

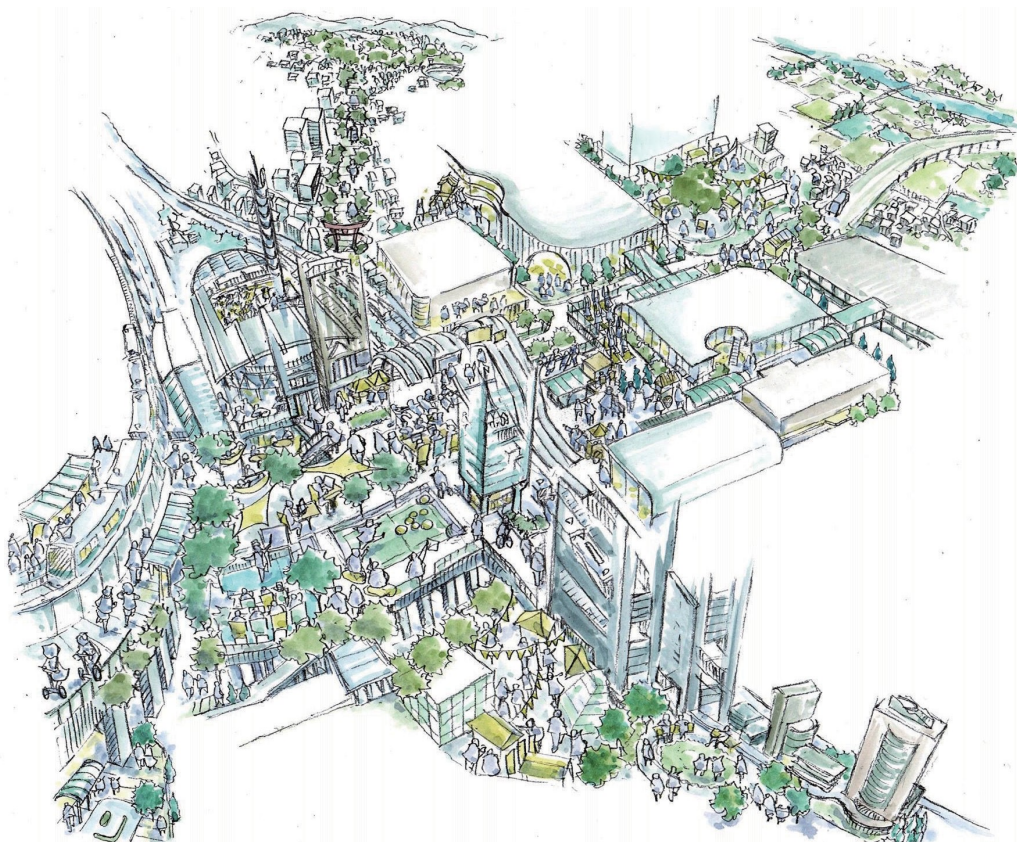


さいたま新都心エリアマネジメントガイドライン（案）

2022年1月

さいたま新都心まちづくり推進協議会
一般社団法人さいたま新都心エリアマネジメント
さいたま市





はじめに

さいたま新都心は、2000年5月のまち開きから20年が経過しました。

この間、さいたま新都心駅・北与野駅、歩行者デッキ、道路、広場、エネルギー、情報等に関する質の高い都市基盤を背景に、多様な都市機能が集積し、多くの就業者、来街者、近隣居住者によってにぎわう街として発展してきました。

まち開き当初と比べて大きく変化するまちの利用者や、社会・経済情勢を見据えながら、発展的にまちの価値を高め、`選ばれるまち、としての持続力と競争力を備えていくために、さいたま新都心は本格的なエリアマネジメントに取り組みます。

この「さいたま新都心エリアマネジメント・ガイドライン」は、このエリアの価値向上に向けた活動の規範として、関係者とともにこのまちに興味関心を持たれる方々とも共有したいと考えています。

目次

1. エリアマネジメントの必要性	03
①さいたま新都心におけるまちづくりの経緯	04
②まちの現状	06
③まちづくりの今後の課題	07
④エリアマネジメントの導入	08
⑤エリアマネジメントによるまちの目標像	10
⑥まちの目標像の実現に向けたエリアマネジメント活動	11
⑦エリアマネジメント活動の取組み	12
2. エリアマネジメント組織について	15
①エリアマネジメント組織の位置づけ	16
②エリアマネジメント組織の構成	17
③当面の活動対象と取組み	18

