

平成23年度 認定中心市街地活性化基本計画のフォローアップに関する報告

平成24年3月
松山市（愛媛県）

I. 平成23年度フォローアップ結果のポイント

○計画期間；平成20年11月～平成25年3月（4年5月）

1. 概況

本市では、平成20年11月に内閣総理大臣の認定を受け、「50万中枢都市の顔づくり～城下町ならではの歴史文化と都市機能が調和する元気、活力日本一のまち～」を将来像として、「賑わい創出」、「観光交流人口増」、「商業活性化」を目標に、松山市中心市街地活性化基本計画に基づく74事業（重複含む）を推進している。

最近の動向としては、その進捗に遅れが生じていたラフォーレ原宿・松山跡地の優良建築物等整備事業（大街道二丁目東地区）について、平成24年度に実施設計を行い、平成26年度の竣工を目指す新たな事業計画が明らかになった。その他の優良建築物等整備事業（二番町三丁目南地区、千舟町四丁目北地区）についても着実に進捗している。

また、二番町線において電線類地中化、歩道拡張、景観整備を実施する計画が進捗しているほか、花園町線においても道路空間の再配分や回遊空間の整備に向けた検討が開始されるなど、「歩いて暮らせるまちづくり」も進捗している。更に、平成24年3月には大街道の空き店舗を活用した「まちなか子育て・市民交流事業」が開始されるなど明るい話題もある。

しかしながら、中心市街地の小売年間商品販売額等の指標は、長引く景気低迷による消費マインド冷え込みや、郊外ショッピングセンターなどの影響を免れず、非常に厳しいものとなっている。

なお、基本計画の主要事業はほぼ計画通り実施されており、総事業74（重複含む）事業のうち、15事業が完了、54事業が実施中、4事業が未実施となっている。

2. 目標達成の見通し

目標	目標指標	基準値	目標値	最新値	前回の見通し	今回の見通し
街なかの賑わい創出	中央商店街の歩行者通行量（休日）	170.5千人 (H19年度)	195千人 (H24年度)	135.3千人 (H23年度)	②	②
	路面電車の年間乗車人数	7,287千人 (H19年度)	7,400千人 (H24年度)	6,486千人 (H22年度)	②	②
街なかの観光交流人口増	中心市街地内の観光客数（市有5施設）	1,348千人 (H19年)	1,600千人 (H24年)	1,430千人 (H23年)	①	①
街なかの商業活性化	小売年間商品販売額	263,982百万円 (H19年商業統計の速報値)※	264,000百万円 (H24年度)	208,466百万円 (H23年度推定値)	②	②

※ H19年商業統計（確報値）では、255,483百万円と算定されている。

注) ①取組（事業等）の進捗状況が順調であり、目標達成可能であると見込まれる。

②取組の進捗状況は概ね予定通りだが、このままでは目標達成可能とは見込まれず、今後対策を講じる必要がある。

③取組の進捗状況は予定通りではないものの、目標達成可能と見込まれ、引き続き最大限努力していく。

④取組の進捗に支障が生じているなど、このままでは目標達成可能とは見込まれず、今後対策を講じる必要がある。

⑤取組が実施されていないため、今回は評価対象外。

3. 目標達成見通しの理由※

① 中央商店街の歩行者通行量（休日）

平成 22 年に 5 年ぶりに増加した中央商店街の歩行者通行量であるが、平成 23 年には再び減少し、前年比 4.4%減の 135,280 人となっている。平成 18 年から毎年前年比 1 割以上の減少が続いていたことを考慮すると、平成 21 年を底に横ばいに転じているように見受けられる。

基本計画に掲げる事業はほぼ予定どおり進捗しているが、長引く景気低迷による消費意欲減退等の影響は依然として大きく、今年度は微増したものの、目標達成は困難な状況にある。

② 路面電車の年間乗車人数

経済情勢の悪化および消費意識の低下により、平成21年度に続いて2年連続で路面電車の乗車人員が減少しており、目標達成は困難な状況となっている。

③ 中心市街地内の観光客数（市有 5 施設）

スペシャルドラマ放送初年の平成 22 年には及ばないものの観光振興の取り組みは引き続き順調で、観光客数（市有 5 施設）は 1,430 千人と高い水準を維持している。スペシャルドラマ放送は完了したが、更なる PR 効果により目標達成は可能と見込まれる。

④ 小売年間商品販売額

景気低迷等による消費意欲の減退や郊外大型 SC の出店等の影響により減少を続けている。

昨年度に引き続き、中心市街地の小売年間商品販売額（平成 22 年 4 月から平成 23 年 3 月までの 1 箇年分）を推計したが、景気低迷や平成 23 年 2 月の家電量販店（ベスト電器）撤退等の影響を免れず、前年度（平成 21 年度分）と比較して約 95 億円減の 2,084 億 6,600 万円（▲4.4%）と推計されている。

