

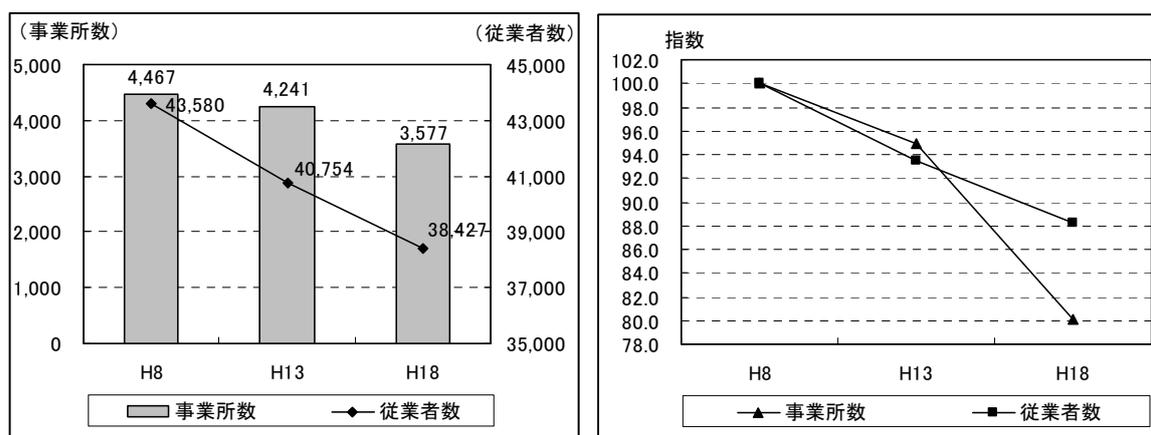
課題4の事業効果を検証する材料として、「中心市街地の従業者数」を設定する。

中心市街地^(*)の従業者数は、平成8年から平成18年の10年間で約12%減少しており、従業者人口の回復は実現されていない。

また、設定されている事業が大分駅南土地地区画整理事業区域内の「用途地域の見直しと地区計画の指定」であり、現在土地地区画整理事業が進捗中ということもあり、土地利用の促進が図られていないことなどから、中心市街地の従業者人口の回復に結びついていない。

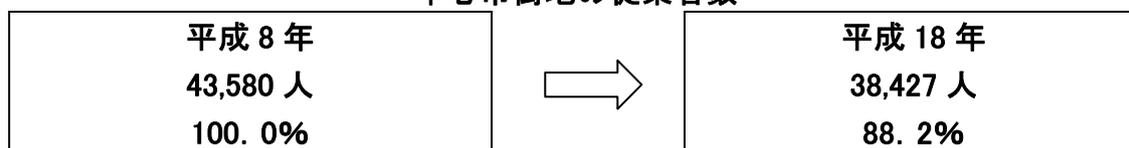
(*) 中心市街地を町丁目で近似し、町丁目単位のデータを集計している。

■ 中心市街地の事業所数・従業者数の推移（再掲）



資料：各年事業所・企業統計調査

中心市街地の従業者数



【参考：課題4に対応した個別事業の実施状況等】

事業名	公・民	主体	実施	実施事業費 (千円)
用途地域の見直しと地区計画の指定	公	市	○	6,615

13. 新基本計画策定に向けた課題整理

中心市街地活性化の定義づけや衰退原因の究明など、根本的な問題を直視し、選択された事業が活性化に役立たなければならない。

限られた財政資源の中で、効率的・効果的な活性化を図るためには、根本的な問題を熟慮し、明確化した上で、ポイントを絞った具体的で詳細な計画とする必要がある。

これまでの検討・検証を踏まえ、旧基本計画の課題を以下に整理する。

(1) 活性化事業（特に民間事業）の着実・確実な実施

旧基本計画で位置付けられた活性化事業 49 件の内、実施済みの事業は 23 件（47%）と半数以下であり、着実・確実な事業実施が求められる。特に、公共事業の実施率が 75%（15 事業）であるのに対し、民間事業の実施率は 27%（7 事業）と低く、民間事業の計画的な実施が期待される。

(2) 事業推進体制の構築

旧基本計画では、活性化事業を円滑かつ効率的に推進するため、庁内調整会議、推進窓口、及び TMO の 3 つの組織の設立が位置づけられていたが、計画策定後、いずれの組織も設立されていない。

庁内調整会議及び推進窓口については、関係する組織として「駅南まちづくり会議」が発展した「おおいた都心まちづくり会議」が発足したが、設立されたのは平成 16 年であり、旧基本計画（平成 12 年度策定）で策定された事業の推進組織としては機能してきたとは言いがたい。

また、TMO については設立されておらず、民間事業の実施状況が低い要因の一つとなっていることも考えられる。

新基本計画策定に際しては、協議会の設立及び協議が必須となっていることから、過去の取り組みを踏まえた体制構築を図る必要がある。

(3) 課題解消に対応した事業設定

旧基本計画では 4 つの課題を設定し、各課題に対応した活性化事業を位置づけるという計画体系となっていたが、事業が進捗しているにもかかわらず課題が解消していない、あるいは、課題に対応した事業が一つしか設定されていない、という問題があった。

これは課題に直接対応した事業設定であったかなどに問題があり、課題を効果的に解消し得る事業設定が必要である。

(4) 中心市街地の活性化に資する課題の設定

旧基本計画で位置づけられた課題の中には、「定住人口の回復」のように一定程度成果の見られるものもあったが、結果的に活性化には至っていない。一つの課題解消だけでは活性化しないということであり、課題解消の優先づけなど、効果的な投資を見据えた、真に活性化に直結する具体的な課題設定が必要である。

(5) 明確で具体的な活性化コンセプトの設定

行政計画の常として、計画のコンセプトは多様なニーズを包含した最大公約数的なものになりがちであり、旧基本計画のまちづくりコンセプトも例外ではない。

限られた財源を効率的に投入し、活性化に結び付けるためには、的を絞ったコンセプトの設定が必要である。

(6) 中心市街地の衰退原因の究明

衰退の原因がつかめなければ対策も立てることはできない。

旧基本計画においては、中心市街地衰退の現象を各種指標で整理しているものの、その原因究明には至っていない。

的確な対策を講じることが無駄な事業を防止し、投資コストの抑制に資することから、中心市街地衰退の原因究明を図る必要がある。

(7) 「中心市街地活性化」の定義の明確化と共通認識の醸成

「中心市街地活性化」という言葉は旧基本計画においても定義づけはされていないが、受け取る人によって様々な異なるイメージをいただきやすい。

したがって、中心市街地のポテンシャル等を踏まえ、中心市街地が活性化しているとはどういう状態なのか、具体的かつ詳細に定義し、関係者で認識を共有する必要がある。

(8) 商業者を始め関係者の努力と行政の支援という役割の明確化

中心市街地の活性化に向けて、行政ができる範囲と期間は限られており、持続可能な活性化のためには、商業者を始めとする関係者の努力も必要である。

このため、関係者の努力と、それを支援する行政という役割の明確化を図る必要がある。

(9) 商業機能の重要性の明確化

中心市街地には多様な役割があり、商業機能はその中の一機能であることは確かであるが、中心市街地が人々の生活行動の対象空間として選択される場所であること、そして商都としての本市の性格上、商業機能が中心市街地で最も重要な都市機能である。

このため、中心市街地の商業機能、特に商店街などの商業集積の活性化に的を絞った活性化戦略の展開が必要である。

[5] 市民のニーズ等の把握・分析

1. 調査の目的と概要

大分市の新たな中心市街地活性化基本計画の立案に際し、中心市街地に関する大分市民の利用実態やニーズ、将来意向などを把握し、計画検討の基礎資料とすることを目的として、アンケート調査を実施した。

調査手法	郵送配布・郵送回収方式
調査対象	20歳以上の大分市民（無作為抽出）
調査期間	平成19年10月19日～10月31日
発送数	3,500票
回収数	1,280票（36.6%）
調査項目	①調査回答者の属性 ②大分市の中心市街地の現状について ③大分市の中心市街地の将来について ④自由意見

