

(4) 中心市街地に対する市民の意向

「中心市街地の活性化を図るための基本的な方針」（平成 18 年 9 月 8 日閣議決定）に基づき、前計画の取り組みによる効果分析を行うため、平成 25 年 12 月から平成 26 年 1 月までの間に「弘前市の中心市街地に関するアンケート」調査を実施しました。

本アンケートでは、以下のとおりの結果となっています。

《アンケート調査の概要》

調査対象者：18 歳以上の市民 2,000 人

対象者の抽出方法：平成 25 年 11 月 1 日現在の住民基本台帳登録者より無作為抽出

調査方法：調査票の郵送配付・回収

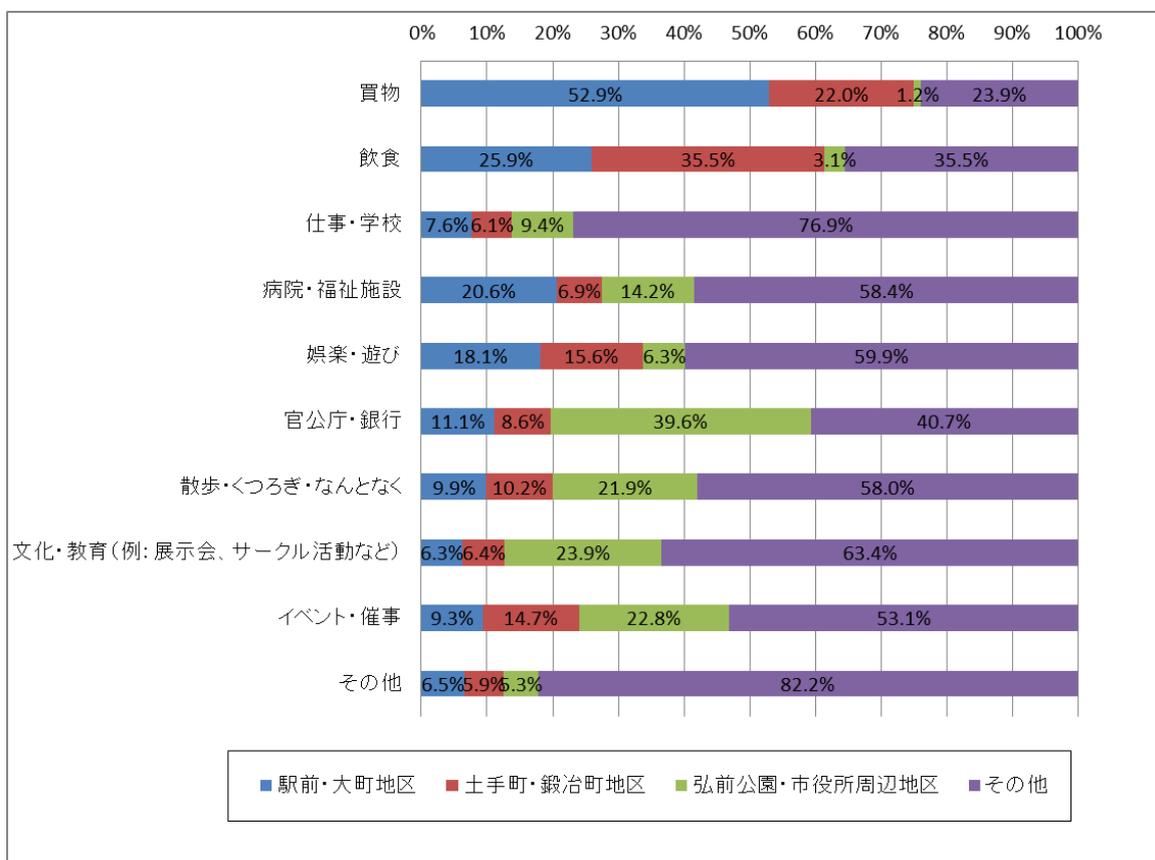
調査期間：平成 25 年 12 月 13 日～平成 26 年 1 月 31 日

回収結果：調査数 2,000、回収数 840、回収率 42.0%

①中心市街地の利用目的

- ・中心市街地へ行く目的及び地区としては、「買い物」目的に「駅前・大町地区」へ行くケースが 409 件と最も多く、次いで「飲食」目的に「土手町・鍛冶町地区」が 244 件、「飲食」目的に「駅前・大町地区」が 178 件となっています。

