

第3回会議 ワークシート回答一覧

| 項目 | A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | K | |
|----|--|--|---|---|---|--|---|---|---|--|---|--|
| 期待 | <ul style="list-style-type: none"> ●やりたい人、主体が自発的に負担なくイベントなど企画、実施できる体制がある ●賑わいを損なわない ●緑が多い ●行きたい店、魅力的なスポットがある | <ul style="list-style-type: none"> ●まちづくり(環境・イベント・調整・申請・広聴等)を展開する主体がいる。 ●安心・安全な空間であるとともに来街者が集える憩いの場(空間) | <ul style="list-style-type: none"> ●体験に伴う買い物があれば... ●ストリートスポーツの会場+アイテムショップ ・ポードパーク(世界大会認定、日本初) ・ムラサキスポーツetcと協力して ・BMX等のエクストリームも ・通年通してのウインタースポーツ練習場等も | <ul style="list-style-type: none"> ●経済の活性化 ●お金が巡る、雇用のある ●人が集まる | <ul style="list-style-type: none"> ①自由な活動を許容する空間・制度づくり(道路だと限界があると思う) ②多様な人が集まる仕掛けづくり(まずは産業振興(買物以外の経済活動)や文化拠点的イメージをもちと作れないか)、観光窓口機能強化 ③都市イメージの軸となるシンボル・物語の構築(管理のしやすさ)が現れすぎている。公園であることを「自由」や「自然」をキーワードとした考え方を共有する必要があるのではないか) | <ul style="list-style-type: none"> ●買物公園のお店、店主に愛着が湧く、もっと好きになってもらう必要がある ●メディア等のプラットフォームを作り、アンバ(サダー)をうまく活用し、まずはそれぞれの活動や存在を知ってもらう。 ●買物公園=買物をする場所、である必要性はない。まずは継続的に通ってもらう環境づくり。 ●居りたい人、暮したい人などが情報交換・共有ができるようなアプリやwebページの作成。 | <ul style="list-style-type: none"> ●公園的な要素の復活 ●一定の規則を設定しつつ、空間利用の自由度を上げる(例:冬まつり期間に犬ぞりタクシーが走る位の...) ●さらに緑を増やす。個人的には「子ども高貴堂」前の野母ガーデンのような「花壇ばくない」ものが理想 ●施設や設備、機能的なことではない「買物公園」に来る、集う「人」に焦点を当てた空間に ●販売以外の施設や設備の整備(例:ポードパークや野外ステージ等) | <ul style="list-style-type: none"> ●魅力的な買物公園とするため、買物公園内でさらにエリアの差別化が図られる ・駅前から3条までは複合商業施設を中心とした都市機能が集積するエリア ・4条から8条までは芸術、文化、スポーツ等の体験ができるエリアなど ●街区ごとの特色が現れ、多様な楽しみ方ができる買物公園へ | <ul style="list-style-type: none"> ●公共空間を市民が楽しく使いこなす ●自分の庭のように、公園のように(自由に遊べていいし、勉強してもいいし、鉢植えを置いてもいいし、日常的にマルシェをしてもいいし...) ●買物公園と路面店という認識の区分、道路という認識から「本当の買物公園」へ | <ul style="list-style-type: none"> ●市民の生活の場であること ・便利は総合商業施設へ。買物公園は「ここなら手に入る」を大切に専門性を大切に。高貴の、価値のある物こそ人との繋がりをもって販売 ●年若すぎ、市民の憩いの場であること ・世代を超えて利用できるからこそ受け継がれる ●旭川の中心地にふさわしい発展の拠点となること(様々な活動、情報発信など) ・買物公園=旭川 象徴する場に変化 | <ul style="list-style-type: none"> ●まずイイクで感じる感性を持った人たちが主体とならず、駅裏の自然と正面朝の都会感をいっしょにマッチさせ、かつ認知を広げ、週末だけでなく平日も20~40代(一番金を落とす年齢層)で溢れかえり、一日中楽しめて家に帰りたい、日常的にマルシェをしてもいいし、日常的にマルシェをしてもいいし...) ●買物公園と路面店という認識の区分、道路という認識から「本当の買物公園」へ | |
| 課題 | <ul style="list-style-type: none"> ●北彩都ガーデン、駅前広場、買物公園、7条緑道、常盤公園がまだ有機的に結びついていない ●行きたい店が乏しい(具体的にいうとミドルエイジのメンズの服を買うところがない。本当にない。無いか西イオン、札幌に行く) ●現性が多すぎる(自転車通行禁止、イベントの内容を妨げられ、許可が下りないことがある) | <ul style="list-style-type: none"> ●全面、同様の街路樹・施設帯・路面であり、エリア(街区)ごとの特徴がない。 ●買物公園を東西に街区ごと分断する道路の存在 ●誰かがやってくれる。