

ニューヨークの BID の設立経緯・活動内容

日本のエリアマネジメントへの示唆

街づくりリサーチ部

藤嶋 知将

[Keyword]

エリアマネジメント

BID

街づくりの財源

1. はじめに

1.1 背景および目的

近年、全国的にエリアマネジメント活動に取り組む団体が増加している。しかし、以前から指摘されている活動のための財源は課題として残ったままである¹⁾。

今回対象としたニューヨークの BID (Business Improvement District) 団体は、確立された制度に基づいて活動している点で日本のエリアマネジメント団体とは異なる。しかし、その設立および活動の継続にあたっては、税負担に対する不動産所有者の合意が必要であり、活動に対する資金拠出という点では参考になると考える。

本稿では、ニューヨークの BID 団体について、その設立背景等を調査することで、財源と活動の観点から日本のエリアマネジメント団体への示唆を与えることを目的とする。

なお、BID は制度名であり、ニューヨークではこの制度に基づいて活動する団体を「District Management Association」としている。しかし、本稿では、慣習的な表現も考慮し、BID の制度に基づいて活動する団体を「BID 団体」と表現する。

1.2 調査方法等

本稿は、下記5つの BID 団体^{注1}を対象とした、Web 調査、文献調査、既往研究調査、現地ヒアリング調査によるものである。

・ Meatpacking District

・ Bryant Park Corporation

・ Hudson Square

・ Downtown Alliance

・ Times Square Alliance

なお現地ヒアリング調査では、上記 BID 団体に加えて、BID 団体の支援等を行うニューヨーク市の組織である SBS (Small Business Services) や都市を専門とする民間コンサルティングファーム等にもヒアリングを行った。

2. 日本のエリアマネジメントとニューヨークの BID

2.1 日本のエリアマネジメント

1) 団体数等

日本において、エリアマネジメントは「地域における良好な環境や地域の価値を維持・向上させるための、住民・事業主・地権者等による主体的な取り組み」と定義される²⁾。

エリアマネジメントの活動は、登録や認証が必要なものではなく、その定義からも様々な取り組みが該当すると考えられ、活動団体数を正確に把握することは困難であるが、全国エリアマネジメントネットワークの正会員（エリアマネジメント団体）数は54団体（2025年10月時点）³⁾、都市再生推進法人の指定数も137団体（2024年10月末時点）⁴⁾で、共に増加傾向にある。

2) 組織形態

組織形態は図1のとおりで、任意組織を大半としながらも、NPO 法人や株式会社、一般社団法人など多

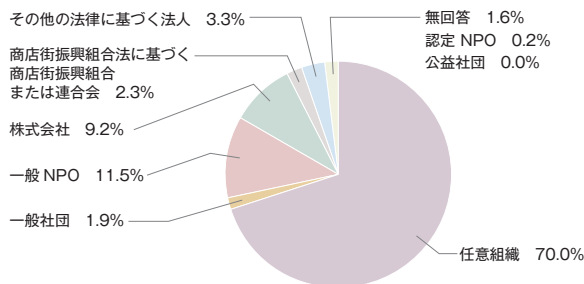


図1 ■ エリアマネジメント団体の組織形態⁵⁾

様な組織形態となっている。

3) 活動内容

主な活動は、次のとおりである⁵⁾。

- ・ まちのにぎわいづくり（イベント・アクティビティ）
- ・ 防災・防犯、環境維持
- ・ 地域ルールづくり・コミュニティづくり
- ・ まちの情報発信
- ・ 公共施設・公共空間の整備・管理（エリアマネジメント広告・オープンカフェ等）
- ・ 民間施設の公的利活用（空き家・空き地等）

2.2 ニューヨークのBID

1) 団体数等

ニューヨークのBIDは制度であり、ニューヨーク市ではこの制度に基づいて、図2のとおり2025年6月現在、76のBID団体が活動し、300マイル以上の商業地域にサービスを提供すると共に、2億700万ド

