



Machi Living

ちとせエリアプラットフォーム・千歳市

ちとせ未来ビジョンってなに？

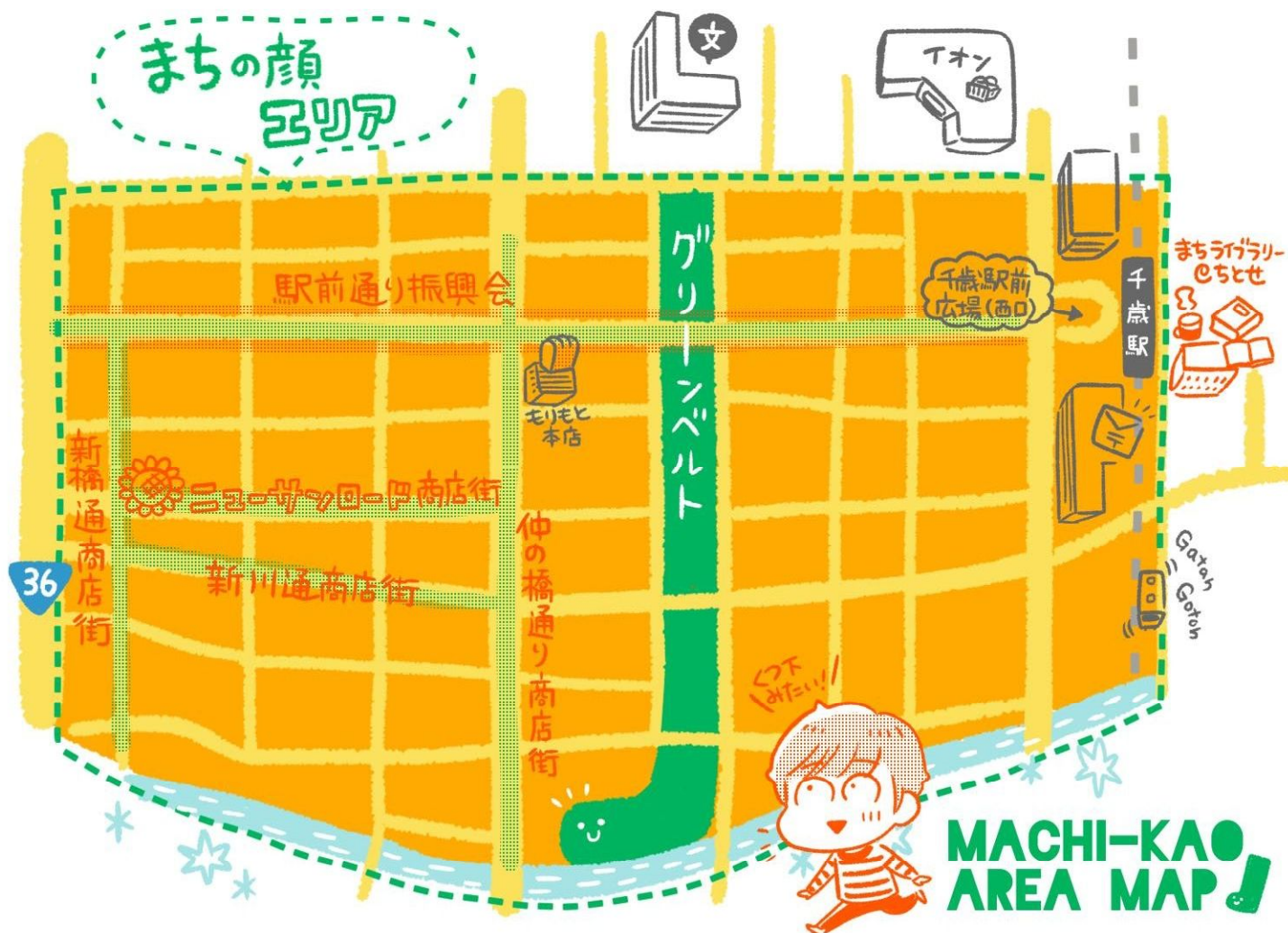
かつて、複数の「商店街」やエスプラザビルにあった「ちとせデパート」などが栄えた中心部は、多くの人が行き交う「まちの顔」と言われていましたが、現在は、人口の増加やライフスタイルの多様化に伴い、郊外に住宅が増えたことで、この場所に訪れる人は年々少なくなり、日常的な活気は見えにくくなりました。

でも、この中心部には個性を持った人たちが日々活動し、もっと魅力的な使い方ができる可能性を秘めた様々な空間資源があり、新千歳空港からの良好なアクセスにより発展したホテルや飲食などの商圈があります。

