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

１） 中心市街地活性化の目標

目標①「訪れたくなる都心としての機能強化」:

ラフォーレ原宿跡地の民間再開発（大街道二丁目東地区優良建築物等整備事業）を引き続き推進し、新計画期間内の完成を図る。また、平成25年3月に策定した中心地区市街地総合再生基本計画に基づき、各拠点地区（一番町交差点周辺、L 字周辺、市駅前）での新たな民間再開発を誘発し、公開空地等ゆとりと賑わいを生む良好な都市空間を形成することで来街者の増加を目指す。

更には、市民にとってのシンボル的な存在である松山城（天守閣）への良好な眺望景観を守り、松山城と城山の自然に調和した美しくゆとりある“松山らしい”景観を保全・創造するため、民間経済活動との整合性を図りつつ、中心市街地を対象に景観法に基づく景観計画を策定し、市民協働によって景観まちづくりを推進する。

そして、緑地や滞留空間が不足する都心部において、平面式駐車場を借り受けて広場や交流施設等を設置し、イベント開催などを行う社会実験を実施し、今後の都心部における賑わい再生モデルとする。さらに社会実験の結果の検証を踏まえ、導入に向けての検討を行う。

なお、都心部の商業活性化については、中心市街地に訪れたくなるニーズに対応できるよう、商店街における空き店舗対策について改善・拡充を図っていくとともに、中心市街地における店舗等の事業所の立地を促進するために適切な奨励措置を講じていく。

更に、平成 24 年 3 月に大街道商店街空き店舗を活用して開設した「まちなか子育て・市民交流センターてくるん」は、2 年 2 箇月で 20 万人が入場するなど人気を博しているが、更なる充実を図ることにより、都心部の交流拠点としての機能を強化し、商店街全体の回遊促進を図ることとする。

目標②「都市型観光地としての魅力の向上」:

「瀬戸内・松山」魅力創出事業（広島と松山の観光資源を組み合わせ、磨き上げ、西日本にニューツーリズムを創造、提案する「瀬戸内・松山」構想に基づく事業）をはじめ、「松山はいく」（専属ガイドと巡る着地型商品）を含め、様々な事業を展開する。

また、今後予想される道後温泉本館の保存修復工事を見据え、本館に近接する“椿の湯”を活性化に寄与する施設として整備することとしているが、道後温泉本館が平成26年4月に築120周年を迎えたことから、記念イベント、国際芸術祭「道後オンセナート2014」を展開することで、観光地としての魅力向上と道後温泉のブランド力の強化を図る。

さらに、平成 29 年には第 72 回国民体育大会（**愛顔つなぐえひめ国体・えひめ大会**）が開催予定であるが、本市の魅力を全国発信できる好機であることから、観光資源の紹介、旅行企画などにより、その魅力を全国に PR していく。

目標③「安心して住み続けられる豊かな生活環境の実現」:

平成 26 年 3 月に策定した住宅マスタープランに基づく事業展開として、サービス付き高齢者向け住宅の中心市街地への誘致などの効率的な街なか居住の推進を行うこととし、安心して住み続けられる環境を整えていく。

また、松山駅周辺地区は、広域交通の結節拠点であるとともに松山城や総合公園も至近にあるなど環境面でも恵まれた地区でもあることから、魅力ある拠点施設の誘導を図るとともに、都心居住環境に配慮した街として整備していく。

更には、花園町線等において道路空間再配分や回遊空間整備などの「歩いて暮らせるまちづくり」を推進するとともに、市民の生活インフラである路面電車などの公共交通の利用促進を進め、豊かな生活環境の実現を図る。

なお、前計画から継続して推進している県立中央病院に続いて、城北地区の松山赤十字病院の建替え支援に取り組み、中心市街地の住民等が安心して住み続けられる豊かな生活環境の維持・改善を図る。

なお、「訪れたくなる都心としての機能強化」を図るにも、「都市型観光地としての魅力の向上」を目指すにも、「豊かな生活環境の実現」に向けて取り組みにも、個性と魅力あふれる都市空間の形成を進める都市デザインの観点が重要であることから、平成 26 年度から、公民学連携による街づくりのプラットフォームとして、アーバンデザインセンターの拠点施設を中心市街地に開設すべく準備を進めている。

公・民・学のコラボレーションを地域主体で実践し、街を創造する拠点がアーバンデザインセンターであるが、そこには、①活動の場、②専任の専門スタッフ、③共同運営体 が必要である。

活動が集まる場が地域の中心にあり、専任スタッフが日常的に個々の活動支援と方向づけを行い、共同運営体が継続的に全体をマネジメントしていくことで、はじめて継続的な活動や新たな活動を育てていくことが可能となる。

２）計画期間

計画期間は、平成 26年11月から平成32年3月 （5年5ヵ月）とする。

【２】数値指標の設定の考え方

１）数値目標設定の考え方

本市における新計画は、その基本的な方向性については前計画と変更がないが、部分的に再構成するとともに新しい視点も加えている。

具体的には、前計画の目標「街なかの賑わい創出」と「街なかの商業活性化」を再構成して、「訪れたくなる都心としての機能強化」とし、かつて“お城下”と呼ばれ、市民にとって華やかな憧れの場所であった松山の都心について、商業のみならず、業務機能や文化、交流など多様な都市機能の強化を図り、広域の中心にふさわしい魅力と活力を備えた都心として再生に取り組む。

また、前計画の方針「街なかの観光交流人口増」については、引き続き推進することとし、目標「観光・交流の舞台づくり」として、ドラマ効果を礎にさらなる観光活性化策に取り組む。

そして、中心市街地への人口集約化の兆しが見えつつあることや居住人口が全ての社会経済活動の源泉であることなどを背景に、新たな視点として目標「安心して住み続けられる豊かな生活環境の充実」を追加し、暮らしやすさを実感できる生活環境の整備に取り組む。

