

中心市街地における事業者アンケート調査

報告書

平成30年1月

旭川商工会議所

目 次

I. 調査概要

1. 調査目的
2. 調査項目
3. 調査対象
4. 調査期間
5. 調査方法
6. 回収状況
7. 報告書の注意点

II. アンケート調査結果

- (1) 業種
- (2) 経営組織
- (3) 従業員数
- (4) 代表者の年齢
- (5) 営業年数
- (6) 加入商店街等
- (7) 西武旭川店閉店による売上状況の変化
 - (7-1) 売上の増加幅
 - (7-2) 売上の減少幅
- (8) 西武旭川店閉店による影響
- (9) 西武旭川店閉店に伴い独自に行なった対応策の有無
 - (9-1) 実施した対応策
- (10) 今後重点を置く経営方針・販売促進
- (11) 経営上の課題
- (12) 今後も今の場所又は商店街で商売を続けていると思うか
 - (12-1) 続けていると「思う」理由
 - (12-2) 続けていると「思わない」理由
- (13) 地域コミュニティや他の商店街組織等との連携状況
- (14) 連携状況の理由
- (15) 中心市街地活性化を図るために必要だと思う取り組み
- (16) 支援機関への要望

I. 調査概要

1. 調査目的

今後、中心市街地活性化に向け様々な取り組みを行うにあたり、中心市街地の商業者に対し、各店舗の業況、大型店による影響、商店街等との連携状況についての意見・要望を伺い、今後の事業等の参考にするため、アンケート調査を実施する。

2. 調査項目

中心市街地の各店舗の業況、大型店による影響、商店街等との連携状況について調査

3. 調査対象企業

中心市街地活性化基本計画で定めている中心市街地区域の商工会議所会員企業369社
(小売業、卸売業、飲食業、旅行業、宿泊業等)

4. 調査期間

平成29年10月～12月

5. 調査方法

郵送配布・FAX回収

6. 回収状況

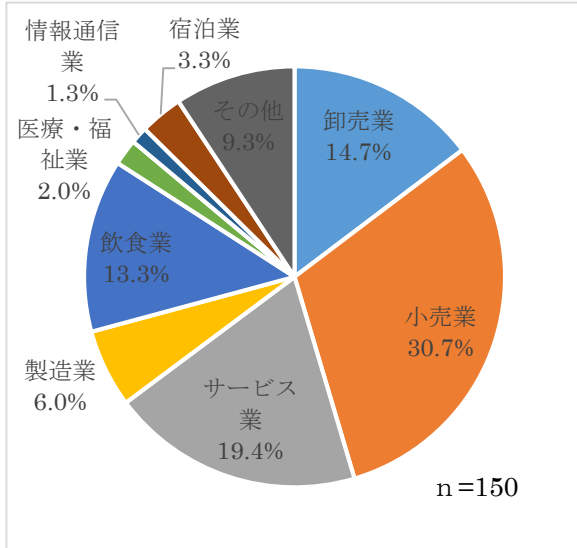
対象事業所369件の内、150件から回答があり、回収率は40.7%となった。
なお、調査にあたっては、FAX及び電話催促により回答率の向上に努めた。

7. 報告書の注意点

- (1) 調査結果の数値は、回答数(件)及び回答率(%)で示している。
- (2) 図表中nとは、回答事業所数のことである。
- (3) 百分率は小数点第2位を四捨五入し、小数点第1位まで表示した。
- (4) 複数回答の設問の構成比は(回答数÷回答事業所数)として算出したため、各回答の構成比の合計は100%にはならない。

II. アンケート調査結果

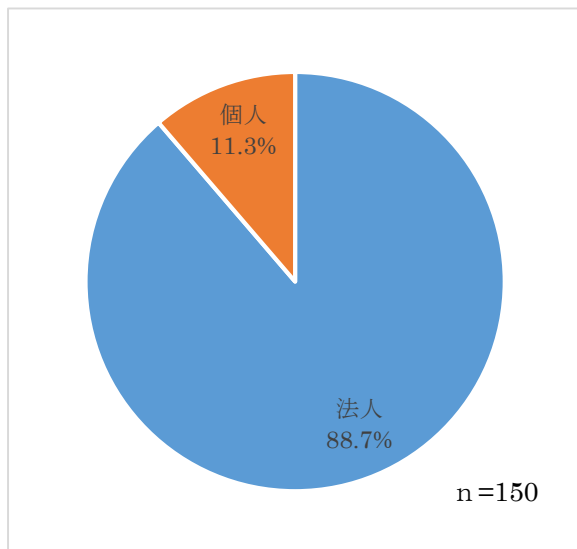
問1 業種についてお答えください。【回答事業所数150社】



No.	カテゴリー名	回答数	構成比
①	卸売業	22	14.7%
②	小売業	46	30.7%
③	サービス業	29	19.4%
④	製造業	9	6.0%
⑤	飲食業	20	13.3%
⑥	医療・福祉業	3	2.0%
⑦	情報通信業	2	1.3%
⑧	宿泊業	5	3.3%
⑨	その他	14	9.3%
	合計	150	100.0%

回答事業所の主要業種は、「小売業」が30.7%で最も比率が高く、次いで「サービス業」が19.4%、「卸売業」が14.7%となっている。

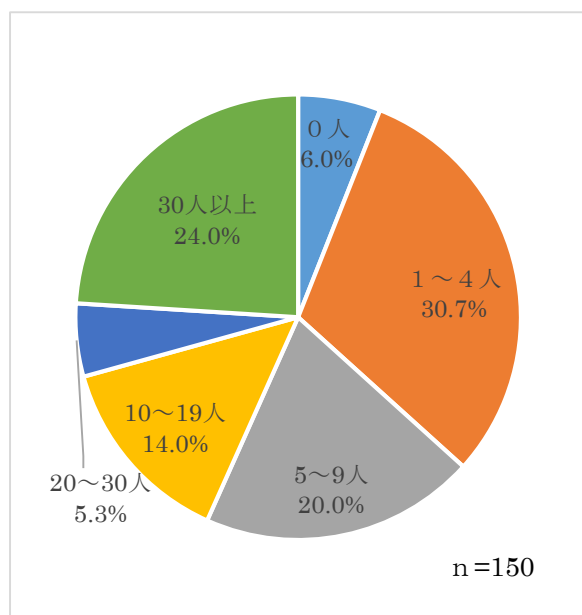
問2 経営組織についてお答えください。【回答事業所数150社】



No.	カテゴリー名	回答数	構成比
①	法人	133	88.7%
②	個人	17	11.3%
	合計	150	100.0%

回答事業所の経営組織は、「法人」が88.7%、「個人」が11.3%であった。

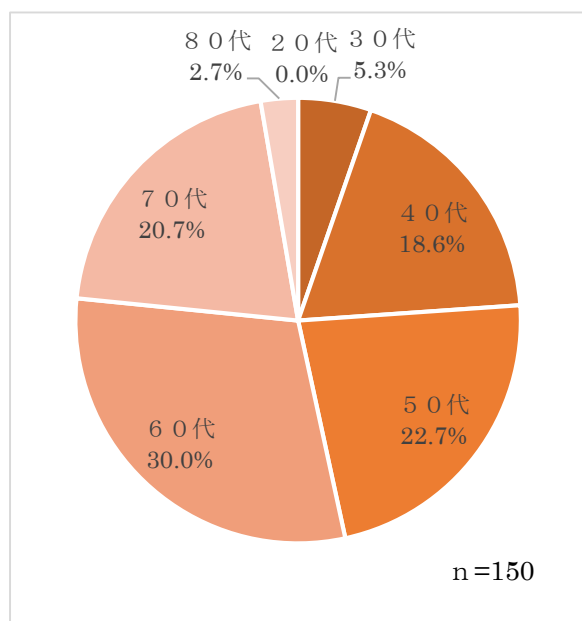
問3 従業員数（パート・アルバイト含む）についてお答えください。【回答事業所数150社】