ちとせ未来ビジョンでは、「まちの顔」についてもう一度しっかりと見つめなおし、時代の変化を捉えて、私たちがこれから目指したい将来像を描きました。

ちとせ未来ビジョンの策定で見えること

- 1みんなで目指す将来像が見える
- 2みんなで取り組む方向性が見える



ちとせ未来ビジョンを
使う皆さん



ゆるやかな
連携

企業、地権者、団体、起業家、行政、住民、学生…あなたの「職」は何ですか？
それぞれの個性が集まり、みんながフラットな関係で連携していけば、それは大きな力になります。
みんなで未来ビジョンに向かって、もっとワクワクするエリアにしていませんか？

＼あらためて／

ちとせって どんなまち？

人口10万人のまち

北海道で一番若く、人口が伸びているまち
平均年齢は44.3歳、北海道で一番若い。
人口は97,950人で、増加率は道内市部
で第1位。※令和2年国勢調査



農業のまち

農業産出額は石狩管内一を誇っており、
小麦や小豆・大豆、てん菜などが大規模に
生産されているほか、ブロッコリー、キャツ、
かぼちゃ、大根などの様々な野菜も栽培されて
います。また、鶏卵産出額については道内一位
となるなど、酪農・養豚・養鶏等の畜産業も盛
んに行われています。

水のまち

支笏湖を源とする千歳川は、ナイベツ川湧水と
合わさり、まちなかを流れています。
支笏湖の水質は2018年度まで11年連続で日
本一。ナイベツ川湧水は昭和60年に環境庁(現
環境省)から名水百選に認定。現在も良好な環
境に恵まれ、千歳川は清澄で豊かな水をたたえ
続いています。

まちなか

- ・中心市街地
- 千歳のまちの顔
- ・グリーンベルト
- 千歳川など資源が立地



空港のまち

北海道の空の玄関口である新千歳空港は、
令和元年の年間乗降客数(コロナ前)が
約2,460万人で
6年連続で過去最高を更新。
まちの中心部から空港まで車で
約10分。
市民も観光客も
とっても便利。



ちとせって
横に長いんだっ!!



企業のまち

11の工業団地には、270社を超える企業が立地
し、自動車、半導体、物流、研究施設
など、多岐にわたる生産・流通拠点を形成。食
品・飲料メーカーの工場も多く立地し、
「おいしさ千歳産」として、スイーツなど
さまざまな製品が生産されています。



自衛隊の まち

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、
3つの自衛隊がまちにあります。
通勤などで、迷彩服の隊員が
まちなかを歩いている...
なんてことも日常風景。



2

まちのエリアを 見つめよう

実証実験から見えたもの

1秋のアウトドアイベント

- ▶ グリーンベルトで初めてとなる焚き火を使ったイベントを企画してみた
- ・ 焚き火を使った有料体験で、大きな収益を上げることができた
- ・ テントや椅子などキャンプ用品で空間演出することにより、居心地アップにつながった
- ・ 61.6%の方がグリーンベルトを日頃利用していないことがわかった



2冬のお試しプロジェクト

- ▶ 3つの同時期のイベントを連携して情報発信してみた
- ・ SNS では共通のハッシュタグを付けて相互に協力して発信すると、情報発信力が向上した

3空と川の OUTDOOR*FESTIVAL

- ▶ 市内最大の集客力を誇る航空祭とコラボしたイベントを企画してみた
- ・ 同時期の別々のイベントでも「開催日」「テーマ」などを合わせて連携して開催することで大きな収益を上げることができた。
- ・ 道路や歩道を上手く活用すると、滞在時間の延長や居心地良い空間づくりにつながることもわかった
- ・ イベント周辺のお店まで回遊を促すには、新たな仕掛けやイベントの継続が必要であることがわかった



4CHITOSE RIVER SAUNA

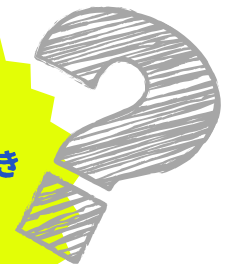
- ▶ 千歳川を水風呂にしたサウナ体験を企画してみた
- ・ エリアプラットフォームから派生したアクションチームの組成で能動的に企画・実施できた
- ・ 千歳川のサウナ体験は、「日常的な賑わい」「滞在時間の延長」「魅力アップ」につながることもわかった