ル以上を地域経済に投資している⁶⁾。

2) 組織形態

BID団体はNPO法人として理事会と事務局で構成される。

理事会：税負担者である不動産所有者以外に、テナントや住民の代表等によって構成される

事務局：実務を行っており、外部の専門家等が雇用される

BID団体の設立にあたっては、区域内の過半数の不動産所有者の同意および課税対象不動産の総評価額に対して過半数の不動産所有者の同意が必要となる。そして、BID団体を設立した場合、エリア内の全不動産所有者に対して負担金が課される。この負担金の額は、まずその地域の改善に必要な費用を算出し、そこからBID団体が定めた算定方法によって各不動産所有者に割り振られる。なおBID団体によっては、商業系不動

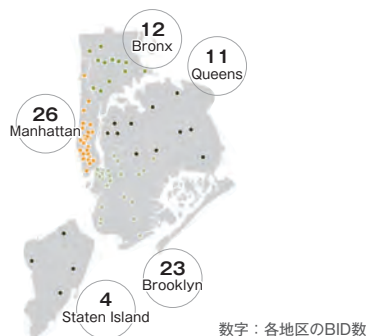


図2 ■ ニューヨーク市のBIDの分布⁶⁾

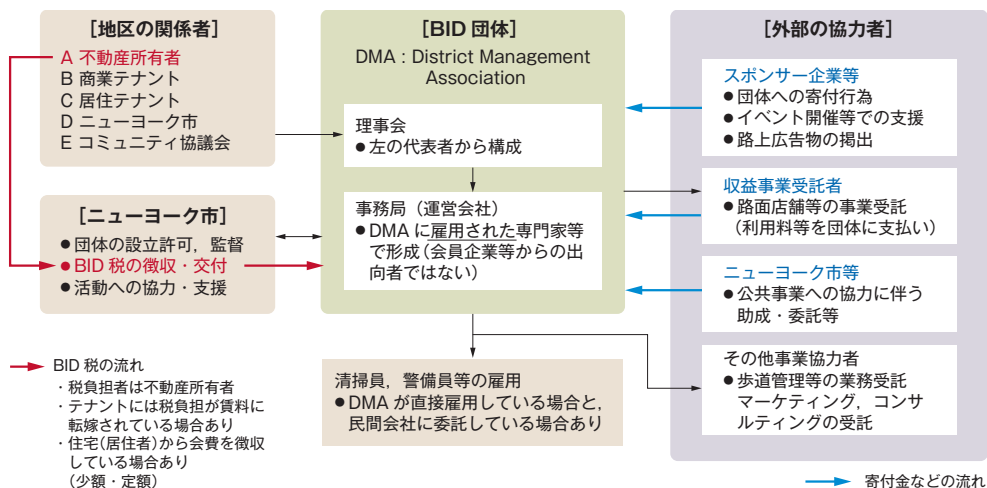


図3 ■ BID団体に係る資金フロー等⁷⁾

産に対してのみ負担金を課している例や、住居系不動産所有者からは一定の少額負担金のみ徴収している例もある。

BID 団体は税収入のほか、寄付金等も活動財源としており、BID 団体への寄付は税優遇の対象となる⁷⁾。

3) 活動内容

BID 団体の活動内容は、費用区分からは次のとおりだが、ヒアリングからはその活動成果が理事会（税負担者）の利益につながるか否か意識されていると考えられる。

- ・衛生（Sanitation）
- ・マーケティング・公開イベント（Marketing & Public Events）
- ・治安（Public Safety）
- ・景観・美化（Streetscape & Beautification）

