わたしたちの買物公園

令和４年３月

旭川平和通買物公園企画委員会
（委託先：公立大学法人横浜市立大学）

目次

はじめに・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1

第 1 章 平和通買物公園の概要・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・3
1-1 平和通買物公園の概要
1-2　買物公園の周辺環境
1-3　買物公園の現状
第 2 章 買物公園の構想・計画の変遷・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 11
2-1　師団通期（〜1945 年）
2-2　師団通から平和通へ
2- 3 五十嵐市政の誕生と買物公園構想
2-4 平和通買物公園の本格造成
2-5　本格造成と組織体制
◆コラム「今、振り返る買物公園と旭川のまちづくり」
2-6 買物公園オープン後
2-7　買物公園リニューアルへ向けて
◆コラム　「リニューアル事業を振り返って」
2-8 郊外との競合の時代
第 3 章　平和通買物公園の商業集積の変遷・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・49
3-1　業種構成の変遷
3-2　地図からみる業種構成の変遷
3-3　大型店の業種構成比
第 4 章　旭川市の中心市街地の今・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・61
4-1　旭川市中心市街地活性化基本計画における買物公園の位置付けと取り組み
4-2　各種指標にみる中心市街地
第 5 章　アンケートから見る買物公園・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・69
5-1　買物公園を取り巻く状況について
5-2　商店街の活性化策について
5-3　商店街組織の課題
5-4　これからの買物公園のあり方
5-5　商店街の今後についておよび自由意見
5-6　アンケートのまとめ
第 6 章　これからの買物公園・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・75
6-1 買物公園の再評価
6-2　今後の買物公園のあり方
資料－1　研究会の記録①中心商業エリアのこれからの役割
資料－2　研究会の記録②ウォーカブルなまちのあり方について

はじめに

本報告書は旭川平和通買物公園企画委員会から公立大学法人横浜市立大学国際教養学部鈴木研究室への委託調査「旭川平和通買物公園５０周年記念事業関連調査事業」の成果物として作成されたものである。

また本研究は全国初の恒久的歩行者天国として誕生してから、令和４年６月１日で50周年を迎える旭川平和通買物公園（以後、買物公園）について、50周年記念事業の実施に向け、これまでの歩みに係る資料の整理、編纂をするとともに、関係者等との意見交換等を通じて、今後の旭川平和通買物公園のあり方についての提言を成果物として取りまとめることを目的としている。

買物公園はわが国の都市計画史において極めて重要な事例であるだけでなく、現在においても、旭川市の都心部の骨格をなすメインストリートとしての役割を果たしている。この貴重な都市の資産を後世に引き継ぎ、旭川の都心まちづくりの核としていくためにも、改めて50年の歴史を総括し、歴史的価値、現代的意義を確認することが重要であると思われる。

本研究の実施にあたっては、その実施期間の大半が新型コロナウィルス感染症の影響下にあり、県境をまたぐ移動が制限されるなど、大きな困難をともなった。そのため、一部のプログラムについては、オンラインで実施せざるを得ないこととなった。こうした中、サポートいただいた旭川平和通買物公園企画委員会の皆様、旭川平和通商店街振興組合の方々、旭川市のみなさんには改めて感謝の気持ちを伝えたい。

本報告書がこれからの買物公園のあり方を考える上での参考となることを心から祈っている。

横浜市立大学国際教養学部　鈴木伸治

第 1 章 平和通買物公園の概要

1-1 平和通買物公園の概要

北海道旭川市の中心商店街である平和通買物公園（以下、買物公園）は 1972 年に開通した商業地における日本で最初の恒久的な歩行者専用道路である。図 1 -1 に位置を示した。

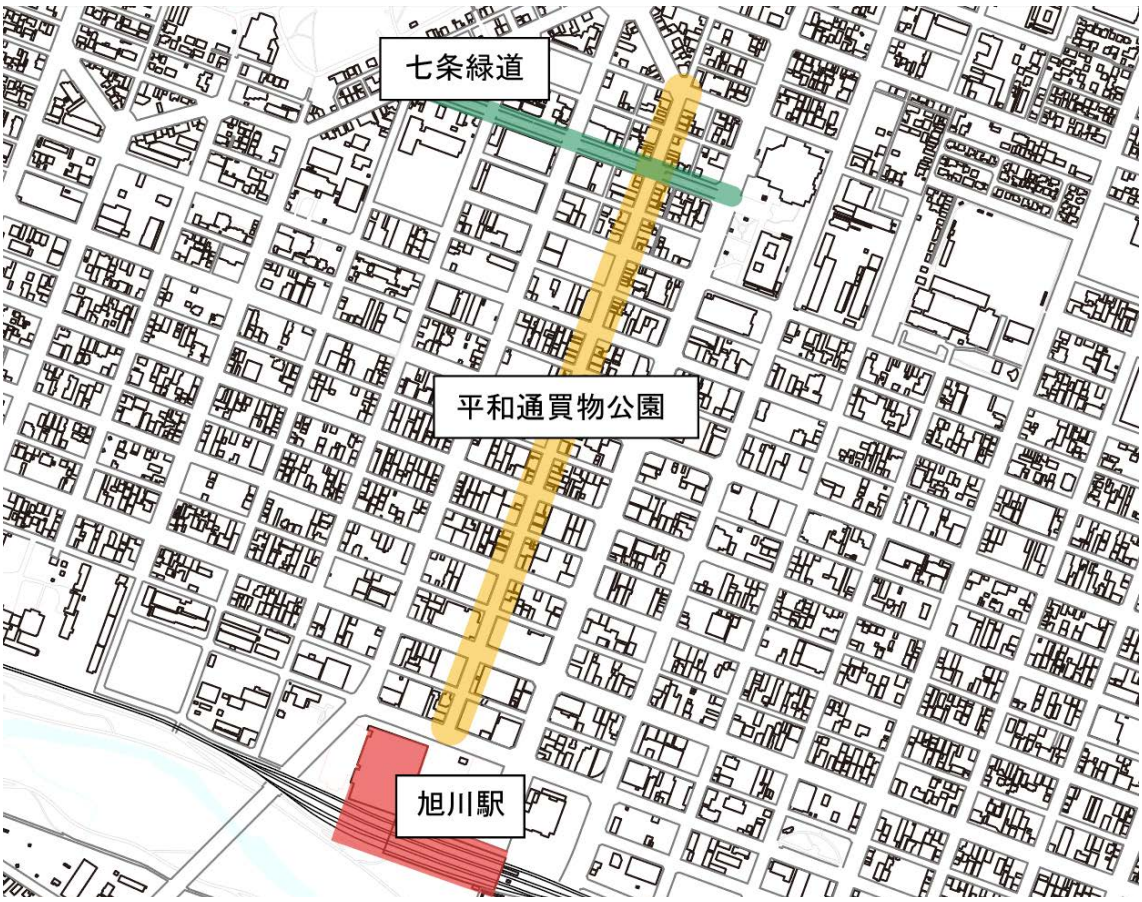


図 1 -1 旭川中心市街地における買物公園の位置

買物公園は位置としては旭川市の JR 北海道旭川駅から八条通まで南北に伸びる全長約 1050m、幅員約 20m、路面面積約 2 万 1 千㎡に至る目抜き通りであり、沿道には商業を中心とした民間施設が並んでいる。歴史的に戦前から旭川のメインストリートとして捉えられており、路面の整備後は交通の結節点である旭川駅の目の前であり、幅員も十分にあるため大規模なイベントや祭事の会場になることも多い。そのため、現在でも旭川の顔としての役割を担っている。

1-2　買物公園の周辺環境

買物公園は旭川市の中心市街地に位置し、周辺には様々な性格を持った空間が形成されている。図 1-2 に買物公園と周辺環境の位置関係を示した。

図 1-2　買物公園と周辺環境の位置関係

周辺環境としては、旭川市の中心市街地を南に拡大するため整備された北彩都あさひかわ（図 1-３）、飲食店の集積により賑わいのある３・６街(図 1-５)、豊かな自然と美術館や図書館などの文化施設を有する常磐公園(図 1-４)などが位置している。また、買物公園を東西に横切る七条通では七条緑道が整備されており、買物公園との一体的な空間の利活用が成されている。令和５年には旭川市庁舎が七条緑道の沿道に竣工予定であり、より行政的な中心としての役割も強くなると考えられる。

図 1-3　北彩都あさひかわの「あさひかわ北彩都ガーデン」（提供：旭川市）

図 1- 4　常磐公園（提供：旭川市）

図 1- 5　3・6 街（提供：旭川市）

図 1- 6　買物公園 2 条通

図 1- 7 買物公園 4 条通

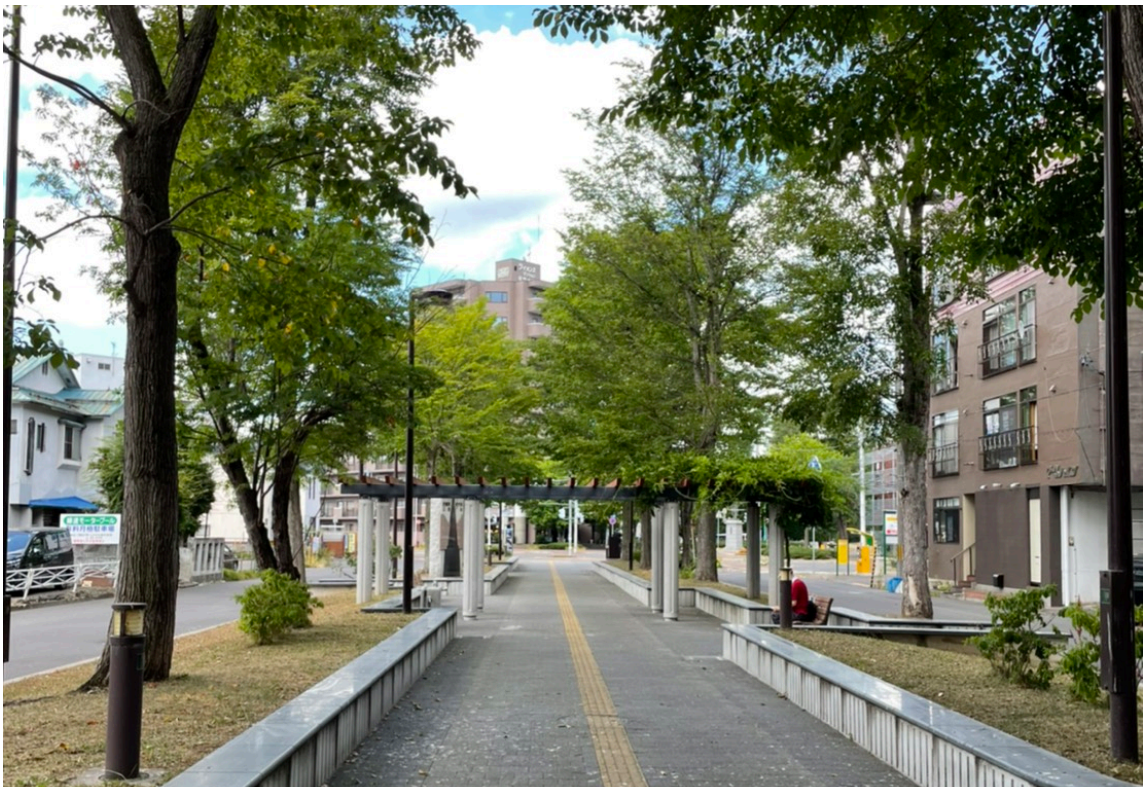


図 1- 8　七条緑道

1-3　買物公園の現状

買物公園は 1970 年の造成に始まり、その後老朽化及び郊外大型店舗の出店により中心商業地としての求心力が低下し始めたこともあり、2002 年に大幅な全体リニューアル工事を実施した。ロードヒーティングの整備や路面のバリアフリー化、ファサードの再整備を行い現在の姿になった。

近年では郊外大型商業店舗の新規出店とそれに伴う買物公園沿道の大型店舗の撤退により来街者（通行量）が減少[1]している。一方、旭川駅前に大型店が出店すると同時に駅前再開発事業が進展しており、旭川駅を含む買物公園の周辺環境は大きく変化している。買物公園沿道にも新たな商業店舗出店の計画もあり、中心市街地の活性化に向けて様々な変化が起きている。

買物公園は旭川駅目の前という好立地と、車の入らない十分な広さの空間を有する歩行者専用道であるため大規模なイベントの会場となっている。2 月には 1960 年からの歴史を持つ「旭川冬まつり」（図 1-９）のサブ会場として、同時に開催される公式国際大会「氷彫刻世界大会」が催される。6 月には中心市街地を吹奏楽で行進する北海道音楽大行進の「アフターコンサート」、大道芸人の集まる「買物公園まつり」（図 1-10）が行われる。また、8 月には北北海道最大の祭りとなる「旭川夏まつり」（図 1-11）が開催され、これには買物公園だけでなく、リベライン旭川パークや 3・6 エリアも一体となり盛り上がりを見せている。さらに 9 月には北北海道のグルメイベントとして「北の恵み食べマルシェ」が開催される[2]。このように多様なイベントのメイン会場となる買物公園は市民にとっても憩いの場になっている。

図 1-９　旭川冬まつりの様子（出典：旭川冬まつりホームページ）

[1] 平成 29 年度旭川市中心市街地活性化基本計画,旭川市,2008 年

[2] 旭川平和通買物公園　ホームページ

図 1-10　買物公園まつりの様子（旭川平和通商店街振興組合所蔵）

図 1-11　旭川夏まつりの様子（旭川平和通商店街振興組合所蔵）

表 1-1　旭川平和通買物公園 50 年のあゆみ

年度	出来事
1963 (S38)	五十嵐広三市長が当選
1965 (S40)	長期計画『伸びゆく大旭川　まちづくりの方向』の中で、都心の商業振興、高度利用、不燃化、平和通の歩行者専用道化を提案
1969 (S44)	社会実験の実施（8/6～8/17）・買物公園企画委員会発足
1970 (S45)	上田篤（京都大学助教授、当時）による設計案
1972 (S47)	買物公園オープン(6/1)
1982 (S57)	買物公園 10 周年／振興組合青年部（青和会）が再編され、顧客の減少などの課題解決へ議論を始める
1986 (S61)	買物公園リフレッシュ委員会発足 「環境整備」「商店街活性化」「個店活性化」を目的に活動をスタート
1990 (H2)	旭川市、商工会議所、商店街の 3 者で構成される旭川平和通買物公園活性化協議会発足／旭川平和通買物公園活性化基本計画が策定され、リニューアルに向けての基本方針、整備計画や平和通買物公園まちづくり協定（案）が取りまとめられる。／買物公園サミット開催(10/12)
1992 (H4)	旭川買物公園まちなみデザイン推進事業／「北のくらし・風土が感じられる街並み」など街並み形成の基本方針、裏小路整備事業などが提言される。
1993 (H5)	スタンプカード事業(105 カード)スタート
1995 (H7)	リニューアルに向けてまちづくり協定を締結
1996 (H8)	買物公園駐車場共通駐車サービス券事業スタート
1998 (H10)	国の街路事業としての認定を受けてリニューアル整備がスタート
2000 (H12)	道のファサード事業により一部店舗の突出物件の課題解消
2002 (H14)	リニューアル整備の完了／第一回買物公園大道芸フェスティバル開催
2003 (H15)	旭川まちづくり株式会社設立
2004 (H16)	フードテラス・オープン
2011 (H23)	四代目旭川駅舎全面開業・駅前広場が拡大
2015 (H27)	イオンモール旭川駅前開業

第 2 章 買物公園の構想・計画の変遷

2-1　師団通期（～1945 年）

1869 年（明治 2 年）、北海道に 11 国 86 郡の行政区画が設定された。現在の旭川を含む上川一帯は「石狩国上川郡」となり、この時に上川という地名が正式なものとなった。その後 1886 年（明治 19 年）に北海道庁が置かれると、上川の開発がすすめられた。ロシアの南下に備えた警備と開墾のために屯田兵が配置され、住む場所である屯田兵村が置かれた。1891 年（明治 24 年）には屯田歩兵第三大隊が札幌より移転してきたことにより、全 6 兵村、計 1200 戸が入植してきた。この移住者の急増を前に 1889 年（明治 22 年）には上川市街地の区画設計が計画されており、この区画設計に基づき、現在の旭川中心部市街地が造成された。この際に幹線道路も整備され、道路が入り込む現在の一条通 2 ～5 丁目あたりが中心となって、次第に旭川の市街地が形成された。

1898 年（明治 31 年)には札幌と旭川を結ぶ鉄道が開通し、翌年には、当時札幌にあった陸軍第七師団の本拠地を旭川に移すことが決定され、駐屯地の造成工事が開始された。政府による直轄事業であった造成工事は規模も大きく、まちには賑わいがうまれ旭川の中心商業地を形成していった。明治 32 年には旭川駅と師団を結ぶ旭川乗合馬車組合が、1906 年（明治 39 年）には上川馬車鉄道が営業を開始している。この馬車鉄道は駅から師団まで鉄路を敷き、その上を馬に引かれた車両が走るというもので、12 年間営業を続けたが大正に入って廃止された。沿道にはさまざまな店舗が並んだが、勧工場と呼ばれる一つの建物に複数の商店の商品を売る百貨店の前身のような店舗もでき、多くの人たちが訪れる場所になっていった。時期については定かではないものの、旭川駅から第七師団へと続く道は、「師団道路」または「師団通」と呼ばれるようになった。

大正になると師団道路は旭川のメインストリートとなり、1914 年(大正 3 年)の旭川区政（市制の前身） 施行にあたっては、祝賀行事が全域で行われたが、その中心は師団道路であった。1925 年（大正 14 年）には道路の舗装が行われ、北海道初の舗装道路となった。1917 年（大正 6 年）には活動写真館が現在の 4 条通 8 丁目にでき、興行街、盛り場としての性格も帯び、ショッピングからレジャーまで市民に親しまれるメインストリートとなっていった。

昭和に入るとたびたび氾濫を起こしていた牛朱別川の切替工事が行われることとなった。1930 年（昭和 5 年）に始まり 1933 年（昭和 8 年）に完成したこの切替工事によって、常磐公園の南側、師団通を中心とする市街地との間を流れていた河道が北側に移設され、常磐公園は市街地と一体となった形に改造された。また、1936 年（昭和 11 年）には常盤ロータリーが設置され、現在のような買物公園とその周辺の市街地の骨格が整った。また、1935 年（昭和 10 年）頃には一条から八条までスズラン灯が設置され、師団通のシンボルとなっていった。

図 2-1　師団通(大正 10 年頃)（旭川市中央図書館所蔵）

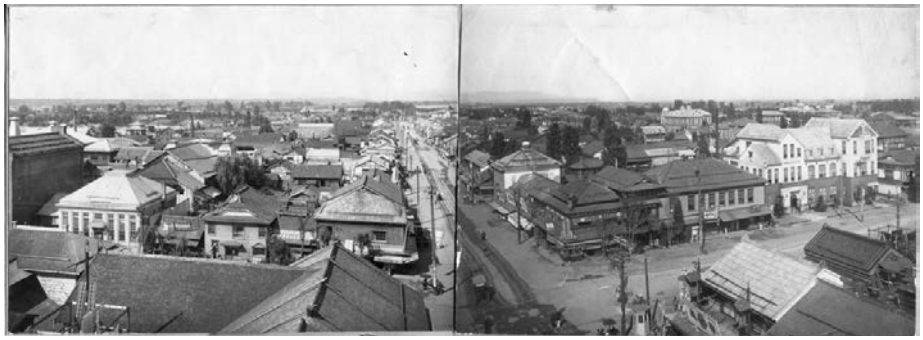


図 2-2　四条通付近交差点（大正 10 年頃）（旭川市中央図書館所蔵）

図 2-3　師団通（昭和 10 年頃）（旭川市中央図書館所蔵）

2-2　師団通から平和通へ

終戦後、1946 年（昭和 21 年）に第七師団は解体となり、師団通の名称も平和通へと改められた。第七師団の解体は大きな痛手ではあったが、「旭川平和祭り」を開催し、新たな時代の中心商業地としての発展が目指された。1950 年（昭和 25 年）には常磐公園をメイン会場に「北海道開発大博覧会」が開かれた。これは旭川開拓 60 周年を記念するためのイベントであり、北海道庁と旭川市の主催で開催された。

このような形で、平和通が戦前の賑わいを取り戻す一方で、新たな問題も発生した。急速なモータリゼーションの進行による交通問題である。当時の国道および道道であった平和通は 1 日の自動車交通量が 1 万台を超え、交通事故発生が懸念されるようになっていた。そのため、歩行者・買物客の安全確保が都市政策における重要テーマとなっていった。

2-3　五十嵐市政の誕生と買物公園構想

1963 年（昭和 38 年）に五十嵐広三氏が当時最年少の市長として当選し、五十嵐革新市政が誕生した。五十嵐氏は交通事故の多さ、札幌の商圏の拡大に対して「車社会からの解放」と「自然との対話」による「人間性の回復」を目的とした平和通の恒久歩行者道路化計画の構想を立ち上げた。

図 2-4　五十嵐広三市長
（提供：旭川平和通商店街振興組合）

車が占領する前の道路というものは人間のための道路であった。旭川に昔ながらの人間性のある道路があっても良いのではないか。旭川の道路面積は贅沢なほど広く、旭川市の道路延長は当時約 1500 ㎞であり、その中の 1 ㎞を人間道路としてみても良いのではないのだろうかと五十嵐氏は考えた。そこで当時から旭川のメインストリートであり、市民からも愛されており、商店街を含む都市再開発の計画がある平和通に白羽の矢が立った。

この計画は 1965 年（昭和 40 年）「伸びゆく大旭川：まちづくりの方向」（旭川市企画室）という長期計画の中で都心の商業振興と高度利用、不燃化の誘導を目的として「買物公園」の構想が公表された。当時は地域住民を含め、商店街には驚きの計画であった。まるで夢のような話であり、現実味にかけていた面もあったが、一部の若い層の人間は強い興味関心を持った。それがその後の買物公園実現にも大きく関わってくることになる。

旭川平和通買物公園構想が公表された後、旭川青年会議所が構想実現に取り組み、平和通商店街に対して PR を兼ねてアンケートを行い、1966 年（昭和 41 年）「買物公園調査報告書 平和通商店街意向調査」として報告書をまとめる。この報告書は言葉としては存在していた買物公園の構想を具体的なものとするイメージの定着の意味で大きな役割を果たし、その後の買物公園構想の推進、デザインの参考資料ともなった。

