

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

本市の中心市街地は、近年、中心市街地外への大規模商業施設の相次ぐ出店等により、歩行者通行量や小売業年間商品販売額は減少傾向にある。また、平成 23 年春には九州新幹線が全線開業し、博多―鹿児島中央間が最速 1 時間 20 分で結ばれることによる、大幅な時間短縮効果を背景とした北部九州等への消費流出等も懸念される。このままでは中心市街地の急速な都市機能の低下を招き、ひいては本市全体の活力低下につながる恐れがある。

こうした中心市街地の置かれた状況を踏まえ、本基本計画に掲げる中心市街地活性化のコンセプトと基本の方針に基づき、概ね 5 年間という限られた計画期間で中心市街地活性化の着実な推進を図るため、以下のとおり 3 つの目標を設定し、その達成のために本基本計画に位置づけた各種施策事業を官民一体となって強力かつ効果的に展開する。

目標① まちなかのにぎわい創出と回遊性の向上

陸の玄関と海の玄関としての交通結節機能を生かし、気軽にまち歩きを楽しめる安心で快適な歩行者空間の整備や本市の個性と特性を生かした新たな都市機能の整備充実により、多くの人々が訪れ、楽しく過ごせる、まちなかのにぎわいづくりを進め、中心市街地全体のにぎわい創出を目指す。

目標② 九州新幹線の開業効果を生かした観光の振興

中心市街地に集積する本市固有の歴史的・文化的資源を生かした、本市ならではの一味違う魅力ある国際観光都市づくりを進め、平成 23 年春の九州新幹線全線開業による入込観光客の増加を中心市街地へ吸引する魅力多彩な都市型観光の振興を図り、多くの観光客の流入によりまちなかのにぎわいを高めるとともに、活発な消費活動を促し観光消費額を高めることにより、中心市街地外の大規模商業施設や新幹線全線開業による消費流出を補い、新たな需要創出へとつながる波及効果を生かした観光の振興を目指す。

目標③ 南九州随一の中心市街地の商店街活性化

広域から集客できる中心市街地の核となる商業機能の充実や、来街者のニーズを満たし、人々が訪れたいくなるような魅力にあふれ、持続的に発展する商店街づくりを進め、再び中心市街地の商業が活力を取り戻し、中心市街地全体の活性化につながるにぎわいあふれる南九州随一の中心市街地の商店街活性化を目指す。

[2] 計画期間の考え方

本基本計画では九州新幹線の開業効果をまちづくりに生かすとともに、ますます激化する都市間競争に対応するため、平成 23 年を計画の通過点として位置づけ、持続的な中心市街地の活性化を促進させていく必要があることを考慮し、平成 25 年 3 月までの 5 年 4 月を計画期間と設定する。

[3] 数値目標設定の考え方

本計画で設定した中心市街地活性化の3つの目標の達成状況を的確に把握するとともに、定期的にフォローアップが可能な指標であることを前提に、数値目標を設定し、目標の達成状況を進行管理する。

目標① 「まちなかのにぎわい創出と回遊性の向上」に関する数値目標

「まちなかのにぎわい創出と回遊性の向上」を表す指標としては、歩行者通行量、公共交通機関の利用者数、主要観光施設の入館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することが可能であり、まちなかでの回遊の状況を把握し、中心市街地活性化の実態を把握する指標として適切である。また、本市では2年毎に中心市街地の商店街を中心に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。

近年、中心市街地を訪れる人が減少し、にぎわいの低下が課題であることから、まちなかのにぎわいづくりを進め、多くの人々が通りを行き交うような中心市街地全体のにぎわいを創出する必要があることから、**歩行者通行量**を数値目標として設定する。

目標② 「九州新幹線の開業効果を生かした観光の振興」に関する数値目標

「九州新幹線の開業効果を生かした観光の振興」を表す指標としては、年間入込観光客数、年間宿泊観光客数、主要観光施設等の入館者数などが考えられる。

その中でも、年間入込観光客数は国際観光都市である本市のまちなかの顔である中心市街地における観光の動向を把握することができ、また、観光統計等により定期的にフォローアップが可能であるとともに、市民にも理解されやすい適切な指標である。

九州新幹線の全線開業は、本市の観光振興に大きなインパクトを与えることは必至であり、効果的な観光施策の展開により、入込観光客の増加を中心市街地へ吸引し、まちなかに活気を生み出す必要があることから、**中心市街地の年間入込観光客数**を数値目標として設定する。

目標③ 「南九州随一の中心市街地の商店街活性化」に関する数値目標

「南九州随一の中心市街地の商店街活性化」を表す指標としては、小売業年間商品販売額、歩行者通行量、空き店舗率などが考えられる。

その中でも、小売業年間商品販売額は、中心市街地商業の核である商店街の動向を的確に把握することができ、また、商業統計等によ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適切な指標である。

近年、中心市街地外への大型商業施設の相次ぐ出店等の影響により、中心市街地における小売業年間商品販売額は減少し、中心市街地の商店街の活力低下が問題となっており、再びその活力を取り戻し、中心市街地全体の活性化につなげる必要があることから、**小売業年間商品販売額**を数値目標として設定する。

[4] 数値目標の設定

(1) 目標値の設定

○ 目標①「まちなかのにぎわい創出と回遊性の向上」の数値目標指標

(単位：人/日)

評価指標	現況値(H18年)	目標値(H24年)	備考
歩行者通行量	125,531	150,000	中心商店街(20地点)の歩行者通行量(土日)調査

【目標値設定の考え方】

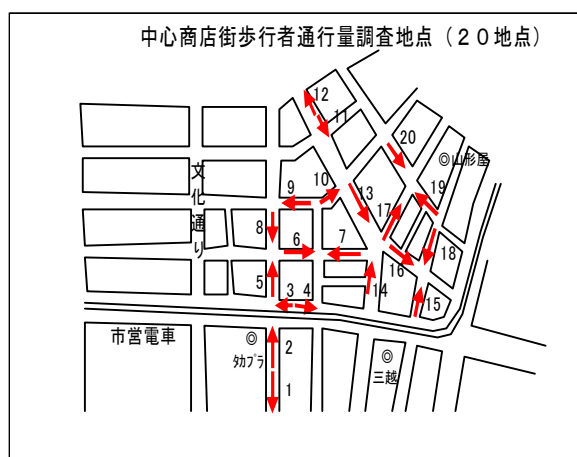
中心市街地のにぎわいを端的に表現する数値目標として、いづろ・天文館地区の中心商店街20地点の土曜日及び日曜日の1日当たりの平均歩行者通行量を設定する。なお、1日当たりの歩行者通行量は、午前8時から午後8時までの12時間の観測結果である。

数値目標に用いる調査地点は、本基本計画に位置づけた施策事業により、歩行者通行量を増加させる地区として、中央地区(いづろ・天文館地区)の20地点とする。また、歩行者通行量は、20地点における土曜日及び日曜日の1日当たりの歩行者通行量の合計とする。