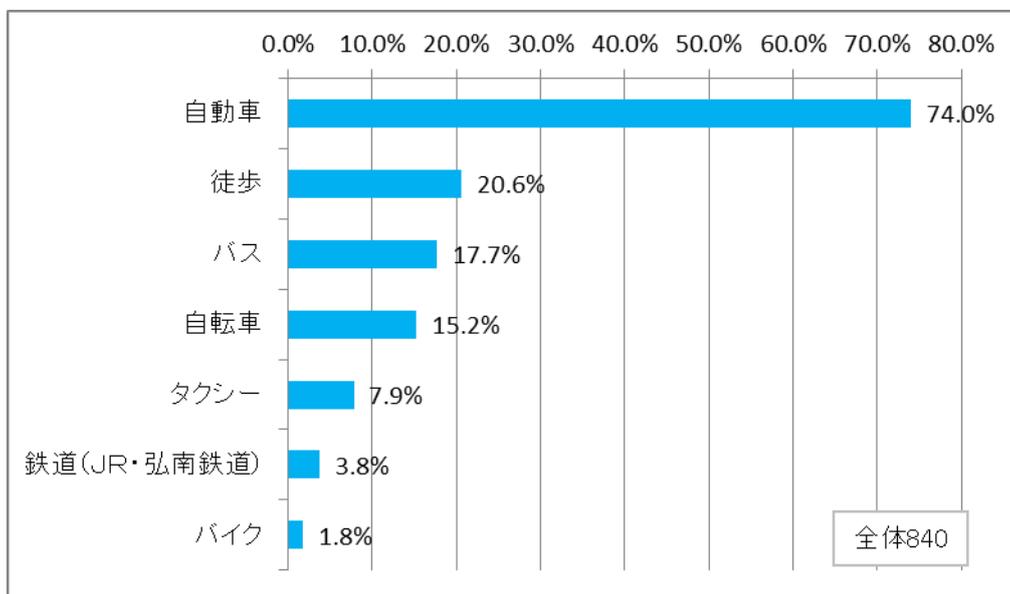
■中心市街地の利用目的（地区別）



② 中心市街地への交通手段

- ・ 中心市街地に行く主な交通手段は、「自動車」が最も多く 74.0%、次いで「徒歩」が 20.6%、「バス」が 17.7%を占めており、自動車が極端に多い状況となっています。

