

4. 助成団体および会員企業へのヒアリング

4-1 助成団体からの意見

(1) 団体からの意見のまとめ

平成30年度助成事業実績報告会(2019(令和元)年7月25日開催)の後半に、助成団体と選考委員、会場の参加者を交え意見交換を実施した。エリアマネジメント活動のヒントとなる意見が多数得られたので、ここにその一部を紹介する。

助成団体からの意見では、特に、次の5点について指摘があった。

1. 連携・つながり

地域(住民、子ども)、団体、企業とのつながりによって、活動が広がる。実行委員会形式は連携の有効な手段となる。

2. 助成事業が連携の場

公開選考会や実績報告会に参加することにより、連携相手と出会うことができる。

3. 企業からの協賛

活動するためには資金確保が必要であり、企業からの協賛金は重要である。

4. 子どもや若い世代の参加

子どもや若者の意見は、大人では考えつかない発想や時代にあったツール・方法を気づかせてくれるきっかけとなり、活動の広がりが期待できる。そのために子どもや若者が参加しやすくなる工夫や配慮が必要となる。

5. 継続は力

継続によって活動が広く周知され定着することができる。活動に必要とされるヒト、モノ、カネ、情報は、継続することによってより多くを引き寄せることができ、それによってさらに活動が広がる循環がみられる。

(2) 団体からの個別の意見

①みなとみらいでポニーと遊ぼう！実行委員会 松本道雄氏 (助成：H28・29・30年度)

活動資金については、助成終了後、企業協賛により継続できるようにしたが、日頃から接点のない企業には依頼はできない。高島中央公園でのイベントに参加してもらった企業や周辺の商業施設など、普段から関係をもっているところから協賛が得られている。[3]

他の提案団体との連携も助成事業の成果の一つ。選考会で他の団体の活動を知ることができ、高島中央公園でやったら面白いなと思って声をかけたり、マンションで開催した食事サロンでは、みなとみらいごはん部さんに協力をお願いしたりした。[1,2]

ポニーの運営を手伝ってくれた子どもから「誘ってくれてありがとう。また呼んでね」というお礼の手紙をもらった。子どもに役割を与えるのは大切なこと。ポニー体験に参加した子どもが運営を手伝うボランティアに育っていった。子どもが地域とつながる活動になったと思う。[1,4]

②みなとみらいごはん部 里見浩子氏 (助成：H27・28・29年度)

みなとみらい21地区は、住民と就業者、来街者が一堂に集まる魅力的な街。これらの三層が一緒にご飯を食べ、会話する機会をつくりたいと始めたプロジェクト。

会場にはキッチン付き貸しスペースのBUKATSUDOを利用。1年目は在勤者が多く、2年目に在住者に来てもらえるよう、チラシを作成してマンションに配るなどの工夫をした。横浜市内の農家や

企業、飲食店などとコラボして、認知度を上げていったところ、来街者の割合も増加してきた。[1, 5]

ごはん部のプログラムはキッチンがなくてもIHが2台あれば可能。企業内の会議室でもデモンストレーションした料理を20分で食べ、残りの時間で交流できる。企業でもマンションでもコミュニケーションを図るツールとして「食」を活用してもらえたらいい。[1]

③みなとみらい大盆踊り実行委員会 南雲隆 氏（助成：H22・23年度）

2018年夏が11回目、2019年夏は12回目となる。当初はパシフィコ横浜が実施したが、第3回から実行委員会形式をとり、周辺企業、西区役所、YMMにメンバーに入ってもらった。企業・団体・住民の相互連携で地域を活性化し、来街者も交えてふれあいの場をつくるのが趣旨。[1]

2018年実績では、協賛が97団体、来場者も増加して2日間で24,000人にも上る。協賛については、みなとみらいに本社機能を持つ企業が増えていた時期でもあったので、進出企業にYMMとともに声掛けしたところ、地域貢献をやりたいと考えていたところから賛同が得られた。パシフィコ横浜でも施設運営の特性を活かして、協力会社に協賛を依頼した。[3]

みなとみらいを拠点とする企業としては、地域との交流、地域貢献は存続につながるという思いがある。住んでいる人、働いている人たちのこの街が好きだという思いがとても大切で、それがエリアマネジメントやみなとみらいの力になっていけばうれしい。[1]

広報の面からはFMヨコハマや神奈川新聞、横浜ウォーカー、フリーペーパーに取り上げてもらううちに認知度があがってきた。いろいろやっていくうちに徐々に浸透、賛同や協力が得られ、認知度も上がった。継続は重要、継続は力である。[5]

