

3. 中心市街地の活性化の目標

[1] 中心市街地活性化の目標

中心市街地活性化の基本方針に基づき、次の3つを中心市街地活性化の目標として設定する。

目標1：こだわりに出会える価値観の高い商業の再生

目標2：安心・安全に回遊できるひと中心のまち創出

目標3：街なかで過ごすライフスタイルを提案するまち創出

目標1：こだわりに出会える価値観の高い商業の再生

意欲を有する事業者の経営技術の向上、業種・業態の転換、新たな事業者の参入、起業家の参入などにより、魅力ある個店の増加を図るとともに、線的な商店街として、更には面的な商業集積として一体的なマネジメントを推進し、ライフスタイルにこだわりを有する人々からショッピングの場として選択してもらえる魅力ある商業地としての再生を目指す。

目標2：安心・安全に回遊できるひと中心のまち創出

街のバリアフリー化や回遊動線の整備、街の分断要素の改善、回遊を促す仕組みづくりを行うとともに、回遊動線沿いへの休憩空間、トイレ、潤いある緑、魅力ある機能集積などの配置を行うことにより、高齢者を始めとして誰もが安心・安全に街なかを楽しく回遊できる街を目指す。

目標3：街なかで過ごすライフスタイルを提案するまち創出

既存都市機能の魅力向上を図るとともに、新たな都市機能がコンパクトに集積し、かつ相互の連携が強化されるよう再編することにより、来街者や居住者のこだわりに応じた生活を自ら編集することが可能となり、ライフスタイルとしての上質で新しい街なかでの過ごし方を提案できる街を目指す。

[2] 計画期間の考え方

本計画の計画期間は、中心市街地の都市構造を強化する大分駅南都市区画整理事業が完了する平成26年度を見据えつつ、その途中段階での事業効果の発現が期待できる複合文化交流施設整備事業や民間施設整備事業等の進捗を考慮し、平成20年7月から平成25年3月までの4年9月とする。

[3] 評価指標設定の考え方

本計画で設定した中心市街地活性化の目標の主旨に合致し、その達成状況を的確に把握できるよう、定期的なフォローアップが可能な指標であることを前提として、評価指標及びその数値目標を設定し、目標の達成・進行状況をモニタリングする。

目標1：「こだわりに出会える価値観の高い商業の再生」に関する評価指標

⇒ **小売業年間商品販売額**

「こだわりに出会える価値観の高い商業の再生」を表す指標としては、中心市街地の商業に対する消費者の満足度や魅力実感度などが考えられるが、これらは定性的な評価であり、その達成状況を的確に把握する指標としては適当ではない。

価値観の高い商業が再生された結果として把握できる指標は、小売業年間販売額、来街者数、空き店舗率などが考えられるが、市民に理解されやすく、かつ、商業統計等により定期的にフォローアップ可能な指標として、小売業年間販売額が最も適切な指標である。

目標2：「安心・安全に回遊できるひと中心のまち創出」に関する評価指標

⇒ **歩行者通行量**

「安心・安全に回遊できるひと中心のまち創出」を表す指標としては、歩行者通行量、自転車通行量、公共交通機関の利用者数、主要施設の利用者数などが考えられる。

その中でも歩行者通行量は、中心市街地への来街者を定量的に測定可能であり、中心市街地内の回遊の状況を把握する指標として適切である。

また、本市では隔年で中心市街地内の歩行者通行量調査を実施しており、定期的にフォローアップが可能な指標であるとともに、市民にも理解されやすい指標である。

このため、歩行者通行量調査で実施している中心市街地内の主要調査地点（33箇所）の合計を指標として設定する。なお、評価指標は、金、土、日曜日の3日間行われている指標のうち、週末の土・日曜日の落ち込みが特に顕著であることから、土・日曜日の2日間の合計の値とする。

目標3：「街なかで過ごすライフスタイルを提案するまち創出」に関する評価指標

⇒ **まちなか滞留時間**

「街なかで過ごすライフスタイルを提案するまち創出」を表す指標としては、多様な都市機能の一体的利用状況、来街者の滞留時間、主要施設の利用者数、集積都市機能の種類と数などが考えられる。

目標を直接評価するためには、仕事帰りに買物する、観劇の後に食事をする、学校の帰りに図書館に寄る、買物のついでに文化教室に通う、といった多様な都市機能の一体的利用状況を把握できることが望ましいが、定量化や達成状況を的確な把握が困難であ

り、指標としては適当ではない。

中心市街地に集積した多様な都市機能を各人がライフスタイルに応じて編集し、相互に連携した一体的な利用が促進された結果として、中心市街地で過ごす時間は延長されることになり、また、中心市街地の居心地の良さを反映することにもつながることから「まちなか滞留時間」を評価指標として設定する。

[4] 目標数値の設定

目標1：「こだわりに出会える価値観の高い商業の再生」に関する数値目標

評価指標	現況値 (H16)	目標値 (H24)	備考
小売業 年間商品販売額	872 億円 (87,245 百万円)	880 億円 (H16 の水準回復)	・商業統計を基に集計

