

1-4 地域住民等のニーズ把握

(1) 中心市街地活性化に関する市民アンケート(令和元年9月)

①調査の目的

本調査は、中心市街地に関する市民の状況や意向を把握し、中心市街地活性化への取り組みの評価と今後の施策への反映を目的とする。

②調査の概要

- 調査対象 : 中心市街地内居住者 1,500名
 中心市街地外居住者 1,500名 計3,000名 (無作為抽出)
- 調査方法 : 調査票を全戸配布し、郵送返信にて回収
- 調査期間 : 令和元年8月23日～令和元年9月13日
- 回収状況 : 配布枚数3,000票中 回答数1,044票(回収率34.8%)
 うち、中心市街地内居住者507票、中心市街地外居住者537票

■市民アンケートの回答者特性

	中心市街地内居住者		中心市街地外居住者		合計	
	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合
■年齢						
1) 20代	29	5.7%	52	9.7%	81	7.8%
2) 30代	83	16.4%	62	11.5%	145	13.9%
3) 40代	111	21.9%	115	21.4%	226	21.6%
4) 50代	102	20.1%	114	21.2%	216	20.7%
5) 60代	85	16.8%	91	16.9%	176	16.9%
6) 70代以上	90	17.8%	94	17.5%	184	17.6%
無回答	7	1.4%	9	1.7%	16	1.5%
計	507	100.0%	537	100.0%	1,044	100.0%
■性別						
1) 男性	161	31.8%	165	30.7%	326	31.2%
2) 女性	339	66.9%	362	67.4%	701	67.1%
無回答	7	1.4%	10	1.9%	17	1.6%
計	507	100.0%	537	100.0%	1,044	100.0%

③調査のまとめ

本調査では、中心市街地の「来街頻度」「来街目的」「居留意向」「満足度」等について、中心市街地内外居住者の意向や評価の比較、分析を行い、以下の結果が明らかになった。

- 中心市街地への来街頻度は多くなっている。満足度、にぎわいについて高く評価しており、特に、「日常的な買物の利便性」「美しい街並み」「交通の利便性」を評価している。
- 「住み続けたい、住みたい」という居留意向は、中心市街地内居住者は高く、中心市街地外居住者は低くなっており、内外での意識は異なる。
- 今後は、中心市街地外居住者がまちなかへ来ることを促す必要があり、「空き店舗の解消」と「商店街の魅力的・個性的な店舗配置」が重要となっている。

1) 中心市街地内居住者の来街頻度は高まり、中心市街地外居住者は依然として低い

中心市街地への来街頻度は、中心市街地内居住者は、「ほぼ毎日」「週に2~3回くらい」が多い。最近5年間に増加しており、中心市街地活性化事業の成果が明らかになっている。一方、中心市街地外居住者は、「変わらない」が依然として多い。

2) 中心市街地への来街目的は買物が多く、特に、中心市街地外居住者は、飲食も多い

中心市街地への来街目的は、中心市街地居住者は「買物」が圧倒的に多い。中心市街地外居住者は「買物」「飲食」が多く、特に「飲食」は中心市街地内よりも多くなっており、「飲食」の需要の高さがうかがえる。

3) 最近5年間で、中心市街地の魅力とにぎわいへの評価は高くなっている

「中心市街地が行きたい場所になったか」、「にぎわいが出てきたか」という設問について、中心市街地居住者は約7割、中心市街地外居住者は約6割と高い評価を示しており、中心市街地の魅力やにぎわいが実感として得られている。

4) 中心市街地での居留意向は、中心市街地内外居住者で大きく変わる

中心市街地での居留意向は、中心市街地内居住者は8割以上が住み続けたい意向を持っており、要因として、「日常生活の買物の利便性」を評価している。また、中心市街地外居住者の4割は中心市街地に住みたくない意向を持っており、内外での捉え方は大きく変わる。

5) 中心市街地への満足度はあるものの、さらなる魅力づくりの必要性を感じる市民が多い

中心市街地の満足度は、中心市街地内居住者は6割以上、中心市街地外居住者は5割と、全体的に満足度の高まりが得られている。

満足している点は、中心市街地内居住者が「買物の利便性」、中心市街地外居住者が「緑が多く、道路や街並みの美しさ」を多くあげている。満足していない点は、中心市街地内居住者が「空き店舗が多い」「店舗の営業時間が短い」「魅力的・個性的な店舗が少ない」をあげている。中心市街地外居住者は、「駐車(駐輪)料金が低い」「交通の便が悪い(車で行きにくい・停めにくい)」をあげており、車でまちなかへ来ることの不自由さを指摘している。また、中心市街地外居住者も、「空き店舗が多い」が高く、今後とも商店街の魅力づくりに取り組むことが重要となっている。

④調査結果の分析

1) 中心市街地内居住者の来街頻度は高まり、中心市街地外居住者は依然として低い

中心市街地内居住者の中心市街地への来街頻度は、「ほぼ毎日」が最も多く、次いで「週に2～3回くらい」となっており、この層で7割以上を占める。中心市街地外居住者は、「月に2～3回くらい」が2割以上と最も多く、次いで「2～3か月に1回くらい」「月に1回くらい」となっており、これらの層が6割を占め、中心市街地外居住者の来街頻度は低くなっている。

最近5年間で中心市街地来街頻度の変化をみると、中心市街地内居住者は「変わらない」が最も多いものの、「増えた」も4割以上と多くなっており、利用頻度の高まりが推察される。一方、中心市街地外居住者は、「変わらない」「減った」と答えた人が6割以上と多く、依然として郊外部や他都市の利用が多いと推察される。

■中心市街地への来街頻度

	中心市街地内居住者		中心市街地外居住者		合計	
	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合
1) ほぼ毎日	217	42.8%	49	9.1%	266	25.5%
2) 週に2～3回くらい	142	28.0%	32	6.0%	174	16.7%
3) 週に1回くらい	66	13.0%	52	9.7%	118	11.3%
4) 月に2～3回くらい	32	6.3%	114	21.2%	146	14.0%
5) 月に1回くらい	31	6.1%	102	19.0%	133	12.7%
6) 2～3か月に1回くらい	10	2.0%	106	19.7%	116	11.1%
7) 半年に1回くらい	1	0.2%	46	8.6%	47	4.5%
8) それ以下	3	0.6%	32	6.0%	35	3.4%
無回答	5	1.0%	4	0.7%	9	0.9%
計	507	100.0%	537	100.0%	1,044	100.0%

■最近5年間で中心市街地来街頻度の変化

	中心市街地内居住者		中心市街地外居住者		合計	
	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合
1) 増えた	218	43.0%	138	25.7%	356	34.1%
2) 減った	42	8.3%	144	26.8%	186	17.8%
3) 変わらない	244	48.1%	247	46.0%	491	47.0%
無回答	3	0.6%	8	1.5%	11	1.1%
計	507	100.0%	537	100.0%	1,044	100.0%

2) 中心市街地への来街目的は、買物が多く、中心市街地外居住者は、飲食も多い

中心市街地への来街目的は、中心市街地内外居住者とともに、「買物」「飲食」が圧倒的に多くなっている。中心市街地内外を比較すると、中心市街地内は「買物」が7割と最も多い。

一方、中心市街地外居住者は、「買物」が4割、「飲食」が2割で、中心市街地内居住者に比べて「飲食」が約4ポイント高くなっており、中心市街地外居住者の「飲食」への需要の高さが推察される。

■中心市街地への来街目的

	中心市街地内居住者		中心市街地外居住者		合計	
	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合
1) 買物	355	70.0%	232	43.2%	587	56.2%
2) 飲食	82	16.2%	109	20.3%	191	18.3%
3) 催事・まつり等	14	2.8%	29	5.4%	43	4.1%
4) レジャー・娯楽(映画・パチンコ等)	20	3.9%	46	8.6%	66	6.3%
5) 仕事・学校	56	11.0%	50	9.3%	106	10.2%
6) 趣味・自己啓発	24	4.7%	25	4.7%	49	4.7%
7) 医療機関や福祉施設等の利用	25	4.9%	47	8.8%	72	6.9%
8) 電車・バスの乗り換え時のみ	30	5.9%	43	8.0%	73	7.0%
9) 他の用事のついでに	15	3.0%	42	7.8%	57	5.5%
10) その他	26	5.1%	14	2.6%	40	3.8%
無回答	1	0.2%	6	1.1%	7	0.7%

3) 最近5年間で、中心市街地の魅力とにぎわいへの評価は高くなっている

「最近5年間で中心市街地が行きたい場所になったか」の設問に対して、中心市街地内居住者は、「思う」「どちらかと言えば思う」が7割以上、中心市街地外居住者も、「思う」「どちらかと言えば思う」が5割以上で、中心市街地の魅力の高まりを市民が実感していることがうかがえる。

■最近5年間で中心市街地が行きたい場所になったと思うか

	中心市街地内居住者		中心市街地外居住者		合計	
	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合
1) 思う	203	40.0%	117	21.8%	320	30.7%
2) どちらかと言えば思う	167	32.9%	169	31.5%	336	32.2%
3) どちらとも言えない	92	18.1%	156	29.1%	248	23.8%
4) どちらかと言えば思わない	15	3.0%	36	6.7%	51	4.9%
5) 思わない	21	4.1%	52	9.7%	73	7.0%
無回答	9	1.8%	7	1.3%	16	1.5%
計	507	100.0%	537	100.0%	1,044	100.0%

「最近5年間で中心市街地のにぎわいが出てきたか」の設問について、「思う」「どちらかと言えば思う」が、中心市街地内居住者は7割以上、中心市街地外居住者は6割と高くなっており、中心市街地のにぎわいについての実感が得られていると推察される。

■最近5年間で中心市街地のにぎわいに関する回答集計結果

	中心市街地内居住者		中心市街地外居住者		合計	
	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合
1) 思う	209	41.2%	152	28.3%	361	34.6%
2) どちらかと言えば思う	167	32.9%	176	32.8%	343	32.9%
3) どちらとも言えない	78	15.4%	137	25.5%	215	20.6%
4) どちらかと言えば思わない	20	3.9%	17	3.2%	37	3.5%
5) 思わない	25	4.9%	48	8.9%	73	7.0%
無回答	8	1.6%	7	1.3%	15	1.4%
計	507	100.0%	537	100.0%	1,044	100.0%

4) 中心市街地での居留意向は、中心市街地内外居住者で大きく変わる

中心市街地での居留意向は、中心市街地内居住者の8割以上が「住み続けたい/住みたい」「どちらかと言えば住み続けたい/住みたい」と回答している。一方、中心市街地外居住者は、「住み続けたくない/住みたくない」「どちらかと言えば住み続けたくない/住みたくない」が4割以上で、中心市街地内外の居住者で大きく変わる。

中心市街地に住むために必要なことは、中心市街地内外居住者ともに、「日常生活に必要な買物がしやすい」「公共施設や病院、金融機関等が身近にある」が多く、中心市街地外居住者は、「各世代が快適に暮らせる住環境が整っている」ことも重要視していることが推察される。

