

# 徳島小松島港 小松島港区活性化プラン (案)

2019年6月

徳島小松島港中期構想・活性化検討委員会

## ■目次

<b>1. 策定の趣旨</b> .....	<b>1</b>
1-1. 策定の背景および目的 .....	1
1-2. 検討方法・対象 .....	2
1-3. 検討の視点 .....	3
<b>2. 現状の整理</b> .....	<b>4</b>
2-1. 本港地区の状況 .....	4
2-1-1. これまでの検討経緯及び概要 .....	4
2-1-2. 中期みなと再生ビジョン（平成 19 年度から平成 23 年度） .....	5
2-1-3. 周辺施設の状況 .....	7
2-1-4. 港湾施設の状況 .....	8
2-1-5. イベント開催 .....	9
2-2. クルーズ船の寄港状況および経済効果 .....	10
2-3. 内航船（安全支援港・休憩バース）の利用 .....	11
<b>3. 活性化プランの検討</b> .....	<b>12</b>
3-1. 本港地区が目指す将来の方向性 .....	12
3-2. 取組方策 .....	13
3-2-1. 取組の視点 .....	13
3-2-2. 取組方策 .....	14
3-2-3. ターゲットの設定 .....	15
3-3. 本港地区の活性化プラン及び小松島港区全体への展開 .....	15
<b>4. 実現化方策</b> .....	<b>18</b>
4-1. 事業の展開 .....	18
4-2. 次世代の担い手を育てる仕組みづくり .....	19
<b>参考事例</b> .....	<b>20</b>
（参考 1）取組例 .....	20
（参考 2）意見・要望 .....	29

# 1. 策定の趣旨

## 1-1. 策定の背景および目的

### ■ 策定の背景

#### 徳島小松島港を取り巻く環境の変化

港湾背後への高速道路延伸、新たな企業立地の動向、クルーズ船寄港の増大、トラックドライバー不足、南海トラフ地震の切迫性の高まり、港湾施設等の老朽化、陳腐化など徳島小松島港を取り巻く状況は大きく変化している。なかでも、徳島小松島港へのクルーズ船の寄港は、年々増加しており、平成30年は4月に「マジスティック・プリンセス」が初めて寄港したのをはじめ、過去最多の12回となっており、平成31年も初寄港となる「MSC スプレンドィダ」や「ル・ラペルーズ」をはじめ、過去最多の13回、来県者数が2万人を突破する見通しとなる等、クルーズ船の更なる寄港増大が見込まれている。

#### 現状の対応

港の活性化については、「徳島港区」では、「万代中央地区」において、徳島市中心部の水辺に位置するレトロで、趣ある倉庫群のロケーションを活かし、積極的に既存倉庫や水域の「新たな利活用」を推進しており、「沖洲（外）地区」において、産業活動を支える重要な「物流・生産拠点」としてだけでなく、徳島の魅力を満喫できる「にぎわい」も兼ね備えた「四国のゲートウェイ」として、国内はもとより、世界から「ひと・もの」を徳島へ呼び込むため、新たな「にぎわい拠点」を創出するための公募を実施し民間企業を誘致するなど、港を核とした活性化が着実に進んでいる。

また、「小松島港区」では、これまで、港の活性化に資することができる緑地の整備や、官民学で構成される「小松島みなとまちづくり協議会」において、フリーマーケット等のイベントを開催するなど活性化に向けた取り組みなどが行われてきた。

### ■ 策定の目的

本プランは、特に「小松島港区」における「クルーズ船寄港の増大」など「小松島港区」を取り巻く環境が大きく変化していることを踏まえ、この度の「中期構想」の検討を契機に、「徳島小松島港」における中期構想との整合を図りつつ、「小松島港区」を対象として、港からの活性化方策を策定するものである。

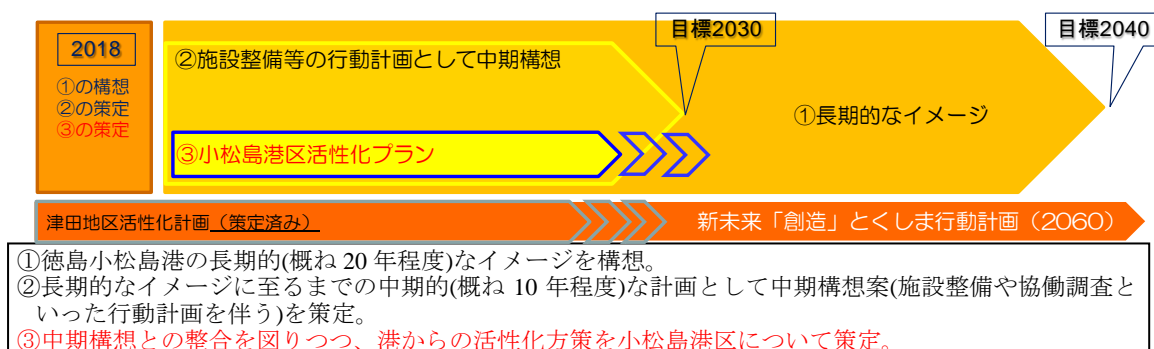


図 1.1 小松島港区活性化プランの位置付け

## 1-2. 検討方法・対象

### ■小松島港区活性化プランの検討

港の活性化に必要な視点として「物流」「人流」の2つの視点が考えられる。このうち「人流」については、「人を呼び込む仕組みづくり」が重要であり、主にソフト面の検討となることから、本プランにおいて検討を実施した。

- ①物流 : 貨物や施設の需要からの検討 ⇒ 中期構想・活性化検討委員会で検討
- ②人流 : 人を呼び込む仕組みづくりからの検討 ⇒ ワーキンググループで検討

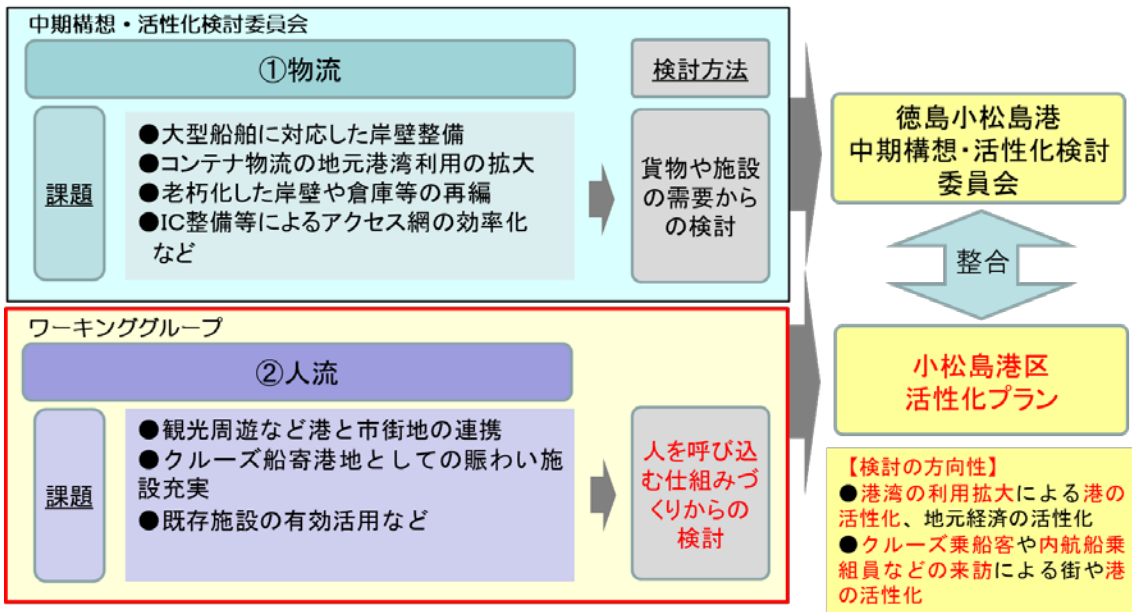


図 1.2 検討の方向性

### ■検討対象

ワーキンググループでは、「人流」に視点を置いた検討を実施することから、港湾計画において「再開発・交流ゾーン」と位置づけられており、小松島市中心部に近く、「kocolo」などの交流拠点が立地する「本港地区」を代表エリアとして検討を行った。

