

第4回 買物公園のあり方検討会議

1. 前回までの会議の振り返り
2. エリア調査結果
3. フィールドワークの結果報告
4. 未来ビジョンについて（将来像実現に向けて必要な取組）
5. エリアプラットフォームについて
6. 今後のスケジュールについて

第3回あり方検討会議で挙げられた意見の整理

※別紙参照（前回ワークシート一覧）

◆期待

- ・自発的にイベントなどを展開する主体がいる
- ・市民が自由に使いこなし、多様な楽しみ方ができる
- ・市民の生活の場
- ・体験に伴う消費活動ができる
- ・発展の拠点
- ・様々な活動や情報を発信する場となる
- ・年代問わず市民の憩いの場となる
- ・多様な人が集まる機能
- ・1日中楽しめて家に帰りたくなるようなエリア

◆課題

- ・建物やインフラの老朽化
- ・空き地や空き店舗の増加
- ・探さなくても見つかるわかりやすさがない
- ・行きたい店、集まれる場、遊べる場が乏しい
- ・ただそこで過ごすことのできる場の不足
- ・ただの道路と化している
- ・自分たちには関係ないという分断した認識，参画意欲の低さ
- ・使用許可申請の複雑さ，規制が多すぎる

◆将来像

《短期》

- ・居心地が良く歩きたくなる
- ・使用許可申請が簡単になる，規制を緩和する
- ・緑化や木質化を進める，自由に寝転がれる場がある
- ・人が集うことで消費も増えている
- ・個性的な個店が増え，街中で子どもが遊んでいる姿がある
- ・参画意欲や関わる意識の向上
- ・「まずは買物公園」となる存在感
- ・ストリート文化が醸成されている

《中期》

- ・不動産マッチングにより街の代謝が良くなる
- ・エリアごとに適した小さなお店が増える
- ・いつでも音楽を奏で鑑賞できる音楽の街旭川の復権
- ・イベント等の担い手の増加，協力体制の充実
- ・モビリティの導入，季節に適した路上利用

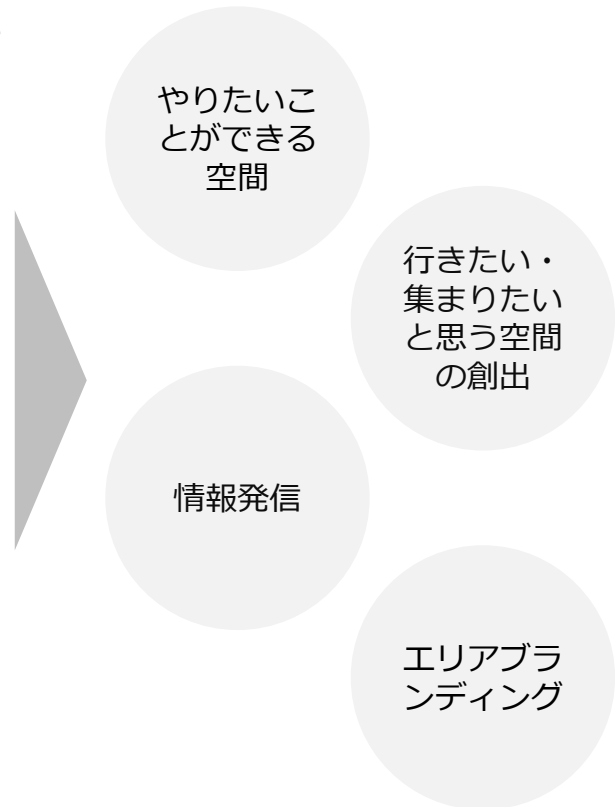
《長期》

- ・路面店と買物公園が一体化
- ・次の世代である学生や若者が楽しく挑戦でき，替えられる場所
- ・子どもの声がする場所
- ・大きな並木道があり，文化と商業の中心となる
- ・ぶらりと集まれる，市民が残したいと思える場所
- ・どう見てもイケてる街になっている
- ・行けば誰かと気軽に会えるような場所
- ・新しい仕事や活動が生まれる場所

第1回～第3回会議での意見等

概念的なこと	具体的なこと
<ul style="list-style-type: none">③かっこよさ,若者が発信する文化③多様な人が集まる機能づくり③「禁止」ではなく「できること」を増やす③「道路」のまま自由に使える空間にする③「不便なモノ」を集める③買物公園全体がショッピングセンターという概念と利用者の意識の醸成③人と人の出会いが経済を動かす②エリア毎の魅力・特色・長所を出す②多様なまちの形成②買物公園とデザイン都市の連携・協働②北彩都ガーデン～買物公園～常磐公園という都市政策の軸の設定①イケてる空間,目的となる空間①公園機能と買物機能が交差する空間①既存交通手段と新しいモビリティの整合①自転車との親和性①回遊性の創出①日常使い,日中の賑わいづくり①人とのつながり,人づくり	<ul style="list-style-type: none">③ストリートスナップで情報発信③デジタルプラットフォームの作成③コワーキングスペースの確保③買物公園緊急車両帯確保の必要性検証③緑化・木質化,自由に寝転がれる場所③空き家・空き店舗のマッチング①街路樹を活かし四季を楽しむ①芝生などの憩いの場,語り合える場所①回遊マップ(魅力スポット)①旭川の情報を得られる①道路空間の規制緩和

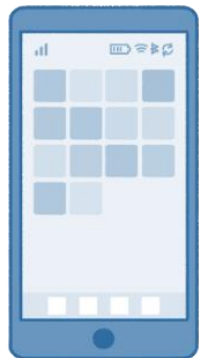
※①②③：それぞれ第1回～第3回会議での発言を指す。



人流データ（携帯電話位置情報データ）を活用した動態調査

人流データ取得の仕組みについて

多様なアプリのユーザーが対象
(多くの属性から情報取得)



- ▶ 天気予報
- ▶ 乗り換え案内
- ▶ 家電量販店
- ▶ 旅行・おでかけ
- ▶ 大手飲食店

など

一定の頻度で位置情報を取得

※位置情報の取得にあたっては、GPSの精度の都合上数m～数十mの位置情報の誤差が生じる
※利用者の許諾により性別や年齢を取得できるため許諾が得られない場合は属性が不明な情報も多い

職場から



お出かけ先から



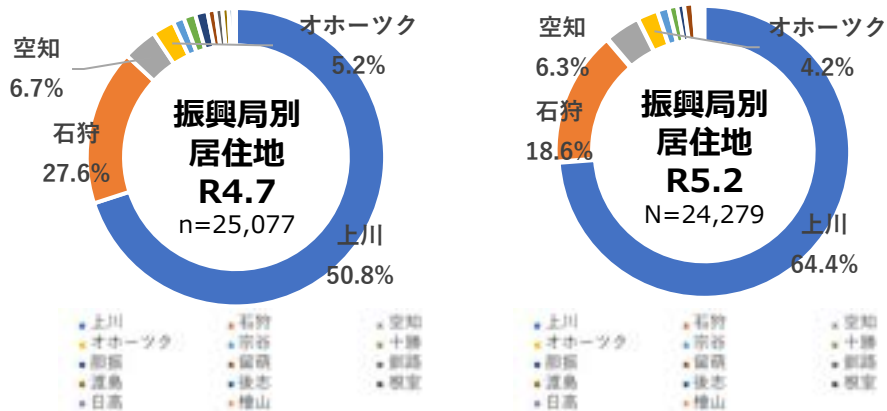
※ 人流データはサンプリングデータであり、集計結果をより実態に近づけるため拡大推計を実施した。
測定値として令和4年度買物公園平和通通行量調査結果を採用し真値に近い推計値を採用している。

2. エリア調査結果

人流データ（携帯電話位置情報データ）を活用した動態調査

人流データの取得範囲および条件について

- 取得期間 : (夏) 令和4年7月 / (冬) 令和5年2月
- 取得範囲 (エリア) : 買物公園周辺 (都市再開発法第2条の3第2項の区域)
および旭川駅, 常盤公園の一部を含むエリア
- 取得条件 : 右記赤枠破線内のエリアに10分以上滞在したユーザー
(※エリア内に滞在したユーザーのエリア外のデータも取得)
- 付帯する情報 : 性別 / 年齢 / 居住地・勤務地



※道外を含む総ユーザー数はR4.7が54,097、R5.2が59,442であった。



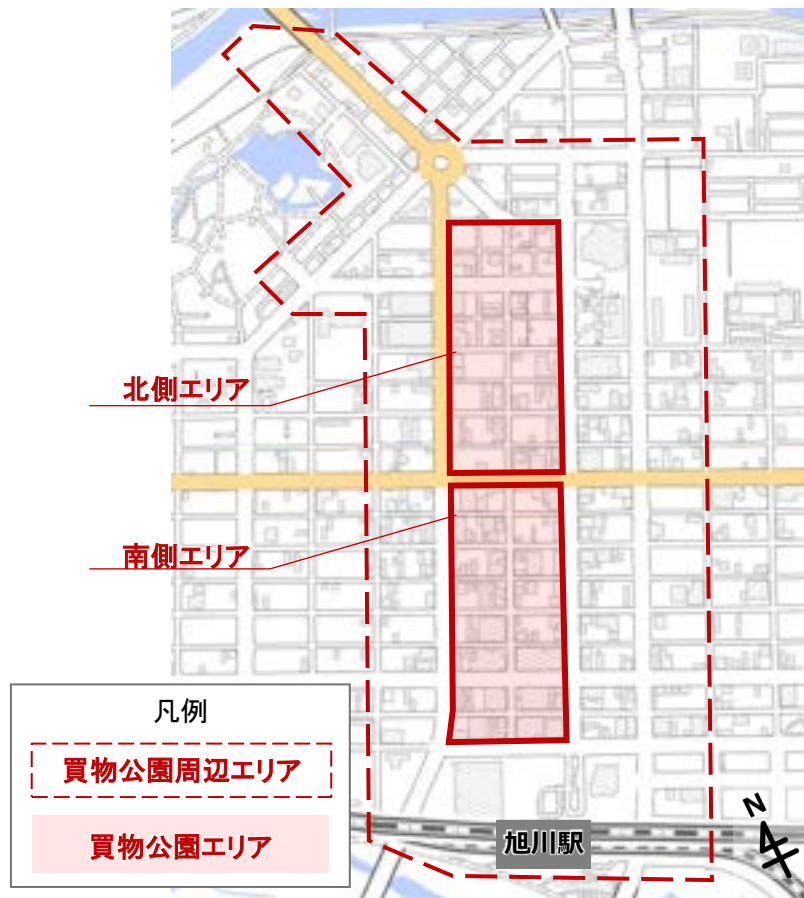
図 ポイントデータ取得範囲

人流データの分析方針

- ・ 詳細な行動の分析（No.2およびNo.4~9）にあたっては、
夏季（2022.7.8~9）、冬季平常時（2023.2.24~25）
冬季イベント（2023.2.10~11）の3つに区分し分析結果を示す。

	No.	分析項目	対象日
属性分析	1	周辺自治体からの往来（トリップ）	全日 2022.7及び2023.2の2ヶ月
	2	来訪者属性分析	7/8,9 2/10,11 2/24,25
動態分析	3	買物公園内通行量	全日 2022.7及び2023.2の2ヶ月
	4	滞在時間分析（買物公園エリア）	7/8,9 2/10,11 2/24,25
	5	滞在時間分析（南北エリア比較）	7/8,9 2/10,11 2/24,25
	6	回遊状況分析（16区画回遊）	7/8,9 2/10,11 2/24,25
	7	回遊状況分析（流入出）	7/8,9 2/10,11 2/24,25
	8	拠点間連携（買物公園エリア）	7/8,9 2/10,11 2/24,25
	9	拠点間連携（買物公園周辺エリア）	7/8,9 2/10,11 2/24,25