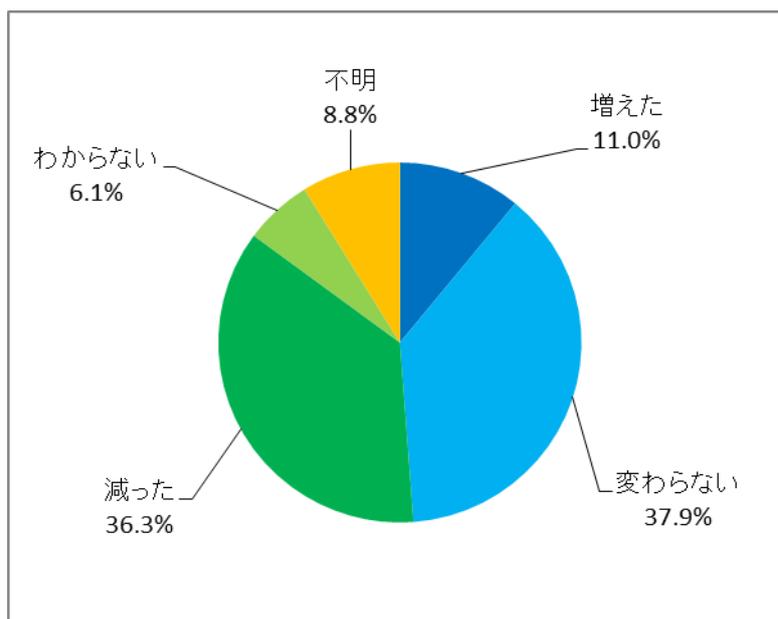
■ 中心市街地への交通手段



③ 中心市街地へ行く頻度、回数が減った理由

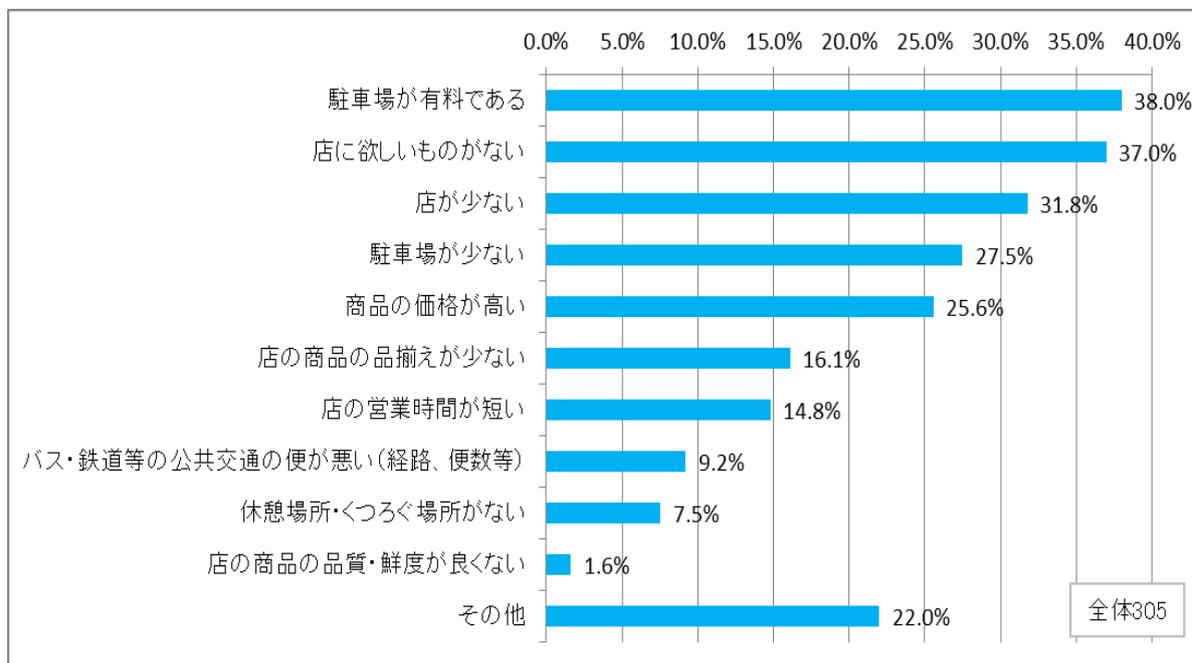
- ・ 中心市街地へ行く頻度は、5年前と比べて「変わらない」が最も多く 37.9%、次いで「減った」が 36.3%、「増えた」が 11.0%を占めています。

■ 中心市街地へ行く頻度



- ・ 5年前と比較して中心市街地へ行く頻度が減ったと答えた回答者の、来訪頻度の減少理由は、「駐車場が有料である」が最も多く37.4%、次いで「店に欲しいものがない」が36.4%、「店が少ない」が31.1%、「駐車場が少ない」が26.6%、「商品の価格が高い」が24.6%を占めています。