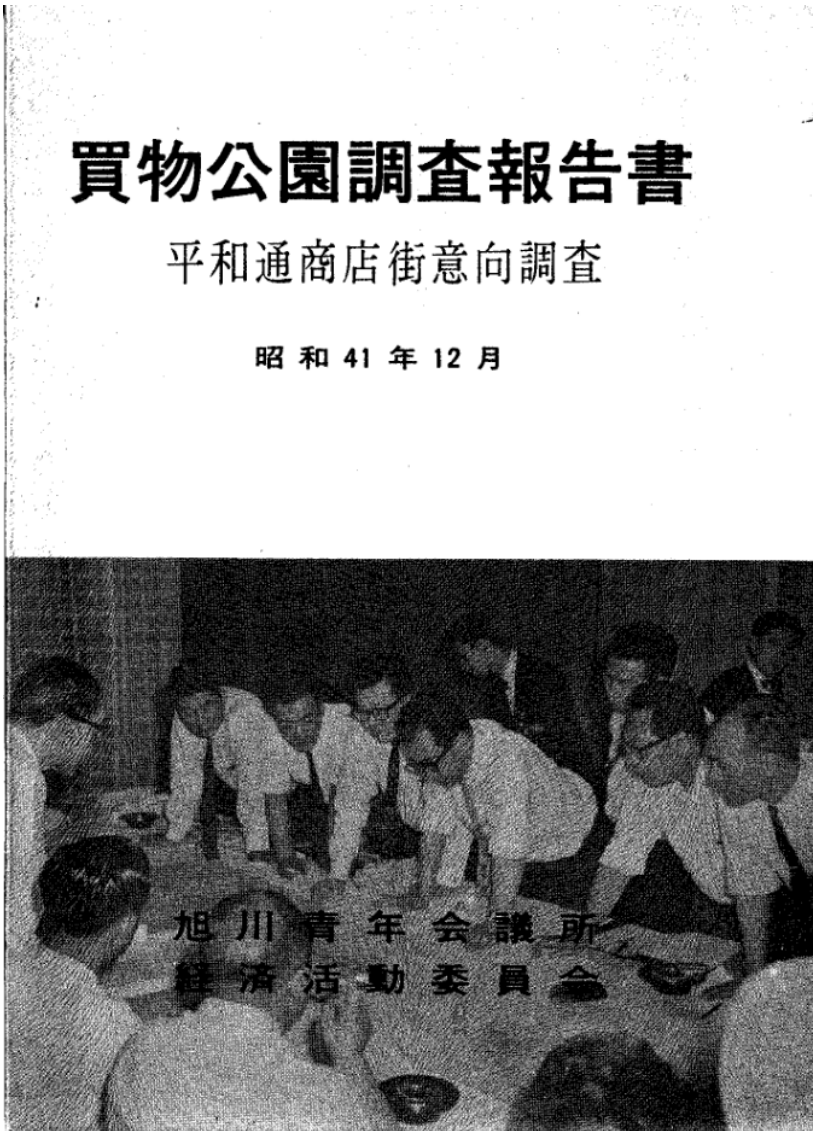
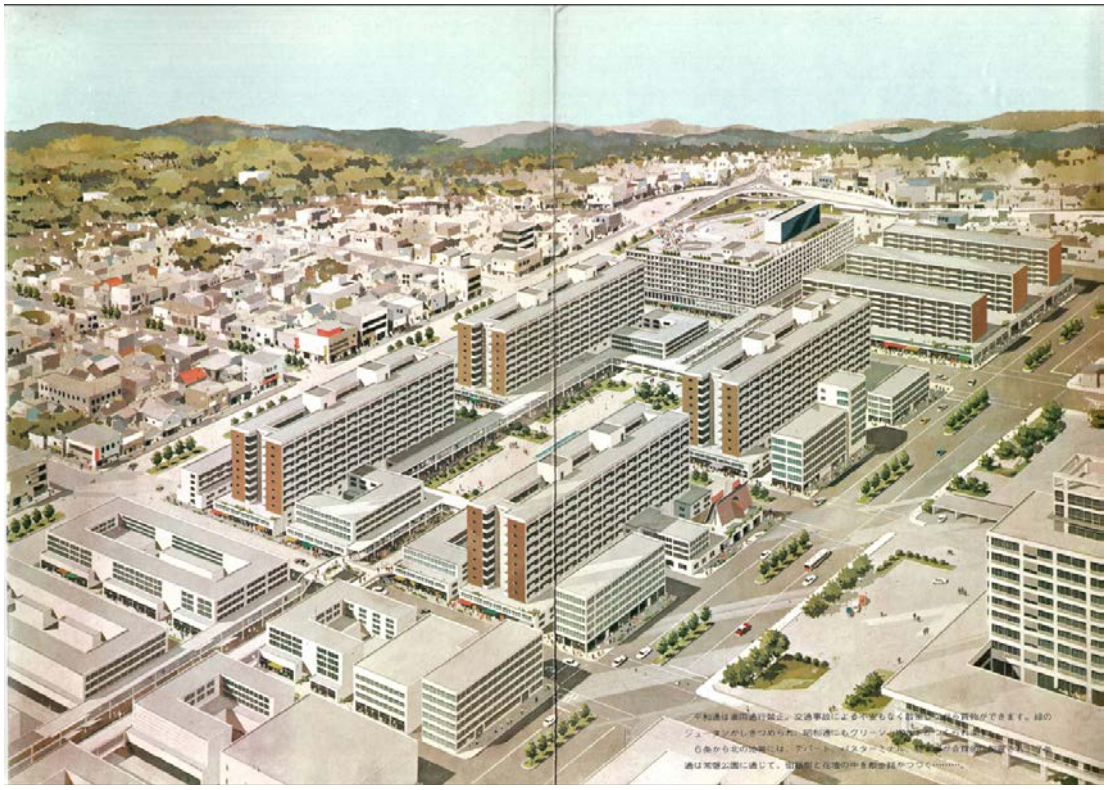


図 2-5　買物公園調査報告書平和通商店街意向調査
（提供：旭川平和通商店街振興組合）

また、翌年の 1967 年（昭和 42 年）には旭川市商工部編集、旭川市企画室の企画により「あなたのかいもの公園」（図 2-6）が発行された。カラー印刷のリーフレットであり、買物公園構想を市民に広める目的があったが、あなたのかいもの公園に掲載されたゾーニングの平面図には都心部再開発構想としての側面が強く、高層ビルの立ち並ぶイメージのものであった。しかし、リーフレットは確実に市民の関心を引き、買物公園構想を広める役割を十分に果たした。

リーフレットの発行と配布などの活動により買物公園構想に対する商店街の理解も広まった。そこで、構想をひとつ先のステップへ進めるために実現に向けた議論の場として旭川市、商工会議所、青年層からなる平和通近代化委員会による買物公園企画会議を発足させた。買物公園企画会議において平和通の買物公園化の意義の理解を促し、本格実施における課題点の抽出を目的とした平和通の歩行者専用道路化の社会実験の提案がされた。

あなたの　かいもの公園
北海道の拠点“旭川”
凡　例
市町村
バス時間帯
国鉄時間帯
国鉄利用客等
購買客等
電話通話区間
都市は、いろいろな要素が集積されて発展するといわれますが、これらのいくつかの要素をとらえて、北海道における旭川をごらんいただきます。
まず、経済基盤である道路、鉄道、電話などの時間帯、利用度を調べてみると、ひじょうに広い地域にわたって結びついていることがわかります。これは旭川が道北、道東、道央にわたって波及的に大きな力をのばしていることを意味すると考えます。
また、札幌との関係においては、他の地域におよぼす線よりも密度が薄くなっていますが、これは札幌とともに開発の核としての性格をもっているといえましょう。
したがって、旭川は道北・道東地域への動線上の活動を活発にすることと、都市自体が開発の拠点としての機能を整えることが大きな課題であると考えられます。
7条平和通は、スクエア・ガーデン、陸橋
いたふんいきの中で憩う市民の広場。



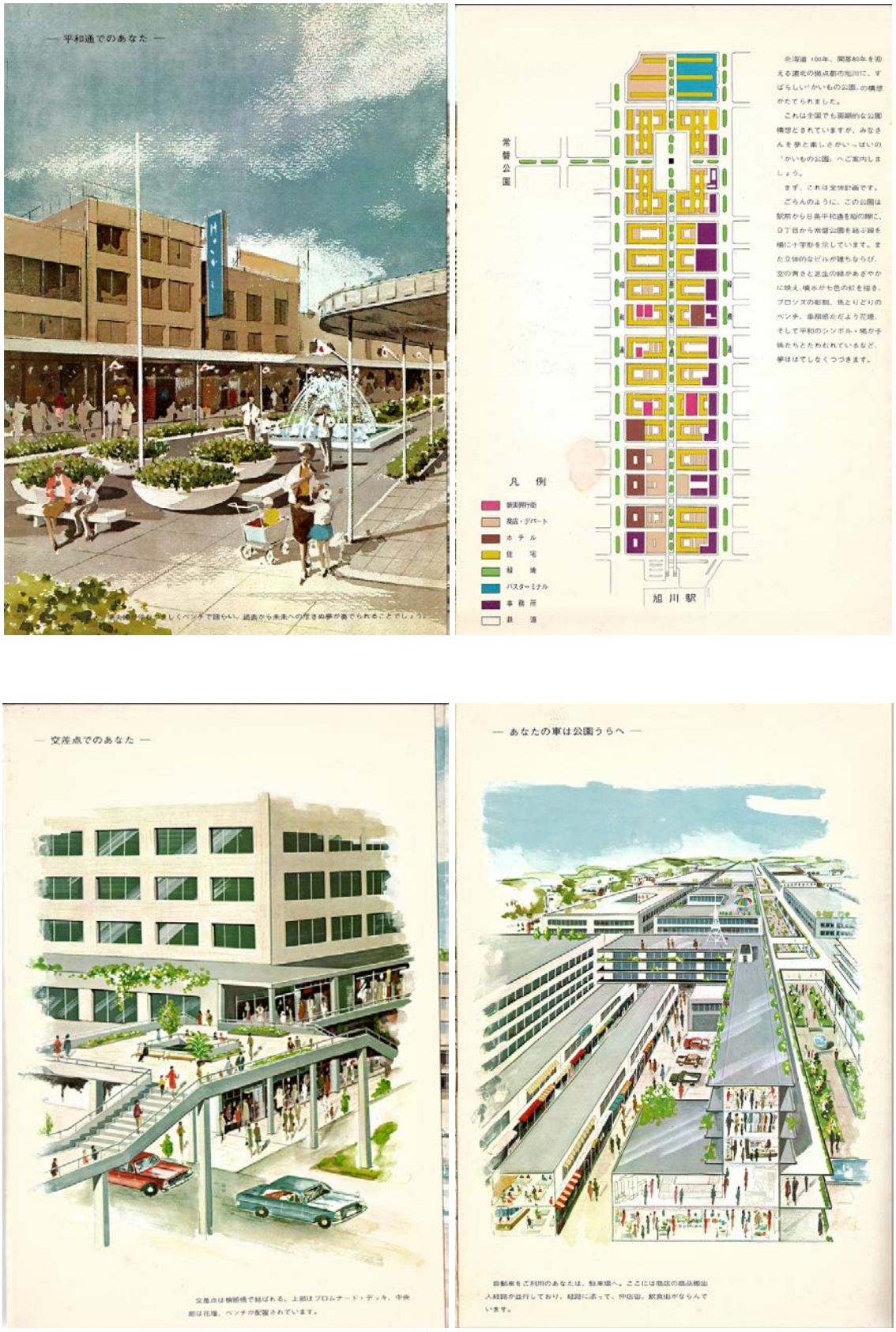


図 2-6　あなたのかいもの公園（提供：旭川平和通商店街振興組合）

しかしこの社会実験には2つの大きな壁があった。1つは商店街が全体として、車の進入を停め、造成費の負担を受け入れるか。2 つ目は関係諸官庁が車両の通行止めを含んだ道路での社会実験を了承するかであった。当初、商店街の店主達の 8 割は車の進入禁止を行えば人が来なくなると思い、反対していた。しかし、地道な説得とその熱意により理解が徐々に広まっていった。関係諸官庁との協議の場では現行法上、実験は認められないと繰り返したが、当時の商店街理事長である山本政治郎氏が「かつて士農工商という言葉があったが現在も生きているのだろうか。住民や商店街が、こうあるべきだと願うことがどうして理解できないか。私はどのようにでも責任を取るが、実験を真剣に考えている若い芽だけはどうか摘まないでくれ」と投げかけた[3]。ここから各関係筋への実験実現のための猛運動が始まった。その一方で、実験実施の許可が正式に降りるかが不確定な段階で実験のための資材の発注などを開始していた。

こうした商店街、商工会議所、市役所員等による活動により、1969年（昭和44年）8月2日に旭川夏祭りを理由とした8月6日から8月17日までの12日間の車両通行止めの許可内容であった。実施までの期間が少ないこともあり、開園まで夜を徹した作業が進められた。失敗に終われば買物公園構想自体が否定されてしまうという緊張感があったものの、結果的に実験の際に噴水、花壇、樹木、ベンチなどの仮設も認められ、公園的空間の形成が実現された。実はこの失敗の許されない状況において準備期間が十分には取れないとすでにわかっていた商店街側は行動を起こしていた。正式な許可が下りるかわからない時から、コンクリート製品や草花、仮設用資材を手配し、牛朱別川の堤防に着々と準備していた[4]。こうして社会実験は様々な人々の尽力により実施に至った。

図 2-7　社会実験に向けた造成工事の様子（旭川平和通商店街振興組合所蔵）

[3] 買物公園ものがたり

[4] hoccol「旭川平和通の歴史。」,旭川平和通商店街振興組合,

図 2-8　社会実験時に掲げられた看板（旭川平和通商店街振興組合所蔵）

図 2-9　社会実験の様子（昭和 44 年）（旭川市中央図書館所蔵）

図 2-10　歩行者天国開園式（昭和 44 年）（旭川市中央図書館所蔵）

実験は成功となり、延べの人出は約 92 万人[5]となり、この実験は全国的にも評価された。旭川青年会議所は実験中来街者の対してのアンケートを行い、結果として来街者、商店街共に買物公園の実現に対して肯定的であるということが分かった。これも買物公園本格造成のための重要な資料となった。これにより地域住民の早期公園造成の意識も急速に高まっていた。この実験の成功は、市、商店街、地域住民などに希望と買物公園の必要性の確信を与える、実現へむけての極めて重要なポイントとなった。

図 2-11　社会実験の様子を伝える新聞記事（提供：旭川平和通商店街振興組合）

[5] 買物公園ものがたり

北海タイムス　昭和44年8月18日（月曜日）（旭川市内）（12）

心残りの市民

買い物公園最終日

都心のオアシス"平和通り買い物公園"の実験が、十七日で終わり、関通りはまた排気ガスとモータリゼーションの波とで閉ざされた。金曜日の夜あけは大半の市民に受け入れられ、最終日の十七日もこの公園はベンチがていこう家族連れ、恋人にショッピングを楽しむ若いこん人連で終日にぎわった。

最終日の十七日も大勢の人出があった平和通り買い物公園

ぜひとも実現を

楽しかった12日間

さまざまのアトラクションが行なわれたが、最終の人たちはこれが見おさめかと、寂しそうな表情

老若男女にとって全く

子供たちは最高の環境

ふん囲気がいいネ

大仕事の撤去作業

営業者・佐木歯科

図 2-12　北海タイムス新聞記事（提供：旭川平和通商店街振興組合）

2-4 平和通買物公園の本格造成

買物公園の基本設計は社会実験の成功の後に、財団法人都市調査会に委託され、上田篤（京都大学助教授）を中心とするグループによって取りまとめられた。路面造成の基本設計を開始する前に上田氏のグループと企画委員会によって決められた基本のルールは、（1）火災、緊急事態の発生を考慮して全区域を貫通する緊急車道を整備する。（2）スポンサーの広告あるいは宣伝につながる施設は作らない。（3）設計については、ある程度理想的なものとして完成することを目的とするが、市と商店街の造成費負担能力を考え、最終実施案については必ずしも報告された提案と一致するとは限らない。(4)提案された構想は、単年度で実施せずに、出来得る部分から着手する。[6]という様に理想的な設計を求めつつも、実行については現実的なステップを踏むこととしていた。この基本的な考え方から路面整備は第一期整備と第二期整備に分けられた。地域住民との協議を重ね、アメリカのニコレットモールで実行されたクロソイド曲線を川の流れをイメージして最終提案とした。(図 2-13)さらにゾーニング計画を行うため、道路の持つ多目的性質を 1.通過する 2.ウインドウショッピングしながらぶらぶら歩く 3.ベンチに腰掛けたり、木陰に憩ったり、たむろするという 3 つに分類し、それぞれに対応する形でゾーンを提案した。1 を交通空間（パスゾーン）、2 を逍遥空間（ギャラリーゾーン）、3 を休息空間（テラスゾーン）として、各ブロックの象徴的表現と、買物公園と人間のふれあいを生むために核となるシンボルゾーンを追加

[6]五十嵐広三、高橋芳郎。『人間都市復権』、大成出版、1973 年

した。また、商店街再開発構想にはペデストリアンデッキ（2 階回廊）の提案（図 2-14）があり、当時商店街にかかっていたアーケードの代わりとなり、2 階に歩道が生まれることで商店の売り場面積を有効に活用することも可能になると考えられていた。

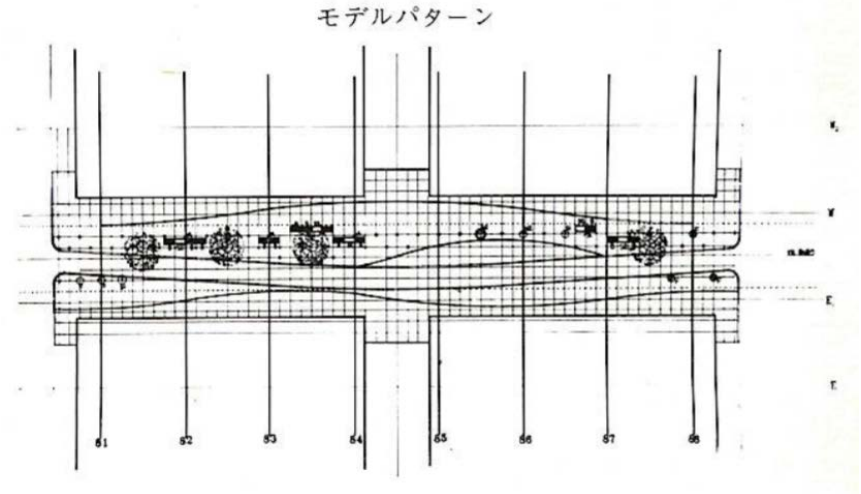


図 2-13　買物公園路面設計図のモデルパターン（出典：買物公園ものがたり）

図 2-14　買物公園未来図（出典：あなたのかいもの公園）

そこで問題になるのが工事費用であった。当時工事の積算は全体で約 3 億 700 万円となっており、特に冬が長く積雪地である旭川では融雪のためのロードヒーティングの施設費だけで約 1 億 4700 万円が必要になる。この金額の負担能力は当時の平和通商店街にはなく、上田氏グループの基本設計案は費用負担の面でも、ある程度変更が必要であったのだ。

1970 年（昭和 45 年）には平和通を構成していた国道、道道のそれぞれが平行する道路に移管された。1972 年（昭和 47 年）、歩行者専用道路として公示され、工事を経て、同年 6 月 1 日に買物公園は商業地における日本初の恒久的歩行者専用道路として完成、開通した。当日にはオープニングセレモニー（図 2-15、図 2-16）も行われ、五十嵐市長は「買物公園は完成したのではなく出発したのだ」「次世代の市民によって新しい夢を描いてゆけばよい」と発言した[7]。こうして買物公園は旭川のシンボル的存在として生まれた。

図 2-15　オープニングセレモニーの様子（旭川市中央図書館所蔵）

[7] hoccol 旭川平和通の歴史。,旭川平和通商店街振興組合

図 2-16　オープニングセレモニーの様子（旭川市中央図書館所蔵）

2-5　本格造成と組織体制

ここでは三浦の研究[8]を参考とし、1972 年（昭和 47 年）買物公園造成までの組織体制とその資金について整理する。1965 年「伸びゆく大旭川：まちづくりの方向」にて買物公園構想がはじめて発表された翌年の 1966 年に市は「旭川都市整備委員会」を発足させた。旭川都市整備委員会と国土計画協会が買物公園構想の更なる具体化を行った。一方青年会議所ではまた違った動きがあり、より広域的な観点である都市開発という見地から調査活動を行い、平和通商店街と三和商店街への協力要請も行った。その結果報告書は地元で大きく取り上げられた。その後道庁の旭川市広域商業診断での勧告が後押しとなり、旭川市、商工会議所、商店街の近代化委員会による初の公式の会議の場となる「買物公園企画会議」が 1969 年に設置される。メンバーは比較的若い人が多かったこともあり、議論は白熱し、その中で社会実験の提案がなされることとなる。買物公園企画会議を含めた若い人々の熱と推進力によって買物公園構想は実現に向けて動き出した。社会実験が成功した後、ついに本格造成へと計画を移行するにあたり、財団法人都市調査会に委託された。ここで買物公園の基本設計が検討され、1971 年（昭和 46 年）「旭川市都市再開発構想及び平和通買物公園設計に関する調査研究報告書」にまとめられた。こうして多様な人々が運営側に携わりながら議論を重ねたことでようやく買物公園は誕生した。

費用については、1970 年（昭和 45 年）買物公園企画委員会が設置され、商店街側の資金の積み立てを取りまとめ、商店街と市が整備費用を折半する形とした。商店街

[8] 三浦詩乃、出口敦、「旭川市平和通買物公園のマネジメントの変遷に関する研究」、日本建築学会計画系論文集 79 巻 696 号 pp. 405-413、2014 年

側が事業主体となり、設置物を市に寄付し、市は運営管理を商店街側に委託するという形がとられていた。

平和通買物公園第1期工事(設備関係)造成費概算総据表

造成予算額　60,000,000円

内訳	商店街側造成分	30,000,000円
	市側造成分	29,600,000円
	側量費	400,000円
	合計	60,000,000円

商店街側造成費各ブロック別内訳

ブロックNo.	造成予算額(円)		備考
1	3,750,000		宮下～1条間
2	3,750,000		1条～2条
3	3,750,000		2条～3条
4	3,750,000		3条～4条
5	3,750,000		4条～5条
6	3,750,000		5条～6条
7	3,750,000		6条～7条
8	3,750,000		7条～8条
計	30,000,000		

市側造成費各ブロック内訳

ブロックNo.	造成予算額(円)		備考
1	3,782,000		
2	4,841,500		
3	2,359,400		
4	3,833,000		
5	3,397,100		
6	3,115,400		
7	4,528,100		
8	3,743,500		
計	29,600,000		

図 2-17　買物公園造成費用（出典：買物公園造成への道）

◆コラム「今、振り返る買物公園と旭川のまちづくり」

杉尾昇（すぎお・のぼる）
1960 年から旭川市職員。土木課、税務部徴収課、商工部経営指導課を経て、1967 年に五十嵐広三市長の秘書係となり、旭川買物公園オープン後の 1972 年に退職。家業（公衆浴場「旭鉱泉湯」）を継ぎ、長年旭川浴場組合組合長を務める。旭川市八条スタルヒン通り会会長。

―買物公園のアイデアについて市長から聞いていることは？

車が我が物顔に走る道路を市民の手に取り返すこと、屯田兵が木を切って切り開いた町に街路樹を植えること、それを官主導でなく、官と民が力を合わせて実現したいというのが五十嵐さんの考えでした。商店街のイメージが悪いと道北の拠点都市としての使命が果たせないということで、散策しながら「お、こんなのがあったんだ」と買い物するような、消費者ニーズに合ったまちづくりをすることを考えていました
―市長はどういう人を巻き込んでいったのでしょう？
それは青年会議所の飲み仲間です。市長は以前から青年会議所のメンバーで、若い時からこの町を何とかしたいと思っていた。市長になって、やっぱりここは車をストップしよう、抵抗があるだろうけれどやろうと。そのためにはまず仲間を掘り起こして民を掘り起こす、そして最終的には官の力を借りる、そういう発想で買物公園に臨んでいくわけです。そこで青年会議所の若手 200 人ぐらいに話をして、商店街の組織化を図ります。そして、その人がたが主体になって交渉にあたる。多方面に働きかけて「広域商業診断」に買物公園が認められました。

―社会実験の発案は？

実験は、青年会議所の「7 人の侍」から出た言葉なんです。「7 人の侍」は買物公園企画会議の中核にいて、官公庁に交渉したとき、答えはほぼ良かった。しかし企画会議に諮ると「上からダメだと言われた」とみんな反対するわけです。実は市長も「行政に実験という言葉はない」と当初は反対していた。

その時に山本理事長の例の発言があって、一気に変わっていった。そのあと五十嵐さんが役所に帰ってきて、「物事には進める中で必ず行き詰まって、もがけばもがくほどダメになるのと、もがいているうちにいいドラマが生まれる可能性がある。今がそのチャンスだ」ということで雰囲気がガラッと変わっていった。次の日から商店街、商工会議所と市が一緒になって総力をあげて交渉に入るわけです。

―社会実験の実施はどのように？

予算的には行政は全く関わりを持っていなかったので、実験がもしダメになったときに誰がその金を負担するんだと。その時に 7 人の侍がポケットマネーで計算をして、トラックにいろんなものを山ほど積んで準備をした。交通整理の人も全部商店街で手配して。16 ブロックごとに責任者が出てきて予算をたてて。いやー、商店街の人ってやるなという気持ちで見ていました。この情熱があるから官も巻き込んで進んでいけるのだと感じました。
実験は 12 日間で 93 万人も来ました。結局実験の成功で行政の考え方が変わってくるわけです。非常に柔らかくなってきて、道路の移管などが進み、歩行者専用道路が完成しました。

―買物公園の今後について

買物公園構想は、さらに 2 階、3 階にしてエスカレーターを設けたり、ブリッジで 7 丁目と 8 丁目をつなぐというような案があった。でも五十嵐さんは、商店街というのは時代の流れによって左右されるものだからコンクリートにはできない、以降は次の世代にまかせなきゃいけないと言っていました。
50 年後の今、買物公園の話を見ると、官と民とやっぱり力を合わせてやらないといけないと思う。民間の人はもっと自由にいろんなことをできるようにしないといけない。コロナが出てきたり、時代が変わって消費者ニーズが変わる。旭川という土地と、今の時代に合った進め方をしていくには、やっぱり若い人でないと、と思います。

2-6 買物公園オープン後

開園から大きな話題を呼んだ買物公園は、人間のための街路として生まれ変わり、多くの人に愛されていった。主な大型店の開店、増床開店でも 1975 年西武開店、1976 年マルカツ増床開店、1978 年丸井今井開店、1979 年 ams 開店という様に相次いで大型店が進出したことがわかる。また、これらの大型店舗については段差を解消することや広場を設けるなどして買物公園内になじみ、歩行者にとってより良い空間になるような動きが見られた。多種多様な業種の店舗が集積し、買物公園の集客力が上がっていった。当初構想にあったような大規模再開発による 2 階部分のデッキなどの構想は実現しなかったものの、不燃化、高度利用といった面では駅周辺の南側を中心に、プロジェクトが具体化していった。