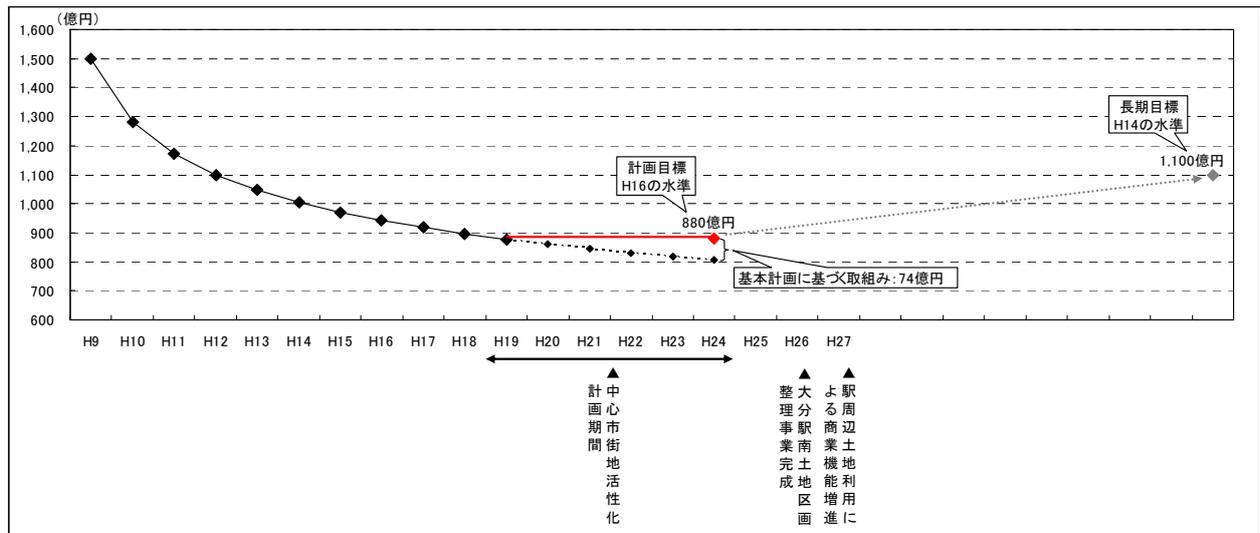
本市の中心市街地は、近年の郊外部への大規模ショッピングセンター立地の影響などもあり、商業機能の衰退が顕著となるとともに、市民からは「中心市街地の衰退は中心商業地の衰退である」と認識され、商業機能の活性化に大きな期待が寄せられている。また、高齢社会を迎え、公共交通機関で容易にアクセスできる中心市街地に高質な商業環境を確保することが求められている。

平成26年度には、大分駅の高架化を始めとする大分駅周辺総合整備事業の完成などにより、新たな駅周辺開発による商業施設の拡充が想定される。その駅周辺開発が中心市街地活性化の相乗効果となるためには、既存の商業集積の質や事業者の意識を高め、足腰の強い持続可能な活力を保ち続けられる水準を生み出さなければならない。

これらを勘案し、中心市街地の商店街と大型商業施設が自らの魅力向上に努め、かつ、相互に連携・協力してライフスタイル提案型の新たな魅力を構築する“商都大分の復活”を図ることを目標とする。具体的な数値目標としては、本計画の目標年次である平成24年においては、平成16年の水準である880億円を掲げ、大分駅南土地区画整理事業ほか中心部で展開されている基盤整備が完了し将来における長期目標について、郊外型大型商業施設の立地直後の平成14年の水準である1,100億円と掲げる。

目標年次である平成24年における数値目標設定の根拠については、関連指標のトレンド予測や事業効果等を積算し、以下に設定する。

■年間商品販売額の推移推計と目標



■数値目標設定根拠

(単位：百万円)

①過去のトレンドから見た中心市街地全体の小売業の年間商品販売額	80,669
②中央通りと連携した中心商業地の集客・回遊性向上とコミュニティ形成事業による年間商品販売額の増加	2,500
③中央通りと連携した中心商業地の集客・回遊性向上とコミュニティ形成事業による周辺商店街への波及効果による年間商品販売額の増加	246
④リノベーション事業（新大分第6ビルリノベーション事業など）に伴う新たな店舗整備による年間商品販売額の増加	2,644
⑤個店の魅力回復支援施策による年間商品販売額の増加	2,010
合計（H24の目標値）	88,069 ≒880 億円

①過去のトレンドから見た中心市街地全体の小売業の年間商品販売額

中心市街地全体の小売業の年間商品販売額を把握するため、商業統計で公表されている立地環境特性格別統計編に基づく中心市街地内の商業集積地区（商店街）の年間商品販売額その他、中心市街地内ではあるが商業集積地区には含まれない事業所の年間商品販売額について、商業統計の本調査年次である平成9年及び14年の値を集計し、各年の商業集積地区の年間商品販売額に合算した。なお、簡易調査である平成16年の値については、商業集積地区外の年間商品販売額を本調査年次である平成9年及び14年の値から平成16年の値をトレンド推計し、商業集積地区の年間商品販売額に合算した。

その結果を見ると、平成9年から16年にかけて、中心市街地の年間商品販売額は大き

く減少しており、平成16年は9年の約6割の水準まで落ち込んでいる。5種類の近似曲線でトレンド推計したところ、決定係数が最も1に近かった多項式では、平成22年の値がマイナスとなり、現実的な値が得られなかった。このような結果となったのは、推計の前提値となった平成9年から16年にかけて、郊外部に大規模な商業施設が相次いで立地し、中心市街地に最も影響が大きかった時期であった為である。

