

第3回 買物公園のあり方検討会議

1. モビリティ体験会の報告
2. 前回までの検討会議の振り返り
3. 未来ビジョンについて
 - ア. 他都市の事例紹介
 - イ. 未来ビジョンで示す将来像のイメージ
4. 今後のスケジュールについて

体験会の概要

買物公園における歩行者と乗り物（小型モビリティ）の**共存性や社会受容性を調査**するため、モビリティ体験会を開催しました。

日時：令和5年7月1日（土）10:00～15:00

場所：平和通り買物公園（右図参照）

内容：参加者が「電動車いす」または「電動キックボード」に試乗し、試乗後にアンケートに回答
また、試乗の様子を見た通行者にもアンケートを実施

参加者数：WHILL（電動車いす）に1時間程度試乗 5名 (①)

WHILL（電動車いす）15分程度試乗 28名 (②)

電動キックボードに15分程度試乗 24名 (③)

WHILL（電動車いす）



出典：WHILL
WHILL model C2



出典：WHILL
WHILL model F



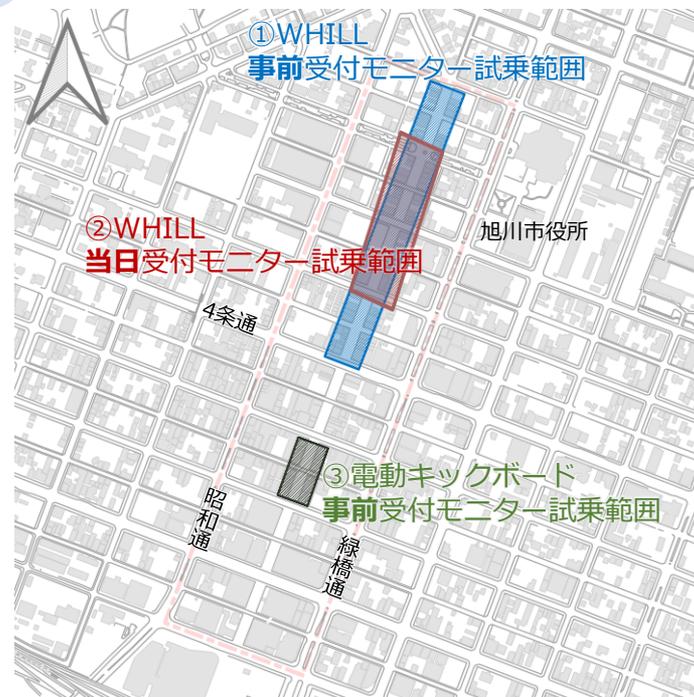
出典：WHILL
WHILL model S

電動キックボード



出典：SEGWAY
Max Plus

体験会会場・試乗の範囲



①WHILL事前受付モニター

1時間程度、4～8条通の間を自由に乗車

②WHILL当日受付モニター

15分程度、5～7条通の間で乗車を体験

③電動キックボード事前受付モニター

15分程度、2～3条通の間で乗車を体験

体験会の様子



電動車いす試乗



電動車いす試乗



電動キックボード試乗



操作説明会場（旭川はれて前）



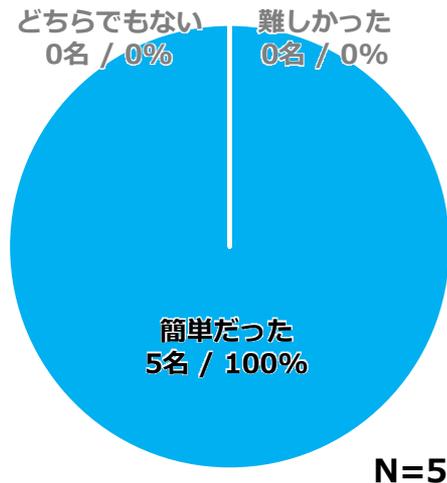
通行者へのアンケート

- 当日は総数57名の方に小型モビリティを試乗していただくことができました。
- 通行者の方へのアンケートも、たくさんの方にご協力いただき総数133名から回答を得ることができました。