1. エリアマネジメントの必要性

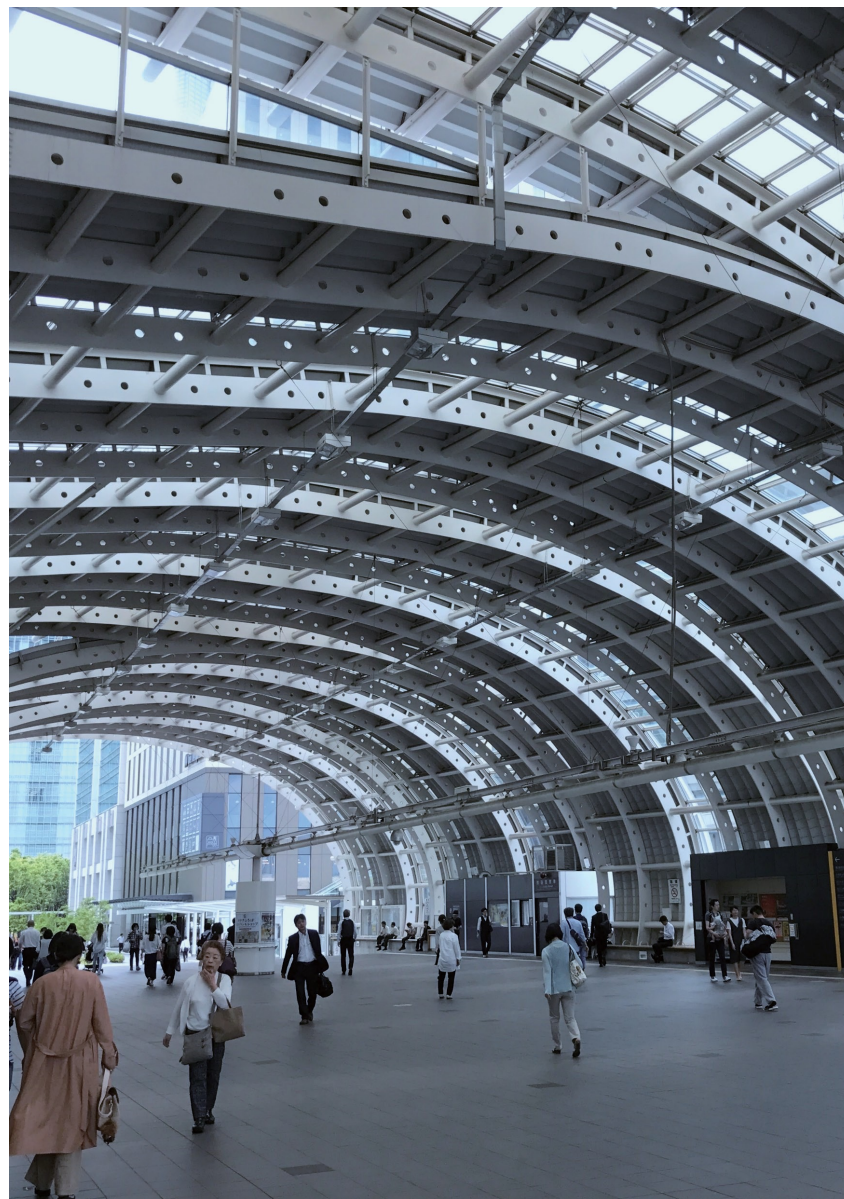
①さいたま新都心におけるまちづくりの経緯

《さいたま新都心とは》

さいたま新都心は、「首都機能の一翼を担い、自立性の高い中枢都市圏の形成を図る」という目標を掲げて、2000年（平成12年）5月にまち開きしました。

JRさいたま新都心駅を中心として、東側は大規模な商業施設が、西側はさいたまスーパーアリーナや官庁街、オフィス、病院等が立地しています。地区内の各施設は歩行者デッキで結ばれているほか、公園・広場等のオープンスペースも整備され、公共空間が充実しています。

今後、周辺には長距離バスターミナルの整備をはじめ、高層マンションの立地など、さらなる都市の変化が見込まれています。



①さいたま新都心におけるまちづくりの経緯

《さいたま新都心まちづくり推進協議会によるまちづくり》

さいたま新都心は、時間を経ながら変化し成熟しており、このまちを快適、安全に、また魅力あふれる場所としていくために、**関係者相互の創意工夫による「都市の運営・管理」が重要**です。

そのために、関係者の力を結集し、建設から運営・管理まで長期的視野に立ったまちづくりに取り組む主体として、土地・建物所有者、管理者により構成される『さいたま新都心まちづくり推進協議会』（以下、協議会）が組織化され、『さいたま新都心まちづくり推進協定』（以下、協定）に基づき、今日まで持続的な活動が行われ、調和のとれた景観形成や環境配慮が実現しています。

《さいたま新都心に求められている役割》

今後まち開き当初と比べて**大きく増加している企業や個人をまちづくりに巻き込んでいく**ことが課題となっています。また、今後我が国が迎える超高齢社会や超情報化社会に対し、あらためて就業者、居住者、来街者が享受する**まちの価値を高め**、**“選ばれるまち”としての持続力と競争力を備えていく**ことが求められています。

■さいたま新都心 土地利用ゾーニング図

（『さいたま新都心まちづくり推進協定』より抜粋）



②まちの現状

《SWOT分析を用いた現状整理》

まち開きから20年が経過したさいたま新都心においては、街区整備がおおむね完了し、これからは協議会で連携して築き上げたこのまちを、より愛される楽しいまちに育てていく段階になりました。

そこで、協議会構成員やまちで活動する就業者、まちを利用する来街者との議論やアンケート調査を通じてまちに対する意見をいただき、今後のまちづくりに向けた「強み」「弱み」「機会」「脅威」を視点としたSWOT分析による現状の整理を行いました。

	プラス要素	マイナス要素
内 的 要 因	強み(Strength) ①公共空間にゆとりがある。 ②街並みがきれい洗練されている。 ③必要な機能がコンパクトにそろっている。 ④ゆとりを感じる緑空間が充実している。 ⑤交通（鉄道、高速道路）の便が良い。 ⑥多様な種類のイベントが多い。 ⑦老若男女バランス良く来街し、平日・休日ともに人が多い。 ⑧安心安全、快適な環境が整えられている。	弱み(Weakness) ①エリアが広大であるため移動しにくい。 ②土地・建物の所有者や管理者が多く、まちの一体感が希薄である。 ③公共的空間において滞留する環境が不足している。 ④一部施設の老朽化や維持管理の不足が顕在化している。 ⑤まちとしての認知度が低い。 ⑥平日休日、昼夜、場所によりにぎわいに差がある。 ⑦情報発信不足（内部的情報、外部的情報ともに） ⑧目的以外に回遊したいと思う仕掛けや機会がない。 ⑨バリアフリーへの対応が不足している。 ⑩風害（ビル風）やムクドリによる被害がある。 ⑪地区内外のワーカー同士や住民などの関係性が希薄である。
外 部 環 境	機会(Opportunity) ①地区利用人口（就業者・来街者・近隣居住者）が増加している。 ②科学技術（特に情報分野）の進歩、ハード整備の充実が著しい。 ③公民連携を支援、促進する制度の充実が進んでいる。	脅威(Threat) ①東京都心部や周辺地域におけるまちづくりの増進が顕著である。 ②全国的な超高齢社会化、人口の減少が顕在化している。 ③技術革新による消費動向や利用者行動が変化している。 ④新型コロナウイルス感染症で大きな影響を受けた。

