

第3回 エリアプラットフォーム会議

資料

2025年11月17日

買物公園エリアプラットフォーム

今日の流れ

新メンバー紹介

1. 社会実験のコンテンツの振り返り（30分）

- ・各ゾーンごとの自主コンテンツ振り返り (5分)
- ・シェア (4ゾーン + ノヴェロ / 5分ずつ)

2. 社会実験の効果検証報告（15分）

- ・社会実験全体に関すること (5分)
- ・滞在空間に関すること (5分)
- ・バスキングに関すること (5分)

3. 検証結果を踏まえた次年度の活動方針（50分）

- ・今までの振り返り / 次年度以降の主な取組（案） (10分)
- ・現状見えてきた課題を解消するアイデア + ゾーンごと議論 (15分)
- ・シェア (4ゾーン / 5分ずつ)
- ・次年度の体制（案） / 今後の議論の進め方 (5分)

下線部はゾーンごとに議論いただくパートです

なにはともあれ……

社会実験、お疲れさまでした！ご協力、ありがとうございました！



GOOD DESIGN
AWARD 2025

グッドデザイン賞の受賞もおめでとうございます！

| なにはともあれ……

社会実験ももう2回実施。

社会実験を「社会実験」として実施するフェーズは終わり…

その次に向かう議論ができればと思っています

1

社会実験のコンテンツの振り返り

1. 社会実験のコンテンツの振り返り

各ゾーンごとの自主コンテンツ振り返り

- 幹事の方にまとめいただいた「自主コンテンツ振り返りシート」を元にして、各ゾーンで以下の点を話し合い、シェアしてください。

社会実験「まちにち計画」自主コンテンツ検証シート		
ゾーン1	ゾーン2	ゾーン3
コンテンツ名 ※開催日時	緑道盆踊り大会 2025/8/15 18:00~20:00	緑道文化まつり 2025/8/18 11:00~15:00
協力団体	三和・緑道商店会、三弦めじろ会	三和・緑道商店会
I 企画・準備		
① 目的（滞在・交流・回遊・その他）	主たる目的は滞在と交流。 「まちなかには盆踊り大会がないからやってみたい」という、何年も前からあった商店会や沿道・近隣の方々の声を受け企画	主たる目的は滞在と交流。 今年で17回目を迎えるイベントで、ワークショップを通じてモノを作る楽しさや、まちと関わる面を感じてもらいたいという目的がある。
② ターゲット（市民or観光客、年代など）	盆踊りに合わせて来街・滞在してくれたり、参加者同士や商店会などのターゲットは市民のファミリー層だが、近隣にはOMOTやトヨーホテルもあるため、あわよくは観光客の方もちらりと参加してくれたら…という考えもあった。	ターゲットは市内の子ども（幼稚・小学生くらい）。そのため図書館や公共施設といった親子の目に触れるチラシが配られるよう、教育委員会の後援ももらつたことから（つながりについては左に同じ）
③ 協力団体とのつながりのきっかけ	商店会に関しては、幹事（知本）が所属・理事を務めている。 盆踊りに来てくれた三弦めじろ会は、緑道ワークスを手伝って	元々三和・緑道商店会で長くやっているイベントしたことから（つながりについては左に同じ）
II 実施		
① 実際の参加者の傾向	家族で参加した市民が多く、子どもだけでも100名を超える参加者数だった。 観光客の参加はそこまで多くなかったが、海外の方が面白がって眺めていた様子を見受けられた。	小学生・幼児の参加者が主であった。 参加者数は90名前後。
② 買物公園で実施して良かった点	「旭川中心部に盆踊りを」という商店会・近隣の長年の悲願を達成できたことがよかった。	このコンテンツの狙いのひとつである、「まちと関わる体感してもらう」を達成できた点が良かったように感じる。
③ 買物公園で継続するための改善点（不便だった点）	多くの人が参加してくれたことで、求められていたイベントだったのだと知ることができた。	コンテンツの中에서도子ども達にスタンプラリーフormで商店会を周ってもらうコーナーを設けたが、地図を見ながらおぼり、お店の人と子ども達の交流があったりと、買物公園が今後道路の使用許可が取りづらくなると、継続への懸念もあるかもしれない感じている。
④ 感想	道路の使用許可を取ってもらうのが大変だった。 標識を立てる位置や通路の確保等で制約にぶつかることが多く、来年度以降もう少し柔軟になってくれるといいなと感じている。	特に子どもだけで緑道を横断する場面があるので、立つ人を設けるなどの対策を講じる必要があるかも。 三和・緑道商店会独自で開催していたイベントにち計画に取り込むことで、集客面などでどの形が見られるかを知りたかったという個人的なあったが、そこまで大きく変化はなかったようれた。
III エリプラとの協力関係（今後に向けて）		
① エリプラにサポートして欲しい点 ※選択し、下の欄に詳細を記入	設備 今回ノヴェロに机・幕を貸していただけたのがとても助かったので、もし来年度以降も開催するならどこかから新しいものをお借りできるとありがたい。	設備 今回ワークショップで出てくれた団体で、まち用にした什器や芝を活用させていただいたのがよ。
※必要であれば2つ目	情報収集 商店会のSNSやピラ配り・ポスター等でもある程度の集客は見込めたが、情報発信は多方面からあっていいに越したことはないので。	情報発信 左と同じ
※必要であれば3つ目		

特に・・・

設定したターゲットや実施目的は
実際のものと合っていた？

エリプラとの協力関係
(望ましいサポートのあり方は?)

これからの継続可能性は？
継続のためのハードルは？

来年もあるとしたら
どのような形でどの企画を実施するか？

議論 <5分程度>
シェア <5分程度ずつ>
ゾーン1→ゾーン2→ゾーン3→
ゾーン4→ノヴェロさん

2

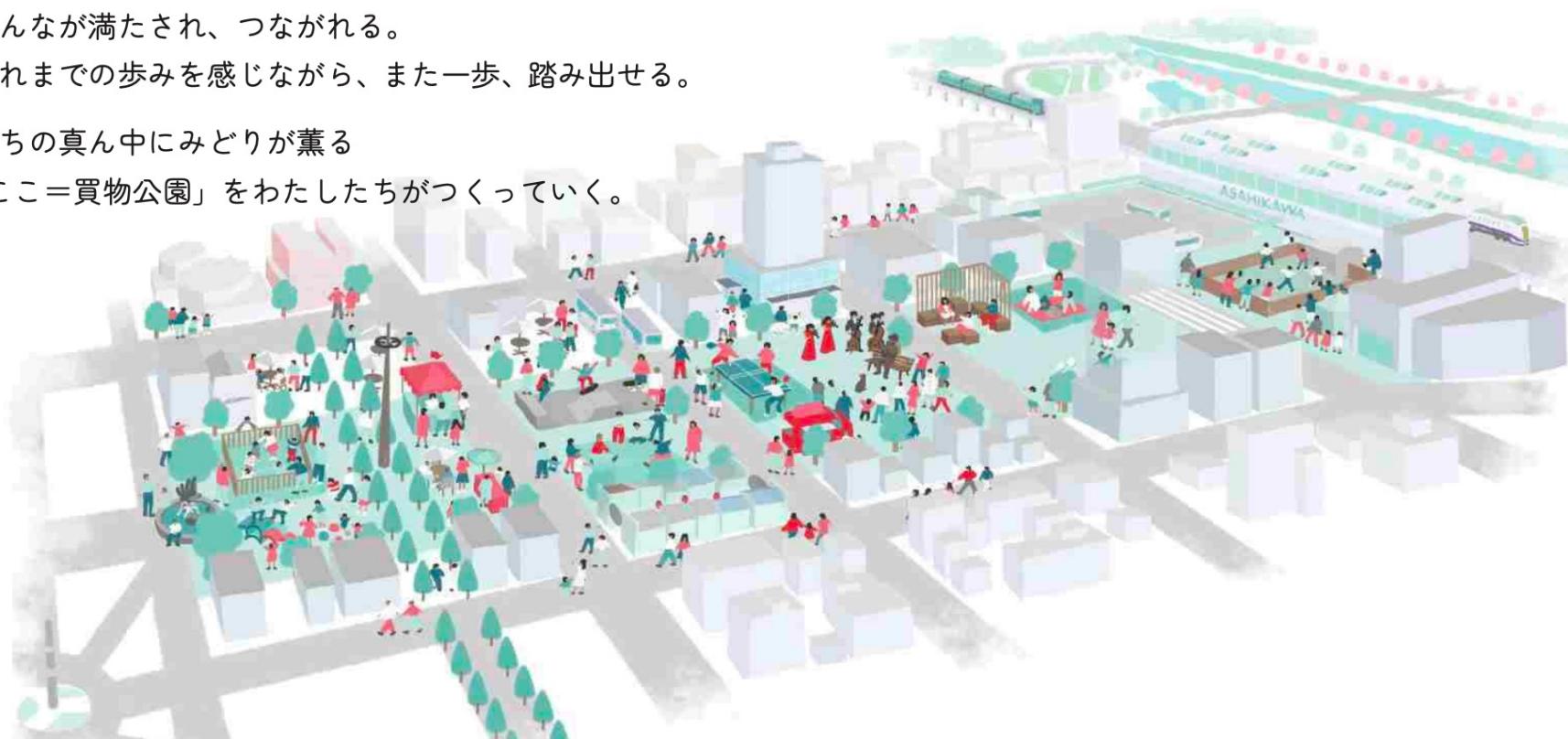
社会実験の効果検証報告

効果検証の全体像 | 「未来ビジョン」で目指す将来像

わたしの「毎日」がここにある

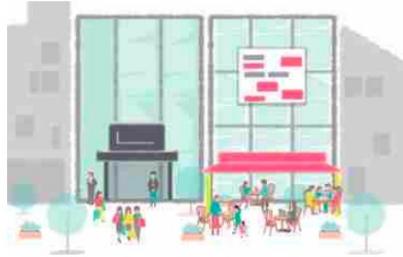
日常も非日常も、
ここで過ごすことが暮らしの一部となり、
みんなが満たされ、つながれる。
これまでの歩みを感じながら、また一步、踏み出せる。

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。



効果検証の全体像 | 「未来ビジョン」のイメージ

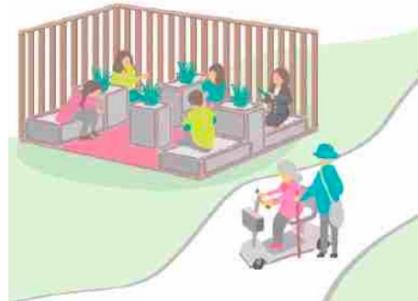
実現したいエリア全体のイメージ



01

素敵な自分で
いられるエリア

歩行空間や沿道建物のグランド
レベル、街並みなどに洗練されたデザ
インの視点を取り入れ、ここにいる
だけでおしゃれに、素敵になれる
エリアへ



02

行きたい・歩きたく
なるエリア

買い物公園エリアの効果的な情報
発信や移動しやすいモビリティの
導入により、目的があってもなく
ても、エリア全体に人が集まるエ
リアへ



03

やりたいが自由に
実現できるエリア

エリア内に点在する公共空間や沿
道の空き店舗・空き地などを活用し、
利用しやすい仕組みを考え、みんな
のやりたいことが常に取り組め、
つながれるエリアへ

効果検証の全体像 | 位置付け

- ・未来ビジョンの実現のための社会実験→「未来ビジョン」の実現につながっているかを確認

未来ビジョンのイメージ

01
素敵な自分で
いられるエリア

02
行きたい・
歩きたくなるエリア

03
やりたいが
自由に実現できる
エリア

効果検証の指標(調査項目)

0 滞在空間の利用機会、
交通手段(基礎情報)

1 沿道(建物)への立ち寄り
(来街目的、回遊スポット数)

2 滞在空間の居心地
(利用者満足度、居心地・滞在時間)

3 エリア内外の回遊状況
(新たな移動行動、利用者数)

4 あってほしい活動がうまれているか、
やりたい活動ができるか(活動の種類)