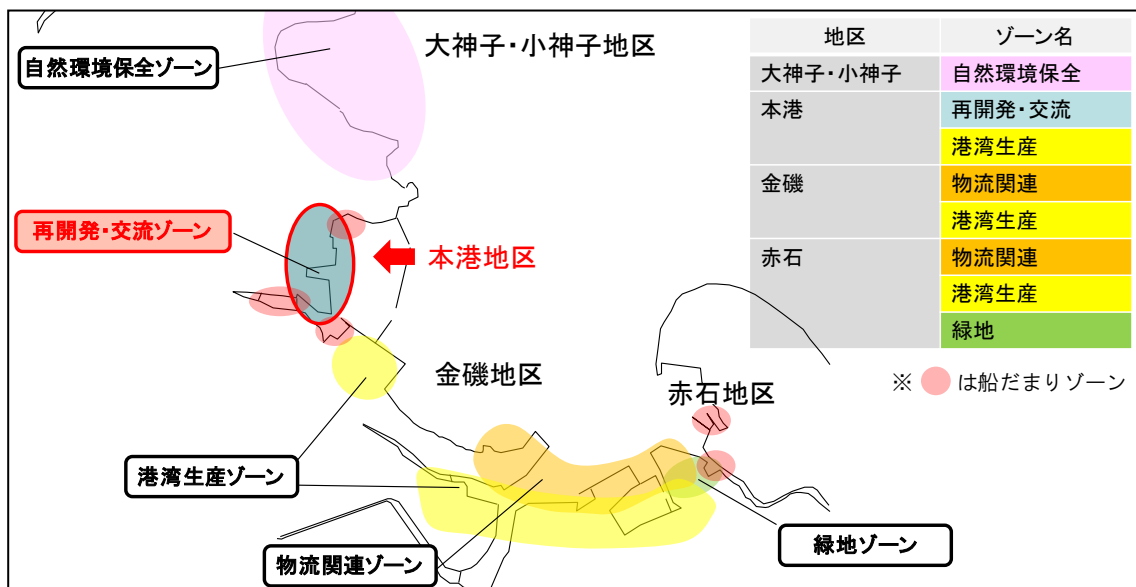


図 1.3 検討対象区

### 1-3.検討の視点

#### ■本港地区における人流の視点

本港地区の人流において、港湾施設と既存の交流施設等の立地状況を踏まえ、海上・陸上からの人の呼び込みと、人の回遊に着目し、以下の3つの視点を設定した。

視点① 海上から本港地区への呼び込み

⇒クルーズ客、内航船乗組員の本港地区への呼び込み

視点② 陸上から本港地区への呼び込み

⇒小松島中心部からの流れを本港地区まで誘導

視点③ 各施設を繋ぐ回遊性の提供

⇒海・陸の結節点となりうる kocolo を核とした活性化

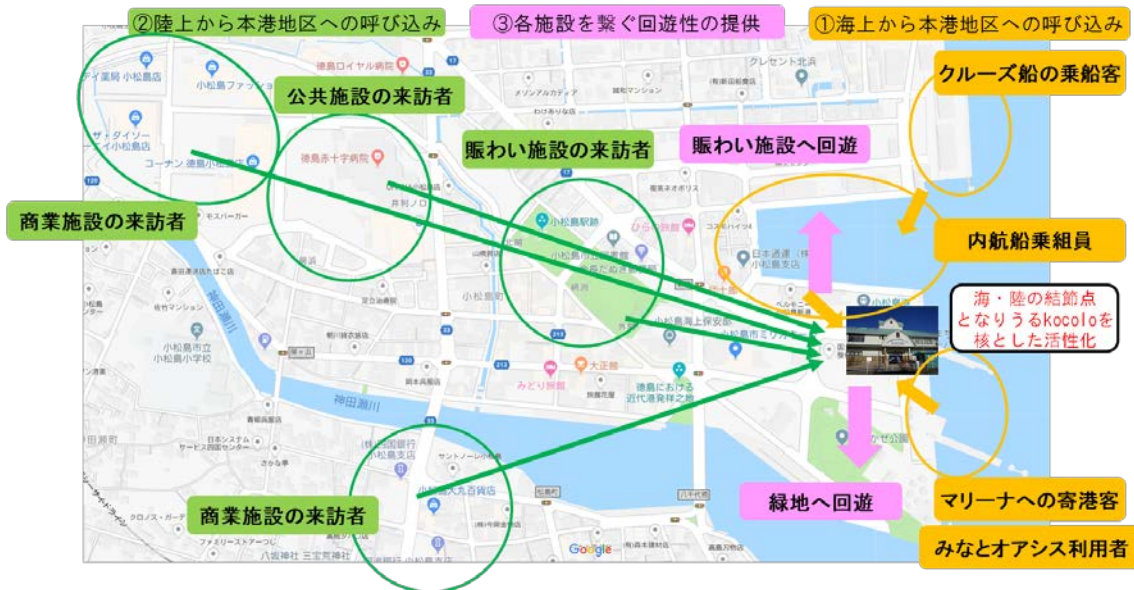


図 1.4 人流の仕組みに必要な視点

## 2. 現状の整理

### 2-1.本港地区の状況

#### 2-1-1. これまでの検討経緯及び概要

本港地区は、かつて1万トン岸壁の完成と南海フェリーの就航により、人が集まり活気あふれる“元気なみなとまち”として発展してきた。しかし、平成10年の本州四国連絡道路神戸鳴門ルート of 全線開通、平成11年の南海フェリー小松島和歌山航路の徳島港区への移転による交通体系の再編により、旅客輸送等による年間60万人から90万人にのぼる交流人口を完全に失うなど本港地区を取り巻く状況が急激に変化し、“人が集まらないみなと”へと変化した。

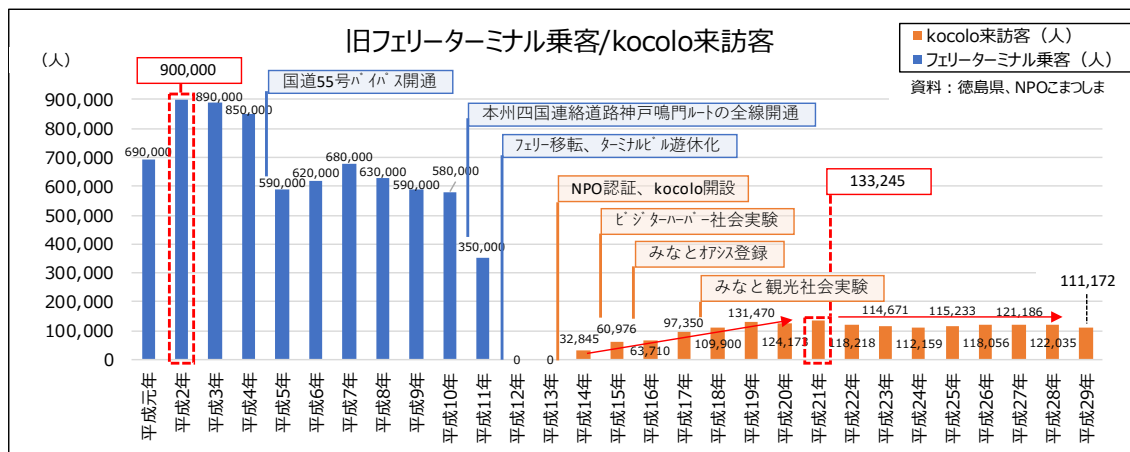
そこで、NPO法人「港まちづくりファンタジーハーバーこまつしま」を平成14年1月に設立し、遊休化したフェリーターミナル(⇒kocolo)、施設周辺陸域・海域の再利用を図り、みなとの再生活動に取り組んできた。第1期～第2期の取り組みの効果は、kocolo利用者を中心とした来訪者数増加につながった。

第3期である現在は、kocoloの屋内フリーマーケットや飲食店、釣り客などの来訪者が見られるものの、来訪者数は減少している。各取組における運営上の課題や、本港地区を取り巻く社会環境の変化などへの対応が求められている。

表 2.1 これまでのみなと再生活動

プロセスの区分	主な活動対象	主な取り組み
第1期 ：ビジョン作成 (H11-H13)	・遊休施設(旧フェリーターミナル)の再利用【主対象】	・試験利用実験(旧ターミナル) ⇒小松島みなと交流センターkocolo ・NPOこまつしまの設立
第2期 ：活動立ち上げ (H14-H17)	・遊休施設(旧フェリーターミナル)の再利用【主対象】	・ビル貸し館 ・市民講座企画開催 ・屋内常設フリーマーケット
	・遊休施設周辺ゾーン(陸域)の再利用【主対象】	・みなと美化清掃活動 ・屋外フリーマーケット
	・遊休施設周辺ゾーン(海域)の再利用【今後の拡大対象】	・ビジターハーバー(社会実験) ・みなと茶屋(社会実験) ・みなと産直市(社会実験) など
第3期 ：活動継続 (H18-)	(第二期活動の継続)	・こまつしまうまいもん祭り ・みなと海鮮朝市 ・観光クルーズ運行(実証実験)

表 2.2 旧フェリーターミナル乗客・kocolo来訪客数の推移数



## 2-1-2. 中期みなと再生ビジョン（平成 19 年度から平成 23 年度）

第 1 期、第 2 期の検討を受け、第 3 期の活動継続に向けた中期みなと再生ビジョンが策定された。

### 中期みなと再生ビジョンの提言(骨子) (案)

2007年3月 徳島小松島港みなと再生ビジョン検討会議

#### ■ 計画の期間

2007年度～2011年度(5ヶ年)

#### ■ 計画の区域

小松島みなとアアシスゾーン

#### ■ 目的

- ・ みなと再生活動の継続
- ・ みなと再生活動の目標・施策の共有化
- ・ 連携によるみなと再生活動の効率化



#### ■ 計画の目標像

- ・ 小松島みなとアアシスを拠点とした地域共生型のみなと再生を目指す
- ・ みなとを活かした賑わい創出＝「みなとに集う」
  - ① 港を使う      ② 港で楽しむ      ③ 港で憩う
  - ④ 港で食べる      ⑤ 港を知る      ⑥ 港を見る
- ・ 年間 20 万人の交流センターKocolo 入り込み人数を目標



図 2.1 中期みなと再生ビジョン

## ■ 推進の基本方針

- ・ 「小松島みなとオアシスゾーン」に集中して推進
- ・ 自主財源強化・民間活力活用の取り組みを重視
- ・ これまでの陸域資源の活用に加えて、  
港の活用・海域資源の活用を重視

## ■ 推進の方法

- ・ 市民・NPO・行政・企業等の各関係者の意欲的連携を重視した、関係者の協働により推進 →「みなとオアシス連絡会議(仮称)」の設置
- ・ 必要な場合、中期みなと再生ビジョンは、適宜見直しを行う

## ■ 取り組みの体系(案)

取り組みの柱	取り組みの内容	みなとの目標像(港に集まる)						取り組み時期			
		凡例 共通	● 主なもの 港を使う	* 関係するもの 港で楽しむ	港で遊ぶ	港で食べる	港を知る	港を見る	早期	中期	長期
■ みなとオアシスの拠点づくり	みなとオアシスのイメージ確立	●	*	*	*	*	*	*	○		
	みなとオアシス機能整備・利用者サービス向上	●	*	*	*	*	*	*	○	○	*
	バスターミナル機能の検討(実施)		●							○	*
	みなとオアシスのPR促進	●	*	*	*	*	*	*	○		
	取り組みの推進と役割分担	●							○		
■ 自主財源と民間活力活用	遊休県有地の民間活力活用	●							○	○	*
	みなとビジネスモデルの育成(既存)	●								○	
	みなとビジネスモデルの創出(新規)	●								○	
	指定管理者制度の導入検討	●							○		
■ 資源活用の強化(海、陸)	全国一活動づくりの推進		●	●						○	
	海域資源を活用した「食」機能の充実			*		●			○		
	既存活動の継続強化(海域・陸域)		●	●	*	*	●		○		
	新たな海域体験の創造		●	●		●	●	●		○	
	みなと文化の活用		*	●		●	●	*		○	
	みなと観光の取り組み継続		*	●	*	*	●	●	○		
■ 施設整備	Kocolo 建物施設整備		●	●	●	●	●	●		○	
	周辺施設整備		●	●	●			●		○	
■ 協働・連携	協働連携の場づくり(新規)	●							○		
	協働連携の場づくり(既存)	●							○		
	関係者との連携強化	●								○	
■ 人材育成・組織強化	NPO こまつしま組織強化	●							○		
	みなと再生活動での人材育成	●								○	

図 2.2 中期みなと再生ビジョン



### 2-1-3. 周辺施設の状況

本港地区周辺は小松島市中心部であり、公園や多目的ホールなどの交流施設、史跡・旧跡、医療施設などが集中して立地している。行政機関などの公共施設も集積しており、生活の基盤となる機能が充実したエリアとなっている。



図 2.3 本港地区周辺の主な施設



#### <周辺の公共施設>

- ①ミリカホール
- ②四国地方整備局小松島港湾・空港整備事務所
- ③神戸植物防疫所坂出支所小松島出張所
- ④第五管区海上保安本部小松島海上保安部
- ⑤高松入国管理局小松島港出張所
- ⑥小松島公共職業安定所
- ⑦神戸税関小松島税関支署
- ⑧動物検疫所関西空港支所小松島出張所
- ⑨みなと交流センターkocolo
- ⑩金長だぬき郵便局
- ⑪生涯学習センター小松島市立図書館
- ⑫中央会館
- ⑬南小松島公民館
- ⑭勤労青少年ホーム
- ⑮南小松島幼稚園
- ⑯小松島市役所
- ⑰小松島市消防本部
- ⑱小松島市消防署
- ⑲小松島市立南小松島小学校
- ⑳小松島郵便局

