

ヒアリング団体の活動内容・効果

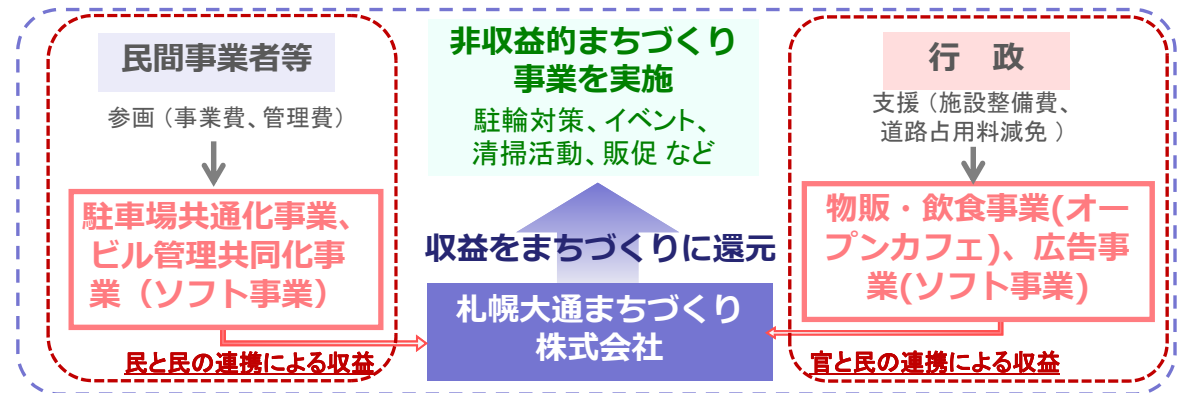
①札幌大通まちづくり株式会社(北海道札幌市)

民間事業者や住民等の参画を得て収益事業を展開し、持続可能な収益基盤を確立。得られた事業収益により、駐輪対策やイベントなどの非収益的なまちづくり事業を実施。

1. 事業方針

地域価値の維持・向上、にぎわい・交流の創出による継続的なまちの再生を図る。

※平成21年9月1日設立



2. 組織形態

株式会社(資本金9,050千円(出資/市:3%、商工会議所:3%、その他:94%(商店街、大型店、企業、金融機関、公共交通機関など30団体))

※平成23年12月に都市再生推進法人に指定。

3. エリアマネジメントの要素

- A. まちづくりルール
- B. イベント(マルシェ、物販・飲食事業等)
- C. 情報発信(広告事業等)
- D. 防災・防犯、環境維持
- E. ー
- F. 民間施設公的利活用

4. 主な収益事業

- 物販・飲食事業 道路上設置オープンカフェの整備・運営
- 広告事業 道路上や地下街出入口壁面を活用した広告事業
- 駐車場共通化事業 共通駐車券の発券
- ビル管理共同化事業 EV保守や事業系ゴミの管理共同化
- その他 コ・ワーキングスペースの整備・運営 等



5. 市・民間事業者等からの支援と保有資産の状況

(1)市・民間事業者等からの支援の状況		市			民間事業者等			
		人的	物的	金銭	人的	物的	金銭	
職員数	常勤7名	×	-	×	×	-	×	
主な事業	ソフト事業	物販・飲食事業	-	×	○	-	×	×
		広告事業	-	×	○	-	×	×
		駐車場共通化事業	-	×	×	-	×	×
		ビル管理共同化事業※	-	×	×	-	×	×
	その他(コ・ワーキングスペース)	-	×	×	-	×	○	
非収益事業	駐輪対策、イベント 等	-	○	×	-	×	×	
(2)保有資産の状況		オープンカフェ「大通すわろうテラス」						

(※) ビル管理共同化事業：ビル管理の一括契約化で安価に契約し、従前契約との差額をオーナー、テナント、まち会社で等分。まち会社はまちづくり活動に還元

6. 主な効果

地域活力の回復・増進、地域への愛着や満足度の高まり

「イベント」や「物販・飲食事業」、環境維持などによる
にぎわいや集客への効果、住民等の意識の向上

7. 今後の活動と事業推進上の課題

今後は、安定した収益の確保を図りつつ、推進法人としての役割を踏まえ
たまちづくり活動の充実、体制の強化を図る。

《事業推進上の課題》

- 広告収益は特に冬期で変動が大きく、一方で、共通駐車券事業収益は通年で安定。
これに続く、安定した収益が見込める更なる事業展開が必要

(出典) 国土交通省によるヒアリング、札幌大通まちづくり(株)パンフレット、HPなどをもとに作成 3



広告事業（エリアマネジメント広告）

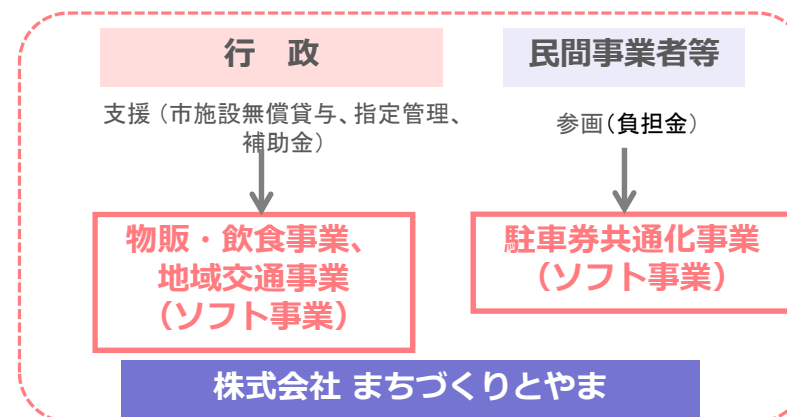
②株式会社まちづくりとやま（富山県富山市）

都市開発に関する企画や商業の振興等を目的に第三セクター会社として設立され、行政の支援による指定管理事業等により、収益基盤を確保。

1. 事業方針

中心市街地活性化基本計画に位置づけられた各種の活性化事業を具体化することで、にぎわいづくりを図る。

※平成12年7月7日設立



2. 組織形態

株式会社（資本金 30,000千円（出資 / 地元団体等:約50%、市:約50%））

※平成24年3月に都市再生推進法人に指定。

3. エリアマネジメントの要素

- | | |
|-----------------|-------------------|
| A.まちづくりルール | B.イベント（物販・飲食事業 等） |
| C.情報発信（SNS、マップ） | D. - |
| E.公共施設管理 | F.民間施設公的利活用（地域交通） |

4. 主な収益事業

- 物販・飲食事業 地場産品販売店舗「地場もん屋総本店」の運営
- 駐車場共通化事業 共通駐車券の発券
- 地域交通事業 コミュニティバスの運行



地場もん屋総本店

（出典）国土交通省によるヒアリング、株式会社まちづくりとやまHPなどをもとに作成

5. 市・民間事業者等からの支援と保有資産の状況

(1)市・民間事業者等からの支援の状況		市			民間事業者等			
		人的	物的	金銭	人的	物的	金銭	
職員数	常勤8名	○	-	○	○	-	○	
	嘱託・臨時社員33名	-	-	○	-	-	×	
主な事業	ソフト事業	物販・飲食事業	-	×	○	-	×	×
		駐車場共通化事業	-	×	×	-	×	○
		地域交通事業（バス）	-	○	○	-	×	○
		イベント事業	-	○	○	-	○	○
	指定管理	全天候型広場「グランドプラザ」	-	-	○	-	-	-
(2)保有資産の状況		グランドプラザ内音響装置						

6. 主な効果

地域活力の回復・増進、地域への愛着や満足度の高まり

「イベント」や「物販・飲食事業」、「地域交通事業（バス）」などによる
にぎわいや集客への効果、住民等の意識の向上



7. 今後の活動と事業推進上の課題

今後は、行政との緊密な連携のもと、中心市街地のブランドイメージの確立や持続的なにぎわいの創出に向けた取組を進める。

《事業推進上の課題》

- 経営基盤を強化し、また自主事業としてまちづくり活動を行うために、安定的な財源確保が必要



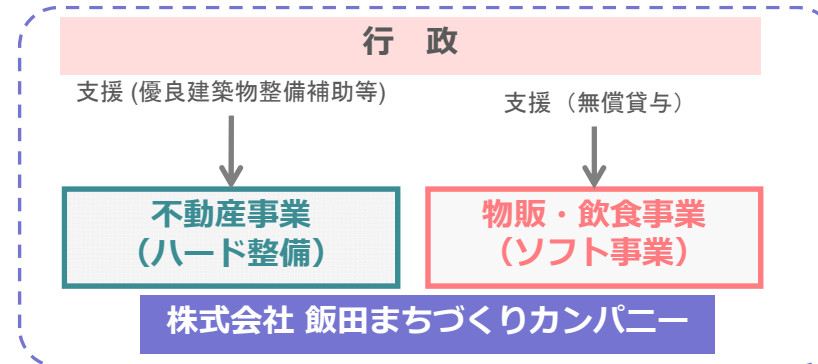
③株式会社飯田まちづくりカンパニー（長野県飯田市）

再開発事業の参画組合員として事業の初期段階からの参画、観光開発その他土地開発を通じた新たな機能の創造を目的に第三セクター会社として設立され、行政の支援による不動産開発・賃貸事業等により、収益基盤を確保。