2. 調査結果

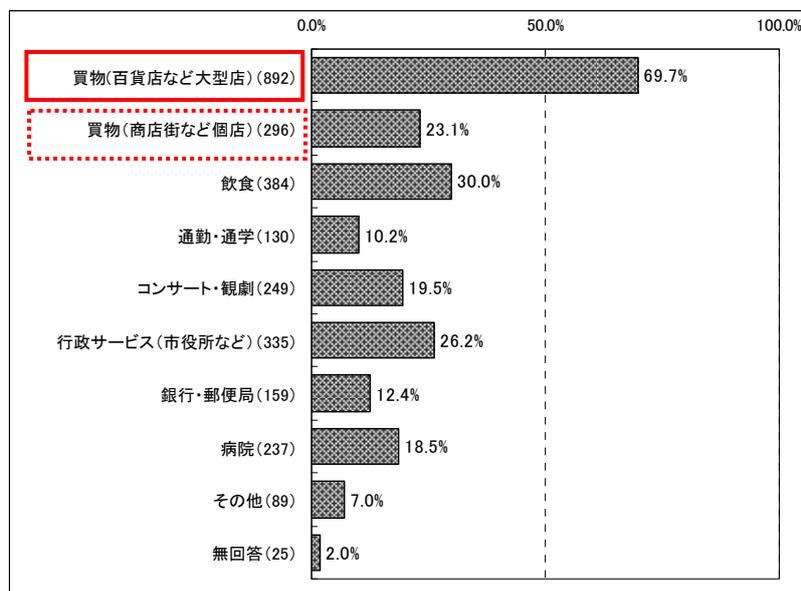
（1）中心市街地へ行く主要目的

○中心市街地へ行く主要目的は商店街ではなく百貨店

「買物（百貨店など大型店）」が最も多く約7割が挙げており、他の選択肢と比較して突出して多くなっている。

「買物（商店街など個店）」は約2割と「買物（百貨店など大型店）」の1/3程度にとどまっている。

（複数回答）

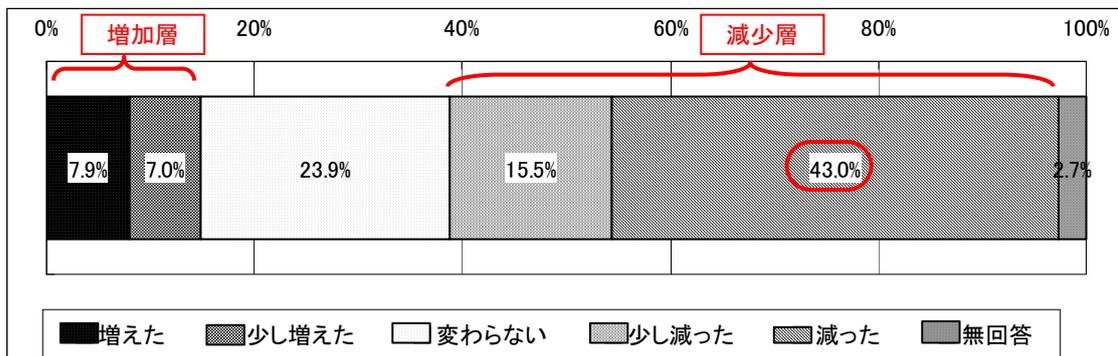


(2) 中心市街地へ行く頻度の増減

○中心市街地へ行く頻度は確実に減り約6割の人が減少層

5年程度以前と比較した場合の中心市街地へ行く頻度の増減について見ると、「増えた」と「少し増えた」を合わせた増加層が14.9%であるのに対し、「減った」と「少し減った」を合わせた減少層が58.5%と約6割を占めており、中心市街地へ行く頻度が大きく減少している状況がうかがえる。

単独の選択肢として「減った」が最も多く、約4割を占めており、中心市街地離れの深刻さがうかがえる。



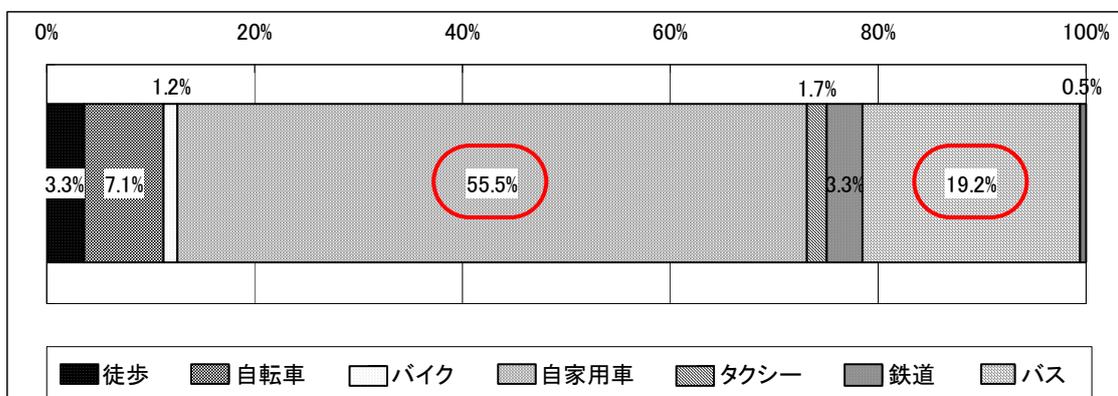
(3) 中心市街地へ行く交通手段

○中心市街地へ行く交通手段は過半が自家用車

「自家用車」が最も、かつ突出して多く過半（55.5%）を占めている。

環境に優しい「徒歩」及び「自転車」は合わせて10.4%、公共交通機関である「鉄道」及び「バス」は合わせて22.5%を占めている。

「自家用車」に次いで「バス」が多く、約2割を占めていることが特徴的であり、バス交通ネットワークの要となっている中心市街地の特性を反映しているものと考えられる。



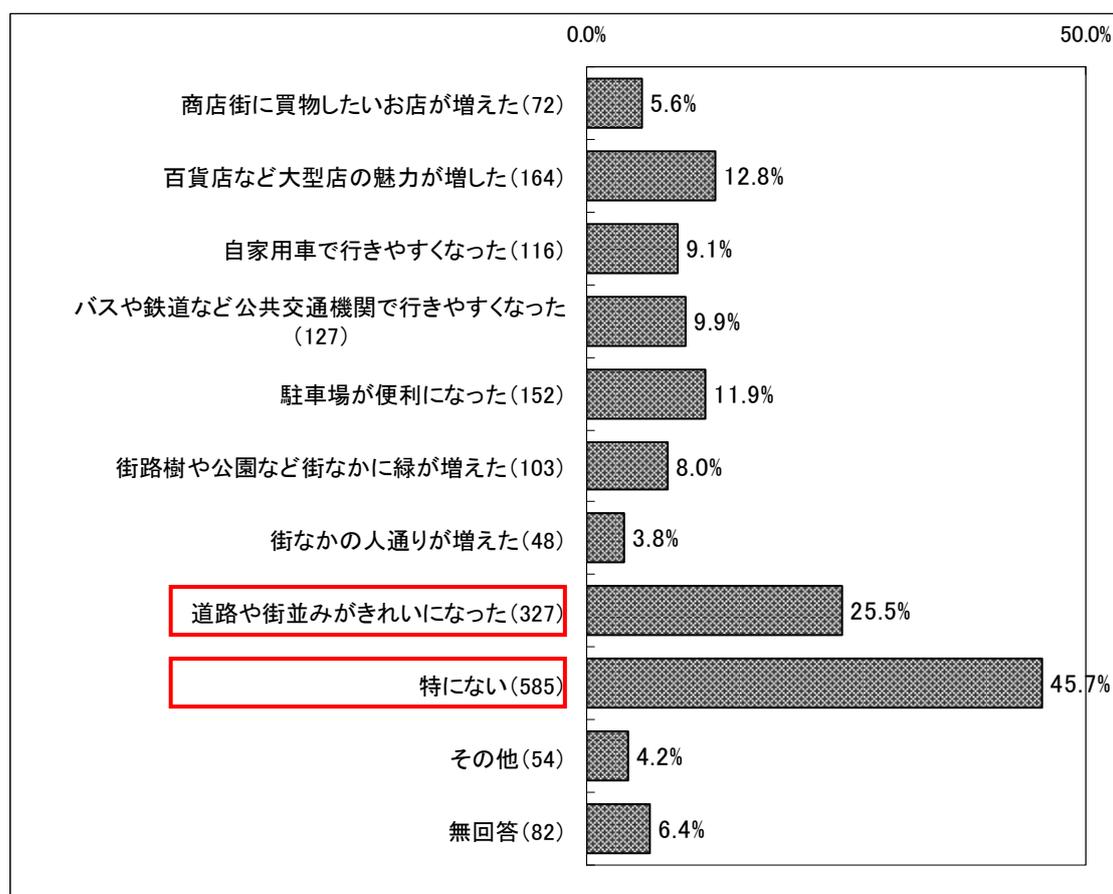
(4) 中心市街地の良くなった点

○中心市街地の良くなった点は「特になし」が最多

5年程度以前と比較して中心市街地が良くなった点について尋ねたところ、「特になし」が5割近くに達し、最もかつ突出して多く、市民の目からは中心市街地が良くなったと認識されていない状況がうかがえる。