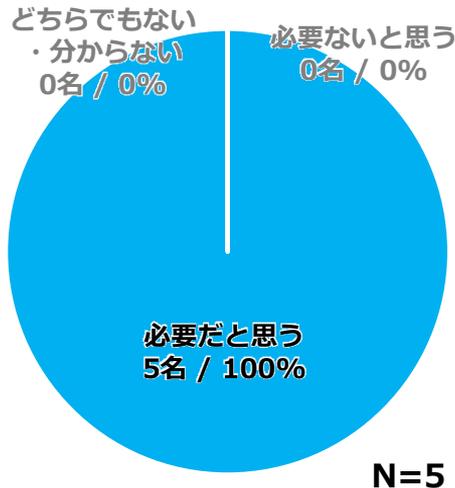
WHILL（電動車いす）に1時間程度試乗された方（①）のアンケート結果

旭川市内在住の5名の方が試乗され、全員が買物公園への導入に対して肯定的な回答（操作が簡単・買物公園に必要）をされました。

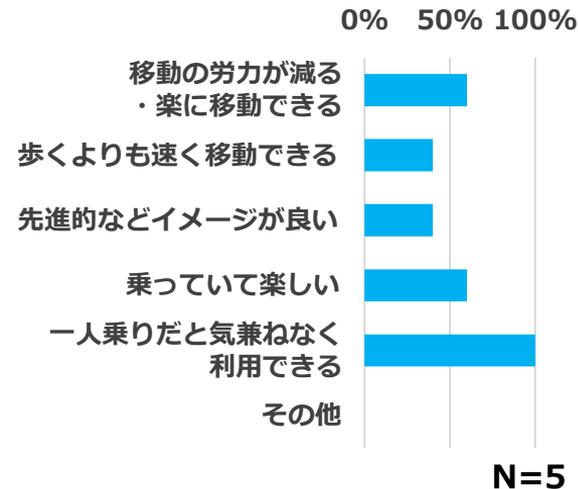
問 本日乗車したモビリティの操作は簡単でしたか？



問 今後の買物公園に、本日乗車したようなモビリティは必要だと思いますか？



問 左問の理由は何ですか？当てはまるものをすべてお答えください。

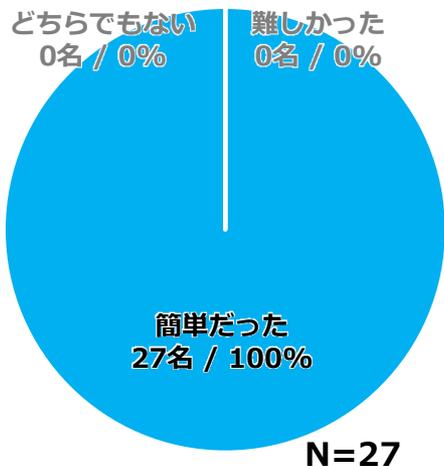


WHILL（電動車いす）に15分程度試乗された方（②）のアンケート結果

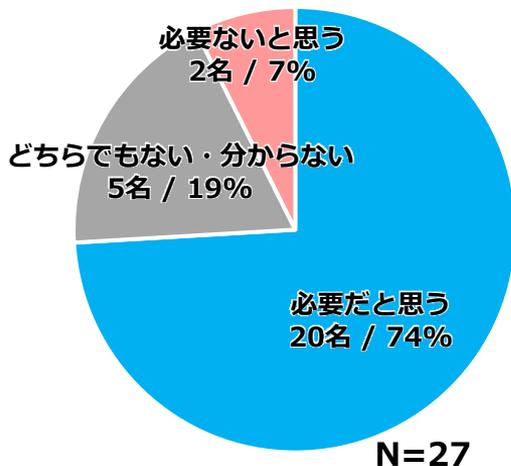
旭川市内在住者を中心に28名が試乗され、買物公園への導入に対して肯定的な回答（操作が簡単・買物公園に必要）をされた方が7割程度を占めました。（アンケート有効回答数N=27）



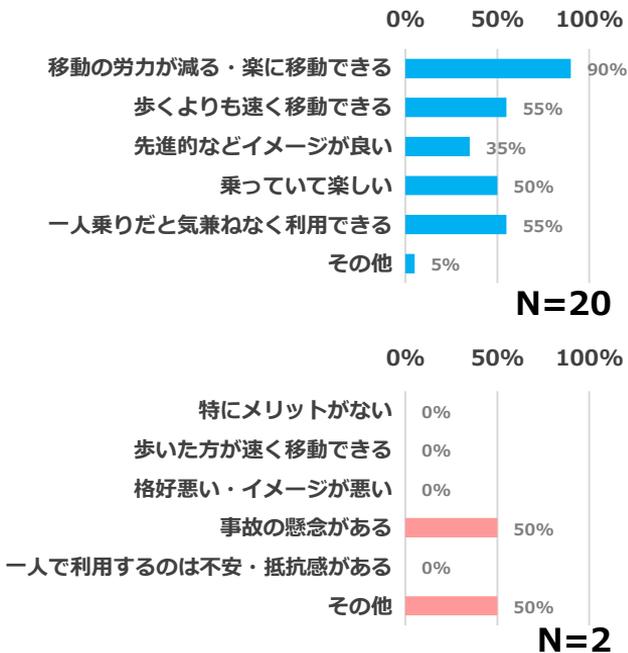
問 本日乗車したモビリティの操作は簡単でしたか？



問 今後の買物公園に、本日乗車したようなモビリティは必要だと思いますか？



問 左問の理由は何ですか？当てはまるものをすべてお答えください。

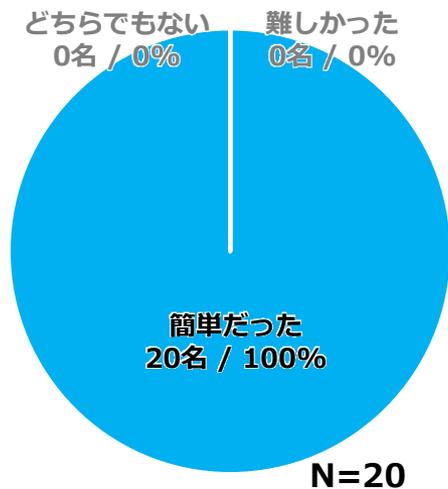


電動キックボードに15分程度試乗された方 (③) のアンケート結果

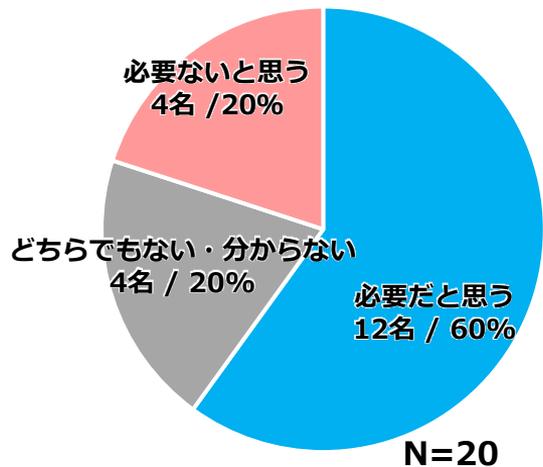


旭川市内在住者を中心に24名が試乗され、買物公園への導入に対して肯定的な回答（操作が簡単・買物公園に必要）をされた方が6割程度を占めました。否定的な回答（買物公園に必要ない）をされた方の理由としては「事故の懸念」を挙げられた方が3名いらっしゃいました。（アンケート有効回答数N=20）