5 (バスキングエリアについて)申請利便性
利用ポテンシャルがある人がどのくらいいるか

6 社会実験期間中の
出店者数・利用満足度

7 地域のナイトタイムエコノミーへの
効果・波及効果

調査方法

01 アクティビティ調査

実験期間前・期間中に来街者のカウント調査を実施

02 居心地の良さを測る指標調査

実験期間前・期間中にカウント調査を実施

03 通行量調査

実験期間中に歩行者・自転車通行量カウント調査を実施

04 来街者アンケート

実験期間中に紙・Webで調査を実施

- 外国人対応のため、日・英・中の言語対応を行い
宿泊先・国籍・訪日日程などの設問を追加
- バスキングエリアの認知度・利用意向の設問を追加

NEW

05 沿道店舗事業者アンケート

実験期間後にWebまたはヒアリングで調査を実施

06 出店者アンケート調査

バスキングエリア出店者に出店の度にWebで調査
その他の出店者にも回答を依頼

NEW

07 モニターウォーキング調査

参加者と共に実際に歩いてみて、
滞在空間に対して細かくフィードバックをもらう

効果検証の全体像 | 「未来ビジョン」の取組イメージと社会実験の内容

ありたい姿の実現に向けた基本的な取組イメージ

Action
1

誰もが

チャレンジできる場・仕組みづくり

①空き店舗・空き地などの活用促進

- ・空き店舗・空き地などの情報を共有し、活用できるフィールドを発掘することで、活用による多様な目的地を増やしていきます。

②公共空間の活用促進

- ・公共空間の利用申請手続きの簡素化を行います。
- ・誰もがチャレンジできて、新規出店しやすくなる仕組みづくりを行います。

バスキング

Action
2

みんなつながる

効果的な情報発信

①交通結節点での効果的な情報発信

- ・エリアの入口となる交通結節点を中心に、エリア全体のイベント情報やエリア内の魅力的な店舗等の情報を入手できるよう、効果的な発信を行います。

②エリアの価値を高めるための情報共有の場づくり

- ・エリアプラットフォームを中心とした、エリアの関係者間で知見や情報の共有を行います。

コンテンツ

Action
3

どんな時も

居心地よく・回遊しやすいエリア形成

滞在空間

①誰もが利用できる滞在空間（屋内・屋外）の設置

- ・人が歩いても良いと感じる距離※を意識した誰もが憩える高質な滞在空間を設置することで、滞在時間を増やします。

②滞在空間や周辺エリアとつなぐ移動手段の導入

- ・エリア内や周辺エリアとの移動をしやすくすることを目的としたモビリティ導入などにより、賑わいを広げます。

2024モビリティ

Action
4

沿道がつながる

プランディングされた一体的な街並み形成

①沿道建物などの一体的な街並み

- ・グランドレベルに開かれた魅力的なデザインと一体的な街並みを形成するため、利活用のルールづくりを検討していきます。

②エリアの求心力向上

- ・エリアの中心性を高める民間開発の誘導や老朽建物の更新、空きビル・空きテナント等の活用を推進するため、調査・検討を進めます。

効果検証の全体像 | 結果の要点整理

(0) 社会実験 全体

全体評価：社会実験の取り組みは75.5%が評価（昨年度92.4%）

認知度：昨年29.4%→今年47.4%と改善

企画評価：滞在空間の評価が最も高く、

昨年より評価が高まったバスキング・夜市が次点

滞在時間：社会実験前に比べて微増。夜市時に21時まで通行量増

これを受けて今後…

- ▶ 一定の効果・評価を確認できた。実験の次のステップを本格的に検討。

(1) 滞在空間

要望：「日陰」「座って食べられる場所」「休憩スペース」の要望高

滞在：各ゾーンで滞在者数の変化の傾向に違いあり

アクティビティ：社会実験による増加傾向が確認できる箇所がある

高校生からもゾーンごとに違う要望あり

目指す空間像の要点をまとめる。次年度以降、買物公園の空間デザインを具体的に検討。

(2) コンテンツ

総評：各ゾーンでコンテンツが多数実施され、

それぞれ個別での評価は好意的なものが多い

統合的な情報発信が不足していたと意見あり

どのような自主コンテンツの実施が

これからの買物公園に必要なのか？

エリマネ組織が実施すべき企画、役割を明確化する必要

(3) バスキング

出展者の満足度：97%と昨年より増加。次回出展意向92%。

出展場所：1条の利用が半数を占める。

種別：物販、その他（企業プロモーション）の出展が大幅に増加

売り上げ・立ち寄り数：平均18,600円/日、平均29.5人/日

管理費：今年度の価格は「高いとは感じない」の声多數

運営：負担が大きい。Instagram等のプロモーションに課題あり

バスキング利用のパターンを抽出し、管理方法や出店料などの戦略を練った上で次年度計画を作成

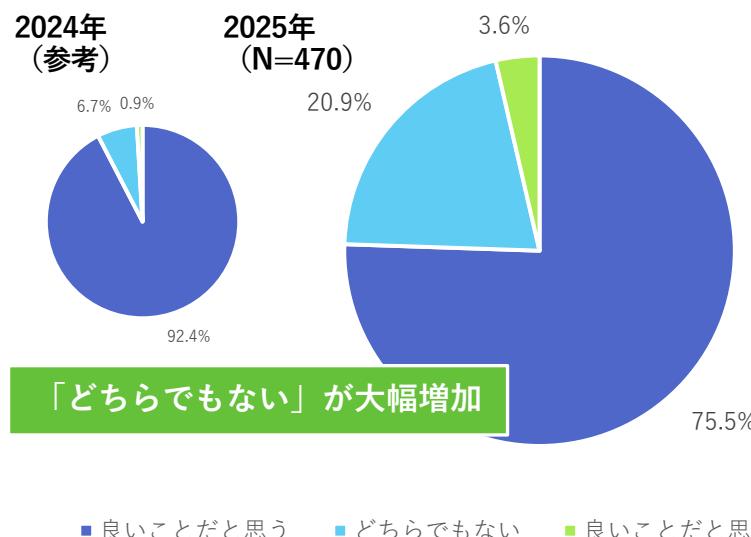
効果検証 | (0) 社会実験全体に関すること

来街者アンケート | 全体の評価

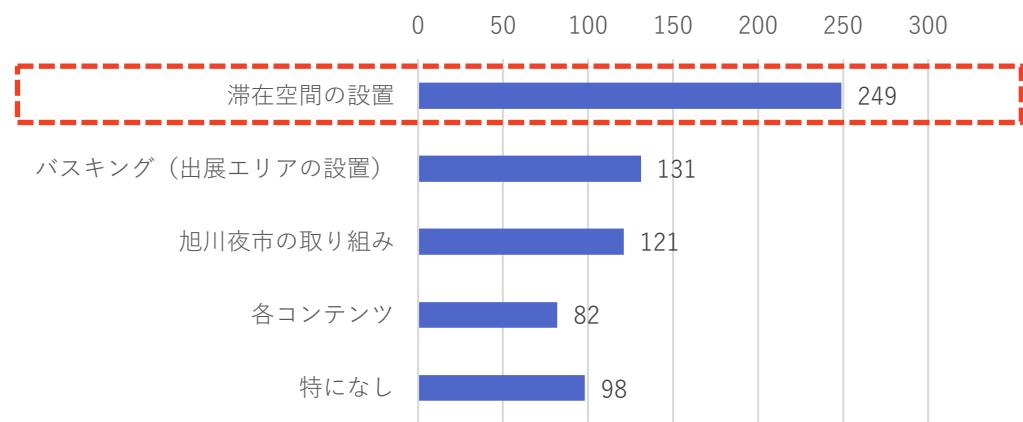
- ・社会実験の取組に対しては75%が高評価であるが、高評価割合は昨年に比べて鈍化。
- ・「滞在空間の設置」の評価が高く、継いで「バスキング」「夜市」が高かった。

(参考：昨年は、「滞在空間の設置」「イベント（コンテンツ）」「電動カート」「バスキング」の順)

◆社会実験の取り組みに対する評価



◆社会実験の取り組みで良かった点と継続して欲しい取り組み (N=458／複数回答可)



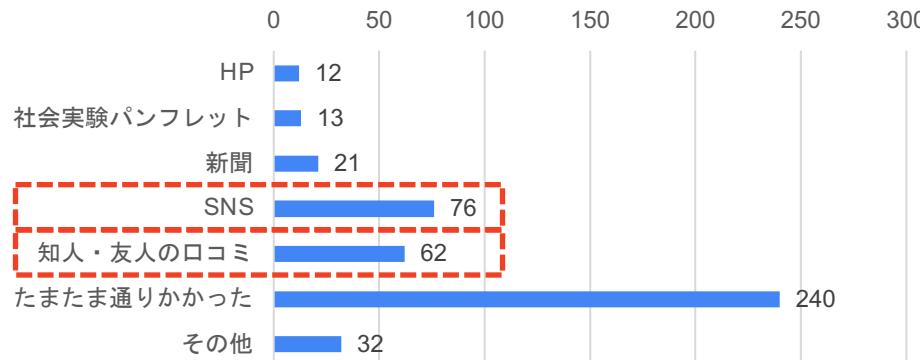
滞在空間の設置が昨年に引き続き希望が最も多いが、昨年に比べて、バスキングの評価が高まったことが注目される

効果検証 | (0) 社会実験全体に関するここと

来街者アンケート | 認知度および来訪目的

- 社会実験の認知度は、昨年29.4%→今年47.4%と改善したが、未だ半分以上が社会実験を知らずに来訪している。SNSおよび口コミによる認知向上の割合が大きかった。

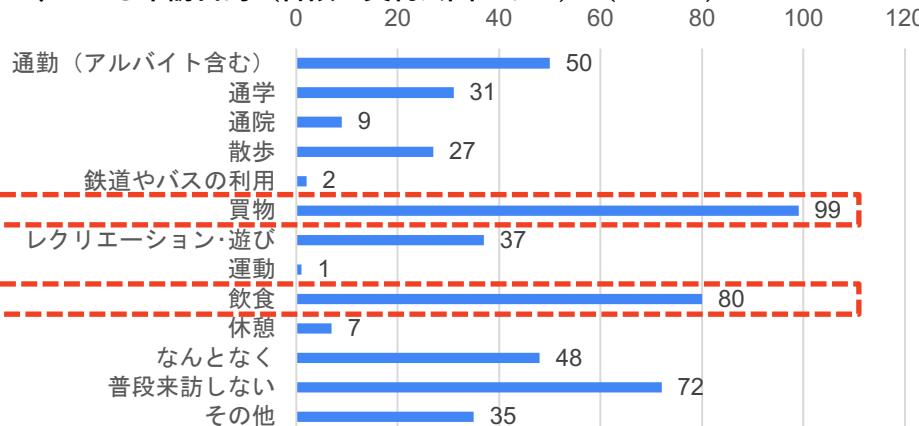
◆社会実験の認知の契機 (N=456)



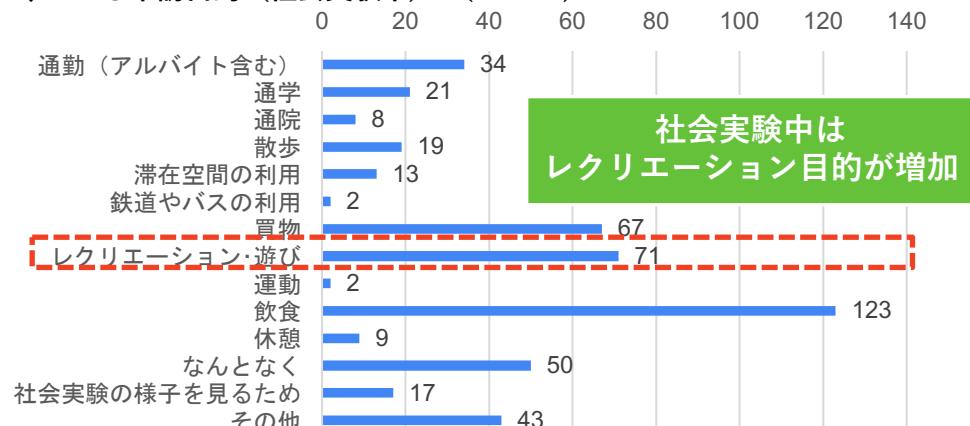
◆社会実験の認知の契機のパーセンテージ比較

認知の契機	2024	2025
HP	11.0%	2.6%
社会実験パンフレット	3.7%	2.9%
新聞	1.8%	4.6%
SNS	3.3%	16.7%
知人・友人の口コミ	4.8%	13.6%
たまたま通りかかった	70.6%	52.6%
その他	4.9%	7.0%

