

【第133回 定期講演会 講演録】

日時：平成19年10月31日

場所：発明会館ホール

平成19年度 土地月間記念講演会
「地域力を引き出す土地有効利用」

平成19年度土地活用モデル大賞（国土交通大臣賞）

高松丸亀町 これからの街づくり戦略

高松丸亀町商店街振興組合
専務理事 熊 三紀夫

ただ今ご紹介に預かりました高松丸亀町商店街振興組合の熊と申します。本日はどうぞよろしくお願いたします。

この度は、先日表彰式でとてつもなく大きな賞をいただきまして、まして今日みたいな場を持たせていただくことに本当に感謝しております。本日は30分という時間ですので今回大賞をいただきました商店街の開発ということに関しまして、どういう経緯をたどったのかということをお簡単にですけれどもご紹介していきたいと思えます。

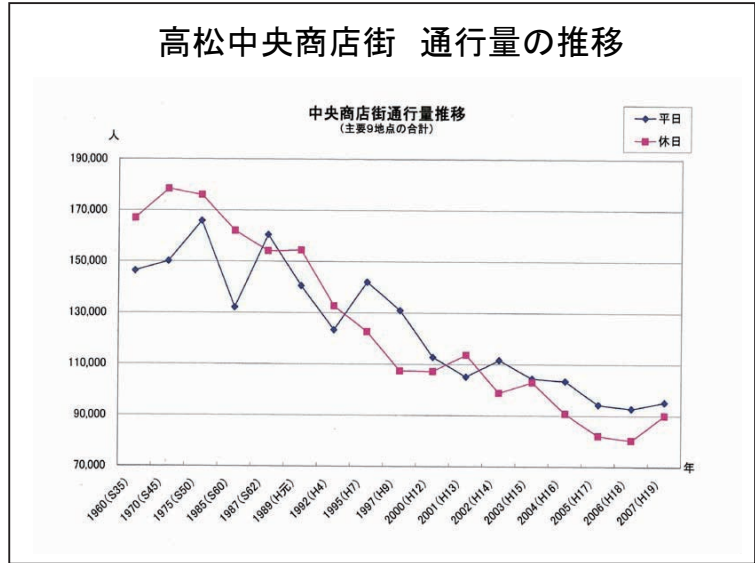
私たちの街、丸亀町という街なんですけれども、皆さんは丸亀市というほうがよくご存じかもしれませんが、この高松市の隣に坂出市、その横に丸亀市という所があるんですけれども、今から約430年ぐらい前にそこのお殿様がちょうど高松市のほうにお城を移築する際に丸亀の商人を一緒に連れて来たことから由来している町になっております。

それで早速ですが、最初どうしてこのようなモデルを考えるに至ったかという背景としまして、やはり街がどんどん疲弊していった原因があるんです。その疲弊していった原因に関して少しお話をしたいと思います。

まず最初に、私たちの街の中央商店街の通行量の推移のグラフがここに出てきておりますけれども、ご覧のとおり見事に右肩下がりのグラフになっております。一番ピークだった頃が大体1日平均して3万3,000人の通行量がありましたから、この開発が始まる前

の調査の時と比較すると、開発が始まる前というのは大体1万2,000～3,000人の通行量ということで、通行量は半分以下に減っておりました。特にショッピングセンター、商店街という所は通行量イコール売上高ということに直結しますから、当時270億円あった売上げというものは実際、1万2,000～3,000人しか通らない時期になりますと約120億円ぐらいの売上げにまで下がってしまった状況になっております。

どうしてこのような状況の中で、特に高松という街がここまで疲弊してしまったのか、そしてどうして今回のような新しいモデルに至ったのかといえますと、やはりこの急速な変化というものが10年から15年という本当に短い期間の間で起こってしまったのです。ですから、ほんの10年前までは左うちわで商売がどンドンうまく行くというような感覚であった店主たちが一気にビジョ



ンを失ってしまっていて、「この先どうやったらいいのだ」、「10年、20年先のことを言っていられない」、「2年、3年後のことは分からない」という状況になってしまったわけです。

