

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

コンパクトシティ松山～市内中心部の人・経済・文化の好循環～

2 地域再生計画の作成主体の名称

松山市

3 地域再生計画の区域

松山市の全域

4 地域再生計画の目標

4-1 地方創生の実現における構造的な課題

中心市街地の商店街の通行量は年々減少し、小売販売額（物販）も年々減少している。10年前の平成19年と比べ休日の通行量は約180,585人から140,233人へと約2割減少し、小売販売額に至っては2,554億8千万円から1,886億3千万円へと26%減少しており、まちの賑わいや活力が失われつつある。

4-2 地方創生として目指す将来像

松山市の中心部は、江戸時代から城下町として栄え、明治22年の市制施行後も、文化の中心地、そして商業の集積地として経済活動等が発展してきた。中心部は、松山城を中心に5本の都市間幹線道路（国道）及び伊予鉄道松山市駅を中心に3本の鉄道郊外線があり、人・ものが中心部に集まる構造となっている。また、約1kmにおよぶアーケード商店街の大街道・銀天街や四国唯一の地下街まつちかタウンとその両端には百貨店ほか、多種多様な店舗が集積しており、買回り品では、愛媛県下一円を商圈としている。加えて、その周辺には飲食店も多数集積し、繁華街を形成している。官公庁はもちろん、福祉・文化芸術の拠点施設や愛媛大学、松山大学等教育施設、更に松山赤十字病院、県立中央病院、市民病院等の基幹病院が整備されており、都市機能は中心部に集中している。さらに松山城などの観光資源や、城下町ならではの伝統文化の継承、及び俳句や新たな文化芸術の発信がなされている。

近年は、市内各所へのスーパーの立地や近隣自治体への大型ショッピングモールの出店、また通信販売市場の拡大などにより、中心部の商業は物販を中心としてその衰退が進んでいる。しかしながら、平成29年9月には、伊予

鉄道の中心駅松山市駅と広大な芝生広場がある松山城城山公園堀之内地区を結ぶ花園町商店街の道路空間が改変され、広く快適な歩行空間が生まれる予定であり、中心市街地を再興するまたとない好機である。

そこで、城山公園堀之内地区から広く快適な歩行空間が生まれた花園町商店街、それに続く地下街であるまつちかタウン、約1kmにおよぶアーケード商店街の大街道・銀天街からロープウェー商店街に至る安全で快適な歩行空間を、集客イベントなどで繋ぐとともに、共通のポイント制度を構築することでリピーターを増やし、さらに健康イベント参加者やウォーキングポイントからなる健幸ポイントを付与して、中心商業地の魅力を向上、来街を促進することによって、中心市街地の活性化を図り、コンパクトな市内中心部で人と経済、文化芸術が好循環するしくみを創る。

【数値目標】

	事業開始前 (現時点)	平成29年度 増加分 (1年目)	平成30年度 増加分 (2年目)	平成31年度 増加分 (3年目)	KPI増加 分の累 計
中心市街地内の居住 人口 (単位: 人)	18,260	110	110	120	340
文化芸術情報総合サイ トの閲覧件数 (単位: 件)	0	0	9,000	36,000	45,000
UDCMが実施するアー バンデザインスクー ルの受講者数 (単位 : 人)	54	30	30	30	90

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

きれいにファサード整備されたロープウェイ街、大幅な景観整備がなされたばかりの大街道商店街入口、そして平成29年度中に道路空間改変により広く快適な歩道が整備され花園町商店街が生まれ変わる、他にはないこのタイミングで、中心市街地の一体的なりニューアルを打ち出す。

歩行者天国による集客イベントや、新たに開始する健康ポイント制度のプロモーションを行うほか、中央商店街エリアに位置する松山アーバンデザインセンターにおいて、民間によるまちづくりを先導できる人材の育成を行うとともに、市内中心部に文化芸術情報の集積地となるアートセンター(仮称)

を新たに新設し、アートディレクターによるデザインのかや、文化イベントでのアーティストの最適なマッチングなども積極的に取り入れたまちづくりを行い、魅力的な街並みを創出する。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

