

全国エリアマネジメントネットワーク ロゴマーク発表

全国エリアマネジメントネットワーク副会長、法政大学教授 保井 美樹 氏

ご紹介いただきました、全国エリアマネジメントネットワーク副会長を拝命しております保井美樹と申します。本日は、大変お忙しいなか多数の方々にお越しいただきまして本当にありがとうございます。

このような素晴らしい機会を、博多で準備していただきました博多まちづくり協議会様、We love天神協議会様、本当にどうもありがとうございます。

ご存知の方も多いかもかもしれませんが、私自身も福岡の出身です。中学・高校とここから出ていますJR 鹿児島本線で通学をしております、博多駅は私にとって青春の場所です。今日は、私自身のレガシーを振り返ると共に、初心に戻って、エリアマネジメントについて今日から次の段階に行かないといけないと感じました。こういう機会をいただけることに非常に感謝しております。

基調講演の時間を二十分ほどいただきましたが、冒頭、私ども全国エリアマネジメントネットワークから一つ発表をさせていただきます。全国エリアマネジメントネットワークは、全国各地で産声を上げ、さらに発展をしつつあるエリアマネジメント団体の実践の現場を繋いで、実践が議論や政策を作っていく、そういう流れを生み出すべく生まれ、活動を開始しています。

地域で繋がる、あるいは地域の中で新しい収益を生み出してそれを地域に戻して継続的に都市を経営していくという考え方がエリアマネジメントの一つの鍵であります。こういう考え方は、福岡は違いますが、全国的に人口が減少していく中で、建物を造るだけではない、新しい都市経営の時代が生まれようとしている中で非常に大事な考え方です。

こういう考え方をさらに広げ、さらに深め、そのための社会システムを作っていくべく、皆で共有出来るようなものがないかということで、デザイナーである太刀川さんと検討を進めて参りまして、この度、皆さんで使っていただきたいという全国エリアマネジメントネットワークのロゴマークを完成させました。

このプロセスにおきましては、たくさんのネットワークの会員の方々との話し合いやご意見をいただき、その過程におきましても皆様方に非常に感謝申し上げる次第であります。その結果として生まれて来たものです。

早速ですが、お作りいただいた太刀川さんにご登壇いただいて、ロゴマークをご紹介いただくと共に、その使い方、マークに込めた想いなどを少しお話いただければと思いますので、よろしくお願ひします。

NOSIGNER 株式会社 代表取締役 太刀川 瑛弼 氏

ただいまご紹介に預かりました NOSIGNER（ノザイナー）の太刀川です。以前この全国エリアマネジメントネットワークの決起集会というか、スタートの会において、検討中のマークをご覧頂いた方も多くいらっしゃると思います。それを見たという方はどの位いらっしゃるのでしょうか？

その時には、ロゴについて、エリアマネジメントという考え方自体が日本全国に広がっていく、エリマネという行為のブランディングをどうやったら出来るかというのを考えていました。

しかし、その後ロゴマークを発表して皆さんからご意見をいただく中で、別の課題もありそうだというのも分かって、ロゴのデザインも少し変更・調整したり、愛称に関しても色々と保井先生達と検討を重ねてお持ちしました。

発表させていただきます。このマークが今後、全国エリアマネジメントネットワークで使っていくアイデンティティとなるマークになります。

以前お話を伺っていただいた方には、どういう関係でこのような造形なのかというお話をしたかもしれませんが、人と人が繋がる形を持っていて、それが AM、エリアマネジメントになっているということ。それが少し建物のような、街が出来ていくようなそういう感覚を想起させるものであって欲しいなということで、こういう形をデザインさせていただいております。

前回と大きく変わったことがあるとすると、前はエリマネットと書かれたロゴマークを皆さんにご覧になっていただいたと思うのですが、皆さんと色々なお話をするなかで、それぞれの組織がエリマネの活動を既に大変やられている中で、エリマネットという名前になってしまうと、皆さんの活動体の名前がそうであるのかとか、そういうところでアイデンティティ上コンフリクトを起こすというか、皆さんの活動なのか、所属している組織なのかが微妙に分かりづらいというのがあって、エリマネットという名称ではなく、全国エリマネという言いの方が、総体としてのエリアマネジメントネットワークを表現するのにふさわしいのではないかという議論がありました。