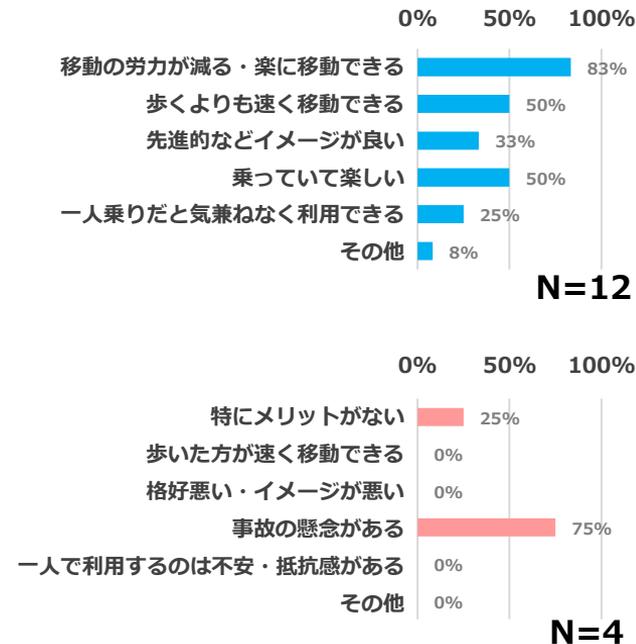
問 本日乗車したモビリティの操作は簡単でしたか？



問 今後の買物公園に、本日乗車したようなモビリティは必要だと思いますか？



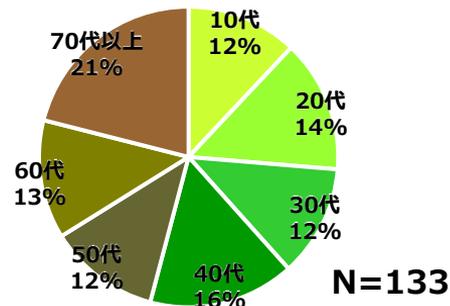
問 左問の理由は何ですか？ 当てはまるものをすべてお答えください。



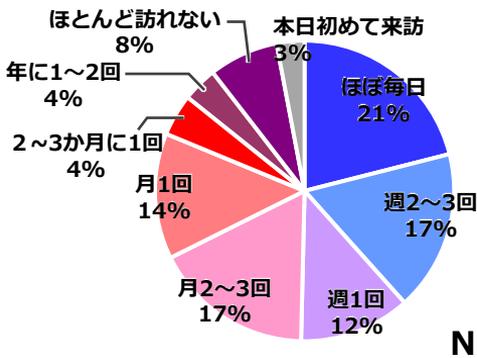
体験会当日に買物公園を通行されていた方のアンケート結果

旭川市内在住者を中心に133名にご回答いただいた結果、WHILLでは9割程度が好意的な印象・所感を持たれましたが、電動キックボードでは6割程度にとどまり、3割程度の方が「歩行者の歩きにくさ」や「事故・放置」に対して懸念を示されました。

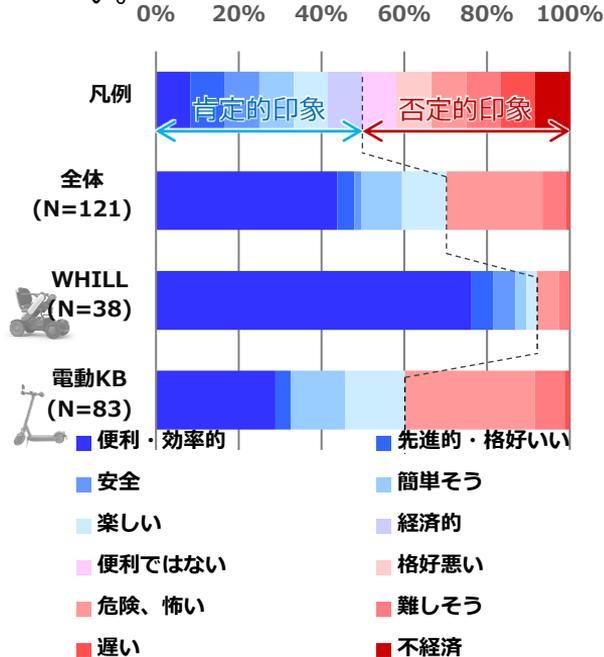
問 あなたの年齢を教えてください。



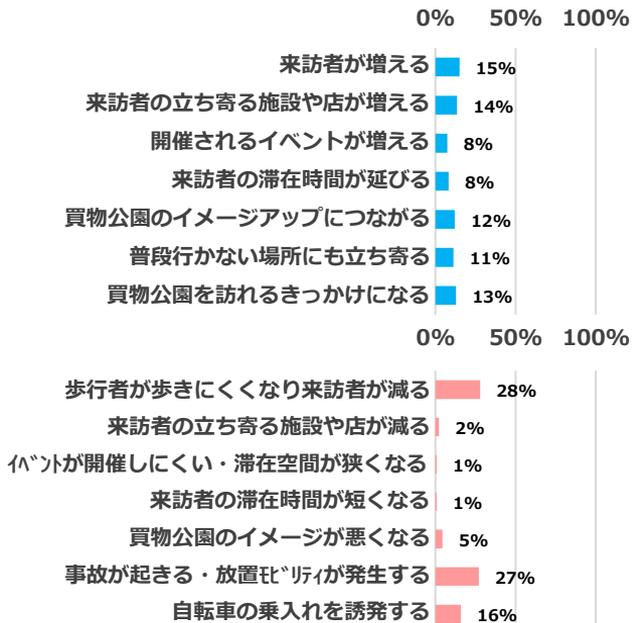
問 買物公園にはどのくらいの頻度でお越しになっていますか？



問 電動モビリティをご覧になったの印象・所感として最も当てはまるものをお答えください。



問 電動モビリティが買物公園内を運行・走行した場合、買物公園に対してどんな効果や影響があると思いますか？



※その他回答12名除く

第2回あり方検討会議で挙げられた意見の整理

◆買物公園エリアの問題点・課題

- ・買物公園の公共空間をどのように使っていくか
- ・新規事業の場合、道路使用の許可に苦勞する
- ・新規事業を既存事業に組み込むなどの工夫が必要
- ・老朽建物や土地の円滑な継承
- ・自発的に活動するのではなく、他人まかせ
- ・常時イベントが開催される状況を作り出せるか
- ・住んでいる人が魅力を感じないと活性化は難しい
- ・買物公園について知ってもらうことが必要
- ・地域特性を捉えて、エリア設定を行う

◆将来できたらいいこと

- ・エリアに分け、魅力・色・良いところを出していく
- ・「公園」の共有、公園の中に様々なコミュニティが絡み合い、多様なまちを形成
- ・買物公園とデザイン創造都市の連携・協働
- ・エリアを広げるなど、北彩都ガーデンや常盤公園と緑地を結ぶ場所にし、都市政策の軸として設定

◆（仮称）買物公園エリアプラットフォームについて

エリプラに求めること（役割）

- ◎事業継承の円滑化
- ◎道路使用等の相談ができる仲介役
- ◎単体での取組ではなく行政をはじめとする組織とそれぞれの連携
- ◎イベントスペース空間の検討(移動空間・まち空間)
- ◎事業者と行政の両輪体制での活動
- ◎議論に終わらず実行できる体制
- ◎必要とする様々なプレーヤー
- ◎買物公園沿線以外の方々の協力とエリプラへの勧誘
- ◎従来の取組から一歩進んだ新しい変化を作り出す実験など、新しい取組が許容される
- ◎ディレクター役(意見の受止めやアレンジ)

エリプラの構築に向けて必要なこと（体制・方針）

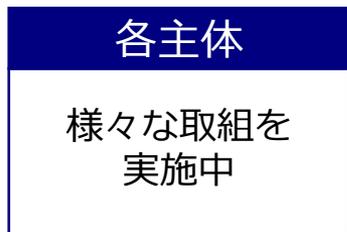
- ◎エリアごとの魅力を見極める
- ◎「どんな未来を創るか」を共有することで必要な要素が見える
- ◎目指すべき方向性の認識の共有
- ◎買物公園エリアに一番合う、役に立つことを考える
- ◎何ができるエリプラであるべきか
- ◎エリプラ創立時と経年時のメンバーの熱意の相違と保持する工夫
- ◎少数精鋭、自発的な人材を集めると実用的に動くことができる
- ◎社会実験等、試行しながら組織を確立していく