No.	カテゴリー名	回答数	構成比
①	0人	9	6.0%
②	1~4人	46	30.7%
③	5~9人	30	20.0%
④	10~19人	21	14.0%
⑤	20~30人	8	5.3%
⑥	30人以上	36	24.0%
	合計	150	100.0%

回答事業所の従業員数（パート・アルバイト含む）は、「1~4人」が30.7%で最も比率が高く、次いで「30人以上」が24.0%、「5~9人」が20.0%となっている。

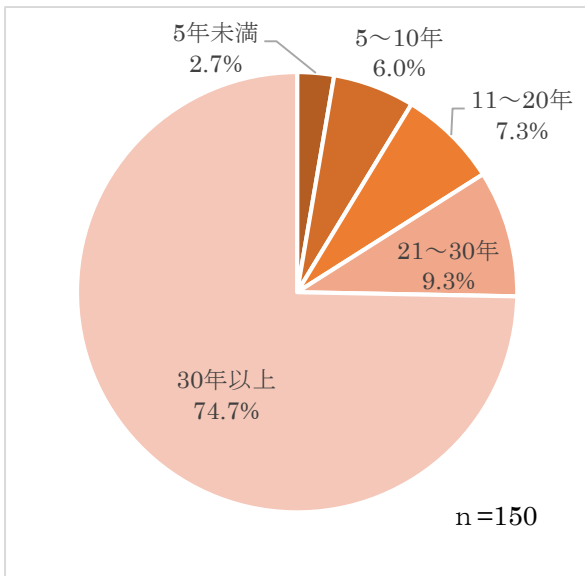
問4 現経営者（代表者）の年齢についてお答えください。【回答事業所数150社】



No.	カテゴリー名	回答数	構成比
①	20代	0	0.0%
②	30代	8	5.3%
③	40代	28	18.6%
④	50代	34	22.7%
⑤	60代	45	30.0%
⑥	70代	31	20.7%
⑦	80代	4	2.7%
	合計	150	100.0%

代表者の年齢は、「60代」が30.0%と最も比率が高く、次いで「50代」が22.7%、「70代」が20.7%となっている。50代以上の代表者が7割以上を占めている。

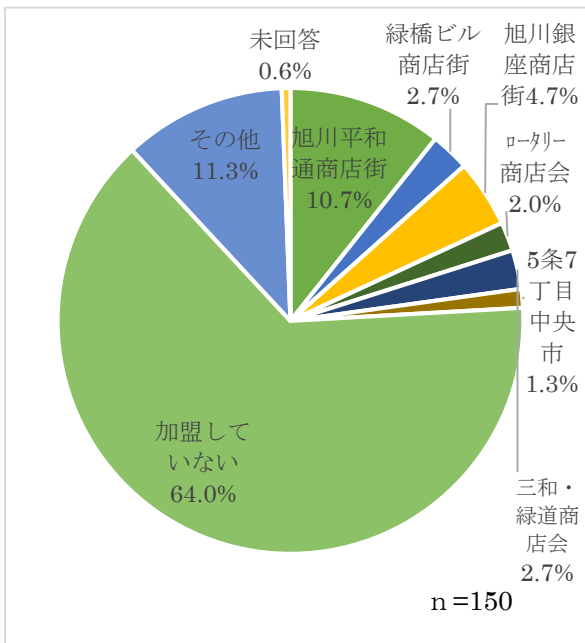
問5 営業年数についてお答えください。【回答事業所数150社】



No.	カテゴリー名	回答数	構成比
①	5年未満	4	2.7%
②	5~10年	9	6.0%
③	11~20年	11	7.3%
④	21~30年	14	9.3%
⑤	30年以上	112	74.7%
	合計	150	100.0%

営業年数は「30年以上」が74.7%で最も比率が高く、次いで「21~30年」が9.3%、「11~20年」が7.3%となっている。

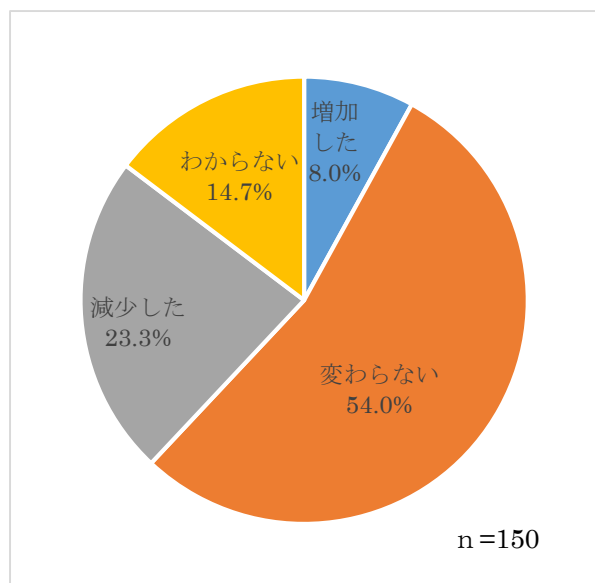
問6 加入している商店街等についてお答えください。【回答事業所数150社】



No.	カテゴリー名	回答数	構成比
①	旭川平和通商店街	16	10.7%
②	緑橋ビル商店街	4	2.7%
③	旭川銀座商店街	7	4.7%
④	ロータリー商店会	3	2.0%
⑤	三和・緑道商店会	4	2.7%
⑥	5条7丁目中央市	2	1.3%
⑦	加盟していない	96	64.0%
⑧	その他	17	11.3%
⑨	未回答	1	0.6%
	合計	150	100.0%

加入している商店街等については、「加盟していない」が64.0%と最も比率が高く、次いで「その他」が11.3%、「旭川平和通商店街」が10.7%となっている。加盟していない事業所が6割以上を占める結果となった。

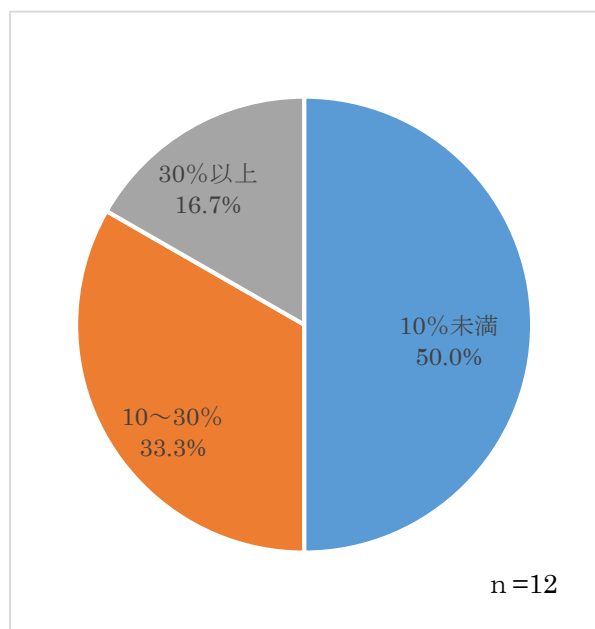
問7 平成28年9月に西武旭川店が閉店し、1年が経過しました。閉店前と比較した現在の貴店の売上状況についてお答えください。【回答事業所数150社】