※通行量・自治体間トリップ以外の項目については定量的な分析をすることで平準化され、日単位の特徴が見えにくくなることを考慮し、特定日を設定し分析を行った。

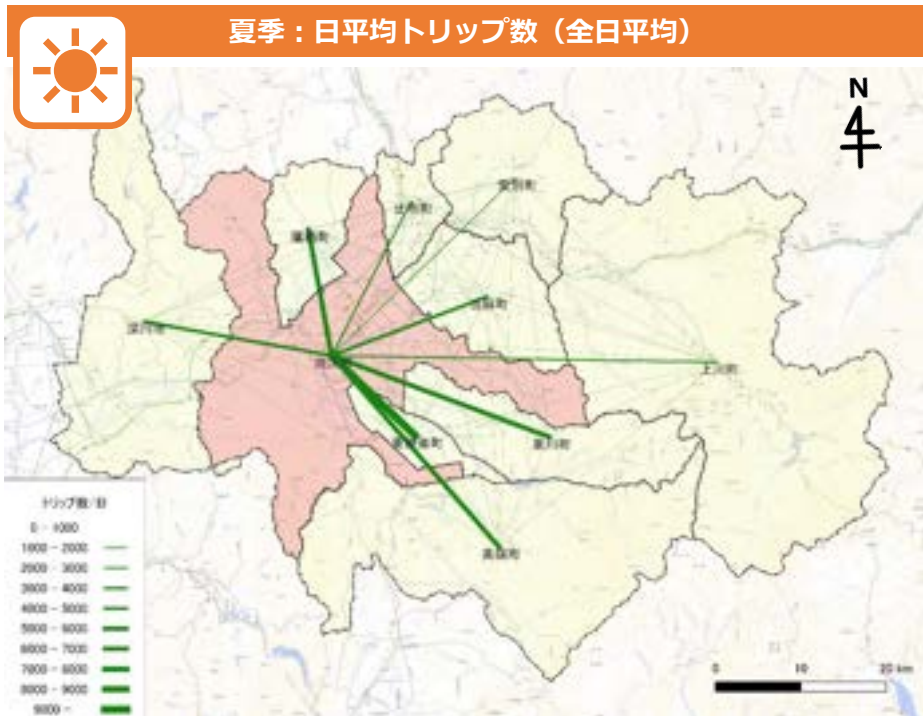


2. エリア調査結果

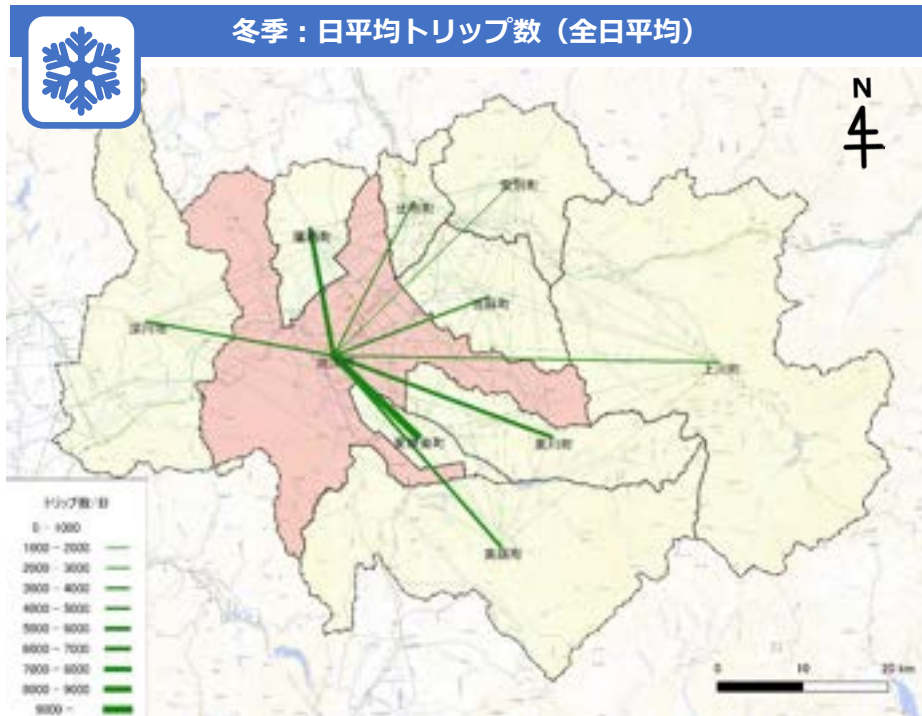
周辺自治体との往来（トリップ）について

- ・夏季は鷹栖町，東神楽町，東川町，美瑛町間の往来が多い
- ・冬季は東神楽町からの往来が多いが，総量として各地区間のトリップ数は減少傾向にある

夏季：日平均トリップ数（全日平均）



冬季：日平均トリップ数（全日平均）

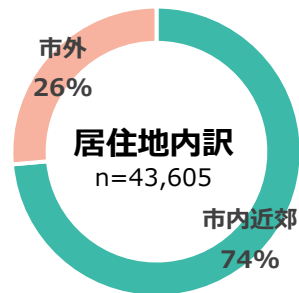
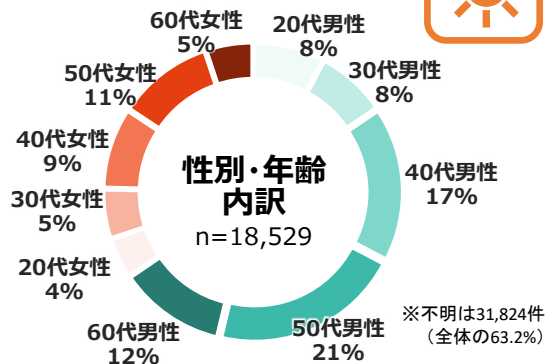


2. エリア調査結果

買物公園エリア来訪者の属性分析(日平均)

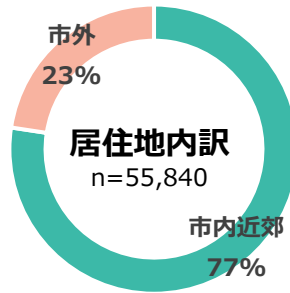
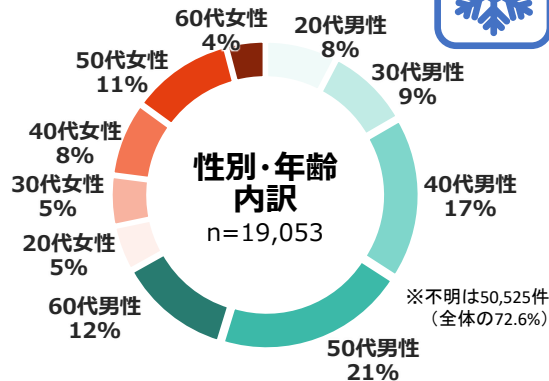
・居住地は旭川市および近隣自治体の割合が7割超であり、近郊からの来訪が多い

夏季



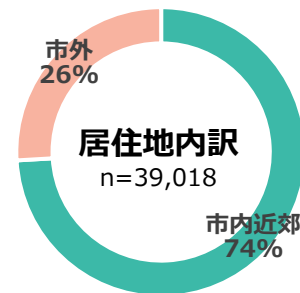
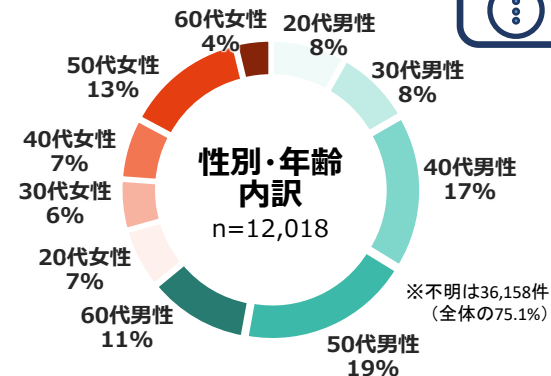
■ 市内近郊 ■ 市外

冬季(平常時)



■ 市内近郊 ■ 市外

冬季イベント時(冬まつり期間)



■ 市内近郊 ■ 市外

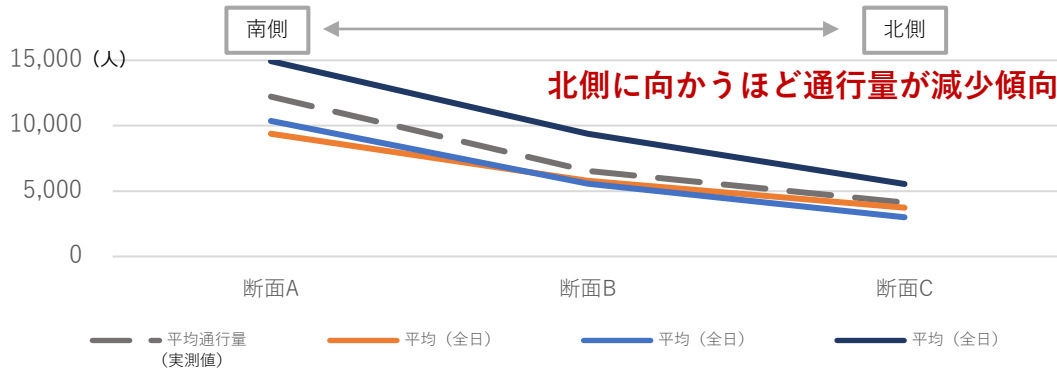
※市内近郊：旭川市と周辺の1市8町（深川市、鷹栖町、東神楽町、当麻町、比布町、愛別町、上川町、東川町、美瑛町）を示す。

2. エリア調査結果

4条および北側南側断面の通行量

- ・ 季節問わず北側に向かうほど通行量が減少。南北で利用状況に差異がある
- ・ 各断面での時間帯変動を追加で分析し、南北の通行状況の差異を把握する

■ 4条および南北断面における通行者数（日平均）



■ 各断面の方向別通行量（日平均）

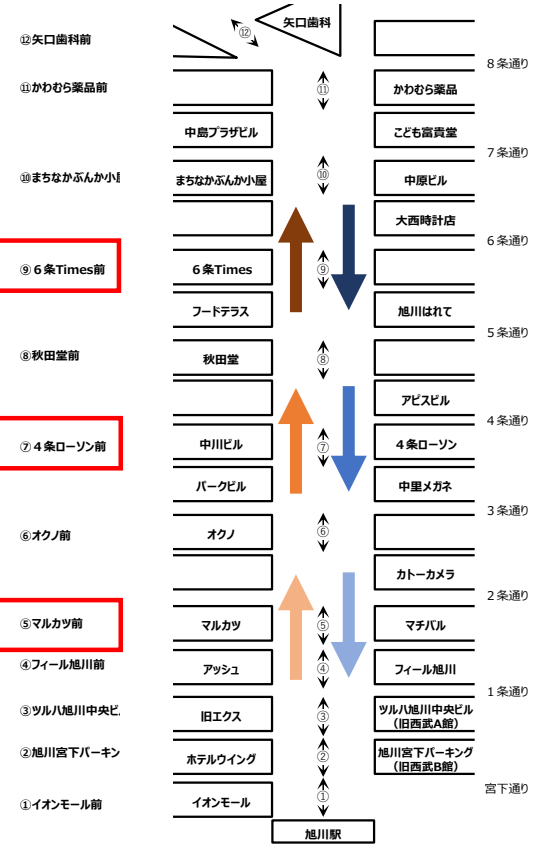
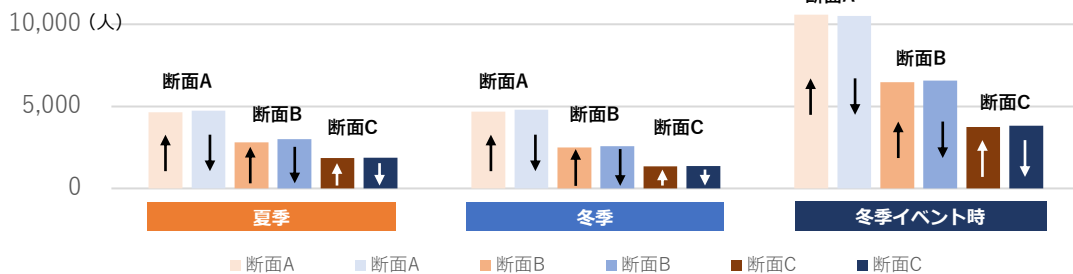