基本計画に掲げる事業はほぼ予定どおりに進捗しているが、景気低迷や郊外大型 SC 出店等の影響は想定以上に大きく、目標達成は困難な状況にある。

4. 前回フォローアップ結果と見通しが変わった場合の理由※

見通しの変更なし。

5. 今後の対策

①中央商店街の歩行者通行量（休日）

中央商店街における集客イベントの実施や魅力ある商業等複合ビルの整備などにより、市民・観光客の新たな来街目的を創出し、もって中央商店街への誘客を図り、歩行者通行量の増加につなげて行く。

平成 23 年 2 月には、進捗が滞っていたラフォーレ原宿・松山跡地の優良建築物等整備事業（大街道二丁目東地区）について、平成 24 年度には実施設計に着手し、平成 26 年度の竣工を目指す新たな事業計画が明らかになったが、それ以外の優良建築物等整備事業（二番町三丁目南地区、千舟町四丁目北地区）については着実に進捗している。また、これらの民間の再開発等を誘発する取り組みとして、平成 23 年 10 月から地権者等と勉強会や意見交換会を行う「まち更新推進支援事業（お城下大学）」が新たに開始された。

これらの事業を推進することにより、商店街の通行量減少や売上げ低下に歯止めをかけ、商店街全体として来街者の回遊促進を図ることとする。

②路面電車の年間乗車人数

引き続き観光地の回遊手段としての路面電車の利用促進を図るとともに、魅力ある商業等複合ビル整備その他の商業振興策により市民の新たな来街目的を創出し、もって路面電車利用の増加を図る。

③中心市街地内の観光客数（市有5施設）

官民一体となった積極的な観光振興への取り組みが引き続き順調に進捗していることから、スペシャルドラマ放映後の落ち込みを最小限に抑える対策としての「松山はいく」（専属ガイドと巡る新しい着地型旅行商品）や新たな観光戦略としての「瀬戸内・松山構想」（瀬戸内海の魅力を引き出しながら広島と松山の観光資源を組み合わせ、提案する構想）を含めた様々な事業を展開し、観光交流人口の増加を図る。

④小売年間商品販売額

ラフォーレ原宿・松山跡地（大街道二丁目東地区）をはじめとする優良建築物等整備事業により新たな魅力的な商業施設を創出するとともに、イベント・共同販促事業など各種ソフト事業にも取り組み、中心市街地の経済活力の向上を図る。

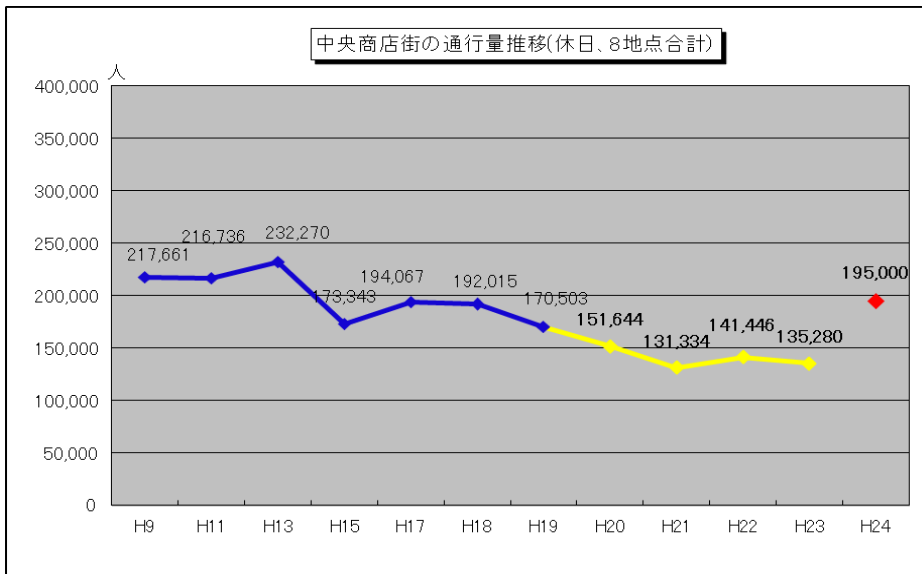
また、中央商店街を対象とした顧客ニーズ調査等で不満が多かった休憩所や公衆トイレについては、大街道商店街の空き店舗を活用した「まちなか子育て・市民交流センター」に休憩所や多目的トイレ等を併設することで対応している。また、同じく不満の多い駐車場のアクセスについては、自走式駐車場を整備する二番町三丁目南地区優良建築物等整備事業を支援すること等で改善を図ることとしている。

更に、平成22年3月に策定した「松山市広域集客商業活性化戦略」に基づき、「足元商圈の確実な取り込み」「街なか居住者への対応」「広域集客に向けての魅力付け」を3本柱に広域集客核としての再構築を進め、適時・適切に事業の追加や見直し等の検討を行い、小売年間商品販売額の増加を図っていく。

II. 目標「街なかの賑わい創出」

「中央商店街の歩行者通行量（休日）」※目標設定の考え方基本計画 P64～P71 参照

1. 調査結果の推移



年度	(千人)
H19	170.5 (基準年値)
H20	151.6
H21	131.3
H22	141.4
H23	135.3
H24	195.0 (目標値)

