

3. 中心市街地の活性化の目標

3-1 目標設定

中心市街地活性化の基本的な方針をもとに、中心市街地活性化の目標を以下のように設定する。



3-2 計画期間

本基本計画の計画期間は、令和2年4月から令和7年3月までの5年間とする。

3-3 数値目標の設定の考え方

(1) 数値目標指標の設定の考え方

①「国際観光都市「姫路」ブランドの確立」の数値目標

数値目標1 歩行者・自転車通行量

歩行者・自転車通行量は、「国際観光都市「姫路」ブランドの確立」に向け、姫路駅周辺からまちなかへの誘引、魅力ある施設への来訪、回遊性の向上、姫路城への登閣等、まちを訪れる人々やまちなかを歩いている状況を客観的に示す指標である。

前計画は歩行者・自転車通行量調査の計

測ポイントが7箇所だったが、新計画はより詳細に事業効果を検証するため、計測ポイントを3箇所増やし、計10箇所とする。

本市において、毎年実施している通行量調査をもとにすることで、定期的かつ継続的なフォローアップが可能である。

②「姫路城、商店街、駅前を結ぶ魅力の創出」の数値目標

数値目標2 新規出店店舗数

新規出店店舗数は、「姫路城、商店街、駅前を結ぶ魅力の創出」に向け、にぎわいの大きな要素である商業が活性化し、まちなかのにぎわい向上及び新陳代謝の状況を客観的に示す指標である。魅力ある商業空間づくり等により、買物、観光、仕事等様々な目的を持った人々がまちなかに集い、回遊することを促進し、まちの核である「城」と「駅」の間に広がる商業エリアに点在する空き店舗へ新たな出店を誘発させる。

前計画は空き店舗数を目標指標としていたが、全店舗に対する空き店舗の割合が少ないことから、空き店舗数は補完目標とし、新計画ではより商店街の新陳代謝の状況がうかがえる新規出店店舗数を主要な数値目標として設定する。

姫路商工会議所と本市により経年的に調査が行われており、定期的かつ継続的なフォローアップが可能である。

③「楽しさと安心感のある多世代居住の推進」の数値目標設定の考え方

数値目標3 居住者数

居住者数は、「楽しさと安心感のある多世代居住の推進」に向け、都市機能の充実による魅力の向上、教育・コミュニティ機能の強化、快適な都心空間の創出、住宅供給促進等の取組みにより、中心市街地での居住の魅力が向上した状況を客観的に示す指標である。

前計画と同様に、中心市街地内の居住者数を把握することとする。

居住者数は、住民基本台帳により、定期的かつ継続的なフォローアップが可能である。

④「持続可能なエリアマネジメントの構築」の数値目標設定の考え方

補完目標 来街者の中心市街地での滞留時間

来街者の中心市街地での滞留時間は、「持続可能なエリアマネジメントの構築」に向け、中心市街地の活性化や魅力度を示す指標である。大手前通りや姫路駅北にぎわい広場等の公共空間や商店街等において、市民や商業事業者が主体となった様々な取組みを実施し、活性化を図ることで、来街者の関心や中心市街地に対する興味を客観的に示す指標である。

来街者調査を新計画期間前(令和元年9月実施)及び中間年度、最終年度の3時点で実施し、その推移等を把握することが可能である。

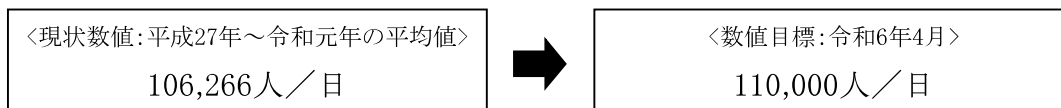
(2)数値目標の設定

①「国際観光都市「姫路」ブランドの確立」の数値目標

「歩行者・自転車通行量」

まちなかでのにぎわいを分かりやすく捉えることができる数値として、歩行者・自転車通行量を設定し、計測ポイント10箇所における1日当たり(8時間)の合計を以下の数値まで向上させる。