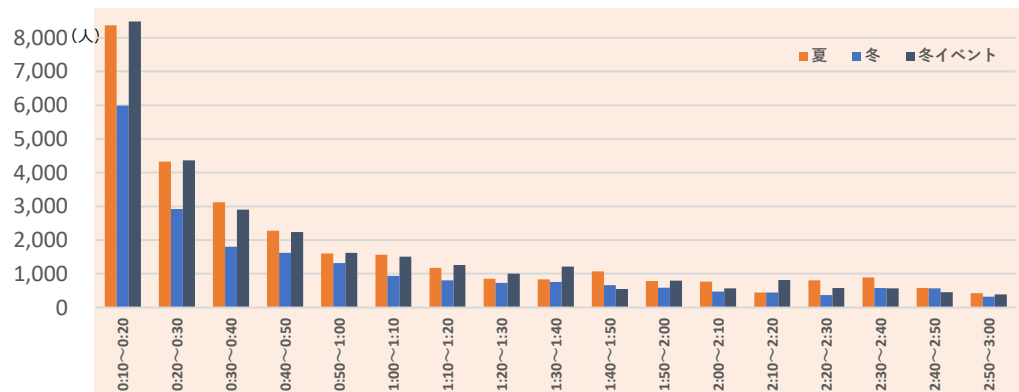
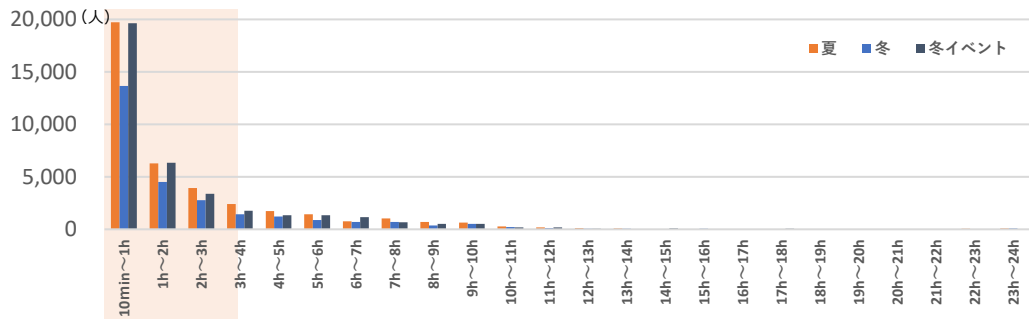
図 各調査断面の配置図（出典：令和4年度通行量調査）

2. エリア調査結果

買物公園エリアおよび4条以南以北の滞在時間（滞在時間10分以上）

- ・買物公園エリアの来訪者の4条以南以北問わず，10分未満の通行も含むと**滞在時間は1時間未満が約6～7割を占める**
- ・沿道建築用途の違いや，ネットリサーチの結果を踏まえ，短時間滞在者の属性・年齢構成について追加分析を実施する

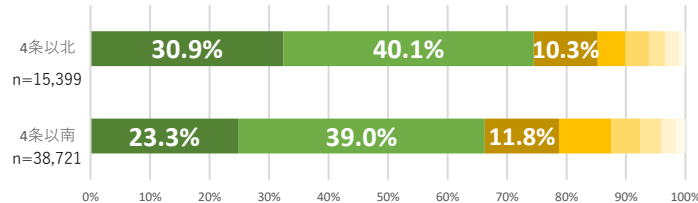
■ 買物公園内の滞在時間（日平均）



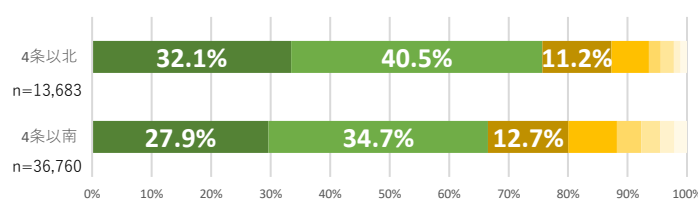
■ 4条通以南，以北の滞在時間割合 （※日平均，かつ滞在時間が7時間未満の割合のみ記載）



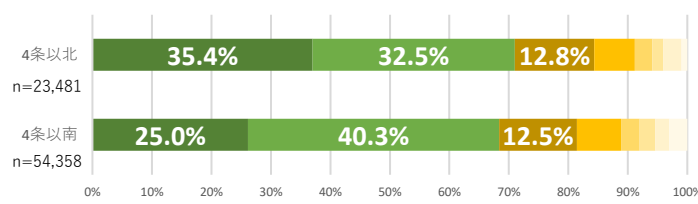
夏季



冬季平常



冬季イベント



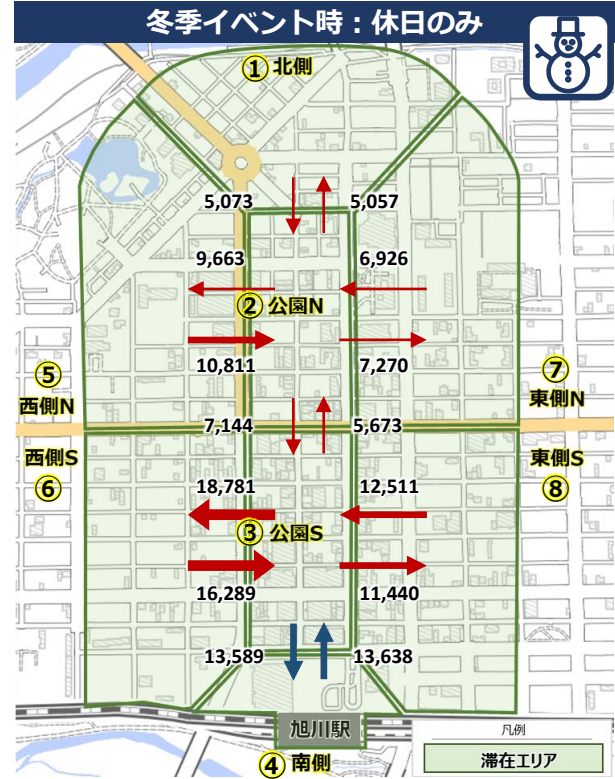
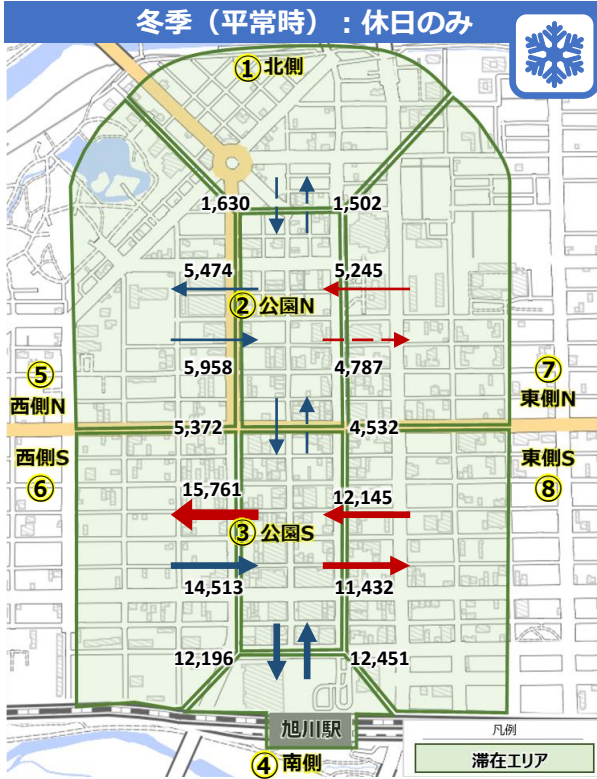
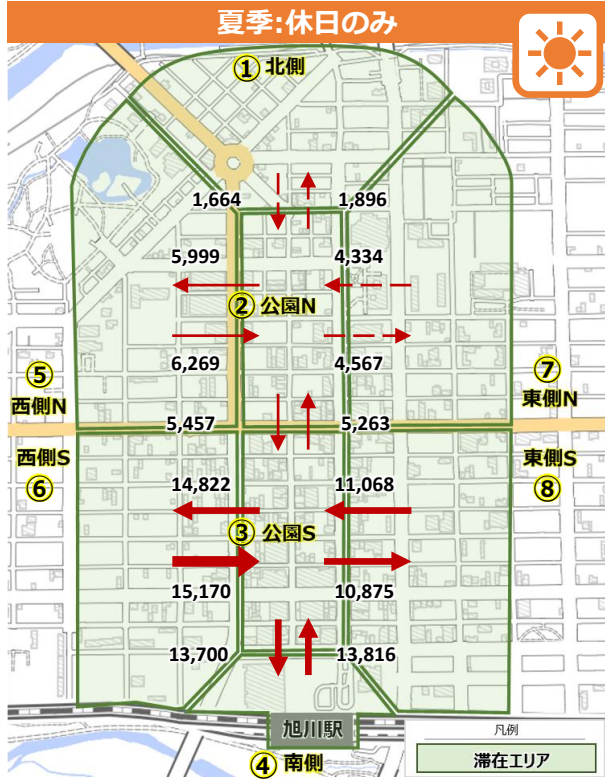
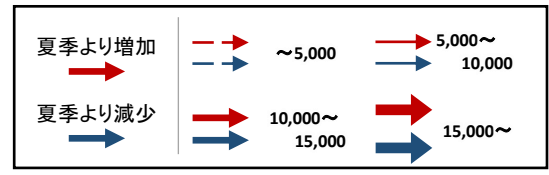
凡例



2. エリア調査結果

買物公園エリア来訪者の回遊状況（買物公園への流入出）

- 旭川駅前から買物公園への流入出だけでなく、**東西方向の通過交通も多い**
- 追加分析として駅が起点の移動および通過交通についてトリップチェーン（どのような順番で移動を行っているか）を分析し、アクセスパターンについて把握する

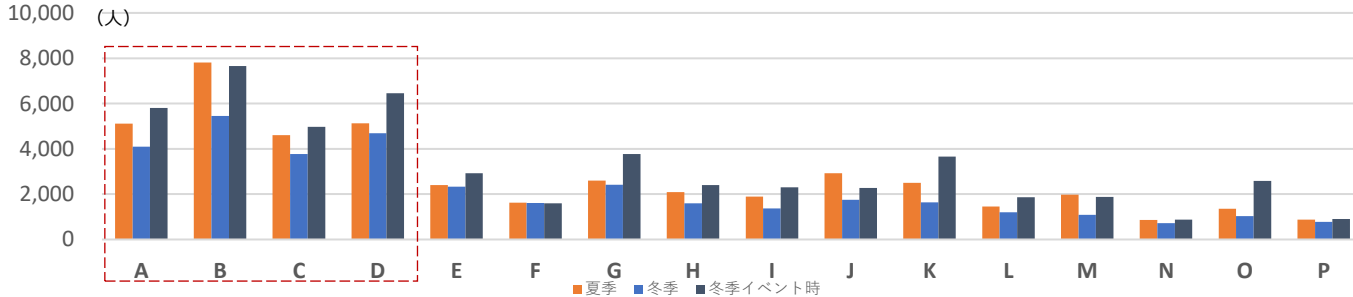


2. エリア調査結果

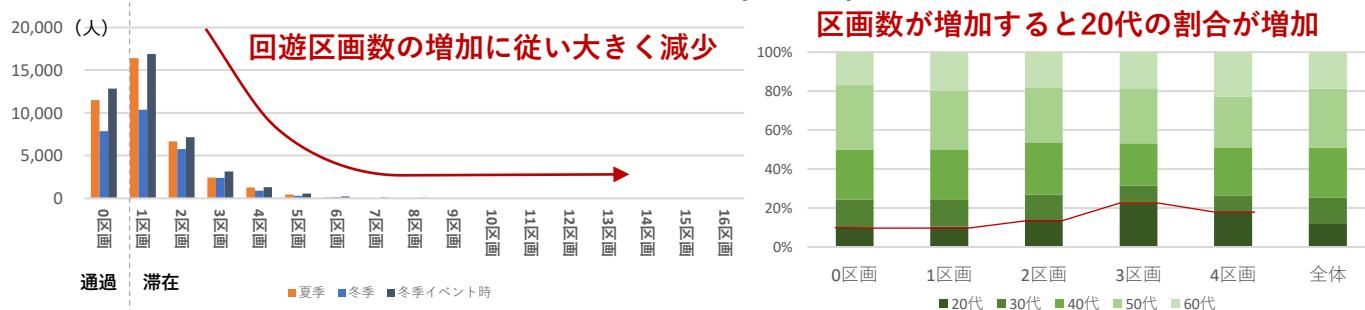
買物公園エリア来訪者の回遊状況（買物公園内の回遊）

- ・滞在したユーザーが多いのは2条通以南の**A-Dの4区画**である
- ・通過のみ（0区画）および1区画のみの回遊が多く、**回遊の広がりが少ない**ことが想定される
- ・回遊時における各区画の結びつきや複数区画周遊者のトリップチェーン分析を追加で実施