新計画の目標指標は、前計画の指標を引き続き設定するが、基本方針の再構成に伴って一部新たなものを設定する。

目標指標Ⅰ．中央商店街の歩行者通行量

「訪れたくなる都心としての機能強化」の目標指標としては、「中央商店街の歩行者通行量」を引き続き採用する。

目標指標Ⅱ．中心市街地内の観光施設入込客数

「都市型観光地としての魅力向上」の目標指標としては、「中心市街地内の観光施設入込客数（市有観光 5 施設の入場者数）」を引き続き採用する。

目標指標Ⅲ．中心市街地内の居住人口

「安心して住み続けられる豊かな生活環境の充実」の目標指標としては、「中心市街地内の居住人口」を採用する。

なお、「小売年間商品販売額」については、統計調査による毎年度の把握が困難なため、中心市街地内の大型小売店舗の売上高を参考に推計した値であったことから、適時性の観点などを考慮して目標指標としては採用しない。また、「路面電車の年間乗車人数」も、広域に渡る市街地全体の賑わいを計る指標であったが、経済情勢や交通事業者の経営方針等の影響を受けることなどを考慮して目標指標としては採用しない。

これらの指標は、新計画においては、目標値を設定しない参考指標として実績値を把握していく。

【３】具体的な数値目標の考え方

１）『訪れたくなる都心としての機能強化』に関する評価指標

数値目標:中央商店街の歩行者通行量【休日】

【目標数値】

〈現状数値：平成 25 年〉	⇨	〈数値目標：平成 31 年〉
約 127,900 人／日		約 170,600 人／日

[調査方法]歩行者通行量調査
[調 査 月]毎年 11 月の日曜日、
[調査対象]歩行者のみ、11 月の日曜日 8 地点の合計、午前 10 時から午後 8 時まで(10 時間)

現況 127.9 千人－減少トレンド 6.5 千人＋活性化の取組み 49．２千人（通行量増加）≒170.6 千人

	（想定する効果）
a．新たな商業施設等による集客効果	**27.4 千人**
⑴大街道二丁目東地区優良建築物等整備事業（ラフォーレ跡地）	8.3 千人
⑵二番町三丁目南第一地区優良建築物等整備事業（ゴンドラ）	4.0 千人
⑶その他	
・大街道内道路、アーケード改良、空間形成計画の策定（一番町大街道口景観整備事業）	4.9 千人
・市街地総合再生基本計画に位置付ける拠点空間の再開発推進	10.2 千人
b．賑わい創出商業連携事業	**10.6 千人**
⑴ まちなか子育て・市民交流事業（まちコミュスポットてくるんの充実）	0.5 千人
⑵ 商店街および他のイベントとの連携による共同販促事業（若手経営者等を主体とするイベント事業の拡充）	5.0 千人
⑶ 空き店舗対策事業の改善・拡充	5.1 千人
c．松山駅周辺土地区画整理事業・松山駅周辺まちづくり事業（ＪＲ松山駅からの来街者増加）	**0.9 千人**
d．既存来街者の滞留時間向	**12.0 千人**
⑴ 中心市街地賑わい再生事業	5.6 千人
⑵ 松山アーバンデザインセンター［UDCM］の設置	6.4 千人
e．花園町線整備事業、二番町線整備事業	**10.6 千人**
合計	**61.5 千人**
	（>49.2 千人）

［調査地点］

【目標数値設定の考え方】

前計画においては、平成 17 年を上回る 195 千人に回復させる目標を立て、総合的な取組みを行ってきたが、直近の実績（平成 25 年）は 127,909 人にとどまり、目標値には届いていない。

前計画の目標値（195,000 人）を継承するとした場合、平成 25 年を基準として約 67 千人の増加（約 52.5%増）が必要となるが、前計画の６箇年で通行量が約 43 千人減少したことを考慮すると現実的でないことから、新計画では目標値の再設定を行うこととする。

中央商店街の歩行者通行量は、平成 20 年（1 月にラフォーレ原宿・松山の閉鎖、4 月にエミフル MASAKI 開業）前後には毎年、対前年比 1 割以上の減少が続いていたが、平成 21 年を境に、歩行者通行量の数値は一段階段をおり、その後は緩やかな減少となっている。このため、新計画における将来トレンド推計は、前計画の成果としてあらわれた、平成 21 年以降の値を用いて算出することとする。

y=−1.54x ＋ 138.9（千人）、R2＝0.2334

このトレンドで推移する場合は、平成 31 年の通行量は約 *121．4千人*にまで減少すると見込まれるところ、以下の活性化事業に取り組むことで、数値目標として設定する１７０．６千人の達成を図ることとする。

a. 新たな商業施設等による集客効果

（1）大街道二丁目東地区優良建築物等整備事業（ラフォーレ原宿・松山跡地）　約 8.3 千人

・商業・サービス床　2,000 ㎡×0.68 人/㎡（※1）×5.0 回遊（※2）≒6.8 千人

・ホテル床　215 室×2 人×70.4%（稼働率）（※3）×5.0 回遊≒1.5 千人

（2）二番町三丁目南第一地区優良建築物等整備事業（ゴンドラ）　約 4.0 千人

・商業床　1,000 ㎡×0.68 人/㎡×5.0 回遊≒3.4 千人

・住宅床　24 室×1 人×5.0 回遊≒0.1 千人

・立体的遊歩道　1.0 千人×10%×5.0 回遊＝ 0.5 千人

（効果促進事業で行う立体的遊歩道の整備により、お城下パーキング駐車場利用者の 1 割が商店街に来訪すると見込む。）

（3）その他　約 4.9 千人

・一番町大街道口景観整備事業（大街道内道路、アーケード改良、空間形成計画の策定）

9.85 千人×10%×5.0 回遊＝4.9 千人

（大街道アーケードのエントランス部分の景観整備により、一番町交差点を渡って商店街を回遊する人が、10%増加すると見込む。）

※1　1㎡当り来客数

中央商店街内の商業施設へのヒアリング調査で「休日の来店者数を商業床の面積で除したところ、新設は約 1.2 人/㎡、増設については約 0.16 人/㎡」だったことから、新設・増設の中間数値として、を前計画と同様に、休日の来店者数を面積で除した数値として、0.68 人/㎡を採用する。