図 2.4 本港地区周辺の公共施設

### 2-1-4. 港湾施設の状況

本港地区には、岸壁、倉庫などの港湾施設が、奥まった水域を囲うように立地している。新港岸壁（-9m）は、クルーズ船「にっぽん丸」が寄港した実績がある。また、kocolo やしおかぜ公園、ビジターハーバーなどのレクリエーション施設も立地している。

新港岸壁（-9m）は供用後約60年が経過するなど、岸壁、倉庫は老朽化が見られる。



図 2.5 本港地区の主な港湾施設

### 2-1-5. イベント開催

本港地区周辺では、港や海辺に関連する花火大会、小松島みなとマルシェ、海鮮朝市などのイベントが開催されている。新港岸壁（-9m）へのクルーズ船入港に合わせたイベントも開催するなど、本港地区への集客の一躍を担っている。



図 2.6 本港地区の主なイベント

## 2-2.クルーズ船の寄港状況および経済効果

### ■クルーズ船の寄港状況

本港地区は、新港岸壁 (-9m) に日本船「につぼん丸」が寄港しており、平成 30 年には 3 回の寄港実績がある。金磯地区は、日本船「飛鳥Ⅱ」、赤石地区は、外国船「ダイヤモンド・プリンセス」・「マジェスティック・プリンセス」、「コスタ・ビクトリア」・「コスタ・ネオロマンチカ」、日本船「飛鳥Ⅱ」等が寄港している。本港地区では、阿波踊り以外の日程でも寄港していることが特徴的である。

船名	総トン数	乗船定員	寄港岸壁	H29	H30
ぱしふいっくびいなす	26,594	460	沖洲(-7.5m)	1隻	2隻
につぼん丸	22,472	398	沖洲(-7.5m)	3隻	3隻
			本港(-9m)	1隻	3隻
飛鳥Ⅱ	50,142	872	金磯(-10m)	1隻	1隻
			赤石(-12m)	1隻	1隻
コスタ・ビクトリア	75,166	1,928	赤石(-12m)	1隻	-
コスタ・ネオロマンチカ	56,769	1,578	赤石(-12m)	1隻	-
ダイヤモンド・プリンセス	115,906	2,706	赤石(-12m)	2隻	1隻
マジェスティック・プリンセス	144,216	3,560	赤石(-12m)	-	1隻



客船データ：クルーズ客船データブック2018・2019より

本港地区



図 2.7 小松島港区のクルーズ船寄港状況

### ■クルーズ船寄港の効果

小松島市が実施した平成 28 年 5 月に赤石地区へ寄港した外国船「ゴールデン・プリンセス」(台湾発)を対象とした調査によると、小松島市内での観光消費額は、概ね 747 万円(平均消費単価 16,159 円/人)であった。乗船客・乗組員を合わせた来訪者の約 3 割は乗組員であり、小松島市内では乗組員の消費も期待できる。

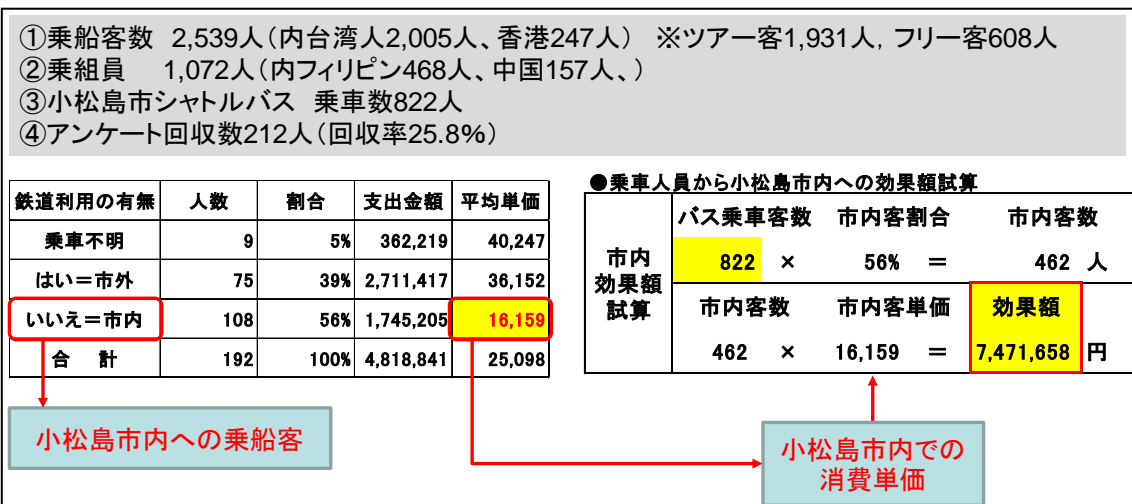


図 2.8 ゴールデン・プリンセス寄港時(平成28年5月30日)アンケート結果

### 2-3.内航船（安全支援港・休憩バース）の利用

本港地区では、医療機関・商業施設・行政手続等の各種施設がコンパクトに配置されており、内航船の利用、船舶維持補修のためのドック入りなどが盛況である。

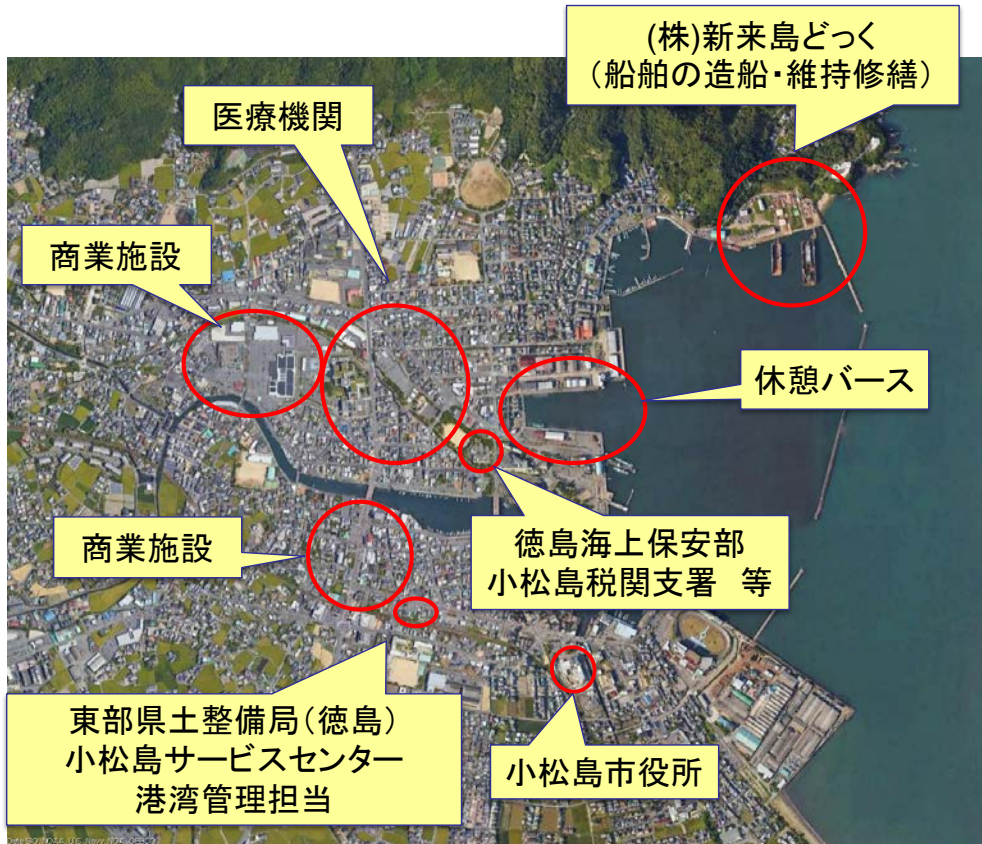


図 2.9 周辺施設状況

内航船は、休憩利用時に様々な課題が発生しているが、本港地区では課題が解消でき、休憩利用しやすい港となっている。

表 2.3 内航船休憩時の課題と本港地区の利用

内航船の情勢・課題	本港地区の利用
①船内環境（750GT未満は、居住機能が不足）。	⇒各種施設が集積。港の徒歩圏で生活が可能。
②労働環境（長時間労働）の問題。	⇒九州と東京を結ぶ中間に位置、途中寄港がしやすく、優れた立地。
③船内では、入浴等の水の使用が制限。	⇒小松島市は船舶給水が可能（安くて美味しい。）
④埋立てで市街地から離れる港が多数。 ⑤SOLAS フェンスの設置で利用制限される港が増加。※ISPS（船舶保安システム）	⇒徒歩圏に市街地が位置、娯楽や買い出し、リフレッシュ、船員交代等が可能。
⑥船員育成予算（国土交通省）が縮小し、民間育成に移行。（現在は、県内に船員養成機関がない）	⇒本港地区の修繕ドックは、船員育成の教材として活用が可能。（船員資格取得時の長期滞在が見込める）

### 3. 活性化プランの検討

#### 3-1. 本港地区が目指す将来の方向性

本港地区の昔、今の状況を踏まえ、本港地区が目指す将来の方向性を以下に示す。

本港地区は、かつては人が集まり活気あふれる“元気なみなとまち”として発展したが、物流機能・フェリー航路の移転により“人が集まらないみなと”へ変化してきた経緯がある。これを踏まえ、本港地区では再び人を呼び込み、活気あふれる“元気なみなとまちの再生”を目指す。

##### 昔の小松島

- 小松島港1万トン岸壁(本港地区-9m岸壁)完成(1960)
- 南海フェリー就航(1964)
- ⇒人が集まり活気あふれる“**元気なみなとまち**”として発展

##### 今の小松島

- 国鉄小松島港線廃止(1985)
- 南海フェリー小松島航路休止(1999)
- みなとオアシス交流広場完成(2008)
- 赤石地区コンテナターミナル供用開始(2011)
- ⇒物流機能・フェリー航路の移転により“**人が集まらないみなと**”へ

##### 将来の小松島

人を呼び込み、昔の活気あふれる“**元気なみなとまちの再生**”を目指す

- ①みなとに来る「**目的**」をつくること
- ②居心地の良い「**空間**」をつくること
- ③「**目的**」に関連した「**ビジネス**」ができること

図 3.1 本港地区の将来の方向性

### 3-2.取組方策

#### 3-2-1. 取組の視点

「みなとに人を呼ぶ目的・動機付けを提案すること」がポイントとなる。

##### ①コト消費への対応

⇒趣味や行楽、演芸の鑑賞などで得られる特別な時間や体験、サービスや人間関係に重きを置く支出への対応

(案：Wall Art Project の充実・拡大)

##### ②既存の近隣店舗との連携

⇒大正館やあいさい広場など、近隣店舗と連携

(案：提携店舗の来訪者を小松島港区へ誘導)

##### ③自転車道や遊歩道の立ち寄り拠点

⇒徳島阿南自転車道やハイキングコースの休憩所としての対応

(案：kocolo の活用など)



2018年4月27日にリニューアルオープンし、もともとJA東とくしま直営の産直市として小松島で広く親しまれていたが、徳島県内で最大の売り場面積を誇る一大フードステーションに生まれ変わった。



