

MDC は「アーバンデザインの推進組織」

都市再生推進法人（一社）前橋デザインコミッション 企画局長兼事務局長 日下田 伸
ひげた しん

1. はじめに

私ども都市再生推進法人（一社）前橋デザインコミッション（以下、MDC）は、2019年（令和元年）9月に前橋市が策定した中心市街地のまちづくり指針「前橋市アーバンデザイン」の推進母体として同年11月に民間会費による一般社団法人として設立され、翌2018年（令和2年）4月に前橋市より都市再生推進法人の指定を受けている。実質的な稼働がその年の5月からであり、まだ3年に満たない歴史の浅い組織である。

一般的な「エリマネ団体」に分類されることが多いが、当事者としてはそもそものミッションが「アーバンデザインの推進」であって、そこに「マネジメント」の意識はない。マネジメントとは日本語で言えば「経営」や「管理」を意味するが、それらに類する活動というよりも「エリアマネジメント」の創出、すなわちまちづくりの担い手（プレイヤー）の発掘・育成・支援が「アーバンデザインの推進」に繋がるものと考えている。

ここでは「エリマネ」の定義を論じることが趣旨ではないが、仮にMDCが広義の「エリマネ団体」であるとしてその「現状と課題」を述べるうえでの前提が「ちょっと違う」ことをご理解頂きたい。



図1 MDCロゴ

2. アーバンデザインとMDC

2.1. 中心市街地空洞化

前橋市は群馬県の県都として、県を代表する都市機能とともに江戸末期から昭和初期まで栄えた製糸業を礎とした内陸工業地帯と赤城山から関東平野へと展開する農林畜産業まで高度にバランスした地域として発展してきた。その一方で利根川を軸とした地勢的影響から新幹線や高速道路といった近代高速交通網の立地では不利な側面があり、高速交通網の玄関口である隣接する高崎市とは常に競いあいながら成長してきた経緯がある。

全国的な少子高齢化状況と同様に前橋市の人口は2010年（平成27年）をピークに減少傾向に転じている。そして、これに先行して全国的状況と同様に大店法改正による大型店舗の郊外立地とロードサイドへの商業機能の軸足変化と車社会の進展、居住そのものの郊外化が中心市街地の空洞化を引き起こし全国的にも「代表例」として引き合いに出されることも多い「シャッター街」と言われる光景が生み出されている。90年代のいわゆるバブル崩壊以降、前橋の中心市街地からは全国展開のブランドのデパート・ショッピングセンターが撤退し、全国FC系飲食店等も全て姿を消した。

市街地中心部のメインストリートである前橋中央通り商店街では、休日歩行者通行量は1985年（昭和60年）15,179人から2007年（平成19年）1,943人へと激減している。前橋市の中心市街地活性化計画に定めた228haにおける人口動態は、

1997年(平成9年)の18,705人から2016年(平成28年)の15,107人へと-19.2%の減少を見ている。前述の通り、全市人口動態では2010年(平成22年)をピークに頭打ち状況にあるのに対して遥かに先行して市街地空洞化が進んできたのである。

このように中心市街地空洞化=ドーナツ化現象のひとつの典型例が前橋市中心市街地であるといえるが、とくに県庁所在地ながら新幹線や広域私鉄駅(ローカル私鉄上毛電鉄のみ)中核ターミナル機能が無いことと、ドーナツ外縁部での工業団地開発と一体的な住宅開発、大型商業施設投資という郊外化引力が強力であったことが言える。

これは、他都市圏と違って前橋・高崎という2大中核市が隣接しているという地勢構造の影響も大きく、地元企業本社機能や全国規模企業の支店機能が両市に分散、あるいは中間地点である新前橋駅(前橋市)に立地するという綱引き構図の影響は大きい。このことは郊外開発においても同様で、周辺の吉岡町や玉村町を含めた前橋・高崎広域圏での「いいとこどり」型の郊外開発が相対的に中心市街地空洞化を加速させた。