■中心市街地での居留意向

	中心市街地内居住者		中心市街地外居住者		合計	
	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合
1) 住み続けたい/住みたい	291	57.4%	49	9.1%	340	32.6%
2) どちらかと言えば住み続けたい/住みたい	145	28.6%	83	15.5%	228	21.8%
3) どちらとも言えない	52	10.3%	163	30.4%	215	20.6%
4) どちらかと言えば住み続けたくない/住みたくない	5	1.0%	101	18.8%	106	10.2%
5) 住み続けたくない/住みたくない	7	1.4%	122	22.7%	129	12.4%
無回答	7	1.4%	19	3.5%	26	2.5%
計	507	100.0%	537	100.0%	1,044	100.0%

■ 中心市街地に住むために必要なこと

	中心市街地内居住者		中心市街地外居住者		合計	
	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合
1) 日常生活に必要な買物がしやすい	354	69.8%	277	51.6%	631	60.4%
2) 公共施設や病院、金融機関等が身近にある	270	53.3%	193	35.9%	463	44.3%
3) 神戸・大阪方面への通勤・通学がしやすい	113	22.3%	81	15.1%	194	18.6%
4) 各世代が快適に暮らせる住環境が整っている	113	22.3%	181	33.7%	294	28.2%
5) 美しい街並みや景観が保全されている	111	21.9%	104	19.4%	215	20.6%
6) 歩行者や自転車が安全で快適に通行できる	114	22.5%	115	21.4%	229	21.9%
7) 子どもが安全に遊べる空間がある	116	22.9%	153	28.5%	269	25.8%
8) 地域の安全を守る体制が整っている	84	16.6%	106	19.7%	190	18.2%
9) 地域社会・共同体が充実している	24	4.7%	51	9.5%	75	7.2%
10) 高齢者が憩い、活動する環境が整っている	46	9.1%	71	13.2%	117	11.2%
11) 習い事や趣味を深めることのできる場所が身近にある	51	10.1%	46	8.6%	97	9.3%
12) 人々との出会いや交流の場が身近にある	38	7.5%	47	8.8%	85	8.1%
13) その他	16	3.2%	18	3.4%	34	3.3%
無回答	11	2.2%	35	6.5%	45	4.3%

5) 中心市街地への満足度はあるものの、さらなる魅力づくりの必要性を感じる市民が多い

中心市街地の満足度は、中心市街地内居住者は6割以上、中心市街地外居住者は5割となっており、否定的意見を大きく上回ることから、全体的な満足度の高まりがうかがえる。

現在の中心市街地に満足しているところは、中心市街地内外居住者ともに、「緑が多く、道路や街並みがきれい」「食料品や日用品の買物が便利である」「交通の便がよい」が上位を占める。特に、中心市街地内居住者は、「食料品や日用品の買物が便利である」が6割以上の高評価となっており、中心市街地外居住者は、5割以上が「緑が多く、道路や街並みがきれい」を評価している。

中心市街地に満足していないところは、中心市街地内居住者は、「空き店舗が多い」が4割以上と最も高く、次いで、「店舗の営業時間が短い」「魅力的・個性的な店舗が少ない」となっている。一方、中心市街地外居住者は、「駐車(駐輪)料金が安い」「交通の便が悪い(車で行きにくい・停めにくい)」がともに高く、車での来街の改善を指摘している。また、中心市街地外居住者も、「空き店舗が多い」が高く、今後とも商店街の魅力づくりに取り組むことが重要となっている。

■中心市街地の満足度

	中心市街地内居住者		中心市街地外居住者		合計	
	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合
1) 満足している	103	20.3%	70	13.0%	173	16.6%
2) どちらかと言えば満足している	213	42.0%	195	36.3%	408	39.1%
3) どちらとも言えない	115	22.7%	155	28.9%	270	25.9%
4) どちらかと言えば満足していない	41	8.1%	50	9.3%	91	8.7%
5) 満足していない	29	5.7%	52	9.7%	81	7.8%
無回答	6	1.2%	15	2.8%	21	2.0%
計	507	100.0%	537	100.0%	1,044	100.0%

■現在の中心市街地に満足しているところ

	中心市街地内居住者		中心市街地外居住者		合計	
	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合
1) 緑が多く、道路や街並みがきれい	222	43.8%	272	50.7%	494	47.3%
2) 治安がよい	127	25.0%	157	29.2%	284	27.2%
3) 医療施設・福祉施設が充実している	70	13.8%	44	8.2%	114	10.9%
4) 教育・文化施設が充実している	21	4.1%	20	3.7%	41	3.9%
5) 食料品や日用品の買物が便利である	346	68.2%	167	31.1%	513	49.1%
6) 魅力的・個性的な店舗が多い	43	8.5%	58	10.8%	101	9.7%
7) なじみの店(店員)がある	45	8.9%	61	11.4%	106	10.2%
8) 人通りが多く、活気がある	129	25.4%	117	21.8%	246	23.6%
9) 交通の便がよい	200	39.4%	172	32.0%	372	35.6%
10) にぎわい(集客)イベントが多い	62	12.2%	66	12.3%	128	12.3%
11) 最新の流行や情報が入手できる	20	3.9%	43	8.0%	63	6.0%
12) その他	10	2.0%	26	4.8%	36	3.4%
無回答	19	3.7%	67	12.5%	85	8.1%

■現在の中心市街地に満足していないところ

	中心市街地内居住者		中心市街地外居住者		合計	
	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合
1) 緑が少なく、街並みが美しくない	34	6.7%	33	6.1%	67	6.4%
2) 治安が悪い	60	11.8%	35	6.5%	95	9.1%
3) 医療機関・福祉施設が少ない	65	12.8%	57	10.6%	122	11.7%
4) 教育・文化施設が少ない	71	14.0%	65	12.1%	136	13.0%
5) 食料品や日用品の買物が不便である	43	8.5%	43	8.0%	86	8.2%
6) 魅力的・個性的な店舗が少ない	166	32.7%	153	28.5%	319	30.6%
7) 店舗の営業時間が短い	183	36.1%	146	27.2%	329	31.5%
8) 接客マナーが悪い	29	5.7%	22	4.1%	51	4.9%
9) 空き店舗が多い	224	44.2%	167	31.1%	391	37.5%
10) 人通りが少なく、活気がない	49	9.7%	44	8.2%	93	8.9%
11) 交通の便が悪い(車で行きにくい・停めにくい)	79	15.6%	183	34.1%	262	25.1%
12) 駐車(駐輪)料金が安い	128	25.2%	266	49.5%	394	37.7%
13) にぎわい(集客)イベントが少ない	44	8.7%	41	7.6%	85	8.1%
14) 情報を入りにくい	49	9.7%	62	11.5%	111	10.6%
15) その他	78	15.4%	40	7.4%	118	11.3%
無回答	31	6.1%	36	6.7%	67	6.4%

(2) まちなか来街者調査(令和元年9月1日、2日)

①調査の目的

本調査は、来街者の来街目的や商店街の利用状況等を調査・把握することで、回遊状況を分析し、今後の施策への反映を目的とする。

②調査の概要

調査対象: 中心市街地を訪れる15歳以上の男女(計312サンプル)

調査方法: 調査員によるアンケート形式の聞き取り調査

調査期間: 令和元年9月1日、2日

③調査のまとめ

本調査では、中心市街地の「交通手段」「立ち寄り先」「滞留時間」「来街目的」「商店街への意向」について、世代別による利用状況の比較、分析を行い、以下の結果が明らかになった。

- 中心市街地での滞留時間を増加し、回遊性を向上させるには、「魅力的な店舗」「気軽に休憩できる場所」「案内機能の充実」「子どもの遊び場」等が求められている。
- 商店街は、「各世代のニーズを踏まえた店舗配置・サービスの向上」が重要となっている。

1) 少子高齢化に対応した公共交通機関の充実や環境整備が求められる

中心市街地までの交通手段は、若い世代は「電車」を利用している割合が高く、高齢者世代は、「バス」「自転車」「徒歩」の割合が高い。公共交通機関の利便性を向上させるとともに、自転車や徒歩で回遊しやすい環境整備が重要となっている。

2) 中心市街地には、飲食や買物を中心に滞留しており、滞留時間が延長している

中心市街地での立ち寄り先は、2~3ヶ所が6割と多く、滞留時間も、過去の調査と比較して、長くなっている。特に、3~6時間で滞留する人が多くなっている。立ち寄った場所は、「飲食」が最も多く、「食料品」「衣料品」が全世代に共通して多い。

3) 商店街には、飲食店や世代のニーズに合わせた業種や店舗が求められる

商店街で求められる店舗・施設・サービスは、「飲食店」が最も多い。世代別にみると、30代以下は、「娯楽・レジャー施設」、中高年は、「食料品」「衣料品」が多くなっており、世代ごとのニーズを踏まえ、品揃えやサービスの提供ができる店舗・施設の配置が重要となっている。

4) 滞留時間を増やすためには、気軽に休憩できる場所や店舗が求められている

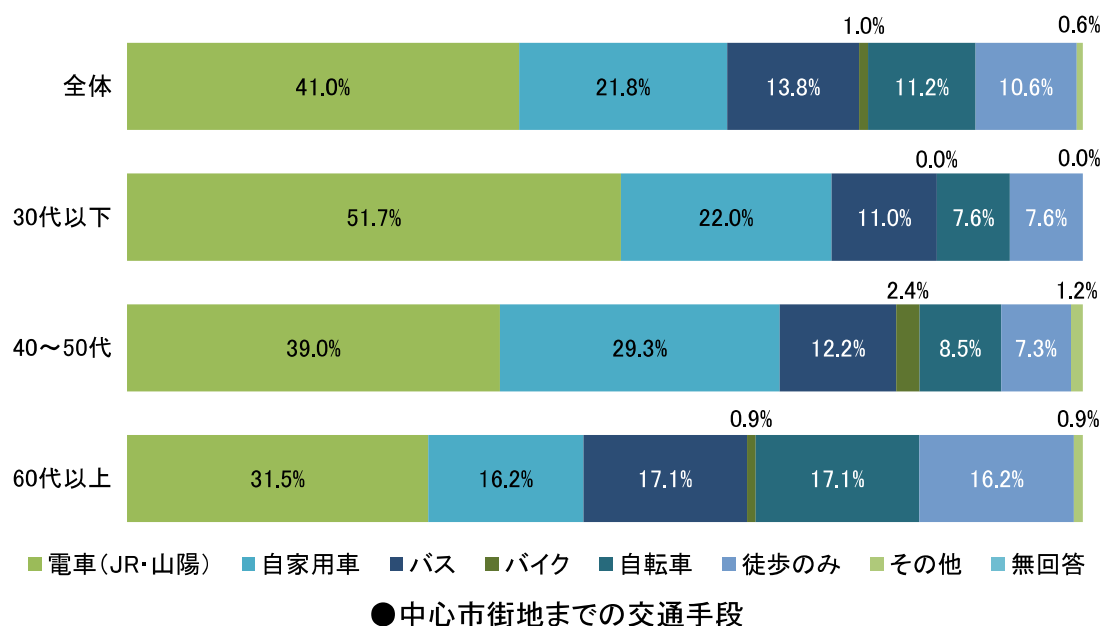
中心市街地で滞留時間を増やすためには、「休憩できる場所」「魅力的な店舗」が多くあげられており、その中でも特に「オープンカフェ」「暑さや雨を凌ぐ屋根つきベンチ」等の気軽に休憩できる場所が求められている。「子どもの遊び場」「案内板・案内マップ」等の充実も求められている。

