

## ニュージーランドのビジネス・インフラ・ディストリクトについて

『タウンセンター・デベロップメント・グループ (TCDG; Town Centre Development Group)』は、持続可能性 (サステナビリティ) をコンセプトにその具現化に取り組み、中心市街地やコミュニティ組織の発展に携わってきた専門家集団である。現在、国際ダウンタウン協会 (IDA; International Downtown Association)、都市開発の国際的ネットワーク inta (International Network for Urban Development)、ニュージーランドの The Hague and the Institute of Directors が TCDG のメンバーシップとなっている。

TCDG は 2005 年、アメリカにおける 2 つの BID 組織 (LA Fashion District / Old Pasadena) について調査を行い、ニュージーランドにおける BID 的組織との比較を行った。

以下は、TCDG の Ms. Karen Remetis からのメールによる回答を含め、比較報告書の一部 (ニュージーランドに関する箇所) を中心にまとめたものである。

ニュージーランドには BID を統括する組織は存在していない。BID といってもアメリカの BID とは異なり、ニュージーランドにおける経済的自立策が BID と似ていたことから、アメリカの都市開発シンクタンク (Urban Land Institute) が『BID 型』として紹介した。つまり、商業者が不動産価値の一定割合に基づき増額を支払うことで賦課額を負担しているところが、アメリカの評価モデルに似ていたことに由来する。

しかし、ニュージーランドにおける最大の問題は、BID やメインストリートで総合的な活動を行うことが認められていないことである。一般に BID やメインストリートでは、経済、マーケティング、環境、ランドスケープ/デザイン、組織/運営など、活性化に向けた幅広いアプローチが必要であるが、ニュージーランド版 BID ではアーバンデザインやランドスケープなどのアプローチが中心的で、経済問題や民間の関与方法についての取り組みは行われていない。

ニュージーランドでは 1990 年代初期に、Wanganui、Otahuhu、Levin 地区で初めて BID モデルであるメインストリートが導入され、その後 18 ヶ月間で次々と 150 もの地区でメインストリートが誕生した。メインストリートには以下の 5 つの主要項目に焦点を充てた 5 つのポイント・プランがある。

1. 景気回復
2. 組織/運営
3. ランドスケープ&デザイン
4. マーケティング&販促
5. 文化的遺産&環境

ニュージーランドの企業が BID のような組織やメインストリートのプロジェクトのために、特別税の支払いを投票で決定する唯一の理由は、例外なく地元経済が改善されることにある。つまり、中心市街地をきれいで安全な場所にして成果を上げるために、各地域の社会問題や環境問題へ取り組むことに対し理解があるということである。

ニュージーランドのメインストリートや BID 的なプロジェクトの多くは、アーバンデザインやイベントが中心で、小売複合や地方小売業の発展といった主要な経済要素が欠けている。中心市街地の地域経済を発展させるためには、これらの要素がプロジェクトに必要なにもかかわらず、その点についてほとんど考慮されていないのが現状である。

小売産業はニュージーランド最大の産業の一つで、観光や地域振興に重要なものとして認識されながら、現在私たちが知る限り戦略的な小売地域戦略は存在しない。従って、アーバンデザインや自然価値を高め円滑化を図るために、ニュージーランド版 BID では、1 年を通して都市の向上やイベントを実施しているカウンスルと受託業者 (契約者) のまとめ役であるマネージャーへの支払いに、この

付加的事業税の多くが充てられている。経済的自立、共有のマーケティング、結果のモニタリングなど、経済発展において重要な要素はほとんどが放置されたままだが、近年では関係資料を収集し始めているプロジェクトも存在する。

#### ニュージーランド版 BID の傾向

1. ニュージーランド版 BID は発展的というよりむしろ固定的で、戦略的發展に欠ける。中心はマーケティング、イベント、自然価値を高めることである。
2. パートナーシップが欠如している。ニュージーランドでは BID 的プロジェクトのパートナーというより、むしろ地方自治体の制御下にある。マヌカウ市 (Manukau City) のような地方自治体では、一部プロジェクトにおいて、財政面で積極的なパートナーを開始しているところもある。しかし、地方自治体と歴史的な中心市街地が地元経済の発展において積極的に協働するようなアメリカのパートナーシップに類似するものはない。
3. 最近まで実施された BID 的プロジェクトの任務にはほとんど変化がなかった。タウン・センター・マネージャーの立場に関する最近の動きで、新たな労働市場の開発への貢献が加わった。
4. タウン・センター・マネージャーが援助する新しい労働市場の開発は、マネージャー自身の資格向上を支援するものである。できればこれがニュージーランド版 BID の業績向上を助長するきっかけとなればよい。
5. 地方自治体は中心市街地を重要なものと認識し始めており、地域計画 (Council Community Plans) においても正式に認められ始めている。これは環境省 (Ministry for the Environment) のアーバンデザイン議定書 (Urban Design Protocol) による支援が大きい。

#### BID に関するアメリカとニュージーランドの比較

アメリカの LA ファッション・ディストリクト (CA) の場合、知名度を高め、有引力となっているのは小売店であり、オールド・パサディナ (CA) には来街者を引き付ける文化的遺産がある。

BID の構造は、地元住民、経済、社会的変化など多様な変化に適応することができる。そのため、ニュージーランドとアメリカにおける BID 構造に関連性は見られない。2 カ国間における大きな違いは 地方自治体と BID の関係、そして 事業内容 である。

アメリカ	ニュージーランド
ダウンタウン、メインストリートを対象	市・町の中心部、メインストリートを対象
エリアは地理的に範囲を定義	エリアは地理的に範囲を定義
地方自治体は中心部へのサービス提供を保証	『目標』に関する声明以外に地方政府から提供されるような契約はない
<b>地方政府と BID の優れた関係 / パートナーシップがある</b>	<b>トップダウン型のイニシアティブ。パートナーシップの欠如が障害となっている</b>
市等との契約や査定額 / 税を通じた独立型	付加的税金を通じた独立型
特定地区のマネジメントを向上させる資金調達のための法的メカニズム	特定地区のマネジメントを向上させる資金調達のための法的メカニズム
不安と機会 - いずれへの対応もほぼ導入	不安と機会 - いずれへの対応もほぼ導入
<b>環境、公衆衛生、清掃、落書き、公園、駐車場、シンナー遊びや精神病を含む社会から取り除かれた人々への対応</b>	<b>都市の向上 (アーバンデザイン) とマーケティング。落書きやコミュニティ問題を含むイニシアティブも有</b>
地域、マーケットエリアの活性化と新たな企業誘致に焦点を充てた経済開発	アーバンデザインや文化的遺産といった自然環境に焦点を充てることで再生を導くと信じている

#### 参考文献

- 📌 Town Centre Development Group / Ms. Karen Remetis からのメール, 24 Aug, 2006
- 📌 "EDANZ Conference Workshop 2005", Town Centre Development Group
- 📌 Town Centre Development Group website; <http://www.towncentredevelopment.co.nz>