1. 事業方針

都市再開発等を通じて、新たな機能を創造することによってまちの魅力を取り戻し、中心市街地の活性化を図る。

※ 平成10年8月3日設立



2. 組織形態

株式会社（資本金 212,000千円（出資 / 地元等法人19社:約42%、銀行3行:約19%、個人15人:約14%、飯田市約14%、日本開発銀行約9%、商工会議所約2%））

※ 平成24年3月に都市再生推進法人に指定。

3. エリアマネジメントの類型

- A. —
- B. イベント（物販・飲食事業）
- C. —
- D. —
- E. 公共施設管理
- F. 民間施設公的利活用（不動産事業）

4. 主な収益事業

- 物販・飲食事業 直営店舗(地域交流施設「三連蔵内」)運営
- テナントリーシング テナントミックス(自社ビル、借上げ受託)
- 不動産事業 土地・建物共同化を含む不動産開発・賃貸事業(住宅、店舗、駐車場)



まちづくりカンパニーが床を保有・運営するテナントビル

(出典) 国土交通省によるヒアリング、飯田まちづくりカンパニーパンフレット、HPなどをもとに作成

5. 市・民間事業者等からの支援と保有資産の状況

(1)市・民間事業者等からの支援の状況		市			民間事業者等		
		人的	物的	金銭	人的	物的	金銭
職員数	常勤6名	×	-	×	×	-	×
	パート・アルバイト 約4名	-	-	×	-	-	×
主な事業	ソフト事業	物販・飲食事業	-	○	×	-	×
	ハード事業	不動産事業(住宅、店舗、駐車場)	-	×	○	-	×
	指定管理	「りんご並木のエコハウス」	-	-	×	-	-
(2)保有資産の状況		事業用土地・建物、立体及び平面駐車場(計156台)					

6. 主な効果

地域活力の回復・増進、資産価値の維持・増大

「物販・飲食事業」や「テナントミックス」、「不動産事業」などによる消費活動や売上、雇用などの経済への効果

7. 今後の活動と事業推進上の課題

テナントミックス等による効果もあって飲食店舗の経営は順調ではあるが、物販店舗の経営は厳しいところ。

今後は、都市再開発やコンバージョンなどによる新たな機能の創造に引き続き取組み、居住、就労人口の増加、若い人をまちなかに引き込む仕掛けや、収益をあげる仕組みづくりの強化を図る。

《事業推進上の課題》

- 地方公共団体の裏負担を必要としない、民間独自で動けるスピード感のある補助金が必要
- 建物償却年限(45年(RC等))に比べ、融資は最長で15年程度であり、途中で借り換えを要すことから、20～30年の長期低利融資が必要



指定管理「りんご並木のエコハウス（21世紀環境共生型モデル住宅（環境省）」

④株式会社まちづくり川越(埼玉県川越市)

観光開発や商業の振興等を目的に商工会議所が中心となって設立され、行政の支援による指定管理事業や物販事業等により、収益基盤を確保。

1. 事業方針

蔵のある町並みを活かした観光開発や商業の振興を通じ、中心市街地の活性化を図る。

※平成20年 3月 3日 設立

行政

支援等(指定管理、補助金等)

物販・飲食事業
(ソフト事業)

株式会社まちづくり川越

2. 組織形態

株式会社(資本金35,000千円(出資 / 市:約14%、商工会議所:約7%、その他民間事業者:約79%))

※平成24年5月に都市再生推進法人に指定。

3. エリアマネジメントの要素

- A.まちづくりルール
- B.イベント(物販・飲食事業等)
- C.情報発信(SNS等)
- D. —
- E.公共施設管理
- F.民間施設公的利活用(その他)

4. 主な収益事業

- 物販・飲食事業 産業観光館「小江戸蔵里」内の物販店舗等(飲食、観光物産・土産物、地場野菜等)運営、ギャラリー・フリースペース等運営
- その他 チャレンジショップ事業



産業観光館「小江戸蔵里」

(出典) 国土交通省によるヒアリング、各種Webサイトなどをもとに作成

5. 市・民間事業者等からの支援と保有資産の状況

(1)市・民間事業者等からの支援の状況		市			民間事業者等			
		人的	物的	金銭	人的	物的	金銭	
職員数	常勤5名	×	-	×	○	-	○	
	契約社員・アルバイト70名	-	-	×	-	-	×	
主な事業	ソフト事業	物販・飲食事業	-	×	○※	-	×	×
		チャレンジショップ	-	×	○	-	×	×
	指定管理	産業観光館「小江戸蔵里」	-	-	×	-	-	-
(2)保有資産の状況		産業観光館「小江戸蔵里」物販施設の内装・設備						

(※) 指定管理等における市の支援：物販・飲食事業者を指定管理者とし、売上から家賃相当額を市に納めることで指定管理料と相殺

6. 主な効果

地域活力の回復・増進、地域への愛着や満足度の高まり

「物販・飲食事業」や「観光を中心としたインフォメーションコーナーの運営」による
にぎわいや集客への効果、住民等の意識の向上



併設のインフォメーションコーナー

7. 今後の活動と事業推進上の課題

物販店舗等設運営については、過大な初期投資とアルバイトの人件費などの固定費が、会社経営の負担となっている。

今後は、収益構造の改善を図りつつ、中心市街地の活性化に資するため、インフォメーション機能の充実や空き店舗等対策を強化する予定。

《事業推進上の課題》

- 収益構造の早期の改善

(出典) 国土交通省によるヒアリング、各種Webサイトなどをもとに作成

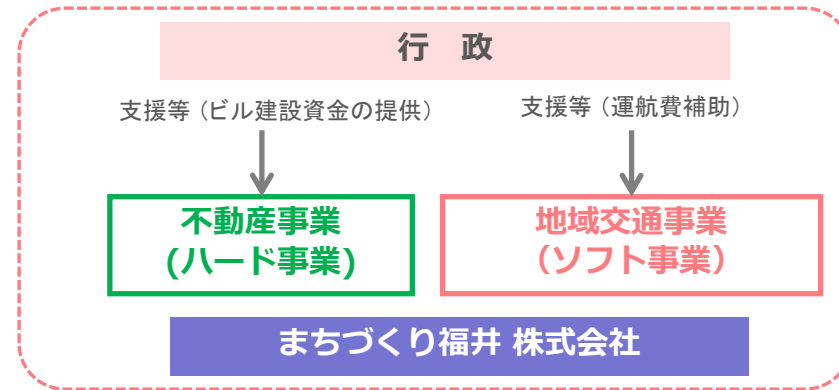
⑤まちづくり福井株式会社（福井県福井市）

中心市街地活性化計画の推進機関として第三セクターにて設立。イベント開催、コミュニティバス運行、開業支援、調査事業等を実施し、まちなかの活性化を創出。

1. 事業方針

イベントや商業の振興等を通じ、中心市街地の活性化を図る。

※平成12年 2月設立



2. 組織形態

株式会社（資本金は58,750千円（出資 / 市:51%、商工会議所:17%、その他:32%（中小商業者、商店街・事業協同組合等、金融機関、公益企業（鉄道・電力）など））

※平成25年4月に都市再生推進法人に指定。

3. エリアマネジメントの要素

- A. まちづくりルール
- B. イベント
- C. 情報発信（空き店舗マップ等）
- D. —
- E. —
- F. 民間施設公的利活用(地域交通等)

4. 主な収益事業

- 地域交通事業 コミュニティバス運行、バス停ネーミングライツ
- 不動産事業 自社ビル管理・運営、賃貸



コミュニティバス

（出典）国土交通省によるヒアリング、まちづくり福井(株)HP、中心市街地活性化支援センター協議会HPなどをもとに作成

5. 市・民間事業者等からの支援と保有資産の状況

(1)市・民間事業者等からの支援の状況		市			民間事業者等		
		人的	物的	金銭	人的	物的	金銭
職員数	常勤6名	○	-	○	○	-	○
主な事業	ソフト事業	地域交通事業（コミュニティバス）	-	×	○	-	×
		イベント（まちフェス※ 等）	-	○	○	-	○
	ハード事業	不動産事業（自社ビル管理・運営、賃貸）	-	×	○	-	-
(2)保有資産の状況		事業用建物					

（※）まちフェス：駅前電車通りを歩行者天国にし、フード・カフェ、雑貨等の出店、パフォーマンス等を実施。毎月第1日曜日開催。

6. 主な効果

地域活力の回復・増進

「イベント」や「物販・飲食事業」、「地域交通事業（バス）」などによる
にぎわいや集客への効果、住民等の意識の向上

7. 今後の活動と事業推進上の課題

今後は、駅西口再開発ビルのオープンや北陸新幹線の敦賀延伸など中心市街地の環境変化に応じ、リノベーションといった新たな手法を取り入れたまちづくりとともに、従来のイベント事業や開業支援を通じた中心市街地のにぎわい創出とエリアや個店の個性強化を図る。