④調査結果の分析

1) 少子高齢化に対応した公共交通機関の充実や環境整備が求められる

中心市街地までの交通手段は、全体的に4割が「電車」、2割が「自家用車」となっている。30代以下は、5割以上が「電車」であり、40～50代は、「自家用車」の利用が他世代と比べて多くなっている。60代以上は、他世代と比較すると電車利用が若干少なく、「自家用車」「バス」「自転車」「徒歩」が17%前後と均等にわかれている。

以上から、若い世代は、「電車」を利用している割合が高く、高齢者世代は、「バス」「自転車」「徒歩」の割合が高い。少子高齢化に対応するためにも、より一層、公共交通機関の利便性を向上させるとともに、自転車や徒歩で回遊しやすい環境整備が重要となっている。



2) 中心市街地の立ち寄り先は、飲食や買物を中心に滞留しており、滞留時間が延長している

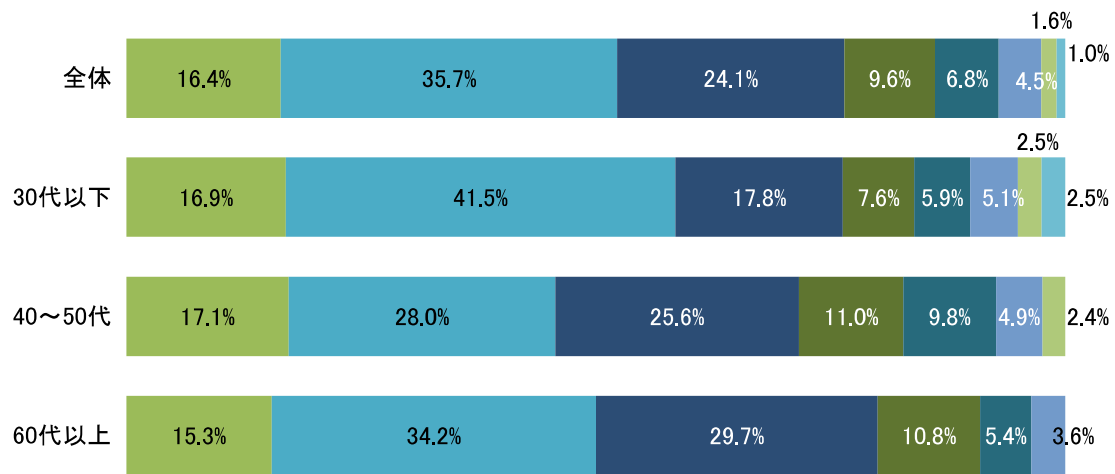
中心市街地での立ち寄り先は、「2ヶ所」と「3ヶ所」が多く、6割を占めている。

滞留時間は、「1～2時間未満」が最も多く、次いで、「3～4時間未満」となっている。過去の調査と比較すると、「30分～3時間未満」が減少し、「3～6時間未満」や「8時間以上」が増加しており、全体的に滞留時間が長くなっていることがうかがえる。

中心市街地で立ち寄った場所では、「買物」が5割以上と最も多く、次いで「飲食」が約3割となっている。「観光」は約1割にとどまっており、さらなる増加への対策が重要となる。

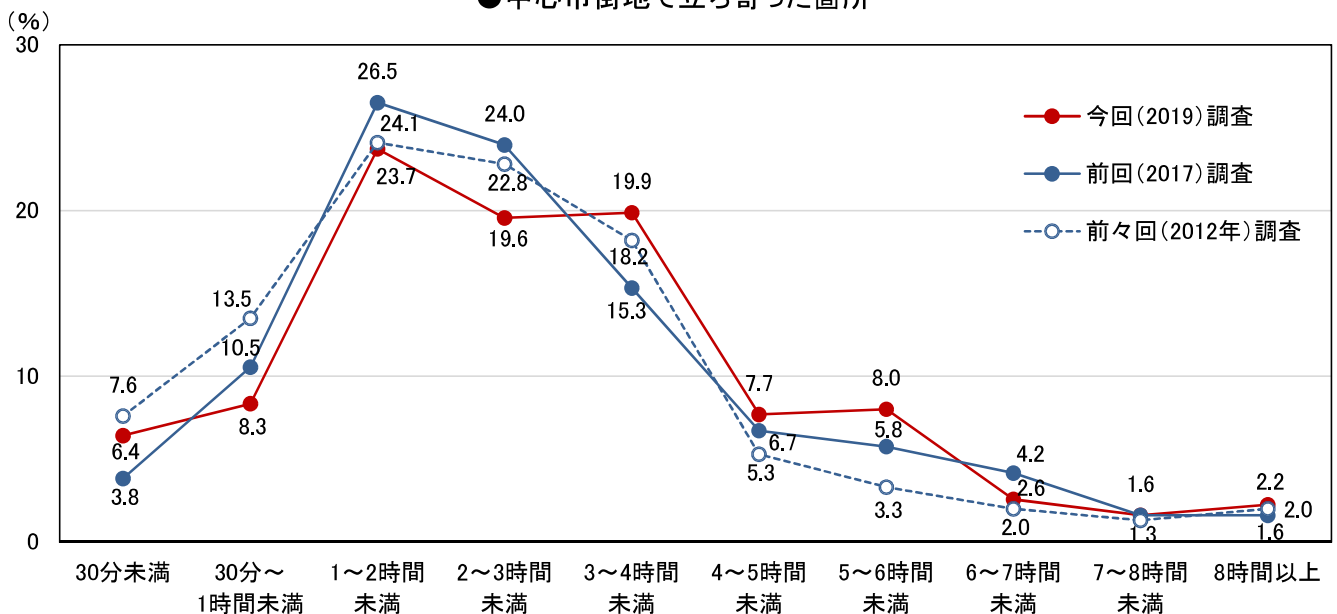
購入した商品や利用したサービス等は、「飲食」が約5割と多く、次いで「食料品」となっている。30代以下は、「飲食」「食料品」「医薬品、化粧品、日用雑貨」、40～50代は、「飲食」「食料品」「衣料品」、60代以上は、「食料品」「飲食」「衣料品」の購入が多くなっている。