No.	カテゴリー名	回答数	構成比
①	増加した	12	8.0%
②	変わらない	81	54.0%
③	減少した	35	23.3%
④	わからない	22	14.7%
	合計	150	100.0%

西武旭川店閉店前と比較した現在の売上状況については、「変わらない」が54.0%と最も比率が高く、次いで「減少した」が23.3%、「わからない」が14.7%、「増加した」が8.0%となっている。

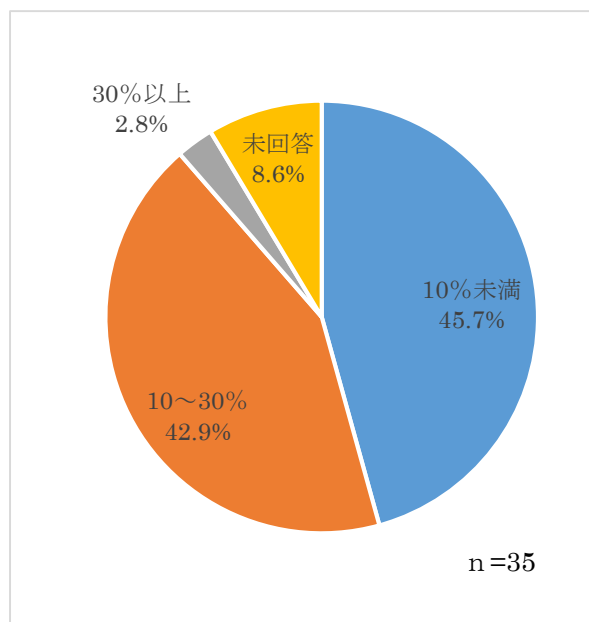
問7-1 「増加した」と答えた事業所へお伺いします。売上の増加幅についてお答えください。【回答事業所数12社】



No.	カテゴリー名	回答数	構成比
①	10%未満	6	50.0%
②	10～30%	4	33.3%
③	30%以上	2	16.7%
	合計	12	100.0%

「増加した」と回答した12社に売上の増加幅を尋ねたところ、「10%未満」が50.0%と最も比率が高く、次いで「10～30%」が33.3%、「30%以上」が16.7%となっている。

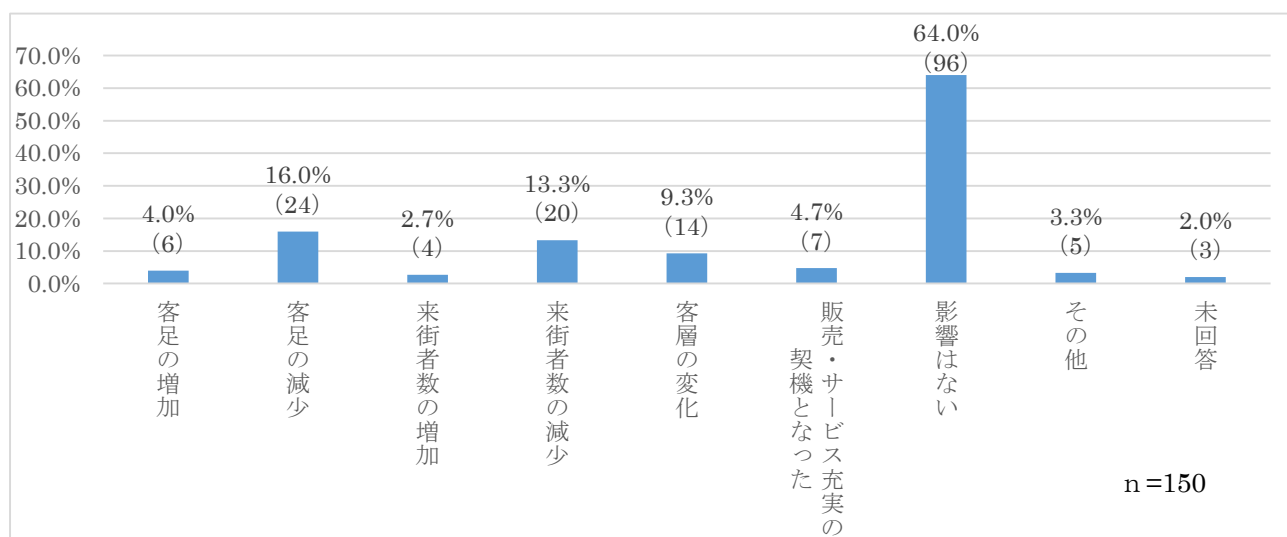
問7-2 「減少した」と答えた事業所へお伺いします。売上の減少幅についてお答えください。【回答事業所数35社】



No.	カテゴリー名	回答数	構成比
①	10%未満	16	45.7%
②	10~30%	15	42.9%
③	30%以上	1	2.8%
④	未回答	3	8.6%
	合計	35	100.0%

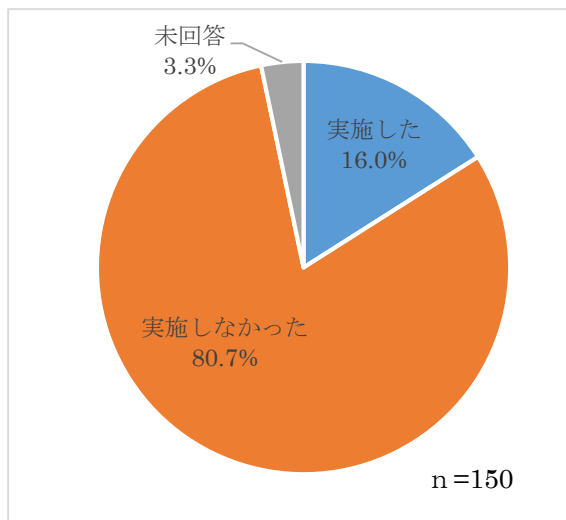
「減少した」と回答した35社に売上の減少幅を尋ねたところ、「10%未満」が45.7%と最も比率が高く、次いで「10~30%」が42.9%、「30%以上」が2.8%となっている。

問8 西武旭川店が閉店したことによって、貴店はどのような影響があったと考えられますか。(複数回答可)【回答事業所数150社/回答数179】



西武旭川店が閉店したことによって、どのような影響があったかについて150社に尋ねたところ、回答が179あり、「影響はない」が64.0%と6割以上を占め、次いで「客足の減少」が16.0%、「来街者数の減少」が13.3%となっている。