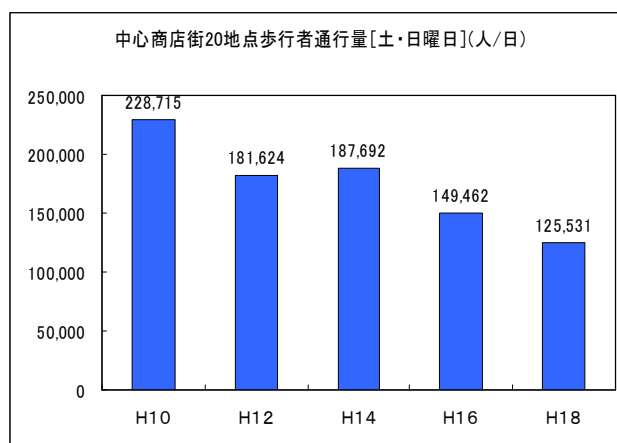
これは、今後いづろ・天文館地区商業活性化事業で整備されるイベント広場の活用や当該地区内外で実施されるイベント等が土日を中心として行われることから、計画の事業効果を図る上で望ましいと考えられる。

いづろ・天文館地区20地点の土曜日、日曜日の歩行者通行量は、平成10年の228,715人から減少を続けており、平成18年には125,531人となっている。さらに、中心市街地外において、平成19年10月にはイオン鹿児島ショッピングセンターが、同年11月にはオプシアミスミが開業したことから、中心市街地への客足が遠のく可能性が高く、中心商店街の歩行者通行量の大幅な減少が見込まれる。そこで、中心市街地において人々の回遊性を高める事業を推進し、平成24年の歩行者通行量の数値目標としては、平成18年の歩行者通行量125,531人から、駅ビルが開業した平成16年当時(149,462人)を上回る150,000人(平成18年の19.5%増)と設定する。

図－1 中心商店街歩行者通行量調査地点



表－1 中心商店街歩行者通行量推移



平成10年から平成18年までの20地点の土曜日、日曜日の歩行者通行量は、以下のとおりである。

表-2 中心商店街20地点の歩行者通行量の推移(土・日曜日)

番号	調査地点箇所	土曜日・歩行者通行量(人)					日曜日・歩行者通行量(人)				
		平成10年	平成12年	平成14年	平成16年	平成18年	平成10年	平成12年	平成14年	平成16年	平成18年
1	タカブラ左横(イヤマ花屋右側)	29,393	19,892	20,795	15,730	12,015	22,311	20,939	21,797	16,904	13,433
2	旧デイズニーストア右側	23,591	17,212	17,439	14,501	11,285	23,449	19,605	20,070	16,520	12,209
3	ドコモショップ天文館店前	10,317	9,059	7,590	5,694	6,379	8,924	8,835	7,820	5,320	6,205
4	ドコモショップ天文館店前	7,295	6,191	5,997	5,641	5,421	6,831	7,005	6,905	5,923	5,384
5	揚立屋と菓々子横丁の間	24,014	17,208	18,511	13,785	12,658	23,478	19,920	24,924	14,855	12,828
6	ブルックスブラザーズとINGNIの間	13,700	9,330	10,965	8,062	8,156	13,553	10,678	11,468	9,055	7,904
7	中町末よしビル前	16,441	11,503	11,606	9,611	8,931	15,596	12,979	13,569	10,544	8,731
8	カバンの樋口と明徳堂の間(天文館跡の碑横)	15,256	11,702	11,665	8,475	7,732	15,218	13,735	13,548	9,566	8,625
9	まきの前	9,199	6,409	7,144	5,806	5,322	8,992	7,557	9,131	6,687	5,600
10	まきの前	10,299	6,778	8,020	6,361	5,904	10,206	7,967	9,622	7,168	6,234
11	山形屋照国別館(What)左側	5,257	3,002	2,304	2,459	1,999	5,055	3,683	3,942	2,687	2,038
12	山形屋照国別館(What)左側	4,329	1,931	1,713	1,551	1,373	4,712	2,350	2,805	1,843	1,402
13	ドールコーヒーとリンガーハットの間(道路側)	5,792	4,456	4,924	4,208	4,263	5,298	5,779	6,129	4,695	4,522
14	光学堂左横(クロス側)	5,162	3,387	3,386	3,216	2,704	5,074	3,596	3,737	3,767	2,720
15	いづろドーム跡地前	10,321	8,999	7,813	8,557	6,019	9,632	9,792	9,075	8,249	5,581
16	谷川稔商店ビル左側	5,584	3,849	5,085	5,300	3,579	5,409	4,395	5,901	5,419	2,679
17	洋服の青山前(Osakayaスポーツ向側)	8,903	6,363	6,417	5,049	5,125	8,891	6,334	7,747	5,342	5,060
18	さつま屋のSTRAWBERRY-FIELDSの間	12,835	10,106	8,546	7,845	6,741	11,892	10,716	10,859	7,617	6,297
19	さつま屋前(丸新玩具側・野菜通石碑前)	13,714	10,392	8,695	9,343	5,467	14,399	11,929	10,712	9,531	6,939
20	カネシン横	3,362	3,778	3,288	2,961	2,974	3,746	3,907	3,720	3,077	2,624
計		234,764	171,547	171,903	144,155	124,047	222,666	191,701	203,481	154,769	127,015
平均		11,738	8,577	8,595	7,208	6,202	11,133	9,585	10,174	7,738	6,351

土日平均	計	228,715	181,624	187,692	149,462	125,531
	平均	11,436	9,081	9,385	7,473	6,277

土・日曜日の平均歩行者通行量をそれぞれ前回と比べると、平成14年は増加しているが、それ以外は減少している。特に平成16年以降、減少傾向となっており、平成18年は、平成10年の54.9%と半分近くに減少している。

また、平成18年の調査は、10月12日(木)、14日(土)、15日(日)に実施しているが、一方で10月14日(土)に与次郎ヶ浜地区にフレスポジャングルパーク(店舗面積13,770㎡)がオープンしており、その影響で中心市街地の歩行者通行量が大幅に減少していると推測される。

①中心市街地外の大型ショッピングセンター開業による中心商店街の歩行者通行量への影響

本市は、平成19年10月及び11月に市南部に大型のショッピングセンターが開業しており、それによる中心商店街への影響は大きいものがあると考えている。

また、平成16年9月に鹿児島中央駅に駅ビルが、平成18年10月に与次郎ヶ浜地区にフレスポジャングルパークが開業し、中心商店街は、その開業時には大きな影響を受けている。しかし、それぞれの開業後、半年から9ヶ月ほど経過した時期に独自に行った調査では、一時的に大幅に減少した歩行者通行量は、その一部を回復させていることから、今回もそれらのデータを参考に、平成24年時における大型ショッピングセンターの中心商店街への影響を推計するものとする。

