

(仮称) かすかべエリアプラットフォーム 未来ビジョン会議



エリアプラットフォーム
関係者向け資料

※画像はイメージです

2026/7/16

strictly confidential
【閲覧制限A】提出企業様のみ

関係者
限定

大分類	小分類	現状	課題
ビジョン (何を指すか)	コンセプト	方向性はOKだが、一つに決められない	具体的にイメージしづらい
企画 (土台)	エリア	東西で特性が違う	使い方が全然違う
	場所/実現性	・どこでできるか不明 ・活用可能な場所/条件/制約が不明	何ができるか/理想像がイメージできない
	資源	既存施設/空間の活用がイメージしやすい	新規開発内容が分からないのでイメージできない
企画 (中身)	ターゲット	誰向けか曖昧	ターゲットの明確化
	使い方	日常利用が弱い	イベント単発は継続しない
進め方 (どう進めるか)	議論方法	発言者に偏りあり	発言しづらい/興味のある内容に偏りあり

対策案
・具体的な企画内容を詰めながら、コンセプトと連動させていく ・メンバーの意見×マーケティングデータを踏まえてCCCが作成
エリア別に役割/機能を分ける
・フィールドワークで利用可能なエリアを知る ⇒ どこで何をやるか具体的なイメージの解像度を高める ・機能設備ニーズをAPメンバーから意見収集⇔利用制限などの共有
・利用可能な場所（既存資源/開発予定）を情報共有
・マーケティングデータ提供/CCCとの相談会を開催
・“滞在型利用”の設計が重要 ・未来ビジョン要素/KPI/効果検証項目に反映
全員参加⇒テーマごとの分科会開催