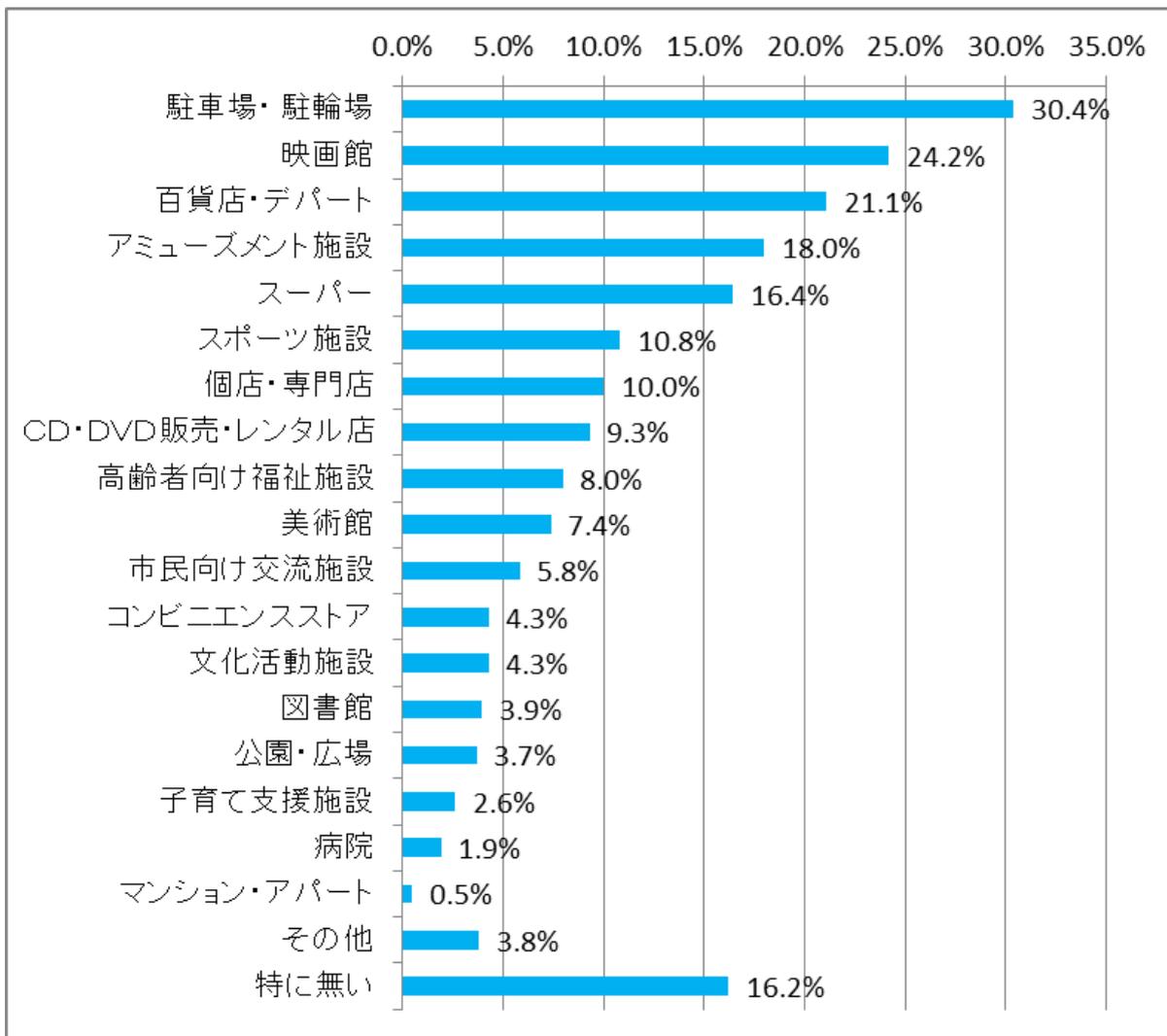
■ 中心市街地へ行く頻度が減った理由



④ 中心市街地に欲しい、または足りない施設・機能等

- ・ 中心市街地に欲しい、または足りない施設・機能は、「駐車場・駐輪場」が最も多く30.4%、次いで「映画館」が24.2%、「百貨店・デパート」が21.1%、「アミューズメント施設」が18.0%を占めており、娯楽、アミューズメント施設の需要が高いことが分かります。
- ・ 福祉・文化施設では、高齢者向け福祉施設、美術館、市民向け交流施設があげられています。