③まちづくりの今後の課題

《まちづくりの課題》

前頁のSWOT分析を通して、さいたま新都心の課題を以下のように整理しました。

課題 1 : 快適で豊かな空間の維持

- さいたま新都心のゆとりある空間や洗練されたデザインの建物は、多くの来街者から評価をいただいております。今後も維持していく必要があります。
- 一方で、さいたま新都心の公共空間の管理者が多岐にわたることから管理水準に差が出ており、管理方法や管理体制を見直す必要があります。

課題 2 : 安心安全な環境の維持

- まち開きから20年が経過するなかで、施設の老朽化やバリアフリー施設の未更新が確認されており、適切に管理・改修・補修していく必要があります。
- 大規模地震や新型コロナウイルス感染症など予測のできない災害が増えるなかで、人々の防災への意識が高まっており、災害に強いまちが求められるため、地域で連携した防災の体制や取組の検討を行う必要があります。

課題 3 : 賑わいの連携・拡散

- さいたま新都心には広大なデッキ空間がありますが、その活用には制限がかかっており、買い物客で賑わう地区の東側とイベントで賑わう西側の賑わいが分断されています。また、南側まで賑わいが流れづらい状況にあり、地区の一体感が希薄になっています。これを解消するため、デッキ空間や広場を有効活用し、来街者が地区全体で楽しめるイベントや滞在できる場所の提供を検討する必要があります。

課題 4 : 交流や活動の 機会・場所の提供

- さいたま新都心では多種多様なイベントが開催されていますが、地区で働く就業者同士や地区を利用する来街者が何かを語り合える場、企画し活動に繋がれる機会がなかなかありません。しかし、地区をより魅力的にしていくためには、生活者や利用者の目線で活動する機会や場所を生み出していくことが大切です。したがって、地区で活動する人々が集い、語り、活動できる環境をつくる必要があります。

課題 5 : 効果的な情報発信

- 現在さいたま新都心地区では、各事業者がそれぞれ自己の取組についてPRを行っていますが、情報の連携がないため、来街者の多くが訪れるのは目的地のみとなっており、来街者の充実した滞在のためにはまだ改善の余地があります。そこで、各事業者のイベント情報等が一つの媒体で確認できるような体制を構築する必要があります。
- 情報がより多くの人の目にとまるよう、WEBやアプリ等様々な媒体を積極的に活用する必要があります。

課題 6 : 新しい取組への挑戦

- さいたま新都心は21世紀の埼玉を先導することをまちづくりの目標に掲げていますが、近頃は取組が定常的になってきています。目標に近づくため、新しいイベントや新しい技術の導入等を検討する必要があります。
- 新しい取組を始めるためには、まずは実験していくことが大切です。協議会には25年もの歴史があり、まちの管理者間には強い絆があります。この絆のもと、様々なことに積極的に挑戦していく必要があります。

④ エリアマネジメントの導入

《さいたま新都心における第2ステージの展開》

前述の課題からもわかるとおり、協議会の活動についても、従来の「まちをつくる」活動だけでなく、「まちを育てる」活動が求められています。人口減少が進む現在、都市間競争を勝ち抜き選ばれるまちとなるためには、次のステージにステップアップし、まちの価値を高め続けるための取組を始めることが必要な時期に来ています。

そこで、学識による勉強会や先進事例研究を行った結果、本地区の第2ステージの展開として、昨今全国各地で展開される『エリアマネジメント』の手法を導入することとします。

1 エリアマネジメントの定義

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組

快適で魅力に富む環境の創出や美しい街並みの形成、資産価値の保全・増進等に加えて、人をひきつけるブランド力の形成や安全・安心な地域づくり、良好なコミュニティの形成、地域の伝統・文化の継承等、ソフトな領域のものも含む。

2 エリアマネジメントの背景

- 人口減少社会における維持管理・運営（マネジメント）の必要性
- 地域特性に応じた地域の魅力づくりの必要性
- 環境や安全・安心への関心の高まり、地域活動への参加意欲の高まり

3 エリアマネジメントのポイント

- 「つくること」だけでなく、「育てること」
- 住民・事業主・地権者等が主体的に進めること
- 多くの住民・事業主・地権者等が関わり合いながら進めること
- 一定のエリアを対象としていること

出展：「地方創生まちづくり—エリアマネジメント—」
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

④ エリアマネジメントの導入

《エリアマネジメントの推進体制》

エリアマネジメントを効果的に展開するためには、本地区のステークホルダー（地区内の企業や団体等）を活動に幅広く取り込み、活動資金と運営資金を確保するための収益事業が重要です。

そこで、推進力を持って柔軟にエリアマネジメント活動を実行するため、協議会の実働部隊として新組織を立ち上げることとします。なお、まちの経営という観点から自主自立した活動を行い、契約行為等の社会的信頼を得る必要があることから、法人格を取得します。

新組織は、本地区の課題である公共空間等の管理・活用を見据え、公共施設や公共空間等の管理・運営を、行政を補完する形で担うことができる『都市再生推進法人』を目指すこととします。

そのため、組織形態は、『都市再生推進法人』の指定の対象であり、そのメリット・デメリットや先進事例を検討した結果、「営利活動を目的としない限り、幅広い活動が可能である」、「社会性・公共性というイメージを強調できる」、「都市拠点地区のエリアマネジメント組織の多くが一般社団法人である」等の理由から、『一般社団法人』とします。

4 エリアマネジメントの活動内容

- ① まちの賑わいづくり（55.1%）
- ② 防災・防犯、環境維持（36.2%）
- ③ 地域ルールづくり・コミュニティづくり（30.5%）
- ④ まちの情報発信（26.8%）
- ⑤ 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）（25.1%）