2.3 日本のエリアマネジメントとニューヨークのBID

日本のエリアマネジメントとニューヨークのBIDについて整理すると、表1のとおりとなる。

3. 調査対象BIDの概要

ここでは、ヒアリング対象とした5つのBID団体について、設立経緯、設立主導者、活動目的・特徴的活動について記載する。

3.1 Meatpacking District

1) 位置および現地の様子



図4 Meatpacking Districtの活動エリアなど⁸⁾

表1 日本のエリアマネジメントとニューヨークのBIDの比較

	日本のエリアマネジメント	ニューヨークのBID
制度の有無・法的根拠	多くの団体が任意に活動。都市再生特別措置法など、活動を支援する制度も存在	法制度に基づいた団体として活動。プラザプログラムなど、活動を支援する制度も存在
運営組織	組織形態：任意団体、NPO法人、株式会社、社団法人など様々 理事会*：不動産所有者、事業者などで構成。高度商業地域においては、不動産所有企業が多いと思われる 運営会社：理事会企業の社員が運営会社に所属することが多い	組織形態：NPO法人 理事会：不動産所有者・テナント・住民・自治体代表などで構成。制度上要件がある 運営会社：メーカーやデザイナー、元市職員などBID団体の活動に必要なノウハウをもった者が社員。BID団体間を渡り歩く者も存在する
資金調達	一部の制度を除いて、強制徴収の仕組みはない。任意の会費、指定管理等に係る自治体からの委託費、活動に応じた補助金、スポンサー収入、イベント収入などを財源としている	エリア内の地権者から固定資産税に上乗せして強制徴収。自主財源として、指定管理等に係る自治体からの委託費、スポンサー収入、イベント収入、会費などがある。独自で債券を発行している事例もある
活動内容	ボランティア的な清掃、公共空間の改善に向けた社会実験、エリアビジョンの作成など。ただし、地域価値の向上を掲げ、直接的な利益の帰属先が不明瞭な活動となっていることも多い	日々の清掃・治安活動を基礎に、マーケティング、イベントなど。活動が理事会（税負担者）の利益につながるかどうかは重要。都市情報も、理事会への理解、テナント誘致等に活用される
活動の認知	団体が任意で公表している場合を除き、第三者が活動エリアを把握することは困難。定常的な活動が少ない事例も多く、地域住民等から団体の存在が認知されているかも不明	活動エリアをニューヨーク市のHPで確認可能。独自のユニフォームを着用して、屋外で活動している事例が多い。ただし、どのような団体なのか、住民に理解されていない可能性を指摘するBID団体も存在
自治体との関係	多くの団体が制度的に独立。条例等に基づく団体として指定されていることが、公共空間の活用時などにおいて許可の実質的な要件となっていることもある	制度に位置づけられた団体。SBS局が、監督・支援などを実施。ニューヨーク市長らが理事会の選出役員となる

* 日本のエリアマネジメント団体の場合は、組織形態上「理事会」とは表現しない場合もあるが、比較上当該表現を用いている

2) 設立経緯

精肉工場等が立地していたエリアで、環境変化に伴いエリアが著しく衰退したことが設立経緯となっている。

3) 設立主導者

不詳。

4) 活動目的・特徴的活動

店舗進出促進によるエリアの再生（これを通じた不動産収益の改善）を目的に活動している。

特徴的な活動として、エリア内の広場を、企業に対して商品PRの場として提供していることがあげられる。具体的には、エリア内に店舗を構える企業等が、消費者による自社商品の体験の場として広場を利用し、実店舗で商品を購入してもらうといったことを行っている。

当該活動について、現在はBID団体が広場活用に関するPRをせずとも、他企業による広場活用のSNS等を見た企業が、広場活用に係る問合せを行うという状況にある。このような状況となる前は、フラワーショーやDJイベントなどをBID団体の費用で自主イベントとして開催し、広場の活用可能性を示すと共にエリアを認知してもらう活動を行っていた。

5) 都市情報の収集・活用

活動にあたっては、都市情報として、来街者数などの情報を収集している。

収集方法は、ニューヨーク市が設置しているカメラからの情報の購入とスタッフによる手動でのカウントである。

収集した情報は、理事会や店舗マネージャーへ共有している（一部はHPでも公開されている）。これは、活動目的に即した成果の明示（活動に対する理事会からの理解）、既存店舗および出店希望者への商業機会の見える化を企図したものである。

6) その他

Meatpacking Districtの活動を見たエリア内に事務所を構える企業が、良好な公共空間の形成がオフィスワーカーの出勤率の増加につながると考えるようになり、イベント活動費用の一部を負担している。

