

[3] 地域住民等のニーズ把握・分析

(1) 調査の目的と概要

本市の中心市街地に関する市民の利用実態や意向を把握し、新たな計画の策定にあたっての基礎資料として活用することを目的に、市民を対象としたアンケート調査を実施した。

■ 調査概要

調査対象	高槻市在住の20歳以上の約3,000人
抽出方法	住民基本台帳から無作為抽出
調査方法	郵送による回答、無記名
調査期間	平成27年12月4日～12月21日
回答数	1,322件
回答率	44.1%
備考	回答比率は、少数第2位以下を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合がある。 複数回答の設問については、回答比率の合計が100%を超える場合がある。 図表中の「N」とは Number of case の略であり、回答者総数を表している。

■ 調査項目

<p>【1. 調査回答者の属性】</p> <p>問1 性別</p> <p>問2 年齢</p> <p>問3 職業</p> <p>問4 居住地区</p> <p>問5 居住年数</p> <p>【2. 買物をする場所】</p> <p>問6 目的別の買物を最もよく利用する場所</p> <p>○食品・日用品等の最寄品の買物</p> <p>○洋服や家具等の買回品の買物</p> <p>○贈物や贈答品の買物</p> <p>○家族や友人等との外食</p> <p>○映画やコンサート等娯楽</p> <p>【3. 中心市街地の利用状況】</p> <p>問7 中心市街地の利用頻度</p> <p>問8 中心市街地への交通手段</p> <p>問9 中心市街地を利用する時間帯</p> <p>問10 中心市街地を利用する主な目的</p>	<p>【4. 中心市街地の現状】</p> <p>問11 項目別の以前と比較した中心市街地の評価</p> <p>問12 商業施設別の以前と比較した施設の魅力の評価</p> <p>問13 項目別のJR高槻駅北東地区開発事業の評価</p> <p>【5. これからの中心市街地】</p> <p>問14 中心市街地のあるべき姿</p> <p>問15 中心市街地に、より一層の充実が必要な施設</p> <p>問16 中心市街地の商業施設が重視すべきこと</p> <p>問17 中心市街地が暮らしやすいまちになるために重視すべきこと</p> <p>問18 中心市街地の道路や歩道について必要なこと</p> <p>問19 中心市街地の交通利便性を高めるために必要なこと</p> <p>【6. その他意見等】</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

(2) 調査結果の要約

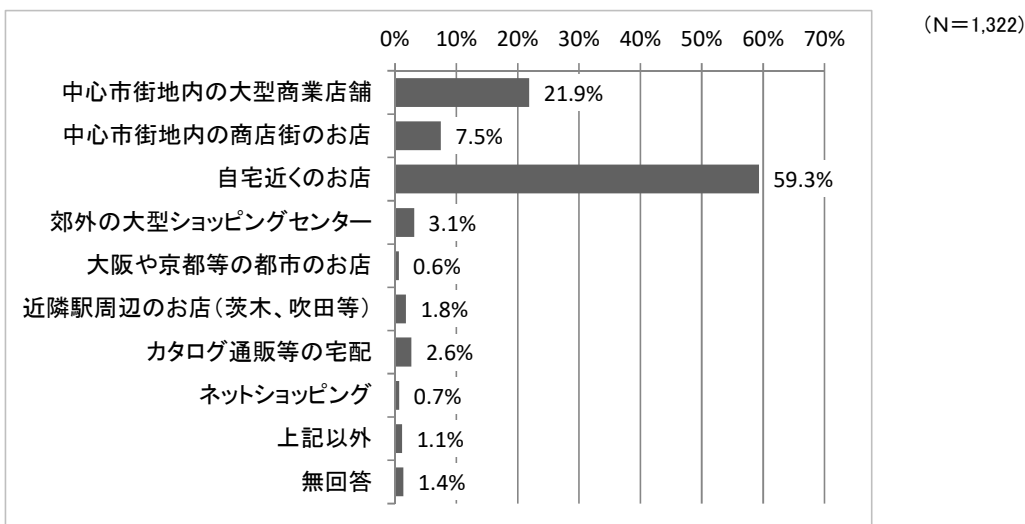
① 調査回答者の属性(問1～問5)

- 調査回答者は、女性が約 6 割を占め、年齢別で見ると、60 歳代以上の高齢者が約 5 割となっている。無職と家事専業が合わせて約 6 割と高い割合となっている。居住歴 30 年以上が約 6 割を占めている。

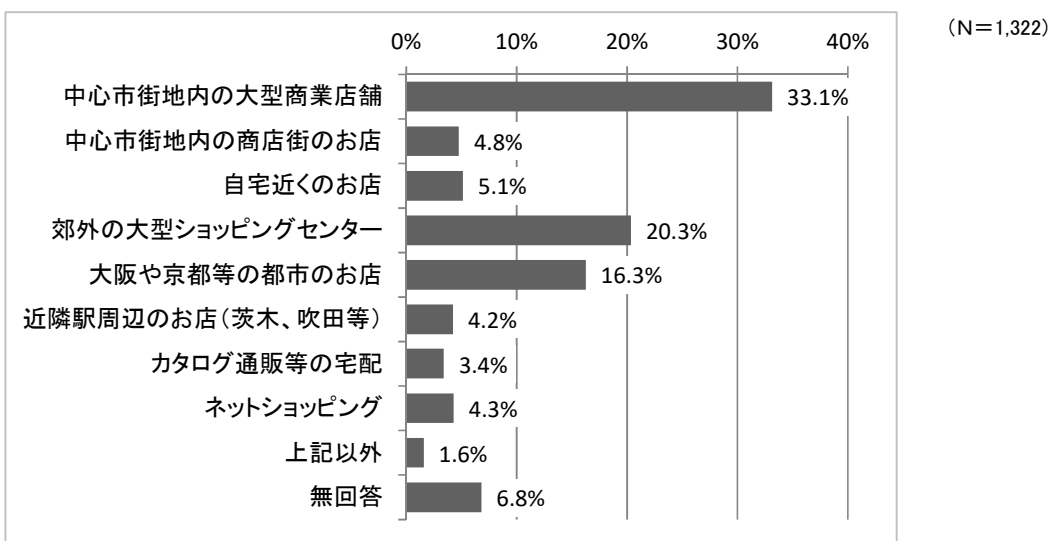
② 目的別の買物を最もよく利用する場所(問6)

- 市民が最もよく利用する場所を目的別にみると、買回品・贈答品・映画やコンサート等娯楽については、中心市街地の大型商業店舗がよく利用されている。さらに年代別に内訳をみると、若い世代は大阪や京都等の店舗を利用する傾向にある。
- 一方、食品・日用品は約 6 割が自宅から近い場所で購入している。また、外食は約 2 割が中心市街地内の商店街を利用しており、他の目的よりも割合が高い。

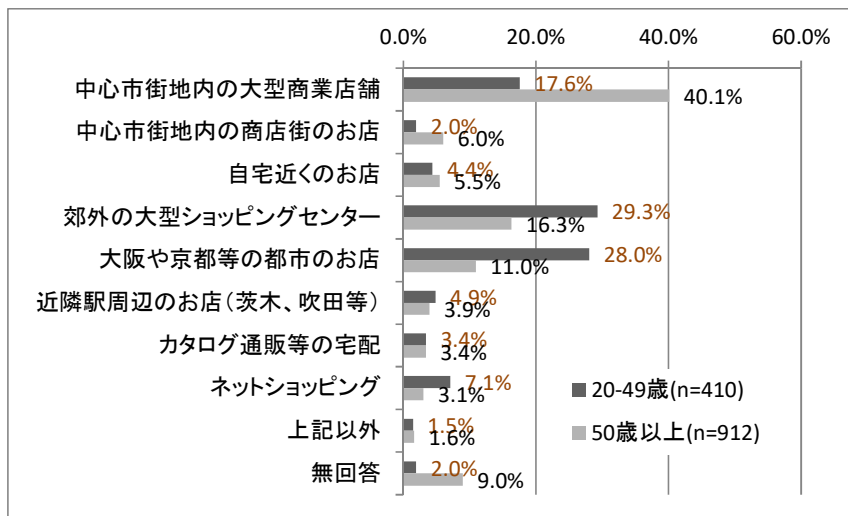
■ 食品・日用品等の最寄品の買物をする場所



■ 洋服や家具等の買回品の買物をする場所

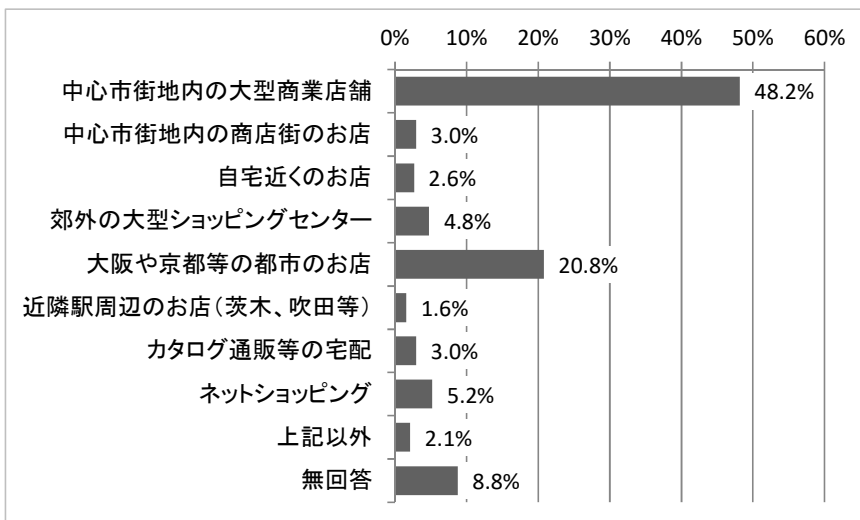


(年代別)

