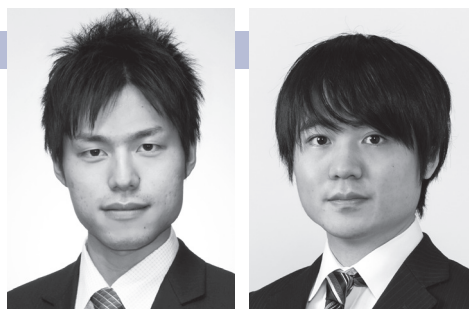


「共感」と「共創」によるコミュニティ創出を通じた、ウェルビーイングなエリア開発の実現を

株式会社 野村総合研究所 社会システムコンサルティング部
シニアコンサルタント 布施 卓馬

株式会社 野村総合研究所 社会システムコンサルティング部
コンサルタント 平本 涼



1 はじめに

1) 「ウェルビーイングなまちづくり」に対する関心の高まり

近年、身体的・精神的・社会的に良好な状態^{※1}を表す「ウェルビーイング (Well-being)」という概念に対する関心が高まっている。

この「ウェルビーイング」の概念をまちづくりの文脈においても導入し、経済性・効率性ばかりを重視するのではなく、その都市に住まう人・集う人を幸福にするまちづくりを追求しようとする流れが生まれつつある。

例えば、岸田内閣が成長戦略として掲げているデジタル田園都市国家構想の目的にも「持続可能な環境・社会・経済」(Sustainability) と並んで「心ゆたかな暮らし」(Well-being) が挙げられている^{※2}。また、『『共生みらい都市』～世界一 Well Being が高いまち Kamakura の実現～』をスローガンに掲げて鎌倉スーパーシティ構想を推進する神奈川県鎌倉市や、市の幸せ (Well-being) 経営の確立に向けて「さいたま市行財政シンカ推進会議」を設置したさいたま市のように、ウェルビーイングを意識したまちづくりを推進する自治体も登場している。

2) 本稿における問題意識

前述のデジタル田園都市国家構想においてキーワードとして取り上げられたこともあり、現在、「ウェルビーイングなまちづくり」は、どちらかと

いえば自治体によるまちづくり施策、特に地方創生のための施策の文脈で取り上げられることが多い。

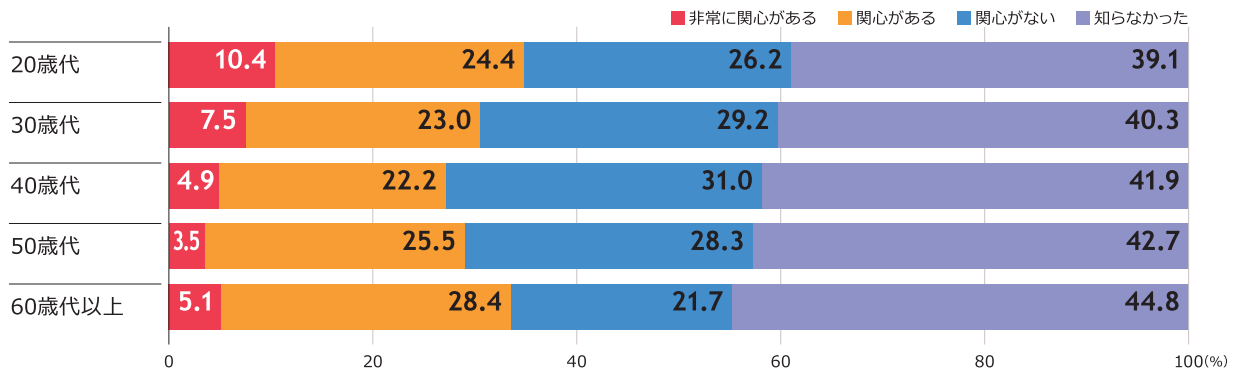
一方、特に大都市圏のまちづくりは不動産デベロッパーや鉄道会社などの民間事業者によるエリア開発によって担われている側面も大きい。そのため、大都市圏の生活者のウェルビーイングを実現するためには、市区町村レベルでウェルビーイングに関する取り組みが行われているだけでは十分ではなく、民間事業者がエリア開発を行う街区レベルでもウェルビーイングの推進に向けた取り組みが行われていることが重要である。

そこで、本稿では、まちづくりの中でも、デベロッパー等の民間事業者によるエリア開発・運営に着目し、ウェルビーイングを意識したエリア開発・運営を推進することの意義を示す (第2章) とともに、ウェルビーイングを実現するために街区が備えるべき機能や、当該機能を実装するための具体的な取り組みを提示する (第3章・第4章) こととする。

※1 世界保健機関 (WHO) 憲章では「健康とは、病気ではないとか、弱っていないというわけではなく、肉体的にも、精神的にも、そして社会的にも、すべてが満たされた状態 (Well-being) にあること」と定義されている

※2 デジタル庁「デジタルから考えるデジタル田園都市国家構想」
https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/digital_denen/dai1/siryoku4.pdf