3.2 Bryant Park Corporation

1) 位置および現地の様子



図5 ■ Bryant Park Corporationの活動エリアなど⁸⁾

2) 設立経緯

金融危機とこれに伴う公園局の運営資金難を発端とした違法行為の横行など、公園の著しい治安の悪化が設立経緯となっている。

3) 設立主導者

ブライアントパークに隣接する公立図書館の役員等が主導してBID団体を設立した。

4) 活動目的・特徴的活動

ブライアントパークの治安改善を目的に活動している。なお、治安改善が進んだ現在は、良好な環境の持続が目的と思われる。

公園の運営が当該BID団体の活動内容となっている。具体的には、清掃、警備、店舗空間の提供、コンテンツ・アメニティグッズの提供、イベントの開催等による公園の運営で、その成功には10の要素（Sanitation（清潔）、Security（安全）、Horticulture（園芸）、Lighting（照明）、Movable Chairs（移動可能な椅子）、Food（食事）、Public Bathroom（トイレ）、Program & Events（イベント）、Amenities（アメニティ）、Design（デザイン））があるとしている。

また適切な公園運営のために、スタッフのオーナーシップ醸成、統一的なデザインなども意識して、清掃や園芸スタッフ、デザイナーなどを直接雇用している。

5) 都市情報の収集・活用

活動にあたっては、都市情報として、来訪者数、ごみの量、キヨスクの収入、イベント時のアンケートを取得している。また、活動目的である良好な環境の持続において、男女比がKPIになると考えており、ランチタイムの男女比をカウントしている。

来訪者数は、センサーとスタッフによる手動でのカウントにより収集している。

取得した都市情報は、理事会に共有している。

6) その他

同団体の特徴として、指定管理料やスポンサー収入、店舗家賃など負担金収入以外の収入が大きい点があげられる。

また公園周辺においては、公園側に開口部を設けたビルの開発、Bryant Parkを冠したビルの存在などを確認することができる。これは、ブライアントパークに対して、周辺ビルオーナーがその価値を評価していることのあらわれといえる。

3.3 Hudson Square

1) 位置および現地の様子



図6 ■ Hudson Squareの活動エリアなど^{8, 9)}

2) 設立経緯

印刷業が立地していたエリアで、環境変化に伴いエリアが著しく衰退したことが設立経緯となっている。

3) 設立主導者

エリア内の有力地権者である教会が主導してBID団体を設立した。

4) 活動目的・特徴的活動

エリアへのクリエイティブ産業および住民誘致による再生を目的に活動している。

特徴的な活動としては、エリアのマスタープランの作成のほか、ニューヨーク市と協働した道路空間の再配分、プラザ^{注2}のリデザイン、アートプログラムの提供等による公共空間の改善があげられる。

5) 都市情報の収集・活用

活動にあたっては、都市情報として、居住者数、来訪者数、人口構成、地下鉄の利用者数、賃貸住宅の空室率などを収集している。

収集にあたっては、それぞれ以下を情報源としており、収集のために自社ソフトウェアの開発やコンサルタントへの外注を含め、相応の費用を投じている。

居住者数および地下鉄の利用者数：オープンデータ
来訪者数：博物館、美術館、学校、企業の来訪数を混合して算出

人口構成：企業からの提供情報とアンケート

賃貸住宅の空室率：不動産所有者からの提供情報

活動目的（クリエイティブ産業および住民誘致）の達成を念頭に、オフィスワーカーや住民ニーズを把握するため、収集した都市情報を用いて関係者間でディスカッションを行っている。

また、他のBID団体と同様に、都市情報を負担金拠出者である不動産所有者へ提供しているほか、ニューヨーク市とのコミュニケーションツールとしても活用している。

6) その他

資金調達のためにBID団体が債券を発行し、公共空間の整備プロジェクトに資金を投じている。

3.4 Downtown Alliance

1) 位置および現地の様子



図7 ■ Downtown Allianceの活動エリアなど^{8,10)}

2) 設立経緯

金融の中心地で居住者が少ないエリアだったため、金融危機に伴ってオフィス空室率が上昇したことで、昼間人口も減少し、通りはシャッターが下り、活気のない状況が続いていたことが設立経緯となっている。

