（令和５年度先導的官民連携支援事業）

グリーンベルト周辺地域
エリアマネジメント推進事業調査

報　告　書

令和６年３月

北海道千歳市

森ビル都市企画株式会社

※本調査報告書において「グリーンベルト事業」とは「グリーンベルト及び周辺活性化事業」と定義する。

目次

１章．本調査の概要 5
１－１. 調査の目的 5
１－２. 自治体の概要 6
１－３. 事業発案に至った経緯・課題 7
（１）地区が抱えている課題 7
（２）上位計画との関連性 8
（３）上記課題への対策としてこれまで実施している施策や調査等 8
（４）当該事業の発案経緯 10
（５）当該事業の意義・必要性 10
１－４. 本調査の検討体制 11
２章．本調査の実施内容 12
２－１. 調査実施概要 12
２－２. 本部会議の開催 12
２－３. 調査の流れ 15
３章．本調査を進めるにあたって重要となるまちづくりの考え方 17
３－１. 拠点施設・エリアマネジメントの必要性 17
（１）従来の「通過型のまちづくり」から「集積型まちづくり」への転換 17
（２）「集積型まちづくり」への転換には「拠点施設」が必要 17
（３）適切なエリアマネジメントの必要性 18
（４）持続的・効果的なエリアマネジメントを実施するための原資の確保 19
（５）グリーンベルトを中心に拠点整備とエリアマネジメントを実施する必要性 ... 19
３－２．まちの顔エリアをとりまく背景とねらい 20
（１）解決したいまちづくりの課題 20
（２）当初想定した事業の基本方針 21
４章．人流調査 22
５章．社会実験及び啓発 27
５－１. 社会実験の構成及び実施企画 27
（１）社会実験の計画 27
（２）社会実験の調査手法 29
５－２. 社会実験の調査結果 31
６章．事業者等のニーズ把握 48
６－１. ニーズ把握の実施手法 48
６－２. 事業者等のニーズ 49
（１）事業者等ヒアリング相手先の抽出 49
（２）事業者等のヒアリング結果概要 50

７章．グリーンベルト及び周辺活性化事業構想 55
７－１. グリーンベルト周辺地域の状況 55
７－２. コンセプト・事業概要 56
（１）コンセプト 56
（２）事業構想案の基本的考え方 57
（３）事業概要 61
７－３. 導入機能案 64
（１）事業者へのヒアリング結果等からみた導入機能の考え方 64
（２）グリーンベルト及び周辺活性化事業の導入機能案 67
７－４. グリーンベルト及び周辺活性化事業の仮説 68
（１）Ａ～Ｄ街区の概略プラン仮説 68
（２）グリーンベルト周辺のウォーカブル化にかかる提案 70
（３）Ｂ街区における市民活動交流施設の整備（仮説） 75
（４）Ｄ街区における民間施設の整備（仮説） 77
８章．事業化検討 78
８－１. 考えられる事業スキーム・公共投資 78
（１）事業スキームの基本的考え方と方向性 78
（２）エリア別事業スキーム 80
（３）公共投資額の概算・官民投資の考え方 83
（４）今後の検討課題 84
８－２. 事業の波及効果 89
（１）波及効果を発揮するための手法 89
（２）考えられる波及効果について 90
８－３. エリアマネジメント推進体制の考え方 91
（１）エリアマネジメントの要件と実施概要 91
（２）エリアマネジメント推進体制の考え方 92
９章．調査結果のまとめ 94
９－１. 調査結果の総括 94
（１）グリーンベルト及び周辺地域の検討課題 94
（２）各種調査で得られた検討課題とグリーンベルト及び周辺活性化事業の方向性 95
（３）グリーンベルト及び周辺活性化事業の構想 95
（４）おわりに 96
９－２. ロードマップ 97
（１）ロードマップ 97
（２）次年度の検討課題 97

１章．本調査の概要

１－１. 調査の目的

本市においては、人口増加によるまちの発展とともに市街地の拡大が進み、また、車社会への移行とともに商業施設立地の郊外化が進んだことから、商業の中心である中心市街地に訪れる人は年々減少し、まちの顔としての魅力が失われつつある。

このような中、まちづくりに関わりの深い官民 16 団体が集まる「ちとせエリアプラットフォーム」を立ち上げ、令和３年度から４年度の２か年に渡り、ミーティングやワークショップ、社会実験を重ねながら、グリーンベルト周辺の中心部「まちの顔エリア」が目指すべき将来像を「ちとせ未来ビジョン」としてまとめた。

令和５年度においては、ちとせ未来ビジョンの実現に向けた取組として本調査を実施し、まちの顔エリアの魅力を高め、日常的な賑わいを創出しながら、将来的に民間投資が引き出されるエリアマネジメントの在り方と、市が推進すべき拠点整備を含めた公共投資の最適解及び事業スキームを明らかにすることにより、令和６年度以降の、まちの顔エリアの活性化を通じて、中長期的にその効果を波及させ、中心市街地の活性化を目指す戦略的取組の指針とすることを目的とする。

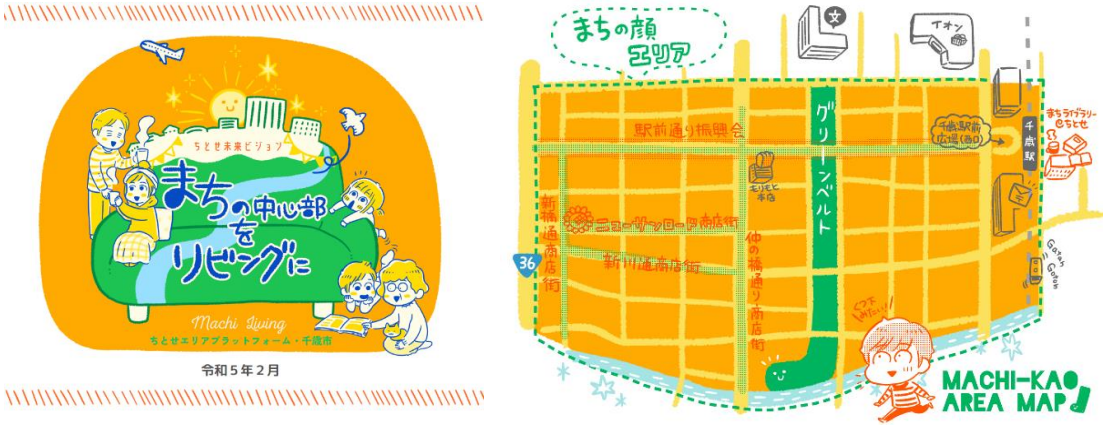


図１－１―１　ちとせ未来ビジョン　まちの顔エリア

１－２. 自治体の概要

本市は、北海道の中南部・石狩平野の南端に位置しており、東西 57.2km、南北 30.4km と東西に長く、西高東低の地形で、札幌市や苫小牧市など４市４町に隣接している。

西部は国立公園である支笏湖地域を形成し、豊かな自然に囲まれた「支笏湖エリア」、東部は牧場や農園が広がる「農村エリア」となっている、中央は、道内最大規模の新千歳空港をはじめ、工業団地、商業や住宅地などがある「空港・市街地エリア」となっており、中心市街地及びちとせ未来ビジョンに掲げるまちの顔エリアも本エリアに含まれる。

図１－２－１　千歳市内エリア

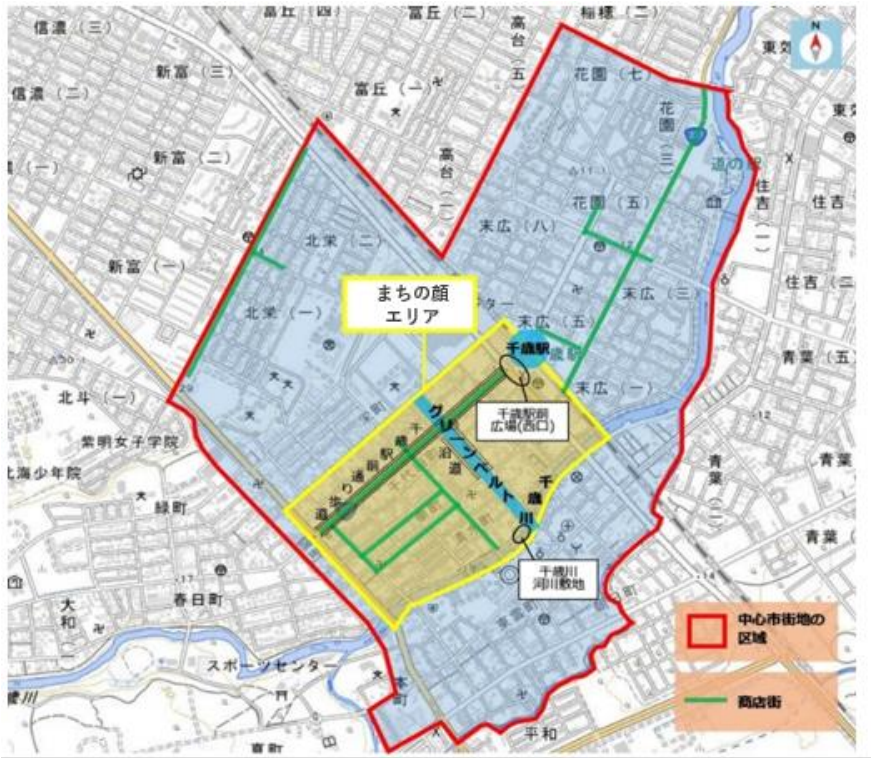


図１－２－１　千歳市　中心市街地区域及びまちの顔エリア

●本市の主な特徴

・年間乗降客数 2,000 万人を超える新千歳空港から約６㎞の好立地に中心市街地がある。

・国立公園である支笏湖は、環境省の公共用水域水質測定結果の湖沼の部において、平成 19 年から平成 29 年の 11 年連続を含み、これまで 20 回、全国第１位を獲得しており、支笏湖を水源とする一級河川「千歳川」が中心市街地に流れている。

・2,200 名以上から存続を求める署名により市が整備した、本を通じて人の交流を促す「まちライブラリー＠ちとせ」が中心市街地における市民のサードプレイスとしてまちに定着している。

・陸上自衛隊東千歳駐屯地、北千歳駐屯地、航空自衛隊千歳基地の３つの自衛隊基地のほか、千歳試験場や北海道大演習場などの自衛隊施設を擁し、市内に居住する自衛官とその家族等は、人口の 25%を占めている。

・市民の平均年齢は 40 代前半（令和６年１月１日現在　44.8 歳）と、北海道で一番若いまちである。

・11 の工業団地に、電子部品・デバイス・食品・飲料など 270 社を超える企業が立地しているほか、ＤＸの推進等が期待できる公立千歳科学技術大学を含む３つの高等教育機関が立地している。

・ラピダス社が、令和５年２月に、最先端半導体工場の建設予定地として本市を選定したことから、半導体関連産業の集積に伴う住宅・オフィス・ホテル等の需要増加が期待される。

●基本データ

・面積 594.50 ㎢（国土地理院 令和２年全国都道府県市区町村面積調）

・人口 97,962 人（令和６年１月１日現在 千歳市住民基本台帳）

・平均年齢 44.8 歳（令和６年１月１日現在 千歳市住民基本台帳）

・高齢化率 23.9％（令和６年１月１日現在 千歳市住民基本台帳）

・平均気温 8.1℃（令和４年 気象庁ホームページ「石狩地方 千歳」）

・年間降水量 1,015 ㎜（令和４年 気象庁ホームページ「石狩地方 千歳」）

１－３.事業発案に至った経緯・課題

（１）地区が抱えている課題

ちとせ未来ビジョンに掲げる、グリーンベルト周辺の中心部「まちの顔エリア」においては、新千歳空港から車で 10 分の位置にある立地優位性がある一方、市民等の日常的利活用や周辺の民間投資が十分に誘発されているとはいえず、中心市街地の商業施設等は、老朽化や遊休不動産が目立ち、衰退が懸念されている。

また、降雪の影響から、冬季期間において屋外活動に限りがある。

（２）上位計画との関連性

本市の最上位計画は「千歳市第７期総合計画」であり、関連計画として、千歳市都市計画マスタープランなど個別計画との整合性を図りながら、時代に即した商業振興策の展開を図ることを目的として、令和３年度から７年度までを計画期間とする「第３期千歳市商業振興プラン」を令和３年５月に策定した。

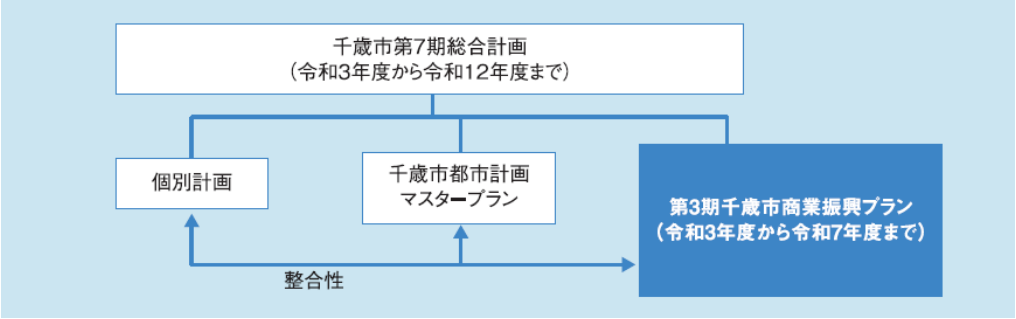


図１－３－１　千歳市上位計画

「第３期千歳市商業振興プラン」においては、３つの基本方針として、

①チャレンジする商業

②商業の魅力向上

③歩いて楽しい人が集まるまちづくり

を掲げており、「③歩いて楽しい人が集まるまちづくり」のうち、「エリアマネジメントの推進」の取組において、官民連携の検討の場である「ちとせエリアプラットフォーム」を立ち上げ、まちの顔エリアが目指す将来像を描いた「ちとせ未来ビジョン」を策定した。

なお、ちとせ未来ビジョンは、今後、本市が中心市街地活性化に向けた施策を検討していく上での重要な構想になりうるものと考え、行政計画に準ずる位置づけとして、作成主体に千歳市を併記している。

（３）上記課題への対策としてこれまで実施している施策や調査等

①「ちとせ未来ビジョン」の策定

ちとせエリアプラットフォームの委員からは、まちの顔エリアにおける課題として、

・人が自然と集まってくるようなシンボリックな拠点がない。

・空き家、空き店舗が目立ち、景観が寂しい。

・普段歩いている人が少なく、エリアを歩いて楽しむことも難しい。

・グリーンベルトや千歳川の魅力を活かしきれておらずもったいない。

・エリアに一体感がなく、コンセプトが見えない。

といった意見が挙げられており、これらの課題を踏まえて、ちとせ未来ビジョンでは、目指すエリアの将来像を「たくさんのヒト・モノ・コトが集まり、楽しく過ごせるまちのリビング」とし、「人づくり」「空間資源の活用」「日常的な賑わい」「ウォーカブルなまちなか」

「効果的な情報発信」の５つを取組の柱とした上で、特に、日常的な賑わいをつくる拠点と、その拠点からエリアの価値を育てていくエリアマネジメントの必要性を描いている。

図１－３－２　ちとせ未来ビジョン　エリアの将来像

②まちなか地域イノベーション創出業務

エリアマネジメント団体の設立に向けた取組として、まちづくりに能動的に関わるまちづくりプレーヤーを発掘するため、まちの顔エリアの活性化につながるビジネスプランを募集する「ちとせまちなかビジネスコンテスト」の開催や、「ちとせのまちの航空祭」に合わせて多様な主催者と連携して実施する「空と川の OUTDOOR*FESTIVAL」などを通じて、担い手の発掘・確保や育成に努める取組を実施している。

（４）当該事業の発案経緯

【令和３年５月】

第３期千歳市商業振興プラン（令和３～７年度）を策定

【令和３～４年度】

第３期千歳市商業振興プランに掲げる「エリアマネジメントの推進」の取組として、官民連携の検討の場である「ちとせエリアプラットフォーム」を立ち上げ、まちの顔エリアにおける将来像を「ちとせ未来ビジョン」として策定。

（５）当該事業の意義・必要性

本市の中心市街地は、商店街などの商業機能のほか、グリーンベルトや千歳川、文化センターや市民ギャラリーなどの公的資産、鉄道や路線バスといった交通網など、多くの都市機能が集積した「まちの顔」であり、市としては、このエリアを活性化することにより、中心市街地の活性化やまち全体の魅力向上（商業振興、雇用促進、コミュニティの創出と拡大、観光振興など）を図ることとしている。

この取組として、令和５年２月に「ちとせ未来ビジョン」を策定したところであるが、ちとせ未来ビジョンは「まちの顔エリア」が目指す将来像や「概念的」な取組内容を記載しているものであることから、当該事業において、まちの顔エリアの魅力を高め、日常的な賑わいを創出しながら、将来的に民間投資が引き出されるエリアマネジメントの在り方と、市が推進すべき拠点の整備を含めた公共投資の最適解及び事業スキームを明らかにする、専門的な導入可能性調査である本事業を実施することにより、ちとせ未来ビジョンの具現化を図るものである。

１－４. 本調査の検討体制

【担当】

部　署：産業振興部商業労働課主査（エリアマネジメント推進担当）

担当者：３名

役　職：課長職（兼職）、係長職（専属）、係員（兼職）

【庁内検討組織】

組織名：千歳市エリアマネジメント推進本部会議

委　員：（本部長）　副市長

（副本部長）産業振興部長

（委員）　企画部長

総務部長

こども福祉部長

観光スポーツ部長

建設部長

専門家：全国エリアマネジメントネットワーク会長／森記念財団理事長 小林 重敬 氏

大阪府・大阪市特別顧問 橋爪 紳也 氏

一般社団法人まちライブラリー代表 礒井 純充 氏

事務局：産業振興部商業労働課主査（エリアマネジメント推進担当）

【庁内検討組織（下部組織）】

組織名：千歳市エリアマネジメント重点分野検討部会

委員　：（部会長）産業振興部次長

（部会員）企画部企画課長

企画部まちづくり推進課長

総務部財政課長

こども福祉部こども政策課長

産業振興部商業労働課長

観光スポーツ部観光課長

建設部道路管理課長

建設部建築政策課長

建設部事業庶務課長

建設部都市整備課長

事務局：産業振興部商業労働課主査（エリアマネジメント推進担当）

２章．本調査の実施内容

２－１. 調査実施概要

まちの顔エリアの魅力を高め、日常的な賑わいを創出しながら、将来的に民間投資が引き出されるエリアマネジメントの在り方と、市が推進すべき公共投資の最適解及び事業スキームを明らかにするために必要となる、以下の各種調査分析・社会実験を実施した。

１．利用者ニーズ・利用実態調査
２．事業者等のニーズ把握
３．仮説の設定、見直し、検証
４．公共投資の最適解の検討
５．事業スキームの検討
６．社会実験（ちとせまちライブラリーブックフェスタ 2023）の実施・検証

２－２. 本部会議の開催

グリーンベルト周辺地域のエリアマネジメントや事業構想案を調査・審議する機関として、副市長及び関係部長職で構成する「千歳市エリアマネジメント推進本部会議（以下、本部会議という。）」を設置するとともに、下部組織として関係課長職で構成する「千歳市エリアマネジメント重点分野検討部会を設置し、当該調査の検討を行った。

また、下図のエリアマネジメント推進体制が円滑に機能するよう、本部会議とちとせエリアプラットフォームの調整役となる「千歳市エリアマネジメント推進事務局（以下、事務局という。）」を設置した。

本部会議は、ファシリテーターが会議の運営を行い、２名のエリアマネジメント有識者が参画するとともに、事務局に再開発等における専門的知識・ノウハウを有する特別顧問を配置し、必要な情報や知見を提供しながら可能性調査・検討を行った。

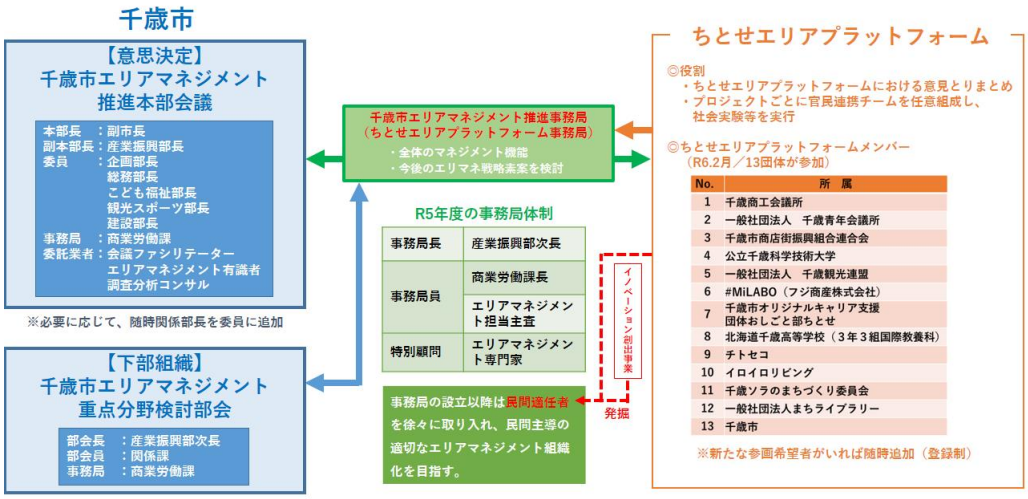


図２－２－１　千歳市エリアマネジメント推進体制

【本部会議のスケジュール】

開催時期	各回の検討テーマ	各回の着地目標・期待される効果
第１回 7月 21 日	１．エリアマネジメントの推進体制 ２．本業務に係る公募型プロポーザル募集要領 ３．本部会議設置要綱の内容等	・左記テーマの確認
第２回 9月 12 日	１．調査方法・調査実施計画 ２．拠点施設・エリアマネジメントの必要性 ３．現時点でのグリーンベルト事業の仮説 ４．グリーンベルト事業推進上の課題と懸念事項	・調査手法、業務実施計画のオーソライズ ・拠点整備、エリアマネジメントの必要性確認 ・当初想定した事業案（仮説）の妥当性確認 ・可能性のある事業スキームに対する共通認識 ・事業推進上の各種課題や懸念事項の確認 （法令上の制限・公共空間の取扱い等事業者の参画や民間投資推進上の課題）
第３回 10 月 16 日	１．グリーンベルト社会実験・WEB アンケート調査結果 ２．人流調査結果 ３．類似事例「KAKAMIGAHARA PARK BRIDGE」 ４．拠点整備による周辺市街地への波及	・社会実験結果からの現状認識の確認 ・人流調査からのデータと推定利用状況との比較 ・近隣都市・類似都市の事例から得られる教訓 ・拠点施設とその波及効果
第４回 11 月 16 日	１．コンセプト・事業概要 ２．導入機能案 ３．事業スキームの方向性 ４．エリアマネジメント推進体制の考え方 ５．事業の波及効果 ６．今後の検討課題	・事業構想案のたたき台:コンセプト、事業概要、導入機能（建物用途・交流スペースの拡大等）、公園・駐車場、河川等公共空間の再整備方向） ・エリアマネジメントによるインセンティブ＆コントロールの必要性 ・事業スキームの方向性確認 財政支出、資金調達（投融資）、運営手法や財源等 ・エリアマネジメント推進体制の青写真

第５回 12 月 18 日	１．コンセプト・事業概要【再掲】 ２．導入機能案・調査結果を踏まえたグリーンベルト事業の構想案提示 ３．グリーンベルト事業の仮説 ４．事業スキーム・公共投資 ５．エリアマネジメント推進体制の考え方 ６．今後の検討課題	・事業構想案の深堀、見直し ・民間事業者参入・投資可能性についての一定の見解の確認 ・事業スキーム、エリアマネジメント推進体制提案の確認 ・事業推進上の課題と次年度検討課題確認 ・調査結果とりまとめ方向の確認 ・令和６年度以降のスケジュール案の確認
第６回 １月 16 日	１．事業構想案に対する市の取り組み方針	・グリーンベルト及び周辺街区の活用 ・公共性の高い事業への行政投資 ・次年度サウンディングの実施 ・エリアマネジメント手法の活用
第７回 ２月 13 日	１．調査検討結果のとりまとめ国交省提出成果の報告 ２．次年度以降の事業推進について	・今年度成果取りまとめ、報告 ・国交省提出成果の確認 ・次年度以降作業内容について確認

２－３. 調査の流れ

	調査フロー	説明
令和 ５年 ８月 ～	**①事業ニーズの把握/新たなニーズの顕在化** **a) ３機能の横断的調査・事業ニーズ把握** ・文化交流・産業振興・観光機能とグリーンベルト空間に対する現在とこれからの千歳市におけるニーズやシーズの調査 ・調査結果から施設仕様等を検討	a)　グリーンベルトの客観的分析と事業の方向性を明確化。 ・事業構想を検討するにあたり市内関係者を中心にヒアリング。グリーンベルト周辺で実施されている活動等の横断的調査も含め、３機能（文化・産業・観光）の立地可能性について分析。
９月 ～	**②グリーンベルト周辺地域エリアマネジメントの仮説設定と社会実験** **a)新機能顕在化のための仮説設定** ・グリーンベルトの新たなポテンシャルを引き出し、事業ニーズを顕在化させるための仮説設定 **b)グリーンベルトを活用した社会実験** ・グリーンベルト及び周辺施設を活用し、千歳市で実施される「ブックフェスタ」と並行して社会実験を期間限定で実施	a)時代に沿った広場・公園・道路・河川を一体活用するグリーンベルト事業仮説を設定。 b)WEB アンケート調査と人流調査をはじめ、利用者へのヒアリングや社会実験協力事業者との対話により、市民の意向・空間・サービスのあり方を分析。 ・社会実験を通じてニーズの顕在化と市民への啓発を図り、以後も継続的に仮説設定と検証を継続。
10 月 ～	**③社会実験の分析・事業スキームの検討** **a)社会実験の結果分析** ・WEB 調査及び人流調査結果による認識と実状を比較確認、３機能における可能性と事業構想案作成の検討 **b)事業スキームの検討** ・民間事業者にサウンディング・意見交換を実施 ・グリーンベルト事業の担い手の発掘と組織のあり方、組成に向けた検討を実施 ・エリアマネジメント事業の担い手候補との対話、実現性を高めるためスキームを検討	a)社会実験から得た結果とヒアリングを分析し、グリーンベルト事業構想案に反映。 公共性と収益の確保の課題、効果的な施設整備・管理運営手法、周辺エリアとの相乗効果を検討。 b)ちとせエリアプラットフォームをはじめ、地域機関・地元業界団体が持つ情報をヒアリング。事業候補者の発掘範囲拡大、事業協力への理解を促進。

12 月 ～	**④事業スキーム・事業効果の検討** **a)事業の実現手法・波及効果の検討** ・グリーンベルト事業の（長期）投資と新機能導入による効果を発揮させるための方策を検討 **b)事業プロセスの検討** ・次年度以降の取り組み、継続的な事業推進とまち全体への波及効果を検討 ・エリアマネジメント事業の初動期組織体制検討	a)既存機能のアップデートと拠点整備を合わせた事業展開の検討中長期的な財政負担の検討。 b)エリアマネジメント団体組成に向けた準備のための、初動組織候補者を想定した検討。 ・グリーンベルト事業の整備効果に留まらない、千歳市中心市街地の中長期的な波及効果に対する検討の重要性を確認。
令和 6 年 1 月	**⑤成果の取りまとめ** 報告書の作成	

３章．本調査を進めるにあたって重要となるまちづくりの考え方

３－１. 拠点施設・エリアマネジメントの必要性

（１）従来の「通過型のまちづくり」から「集積型まちづくり」への転換

従来のまちづくり手法は、中心市街地に人を呼び込むための商業施設や魅力ある施設等を誘致すれば賑わいが生まれ、まちの活力が回復すると考えられてきたが、地方都市においては、商店街の衰退や大型商業施設の撤退が進み、中心市街地の空洞化に拍車がかかっている状況にある。

このような中、ちとせ未来ビジョンの実現に向けて「まちの顔エリア」に日常的な賑わいを取り戻すためには、従来の「通過型のまちづくり」から脱却し、当該エリアにおいて、「人が必然的に集積し、持続的に昼間人口を生み出す機能」を意図的に整備する必要があると考える。

ラピダス社の立地に伴う、昼間人口の創出に寄与する住居やオフィス等の民間需要の高まりを追い風として捉え、居心地の良さや文化・ビジネスの交流等、明確な目的を持った人々が必然的に集積する新たな都市機能を有した「まちの拠点」を創出することで、拠点周辺の飲食・物販・宿泊・住居等、人々の生活の質向上につながり、結果として、まちの活力が回復すると考える。

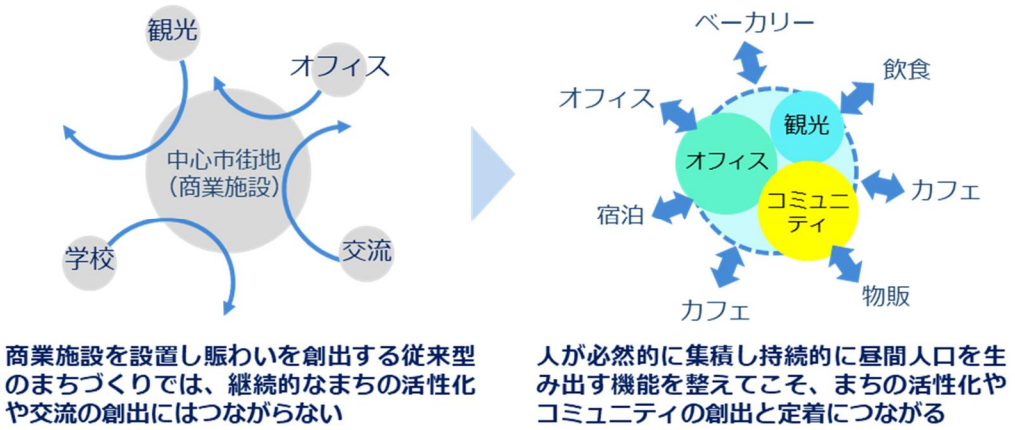


図３－１－１　まちづくり手法の転換

（２）「集積型まちづくり」への転換には「拠点施設」が必要

「集積型まちづくり」への転換には、長時間滞在・活動が可能な「拠点施設」が必要と考えられる。本市の気候は、11 月～４月ごろまでの約半年が冬季となり、屋外での活動は限られることから、快適な屋内環境を整えることができれば、年間を通して、市民等のコミュニティ活動や経済活動を継続することが可能となる。