※()内の数値は実施している団体の割合

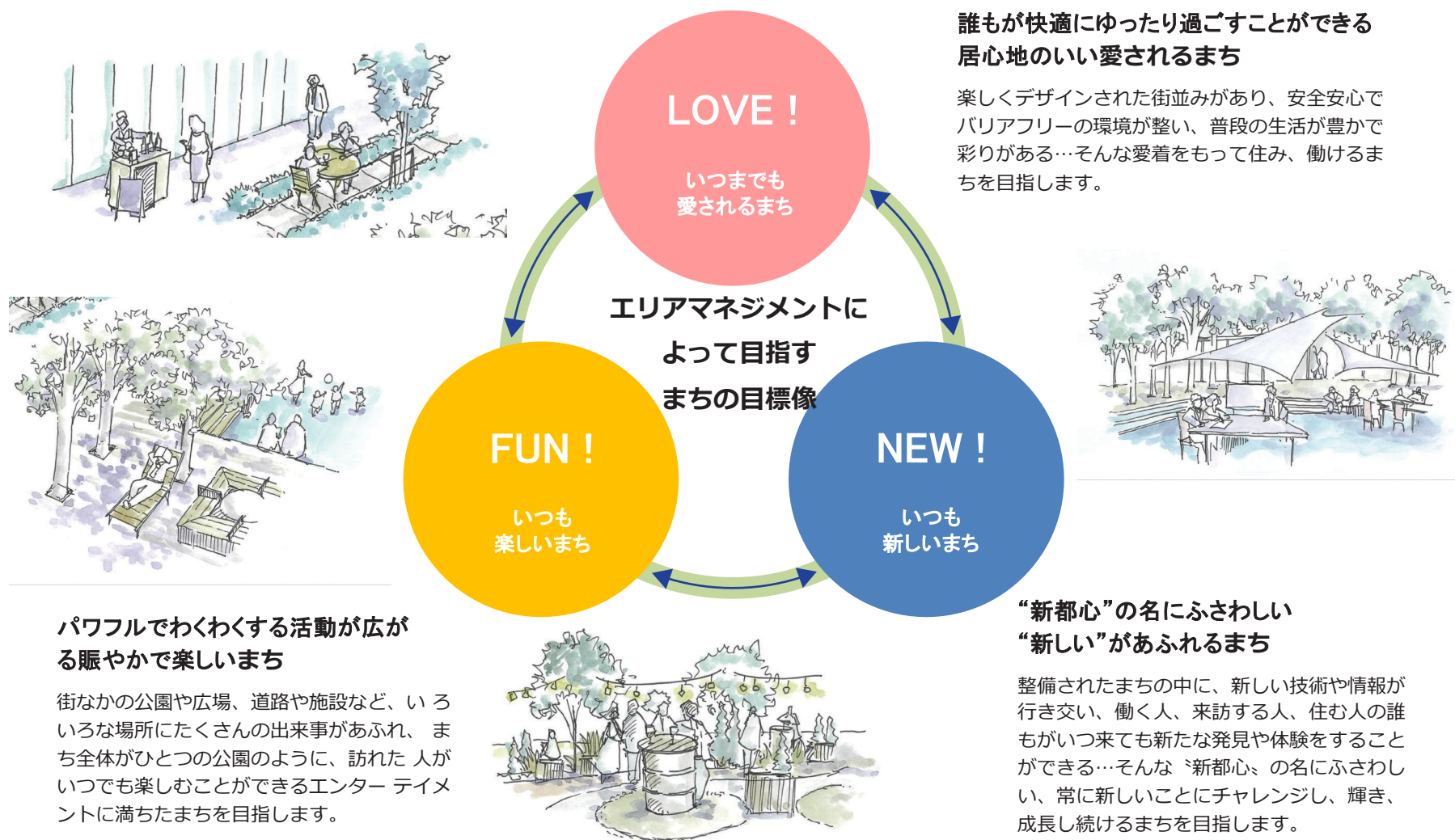
5 エリアマネジメントのメリット

- 快適な地域環境の形成とその持続性の確保
- 地域活力の回復・増進
- 資産価値の維持・増大
- 住民・事業主・地権者等の地域への愛着や満足度の高まり

出展：「地方創生まちづくりーエリアマネジメントー」
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

⑤ エリアマネジメントによるまちの目標像

前頁の課題やまちづくり当初に掲げられた目標を踏まえ、これから始めるエリアマネジメントによる3つの目標像を設定しました。取組を通して、さいたま新都心の課題を解決するとともに、魅力を高め、都市間競争を勝ち抜き、持続的に発展するまちを目指します。



⑥まちの目標像の実現に向けたエリアマネジメント活動

まちの課題を解決するために6つの事業に取り組み、まちの目標像の実現を目指します。

課題1： 快適で豊かな空間の維持	1	公共空間等維持管理事業	「にぎわい軸」や「ふれあい軸」において、地区内の公共空間等の日常的な植栽管理・清掃等を行う。
課題2： 安心できる環境の維持	2	安心安全事業	地区内の防災性向上を目的として、防災に関する意識啓発や避難訓練等を定期的に行うとともに、バリアフリーや防犯の取組も強化する。
課題3： 賑わいの連携・拡散	3	公共空間等活用事業	「にぎわい軸」や「ふれあい軸」において、地区内の公共空間等を活用したイベントを開催するほか、地区の利用者がのんびりくつろげる空間を創出する。
課題4： 交流や活動の 機会・場所の提供	4	コミュニティ形成事業	地区内で活動している人・したい人をサポートすること等により、交流を促進し、さいたま新都心ファンの定着と拡大を図る。
課題5： 効果的な情報発信	5	情報発信事業	地区の利用者が、便利かつ容易に地区の多様な情報を受け取れるよう、大型映像装置や先端技術を活用した情報発信を行う。
課題6： 新たな取組への挑戦	6	利便性向上事業	地区で過ごす時間を豊かで便利にする消費や移動等に関する地域サービスを地区の利用者に広く提供する。