図表 1 ウェルビーイングへの関心



注) 調査対象：国内居住のインターネットパネル登録モニター、調査期間：2022年6月1～9日、有効回答数：6,481人、調査方法：インターネット調査
出所) 内閣府「第5回 新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」(2022年7月22日)

2 ウェルビーイングなエリア開発の重要性

1) エリア開発を取り巻くマクロ環境

新型コロナウイルス感染症の感染拡大は、人々の働き方・暮らし方に大きな変化をもたらした。特に、社会のデジタル化が加速し、これまで人々がリアルで行っていた活動の多くがオンラインでも代替可能であると明らかになったことで、エリア開発を取り巻く事業環境は厳しいものとなった。例えば、テレワークの普及による出勤率の低下は、オフィス空室率の上昇をもたらした。また、インターネットショッピングの普及や外出自粛を契機とした巣ごもり消費の拡大は、商業施設・レジャー施設の収益を大きく下振れさせることとなった。

ウェルビーイングなエリア開発を推進することは、上記のような厳しい事業環境の中でも街区ににぎわいを創出し、エリアの価値を高める上で有用な手法であると考えられる。次節では、(1) 来街者の増加、(2) 企業の誘致、の二つの観点から、ウェルビーイングなエリア開発が街区にもたらすメリットについて整理する。

2) 「ウェルビーイングなエリア開発」が街区にもたらすメリット

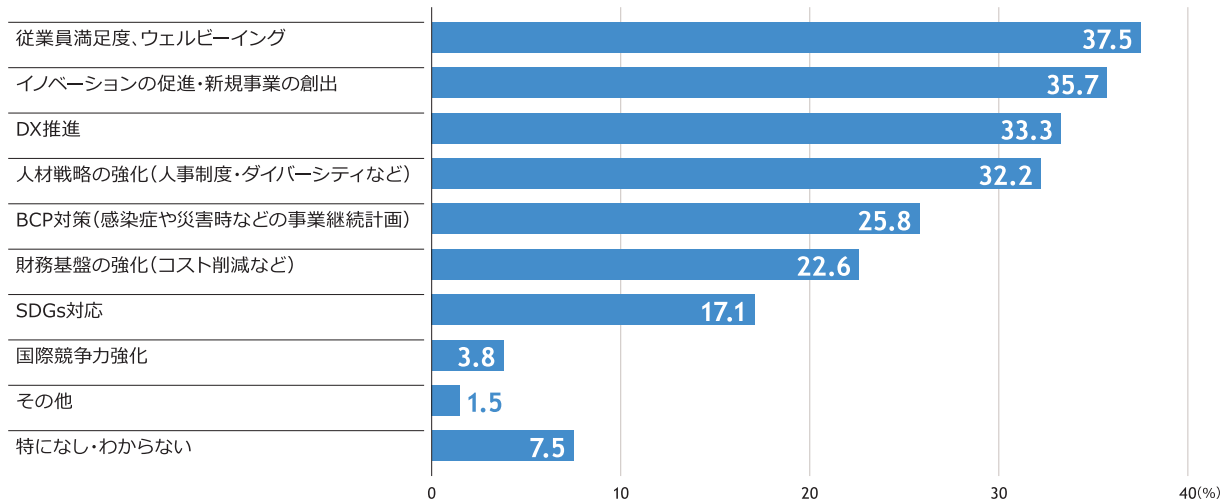
(1) 来街者の増加

コロナ禍を契機とした健康意識の高まりなどを背景として、生活者の間ではウェルビーイングに対する関心が高まっている。2022年6月に内閣府が実施した調査では、3割前後の生活者が新たな価値観としてウェルビーイングへの関心を持っていると回答しており、特にいわゆる「Z世代」と呼ばれる層を含む、20歳代の若年層においてウェルビーイングへの関心が高まっている(図表1)。

今後、生活者が消費行動や余暇の過ごし方を検討する際にも、ウェルビーイングが意識される場面が増えると想定されるため、来街者数を増やす上でも、ウェルビーイングの実現に資するような場を整備することの重要性は高まると想定される。例えば、国土交通省「新型コロナ危機を契機としたまちづくりの方向性」(2020年8月)において、テレワークの長期化や外出自粛に起因する運動不足やストレスの解消のための場として、緑空間やオープンスペースなどの憩いの場やサードスペース^{※3}に対するニ

※3 家でも職場でもない第三の居場所のこと

図表2 ポストコロナに向けて注力したいテーマ



注) 調査対象:首都圏(東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県)の企業、調査期間:2021年7月6～18日、有効回答数:926社、調査方法:メール配信
出所) ザイマックス不動産総合研究所「働き方とワークプレイスに関する首都圏企業調査 2021年7月」を基に NRI 作成

