

3. 中心市街地の活性化の目標

〔1〕 浜松市の目標

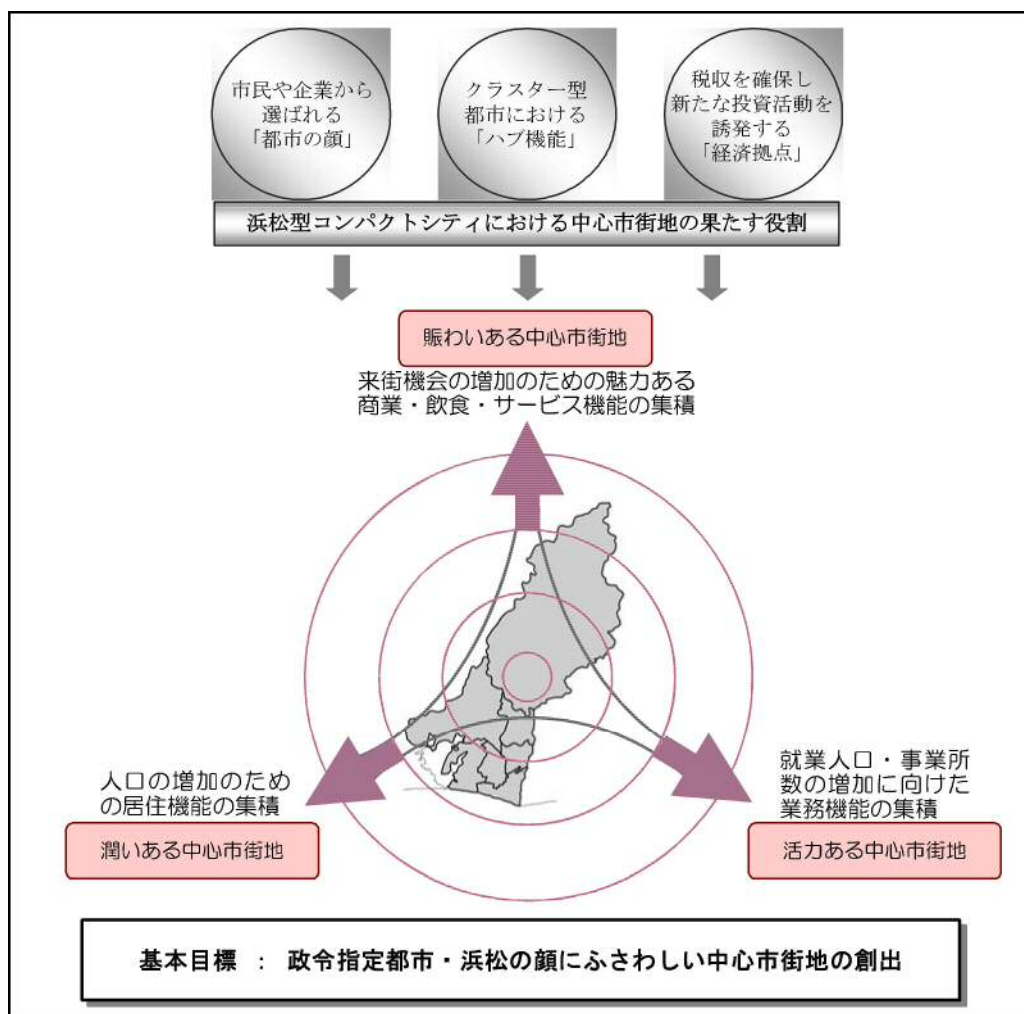
(1) 中心市街地活性化の基本目標

平成19年4月に政令指定都市へ移行した本市には、本格的な高齢化社会や人口減少社会の到来に備え、これまでの都市の拡大成長を前提としたまちづくりから転換し、長い歴史の中で蓄積されてきた中心市街地の既存ストックや都市機能を有効に再活用しながら効率の良い行政を推進し、本市のみならず県西部100万都市圏、そして、三遠南信地域の発展を牽引していくことが求められている。

こうしたことから、中心市街地の活性化に向けては、政令指定都市・浜松として都市の拠点性の確立を視野に入れた基本目標を設定する必要がある。

また、中心市街地に残る課題を克服し、かつ、政令指定都市・浜松の都心としてふさわしい中心市街地の役割を果たしていくためには、活性化施策の基本の方針を踏まえ、市民、商業者、企業など多様な主体が参加する協働型都市経営を推進していく必要がある。

このため、本計画における中心市街地活性化の基本目標を「**政令指定都市・浜松の顔にふさわしい中心市街地の創出**」として掲げるとともに、その基本目標を実現するため、目指すべき中心市街地の3つの目標像を定め、各事業の展開と市民参加のまちづくりを進めていくこととする。



(2) 中心市街地の3つの目標像

中心市街地活性化の基本目標を達成するために、次の3つの中心市街地の目標像を掲げ、施策や事業を推進する。

1) ～華のある商業空間を誇る賑わいある中心市街地～

百貨店と商店街とが一体となった魅力ある商業空間の形成

長い歴史を持ち、本市の代表的商店街として商圈内にその名が知られている「鍛冶町通り」に県内最大規模を誇る百貨店を誘致・整備し、浜松の顔にふさわしい洗練されたメインストリートを形成し商業力を強化する。

また、既存大規模商業施設や周辺商店街との連携によりオシャレで魅力的な街並みを創出し、歩いて楽しめる華のある商業空間を中心市街地に形成する。

2) ～誰もが住みたくなる潤いある中心市街地～

浜松らしい都市文化の演出による洗練された都心生活空間の形成

本格的な高齢化社会や人口減少社会の到来に対応したコンパクトなまちづくりを進めるため、文化的で付加価値が高く、暮らしの良さが実感できる都心生活空間を創出する。このため質の高い都市型住宅を整備・供給し、災害や治安にも配慮した安心・安全な生活空間を形成する。

また、居住人口の増加を誘引するため、音楽文化の発信拠点であるアクティビティ浜松等のまちなか文化施設の文化機能の充実や花と緑をテーマとしたイベントである2009年浜松国際モザイクカルチャー大会の開催等を通じ、本市の都市ビジョンである「音楽の都・浜松」や「花と緑のまち・浜松」など浜松らしい都市文化の演出により、誰もが住みたくなる洗練された都心生活空間を中心市街地に形成する。