◆主たる来訪目的 (普段の買物公園エリア) (N=498)



◆主たる来訪目的 (社会実験中) (N=479)

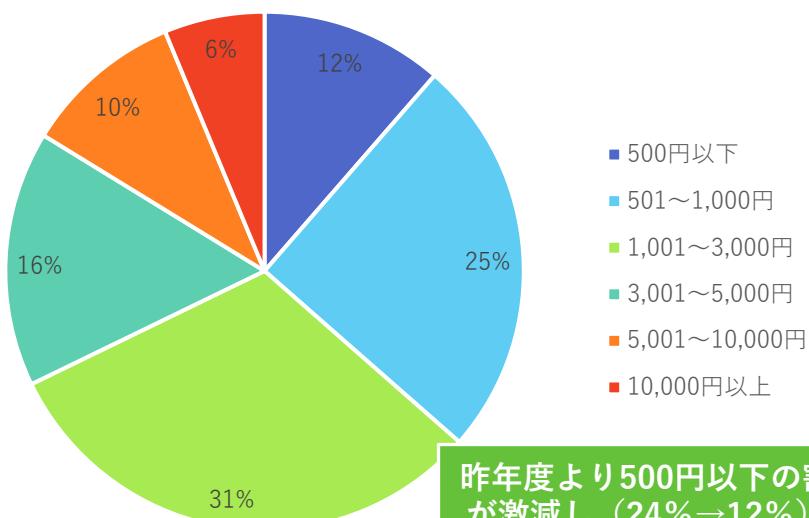


効果検証 | (0) 社会実験全体に関するここと

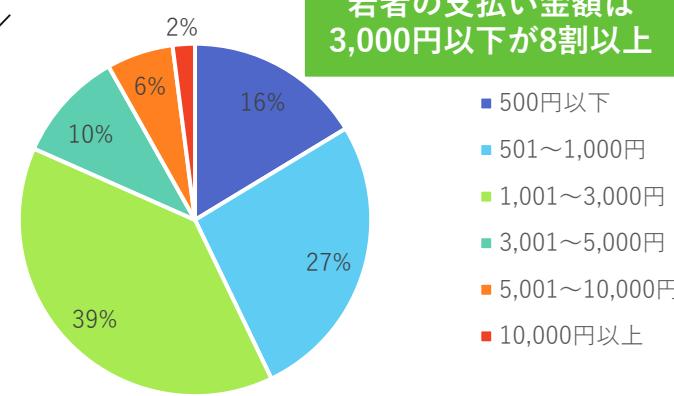
来街者アンケート | 来街時の支払い金額

- 回答者の半分以上は「1,000円以上」の支払いをしており、特に40代以上では7割程度が「1,000円以上」の支払いをしている。

◆来街時の支払い金額 (N=351)



◆来街時の支払い金額／20代以下 (N=351)



◆来街時の支払い金額／40代以上 (N=139)



◆主な用途（購入・飲食）

飲み物、食品購入、飲食店利用が多い。その他、日常の買い物等の回答も目立つ。

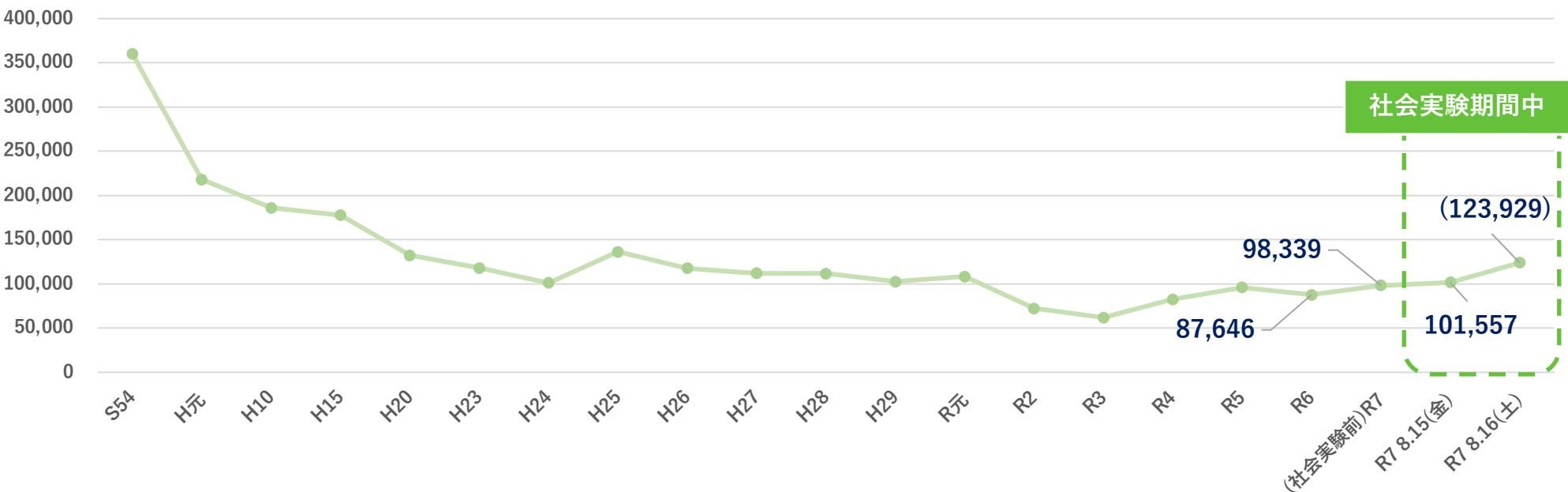
効果検証 | (0) 社会実験全体に関するここと

通行量調査

- 実験期間中、地点でビデオ撮影等を行い、歩行者・自転車通行量をカウント。
- 経年比較できる11地点合計の通行量（推計）では、
社会実験期間中の通行量が社会実験前を上回った。

調査箇所（観測断面）	調査日
①イオンモール前	8/15(金)
②ツルハ（旧西武A館）前	8/16(土) ← ②⑤のみ
③マルカツ前	8/29(金) ← ②⑤の17-21時のみ
④オクノ前	
⑤秋田堂前	
⑥まちなかぶんか小屋	

◆買物公園11地点通行量の推移（人/12時間）



R7.8.15(金)は6地点、R7.8.16(土)は2地点の計測結果からの推計値。

効果検証 | (0) 社会実験全体に関すること

通行量調査

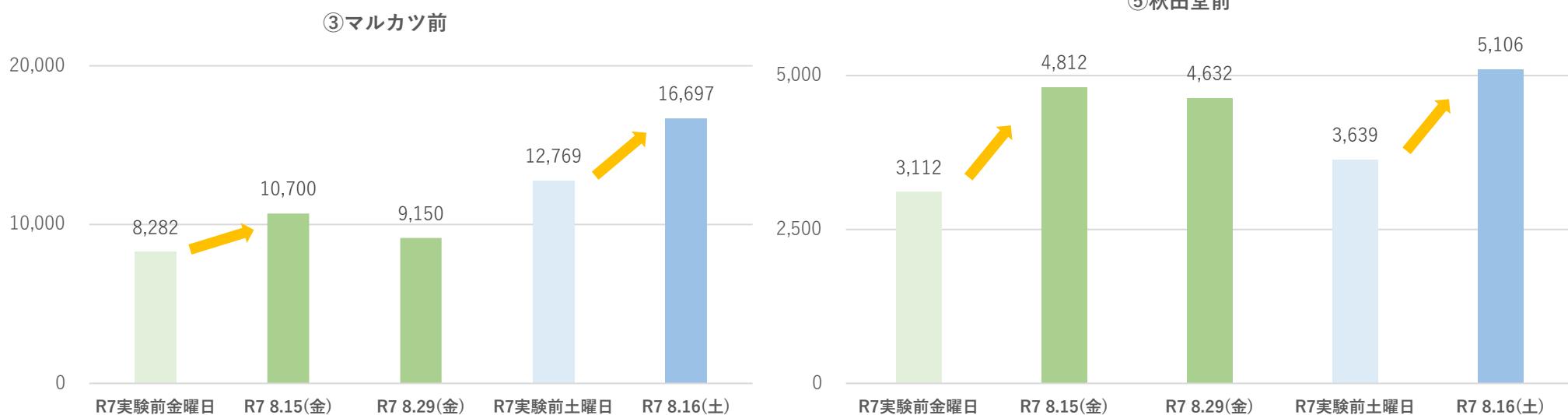
- ③マルカツ前（2条）と⑤秋田堂前（5条）で比較すると、

社会実験前と期間中の同じ曜日での比較において、

期間中の通行量が各日とも上回る結果となった。

金曜日・土曜日ともに
一定程度の増加が見られた
(お盆休み期間の影響も
大きかったと想定される)

◆社会実験前と期間中の通行量(人/10時間)



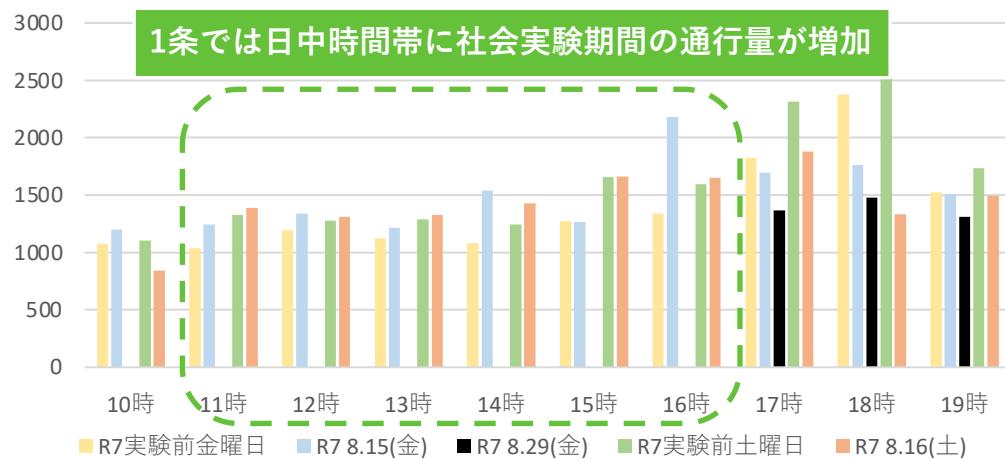
③のR7 8.16(土)とR7 8/29(金)は他地点の計測結果からの推計値。また、8/29(金)の10時間通行量は17-21時の計測結果からの推計値。

効果検証 | (0) 社会実験全体に関すること

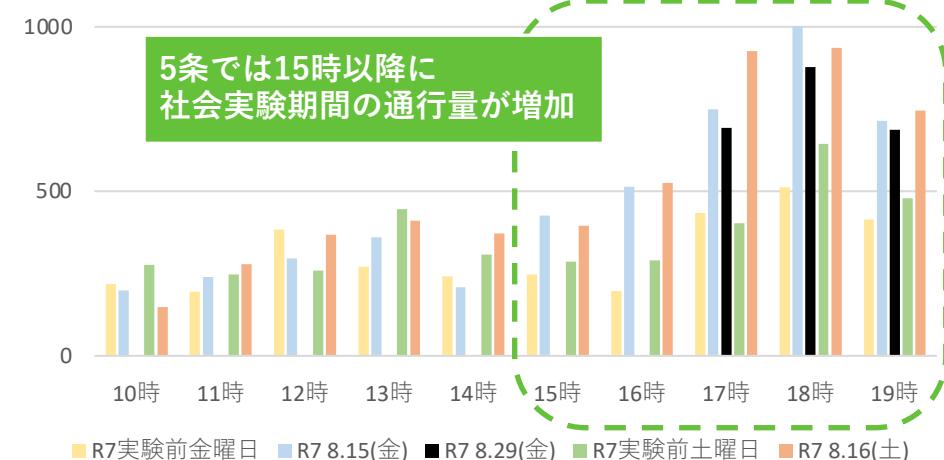
通行量調査

◆社会実験前と期間中の通行量(時間別比較)