表－3 大型店舗開業後実施の中心商店街8地点の歩行者通行量の独自調査結果

番号	調査地点箇所	土曜日・通行量(人)						日曜日・通行量(人)						
		平成10年	平成12年	平成14年	平成16年	H17. 3	平成18年	平成10年	平成12年	平成14年	平成16年	H17. 3	平成18年	H19. 7
1	タカブラ左横(イヤヤマ花屋右側)	29,393	19,892	20,795	15,730	21,703	12,015	22,311	20,939	21,797	16,904	21,039	13,433	13,933
2	揚立屋と菓々子横丁の間	24,014	17,208	18,511	13,785	16,246	12,658	23,478	19,920	24,924	14,855	17,085	12,828	15,062
3	中町末よしビル前	16,441	11,503	11,606	9,611	11,438	8,931	15,596	12,979	13,569	10,544	13,102	8,731	10,368
4	カバンの樋口と明徳堂の間(天文館跡の碑横)	15,256	11,702	11,665	8,475	9,585	7,732	15,218	13,735	13,548	9,566	10,396	8,625	9,590
5	まきの前	10,299	6,778	8,020	6,361	6,559	5,904	10,206	7,967	9,622	7,168	7,326	6,234	6,778
6	ドトールコーヒーとリンガーハットの間(道路側)	5,792	4,456	4,924	4,208	5,010	4,263	5,298	5,779	6,129	4,695	5,270	4,522	4,957
7	洋服の青山前(Osakaスポーツ向側)	8,903	6,363	6,417	5,049	5,552	5,125	8,891	6,334	7,747	5,342	6,379	5,060	6,316
8	さつま屋のSTRAWBERRY-FIELDSの間	12,835	10,106	8,546	7,845	7,817	6,741	11,892	10,716	10,859	7,617	7,626	6,297	7,038
計		122,933	88,008	90,484	71,064	83,910	63,369	112,890	98,369	108,195	76,691	88,223	65,730	74,042
平均		15,367	11,001	11,311	8,883	10,489	7,921	14,111	12,296	13,524	9,586	11,028	8,216	9,255

100% 74.5% **83.9%**

土日平均	計	117,912	93,189	99,340	73,878	86,067	64,550
	平均	14,739	11,649	12,417	9,235	10,758	8,069

100% 74.4% **86.6%**

減少した25.6%のうち、12.2%回復

減少した25.5%のうち、9.4%回復

平成16年9月に駅ビルが開業した直後の同年10月に実施したいづろ・天文館地区8地点の土日平均の歩行者通行量は、その2年前の調査より25.6%減少している。しかし、駅ビル開業後、半年後の調査では、減少した25.6%のうち、12.2%は回復している。結果的に、13.4%減少したことになる。

また、平成18年10月にプレスポジャングルパークが開業した翌日に実施したいづろ・天文館地区8地点の日曜日の歩行者通行量は、平成17年3月の調査より25.5%減少している。しかし、プレスポジャングルパーク開業後、9ヶ月後の調査では、減少した25.5%のうち、9.4%は回復し、結果的に、16.1%減少したことになる。

これらのことから、今回の中心市街地外の大型ショッピングセンターの開業による平成24年における中心市街地の歩行者通行量への影響を15.0%と想定する。

大型ショッピングセンターの影響は、平成18年の15.0%とし、 $125,531 \text{人} \times 15\% = 18,830 \text{人}$ とする。

②基本計画に盛り込まれた各種施策の実施等による歩行者通行量の増加

基本計画に掲載したそれぞれの事業を推進することにより、中心市街地の人々の回遊性は高まる。商業床の増加や、イベントの開催、歩道や都市福利施設の整備など、買物客等が中心市街地に来街しやすい環境を整備する。買物客は、ある品物を購入する場合も複数店舗を見て品定めする、あるいは買物後に食事をするといった形で商店街を歩き回ることも多い。また、他の来街者も1箇所ではなく複数の場所を目的に歩くことも多い。そこで、新たな店舗を訪れる買物客など、各事業を推進することで考えられる歩行者通行量を設定する。

1) (仮称) いづろ・天文館地区商業活性化事業等による効果

山形屋は、今回の増床で売場面積は 32,000 m²から 16,000 m²増加し、48,000 m²になる予定である。また、今回の増床では、これまで手狭で消費者に不自由を感じさせている状況などを改善し、ゆっくりと買い物が出来るように休憩スペースや憩いの空間を整備するなど、直接購買に繋がらないスペースも確保したいとしていること等を考慮して、現時点での来客数の推定にあたり、増加する売場面積を 9,000 m²と想定する。

また、山形屋によると、平成 18 年の来客数は、平日が約 33,000 人、土・日曜日が約 45,000 人となっている。

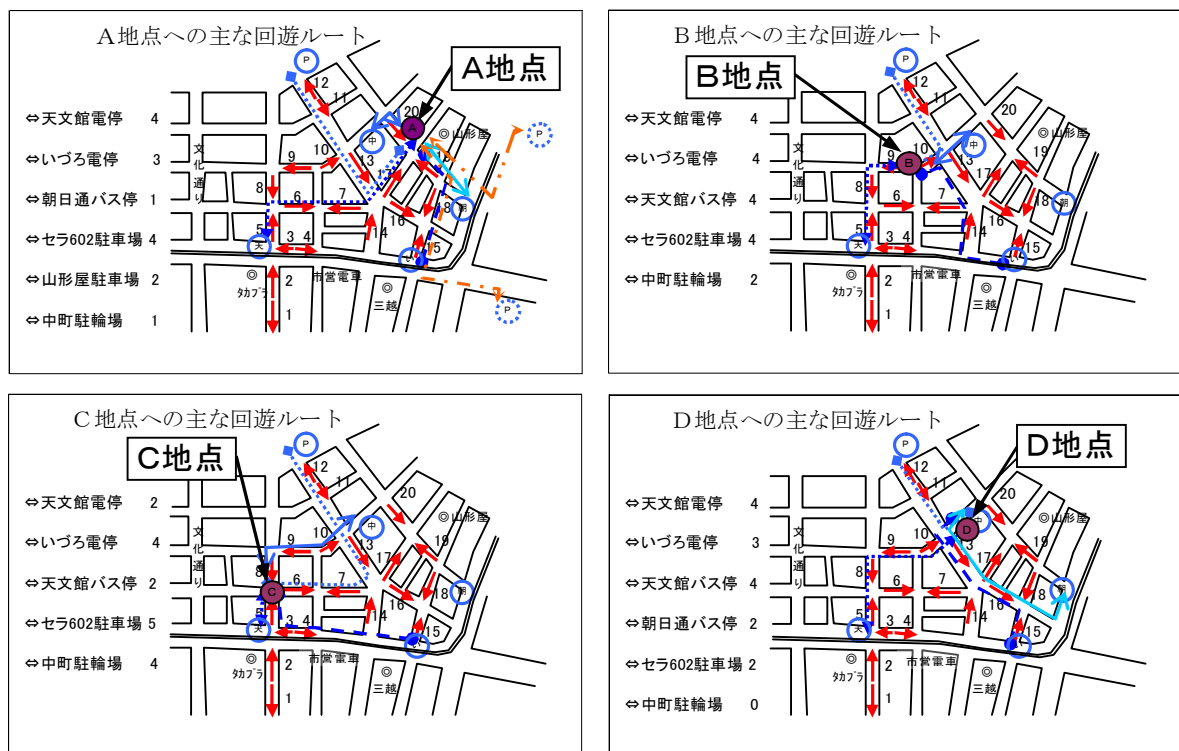
これらのことから、山形屋の増床で増加する土・日曜日の来客数は、45,000 人×(9,000 m²÷32,000 m²)=12,656 人となる。