アイデンティティを決定するにあたって皆さんの意見が反映されているというのと、前回の決起集会において距離感というか、空気感というかそういうことを感じて、少しデザイン上フォーマルに使えるくらいのもの、前はもう少し緩いものだったと思うんですけど、そういうものに調整しています。

いくつかバリエーションを作ってきておりますが、ぜひ皆さんに、日頃のエリアマネジメントの広報活動においても、色々な広報物に入れて使っていただきたいと思います。

これはモーションロゴです。例えば、ここにいらっしゃる皆さんの中にはデジタルサイネージをお持ちの方とか、あるいは自社・自分たちの活動のプロモーションビデオを作られている方もいらっしゃると思います。そういう方にはこのモーションロゴをぜひ使っていただいて、皆さんのロゴとこれと両方とも出てくるような、ムービーの一部にもし入れていただくことが出来たらいいと思っています。「あ、このエリアマネジメント団体は全国でネットワークを作りながらやっている団体なんだ」と、このマークが付いているエリマネ団体は信頼できると、そういう感覚のしっかりしたエリマネ団体にはこれが付いている、という形になっていければと思っている次第ですし、ここにいらっしゃる皆さんはもうそうだと思います。

緩いロゴのレギュレーションを作っているのでも、皆さんのお好きな色にさせていただいて構いません。ですので、例えば、名刺の中にこういう風に入れていただいたりすると、「なるほど、このエリアマネジメント団体というのは全国エリマネの関連組織、そこに所属する組織なのか」ということが分かったり、仲間のマークがついている、という感じで広がっていくといいのかなと思っています。この使い方は本当に皆さんに投げられるということですが、エリマネという活動を広げていく武器として、このデザインを使っていただきたいと思います。

皆さんのところに、別途メールでしっかりデータを近日中にお届けすることになるかと思っております。

今後ぜひまた、運用上こういうことがあるといいよ、とか、こういうタイプのロゴがあるといいよ、とか、そういうことがもしあればご連絡いただければ対応したいと思っております。

皆さんのエリアマネジメント活動が、これから広がっていくことを祈念しております。このマークとともに広がっていくとすごく嬉しいと思っていますので、引き続きよろしく願います。

基調講演

『エリアマネジメントが切り拓く・JAPAN LOCALISM（地域主義）』

全国エリアマネジメントネットワーク副会長、法政大学教授 保井 美樹 氏

エリアマネジメントという言葉は徐々に浸透してきておりますけれども、まだ日本全国から見ますと、ほんの小さなムーブメントです。これをぜひ、それぞれの都市で進めていただくとともに、これを全国的な流れの下にある、大きなムーブメントなのだ、と皆で動かしていきたいと思っておりますので、ぜひよろしく願います。

残り十分しかないので、どこで話が切れるか分かりませんが、ローカリズムという題名を今日はつけました。最近の出来事、例えばイギリスのEU離脱とか、アメリカの大統領選挙とか見ていると、グローバリズムとローカリズムが対立しているような様相が見えます。実は、エリアマネジメントというのはどちらの動きにも符合するものと思っております。

グローバルな動きを受け止め、それを地域の中に受け止めて、地域の中で循環する経済を作っていく、それが意味エリアマネジメントとして重要なことではないか、と思っております。その中で大事な動きがパブリックスペースだと思います。これから後のセッションで具体的な議論が行なわれると思いますが、その様な話を時間が許す限り出来ればと思っております。

グローバル都市と地域主義、いわゆるローカリズムの動きを少し、評論や研究など、若干恣意的ではありますがピックアップして、その中から具体的な都市の流れを見てみたいと思っております。グローバル都市という言葉が使われたのは1980年代後半から90年代でした。この時代の都市というのは、いわゆるグローバル化した経済を牽引する多国籍企業の中核機能を、如何に都市に誘引していくのか、そういうものが誘引すれば関連する保険・金融、法律・会計とか、そういうものが集まってくるという仮説の下で構築されていきました。グローバル都市という本も出ていました。