数百種類ともいわれる多種多様な野菜が、広大なスペースに並べられている。また、港町でもある小松島の地元魚介類をはじめとする海産物が売られている。

<https://www.city.komatsushima.tokushima.jp/komatsushima-navi/news/410283.html>

図 3.2 人を呼び込む施設の先進事例  
(ごつつい小松島～みはらしの丘あいさい広場)

### 3-2-2. 取組方策

みなとのにぎわい空間形成に向けて、将来の方向性実現に求められる方策を以下に示す。

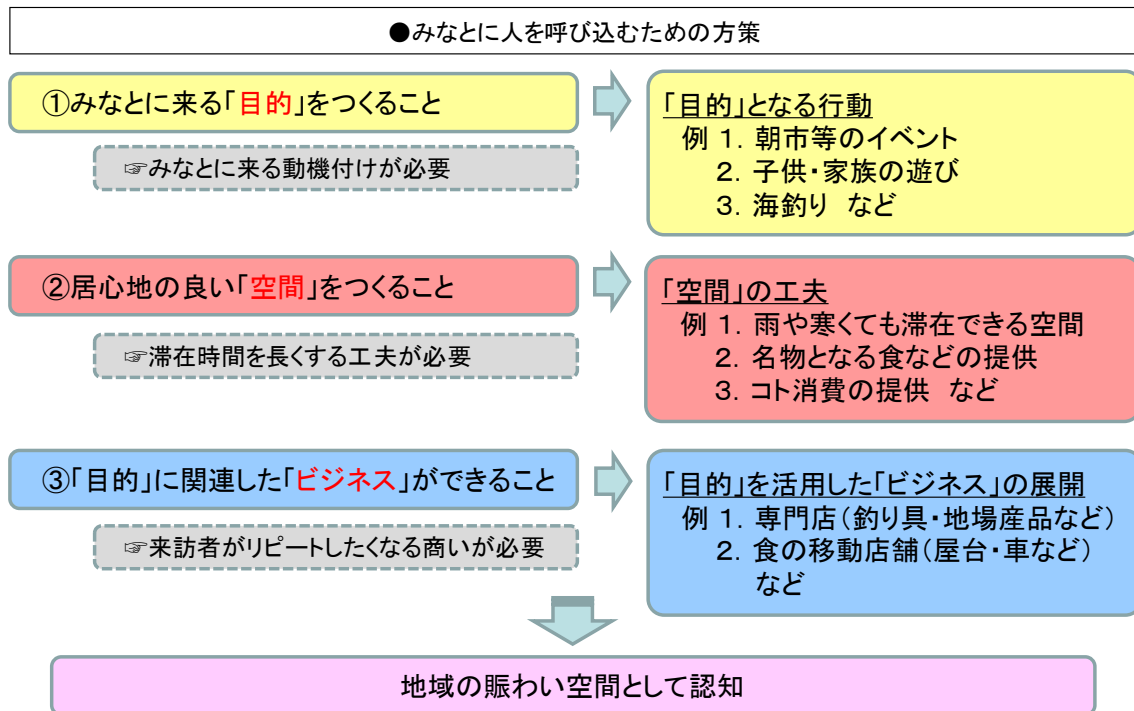


図 3.3 みなとに人を呼び込むための方策



### 3-2-3. ターゲットの設定

本港地区の人流において、海上・陸上からの人の呼び込みと、人が回遊する仕組みを考えた場合、それぞれ来訪者のターゲットを以下のように設定する。

海上からの呼び込みは、船員、クルーズ乗船客がターゲットとなり、月または年 1～2 回の来訪頻度が想定される。本港地区において“元気なみなとまちの再生”を目指すために、陸上から週 1～2 回の日常的な来訪が想定される地域住民を呼び込み、さらに周辺市町住民もターゲットとして設定する。

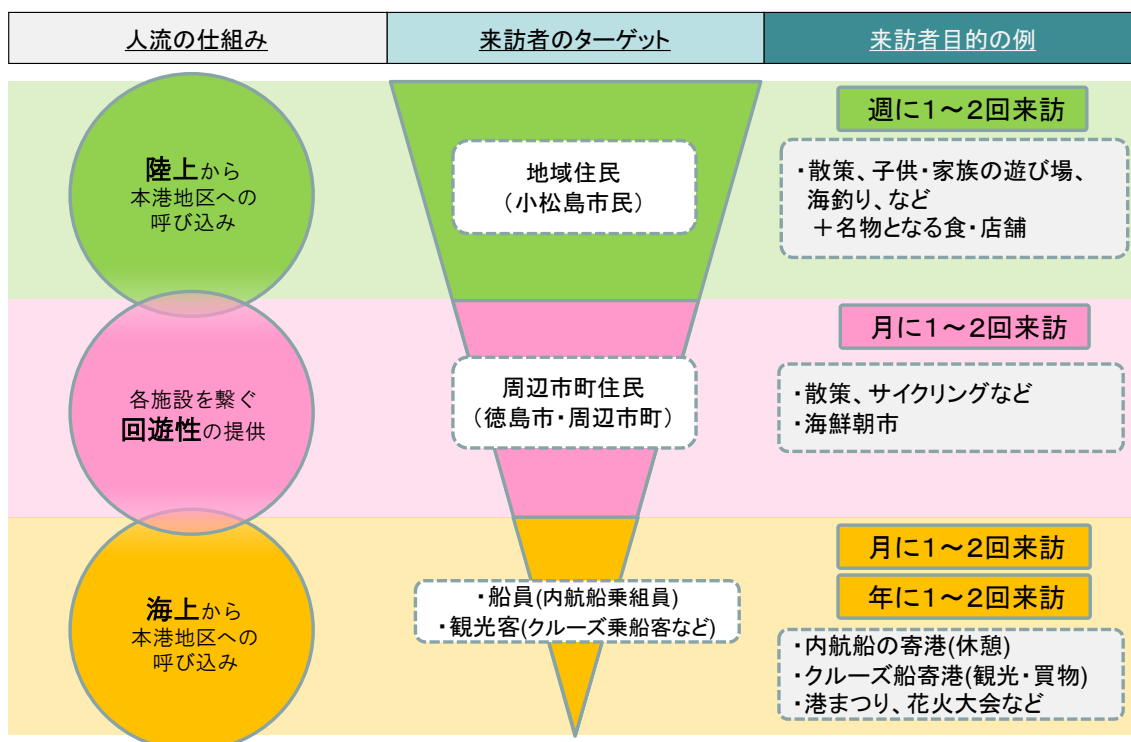


図 3.4 ターゲットの設定

### 3-3.本港地区の活性化プラン及び小松島港区全体への展開

本港地区の現状、取組方策を踏まえ、本港地区の活性化プランを図 3.5 に整理する。

本港地区を、人流（人の呼び込み）の中核として、大型クルーズ船が寄港する金磯地区、赤石地区と連携して、小松島港区全体へ展開する（図 3.6）。

## 人を呼び込む工夫(核となる人材確保、コンテンツ作り)

- ① 定期的なイベント開催  
⇒ 来訪目的を作り、港に集客
- ② 周辺施設(あいさい広場、大正館)・関係団体と連携したサービス  
⇒ 市内のにぎわい創出、若手事業者の起業支援  
⇒ 港周辺の観光コンテンツを創出、紹介
- ③ 観光案内(多言語に対応)による利便性の向上  
⇒ 目的施設や利便施設(トイレや手洗い、休憩場)の紹介  
⇒ 情報誌やHPを使った情報発信
- ④ 休憩バースとしての活用による、内航船を誘致  
⇒ 寄港中の乗組員の生活需要、港の賑わい
- ⑤ 津波等大規模災害への事前対策  
⇒ サイン計画(避難路に看板設置)、観光マップに避難場所記載

## 小松島港本港地区の活性化に向けた提案



図 3.5 小松島港区 活性化プラン (本港地区)



図 3.6 小松島港区活性化プラン

## 4. 実現化方策

### 4-1. 事業の展開

#### ■ 課題

「みなとの活性化」をはじめとする「まちづくり」はイベント的な単発の取り組みではなく、息の長い地道な取り組みの継続が重要である。

行政は「ヒト」にしても「カネ」にしても、ある一定期間しか携わることができないことから、結果的に活性化に向けた取り組みが継続できない。

このため、中心となって継続的に活動して頂ける「ヒト」、特にある程度長期間活動を担うことができる「若いヒト」を巻き込むことが重要となるが、この担い手が不足していることが課題である。

#### ■ 今後の取組方針

⇒他所から「招く、探す」のではなく、自ら育てる。

(ターゲット：移住者、学生、地域住民等)



図 4.1 小松島港活性化プラン 本港地区

これから取り組む新しいコト（上図）に若い世代（次世代の担い手）をワークショップの開催等を通じて巻き込むことが重要である。

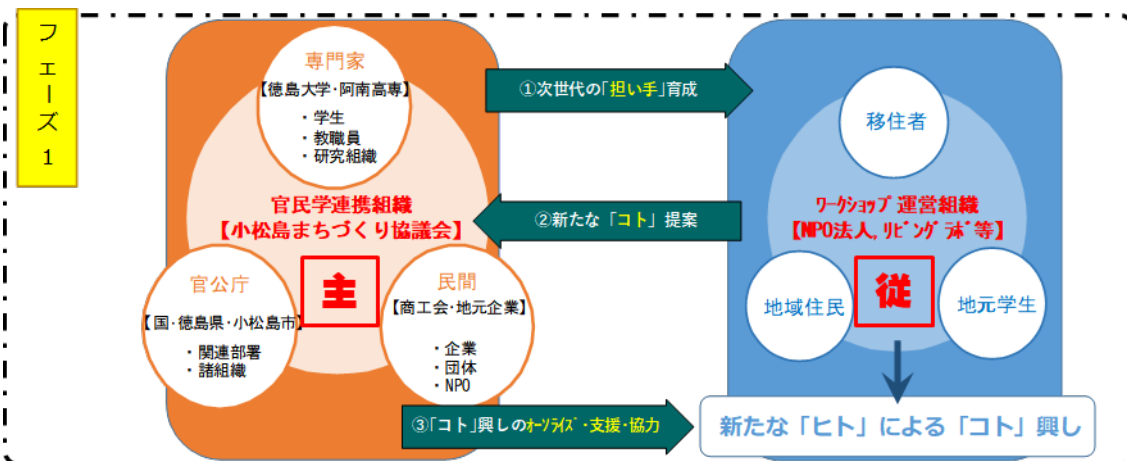
まずは、NPO法人・リビングラボ等の既存組織を活用し、次世代の担い手を育てる仕組みを作ったうえで、そこから出てくる新しいコトを実現させるために官民学で組織される「小松島まちづくり協議会」をはじめとする既存の組織を活用し、実現に向けた方向性のオーソライズ・支援・協力をを行う仕組みを作ることを目指す。

これをきっかけに、「ヒト」が「コト」を興し、「コト」で「カネ」が廻りだし、「カネ」で新しい「モノ」が生まれる「ヒト→コト→カネ→モノ」という循環を生み出し、「みなとの活性化」を図る。熱を持った「ヒト」が活性化に対する「コト」を興し、行政をはじめとする周りがサポートしていくことにより、「小松島港区の活性化」に向けた第一歩とする。