地方創生推進交付金（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

松山市

② 事業の名称

コンパクトシティ松山～市内中心部の人・経済・文化の好循環～

③ 事業の内容

【1. 歩行空間を活かした商店街活性化】

道路空間改変により広く快適な歩道が整備される花園町商店街と、松山城の主要登山口に接するロープウェー商店街で生み出された歩行空間を活用し、集客イベントなどを定期的を実施するとともに将来的には自立するしくみづくりを行う。また、集客イベントについては、今後、近隣市町との連携も視野に入れている。

【2. 中心市街地商店街のイベント等プロモーション・マネジメント】

花園町商店街から地下街、アーケード商店街（銀天街、大街道）、ロープウェー商店街に至る複数の商店街の関係者等から構成する実行委員会を組織し、複数商店街にまたがる伝統工芸やまちの特性に応じた統一イベントの実施をはじめ、商店街特有の商品の検討やブランディング、各商店街の歩行空間で行うマルシェ等の出店調整、さらにこれらイベント等のプロモーションを行う。

【3. 松山アーバンデザインセンター（UDCM）を核としたまちづくり活動】

民間まちづくりを先導できる人材育成を松山アーバンデザインセンター（UDCM）が主導し、行政・企業・市民・大学等が一体となって民間主導のまちづくりへの移行を促進する。同センターは都市デザインとまちづくりについて、調査研究、計画立案、実践及びこれらの支援並びに人材育成等を行う。

【4. アートセンター（仮称）及びアーティストバンクの創設によるまちづくり創造活動の促進】

市内中心部にアートセンター（仮称）を開設し、美術やデザインなど文化芸術の力も積極的に取り入れたまちづくりを行い、良好な都市景観や魅力的な街並み、また賑わいを創出するとともに、産業や福祉、健康等様々な分野に活用する拠点とする。そこで、まずは同センターに文化芸術情報の集積及び発信、活用のプロデュース機能を持たせることとし、市内文化芸術情報の収集及びデータベース化、また情報発信サイトの構築、市内中心部等での文化芸術イベントやアーティスト情報の提供・マッチング、また文化芸術の創造・活用のディレクションや人材育成を行うとともに、前述の1～3の事業の補完的機能も果たす。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

商店街については、マルシェ等イベント出展者からの負担金及びポイント販売額のうち一部を運営費とすることにより自走を目指す。また、松山市都市再生協議会の執行機関であるアーバンデザインセンターについては、同協議会の趣旨に賛同する協議会参画団体からの負担金により自立的な体制を目指す。

【官民協働】

道路空間を活用したイベントやポイント制度など民間発意の事業について、行政が全体を包含し統合・効率化させているところがポイントとなる。

【政策間連携】

中心部のコンパクトで快適な歩行空間を活かし、①ウォーキングポイントや健康ポイントによる健康増進や、②地域固有の伝統工芸を活かしたイベントによる観光客や外国人の誘因、さらに③伝統工芸の認知度向上により将来的な生産体制を構築することで魅力的な中心市街地を形成し複合的な価値を生む体制を構築する。

【地域間連携】

他の自治体と連携し、歩行空間を活用したマルシェに他地域の製品の提供や出展による連携やイベントにて他地域の特産品を使った新商品を検討することができる。

⑤ 重要業績評価指標（KPI）及び目標年月

【数値目標】

	事業開始前 (現時点)	平成29年度 増加分 (1年目)	平成30年度 増加分 (2年目)	平成31年度 増加分 (3年目)	KPI増加 分の累 計
中心市街地内の居住 人口（単位：人）	18,260	110	110	120	340
文化芸術情報総合サイ トの閲覧件数（単位： 件）	0	0	9,000	36,000	45,000
UDCMが実施するアー バンデザインステー ルの受講者数（単位 ：人）	54	30	30	30	90