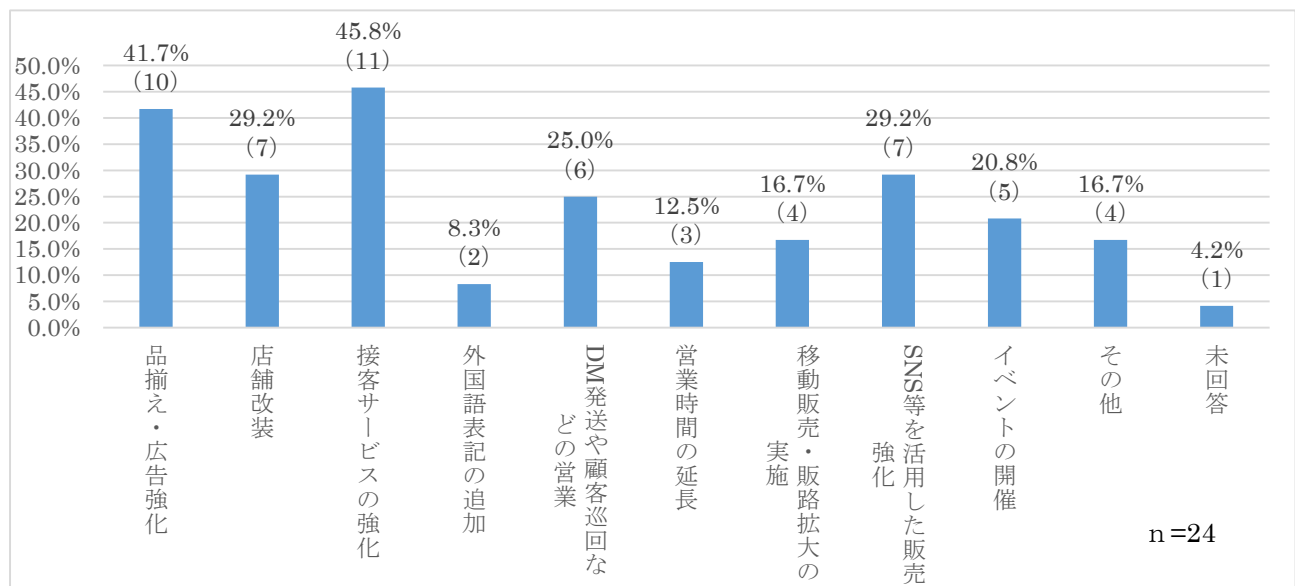
問9 西武旭川店閉店に伴い、貴店が顧客を取り込むために独自に行なった対応策はありましたか。【回答事業所数150社】



No.	カテゴリー名	回答数	構成比
①	実施した	24	16.0%
②	実施しなかった	121	80.7%
③	未回答	5	3.3%
	合計	150	100.0%

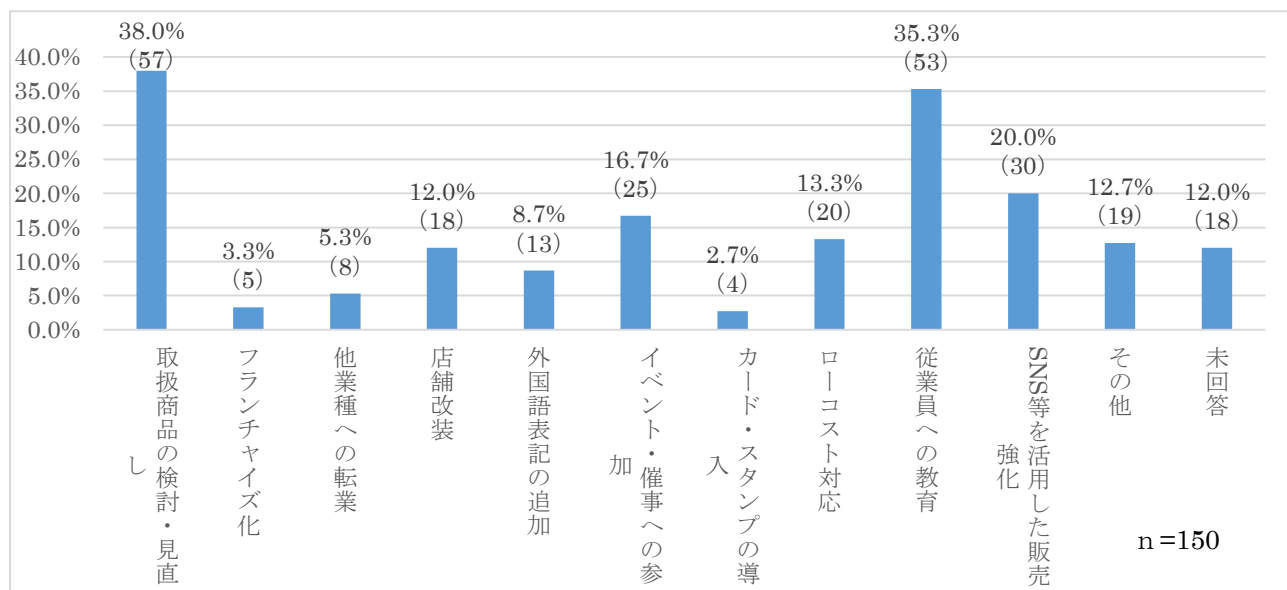
西武旭川店閉店に伴い、対応策を「実施しなかった」回答が80.7%と大半を占め、「実施した」回答は16.0%に留まった。

問9-1 「実施した」と答えた事業所へお伺いします。独自に行なった対応策はありましたか。(複数回答可)【回答事業所数24社/回答数60】



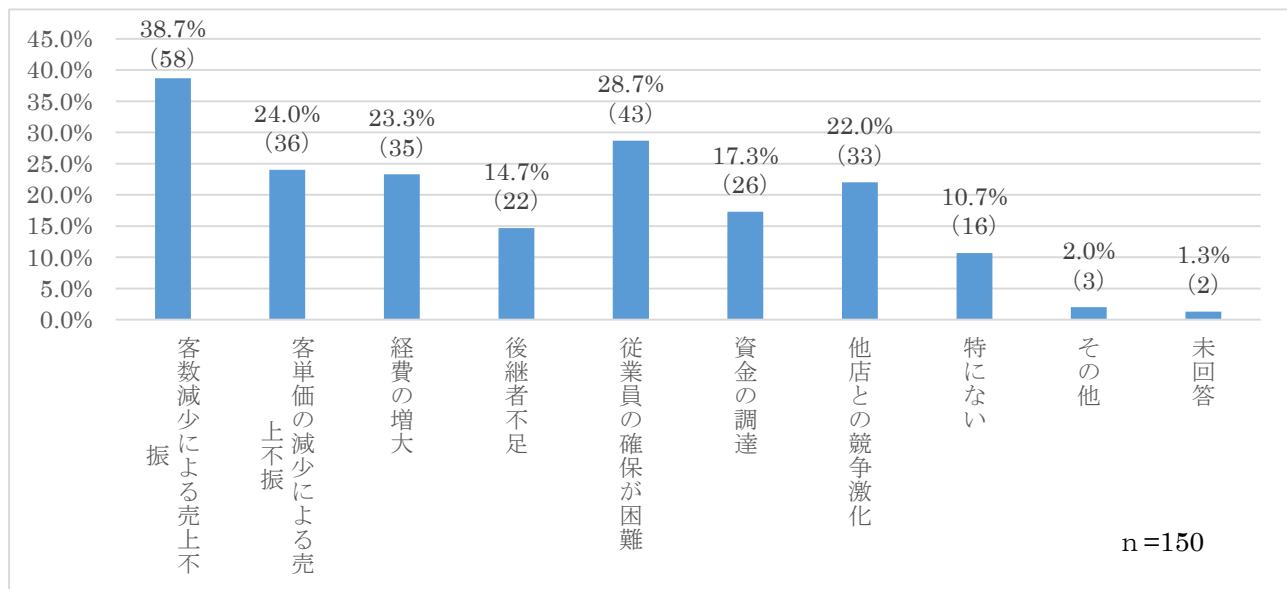
西武旭川店閉店に伴い、対応策を「実施した」と回答した24社に独自に行なった対応策を尋ねたところ、回答が60あり、「接客サービスの強化」45.8%、「品揃え・広告強化」41.7%が対応策の上位となっている。