表-4 より、1 人が 2.06 箇所の調査地点を通過することから、土・日曜日の歩行者通行量は、12,656 人×2.06 箇所 = 26,071 人となる。

なお、市営電車、バス、自転車等の交通手段でいづろ・天文館地区を訪れた来街者が、地区内の主要な地点へ行く回遊ルートは、図-2 のとおりであり、A~E 地点へ行く来街者が調査地点を通過する箇所数は、表-4 のとおりと推定できる。

※ 各交通手段から、A~E 地点への主な回遊ルートと調査地点を通過する回数については、下記のとおりである。なお、A 地点はいづろ・天文館地区商業活性化事業によって整備されるイベント広場、B・C 地点は商店街ショッピングモールのなかで、B 地点はバリアフリー天文館開催事業の主会場となるぴらもーる、C 地点はおぎおんさあ開催事業の会場となる天文館本通り、D 地点は中町自転車等駐輪場及び親子つどいの広場、E 地点はおはら祭などのイベントの会場となる電車通りである。

図-2 電停、バス停等からの主要な箇所(A~E地点)への回遊ルート



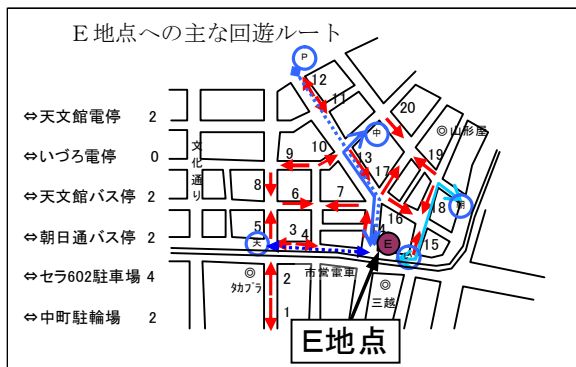


表-4 各地点への回遊ルートの調査地点通過回数

	A地点	D地点
自家用車	4*51.1%*20%=0.41 2*51.1%*80%=0.82	2*51.1%=1.02
バス	1*21.5%=0.22	4*21.5%/2=0.43 2*21.5%/2=0.22
自転車等	1*14.1%=0.14	0
市営電車	4*13.3%/2=0.27 3*13.3%/2=0.20	4*13.3%/2=0.27 3*13.3%/2=0.20
計	2.06箇所	2.14箇所
B地点	3.72箇所	
C地点	3.40箇所	
E地点	2.89箇所	

※ 平成18年2月の天文館中央地区アメニティ空間づくり社会実験において実施した来街者アンケートによると、「こちらまで来た主な交通手段は何ですか。」の問いに対する回答のうち、徒歩、タクシー等以外の交通手段の割合は、①自家用車51.1%、②バス21.5%、③自転車・バイク14.1%、④市電13.3%となっている。

また、平成19年9月に実施した「いづろ・天文館にぎわい創出に関わる来街者ニーズ調査」によると、最初の訪問先から、他の場所へ回遊する割合は、いづろ・天文館地区で71.5%、鹿児島中央駅地区、ドルフィンポート地区を加えると、63.6%となっている。

このことから、山形屋へ来た来街者が、他の場所へ回遊する確率を60.0%とし、この方々は他の調査地点を2箇所通行すると考えると、12,656人×2×60.0%=15,187人の歩行者通行量となる。これは、山形屋の周辺の店舗やイベント等に参加する来街者と考えられ、山形屋を核とした商店街を形成している証である。

また、商店街ショッピングモール化事業及び平成19年に完成する中町コア・モール、中町ジョイントアーケードにより、いづろ・天文館地区のアーケードの面的整備による機能を発揮して、一大ショッピングモールが完成する。その結果、雨天時、降灰時、猛暑時等を問わず商店街の回遊性は高まることになる。そうしたなか、“We Love 天文館”活性化事業、東千石町19番街区のにぎわい・創出事業その他のソフト事業の実施による集客が期待でき、それらの相乗効果により、各事業の推進による歩行者通行量の増加に弾みがつくと思われる。なお、いづろ・天文館地区では、“We Love 天文館”活性化事業やいづろ商店街活性化事業などによるイベント等が週末を中心に数多く開催されている。

2) 親子つどいの広場施設整備事業による効果

親子つどいの広場整備事業では、613㎡の施設が整備されるが、1日の利用者を親子50組100人と見込んでいる。

来客1人が表-4より、2.14箇所の調査地点を通過することから、歩行者通行量は、100人/日×2.14地点=214人/日となる。

3) 大河ドラマ「篤姫」放映を生かした各種観光施策の推進による効果

平成20年から、NHK大河ドラマ「篤姫」の放映が予定されており、本市の観光面においても各面から大きな効果が期待されている。本市としてもこの「篤姫」による効果を生かすため、各種の施策を展開し、入込観光客の増大を図っていくこととしている。

大河ドラマ「篤姫」放映による効果として、日本銀行鹿児島支店は、平成19年10月に「篤姫」の経済効果について、これまでドラマにゆかりのある地域の経済効果等を参考に試算し、放映年（平成20年）の鹿児島県における県外観光客増加数は2,200千人、経済効果は約296億円としている。

また、同レポートから、県内（市外）からの宿泊観光客数と日帰り観光客数は、 $(2,025 \text{ 千人} + 20,217 \text{ 千人}) \times 8.6\% = 1,913 \text{ 千人}$ と推計できる。

鹿児島県における県外観光客数から、本市の中心市街地の観光客数を推定すると、「篤姫」放映により中心市街地で増加する観光客数は、 $2,200 \text{ 千人} \times 38\% \times 80\% = 668,800 \text{ 人}$ となる。

同様の方法で、県内の観光客数から、中心市街地で増加する観光客数を推定すると、 $1,913 \text{ 千人} \times 38\% \times 80\% = 581,552 \text{ 人}$ となる。

従って、平成20年の大河ドラマ「篤姫」放映による中心市街地への入込観光客数の増加数は、 $668,800 \text{ 人} + 581,552 \text{ 人} = 1,250,352 \text{ 人}$ と見込まれる。

この平成20年の「篤姫」効果を生かし、持続的な入込観光客数の維持増大を図るために、本市の歴史観光の中核施設である「維新ふるさと館」において篤姫関係の展示を予定するとともに、同館のメイン施設である維新体感ホールリニューアル事業において新たなドラマの制作を予定しており、本市の新たな参加体験型観光施設としてPRを進める。

また、歴史ロード“維新ふるさとの道”（仮称）整備事業においては、西郷隆盛・大久保利通らの偉人の誕生地がある加治屋町の甲突川左岸緑地及びその周辺を、篤姫の生きた幕末から明治維新にかけての歴史を感じながら散策できる空間整備、観光プログラム推進事業による「篤姫ゆかりの地めぐり」など、平成19年に養成したかごしまボランティアガイドによるまち歩きツアーの実施などのほか、観光未来戦略に基づく戦略的・効果的な取り組みを官民一体となって積極的に推進し、鹿児島ならではの着地型観光、滞在型観光の充実を図るとともに、大河ドラマ「篤姫」放映を契機に全国へ情報発信を行うことにより、入込観光客の維持増大に努めることとしている。

