

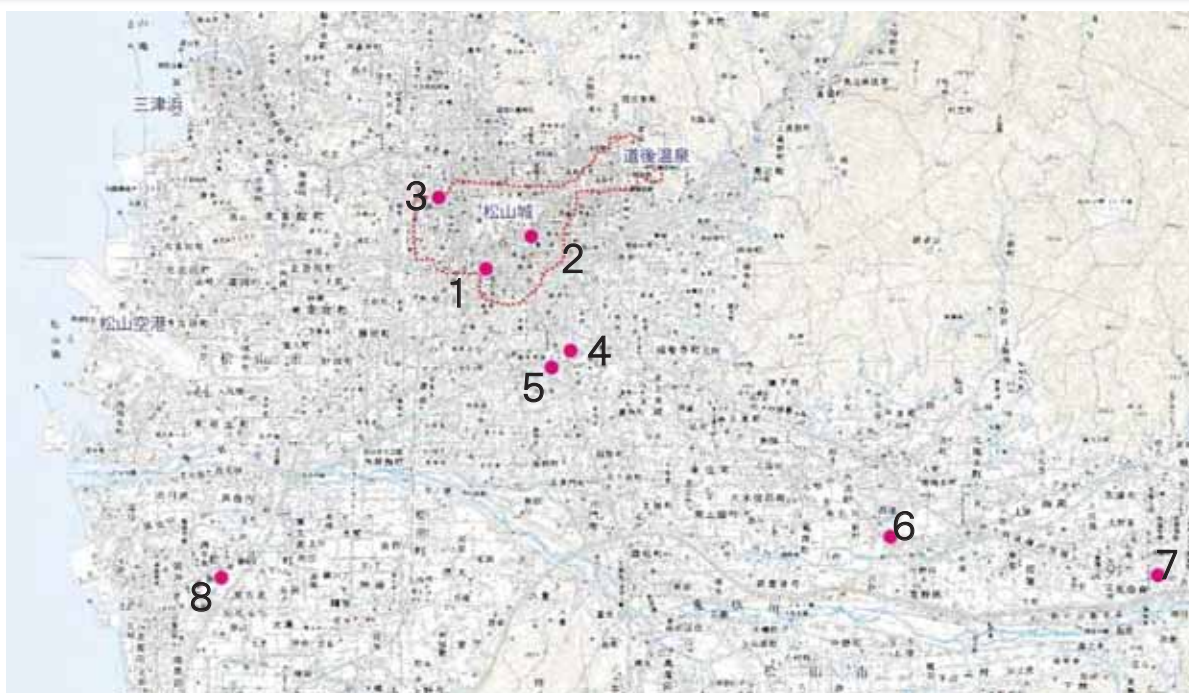


### (3) 経済その他の動向

#### (3) - 1 商業動向

##### 1) 大型商業施設

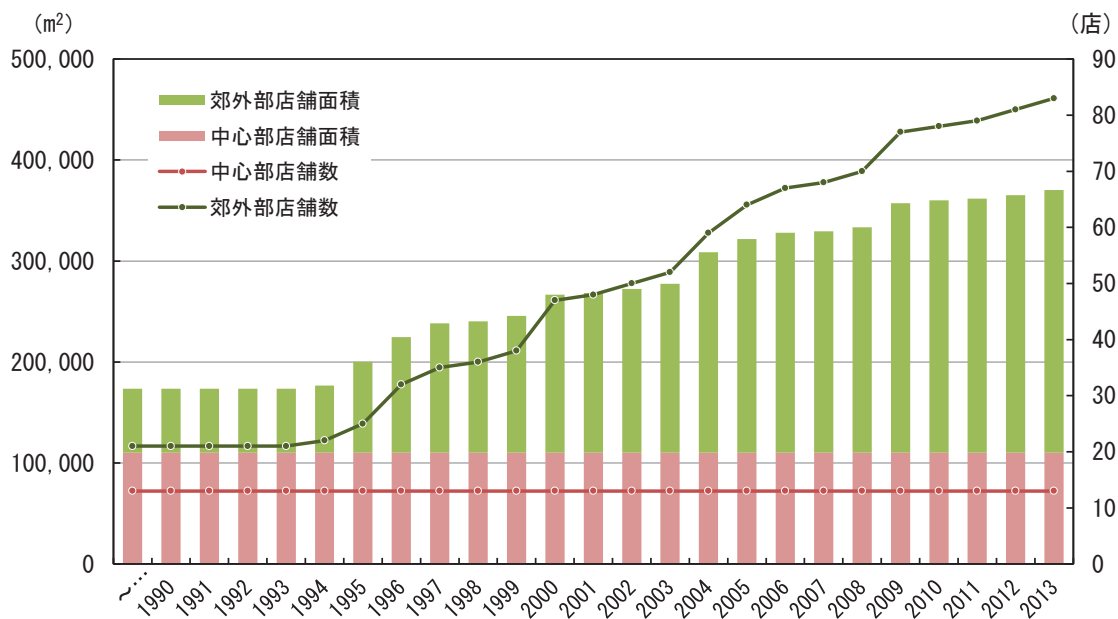
- ・無料駐車場や広い駐車スペースが魅力となっている郊外型の大規模商業施設の立地により、購買者が中心市街地の商店街から流出している。
- ・中心部の商店街から、若者及びファミリー層向けの店舗が著しく減少していることから、これら客層も郊外の大型商業施設に流れていく状況が発生。