【目標数値①: 歩行者・自転車通行量(人/日)】

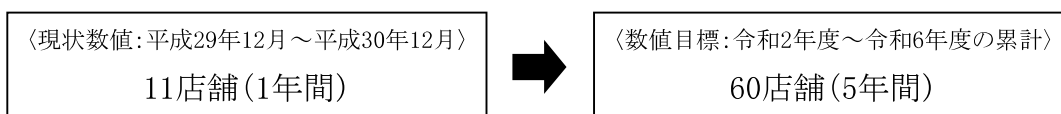


②「姫路城、商店街、駅前を結ぶ魅力の創出」の数値目標

「新規出店店舗数」

出店の支援を図ることによって、新規出店店舗を以下の数値まで向上させる。

【目標数値②: 新規出店店舗数(店舗)】



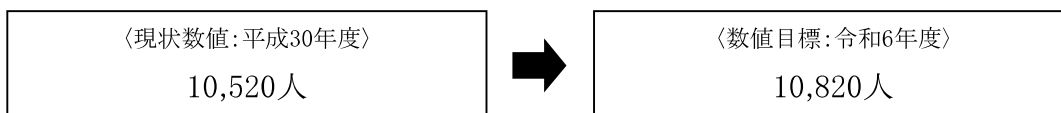
※目標数値②の補完目標として、空き店舗数(店舗)も設定する。

③「楽しさと安心感のある多世代居住の推進」の数値目標

「居住者数」

都市機能の充実を図ることによって、居住者数を以下の数値まで向上させる。

【目標数値③: 居住者数(人)】

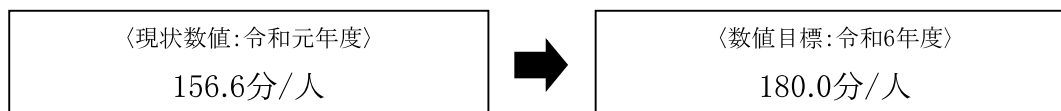


④「持続可能なエリアマネジメントの構築」の数値目標

「来街者の中心市街地での滞留時間」

エリアマネジメントの構築に向けた取組みによって、来街者の中心市街地での滞留時間を以下の数値まで向上させる。

【補完目標: 来街者の中心市街地での滞留時間(分/人)】

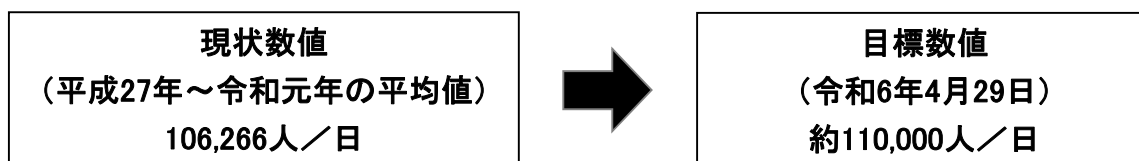


(3)数値目標設定の理由

①歩行者・自転車通行量(人/日)に関する事業(考え方)

【目標①】「国際観光都市「姫路」ブランドの確立」を定量的に把握する。

前計画は計測ポイントが7箇所であったが、新計画はより詳細に事業効果を検証するため、事業実施場所を考慮して計測ポイントを3箇所増やし、計10箇所とする。中心市街地主要地点における歩行者・自転車通行量とし、まちなかにおける来街者数を把握することを目的とする。