こうした取り組みにより、平成24年における大河ドラマ「篤姫」放映を生かした各種観光施策の推進による効果として、平成24年の中心市街地への入込観光客数の増加数は、 $(668,800 \text{ 人} + 581,552 \text{ 人}) \times 40\% = 500,140 \text{ 人}$ となり、1日当たりでは1,370人となる。歩行者通行量の増加を推計するにあたり、1人が2箇所の調査地点を通過すると想定すると、歩行者通行量は、 $1,370 \text{ 人} \times 2 \text{ 地点} = 2,740 \text{ 人}$ の増加となる。

<積算の根拠>

鹿児島県観光統計では、県外からの宿泊観光客数のうち、鹿児島市が占める割合は38.1%、県外からの日帰り観光客数のうち、鹿児島市が占める割合は38.5%となっている。また、鹿児島市のうち、中心市街地の占める割合は80%である。

また、近年の大河ドラマの舞台となった他都市の実績により、観光客数は、大河ドラマ放映年には、前年比伸び率8.6%で増加するが、放映翌年のマイナスは4.6%とされており、放映の翌年の観光客数の増加は、 $(8.6\% - 4.6\%) \div 8.6\% = 46.5\%$ となる。

4年後もその状況がほぼ続くとし、放映から4年後の観光客数の増加を40%とする。

表－5 歩行者通行量の推計

(単位：人/日)

内 容	数 値
現況値（平成 18 年）	125, 531
① 大型ショッピングセンターの影響	-18, 830
②1) いづろ・天文館地区商業活性化事業等による効果	26, 071
	15, 187
②2) 親子つどいの広場施設整備事業による効果	214
②3) 大河ドラマ「篤姫」放映を生かした各種観光施策の推進による効果	2, 740
計	150, 913

以上のことから、平成 16 年当時を上回る 150, 000 人となり、数値目標の達成が可能となる。

【フォローアップの考え方】

2 年おきに実施している主要商店街歩行者通行量調査により、次回の主要商店街歩行者通行量調査は、平成 20 年を予定しているが、本計画の数値目標の達成状況をフォローアップするために、今後は毎年実施して、その効果を検証し、必要に応じて対策を講じることとする。

○ 目標②「九州新幹線の開業効果を生かした観光の振興」の数値目標指標

(単位：人)

評価指標	現況値(H18年)	目標値(H24年)	備考
中心市街地の年間入込観光客数	6,801,000	8,000,000	市観光統計

なお、入込観光客とは、本市を訪れた市外、県外及び国外からの観光客をいう。

【目標値設定の考え方】

目標値の設定に当たっては、平成12年以降の中心市街地の年間入込観光客数の実績を参考に、現況値（平成18年）以降における大河ドラマ「篤姫」の放映や九州新幹線の全線開業を本市のまちづくりの大きなチャンスと捉え、本基本計画に盛り込んだ各種施策の実施等による効果を勘案して推計を行う。

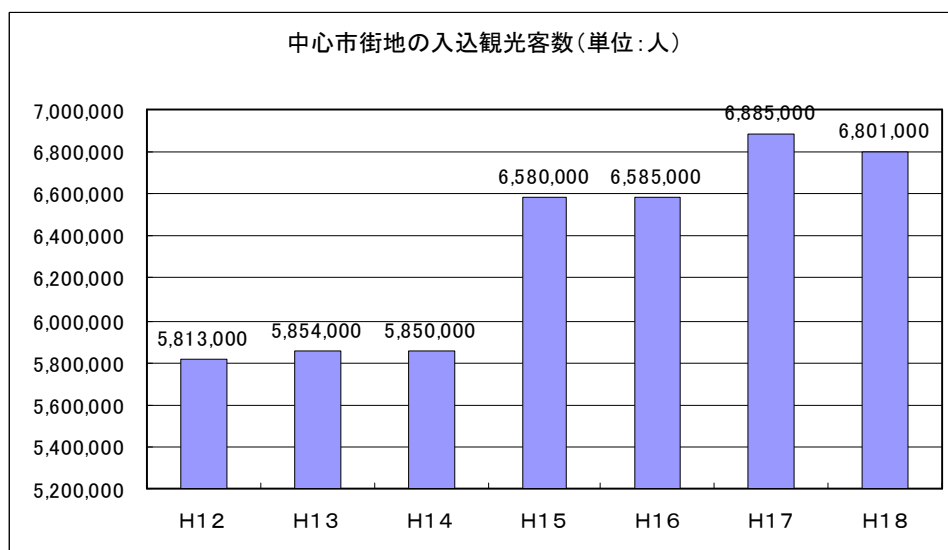
本基本計画においては、計画期間最終年の平成24年における目標値を8,000,000人と設定する。この目標値は、平成17年度に策定した「鹿児島市観光未来戦略」で目標としている市全体の年間入込観光客数10,000,000人を達成する上で中心市街地が担うべき数値である。

したがって、中心市街地が各種施策の展開により入込観光客の増大を牽引し、本目標値を達成することで、市全体の年間入込観光客数10,000,000人を達成できることとなる。

①平成12年から平成18年の経緯

中心市街地の入込観光客数は、平成15年に前年の1割超増加しており、その後は、堅調に推移している。平成18年は、過去最高であった平成17年を8万4千人ほど下回ったが、680万1千人と九州新幹線が部分開業した平成16年より多い観光客数となっている。

表－1 中心市街地の入込観光客数の推移



②基本計画に盛り込まれた各種施策の実施等による年間入込観光客数の増加

九州新幹線は、平成23年春に全線開業し、北部九州からだけでなく、中国・関西方面からの観光客が大幅に増加することが予想される。

平成19年8月に、(財)地域流通経済研究所(熊本市)が大阪府と広島県の在住者を対象に「九州新幹線に関する意識調査」を実施した調査結果によると、平成23年の鹿児島ルート全線開業後、訪れたいと思う九州の第1位は鹿児島県で、大阪府、広島県それぞれ53.2%、56.1%となっている。また第2位は宮崎県でそれぞれ50.5%、43.6%となっており、全線開業による時間短縮効果の大きい南九州の県が人気を集めている。

また、県外の観光客を対象に実施したアンケート調査における「九州新幹線部分開業時及び全線開業時の鹿児島市への訪問回数の変化」では、「無回答」及び「わからない」を除くと、部分開業時には、「大幅増」と「少し増」の計が16.9%、「大幅減」と「少し減」の計が0.0%、「変わらない」が83.1%となっている。一方、全線開業時には、「大幅増」と「少し増」の計が50.2%、「大幅減」と「少し減」の計が1.7%、「変わらない」が48.1%となっており、部分開業時より全線開業時の方が鹿児島市への訪問回数が増えるとした結果となっている。

