企画提案発表

高校生が創り、考えた
駅前ビルの未来

１組（担任　小笠原秀樹、副担任　松田啓佑）
青森西高校１年　大水万穂子
青森西高校１年　熊谷　華南
青森西高校１年　福井　俊太
青森明の星高校３年　堀内　菜央
青森北高校２年　棟方　悠介

なぜ駅前ビルなのか？

コンパクトシティの

要

であるから。

Copyright © 2014- Aomori Wakamono project CREATE All Rights Reserved.

コンパクトシティとは？

コンパクトシティ

都市的土地利用の郊外への拡大を抑制すると同時に中心市街地の活性化が図られた。

生活に必要な諸機能が近接した効率的で持続可能な都市もしくはそれを目指した都市政策である。

要するに！！

郊外ではなく駅前に人を集めよう！！

Copyright © 2014- Aomori Wakamono
project CREATE All Rights Reserved.

なぜ青森市がコンパクトシティを進めているのか?

- 市街地の拡大による除雪費用の増大が問題

  となっていた青森市では、

  郊外の開発の抑制と新町を含む中心市街地

  の再開発を施策とし公営住宅の郊外から

  中心部への移転などを行っている。

現在の状況ってどうなっちゃんず～！！

- 電車の待ち時間の暇つぶしになっている。
- ただ見て通りすぎるだけ。
- 物の値段が高い。
- ｳｨﾝﾄﾞｳｼｮｯﾋﾟﾝｸﾞばかり。

Copyright © 2014- Aomori Wakamono project CREATE All Rights Reserved.

そこで高校生は考えた！！！！

私たち高校生の手で駅前ビルを変える。

私たちが提言するのは

です！！

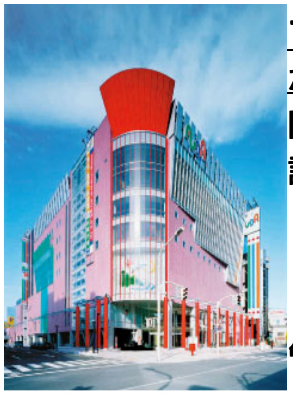
Copyright © 2014- Aomori Wakamono project CREATE All Rights Reserved.

ある日のホームルームで１組メンバーは思いました

青森駅前ビルを
高校生の意見を取り入れた
楽しいビルにしたい！！
い！！

通学や通勤、下校後は
もちろん休日も来たくなる
魅力あるビルにした

なぜアウガなのかというと…



アウガって本当に深く知ってますか?

開業年：　２００１年１月

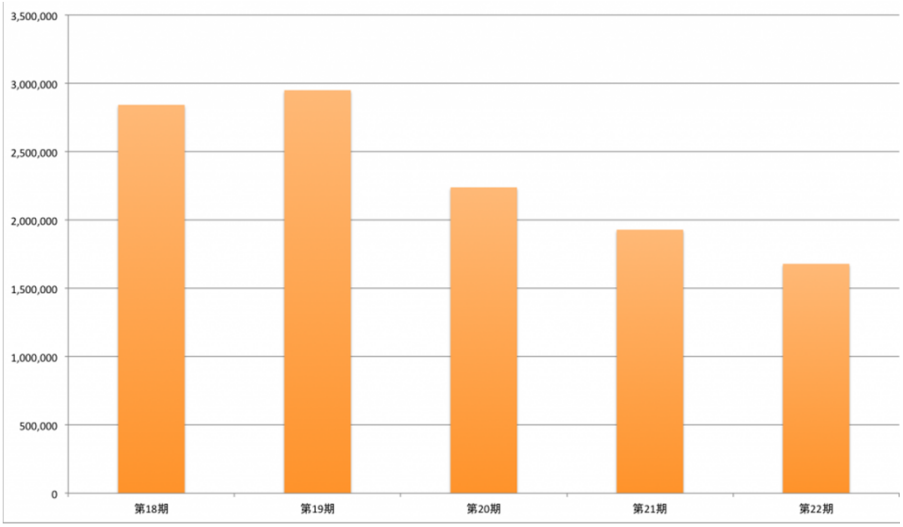
設立趣旨：　殺風景な駅前の整備や
空洞化した「新町商店街」
に賑わいを取り戻すため

管理運営：　青森駅前再開発ビル（株）

事業主体：　青森駅前再開発ビル（株）と 青森市 Aomori City

Copyright © 2014- Aomori Wakamono project CREATE All Rights Reserved.