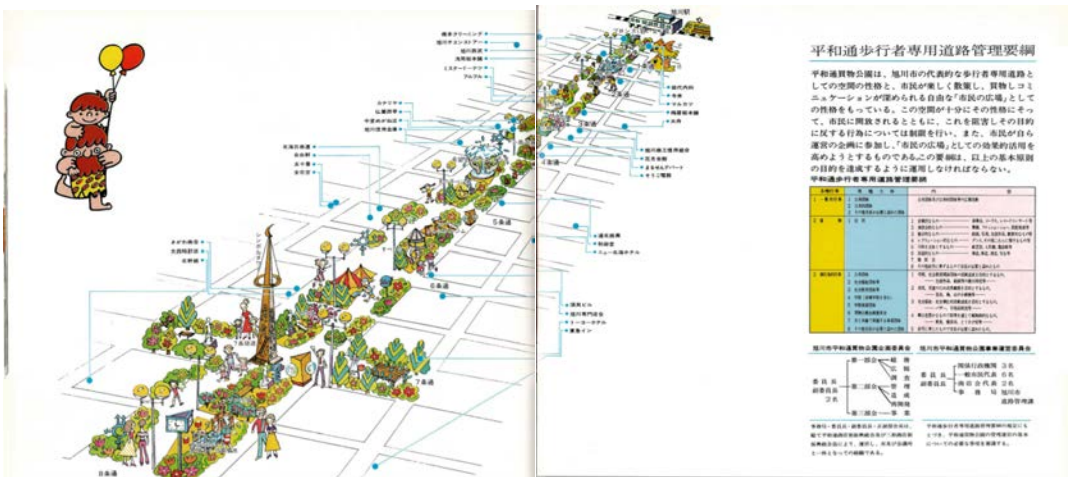


図 2-18 1970 年代の買物公園（出典：四季を詩うみんなの広場買物公園）

商店街側もこの様子を様々な刊行物にて残しており、「買物公園ものがたり」の 3 部作は、開園時、5 周年、10 周年に節目につくられた豆本であり、買物公園造成までの道のりや関係者の話が載せられている。これらの内容からは当時買物公園がいかに地域住民にとって生活の舞台となっていたかがうかがえる。

買物公園の造成（第一期整備）により通行量はかなり増加したことや、商店街側の運営管理費用の負担も少なくなかったこともあり、第二期整備にはすぐには着手しなかった。

また、新たに「事業運営委員会」が設置されると、買物公園の歩行者専用空間の利用目的や事業主体を規定するために、「平和通歩行者専用道路管理要項」を設けた。市民のための広場として活用できるよう、公共団体や市民による文化的なイベントや催事の開催を後押しし、一方で沿道商店街による営利目的となるイベントの開催に関しては規制をした。企画委員会や公共団体等と共同の場合については例外的に屋台などの出店も許可された。このように当時は続けて整備を行うのではなく、人の多く集まるようになった空間をどのように市民のために活用するかについて検討していたことがわかる。

図 2-19　買物公園ものがたり（三部作）

図 2-20　買物公園 1 条の風景（昭和 47 年夏）　（提供：旭川平和通商店街振興組合）

図 2-21　1 条通　焼きとうもろこしの販売　（提供：旭川市）

図 2-22　2 条周辺の風景　（提供：旭川市）

図 2-23　遊具の置かれた買物公園　（提供：旭川平和通商店街振興組合）

図 2-24　 3 条から 4 条方面をのぞむ(昭和 50 年代後半)
（提供：旭川平和通商店街振興組合）

図 2-25　4 条通り周辺手の噴水　（提供：旭川平和通商店街振興組合）

図 2-26　5 条周辺　（提供：旭川市）

図 2-27　6 条周辺　（提供：旭川市）

図 2-28　買物公園の様子（昭和 52 年）（旭川市中央図書館所蔵）

図 2-29　買物公園 3 周年記念カーニバル（旭川市中央図書館所蔵）

2-7　買物公園リニューアルへ向けて

第一期整備計画から 10 年が経過した頃、買物公園の集客にも陰りが見え始め、配置されたファニチャーや遊具の老朽化も問題となった。また、買物公園企画委員会では、第二期の整備を当初検討していたものの、オイルショックによって、その活動はトーンダウンした。特に問題となったのは、駅周辺は大型店が出店し、店舗が集中したものの、四条通を境として南北格差が大きくなったが問題視された。そこで 1981 年（昭和 56 年）、平和通商店街振興組合、三和商店街振興組合及び行政からの各委員選出によって「平和通リフレッシュ委員会」が形成された。

また、1982 年（昭和 57 年）振興組合の青年部（青和会）が再編され、若手商店主を中心とした活動が開始された。これは買物公園の整備により、商店街が買物公園の維持管理を担当することとなり、商店街活動、個店の経営改善といった活動まで手が回らなくなったためでもある。当初青年部では商店街活性化のためのイベントなどを手がけていたが、抜本的な見直しが必要であるとのことからリニューアルを視野に入れて、抜本的な見直しを行うための検討が始まった。

同じ頃、商店街の有志によって「The meeting」という再整備の議論の場を設けられた。そこでは、買物公園の路面のデザインが子連れの家族をターゲットとしたものになっていることや、市民参加の結果として寄贈品などの設置物の増加による景観の問題などが挙げられた。また、買物公園に不足していた街路樹整備などの構想も提案された。

こうした若手中心のリニューアルに向けての検討はリフレッシュ委員会およびそのワーキングにおいて議論が進められた。

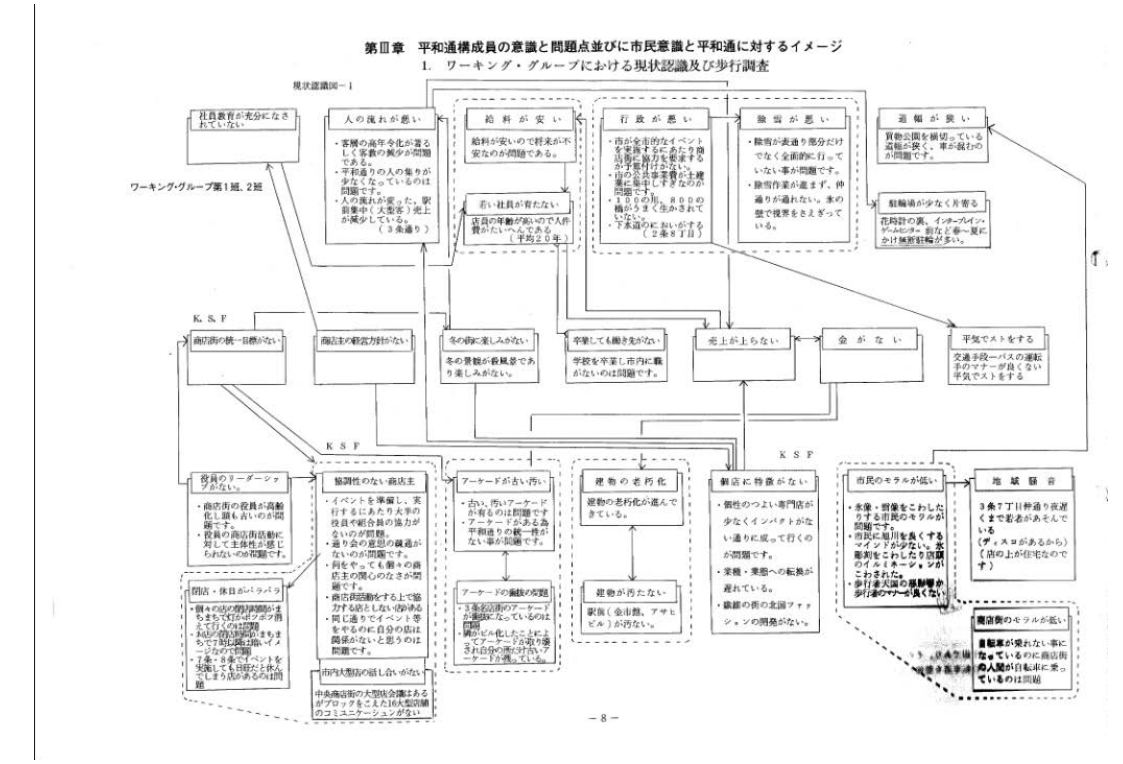
検討にあたっては、外部のコンサルタントのアドバイスをもらいながら、『魅力ある平和通を創造するための基本構想』(リフレッシュ委員会ワーキンググループ、1987 年度)が取りまとめられた。この基本構想では環境整備、商店街活動、個店経営という３つの問題の解決を目指すことが示され、以後、『魅力ある平和通を創造するための基本計画 PART1』(リフレッシュ委員会、1988 年度）『魅力ある平和通を創造するための基本計画PART2』(リフレッシュ委員会、1989 年度)と継続的に検討が進められていった。

一連の基本構想、基本計画においては、時代の変化に伴う社会情勢の変化、市民の価値観の変容により様々な問題も発生したことから、買物公園の時代的意味を捉えなおし、行動様式の再検討を行うことが目的とされた。

基本構想においては活性化の方針として、「環境整備方針」「商店街活動基本方針」「個店経営方針」の三つの方針が整理された。基本計画においては、調査から明らかにした問題点と 10 の基本理念、活性化方針があり、南北格差の解消や、各街区特性の明確化、面的整備による回遊性の向上などが挙げられている。

これら一連のリニューアルへ向けての検討は、それまでも買物公園のあり方から、大きく方向性を見直す形となった。当初の都心形成、高度利用、不燃化といった再開発を前提とした歩行者専用道路化という初期構想、そして構想実現のための社会実験から本格造成に至るハード整備のプロセスで十分に検討されてこなかったソフト面についても取り組んでいこうとするものであったといえる。具体的には、商店街活動や個店経営の改善といった本来商店街として重視すべき活動、いわば商店街としての原点

に



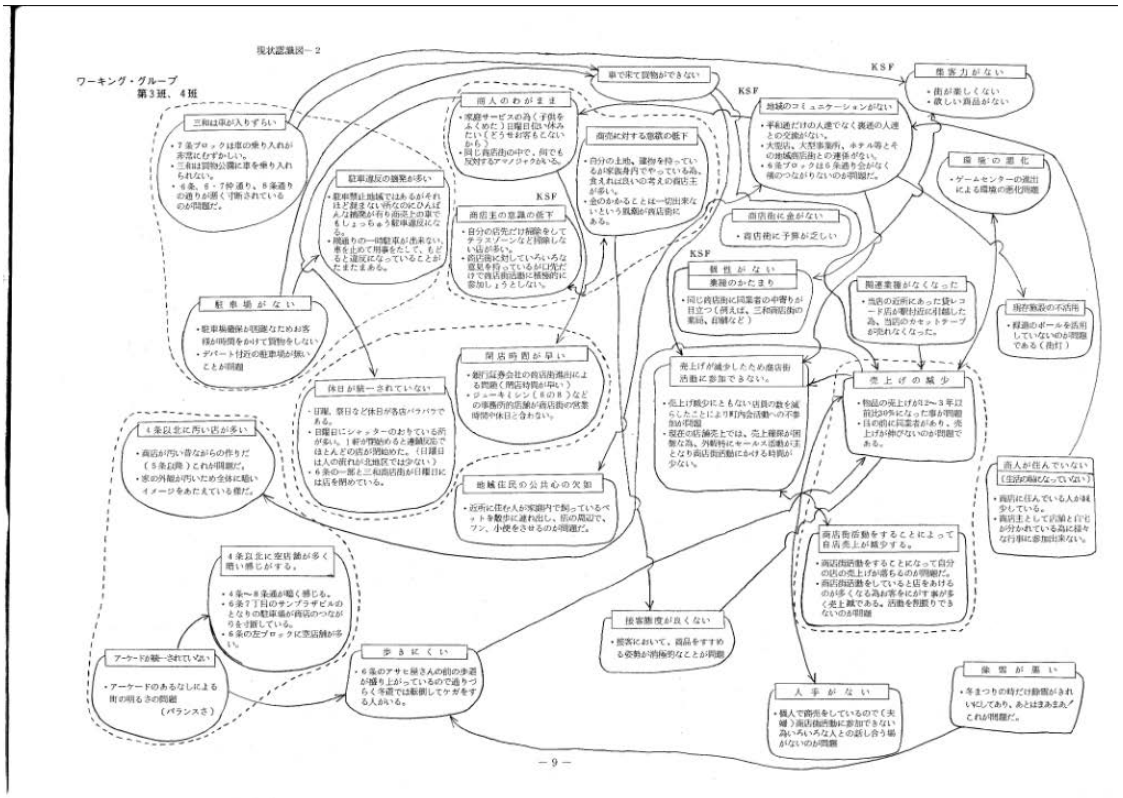


図 2-30　平和通リフレッシュ委員会での現状認識及び歩行調査
（出典：魅力ある平和通を想像するための基本構想）

戻る動きであったとも言えるだろう。
　また、南北問題解決に向けて、商業核としての一条周辺に対して、エリアごとのゾーニングや四条周辺、七条周辺などに拠点性を持たせようとするといった発想が生まれていった点も見逃せない。
　1990 年度には上川支庁、市、商工会議所を巻き込み、「旭川平和通買物公園活性化協議会」が立ち上げられ、リニューアル整備となる買物公園再整備計画についての検討がなされた。協議会は 1991 年（平成 3 年）に「旭川買物公園活性化基本計画報告書」を策定した。基本計画の中では土地建物の利用状況、交通状況、道路環境（路面環境）、街並み（立面的な景観）の分析の後、買物公園の課題を抽出している。それらを受けた整備計画では、シンプルで歩きやすさのある空間を目指し、遊具や彫刻はある程度を残しながら移動、もしくは撤去することが提案された。
　その背景としては、第一期整備においては、街区ごとにバラバラな環境整備が行われていたこと、児童遊具や市民からの寄贈品などが統一感なく配置されていたこと、乱雑で派手な突き出し看板や壁面利用看板、道路上に溢れた置き看板や商品の溢れ出しなど、全体として景観面での統一感を欠き、歩行者環境としても快適でないという認識が当時の関係者の共通認識であった点が指摘できる。このほかにも新たな 3 つのゾーニング（図 2-31）により新たな特性づくりを目指すこと、交通動線の再検討、共同化事業におけるまちづくり会社の事業運営などが挙げられた。
　その特徴をまとめると以下のようになる。

①シンプルで人に優しいデザイン
　おもちゃ箱をひっくり返したような当時の道路環境を改善するとともに、段差を解消し、高齢者や障害者等のハンディカップを持った人でも安心して歩ける環境、系統的なロードヒーティングの整備により冬でも安心して歩ける環境の実現

②総合的な交通対策
実現はしなかったが四条通りのアンダーパス化、クルドサック型などの仲通りの車両動線処理、七条緑道の U 字回路型道路パターンへの変更、問題となっていた自転車交通対策、第一期整備の内容を継承する断面構成（逍遥ゾーン、滞留・アメニティゾーン・緊急車両通行ゾーン）といった総合的交通対策

③沿道の店舗特性を反映したストーリー性のある計画
街区ごとに異なるデザインを改めて、沿道の店舗特性なども反映し、全体を三つのゾーンに区分し、3 つのプラザを設ける。また、全体としての統一感の舗装パターン

④個性ある建物のデザイン
個店活性化のため、旭川の気候に対応した建物・広告物のデザインコードを設定し、まちづくり協定（案）とその運用組織であるまちづくり委員会の提案。食文化、地域情報の発信、インキュベーションを目的とした新業態店舗などを実現する共同化の提案。
⑤顧客サービス拡充のための商店街活動
共同駐車場や IC カード、スタンプ事業などによる顧客サービスの改善のための商店街

活動、商店街のネーミングやロゴデザインなどによる商店街 CI（コーポレート・アイデンティティ）計画。

また、この活性化基本計画には街並みのデザインのためのまちづくり協定の必要性にも触れており、まちづくり協定の素案も載せられている。その後、1993 年に旭川平和通買物公園まちなみデザイン推進協議会が「買物公園まちなみデザイン推進基本計画」を策定した。これは基本計画で検討された案をより細かく検討したものである。まちなみデザインの統一による買物公園の魅力の向上と北側エリアの活性化を目的として、まちづくり協定を含む街並み整備計画、裏路地の整備、共同化による複合型商業施設の計画についてまとめられた。

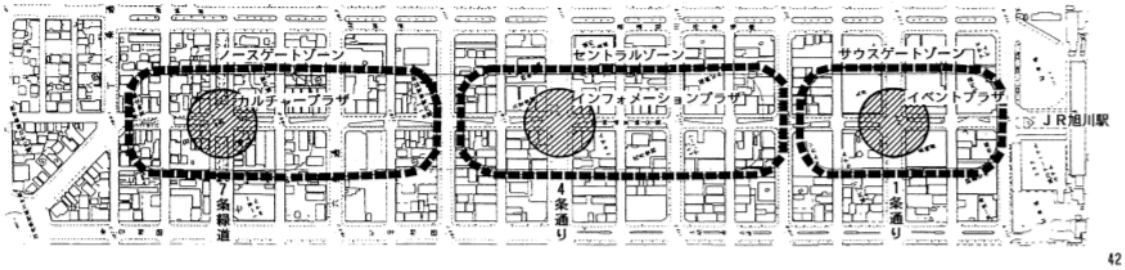
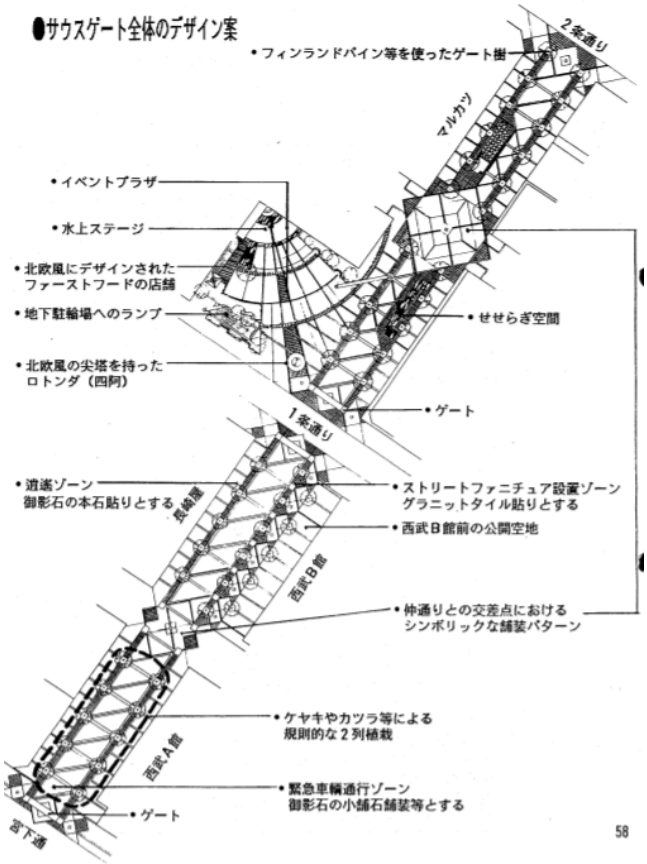


図 2-31　旭川買物公園活性化基本計画報告書で提案された 3 つのゾーン
（出典：旭川買物公園活性化基本計画報告書）



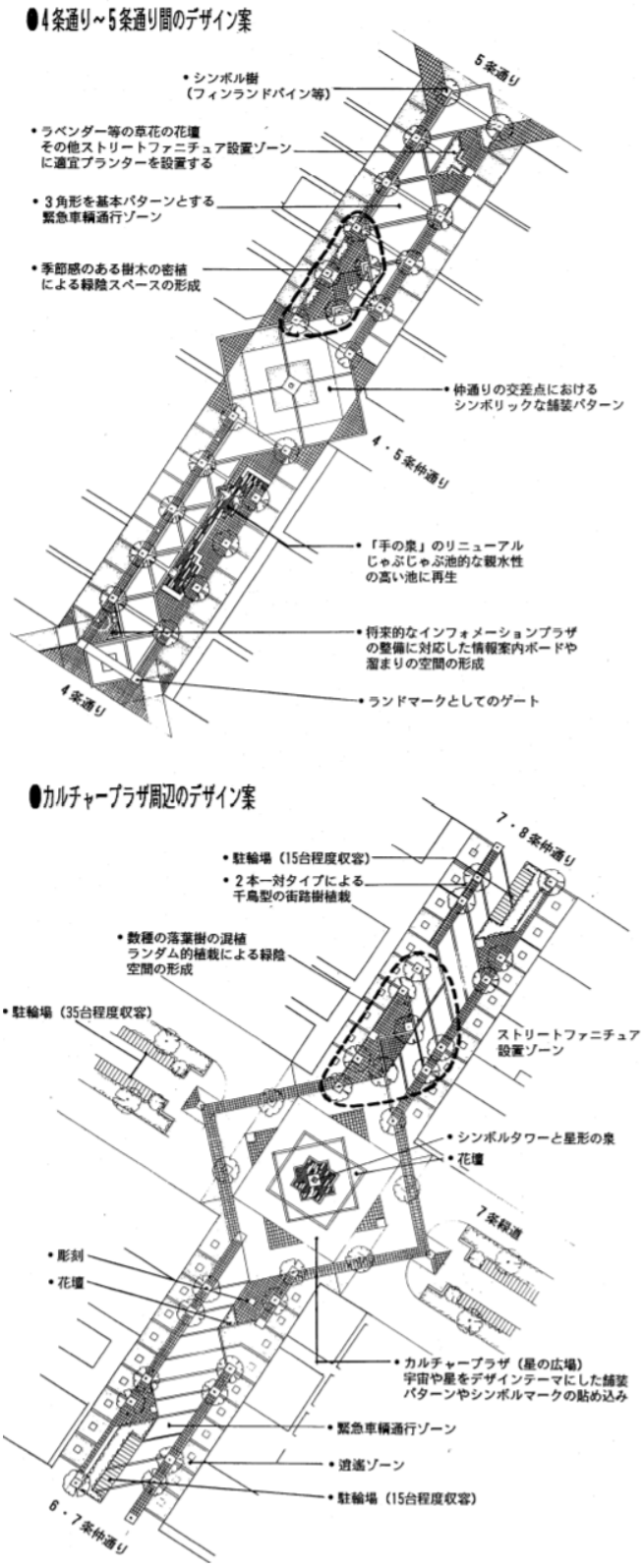


図 2-32　旭川買物公園活性化基本計画報告書で提案された 3 つのゾーン
（出典：旭川買物公園活性化基本計画報告書）

図 2-33 裏小路整備のイメージスケッチ
（出典：買物公園まちなみデザイン推進基本計画）

また、買物公園のリニューアル整備は旭川市の市街地再開発事業の整備方針の内の一つとして位置付けられている。1989 年（平成元年）に旭川市によってまとめられた「旭川市都心市街地再開発事業基本計画」では市街地再開発事業の一環として、四条以南を商業中心地として一層の高度利用を図ることとし、四条以北は四条以南の都心機能を補完する地区として、観光、文化、レジャー、娯楽、飲食の機能を集中させ、観光客、周辺就業者、市役所市民会館の利用者、若者が集まる空間として整備することとした。

こうした構想から具体的な整備に向けて検討が進められたものの、整備にあたって解決すべき課題も浮き彫りとなった。財源の確保の問題であり、第一次整備の際の財源負担が商店街にとっては重荷になっていたことや、段差解消やロードヒーティングなどのリニューアル整備にかかる予算規模から、国の補助金などの外部資金を確保する必要があったこと、さらに補助金獲得のために道路幅員２０メートルを確保するという基準をクリアする必要があったのである。

そのため、関係者を悩ませたのが、それぞれの店舗の突出物の問題であった。リニューアル以前はアーケードなどの占用物もあり、広告物など突出物もたくさんあった。そのため道のファサード事業を獲得し、ファサードをきれいにしながら突出物問題を解消することとなった。最終的には国の街路事業として認定を受けて、1998 年（平成 10 年）に着工し、2002 年（平成 14 年）に完成した。

こうして 1980 年代後半ごろから本格化したリニューアルへ向けての検討は実現するために 10 年以上の歳月を要したが、この時期は、大規模小売店舗における小売業の事業活動の調整に関する法律（1973 年制定、通称大店法）が徐々に緩和され、郊外大型

商業施設、ロードサイド型大型店舗などの出店が増加した時代でもある。こうした郊外と中心市街地の競合という社会情勢の変化によって、買物公園は当初描いていた第二期整備ではなく、当時の現況を反映した新しい整備計画を策定した。これについては第一期の買物公園実現に奔走した商店主の一部からの反発もあった。

しかし、社会実験から本格造成にいたる第一期整備が基本的には市主導で行われたのに対して、リニューアル整備については商店街の若手・中堅商業者を中心に検討されていったように商業者主導の検討であったことが大きな違いである。

また、財源の不足などもあり、街路事業としての認定を受けて行われた環境整備については、活性化基本計画で示されたアイディアの多くについては、実現に至らなかったと言える。しかしながらこのリニューアル整備により、基本的に路面の維持管理については行政が担い、商店街活動と個店の経営改善に注力できるようになった点は、商店街にとっては大きな成果であると言える。

図 2-34　買物公園リニューアルオープン祭（旭川平和通商店街振興組合所蔵）

◆コラム　「リニューアル事業を振り返って」

左：大西勝一（おおにし・かついち）
旭川平和通商店街振興組合理事長
株式会社大西時計店代表取締役社長
右：佐々木邦男（ささき・くにお）
旭川平和通買物公園企画委員会委員長
有限会社佐々木ビルディング専務取締役

