

占用者募集|参考資料

大手前通り
ほこみちの取組と活用事例

令和8年11月　姫路市道路管理課

活用事例01　大手前通り活用チャレンジ“ミチミチ”(第1弾)

時期：平成31年11月2日（土）～30日（土）









◇ねらい

・来街者の視点

⇒**歩くのが楽しくなる**大手前通りとなること

・沿道建物オーナーの視点

⇒**自己資産＆エリアの価値を向上**させること

◇実施内容

・大手前通りを訪れる方、観光客の方を姫路の魅力的な「食」や「クラフト」でおもてなし。

・期間中は週末を中心に、くつろぎ空間と飲食の出店や物販マーケットを実施

◇結果

・満足度：**70.7%**

・休憩スペースがもっとあった方が良い：**85.5%**

・1階沿道建物に飲食物販店舗が増えた方が良い：**84.5%**

・一部沿道事業者の売上は上昇、ただ沿道店舗ではない事業者の売上が思うように上がらなかった

活用事例02　大手前通り活用チャレンジ“ミチミチ”(第2弾)

時期：令和2年12月5日～令和4年1月14日







◇**ねらい**

・第1弾の結果を踏まえステップとして、まずは**大手前通りが憩いの空間として利用される**ことを目指し、通りの利用価値を高め、**人がいる状況を段階的に作っていく**

◇**実施内容**

・大手前通りの各所に**滞留スペースとしてイス、テーブル等什器を設置**

・その他Wi-Fi、伝言板を設置

◇**結果**

・平日、休日ともに総滞在時間が**約2.4倍**に増加

・イス、テーブル設置による**滞留空間創出により、会話や待ち合わせ行動など多様なアクティビティが増加**

・**滞留空間＋人工芝**の空間は、**子供の遊び**が多く見られた。また学生等グループ利用も多く見られ**コミュニケーションの風景**も生まれた

活用事例02

大手前通り活用チャレンジ“ミチミチ”(第2弾)

時期：令和2年12月5日～令和4年1月14日









活用事例03　第１期ほこみち

時期：令和4年8月から現在







◇経緯・実施内容

・社会実験結果を踏まえ、大手前通りを歩行者利便増進道路（通称：ほこみち）に指定

・公募により大手前通り街づくり協議会を占用者に選定

・大手前通り沿道事業者による常設什器の設置及び２次占用者によるイベント等の実施、キッチンカー営業

◇結果

《利用者アンケート結果》

・心地よく利用できた：99%

・満足度：93%

・また利用したい：89%

《利用者用途》

・沿道店舗の利用：33%

・休憩利用：24%

・通りがかりの利用：13%

活用事例03　第１期ほこみち

◇店舗からの意見

・どの店舗も売上効果、集客効果を感じている

・昨年より売上が2倍となり、誘客効果もあった

・ピーク時間帯以外の客が増加した

・いずれの店舗も什器の利用率の高さや売上、集客効果により、満足・やや満足と回答

・什器（主にパラソル）の出し入れや維持管理に多少の負担、課題を感じている意見があった

・金属製の材質のため、夏場はかなり暑くなる。暑さ対策が課題





活用事例04　R7ほこみち社会実験結果

No.	実施日	場所	用途	内容	店舗数
1	10月4日（土）	既存ほこみち区域 （旧ヤマトヤシキ・ﾎﾞﾝﾏﾙｼｪ前）	休憩	ﾊﾟﾗｿﾙ付きテーブル、イスの設置	-
2 3	10月12日（日） 10月13日（月）	駅前ほこみち区域 （山陽百貨店前ほか）	にぎわい	マルシェ出店	各8店舗
4	11月15日（土）	既存ほこみち区域	休憩	ﾊﾟﾗｿﾙ付きテーブル、イスの設置	-
5	11月16日（日）	駅前ほこみち区域	にぎわい	マルシェ出店	8店舗
6 7	11月29日（土） 11月30日（日）	既存ほこみち区域	にぎわい	マルシェ出店/大道芸イベント実施	各7店舗
8	12月20日（土）	既存ほこみち区域	休憩	ﾊﾟﾗｿﾙ付きテーブル、イスの設置	-
-	12月24日（水） 12月25日（木）	駅前ほこみち区域	にぎわい	マルシェを出店　※雨天により中止・延期	-
9 10	1月17日（土） 1月18日（日）	駅前ほこみち区域	にぎわい	マルシェを出店	各8店舗







