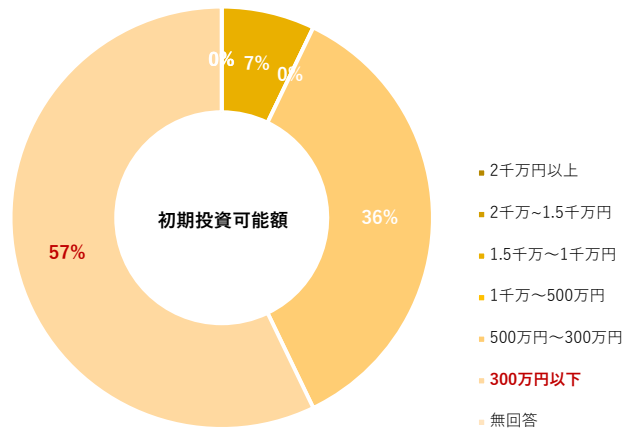
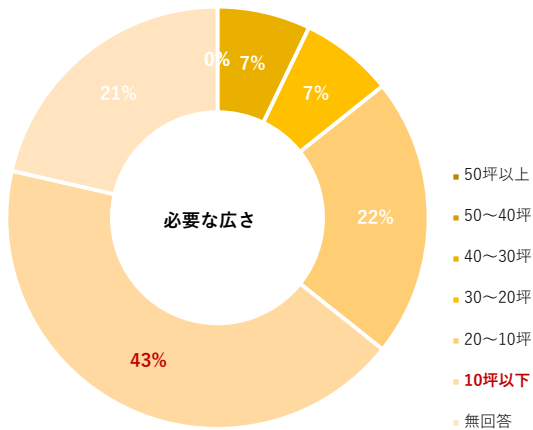
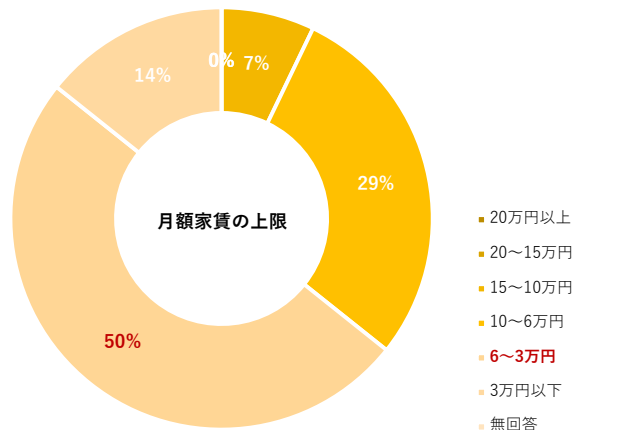
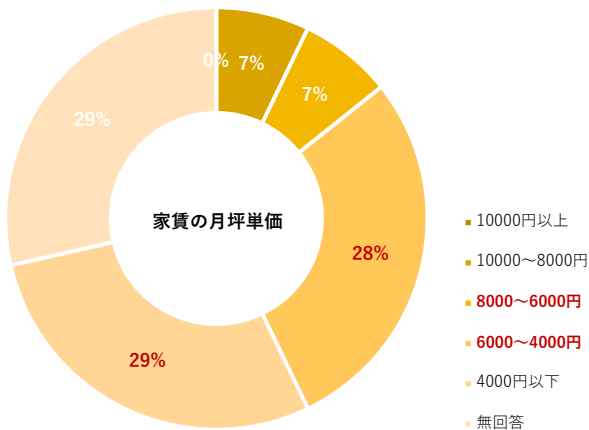
- とても魅力的
- 魅力的
- やや魅力的
- どちらともいえない
- 魅力的でない
- 無回答



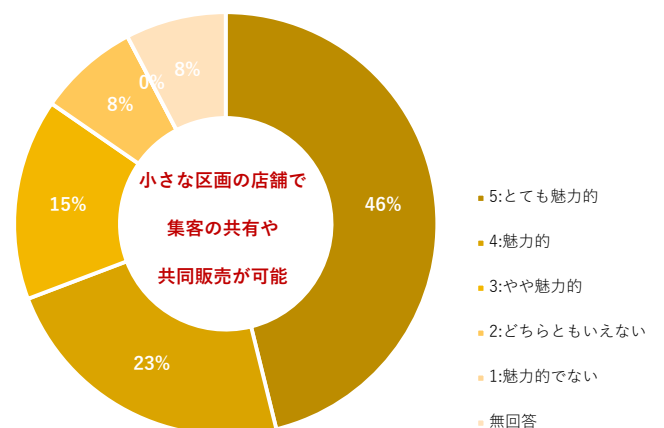
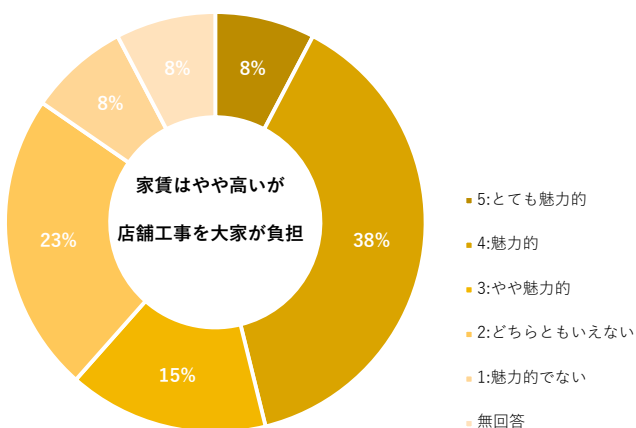
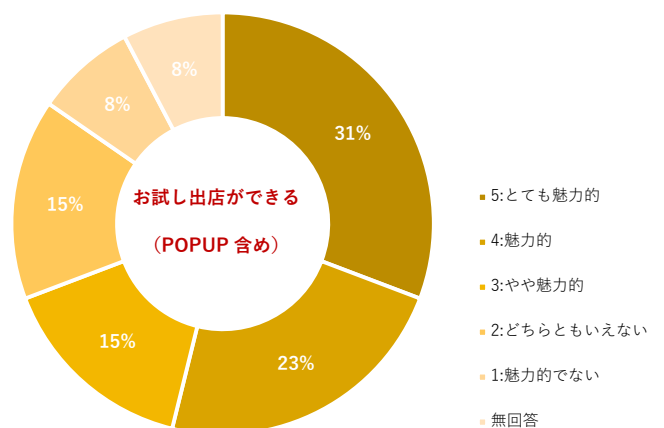
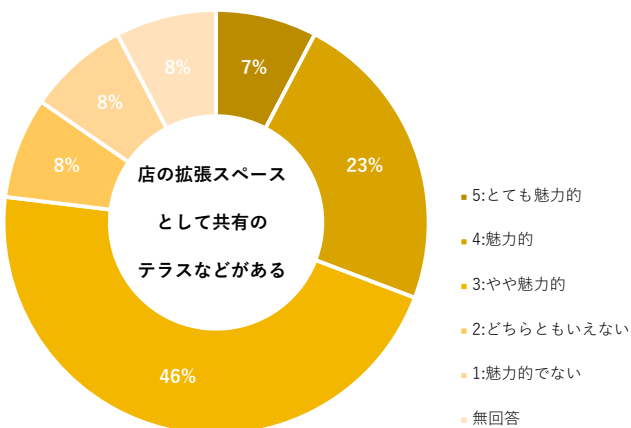
- 5:とても魅力的
- 4:魅力的
- 3:やや魅力的
- 2:どちらともいえない
- 1:魅力的でない
- 無回答

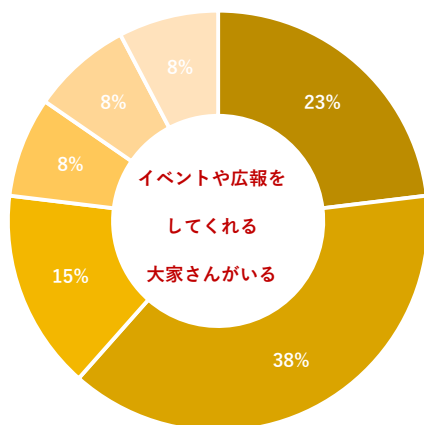
〈 テイクアウト飲食 〉

出店するにあたっての各項目の基準について ※一番票の多い項目

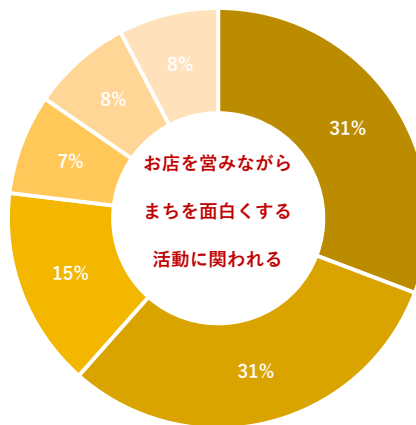


それぞれの魅力の度合いを5段階で評価 ※5:とても魅力的 4:魅力的が過半数を超えるもの

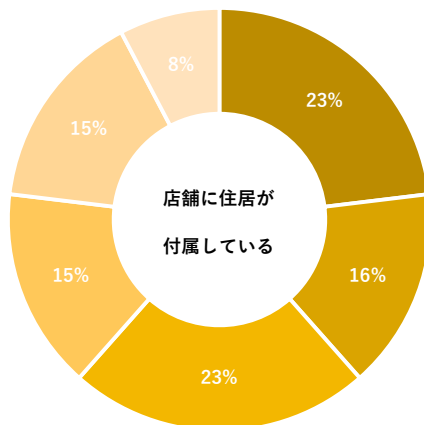




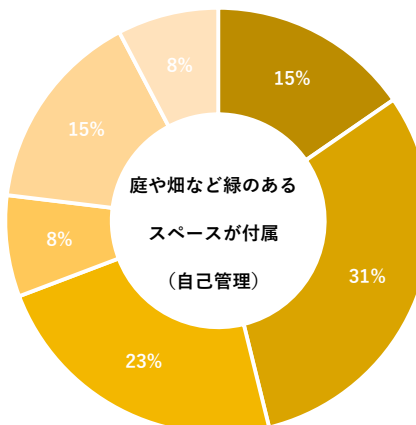
- 5:とても魅力的
- 4:魅力的
- 3:やや魅力的
- 2:どちらともいえない
- 1:魅力的でない
- 無回答



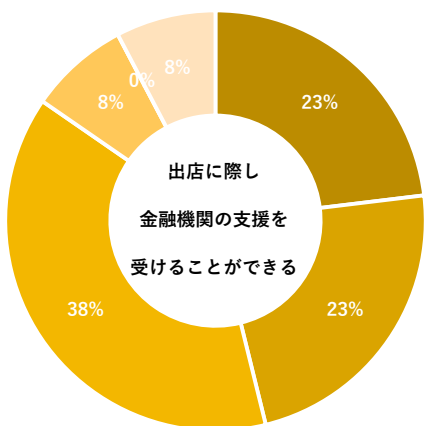
- 5:とても魅力的
- 4:魅力的
- 3:やや魅力的
- 2:どちらともいえない
- 1:魅力的でない
- 無回答



