

(1) インスピレーショントーク

1) エリアマネジメントの始めどき、始め方

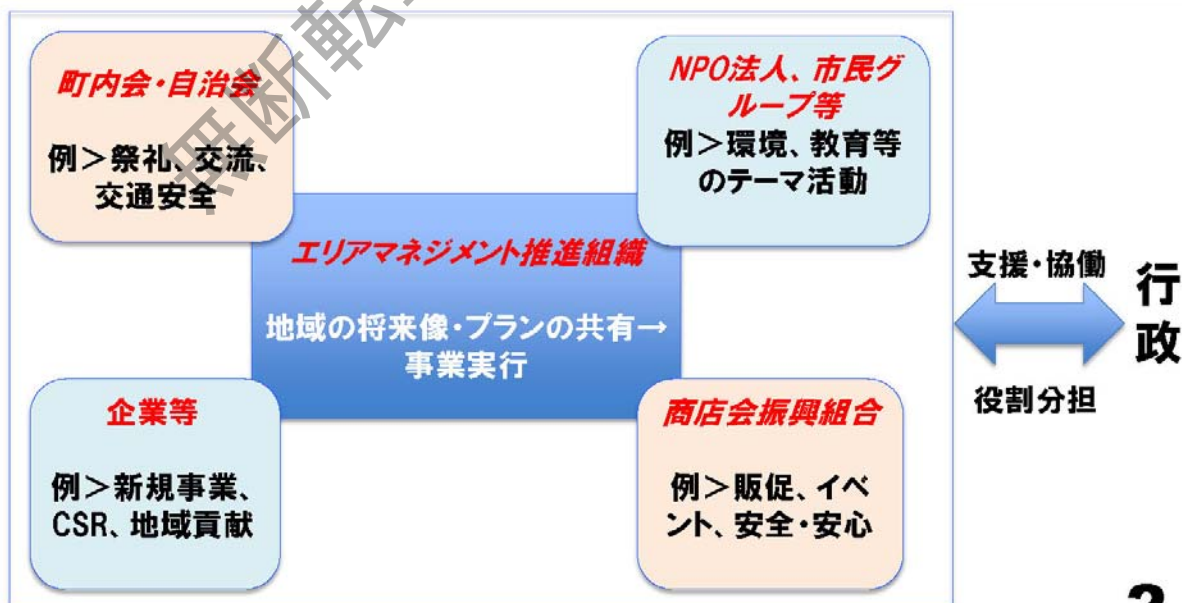
保井 美樹 氏 (全国エリアマネジメントネットワーク副会長)

# エリアマネジメントの 始めどき、始め方

保井美樹

## エリアマネジメントとは

『地域の価値を維持・向上させ、また新たな地域価値を創造するための、市民・事業者・地権者等の「きずな」を基礎に行われる主体的な取組とそのための組織化』



# エリアマネジメントの広がり



出典: エリアマネジメント人材育成研究会(都市計画学会承認)  
登録団体マップ (www.areamanagement.info)

全国エリアマネジメントネットワーク エリマネ団体会員数 36

エリアマネジメント人材育成研究会(都市計画学会承認)  
登録団体数 53

国土交通省・京都大学・和歌山大学アンケート把握数 574

## エリアマネジメントの取り組みは、 地域の将来のために自ら決め、動くこと

エリア全体の環境に関する活動	地域の将来像・プランの策定・共有化
	街並みの規制・誘導
公物・共有物等の管理に関する活動	公物(公園等)の維持管理・利活用
	共有物等の維持管理(団地内共有施設等)・利活用
居住環境や地域の活性化に関する活動	地域の防犯性の維持向上
	地域の快適性の維持向上
	地域のPR・広報
	地域経済の活性化
	空家・空地等の活用促進
	地域環境問題への配慮
サービス提供、コミュニティ形成等のソフトの開発	生活のルールづくり
	地域の利便性の維持向上、支援サービス等の提供
	コミュニティの形成