2.2. 前橋ビジョンとアーバンデザイン

失われた10年と言われる時期を経て、00年代には前橋中心市街地の「シャッター街」風景は定着しある意味で「底を打った」という見方ができる。

先に述べた前橋市の中心市街地活性化計画に定めた228haにおける人口動態は、2016年(平成28年)の15,107人までの激減に対して底打ち感もある。世帯数に目をやると中心市街地世帯数7千戸台半ばで推移しており1997年(平成9年)から2016年(平成28年)では-0.7%の微減となるが、実態としては1999年(平成11年)の7383世帯で底打ちしたのちは微減微増の繰り返しで安定している。全国マクロでの人口減加速と世帯人員規模縮小による世帯数増加という傾向を前橋中心市街地でもある程度反映しているものの、中心市街地では人口減の底打ちと世帯数の安定という状況は

「シャッター街」に象徴される「劣化都市」的な印象よりも、このまちのレジリエンス(自律的復元力)を感じさせる。

このことは、先に示した中心街の歩行者通行量にも同様の傾向がある。中央通り商店街の休日歩行者通行量は2007年(平成19年)1,943人を底に2017年(平成29年)1,977人と微増しており、「シャッター街」風景が劇的に変わる訳ではないが、適切な新陳代謝が繰り返されている印象がある。

このような背景下で、2011年(平成23年)の東日本大震災を機にした地方回帰や、2014年(平成26年)第二次安倍改造内閣による「地方創生」の政策注力等もあり前橋の中心市街地でも動きが少しずつ変わり始めた。例えば、「空洞化」の象徴であった空家デパートをリノベーションした市立美術館「アーツ前橋」の2013年(平成25年)の開業が挙げられるが、バブル期に林立したハコモノ美術館と異なり、既設建築を公募提案での改修や現代美術に特化することで広く注目集め、SNSカルチャーの伸長期に積極的なメディアミックス発信を行うなど中心市街地に耳目を集める契機となった。

前述の通り全市人口動態では2010年(平成22年)をピークに頭打ち状況にあるという危機感と、地方創生や官民連携の機運の下で前橋市では2016年(平成28年)に前橋ビジョン「めぶく。」を策定している。これは前橋市の最上位計画である第七次総合計画において地域全体で共有していくビジョンとして掲げられているものであるが、費用面も含めて官民共同成果であり官民連携の象徴的メッセージである。

その下に中心市街地158haに絞り込んだまちづくり指針である「前橋市アーバンデザイン」を前橋市が2019年(令和元年)9月に策定している。これは中心市街地活性化計画のような行政計画とは異なり、まちの「なりたい姿」としての指針について都市設計モデルを含めてコンセプトualに示したもので、ポートランド・モデルのまちづくりに詳しいアメリカの設計事務所ZGFと前橋地

元設計事務所石井設計とが共同で、市民ワークショップ等を積み重ねて策定したものである。

同時並行して民間側は前橋商工会議所を主体に「Green & Relax」を策定している。これは、前橋市の古くからのキャッチフレーズ「水と緑とうたのまち」をアップデートしたまちづくりの概念を示したものである。

官民共同成果である全市ビジョン「めぶく。」に対して、中心市街地（まちなか）における各論段階では「官によるアーバンデザイン」と「民による Green & Relax」が対を成す形で官民連携のまちづくりの考え方が示されている。

前橋市アーバンデザイン

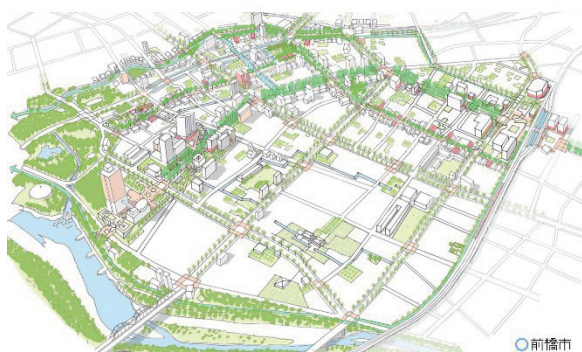


図2 「前橋市アーバンデザイン」表紙



図3 アーバンデザイン対象エリア158ha

2.3. 前橋デザインコミッション (MDC)

2019年(令和元年)11月に、アーバンデザインと Green & Relax の推進母体として一般社団法人前橋デザインコミッション (MDC) が設立された。

こうしたまちづくりの担い手として官民共同出資による第三セクター的手法(公社、株式会社、社団、NPO 等多様な形態がある)をとることが多く、公益的役割を担いつつコストミニマムする法人として期待されてきているが、結果的にはコストパフォーマンスを發揮できないことや、官側(国・地方公共団体等)の影響が大きい(あるいは責任範囲が不明確)等の問題が指摘されてきている。