以上から、「飲食」と「買物」を中心に滞留時間が伸びていることが推察され、世代ごとのニーズを踏まえながら、業種の配置をしていくことが重要となっている。

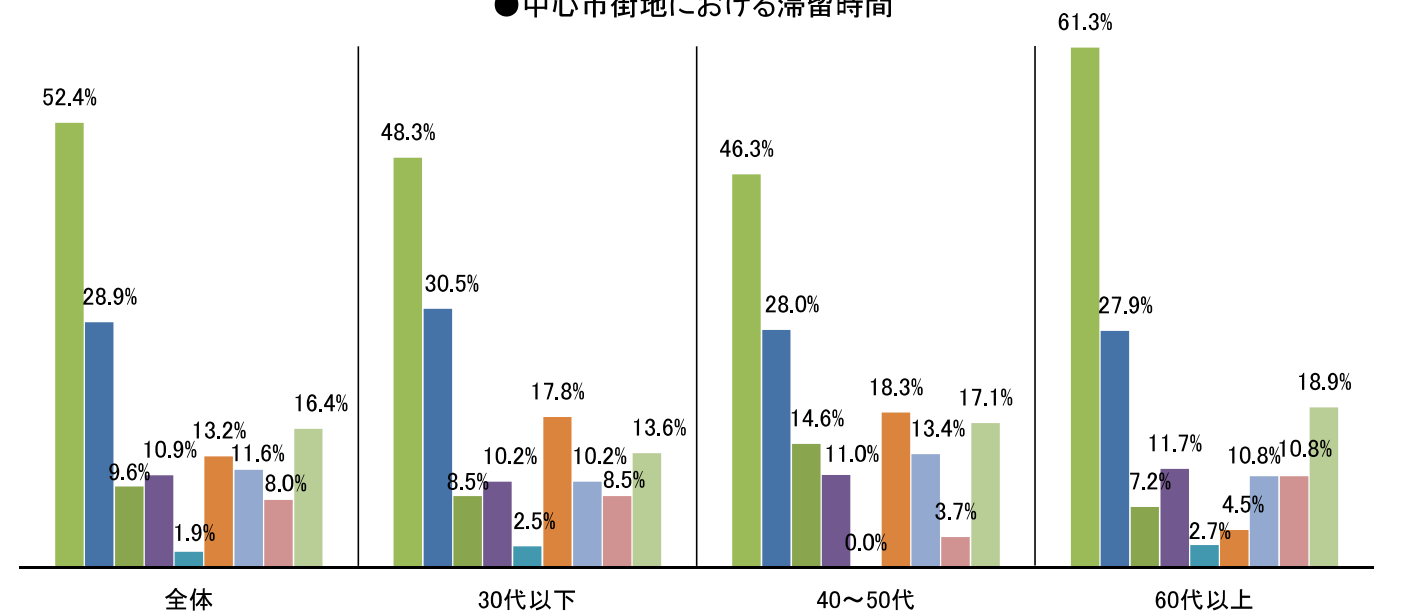


■ 1ヶ所程 ■ 2ヶ所程 ■ 3ヶ所程 ■ 4ヶ所程 ■ 5ヶ所程 ■ 6ヶ所～9ヶ所程 ■ 10ヶ所以上 ■ 通過のみ

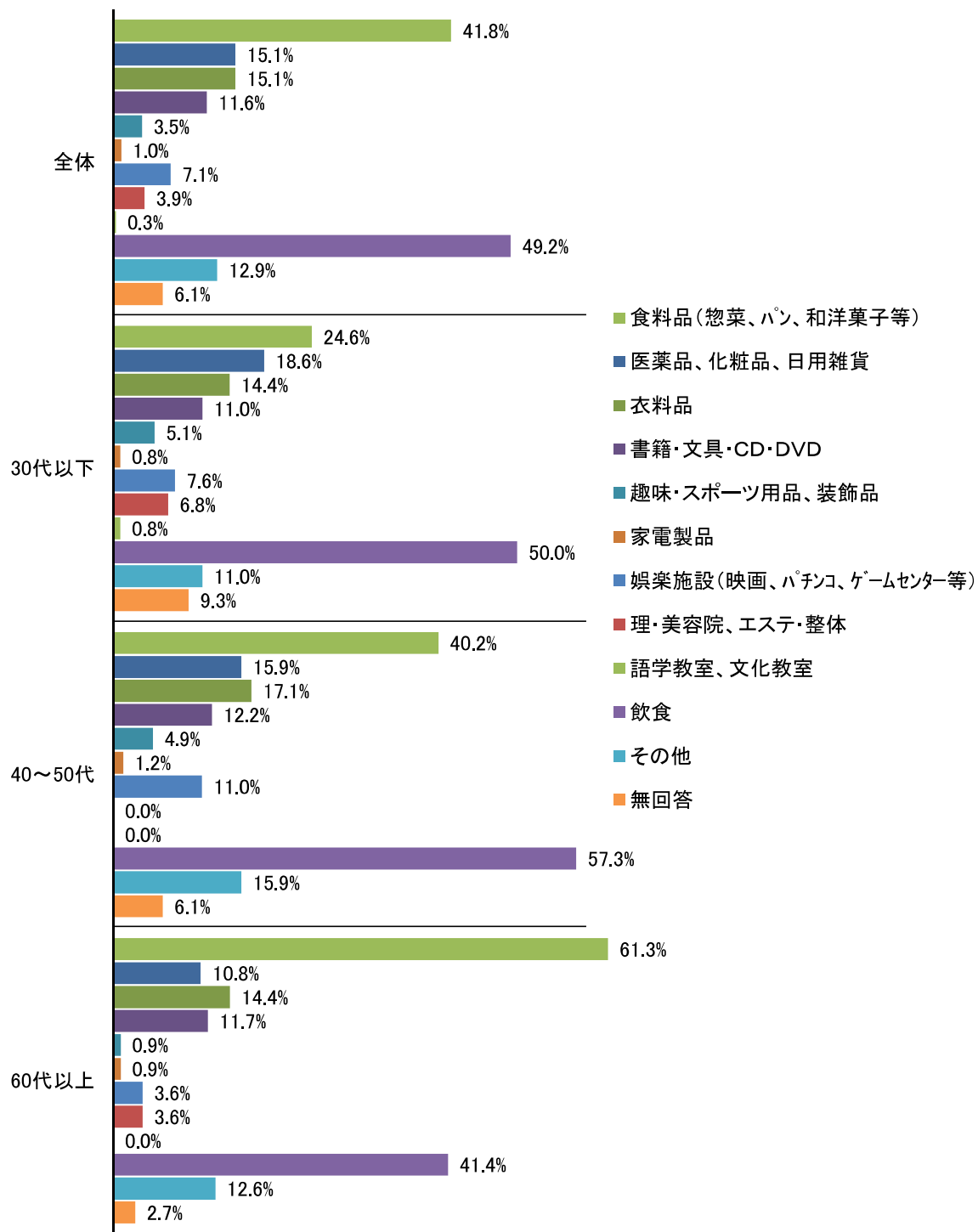
● 中心市街地で立ち寄った箇所



● 中心市街地における滞留時間



● 中心市街地で立ち寄った場所



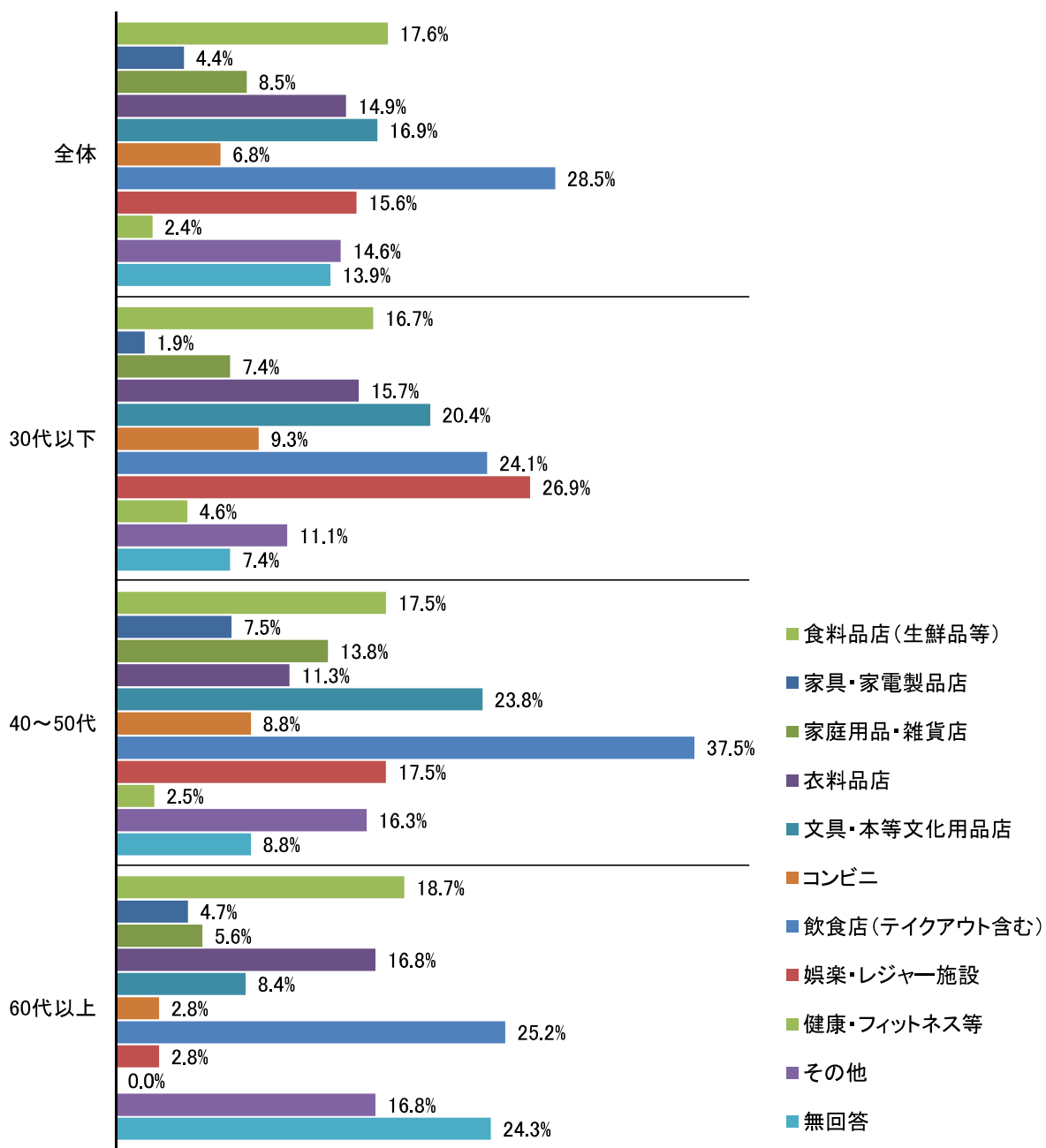
● 中心市街地で購入した商品や利用したサービス等

3) 商店街には、飲食店や世代のニーズに合わせた業種や店舗が求められる

商店街で求められる店舗・施設・サービスは、「飲食店」が約3割と最も多く、次いで「食料品店」「文具・本等文化用品店」となっている。30代以下は、「娯楽・レジャー施設」「飲食店」「文具・本等文化用品店」「衣料品店」が多くなっている。40～50代は、「飲食店」が最も多く、次いで「文具・本等文化用品店」「食料品店」「娯楽・レジャー施設」となっている。60代以上は、「飲食店」「食料品店」「衣料品店」が多くなっている。

以上から、どの世代も「飲食店」を求めているとともに、若い世代は、「娯楽・レジャー施設」、中高年は、「食料品店」「衣料品店」等生活関連の業種を求めていることが推察される。

これらの世代ごとのニーズを踏まえ、品揃えやサービスの提供ができる店舗・施設を配置することが重要となっている。



● 商店街で求められる店舗・施設・サービス

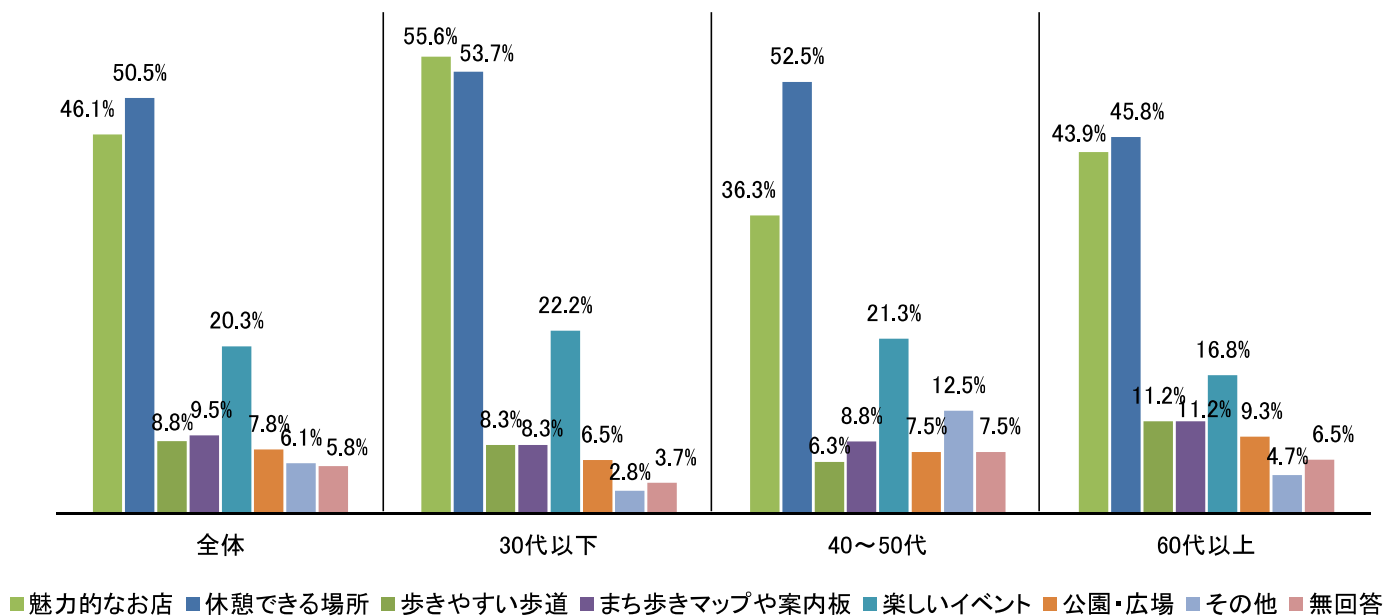
4) 滞留時間を増やすためには、気軽に休憩できる場所や店舗が求められている

中心市街地で滞留時間を増やすための機能は、「休憩できる場所」と「魅力的なお店」が約5割と並んで多く、次いで、「楽しいイベント」が2割となっている。30代以下は、「魅力的なお店」が多く、40～50代と60代以上は、「休憩できる場所」が最も多くなっている。

自由意見をみると、「休憩できる場所」が最も多く、その中でも、「暑さや雨を凌ぐ屋根つきベンチ」「商店街のベンチ」「オープンカフェ」が多くあがっている。「飲食店」については、「オープンカフェ」や「フードコート等安価で立ち寄りやすい飲食店」が多く、「物販店」については、「若者やシニア、男性向けの衣料品」「書店」「文具店」が多くあがっている。また、子育て世代からは、「子ども向きの遊び場」や「無料休憩所の充実」を求める声が寄せられている。