現在では、郊外部大規模商業施設の中心市街地への影響は一段落して平衡状態にあると推測される。その根拠としては、中心市街地内大型商業施設4店（トキハ、サティ、フォーラス、パルコ）及び郊外部大型商業施設2店（わさだタウン、パークプレイス）の近年の販売額の動向が挙げられる。中心市街地内大型商業施設4店の販売額は、平成11年から16年にかけては26.3%減と大きく減少したものの、平成18年から19年にかけては2.4%の減少に留まっている。一方、中心市街地からの消費流出の受皿となっていた郊外部大型商業施設2店の販売額は、平成18年から19年にかけて0.5%の増加に過ぎない。また、中心市街地の年間商品販売額の基礎数値とも言うべき大型商業施設4店の販売額が522億円（H19）ある中で、大型商業施設以外の商店等の販売額だけが止め処なく下落して行く状況は考え難い。

これらのことから、トレンド推計の近似曲線として、衰退が緩やかになったと判断できる場合に使用する累乗式 ($y=149702x^{-0.223}$) を採用する。その結果、このままの状態で推移した場合、平成24年の中心市街地の年間商品販売額は **80,669百万円** と推計される。

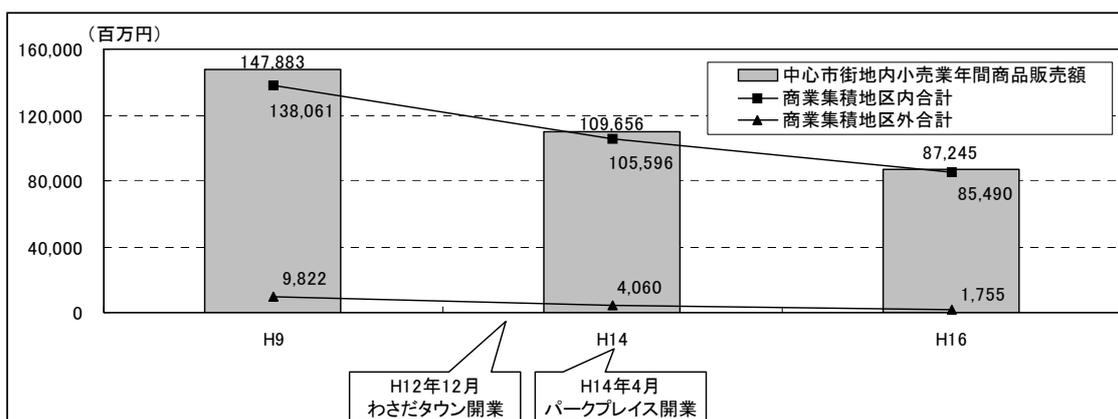
■ 中心市街地の年間商品販売額の推移

	小売業年間商品販売額（百万円）		
	H9（本調査）	H14（本調査）	H16（簡易調査）
商業集積地区（商店街）内合計	138,061	105,596	85,490
商業集積地区（商店街）外合計	9,822	4,060	1,755（*）
合計	147,883	109,656	87,245