## 4-2.次世代の担い手を育てる仕組みづくり

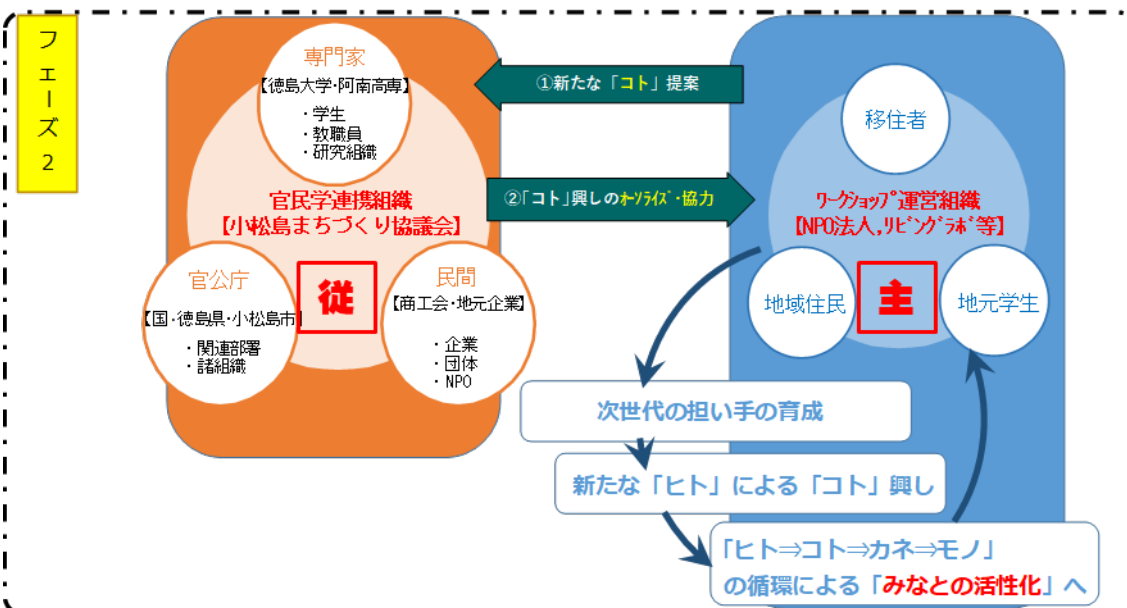
### 【フェーズ 1】

- ・まず、官民学で組織される「小松島まちづくり協議会」が主体的に議論の場となるきっかけ作りを行う。
- ・NPO法人・リビングラボ等の既存組織においてワークショップを通じて出されたアイデアの実現に向け取り組む（新しい担い手の育成）。
- ・新しい「コト」の提案に対し、「小松島まちづくり協議会」が実現に向けた方向性のオーソライズ・支援・協力を行う。



### 【フェーズ 2】

- ・NPO法人・リビングラボ等の既存組織において、主体的に自らワークショップの運営を通じて、次世代の担い手の発掘・育成に取り組む。
- ・次世代の担い手の発掘・育成を通じて新しい「コト」の提案を行い、「小松島まちづくり協議会」が実現に向けた方向性のオーソライズ・協力を行う。
- ・NPO法人・リビングラボ等の既存組織の自立的な活動を通じて、新たな「ヒト」による「コト」興しを繰り返すことにより、「ヒト→コト→カネ→モノ」という循環を生み出し、「みなとの活性化」を図る。



## 参考事例

### (参考1) 取組例

#### (1) 地域住民

対象	地域住民(小松島市民)	目標	週に1~2回来訪
----	-------------	----	----------

①みなとに来る「目的」をつくること

「目的」となる行動

- 例1. 子供や家族の遊び
- 2. 朝市等のイベント
- 3. 海釣り など

☞みなとに来る動機付けが必要

目的	狙い	期待される効果
子供・家族遊び	みなとに来るきっかけづくり	人が集まる場所としての魅力向上
朝市等イベント	みなとに来るきっかけづくり	朝市ならではの食材提供による地域振興
海釣り	季節や天候に関係なく来訪	釣り具や食事などのビジネスにも波及

取組例

### 【取組例1】海釣りを楽しめるスペースの提供

### 【取組例1】海釣りを楽しめるスペースの提供

ほんもく

#### 本牧海づり施設(神奈川県横浜市)の事例

#### 賑わい空間として工夫(ヒント)

定期的なイベントやスマートフォンでの釣果情報の発信などにより来場者は増加

釣り糸を垂らす桟橋の下を魚が回遊することから「初心者でも楽しめる」のが特徴

最近は女性だけのグループの来場が目立つ。釣りガールと呼ばれる女性がメディアで取り上げられたことが要因

普段着で遊びに来て「さおってレンタルできるんですか」と尋ねるなど、従来の釣り愛好者とは異なる層の来客も多数

『大人の初心者釣り教室』は男性会社員をターゲットとしていたが、女性客が3~4割を占めることもあり



資料: 神奈川新聞のホームページより作成

#### 小松島港区での展開

- 海釣りスポットとして地元住民に利用されているkocolo周辺の利用拡張
- 既存の浮き桟橋の活用



- 関連サービスの充実
  - ① 釣り具のレンタル
  - ② ボランティアインストラクターによる指導
  - ③ 釣った魚を調理してくれる食堂の提供 (kocolo)
  - ④ バーベキュースペースの開設



対象	地域住民(小松島市民)	目標	週に1~2回来訪
----	-------------	----	----------

②居心地の良い「空間」をつくること

滞在時間を長くする工夫が必要

「空間」の工夫  
 例 1. 雨や寒くても滞在できる空間  
 2. 名物となる食などの提供  
 3. コト消費の提供 など

目的	狙い	期待される効果
遊び場	季節や天候に関係なく来訪	人が集まる場所としての魅力向上
食事所	名物となる食の提供	
休息場	コト消費の提供	

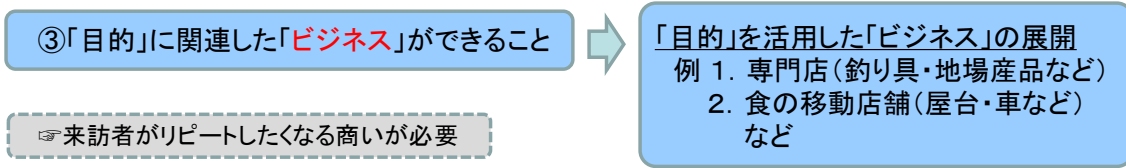
取組例

【取組例2】近隣緑地の活用によるにぎわいの創出

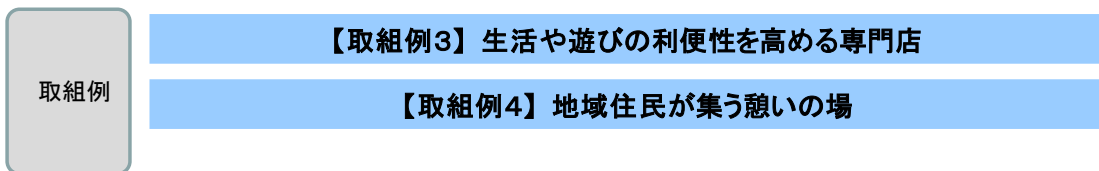
【取組例2】近隣緑地の活用によるにぎわいの創出



はっとり 服部緑地(大阪府豊中市)の事例	けご 警固カフェ(福岡県福岡市)の事例
遊び空間として工夫(ヒント)	遊び空間として工夫(ヒント)
美しいランドスケープの創出と、この環境の中でガーデンヨガやピラティスなどのイベントを定期的に開催。 健康的なライフスタイルを提供。	警固公園内に仮設テントを設置し、独立型店舗として営業。
 <p>【ミズノウォーキング】 スポーツ用品メーカーとの連携によるウォーキング教室の開催</p>  <p>【ガーデンヨガ】 インストラクターを招いて開催</p>	 <p>協議会の主催で実施。 公共空間空地の利用提言や違法駐車撲滅、若者の犯罪抑制、案内所としての役割を持つ。</p>
資料: 国土交通省 都市公園のストック効果事例より作成	資料: 「都心における公園の役割と賑わい創出空間としての可能性(杉村一成)」より作成

対象	地域住民(小松島市民)	目標	週に1~2回来訪
----	-------------	----	----------



目的	狙い	期待される効果
専門店	季節や天候に関係なく来訪	人が集まる場所としての魅力向上
食事所	地場産品の提供	



【取組例3】生活や遊びの利便性を高める専門店	【取組例4】地域住民が集う憩いの場
<p><b>むすび屋(静岡県沼津市)の事例</b></p> <p>ビジネス展開の工夫(ヒント)</p> <p>沼津港でトップクラスの地元型店舗</p>  <p>店内はテーブル3つと、カウンター4席でやや手狭。          様子が分かっている地元客向け。          観光向けの丁寧な接客ない(注意)。</p>	<p><b>産直市とくしまマルシェ(徳島市新町川)の事例</b></p> <p>ビジネス展開の工夫(ヒント)</p> <p>「しんまちボードウォーク」で、毎月最終日曜日の午前9時から午後3時に開催。          農業ビジネスや中心市街地の活性化、観光客の増加を目的に、「おしゃれな産直市」として提案された。</p> 
<p><b>小松島市内の釣り具店の事例</b></p> <p>ビジネス展開の工夫(ヒント)</p> <p>みなとに近接し、夜釣りなどにも対応。</p> <p>※全国的に多数の釣り具店が24時間営業</p>	<p>資料:金融財政ビジネス          注目される「とくしまマルシェ」(2011.4.18)より</p>



(2) 周辺市町村住民

対象	徳島県民(徳島市・周辺市町)	目標	月に1~2回来訪
----	----------------	----	----------

①みなとに来る「目的」をつくること

●みなとに来る動機付けが必要

「目的」となる行動  
 例 1. 朝市等のイベント  
 2. あいさい広場との連携(割引サービスなど)  
 3. 海釣りなど

目的	狙い	期待される効果
朝市等イベント	みなとに来るきっかけづくり	朝市ならではの食材提供による地域振興

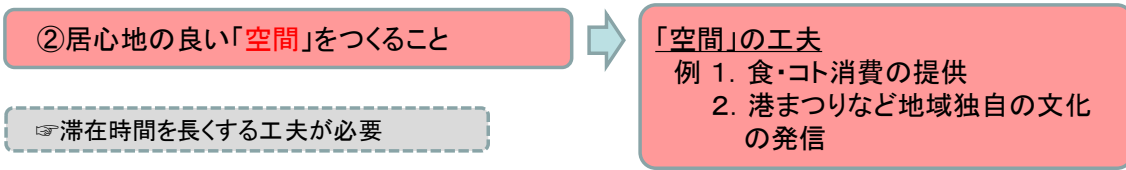
取組例

【取組例5】 定期的なイベント開催

【取組例5】 定期的なイベント開催

大原漁港朝市(千葉県いすみ市)の事例	小松島港区での展開
<p>賑わい空間への工夫(ヒント)</p> <p>毎月日曜日に開催。 農水産品(鮮魚、干物、海産物加工品、産直野菜)のほかに地元グルメも提供。</p>   <p>炭焼きバーベキューで飲食が可能。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 小松島市漁協で開催されている「こまつしまみなと海鮮朝市(週5日)」、「みなと海鮮朝市プレミアム(月1日)」をkocolo等で定期的に開催。</li> </ul>  <ul style="list-style-type: none"> <li>● 月一回程度、kocoloで開催</li> <li>● 買い物した製品の食事処を提供</li> </ul>
資料: 千葉県公式観光物産サイト「まるごとeちば」より	資料: 小松島市ホームページより