このような観光客増の追い風を受け、以下の各種施策により、中心市街地への入込観光客数の増加を推計する。

1) (仮称) いづろ・天文館地区商業活性化事業等による効果

老舗百貨店の山形屋の増床整備は、いづろ・天文館地区のにぎわいの創出と商業活性化に寄与することが期待されるが、中心商店街の核となる山形屋は、市民だけではなく、市外あるいは県外の観光客による購買が少なくとも約30%は見込まれる。

〈積算の根拠〉

平成18年2月に実施した天文館中央地区アメニティ空間づくりに関するアンケート調査では、アンケートに協力していただいた方のうち、市外の方が33.5%となっている。また、平成19年9月に実施したいづろ・天文館にぎわい創出に関わる来街者ニーズ調査では、市外の方が36.3%となっている。

これらから、山形屋の買物客の30.0%は、市外の方と想定する。

山形屋は、今回の増床で売場面積は32,000㎡から16,000㎡増加し、48,000㎡になる予定である。また、今回の増床では、これまで手狭で消費者に不自由を感じさせている状況などを改善し、ゆっくりと買い物ができるように休憩スペースや憩いの空間を整備するなど、直接購買に繋がらないスペースも確保したいとしていること等を考慮して、現時点での来客数の推定にあたり、増加する売場面積を9,000㎡と想定する。

また、山形屋によると、平成18年の来客数は、平日が約33,000人、土・日曜日が約45,000人となっている。

これらのことから、山形屋の増床で増加する来客数は、土日が45,000人×(9,000㎡÷32,000㎡)=12,656人、平日が33,000人×(9,000㎡÷32,000㎡)=9,281人となる。

したがって、年間で増加する来客数は、(12,656人×2日+9,281人×5日)×52週=3,729,284人であり、この30%が、市外からの観光客であることから、3,729,284人×30%=1,118,785人の増加となる。

2) 大河ドラマ「篤姫」放映を生かした各種観光施策の推進による効果

平成20年から、NHK大河ドラマ「篤姫」の放映が予定されており、本市の観光面においても各面から大きな効果が期待されている。本市としてもこの「篤姫」による効果を生かすため、各種の施策を展開し、入込観光客の増大を図っていくこととしている。

歩行者通行量の推計の際に述べたように、NHK大河ドラマ「篤姫」放映による経済効果については、放映年（平成20年）に鹿児島県全体で県外からの観光客増加数は、2,200千人であり、中心市街地で増加する観光客は、 $220 \text{万人} \times 38\% \times 80\% = 668,800 \text{人}$ となる。

また、同レポートから、県内（市外）からの宿泊観光客数と日帰り観光客数の増加は、 $(2,025 \text{千人} + 20,217 \text{千人}) \times 8.6\% = 1,913 \text{千人}$ と推計できる。

県外からの観光客と同様の方法で、県内の観光客数から、中心市街地で増加する観光客数を推定すると、 $1,913 \text{千人} \times 38\% \times 80\% = 581,552 \text{人}$ となる。

従って、平成20年の大河ドラマ「篤姫」放映による中心市街地への入込観光客数の増加数は、 $668,800 \text{人} + 581,552 \text{人} = 1,250,352 \text{人}$ と見込まれる。

なお、基本計画に掲載している大河ドラマ「篤姫」対策推進事業で整備する篤姫館では、平成20年の大河ドラマ放映期間に、観光客を含めて、20万人の入館者を見込んでいる。

このように大河ドラマ「篤姫」の放映は本市の歴史・文化はもとより都市のイメージアップと観光の魅力を全国に発信できる絶好の機会であることから、この効果を観光によるまちづくりのチャンスと捉えて、各種観光施策を実施し、入込観光客数の維持増大を図る。

そうしたことから、本市の歴史観光の中核施設である「維新ふるさと館」において篤姫関係の展示を予定するとともに、同館のメイン施設である維新体感ホールリニューアル事業において新たなドラマの制作を予定しており、本市の新たな参加体験型観光施設としてのPRを進める。

また、歴史ロード“維新ふるさとの道”（仮称）整備事業においては、西郷隆盛・大久保利通らの偉人の誕生地がある加治屋町の甲突川左岸緑地及びその周辺を、篤姫の生きた幕末から明治維新にかけての歴史を感じながら散策できる空間整備や、観光プログラム推進事業による「篤姫ゆかりの地めぐり」など、平成19年に養成したかごしまボランティアガイドによるまち歩きツアーの実施などにより、一過性でない持続的な観光振興に繋げるよう鹿児島ならではの着地型観光、滞在型観光の振興を図り、入込観光客の維持増大に取り組むことにしている。

〈積算の根拠〉

鹿児島県観光統計では、県外からの宿泊観光客数のうち、鹿児島市が占める割合は38.1%、県外からの日帰り観光客数のうち、鹿児島市が占める割合は38.5%となっている。また、鹿児島市のうち、中心市街地の占める割合は80%である。

また、近年の大河ドラマの舞台となった他都市の実績により、観光客数は、大河ドラマ放映年には、前年比伸び率8.6%で増加するが、放映翌年のマイナスは4.6%とされており、放映の翌年の観光客数の増加は、 $(8.6\% - 4.6\%) \div 8.6\% = 46.5\%$ となる。

4年後もその状況が続くとし、放映から4年後の観光客数の増加を40%とする。

こうした取組みにより、平成24年における大河ドラマ「篤姫」放映を生かした各種観光施策の推進による効果として、平成24年の中心市街地への入込観光客数の増加数は、
 $(668,800 \text{ 人} + 581,552 \text{ 人}) \times 40.0\% = 500,140 \text{ 人}$ となる。

これらのほか、中心市街地内の主な観光スポットを約1時間で巡回する観光周遊バス「カゴシマシティビュー運行事業」では、市電（全線）・市バス（全線）にも一日中、何回でも乗降できる一日乗車券に、市内の10の観光施設などが割引料金で入館できる「カゴシマシティビュー1日パスポート」の発行による利用者増を図るとともに、より手軽な市内観光の移動手段として観光客の利便向上と回遊性の向上に努めることとしている。

3) 維新ふるさと館体感ホールリニューアル事業、かごしま水族館10周年記念事業による効果

中心市街地にある本市の主要な観光施設である維新ふるさと館、及びかごしま水族館では、本計画に掲載している維新ふるさと館体感ホールリニューアル事業やかごしま水族館10周年記念事業による入館者増、さらには、大河ドラマ「篤姫」の放映や「九州新幹線全線開業」等の本市における特別事情等による効果を勘案して、入館者の増加を2割と見込んでいる。

平成18年度の入館者数は、それぞれ133,874人、666,346人であり、入館者数が2割増加すると、それぞれ $133,874 \text{ 人} \times 20\% = 26,775 \text{ 人}$ 、 $666,346 \text{ 人} \times 20\% = 133,269 \text{ 人}$ 増加することとなる。

それぞれの館が実施した入館者アンケート調査によると、入館者のうち観光客の割合は、維新ふるさと館が89%、かごしま水族館が67%となっていることから、観光客は、それぞれ $26,775 \text{ 人} \times 89\% = 23,830 \text{ 人}$ 、 $133,269 \text{ 人} \times 67\% = 89,290 \text{ 人}$ 増加することとなる。

