



買物公園エリア社会実験「まちにち計画」
—わたしたちの毎日をつくってみる28日間—

ARCHIVE BOOK

2024年 社会実験の記録

買物公園エリアプラットフォーム

買物公園エリア社会実験「まちにち計画」

主 催：買物公園エリアプラットフォーム／旭川市
協 力：旭川市中心市街地活性化協議会／(株)ホンダカーズ旭川
運営企画・効果検証：(株)オリエンタルコンサルタンツ
滞在空間什器製作：デザイン事務所コキア(合同会社コキア)
ロゴタイプデザイン：安達 鈴香
ディレクター：佐藤 祐哉／四戸 秀和／蜂須賀 咲来／旭川市
専門家(アドバイザー)：横浜市立大学 国際教養学部教授 鈴木 伸治
(一社)ストリートライフ・メイカーズ共同代表理事 三浦 詩乃

買物公園エリアプラットフォーム 構成員 (50音順)

旭川家具工業協同組合／(一社)旭川観光コンベンション協会／
旭川商工会議所／旭川信用金庫／旭川平和通買物公園企画委員会／
旭川平和通商店街振興組合／旭川まちなかマネジメント協議会／
イオンモール旭川駅前／5・7小路ふらりーと中央市場組合／三和・緑道商店会／
緑橋ビル商店街振興組合／緑道ワークス／
買物公園エリアに関心を有する人たち／専門家／旭川市

買物公園エリア社会実験アーカイブブック

発行日：2025(令和7)年3月21日
発行：買物公園エリアプラットフォーム
編集：(株)オリエンタルコンサルタンツ
デザイン：(株)須田製版旭川支社

社会実験の実施については、
国土交通省の「官民連携まちなか再生推進事業補助金」を活用しています。

お問合せ

買物公園エリアプラットフォーム
事務局：旭川市地域振興部地域振興課
TEL.0166-25-5316



旭川市HP



Instagram



X





はじめに

市民のみなさんに「まち」と呼ばれ、「旭川の顔」として長年親しまれ続けている買物公園エリアにおいて、このエリアが、今後ますます「素敵な自分であられるエリア」、「行きたい・歩きたくなるエリア」、「やりたいが自由に実現できるエリア」となることを目指し、2024(令和6)年8月11日から9月7日までの28日間にわたって、社会実験を実施しました。

「まちいち計画～わたしたちの毎日をつくってみる28日間～」と名付けられたこの社会実験はどのようなものだったのか。この本を手にとってくださった皆さんと一緒に振り返ってみたいと思います。

買物公園エリアってどんなエリアなの？

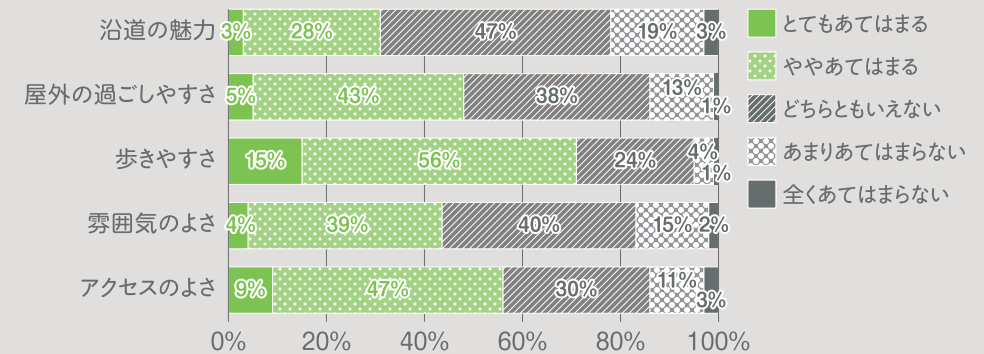
全国初の恒久的な歩行者専用道路として50年以上の歴史を持つ平和通買物公園を中心に、商業施設、専門店、飲食店やオフィスなど、昔から続くものや新しいものが共存し、様々な娯楽を楽しめる、ゆったりとくつろぐことができるエリアとして、みなさんに親しまれ続けています。しかし、近年はインターネット販売の拡大などに伴うライフスタイルの変化、空き店舗・空き地などの増加、大型店舗の撤退などにより、日常的に買物公園エリアに訪れたいという気持ちにつながっていない状況にあります。

また、アンケート調査などでは、エリア内に存在する魅力的な店舗やスポットの魅力があまり知られていないことや、訪れた人の滞在時間が短いこと、エリア内での回遊が広がっていないことなどの課題も見られました。