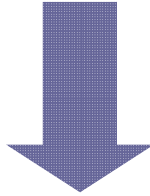
3) ～新しいビジネスを生む活力ある中心市街地～

“やらまいかスピリッツ”が息づく創業都市・浜松にふさわしい業務機能の集積

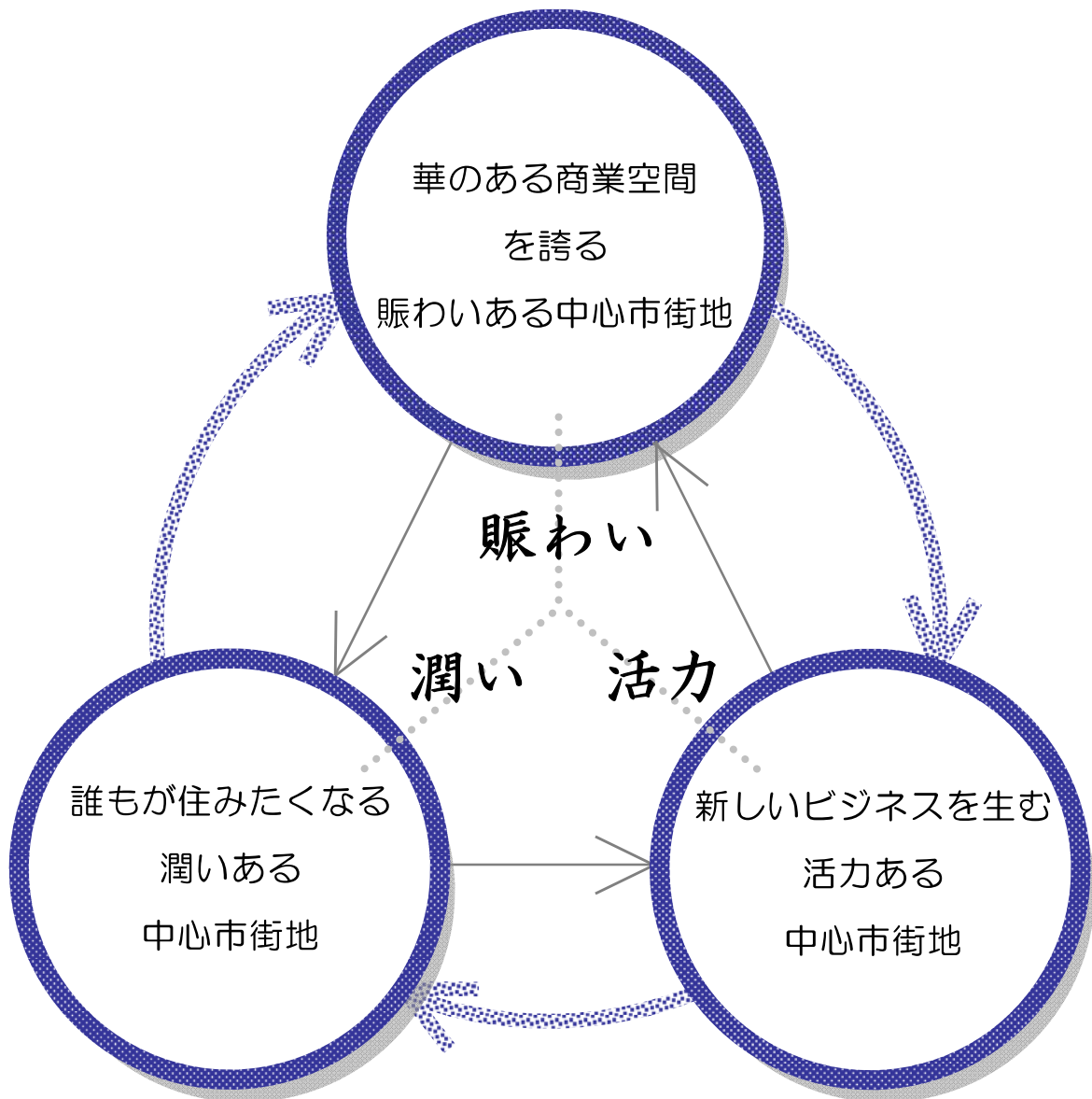
本市は、ホンダ、ヤマハ、スズキなど世界的な企業の創業の地であるように、チャレンジ精神旺盛な気質である“やらまいかスピリッツ”が特色である。その“やらまいかスピリッツ”を喚起することにより、都市型産業の創業の支援、集積を進めるとともに、東京～大阪の中間に位置する政令指定都市・浜松の立地特性を活かし、支店・営業所機能といった業務機能の進出支援を進めるなど、本市の経済の発展を牽引する「創業都市・浜松」にふさわしい業務機能を中心市街地に集積する。

< 中心市街地の3つの目標像 >

「政令指定都市・浜松の顔にふさわしい中心市街地の創出」



魅力ある商業空間の形成



洗練された都心生活空間の形成

創業都市・浜松にふさわしい業務機能の集積

[2]計画期間の考え方

本基本計画の計画期間は、中期的な視点に立ち、平成19年8月から事業の推進・完了による活性化の効果が見込まれる平成24年3月までの4年8月間とする。

[3]指標設定の考え方

本基本計画に基づき実施される活性化事業などの効果を常にPDCAサイクルの視点に立ち測定するため、目標像で掲げた「魅力ある商業空間の形成」、「洗練された都心生活空間の形成」、「創業都市・浜松にふさわしい業務機能の集積」について定量的評価が可能な指標を設定し、その達成に向けた各施策を行うものとする。

(1) 「魅力ある商業空間の形成」の指標の考え方

中心市街地に賑わいを創出していくためには、魅力的なサービスや商品の提供と非日常的な空間が演出され消費者の視点からも支持される商業機能の強化が必要である。

このため、「魅力ある商業空間の形成」について次のように指標を設定する。

1) 小売販売額

小売販売額は、商業者にとって事業の継続・発展の上で重要な要素であり、郊外と差別化された中心市街地の商業力の強化を測定するにあたっては市民や商業者に理解されやすいものである。また、商業力の強化に向けた協力体制を商業者から得るにあたっては必要な指標である。

2) 歩行者通行量

歩行者通行量は、中心市街地の来街者数の動向を定点観測することにより、中心市街地内の回遊性の実態を把握することができ、賑わい創出の効果を測定する上で適切な指標である。

本市においては、毎年定期的に歩行者通行量調査を行っており、その結果はマスコミなどを通じて公表されているため、市民にも理解されやすい指標である。

(2) 「洗練された都心生活空間の形成」の指標の考え方

中心市街地に潤いを演出してくためには、質の高い生活空間や高次な都市機能が集積され生活者の視点からも評価される居住機能の充実が必要である。

このため、「洗練された都心生活空間の形成」について次のように指標を設定する。

1) 中心市街地の居住人口

居住人口は、定期的に調査することにより生活空間としての魅力を客観的に把握することができ、都心の潤いを評価する上で適切な指標である。また、浜松らしい都市文化が演出された成果としても、居住人口は生活の満足度を文化的な側面からも評価できるという点において望ましい指標である。