3) 設立主導者

エリア内の有力地権者である企業が主導してBID団体を設立した。

4) 活動目的・特徴的活動

当初は、住宅供給の誘導を通じて居住者を増やすことにより、これまでのオフィス街から、24時間人がいるエリアとして再生することを目的に活動していた。

そのため、老朽化した空きオフィスビルを住宅に転用する際の税優遇措置を導入（BID団体がニューヨーク市との協議主体になったと思われる）したほか、居住に必要なアメニティの調査を行っていた。また、空室率の変化や移住に係る都市情報を取得し、これを活用することで、BID団体の活動と共にエリアのPRを行っていた。

現在は清掃・治安活動のほか、エリアが広域にわたる中で、エリア内での無料バスの運行も行っている。また、進出希望企業（オフィスや店舗の賃借ニーズ）

に対して、店舗の出店状況等の調査、助成金等のプログラムの提示、エリア内組織との接続機会の提供など、市場調査やBID団体の有するネットワークを活用した進出支援を行っている。

5) 都市情報の収集・活用

活動にあたっては、都市情報として、不動産の用途ごとの稼働率や賃料等の情報を収集している。また、用途ごとに、オフィスであれば企業ごとの賃借面積、ホテルであれば客室数などのホテル情報も収集している。

これらの情報は、複数の不動産仲介業者等を通じて収集した情報に、団体自ら構築した不動産所有者との関係性の中で取得した情報を組み合わせることで、正確性や独自性を高めている。

収集した情報は一部をHPで公開すると共に、理事会とも共有している。これにより活動成果の明示（活動に対する理事会からの理解）のほか、進出企業や来街者への情報提供および支援を行っている。

6) その他

進出支援にあたって、自治体プログラムの提示など、ニューヨーク市との関係性が前提となる活動も多くみられる中で、元ニューヨーク市の職員が社員として働いている。

3.5 Times Square Alliance

1) 位置および現地の様子



図8 ■ Times Square Allianceの活動エリアなど⁸⁾

2) 設立経緯

傷害事件が発生するほどの治安の悪化が設立経緯となっている。なお、当初は当該状況の改善に向けたニューヨーク市独自の取り組みもあったようだが、明確な改善はみられなかった。

3) 設立主導者

詳細は不明だが、傷害事件を契機に、地権者、ニューヨーク市、ニューヨーク州の3者で議論されて設立に至った。

4) 活動目的・特徴的活動

当初は、治安改善による来訪者数の増加を目的とし、清掃活動と治安活動に力を入れていた。

その後来街者が戻ってきたことで、ホテル・商業立地としてのホテル収益の向上、店舗賃料・稼働率の向上を目的とした活動へと変化している。具体的には、プラザにおけるイベントの企画とその実行である。

現在は、30万人/日の来訪者がある中で、公共空間における来訪者をターゲットとした統制のない商売が横行しており、その対応も活動の一つとなっている。

5) 都市情報の収集・活用

活動にあたっては、都市情報として、歩行者数、店舗やホテルの賃料（客室単価）・稼働率、募集物件情報、収集したごみ袋の数、落書きの数、ホームレスの人数、犯罪数、311への電話^{注3}件数、クレジットカードの利用データなどを収集している。

これらの情報は、購入する場合や不動産等のオーナーから取得する場合など様々である。また、空室などの不動産情報は、自らの目視調査も取り入れることで、偏り^{注4}がないようにしている。

収集した情報は、一部をHPで公開すると共に、理事会とも共有している。これにより、活動成果の明示（活動に対する理事会からの理解）のほか、進出企業や来街者への情報提供および支援を行っている。

6) その他

来訪者が増えることで、サイネージの価値が上昇しているが、その収益は所有者に帰属し、BID団体には帰属しない。

また、プラザでのイベント開催は、スポンサーを募って資金調達している。

4. 日本のエリアマネジメントへの示唆

ニューヨークのBID団体の設立経緯と活動から、日本のエリアマネジメントへの示唆を記述する。

4.1 ニューヨークのBID団体の設立経緯と活動の持続背景

対象とした5つのBID団体について、持続的な資金調達（理事会による資金提供）と活動の背景には、高い危機意識、理事会（資金提供者）のための活動、独立した組織と活動に即した専門人材の3点がある。