2. 前回までの検討会議の振り返り（前回までの討議内容を踏まえた事務局案） 8

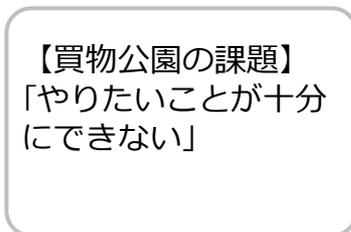
第2回あり方検討会議の成果

◆（仮称）買物公園エリアプラットフォームのイメージ

～現状～

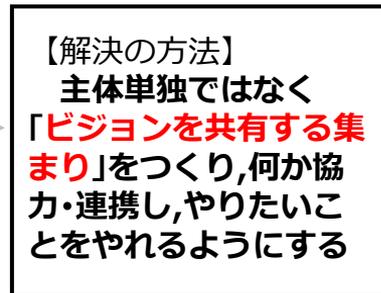


- 平和通商店街
- 買物公園企画委員会
- 三和・緑道商店会
- ふらりーと
- 緑道ワークス
- 商工会議所
- インバジョン協会
- 市役所
- その他



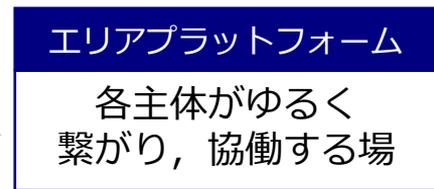
- 【場所の現状】
- ・ 買物公園は道路
 - ・ 法的な各種規制
 - ・ イベントスペースが限定

- 【人の現状】
- ・ 自発的な活動
 - ・ 住んでいる人が魅力を感じていない

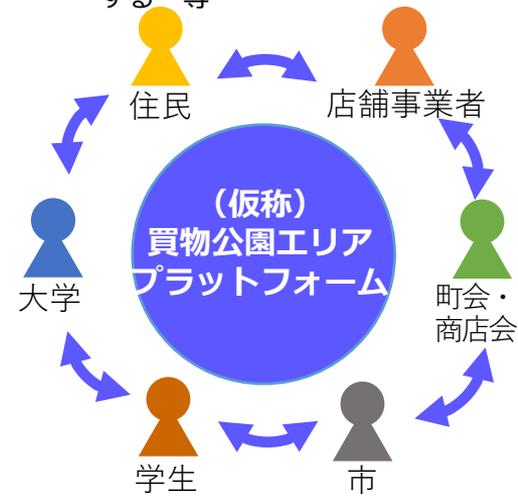


- ◎ エリプラの役割
- ・ 誰が
 - ・ 何を目的に
 - ・ 何をして
 - ・ どうなるのか

なんとなく見え始めたが、
今後も議論が必要



- ※組織（場）のイメージ（例）
- ・ 各主体の困りごとや取組み実施に向けた課題等を共有する
 - ・ 未来ビジョンに向けて、試行的な協働（社会実験等）にチャレンジする 等

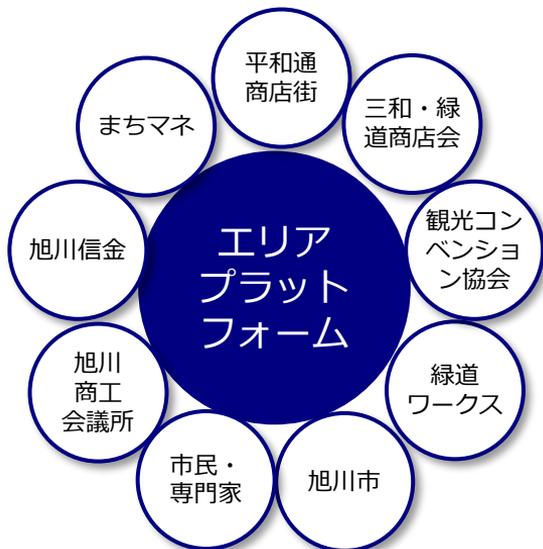


2. 前回までの検討会議の振り返り（前回までの討議内容を踏まえた事務局案） 9

◆（仮称）買物公園エリアプラットフォーム設立とその後のイメージ

立上げ

- ◎多様な主体による情報共有や共通認識形成の場としてエリプラを組織



その他参加が考えられる団体等

- 買物公園企画委員会
- 旭川5・7小路ふらりと
- ロータリー商店会
- 緑橋ビル商店街振興組合

2年目～

- ◎各構成団体の活動を継続しながら、情報発信などエリプラの認知度の向上や取組・活動の円滑化

未来ビジョンの実現に向けて

- 滞在機能強化
- 回遊性向上

何する？

取組み・施策例)

- ◎未来ビジョン実現に向けた社会実験
 - ・目的地、居場所づくり
 - ・回遊支援
- ◎（仮）エリプラ事務局会議の開催
 - ・情報共有
- ◎各団体の活動継続支援
 - ・各団体による新たな担い手の育成や確保の支援
 - ・エリア情報の一括発信
- ◎構成団体の新加入・脱退（出入り自由）
 - ・常にアップデート
 - ・ディレクター（コーディネーター）

将来

- ◎エリア価値の維持・更なる向上のためのエリプラづくり

未来ビジョンの実現

取組み・施策例)

- ◎エリアの新たな将来像（アップデート）
- ◎新たな取組への挑戦
- ◎組織のアップデート
 - ・都市再生推進法人などより活動しやすい組織へ

ア. 他都市の事例紹介

未来ビジョンとは、
買物公園エリアの将来像について、**エリア内で「共通の認識」を持ち、
エリアの皆とともに「今後取り組む方向性(将来像)を示すもの」**

未来ビジョンの構成項目(例)

① エリアの課題, まちづくりへの期待

- ・エリアの現状・課題
- ・策定目的
- ・エリアの特性

② 将来像・基本方針

- ・将来像・将来像を伝えるイメージ図等
- ・基本方針
- ・対象エリア(エリア区分)

③ 策定後の取組み・進め方

- ・取組み内容・戦略
- ・推進体制(エリプラ内の体制と連携する団体)
- ・実現に向けたロードマップ

3. 未来ビジョンについて

ア. 他都市の事例紹介

定禅寺通エリアまちづくりビジョン2030：定禅寺通活性化検討会（宮城県仙台市）

エリアの期待・機運，課題を踏まえて，**将来のありたい姿（何をしたい・どうなりたい）**をビジュアルに表現

● 定禅寺通エリアへの期待

- ・市民主体によるケヤキ並木を生かしたまちづくりの成熟
- ・様々な公共施設・文化施設の再編が進行
- ・近隣エリアで居住人口が増加
- ・せんだい都心再構築プロジェクトなど都心再生への機運