ズが高まっているとされているが、これもまさにウェルビーイングに対する関心の高まりを反映したトレンドであると考えられる。

(2) 企業の誘致

生活者だけでなく、企業もウェルビーイングに対して関心を寄せている。2021年7月にザイマックス不動産総合研究所が首都圏の企業を対象に実施した調査でも、コロナ危機収束後に向けて、全社的に注力していきたいテーマとして「イノベーションの促進」「DX推進」「SDGs対応」といった項目を抜いて「従業員満足度、ウェルビーイング」(37.5%)が最も多く挙げられた回答となった(図表2)。実際に、例えば、楽天グループ株式会社では、CWO(チーフ・ウェルビーイング・オフィサー)というポストが設けられ、2020年には従業員のウェルビーイングを実現するためのガイドラインも作成された。また、日本マイクロソフト株式会社は、2018年から2022年6月末にかけて本社オフィス(東京都港区)の改修を進める中で「ウェルビーイングを

意識した、より快適な職場環境」をコンセプトに掲げている。

今後も、優秀な人材の確保や社員のパフォーマンス向上などを達成するために「ウェルビーイング経営」は一層重要性を増すものと考えられる。そして「ウェルビーイング経営」の推進のためには、出社している社員が一日の大半を過ごすことになるオフィスやその周辺環境の充実も重要な要素になってくる。上記のようなトレンドを踏まえると、今後は、社員のウェルビーイング実現に資するオフィス環境・周辺環境が整備された街区にオフィスを構えたいと考える企業が増加すると想定される。こうした企業を街区に誘致することができるのがウェルビーイングなエリア開発を推進することの2点目のメリットである。

3 ウェルビーイングなエリア開発におけるコミュニティ創出機能の重要性

第3章では、ウェルビーイングの構成要素を踏ま

図表3 街区に関連するステークホルダーにとってのウェルビーイングが実現される場面の具体例

| | 職 | 遊 | 住 |
|-------|---|---|--|
| | オフィスワーカー | 来街者 (買い物客・宿泊客など) | 地域住民 |
| 身体的健康 | <ul style="list-style-type: none"> 快適なオフィス環境で勤務する (例: 空気・照明) 仕事の前後に運動する | <ul style="list-style-type: none"> スポーツ、アウトドア活動に参加する | <ul style="list-style-type: none"> 日常の運動・健康管理を行う 医療・介護サービスにアクセスする |
| 精神的健康 | <ul style="list-style-type: none"> 仕事の合間にひと休みする (例: マインドフルネス) | <ul style="list-style-type: none"> 文化・芸術・エンターテインメントに触れる | <ul style="list-style-type: none"> 休日に公園・緑地で散歩する 趣味・習い事に没頭する |
| 社会的健康 | <ul style="list-style-type: none"> 社内の人とコミュニケーションをとる 社外の人と出会い、交流する | <ul style="list-style-type: none"> イベントに参加し、他の来街者と体験や感動を共有する | <ul style="list-style-type: none"> 地域コミュニティでの活動に参加する(例: ボランティア活動) まちづくりに関与する |

出所) NRI 作成

え、ウェルビーイングを実現するために街区が果たすべき役割について整理した上で、次にも特にコミュニティ創出機能の充実が重要であることを論じる。

1) ウェルビーイングなエリア開発の構成要素

街区を訪れる人のウェルビーイングを実現できるようなエリア開発とはどのようなものかを考えるにあたっては、街区に関連するステークホルダーにとってのウェルビーイングを定義する必要がある。図表3は、オフィスワーカー・来街者(買い物客・宿泊客など)・地域住民にとってのウェルビーイングが実現される場面の具体例を、WHO 憲章におけるウェルビーイングの定義にならって、身体的健康・精神的健康・社会的健康の類型ごとに示したものである。

(1) 身体的健康

身体的健康とは、病気がなく、体が丈夫な状態のことをいう。身体的健康が担保されていることは、精神的健康・社会的健康を享受するための前提となる。街区において身体的健康を実現するためには、

快適に過ごすことのできる良質なオフィスや医療・介護サービスを提供する施設が整備されていることに加え、日常的な運動・健康管理を促すような仕組みが整っていることが重要になるだろう。