- 5:とても魅力的
- 4:魅力的
- 3:やや魅力的
- 2:どちらともいえない
- 1:魅力的でない
- 無回答



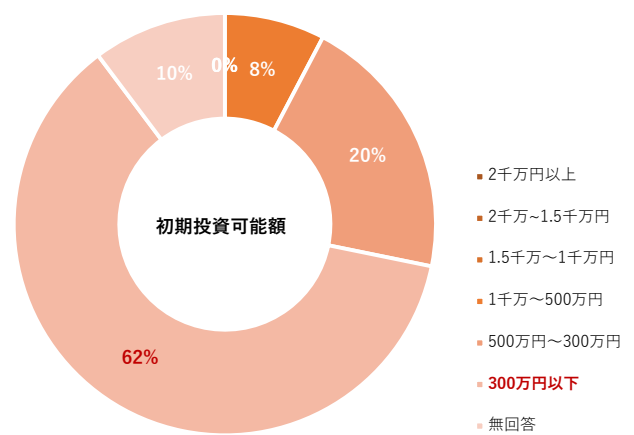
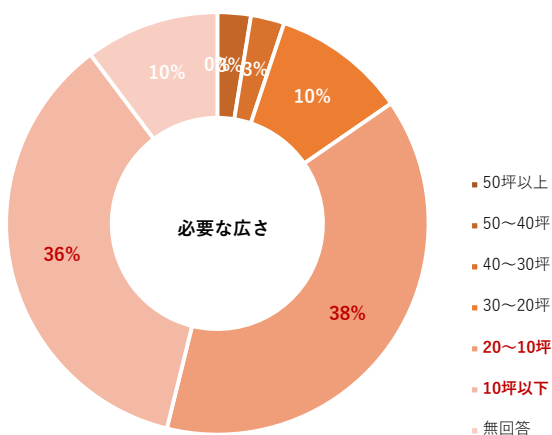
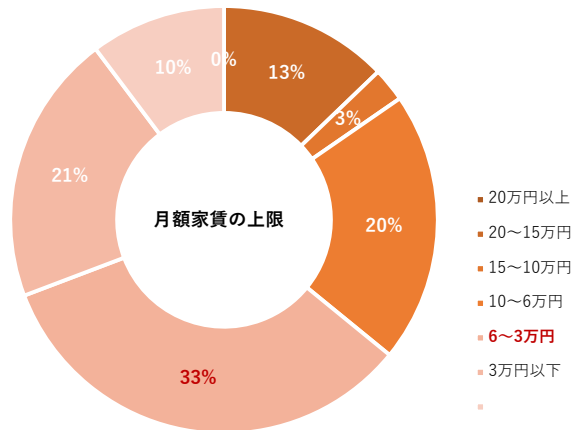
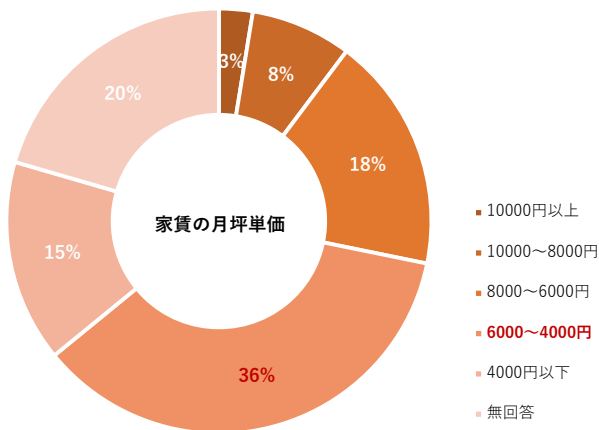
- とても魅力的
- 魅力的
- やや魅力的
- どちらともいえない
- 魅力的でない
- 無回答



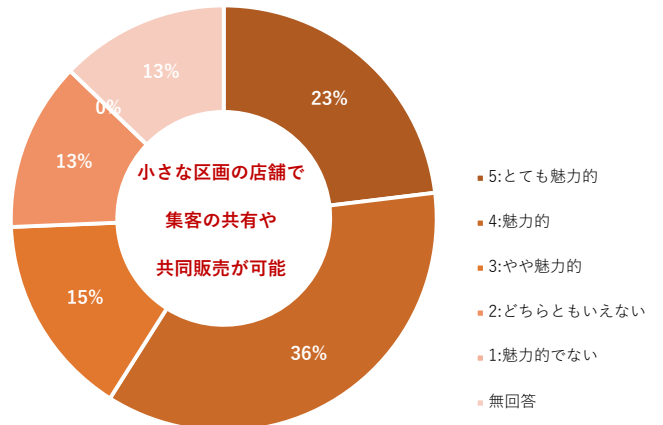
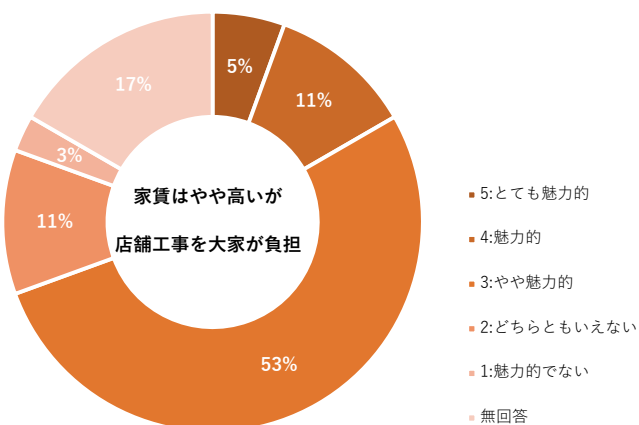
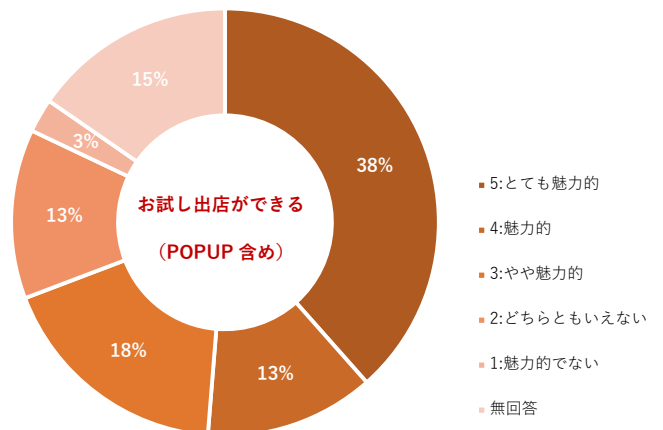
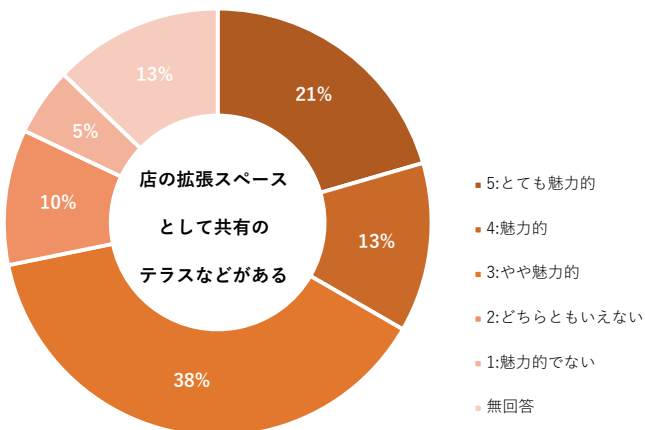
- 5:とても魅力的
- 4:魅力的
- 3:やや魅力的
- 2:どちらともいえない
- 1:魅力的でない
- 無回答

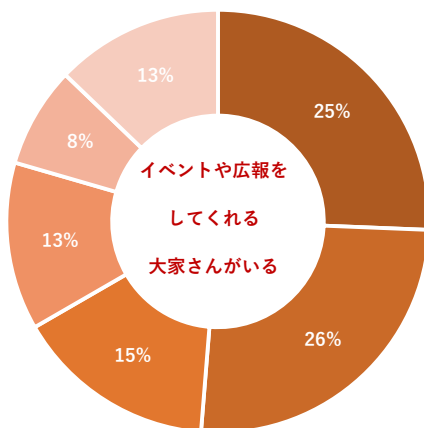
〈 物販 〉

出店するにあたっての各項目の基準について ※一番票の多い項目

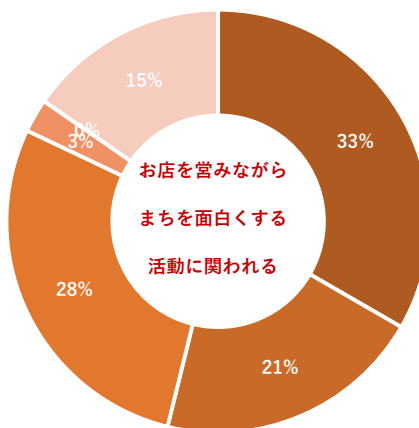


それぞれの魅力の度合いを5段階で評価

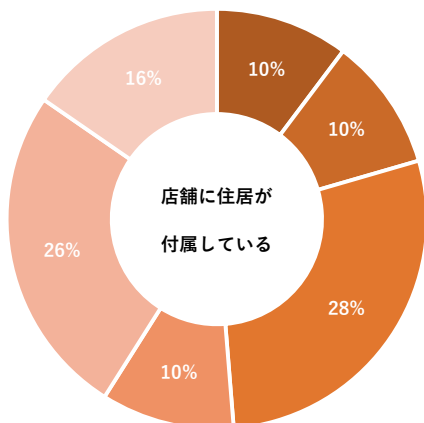




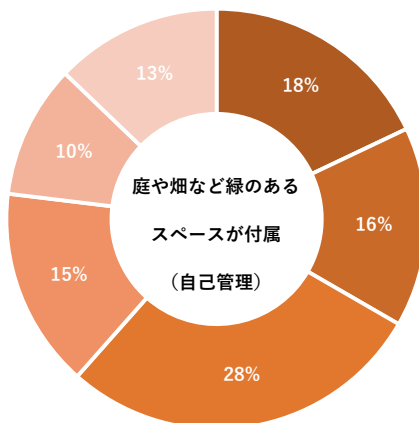
- 5:とても魅力的
- 4:魅力的
- 3:やや魅力的
- 2:どちらともいえない
- 1:魅力的でない
- 無回答



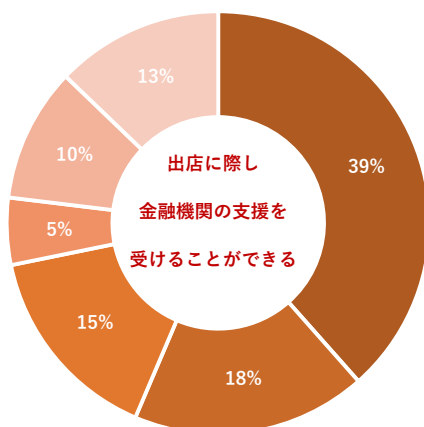
- 5:とても魅力的
- 4:魅力的
- 3:やや魅力的
- 2:どちらともいえない
- 1:魅力的でない
- 無回答