● 定禅寺通エリアの課題

- ・消費や滞在を促す機会や施設が乏しい
- ・建物の老朽化が進んでいる
- ・暮らし機能の不足
- ・歩行者通行量が少ない

◆ まちづくりの理念・理念に基づく将来像を表現

まちづくりの理念

世界に誇るケヤキ並木と共に
「ここにしかない」
プライスレスな時間と体験を。

このエリアならではの魅力があふれる定禅寺通[※]で、
ケヤキ並木をはじめとする緑を大切にしたい人
豊かな都心暮らしを満喫したい人
充実したワークライフを過ごしたい人
新しいことにチャレンジしたい人
仙台・東北の魅力を味わいたい人
文化・芸術を楽しみたい人
自分時間を楽しみたい人
が出逢い、文化を創造し、価値を高め合う。



「まちづくりの理念」のもと私たちが目指す街の姿

歩きたくなる、巡りたくなることで
「出逢い」が広がる街

安全で快適に、楽しく回遊・滞留できる環境
をつくり、多様なヒト・コト・情報などに
出逢える街を目指します。

人々が行き交い感性を触発し合うことで
「文化」を創造し続ける街

常に人々が行き交い、交流が広がる状況をつ
くり、新しい文化やアクティビティが生まれ
る街を目指します。

ケヤキ並木を誇りにし魅力を上げることで
「価値」を高め合う街

ケヤキ並木の魅力を様々な活動に活かして、エリ
アの価値をさらに高めつつケヤキ並木の魅力を
後世に継承する街を目指します。

※定禅寺通エリアならではの魅力とは
日本一のケヤキ並木と緑道があること
官公庁やオフィスがあり多くのワーカーがいること
西公園や勾当台公園など魅力的な公園につながっていること
緑道を中心にクリエイティブな活動があること
様々な職能が担えること
文化活動・市民活動の拠点を数多く集めていること
おもてなし溢れるお店が多くあること
東北最大の歓楽街・国分町につながっていること

0. ビジョンの構成

- | | |
|--|--------------------------|
| 1. 定禅寺通エリアへの期待 | 5. 4つのエリアブランディング戦略 |
| 2. 定禅寺通エリアの課題 | 6. 戦略に基づくプロジェクトメニュー（取組み） |
| 3. 定禅寺通エリアの特徴を生かしたまちづくり（方針） | 7. 推進体制 |
| 4. 2030年までには実現したい空間イメージ
・道路空間の考え方（目指す将来像） | |

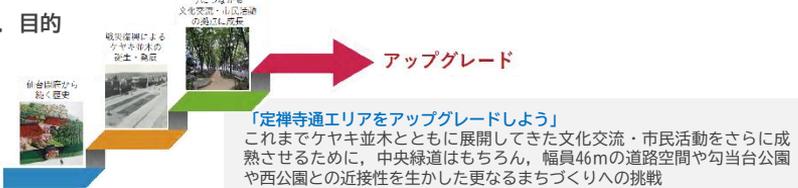
1. 定禅寺通エリアへの期待

- ・市民発のイベントの開催・定着
- ・市民主体によるケヤキ並木を生かしたまちづくりの成熟
- ・様々な公共施設・文化施設の再編の進行
- ・子育て世代を中心とした『近隣エリアでの居住人口増加』
- ・建て替え促進や容積率の緩和
- ・民間投資の喚起等を起因とする『せんだい都心再構築プロジェクトなど都心再生への機運』
- ・施策の普及やウォーカーブル区域の指定
- その他、まちづくり動向から『居心地がよく歩きたくなる街への期待』等により定禅寺通エリアの期待

2. 定禅寺通エリアの課題

- ・消費や滞在を促す機会施設が乏しい、建物の老朽化が進んでいる、暮らし機能の不足、歩行者通量が少ない等に起因する都心におけるコア（核）としての求心力の弱さが課題

3. 目的



まちづくりの理念に世界に誇るケヤキ並木と共に「ここしかない」プライスレスな時間と体験を掲げ、その理念のもとに目指す街の姿を宣言している

- ・歩きたくなる、巡りたくなることで「出逢」が広がる街
- ・人々が行き交い完成を触発しあうことで「文化」を創造し続ける街
- ・ケヤキ並木を誇りにし魅力を上げることで「価値」を高め合う街

4. ビジョンの対象地域

仙台都心の北側に位置する、西公園通から駅前通をふ、全長約1,400mの通り

5. ビジョンの位置づけ

仙台市の行政計画を尊重しビジョンを作成
必ずしも行政計画と整合をはかるものではない

6. 将来像・共通原則

「豊かに暮らせる西エリア」・「24時間楽しめる東エリア」

4つのエリアブランディング

- グランドレベル戦略** 定禅寺の「みち」と「たてもの」の関係（グランドレベル）を『ひと』を中心に再構築します
- イノベーション戦略** エリア内の新陳代謝（イノベーション）を高め投資機会や経済活動を活性化させます
- コンバクション戦略** エリアに対流と滞留（コンバクション）を生み出し「回遊」を創り出します
- プロモーション戦略** エリアの取組を一體的に発信（プロモーション）し定禅寺通エリアの価値を磨き広く訴求します

7. テーマと取組み

将来像の実現のために掲げた4つのエリアブランディング戦略ごとにメニューを示している

■メインストリートをアップグレード！

- ✓街に開かれた沿道環境づくり
- ✓ひとと中心のみちづくり
- ✓もっと自由に公園のような定禅寺通づくり
- ✓新しいチャレンジを生み出す場づくり
- ✓おもてなしの心を磨く
- ✓夜の景観づくり

■施設や場所の力をアップグレード！

- ✓民友不動産の徹底活用
- ✓公共施設再編との連携
- ✓事業者間コラボレーションで事業創発
- ✓クリエイティブ人材が集う場づくり
- ✓世界に冠たる「環境都市」への取組

■回遊性・界限性をアップグレード！

- ✓多様な人々・多様な主体の居場所となること
- ✓定禅寺通へのアクセシビリティ向上
- ✓勾当台公園・西公園の活用
- ✓小さなアクションをいたるところで展開
- ✓身近な緑を増やし、季節を楽しめる街へ
- ✓先導的かつ環境にやさしい移動手段の導入

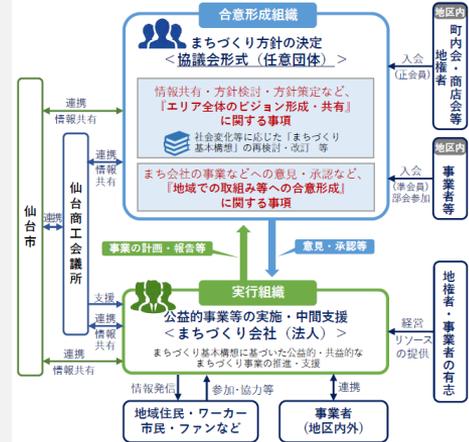
■エリアの発信力をアップグレード！

- ✓「定禅寺通エリアの今」を伝える
- ✓ビジュアルアイデンティティの確立
- ✓コミュニケーションツールについての情報発信
- ✓都の都を象徴するケヤキ並木を活かしたブランディングの推進
- ✓エリアマネジメント広告の実施
- ✓「定禅寺通エリアファン」の獲得