約3,730人/日(約3.5%)増加

目標との関係	数値目標の設定項目	主要事業等	目標積算値
国際観光都市「姫路」ブランドの確立	大手前通りの利用者の増加に伴う効果	・大手前通りエリア魅力向上推進事業	820人/日
	キャスティ21イベントゾーンによる来街者の増加に伴う効果	・姫路市文化コンベンションセンター整備事業	1,200人/日
姫路城、商店街、駅前を結ぶ魅力の創出	新規出店店舗の増加に伴う効果	・中心市街地空き店舗対策事業 ・街なか起業家支援事業	580人/日
楽しさと安心感のある多世代居住の推進	中心市街地の居住者の増加に伴う効果	・姫路駅周辺土地区画整備事業 ・駅南土地区画整理事業(姫路駅南西地区) ・県立はりま姫路総合医療センター(仮称)整備事業	1,130人/日
合計			約3,730人/日



●歩行者・自転車通行量調査の計測ポイント(10箇所)

1) 大手前通りの利用者の増加に伴う効果

- ・姫路城の年間登閣者数は約150万人とし、1日あたり約4,100人とする。
- ・大手前通りエリア魅力向上推進事業により、大手前通りを利用する観光客が約10%増加すると考える。
- ・平均通過計測ポイントは2ポイントとする。

$$4,100人/日 \times 10\% \times 2 = 820人/日 \text{ 増加}$$



●大手前通り利活用イメージ

2) キャスティ21イベントゾーンによる来街者の増加に伴う効果

キャスティ21イベントゾーンの文化・コンベンションエリアでは、本市の新しい交流拠点や文化芸術の拠点としての機能と、「ものづくり力の強化」「地域ブランドの育成」「交流人口の増加」を促進する機能をあわせた『姫路市文化コンベンションセンター』を整備する。

これにより、本市の市民文化の振興並びに都市魅力の創造・発信を図り、地域住民の相互交流と中心市街地のにぎわい、都市の発展に大きな役割を果たすことが期待される。

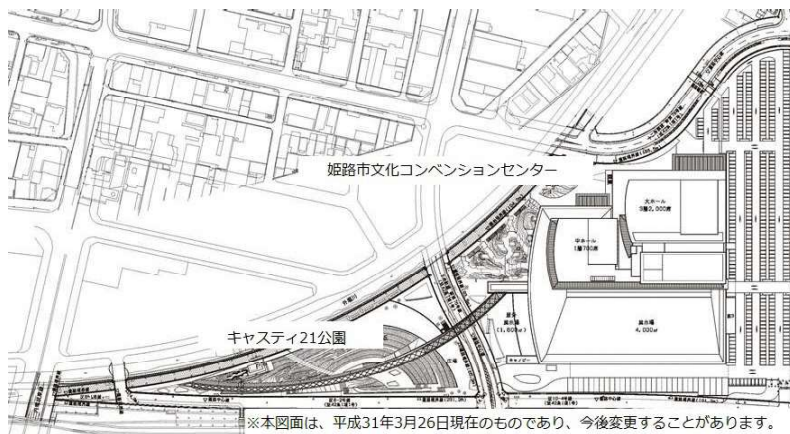
- コンベンションセンターは大ホール約2,000席、中ホール約700席、小ホール約180席を有する。
- その他、スタジオ6室、会議室10室、展示場、広場等を有するため、利用者数を1.5倍とする。
- コンベンションセンターの稼働率を70%と想定する。
- まちなかへの誘引率を20%、平均通過計測ポイント数を往復で1ポイントずつ計2ポイントと見込む。
- コンベンションセンターの来街者をまちなかに誘引すること等による歩行者・自転車通行量の増加は、以下の通り見込む。

$$\begin{aligned}
 & \text{(大ホール席数 + 中ホール席数 + 小ホール席数)} \times 1.5 \times \text{稼働率} \\
 & \quad \times \text{まちなか誘引率} \times \text{平均通過計測ポイント} \\
 & = (2,000\text{席} + 700\text{席} + 180\text{席}) \times 1.5 \times 70\% \times 20\% \times 2\text{ポイント} \\
 & = 1,209\text{人/日} \approx 1,200\text{人/日} \text{ 増加}
 \end{aligned}$$