（買物公園エリアの主な課題）

買物公園エリアを訪れたときに感じた印象（旭川市・周辺8町 / 全年齢）N=638



出典：買物公園来街者を対象としたwebアンケート調査（2023年）

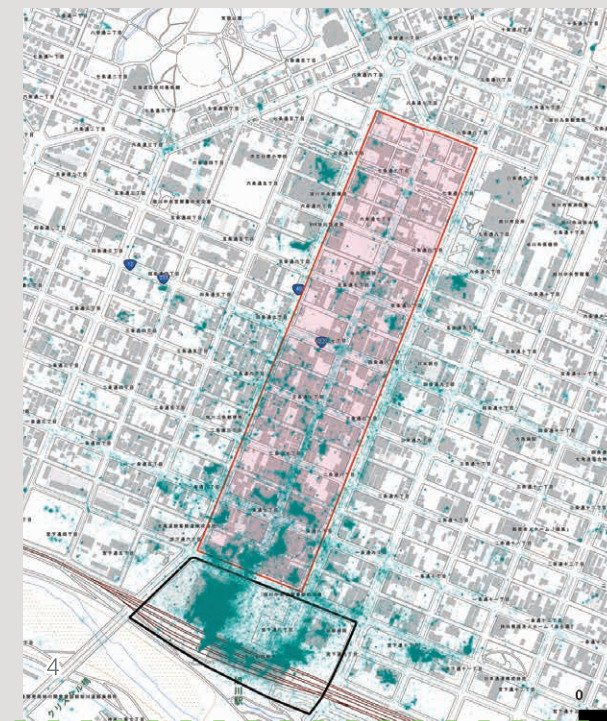
買物公園エリアは「歩きやすい」空間となっていますが、「屋外で過ごしやすい」という印象にはつながっていません。また、「沿道の魅力」を感じる人が少なく、沿道や周辺に存在する魅力的な個人店やスポットの情報があまり知られていないという課題が浮かび上がってきます。

旭川駅前エリア滞在者の移動軌跡

エリア内の回遊状況をみると、駅前エリアの滞在者は移動の広がり少なく、隣り合う街区までの回遊に留まる傾向にあります。

特に旭川駅前では、隣接する街区に留まる傾向がより強くみられ、エリア内での回遊が広がっていないという課題が浮かび上がってきます。

2022（令和4）年7月全日の
携帯電話位置情報（989,858ログ）
※滞在時間が10分～5時間未満が対象



始まった新たな動き

買物公園エリアのこれからの50年を考えるために、買物公園に関わる団体などの代表や市の有志が集まった **買物公園のあり方検討会議**

この会議では、参加者同士が **“連携”** し、参加者自身が **“じぶんごと”** として、取組を進めていくことを決め、会議の参加者が中心となって、新たな官民連携組織である **「買物公園エリアプラットフォーム」** を設立し、課題にもしっかりと向き合いながら、エリアの目指す将来像などを描く **「買物公園エリア未来ビジョン」** を策定しました。

買物公園エリア未来ビジョン

わたしの「毎日」がここにある

日常も非日常も、

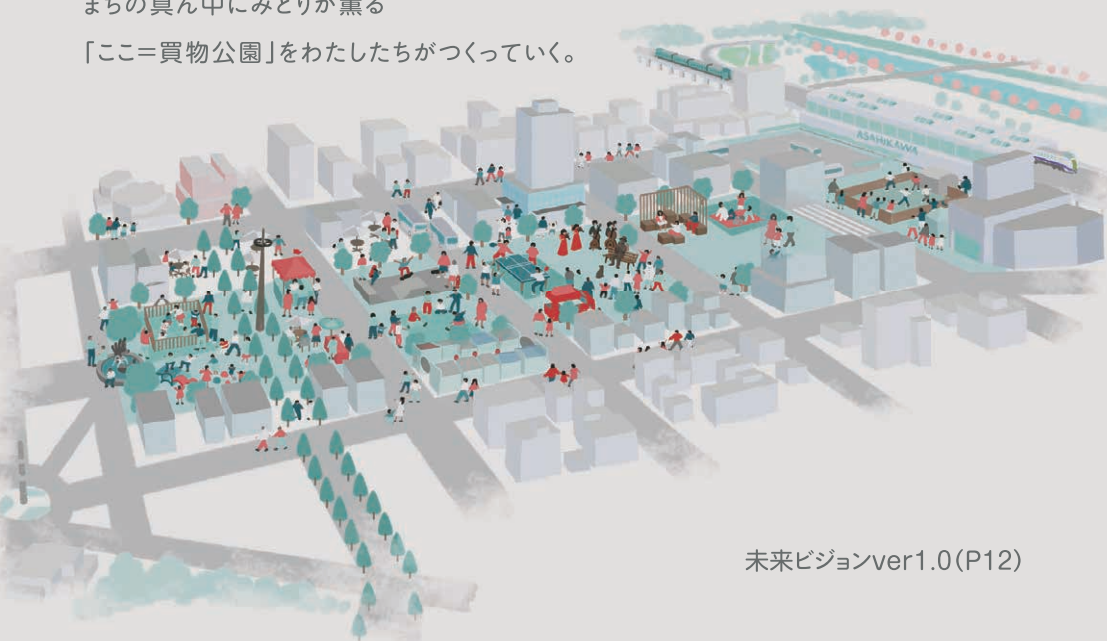
ここで過ごすことが暮らしの一部となり、

みんなが満たされ、つながれる。

これまでの歩みを感じながら、また一歩、踏み出せる。

まちの真ん中にみどりが薫る

「ここ＝買物公園」をわたしたちがつくっていく。



未来ビジョンver1.0(P12)