次に、実際に高松市という所はどういうふうな商圏かと申しますと、これは航空写真の地図ですけれども、ここが今回の開発があった丸亀町商店街のある位置です。この半径5km圏内、香川県で言いますと、面積あたりに直しますと大体5%ぐらいの範囲ですが、その中に、北部に位置する商店街です。場所的には海の近くにありますけれども、北側に三越さんを配しまして、南側に5年前まではそごうさんだったのですが、その後天満屋さんとなりまして、この二つの百貨店の間に八つの商店街、全長2.7kmの日本一長いアーケードの商店街がございます。

実際、瀬戸大橋ができるまでというものは、この香川県という所は非常に恵まれた地域でして、商売環境といいますと本当にこの中心市街地に固まった状況でしかありませんでした。大きな理由としましては、やはり大手さんというのは物流というものがきちっと確保されない

となかなか出店にこぎ着けられないということもありますから、瀬戸大橋がない以前の段階ですと霧で船が止まったりしてしまって、なかなか物資の安定供給というものができなかったのです。ところが瀬戸大橋、明石大橋という三つの橋がかかることによってどういう現象が起きてくるかという、結局、その後、ゆめタウンさんとかイオンさんというところが進出して来まして。さらに中心部が非常に家賃が高騰化したこともあって、皆さん住まわれていた方々が郊外に逃げていくという形で、第二副都心構想という形でこのレインボーロードという、今まで何もなかった場所に大きな街をつくることになってしまいました。

それで実際にどれぐらい郊外店が増えたかと申しますと、瀬戸大橋ができる前までは郊外店は約9万平米しかございませんで、これは人口1人あたりの大型店の割合から言いますと全国で43位という非常に恵まれた環境だったのです。ところが現在どこまで増えたかという、20万平米を超えておりまして、この数値は今、全国1位の数字というふうになっております。さらに、この度のまちづくり三法の改正に伴いましてまた3店舗

高松市5Km圏大規模小売店舗立地図



駆け込みで郊外店が計画されております。南のほうに4万5,000平米、あと高松市ではないですけども、先ほど言った丸亀市、観音寺市という所にまた4万5,000平米の大型店が計画されておまして、この、一人あたりの売り場面積はだんかつ1位ということは当然変わらないだろうなという状況になっております。

次に県内小売業の状況という話に移って行くのですが、これは全国至る所に出ているグラフの一つになっております。どういうグラフかと申しますと、一番上のこの青いライン、これが売場面積のグラフです。二番目が働く人、従業員数、一番下の赤いラインが坪効率のグラフになっております。それとこの青いグラフが総額の売上高、売上額のグラフになっているのですが、このグラフを見て特徴的ところは、ある一定の売場面積を超えてしまうと、本来売場面積が増えていくと売上高というのは当然右肩上がりが増えていかなければいけないのですが、それがある売場面積を超えてしまった瞬間に全体の売上げそのものがどんどん下がってしまうという傾向が現れています。それでこのグラフは何も香川県の高松市だけに限ったことではなくて、今、全国でこの状況が現れ始めています。

それとあともう一つ、このグラフで読み取れることがあります。売場面積は増えているわけですから、そこで働く従業員数というのは増えて当然なんです。ところが実際このグラフを見ますと、ほとんど横ばい状態なのです。では売場に立たれている人たちというのは一体どうなっているのかと申しますと、やはり郊外店が出てくることによって、よく郊外店の皆様方は「1,000人の雇用を創出します」みたいなことをよくおっしゃるんですけども、確かに1,000人近くの雇用は実際に生まれております。ただ、そこでの雇用を促進する反面、中心市街地の中小企業というものは数多く潰れているという現実があります。