■ 各区画のユーザー滞在数(日平均)（※買物公園エリア内の就業者，宿泊者は除く）



■ ユーザーの回遊区画数と主要な回遊区画数の年齢構成(日平均)（※買物公園エリア内の就業者，宿泊者は除く）



※就業者，宿泊者以外の滞在を把握するため，買物公園エリア内（右図の赤枠内）の滞在時間が4時間以上のユーザーを除き集計を行った。
 ※各区画のユーザー滞在数はGPS精度により，位置情報誤差の大きい買物公園平和通の通行者を含む値となっている。

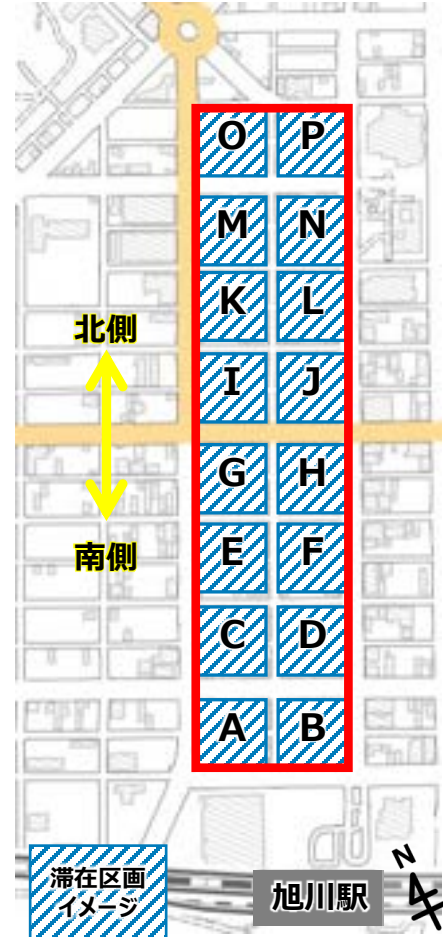


図 買物公園内の区画割

2. エリア調査結果

買物公園エリア来訪者の滞在状況 (※4時間以上滞在しているユーザーは除く)

低密度
(データ数が少ない)

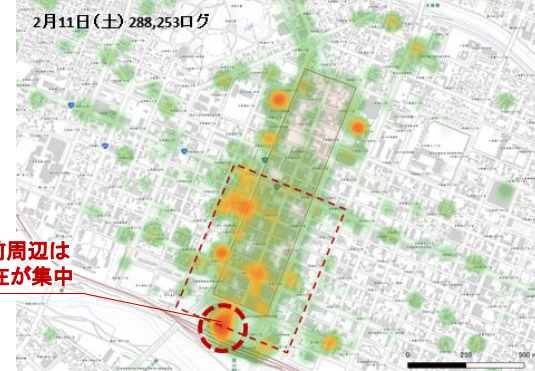
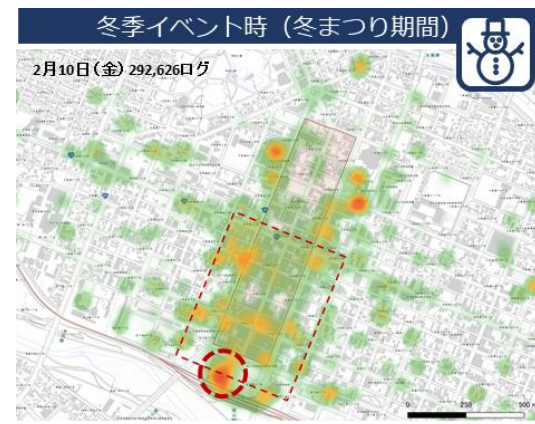
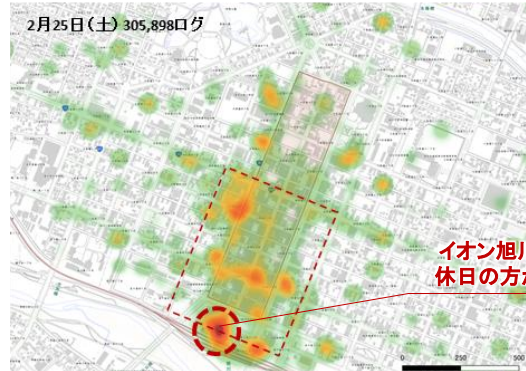
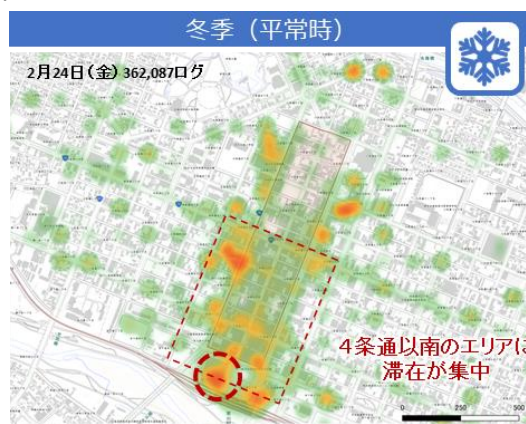
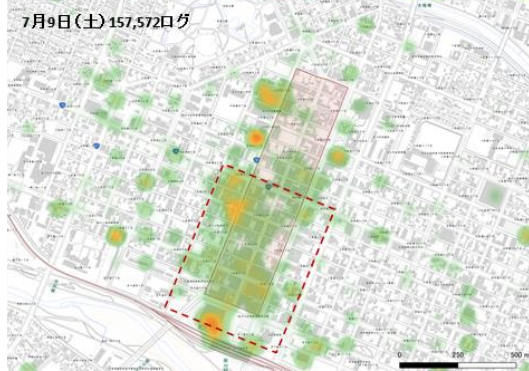


高密度
(データ数が多い)

- ・買物公園エリア来訪者は4条通以南への滞在が集中しており、特に休日になるとイオン旭川駅前への滞在が増加
- ・時間帯による滞在状況の変動を把握するため、日中・夜間の時間帯別に区分し追加での分析を実施する

平日

休日



※ヒートマップは緯度経度情報を持つポイントデータを用いて集計しているため拡大推計は実施していない。

2. エリア調査結果

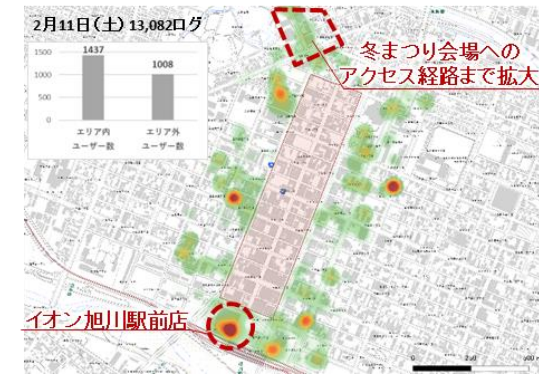
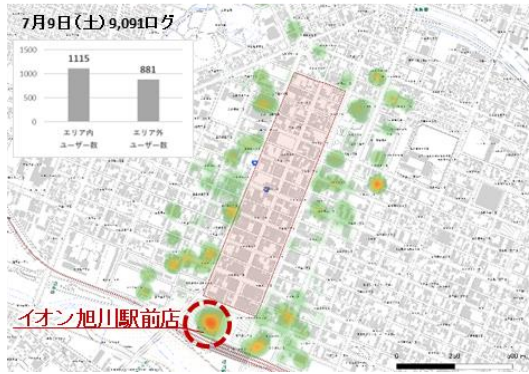
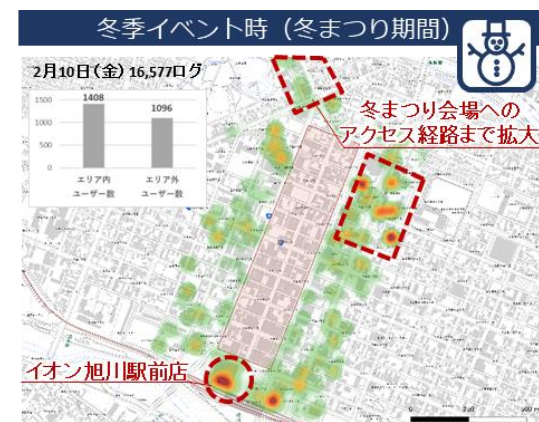
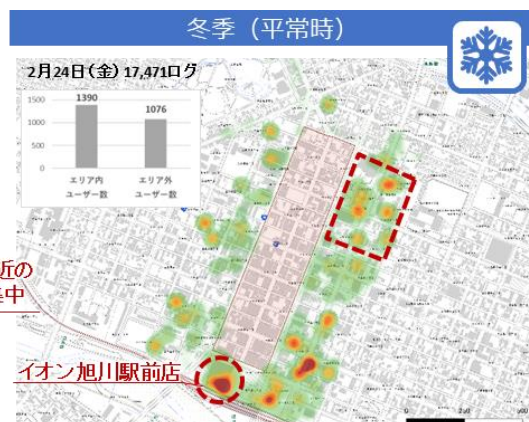
買物公園エリア非来訪者の滞在状況

(※6時～22時の取得データのみが対象) 低密度 (データ数が少ない) 高密度 (データ数が多い)

- ・買物公園に来訪せず、周辺エリアのみの来訪者についてはイオン旭川駅前および市役所付近のエリアに滞在している
- ・買物公園への派生が想定される対象を設定し、周辺エリアのみの来訪者の動きについて追加分析を行う

平日

休日



※ヒートマップは緯度経度情報を持つポイントデータを用いて集計しているため拡大推計は実施していない。

調査の目的・方法

- ・ 来訪者を対象に、来訪時の活動・滞在状況、来訪に至らなかった要因を把握した上で、来訪者の行動と買物公園に対する印象・意識等との関連性を分析し、買物公園の強み・弱みと、来訪を促す・誘導するための課題を明らかにする。
- ・ Web調査会社のモニターを対象とするアンケート調査を実施する。

Webアンケートでの調査対象

- ・ 日常的な来訪のほか観光やビジネスでの来訪を幅広くとらえるため、回答者居住地を市内、道内、道外の居住者に分けて調査する。
- ・ 目標サンプル数は、旭川市・周辺8町居住者は1,000人程度、その他道内・道外居住者は買物公園来訪経験者を各500人程度とした。

Webアンケート実施項目		項目
調査内容		<ul style="list-style-type: none"> ・旭川市内や買物公園来訪時の詳しい活動や滞在状況 ・買物公園の滞在時の印象、買物公園全体の印象、もっと訪れたいと思える買物公園にするためにどんな場所になるとよいかの意向 ・旭川のまちなかや買物公園へ来訪しない方の休日の過ごし方
対象とする被験者	居住地	<ul style="list-style-type: none"> ・旭川市と周辺8町居住者（中枢都市圏の8町） ・上記以外の道内居住者 ・道外居住者 ※訪日外国人は対象外（R4時点で数千人であり、直近来訪のサンプルは限定的）
	来訪状況	<ul style="list-style-type: none"> ・旭川市8町の居住者は、買物公園来訪者のほか、訪れない人も対象 ・その他道内と道外は、直近5年以内に旭川市内来訪し買物公園へ来訪した方、それ以前に買物公園へ来訪した方を対象
	目標取得サンプル数	<ul style="list-style-type: none"> ・性別年代に偏りなくサンプルを取得 ・旭川市・周辺8町居住者：1,000人程度 ・道内居住者：500人程度（買物公園来訪経験者） ・道外居住者：500人程度（買物公園来訪経験者）