まちづくりの土台となる「拠点施設」は、エリア全体のマネジメントを担う象徴となり得ることから、官民連携により、双方の利点を活かしながら整備・運営することで、長期的視点を持ってまちの活性化を図ることができる場・環境となる可能性がある。

なお、拠点施設が持つ一般的な機能としては以下の例がある。

≪コミュニティ≫　コミュニティを形成するマネジメント団体や各プレーヤー

≪ビジネス≫　ワーカー、関連する企業や顧客

≪観光≫　観光資源を創出する団体・観光資源の販売・コンシェルジュ・関連する企業や顧客

≪学校≫　運営団体・指導スタッフ、受講者、関連する企業や顧客

≪病院≫　運営団体・医療スタッフ、関連する企業や顧客

≪住宅≫　新たな住民

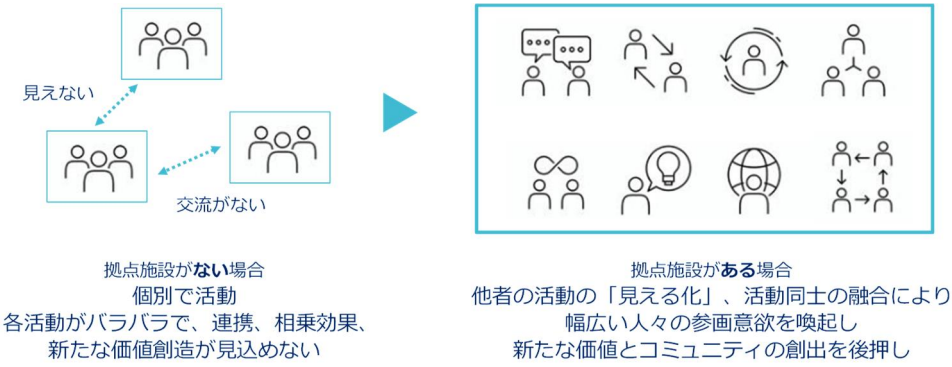


図３－１－２　拠点整備の必要性

（３）適切なエリアマネジメントの必要性

ちとせ未来ビジョンで掲げる「まちの顔エリア」の活性化を目指すにあたっては、拠点施設を核として、持続的・効果的なエリアマネジメントを実施することが望ましい。

全国的にエリアマネジメントが重要とされる背景と必要性、また、適切なエリアマネジメントを進めるための要素は以下のとおりである。

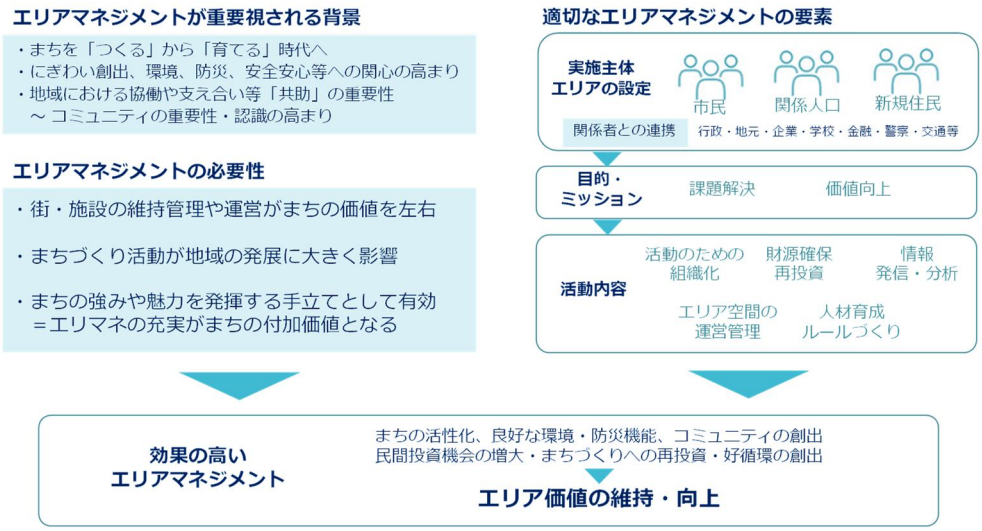


図３－１－３　エリアマネジメントの必要性

（４）持続的・効果的なエリアマネジメントを実施するための原資の確保

持続的なエリアマネジメントを実施するためには、活動の原資、すなわち「収益源」が必要であり、エリアマネジメント活動を続け、事業で得た利益をエリアの活性化に再投資できる好循環の仕組みを構築することが課題となる。

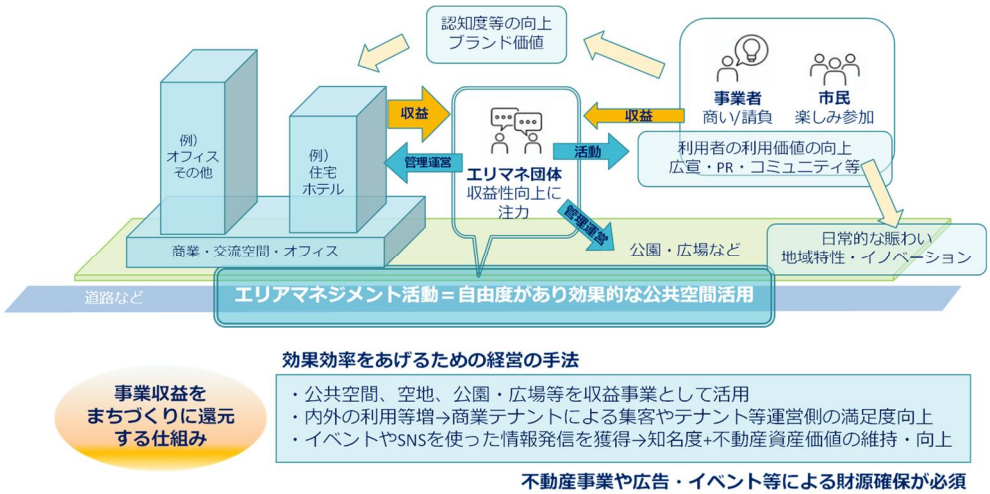


図３－１－４　エリアマネジメントを持続可能とするスキーム例

（５）グリーンベルトを中心に拠点整備とエリアマネジメントを実施する必要性

①中心市街地である「まちの顔エリア」においては、千歳を象徴する施設や空間が乏しい状況にあり、グリーンベルトにおける拠点整備等を効果的に実施すれば、唯一かつ貴重なランドマークとなり得るポテンシャルを有している。

②グリーンベルトは、ＪＲ千歳駅と清水町繁華街の中間に位置していることから、市民や観光客の往来が期待できる。

③イベント会場として市民の認知度が高い。

④千歳駅まで徒歩５分、新千歳空港まで車で 10 分であるほか、大規模な地下駐車場が確保されているなど、来訪者にとってのアクセス利便性が高い。

⑤グリーンベルトは面積約 19,000 ㎡と広大で、まちの顔エリアにおいて良好な開発事業ができる可能性のある、まとまった公有地であり、社会資本としての価値があることから、長期的な視点に立って公共貢献性と収益性の高い開発事業を実現させることで、本市の持続的な発展につなげられる可能性がある。また、わかりやすい直線の地形は、効果的なエリアマネジメント、幅広い市民・来訪者の利活用拠点として優れている。

図３－１－５　グリーンベルトと周辺エリアの価値向上

３－２．まちの顔エリアをとりまく背景とねらい

（１）解決したいまちづくりの課題

①文化交流

2,200 名以上から存続を求める署名により市が整備した、本を通じて人の交流を促す「まちライブラリー＠ちとせ」が市民の集いの場としてまちに定着し、より幅広い機能の拡充、交流拡大が求められている。

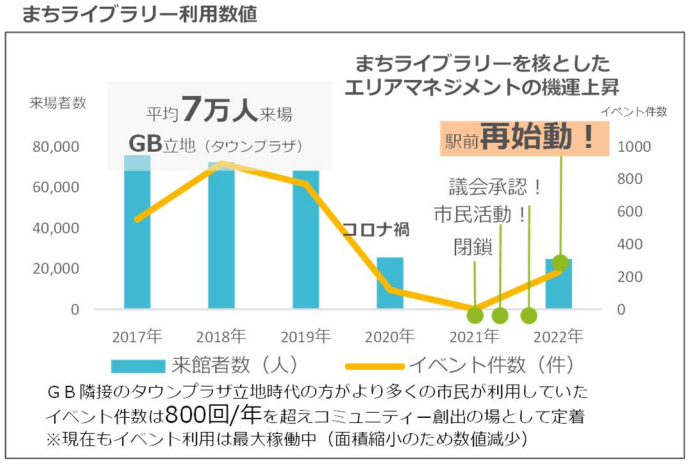


図３－２－１　まちライブラリー＠ちとせの状況

②産業振興

市内工業団地には、電子部品・デバイス・食品・飲料など 270 社を超える企業が立地し、公立千歳科学技術大学をはじめとする３つの高等教育機関や、大都市とつながる新千歳空港を擁するなど、一定規模の産業振興機能が集積している。

また、令和５年２月には、新千歳空港に隣接する美々地区に半導体企業であるラピダス社の進出が決定したことから、関連産業の集積等に伴い、地域の飛躍的な発展が期待される一方、オフィスや住宅の新規供給のみならず先端研究高度人材の受け入れに相応しい環境整備が求められる。

③観光

年間 15 万回の離発着を誇る新千歳空港の利用者（観光・ビジネス）は年間約 2,000 万人を超え、札幌を基点とした道内目的地への移動が約８割を占める。新千歳空港内は長時間の空港待合も快適に過ごせる機能が充実していることに加え、千歳市内の観光スポットは広範囲に点在しており、基本的には車移動が必要なため、レンタカー以外の個人観光客には移動のハードルが高い。

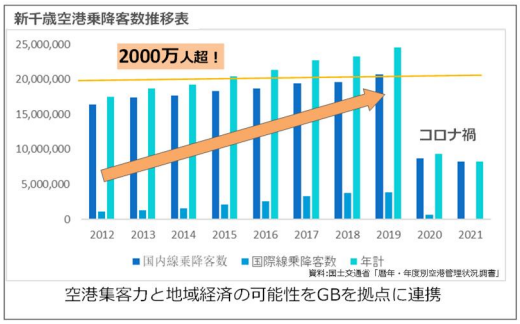


図３－２－２　新千歳空港　乗降客数推移表

（２）当初想定した事業の基本方針

①広場・公園・道路・河川の一体的な整備

・グリーンベルトには広場・公園・道路・河川の機能があり、これまで個別に整備が進められてきたが、エリア全体のまちづくり、まちなか機能の更新・複合化の観点から、これらの社会資本について一体的な事業を推進する。

・都市再生整備計画事業を念頭に置き、公共性が高く魅力的な都市空間の形成を図る。

・デザイン性にも優れ千歳市のランドマークとなる「まちの拠点」を創出し、滞留人口の増大を図る。

②目指すべき「まちの拠点」の姿

・市民の熱意により整備・定着した「まちライブラリー＠ちとせ」に、さらに機能を付加した（文化・学習・産業・市民の余暇等）広域の文化交流施設としての「まちの拠点」

・新規先端企業進出の受け皿となるリエゾンオフィスや住宅等、新たな事業ニーズを取り込む「まちの拠点」

・地域全体への波及効果を狙い、短期滞在観光により関係人口を呼び込む「まちの拠点」

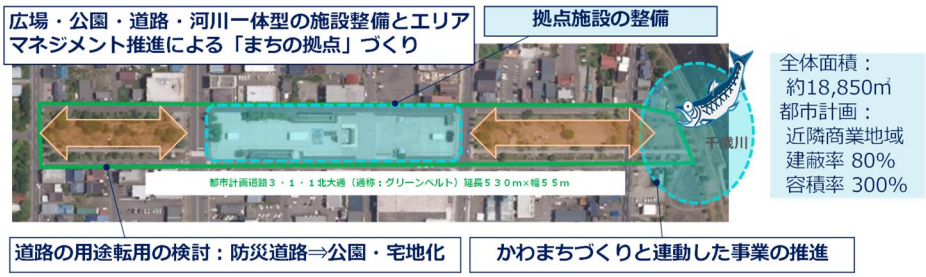


図３－２－３　当初想定　グリーンベルトの基本方針

４章．人流調査

位置情報ビッグデータをAI技術の数理処理によって分析した。

グリーンベルトは、エリアごとに目的・用途を分けて整備しているため、エリアの利用頻度が大きく異なる。特に「つどいの広場」には地下駐車場が設置（月極契約もあり）されている。

≪分析エリア≫

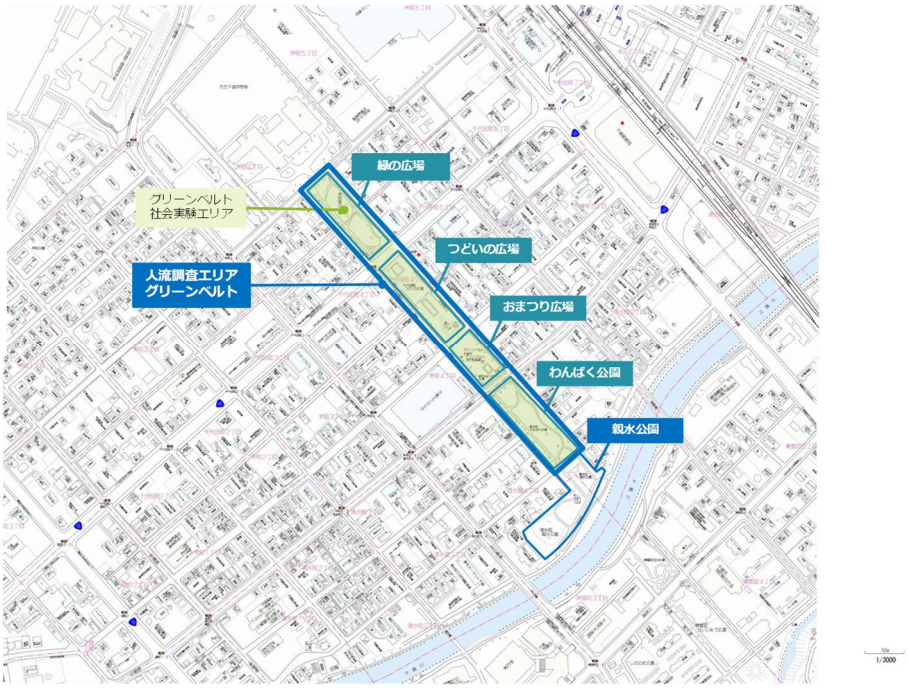


図４－１　人流調査エリア

・グリーンベルトエリア：緑の広場からわんぱく公園までの範囲
・緑の広場エリア　　：最も樹木と緑が多い範囲
・つどいの広場エリア　：地下駐車場とコンクリートで整備された範囲
・おまつり広場エリア　：野外ステージとコンクリートで整備された範囲
・わんぱく公園エリア　：樹木と遊具が多い範囲
・親水公園エリア　　：千歳川に面した河川敷を含む遊具と芝生の範囲

≪調査期間・種類≫

１．社会実験日：令和５年９月２日　人流調査結果
２．グリーンベルト及びエリア別　年間人流調査結果
３．グリーンベルト及びエリア別　５分以上滞在　日別集計
４．つどいの広場　年間人流調査結果分析

ア．社会実験日：令和５年９月２日　人流調査結果

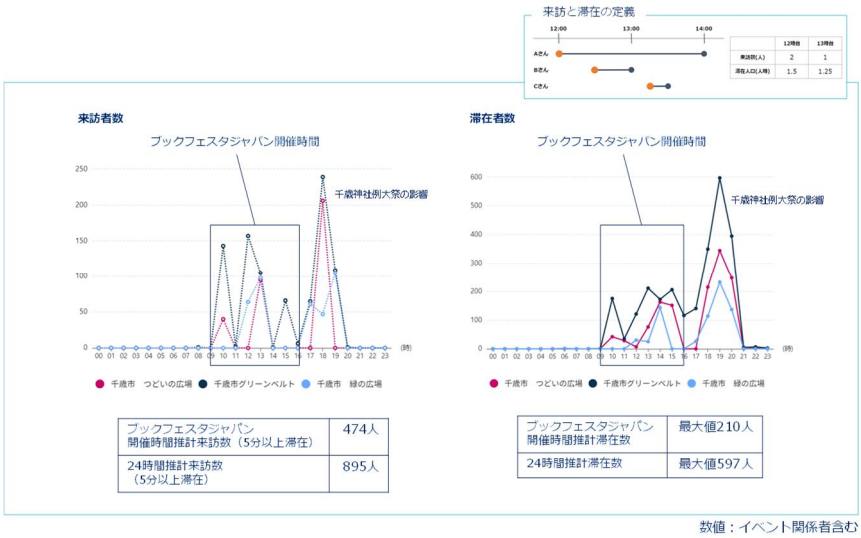


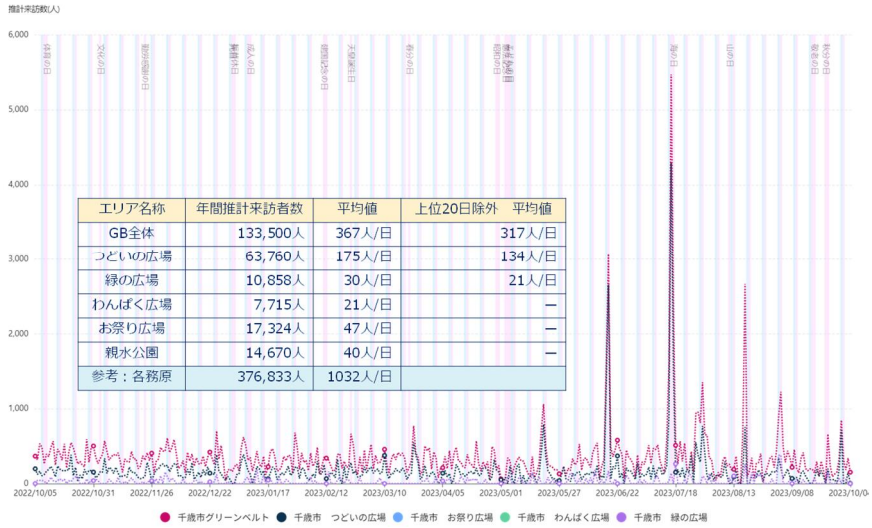
図４－２　グリーンベルト　社会実験日：令和５年９月２日　人流調査結果

≪留意事項≫

・ブックフェスタ開催日は好天。子ども向けのコンテンツと木陰の多い緑の広場が子育て世代の人気スポットとなった。低年齢の子どもの人数はカウントされず、スマートフォン等の端末を携帯している人数がカウントされている。

・調査日は千歳神社秋季例大祭と同日であった。社会実験の開催時間より後に来訪者数が増加した理由は、例大祭の参拝客の駐車場利用や通行によるものと推測される。

イ．グリーンベルト及びエリア別　年間人流調査結果



エリア名称	年間推計来訪者数	平均値	上位20日除外　平均値
GB全体	133,500人	367人/日	317人/日
つどいの広場	63,760人	175人/日	134人/日
緑の広場	10,858人	30人/日	21人/日
わんぱく広場	7,715人	21人/日	－
お祭り広場	17,324人	47人/日	－
親水公園	14,670人	40人/日	－
参考：各務原	376,833人	1032人/日	

図４－３　グリーンベルトエリア別　年間人流調査結果

・年間来訪者数は約 13 万人。平均値 367 人のうち、地下駐車場利用者が大半を占めると推測される。
・エリア別ではつどいの広場が最多 63,000 人超えとなった。グリーンベルトで開催されるイベントはグリーンベルトのコンクリート部分を中心に会場設営されることが多い。
・2,000 人来訪者のイベントは年間３回。
※令和３年度千歳神社秋季例大祭来訪者数:約 12,000 人超(同人流調査により計測)
・イベント以外での日常的な利用者が非常に少ないため、グリーンベルト全体利用者数上位 20 日を除外するとエリア３カ所は平均値が計測されなかった。

ウ．グリーンベルト及びエリア別　５分以上滞在　日別集計

≪グリーンベルト全体≫

は申請時、500人以上来訪予測のイベント期間

	R4.10	R4.11	R4.12	R5.1	R5.2	R5.3	R5.4	R5.5	R5.6	R5.7	R5.8	R5.9	R5.10
1	0	354	435	159	409	448	423	63	174	382	648	424	320
2	0	268	432	226	281	186	341	40	333	123	340	895	183
3	0	333	608	257	311	367	77	83	250	288	326	1225	331
4	0	386	414	171	172	523	197	344	283	257	131	491	0
5	310	569	480	475	406	193	212	303	526	371	43	285	0
6	317	432	587	619	232	377	362	122	179	510	150	437	
7	533	314	400	511	284	273	199	230	329	265	84	350	
8	486	358	203	310	484	284	438	299	343	470	297	217	
9	263	389	233	349	126	352	186	353	275	452	360	454	
10	394	369	306	167	230	457	395	303	217	516	235	206	
11	360	411	145	278	355	265	485	300	415	308	259	144	
12	482	291	417	431	339	133	300	220	488	208	182	340	
13	565	150	300	262	314	320	291	138	542	142	190	413	
14	247	327	394	222	235	396	228	95	81	569	364	201	
15	460	296	233	364	163	318	210	360	232	1572	47	171	
16	404	285	344	120	181	414	389	81	321	5470	0	196	
17	313	429	264	224	387	376	272	145	1589	2443	675	193	
18	530	326	261	429	399	407	249	265	3066	510	2666	144	
19	208	331	366	464	204	336	201	711	483	263	93	292	
20	418	199	226	362	297	151	569	1059	357	565	172	103	
21	547	234	352	168	217	216	271	492	456	297	344	299	
22	480	370	420	176	228	306	166	258	579	539	40	175	
23	370	312	335	229	664	771	292	233	458	185	266	10	
24	262	411	252	362	528	407	215	216	396	202	279	661	
25	296	306	702	304	204	344	293	183	80	428	399	243	
26	248	405	324	379	122	123	43	185	447	149	21	92	
27	224	144	508	367	356	165	494	130	355	935	132	126	
28	592	295	299	133	146	502	443	118	321	956	221	153	
29	284	327	39	680	0	435	182	229	261	811	332	325	
30	479	483	179	483	0	476	242	101	86	1351	365	846	
31	501	0	194	188	0	192	0	204	0	653	213	0	

赤:500人以上　黄: 1000人以上　緑: 3000人以上

図４－４　グリーンベルト全体　５分以上滞在　日別集計結果

・来訪者 1,000 人以上が５～９月にかけて計７回、3,000 人以上は６・７月の計２回
・来訪者 500 人以上は毎月数回あり分散している。規則性はなく、地下駐車場の利便性を考慮し、グリーンベルト以外での季節イベントや学校行事のための利用者と推測される。
・青枠の申請部分（500 人以上来訪予定）とそれ以外の人数差が大きい。

≪つどいの広場≫

	R4.10	R4.11	R4.12	R5.1	R5.2	R5.3	R5.4	R5.5	R5.6	R5.7	R5.8	R5.9	R5.10
1		76	262	0	209	223	144	51	28	269	105	155	1
2		104	226	0	197	144	72	0	133	73	52	341	2
3		158	245	120	86	197	0	83	111	129	140	213	151
4		151	157	127	53	218	44	0	146	103	50	75	3
5	159	335	223	290	53	138	139	231	158	125	104	126	
6	122	136	261	387	129	179	174	59	52	219	110	195	
7	164	216	266	287	81	194	90	0	99	57	85	95	
8	105	197	98	174	298	130	133	222	140	239	98	68	
9	120	136	105	126	127	159	0	260	117	78	295	63	
10	164	218	79	0	130	375	74	0	139	198	99	84	
11	189	138	80	104	251	140	254	109	161	220	0	2	
12	229	86	192	226	65	66	203	0	98	119	0	138	
13	173	100	118	200	85	137	117	56	249	142	89	169	
14	90	109	280	121	148	136	131	95	52	234	173	102	
15	234	85	56	172	128	201	97	124	108	907	0	53	
16	193	220	102	32	79	161	124	86	75	4295	0	3	
17	175	150	151	65	324	155	161	0	1311	1588	181	0	
18	165	155	83	143	66	208	157	110	2651	151	755	70	
19	186	127	185	222	0	161	123	417	58	187	0	189	
20	178	81	112	195	226	54	209	790	227	91	0	95	
21	384	65	221	54	47	118	107	358	199	209	112	173	
22	105	72	139	97	190	140	115	168	369	75	114	100	
23	216	104	142	144	279	548	206	127	74	190	82	3	
24	25	282	119	117	131	373	209	63	142	146	182	198	
25	114	179	386	160	171	279	184	63	0	381	133	51	
26	63	34	173	231	86	57	43	0	210	0	37	51	
27	190	120	129	109	96	97	94	39	164	550	133	54	
28	126	186	81	137	104	241	320	115	166	381	130	1	
29	177	192	42	214	0	103	180	229	116	287	100	184	
30	172	245	94	222	0	97	153	63	54	768	158	714	
31	153	0	54	68	0	155	0	52	0	414	156	0	

赤:500人以上　黄: 1000人以上　緑: 3000人以上

図４－５　つどいの広場　５分以上滞在　日別集計結果

・来訪者 1,000 人以上が６・７月の計３回、3,000 人以上は７月の１回のみ。
・来訪者 500 人以上は３・５・７～９月に計 11 回。
・青枠の申請部分（500 人以上来訪予定）とそれ以外の人数差が大きい。

≪緑の広場≫

	R4.10	R4.11	R4.12	R5.1	R5.2	R5.3	R5.4	R5.5	R5.6	R5.7	R5.8	R5.9	R5.10
1		61	0	0	0	0	0	0	143	0	0	0	79
2		39	154	0	0	0	89	0	127	53	134	375	56
3		0	91	0	0	0	0	0	45	0	0	381	1
4		0	28	0	36	0	0	86	0	49	52	0	0
5		0	73	0	87	0	35	87	65	0	0	0	
6	44	0	49	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
7	43	59	0	72	40	35	59	0	0	0	0	52	
8	43	26	0	83	0	75	55	0	71	0	0	1	
9	32	0	0	0	0	0	27	85	0	79	0	0	
10	0	0	67	70	0	0	32	79	79	99	0	61	
11	35	82	0	0	0	0	1	0	0	0	75	2	
12	84	0	0	189	0	0	0	0	182	0	0	0	
13	39	0	0	0	162	0	96	0	40	0	101	54	
14	25	29	0	0	0	0	66	0	1	0	0	1	
15	39	0	39	114	2	0	0	150	53	31	0	0	
16	64	42	43	0	0	0	79	0	0	139	0	2	
17	36	75	0	46	46	0	32	0	55	0	0	3	
18	59	35	29	62	83	0	64	94	169	263	261	71	
19	0	0	0	0	46	0	42	0	0	0	0	0	
20	38	0	0	0	0	0	66	0	0	0	0	0	
21	25	0	0	0	55	0	0	0	62	0	150	0	
22	68	27	23	87	46	0	0	85	0	59	0	1	
23	90	0	0	0	0	0	0	0	0	0	143	2	
24	79	1	26	0	0	0	57	53	0	145	93	151	
25	0	47	120	57	0	0	0	0	0	90	132	0	
26	0	38	0	32	0	0	0	60	112	0	23	0	
27	0	0	0	0	76	40	0	0	69	0	0	1	
28	62	64	0	0	0	34	0	0	0	0	0	0	
29	0	0	0	0	0	82	0	0	0	0	0	70	
30	48	104	28	0	0	0	0	0	0	98	63	1	
31	39	0	0	0	0	0	0	67	0	81	0	0	

黒:0人

図４－６　緑の広場　５分以上滞在　日別集計結果

・来訪者 500 人以上なし。
・グレー部分は人流データが少なすぎるためカウント不可。
・青枠の申請部分（500 人以上来訪予定）とそれ以外の人数差が大きい。

≪つどいの広場≫　人流調査結果分析

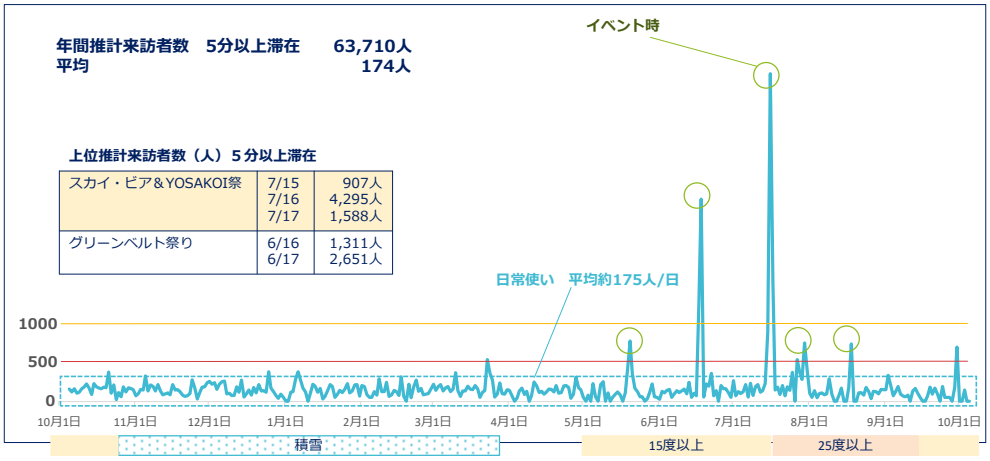


図４－７　つどいの広場　５分以上滞在　日別集計結果

・つどいの広場は地下駐車場があり、周辺エリアより多い人流があった。
・地下駐車場の 1 日平均利用台数は約 250 台あることから、乗降者数を約 500 人と想定。目的に沿ってグリーンベルトに数カ所ある地上出入口から移動するため、グリーンベルト滞在時間が５分を境にカウントには誤差が生じる。
・500 人以上滞留する日が、約 11 日/年間。
・つどいの広場利用イベントは、1,000 人以上来訪予定申請が５～９月に 10 件（令和５年度）。うち２件が来訪者想定数を達成。
・使用料が 10 割減免された市等の事業で実施されているイベントがほとんどである。

グリーンベルトの日常的な利用状況は、人流調査からも非常に少ないことが再認識された。イベント時の利用者数も年間数回、最大値 4,000 人程度の規模に留まっている。