(3) 「創業都市・浜松にふさわしい業務機能の集積」の指標の考え方

中心市街地に活力を創造していくためには、事業所数の増加や新規事業の創業など企業や事業者にとってもビジネスチャンスをもたらす業務機能の集積が必要である。

このため、「創業都市・浜松にふさわしい業務機能の集積」について次のように指標を設定する。

1) 就業人口

就業人口は、中心市街地における企業や事業所の従業者数を定期的に調査することにより、創業都市・浜松としての経済的ポテンシャルを把握することができ、地域経済を牽引する都心の活力を評価する上で適切な指標である。また、居住人口に加え、都心の総体的な人口の増加によって活力を創造していく上でも、就業人口は必要不可欠な指標である。

[4] 目標像実現に向けた主な事業展開

目標像を計画期間内に達成させるためには、行政の役割はもとより、民間活力を誘発させる必要がある。そのための次のような施策を行っていく。

1) 大型商業施設進出支援事業

中心市街地に立地する百貨店などの大型商業施設の存在は、集客施設の核であることはもとより、まちの顔でもあり、まちのイメージがこれにより大きく左右されるため、市民や都心商業者・事業者などから政令指定都市にふさわしい魅力ある大型商業施設の集積が求められている。こうしたことから、商業の核となる広域集客・大型商業施設の進出を促進させるための支援を行う。

- ・進出時の初期投資である店舗部分の内装工事費の2分の1を補助（上限5億円）
- ・償却資産に係る固定資産税を、1年目～3年目までは通常税額の3分の1に、4年目～5年目までは2分の1に軽減
- ・事業所税を、1月目～36月目までは通常税額の3分の1に、37月目～60月目までは2分の1に軽減

2) 中心市街地優遇税制

新規の個別事業者が、直接適用を受ける施策を充実することにより、商業機能をはじめとする多様な機能集積や居住人口増加などを促し、市の顔となる中心市街地を活性化させることが求められる。

このため、店舗などを営業し、その業の用に供する部分の床面積が1階床面積の2分の1以上である場合、増設の際の建物に係る固定資産税を下記の内容で軽減し、未・低利用地の高度利用や老朽化している建物の建替えに着手しやすくなることにより中心市街地への投資や企業活動を誘発し、商業の活性化を図る。

- ・対象範囲は、新築・増築された家屋全体
- ・期間は1家屋につき最長5年間
- ・初年度～3年度目までは通常税額を3分の1に、4年度目～5年度目までは2分の1に軽減

3) 都市再生緊急整備地域

都市再生への取り組みを推進するために、民間事業者が、より一層積極的に都市再生へ取り組むことができる環境を整備する事が求められている。

このため、都市の再生の拠点として、都市開発事業などを通じて緊急かつ重点的に市街地の整備を推進すべき地域を都市再生緊急整備地域の指定を受け、都市計画などの規制緩和の特例、金融支援、税制の特例などを与えることができる環境を整備し、重点的にその地域に民間投資を誘発させる。

4) 商業創業者支援制度

郊外にはない都心にふさわしい都市文化、魅力を体現するのは、百貨店であり個性的で魅力ある商店街である。中心市街地の活性化は、大規模商業施設を核として郊外にはない魅力ある店舗が連たんした商店街が線として、お互いを補完し合い相乗効果を生むことが望まれる。

このため、市内で最も集客力がある空間である中心市街地の特性を活かして、魅力ある新しい店舗が次々と生まれる空間となるよう、商業の創業者に対し初期投資の一部を補助することにより商業の活性化を図る。

- ・内装工事にかかる経費の2分の1を補助（最大250万円）
- ・家賃補助として2分の1で最大で月10万円、12ヶ月で120万円を補助

5) 都心ビジネスアレー構想の推進

本市のオフィス空室率は、平成17年6月期の調査で14.6%と引き続き高く、同規模他都市と比べても依然厳しい環境に置かれている。

このため、中心市街地の賑わいを創出する大きな要因の一つである就業人口の拡大を図るため、都心ビジネスが集積されるよう民間活力の導入を図る。

- ・オフィスの賃料の補助
- ・オフィスビルへのコンバージョンに対する支援
- ・起業支援 など

6) シビックコア地区整備による都市拠点の形成

魅力と賑わいある都市の拠点となる地区の形成を図るため、東地区を中心とした約13.4haを官公庁施設や民間建築物等を含めた浜松市シビックコア地区として位置付け、より便利な行政サービスを提供するとともに、地域の顔となるような新しい魅力と賑わいに溢れた地域づくりを推進している。

これにより、関連する都市整備事業とも連携が図られ、良好な市街地環境が形成されるとともに、官公庁施設が先導的役割を果たし民間建築物等の誘発を促進する。

[5] 数値目標の設定

(1) 「百貨店と商店街とが一体となった魅力ある商業空間の形成」の数値目標

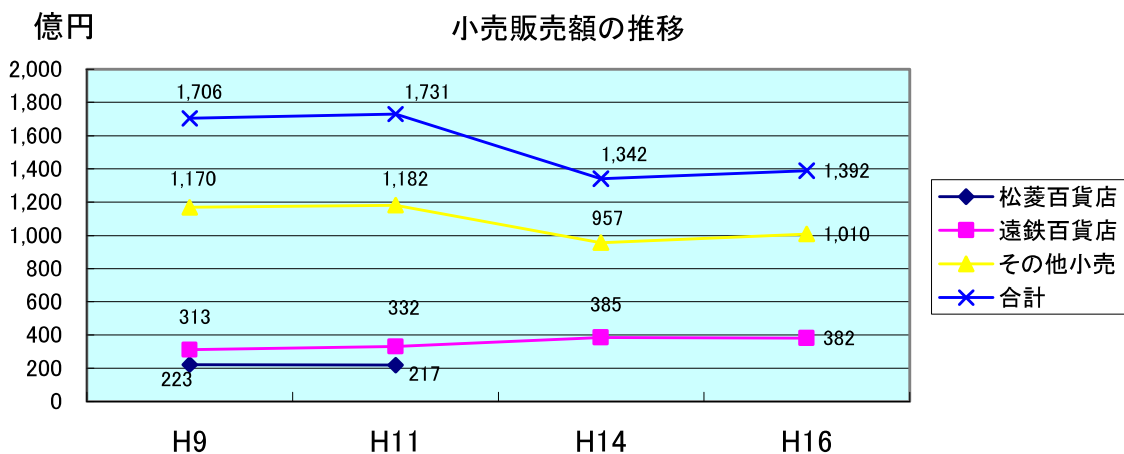
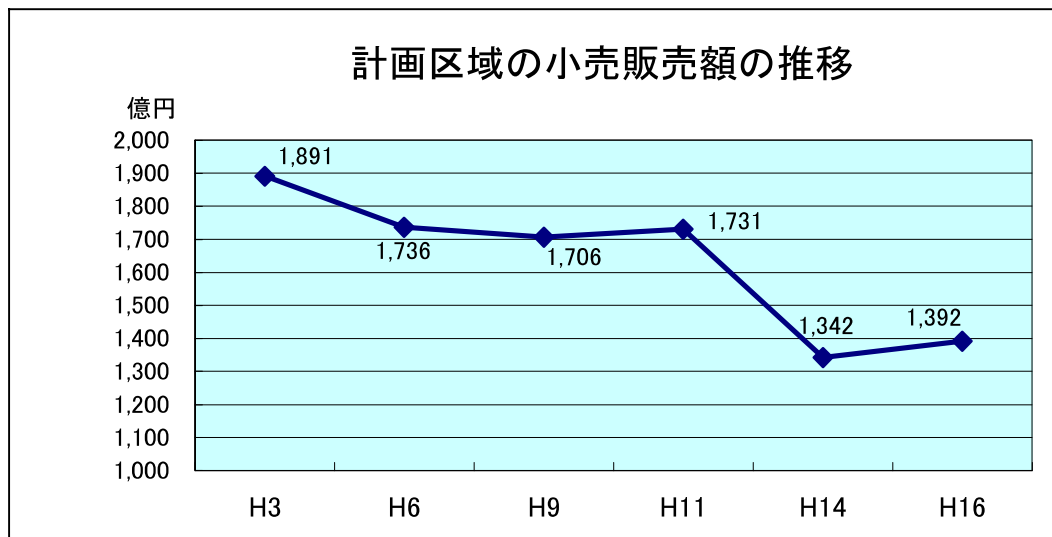
「魅力ある商業空間の形成」を図る数値目標として、小売販売額、歩行者通行量を設定する