―第一次買物公園整備後の課題は？

大西：整備された頃の買物公園にはものすごい人が来て、売り上げも 2 割、3 割上がっていました。しかし、買物公園がオープンしてから 10 年ぐらいたったときに、陰りが出てきました。買物公園になった段階で買物公園企画委員会ができて再開発の計画などを検討していたのですが、オイルショックにぶつかって計画がトーンダウンしました。そこで、もともとあった青年部を復活させようという機運がでてきて 1982 年に青和会が再結成され、この活動に加わりました。当時は、駅側は店舗が集中していましたが、北側は元気がなかった。4 条の本通りを境にした南北格差がどんどん広がっていったんです。そこで青年部ではいろいろイベントをやりましたが、根本的に考え直さにゃ駄目だということになり、旭川市商店街振興組合連合会でやっていた適塾という若手商人の勉強会で先生をされていたコンサルタントの方にお世話になりながら「魅力ある平和通を創造するための基本構想」（1987 年）をまとめました。この基本構想では環境整備、商店街活動、個店経営という 3 つの問題の解決を目指して基本計画をつくりました。
佐々木：買物公園 10 周年のころでしょうか、ザ・ミーティングという、若い者が集まって買物公園のことについて議論しようという会が立ち上がりました。そこでは、買物公園はおもちゃ箱をひっくり返したようにごちゃごちゃ置いてあって管理も大変だし、これは駄目だという話があり、私もコペンハーゲンなどヨーロッパのまちを見てきた経験があったので、向こうの道路はもっとすっきりしているし、何か起こったとしても可動式の物で非常に柔軟性を保っているし、そういうほうがいいといった意見や緑をもっと多くして木を植えたらいいといった意見を出しました。

―リニューアル実現へ向けて

大西：そんな動きがある中で、市にも声をかけて 1990 年平和通活性化協議会をスタートさせ、買物公園サミットというイベントを開催しました。そしてこの時期に、ハードとソフトに分けて路面整備は市が中心でやって、商業の活性化については商店街がやろうという役割分担がすすみました。ちょうど菅原市長になって整備をしようという流れができてきたのですが、ザ・ミーティングの並木道構想も合わせてやろうとい

うことで、シンプルで本物志向、バリアフリーといった基本的なコンセプトで路面整備が始まったんです。当時はいろんな意見があって、2000 年に市民フォーラムも実施して、今のリニューアル構想につながっていきました。ただ、なかなか順風満帆にはいかなくて、国の補助金を入れるために、買物公園は幅員 20 メートルをしっかり確保しなければならなくなった。以前は昔のアーケードも付いていましたし、突出物もたくさんあった。そこで道のファサード事業を入れてファサードをきれいにしながらこの問題を解消することにしました。結局 90 年に協議会ができて 2002 年に完成するまでリニューアルに 10 年以上かかりましたね。

―リニューアル整備の前後の変化は？

大西：子どもの遊び場がなくなり、シンプルになりましたから、客層もちょっと変化しました。自由に使えるスペースもいっぱいできた。
佐々木：イベントやお祭りはしやすくなりましたね。以前は遊具なども含めて管理を企画委員会でやっていましたから、そういった負担も減りました。
大西：以前はイベントも全部企画委員会でやっていたので、個店経営の改善も含めて商店街活動はだんだんトーンダウンしてきていたんです。

―これからに向けて

大西：ここで何かをやったというか思い出がないと、愛着も愛情も湧かないと思うんです。思い出を語れる、話ができる、そういう買物公園になってほしいなというのは思います。
佐々木：今のこの日本全体の経済状況の中では、商業活動だけでは大型店にかないっこないですよね。全国の地域商店街が同じような状況だと思いますけれども。やっぱり大型店に対抗するためには、どんな個性を、どんな魅力をつくれるかですよね。あそこに行ったら楽しいことがある、あそこに行ったら何かが、友達と会えるとか、そういうことだと思います。私はこのオープンテラスで、日中も夜も、ある程度の時間まで飲んだり食べたり語ったり何かを見られたり、そういう個性のある道路にしていける可能性を、この買物公園は持っているんじゃないかと思います。そこに来てくれるお客さんを生み出して、「個性的な店をつくろう、商業活動をしよう」という若い人が来てくれる可能性はあると思います。

2-8 郊外との競合の時代

2002 年（平成 14 年）のリニューアル整備の完了は本格的な郊外大規模店舗との競合の時代の幕開けでもあった。大規模小売店舗における小売業の事業活動の調整に関する法律（1973 年制定、通称大店法）は 1990 年代に入ると段階的に緩和され、2000 年（平成 12 年）に廃止された。

旭川市においては、1990 年代から中心市街地の衰退傾向が始まっており、買物公園においても、長崎屋旭川店の閉店（1992 年）など、空き店舗、駐車場の増加が続いた。郊外においてはイオン旭川西ショッピングモールが 2004 年（平成 16 年）に開業しており、それと前後して、駅周辺の商業核の大型店舗の閉鎖が続いた。

そのため、中心市街地活性化法（1998 年）に基づき、旭川市においては中心市街地活性化基本計画を立案（2000 年）し、以降中心市街地再生の取り組みが行われてきた。

この計画では、買物公園を中心とする 382ha を中心市街地として指定し、旭川市中心部の人口減少と高齢化を課題としながら、公共交通機関の拡充と歩きやすいまちづくり、それに伴う高齢者も住みやすい街の整備を掲げた。旭川商工会議所では「買物公園賑わいコンセンサス形成事業報告書」（2003 年）をまとめ、リニューアル整備の完了した買物公園に賑わいを取り戻すためにイベント・催事の見直しと、テナントミックス（フードテラス）の提案がなされた。

この提案を受けて 2003 年（平成 15 年）に旭川まちづくり株式会社が設立され、2004 年にはフードテラスがオープンした。この再開発ビルは低層部は飲食店およびオフィス、高層部は住宅用途となっている複合開発であり、居住人口の増加、歩きやすいまちづくりといった中心市街地活性化基本計画の方向性に沿う形で進められた。

図 2-35　旭川フードテラス(出典：旭川市ホームページ)

2005 年には買物公園造成に向けた社会実験以来 2 回目の社会実験となる「旭川北の賑わい回廊社会実験事業～平和通の活性化を目指して～」が行われた。平和通において、歩行者空間等を活用して飲食物を提供する休憩所を設置するとともに、回遊を誘

導する住民参加型イベントを実施することとして、地域住民が主体となって歩行者空間の活用を行った。この実験は改めて十分な道幅を持つ歩行者専用道路を持つ買物公園のポテンシャルを感じさせるようなものとなった。

2011 年には北彩都あさひかわの再開発事業の一環として旭川駅駅舎がリニューアルされ、2015 年には旭川駅直結の大型商業施設が開業したことで鉄道駅を中心とした周辺居住人口と求心力の向上が見られる。

図 2-36　旭川駅と駅前広場（出典：旭川市ホームページ）

商店街側も買物公園の魅力を向上させるための取り組みを多く行っている。2008 年頃からは、買物公園の魅力を発信する広報誌「hoccol」(ほっこる)が季節ごとに発行された。買物公園の歴史や新たな取り組みを紹介することもしており、商店街に関わる人々の対談やインタビューを掲載し、商店街ならではの魅力の発信を行った。

図 2-37　hoccol 表紙（出典：旭川買物公園ホームページ）

2010 年頃からは「旭川市駐車場・公共交通機関利用促進事業」として「旭川中心街共通駐車券ラクラクチケット」が導入された。これは各店舗の提供駐車場の位置がわかりにくいことや、駐車料金体系のわかりにくさを解消するためのシステムである。加盟店での買い物の際、金額に応じて駐車券を発行しそれによる駐車料金の精算ができるというものである。これにより、駐車場システムの簡易化、店舗での消費活動の促進を促している。(旭川平和通商店街振興組合が管理をしている。)

図 2-38 ラクラクチケット
(出典：旭川中心街共通駐車券ラクラクチケットホームページ)

また、2014 年（平成 26 年）からは商店街の店主が講師となって、プロならではのコツや知識を地域住民や来街者に教えるという取り組みである「得するまちのゼミナール」（以下まちゼミ）を買物公園を中心に旭川まちゼミ実行委員会が主導で行っている。お店側の人間とコミュニケーションを深めることのできる機会となるため、その店や買物公園のファンを増やすことができる取組であるといえる。第 10 回となった 2019 年（令和元年）のまちゼミでは 40 講座が開講された。このように大きな路面や景観の整備はなくとも、商店街側がソフトの面で買物公園が求められている事や魅力として発信できるものを拾い上げ、実現していることがわかる。このような活動は買物公園造成の文脈を受け継いでいる、特有の面だといえる。

図 2-39　第 10 回得する街のゼミナール in あさひかわのチラシ
（出典：旭川買物公園ホームページ）

そんな中でもリニューアル工事の後も人口減少などによる中心市街地の賑わいの低下は進んでおり、旭川市は活性化に向けた方策を打ち出し、増加する高齢者にとっても住みやすく、回遊を促せるよう整備することとしている。旭川フードテラスの運営は旭川まちづくり株式会社が行いながら、イベント利用も進めている。2022 年（令和 4 年）6 月には五条に新たなインキュベーション型商業施設である「旭川ここはれて」が開業することもあり、4 条以北の賑わい創出も新たな動きを見せている。

第３章　平和通買物公園の商業集積の変遷

この章では買物公園造成の前後からの商業集積の変遷をしらべ、商店街がどのように変化してきたかについて調査を実施した。

3-1　業種構成の変遷

買物公園の業種構成の調査にあたり、1967 年から 5 年ごとの住宅地図を使用し、建物用途を業種ごとにその傾向を整理した。

① 百貨店、総合スーパー■

百貨店、総合スーパーは、様々な店舗が入居する大型店とする。

百貨店は、1967 年から 2017 年にかけての割合は大きく変化しないが、途中増減があった。しかし、ランドマークとなる位置に出店していることから、空き店舗に一度なっても 5 年以内に新規出店があるため、大きな変化はみられなかった。

② 飲食店■、アルコールを扱う飲食店■

買物公園オープン後、最も増加率が大きい業種である。飲食店は 8.7%、アルコールを扱う飲食店は 11.2%、全体で 19.9%増加している。ただ、1977 年の飲食店の増加は、住宅地図にビル内の店舗の詳細が掲載されるようになったことによる増加である。もともとアルコールを中心に扱う飲食店は 0 であったのに、2000 年代以降急増している。2017 年現在、この 2 つの飲食業が占める割合は 26.3%と、全体の 4 分の 1 を占める。

③ 生鮮品■、その他食料品■

ここでの「その他食料品」とは、菓子、土産、パン、茶葉等、持ち帰る生鮮品ではない食料品のことである。

生鮮品は 1967 年から 3 %減少しており、その他食料品は、1967 年から 2017 年にかけて 4 %減少している。店舗数は、20 店舗減少しており、当初の 4 分の 1 である、1972 年までは飲食店より割合が高かったが、それ以降抜かされ続けている。

④ 最寄品■

ここでの「最寄り品」とは、医薬品、印鑑、文房具、本など、消費者が手軽にほとんど比較しないで買う商品を指す。

割合は、1967 年から 2017 年にかけて 4 %減少しているが、途中微減、微増を繰り返しているため、急激に減少した年はない。しかし、店舗数は半減している。特徴として、1967 年代から薬局が非常に多く、2007 年ごろまで営業を続ける老舗が多数あった。

⑤ 買い回り品■、服飾雑貨■

ここでの「買い回り品」とは、家具、家電、時計など、消費者が 2 店以上の店を比べて購入する商品を指す。買物公園は買回り品のうち「服飾雑貨」の占める割合が多

いことから分類を分けた。
1967 年には、買物公園の全体の 45%と、約半分を占めていた買回り品、服飾雑貨だが、2017 年までに合わせて 25%、約 50 店舗減少している。特に、1982 年からの５年間、1997 年からの 5 年間で約 7 %、約 14 店舗ずつ減少している。
買回り品は、1997 年から大きく減少し始め全体の 4 分の 1 を占めていた割合は、 1 割程度になった。特徴として、買回り品の中では、カメラ、メガネ、時計を販売する店舗がかつて多くあった。
服飾雑貨は、1967 年から 2017 年まで 12.3%割合は減少している。店舗数は 4 分の１になった。特に 1977 年から 1992 年までの 15 年間で 7 %減少しており、2002 年には買物公園全体の 1 割になった。その後 10 年間は均衡を保っていたが、2017 年再び２%減少し遂に 1 割をきった。

⑥ サービス業■
サービス業は、旅館、旅行会社、携帯ショップや美容室、音楽教室、写真館等物品以外の商品をメインに販売する店舗を指す。
1967 年から 2017 年にかけては 4.4%の増加であるが、途中増減を繰り返している。店舗数にすると、 4 店舗のみの増加であるため、大きく変化はないと言える。1900 年代のサービス業は主に旅館や旅行会社、理美容室であったが、2002 年ごろから携帯ショップが増加した。しかし、2010 年代にはいると再び減少した。買物公園には特に写真館が多く存在していた。

⑦ その他■
「その他」を構成するものは主に、株式会社、営業所などオフィスとして利用するもの、麻雀やゲームセンターなどの娯楽施設である。全体における数が少数であったため、分類せずにまとめた。

⑧ 駐車場■
駐車場は 1967 年から 2017 年にかけて 8 %増加した。数にして 10 か所増えた。1987 年ごろから増加し始め、2007 年一時は減少したものの、再び 2017 年には最大値を記録した。

⑨ 空き地・空き家■
1967 年から 2017 年にかけて、11%増加した。1992 年からの 5 年間は減少があったものの、他の年では割合を維持、もしくは増加している。これは、空き地を駐車場としたためと減少したものと考えられる。また、この空き地・空き家は、 5 条通以北に集中している。一度空いてしまった土地には、なかなか次の店が入らず、そのまま駐車場になる、もしくは新規出店しても次の 5 年間で閉店してしまっている。

以上が、業種ごとの整理である。業種の割合が増加したもの、減少したもの、変化がないものに整理したものが以下の表 3- 1 である。

表 3-1　業種別構成比の変化の動向

	増加したもの	減少したもの	変化がないもの
業種	■飲食店 ■アルコールを扱う飲食店 ■駐車場 ■空き地・空き家	■その他食料品 ■最寄品 ■買回り品 ■服飾雑貨	■百貨店、総合スーパー ■生鮮品 ■サービス業 ■その他
詳細	飲食店、駐車場、空地・空き家、コンビニ	電気屋、薬屋、娯楽施設、菓子・土産屋	大型店、生鮮品、サービス業、オフィス

50 年の歴史を振り返ると、社会実験が行われる直前の 1967 年には、買回り品、服飾雑貨などの専門店が全体の約 45%を占めていたものが、2017 年には合わせて約 22%と半減している。これに対して飲食店と駐車場、空き地・空き家が大きくその割合を伸ばしている。これは、旭川だけでなく、地方都市の中心市街地の一般的傾向とも合致しており、交通ネットワークの整備による生活圏の広域化や郊外の商業施設の立地などにより、生じた状況であると考えられる。

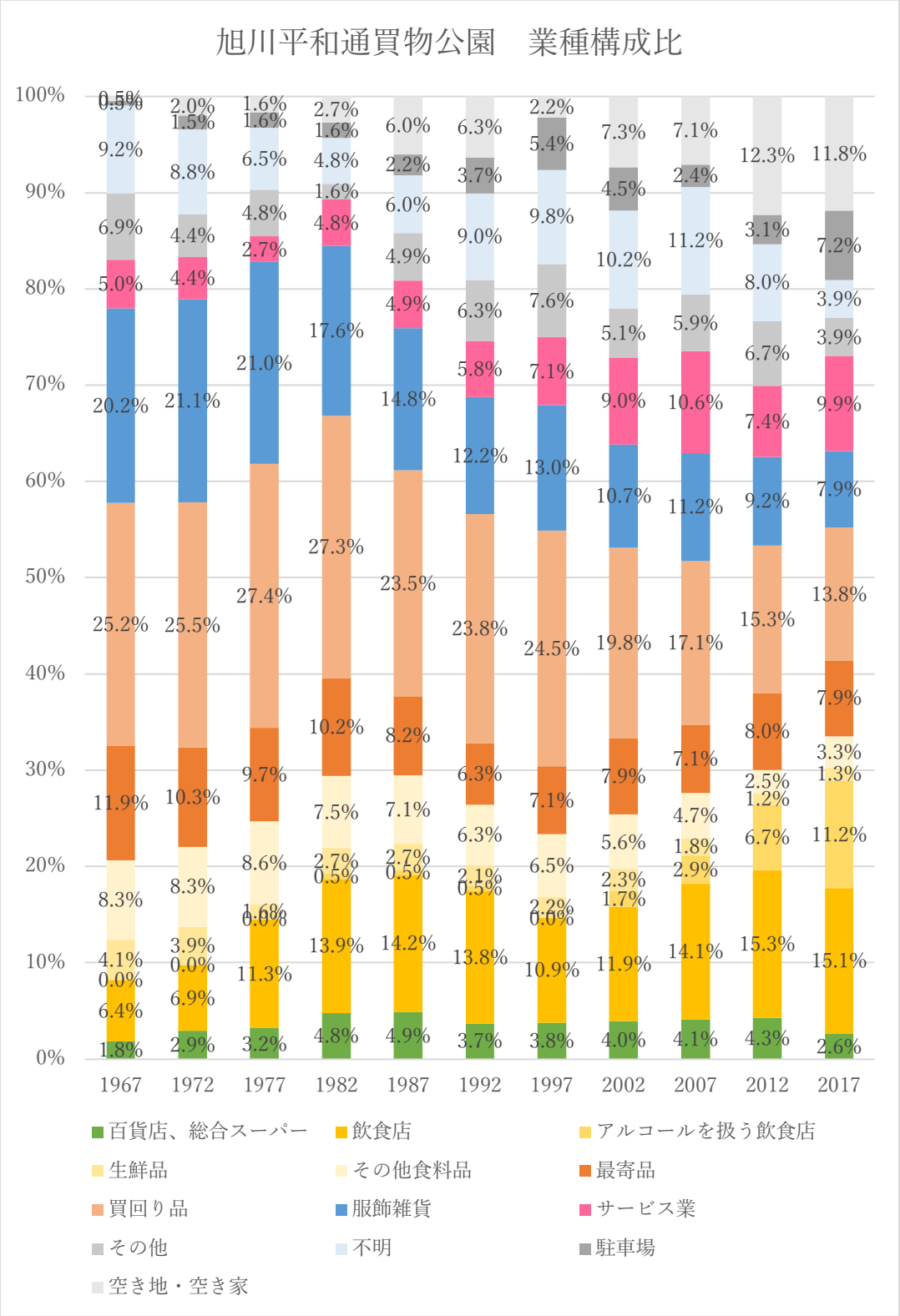


図 3-1　旭川平和通買物公園業種構成比

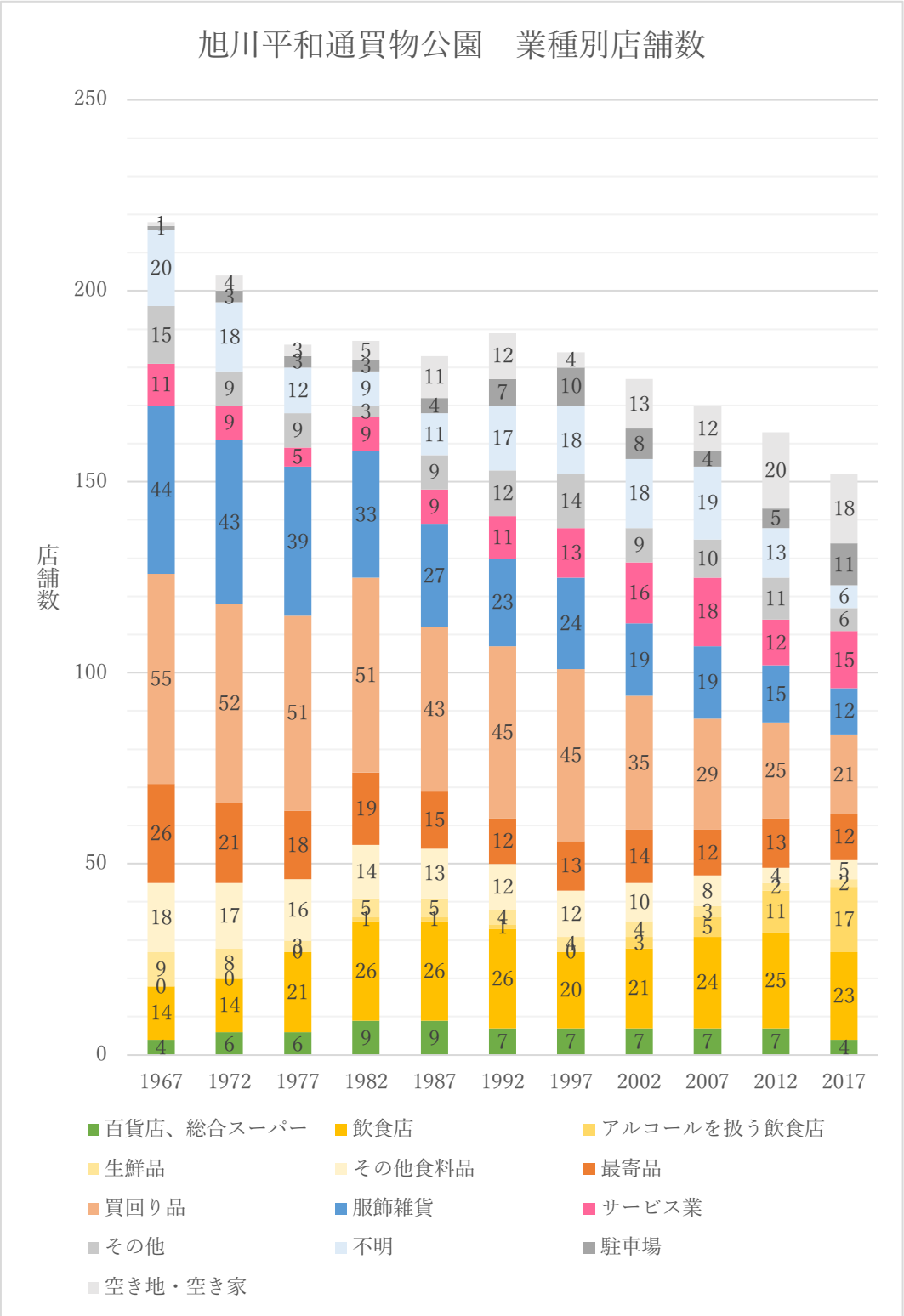


図 3-2　旭川平和通買物公園業種別店舗数

3-2　地図からみる業種構成の変遷

買物公園が当てはまる「広域商店街」の定義が「百貨店、量販店を含む大型店があり、最寄品より買回り品が多い商店街」であることから、買物公園は市や商店街の規模からすると、「買回り品を買いにくるための場所」であると言える。そこで、買回り品、服飾雑貨の割合ごとに年代を区切って分析すると、買回り品の割合が①安定期（1967 年から 1977 年）②減少期Ⅰ（1982 年から 1997 年）③減少期Ⅱ（2002 年から 2017 年）に分けられる。ここからは、①のうち買物公園ができた 1972 年、②のうち買回り品が大きく減少し始めた 1992 年、③のうち政府の認定計画である中心市街地活性化基本計画最中の 2012 年の、20 年おきの地図を比較し、空間情報から業種の変遷を見る。

また、これまでは複合ビルの 1 階店舗を業種分けし計上してきたが、複合ビルはそのまま地図上に表す。

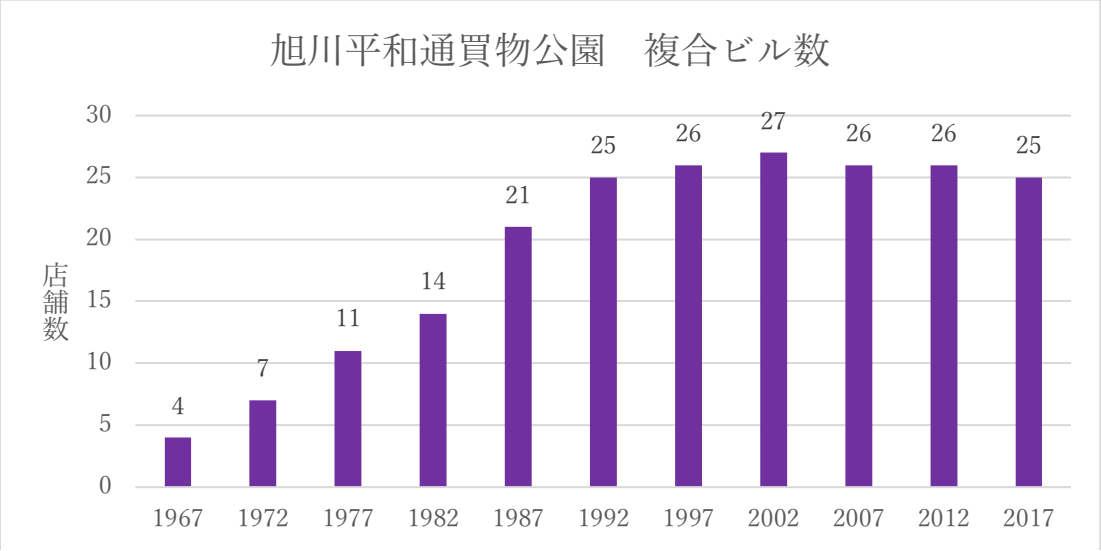


図 3-3　旭川平和通買物公園複合ビル数

表 3-2　地図の業種別色分け凡例

【凡例】				
百貨店、総合スーパー	飲食店	アルコールを扱う飲食店	生鮮品	
その他食料品	最寄品	買回り品	服飾雑貨	サービス業
その他	不明	駐車場	空き地・空き家	複合ビル