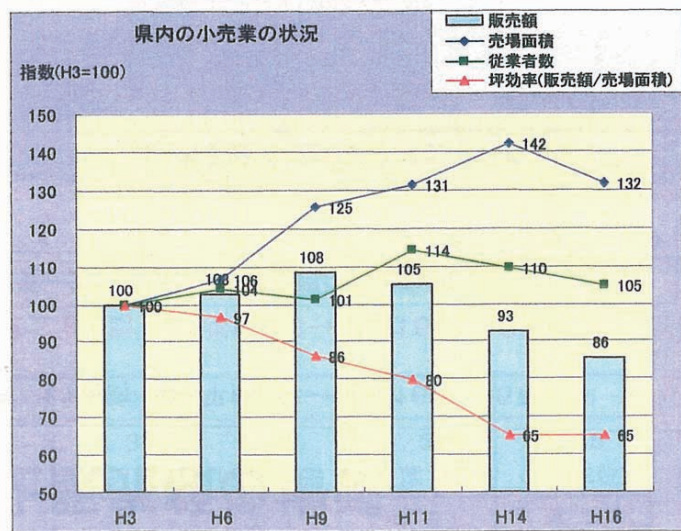
例えば一つの県の皆さんの財布を一つの財布だと考えますと、パート人口

と正社員の人口、どちらが多いほうがお財布の中が潤うのかというと、当然正社員のほうなんです。ということを考えていくと、トータルで財布の中の量が減っていくものから、トータル的に地元のお金が減ってってしまう。そういったことから総額の売上げが下がってしまうという傾向がございます。

今までのことをもう少し簡単に具体的にまとめたものが背景です。では実際、その時代に高松の丸亀町商店街というのはどういう経緯をとっていったのかと申しますと、一番最初に起こったことは地価の高騰化です。高松

県内小売業の状況

(2006年 県調べ)



■地価の高騰が中心部から人を追い出した。

駐車場 月額1台55000円

■人が住まなくなった町は業種が偏ってしまった。

八百屋、魚屋、日用雑貨などの廃業→洋服屋さんばかりの街

■高度経済成長期の拡大路線を続け市街地を膨張させた

市街地は大きいほど地域は発展してゆくと誰もが考えそれを見直さなかった。
市中心部からの税収の激減。
拡大路線に伴うインフラ整備による投資の激増

■東京マネーの流入で地域内の経済循環が弱まった

地域の人々が街や農村で稼いだお金が
→全国展開する様々な業種の大型店で消費され→東京に還流されてしまった

■大型店の急速な台頭で売り場面積のみの肥大化

売り場面積のみ増え、売上高も雇用数も減少している現実

■人口当たり大型店売り場面積比率 全国第1位

わずか10年で、店主は次のビジョンを描く間もなく、一挙に急速に街が痛んでしまった。

市の丸亀町商店街の路線価に関しましても、一番ピークの頃で坪あたり1,300万円ぐらいしておりました。ところが現在、下がり下がりという状況になっているかといいますと、坪あたり110万円から120万円と、約11分の1まで下がっている状況です。それで、そのピークの坪あたり1,300万円ぐらいあった時代にどうい状況が起きたかと申しますと、大体その時駐車場で車1台を借りますと1台5万5,000円ぐらいの費用が必要になっておりました。ですから1家族2台の車を維持しようと思えますと、駐車場代だけで10万円以上の費用がかかるわけです。そうしますとやはりそういう所ではなかなか生活が営めませんから、皆さんがどんどんどん外に出ていくという現象が起こってきました。

実際、丸亀町商店街470mの長さがありますが、その町に一番ピークの時に大体何人の方が住まわれていたかという大体1,000名で、これは住民票のある数ではなくて、実際にそこで寝起きをしていた数になります。ところが駐車場代が5万5,000円だとかいうふうに生活を維持するのが難しくなっていく中で、昨年A街区、壱番街ができる直前に実態調査をしたところ、実際に寝起きされている方が75名しかいなかったという見事なまでのドーナツ化現象がここで起きてしまったわけです。

人が住まなくなってしまうと次に町というのがどうい変遷をたどるかという、当然人が日々必要とする日用品というものが、そこに人が住んでいないことによって要らなくなりますから、そういうテナントさん、もしくは店というものがどんどんなくなってしまうんです。丸亀町もそれに漏れずに八百屋さん、魚屋さん、肉屋さん、日常雑貨などのお店というものが一切なくなってしまう状況になります。