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証方法】

事業の効果検証については、平成30年度の早い段階で、KPIの達成状況やその他の効果等をまとめたうえで、総合戦略の実施状況等の調査・検証を行う民間主体の組織「まつやま人口減少対策推進会議」から意見を聴取し、最終的には庁内組織である「松山市人口減少対策推進本部」で検証結果を取りまとめ、総合戦略の見直しに反映させる。

【外部組織の参画者】

産業（えひめ中央農業協同組合、松山市農業協同組合、松山商工会議所、北条商工会、中島商工会、愛媛経済同友会、愛媛県中小企業家同友会、愛媛県法人会連合会）・行政（松山公共職業安定所）・教育（愛媛大学、松山大学、松山東雲女子大学、聖カタリナ大学）・金融（伊予銀行、愛媛銀行、愛媛信用金庫、日本政策投資銀行松山事務所、日本政策金融公庫松山支店）・労働（松山地域労働者福祉協議会）・報道（愛媛新聞社）・交通（四国旅客鉄道、伊予鉄道）・NPO等（アクティブボランティア21、ワークライフ・コラボ、愛媛県若年者就職支援センター、松山市男女共同参画推進財団、松山みらいクラブ連絡協議会）の27団体

【検証結果の公表の方法】

本市のHP等を活用して、検証結果のみならず、その議論の過程等についても速やかに公表し、透明性を確保する。

⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】

総事業費 205,947千円

⑧ 事業実施期間

地域再生計画認定の日から平成32年3月31日（3ヵ年度）

⑨ その他必要な事項

特になし

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし

5-3-2 支援措置によらない独自の取組

(1) 共通ポイント事業

事業概要：商店街のリピーターの確保や人と経済の循環を促進するため、ポイント加盟店舗利用者にポイントを付与し、加盟店舗で利用できるポイント制度を構築する。さらに、中心市街地のコンパクトな構造を活かしたウォーキングポイントによる回遊性の向上や健康イベント参加者へポイントを付与するなど、中心市街地への来街を促進する。

実施主体：(株)まちづくり松山、商店街等

事業期間：平成30年度から

6 計画期間

地域再生計画認定の日から平成32年3月31日

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況にかかる評価の手法

【検証方法】

事業の効果検証については、平成30年度の早い段階で、KPIの達成状況やその他の効果等をまとめたうえで、総合戦略の実施状況等の調査・検証を行う民間主体の組織「まつやま人口減少対策推進会議」から意見を聴取し、最終的には、庁内組織である「松山市人口減少対策推進本部」で検証結果を取りまとめ、総合戦略の見直しに反映させる。

【外部組織の参画者】

産業（えひめ中央農業協同組合、松山市農業協同組合、松山商工会議所、北条商工会、中島商工会、愛媛経済同友会、愛媛県中小企業家同友会、愛媛県法人会連合会）・行政（松山公共職業安定所）・教育（愛媛大学、松山大学、松山東雲女子大学、聖カタリナ大学）・金融（伊予銀行、愛媛銀行、愛媛信用金庫、日本政策投資銀行松山事務所、日本政策金融公庫松山支店）・労働（松山地域労働者福祉協議会）・報道（愛媛新聞社）・交通（四国旅客鉄道、伊予鉄道）・NPO等（アクティブボランティア21、ワークライフ・コラボ、愛媛県若年者就職支援センター、松山市男女共同参画推進財団、松山みらいクラブ連絡協議会）の27団体

7-2 目標の達成状況にかかる評価の時期及び評価を行う内容

	事業開始前 (現時点)	平成29年度 増加分 (1年目)	平成30年度 増加分 (2年目)	平成31年度 増加分 (3年目)	KPI増加分の累 計
中心市街地内の居住人口（単位：人）	18,260	110	110	120	340
文化芸術情報総合サイトの閲覧件数（単位：件）	0	0	9,000	36,000	45,000
UDCMが実施するアーバンデザインスクールの受講者数（単位：人）	54	30	30	30	90

7-3 目標の達成状況にかかる評価の公表の手法

本市のHP等を活用して、検証結果のみならず、その議論の過程等についても速やかに公表し、透明性を確保する。