8. ビジョンの実現に向けて

ビジョン実現のため、**合意形成組織**と**実行組織**の両輪体制を有効とする。実行組織を「まちづくり会社」とし、その役割を街づくり実行昨日、中間支援機能と位置付けている

エリアマネジメント推進体制（イメージ）



ア. 他都市の事例紹介

未来ビジョン／水戸のまちなか大通り等魅力向上検討協議会（茨城県水戸市）

課題に対して今できることを積み上げるForecasting（フォアキャスティング）型ではなく、
望ましい将来の姿を掲げて、それを体現してくBackcasting（バックキャスティング）型の取組推進をビジョンで提示

◆Backcasting型の問題解決アプローチを提示

現状の延長線上には水戸のまちなかの未来はない

現在を起点とし、その延長線上に未来をイメージするプランニングは、**フォアキャスティング**。
これでは現状の「変わらない理由」に絡めとられてしまう。

水戸のまちなかを劇的に改変するためには、目の前の課題や制約条件にとらわれてはいけない。

現在の延長線上にはない未来づくりを

そこで、未来を定義することから始める必要がある。

その上で現状とギャップを把握し、**優先順位を付けて解決策を考える**。

その手法が**バックキャスティング**。

実現したい未来から考える問題解決アプローチ。



0. ビジョンの構成

1. 水戸のまちなかの現状
2. 水戸のまちなかの可能性
3. 未来ビジョンコンセプト
4. 実施に向けた取り組み方針
5. 実施体制 (役割分担)
6. 実施施策 (主要プロジェクト)
7. 今後の対策・展開

1. 水戸まちなかへの可能性と期待

Possibility

- HISTORY
- GREEN
- INFRASTRUCTURE
- CULTURE
- CLIMATE+FOOD

歴史 (水戸城跡) と地形 (台地と湿地) の融合から生れた、400 年以上続く骨格
街なかと大規模な水・みどりが近い都市
街なかで集積する暮らしの機能 (災害強靱性、業務・商業、公共交通・施設)
城下町が育んだ、時代を拓く「水戸っば」の思想と文化
高い日照時間・温暖、恵まれた立地と独自の食文化

課題から期待へ

- ・歴史の中で育まれた水戸っばのマインドを大切に
- ・人中心の街なかにするための空間デザインを
- ・水戸らしいコンテンツの充実や居場所作りを
- ・まちなかの用途や交通体系など都市構造の改変を
- ・SDG s や人中心のまちづくりの社会的ニーズへの対応を

Expectation

2. 水戸まちなかエリアの課題

Challenge

- ・車のための街なか
- ・笑顔が少ない閉ざされた街なか
- ・空洞化したかつてのハレの舞台
- ・歩行者に優しい街なか
- ・増えすぎた虫食い駐車場



3. 目的

多様な人材や様々な投資を惹きつける都市の魅力・国際競争力を備えた水戸市の構築に向け、大通り (国道 50 号) と裏通りを含むエリアを一体として捉えた厚みと回遊性のあるまちなか再生が期待されている。そのために、エリアに関わる人々にとって居心地が良く歩きたくなる空間づくり、地域資源を含めた多様な空間利活用・回遊性を日常的に満喫できる仕組み、さらには立ち寄りたくなる水戸ならではのお店が揃うまちなかづくりが求められる。水戸のまちなか再生に向け、未来ビジョン等を策定、明確化し、官民で共有、そしてビジョンを実現するための自立・自走型システムの構築に向けた取組を進めることを目的とする。

4. ビジョンの対象地域

計画の対象エリアは「水戸のまちなか」と定義しているのは、水戸駅から国道50号沿いを中心とする157haのエリア

5. ビジョンの位置づけ

このエリアは水戸市が定める「中心市街地活性化基本計画」における都市中枢ゾーンであり、またコンパクトシティの形成を図るための計画「水戸市立地適正化計画」において医療・福祉・商業などの都市機能を誘導し、効率的なサービス提供を図る「都市機能誘導区域」でもある

7. 将来像・共通原則



目指す水戸のまちなかは、「誰もが持っている挑戦心」を育む街である。都市空間には「偶発的な出会い」「予期せぬきっかけ」から、五感が刺激され、アイデアをひらめき、仲間が共鳴する瞬間がある。ISLAND CITYを舞台に、車から人中心の、住み・働き・学び・遊ぶ、水戸っばライフスタイルを実現していく—それを、「MITO Living ISLAND-挑戦心を育む、コンパクトなまちなか暮らしを取り戻す」というコンセプトにとりまとめている

未来ビジョンのターゲット：まちなかで生きる人、まちなかで挑戦したい人
まちなかに関わるみんなが「自分ごと」で考える、街のためにもなる「やりたいこと」「得意なこと」「好きなこと」を挑戦できるまちなかをめざす



8. 実現に向けた取組み方針

現在の延長線上にはない未来づくりを
そこで、未来を定義することから始める必要がある。そのうえで現状とのギャップを把握し、優先順位を付けて解決策を考える。その手法がバックキャストिंग。実現したい未来から考える問題解決アプローチ

各取組み実現のために必要なアプローチに対して
官民が連携し、未来ビジョンを共有し、役割分担しながら、短期・中期・長期の事業に取り組む



9. ビジョンの実現に向けた取組と主体

施策	実施主体	実施内容
コンパクトシティの実現		
広域交通体系の再編	行政(国・県・市)	環状線の整備、トランジットモール等の検討 等
徒歩圏ですべてが揃うまちなかづくり	行政、不動産事業者、建物オーナー 等	外延化した住居、商業業務機能等をまちなかに誘導・再集積 等
多様な用途や機能の誘導		
ウォークアブルな空間づくり	行政、建物オーナー、商店街、まちみとらボ	ウォークアブル関連事業、道路交通網の再編 等
道路空間の再編・転換	商店街、まちみとらボ、水戸商工会議所 等	公共空間等を活用した社会実験、利活用 等
多様な空間活用の推進		
魅力的な店づくりの推進	商店街、まちみとらボ、建物オーナー、出店者	店舗ツアーや起業セミナー、空き店舗リノベーション 等
プロモーション・情報発信		
プロモーション活動の実施	まちみとらボ、水戸商工会議所 等	イベントやウェブサイト、パンフレットでの発信 等

自立自走型システムの構築

(仮称) 買物公園エリア未来ビジョンについて

1. 期待 (例)