やらされている路面店(主)、通り会(住民)等の参画意識の低さ | <ul style="list-style-type: none"> ●ただの道路となっている ●昔のような「買物公園」としての価値はない | <ul style="list-style-type: none"> ●市民の滞在が少ない ●市民の滞在が少ない ●建物の老朽化と地権関係 ●エリア毎の連携 ●暮らし機能が少ない ●自転車の乗り入れ問題 | <ul style="list-style-type: none"> ①について ・制約の解消(制度の見直し、簡易化のためのルール化など) ②について ・空地:空き店舗訪の活用、誘致 ・戦略的検討・実践、経済活動を活性化させるための産業振興拠点としての位置付けの強化、公共空間の居心地の良さ向上、広域の交通計画の見直しなど、観光地イメージの構築 ③について ・旭川市を象徴する買物公園の価値を表現する物語の構築(「自然」「川のまち」「人間性」などのキーワード) | <ul style="list-style-type: none"> ●市民が買物公園エリアに足を運ばずに物事が解決してしまう現状にある。 ●駐車スペースを完備した大型ショッピングモールに大衆が流れる傾向が強くなった。 ●買物公園の建物の老朽化、空き店舗の増加が顕著にみられる。 ●イオンモールが出来てからの流れが1条から駅前辺へと移ってしまい、買物公園を放棄する、ぶらぶらするような魅力が大衆に伝わりにくくなっている。 | <ul style="list-style-type: none"> ●自由度が低い+使用許可申請の複雑さ ●エリア毎にニーズや役割、事業規模「色」が異なるのに一律に埋めたりそろえようとする「コト」や「モノ」がある ●建物やインフラの老朽化、地主の高齢化、さらにこれらの賃貸や継承が困難 | <ul style="list-style-type: none"> ●積極的な活用が行われない空き地、空き店舗の増加 ●空き店舗等の増加により買物公園全体および街区ごとの特色が薄く感じられる部分がある | <ul style="list-style-type: none"> ●路面店からしたら買物公園は、市の管理するもので自分たちには関係ないという分断した認識 ●解釈の余地をつくる(路面店も含めた買物公園であり、路面店との一体感があるといふ。ショッピングセンターの中に公園があり、公園の中にショッピングセンターがある。気軽に使える場所) | <ul style="list-style-type: none"> ●路面店からしたら買物公園は、市の管理するもので自分たちには関係ないという分断した認識 ●デザイン都市ならではの改善。景観を大切に ●エリア情報の見える化 ・「魅力を伝える。探さなくても見つけるわかりやすさ ●休憩スペース、フリースペースの不足 ・「ただそこで過ごしたい」も大切に | <ul style="list-style-type: none"> ●まず現状の旭川の良いところは若い世代には理解できないようなことばかりだから早く出たがっていいと思う。上の世代はもう諦めた。そして何かに夢がもたらしているような課題が何年も前からみんな思っているのに向に解消されない事が一番の課題だと思う | |
| 短期 | <ul style="list-style-type: none"> ●規制の緩和 ●使いたい人がもっと使いやすく ●ストリートライブが盛んに行われている ●行きたい店がある | <ul style="list-style-type: none"> ●申請行為の簡素化、許可までの時短化 ●居心地が良く歩きたくなる ●参画意識の高い人が居る(住む) ●参画意識の高い人が居る(住む) | <ul style="list-style-type: none"> ●空いていない土地をいかに有効に管理し、方向性を持たせるか | <ul style="list-style-type: none"> ●旭川はれて、フードテラスの賑わい | <ul style="list-style-type: none"> ●公園化実験(自由に自転がれる場づくり、緑地率10%upとか) ●エリアの木質化実験(先行事例づくり) ●文化・芸術に関わる人たちの交流、表現の場、デザイン業界の人が集まり新しい事業を創出する場(業界だけでなく大学などと連携も) ●観光窓口的機能の強化 | <ul style="list-style-type: none"> ●若年層から家族連れ、高齢者まで年代問わず、具体的な目的の有無関係なく、訪れたいような環境・雰囲気作り。 ●日本最古の「歩行者天国」であることに誇りを持ち、文化や歴史を街の一角に反映させる。 ●お洒落な街、スタイリッシュで居心地の良い空間、ファッション性に長けた人々が集うなど、アートやデザインを積極的に取り入れ、ユニークな建物/空間をどんどん取り入れる。デザイン・建築コンペなどを国内外向けに開催し公募・採用する。 ●季節に特化したお祭りやミュージックイベントを定期的に開催する。お祭り等のイベントに参加した来客がその後継続して他の買物公園周辺のお店で時間を使う、お金を使うような波及効果を得られる。 | <ul style="list-style-type: none"> ●使用許可申請が簡単に ●緑が増える ●不動産マッチングのアクションが起きている | <ul style="list-style-type: none"> ●個性的な建物の増加、来街する若者の増加 | <ul style="list-style-type: none"> ●緑化を進める。植木の入ったストリートファニチャーを設置したり、小さなマルシェが日常的に自由でできたり、公園的な利用や滞在が増えていく。人が集うことで消費も増える。こどもたちが街中で遊んでいる姿。道路申請の規程緩和または窓口の一本化 | <ul style="list-style-type: none"> ●世代関係なくフラットに集まれるイベントで、市民参加のハードルを下げる、関わる意図向上。「まずは買物公園」となる存在感を作る | <ul style="list-style-type: none"> ●市民調査を重ね、市民の思いと市の考えをできるだけ近い物にし、目指すべきまちづくりを鮮明にし、共有し、旭川全体としてみんなで盛り上げていくといううた激アツな雰囲気込みで思い、市民からもっとやっつたムードを醸し出す | |