また、「案内板の設置」や「飲食店マップ」については、姫路駅前における案内機能を充実することで、より楽しめるという意見があがっている。その他、「駐車場を安くする」や「野菜市や音楽イベントの開催」があがっている。

以上から、滞留時間を増やすためには、気軽に休憩や飲食できる場づくり、案内機能の充実等が求められていることが推察される。店舗については、世代ごとのニーズを踏まえた、魅力的な店舗づくりにより、今後の顧客層につなげ、滞留時間を増加させていくことが重要である。



● 中心市街地で滞留時間を増やすための機能

(3) 中心市街地マンション居住者意識調査(平成30年10月)

①調査の目的

本調査は、中心市街地区域内において、民間の新築マンションの建設により、居住者が増加している背景を踏まえ、新築マンション等の居住者を対象に、今後の施策への反映を目的とする。

②調査の概要

調査対象: 中心市街地内のマンション38棟 724戸

調査方法: 調査票を全戸配布し、郵送返信にて回収

調査期間: 平成30年10月19日～11月16日

回収状況: 配布枚数724票中 回答数337票 (回収率46.5%)

③調査のまとめ

本調査では、中心市街地マンション居住者を対象に、「居住者層」「転居理由」「日用品等の買物先」「利便性」について、世帯別による比較、分析を行い、以下の結果が明らかになった。

- 若い世帯の居住者が多く転入しており、「勤務地や姫路駅に近い立地の特性」「日常的に快適な生活ができる環境整備」が、まちなか居住の動機となっている。
- 小売店舗の利便性は高く評価されており、商店街は、中心市街地の立地特性と店舗の集積を活かし、商店街ならではの魅力と付加価値を向上することが重要となる。
- 「高齢者世帯」は「医療施設」のニーズが高く、さらなる高齢化の進行も踏まえ、子育て世帯や高齢者世帯も含む、世帯ごとのニーズに即した環境整備に取り組むことが重要となる。

1) 子育て世帯と夫婦のみ世帯を中心に居住者が増加している

民間マンションの建設により、若い世帯が中心市街地に転入してきており、今後は、さらなる高齢化の進行も踏まえ、子育て世帯や高齢者世帯も含む、世帯ごとのニーズに即した環境整備に取り組むことが重要となる。

2) 生活利便性の充実や勤務先・姫路駅が近いという理由から、転入してきた人が多い

勤務地や姫路駅に近い立地の特性とあわせて、生活しやすい環境整備が居住者の増加につながっており、日常的に快適な生活ができる環境整備が、まちなか居住の推進に効果があると考えられる。

3) 日用品は、中心市街地のスーパーマーケットと大型商業施設を多くの人が利用している

日用品等の買物先は、全ての世帯で「中心市街地内のスーパーマーケット」が多くなっている。次いで、単身者世帯や高齢者世帯では「姫路駅周辺の百貨店・大型商業施設」となっており、中心市街地における買物が中心となっている。また、「子育て世帯」「夫婦と子供世帯」「夫婦のみ世帯」では、車の利用により「市内のスーパーマーケットやショッピングモール等の商業施設」を利用が2番目に多くなっている。

4) 商店街の業種の差別化や付加価値の向上が求められる

中心市街地の商店街の店舗の利用は一番低く、日用品の購入はほとんどの世帯が「中心市街地内のスーパーマーケット」や「姫路駅周辺の百貨店・大型商業施設」を利用している。単身者世帯は、「市内のスーパーマーケットやショッピングモール等の商業施設」の利用度が低く、中心市街地内の徒歩圏で賄えていることがうかがえる。

5) 小売店舗と世帯ごとのニーズを踏まえた施設・機能の充実が求められる

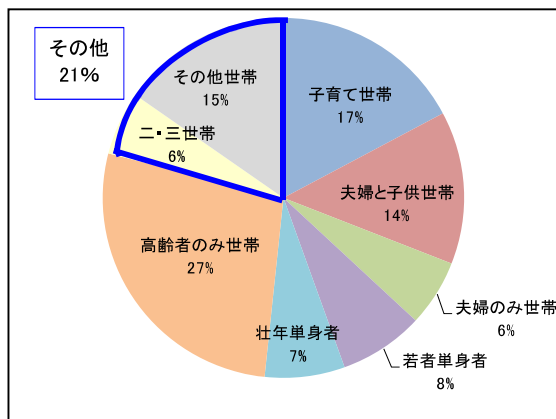
近くにあって便利だと感じている施設は、「商店街の店舗、スーパーマーケット、コンビニ、飲食店等の小売店舗」「駅・バスターミナル」が多い。商業施設以外について世帯別にみると、「子育て世帯」は「教育施設関連」、「若者単身世帯」は「娯楽施設」が高くなっている。「医療施設」は、「高齢者のみ世帯」が高くなっており、世帯ごとのニーズを踏まえた機能の充実が重要となっている。

④ 調査結果の分析

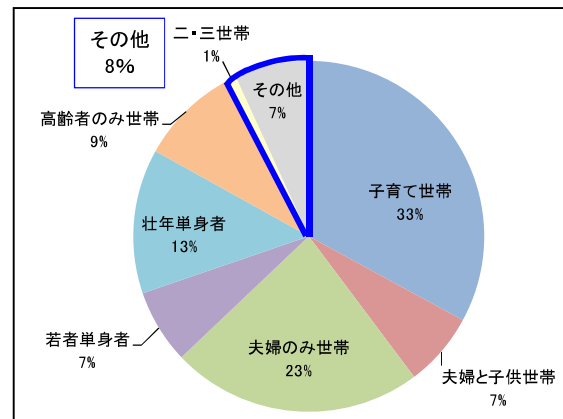
1) 子育て世帯と夫婦のみ世帯を中心に居住者が増加している

中心市街地のマンション居住者の回答者は、平成27年国勢調査結果(姫路市全体)と比較して、「子育て世帯」が約3割、「夫婦のみ世帯」が約2割と若い世帯を中心に居住者が増加していることがうかがえる。

以上から、民間マンションの建設により、若い世帯が中心市街地に転入してきており、これまでの中心市街地における市街地整備の効果が推察される。今後は、さらなる高齢化の進行も踏まえ、子育て世帯や高齢者世帯も含む、世帯ごとのニーズに即した環境整備に取り組むことが重要となる。



●平成27年国勢調査結果(姫路市全体)



●中心市街地マンション調査結果

※年齢及び世帯構成による世帯分類

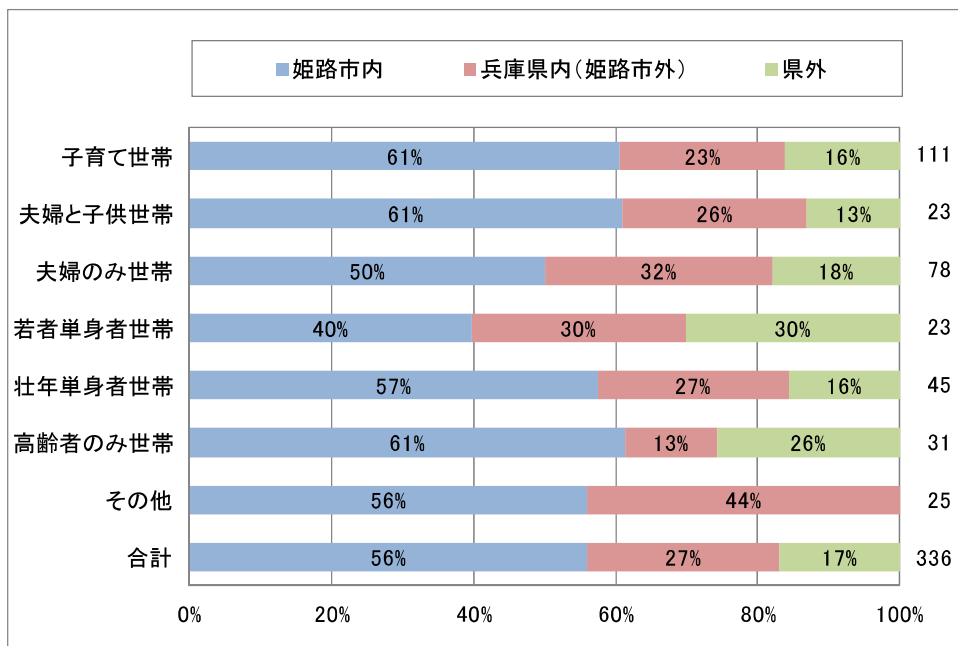
世帯分類	年齢と世帯構成
子育て世帯	20～40代の夫婦と子供
夫婦と子供世帯	50代以上の夫婦と子供
夫婦のみ世帯	20～50代の夫婦のみ
若者単身者世帯	20～30代の一人暮らし
壮年単身者世帯	40～50代の一人暮らし
高齢者のみ世帯	60～80代以上の一人暮らしまたは夫婦のみ
その他	寡婦・寡夫世帯、二・三世帯、その他、不明

2)生活利便性の充実や勤務先・姫路駅が近いという理由から、転入してきた人が多い

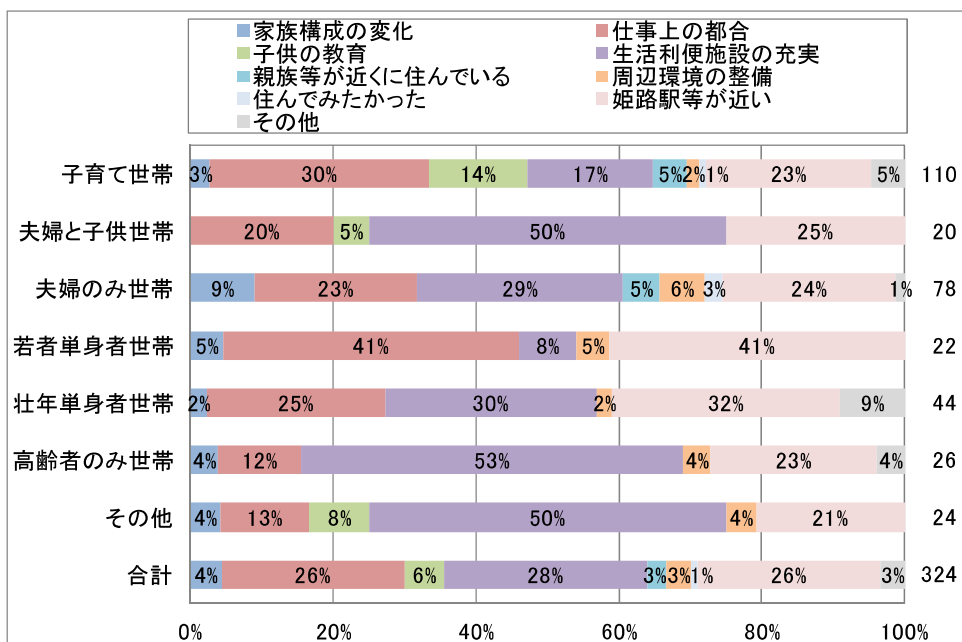
民間マンションに住み替える前の住所は、「姫路市内」の割合が5割以上と最も高くなっており、次いで「兵庫県内(姫路市外)」が約3割となっている。