※調査方法：歩行者通行量調査

※調査月：毎年11月の日曜日、

※調査主体：松山市、まちづくり松山、松山商工会議所

※調査対象：歩行者のみ、日曜日8地点の合計、午前10時から午後8時まで（10時間）

2. 目標達成に寄与する主要事業の進捗状況及び事業効果

①【追加】大街道二丁目東地区優良建築物等整備事業（森ビル（株））

事業完了時期	【未】平成26年度
事業概要	平成20年1月に閉館したラフォーレ原宿・松山の跡地において、優良建築物等整備事業により、近隣の商業店舗を含めた共同化を実施し、商店街の賑わい再生を図る。 <ul style="list-style-type: none"> ・主用途(ホテル・商業) ・規模構造や面積等については、現在、基本設計の見直しにて検討中
事業効果又は進捗状況	平成23年3月の変更認定以降、不動産市場の低迷等の影響により事業進捗が遅れが生じていたが、平成24年2月には森ビル(株)が、主要用途をホテル・商業の複合施設として整備する新たな事業計画を取りまとめた。 当計画では、良好な歩行者空間の整備も併せて行い、中心商店街の賑わい拠点となる施設づくりを目指しているが、その事業効果として商店街通行客の減少の歯止めとなることが期待されている。 <ul style="list-style-type: none"> ・施設建築物の規模構造や面積等については、現在、基本設計の見直しにて検討中 ・平成26年度 完成、オープン（予定）

③ 【追加】二番町三丁目南地区優良建築物等整備事業（二番町三丁目南地区整備組合）

事業完了時期	【未】平成24年度
事業概要	金融機関の広域基幹店舗の更新と隣接低未利用地の共同化により、事務所等を併設した大街道商店街のアクセス拠点として駐車場整備を行う。 ・面積：約0.2ha ・整備内容： 延面積約6,600㎡、主用途（銀行・駐車場等）
事業効果又は進捗状況	商店街に近接した利便性の高い駐車場が整備されることで、大街道商店街や百貨店等とのアクセス強化が図られ、まちの集客向上、さらには渋滞緩和などにつながるものと期待されている。 平成25年3月完成、供用開始（予定）

④ 【追加】千舟町四丁目北地区優良建築物等整備事業（春陽マリン株）

事業完了時期	【未】平成24年度
事業概要	中心市街地活性化に向けた企業誘致の受皿施設として、また、都心居住による賑わい再生に寄与する施設として、店舗、事務所、賃貸住宅、駐車場等の整備を行う。 ・面積：約0.18ha ・整備内容： 延べ面積約11,400㎡、主用途（店舗、事務所、賃貸住宅、駐車場等）
事業効果又は進捗状況	30戸を上回る賃貸住宅やスーパーマーケット等が計画されているが、その事業効果として、都心居住を促進し、街なかの賑わい再生に寄与することが期待されている。 平成25年3月完成（予定）

⑤ まちなか子育て・市民交流事業（松山市）

事業完了時期	【実施中】平成23年度～
事業概要	来街者への託児サービスや休憩場所の提供、情報発信およびショップモビリティ、イベント、会議等が開催できる交流スペース機能を備えた、中心市街地活性化の拠点施設を運営する。
事業効果又は進捗状況	平成22年3月には、商店街インフォメーションセンター「おいでんか」が閉鎖したが、平成24年3月には、商店街の空き店舗（大街道一丁目ウォッチマン跡）を活用し、家庭的保育事業や託児サービスを行う保育室、託児室を整備するとともに、多目的機能を有する交流スペース（イベント・休憩スペース等）及び多目的トイレを設置した（愛称「まちコムスポット てくるん」）。今後、同センターで、親子で参加できるイベントや高齢者のいきいきサロン、商店街情報の発信など、さまざまな取り組みを行い、活性化と市民交流の促進に繋げて行く。 平成23年12月 松山市まちなか子育て・市民交流センター条例を制定 平成24年3月24日 供用開始

⑥ 商店街単位、又は複数商店街及び他のイベントとの連携によるイベント・共同販促事業の実施（㈱まちづくり松山、松山中央商店街連合会、各商店街）

事業完了時期	【実施中】平成19年度～
事業概要	中心市街地内で開催される催事について、近接する地域間でイベント開催日程の調整やイベントの共同実施、販促事業の連携などを展開することにより、回遊範囲の拡大及び回遊時間の延長を図る。
事業効果又は進捗状況	平成23年 3月,5月「大街道フリーマーケット」 平成23年11月「大街道フリーマーケット」&「ロープウェイ街門前市」 平成23年10月「松山モードフェス2011A/W」 平成23年 8月,11月,12月「大街道マルシェ」 平成23年12月「お城下松山☆クリスマス」など