大規模集客施設（10,000㎡以上）の立地状況

No.	大規模小売店舗名	所在地	開店日	店舗面積(㎡)
1	伊予鉄ターミナルビル（いよてつ高島屋）	湊町5丁目1-1外	S46.7 (H13増床)	39,180
2	松山三越・ファッションタウンアヴァ	一番町3丁目1-1外	S31.6	25,054
3	フジグラン松山	宮西1丁目1-2-1	S48.4	19,180
4	イオン松山店	天山町13-5外	H7.11	18,353
5	ジョー・プラ（フレッシュバリューラヴィ松山店）	朝生田町5丁目1-25	S54.11	16,669
6	フジグラン重信・ダイキEX重信	東温市野田3-1-13外	H5.6 (H14増床)	30,847
7	パルティフジ見奈良（レスパシティ）	東温市見奈良1125外	H12.10	16,178
8	エミフルMASAKI	伊予郡松前町筒井850	H20.4	57,690

出典：大規模小売店総覧 2014（東洋経済）



松山市内の大規模小売店舗数・店舗面積の推移

※店舗面積 1,000m<sup>2</sup> 以上

出典：大規模小売店総覧 2014（東洋経済）



## 2) 小売業

## &lt; 商店数 &gt;

- ・松山市全体、中心市街地、番町地区ともに、平成3年頃をピークに減少傾向。

## &lt; 従業者数 &gt;

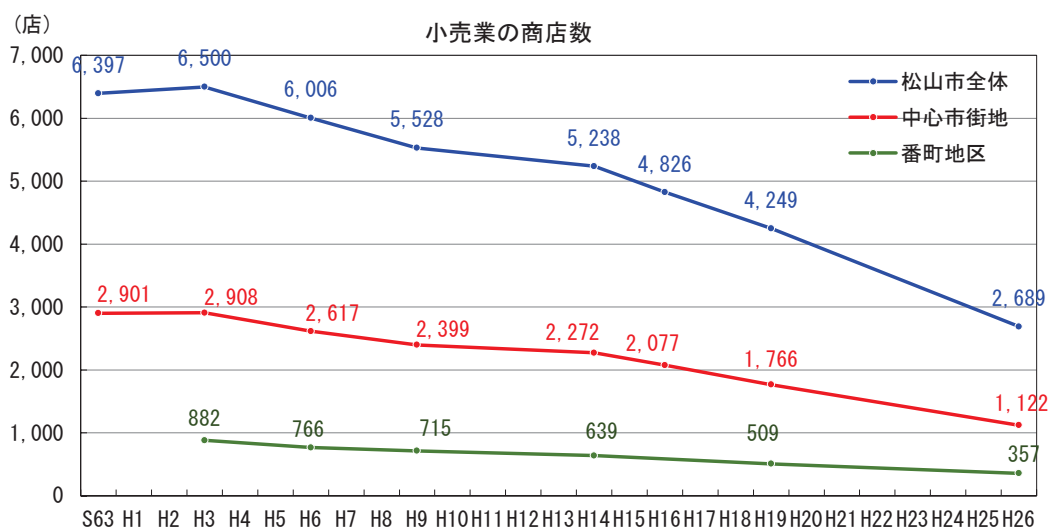
- ・松山市全体が平成11年まで増加し、その後急激に減少しているのに対して、中心市街地、番町地区は、ここ30年あまり減少傾向を継続。

## &lt; 年間商品販売額 &gt;

- ・松山市全体では平成9年をピークに、その後減少に転じており、中心市街地においても、市全体の傾向と概ね同様な傾向にある。一方で、番町地区では減少傾向となっている。

## &lt; 売場面積 &gt;

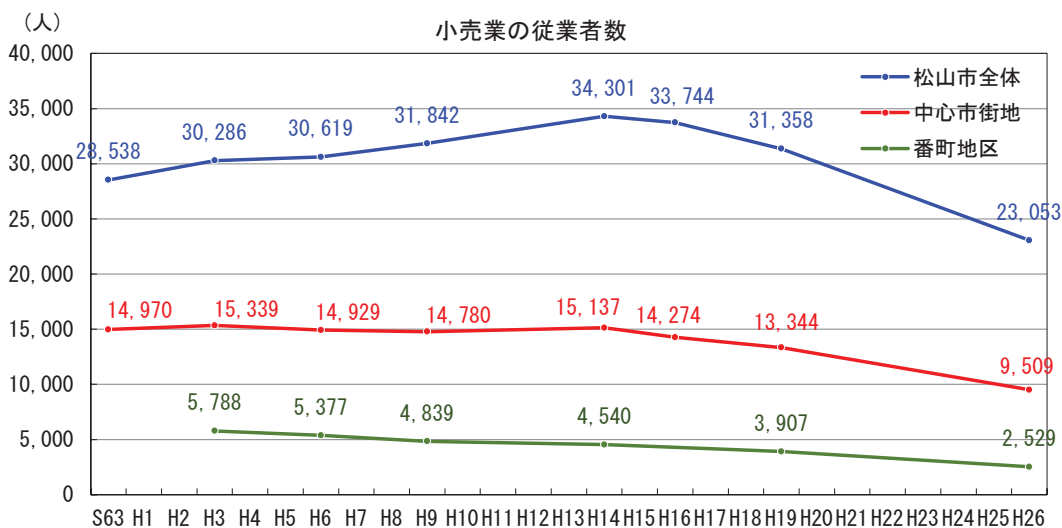
- ・松山市全体の売場面積は増加傾向にあり、昭和63年に比べ60%程度増加している。
- ・中心市街地でも増加傾向にあるが、その一方で番町地区では、平成9年から10%以上減少。