《事業推進上の課題》

- 行政の予算削減、収益事業の縮小等による事業費の減少
- 都市再生推進法人としての主体的事業の実施や新たな収益事業の確保による自立化への施策が急務
- 計6名の社員のうちプロパー社員は2名に留まり、この他は行政・商工会議所からの出向・派遣が4名であり、上記自立化のための継続的自主事業の実施に向けた人材確保が必須

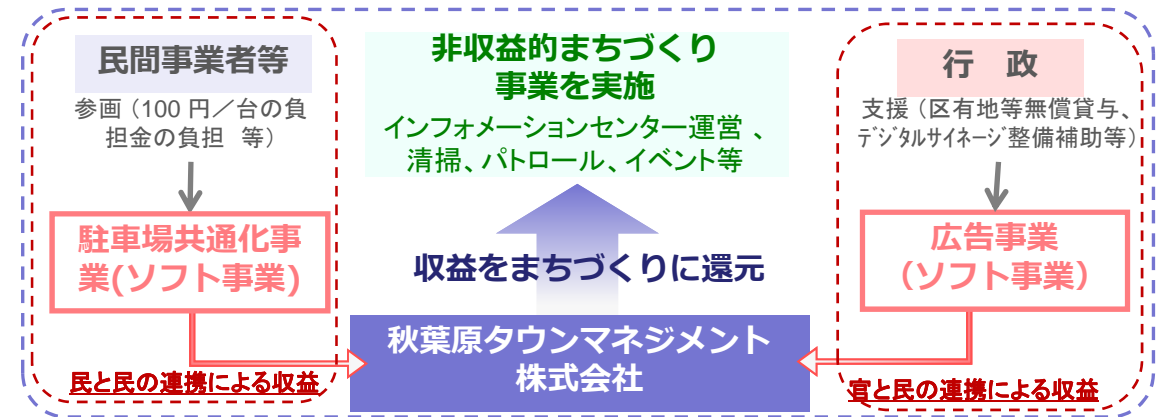


HPで情報発信される空き店舗マップ

駅周辺の開発を契機に民間事業者や住民等の参画を得て多様なソフト事業を展開し、持続可能な収益基盤を確立。得られた収益により、インフォメーション施設運営等の非収益的なまちづくり事業を実施。

1. 事業方針

「人・モノ・情報が交流する拠点」としての資源を最大限に活かしながら、新産業の創出、地域活性化を図る。
 ※ 平成19年12月10日設立



2. 組織形態

株式会社（資本金 64,900千円（出資 / 区:約46%、その他(地元団体や開発事業者等):約54%）
 ※ 平成25年9月に都市再生推進法人に指定。

3. エリアマネジメントの要素

- A. まちづくりルール
- B. イベント（マルシェ、歩行者天国）
- C. 情報発信（広告事業等）
- D. 防災・防犯、環境維持(清掃 等)
- E. —
- F. 民間施設公的活用(インフォメーションセンター、多言語通訳サービス)

4. 主な収益事業

- **広告事業** 駅コンコースなどを活用した広告事業(デジタルサイネージ及び街路灯バナー広告)
- **駐車場共通化事業** 駐車場満空案内システムの運営
- **その他** 無償貸与公有地の自販機・コインロッカー事業 等



広告事業（デジタルサイネージ）

5. 市・民間事業者等からの支援と保有資産の状況

(1)市・民間事業者等からの支援の状況		区			民間事業者等			
		人的	物的	金銭	人的	物的	金銭	
職員数	常勤5名	×	-	×	×	-	×	
主な事業	ソフト事業	広告事業	-	○	○	-	-	×
		駐車場共通化事業	-	○	×	-	×	○
		その他(自販機、1円カフェ事業)	-	○	×	-	×	×
	非収益事業	インフォメーションセンター運営※、清掃、パトロール等	-	×	×	-	×	○
(2)保有資産の状況		デジタルサイネージ、街路灯バナー広告						

(※) インフォメーションセンター：専属スタッフが常駐してサービスを提供、英語その他の多言語に対応（民間ビル入居〔家賃減免〕）。

6. 主な効果

地域活力の回復・増進、地域への愛着や満足度の高まり

「イベント」や「広告事業」、「防犯活動」などによる
にぎわいや集客への効果、住民等の意識の向上

7. 今後の活動と事業推進上の課題

今後は、新たな収益の確保による持続可能な収益基盤のさらなる強化を図り、まちづくりに還元。

《事業推進上の課題》

- 駅前広場に開設予定のオープンカフェやイベントに関する交通管理者等との安全確保に係る協議



インフォメーションセンター

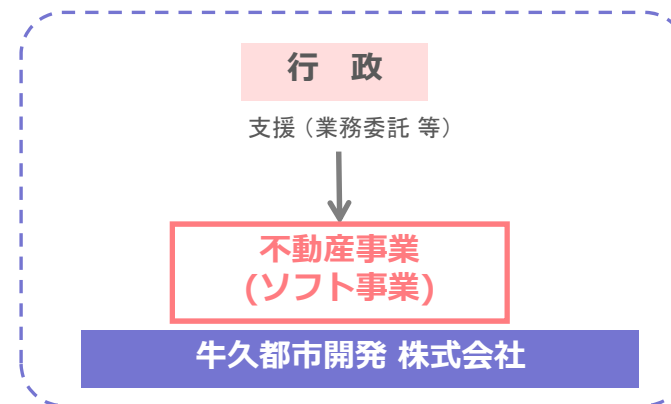
(出典) 国土交通省によるヒアリング、秋葉原タウンマネジメント(株)パンフレット、HPなどをもとに作成

再開発ビルの管理・運営等を目的に第三セクター会社として設立され、行政の支援による市施設の管理・運営等事業により、収益基盤を確保。

1. 事業方針

都市再開発ビルの管理・運営を通じ、商業振興等を図る。

※ 昭和61年4月15日設立



2. 組織形態

株式会社（資本金102,000千円（出資 / 市:49.9%、一般法人:31.2%、金融機関:11.0%、個人:7.9%））
 ※ 平成25年9月に都市再生推進法人に指定。

3. エリアマネジメントの要素

- A. まちづくりルール(健康福祉) B. イベント
- C. — D. —
- E. — F. 民間施設公的利活用（不動産事業）

4. 主な収益事業

- 不動産事業（ビル管理事業） 再開発ビル「エスカード牛久※」の管理・運営

(※)店舗(区分所有)、共同住宅、及び市生涯学習センター施設「エスカードホール」からなる複合施設



再開発ビル「エスカード牛久」

(出典) 国土交通省によるヒアリング、牛久都市開発(株)資料などをもとに作成

5. 市・民間事業者等からの支援と保有資産の状況

(1)市・民間事業者等からの支援の状況			市			民間事業者等		
			人的	物的	金銭	人的	物的	金銭
職員数	常勤5名		×	-	×	○	-	○
主な事業	ソフト事業	不動産事業(ビル管理事業)	-	-	○	-	-	×
(2)保有資産の状況		再開発ビルの共有所有（事務室・管理室）						

6. 主な効果

快適な地域環境の形成と持続性の確保

「ルールづくり（健康福祉）」による
住民等の健康・福祉への効果、住民等の意識の向上

7. 今後の活動と事業推進上の課題

今後は、再開発ビルの管理・運営に止まらず、特に大規模ニュータウンで顕在化する諸課題に対応した、持続可能なまちづくり事業の実施を目指す。なお、現在、地元を巻き込んだ協議会を組成し、まちづくりの課題解決等に向けた活動計画の検討を行っている。

《事業推進上の課題》

- より安定した収益事業の実施に向けた検討が必要



協議会の様子

⑧大丸有地区のエリアマネジメント（東京都千代田区）

既成市街地の中でエリアを定めて目指すべき包括的なビジョンが共有され、エリア価値向上を目指した一体的な計画とソフト事業を展開し、持続可能な管理運営を実施。

1. 事業方針

企業、団体及び行政等との連携を図り、都市空間の適切かつ効率的な開発、利活用等により、地区の付加価値を高め、都心としての持続的な発展に寄与すること（大丸有協議会）

2. 組織

（一社）大丸有地区まちづくり協議会 など6団体

※ 大丸有協議会は、平成25年9月に都市再生推進法人に指定。

3. エリアマネジメントの要素

- A. まちづくりルール（街並みや広告ほか各種ガイドライン等）、
- B. イベント（公的空間の活用等）、C. 情報発信（広告事業等）
- D. 防災・防犯・環境維持活動、E. 公共施設管理
- F. 民間施設公的利活用（独自ルールに基づく附置義務駐車場のコントロール等）