その代わりとしてどういふうなものが業種として入ってくるかという、その当時やはり駐車場が5万5,000円していたと同じように、そこでテナントを借りようと思えますと、当然1坪あたり4万円から5万円ぐらいの家賃が必要ですから、40坪借りますと大体150万円から200万円ぐらいの家賃が必要になってしまうわけです。そういう家賃を維持できるテナントさんというのは洋服屋さんが多くを占めてしまうわけです。ですので、基本的に丸亀町もその洋服屋さんのテナントが多くを占めるようになりまして、現在も60%ぐらいは婦人服というところがテナントとして占めております。

丸亀町だけでも1,000人いた人口が900人近く外に出るわけですから、当然外側に町をつくっていかなければいけないわけです。折しも高度成長期の時代ですので、郊外に町をつくっていくことが全国で非常に盛んで

した。そうした中で郊外にいろいろな町をつくっていきましようということで、もともとあった町ではなく、何も無かった所に町をつくり出したわけです。先ほど高松の例を申しましたとおり、高松もレインボーロードという所に約2,000億円近いお金を入れまして新しい町をつくっていきました。

その結果どういことが行われてきたかという、新しい町をつくるということで道路であったり上下水道、もしくは電気、そういうものに対してインフラ工事が当然必要になってきますし、その上、バブルがはじけてしまったことによって地価の下落が止まらなくなりました。そうすると、高松市という所を考えますと、固定資産税等の収入が減ったにもかかわらずインフラの維持に費用がかかるということで、なかなか地方財政というものがうまくいっていない現状というものが、ここで生まれてしまったわけです。

そしてもう一つ大きな問題点がここで発生しました。それは何かといいますと、今まで商店街という所は地元の中企業の皆さんが支えてきたわけですが、この度、郊外店に出てくるお店というのは香川県で言うと県外の資本というところが非常に多いわけです。そういう県外資本さんがそこでご商売をやられていきますと、当然そこで落ちたお金というのは本社機能のほうへ吸い上げられてしまいます。例えばイオンさんですと千葉県であったり、ゆめタウンさんだったら広島県というところに吸い上げられてしまうわけです。そうすると今まで地域で循環していたものは自ずと自分たちのお財布に戻ってきていたものが、この結果、使えば使うほど県外にお金が流れてしまうという、二つ目の問題もこの点で生まれてしまいました。

それで、結果としては急速な大型店の出店によりまして、売場面積ばかりが増えてしまい、あと肥大化してしまう。そして、先ほども言いましたが、人口あたり的大型店の売場面積というのは全国一位という状況になっています。こういうふうな状況を経ましてどんどん高松だけでなく地方都市というのは今、傷んでいる状況なのです。

こういう話をしていきますと、「なるほど」と、「ではやっぱり大型店が悪いんだな」とか、あとは「何だ大型店を認めている役所が悪いんじゃないか」という話がよく出てくるのですが、丸亀町でも視察の方が非常に多くいらっしゃってまして、地方の方々も「もう市役所が全然動いてくれないから私たちの町はだめになってしまうんです」ということをよくおっしゃるんです。ところが現実、ではそういうふうな議論で市民の方々が納得す

るかということ、よくよく聞いてみるとほとんどの方はそうではないということにちょっと気がついてしまったんですね。

それは何かということ、一方でこのまちづくりに対して非常に批判が強いところがあるのです。それで一番上の項目の部分に関しましては、昨年末、日経新聞さん等でも連載で非常に言われていたことですが、今までの地方商店街というのは戦後60年間、入れ替え戦なしに非常に保護された立場にあったわけです。その保護された立場において商売を営んできておりましたから、急激な今の県外資本が入ってくる状況についていけません。その状況について行けない状況の中でも「つぶれてしまう、つぶれてしまう」という声が上がってしまったものですから、またこの度保護されることになってしまったわけです。自由競争という中で保護されてしまった結果、商店街の人たちはまたこれで安心だということと結局何もしないのではないかなということが、やはり一方で言われてしまっているわけです。