- 5:とても魅力的
- 4:魅力的
- 3:やや魅力的
- 2:どちらともいえない
- 1:魅力的でない
- 無回答



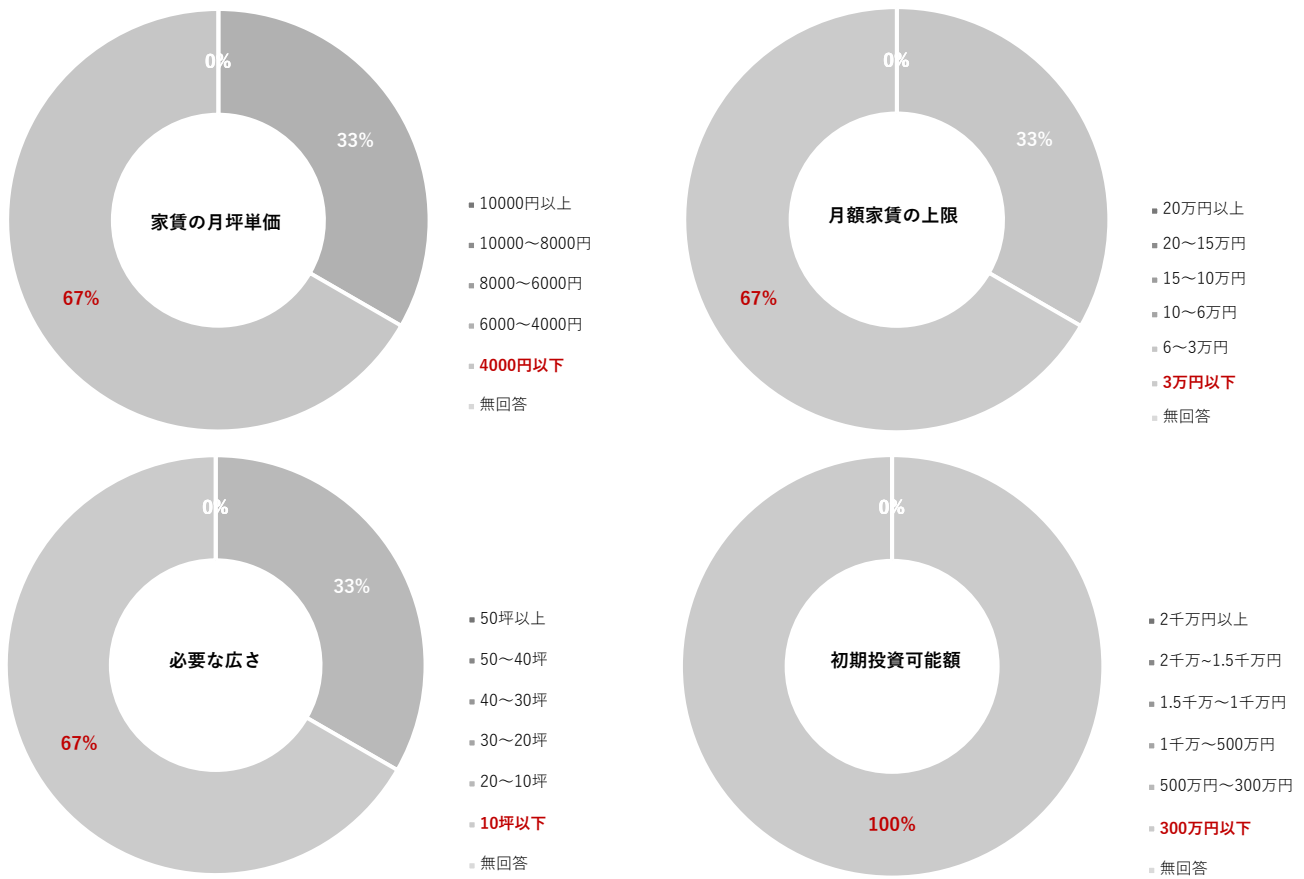
- とても魅力的
- 魅力的
- やや魅力的
- どちらともいえない
- 魅力的でない
- 無回答



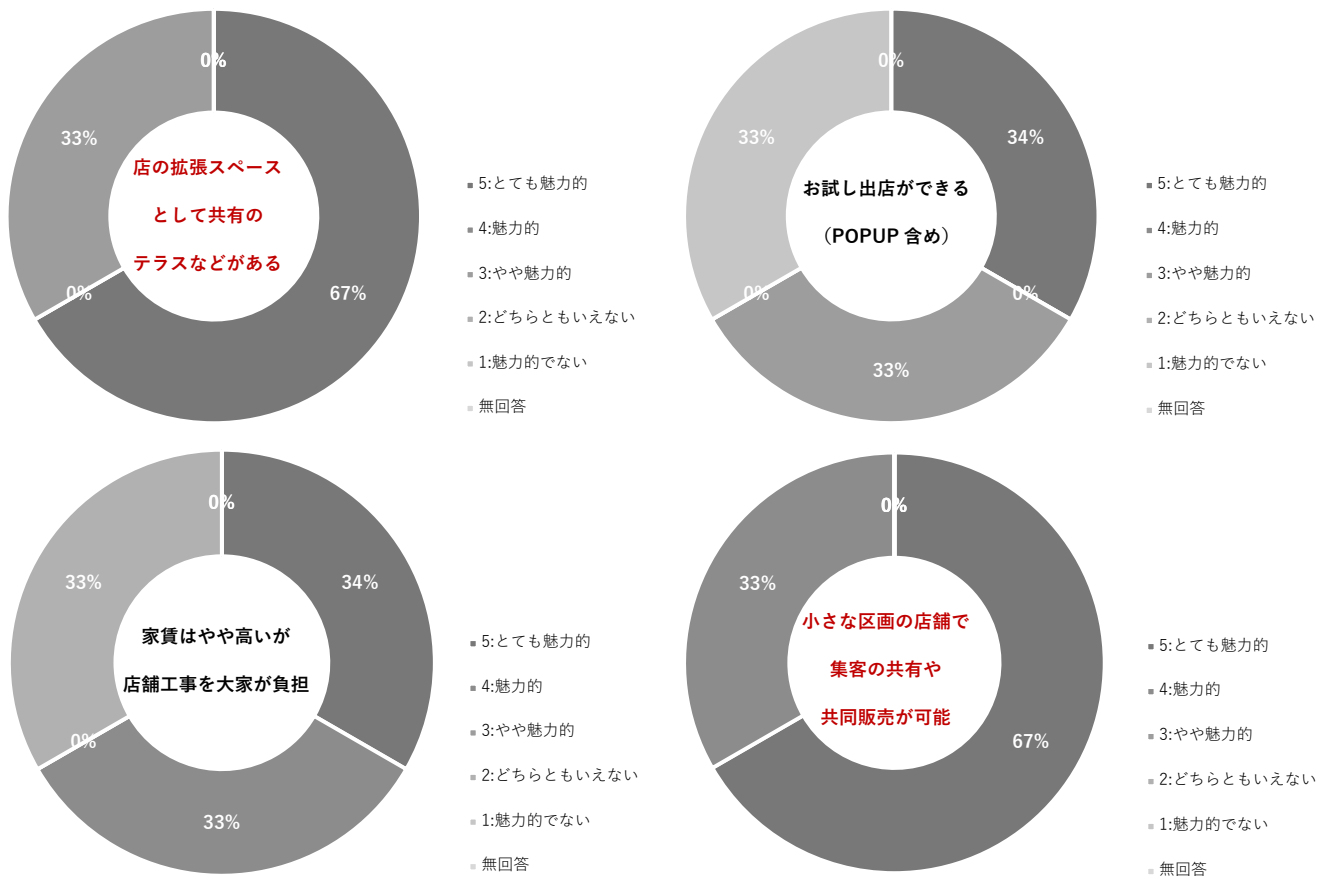
- 5:とても魅力的
- 4:魅力的
- 3:やや魅力的
- 2:どちらともいえない
- 1:魅力的でない
- 無回答

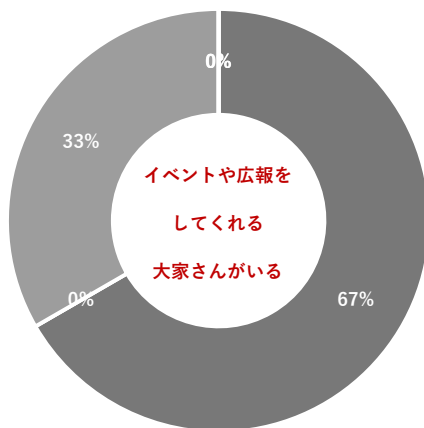
〈 その他 〉

出店するにあたっての各項目の基準について ※一番票の多い項目

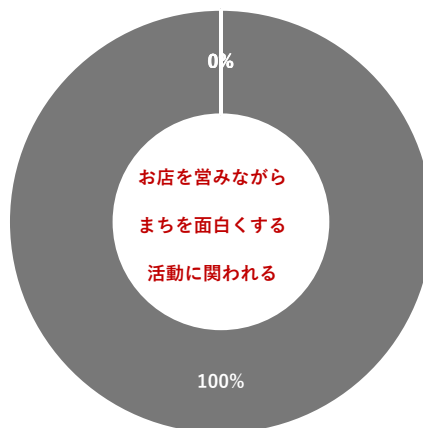


それぞれの魅力の度合いを5段階で評価

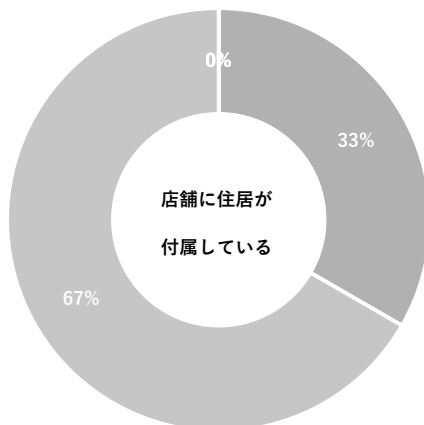




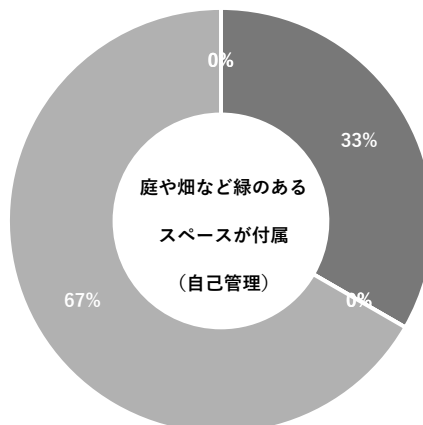
- 5:とても魅力的
- 4:魅力的
- 3:やや魅力的
- 2:どちらともいえない
- 1:魅力的でない
- 無回答



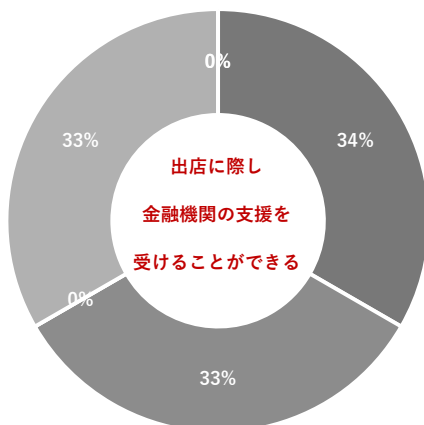
- 5:とても魅力的
- 4:魅力的
- 3:やや魅力的
- 2:どちらともいえない
- 1:魅力的でない
- 無回答



- 5:とても魅力的
- 4:魅力的
- 3:やや魅力的
- 2:どちらともいえない
- 1:魅力的でない
- 無回答



- とても魅力的
- 魅力的
- やや魅力的
- どちらともいえない
- 魅力的でない
- 無回答



- 5:とても魅力的
- 4:魅力的
- 3:やや魅力的
- 2:どちらともいえない
- 1:魅力的でない
- 無回答

■アンケート様式（表面）

出店者アンケート

〈はじめに〉

各務原市では、学びの森周辺エリアにおいて、「商業空間」と「公園のようなパブリックスペース」とが混ざり合い、各務原市の魅力をアップする新しい場所をつくることを検討しています。そこで店を営む事業者さんは、「暮らしにこだわりのある若い世代」を集客することができる独自性の高いサービスを提供することができる方を想定しています。