小売販売額

1) 現状分析

小売販売額は、下のグラフに示すようにピーク時と比較すると大きく減少している。平成14年度の小売販売額が平成11年度と比較して大きく減少した要因としては、平成13年に倒産した松菱百貨店の影響が強いと考えられる。これは、「大型店出店に伴う地元中小小売業界への影響調査報告書（平成18年 浜松商工会議所）」（添付資料：17～18頁を参照）の中で松菱百貨店倒産によるマイナス影響を48.6%の小売業者が回答していることから伺える。

一方、既存百貨店の売上高は平成18年度393億円と回復傾向にあるとともに、その他小売店についても上昇傾向にはあるものの、平成18、19年の相次ぐ中核的商業施設の撤退が中心市街地に少なからぬ影響を与えると想定され、松菱跡の再生は中心市街地の商業活性化に向けての緊急の課題である。



2) 数値目標の設定

松菱百貨店倒産後、上新電機、イトーヨーカドー浜松駅前店と相次ぐ大型店の撤退により都心の魅力が薄れてきている。このため、「魅力ある商業空間の形成」の指標として「小売販売額」を設定し、松菱百貨店倒産前（平成11年度）の小売販売額に回復することを目標として、1,700億円を数値目標とする。

小売販売額

平成16年度	目標
1,392億円	1,700億円

3) 数値目標設定の考え方

＜大丸百貨店出店による小売販売額増加＞

松菱跡地に出店する大規模商業施設（大丸百貨店）の売上は250億円（大丸百貨店による初年度売上予想、松菱百貨店倒産時2月期までの売上高204億円、最盛期262億円）が見込まれており、周辺商業への波及効果も含めた小売販売額の増加が見込まれる。

○波及効果による「その他小売」の売上増加：250億円増加

平成11年度の売上が217億円であった松菱百貨店の倒産に伴い、「その他小売」の販売額は225億円（※）減少したことから、大丸百貨店の出店の波及効果は大丸百貨店の売上高と同等であると推測できる。

したがって、大丸百貨店の計画売上高である250億を「その他小売」の販売額に対する波及効果として見込む。

※松菱百貨店倒産前後の「その他小売」の販売額：225億円減少

H11小売販売額1,182億円－H14小売販売額957億円＝225億円

○既存百貨店については、競合により小売販売額：59億円減少

51億円（遠鉄売上増加額）／217億円（松菱売上）×250億円（大丸売上）
＝59億円

・遠鉄百貨店売上増加額＝H14売上額385億円－H12売上額334億円＝51億円

以上より、

250億円	+	250億円	-	59億円	=	441億円
大丸百貨店売上		「その他小売」への波及効果		既存百貨店への影響		

＜イトーヨーカドー浜松駅前店及び上新電機の撤退による小売販売額減少＞

平成18年及び19年に、計画区域内からイトーヨーカドー浜松駅前店及び上新電機が相次いで撤退したことにより、周辺商業への波及効果も含めて小売販売額の減少が見込まれる。

○イトーヨーカドー及び上新電機の平成18年度売上：62億円

○イトーヨーカドー及び上新電機撤退による「その他小売」の販売額：62億円減少

（上記の大丸百貨店の進出効果と同様に、イトーヨーカドー及び上新電機の売上と同等の影響があるものと推測する）

以上より、

62 億円	+	62 億円	=	124 億円
徹底店舗の売上		「その他小売」への影響		

数値目標	=	1,392 億円	+	441 億円	-	124 億円
	=	1,709 億円				
	≒	1,700 億円				

なお、平成 14 年度以降、計画区域内の小売販売額は回復傾向にあり、さらに次の<その他中心市街地活性化に向けた小売店への支援>を行うこととしているが、郊外大規模商業施設の出店・増床が計画されており、この影響と相殺するものと考え考慮しないものとする。

★参考

イオン浜松市野ショッピングセンター（増床）

予定工期 平成 19 年 9 月 1 日～平成 20 年 10 月 31 日

区分	既存店舗	増床分	合計
床面積	38,801 m ²	24,116 m ²	62,917 m ²

サンストリート浜北（新規）

平成 19 年 7 月 4 日開店

区分	店舗
床面積	19,553 m ²

<その他中心市街地活性化に向けた小売店への支援>

大丸百貨店出店による小売店への波及効果を補完し、魅力的で賑わいのある街並みの形成に寄与するため支援を行う。

①商業創業者支援制度

平成 19 年度からの本市独自の支援制度の実施により、中心市街地への新規出店として、一般飲食店並びに理容・美容業等の事業開始を支援するもの。

②駐車場料金の値下げ及び共通ポイントカードシステムの導入

平成 19 年度から実施予定の市営駐車場・民間駐車場料金の値下げ、及び平成 22 年度の導入目標である共通ポイントカードシステムの稼働による集客の増加を図るもの。