④NPO法人ミニシティ・プラス 岩室晶子 氏、橋本みなみ 氏、山本承太郎 氏（助成：H30年度）

ミニシティ・プラスの活動に「特命子ども地域アクター」というものがある。地域の困りごとをNPOが受けて、子どもたちと見合いをして、希望のところに助けに行くというプロジェクト。いつも面白い提案が出る。もちろん、できること、できないことはあるが、活かされることがあると面白いと思う。子どもの意見は時代に沿っていて参考になるので、それを活かしていきたいという活動である。[4]

三菱地所株を取材したとき、ランドマークタワーの展望台になかなか人が集まらないから、何かいいアイデアがないか、と求められた。そのとき、展望台にポケモンを置けば子どもがくるのではないか、恋愛スポットを置けばカップルがくるのではないかといろいろな意見が出た。子どもだから考える、子どもだからズバズバとはっきり言うことがある。大人だけでは出ないアイデアを持っているので、それで地域に貢献できたらすごい力になるのではないかと思う。[1,4]

⑤まちが人をそだてるプロジェクト実行委員会 磯野秀夫 氏（助成：H30年度）

桜木町駅前での道案内「どこいき隊」をやっている。当初、中学生～大学生に参加を呼びかけたが、学校を離れて久しいメンバーが学校行事のある時期にイベント日を立ててしまい、参加者が集まらなかった。今は学校のスケジュールを十分配慮して計画している。[4]

夏休みは小学生が何かやってみたいと思う時期でもあり、大学生もボランティアができる。ボランティア証明書が欲しいという動機であったとしても、結果、達成感が生まれ、1人でも面白かったと思うとくれたらうれしい。若者から、案内マップを「なぜ紙で作ろうとするのか、今はSNSですよ」と提案され目からうろこだった。若者に来てもらったなら発見があり、自己満足で作っていたことへの気づきがあった。[1,4]

4-2 会員企業へのヒアリング

(1) 実施概要

本事業の10年を総括するにあたり、企業へのアンケート調査を実施するとともに、本事業とかわりの深い会員企業にインタビューを行った。

- ・実施時期：2019年12月18日・19日
- ・調査対象：①みなとみらい21熱供給株式会社
②丸紅リアルエステートマネジメント株式会社
③三菱地所株式会社

(2) 調査結果

①みなとみらい21熱供給株式会社

ヒアリング対象	営業部長 阿久津 誠司 氏
本助成事業との関わり	公開選考会への参加が最も多い

ア 公開選考会の仕組みと選考の視点について

・提案のレベルアップ

最初の頃は、わざわざ助成を受けなくても事業として成り立っている提案もあり、何故これを見なとみらいでやるのかと疑問に感じるものもあった。審査では、本当にみなとみらいのためになるのか、実現性はあるのかなどを質問した。回を重ねることによって、事業性がよくなり、みなとみらいでの必然性も高まってきたように思う。公開選考会等でのプレゼンに対するの質疑応答や選考委員と提案者とのやり取りによって企画がブラッシュアップされていったと考えている。

・選考の視点

選考では、街のにぎわいをちゃんと創出できるかを考えた。まずは、やろうとしている企画がみなとみらいでやる必然性があり、かつ企画として楽しいかどうか、その上で、体制や財務的な面から本当に実現できるのかどうかを見ていた。

・会費を財源とする助成事業の特徴

公開選考会は、会員企業としては自分たちが出した会費がどのように使われるかを確認する機会でもあった。選考委員として参加することにより、会費の使い方が提案時に確認でき、実績報告会で活動報告を受けることができた。フィードバックができていた事業であったと思う。

イ 活動に望むこと

・MM21地区でのエリアマネジメント活動について

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といった議論が十分でないと感じている。そもそもみなとみらいをどのような街にしたいか、それをどう発信していくかが足りていないと思われてならない。

安心安全な快適な街を作るためにみなとみらい21熱供給(株) (以下DHC) はあり、大きなエリアマネジメントの機能の一つとして存在している。日本の他都市と比べて、みなとみらい21地区はここが優れているといった情報発信が十分でない。安心・安全・快適に企業活動ができることがこの地区に進出している企業が一番求めていることであると思う。このような基本的なことをアピ

ールし、その上で街のにぎわいを創出する活動があるのではないかと考えている。安心安全に加えて環境問題はこれからますます重要で、みなとみらいでの取組を打ち出してもよいのではないか。

ウ 市民活動に提供できるもの

みなとみらいかもめ SCHOOL 等で就業者に向けてプラント見学の実施、みなとみらい本町小学校とは教育連携協定を締結し、見学の受け入れや報告会への講師派遣等を行っている。このような形での地域貢献が適当だと考えている。