1) 高い危機意識

調査したBID団体は、いずれも都心部あるいはその隣接部に位置しながら、日本の不動産市場では考えられないような、環境変化に伴う著しい店舗・オフィス空室率の上昇や治安の悪化に見舞われている。これらを解決するための手段として、エリア内の有力地権者が、BIDの活用に着目し、資金提供の意思決定を行っている。

2) 理事会（資金提供者）のための活動

Bryant Park Corporationを除いたBID団体は、負担金の拠出者である不動産所有者の不動産収益の維持・改善につながるよう活動を行っている。

そのため、取得する都市情報も不動産収益に関連した情報が多くみられ、これを理事会に提供することで、活動への理解を得ている。ただし、活動内容は画一的ではなく、それぞれの地域に即したものとなっている。

Bryant Park Corporationも、負担金の拠出者を考慮していないわけではないが、公園運営に主眼を置いている点で、他の4つのBID団体とやや異なる。そして、活動財源のうち負担金の割合を低減させることで、資金提供者の理解を得ている面もあると考える。

3) 独立した組織と活動に即した専門人材

運営組織は、理事会企業とは関係のない人材から構成されている。このことが運営組織のメンバーにおい

て、活動の持続に対する危機意識をもたらし、活動の創意工夫を生み出している面もあると考える。

またそのメンバーは、各BID団体の活動目的に即して、マーケター、デザイナー、元市職員などから構成されている。

4.2 日本のエリアマネジメントへの示唆

ニューヨークのBID団体の設立経緯からは、資金拠出者において、BID団体を設立するに値する（負担金を拠出するに値する）危機への直面がみられる。

一方で、現在の日本の不動産市場（特に都市部）においては、特定のエリアが短期的に同様の状況におかれることは想像しづらい。

そこで、不動産会社が主導してエリアマネジメントを行うためには、その活動を企業ブランディングなどの非財務活動と位置づける場合を除いて、以下の検討が必要と考える。

- ・ エリアに重点投資を行うパートナーの探索
- ・ パートナーや活動内容に即したビジネスモデルの検討
- ・ 活動の深化

1) エリアに重点投資を行うパートナーの探索

ここで考えられるパートナーは、不動産所有者に限らず、エリアに大型小売店や活動拠点を構える企業など、エリアで居住・活動する者に消費や生産の面で支えられている企業があげられる。

また最近では、不動産業界においても生活の質向上につながる活動を組み込んだファンドがみられる^{注5}。今後はこのような取り組みが、地元不動産会社や特定の地域に重点投資を行うREITに拡がることも考えられる。

このように、パートナーとなりうる企業等について、課題や動向を踏まえて、協働して活動することが必要である。

2) パートナーや活動内容に即したビジネスモデルの検討

現在の日本のエリアマネジメント団体は、主にエリ

ア内の不動産所有者からの任意の会費を活動財源としている事例が多いと思われる。この場合、強制性を除けばニューヨークのBID制度との違いはない。

一方、日本のエリアマネジメント団体は、制度に依らず活動しているため、活動の受益者を柔軟に捉えることができる。

そのため、活動目的と内容によっては、ビジネスモデルを検討し、活動資金の直接的な負担者を捉えなおすことも必要である。

一例として、長門湯本温泉の事例をあげる。

長門湯本温泉では、入湯税を増額し、当該増額分をエリアマネジメント団体である長門湯本温泉まち株式会社の活動原資としている。活動の結果、観光客が増加することで恩恵を受けるのは、宿泊業をはじめとした当該温泉街で活動している者だが、活動原資の直接的な負担者は当該温泉街を訪れた観光客となっている¹²⁾。

当該事例は温泉街の事例であり、エリアや事業内容のわかりやすさがあるため、都市部のエリアマネジメントにおいて即座に流用可能なものではない。しかし、財源に問題意識をもったうえで、既存の枠組に捉われることなく、検討と交渉を続けて実現した事例として検討に値する。