前橋においてはこの組織デザインについて、アーバンデザイン等策定と同時に出資形態や組織構成について検討されてきており、MDC は民間会費による一般社団法人として官(前橋市)から独立性を確保し、前橋市は都市計画部市街地整備課を主な担当部局として伴走していくという官民連携の形をとっている。

MDC は2020年(令和2年)4月に前橋市から都市再生特別措置法にもとづく都市再生推進法人の指定を受け、5月には事務所を本格稼働させている。この段階から筆者が企画局長(2021年4月より事務局長兼務)として従事している。アーバンデザイン策定からMDC設立と初期の取組みを含めた官民連携によるまちづくりの一連の取組みが認められ、令和2年度「先進的まちづくり大賞・国交通大臣賞」を前橋市とMDCが連名で受賞した。

3. MDCの主な取組み

MDCのミッションは「アーバンデザインの推進」というシンプルかつ少々曖昧なものである。少なくとも、アーバンデザインはMDCが牽引するものではなく「まちづくりの担い手」がたくさん生まれてその総合力の成果としてアーバンデザインが実現されると考えている。そこで、我々は推進の具体的アプローチとして「可視化」「実践」「手法」「浸透」に方向性を整理して、同時にアーバンデザイン自体の「改定、ブラッシュアップ」と「評

MDCの取り組み



図4 MDCの取り組み

価システム開発」を目指している。

3.1. アーバンデザインの「可視化」

アーバンデザイン自体が現状ではペーパーワークとしての成果に過ぎず、良質であっても「わかりやすい」とは言えないものである。そこで、アーバンデザインのプロトタイプ(見本)として「馬場川通りアーバンデザイン改修プロジェクト(以下、馬場川PJ)」を推進している。これは、中心市街地200mの街区(遊歩道公園及び市道)をアーバンデザインに従った形での改修を行うもので、都市再生特別措置法による都市利便増進協定を締結することで公共空間である遊歩道公園と市道をMDCが民間事業として整備するものである。これには、民間寄付や補助金はじめ様々な資金調達が可能となる。

計画の本格着手から3年、工事としては2022年(令和4年)12月着工の翌年11月竣工で総予算4億円、施工費用は2.5億円程度となる。MDCが事業主体としてプロジェクトマネジメントを担当する。

工事プロジェクトとしての設計・建設による物理的可視化にとどまらず、この街区の新しいエリアマネジメントを構築することも、ソフト面からのアーバンデザインの可視化である。既存の商店街組合や町内会から発展させて、都市利便増進協定に基づいた公共空間の日常管理も地元が自ら担う体制を構築し、街区の共同利用等による収益事業への取り組みや地域ブランディングなどを担うものである。つまり、MDC自体が「エリマネ団体」なのではなく街区のエリマネを生み出すことが役割であり、そうした仕組みのモデルづくりも可視化であるとする。

また、可視化のもう一つのアプローチとしてITによるデジタルツインの「バーチャル前橋」の構築を進めている。馬場川PJでは、3Dスキャナによる街区全体のデジタルデータ化と設計・計画実務でBIM/CIMの統合利用を進めることで、before/afterの3D都市モデルを構築する。まずは、馬場川PJベースでの整備を進め、いずれアーバンデザイン・エリア158haのモデル化を目指すものである。

これに合わせて、AI 動態モニタリングと我々が呼んでいるエッジ AI による交通動態測定の開発を進めている。画像センサーとマイクロ AI を組合せたもので、人と自動車を判別して移動方向や速度等のデータをクラウドへシームレスに収集するもので、画像データを残さないことでプライバシーや監視社会問題への抵触を避けるものである。これにより前述の 3D 都市モデル上にまちの動態をプロットして、マーケティングや交通計画に活用する。将来的には回遊性や、表情を分析しての快適性の分析など新しい「まちの評価ツール」を目指して開発している。