買物公園エリアプラットフォーム（通称：エリブラ）

未来ビジョンの実現に向けて、主体性を持ったメンバーがゆるやかに連携する「場（組織）」を設置



買物公園エリアプラットフォームメンバーの取組の基本的な取組姿勢

- 1 “じぶんごと” として、積極的に参加！
- 2 同じ想いのメンバーとつながる！
- 3 「今に+aの価値」をみんなでつくる！

最初はゆるやかにつながりながら、徐々に「組織」としての体制を構築します！

エリア全体の価値向上につなげていく

メンバー間の連携による新たな取組の創出

スモールスタートで
できることから始める

STEP1 初動期

情報共有できる
「場」づくり

STEP2 成長期

小さなアクションを行う
柔らかな「チーム」づくり

STEP3 成熟期

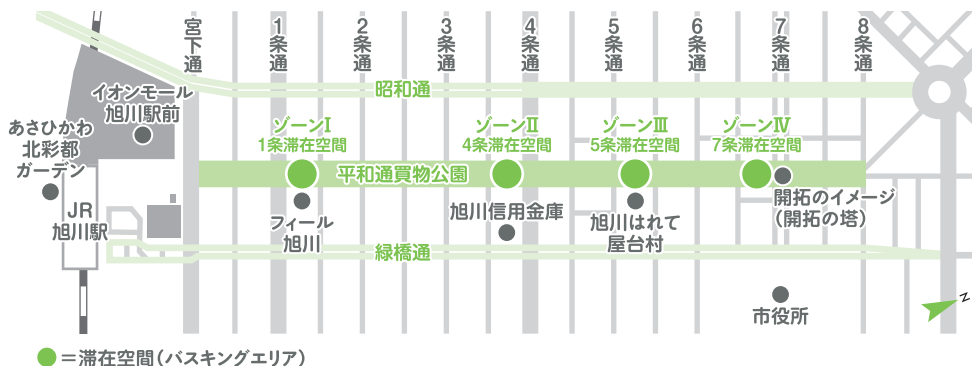
主体となって活動する
「組織」づくり

社会実験の取組

(2024(令和6)年8月11日～9月7日)

買物公園エリアプラットフォームで、はじめて取り組む社会実験

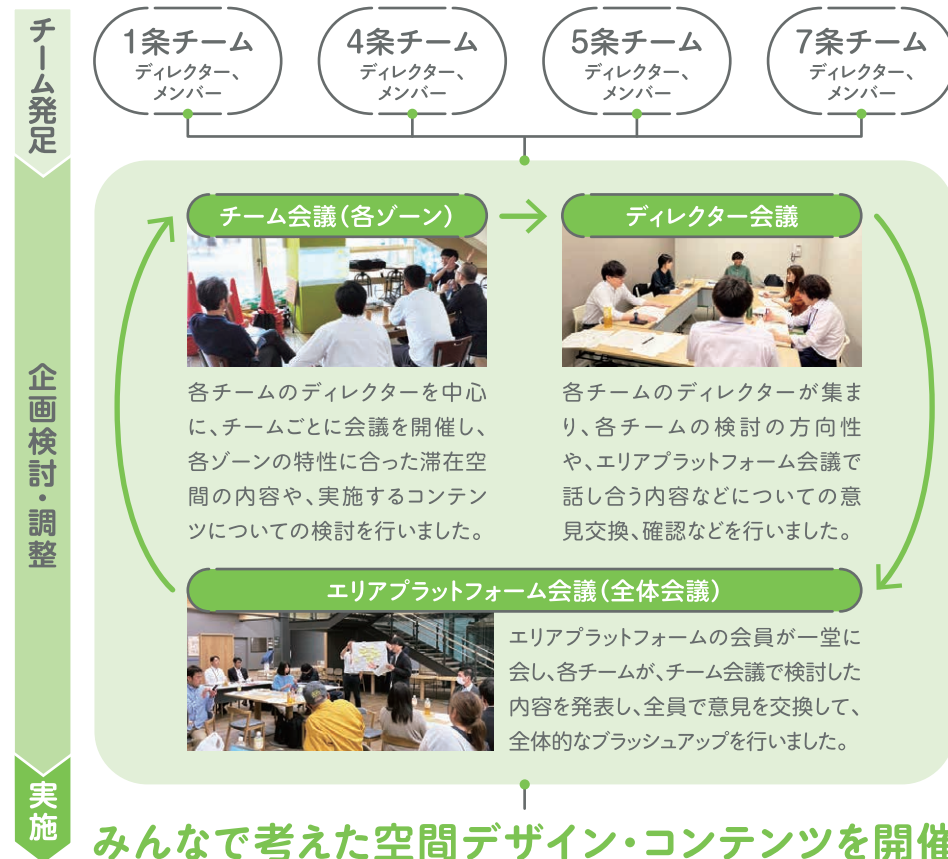
「買物公園エリア未来ビジョン」に描いた将来像の実現に向けて、買物公園エリアプラットフォームのはじめての取組として、次の2つの大きな視点で、買物公園エリア全体にわたる社会実験を企画・実施しました。