しかしながら、少しずつ様相が変わってきています。2000年頃からです。リチャード・フロリダは著書でクリエイティブ・クラス、クリエイティブ階層という考え方を世の中に提唱しました。この背景には、80年代に重視されていた業界に加えて、映画・映像、あるいは文化・ICT、あるいはデザインといった様な産業が急成長していった中で、そういうような業界を担う、いわゆるクリエイティブな人材確保を行なうことが都市の間の競争の一つの大きな要素として浮かび上がってきた訳です。

都市空間というのは高度な業務機能だけではなくて、もっと文化的な魅力、あるいは多様な価値観を持つ人たちが共生するような、ある種の寛容性の高い空間・環境、そういうものを兼ね備えることが重視されていきます。

ここではグローバル都市の一つの例としてニューヨークに関する書籍を時系列に示していますけ

れども、80年代から90年代までのニューヨークで非常に注目されていたのが、Privately owned public space (POPS)、いわば民間が持つパブリックスペースというものでした。そういう本も出ています。いわゆる開発のインセンティブとして、パブリックスペースを提供して、その代わりに容積率の緩和が行なわれる仕組みが非常に進みました。いわばこれは公共空間の市場化と言ってもいいと思います。

しかし徐々に様相が変わり始めます。都市空間には、そうしたアメニティだけではなくて、そういった空間を最大限に活用して、魅力あるコンテンツを創り出すための組織形成、あるいは人育てが急務だということも分かってきました。

ニューヨーク市の公共空間に関する著書も、そういう意味で少しずつ中身が変わっていています。2016年のストリート・ファイトというのは、ニューヨークの前の交通局長が書いたものですが、道路に自転車道や広場が出来ていく。その過程を通じて、都市が車や建物のための都市ではなくて、人のための都市空間に変わっていく、そういう様子を描写しています。その中で、広場化された空間においては、民間の地域経営団体、エリアマネジメントのモデルとしている BID という組織、あるいは様々な市民グループが、イベントや色々なコンテンツを創り出し、単に公共空間を民営化するのではなくて、使い手の視点で空間が育まれていく、そういう段階の動きを創り出している訳です。

これは、いわば公共空間の地上化を越えて、社会化と言ってもいいのではないかと思います。廃線を使った公園であるハイライン、あるいは道路の広場化、水辺の公園、それぞれに運営団体が民間で創り出されていて、市民と共にこれを育てています。さらに、2016年にはタクティカル・アーバンイズムについて書かれている本が出ます。市民の動きを可視化していくということが非常に重要であるということを示していて、長期的変化のための短期的プロジェクトと言う言葉を提唱しています。言わば都市・地域を変える長期的な戦略を頭に入れながら、まずは低コストで出来るコミュニティベースの社会実験を行なっていく。それを出来る人材を行政、民間、あるいはコミュニティ、それぞれに存在しているということを非常に重視しています。そういう人たちが戦術的な動きをしていけば、都市は結果的に非常に大きな変化をもたらすということを言っています。

こういった動きがニューヨークだけでなくアメリカの各地で起きており、まさに都市の中で大きな変化になりつつあると言ってもいいと思います。まとめると、単に私たちが企業誘致、多国籍企業の誘致とそのため基盤整備をするのではなく、新たな人材を創り出す、人材を引きつけるために、感性豊かな都市環境を創っていく時代だということです。そのためには、単に都市空間が民営化で民間が整備・管理すればいいという訳ではなく、そこをもっと社会化、使い手である市民自らが、そこに入っていき、その営みの仲間に入っていき、そういうことを私たちは目指さなくてはならないかと思う訳です。