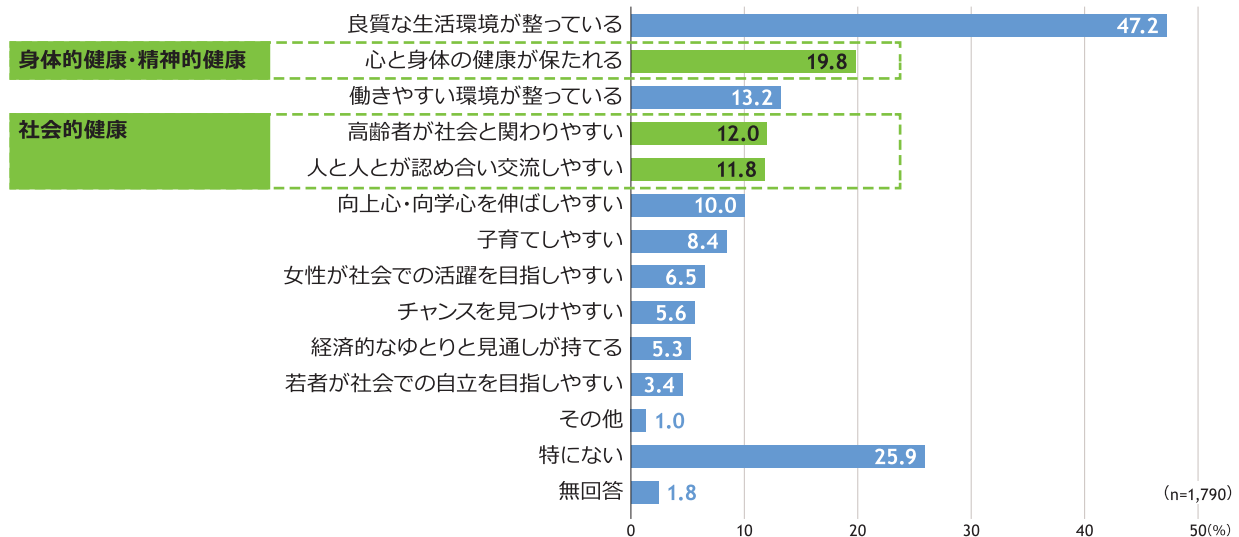
(2) 精神的健康

精神的健康とは、日常のストレスに対処し、自分の能力を発揮できている状態のことをいう。街区においては、訪れる人が癒やしや解放感を味わえるような空間(例えば、公園・緑地などのオープンスペース)が屋内外に備わっていることや、クリエイティブな体験をできる機会が豊富に存在することが精神的健康の実現の上で重要になると考えられる。

(3) 社会的健康

社会的健康とは、他人や社会と建設的でよい関係を築けている状態のことをいう。街区における社会的健康の実現に向けては、多様な人材が交流する「場」が存在することに加えて、これらの人材の交流を促す仕組みづくりが重要になると考えられる(次節にて詳述)。

図表4 現在の社会に満足している点



注) 調査対象:全国 18 歳以上の日本国籍を有する者、調査期間:2021 年 12 月 16 日~2022 年 1 月 23 日、回答数:1,790 人、調査方法:郵送法
出所) 内閣府「社会意識に関する世論調査」(2021 年度) を基に NRI 作成

2) ウェルビーイングなエリア開発におけるコミュニティ創出機能の重要性

本稿では、上記のウェルビーイングの 3 類型の中でも特に「社会的健康」を実現するための、街区の「コミュニティ創出機能」に注目したい。

「社会的健康」は、コロナ禍において孤独感・孤立感を感じる生活者が増加する中で、重要性が高まっている項目である。内閣府「社会意識に関する世論調査」(2021 年度) の「現在の社会において満足している点は何か」という設問に対する回答結果によると、ウェルビーイングの類型の中でも社会的健康に対応する「高齢者が社会と関わりやすい」「人と人が認め合い交流しやすい」という項目の満足度は、身体的健康・精神的健康に対応する「心と身体の健康が保たれる」に比して相対的に低くなっている(図表 4)。

この「社会的健康」を実現する上で、街区は重要な役割を果たしうる。街区は、オフィスワーカー・来街者・地域住民と、多様な属性の人材が日々集う場所である。これらの人材の交流を促し、新たなコ

ミュニティーを創出することができれば、街区に集う人の「社会的健康」の実現にも大きく貢献することができるだろう。

以上のような問題意識から、以下では、街区の「コミュニティ創出機能」を実現するための具体的な取り組みについてみていくこととしたい。特に、ウィズコロナ・アフターコロナ時代におけるコミュニティ形成の在り方を検討するため、コロナ禍の中で、デジタル技術等も活用しながら、特定のエリア・施設において来街者や住民等によるコミュニティ形成を促し、彼らの声や要望がエリアの活性化や課題解決に活用されている特徴的な国内外事例を概観する。

4 ウェルビーイングの実現に向けたコミュニティ形成・運営の方向性

第 4 章では、街区内でのコミュニティ形成・運営におけるウェルビーイング実現に向けて、それぞれの段階における取り組みの方向性を示した上で、

図表 5 コミュニティ形成・運営におけるウェルビーイング実現に向けた取り組みの方向性

| 観点 | 概要 | ウェルビーイングとの関係性 |
|----------|---------------------|---|
| コミュニティ形成 | エリア特性を生かした「共感」の創出 | <ul style="list-style-type: none"> ●「共感」を引き出しコミュニティへ参画する意義を明確にするとともに、帰属意識を高め持続的なコミュニティ活動を促すことで、社会的健康の向上に寄与 |
| | 来街者にオープンなコミュニティ形成 | |
| | コミュニティハブ人材の帰属意識醸成 | |
| コミュニティ運営 | 集合体としてのコラボレーション活動 | <ul style="list-style-type: none"> ●来街者や住民等のコミュニティ構成員が主体的に、地域課題を共有し合い、改善や事業化活動に参画 ●各個人のエンゲージメントを高める取り組みを推進することで、自己肯定感や主観的幸福度の向上が期待でき、ウェルビーイングの実現に寄与 |
| | 地域にひらかれた共創活動 | |
| | コミュニティ推進主体による自立的な運営 | |
| | 支援者による地域課題解決への貢献 | |

