

社会実験の目的

青葉通駅前エリアが将来も仙台の顔として多くの人を惹きつけ、他のエリアへの回遊起点となるためには、将来ビジョンの検討が必要であり、ビジョンの検討を進めるため、道路空間の利活用の効果、交通への影響及び都心における回遊の創出について検討を行うため

視点1 仙台の顔としてのエリア ▶ 「顔(らしさ)」を浮かび上がらせる

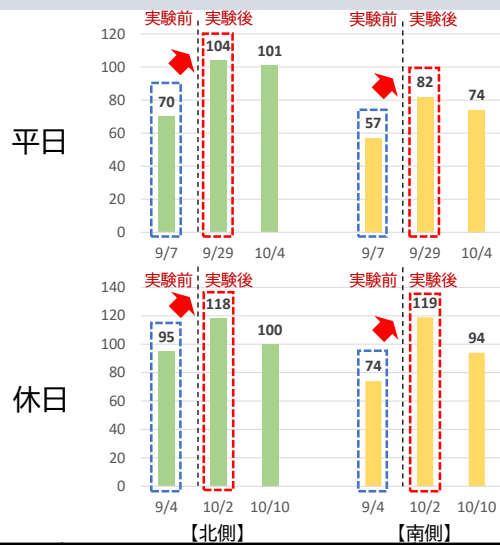
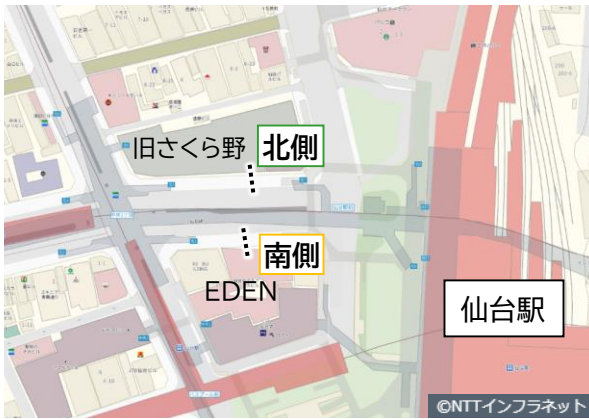
視点2 多様な活動があふれる人中心のエリア ▶ 「多様」を収集・分類化

視点3 エリア価値向上のために挑戦するエリア ▶ 「能動的」な活動・認識を収集

社会実験実施結果の概要

- ・社会実験期間: 2022年9月23日~10月10日(約2週間)
- ・社会実験内容: 青葉通駅前エリアの車線数の減少(利活用空間及び自転車空間の創出)、一般車通行止め(路線バス・タクシーのみ通行可)、タクシー乗り場休止
- ・利活用コンセプト: 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
- ・コンテンツ数: 59(主な内訳 交流体験:45 設え:8 物販:2)、参加団体数:63

社会実験前後の歩行者交通量の変化

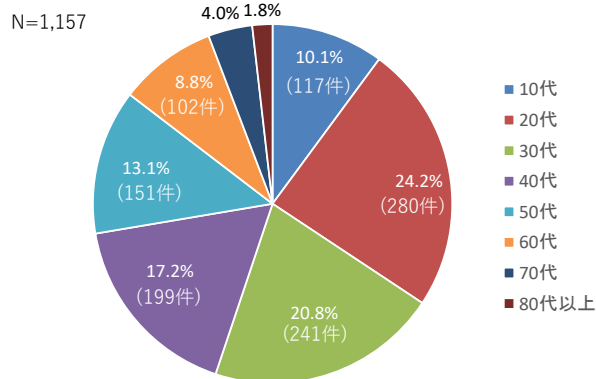


	平日(百人/12h)		増加割合	休日(百人/12h)		増加割合
	社会実験前(9/7)	社会実験後(9/29)		社会実験前(9/4)	社会実験後(10/2)	
北側	70	104	↑約49%増	95	118	↑約24%増
南側	57	82	↑約44%増	74	119	↑約61%増