今後の出店者募集にあたり、みなさまの意見を参考とさせていただきたく、下記のアンケートへの協力をお願いいたします。

質問1：あなたについて（または出店可能な業態）

- ア. イートイン飲食（カフェ・ファーストフード・レストラン・食堂）
- イ. テイクアウト飲食（パン・焼き菓子・和菓子）
- ウ. 物販（雑貨・植物・アパレル・本等）
- エ. その他（ ）

質問2：お店を探すときに目安としている家賃の月坪単価について教えてください。

- ア. 10,000 円以上
- イ. 10,000～8,000 円
- ウ. 8,000～6,000 円
- エ. 6,000～4,000 円
- オ. 4,000 円以下

質問3：お店を探すときの月額家賃の上限について教えてください。

- ア. 20 万円以上
- イ. 20～15 万円
- ウ. 15～10 万円
- エ. 10～6 万円
- オ. 6～3 万円
- カ. 3 万円以下

質問4：お店をする上で必要な最低限の広さを教えてください。

- ア. 50 坪以上
- イ. 50～40 坪
- ウ. 40～30 坪
- エ. 30～20 坪
- オ. 20～10 坪
- カ. 10 坪以下

質問5：初期投資として可能な額を選んでください。

- ア. 2 千万円以上
- イ. 2 千万～1.5 千万円
- ウ. 1.5 千万～1 千万円
- エ. 1 千万～500 万円
- オ. 500 万円～300 万円
- カ. 300 万円以下

質問6：それぞれの内容について魅力の度合いを5段階で評価してください

- (1) 店の拡張スペースとしてみんなで使えるデッキやテラスがある
- (2) 本出店を決める前に、お試し出店（ポップアップを含む）をすることができる
- (3) 家賃はやや高いが店舗工事を大家が負担してくれる
- (4) 小さな区画の店舗が集まり、集客を共有したり、共同販促がおこなえる
- (5) イベントの企画や広報をしてくれる大家さんがいる

■アンケート様式（裏面）

- （６） お店を営みながらまちを面白くする活動に関わることができる
- （７） 店舗に住居が付属している
- （８） 自分たちで管理することにはなるが、はじめから庭や畑など緑のあるスペースが付属している。
- （９） 出店に際して金融機関の支援をうけることができる

質問７：出店の際に重要にしていることや決め手になることを教えてください。（自由記述）

②出店候補事業者からのヒアリング

賃料と区画面積については、アンケート結果に通じる内容であり、出店者ベースでの事業設計を進めるにあたり重要な指標と考える。直接ヒアリングでは、出店する際の具体的な条件にも触れ、特に従業員駐車場の取扱いや共用部分の使用方法、営業時間などは慎重に検討する必要がある。

	業種	賃料について	面積について	その他
事業者 A	飲食 (甘味処)	10 万円程度	15 坪程度	イートイン・テイクアウト営業ができることが希望。営業時間は 10 時～日没で考えている。施設はテナント入居で問題ない。全体の完成イメージをみてみたい。
事業者 B	飲食 (カフェ)	10 万円程度	18 坪	現店舗（30 席）では駐車場を含めて賃料 15 万円／月のため、市営駐車場の定期利用など駐車場の扱いを考えてもらいたい。営業は 11 時～22 時（LO21 時）で考えている店内だけでなくテラス部分も客席として利用できる形だと出店者としてもメリットになる。公園から店内が見えて、夜の営業でも集客できることが理想。施設はテナント入居で問題ないが、世界観がつけれることが重要。
事業者 C	物販 (雑貨)	最大 20 万円 7,000 円／坪	20～30 坪	現在の賃借物件は 30 坪、20 万円程度の賃料を支払っている。物販事業は EC との競争もあり非常に難しく、ワークショップなどの複合化で事業性を模索しており、販売スペースとイベントスペースを合わせると最低 20 坪は必要である。お客さんが実店舗に行く意味は、必要性というよりは、楽しみや偶然の出会いへの期待感だと考えている。運営事業者による販促・PR は歓迎すべきことだが、前提としてターゲットを共有できる出店者が揃っていることが大切。また出店者が自発的に共同販促に取組むのが理想的だと考えている。

2-2 整備手法・管理運営方針の検討

整備手法・管理運営方針は、エリアへの集客や賑わい創出を目的としているものの、民間活力を採り入れ、商業施設等誘致を前提とするため、公的資金で負担する必要性を軸に検討を行った。このため公設公営方式は施設の性質上当初より選択肢から除外し、公設民営方式及び民設民営方式での検討を行った。

公設民営方式においては、国の交付金の活用を前提に複数案検討した。指定管理運営委託及び普通財産の貸付については、民間より割高な公共スペックでの施設整備費を、テナント賃借料によって回収することが現実的ではないとの判断で選択肢から除外した。また民間に施設の設計・施工・管理運営を一体的に委ねる DBO 方式については、地方創生推進交付金の活用を前提とした場合、設計・施工を単年度で完了しなければならないため、選択肢から除外された。

民設民営方式については、PFI 事業、定期借地権方式、設置許可制度及び都市公園における公募設置管理制度（Park-PFI）の採用を検討した。PFI 事業については公共側の資金負担については一定の妥当性があるものの、PFI 事業の実績や資本金のある企業が主体となる傾向が強く、市で目指すコンセプトに沿った事業計画の立案が難しいと考えた。また、定期借地権方式についても、開発事業者の初期投資負担が大きくなるため、PFI 事業同様に採用を見送った。

一方で、計画地を都市公園である学びの森に編入することで、都市公園法に基づく収益施設の設置が可能であることも選択肢として上がった。設置許可制度については、都市公園法で定める上限 2% の建蔽率を考慮すると、敷地内での計画の制約が大きくなることや、建物外のオープンスペースの利活用については従来どおりの手続きが必要となること、そして事業期間が 10 年であることから、本事業の性質に合致しないと判断した。最終的に最適な手法として候補に上がったのは、平成 29 年の制度改正から間もない公募設置管理制度（Park-PFI）である。従来の都市公園法からの改正のねらいは、「都市公園に民間の優良な投資を誘導し、公園管理者の財政負担を軽減しつつ、都市公園の質の向上や公園利用者の利便の向上を図ることを目的として創設（※）」とあり、事業期間が最長 20 年となることや、特例措置の適応により建蔽率が 12% に緩和されることを踏まえると、市と民間事業者双方のメリットがある制度であると考えられる。

■P-PFI の 3 つの特徴

- ・ 民間事業者が設置管理する公園施設の収益を当該公園の整備に還元するものであること。
- ・ 公園施設の設置管理を行う民間事業者を公募により選定すること
- ・ 民間事業者を誘導するインセンティブとして、公園施設の設置管理許可期間や建蔽率等に関する特例措置が適用されること



-PFI の整備イメージ

※都市公園における公募設置管理制度「Park-PFI 活用の手引き」より参照

■事業手法の比較検討

手法	概要	役割分担				本計画で採用する場合の留意点
		資金 調達	設計 建設	施設 所有	管理 運営	
公設公営						
直営方式 (一部業務委託を含む)	公共が施設の建設・管理運営を全て直接行う	公共	公共	公共	公共	施設整備・運営の両面において高コストとなる。出店者のリーシングや広報PR業務など専門性の高い業務等、定型業務以外のネットワークやノウハウを要する業務に柔軟に対応することが難しい。
公設民営						
管理運営委託 (指定管理制度含む)	公共が建設・管理運営する施設等について、管理運営に係る一部業務を民間に委託	公共	公共	公共	民間	施設整備は公共仕様となり高コストとなる。指定管理制度では包括的な管理運営権限を民間に付与することから、指定には議会での議決が必要となる。また条例で運用方法が規定されるため、柔軟な運用を想定した条例制定が求められる。
普通財産の貸付	公共が施設等を建設・所有し、当該施設を民間に貸与して、その管理運営を委ねる	公共	公共	公共	民間	施設整備は公共仕様となり高コストとなる。協定書を別途締結し、事業内容や運営期間中の補助金等の運用方法の詳細を定めるケースもある。
DBO (Design-Build-Operate)	民間に施設等の設計・建設請負工事・管理運営を一体的に委ねる（資金調達は公共が行う点でPFIと異なる）	公共	公共 (民間)	公共	民間	国の交付金を活用し、行政による資金調達を行いつつ、民間ノウハウによる建設・維持管理・運営を採り入れることで効率的な事業計画とすることができる。
民設民営						
PFI事業	民間（PFI事業者）に施設等の設計・建設・運営・資金調達を一体的に委ねるもの	民間	民間	民間 事業終了後 公共	民間	事業の手続きが煩雑であり、事務コストがかかる。またPFI方式に参入可能な事業者が、資本金のある企業に偏る傾向がある。
定期借地権方式	民間（不動産開発事業者等）が、土地の活用と事業の企画を合わせて行えるよう、施設等の設計・建設・管理運営を委ねる	民間	民間	民間 または 公共	民間 または 公共	市は借地料が定常的な歳入となるが、資本金のある開発事業者に偏る可能性がある。また土地活用方法に自由度を与えることが出来るため、事業者に求める内容を精査する必要がある。
都市公園法における 設置許可制度	公園管理者以外の者に対し、都市公園内における公園施設の設置、管理を許可できる制度。民間事業者が売店やレストラン等を設置し、管理できる根拠となる規定	民間	民間	民間	民間	許可を得た民間事業者が条例等で定められた使用料を公園管理者に支払う。設置許可の期間は10年を超えることができないが、更新は可能である。都市公園法における建蔽率の上限（2%）に注意が必要である。
都市公園法における 公募設置管理制度（P-PFI）	飲食店、売店等の公募対象公園施設の設置又は管理と、その周辺の園路、広場等の特定公園施設の整備、改修等を一体的に行う者を、公募により選定する制度	民間 一部 公共	民間 一部 公共	民間	民間	PFI事業に比べて手続きが比較的容易である。公募対象公園施設は収益施設とし独立採算による事業が前提となる。事業期間は最長20年であり、建設投資の回収に配慮された制度である。