4. 主な収益事業

- 広告事業 公共空間を活用した広告事業
- その他 駐車場附置義務の特例による収益



壁面後退（民地）、空間の設えと機能の更新（区道等）、イベントの実施等により賑わいを創出する丸の内仲通り



公共空間を活用したイベント（行幸マルシェ）

5. エリアマネジメントの推進体制

主な団体	大丸有協議会	大丸有懇談会	エリアマネジメント協会	エコツエリア協会	大丸有駐車協議会	パブリックスペースマネジメント
構成員	全地権者企業・団体等	都、区、JR東日本、協議会	地域企業、団体、就業者、市民	地域企業、団体、就業者、市民	協議会会員、駐車場事業者、国土省、都、区、警視庁	JR東日本、東京メトロ、丸熱、地所、日本郵便
役割	主にまちづくりの方向性を議論		主にソフト施策を実施（しゃれ街条例認定団体）		個別課題への対応や支援等	
ルールの策定、運用	<ul style="list-style-type: none"> サインデザインマニュアル 	<ul style="list-style-type: none"> まちづくりガイドライン デザインマニュアル 屋外広告物ガイドライン 緑環境デザインマニュアル 	※ 広告物の掲出にあたっての内容やデザインの審査	—	<ul style="list-style-type: none"> 附置義務駐車場の地域ルール 	※ 広告物の掲出にあたっての内容やデザインの審査



エリアマネジメント協会による
広告事業（エリマネ広告）



丸の内地下広場

- 地下歩専道の整備、維持管理に民間（パブリックスペースマネジメント）が参加
- 広告物掲出費用を維持管理費の一部に充当

6. 主な効果

快適な地域環境の形成、地域活力の回復・増進、財政負担の軽減等

「まちづくりルール（屋外広告物ガイドライン等）」「イベント（行幸マルシェ等）」「公共施設管理（丸の内地下広場等）」などによる **まちなみや景観、にぎわいや集客** 等の効果

7. 今後の活動と事業推進上の課題

今後は防災の諸活動への注力とともに、道路などの交流空間の更なる利活用を図っていく。

《事業推進上の課題》

最大の懸念事項は財源不足であり、以下の検討が必要。

- 自主財源の確保（規制緩和等により道路空間等の利活用を可能とする）
- 公益に資するエリマネ団体への税制等支援（エリマネ団体への拠出金相当額の拠出者への還付 など）



エリアマネジメント協会が運行協力する無料巡回バス 丸の内シャトル

新規大規模開発を契機として、一体的な計画と公共空間やセミパブリック空間における収益事業等を通じた継続的な価値向上とブランド構築を目的に設立。

1. 事業方針

グランフロント大阪の価値最大化の実現とまちブランドの構築によって、グランフロント大阪を含む梅田地区全体を活性化し、大阪・関西、日本全体の成長戦略を牽引する

※ 平成24年5月23日設立

2. 組織形態

一般社団法人（資本金 10,000千円）
※平成26年7月に都市再生推進法人に指定。

3. エリアマネジメントの要素

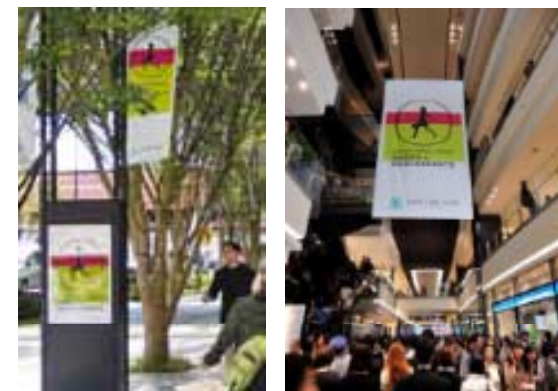
- A. まちづくりルール（街並み景観ガイドライン 等）
- B. イベント（飲食事業（オープンカフェ）等）
- C. 情報発信（広告事業 等）
- D. 公共施設管理
- E. 民間施設公的利活用（地域交通事業）

4. 主な収益事業

- 飲食事業 歩道におけるオープンカフェ
- 広告事業 公共空間等を活用した広告事業
- 地域交通事業 エリア巡回バス及びレンタサイクルの運営



オープンカフェ（公共空間の活用）



広告（公共空間の活用）

広告（民間施設内）

5. 市・民間事業者等からの支援と保有資産の状況

(1)市・民間事業者等からの支援の状況		市			民間事業者等			
		人的	物的	金銭	人的	物的	金銭	
職員数	常勤10名	×	-	×	○	-	○	
主な事業	ソフト事業	飲食事業（オープンカフェ）	-	○	×	-	×	○
		広告事業（公共空間等を活用した広告事業）	-	○	×	-	○	○
		地域交通事業（エリア巡回バス・レンタサイクル）	-	×	×	-	○	○
	非収益事業	美化・清掃等	-	×	×	-	×	○
(2)保有資産の状況		なし						

6. 主な効果

快適な地域環境の形成、地域活力の回復・増進、資産価値の維持・増大等

「街並み景観ガイドラインの運用」「オープンカフェ」「公共空間等を活用した広告事業」「エリア巡回バス・レンタサイクル」などによる まちなみや景観、にぎわいや集客 等の効果



TMOが運営するエリア巡回バスとレンタサイクル

7. 今後の課題

- 今後は、地域交通事業（エリア巡回バス、レンタサイクル）の利便性向上のため、更なる官民連携事業の展開等による財源確保が課題。
- 大阪版BIDについては以下が課題。
 - i) 対象事業および負担者の範囲の拡充、ii) 分担金の徴収方法に係る制度設計
 - iii) エリアマネジメント団体に対する税制優遇（みなし公益法人等）の適用
- 「国家戦略特区」（道路法の特例）等の活用による公共空間・公道利用の拡充を望む。

（出典）国土交通省によるヒアリング、各種資料およびHPなどをもとに作成

- 低未利用建物の家守型リノベーション事業※を通じて、都市型産業の育成と雇用の創出を実現し、縮退が進みつつある市街地の再生・活性化を図ることを目的に、平成24年に設立。
- 家守型リノベーション事業に加え、ワークショップによる事業計画作成などの教育プログラムの実施を通じて、同事業のノウハウを習得したまちづくり人材の育成と、持続的・継続的な再生プロジェクトの創出を図ることを目的とするスクール事業を実施。

※家守型リノベーション事業：実際のリノベーション工事に際しては補助金に依存せず、民間のみで行う自立型リノベーション事業

1. 事業目的

家守型リノベーション事業を通じた市街地の真の価値向上

※平成24年年4月13日設立

2. 組織形態

株式会社（資本金 460万円（出資 / 企業 2 社（飲食・不動産業、建築設計業） 個人 2 名（大学准教授 2 名））

3. エリアマネジメントの要素

- A.まちづくりルール B. —
- C.情報発信 D. —
- E. — F.民間施設公的利活用（空き店舗対策）

4. 主な収益事業

- 空き店舗対策（家守） 家守型リノベーション事業、家守型リノベーションスクール事業※

（※）家守型リノベーションスクール事業：都市の課題解決をテーマとし、ステークホルダーの様々なまちづくり関係者を巻き込んだワークショップの開催等により、まちづくりの現場における現実の課題解決に向けた継続性のある活動を実践する人材を育成する事業



5. 事業の特徴

家守型まちづくり会社の特徴	<ul style="list-style-type: none"> ● それぞれの守備範囲が異なる3～4名で構成 ● 家守型まちづくり会社は副業であり、本業を持つ ● まちづくりで稼ぎ、その収益はまちづくりに還元
家守型リノベーションにおける投資と回収の考え方	<ul style="list-style-type: none"> ● 絶対賃料≠エリア内の相場家賃 ※見込みの想定賃料では決してない ● 絶対賃料=確実な収入 ※賃料は、実際に入居するテナントオーナーが支払える額であり、投資前のテナント先付けが必須
波及効果	<ul style="list-style-type: none"> ● スクール卒業生自らが実践者となり、そのエリア内で新たな展開を図るなど各地に波及（次頁の長野市事例は卒業生）



リノベーション事業前



リノベーション事業後

6. 主な効果

地域活力の回復・増進、資産価値の維持・増大

「空き店舗対策（家守事業）」による店舗開業により、消費活動や売上、雇用などの経済への効果、にぎわいや集客への効果、不動産への効果

7. 今後の活動と事業推進上の課題

- ・ 本事業は、行政が都市政策として家守構想を位置付け、まちづくりの実践を生み出す場として「リノベーションスクール」を開催したことで実現。ビジネスモデルに前例が乏しく、また、不動産を所有しない家守型リノベーション事業は、資金調達能力に劣ることから、取組を促進するため、行政は融資を容易にするための事業評価制度を導入。
- ・ 我々民間は、補助金に頼らず、民間資金のみで自立して継続可能なプロジェクトを実施することができる。必要なのは規制緩和であり、ファイナンスである。