⑦エリアマネジメント活動の取組み

1. 公共空間等維持管理事業

取組み例

● 日常的な美化清掃活動



● 良質な景観の維持



● グリーンインフラの推進



- 設置されている施設の点検
- 植栽管理、点検、警備

2. 安全安心事業

取組み例

● バリアフリーの環境整備や適切な更新



- 防犯カメラの設置
- 防犯灯の設置
- I C T技術を用いた地域防犯
- 新都心エリアBCP（事業継続計画）の作成
- エリア内飲食店との連携による備蓄の管理
- 地域災害避難マップの作成
- エリア一体消防訓練の実施
- 大宮・浦和と情報連携した防災・防犯体制づくり

⑦ エリアマネジメント活動の取組み

3. 公共空間等活用事業

取組み例

● デッキ空間の活用



● 広場空間の活用



● オープンカフェの設置



● キッチンカーの誘致



● 多様なイベントの開催



● 来街者の居場所づくり



● まち全体での販促活動



● マイナススポーツイベント



- 良質なデザインによる使いたくなるストリートファニチャーの整備
- ストリートイベントの開催
- マルシェ（市場）の定期開催
- ストリートパフォーマーの誘致
- さいたまスーパーアリーナと連携したイベント開催
- 商店会が開催するお祭り等との連携

‘☆’当事業で得られた収益はまちづくりに還元していきます

4. コミュニティ形成事業

取組み例

● ノマドワーキングスペースの充実



● ワーカー交流会等の開催



● まちあるき等による 新たな地域資源の発掘



● 見沼田んぼ・氷川参道 等 との資源連続



- 企業連携イベントの開催
- 地区内企業交流会の開催（企業PR）
- まち全体での毎年恒例行事の開催
- 住民と企業の交流会の開催
- エリア部活、カルチャー教室の開催
- エリア部活の情報拠点室の運営

⑦エリアマネジメント活動の取組み

5. 情報発信事業

取組み例

●大型映像装置の運営



●散策マップづくり



- エリアWEBサイト、SNS、アプリの製作・運営
- エリア統一ロゴマーク等のエリアC Iの展開
- 海外向け情報発信（多言語対応）
- 情報の一元化（商業、イベント、交通、防災、地域資源、観光、文化等）
- エリア広報誌や掲示板の作成・運営

‘☆’当事業で得られた収益はまちづくりに還元していきます

6. 利便性向上事業

取組み例

●コインロッカーの設置・運営



●レンタサイクルの運営



●キャッシュレスサービスの推進



●クリーンエネルギーの導入



2. エリアマネジメント組織について

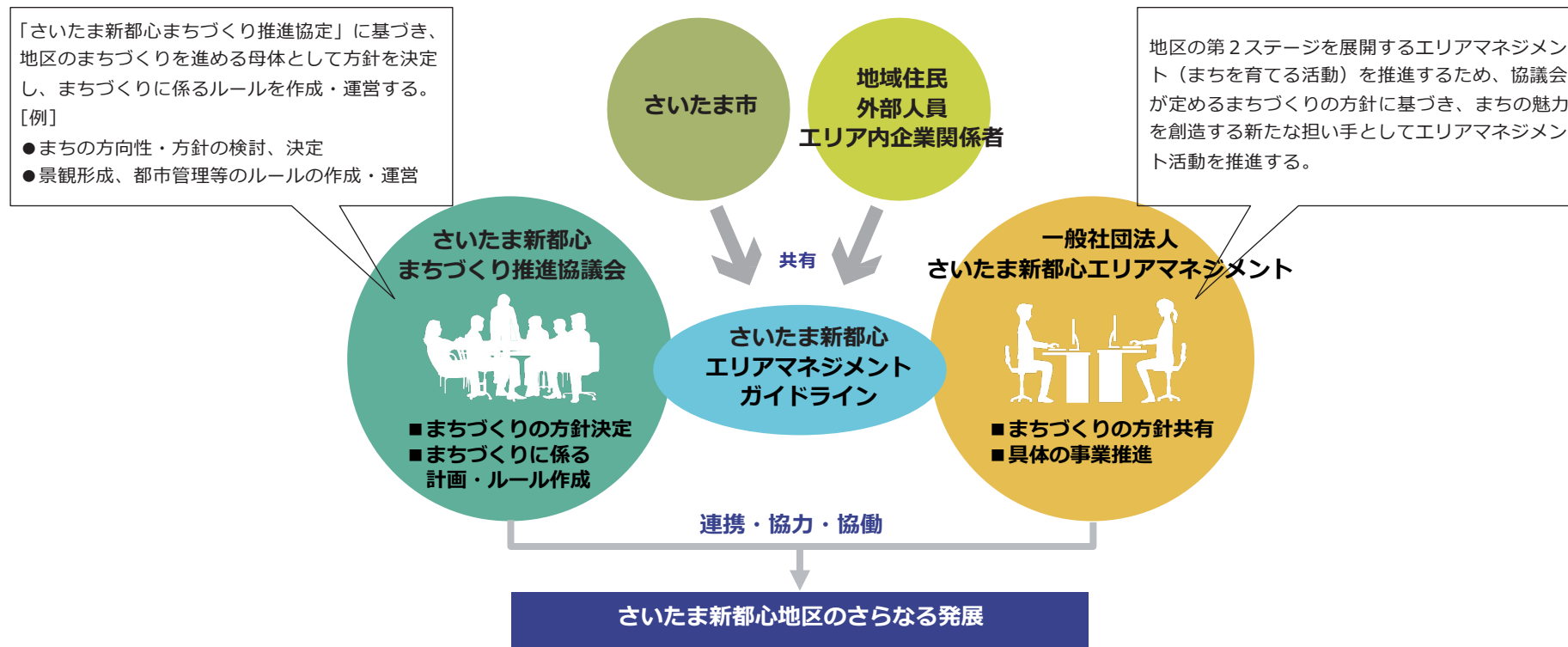
① エリアマネジメント組織の位置づけ

《協議会との関係》

エリアマネジメントにあたっては、協議会とは別に法人格を有する専属的な組織（一般社団法人）がその活動を担うこととします。

エリアマネジメント組織は、協議会の定めるまちづくりの方針に基づき、協議会との役割分担により補完しあい、当ガイドラインに則った機動的で柔軟な活動を行うことにより、相乗的に「都市の運営・管理」を行っていきます。