なお、大規模小売店舗を設置する者が配慮すべき事項に関する指針（平成 19 年経済産業省告示 16 号）で試算した場合でも、日来客数原単位は店舗面積 2,000 ㎡の場合 1,500-20×2＝1,460（人/千㎡）となり、1㎡当り来客数で 0.68 人/㎡は十分に見込み可能な数値といえる。

［店舗面積当たり日来客数原単位（単位：人/千㎡）］

	商業地区	その他地区	備考
人口 40 万人以上	1,500 － 20Ｓ （Ｓ＜20）	1,400 － 40Ｓ （Ｓ＜10）	
	1,100 （Ｓ≧20）	1,000 （Ｓ≧10）	

※2　平均回遊数

中央商店街の来街者アンケート調査（平成 22～24 年度 ㈱まちづくり松山）で、来街者の歩行動線を地図上に記入し、通過した調査ポイントを対象者数で除したもところ、4.8 ポイント～5.3 ポイントであったことから、平均回遊（ポイント）数を 5.0 と設定する。

※3 ホテル稼働率

宿泊旅行統計調査（観光庁、平成 25 年 1～3 月分、4～6 月分、7～9 月分、10～12 月分）における本市の宿泊所の客室稼働率は、下表のとおりであったため、その平均値の 70.4%をホテル稼働率として設定する。

なお、稼働率は休日平均とはなっていないが、試算対象のホテルが立地する大街道二丁目東地区は、松山城や坂の上の雲ミュージアムなどに程近く、休日にはより高い稼働率が期待できる。

平成 25 年 1 月～3 月分	平成 25 年 4 月～6 月分	平成 25 年 7 月～9 月分	平成 25 年 10 月～12 月分	平均
68.3	70.4	70.5	72.3	70.4

b. 賑わい創出商業等連携事業

（1）まちなか子育て・市民交流事業（まちコミュスポットてくるん）の充実

0.5 千人×20%×5.0 回遊＝0.5 千人

平成 24 年 3 月に開設した「まちなか子育て・市民交流センター てくるん」は、2 年 2 箇月で 20 万人が入場するなど好評であるが、更なる充実を図ることにより商店街全体の回遊促進を図る。

なお、同施設の利用者は、指定管理者の努力や市民周知により、毎月対前年比増加（101%～152%）しており、目標とする平成 31 年において、センターの利用者を現状から 20%上乗せすることは十分に可能と見込まれる。

［利用者数の推移］

	H25.4	H25.5	H25.6	H25.7	H25.8	H25.9	H25.10	H25.11	H25.12
計	7,214	7,893	10,215	13,228	10,022	7,571	7,208	7,365	8,324
前年同月比	152%	118%	137%	115%	134%	119%	114%	142%	135%

	H26.1	H26.2	H26.3	H26.4	H26.5	H26.6
計	8,288	7,207	11,196	7,769	8,005	11,700
前年同月比	120%	129%	140%	108%	101%	115%

（2）商店街および他のイベントとの連携による共同販促事業

1.0 千人（※4）×5.0 回遊＝5.0 千人

若手経営者等を主体とする商店街等でのイベント（お城下スプリングフェスタ、お城下ホコ天パーク、まちゼミなど）が盛況であるが、イベントの共同実施、販促事業の連携などを充実させることにより、来街者を増加させ、商店街全体の回遊促進を図る。

※4 イベントによる来客増加

本市の中心市街地においては、若手経営者を対象とした勉強会等を通じ、若い世代の経営者にまちづくりの機運が醸成され、世代交代による持続的な活性化も期待できる状況となっている。特にイベントの企画・運営面では、若い世代の活躍は顕著で、近年になって下記の取り組みが新たに開始され、これらの活動を通じ、さらなる取り組みを生み出す体制も整いつつある。

・平成 24 年 9 月～平成 25 年 3 月 「まつやまバル」、「クリスマスバル」「イケ麺!!ぐるり」

・平成 25 年 3 月 「お城下スプリングフェスタ」（お城下ホコ天パーク）

・平成 25 年 9 月～11 月 「まちゼミ」、「MATSUYAMA まちサーベイ」

平成 25 年 3 月の「お城下スプリングフェスタ」では、延べ約 3 万人強の来街があったとのデータもあることから、目標とする平成 31 年に向けて新たな取り組みが創出され、その効果によって、現状値に 1.0 千人を上乗せすることは十分に可能と見込まれる。

（3）その他（空き店舗対策の拡充）

1,500 ㎡×0.68 人／㎡×5.0 回遊＝5,100≒5.1 千人

空き店舗対策等の改善により、商業・サービス業等の幅広い事業所の立地を促進していく（アヴァンサ千舟の空店舗を想定）。

c. JR松山駅等からの来街者増加 ：

松山駅周辺の居住者増 0.5 千人×35.8%（来街率 ※5）×5.0 回遊 ≒ 0.9 千人

松山駅周辺土地区画整理事業によって居住者が約 1,000 人増加する計画であるが、計画期間中には概ね 500 人増加すると想定。その 1/3 程度が来街すると見込む。

※5 来街率

平成 25 年 6 月に㈱まちづくり松山で実施したアンケートによれば、松山駅周辺を含む雄新・城西地区の居住者について、中央商店街への来街頻度が「ほぼ毎日」の人が 26.4%、「週に 2, 3 回」の人が 28.7%、「週に 1 回くらい」の人が 20.7%であった。このことから、以下の算定式によって松山駅周辺地区からの来街率として 35.8%を設定している。