図 3-4、3-5、3-6 は 1972 年、1992 年、2012 年の業種別に色分けした地図と業種構成比のグラフである。

1972 年から 1992 年において増加したものは複合ビルと百貨店、大型店、駐車場である。大型店はグラフでは微増に見えるが、地図にすると宮下通から 2 条通の面積を大幅に占めている。一方で、グラフから飲食店が増加していることがわかるが、地図の色が増えた印象はない。これは、増加した複合ビルの中に飲食店が入居しているためである。

また、減少したものは最寄品と服飾雑貨、生鮮品、その他食料品である。1992 年は

買回り品が大幅に減少し始める年であるが、買回り品のうち服飾雑貨がまず減少してきたことがわかる。しかし、服飾雑貨を除いた買回り品は、1992 年には未だ買物公園の 4 分の 1 を占める業種である。

次に、1992 年から 2012 年に増加したものは、飲食店、空き地・空き家である。グラフでは、アルコールを扱う飲食店は 10 店舗以上増加しているはずであるが、地図からはその印象がない。数店の個店は見受けられるが、ほとんど複合ビルに入居していると考えられる。

空き地・空き家の増加は、個店の数の減少によるものであると考えられる。1972 年から 1992 年の個店の減少は複合ビルができたためと考えられるが、1992 年からは増加していないため、空き地・空き家になったことがわかる。

減少したものは買回り品、服飾雑貨である。どちらも特に個店の減少が著しい。

3-3　大型店の業種構成比

買物公園近辺の大型店の動向は表 3-3 の通りである。1970 年代、全国と同じように百貨店、大型スーパーが開業し、80 年代に入ると店舗が開閉業し少しずつ入れ替わっていく。ただ、閉店してしまった大型店跡地に新しいテナントが入る、という入れ替わりのみではなく、元々買物公園にあった大型店が郊外へ移転するため閉業し、跡地へ新たなテナントが入る、という動きも見られる。つまり、旭川市の商業機能は、1980 年代から 2000 年代前半にかけて中心市街地から郊外へ広がったと言える。

表 3-3　旭川平和通買物公園内及び周辺の大型店開閉業の年表

年	事象	備考
1970	まるせん旭川本店開業	
1972	買物公園オープン	
1975	西武旭川店B館開業	
1978	イトーヨーカドー旭川店開業	
1979	西武旭川店A館開業	
1982	旭川エスタ開業	
1992	長崎屋旭川店閉店	長崎屋は郊外へ（ラパーク）
1994	旭川マルサ開業	長崎屋跡地へ
2000	旭川マルサ閉店	
2002	エクス開業	旭川マルサ跡地へ
2004	イオン旭川西ショッピングセンター開業 （現イオンモール旭川西）	
2009	丸井今井旭川店閉店	
2012	Feeeal旭川開業	丸井今井跡地へ
	旭川エスタ閉店	
2014	エクス閉店	跡地へドラッグストア入居
2015	イオンモール旭川駅前開業	エスタ跡地へ
2016	西武旭川店（A，B館）閉店	
2021	ツルハ旭川中央ビル （ホテルを含む複合商業施設）	西武旭川店 A 館跡地へ

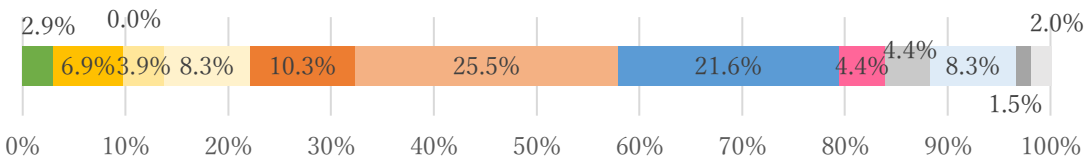
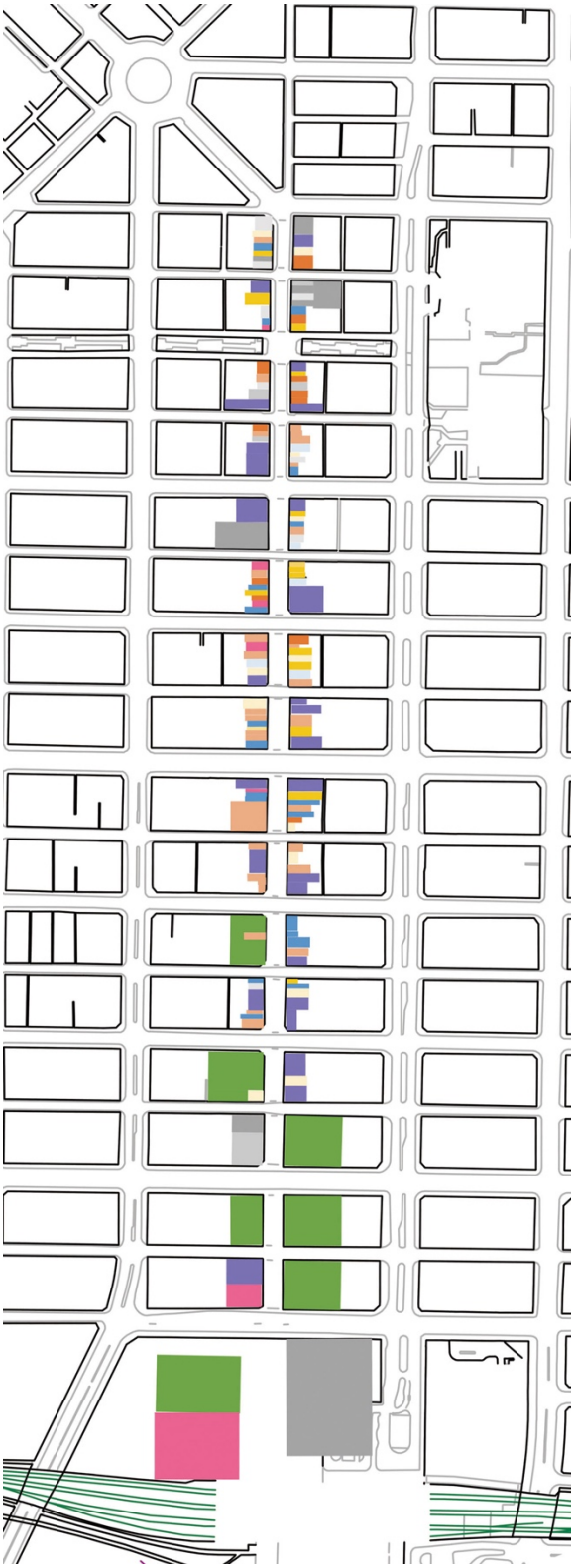


図 3-4　1972 年の旭川平和通買物公園業種別色分け地図と業種構成比グラフ



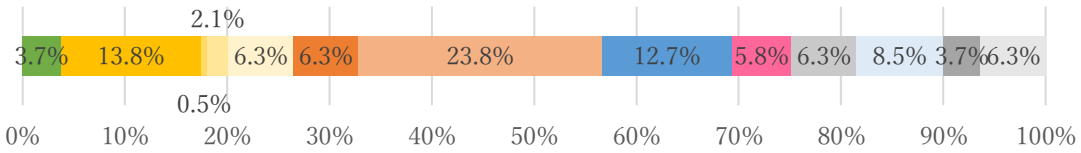
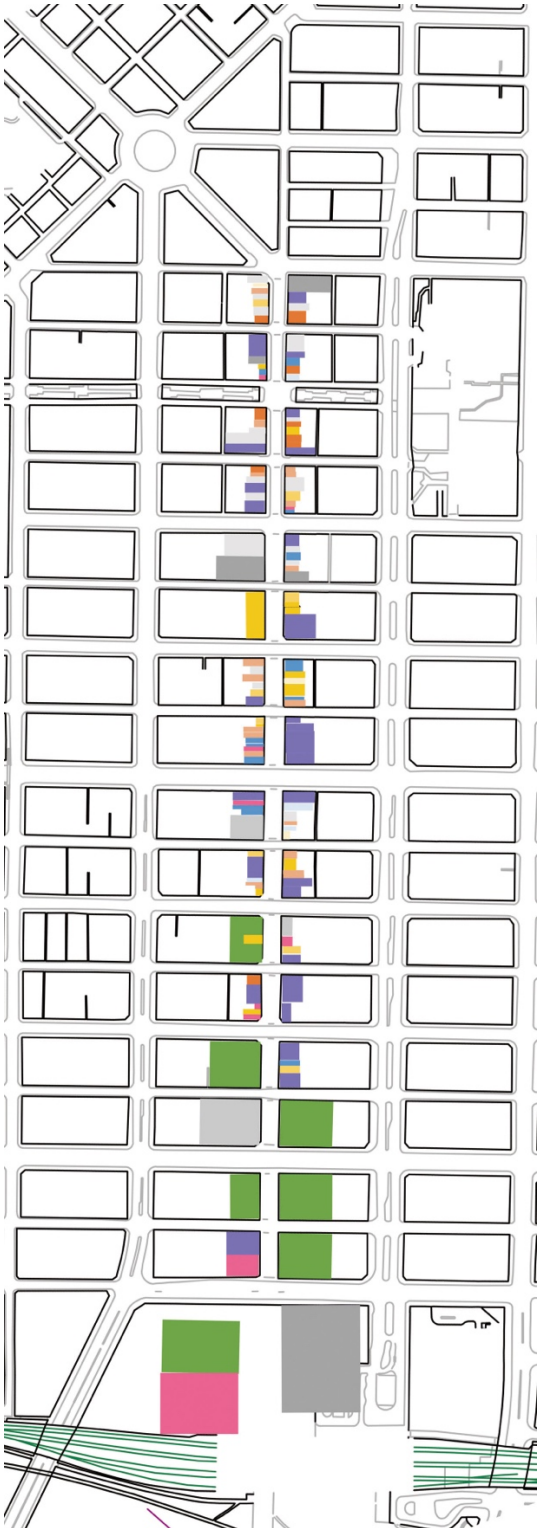


図 3-5　1992 年の旭川平和通買物公園業種別色分け地図と業種構成比グラフ



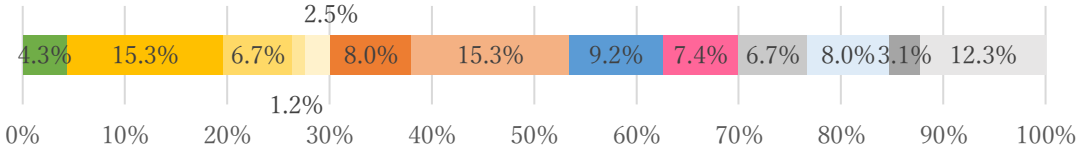


図 3-6　2012 年の旭川平和通買物公園業種別色分け地図と業種構成比グラフ

また、現在残っている旭川市内の大型店の業種構成比は図 3-7 の通りである。また、店舗数は図 3-8 の通りである。買物公園内の大型店（イオンモール旭川駅前、Feeeal 旭川、OKUNO、マルカツ） 4 店と、郊外の大型店を比較する。郊外の大型店には 2004 年に開業したイオンモール旭川西を選定した。

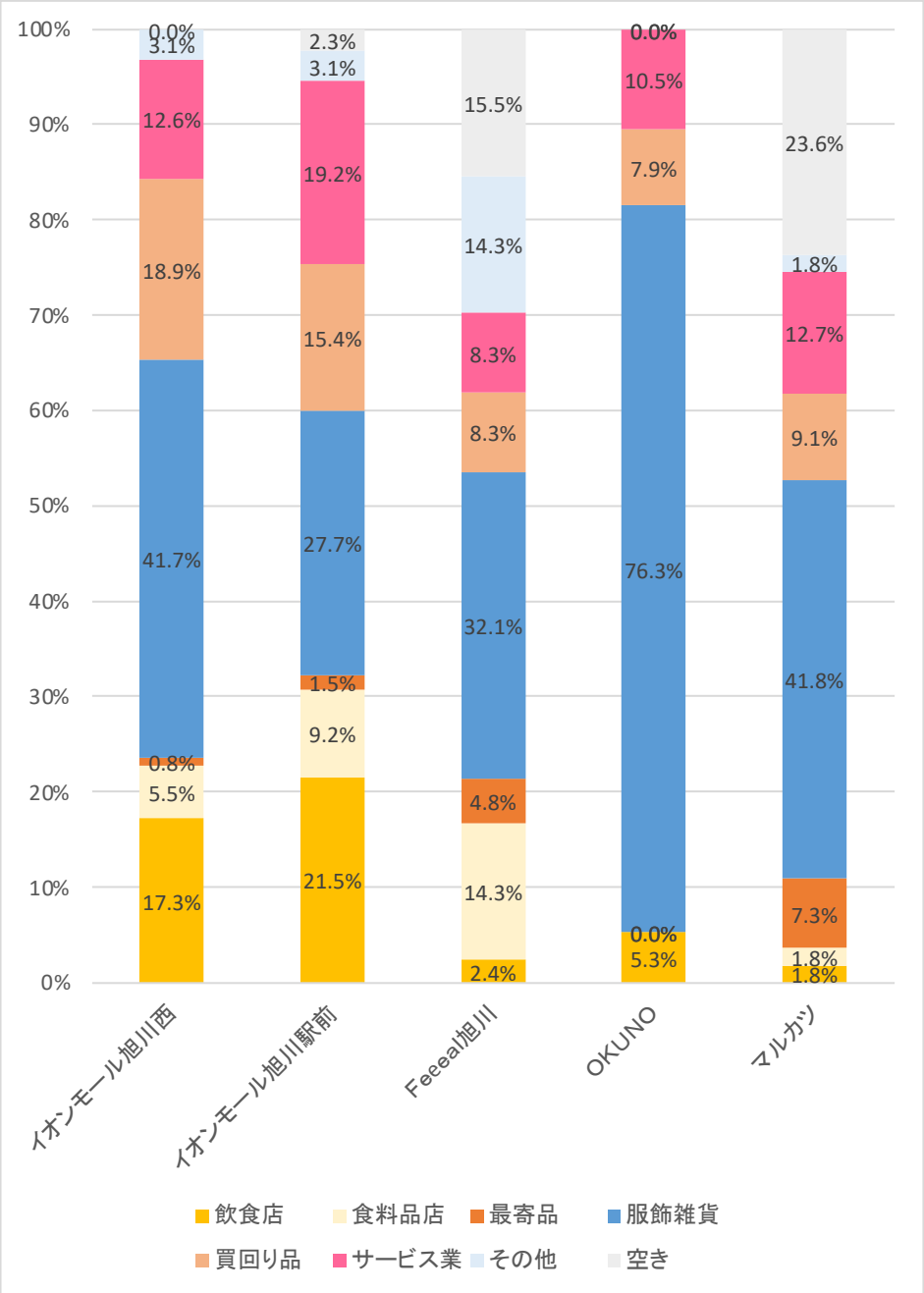


図 3-7　旭川平和通買物公園内の大型店と郊外大型店の業種構成比

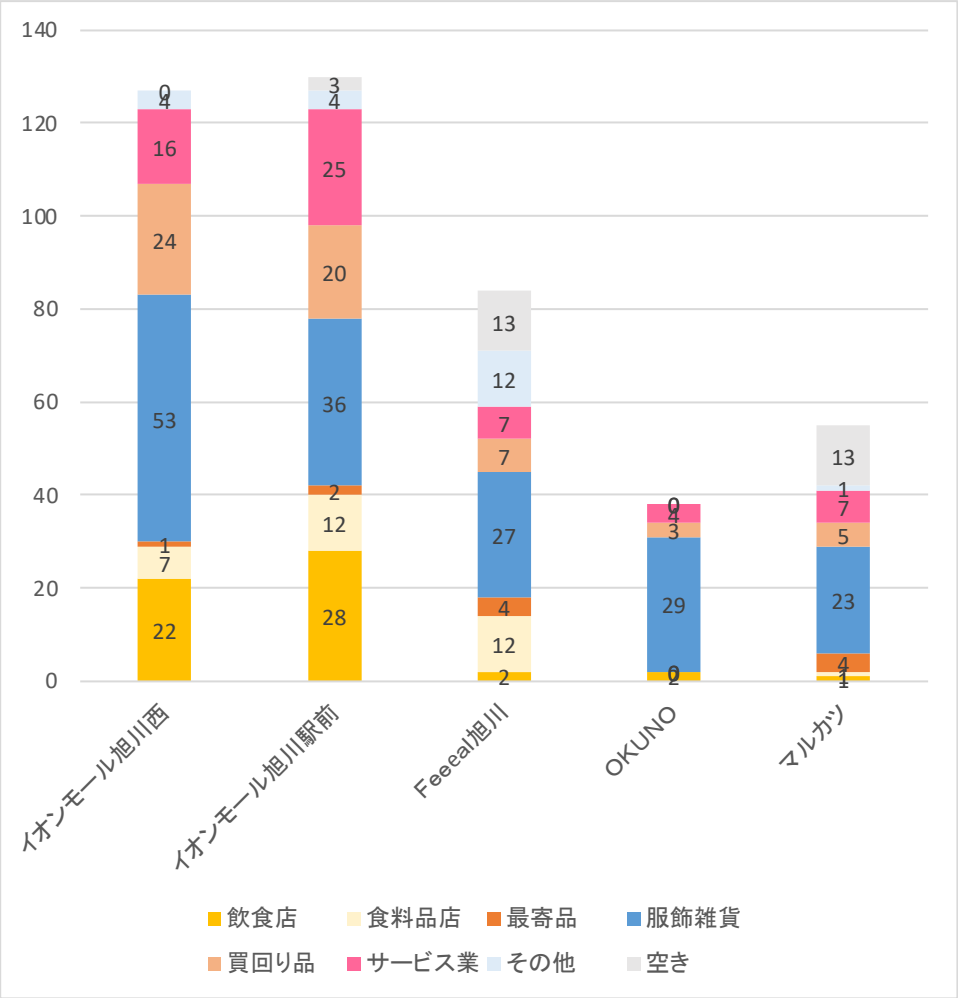


図 3-8　旭川平和通買物公園内の大型店と郊外大型店の業種別店舗数

５店を見ると、全体として服飾雑貨の割合が高く、特に OKUNO は７割を超える。イオンモールは旭川駅前、旭川西共に若年層、ファミリー層向けのショップが入り、OKUNO には多店舗には多く見られないやや高めの価格帯、男性向けのブランドが多く入っている。マルカツにはミセス向け、Feeeal は近年改装を重ね、有名ブランドの入居があり、女性向けの店舗が並ぶ。

買回り品は主に眼鏡、コスメ、生活雑貨、楽器を扱う店舗である。やはりこれも両イオンモールにはファミリー層向けの店舗が多くあった。OKUNO には楽器店があり、Feeeal にはかつてマルカツにあった電気屋が移転していた。

飲食店は両イオンモールがフードコートを持っているため、店舗数が多い。

食料品店は、Feeeal に多く、北海道ならではの食品を扱っている店舗が多かった。

サービスは、主に携帯ショップ、クリニック、幼児向け教室である。特にイオンモール旭川駅前に多く、旭川西と同じ店舗もあるが、携帯ショップは駅前のほうが多い。

第４章　旭川市の中心市街地の今

わが国においては、交通網の発達により生活圏が広域化したこと、1990 年代以降の規制緩和や、大店法の廃止・大店立地法の制定などによって、郊外部や近隣市における大規模商業施設等の立地が進んだ。結果として、消費や余暇といった外出の目的地が増えたことによって、中心市街地を取り巻く状況は極めて厳しいものとなっている。また、中間層向けの大衆品から安価な日用品と高級品への「消費の二極化」に加えて、E コマースの台頭によって、消費者の購買行動も大きく変わりつつある。
こうした全国的な動向と同様に、旭川市においても、中心市街地活性化の問題は重要な課題であり、2000 年に旭川市中心市街地活性化基本計画を策定し、その取り組みを継続している。ここでは、旭川市中心市街地活性化基本計画と、そこでの中心市街地の位置付け、現在の中心市街地の状況について概略をまとめることとする。

4-1 旭川市中心市街地活性化基本計画における買物公園の位置付けと取り組み

旭川市ではこれまで、旭川市中心市街地活性化基本計画を３期にわたり策定し、各種取組を実施してきた。

第１期（2000～2010 年度）では、買物公園を中心とする複合機能集積ゾーン、銀座商店街を中心とする地域交流拠点ゾーン、北彩都あさひかわ地区を含む広域交流拠点ゾーンの三つのゾーンを含む約 414ha が中心市街地活性化の対象区域と設定された。基本方針として、「都市部における交通アクセスの改善と利便性の向上」、「都市機能の充実と魅力ある商業空間の整備」、「快適な都心居住環境の整備と交流の場の創出」を掲げ，「北の賑わい回廊あさひかわ」が活性化 の目標とされた。また，中心市街地の理想像として、「すぐ行ける、いつも近いまち」、 「歩いて楽しい、発見のあるまち」、「住みやすく、安らぎを感じるまち」を設定し、3 つ の理想像を実現するために必要なキーワードとして、「回遊性」をテーマにさまざまな事業が実施された。

第２期（2011～2016 年度）は国の認定計画として、「コンセプト=歩行者空間「買物公園」が奏でる「集い」のシンフォニー ～ 買物公園を中心軸とした機能集積の促進と，そのための近隣地区との連携・交流」がビジ ョンとして定められた。メインの目的として、「買物公園を中心軸とした機能集積の促進」、サブ の目的として、「中心商店街地区と近隣する各地区との相互連携による拠点機能の充実」が掲げられた。

大型店の出店、撤退という状況に対して、撤退後の空きビルの活用策として商業施設「フィール旭川」内に、旭川市シニア大学を「豊かな人生経験をもとに、新しい知識や教養を身につけるとともに、学びの成果を積極的に地域社会に活かし、まちづくりの一翼を担う人材を輩出する」ことを目指して設置した。フィール旭川には地域子育て支援施設も設置された。

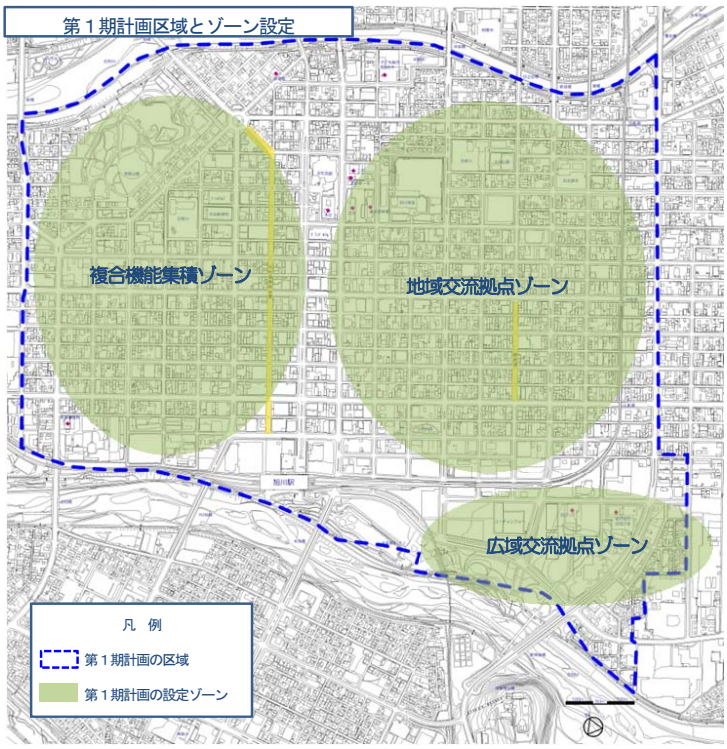


図 4-1 第 1 期旭川市中心市街地活性化基本計画におけるエリア設定

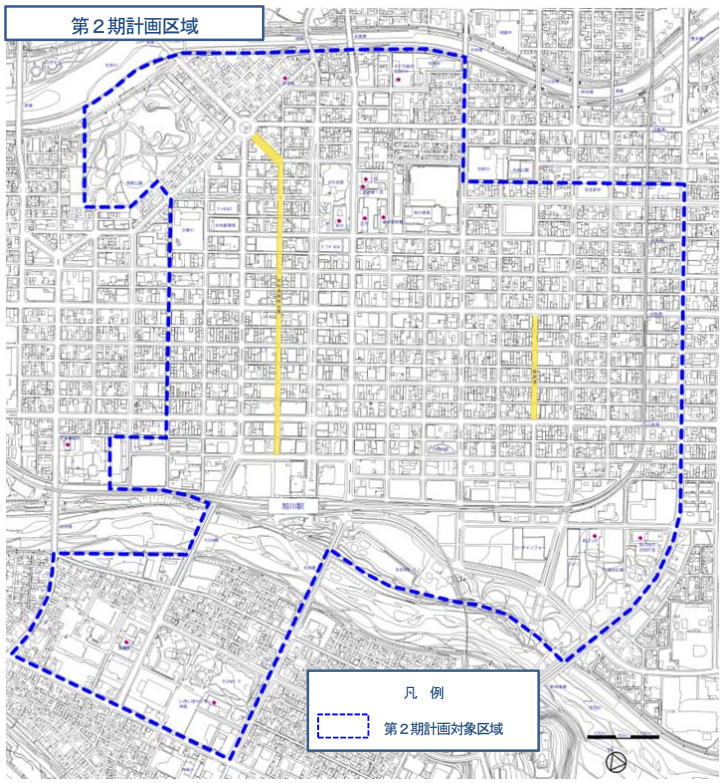


図 4-2 第 2 期旭川市中心市街地活性化基本計画におけるエリア設定

第 3 期（2017 年度～）では、中心市街地をその機能により表 4-1 のようにエリア分けをしている。買物公園はこの中で、旭川駅前エリアと平和通北エリアの二つに分けて位置付けがなされている。