４章. 人流調査の結果については、７章～８章の事業構想案や９章の調査結果まとめにおいて内容を整理している。

５章．社会実験及び啓発

５－１. 社会実験の構成及び実施企画

（１）社会実験の計画

①社会実験の主旨・計画

将来の施設・環境整備に向けた情報を得るための社会実験を展開。市民や関係者に対して、グリーンベルトには立地・地形等のポテンシャルがあることを認知してもらい、「日常的な賑わい」創出のため持続可能な事業可能性を検証、データの取得を社会実験の主旨とする。

②社会実験の対象エリア

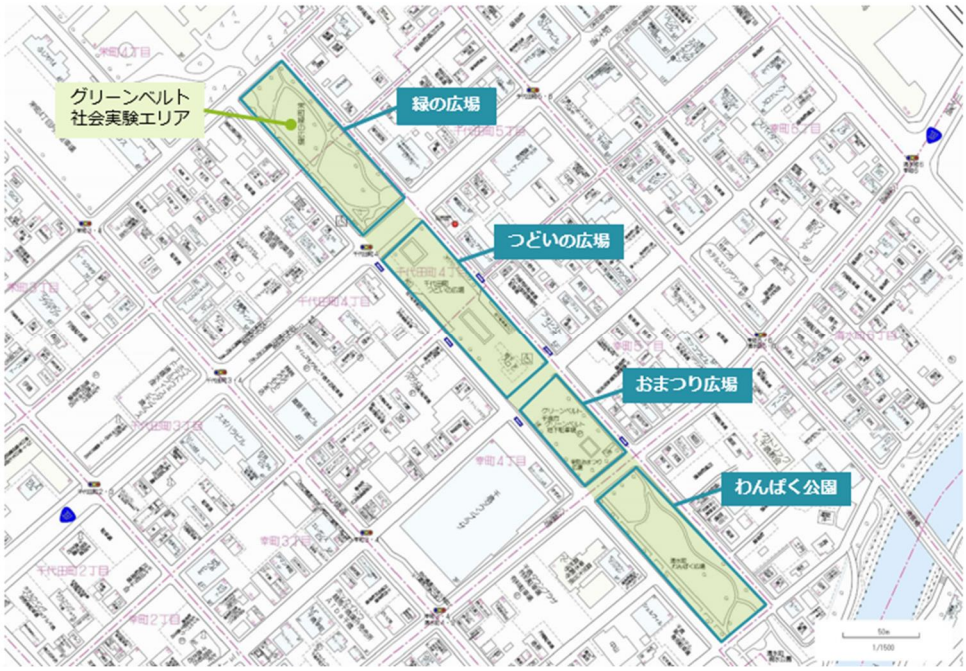


図５－１　社会実験　対象エリア

グリーンベルトは、ちとせ未来ビジョンで掲げる「まちの顔エリア」の中心に位置する。グリーンベルトをアップデートし、「市のまちづくりに対する姿勢」を内外に示すランドマークとして確立することで、まち全体への波及効果へと繋げる発信拠点とすることが重要である。

エリア価値向上を目指す将来を見据えたグリーンベルト及び周辺活性化事業においては、一貫性のあるコンセプトや統一感あるデザイン・機能が必須となるほか、変化する市民・事業者ニーズに対応するためにも、機能をアップグレードしていく考え方も重要である。

以上を踏まえ、グリーンベルトを対象エリアに社会実験を実施した。

③社会実験の概要

場　所	千歳市グリーンベルト
期　間	令和５年９月１日～３日
内　容	令和４年に実施したブックフェスタでの企画を踏まえ､｢ちとせまちライブラリーブックフェスタ 2023」を発展させ、グリーンベルトでの「日常使い＋α」となる文化的な魅力あるコンテンツを実施
協　力	まちライブラリー@ちとせ
目　的	・ターゲット（利用者）の主体的な参画による事業効果の見える化 ・地域特性の深堀と界隈性の創出、シビックプライドの醸成 ・社会実験によるニーズの顕在化と導入機能の検証を通じて、グリーンベルトの適正な計画内容及び事業規模を模索 ・グリーンベルトの持つ集客力やポテンシャルを明らかにし、将来の民間投資規模、事業者の参画可能性判断のための情報を収集 ・千歳市独自の組織・スキーム・事業手法を検討

④社会実験の主なスケジュール

令和５年４月	ブックフェスタ実行委員会企画発足 企画立案 関係者協議
令和５年５月	社会実験場所確定　　空間設計・出店者の配置協議
令和５年７月	事業者・協力会社へのヒアリング
令和５年８月	先導的官民連携支援事業　業務委託先選定・契約 関係機関との協議、事前調査、設問の検討
令和５年９月 1・2・3 日	社会実験調査期間
令和５年９月	社会実験結果分析
令和５年 10～11 月	関係機関との協議、仮説ブラッシュアップ・事業方針等の検討

⑤社会実験の体制

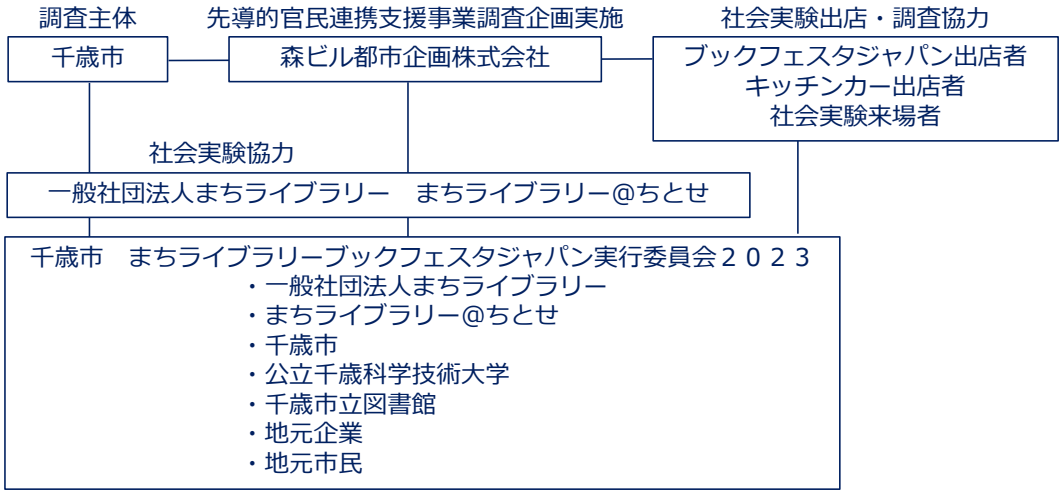


図５－２　社会実験の体制

⑥社会実験広報

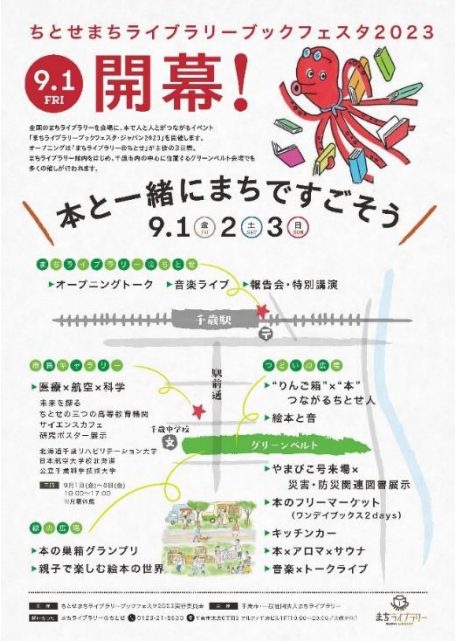


図５－３　ちとせまちライブラリーブックフェスタ 2023　フライヤー

（２）社会実験の調査手法

①利用者ニーズ・利用実態の調査

・短期間でグリーンベルト事業の仮説を検証するため、ターゲットを絞り込み、WEB アンケートによって効率的に多くの意見を収集する。

・実施内容：ブックフェスタイベントに合わせてグリーンベルト内で調査員が来場者に声掛けし、利用者と運営側へアンケートを実施。

・市民や出店者、関係人口から、グリーンベルトや中心市街地、まち全体の意見を収集。

・人流調査と合わせて、集計・結果分析。

・第３回会議における有識者の見解を踏まえ、調査結果を分析

	回答対象者	設問内容
ちとせまちライブラリーブックフェスタ 2023	利用者ニーズ	１．フェイスシート ２．グリーンベルトに関する質問 ３．グリーンベルトの仮説に関する質問
	運営側ニーズ	１．フェイスシート ２．ブックフェスタに関する質問 ３．グリーンベルトの仮説に関する質問
（参考データ） 空と川の OUTDOOR*FESTIVAL2023	利用者ニーズ	１．フェイスシート ２．空と川の OUTDOOR*FESTIVAL への質問 ３．千歳市に関する質問

②主な調査項目

・社会実験時のグリーンベルトでの滞在状況
・グリーンベルトへのアクセス状況
・グリーンベルトの利用頻度・利用目的
・グリーンベルトの使い勝手
・グリーンベルトの将来イメージ
・従来の使い方、日常的に利用されていない原因を定量的に検証

③調査アイテム

調査員による声掛けにより、WEB アンケートへの回答を依頼

５－２. 社会実験の調査結果

◎WEB アンケート調査

【社会実験】ちとせまちライブラリーブックフェスタ 2023（利用者）

実施期間	令和５年９月１・２・３日
回答者	イベント来場者
回答方式	WEB での記載
回答数	227 件　設問別：回答数が異なるもののみ記載

２．あなたの属性についてお答えください。

2-1. あなたの性別をお答えください。

・女性が約６割、男性が約４割の結果となった。

2-2. あなたの年齢をお答えください。

・40～50 代が最多４割強、次点が 20～30 代と４割弱の結果となった。現地では特に低年齢の子育て世代の姿が多く見られた。
・10 代、60 代以上が１割に届かない結果となった。
・同日開催されていた千歳神社秋季例大祭へ行く 10 代学生の通過する姿は多く見られたが立ち止まることは少なかった。

2-3. あなたについてお答えください。

・フルタイム勤務が最多４割強となった。

2-4. あなたのお住まいについてお答えください。

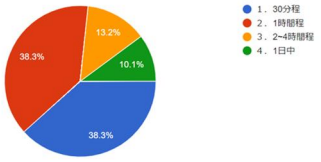
・千歳市内が約７割の最多回答となった。

2-5. 今日は誰と訪れましたか？（複数回答可）

・子どもとの来訪が他回答と約２倍の差をつけて最多となった。

３．本日のグリーンベルトの滞在について

3-1. 本日、グリーンベルトにはどのくらい滞在されましたか。



・30 分程、１時間程が同数最多となった。
・当イベントに長時間滞在を促す企画がなかったこと、また９月初旬にも関わらず日差しの強い天候も滞在時間を短くした要因になったと考えられる。

3-2.　本日、グリーンベルトの敷地内に座れる場所はありましたか。

・約８割以上が座れる場所があったと回答した。

・子育て世代に利用された場所は、緑が多く、日差しを避けることができる緑の広場に集中した。ワークショップや販売などもあり、一定時間滞在したくなる要素も多かったが、結果として長時間滞在は少数になった。

3-3. 3-2 で座らなかった方へお聞きします。その理由についてお答えください。

18 件の回答　※詳細は別紙参照

・子供がバタバタ落ち着かないので

・座ると腰が痛いので

・満席だったので

・見ていたら座る暇はなかった

・下が草地だった、人が多かった

・ひと通り見て帰ったため

・散歩していたため

・通っただけ

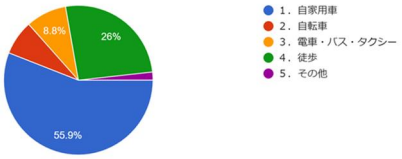
・通行したかっただけだから

・陽が強かった

・問 3-2. から、座れる場所が十分にあるにも関わらず、本設問の回答からは、「座って滞在をする目的がない」場合や、「座りたくても座れない」要因、「通過目的」が複数あげられた。これらの回答から、グリーンベルトは滞在型目的として市民に認知されていないことが判明した。また同様に、グリーンベルトは通過目的の道路という認識が強いこともインタビューを含めて明らかになった。

４．グリーンベルトへのアクセスについてお答えください。

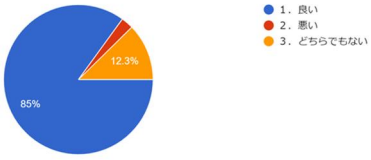
4-1. イベント会場「グリーンベルト」までの、主なアクセス方法をお答えください。



・最多が約 55%の自家用車、次に多いのが 26%の徒歩となった。

・子育て世代の来訪が多かったことから、自転車や公共交通の利用が減少したと考えられる。一方で、全世代が等しい割合で来訪しても、千歳市の移動手段とグリーンベルトの立地性から、最多が自家用車となる可能性が高い。地方都市における駐車場の立地利便性は来訪目的を高めるとともに、阻害要因にもなりうる。現状の利用目的・利用率からの効率性を高める検証も必要。

4-2. イベント会場「グリーンベルト」のアクセスは良いですか？

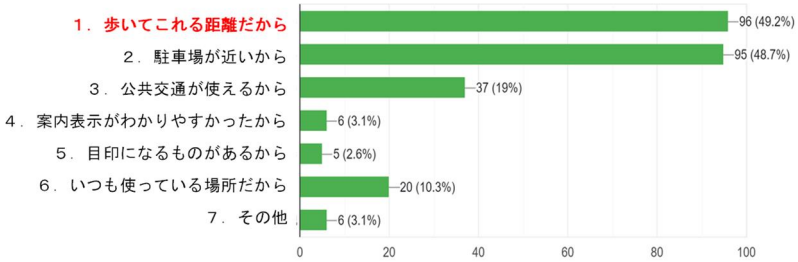


・「アクセスが良い」が 85%の最多回答となった。
・子育て世代が多かったことから、前回調査（空と川の OUTDOOR*FESTIVAL）より「アクセスが良い」の回答は、大幅な減少となると予測していたが、変化は少なかった。しかしながら、12.3%の「どちらでもない」回答が増加した背景に注目が必要と考える。

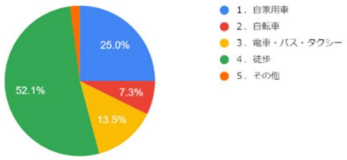
4-3.「良い」とお答えした方に質問です。

アクセスが良いと思われた理由はなんですか？（複数回答可）

195 件の回答



・「歩いてこれる距離」「地下駐車場利便性」が「アクセスが良い」とされる理由の最多回答となった。
・一方で、「案内表示がわかりやすい」「目印になるものがあるから」は回答が少なかった。地下駐車場表示はあるものの、周辺と競うデザイン・配置になっており、周辺の環境を配慮しながら、わかりやすくデザイン性の高い案内表示の検証が必要と考える。



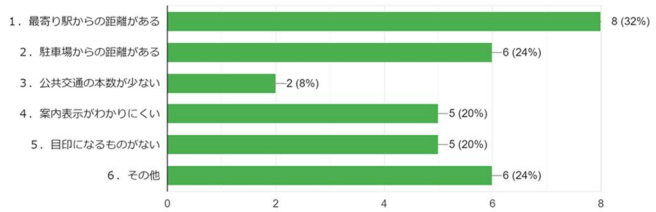
＞補足

問 4-3. より「歩いてこれる距離だから」と回答した 96 件の内訳
徒歩が約 52%の最多、次に多かったのは自家用車が約 25%だった。
自家用車で来訪したと回答した 43 件のうち 24 件が「歩いてこれる距離だから」と回答した結果となった。

4-4.「悪い」とお答えした方に質問です。

アクセスが悪いと思われた理由はなんですか？（複数回答可）

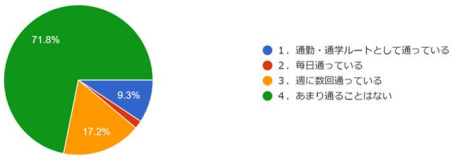
25 件の回答



・問 4－3. より「いいえ」の回答は 2.7%であるが、25 件の回答となった。
・「公共交通の本数が少ない」以外の項目には、複数回答によって課題が示される結果となった。

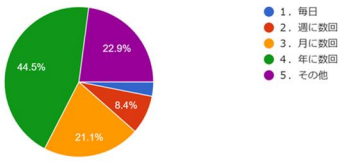
5．グリーンベルトの利用についてお答えください。

5-1. 普段グリーンベルトを通勤・通学や日常生活の「通り道」として利用されていますか？



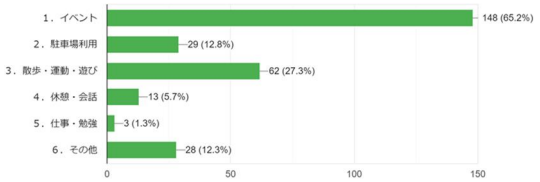
・「あまり通ることがない」が約７割を超える最多回答となった。
・通勤・通学ルートの利用は約１割弱の回答となった。子育て世代の通勤ルートにもほぼなっていないことが判明した。
・「毎日通っている」は約 1.7%の回答となった。子育て世代の散歩にも使われていないことが判明した。
・当イベントに来訪した方々の毎日通る割合が、約１割の回答に留まる結果となった。
・上記結果は、後述する人流調査結果と合わせて検証する。

5-2. 普段グリーンベルトを、どのくらいの頻度で利用しますか？



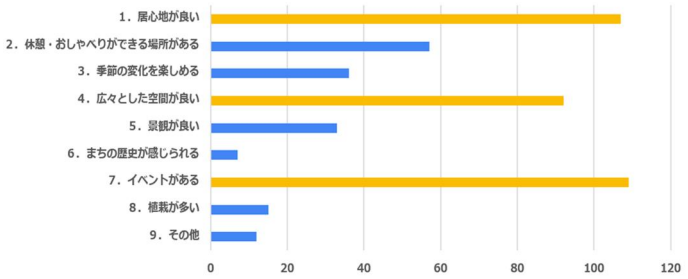
・「年に数回」が４割を超える最多回答となった。
・「毎日」が約 3.1%の最小回答となった。
・問 5－1. と合わせ、グリーンベルトが日常的に通過・滞在に利用されていないことがアンケート調査でも明らかとなった。

5-3. 普段のグリーンベルトの利用目的をお答えください。（複数回答可）



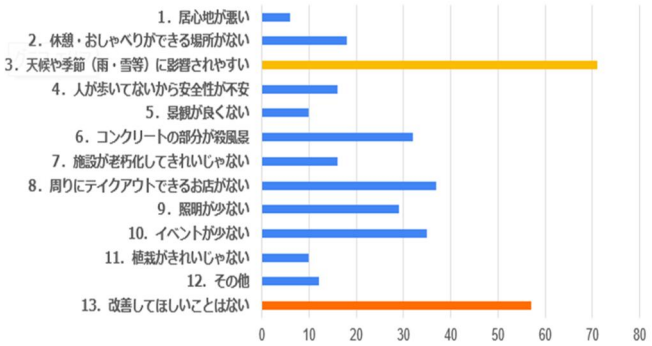
・利用目的はイベントが最多回答となった。次に多かったのは「散歩・運動・遊び」と体を動かす目的が上げられた。
・駅周辺で体を動かすことができる広々とした公園は、道の駅側にもある。立地だけでなく天候や景観等の要因が考えられるが、低年齢の子育て世代や、ペットの散歩、シニア夫婦のトレーニングの光景は、道の駅側に多く見受けられた。市民が公園・広場を使い分け、グリーンベルトは普段使いされない理由があると考えられる。
・「休憩・会話」６％未満、「仕事・勉強」は約１％となり、利用目的に偏りがあることが浮き彫りにされた。

5-4. グリーンベルトの良いと思われるところを以下から選択してください。(複数回答可)



・良い理由は「イベント・居心地・広々とした空間」が上位。
・人流調査を踏まえると、日常使いの滞在者が少ないことから、日常使いでの居心地の良さではなく、イベント時における居心地の良さであることが推察される。
・グリーンベルトという名称であるが、「植栽が多い：約 7%」や「季節の変化を楽しめる：約 16%」「景観が良い：約 15%」の回答が伸びなかった。「景観・植栽」は下位となり、その理由にメンテナンスの指摘もあった

5-5. グリーンベルトで改善してほしいことがあれば以下から選択してください。(複数回答可)

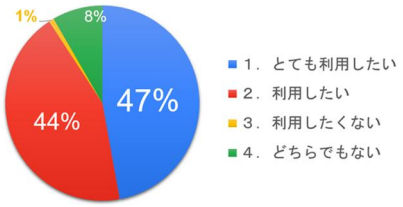


・「天候や季節（雨・雪等）に影響されやすい」が最多回答となった。
・「改善してほしいことはない」は 57 回答、25%を超える結果となった。

・「周りにテイクアウトできるお店がない」の回答が 16%あり、グリーンベルト周辺機能についても、関心が寄せられていることがわかった。
・イベント目的利用が多いにも関わらず、「イベントが少ない」との回答が約 15%あった。
・環境については、「照明が少ない」に約 15%、「コンクリートの部分が殺風景」に約 14%となった。※理由は前述のとおり

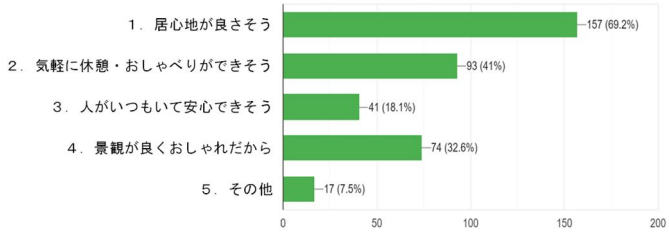
6．グリーンベルトについて、ご意見をお寄せください。

6-1. グリーンベルトにイメージ図：Aのような場所があれば利用したいですか？



・とても利用したい、利用したいを合わせて<u>９割以上が「利用したい」</u>と回答した。
・<u>問 5−5. で「改善してほしいことはない」と回答した 25%をはるかに上回る結果</u>となった。
・問 5−3. 5−4 でともにグリーンベルトの利用目的の１位となった「イベント」について、イメージ図：Ａには反映していないにも関わらず、これまで示されなかったグリーンベルトの使い方を市民がイメージすることに繋がった。

6-2. とても利用したい・利用したいと答えた方にお聞きします。回答の理由をお選びください。（複数選択可）

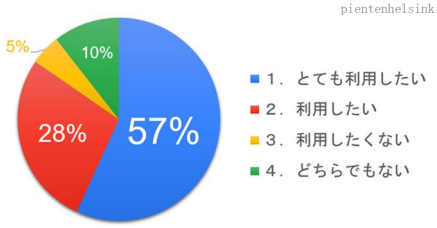


・約７割が「居心地が良さそう」と回答し、問 5-4. の「居心地が良い」約 46%よりも多い回答となった。
・問 5-4. では休憩・会話よりも景観を重視する回答のほうが多かったが、問 6-1. では景観よりも「気軽に休憩・おしゃべりができそう」が上回り、４割以上の回答となった。

6-3. グリーンベルトにイメージ図：Ｂのような場所があれば利用したいですか？

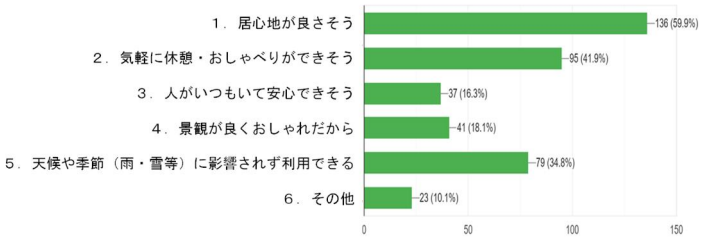
イメージ図：B

pientenhelsinki.fi より引用



・８割以上が「利用したい」と回答した。

6-4. とても利用したい・利用したいと答えた方にお聞きします。回答の理由をお選びください。 （複数選択可）



・問 5-5.「天候や季節（雨・雪等）に影響されやすい」が最多回答となったが、約６割が「居心地が良さそう」と回答し最多の利用したい理由となった。※ただし、イメージ図：Ａには、雨天でも利用可能なカフェ施設が配置されている。

・問 5-4. では休憩・会話よりも景観を重視する回答のほうが多かったが、問 6-4. でも景観よりも「気軽に休憩・おしゃべりができそう」が上回り、４割以上の回答となった。

6-5. 6-1・6-3 のイメージ図へのご意見・アイデアがあればぜひお寄せください。

27 件の回答

・大通りで分断されているので、横断しやすい何かがあれば…（斜め横断している人が多い）。

・完全に屋内型の環境よりは屋外であることを活かした空間があると良い。

・ぜひぜひ良くなって欲しい。場所がとてもいいので、市内市外色んな方が使える場所にしてほしい。

・駐車場や、駐車場から公園にのぼってくるところが暗くて雰囲気が悪い。

・MIYASHITAPARK みたいで可愛くていいと思う。若者多いので絶対にあったら嬉しいです。
・緑は多いほうが心地よいと思います。
・小さくても良いので、特徴的な店舗の入る商業施設があると嬉しい。
・少しでも滞留時間が長くなるような、ロケーションを活かした仕掛けが必要になると思う。
・子どもと安全、安心に楽しめそうで、イメージ図通りに実現して欲しいです。
・Ａのイメージ画像に簡単なスケボーコースがあるといい。
・雪の季節に子どもがはだしで走れるところがあると嬉しいです。
・6-3 敷地内は天候に左右されないけど徒歩の人は魅力的なイベントで無ければ地下駐車場を使ってまでは来ないと思われる。
・まわりにもいろんなお店などあるとよさそう。
・屋台村のイメージで２～３坪のブースを多く作り（プレハブのような）スポット利用、起業支援。あそこに行けば人に会える。何か楽しいことがある。いつも何かをやっている空間が欲しい。
・建物がほしい。
・子供が遊べるスペースがあれば行きやすいです。
・どちらにしても、地下駐車場に高さ制限で車が入れないので、平置きできる駐車場がなければ、来づらいです。
・千歳ならではの何かがあれば、道内外に広がっていくと思う。
・全天候型施設では、季節と天候を感じられない。屋内施設はたくさんある。逆に天気に左右されるくらいの不便さは現代人に必要と思う。便利さに慣れるのはいけない。屋根がないことによる開放的な空間だからこそできるイベントがあると思う。
・よいと思います。
・雪の季節が長いので天候に左右されず利用したい。
・緑の広場の雰囲気が好きなので、他の広場も緑が増えると素敵だと思います。
・室内、天気に作用されない施設がいい。
・今後、暑い夏も想定されるし冬も利用できる建物がいい。
：美唄市の SHIRO 本店など、自然とマッチしていて、人を呼び込む要素になっていて、千歳市の街×自然×企業の力によって、新たなスポット、コミュニティ形成ができると思うので頑張ってほしい。
・謎解きイベントをやってほしい。タンブルウィードとよだかのレコードを呼んでほしい。(全天候対応の建物があればだが)因みに、札幌では昨日と今日イベントをやってます。
・ぜひ雨の日でも利用できる施設を作って欲しいです。

【社会実験】ちとせまちライブラリーブックフェスタ 2023（運営側）

実施期間	令和５年９月１・２・３日
回答者	ブックフェスタ出店者
回答方式	WEB での記載
回答数	８件　設問別：回答数が異なるもののみ記載

２．あなたの属性についてお答えください。

2-1．あなたの性別をお答えください。※詳細は別紙参照

・女性が５割、男性が５割の結果となった。

2-2 ．あなたの年齢をお答えください。※詳細は別紙参照

・40～50 代が６割超え、20～30 代が２割強、60 代以上は約１割となった。

2-3．あなたについてお答えください。※詳細は別紙参照

・フルタイム勤務が５割、その他が５割の結果となった。

2-4．あなたのお住まいについてお答えください。※詳細は別紙参照

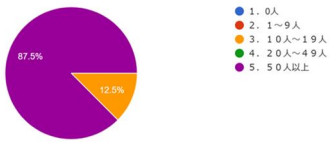
・千歳市内が５割、千歳近隣市が５割の結果となった。

３．「ちとせまちライブラリーブックフェスタ 2023」についてお答えください。

3-1．企画したイベントの実施状況をお答えください。

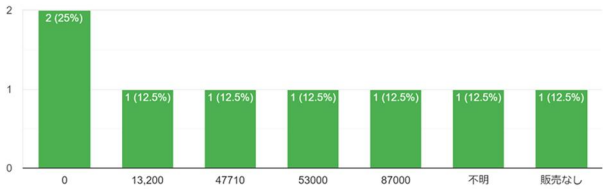
・実施したが 10 割の結果となった。

3-2．参加（来訪・購入者等）人数をお答えください。※実施しなかった場合は「０」と入力してください。



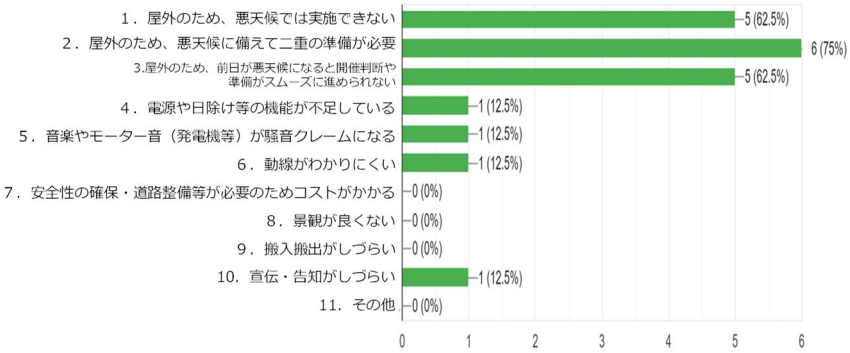
・50 人以上の参加（来訪）が８割以上となった。

3-3．イベント実施をされた方にお聞きします。おおよその売上金額をお答えください。 ※実施しなかった場合は「０」と入力してください。



・平均売上金額は約 25,000 円となった。

3-4. 屋外でのイベント実施によるリスクについて以下からお選びください。
（複数回答可）



・「屋外のため、悪天候に備えて二重の準備が必要」が最多回答となった。
・季節や天候に左右される準備や実施における屋外店ならではの回答となった。市内ではキッチンカーを入れられる屋内や大屋根のある場所での出店場所がない。当イベントでは雨天時開催の場所を準備したが、会場規模はかなり縮小され、開催時間も短縮された。
・回答項目４～11 は、キッチンカーや屋台等運営側から多く寄せられる要望として項目に加えたが、回答は少数に留まった。その背景にはグリーンベルトのメリットである広々とした空間での活動が可能であることが要因と考えられる。一方で、出店者側の前提条件として、イベント時のみの活動を想定していること、日常使いの出店やより多くの来客を想定していないことが現地インタビューからもうかがえた。