（各年商業統計）

（*）H16の商業集積地区（商店街）外合計の値は、本調査であるH9及びH14の値よりトレンドして推計したものの。

■ 中心市街地の年間商品販売額の推移



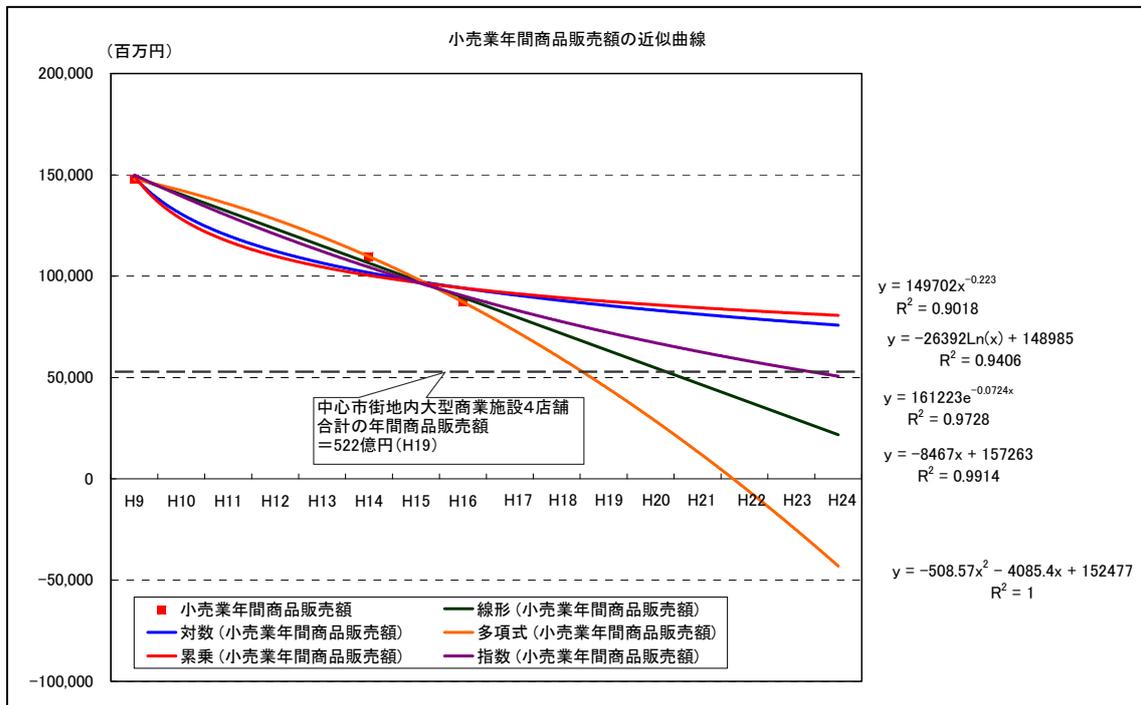
■市内大型商業施設の販売額（見込み含む）

年次（*）		H9	H11	H16	H18	H19
中心市街地 内大型商業 施設4店	・ トキハ（トキハ会館含む）	798 億円	760 億円	560 億円	535 億円	522 億円
	・ サティ	—	H9→H11	H11→H16	H16→H18	H18→H19
	・ フォーラス ・ パルコ	—	-4.8%	-26.3%	-4.5%	-2.4%

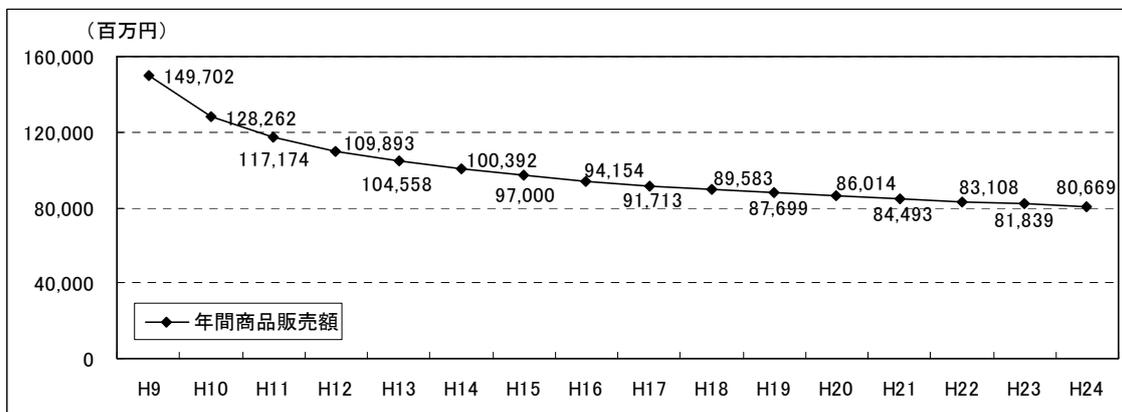
（*）年次は各施設の決算期の大部分を占める年次とした。

（資料：市間取り調査）

■中心市街地の年間商品販売額の推計（近似曲線）



■中心市街地の年間商品販売額の推計（累乗式）



②中央通りと連携した中心商業地の集客・回遊性向上とコミュニティ形成事業による年間商品販売額の増加

大分市中心市街地の老舗百貨店であるトキハ周辺及び中心市街地では、平成20年度より中央通りと連携した質の高いバス待合所の環境整備や来街者の待ち合わせ、くつろぎ空間を完備し、中心商業地の集客・回遊性向上や各商店街と連携したコミュニティ形成事業を実施予定である。

トキハでは、これら活性化策による増加について、入店客数で40万人、年間商品販売額で25億円と見込んでいることから、上記事業による年間商品販売額の増加を **2,500 百万円**と見込む。

③中央通りと連携した中心商業地の集客・回遊性向上とコミュニティ形成事業の周辺商店街への波及効果による年間商品販売額の増加

「大分市中心部における通行量調査/平成19年2月」より、平成18年について、中心市街地で買物した人の内、トキハで買物した人の割合は30.7%であった。

このため、上記活性化策による入店者数の増加人数である年間40万人の内、30.7%に相当する122,800人が周辺商店街に波及すると考えられる。

商店街における客単価を2,000円と想定し、周辺商店街への波及効果による年間商品販売額の増加を、 $122,800 \text{人} \times 2,000 \text{円} = \mathbf{246 \text{百万円}}$ と見込む。

■トキハで買物した人の割合

	実数	割合
トキハで買物した	658	30.7%
トキハで買物しない	1,488	69.3%
合計	2,146	100.0%

(資料：大分市中心部における通行量調査/平成19年2月)

④リノベーション事業（2棟）に伴う新たな店舗整備による年間商品販売額の増加

商店街に面する中古ビル（空き店舗）を再生し、若い意欲ある経営者等による飲食店などの賑わいある店舗を19店舗整備するリノベーション事業を2棟（新大分第6ビルリノベーション事業、新大分第7ビル新築事業）予定している。

また、大規模小売店舗を含まない7商店街^(*)の平成16年の店舗当たり年間商品販売額の平均は69.6百万円となっている。

各店が商店街の個店の平均年間販売額を売り上げると仮定し、リノベーション事業による販売額の増加を、 $19 \text{店舗} \times 69.6 \text{百万円} \times 2 \text{棟} = \mathbf{2,644 \text{百万円}}$ と見込む。

(*) 大規模小売店舗を含まない7商店街：西新町商店街、都町商店街、竹町通商店街、府内五番街商店街、赤レンガ通・大分マート商店街、大分駅前商店街、ふないアクアパーク商店街。

⑤個店の魅力回復支援施策による年間商品販売額の増加

中心商店街の中で唯一、全ての商業指標で増加傾向にある府内五番街商店街は、平成14年から16年にかけて、年間商品販売額で39.7%増、事業所数で13.5%増、店舗当たりの年間販売額で23.1%増となっている。

府内五番街商店街での取り組みを参考とし、本基本計画に基づいて実施する商店街の魅力回復施策（起業家支援事業、まちなか魅力アップ出店補助事業、休憩所・トイレ設置費補助事業など）により、平成20年度から24年度にかけて毎年、全個店数の5%に当たる25店舗（全個店数約500店舗、大型商業施設除く）、5年間で合計125店舗、府内五番街商店街の店舗並みに元気な商店を生み出す。

これらの個店の内、125店舗の年間商品販売額を府内五番街商店街の店舗並みに23.1%増加したとすると、 $69.6 \text{ 百万円} \times 23.1\% \times 125 \text{ 店舗} = \mathbf{2,010 \text{ 百万円}}$ の増加となる。

以上のことから、平成24年の年間商品販売額の目標値は、平成24年の中心市街地の年間商品販売額のトレンド予測値である80,669百万円（①）に、コミュニティ形成事業による増加見込みである2,500百万円（②）、コミュニティ形成事業の周辺商店街への波及効果による増加見込みである246百万円（③）、リノベーション事業による増加見込みである2,644百万円（④）、個店の魅力回復支援施策による増加見込みである2,010百万円（⑤）を加えた88,069百万円≒**880億円**と設定する。

【フォローアップの考え方】

平成19年度実施の商業統計調査（平成21年度公表見込み）により実態を把握し、平成16年調査の比較からスタートラインの再確認を行なう。

フォローアップの実施については、予定事業の進捗管理、事業進捗等を踏まえた目標数値の達成可能性、既存事業の見直し及び新規事業の必要性等について定期的に検討を行うものとする。特に、商業者の自助努力及び商店街単位での連携と競争を重視し、商店街単位での到達状況の確認及びフォローアップを行う。なお、目標年の平成24年の数値については、商業統計の実数値による検証可能となる（立地環境特性格別統計編の公表など）のが平成25年頃と考えられることから、その時点で検証を行うものとする。

なお、商業統計調査は5年間隔（2年前に簡易調査）で実施されるため、迅速かつ的確なフォローアップを可能とするため、商業統計調査を補足する趣旨で、商業施設を対象とした年間商品販売額等に関する抽出調査などの調査を毎年実施する。

目標2：「安心・安全に回遊できるひと中心のまち創出」に関する数値目標

評価指標	現況値 (H18)	目標値 (H24)	備考
歩行者通行量	326,833人	350,000人 (約7%増) →H16の水準 (349,102人) への回復	・隔年で実施している「大分市中心部における通行量調査」による ・中心市街地(33地点)の歩行者通行量調査における週末(土・日曜日)の2日間の合計

本市では、隔年で「大分市中心部における通行量調査」を実施しており、中心市街地内の33箇所の地点について、金、土、日曜日の3日間(11:00~19:00)の歩行者通行量を計測している。

歩行者通行量の数値目標の設定に際しては、平成18年度に実施した調査の数値をベー

スとして、以下の事業効果等を積算して設定する。なお、3日間のなかでも週末の土・日曜日の落ち込みが大きいことから、土・日曜日の2日間の合計を指標とする。

■数値目標設定根拠

(単位：人)

①平成 18 年度の実績値	326,833
②中央通りと連携した中心商業地の集客・回遊性向上とコミュニティ形成事業の周辺商店街への波及効果による増加	6,576
③新大分第 6 ビルリノベーション事業による増加	5,184
④個店の魅力回復支援施策による増加	4,728
⑤複合文化交流施設の整備による増加	7,124
⑥中央通りのひと優先空間の再構築事業等による増加	+ α
合計 (H24 の目標値)	350,445 ≒350,000

①平成 18 年度の実績値

平成 18 年度の「大分市中心部における通行量調査」における中心市街地内 33 地点の土・日曜日の 2 日間の歩行者通行量は、326,833 人となっている。

本市では、人々を中心市街地に吸引し交流を促進することにより、歩行者通行量増加に資する取り組みとして、メディアコンプレックス事業や音楽を活かした各種イベント事業などを実施することにより、定量的ではないもののそれら事業による活性化効果も十分期待できることから、目標年次の平成 24 年度の基礎数値を平成 18 年度の実績値と同水準と捉え、**326,833 人**と設定する。

■歩行者通行量の推移

	実数				指数 (H12=100)			
	H12	H14	H16	H18	H12	H14	H16	H18
金曜日	185,454	168,499	153,610	156,181	100.0	90.9	82.8	84.2
土曜日	237,470	187,398	176,604	162,760	100.0	78.9	74.4	68.5
日曜日	234,437	187,621	172,498	164,073	100.0	80.0	73.6	70.0
3日間合計	657,361	543,518	502,712	483,014	100.0	82.7	76.5	73.5
週末(土日)合計	471,907	375,019	349,102	326,833	100.0	79.5	74.0	69.3