出所) NRI 作成

先進的な取り組みを行っている国内外の事例を紹介する。

1) 取り組みの方向性

コミュニティ形成において、ハード面では、従来よりイベントスペースや屋外広場をはじめ、街区内にコミュニティ形成や交流を促す場づくりは進められている。ただし、コミュニティにおいてウェルビーイングを実現する上では「共感」を引き出しコミュニティへ参画する意義を明確にするとともに、帰属意識を高め持続的なコミュニティ活動を促すためのソフト面での工夫が重要となる。具体的には「エリア特性を生かした『共感』の創出」「来街者にオープンなコミュニティ形成」「コミュニティハブ人材の帰属意識醸成」といった取り組みが挙げられる。

コミュニティ運営において、従来は、テナント

や来街者、住民向けのアンケートやヒアリングに基づき事業主体が改善策や活性化策を考え、ハードの入れ替え等によりエリアのバリューアップが図られるケースが一般的だった。だが近年は、それらに加えて、来街者や住民等のコミュニティ構成員が主体的に、地域課題を共有し合い、改善や事業化活動に参画するといった動きが取り入れられている。具体的には「集合体としてのコラボレーション活動」「地域にひらかれた共創活動」「コミュニティ推進主体による自立的な運営」「支援者による地域課題解決への貢献」といった取り組みが挙げられる。

これらの取り組みを通じて、各個人のエンゲージメントを高める取り組みを推進することで、自己肯定感や主観的幸福度の向上が期待でき、コミュニティにおけるウェルビーイングの実現に寄与できると考えられる（図表 5 参照）。

2) 国内外の先進事例

以下では、前述の取り組みの方向性を実現している国内外の先進的取り組み事例を紹介する。

(1) MIYASHITA PARK (東京都渋谷区)

三井不動産株式会社が事業主として参画し、宮下公園パートナーズ^{※4}が指定管理を行っている複合商業施設 MIYASHITA PARK (2020年開業)では、施設屋上に約1,000m²の芝生広場や多目的運動施設が整備されている。また、商業施設 RAYARD MIYASHITA PARK には、イベント等で活用可能な空間として「& BASE」が整備されている。MIYASHITA PARK では、これらの施設を活用しながら、コミュニティー形成・活動が推進されているが、その特徴として「エリア特性を生かした『共感』の創出」「来街者にオープンなコミュニティー形成」が挙げられる。

【エリア特性を生かした「共感」の創出】

MIYASHITA PARK が位置する渋谷区は、言わずと知れた文化・エンターテインメントの発信拠点であり、渋谷区の区政運営の基本方針を定めた「渋谷区長期基本計画 2017 - 2026」でも、音楽やアート、スポーツ等を通じた渋谷カルチャーの振興を目指す旨が言及されている。MIYASHITA PARK でも、上記分野をはじめとするイベントの開催等を通じて来街者を呼び込み、コミュニティー形成を促し、コミュニティー内の交流を生み出す取り組みが推進されている。

【来街者にオープンなコミュニティー形成】

MIYASHITA PARK では、施設内での交流促進に努めるだけでなく、デジタルの要素を取り入れたリアルイベントの開催への注力により「“共感” 人口

図表 6 TikTok Community Base の外観



出所) 著者撮影

を最大化する工夫がなされている。例えば、同施設を舞台として、リアルとオンライン双方向からの価値提供を行うことを目的とし、ショートムービープラットフォーム TikTok との連携を開始。2022年7月には、クリエイター同士、人気クリエイターとファン（一般来場者）がリアルで交流できる TikTok にとって日本初の公共空間でのフェス型イベント「TikTok Creative Festival TOKYO」を開催するなど、特定のテーマに「共感」できる来街者同士による、オープンなコミュニティー形成を最大限に実現することを目指している。他方で、参加する意義を見いだせるコミュニティー形成にも配慮がなされている。前述の TikTok との連携事業の中で、日本初となる TikTok クリエーターのコミュニティーづくりを目的にしたリアルスペース TikTok Community Base を期間限定で開業したが、TikTok クリエーターのみが無料で使えるスペースとして位置付けられている。TikTok コミュニティーのハブ人材となりうるクリエイター同士のネットワーキングを促すことで、ある意味エクスクルーシブなコミュニティー形成を促し、コミュニティーのロイヤルティを高め