3-5. 屋外イベント実施によるリスクについて具体的にお答えください。
・天候により、実施団体等への収益に影響が出る
・特になし
・家族連れが対象のため、来場者が減ってしまう。
・雨天の場合、開催中止になるイベントが多く、たとえ出店できても集客が見込めない。間際での中止は事前の仕込みのロスに繋がる。
・キッチンカーは基本屋外イベントになるので質問内容のリスクは当然ありますが、そのせいでイベント企画がなくなるのは本意ではなく、たくさんイベントを企画してほしいです！
・屋外イベントの為、荒天時の天候リスクがあること。
・代替の屋内会場の使用可能時間が、屋外に比べて短かった。雨天時もできるだけ同じ時間帯で確保してほしい。
・悪天候の場合、出店が出来なくなってしまったり、出店が出来たとしても集客が見込めなくなってしまう。
・雨天時に出店することが目的ではなく、集客・集積性のある場所での出店を希望していること、天候を問わず人々が集まれる空間の創出が望まれている。

3-6．グリーンベルトイベントに参加される上で、手続きや設営、準備で良かったことや悪かったこと、また要望についてお寄せください。

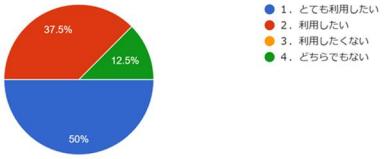
7 件の回答　※詳細は別紙参照

・昨年もイベントに参加し、同じボランティアの方がお手伝いしてくれたので、大変助かりました！
・市民団体を立ち上げたので、資金面の心配がなく運営する事ができた。
・読み聞かせや音楽ライブなど、音で広範囲にアピールできる企画があったのはよかった。
・それぞれの企画・催しのアピールが少ないように感じた。
・せっかく著名人を呼ぶのであれば、それぞれのチラシを作って広く宣伝することで集客に繋げられるのでは、と思いました。
・設備をすべて貸し出していただいたのはありがたかった。出店者も感謝していました。来年以降も同じように販売台や椅子を貸出していただけたら出店のハードルが下がるかと思います。
・手続き・設営・準備は、市役所の方より小まめにご連絡いただけていたので良かったです。
・要望としては、市役所の方でホームページだけではなく、インスタ等の専用アカウントを作成していただき、グリーンベルトを使用するイベント等の発信を小まめにしていただければ嬉しいです。出店側としてもそうですが、お客様からもそのようなお声がありました。

・イベント企画における広報や集客の工夫についての意見が多かった。
・イベント告知、スケジュール案内等、検索してもわかりにくいとの意見がインタビューから伺えた。
・イベント主体によって広報の捉え方は異なる。知人の紹介がもっとも影響力を持つ場合と、新聞や TV の場合、SNS を使った場合、地域特性によって影響が出やすいツールは異なる。コストや波及効果の費用対効果に多角的な視点から検討する必要がある。
・市民団体の立ち上げや、ボランティアの継続的活動等、オープンな市民活動が根付きつつある。

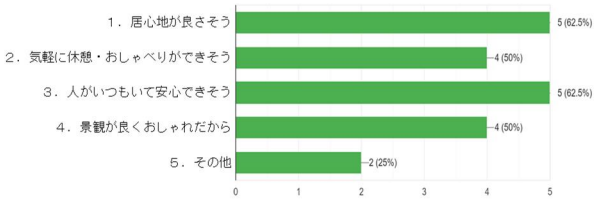
4．グリーンベルトについて、ご意見をお寄せください。

4-1．グリーンベルトにイメージ図：Aのような場所があれば利用したいですか？



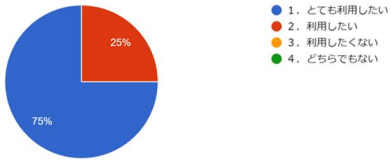
・9 割近くが利用したい、利用したくないという回答はなかった。

4-2. とても利用したい・利用したいと答えた方にお聞きします。回答の理由をお選びください。（複数選択可）



・「人がいつもいて安心できそう」が「居心地が良さそう」と同数最多となった。屋外出店時に人の気配を常に意識している出店者側と、通過する利用者側との意識の違いが明らかになった。

4-3. グリーンベルトにイメージ図：Ｂのような場所があれば利用したいですか？



・全回答が「利用したい」の回答となった。

4-4. とても利用したい・利用したいと答えた方にお聞きします。回答の理由をお選びください。　（複数選択可）

・全回答者が「天候や季節（雨・雪等）に影響されず利用できる」を選択した。
・イメージＡよりも、<u>全天候型屋内空間であるイメージＢのほうが、選択項目数が増加</u>した。

4-5. 4-1・4-3 のイメージ図への、市民目線及び運営側のご意見・アイデアがあればぜひお寄せください。

3 件の回答

・小さな子どもから年配者まで、誰もが交流でき、雨でも気にせずにイベントができる。開放感のある、ホッと安心できる場を作ってほしいです！子どもたちも屋内でものびのびと遊べる場所をつくって欲しいです！

・4-1：屋外で定期的にキッチンカーが出店できるスペースを設けてほしい。雨を凌げる屋根、気軽に座れるベンチ、アマチュアミュージシャンが歌えるステージ（小さなものでも）、大道芸人のパフォーマンス、夜はライトアップされるとカップルのデートスポットにも◎。
・4-3：無料 Wi-Fi スポット、まちなか図書館、キッズスペース、誰でもピアノ（このスペースで音楽イベントもできる）、定期的に絵本の読み聞かせや紙芝居、土日はハンドメイドイベントや軽食販売ワゴンが週替わりで出店（イベントスペースで食品販売業の届出をしてもらえると嬉しい）。

【参考】空と川の OUTDOOR*FESTIVAL2023（利用者）

実施期間	令和５年７月 29・30 日
回答者	イベント来場者
回答方式	WEB での記載
回答数	207 件　設問別：回答数が異なるもののみ記載

２．あなたの属性についてお答えください。

2-1. あなたの性別をお答えください。 ※詳細は別紙参照

・男女ともに約５割の結果となった。

2-2. あなたの年齢をお答えください。※詳細は別紙参照

・20～30 代、40～50 代が３割超え、10 代が２割強、60 代以上は１割以下の結果となった。

2-3. あなたの職業についてお答えください。※詳細は別紙参照

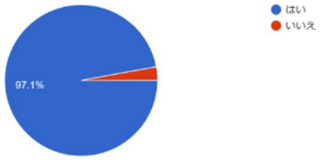
・フルタイム勤務が最多５割弱、次点が学生の割合が 20%以上の来場数となった。

３．「空と川の OUTDOOR*FESTIVAL2023」についてお答えください。

3-1. 「空と川の OUTDOOR*FESTIVAL2023」を知ったきっかけは何ですか？

・知人の紹介が最も多く、<u>新聞・広報が１割に満たない結果</u>となった。

3-2. イベント会場はすぐにわかる場所でしたか？



・<u>回答者のほどんとが「すぐにわかる場所」と回答</u>した。グリーンベルト認知度の高さを確認する想定以上の良い結果となった。

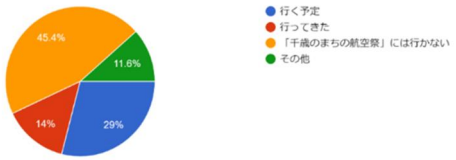
3-3. 今日は誰と訪れましたか？（複数回答可） ※詳細は別紙参照

・家族連れやパートナー、学生同士の集まりが多い結果となった。

3-4. 今日の目的場所はどこですか？（複数回答可） ※詳細は別紙参照

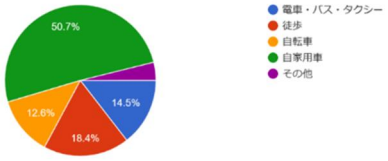
・親水公園、千歳川沿いの企画が最も集客が多い結果となった。

3-5. ７月 30 日開催の「千歳のまちの航空祭」についてお答えください。



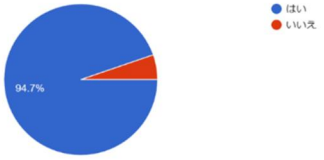
・当イベントは、航空祭と同日開催し、来場者がイベントを回遊する想定がされていた。当イベントと航空祭を両方訪れた来場者は４割の結果となった。

3-6. イベント会場（グリーンベルト）までの、アクセス方法をお答えください。



・最多が約５割の自家用車、次に多かったのは徒歩（約２割）であった。

3-7. イベント会場までのアクセスは良いですか？



・約９割以上が「アクセスが良い」と回答しグリーンベルト認知度に続き想定以上の良い結果となった。
・問 3-6. の結果から、地下駐車場の利便性と、駅から徒歩５分が市民に受け入れられる距離という認識もできる。またグリーンベルトに最も近い公共交通はバス・タクシーになるが、多くの方が電車利用して駅から歩く姿も多く見られた。

3-8. いいえとお答えした方に質問です。

アクセスが悪いと思われた理由はなんですか？

44 件の回答

・問 3-7. 結果「いいえ　5. 3%」より多い 44 件の回答があった。
・その他が最多となった。今後の計画において検証が必要である。

４．お住まいについてお答えください。

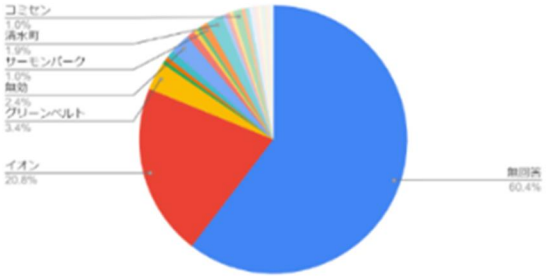
4-1. お住まいはどちらですか？※詳細は別紙参照

・千歳市内が最多５割超え、千歳周辺近隣市からが約 4 割の結果となった。

５．千歳市についてお答えください。（千歳市在住の皆さま）

5-1. 千歳市中心市街地で市民が平日に、最も憩う場所はどこですか？

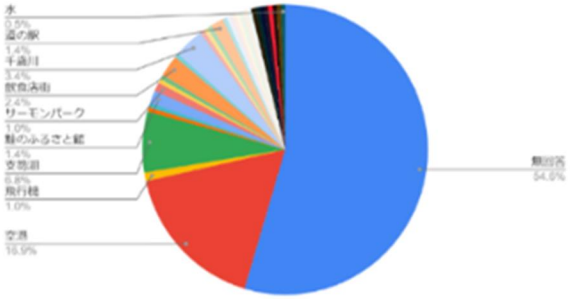
90 件の回答 ※多数回答のみ表示



・具体的な回答以上に、「無回答　60.4%」が最多となった。
・次に多かったのは約２割の「イオン（大型商業施設）」であり、グリーンベルトは平日の利用は少ないことがアンケート回答からも明らかとなった。

5-2. 千歳市を訪れる人に、一番何を紹介しますか？

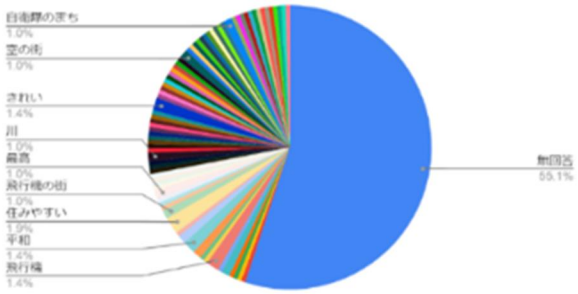
95 件の回答　※多数回答のみ表示



・具体的な回答以上に、「無回答　54.6%」が最多となった。
・次に多かったのは「空港」であり、グリーンベルトは１%の回答数に届かなかった。
・市内に市民が紹介したいランドマークが乏しいことが明らかになった。

5-3. 千歳市のまちなかを、一言で表現してください。

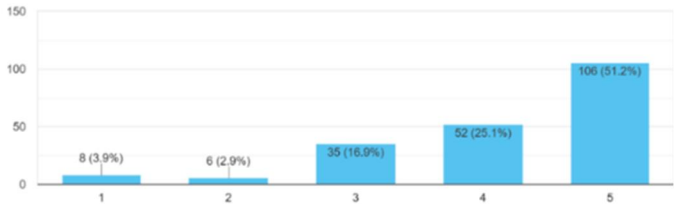
93 件の回答 ※多数回答のみ表示



・具体的な回答以上に、「無回答　55.1%」が最多となった。
・その他は１%台の回答となり、まちのブランディングが不透明である結果となった。

６．イベントの感想をお答えください。

6-1.「空と川の OUTDOOR*FESTIVAL2023」の感想をお答えください。

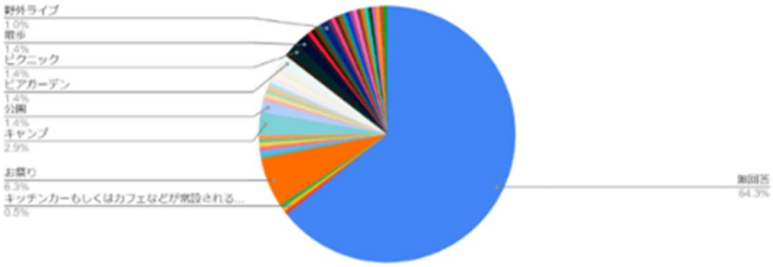


物足りない ←→ 大変良い

・約半数の方が大変良いとの回答になった。理由として、問 3-1. 当イベントを知るきっかけが知人からの紹介が最も多かったことも考慮される。

6-2.「空と川の OUTDOOR*FESTIVAL2023」をはじめとするイベント以外に、グリーンベルトを日常使いするとしたら、どのような使い方を思い浮かべますか？

85 件の回答　※多数回答のみ表示



・約６割以上の方が無回答の回答となった。その他においてはイベント以外という条件にもかかわらず「お祭り」となっている。市民にとって非常に想像しにくい質問であったことが判明した。

５章. 社会実験の結果については、７章～８章の事業構想案や９章の調査結果まとめにおいて内容を整理している。

６章．事業者等のニーズ把握

６－１．ニーズ把握の実施手法

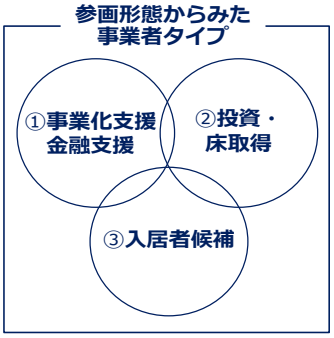
グリーンベルト事業に参画が期待できる事業者の抽出と事業者等へのヒアリング手法は以下のとおりである。

・グリーンベルト事業に対する、将来の事業協力者等のニーズ把握を行うにあたり、事業計画内容が固まっていない初期段階の可能性を探るため、「プレサウンディング」を行い、事業をゼロベースから組み立てながら、事業者の参画を促すスキームの構築を検討した。

・一般論としての事業化の可能性ではなく、可能な限り「自らが事業者として参画するための条件」を引き出すアプローチを行った。

・総合デベロッパーとして調査委託事業者が有する全国各地の事業化実績と、国交省などの官公庁や同業他社などの民間事業者等、幅広いネットワークに基づいた知見や、地方都市先進的事例等も調査対象の視野に入れ、民間投資を最大限に引き出すための効果的な情報収集を行った。

・なお、下図のとおり事業協力者の参画形態は事業の性格や熟度に応じて異なるため、調査対象事業者の参画動機や手法の違い・特性を踏まえ、有効性の高い情報を引き出した。



以下の中からアプローチ可能な事業者を選定しヒアリング

①事業化支援・金融支援	②投資・床取得	③入居者候補（または運営者候補）
・金融機関・投資機関 ・ＳＰＣ組成アドバイザリー ・道内地銀シンクタンク ・公的金融（民都機構等）	・大手デベロッパー、ゼネコン、商社等 ・ＰＰＰ事業者 ・道内開発事業者等	・市内立地事業者、観光事業者等 ・大手観光事業者 ・ＰＰＰ事業者 ・ちとせエリプラ構成員、市内有志等

図６－１　ヒアリング事業者の抽出方法の整理

６－２. 事業者等のニーズ

（１）事業者等ヒアリング相手先の抽出

まちの顔エリアを取り巻く３つの課題（文化交流・産業振興・観光）に関係する各分野の事業者の中から、グリーンベルト事業を推進する上で、デザイン・施設整備・運営にかかる官民連携事業に豊富な経験を有する事業者に加えて、将来のグリーンベルト周辺地域の賑わい創出につながる施設入居事業者候補、事業への参画や支援が期待できる企業、市内関係機関など幅広い分野からヒアリング対象を抽出した。

観光関係事業者	大手旅行代理店　１社
	地元観光事業者・観光関係団体　２社
開発事業者（施設整備運営事業者/デベロッパー・商社等）	ゼネコン・デベロッパー　３社
	大手商社　２社
	官民連携事業の整備運営事業者　１社
施設入居候補者	大手カフェチェーン　１社
	地元に拠点を置くカフェ・レストラン事業者　１社
仲介・支援事業者	オフィス仲介事業者　１社
	ビジネス支援施設運営事業者　１社
市内関係機関等	商工会議所・青年会議所　２社
	千歳市関係部門　２部門
合計	17 社　（ヒアリングは延べ 22 回実施） ※一部事業者には本調査で検討した仮説を検証するための再ヒアリングを実施

（２）事業者等のヒアリング結果概要

事業者から得られた見解の主な内容をカテゴリー別に体系化した。

１．グリーンベルト及び周辺市街地のポテンシャルの見立て・事業可能性

グリーンベルトに対する現状認識

・グリーンベルト及び周辺地域は、可能性はあるもののポテンシャルを活かしきれていない場所であるというイメージ。

・千歳は車社会であり、駐車場が必須となるが、やはり徒歩で行ける場所も必要。グリーンベルトはぎりぎり歩いて行ける場所で、地下駐車場も整備されて冬季も良く使われる場所であり、立地上の優位性を備えている。

・地下駐車場が完備されており、運営を一体化できるなら、開発事業者にとっては極めて優位な場所がグリーンベルトである。

・グリーンベルトに人がいない、利用者が少ないのは、周囲にオフィスや住宅がなく定住人口が少ないから。よって現在はグリーンベルト周辺への投資意欲が低い。周囲に投資が進めばグリーンベルトも滞留空間に変わるはず。

グリーンベルト及び周辺活性化事業のあり方

・まず行政が先導してグリーンベルトを高質な空間に変えまちの賑わいづくりのベースを整えることが、グリーンベルト周辺に良好な民間投資を呼び込み、質の高い不動産開発、まちづくりを進めるための条件。

・市のハンドリングでまとまった規模の事業展開ができるグリーンベルトでの事業を先行させるべき。グリーンベルトの現状のままにして、まちの顔エリア全体の民間投資を期待しても、公共貢献を伴う民間事業の可能性はさほど拡大しない。

・一等地であるグリーンベルト周辺に本調査で掲げたコンセプトと異なるものが入られては地元事業者としても困る。何十年も取り返しがつかない。対策を講じないことで、全体のクオリティを下げる結果になることを懸念している。

・公共広場や公園を利用者のニーズに合わせてアップデートするのは時代の趨勢であり、国土交通省も力を入れている施策。アップデートの効果を測定する手法、事業者・利用者の両目線でのビフォーアフターの評価軸の設定について国土交通省も議論を進めている。

２．グリーンベルト及び周辺市街地への不動産投資の可能性について

千歳市での不動産開発事業全般について

・千歳市内で再開発事業を進めていくのは難しいという感触。昨今の不動産ニーズ増大の動きにまちがついていけていない。そうした状況下で動くのは賃貸マンションとホテル開発。今後はまずまず高級なものが求められる。

・千歳市内にはホテル、賃貸住宅等、今後も積極的に事業展開していきたい。よって千歳のまちなかのエリア価値向上は、土地や建物を多く保有する事業者にとっても重要。

・工業団地従事者、自衛隊関係者の存在があり、千歳は手堅い投資先と位置付けている。中でも空港関係者は勤務形態から千歳のまちなかに住居を求める傾向がある。ただし、千歳のまちなかは魅力が乏しく、住む魅力がない。
・グリーンベルトと周辺に住居をかまえるためには駐車場の確保が大前提。

ラピダス社の立地に伴う住宅マーケットに対する見立て

・ラピダス社が本格稼働すれば、年収 2,000 万円～3,000 万円のハイエンド技術者、高度人材の流入が見込まれ、住宅マーケットのターゲットが劇的に変わる。また住環境や文化度向上が必要。夜の居酒屋でなく情報交換（会食）の場が必要。
・今後はハイグレード仕様な住宅、高所得者向けの環境整備が必要。外国人赴任者のための短期滞在向けの住宅などのニーズが高まるだろう。
・美々地区は工業用地であり住宅はできないから、まちなかのニーズが高まる。
・新規住民の住宅ニーズとして、道外の方がいきなり除雪地域で一戸建てはハードルが高いので、マンションを求められるだろう。
・ラピダス社のような高度人材や家族向けの教育機関も千歳市内にはない。

ラピダス社の立地に伴うオフィスニーズ

・南千歳駅周辺にもアルカディアなどのオフィスがあるが、まちなかには違うオフィスニーズが存在する。千歳駅周辺での業務集積を図ることも必要。求められるオフィスは「生活圏にある駅前」であるため、南千歳ではなく千歳駅周辺の立地ニーズが高い。
・現状、オフィスは南千歳駅周辺以外には少ない。市内・まちなかのオフィスはあっても古く、セキュリティ等の機能が伴わない。
・ラピダス社は、装置産業なので部品などのサプライヤーやメンテナンス企業の立地が不可欠。ラピダス工場の近くにないと困るので、札幌でなく千歳に事業所を置く。
・将来は、世界的な最先端の半導体企業にあわせたオフィス、セキュリティも備えたものが必要。欲しいのは千歳駅周辺のオフィスビル。このニーズは高い。企業側から、「オフィスがほしい」との問い合わせを多数受けている。
・市の企業アンケートによれば現時点で進出意向の会社は物流や一次サプライヤーであるが、海外企業はセキュリティ確保への要求水準が高い。
・周辺市町村の話を聞くと「千歳市で動かないなら他の市で動く（開発を行う）」という空気も一部にある。

３．観光分野の現状・課題と方向

観光関係の現状認識・課題について

・旅行情報誌等に千歳市内のページが少なく、メディアを使った発信力が足りない。千歳を知ってもらわないといけないと思うが、届いていない。
・周辺都市にはボールパークをはじめとしておしゃれなカフェも増えており、千歳の観光商圏がもっと小さな枠になる危機感を持っている。

・千歳市の観光にはキラーコンテンツが少なく認知が低いこと、目的地にはならないことが課題。
・アジア観光客には雪が珍しく、スキーやスノーボードではハードルが高い。単純な雪遊び、安全な環境で雪遊びができる場所が圧倒的支持を得て大盛況である。
・千歳ではアイドルタイムの観光地として、サーモンパーク、ノーザンホースパークが組み込まれている。ただし、サーモンパークは学習性が強く、エンターテイメント性に欠ける面がある。
・グリーンツーリズムもやっているが、農家の世代交代があり、受け入れが先細りしている。農家は多世代のため、介護・高齢の親がおり、人手もなく家にお客を招く余裕もない。
・ラピダス社の動きに合わせ、ハイレベルの接遇が求められるが、千歳には接待接客のための受け皿が少ない。すでに来道者の志向は、飲み屋からグルメに変わっているが、お金がある人が選ぶ店が市内にはない。

観光分野の今後の方向性について

・短時間観光についてはマンパワーが足りないため、パッケージツアーを作っても大量に動かせない。
・冬季はよく交通機関が止まるので、（札幌から）早めに千歳に入ってもらったほうが良い。千歳市への来訪を増やしたい。
・駅や拠点間を結ぶ二次交通と観光は一体的に取り組むべき課題であるが、二次交通に民間事業者が単独で取り組むのはリスクが大きいため、市が主導して整備してほしい。
・千歳のホテル事情としては、７～９月は観光需要に加え、スポーツ関係の需要も高いが、人手不足で客室が 100％稼働できていない。冬季は需要が少なくなるが、夏季の人手不足が厳しい。
・千歳には観光に関する大きな指針がない。ビジネスホテルの街、工場の街というイメージから脱却し、新たなエリアの価値を創出して千歳を来訪の目的地化することが重要。
・札幌で時間消費ができないなら、千歳にいくしかない。千歳をもっと盛り上げてほしいと北海道や振興局からも言われている。

４．グリーンベルト及び周辺活性化事業の各仮説に対する見解、事業参画の条件

市民活動交流施設

・グリーンベルトのつどい・おまつり広場で想定しているような、本来行政が整備すべきまとまった規模の市民活動交流施設をグリーンベルト以外の場所での民間事業において整備するのは困難。
・質の高い公共投資が呼び水になり、それをきっかけに民間投資を誘発し、活動が活発化する流れをつくることが重要。
・千歳市の自治体規模からいって、施設規模は 2,000 ㎡程度が妥当と思われる。
・グリーンベルト事業でも民設で組み立てる方式は検討可能だが、事例は少なく、結果的に

自治体負担は相応なコストになる。地方公共団体が保有した方が国の補助金が出る。ただしメリット・デメリットの検討が必要。

・市民活動交流施設をつどい・おまつり広場で実施するのは、下に地下駐車場があるなど制約が多く、民間参入の余地を拡大しつつ複合的な本格的な施設を整備する意味でも、つどい・おまつり広場にこだわらず、わんぱく広場での整備も視野に入れるべき。

水辺エリア民間施設（事業者１）

・河川敷の立地特性やポテンシャルには現時点では疑問符がつく。地元を知る事業者としてのイメージは、千歳川の近くは街灯が少なく暗い、雑多な建物が密集しているなどのマイナスイメージが強い。

水辺エリア民間施設（事業者２）

・カフェの出店はランドマーク店の位置づけやまちづくりとの連動の要素があるなら検討の余地はある。

・公園内に立地させる店舗は、単発のカフェ機能の集客だけでは厳しい。北海道の地域特性として冬場の売り上げが落ちるので、仮に出店するとしても、内装費の行政負担や家賃の軽減などの措置が必要。

・ラピダス社の影響はあるので、北広島市、千歳市に増える若い層が魅力的に暮らすとすれば、出店検討が可能かもしれない。

・同様の立地条件（川に隣接したカフェ立地）での事例は、行政とともに作り上げていったが、相当期間と労力を費やした。その当時の行政の熱意、連携があって成立した事業である。

水辺エリア民間施設（事業者３）

・河川敷は魅力的で応募検討に値する場所である。販売と飲食を組み合わせて、昼夜を問わず、シーンが楽しめる場所になり得る。テラスを川沿いに設置するなど、河川敷の利活用なども面白い。

・ラピダス社の進出で、これまでと所得水準違う層が入ってきたときに、単価 20,000 円の食事をしたいが選択肢がない。高所得者層にも受け入れられるクオリティの子ども施設があれば高度人材も住むだろう。

・河川敷を商業的に行きたくなるような目的地になるような場所に民間主導で変える必要がある。次に、つどい・おまつり広場等を行政主導でこれまでの住民と新たな住民が交わる誰でも参加して子供が遊べるような場所にするのが望ましいプラン。

河川敷への出店にあたっての条件整備、交通アクセスについて

・来店者の大半が車とバス。繁忙期にはすぐ満杯になるので、まとまった駐車場確保が必要。

市役所や川向こうの土地、地下駐車場が近いのはメリットかもしれない。
・路線バスの利用は本数も少なく、ほとんどないだろう。観光バスのようなバスターミナルみたいな形態があれば別だが。
・店舗は民間投資で整備できるが、周辺地域の道路整備を行政で進めてほしい。D街区周辺の道路は暗くて歩けない。市の力で道路を明るく、安全に歩けるようにしてほしい。

５．事業者に対するインセンティブについて

グリーンベルト及び周辺地域の事業における民間事業者へのインセンティブについて

・千歳では容積率緩和はインセンティブにならない。むしろ駐車場確保がインセンティブになる。開発敷地や近隣に駐車場を数多く確保でき、グリーンベルトやその周辺の地代を低廉にするなどの措置があればインセンティブになる。
・寒冷地であり駐車場確保が極めて重要。ホテル関係者等の夜間の活動を支え、人が来るには地下駐車場の 24 時間化が必要で、マーケットをみても収益は上がると見ているので、そのような条例に変えてほしい。
・全てのマンションで駐車場を確保できないのが民間事業者としての課題。
・民間開発事業において、公共施設が入居し家賃負担するなど、官民施設の合築などの措置もインセンティブの一つと考えられる。
・投資する事業者として何より重要なのは、事業の出口がはっきりしていること。つまり、床の処分先や借り手について両者が揃って目途がつくことである。

６．エリアマネジメントの重要性、求められる方向

エリア価値向上の必要性

・グリーンベルト周辺地域のエリア価値を高めるための動きが必要。安易な開発に走らず潜在価値の損失にならないように、地元の事業者による「目的の共有化」が必要。
・民間事業者として千歳市内で不動産事業を展開している会社としてグリーンベルト周辺が札幌大通りのようになって価値が上がることが望ましい。

６章. 事業者等のニーズ把握の結果については、７章～８章の事業構想案や９章の調査結果まとめにおいて内容を整理している。

７章．グリーンベルト及び周辺活性化事業構想

７－１．グリーンベルト周辺地域の状況

グリーンベルト及び周辺活性化事業構想の中心となるグリーンベルトは地目が道路、都市計画道路に指定されている。グリーンベルトの現況は、全体面積約 1.9ha、総延長は 500ｍを超えるリニアな地区である。用途地域は東南寄りが近隣商業地域、西北寄りが二種住居地域となり、グリーンベルト事業検討にあたっては地域地区の特性に配慮する必要がある。