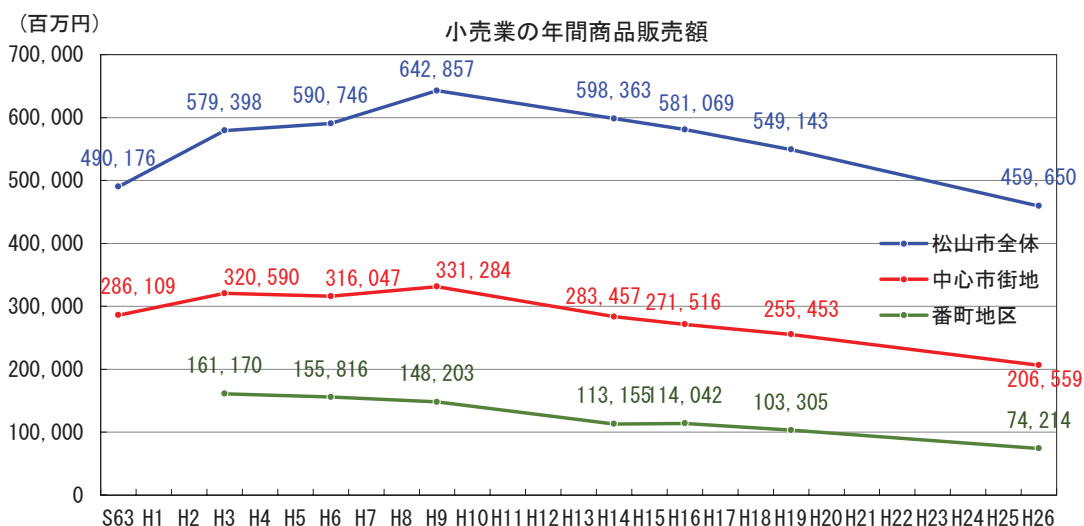
## 小売業の商店数の推移

※中心市街地は、「中心市街地活性化基本計画」での区域

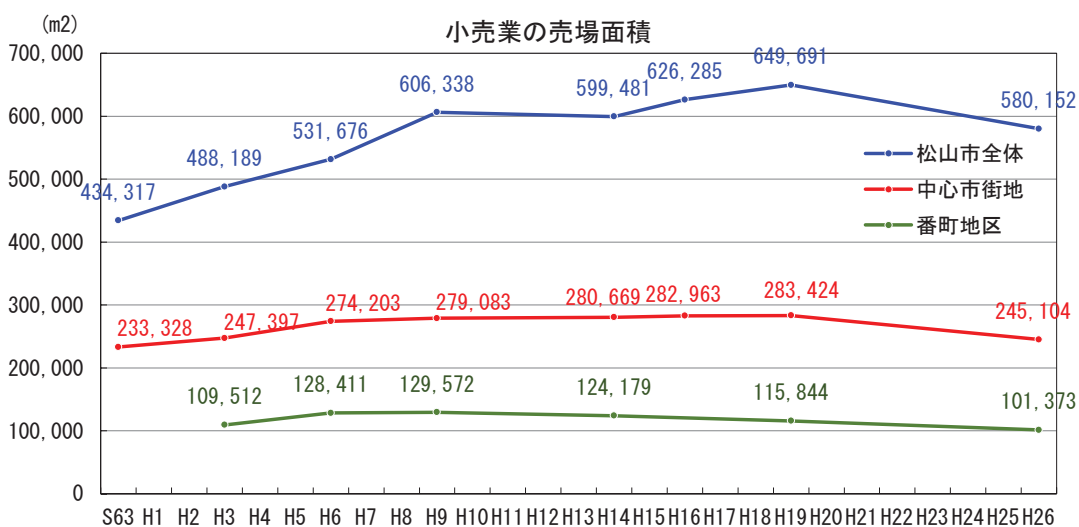
出典：商業統計



小売業の従業者数の推移



小売業の年間商品販売額の推移



小売業の売場面積の推移

※中心市街地は、「中心市街地活性化基本計画」での区域

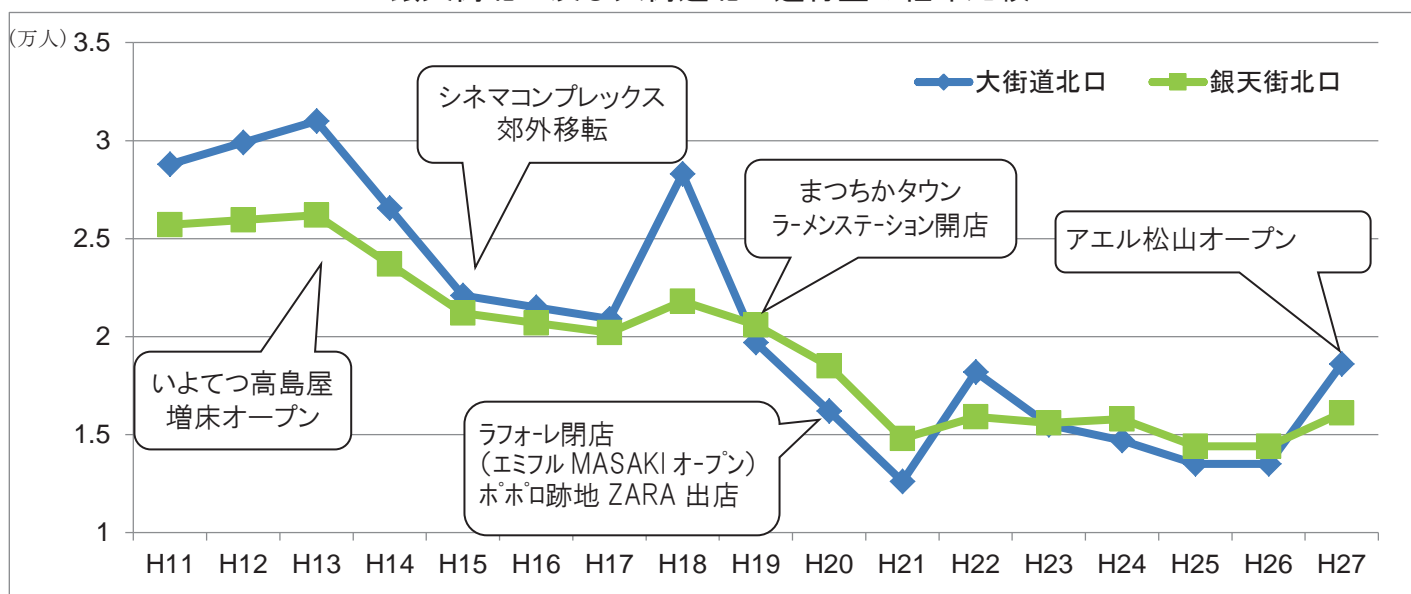
出典：商業統計



### 3) 商店街通行量の状況

- ・平成12年に約2.6万人を超えていた銀天街北口の歩行者通行量は徐々に減少し、近年では約1.4万人まで減少していたが、平成27年度調査では約1.6万人と約1割増加している。
- ・アエル松山が開業した大街道北口でも、1.8万人程度と約3割増加している。
- ・歩行者通行量の内訳については、「中学生以下」「高校生以上」のみ把握しており、大街道北口や銀天街4丁目西口と比較すると、銀天街北口の方が「中学生以下」の割合が高い。