問10 今後特に力を入れようと考えている経営方針・販売促進がありましたらお答えください。(複数回答可)【回答事業所数150社/回答数270】



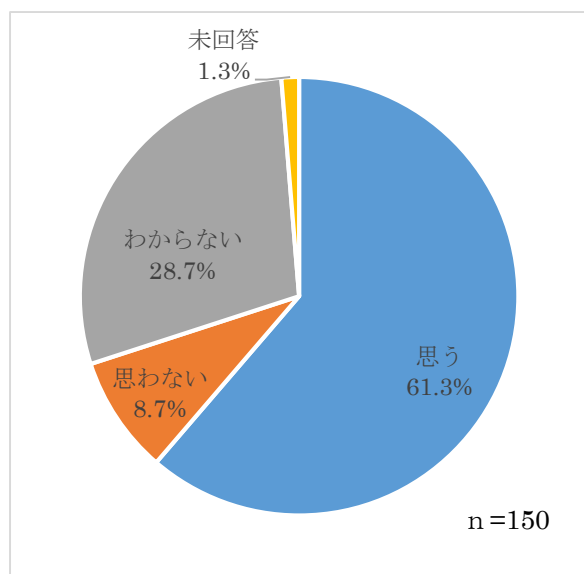
今後特に力を入れようと考えている経営方針・販売促進としては、「取扱商品の検討・見直し」が38.0%、「従業員への教育」が35.3%と経営方針・販売促進の上位となっている。

問11 貴店の経営上の課題は何ですか。(複数回答可)【回答事業所数150社/回答数274】



経営上の課題を尋ねたところ、「客数減少による売上不振」が38.7%と最も比率が高く、次いで「従業員の確保が困難」が28.7%、「客単価の減少による売上不振」が24.0%となっている。

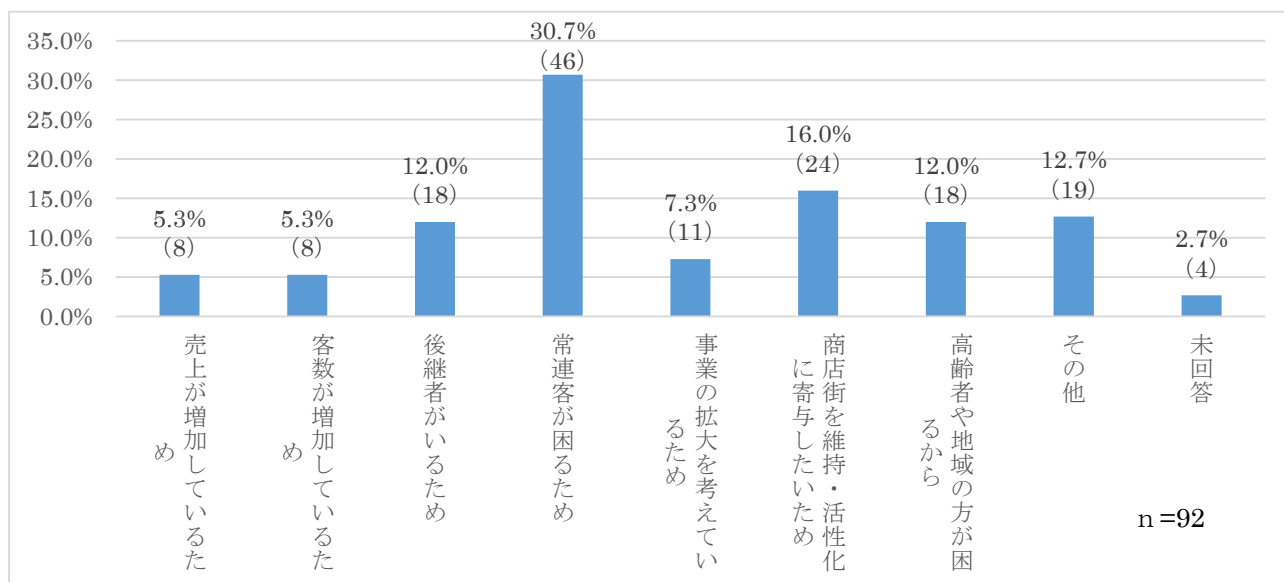
問 1 2 今後も今の場所又は商店街の中で商売を続けていると思いますか。【回答事業所数 1 5 0 社】



No.	カテゴリー名	回答数	構成比
①	思う	92	61.3%
②	思わない	13	8.7%
③	わからない	43	28.7%
④	未回答	2	1.3%
	合計	150	100.0%

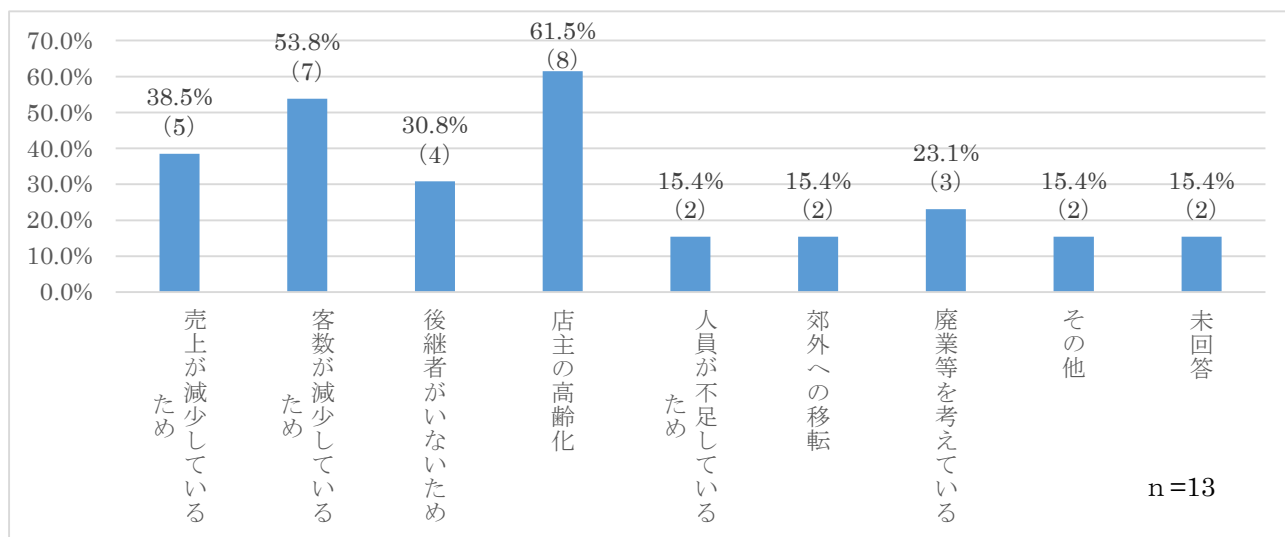
今後も今の場所または商店街の中で商売を続けているかという問いに対して「思う」が 61.3%と半数以上を占め、次いで「わからない」が 28.7%、「思わない」が 8.7%となった。