出典：旭川大雪圏域連携中枢都市ビジョン
 図 旭川市および周辺8町

2. エリア調査結果

アンケートの設問と分析の着眼点

- ・ 買物公園での具体的な滞在・活動内容と印象・意識との関連性から強みと弱みを抽出できる設問とし、居住地や来訪経験に応じた設問を設定する。

設問分類	把握する情報		分析の着眼点
個人属性	モニター情報	【共通】 年齢, 性別, 居住地	● 旭川来訪と買物公園の立ち寄りの実態
来訪実態	旭川市・まちなかの来訪実態	【市内8町居住】 まちなかの来訪状況（頻度・来訪日・来訪目的） 買物公園の立ち寄り有無（→） 【道内居住】 【道外居住】 直近旭川来訪の年・月, 来訪目的の把握 ・観光・ビジネス来訪特有の状況（宿泊有無, 来訪手段, 旅行形態） ・市内の立ち寄り先（買物公園の立ち寄り）	
	買物公園の来訪実態	【市内8町居住】 買物公園の来訪頻度（定期的な来訪有無, イベントのみか） 普段の過ごし方 【道内・道外居住】 直近来訪時の状況 【共通】 滞在・活動の内容, 滞在・活動した時間帯, 場所（はしご含む）, 一緒に過ごした人, イベントの開催・参加有無	● 『来訪目的』より踏み込んだ内容を把握し, 多様な滞在・活動と印象・意識を関連付け
現在の買物公園に対する印象	買物公園に来訪する理由	【市内8町居住】 ・滞在・活動によって得たい経験や期待すること(仲間との交流・出会い, 発見など) ・買物公園で過ごしたときの印象（滞在のしやすさ, 沿道の雰囲気, アクセス等）	● 来訪動機と空間の印象との関連性を分析し, 買物公園の強み・弱みを抽出
	買物公園全体の主観	【共通】 買物公園に対する主観（安心感・寛容性・安らぎ感・期待感）	
	買物公園での滞在経験のない方の印象	【市内8町居住】 買物公園の来訪頻度が少ない（日常的に来訪しない）方 ・来訪しない方の休日の過ごし方 （過ごす人, 過ごす場所, 過ごす場所を決めるポイント）	● 買物公園等に来訪しない方の過ごし方から, 来訪の動機付けにつながる要件を把握
買物公園の来訪意向	来訪につながる要件	【共通】 （来訪経験者）（来訪の意向がある方） ・もっと立ち寄りたいと思える買物公園とするための伸ばすポイント（安心感・寛容性・安らぎ感・期待感・滞在機能・移動機能）	● 伸ばしていく“ポイント”を抽出

2. エリア調査結果

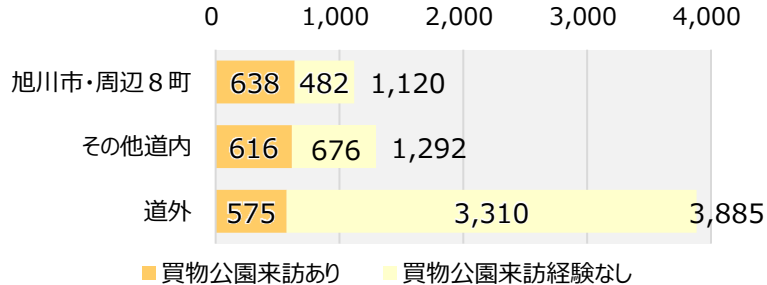
アンケート回収結果

① 回収数とサンプルの属性

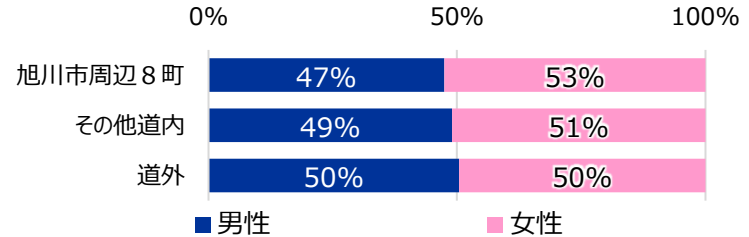
市内8町 道内 道外 共通

- モニターへの配信は、8月4日（金）～14日（月）に実施した。全体で283,524人に配信（約90%が道外居住者）し、**旭川市・周辺8町が1,120票（9割は旭川市）**、**その他道内が1,292票**、**道外が3,885票**の回答が得られた。
- モニターに対して性別・年齢に偏りがないよう配信・回収した。買物公園来訪者に限定した回答では、**性別に偏りはなく**、年齢は旭川市・周辺8町では若年層のモニターが少ないこともあり中年層からの回答が約5割と多い。

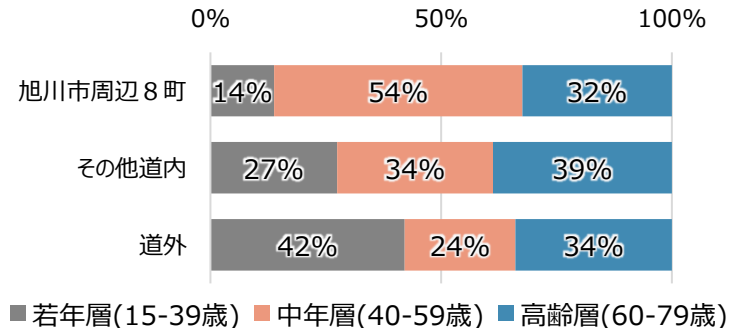
回答内訳



回答者の性別

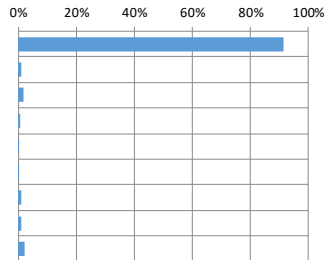


回答者の年齢構成



	回答数	構成比
旭川市	1027	91.7%
鷹栖町	11	1.0%
東神楽町	22	2.0%
当麻町	9	0.8%
比布町	3	0.3%
愛別町	1	0.1%
上川町	11	1.0%
東川町	13	1.2%
美瑛町	23	2.1%
回答人数	1120	

回答割合(%)



2. エリア調査結果

アンケート回収結果

② 回収数の内訳

市内8町 道内 道外 共通

旭川市・周辺8町居住者

(n=1,120)

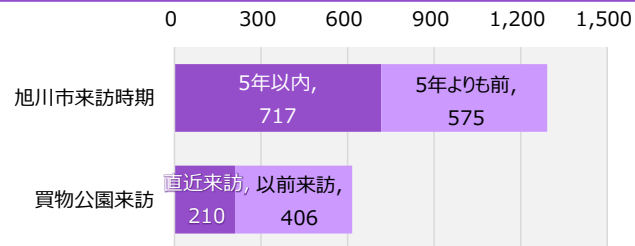
- 旭川市・周辺8町居住者（1,120票）のうち、『まちなか』来訪者が965票（86%），そのうち買物公園来訪者は638票（回答全体の52%）となった。
- 『まちなか』に訪れない，または買物公園にほとんど訪れない方は482票となった。



その他道内居住者

(n=1,292)

- 旭川市に来訪したことのあるその他道内居住者（1,292票）のうち，5年以内に来訪した方は717票（55%）であり，5年よりも前に訪れた人の回答が半数弱となった。
- また5年以内・以前あわせて，直近で買物公園に訪れた人は210票，直近ではないものの以前に訪れた人406票を合計した616票を集計対象とした。



道外居住者

(n=3,885)

- 旭川市に来訪したことのある道外居住者（3,885票）のうち，5年以内に来訪した方は1,018票（26%）であり，5年よりも前に訪れた人の回答が7割程度を占めた。
- また，直近で買物公園に訪れた人は349票，直近ではないものの以前に訪れた人226票を合計した575票を集計対象とした。



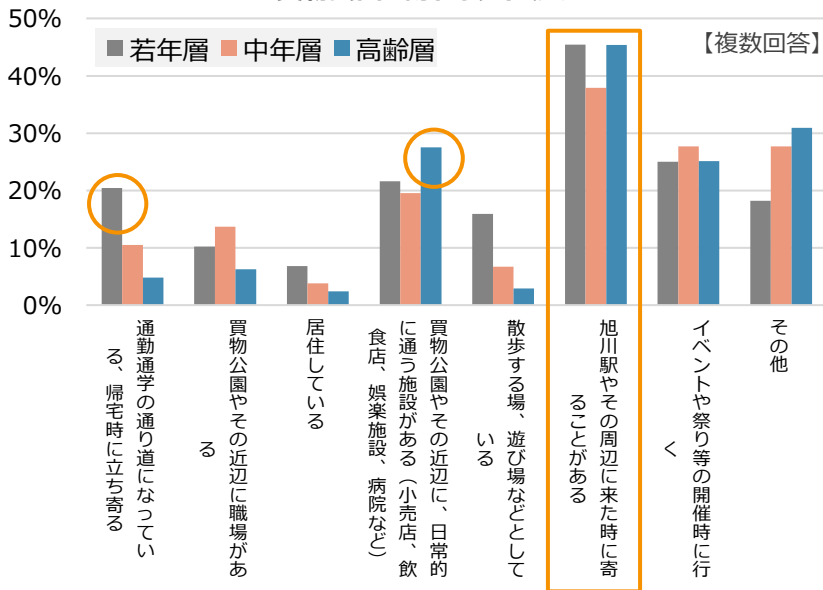
アンケート回収結果

③ 買物公園での過ごし方

市内8町 道内 道外 共通

- 来訪者は「旭川駅やその周辺に来た時に寄る」ことが4割程度と最も多く、**寄り道先としての来訪場所**となっている。
- 過ごし方は買物・食事が最も多いが、それ以外に「**若年層**」は、**カフェ・お茶**、**家族や友人とのお出かけで過ごすこと**や、**中年・高齢層**は「**街歩き・散策**」をして過ごす方もみられる。

買物公園へ訪れるタイミング

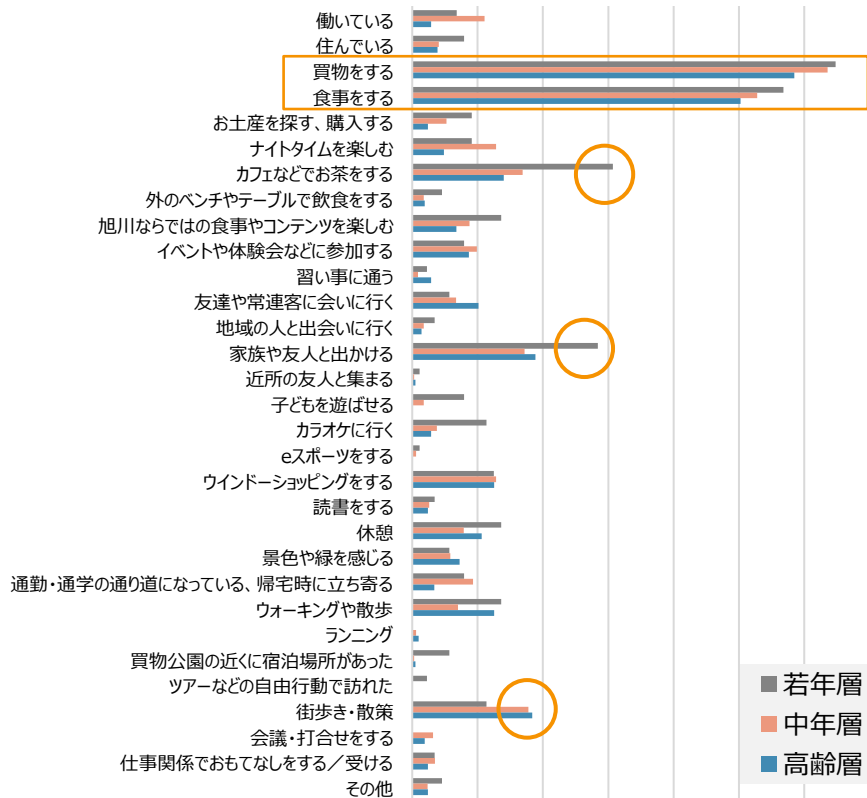


若年層：n=88 / 中年層：n=343 / 高齢層：n=207

買物公園での過ごし方

【複数回答】

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70%



若年層：n=88 / 中年層：n=343 / 高齢層：n=207

2. エリア調査結果

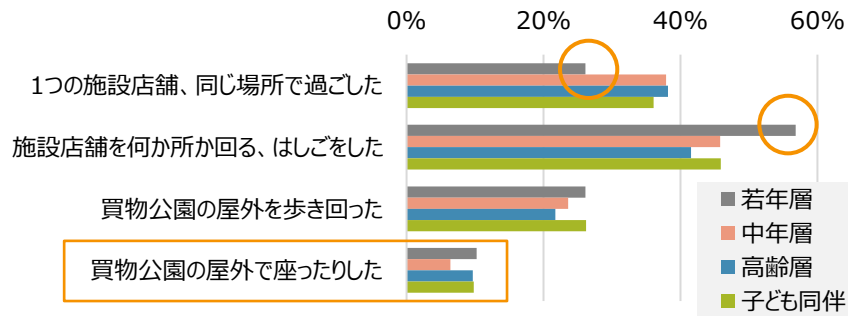
アンケート回収結果

③ 買物公園での過ごし方

市内8町 道内 道外 共通

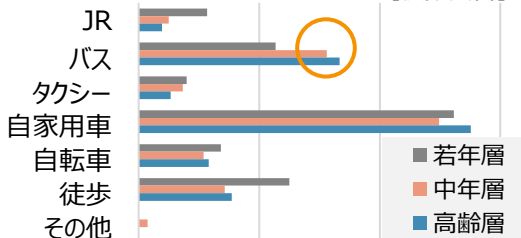
- 複数の施設・店舗を回るような過ごし方が、若年層は他の年齢層より多い。屋外で座って過ごす方は少ない。
- 小学生以下の子ども連れは、子どもを連れていない方とほぼ同じ過ごし方をしており、過ごし方の違いは小さい。
- 買物公園来訪時の公共交通の利用割合が、日常的な買物の公共交通利用と比べ高い。