（出典）（株）北九州家守舎会社HPのほか各種資料をもとに作成

- 街なかの「空き家・空き店舗」には、まだ建物として十分に使い、その土地周辺に雰囲気や魅力を感じられるものもある。これらの建物をリノベーションすることでの新しい使い方、住まい方を提案し、貸し手と借り手をつなぐことを目的に、平成22年に設立。
- 空き家見学会の開催などを通じたマッチング・移住相談の無料実施、リノベーションに際しての仲介・プランニング、改修工事を実施。

1. 事業方針

貸し手と借り手をつなぎ「空き家」の未来をデザインする。
※ 平成22年7月2日設立

2. 組織形態

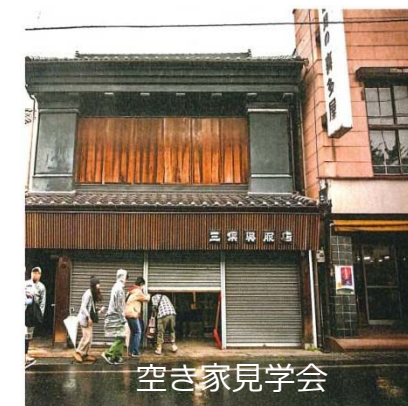
株式会社（資本金 3,000千円（出資 / 個人2名））

3. エリアマネジメントの要素

- A. — B. —
- C. — D. —
- E. — F. 民間施設公的利活用（空き店舗対策（家守））

4. 主な収益事業

- 空き店舗対策（家守） 空き家見学会の開催などを通じたマッチング・移住相談の無料実施、リノベーションに際しての仲介・プランニング、改修工事等



（出典）国土交通省によるヒアリング、各種資料およびHPなどをもとに作成

5. 事業の特徴

空き家 見学会	<ul style="list-style-type: none"> ● 毎回約20名が参加し、市外・県外者が6割で、30代が中心。移住相談会の実施とあわせ、希望者にはリノベーションプランを無料提供。 ● 空き家物件を自ら探し出し、1件1件を訪ね、改修費用全額をテナントが負担することで了解を取付け、ストック化。 ● 見学会での物件成約は1/10程度。理由は相続など様々。
リノベ ション事 業	<ul style="list-style-type: none"> ● 住居と店舗で約50軒・100人程度が、店を開き、移住。メインターゲットは20～30代。 ● 家賃約5万/月が相場であり、固定資産税の程度。 ● テナント自身による設計・施行も許容しており、その場合、当社利益は仲介手数料（5万円）のみ。

6. 主な効果

地域活力の回復・増進、資産価値の維持・増大

「空き店舗対策（家守事業）」による店舗開業や移住により、消費活動や売上、雇用などの経済への効果、にぎわいや集客への効果、不動産への効果

7. 今後の活動と事業推進上の課題

- ・ 長く使われない空き家が多くある一方で、何かしたいのに適地がなく困っている人達があり、このギャップを埋めることでビジネスになると目論んだ。
- ・ 空き家見学会は広報として無料実施し、売上は、リノベーションに関する仲介、工事等で稼ぐとの割切りのもとで、まずは空き家見学会をはじめてみた。
- ・ 街なかに事例が集積することでエリアとしての魅力が向上し、評判が口コミによって広まることで、次々と新たなお客さんが訪れるようになった。



空き家リノベーションによる
店舗開業・移住

活きいきとした活力ある“まち”を創成するには、住民主導による地域の管理運営が必要との認識に立ち、行政に依存しきりにならず、自らが費用を負担して“まち”を管理することで、「資産価値」の低下を防ぐとともに、持続可能なまちの実現を目指す取り組みを実施。

1. 事業方針

まちなみ景観の維持管理・運営を通して、持続可能なまちづくり、まちなみ環境の保全・地域の安全等を促し、地域全体の永続的な発展を図る。

※平成20年1月28日設立

2. 組織形態

NPO法人 (会員数330名。会費6千円/年)

3. 取組のきっかけ

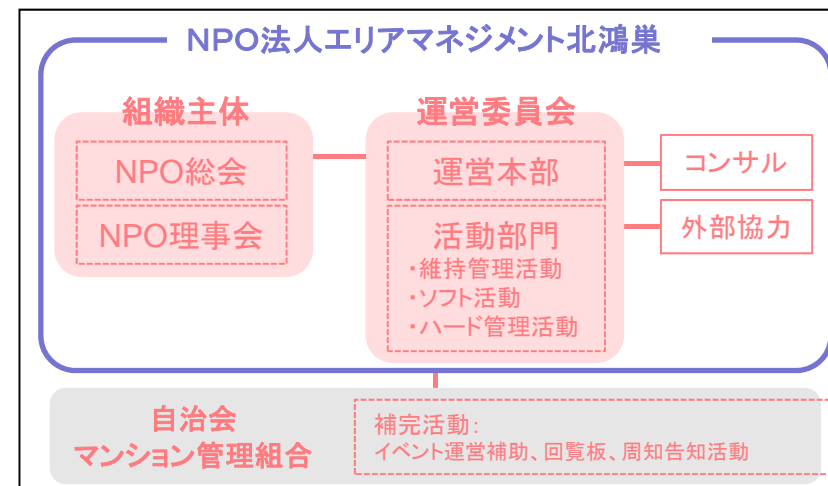
- ・組合施行土地区画整理による新たなまちづくりにおいて、資産価値の維持を図ることによる「売れる街」づくりを検討
- ・筑波大学渡准教授監修のもと、エリアマネジメント活動による「いつも人が集い気軽に誰もが利用できる場」、「人の視線が繋がることでの防犯」を実現

4. エリアマネジメントの要素

- A.まちづくりルール
- B.イベント
- C. —
- D.防災・防犯、環境維持
- E.公共施設管理
- F. —

5. 主な収益事業

- **その他** スポンサー花壇運営、マンション外構管理業務受託、駅前広場清掃業務受託
- **指定管理** すみれの中央公園指定管理



すみれ野中央公園

6. 推進体制

部会名称	活動内容
①広報活動部会【組織統括部門】	イベント告知・各種広報、スポンサー企業報告資料作成、募集活動
②資金計画部会【資金管理部門】	会費徴収・管理、スポンサー収入管理
③まちづくり部会【維持管理部門】	公園植栽、花壇の植え替え、巡回清掃、維持管理※
④イベント部会【クリエイション部門】	イベント企画・運営
⑤景観指導部会【住環境管理部門】	ガイドラインに基づく外構計画の審査・指導、防犯パトロール

(※) 維持管理：住民等による有償ボランティアが実施

7. 主な効果

快適な地域環境の形成と持続性の確保、地域への愛着や満足度の高まり

「まちづくりルール」、「防災・防犯、環境維持」による
まちなみや景観への効果、住民等の意識の向上

8. 今後の活動と事業推進上の課題

花と緑をみんなで育てることを通じて人が育ち、ふれあいが育つまちの実現に向けた取組の裾野の拡大を図る。

《事業推進上の課題》

- 会費と指定管理費、スポンサー花壇が主な収入であり、これら以外の収入源を確保するとともに、NPO法人会員を維持する工夫が必要。
- 主要メンバーが高齢者であるため、次世代を対象とした人材の育成が急務。



特に高齢化率が高いUR幸手団地（3021戸）等をモデルとし、住民が主体となって支援が必要な住民を適切な支援へと繋ぐ、都市郊外における健康と暮らしを支え合うための新しい地域包括ケアシステムの構築、普及に向けた取組を実施。

1. 事業方針

在宅医療連携拠点とは、地域包括ケアにおける医療側の窓口であり、地域包括支援センターのカウンターパートナー。ニーズを未然に把握する「健康生活アセスメント調査」、出前で開設する「暮らしの保健室」などの後方支援プログラム※を通じ、住民の主体性を育む役割を担い、普及を図る。

(※) 後方支援プログラムについては、厚生労働省の、
H24在宅医療推進事業（実施主体：病院）
H25在宅医療推進事業（実施主体：市・医師会）を活用

2. 組織形態

社会医療法人(郡市医師会・行政の協働)

3. 背景

- 幸手市及び周辺は、医師数人口比で全国最低レベル
- 医療や介護を受けていない場合は「かかりつけ医」を持たず、治療開始のみならず、予防の導入の遅れや医療介護連携が不足
- 地域医療容量を増やすのではなく、適切な医療介護サービスの提供機会を創出することで重篤化を防ぎ、地域医療リスクを回避



地域包括ケアシステム・幸手モデル

- (※1) 地域包括ケアのコミュニティ側の拠点。自治会主体の協議組織。
(※2) インフォーマルサービスを行なう者のネットワーク。地域で活動する人々によるワークショップ等を通じた担い手育成機能も有する。
(※3) 職種・組織を超えた協働(連携)のためのワークショップ。相互の関係構築、技術移転、ケア統合のための学習、意見交換を実施。

4. エリアマネジメントの要素

- | | |
|---------------|-------------------|
| A. - | B. - |
| C. 情報発信（医療情報） | D. - |
| E. - | F. 民間施設公的利活用（その他） |