それともう一つ、では実際にそういうことを言っていて、まちづくりということを考えていく中で、では市民の皆様はどういうふうに思っているのだろうかということ香川県のほうも意識調査いたしました。今年の頭に意識調査したのですが、アンケート結果を見てみると、6割の方が郊外店を支持してしまっているわけです。

結局、郊外店は駐車場がただで、町中は駐車場が有料だから行かないのではなく、また郊外店のほうがイベントがたくさんあるから（町中に）行かないのでもなく、結果として市民の方々が商店街に来て買わないものがないというのが一番の大きな理由なのです。それイコール何ですかということ、それは買うものがないイコール、それ

は商店の方々が商売ということに対してやはり努力してこなかったことが大きな理由なんじゃないですかということにやはり気がついていったのです。ですから私たちの町の商店街でも、今までこういうふうな商店街がこういう状況に陥ってしまった大きな理由は、決して郊外店だとか県、市に問題があるのではなく、まず自分たちに問題があるのではないかということ認識しまして、ではその中でどうやったら皆様に納得していただける町づくりができるのかなということ、前理事長になりますけれども、^{かにわ}鹿庭理事長のところから考え始めたというのがスタートになっていきます。

今回、この開発において街の全体イメージをどういうふうにしましょうかということで1,000回にわたる議論を進め、街のイメージを決めていきました。丸亀町商店街、これが全体図になるのですが（次ページ）、ここが470mあります。それで、この街づくりを完成させるために何が必要なのかなということを考えていったときに、まずやはり各街区、AからGまで分けてありますけれども、各街区に必要なものを必要な場所に、そして必要な時期に投入することが大事だろうということがまず一つです。

それともう一つはやはり、街が傷みだした最初の大きな原因は人が住まなくなったことですから、もう一度この街に人が住むような街づくりをしていきたい。そのためにはやはり住む場所、上にマンションであるとか住宅をつくっていく必要があるなという考えの下でこの街づくりということを進めていきました。

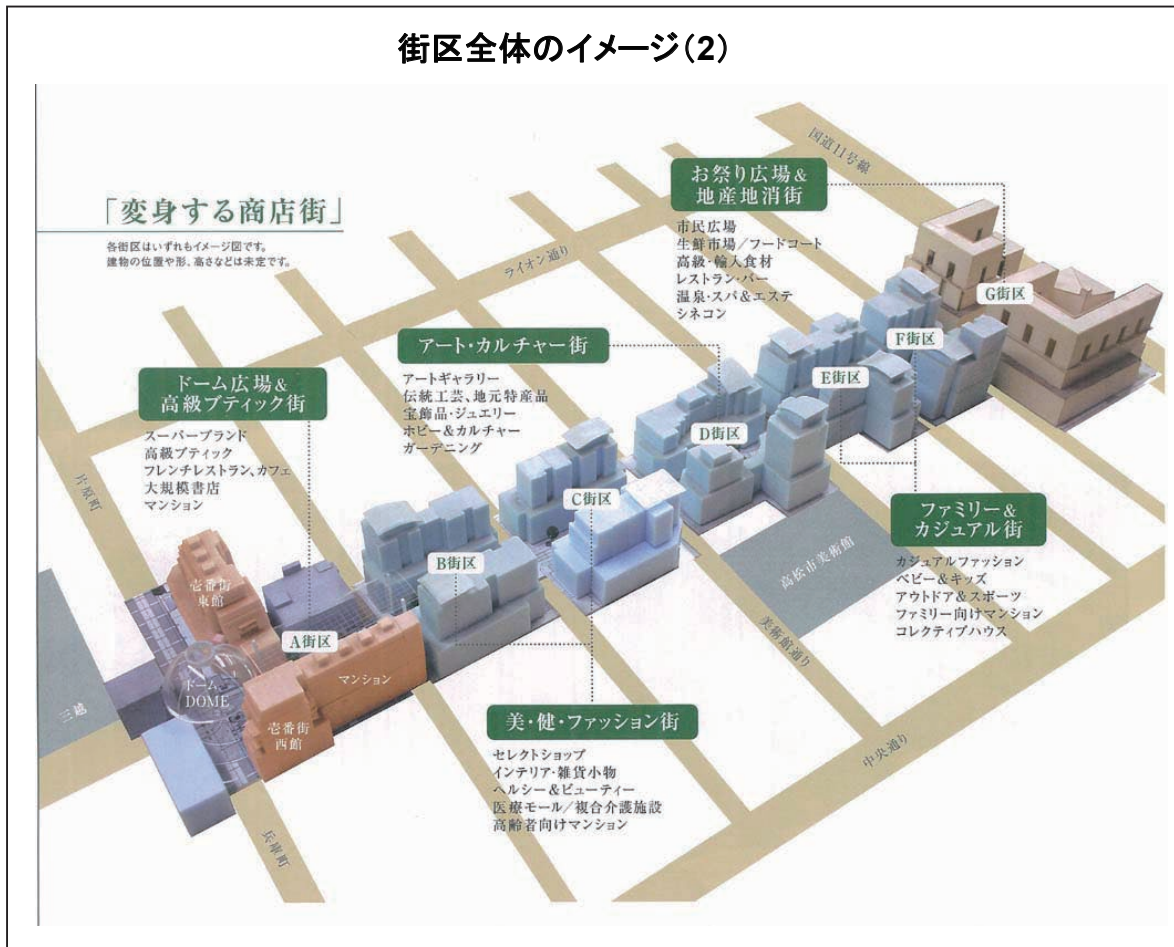
ところが、この街づくりの議論を進めていって皆さんで総論的には「よし、やっぱりいい街をつくらう」ということで大賛成なんです、いざ街づくりを行動に移そ

