

## 5-3 プランの指標と評価

本プランの成果を評価するため、「中心市街地の通行量」、「中心市街地の居住人口」、「中心市街地の地価」を指標に設定します。

これまでには基本方針ごとに指標を設定していましたが、基本方針に位置付ける事業の成果が、複数の指標に影響を寄与するものが多いことから、この3つの指標を用いて総合的に評価しようとするものです。

### 1 中心市街地の通行量

商店街等の魅力や中心市街地区域内外の回遊性が向上し、多くの人が街に滞留することで、消費活動を含めた様々な面で中心市街地に賑わいが創出され、活性化が期待されることから、「中心市街地の通行量」を指標として採用します。

プラン最終年目標値は、主要5地点における~~R5年3月25日～4月28日 R5年度まで~~の一週間ごとの人・自転車の通行量の平均値を基準とし、前プランの目標設定にならい、~~9.47.52%~~増加を目指すこととし、~~365,000~~<sub>335,700</sub>人に設定しています。

なお、前プランにおける通行量は、主要8地点における3月の平日1日と休日1日の人・自転車の通行量の平均値としていたものであります。~~が、本プランにおける通行量では、計測する方法や地点を変更していることから、両者の令和4年(2022年)度の現状値は一致しないものです。~~

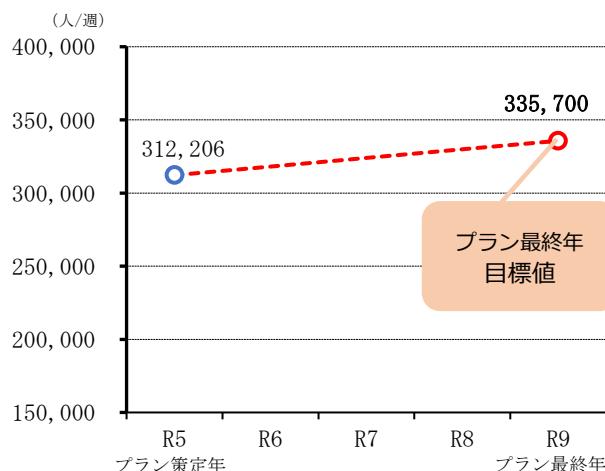


図-29-1 中心市街地の通行量の現状と目標値

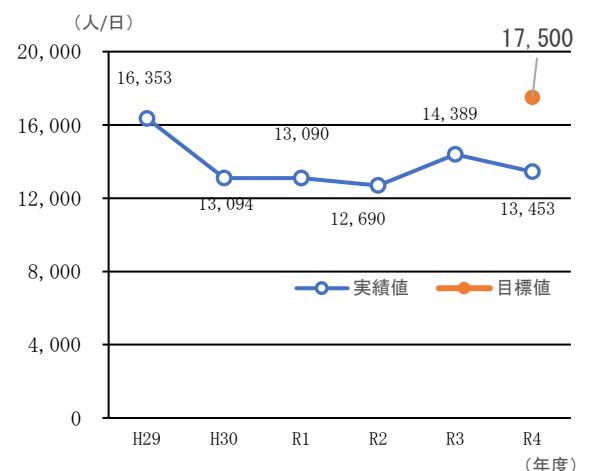


図-29-2 前(第1期)プランの実績値と目標値

資料：盛岡まちづくり(株)

※ 図-29-1の通行量は、中心市街地の主要5地点（盛岡駅前（東口バスロータリー内）、材木町（旭橋と中央通りを結ぶ路線との）交差点、大通・映画館通り交差点、中央通・映画館通り交差点、肴町アーケード（八幡通りからの肴町を結ぶ路線との）交差点）における9時～18時の時間帯の歩行者、自転車（盛岡駅前を除く）の1週間の通行量の平均値とします。

※ 図-29-2の通行量は、中心市街地の主要8地点（盛岡駅前通2地点、大通二丁目2地点、東大通2地点、肴町2地点）の3月の平日1日と休日1日の人・自転車の通行量の平均値となります。

## 第6章 目標達成のための取組

### 6-1「基本方針1」商店街等の魅力・経営力の強化による地域経済の活性化

#### a 商店街、商業施設などを中心とした賑わい創出

(a-1～a-8 省略)

##### a-9 もりおか味と工芸展

ソフト事業[実施主体: もりおか味と工芸展実行委員会/担当課: ものづくり推進課  
/実施期間: 計画期間中全て/実施場所: 菜園]

中心市街地の百貨店を会場に、盛岡地域で製造・加工された食品及び民工芸品を展示即売します。

盛岡地域で育まれた地場産業や盛岡ブランドの特産品の宣伝を行い、地場産業の活性化を図るとともに、中心市街地の賑わい作りにつなげます。

(a-10～a-24 省略)

#### b 商店街等の魅力や、地域事業者の経営力の強化に対する支援

(b-1～b-7 省略)

##### b-8 起業家・アントレプレナーシップ形成支援事業

ソフト事業[実施主体: 盛岡市/担当課: 立地創業支援室/実施期間: 計画期間中全て/  
実施場所: 中心市街地を含む市内一円]

起業や創業を志す方を対象に、「起業家塾@もりおか」~~及び「盛岡地域ビジネスプランコンテスト  
+創業機運醸成イベント、起業希望者・起業家交流会~~等を開催するとともに、中小企業の新事業開発担当者なども含め、全国・世界を目指した事業を創出するアントレプレナーシップを形成します。

新規創業者や地域の事業者の経営力の強化を図ります。

(b-8～b-12 省略)

### 6-2「基本方針2」暮らしや便利さを支える拠点機能・住環境の充実

#### c 都市機能の中核を担う拠点施設等の充実

(修正なし: c-1～c-18 省略)

d 道路整備などによる住環境の充実

(修正なし : d-1～d-6 省略)

6-3「基本方針3」中心市街地区域内外の回遊性の向上

e 中心市街地区域内外をつなぐ仕組みづくり

(修正なし : e-1～e-11 省略)

f 公共交通、徒歩・自転車で移動しやすい環境の整備

(修正なし : f-1～f-11 省略)

6-4「基本方針4」タウンマネジメント機能の強化

(修正なし : g-1～g-2 省略)

g-3 マーケティング支援のための仕組みづくり調査研究事業



ソフト事業[実施主体:盛岡まちづくり株式会社、盛岡ValueCity株式会社・盛岡市/担当課:経済企画課/実施期間:令和5年度～令和7年度/実施場所:中心市街地]

盛岡地域独自の電子決済サービスである「MORIO Pay」と連携し、データを活用した商店街、事業者のマーケティング支援を行うための仕組みについて調査研究します。

官民連携の推進やデータの利活用により、盛岡まちづくり株式会社のタウンマネジメント機能の強化を図ります。