エ 今後の展望

・街のあり方を勉強したうえでの提案

横浜市金沢区主催の「地域づくり大学校」では、志のある人が集まって学んで、そこで街づくりの方向付けがなされている。そのため、その後の活動がバラバラではないという印象を受けた。ただ単に助成事業を募集するのではなく、まずは街づくりの勉強会をしてはどうか。例えば、地域コミュニティの作り方等勉強会をやって、そこを卒業したメンバーが提案する街の活動に助成するといった流れがいいのではないかと感じる。個人でも企業でも構わないが、エリアマネジメントにつながるようなみなとみらいのあるべき姿を議論する勉強会があるといいと思う。

勉強会をすることによって、地域への愛情も深まる。街づくりにはやはり愛がないと。みなとみらいに関係のない人が自分の目的実現のために場所を借りるだけでなく、みなとみらいに愛がある人を集めたい。

②丸紅リアルエステートマネジメント株式会社

ヒアリング対象	施設管理第二部 横浜施設管理課長 鶴崎 重樹 氏
本助成事業との関わり	助成団体の活動場所として最も多くスペースを提供

ア エリアマネジメント活動場所の提供

・活動場所の提供についての考え方

場所を提供することによりにぎわいの創出やビルの集客につながるのであれば、積極的に提供していきたいと考えている。とはいえ、提供できる場所は公開空地がほとんどなので、その狭間で苦慮している。

公開空地の利用には横浜市の規制がある。エリアの活性化やにぎわい創出に寄与するために公開空地を使いたいと考えて事業を行っているにもかかわらず、横浜市との調整、申請がスムーズに進んでいかない。この点が改善できれば、地域の活性化やにぎわいの創出などエリア全体を盛り上げる活動が積極的にできるのではないかと感じている。

・会場の使用を許可する上でポイント

まず、にぎわいづくりや集客につながるイベントかどうか、安全面や騒音等が担保できているかどうかを確認する。内容については、主なターゲットである就業者及び周辺住民に喜んでもらえるか、テナントサービス等につながるかどうか、利用者が来てくれるかどうか。これらに該当すれば使用を許可する。

MMテラス*は大規模商業施設ではなく、もともと就業者や周辺住民のための飲食店舗や商業店舗等が存在するため、根底にはテナントサービス等があって、そのプラスアルファとして、来街者を呼び込む施策を常日頃考えている。ビルの価値を損なうものでなければ就業者のために何かをやってあげたいと思っている。

*MMテラス：丸紅リアルエステートマネジメント(株)が管理するみなとみらいグランドセントラルタワー低層部にある商業施設

イ 活動に望むこと

・活動団体への注文

安全面、安全への管理体制は厳しくチェックする。警備員の有無、通路幅の確保、避難動線の確保など。特にそのための人員がついているかどうか。たとえ、MMテラスの自主事業でなくても、施設内での事故は施設の価値を損ねることになるため、運営にあたっての安全面が担保されなければ、活動は許可することはできない。

ウ 市民活動に提供できるもの

・企業から提供できるもの

弊社は、建物を預かり、適正に維持管理運営していくのが業務である。ビルとしてできるのは場所の提供である。

エ 今後の展望

・活動を期待するエリア

MARK ISみなとみらいやクイーンズスクエア横浜からの人の流れがいちよう通りで分断されてしまっている。人の流れを呼び込むためには、MMテラスが単独でイベントを仕掛けるのではな

く、エリア全体での盛り上がりが必要である。グランモール公園がせつかくきれいに整備されているので、美術の広場だけでなく新高島寄りのエリアをうまく活用してもらって、盛り上げたい。

・新しい助成事業について

我々の施設では自主イベントでも助成事業の活動でも、多くの場合はぎりぎりの予算でやっている。そもそも公開空地では収益事業などの有料イベントはできない。少しでも資金援助があれば、何かやりたい団体が多くなるということはある。これまでも有料イベントができないことで実施をあきらめた団体もある。

イベントをやりたい人にもっと助成制度を周知し、手軽に使えることを広く知ってもらうことが必要なのではないか。周知することで、みなとみらいがより活性化するイベントが出てくるのではないか。

③三菱地所株式会社

ヒアリング対象	みなとみらい21開発ユニット 専任部長 ユニットリーダー 安本 武史 氏
本助成事業との関わり	みなとみらい21地区の主要な開発者であり、「みなとみらい 21 さくらフェスタ」を始めた主体でもある