対象	周辺市町住民(徳島市・周辺市町)	目標	月に1~2回来訪
----	------------------	----	----------



目的	狙い	期待される効果
体験	食・コト消費の提供	特別な時間や体験により地域の文化を発信
祭り参加	地域文化の発信	

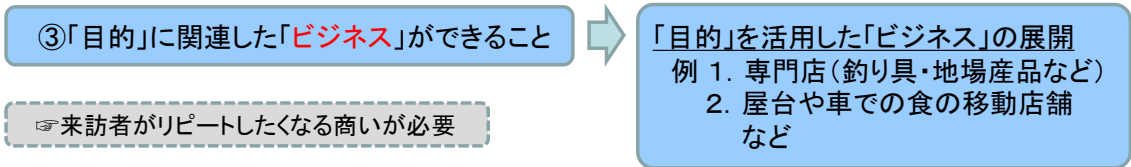
取組例

【取組例6】 アートを活用したまちづくり

【取組例6】 アートを活用したまちづくり

<p>たく  <b>多久市ウォールアートプロジェクト</b>          (佐賀県多久市)の事例</p> <p>まちづくりへの工夫(ヒント)</p> <p>描かれた画の意味や、作家さんの経歴・コンセプトを知ること、新たなアートの楽しみを見つけることができ、「アートのみち、多久」多久にしか成せないお洒落で楽しいアートなまちづくりを体感。</p>  <p>資料: 多久市ウォールアートプロジェクトホームページより</p>	<p>小松島港区での展開</p> <p>● 港町の活性化にと催されるウォールアートは、公募の中から選ばれたイラスト作品を倉庫の壁一面に描くポップな祭りで、港の伝統の中に若者のパワーがみなぎり、新しい市民の文化が育まれている。</p>  <p>● 新たなウォールアートの展開として、アニメイベント「マチアソビ」との連携実施。</p>  <p>資料: 小松島市ホームページより</p>
---	--

<b>対象</b>	周辺市町住民(徳島市・周辺市町)	<b>目標</b>	月に1~2回来訪
-----------	------------------	-----------	----------






目的	狙い	期待される効果
買い物	専門性の高い品物の販売	近隣市町からも来訪するなど売上に貢献
商売連携	釣り来訪者に寿司店舗割引など	
食事	SEA級グルメなど地場産品の販売	徳島ならではの特産品の開拓・販路拡大に貢献

取組例

**【取組例7】 周辺施設との連携によるサービスの向上**

**【取組例7】 周辺施設との連携によるサービスの向上**

熱海港魚釣り施設(静岡県熱海市)の事例	小松島港区での展開
他施設との連携の工夫(ヒント)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 小松島港区の近隣に、市内有数の観光施設「みはらしの丘 あいさい広場」が立地</li> </ul>  <ul style="list-style-type: none"> <li>● 地元商店街やkocoloとのサービス連携により、あいさい広場から人を呼び込む。(あいさい広場とのコラボイベントの開催)</li> </ul> 
近隣店舗に海釣り施設のお客様専用「格安特別メニュー」を設置	
観光客のために「貸し竿」も用意しており、「手ぶら」で参加することが可能	
「おさかなフェスティバル」を開催し、岸壁では「浜焼き」「飲食店」「フリーマーケット」などのイベント開催	
「熱海港魚釣り施設」のホームページの内容が充実	
 <p>資料: 熱海港魚釣り施設ホームページ  <a href="http://www5d.biglobe.ne.jp/~atami/">http://www5d.biglobe.ne.jp/~atami/</a></p>	

(3) 船員・観光客

対象	船員(内航船乗組員)	目標	月に1~2回来訪
	観光客(クルーズ乗船客など)	目標	年に1~2回来訪

①みなとに来る「目的」をつくること



「目的」となる行動

- 例 1. 内航船の休憩
- 2. まつり等のイベント など

☞みなとに来る動機付けが必要

目的	狙い	期待される効果
船舶寄港	休憩バースとして内航船を誘致	乗組員の滞在による生活需要の増加、港の賑わい。
イベント	みなとに来るきっかけづくり	

取組例

【取組例8】 地域特性を踏まえた新たな岸壁利用の提案

【取組例8】 地域特性を踏まえた新たな岸壁利用の提案

万代中央埠頭(徳島市)の事例

空間活用の工夫(ヒント)

港湾機能の低下を受け、「物流機能」から「賑わい空間」へ転換  
地域活性化や観光振興を図ることを目的に再整備



背後倉庫を商業施設に用途転換  
岸壁でのイベント開催や、棧橋、水域を使用した水上アクティビティを展開

資料: 特定非営利活動法人アクア・チッタfacebookより

小松島港区での展開

- 内航船の休憩バースとして利用を積極的にPR(HP,SNS等により情報発信)

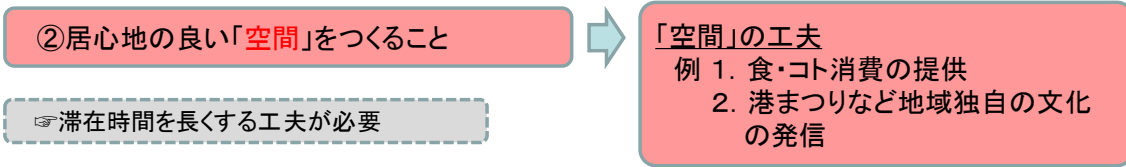


- 小松島港区の特徴
- ①近隣には、ドック(船舶の修繕など)が立地
- ②内航船の水補給費用が安価
- ③本港地区周辺は、交流施設、医療施設など、日常的に利用する施設が集積し、乗組員の生活需要に対応



新来島どっくHP

対象	船員(内航船乗組員)	目標	月に1~2回来訪
	観光客(クルーズ乗船客など)	目標	年に1~2回来訪



目的	狙い	期待される効果
体験	コト消費の提供	特別な時間や体験により地域の文化を発信
祭り参加	地域文化の発信	

取組例

**【取組例9】 クルーズ船寄港に合わせたイベントの開催**

**【取組例9】 クルーズ船寄港に合わせたイベントの開催**

がまごおり  
**蒲郡開港50周年記念事業(愛知県蒲郡市)**

既存祭りとクルーズ寄港との連携の工夫

全国各地に散らばる「みなとオアシス」で自慢のグルメが蒲郡へ集結するSEA級グルメイベント開催。

パシフィック・ビーナス寄港とあわせ地元の花火大会(手筒花火)を開催し、クルーズ船の見送りイベントとしても活用

クルーズ船寄港と連携

小松島港区での展開

- 小松島市のみなとマルシェでは、手作りのハンドメイド雑貨の販売やワークショップ・フードコーナー等個性豊かなブースが約50店舗参加
- にっぽん丸寄港とあわせミュージックフェスティバルを開催し、クルーズ船の見送りイベントとしても活用

クルーズ船寄港と連携

小松島みなとマルシェ

(H30.10.7 本港地区)  
 小松島みなとFES・ニューポートミュージックフェスティバル

資料: 蒲郡開港50周年記念事業実行委員会ホームページより

資料: (一財)徳島県観光協会などのホームページより

対象	船員(内航船乗組員)	目標	月に1~2回来訪
	観光客(クルーズ乗船客など)	目標	年に1~2回来訪

③「目的」に関連した「ビジネス」ができること

滞在時間を長くする工夫が必要

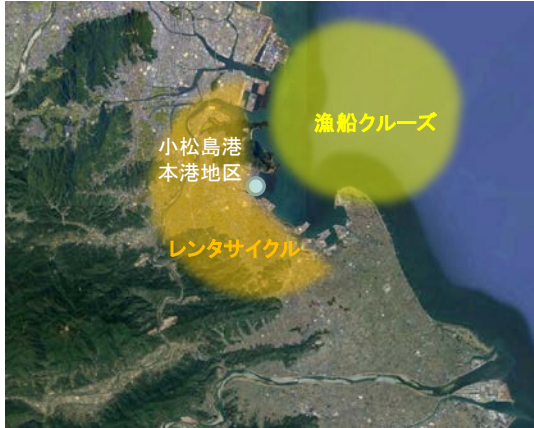
「目的」を活用した「ビジネス」の展開  
 例 1. 観光コンテンツの提供  
 2. 体験型ツアーの制作  
 (しらすツアー、日峰四国ミニ88箇所) など

目的	狙い	期待される効果
観光消費	小松島市内の観光コンテンツを提供	市内の観光コンテンツ提供により、観光消費が増加。

取組例

【取組例10】体験型観光コンテンツの創出

【取組例10】体験型観光コンテンツの創出

うみがめマリンクルーズ(海部郡美波町)の事例	小松島港区での展開									
<p>観光ビジネスの工夫(ヒント)</p> <p>日和佐港を出港し、通り岩や室戸阿南海岸国定公園の特別保護地区に指定されている、千羽海崖や巨大な洞穴・恵比須洞を巡る約13km・約40分のクルージング          日和佐漁業者会の漁師18人ほどが、漁や磯渡しの合間を縫って運航</p>  <p>うみがめマリンクルーズ(約40分間)</p> <table border="1"> <tr> <td>料金表</td> <td>大人</td> <td>2,000円</td> </tr> <tr> <td></td> <td>小学生以下</td> <td>1,000円</td> </tr> <tr> <td></td> <td>3歳以下</td> <td>無料</td> </tr> </table> <p>予約制</p>	料金表	大人	2,000円		小学生以下	1,000円		3歳以下	無料	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 漁船クルーズで小松島湾周遊(漁業体験含む)</li> <li>● レンタサイクルで市内周遊や徳島・阿南方面(徳島阿南自転車道)へのサイクリング</li> </ul> <p>本港地区周辺</p> 
料金表	大人	2,000円								
	小学生以下	1,000円								
	3歳以下	無料								

資料: Umigame Marine Cruise HPより

## (参考2) 意見・要望

小松島市の商工会議所、漁業協同組合、まちづくり企業、市政モニターからの提案とワーキンググループの意見を示す。

表 アドバイザーによる提案(1)