維新ふるさと館の入館者率

	市内	観光客
H15.11	11.0%	89.0%
H16.11	9.9%	90.1%
H17.11	9.6%	90.4%
H18.11	11.7%	88.3%
平均	10.6%	89.4%

かごしま水族館の入館者率

	市内	観光客
H16.8	20.0%	79.5%
H17.1	45.0%	54.7%
H17.8	21.3%	78.2%
H18.1	41.6%	57.8%
H18.8	27.5%	72.2%
H19.1	40.7%	58.7%
平均	32.7%	66.9%

無回答があり、100%にならない。→

両館の観光客の割合は、 $(133,874 \times 89\% + 666,346 \times 66\%) \div (133,874 + 666,346) = 70.7\%$ である。

4) かごしま観光プログラム推進事業による効果

かごしま観光プログラム推進事業では、本市ならではの自然景観や歴史・文化などテーマごとのまち歩きコース集を作成して、本市を訪れる観光客等が一人でもまち歩き観光を楽しめる着地型観光の充実を図るとともに、19年度新たに養成した市民観光ボランティア

ガイドの案内を受けながらまち歩きを楽しむ「鹿児島ぶらりまち歩き」を土日に実施し、1回のまち歩き（1日5コース+6コース）に15人が参加するとしている。（1月から5月及び9月から12月に、実施予定。）

15人×（5コース+6コース）×2日×37週=12,210人

このうち、70%を観光客とすると、12,210人×70%=8,547人となる。

5) 各事業による観光客の増加の推計

a) から d) までの各事業による観光客の増加の推計結果は、

1) (仮称) いづろ・天文館地区商業活性化事業等による効果	1,118,785 人
2) 大河ドラマ「篤姫」放映を生かした各種観光施策の推進による効果	500,140 人
3) 維新ふるさと館体感ホールリニューアル事業及びかごしま水族館10周年記念事業による効果	113,120 人
4) かごしま観光プログラム推進事業による効果	8,547 人
1)～4) 計	1,740,592 人

以上のことから、平成24年の中心市街地の年間入込観光客数の目標値は、①の現況値6,801,000人に、②の1,740,592人の増加を踏まえ、8,000,000人となり、数値目標の達成が可能となる。

【フォローアップの考え方】

毎年度、中心市街地の年間入込観光客数を確認することによって、数値目標の達成状況を把握するとともに、状況に応じて目標達成に向けた事業の促進などの必要な改善措置を講じる。

また、上記の数値目標指標の達成状況を把握し、評価するために、中心市街地内にある本市の主要な観光施設である維新ふるさと館とかごしま水族館の年間入館者数及び中心市街地の主要な観光スポットを鹿児島中央駅を起点に30分ごとに天文館・ウォーターフロント地区を經由して、約1時間で巡回する観光周遊バスカゴシマシティビューの利用者数をサブ指標として設定し、年度ごとのフォローアップに活用することとする。

○ 目標③「南九州随一の中心市街地の商店街活性化」の数値目標指標

(単位：百万円)

評価指標	現況値(H16年)	目標値(H24年)	備考
小売業年間商品販売額	209,421	210,000	商業統計

【目標値設定の考え方】

中心市街地の商業は、近年の中心市街地外への相次ぐ大型商業施設の出店により、これまで経験したことのない大きな影響を受け、現在その活力は低下し始めている。

中心市街地商業が再び活力を取り戻し、にぎわいあふれるまちとなることは、中心市街地を活動の場とする人をはじめ、昔からのまちを知る多くの市民の願いであり、そのためには経済活力の源泉となる小売販売額の回復が不可欠である。

このため、本計画においては、(仮称) いづろ・天文館地区商業活性化事業により地元老舗百貨店の大規模な増床及びイベント広場の整備、中心商店街のアーケード整備によるショッピングモール街の環境整備や各種の商店街活性化ソフト事業を実施することで多面的な魅力づくりを図る。また、高齢者や観光客などすべての人々が気軽に訪れて楽しく回遊できる商店街づくり、中心市街地外の大型商業施設とは異なる魅力を持つ、市民や県民等に愛され続ける商店街づくりに取り組む。

こうした取組みにより、計画期間中の小売業年間商品販売額の減少傾向に歯止めをかけ、平成24年の目標値を210,000百万円とし、大型商業施設出店による影響が顕著となる以前の平成16年当時の状況に回復することを目的とする。

①過去の実績に基づく推計値

モータリゼーションの進行などを背景とした郊外への大型商業施設の相次ぐ出店や少子高齢化を背景とする人口減少による消費人口の減少、さらには、IT技術の普及による消費動向の変化等を背景とした小売業年間商品販売額の減少は、今後もこの傾向が続くものとして推計すると、最終年次の平成24年には、約158億円の減少が見込まれる。

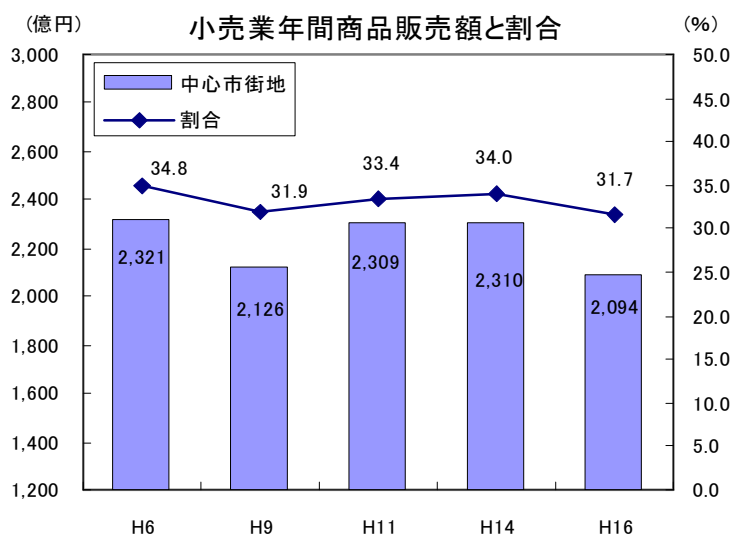
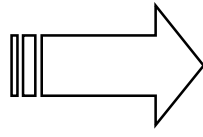


表 中心市街地小売業年間商品販売額の平均増減率から算出した推計値

年 度	実績値				推計値
	H 1 1	H 1 4	H 1 6		H 2 4
中心市街地小売業年間 商品販売額（百万円）	230,873	230,994	209,421		193,558

※ 実績値のH11、H14、H16は、それぞれ平成10年度、13年度、15年度の小売業年間商品販売額として商業統計より抜粋。

※ H6～H16までの商業統計調査実績による年平均の減少率は0.98%。

1) 郊外大型商業施設の出店による影響（マイナス要因）

平成16年商業統計調査以降の商業環境の変化として、中心市街地外に相次いで大型商業施設が開業している。これらの郊外大型商業施設は時間消費型・複合施設としての機能を有し、中心市街地商業に対して大きな影響を与えている。こうしたことから、これらの郊外大型商業施設の出店による影響については別途考慮する必要がある。