ア みなとみらい21 さくらフェスタの定着の秘訣と地区における効果について

・みなとみらい21 さくらフェスタ（以下、さくらフェスタ）について（助成:H22年度）

さくらフェスタは2019年度で10回目となる。2013年に戸部警察署との協議によってさくら通りを通行止めにしたことにより、西区の市民団体、地域の子ども、千代田化工建設の神輿などいろいろなコンテンツが加わり祭りらしくなった。それに加えて、2014年から綱引き、グルメストリートなどが独白イベントとして定着した。

今後のエリマネジメントの在り方として、公共空間活用の一つの事例となった。豊かな道路空間を使ったMM21地区らしいイベントだと思っている。

・定着の秘訣

綱引きや神輿は地域企業や住民の参加型イベントであるところが、新しいMM21地区の行事として定着した秘訣だと考えている。

さくらフェスタは、公民連携の仕組み、行政と地域企業・住民が手を携えて、実行委員会形式で行っていることが特徴的。サステイナブルの面から言えば、資金調達が重要であると考えていて、YMMや地元企業からの協賛が得られたことが非常に大きかった。

・地区における効果

もともとお祭りの目的には賑わいの創出や集客を掲げているが、その他に、お花見時期に桜の名所を回遊することによる新市街であるMM21地区と西区の旧市街地との一体化、就業者、行政、住民等の交流による一体化等が効果として挙げられると思っている。

また、MM21地区に神社はないが、お神輿、円形広場の演目、パレードなど市民参加型の企画で祭りを盛り上げてもらっている。

イ みなとみらい21地区の中でのエリアマネジメント活動に望むこと

・望ましい活動

MM21地区らしい活動。キーワードでいえば、「先進的」であり、公民連携の街なので「社会的意義」があり、「強い発信力」がある活動ができれば良いと思っている。

同地区の資源に注目すると、水辺や4分の1を占める緑地（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^{*1}を積極的に活かした活動が必要である。

同地区の開発も9割を超し、これからは就業者や住民が起点となる活動がこの街をさらに進化させると思う。

引き続き横浜市とは連携して活動する。ここまでの公民連携は、他のエリアではみられない非常にユニークな点であるので、発信していきたい。

*1 アクティビティフロア：みなとみらい21中央地区では、街のにぎわいを演出するため、全ての建物の低層階には、人々が自由に利用できる店舗、ショールーム、サービス施設等を設置し、ヒューマンスケールな街並を形成している。

・助成事業における活動

助成事業における応募者のメリットは、「MM21地区で活動に取り組むことで広く発信されること」であり、その価値は「場の提供」にあったのではないかと考えられる。学生による提案などいろいろな提案があり、「MMという場所をもっと使ってよ」という趣旨には賛同する。

助成事業がYMM会費から拠出されているからには、地区の課題解決策を募集するのも一つの形である。しかしながら、各者課題は持っているものの、YMM全体として課題を共有できていないところもある。

・みなとみらいらしい活動が今後行われるためには、どうしたらよいか

横浜市も進めているが、規制緩和は重要である。「こういうことができるのか」というような先進的な事例を積み上げることは重要。例えば、赤レンガパークではいろいろなイベントが行われていて、全国的にも知名度が高く、ここでやりたいと考える人も多い。規制緩和による新しいイベントや実証実験等をMM21地区で繰り返し行うことで、それが周知され、先進的な街としてのブランディングに寄与するものと考えている。

ウ 市民活動に提供できるもの

横浜支店の人的資源の拠出には限界があるが、三菱地所では「大丸有」^{*2}など全国でエリアマネジメント活動を展開しているので、ノウハウの提供ができる。ノウハウをMM21地区でのエリアマネジメント活動に落とし込んでいく点において協力が可能である。

*2 「大丸有」： 大手町、丸の内、有楽町

エ 今後の展望

・今後のエリアマネジメント活動の展望について

サステナブルな活動とするためには資金調達が重要である。今後は、トラストを適宜有効に活用していこうと思っている。

YMMのようなエリアマネジメント団体に関与することで、屋外広告物規制のようなものが緩和できれば、外部からのスポンサーを募ることもできる。そのようなことも、積極的に検討する時期に来ているのではないかと考えられる。

・以前の開発重視から、ユーザーにシフトする中での着眼点の変化

これまでのエリアマネジメントは、街づくり協議会や地権者が中心であった。これからは、テナント企業、就業者、住民、来街者など街を使う人たちにとっての付加価値とは何かをエリアマネジメントとして考えていくべきである。MM21地区に進出している企業は何かを期待してMMに出てきたのだから、その声を拾うことが重要だ。

オフィス、ホテル、商業、住宅、劇場、アミューズメント施設など、これだけ用途が多岐に渡るコンプレックスな街は国内をみてもあまり例がなく、まさに多様性の時代にあった街だと思う。