■PPP/PFI 手法と公募設置管理制度の比較（民設民営に限る）

事業方式	根拠法	対象となる施設	官民間の契約形態	事業期間の目安	行政		事業者		一般的なスキーム	特徴	考察	評価
					収入	支出	収入	支出				
①PFI方式	PFI法	根拠法に定める公共施設等	事業契約	最長30年		・敷地整備にかかる工事費 ・施設管理修繕費	・利用料金等	・維持管理費、運営費	PFI法の手続きに則り民間事業者を選定し、民間資金を活用して公共施設の整備・運営維持管理を民間事業者を実施させる手法。民間事業者は、特別目的会社を設立し、地方公共団体との間でPFI事業契約を締結する。	・民間（PFI事業者）に施設の設計・建設・運営・資金調達を包括的に委ねるため、サービスの費用の低廉化と質の向上を達成することが期待される。 ・施設整備にあたっては民間資金を活用することから、財政支出を事業期間にわたって平準化することが可能。	・事業契約において、その種類および金額について政令で定める基準（金額では150,000千円）に該当するものを締結する場合には、議会の議決を経なければならないため、手続きに時間がかかる。 ・設置又は管理に対し、使用料を徴収しない事例が多い。 ・PFI事業に参入できる事業者が、資本金のある開発事業者に偏る可能性が高く、調査対象地のコンセプトに合致しなくなる可能性がある。	△
②定期借地権方式	借地借家法（第23条）	制限なし	事業用定期借地権設定契約	最長50年	・借地料		・利用料金等	・維持管理費、運営費 ・借地料	事業用施設の建設を前提とした定期借地権の一種で、契約は公正証書による。期間満了時には建物を取り壊し、更地にて土地所有者に返還する。	・民間事業者（不動産開発事業者等）が、土地の活用と事業の企画を合わせて行えるよう、施設等の設計・建設・管理運営を委ねることで、民間の企画力や専門的なノウハウを生かすことができる。 ・借地料が定常的な歳入となる。 ・行政は施設を所有せずに政策を実行することができる。	・建設投資額が大きくなるため、資本金のある開発事業者に偏る可能性がある。 ・土地活用の方法に自由度を与えることから、事業者に求める内容を精査する必要がある。 ・建物が民間所有となるため、行政施策との連携が難しい。 ・集客については、個店の力に委ねられる。	△
③設置管理許可制度	都市公園法（第5条）	法に定める公園施設（収益施設）	行政処分（許可）	最長10年	・許可使用料	・敷地整備にかかる工事費 ・施設管理修繕費	・利用料金等	・維持管理費、運営費 ・許可使用料	民間事業者が、公園管理者に対して条例に定める項目を記載した設置管理許可の申請者を提出し、公園管理者から設置管理許可を得る。	・公園管理者以外の者に対し、都市公園内における公園施設の設置、管理を許可できる制度。民間事業者が売店やレストラン等を設置し、管理できる根拠となる規定である。 ・申請に伴う行政処分の手続きであるため、必ずしも公募を前提としていない。（地方公共団体によっては独自の手続きにより、公募によって民間事業者を選定しているケースもある。） ・設置又は管理に対し、使用料を徴収することができる。	・都市公園法における公園施設の建蔽率の上限が2％であるため、調査対象地が学びの森に編入された場合、建設可能な施設面積に制限がある。 ・敷地設備について、国費が充当できない。	○
④公募設置管理制度（P-PFI）	都市公園法（第5条の二～第5条の九）	法に定める公園施設（収益施設）	行政処分（許可）	最長20年	・許可使用料 ・敷地整備（特定公園施設）の工事費に対する国庫補助金（1/2）	・敷地整備（特定公園施設）の工事費 ・施設管理修繕費	・利用料金等	・維持管理費、運営費 ・許可使用料	公園管理者が民間事業者を公募で選定し、施設の管理運営を含む事業全体に係る条件等を規定した協定等を締結する。	・公募対象公園施設の建ぺい率など、法の特例措置を認めることができる。 ・事業決定までの手続きについて、PFI事業に比べて法定事項が少なく、比較的容易である。また、PFI事業に必要な議会の議決も、法令上必要ない。 ・敷地整備（特定公園施設）について国費を充当することができ、財政負担が軽減される。（社総金1/2） ・特定公園施設を収益施設と一体的にデザインし、整備ができる。 ・設置又は管理に対し、使用料を徴収することができる。	・法律で定められた収益施設であることが必要。（独立採算による事業が前提） ・特定公園施設について、公募で選定された民間事業者が、公募対象公園施設と一体となった維持管理を行うことが基本とされるため、財政負担の軽減のみならず、周辺エリアへの波及効果が期待できる。 ・敷地整備について、国費が充当できる。（社総金【官民連携賑わい拠点創出事業】）	◎

■公募設置管理制度（P-PFI）による事例

勝山公園（北九州市小倉区）

[都市公園 + 民間の飲食店]

勝山公園は公募設置管理制度において全国で初めて公園便益施設として「コメダ珈琲店 北九州勝山公園店」を2018年7月にオープンした。市のシンボルである勝山公園内の「鷗外橋西側橋詰広場」において、公園を中心とした賑わいづくりの拠点としてさらなる活用と魅力向上のため、自由に活用出来る広場を整備するとともに利用者の利便性を向上する公園施設を民間活力により設置した。また、公園便益施設でもあることから、公園広場で行われるイベントやお祭りなどでもパブリックスペースとしての機能を十分果たせるように、店舗周辺に多目的休憩スペースやベンチシートを設けたほか、多目的トイレなども設置されており、誰でも利用できるようになっている。特定公園施設は、認定計画提出者が一部負担し整備したのち、市に譲渡し管理許可により認定計画提出者が管理する仕組みをとっている。（使用料は免除としている）



2－3 法的条件・配置・規模・区割り

■法的条件について

計画敷地	〒504-0836 岐阜県各務原市那加雲雀町30番の1
------	-----------------------------

①土地所有の概況

建築地および隣接地の区画は公図によります

① 地番	② 地目	③ 地籍 (㎡)	備考
所有者		所有者の住所	
建築地			
30番の1	農林学校園場用地	2336	
各務原市役所		岐阜県各務原市那加桜町1丁目69番地	

②家屋所有の概況

建築地内の家屋 (有・無)

登記事項証明書等 (有・無)

① 種類	② 構造	③ 延べ床面積	備考
所有者		所有者の住所	

※所有形態は、調査時の法務局資料の範囲内としています。

③敷地の関係法

都市計画	<u>区域内</u> （ <u>市街化区域</u> 市街化調整区域 非線引 ）区域外 準都市計画区域	
用途地域	第一種低層住居専用地域 第二種低層住居専用地域 第一種中高層住居専用地域 第二種中高層住居専用地域 第一種住居地域 <u>第二種住居地域</u> 順住居地域 近隣商業地域 商業地域 準工業地域 工業地域 その他（ ）	
防火設備	防火 準防火 無指定 <u>法22条指定区域</u> 新防火地域 その他	
その他 指定地区 (有・無)	風致地区（ ） 緑化地区 宅地造成規制地区 砂防法 急傾斜地崩壊防止法 地すべり防止法 土地区画整理事業を施行すべき地域（計画決定）土地区画整理事業思考地区（事業中） <u>その他</u> （ <u>各務原市都市景観計画</u> <u>重点風景地区：都心ルネサンス地区（公共公益施設地区）</u> ）	
建ぺい率	（ 60 ）％ 角地適用（ 有・無 ） （ 60 ）％ + 10％ = （ 70 ）％	
容積率	（ 200 ）％ 道路制限（ 有・無 ） （ ）m + （ ）× 100％ = （ ）％	
絶対高	（ 有・無 ） （ 20 ）m 制限法令（ <u>景観条例</u> / <u>航空法</u> ）	
地区計画	（ 有・無 ） （名称： / 内容： ）	
建築協定	（ 有・無 ） （名称： / 内容： ）	
壁面後退	（ 有・無 ） （関連法令： / 内容： ）	
日影規制 (第二種住居地域)	（ 有・無 ） ※岐阜県建築基準条例第29条より [内容：建築物高さ>10m 規制される範囲(敷地境界線からの距離) 5m<10m：5時間 10m<：3時間 測定面：4.0m]	
高度地区	（ 有・無 ）	
斜線制限 (第二種住居地域)	道路斜線	<u>前面道路の境界線より 1.25/1.0</u> （建築基準法）
	北側斜線	— （ ）
	隣地境界	<u>20m+1.25/1.0</u> （建築基準法）
埋没文化財	（ 有・無 ） （ <u>名称：岐大農場遺跡</u> ）	
その他		
備考	・都市計画法規則60条適合証明 ・JR近隣により事業者と打合わせが必要	

※法令規制については確認申請提出前の事前調査のため、諸官庁の指導により、
あらたな調査・計画変更が生じる場合があります。

④構造・性能に関わる事項

地表面粗度区分	Ⅲ
基準風速	32
地震地域係数	1.0
多雪区域の指定	有・ 無 単位荷重 ニュートン（積雪量 1 cmごと 1 m ² につき）
垂直積雪量	30 cm
凍結深度	cm
断熱地域区分	6地域
年間日射地域区分	A4 区分
備考	

⑤道路の状況

東側 (公道・私道・他)	(国 ・ 都 ・ 道 ・ 府 ・ 県 ・ 市 ・ 区 ・ 町 ・ 村) 道 道路番号 () 線 幅員 (現況 m / 管理幅員 : m) 位置指定 (有 ・ 無) 指定年月日 () 位置指定番号 () 幅員 ()
西側 (公道・私道・他)	(国 ・ 都 ・ 道 ・ 府 ・ 県 ・ <u>市</u> ・ 区 ・ 町 ・ 村) 道 建築基準法 4 2 条 1 項1号道路 道路番号 (那538) 線 幅員 (現況 : 配置図に図示 / 管理幅員 : 14~14.05 m) 位置指定 (有 ・ 無) 指定年月日 () 位置指定番号 () 幅員 ()
南側 (公道・私道・他)	(国 ・ 都 ・ 道 ・ 府 ・ 県 ・ 市 ・ 区 ・ 町 ・ 村) 道 道路番号 () 線 幅員 (現況 : m / 管理幅員 : m) 位置指定 (有 ・ 無) 指定年月日 () 位置指定番号 () 幅員 ()
北側 (公道・私道・他)	(国 ・ 都 ・ 道 ・ 府 ・ 県 ・ <u>市</u> ・ 区 ・ 町 ・ 村) 道 建築基準法 4 2 条 1 項1号道路 道路番号 (那538) 線 幅員 (現況 : 配置図に図示m / 管理幅員 : 7~9.9 m) 位置指定 (有 ・ 無) 指定年月日 () 位置指定番号 () 幅員 ()
その他の道路 (有 ・ <u>無</u>)	道路番号 () 幅員 ()
計画道路 (有 ・ <u>無</u>)	道路番号 () 幅員 () 計画決定・事業決定
道路舗装	(未舗装 ・ <u>舗装</u>) ・ (アスファルト ・ コンクリート ・ <u>その他</u> : 車道 : 小舗石90*90*90/モルタルt=30/RC-30t=100 歩道 : 土系歩道舗装t=50/RC-40t=100)
道路側溝	(<u>有</u> ・ 無)
進入路	4 m以上の道路までの距離 (0) m 道路と敷地の高低差 約 (0) m
前面道路交通規制	<u>無</u> ・ 終日規制 ・ 時間規制 (時 ~ 時)
その他	
備考	

※現状の道路状況により、資材搬車が進入できない場合や、道路と敷地に高低差があり、
資材の搬入が困難な場合は、別途小運搬費用が発生する場合があります。

⑥敷地の状況

土地の境界票	ポイント（ <u>9ヶ所</u> ）のうち 境界標あり（ <u>8ヶ所</u> ）/ 不明（ <u>1ヶ所</u> ）		
敷地の状況	宅地・ <u>土</u> ・ <u>砂利</u> ・草地・田・畑・山林・その他（ ）		
盛土	（有・無・ <u>不明</u> ） 推定（ ）m程度/ 盛土時期（ ）年		
地表の傾斜	（有・ <u>無</u> ）/ 勾配（ ）程度		
堀	（有・ <u>無</u> ）/ （東・西・南・北）		
崖・法面	（有・ <u>無</u> ）/ （東・西・南・北）		
建築前作業	（ <u>要</u> ・不要） <u>整地</u> ・解体・移設・ <u>伐採</u> ・ <u>抜根</u> ・草刈・その他（ ）		
既存建築物	（有・ <u>無</u> ） 地下室・井戸・浸透ます・築山・石庭・その他（ ）		
擁壁・土留め （有・ <u>無</u> ・ 不明）	東側	構造〔CB・RC・関知石・その他（ ）〕 状態〔良・はらみ・ずれ・その他（ ）〕 水抜き（有・無） うらごめ（有・無・不明）/ 許可日（ ） 検査済証（有・無）	
擁壁・土留め （ <u>有</u> ・無・ 不明）	西側	構造〔CB・RC・関知石・ <u>その他（石積み）</u> 〕 状態〔 <u>良</u> ・はらみ・ずれ・その他（ ）〕 水抜き（有・ <u>無</u> ） うらごめ（有・ <u>無</u> ・不明）/ 許可日（ ） 検査済証（有・ <u>無</u> ）	
擁壁・土留め （有・ <u>無</u> ・ 不明）	南側	構造〔CB・RC・関知石・その他（ ）〕 状態〔良・はらみ・ずれ・その他（ ）〕 水抜き（有・無） うらごめ（有・無・不明）/ 許可日（ ） 検査済証（有・無）	
擁壁・土留め （有・ <u>無</u> ・ 不明）	北側	構造〔CB・RC・関知石・その他（ ）〕 状態〔良・はらみ・ずれ・その他（ ）〕 水抜き（有・無） うらごめ（有・無・不明）/ 許可日（ ） 検査済証（有・無）	
備考			
隣地状況	東側	空き地 ・ 道路（ ）m ・ <u>建物</u> 境界からの距離（不明 m）	
	西側	空き地 ・ <u>道路</u> （ ）m ・ 建物 境界からの距離（ ）m	
	南側	空き地 ・ 道路（ ）m ・ 建物 境界からの距離（ ）m <u>※線路</u>	
	北側	空き地 ・ <u>道路</u> （ ）m ・ 建物 境界からの距離（ ）m	
備考			
付近の状況	狭小道路・ <u>通学路</u> ・通院路・商店街・通行量が多い・ <u>駅付近</u> ・ <u>住宅街</u> 密集度（密・ <u>中</u> ・疎）		
その他			