3) 活動の深化

エリアマネジメント団体は、各エリアに即した活動を検討し、実行する必要がある。

ニューヨークのBID団体の活動目的と活動内容を、Meatpacking DistrictとDowntown Allianceを例に整理すると、図9のとおりである。

どちらの事例も最終的には賃料の増加を通じて、資金提供者である不動産所有者の利益につなげている。その活動はMeatpacking Districtが公共空間の活用を通じたテナント支援であるのに対して、Downtown Allianceは組織やサービス等の情報提供を通じたテナント支援であり、地域の状況に即した独自の活動となっている。

なお両者に共通する点としては、これらの活動を(深

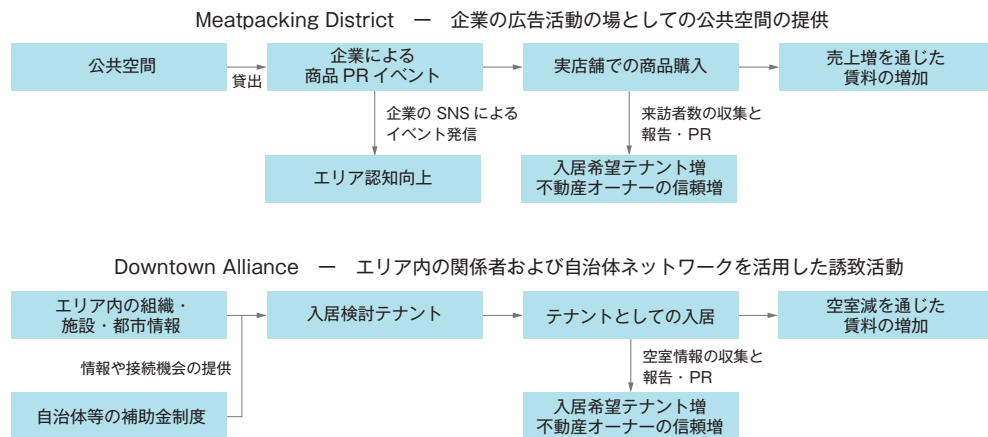


図9 ■ Meatpacking DistrictとDowntown Allianceの活動目的と活動内容

化させながら）継続している点と、報告およびPRとして都市情報を活用している点があげられる。

5. まとめ

本稿では、ニューヨークのBID団体について、その設立経緯等を調査することで、財源と活動の観点から日本のエリアマネジメント団体との比較を行った。これにより次に示すような日本のエリアマネジメント活動への示唆を得た。

制度の存在や環境などの背景が異なるものの、ニューヨークのBIDからは、最終的な収益の帰属や活動目的が明瞭であり、これを達成するための地域独自の活動の重要性が示唆された。

日本のエリアマネジメントでは、財源が課題の一つとしてあげられている。しかし実際には上記のような本質的な議論・検討がされずに、他の国内事例を模倣して進めていることにもその原因があると思われる。一方で、上記で触れた日本のエリアマネジメントへの示唆について、その実現には自治体の協力も必要であり、制度の再考も重要である。

最後にエリアマネジメントの活動のための資源について触れたい。

ニューヨークのBIDにおいて活動の資源は以下の3点で、これは日本のエリアマネジメントにおいても同様である。

- ・地権者やテナントなど、活動の関係者とのつながり

- ・自治体とのつながり

- ・上記つながりおよび制度による公共空間を中心とした、活動エリア内の空間の利用のしやすさ

これらの資源は、持続的な活動の中で発揮される。

そのため、清掃や見回り、勉強会、イベントなど、これらの活動資源を維持するための基礎的な活動は継続的に実施する必要があると考える。

【補注】

- 注1 5つのBID団体：NYC Small Business Services「FY24 NYC Business Improvement District Trends Report」の呼称による
- 注2 プラザ：コミュニティの拠点や公共交通結節点における歩行者空間で、ベンチや植栽、アートの設置など、場所によって整備内容は様々である
- 注3 311への電話：緊急ではない行政サービスや苦情等に係る電話
- 注4 偏り：仲介業者によって、得意とする業種や規模等があるためと思われる
- 注5 生活の質向上につながる活動を組み込んだファンドがみられる：2025年6月30日に株式会社プロフィッツらが、社会的インパクト不動産ファンド「QOLファンド」を組成している。同社の資料によると、アセットタイプに応じて、アセットマネージャー主導で、子供向けのスポーツ体験会や絵本配布、ワーカー向けのビジネス交流会、地域住民向けイベントの開催を検討している¹¹⁾