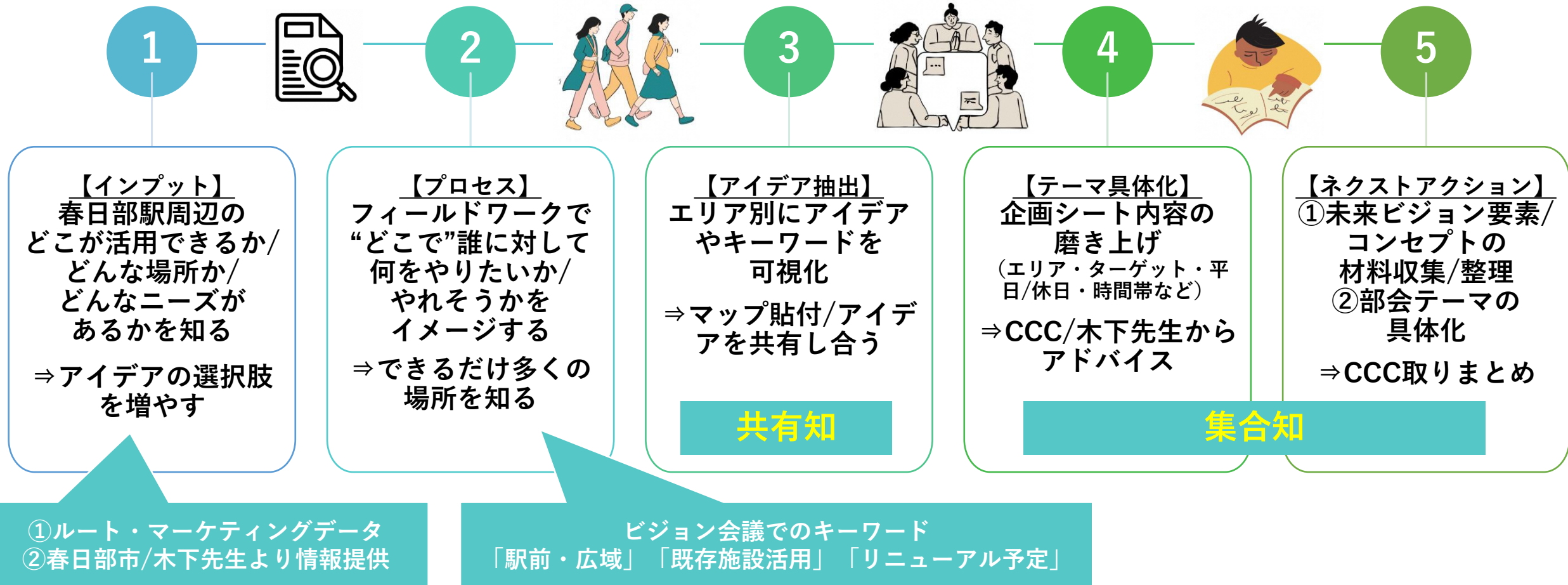
どこで誰に対して
どんなシーンをつくりたいか



未来ビジョンの解像度UP

	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
主な内容	交流会	テーマ選定/ 企画仮説立案	フィールド ワーク	勉強会/ 企画発表/ AP発足	企画立案/ APリーダー 確定	企画発表会/ 未来ビジョン 骨子	社会実験候補の 選定	未来ビジョン 完成/部会設立	社会実験の検討	未来ビジョン データ完成	報告会/未来ビ ジョン冊子完成
未来 ビジョン		●定例検討会（月1開催） ●ビジョン要素構成の協議	●ビジョン要素の個別協議	●ビジョン要素の個別協議・運営規約/ルール確定	●ビジョン要素の個別協議(部会ルール/意思決定フローなど) ●APリーダーの募集	●APリーダーの確定 ●AP発足	●ビジョン骨子発表	●ビジョンの具体協議/社会実験候補の選定 ●ビジョンの方向性確定			●報告会/ 成果発表
企画	●企画の仮説立案 ●交流会（テーマ案収集/チーム組成）	●検討会（テーマ×企画仮説立案）		●企画立案/部会構築検討	●勉強会(企画案の発表)	●企画発表会(一般公開) ●企画エントリー⇒企画発表者の確定	●企画発表・企画の具体化・部会設立	●社会実験テーマ仮確定 ※実施確定は来年度 ●部会リーダー選定/部会設立	●社会実験の検討（部会単位）		●社会実験方法/KPIの検討

どこで誰に対してどんなシーンをつくりたいか 具体的なイメージの解像度を高める



時間	内容
16:30～18:00	フィールドワーク⇒お茶会（交流/雑談タイム）
18:00～18:30	・ CCC/木下先生/春日部市から情報提供 ・ フィールドワークでの気づき共有/質疑応答
18:30～19:00	アイデア抽出
19:00～19:05	休憩
19:05～19:35	企画シートの磨き上げ
19:35～20:00	座談会（質問相談・対話・意見収集の時間）