4) フォローアップの考え方

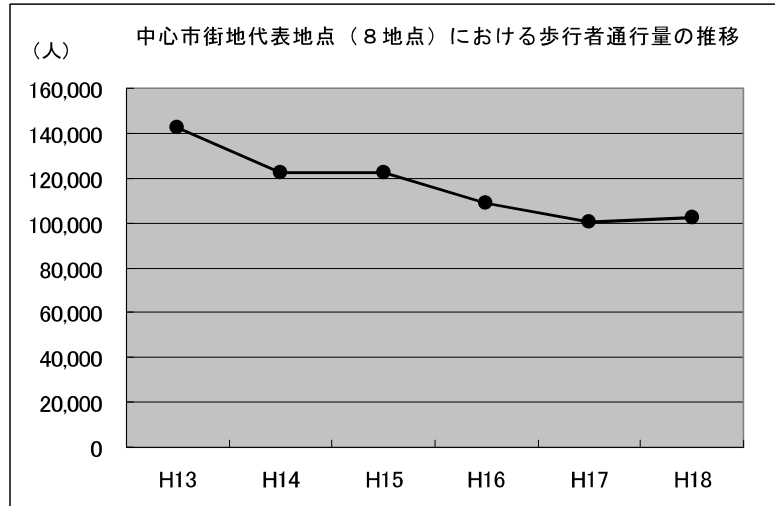
中心市街地の小売販売額は、商業統計調査の数値を根拠としており、平成 19 年度、平成 21 年度（簡易調査）の商業統計の調査結果に基づき目標数値の達成状況を把握する。これに加えて、大規模商業施設の小売販売額の調査や事業者アンケート調査を毎年度実施し、達成状況及び事業の進捗状況を把握し、状況に応じて目標達成に向けた措置を講じるものとする。

歩行者通行量

1) 現状分析

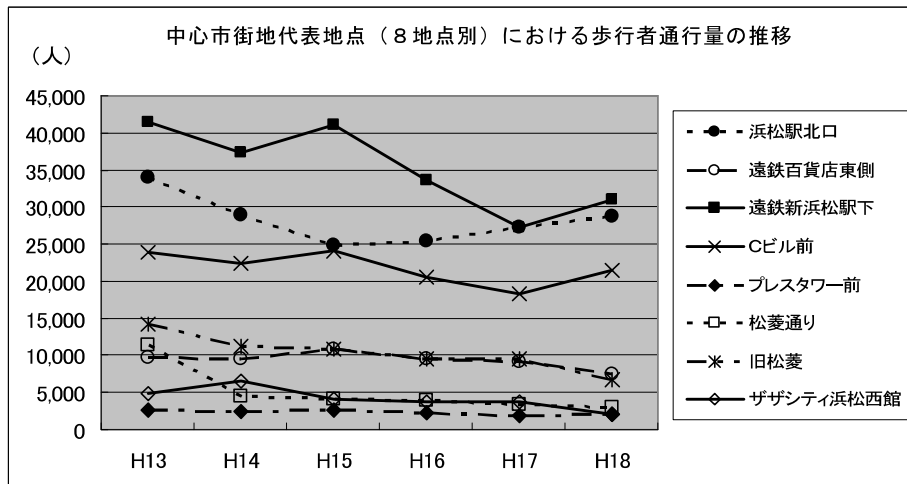
本市の中心市街地を中心とした休日の歩行者通行量は減少傾向にあり、その大きな要因の一つとして、平成13年11月の松菱百貨店の経営破綻が挙げられる。

下図のように、商業力が集積している8地点（10月 休日）の歩行者通行量の推移を見てもその傾向が伺える。

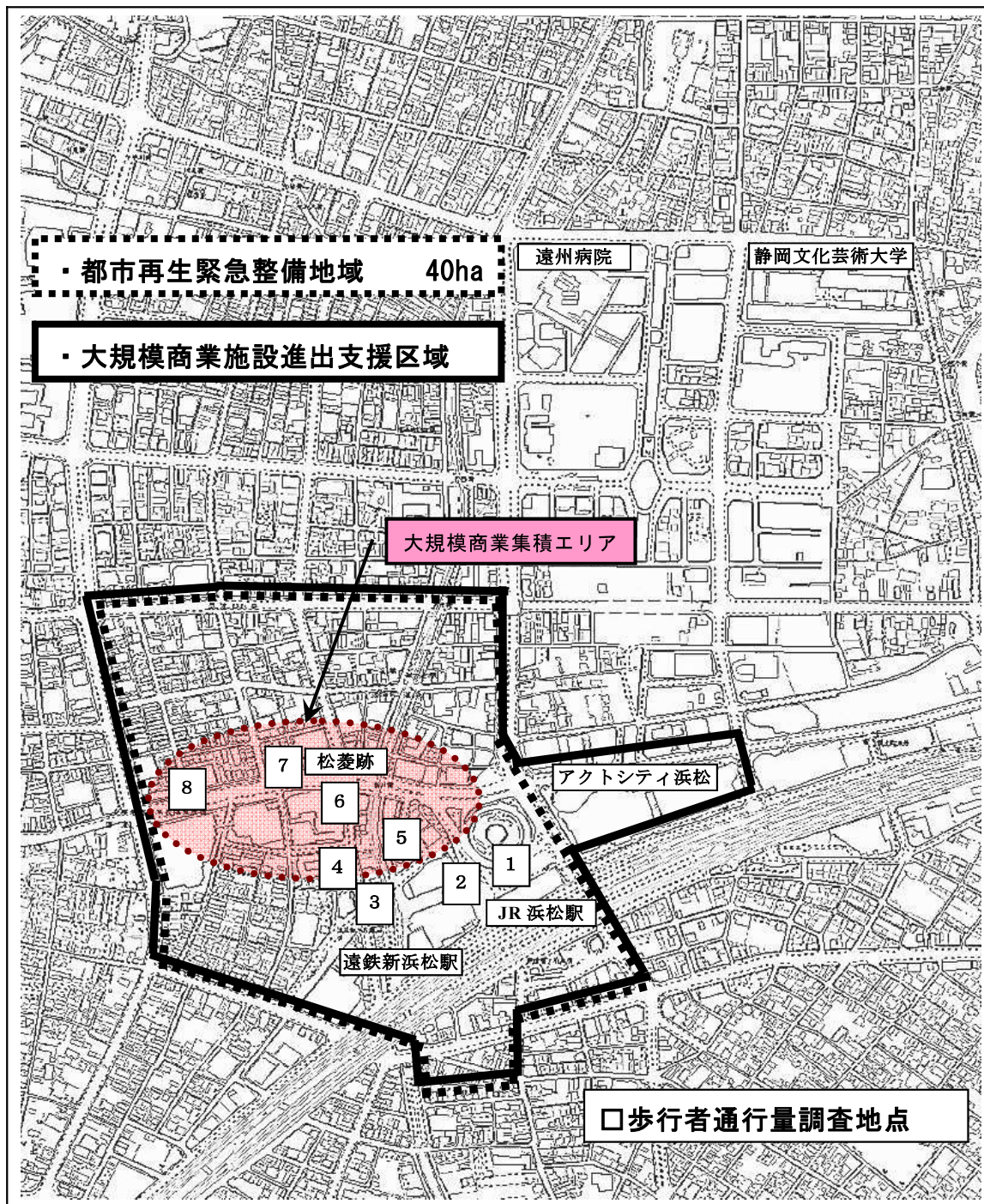


次に、この8地点における各地点の休日の歩行者通行量推移について見てみると、旧松菱を中心とした調査地点における歩行者通行量は松菱の破綻の影響を直接的に受ける「松菱通り」「旧松菱」といった調査地点において減少傾向にあることがうかがえる。