②ツルハ（旧西武A館）前



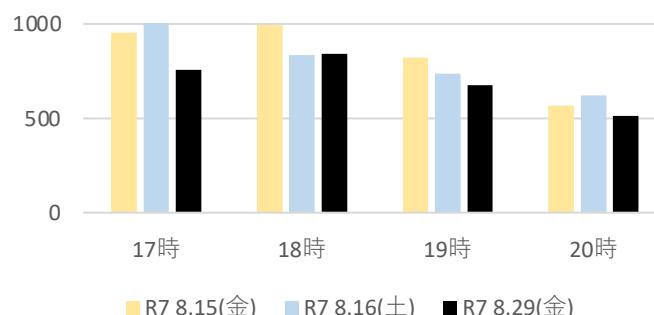
⑤秋田堂前



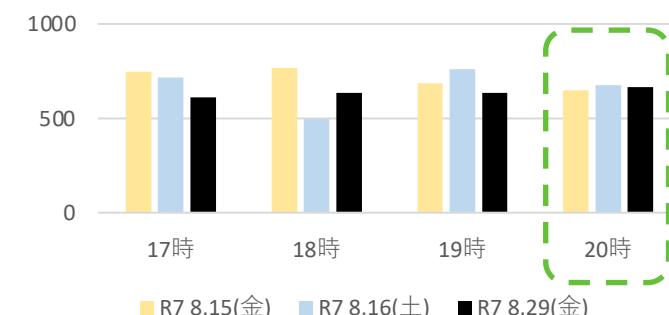
◆社会実験期間中の一般の日と夜市開催日（8/29）の通行量(夕方時間帯の時間別比較)

夜市開催日は20時過ぎまで通行量が減らない傾向

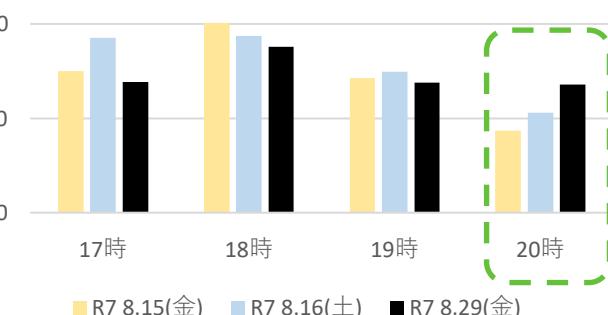
②ツルハ（旧西武A館）前：南→北



②ツルハ（旧西武A館）前：北→南



⑤秋田堂前



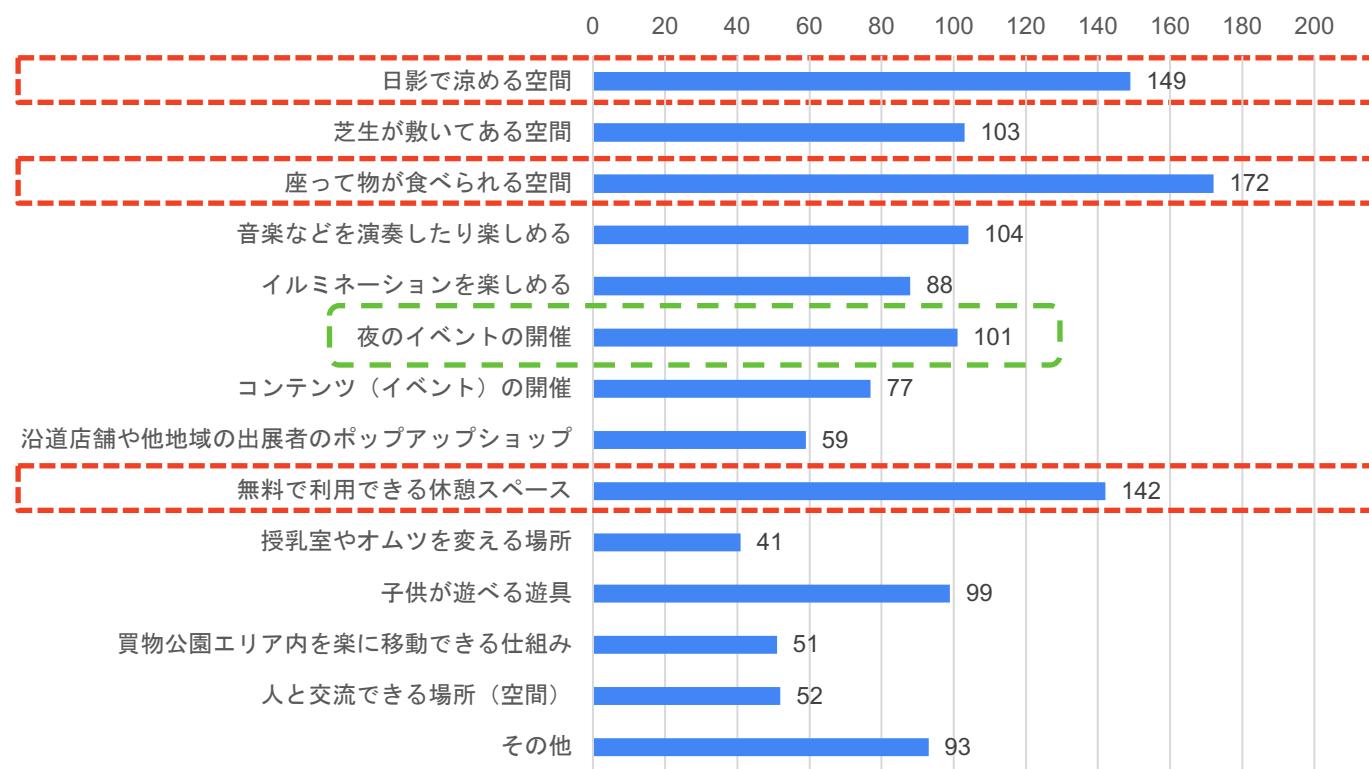
1条南→北では夜市による19時以降の通行量増加は認められず

効果検証 | (0) 社会実験全体に関するここと

来街者アンケート | 買物公園にあったら良いもの

- ・来訪したくなるためにあつたら良いものについては、「日影で涼める空間」「座って物が食べられる空間」「無料での休憩スペース」が多くを占めた。

◆あつたらいい・設置する価値を感じるもの (N=452／複数回答可)



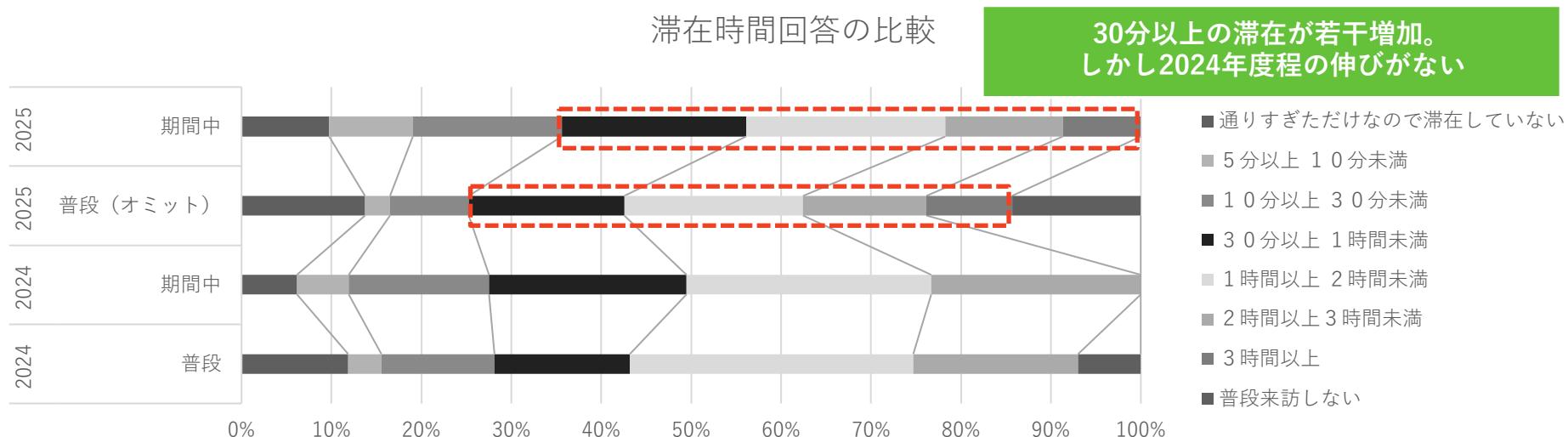
昨年度「食べあるきができる空間」の選択肢を、今年度「座って物が食べられる空間」と変更したところ、回答割合が増加し1位となった

今年度新設した選択肢「夜のイベントの開催」が、芝生や音楽演奏等と並び、大きな割合を占めた

効果検証 | (1) 滞在空間に関するここと

来街者アンケート | 滞在時間

- ・社会実験期間の滞在時間は、普段と比較して「30分以上」の滞在が2.7%増加。（昨年7.6%）



◆社会実験中の滞在時間／普段週1回以上来街する方 (N=195)



◆社会実験中の滞在時間／普段月に2・3回～年1回程度来街する方 (N=130)