3. 目標達成の見通し及び今後の対策

(1) 目標達成の見通し

- ・平成22年に5年ぶりに増加した中央商店街の歩行者通行量であるが、平成23年には再び減少し、前年比4.4%減の135,280人となっている。平成18年から毎年前年比で1割以上の減少が続いていたことを考慮すると、平成21年を底に横ばいに転じているように見受けられる。
- ・基本計画に掲げる事業については、新たな事業計画が明らかになったラフォーレ原宿・松山跡地（大街道二丁目東地区）優良建築物等整備事業以外は、ほぼ予定どおりに進捗しているが、大きな効果が見込める優良建築物等整備事業（二番町三丁目南地区、千舟町四丁目北地区）などが未完成のため、取組みの効果が発揮されていない部分がある。
- ・景気後退等の影響は依然として大きく、目標達成は困難な状況にあることから、中心市街地活性化協議会に報告するなど関係者間で協議の上、今後対策を講じる必要がある。

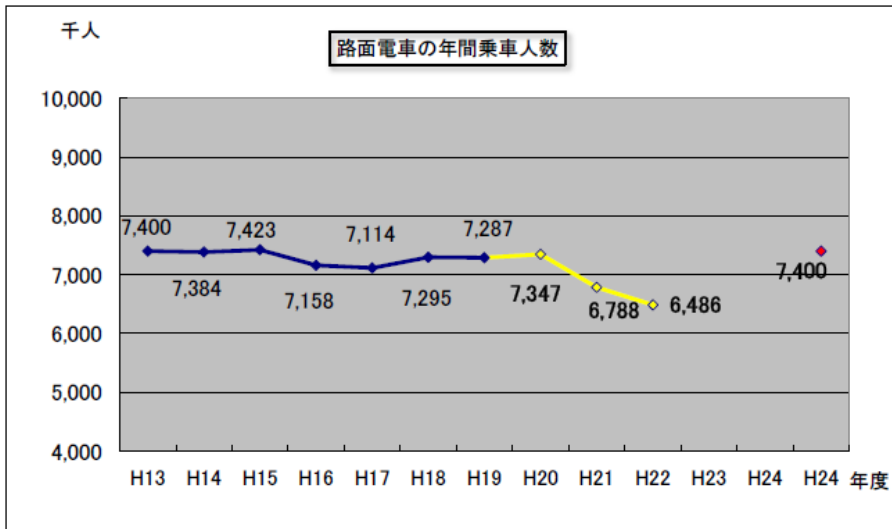
(2) 今後の対策

- ・市民、観光客の中央商店街への来訪を促すイベント・共同販促事業の実施や魅力的な商業施設創出（大街道二丁目東地区優良建築物等整備事業）などにより新たな来街目的を創出し、中央商店街への誘客を図り、歩行者通行量の増加につなげて行く。
- ・平成23年2月には、その進捗に遅れが生じていたラフォーレ原宿・松山跡地の優良建築物等整備事業（大街道二丁目東地区）について、平成24年度には実施設計に着手、平成26年度の竣工を目指す新たな事業計画が明らかになったが、それ以外の優良建築物等整備事業については着実に進捗している。また、これらの民間の再開発等を誘発するまちづくり初動期支援の取り組みとして、平成23年10月から地権者等と勉強会や意見交換会を行う「まち更新支援事業（お城下大学）」が新たに開始されている。
- ・中央商店街では、来街者ニーズとして休息所・トイレ等を求める意見が多いが、これに対応する取り組みとして、大街道商店街の空き店舗を活用して託児サービスを行う「まちなか子育て・市民交流センター（愛称「まちコミュスポット てくるん」）」に、交流スペース（イベント・休憩スペース等）及び多目的トイレを設置した。同センターでは、ベビーカーや車いすの貸し出しのほか、まちなかの観光案内なども実施するが、更に、同センターを活用して、親子で参加できるイベントや高齢者のいきいきサロン、商店街情報の発信など、集客につながるさまざまな取り組みを行い、来街者の増加と滞留時間延長を図る。
- ・不満の多い駐車場のアクセスについては、自走式駐車場を整備する二番町三丁目南地区優良建築物等整備事業を支援すること等で改善を図ることとしており、駐輪場についても平成23年4月に策定した「新松山市自転車等利用総合計画」に基づき、附置義務や補助要件等の改正により駐輪環境の整備に努める。

II. 目標「街なかの賑わい創出」

「路面電車の年間乗車人数」※目標設定の考え方基本計画 P72～P74 参照

1. 調査結果の推移



年度	(千人)
H19	7, 2 8 7 (基準値)
H20	7, 3 4 7
H21	6, 7 8 8
H22	6, 4 8 6
H23	
H24	7, 4 0 0 (目標値)