※本図面は、平成31年3月26日現在のものであり、今後変更することがあります。

●文化コンベンションセンター完成イメージ



※本図面は、平成31年3月26日現在のものであり、今後変更することがあります。

●文化コンベンションセンター配置図

3)新規出店店舗の増加に伴う効果

- ・中心市街地空き店舗対策事業、街なか起業家支援事業により、中心市街地での新規出店店舗を増加させることで、来街者の増加を図る。
- ・令和元年6月時点の状況によると、中心市街地商店街にある営業店舗の業種別内訳は、小売業が38.7%、サービス業が25.5%、飲食業が29.9%となっている。

●中心市街地商店街の営業店舗の業種割合(令和元年6月)

小売	サービス	飲食	金融	その他	合計
232	153	179	5	30	599
38.7%	25.5%	29.9%	0.8%	5.0%	100.0%

- ・新規出店する店舗の業種は、1店舗ごとの来客者数を小売業60人、サービス業50人、飲食業80人と想定し、中心市街地商店街と同じ業種割合で増加すると考える。これにより、空き店舗に新規店舗が出店する場合、1店舗増えるごとに60人/日の増加を見込む。

※60人/日×38.7%(小売)+50人/日×25.5%(サービス)+80人/日×29.9%(飲食) ≒60人/日

- ・中心市街地空き店舗対策事業、街なか起業家支援事業により、空き店舗を改修し新規出店店舗を5店舗増加させることを想定している。新規出店店舗に立ち寄る来街者は1人あたり1計測ポイントを通すものとする。[参照:②新規出店店舗数(店舗)に関する事業(考え方)]

60人/日×5店舗=300人/日 増加

- ・また、新計画による施策がない場合でも、5年間で新規出店店舗が55店舗になると想定される。この場合、既存の店舗がある場所に、新規店舗が出店すると考えられるため、1店舗につき来客者数が平均5人/日増加すると考える。新規出店店舗に立ち寄る来街者は1人あたり1計測ポイントを通すものとする。[参照:②新規出店店舗数(店舗)に関する事業(考え方)]

5人/日×55店舗=275人/日 増加

- ・これにより、合計で**約580人/日増加**すると考える。

300人/日+275人/日≒580人/日 増加

4) 中心市街地の居住者の増加に伴う効果

- 中心市街地居住者の増加による歩行者・自転車通行量の増加を見込む。計画区域における居住者の増加分は、「300人」とする。[参照:③居住者数(人)に関する事業(考え方)]
- 令和元年9月実施の来街者調査結果から、中心市街地居住者の来街頻度*は、4.4回/週となっている。
- 1人あたり1回につき6計測ポイントを通過すると想定し、中心市街地居住者の増加による歩行者・自転車通行量は、「1,130人/日」の増加を見込む。

$$300人 \times 4.4回/7日 \times 6ポイント \div 1,130人/日 \text{ 増加}$$

※来街頻度

$$7回/週 \times 42.8\% + 2.5回/週 \times 28.0\% + 1回/週 \times 13.0\% + 0.63回/週 \times 6.3\% + 0.25回/週 \times 6.1\% \div 4.4回/週$$

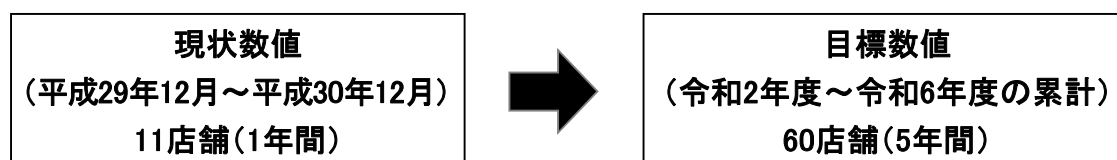
回答項目	回答率
ほぼ毎日	42.8%
週に2~3回	28.0%
週1回程度	13.0%
月2~3回程度	6.3%
月1回程度	6.1%