その他、主な諸元は以下の図のとおりである。

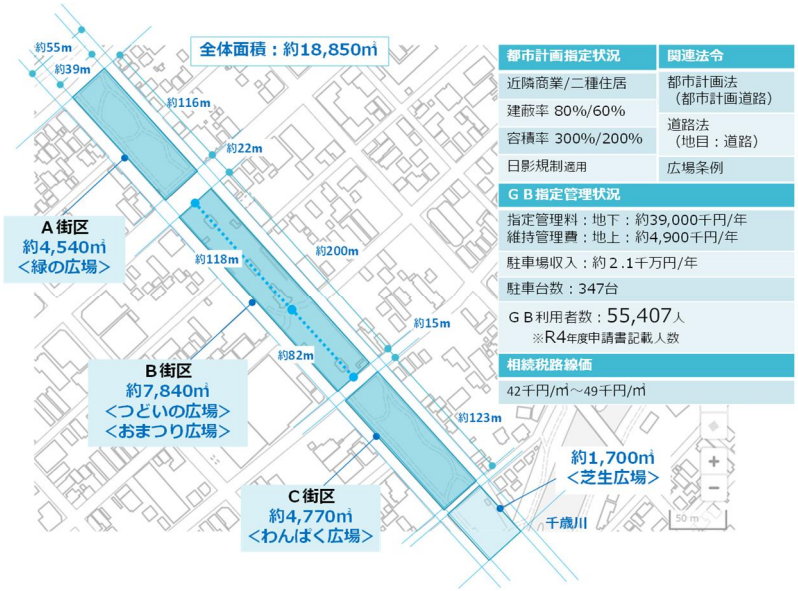


図７－１－１　グリーンベルト周辺地域の状況

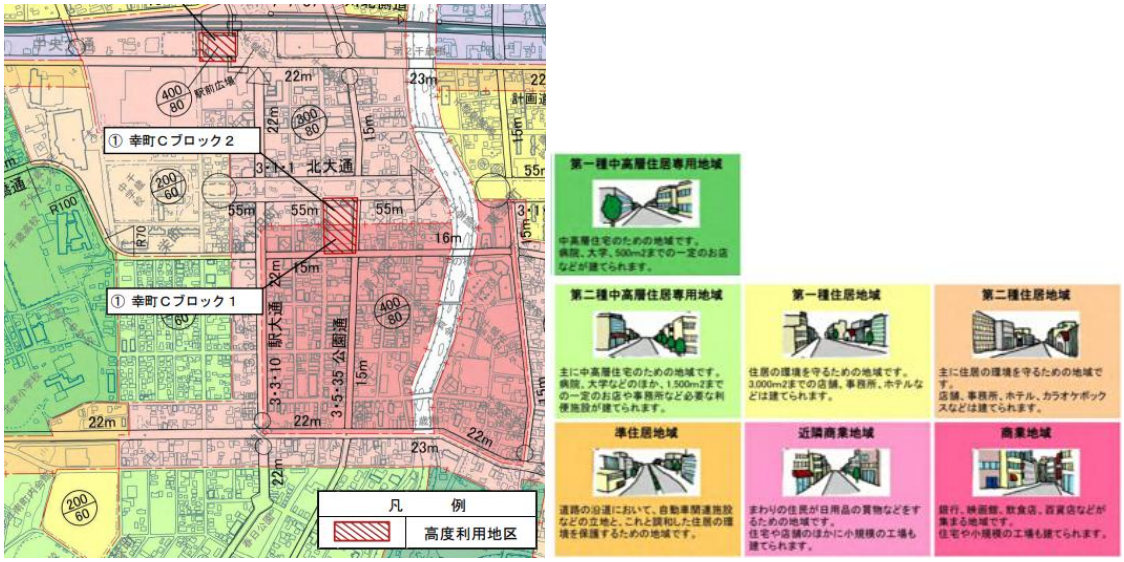


図７－１－２　まちの顔エリアにおける用途地域

７－２. コンセプト・事業概要

（１）コンセプト

第３章で触れた「本調査を進めるにあたって重要となるまちづくりの考え方」を踏まえ、グリーンベルト及び周辺地域のまちづくりコンセプト案については、ちとせ未来ビジョンのコンセプトである「たくさんのヒト・モノ・コトが集まり、楽しく過ごせるまちのリビング」で掲げる５つのイメージ（人づくり、空間資源の活用、日常的な賑わい、ウォーカブルなまちなか、効果的な情報発信）をベースとしながら、グリーンベルト事業の実施を通じて、昼間人口の定着を図ることにより「コンセプトをアップデート」することを軸に考える。

図７－２－１　ちとせ未来ビジョンのコンセプトアップデート

グリーンベルト及び周辺地域のまちづくりコンセプトは、多様な主体が参画する持続的なまちづくりをめざすことを前提に、以下のとおりとする。

多様な主体が共存できるサステナブル(持続可能な）なまちづくり

**「空と川と緑と人がつながる
まちのリビング・グリーンベルト」**

多様な主体
地元の人々、転入してきた人々、これから市民となる人々、仕事のつながり、観光や学びのつながりをもった人々
千歳の25%が自衛隊関係者、産業振興による新規住民

共存
人々がともに助け合い、成長し、多様な人々をリスペクトできる環境

サステナブル(持続可能な）なまちづくり
コミュニティ創出と多様な市民への効果的なコンテンツづくり、豊かな生活を**持続可能**とすること
日常と非日常（ハレの日・非常時）へ対応できるエリアマネジメントの醸成

空と川と緑（特色ある地域資源の活用）
千歳の環境をイメージしてもらいやすい**空**（新千歳空港・飛行機）と**川**（抜群の透明度を誇る千歳川・鮭）

（２）事業構想案の基本的考え方

グリーンベルト及び周辺地域の一体的なまちづくり推進のために、本事業構想の要点は以下のとおりである。

①グリーンベルト全体のランドマーク化

・全長 600m 以上の直線的な形状の公共空間は、分断されないグリーンデザインを軸に一体的な再整備によって千歳市のランドマークになりうる。

・国土交通省「先導的官民連携支援事業」は広場・公園・道路・河川を一体とした複合拠点化の先導性が評価された。

・ランドマークの形成は、空間の魅力や認知度の向上、市民の日常的活用とシビックプライドの醸成、来訪者の増大を目指すうえで重要と考える。

②グリーンベルトにおける拠点整備の重要性・必要性

・グリーンベルトは千歳市をとりまく新たな課題に対応するため、時代に合わせた「機能のアップデート」が必要と考える。

・グリーンベルト上に誰もがまちの変化と活性化の効果を認知できる「拠点」を形成することが重要と考える。

・グリーンベルトの再整備にあたっては、デザイン性や景観に十分配慮することが重要と考える。（以下参照）

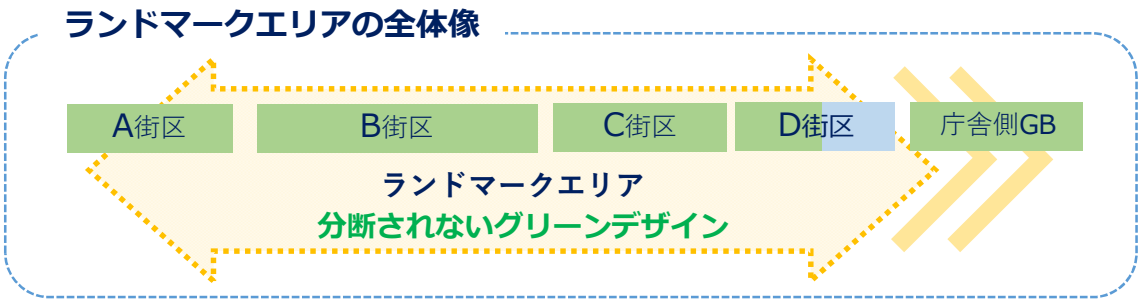


図７－２－２　ランドマークエリアの全体像

基本的構想案は、以下資料を踏まえ検討する。

<<以下、都市公園法改正のポイント解説資料の抜粋>>

従来の「経済成長、人口増加等を背景とし、緑とオープンスペースの量の整備を急ぐステージ」から、新たなステージ「社会の成熟化、市民の価値観の多様化、都市インフラの一定の整備等を背景とし、緑とオープンスペースが持つ多機能性を、

・都市のため（持続可能で魅力あふれる高質都市の形成など）

・地域のため（個性と活力ある都市づくりの実現など）

・市民のため　（市民のクオリティ・オブ・ライフの向上など）

に最大限引き出すことを重視するステージに移行すべき。としている。
さらに、新たなステージで重視すべき観点は以下の通り。

観点１：ストック効果をより高める
・都市公園は全国的に見ると一定程度整備されてきた
・今あるものをどう活かすか、という視点を重視すべき
・都市公園を活性化する、また、必要に応じて再編するという考え方が重要
⇒公園管理者も資産運用を考える時代へ！

観点２：民間との連携を加速する
・公共の視点だけでモノをつくらない、発想しない
・民間のビジネスチャンスの拡大と都市公園の魅力向上を両立させる工夫を
⇒民がつくる、民に任せる公園があってもいい！

観点３：都市公園を一層柔軟に使いこなす
・画一的な都市公園の整備は×（とりあえず三種の神器（砂場、滑り台、ブランコ）等）
・画一的な都市公園の管理は×（一律でボール遊び禁止等）
・公園の個性を引き出す工夫で、**公園はもっと地域に必要とされる財産になる**
⇒公園のポテンシャルを柔軟な発想で引き出す！

１】グリーンデザイン・景観の重要性について
グリーンデザイン・景観は、利用者の満足度や快適さに大きな影響を考える重要な要素である。グリーンベルト及び周辺を高質なデザインに整えることは、エリア価値を上げ、環境への配慮、安全性が向上し、女性や子ども、シニアが訪れやすくなるユニバーサル効果もある。
一方で、デザインに一貫性がなく、エリアごとに分断された景観になれば、コンセプトやランドマークの位置づけが不明確になり、グリーンベルトの象徴的イメージが薄くなる。さらに、ランドマークのイメージが低ければ、波及効果も期待できない。
現状のグリーンベルトはエリアごとに目的が分かれており、隣接するエリアとの回遊性がとても低い。グリーンのない場所・エリアでは、名称との大きな違い、まちの中心にある広場（公園）イメージとのギャップに、来訪者はどこに来たのか困惑するとのコメントもあった。
アップデートされたデザインでは、エリアごとに異なる目的を並べた場合でも、エリアの境界に滲み出しの工夫を図り、目的ごとに訪れた来訪者を回遊させ、エリアとエリアのつながりに相乗効果（相互の経済活動向上）をもたらせる仕組みが必要となる。そのベースとしてグリーンデザインが途切れなくあることが必須と考える。

グリーンベルトの一体的なデザイン化に係る整備のポイントは以下の通り。

A)高質なグリーンデザインの提供：エリアが美しくおしゃれな緑化環境に囲まれている場合、利用者はリラックスした雰囲気で居心地の良い空間演出を楽しむことができることから、このような役割を担う緑化を基本としたアップデートが望ましい。

B)都市のランドマーク：まちの中心エリアに位置するグリーンデザインは、その良好な景観が都市の特徴や認識を反映することがある。有名な建物や歴史的な場所、市民が憩う場所は、観光客にとっても地元の文化などに触れる魅力となり、市民にとってはシビックプライドのシンボルになりえる。

C)芝生の魅力：芝生のある特に広々とした空間は、魅力的な場所となる。例えば、緑や風を感じ、街並みや人々の動きを見ながらコーヒーや食事を楽しむことができるため、利用者はリラックスした雰囲気とより心地良い時間を過ごすことができる。

D)内装との調和：拠点施設の内装と外部の景観が調和していることが重要。景色と内装が一貫したテーマや雰囲気を持っている場合、利用者はエリアに創出された空間の深みを感じ、一貫性のあるデザインから居心地の良さをさらに得ることができる。

E)ブランディングと差別化：グリーンベルトの景観は、エリアのブランディングとして重要な役割を果たす。独自のテーマやコンセプトを持つことは、その景観個性をアピールし、他との差別化を図ることができる。例えば、千歳川と一体的に創出する独特のランドスケープや、空港・飛行機を連想させるデザイン、市民のイベント会場として培われた歴史的な空間演出等を取り入れることで、利用者に独自性を印象づけることができる。

F)ソーシャルメディアへの影響：近年、ソーシャルメディアの普及により、グリーンデザイン・景観は写真映えするかどうかが重要な要素となっている。利用者が美しい景観やユニークなインテリアを撮影し、SNS 上にシェアすることで世代を超えた顧客の拡大を図ることができる。近年では「映える」景観が注目を集める傾向がある。

G)居心地の良さと滞在時間の延長：グリーンデザイン・景観が良い空間は、くつろぎや作業の場として利用されることが多い。景観の魅力があるカフェでは、利用者が長時間滞在したくなる要素が揃っている。窓からの景色の美しさ、屋外席が広がるテラスカフェ等は、顧客により快適な滞在環境を提供し、リピーターを増やす効果がある。

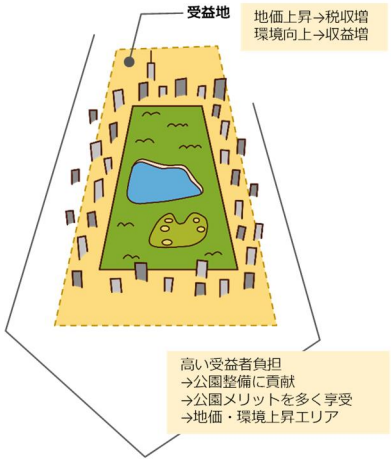
２】グリーンデザイン・景観による効果について

セントラルパークの事例

アメリカ合衆国ニューヨーク市マンハッタン区にある都市公園である。面積は 341 ha と市内で５番目に広い公園である。

ニューヨーク市はセントラルパーク建設財源として「セントラルパーク債」と「受益者負担（その利益を受ける受益者が、その施設やサービスの整備費用を負担すること）」の考え方を導入して確保された。受益者負担制度の導入により受益地の設定を行い、土地取得経費 500 万ドルの 32%をセントラルパークの周辺、長辺 700m×短辺 1,400mの受益地に課した。

結果的に受益地には受益者負担が可能な富裕層が集まり、当時ニューヨークで最も豪華な建築が林立するエリアとなった。特に公園隣接地の資産価値は増大し、市はこれに伴う税収増によって最初の公園投資を回収し、さらに公園整備に再投資するシステムを確立することに成功した。公共空間への投資は、結果的に「公園・エリア価値の向上」「管理・運営の効率化」「安心安全な生活」「販売促進・売上貢献」「顧客体験・満足度向上」「防災公園の機能向上」等のセントラルパーク付近の環境の質が保たれることに繋がっている。セントラルパークを教訓に、多くの都市公園を創設していく上で、法的措置に基づく財源確保の手法は有効に援用されている。



久屋大通公園の事例

愛知県名古屋市中区の久屋大通の中央分離帯にある大規模都市公園である。延長1381m、平均幅員78mあり、都市公園法に基づく公告により都市公園区域に指定されている。

久屋大通公園の再生は、栄地区全体へ賑わい効果を波及させるリーディングプロジェクトと位置づけられ、市民や国内外からの観光客が利用しやすい公園とするため、全面的な再整備を行なった。

久屋大通公園内のテレビ塔エリアと北エリアに令和２年９月に、公園と商業施設が一体になった「Hisaya-odori Park（ヒサヤオオドオリパーク）」が開園。公園内に新しく誕生した商業施設『RAYARD Hisaya-odori Park（レイヤード ヒサヤオオドオリパーク）』は、全国の人気店をはじめ、飲食・物販あわせて約35店舗（名古屋市内初出店：22店舗）が出店し、市民の日常的な憩いの場としての役割から、ファッション、スポーツ、グルメ、コミュニケーション、リフレッシュなど多彩なサービスを提供している。

周辺地価は令和２年の公園の開業を見込んで、平成29年頃から一気に20%を超える高い上昇率となった。新型コロナの影響で一旦勢いを落としたが、令和５年４月調べによると、名古屋市の商業地の上昇率は＋5.0%であり、前年の＋3.2%よりも拡大している。その中で最高上昇率を示したのは「名古屋東５－１」（名古屋市東区泉１丁目1317番）、上昇率は＋13.8%（前年は＋11.8%）となった。10%超の上昇率が継続している。

「名古屋東５－１」は久屋大通に面し、店舗と事務所、マンション用地の需要が競合する地域である。オフィス・商業施設が目立つ中、久屋大通公園を生活に取り入れることを前面に打ち出したマンション販売が好調である。

③民間投資はグリーンベルト沿道、周辺街区も含めた「まちの顔エリア」全体で展開

・住宅やオフィスの供給など本市を取り巻く新たなニーズの受け皿となる民間投資は、グリーンベルトに限らず周辺街区も含めた事業の展開が必要と考える。

・グリーンベルトの再整備、拠点形成と連携し、周辺街区においても良好な民間投資を呼び込む適切なインセンティブとコントロールが必要と考える。

※グリーンベルト沿道整備の在り方については、6-4.（２）ウォーカブル化資料を参照

（３）事業概要

①ゾーニング

グリーンベルトは、まちの顔エリアにおける「リビングのテーブル」「まちのブランディングアイデア発信地」の役割が求められ、多世代が共存できる質の高い「PARK」を核としたまちの顔のエリアマネジメントと民間投資によりランドマークエリア化を図る。

下記ゾーニング及び拠点空間の配置は仮説であり、今後詳細な検討を要する。

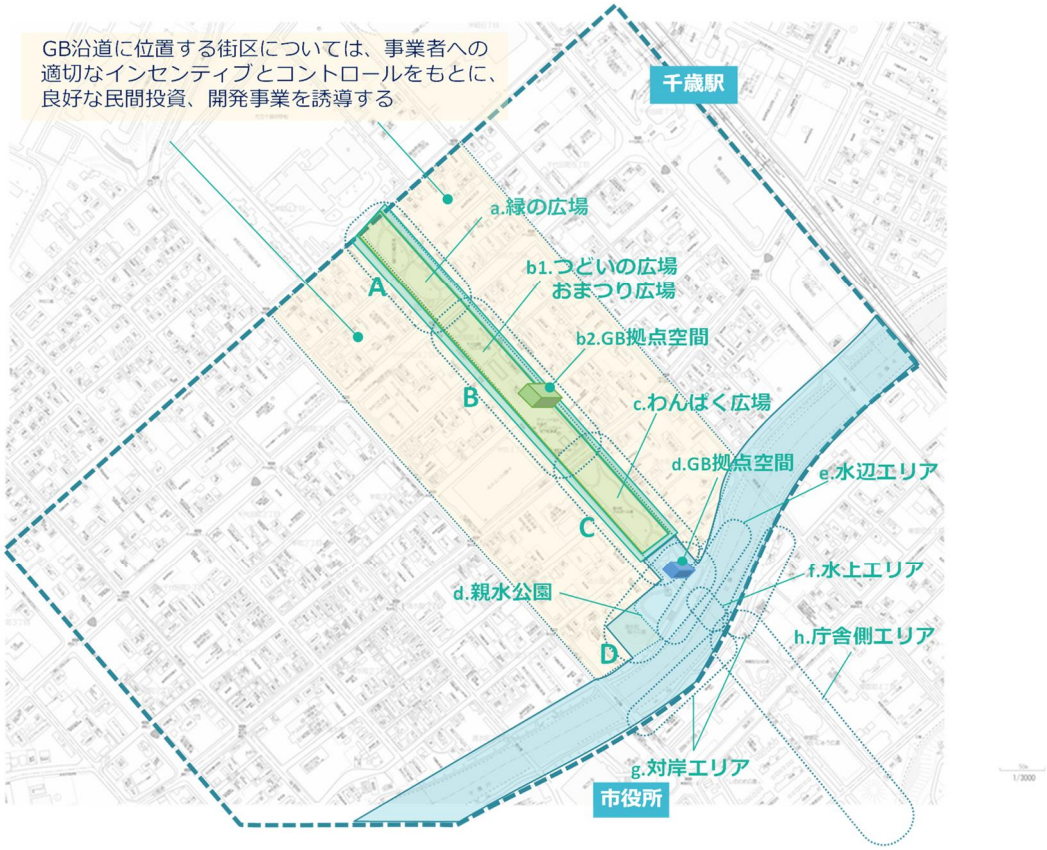


図７－２－３　グリーンベルトの各街区ゾーニング

グリーンベルト各街区のゾーニングと街区ごとの再整備の方向性としては、

【A 街区】　緑化デザインの改善とメンテナンスの強化

⇒マーケットを見極めながらの民間投資推進

【B 街区】　地元住民と新住民の共存・交流のクロスポイント

⇒機能：市民活動交流施設・屋内遊び場等

⇒エリアマネジメント事務局・活動拠点

※但し、D街区に集客力のある民間施設の導入等がある場合は、連携してC街区に交流拠点を整備するのも一つの案として捉える。

【C 街区】　緑化デザインの改善とメンテナンスの強化

⇒マーケットを見極めながらの民間投資推進

【D 街区】　観光・商業・ビジネスのクロスポイント

⇒「空と川のまち・千歳」を象徴する空間演出

②グリーンベルト及び周辺街区の一体的な事業推進方策

グリーンベルト及び周辺街区のまちづくりを連携させ相乗効果を発揮するための一体的事業推進方策としては、まちの顔エリア全体を対象としたインセンティブ＆コントロールによる民間投資の誘導を図ることが有効であると考える。

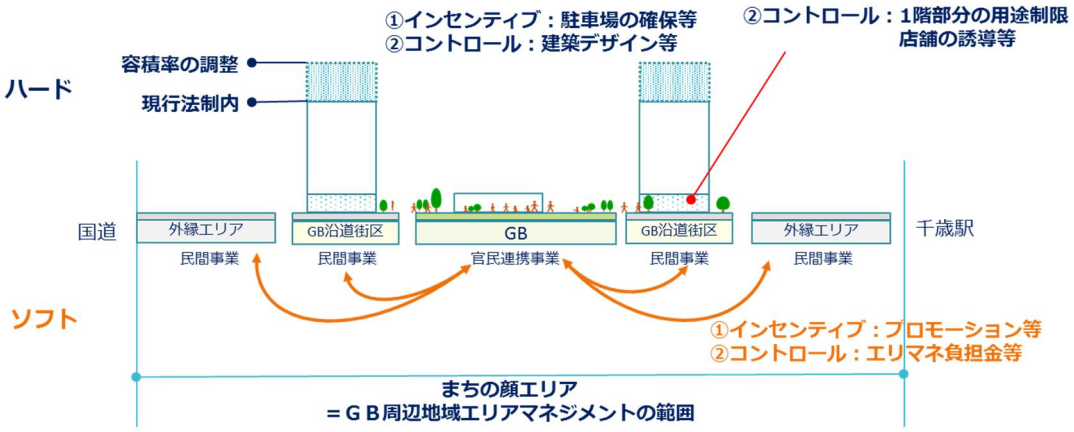


図７－２－４　まちの顔エリアのインセンティブ＆コントロール

③グリーンベルトにおける官民連携事業の展開

以上までの検討成果とグリーンベルトの各街区の特性を踏まえ、A～D各街区において望ましい官民連携事業を整理する。

事業の性格　官主導（行政負担大）　→　民主導（行政負担小）

事業内容		**広場エリアのランドマーク化** 空間整備～空と大地の魅力向上 気候・天候を問わず市民活動が可能	**水辺エリアのランドマーク化** 空間整備～空と川の魅力向上 商業・観光・ビジネス機能の導入	**民間事業推進エリアのランドマーク化** 民間投資の誘発 住宅・オフィス・ホテル・商業
街区	A	広場機能のアップデート	メンテナンス強化	マーケットを見極めながら民間投資の誘導
	B	**全天候型・半屋外・屋外空間整備**	メンテナンス強化	メンテナンス強化
	C	広場機能のアップデート	メンテナンス強化	マーケットを見極めながら民間投資の誘導
	D	メンテナンス強化	**全天候型・河川敷・水上空間整備**	民間投資の誘導が期待される

図７－２－５　グリーンベルト事業基本的方向の整理

④かわまちづくり計画と連動したグリーンベルトのランドマーク化

（千歳川の状況）

・千歳川に臨む河川エリアは、ロケーションの高いポテンシャルを有している。

・日本有数の透明度と水質を誇る支笏湖から伸びる千歳川は、石狩川水系の支流である。美しい清流は、中心市街地でも天然のアクアリウムといえるほどの高い透明度を持っている一方、市民には見慣れた光景となっている。

・グリーンベルトにおいては 1.3 km離れた道の駅サーモンパーク付近に設置されたウライによって、鮭の遡上は見られないが、水質維持に貢献している。

収益性を高めるため、周辺環境・景観は重要な事業進出条件の一つである。

全国には、美しい水辺を背景とした施設が、まちのランドマークとなっている成功事例が複数存在しており、本市においては、千歳川のロケーションを活かした商業施設等の民間提案を十分に期待できることから、当該提案を柔軟に受け入れる制度設計等が求められる。

市においては、かわまちづくり検討会を立ち上げ、かわまちづくり計画策定に向けて協議を開始したことから、引き続き、グリーンベルト事業とかわまちづくり計画の整合性を図りながら、初期段階から連携していくことが重要と考える。

なお、グリーンベルト事業においては、D街区を「観光・商業・ビジネスのクロスポイント」として、「空と川のまち・千歳」を象徴する空間の創出を掲げていることから、まずは、当該ポイントを先導的に、水辺を散策したり、水辺で滞留する拠点として整備しながら、道の駅サーモンパークなどへの回遊性の人流を生み出す仕組みづくりを構築することが重要と考える。

図７－２－６　千歳川と観光スポットの回遊性

７－３. 導入機能案

これまで実施してきた社会実験、事業者等ヒアリング、有識者の意見等を踏まえ、グリーンベルト事業に導入可能性のある機能を以下のとおり整理した。

（１）事業者へのヒアリング結果等からみた導入機能の考え方

①グリーンベルト周辺エリマネ事業における３つのまちづくり課題について

(a) 文化交流

・タウンプラザ当時は年間 700 件以上あったまちライブラリーの市民活動が、現在は敷地スペースが狭くなったことで半減しており、社会実験でのインタビューやまちライブラリー利用者の声からは、機能の拡充という「アップデート」が求められている。

・転勤する家族が多い千歳市民には、子育てで孤立する方もおり、親子が安心して遊び、交流できる場所が市内には少なく（特に活動が制限される冬場）、市民から室内遊戯施設を求める声は多い。

・親子が安心して遊べる室内遊戯施設は全国的にニーズが高まっており、多数の自治体が子育て支援策として設置している。

・これら交流機能の実現には、民間投資の可能性を調査しつつ、必要な部分は公共投資を行うＰＰＰ事業として検討することができる。

・クオリティの高さが施設全体のブランディングを左右することから、滞留空間にカフェは必要と考える。

(b) 産業振興

・ラピダス社の立地を起因に、千歳駅を中心に、まちの顔エリアへのオフィスニーズや住宅立地ニーズが集中する。

・民間事業者は、条件の良い千歳駅周辺の土地（既存建物では対応不可）での事業を求

めている。

・中心部において住宅、ホテル等の床需要が増大することを見越した不動産開発を進めるため、グリーンベルト周辺での道内中堅デベロッパーによる土地の取得が進められている。当該事業者によれば、北広島～千歳間のエリアでは、千歳市内における不動産開発が手堅いとの見方である。

・今後は、高所得層の短期滞在者（サービスアパートメント等）や転勤族の増大が見込める中、郊外の戸建てでなくまちなかのマンションに対するニーズは高まると予想される。

・一方で床の供給時期や民間投資の量については不透明な部分もあり、直近のニーズに対応すべき事項と、新たな従業者や居住者層が定着する将来のニーズへの対応を分けて長期的な視点で検討する必要がある。

(c) 観光

・市内事業者や代理店にとって、千歳エリアは短時間滞在観光の拠点として認識されており、観光スポットのエンタメ性向上や団体来訪者への対応向上は、さらなる観光客誘客につなげることができる。

・市の関係部局間で連携しながら、市内の観光ネットワークの充実、交通インフラを整えることは、さらなる観光客誘客につなげることができる。

→国や北海道は、千歳市に観光のポテンシャルを感じており、機能強化を期待している。

②グリーンベルト事業への民間事業者の事業参入・投資可能性について

上記の知見をもとに、グリーンベルト各街区の特性と市場性を考慮した事業参入、施設配置や運営、エリアマネジメントに関する意見は以下のとおりである。

(a) 配置計画

・Ｂ街区に想定した交流拠点について、地下駐車場の影響により軽量で規模やデザインの限定される施設しか整備できないとなれば、参入する民間事業者にとっては収益確保等の面で制約が大きい。

・Ｄ街区に集客力のある民間施設の導入をするのであれば、連携してＣ街区に交流拠点を整備するのも一つの案である。

・近隣都市の類似事例から、まちなかにある複数の市民交流施設や各種公共施設、民間施設をネットワーク化することで、生活環境が充実し街の価値が上がった事例もあり、市民ニーズにも対応でき効果的である。

(b) 市民活動交流施設

・室内遊戯施設は収益性が十分に見込めず、民間独立採算事業で実施することは困難である。指定管理事業として組み立てるのであれば、事業実績がある事業者も多く、参入検討は可能である。

・道内の類似事例によると、収益性の低い室内遊戯施設が入居する複合施設の整備運営を民間事業者が行った場合、他の用途よりも家賃を低廉に設定するなどして、施設全体の収益性確保に留意している。
・グリーンベルト地下駐車場も、料金収受システム変更を導入する等により、24 時間営業とすることで、収益性の向上と多様な目的を持った利用者ニーズに応えることが可能となる。

(c) 水辺エリア民間施設

・新しいブランドを検討中のカフェ事業者によれば、水辺エリアへの将来の投資・出店は十分に検討の余地があり、民間事業の可能性が高いエリアといえる。
・年収 2,000～3,000 万クラスの居住者が増えた場合、食事をする場所がまちなかにはない。同事業者によれば、現時点、スイーツ・カフェ事業が主体であるが、将来は飲食業との連携も視野に入れている。
・利用者は公共交通でなく車での来訪が大半になることが予想され、今以上の駐車場の確保は必須となる。

③まちの顔エリアにおけるエリアマネジメントの推進について（組織への参画意向）

・今後の本市の新たな人流を考えた場合、グリーンベルト及び周辺地域の価値向上は重要なテーマとなり、検討されているコンセプトに合わない機能が立地することに対しては、地元事業者からも懸念を示す声がある。
・将来のグリーンベルトを一体的に検討していくこととなるエリアプラットフォームに参画し、ファーストメンバーとして協力したい意向を、複数の事業関係者から得た。

