

これまでの経過を踏まえた社会実験の内容について

視点

視点1 仙台の顔としてのエリア

視点2 多様な活動を生み出していく人中心のエリア

視点3 エリア価値向上のために挑戦するエリア

市民参画イベント

・空間要素としては肯定的な意見多い ・人の交流、活動は少ない

↓
仙台の顔として人の交流、活動を活発にするべきではないか

利活用コンセプト (説明資料 p26)

青葉通駅前エリアのひととなり(*)を見出し、新しい流れを生む

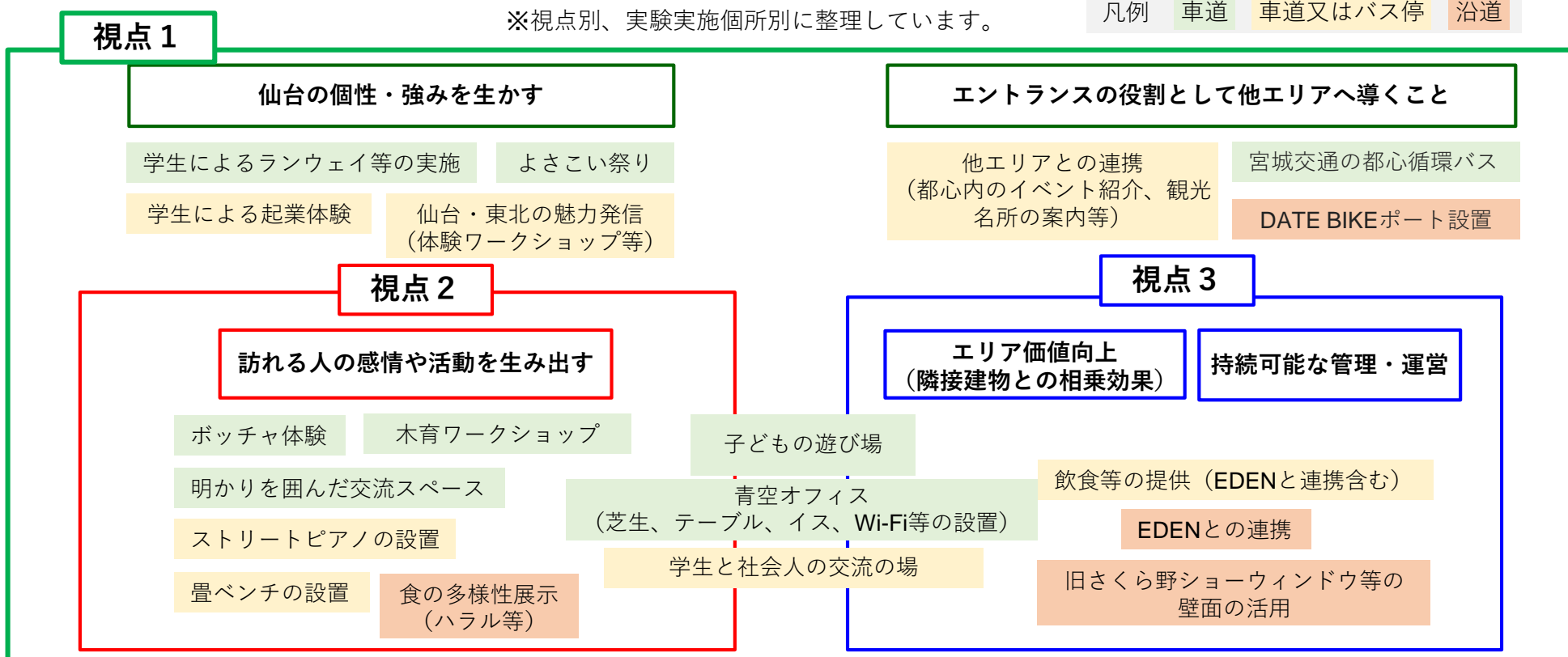
様々なひとが出会い、交流するきっかけをつくることで、このエリアが仙台の顔として活気にあふれるまちになり、仙台、東北の新しい流れを生み出す。

※人柄・人物・人格・器量・度量・器・品性など(「デジタル大辞泉」より)

実験コンテンツ (説明資料 p28、別紙1-3)

※視点別、実験実施個所別に整理しています。

凡例 車道 車道又はバス停 沿道



効果検証 (説明資料 p29,30)

※視点をキーワードに分解し、各項目に対して効果検証を図ります。

凡例 効果検証の視点 調査内容

視点1				視点2				視点3		
おもてなし (包容力)	顔 (らしさ)	通りの認知度	導く (回遊性)	居心地の良さ	出会い・交流	オフィスワーカー	学生	能動的な姿勢	隣接建物との関係性	優位性
仙台の顔としての、「青葉通りらしさ」を浮かび上がらせる ・実験前にイメージする「らしさ」と実験期間中や実験後に感じた「らしさ」を抽出 ・実験前後での相違を確認・検証	コンテンツ(人との出会い・交流)により、誰でも受け入れる空間とする ・来訪者は「おもてなし」の感情を持っていたのか、把握 ・仙台で働く、暮らす人はシビックプライド(場所に対する誇り)を持っていたのか、把握	青葉通りの認知度を上げる ・日常的な通行(通勤・通学)に変化をもたらしたのか、把握(地下道含め) ・交通機関(新幹線や高速バス等)の利用前や待ち合わせ等の時間の使われ方を把握	駅や他エリアから青葉通りへの動線を増やす ・現在の動線範囲(駅前デッキ)から青葉通りへのアクセス数を把握 ・DATEBIKE利用者の新設ポート利用数・理由を把握	誰もが使いやすいように、過ごせる空間とする ・利用空間での多様な活動種類を時間ごとに抽出(平休、昼夜) ・利用者の使い心地(感情)把握 ・来訪者の満足度(空間、コンテンツ等)や来訪目的を把握 ・実験前と実験期間中の居心地の良さを診断ツールによる定性評価	コンテンツや利用空間で、人との交流機会を創出する ・コンテンツ等により、新たな交流機会を持っていたのか、把握	オフィスワーカー向けコンテンツにより、自社企業以外の活動(仕事)の場や他社との交流により新たな価値を生み出せる ・オフィスワーカーの満足度や利用頻度を把握	学生向けのコンテンツにより、学校以外の居場所(交流・滞在)や活躍(自己発表・自己実現)の場を持てる ・学生の満足度や利用頻度を把握	・利用空間に能動的に係る活動を浮かび上がらせる ・今後の青葉通りでの活動への参画意向を収集する ・コンテンツ以外の余白時間や余白空間の活動状況を把握 ・能動的な参画意向(コンテンツ企画の協力、イベントの手伝い)を把握	沿道建物との連携(例:飲食店のテラス席、イベント出店等)を図る ・沿道建物との連携コンテンツの利用者数・売上げを把握 ・実験と連携した店舗事業者の取組み意向を把握	ターゲット(オフィスワーカーや学生)の優位性を高める ・沿道のオフィスワーカーの働きたい意向や周辺に通う学生の居場所として活用したい意向を把握