買物公園来訪時に過ごした場所 【複数回答】



- 日常的な買物の公共交通利用（約11%※）と比べ、**買物公園来訪時の公共交通の利用割合が約3割と高い。**

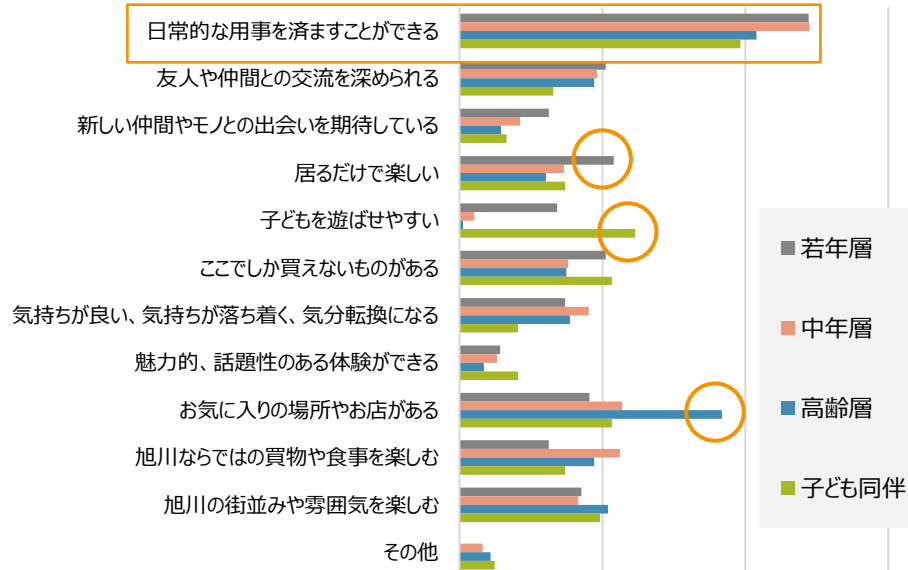
買物公園来訪時の移動手段 【複数回答】



※旭川市地域公共交通網形成計画
平成29年度旭川市民アンケートより

- 買物公園への期待は、日常的な用事を済ませることができるのが最も多いが、**お気に入りの場所がある（高齢者層）**、**居るだけで楽しい（若年層）**、**子供を遊ばせやすい（子ども連れ）**など年代によって期待が異なる。

買物公園への期待 【複数回答】



若年層：n=88 / 中年層：n=343 / 高齢層：n=207

2. エリア調査結果

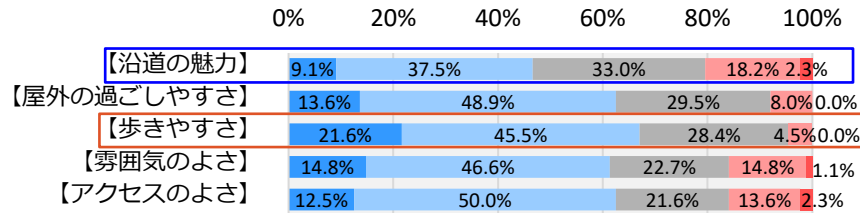
アンケート回収結果

④ 買物公園を訪れたときの印象

市内8町 道内 道外 共通

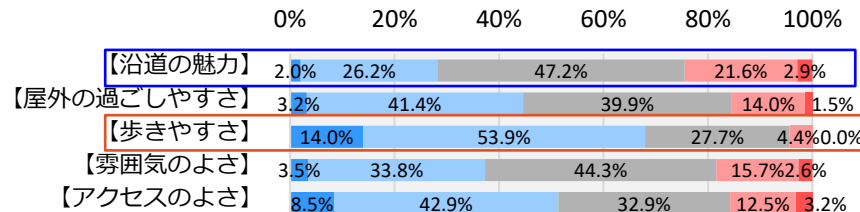
- ・【歩きやすさ】の評価はどの年代も高く、【沿道の魅力】の評価はどの年代も低い。
- ・若年層はどの年代に比べても評価が高い傾向にあるが、中年層や高齢層では「どちらともいえない」と判断できない割合が高い。

買物公園を訪れたときに感じた印象（旭川市・8町／若年層）



n=88

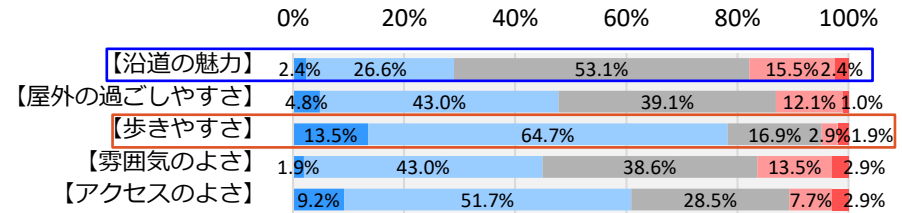
（旭川市・8町／中年層）



n=343

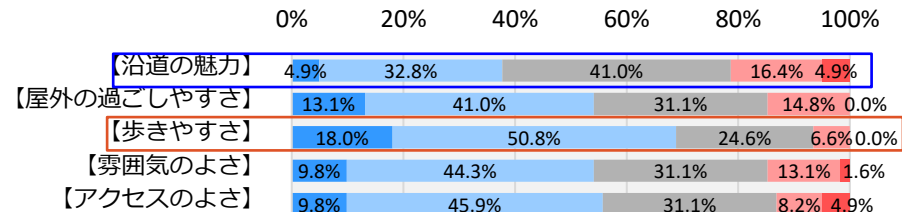
■ とてもあてはまる
 ■ ややあてはまる
 ■ どちらともいえない
■ あまりあてはまらない
 ■ 全くあてはまらない

（旭川市・8町／高齢層）



n=207

（旭川市・8町／子ども同伴）



n=61

■ とてもあてはまる
 ■ ややあてはまる
 ■ どちらともいえない
■ あまりあてはまらない
 ■ 全くあてはまらない

2. エリア調査結果

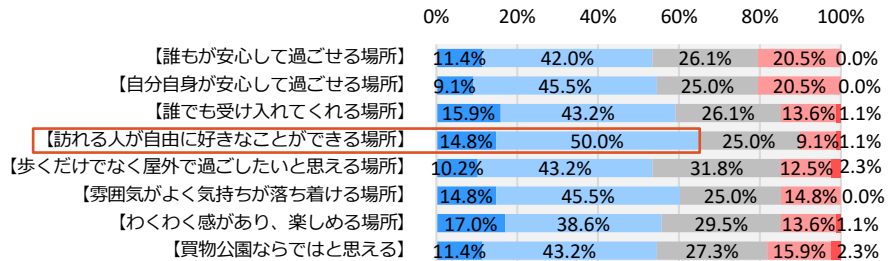
アンケート回収結果

⑤ 買物公園全体の印象

市内8町 道内 道外 共通

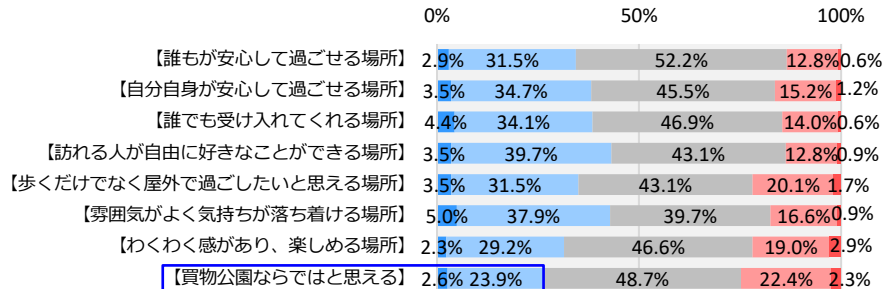
- ・【誰でも受け入れてくれる場所, 訪れる人が自由に好きなことができる, 雰囲気がよく気持ちが落ち着ける】の評価が高い。
- ・中年層・高齢層では「どちらともいえない」と判断ができない割合が高く, 【わくわく感があり楽しめる場所, 買物公園ならではの思える】の項目の評価が低い。

買物公園全体の印象 (旭川市・8町/若年層)



n=88

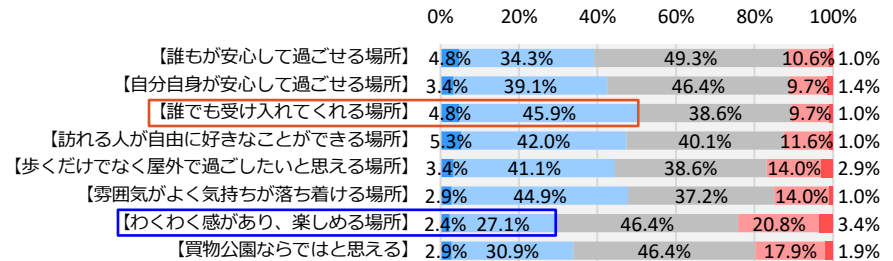
(旭川市・8町/中年層)



n=343

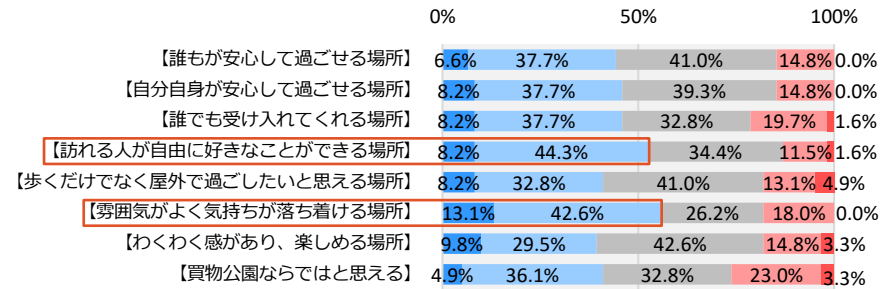
■ とてもあてはまる ■ ややあてはまる ■ どちらともいえない
 ■ あまりあてはまらない ■ 全くあてはまらない