そこで、これらの大型店の目標売上額を参考としながら、中心市街地からの需要や消費が吸引されることによる中心市街地の小売業年間商品販売額の減少分を15,000百万円と見込む。

〈積算の根拠〉

平成16年商業統計調査以後の状況変化として、中心市街地に影響を及ぼすと思われる郊外大型店が4店舗出店している。これら大型店の目標売上額の合計（一部は公表されていないので当方において推計）を約500億円と推計し、他都市で実施された大型店出店に伴う影響調査を参考に、中心市街地からの吸引度を約30%と推計し、約150億円の中心市街地外への消費流出があるものと予想した。

No.	店 舗 名	開業日	店舗面積	目標売上
1	スクエアモール鹿児島宇宿	H18.9.29	12,141 m ²	約500億円
2	フレスポジャングルパーク	H18.10.14	13,770 m ²	
3	イオン鹿児島SC	H19.10.6	43,000 m ²	
4	オプシアミスミ	H19.11.8	18,300 m ²	

〔中心市街地からの吸引度を30%とした理由〕

上記の影響調査によると、中心市街地内の「飲食・喫茶」及び「衣料品」関係の業種への影響が大きく、中には20%以上を超える高い売上減少があった店舗もあったと報告されている。こうしたことから、単純には類推できないが、本市の中心市街地商店街の業種構成等から約30%程度の小売販売額が流出するものと想定した。

また、本市の中心市街地における既存大型店（1,000 m²以上）の小売販売額に占める割合は、約48.5%（H16商業統計）と比較的高いことから、中心市街地全体への影響の度合いを低減させるものと考えられる。

2) 「アミュプラザ鹿児島」開業による影響

中心市街地内において、平成 16 年 3 月の九州新幹線部分開業から約半年遅れの同年 9 月、鹿児島中央駅ビルに「アミュプラザ鹿児島（店舗面積：20,753 m²）」が開業した。

そこで、現時点で実績のある平成 16 年商業統計調査以降の開業でもあることから、商業統計における実績値がないため、この小売売上額を推計する。

アミュプラザ鹿児島の平成 18 年度の売上高は約 20,200 百万円と公表されており、そのうち小売に係る売場面積割合が、約 80%とされていることから、小売に係る販売額は約 16,000 百万円となり、目標年次の平成 24 年における小売販売額についても 16,000 百万円と見込む。

3) (仮称) いづろ・天文館地区商業活性化事業による増加分

山形屋が公表している増床計画の概要によると、投資金額を 10,000 百万円、売上増加見込額を 7,000 百万円としていることから、この事業の実施による小売販売額の増加額は 7,000 百万円と見込む。

4) (仮称) いづろ・天文館地区商業活性化事業による周辺商店街への波及効果

山形屋は平成 23 年春のリニューアルオープンを目指して、現在の店舗面積の約 1.5 倍の増床整備を実施し、売上増加見込額を 7,000 百万円としている。

山形屋の増床で増加する来店客数は、土日が 45,000 人×(9,000 m²÷32,000 m²)=12,656 人、平日が 33,000 人×(9,000 m²÷32,000 m²)=9,281 人となる。

したがって、年間で増加する来客数は、(12,656 人×2 日+9,281 人×5 日)×52 週=3,729,284 人であり、このことによる周辺商店街への波及効果として、過去に山形屋の周辺商店街において実施された調査データを基にして、

3,730,000 人×20%×2,000 円 ≒ 1,400 百万円の増加を見込む。

<積算の根拠>

過去に行われた山形屋周辺商店街における聞き取り調査において、来店客のうち約 2 割が「山形屋に行った後、来店した」もしくは「この後に山形屋へも行く」と回答していることから、山形屋増床後における来店客のうち、2 割の人は周辺商店街へも来街するとし、また、その際の客単価については、平均して 2,000 円という結果が出ている。

5) 中央町 22・23 番街区市街地再開発事業による商業床整備による年間小売販売額の増加

中央町 22 番・23 番街区における商業床増加面積は 480 m²であり、H16 の中心市街地売場面積 1 m²当たり販売額は 113.5 万円 (H16 年間販売額 209,421 百万円÷売場面積 184,444 m²) であることから、113.5 万円×480 m²≒550 百万円の増加を見込む。

6) 年間入込観光客数の増加による小売販売額の増加

中心市街地への年間入込観光客数の増加分、119 万人のうち、中心市街地において土産品等を購入する人の割合を(財)鹿児島観光コンベンション協会による調査結果に基づき 6 割とすると、約 71 万人となり、購入する土産品の購入単価を 9,271 円 (同協会調査結果) として、

71 万人×9,271 円=6,582 百万円と見込む。

そのため、平成 23 年春の九州新幹線全線開業による本市への入込観光客の増加を、観光施策等を始めとした各種事業の実施や「かごしま春祭」「おはら祭」などのイベントの実施を通じて、中心市街地内へ吸引し、中心市街地を訪れた観光客等が、まちなかで買物がしたくなるような店舗・商品構成を取り入れた魅力的な商店街づくりや、訪れる人を「おもてなしの心」で迎える接客態度の養成などに積極的に取組むこととする。

7) 商店街による各種ソフト事業の実施による相乗効果等

We Love 天文館活性化事業をはじめとする地域ぐるみのイベント展開や商店街活性化ソフト施策の実施等による効果を連携させることで、目標の達成をより確かなものとする。

ちなみに、We Love 天文館活性化事業の一環として行われた「天文館へ行こう！」キャンペーンにおいては、把握可能な人数として、キャンペーンの抽選に来た人数が3日間(H19.9.7～9.9)で延べ約8,400人という集客効果があった。また、同時開催の「デパートへ行こう！百花繚乱祭」では、期間中の売上が対前年比30%～200%増の効果があったと報告されている。

今後、中心市街地においては既存のイベントに加え、こうした We Love 天文館活性化事業により毎月イベントが行われることから、これらイベント等の実施にあたっては、他の事業との相乗効果を意識した効果的な取組みを行うものとする。(P105 主なイベント等ソフト事業一覧を参照)

(単位：百万円)

◆過去の実績に基づく H24 の推計値	193,558
1) 郊外大型店の出店による影響	▲15,000
2) アミュプラザ鹿児島開業影響	16,000
3) (仮称) いづろ・天文館地区商業活性化事業による影響	7,000
4) 山形屋増床による周辺商店街への波及効果	1,400
5) 中央町 22・23 番街区市街地再開発事業による影響	550
6) 年間入込観光客数の増加	6,582
7) 商店街による各種ソフト事業の実施等による相乗効果	—
合 計 (H24 の目標値)	210,090

【フォローアップの考え方】

フォローアップについては、平成 19 年に実施された商業統計調査及び平成 23 年に予定されている経済センサスの実数値により実態を把握する。

目標年の平成 24 年は商業統計調査等による実数値が把握できないため、平成 23 年における中心市街地内の大規模小売店舗の中心市街地における分担率を利用し、大規模小売店舗の年間商品販売額により目標の達成状況を検証する。