社会実験実施に向けた動きと体制

買物公園エリアプラットフォームにプロジェクトチームを立ち上げ、1条、4条、5条、7条の4つのゾーンごとにチーム体制を構築し、滞在空間とコンテンツを検討しました。

開催までの動き方



その他の活動



まちづくりスクール
広場の専門家、山下裕子氏から「買物公園エリアならではの」空間の活用について学びました。



ADWプレイベント
ADWに合わせてプレ社会実験を実施し、滞在空間がどのように活用されるのかを確認しました。

●ADW(あさひかわデザインウィーク)はユネスコデザイン都市の北海道旭川市で毎年開催されるデザインの祭典です。

社会実験のコンセプト

「買物公園エリア未来ビジョン」の体現に挑む、

社会実験のタイトルとロゴデザイン

実験タイトル

まちにち計画

ーわたしたちの毎日をつくってみる28日間ー

まち＝買物公園エリアを指し、同エリアで過ごす日を「まちの日」＝「まちにち」と呼んでもらい、この社会実験をきっかけにあなたの「まちにち」がだんだんと増えていき、毎日が「まちにち」となることを目指し、タイトルを決めました。

ロゴタイプ



ロゴタイプは、流れるような「まちにち」の書き文字でデザインしており、緑色の丸はこれまでの活動や団体の「点」を表し、今回の「まちにち計画」でそれらが線で結ばれる様子を象徴しています。また、4つの緑色の丸は社会実験を行う4エリアを示し、「まちにち」の線は平和通買物公園を緑の滞在空間でつなぐコンセプトを具現化しています。

ベースカラーには落ち着いた色味のグレー、緑の滞在空間を思わせる明るいグリーンが使用されています。

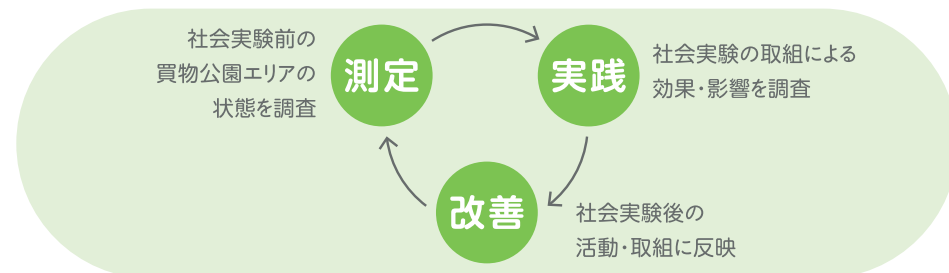
このロゴタイプは、買物公園の緑の滞在空間を活用し、旭川市平和通買物公園で行われる社会実験の精神を体現しています。

社会実験の効果・影響を捉える

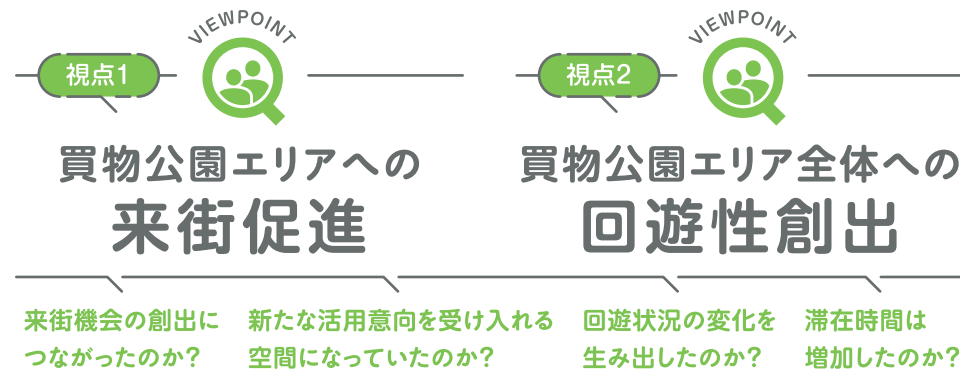
「買物公園エリア未来ビジョン」の実現に向けて、**社会実験の効果を検証**

効果検証の実施

「まちにち計画」の取組が買物公園エリアへの「来街促進」や、エリア全体への「回遊性創出」につながったかを検証し、その結果をこれからの活動や取組に反映させていきます。



効果検証の視点



具体的な調査内容

社会実験実施前と実施期間中に、以下の調査を行いました。

- ① 来街者アンケート調査
- ② 沿道店舗事業者アンケート調査
- ③ 人流データ分析
- ④ まちなかの居心地の良さを測る指標調査
- ⑤ アクティビティ調査
- ⑥ モビリティ利用者アンケート調査
- ⑦ 通行量調査
- ⑧ 出展者アンケート調査
- ⑨ 滞在空間利用者ヒアリング調査

社会実験の取組結果



ゾーンⅠ
1条滞在空間

買物公園エリアの玄関口となるA.s.h.とフィール旭川の間に、人工芝やベンチ、ステージ等を中心とした滞在空間を設置。観光客、通勤・通学する人、親子連れなどが気軽に滞在できるように、また、ジェンガなどの遊具を置くことなどにより、滞在者同士の交流も生まれるように工夫しました。