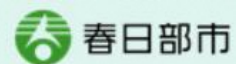
①前回の未来ビジョン会議振り返り

本日の内容

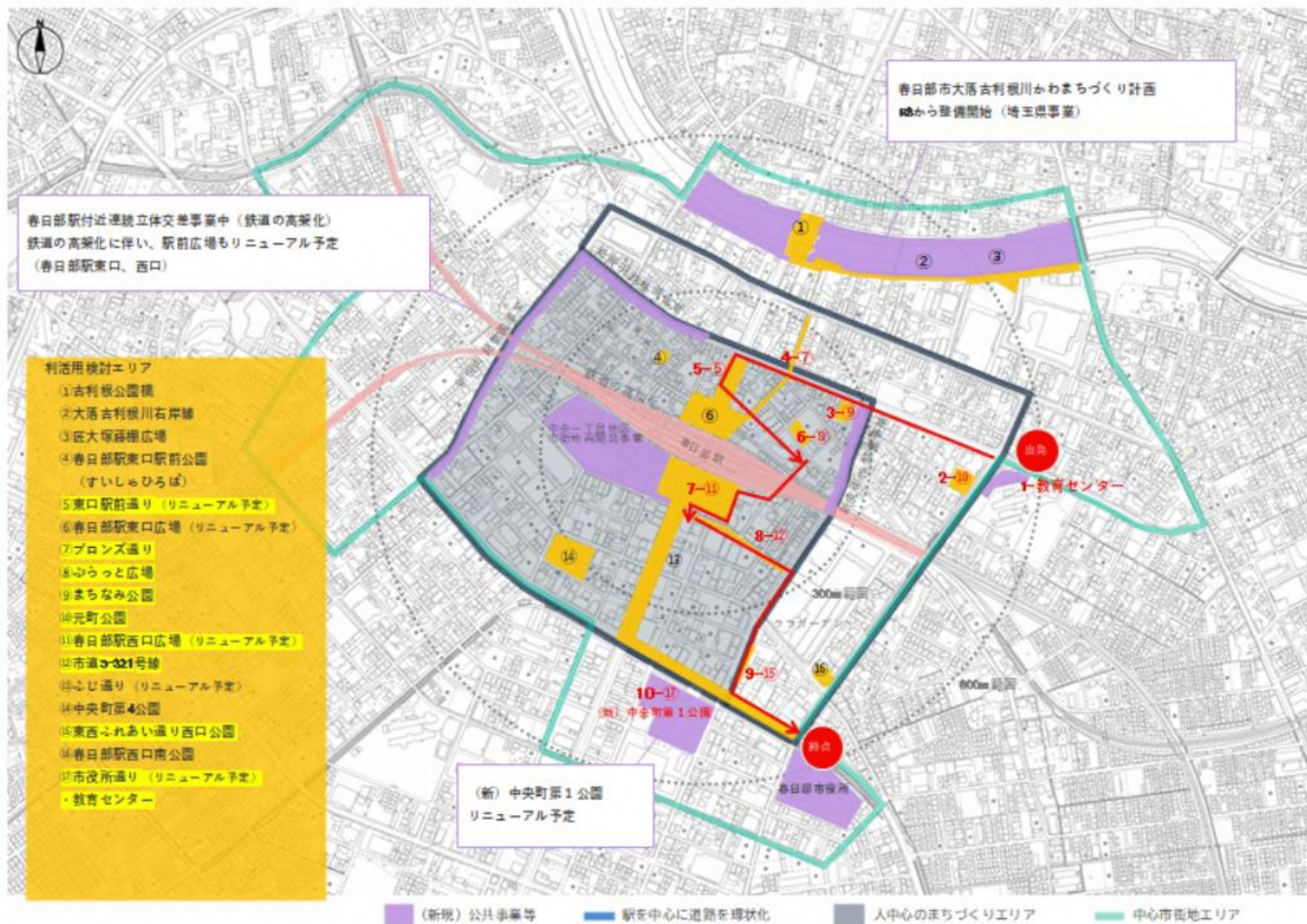
大分類	小分類	現状	課題
ビジョン (何を指すか)	コンセプト	方向性はOKだが、一つに決められない	具体的にイメージしづらい
企画 (土台)	エリア	東西で特性が違う	使い方が全然違う
	場所/実現性	・どこでできるか不明 ・活用可能な場所/条件/制約が不明	何ができるか/理想像がイメージできない
	資源	既存施設/空間の活用がイメージしやすい	新規開発内容が分からないのでイメージできない
企画 (中身)	ターゲット	誰向けか曖昧	ターゲットの明確化
	使い方	日常利用が弱い	イベント単発は継続しない
進め方 (どう進めるか)	議論方法	発言者に偏りあり	発言しづらい/興味のある内容に偏りあり

対策案
・具体的な企画内容を詰めながら、コンセプトと連動させていく ・メンバーの意見×マーケティングデータを踏まえてCCCが作成
エリア別に役割/機能を分ける
・フィールドワークで利用可能なエリアを知る ⇒ どこで何をやるか具体的なイメージの解像度を高める ・機能設備ニーズをAPメンバーから意見収集⇔利用制限などの共有
・利用可能な場所（既存資源/開発予定）を情報共有
・マーケティングデータ提供/CCCとの相談会を開催
・“滞在型利用”の設計が重要 ・未来ビジョン要素/KPI/効果検証項目に反映
全員参加⇒テーマごとの分科会開催

(中心市街地内の対象エリア)