※地表の現況は視覚調査にて実施。地中埋設物については別途調査が必要

※擁壁・土留めは、諸官庁の指導により改良などを指示される場合がある

※地盤の強度・基礎補強の判断は、別途地耐力調査が必要

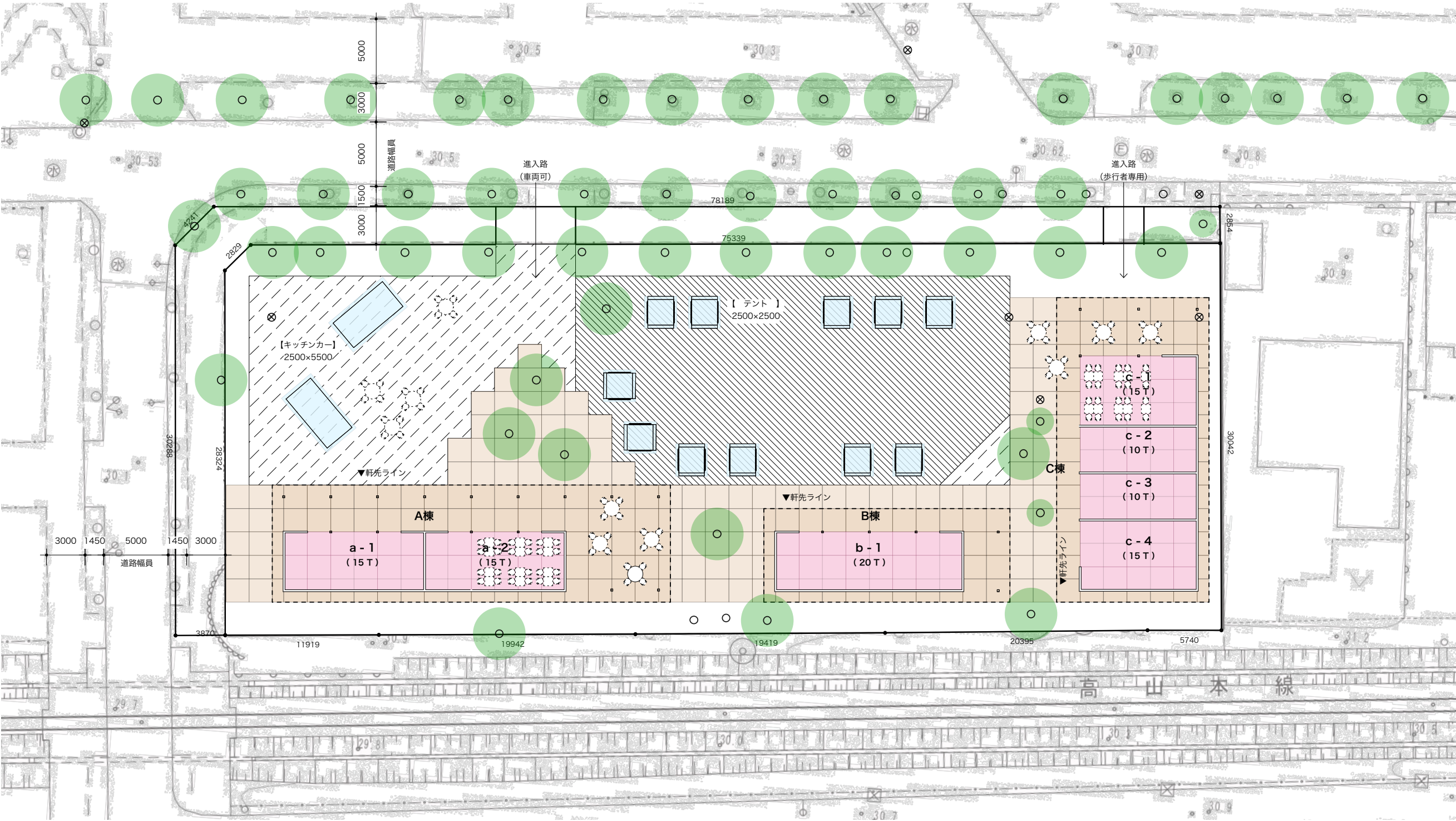
⑦設備の状況

給水	<p>公堂（各務原市） 私営（ ） 井戸（有：状況（使用・不使用）・無）</p> <p>本管（<u>有</u>・無） 西側 / Φ（ 250 ）^{ミリ} / 敷地までの距離 約（ 不明 ）m</p> <p>本管（<u>有</u>・無） 北側 / Φ（ 250 ）^{ミリ} / 敷地までの距離 約（ 1.15 ）m ※西の境界線より</p> <p>本管（有・無） 側 / Φ（ ）^{ミリ} / 敷地までの距離 約（ ）m</p> <p>新規取り出し（可・不可・<u>協議による</u>） / 口径変更（ ） / 仮設水道（難・易）</p> <p>引込配管（有・<u>無</u>） / Φ（ ）^{ミリ} / （ ）口 / 管種（ ）</p> <p>メーター（有・<u>無</u>） / Φ（ ）^{ミリ} / （ ）口</p> <p>局納金等（直径13^{ミリ}（1420）円 / 直径20^{ミリ}（3800）円 / 直径25^{ミリ}（6200）円）※税込</p>
排水経路	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div> <p>同意（要・不要）</p> <p>集中浄化</p> <p>同意（要・不要）</p> <p>合流本管</p> <p>同意（要・不要）</p> <p>分流本管</p> <p>同意（要・不要）</p> <p>側溝</p> <p>同意（要・不要）</p> <p>雨水本管</p> <p>同意（要・不要）</p> <p>水路</p> </div> <div> <p>（既設・<u>新設</u>）</p> <p>最終ます（汚水）</p> <p>（既設・<u>新設</u>）</p> <p>最終ます（汚水）</p> </div> <div> <p>同意（要・不要）</p> <p>汚水・雑排水</p> </div> </div> <p>汚水</p> <p>汲み取り</p> <p>浄化槽</p> <p>雑排水</p> <p>宅内処理</p> <p>雨水</p> <p>自然処理</p> <p>水路</p>
ガス	<p><u>都市ガス</u>（種類 / 熱量： ） / LPガス（個別・集中）</p> <p>本管（<u>有</u>・無） 北側 / Φ（ 100 ）^{ミリ} / 敷地までの距離 約（ ）m / 負担金（要・不要）</p> <p>本管（<u>有</u>・無） 南側 / Φ（ 75 ）^{ミリ} / 敷地までの距離 約（ ）m / 負担金（要・不要）</p> <p>本管（有・<u>無</u>） 西側 / Φ（ ）^{ミリ} / 敷地までの距離 約（ ）m / 負担金（要・不要）</p> <p>引込配管（有：使用（可・不可）口径（ ）^{ミリ} / <u>無</u></p>
電気	<p>敷地付近の電柱（<u>有</u>・無） / 電柱移動（可・不可・<u>協議による</u>）</p> <p>高圧線（<u>有</u>・無：敷地（<u>内</u>・外））</p> <p>※敷地内に計4本の電柱があり、移設については中部電力・NTTと市の協議による</p>
電話	敷地付近の電話柱（ <u>有</u> ・無） / 電柱との併用（ <u>併用</u> ・ <u>単独</u> ）
TV	共同アンテナ（有・ <u>無</u> ）
その他	

※設備については現状の目視調査による

※施設管等の給排水設備負担金は公道・私道を問わず行政指導・近隣関係により異なる場合がある

■検討区画配置図 S=1/300



建築概要

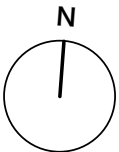
敷地面積	≒2336㎡
建築面積……(a+b)	700.38㎡
延べ床面積…a	331.24㎡
軒下面積……b	369.13㎡
テラス面積	318.96㎡
他造園面積	1316.67㎡

建築面積詳細

A棟	99.37㎡ (30T)	a - 1	49.69㎡ (15T)
		a - 2	49.69㎡ (15T)
B棟	66.25㎡ (20T)	b - 1	66.25㎡ (20T)
C棟	165.62㎡ (50T)	c - 1	49.69㎡ (15T)
		c - 2	33.12㎡ (10T)
		c - 3	33.12㎡ (10T)
		c - 4	49.69㎡ (15T)

凡例

	収益施設	(331.24㎡)
	テラス	(688.09㎡)
	インターロッキング	(362.84㎡)
	芝生	(512.60㎡)
	その他造園	(441.23㎡)



2－4 概算事業費の試算

■店舗開発事業 収支シミュレーション

【収入計画】					
月坪賃床単価	面積	月額	年額	入居率	入居率x年額
8,000	100	800,000	9,600,000	80%	7,680,000
			9,600,000		7,680,000
【支払い家賃】					
単価	月額	年額	入居率	入居率x年額	
98 (円／㎡・月)	32,340	388,080	100%	388,080	
		32,340	388,080	388,080	

