

食育に特化した次世代のエリアマネジメント事例：大丸有エリア

森記念財団研究員
滝 典子

日本のエリアマネジメント活動(以下、エリマネ活動)は、米国や英国といった欧米の都市における BID 団体の活動を参考に発展してきた。そのベースは清掃と防犯であるが、中には公共施設の維持・管理およびマーケティング・プロモーションに取り組む事例もある。日本のエリマネ活動では、昨年6月に制定された「[地域再生エリアマネジメント負担金制度](#)」の活用により、来訪者等の増加による事業機会の拡大や収益性の向上による地域再生を目的としたイベントの開催等による賑わい創出が、全国的に進展することが期待されている。

そのような中、社会動向を見据えた新しいエリマネ活動の展開が徐々に浸透し始めている。その例として挙げられるのは、日本ならではの環境問題・自然災害への対策を前提とした「環境・エネルギー」および「防災・減災」に関する活動である。また、次世代のまちづくりの先取りとして、新たな産業を地域に根付かせるための「知的創造・新機能」と、住民や就業者のさらなる健康維持と自立した生活・就業を目指した「健康・食育」に関する活動にも注目が集まっている。今回は、食育をテーマに賑わいを創出した大丸有エリアでのイベントを取り上げる。

2018年11月8日、都心型 MICE の誘致を促進する [DMO 東京丸の内](#)が入居する丸の内二重橋ビルの商業施設「二重橋スクエア」がオープンした。この日に合わせ、仲通りではイルミネーションの点灯式が行われ、丸の内エリア一帯が北欧をテーマにしたクリスマスの装いとなった。大丸有エリアのエリマネ活動は、全国的に見ても先進的で、モデルになる事例が多く、沿道ビルの協力と理解を得て実施されたイルミネーションは、まばらになることなく均一に通りを照らすことができた。それに伴い開催されたのが、ライブやアートパフォーマンス、飲食物を販売するキッチンカーでエリアを盛り上げた[大丸有まちづくり協議会 30周年×シェフズクラブ 10周年記念イベント「White Wight Nakadori」](#)(主催：一般社団法人大手町・丸の内・有楽町地区まちづくり協議会、NPO 法人大丸有エリアマネジメント協会、三菱地所株式会社)である。



(上) Knit Tree with Yuming @丸ビル

(下) 仲通りのイルミネーション

交通規制をした仲通りでは、クリスマスソングや、北欧の世界観およびユグドラシルの樹の精霊をイメージした2.5m以上になる竹馬パフォーマーが、通りがかりのビジネスマンの気を引き、東京駅から皇居に向かう来訪者らの目を奪った。このような目と耳に訴える工夫により、偶然近くを通りかかった通行者へのアピールおよびエリアへの客入れには効果的だったと言える。また、エリア内に施された装飾や演出を見ても、世界でただ一人と言われる回転木馬職人ピーター・ペッツ氏による手作りメリーゴーラウンドの設置等、細部にまでこだわりがあった。



(左) 精霊をイメージした竹馬パフォーマー
(右上段) メリーゴーラウンド
(右下段) ライブパフォーマンス

■エリア内の回遊性向上を図る工夫

賑わい創出やエリアの活性化を目的としたイベントの開催は、今や主なエリマネ活動の一つとして定着しつつある。しかし、スポット的に開催されるイベントが、エリア全体の来訪者の増加や売上げにあまり貢献しないとの声も聞く。その理由の一つは、エリア内の回遊性の欠如にあるのではなかろうか。

エリア内の回遊性向上を図る工夫として一般的なものはスタンプラリーである。エリマネ団体による活動ではないが、老若男女問わず賑わいを見せている例として、エリアの特長を活かし、無料で楽しめる「[中央区アンテナショップスタンプラリー](#)」(プレゼントへの応募に際し、購入の有無や購入店舗等を問う消費についてのアンケート調査を実施)や「[千社札スタンプ&町名クイズラリー](#)」が挙げられる。また、今年になってからは、エリア内の店舗や宿泊施設と連携し、回遊性およびエリア内消費が期待できる1日限定のスタンプラリーイベント「[銀座めぐるめ](#)」も開催され、大いに賑わった。