表 4-1　平成 29 年度旭川市中心市街地活性化基本計画による各エリアの位置づけ

エリア	機能	目的	主な施設
旭川駅前エリア	業務機能、商業機能、交通結節機能	「旭川の顔」	平和通買物公園
平和通北エリア	旭川を象徴する施設、豊かな緑、新庁舎	旭川の文化と食の発信	七条緑道、常磐公園旭橋、旭川市新庁舎
大成エリア	歴史あるレトロな街並下町情緒	中心市街地の古さと新しさの同居	銀座商店街

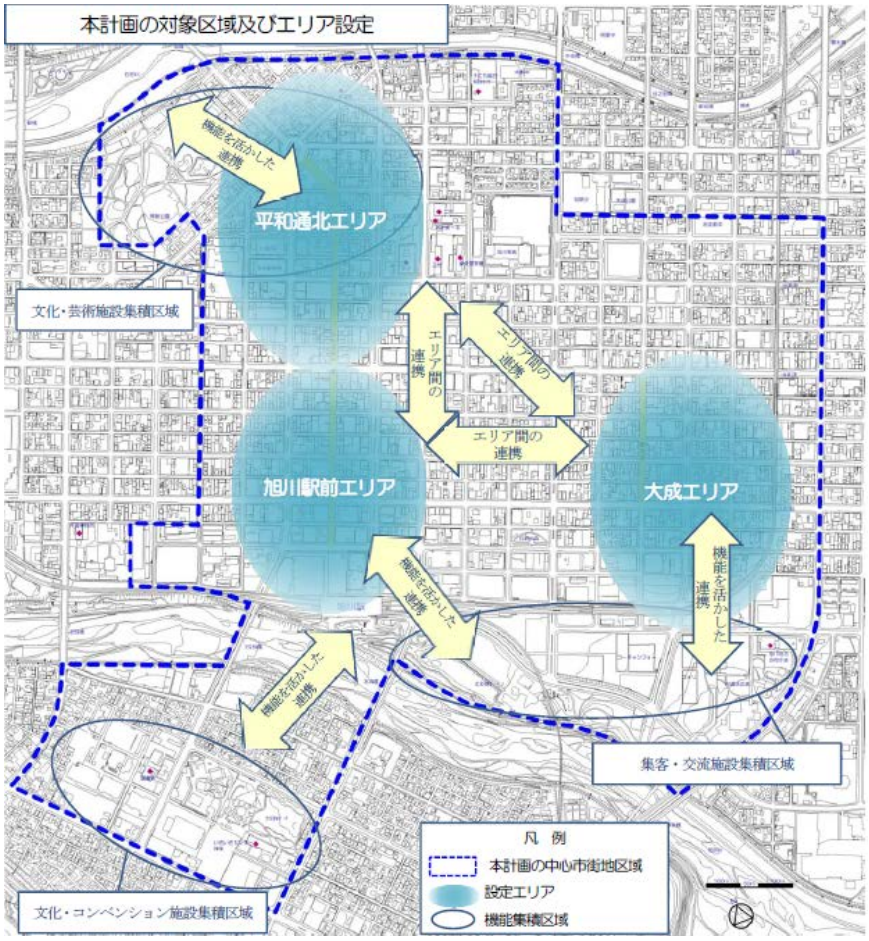


図 4-3　平成 29 年度旭川市中心市街地活性化基本計画の対象区域及びエリア設定
（出典：平成 29 年度旭川市中心市街地活性化基本計画）

目標は、「まちなかに来る」「まちなかの滞在時間を延ばす」「まちなかに住む」の 3 点とし、それらの動機付けをするための魅力と必要づくりがポイントとされた。

図 4-4　旭川市中心市街地活性化基本計画の目標概念図
（出典：旭川市中心市街地活性化基本計画）

まず、「まちなかに来る」については、個店との連携等によるイベントの賑わいを日常につなげる仕組みづくり、コト消費を意識した機能の拡充、起業支援などを通じた空き店舗活用促進、情報提供の工夫などを通じた観光客をまちなかに誘導する仕組みづくり、モデルルートの提案などによる交通結節機能を活かした来街促進などを進めるとしている。

旭川市の中心市街地活性化を推進する団体は、旭川市中心市街地活性化協議会、旭川まちなかマネジメント協議会、旭川まちなか交通協議会、旭川まちなか居住協議会がある。これらの合議体として平成 25 年から新ＴＭＯ体制を整えた。この内、旭川市中心市街地活性化協議会企画推進分科会（別名：ACT(Asahikawa Create To Future)）及び、旭川まちなかマネジメント協議会が主に賑わいづくり等の取り組みを担当している。ACT は市民が主体的に中心市街地活性化に資する取組を推進するため、旭川市中心市街地活性化基本計画対象区域内のエリアイメージの検討、事業の企画及び推進を目的として設置され、イベントなどの実施により日常的な賑わいづくりを進めている。また、旭川まちなかマネジメント協議会は中心市街地活性化に向け、賑わいづくりの効果が高いイベントの開催や、中心市街地において実施するイベントなどの各種申請にかかる支援や調整などを行っており、同協議会が運営するまちなか交流館では、地場産品を販売するショップで市民や観光客へ情報発信をしている他、チャレンジショップや、空き店舗相談コーナーを設け、商店主にもアプローチをしている。

また、買物公園では 2014 年度（平成 26 年度）からまちゼミを開催している。まちゼミは、愛知県岡崎市が 2002 年に始め、全国各地に広がった活動である。内容は、商店主が講師となって、専門的な知識や情報、技術等を無料で来店者に伝えるというものである。来店者が無料でそれらのサービスを受けられるのみならず、商店主は新しい顧客確保をすることができる。さらに商店街も店を一斉に紹介できる機会ができ、商店街全体のアピールにもつながることから、三方にメリットがある。

平常時以外の利用として、2010 年度（平成 22 年度）からは「北の恵み　食べマルシェ」を開催し、期間中には 100 万人を超える来場者でにぎわうイベントとして定着させた。

次に「まちなかの滞在時間を延ばす」については、起業支援や学習の場の情報提供などによる仕事・生涯学習などの日常的な必要性づくりや需要の喚起、個店との連携などを通じた時間消費型の魅力づくり、点在する資源をつなぐ健康増進などを意識した動線づくりや交通結節機能を活かした回遊性の向上などを進めるとされた。

「まちなかに住む」については、快適な住環境の提供、リノベーション等による既存物件の利活用の促進、シェアハウスなどによる空き家の利活用、情報提供の工夫などを通じた移住・定住の促進や医療集積などを活かしたまちなか居住促進などを進めるとされた。

4-2　各種指標にみる中心市街地

ここでは、旭川市中心市街地活性化基本計画で示された各種指標にみる中心市街地の状況についてまとめておく。これらの指標は近年の新型コロナウィルス感染症の影響を受けていない時期のものであることに留意する必要がある。

図 4- 5 の 2016 年度(平成 28 年度)の市民アンケートによると、2010 年度から 6 年間でまちなかへ行く、または来る頻度が月 1 回未満の市民が 2 割増加している。また、まちなかに対する満足度の調査では、「不満、やや不満」が 3 割、「普通」が 5 割と、まちなかへの無関心や、まちなかへの期待の低下が懸念される。

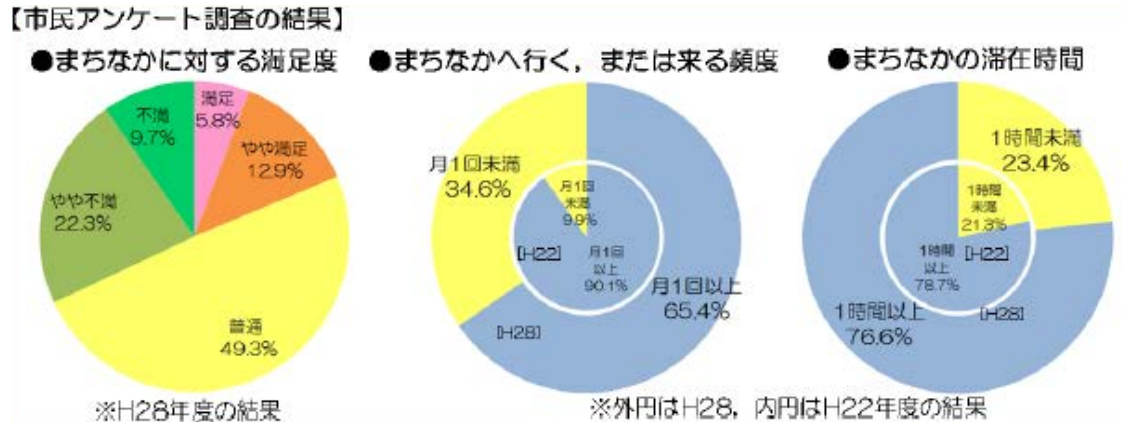


図 4-5　平成 28 年度市民アンケート調査の結果
（出典：平成 29 年度旭川市中心市街地活性化基本計画）

小売業販売額は、市全体では大きく変化がないものの、中心市街地のシェアが平成３年から半減しており、まちなかの大きな目的である「買物」がされていないため、滞在時間が短いと考えられる。

図 4-7 は中心市街地活性化基本計画策定時の居住人口の推移と都心部の人口である。全体に人口は減少しているものの、中心市街地の居住人口はほぼ横ばいで推移している。

図 4-6　旭川市の小売業販売額
（出典：平成 29 年度旭川市中心市街地活性化基本計画）

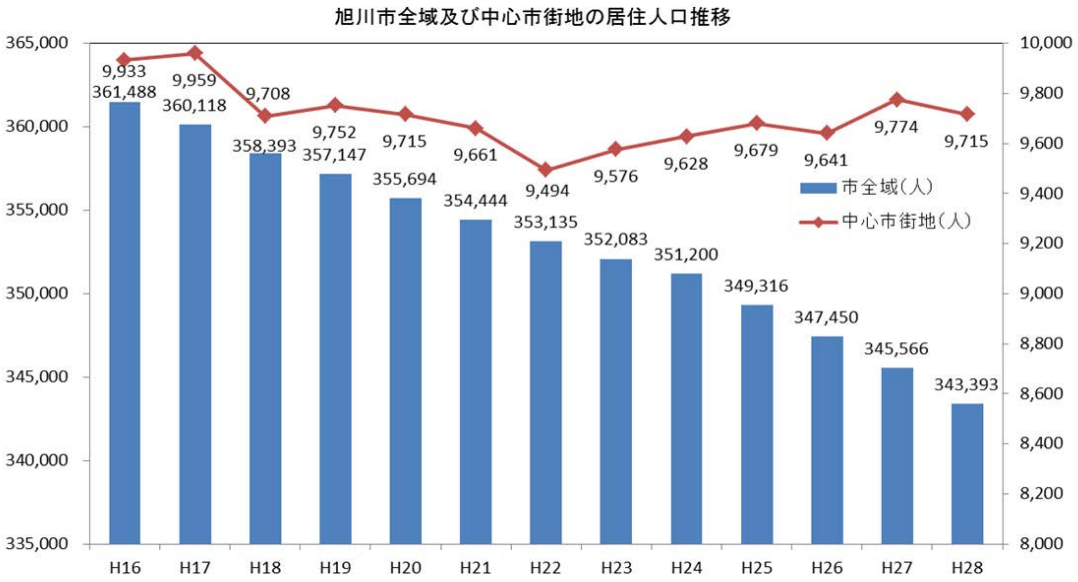


図 4-7　旭川市全域及び中心市街地の居住人口推移
（出典：平成 29 年度旭川市中心市街地活性化基本計画）

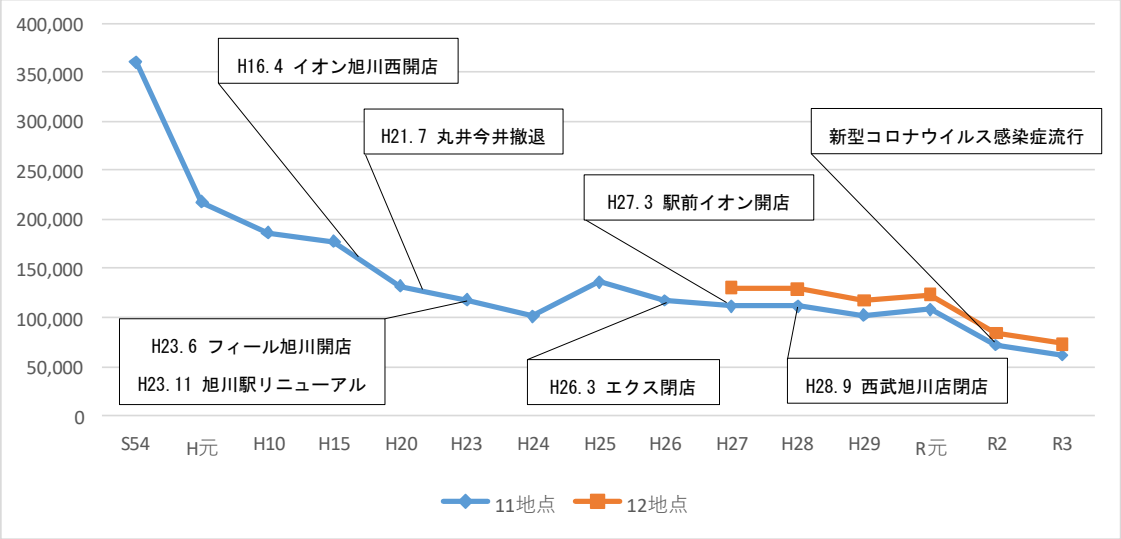


図 4-8　平和通買物公園歩行者通行量の推移
（出典：令和 3 年度旭川平和通買物公園歩行者通行量調査結果）

表 4-2 平和通買物公園歩行者通行量

調査年度等	11 地点通行量	12 地点通行量
昭和 54 年 7 月（27・15 日）	360,185 人	－
平成元年 7 月（7・8・9 日）	218,125 人	－
平成 10 年 7 月（17・18・19 日）	186,135 人	－
平成 15 年 7 月（11・12・13 日）	177,616 人	－
平成 20 年 7 月（11・12・13 日）	132,157 人	－
平成 23 年 7 月（22・23 日）	118,074 人	－
平成 24 年 7 月（13・14 日）	101,121 人	－
平成 25 年 7 月（12・13・14 日）	136,141 人	－
平成 26 年 7 月（18・19 日）	117,591 人	－
平成 27 年 6 月（19・20・21 日）	111,893 人	130,407 人
平成 28 年 7 月（8・9・10 日）	111,664 人	129,522 人
平成 29 年 7 月（7・8 日）	102,585 人	117,635 人
令和元年 7 月（5 日）	108,160 人	123,302 人
令和 2 年 7 月（3 日）	72,265 人	84,639 人
令和 3 年 7 月（2 日）	61,911 人	73,119 人

図 4-8 は旭川市中心市街地活性化協議会が実施している平和通買物公園歩行者通行量の推移であるが、新型コロナウィルス感染症の影響により、旭川市中心市街地活性化基本計画策定時よりも大幅に歩行者通行量が減少しているのがわかる。1979 年（昭和 54 年）の全地点(11 地点)の歩行者通行量合計が 36 万人であったのに対して、2021 年（令和 3 年）には、6 万人程度まで減少していることがわかる。

第５章　アンケートから見る買物公園

旭川平和通商店街振興組合および三和・緑道商店会のメンバーに対してアンケートを令和４年２月 23 日～3 月３日にかけて実施した。紙面配布およびメール配信で実施したところ、有効回答数は 36 であった。
回答者の属性については、以下のとおりであるが、営業年数については、５年以下の回答者が３割を占めており、長期的な傾向を知らない回答者も多いことについては留意する必要がある。

表 5-1　アンケート回答者の属性

種別	回答数	割合(%)
最寄品小売業	5	13.9
買回品小売業	9	25.0
飲食業	10	27.8
サービス業	5	13.9
その他	7	19.4
計	36	100.0

代表者の年齢	回答数	割合(%)
～39	4	11.1
40～49	6	16.7
50～59	10	27.8
60～69	12	33.3
70～	4	11.1
計	36	100.0

組織形態	回答数	割合(%)
個人	12	33.3
株式	16	44.4
有限	6	16.7
その他	2	5.6
計	36	100.0

店舗形態	回答数	割合(%)
単独店	5	13.9
本店	9	25.0
支店	10	27.8
フランチャイズ店	5	13.9
その他	7	19.4
計	36	100.0

営業年数		割合(%)
1～5	11	30.6
6～20	12	33.3
21～50	4	11.1
51～100	7	19.4
100～	2	5.6
計	36	100.0

また、回答者の自店に対する評価では、約３割が「希望を持っている」、「４割が工夫すれば期待できる」と回答しており、７割をこえる回答者が自店の将来に対して肯定的な評価をしている。

5-1　買物公園を取り巻く状況について

商店街全体の景況感については、全体が不調であるとの回答が半数以上を占めた。自由回答形式でこの傾向がいつ頃からのものであるか、その理由についても質問したが、全体の３分の１はこの１～2 年の短期的な傾向で新型コロナウィルス感染症による影響をその理由として挙げていた。一方、全体の半数程度は中・長期的な傾向と答えている。その理由としては西武・丸井など大型店の撤退や郊外との競争の激化をあげており、買物客の減少を指摘している。

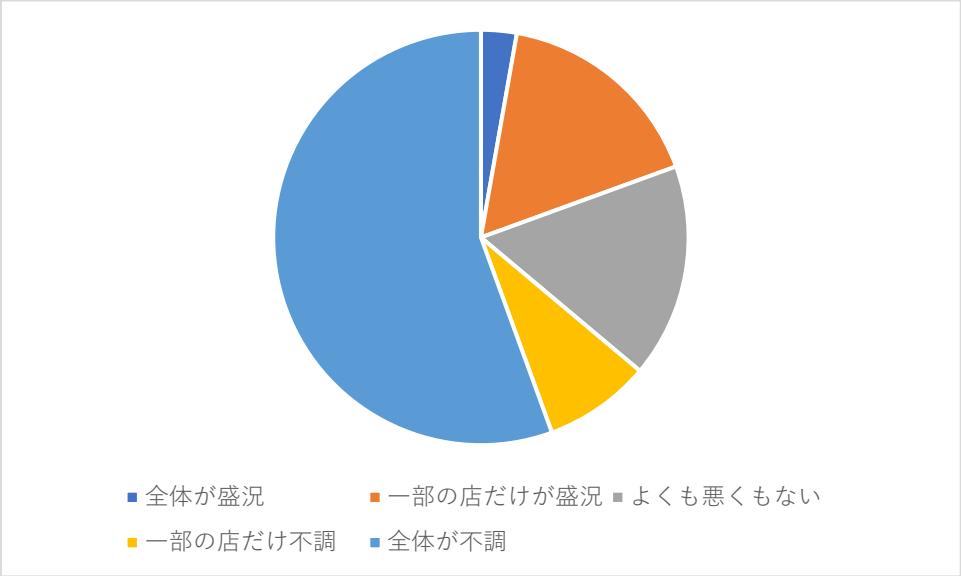


図 5-1　商店街全体の景況感（n=36）

5-2　商店街の活性化策について

商店街の全体で出来る活性化策について複数選択可で聞いたところ、上位より「空き店舗への魅力ある店舗の誘致」、「若者が訪れやすくする環境づくり」、「子育て世代が訪れやすくする環境づくり」、「特色あるイベントによる全体の集客」となった。また、キッチンカーなどの期間限定店舗、オープンカフェなど公共空間の活用についても多くの支持があり、買物公園の空間活用については期待が高いことがわかった。

空き店舗については、その他意見の中でも空き店舗所有者（居住者）に対して活用を促す仕組みが必要といった意見もみられた。

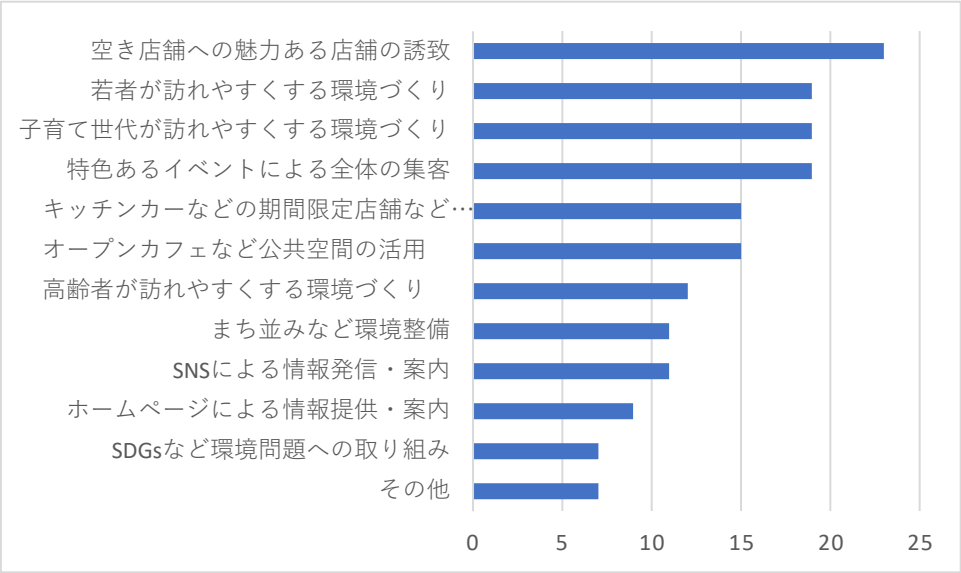


図 5-2　有効な商店街の活性化策(複数回答可)

5-3　商店街組織の課題

商店街組織全体として取り組むべき課題に関しては、情報発信、地域とのつながり強化、不足業の勧誘などが上位を占めた。

なお、買物公園においてどのような業種や店が不足しているかという設問（自由回答方式）では、スーパーなど食料品、日用品を扱う業種が多く挙げられた。これは、車を持たない（乗らない）都心部の住民や高齢者が利用できる店舗が不足しているという理由と思われる。「地元の若い世代の人が営む個性的な店舗」、「業種は問わないが特色ある商品やサービスを提供できる店」「地元、観光客ともに購入できる地元の製品を扱う店」といった特色ある専門店を求める回答も多く見られた。一方、「若者が楽しめる娯楽施設」「文具店など学生が気軽に立ち寄れて実用的なお店」「長時間滞在できる居場所」「老人が集える店」といった人の居場所や世代を意識した回答も見られた。その他には、「イベントホール」「保育園」「無料駐車場」といった回答があった。

5-4　これからの買物公園のあり方

これからの買物公園のあり方については、事前に意見交換の場において出されていた選択肢の中から選択する設問とした。この中では、「歩いて楽しめるまち」が最も支持された。その他の意見としては「市民が再び訪れたくなる街」「時代に沿った買物公園（車を走らせる）」「観光客でにぎわうまち」「スケートボードなどの若者のスポーツ層が楽しめる場所」「ペット連れの人が気軽に散歩、休憩、買物が出来る街づくり」「他の街のマネでない、オリジナリティーを出す」といった回答があった。