【損益計画】																					
		計画1期目	計画2期目	計画3期目	計画4期目	計画5期目	計画6期目	計画7期目	計画8期目	計画9期目	計画10期目	計画11期目	計画12期目	計画13期目	計画14期目	計画15期目	計画16期目	計画17期目	計画18期目	計画19期目	計画20期目
賃料収入	【A】	7,680,000	7,680,000	7,680,000	7,680,000	7,680,000	7,680,000	7,680,000	7,680,000	7,680,000	7,680,000	7,680,000	7,680,000	7,680,000	7,680,000	7,680,000	7,680,000	7,680,000	7,680,000	7,680,000	7,680,000
諸経費	【B】	5,530,781	5,490,781	5,418,568	5,378,568	5,338,568	5,276,020	5,236,020	5,196,020	5,133,471	5,093,471	5,053,471	4,994,143	4,954,143	4,914,143	4,851,594	4,831,594	4,831,594	4,809,045	4,809,045	4,809,045
地代		388,080	388,080	388,080	388,080	388,080	388,080	388,080	388,080	388,080	388,080	388,080	388,080	388,080	388,080	388,080	388,080	388,080	388,080	388,080	388,080
人件費		1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000
造園管理費		300,000	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000
共用部水光熱費		195,000	195,000	195,000	195,000	195,000	195,000	195,000	195,000	195,000	195,000	195,000	195,000	195,000	195,000	195,000	195,000	195,000	195,000	195,000	195,000
修繕・解体費積立		360,000	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000
減価償却費	20年定率	2,250,000	2,250,000	2,250,000	2,250,000	2,250,000	2,250,000	2,250,000	2,250,000	2,250,000	2,250,000	2,250,000	2,250,000	2,250,000	2,250,000	2,250,000	2,250,000	2,250,000	2,250,000	2,250,000	2,250,000
固定資産税		257,701	257,701	225,488	225,488	225,488	202,940	202,940	202,940	180,391	180,391	180,391	161,063	161,063	161,063	138,514	138,514	138,514	115,965	115,965	115,965
支払い利息		580,000	540,000	500,000	460,000	420,000	380,000	340,000	300,000	260,000	220,000	180,000	140,000	100,000	60,000	20,000	0	0	0	0	0
税引き前利益	【A】 - 【B】	2,149,219	2,189,219	2,261,432	2,301,432	2,341,432	2,403,980	2,443,980	2,483,980	2,546,529	2,586,529	2,626,529	2,685,857	2,725,857	2,765,857	2,828,406	2,848,406	2,848,406	2,870,955	2,870,955	2,870,955
法人税など		392,383	398,383	409,215	415,215	421,215	430,597	436,597	442,597	451,979	457,979	463,979	472,879	478,879	484,879	494,261	497,261	497,261	500,643	500,643	500,643
税引き後利益		1,756,836	1,790,836	1,852,217	1,886,217	1,920,217	1,973,383	2,007,383	2,041,383	2,094,550	2,128,550	2,162,550	2,212,978	2,246,978	2,280,978	2,334,145	2,351,145	2,351,145	2,370,312	2,370,312	2,370,312
現金収支		2,006,836	2,040,836	2,102,217	2,136,217	2,170,217	2,223,383	2,257,383	2,291,383	2,344,550	2,378,550	2,412,550	2,462,978	2,496,978	2,530,978	2,584,145	4,601,145	4,601,145	4,620,312	4,620,312	4,620,312

【借入金返済計画】

返済年数		15年																			
	計画0期目	計画1期目	計画2期目	計画3期目	計画4期目	計画5期目	計画6期目	計画7期目	計画8期目	計画9期目	計画10期目	計画11期目	計画12期目	計画13期目	計画14期目	計画15期目	計画16期目	計画17期目	計画18期目	計画19期目	計画20期目
返済額		2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	0	0	0	0	0
借入金残高	30,000,000	28,000,000	26,000,000	24,000,000	22,000,000	20,000,000	18,000,000	16,000,000	14,000,000	12,000,000	10,000,000	8,000,000	6,000,000	4,000,000	2,000,000	0	0	0	0	0	0
支払い利息	2.0%	580,000	540,000	500,000	460,000	420,000	380,000	340,000	300,000	260,000	220,000	180,000	140,000	100,000	60,000	20,000	0	0	0	0	0
当期収支差額		2,006,836	2,040,836	2,102,217	2,136,217	2,170,217	2,223,383	2,257,383	2,291,383	2,344,550	2,378,550	2,412,550	2,462,978	2,496,978	2,530,978	2,584,145	4,601,145	4,601,145	4,620,312	4,620,312	4,620,312
現金預金残高 (B+C+D-A)	1,580,000	3,586,836	5,627,672	7,729,889	9,866,107	12,036,324	14,259,707	16,517,090	18,808,473	21,153,023	23,531,572	25,944,122	28,407,100	30,904,079	33,435,057	36,019,202	40,620,347	45,221,493	49,841,804	54,462,116	59,082,428

上記シミュレーションは、P-PFI 方式において、運営事業者が公募対象公園施設を建設した場合の、貸しテナント事業による投資回収シミュレーションである。当該収支シミュレーションにおいては、計画 16 年目に投資回収の目途が立つ見込みをしているが、民間のノウハウを十分に発揮したイベント催事などの企画・運営により早期の投資回収ができる資質が民間事業者に求められる。シミュレーションにおける主な変動要素について以下に説明する。

◎収入計画

アンケート及び事業者へのヒアリングを踏まえ、月坪賃床単価を 8,000 円／月・坪と設定した。また入居率は 80％としているが、店舗入れ替えやテスト出店企画などを踏まえたものである。

◎支払い家賃

P-PFI における公募対象公園施設の使用料は、98 円／㎡・月とし、固定資産税土地評価額に各務原市普通財産貸付算定基準を反映した額とした。

◎施設面積

特定公園施設（オープンスペース）の活用を考慮し建物面積を 100 坪と設定した。

◎建物整備費

施設のスケルトン（木造）及びインフラ引込みまでを想定し、工事費単価を 450,000 円／坪と設定した。

◎造園整備費

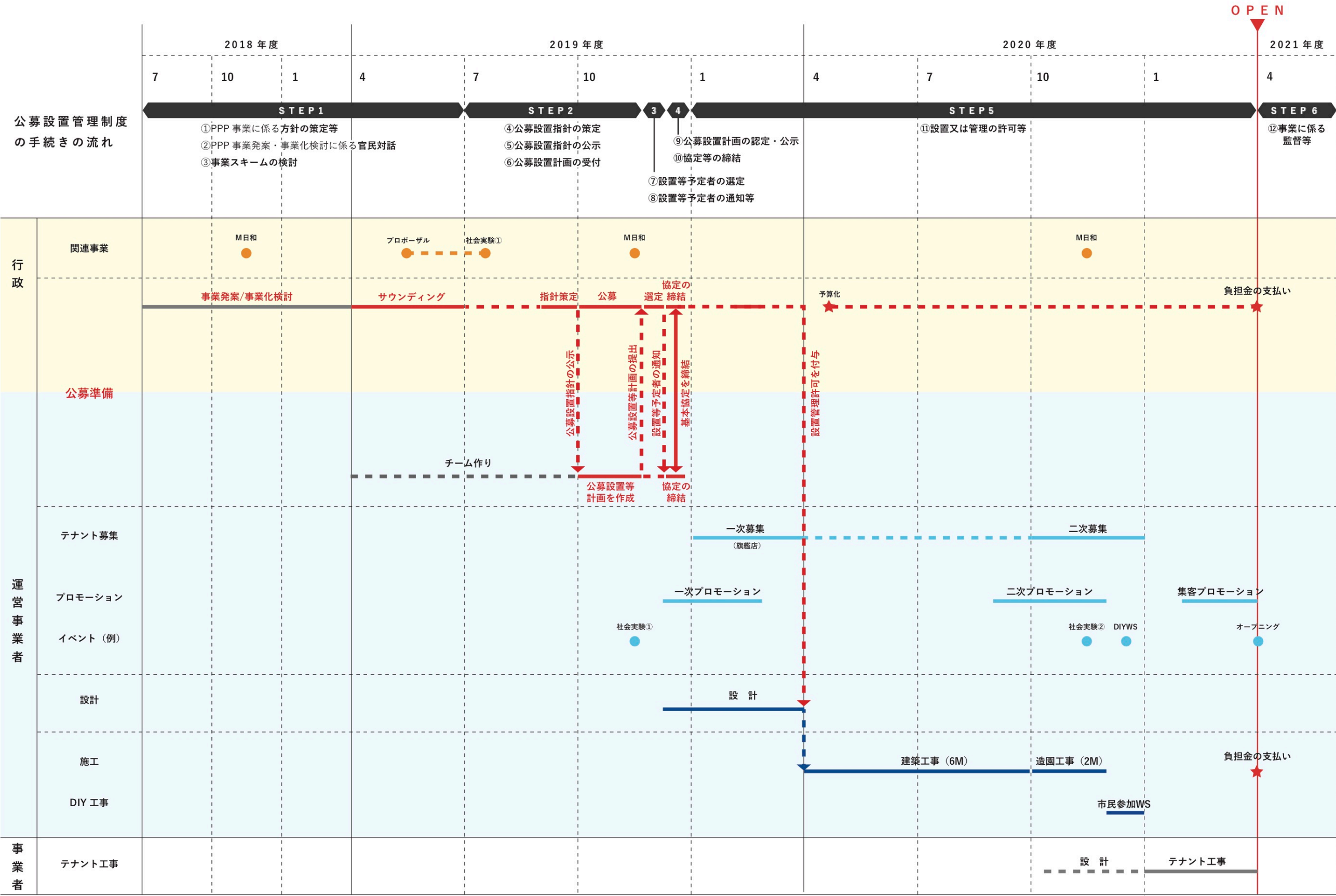
特定公園施設の整備は、市の公園整備の概算金額を参照し、約 20,000 円／㎡と設定した。

◎借入金について

不動産事業における地方銀行からの融資について、金融機関へのヒアリング（※）を実施した結果、融資期間 15 年、金利 2％程度が一般的とのことであった。

※事業者の資金調達について、地域金融機関・公的機関連携による支援メニューが紹介された。
1）民間都市開発推進機構（MINTO 機構）による、マネジメント型まちづくりファンド業務
2）地域経済活性化支援機構（REVIC）による、活性化ファンド業務

2-5 事業スケジュール
■P-PFIの場合における事業スケジュール



※表は「都市公園における公募設置管理制度 Park-PFI 活用の手引き」の、「事業者公募・選定・許可手続きの流れ」より参照

2-6 参考事例

■南池袋公園（東京都豊島区）

[公共の芝生広場 + 民間のカフェ]

南池袋公園は、中央に広々とした芝生広場と開放的なカフェの併設した都市公園である。園内に設置した便益施設にカフェを入れることで、その売り上げの一部を「地域還元費」として公園の維持管理に生かすという収益モデルをつくり、それに貢献できる志のある事業者を公募した。カフェ事業者からの使用料だけでなく公園の地下を変電所として占用する電力会社からの占用料で収益を担保し、それらの収益を芝生の維持管理に充てている。また、カフェの運営は地元企業が行い、公園の整備は住民が関わるなど地域に根ざした仕組みが整っており、エリアの価値の向上につながっている。公共と民間が連携することで、賑わいあふれる拠点をつくりだした事例。



■ドットツリー修善寺（静岡県伊豆市）

[オフィス付き賃貸住宅]

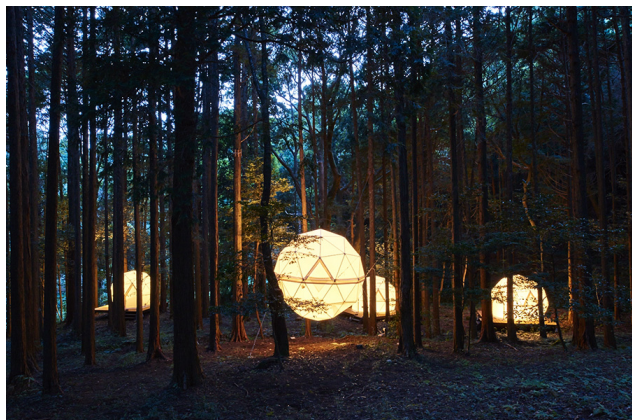
ドットツリー修善寺は「住む」と「働く」をセットにした「ソーシャルアパートメント」。移住定住促進と産業育成という行政が担う役割を補助金を使わず民間出資で実現している。入居者同士が互いに協力できる環境整備のために入居は1業種1社と限定し、「特定少数」とした入居者募集には定員の約3倍の入居希望者が殺到した。一定の条件（ドットツリーに関する積極的広報、視察受入れ、ビジネス連携、コミュニティとしての連携）をクリアすることで、家賃の減額を設定している。入居者というより協働事業者として、『共に成長していける仲間』を集めたいという想いから、応募者全員との面談を実施。また、不特定多数の人に情報を発信するより、特定多数の関心あるユーザーへ確実に知らせる事を重視。不動産広告などを使わず SNS や口コミによる情報拡散を行うなど、ターゲット層を絞った事業者募集と情報戦略の事例。