◎上記から浮かび上がったエリアの課題

- ・ まちの顔としての「魅力の向上」「日常的な賑わい」の創出
- ・ エリアにあるグリーンベルトや千歳川などの「まちの資源」の有効活用
- ・ エリアに関わる人たちが一致団結して取組む機運の醸成(「心がけ」や「仕組み」の整理)
- ・ 主体的にまちづくりに取り組む「人材の獲得」

これらのことに
向き合い
私たちが目指すべき
将来像とは？



未来ビジョンの実現に向けた取組

誰でもまちづくりに参画し
絆を育てていくエリア

人づくり

シビックプライド(まちに対する誇りや愛着に留まらず、自らまちを良くしていこうとする自負心)を持ち、率先してまちのために活動していく”人たち”は、まちづくりの大きな資源となります。シビックプライドを持った人を一人でも多く増やしていくためには、「互酬性」や「信頼性」を大切にしたコミュニケーションにより「絆」を育むことが重要で、このような絆を育みながら、連携し持続的なまちづくりが行われるエリアを目指します。

グリーンベルトや千歳川の
資源を活用して
楽しみと出会うエリア

空間資源の活用

エリアには、グリーンベルトや千歳川、道路などの「公共空間」、空き地や空き店舗などの「民間不動産」など、様々な空間資源があります。これらの空間資源を柔軟に活用し、地域と時代のニーズに対応したコンテンツを創出することで、市民や来訪者の滞在や滞留を促し、様々な「楽しみ」を呼び起こすエリアを目指します。

交流とコミュニケーションの
拠点となり
経済の活性化につなげるエリア

日常的な賑わい

経済の活性化なくしてエリアの活性化は実現できません。このエリアには日常的な集客力やエリアの価値を高めるような機能が不足しているため、このままでは有効な民間投資の可能性が少なく、エリアの活性化は期待できません。エリアに「新しい価値」や「魅力とにぎわい」を創出するような「人の活動が見える拠点」をつくることで民間投資が誘発され、エリアの価値が高まり、さらなる民間投資につながる、そのような循環をつくることで、日常的なにぎわいがある経済の中心となるエリアを目指します。

短期 ...検討や実証実験などを始め、3年以内に取り組んでいくもの
中期 ...検討や実証実験などを始め、6年以内に取り組んでいくもの
長期 ...検討や実証実験などを始め、10年以内に取り組んでいくもの

シビックプライドの醸成

(例)ロゴの作成やキャンペーンの実施

短期

人材の発掘、確保、育成とその仕組みづくり

(例)エリアマネジメント組織の設立

短期

テーマや対象、場の長を活かした、日常使いを高めるコンテンツの充実

(例)グリーンベルトや千歳川における
ピクニック・デイキャンプの推奨

短期

連携した催し、取組の推進

(例)既存イベントとのコラボ開催

短期

遊休不動産の活用

(例)空き地の活用や空き店舗のリノベーション

短期

多機能化

(例)まちなか居住の推進、オフィスの誘致など

短期

観光客や若い世代が交流できる場づくり

(例)エリア内での滞留拠点の整備

中期

居心地の良い空間、日常的な活動の場づくり

(例)交流スペースの整備

長期

歩いて楽しい
回遊したくなるエリア
ウォークブル
(歩行者中心)
なまちなか

都市空間を、従来の“車中心”から“人中心”のウォークブルな空間に転換していくことは、人々が安全・快適に滞在できる空間を確保するのみならず、近隣商業の売上げ上昇、地価の上昇といった都市経営面の効果、さらには子どもが安心して遊び過ごすことができる場の創出、災害時の一時避難所や避難経路の確保など、多面的な効果を生み出します。このように、快適な歩行空間の創出は、様々な面でエリアの活性化につながることを期待できることから、車でアクセスしやすい環境にも配慮しながら、ウォークブルなエリアを目指します。

情報を通して多様な人と
まちがつながるエリア
効果的な
情報発信

エリアの魅力を高め、持続可能なまちづくりを進めるためには、メディアの特性や情報訴求の流れを理解し、的確なプロモーションを行うなど、戦略的かつ効果的な情報発信が不可欠です。また、このようなプロモーションを行いながら、エリアと長く深くつながり、エリアの魅力を代弁して周囲に広めてくれるファンを増やしていくことも重要なことです。伝えたい情報に応じてターゲットを明確にし、多様なメディアや媒体を活用しながら、閲覧数や拡散性を高め、質の高い情報を継続的に発信することで、多様な人とまちがつながるエリアを目指します。