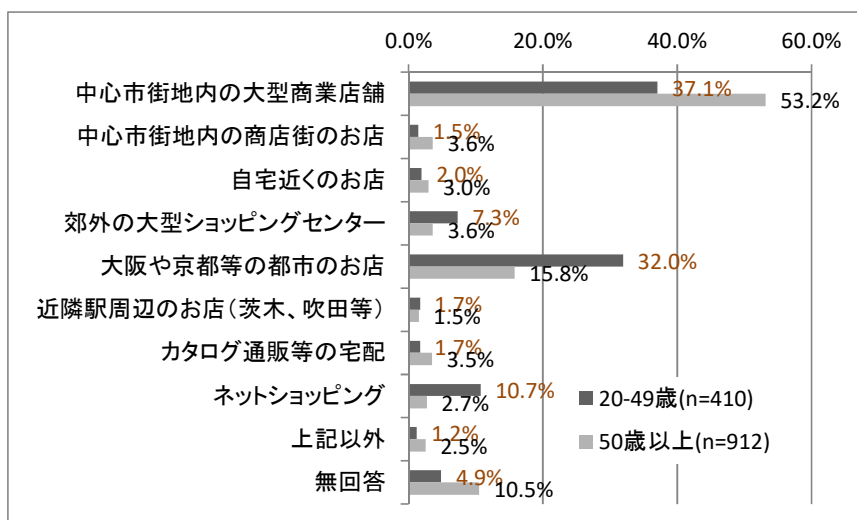


■ 贈物や贈答品の買物をする場所

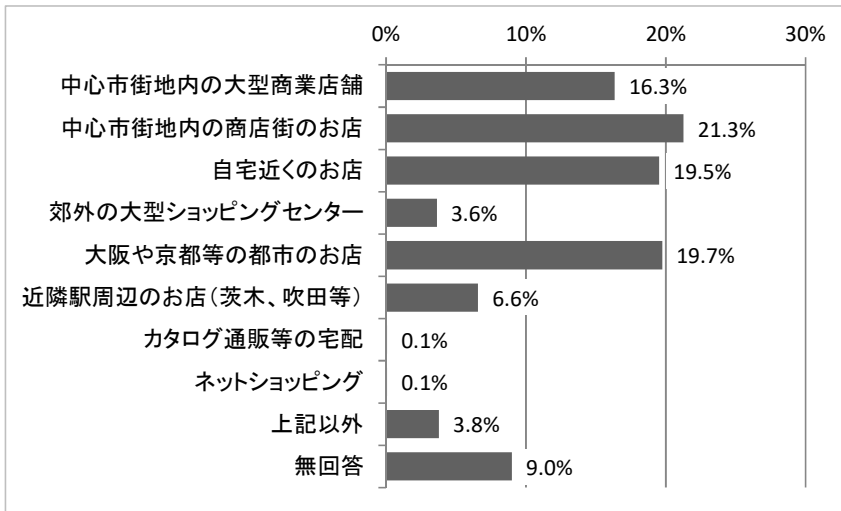
(N=1,322)



(年代別)

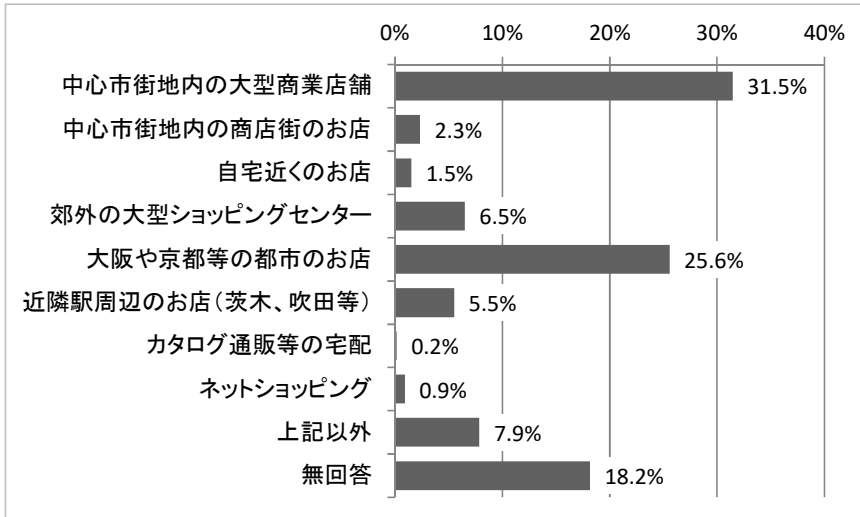


■家族や友人等との外食をする場所



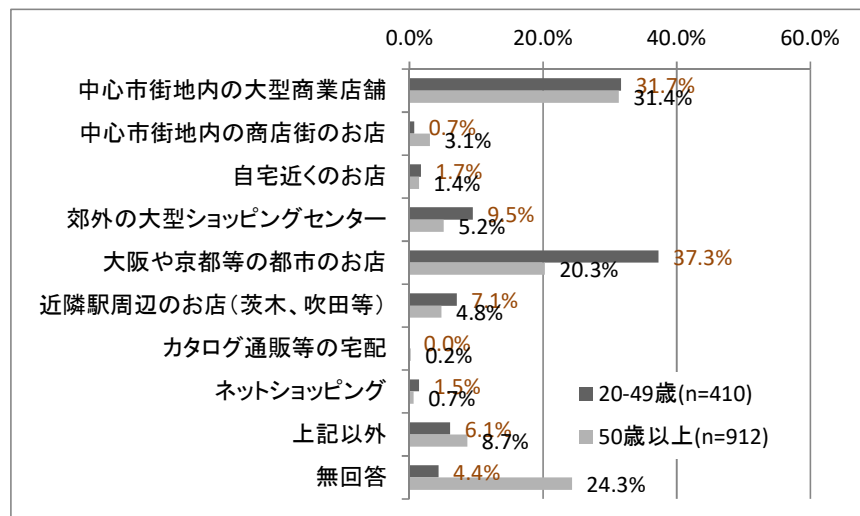
(N=1,322)

■映画やコンサート等娯楽をする場所



(N=1,322)

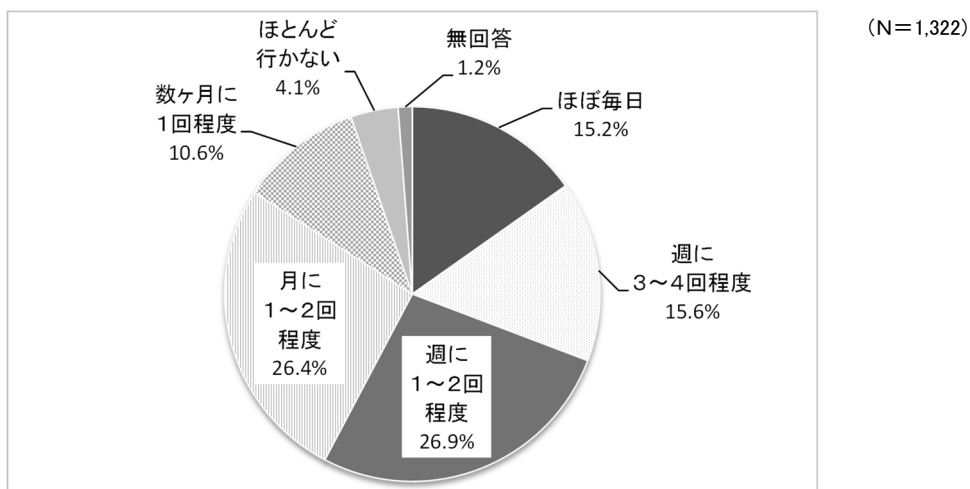
(年代別)