■IN THE PARK（静岡県沼津市）

[少年自然の家+ 民間の宿泊施設]

IN THE PARK は「少年自然の家」を現代的にリノベーションした複合宿泊施設。これまで、教育委員会が直営してきたが、老朽化や近隣自治体の類似施設への顧客流出などから、市は施設を手放すことを決定。年間数千万円の赤字施設だったため、民間には低廉な価格で貸しつける条件で、運営事業者を募集した。市が設備工事など建物を使える状態まで改修工事を行った後、民間に引き渡し、そこからの施設改修の投資は全て運営事業者が負担している。広大な施設のため、初期投資だけでなくメンテナンスにも相当のコストがかかると見込まれたが、補助金は使わず、民間都市開発推進機構と地元の沼津信用金庫で組織する「ぬまづまちづくりファンド有限責任事業組合」から出資を受け資金を調達し、沼津市とインザパーク社は基本協定を締結した。施設は市が所有し、運営事業者は施設とテナトエリアの面積に対してのみ施設使用料を支払い、施設以外の公園の管理は従来通り公園課が行なっている。この施設の価値は公園と一体利用できることにあり、年間 180 日以内であれば市に許可を得て、移動式カフェを設置したり、イベントを開催したり、比較的占有に近い形で公園を利用できる。役所内の公民連携部署と公園課が協働し、民間の要望に応えようと調整を図る体制と、協定という形で入居テナントの方の自主性（曖昧さ/余白）に任せた柔軟な運用にある。



■LIVE+RALLY PARK.(宮城県仙台市)

[公共の公園/道路+地域の魅力発信ブース]

LIVE + RALLY PARK は公共空間活用の国家戦略特区に指定されている仙台市が、「仙台市公園マネジメント方針」による都市の賑わいの創出を目指し、東北の魅力を発信するモデル事業の一環として仙台市勾当台公園を活用した、1年間の暫定利用プロジェクトである。民間事業者を公募型の提案審査随意契約方式により運営事業者を決定した。仙台市では、リノベーション物件が増える中まだ利用され尽くしていない公園や道路といった公共空間の利活用を試み、公園内の一部エリア約 1,300 ㎡に暫定利用を前提とした約 60 ㎡の木造平屋のカフェ兼展示スペースを設置し、東北各県の自治体に無料で展示スペースを貸し出し東北の魅力を発信するコンテンツを設けた。また、路上には、カフェと公園をゆるやかに繋いでいくため移動式ベンチなどのストリートファニチャーを設けることで、これまでなかった賑わいを公共空間を使って創出した事例。



3. 事業者募集に向けた留意点の整理・検討

3-1 事業及び管理運営のコンセプト

■事業のコンセプト

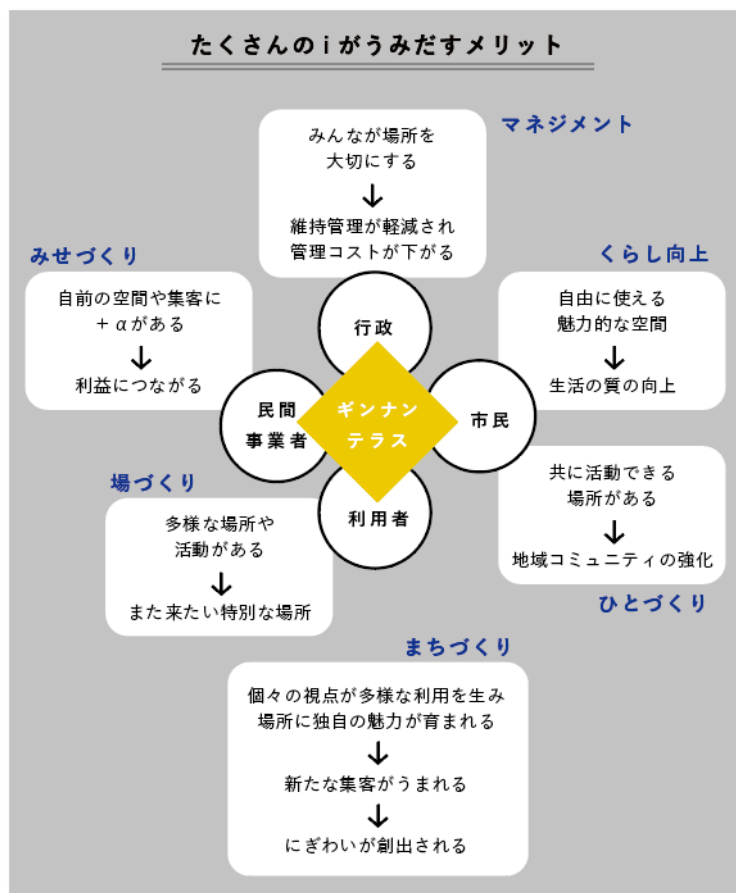
シミュレーションを通じて、調査対象地で想定される商業施設等のコンセプトは、シティプロモーションにおけるターゲット層である「感性豊かな若い世代」を集客している、マーケット日和との親和性が重要と考える。また、マーケット日和は年一回のイベントであるため、そのシーンを定常化させることを見据え、以下のように設定した。

学びの森で年1回開催されるイベント「マーケット日和」を理想のシーンとし

『日常化されたマーケット日和』を目指す。

■管理運営のコンセプト

市民公園・学びの森エリアにおける緑とオープンスペースをめぐるまちづくりの方向性は、調査対象地での新たな利活用を含め、**個性と活力ある都市づくりの実現**をするものである。そこで、調査対象地におけるオープンスペースは行政のみがコントロール・維持するのではなく、その場所に関わる**多様な主体が自分ごととして利用でき、みんなに愛される場所**となるようデザインされることが重要である。その精神をコンセプトとして掲げ、愛（i＝私）のある場所「（仮称）**ギンナンテラス**」と設定した。



これからのオープンスペース 愛（i＝私）のある場所「（仮称）ギンナンテラス」

3-2 民間事業者に求める資質

シミュレーション及び事業コンセプトをもとに、民間事業者に求める定性的資質及び定量的資質を以下に示す。

■定性的資質

- ①商業施設の設計（デザイン）・建設及び運営・企画を行う
 - ・シティプロモーションで設定しているターゲット層に響く魅力的な個店の誘致
 - ・自主事業（カフェ/物販/ランドリーなど）で収益をあげる
 - ・出店者（テナント）と共同した企画の運営
 - ・積極的に出店者同士のコミュニケーションの場を設ける
 - ・チラシやSNSなどの情報の発信を定期的に行う
 - ・コンテンツに合わせた建物であり、尚且つ周りの景観に調和した設計・デザインを行う
- ②エリア価値向上のための、独自の活動を行う
 - ・オープンスペースを活用したプロモーション・イベント・企画
(ex.お試し出店/地域コミュニティ活動/マルシェなど)
- ③公共と連動した企画などの立案・運営
 - ・学びの森・市民公園・中央図書館などと連動
- ④①～③で生じた収益を活用して敷地内の清掃・整備・改修等を行う

■定量的資質

- ①運営事業者の形態
 - ・法人又は法人のグループ
 - ・SPC（特別目的会社）
 - ・JV／コンソーシアム
- ②求める職能
 - ・施設の管理・運営業務
 - ・施設の設計監理業務（一級建築士事務所）
 - ・施設の建設業務（特定建設業許可）
 - ・施設の広報・PR業務
- ③過去の実績
 - ・地域の課題解決に向けたまちづくり施策に関する実績があること
 - ・売り上げ
 - ・経営年数
 - ・出店舗数
 - ・イベントプロモーション実績

特に定性的資質において、調査対象地を中心とした賑わいを創出できる資質が重要となり、「日常化されたマーケット日和」の姿を実現するとともに、エリア価値向上に向けた出店者（テナント）と共同で企画・運営するイベント等のノウハウ、プロモーション能力が欠かせないと考えられる。

3-3 オープンスペースの使い方についての検討

調査対象敷地のオープンスペースの運用について運営事業者に期待することは、設置した施設と一体的な運用により、その収益を還元した質の高い維持管理をすることである。特に日常的に営業する商業施設にとって、オープンスペースの活用自体が共同プロモーションにつながる形であることに加え、市民にとっては日常生活をより豊かにする活動や人のつながりが感じられる拠り所になることが重要である。その結果、まちづくりの拠点として多様な人材交流が生まれるとともに、行政負担となる維持管理コスト削減の先行事例となることも大切な視点である。

以下に、商業施設等と一体的に運用されるオープンスペースの事例について示す。

■期待する使い方の例



移動販売車の出店



仮設テントによるマーケットイベント



コミュニティガーデンの運営



健康イベント（ヨガなど）



野外映画・音楽・トークイベント



ウェディングパーティ

4. プロモーションの手段検討

4-1 プロモーションの考え方

本事業で事業者を求める資質とは、一般的な商業施設運営スキルに加え、共にエリアの価値を高めることにある。そのため、事業者募集では、ビジネスを通じて地域の魅力を発見・発信できることや、独自の手法で地域課題解決に取り組むことをPRする必要がある。つまり、間口を広く、多くの事業者に手をあげてもらおうことを目指すのではなく、伝えたい相手に届く情報拡散と、事業に共感するパートナーを呼び込むデザイン、価値共創ができるパートナーを選定できる状況づくり・条件設定が必要となる。

事業者 = 共にエリアの価値を高めていくパートナー

結果として、事業者募集のプロモーションは、これからのオープンスペースにおける市の考え方やエリアビジョンの発信を兼ねることとなり、事業の目標でもある**エリアマネジメントの機運を高める**ことにつなげたい。事業本体のお客となる感性豊かな若い世代や市民に取り組みを周知し、訴求効果を高め、場を盛り上げていくことが好ましく、そのことが事業者にとっても追い風となる。OFK やマーケット日和などの既存の取り組みで親和性の高い事業との連携は不可欠である。

事業者募集のプロモーション = エリアに特化したシティプロモーション



エリアプロモーションと事業者募集を連携して実施した事例

4-2 プロモーションの手段

point 1 情報の拡散 = 間口を定め、伝いたい相手に届ける

SNS、口コミを利用した宣伝広告
親和性のあるコミュニティへの営業

point 2 情報の伝達 = 事業に共感してもらうためのデザイン

集客の連携が見込めるターゲット層を意識したビジュアル
エリアの目指す姿が明確に伝わるキャッチコピーやムービー



つながりを利用したマーケティング

point 3 コミュニケーション = 価値共創が出来るパートナーを選定するしくみ

テストマーケティングを兼ねたマルシェ等のイベントを企画
見学・説明会や面接など、face-to-face のコミュニケーション
パブリックな取り組みを評価するルールづくり

4-3 これからのプロモーションのあり方について

行政と民間（＝事業者）が、事業の開始前後で連続したプロモーションを行い「エリアマネジメントの機運を高める」という目的を共有し、それぞれの得意分野で能力を発揮し、1 + 1 が2を超えるプロモーションを目指していくべきである。

行政が関わることを含め、調査対象地内のプロジェクトに限定せず、学びの森や市民公園、中央図書館など公共施設を舞台として、各務原市の魅力を発信していくことが求められる。民間は、私的なパブリックという視点で企画力やデザイン力などを独自のアイディアで発揮し、事業の成功とエリアの価値向上につなげていく。

5. イメージスケッチ