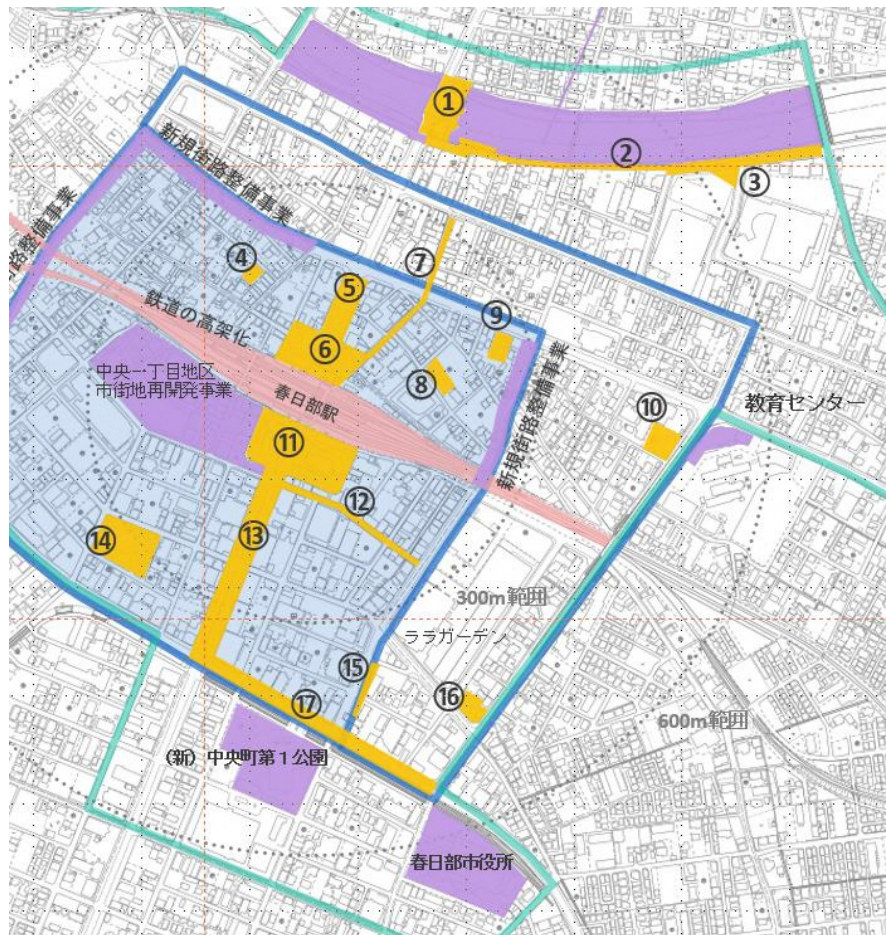
都市計画課



- ※アイデアは後半に共有

③アイデア抽出

伸びしろマップ模造紙



【利活用検討エリア】

- ①古利根公園橋
 - ②大落古利根川右岸線
 - ③匠大塚藤棚広場
 - ④春日部駅東口駅前公園 (すいしゃひろば)
 - ⑤東口駅前通り (リニューアル予定)
 - ⑥春日部駅東口広場 (リニューアル予定)
 - ⑦ブロンズ通り
 - ⑧ぶらっと広場
 - ⑨まちなみ公園
 - ⑩元町公園
 - ⑪春日部駅西口広場 (リニューアル予定)
 - ⑫市道5-321号線
 - ⑬ふじ通り (リニューアル予定)
 - ⑭中央町第4公園
 - ⑮東西ふれあい通り西口公園
 - ⑯春日部駅西口南公園
 - ⑰市役所通り (リニューアル予定)
- ・教育センター