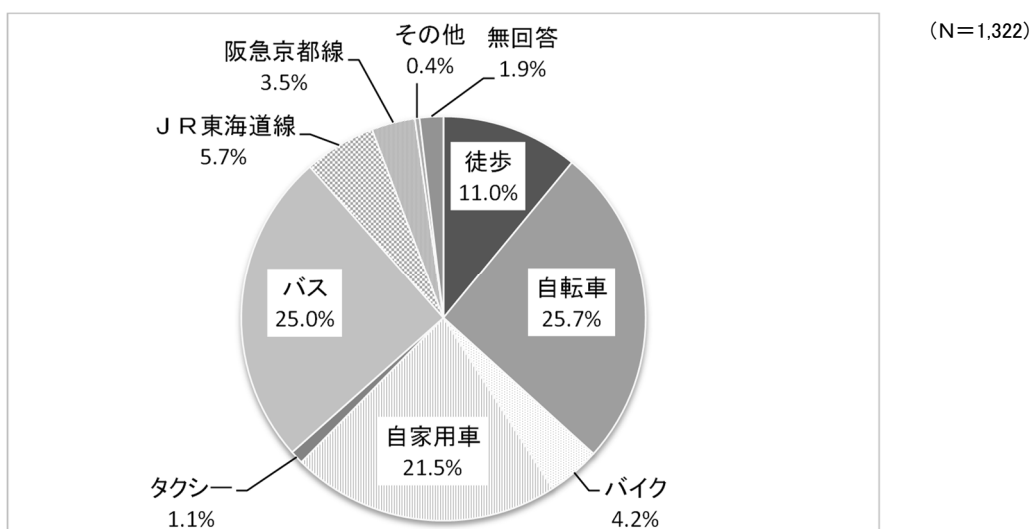
③ 中心市街地の利用状況(問7～問10)

- 中心市街地の利用頻度をみると、約 6 割が週 1 回以上利用しており、約 3 割が週に 3 回以上利用している。
- 中心市街地への交通手段は、自転車又は徒歩が約 37%、公共交通機関(バス・JR・阪急)の利用が約 34%となっており、自家用車又はバイクの利用は約 26%にとどまる。
- 中心市街地を利用する時間帯は、7 割以上が日中の明るい時間帯となっている。
- 中心市街地の利用目的は大型店舗での買物が約 7 割であり、商店街の買物は 3 割弱である。買物目的の他には、銀行等の利用が 35%、医療機関の利用や飲食(家族で食事)、飲食(友人等で食事)がそれぞれ 2 割強となっている。

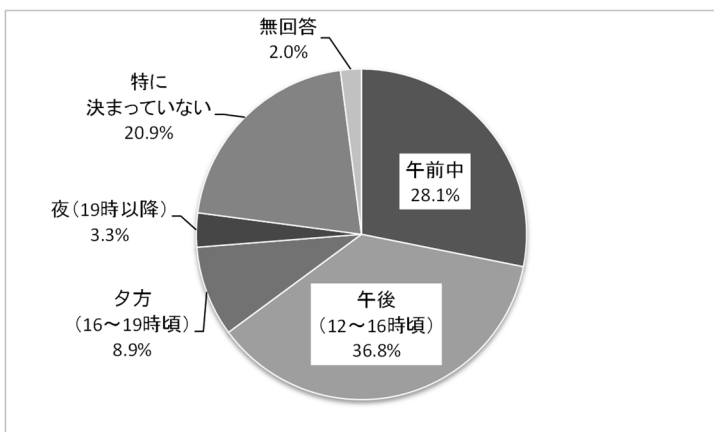
■ 中心市街地の利用頻度



■ 中心市街地への交通手段

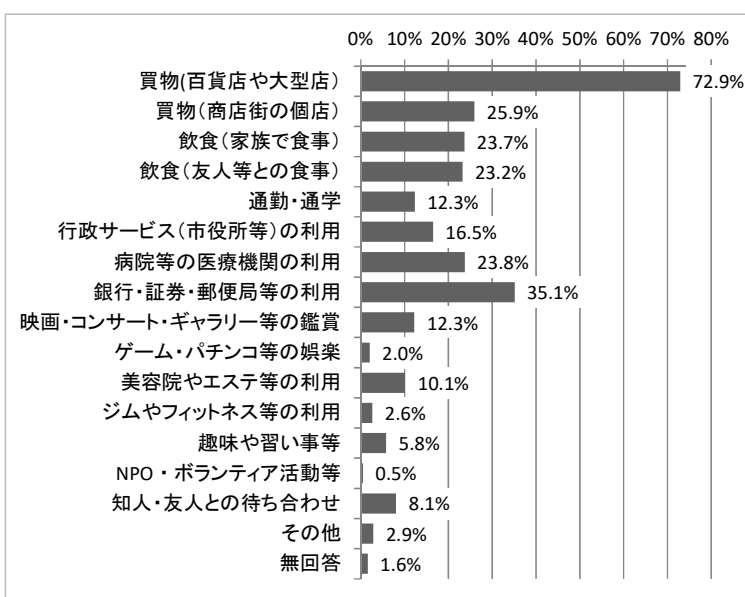


■ 中心市街地を利用する時間帯



(N=1,322)

■ 中心市街地を利用する主な目的

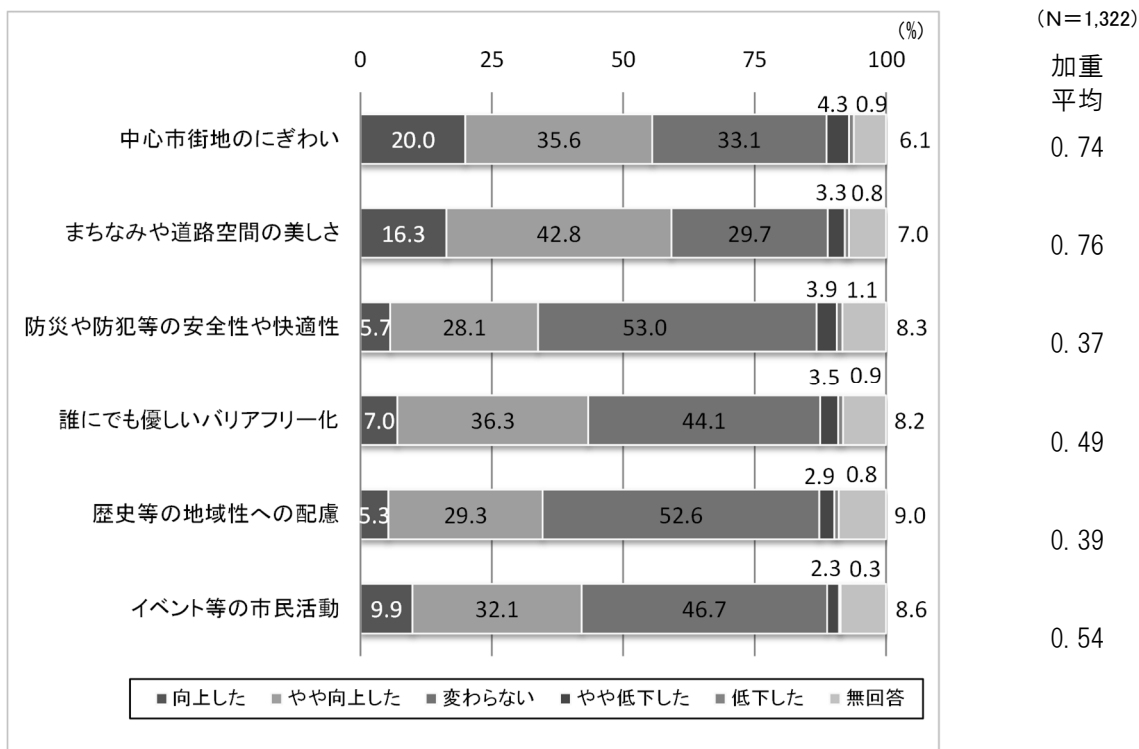


(N=1,322)

④ 中心市街地の現状(問 11～問 13)