提案内容
<ul style="list-style-type: none"><li>・ 港に人を呼びこむために<b>アートを活用し、港を魅力あるもの</b>にしてはどうか。</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>・ 本港地区は、大正館から20分圏に位置し、まちづくりに重要と認識。<b>お金をかけずに、遊休倉庫を活用</b>(アート化、リノベーション)してはどうか。</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>・ 徳島小松島港に足りないものとその対策は以下の3点が挙げられる。<ol style="list-style-type: none"><li>① 船を降りてから、陸地を踏ませるための環境整備⇒トイレなどの設備が整ったバリアフリー化された<b>地域観光の起点となる施設</b>。</li><li>② 長距離移動を伴わない観光コンテンツと交通インフラ⇒小松島市もしくは周辺市町村での<b>観光コンテンツの創出と近距離・中距離移動手段の整備</b>。</li><li>③ 観光商材を魅力的に見える形で情報提供できる場⇒ツアーに参加しない自由行動のクルーズ客に対して地域の観光スポットの紹介や、ツアーを終えて港に戻ったクルーズ客に対して<b>地産品や地元商材を販売できるようなスペース</b>。</li></ol></li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>・ 本港地区にあいさい広場同様の施設を整備することは難しいため、<b>既存の施設を活かすことが重要</b>である。</li><li>・ 近年の健康ブームを背景に、「日峰 四国ミニ 88 箇所ハイキングコース」や「徳島阿南自転車道」等の<b>既存の施設を活用して、港への人の誘導</b>を図ってはどうか(レンタサイクル等)。</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>・ 朝市の顧客は、スーパーとは異なる鮮魚の購入や箱買いに魅力を持っており、定着することで県外客も増えている。<b>難点は、食事処がない</b>ことである。</li><li>・ 今後、高速道路の開通で、アクセスが良くなり、陸から(バス)の観光収入が期待できることから、<b>県の空き倉庫や kocolo を土産物の売り場、食事処</b>として活用してはどうか(クルーズ寄港客にも対応)。</li><li>・ <b>kocolo をより商業施設的に開放、規制を緩和し、食事、物販、レンタサイクル、漁船クルーズ(周遊)を展開し、バス、クルーズ船、自動車での来訪客に対し、一括した連携をもたせたサービス展開</b>はどうか(クルーズ⇒レンタサイクルで市内周遊、自動車⇒漁船クルーズで周遊)。</li></ul>

表 WGの意見(2)

	主要意見
来訪者のターゲット	・日赤病院には従業員、入院患者、見舞客で相当数の人が集まっており、これらの人々を中心街に誘導することはできないか。
	・クルーズ客に限らず、市民が楽しめるものを街中に作る必要がある。
	・クルーズ船は年間数回の寄港でしかない。小松島市民が日常的に利用するようなエリアであることが求められる。
	・人の流れが重要であり、クルーズ客、市民、京阪神の人の動きから、どのようなニーズで各場所をどう作るか。海側だけでなく、陸側も考慮していく必要がある。本港地区以外も含めて戦略を考えていくべきである。
	・内航船やクルーズ船の乗組員のニーズに応えることで、観光客とは異なる需要(土産物以外)に繋がると考えられる。
	・内航船の乗組員は、憩いの場を求めており、駐車場の緑化や喫茶店などがあるとよい。 ・釣りを対象に食事できる場所を作るなど、安全性との両立に期待している。
人を呼び込む視点	・人を呼び込む視点では、まちづくり団体との連携をどう考えるかが重要である。
	・まずは商店街側を改良し(ローコスト、ローリスク)、次に海側の大規模な施設に取り組むことも戦略としてあるのではないか。各地区(本港、赤石)の位置付けも含めて考えるべきと感じている。
	・船舶が大型化する中で港の作り方を考えなくてはならない。 ・金磯地区、赤石地区の2つのふ頭が重要で、このふ頭間のアクセスの改善が重要である。
	・あいさい広場のレシートを小松島市内の提携店舗に持ち込むことでサービスを受けられる仕組みづくりに取り組んでいる。 ・クルーズ対応では、既存の施設で如何に市内に人を誘導できるか(例、kocoloに健康施設)、仕組みづくりが必要である。
地区の方向性	・エリアビジョンとして目指す方向性が重要である。「人」を集める場合も、まちとしてのターゲットを明確にすべきである。
	・みなとまちのデザイン・コンセプトを公募し、まちのイメージをデザインして頂きたい。
	・小松島港区本港地区は、物流機能を残して賑わいを創出する方針だが、まちづくりと港をどのように機能融合するのか、明確にする必要がある。また、まちづくりは民間活力が求められる。
	・細かな規制以外に、用途地域による制限がある。広大な港の空間を大胆に動かして民間投資を呼びかけるなど、中心市街地で展開しているスモールビジネスとは異なるアプローチも考えられる。
取組案	・日赤病院と連携し、①割引制度や、②観光マップ、③情報発信(SNS、アプリ)等の取り組みを行うべきである。
	・本港地区の休憩バス運用に向けて、内航船を呼び込む必要がある。①係船料金を安価(もしくは無料)にする、②船員向けの入浴施設があれば寄港が期待できる。
	・小松島独自の取り組みは難しいので、他事例を積極的に取り込むとよい。
	・屋外イベントは、①降雨の影響や②ガードマン確保、③協賛金の準備、④空間が広く小規模イベントが難しい等の理由から、現在はほとんど活動していない。
	・イベント開催は、目標が重要である。ウォールアートプロジェクトでは、遠方ではなく近隣市町村をターゲットに、夕方の帰宅時間に非日常を体験できる空間づくり「イブニングリゾート」を目指した。
	・食は集客効果が高い(例:香川うどん)。しかし、kocoloでは、駅舎跡地、事務所が規制で利用できないため、様々なアイデアが実現していない。
実現化方策	・20年前から様々取り組んできたが、多くは規制等により実現できなかった経緯がある。実現に向けた対応策が必要。
	・地域方針(コンセプト)の設定や窓口の一本化、官民の施設、役割を明確にし、民間事業者が提案できる仕組みを作る。行政はその取り組みを支援することが重要である。
	・行政側が取り組みを示してしまうと、補助金を前提とした活動になる恐れがある。
	・行政から提案するのではなく、提案してもらえる場を設けては如何か。
	・前段はあくまで事例として取りまとめておき、取り組みは民間の判断に委ねるのがよい。
	・意見をもらう場の設置。行政は、提案された取り組みの実現に向け規制を緩和する。新たな人材を見つけるためにもオープンな取り組みが求められる。(商工会議所も連携)



## アドバイザーからの提案

### ①ビジョンの策定

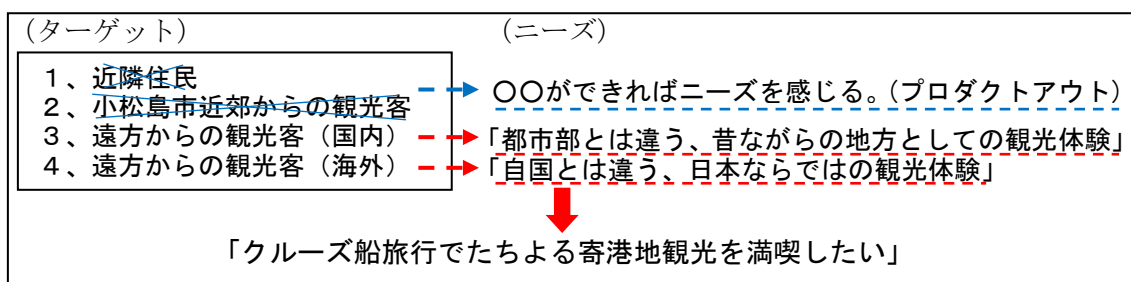
ビジョン策定には、①のプロダクトアウト、②のマーケットインの2つ方向性が考えられる。①は現代で大きなイノベーションを起こすような未来社会を創ることが出来る方法であり、②は時代に合わせた検証・改善を繰り返す手堅い方法である。①は主体者が重要となるが、そのプレイヤーが存在しないため、徳島小松島港では②の考え方が適している。

①推進する主体者が強い意志を持って作る（プロダクトアウトという考え方）  
企業活動ではiphoneのように、ステイブジョブズという絶対的な主体者が自身自身の信じるモノを作り、マーケット側の市場をつくっていく方法

②マーケットにニーズに適した形で作る（マーケットインという考え方）  
スマホ操作が可能な手袋のように、生活者ニーズをくみ取り、企業がそのニーズに合わせた商品を開発、市場に提供していく方法

マーケットインの考えに基づき、現状課題「プレイヤーがない」に対して、目標を設定する。  
⇒「プレイヤーが集まる港に」

### ②ターゲット及びマーケットニーズ

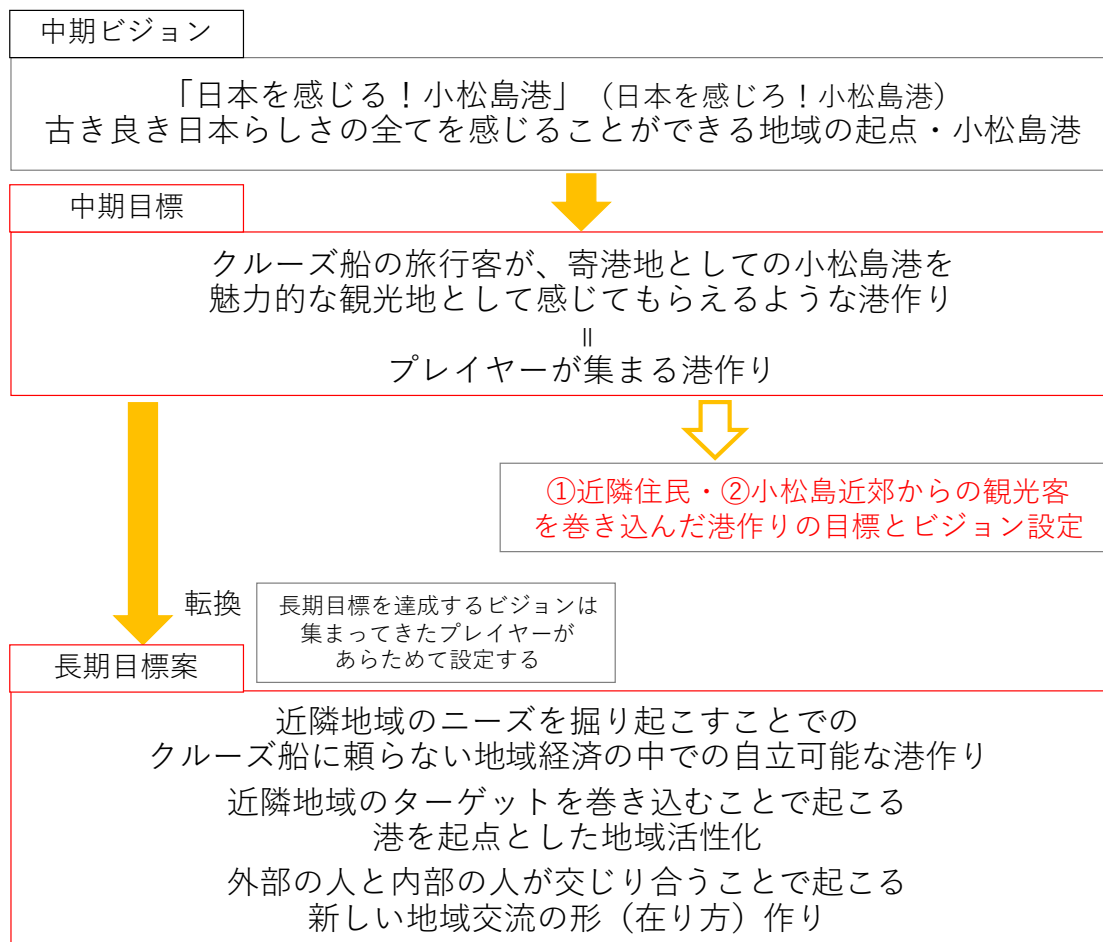


### ③ビジョン案

ターゲットのマーケットニーズを満たす場所は、多様なビジネスチャンスが生まれる場であり、稼げる地域になる。稼げる地域になることで、プレイヤーが集まる地域となる。  
(特にこのターゲットは稼げる可能性が高いクルーズ客)