②新規出店店舗数(店舗)に関する事業(考え方)

【目標②】「姫路城、商店街、駅前を結ぶ魅力の創出」を定量的に把握する。

前計画は空き店舗数を目標指標としていたが、空き店舗の割合が少ないことから、新計画ではエリア内の新規出店店舗数を把握することを目的とし、補完目標として空き店舗数を取り扱う。

(※1階店舗のみを対象としており、テナントビル等の地下階や2階以上にある店舗は含まない。)



年間1店舗(約9.1%)増加

目標との関係	数値目標の設定項目	主要事業等	目標積算値
—	新計画による施策がない場合の5年間の増加数	—	55店舗
姫路城、商店街、駅前を結ぶ魅力の創出	新規出店店舗の増加に伴う効果	・中心市街地空き店舗対策事業 ・街なか起業家支援事業	5店舗
合 計			60店舗

1)新計画による施策がない場合の5年間の増加数

- ・現状数値が年間11店舗増であることから、5年間の増加数は**55店舗**(11店舗×5年)とする。

2)中心市街地空き店舗対策事業に伴う効果

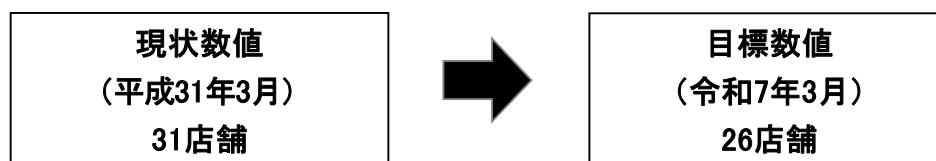
- ・空き店舗への出店に対する支援を行うとともに、テナントミックス等により、必要な業種・業態の適正配置を図り、新たな魅力ある店舗等の出店を促進し、商店街の魅力向上や来街者の回遊促進を図る。
- ・このことから、5年間で**3店舗の増加**を見込む。

3)街なか起業家支援事業に伴う効果

- ・まちなかの活性化に効果的で、魅力ある店舗の創業を希望する意欲的な若者等が挑戦しやすい環境づくり及び支援を行う。
- ・このことから、5年間で**2店舗の増加**を見込む。

(補完目標)空き店舗数(店舗)に関する事業(考え方)

新規出店店舗数の増加のために実施する事業は、主に空き店舗に関するものであるため、補完目標として空き店舗数も設定しておき、同時に空き店舗の減少を目指す。



5店舗(約16%)削減

目標との関係	数値目標の設定項目	主要事業等	目標積算値
姫路城、商店街、駅前を結ぶ魅力の創出	新規出店店舗の増加に伴う効果	・中心市街地空き店舗対策事業 ・街なか起業家支援事業	-5 店舗
合 計			-5 店舗

1) 中心市街地商店街空き店舗対策事業に伴う効果

- ・空き店舗への出店に対する家賃補助の支援を行うとともに、テナントミックス等により必要な業種・業態の適正配置を図り、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促進を図る。
- ・このことから、5年間で **3店舗の減少**を見込む。

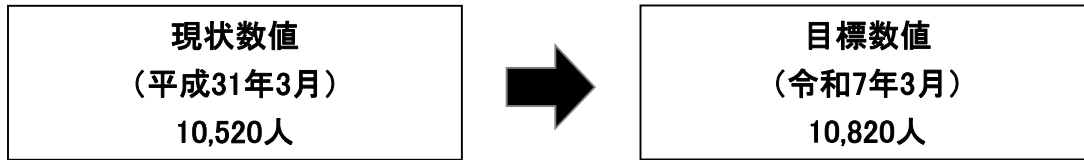
2) 街なか起業家支援事業に伴う効果

- ・中心市街地の活性化に効果的で魅力ある店舗の創業を希望する意欲的な若者等が挑戦しやすい環境づくり及び支援を行う。
- ・このことから、5年間で **2店舗の減少**を見込む。