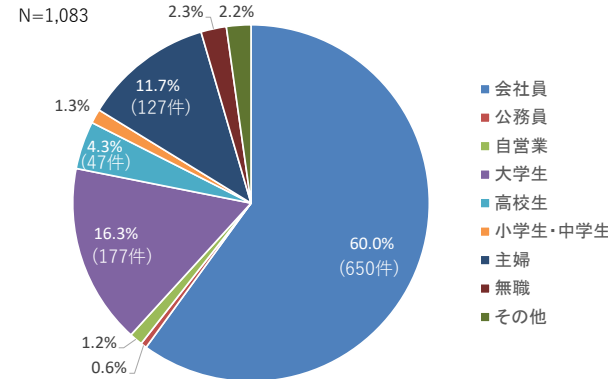
来訪者の属性

※WEBアンケート、現地聞き取り調査の回答者のうち、「来訪した」と回答した人の属性

①来訪者年齢



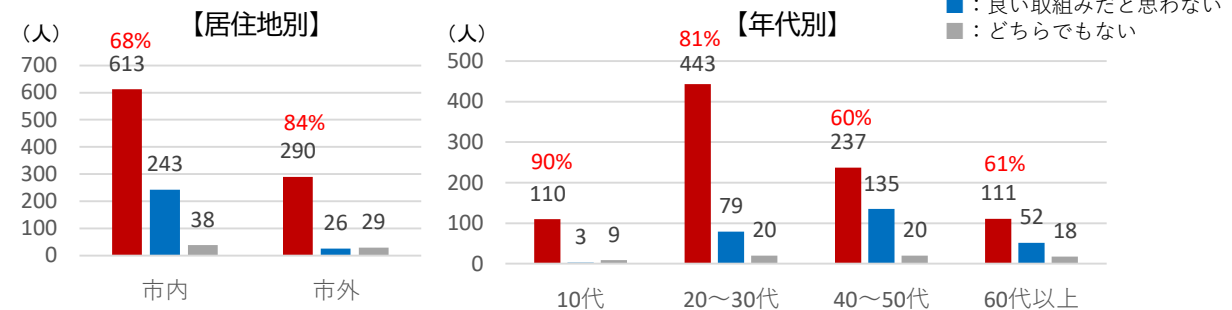
②来訪者職種



1. 社会実験の取組みに関する意向や影響等

- ・「若い世代」や「市外居住者」、市内居住者でも比較的「居住歴の新しい方」を中心に**7割を超える方から「良い取組みだと思う」との意見**が寄せられた。
- ・「歩行者」や「自転車利用」の**安全性が高まったとの意見**が寄せられた。
- ・「周辺道路の混雑、駅へのアクセス性悪化」の**意見が多く寄せられたが、意見数の推移をみると交通規制開始後の1週間は多くの意見が寄せられたものの、徐々に投稿数は落ち着きを見せた。**
- ・「青葉通駅前エリアのビジョンが見えない」との意見も寄せられた。

取組み評価に関する属性別回答 ※WEBアンケート、現地聞き取り調査の回答者(非来訪者含む)



2. エリアづくりに関する「3つの視点」に対する効果検証結果

視点1 仙台の顔としてのエリア(仙台の第一印象として好印象を与える、他のエリアへ導く)

【第一印象、顔らしさ】

- ・『楽しい』『嬉しい』(空間の心地良さ、楽しめる、賑わい)、『驚き』(空間の大きな変化)という**好印象(67%)を与えた一方、『困った』(渋滞など)のネガティブな印象(16%)も与えた。**