次いで多かったのは「道路や街並みがきれいになった」が2割以上から挙げられ、旧基本計画策定以降に中心市街地で着実に進められた都市基盤整備が一定程度評価されているものと推測される。

(複数回答)



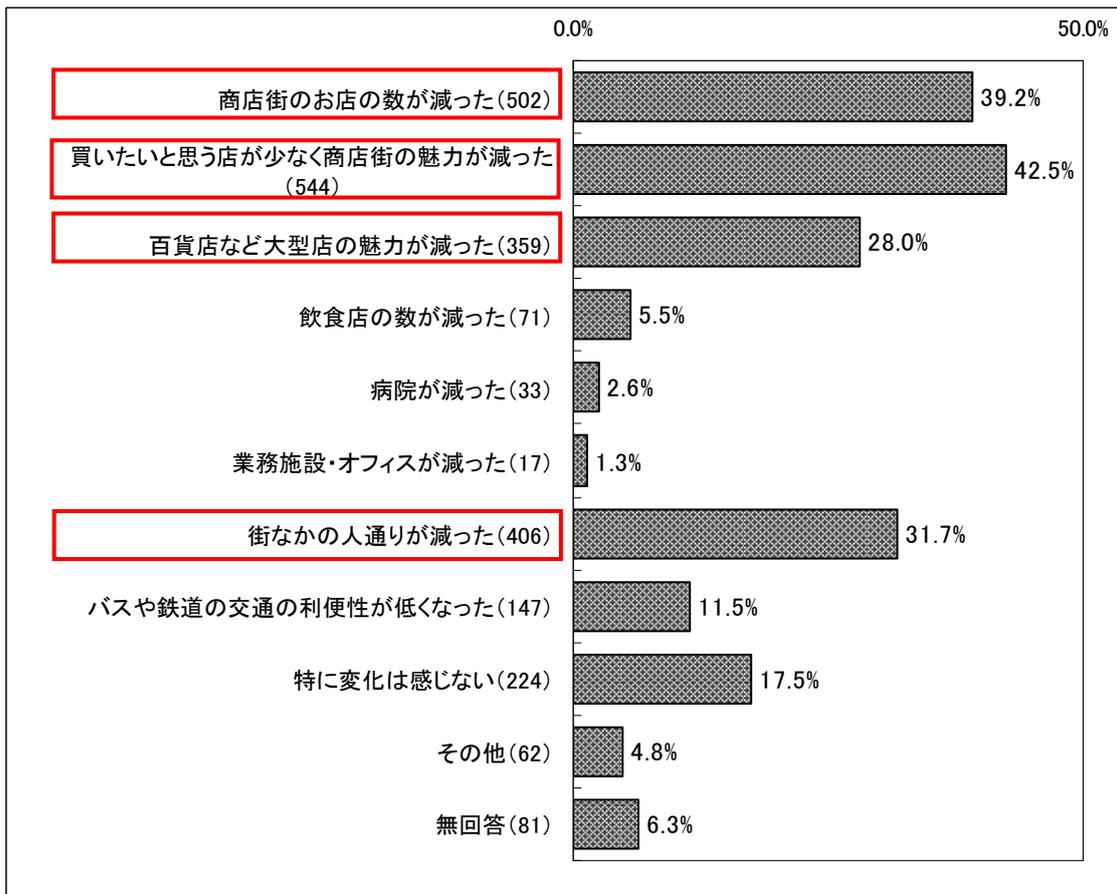
(5) 中心市街地の衰退した点

○市民にとって中心市街地の衰退は、即ち中心商業地の衰退

5年程度以前と比較して中心市街地で衰退した点について尋ねたところ、「買いたいと思う店が少なく商店街の魅力が減った」が最も多く、回答者の4割以上を占めた。

他には、「商店街のお店の数が減った」、「街なかの人通りが減った」、「百貨店など大型店の魅力が減った」が上位に挙げられた。

衰退したと認識されている上位の選択肢は商業機能に関連するものであり、市民にとって中心市街地の衰退は、主に商業機能の衰退であると推測される。

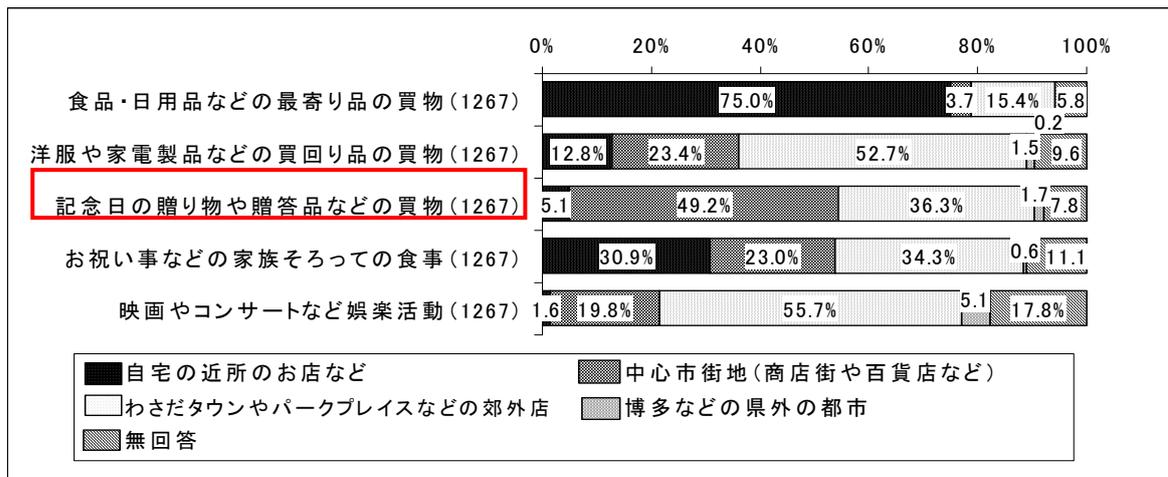


(複数回答)

(6) 買物等目的別の利用場所

○中心市街地が比較的優位なのは贈答品の買物のみ

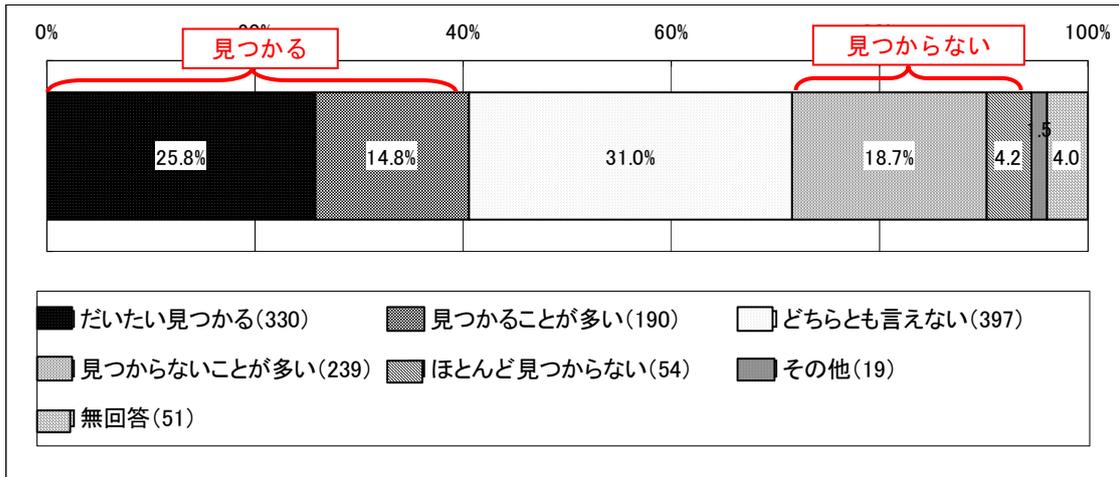
中心市街地が市内のショッピングセンターや他都市と比べて優位な目的は、贈答品の買物のみであり、百貨店の吸引力を示しているものと推測される。