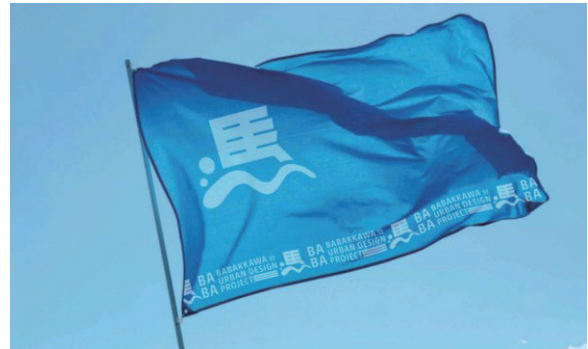


図5 馬場川PJイメージフラッグ

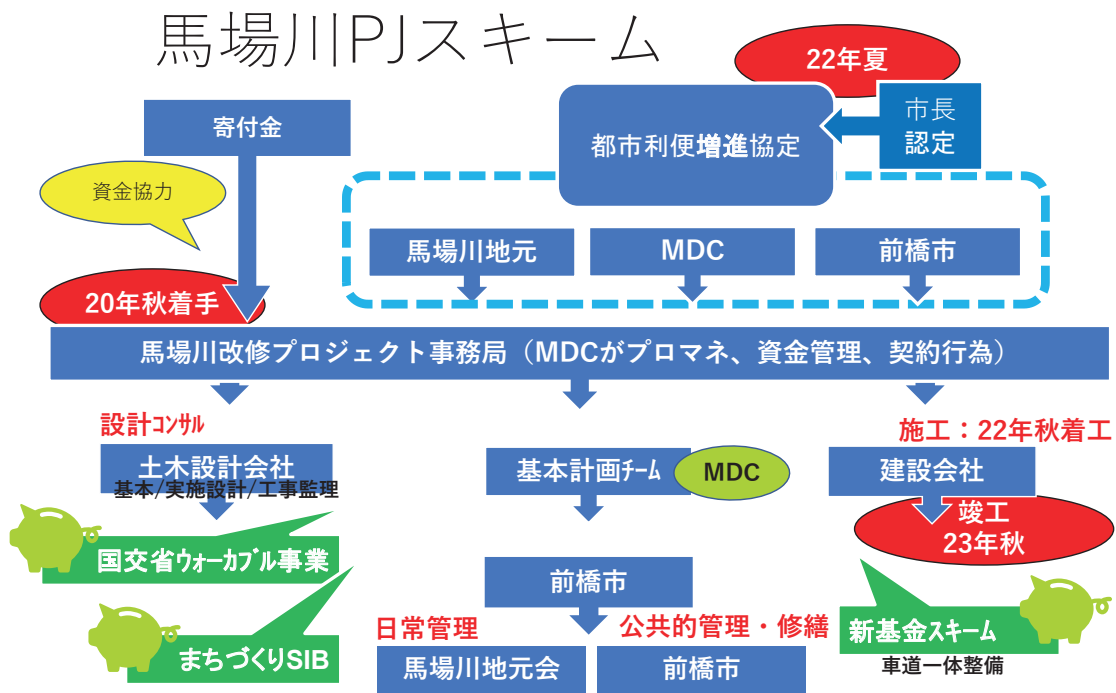


図6 馬場川PJスキーム

馬場川通りアーバンデザイン改修プロジェクト

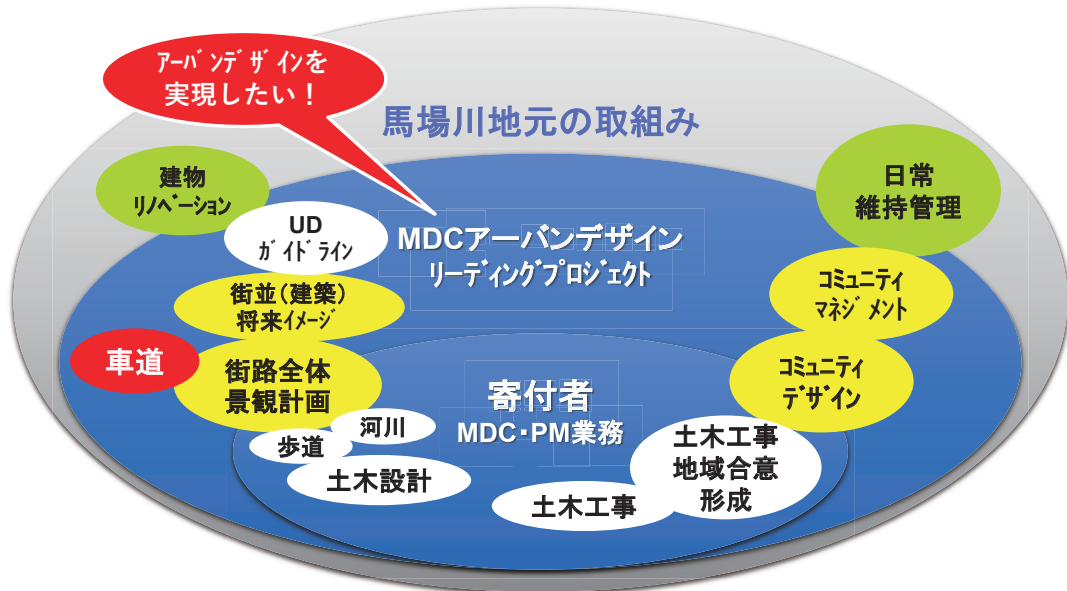


図7 馬場川PJのねらい



図8 馬場川通り現状



図9 馬場川通り改修イメージ

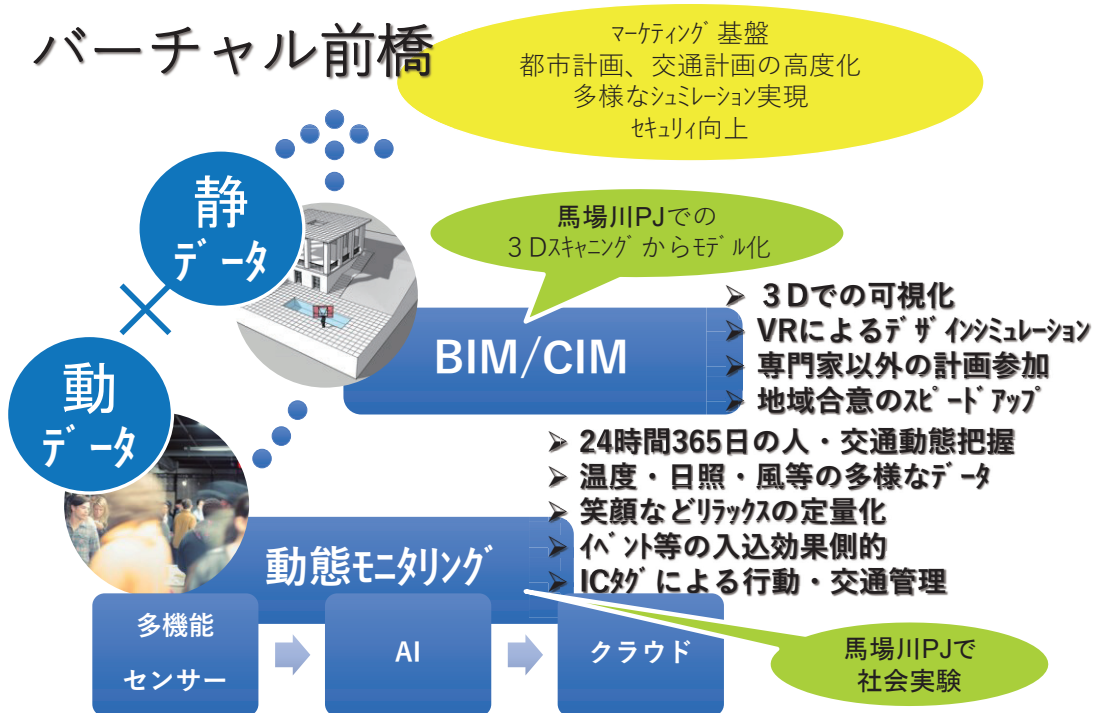


図10 バーチャル前橋

エッジAIによる動態モニタリング

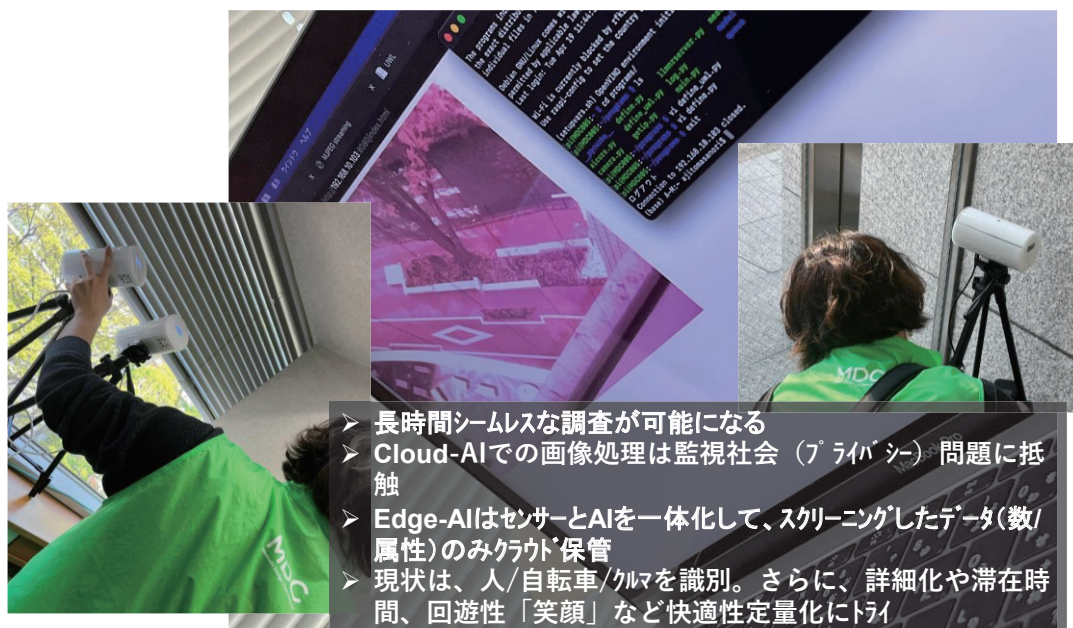


図11 AI動態モニタリング

3.2. アーバンデザインの「実践」「手法」「浸透」

アーバンデザインの「実践」では広く市民レベルでの関心の喚起やシビックプライド醸成に重きを置いて、前橋の伝統的デザイン・キーであるレンガを活かした活動「前橋レンガプロジェクト」や市による店舗改修補助事業の審査にMDCが加わることでアーバンデザインの具体的なインプットを図るほか、市民参加での「アーバンデザイン大賞」の表彰などアーバンデザインの実装とコンセンサスづくりを進めている。

「手法」としては馬場川PJで実施しているPFS（成果連動型業務委託）/SIB（ソーシャル・インパクト・ボンド）をはじめとした、まちづくりの原資を確保するための金融技術開発と実践を進めている。

馬場川PJや前橋レンガプロジェクトを通じたセミナーやワークショップの実施、関連するパンフレットや動画制作、Web、SNSを活用したメディアミックスでの「浸透」とそのためのツール開発を行っている。



図12 前橋レンガプロジェクト

4. MDCの成り立ちと課題

4.1. MDC設立と前橋の地域的背景

MDCの成り立ち上の大きな特徴は、民間会費のみによる一般社団法人という点にある。他の団体について網羅的な情報を持っているわけではないが、筆者自身が会員として参画している地元のNPO法人宇都宮まちづくり推進機構の場合は個人・法人会員費以上に市からの資金支援と人材の

出向を受け入れることで成り立っており、同時に市役所OBの活躍の場ともなっている点からも行政との資本的・人的関係は非常に強固である。多くのまちづくり団体がそうした実質的には行政の外郭組織的な位置づけにあるように思われる。また、純粋な民間組織であったとしてもデベロッパー等の企業との提携関係を前提しているケースも見受けられる。

個人・法人160会員（2022年10月31日現在）からの会費（約1600万円/年）で組織された一般社団法人として役員（理事・監事）は全て無給、常勤2名（出向でもOBでもない）、業務委託ベースのサポートスタッフ3名という体制は「純粋な民間団体」として胸をはれるものであると感じている。正会員には総会における議決権が与えられる以外は、特別なリターンは一切なく「まちづくり」への篤志のみでこの会員規模を保っている。

アーバンデザインの策定と並行して進められてきた「アーバンデザインの推進組織」についての検討過程では、第三セクター的な考え方や様々な法人形態、市からの出向やOB起用なども含めて議論があったが、前橋としての官民連携の「民」サイドとしての性格を明確して独立性を確保することから「民間会費のみ一般社団法人」としてのMDCがデザインされた。