銀天街北口及び大街道北口通行量の経年比較

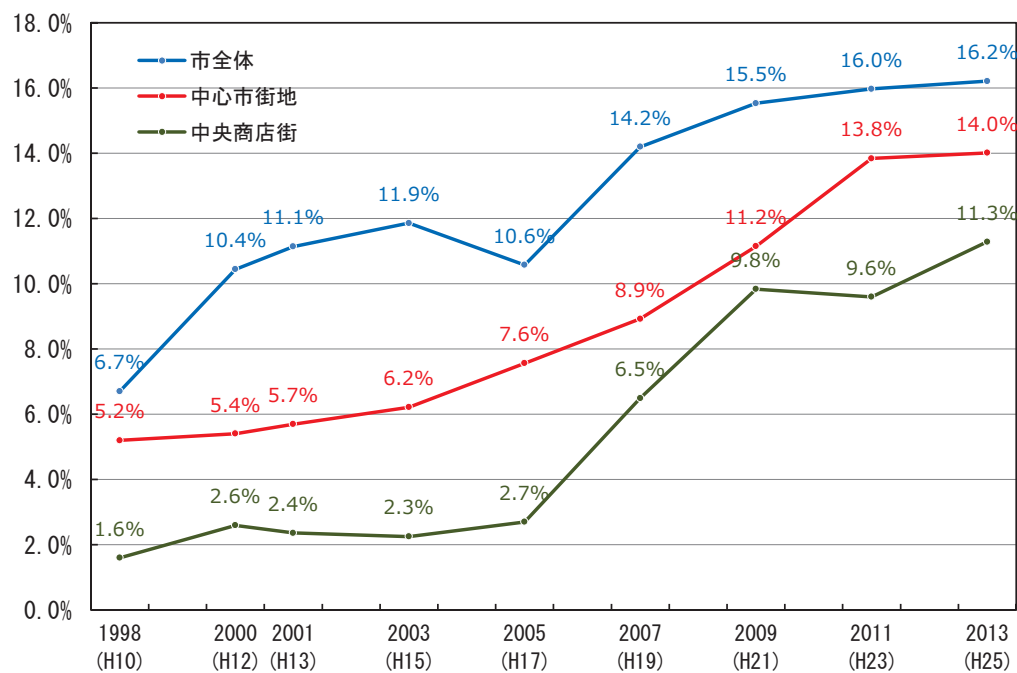


出典：中心市街地エリアマネジメント支援事業調査  
 通行量の調査時間はいずれも午前10時から午後8時まで



## 4) 空き店舗の動向

- ・松山市の空き店舗率は、平成17年に一旦減少したものの、以降増加を続け、ここ15年で10%程度増加。
- ・中心市街地でも、平成23年まで増加傾向であったが、その後は横ばい状態。
- ・中央商店街では、平成17年～平成21年の間で急増し、増加傾向が継続。



空き店舗率の推移

出典：(財) えひめ産業振興財団「商店街実態調査報告書」、「松山市商店街実態調査」



### (3) - 2 都市機能施設の集積状況

#### 1) 医療施設

- ・地区内に医療施設の立地は見られない。
- ・中心地区及び周辺部には民間の総合病院やリハビリテーション機能を有する病院が立地。
- ・周辺部には松山市民病院、県立中央病院、松山赤十字病院等も立地しており、医療環境は整っている。