26.4% ＊ 6/7 + 28.7% ＊2.5/7 + 20.7 ＊ 1/7 =35.8 %

d. 既存来街者の滞留時間延長 （中心市街地賑わい再生事業、UDCM の設置等） 12.0 千人

以下の取組みで、既存来街者の滞留時間の延長等につなげ、歩行者通行量を 12.0 千人増加させる。

（1）中心市街地賑わい再生事業

中心市街地賑わい再生事業は、平面駐車場を借り受け、街なかの広場として整備（芝生化）するとともに、交流施設やミニ図書館などを設置し、各種イベントなどを行う社会実験であるが、先行事例としては佐賀市の「わいわい!!コンテナ」がある。

「わいわい!!コンテナ」の開設後のアンケート調査によると、来街動機に「わいわい!! コンテナ」を挙げた人が多く、同事業によって来街者が 29%積み増されたといえる。

このことから、広場等の設置により、最寄地点（銀天街3丁目西口；三浦屋前）の歩行者通行量が 29%増加するとして事業効果を推計する。

19,432 人 × 0.29 ＝ 5.6 千人

（2）松山アーバンデザインセンター［UDCM］の設置等

アーバンデザインセンターの拠点施設は、公・民・学の連携のもとで行われる地域主体のまちづくりの拠点として中心市街地に設置するものである。

参考事例としては、柏市の「市民活動センター」、「インフォメーションセンター」があるが、柏市のフォローアップ報告（平成 24 年 3 月）によると、これらの取組みにより、街なかの滞留時間が約 10%延長（144 分⇒159 分）したと評価されている。

これらを踏まえ、アーバンデザインセンター設置等の取組みにより、まちなかの滞留時間が 5%延長し、現況の歩行者通行量 127.9 千人を 5%向上させるものと推計する。

127,900 人　×　0.05　＝　6.4 千人

e. 花園町線整備事業、二番町線整備事業による効果　　10.6 千人

花園町線整備事業、二番町線整備事業による歩行者通行量の増加について、ロープウェー街などでの取組みの実績を参考に以下のように設定する。

花園町線　　6,199 人×20%×5.0 回遊＝6.2 千人

二番町線　　4,632 人×20%×5.0 回遊＝4.6 千人

歩行者通行量（追加地点：休日）

	H25	
調査日（日曜日）	平成 24 年10 月 20 日 （ 9:00～19:00 ）	平成 25 年 2 月 16 日 （ 10:00～20:00 ）
二番町通り（三越駐輪場口）		**6,199**
二番町通り（全日空ホテル駐輪場口）		2,180
花園町通り（南堀端交差点）	4,912	
花園町通り（三番町通り交差点）	3,780	
花園町通り（花園町交差点）	**4,632**	

【参考】

道路整備とあわせ民有地のファサード整備を含め景観整備を行ったロープウェー街（一番町東雲線）では、通行量が約 3.5 倍増加し、地価も整備前から 2.8 万円／㎡上昇するなどの効果があらわれた実績がある（平成 15 年 10 月 19 日/平成 19 年 2 月 11 日比較）。

ロープウェー街の場合は、起終点に松山城へのロープウェイ乗場があり、また、坂の上の雲ミュージアムや秋山兄弟生誕地も程近く、それらの施設整備との相乗効果もあったと思料される。

花園町線整備事業、二番町線整備事業の場合は、ロープウェー街のように観光拠点整備等との相乗効果は見込めないため、20%の増加として試算することとしている。

［ロープウェー街整備効果］

f. 訪れたくなる都心としての機能強化（歩行者通行量）に間接的に寄与する事業

目標「訪れたくなる都心としての機能強化」の数値指標である「中央商店街の歩行者通行量【休日】」の増加を図るために一体的に推進する事業としては、以下を予定している。

（1）景観計画（中心地区）策定と市民協働による景観まちづくりの推進

市民にとってのシンボル的な存在である松山城（天守閣）への良好な眺望景観を守り、松山城と城山の自然に調和した美しくゆとりある“松山らしい”景観を保全・創造するため、都心部を対象に景観計画を策定し、市民協働によって景観まちづくりを推進する。

（2）市街地総合再生基本計画に位置付ける拠点空間（一番町交差点周辺、L 字周辺、松山市駅周辺）の再開発推進

「中心地区市街地総合再生基本計画」を策定したが、同計画で拠点空間に位置付けた、①一番町交差点周辺、②L 字周辺、③松山市駅周辺　において、市街地再開発事業を中心とした建物更新を促進することにより、魅力ある都心拠点空間の整備を推進していく。

【フォローアップの考え方】

中央商店街の通行量を目標とするため、継続的に実施している通行量調査を活用し、8 つの調査地点での通行量を測定し、毎年分析・評価する。

また、ロープウェー街や二番町通り、花園町通りの通行量についても必要に応じて状況を把握し、効果検証の参考とする。

そして、中心市街地内の大型小売店舗の小売年間商品販売額や路面電車の年間乗車人数等についても、必要に応じて状況を把握し、効果検証の参考とする。

この結果を松山市中心市街地活性化協議会に報告し、協議の上、必要に応じて事業の精査・見直しを行い、目標達成に必要な措置を講じるものとする。

２）『都市型観光地としての魅力向上』に関する評価指標

数値目標:観光入込客数【年間】

【目標数値】

〈現状数値：平成 25 年〉	⇨	〈数値目標：平成 31 年〉
約 1,710 千人／年		約 1,810 千人／年

［調査方法］市有観光 5 施設の入場者数の年間入場者を集計
［調 査 月］毎年 3 月（前年の 1 月～12 月の合計）
［調査主体］松山市
［調査対象］松山城天守閣、道後温泉（本館及び椿の湯）、子規記念博物館、坂の上の雲ミュージアム、二之丸史跡庭園の入場者合計

現況 1,710 千人 ＋ 活性化の取組み 100 千人（観光施設入込客増加）≒1,810 千人

（想定する効果）

a．「瀬戸内・松山」魅力創出事業等による集客効果　80 千人
（１）「瀬戸内・松山」魅力創出事業
（２）観光まちづくり事業（まち歩きプログラム「松山はいく」）
（３）おもてなし日本一推進事業

b．観光誘致促進事業（修学旅行、国際観光客）およびコンベンション誘致　28 千人
（１）観光誘致促進事業（修学旅行、国際観光客）
（２）コンベンション誘致（大会・学会等）

c．国民体育大会（愛顔つなぐえひめ国体・えひめ大会）観光ＰＲ事業　15 千人

d．道後温泉本館改築 120 周年記念イベントによる集客効果　4 千人
（１） 国際芸術祭「道後オンセナート２０１４」
（２） 伊佐庭如矢 顕彰事業その他（活性化ソフト事業ほか）

e．椿の湯施設整備事業および道後温泉本館保存修復事業及び周辺整備　±0 千人
（１） 椿の湯施設整備事業および道後温泉本館保存修復事業
（２） 道後温泉活性化の基本的方針に基づく主要地区の整備

合計　127 千人
（＞100 千人）

【目標数値設定の考え方】

前計画においては、スペシャルドラマ「坂の上の雲」の放映（平成 21～23 年）が、政府の高速道路施策とも重なり、平成 22 年に 1,567 千人と目標値（1,600 千人）に迫るなど観光入込客数は飛躍的に増加したところである。その後、増加の勢いは漸減傾向にあるが、直近（平成 25 年）においても、依然として 1,379 千人と高い水準を維持している。

更に、平成 26 年には、瀬戸内海国立公園指定 80 周年、道後温泉本館改築 120 周年、四国八十八箇所霊場開創 1200 年の節目を迎え、平成 29 年には国民体育大会が開催されるなど明るい要因もある。

新計画の設定について、前計画の数値目標（1,600 千人）を継承するとした場合、平成 25 年を基準とすると約 221 千人の増（平成 24 年比約 16.0%増）が必要となるが、

① スペシャルドラマの放映や高速道路効果に相当するような追い風となる要因がないこと、

② 本市最大の観光資源、道後温泉本館について近い将来での大規模保存修復が必須とされていること

などを考慮すると、楽観視することはできない。

このことから、新計画では目標値の再設定を行うこととし、道後温泉本館の保存修復工事を見据え、活性化に寄与する施設として整備する予定の“椿の湯”の入浴者数も合わせて考慮して、平成 25 年の基準値を上回る 1,810 千人/年と設定する。

市有観光５施設の名称等	平成 25 年	入場者増加数	平成 31 年
（1）松山城天守閣入場者数	396 千人	⇒	－
（2）道後温泉入浴客数 （道後温泉本館＋椿の湯入浴客数）	1,042 千人	⇒	－
［参考：道後温泉本館のみ］	（711 千人）		（－）
（3）子規記念博物館入館者数	113 千人	⇒	－
（4）松山城二之丸史跡庭園入場者数	36 千人	⇒	－
（5）坂の上の雲ミュージアム入館者数	123 千人	⇒	－
計	1,710 千人 （1,379 千人）	100 千人	1,810 千人 （-）

・ 現況値（中心市街地に所在する市有観光5施設［新計画より道後温泉入浴客数に椿の湯利用者も含むこととする］の合計）より、中心市街地内の観光客数を 1,710 千人とする。

・ 本市全体の観光振興に資する活性化事業及び個別施設の利用増加に資する活性化事業による効果で、合計 100 千人の増加を見込む。

a.「瀬戸内・松山」魅力創出事業等による集客効果　80 千人

（1）「瀬戸内・松山」魅力創出事業

瀬戸内海国立公園の広島と愛媛・松山を結ぶエリアは、多島美に代表される島々が織りなす魅力が集まり、風光明媚な風景、そこで育まれた歴史、文化、産業など、多様な観光資源の宝庫であり、内外の多くの観光客から高い評価を得ている。こうした瀬戸内海の魅力を最大限に引き出し、物語を演出しながら、広島地域の資源と、愛媛・松山の資源を組み合わせ、磨き上げて、以下に掲げる事業を展開していく。

① 瀬戸内海道 1 号線（宮島～広島～呉～松山）を活用した観光ルートの定着

② テーマクルーズ商品、島体験の旅行商品化及び販売促進

③ 新ゴールデンルートの推進

（VISIT JAPAN トラベルマート 2013 訪日旅行商談会で提案された9コースの一つとして、京都～広島～松山が新ゴールデンルートコースの名称で選定された）

④ 周年イベントを目指した着地の魅力づくり（瀬戸内海、道後温泉、四国遍路）

⑤ キャンペーン受け入れ及び誘致

≪事業実施効果≫

「瀬戸内・松山」魅力創出事業と同じく瀬戸内海国立公園の区域における広域観光の取組みである「かがわ瀬戸内アート観光圏」整備計画（平成 22 年 4 月～平成 27 年 3 月）の実績数値から算出

	H21 現状		H24 実績		H27 目標
・観光客入込客数	8,719 千人	→	8,938 千人（+2.5%）	→	9,155 千人（+5.0%）

A 松山市の観光入込客数【年間】（平成 25 年）

B 香川県の平成 21 年と平成 24 年入込数の増加割合(8,938-8,719)/8,719≒2.5%

A×B/3*5.5 ＝ 1,740 千人× 4.58%. ≒ 80 千人（平成 25 年比 80 千人増）

※ この取組みは、平成24年4月から6月のJR四国並びにJR西日本による「瀬戸内・松山キャンペーン」により、道後温泉宿泊者数が約 26 千人増（前年比 115%）するなど明確な実績を有しており、旅行業者等からも一定の評価を獲得するに至っていることから、下記に列挙する取組みと相俟って、新計画の期間において観光客入込数をさらに増加させる要素を十分に備えていると考えることができる。