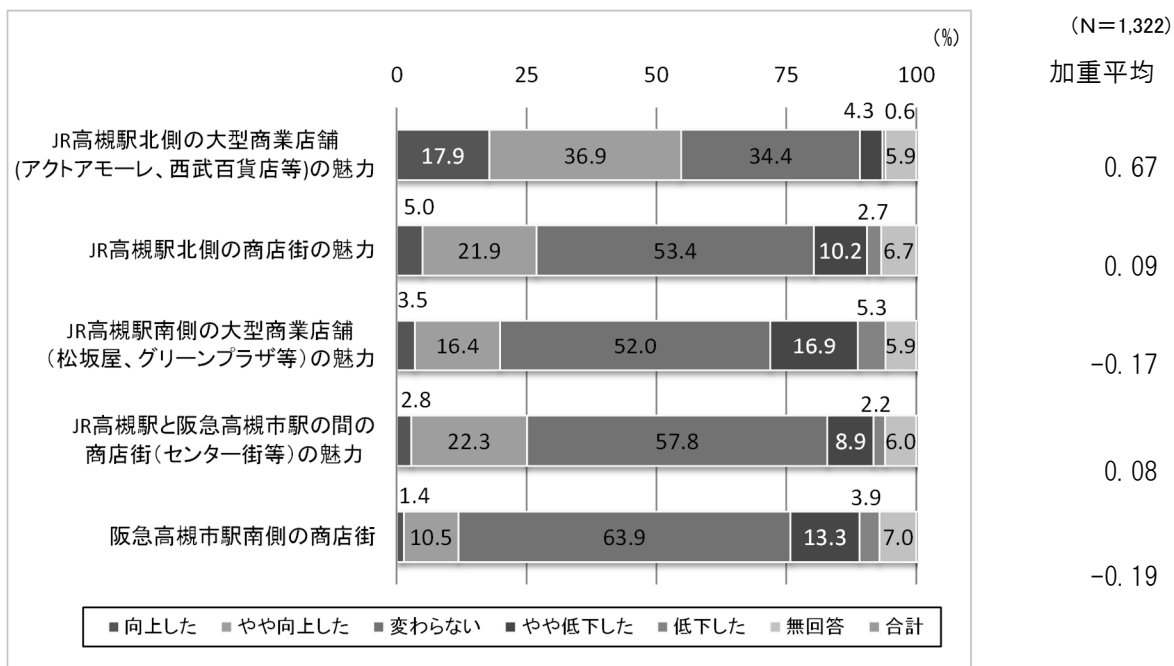
- 5 年前と比べ、中心市街地のまちなみや道路空間の美しさ、中心市街地のにぎわいは、向上したとの評価が多かった。
- 商業施設別に施設の魅力の変化をみると、JR 高槻駅北側の大型商業店舗は向上し、阪急高槻市駅南側商店街・JR 高槻駅南側の大型商業店舗は低下したという評価が多かった。
- JR 高槻駅北東地区開発事業について約 5 割がまちなみが美しくなったことを評価した。一方、市民活動の場が生まれたとの評価は約 6%にとどまった。

■項目別の以前(5年前)と比較した中心市街地の評価

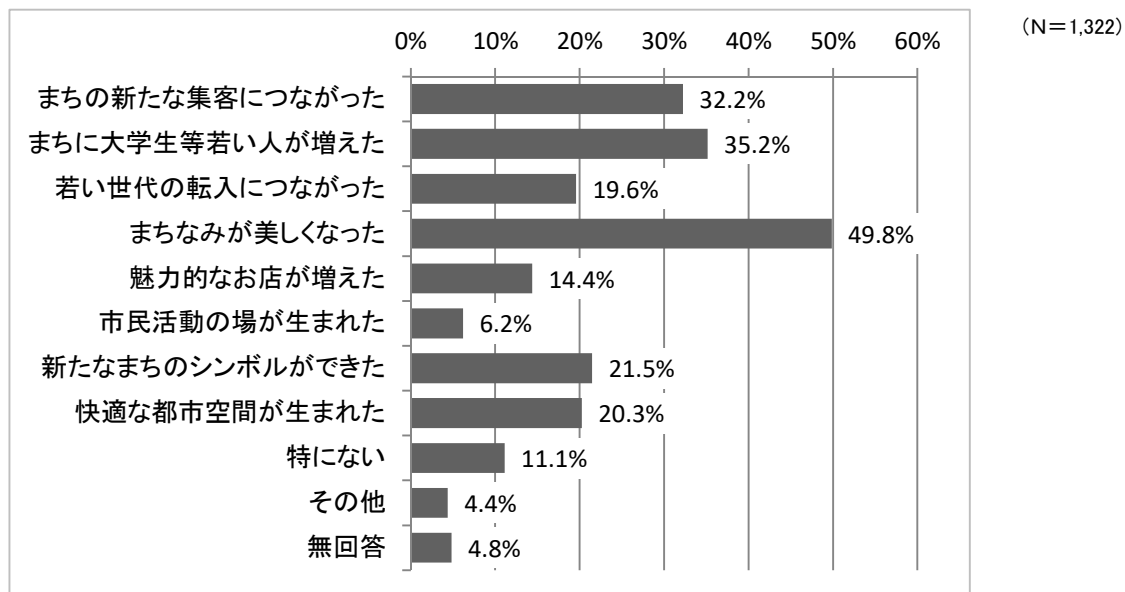


※加重平均は、「向上した」を2、「やや向上した」を1、「変わらない」を0、「やや低下した」を-1、「低下した」を-2として、算出した

■商業施設別の以前と比較した施設の魅力の評価



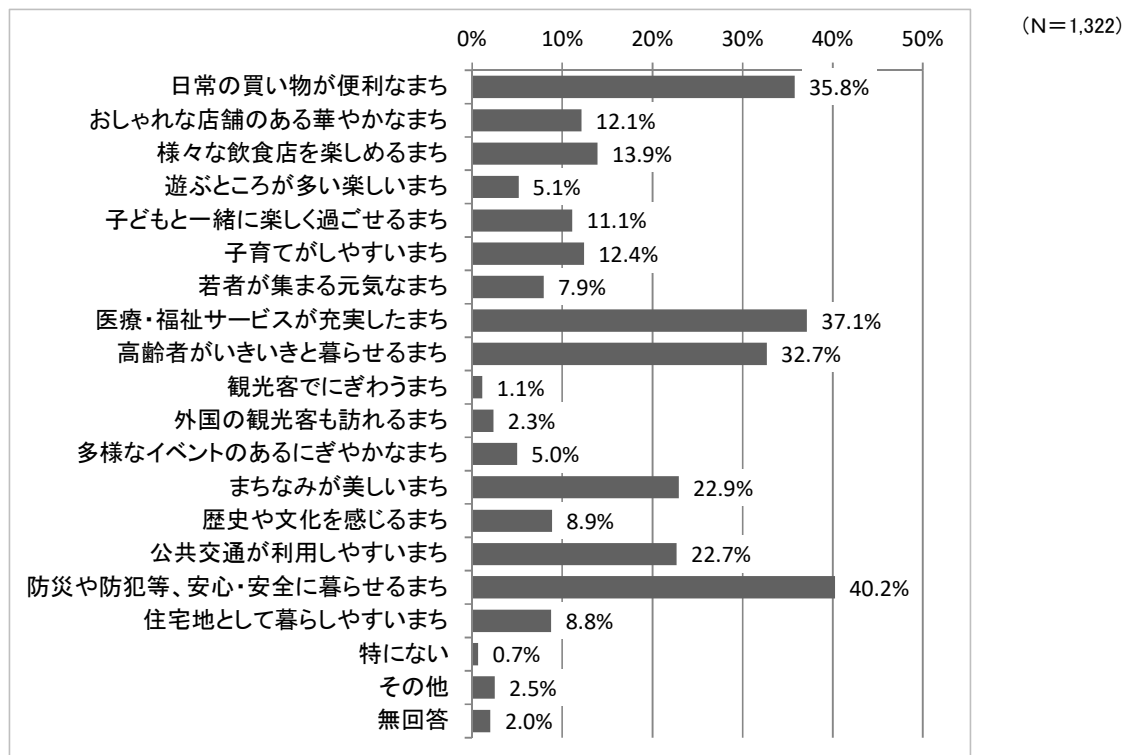
■項目別の JR 高槻駅北東地区開発事業の評価



⑤これからの中心市街地(問 14～問 19)

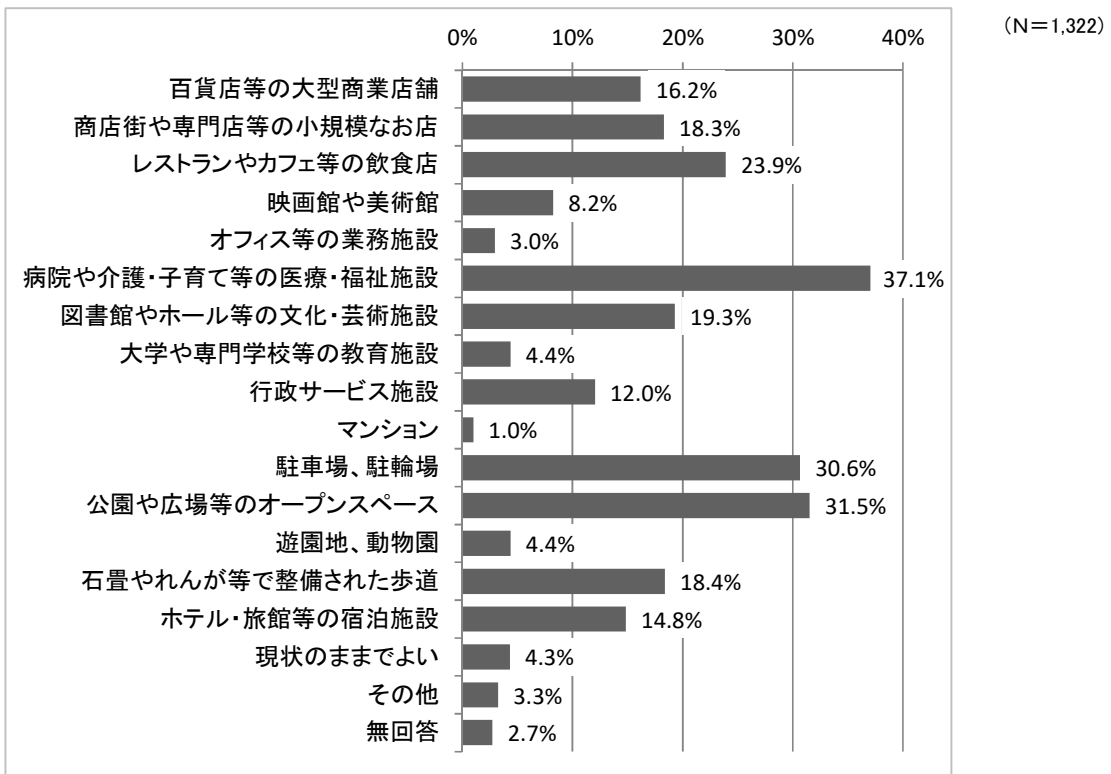
- 中心市街地に望むことについて、防災や防犯等、安全・安心に暮らせるまちが約 4 割で最も多く、次いで、医療・福祉サービスが充実したまち、日常の買物が便利なまちがそれぞれ 4 割弱となっている。