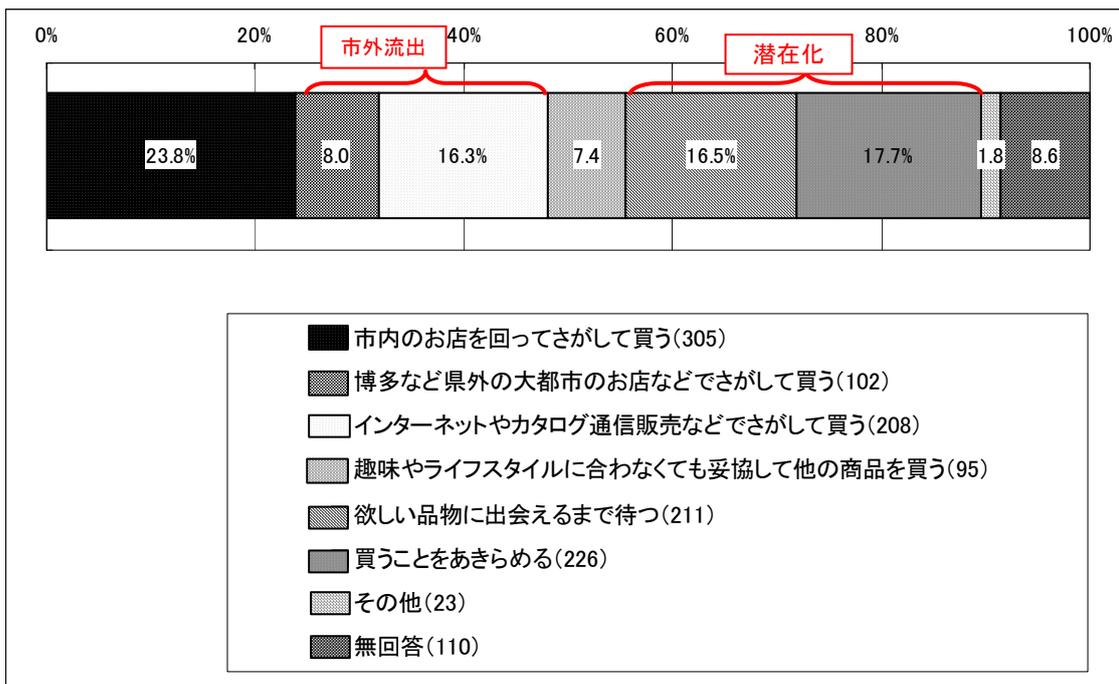
(7) 中心市街地のこだわりあるライフスタイルに合致した消費への対応度

中心市街地の商業機能は市民の高度で多様化したニーズに必ずしも対応しておらず、消費されずに潜在化しているニーズが3割以上存在する

市民各人が満足できる品質や趣味・ライフスタイルに合致した商品が中心市街地（商店街や百貨店など）において見つかるか否かについて、「どちらとも言えない」が最も多く約3割を占めており、中心市街地の商業機能は市民の高度な消費ニーズに充分対応しているとは言いがたい状況がうかがえる。



満足できる品質や趣味・ライフスタイルに合致した商品が見つからない場合の対応について、「市内のお店を回ってさがして買う」が23.8%と最も多いが、「欲しい品物に出会えるまで待つ」と「買うことをあきらめる」を合わせた潜在ニーズは34.2%存在する。



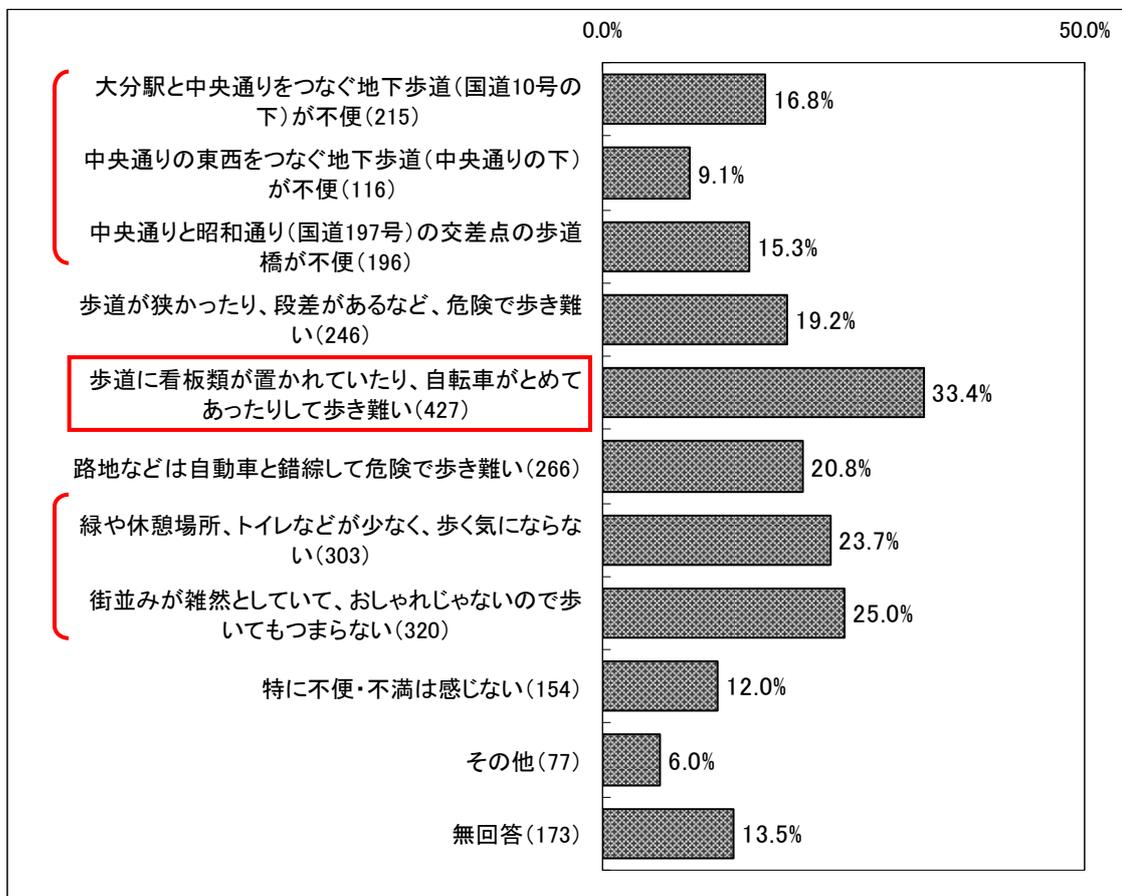
(8) 歩行時の不便・不満

○安全な歩行者空間の確保と幹線道路による分断が主要な不満要素

中心市街地を歩いている時に感じる不便・不満について、最も多かったのは「歩道に看板類が置かれていたり、自転車がとめてあったりして歩き難い」であり、回答者の3割を超えている。