うと思うといろいろな問題が多発してしまうわけです。そういう問題を一個一個整理していきますと、必ず行き着く問題があつて、それが一体何だったのかということ、それが土地利用の問題だったのです。

どういうことかということ、今までの商店街というのは大きなショッピングセンターと違ってまして、ここに200人の地権者がいらっしやったら200人のそれぞれの土地の上に、ご自身の土地にご自身の建物を建ててご自身の商売を

- 郊外規制をしても中心部が再生することはあり得ない
→頑張らない中心部商店街は郊外規制に胡座をかかただけ彼らは何もしない。
 - 自由競争(消費者の選択肢)を阻害するだけである
→郊外大型店は、消費者からは支持されている。
→県の住民意識調査でも郊外大型店は6割の消費者が満足している。
- ↓
- 中心街活性化を阻害しているのは商店主自身である**
- ↓
- 諸悪の根源が郊外大型店のみにあるのではない**
- ↓
- まず認識**

街区全体のイメージ(2)



されるというのが基本だったわけです。そうすると、ある瞬間どういうことが起こるかという、とても高級なブティックがありまして、その横でいきなりコロッケ屋さんが出店してしまうような状態になってしまうわけです。コロッケ屋さんで外でフライヤーでコロッケを焼いていますと、隣の高級ブティックの人が「うちは100万、200万する毛皮を扱っているのだから、そんなものを隣でやられたら困りますよ」ということを振興組合に言うわけです。すると振興組合は「それは確かにそのとおりだね」ということで、そのコロッケ屋さんのところへ行きますと、「申しわけないんですけども、フライヤーを店の中に引っ込めてもらえませんか」ということをお願いするわけです。そうするとやはり振興組合が言うものですから、その地権者としてもまあしょうがないということで、最初は言うことを聞いてくれるのですが、途中から急に「お前、うちの商売に何に文句をつけているんだ」ということでシャッターを閉められてしまうわけです。そういうふうなことが起こってしまいますと、結局どちらの商店も商売うまく行かないという現象が起こってしまう。

それともう一つ、最近はもうなくなりましたが、やはり時代が良かった時期には、「ああ、今日は天気がいいな。天気がいいから僕は釣りが趣味だから今日は釣りに行こう」ということで、朝からシャッターを閉めてしまっ、お客様がいらっしゃったのに全然店が開いていないという状況も生まれてしまうんです。