銀天街L字地区

病院の立地状況

※医療法第1条の5第1項に定める病院（病床数20床以上）

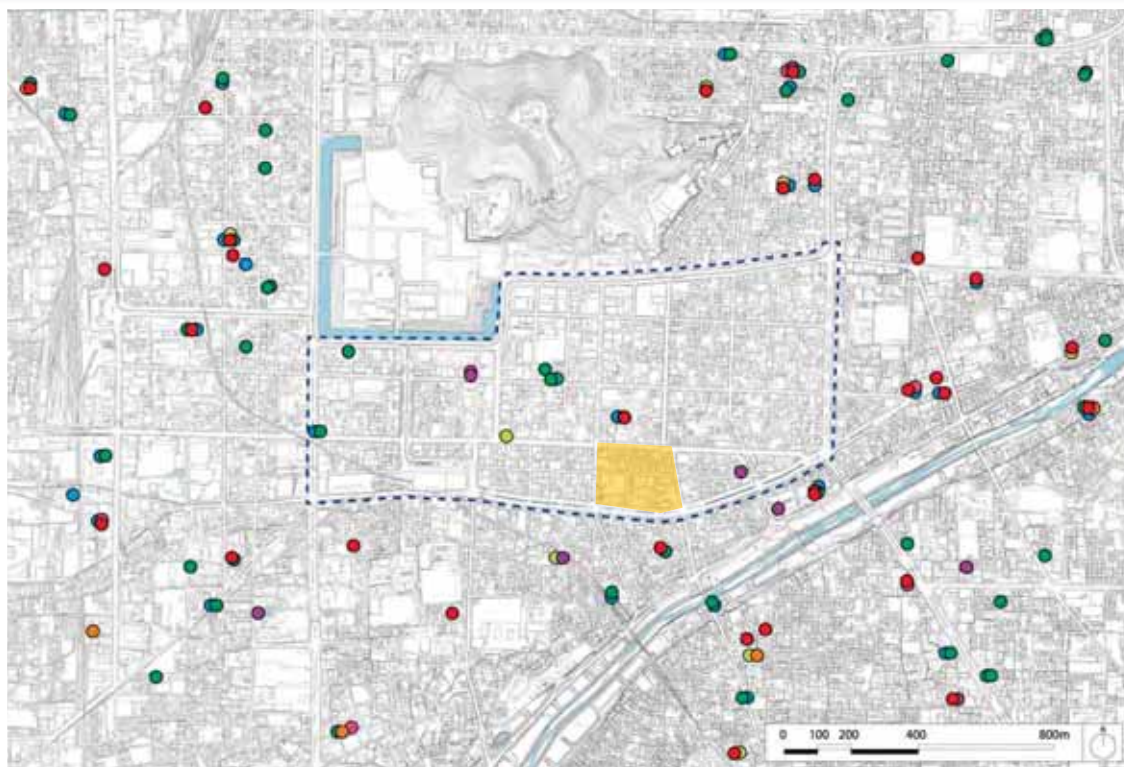
出典：松山市 医事業事課資料（平成28年4月）





## 2) 介護施設

- ・ 地区内に介護施設の立地は見られない。
- ・ 中心地区及び周辺部には、デイサービス、グループホーム、訪問介護ステーション等の介護施設が多数立地している。
- ・ 中心地区には特に、訪問型の施設の立地が多い。



介護施設の立地状況

銀天街L字地区

出典：ワムネット（独立行政法人福祉医療機構）／平成27年4月

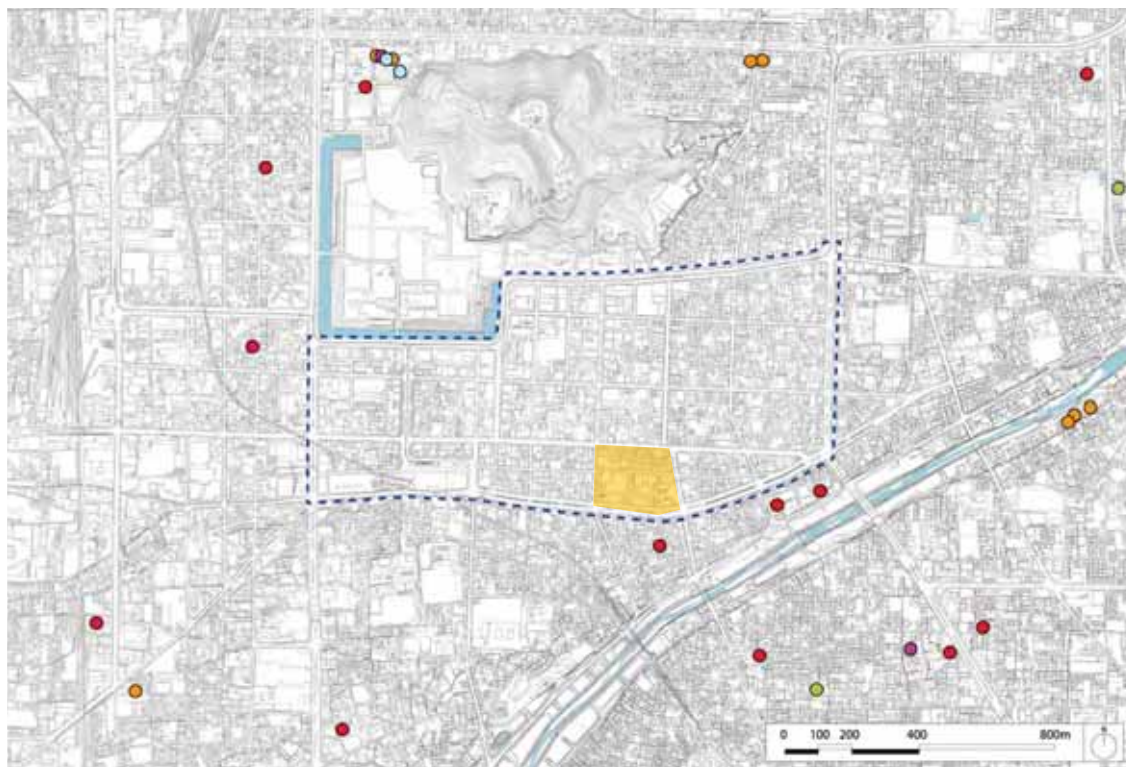
介護施設凡例	
<span style="color: red;">●</span>	通所
<span style="color: orange;">●</span>	多機能
<span style="color: green;">●</span>	訪問
<span style="color: purple;">●</span>	施設入所
<span style="color: pink;">●</span>	短期宿泊
<span style="color: lightgreen;">●</span>	地域密着
<span style="color: blue;">●</span>	相談





### 3) 福祉施設

- ・ 地区内に福祉施設の立地は見られない。
- ・ ふれあいセンターや総合福祉・老人福祉センターなどの社会福祉、高齢者福祉関連の施設は中心地区内には立地しておらず、周辺地域に立地している。