※特になし、その他17%

- ・社会実験の視察に訪れた有識者等からは、**社会実験の実施体制や空間デザイン、多様な効果検証方法、コンテンツの内容等を中心に**関心が高かった。

【通行ルートの変化】

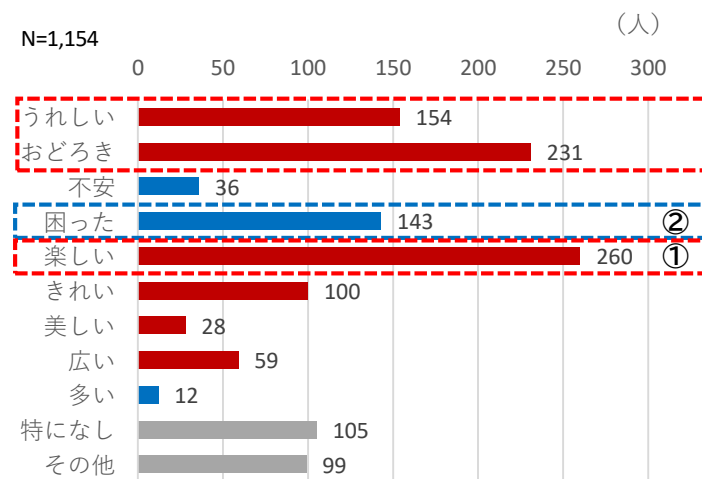
- ・人の**流れの変化**(普段は地下道や他の通りを通行しているが、実験中は通行した)が**見られた(約20%)。**

【回遊性】

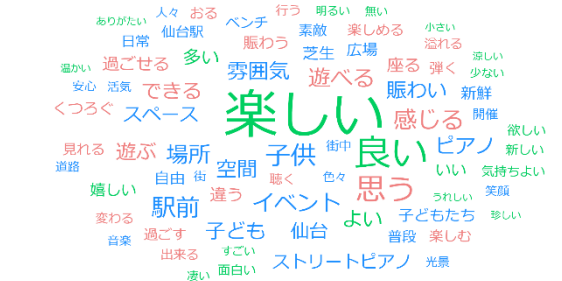
- ・来訪者の**9割は回遊し、そのうちの約6割は徒歩・公共交通機関で来訪。**また、滞在環境創出により「**休めることで他のエリアに行きやすくなった**」等の意見は寄せられたが、人流ビッグデータからは**回遊性向上につながる影響は確認できなかった。**

「青葉通仙台駅前エリア」に対する来訪者の第一印象

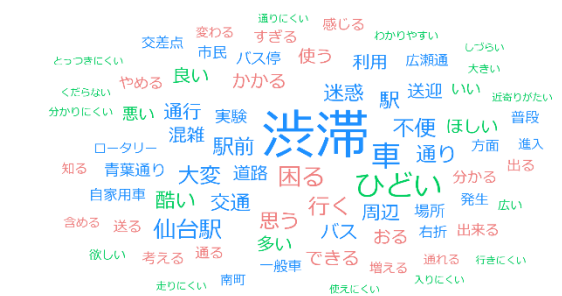
※WEBアンケート、現地聞き取り調査の回答者における来訪者



①上位1位「楽しい」の回答理由の言語分類結果



②上位4位「困った」の回答理由の言語分類結果

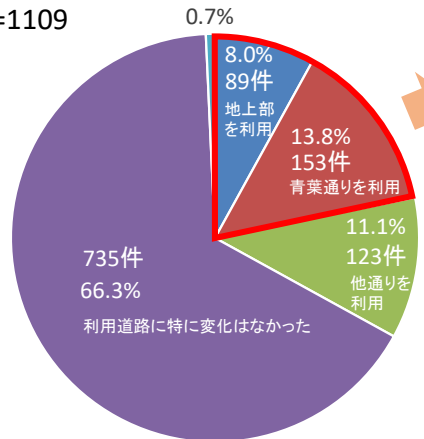


■：好印象 ■：ネガティブ印象(一部推察含む) ■：特になし・その他

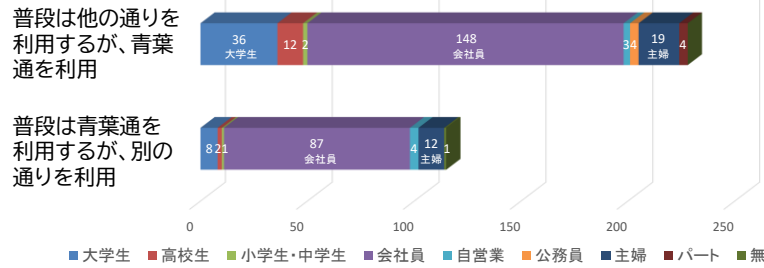
## 視点1 仙台の顔としてのエリア(前頁の続き)