また、現在協議会が取り組んでいる活動の一部を発展的に継承するとともに、収益化が可能な事業に積極的に取り組むことにより、収益をエリアマネジメントに係る事業に充てるとともに、まちに還元していきます。



②エリアマネジメント組織の構成

《組織構成》

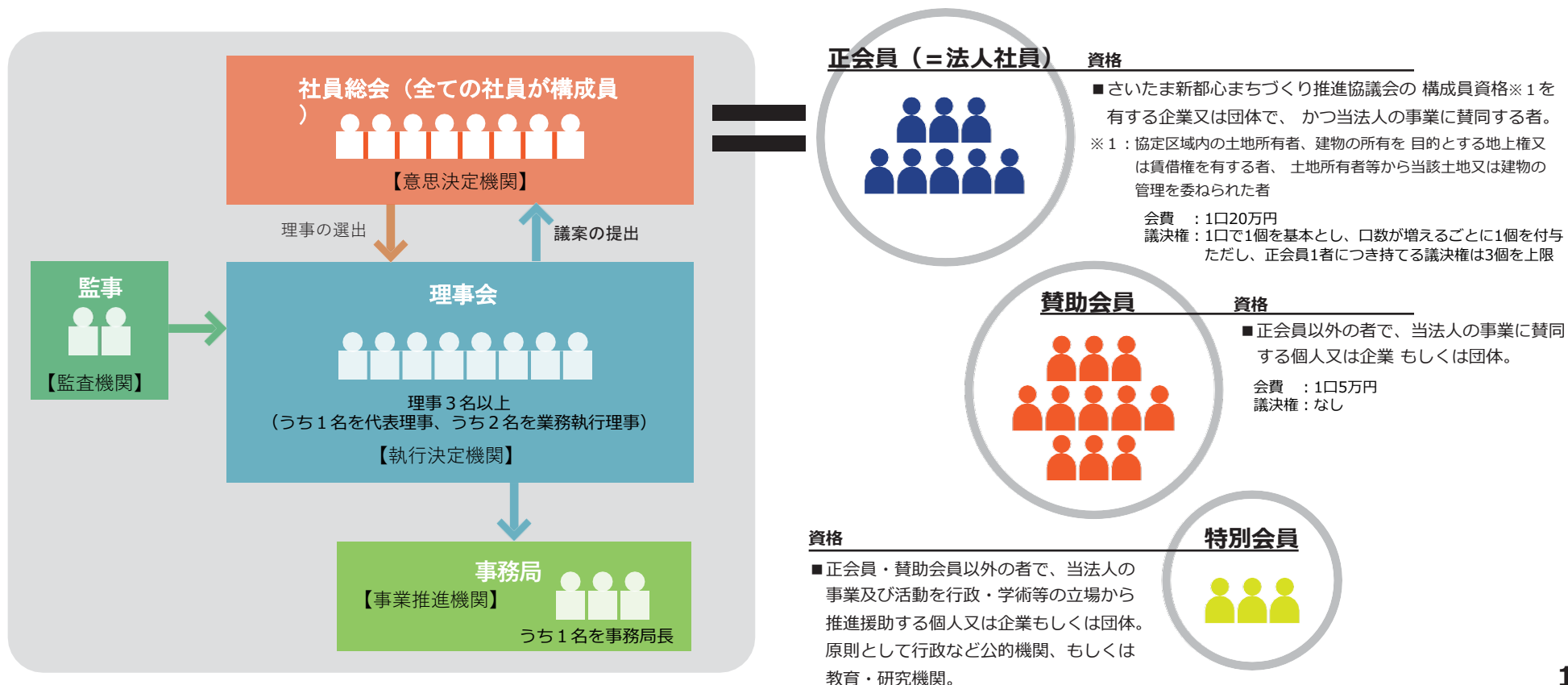
下図の通りとします。

《事務局について》

初年度は、「さいたま新都心エリアマネジメント準備会」の構成企業を主として、役員及び暫定事務局を構成し、**コンパクトな人員構成で可能な活動の企画・実行及び組織運営**を図り、**2年目から事務局体制整備**を目指していきます。

《会員種別》

『一般社団法人さいたま新都心エリアマネジメント』は、**社員となる正会員等を理事**とし、迅速で的確な意思決定を行いながら、広く賛助会員の参画を求めることにより、まちづくりのための意欲的な経営を進めていくこととします。