活用事例04　R7ほこみち社会実験結果

◆通行への影響

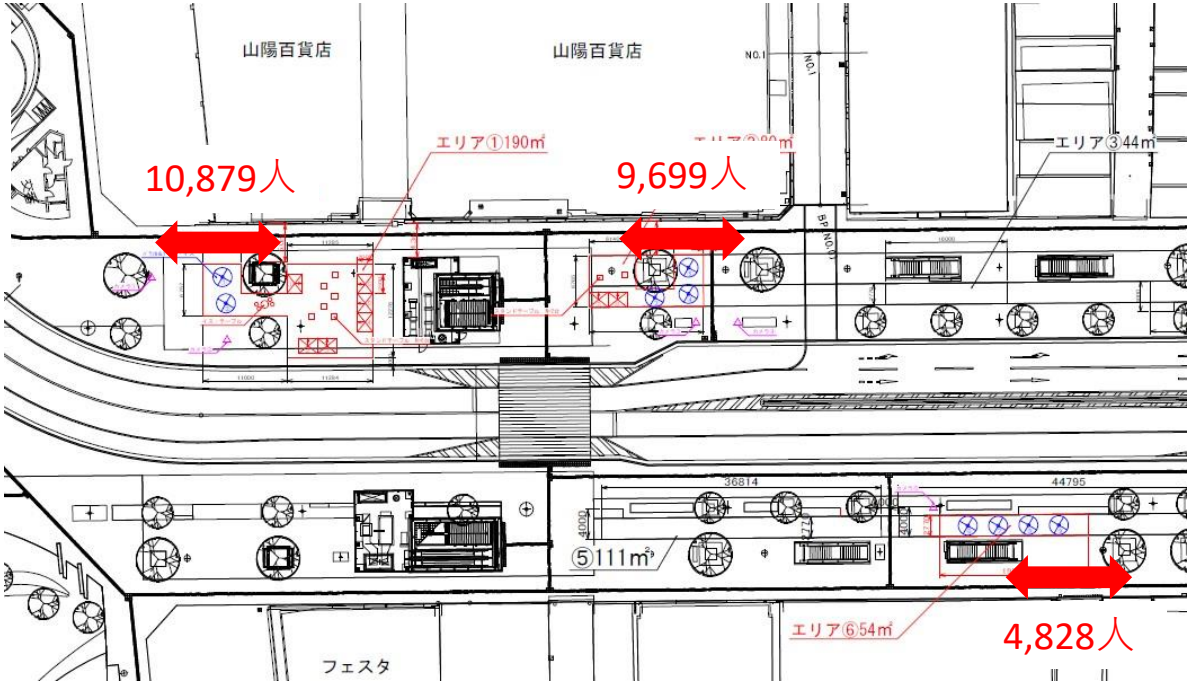
《駅前ほこみち区域》

・調査日：1/17（土）

・天気：晴（14.5/1.9）

・計測時間：14：00-22：00

（8h計測）







駅⇔姫路城の往来が1万人以上あったが通行への影響なし

活用事例04　R7ほこみち社会実験結果

◆視覚的に惹きつける工夫









一定の効果はあるものの、設営/撤去に係る人的リソースは課題

活用事例04　R7ほこみち社会実験結果

◆駅前ほこみち区域における事業者連携の可能性《パブリックスペース利活用》



出店者や滞留スペース増により規模感ＵＰ　→　目に留まる空間を創出

活用事例04　R7ほこみち社会実験結果

◇来場者属性（駅前ほこみち区域）

・利用者世代に偏りはない（様々な世代の利用があった）

・ 2人の割合が半数以上（家族での利用が多い）

・外国人の利用はほぼ0（英訳チラシを周辺ホテルに配布、英訳看板を現地に設置）

・マルシェの滞留時間は10分未満の利用が約6割（**平均滞留時間：11分**）

・イス、テーブル利用の滞留時間は10分未満の利用が約6割（**平均滞留時間：8分**）

◇出店者アンケート（駅前ほこみち区域）

・売上が多かったわけではないが、**再出店意向はある**（PRする場として活用できる）

・**「定着」**に向けた**「継続」**が重要

・イベントレイアウトや実施時間帯などは改善の余地がある

・屋外であるため天候の影響を受けやすい

◇来場者アンケート（駅前ほこみち区域）

・**休憩場所やバス待ちなどとしてのニーズは高い**

・**もっとイス、パラソルの設置を求める声がある**

活用事例04　R7ほこみち社会実験結果

◆利用者・使用者アンケート結果分析

◇利用者アンケート結果分析

利用者は「休憩・待ち合わせ」「飲食」を主目的に来訪することが多く、居心地に対する満足度は高い。一方で座席不足や天候対策、案内性の改善が求められている。居心地向上と安定的な広報・天候対策を行えば、滞在時間と周辺消費の増加が期待できる。

◇出店者アンケート結果分析

出店者の再参加意向は高く、イベントとしての価値は認められているが、収益面や運営負担、天候対応などの課題が再現性ある開催の妨げになっている。これらを改善すれば、出店者の満足度・継続性・集客力を高め、イベント全体の定着化につながると考えられる。