中心市街地に住むことにした理由は、「子育て世帯」や「若者単身者世帯」では、「仕事上の都合」と「姫路駅等が近い」の割合が高いが、「夫婦と子供世帯」「夫婦のみ世帯」「壮年単身者世帯」「高齢者のみ世帯」は、「生活利便施設の充実」と「姫路駅等が近い」の割合が高くなっている。

以上から、勤務地や姫路駅に近い立地の特性とあわせて、生活しやすい環境整備が居住者の増加につながったことが推察され、日常的に快適な生活ができる環境整備が、まちなか居住の推進に効果があると考えられる。



● 住み替え前の住所



● 中心市街地に住むことにした理由

3)日用品は、中心市街地のスーパーマーケットと大型商業施設を多くの人が利用している

日用品等の買物先は、全ての世帯で「中心市街地内のスーパーマーケット」の割合が7割以上と最も高く、次いで、「姫路駅周辺の百貨店・大型商業施設」が5割となっており、中心市街地における買物が中心となっていることが推察される。「子育て世帯」「夫婦と子供世帯」「夫婦のみ世帯」は、車の利用により「市内のスーパーマーケットやショッピングモール等の商業施設」を利用し、「若者単身者世帯」「壮年単身者世帯」「高齢者のみ世帯」は、徒歩圏で買物が賄えていることが推察される。

4)商店街の業種の差別化や付加価値の向上が求められる

中心市街地の商店街の店舗の利用は一番低く、一割に満たない結果となっており、日用品の購入はほとんどの世帯が「中心市街地内のスーパーマーケット」や「姫路駅周辺の百貨店・大型商業施設」を利用していることが推察される。

以上から、商店街は、中心市街地の立地特性と店舗の集積を活かし、商店街ならではの魅力と付加価値を向上することが重要となる。

■日用品等の買物先

単位:票

区分	大型商業施設	スーパーマーケット	商店街の店舗	市内の商業施設	コンビニ	ネットショッピング	その他
子育て世帯	41 (37%)	81 (73%)	9 (8%)	65 (59%)	19 (17%)	32 (29%)	6 (5%)
夫婦と子供世帯	16 (70%)	16 (70%)	3 (13%)	11 (48%)	1 (4%)	8 (35%)	1 (4%)
夫婦のみ世帯	37 (47%)	60 (77%)	3 (4%)	44 (56%)	10 (13%)	16 (21%)	3 (4%)
若者単身者世帯	14 (61%)	18 (78%)	0 (0%)	6 (26%)	11 (48%)	6 (26%)	0 (0%)
壮年単身者世帯	25 (56%)	39 (87%)	6 (13%)	13 (29%)	21 (47%)	9 (20%)	1 (2%)
高齢者のみ世帯	18 (58%)	22 (71%)	6 (19%)	8 (26%)	5 (16%)	1 (3%)	0 (0%)
その他	16 (52%)	18 (58%)	3 (10%)	11 (35%)	8 (26%)	4 (13%)	1 (3%)
合計	167 (50%)	254 (75%)	30 (9%)	158 (47%)	75 (22%)	76 (23%)	12 (4%)

上段:回答数、下段:構成比

■:最も多い ■:2番目に多い

※正式項目

表中項目	正式項目
大型商業施設	姫路駅周辺の百貨店・大型商業施設
スーパーマーケット	中心市街地内のスーパーマーケット
商店街の店舗	中心市街地の商店街の店舗
市内の商業施設	市内のスーパーマーケットやショッピングモール等の商業施設
コンビニ	コンビニ
ネットショッピング	ネットショッピング

5) 小売店舗と世帯ごとのニーズを踏まえた施設・機能の充実が求められる

近くにあって便利だと感じている施設は、「商店街の店舗、スーパーマーケット、コンビニ、飲食店等」が7割と高くなっており、次いで「駅・バスターミナル」「姫路駅周辺の百貨店・大型商業施設」となっている。

商業施設以外について世帯別にみると、「子育て世帯」は「教育施設関連」、「若者単身世帯」は「娯楽施設」が高くなっている。「医療施設」は、「高齢者のみ世帯」が5割以上と特に高く、「夫婦と子供世帯」「壮年単身者世帯」も高くなっている。

以上から、「商店街の店舗、スーパーマーケット、コンビニ、飲食店等」の小売店舗の利便性は高く評価されており、今後も、商業施設の充実や環境整備を図ることが重要となる。

■ 近くにあって便利だと感じている施設

単位：票

区分	大型商業施設	小売店舗	娯楽施設	医療施設	文化施設	教育関連施設	駅・バスターミナル	その他
子育て世帯	63 (57%)	72 (65%)	16 (14%)	16 (14%)	16 (14%)	26 (23%)	82 (74%)	3 (3%)
夫婦と子供世帯	14 (61%)	16 (70%)	5 (22%)	6 (26%)	4 (17%)	4 (17%)	16 (70%)	0 (0%)
夫婦のみ世帯	49 (63%)	54 (69%)	18 (23%)	15 (19%)	11 (14%)	2 (3%)	55 (71%)	0 (0%)
若者単身者世帯	14 (61%)	18 (78%)	9 (39%)	0 (0%)	1 (4%)	0 (0%)	15 (65%)	0 (0%)
壮年単身者世帯	26 (59%)	35 (80%)	8 (18%)	11 (25%)	4 (9%)	0 (0%)	29 (66%)	1 (2%)
高齢者のみ世帯	13 (42%)	25 (81%)	4 (13%)	16 (52%)	5 (16%)	0 (0%)	17 (55%)	0 (0%)
その他	13 (52%)	17 (68%)	4 (16%)	10 (40%)	3 (12%)	0 (0%)	18 (72%)	0 (0%)
合計	192 (57%)	237 (71%)	64 (19%)	74 (22%)	44 (13%)	32 (10%)	232 (69%)	4 (1%)

上段：回答数、下段：構成比

■：最も多い ■：2番目に多い

※正式項目

表中項目	正式項目
大型商業施設	姫路駅周辺の百貨店・大型商業施設
小売店舗	商店街の店舗、スーパーマーケット、コンビニ、飲食店等
娯楽施設	映画館、スポーツジム・プール、ゲームセンター・カラオケ等
医療施設	病院・診療所等
文化施設	文化施設
教育関連施設	教育関連施設
駅・バスターミナル	駅・バスターミナル

1-5 中心市街地における課題の整理

(1) まちづくりにおいて考慮すべき社会・経済情勢

① 都市型・滞在型・インバウンド観光

わが国の観光政策は、2006年に観光推進基本法が制定され、2008年に観光庁を設置し、大型・画一型から個人化・多様化をめざすポストマツリズム^{※1}の方向性へと推移している。

インバウンド観光は、日本政府観光局(JNTO)の訪日客数によると、2015年に2,000万人に迫る来日客数を記録してから、2018年には約3,100万人へと推移している。2020年までに4,000万人とする目標数値に対して大きく上回る状況が想定され、対応が急務となっている。

さらに、ラグビーW杯、東京オリンピック・パラリンピック、ワールドマスターズゲームにおける2019～2021年のゴールドenspーツイヤーズ、大阪・関西万博2025へとつながる約5年間で、関西圏の主要な都市として、一つの勝負時となっている。スポーツ界はアマチュアイズムからビジネスイズム、消費行動はモノからコトへと大きく転換する流れにあることから、都市型・滞在型・インバウンド観光を踏まえた中心市街地の再生と発展が重要となっている。

外国人観光客の動向は、行動形態がリピーター化し、団体旅行から個人旅行へ移行する傾向にあり、滞在期間が長期化している。また買物の志向は、爆買いから生活用品中心の買物へと変化しており、訪問先も大都市や有名都市の観光スポットから市場や商店街、ビュースポット、歓楽街、飲食店等ディープな地域へと移行している。

外国人観光客の関心は、着物・浴衣や城郭見学、神社への参詣、伝統食・伝統行事等の伝統的な体験に加え、アニメ、ドラマ、映画、ゲームに至るポップカルチャー等にも向けられ、新旧に織りなす日本文化が人気となっている。また、日本の日常生活や日常食等現代の生活体験への関心も高まる傾向にある。

こうした背景を踏まえ、中心市街地においては、まちなか・まち歩き観光や滞在型・宿泊型観光、多言語標記による観光インフラ整備等を推進し、国際観光都市として、各国から観光客を受け入れ、人の流れと滞在を生み出す、即効性・持続性のある観光まちづくりが重要となる。

ポストマツリズム^{※1}

マツリズムとは、第2次世界大戦後の経済発展を背景に、富裕層に限られていた観光旅行が、幅広く大衆にまで拡大した現象。日本でも高度経済成長期に旅行の大衆化が一気に進み、団体旅行がその主流であった。しかし成熟期を迎えた現在は、画一的なマツリズムに代わり、旅行の個人化とともに目的志向や高級志向等旅行スタイルの多様化、細分化が進んでおり、この現象をポストマツリズムと呼ぶ。

② ライフスタイル対応型商業・サービス機能＋雇用創出

地球環境問題への対応や持続可能な開発目標(SDGs)^{※2}に向けた取組み等のため、わが国においても、持続可能で強靱なまちづくりとして、コンパクト・プラス・ネットワーク^{※3}の推進や戦略的な社会資本の整備、質の高いインフラの推進等が掲げられている。

大量生産・大量消費型の商業依存のみから、健康志向やエコライフ志向が高まっている。スローフードや手づくり商品、環境に配慮した商品等安全・安心で質の高い商品やサービスを求める傾向にあることから、これらに対応した空間・商品・サービスが必要となっている。

また、様々なライフステージやライフスタイルに応じて居住地を選択する傾向が強まっている。テレワーク等雇用や働き方のスタイルも変化しており、今後も一層の多様化が見込まれることから、若い世代が挑戦しやすい新ビジネスや雇用創出につながる環境づくりが求められる。

こうした背景を踏まえ、中心市街地においては、次世代や子育て世代・高齢者世代等のターゲット層を踏まえた商業の差別化、再集積を図る必要がある。このためには、ターゲット層のニーズを把握し、求められる業種・機能を適正に配置し、継続的な交流や滞留へとつなげるまちづくりが重要となる。また、まちなかに魅力的な店舗を増やすことで、地元商業の活性化を図り、地域内経済循環を生み出すことも重要である。

持続可能な開発目標(SDGs)^{※2}

2015年9月の国連サミットで採択された、「誰一人として取り残さない」持続可能で多様性と包括性のある社会の実現のための2030年までの17の国際目標。日本でのSDGs推進のための主な取組みとしては、働き方改革の実施や子供の貧困対策、地方創生や未来志向の社会づくりを支える基盤・技術・制度等、徹底した省エネの推進、持続可能な農林水産業の推進や林業の成長産業化等があげられる。