暮らしの保健室

5. 推進体制

実施主体	役割・取組み内容
東埼玉総合病院「在宅医療連携拠点」	地域包括支援センターのカウンターパートナーであり、医療側の窓口。地域住民や地域ケアと連携し、「健康生活アセスメント調査」、「暮らしの保健室」などの後方支援プログラムを実施
ケアカフェさって	医療介護連携や質の高い医療多職種協働による総合的ケアの提供
しあわせすぎステーション	住民主体のコミュニティヘルスと多様かつ多層的なソーシャルサポートを行う者のネットワーク
幸手団地「健康と暮らし支え合い協議会」	団地自治会自らの活動として、コミュニティ中心の新しいケア提供体制となる「地域包括ケアの拠点」としての役割を担う。住民主催の地域ケア会議を定期開催。

6. 主な効果

快適な地域環境の形成と持続性の確保

「医療情報提供」、「暮らしの保健室(15箇所)」や「コミュニティカフェ」などによる住民等の健康・福祉への効果

7. 今後の活動と事業推進上の課題

今後は、医療・介護サービス等の更なる統合を図る。

《事業推進上の課題》

- 医療・介護サービス等の更なる統合を図るために、地域を包括的に捉えながら活動する医師を育成することが課題である。
- また、行政と住民の間に入るコミュニティデザイナーの更なる育成が必要である。地域に根付いた若者の広い参画が必須である。



個人事業者経営のコミュニティカフェとレンタルセニアカー事業（団地内）

レンタルセニアカー

レンタルセニアカーは
福祉用具ではありません
楽しむための用具です



免許はいりません

片手で運転できます

歩道を走ります

足腰に不安があると、行動範囲が狭くなってしまいがちです。そのような方でも自由に歩きたい所へお出かけできるよう、セニアカーの貸し出しをいたします。
介護認定など関係なくご利用いただけます。
保管場所や充電の手間にも困りません。

利用料：4時間 500円
（幸せ手伝い隊会員 350円）
延長30分毎 100円

幸せ手伝い隊会員様なら、「ちょっぴりサポートチケット」にて玄関先までお届け、回収いたします。（各1枚）※幸手団地内のみ

「地権者自らの手による街づくり」の理念のもと、再開発事業の計画段階から法人地権者により事業推進会社として設立。再開発事業完了後は、街区の統一管理者として各棟管理者や地域熱供給(DHC)事業者と連携し、エネルギーマネジメントや共用部分一体管理を実施。

1. 事業方針

エネルギーマネジメント、共用部分の一体管理により、クリーン・クール・チャームング(3C)な街に育て上げる。

2. 組織形態

株式会社(出資/民間企業8社)※1988年12月1日設立

3. エリアマネジメントの取組

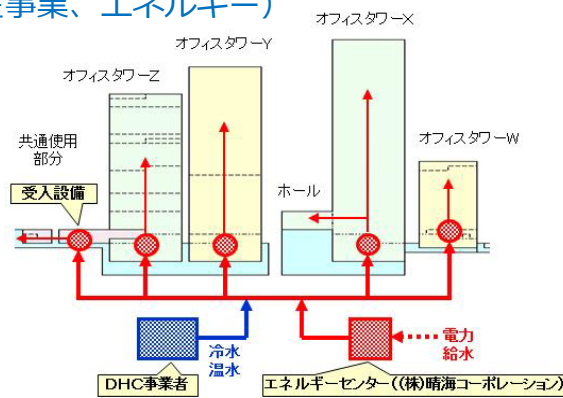
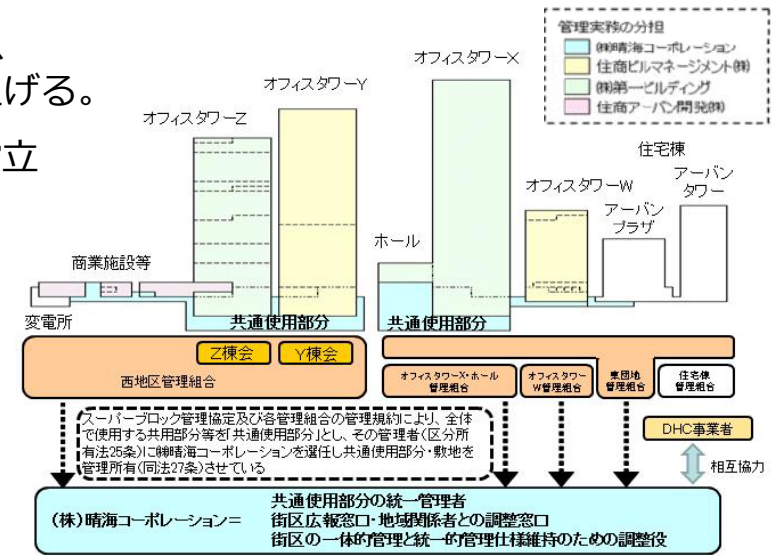
- ・計画段階から事業に参加し、一体的な街区計画や管理運営ルールを構築。高効率DHCの導入を決定。
- ・完成後は、街区の統一管理者として共通使用部分の管理運営、各棟への電力・水供給、DHC事業者と連携した環境マネジメント活動等を推進。

- A.まちづくりルール(ビジョン)
- B.イベント C. -
- D.防災・防犯、環境維持(緑化等)、 E.公共施設管理
- F.民間施設の公的利活用(不動産事業、エネルギー)

4. 主な効果

・高効率DHCや環境マネジメント活動の効果により、竣工以来10年以上継続してCO2排出量を約25%削減(標準的なオフィスビル比)

※計画段階から面的エネルギーを採用したことが、低炭素街区の実現に貢献している。



5. 区・民間事業者等からの支援

(1)区・民間事業者等からの支援の状況			市			民間事業者等		
			人的	物的	金銭	人的	物的	金銭
職員数	常勤9名		×	-	×	○	×	×
主な事業	ハード事業	不動産事業（管理）※1	-	×	×	-	×	×
	非収益事業	イベント（芸術・文化・教育※2）	-	○	×	-	○	○
		緑化等※3	-	-	-	-	×	×
	指定管理以外（任意管理等）	区道（トリトンブリッジ）の管理※4	-	-	×	-	-	-

（※1）協定に基づき、トリトンスクエアの共通使用部分の基幹設備、統合防災システム、アトリウム、テラス・植栽、通路、駐車場等の運営管理を実施。

（※2）グランドロビーや外部テラス等の地区計画における地区施設などを活用し実施。

（※3）自動灌水装置などによりメンテナンス費用を軽減。

（※4）区との協定に基づく維持管理を実施。イベントの際にはバナーを設置するなどプロモーションに活用。



区道と公開空地を一体的に活用したイベント

6. 今後の取組と、事業推進上の課題

- ・ 2020年東京オリンピックに向けて、晴海全島の省エネ強化及び全島緑化作戦（フラワーアイランド2020）に取り組む。
- ・ 関係者との協議の枠組みを構築。

田町駅東口北地区の開発の計画段階から、街区関係各社で設立。同地区においてエネルギー関連事項について協議・方針決定し、当該地区に導入される地域冷暖房プラントと建物側設備が連携した最適運転による「省CO2まちづくり」の実現、継続的な運営・管理を実施。

1. 事業方針

エネルギーの面的利用や未利用エネルギー等の活用を行うスマートエネルギーネットワークを構築し、環境性、防災性に優れた市街地を形成する。

2. 組織形態

協議会組織
 ・区、病院、不動産会社、エネルギー事業者で構成

3. エリアマネジメントの取組

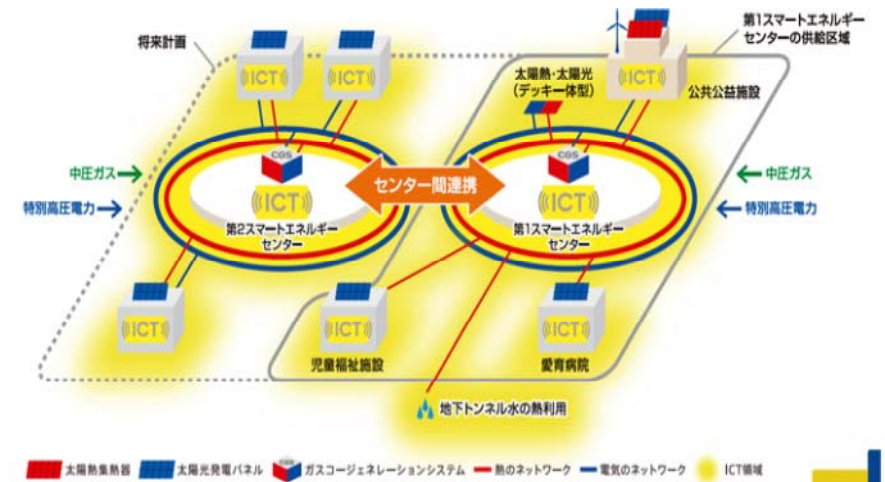
・設計段階から建物とエネルギーセンターが連携した街区全体での省エネシステムを検討。
 ・低炭素目標値の設定、エネルギーに関する運用改善・情報発信・地区内外向け環境学習等の検討。