幹線道路による分断についての不便・不満として「国道10号下の地下道」、「中央通り下の地下道」、「国道197号の歩道橋」をまとめると4割を超える。

このように、歩行者空間それ自体に対する不便・不満もさることながら、幹線道路による分断や回遊性の阻害にかかる事項も市民が感じる不便・不満の大きな要素となっている。



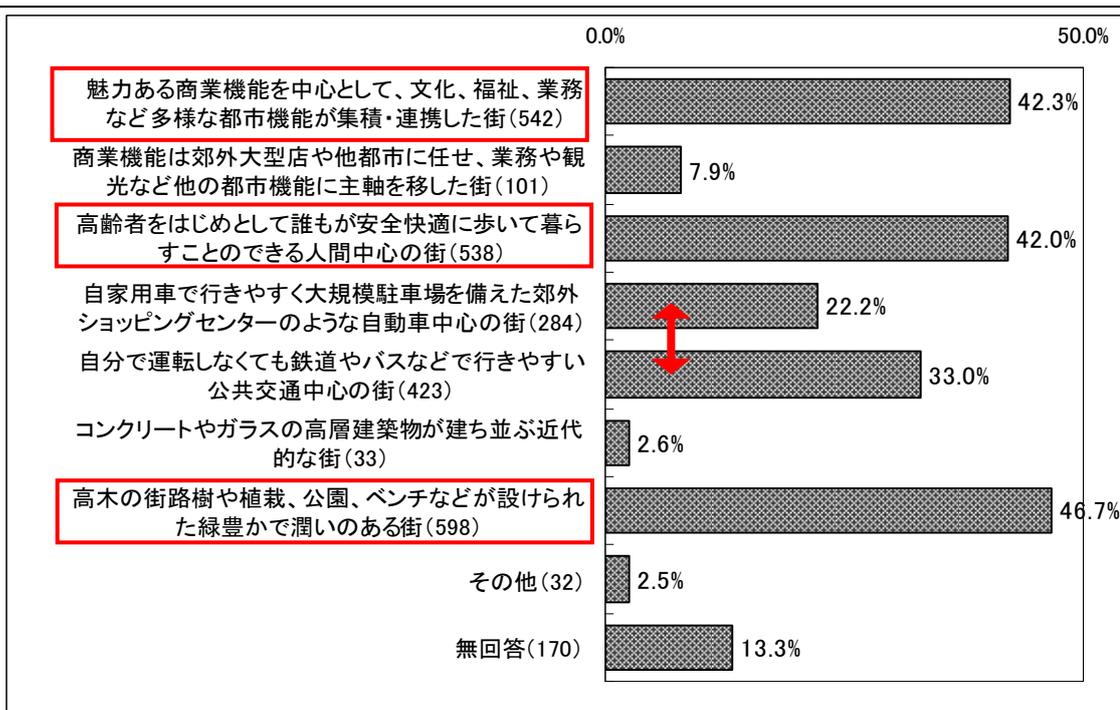
(複数回答)

(9) 中心市街地が目指すべき方向

○多様な都市機能が集積し、緑豊かで歩いて暮らせる人間中心のまちづくりを期待

今後の大分市の中心市街地が目指すべき方向として、「高木の街路樹や植栽、公園、ベンチなどが設けられた緑豊かで潤いのある街」が最も多く5割近くを占めている。

その他、「魅力ある商業機能を中心として、文化、福祉、業務など多様な都市機能が集積・連携した街」や「高齢者をはじめとして誰もが安全快適に歩いて暮らすことのできる人間中心の街」という意見も多く、それぞれ回答者の4割を超えている。



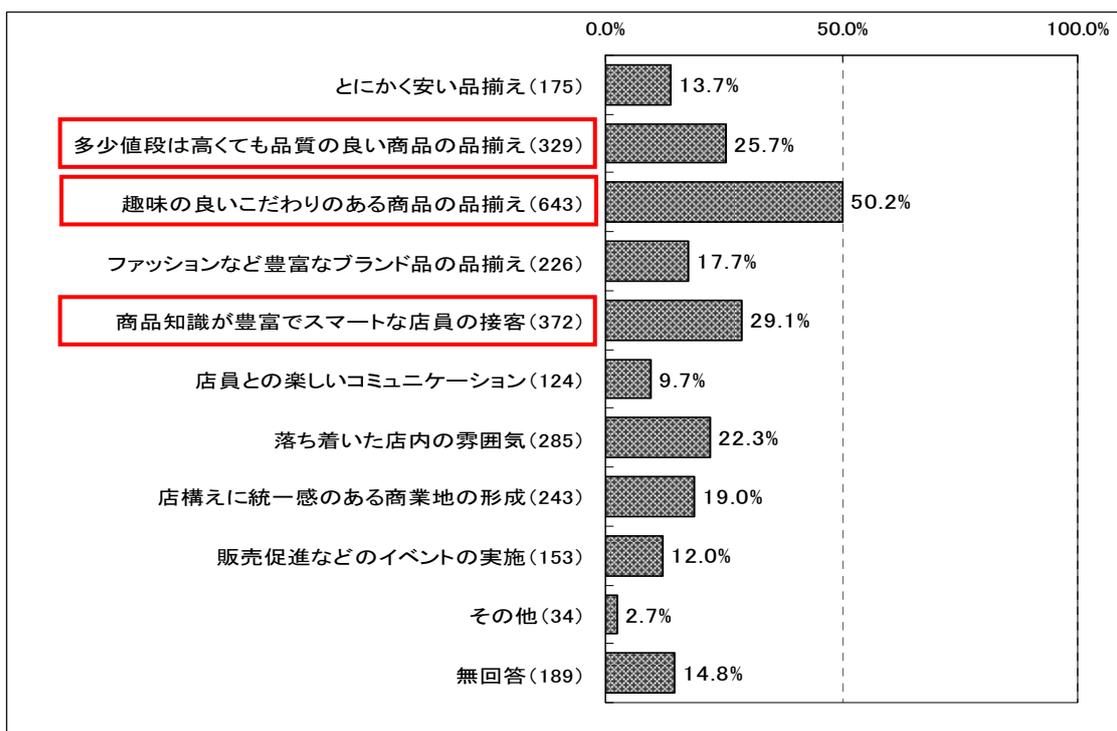
(10) 中心市街地の商業が重視すべき事項

(複数回答)

○中心商業地は、こだわりある商品を高質なサービスと一体的に享受できることを重視すべき

今後の大分市の中心市街地の商業については、商品やサービスの質の高さなど、郊外型大型商業施設や安売り量販店とは異なり、自らの選択眼にかなった商品を、単なる購買という行為ではなく、店・街の雰囲気や店員の接客を含めたトータルの消費活動としての質について市民が重視していることがうかがえる。

(複数回答)