| 中期 | <ul style="list-style-type: none"> ●野外音楽堂(屋根付き)を設置。いつでも音楽を奏で、鑑賞できる環境に!!音楽の街旭川の復権、ストリートライブを充実 | <ul style="list-style-type: none"> ●居心地が良く歩きたくなる ●参画意識の高い人が居る(住む) ●デザイン都市らしい特色ある街づくり ●歩きたくなる空き店舗ファサード、壁面の活用 ●街路樹で人が集う街づくり ●信号機で止まらずにモビリティ移動ができ、夏はジョギング、冬は歩くスキーができる ●今の子どもたちが親世代になっても回遊する、親子が回遊する、子供の声がかかる街づくり | <ul style="list-style-type: none"> ●空き地に施設等を建築 | <ul style="list-style-type: none"> ●目的を持って行ける場所 ●人々の拠り所、居場所 | <ul style="list-style-type: none"> ●各種取組の定着・強化 | <ul style="list-style-type: none"> ●緑地化5割、構造物の木質化5割「今よりも多世代の滞在交流空間・行けば誰かと気軽に会えるような場所・新しい住事や活動が生まれる場・旭川のことを知りたければまずここに行くという場」のイメージ定着 | <ul style="list-style-type: none"> ●本検討会議の20代、30代の委員や現役買物公園で活動している学生や若者が主体になって、20年後のニーズに合った空間を作ったり活動をしている(その他にも今の40代、50代以上は自由度の高いレールを敷き、人材育成をして早々に次世代に渡して応援することが重要) | <ul style="list-style-type: none"> ●エリアごとの役割や「色」が機能している ●不動産マッチングのシステムが機能して街の代議が良くなり、活気を感ずる通りになっている ●駐車場だった場所がポードパークや野外ステージができていく | <ul style="list-style-type: none"> ●買物公園エリアで実施するイベント等の担い手の増加、協力体制の充実 | <ul style="list-style-type: none"> ●緑がふえた心地の良い空間に誘われて、または定期的なマルシェが売店から実店舗化として、エリアごとに適した小さなお店が増えていく。家賃が高いので一つの建物に複数のお店が入る。そして、旭川市を感じられる家具やデザインなどのショールーム。もりもりパークのような子どもが遊べる全天候型のお金を払わなくても入れる大型施設は旭川市が運営 | <ul style="list-style-type: none"> ●一般人も思い立ったらすぐ活動に移せるようなネットワークの軽いエリア。実験的な活動も可能にし、未来に向けて動き続けるようにする | <ul style="list-style-type: none"> ●もっとやっつたムードの旭川市は買物公園をぶっ上げるべく商業施設や、公共スクエアパーク等を建設し、市民大歓喜 |
| 長期 | <ul style="list-style-type: none"> ●大きな並木道があり、駅前広場、緑道と連結して、文化と商業の中心に ●自転車など環境にやさしいモビリティで簡単にアクセスできる | <ul style="list-style-type: none"> ●さらに先に向けて、デザインしていく | | | | <ul style="list-style-type: none"> ●緑道には路面店のハイブランドやテラス席付きのオシャレカフェが連なり、フィールドまでの間にオリンピック選手が練習に来るようなスケートパークを展開し、どう見てもイイクで感じる感性を持った人たちが主体とならず、駅裏の自然と正面朝の都会感をいっしょにマッチさせ、かつ認知を広げ、週末だけでなく平日も20~40代(一番金を落とす年齢層)で溢れかえり、一日中楽しめて家に帰りたい、日常的にマルシェをしてもいいし、日常的にマルシェをしてもいいし...) | <ul style="list-style-type: none"> ●多世代で連携したまちづくりができる買物公園 | <ul style="list-style-type: none"> ●路面店と買物公園が一体化し、日常的に人々が集い、店主もこどもたちを見守り、次の世代である学生や若者が楽しく挑戦したり、つくり替えていく街に | <ul style="list-style-type: none"> ●市民自ら関わり、継続して営まれる旭川を象徴する空間。ふらりと集まれる場所。市民が残したいと思える公園 | <ul style="list-style-type: none"> ●緑道には路面店のハイブランドやテラス席付きのオシャレカフェが連なり、フィールドまでの間にオリンピック選手が練習に来るようなスケートパークを展開し、どう見てもイイクで感じる感性を持った人たちが主体とならず、駅裏の自然と正面朝の都会感をいっしょにマッチさせ、かつ認知を広げ、週末だけでなく平日も20~40代(一番金を落とす年齢層)で溢れかえり、一日中楽しめて家に帰りたい、日常的にマルシェをしてもいいし、日常的にマルシェをしてもいいし...) | | |