4. 主な効果

・スマートエネルギーネットワークにより1990年比で45%のCO2削減を目標とする。
 ※計画段階から面的エネルギーを採用したことが、低炭素街区の実現に貢献している。

5. 今後の取組と、事業推進上の課題

・停電時、第一期エリアは公共公益施設の一部への電力供給と、愛育病院への冷温熱の100%供給を行う。第二期エリアは開発エリアのほぼ100%の電力・熱供給の継続を計画。
 ・段階建設のリスクを軽減するため、各街区にプラントを建設し、全体完成後には熱の連携を行う。



(出典) 東京ガスHPをもとに作成

地域内に事務所を構える民間会社を中心に設立。当該地域を対象に非常時の事業継続や省エネに関するISO認証を取得するとともに、地域全体のエネルギー効率の更なる改善、非常時の事業継続性の向上に向けた取り組みを実施。

1. 事業方針 地域全体の事業競争力・組織力・ブランド力を強化し、「平常時のエネルギー利用効率が高く、非常時の事業継続機能に優れた地域」を実現。

2. 組織形態 協議会組織

- ・地域内に事務所を構える建設会社、熱供給事業者、不動産会社等に加え、オブザーバーとして地元町内会、国、都、区も参加。

3. エリアマネジメントの取組

- ・BCPや省エネに関する目標設定とそれに向けた行動計画の策定と活動の実践
- ・地域のエネルギーパフォーマンスの監視
- ・協議会会員同士で協調した省エネ手法の検討 等

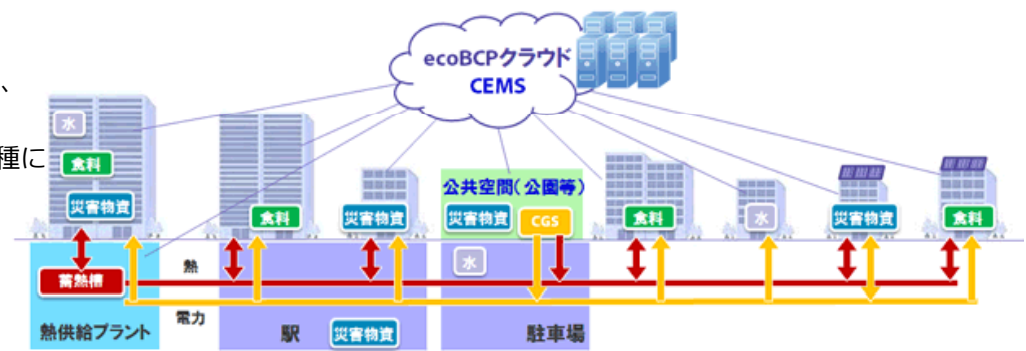


4. 主な効果 地域全体のエネルギー効率の更なる改善、非常時の事業継続性の向上

- ※協議会によるISO取得(H25年度)
- ・事業継続(BCMS ISO22301)：災害時に周辺企業や住民に生活用水の提供、一時待機施設への熱の提供、物資等の情報提供のしくみを構築
 - ・エネルギー(EnMS ISO50001)：建物利用形態や業種に応じた省エネルギー活動の実践

5. 今後の取組と、事業推進上の課題

- ・協議会会員の拡大と継続的な運営
- ・エネルギー面的ネットワーク接続へのインセンティブの付与
- ・協議会運営資金調達方法の検討



京橋スマートコミュニティ将来像

エリアマネジメントの効果(1)

①-1
②-3

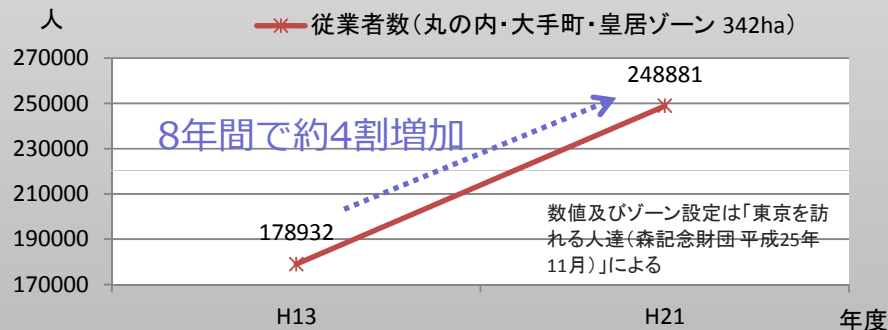
エリアマネジメントの要素
まちづくりのルール

まちなみや景観への効果

地域間競争力(国際競争力
含む)への効果

大丸有地区(東京都千代田区)

地権者等の合意による屋外広告物ガイドライン(任意ルール)に基づき、地域催事告知や商用広告等に係る屋外広告物掲出事業が展開。広告物を街並みの形成要素と捉え、自主審査会審査を経たバナーフラッグが掲出され、**良好な景観が形成**。また、将来像・空間形成ルール、ソフトな取組の方向性等を示すガイドライン等(任意ルール)を策定。法定地区計画と連動し、開発事業等にあって**まちなみの形成**が進行。これらを背景に、丸の内・大手町等のエリアにおける**従業者数の増加**がみられる。



①-2
②-2

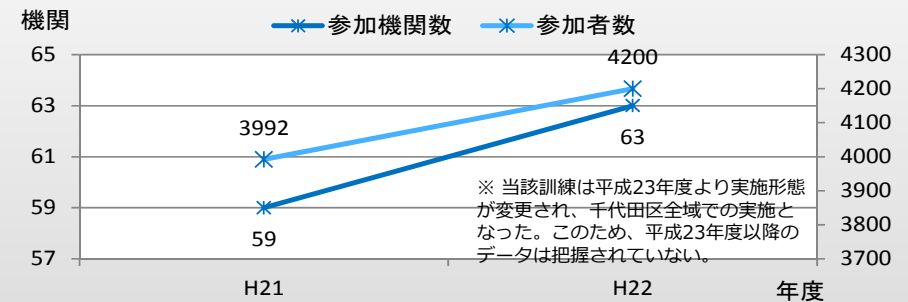
エリアマネジメントの要素
防災・防犯、環境維持
民間施設公的利活用

防災・防犯・安全への効果

にぎわいや集客(買い物客、
観光客等)への効果

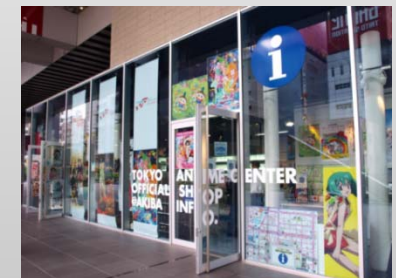
秋葉原タウンマネジメント株式会社(東京都千代田区)

平成21・、22年度に、秋葉原駅周辺エリアで災害時の帰宅困難者避難訓練を実施(事務局:秋葉原TMO)し、平成22年度には参加機関・参加者*ともに増加。



また、JR秋葉原駅前の民間ビルに入居する有人インフォメーションセンター「アキバ・インフォ」は、秋葉原の観光・文化情報の発信拠点機能を担うもの。

国内外の観光客等が訪れる土地柄のため、専属スタッフが常駐し、最新の情報を提供するとともに、英語利用にも対応可能。



エリアマネジメントの効果 (2)

②-1
②-2

エリアマネジメントの要素
民間施設公的利活用

消費活動や売上、雇用などの
経済への効果

にぎわいや集客（買い物客、
観光客等）への効果

②-2

エリアマネジメントの要素
イベント、情報発信、
民間施設公的利活用

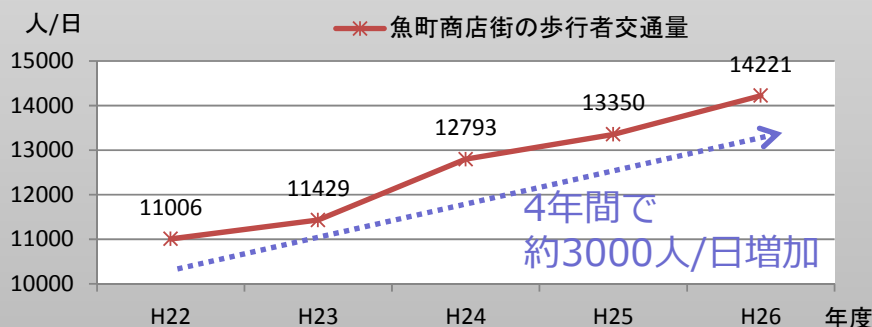
にぎわいや集客（買い物客、
観光客等）への効果

(株)北九州家守舎 (福岡県北九州市)