(旭川市・8町/高齢層)



n=207

(旭川市・8町/子ども同伴)



n=61

■ とてもあてはまる ■ ややあてはまる ■ どちらともいえない
 ■ あまりあてはまらない ■ 全くあてはまらない

2. エリア調査結果

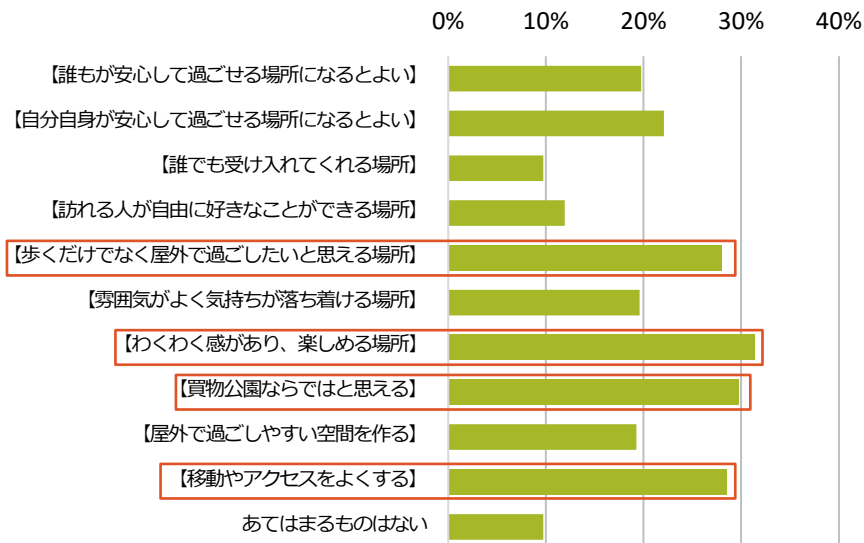
アンケート回収結果

⑥ 買物公園への期待やエピソード

市内8町 道内 道外 共通

- もっと訪れたい買物公園にするには、【歩くだけでなく屋外で過ごしたいと思える場所】【わくわく感があり、楽しめる場所】【買物公園ならではの思える】【移動やアクセスをよくする】を回答した割合が高い。
- 前問の印象としての評価が低かった“弱み”の項目が改善点として挙げたことから、『期待感』『滞在機能』『移動機能』を高めていくことでもっと訪れたい買物公園になるものと考えられる。

もっと訪れたいと思える買物公園にするため、
どんな場所になるとよいか（旭川市・8町）
【複数回答】



n=638

【買物公園へ訪れた際の具体的なエピソード】自由意見より抜粋

■今の買物公園について

- 単なる通り道としてしか利用していない
- 車を気にせずのんびり自分のペースで歩きやすい
- 北側がさみしい印象がある
- 空き店舗が目立つ
- アクセスの不便さがある

■買物公園で期待するもの

- 安心して過ごせる居心地が良い空間がほしい
- のんびり休憩できるスペースがもっとほしい
- 子連れで気軽に入れるお店がもっとほしい
- 買物公園ならではのものがあってほしい
- 子どもが安心して遊べるような空間がほしい
- 大人も子どもも楽しめるイベントをもっと増やしてほしい
- 飲食店だけでなく買い物ができるお店が増えてほしい
- もっと緑を増やしてほしい

2. エリア調査結果

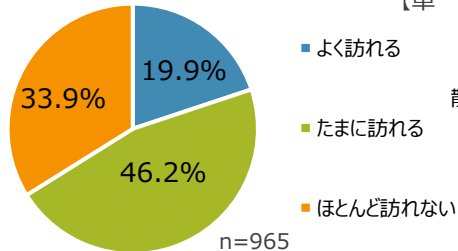
アンケート回収結果

⑦ 買物公園には訪れない方の休日の過ごし方

市内8町 道内 道外 共通

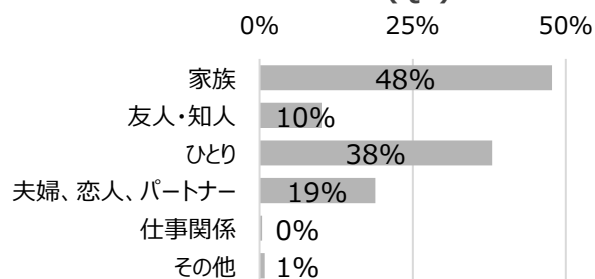
- 『まちなか』に訪れる人のうち約3割（33.9%）は買物公園には来訪していない。
- 『まちなか』や買物公園に訪れない人の休日は、家族やひとりのおでかけが多く、お気に入りのお店等で過ごしたり、趣味のことをして過ごしている。
- 自宅からのアクセスのしやすさ、気軽に入出入りできる場所であることが、過ごす場所を決めるポイントに挙がった。**

買物公園とその沿道への来訪(Q5)



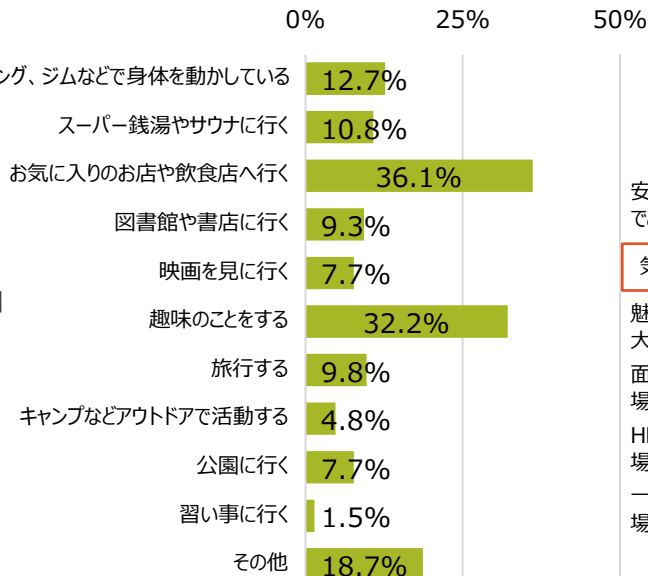
休日に誰とでかけるか(Q8)

【複数回答】



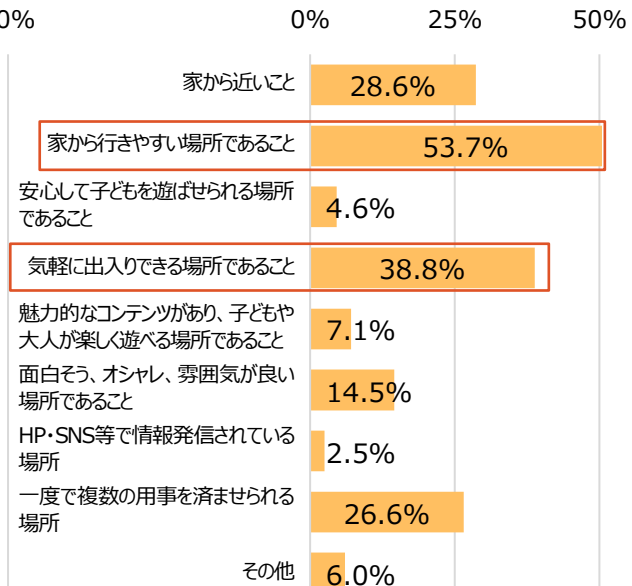
休日の過ごし方(Q8)

【複数回答】



過ごす場所を決めるポイント(Q9)

【複数回答】



2. エリア調査結果

まとめと今後の作業方針

- 以上の報告内容は分析・集計の中間報告となるため、第5回に向けて分析・集計作業を進める
- また、モビリティ社会実験のアンケート結果と後述するフィールドワークの結果など**これまで実施した調査結果を総合して、買物公園エリアの『強み・弱み』からみえる課題感・特徴を抽出し、未来ビジョンに向けた施策案として示していく**

エリア調査

本日の分析・集計調査のまとめと考察



人流データ

■ 買物公園での滞在時間とエリアの回遊状況

- 滞在時間は約6〜7割が1時間未満である
 - 通過のみと1区画のみの滞在が多く、回遊の広がりがない
 - 4条以北は以南と比べ、目的地が少なく通行量も滞在も少ない
- ⇒**通行はしているが買物公園でのアクティビティ（滞在・消費）につながっていないのではないか**



Webアンケート

■ 買物公園の来訪状況（旭川市民）

- 寄り道先、日常の用事を済ます場所になっている
 - 若年層は複数の施設・店舗を回るような過ごし方が多い
- ##### ■ 旭川市民が感じている印象
- 【歩きやすさ】は評価が高く、【わくわく感があり楽しめる場所、買物公園ならではのと思える場所】など『期待感』の評価が低い
- ⇒**来訪頻度や市外居住者によって過ごし方・印象は異なる**

第5回に向けた分析方針

■ 回遊行動パターンの分析

- 回遊の多い若者や、区画の回遊パターンに着目し、どの場所で回遊が多いか回遊のモデルを提示
- 4条以南以北の滞在の差について、沿道施設の特徴、来訪者の年代、回遊状況から要因を推測

■ 過ごし方と印象の関係性から強みと弱みを深堀

- 店舗・施設を回る人やリピーターに着目するなど、多数意見と異なる傾向を分析
- ##### ■ 市民以外の来訪状況と印象
- 買物公園での過ごし方と印象について、市民と異なる傾向を分析

調査分析のまとめ方

エリア調査結果



フィールドワーク結果



『強み・弱み』の課題感・特徴



モビリティ調査



未来ビジョンや取組施策へ反映

【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】

⇒ 8月24日（木） 14:00～16:00（気温：34～35℃）

【調査内容】

⇒右図に示す計6か所エリアを対象に調査を実施
⇒2班（北・南）：各班9～10名 計19名で実施

【調査・意見交換会の様子（写真）】

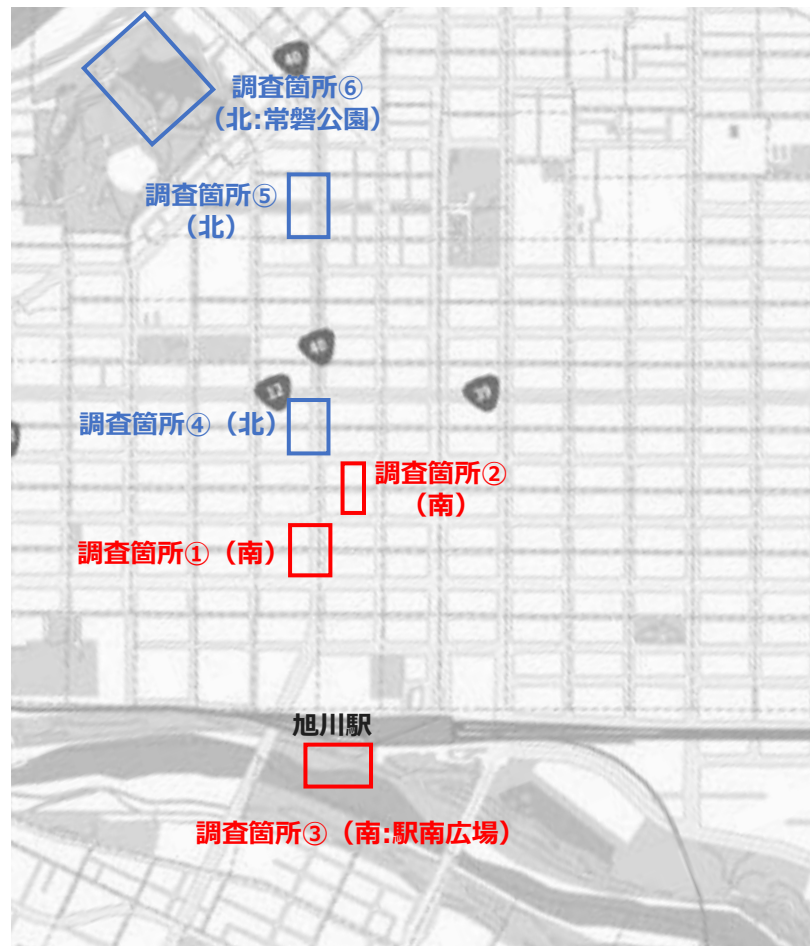


調査の様子



意見交換会の様子

○調査エリア



3. フィールドワークの結果報告

◆フィールドワーク結果まとめ

調査時の暑さ（気温34～35℃）もあり、緑の多く木陰等のある③駅南広場、⑤7条緑道、⑥常磐公園は高いスコアとなった
全体を通して、期待感（人との出会いや自己表現ができる場）に関するスコアが低い結果となった

指標	調査箇所① 買物公園 (1条通～2条通)		調査箇所② 緑橋通 (2条通～3条通)		調査箇所③ 駅南広場		調査箇所④ 買物公園 (3条通～4条通)		調査箇所⑤ 買物公園 (7条緑道)		調査箇所⑥ 常磐公園	
	活動※1	主観※2	活動	主観	活動	主観	活動	主観	活動	主観	活動	主観
安心感	1.8点	2.8点	1.5点	2.1点	2.1点	3.4点	2.0点	2.8点	2.1点	3.2点	1.5点	3.6点
寛容性	1.7点	2.5点	1.4点	1.6点	1.8点	3.5点	1.8点	2.8点	1.7点	3.2点	1.5点	3.8点
安らぎ感	1.7点	2.3点	1.0点	1.5点	2.8点	3.7点	1.6点	2.6点	2.1点	3.2点	1.6点	3.9点
期待感	1.3点	2.0点	1.1点	1.4点	1.4点	2.8点	1.5点	2.1点	1.6点	3.0点	1.1点	2.7点
通行/滞在	41人 / 2人		8人 / 8人		8人 / 29人		15人 / 2人		10人 / 6人		0人 / 2~3人	