■中心市街地のあるべき姿

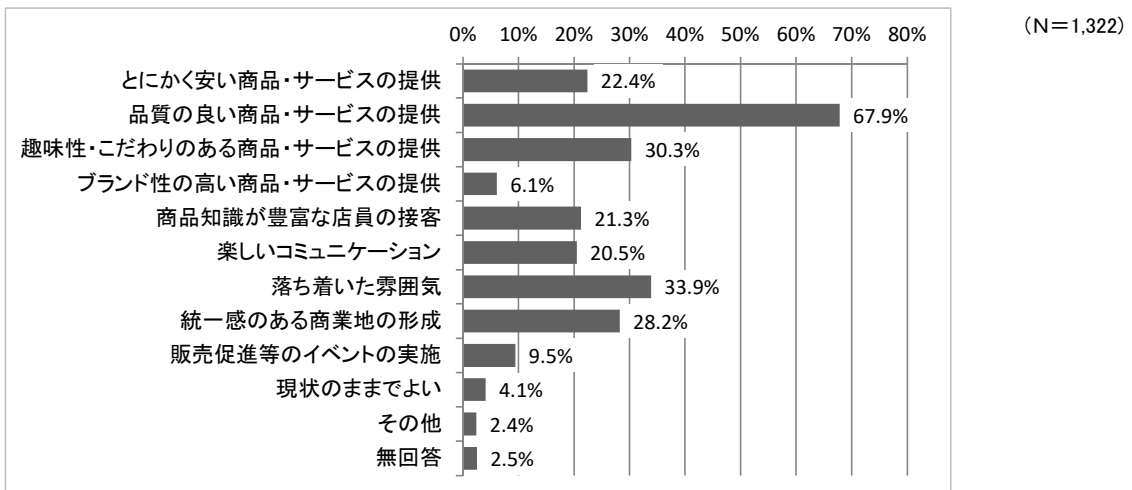


- 今後、中心市街地により一層の充実が必要だと思う施設について、医療・福祉施設が 4 割弱で最も多く、次いで公園や広場等が 3 割強、駐車場・駐輪場が約 3 割の順に高くなっている。
- 今後、中心市街地の商業施設が重視すべきことについて、品質の良い商品・サービスの提供が 7 割弱で最も多く、次いで、落ち着いた雰囲気、趣味性・こだわりのある商品・サービスの提供が 3 割強の順となっており、商品や店舗等、商業の質の向上が望まれていると考えられる。

■ 中心市街地に、より一層の充実が必要な施設

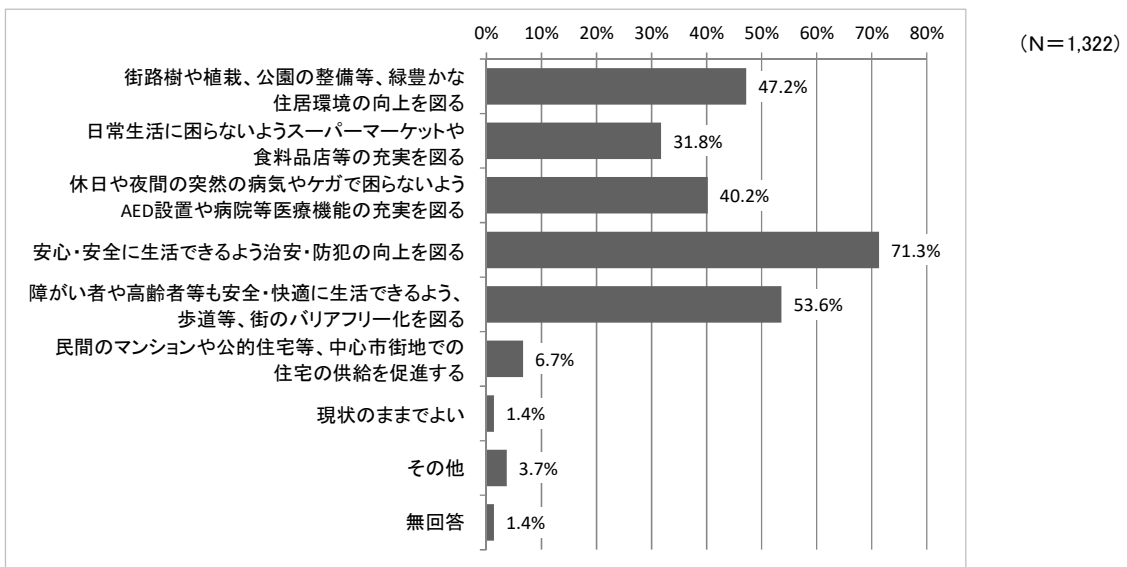


■ 中心市街地の商業施設が重視すべきこと

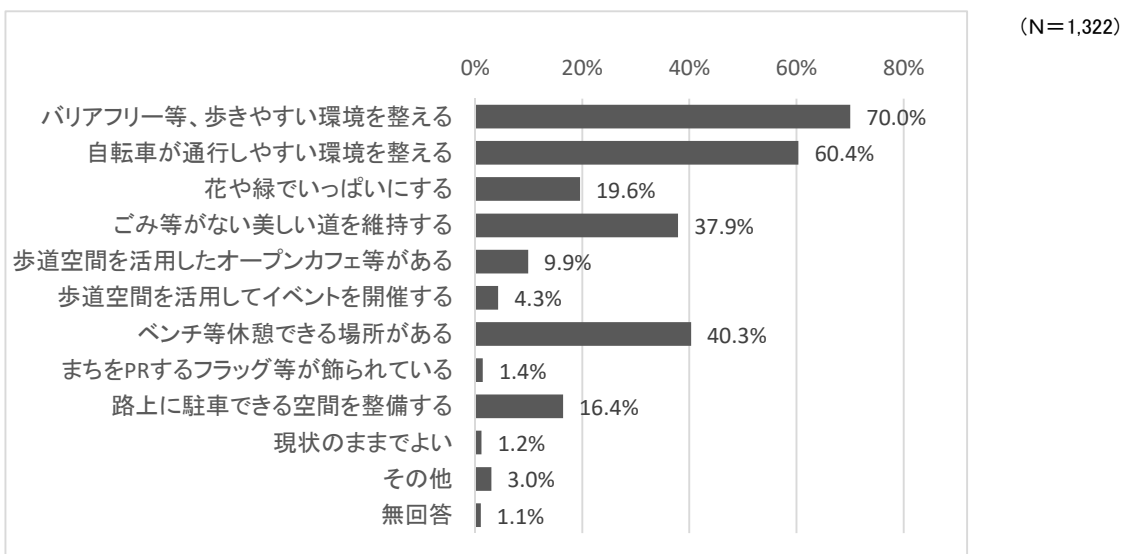


- 中心市街地が暮らしやすいまちになるために重視すべきことについて、治安・防犯の向上が約 7 割で最も多く、次いで、街のバリアフリー化を図るが5割強となっており、誰もが安心して暮らすことができる環境の整備が期待されている。
- 中心市街地の道路や歩道に必要なことについて、バリアフリー等、歩きやすい環境を整えるが 7 割で最も多く、次いで自転車が通行しやすい環境を整えるが約 6 割と多くなっており、歩行者、自転車の双方が安全に通行できる空間の整備が期待されている。
- 中心市街地の交通利便性を高めるために必要だと思うことについて、市民向けの割引サービスの提供、駅やバス停の再整備がそれぞれ 4 割弱と多く、次いで電車とバスの乗り継ぎをよくするが 3 割強となっている。