③居住者数(人)に関する事業(考え方)

【目標③】「楽しさと安心感のある多世代居住の推進」を定量的に把握する。

前計画同様に中心市街地内の居住者数を把握することを目的とする。



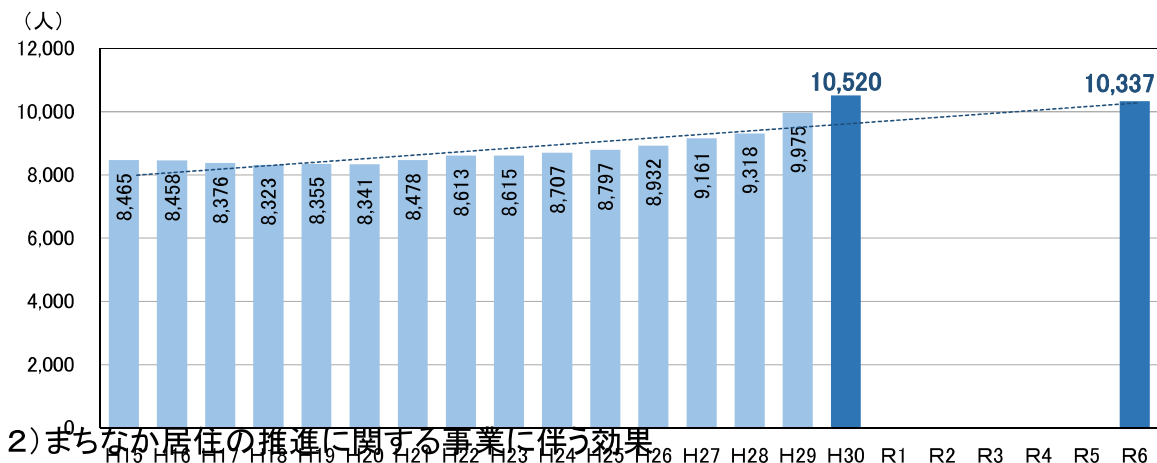
約300人(約2.9%)増加

目標との関係	数値目標の設定項目	主要事業等	目標積算値
—	居住者のトレンド推計	—	-183人
楽しさと安心感のある多世代居住の推進	中心市街地の居住者の増加に伴う効果	<ul style="list-style-type: none"> ・姫路駅周辺土地区画整備事業 ・駅南土地区画整理事業(姫路駅南西地区) ・県立はりま姫路総合医療センター(仮称)整備事業 	484人
合計			約300人

1)居住者のトレンド推計

・平成15年度以降の推移をもとに、今後も居住者数の増加傾向が現行水準のままで推移したと仮定し、令和6年度の見込みを推計すると、居住者数は平成30年度から**183人減少**(10,337人-10,520人)となる。

※近年はマンションの建設が急増しており、そのため居住者数も大幅に増加しているが、増加率のピークは過ぎつつあり、また姫路市全体の人口も減少していることから、中心市街地の人口増加率もいずれ落ち着くものと考えられる。



2)まちなか居住の推進に関する事業に伴う効果

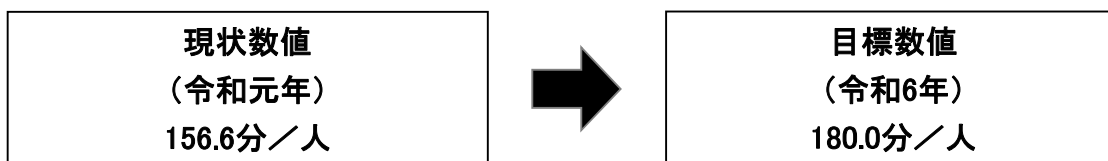
- ・高質なストック等の利活用等により、中心市街地の付加価値を高めることで、中心市街地内での居住ニーズの増大が期待される。
- ・中心市街地に来街者を誘引する環境整備や仕掛けづくり、官民連携による前々計画、前計画のまちなかのにぎわいや活性化、まちなか居住の推進に関する事業の実施によって、楽しさと安心感のある多世代居住の推進を図ることで、中心市街地内で200戸程度の新規住宅の供給を目指す。
- ・新たに供給される住宅の居住者は、他都市からの住み替え、もしくは市内からの住み替えが想定されることから、本市の現況世帯人員2.42人/世帯(平成31年3月)と想定し、これを新規供給戸数に乗じると、**484人の増加**を見込む。