一方、「浜松駅北口」「遠鉄新浜松駅北側」「Cビル前」の3ポイントでは回復傾向にあるものの、平成13年度と比較すると、全調査地点において歩行者通行量は減少している。



<歩行者通行量調査地点図>



平成 18 年度 休日の歩行者通行量（8 地点別）

測点	H13	H14	H15	H16	H17	H18
1 浜松駅北口	34,055	28,854	24,909	25,473	27,216	28,724
2 遠鉄百貨店東側	9,801	9,508	10,914	9,558	9,095	7,506
3 遠鉄新浜松駅下	41,517	37,254	41,117	33,625	27,300	30,931
4 Cビル前	23,875	22,456	24,010	20,610	18,231	21,391
5 プレスタワー前	2,624	2,392	2,646	2,169	1,780	2,111
6 松菱通り	11,357	4,420	4,105	3,843	3,302	2,927
7 旧松菱	14,154	11,182	10,840	9,571	9,571	6,793
8 ザザシティ浜松西館	4,867	6,607	4,048	3,766	3,766	2,106
合計	142,250	122,673	122,589	108,615	100,261	102,489

2) 数値目標の設定

「賑わい」を端的に示す指標として、街の魅力を求めてやってくる休日の8地点における歩行者通行量を設定し、休日の8地点の歩行者通行量を松菱百貨店の経営破綻以前である平成13年度の歩行者通行量に戻すことを目指し、142,500人を数値目標とする。

歩行者通行量（休日）

(8地点の合計歩行者通行量の合計)

現状（平成18年）	目標
102,489人	142,500人

3) 数値目標設定の考え方

<松菱跡への大規模商業施設の進出による効果>

大丸百貨店（売場面積35,000㎡）の進出により、来街者数を増加させ、中心市街地の歩行者通行量を増加させる。

18年度の中心市街地における大規模商業施設の合計来館者数は2,534万人（遠鉄百貨店、ザザシティ浜松西館・中央館、メイワン、サゴアの合計）である。大丸百貨店の来館者見込みは1,000万人（進出基本計画による）であり、大規模商業施設への合計来館者数は3,534万人（1.39倍）となる。

大規模商業集積エリア周辺に位置する8地点の合計歩行者通行量のうち、大規模商業施設を利用する割合は一定であると仮定すると、歩行者通行量（8地点合計）と中心市街地の大規模商業施設合計来館者数に比例することになる。したがって、大丸出店後の歩行者通行量（休日）は、平成18年度の歩行者通行量102,489人の1.39倍を見込むこととする。

中心市街地の大規模商業施設の来館者数

2,534万人（18年度）+1,000万人（大丸計画）=3,534万人（1.39倍）

数値目標 = 102,489人（18年度）×1.39 = 142,460人 ÷ 142,500人

4) フォローアップの考え方

歩行者通行量については、毎年10月の休日に実施している歩行者通行量調査のデータを根拠としている。その結果に基づき毎年目標達成状況を確認・把握する。また、フォローアップの精度を向上させるため、平成19年度からは1年間に複数回の歩行者通行量調査を実施する。これらの結果に基づき、状況に応じて目標達成に向けたより適切な措置を講じるものとする。

(2) 「浜松らしい都市文化の演出による洗練された都心生活空間の形成」の数値目標

「浜松らしい都市文化の演出による洗練された都心生活空間の形成」を図るためには居住者の増加が不可欠であり、「都心居住人口」を指標として設定する。

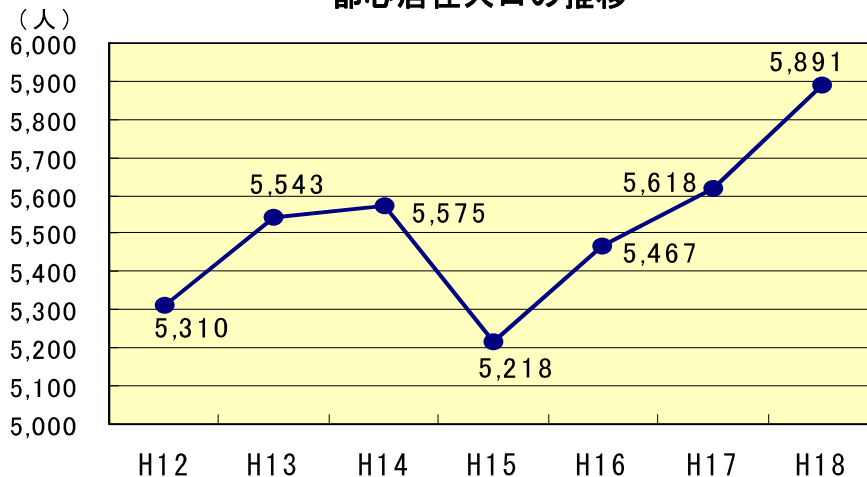
都心居住人口

1) 現状分析

平成 15 年に東地区土地区画整理事業に伴い一時的な人口減少が見られるが、平成 16 年度からは回復・増加傾向にある。

これは、東地区土地区画整理事業の推進により、居住空間及びその周辺の整備や様々な文化機能が集積され、アクト通りを中心に多くの市民イベントが開催されるなど、魅力的かつ洗練された都心生活空間の形成がなされたことによるものと考えられる。

都心居住人口の推移



2) 数値目標の設定

少子高齢化に伴う都心回帰のため、都心居住人口は増加傾向にあるが、特に公園、静岡文化芸術大学、地域住民の憩いの空間としてアクト通り（遊歩道）が整備された東地区及びその周辺において、民間事業者による新たなマンションの建設促進と文化的かつ魅力的な都心生活空間を形成するための諸施策の実施により、7,800 人を数値目標とする。

居住人口

実績（平成 18 年）	目標
5, 8 9 1 人	7, 8 0 0 人

3) 数値目標設定の考え方

<市街地再開発事業>

①旭・板屋地区再開発事業

……193戸×1棟×2.25人 434人(S社) 平成21年8月完成予定

……50戸×1棟×2.25人 113人(D社) 平成20年完成予定

②浜松東第一26街区優良建築物等整備事業

……62戸×1棟×2.25人 140人(A社) 平成20年1月完成予定

③東地区及びその周辺マンション建設予定

……350戸×1棟×2.25人 788人(S社) 平成23年完成予定

……118戸×1棟×2.25人 266人(S社) 平成19年完成予定

世帯平均人数(浜松中心部のデータより)