※4 三井不動産株式会社と西武造園株式会社で構成する共同企業体名称であり、MIYASHITA PARK の指定管理者

る工夫がなされている。

MIYASHITA PARK は、特定テーマをフックとした誰でも参画できるオープンなコミュニティと、ロイヤルティーを高めるエクスクルーシブなコミュニティを使い分け、ウェルビーイング実現に資する来街者の「共感」を効果的に引き出しながら、交流できる場として機能している。

(2) 渋谷キャスト（東京都渋谷区）

都営住宅跡地において東京都の都市再生ステップアップ・プロジェクト（渋谷地区）として開発された複合施設「渋谷キャスト」（2017年開業）では、渋谷宮下町リアルティ株式会社^{※5}により、クリエイティブ産業の担い手をターゲットとした整備・運営がなされている。同施設には、クリエイター活動を行う国内外の入居者がコミュニケーションを深められる共同住宅やシェアオフィス、交流機能としての役割も担うカフェや商業店舗、多様な催事や展示会が開催できるイベントスペースやギャラリー、にぎわいと憩いの場となる広場が整備されており、それらを活用したコミュニティ形成・活動が進められている。

渋谷キャストのコミュニティ形成・活動の特徴として「コミュニティハブ人材の帰属意識の醸成」「集合体としてのコラボレーション活動」が挙げられる。

【コミュニティハブ人材の帰属意識醸成】

渋谷キャストの共同住宅には、クリエイティブ人材が共同生活を行うコレクティブハウスが導入されている。単にシェアキッチンや多目的スペース等の共有設備やスペースを設けるだけでなく、個人による作品展示や、情報発信、交流の機会など、入居者だけがアクセス可能な体験価値を提供することでコ

図表7 渋谷キャストの外観



出所) 著者撮影

ミュニティーへの帰属意識醸成を促している。

【集合体としてのコラボレーション活動】

渋谷キャストには、クリエイター専用のシェアオフィス「co-lab 渋谷キャスト」が入居しており、ワークスペースの提供によりメンバー同士による自発的なコラボレーションを促すだけでなく、メンバー同士のマッチング支援等、集合知による活動の幅を広げるための取り組みを行っている。また、同施設の運営主体である co-lab は、コミュニティ活動を施設内から施設外にまで広げることに積極的であり、地域の子ども向け企画等の施設周辺のエリアマネジメント企画にも参画するなど、地域に根差した

※5 東急電鉄株式会社、大成建設株式会社、サッポロ不動産開発株式会社、東急建設株式会社が出資する特定目的会社

図表 8 GREEN SPRINGS の外観



提供) 株式会社立飛ストラテジーラボ

共創プロセスを推進している。

これらの取り組みにより、渋谷キャストでは、同じ方向性を持つ個人の価値観を軸に集まる場がコミュニティとして機能し、その活動が促進されている。

(3) GREEN SPRINGS (東京都立川市)

株式会社立飛ホールディングスを事業主体として開業し、株式会社立飛ストラテジーラボにより管理・運営がなされている複合施設 GREEN SPRINGS (2020年開業) では「ウェルビーイングタウンの実現」を目標とし、緑が豊かな中央広場や、文化に触れられる多機能ホールおよびパブリックアートなどの施設を配置している。GREEN SPRINGS では、地域住民を巻き込むコミュニティ形成が志向されており、その特徴として「地域にひらかれた共創活動」が挙げられる。

【地域にひらかれた共創活動】

GREEN SPRINGS には、地域のイノベーション拠点として「TOKYO 創業ステーション TAMA」が

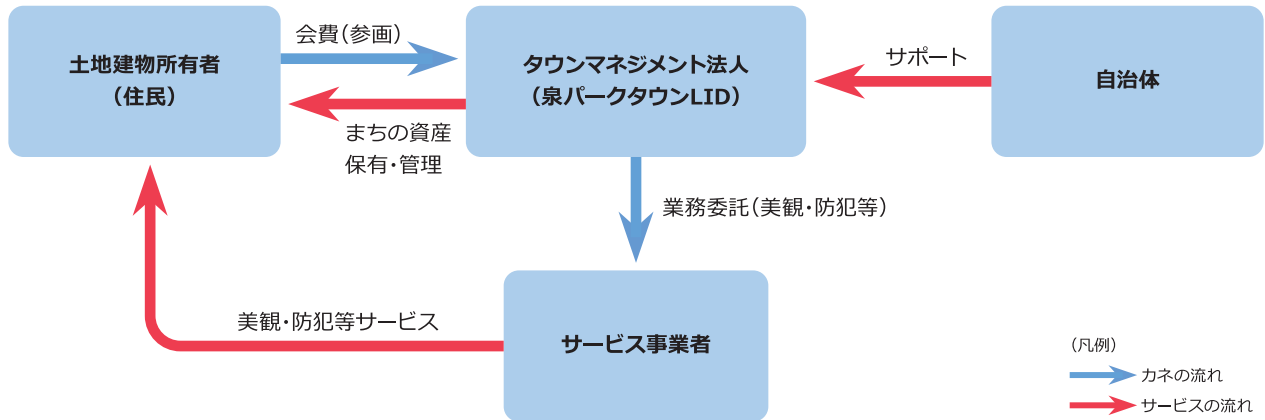
入居し、コミュニティに根差した課題解決や事業化支援が進められている。同施設では、定期的にテストマーケティングとして、創業予定者が事業化を企画している商品・サービス（プロトタイプ）を地域住民や来街者に体験してもらい、感想や意見をもらう機会を提供している。それらの評価を市場のニーズとして捉えて検証し、今後の商品化につなげていくサイクルを実現している。