（２）グリーンベルト及び周辺活性化事業の導入機能案

これらの意向調査結果をもとにした、考えられるグリーンベルト事業への導入機能は以下のとおりである。

街区	ゾーニング		導入機能案	根拠となる有識者意見・ 事業者ヒアリング・社会実験結果
A	a	緑の広場	・緑化デザインの改善とメンテナンスの強化 →市民の関心度を高めるきっかけとなる取り組み ・滞留機能の強化	・気候・天候を問わず市民活動が可能な場所を求める声が最多数【社会実験】
B	b 1	つどいの広場 おまつり広場	・緑化デザインの改善とメンテナンスの強化 ・屋外機能の強化：芝生・チェア・ベンチ・日よけ等 ・b2空間と直結する大屋根等、半屋外・屋外機能	・「コンクリート部分（B街区）が殺風景」という意見が多数【社会実験】 ・Ｂ街区のデザインの改善に対する意見が多数【社会実験】
B	b 2	GB拠点空間	・地元住民と新住民の共存・交流のクロスポイント 機能：市民活動拠点（市民生活・文化芸術等） ・まちライブラリーの拡充、カフェ、低年齢層から大人まで遊べるプレイエリア⇔レセプション等にも使える屋内大空間 ・大屋根付き芝生広場 ・エリアマネジメント事務局・活動拠点 エリアマネジメントの企画・実施	・現スペースでは不十分（タウンプラザ当時年間700件以上の市民活動が、現状は半減）であり、機能のアップデートが必要不可欠【ヒアリング】 ・気候・天候を問わず市民活動が可能な場所を【社会実験】 ・全天候型の子ども支援施設は全国的にニーズが高まり、多数の自治体が子育て支援策として設置。千歳市周辺には類似施設がない【ヒアリング】 ・エリアマネジメント推進事業の持続可能な展開において非常に重要。まちをデザインしていくコントロールセンター、市民活動の拠り所として多様な役割を担う【有識者】
C	c	わんぱく広場	・第1段階では緑化デザインの改善とメンテナンスの強化 ・親水公園と連携する官民連携事業エリアとして位置づけ、ニーズがあれば民間投資を誘発し事業展開 例）民間投資による高度利用 低層：商業、高層：オフィス・住宅・ホテル	・ハイクオリティの公園・広場が隣接する住宅・オフィスは価値が上がる【ヒアリング】 ・新規企業立地に伴う従業員家族の住居を千歳市内に【ヒアリング】 ・半導体産業サポート企業、BCPオフィスを千歳市内に【ヒアリング】
D	d	親水公園 GB拠点空間	・観光・商業・ビジネスのクロスポイント 「空と川のまち・千歳」を象徴する空間演出 ・地産地消のカフェレストラン：個人～団体受け入れ ・物販：お土産から、開発商品の展示 ・千歳と道内の総合案内機能 ・大通りからのバス寄せ機能 ・１・２階：商業　３階以上：民間事業	・カフェのクオリティが高ければ、店舗に留まらず施設全体、エリア周辺の価値を上げ、来訪者増大につながる。エリアマネジメントの必須コンテンツ【ヒアリング】 ・観光スポットのネットワークづくり、個人および団体への対応が必要。千歳市内のSNS等総合情報配信や移動案内バス・タクシー寄せが必要。回遊性を向上させて波及効果を図るべき【ヒアリング】
-	e	水辺エリア	・親水公園から連続する事業エリア 「空と川のまち・千歳」を象徴する空間演出 ・水辺の遊歩道、テラス等 ・千歳川を堪能できるコンテンツを整備 例）水際カフェ、サイクルロードやカヌー、サウナ等	・観光・ビジネスの利用シーンに、北海道・千歳市を訪れた感を満たすエンタメ性の高いコンテンツが必要【有識者】

７－４. グリーンベルト及び周辺活性化事業の仮説

グリーンベルトにおける事業は、Ａ～Ｄの各街区で考えられる事業を仮説として明らかにし、各街区を連携させ人の流れをスムーズにするとともに沿道との関係を良好にするためのグリーンベルト周辺のウォーカブル化について検討を加えた。

（１） Ａ～Ｄ街区の概略プラン仮説

グリーンベルト各街区での拠点施設の整備運営は、諸条件を満たせば可能であり、以下のような検討課題をクリアしつつ事業を推進するものとする。

・グリーンベルト全体では、民間投資を呼び込むため、都市計画道路（市道路）を廃止し普通財産化することが最も望ましい選択であると考えられる。

・Ｂ街区については、耐荷重問題を概ねクリアする建築工法はある。

・グリーンベルトの施設だけではなくグリーンベルトから千歳川までの分断されない一体的なデザインが重要であると考えられる。

①各街区　ハード整備検討方針

街区	メリット	デメリット	検証
A	・駅と商業施設（イオン）から最短エリア ・地下駐車場に隣接	・千歳川から遠い	・駅と商業施設からの回遊性が期待できるが、アクセスの良さを活かしきれていない
B	・駅から最短エリア ・地下駐車場と直結	・地下駐車場が直下のため耐荷重制限あり ・地下駐車場による容積率既消化 →建築制限のためコストパフォーマンスが低い	・民間事業者から見れば事業収益性を確保することが困難で、行政主導で事業を進めるべきエリア
C	・地下駐車場に隣接 ・D街区に隣接	・駅から距離が感じられる ・バス停から遠い	・他エリアより到達までの距離が要するが、地下駐車場の制約を受けない、千歳川にも近づくエリア
D	・千歳川沿いロケーション抜群 ・水質が良好で、水質改善のコストが不要	・河川管理上の検討領域が入るため、柔軟な民間活用のためには別途手だてを講ずる必要がある	・川のロケーションを活かすことでグリーンベルトの活用価値が高まる ・民間事業者から見れば最も魅力なエリア

②考えられる配置パターン

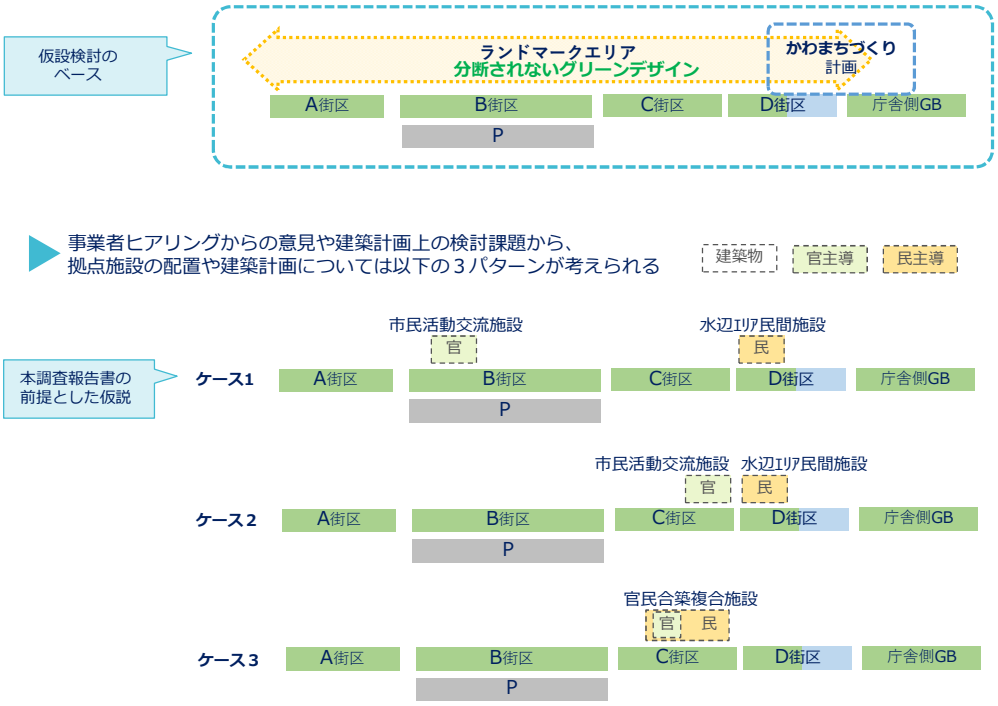


図７－４－１　各街区　拠点配置パターン

拠点整備の仮説として提示した、市民活動交流施設、民間施設の両施設は、事業者ヒアリングの結果から一定の事業可能性があることが確認できているが、各施設をどう配置するかについては様々な観点から検証する必要がある。

ここでは、以下の３つの評価軸に基づき、各ケースのメリットとデメリットを整理した。

○メリット　●デメリット/現状と変わらない

	ケース１	ケース２	ケース３
都市機能や活動の質/自由度	○各々の街区の拠点としての性格を明確化・差別化しやすい。活動の質を確保でき自由度も高い ●Ｂ街区施設は規模と仕様が限定的となり、機能に制約がかかる	○官民の施設が隣接することにより、施設利用者の利便性が向上する。 ○市民活動交流施設の規模や機能の充実、自由度確保、高質化ができる	●複数の機能を持つ拠点を１か所に集約することで機能が限られる ○上記観点はプラン次第でメリットにもなる ●川沿いの立地優位性を活かせない
事業性 費用/便益	●複数の拠点整備運営費用を要し、トータルコストがかかる ○Ｂ街区施設のコストは抑制できる ○街区別に事業を区分でき、民間が提案しやすく事業構築の自由度が高い	●複数の拠点整備運営費用を要し、トータルコストがかかる ○拠点が隣接することで効率化できる部分がある ○街区別に事業を区分でき、民間が提案しやすく事業構築の自由度が高い	○Ｃ街区に拠点を集約することで、費用便益性の高い事業にできる ●官民機能を集約することでプレーヤーの構築、事業の組み立てがやや複雑となる
周辺地域の活性化への寄与	○ＧＢに複数の拠点を設置することで拠点間の回遊を生み、周囲の活性化につながる ○最も立地性の良い場所に交流拠点を設置できる	●周辺市街地への波及は限定的	●ＧＢの１か所に拠点を集約することで、ＧＢ全体の高質化や周辺市街地への波及効果が期待できない

（２）グリーンベルト周辺のウォーカブル化にかかる提案

①ウォーカブル化にかかる制度の経緯

まちなかウォーカブル推進事業（2019 年７月～）

車中心から人中心のまちづくりを進めるために国が掲げている政策。

2022 年６月 30 日時点全国 328 都市が「ウォーカブル推進都市」として施策を進行中。

道路占用におけるコロナ特例措置（2020 年６月～2021 年９月）

コロナ禍における飲食店支援の緊急措置として、沿道飲食店等の路上利用の許可を緩和。

全国 150 自治体、360 の事例が誕生。

歩行者利便増進道路制度（通称「ほこみち」）（2020 年 11 月～）

オープンテラス等の施設が指定された道路に設置しやすくなる制度。

・歩行者利便増進道路指定数推移（国土交通省が把握している範囲）

2020 年度： 13 路線

2021 年度： 74 路線

2022 年度：109 路線

2023 年度：119 路線

・指定している道路管理者数 44

・ほこみちがある市区町数 44　（北海道内０）

国土交通省より　令和６年１月 23 日時点

歩行者利便増進施設等としての占用物件数や占用者の内訳、公募選定数については、占用申請として各道路管理者で把握している。

確認できる限りでは道路占用者数のうち公募選定は現状姫路市のみである。公募選定としない理由は以下のような意見が上げられる。

・制度ができて日が浅く、事例が少ないので、様子を見ている。

・20 年先まで占有者、道路利用の方法を決めてしまうのは難しい。

・通常の５年更新を経て公募占用制度を活用した方が、長期占用について地元の理解を得やすい。

約９割以上の占用者内訳は、コロナ特例措置を申請した商店街や路面店が、特例措置期間からスライドして制度を利用している。※歩行者利便増進道路制度を活用する場合、公募占用手続きは必須ではない。公募占用しない場合は、一般的な道路占用と同様の手続きが行われる（道路法第３２条）。

しかしながら、大半の指定路線が日常の活性化に苦戦している。道路にベンチやお店を設置しても、一定規模の人流がなければ滞留には至らない。その要因の一つは、道路空間利用の不慣れさにある。大都市に比べ、大イベント・お祭り等以外、地方都市の日常の人流は常に少ない。人通りが多ければ多いほど、ベンチで寛ぐ姿は通行者の「人垣」によって目に映りにくくなるが、人がすこし行き交うだけでは、どこに誰が座っているのかが通り過ぎるまで視野に入り続ける。滞留する側も、視線が気になってしまう、知り合いに見られたくない、と座って休憩することを躊躇してしまう。

また、この制度は、温暖な西日本側の利用が多い。寒冷地ほど指定路線は少なく、北海道内に指定路線はない。その理由として、屋外滞留が難しい寒冷地であること、厳冬期が長期であること、道路を使用しなくても店舗内の十分な面積が確保できていることなどが考えられる。

このような理由から、グリーンベルト周辺のウォーカブル化は、現時点でハード整備を先に固めるのではなく、グリーンベルトに人や都市機能の集積と必然的な通行量を確保、またはグリーンベルトのランドマーク化と同時に整備することが望ましいと考える。

上記前提の上で、今後グリーンベルト周辺をウォーカブル化するために検討すべき事項を以下のとおり整理した。

②ウォーカブル化のための機能提案

検証エリアは図の青枠部分とする。

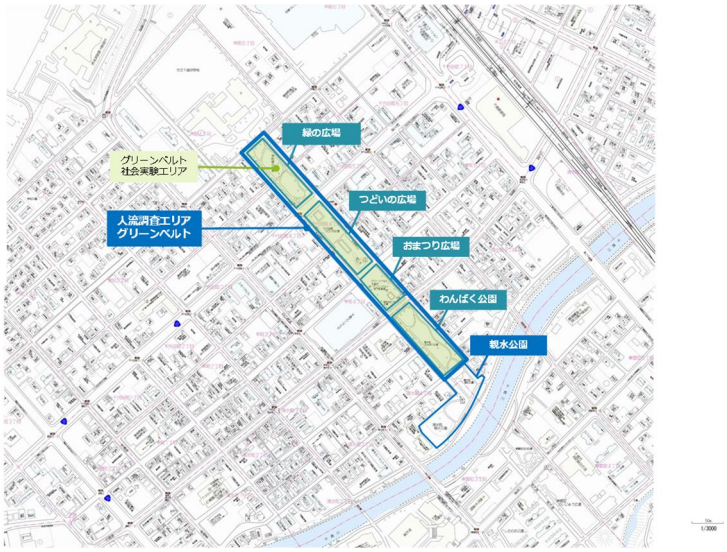


図７－４－２　ウォーカブル化の検討エリア

グリーンベルトは沿道及び主要道路である駅前通りに隣接している。全長が 530m以上あり、交差点を含む沿道の空間構成は、まちの顔エリアのイメージを活気あるものにするためにも非常に重要である。

a：バリアフリー・セミフラット化

グリーンベルトから歩道、そして車道まで空間の連続性と歩きやすさを担保する必要がある。歩車道の段差を緩傾斜に改良し、車いすや視覚障害、杖利用者、高齢者や子ども、ベビーカー等が通行しやすいバリアフリー空間が必要である。

b：低速化

人優先の道路にするためには、まず車両の低速化が必須となる。車両の低速化は、人と車両、互いの安全が配慮できる。エリア全体がゆったりとした空間だと認識されれば、車両の速度も緩やかになる。

c：交差点・横断歩道の改良

車両優先の横断歩道は、急いで渡る、距離が長い、２回渡らなければ目的地にたどり着けない等、歩行者の負担が多い。

歩行者の負担を安全に改善するためには、横断歩道幅員の短縮、スクランブル交差点化、そして車両の低速化が有効である。人優先道路への改良は、急ブレーキ発生を抑止する効果も上げている。

図７－４－３　敦賀市　歩道拡幅・横断歩道短縮のイメージ　国土交通省より

d：舗装素材

歩行者主体の空間として道路の機能向上には、舗装素材の高質化が有効である。

ウォーカブル化は人優先のまちづくりが目的である。人が快適に歩き滞留する空間を作り出すためには、車両の低速化を図り、視界の広い面積をとる道路舗装が重要になる。

黒いアスファルトでは車両優先のイメージが強いため、道路面の色を淡色化し、歩道や周辺環境と統一感のある一体的な配色にすると、車両の低速化に効果的である。また、質感も重要で、石、レンガ、木等、目的に合わせた素材との組み合わせが有効である。

将来的にキッチンカーやコンテナショップなど重量のあるものも設置の可能性がある場合、設置場所の耐荷重等の検討も必要である。

また、舗装材で歩道と車道を分けながらも、歩道に準じた素材を車道に使うことも有効である。

区画線を白御影とし、グレー2 色と黒御影を配合した路側帯の舗装パターンが車道側へにじみ出すように設置（島根県出雲市　神門通り）
資料提供：島根県

図７－４－４　舗装素材高質化のイメージ　国土技術政策総合研究所より

e：照明

暗い時間帯での安全安心の確保と空間演出には照明デザインが必要である。

足元灯の連続照明は歩行者の視認誘導をする効果も高い。足下灯は拡散せず地面に強い光を集中させることが可能であり、さらに間接照明にするとグレアの発生を防ぎ視界順応もしやすい。上部から路面を照らすサイン表示や、照明による空間デザインも可能である。並行して昼間の景観を阻害しない照明機器であることを留意し、舗装やグリーン等を含めた全体の景観に調和することが重要である。

図７－４－５　照明の検討事例

f：グリーンデザイン

グリーンベルト内だけでなく、特にグリーンベルトと沿道の境界部分を、目的別に、どのように演出するかが重要である。樹形が美しく、枝葉の豊かな樹種は空間演出に効果的であるが、寒冷地に適した樹種を選定することも重要である。また、植樹だけではなく、イベントなどに合わせてレイアウトを自由に変更できベンチ等の機能を複合化した可動式植栽も近年利用が増えている。

路上設備は色形が多種多様にあるが、グリーンデザインを取り入れることで、列を意識したバッファ（緩衝帯）の創出や一体感のある空間演出も可能である。

g：路上突起物・サイン表示

歩道の突起物は、機能を複合化し、路面上の面積をなるべくとらない設置やデザインに配慮する必要がある。機能上据え置く場合も、設置の場所や大きさを活かし、全体空間にとって有効なデザインと機能を付加する等の工夫が必要である。

③ウォーカブル化のための整備イメージ

Ｂ街区のグリーンベルト沿道においては、現在、２車線の一方通行道路となっており、片側の車道は６ｍ、歩道は２ｍ確保されている。

Ｂ街区のグリーンベルト沿道のウォーカブル化にあたっては、片側２車線ある車道の１車線化のほか、車両の低速化を図ることが有効であり、また、歩道の拡幅も図ることにより、現在よりもさらに歩きやすい環境となり、今後、隣接地に新規店舗が出店した際に

は、店舗がイベント等で歩道を活用するなど、エリアマネジメント活動の広がりも期待できるものと考えられる。

また、駅前通りには、現在、歩車分離交差点が１点設置されていることから、この交差点と連動することを前提として、よりウォーカブルな環境を整備するため、郵便局側の十字路（図７－４－７）に歩車分離交差点を追加することも改良案の一つとして考えられる。

なお、Ｂ街区だけでなく、一方通行道路とはなっていないＡ街区・Ｃ街区・Ｄ街区においても、同様の趣旨によりウォーカブル化を図ることで、ランドマーク化するグリーンベルト全体に、人が集いやすくなる環境を整えるだけでなく、グリーンベルトからその周辺への回遊性を促す環境が整い、市民や観光客の利便性が向上するものと考える。

図７－４－６　グリーンベルト沿道の整備イメージ

図７－４－７　グリーンベルト沿道の整備イメージ

（３）Ｂ街区における市民活動交流施設の整備（仮説）

市民ニーズである、多様な市民の交流の場やこどもの遊び場など、季節や天候、時間に左右されない活動拠点の設置に応える事業として、グリーンベルトのＢ街区に市民活動交流施設を設置することとした場合の仮説を以下のとおり整理した。

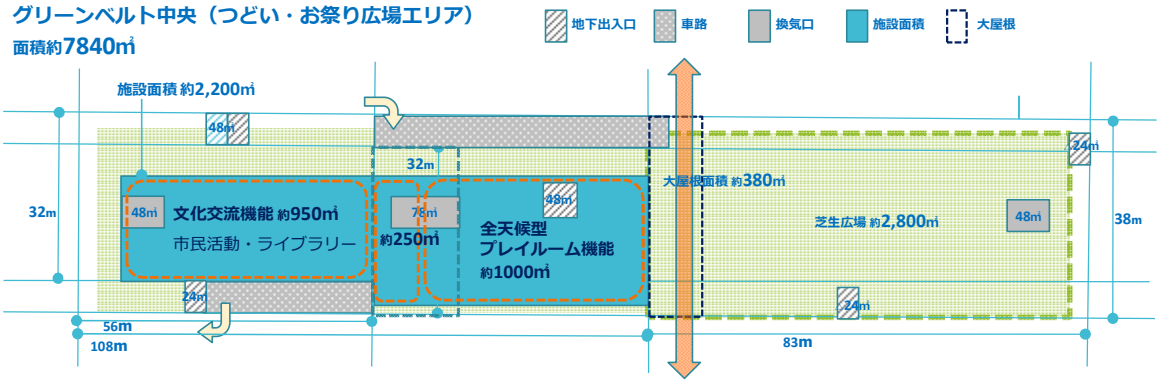


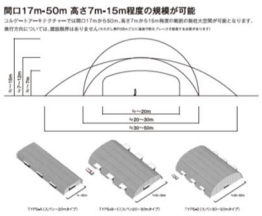
図７－４－８　市民活動交流施設の仮説配置

想定機能・規模・事業費概算（複数事業者により道内類似事例をもとに算出した超概算）

□機能：「文化交流施設」「全天候プレイルーム」「カフェ」
　規模：想定機能と人口、コスト等を考慮して想定
　事業費：想定機能・規模から概算事業費を算出

※前提条件
・大屋根はオープンなステージ機能を想定し、40万円/㎡程度を見込む。
・プレイルーム（大きな空間）は人工芝＋空調を想定、60万円/㎡程度を見込む。
・カフェ（小さな空間）、厨房・家具を想定、70万円/㎡程度を見込む。
・文化交流施設（空調）、家具・備品など含めると80万円/㎡程度を見込む。
・芝生広場は造園工事（街灯・散水他）を想定。グレードによるが5万円/㎡程度を見込む。

※参考：コルゲート建築工法



	※建築工事費（躯体＋内装＋設備工事）のみ	□総事業費：建築＋厨房・家具・備品＋計画設計・間接費
大屋根	380㎡× 40万円/㎡＝1億5200万円	380㎡×40万円/㎡＝1億5200万円
プレイルーム	1000㎡×50万円/㎡＝5億円	1000㎡×60万円/㎡＝6億円
カフェ（厨房家具なし）	250㎡×40万円/㎡=1億円	250㎡×70万円/㎡=1億7500万円
文化交流施設（家具・備品なし）	950㎡×60万=5億7000万円	950㎡×80万円/㎡=7億6000万円
芝生広場	2800㎡×5万円/㎡=1億4000万円	2800㎡×5万円/㎡=1億4000万円
外構他	1億円	1億円
計	15億6200万円	19億2700万円
計画設計・間接費ほか30%		5億7810万円
総計		**25億510万円**

□年間維持管理運営費
・約1.3億円/年
　人件費、管理費、水光熱費、警備費、点検、備品リース、保険など

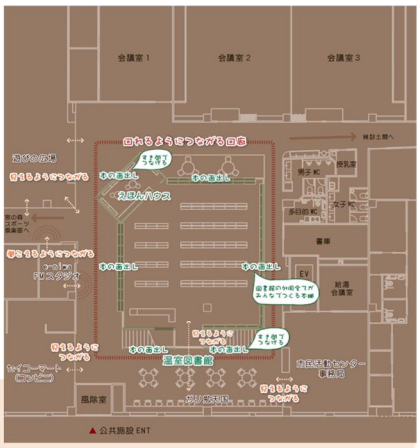
図７－４－９　グリーンベルト拠点施設の想定仕様・事業費概算

（参考）市民活動交流施設の先進事例

図書室、学習室などの多機能交流空間

民間収益施設：運動施設・スタジオ

民間収益施設：ミニスーパー



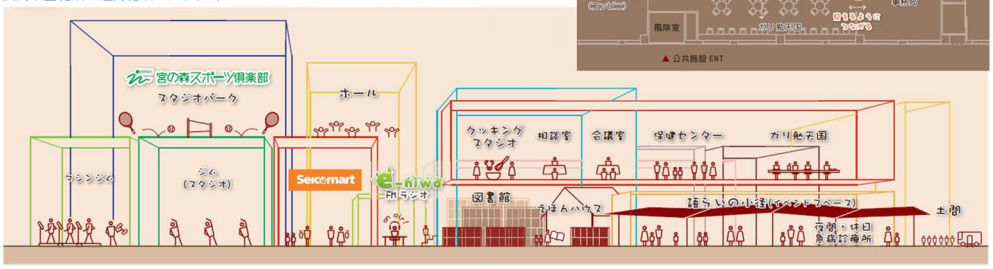


図７－４－10　恵庭市「えにあす」

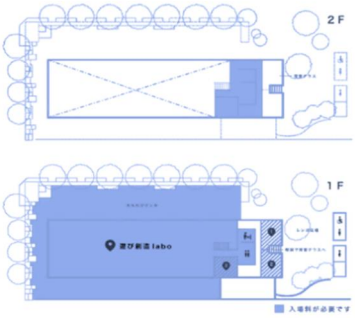


図７－４－11　各務原市「KAGAMIGAHARA PARK BIREDGE」

各市及び施設 HP から引用

（４）Ｄ街区における民間施設の整備（仮説）

明るいイメージを持たせる空間等への整備に合わせて、千歳川の景観と水辺空間の潤いを活かす空間整備を行うことで、利用者や事業者にとって魅力的な場所に生まれ変わる可能性を有しているのが、千歳川に面したＤ街区である。

主としてＤ街区を想定して展開が望まれる、民間事業者を主体として水辺エリアの特性を生かした賑わい創出を行うための仮説は以下のとおりである。

◎シミュレーションのための事業案

≪機能≫　　ヒアリングより可能性の高い導入機能を想定

≪規模≫　　ヒアリングより約 200 坪程度を想定

≪事業費≫　イニシャルは民間による資金調達　ランニングは地代収入を想定

≪地代収入≫　芝生広場：約 250 万円/年、（河畔公園含む：700 万円/年）

≪検討対象≫　芝生広場：面積約 1,699 ㎡　河畔公園エリア：面積約 3,135 ㎡

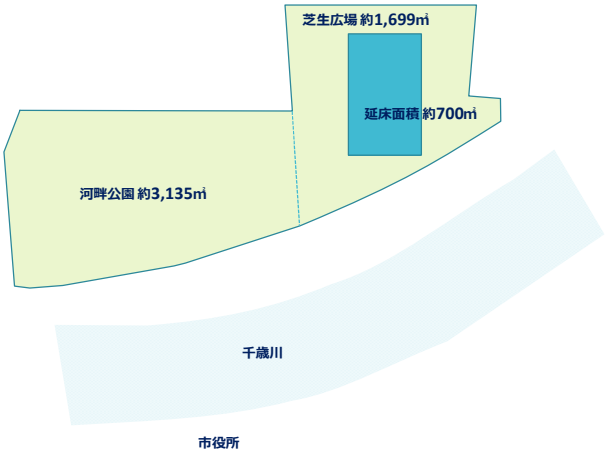


図７－４－12　水辺エリア拠点空間配置案

※かわまちづくり計画との連携を図りながら推進することが有効である。

※民間事業者の誘致のため、市等による、以下の社会インフラ・インセンティブの整備が必要である。

・十分な建築面積を確保できる法令上の整備

・駐車場や団体バス寄せの動線、側道改良等の周辺基盤整備

・千歳川沿い、対岸の景観整備

・グリーンベルトにおける関係者との協定（デザインや広告・メンテナンス・リスク分担等）

８章．事業化検討

８－１. 考えられる事業スキーム・公共投資

（１）事業スキームの基本的考え方と方向性

①事業スキームの検討方針

事業手法、事業スキーム検討にあたっては、グリーンベルト事業において公共性の確保と適切な民間投資を両立させるため、公民連携手法を多角的に研究し、グリーンベルト事業に適した事業スキームを検討する。

事業スキームや事業資金調達、事業推進組織の組成には専門的知見を擁することから、外部の専門職の支援を受けながら検討を進めなければならない。

官民連携による地方都市の開発投資案件に対しては、国も積極的に制度化を進め支援を行っていることから、官民連携事業制度・開発諸制度や資金調達等の先進事例比較等を行い、国が推奨する仕組みの適用も視野に入れて検討を進めることが望ましい。

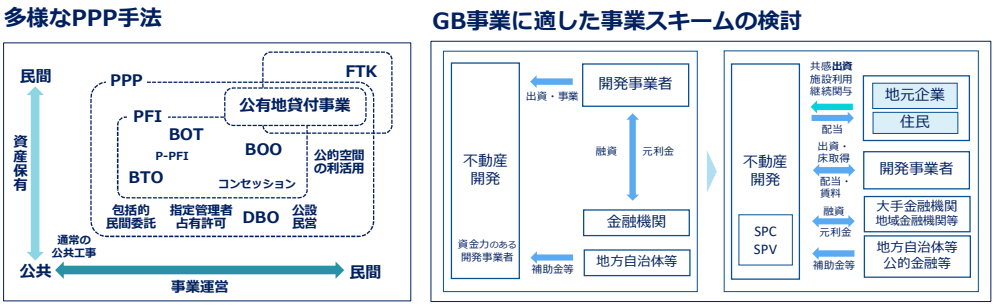


図８－１－１　ＰＰＰ手法と公有財産活用事業スキームの例

②公共投資の最適解の検討方針

都市再生整備計画事業の適用を念頭に置きつつ、グリーンベルト事業に導入する機能や、利用者・利用率等の想定から、事業の適正な規模感を算出し、事業費を見込む。

事業の公共性とマーケット性の両者のバランスを勘案し、行政が負担すべき公共投資の最適解を今後検討する。

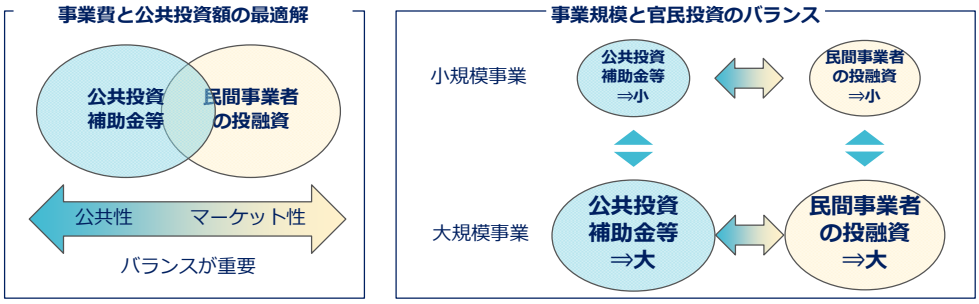


図８－１－２　公共と民間による投資バランスの考え方

③事業スキームの方向性

以上を踏まえ、６章「事業構想案」を実現するため、土地建物の所有関係や事業主体、事業の役割分担等、事業スキームの方向性は以下のとおりである。

Ａ街区、Ｂ街区は幹線道路に面して立地性は良好であるが、整備対象となる施設の特性を鑑み、行政主導で進める事業と位置付ける。

Ｄ街区、Ｃ街区の事業は、周辺環境の高質化に伴い民間にとっても魅力的な場所に変わる可能性が高いため、民間事業者を主体とした事業を推進するものとする。

事業内容	**広場エリアのランドマーク化（A・B街区）** 空間整備～空と大地の魅力向上 気候・天候を問わず市民活動が可能	**水辺エリアのランドマーク化（D街区）** 空間整備～空と川の魅力向上 商業・観光・ビジネス機能の導入	**民間事業推進エリアのランドマーク化（C街区）** マーケットニーズに対応した民間投資の誘発
事業主体	**a＋b1事業：**公共事業：緑化改善やメンテナンス強化、周辺のウォーカブル化含む **b2事業：**官民連携事業	**d事業：**官民連携事業：上物整備に民間投資や、民間による一部独立採算事業を誘導	**c事業：**公有地活用型官民連携事業：事業者への行政財産の貸付けによる民間都市開発事業を誘導
維持管理	行政が主体	行政が主体（治水を含むため） 拠点施設：民間となる可能性あり	民間が主体
運営	行政が主体	民間が主体	民間が主体