福祉施設の立地状況

銀天街L字地区

出典：松山市 介護保険課、人権啓発課、高齢福祉課、子育て支援課、障がい福祉課  
住宅課、松山市社会福祉事業団 資料（平成28年4月）

福祉施設凡例	
●	包括支援
●	社会福祉
●	総合福祉
●	高齢者福祉(通所)
●	障害者福祉(通所)
●	“(相談)”
●	サービス付き高齢者向け住宅



#### 4) 教育施設

- ・ 地区内には専門学校が立地している。
- ・ 中心地区及び周辺部には、番町小学校、幼稚園や、中学校・高校・大学等の教育施設が数多く立地している。



教育施設の立地状況

銀天街L字地区

出典：松山市 学校教育課、愛媛県私学文書課、愛媛県教育委員会 特別支援教育課

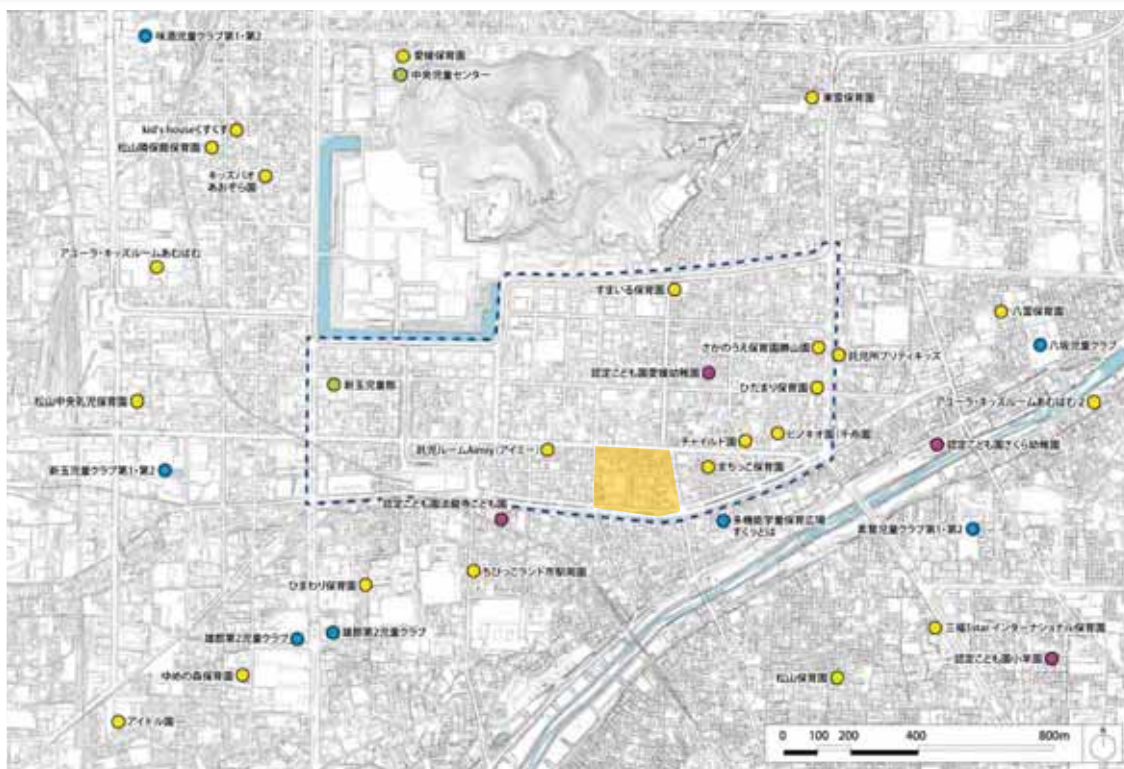
資料（平成28年4月）

凡 例	
👶	幼稚園
🎒	小学校
🎓	中学校
🎓	高校
🎓	大学
🎓	特別支援学校
🎓	専修学校



### 5) 子育て支援施設

- ・ 地区内に子育て支援施設の立地は見られない。
- ・ 民間の託児所や保育所などの子育て支援施設のほか、男女共同参画支援センター（コムズ）には、新玉児童館も設置されている。