問 1 2-1 「思う」と答えた理由をお答えください。(複数回答可)【回答事業所数 9 2 社/回答数 1 5 6】



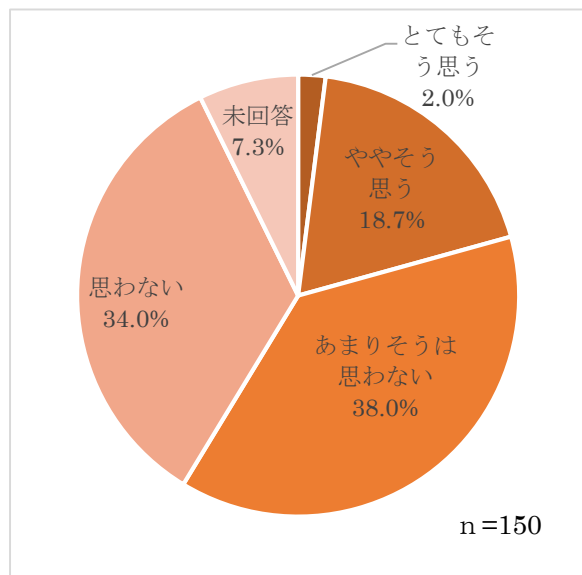
今後も今の場所または商店街の中で商売を続けていると「思う」と回答した 92 社に理由を尋ねたところ、回答が 156 あり、「常連客が困るため」が 30.7%、「商店街を維持・活性化に寄与したいため」が 16.0%と理由の上位となっている。

問1 2-2 「思わない」と答えた理由をお答えください。(複数回答可)【回答事業所数13社/回答数35】



今後も今の場所または商店街の中で商売を続けていると「思わない」と回答した13社に理由を尋ねたところ、回答が35あり、「店主の高齢化」が61.5%、「客数が減少しているため」が53.8%と理由の上位となっている。

問1 3 商店街や各店舗で、地域のコミュニティや他の商店街組織等と連携がとれていると思いますか。【回答事業所数150社】



No.	カテゴリー名	回答数	構成比
①	とてもそう思う	3	2.0%
②	ややそう思う	28	18.7%
③	あまりそうは思わない	57	38.0%
④	思わない	51	34.0%
⑤	未回答	11	7.3%
	合計	150	100.0%

商店街や各店舗で、地域のコミュニティや他の商店街組織等と連携がとれていると思うか尋ねたところ、「あまりそうは思わない」が38.0%、「思わない」が34.0%と連携がとれていないと思っている事業所が7割以上を占めている。

問14 問13で選んだ番号の理由をお書きください。(自由記述)

【連携が取れていると思う理由】

- ・これからの若い経営者に期待しているため。
- ・近隣の町内会と合併したため。
- ・地域における同業協会へ加盟したため。
- ・全く孤立して独自でやっている店舗と商店街を活性化しようと思っている店舗とはっきりと分かれている。
- ・会報を見る限りではそう思っている。
- ・イベントを実施しているため。
- ・町内会の世話役をしているから。
- ・地域にて(組織)で活性化のため努力している。
- ・地元業者が業績不振や後継者がいないなど減少傾向にあり、組織としての連携が薄れているがまだまだ活性化を図る余地はある。
- ・商店街での人的交流がある。
- ・地元の店舗の元気の良さが伝わって欲しい。
- ・地域住民との対話。ボランティア参加(清掃活動、除雪活動、花壇整備)。
- ・もう少し買物公園、銀座通商店街全体でのイベント等の実施を増やしてほしい。
- ・近隣との連携はとれていると思うので。
- ・地域に根ざした会社として、水くみ場や、年に1度の町内会向けの催しを行っているため。
- ・買物公園、銀座など各エリア毎の情報発信(小冊子、web等)、イベント開催による地域コミュニティ内の交流促進については着実な動きが見られ一定の成果が上がっているのではないのでしょうか。
- ・町内会と商店会が協力し合っている。
- ・地域と密着・連携しなければならない歴史的な歩みを続けているため。

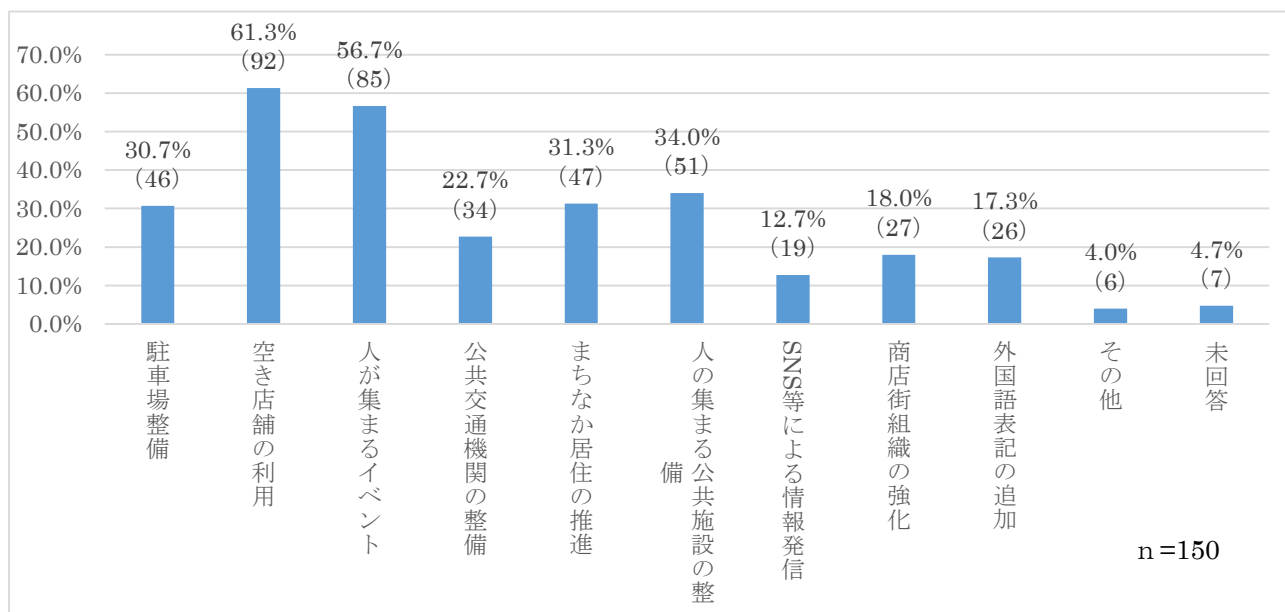
【連携が取れていないと思う理由】

- ・町内会以外では、商店街からはイベントの寄付集めにしか来ない。
- ・何もしていないので何も生まれない。
- ・平和通、駅前でもっとイベントがあってもよい。各企業に協賛を募るべき。銀座も活性化するはず。
- ・私共は菓業協同組合の組織に加入し、その席で情報交換等をしておりますので地域的问题是有りません。年1回開催の商工部会には、もっと各商店街の役員に出席していただき事前にアンケートを配布し、当日発表すると良いと思います。
- ・同業者の減少、異業種化が進み、また道内の小売店の減少が進み課題が多い。
- ・商店街組織等に加盟していないため。
- ・実感がないため。
- ・周りに商店がなくなっていて、地域とのコミュニケーションもなくなっているため。
- ・特に交流がみられないため。
- ・保険業なので関係はないため。