買物公園に期待されること
 例：まちづくりを展開する主体がいる
 旭川を中心であり、イケてる空間になる

2. 課題 (例)

買物公園の現況・課題
 例：通行するだけの場所、滞在空間がない
 空地・空き店舗の活用・改善
 分散するエリア情報の集約化・見える化

3. 将来像 (例)

- ・買物公園をどのように使いたいか
- ・どんな活動が起こってほしいか
- ・どんな人に居て(来て)ほしいか

・短期の将来像 (1～5年後)

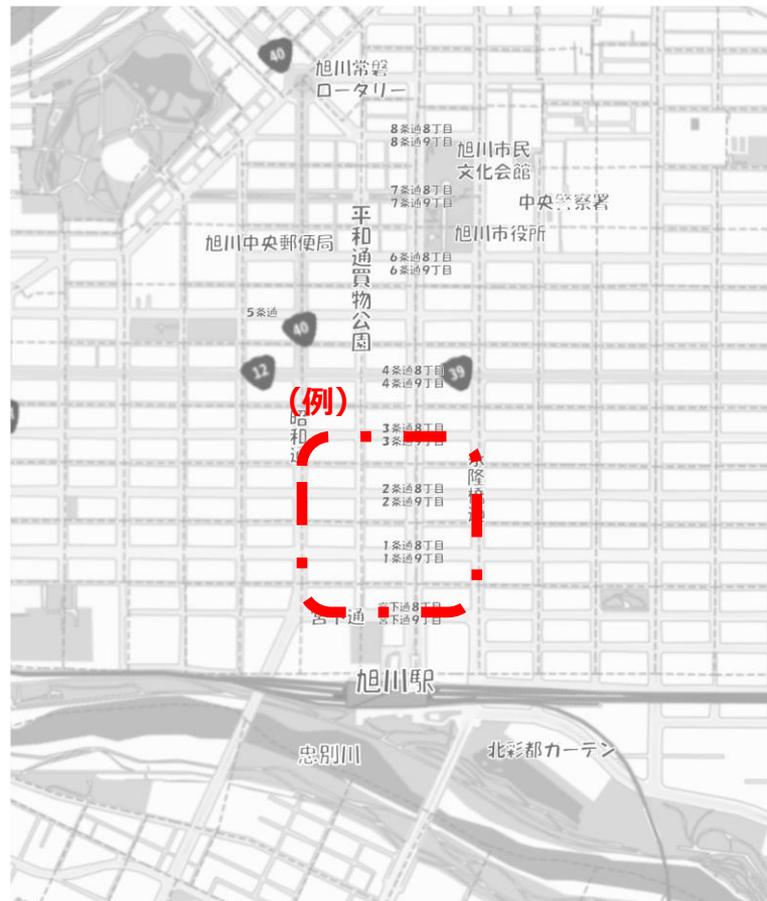
・中期の将来像 (約10年後)

・長期の将来像 (約20年後)

4. ビジョンの対象地域 (例)

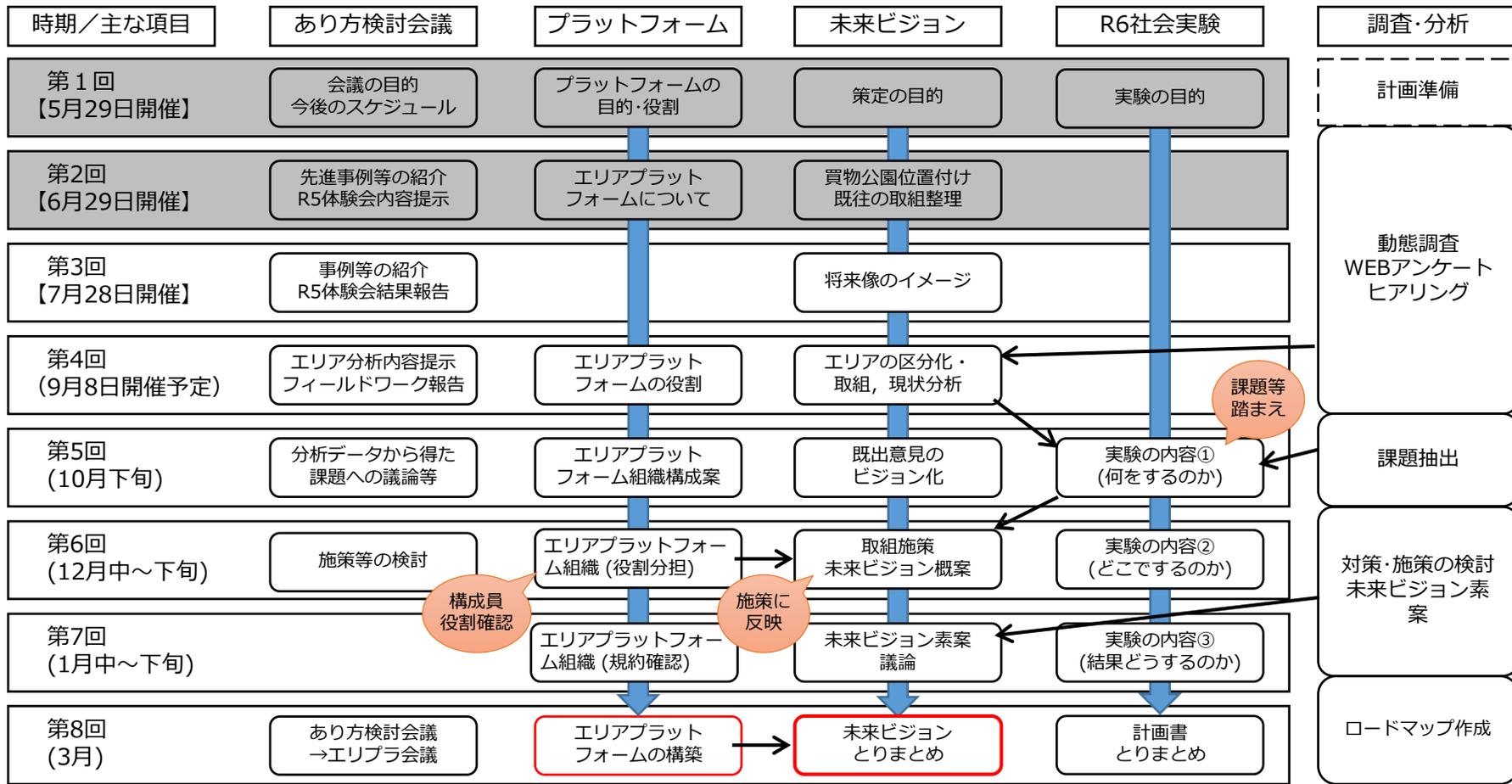
3. で回答した将来像はどのあたりをイメージしているか、右の地図上に囲ってください。
 例：宮下通から2条通までの7・8丁目
 ※右ページの地図記入
 ※地図に記入した範囲の理由を右枠に記入