エリアマネジメントの取り組みは、  
地域の将来のために自ら決め、動くこと

エリアの将来を考え、ルールをつくる

エリアの財産を守る、使う。

エリアの将来のための事業を考え、実施する。

エリアのなかまの絆を強める。

出典：国土交通省エリアマネジメント活動推進マニュアルより抜粋

## エリアマネジメントが始まる時

### 危機感

財政危機 空洞化 人口減少  
災害 テロ 治安悪化

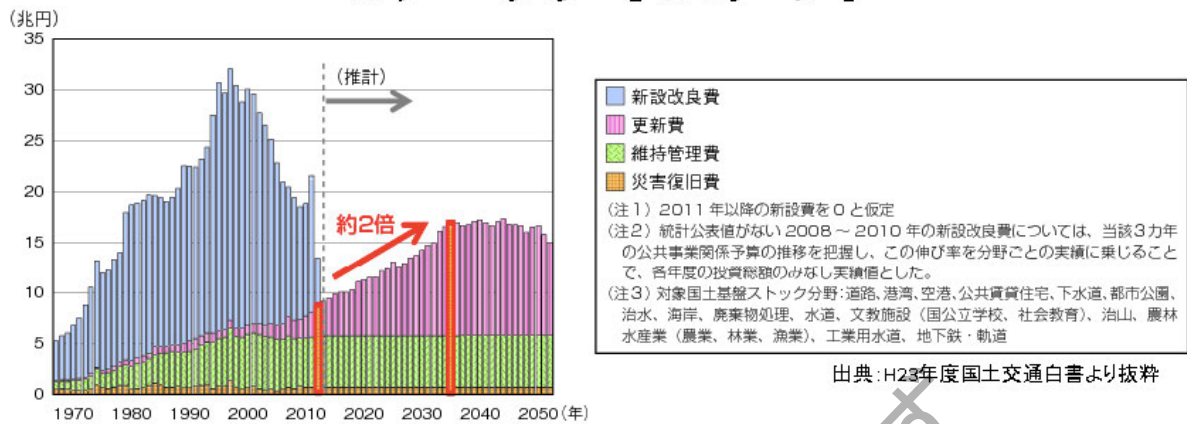
➡ 海外のBID

### チャンス

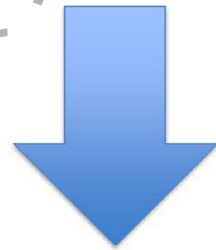
自動車中心の街からひと中心の街へ  
インフラ更新・リノベーション  
移住者・観光客の増加

➡ 日本の現状？

# 「朽ちるインフラ」から「稼ぐインフラ」へのパラダイムシフト



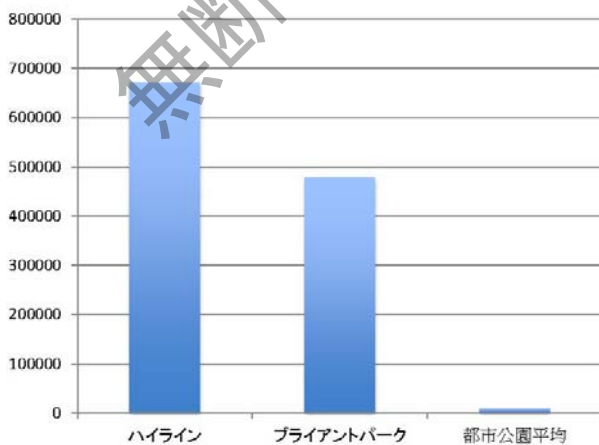
1. 日常的マネジメント
2. 管理的マネジメント
3. 経営的マネジメント





## 官民連携で差別化が進む NYのパブリックスペース

エーカー毎の年間維持管理費



ハイラインの維持管理(市とFriend of Highlineの協働)

ニューヨーク市 1,000,000ドル/年  
残りはFriend of Highlineが調達

ブライアントパークの維持管理(BIDが  
コンセッションで民間管理)

Bryant Park Corporation 100%

671,641ドル  
/ acre

約3acre

479,166ドル/  
acre

約9acre

9,555ドル/  
acre

BRYANT PARK CORPORATION AND  
BRYANT PARK MANAGEMENT CORPORATION

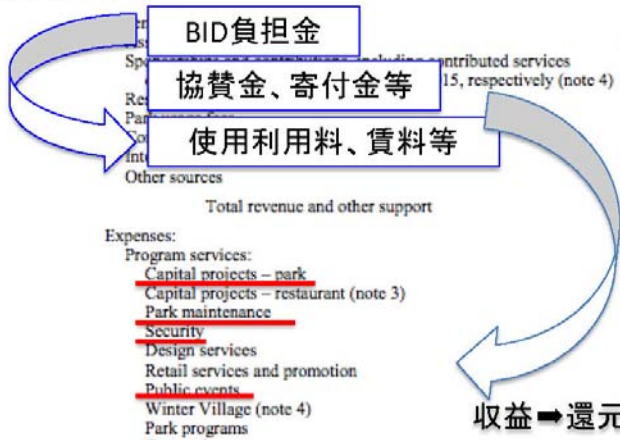
Consolidated Statement of Activities

Year ended June 30, 2016

(with comparative financial information for the year ended June 30, 2015)