人口8,267人/世帯数3,661戸=2.25人(平成19年4月現在)

市街地再開発事業		戸数	人数
①	旭・板屋地区再開発事業	243戸	547人
②	浜松東第一26街区優良建築物等整備事業	62戸	140人
③	東地区及びその周辺のマンション建設予定	468戸	1,054人
計		773戸	1,741人

さらに、次頁の諸施策による効果として、3%増加を見込むこととすると、

数値目標 = 5,891人(H18年)+1,741人+177人(5,891人×3%) = 7,809人 ≒ 7,800人
--

＜文化的かつ魅力的な都心生活空間を形成するための諸施策＞

①鍛冶町地区再生事業、松菱通り B-3 ブロック再開発事業

鍛冶町地区再生事業により整備される大規模商業施設内に、美術館・ギャラリー機能（床面積 1,000 m²）を整備し、巡回展を開催するなど文化機能の充実を図る。

②浜松ぐるっとパス（市内文化施設の共通入場券）の発行

市内 22 の文化施設の入場券・割引券を綴った「浜松ぐるっとパス」を発行する。この共通券の発行によって、中心市街地の文化施設（浜松市美術館、木下恵介記念館、浜松市楽器博物館、浜松科学館）についてもその魅力を市民に広く伝えるとともに公共文化施設の利便性の向上を図る。

③まちなか公共空間利活用制度の拡充

地域再生計画として国から認定を受けて平成 18 年 3 月より施行された「まちなか公共空間利活用制度」は、市民が自主的に企画する様々なイベントや文化事業により中心市街地の活気や賑わいを創出するため、市がまちなかの公共スペースを提供し支援するものである。平成 18 年 3 月から平成 19 年 2 月までの 1 年間における市民主催のイベント・文化事業の開催件数は 30 件（開催日数は述べ 57 日）である。

今後は、市内の大企業や中小企業に、製品発表の場として活用してもらうように制度の説明や利活用を働きかけるとともに、市外の大企業についても同様の働きかけを行う。またエリア毎に特例用途を設定するなど制度面の工夫を加え、利活用件数の増加を図る。

④都心にぎわい特定集客イベント事業費補助金制度を活用した事業の誘致

市民主体の屋外を中心とした大規模集客イベントに対して行う「都心にぎわい特定集客イベント事業費補助金制度」を活用し、良質なイベント・文化事業等を内外から積極的に中心市街地へ誘致する。

⑤中心市街地における「花と緑のまち・浜松」の推進

本市が 2004 年に開催した浜名湖花博（静岡国際園芸博覧会）のノウハウを生かし、中心市街地に花と緑で包まれた潤いのある都市空間を創出する。このため、「まちなか公共空間」を積極的に活用した浜松市企業展示花壇事業や中心市街地の花飾り講習会の開催、JR 浜松駅前やアクト通りの花のまちシンボルスペース花飾りなどを市民協働によって実施し、来街者に安らぎを与える中心市街地における「花と緑のまち・浜松」を推進する。

- 浜松市企業展示花壇事業の推進
- 中心市街地の花飾り講習会の推進
- 花のまちシンボルスペース花飾り事業の推進

⑥ 中心市街地における「音楽の都・浜松」の推進

本市がこれまで取り組んできた音楽のまちづくりについて、中心市街地をステージに見立てた、音楽による「出会い・ふれあい・響き合い」の場を創出する。このため、「まちなか公共空間」を積極的に活用した音楽イベントを市民協働によって実施し、来街者に活気と賑わいを与える中心市街地における「音楽の都・浜松」を推進する。

- 世界青少年合唱祭の開催

⑦ 2009 年浜松国際モザイカルチャー大会の開催

花や緑を組み合わせ、その色合いや特性を活かしながらモザイク状・幾何学状に配置することで作品を作り出す「モザイカルチャー」の国際大会を 2009 年に実施する。

そのサブ会場として中心市街地の「まちなか公共空間」を積極的に活用するとともに、大会期間中に浜松市が世界に誇る国際的音楽イベントである浜松国際ピアノコンクールを開催し、中心市街地における「花と緑のまち・浜松」や「音楽の都・浜松」の取り組みをさらに効果的に推進する。

- 2009 年浜松国際モザイカルチャー大会の開催

4) フォローアップの考え

中心市街地の居住人口は、住民基本台帳を根拠としており、毎年3月に、それに基づき目標数値の達成状況を確認するとともに、事業の進捗状況を確認し、状況に応じて目標達成に向けて、適切な措置を講じるものとする。

また、都心の生活空間を魅力的なものとするため補完的に進めていく各種文化施策については、毎年の進捗状況を把握し、必要に応じてより効果的な施策や措置を講じるものとする。

(3) 「“やらまいかスピリッツ”が息づく創業都市・浜松にふさわしい業務機能の集積」の数値目標

「“やらまいかスピリッツ”が息づく業務機能の集積」を端的に示す指標として、就業人口を設定する。

就業人口

1) 現状分析

中心市街地における就業人口数は平成13年度の松菱百貨店倒産が引き金となった卸売・小売業従業者数の減、大手製造業本社の合理化、高竜土地区画整理事業による事業所の移転などを要因として4,400人あまりの減少となった。



2) 数値目標の設定

都心再生戦略会議で策定した「浜松市中心市街地活性化に向けた基本方針」(H19～H28)では、就業人口について中心市街地における商業機能の低下に伴い就労者数の下落が始まった平成13年度の基準に戻すことを前提とし、平成28年度までの10年間で43,000人とすることとしている。

就業人口については、事業者・企業統計調査を根拠としているが、平成18年の就業人口について現時点で結果が出ていないため、平成16年値と平成28年目標値を結ぶ線上にある平成23年予測値と平成16年値の差に相当する就業人口の増加分2,400人を数値目標として設定する。

就業人口

就業人口増加数 (平成16年度比)

目標
2,400人

3) 数値目標設定の考え方

<シビックコア計画による行政機能の集積>

- ①官公庁の集積による行政・司法機能の強化 …… 計画就業人口 410 人増
- ②民間建設物の誘発による業務集積 …… 就業人口 90 人増、事業所数 30 増
※弁護士、司法書士、税理士などの事務所の移転
※浜松市内の弁護士、司法書士などの事務所数より想定