現実から目を背けてはいけない



意識して見ると感じることが！！

- 空き店舗が多い。
- 売っている物が高い。
- 一つの階にいろんなジャンルの店があってパッとしない。
- 暇つぶしとしてしか使われていない。
  ⇒お金を落としていくお客さんが少ない。
- お母さんたちが買い物しやすいようにする託児所などの場所がない。
- 階によって人の量の差が大きい。
- ファストフード店が少ない。
  Etc.

Copyright © 2014- Aomori Wakamono project CREATE All Rights Reserved.

アウガの『軸』は？？

『軸』とは（私たちの定義として）・・・他社との競争で勝ち残るために

定める方向性・目的のこと

大勢の市民が集い、「祭り」のような賑わいと
活気に溢れたコミュニケーション の場を創造したい。
そんな理念の下に誕生したショッピングモールと
コミュニティプラザの複合施設が「アウガ」です。

『Festival City AUGA | アウガコンセプト』より
（http://www.auga.co.jp/concept.html）

人々の交流や憩いが軸で、利益追求型ではない。（利益≦交流）

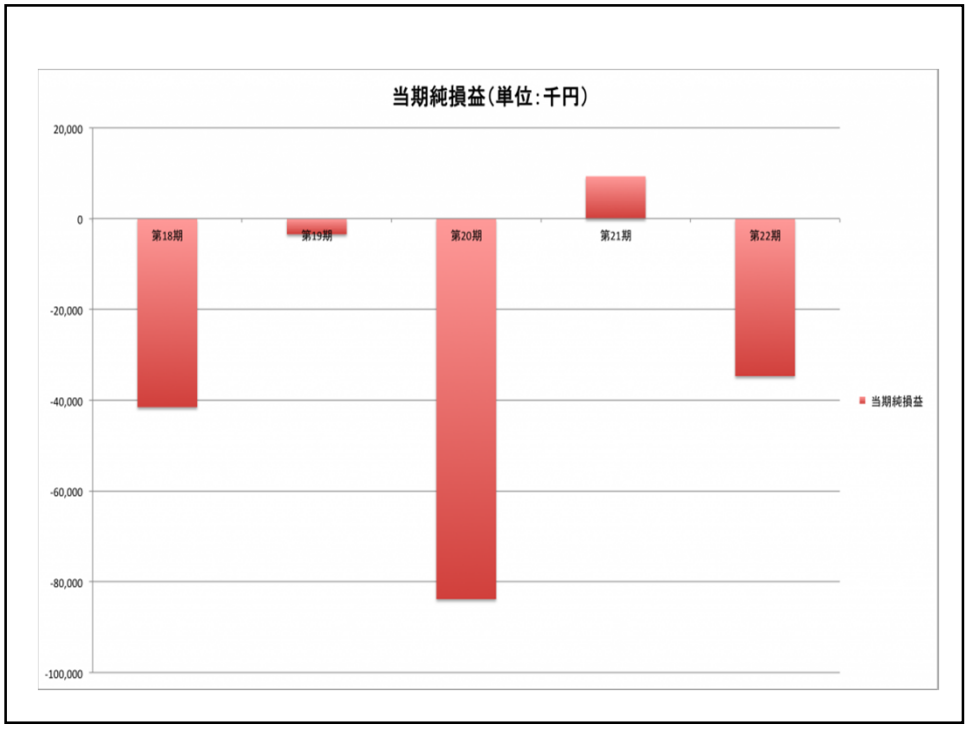
軸を転換することで
状況を打破できるのでは？

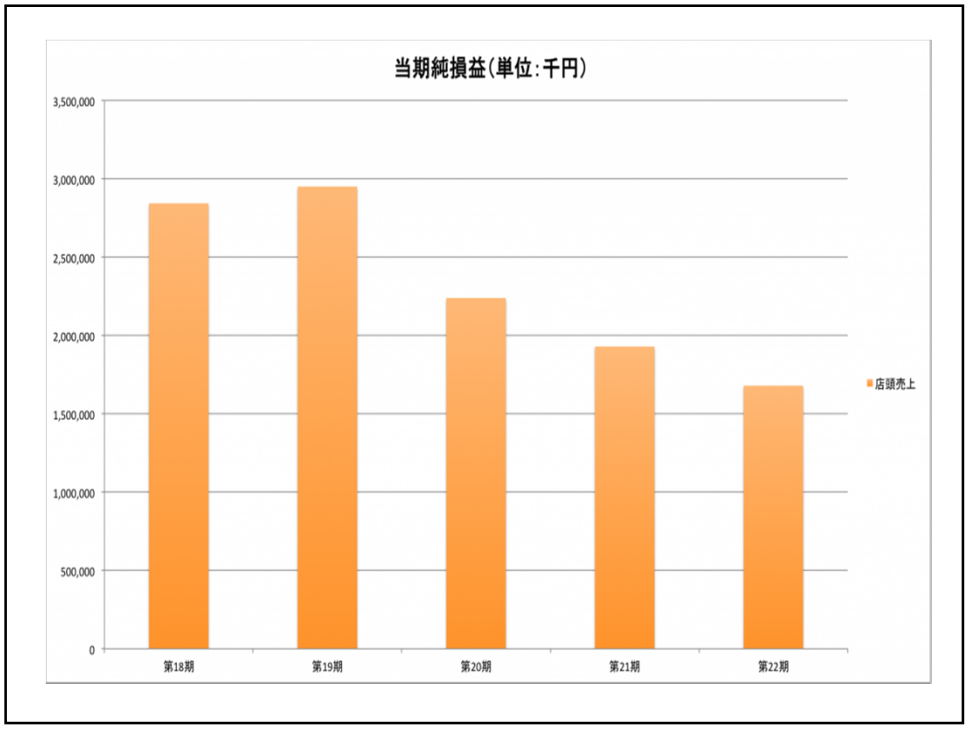
あおもり若者プロジェクトクリエイト　創立５周年特別講演会
『青森と大都市の両方で働く「パラレルキャリア」』
（2015.2.8）
にて・・・

１）強者はモノ「価格の安さ、品質・得点の高さ効率の早さ」に価値。
　数値化できる土俵で「競争」する。

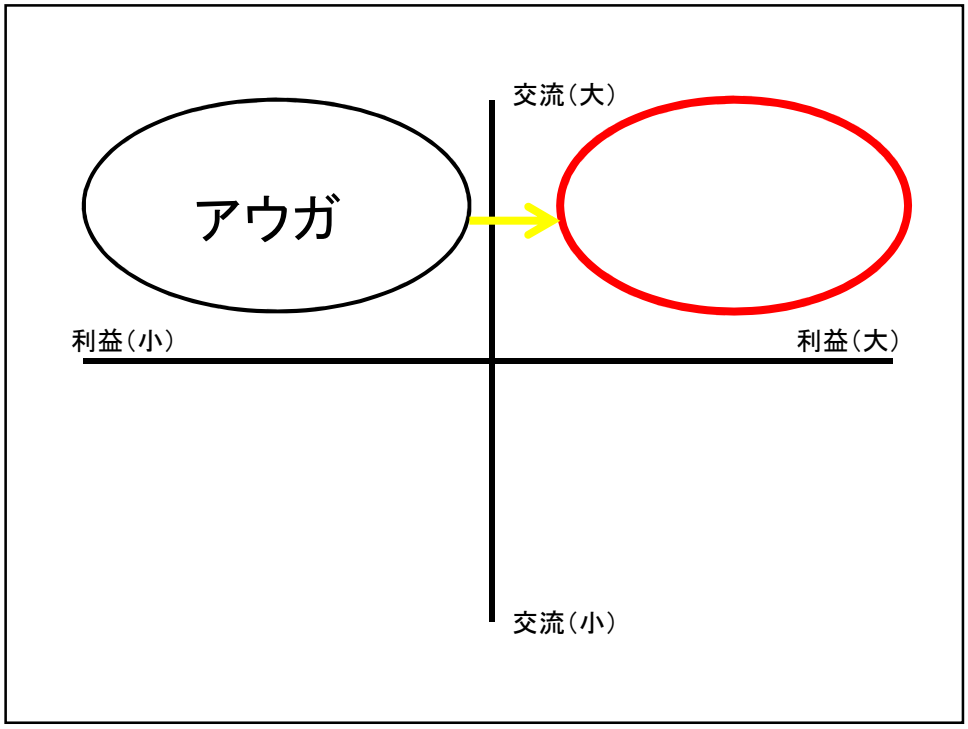
２）弱者は人の「集まる場、交流」の楽しさに価値。数値化・大量生
　産できない土俵で「競争しない」