【参考文献】

- 1) 国土交通省都市局まちづくり推進課：エリアマネジメントの評価ガイドライン，2024
- 2) 国土交通省土地・水資源局：エリアマネジメント推進マニュアル，2008
- 3) 全国エリアマネジメントネットワーク：https://areamanagementnetwork.jp/about-us/, 2025.10.20
- 4) 官民連携まちづくりポータルサイト：都市再生推進法人の指定状況（全137団体・令和6年10月末時点），https://www.mlit.go.jp/toshi/pdf/toshisaisei/%E3%80%90%E4%BB%A4%E5%92%8C%E5%B9%B410%E6%9C%88%E6%9C%AB%E6%99%82%E7%82%B9%E3%80

%91%E9%83%BD%E5%B8%82%E5%86%8D%E7%94%9F%E6%8E%A8%E9%80%B2%E6%B3%95%E4%BA%BA%E4%B8%80%E8%A6%A7_%201.pdf, 2025.10.20

5) 内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局, 内閣府地方創生推進事務局: 地方創生まちづくりエリアマネジメント, 2017.3

6) NYC Small Business Services: FY24 NYC Business Improvement District Trends Report, https://www.nyc.gov/assets/sbs/downloads/pdf/neighborhoods/fy24-bid-trends-report.pdf?utm_campaign=BID+Trends+Report+2025&utm_medium=bitly&utm_source=SBSwebsite, 2025.10.20

7) 大阪版BID制度検討会: <https://www.city.osaka.lg.jp/toshikeikaku/cmsfiles/contents/0000402/402593/daiikkai-hosokusiryou1-6P.pdf>, 2025.10.20

8) NYC Small Business Services: <https://nycsbs.maps.arcgis.com/apps/webappviewer/index.html?id=7c2d36ad6c774e98a90ade1064fb575a>, 2025.10.20

9) Hudson Square BID: <https://hudsonsquarebid.org/>, 2025.10.20

10) Downtown Alliance: <https://downtownny.com/>, 2025.10.20

11) プロフィッツ・A.P.アセットマネジメント・芙蓉総合リース: 2025年7月10日付News Release, 2025

12) 長門市: <https://www.city.nagato.yamaguchi.jp/soshiki/6/29174.html>, 2025.10.20



■ 藤嶋 知将 Tomonobu Fujishima

街づくりリサーチ部上席研究員, 不動産鑑定士, MBA, 当社グループにおける広域エリアマネジメントの活動効果の検討など活動支援に従事

■ Abstract

History and Activities of BIDs in New York

Implications for Area Management in Japan Tomonobu Fujishima

In recent years, while the number of organizations engaged in area management activities has been increasing nationwide, securing funding for these activities remains a challenge.

This report investigates the background of the establishment and specific activities of Business Improvement District (BID) organizations in New York in order to gain insights into area management in Japan from the perspectives of funding and operational practices. As a result, the following three characteristics of BID organizations can be identified.

- A strong sense of urgency among funders (property owners) triggered by deteriorating business environments, public safety, etc.
- Activities that benefit funders through environmental improvements
- A management organization independent of funders, staffed by professionals with expertise relevant to the activities

On the other hand, while the BID system requires property owners within the area to serve as funders, it is difficult to envision a situation in the current Japanese real estate market where contributions involving additional financial burdens would be widely accepted.

Therefore, it is necessary to: seek appropriate partners tailored to the area's characteristics, not limited to the real estate sector; build business models suited to the partners and activities; and enhance the activities taking these factors into consideration.