

1 エリアマネジメントとは

定義：地域の価値や環境を維持・向上させるために、住民・事業主・地権者などが主体的に取り組む活動
対象領域：景観形成、資産価値の保全、ブランド化、安全・安心、コミュニティ形成、文化継承など多岐
「つくる」から「育てる」まちづくりへの転換

2 背景と必要性

人口減少社会：新規開発よりも既存資産の活用・維持管理を重視
地域特性の活用：地域の魅力を高めることで、経済活性化とエリアの所得向上をめざす
住民意識の変化：社会貢献や地域活動への関心が高まり、自助の精神が強化
※企業にとっては、地域ブランドとの共創による企業価値の向上、イベント・情報発信での顧客接点の創出、地域との信頼関係構築と人材育成

3 組織形態

多様な形態が存在：任意組織（70%）、NPO法人、株式会社など
法人格の有無にかかわらず、地域に根差した活動が展開されている

4 活動の特徴（4つのポイント）

- ① 「育てること」へのシフト：開発後の維持管理・運営まで含めたまちづくり
- ② 主体的な取り組み：住民・事業主・地権者が自ら進める
- ③ 多様な関係者の連携：地域の総意形成と費用負担、行政・専門家との協働
- ④ 一定のエリアを対象：活動の成果を評価し、PDCAサイクルを回す

5 主な活動内容（実施割合順）

賑わいづくり（55.1%）……イベント・アクティビティによる集客
防災・防犯・環境維持（36.2%）……清掃、防犯講習、避難訓練など
地域ルール・コミュニティづくり（30.5%）……景観ガイドライン、交流促進
情報発信（26.8%）……デジタルサイネージ、ウェブサイト運営
公共空間の整備・管理（25.1%）……広告収入やオープンカフェによる財源確保
空き家・空き地の利活用（10.6%）……コミュニティ施設への再生など



【内閣官房、内閣府 パンフレット参照】

<事例>

We Love 天神協議会：ガイドライン評価による改善
札幌駅前通まちづくり(株)：広告収益をまちづくりに還元

★エリアマネジメントのメリット★

- ・快適な地域環境の形成と持続性
- ・資産価値の維持・増加
- ・地域活力の向上・増進
- ・地域への愛着・満足度の向上



企業等の社会・地域貢献と事業機会が両立する
地域と共に「育てる」まちづくりへ
まずは情報共有・対話から始めましょう