※調査方法：路面電車（伊予鉄道株・軌道 市内線）の年間乗車人数を集計

※調査月：毎年8月（前年度1年間分）※調査主体：伊予鉄道株式会社

※調査対象：路面電車各駅の年間乗車人数の合計

2. 目標達成に寄与する主要事業の進捗状況及び事業効果

※「中央商店街の歩行者通行量（休日）」及び「中心市街地内の観光客数（市有観光5施設）」を再掲。

- ① 【追加】大街道二丁目東地区優良建築物等整備事業（森ビル（株））【再掲 P4 参照】
- ② 【追加】二番町三丁目南地区優良建築物等整備事業（（株）三越、（株）香川銀行）【再掲 P4 参照】
- ③ 【追加】千舟町四丁目北地区優良建築物等整備事業（春陽マリン（株））【再掲 P5 参照】
- ④ まちなか子育て・市民交流事業（松山市）【再掲 P5 参照】
- ⑤ 商店街単位、又は複数商店街及び他のイベントとの連携によるイベント・共同販促事業の実施（株まちづくり松山、松山中央商店街連合会、各商店街）【再掲 P6 参照】
- ⑥ 城山公園オータムフェスティバル（城山公園オータムフェスティバル実行委員会）【再掲 P8 参照】
- ⑦ NHKスペシャルドラマ「坂の上の雲」の放送（NHK）【再掲 P9 参照】
- ⑧ スペシャルドラマ「坂の上の雲」魅力創出事業（松山市）【再掲 P9 参照】
- ⑨ まちなか回遊サービス提供事業（松山市）【再掲 P9 参照】

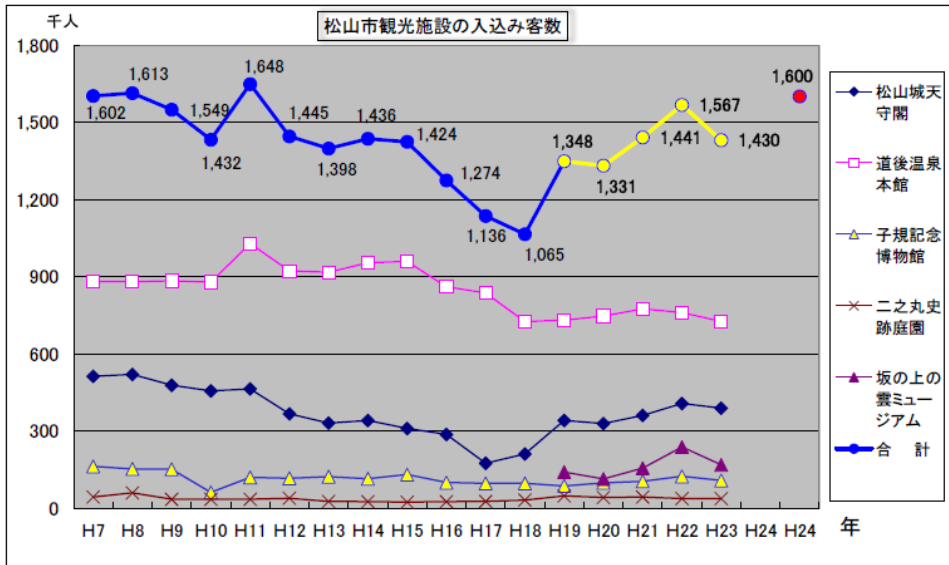
3. 目標達成の見通し及び今後の対策

- ・平成 20 年度には利用が増加したが、平成 21 年度に続き平成 22 年度も、路面電車の乗車人員が減少し、目標達成は困難な状況となっている。
- ・観光地の回遊手段としての路面電車の利用を促進するとともに、魅力ある商業等複合ビル整備（大街道二丁目東地区優良建築物等整備事業）その他の振興策によって市民の新たな来街目的を創出し、もって路面電車利用の増加を図る。
- ・平成 24 年 3 月には、中央商店街（大街道）の空き店舗に保育事業や託児サービスを行うとともに、交流スペース（多目的トイレ・休憩スペース）等を備える「まちなか子育て・市民交流センター」を設置したが、同センターを活用し、親子で参加できるイベントやサロン、商店街情報の発信など、集客につながるさまざまな取り組みを行い、来街者の増加と路面電車利用の増加を図る。

II. 目標「街なかの観光交流人口増」

「中心市街地内の観光客数（市有観光5施設）」※目標設定の考え方基本計画 P75～P81 参照

1. 調査結果の推移



年	(千人)
H19	1,348 (基準年値)
H20	1,331
H21	1,441
H22	1,567
H23	1,430
H24	1,600 (目標値)

※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、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

2. 目標達成に寄与する主要事業の進捗状況及び事業効果

① 城山公園オータムフェスティバル（城山公園オータムフェスティバル実行委員会）

事業完了時期	【実施中】平成19年度～
事業概要	<p>城山公園及び周辺地区において各施設の催しと連携し、集客力のあるイベントを県内主要メディアが主体となって開催する。</p> <p>（平成23年実施概要）</p> <ul style="list-style-type: none"> ゆめキラツリー2011 in 花園（平成23年9月～12月） 花園町フードストリート 西通り商店街副道（平成23年9月～） 『坂の上の雲のまち松山』公開講座（平成23年10月8日） 詩国 はちはち祭り～伊予～（平成23年10月16日） えひめ・まつやま産業まつり（平成23年10月21～23日） キッズふれあいランド&ミニイベント（平成23年11月5日） 城山公園 Autumn Festival～言霊コンサート～（平成23年11月19日）
事業効果又は進捗状況	<p>10月21～23日に開催したえひめ・まつやま産業まつりに約97,000人の来場があったのをはじめ、平成23年9月～12月までの間に、キッズふれあいランドや言霊コンサートなど主要イベントや関連イベントを多数開催し、約887,700人の集客を得た。</p> <p>来年度以降も当該事業を継続し、より多くの集客を目指して各種イベントを実施する。</p>