負担金+レバレッジ

	2016	2015
Sp	\$ 1,600,000	1,100,000
Re	4,873,393	5,047,194
Pa	2,230,741	2,056,611
Co	1,553,961	1,130,877
Int	1,588,767	1,070,205
Other sources	6,606	20,020
	129,998	181,967
Total revenue and other support	11,983,466	10,606,874
Expenses:		
Program services:		
Capital projects - park	1,372,215	1,746,715
Capital projects - restaurant (note 3)	18,619	214,826
Park maintenance	2,001,369	1,628,918
Security	1,112,976	1,003,306
Design services	680,578	646,190
Retail services and promotion	523,433	419,661
Public events	1,545,711	1,553,705
Winter Village (note 4)	2,215,383	1,953,515
Park programs	885,263	1,078,410
Carousel	232,635	250,259
Reading room	434,059	565,471
Horticulture	778,504	536,252
Total program services	11,800,745	11,397,228
Supporting services:		
Management and general	1,237,451	1,120,336
Fundraising	408,038	513,750
Total supporting services	1,645,489	1,634,086
Total expenses	13,446,234	13,031,314
Decrease in net assets	(1,462,768)	(2,424,440)
Net assets at beginning of year	5,047,978	7,472,418
Net assets at end of year	\$ 3,585,210	5,047,978