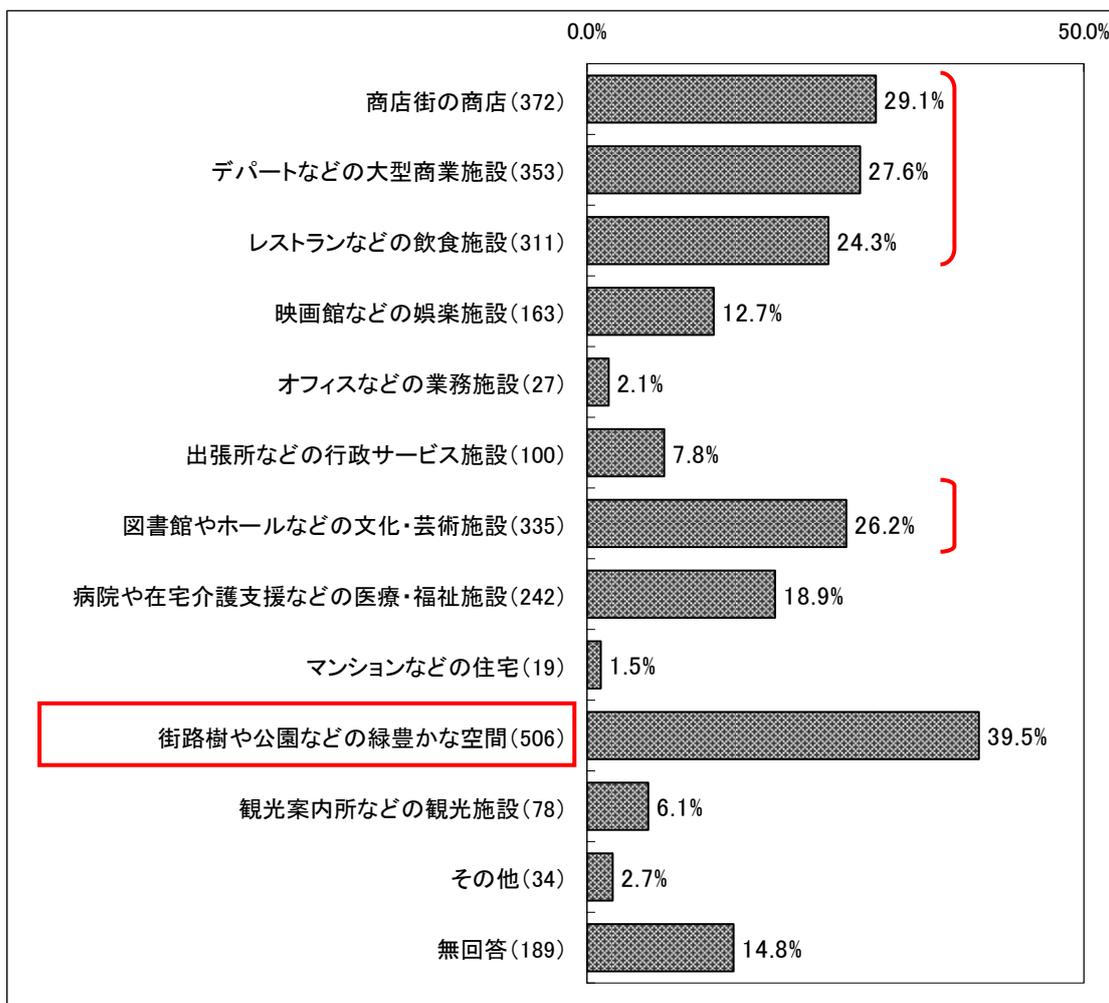
(11) 充実・活性化して欲しい施設

○緑豊かな空間形成と商業を中心とした多様な都市機能の充実を期待

今後の大分市の中心市街地において一層「充実・活性化」させて欲しい施設としては、「街路樹や公園などの緑豊かな空間」が最も多く、回答者の約4割を占めている。

また、次いで多かった「商店街の商店」、「デパートなどの大型商業施設」、「レストランなどの飲食施設」、「図書館やホールなどの文化・芸術施設」はいずれも2割を超えている。

(複数回答)



(11) 充実・活性化して欲しい施設

回収されたアンケート 1,280 票のうち、424 票 (33%) に自由意見等の記入があった。主要な意見としては、わさだタウンやパークプレイスなど郊外店を利用する機会が多く中心市街地には出かけないとするものが最も多かった。その他には、中心市街地までのアクセスの充実 (道路整備、公共交通機関)、駐車場の充実 (数、場所、使いやすさ、料金)、中心市街地内の充実 (緑化、ベンチ・休憩場所、トイレ、歩車分離、バリアフリー化) などの要望が多く寄せられた。

[6] 中心市街地の戦略的活性化方針

(1) 大分市中心市街地の衰退原因の検討

旧基本計画では、中心市街地の衰退を示す様々な指標の動向について整理してきたが、新たな基本計画では、活性化に着実な効果ある事業を実施するため、中心市街地の真の衰退原因を以下にまとめる。

中心市街地では、都市基盤整備や景観整備が進められ、人口は微増しているものの、中心市街地が衰退している原因は、モータリゼーションの進展や消費者ニーズの変化により、中心商業地の大型店を含む商店街・個店の魅力が、郊外型大型商業施設や競合他都市の商業集積などと比較して相対的に低下し、消費者の買い物・情報発信などの場として認知・選択されなくなっているためであると推察される。

○「中心市街地の衰退」は「中心商業地の衰退」である

市民アンケート結果や前章における関係者へのインタビュー調査の結果を見ても、本市の中心市街地は以前と比較して衰退しているという認識で一致している。

中心市街地における様々な指標の動向について整理した[4]中心市街地の概況と旧基本計画の検証を見ると、各種指標のうち、減退しているのは、店舗数、従業員数、販売額、売場面積、吸引力、空き店舗数や小売商業に対する市民満足度などから主に「商業機能に係る指標」である。一方、増進している指標としては、人口、世帯数、高齢化率や都心機能の集積、文化の創造・発信に対する市民満足度などが挙げられる。

また、近年のモータリゼーションの進展、消費者ニーズの多様化、郊外型大型店舗の出店など、旧中心市街地活性化基本計画策定後も続いた商業機能の郊外出店化、それを支えた郊外部の都市基盤整備など、社会経済環境の変化も中心商業地の衰退に拍車をかけた。

平成8年度より進められている大分駅付近連続立体交差事業や大分駅南土地地区画整理事業などの大分駅周辺総合整備事業や、既存商業地での景観整備への取り組みなどは、大分駅を中心に、県都中核市にふさわしい都市機能の集積や中心市街地の魅力向上を目的として進捗中であり、その事業効果を十分に発揮させるため、一層の進捗が求められている。

これらのことから、本市における「中心市街地の衰退」とは、中心市街地における商業機能が時代の経過とともに相対的に低下している状態であり、言い換えれば「中心商業地の衰退」と言うことができる。特に、本市の中心市街地は、国際貿易で栄えた東九州の“商都”としての長い歴史と文化を有してきたことから、商業機能の低下が中心市街地全体に与える象徴的影響は大であると推察される。

○商店街・個店の魅力の相対的低下が中心市街地の主たる衰退原因と推察される

主たる衰退原因は、郊外型大型商業施設や競合他都市の消費者ニーズに対応した素早い取組みに対し、中心商業地の商店街・個店がその対応に追従できないため、中心商業地の大型店を含む商店街・個店の魅力が相対的に低下し、消費者の買い物の場として認知・選択されなくなっているためである。具体的には、商品の品揃えや価格、顧客サービスなどの質の低下、情報発信、自動車アクセス、施設空間、ショッピング空間としての面的拡がりなど、多様化した消費者ニーズにかかる様々な面で郊外の大規模ショッピングセンターの後塵を拝している。さらに、中心市街地の資源や特徴を活かし、大規模ショッピングセンターと直接競合しない新たな魅力創出の取組みも顕著でない。その結果、中心商業地は、市民の買い物の場としての認知度が低下し、選ばれなくなっている。

「大分市中心市街地商店街と郊外大規模商業施設に関する買い物動向調査」を見ると、商店街に不足している最も大きな要素として、魅力の欠如が挙げられている。また、同様に「大分市民満足度調査」を見ると、「小売商業」については重要度、満足度ともに平均を下回り、本市の都市機能としての期待度が低くなっている状況である。

そのことは、複合的な要素が影響しあったものと考えられるが、中心市街地を取り巻く各種指標の推移、そして、本市の商都としての歴史や中心市街地に占める商業機能への影響の大きさ等を踏まえ、今後の活性化対策の基軸の明確化を勘案した場合、主たる衰退原因は、商店街・個店の魅力と質感が低下したこととまとめることができよう。

○商業者の商業離れ・中心市街地離れ

この他、主たる衰退原因ではないものの、中心市街地における構造的な変化として、商業者の商業離れ・中心市街地離れが挙げられる。前章における関係者へのインタビュー調査の中でも、複数の関係者から同様の意見が寄せられた。

具体的には、かつて自ら商売をしていた商業者が、現在は自社ビルの床をテナントに賃貸する不動産業的な変化に伴う「商業離れ」、及びかつては店舗の2階・3階に住んでいた商業者が現在は、郊外に戸建の居を構えて中心市街地の店舗に通勤するようになっている「中心市街地離れ」が増加していることである。

「商業離れ」により、自らは商業者ではなくビルオーナーとなり、興味や努力の対象は自らの店舗の魅力向上による売上増加から、地元資本やナショナルチェーンに関係なく地代負担力の高いテナントを誘致することに変化している。また、「中心市街地離れ」により、地域コミュニティが希薄となり、子どもが減り、働く親の姿を見ずに育った子どもたちは、生来からの商売感覚を養う機会が失われ、自らも最寄り品を中心に中心市街地の消費者ではなくなっている。