小倉北区魚町のスモールエリア (約0.4ha) における遊休不動産の家守型リノベーション事業により、
11件の創業・約300人の雇用を創出。

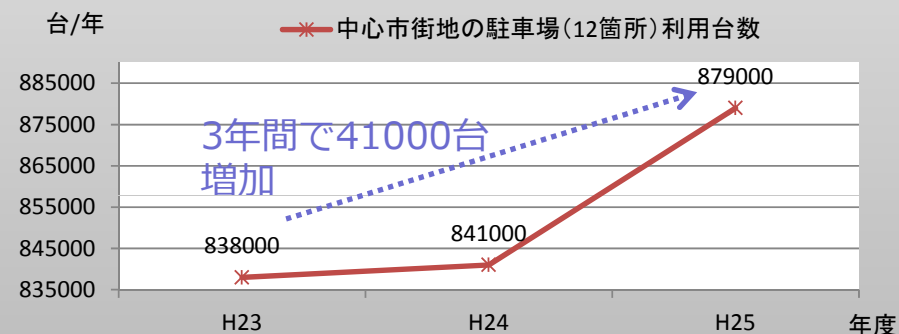
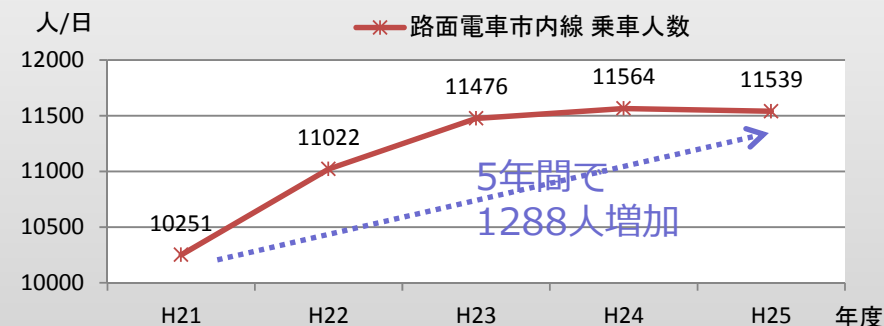
施設名称	所在地	創業・雇用者数
メルカート三番街	小倉北区魚町3-3-20	28人
フォルム三番街	小倉北区魚町3-3-20	16人
ポポラート三番街	小倉北区魚町3-3-20	61人
ピッコロ三番街	小倉北区魚町3-3-20	50人
サンリオ小倉ビル	小倉北区魚町2-2-11	45人
MIKAGE1881	小倉北区魚町2-1-17	17人
三木屋	小倉北区魚町3-2-5	5人
Rocota café	小倉北区魚町4-3-10	1人
まなびとESDステーション	小倉北区魚町3-3-20	30人
中屋興産(自由市他)	小倉北区魚町3-3-20	28人
その他		16人
合計		297人

リノベーションの波及効果等により、中心市街地における**歩行者数が増加傾向**にある。



まちづくりとやま(株) (富山県富山市)

「イベント」や「物販・飲食事業」によるまちなかにおける場づくりの効果と、「コミュニティバス」や「駐車場共通化」による移動手段の提供などの効果が相まって、**路面電車の乗車人数が維持**されるとともに、**駐車場利用が増加**。



エリアマネジメントの効果 (3)

3

4

エリアマネジメントの要素
まちづくりルール
公共施設管理

資産価値の維持・増大

住民等の意識の向上、相互理解、
ネットワークの形成への効果

NPO法人エリアマネジメント北鴻巣 (埼玉県鴻巣市)

資産価値等について

すみれ野地区では、土地区画整理事業の計画段階からエリアマネジメントを構想。事業に対する権利者合意の背景には、公園の配置・形状の工夫とともに、良好な環境維持を前面に出す戦略・コンセプトへの共通認識があった。埼玉県内の類似6地区※の事業期間（認可公告から事業終了まで）は平均8年であるが、すみれ野地区は5年(H22.11終了)。



また、すみれ野地区に隣接する宅地の鑑定評価価格の下落率は、鴻巣駅を挟んで反対側の宅地よりも小さく、すみれ野地区の付加価値が隣接地区に波及していると推測される。

宅地の鑑定評価価格の変化

(各地区内4地点平均、平成20年から平成26年)

- すみれ野地区に隣接する宅地 : -6%
- 鴻巣駅を挟み反対側の宅地 : -13%

住民等の意識について

居住者アンケート※の結果によれば、公園を中心とした環境を自ら管理・育成するエリアマネジメントの理念に共感し、すみれ野地区の取組みや住環境を高く評価する住民が多い。

(※) 居住者アンケートの概要

- 目的：すみれ野地区の住環境づくりの効果等を明らかにすること
- 対象：NPO法人会員339世帯
- 主な項目：地区のコンセプトへの理解、まちづくりの評価、愛着等
- 実施主体：工学院大学倉田研究室 平成26年3月

すみれ野地区のまちづくりコンセプトへの理解

- 「“花と緑と共に育つまち”を理解する」とした回答が最も多い



ルールに基づいたまちができてきているか (良好な住環境の維持ができてきているか)

- 82%が「つくりけている」と回答

すみれ野地区及び周辺地区に愛着があるか

- 76%が「愛着がある」と回答

今後もすみれ野地区に住み続けたいか

- 82%が「住み続けたい」と回答

エリアマネジメントの効果 (4)

2-2

5

 エリアマネジメントの要素
 まちづくりルール
 公共施設管理

 にぎわいや集客（買い物客、
 観光客等）への効果

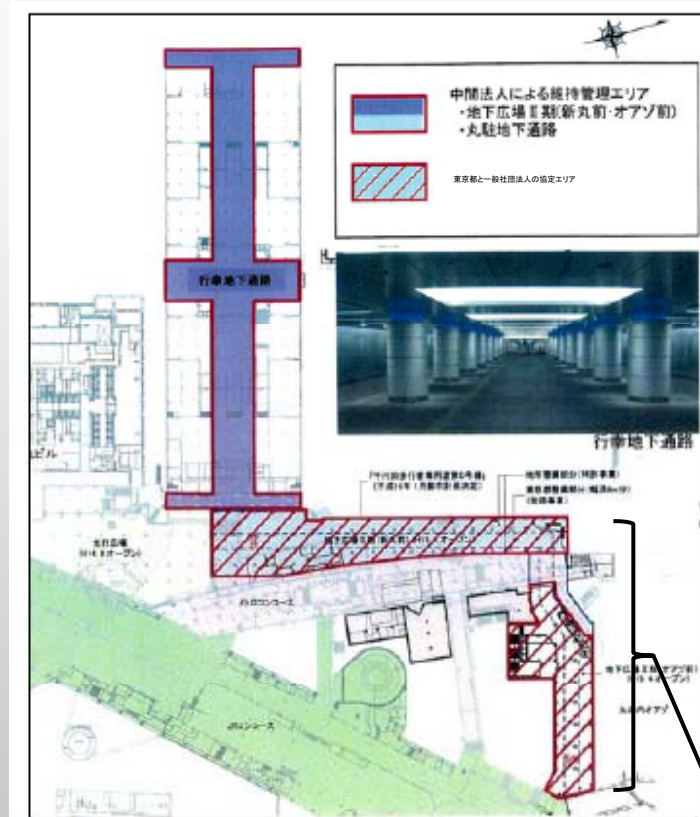
 公共施設管理費等の財政負
 担の軽減効果

大丸有地区（東京都千代田区）

丸の内地下広場（新丸ビル・オアゾ前。約5,000㎡）は、法的には都道であるが、（一社）丸の内パブリックスペースマネジメントが都と維持管理協定を締結し、維持管理業務とあわせ、道路占用許可を受けて広告事業を実施。

維持管理費は、都と（一社）丸の内パブリックスペースマネジメントが概ね3：7で負担。

都にとっては、都市開発によって増加する公的空間の維持管理に関する公的負担が軽減でき、また、民間事業者にとっては、自らの関係法人によるコンセプトを合わせた管理が可能となり、広告事業による収益によって維持管理費用の縮減及びにぎわいの創出が実現。



図：中間法人による維持管理エリア

 丸の内地下広場
 （新丸ビル・オアゾ前）

2-2

5

エリアマネジメントの要素
公共施設管理

にぎわいや集客（買い物客、観光客等）への効果

公共施設管理費等の財政負担の軽減効果

札幌駅前通まちづくり(株) (北海道札幌市)

札幌駅前通地下歩行空間の市道の一部を札幌駅前通地下広場条例で広場に位置付け、さらに、兼用工作物管理協定により、広場管理者の管理区域に設定。実際の管理は札幌駅前通まちづくり(株)が指定管理者として受託し、管理費は、指定管理料のほか、利用料金で賄う。

市にとっては、民間ノウハウの活用による効率的な業務執行が可能となり、また、地下歩行空間の利用の活発化による利用料金の増加による指定管理料の削減に繋がる可能性があり、また、民間にとっては、各種イベントや物販等による利用料金の一部をエリアのにぎわい創出活動に充当。



地下歩行空間（幅員20m）のうち、両側4mを広場とすることで柔軟な活用が可能な空間を創出し、中央の幅12mを歩行専用空間としている。

なお、札幌駅前通地下歩行空間のうち、大通駅側には一部国道部分があり、国道部分の広場は道路占用となっている。