（2） 観光まちづくり事業（着地型商品「松山はいく」の販売促進等）

松山ならではのまち歩きプログラム「松山はいく」により、滞在時間延長とリピーター獲得による交流人口拡大を実現し、地域経済の活性化を図っている。平成 21 年度の地域集客・交流産業活性化支援事業（経済産業省）の採択を契機として、本市ならではの地域資源を活用した「まち歩き」メニューを開発。ガイドの人材育成、商品の拡充や情報発信の効果により順調に利用者が増加している。

（平成 23 年度 2,832 人、平成 24 年度 3,362 人、平成 25 年度 3,255 人）

（3） おもてなし日本一推進事業その他

平成 26 年 3 月、松山市と松山商工会議所、瀬戸内・松山構想推進会議が連携して、「おもてなし日本一のまち松山」を宣言。地域のおもてなしの核になる拠点としての「松山おもてなしコンビニ」の認定、「PR 映像 with 松山おもてなし大使(AKB48)」、おもてなし宣言への参加事業者の募集、人材育成事業等、さまざまな取り組みを行っている。

b. 観光誘致促進事業（修学旅行、国際観光客）およびコンベンション誘致　　28 千人

（1）観光誘致促進事業（修学旅行、国際観光客）

本市では、修学旅行の実情や要望等を分析し、誘致戦略を練り直しながらターゲットを絞りつつ、学校および旅行会社等に対して誘致宣伝活動を行い、実績を上げている（平成 24 年度 53 校）。

また、国際定期路線を有するソウル、上海、そして、台湾からの観光客を促進するため、県や松山観光コンベンション協会と連携し、外国人の誘致促進を行い、実績を上げている。特に台湾からの宿泊者は、12,100 人（平成 25 年）と松山空港と台北松山空港間を結ぶ直行チャーター便の運航等の効果で、大きく増加している（対前年比 109%）。

（2）コンベンション誘致（大会・学会等）

松山観光コンベンション協会では国内外の観光客及び大会・学会等のコンベンションの誘致に取り組んでいるが、近年のコンベンションの誘致（開催助成金対象ベース）は堅調で、平成 26 年度以降も、増加が見込まれている。これらを踏まえ、観光誘致促進事業の効果として、計画期間中に 28 千人の増加を見込む。

［コンベンションの誘致件数（開催助成金対象ベース）の推移］

	H22	H23	H24	H25	H26（予算）
助成件数　（件）	44	39	39	41	50
人泊数　（人）	29,068	19,684	27,101	28,684	67,490
助成金額　（千円）	18,240	11,950	14,220	15,590	31,800

≪事業実施効果≫

本市で開催される大会・学会等のコンベンション誘致の主な支援メニューとなるコンベンション開催助成金の、直近 5 年間の運用状況及びそれに伴う効果としての人泊数（助成金制度を活用し誘致したもののみ）の趨勢から算出する。

平成 22 年度から平成 26 年度の 5 箇年の対数近似式は、以下の通り算定される。

$y=16,767\ln(x)+18,351$

助成金による人泊数は現状 28,684 人（平成 25 年度）のところ、この式によると平成 31 年度は 56,958 人に増加するものと算定され、事業実施効果として 28 千人が算定される。

c. 第72回国民体育大会(愛顔つなぐえひめ国体・えひめ大会)による集客　　15 千人

国民体育大会（過去の国体を参考に、国体開催年度には全県で 90 万人～96 万人の観光客を予想）の機会を活用し、本市の魅力を全国に PR することで、観光交流人口の底上げを図る。

県の観光客の約 1/3 の約 30 万人が本市を観光すると予測するが、下記に掲げる取組み等を行うことで、その内 5.0%をリピーターにつなげていく。

・道後温泉、文化財、名勝地などの観光資源の紹介

・特産品の知名度アップと販売促進

・国体観戦を含む観光ツアーの共同企画など

d. 道後温泉本館改築 120 周年記念イベントによる集客効果　　4 千人

（1） 国際芸術祭「道後オンセナート2014」

道後温泉本館が平成 26 年 4 月に改築 120 年の大還暦を迎えたことから、道後温泉本館改築 120 周年記念事業実行委員会は、道後を舞台に、国際芸術祭「道後オンセナート2014」を展開し、観光地としての魅力向上と道後温泉のブランド力の強化を図っている。

【道後オンセナートの概要】

〇道後温泉本館を気鋭のメディアアーティストによってアート作品へと変貌させる

・霧の彫刻 / 中谷芙二子　（4 月 10 日～12 月 31 日：通年展示）

・外観プロジェクション（光のアート）/ ライゾマティクス （4 月 10 日～4 月 13 日：4 日間）

ほか

〇道後エリアの 9 つのホテル・旅館で、泊まれるアート作品群「Hotel Horizontal」を展開

・荒木経惟『楽園』 会場:ホテル古湧園

・石本藤雄『Suuri Taiga/大草原』 会場:茶玻瑠

・草間彌生『わが魂の記憶。そしてさまざまな幸福を求めて』 会場:宝荘ホテル

・谷川俊太郎『はなのいえ』 会場:道後舘　　ほか

〇体験型アートを道後に点在させ、まちを巡りながらエリアの魅力を最大限に味わえるようにする

・Floating on Steam（大影絵/道後夜話） / スティーヴン・ムシン

・詠風庭 あかり物語 / 石川智一　ほか

〇地域の児童生徒が参加し、気鋭のアーティスト達と共同イベントを展開する

総合プロデュースは、スパイラル/ 株式会社ワコールアートセンターが担当するが、アートディレクションと運営は次代を担う地元クリエイターたちが担当し、アーティストと地元と観光客が混ざり合って会期後にも持続可能なコミュニティづくりを行っていく。