GREEN SPRINGS では、通常は特定の施設に閉じた実証プロセスを地域にもひらき、地域住民が主体的に参画できるまちづくりを進めることで、市民のサードスペース創出を実現している。

(4) 泉パークタウン「朝日」(仙台市)

仙台市に位置する泉パークタウンは、三菱地所株式会社が中心となってまちづくりが進められてきた、約1万世帯が居住する郊外型住宅団地（1974年分譲開始）である。まちびらき当初より「シビルライセンス」（まち全体を財産として共有し、住民自らがまちづくりに参加して一緒にまちを成長させていく理念）が掲げられており、この理念のもと行われるコミュニティ活動がまちの価値を維持・向

図表 9 泉パークタウンにおける運営管理体制イメージ



出所) 国土交通省 スマートシティモデル事業 重点事業化促進プロジェクト HP 等より NRI 作成

上させ、成熟を深めている。本団地の最後の開発区域である泉パークタウン第6住区東工区「朝日」では、低炭素社会・循環型社会の形成に寄与する先進技術やサービスを導入した社会課題解決型まちづくりが進められており、その特徴として「コミュニティ推進主体による自立的な運営」が挙げられる。

【コミュニティ推進主体による自立的な運営】

同地域では、住民主体の持続可能なタウンマネジメントが掲げられ、住民の出資・参画により、タウンマネジメント法人泉パークタウン LID^{※6}が設立された。同法人は、交流拠点や防災設備などのまちの資産を保有・管理するとともに、土地建物所有者である住民の会費により運営を成り立たせている(図表 9)。これにより、地域が必要とする行政サービス等を受益者である住民の費用負担にて実現することで、住民の意思を直接的にタウンマネジメントに反映することが可能となった。また、泉パークタウンでは、スマートシティに係る取り組みとして、まちと暮らしのデータ、住民等の利用データを基にした「タウンデジタルプラットフォーム」の構築が進められているが、同プラットフォームの構築・運

用においても、泉パークタウン LID が、仙台市、各企業間の相互の合意を基に、住民目線でのデータ連携や活用を進められるように取り組んでいる。これにより、まちのデータを蓄積・可視化することで住民目線でのビジネスが創出され、タウンサービスや機能がアップデートされる持続可能なまちの実現を目指している。

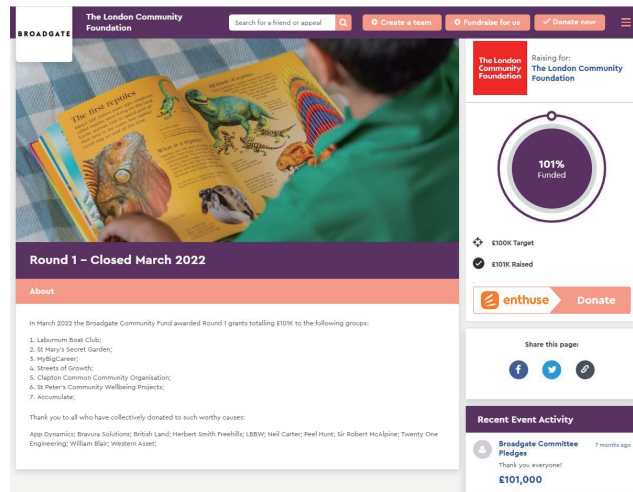
このように、泉パークタウンでは、地域が抱える課題の解決策を、その地域が自主的に考え、自治体と協力して解決することで、自立的なまちづくりを実現している。

(5) Broadgate London (英国ロンドン)

欧州最大の REIT である British Land とシンガポールの政府系ファンド GIC の共同事業として開発がなされた複合施設 Broadgate London (2020 年開業) では、敷地内の段差を少なくするウォーカブルな構造のもと、約 6,000m² の広さに緑を取り入れたオープンな空間 Exchange Square や、フィットネスジムやプール、サウナ等のウェルネスサービ

※ 6 Life Improvement District の略

図表 10 The Broadgate Community Fund の支援画面



出所) ロンドンコミュニティー財団 HP

ス施設が整備されている。街区全体としてウェルビーイングとクリエイティビティーを重視したまちづくりが進められているが、ウェルビーイングを実現するためのコミュニティー活動の特徴として「支援者による地域課題解決への貢献」が挙げられる。