コンパクト・プラス・ネットワーク^{※3}

人口減少・高齢化が進む中、特に地方都市においては地域の活力を維持するとともに医療・福祉・商業等の生活機能を確保し、高齢者をはじめとする住民が安心して暮らせ、環境面にも配慮したまちの実現を目指す必要があるため、まちなかや公共交通沿線に都市機能や居住を誘導し、それと連携した持続可能な地域公共交通ネットワークを形成すること。

③子育て世代から高齢者まで、多世代型まちづくり

少子高齢化の本格到来を見据え、わが国では、多様な都市機能が集積したコンパクトシティが推進され、生活サービスの維持向上、行政コストの削減、環境負荷の軽減等全国的にも効果がみられている。

しかし、コンパクト化だけでは圏域・マーケットが縮小し、より高次の都市機能によるサービスが成立するために必要な人口規模を確保できない恐れがあるため、ネットワーク化により各種の都市機能に応じた圏域人口を確保することが不可欠となる。

わが国では、今後は、こうしたコンパクト・プラス・ネットワークを推進し、経済活動の装置である都市のコンパクト化、密度アップ、公共交通の利便性向上により、サービス産業の生産性を向上させることとしている。そのため、中心市街地での消費額増加や訪問介護の移動時間の短縮等、子育て世代や高齢者等のユーザー目線を備えた上で、施設の最適立地の実現を目指している。これにより、人・モノ・情報の高密度な交流の実現とイノベーションの創出、にぎわい創出による歴史・文化の継承やその発展といった新たな価値の創造につなげることとしている。

こうした背景を踏まえ、医療・福祉、地域公共交通、公共施設再編等各分野の施策との連携がより一層重要となる。中心市街地においては、広場等の公共空間の活用、空き店舗等の活用促進等、にぎわいを呼ぶための高質なストックの整備と活用により、多世代が安心して快適に居住できる環境づくりが重要となる。

また、県立はりま姫路総合医療センター(仮称)の整備に伴い、体の不自由な方や子育て世代、高齢者等が来街しやすく、回遊できる環境づくりが求められる。車椅子や歩行器、ベビーカー等の利用が安全・安心に行われるサービスやまちなかのバリアフリーの環境整備等により、受け入れ体制を整える必要がある。

④高次機能の集約と持続可能なマネジメント

本市では、姫路市総合計画「ふるさと・ひめじプラン2020」(平成21年3月策定)において、コンパクトで充実した各地域生活圏と高次都市機能を有する都心部が有機的に連携・交流する「姫路スタイル・コンパクトシティ」を掲げ、この10年間で大きな効果がみられている。

「姫路市都市計画マスタープラン」(平成27年3月策定)においても、都心部におけるにぎわいの創出と活力の増大等、既成市街地の整備・改善を進め、JR姫路駅周辺の高次都市機能の集積、都心部の居住環境や利便性の向上を図るとしている。

「姫路市立地適正化計画」(平成30年3月策定)では、中心市街地は、播磨の中核都市にふさわしい高次都市機能や広域交流の交通結節機能が充実している拠点として「中心拠点」に位置付けられている。

中心拠点では、商業面積が10,000㎡を超える商業施設や医療施設等の市民生活のために必要な施設を一定規模以上確保し、広域的な都市活力向上に貢献する都市機能や防災機能を配置している。広域的な都市活力向上に貢献する施設としては、3次医療提供病院や医療・福祉系専門学校、文化交流施設、広域防災施設が該当する。

「特別史跡姫路城跡整備基本計画」(平成23年3月策定)では、姫路城跡及び世界文化遺産・姫路城のバッファゾーンにおける保存管理、整備・活用及び景観誘導について、「特別史跡姫路城跡整備基本構想」に掲げる理念を具体化することを最大の目的に策定されている。

平成26年度には、「連携中枢都市」制度のモデル都市として、本市が圏域全体の経済の牽引、高次都市機能の集積・強化、圏域全体の生活関連機能の向上の3つの役割を果たすこととし、施策や事業を展開している。

こうした個別計画の策定や効果も踏まえ、本市の中心市街地は都市としての経済力をつけ、魅力を高めることを意図して、単一機能ではなく、商業、業務、居住、コミュニティ、文化、観光、健康といった多様な機能の複合化や事業実施により、「姫路駅」と「姫路城」を核にした「まちの顔」を確立している。

今後は、国際観光都市「姫路」ブランドの確立を目指し、国内外の観光客が行き交い、多世代が安心して暮らし続ける、公民連携による持続可能なマネジメントの構築が重要となる。

姫路駅北にぎわい交流広場や、再整備工事が完了した大手前通りを中心に、地域の魅力向上に向けた取組みが始まっているが、全国において先行してエリアマネジメントに取り組む団体等においては、組織運営を担うエリアマネージャーの確保や育成等が課題となっている。

本市においても今後、これらの取組みを持続的に推進していくため、現在エリアマネジメントに取り組む団体だけではなく、まちなかの多様な関係者を巻き込み、それぞれが認識するエリアマネジメントの考えや思い、課題等を共有することが重要である。

(2) 中心市街地における課題

以下に、現況データ等の把握、市民等の意識調査の分析によって明らかになった課題について整理する。

① 中心市街地全体の回遊性の向上

キャスト21コアゾーン整備事業や姫路駅北にぎわい交流広場の整備によって駅周辺の利用者が増加しており、にぎわいや集客へとつながっている。特に、姫路駅北にぎわい交流広場ではイベントが積極的に開催され、多くの人々が利用することで、まちなかの活性化に寄与しており、にぎわいの創出と持続性の両面で、大きな効果がうかがえる。

一方、居住者や外国人観光客は増加しているが、中心市街地全体の回遊性や宿泊を伴う滞在型観光の大幅な増加には至っていないことから、多世代のライフスタイルに応じた機能の導入や、外国人観光客も楽しめ、回遊と滞留を生み出す魅力的な拠点や店舗が重要となる。

現在、外国人観光客は、東京、京都、大阪、広島等へと移動する通過地点として本市を捉える傾向にある。また、世界文化遺産・姫路城への登閣を主目的として中心市街地を素通りする傾向が見受けられ、観光消費額における中心市街地への経済効果は限定的となっている。

それらの課題解決に向け、本市では、滞在型・着地型観光やインバウンド誘客、MICE等観光施策や文化・芸術事業を積極的に推進しており、また、計画期間中には姫路城世界遺産登録30周年を迎える。

こうした中、令和3年開館予定の姫路市文化コンベンションセンターは、国内外の様々な分野のイベントやコンベンションの開催が期待され、アフターコンベンションの場として、駅前から大手前通りや商店街へ人を誘客し、回遊性の向上や滞在型観光へとつなげることが重要である。

これまでの10年間の中心市街地活性化事業により、キャスト21コアゾーンにおける店舗や宿泊機能、大手前通りの再整備、姫路駅北にぎわい交流広場の整備が完了し、高質な機能が創出された。あわせて、都心環状道路網の整備やシェアサイクルの導入により移動の円滑化が向上している。

今後は、大手前通りエリア魅力向上推進事業により、姫路城、商店街、駅前に至る回遊性の向上を目指すとともに、姫路市文化コンベンションセンターの整備を契機として、中心市街地全体へにぎわいを波及させることが重要である。

② 商店街の魅力的な店舗・サービスの導入

姫路城大天守保存修理が完了したことに伴い、外国人を含む観光客が大幅に増加している。また、姫路駅の利用や観光周遊の交通利用者が増加し、姫路城周辺と姫路駅周辺の活性化につながっていることがうかがえる。

中心市街地における小売業は、事業所数や従業者数、年間商品販売額は減少傾向にある。中心市街地活性化に関するアンケートでは、現在の中心市街地に満足している人が多かったが、商店街については、依然として課題にあげられている。満足していない理由として、「空き店舗が多い」「店舗の営業時間が短い」「魅力的・個性的な店舗が少ない」等があげられている。まちなか来街者調査では、商店街には多世代から「飲食店」が求められているとともに、若い世

代は「娯楽・レジャー施設」、中高年は「食料品店」「衣料品店」等生活関連の業種が求められていることから、世代ごとのニーズを踏まえた品揃えやサービスの提供できる店舗・施設を配置することが重要である。

今後は、多世代居住や外国人観光客の増加を踏まえ、顧客のニーズを捉えた業種やサービスを導入し、商店街における魅力的な店舗をさらに増やしていくことが重要である。

また、平成30年2月末にヤマトヤシキ姫路店が閉店したことにより、今後、周辺の商店街エリアにおける通行量の減少も考えられる。そのため、姫路駅と姫路城を結ぶメインストリートである大手前通りや、姫路駅前を核とする中心市街地全体で、民間事業者が主体となったにぎわい創出やおもてなしに取り組む必要がある。

③多世代が暮らしやすい環境づくり

姫路駅周辺の再開発事業や区画整理事業の進展により、中心市街地の魅力が向上し、民間企業によるマンション建設が増加している。これに伴い中心市街地の居住者が増加し、特に若い世代や子育て世代が増加している。中心市街地マンション居住者意識調査では、転入の動機として、「生活利便施設の充実」と「姫路駅に近い立地性」が多くあげられており、これらの居住者の増加により、日常的にまちなかや駅の利用者が増加し、中心市街地の活性化につながっていることがうかがえる。

また、中心市街地の高齢化率は減少しているものの、高齢者人口自体は年々増加しており、姫路駅南駅前広場の整備や駅南土地区画整理事業による新都市拠点としてふさわしい街区の形成や南北市街地を結ぶ交通体系の確保、医療・福祉、地域公共交通、公共施設再編等により、多世代が快適・便利で安全・安心な暮らしやすい環境づくりが重要である。

④エリアマネジメント運営に向けた仕組みづくり

中心市街地のイベント数は、姫路駅北にぎわい交流広場の整備に伴い、市民による広場の利活用が増加し、継続的なにぎわいへとつながっている。駅前や大手前通り、商店街において、市民や民間による取組みの動きも見られ、意識醸成や活動の活性化がうかがえる。

中心市街地活性化に関するアンケートでは、中心市街地内居住者の来街頻度の増加や満足度は高い評価を得たが、今後は、中心市街地外居住者をまちなかへ来ることを促す必要があり、中心市街地外居住者の評価も高める必要がある。

今後は、中心市街地全体へのにぎわいの波及や、宿泊を伴う滞在型観光、フードツーリズム等による滞留時間の延長等、民間活力を活用した持続的なまちづくりが求められることから、エリアマネジメントの運営に向けた仕組みづくりが重要となっている。

中心市街地には、「城周辺エリア」「大手前通りエリア」「駅前エリア」「駅東エリア」「駅西エリア」「商店街エリア」があり、それぞれが特性のあるエリアとなっている。特に、「大手前通りエリア」は、今後、外国人観光客も含めた多くの観光客が訪れることが想定される。このため、姫路駅と姫路城を結ぶメインストリートである大手前通りを単なる歩行空間ではなく、にぎわいのある滞留空間となるよう整備を行っている。今後、民間が主体となって大手前通りに魅力を創出することで、中心市街地全体の回遊性を高め、エリアの価値向上へとつなげることが重要である。