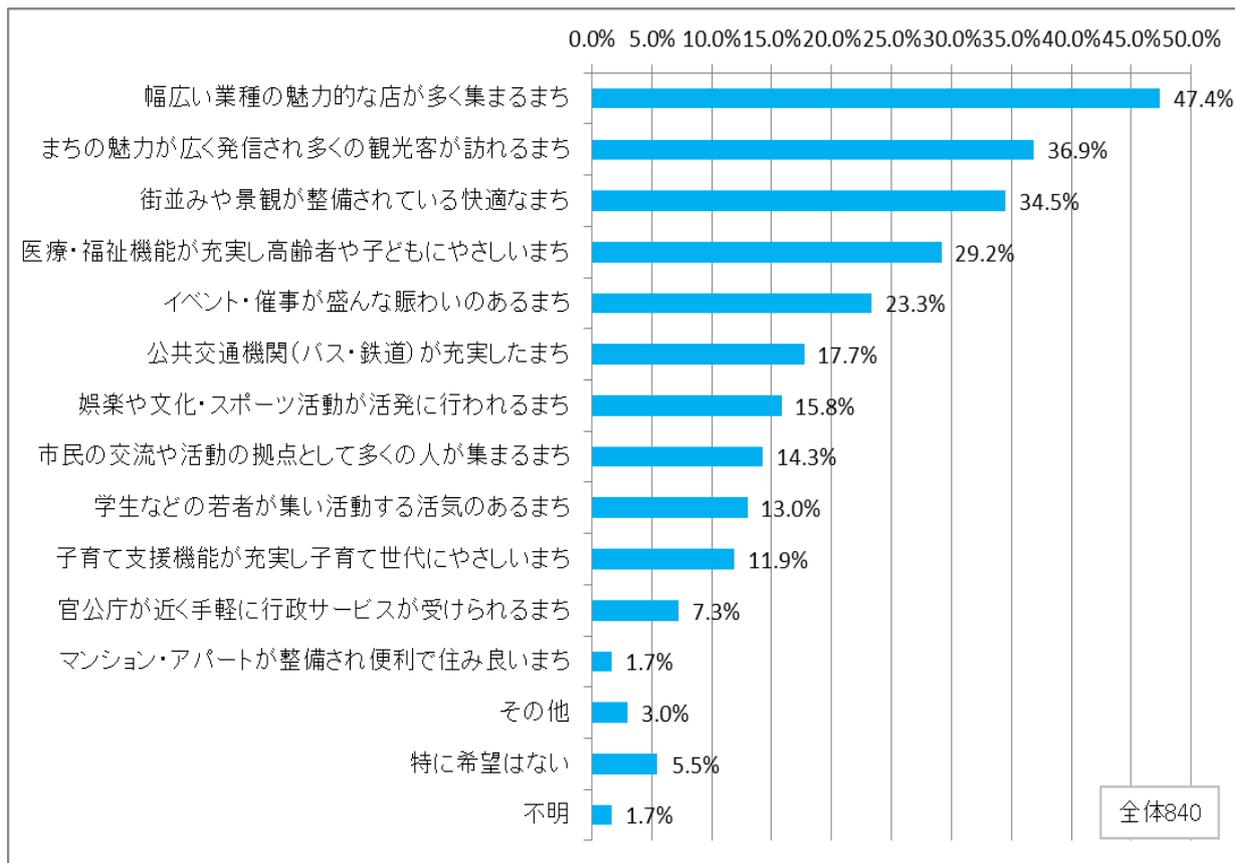
■ 中心市街地に欲しい、または足りないと思う施設・機能



⑤ 中心市街地の望ましい姿

- ・ 将来の弘前市の中心市街地の姿として、回答者の 47.4%が「幅広い業種の魅力的な店が多く集まるまち」、36.9%が「まちの魅力が広く発信され多くの観光客が訪れるまち」、34.5%が「街並みや景観が整備されている快適なまち」を挙げています。

■ 中心市街地の望ましい姿



(5) 中心市街地活性化の課題

これまでの中心市街地活性化の取り組み状況とその結果、中心市街地の現況、市民ニーズ等をふまえ、中心市街地活性化のための課題を以下のとおりまとめます。

① 回遊性の向上

前計画に基づき、土手町コミュニティパークやヒロロなどの集客施設の整備をはじめ、賑わいの創出に向けたソフト事業等に取り組んだ結果、中心市街地の歩行者・自転車通行量（平日・休日平均）については、これまでの減少傾向に歯止めがかかっています。

特に、下土手町・中土手町や大町では通行量が増加しており、土手町コミュニティパーク及びヒロロによる効果と考えられますが、それ以外の地区では通行量の改善が図られておらず、中心市街地の回遊性の向上には繋がっていないと考えられます。

以上のことから、前計画で整備した集客の拠点施設と周辺の回遊性の向上を図る必要があります。

また、魅力ある個店づくり、各種イベントとの連携等による地域への効果波及があげられます。

さらに、交通結節機能の強化、来街しやすい交通網の整備等により、まちに滞在する仕組みを構築する必要があります。

②商業機能の強化

前計画での取り組みにより商店街における空き店舗率の改善などの効果が見られますが、市全体の小売売場面積に対する中心市街地のシェア率は減少しており、郊外部への大型店舗の立地が進んでいる傾向がうかがえます。

また、市民アンケートでも中心市街地へ行く頻度が減った理由として、「店に欲しいものがない」「店が少ない」といった理由が高い割合を占めるなど、中心市街地の現状に満足していないものと考えられます。

以上のことから、個店の経営力強化や起業・創業の支援を行うほか、商店街等と連携したイベントの実施などにより、商業機能の強化を図る必要があります。

③観光機能の充実

東日本大震災による影響も概ね改善し、まち歩きをはじめとした着地型観光の充実やインバウンド対策の強化等により、観光入込客数は順調に推移しています。

中心市街地には多くの歴史的・文化的資源が集積しており、これらを有効活用することにより、さらなる観光客の誘客を図ることが期待できます。

このポテンシャルを引き出すためには、今後とも四大まつりの充実を図るとともに、観光資源の掘り起し、磨き上げ、組み合わせを行い、まち歩き観光を強化するなど、通年観光の普及を図ることが課題となっています。また、観光施設と商店街がタイアップした取り組み等を行い、観光客が中心市街地で滞在・回遊する仕組みをつくる必要があります。

④住環境の充実

今後さらなる人口減少が予測される中、弘前市の重要課題である人口減少対策として、都市機能や商業機能が集積する中心市街地の特性をさらに高め、民間住宅の供給を促進するとともに、核家族や単身世帯のニーズに即した生活サービスや商業サービスの提供を行い、豊かで住みやすい住環境を整備し、まちなか居住を推進することが必要です。