滞在空間のデザイン

ゾーンごとの特性・魅力を生かし、
各チームのアイデアで滞在空間を
デザイン

買物公園エリアの中心に位置する4条の空間に、様々なイベントなどに利用でき、ステージやDJブースなど、使い方によって空間を変化させることができる象徴的なパーゴラを設置。多様な世代を呼び込めるように工夫しました。



旭川はれて屋台村・旭川フードテラスの間であり、旭川5・7小路ふらりーとも近い、食で惹きつける5条の空間に、みんなが自由に使えるロングテーブルを設置。程よい距離感で、テイクアウトを楽しむ、ミーティングを行うなど、空間を様々な活動でシェアできるように工夫しました。

ゾーンⅢ
5条滞在空間



滞在空間を設置した4つのゾーンは、それぞれ特性や魅力があり、各チームから生まれた空間のアイデアも様々でしたが、制作する什器には、**北海道・旭川地域の木材**を多く使用し、空間の活用方法に合わせて、柔軟にゾーン間で調整・活用できるよう、同じ規格(モジュール)によるデザインとすることでエリア全体の一体感を確保しました。



ゾーンⅡ
4条滞在空間



みどりがあふれ、文化的な7条の空間に、お絵描きしたり、本を読んだりのんびりできる芝生の空間とハンモックを設置。また、S字ベンチも設置し、近くの店舗からテイクアウトしたものを外でも楽しめるように工夫しました。

ゾーンⅣ
7条滞在空間





滞在空間内にバスキングエリアを設定

各滞在空間・バスキングエリアにおいて、様々なイベントを展開

バスキングエリアとは？

みんなが「買物公園でやってみたい!!」ことを
簡易な申請で、スムーズに実現できる空間

社会実験で
はじめて取り組みました!

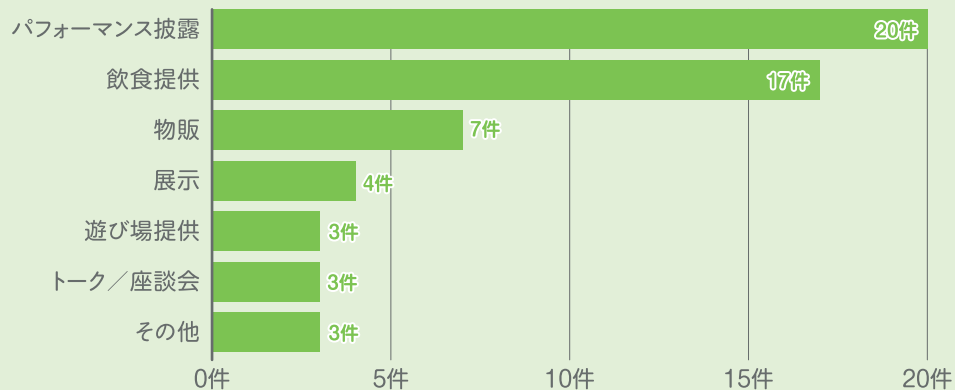
バスキングエリアでは、大道芸などのパフォーマンス披露や、飲食の提供、物販のほか、トーク・座談会などが展開されました。また、買物公園エリアプラットフォームで企画した、様々なコンテンツも開催しました。

滞在空間では、訪れた人たちが思い思いにくつろぐ場面や、バスキングエリアでのイベントを楽しむ場面も見られました。

バスキングエリアの実施結果 N=57

総申込応募者数 **57件**

総出展回数 **123件**



パフォーマンス披露



飲食提供



物販



トーク・座談会

コンテンツの開催状況

ゾーンⅠ
1条滞在空間

木箱色塗りワークショップ / 電動カートお絵描きワークショップ / 風鈴ワークショップ / Pop up Creators By acc / 高校生雪会議 / 旭川買物公園ダンスフェス など



ゾーンⅡ
4条滞在空間

ART&DJ NIGHT / まちなかアウトドア / スポーツナイト / マニアックナイト / ファッションアートストリート / KENDAMAX in STREET SESSION など



ゾーンⅢ
5条滞在空間

飲食店紹介ボード設置 / まちにち座談会 / 5条通7・8丁目界限散歩 / みんなのテーブルに地図を書くワークショップ / 朝カフェ企画 / モルック体験コーナー など



ゾーンⅣ
7条滞在空間

緑道野外映画祭 / シンボルオブジェをつくろう! / キャンドルナイト / 大きな絵をかこう / 子ども店長による雑貨販売 / 落語の口演 / 緑道ポートレートデッサン など





