

H26-① 「都市ブランド化に寄与する緑の活用」に関する調査研究

調査項目 「都市ブランド化に寄与する緑の活用」に関する調査研究

調査年次 平成26年度（9次調査）

目的

本調査は中心市街地、都市再開発の緑施策のあり方と郊外部の緑地保全のための緑施策のあり方の両面から調査を実施し、総合的な「都市ブランド化戦略に寄与する緑の活用」について調査した。

概要

米国、ドイツ、シンガポールにおける公園緑地に関わる都市ブランドイメージの構築の報告、および横浜市の行政計画（みどりアップ計画等）を受けたパネルディスカッション、各都市アンケート調査と事例調査を実施し、緑の都市ブランド戦略構築のための方向性の検討を行った。

結果

1. 海外における取り組み事例

(1) アメリカにおける企業を中心とした緑地の整備・管理運営（田島夏与氏）

ニューヨーク、ボストン、シカゴの事例では、緑地がまち全体のイメージを向上させ、不動産価値を上げると認識。このことから、企業が中心となって公園緑地を運営し、整備・再整備に関わる取り組みが行われている。

(2) ドイツ・フライブルグにおける市民が動かしてきた環境政策（今泉みね子氏）

フライブルグでは、市民が地球環境にやさしいまちづくりに主導的な役割を果たし、さまざまな取り組みの結果として、緑豊かな環境都市というブランドが世界的に認知され、観光客や居住人口の増加につながっている。

(3) シンガポールにおける政府主導の国際戦略「ガーデンシティ」（稲田純一氏）

シンガポールは、「ガーデンシティ」を標榜し政府主導で徹底して緑による国のブランドづくりを進め、世界から観光客、ビジネス客を集めることに成功している。

2. 国内における取り組み事例

(1) 横浜市におけるみどりアップ計画とみどり税

横浜市は、みどり税を導入。一般財源とみどり税を財源として、みどりアップ計画に基づき緑の保全と創出のための事業を推進。今後、都心臨海部の緑を増やしブランド力の向上を図る予定。

(2) 汐留シオサイトにおける民間事業者による公共施設のグレードアップ

東京都施行の土地区画整理事業区域内において、関係行政機関とビル開発を行う複数の地権者が連合協議会を設置し、民間の提案によりまちづくりコンセプトに合せた豊かな植栽など、質の高い公共施設空間とすることを方針化。地権者側がグレードアップ分の管理費を都からの通常分の維持管理費に上乗せし、非営利法人を設立して公共施設を一括管理。

(3) 公園緑地の管理を含むエリアマネジメント事例

そのほか公園緑地の管理を含む国内事例として、東京大手町の大丸有地区のような例がある。

3. 都市ブランド化にあたり公園緑地の果たす役割

- 公園緑地がもつ「自然のイメージ」「歴史文化資源」「緑の景観」等が、美しさ、快適さ、潤い、風格、季節感などのイメージをまちに付与し、都市の魅力を高める。
- 都市の賑わいの場、コミュニティ活動等の場を提供する。

課題

- 民間事業者等による公園の管理運営にあたっての裁量の拡大とその基準・ルールづくり
- 公園緑地を含む地域管理等に関する行政の支援内容・支援体制
- 既成市街地における多様な主体との協働による地域管理の一環としての公園の管理とその契機づく

り（防犯、防災などを契機としたエリアマネジメント導入の誘導など）

- ・ 地域限定の徴税制度等の実現

- ・ 一体管理におけるマネジメント組織の管理費に充当する収益確保方策（関係法令の規制緩和など）

調査結果の反映等

キーワード

ブランディング、エリアマネージメント、みどり税、

事例公園等