ということから、いろいろな問題で、街をこれから良くしていこうということでショッピングセンターさんにもいろいろ勉強させていただいて、こういう街づくりをしていきたいということを考えていって、それを導入しようとした時にやはりその部分で地面を持たれている方が各々の建物を建てて街づくりをしていくというのはやはり限界があるなということに行き着いてしまいました。

それでそれらを解決するために三つのポイントということで、今回のモデルのポイントを挙げるができると思います。

一番最初の大きなポイントとしましては、定期借地権を利用することによって土地の所有権と建物の利用権を分離しようということがやはり大きな重要なポイント

丸亀町再開発の3つのポイント

- (1) 権利が複雑に絡む中心部の土地問題を所有と利用を分けることで解決した。
→定期借地権方式による土地の所有権と建物の利用権の分離
- (2) 地権者らが定めた規範に基づき身の丈にあった小規模連鎖型事業による街並み再生の中に再開発事業を位置づけた。
→地区計画→小規模連鎖型再開発
- (3) 商店街全体をまちづくり会社が一括運営し、必要な店を必要な時期に必要な場所に配置できるシステムを採用した。
→丸亀町タウンマネジメント

土地の所有権と建物の使用权の分離の効果

- 土地代が事業費に顕在化しない
→再開発全体の総コストの削減
→テナント賃料の設定に反映
→良いテナントが集まる
- 定借方式を採用することにより地権者が参加しやすい
- 合理的なテナントミックスの形成

トの一つになってくると思います。結果、これはどういうことかといいますと、土地の所有権というものは今皆さんが持たれているままでいいですよ。ただ、建物の部分に関しましては振興組合、もしくは街づくり株式会社で取得させていただきます。それを取得することによって、その運営管理等々も含めて全て街づくり会社というところが行っていきます。また従来の商店街というのは大体60坪から100坪ぐらいの売場しか建たなかったのですが、今回こういう、土地をそのままにして建物を分けるという形をつくることによって、一番小さい所だと5坪から、一番大きい所は400坪という店舗もつくることができました。

それとあともう一つ、後から詳しく言いますが、これをすることによって最初のインシヤルコスト、再開発を行う時の、建物を建てる時のインシヤルコストに対して土地の費用は顕在化しませんので、従来かかっていたコストより非常に安く建物を建てることのできたというメ

リットが出てきます。

次に二番目です。一番目のやり方で法定再開発等々でやっていきますと、今回、壱番街が竣工するまでもやはり16年ぐらいの歳月がかかったわけですし、先ほどのように街づくりを7街区に分けていきますけれども、その16年、各街区でかけていきますと街づくりが終了するのは100年後ということになってしまいます。そんなに街の人々は待ってられませんので、ではどういうふうにしたらより速くよりの確に街づくりと開発というのをやっていけるのかということに次に考えていきまして、それのできたのがこの二番目の活用方法です。

これは小規模連鎖型という開発手法でして、街全体を地区計画という法律によって網をかけたまま、その法律の下に開発を行っていくわけです。開発を行いたいというふうな意志があるところだけが固まってある一定の面積、法定再開発ですとかかなり大きな面積がまとまらなければいけないのですが、ある一定の少ない面積でも結構ですから固まるとそこから開発が行えるという手法をとっています。ですので、この手法で今年度末、今年度中に開発を第二弾として行っていきますけれども、その中で、極端な話を言いますと、一軒家の建て替えに関してもやはりこの開発のスキームとして補助金等々がいただけるというスキームになっております。

三つ目は、最近これが非常によく注目を受けていますが、タウンマネジメントということですが、先ほどの土地の所有権と建物の利用権を分離したことによって、建物の所有権は振興組合であるとか、あとはまちづくり会社のほうになっていくわけです。そうしますとやはりそのルールというものはまちづくり会社というところで決めていくことになっております。その決めたルールがこのタウンマネジメントというものになってくるのですけれども、当然、営業時間、お休みの日、そういうところから始まりまして、街の看板の付け方、その他諸々のこと全てそのルールにのっとってやっていくというふうになっております。この三つが丸亀再開発の三つのポイントになってきます。