組織デザインそのものと現実に必要な費用の確保の両立無くしては、MDCは設立し得なかったわけだが、2016年の「めぶく。」ビジョン策定から2019年の中心市街地のまちづくり指針である「前橋市アーバンデザイン」策定までのプロセスが常に官民連携での取り組みが貫かれており、官民通じたまちづくりへの機運が醸成されてきたことがその前提にある。

また、前橋では歴史的にも官民連携や民間が力を発揮してきた実績があり現在のまちづくりもその文脈上にある。戦国時代から「関東の華」といわれた前橋城の城下町は江戸時代後半の約100年間を川越藩の飛び地という不遇の時を過ごしていたことから、幕末に生糸で財を成した地元財界が前橋城を再建して藩主を呼び戻すという事業が行

われた。

前橋藩の再興と大政奉還が同年という歴史の皮肉はあったものの、明治初期のまちづくりは長州人である県令榎取素彦に地元財界の「前橋二十五人衆」が協力することで、市迎賓館臨江閣（国指定重要文化財）等の建築やインフラ整備が推進された。その伝統は脈々と続き、1964年（昭和39年）の東京オリンピックでの近代化が推し進められた時代には、北関東の県庁所在地で唯一デパートが無かった状況を打破するために商工会議所を中心とした地元財界が「前三百貨店」をオープンさせる等の活動がある。

なぜこのこのような官民連携の伝統があるのか、アーバンデザインやMDCの設立を可能にしているかをロジカルに説明することはできないが、地域に根差した「めぶく。」土壌であることは確かである。「めぶく。」ビジョンの策定は、アディダスやアウトディといったグローバル企業を手掛けるドイツのマーケティング会社KMS Teamが担当したもので、外国人の客観的な視点から徹底したリサーチと住民アンケート等から導き出した「Where good things grow（良いものが育つまち）」を前橋出身のコピーライター糸井重里が「めぶく。」に仕上げたものでありその妥当性を感じる。

表1 MDC会員構成

MDC会員構成（2022年10月31日現在）

種別		正会員	賛助会員	総会員数
法人	会費	¥50,000~	¥10,000~	
	会員数	73	12	
個人	会費	¥30,000~	¥10,000~	57
	会員数	18	57	
計		91	69	160



図13 MDCスタッフ

4.2. 持続性確保の課題

MDCにとっての最大の恩恵はこの地域のもつ「めぶく。」土壌がもたらす民間会費という篤志であり、それが設立からこの3年間の活動を可能にしている。このことは、同時に最も大きな課題である。民間の篤志のみでの法人としての資本基盤は脆弱であり、持続性を担保するものではない。克服すべき最大の課題は、ベースとしての民間会費の厚みを増すことに他ならない。現状の数倍の規模の会員数を確保することが持続性確保のための課題であり、まちづくりの必要性和MDCの存在価値をより多くの方に認めて頂き支援の輪を広げていくしかない。

会費収入という基本的資本部分の他に、プロジェクト・ファイナンス的な考え方をっており、取り組み毎に寄付を得ることや助成金や基金制度活用、SIB（ソーシャルインパクトボンド）のような新しいまちづく金融の導入を進めている。中長期的にはまちづくりソリューションを前橋以外に外販して「外貨」を稼ぐことも意識している。ただし、会員組織という支持基盤があつての変動的な収入部分あると考えている。

行政からの財政支援を得ない民間会費による一般社団法人であることがMDCの大きな特徴であり、それを貫くことが課題であるのが現実である。今後も案件開発を進めることでプロジェクト・ファイナンスによるキャッシュフロー確保は欠かせないが、それは「自転車操業」の域を出ない。馬場川PJをはじめとしてアーバンデザイン推進の活動を通じて、MDCの存在価値を認めて頂くことと、前橋の「めぶく。」土壌を刺激し続けるしかない。

160会員のうち会費の高い73法人正会員の存在はたいへんありがたいが、57個人賛助会員の存在には大きな意味がある。具体的リターンが無いにも関わらず、個人の財布から年1万円の会費を頂けることは今の時代性を考えれば驚くべきことで、このことは資金的基盤の確保ということだけでなくMDCの存在価値を常に確かめる指標である。

「課題」というと解消、克服すべきものとして捉えることが多い。しかしながら、MDCという稀

有な組織の持続性を確保するための「会員確保」という課題は決して容易ではないが、「会員からの信任」そのものがMDCに携わる者の使命であり課題であり続けることは重要であり、そのこと自体が我々のモチベーションである。