（2）「伊佐庭如矢」顕彰事業その他（中心市街地活性化ソフト事業ほか）

本館改築 120 周年を記念して、道後の基礎を創り上げた道後湯之町初代町長の伊佐庭如矢氏を顕彰するシンポジウムや企画展示、各種イベント等を行っているほか、道後地区で行われるまちづくり活動への助成やワークショップの開催等のソフト事業を展開している。

≪事業実施効果≫

「道後オンセナート2014」は、平成 25 年 12 月のプレオープン、平成 26 年 4 月のグランドオープンから年末のフィナーレまで、常設型の作品と時期ごとのイベントを組み合わせて展開する予定であるが、道後温泉本館のライゾマティクスによるプロジェクションマッピングは 4 日間で約 3 万 2 千人を集客するなど盛況であった。また、道後地区の旅館の客室がアート作品になり、宿泊・見学ができる「ホテル・ホリゾンタル」は注目を集め、多くの観光客が訪れている。

このことは、平成 26 年 1 月～4 月の道後温泉旅館の宿泊客が前年の 263 千人から 270 千人（2.7%）増加していることにも表れており、このことから、事業期間全体（1 月～12 月の 12 箇月間）を通じた実施効果として 22 千人が推計される。

また、この取組みを一過性のイベントに終わらせないために、運営等は地元クリエイターたち（道後アートプロジェクト）が担当し、会期後にも持続可能なコミュニティづくりを行っており、また、来年以降もこの取組みで育まれたノウハウを活用した事業を続ける方向で検討がなされていることから、会期後にも、20%程度の事業効果が継承されるものと見込む。

A 道後オンセナート2014の事業効果【期間全体】　22 千人

B 来年以降の取組みで継承される事業効果　20%

A×B ＝ 22 千人 × 20%. ≒ 4.4 千人

e. 椿の湯施設整備事業および道後温泉本館保存修復事業及び周辺整備

（1） 椿の湯施設整備事業および道後温泉本館保存修復事業

道後温泉本館（775～711 千人）については、老朽化等に伴う補強のため、近い将来に大規模な保存修復工事が必要とされ、その工事の期間中は長期にわたって観光客が減少することが懸念されている。

このため、平成 25 年 1 月に道後温泉活性化計画審議会（会長・柏谷増男愛媛大名誉教授）から本館保存修復時における入浴客の受け皿として、近隣に所在する道後温泉　椿の湯 （331～380 千人）を施設整備すべきとした答申書が提出されたことを受けて、椿の湯の整備に向けた検討を進めている。

平成 26 年 1 月には、椿の湯の敷地を隣接する民有地（1,360 ㎡）を買収して広げ、休憩室を備えた魅力のある施設（外湯）を新設するとともに、既存施設の改修を行い、平成 29 年の国民体育大会までに完成させる予定である。

（2）道後温泉活性化の基本的方針に基づく主要地区の整備

平成 26 年 4 月には、道後温泉活性化計画審議会で、「道後温泉活性化の基本的方針」の承認を受け、「回遊できる外湯文化の再生」を基本コンセプトに据え、本館以外の観光資源の魅力の創出や発信を充実させるとともに、観光客の動線を広げるまちづくりを目指す。

このために本館周辺のほか、伊佐爾波神社や再建を目指している宝厳寺周辺など3つのエリアを主要整備地区として、各エリアには歩行者回遊空間を演出、観光客が休憩しやすい広場や足湯施設、緑地、駐車施設などを設け、回遊を促すこととしている。

道後温泉本館は本市最大の観光資源であり、その保存修復工事の影響は甚大であるが、椿の湯を施設整備するほか、本館以外の観光資源の魅力を充実させるとともに、歩行者回遊空間を整備するなど、市の総力を挙げて取組むことで、マイナスの影響を限りなくゼロに近づける。

このため、平成 31 年度末（計画期間満了時）における“椿の湯”施設整備および道後温泉本館保存修復の影響については、±0千人と設定する。

【フォローアップの考え方】

年間の観光入込客数（市有観光 5 施設の入場者数の年間入場者の集計）を目標値としているため、毎年 5 月に市で発表している「松山市観光客推定表」により、松山城天守閣、道後温泉（本館及び椿の湯）、子規記念博物館、坂の上の雲ミュージアム、二之丸史跡庭園の入場者を把握し、効果を検証する。

また、本市全体の観光客推定数（交通機関別観光客数）や道後温泉宿泊者数等についても「松山市観光客推定表」により毎年度状況を把握し、効果検証の参考とする。

但し、観光入込客数の動向には、道後温泉本館（775～711 千人）の大規模保存修復工事の期間や手法等の影響が顕著であることから、その工期や工法等について内容が固まり次第、松山市中心市街地活性化協議会その他の関係機関等に報告・協議し、必要に応じて事業の精査・見直しを行い、目標達成に必要な措置を講じるものとする。

３）『安心して住み続けられる豊かな生活環境の充実』に関する評価指標

数値目標：中心市街地内の居住人口

【目標数値】

〈現状数値：平成 25 年〉	⇨	〈数値目標：平成 31 年〉
18,091 人		18,600 人

［調査方法］中心市街地活性化基本計画区域内の町丁の居住人口（住民基本台帳人口）を集計
［調 査 月］毎年10 月 1 日
［調査主体］松山市

現況 18,091 人 ＋ トレンド ▲31 人 ＋ 活性化の取組み 540 人（生活環境の充実）

≒18,600 人

（想定する効果）

（想定する効果）

a．新住宅マスタープランに基づく事業展開による都心居住の推進 （サービス付き高齢者向け住宅の中心市街地への誘致ほか）	260 人
b．松山駅周辺土地区画整理事業による集住効果 （１）松山駅周辺土地区画整理事業（第１期、第２期）による集住効果 （２）用途地域変更による新たなまちづくりによる集住効果	500 人
c．民間再開発（優良建築物等整備事業など）による住宅整備の推進等	110 人
合計	870 人 （>540 人）