デザイン性高く
統一感のある景観づくり
(例)1階部分のガラス張り化

中期

歩行者ネットワークの充実
(例)歩行者空間の拡大

中期

情報発信の工夫
(例)媒体、対象、連携を意識した周知

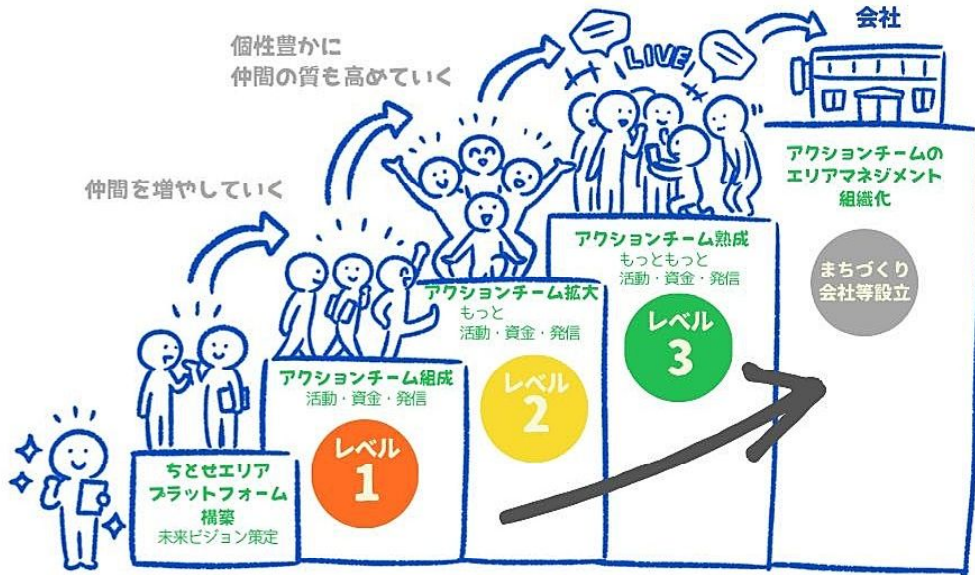
短期

この取組を
進めるために
必要なことは？



取組を進めるための“仕組み”

- 1 エリアプラットフォームから派生する実行部隊「アクションチーム」をつくる。
- 2 アクションチームは、活動内容を考え、資金を集め、市内外の人に情報発信を行う。
- 3 情報発信を通じて、チームに加わりたいメンバーも募り、チームを強化していく。
- 4 チームの強化により、活動内容・資金集め・情報発信も強化していく。
- 5 以上のプラスのサイクルを通じて、質・量のレベルアップを目指す。
- 6 将来的には、民間によるエリアマネジメント団体(まちづくり会社など)の設立を目指す。



■ちとせエリアプラットフォームメンバー(令和4年12月現在)

- ・千歳商工会議所
- ・一般社団法人 千歳青年会議所
- ・千歳市商店街振興組合連合会
- ・公立千歳科学技術大学 地域連携センター
- ・公立千歳科学技術大学 学生
- ・一般社団法人 千歳観光連盟
- ・えき まち空間ワークショップ
- ・おしごと部ちとせ
- ・千歳高等学校 3年3組国際教養科
- ・北海道エアポート株式会社

取組を進めるための“心がけ”

1 継続中の取組は、“連携”しよう

エリア内の活動は、バラバラに取り組むのではなく、「開催日」「テーマ」「ロゴ」「ターゲット」などを共通させることで、一体感や相乗効果が期待できます。また、周知についても、共通のハッシュタグなどを使いみんなで発信することで、情報発信力が高まります。

2 エリアの資源を活用して、新しい“使い方”をしてみよう

エリアの中には、グリーンベルトや千歳川などの貴重な資源があります。これらの資源を有効に活用するために、新しい視点や発想を取り入れて、新たな使い方をすることにより、稼げる空間や楽しい空間を創ることができエリアの魅力が高まります。

3 居心地よく過ごせる空間を“デザイン”しよう

誰でも気軽にゆっくり過ごせる居心地の良い場所があると、自然に交流とコミュニケーションの場が生まれます。椅子やテーブル、テントやタープなどを使うことで、景観に合った居心地の良い空間づくりに繋がります。

4 市が推し進めている大きな取組と“リンク”させよう

例えば市では脱炭素社会の実現に向けて、2050年までに温室効果ガス排出量を実質ゼロにする「千歳市ゼロカーボンシティ」の実現を目指すことを宣言しました。市の方針に沿って各種取組を進めることで一体的なまちづくりが進みます。

- ・まちライブラリー@ちとせ
- ・(個人)チトセコ・CLEANGO
- ・(個人)イロイロリビング
- ・(個人)千歳音楽協会
- ・(個人)千歳ソラのまちづくり委員会
- ・千歳市