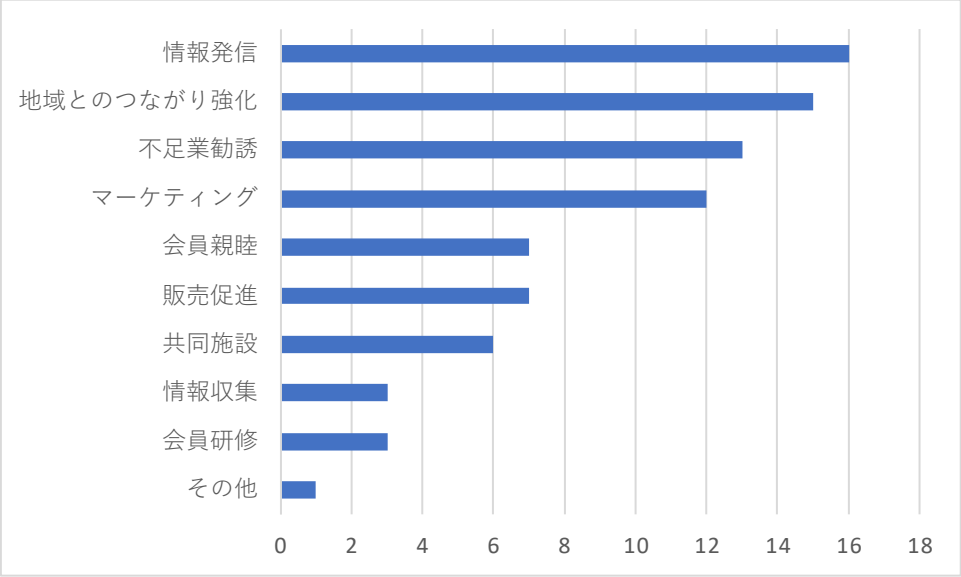


図 5-3　商店街組織として取り組むべき課題（複数回答可）

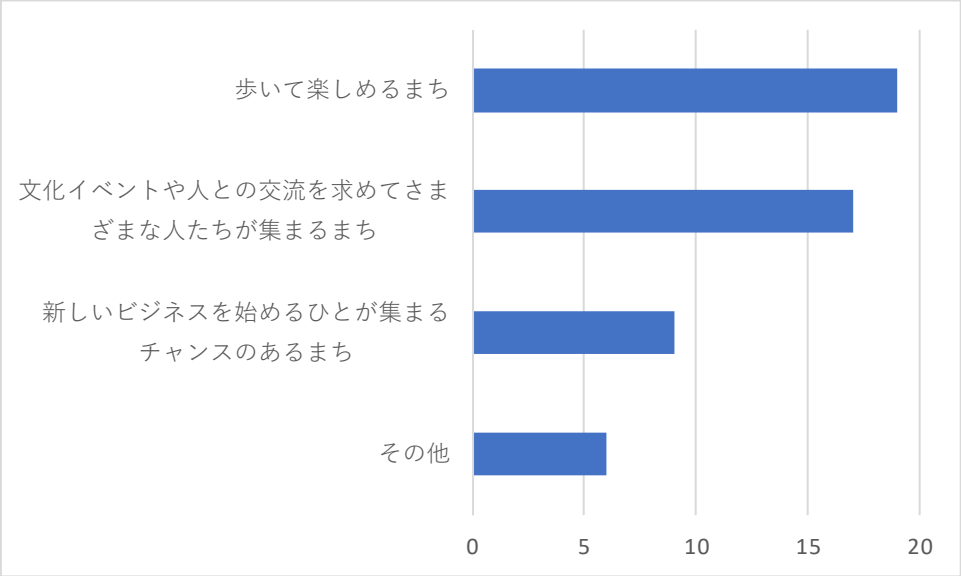


図 5-4　これからの買物公園のあり方（n=36）

5-5　商店街の今後についておよび自由意見

商店街の今後については、希望が持てる、工夫をすれば期待できるという意見が 3 分の 2 を占めた。

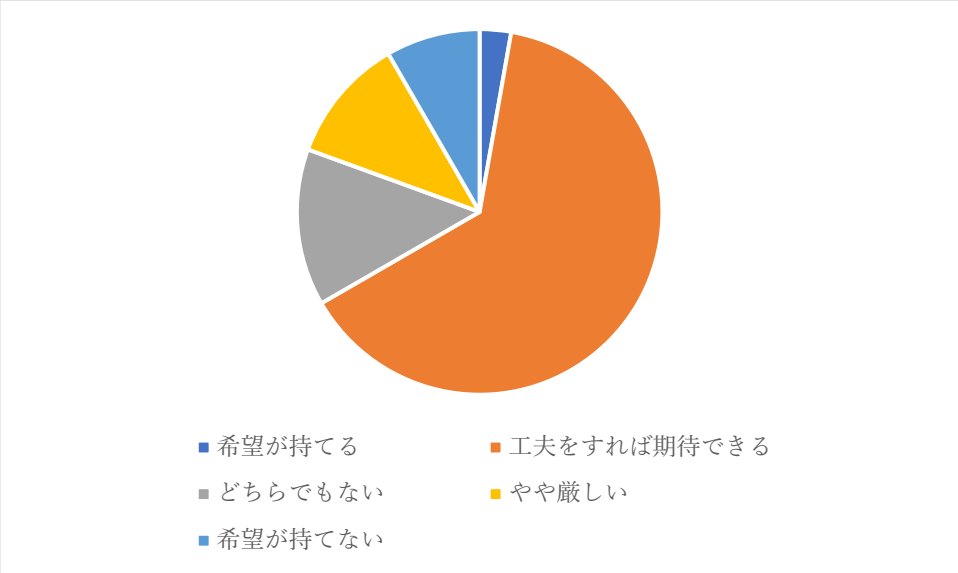


図 5-5　商店街の将来について(n=36)

その他、商店街についての自由意見については、以下の通りである。

5-6　アンケートのまとめ

全体として、商店街の活性化にむけて、空き店舗やキッチンカーなどの活用によって、特徴ある新しいビジネスを呼び込む必要性を指摘する意見や、買物公園の空間活用を進めるべきであるといった意見が多く見られた。

表 5-2　商店街についての自由意見

●まちのあり方について
子育て世代が子連れで来やすいまちの雰囲気にもっとなればいいなという夢があります
もっとみんなが楽しいことを共有できる場所になってほしい
三和商店街は図書館、常磐公園にも近く文化的にも落ち着いている。近頃は若い人の出店もあり、ぶんか小屋などを中心に多世代の交流もあるので人々の暮らしに必要なゆとりを生かしていけるとよい
●組織のあり方について
全体の連携、協力体制を取り、市のバックアップがもっとあればいいと思う。
リーダーシップが重要。企画によりトップが違うのも組織として活動するならやりやすい
世代間や人による、現状や将来に対する考え方のギャップが大きい。関わり方について共通の認識・思いを持てると良い
一国一城の主というプライドも大切だが、運命共同体という意識を持つ
コロナ終了後を想定して、イベント、企画を今から準備して行く
●現在抱えている課題について
駐車場が十分にない事
人通りが無く、活気がない
買物公園に面した空き地の駐車場化が激しく進行している。駐車場にする場合その場合は税などの負担をあげる必要があるのではないか。
行きたいと思う店が少ない
ごみのポイ捨てが目立つのでゴミ箱を設置した方が良いと思います。
買物公園禁煙にしてほしい、罰金にして
利害関係者が多いので、一体で再開発が出来ない。
●空き店舗について
空店舗が増え続けている、賃貸料や設備費用の補助など、若い起業家にもっと魅力的な街づくり
路面店が多く街歩きしやすいという魅力があるので、もっと人が集まりやすい工夫がなされればいいと思う。空き店舗への新規参入へのハードルがまだまだ高いように感じるので、資金面はもちろんだが商店街全体として新しい風を受け入れる意識や環境作りが必要なように思う。
空き店舗、使っていない店舗に若い人がもっと入れるようになれば活気付くと思います。
●歩行者空間の活用について
歩行者天国を生かし、遊具やキッチンカーなどを導入し、子供から大人まで遊んだり休んだりできるといいと思います。
事業主のひらめきが反映しやいように道路許可申請に必要な日数を短くして欲しい。
買物公園利用の自由度をあげてほしい。せめて商店街や商店会が申請する場合は複雑で煩雑な手続きの免除または簡素化、費用の無料化または無料に近い軽減をお願いしたい。
冬の間ロードヒーティングが入っており、除雪も丁寧に行われているので歩きやすいと思う。
●魅力づくりについて
旭川の魅力、動物園やあさっぴー、お土産、ご当地グルメなどもっと PR してほしい
東京原宿のように、話題性のあるショップ等あると良いと思います。
道外客、インバウンドから朝食を食べられるお店が欲しいと言われる。
●ハード整備について
花と緑、木、そしてレンガで統一されたデザイン通りにする
１条～７条通まで、ヒストリーロードと称し、開拓時から現代までの歴史を地面に描く
どの店舗へも入りにくい。アーケードがあればよい。

※個別の意見については長いものは表現を簡略化した。

第６章　これからの買物公園

2022 年 6 月に旭川平和通買物公園は 50 周年を迎える。しかし、第 4 章および第 5 章で概観したように、旭川市の中心市街地は大きな課題を抱えている。さらに、近年の新型コロナウィルス感染症の影響もあり、都心部の来街者は大きく減少し、感染症対策として行われた飲食店等の営業制限、自粛要請等によって、都心部の経済活動は大きなダメージを受けている。

この 50 周年を契機として、過去の歴史を振り返るだけでなく、今後の買物公園のあり方についての検討を開始することが望ましい。ここでは、今後の検討にあたって考慮すべき要素として、買物公園の再評価および、今後の買物公園のあり方について検討ワーキングの議論をもとにまとめるものとする。

6-1 買物公園の再評価

これまでも買物公園は日本初の恒久的歩行者天国としての先進的取り組みが評価されてきたが、50 周年を契機に、改めてその歴史的意義について再評価されるべきである。

①革新自治体における都市づくり事例としての評価

日本の都市計画史においては、戦前の都市計画は旧都市計画法にもとづき、内務省を中心とする中央集権的な体制のもとで、国の強い影響のもとで立案されてきた。
戦後その体制は大きく変化し、地方自治の概念が導入されたものの、地方都市の都市計画はやはり中央官庁の影響を強く受けていた。そうした状況に変化をもたらしたのが 1960 年代に全国で誕生した革新自治体である。これらの革新自治体においては、地方自治の理念を掲げ、自治体主導の都市づくりに取り組んだ。旭川平和通買物公園の取り組みは、こうした革新自治体における先進的な都市づくり事例として高く評価できる。加えて大規模社会実験を通して、その効果を検証し、日本初の恒久的歩行者天国を実現したそのプロセスも前例を見ないものである。

②先進的歩行者空間整備事例としての評価

1969 年の社会実験を経て 1972 年に完成した買物公園は、日本における商店街の歩行者専用道路化の最も初期のものである。類似する商店街整備事例が横浜のイセザキモールであるが、こちらは 1978 年から 1982 年にかけて建設された。また海外事例においても歩行者専用道路化の先進事例であるコペンハーゲンのストロイエが 1962 年に社会実験を実施し、1965 年に常設化、1968 年に改修工事が完了した。こうした国内外他事例との比較からわかるように、旭川が誇るべき先進的な事例である。

③リニューアル整備によって実現された質の高い歩行者空間

1990 年代から検討が本格化し、2002 年に完成したリニューアル整備によって、段差の解消や歩行者空間への各店舗の溢れ出しや突出物などの初期の買物公園が抱えていた諸課題を解決し、シンプルかつ質の高い整備が実現した。

こうした整備によって、イベント等による道路空間の活用は容易となり、全国的に普及しつつあるウォーカブルなまちづくりの核となる都市空間を実現している。

6-2　今後の買物公園のあり方

●これからの買物公園の目指すべき方向性

①歩いて楽しめるまち

買物公園と七条緑道の優れた歩行者空間を積極的に活用し、旭川駅周辺、3・6街、常磐公園、新市庁舎など周辺の拠点を結びつけることによって、歩いて楽しむことのできるウォーカブルなまちを目指す。

②さまざまな人が集まるまち

商店街を商業の場としてだけでなく、文化の発信拠点として、特色あるイベント等を実施していく。また日常においては、こどもや若者、高齢者など、多様な人たちの居場所づくりを通して、市民の交流の場、サードプレイスとなるまちを目指す。

③チャンスのあるまち

空き店舗、空きスペース、歩行者空間の活用などを通して、新たなビジネスや、市民活動を始める人たちが集まるチャンスのあるまち目指す。

●実現のために必要な考え方

①エリアで考える

買物公園と七条緑道という道路とその沿道だけで考えるのではなく、周辺の拠点やまちの魅力を評価して、エリア全体としての価値を高めていく。

②新たな担い手を巻き込む

ビジネスのみならず、多様な活動を買物公園に呼び込むためには、さまざまな活動を地域に呼び込むための体制づくりが重要である。

③「三方よし」で考える

商店街にとって、商業者にとって、そして市民（市民・消費者・来訪者）、それぞれにとって良いまちづくりを目指す。そのバランスが持続的まちづくりの実現につながる。

●実現のための方策

オープンテラスを持続的なものとし、買物公園の空間を積極的に活用するため歩行者利便増進道路（ほこみち）の指定を公民連携で目指す。そのために以下の三つを検討する。

①仕組みを再考する

買物公園の空間活用のために公民連携でマネジメントの仕組みを検討する。行政側、民間側がともにワンストップの窓口を実現し、買物公園の空間の活用を積極的にすすめる体制を構築する。

②多様な主体が自ら考え行動できる体制づくり

多様な主体が自ら考えて行動できるよう、買物公園の空間を積極的に開放する。そうした能動的な人たちの声を反映させる体制づくりを心がける。

③専門的人材を巻き込む

これまでの買物公園の空間利活用からステップアップし、居心地のよい空間づくりを実現するためには、デザインや起業など、外部の専門家を積極的に活用する。

資料－１　研究会の記録①

「中心商業エリアのこれからの役割」

日時：令和４年２月 22 日　19:30～21:00
講師：長坂泰之（ながさか　やすゆき）

長坂泰之先生

●講師プロフィール：流通科学大学准教授。中小企業基盤整備機構職員として、全国の中心市街地再生、商店街再生などに携わる。また、阪神・淡路大震災、東日本大震災津波被災市街地の商業集積の復興にも従事。2019 年から現職。専門は、商業まちづくり、流通政策、中小企業経営論。中小企業診断士（経済産業省）、地域活性化伝道師（内閣府）。著書に「中心市街地活性化のツボ」（単著）、「100 円商店街・バル・まちゼミ」（編著）（ともに学芸出版社）他。

レクチャー概要

●中心市街地を取り巻く状況
・1970 年代は商店街全盛期であった。このころにはまだ郊外の商業が発展する以前であり、買物場所の選択肢は中心市街地のみだったため、イベントをやれば、買い物客が集まり、販売促進効果は絶大
・1990 年代になると、規制緩和によって郊外のロードサイド店舗が増加し、車社会の進展で、中心市街地とロードサイドの使い分けを消費者がするようになった。
・さらに 2000 年を過ぎると、ロードサイド＋郊外に巨大なショッピングセンターができて、中心市街地の役割は、従来より限定的になった。
・中心市街地で従来と同じようなイベントを打っても、イベントには来るけれども、買い物は郊外でするという買い物行動が変化してしまって、イベントの効果も限定的に。
・現在日本には約 3000 の郊外ショッピングモールがあるが、イギリスは８つしかない。
・1999 年には中小企業基本法ができ、中小企業支援の考え方が大きく変化。弱くて小さな企業を助けるというよりも、やる気ある中小企業を助けるという法律に変わった。
・新型コロナウイルス感染症のパンデミック（中心市街地 vs 郊外 vs ネット）
●人生 100 年時代の中心市街地
・人生 80 年時代はひとつの能力・仕事で完結できた時代
・人生 100 年時代には時代に合った仕事を柔軟に選択する時代
・同じ一つの仕事をしていても、時代が変わってしまうので、その仕事がもう時代に合わなくなってくる。そのためにはたくさんのスキルが必要。

●商店街と商店街エリア
・街の魅力というのは非常に多面的。商店街だけの魅力ではなかなか対抗できない時代にはエリアで考える必要性がある。
・レディングというイギリスの中心市街地活性化の中でも非常に成功したといわれる街では、道路を歩行者専用道路化し、工場跡地にショッピングモールを整備して、まちの面的魅力を高めている。
・旭川は、先進的な歩行者専用道路、空間をつくった。旭川の方々にとっては当たり前だが、外部から見るととても価値がある。
・面で仲間と連携することで、結果的に買物公園という線のイメージのアップも高まる。
・全体でそのエリアの魅力を発信することで、結果的に自分たちにも恩恵が戻ってくるという発想が世界中の主流。
●AI・ネット時代の到来と店舗
・高齢者もネット利用の比率は上がっており、将来はさらにその比率は上昇する。
・新型コロナウィルス感染症によるテレワークの普及も拍車をかける。
・自宅で全てのものが完結できてしまい、わざわざ街に出なくてもよい時代。
・売り場の考え方も大きく変わる。ファミリアという子ども服の会社では、ネットの時代は店舗は売り場ではなくショールームであり、商品と触れる場へ転換
●経営のリノベーションで生き残る
・陸前高田市の T 社はもともとブティック・化粧品販売を行っていたが、震災後はカフェ、飲食店をやりながら、ブティックをやるという商売に業態を変更
・震災後は「女性の心身の美しさを応援する」価値創造業、モノ中心の「業種的」な発想ではなく、コト中心の「業態的」な店づくりに転換。
・カフェを中心にさまざまな業態を、シナジーを生かしていくことによって、来店者数もアップしますし、同時に滞在時間もアップ。
・こだわりのコーヒーを安売りしない。徹底的に差別化したコーヒーを求めて、市内 3 割で、市外から 7 割のお客さまが来店するという、想定を超える商圏の広がり。
●まちゼミの仕組み
・昔はさまざまなイベントをやれば、その人たちが街でお買い物もするという時代があったが、今はそう簡単にはいかない。
・商業者がやるまちづくりというのは、店がもうかるまちづくりにする必要があり、「100 円商店街」「バル」「まちゼミ」などの取り組みが注目を浴びた。
・大事なのは商店街、商業者、市民にとってもメリットがある「三方よし」の構造。
・従来の商店街の活性化のイベントというのは、市民は楽しいからハッピーだが、商店街にとって、商業者にとっても、本当に売り上げが伸びる取り組みだったのか疑問。
・まちゼミは店主やスタッフが先生となって、プロならではの専門的な知識とか技術とかコツを少人数のゼミナール方式で受講生に伝えるもので基本的に参加料は無料。
・ものを買うとか売るとかという関係を横に置き、一個人、一人間として、ゼミナール方式で自分たちの魅力を伝えていく。
・まちゼミの効果は①離店客にかわる新規顧客を獲得すること、②モノを売る意識（業種）から、消費者の健康・豊かさなどをサポートする意識（業態）への転換

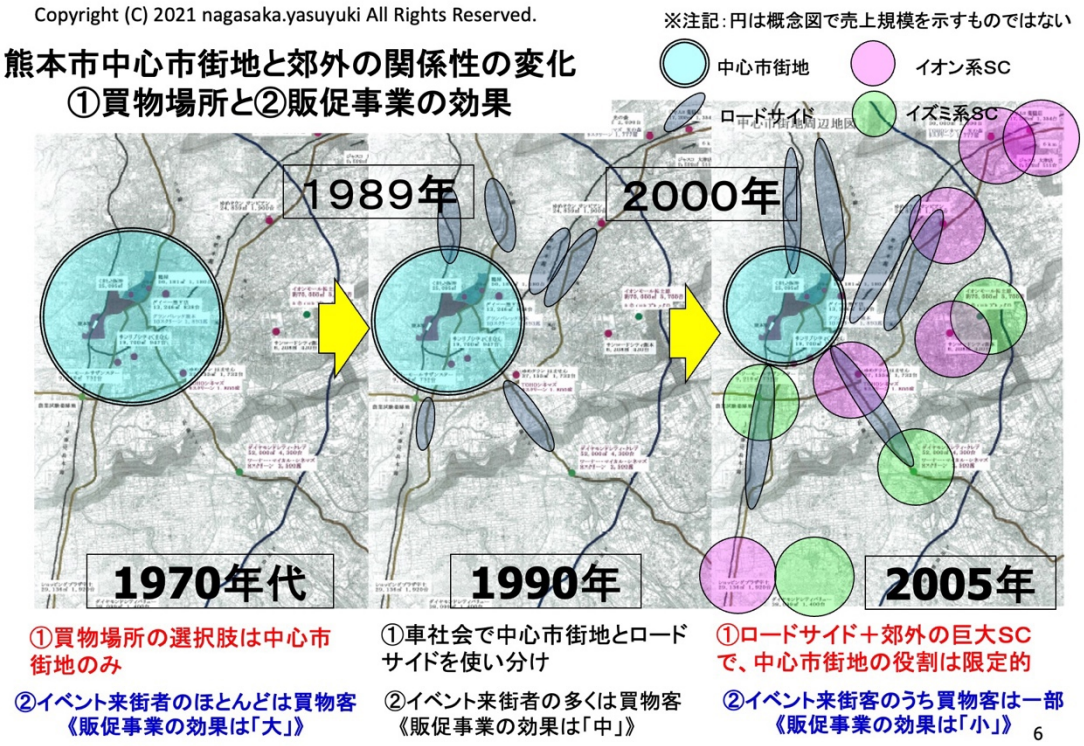


図　資－１　中心市街地と郊外の関係性の変化（長坂氏講義資料より）

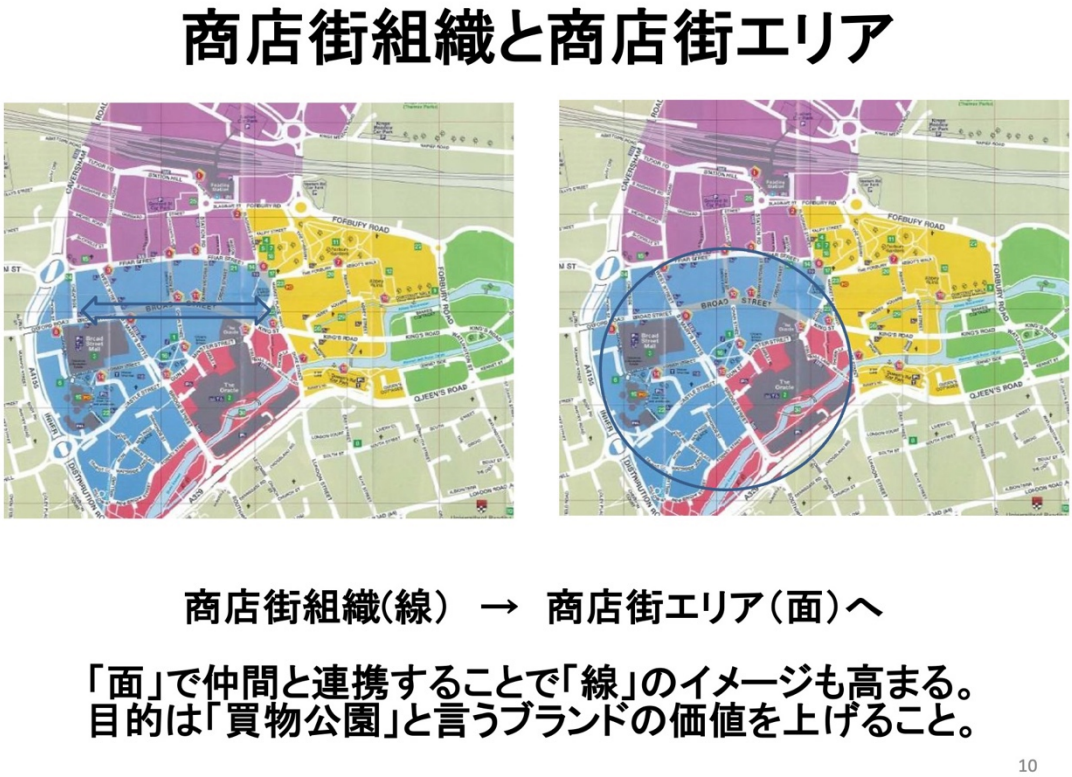


図　資－２　商店街組織と商店街エリア（長坂氏講義資料より）

●これからの買物公園を考える上での 4 つのポイント
1．人生 100 年時代でまち、みせ、商人、生活者の生き方も変わる
2．商店街組織から商店街エリアへ
　→エリアにある「魅力」との関係性を高めたい
3．商人が行うまちづくりはお店が儲かるまちづくり
　→普段からの経営改革、不断の経営改革
4．これからの買物公園の役割って何だろう
　→これからの機能をどう考え、空間をどう生かすか