- ・どの組織にも属さずやってきたため。
- ・今や商店街での活動でお客様をキープする事は難しい。個人消費が多い中、お客様の思考を掴むべき。
- ・今までは、商店街との連携がとれていなかったが、年明け以降商店街との顔合わせを実施したので、今後連携を取っていく予定。
- ・行政主導でしか動いていない気がする。参加してみたがやる気が感じられずデメリットしかないような気がした。
- ・イベントがあっても盛り上がり欠けているように思うので。
- ・買物公園は形骸化している。中心街ゾーンとして、お客様の回遊性を高める施策を市が積極的にデザインする必要がある。楽しめる、発見する喜びを感じられる街創り顧客の利便性が第一！そのインフラが見通せば、後は商業者が独自に対応力を出せば良い。
- ・商店街組織に加入していないので、良くわかりません。商店街組織自体が、機能しているのでしょうか？
- ・情報として入ってこないから。
- ・昔からこの場所（住宅街）で営業しているので商店街組織等と連携等々のかかわりがなく、個人でしている。
- ・職種にもよりますが、買物公園に商業施設が少なくなったのがとても淋しいと思います。
- ・活動が余り目立たず、積極的な取り組みがなされている実感が無い。
- ・色々な活動が行われていると思うが、あまり一般へ伝わっていないことが多いと思われる。
- ・特に何かを一緒にやったことがない。
- ・商店街組織が今もあるのか分からない。近くは飲食店（チェーン店）が多く車で来て車で帰る人達が多く客足が増加しない。呼びかけもない。
- ・家賃が高い、街に人が集まらない。
- ・銀座には、商店街の他に当店が入っている銀座広小路という会があり、その2つの連携がもっと良くなればこの地域全体として盛り上がると思う。
- ・連携とれてないですよね・・・？
- ・商店街に加入している個店が減少している。資金不足、人材難等、問題が山積みしている。
- ・商店街自体が新しい事への挑戦等の意欲なし。
- ・商店街に加盟していないので良く解らない。
- ・つながりがない。そのような誘いがない。
- ・情報の共有化ができていない。統一したイベントなどが無い。
- ・目に見えてわかるものが特にない。
- ・何の会合もないから連携の取りようがない。
- ・自商店街の活動は総会の時に知る。他商店街の情報はまったくない。
- ・買物公園の5条、6条、7条等の活性化がとりざたされているが、打つ手無しの状態に見える。この間も花月会館が破産してしまった。
- ・商店会の方達も高齢化のため。
- ・フランチャイズゆえに連携が必要ないので。
- ・地域での人間関係がない。町内会も高齢で、誰も活動していない。

- ・全く誘いもない。自らも働きかけず、自助努力に全力。全国チェーン組織を利用。特に北海道支部組織の連携、情報、教育、商品販促情報を大切にする。
- ・地域のコミュニティも商店街組織にも属した事がないので。
- ・地域や組織と連携をとる活動そのものをしていないから。
- ・商店街組織に加盟していません。町内活動への参加もありません。
- ・移転後、5年、地域住民の高齢化、町内会の不活発化など交流がない。
- ・商店街ぐるみでイベント等を行って各商店街が成功に向かって努力しているようには思えない。
- ・まちゼミの様な企画には参加しているが、それ以外での交流がないので詳しくはわかりませんが、活性化に向けた連携がとれているようには感じない。連携したところで何をすれば良いかという根本的な問題があるのではないのでしょうか？

問15 現在、中心市街地活性化に関する動きとしては、市が新たな中心市街地活性化基本計画の素案についてパブリックコメントを実施したほか、市、商工会議所、商店街等で構成されている中心市街地活性化協議会の分科会において、各エリア（買物公園・銀座・常盤など）ごとに意見交換を行い、それぞれの地域の活性化に向けて具体的な事業を検討しているところです。ついては、中心市街地活性化を図るために取り組んだら良いと思うものをお答えください。（複数回答可）【回答事業所数150社/回答数440】



中心市街地活性化を図るために取り組んだら良いものとして、「空き店舗の利用」が61.3%と最も比率が高く、次いで「人が集まるイベント」が56.7%、「人の集まる公共施設の整備」が34.0%となっている。

問16 中心市街地活性化について旭川市や商工会議所など支援機関に対してのご要望、本調査に関するご要望やご意見などがありましたら、ご自由にお書きください。(自由記述)

- ・駅や買物公園、15丁目付近を中心に人が常時集まる事が望ましい。イベントのみでは、根本的なものは変わらない。
- ・商店会、商店街ばかりで中心市街地活性化を考えるのではなく、個々で頑張っている若者がいるので、その方面にも目を向けて欲しい。
- ・人が集まり、活動をする事で活性化されると思います。その為には商業活動を行う商店街組織では難しい時代になってきたと思います。商業主導ではなく市民の利便性とか、楽しみだとか、中心市街地で生活することにメリットがある施策が必要だと思います。商業はその後に自然とついてくるのではないのでしょうか。
- ・イオンへ向かう足をどう買物公園に戻すかが大きな課題。年配者が買物公園へ来てもゆっくり休むところがないと言っています。イオンのフードコートへ持っていかれないよう、空き店舗の活用も含め各店の努力も必要かと思います。
- ・買物公園が飲食街化している→買物できる店の充実を図る。
- ・札幌圏への買物客の流出を防ぐため、専門化、品揃えの充実→在庫のないものは取寄せることのできることを周知させる。(通販ができるのだから、客は取寄せに不便を感じないはず)
- ・公共駐車場の充実→緑橋地下、昭和通地下に作り、雪国特有の地下街を整備する→民業圧迫のためを考えていたら何もできなくなる。
- ・元々買物公園はもっと賑やかだったのにイオンができた事で西武がなくなり、バスのルートがイオン中心になったり、自転車客も自由に止められなくなり、年配の方が特に不便さを口にしている。高齢化している今、駅前だけでなく買物公園を昔みたいに楽しい憩いの場に戻ってくれたらと願います。
- ・地元の商品を買いたいと思わせるようなPRが欲しい。電線等を埋めて、美しい旭川を作してほしい。
- ・商店主の利益の追求は否定しないが、従業員、消費者の事を考えるべき。その結果が利益につながると思う。地域住民に対して地産地消の意義をもっと問うべき。商店主も地域住民の声に耳を向けるべき。
- ・買物公園の活性化のための工夫をお願いします。
- ・西武跡地での集客効果のある施設の誘致。中心市街地全体のリニューアル(新規店舗が少なく魅力が少ない)。自転車利用の解除。次世代に向けた中心市街地の計画の明示。
- ・買物公園での夏のイベントをやりやすくできたらいいと思います。
- ・新しいデパートを旭川に呼んで欲しい。
- ・冬季：雪の魅力発信、集客できる施設(コンサート)。
- ・旭川にはあかぬけた魅力ある店が無いといつも思う。西武が閉店してなおさら感じる。つい札幌のデパートで買物してしまう。
- ・若者の働く場、遊び場が少ないように思う。
- ・日常的なアドバイザーが欲しい。2000年頃にはあった(銀座商店街)。地域住民・行政・商店街メンバーがいつも集まる場所があり飲み喰いのコミュニケーションがあった。そしてみんなの目標をつくることができた。