## 50年に一度の大更新時期

都市再生のアイコンとなるプロジェクトが各地で

公園 大阪城公園、てんしば、久屋大通公園

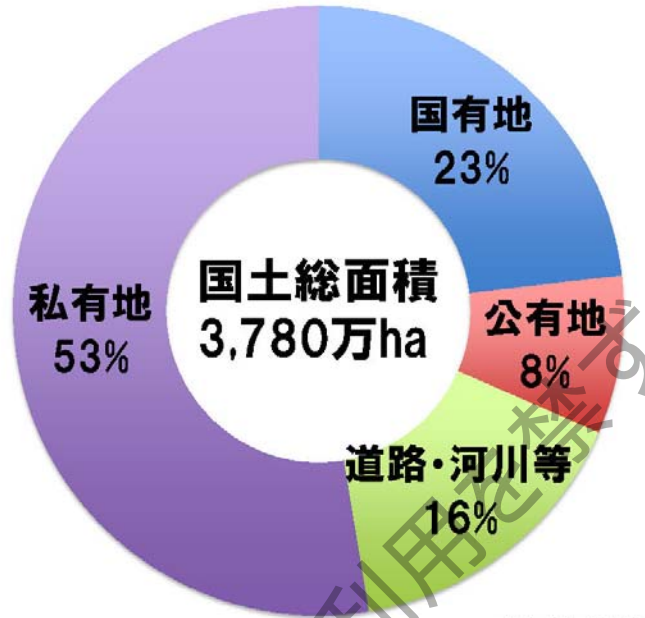
道路 御堂筋、チカホ、アカプラ

スポーツ施設 マツダスタジアム、新国立競技場、  
横浜スタジアム、日ハムボールパーク



整備～運営が一体の検討であることが特徴

# 国土の所有者別割合 (平成28年3月31日現在)



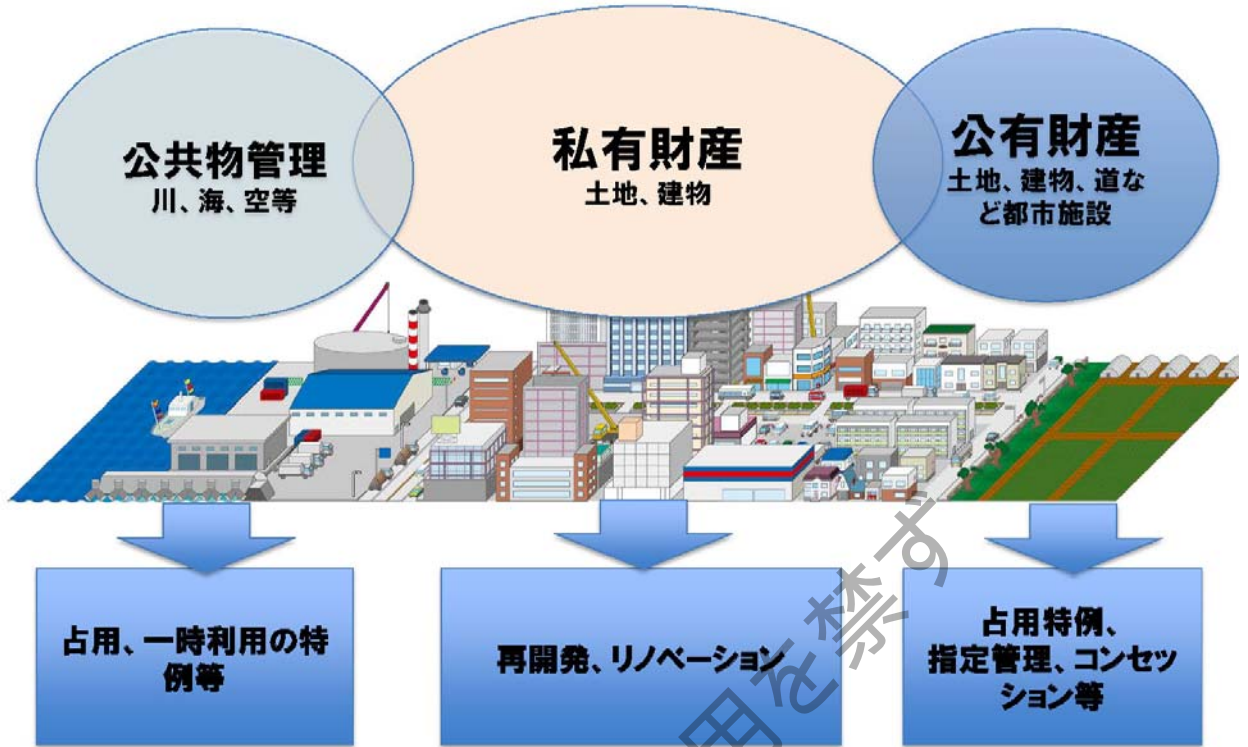
出典：国土交通省「土地白書(平成29年版)」

## 修景しながら、まちを育て続ける時代へ

	都市計画	まちづくり	エリアマネジメント
時代背景			
特徴	事前明示基準と ルール適合型事業	事前明示基準＋ 地域特性に合わせた 協議調整	事前明示基準＋ 地域特性に合わせた 協議調整＋ まちを運営する事業 実施
推進根拠	法律＋計画	法律＋条例＋計画	法律＋条例＋計画 ＋地域ルール
担い手	国＋地方公共団体	国＋地方公共団体 事業者 地域住民	国＋地方公共団体 事業者 住民 まちづくり会社 エリアマネ団体等
実効性	法令に基づく義務	法令や条例に基づ く義務・権利	先に加えた民事的 仕組み