Copyright © 2014- Aomori Wakamono
project CREATE All Rights Reserved.





Copyright © 2014- Aomori Wakamono
project CREATE All Rights Reserved.



長らくお待たせしました！！
従来の交流に重きを置いた軸から
利益に重きを置いた軸に転換するために
私たちが提言する政策は・・・

『コンセプトごとにアゥガのフロアを分ける！！』

Copyright © 2014- Aomori Wakamono
project CREATE All Rights Reserved.

フロア	コンセプト	ねらい
８階	催事場	ｲﾍﾞﾝﾄを目的として使う場所。
７階	図書館＋ 美容院＋眼科	目的がある人のみ行く場所。
６階	図書館＋ パソコン	市民の人がﾊﾟｿｺﾝも図書館も今までと同じく使える場所。
５階	勉強ｽﾍﾟｰｽ＋ ﾌｰﾄﾞｺｰﾄ	学生に向けて勉強ｽﾍﾟｰｽとﾌｰﾄﾞｺｰﾄいれる。
４階	レストラン街	家族で食べられる場所。
３階	ｹﾞｰﾑｾﾝﾀｰ	学生が遊べる場所。
２階	服と雑貨	ついでにふらっと。
１階	服と雑貨	通行人がふらっと。

提言した政策を行うことで得られるメリット

・どのような相乗効果が起きるか。

（アウガがリニューアルオープンをしたとしたら、どのような経済効果が起きるか。）

例えば→車で来る→駐車場に止める→駐車料金が発生する→お金が落ちる。

Copyright © 2014- Aomori Wakamono project CREATE All Rights Reserved.

提言した政策を行うことで得られるメリット

・プロモーションの仕方を変えれば、新しい客層を呼び込める。

・内外装を変えることにより、お客様に新鮮な印象を与えることができる。

提言した政策を行うことで得てしまうデメリット

・今までの従業員はどうするか。
・これまでのイメージをどのように払拭するか。
・金がかかる。
・今の店を気に入っているひとが行く店がなくなる。

Copyright © 2014- Aomori Wakamono project CREATE All Rights Reserved.

実現に向けての課題への対策

課題㊀：お金がかかる

対策：今までの場所などを使いながら、助成金交付を有効活用して、無駄な事業のお金を減らし、この事業にお金を使う！！！

実現に向けての課題への対策

課題㊁：今までの従業員はどうするか

対策：他のお店に従業員として働かせる。そのお店も残しつつで考える。

Copyright © 2014- Aomori Wakamono project CREATE All Rights Reserved.

実現に向けての課題への対策

課題㊍：今までのイメージは？

対策：宣伝の仕方を変える。外装を変える。

必要な予算と措置

考えうる費用

㊀改装費
㊁空き店舗にﾃﾅﾝﾄを呼ぶためにかかる費用
㊍ﾃﾅﾝﾄ移動にかかる費用

Copyright © 2014- Aomori Wakamono project CREATE All Rights Reserved.

引用文献

- http://fukuitoshikazu.com/1433/
- 『Festival City AUGA | アウガコンセプト』（http://www.auga.co.jp/concept.html）
- **青森市公式ホームページ-Aomori City-**
- www.city.aomori.aomori.jp/

Copyright © 2014- Aomori Wakamono project CREATE All Rights Reserved.