【支援者による地域課題解決への貢献】

Broadgate London では、British Land の提携先である英国のコミュニティー開発慈善団体ロンドンコミュニティー財団により、地域のコミュニティーファンド The Broadgate Community Fund が設立された。同ファンドを通じて心理的・身体的ウェルビーイングといったテーマを対象とし、地域コミュニティーにおける弱者、社会から疎外された人々に対するサービスやプロジェクトの支援を行っている。同ファンドに対しては、プロジェクトに共感した個人がクラウドファンディングを行うことが可能となっている。また、ウェブ上で支援者や支援額の達成状況をリアルタイムで表示したり、SNS でシェアできる機能を付加したりするなど、気軽に支援者が参画できる工夫を行っている。

Broadgate London では、支援者が自らの意思

で地域課題の解決に参画できる枠組みを備えるとともに、そのプロセスを可視化することで、コミュニティーへの支援者として主体的かつ気軽に地域課題の解決に貢献することが可能となっている。

5 おわりに —今後の事業の展開イメージと課題—

これらのコミュニティー創出のための取り組み事例を踏まえ、ウェルビーイングなエリア開発・運営に関して、デベロッパー等にとっての事業の展開イメージを検討する。

まず、コミュニティー形成段階では、共感を引き出すことができる場およびリアルイベントを通じて、来街者増加につなげることが可能となる。さらに、地域の特徴や開発コンセプトに即しながら、特定分野やテーマを軸にしたテナントミックスの実現が期待できる。

また、コミュニティー運営段階においては、来街者のニーズをリアルタイムで把握し改善につなげることで、街区へのエンゲージメントを高めるとともに、ニーズや課題を解決するためのソリューション開発に取り組む主体の参画を促すことが可能とな

る。そのようなサイクルを恒常的に回すことで、機動的なコミュニティ形成の実現が期待できる。

最後に、社会課題解決の場として、多様なデータ群の蓄積に裏打ちされたソリューションの提供が可能となる。同時に、人々の行動等の生活データを面で捉えた独自データとして、街区のさらなる発展に活用することができる。

さらに、今後の展開として、人々の活動データを面で収集・蓄積できる強みを生かしながら、これまでのデータ取得範囲を広げることで、より本質的な来街者ニーズを把握できる可能性がある。具体的には、これまでは公共データ（交通利用状況等）が中心だったが、来街者や住民等の理解を得ることができれば、彼らの街区内での行動データ（会員情報や購買データ、流動・混雑度データ等）や、表情・感情データ等もまちづくりに活用できる可能性がある。ウェルビーイングを志向したエリア開発・運営にとって、個人の行動データ等の活用余地は大きく、施設的设计等への活用だけでなく、より特定のコミュニティや個人にフォーカスしたサービスや、MD^{※7} 戦略検討支援など、テナント等に対する付加価値として提供することも考えられる。先進事例として紹介した泉パークタウンにおいても、泉パークタウン LID が主導しながら、まちのデータを高齢者や育児向けサービス、スマート物流やモビリティサービス、商業施設・店舗の ICT 連携等に活用させる構想を有している。

コミュニティ創出が実現できただけで、エリア価値向上につながることににはならないが、面的データを活用しながら、従来の賃料ビジネスだけでなく、デベロッパー自らが「共感」や個人の幸福度につながるようなサービス提供にコミットする姿勢が求められる。

他方で、個人に帰属するデータの活用には注意も

必要である。個人情報取得や活用に係る法規制の整備が進む中、今後も個人に帰属するデータの取得範囲は拡大し、その利用シーンも多様化することが予想される。しかしながら、データを活用する事業者はその取得・管理に細心の注意を払う必要があり、プライバシー保護等に最大限の配慮をしながら有効活用することが求められる。

コロナ禍が街区開発・運営に与えた影響は甚大であると同時に、消費者の嗜好（しこう）の変化が一過性のものなのか、あるいは恒常的なものなのかどうかの判断が難しく、デベロッパーをはじめとする事業主体にとっては、引き続き試行錯誤しながらその運営等を行うこととなるだろう。しかしながら「身体的健康」「精神的健康」「社会的健康」で構成されるウェルビーイングの重要性は変わらず存在し続ける。デジタルの要素を活用しながら、リアルな「面」や「場」の価値を最大限に高める街区開発・運営を行うことで、持続可能なまちの実現につながるだろう。

※7 マーチャンダイジング(Merchandizing)の略、商品企画のことを指す

- …… 筆者
- 布施 卓馬 (ふせ たくま)
- 株式会社 野村総合研究所
- 社会システムコンサルティング部
- シニアコンサルタント
- 専門は、都市計画・まちづくり DX、観光、事業戦略立案、官民連携 (PPP/PFI) など
- E-mail: t-fuse@nri.co.jp
- …… 筆者
- 平本 涼 (ひらもと りょう)
- 株式会社 野村総合研究所
- 社会システムコンサルティング部
- コンサルタント
- 専門は、まちづくり、MICE・観光振興など
- E-mail: r-hiramoto@nri.co.jp