本格的展開へ

街に価値を生み出すアセットを増やしていく。



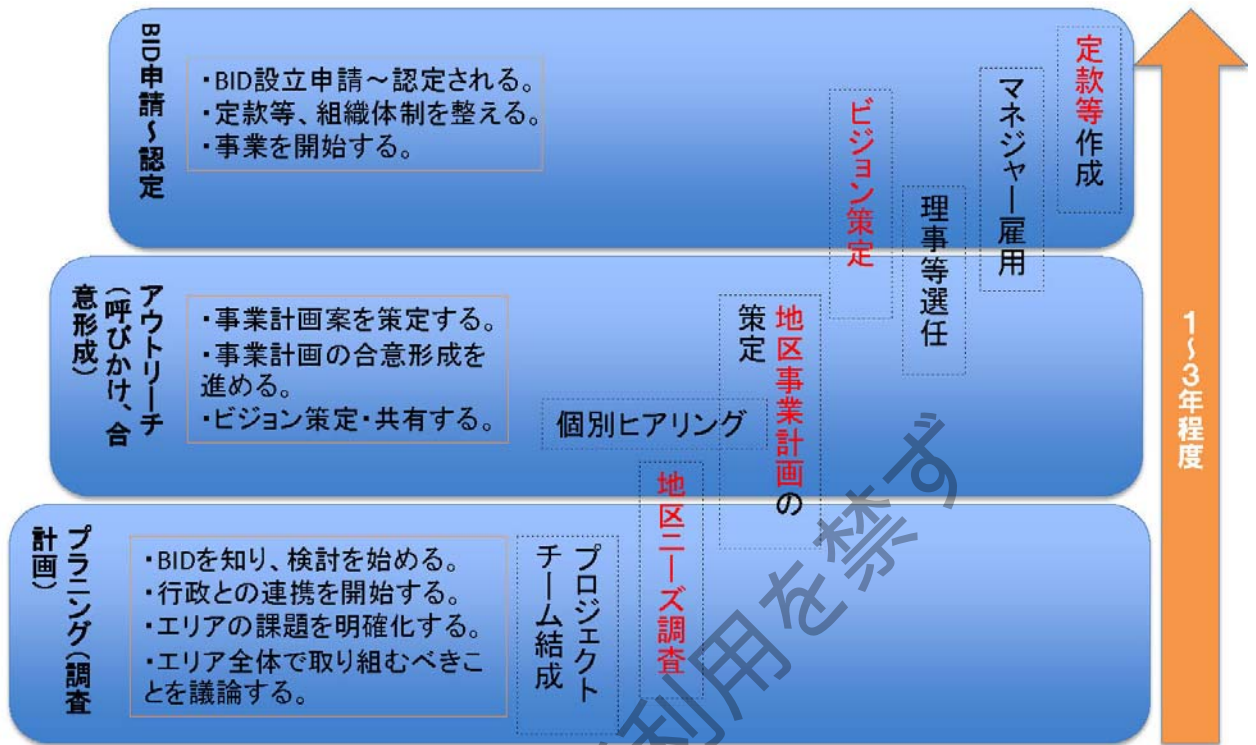
推進組織としてのエリアマネジメント

エリアマネジメントの発展段階の考え方(一例として)

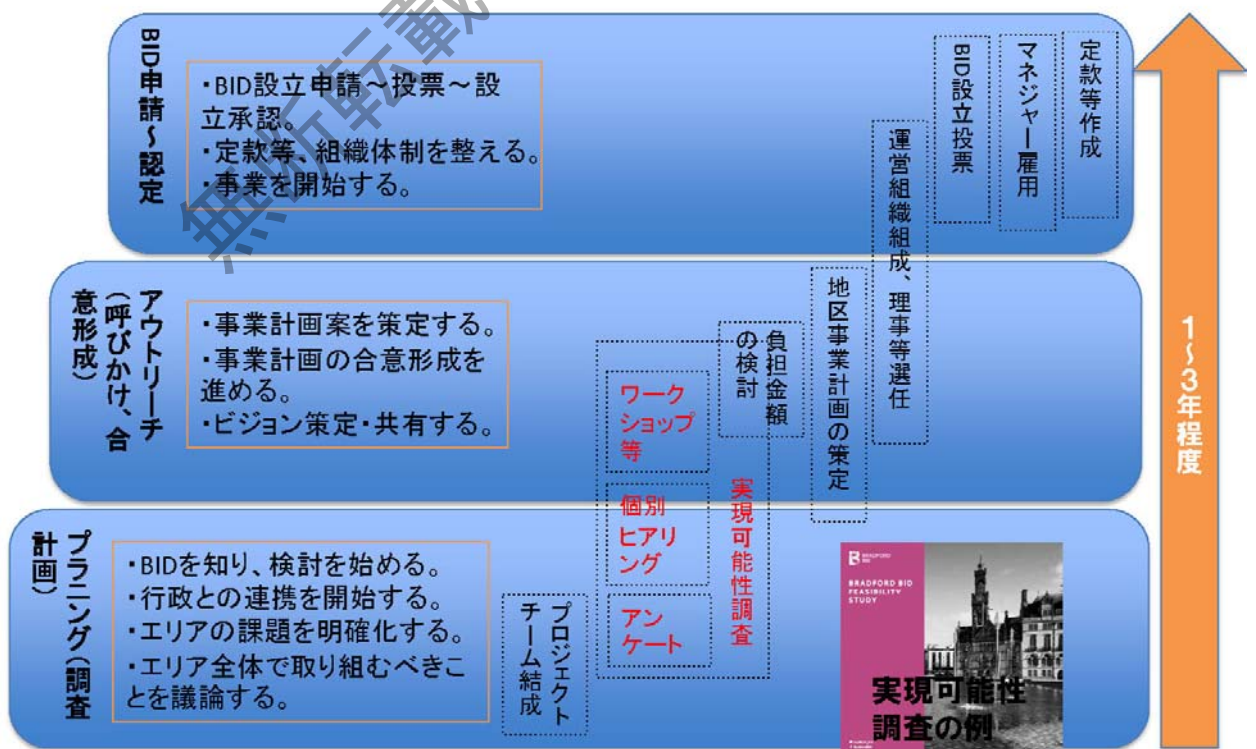
	勉強会	協議会等設立	事業 ビジョン検討	の検討実施	組織法人化	事業モデル確立	都市再生法人等認定	日本版BOD導入
<b>定常段階</b> 官民連携でビジョンが共有され、事業の推進体制が確立される。	●			●		●		●
<b>発展段階</b> 法律や条例に基づく制度を活用し、エリマネ法人として認知される。	●			●		●	●	
<b>実施段階</b> 事業を進める。 場の運営を進める。 政策提案や協議を行う。	●		●	●	●	●		
<b>準備段階</b> 体制を整える。 行政との連携が始まる。 ビジョンの策定を進める。 事業のロードマップができる。	●	●	●	●				
<b>はじまり</b> エリアマネジメントを知る。 エリアの課題を共有する。 エリア全体で取り組むべきことを議論する。	●			●				