- ・空き大型ビルへの誘致支援。
- ・店舗は空いているが、家賃が高く手が出ない。公的な補助が必要。新たに会社を立ち上げなきゃとか面倒な事言わずに援助したら良い。マルカツのテナント料が高く外に出ていかれ、それも叶わない。もっと事業者の意見を聞いて欲しい。
- ・買物公園通りにテントを張って色々イベントして下さい。(食ベマルシェ的なものではなく、パン屋さんとかお菓子屋さんとか)
- ・高齢化社会が進むなか「コンパクトなまちづくり」が必須かと。旭川市や商工会議所にそのイメージがあるようでしたら知りたいものです。
- ・小児化対策を思い切って政策実行⇒大至急
- ・将来に向かって夢のあるスケールの大きい街づくりのデザインを早急に。
- ・カラス対策を早く打ち出すべき。
- ・知能の高い高齢者に幼い子供に無料で家庭教師になって欲しい。
- ・西武閉店から1年たった現在、買物公園の人出が1条から宮下のイオンに限られ、1条以北の人通りが少なくなり、空き店舗も増加している。行政等が思い切った手段を講じないとシャッター街になる可能性が大である。
- ・買物公園について、一番端の手の噴水側から駅の方面にむかって全店舗を寄せる。5条以北を全部一旦潰して更地にする。コンパクトになり買物がしやすくなる。5条以北の更地は公園や公共施設にする。
- ・買物をするお店が減少し、買物公園に人が集まらない。駐車場がいっぱい。すぐに用事が済む等の短い時間であっても駐車違反を切られる。特に中高生が買物公園を自転車で通るとイエローキップを切られ、近寄らなくなる。居心地の悪いエリアになりつつある。
- ・こういった市街地活性化の為に動いているという事を幅広く、皆がわかる様に、もっと発信した方が良いと思います。
- ・シャッター街の防止策。夜歩いても明るく見える道路整備。
- ・食ベマルシェ等イベントを見ても相当な集客が見込めると思われる。空き店舗に企業を誘致しても現状では長期的な活性に繋がるとは思えず、3条〜7条あたりまでに公共施設の充実対策が良いと思っています。
- ・例→通名の変更、買物公園→あるくストリートとか又1条通、2条通等の標識(英文、中国、韓国等の標示)今の買物公園通りは歩いていると途中で何処に居るのかわからなくなります。
- ・若い人達(高校生、大学生 etc)に活躍の場所(店舗)を提供すべき!新しい発想(大転回を!)
- ・平和通りにこれ以上駐車場を設置しない方がよいと思う。あくまでもショッピングストリートであってほしい。目で楽しみ、おいしい物を食べ歩き、常磐公園への流れへ。大型店舗内で楽しむばかりでなく、風、空気、自然とのかかわりを歩きながら楽しむ、楽しめる街に!若い人の発想力とエネルギーが必要。空き店舗など安価で貸し出すとか、何らかの後方支援が必要。
- ・現在の郊外型の大型店への流れは、止められないのではと思います。駐車場の整備にしても、女性やお年寄りの方は立体駐車場はダメかなと思います。買物公園や街の中心部の一方通行も解消した方が良いのではないかと思います。小手先の変化では、街中の活性化は無理なのでは?
- ・買物公園に駐輪場を増やしてほしい。行きたいお店と駐輪場が離れていると足が遠のいてしまう。

- ・もはや買物できない場なのに「買物公園」はしっかりこないし、市民のニーズに合致していない。テーマを見直してはどうか？4条以北を「食べ物公園（仮）」として特化するとか？！
- ・旭川の公共的な交通網は、JRとバス（放射線状）路線しかない。JRは広範囲からの手段。バスも往復のみで周回路線はない。旭川市と近郊は車社会で、ここを外しては考えられない。中心街の駐車ゾーンは過剰な程に充実しているが、そこからの行動範囲は限定的である。車で来て買い物してそこに帰り帰宅する。その間の回遊性の確保が重要になる。駐車場料金の補助は必須。その他、無料若しくは低料金で1日利用が可能なコミュニティ交通網の構築！これで、宮前地区→銀座→中心部→旭橋→旭町→大町を循環して行けるようにする。要は、昔の人口とインフラに戻すことかな！
- ・市民の参加が気軽に出来るイベント、催し物など今までになかった発想から企画を検討してほしい。
- ・売上が減少し、経営が厳しくなっているので組織への賦課金等の負担が重くなり、組織から脱退する傾向があり、組織の運営に重くのしかかっている。地域のコミュニティを維持していくためにも会議所が積極的に商店街にかかわり行政へ共に要望していくことが必要だ。
- ・ゴミ0活動で中心市街地を美しく。
- ・商工会議所が小企業に対して支援機関としての活動に限界がある。各情報はネットにある。金融機関への協力とイベント活動の企画、協賛。他地域との連帯、紹介。それで良いのではないか？
- ・地下歩道、旭川駅、空港駅の列車。
- ・若い感覚、とりわけ女性や子供らの意見を取り入れ、今迄以上に重視すべき。
- ・新規起業者へ場所を提供する大家への改装支援。
- ・観光バスの駐車場は平和通に設置。
- ・旭川に点在する彫刻を買物公園、7条緑道、常磐公園に集約し、日本有数の野外彫刻公園として、買物公園の名称を旭川彫刻公園に変更し、観光資源として活用することを提案します。
- ・飲食店マップなど、宿泊のお客様が街へ出かけやすいツールがあるとありがたいです。
- ・旭川市中心部の今後を考えると観光を観点にした考え方があるのか？富良野、美瑛、上川、名寄、士別、留萌などの周辺エリアの中心地としてのあり方（夜は旭川で宿泊して、食事、買い物を楽しんでいただく）とか。
- ・食べマルシェ以外にも商店街が参加できる様なイベントを。
- ・旭川グランドホテルが「旭川の街の素晴らしさ」を地元住民にもアピールする視点で新しいスタートを切ることになっています。同ホテルの発想を参考にしながら、「街歩きをもっと楽しくする」仕掛けづくりに取り組む必要性を感じます。
- ・中心市街地を活性ということですが、わざわざ人が来ない中心市街地ではなく、別な場所で、活性化に繋がるものを考えた方が良いと思う。駐車スペースが、もともと少ない中心街であるので、駐車スペースが望めるところを検討した方が早く実施可能だと思う。
- ・買物公園の名称で現在の形ではなかなか活用が難しいと思います。やはり中心部は交通の便が悪すぎ。信号停止等の時間は長すぎ。特にこれから冬の渋滞を解消しなければダメ。買物公園名称変更と車を通し、便利性を図ったほうが良いのでは。
- ・観光に新たなるスポットを加える。（例）常磐公園への集客観光、それにつながる旭橋、リベライン駐車場の活性。