ゾーンI 1条滞在空間

訪れた人たちが人工芝などで
それぞれくつろぐ様子



ゾーンI 1条滞在空間

最終日に行った、バスキングエリア出展者と買物
公園エリアプラットフォームメンバーなどの意見
交換(社会実験の振り返り)の様子



ゾーンII 4条滞在空間

バスキングエリア出展者の
マジックを見ている子どもたち



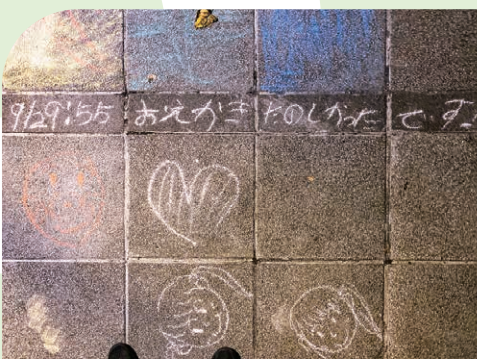
ゾーンI 1条滞在空間

散歩で滞在空間を訪れ、バスキングエリア
出展者を待つ保育園の子どもたち



ゾーンIII 5条滞在空間

バスキングエリア出展者のピアノで
演奏を楽しむ家族



ゾーンIV 7条滞在空間

お絵描きスペースにあった
チョークによるメッセージ

電動モビリティの活用

買物公園エリアやその周辺への移動の利便性を高めることなどを目的に、3つの電動モビリティの運行・レンタルを行い、それぞれ、幅広い年齢層の方々に利用されました。

電動カートの運行

実施期間 ①直線往復:8月14日~20日 ②ジグザグ周遊:8月21日~27日

利用人数 1,139名

買物公園内やその周辺で、
6人が乗車できる2台の電
動カートを2つのルートで、
定時運行を行いました。

①直線往復:旭川駅前~8
条通を往復

②ジグザグ周遊:旭川駅前
~7条通まで、繁華街や
ホテルを経由して往復



電動車いすの貸出

実施期間 8月17日~25日

利用人数 60名

個人で気軽に、買物公園内を自由に移動
できる電動車いす(WHILL)のレンタルを
行いました。



電動キックボードの乗車体験ツアー

実施期間 8月17日、18日、24日、25日

参加人数 46名

ツアーガイド先導のもと、“まちなか”の観光
スポットや景色のよい場所を巡る、電動キ
ックボードの乗車体験ツアーを行いました。



社会実験でわかったこと

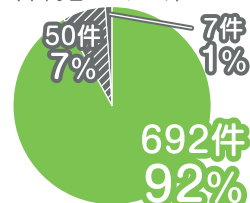
「まちにち計画」の実施によって、以下の効果検証の視点から見えた結果を示します。

視点1:買物公園エリアへの来街促進／視点2:買物公園エリア全体への回遊性創出

■「まちにち計画」に対する評価

「まちにち計画」に対する満足度について、約9割を超える方から「良いことだと思う」との意見が寄せられました。また、特に良かった・継続してほしい取組として「滞在空間の設置」・「バスキングエリア」が多い結果となりました。

社会実験満足度調査より
(来街者アンケート) N=749



約7割が「たまたま通りかかった」方でしたが、取組について高い評価をいただきました。

■ 良いことだと思う
■ どちらでもない
■ 良いことだと思わない

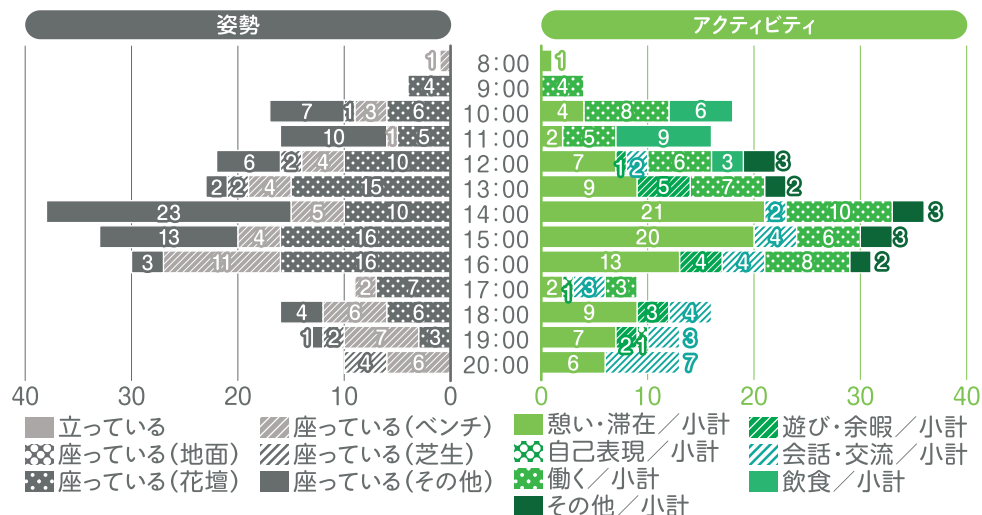
来街機会の創出につながったのか？

■「まちにち計画」前後の滞在人数・活動の変化

「まちにち計画」の前後を比較すると、平日・休日ともに、全てのゾーンで滞在人数が平均2倍以上増加しており、中高生や親子連れの姿も多く見られました。また、活動についても、「会話・交流」や「飲食」をしている方が増加していました。