■ 中心市街地が暮らしやすいまちになるために重視すべきこと

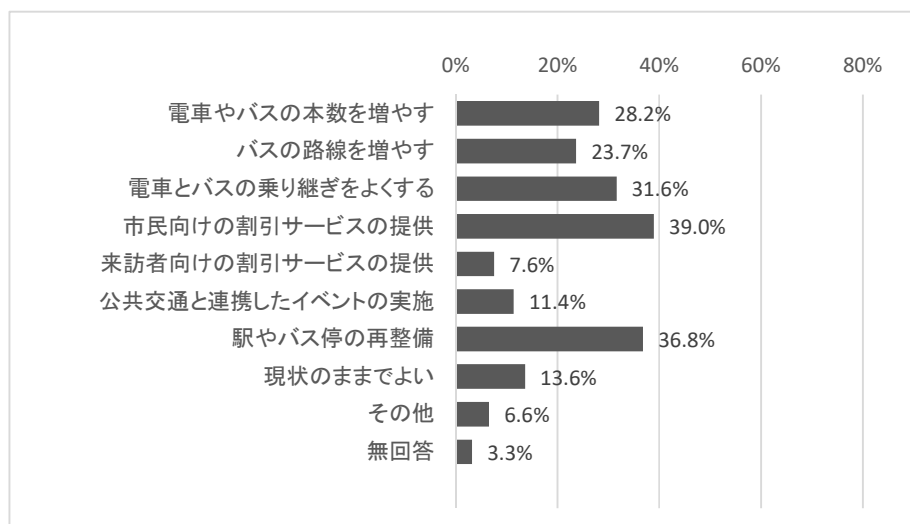


■ 中心市街地の道路や歩道について必要なこと



■ 中心市街地の交通利便性を高めるために必要なこと

(N=1,322)



(3) 事業者及び各種団体等の意見・ニーズ

中心市街地活性化協議会及び、中心市街地等で活動する各種団体等に対し、現在の中心市街地が抱える課題、今後の活性化に向けた考え方等についてヒアリングを行った結果、次のような意見が見られた。

- ・公園や文化施設等を、まちの魅力を高める新たな集客拠点とする必要がある。
- ・公共施設の整備等に併せて、商店街としてにぎわいづくりに取り組む必要がある。
- ・路上の放置自転車が歩行の妨げになっており、対策が必要。
- ・看板や商品の路上陳列も目立つので、防止・抑制に向けた取組が必要である。
- ・商店街内を自転車で乗って通過する人が多く、押し歩きの啓発を進める必要がある。
- ・街路灯の老朽化等により「安全に安心して歩ける」というイメージが損なわれている。
- ・駅間ゾーンや駅南ゾーンに、目的地となる拠点が不足しており、中心市街地全体を回遊できる構造になっていない。

※ヒアリングを行った団体・時期等については9. [3]基本計画に基づく事業及び措置の一体的推進等の頁を参照。

[4]これまでの中心市街地活性化に対する取組の検証

(1)前計画の概要

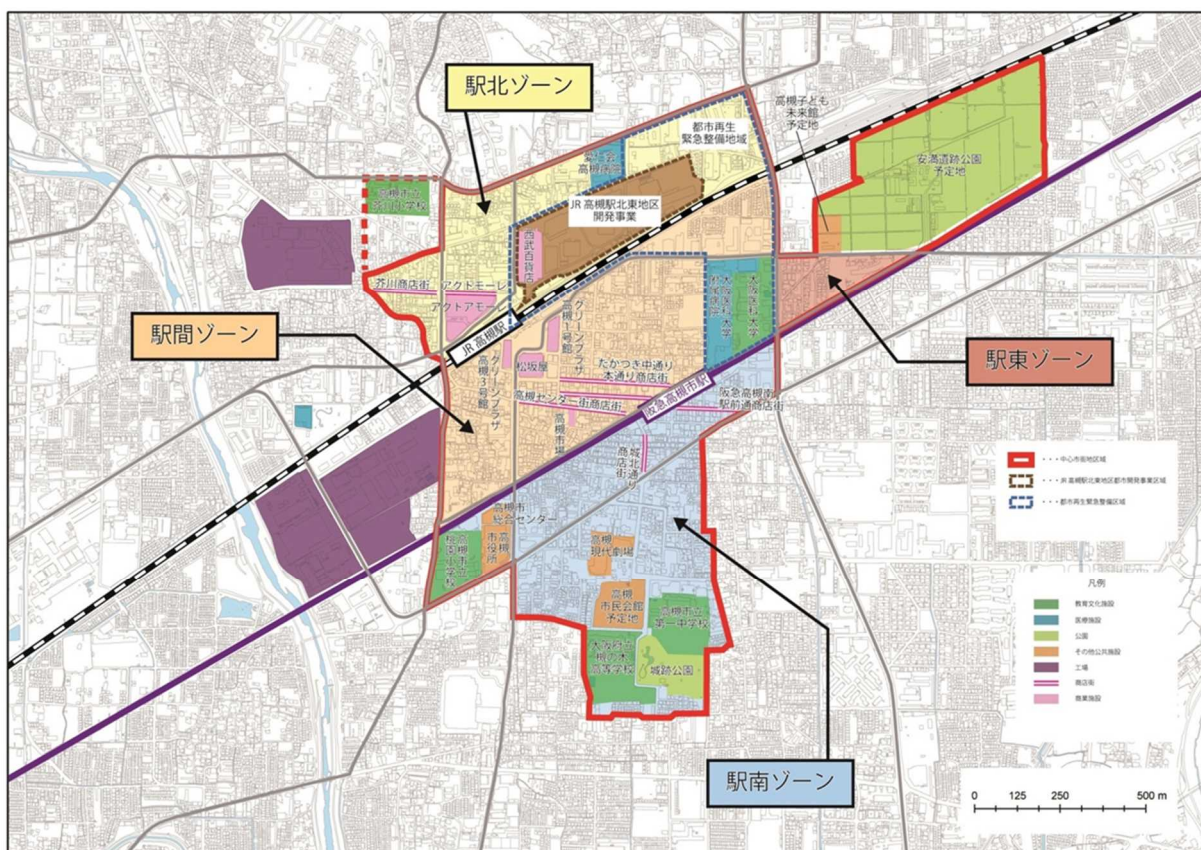
①計画期間

平成 21 年 12 月～平成 27 年 3 月（5 年 4 月）

②位置及び区域

本市の中心市街地は本市の中核である JR 高槻駅及び阪急高槻市駅を含む地域とし、特に前計画において事業実施が見込まれるエリアに絞った区域設定を行った。その結果、中心市街地の中でも、多くの課題が集積する JR 高槻駅及び阪急高槻市駅の駅間と、新たな都市整備が行われ周辺地域との相乗効果が期待される JR 高槻駅の北側、さらに城跡公園(現高槻城公園)など、本市のシンボルとも言える地域資源が豊富にある阪急高槻市駅南側を本計画の区域として、下図のとおり設定された(約 150ha)。

■前計画における中心市街地の位置及び区域図



③基本方針及び目標

前計画の策定当時における中心市街地の課題としては、

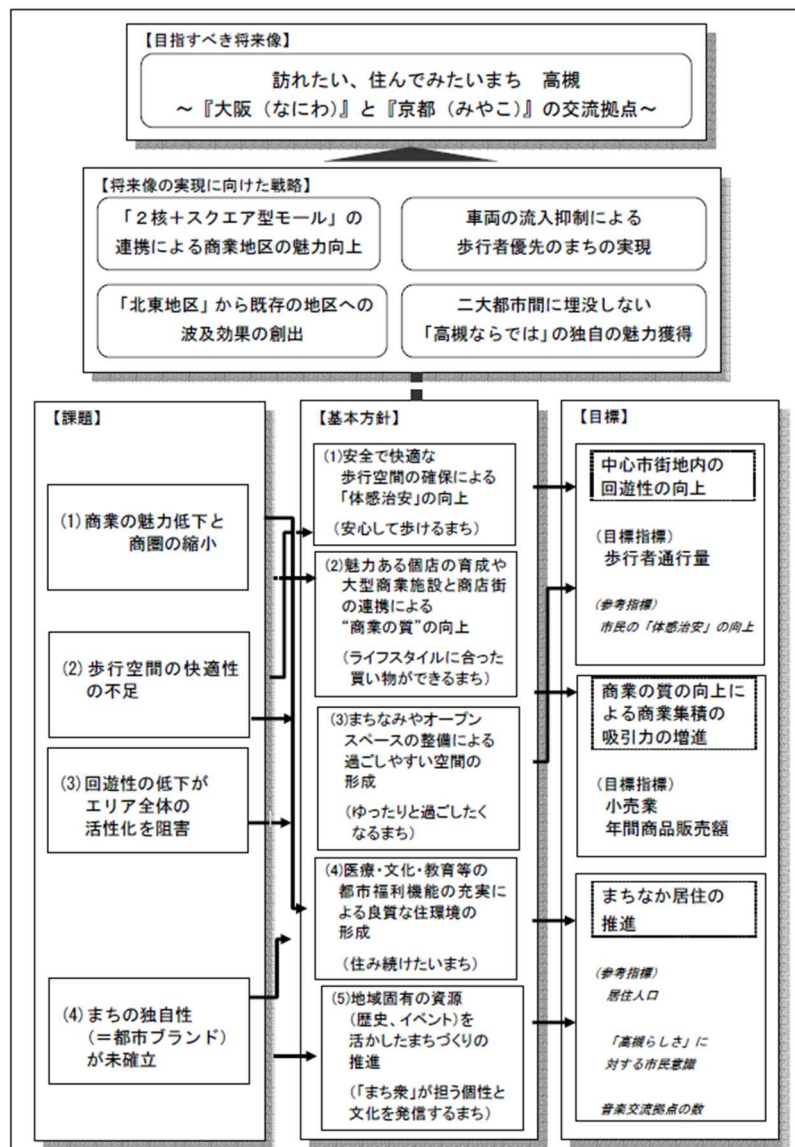
- ・「魅力ある店舗」が減少したこと等により、商業の魅力が低下したこと
- ・郊外大型店の立地等により、それまで維持していた広域的な商圈が縮小しつつあること
- ・歩行者、自転車、自動車の混在等により、歩行空間の快適性が不足していること
- ・エリア内の回遊性の低下がエリア全体の活性化を阻害していること
- ・大阪・京都間という便利な立地である反面、「高槻らしさ」やまちの独自性(=都市ブランド)が未確立であること等が挙げられた。

