

5. エリアマネジメント活動助成事業の成果と課題

これまでの助成事業の仕組みや活動実績の整理、アンケート調査やヒアリング調査から、10年間の活動助成事業の成果や評価として、次のようなことが挙げられる。

これまでの活動助成事業で得られた成果と課題は、制度が変わる今後も、引き継いでいくものと考えている。

5-1 助成事業の成果

(1) 助成事業を活用した多様なエリアマネジメント活動がみなとみらい21地区で展開し、街づくりに貢献した

各年の実績報告からは多様な活動が実施されたことがわかる。

- ・10年間で活動助成団体は延べ99団体にのぼった。
- ・活動内容としては、芸術文化、イベント・祭り、健康・スポーツなど、多様な活動が展開されている。活動のタイプでは、「体験参加」が半数以上あり、来街者に積極的にイベントなどに関わってもらおう体験型の活動が多い。
- ・活動の場所は屋外空間が多く、屋外のうちでも公園の利用が多い。
- ・活動主体別では実行委員会形式のものが3分の1あり最も多かったが、市民団体やNPO、企業など様々な主体で活動を行なっている。

活動助成団体アンケートによると、活動助成団体は必ずしもみなとみらい21地区と関連を持っていない団体でも、活動場所として同地区に魅力を感じていることがわかった。このことから、みなとみらい21地区が活動をしたいと思える求心性を持った地域であることが、本助成事業の実施を通じてわかった。

また、同アンケート調査では、団体とみなとみらい21地区との関係の理由としてメンバーが同地区の就業者であることを挙げている団体が多く、在勤者が働いている足元のまちでエリアマネジメント活動に参加する機会となった。

(2) 助成事業によりエリアマネジメント活動団体の交流や連携が実現した

活動団体へのアンケートや会員企業へのヒアリング、実績報告からの分析では、以下のようなことが事業の成果として挙げられる。

- ・公開選考会や実績報告会の仕組みで提案団体と企業のマッチングができ、企業の協力や団体同士の連携が実現した。
- ・団体同士の連携により、活動の継続や展開が図れた。
- ・連携の鍵になっているのは、活動場所（同じ場所で活動）やテーマ（共通のテーマで連携イベント）、メディア（取材する・される立場でのつながり）などである。

団体同士の連携については、高島中央公園を活動場所とする団体の多くが報告で高島中央公園愛護会を連携相手としてあげており、場所つながりの中でも注目される。みなとみらい21地区の中で、活動場所として多くの団体に選ばれている場所はいくつかあるが、場所の管理窓口そのもの

が活動団体である（「愛護会」）のは、ここだけである。場所に、管理者だけでなく「使い手」がいることが、活動の連携や活性化につながっていると考えられる。

□実績報告会 選考委員長のコメントから

他の活動とつなげて新しい活動の輪をつくる【H21 下期】

MM21の就業者や住民が活動グループを温かく見守っている。この街の関係者がこの街を作ろうとしている姿勢をこの助成制度が応援している印象を持った。

街づくりにおける助成金は、助成金を出して活動することが直接の目的ではあるが、間接的目的は、ここに暮らす人たちが、日常生活では知ることのできない分野の活動や考え方、問題点を知り、さらにいえば、知った上で連携して活動すること。活動が単独で終わらないで、他とつながることで活動の輪が広がる、新しい考え方が出てくるということが重要。

エッセンスをこうつなげたら街がこんなに面白くなる、これは事務局(YMM)の仕事であり、それをグループに戻すことができたら助成金の価値があると思う。

コラボの提案が多いことに期待【H23】

活動者のコメントなどでコラボの提案が多かったのが今後に期待すること。コストパフォーマンスを考えると、ばらばらに単独でやるよりは連携することで効果が二乗、三乗になる場合がある。