すべてのゾーンにおいて、「滞在者数」と「アクティビティの種類」が増加しました

1条エリア:まちにち計画(社会実験中)8月18日㊦の結果 アクティビティ調査より



●アクティビティ調査とは、1時間に一度、対象エリアの滞在人数・滞在者の活動を記録する調査です。



新たな活用意向を受け入れる空間になっていたのか？

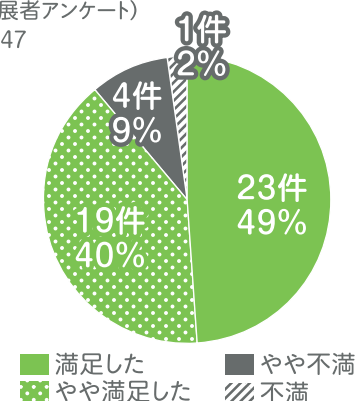
■バスキングエリア出展者の評価

バスキングエリアに対する満足度について、約9割を超える方から「満足した」、「やや満足した」との意見が寄せられました。

特に、普段より簡易な申請（ワンストップ申請）で出展できたことや、出展したことで、市民や通行者の方たちとの新たな出会いがあったこと、交流ができたことなどが評価されました。

人通りが少ないゾーンでは、集客が難しかったことに課題を感じる声もありました。

バスキングエリア出展者満足度調査より
(出展者アンケート) N=47



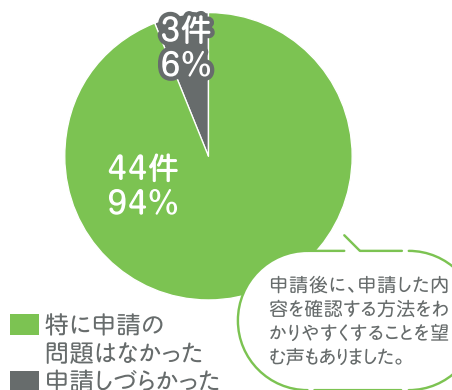
■ 満足した ■ やや不満
■ やや満足した ■ 不満

■バスキングエリアの申請に対するご意見

バスキングエリアのワンストップ申請に関しては、約9割を超える方から特に問題はなかったとの意見が寄せられました。

特に、インターネットのフォームによって申請が完結したことや、複数の出展を一度で申請することができたことなどが評価されました。

出展者アンケート調査より N=47

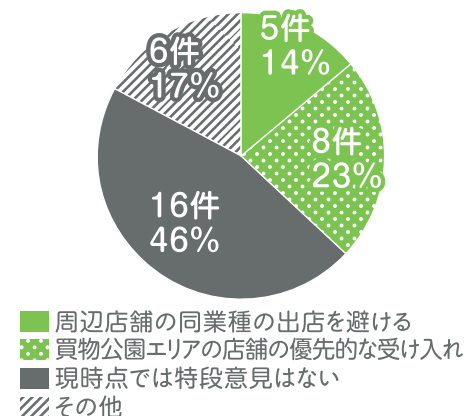


申請後に、申請した内容を確認する方法をわかりやすくすることを望む声もありました。

■バスキングエリアの設置に対する沿道事業者のご意見

バスキングエリアの設置に関して、約5割の方からは「現時点では特段意見はない」との回答でしたが、「周辺店舗の同業種の出店を避けること」や「買物公園エリアの店舗の優先的な受け入れ」が必要であるとの意見も寄せられました。

沿道事業者アンケート調査より N=35



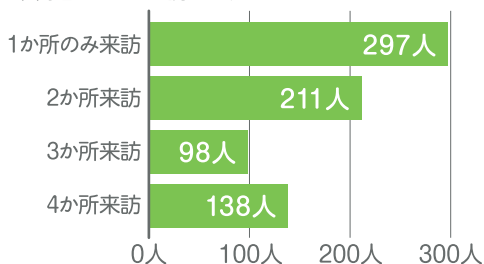
■ 周辺店舗の同業種の出店を避ける
■ 買物公園エリアの店舗の優先的な受け入れ
■ 現時点では特段意見はない
■ その他

回遊状況の変化を生み出したのか？

■来街者の回遊状況・歩行者の通行量の変化

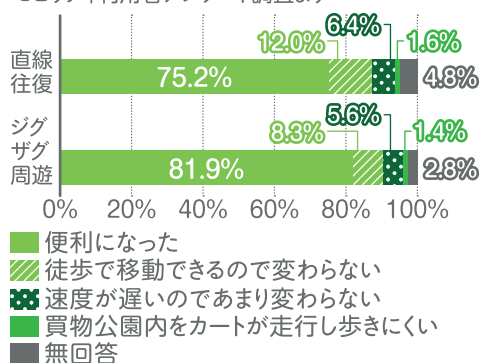
「まちにち計画」期間中の来街者の回遊の状況について、「1か所のみ来訪」と回答された方が最も多い結果となりましたが、前年（2023年8月～9月）と比較して、旭川駅周辺に滞在している方の5条付近までの回遊率が微増していました。歩行者の通行量は、「まちにち計画」の最終日には、実験前（2024年7月）と比較して、約20%増加しており、特に13時から16時にかけての通行量が増加しました。

来街者アンケート調査より N=744



■電動モビリティによる移動の利便性など
電動カートでは2つのルート（直線、ジグザグ）ともに、約8割の方から移動が「便利になった」、約4割の方から徒歩と比べて遠くの目的地へ移動できたとの評価をいただきました。また、電動車いすについては徒歩より移動しやすくなる、電動キックボードについてはツアーに満足しているとの意見を多くいただきました。