(資料：各年 大分市中心部における通行量調査)

②中央通りと連携した中心商業地の集客・回遊性向上とコミュニティ形成事業による増加

目標 1 で整理したように、中央通りと連携した中心商業地の集客・回遊性向上とコミュニティ形成事業により、トキハへの年間 40 万人の入店者数の増加を見込んでいることから、1 日当たりの増加入店者数を、 $40 \text{ 万人} \div 365 \text{ 日} = 1,096 \text{ 人}$ と想定する。

今回の基本計画検討に際して併せて実施したアンケート調査より、中心市街地へ行く場合の訪問店舗数は少なく、ピンポイントで来訪する傾向が見られることから、駅とトキハを結ぶ動線を想定し、調査地点 3 箇所ですトキハの活性化策に伴う増加入店者数がカウントされると想定すると、トキハの活性化策により増加する歩行者通行量は、 $1,096 \text{ 人} \times 2 \text{ 日} \times 3 \text{ 地点} = \underline{6,576 \text{ 人}}$ と見込まれる。

③新大分第 6 ビルリノベーション事業による増加

目標 1 で整理したように、ガレリア竹町商店街内の中古ビルを活用した新大分第 6 ビルリノベーション事業により、年間販売額 1,322 百万円の商業施設が新たに創出される。

また、平成 16 年のガレリア竹町商店街（竹町通り商店街）の年間小売販売額が 4,001 百万円に対し、同年のガレリア竹町商店街の平均歩行者通行量は 3,932 人であり、102 万円/人の相関を示している。

リノベーション事業により創出される年間販売額 1,322 百万円を歩行者通行量に換算すると、 $1,322 \text{ 百万円} \div 102 \text{ 万円/人} = 1,296 \text{ 人}$ と推計される。

したがって、②と同様に、ガレリア竹町商店街と中央通りの路線バス停を結ぶ動線を想定し、調査地点 2 箇所ですリノベーション事業に伴う増加利用者がカウントされると想定すると、リノベーション事業により増加する歩行者通行量は、 $1,296 \text{ 人} \times 2 \text{ 日} \times 2 \text{ 地点} = \underline{5,184 \text{ 人}}$ と見込まれる。

④個店の魅力回復支援施策による増加

目標 1 で整理したように、個店の魅力回復支援施策により、年間 1,206 百万円の小売販売額が新たに創出される。

前出③と同様に、年間小売販売額と歩行者通行量の相関を 102 万円/人とすると、歩行者通行量の増加は、 $1,206 \text{ 百万円} \div 102 \text{ 万円/人} = 1,182 \text{ 人}$ と推計される。

また、増加歩行者の経路と割合は特定できないことから、少なくとも、中心市街地を南北に貫く中央通りの調査地点 2 箇所ですカウントされると想定すると、個店の魅力回復支援施策により増加する歩行者通行量は、 $1,182 \text{ 人} \times 2 \text{ 日} \times 2 \text{ 地点} = \underline{4,728 \text{ 人}}$ と見込まれる。

⑤複合文化交流施設の整備による増加

平成 24 年度に JR 大分駅南側に整備予定の複合文化交流施設では、年間利用者数約 100 万人を想定している。

JR 大分駅南北の利用者割合は、北側 65%、南側 35%と見込まれている（駅前広場設計の根拠より）ことから、複合文化交流施設の利用者がこの割合で駅北側に回遊すると仮定すると、複合文化交流施設利用者の駅北側への回遊は、 $100 \text{ 万人} \times 65\% \div 365 \text{ 日} = 1,781$

人/日と見込まれる。

したがって、前出④と同様に、少なくとも中心市街地を南北に貫く中央通りの調査地点 2 箇所をカウントされると想定すると、複合文化交流施設の整備により増加する歩行者通行量は、 $1,781 \text{ 人} \times 2 \text{ 日} \times 2 \text{ 地点} = \underline{7,124 \text{ 人}}$ と見込まれる。

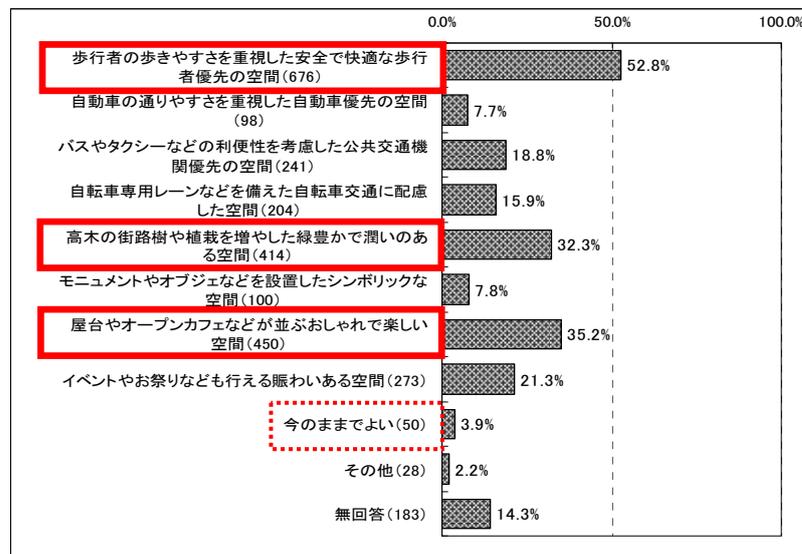
⑥中央通りのひと優先空間の再構築事業等による増加

中央通りは、中心市街地を南北に貫く歩行者交通の基幹動線であり、アンケート調査からも高質な歩行者空間や緑化整備の期待が大きい通りであるが、広幅員でバリアフリーの歩道や植栽などの整備、放置自転車等の対策を行い、ひとを優先とした賑わい空間として再構築する予定である。