$200\text{戸} \times 2.42\text{人/世帯} = 484\text{人}$

④(補完目標)来街者の中心市街地での滞留時間(分/人)に関する事業(考え方)

【目標④】「持続可能なエリアマネジメントの構築」を定量的に把握する。

市民や商業事業者が主体となった様々な取組みを実施し、活性化を図ることで、来街者の関心や中心市街地に対する興味を客観的に把握することを目的とする。



23.4分/人(約14.9%)増加

目標との関係	数値目標の設定項目	主要事業等	目標積算値
—	新計画による施策がない場合の滞留時間	—	156.6分/人
国際観光都市「姫路」ブランドの確立	大手前通りの利用者の増加に伴う効果	・大手前通りエリア魅力向上推進事業	7.2分/人
姫路城、商店街、駅前を結ぶ魅力の創出	新規出店店舗の増加に伴う効果	・中心市街地空き店舗対策事業 ・街なか起業家支援事業 ・リノベーションまちづくりの推進	15.6分/人
合計			約180分/人

1)新計画による施策がない場合の滞留時間

- ・令和元年9月実施の来街者調査にて、住まいが中心市街地外である283人の平均滞留時間は**156.6分/人**であった。

2)大手前通りの利用者の増加に伴う効果

- ・大手前通りエリア魅力向上推進事業により、民間主体となって大手前通りに魅力を創出することで、主に観光目的で訪れた来街者の滞在時間の増加を図る。
- ・これにより来街者1人あたり**60分**の滞在時間の増加を目指す。
- ・令和元年9月実施の来街者調査では、来街目的が観光の人は**12.0%** (283人中34人)であった。
- ・このことから、来街者1人あたり**7.2分**の滞在時間の増加を見込む。

$$60分 \times 12.0\% = 7.2分/人$$

3) 新規出店店舗の増加に伴う効果

- ・中心市街地空き店舗対策事業、街なか起業家支援事業、リノベーションまちづくりの推進等により、中心市街地での新規出店店舗を増加させることで、買物目的の来街者の滞在時間の増加を図る。
- ・令和元年6月時点の状況によると、中心市街地商店街にある営業店舗の業種別内訳は、小売業が38.7%、サービス業が25.5%、飲食業が29.9%であった。
- ・1店舗立寄るために有する時間を小売業が15分、サービス業が30分、飲食業が60分と想定し、新規出店する店舗の業種は、中心市街地商店街と同じ業種割合で増加すると仮定すると、立ち寄り先が1店舗増えるごとに滞在時間が**31.4分増加**すると考えことができる。

$$\text{※}15分 \times 38.7\% (\text{小売}) + 30分 \times 25.5\% (\text{サービス}) + 60分 \times 29.9\% (\text{飲食}) \approx 31.4分$$

- ・新規出店店舗の増加や商業事業者の取組みにより、買物目的の来街者1人につき、立ち寄り先を1店舗増加させることを目指す。
- ・また、令和元年9月実施の来街者調査では、来街目的が買物の人は**49.8%** (141人 ÷ 283人)であった。
- ・このことから、来街者1人あたり**15.6分**の滞在時間の増加を見込む。

$$31.4分 \times 49.8\% = 15.6分/人$$