このような商業者の商業離れ・中心市街地離れにより、中心市街地において、いわゆる“プロの商業者”が少なくなり、商売への情熱や関心が薄れ、中心市街地で進行している状況に疎くなるとともに、地域コミュニティなどの結びつきも弱くなり、後継者不足が深刻化するなど、構造的にも活力低下の一因になったと考えられる。

■商都・大分の概要（参考）

本市の中心市街地は江戸時代の府内城下町に重なり、当時、瀬戸内海の水運を背景に東九州最大の商都として繁栄した。町人町は、現在の錦町、顕徳町、元町にかけて造られた戦国時代の府内町から移されたものであり、長い歴史と伝統を有している。

戦国時代の府内町は、大友氏第 21 代義鎮（宗麟）^{よししげ}の頃、豊後国（現在の大分県）のみならず豊前、筑前、筑後、肥前、肥後を勢力範囲とし、北部九州の中心都市となった。

府内の町では、キリシタン大名として知られる宗麟によってポルトガルをはじめとする西洋諸国や中国、朝鮮、東南アジア諸国との積極的な交易がおこなわれた。近年の発掘調査ではこうした国々から輸入されたたくさんの品々が見つかっている。当時の府内は、西洋やアジア諸国の人や物が溢れ、遠くヨーロッパまでその名が知られた国際色豊かな商都であった。



（資料：「おおいたの歴史と文化/大分県教育委員会」など）

(2) 大分市中心市街地における「活性化」の定義

「活性化」という言葉は一般的であるだけに、本市の旧基本計画においても定義していないが、関係者が共通認識を持たなければ、活性化の姿について同床異夢となり、活性化策が一人歩きし、事業を実施したにもかかわらず活性化しない、という事態を招きかねない。このようなことから、本市における中心市街地の「活性化」の定義を以下のように設定する。

本市における「中心市街地の活性化」とは、「中心商業地の活性化」であり、「事業意欲を有する事業者等の持続可能な事業活動の場として機能している状態」と定義する。

○大分市の「中心市街地の活性化」とは「中心商業地の活性化」である

前項で整理したように、歴史・文化的商都である大分市の「中心市街地の衰退」とは「中心商業地の衰退」であり、将来的にも中心市街地が担う都市機能の重心を商業から業務、行政、文化、観光など他の都市機能への転換を抜本的に移す考えがない以上、「中心市街地の活性化」とは「中心商業地の活性化」と言うことができる。

○事業意欲を有する事業者等の持続可能な事業活動の場として機能していること

本市の中心商業地は、販売額の減少、空き店舗の増加や商業吸引力の低下、さらに市民の満足度は低迷するなど、歴史ある商都の輝きを失いつつある。

しかし、歴史的継続の視点のみならず、将来的な人口減少・少子高齢社会の到来を見据えた場合、本市の中心商業地は、高齢者を含む誰もが商業機能をはじめとした高次の都市機能を容易に享受できる場として存続する必要がある。

そのためには、中心商業地が再び消費者の買い物・情報発信などの場として認知・選択されるよう、大型店を含む商店街・個店の魅力向上を図る必要がある。ただし、後継者や経済基盤などの問題から、全ての事業者が自らの商店街・個店の魅力向上に意欲を有しているとは限らない。

中心商業地が、時代とともに変化する社会経済環境の潮流に柔軟かつ適切に対応し、常に消費者に認知・選択され続けるためには、事業者の自助努力が報われる経済原理等が機能する環境も確保する必要がある。具体的には、事業意欲のない事業者から、意欲やアイデアのある新規参入事業者へ代謝し、空き店舗が発生したとしても速やかに他のテナントが入居するなど、健全な新陳代謝が機能する環境を確保することである。

これらのことから、本市の中心市街地における活性化とは、自らの商店街・個店の魅力向上に意欲を有する事業者が新陳代謝を繰り返しながら活躍可能な収益の場が確保されていること、すなわち「事業意欲を有する事業者等の持続可能な事業活動の場として機能している状態」と定義することができる。

(3) 旧基本計画の検証を踏まえた活性化事業の進め方

○中心商業地の再生と各種事業の連携

本市にとって、「中心市街地の活性化」とは「中心商業地の活性化」であり、中心商業地の活性化に向けた事業者の自助努力による商店街・個店の魅力向上が必要である。旧基本計画の検証から、商店街・個店の魅力向上なしにカラー舗装や電線類の地中化、ストリートファニチュアの設置、イベントの開催、販売促進活動など各種事業を実施しても活性化には大きく直結せず、中心市街地活性化の視点からは、課題点となっている。

しかし、本市の中心市街地のインフラ整備等は進んでおり、商店街・個店の魅力向上が図られれば、活性化の相乗効果を発揮する環境は整っているとも言える。

また、現在、JR 大分駅周辺の開発事業や大分駅南土地地区画整理事業、大分駅付近連続立体交差化事業など、大規模なインフラ整備が進められていることから、事業者はこれら事業に併せて商店街・個店の魅力・質的向上を図り、中心市街地の活性化を実現することができる最後のチャンスと捉えるべきである。

これらを踏まえ、中心商業地の再生と各種事業の連携のあり方について、以下に整理する。

中心商業地の再生と各種事業とは、インフラ整備などのハード事業やイベント開催等のソフト事業とを中心市街地活性化に直結させるために、事業意欲を有する事業者の自助努力により商店街・個店の魅力・質的向上に併せて各種事業を総合的かつ一体的に推進する。

○中心商業地の再生と中心市街地を演出する舞台の一体的推進

本市の中心市街地は、現在も大規模なインフラ整備が進められており、中心市街地を演出する舞台環境は整いつつある。

今後は、事業者の自助努力による大型店を含む商店街・個店の魅力向上を推進しつつ、その効果を一層高めるための高質な景観形成、回遊性を高める歩行者空間の整備、潤いある休憩・交流空間の確保などのハード事業の他、イベントや販売促進活動などのソフト事業を一体的に推進することにより、中心商業地再生に向けた相乗効果を発揮する必要がある。特に、中心市街地の特性や資源を活かして他の商業集積とは異なる魅力を発揮するため、来街者同士や来街者と事業者などの交流やコミュニケーションを促す舞台の演出が重要である。

(4) 南北市街地の一体化と歩行者動線ネットワークの構築

大分市の中心市街地では、大分駅南土地地区画整理事業や大分駅付近連続立体交差事業などが進められている他、中央通りのひと優先空間の再構築事業などが予定されており、これら都市基盤整備によって、活性化期間である平成 24 年度以降、中心市街地の長年の課題であった南北市街地の一体化が図られるとともに、回遊性の高い歩行者動線ネットワークが構築されることになる。

○南北市街地の一体化

これまでの中心市街地は、その中央部を東西に鉄道が貫き、中心市街地を南北に分断していたが、大分駅付近連続立体交差事業により鉄道が高架化され、これに伴う駅舎の改築では、北口と南口とをつなぐ地上レベルの連絡通路が2本整備され、駅を中心とした南北市街地の一体化により歩行者の往来が大幅に改善されることになる。