STEP1

- ・アイデアを付箋に書き出し
対象エリアに貼る

STEP2

- ・みんなでカテゴリをまとめて
みる

企画
アイデア/
カテゴリ

このエリアで

どんな人に対して

どんなシーンをつくりたいか

どんな機能/設備があると良いか

その他

(新規) 公共事業等

駅を中心に道路を環状化

人中心のまちづくりエリア

中心市街地エリア

④企画シートの磨き上げ

企画シート要素（6月9日企画検討会資料より）

②目指す未来の日常（創出したいシーン）

高架化した春日部駅周辺で
実現したい“未来像”をイメージしてみてください

理想的だと思う“心地よい日常的な風景や体験”は？



例えば
(どんな人が) 仕事帰りの若者が
(この場所で) 西口の駅前広場で
(風景) おしゃれな灯りの下で仲間と一緒に
(体験) 地元の食を楽しみながら語らう夜

Copyright © Culture Convenience Club Co., Ltd. All Rights Reserved.

④対象者（誰のためか）×利用シーン

どんな人のニーズに合う？

その人はどんな生活を送ってる？

どんなタイミング？

ターゲットや利用シーンを絞ることで
効果効率を高めることが可能

どんな人がどんなタイミングで
その空間を利用しているイメージか
書き出してみましょう

【参考：ターゲットのニーズと合致しないようになるか？】
例1：高単価のオーガニック食材を取り扱う飲食スペースを企画したが、ニーズと合致せず利用者が少なかった
例2：親子がゆっくりできる場所をつくったが、ベビーカー利用者が多く、ベビーカーを置ける場所がなく道路の妨げになったり利用しづらくなってしまった

Copyright © Culture Convenience Club Co., Ltd. All Rights Reserved.

どこで
誰に対して
どんなシーンを
つくりたいか
それはなぜか

③目的の明確化（仮説）

なぜ未来像を実現したい？どんな効果が生まれそう？
正解はないので仮説を考えてみましょう

参考：松本城三の丸エリアビジョン

Point 1 「なぜ、やるか」を共有する

誰かに語りたくなる暮らし

春日部ならではのポイントは？

現状と解決したい課題は？

想定効果は？

例：春日部の駅利用者は多いが、仕事帰りなど街中に繰り出す人が少ない。街中に目的がないと思われる為、まずはお気に入りの場所をつくるきっかけづくりが重要、食感度の高い若者が地元の食を屋外で楽しめる機会をつくり、リノベベンチ空間と食体験のファンになり、リピーターになる人がどんどん増えていくと若者の駅周辺滞在時間が増え、経済活動も活発になり飲食店売上も上がっていく

Copyright © Culture Convenience Club Co., Ltd. All Rights Reserved.

⑤対象エリア・空間構想・どこで実施するか

実態を把握しながら、通行量多い場所からどうやって呼び込むかなどの検討材料

通行量TOP10



【通行量が多い道の傾向】
・全体的に平日の方が通行量が多い傾向（特に西口）
・TOP3は西口駅改札周辺
・西口駅前は、通勤/通学者が多いと推察
・シニアは、駅利用より踏切/商業施設利用が多い

通行量TOP10（平日/休日内訳）

順位	no	平均人流/日	区分	主要年代	男性/女性
1	①	3,417人	平日	40代・20代・60代	53.0%/47.0%
2	②	2,831人	平日	40代・70代・60代	60.0%/40.0%
3	③	2,781人	休日	20代・40代・30代	49.8%/50.2%
4	④	2,717人	平日	70代・40代・60代	56.3%/43.7%
5	⑤	2,674人	平日	70代・20代・60代	41.6%/58.4%
6	⑥	2,567人	平日	70代・40代・60代	56.3%/43.7%
7	⑦	2,522人	平日	70代・40代・60代	56.1%/43.9%
8	⑧	2,488人	休日	70代・30代・40代	42.3%/57.7%
9	⑨	2,429人	平日	70代・40代・60代	56.7%/43.3%
10	⑩	2,316人	休日	70代・30代・60代	39.8%/60.2%

【出典：KDDI Location Analyzer】春日部駅から600m圏・徒歩・全人口推計値/人・2026/4/30までの1年間

Copyright © Culture Convenience Club Co., Ltd. All Rights Reserved.

前回：理想像から考える

今回：どこで誰に対してどんなシーンをつくりたいかから組み立てる