そこで前計画では、目指すべき将来像として「訪れたい、住んでみたいまち 高槻 ～『大阪(なにわ)』と『京都(みやこ)』の交流拠点～」を掲げるとともに、中心市街地の課題に対応した4つの戦略を設定した。

その実現のため「(1)安全で快適な歩行空間の確保による「体感治安」の向上(安心して歩けるまち)」、「(2)魅力ある個店の育成や大型商業施設と商店街の連携による“商業の質”の向上(ライフスタイルに合った買い物ができるまち)」、「(3)まちなみやオープンスペースの整備による過ごしやすい空間の形成(ゆったりと過ごしたくなるまち)」、「(4)医療・文化・教育等の都市福利機能の充実による良質な住環境の形成(住み続けたいまち)」、「(5)地域固有の資源(歴史、イベント)を活かしたまちづくりの推進(「まち衆」が担う個性と文化を発信するまち)」の5つを基本方針として、各取組を行った。

中心市街地活性化の目標としては、基本方針(1)及び(3)に対応するものとして「中心市街地内の回遊性の向上」を、方針(2)に対応するものとして「商業の質の向上による、商業集積の吸引力の増進」を、方針(4)及び(5)に対応するものとして「まちなか居住の推進」を定めた。

■ 前計画における方針イメージ



(2)事業の進捗状況

前計画で設定した約 150ha の区域には、JR 高槻駅と阪急高槻市駅という 2 つの「交通核」があり、計画の推進にあたっては、区域を JR 高槻駅より北の「駅北ゾーン」、JR 高槻駅と阪急高槻市駅間の「駅間ゾーン」、阪急高槻市より南の「駅南ゾーン」に分けて 67 事業に取り組んできた。そのうち 36 事業が完了、31 事業に着手することができ、その平均進捗率は 75%であったため、概ね当初の予定通りの進捗が図られたと言える。

■前計画における事業と進捗状況

ゾーン	事業番号	事業名	実施主体	26年度末進捗率
駅間	1	JR 高槻駅南人工デッキバリアフリー化・高質空間形成施設(ペDESTリアンデッキ等の改修事業)	高槻市	100%
	2	北園高槻線・道路(来街者の回遊性向上に向けた道路整備事業)	高槻市	100%
	3	回遊性向上に向けた道路整備事業(1号線、6号線)	高槻市	40%
	4	市道阪急北側線交通安全施設整備事業	高槻市	100%
	5	民間事業者による集客拠点整備事業(ワークホテル駐車場)	民間	100%
	6	民間事業者による集客拠点整備事業(豊都ビル)	民間	5%
	7	子どもの総合イベント開催事業(アート de わくわくストリート)	民間	100%
	8	回遊性向上のための顧客利便施設の整備(松坂屋東～高槻センター街商店街)	民間	40%
	9	百貨店イメージ向上施策等による集客力向上事業	民間	100%
	10	大阪を代表する「オンリーワン商店街」に向けたブランド確立事業	民間	100%
	11	商店街による商業基盤施設整備事業(中通り本通り商店街)	民間	90%
	12	阪急電車高架下空間の美装化事業(ミング・阪急高槻西側)	民間	100%
	13	来街者用駐輪施設の整備	民間	80%
	14	駅前商業施設を含む街区再整備検討事業(グリーンプラザ1～3号館)	民間	70%
	15	大学による教育研究・医療高度化事業(大阪医科大学)	民間	25%
	16	大学による地域交流拠点整備事業(大阪医科大学)	民間	25%
	17	NPO 活動拠点の整備(グリーンプラザ3号館)	高槻市	100%
駅南	18	ジャズのまち発信拠点整備事業	民間	20%
	19	映画館と商店街の連携による地域情報発信事業	民間	30%
	20	回遊性向上に向けた道路改善事業(城北通り)	高槻市	100%
	21	回遊性向上に向けた道路改善事業(阪急高槻南駅前通り)	大阪府	45%
	22	阪急高槻市駅南側の今後の都市機能のあり方検討事業	高槻市	100%
	23	都市公園の再整備検討事業(高槻城跡公園)	高槻市	13%
	24	商店街による商業基盤施設整備事業(城北通り商店街)	民間	50%
	25	商店街による歩行空間改善事業(阪急高槻南駅前通商店街)	民間	60%
	26	観光情報・物産販売の拠点施設検討事業(大手町会議室跡地)	高槻市	30%
	27	文化施設の再整備検討事業	高槻市	80%
駅北	28	JR 高槻駅北東土地区画整理事業(JR 高槻駅北東)(北東地区)	民間	100%
	29	民間事業者による駐車場の整備(北東地区)	民間	100%
	30	公開デッキ・都市機能まちなか立地支援(民間事業者によるオープンスペースの整備)	民間	95%
	31	都市計画道路 古曾部天神線改良工事(古曾部天神線)	高槻市	100%
	32	都市計画道路 古曾部天神線改良工事(西国街道線)	高槻市	100%
	33	弁天踏切橋梁化・高次都市施設(踏切の高架化)	高槻市	100%
	34	JR 高槻駅前線周辺地域まちづくり検討事業・まちづくり活動推進事業(地域のにぎわいと歴史性に配慮したまちづくり)	高槻市	15%
	35	JR 高槻駅の安全・快適な利用環境の整備	民間	100%
	36	体育館・プールの建て替え(芥川小)・地域生活基盤施設(防災空間としての体育館の建て替え)	高槻市	100%
	37	ボトルネック交差点の改良(別所交差点)	大阪府	100%
	38	歴史にちなんだ商店街の魅力発信事業(芥川商店街)	民間	80%
	39	商店街による遊休地活用検討事業(芥川商店街)	民間	30%
	40	商店街の防犯対策事業(芥川商店街)	民間	100%

駅北	41	民間事業者による大規模集合住宅等の整備(北東地区)	民間	100%
	42	民間事業者による大規模集客・複合施設の整備(北東地区)	民間	55%
	43	関西大学・都市機能まちなか立地支援(学校法人による市民開放施設の整備・北東地区)	民間	100%
	44	大学による都市型キャンパスの整備(北東地区)	民間	100%
	45	民間事業者による福祉施設等の整備(北東地区)	民間	100%
全体	46	まちづくり会社による「総合防犯システム」の導入	民間	70%
	47	安全・快適な歩行空間の実現に向けた普及啓発事業(ソフト事業)	民間	40%
	48	まちづくりコーディネーターの確保・養成事業	民間	80%
	49	魅力ある個店の誘致・育成事業(起業家支援・創業支援事業)	民間	100%
	50	若手事業者等による「まち衆」交流事業	高槻市	100%
	51	商業インキュベーション店舗整備事業	民間	30%
	52	回遊性向上に向けた地域情報発信事業	民間	100%
	53	中心市街地における観光・散策ルート開発事業	民間	100%
	54	市外からの集客に向けた広域観光実験事業	民間	100%
	55	観光資源発掘・特産品開発事業	民間	100%
	56	音楽イベント「高槻ジャズストリート」を核としたブランド発信事業	民間	100%
	57	大学連携によるまちづくり推進事業	高槻市	100%
	58	中心市街地のランドマーク(まちのシンボル)整備事業	民間	50%
	59	「市民花時計」を核とした緑地・緑化推進事業	民間	60%
	60	中心市街地における企業立地促進制度の活用	高槻市	100%
	61	高槻ブランドの確立に向けた戦略策定事業	高槻市	100%
	62	歴史的資源を活かしたまちの魅力向上事業	高槻市	100%
63	中心市街地における公共交通活用促進検討事業	高槻市	30%	
64	長期優良住宅の認定による居住推進施策の推進	高槻市	10%	
65	地域優良賃貸住宅(高齢者型)供給促進事業の推進	高槻市	10%	
66	中心市街地へのまちなか居住推進施策の検討	高槻市	100%	
67	中心市街地における無電柱化検討事業	高槻市	70%	
進捗率			全体平均	75.0%
			市平均	75.9%
			民間平均	74.5%