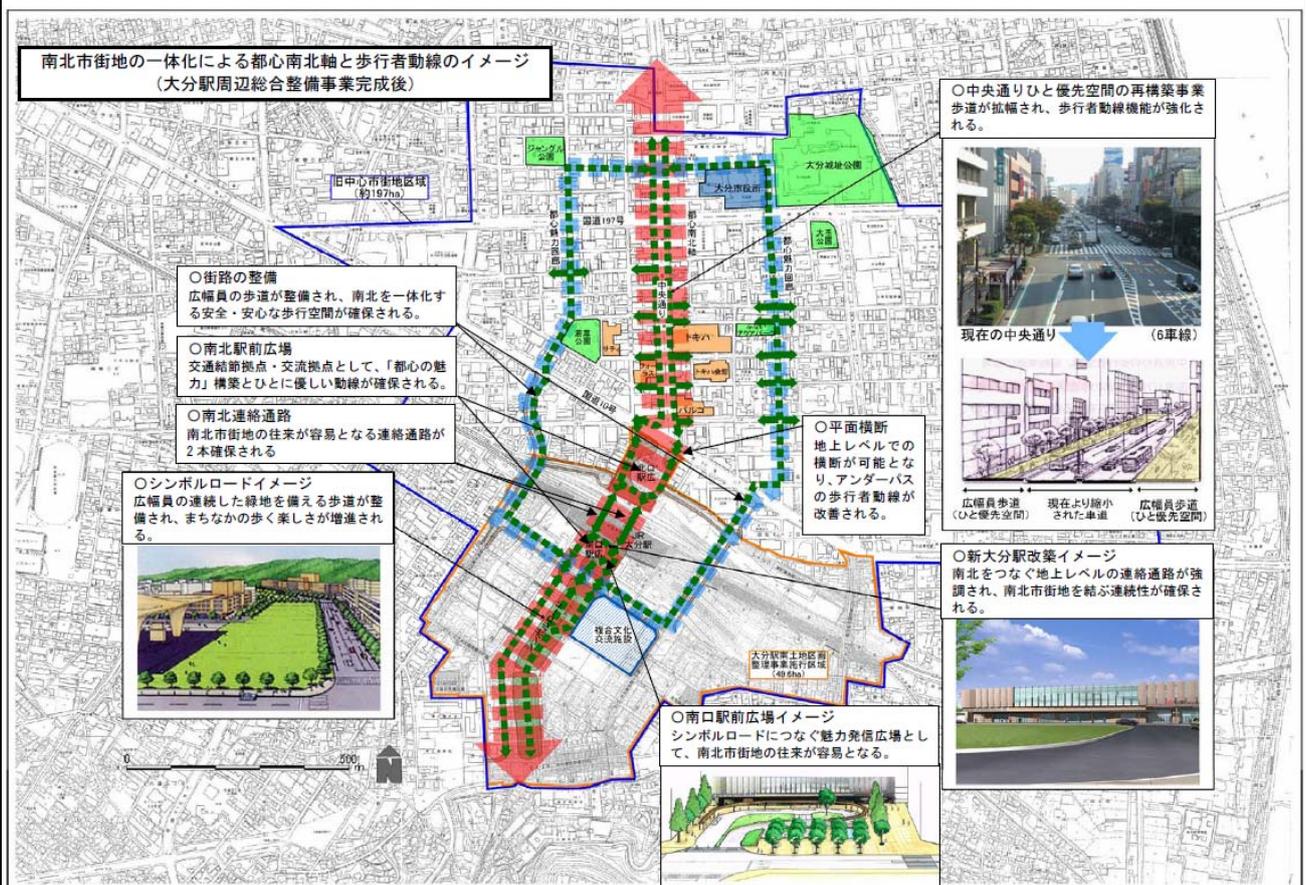
さらに、大分駅南土地区画整理事業によって鉄道南北を地上レベルで結ぶ街路が整備され、南北市街地の一体化と連携が一層強化されることになる。

○歩行者動線ネットワークの構築

中心市街地の北側は、大分駅南土地区画整理事業により北口駅前広場の改築と併せて国道10号の横断の改善や、中央通りのひと優先空間再構築事業によって歩道空間の拡幅等を図り、南側では大分駅南土地区画整理事業によって広幅員の芝生空間を有するシンボルロードや南口駅前広場が整備され、これらが地上レベルの連絡通路で往来可能な新大分駅で結節されることにより、歩いて楽しいひと優先空間を備える都心南北軸が形成される。

さらに、都心南北軸を補完し、中心市街地を回遊する都心魅力回廊を構築することにより、誰もが安全安心に楽しく回遊できる歩行者動線ネットワークが構築されることになる。

■大分駅周辺総合整備事業の完成に伴う南北市街地の一体化と歩行者動線の強化



(5) 中心市街地活性化の基本コンセプト及び基本方針の設定

1) 中心市街地活性化基本コンセプト

旧基本計画の検証、中心市街地を取り巻く動向予測、中心市街地衰退の原因分析、中心市街地活性化の定義などをふまえ、本市の中心市街地活性化の基本コンセプトおよび基本方針を以下のようにまとめる。

貿易都市で栄えた長い歴史と文化を有する商都・大分においては、「中心市街地の活性化」とは「中心商業地の活性化」であり、また、中心市街地における商業機能は他の高次都市機能と比較して目的とする利用者数、占有する土地利用規模、流動する資金などが多く、商業機能の活性化により、業務、文化、交流、居住など他の都市機能の活性化への波及が期待できる。

中心商業地の活性化のためには、消費者から買い物・楽しみ・情報発信などの場として再び認知・選択されるよう、商業者が自らの商店街・個店の魅力・質的向上に努めることが必要である。それは、郊外部の大規模ショッピングセンターが真似できない、魅力に満ちた新業態に中心商業地が一体となって転換することである。具体的には、高齢社会や成熟社会などの到来を踏まえ、ますます個性化する市民の消費活動に対応した商業集積を充実することである。さらに、来街者の出会いや交流、ビジネス、体験、学習などの高次都市機能の集積などにおいても官民協働で取り組みを行なうことである。

これらのことから、本市の中心市街地活性化を支える基本コンセプトとして「あなたのライフスタイルを彩るまちへ」とし、それを補完するサブタイトルとして「個の贅（ぜい）が見つかるまち“復活する商都・おおいたの拠点づくり”」と設定する。

■基本コンセプト

あなたのライフスタイルを彩るまちへ

～個の贅（ぜい）が見つかるまち“復活する商都・おおいたの拠点づくり”～

2) 中心市街地活性化基本方針

- ①あなたのこだわりに出会える質感の高いまちをつくります
- ②ひと中心の安心・安全、新たな魅力と賑わいあふれるまちをめざします
- ③新たなライフスタイルが発見できるまちをつくります

①あなたのこだわりに出会える質感の高いまちをつくりま

キーワード：『質感』

中心市街地は商業地として、また、広域からの人々を吸引する場として、他都市との都市間競争や郊外のショッピングセンターとの競合などに直面している。一方、市民アンケート調査結果からは、中心市街地の商業機能には、郊外のショッピングセンターとは異なる魅力の発揮が期待されているとともに、自分のこだわりで満足する商品・サービスへの消費ニーズが潜在している。

これらのことから、本市の中心市街地は、個人のこだわりある価値観を有する人々の琴線に触れる都市機能や空間等を備えるとともに、多様化・高度化した市民ニーズを満足させ、“選択の贅”とも言うべき選ぶことの豊かさを実感できる多様な選択肢を備えた質感の高いまちづくりを創出する。

②ひと中心の安心・安全、新たな魅力と賑わいあふれるまちをめざします

キーワード：『ひと中心』

高齢社会の到来を踏まえ、中心市街地は、高齢者も含めた多くの人にとって暮らしやすい、歩いて暮らせる生活空間として再構築されることが求められている。一方、市民アンケート調査結果からは、幹線道路による市街地の分断に対する不満が大きいことや、将来的なまちづくりの方向として緑豊かで潤いあるまちづくりや安全快適に歩いて暮らせるまちづくりなどの要望が突出して多くなっている。

これらのことから、本市の中心市街地は、バリアフリー化や回遊動線の確保、回遊を促す仕組みづくりなどを推進するとともに、歩くことが楽しくなる機能配置や空間形成、景観形成などを推進し、“空間の贅”を実感できる、ひと中心の安心・安全で新たな魅力と賑わいあふれるまちを目指すものとする。

③新たなライフスタイルが発見できるまちをつくりま

キーワード：『新たな発見』

中心市街地は、商業機能の他にも娯楽、文化、医療、福祉、行政、業務、居住など多様な都市機能が集積していることから、大きく移動することなく多様な目的を持った活動が可能であり、これらは郊外のショッピングセンターとは比べることのできない優位な環境である。一方、市民アンケート調査結果からは、中心市街地の将来的なまちづくりの方向として、魅力ある商業機能を中心として多様な都市機能が集積・連携したまちづくりが期待されている。

これらのことから、本市の中心市街地は、多様な都市機能がコンパクトに集積し、個人の多様なライフスタイルに応じた生活の舞台となるライフスタイルセンターとして再構築することにより、全ての人に居場所があり、そこで過ごすこと自体が楽しい時間消費型の“時間の贅”を実感できるなど、新たなライフスタイルが発見できるまちづくりを推進する。