もう少し詳しく話をしますと、土地の所有権と建物の使用权の分離の効果に関しまして三つ挙げております。一番大きな効果としましては、やはり先ほども言いましたとおり、最初の建築の中に土地の費用というものが顕在化しませんので再開発全体の総コストとというのはかなり圧縮できます。このテナント料が圧縮できるということは一体どういうことなのかというと、建てるビルに

す。

三つ目、合理的なテナントミックスということで、これも先ほど言いましたとおり、必要なものを必要な場所に必要な大きさで入れることが可能となっております。実際、今回入ったテナントさんでも一番大きい所ですと400坪、一番小さい所で5坪。その5坪の方というのは商店街でワゴンを押しながら鯛焼きを売られていた方なんです。そういう方も坪あたり2万円の家賃だったら、5坪で10万円で済むわけです。そうすると「10万円だったら、僕はこの商売は絶対うまく行くと思うのだ」というふうにチャレンジする若い方もたくさんいらっしゃるわけですね。そういうふうに合理的な大きさ、また場所というところをミックスできることによって、新しい企業家の方の意欲というところも今非常に高まっているという状況になっております。

そういうことで今回こういう計画を基に中心市街地活性化基本計画の軸としまして、高松市の基本的な中心としまして採択されたという状態になっております。

時間がもう少なくなってきましたが、簡単にそのタウンマネジメントの体制のイメージについてお話ししたいと思います。タウンマネジメントを行うにあたって今回、従来の商店街と違うことというのは、先ほどから何回もお話ししているとおりに建物の所有はまちづくり会社になっていくわけです。そうしますと、従来の振興組合の権限から比べてはるかに大きな権限で、リーシングから深めまして、街の運営まで管理していくことになりまから、非常に大きな権限を持つようになっております。

今回、私たちのまちづくり会社、タウンマネジメントというものに関しましては自分たちの街をリニューアル

するためにこの街づくりを行っているわけではないわけですね。リニューアルではなくて、今後100年、この高松という町をどうやって維持していくのか、そしてその市民の方々にどうやったらこの高松という町、香川県という県を誇ってもらえるのかということを考えてやっていく中で、やはり精査等々をしていただくということは非常に重要なことだなというふうに考えております。

そういう意味でタウンマネジメント委員会では、今日は野口先生もいらっしゃいますけれども、そういうふうに国のほうの第一人者と呼ばれる方々にご参加いただいて再開発、設計及び金融、さまざまな部分、あと地元のほうですとやはり子育てを一生懸命にやられているNPOの代表の方であるとか、当然、市や県の方々等々にも委員会に入っていただいて、それでそういう方々に精査をしていただきながら街づくりというのを進めています。

事実、A街区（壱番街）に関しましても、私たちの思いどおりになった部分はあまりなく、皆様方の意見をできるだけ色濃く採り入れたような街づくりになっておまして、今後の開発に関しましてもやはりそういうものを軸として、それを土台として開発が進んで行くものと考えております。

最後に簡単になりましたが、私たちのまちづくり会社の概要に関してです。自治体の出資率は大体5%に抑えた民間主導型の第三セクターとなっております。実際、市のほうとは役員の派遣等々をしないということで約束を交わしておまして、町場の人間が自分たちの街は自分たちでつくるんだという意気込みで今、街づくりを行っております。

簡単になりましたけれども、このような形で今、街づくりを進めておまして、今後5年間をかけてさらに進めていきたいと思っております。皆様のご協力をいただければと思っております。ありがとうございました。

高松丸亀町まちづくり会社

■ 民間主導型第3セクター

自治体の出資比率を5%に下げた民間主導型第3セクター

■ 街全体の活性化を推進するエンジン

タウンマネージメント

↓

商店街全体をひとつのショッピングセンターと見立て、マネージメントする

↓

デベロッパーとして保留床を取得し、

合理的に業種の偏りをただす(テナントミックス)

■ 利益を地元へ再投資

企業デベロッパーと異なり、利益を地元へ再投資することを目的とする。

■ ランニングコストは自主財源で賄う収支計画

イニシャルコストは行政の支援を得るが、

ランニングコストは自主財源で賄う収支計画。