② NHKスペシャルドラマ「坂の上の雲」の放送（NHK）

事業完了時期	【済】平成21年11月～平成23年12月
事業概要	平成23年12月にNHK総合テレビでスペシャルドラマ「坂の上の雲」（第3部）が放送され、3年にわたる放送が完了した。このスペシャルドラマは衛星放送でも放送され、第3部放送前には第1部、第2部も再放送され、好評を博した。
事業効果又は進捗状況	NHKスペシャルドラマ「坂の上の雲」の放送や、高速道路料金の割引や無料化などを追い風に、松山市を訪れる観光客は増加した。 松山市が公表している観光客推定表(※)によれば、スペシャルドラマの放送が開始された平成21年には525万4千人、翌22年には588万4千人に達しているが、これは推計を算出し始めた昭和39年以降3番目に多い水準である。国内の旅行市場が伸び悩む中で、ドラマ効果を活用した誘客戦略が実を結んだ。 ※毎年5月に公表。JR駅、港湾、空港等の各利用者数に市外客推定率や観光客推定率を乗じて前年1年間の観光客数を推定している。

③ スペシャルドラマ「坂の上の雲」魅力創出事業（松山市）

事業完了時期	【実施中】平成20年度～平成23年度
事業概要	スペシャルドラマ放送の機会を捉え、集客性の高いイベントを開催するほか、メディア、交通事業者とも連携・協力してスペシャルドラマ「坂の上の雲」の関連イベントを実施するとともに、積極的かつ効果的な誘致PRにより松山の魅力を発信する。
事業効果又は進捗状況	松山商工会議所が事務局となって、民間事業者らで組織する交流人口・産業拡大会議と連携・協力し、ラッピングトレインやラッピングジェットなど大々的に広報展開を実施するとともに、本木雅弘氏や真野響子氏、菅野美穂氏、石原さとみ氏らなどのドラマ出演者を迎えてのコンサートやトークショーを開催し、地元気運の醸成にも努め、多くの集客を得るとともに、松山市を広域的にPRすることに成功した。

④ まちなか回遊サービス提供事業（松山市）

事業完了時期	【実施中】平成19年度～
事業概要	観光客の回遊性の向上を目的として、回遊割引や、公共交通機関と連携した事業を実施する。
事業効果又は進捗状況	松山観光割引クーポン（観光施設の2割引利用者 累計約6,000人）や松山城下めぐりきっぷ（H23年度実績 約2,000枚）等の取組みは、回遊性の向上に一定の効果があった。今後は、内容を精査したうえで必要な施策を継続実施する。

3. 目標達成の見通し及び今後の対策

(1) 目標達成の見通し

- ・スペシャルドラマ放送初年の平成22年には及ばないものの観光振興の取り組みは引き続き順調で、観光客数（市有5施設、道後温泉本館、松山城、坂の上の雲ミュージアム、子規記念博物館、二之丸史跡庭園の入場者）は1,430千人と高い水準を維持している。事業を継続実施することにより、目標達成は可能である。

- ・スペシャルドラマ「坂の上の雲」を契機に松山商工会議所を中心とする152の企業・団体により「交流人口・産業拡大会議」が設立され、平成22年3月～平成24年1月まで『坂の上の雲』のまち松山スペシャルドラマ館』、『伊予の国えひめ逸品』物産館』を運営し、累計で約14万6千人の集客を得た。
- ・継続的に実施してきた松山旅行の商品化、都市間交流、広域連携など観光客誘致の取り組みは順調で、「城山公園オータムフェスティバル事業」や『坂の上の雲』魅力創出事業』なども予定どおりの効果を挙げており、継続的に事業展開することで目標は達成できるものと考えている。