### ■通行ルートの変化

N=1109



### ・通行ルートを変えた方の職種内訳



- 日頃は地下道を通行しているが、今回は地上部(青葉通)を利用した
- 普段は他の通りを通行しているが、青葉通を利用した
- 普段は青葉通を通行しているが、他の通りを通行した
- 利用経路に特に変化はなかった
- その他

## 視点2 多様な活動を生み出していく人中心のエリア

(訪れる人の感情や活動を生み出し様々な人が惹きつけられるエリア、人との交流や出会いのエリア)

### 【多様性(来訪者属性、活動の変化)】

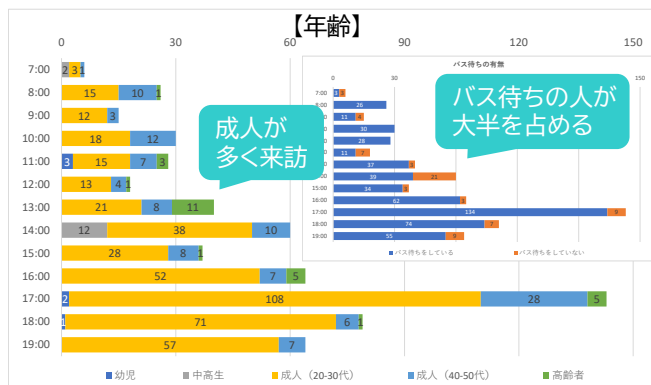
- ・年齢、人数(1人、友達、家族)等の来訪者の属性は、平休日、時間帯による変化が見られた。
- ・平休日に関わらず、**幼児や小学生等の増加、アクティビティ種別の増加が見られた。**
- ・**座る需要が見られたが、休日のコンテンツ開催状況によっては座る場所が不足する場合があった。**

### 【交流の創出、滞在時間への効果】

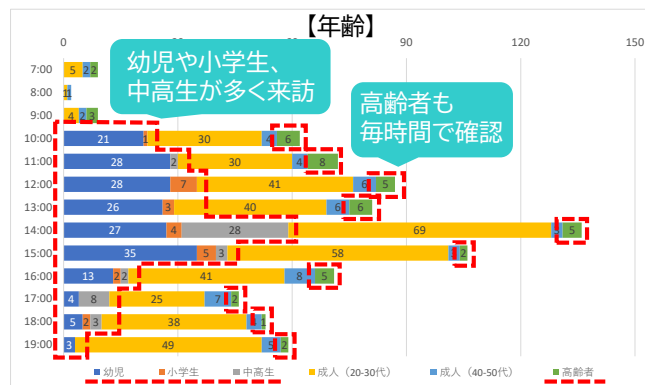
- ・交流体験に関するコンテンツを重点的に行った結果、**約6割の来訪者が『交流を持てた』との回答**
- ・来訪者のうち、**約半数の方は30分以上滞在**