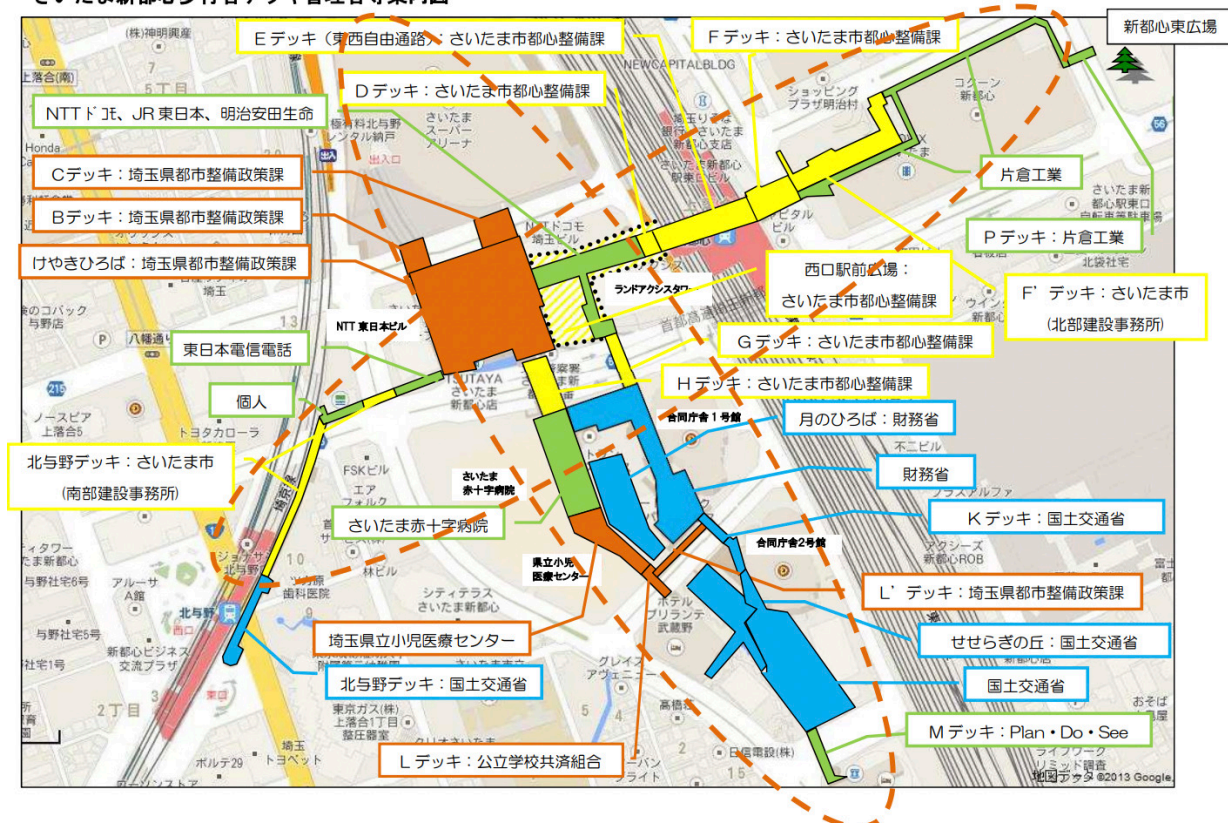
③当面の活動対象と取組み

《当面の活動対象空間》

『一般社団法人さいたま新都心エリアマネジメント』は、将来的に公共空間全体の活用を見据えているが、当面は、本地区で活動する人々を幅広く取り込むことが可能な**にぎわい軸（コクーンシティから北与野デッキ）**や**ふれあい軸（さいたまスーパーアリーナから日本郵便）**を活動対象空間の中心に活動に取り組むこととします。

また、管理者が多岐にわたる当エリアの公共空間等を一体的に管理・活用するために『都市再生推進法人』の指定を目指します。

さいたま新都心歩行者デッキ管理者等案内図



- | | |
|---|-------------|
| 1 | 公共空間等維持管理事業 |
| 2 | 安全安心事業 |
| 3 | 公共空間等活用事業 |
| 4 | コミュニティ形成事業 |
| 5 | 情報発信事業 |
| 6 | 利便性向上事業 |

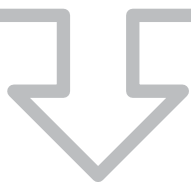
③当面の活動対象と取組み

都市再生推進法人とは？

■『都市再生推進法人』とは、**都市再生特別措置法**に基づく公民連携によるまちづくり施策の一つであり、地域のまちづくりの担い手として市町村長による指定がなされると、一定の計画※1と協定※2に基づき、**対象区域における公共施設や公共空間等の管理・運営、活用について、行政の補完的機能を担うことが可能**となります。

※1：都市再生整備計画 ※2：都市利便増進協定

■『都市再生推進法人』指定の対象となるのは、**NPO、一般社団法人、一般財団法人、まちづくり会社**のいずれかであり、まちづくりに関する**豊富な情報・実績・ノウハウ**を持ち、**運営体制や人材等が整っていることが指定の要件**となります。



《『都市再生推進法人』指定へのステップ》

『一般社団法人さいたま新都心エリアマネジメント』は、1～2年目に**実績を積み上げる**とともに、3年目に**適切な事務局体制を整える**ことにより、『都市再生推進法人』の指定を目指していきます。

都市再生推進法人で出来ること

- ☐ 公共施設・駐車場・駐輪場の整備及び管理
- ☐ 都市利便増進協定※に基づく都市利便増進施設※の一体的な整備及び管理
- ☐ 事業用地の取得・管理・譲渡
- ☐ 都市の再生に必要な業務 など

※都市利便増進協定

都市再生整備計画の区域において定めた、まちの賑わいや交流の創出に寄与する施設（※都市利便増進施設）を、個別に整備・管理するのではなく、地域の発意に基づき、施設等を利用したイベント等も実施しながら一体的に整備・管理していくための協定制度

【施設例】

広場、駐輪場、花壇、ベンチ、街路灯

③当面の活動対象と取組み

◆推進法人指定前【実績づくり期間：2021年3月～新たなイベント開催方法が明確になるまで】

○令和2年3月より新型コロナウイルス感染拡大による大規模イベントを含む各種イベントの開催の中止や延期がされているところである。現在は3密対策を徹底することにより、イベントの開催が始まりつつあるが、感染者数が増加するなど先行きが読めない状況である。

○さいたま新都心地区においては、現在さいたまスーパーアリーナでの大規模イベントの再開の目途がたっており、テレワークや在宅勤務の推進により、就業者や来街者は少ない状況である。

○そのため、当初法人の活動資金や運営資金を確保するための公共空間を活用した飲食イベントや場所貸し、大型映像装置を活用した広告事業など収益事業の見通しがたかない状況となっている。

○そこで、法人設立当初は、環境美化活動やPR活動など新型コロナウイルスの影響が少なく費用のかからない事業を展開し、まちのコミュニティ形成やブランド力を高める。それにより、エリアマネジメントに参加する関係者を増やすとともに、推進法人の指定に向けて実績を積み上げていく。収益事業は、イベントの開催状況や来街者の増加傾向を見ながら、実施に向けて準備を進めることとする。

○また、まちとしてWith／Afterコロナ、新たな感染症への対応が求められるなかで、公共空間にゆとりがあるという強みを活かし、管理者や地区内企業などと連携した活動を検討していく。

③当面の活動対象と取組み

(1) 本ガイドラインの策定・公表

- ・さいたま新都心地区でエリアマネジメント活動を行うすべての関係者が共有するためのガイドラインを策定する。また、ガイドラインを公表することで、本地区が目指すまちの将来ビジョンを発信し、活動を応援するネットワークの構築を目指す。