少し付け足すとすると、アメリカの都市、これはニューヨークの人口流入ですけれども、20-30代の人口流入はありますし、海外からの人口流入（オレンジ色）は非常に激しいのですけれども、実はその後、海外からの人口流入は落ち着くのです。さらに、国内の人口流入は逆なのです。どんどん外に、郊外に出て行ってしまっているという状況があります。実はニューヨークだけじゃなくて、ポートランドとか、西側の都市も含めて大都市にほとんど共通して見られる状況です。こういうことからすると、地域外から優秀な人材を継続的に呼び込むだけではなくて、郊外等に転出するファミリーを引き留めることが非常に重要で、公共空間だけではなくて住宅や教育などの暮らしのためのコンテンツが求められているという現状がアメリカの都市にはあります。

実は、日本を見ても同じ様な状況があるのですね。東京 23 区を見ても、やはり若い人たちは入ってきていますが、その後の流入というのはマイナスです。名古屋を見ても、近隣の自治体に特にファミリー層だと思われるのですが、流出している現状があります。福岡市だけは違うのです。先ほどのご挨拶の中でもあったところですが、社会増が顕著なのは福岡市、つぎに札幌市だと言われているのは皆さんご存知だと思いますけれども、その流入人口をみますと、福岡市はやっぱり若い人が非常に流入していることが分かります。札幌はある意味逆で、高齢の人も受け入れている状況ですが、さらに、若い人が流入しているうえに、他の地域に対してもむしろ流出が見られないです。福岡市の流入人口が流出人口より低い（流出している）のはおそらく首都圏等若干の地域だけで、あとはすべて近隣地域から福岡市に人口が流入しています。そういう意味でいうと、アメリカの都市とも、日本の他の大都市ともちょっと違う様相にある。そこにおけるエリアマネジメントを、ぜひ週末のストリートパーティーやエリアマネジメントの取り組みで私もぜひ見てみたいと思うところです。

もう一つ、グローバル都市の議論とは別に、ローカリズムという流れも顕著になってきています。すなわち、地域のことは地域で決める・実施するという流れです。BID もこういう流れの中に捉えられることも多い訳です。1990 年代にコロンビア大学の Richard Briffault 先生が出した「私たちのローカリズム・地域主義」という論文は、今でも理論的な BID の下支えになっているところですが、地域主義の中には、非常に排他的なゲートで囲まれたコミュニティのようなものも含めて様々な議論がありますが、地域が自らの課題を認識して整理し取り組んでいくということは、近年の日本のみならず、政府への信頼が揺らぎやすいこの時代において重視されてきています。

2015 年に地域主義を再考するという本も出ているところです。例えばイギリスにおいては、前のキャメロン政権で BID もそうですし、地域のタウン、コミュニティ、パリッシュといった自治体よりも小さな地域にある自治組織の取り組みというのを非常に強化して、そこへの権限委譲、計画の提案権なども整備してきているところです。そういうところが、地域に身近なインフラを管理・運営する、そして収益を上げていくということを行ない始めています。

関連して、ノーベル経済学賞を受賞した Amartya Sen という人が言った言葉です。原文は時間がないので読みませんが、地域の自治を重視して、国というのはそもそも民主主義には向いていないと書いてあります。むしろ民主主義を通じて国というのは変わっていくということです。民主主義というのは地域とコミュニティで実施されていくもので、それが積み重なることで国全体も民主的になっていくという話です。

また、民主主義の実践を人々が行なうことでお互いに学び合い、社会全体で価値観の共有を図って優先順位をつけていく、そういうことができるようになっていきます。これは、エリアマネジメントで重視しているソーシャルキャピタル、絆を創り事業を創っていくという考え方そのものがあります。小さなエリアの中で色々な利害を持つ人たち・団体が集まって価値の共有を図って優先順位をつけ事業を実施していくということ、これこそが民主主義の実践である訳です。

エリアマネジメントはグローバルな都市を変えていくという都市づくりの改革と、もう一つは地域主義を進めていく、ガバナンスの改革を進めていくという両面があると思っております。それぞれ様々な課題がありますが、これを踏まえてエリアマネジメントの価値はこの三つじゃないかと思っています。価値を皆で創り出す価値共創型のマネジメント。そして自立運営型のマネジメント、かつ人財育成型のマネジメント。この三つをキーワードとして今日は最後に打ち出したいと思います。これを実践するうえで、これからのセッションのテーマであるパブリックサービスが非常に鍵になってくると思います。色々な実践があります。福岡でも明日あります。