# ニューヨークBIDの設立プロセス



# イギリスにおけるBIDの一般的設立プロセス



### Tourism Districts

Tourism districts typically include hotels and sometimes include visitor attractions, and finance destination marketing.

### Property Districts

Property and business improvement districts typically include land owners and finance services like security, maintenance, landscaping, and capital improvements.

### Business Districts

Business districts typically include all types of businesses, and finance services like marketing, placemaking, and events.

### Restaurant Districts

Restaurant Improvement Districts are the latest evolution of the business improvement district concept.

### Nonprofit Technical Assistance

All of the partnerships are accomplished through nonprofit corporations.

### Candidate Screening and Team Building

Hiring is the single most important decision a business will make – are you doing it right?

## Civitas Advisors

### John Lambeth



BID, TID等組織組成のスペシャリスト・弁護士。

## Mosaic Partnership Mo Aswat



### PLACE MANAGEMENT

We provide advice services to develop public, organizations and partnerships to manage urban centers, business parks, urban corridors and other territories, and we develop sustainable place projects and lead by example implementation.

- Real Estate Improvement Districts
- Town Centre Management
- Partnerships
- Capacity Building
- Social Enterprise



### PLACE MARKETING

We work with your stakeholders, business or residents, to develop and promote the right message to the right people. Learning that message means we conduct research and evaluations to help you position, brand and market your place in a way that attracts investors and builds price.

- Brand & Brand Evaluation
- Positioning & Research
- Marketing Strategy and Campaigns



### PLACE

We work through our partners

- Urban
- People
- Local
- Place

プレイスメイキング、プレイスマネジメント、プレイスマーケティングの専門事務所

The means: placemakers

Bring one of our team members into your organisation

The means: business districts

We help commercial organisations improve their place

The means: urban services

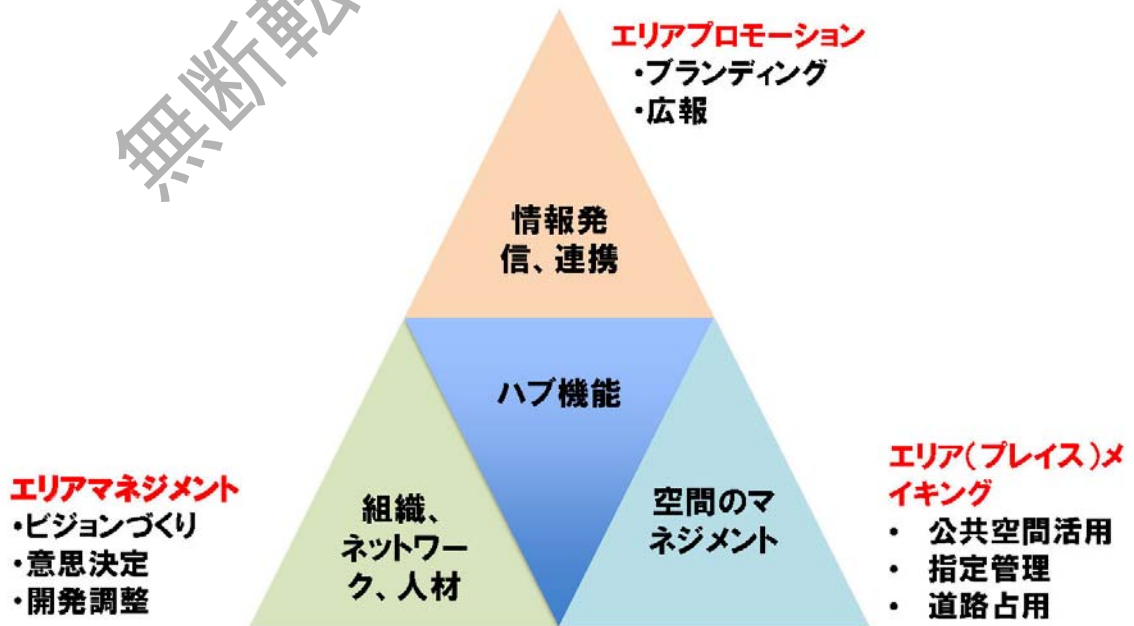
We know how to make your place special and distinctive.