※1 活動(4点満点)：調査時に調査エリアで実施されていた活動（アクティビティ）
基準点：活動+主観=5.0点が基準点（合計8点満点）

※2 主観(4点満点)：自身が調査エリアをどのように感じていたか

安心感

- ✓ 子どもを安心して遊ばせられる場所だと感じる
- ✓ 気持ち良く食事ができる場所だと感じる

安らぎ感

- ✓ ぼーっとできる場所だと感じる
- ✓ 緑などに囲まれて自然を感じられる場所だと感じる

寛容性

- ✓ 誰でもここで好きな活動ができる場所だと感じる
- ✓ 子どもが声を出して遊んでも気にならないと感じる

期待感

- ✓ パフォーマンスができる場所だと思う
- ✓ 人との新しい出会いがありそうな場所だと感じる

買物公園 (各エリアの特徴)



今後の買物公園に求めること・社会実験で取り組みたい内容



3. フィールドワークの結果報告（まとめ）

買物公園の特徴：街区ごとに変わる通りの様子

買物公園（7条緑道）

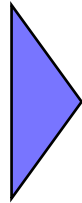
- ・安心感，寛容性，安らぎ感，期待感のスコア（主観）が高い
- ・ペット連れ・子ども連れが利用
- ・荷物を拡げてポーっとしている人が居る
- ・個人店で雰囲気の良い店が多い
⇒学生は入りづらい
- ・樹木が大きく，あたたかみがあり居心地がいい

買物公園（3～4条）

- ・看板，サインのデザインの統一性がある
- ・樹木やパラソルの日影で休める
- ・7条に比べて樹木が小さい
- ・通行者の視線を感じて滞在がしにくい

買物公園（1～2条）

- ・通行者が多い
- ・段差のない動線になっている
- ・商業施設が多く，気軽に入って休める
- ・商業施設からの派生の行動がうまれにくい
- ・子連れの回遊は難しい（授乳室がない）



求めること・社会実験での取組

<安心感・滞在のしやすさの向上>

- ・子どもたち・子育て世代が安心して過ごせる遊び空間へ
- ・10～15分の時間をつぶす空間を設ける

<情報発信・マップ等の案内の増加>

- ・路面店（1F部分）に窓口を設ける
- ・デジタルサイネージの設置
- ・狭域のエリア特性が分かるマップを配布
- ・地元の通りの捉え方（“仲”等の固有名称）を楽しめる看板の設置
- ・バス降車案内のアトラクション化（どこまで歩けば何キロカロリー消費）
- ・授乳室等の位置情報の発信

<空間活用の増加>

- ・問合せ先・管理者を示す（調べる手間なく，簡単に問い合わせが可能な）
- ・イベント主催者向け：活用できる空間の街歩き（お知らせ）ツアー

<憩える空間へ>

- ・歩き疲れた時の休憩ポイントの設置
- ・人目を気にしない休憩スペースの設置
- ・テラス席等で座って良いことを強調
- ・涼しく休める場所の増設（木陰など）

<歩きやすさの向上>

- ・ウォークポイント（通行時の立ち寄り地点）を設ける
- ・毎日買物公園を歩くともらえるポイント
- ・場所（区画）ごとの位置付けの設定

◆ビジョン実現に向けて必要な取組と自身ができる取組

回答欄①

次頁将来実現したいことより番号を選んで記入

※「その他」および「●●」がついた選択肢を選ばれた場合は、自身が想定する具体例を記入

①将来実現したいこと

例

子どもたちがのびのび遊べる空間

②将来像実現に向けた取組

例

- ・ 空き地等の広場化
- ・ 子どもたちが遊べる設えの整備

回答欄②

次頁将来像実現に向けた取組より番号を記入

※「その他」を選択された方は取組を記入

③自身ができる取組（実施場所含む）

実施場所の例：緑道、フィールド前

例

- ・ 自身のお店や店舗前で週末に子ども向けの紙芝居や制作ワークショップを実施
- ・ 店舗前に設置する什器の貸出

回答欄③

将来像の実現に向けて自身ができることを記述してください

ワークシート（別紙）をもとに、皆様のご意見をお聞かせください！

◆将来実現したいこと（ワークシート：回答欄①）

《やりたいことができる空間》

- 1 自発的にイベントなどを展開する主体がいる
- 2 市民が自由に使いこなし、●●な楽しみ方ができる
（●●：寝転がる、読書、ジョギング、ヨガ等）
- 3 店主が楽しく空間を活用できる（植木やベンチの設置）

《行きたい・集まりたいと思う空間の創出》

- 4 市民の生活の場となる
- 5 体験に伴う消費活動ができる
- 6 年代問わず市民の憩いの場となる
- 7 空き施設を活用した●●（●●：野外音楽堂、スポーツ施設等）
- 8 出会いがある

《情報発信》

- 9 様々な活動や情報を発信する場がある
- 10 ●●な人が集まる（●●：子ども、学生、パフォーマー等）
- 11 ●●な店が集まる（●●：服屋、スポーツ系、おしゃれ、可愛い等）
- 12 文化の発信（デザイン・アート・音楽・スポーツ）
- 13 通行する人が自ら魅力を発信したくなる

《エリアブランディング》

- 14 1日中楽しめて家に帰りたくなくなるようなエリア
- 15 日常使いや日中の賑わいがあるエリア
- 16 ●●中心のエリアが形成（●●：商業、スポーツ、ファッション等）
- 17 快適に移動ができるまち
- 18 自然（緑・花）に囲まれた空間
- 19 子どもに優しいまち
- 20 その他（ ）

◆将来像実現に向けた取組（ワークシート：回答欄②）

- 1 各種イベントの企画・開催・調整
- 2 公共空間等の空間活用手続きの簡素化
- 3 利用ルールの緩和
- 4 各種セミナーなどの開催
- 5 チャレンジショップの開設
- 6 くつろげる空間づくり（ベンチの設置・路面の芝生化など）
- 7 空き家・空き店舗マッチングの実施
- 8 通りに開かれた沿道環境づくり（オープンな店等）
- 9 SNSなどで情報発信
- 10 エリア周遊マップの作成
- 11 情報掲示板（デジタルプラットフォーム）の作成・運営
- 12 若者文化（ストリートスポーツ等）発信拠点の開設
- 13 モビリティの導入
- 14 緑化や木質化を進める（四季を感じる取組）
- 15 ライトアップ等の夜の景観づくり
- 16 子育て支援マップ
- 17 その他（ ）

5. エリアプラットフォームについて

◆ (仮称) 買物公園エリアプラットフォームの体制と取組・役割

初動期 (次年度から) の推進体制



各主体がゆるく繋がり, 協働する場

未来ビジョンの実現に向けた エリアプラの取組・施策例

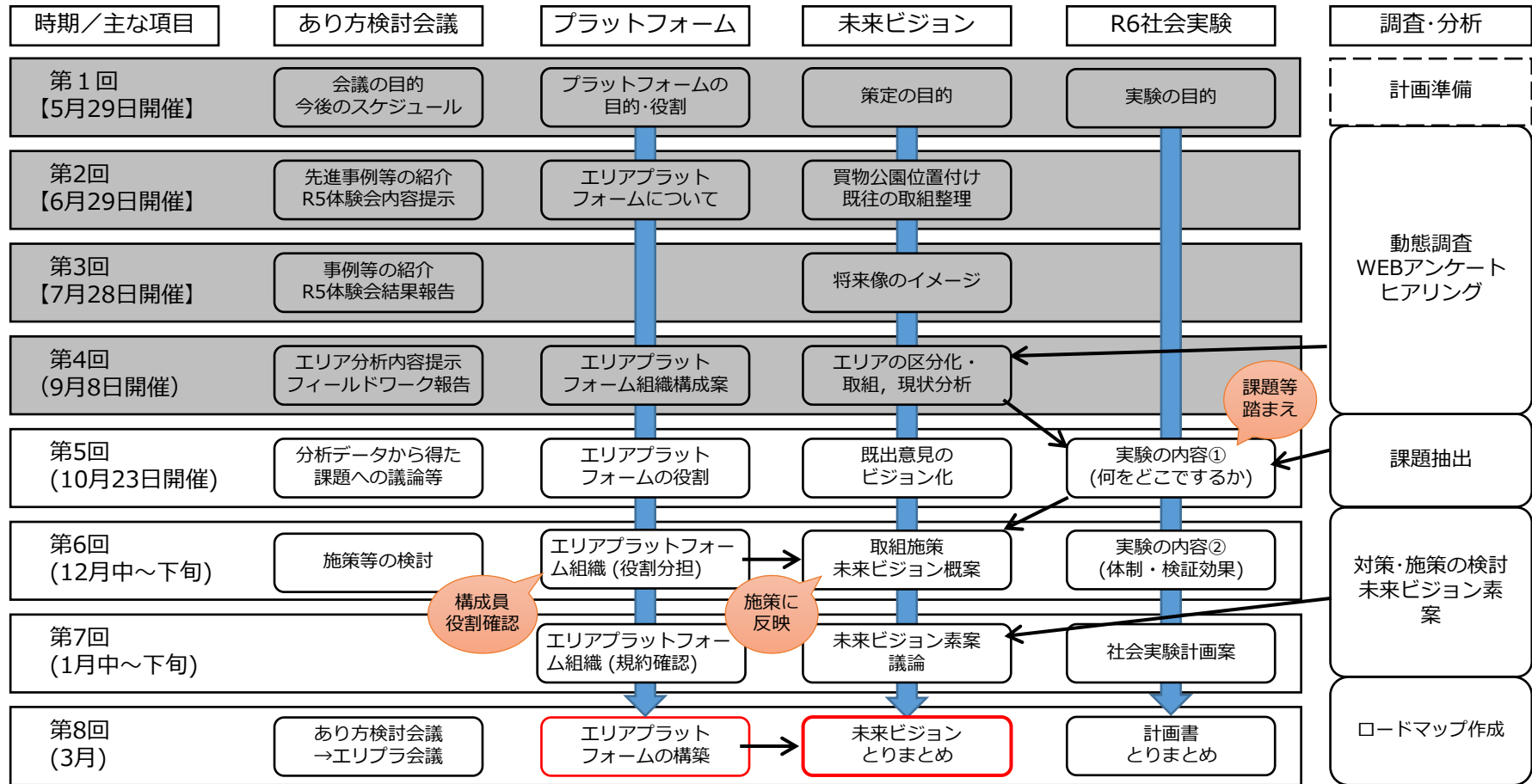
<初動期>

- ◎ 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) エリアプラ事務局会議** 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)

これまでの説明を踏まえて, 皆様のご意見をお聞かせください!

6. 今後のスケジュール

あり方検討会議スケジュール(予定)



6. 今後のスケジュール

第4回

9月

【未来ビジョンの取組・エリアプラットフォームの推進体制】

1. 前回までの検討会議の振り返り
2. エリア調査結果について
3. フィールドワークの結果報告
4. 未来ビジョンについて（将来像実現に向けて必要な取組）
5. エリアプラットフォームについて（推進体制）

・ ・ 関係者ヒアリング（9～10月） ・ ・

第5回

10月

【買物公園での取組・施策（案）・エリア役割・社会実験について】

1. 前回までの検討会議の振り返り
2. エリア分析結果について
3. 意見・各種分析結果を踏まえた取組・施策（案）について（エリア戦略含む）
4. エリアプラットフォームについて（役割）
5. 未来ビジョンの実現に向けた社会実験について

第6回

12月

【未来ビジョン概要，エリア役割分担，社会実験について】

1. 前回までの振り返り（エリア役割・未来ビジョン作成・社会実験内容について）
2. 未来ビジョンについて
3. エリアプラットフォームについて（役割分担）
4. 未来ビジョンの実現に向けた社会実験について

第7回：エリアプラットフォーム組織（規約），未来ビジョン（素案），次年度社会実験案 等

未来ビジョンの取組
エリアプラットフォーム体制

エリアプラットフォーム・ビジョン
社会実験の議論

ビジョン概要・エリア
役割・社会実験