体験型イベントが増加し、コラボレーションの拡大が見られる【H24】

体験型のイベントやワークショップが少しずつ増えてきた。

ダイアログ・イン・ザ・ダーク(以下、DID)と身体ワークショップは今後何か MM を引っ張っていくアート、異次元、異空間、昼間働いている空間と違う空間での体験をそこにいけばできる点で面白い。継続は大変だが、DID が企業研修という形でやっているとは思わなかった。これだけの企業あるのだから、ここに現場を置いて、企業と一緒に、研修に利用してもらおう。MM にいるからには企業との連携があってもいいと思った。

交流の場を通じてコラボレーションがとて大きくなった。

(3) 助成事業はエリアマネジメント活動団体の力を高め、発揮させることに役立った

活動団体アンケートからは、助成事業を活用できたことや同事業の仕組みを評価する意見が多く、本事業が活動団体の力を高めていることがわかる。

- ・活動団体は、助成を受けたことにより、資金の確保だけでなく広報の支援や助成による活動の認知などが得られたと考えている。
- ・助成活動団体は、公開選考会の方法について、選考方法が透明で公平でよいと評価している。また、選考会等での質疑が活動の企画上で参考になるなど活動への効果を感じている。
- ・助成終了後も活動を続けている団体が多く、自立や活動振興のきっかけになっている。

団体同士の連携により、内容を引き継ぎ続けている活動(マメポニ)や、助成期間を終えてからも独自の資金調達をしてみなとみらい21での活動を続けている団体(高木学園など)もあり、助成期間だけでなく、その後の活動継続の力がついていると考えられる。

□実績報告会 選考委員長のコメントから

活動者の広がり(高校生の参加について)【H25】

今までネクタイを締めた人の街というイメージだったのが、大学生が参加してくれてよかったと思っていたら、今回は高校生が参加してくれた。先生の尽力もあるが、connectの高校生は個人でコミュニケーションとは何だろうから始めて、この助成を見つけて応募してくれた。今日はとても感動している。

活動の継続と発展(みなとみらいごはん部について)【H29】

1年目に提案された時は「何だこれ」と正直思ったが、その印象がだんだん変化していくのも楽しみにしているところもあり、何だこれと思いながらも、皆さんの意見を取り入れながら少しずつ変わってきた。

最初はMM地区の就業者を対象に昼休みの1時間に凝縮して実施した。すごい発想だと思ったが、助成が必要なのかと本当に思った。ところが、そこから住んでいるシニアを対象に、更に来てくれないなら、マンションまで迎えに行く。迎えに行きながら野草王子を連れて一緒に歩いてくる。今回はマルシェまでやる。要は、マルシェ付き、散歩付き、ご飯付き。この発展はきわめてユーザーの声や地域の状況を踏まえながら、最初の自分たちのミッションを失わない、とても洗練されていると思う。

今後どのように継続していけばいいのかと委員は悩んで、支援していきたいと考えている。いずれNPOごはん部、(株)ごはん部がありうるのかも知れないと、ちょっと楽しみにしている。

(4) みなとみらい21地区の恒例となるイベントを育てることができた

本事業を契機として、関係者を増やしながらか10年間続いている「みなとみらい21さくらフェスタ」のように、みなとみらい21地区の恒例となるイベントを育てることができた。

このほかにも、団体同士の連携により複数年度にわたりイベントを継続している団体や、3年の期限の活動助成を「卒業」して独自の資金を得ながらみなとみらい21での活動を継続する団体などがあり、これらが今後、地域に定着したイベントとなることも期待される。

5-2 助成事業の課題

(1) 空間の使い方に工夫が必要

会員企業ヒアリングでは、活動で使われる場所が限定されているという指摘もあった。

みなとみらい21地区は開発が進行中で、空地を暫定利用していたものが建設により使えなくなったり、新たな公園が整備されたりと、新たな公共空間が生まれる地区でもある。

地区の空間資源は、水辺や緑地(公園や港湾緑地)、道路、公開空地、建物の中のアクティビティフロアなど多様にあるので、これらを積極的にエリアマネジメント活動に生かせるよう、活動側の空間の使い方の工夫とともに、活動場所の提供や開発の段階に応じて活用できる場所の情報提供など、YMMとしても活動の環境を整える必要がある。