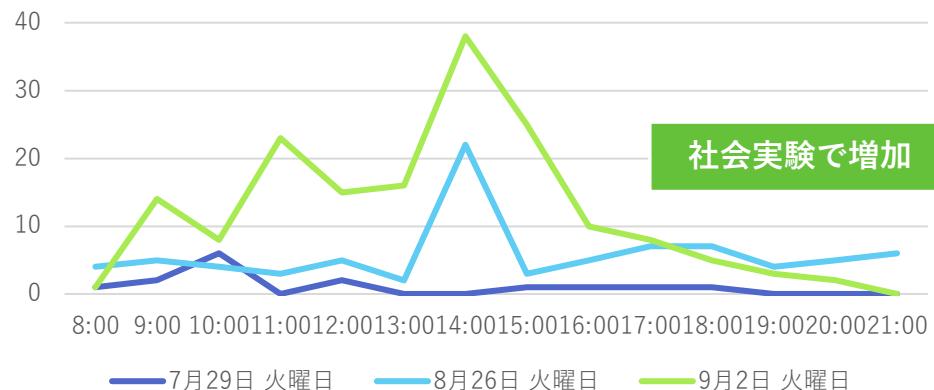
普段頻繁に来ない方でも、長時間（30分以上）滞在が多く見られた

効果検証 | (1) 滞在空間に関するここと

アクティビティ調査

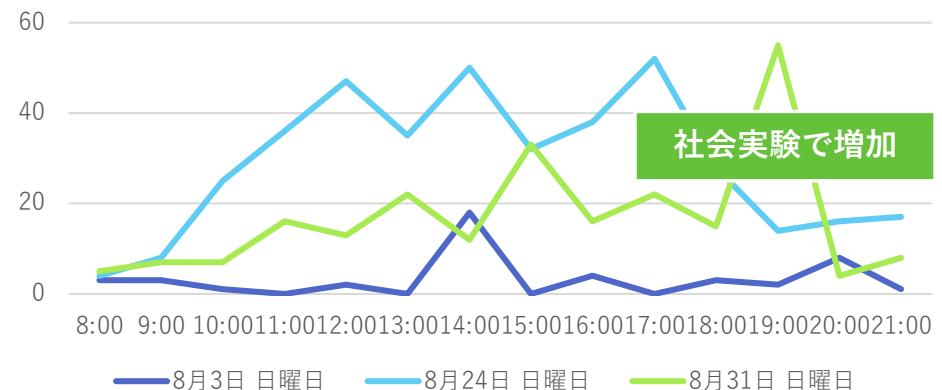
ゾーンI (1条) の滞在者数

火曜日における比較



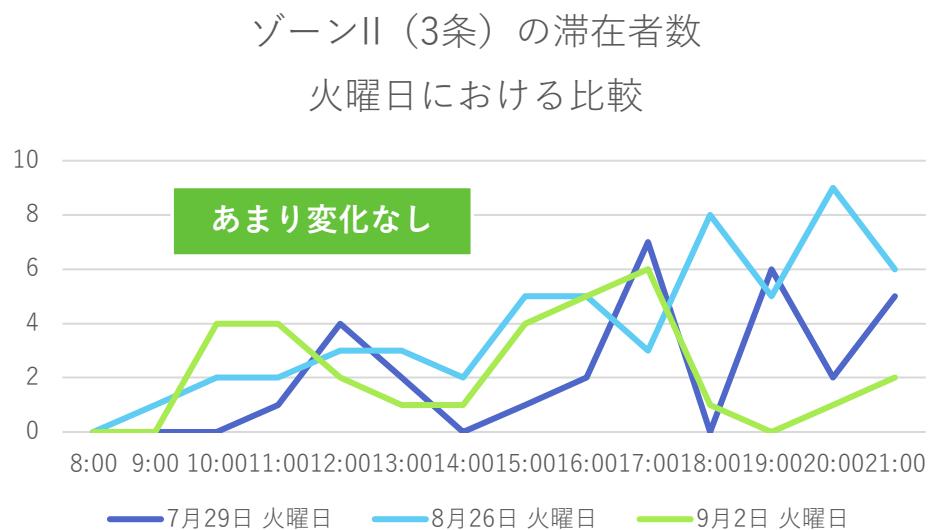
ゾーンI (1条) の滞在者数

日曜日における比較



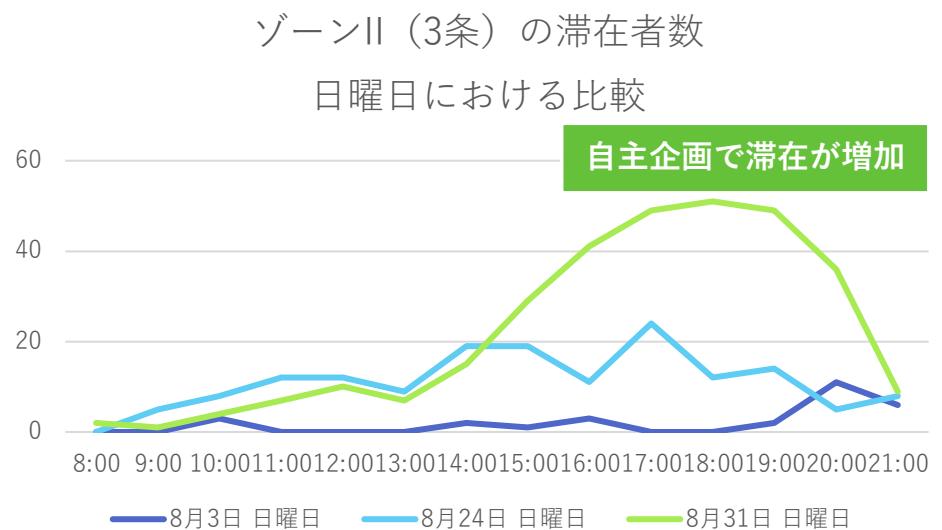
ゾーンII (3条) の滞在者数

火曜日における比較



ゾーンII (3条) の滞在者数

日曜日における比較

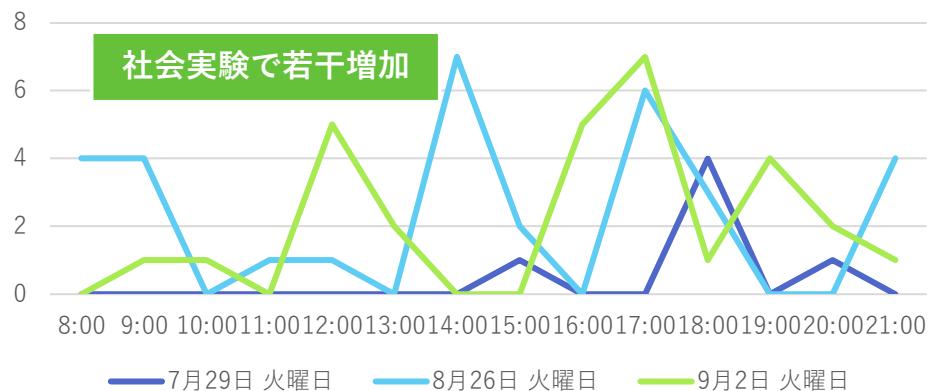


効果検証 | (1) 滞在空間に関するここと

アクティビティ調査

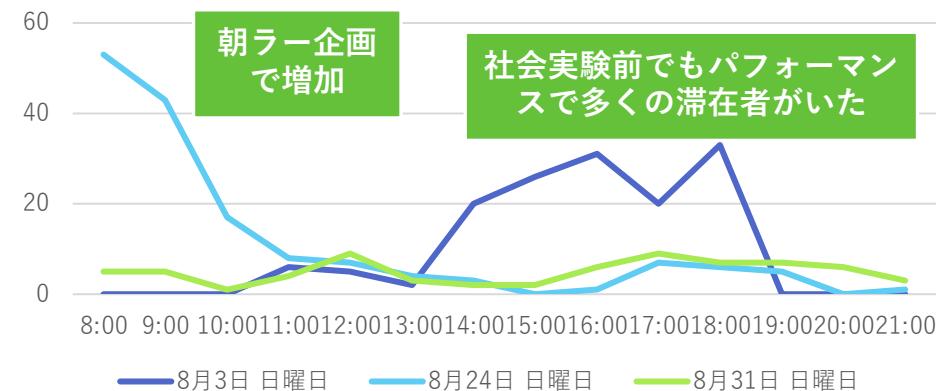
ゾーンIII (5条) の滞在者数

火曜日における比較



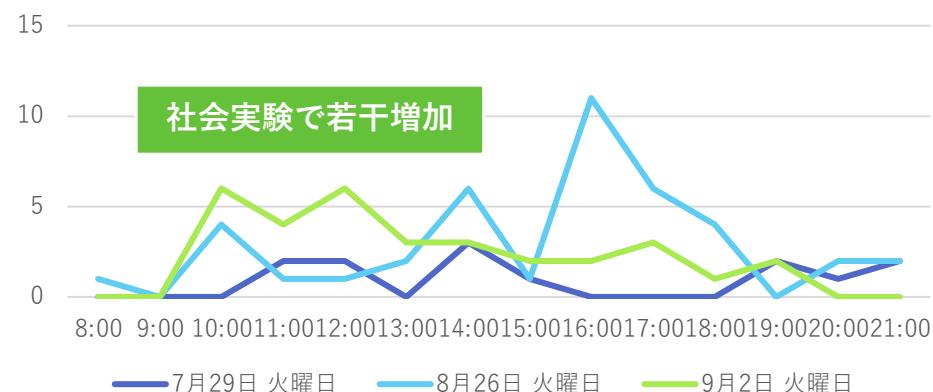
ゾーンIII (5条) の滞在者数

日曜日における比較



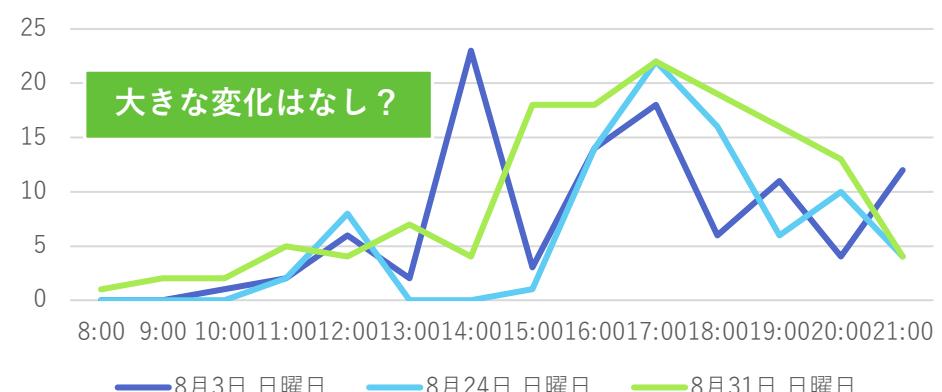
ゾーンIV (7条) の滞在者数

火曜日における比較



ゾーンIV (7条) の滞在者数

日曜日における比較

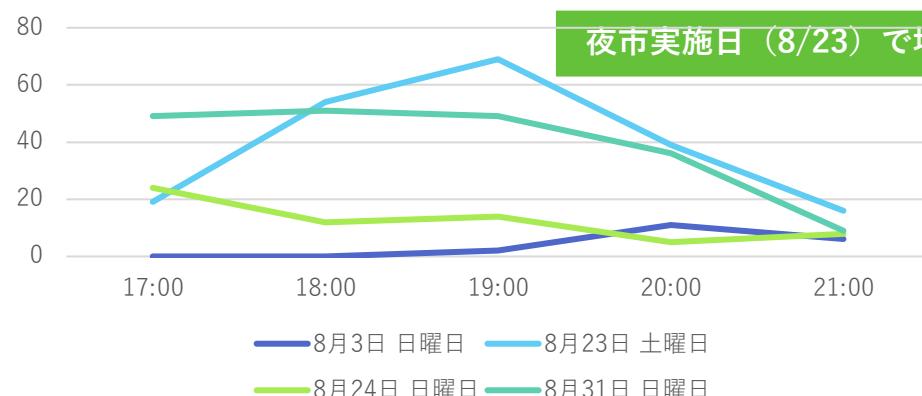


効果検証 | (1) 滞在空間に関するここと

アクティビティ調査

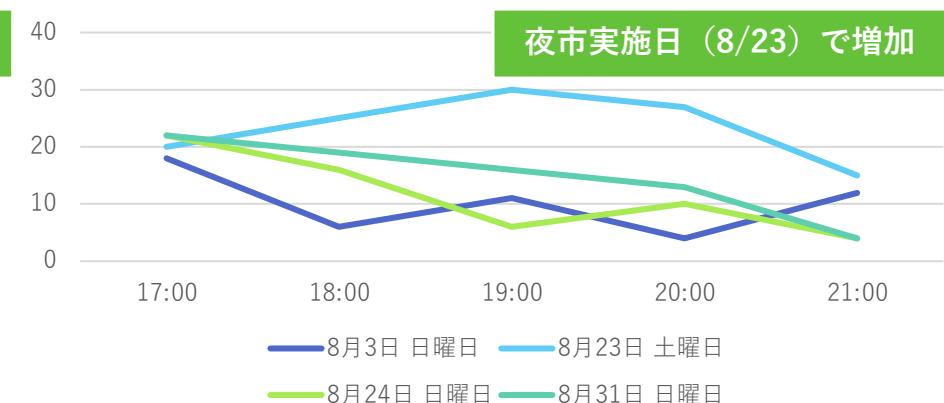
ゾーンII (3条) の滞在者数

夜市時間帯における比較



ゾーンIV (7条) の滞在者数

夜市時間帯における比較



単純な滞在者数の比較でも、社会実験による増加傾向が確認できる箇所がある。

什器の設置効果の分析（ゾーンごとの増加率の比較）は今後の分析調査待ち。

（今後の分析：昨年との比較、グループや属性ごとの分析、アクティビティの種類の分析）

効果検証 | (1) 滞在空間に関するここと

高校生ウォーキングモニター調査

► これからの中核部や買物公園は、どんなことができる空間になっていくと良いでしょうか。

1条近辺	3条近辺	5条近辺	7条近辺
<ul style="list-style-type: none"> ・<u>わいわい</u>できる空間 ・<u>ジェンガ・ハンモック</u>はそのまま置いてほしい ・駅前としての空間となってほしい 	<ul style="list-style-type: none"> ・おしゃれな空間 ・TVゲームはずっと設置してほしい ・<u>より遊べる空間</u>がほしい ・気軽にお店に入れる雰囲気が欲しい 	<ul style="list-style-type: none"> ・<u>はっちゃけられる</u>空間 ・屋台があってもいい ・<u>飲食に特化</u>した空間 	<ul style="list-style-type: none"> ・文化的な空間 ・より<u>自然や水</u>などがほしい ・<u>文化活動</u>・市民活動の空間