1-6 中心市街地活性化基本方針

(1) 中心市街地活性化の基本テーマ

中心市街地活性化に向けて、中心市街地の課題を踏まえ、これまでの2期にわたる基本計画で創出した姫路駅周辺や姫路城等の高質なストックを活かすとともに、さらなるにぎわいと回遊、滞留を促す事業を展開することにより、『国内外の人々が行き交い愛され、市民が愛着をもつ城下』を目指すこととし、基本テーマに設定する。

中心市街地活性化の基本テーマ

国内外の人々が行き交い愛され、市民が愛着をもつ城下

(2) 中心市街地活性化の基本的な方針

中心市街地活性化の基本テーマを踏まえ、以下に4つの基本的な方針を設定する。

●行きたい城下—国内外の人々が訪れるまちづくり—

姫路城を核として、国内外の観光客のさらなる増加や、リピーターの増加を目指し、姫路城と周辺資源の美しい街並み形成や大手前通りエリアの魅力向上、姫路市文化コンベンションセンターの整備等により、国内外の人々が訪れる国際観光都市としてのブランドを確立する。

●にぎわう城下—人々が集い回遊するまちづくり—

まちなか全体への回遊性や利便性の向上を目指し、中心市街地の空き店舗対策や意欲的な若者が挑戦しやすい環境づくりと支援等、魅力ある店舗等の出店を促進し、商店街の魅力向上や来街者の回遊を創出する。

●住みたい城下—人々が安心して暮らしやすいまちづくり—

日常的に利便性が高く、多世代が交流し、安心して暮らせるまちを目指し、新都市拠点としてふさわしい街区の形成や南北市街地を結ぶ交通体系の確保、医療系高等教育・研究機関の充実等、多世代が安心して、暮らしやすい環境の整備を推進する。

●市民が主役の城下—市民が躍動できるまちづくり—

中心市街地のエリア全体へのにぎわいの波及や滞留時間の延長を目指し、市民による広場を活用した継続的な魅力の向上や民間活力を活用したエリアマネジメントの運営に向けた仕組みづくりを推進する。

中心市街地の課題

中心市街地全体の回遊性の向上

居住者や観光客は増加しているが、中心市街地全体の回遊性向上には至っていないことから、多世代のライフスタイルに応じた機能の導入や外国人観光客でも楽しめる取組みが重要である。

商店街の魅力的な店舗・サービスの導入

商店街の回遊性や利用者数が伸び悩んでいることから、多世代居住や外国人観光客の増加を踏まえた個性的な店舗や魅力的な店舗が求められている。

多世代が暮らしやすい環境づくり

中心市街地での高齢者人口は年々増加しているとともに、若い世代の流入も多くなっていることから、多世代に快適・便利で、安全・安心な暮らしやすい環境づくりが重要となっている。

エリアマネジメント運営に向けた仕組みづくり

中心市街地のエリア全体へのにぎわいの波及や滞留時間の延長等民間活力を活用した持続的なまちづくりが求められることから、エリアマネジメントの運営に向けた仕組みづくりが重要である。

中心市街地活性化の基本テーマ

国内外の人々が行き交い愛され、市民が愛着をもつ^{まち}城下

中心市街地活性化の基本方針

行きたい^{まち}城下 国内外の人々が行けるまちづくり

- 姫路城と周辺資源の美しい街並み形成や大手前通りエリアの魅力向上
- 姫路城、商店街、駅前に至る回遊性の向上
- 姫路市文化コンベンションセンターの整備

にぎわう^{まち}城下 人々が集い回遊するまちづくり

- 中心市街地の空き店舗対策や意欲的な若者が挑戦しやすい環境づくりと支援
- 空き店舗等の遊休不動産を活用したリノベーションまちづくり

住みたい^{まち}城下 人々が安心して暮らしやすいまちづくり

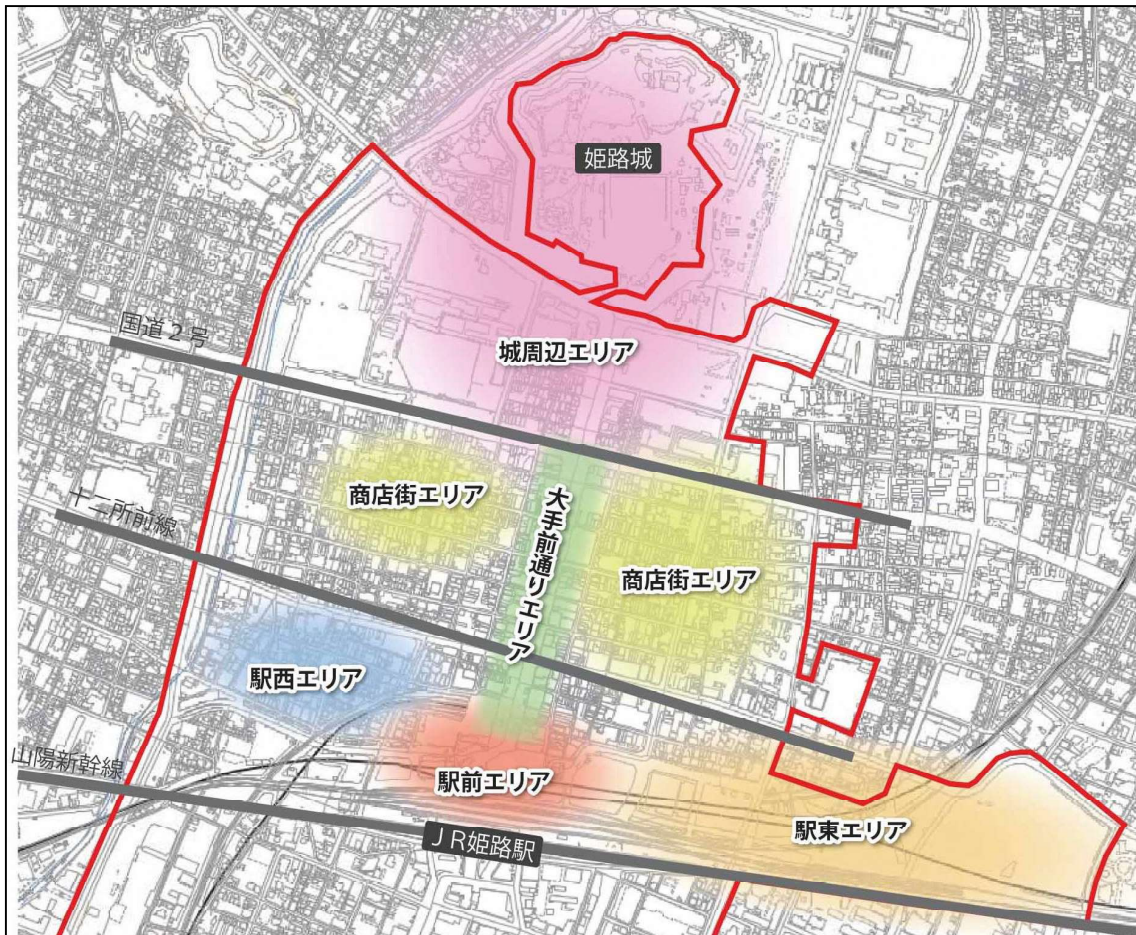
- 新都市拠点としてふさわしい街区の形成や南北市街地を結ぶ交通体系の確保
- 新県立病院整備を含む医療系高等教育・研究機関の充実と地域医療人材の確保

市民が主役の^{まち}城下 市民が躍動できるまちづくり

- 民間活力を活用した持続的なエリアマネジメントの運営に向けた仕組みづくり
- 多様な主体が当事者意識を持ち、まちづくりに参画できる機会づくり

(3) エリア設定

中心市街地は約222haと広域であることから、中心市街地をエリアで区分し、それぞれエリアごとの特徴を踏まえたまちづくりの方針を設定することで、効果的、重点的な事業展開を行う。



● 中心市街地のエリア設定

①城周辺エリア

■エリアの概要

- ・世界文化遺産・姫路城を擁し、姫路市景観計画で「風景形成地域」に指定されており、姫路城と調和した美しい風景を形成することが求められている。また、姫路城の登閣を目的に、多くの観光客が訪れている。

■方針

- ・姫路城と調和する美しい風景の形成を目指し、公的及び民有地の空間において、統一的で美しい景観形成と効果的な規制・誘導を推進する。
- ・集客力の向上を目指し、公民協働による観光・集客系ソフト事業を実施する。

②大手前通りエリア

■エリアの概要

- ・姫路駅と姫路城を結ぶ本市のシンボルロードとして、多くの観光客や来街者が往来し、商業の活性化と回遊性向上のための重要な役割を担っている。

■方針

- ・人が滞留し、にぎわう魅力ある空間づくりに向けて、公共空間利活用に関する法制度等を利用した公民連携によるエリア価値向上に取り組む。
- ・マルシェやオープンカフェ等の実施により、観光客や来街者が楽しみながらそぞろ歩きができる空間づくりを推進する。

③駅前エリア

■エリアの概要

- ・県内でも有数の乗車人員を誇る姫路駅を有し、市周辺や他都市からの玄関口として、観光客はもとより商業施設での買物目的で利用する人も多い。
- ・おもてなし空間としての役割を果たす姫路駅北にぎわい交流広場等によって、市民のにぎわいや活性化に向けた活動の場が整い、多くのイベントが継続的に行われている。

■方針

- ・新たな交流とにぎわいの創出を目指し、都市機能の集積を高めるとともに、観光案内機能の充実や市民による広場等の利活用を促進する。

④ 駅東エリア

■ エリアの概要

- ・キャストィ21コアゾーン及びキャストィ21イベントゾーンを包含する。キャストィ21イベントゾーンでは、今後、姫路市文化コンベンションセンターと県立はりま姫路総合医療センター(仮称)を整備する予定である。

■ 方針

- ・文化・芸術及び医療・福祉の拠点づくりとまちなかへの新たな動線の誘導を目指し、日常的に利便性が高く、多世代が交流し、安心して暮らせる居住環境を充実させる。
- ・広域的な都市活力向上に貢献する都市機能や防災機能を充実させる。

⑤ 駅西エリア

■ エリアの概要

- ・姫路駅の西側に近接し、空き店舗等の遊休不動産が多いエリアであり、周辺には飲食店等が多数立地している。

■ 方針

- ・意欲的な若者が挑戦しやすい環境づくりと起業支援、空き店舗等の遊休不動産を活用したリノベーションまちづくりにより、魅力ある店舗等の出店を促進する。
- ・滞在型観光やフードツーリズムの拠点として、空き店舗を活用した飲食店の出店を促す。

⑥ 商店街エリア

■ エリアの概要

- ・ヤマトヤシキ姫路店と姫路フォーラスの大規模商業施設が閉店し、歩行者や回遊性の減少が懸念されている。

■ 方針

- ・新たな観光産業の創出や回遊性の向上を目指し、各商店街が実施するにぎわい事業の連携や来街者が滞留できる仕組みづくりを促進する。
- ・空き店舗対策として、多世代のライフスタイルに応じた機能の導入と、外国人観光客も楽しみ、回遊と滞留を生み出す魅力的な拠点や店舗・施設の配置を促進する。