(3) 目標指標の達成状況

【目標指標1】歩行者通行量

中心市街地内の「歩行者通行量(平日)」については、計画策定時の 57,642 人/日を基準とし、対策を講じない場合、平成 26 年度に 42,973 人/日まで減少する見込みであった。

計画最終年度である平成 26 年度の値は、55,986 人/日と目標値には及ばなかったものの、当初の推計値を上回り、減少を抑制することができたと言える。

もう一つの目標指標である中心市街地内の「小売業年間商品販売額」については、計画策定時の 865 億円を基準とし、対策を講じない場合、平成 26 年は 783 億円まで減少する見込みであった。

しかし、結果は 776 億円となり、目標値及び推計値も下回ることとなった。

これらの結果を踏まえ、目標を達成できなかった原因分析及び、現在の中心市街地が抱える課題について、改めて整理する必要がある。

■各目標の達成状況

目標	目標指標	基準値	目標値	実績値	達成状況
中心市街地内の回遊性の向上	歩行者通行量 (平日)	57,642 人/日 (H19)	62,000 人/日 (H26)	55,986 人/日 (H26)	未達成
商業の質の向上による、商業集積の吸引力の増進	小売業年間商品販売額	865 億円/年 (H19)	約 870 億円/年 (H26)	776 億円/年 (H26)	未達成

(4)前計画の総括

計画した事業の中でも、特に大規模なものであった JR 高槻駅北東地区都市開発事業により、大学都市型キャンパス、大規模集合住宅、複合施設といった施設が整備された。

また、駅周辺の歩道整備、駅前人工デッキの美装化・バリアフリー化や防犯カメラの設置等に取り組んだ結果、安全・安心なまちづくりの基盤整備が進んだ。

これらハード面の整備が進んだことにより、駅北ゾーンを中心に都市機能の集約が図られ、市全体の活性化に貢献した。

また、百貨店と商店街の連携(大阪オンリーワン商店街創出事業)や、商店街での活気ある取組(「まちセリ」「高槻アート博覧会(現:たかつきアート博覧会)」等)がマスコミに取り上げられ、市外への情報発信の機会も増加した。

加えて、本市のマスコットキャラクター「はにたん」の像を市の玄関口である JR、阪急の両駅に設置したほか、市営バスや看板等、色々な所にイラストを使用することにより、話題づくりと集客力の向上が図られた。

市民有志グループによるイベントとしては「市民フェスタ高槻まつり」や「高槻ジャズストリート」等が主体的かつ継続的に展開され、まちににぎわいをもたらしているほか、計画後期には「たかつきバル」や「TAKATSUKI 唄まき stationN」といった、新たなにぎわいづくりの活動が生まれ始めている。

以上のことより、高槻の「顔」となる中心市街地において、市民、関係団体等に理解と協力を求め、中心市街地活性化協議会を始めとした、民間事業者等との連携体制を強化しながら事業を展開してきた結果、厳しい経済状況にもかかわらず、当初懸念された商圈の縮小や回遊性の低下といった事態は、一定程度免れたと言える。

一方、前述のとおり目標指標はいずれも達成できなかったことや、駅前商業施設の空き店舗が増えていること、駐輪マナーの悪化等、課題も多く残っている。

特に、駅間ゾーン及び駅南ゾーンについては、歩行者通行量がなおも減少傾向にあることに加え、市民の商業施設に対する評価も「魅力が低下した」という傾向が見られる(既出「市民アンケート」参照)等、状況が改善されたとは言い難い。

今後は、駅間ゾーン、駅南ゾーンを含めた、中心市街地全体の活性化に繋がる取組を推進していく必要がある。

[5] 中心市街地活性化の課題

前計画で予定していた 67 事業のうち、36 事業が完了、31 事業に着手しており、概ね当初の予定通りの進捗が図られたと言える。特に、JR 高槻駅北東地区都市開発事業等の整備により、20～40 歳代を中心とした居住人口が増加している。

しかし、居住人口が増加する一方、計画に掲げた「歩行者通行量」「年間商品販売額」の 2 つの目標指標については、基準値及び目標値に及ばないという結果となっている。本計画では、その原因を市民アンケート調査等により分析するとともに、課題を大きく二つの面で整理する。

(1) 中心市街地への来街動機、回遊性が十分でない

市民アンケートによると、中心市街地は消費地としてだけでなく、“公園や広場などのオープンスペース”、“美しいまちなみ”、“安心・安全”など、まちに滞在したくなる良好な環境に対するニーズが見られる。また、若い世代においては、“子供と一緒に楽しく過ごせる、子育てのしやすいまち”を望む声も多い。

前計画において、JR 高槻駅北東地区都市開発事業は、居住人口や交流人口の増加に寄与し、同事業を含む駅北ゾーンでは歩行者通行量も微かながら増加している。市民アンケートでは、同事業の結果、まちなみが美しくなったとの評価も得ている。また、同事業の足元に位置する JR 高槻駅北側の大型商業店舗は、中心市街地内の大型商業店舗・商店街のなかでは唯一、魅力が向上したと評価されている。以上のことから、まちなみ等の環境整備は市民のニーズに合致しており、また、来街動機となりうることがうかがえる。

しかしながら、駅間ゾーン、駅南ゾーンにおいては、歩行者通行量は横ばいまたは微減となっている。中心市街地全体として商圈が縮小傾向にあるなか、これらのゾーンでは来街動機が不足していることや、駅北ゾーンからの回遊の環境が整っていないと考えられる。

中心市街地全体において来街動機を増やすためには、目的地となる拠点の強化と、拠点間の回遊性の向上に向けた取組が必要となる。

(2) 中心市街地で提供される商品・サービスがニーズに合致しておらず、商業の衰退が危惧

前計画期間、JR 高槻駅北東地区都市開発事業をはじめとして、中心市街地に複数のマンションが建設されるなどの影響もあり、中心市街地の人口は増加した。特に、若年層の流入があったものと考えられる。しかしながら、中心市街地の人口増にもかかわらず、年間商品販売額は計画期間で大きく減少した。

市民アンケートから消費動向をみると、若年層、中高年層のいずれもが中心市街地の商業(商品・サービス)の充実を求める一方、比較的若い世代は郊外ショッピングセンターや大阪や京都等で買物をする傾向があり、これらの層の消費が大都市に流出している状況が伺える。

商業サービスについて、市民アンケートでは“品質のよい商品・サービス”、“趣味性・こだわりのある商品・サービス”、“レストランやカフェ等の飲食店の充実”を求める声が多く見られる。現状の商業空間は、こうしたニーズを十分に満たしていないと考えられる。こうしたニーズに応えるべく、既存店舗の集客力向上など、中心市街地全体の商業空間の質の向上を図る必要がある。

また、まちなみでは一年を通してイベントが開催され、にぎわいをもたらしているが、イベント期間中の周辺店舗での消費は増えておらず、地域経済に還元されていない。来街者が中心市街地内の店舗での消費を促すことも必要と考えられる。

[6] 中心市街地活性化の基本的な方針

前項で示した課題を踏まえ、それぞれの課題に対応する形で基本的な方針を設定する。

- (1) 集客拠点の強化と、各拠点をつなぐ動線強化による、中心市街地の来街機会の増加と回遊性の向上
来街機会の増加のために大規模な公園や新たな文化施設、ニーズへの訴求力が高い魅力ある個店等、集客性の高い拠点を強化するとともに、それらの情報発信に向けた取組を行う。

また、回遊性の向上のために「歩いてまわって楽しいまち」というイメージづくりや、動線の安全・安心面の強化と歩行空間の確保に向けた取組を推進する。

これらの取組により、中心市街地への来街機会を増やすとともに、回遊性の向上を図り、行き交う人々にぎわう魅力あるまちを目指す。

- (2) 魅力ある個店の育成や、官民一体となった商業・サービス機能の導入(商業空間の質の向上)による
経済活力の増進

飲食店及び小売店の新規出店に対して市が補助をする制度を活用することで新たな商業拠点の創出を促し、既存店舗についてはターゲット層を明確にしたニーズ対応型の商品・サービス展開に向けた勉強会を実施するほか、商工会議所等支援機関による経営力や集客力を向上させるための助言・指導を行う。

また、商店街等を中心として、新たに整備される拠点に集う人や、年間を通じて開催されるイベントに来る人を対象とした売出し・情報発信に取り組む。

これらの取組により、市民ニーズに対応した魅力的な商業地区の形成を進めることで、買物客の流出抑制と流入増加による経済活力の増進を図る。