その一方で、大丸有エリアではその他の方法で回遊性の向上を図った。それが、エリア内でアイランドのユニークなサンタクロース「ユールラズ」に扮した13人を探し、1人1人異なるキャラクターカードをもらい、3枚集めると、[ロングテーブル“絆 KIZUNA”](#)で使える500円分(税込)のお食事券がもらえるという仕組みである。人手は必要になるが、1人につき1枚の配布となるため、ある意味無人で設置されているスタンプラリーと異なり、より多くの人にエリアの良さを享受していただく機会を提供できる可能性が高くなると考えられる。



3枚のキャラクターカードとお食事券

また、カードを入手するにあたり、国際的なメンバーから構成されるユールラッズとの交流が生まれる。それぞれのキャラクターの性格や特徴を活かし、カードの配布、楽しい会話、写真撮影等で来訪者をもてなし、無理なく、楽しく、自然にエリア内に回遊が生み出されていた。

(上段) キッチンカー前で出迎えるユールラッズ
(下段) ユールラッズとの交流の様子



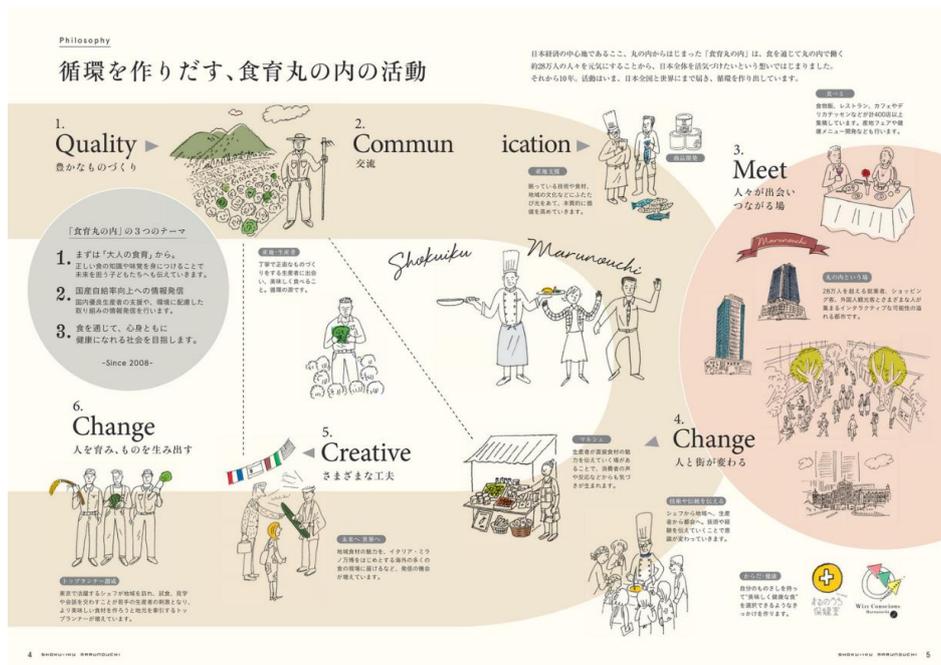
■食育丸の内

前述のお食事券が使用できるのは、「丸の内シェフズクラブ」(丸の内エリアに店舗を構えるシェフたちが中心となって食育活動を行う団体)が10周年を記念し、日本各地とコラボレーションすることで生まれた1日限りの特別メニューを提供するキッチンカーである。このキッチンカーで購入したものは、仲通り(車道部分)に設置された長さ約25mのロングテーブルでいただくことができ、食事のみならず特別な経験も楽しむことができた。



ロングテーブルの様子

本イベントの根幹には、「食育丸の内」の取り組みがある。2008年、三菱地所は、約28万人にのぼる丸の内でも働く人々が、食を通して元気になることが日本全体の活気につながるのではないかという思いから本プロジェクトが開始された。