## The Means, UK

### Peter Williams

自らBIDマネジャーを務めながら、プレイスメイキングとマネジメントの専門事務所を経営。

## エリアマネジメントの3象限



## セッション1に向けて

- ✓ エリアマネジメントは、行政のエージェントとなり、同時に共益を実現する組織と財源のデザイン。
- ✓ エリアマネジメントは、エリア(プレイス)メイキング、エリアプロモーションと一体で進められる。
- ✓ ステークホルダーの構成やそれに伴う事業の重み付け等はケースバイケースであるが、進め方は、ある程度共通させられる。
- ✓ 立ち上げの専門家、エリアマネジメント事業を統括する専門家(マネジャー)が必要。

無断転載・無断利用を禁ず

## 2) エリアマネジメントにおけるファシリテーション

田坂 逸朗 氏 (広島修道大学 ひろしま未来協創センター)

エリアマネジメントネットワークシンポジウム2018  
in Hiroshima 予稿

### インスピレーショントーク

## エリアマネジメントにおける**ファシリテーション**

- ファシリテーターが見たエリアマネジメント
- プロセスそのものが、まちの本体
- パブリックライフとコミュニティビルディング
- ストーリーテリングするまち

田坂 逸朗

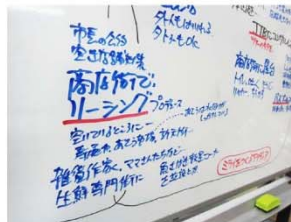
特定非営利活動法人日本ファシリテーション協会  
広島修道大学ひろしま未来協創センター

エリアマネジメントネットワークシンポジウム2018  
in Hiroshima 予稿

### ■ ファシリテーターが見たエリアマネジメント

#### ○ マネジメントの**当事者性**と素地をつくる「**共同の場**の創設」

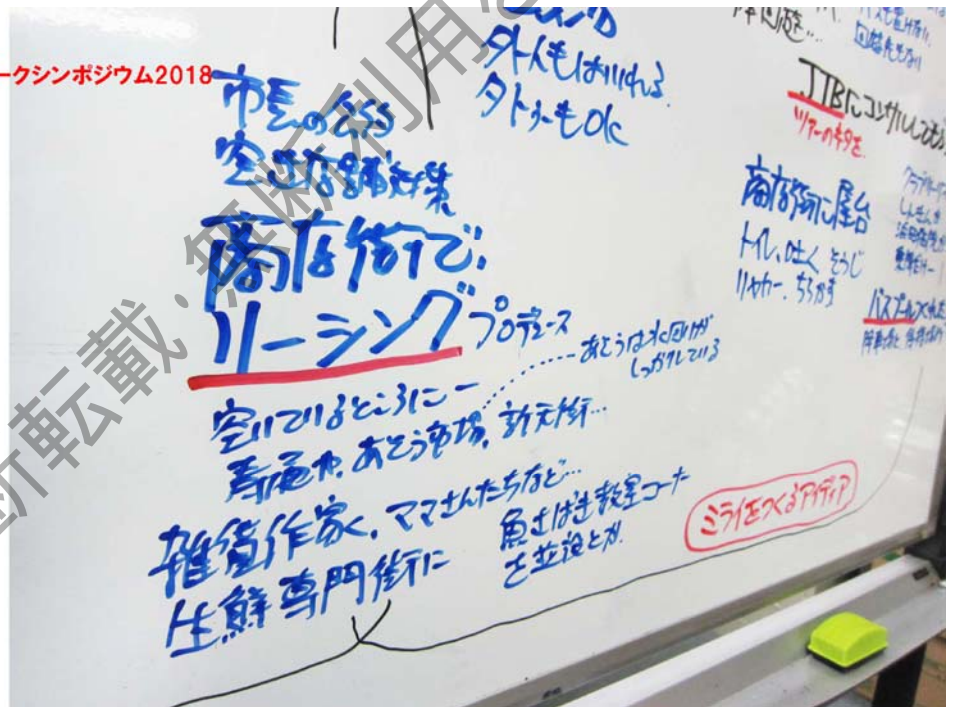
博多まちづくり推進協議会 / 天神明治通り街づくり推進協議会 / We Love天神協議会 /  
北九州市中心市街地活性化黒崎事業 / 柳川市ブランド推進協議会観光振興プロジェクト /  
島根県世界遺産関係者ワーキング / 徳島県三好市箒蔵ランドデザインワークショップ...



