参考資料

■「中心市街地活性化に関するアンケート」調査結果　（令和４年４月実施・検討委員会委員対象）

	キーワード	活性化の定義 中心市街地が活性化している状態とは？	想定される評価指標	ターゲット 1 小学生	2 中高生	3 大学生・若者	4 家族（子育て世代）	5 シニア層	6 外国人	7 観光客	8 事業者・店舗
1	日常利用・利便性	**都市機能がバランス良くコンパクトに集積**した状態で，そこで暮らす**住民**や子どもから高齢者までの**幅広い年齢層の来街者**で**賑わっている。**	歩行者通行量	○	○	○	○	○	○	○	○
2		暮らし・学び・遊びなどの**生活の場**と消費や経済活動が行われる**交流の場**，かつ社会的・経済的及び**文化的活動の拠点となる場**がバランス良く**コンパクトに集積**した状態。	市民満足度 施設利用者数	○	○	○	○	○	○	○	○
3		公的サービスを求めるとき**行政機関**がある程度の距離に**集積**し受けやすいと感じること 中小的規模（町医者の役割）の医療機関が遠からずの距離にあり受診時交通費が負担にならない	市民満足度 施設利用者数	○	○	○	○	○	○	○	○
4		子供と遊べる**遊園地・緑地**がある。**便利な駐車場**がある。	市民満足度				○				
5		**地元の客**が**地元の店**で**買い物**をしている（地域外部の観光客・訪問客だけが中心市街地を訪れているという状態ではない）。**住民が地域にお金が残る買い物**の仕方をしている。	売上額						○	○	○
6		中心市街地の**利用者数**が増えている ・地元民に愛される**独自コンテンツ**が増える。そのコンテンツを**地元民**が**頻度高く利用**する。結果的に地元で愛される市街地として**観光客が増える** ・日本で愛される地方として外国人の利用が増える	歩行者通行量 観光客入込数	○	○	○	○	○	○	○	○
7		**利用しやすいトイレ、休憩場所**がある。 ユニバーサルシート（大人用の介助シート）がある多目的トイレがある。 **電動車いすやシニアカーを充電させてくれる場所**がある。	来街者満足度				○	○			
8		**案内看板の分かりやすい表記、多言語表記**がある。 観光施設だけでなく店舗情報もあると利用しやすい。 電車・バスの利用が観光客にも分かりやすい。	来街者満足度							○	
9		住む地域としての**利便性**が高まっている。	住民満足度				○	○			
10	来街者,観光客等	**来街者及び交流者が少しずつ増加**している。そんなやや右肩上がりの状態が見え始めた時。	歩行者通行量				○	○			
11		中心市街地外からの**集客力**がある（市郊外、県内外、海外から） 指標－駅、バス、電車、空港など交通機関利用者数、駐車台数、入港（乗船者）数	公共交通機関の利用者数 駐車場の利用台数 乗船客数	○	○	○	○	○	○	○	
12		**都市機能がバランス良くコンパクトに集積**した状態で，そこで暮らす**住民**や子どもから高齢者までの**幅広い年齢層の来街者**で**賑わっている。**	歩行者通行量	○	○	○	○	○	○	○	○
13		中心市街地の**利用者数**が増えている ・地元民に愛される**独自コンテンツ**が増える。そのコンテンツを**地元民**が**頻度高く利用**する。結果的に地元で愛される市街地として**観光客が増える** ・日本で愛される地方として外国人の利用が増える	歩行者通行量 観光客入込数	○	○	○	○	○	○	○	○
14		中心市街地の**歩行者数**を定点観測により測定し、増加していれば活性化と見做す。	歩行者通行量	○	○	○	○	○	○	○	
15	事業者・店舗	**空き店舗率が下がる。**空き店舗に新規出店がしやすくなること。	空き店舗率			○					○
16		**空き店舗率が小さい。**閉店した店舗の跡地が、住宅ではなく、再び店舗になる。	空き店舗率								○
17		**県外にしかない店や施設がある。**多世代の人が**交流**できる場所がある。**若い世代**が遊べる施設、おしゃれなカフェがある。	店舗数		○	○					
18		**業態別店舗数の増加度合い**により判定　(ex.●年●月末と●年●月末の比較) (食堂・喫茶・レストラン、居酒屋等、物販、教育・医療施設、娯楽、事務所、自治体関連、などの区分けによる)	店舗数								○
19		**行きたい店ここにしか無い物**を販売している。	売上額				○	○			
20		ナショナル（グローバル）ブランドと、県内資本の**企業、店舗が、バランスよく配置され、商業地を形成**している 指標－売上高、売上シェア、店舗数（率）	売上高 売上シェア 店舗数（空き店舗率）		○	○	○	○	○	○	○
21		商店街振興組合という立場で申し上げると、**組合加盟店舗数の増加・維持**、最低限のイベント実施と組合内のインフラ整備、最終赤字にならない。これらをキープ出来なければ活性化とは言えません。各組合に組合員数の推移や、最終利益の推移、事業費の推移を聞いてみるのも一つの手かもしれません。	加盟店舗数								
22	売上・消費	商売をする事業者の立場で申し上げると、事業の継続・安定、雇用維持、顧客の満足度アップなど数えればキリがなく、正直なところゴールはありません。一時的に活性化したと見えても、最終利益を出し続けないと商売は続けられません。リストラをして利益を捻出してもそれは活性化とは言い難いです。**中心市街地のGDP** が算出されたら一番分かり易いとは思いますが…。	売上額 従業者数 顧客満足度								
23		**各店舗の売上高**の金額が、事業の採算が取れる水準に達している。利益を出し、雇用を創出し、税金を収めている（地元への還元）。	売上額								○
24		**物販・飲食事業者の売上がアップ**する状態。 イオン集中からの"揺り戻し"測定・・・事業者アンケートにより、売上動向を検証する。 （ex.●年●月～●月と比べ、アップしたかどうか　など)	売上動向		○	○	○	○		○	
25		消費者の立場で申し上げると、利用したい店舗や施設が事業を継続していること。中心市街地の**滞在時間**の長さ、**消費金額と消費頻度**の維持・増加、あたりでしょうか。	消費金額								
26	その他	**中心市街地の住民が増えている。**	居住人口				○	○			
27		商、職、住、学、遊　**多様な目的での人口集約**がされている 指標－①昼間、夜間人口（特に若年層の人口（率）の増加）　　②滞在時間	関係人口 滞在時間	○	○	○	○	○	○	○	○
28		中心市街地活性化基本計画を策定する立場で申し上げると**事業の達成率や様々な指標**（居住人口／通行量／拠点施設入館者数など）の比較が一つの目安になると考えます。加えてそれらの各事業の**市民満足度**を乗じることで一定の中心市街地の活性化といった括りで数値に表す事が可能と考えています。	―								