モビリティ利用者アンケート調査より

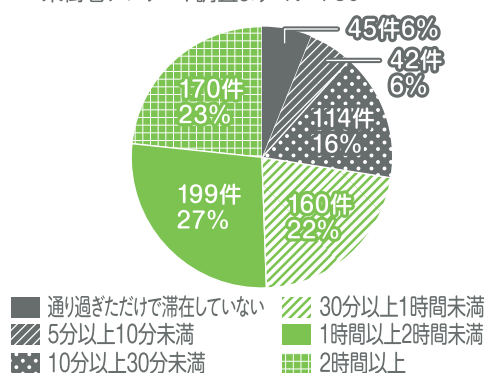


滞在時間は増加したのか？

■来街者の滞在時間の変化

「まちにち計画」期間中の来街者の滞在時間は、通り過ぎただけで滞在していない方の割合は6%と、普段と比較して6ポイント減少したほか、30分以上滞在している方の割合は72%と、約8ポイント増加しました。

社会実験期間中の買物公園エリアの総滞在時間
来街者アンケート調査より N=730



来街の頻度が少ない（月に2・3回、2・3か月に1回程度など）方についても、30分以上の滞在が増加していました。

ARCHIVE

買物公園エリアへの想い

買物公園エリア社会実験「まちにち計画」を通して、これからの買物公園エリアに対する関係者のメッセージをご紹介します。

沿道事業者

カーカメラ
代表取締役
（旭川平和通商店街
振興組合 副理事長）

加藤 健太

多くの方が滞在できる空間ができて、その中にはジェンガで遊んでいる人もいて、かつて遊具があり、みんなが楽しんでいた頃の買物公園を思い出しました。

バスキングエリア 出店者

肉ビストロ ユキトニク
オーナー
（元旭川はれて屋台村
施設管理部長）

三浦 圭一

バスキングエリアへの出展を通じて、自分のお店がある場所（旭川はれて屋台村）以外でのつながりをつくるきっかけになり、良い取組だと思いました。バスキングエリアに来店された方が、後日、自分のお店に来てくれるということもありました。

調査・コンテンツ 協力者

旭川市立大学
1年

寺岡 奏音

社会実験を通じて、買物公園エリアで過ごす人が増えている印象がありました。アンケート調査では、普段から買物公園を訪れる方に加え、初めて訪れた方からもすごく満足しているとの声を聞けて良かったと思います。

調査・コンテンツ 協力者

北海道旭川商業
高等学校3年

山本 莉子

普段は寂しく感じてしまう買物公園ですが、滞在空間が設置され、放課後に友人同士で滞在する学生をはじめ、観光客や親子など、そこに集まる人たちの交流が生まれて良かったと思います。



ARCHIVE

社会実験で見えてきたこと まとめ

「まちにち計画」の効果検証の結果から、次のとおり、今後の活動に活かしていきます。

滞在空間×交流促進機能による魅力的な空間づくり

「まちにち計画」で高い評価を得た、幅広い世代が気軽に多様な活動を行うことができる滞在空間に、「まち」にいるからこそ新たな出会いや、滞在者同士などの交流を促進する機能を拡充しながら、さらに居心地の良い空間となるよう、滞在空間の質を高めることを検討していきます。



まちにち計画 アーカイブ・フォーラム

2025(令和7)年2月11日(火)13:30~15:30

- 社会実験「まちにち計画」で見えたこと
- トークセッション「社会実験から日常“まちにち化”へ」
- 会場参加者とのクロストーク
- 買物公園エリアプラットフォームの今後の取組について



トークセッションや参加者からこんな意見がありました

滞在空間ができて、今までにない光景が見えてきた。社会実験期間以外で設置することでの機運醸成や更に周辺店舗との連携が増えていくといい

買物公園の使い方は人それぞれで異なり、滞在したい人やお店を出したい人など各ニーズにどう支援していくのか。エリアの活動のヒントがここにあると思う

買物公園という一つのストリートの中で、エリアが主体となり、4箇所それぞれの特徴を引き出し、社会実験に取り組んだことは全国的にも珍しく、一つの大きな成果だと思う

やれるやれない関係なく、自分たちがやって楽しいことを実施できるよう社会実験では考えてきた

今の子どもたちは買物公園を知らない。ただ社会実験をきっかけとした総合学習を通じて、親しみを持つようになった

「バスキングエリアの設置」の取組は、出展者側として、非常に申請がしやすく、取組を円滑に進めることができた



バスキングエリアの実装化

みんなのやりたいことを簡易な申請でスムーズに実現できるバスキングエリア実証を継続し、さらに発展させていくため、現在の制度などとの調整や、沿道の事業者などとの連携を図りながら、バスキングエリアの利活用・運用のためのルールづくりを検討していきます。

効果的かつ継続的な情報発信機能の強化

滞在空間やバスキングエリアの利用促進をはじめとする買物公園エリアへの更なる来街の促進や、エリア内の回遊性の創出に向けて、実施するコンテンツの告知など、各ゾーンが連携したエリア全体の効果的かつ継続的な情報発信機能の強化について検討していきます。