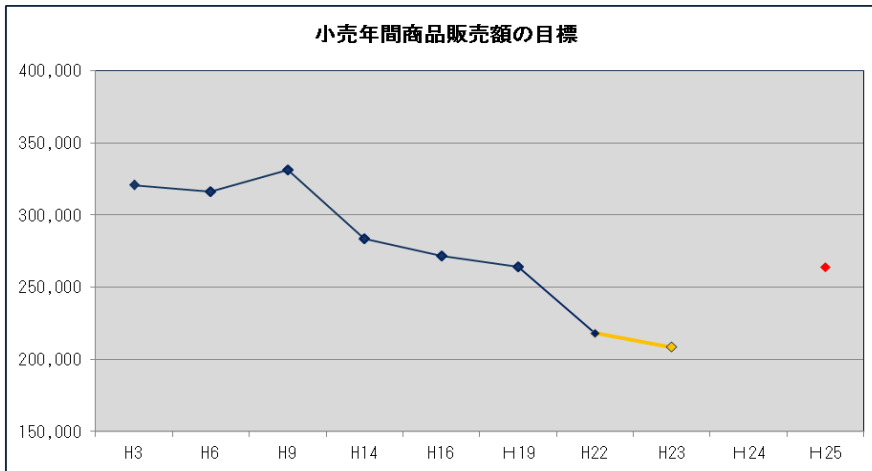
(2) 今後の対策

- ・ドラマ放送での宣伝・誘客効果を最大限活用しながら、ドラマ放送終了後も継続して安定的な観光客獲得を図るため、正岡子規や秋山好古・真之兄弟をはじめ、激動の明治を切り拓いた先人たちの足跡がのこり、また小説の主人公3人が抱いた高い志やひたむきな努力、夢や希望をまちづくりに取り入れている本市において、新たに企業研修旅行の誘致に取組み、研修旅行の地として、本市を選んでもらえるよう誘致策を展開する。
- ・観光客の誘致へ向けて戦略的かつ積極的に取り組む一方で、「松山はいく」に代表される旅行者ニーズを捉えた着地型観光商品の開発に取り組み、各地で商品説明会や営業活動等のプロモーション活動や、効果的な媒体を活用して情報発信をタイムリーに実施し、さらなる誘客を図っていく。
- ・大河ドラマの舞台となった類似市においては、ドラマ放映後に観光客数が落ち込むのが通例であることから、ドラマ放映後の落ち込みを最小限に抑える対策として、「松山はいく」と称した専属ガイドと松山のまちを巡る新しい観光コースを開発している。
- ・また、新たな観光戦略として「瀬戸内・松山構想」（瀬戸内海の魅力を最大限に引き出し、広島と愛媛・松山の資源を組み合わせ、磨き上げ、新しいスタイルの旅行を創造し提案する構想）を掲げ、宮島から松山までの定期航路をパッケージ化した“瀬戸内はいくる一ず”という新しい旅行商品の造成や交通事業者（JR四国及びJR西日本）が展開するキャンペーンの誘致に成功するなど、現在、様々な事業を進めているところである。

II. 目標「街なかの商業活性化」

「小売年間商品販売額」※目標設定の考え方基本計画 P82～P84 参照

1. 調査結果の推移



年度	(百万円)
H19	263,982 (基準年推定値) ※H19年商業統計(確報値)では、255,483百万円と算定
H22	217,980
H23	208,466
H24	
H25	264,000 (目標値)

※調査方法；平成19年商業統計(確報値)と市独自調査(アンケート)により推計、

※調査月；平成23年3月以降、毎年度末に前年度1年間分を公表

※調査主体；松山市

※調査対象；中心市街地(番町・東雲・八坂・雄郡・新玉・味酒・清水・道後地区)の小売年間商品販売額
地区内の大型小売業店舗(店舗面積3,000㎡以上)

2. 目標達成に寄与する主要事業の進捗状況及び事業効果

① 【追加】大街道二丁目東地区優良建築物等整備事業(森ビル(株))

事業完了時期	【未】平成26年度
事業概要	平成20年1月に閉館したラフォーレ原宿・松山の跡地において、優良建築物等整備事業により、近隣の商業店舗を含めた共同化を実施し、商店街の賑わい再生を図る。 ・主用途(ホテル・商業) ・規模構造や面積等については、現在、基本設計の見直しにて検討中
事業効果又は進捗状況	平成24年2月には、森ビル(株)がホテル・商業の複合施設を整備する新たな事業計画を取りまとめた。当計画では、良好な歩行者空間の整備も併せて行い、中心商店街の賑わい拠点となる施設づくりを目指している。 平成26年度 完成、オープン(予定)

② 【追加】二番町三丁目南地区優良建築物等整備事業(二番町三丁目南地区整備組合)

事業完了時期	【未】平成24年度
事業概要	金融機関の広域基幹店舗の更新と隣接低未利用地の共同化により、事務所等を併設した大街道商店街のアクセス拠点として駐車場整備を行う。 ・面積：約0.18ha ・整備内容：延面積約6,600㎡、主用途(銀行・駐車場等)
事業効果又は進捗状況	平成25年3月 完成、供用開始予定

③ 【追加】千舟町四丁目北地区優良建築物等整備事業（春陽マリン株）

事業完了時期	【未】平成24年度
事業概要	<p>中心市街地活性化に向けた企業誘致の受皿施設として、また、都心居住による賑わい再生に寄与する施設として、店舗、事務所、賃貸住宅、駐車場等の整備を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・面積：約0.18ha ・整備内容： 延べ面積 約11,400㎡、主用途（店舗、事務所、賃貸住宅、駐車場等）
事業効果又は進捗状況	<p>30戸を上回る賃貸住宅やスーパーマーケット等が計画されているが、その事業効果として、都心居住を促進するとともに、生活必需品を販売する最寄品店舗として、商業振興に寄与することが期待されている。</p> <p>平成25年3月 完成予定</p>