●意見交換（概要）
・かつての買物公園は市民が求めるさまざまな要素があった。文化の発祥地であり、映画館もあり、飲食店もある場所だったが、郊外との競争によって、買物公園は深刻な状況にある。買物公園そのものは、ものを売るだけでなくて、文化もあり、市民がいろんな形で触れ合いができる、市民のためのステージであるべき。その一つがオープンカフェであったり、オープンテラスであったり、いろんなことのできる文化活動であったり、そんなものをこれから追加していく必要がある。
・現状三和・緑道商店会のエリアは、年間でイベントもあり、大規模な商業施設もないので、個性的な個人店が多く連なっているエリア。子どもたちの思い出をつくって、街に戻ってきてもらおうというイベントにも取り組んでおり、将来的につながっていく街の価値をつくる活動を行なっている。50 周年記念で、週末にマルシェを開いて、市民の人に買物公園のほうに出てきてもらおうという企画をしているので、買物公園にあるお店じゃないお店をテントで出店していただいて、商店会も楽しんでもらうと考えている。
・南側に今集客が集中してしまっているという部分もあるので、何とか 5 条、6 条のほうに向けて、一つ、何か魅力のあるものがあったらいいのではないか。
・買物公園全体に一体感を出すことができないか。駅前の商業的な人を集めるようなエリアや、七条緑道付近のお散歩が楽しかったり、個性的なお店があるエリアといったように、各通りの特色はあるが、何か一体感があって歩ける仕組みがあればいい。街中に暮らしていると日常の生活用品を扱うお店が必要。
・買物公園は楽しい場所であってほしい。みんなが集まる場所であってほしい。大規模店舗やチェーン店の集まる南側と北側と 3・6 街のほうで、飲食や専門店、個性があるショップとか、そういう分け方でもいいではないか。その点では、「ここはれて」はイメージにもあっている。
・まちゼミは当初は銀座商店街、ロータリー商店街、緑橋ビル商店街、買物公園ということで、エリア的には広い感じでやっていた。現在コロナの関係もあり、参加数が少なくなってきたので、もう一度呼びかける必要がある。三和・緑道商店会の努力もあって、5 条以北については、かつてよりは、にぎわいが生まれている。イオンのある北彩都ガーデンを含めて、駅前エリア、買物公園エリア、それから三和・緑道エリア、あと手の噴水とロータリーと、またエリア的に広げて、連携を持ってまちづくりを進めていくべき。買物公園でもキッチンカーを入れるとなると手続きが煩雑になっているので、道路占用の仕組みも考える必要がる。
・買物公園を楽しくするためには、われわれも楽しく働けることが大事。現在でも七

条緑道周辺では、子供達のコミュニティができていて、そうした子供達のための居場所づくりの動きも出てきている。

・居場所づくり、人と出会う場づくりの必要性を感じた。ものを買うところがあっても、人がたまれる場所だとか、ずっと過ごせる場所がない。「ここはれて」がサードプレイスをつくることを目標に掲げているので、各エリアでそれぞれにあった場づくりから始めていけばいいのではないか。

・商店街のまちづくりにおいては、個店の経営の話がやはり重要である。イベント中心になりすぎると、店舗の経営とのバランスが取れなくなり、イベント疲れがおきる。「三方よし」の関係をつくることが大事。その点を長坂先生にご指摘いただいた。その点では、ここはれてプロジェクトで新しく買物公園にくる新しい商業者の人たちとどう連携するかも大きな課題。

資料－２　研究会の記録②

「ウォーカブルなまちのあり方について」

日時：令和４年３月１日　19:30～21:00
講師：三浦詩乃（みうら しの）
　　内山亜紀（うちやま あき）
●講師プロフィール：
三浦詩乃：東京大学特任助教。専門は都市デザイン、公共空間のデザイン・マネジメント。国土交通省 都市の多様性とイノベーションの創出に関する懇談会(2019 年)コア委員を務めるなど、人間中心の街路施策への提言を行う。編著に『ストリートデザイン・マネジメント-公共空間を活用する制度・組織・プロセス』、翻訳書に『Streetfight-Handbook for an Urban Revolution(ジャネット・サディク＝カーン、セス・ソロノモウ著)』(いずれも学芸出版社)など。

三浦詩乃先生

内山亜紀：札幌駅前通まちづくり株式会社統括マネージャー。札幌駅前通の地上と地下（チ・カ・ホ：札幌駅前通地下広場）の魅力とにぎわいある地域づくりをすすめる札幌駅前通まちづくり株式会社の統括マネージャーとして公共空間のマネジメントに関わる。

内川亜紀さん

レクチャー概要：買物公園でのほこみちへの展開に向けて（三浦）

●変わる街路空間
・コロナ禍を契機にして、世界的には歩行者天国にしていくということがどんどん進んでいる。例えばニューヨークのオープンストリートと呼ばれる取り組みでは路上の飲食店も営業を許可している。
・パリでは 15 分都市圏を目標に、自転車で 15 分圏で到達できるところに全ての住民の方が利用する文化施設や働く場所を作ろうという構想があり、全体を車のスピードを 30 キロ以下に抑えていこうとか、シャンゼリゼ通りを歩行者優先する構想がある。この市街地を全域街路空間、車のスピードを落として人に優しくする都市政策はパリだけでなくスペインなど他の都市でも進められつつある。
・街路を公園のような緑の豊かな空間にして、雨水浸透効果を高めて、環境的なもののネットワークをつくっていく議論もある。
●日本における道路政策ビジョンと買物公園
・日本でも 2040 年を目標に、新しい道路政策ビジョンが国土交通省から発表されており、人中心の交通体系や、公園のような道路、歩車共存のイメージが示されている。

道路法等の一部改正による「歩行者利便増進道路制度」の創設

国土交通省

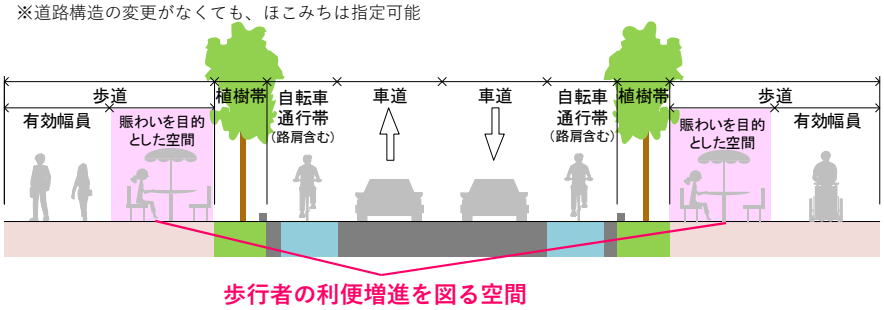
道路法等の一部を改正する法律（R2.5.27公布、R2.11.25施行）により、賑わいのある道路空間を構築するための道路の指定制度を創設。「歩行者利便増進道路（通称：ほこみち）」として指定した道路では、歩行者が安心・快適に通行・滞留できる空間の構築を可能とする等を規定。

歩行者利便増進道路は、「地域を豊かにする歩行者中心の道路空間の構築」を目指すものであり、歩行者の安全かつ円滑な通行及び利便の増進を図り、快適な生活環境の確保と地域の活力の創造に資する道路を指定するものです。

【構造基準に関する特徴（メリット）】

・車線を減らして歩道を拡げるなどして、歩道等の中に（通行区間とは別に）歩行者の滞留・賑わい空間を定めることが可能となります。

※道路構造の変更がなくても、ほこみちは指定可能



3

図　資－３　歩行者利便増進道路制度（国土交通省 HP より）

道路法等の一部改正による新たな占用特例制度の創設

国土交通省

歩行者の利便の増進や、地域の活力の創造といった歩行者利便増進道路の目的をより効率的に達成するため、また、必要に応じて民間事業者等による歩行者利便増進施設等の整備を認めていくために、占用特例制度と公募占用制度を創設。

■占用特例制度

・歩行者利便増進道路のうち、道路管理者が歩行者利便増進施設等の適正かつ計画的な設置を誘導するための区域（利便増進誘導区域）を指定した場合、当該指定した区域内におけるこれらの施設等の占用については、占用特例を認めることとしました。

・占用特例とは、対象区域内において、無余地性の基準にとらわれず歩行者の利便増進のために必要な機能を配置することができることを意味します。

■公募占用制度

・利便増進誘導区域（特例区域）において、公募により占用者を選定することが好ましい歩行者利便増進施設等については、より歩行者の利便の増進に資するものを選定し、道路の適切な場所への設置を誘導するという観点から、複数の占用希望者からの提案を踏まえ、通常の道路占用許可（5年）より長期間（最長20年）にわたり、より積極的に占用許可を認めることができることとしました。

図　資－４　占用特例制度の創設（国土交通省 HP より）

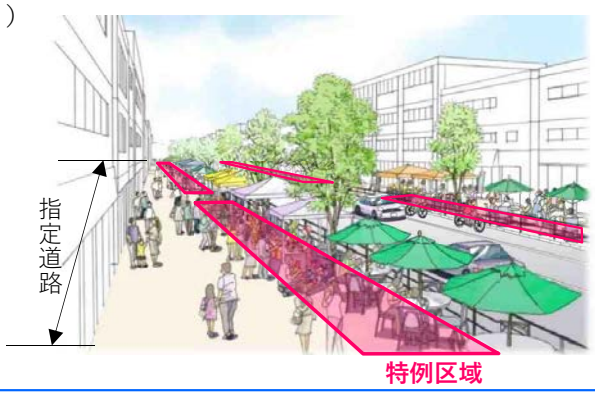
道路法等の一部改正による新たな占用特例制度の創設

国土交通省

【道路占用に関する特徴（メリット）】

・指定道路内に定めた利便増進誘導区域（特例区域）では、道路占用許可が柔軟に認められます。
⇒“無余地性”の基準が除外され、カフェやベンチ等の占用物件が置きやすくなります。

・道路空間を活用する者（=占用者）を公募により選定することが可能になります。
この場合には、最長20年の占用が可能となります（通常は5年）
⇒民間の創意工夫を活用した空間づくりが可能となります。
⇒テラス付きの飲食店など、初期投資の高い施設も参入しやすくなります。
⇒従前から占用されている場合等は、公募を行う必要はありません。
（ただし、占用期間は通常どおり）



5

図　資－5　占用特例制度のイメージ（国土交通省 HP より）

道路占用・コロナ特例について

国土交通省

コロナ占用特例の概要

■　令和２年６月５日から、直轄国道について、新型コロナウイルス感染症の影響を受ける飲食店等を支援するための緊急措置として沿道飲食店等の路上利用の占用許可基準を緩和する特例措置を導入。
■　地方公共団体に対しても、同様の措置の実施検討を依頼する文書を発出。

国道17号 (文京区千石) の例

対象	「３密」の回避や「新しい生活様式」の定着に対応するための暫定的な営業形態として、テイクアウト、テラス営業等のための仮設施設を設置し、かつ、施設付近の清掃等にご協力いただける店舗
占用許可基準	無余地性の基準について弾力的に判断
占用主体	①　地方公共団体　又は　②　地元関係者の協議会、地方公共団体が支援する民間団体などによる一括占用
占用の場所	道路の構造又は交通に著しい支障を及ぼさない場所 ※　歩道上においては、交通量が多い場所は3.5m以上、その他の場所は２m以上の歩行空間の確保が必要
占用料	免除（施設付近の清掃等にご協力いただけている場合）
占用期間	令和３年３月３１日まで

歩行者利便増進道路との比較

	コロナ占用特例	歩行者利便増進道路制度の占用特例
占用許可基準	無余地性の基準を緩和	
占用主体	地方公共団体又は地元協議会等による一括占用	個別占用・一括占用を問わない
占用期間	特例の期限まで	最長５年 ※公募占用による場合は最長20年
占用料	免除 ※施設付近の清掃等への協力が条件	減額措置（1/10）※

※　コロナ占用特例の対象物件は、同特例の期間中は「免除」

7

図　資－６　コロナ占用特例と歩行者利便増進道路制度（国土交通省 HP より）

・旭川というのは元々そういうことが 50 年前にできていたところだが、改めて評価する必要もある。ただ一方で、新しい空間のアイデアも入れていくということが重要。
・最新の国交省資料でも買物公園の事例が先進的な歩行者専用道路の事例として取り上げられている。

●コロナ特例からほこみち（歩行者利便増進道路）へ

・コロナ占用特例は、三密の回避、飲食店の支援を目的にトライアル的にやっていているが、地域によってはこれを恒久化していきたいという意向があり、それをさらに推進するため、歩行者利便増進道路制度が展開されている。区域を定めたところに、特例区域ではオープンカフェの占用が認められるし、最長 20 年間の占用が可能となる。
・20 年間という期間の設定は、ずっとものを置いておくというイメージというよりも、20 年間信用を与えるというイメージ。地域の金融機関から融資をもらいやすいといった意味合いもある。
・ウォーカブルまちづくりの推進については、国交省の中でも道路を専門とする部局と沿道の街並みを担当する部局が連携している。「ほこみち」の他に、もっと面的に、駐車場の話や沿道の建物のリノベーションなどを含めて取り組むことが推奨されている。

●ウォーカブルなまちづくりに向けての推進体制

・コロナの占用特例をうまく活用している事例をみてみると、室蘭市などワンストップの窓口を設けている場合ある。また、大都市だと、民間のほうでエリアマネジメント団体が窓口になることもある。
・国交省でも公共空間利活用等のための行政によるワンストップ窓口設置事例集が公開されており、体制づくりが重要なポイントになっている。

●姫路での取り組み

・姫路市の大手前通りではタクシープールがいっぱいあるような駅前広場を人中心に変えるための都市整備がなされている。
・課題は通りと建物の連携で、沿道が駐車場になっていたりすると、歩いていても楽しい場所にならない。そのため、日常的ににぎわう憩う空間にするために、1 階のレベルの用途を変えることにより沿道の不動産の価値を上昇させることが議論されている。
・地権者側のまちづくり協議会が中心になり運営組織をつくり、商店街、企業、そこで商売している人たち、専門家のサポートチーム、姫路市が連携しながら、社会実験などを実施している。
・一時的な社会実験から日常的にできる体制を目指すなかで、沿道での起業をやって、そこがまちに投資をしていく考えがあり、地ビールのブルワリーが実現しつつある。若手がアクションしやすくする組織づくりと空間づくりがポイント。

●買物公園への提案

・かつて七条緑道の方々に協力いただき、横浜国立大学の学生と提案を作成した。駐車場の暫定活用や沿道の空きテナントを生かす提案などが含まれていた。
・全国で「ほこみち」が取り組まれているが、次世代にどう引き継ぐのかという危機

感を持って取り組んでいるところが多い。そのためにも、小さいことでも、まちでアクションを起こせる実働性のある人に任せられる運営を目指すべき。
・買物公園はまち全体の資産であり、これは世界がうらやむような空間である。単なる規制緩和で終わりにせず、最大限活用できるようにするのは行政のミッション。商店街の方たち、商店街の外の方々にも任せやすくする運営体制は官民連携でやるべき。

レクチャー概要：広場を中心に変化してきた札幌駅前通りのストーリー（内山）

●札幌駅前通まちづくり株式会社設立の経緯
・札幌駅前通まちづくり株式会社では、札幌駅前通地下歩行空間の広場の部分の運営と地上の北 3 条広場（通称アカプラ）の空間の運営を、エリアマネジメントを担っている。
・都市機能の中枢的な役割はあったが、かつては、にぎわいに乏しい場所であった。特に銀行が多いため、3 時になるとシャッター街になってしまうという課題があった。
・1972 年の札幌オリンピック前後に建てられたビルが多いため、ビルの耐震化、建物の更新も課題が。
・2003 年に札幌駅が再開発という形でリニューアルされて、大通公園より以南のエリアというのは、商業的にも売り上げが落ち、その解決策として、地下歩行空間の整備の検討が始まった。
・その検討のために、市民の 1,000 人ワークショップがあったが、その中で地下空間の活用のアイディアも出てきた。
・その後、駅前通の沿道の地権者から、建て替えと連動してまちづくりにつなげたいとの意向が示され、地権者さん31社が集まって、札幌駅前通協議会が発足された。
・単純に地下空間をつくるではなくて、広場としてにぎわいづくりをつくろうということで、札幌市が条例を制定し、地元で活用、管理を行いながら魅力を高める組織をつくるため、まちづくり株式会社が設立された。
●まちづくり会社の仕事
・主な事業としては、公共空間の運営とまちづくりの調整を実施している。
・管理している「チ・カ・ホ」と「アカプラ」は道路空間である。兼用工作物管理協定という、道路ではあるが広場という協定を結び、道路占用とか道路使用をかけなくても、イベントができる空間となっている。
・管理をするというよりは、ここを使いながらまちをよくしていくための、まちづくり会社は調整役として、心地よい居場所、空間をつくり、地域価値の向上について手助けする。
・基本的には利用者がイベントを企画して活用している。当初稼働率というのが平日 5～6%、土日で 20%ぐらいの年間稼働率を想定していたが、現在は稼働率 80%ぐらいまで伸ばすことができるようになり、それにしたがってスタッフ数も増やすこととなった。
・コロナ禍のイベントについては、利用者もコロナ対応の方法が分からないため、コロナ対応のルールを、逆にまちづくり会社のほうで考えて提案した。

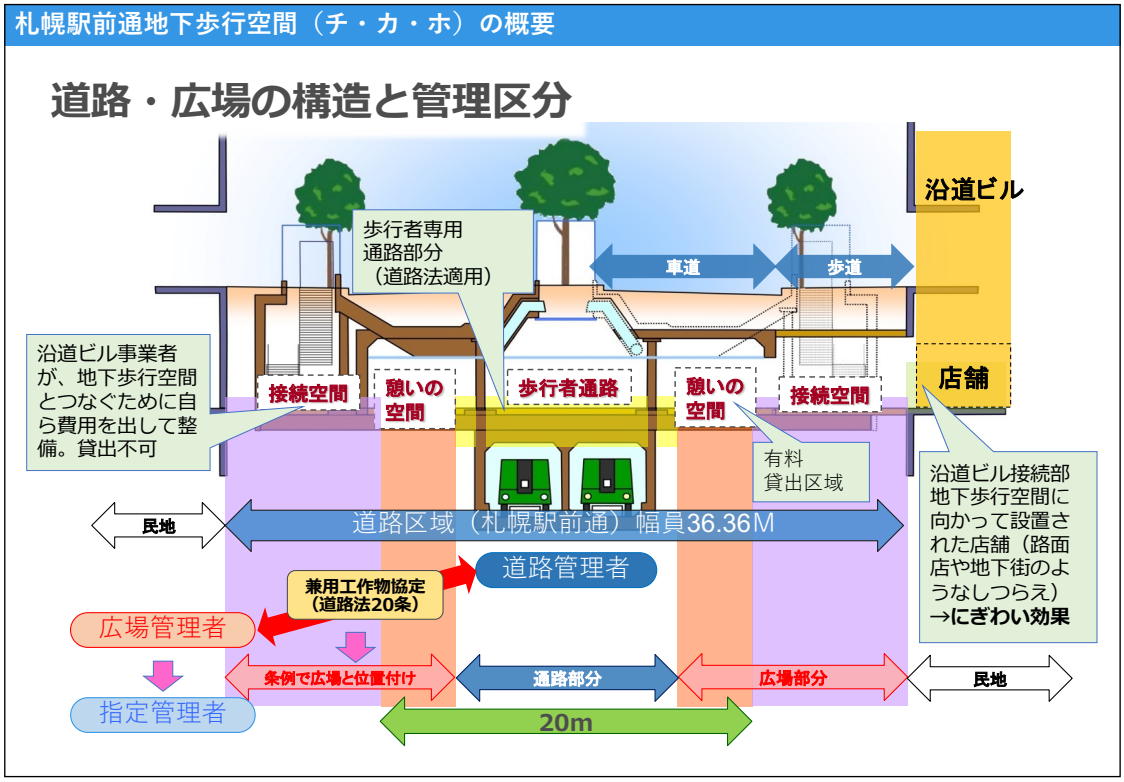


図　資-7 札幌駅前地下歩行空間（チ・カ・ホ）の概要（内山氏提供資料）

図　資-８　札幌市北３条広場ーアカプラーの概要（内山氏提供資料）

・地下空間であり、ホームレス対策の支援連絡会の事務局をまちづくり会社になっており、ビッグイシューさんの売店なども設置した。

●アカプラの活用

・札幌の中で一番最初に舗装された道路空間であり、公共貢献の一環ということで、民間ビルの開発にあわせて整備された。

・赤れんが庁舎もあり、歴史も感じさせる空間であることから、年中イベントをやるというよりは、「新しい素敵がうまれる場所」というテーマで運営されている。

・一番大切にしたい赤れんが庁舎の空間を生かすにはどうしたらいいだろうかということを考えて、ルールブックを作成した。

・コロナ禍では影響もあったが、「アカプラテイクアウト～みんなのテラス席プロジェクト～」を立ち上げ、キッチンカーの日常的な出店機会をつくり、飲食店だけではなくて、花屋などにも参加してもらった。

・将来の新幹線駅の設置も念頭に、まちづくりカフェ（2016年－2018年）を実施し、札幌駅前通まちづくりビジョン（2019年）を作成した。

●まちづくり会社が目指すもの

・夜間人口のないところなので、ビジネスパーソンの方が楽しんでいただけるまちづくりをすすめている。

・札幌市役所さんと民間の方の間に入って、直接やるとうまくいかないところをまちづくり会社が間に入ることによって落としどころを見つけるといった調整が中心。

●意見交換の概要

Q：買物公園を利用したイベントがさまざま行われているが、時間がかかったり、事前の打ち合わせ、役所だけじゃなくて警察との協議が必要だったりして、苦労されていると思うが、警察と道路管理者とイベント主催者というのが、スムーズに調整するために大切なポイントは何か。

A：行政の中でも、土木系の管理部門だけでなく、まちづくり系でも担当者をつけるなどして、横でお互いに連携し合えるような、窓口の体制づくりが進められている。そうすることで判断基準も偏らなくなり課題の共有もできる。一方で民間側、まち側でも市民が持ち込んだものが通りやすくする工夫が必要。イベントの公益性を明確にして、警察協議を通しやすくするようなことができると思う。

Q：買物公園では、道路占有を必ず使用する場合は取らなくてはならず、その前に市経済交流課で後援名義を取る、買物公園の企画委員会に他のイベントとかぶっていないかの使用申請を出す、道路の電気を使用するのに電気の申請を出す、警察に相談に行って、市土木管理課に相談に行って、もう一回市土木管理課に戻って申請を出して、警察に申請を出して、もう一回市土木管理課に戻って申請許可をもらうという、すごく複雑な構造になっている。何かやりたいと思っていても、2カ月か3カ月ぐらいかかってしまうため、機動的にイベントを実施できない。秋に思い立っても冬になるとできなくて、なかなかまちに動きが出せないので、それが「ほこみち」の指定を受けるとか、そのワンストップ窓口みたいなのができると、すごいまちに動きが出てくるなというふうに思っている。一方、ハード整備は終わっているので、運営体制を変えるとか、警察や行政からしたら、今まで規律を緩める、既にあるも

のを一回壊して見直そうみたいな提案になってしまうので、難しさも感じる。

A：エリアマネジメントの中で法人格を位置付けしていくことも可能。都市再生推進法人、道路協力団体など、国がそういうまちを管理している団体を位置づけることを可能としている。そうすると行政の担当課も、都市再生推進法人あるいは道路協力団体の方がやっているから出しやすくなるというのはある。（三浦）

A：札幌ではアカプラを広場化する前の実証実験の際、札幌駅前通地区活性化検討委員会（現活性化委員会）が主体になって実証実験をやることになった。その際に、活性化検討委員会にあらゆる団体や、市の部局に入ってもらった。保健所や道路管理者にもオブザーバーとして参加してもらうことで、後の申請が非常に楽になった。（内山）

・旭川まちなかマネジメント協議会では、中心市街地の活性化のため、買物公園と駅前広場などで実施をするイベントの代行手続きと相談受け窓口を担当している。買物公園でのイベントについては、大体年明け 1 月から 3 月ぐらいまでの間で、それぞれ市地域振興課を含めて買物公園で予定をするイベントについて情報収集し、イベント検討会ということで、道路管理者、それから警察署の担当者、オブザーバーに出席を願って、それぞれが担当部署、イベントを担当する部署が説明をしている。警察さんから申請をして許可が下りるまでは最短、1 日。占用許可についても 1 カ月かからないで取得できる。

Q：いかにして居心地の良い場所を作っていくかということが、大きなテーマになりつつある。その際に必要とされるデザインのマネジメントのポイントは何か？

A：旭川は家具のまち得意な人もいるのではないか。すでに、さまざまなイベントがある中で、デザインのレベルを上げていくためには、タスクフォース的に、協議会さんと動ける方を見つけていくことが必要。（三浦）

スズキ：内川さん、いかがでしょうか。

A：アカプラは札幌市の景観重点区域に指定されているため、景観のルールがある。イベントに付きものの、のぼりとかそういうのも基本的に駄目なので、サインの出し方は利用者と調整している。キッチンカーの出店もそのやり方を確認したり、キッチンカーのインスタグラムを確認して日常の雰囲気とかを見たりして、事前に協議している。（内山）

Q：道路交通法の改正で、電動キックボードの通行が認められる可能性があるが、こうした新しいモビリティへの対応についてどう思うか

A：買物公園の場合、自転車走行をどう扱うかという問題もある。ミュンヘンでは、歩行者専用道路でも夜間は自転車の通行を認めるといった運用もなされている。またネットワークなど全体で考えることも重要。（三浦）

Q：札幌のチ・カ・ホはとてもユニークな企画をしている。どういう工夫をしているか？

A：スタッフのなかにジャグリングパフォーマー、アーティストがいる。そういった視点が入ることで、活動に多様性がでてくる。（内山）

旭川平和通買物公園　５０周年　報告書

令和４年３月　発行
発行／旭川平和通買物公園企画委員会
　　旭川市４条通８丁目アピスビル３階
　　ＴＥＬ（0166）26-0815
企画・制作／公立大学法人横浜市立大学・鈴木研究室
印刷／株式会社旭川アートプロセス