(2) 会員企業のエリアマネジメント活動への参画が促進されるよう、それぞれの資源の積極的な活用をはかれる仕組みが必要

会員企業アンケートによると、エリアマネジメント活動に対し会員企業が提供できる資源としては活動場所の提供が最も多く、それについて人材の提供が挙げられている。一方、活動助成団体アンケートからは、活動の課題として資金の確保について実務担当者の不足が挙げており、「人材」が企業と活動団体双方から挙げられている。会員企業の人的資源の活用が今後もエリアマネジメント活動促進のカギになると考えられる。

「さくらフェスタ」のように会員企業が中心メンバーとなって始まり、10年継続している活動もある。地元企業や地元住民の参加型イベントとしたことで定着し、公民連携の仕組みとして実行委員会形式でやっている。このような関係者の力を生かすノウハウを会員企業や活動団体等で共有することも、活動促進にとって重要である。

会員企業アンケートからは、エリアマネジメント活動助成事業を知らなかったという会員もあることがわかった。会員企業の担当者の異動や開発に伴う新規会員の加入などを考慮すると、会員企業への継続的な広報が課題と考えられる。

□実績報告会 選考委員長のコメントから

資金と活動の循環システムで街をつくる【H21 下期】

MM の街のイメージアップや地区に来場する人のニーズを最先端で捕らえる役割を担えるので YMM が連携すべき。

MM 地区は、関係者が資金を出して、グループが活動して、戻すという循環システムで街をつくる面白さを感じる、新しいシステムとしていいものだった。

(3) 会員企業の視点から、改めて、みなとみらい21地区の街の姿の議論が必要

企業ヒアリングによれば、公開選考会に参加した企業は、「街のにぎわいをちゃんと創出できるか」、「みなとみらいでやる必然性や企画としての楽しさ、実現性」などを評価の視点としていた。また、就業者の多いみなとみらい21地区では、エリアマネジメント活動に提供される空間は、就業者のための飲食店舗が集積した場所であることも多く、活動内容が就業者に喜んでもらえるか、テナントサービスに繋がるか、といったことが判断のポイントとなっていた。会員企業としての視点からエリアマネジメント活動が評価されていたことがわかる。

しかし、それとともに、エリアマネジメント活動助成の制度に対し、「この地区の課題を解決する活動を募るといのが本来であるはずだが、みなとみらい21地区内での活動を条件とするだけになっていたのではないか。地域を勉強して地域のあるべき姿を議論し地域への愛情を深めてから活動の提案を行うべき」という指摘も挙がっている。

「そもそもみなとみらい21地区でどのようなエリアマネジメント活動をすべきか、どのような街にしたいかという議論が十分できていない」という意見に対し、会員企業、特にみなとみらい21地区に期待して進出した企業の声を拾う議論の場を作ることも重要である。

□実績報告会 選考委員長のコメントから

企業や住民が都市空間としての MM21をどう活用するか【H22】

新たな都市を作る仕事は少なくなっていて、作られた建築空間、都市空間を人間がどう利用するか、どう活用していくかという時代になっている。MM21地区は創られた都市空間としては素晴らしい。その中でこんなふう企業や住民によって使われていることを示すことは、日本の都市計画を考える上で最先端のことだと思うので是非お願いしたい。

公共空間を街の活性化にどのように利用するか【H23】

MM21の街づくりは、屋外の公共空間がきわめて充実しており、これほど充実しているところはほぼ国内にはない。ただ、公共空間は放っておいては街の活性化に寄与しない。公共空間を街の活性化のためにどのように利用するかがテーマである。

街の魅力になるパブリックスペースの活動【H29】

日本の都市で魅力調査をしているが、パブリックスペースにおけるデザインの質、そこでの市民の利用がどれだけ進んでいるかによって都市の魅力を決める。近代的な高層オフィスの有る無しではない。パブリックスペースの質、緑の量もそうだが、パブリックスペースがどれだけ市民に利用されるかによって都市の魅力に差がついている。