(2) 公共空間等活用事業（指針づくり）

- ・エリアマネジメント活動の重要な場所となるさいたま市及び各地権者の公共空間（道路・公園・デッキ・ひろば等）の利用方法、収益につながる制度等を指針として取りまとめる。
- ・将来的な公共空間全体の活用を見据えつつ、さいたま市が管理するさいたま新都心駅前デッキ上空間におけるイベント利用に向けて、貸出可能空間の設定、貸出条件（自主イベント、場所貸別）などの整理・ルール化を検討し、とりまとめる。



③当面の活動対象と取組み

(3) まちづくり推進協議会、ふれあいプラザやその他イベント主体との共催事業（実績づくり）

- ・ 地区内の各主体が行う事業を共催し、まちとして「エリアマネジメント」をPRし、実績をつくる。なお、イベントなどの実施主体や参加者は、協議会構成員だけでなく、地区内外の企業や住民を取り込むことにより、地域貢献や社会貢献の活動のステージの提供に繋がるものとする。

□まちづくり推進協議会／クリーン作戦、花の装飾会、イルミネーション

□ふれあいプラザ／バリアフリー体験会、花木散策・語ろう会、

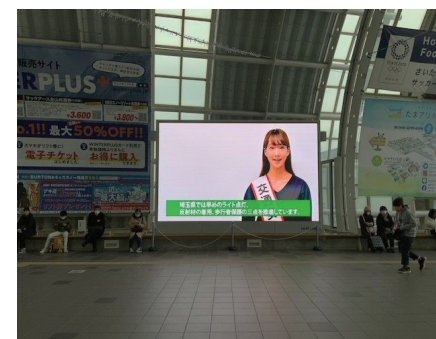
ふれあいおはなし会、歌声ひろば

□各イベント主体／打ち水イベントなど



(4) 情報発信事業

- ・ エリアマネジメント専用のホームページを作成し、情報発信機能を構築する。
- ・ 地区内のイベント情報、施設情報（レストラン、駐車場、宿泊施設等）を一元化し、効果的・効率的に情報発信を行う。



(5) 地区課題の解決にあたっての調査・研究

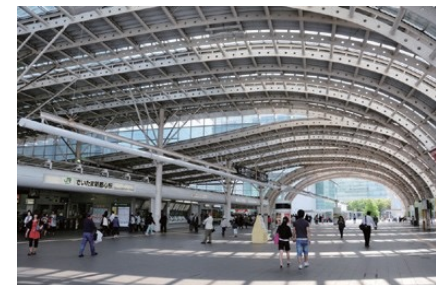
- ・ 地区の課題の解決に向けて、必要に応じて調査、研究を行う。
- ・ 将来的な展開を見据え、BID等より高いレベルでの活動を行うための調査・研究を行う。

③当面の活動対象と取組み

◆推進法人指定前【実績づくり期間：新たなイベント開催方法が明確になった後～推進法人指定前】

（１）公共空間等活用事業（実証実験として）

- ・さいたま市が管理するさいたま新都心駅前デッキ上屋根付空間を活用して、集客需要創造型のイベントを実施する。
（例えば、コクーンシティ、けやきひろばと連続するクリスマス関連の飲食イベントの企画・場所貸し）
- ・利用者数、滞留時間、消費額等を調査。イベント後に効果分析や課題整理を行う。



（２）情報発信事業

- ・さいたま新都心駅前の大型映像装置により地域の情報を発信するほか、民間広告やイベントでの利用を誘発し、得られた収益をエリアマネジメント活動及び組織維持に還元する原資としていく。
（大型映像装置は所有者である市から有償で貸付けを受ける）
- ・地区内案内マップや緑化マップ等を作成し、来街者の利便性や回遊性を向上する。
- ・WEB、SNS やアプリ等を活用した情報発信を行う。
- ・新都心内の飲食店舗に関する混雑状況把握や予約システムの検討・導入を図る。



③当面の活動対象と取組み

(3) 都市再生整備計画案の策定

- ・都市再生推進法人として都市利便増進協定を結ぶベースとなる都市再生整備計画案を作成し、さいたま市に提案していく。

(4) コミュニティ形成事業

- ・「つきのとかげプロジェクト」「ふれあいプラザ」との連携や就業者・居住者向けのスポーツ・文化活動の企画展開などを行う。



◆都市再生推進法人指定後【本格活動開始：都市再生推進法人指定～】

(1) 公共空間等維持管理事業（都市利便増進協定に基づく）

- ・都市利便増進協定に基づき、にぎわい軸（コクーンシティ～北与野デッキ）やふれあい軸（さいたまスーパーアリーナ～日本郵便）の中から、所有・管理する主体から合意を得られたデッキ上空間に関する、日常の植栽管理および清掃を行う。
- ・これに先立ち、さいたま新都心駅前デッキ上空間に関する維持管理に向けた、管理者、設備、法的制限などの整理、維持管理のルール化を検討し、とりまとめる。



③当面の活動対象と取組み

(2) 公共空間等活用事業（都市利便増進協定に基づく）

- ・都市利便増進協定を関係者（さいたま市 or 賑わい軸の管理者 or 地区内デッキ等管理者 or その他）と締結し、公共空間の利用手続き窓口や各主体が行うイベントの調整等主体的にかかわる。
- ・プロモーション・撮影等イベントへの賃貸、隣接飲食店舗へのオープンカフェ等への賃貸、コインロッカーや自動販売機の設置など利用誘致を図る。
- ・自主イベントを展開する。（例えば、ハロウィンパーティ等）



(3) 情報発信事業 [継続]

(4) 安心安全事業

- ・さいたま新都心内の企業や団体における防災に関する取組みを把握・整理する。
- ・大規模災害時における就業者、来街者、居住者毎の避難訓練や防災マップの作成・配布を行う。

(5) コミュニティ形成事業 [継続]