- ※ 右ページの地図記入
- ※ 地図に記入した範囲の理由を記入



4. 今後のスケジュール

あり方検討会議スケジュール(予定)



4. 今後のスケジュール

第3回

7月

【未来ビジョンで示す将来像の議論】

1. モビリティ体験会の報告
2. 前回までの検討会議の振り返り（エリアプラットフォームについて）
3. 未来ビジョンについて（ワークシートを活用【期待・課題・エリア・将来像】）
4. フィールドワークについて（買物公園エリアの質的調査）

・・・9月 フィールドワーク（質的調査）・・・

第4回

9月

【未来ビジョンの取組・エリア内の区分】

1. 前回までの検討会議の振り返り（未来ビジョンで示す将来像）
2. フィールドワークの結果報告
3. エリア調査分析結果について
4. 未来ビジョンについて（ワークシートを活用【未来ビジョンの取組・エリア区分】）
5. 未来ビジョン実現に係るエリアプラットフォームの役割

第5回

10月

【エリプラ構成案・未来ビジョン作成・社会実験内容について】

1. 前回までの検討会議の振り返り（未来ビジョンの取組・エリア区分について）
2. 分析結果に対する施策案について
3. 社会実験について（分析で得た課題に対して）
4. 未来ビジョン作成について（既出意見のビジョン化）
5. エリアプラットフォームについて（目的・役割を踏まえた組織構成案）

第6回：エリプラ組織（役割）、未来ビジョン概要提示、次年度社会実験内容 等

【調査背景・概要】

⇒第2回あり方検討会議で意見のあった「**質的調査の必要性**」を踏まえ、国土交通省が提供する『居心地調査(まちなかの居心地の良さを測る指標(改訂版ver.1.0))』を実施し、**買物公園エリアの特性について把握・分析**を行う。

【調査目的】

⇒買物公園エリアの特性や課題感を調査・把握することで、**未来ビジョン策定に向けた地域の特徴や、まちづくりの方向性**を共有する機会(検討会議の場とは異なる意見交換の機会)を設ける。

【調査日時】

⇒第4回検討会議の前(8月末~9月上旬)
⇒平日昼間(12時頃)
: 人通りがある程度見込まれ、日常使用の多い時間帯

【調査方法】

⇒右図に示すエリアを対象に調査を実施。
(15分/1箇所で調査)
⇒右図調査シートをもとに調査(滞在人数等の定量調査は省略し、省略した部分は事務局で実施)

【調査員】

⇒参加者及び事務局の計10名程度

○調査エリア(※未確定)



○調査票(4シート)

No		分類	種類	項目	選択項目 ※回答に 応じて ○を付して ください	1	2	3	4
<p>居心地の良さ確認シート</p> <p>まちなかの居心地の良さを確認調査(安心感)</p> <p>まちなかの居心地のよさに關する以下の質問に対し4段階で最も当てはまるものを○を付けてください。</p> <p>※No.1~8項目が標準項目となっています。対象地の特性に合わせ入替項目を入れ替える、合計が9項目以上は必要ありません。</p>									
1	標準項目	活動	赤ちゃんと遊んでいる人がいる	選択項目	1. いない (全く思わない)	1	2	3	4
		主観	安心して赤ちゃんと遊ばせられる場所だと感じる		2. 一人いる (あやうそう思わない)	1	2	3	4
2		活動	子どもを遊ばせている		3. 数人いる (少し思わない)	1	2	3	4
		主観	安心して子どもを遊ばせられる場所だと感じる		4. たくさんいる (とても思わない)	1	2	3	4
3		活動	地域の人や警備員など人の目による防犯が行われている		1. 2	3	4		
		主観	地域の人など人の目による防犯が行われている安心な場所だと感じる		1	2	3	4	
4		活動	足腰の弱い人や車いす・ベビーカーの利用者が難く移動・滞在している		1	2	3	4	
		主観	足腰の弱い人や車いす・ベビーカーの利用者が気軽に利用できる場所だと感じる		1	2	3	4	
5		活動	自分以外の人が出たゴミを片づける人がいる		1	2	3	4	
		主観	空気が綺麗に利用されていて気持ちよく過ごせると感じる		1	2	3	4	
<p>まちなかの居心地の良さを確認調査(安心感)</p> <p>まちなかの居心地のよさに關する以下の質問に対し4段階で最も当てはまるものを○を付けてください。</p> <p>※No.1~8項目が標準項目となっています。対象地の特性に合わせ入替項目を入れ替える、合計が9項目以上は必要ありません。</p>									
6	標準項目	活動	食事している人がいる	選択項目	1. いない (全く思わない)	1	2	3	4
		主観	気持ち良く食事ができる		2. 一人いる (あやうそう思わない)	1	2	3	4
7		活動	昆虫や虫の活動が気になる		3. 数人いる (少し思わない)	1	2	3	4
		主観	動物や虫の活動により不快を感じる		4. たくさんいる (とても思わない)	1	2	3	4
8		活動	入るこ、近づくことをためらっている人がいない (沿道建物も音)		1	2	3	4	
		主観	気軽に出入りできる場所だと感じる (沿道建物も音)		1	2	3	4	
9		活動	子どもが声を出して遊んでいる		1	2	3	4	
		主観	子どもが声を出して遊べる場所だと感じる		1	2	3	4	
10		活動	ゆったり寝している人がいる		1	2	3	4	
		主観	寝やすさを感じられる場所だと感じる		1	2	3	4	
11		活動	何かの練習をしている人がいる		1	2	3	4	
		主観	何かの練習をしたい場所だと感じる		1	2	3	4	
12		活動	ペットを遊んでいる人がいる		1	2	3	4	
		主観	ペットを遊ばせてほしい場所だと感じる		1	2	3	4	
13		活動	思い思いの時間を過ごしている		1	2	3	4	
		主観	思い思いの時間を過ごすことができる場所だと感じる		1	2	3	4	
14		活動	想定外の活動が見られる (ワディング撮影している等)		1	2	3	4	
		主観	誰でもどこでも好きな活動ができる場所だと感じる		1	2	3	4	
15		活動	多様な服装の人がいる		1	2	3	4	
		主観	好きな格好で行っても良い場所だと感じる		1	2	3	4	
16		活動	電話、Web会議をしている人がいる		1	2	3	4	
		主観	電話、Web会議をして音声で許可される感じる		1	2	3	4	
17		活動	投稿用と思われる動画を撮影している人がいる		1	2	3	4	
		主観	投稿用の動画撮影をしなくても良い場所だと感じる		1	2	3	4	