街としての魅力を作り出すことが活性化に重要【H23】

1年のうち270日、街のどこかで何かしらやっていることで街が活性化する。イベントを目的に来るお客だけでなく、来ることによって付随して、お店や飲食店に入ることを期待している。各店舗の魅力化には限界があるので、街としての魅力を作り出すことが活性化に重要。そのためにYMMがあり、そのために会員企業は会費を払っている。

清潔な街を目指す活動【H26】

クリーン&セイフティに加えて、どのようにお迎えするか、この街にきてもらって気持ちいい体験をしてもらうためにどのようなサービスをするか、日本的に考える工夫、MMらしい新しい方法を考えてもらいたい。複数の活動団体が一つの方向性を持っていて、清潔な街というMMが目指す方向を示唆していると思った。

5-3 助成事業の仕組み・運営についての課題

事業の仕組みや運営に関しては、次のような点が課題として挙げられた。エリアマネジメント活動の支援制度がトラストに変わり、YMMの事業としては終了したが、今後も新たな活動支援事業でのYMMの役割や立ち位置として、生かしていくべき視点である。

(1) エリアマネジメント活動の対外的なPRの工夫

エリアマネジメント活動推進のためには、同活動によってにぎわいの創出された街の紹介や活動を支援する事業の紹介などを、継続的に多様な手法で実施していくべきである。

また、活動推進のためには、PRと合わせて、収益事業等により、エリアマネジメント活動促進のための資金を作ることも考えられる。

□実績報告会 選考委員長のコメントから

継続的なPR活動【H22】

PRが足りない。スタートしたばかりの活動で助成が1回で終わったとしても、事務局はずっとPRし続けていく。行政が支援しているのはなく、企業からの会費でまかなっている点を深く受け止めるべきである。

毎月のイベントとあわせたカレンダーづくり【H23】

季節ごとのイベントが増え、季節ごとの風景が定着してきたのであれば、カレンダーを作ればいいのではないかと。毎月みなとみらいの風景を刷り込む。継続的なものしか入れられないが、月めくりのカレンダーをYMMで作るべきなのではないかと。

収入を得る仕組みの検討(絵葉書販売など)【H25】

本事業で活動した団体のこれぞ1枚を、事務局が絵葉書にして、来街者に売って、その収益をこのファンドの資金に提供するなど、活動を生かして街のイメージをアップして、収入を得る仕組みをそろそろ事務局が考えて欲しい。

収入を得る仕組みの検討(絵葉書販売など)【H26】

記憶に残る写真は写真集にちゃんと事務局が残さないと。絵葉書にして、販売して、収益を事務局の経費に回すなど。言葉で語るよりも、写真1枚が助成事業について多くを語ってくれる。

(2) 公開選考会や報告会のしくみへの評価と運営の工夫

会費を財源とする助成であったため、公開選考会に会員企業が参加することで会費の使い道が明確になることはよかったという意見がある一方、選考会から報告会までかなりの時間を拘束されるため、参加する会員の負担も大きくなっていったと考えられる。会員が参加することのよさを残しつつ、運営の工夫をすることが必要である。

(3) 活動環境の整備に向けた支援

活動団体の提案の中には、空間づくりについての提案もあった。街の活性化にとって有効な提案であっても活動団体だけでは実現は難しい。YMMとして検討していくべきものであり、調整役としての機能が求められている。

□実績報告会 選考委員長のコメントから

空間づくりへの提言①(歩行者天国)【H22】

さくらフェスタ実行委員会から出た歩行者天国を作ろうという提案。これはみんなで受けとめるべき。MMの都市空間を使う上で絶対必要だとなれば、更なる検討を事務局が積極的にさくらフェスタ実行委員会とともにやって欲しい。MM地区は、関係者が資金を出して、グループが活動して、戻すという循環システムで街をつくる面白さを感じる、新しいシステムとしていいものだった。

空間づくりへの提言②(車いす活動)【H22】

車いすの活動に関して、前回の提案にはビルの管理者からとてもいい提案だと言われた。せっかく報告書ができたのであるから、事務局が貴重な調査をどう生かしていくか。話合いの場を作ることから始めることが極めて重要。