(出典)三菱地所「食育丸の内パンフレット」

「まずは『大人の食育』から(正しい食の知識や味覚を身につけることで未来を担う子どもたちへも伝える)」、「国産自給率向上への情報発信(国内有料生産者の支援や、環境に配慮した取り組みの情報発信)」、「食を通じて、心身ともに健康になれる社会を目指す」をテーマにし、イベントの開催やウェブ上での情報発信等、多岐にわたる活動を行っている。

■食育を意識したエリマネの重要性

近年文部科学省が提唱するように、偏った栄養摂取、朝食欠食等、食生活の乱れや肥満・痩身傾向は、もはや大人の問題ではなくなった。仕事の忙しさにより、つつい蔑ろにされがちな食事は、発育段階の子どもたちにも大きく影響を及ぼす。そこで、家庭単位のみならず、エリア単位でも食生活を意識する環境をつくり、健康や食をテーマとしたイベントを開催し、エリアが持つ自然、文化、農業、歴史といった資源に着目したエリマネ活動を行うことが、この問題の解決の糸口になると考えられる。

大丸有エリアには、申込者に限定せず、オープンなイベントを通して通行者にも食育の重要性をPRする機会がある。これにより、エリアの賑わい創出が図れるばかりか、食事や健康にも配慮できる就業環境であるという新たな「丸の内ブランド」の確立にも貢献できるのではないかと。また、この取り組みは、ビジネス街以外のエリアでも応用できる。子育て世代の多い住宅街を含むエリアでは、ベランダで栽培できる野菜の紹介や収穫会・料理教室・マルシェ等の開催により、親子で直接食材にふれあう機会を設け、食に対する意識を高めることができる。一般論として、3歳までに好き嫌いや食事の価値観が身に付くと言われており、食育に特化したエリマネ活動のさらなる普及が期待される。

Project 07
全国に広がる食育の輪

Locality Value
あなたの町におじやします

地
方で活躍する生産者や若手シェフを応援する、丸の内シェフズクラブ。日本全国の食料生産地を訪問し、その魅力をより引き出すお手伝いをしています。「素晴らしい食材があるのに販路が見つからない」「郷土料理をもっとアピールしたい」など、産地が抱える悩みや困りごとに寄り添い、一層に知恵を出し合います。これまでたくさんプロジェクトが生まれました。

1 meets 北海道・江別市
高級肉産地「ホノネタ」を愛する江別市。国産高級肉産地、和牛や和豚、和鶏の生産者やシェフと交流し、地産地消を推進。

2 meets 北海道・白老町
北海道産の新鮮な魚介類や、あまの産物と生産者に出会える「あまの産物」をテーマにしたイベントを開催。

3 meets 東京都・近畿広域圏農産物プロジェクト
産地の産物「産地直産物」の魅力を伝えるイベントを開催。

4 meets 宮城県
産地直産物「丸」をテーマにしたイベントを開催。

5 meets 福島県
産地直産物「丸」をテーマにしたイベントを開催。

6 meets 新潟県
産地直産物「丸」をテーマにしたイベントを開催。

7 meets 山梨県
産地直産物「丸」をテーマにしたイベントを開催。

8 meets 山梨県
産地直産物「丸」をテーマにしたイベントを開催。

《産地のい》産地が生まれた復興のかたち

2011年東日本大震災以降、3600以上の生産者が被災。被災地の復興を支援する「産地直産物」の取り組みが、産地と消費者をつなぐ重要な役割を果たしています。産地直産物の取り組みは、産地の復興を支援するだけでなく、消費者の食の安全や健康にも貢献しています。

《産地のい》山梨シェフズクラブの産生

山梨県には、様々な産地があり、豊かな自然と気候が育んだ美味しい産物があります。山梨シェフズクラブは、産地の産物とシェフの技術を結び、美味しい料理を提供しています。産地直産物の取り組みは、産地の復興を支援するだけでなく、消費者の食の安全や健康にも貢献しています。

(出典)三菱地所「食育丸の内パンフレット」