【目標数値設定の考え方】

市全体での人口がほぼ横ばいの状況のなか、中心市街地（前計画の区域、約 450ha）における居住人口は、平成 14 年を底に下げ止まりの傾向を見せ始め、直近の 10 箇年で約 2.26%増加しており（平成 16 年の 27,606 人が、平成 25 年には 28,229 人）、人口の都心回帰の傾向がうかがえる。

このことから、前計画で進めた県立中央病院整備や堀之内公園整備、商店街内の子育て施設（まちコミュスポットてくるん）の整備が、中心部の人口増加に一定は影響したと考えられる。

しかしながら、①中長期的傾向としては減少傾向が続いてきたこと、②直近の 10 箇年でも5箇年（H18～20,H22,H25）は前年マイナスとなっていること、③近年の増加も 10 箇年で約 600 人に留まっている（大規模マンション 6～7 棟分）こと、などを考えると、中心市街地への人口集約が確固たるものになっていると楽観視することはできない。

また、新計画においては、認定対象とする計画区域については、社会経済的に中心的な役割を果たしている複数の拠点地区に重点化することとしているが、この拠点地区の区域における人口動態は、平成 14 年を底に下げ止まりの傾向を見せているものの、直近の 10 箇年では約 0.17%の微減（平成 16 年の 18,122 人が、平成 25 年には 18,091 人）となっている。

以上を踏まえ、新計画で新たに設定する中心市街地（拠点地区、約 295ha）内の居住人口は、平成 20 年からのトレンドによって推計することとする。

y= －8.0x + 18,148　　R2＝0.0383

このトレンドで推移する場合、平成 31 年の居住人口は 18,060 人に留まると見込まれるところ、以下の活性化事業に取り組むことで、数値目標として設定する 18,600 人の達成を図る。

a. 新住宅マスタープランに基づく事業展開による都心居住の推進　　260 人

（サービス付き高齢者向け住宅の中心市街地への誘致ほか）

本市では、平成 26 年 3 月に新たな「松山市住宅マスタープラン」を策定したが、その基本方針の一つに“街なか居住・市街地整備の推進”を掲げ、以下の施策メニュー等に取り組むこととしている。

◆ 民間活力の導入等、既成市街地にふさわしい効率的な街なか居住の推進

- 人口回復のための民間活力を活用した優良な賃貸住宅の供給促進
  （地域優良賃貸住宅等）
- 既成市街地の老朽公営住宅建替による高度利用や住環境の改善
- 既成市街地の住宅ストックの有効活用
- サービス付き高齢者向け住宅の中心市街地への誘致
- 中心市街地共同住宅供給促進事業について検討
- 民間再開発（優良建築物等整備事業など）による住宅整備の推進

≪サービス付き高齢者向け住宅誘致の事業実施効果≫

本市において、サービス付き高齢者向け住宅の登録が開始された平成 23 年 12 月から約 2 年半の間に、累計 57 施設（1,728 戸）の供給が行われている※が、この内 4 件（184 戸）が中心市街地活性化基本計画の区域内（前計画区域、約 450ha）での供給であった。

新計画の区域は、約 295ha（居住人口　約 18.1 千人）と前計画の区域　約 450ha（居住人口　約 28.2 千人）の約 65%を占めることから、新計画区域内での整備見込を 47.8 戸/年と推計し、計画期間内（5 年 5 箇月）におけるサービス付き高齢者向け住宅の供給を約 150 戸、居住人口の増加を 150 人と見込む。

※ 平成 26 年 6 月現在

47.8(戸/年)×5.5（年）≒262.9(戸)　≒260(人)

b. 松山駅周辺土地区画整理事業による集住効果　　500 人

（1） 松山駅周辺土地区画整理事業（第 1 期、第 2 期）による集住効果

（2） 用途地域変更による新たなまちづくりによる集住効果

松山駅周辺土地区画整理事業の事業計画では、最終的に居住人口を現状の 700 人から 1,700 人へと増加させる想定であるが、計画期間内に全４工期中の第２工期までが完了することから、500 人の人口増を見込む。

c. 民間再開発（優良建築物等整備事業など）による住宅整備の推進等　　110 人

（1） 二番町三丁目南第一地区優良建築物等整備事業 （ゴンドラ跡地）

24 戸の賃貸住宅の供給が予定されていることから、24 人の人口増を見込む。

（2）拠点空間（一番町交差点周辺、L 字周辺、松山市駅周辺）の再開発推進

3 箇所 × 20 戸 × 1.5 人 ≒ 86 人

各拠点空間に 20 戸(30 人)程度の住宅供給を想定する。

d. 安心して住み続けられる豊かな生活環境の充実（居住人口）に間接的に寄与する事業

目標「安心して住み続けられる豊かな生活環境の充実」の数値指標である「中心市街地内の居住人口」の増加を図るために一体的に推進する事業としては、以下を予定している。

（1）花園町線整備事業・市駅前空間改変事業

市道花園町線において車線を減らし、歩行者、自転車に再配分するとともに、オープンカフェなど人が滞留する居場所を整え、銀杏並木や芝生などを生かした風情ある空間整備をすすめる。あわせて、松山市駅前の空間改変（歩行者動線、滞留空間、駐輪施設等の整備）を行うことで、多くの人にとって暮らしやすい、歩いて暮らせる生活空間の整備を図る。

（2）愛媛県立中央病院整備運営事業および松山赤十字病院整備事業

これらの事業を進めることで、中心市街地に 2 つの基幹病院が整備され、病院の受診者や中心市街地の居住者の利便性が向上する。

【フォローアップの考え方】

中心市街地の居住人口は、住民基本台帳人口を基本とするとともに、国勢調査等を利用して、毎年数値目標の達成状況を確認し、分析・評価する。

この結果を松山市中心市街地活性化協議会に報告し、協議の上、必要に応じて事業の精査・見直しを行い、目標達成に必要な措置を講じるものとする。