► 「まちにち計画」の滞在空間を見て、良いところ、よりよくできるところ、気づきを教えてください。

1条近辺	3条近辺	5条近辺	7条近辺
<ul style="list-style-type: none"> ・<u>外で楽しめるグルメの出店と、食べる場所</u>が設置されており良い ・日陰は一見何かわからない ・メッセージボードが欲しい ・<u>クッション</u>がいい ・くつろげる空間になっていて好印象 ・雨の日が大変そう ・子供から大人まで楽しめていい ・<u>周囲から少し隠れた休める空間</u>があるといい ・裸足のエリアがほしい 	<ul style="list-style-type: none"> ・沿道店舗の雰囲気に合わせ、<u>路上にも飲食のしやすいしつらえ</u>があってもいいと思う ・ゲームイベントがよかった ・高校生が入りやすい雰囲気のお店が少ない ・<u>学生向けのお店</u>がほしい ・外から店舗の様子が見えるといいと思った ・学生も大人も楽しめるコンテンツと滞在空間であった 	<ul style="list-style-type: none"> ・<u>イベント告知など</u>をフードテラスの中や、ガラス面でしてほしい ・ハレテの割引券を配るなどできるといい ・<u>日陰の空間</u>が少ない ・<u>学生向けの価格設定のお店</u>が少ない ・フードテラスの中をうまく使えるといい ・開放的で、おしゃれな印象であった 	<ul style="list-style-type: none"> ・絵本を外で読めるような空間になっていていい ・珍しい楽器を設置するといいかも ・<u>落ち着ける場所づくり</u>になっている ・高校生にとっては入口になる ・アート系のコンテンツがほしい ・<u>自然が素敵</u>。フリーマーケットやピクニックなどと相性がよさそう

「滞在」そのものを主目的として交流や飲食ができる場所

3条～5条では、店舗（飲食等）と一体となった空間利用イメージが多い
生徒・学生がより使える飲食、ゲームなどが不足

7条は自然・文化の拠点イメージ
高校から見た入口側

効果検証 | (3) バスキングに関するここと

バスキング出展者アンケート | 出展数

昨年は57件（総申込応募者）／123件（総出展回数）
1日あたり出展回数は昨年とほぼ同じ

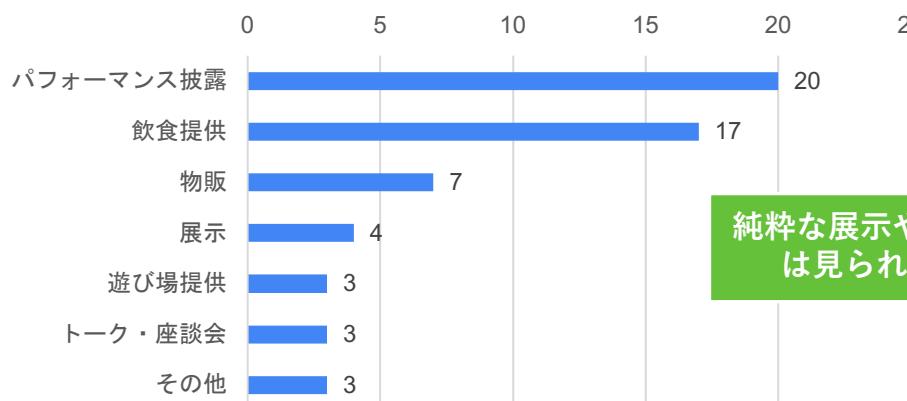
①総申込応募者数：62件

②総実施事業者数：57件（その外、市と協力団体が9件あり、総数は**66件**）

③総出展実施回数：189件（その外、市と協力団体が14件あり、総数は**203件**／1日あたり4.95件）

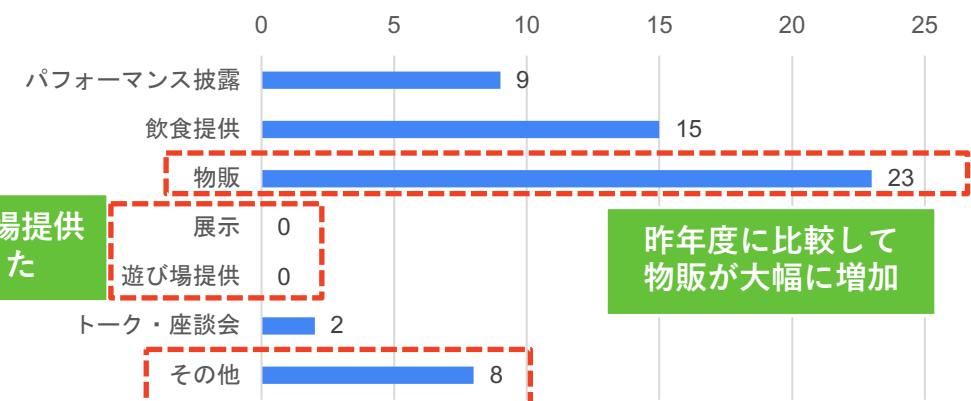
（申込データより）

◆2024年度のバスキング出展者の出展形態 (N=57)



純粹な展示や遊び場提供
は見られなかった

◆2025年度のバスキング出展者の出展形態 (N=57)



パフォーマンスの値は減少したが、
自主コンテンツ内での演奏出演等もあったため
パフォーマンスの総数として減少したわけではない

昨年度に比較して
物販が大幅に増加

その他の内訳としては、
企業・店舗プロモーションが多い

効果検証 | (3) バスキングに関すること

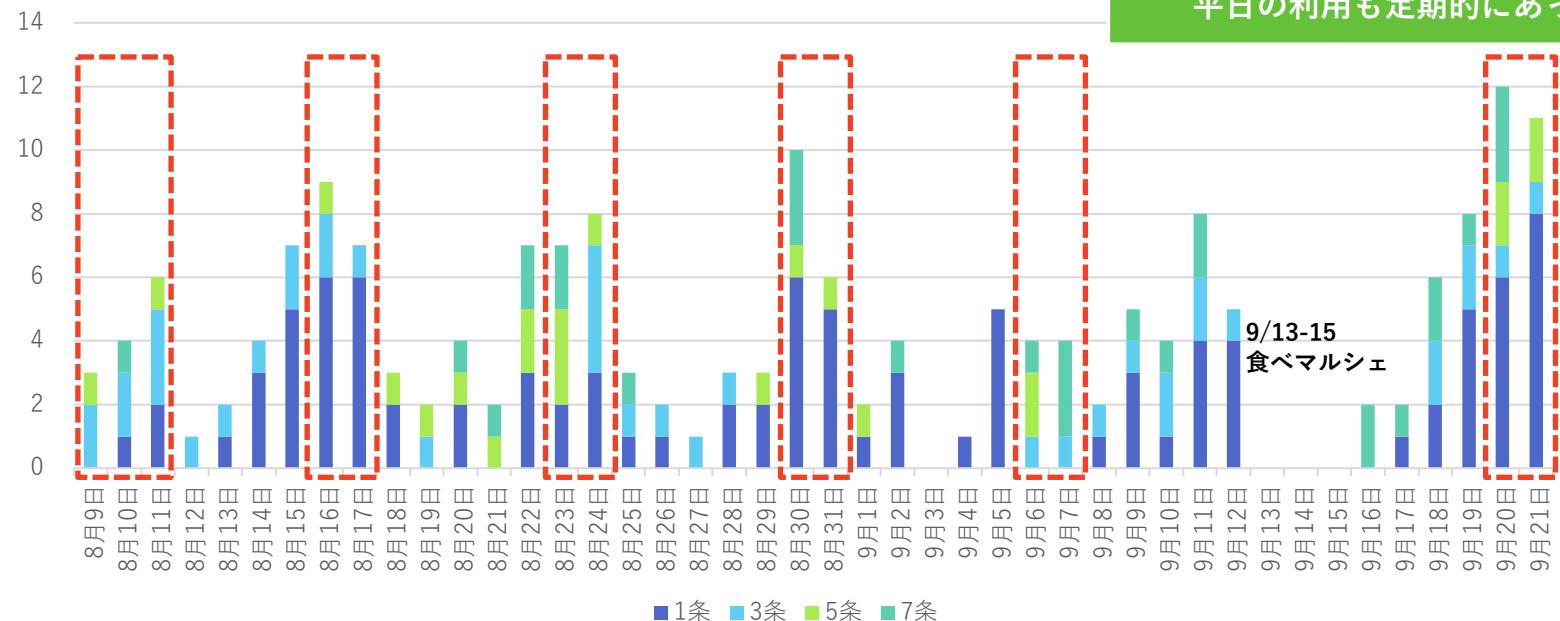
バスキング出展者アンケート | 出展数

- 期間中の単純総出展数のうち、およそ半数が1条での開催であった。

◆ゾーンごとのバスキング単純出展数
(自主企画・夜市を除く。申込データより)



◆各日ごとのバスキング出展数 (自主企画・夜市を除く。申込データより)

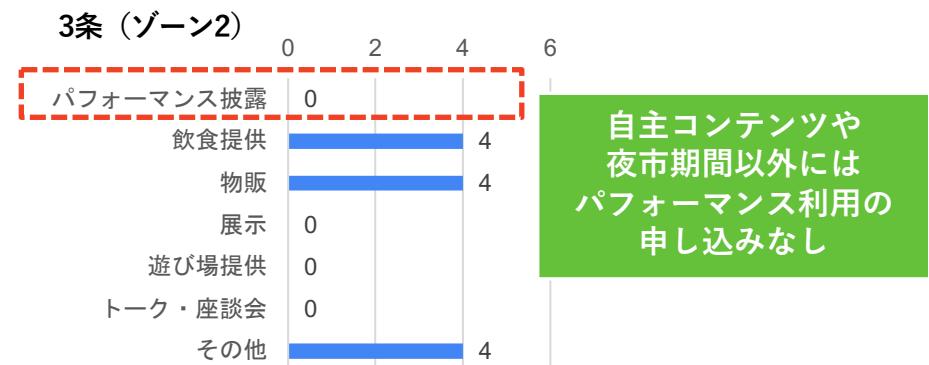


効果検証 | (3) バスキングに関すること

バスキング出展者アンケート | 出展数

- 期間中の単純総出展数のうち、およそ半数が1条での開催であった。

◆ゾーンごとのバスキング出展者の出展形態（出展者数ベース／申込データより）

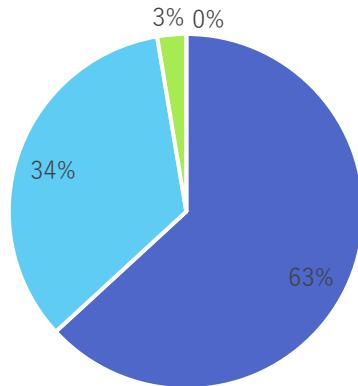


効果検証 | (3) バスキングに関すること

バスキング出展者アンケート | 出展の満足度と申請に対する意見

- ・出展者満足度は2024年度に比べて増加 (89%→97%)。申請プロセスも概ね高評価であった。

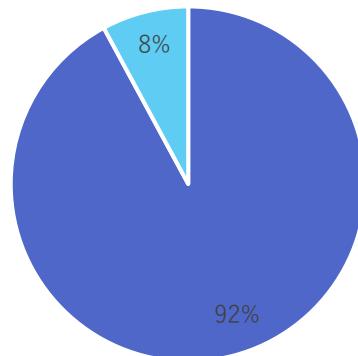
◆出展者満足度 (N=38)



満足度は昨年より増加

- 1 満足した
- 2 やや満足した
- 3 やや不満
- 4 不満

◆申請に関する意見 (N=38)