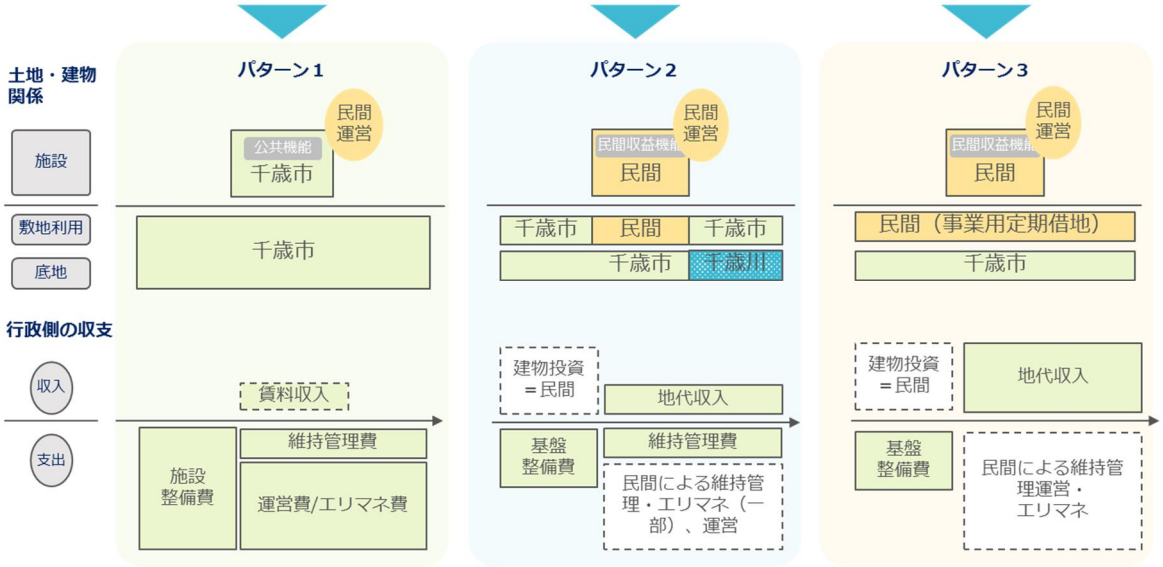


図８－１－３　事業スキーム３例

（２）エリア別事業スキーム

グリーンベルトのＢ街区やＤ街区に想定している事業スキームは以下のとおりである。

底地の所有は行政としながらも、施設整備や運営については、行政が主導するパターンと、民間がより創意工夫を発揮するため事業者が主体となり進めるパターンの２通りが考えられる。

①Ｂ街区の市民活動交流施設

施設整備については行政が主体となり、民間のサポートを得て整備運営を行う。

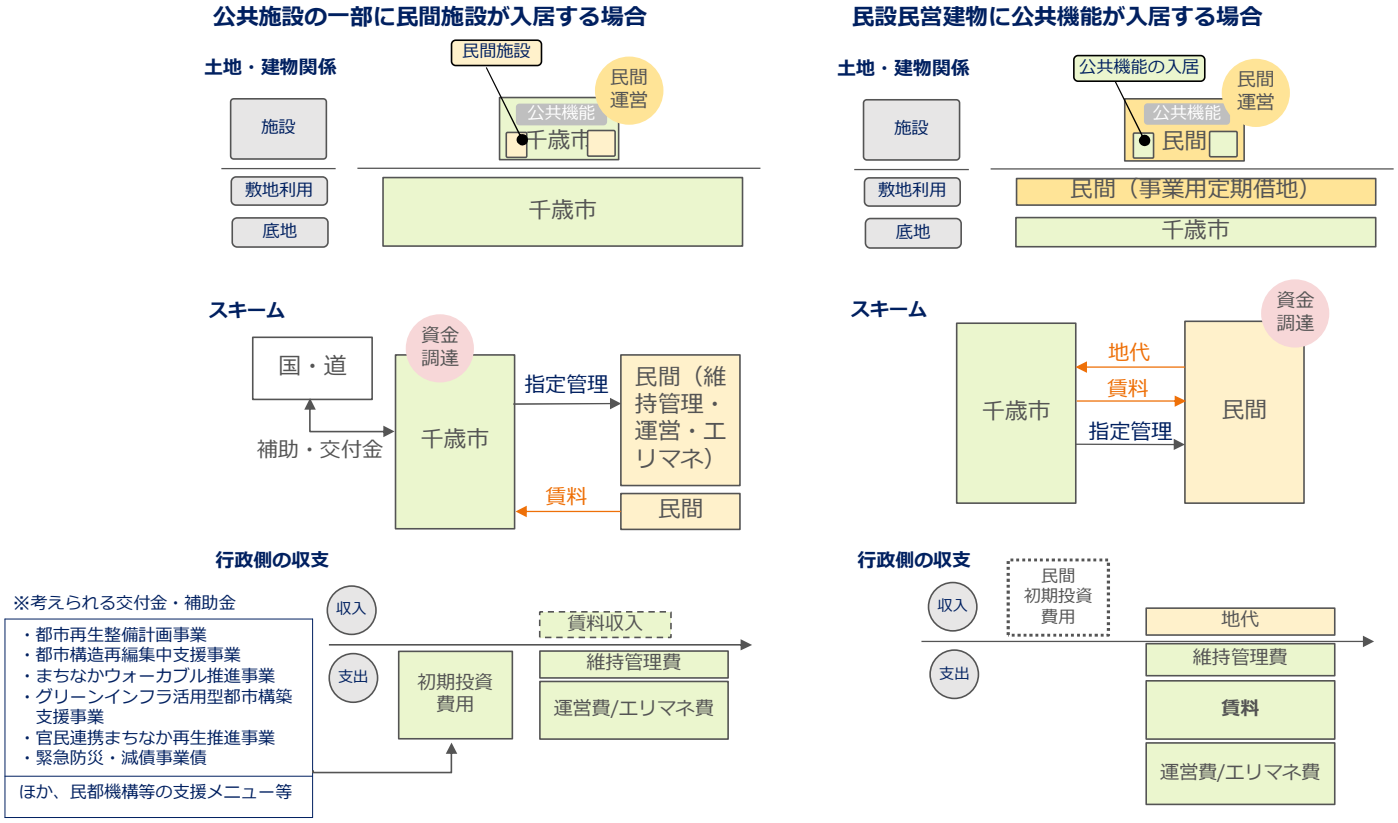


図８－１－４　Ｂ街区の市民活動交流施設における事業スキームの考え方

②水辺エリア（パターン２：Ｄ街区）：民間による施設整備

施設整備については民間が主体となり、行政が民間をサポートしつつ民間主体の整備運営を行う。

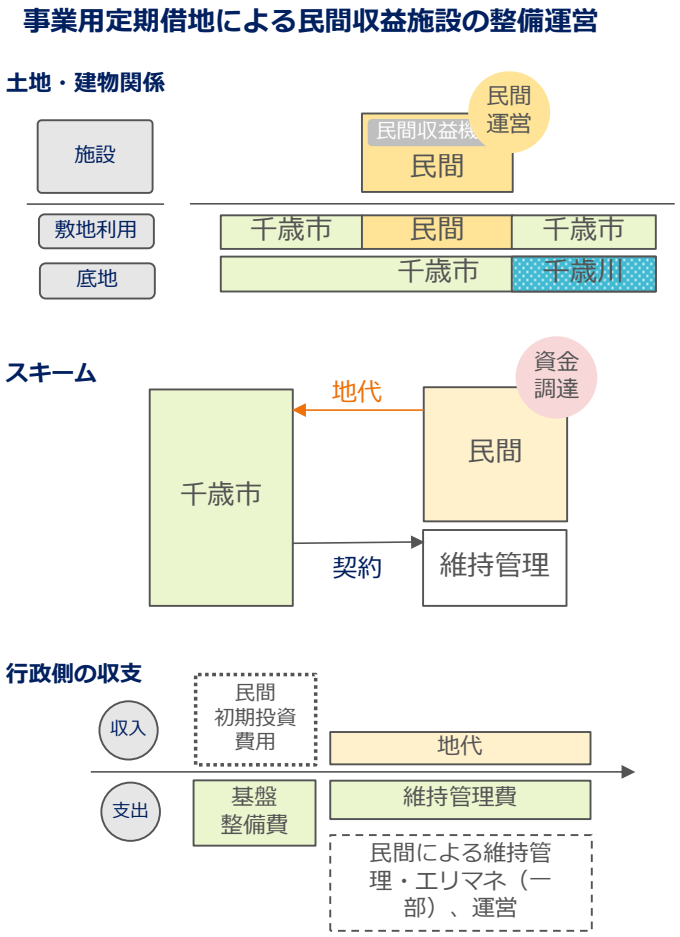


図８－１－５　Ｄ街区の民間施設における事業スキームの考え方

③エリア別事業スキームの考察

グリーンベルト及び周辺活性化事業については、民間活力を導入し民間投資を誘発する観点から、民間事業者がより主導性を発揮できる方法として、以下の考察を念頭に置きながら、収益性や公共性を総合的に勘案し、また、行政が事業に関与しながらコントロールできる PPP 手法を検討していく必要がある。

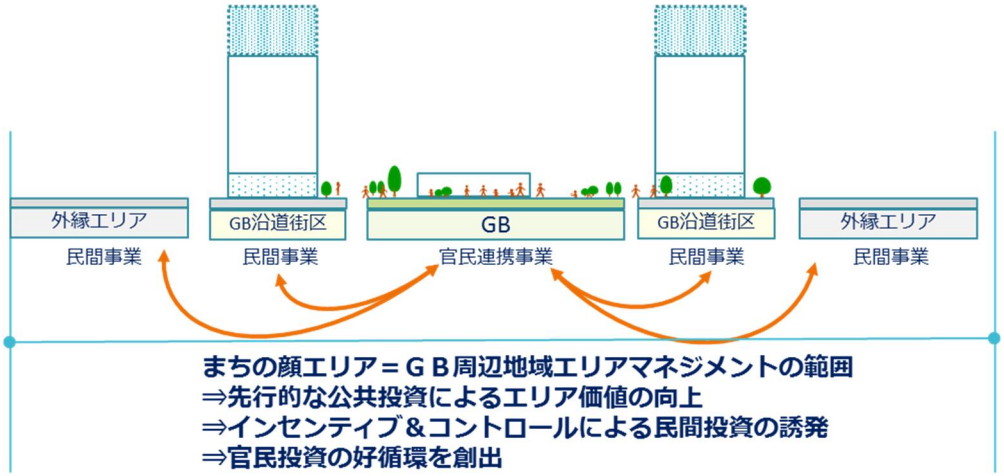
○メリット　●デメリット/現状と変わらない

	市民活動交流施設		水辺エリア民間施設
	公共施設の一部に民間施設が入居する場合	民設民営施設に公共機能が入居する場合	
適用が考えられるPPP手法等	・PFI（BTO、BOT方式） ・DBO方式 ・DB方式 ・指定管理者方式	・公有地貸付方式 ・一部指定管理者方式	・公有地貸付方式 ・Park-PFI方式
手法の特徴	・サービス購入型を主体とした事業に民間収益施設が付随する方式 ・指定管理による一括運営	・民間事業者が整備した施設に公共機能が入居 ・公共機能部分は指定管理もあり	・行政による土地の有償貸付による事業
手法適用によるメリット・デメリット	●民間収益施設の自由度が制限される恐れがある ○建物所有のリスク等を行政が負うこととなり、民間のリスクが軽減される	○公共機能を恒久化せずニーズに合った柔軟な機能設定をしやすい ●民間機能主体となることで、公共機能が制限される恐れあり	○公有地での新たな投資やビジネス機会創出につながる ●過度な貸し付け条件の付与は民間創意を阻害する
適用にあたっての千歳市の留意点	・公共機能に対する市の明確な意思表示 ・収益施設に対する民間の創意工夫を高める公募選定方式の設計が必要	・公共機能の継続的な担保が必要 ・事業者との対話の緊密化により、官民双方の機能のベストミックスを図る	・民間事業者目線により、トータルな視点での街の活性化に寄与するよう、民間提案を積極的に取り入れることが必要

図８－１－６　エリア別事業スキームの考察

（３）公共投資額の概算・官民投資の考え方

グリーンベルト事業における官民投資は、官民の適切なリスク分担に基づき、グリーンベルト事業をとりまくバランスの取れた的確なインセンティブとコントロールにより構成し、全体事業における適切な公共負担に基づき公共投資額を定める必要があると考えられる。



GB事業における官民投資・官民負担　※額は概算であり、施設の仕様や経済情勢により変動する

	A街区・C街区 （緑化デザイン改善・メンテナンス強化）	B街区（市民活動交流施設） D街区（水辺エリア民間施設）	Total
行政投資 行政負担	改修費：2～3億円 メンテナンス費：2千万円/年	B街区施設整備費：約25億円 D街区基盤整備費：約2億円 維持管理運営費：1.3億円/年	初期公共投資：約30億円 年間ランニング：約1.5億円
民間負担 ⇒市の収入	イベント時の使用料：数十万円	市への地代支払い：700万円/年 市への支払い家賃：650万円/年	年間地代家賃・使用料等： 約1400万円/年

図８－１－６　インセンティブ＆コントロールと官民負担の考え方

（４）今後の検討課題

①民間投資を引き出すために必要な行政の対応について

民間収益となる住宅やオフィスについては、市内での民間投資がすでに始まっている状況にある。また、市場としては、現状よりも条件の良い住宅・オフィスを求めており、民間事業者にも質の高い開発事業が求められる。

こうした中、公共機能を民間投資で調達することは、民間側にとって相応の収益が担保されることが必要となる。一方で、工事費の高騰・物価高により収益性の低い投資には、民間側も従来よりも慎重な判断を取らざるを得ないところである。

これらを踏まえ、民間投資を促進するための条件、行政に必要な対応を以下にまとめた。

条件整備

項目		行政に必要な対応
立地環境	宅地化・公園広場整備	耐荷重・制度緩和
コミュニティ	全天候型の交流拠点整備	拠点整備
リスク・防災	フェーズフリー・一時避難拠点	非常用電源・備蓄庫・訓練・BCPオフィス
交通	観光拠点への2次交通	バス・タクシー寄せエリア・自動運転・コンパクトモビリティ
コミュニティ	全天候型の交流拠点整備	エリマネによるブランディング、プロモーション活動等
支援体制	PPP窓口設置	手続き簡略化・行政職員のPPP戦略技術向上・インセンティブ創出

図９－１－１　民間投資促進のための行政側の条件整理

②グリーンベルト及び周辺事業における課題と懸念事項

グリーンベルトは公有地であり、一部河川区域でもあるため、民間事業を実施するには様々なハードルがある。以下に整理した課題を一つずつ着実にクリアし、事業を推進していく必要がある。

（ア）グリーンベルトの宅地化と土地利用・建物整備の共通課題

グリーンベルトを宅地化するには、法制度上の課題があり、条例改正や議決等、様々な対応が必要となる。

≪都市計画法≫　都市計画道路の変更
≪道路法≫　市道の道路認定解除廃止
≪広場条例≫　改定・廃止
≪公園条例≫　改定・廃止
≪財産処分≫　補助金投入により整備した遊具等の移転、補助金の一部返還　など

（イ）Ａ・Ｃ街区の開発事業における高度利用の実現

・都市計画法や建築基準法関係法令上の規制緩和
→Ａ・Ｃ街区において、公共貢献と事業採算性を確保するため、容積率を割り増す

・総合設計等による形態規制の緩和、日影規制等のクリア
→Ｂ街区地下駐車場の利用容積のチェック

（ウ）Ａ～Ｄ街区の宅地化に伴う隣接敷地の前面道路の課題

・建築基準法関係法令（集団規定）
グリーンベルトを宅地化することで、グリーンベルト対面敷地の前面道路が約 55 ｍから約８ｍになり、道路斜線が従前より厳しくなることへの対応が必要。当該課題をクリアすることが困難な場合は、他の手法の活用も視野に入れて検討を進めることも必要と考えられる。

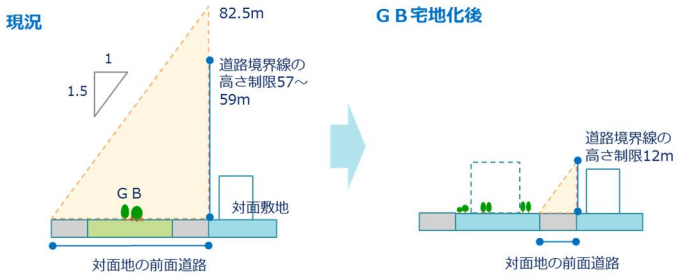


図９－１－２　道路斜線規制

（エ）Ｄ街区の河畔公園（財務省所有地）の土地利用可能性について

・所有者である財務省（北海道財務局）との協議（柔軟な利用や購入等）が必要である。

・隣接した幼稚園の運動会会場として利用されていることから協議が必要である。

なお、親水公園は、芝生広場（市所有）と河畔公園（財務省からの借地）をまとめた名称である。親水公園は、遊歩道も含めて、さらに、川への下り坂部分の途中までが範囲となっている。

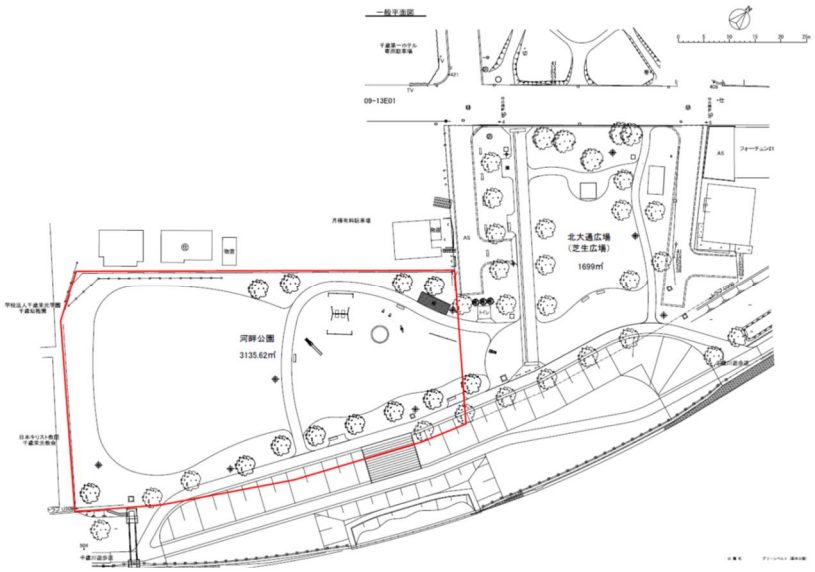


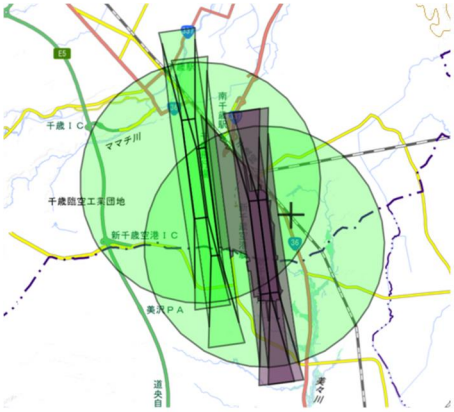
図９－１－３　河畔公園エリア（赤枠）

（オ）新たに建築する建物の高さ制限について

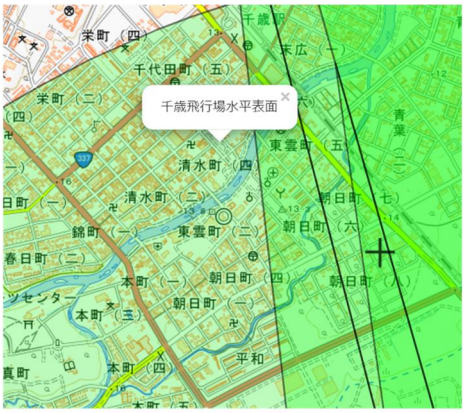
グリーンベルトにおいては、航空法に基づく高さ制限があり、新千歳空港と航空自衛隊でそれぞれ別の制限を設定している。

≪新千歳空港≫　高さ制限なし

≪航空自衛隊≫　概ね 57～59mの範囲まで



緑色：千歳市内航空法規制範囲



GB：千歳飛行場水平表面範囲

図９－１－４　千歳市　航空法規制範囲

（カ）Ｂ街区において施設整備する場合の構造上の課題（地下駐車場に係る耐荷重）

事業推進上、地下駐車場の耐用年数 100 年（1986 年竣工：～2086 年）を考慮すべきで、Ｂ街区において建物整備をする場合、地下駐車場構造物の耐荷重が許容範囲かの確認が必要となる。

本件では、上記の課題をクリアする一つの工法として「コルゲート建築工法」を例示し、同工法を用いた場合の可能性と課題について、専門家へのヒアリングにより以下のとおり課題を整理した。

・地上建築物の荷重が地下駐車場に作用することは避けられないが、相殺できる荷重があり、荷重増にならなければ、支障ないと考えることができる。すなわち、地上建築物を考慮した床荷重の合計値が、現状の床荷重表の合計値以内であればよい。
・地上建築物は、軽い構造体にすることが求められる（平屋とすることが必要と想定される）。また、地下駐車場に作用する荷重が適度に分散している（集中していない）と見なせる計画でなければならない。
・コルゲート建築の工法は、①基礎杭を打たずに躯体を地表面に設置し、荷重と地耐力でもたせる工法で、線上に構造物を配置でき荷重分散が可能、②耐荷重も通常の交流施設想定であれば問題ない、③アトリウムのような大空間構造物も十分整備可能
・コルゲート建築工法の場合、準耐火建築物となり、グリーンベルトにおいては 1,500 ㎡以下かつ３階建て以下であれば建築可能となる。
・よって、コルゲート建築工法であれば、本事業で想定している屋内大空間建築は十分検討可能であると考えられる。
・躯体の建築コストは、目安として、15～30 万円/㎡程度。間仕切り・内装・設備を加えても通常の鉄骨造建造物と同程度と考えられる。
※なお、地上建築物を地下駐車場の RF 層に緊結すると、既存部分と増築部分の全体での構造計算が求められ、莫大な手間が掛かり非現実的であるため、本事業では地上建築物と地下駐車場を縁切りすることが妥当。
※コルゲート建築の工法以外にも、軽量の建築工法としては、トラス工法、ライナープレート工法、木造などがあり、グリーンベルト地下駐車場構造の上部に建築可能な工法として、今後検討を深める必要がある。

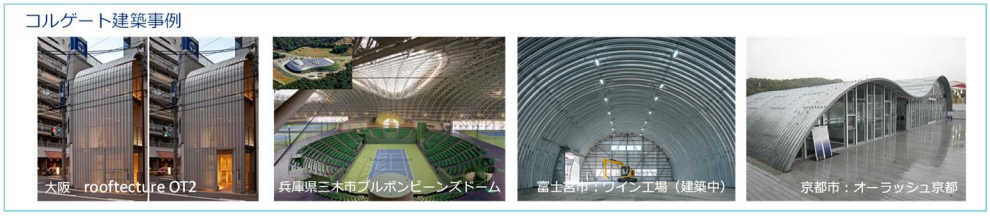
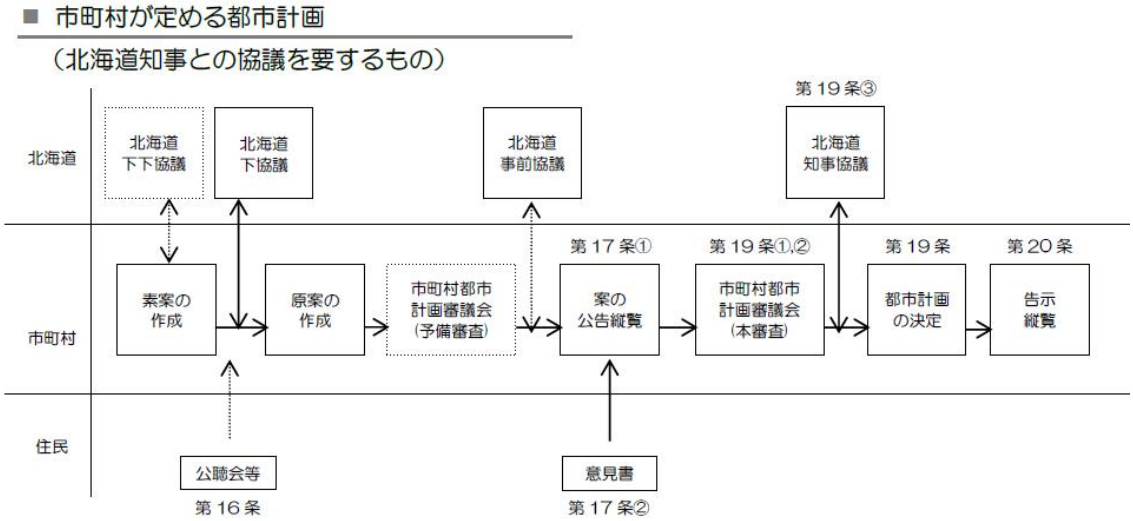


図９－１－５　コルゲート建築事例

（キ）Ａ～Ｄ街区における都市計画道路の変更について



・都市計画道路の変更にあたっては、他の都市計画変更案件により、期間は変動するところであるが、「素案の作成」後から「告示・縦覧」まで６カ月以上の期間を要する。また、例えば容積率移転等を実現する都市計画の決定が必要になった場合、採用する都市計画の種類選定や根拠資料の作成に別途期間が必要になる上、都市計画道路の変更と同時に決定する必要があると考えられる。