子育て支援施設の立地状況

銀天街L字地区

出典：松山市 保育・幼稚園課、子育て支援課 資料（平成28年3月）

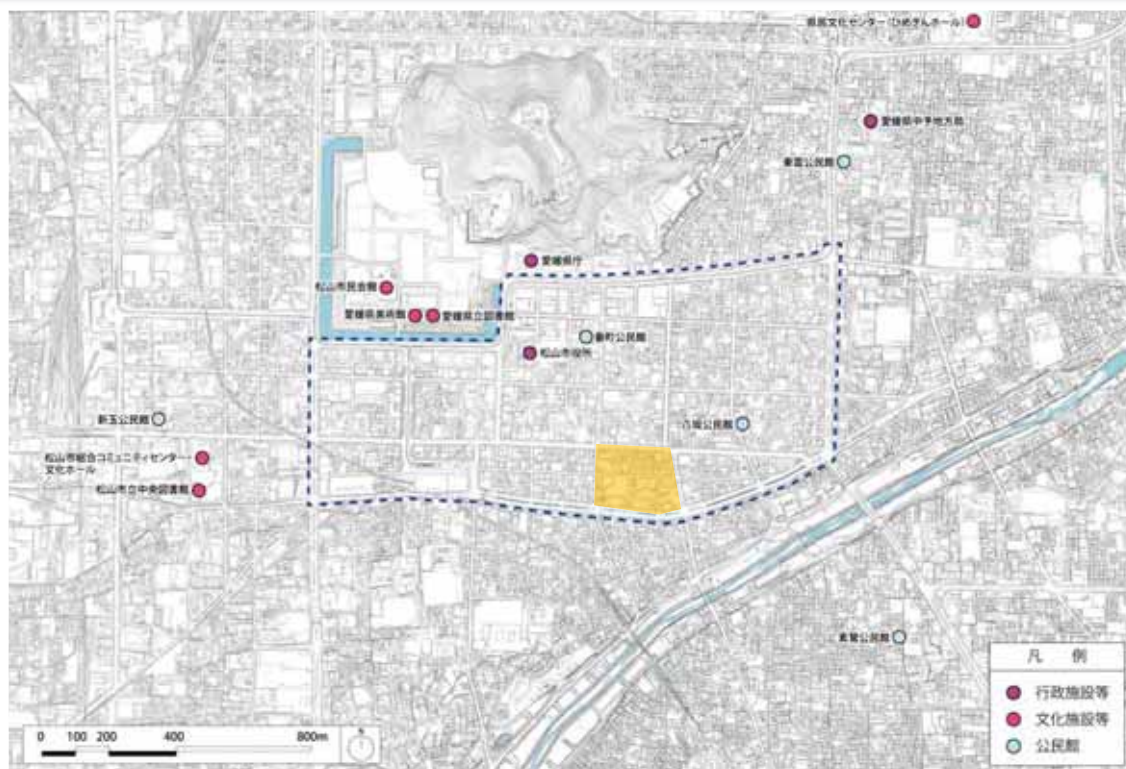
凡 例	
●	保育所
●	認定こども園等
●	児童クラブ
●	児童館
●	広場





## 6) 行政・文化施設

- ・ 地区内に行政・文化施設の立地は見られない。
- ・ 中心地区及び周辺には市役所や県庁などの行政施設、公民館などの社会教育施設が立地しているほか、中央図書館や美術館、市民会館などの文化施設も数多く立地している。



公共関連施設の立地状況

銀天街L字地区

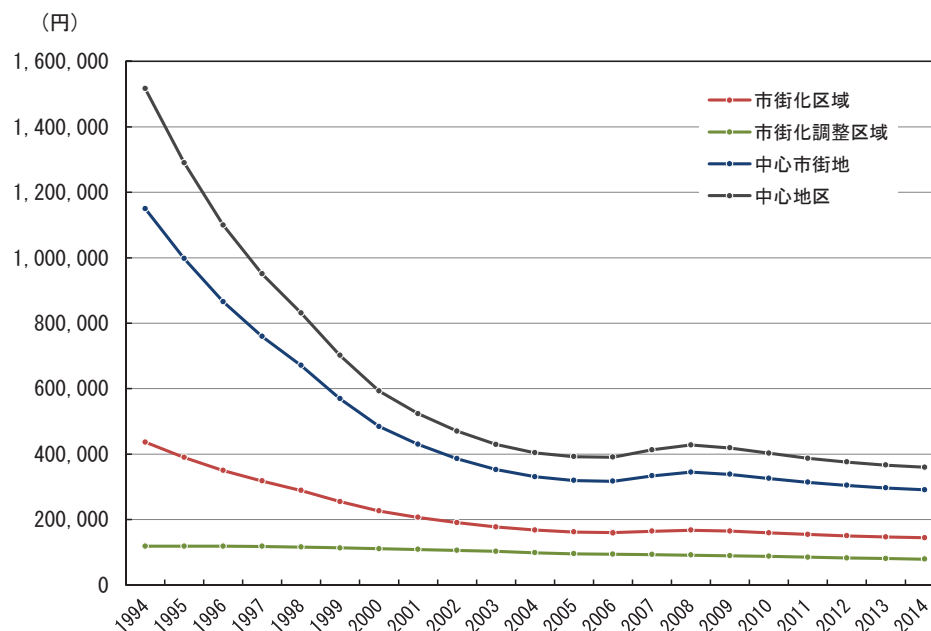
出典：松山市 市民課、地域学習振興課、中央図書館事務所、観光・国際交流課

文化・ことば課 資料（平成28年6月）

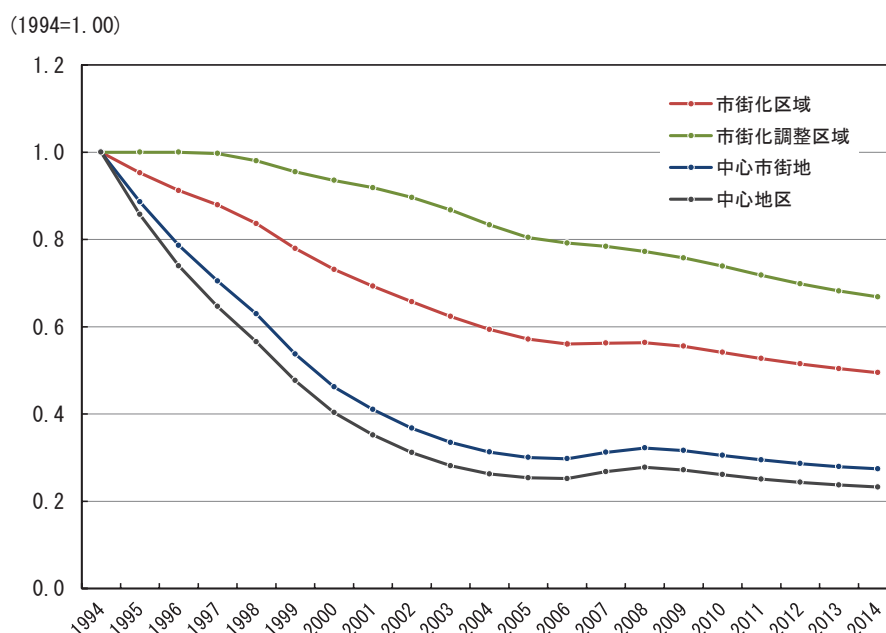


### (3) - 3 地価動向

- 地価は、市街化区域内・市街化調整区域内、中心市街地、中心地区ともに下落傾向にあり、特に中心市街地での下落幅が大きい。
- 平成6年（1994年）から平成18年（2006年）までは一貫した下落傾向を示していたが、平成19年（2007年）に一旦上昇し、以降緩やかな減少傾向が継続。