「日本を感じる！小松島港」  
(日本を感じる！小松島港)  
古き良き日本らしさの全てを感じることができる地域の起点・小松島港  
海・山・川・漁業・農業・林業・祭り・歴史・・・  
日本として連想する全ての要素を集約した小松島市・徳島県。  
豪華な施設や壮大な自然景観などは少ないけれども  
そのような地域にはない日本らしさがこのエリアには詰まっている。  
都市部の人が、懐かしい気持ちを思いだし安心する。  
海外の人が、日本の温かさ・粋・美しさに感動する。  
そんな日本らしさを多様な形で感じ、体験できる地域の  
起点となる小松島港を目指します。

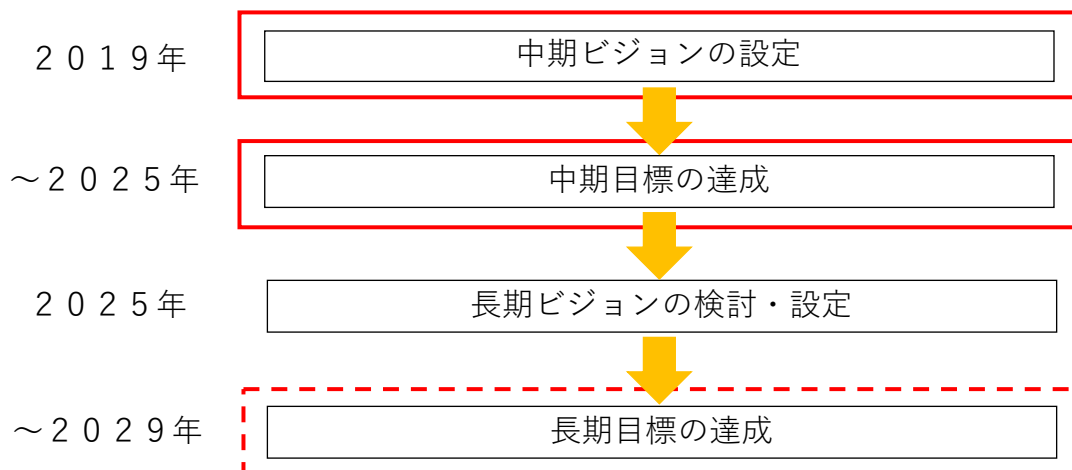
④中長期目標



ターゲットの①「地域住民」と②「小松島市近郊からの観光客」を無視するわけではない。現時点でニーズを有していない①と②を動かすために、プレイヤーである主体者が自信の責任の中で、「港をどうしていきたいか？」について考え実践していくことで、初めて動かせる可能性が生まれる。

つまり、①と②を巻き込んだ港作りをしていくために、まず中期目標でプレイヤーを創出することが必要な条件だと言える。

そして、その段階に入って初めて中期目標を超えて、長期目標・長期ビジョンを設定するタイミングになる。



(参考 3) 公民連携事例

	No.	タイトル・施設名称	テーマ	活用物件	転用パターン	開業年	所在地	運営者・実施主体	事業スキーム
								詳細	
①風景を作ってみる 社会実験	1	タイムズスクエア	大混雑した車道を世界一の広場に	③道路	車道⇒歩道	2009	アメリカ・ニューヨーク市	ニューヨーク市交通局	<p>タイムズスクエアの活用プロセス</p>
	2	座り場@ひろゆき	可動椅子の魔法	②公園	公園⇒イベント	2015	青森県弘前市	弘前市青年会議所	
	3	アーバンピクニック	毎年進化する市民主導の社会実験	②公園	公園⇒イベント	2015	兵庫県神戸市	一般社団法人リバー・ルネイティビティ	
	4	グリーンループ仙台	イベントの連鎖でまちを盛り上げる	②公園、③道路	道路・公園⇒イベント	2017	宮城県仙台市	株式会社センド・イノベーション・コミュニケーションほか	
	5	スライドザシティ	道路を最高のエンターテインメント空間に	③道路	道路⇒スライダー	2015	東京都江東区ほか	Afro&Co. Inc.ほか	
	6	ねぶくろシネマ	河川敷で一夜限りの映画鑑賞	④水辺	河原・橋脚⇒映画館	2015	東京都調布市	合同会社ハックワークス	
	7	ミンホカオ	高速道路の歩行者天国	③道路	高速道路⇒広場	1976	ブラジル・サンパウロ市	サンパウロ市	
②仮設で作ってみる 暫定利用	8	下北沢ゲージ	まちのコンテンツと出会う高架下	③道路	高架下⇒飲食イベントスペース	2016	東京都世田谷区	京王電鉄株式会社、株式会社ヒュー、株式会社東京ビストロ	
	9	COMMUNE 2nd	暫定利用地をポジティブに変える屋台村	⑦その他	空き土⇒飲食店・カフェ	2012	東京都港区	株式会社コムーン	
	10	あそべるとよたプロジェクト	中心市街地を使い尽くす社大な実験	②公園、③道路	駅周辺の公共空間⇒市民のくつろぎ・活動の場	2015	愛知県豊田市	あそべるとよた推進協議会	
	11	BETTARA STAND 日本橋	フレキシブルな「動産」活用	⑦その他	駐車場⇒イベント・キッチンスペース	2016	東京都中央区	YADOKARI株式会社	
	12	テンベルホーフ空港	市民の自由を守る都市の空白	⑦その他	空港⇒公園	2014	ドイツ・ベルリン市	ベルリン市	
③使い方を提案する サウンディング	13	Shibamata FU-TEN Bed and Local	所有×運営×設計の新たなフレームワーク	⑦その他	職員寮⇒宿泊施設	2017	東京都葛飾区	株式会社R.project	<p>Shibamata FU-TENの活用スキーム</p>
	14	Kaikado Café	公共施設のブラックボックスをあける	⑦その他	倉庫⇒カフェ	2016	京都府京都市	株式会社開化堂	<p>京都市資産有効活用市民等提案制度のスキーム</p>
	15	THE BAYS	クリエイティブな公民連携で最適解を引き出す	⑥役所/庁舎	行政施設⇒複合施設	2017	神奈川県横浜市	株式会社横浜DeNAイースターズ	<p>THE BAYSの活用スキーム</p>

	No.	タイトル・施設名称	テーマ	活用物件	転用パターン	開業年	所在地	運営者・実施主体 詳細	事業スキーム
④本格的に借りてみる 民間貸付	16	吉本興業東京本部	小学校を遊び心溢れるオフィスに	①学校	小学校⇒オフィス	2008	東京都新宿区	吉本興業株式会社	
	17	ONOMICHI U2	日本初！？バイクと泊れるホテル	⑦その他	倉庫⇒複合施設	2014	広島県尾道市	株式会社Onomichi U2	
	18	タルマーリー	保育園が経済循環の起点となるパン屋に	①学校	保育園⇒パン屋	2015	鳥取県八頭郡智頭町	いざなぎ振興協議会	
	19	INN THE PARK	日本初、泊れる公園	⑦その他	研修施設⇒宿泊施設	2017	静岡県沼津市	株式会社インザパーク	
	20	てんしば	民間が運営する公園の実力	②公園	公園⇒複合施設・広場	2015	大阪府大阪市	近鉄不動産株式会社	
	21	グッドネイバースジャンボリー	よき隣人たちが備えるまち	①学校	学校⇒フェスティバル	2010	鹿児島県南九州市	グッドネイバースジャンボリー実行委員会	
22	浜松ワインセラー	トンネルが天然の貯蔵庫	⑦その他	トンネル⇒ワインセラー	2010	静岡県浜松市	地域産業観光研究会		
⑤シビックプライドをつくる オープンプロセス	23	スーパーキーレーン	プロセスからまちを変えた公園	⑦その他	鉄道車庫⇒公園	2012	デンマーク・コペンハーゲン	コペンハーゲン市	
	24	KaBOOM	公園づくりのレシピ公開、全米でムーブメント	⑦その他	空き地⇒公園	1995	アメリカ全土	NPO KaBOOM!	
	25	マックメナミンズ ケネディ スクール	廃校のポーランド的解釈	①学校	小学校⇒複合施設 (ホテル・ブルワリー)	1997	アメリカ・ポートランド市	McMenamins, Inc	
	26	南池袋公園	都心に現れた、まちのリビング	②公園	公園⇒公設民営の公園	2016	東京都豊島区	南池袋公園をよくする会ほか	
	27	ハイレイン	2人の若者の情熱が都市計画を変えた	⑦その他	鉄道高架⇒公園	2009	アメリカ・ニューヨーク市	NPO Friends of the High Line	
	28	パークキャラバン	キャンプから始まる小さな公園革命	②公園	公園⇒キャンプ	2015	神奈川県横浜市	NPO法人 ハマノトウダイ	
	29	立川市子ども未来センター	市役所×まんの幸せな関係	⑥役所/庁舎	庁舎⇒複合施設	2012	東京都立川市	合人社計画研究所グループ	
	30	オガールプロジェクト	PPPエージェントの日本モデル	⑦その他	空き地⇒複合施設・広場	2011	岩手県紫波郡紫波町	オガール紫波株式会社	
	31	ブルックリンブリッジパーク	自力で稼ぐ、独立採算の公園	④水辺	港湾⇒公園	2010	アメリカ・ニューヨーク市	NPO Brooklyn Bridge Park Corporation	
	32	台東デザイナーズビレッジ	廃校で企業を学ぶ	①学校	小学校⇒インキュベーション施設	2004	東京都台東区	台東区	
33	西予市役所	オフィス改革から始まる行政改革	⑥役所/庁舎	庁舎⇒庁舎	2016	愛媛県西予市	西予市		
34	氷見市役所	世界初、体育館を活用した市役所	①学校	体育館⇒庁舎	2014	富山県氷見市	氷見市		
35	台東山海線馬道	再発見された、まちの裏側のポテンシャル	⑦その他	線路⇒遊歩道	2010	台湾・台東市	台湾好基金会		
36	アブサロン教会	教会を現代的な公民館にバージョンアップ	⑦その他	教会⇒コミュニティスペース	2015	デンマーク・コペンハーゲン	Flying Tiger Copenhagen		
⑥領域を再定義する 新しい公民連携									
⑦公共を自分事にする パブリックシップ									