申請に関しては昨年と大きな変化なし

- 特に申請の問題はなかった
- 申請しづらかった

満足・やや満足の方の意見

- ・申請も手続きも簡単で、椅子やテーブルなども使いやすかった。
- ・何より楽しかったので、満足です。
- ・初めての出店でしたが、赤坂さんをはじめとしたスタッフの皆さんに良くしていただき気持ちよくお店ができました。
- ・駅から近く音を鳴らせばすぐにお客様が足を止めていただき、お客様もとてもあたたかく良かったです。
- ・設備や連絡など、とても丁寧で優しく対応していただき、本当に感謝です。
- ・Instagramなどで、アピールしていただけたら嬉しかったなーと思いました。

やや不満の方の意見

- ・椅子が途中で回収されることを突然告げられ場所変更を余儀なくされた。空いている希望スペースに移れたので結果的に助かった。空いてなかつたら、続けることができなくて困った。流されるアナウンスの音量が大きかったです。

「問題はなかった」方の意見

- ・申請フォームが非常に便利でした。
- ・わかりやすかった。
- ・オンラインで使用許可まで取れるのはとても簡単で良い。
- ・ライナーでまちにち計画様を知り、そこからInstagramへ。そのあともスムーズに気軽に申請出来て良かったです。

「申請しづらかった」方の意見

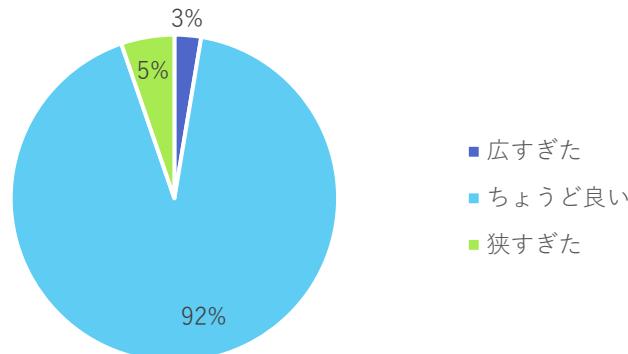
- ・空いている日程がみやすかった (引用者註: 誤記の可能性あり)
- ・過去の日付けから表示されていたので、1ヶ月見間違えていました。

効果検証 | (3) バスキングに関すること

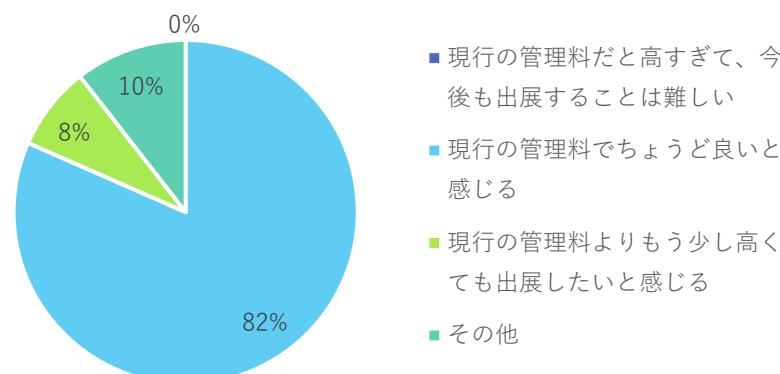
バスキング出展者アンケート | 区画の大きさ及び管理料に対する意見

- 区画（空間）と管理料については概ね評価されているが、区画標示等の改善点が浮かび上がった。

◆出展区画の大きさに関する意見 (N=38)



◆出展の管理料に関する意見 (N=38)



出展を有償化したが、出展料を徴収することへの不満は少ない

出展空間に対する意見

- 空間はとても良い
- 電気と水道も使わせもらえたので、特に不満はなかったです
- 申し込み時のブースブロックの写真があるとイメージしやすいです。見取り図だけですと少しわかりにくいと思いました。
- タープ常備してもらえたなら嬉しい。
- 3条から7条は人通りも、だんだん寂しくなってくるので、そういったアプリやスタンプラリー的なものや普段からあるお店とコラボなど可能な範囲で、巡る楽しみもあったら人通りも増えるのかな?と思いました。
- 雨の時、避難するのが大変なのと陽射しも強いのでテント設営してくれた方が出店する方は良いのかもしれませんと思いました。(出店料が高くなつても)
- 出展スペースごとに印と、ブース名があって欲しかった。印は終盤はなくなりました。
- 人工芝が良かった。

出店の管理料に対する自由記述意見

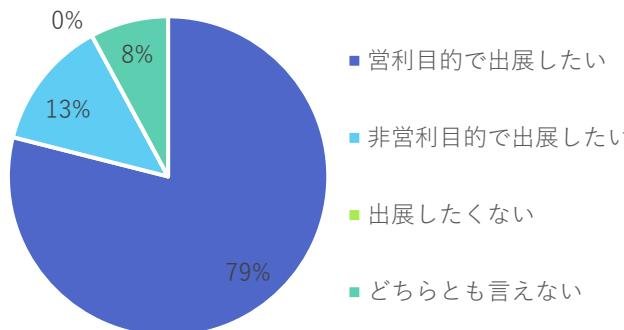
- 今回参加した他の店舗さんにもお話を聞きましたが、必ずしも1条の方が5条よりも売り上げがいいとは限らないので、エリアで値段を変える必要はないと思いますが、週末や祝日よりは平日の料金を安くするのはいいかもと思いました
- 価格の差は良いと思います。何日も出店される方には、割引とかあると良いかと思います。
- 前回無料からの有料化で高く感じました。エリア価格の差を無くし、平日と土日祝で差をつけても良いかもしれません。
- 思っていたより安くてびっくりしました。
- 売り上げ歩合制にもらえたならうれしいけど…十分安価で利用させていただいたなと思っています。

効果検証 | (3) バスキングに関すること

バスキング出展者アンケート | 今後の出展意向と夜市・夜間時間帯に関する意見

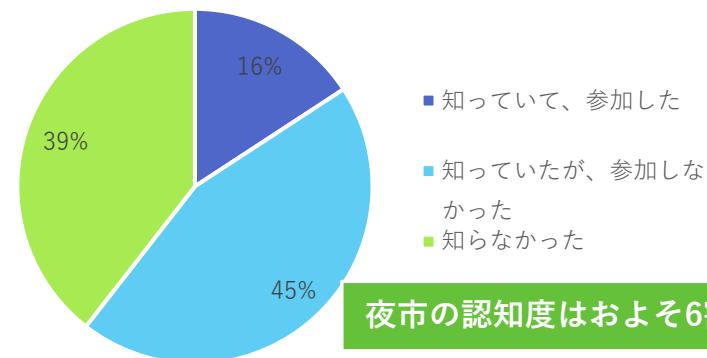
- 今後の出展を希望する割合が92%であった。夜間時間帯の出展意向も一定程度確認された。

◆将来的な出展の意向に関する意見 (N=38)



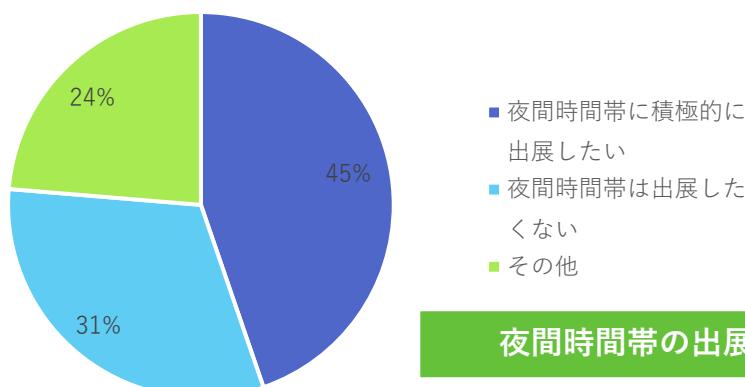
出展希望割合は92%であり、営利目的が多数

◆旭川夜市に関する意見 (N=38)



夜市の認知度はおよそ6割

◆将来的な夜間時間帯の出展意向について (N=38)



夜間時間帯の出展

夜間時間帯に対する自由記述意見

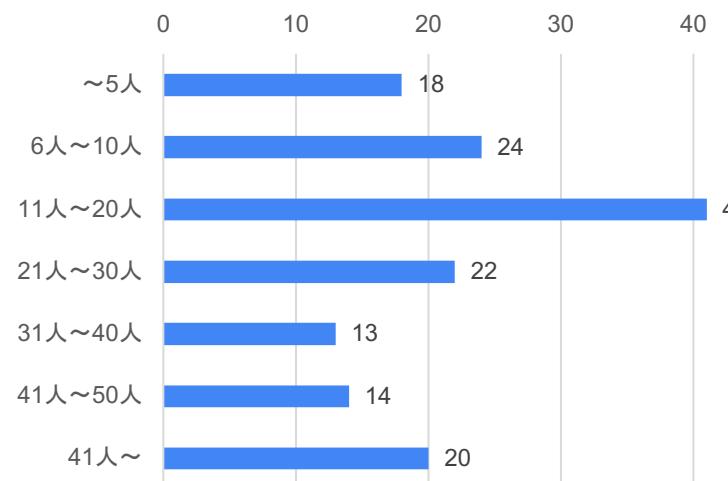
- 夜間の難しさをかんじた
- 夜だと明かりが必要になったりもするので、そのあたりが上手いくのであれば（自分で用意できなくても）出店するかも？です
- 出店は興味あるが、家族構成上、また安全面考慮すると難しい部分がある
- 照明などのサポートがあれば検討したい
- 集客ができるか心配なため、出店するのであればグループなどで出店したいと思います。

効果検証 | (3) バスキングに関するここと

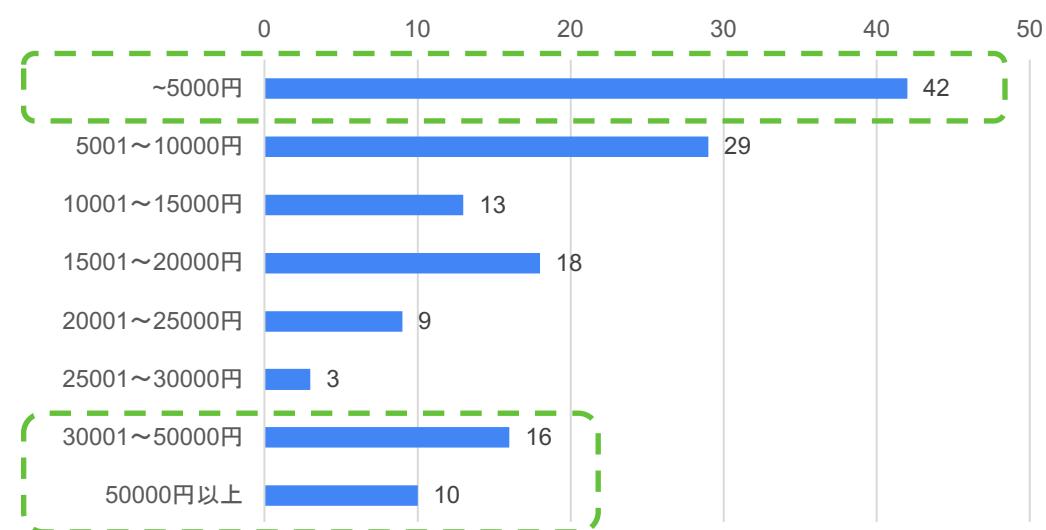
バスキング出展者アンケート | 来訪人数と売上

- 全ゾーンでの出展者対象とした1日あたりの来訪人数は、平均約29.5人（中央値20人）。
- 1日あたりの売上は、平均約18,600円（中央値10,000円）。

◆1日あたりの来訪人数 (N=152)



◆1日あたりの売上 (N=140)



5,000円以下の売り上げは
ハンドメイド雑貨販売、
ビール販売などの小規模店舗が主

数万円を超える多額の売り上げは、パフォーマンスや
ゾーン4（7条）の飲食などに見られた

効果検証 | (3) バスキングに関すること

バスキング出展者アンケート | バスキングエリアの運用について

- ・運用面においては、悪天候時の対応を望む声、保健所や消防への申請に関するより一層の対応を求める声があった。
- ・Instagramを含む広報の拡充を求める意見が見られた。