<商業振興施策>

- ①松菱跡への大規模商業施設の進出 …… 就業人口 800 人増
※他地区同規模の百貨店の進出の場合より想定
- ②大型商業施設進出支援事業 …… 就業人口 150 人増
※現在核テナントが撤退したビオラ田町（店舗面積 3,015 m²）を、大型商業施設進出支援事業を活用し再生させる効果
※中心市街地の小売業（すべて）の小売業の就業人口 6,853 人、店舗面積 135,227 m²
平均 5 人/100 m²
※5 人/100 m² × 3,015 m² = 150 人
- ③商業創業者支援制度による新規創業 …… 就業人口 75 人増
※3 店/年（公募による支援件数）×5 年 = 15 店
※中心市街地における繊維・衣服、飲食料、家具・じゅう器・機械器具小売業（支援の想定外の百貨店や自動車等小売を除いた小売業）の店舗数 1,095 店、就業人口計 5,116 人、平均 5 人/店
※15 店 × 5 人/店 = 75 人
- ④中心市街地優遇税制の効果 …… 就業人口 300 人増
※新規申請件数 10 事業所/年 × 5 年 = 50 事業所・・・これまでの実績と今後の予測
※中心市街地の小売業（すべて）の事業所数 1,114 事業所、小売業の就業人口 6,853 人、平均 6 人/事業所
※上記の数値 計画期間（平成 19 年度～23 年度） 50 事業所 × 6 人/事業所 = 300 人

<旭・板屋地区市街地再開発事業の効果>

…… 就業人口 125 人増（48 人 + 31 人 + 46 人）

①商業スペース

B 地区 957 m² …… 就業人口 48 人増

C 地区 618 m² …… 就業人口 31 人増

※中心市街地における繊維・衣服、飲食料、家具・じゅう器・機械器具小売業の店舗面積 98,818 m² 従業員数 5,116 人 100 m² 当たりの従業員数 5 人

B 地区 5 人 × 957 m²/100 m² = 48 人

C 地区 5 人 × 618 m²/100 m² = 31 人

②業務スペース（B、C 地区それぞれにホテル・旅館各 1） …… 就業人口 46 人増

B 地区 2,693 m²

C 地区 1,440 m²

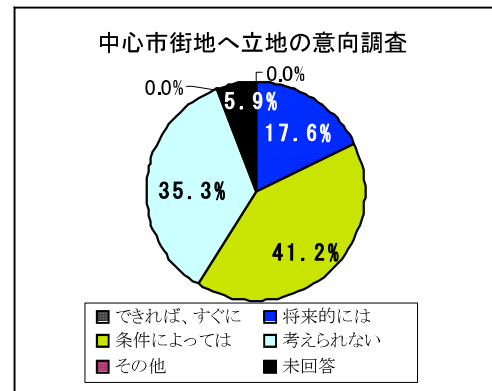
※浜松市における旅館，その他の宿泊所の事業所数 162、従業者数 3,697 人、1 事業所平均 23 人

＜都心ビジネスアレー構想、創業都市構想の推進による効果＞

オフィス進出支援事業の効果…… 就業人口 480 人増

本市において新設事業所数が年間約 1,100 件あり、起業の場を中心市街地に誘導すべくインセンティブ制度を設けるものである。なお、起業家塾メンバーを対象に中心市街地への立地の意向調査を行ったところ、55.8%が中心市街地への立地を考えており、その中心市街地への立地意欲を実現できるよう、中心市街地への立地支援制度を構築していくものである。

- ・ オフィス進出支援事業の創設（平成 20 年度～）
 ※募集件数 10 事業所／年×4 年＝40 事業所
- ・ オフィスビルへのコンバージョン支援
- ・ 起業支援
- ・ 相談等のバックアップ体制の充実など
 ※中心市街地の 1 事業所あたりの平均就業人口
 12 人×40 事業所＝480 人増



施策効果	シビックコア計画による行政機能の集積	410 人
	商業振興施策	1,325 人
	・ 松菱跡への大規模商業施設進出	800 人
	・ 大型商業施設進出支援事業	150 人
	・ 商業創業者支援制度による新規創業	75 人
	・ 中心市街地優遇税制の効果	300 人
市街地再開発事業（旭・板屋地区）	125 人	
都心ビジネスアレー構想、創業都市構想の推進	480 人	
施策による就業人口増加		2,340 人

以上より、数値目標は 2,400 人 と見込む。

4) フォローアップの考え方

事業所・就業人口の数値は、事業所・企業統計調査の調査結果を根拠としており、平成 18 年度、平成 21 年度（簡易調査）及び平成 23 年度の事業所・企業統計調査に基づき目標数値の達成状況を把握する。それに基づき、目標数値の達成状況を確認するとともに、事業の進捗状況把握し、状況に応じて目標達成に向けた措置を講じるものとする。また、事業所・企業統計は統計結果の集計に時間を要するため、これを補完するデータとして、毎年、中心市街地の物件を主に扱っている不動産業者にアンケート調査を行い、事業所数、従業員数等の状況を把握し、フォローアップしていくものとする。

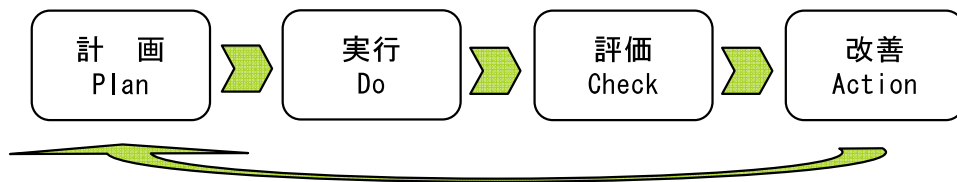
[6] レビュー体制の構築

目標像を実現し、中心市街地の活性化を図るためには、P D C Aサイクルの視点に立ち活性化施策を推進していく必要がある。そのため、活性化施策の効果の測定及び見直し作業（Check & Action）が大切になる。まず、施策の効果을把握するために設定した数値目標への到達度及び各事業の進捗状況を把握し、その上で、現状分析を行い、検証・評価を加え、それに応じて適切な措置を講じていく必要がある。

そのためには、客観的視点に立ち、レビューを行うことができる体制を構築していく必要がある。レビュー作業では、事業の実施効果や課題などの継続的な評価に加え、経済社会情勢の変化などによって計画通りの事業進捗が困難であると判断される場合には事業の抜本的な見直しを行うなど迅速かつ的確な対応が求められる。

具体的には、浜松商工会議所において目標数値への到達度や事業の進捗率、その他必要なデータを収集・分析し、「浜松市中心市街地活性化協議会」に報告する。同協議会における年1回以上のレビュー作業により、施策の総合的な評価や改善、事業の見直しなどを行い、中心市街地の3つの目標像の実現に向けて効果的に取り組んでいくこととする。

< P D C A サイクル >



< レビュー体制 > 中心市街地活性化協議会により総合的に施策の評価・改善策を検討