価値を共創していくということ、すなわちパブリックスペースを考えた時に、もっとパブリックスペースを活かして、それが周りの価値に連動していくということを考えなければいけない。ところが現状は、公園緑地の周りにあることが全く活かされていない地域、あるいは開発が全然波及しなくて衰退してしまうという様な話、あるいは新住民と旧住民の確執、こういうものが各地で起きている訳です。こういうことをエリアマネジメントは越えていかなければならない、すなわち境界を越える、対話と協働から価値を一緒に創り出していくということが大事であります。

ニューヨークで言うと、ブライアントパークがかつての非常に危ない状況から、周りの人たちがお金を出しあつてBIDを作り、民間、地域管理をすることで盛り立て、周りの土地利用も変わっていった様に、価値を共創していくという考え方が非常に重要です。

もうひとつは、パブリックスペースの自立運営型マネジメント、これをエリアマネジメントから生み出していくことです。今のパブリックスペースの多くのところが年間予算を消化するだけの公共空間管理になっていないでしょうか。せつかくの使用料等の収入が入っているのに、地域に還元されずにまったく地域の将来価値に繋がっていないのではないのでしょうか。管理者が収益を生み出すことにまったくインセンティブを感じない構造になっていないのでしょうか。あるいは、せつかくエリアマネジメント活動が周りにあるのに単なるボランティアに留まっていないのでしょうか。これを自問しながら乗り越えていきたい。すなわち稼いで戻す。外から稼いだ財を地域で循環させる、これを可視化させる。これがとても大事な考え方ではないのでしょうか。ニューヨークにおいては、最近出来ている公園やパブリックスペースで実践されてきています。

そういうことをやりながら、もうひとつエリアマネジメントがやっていかなければならないのは人財育成であります。今この街には、地域や街に非常に無関心な人が多い。建物の間、建物と公共空間が断絶している。そもそも禁止事項が多くて創造的な利用が考えられにくい、作り込まれ過ぎて自由に使えるところがない。これも乗り越えていきたいという風に思う訳です。市民が運営し稼げる機会、自由に考え多様に使いこなす、そういうことを考えると禁止事項を増やすのではなくて上手な使い手を増やしていく。そういうことを考えるのが私たちの課題ではないのでしょうか。

東京の池袋、南池袋公園になります。最近日本でもこういうことが増えてきました。それから、人財育成しようということで、札幌の駅前まちづくり会社では公共空間の企画者を育成するような取り組みも始めています。こういうことをどんどん進めて、エリアマネジメントを通してローカルから世界に向けて発信できる人財、これを私たちが育成して、そういう人たちが集まる場所をパブリックスペースに創っていきたくらいと思いませんか。

人が織りなすようなストーリーがある場所、人が風景の一部になる場所、そういうものが大事なのではないかと思います。そういうことを考えますと、私は市民の中にこういうプレイヤーを創っていくべきではないかなと思っています。

エリアマネジメントというのは都市の中の経営者だと思います。これは行政の方も含めてだと思います。行政と、民間のエリアマネジメント団体とが一緒になってビジョンを持ち、人や組織の関係を構築し街を変えていく。そういう事業を興す。

その中に、プレイヤーをどれだけ創っていけるのか、コト興しをする、街に新しい経済社会活動を生み出す、という人たちをどれだけ創れるか。これが都市の競争力に繋がってくると私は考えます。そういう人たちが増えてくると、企画に参加してそれを支援し見守り、何よりもそれを楽しんでくれる人たちが増えていくはずで。

エリアマネジメントというのは、ある意味、地域の力を強めるためのストラテジックプランニング

とその実施です。それを実質的に都市を変えていく動きにするためには、個人から始まる動きを創っていかねばなりません。この両面を私たちが創ることで、これからさらにエリアマネジメントが盛り上がるのではないかと考えているところです。

駆け足になりましたが、私からの基調講演は以上となります。どうもありがとうございました。