夜間時間帯に対する自由記述意見

- ・期間中に撤去などのルールが変わる場合、分かりやすく周知して欲しい。
- ・出店が決まって、休んでも休まなくても出店料はかかるのならば、天候が酷い時の中止した場合は出店料を取らないで欲しいと思いました
- ・飲食店の出店の場合保健所に申請する時にイベントに関連する出店でなければいけないのですが、まちにち計画自体はイベントではないということで、まちにち計画期間中に行われる出店と同日のイベントに関連する屋台として出店。イベントがそれぞれ違ったので、保健所への手数料が一万円近くなってしまいました。
- ・個人的には、まちにち計画自体がイベント扱いになって、出店者はまちにち計画への出店の方がわかりやすいし参加もしやすいと思います。あと消防署への許可申請は基本イベント主催者がまとめて申請することになっているようで、そこもご一考頂ければと思います。
- ・音響に関して、使用スピーカーは出力200W以下が調度良いと思いました。買物公園は建物による音の反響もあるためです。
- ・担当者が挨拶に来てくれることでコミュニケーションが取れたのはよかったです。
- ・エリアごとにある、今日のスケジュールに名前がどーんと描いてあって驚きました。お店の名前で載せるとか、本名載せるとか事前に教えていただけるともっと良いかと思います。
- ・バスキングだと、Instagramの広告が難しいのかな?と思いながらも相談したら載せていただけとてもありがたかった!他のバスキングの方も、Instagramに載せてほしいという方がいらっしゃったので、こういう方法で載せれますよ!というアナウンスあると嬉しい。やはり集客に大きな違いがあると思うので。

3

検証結果を踏まえた次年度の活動方針

今までの振り返り

2023年度

R5

- ・あり方検討会議（全8回）：現状分析と
- ・3月「未来ビジョンver.1.0」完成

2024年度

R6

- ・エリプラ発足
- ・エリプラ会議（全5回）
- ・8月～9月「まちにち計画'24」（28日間）
- ・効果検証の振り返り

2025年度

R7

- ・エリプラ会議（全4回を予定）
- ・8月～9月「まちにち計画」（44日間）
- ・効果検証の振り返り
- ・「ロードマップ」の作成：社会実験の「次」を戦略的・具体的に構想

未来ビジョンを具体化・実装化するための組織のあり方、アクションと空間イメージ

 賀物公園エリア未来ビジョン

ver.1.0

賀物公園エリアプラットフォーム
令和6年3月

次年度以降の主な取組（案）

※10/29オンラインミーティング資料を整理・加筆

未来ビジョン	取組項目	2026（R8）年度に進める取組「日常化に向けた一年」	2027（R9）年度以降の取組
01  素敵な自分で いられるエリア	エリプラの組織強化	<ul style="list-style-type: none"> ● 買物公園にあるまちづくり機能を一部集約（再編） → ビジョン実現やエリア価値が高まる活動を進め、広場条例の担い手（エリアマネジメント）として活動を本格化※する （※エリプラを推進する人材・組織の検討） 	既存事業の評価や再構築 エリアマネジメント組織の構築強化
02  行きたい・歩きたくなるエリア	滞在空間の実装	<ul style="list-style-type: none"> ● 買物公園エリアの空間リニューアルに向けた調査及び構想立案、具体計画設計 ● 買物公園のストリートファニチャー常設の検討 ● 検討した滞在空間の仮設置 	エリア全体の空間像の構想・計画・設計 → 今後必要なハード整備も含め徐々に計画・実装を進める
03  やりたいが自由に実現できるエリア	コンテンツの充実化とエリプラ活動の展開	<ul style="list-style-type: none"> ● 買物公園全体の賑わいづくりに寄与する質の高いコンテンツの企画・調整及び実施 → 既存の企画の評価から、改めて必要な事業を精査 → 数多くのコンテンツの実施ではなく、エリプラならではの質の高いコンテンツを年間数回程度が良い？ ● 「空き店舗・空き家活用促進」などの取り組みの議論 	買物公園エリア全体の価値を高める企画戦略 → その実現に向けた企画調整 → 新規事業創出 空き店舗・空き家活用促進も着手できるところから順次実施
	バスキング制度の実装	<ul style="list-style-type: none"> ● バスキング制度運用の仕組み構築・試験的運用 → 社会実験で見えてきた課題や利用者層を把握し、具体的なバスキング利用のルールメイキング・調整を行う → 恒久制度化を見据えたエリプラによる自主的な試験運用を行う 	広場条例化による恒久制度化 → エリマネ組織による運用開始
	その他	<ul style="list-style-type: none"> ● 「沿道建物などの一体的な街並み」「エリアの求心力向上」など、現状まだ取り組めていない項目についても検討・整理 	

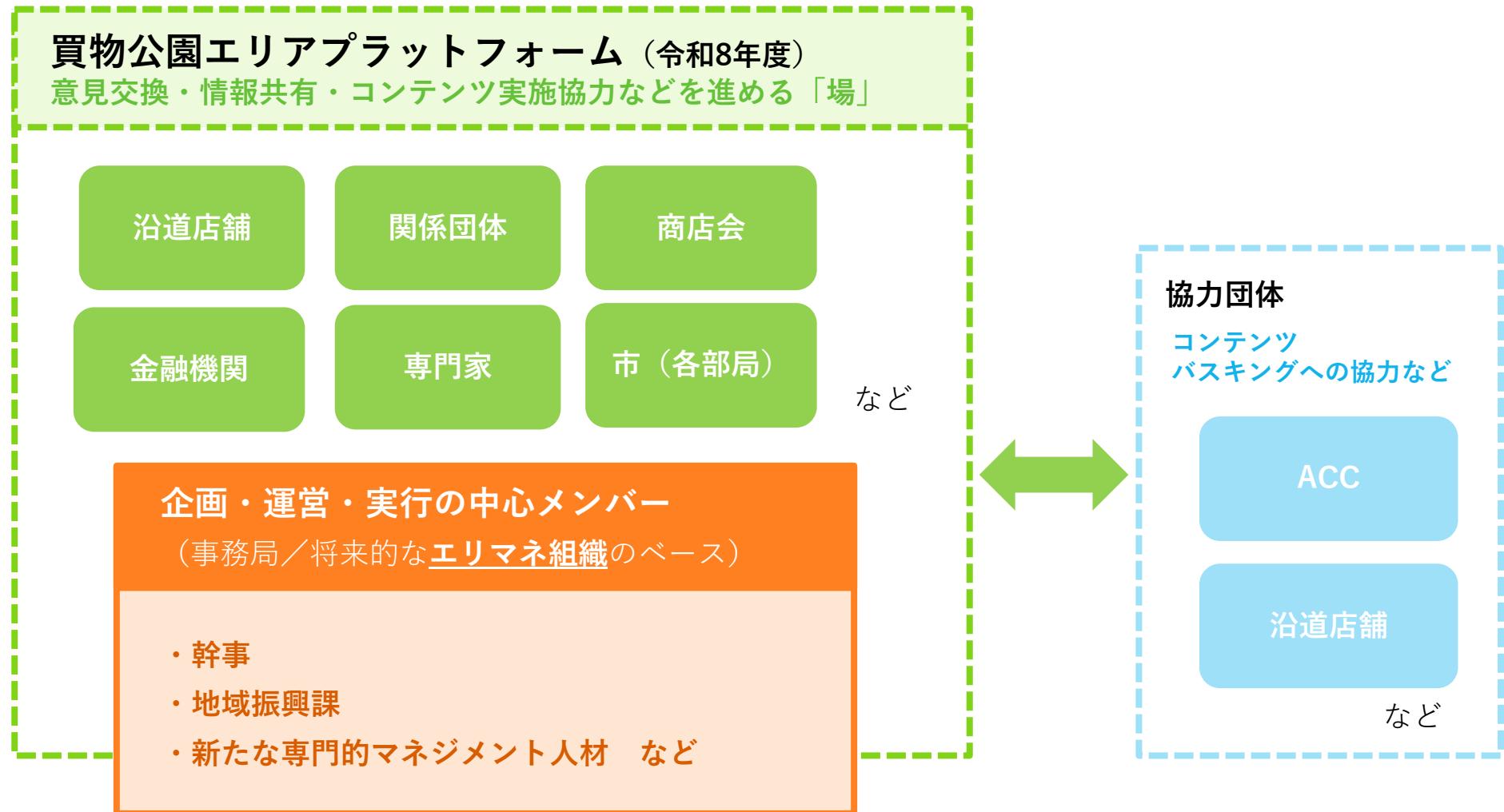
現状見えてきた課題を解消するアイデア

取組項目	検証結果	検証結果から見えた課題	2026（R8）年度の取組に対するアイデア
滞在空間の実装	<ul style="list-style-type: none"> ・滞在者数の変化 ・滞在時間の変化 ・滞在者層の変化 ・滞在する目的 ・滞在時アクティビティ ・滞在空間に求めるもの（機能） 	<ul style="list-style-type: none"> ・「日陰」「座って飲食」「休憩スペース」へのニーズ ・ゾーンごとに違う要望やイメージと実空間の乖離 ・常設の植栽の不足 <p style="text-align: right;">など</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・どんな滞在空間が求められているか？ ・どこに必要か ・どんな機能が必要か ・どんな設えが良いか ・冬はどうするか <p style="text-align: right;">……など</p>
コンテンツの充実化とエリプラ活動の展開	<ul style="list-style-type: none"> ・自主コンテンツごとの振り返り (本日冒頭) 	<ul style="list-style-type: none"> ・すでに各組織・団体の既存の企画が多い中でただ企画が増えるだけではもったいない ・自主コンテンツの総合的な情報発信が不足との声あり 	<ul style="list-style-type: none"> ・エリプラとしてどのような活動を実施すべきか？ ・R7から継続できるもの ・R7から発展・連携させるもの ・R7に企画したが実施できていないもの ・R8以降見直すべきもの ・ビジョンの実現に向けた活動 (空き店舗対策や情報発信機能強化など) <p style="text-align: right;">……など</p>
バッキング制度の実装	<ul style="list-style-type: none"> ・出展者数や業種 ・ゾーンごとの出展 ・出展者の意見 (運用面での課題) 	<ul style="list-style-type: none"> ・出展者満足度は高い ・出展ジャンルにより売上や客層がさまざま ・全体的に管理費は少し上げても良さそう ・運営スタッフの負担が大きい (物品移動、対応) ・悪天候時の対応に課題あり ・広報対応が不足との声あり 	<ul style="list-style-type: none"> ・試験運用に向けてのルール・体制は？ ・出展可能な場所、出展料、レンタル品 ・日常化のための無理のないルール ・管理・運営のために必要なもの・体制 <p style="text-align: right;">……など</p>

ここで15分程度、このアイデアを膨らませる議論をできればと思います

次年度の体制（案）

- 現時点での構想として、2026（R8）年度のエリプラは以下のような体制を検討しています。



今後の議論の進め方

(1) 今年度の目標

全員の議論を踏まえたロードマップの作成

未来ビジョン（2024）



エリプラロードマップ（2026・構成案）

エリプラの組織のあり方 (本資料の2など)

次年度以降の活動（アクション） 何からすべきか？（本資料3）

中期的なタイムライン どのようなスケジュールで進めるか？

将来的な買物公園の空間のあり方 滞在空間や植栽がどうあるべきか？

(2) 年度内のスケジュール

6/23 第2回エリプラ会議

8/9-9/21 社会実験「まちにち計画」

- 滞在空間の設置
- バスキングエリアの運用・「旭川夜市」
- エリプラ自主企画コンテンツの実施

11/16 第2回まちにちSCHOOL 開催

11/17 第3回エリプラ会議

幹事会を隔週開催
(メンバーは参加OK)
ロードマップ議論

事務局・幹事
・効果検証とりまとめ
・ロードマップ作成

2月 第4回エリプラ会議（予定）

第3回まちにちSCHOOL 開催（予定）