また、中心市街地を東西に走る市道府内 1 号線や市道中央 3 号線では、景観整備を含めた電線類地中化事業による歩行空間の魅力向上を図る他、駐輪場整備などを含めた自転車通行環境の整備などを行う予定であり、中央通りと連動したひと優先空間化を推進する予定である。

現時点において、これら事業等による歩行者通行量への貢献については定量化が困難であるが、ひと中心の安心・安全な空間が連続して確保されることにより、中心市街地の歩行者通行量の増加に寄与するものと考えられる。

■中央通りの望ましい将来像 (複数回答)



以上のことから、平成 24 年の歩行者通行量の目標値は、平成 18 年の実績値である 326,833 人 (①) に、中央通りと連携した中心商業地の集客・回遊性向上とコミュニティ形成事業による増加の 6,576 人 (②)、新大分第 6 ビルリノベーション事業による増加の 5,184 人 (③)、商店街の魅力回復施策による増加の 4,728 人 (④)、及び複合文化交流施設の整備による増加の 7,124 人 (⑤) を加えた $\underline{350,445 \text{ 人} \div 350,000 \text{ 人}}$ と設定する。

【フォローアップの考え方】

隔年で実施している「大分市中心部における通行量調査」については、迅速かつ確かなフォローアップを行うため、平成 20 年度から 24 年度にかけて毎年実施予定である。

フォローアップの実施については、平成 20 年度より 24 年度にかけて毎年実施する「大分市中心部における通行量調査」の結果を踏まえ、目標数値の達成可能性、既存事業の見直し及び新規事業の必要性等について検討し、必要に応じて対策を講ずるものとする。なお、目標年の平成 24 年の数値については、平成 24 年度に実施予定の「大分市中心部における通行量調査」の結果を踏まえて検証を行うものとする。

目標 3 : 「まちなかで過ごすライフスタイルを提案するまち創出」に関する数値目標

評価指標	現況値 (H18)	目標値 (H24)	備考
まちなか滞留時間	37.4% (3 時間以上の割合)	40% (郊外 S C 立地が進む前の H12 の水準への回復)	「大分市中心部における通行量調査」のアンケート調査による 3 時間以上の割合

本市では、隔年で実施している「大分市中心部における通行量調査」の中のアンケート調査において、中心部での滞在時間を把握している。

まちなか滞留時間の数値目標の設定に際しては、平成 18 年度に実施した当該調査の数値をベースとして、以下の事業効果等を積算して設定する。なお、当該調査では、最も長時間の選択肢を「3 時間以上」としていることから、「3 時間以上」の割合を指標とする。

■数値目標設定根拠

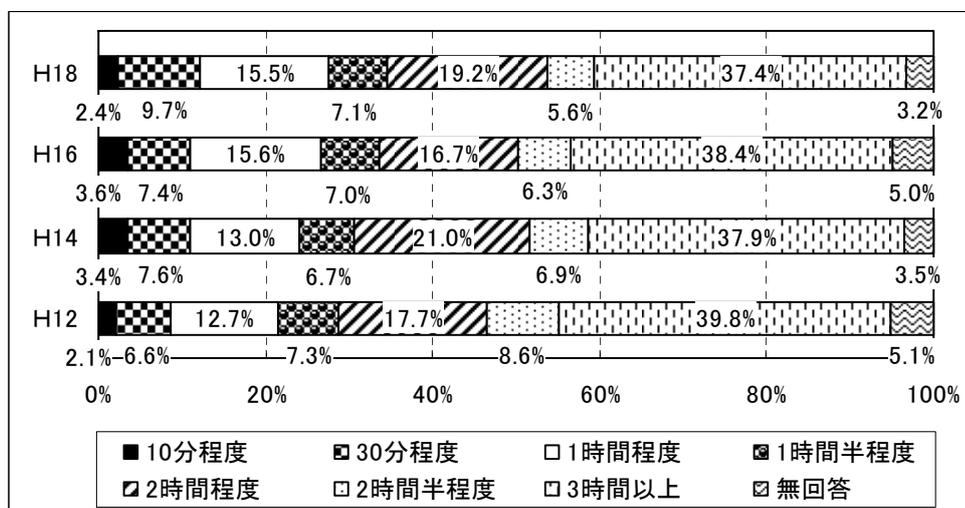
(単位 : %)