## ■「青葉通仙台駅前エリア」における滞留行動調査(アクティビティ調査)結果

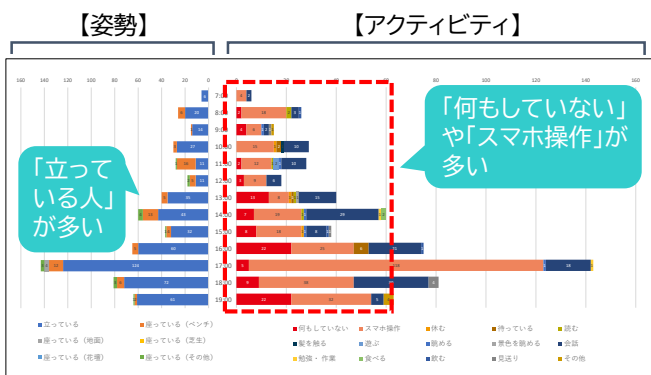
### ①通常(9月4日(日)):利用者属性



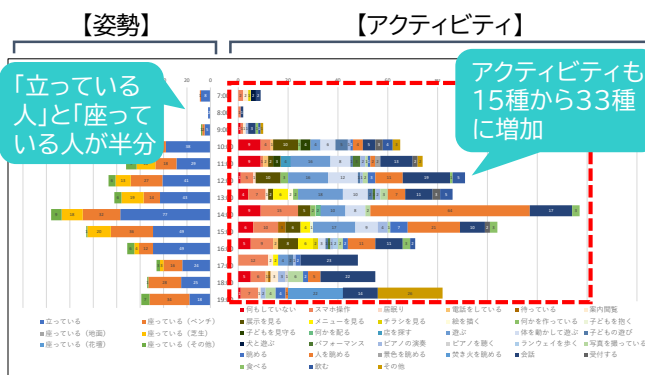
### ②社会実験時(10月2日(日)):利用者属性



### ①通常(9月4日(日)):姿勢-アクティビティ



### ②社会実験時(10月2日(日)):姿勢-アクティビティ



## 視点3 エリア価値向上のために挑戦するエリア

(新たな魅力を生み出す、多様な主体がエリア価値向上のためにビジョンを共有し挑戦する)

### 【若い世代を中心とした多様な主体の関与】

- ・20代~30代で構成した社会実験準備事務局による企画運営、学生を含めた63団体の参加によるコンテンツ実施など多様な主体が関与した。
- ・出展者から「集客のためには期間ごとのコンセプトを明確する&複数出展すること、出展スペースは滞在エリアではなく歩行者動線沿いが良い等」の利活用に対する課題が寄せられた。

### 【エリア価値の向上】

- ・来訪者からは、『くつろげる・休憩できる空間』、『イベント開催』、『飲食』、『ストリートピアノ等のパフォーマンスができる場』、『交流できる場』等が求められている。

### 【隣接建物との関係性】

- ・沿道の一部飲食店舗では、テイクアウト増加、休日の家族連れ、若い世代の来客が増加したことによる**売上げ増加、利用者の増加**が見られた。

## 3. 社会実験の取組み評価

①「交通混雑や実験目的が分かりにくい」という意見もあったが、このエリアの取組みに対する強い関心を引き起こすことができた。

②「青葉通のケヤキ並木」の下、仙台の個性、強みである若い世代を中心とした多様な主体による統一したブランディングに基づくデザイン、空間、交流体験に関するコンテンツやストリートピアノ等の音の演出により、多様な活動、交流、滞在等、新しい魅力を生み出すポテンシャルを確認できた。

③新しい魅力の創出としてさらなる活動、交流、滞在を生み出すには、時間帯、平休日に変化する来訪者属性を踏まえた利活用、居心地の良い空間等の創出が求められる。

④特に若い世代(10代~30代)、市外来訪者を中心に高い評価を得ることができ、「楽しい」、「嬉しい」、「驚き」といった感情により、第一印象として好印象を来訪者に与えたことは、「仙台の顔」となるこのエリアの「表情」を作り出した。

⑤幼児や小学生など、普段来訪しない世代が来訪。高齢者は毎時間で確認。

⑥春、秋など気候の良い時期のみならず、仙台の気候を踏まえ、年間を通して活動、交流、滞在を生み出していく必要がある。

⑦このエリアの取組みは回遊性の起点となるポテンシャルはあるが、回遊性向上については、周辺エリアとの連携が必要。

⑧利活用、管理運営を実施するためには、今回のようにプレイヤーだけでなく、プレイヤーをまとめる、プレイヤー間をつなげる等のコーディネートする立場、ブランディングを含めた企画、デザイン、広報等の役割を担う人材、体制を整えることが必要である。

## 4. ビジョン策定に向けた今後の検討課題

- ・来年度は**将来ビジョン策定**に向け、社会実験の結果を踏まえ、「**求められる機能、空間、規模**」の検討等を行う

- ・ビジョンづくりにあたっては、多様な主体の参画を生み出すため、**将来持続的に取り組みを実施・運営していく担い手を発掘、育成しながら、共に検討を進める**

### ■ビジョン策定にあたって必要な検討課題イメージ