④ まちなか子育て・市民交流事業（松山市）

事業完了時期	【実施中】平成23年度～
事業概要	<p>来街者への託児サービスや休憩場所の提供、情報発信およびショップモビリティ、イベント、会議等が開催できる交流スペース機能を備えた、中心市街地活性化の拠点施設を運営する。</p>
事業効果又は進捗状況	<p>平成22年3月には、商店街インフォメーションセンター「おいでんか」が閉鎖したが、平成24年3月には、商店街の空き店舗（大街道一丁目ウォッチマン跡）を活用し、家庭的保育事業や託児サービスを行う保育室、託児室を整備するとともに、多目的機能を有する交流スペース（イベント・休憩スペース等）及び多目的トイレを設置した（愛称「まちコムスポット てくるん」）。今後、同センターで、親子で参加できるイベントや高齢者のいきいきサロン、商店街情報の発信など、さまざまな取り組みを行い、活性化と市民交流の促進に繋げて行く。</p> <p>平成23年12月 松山市まちなか子育て・市民交流センター条例を制定 平成24年3月24日 供用開始</p>

⑤ 空き店舗対策事業（中心市街地内の各商店街）

事業完了時期	【実施中】平成20年度～
事業概要	<p>中心市街地の各商店街における空き店舗対策として、商店街組織が社会福祉法人や特定非営利活動法人等と共同で、空店舗を賃借し、教育文化事業、保健医療事業、社会福祉事業等の商店街活性化事業を実施することで、空き店舗の解消を図るとともに、障害者や高齢者の来街者を促進し、来街者の増加を図る。</p>
事業効果又は進捗状況	<p>[松山市商店街空洞化対策事業]</p> <p>平成21年4月～ 産直市「ぎんこい市場」を開設 平成22年10月 「ぎんこい市場」移転・拡充 [中心商店街創業者支援モデル事業（ふるさと雇用再生分）] 平成21年9月～ 大街道の空き店舗にチャレンジショップ（+STYLE）を開設</p>

⑥ 商店街単位、又は複数商店街及び他のイベントとの連携によるイベント・共同販促事業の実施
(株まちづくり松山、松山中央商店街連合会、各商店街)

事業完了時期	【実施中】平成19年度～
事業概要	中心市街地内で開催される催事について、近接する地域間でイベント開催日程の調整やイベントの共同実施、販促事業の連携などを展開することにより、回遊範囲の拡大及び回遊時間の延長を図る。
事業効果又は進捗状況	平成23年 3月,5月「大街道フリーマーケット」 平成23年 11月 「大街道フリーマーケット」&「ロープウェイ街門前市」 平成23年 10月 「松山モードフェス 2011A/W」 平成23年 8月,11月,12月 「大街道マルシェ」 平成23年 12月 「お城下松山☆クリスマス」など

3. 目標達成の見通し及び今後の対策

(1) 目標達成の見通し

- ・景気低迷等による消費意欲の減退や郊外大型SCの出店等の影響により、大幅な減少を続けている。
- ・昨年度に引き続き、中心市街地における小売年間商品販売額（平成22年4月から平成23年3月までの1箇年分）を推計したが、前年度（平成21年度分）と比較して約95億円減の2,084億6,600万円（▲4.4%）と試算されている。小売業を取り巻く環境は全国的にも厳しいが、本市の中心部においても同様に厳しい状況が続いている。
- ・基本計画策定（平成20年11月）当時には、エミフルMASAKI（平成20年開業、店舗面積47,000㎡）の影響について特段の考慮は行わず、トレンド推計による減少だけで小売年間商品販売額の将来推計をおこなっているが、影響が推計以上であった可能性がある。

(2) 今後の対策

- ・基本計画に掲げる事業については、新たな事業計画が明らかになったラフォーレ原宿・松山跡地（大街道二丁目東地区）優良建築物等整備事業以外は、予定どおりに進捗しているが、景気後退等の影響は依然として大きく、目標達成は困難な状況にあることから、中心市街地活性化協議会に報告するなど関係者間で協議の上、今後対策を講じる必要がある。
- ・平成23年2月には、進捗が滞っていたラフォーレ原宿・松山跡地の優良建築物等整備事業（大街道二丁目東地区）について、平成26年度の竣工を目指す新たな事業計画が明らかになったが、それ以外の優良建築物等整備事業（二番町三丁目南地区、千舟町四丁目北地区）については着実に進捗している。これらの民間再開発を推進することにより商店街の通行量の減少や小売年間販売額の低下に歯止めをかけ、商店街全体としての商業活性化を図ることとする。但し、これらについては施設建築物が竣工するまでは事業効果が発現しない。
- ・中央商店街では、来街者ニーズとして休息所・トイレ等を求める意見が多いが、これに対応する取り組みとして、大街道商店街の空き店舗を活用して託児サービス等を行う「まちなか子育て・市民交流センター」に、多目的機能を有する交流スペース（イベント・休憩スペース等）及び多目的トイレを設置した。これにより中心市街地の魅力を発信し、来街者の利便性、満足度を向上させ、来街者の増加と滞留時間の延長を図る。
- ・景気低迷の影響等は大きいですが、平成22年3月に策定した「松山市広域集客商業活性化戦略」に基づき、「足元商圈の確実な取り込み」「街なか居住者への対応」「広域集客に向けての魅力付け」を3本柱に広域集客核としての再構築を進める。