①平成 18 年度の実績値	37.4
②中央通りと連携した中心商業地の集客・回遊性向上とコミュニティ形成事業による増加	1.7
③商店街（リノベーション事業及び個店の魅力回復支援施策）による増加	0.6
④人にやさしいトイレや休憩スペース整備による増加	+ α
⑤中央通りのひと優先空間の再構築事業等と併せたオープンカフェなどのチャレンジスポット等賑わい創出による増加	+ α
⑥複合文化交流施設の整備による増加	+ α
合計 (H24 の目標値)	39.7 ≒40%

①平成 18 年度の実績値

平成 18 年度の「大分市中心部における通行量調査」における街なか滞留時間「3 時間以上」の割合は **37.4%** となっている。

■街なか滞留時間の推移



(資料：隔年「大分市中心部における通行量調査」)

②中央通りと連携した中心商業地の集客・回遊性向上とコミュニティ形成事業による魅力回復による増加

平成 18 年度の「大分市中心部における通行量調査」より、来街者のうち少なくとも一箇所の百貨店で買物した人の割合は 31%であった。

また、同調査において、街なか滞留時間が 2 時間半程度の割合は 5.6%であった。

これらの内、中央通りと連携した中心商業地の集客・回遊性向上とコミュニティ形成事業による魅力回復により、平均 30 分滞留時間が延長される人の割合が百貨店で買物した人の割合と同程度存在すると仮定すると、 $5.6\% \times 31\% = 1.7\%$ (ポイント) と見込まれる。

③商店街（リノベーション事業及び個店の魅力回復支援施策）の魅力回復による増加

平成 18 年度の「大分市中心部における通行量調査」より、来街者のうち少なくとも一箇所の商店街で買物した人の割合は 11%であった。

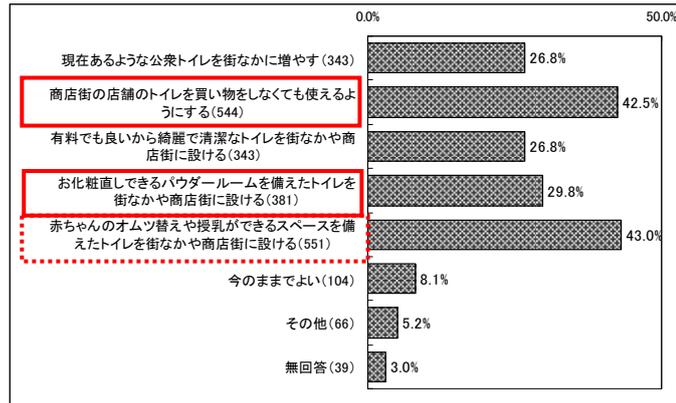
前出②と同様に、街なか滞留時間が 2 時間半程度の人の中、リノベーション事業（新大分第 6 リノベーション事業など）及び個店の魅力回復支援施策により、平均 30 分滞留時間が延長される人の割合が商店街で買物した人の割合と同程度存在すると仮定すると、 $5.6\% \times 11\% = 0.6\%$ (ポイント) と見込まれる。

④人にやさしいトイレや休憩スペース整備による増加

現時点で定量化は難しいものの、中心市街地内において清潔でゆとりのある人にやさしいトイレや休憩スペース等を複数整備する予定であるが、これら整備は市民アンケートからも市民の期待の大きい整備であることから、中心市街地での滞留時間延長に寄与するものと考えられる。

■トイレのあり方

(複数回答)



中心市街地活性化に関するアンケート調査より (H19. 11 大分市)

⑤中央通りの人優先空間の再構築事業と併せたオープンカフェ等チャレンジスポット等賑わい創出による増加

中央通りについては、ひと優先空間の再構築を行なうとともに、そこでチャレンジスポットなどを行なうことで賑わいを創出し、定量化は難しいものの、中央通りでの滞在時間を延ばすことに相当程度寄与する。

⑥複合文化交流施設の整備による増加

現時点で定量化は難しいものの、大分駅南土地地区画整理事業地区内で平成24年に複合文化交流施設が整備されることにより、同施設を構成する図書館や総合社会福祉保健センター、ホール等の施設とJR大分駅北側の中心商業地の一体利用が促進され、中心市街地での滞在時間延長に寄与する。

以上のことから、平成24年の街なか滞留時間(3時間以上滞留する人の割合)の目標値は、平成18年の実績値である37.4%(①)に、百貨店(トキハの活性化策など)の魅力回復による増加の1.7ポイント(②)、商店街(リノベーション事業及び個店の魅力回復支援施策)の魅力回復による増加の0.6ポイント(③)を加えた**39.7%≒40%**と設定する。

なお、この数値は、郊外に大型SC(わさだタウン・パークプレイス)の立地前の平成12年の水準(39.8%)程度の回復を目標とする。

【フォローアップの考え方】

隔年で実施している「大分市中心部における通行量調査」については、平成20年度から24年度まで毎年実施予定であることから、当該調査実施に併せて実施されるアンケート調査(来街者のまちなか滞留時間)結果の定期的な検証を行う。

フォローアップの実施については、平成20年度より毎年実施する調査結果を踏まえ、目標数値の達成可能性、既存事業の見直し及び新規事業の必要性等について検討し、必要に応じて対策を講ずるものとする。なお、目標年の平成24年の数値については、平成24年度に実施予定の「大分市中心部における通行量調査」の結果を踏まえて検証を行うものとする。