エリアマネジメントネットワークシンポジウム2018  
in Hiroshima予稿



エリアマネジメントネットワークシンポジウム2018  
in Hiroshima予稿



エリアマネジメントネットワークシンポジウム2018  
in Hiroshima予稿



エリアマネジメントネットワークシンポジウム2018  
in Hiroshima予稿

## ■ファシリテーションの導入

- 当事者の関与度を高めるための**第三者機関**＝共同促進者
- 話しあい(共同作業)が密室化すると**陣営の対立に**
- ワークショップ(経験学習)のファシリテーターから  
    集団(組織)における**共同**のファシリテーターへ
- リーダーシップ論[資質型→カリスマ型→**集合型**]  
    サーバントリーダー, ファシリテーター型リーダー, 会話型リーダーなど
- ファシリテーション型リーダーシップによるマネジメント

## ■ファシリテーターの4つの職掌

- 1) **プロセス**の設計～合意とはプロセスへの合意である  
【対立ではない、交渉ではない。集合知＝**認知・調整・協創**】
- 2) 話しあいのファシリテーション～誰とどう話しあうか  
【**引き出し、かけあわせ、進める**】
- 3) 成果の活用のための**ポストプロセス**の設計～成果を活かす  
【新たなコンテンツは、新たなプレイヤーで】
- 4) **公開**の対話集会のファシリテーション～さらに巻き込む  
【実績を利権化させない、フリンジの歓迎】

## ■プロセスそのものが、まちの本体

- 完成(という何もしなくてよくなる状態)を目指してがまんしてやるのがプロセスではない
- プロセスの過去の集積＝歴史 | プロセスの未来の集積＝まちづくり
- あいまい**なもの、Unknown(未知)なものとも共存できるように(**意志を發揮する**) (予測能力ではなく)
- わたしは今ここにいて、**成長**の渦の中にいる(という実感)
- Conversation as Process Core(活動の中核としての**会話**)
- 集団としての**言語性知能**(暗黙知では、能動性が高まらない)  
(あうんの呼吸が備わるまで待っていては社会の速度について行けない)

## ■ パブリックライフとコミュニティビルディング

- 使われてこそまち。野球の本体は野球場施設ではない
- 関わる**人こそ、能動的にまちをつくる人(まちにその他大勢はいない)
- 能動的に使う人を浮かび上がらせるための、**ライフステージ**としての「まちの進展」～能動性は、語ること、**語りあう**ことから
- 社会関係資本**の進行(深耕)
- 地縁コミュニティから**テーマコミュニティ**へ
- パブリックライフ**のあるパブリックスペース(公共空間)
- パブリックライフとしての市民プロジェクト(**プロジェクト型市民**)

## ■ ストーリーテリングするまち

- 人は理論ではなく**物語**を理解する(ロジャー・シャンク)
- ブランディングが好循環のエンジンとなる。「**語るにたるまち**」
- 人は問い続ける**問いの方向**に成長する(マーガレット・ウィートリー)  
(まちも、志向性を持たなければ成長できない)



## クロストーク2部に向けて

テーマ

### 公共空間活用におけるコンテンツ開発とプレイヤー発掘

- ・コンテンツにおいて公共空間をどれくらい意識したか？
- ・プレイヤーを巻き込むということ
- ・ほんとうの課題は何だろう？「話しあいましょう！」
- ・エリアマネジメントをもう一歩前へ

無断転載・無断利用を禁ず