・北海道と協議を始めるにあたって必要となる「素案」については、目的や具体的な土地利用、都市計画道路の変更範囲等を網羅した整備計画をもとに作成を行うこととなる。

・当該整備計画は、市民合意の取られたものである必要があることから、近隣住民等の市民合意に要する期間についても考慮する必要がある。

８－２. 事業の波及効果

グリーンベルト事業の推進にあたっては、まちの顔エリア全体への波及効果を狙う。

（１）波及効果を発揮するための手法

グリーンベルト事業の波及効果をまち全体に拡げるためには、まちの顔エリア全体を対象とした適切なインセンティブとコントロールを展開することが必要なる。

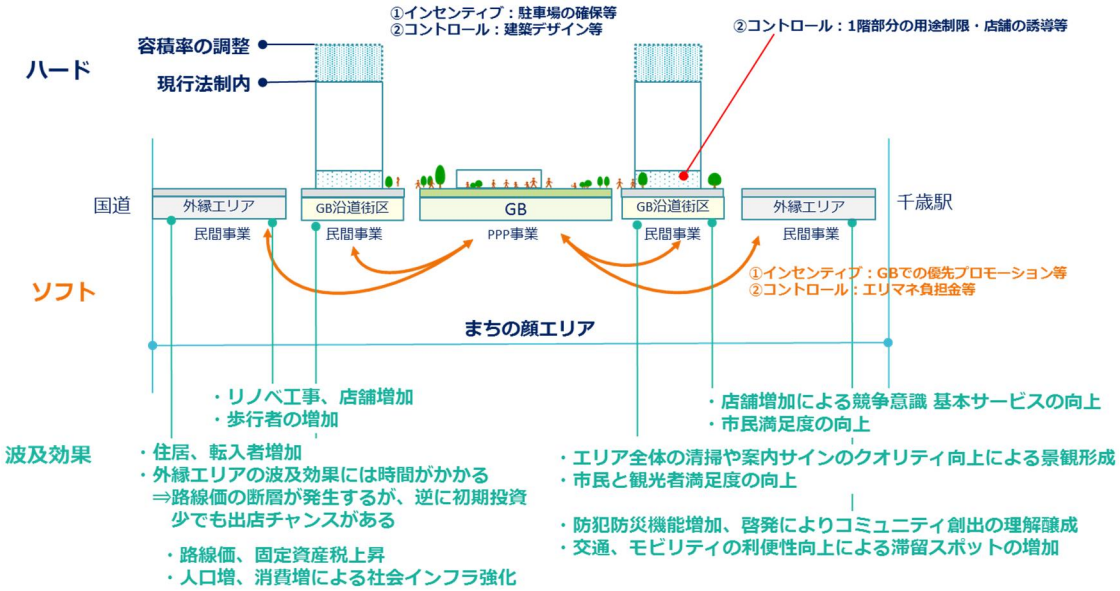


図８－２－１　インセンティブ＆コントロールによる波及効果の考え方

なお、まちづくりの波及効果を把握する評価・モニタリングは、事業の軌道修正やフィードバックに有効であり、主に以下の観点から設定する必要があると考えられる。

・評価指標の設定については、事業目標と相互関係にあるため、目標達成に向けて随時進捗を把握できるものが必要である。

・多面的な効果を、定量的・定性的の両面から評価するため、測定に必要となる数値を分析する必要である。

（２）考えられる波及効果について

まちの顔エリアにおいて、各種事業が実現することによる波及効果として、主に以下のような例が期待できる。

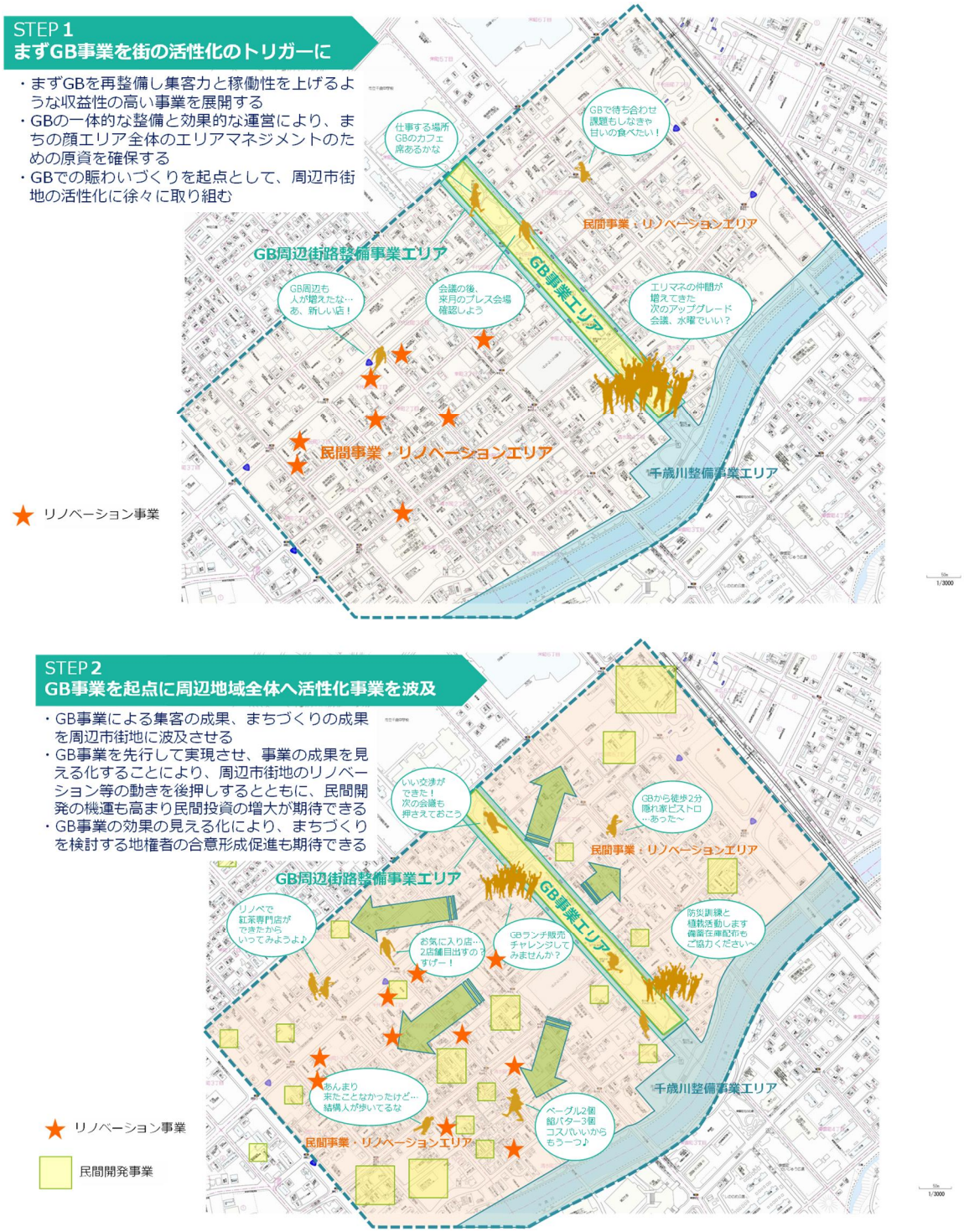


図８－２－２　グリーンベルトを起点とする波及効果の考え方

８－３. エリアマネジメント推進体制の考え方

（１）エリアマネジメントの要件と実施概要

３章３－１（４）で触れたとおり、持続的かつ効果的にエリアマネジメントを進めるためには、活動原資（収益源）が必要である。

まちの顔エリアにおいて、活動原資を確保しながらエリアマネジメントを進めるための要件と、次年度以降の実施事項・検討の流れは以下のとおりである。

エリアマネジメント組織で取組むべき内容
・エリアの魅力と価値向上プロモーション
・エリアのコミュニティ創出
・エリアの安全安心、防災機能の維持向上
・拠点施設、エリア屋外、緑化等の維持管理運営
・時代の変化に対応したガイドラインの運用管理
・民間事業者の誘致と参画への戦略的な活動

エリアマネジメントのプレーヤーの想定
・エリアプラットフォーム
・土地所有者（市・周辺住民）
・**開発事業者、進出事業者**
・**千歳市関係企業**
・**観光連盟**、道の駅事業者
・**商工会議所**、 JA、地元金融機関等
・公共交通、交通関係者
・大学、市民団体（NPO 等）
・周辺市町村

留意点
・時代に合わせ、進化するエリアマネジメント組織機能が必要
・プレイヤーの発掘育成から施設の運営・コスト管理まで担える事務局機能の確立
➡初期段階は、プロや外部専門家による支援は必須
・まちとともにエリアマネジメント組織が成長し、最終的には地元の力で運営管理の自立を目指す
➡都度、 外部専門家による支援で、エリマネ組織をスキルアップ

エリアマネジメント組織組成までのフロー

活動背景 ・千歳商工会議所・一般社団法人千歳青年会議所による千歳川への取り組み
・まちライブラリー@ちとせを拠点とする市民活動の活発化

令和４年　**未来ビジョン策定**

令和５年　**先導的官民連携可能性調査支援業務**

令和６年　**エリマネ活動とスキームの検討**
・主要エリアの選定
・組織の目的や活動の検討
・関係者意識啓発
・人材発掘育成
・事業者サウンディング

令和７年　**準備組織の設立**
・具体的な活動内容検討
・活動の条件整理
・活動費の**財源確保**の検討
・収益再投資の検討
・組織設立の検討

令和？年　**エリマネ組織設立・活動開始**

図８－３－１　エリアマネジメント推進案

（２）エリアマネジメント推進体制の考え方

考えられるエリアマネジメント推進体制は以下のとおりである。

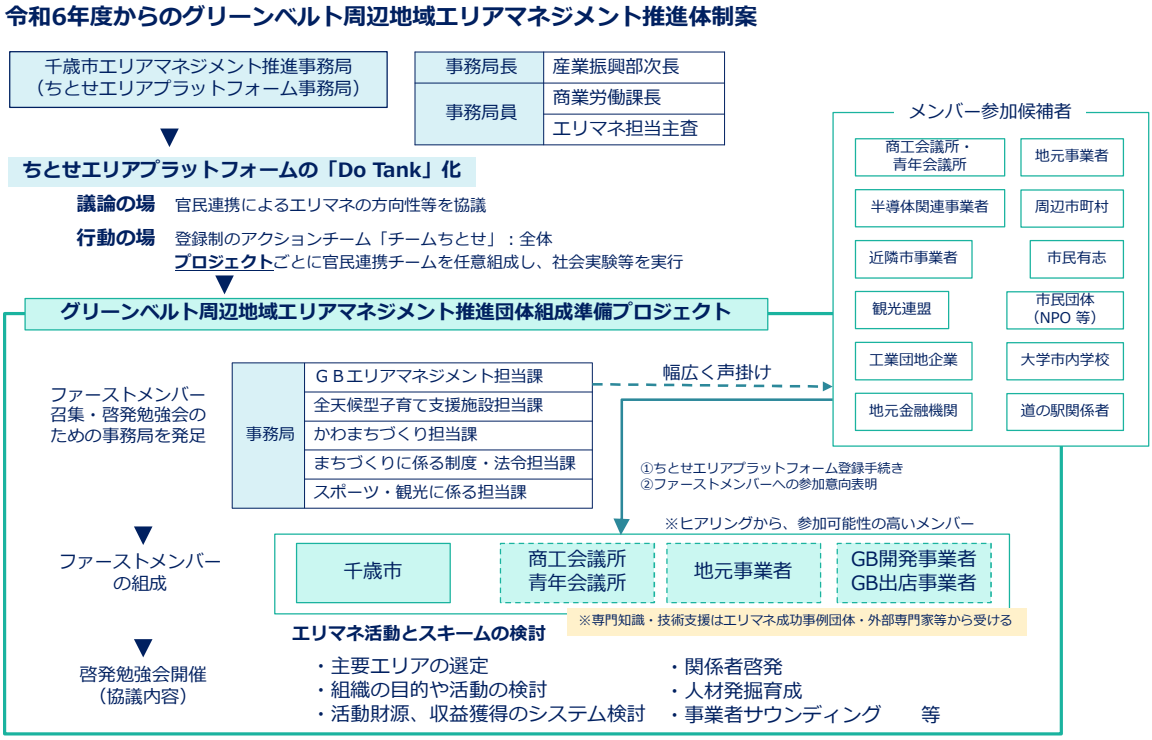


図８－３－２　令和６年度からのエリアマネジメント推進体制（案）

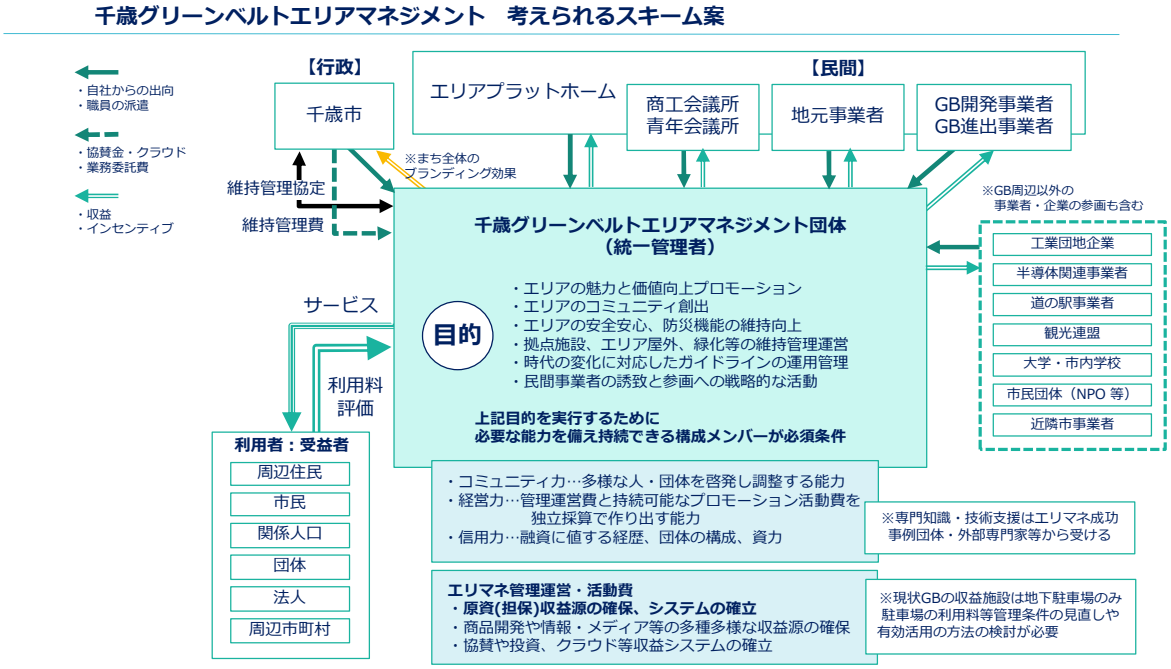


図８－３－３　エリアマネジメントのスキーム（案）

また、エリアマネジメントを効果的に実践するためのコンテンツと考えられるプレーヤーは以下のとおりである。

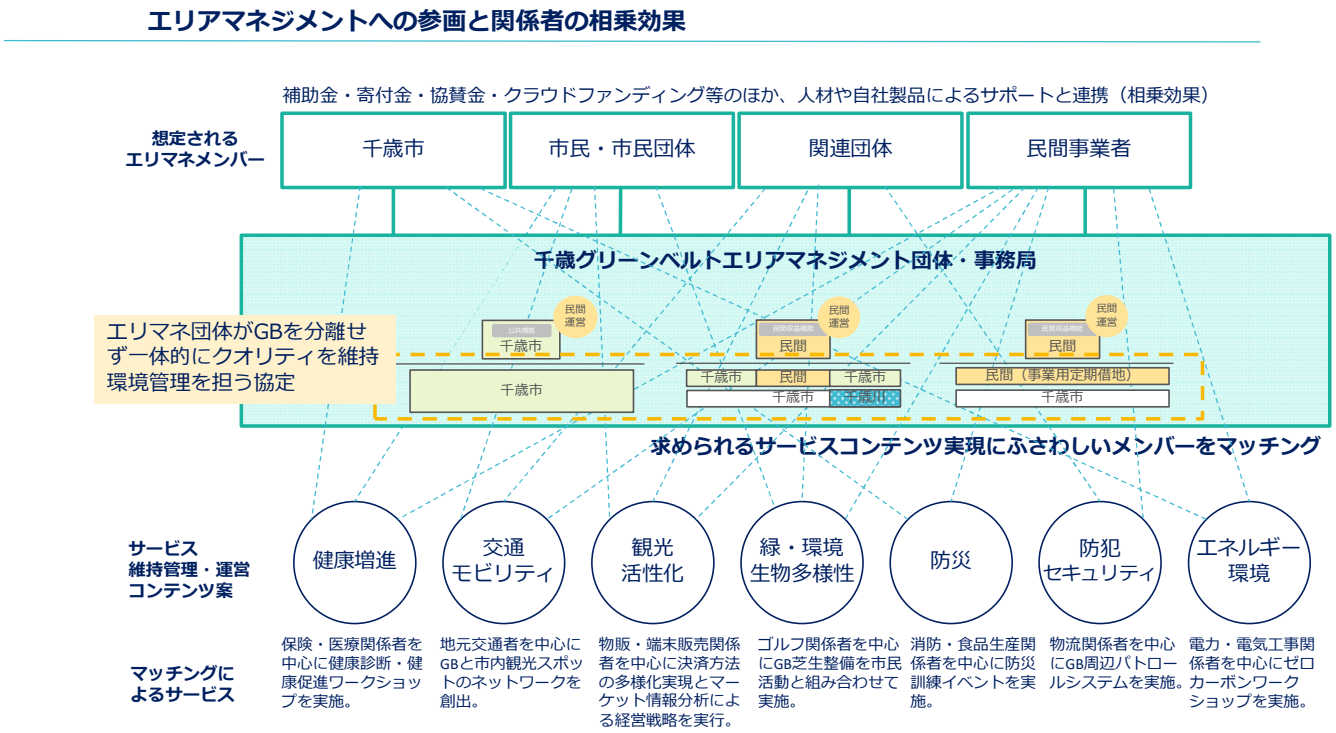


図８－３－４　グリーンベルトエリアマネジメント　相乗効果の考え方

なお、エリアマネジメントの活動原資の確保が課題となる地方都市のエリアマネジメントにおいては、大船渡市の事例等が参考となる。

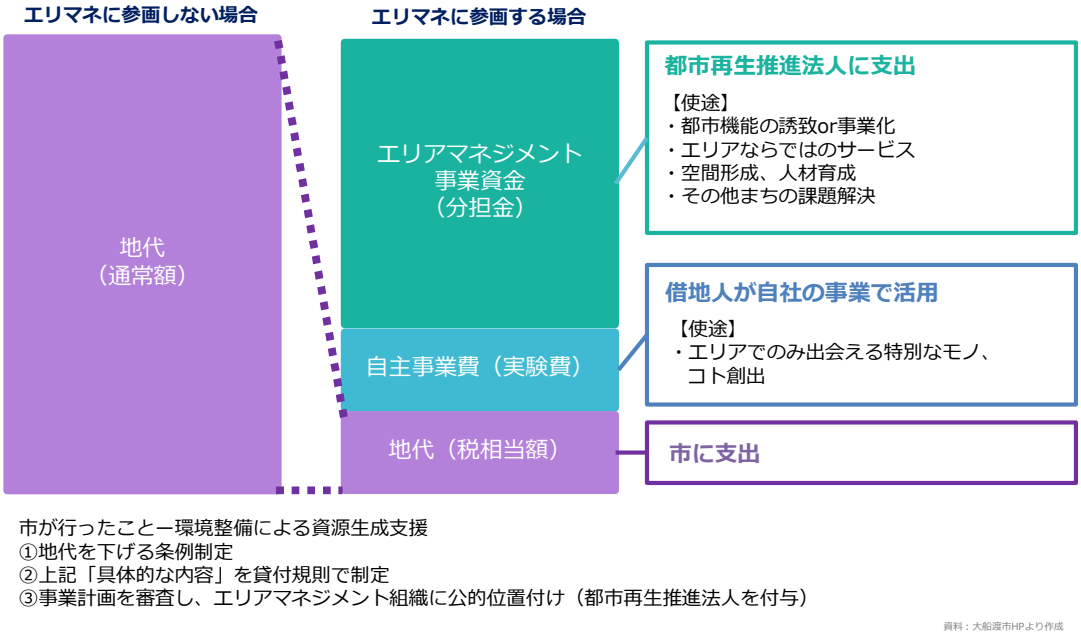


図８－３－５　大船渡市事例

９章．調査結果のまとめ

９－１. 調査結果の総括

本調査では、まちの顔エリアの魅力を高め、日常的な賑わいの創出と将来的なエリア価値の向上を図るため、グリーンベルト及び周辺地域において、民間投資を引き出しながら市が推進すべき拠点整備や公共投資、事業スキーム、エリアマネジメントのあり方を明らかにした。

調査検討にあたっては、まず、本市のまちの特徴や「まちの顔エリア」における課題を捉えながら、まちづくりに関する専門的な知識を有する受託事業者や有識者の知見をもとに、本市のまちの顔エリアの活性化にあたって重要となるまちづくりの考え方を整理した。

従来の「通過型まちづくり」から脱却し、明確な目的を持った人が必然的に集積するような都市機能を整備する「集積型まちづくり」への転換を図ることが必要としたうえで、この集積型まちづくりを進めるためには、グリーンベルトを中心に、施設整備を含めた「まちの拠点」を形成し、また、当該拠点を活性化の起爆剤にするために、活動原資の獲得に配慮しながら、長期的な視点をもったエリアマネジメントを展開することが必要と考えたところである。

このように、まちの拠点とエリアマネジメントを両輪で推進し、文化交流・産業振興・観光における課題の解決を図ることにより、グリーンベルトを中心として昼間人口を定着させ、日常的な賑わいが創出されるものと考える。

この考え方をもとに、広場・公園・道路・河川の一体的な整備に合わせて、文化交流・産業振興・観光の側面から「まちの拠点」を整備することを仮説として掲げ、人流調査によるグリーンベルトの利活用実態把握のほか、社会実験（まちライブラリーブックフェスタ 2023）によるアンケート調査、開発事業者を中心とした事業者ヒアリング、有識者の助言などを総合的に勘案しながら、新たな事業構想として、グリーンベルト及び周辺活性化事業を検討したところである。

（１）グリーンベルト及び周辺地域の検討課題

３章において、重要となるまちづくりの考え方を整理した。

まちの顔エリアの中核をなすグリーンベルトは、市民の認知度やアクセスの良さ、まとまった公有地であること等による立地優位性を有しており、千歳のランドマークとなり得ることから、グリーンベルトを中心に官民が一体となって拠点整備を行うこと、グリーンベルト周辺地域も含め収益性を備え適切かつ持続的なエリアマネジメントを推進することの重要性を確認した。

（２）各種調査で得られた検討課題とグリーンベルト及び周辺活性化事業の方向性

３章の考え方を踏まえ、４章の人流調査、５章の社会実験、６章の事業者等ヒアリングから得られた「まちの顔エリア」の検討課題に基づき、以下のとおり、実施すべき事業の方向性について示唆が得られた。

①文化交流

・まちの顔エリアに、市民が多く集まる屋内の文化交流施設を求める声は多く、まとまった規模の施設を確保できるグリーンベルトがその適地であると考えられる。

・グリーンベルトを日常的な賑わい空間に変えること、より魅力的で質の高いオープンスペースに改善することが必要と考えられる。

②産業振興

・まちの顔エリアでは、既に民間開発事業や官民連携事業を進めるための不動産投資の動きが顕在化しており、千歳を取り巻くマーケットの変化に対応した環境整備が必要であると考えられる。

③観光

・民間事業者にとって魅力的な空間である、河川敷に隣接しているグリーンベルトにカフェやレストランなど集客力の高い、魅力的な拠点を民間主導で整備することが効果的であると考えられる。

（３）グリーンベルト及び周辺活性化事業の構想

３章～６章の結果を踏まえ、７章、８章においては、グリーンベルト及び周辺活性化事業の構想として、前項①～③に掲げる課題認識や事業の方向性を踏まえ、グリーンベルトにおいて実施すべき事業として、以下のとおり仮説を明らかにした。

①まちの拠点整備によるグリーンベルトのランドマーク化

・河川敷や沿道を含むグリーンベルトの一体的なデザイン化（高質化）

（例）緑化デザインの向上、メンテナンスの強化、沿道のウォーカブル化

・市民活動交流施設

（例）機能拡充されたまちライブラリー、こどもの遊び場、民間収益施設・機能

・水辺空間を中心とした商業施設等

（例）河川敷のカフェ、レストラン、オフィスビルやホテル、住居など

②まちの顔エリア全体で民間投資を展開

まちの顔エリアに日常的な賑わいをつくるためには、グリーンベルトを中心とした拠点整備に加え、昼間人口の創出が必要なことから、ホテルやオフィス、住居等の民間投資はグリーンベルト上に限らず、周辺街区も含めた事業展開されるよう、グリーンベルトを

中心とした拠点の整備と連携し、周辺街区においても良好な民間投資を呼び込む適切なインセンティブ（駐車場の確保、補助金など）とコントロール（１階部分のガラス張り化や店舗誘導など）が必要と考えられる。

また、仮設に基づく事業を推進するため、現時点で考えられる事業スキームやエリアマネジメントのあり方を明らかにした。

①事業スキーム

・PFI 方式、DB 方式、公有地貸付方式など

②エリアマネジメント推進体制

・まちづくり会社の設立に向けて、活動内容や活動の原資などについて、官民連携の場で検討を進めていくことの重要性を確認した。今後は、ちとせエリアプラットフォームを中心に、まちづくり会社設立を検討する「ファーストメンバー」を組成し、エリアマネジメントに関する勉強会や社会実験などの実践を行いながら、まちづくり会社設立に向けて準備を進めることを予定している。

（４）おわりに

本調査を通じて、グリーンベルトを中心に、拠点整備や民間投資を呼び込むことの可能性・重要性について十分に認識できた。

グリーンベルトのポテンシャルは調査結果からも高いことがわかっており、官民一体となったハード・ソフトの施策を展開することでより一層の活用が期待できるところである。

本調査の主要テーマでもある、まちの顔エリアに良好な民間投資を誘発するには、官民連携によるグリーンベルトの拠点整備、ランドマーク化が必要となるが、特に、先導的な行政投資による良好な社会資本整備が重要なポイントであり、質の高い行政投資を先導的に行い、それを呼び水として民間投資を誘発し、まちの顔エリアが活性化する、好循環の流れをつくることが極めて重要である。

先導的な行政投資による都市環境の向上に伴い、民間投資が促進されれば、市民ニーズに見合った魅力的な都市機能が整備され、市民活動の活発化が期待できる。また、民間事業者にとっては事業機会の拡大、行政にとっては将来の税収増が見込めるなど、官民相互の利益が期待できる。

臨空都市であることの優位性やラピダス社の進出に伴うポテンシャルの向上を事業展開の好機ととらえ、官民連携によるまちづくりを進めていくことが必要と考えられる。

まちの活性化に向けての進み方は様々であり、本調査で掲げた結果が唯一の進む道であるとは言い切れないが、本調査結果を踏まえ、さらに詳細に研究を重ねたうえで事業者に公開サウンディングを行い、より良い進路を見出すことが重要である。

９－２.ロードマップ

（１）ロードマップ

次年度以降の取り組みを着実に進めるためのロードマップは以下のとおりである。

R6.4～6 月	・地域住民、ちとせエリアプラットフォームへの説明（調査結果や今後の取組概要の共有） ・エリアマネジメント推進本部会議（サウンディング募集要項の確認）
R6.6～11 月	・サウンディング型市場調査実施
R6.11～12 月	・エリアマネジメント推進本部会議（サウンディング結果を踏まえ本事業の取組について協議）
R6 年度～	・グリーンベルト及び周辺地域のまちづくりガイドラインの作成を検討
R7 年度～	・地域住民、ちとせエリアプラットフォームへの説明（事業内容等の共有） ・事業者公募／選定 ・事業者との協議・法的制限の整理開始 ・市事業予算化

（２）次年度の検討課題

①グリーンベルト及び周辺地域のまちづくりガイドラインの検討

・まちの顔エリアでは、既に民間開発事業や官民連携事業を進めるため不動産投資の動きが顕在化している。

・まちづくりのコンセプトに沿った適切な民間投資、都市開発事業を誘導し、まちの顔エリアの価値向上に資する取り組みを官民協働で進めるため、今後の都市開発事業に対しては、市による適切なインセンティブ＆コントロールが必要。

・良好な都市開発事業を誘導するとともに、官民連携事業においては公共性の確保と質の高い民間提案を引き出すため、都市計画の変更等を念頭に置き、開発事業等におけるデザインやクオリティ確保の指針となるまちづくりガイドラインの作成を検討する。

・上記検討においては、「かわまちづくり計画」との連携を十分に図り、千歳川とグリーンベルトが一体となった一貫性のあるグランドデザインの構築を目指す。

「グリーンベルト及び周辺地域まちづくりガイドライン」の検討事項

当該ガイドラインは、まちの顔エリアで今後想定される事業に関わる地域住民、権利者、民間事業者、周辺企業、行政等の関係者間で地区全体の詳細な将来イメージを共有し、事業の実行に必要となる各種規制誘導策、都市計画手続き等の規範とするものである。

官民連携によるまちづくりやエリアマネジメントを効果的に進めるためには、上記の関係者による理解と共通の目標を持つことが重要で、地区計画などの法的縛りをかける前に、8-3 で提起したまちの顔エリアにおけるエリアマネジメント推進組織と議論を交わしながら進めることが望ましい。

本地区においては、将来的には都市計画の変更等を用いて必要な施策を担保することを前提に、グリーンベルトの再整備やグリーンベルト周辺市街地の民間投資による開発事業を適切にコントロー

ルするための指針として検討すべき３項目を以下に整理する。

１．ガイドラインの目標・方針

・グリーンベルト及び周辺市街地の将来像を明確にし、まちづくりの「目標」・「方針」を定める。

・グリーンベルト周辺地域の地権者や住民、事業参画を予定している民間事業者の方々が、グリーンベルト及び周辺市街地の将来像を目標として共有することにより、まちづくりを実感し、目標の実現に向けた方針のもとに、地区としてのまとまり、一体感を持ったまちづくりを進めることにつながる。

２．整備すべき施設や地区の公共施設のあり方

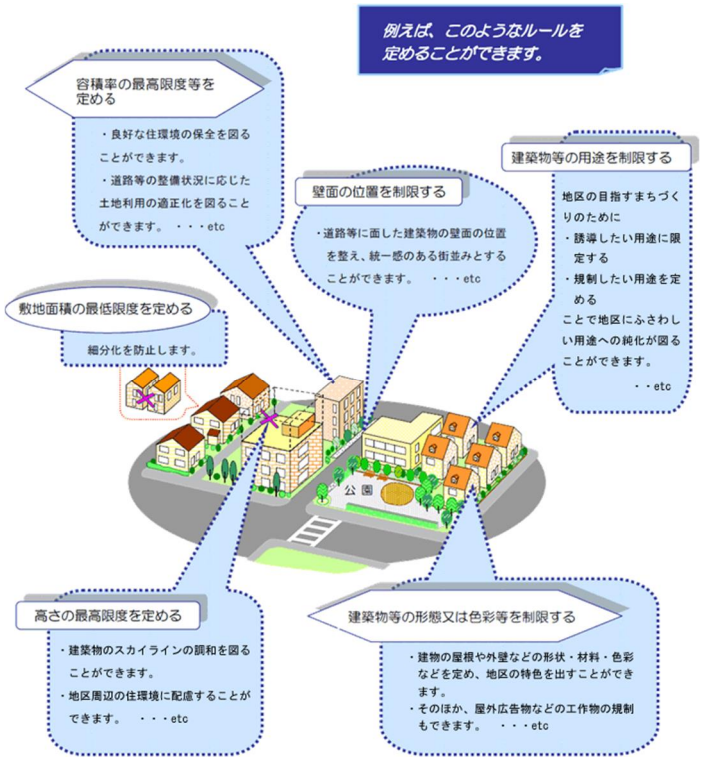
・グリーンベルト事業において必要な公共施設整備の大枠、道路・公園などの位置や規模等を検討する。

・上記「ガイドラインの目標・方針」を踏まえて、エリアマネジメントやまちの活性化に寄与する施設のあり方を検討し、その上でグリーンベルト上の整備施設や道路・公園・広場などのデザインや仕様を可能な限り具体的に検討し、まちづくりの内容を定めることで、必要な公共空間の確保を目指す。

３．グリーンベルト周辺街区の開発等における規制・誘導の具体的手法

・グリーンベルト再整備と連動して沿道やグリーンベルト周辺街区で実施される民間開発、建て替え事業等における、建築物などのルールについて検討する。

・具体的には、建築物の階数別用途や高さ、壁面の位置、建物の意匠やデザインなど、可能な限りきめ細かなルールを決め、グリーンベルト周辺の特性を活かした良好な生活環境、ランドスケープや街並みの創出に向け、適切な開発事業等を誘導する。



②サウンディングの実施

・本調査でまとめた「グリーンベルト及び周辺活性化事業」をたたき台として、収益性と公共性を両立させた良好な民間開発事業を誘発するため、事業者に対して公開サウンディングを実施し、継続的に官民対話を行う。

・サウンディング実施に向けて、良好な民間投資を促進するため、行政として実施すべき条件整備に向けた検討を行う。

③多様な主体の参画による「まちの顔エリア」のエリアマネジメント推進

・庁内関係部署の連携と地元関係団体や有志との協働のもと、エリアマネジメント推進団体組成に着手する。協力意識の高い「ファーストメンバー」を招集し、早期に検討体制の構築を図る。

・各種事業とも連携し、「ファーストメンバー」を中心とした「啓発勉強会」を通じて、単発事業に終わることなく、まちの顔エリアに波及する「全体最適」に資する戦略的なエリアマネジメント活動を展開する。