地価平均価格の推移



地価変動指数（1994年値＝1.00）の推移

※中心市街地は、「中心市街地活性化基本計画」での区域

※1994年（H6）～2014（H25）までデータが揃っている地点データを対象

出典：国土数値情報地価公示、都道府県地価調査



## (4) まとめ

現状分析の中で明らかになった内容をキーワードとして、以下に抽出しました。

**人口・世帯**

- ・市全域の人口は、ほぼ横ばい
- ・地区の人口は、マンション供給により増加傾向  
(10年前の約1.4倍)
- ・地区の年齢構成は40歳代が最も多い
- ・昼夜間の人口比が大きい
- ・1世帯当り人口は年々減少傾向

**土地利用**

- ・商店街の店舗を中心とした商業利用が中心
- ・平面駐車場等の低未利用地が混在した土地利用
- ・地区南側の街区は高層住宅が立地
- ・「みんなのひろば」が期間限定で設けられているが、地区内に広場空間は少ない
- ・商店街より1本北側の道路沿いには飲食店が並び、路地空間を形成
- ・老朽化が進行している建築物や非耐火建築物が多い

**商業**

- ・歩行者通行量は、平成12年に2.6万人を超えていたが、近年は1.6万人程度まで減少
- ・空き店舗率は増加傾向(10%以上)
- ・地区内の商業施設の売場効率は悪化傾向
- ・商業売場面積、売上高共に減少傾向





## 第2章 市民および権利者意向調査

### 2-1. 調査の概要

#### (1) 調査目的

##### (1) - 1 権利者意向調査

地区内の権利者を対象として、所有資産に対する基本意向（居住者は居住地選択の理由を含む）を把握するとともに、地域の満足度や必要な機能、将来イメージなどについて把握することで、権利者の地区の再生に対する基本意識を把握。

##### (1) - 2 市民意向調査

地区の将来像や求められる機能・施設を検討する際に、広く市民の意見を聴取し反映させるため、現状の評価や整備方針に対する意識を把握。

#### (2) 調査方法

##### (2) - 1 権利者意向調査

郵送または直接配布によるアンケート調査を実施。（配布 313 名に対して回収 146 名、回収率 46.6%）

##### (2) - 2 市民意向調査

インターネットによるアンケート調査を実施。（松山市民 400 名）

### ② 市民意向調査：松山市民対象 インターネットによるアンケート調査



### ① 権利者意向調査：L字地区内権利者対象 調査票記入式





## (3) 調査項目

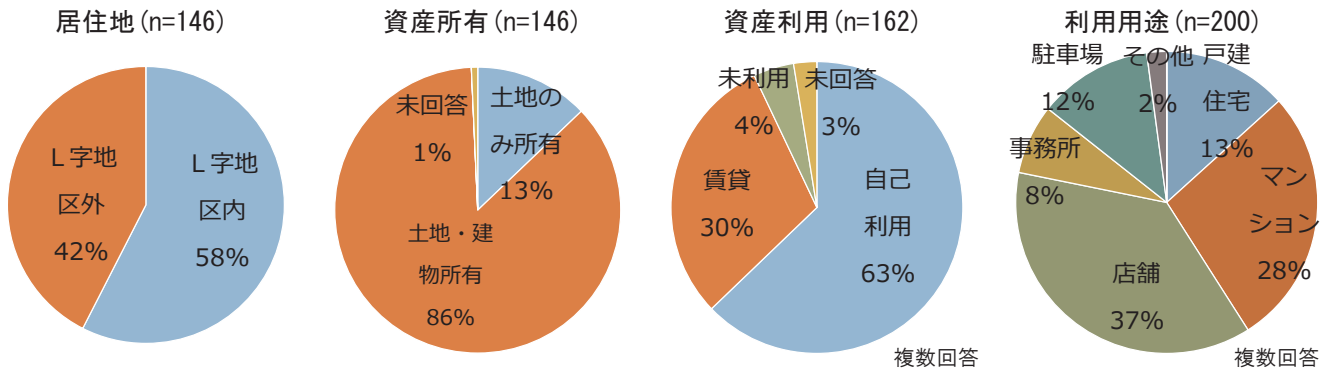
## ○対象別の比較表

視点	調査項目	①権利者意向調査	②市民意向調査
I 資産状況	土地建物所有状況	●	—
	土地建物の用途	●	—
	所有資産の悩み	●	—
	今後の活用方針	●	—
	住宅の所有理由	● (住宅所有者のみ)	
	世帯構成	● (地区内居住者のみ)	
	買物特性	● (地区内居住者のみ)	
	居住継続意向	● (地区内居住者のみ)	
II 街の (比較) 評価 権利者意向調査では 地区内のみ調査 市民意向調査では 郊外及び中央部3地区 の比較調査	交通利便性	●	●
	買物品目別満足度	●	●
	行動目的別満足度	●	●
	便利施設満足度	●	●
	景観要素の満足度	●	●
	街の安全性	●	●
	居住地としての魅力度	—	●
	III L字地区利用状況	利用実績と来街目的	—
交通手段		—	●
来街頻度		—	●
滞在時間		—	●
来街時の同伴者		—	●
回遊性 (併せて行くエリア)		—	●
他の商業集積地の来該頻度		—	●
最も行きたい商業集積地		—	●
IV L字地区必要機能	地区に不足している 「商業施設」	●	●
	にぎわいや活性化に 「必要なもの」	●	●
	にぎわいや活性化に 「必要なこと」	●	●
	L字の将来イメージ	●	●
V L字地区の再生	再整備に対する関心	●	—
	共同建替えに対する関心	●	—
	計画策定への関心	—	●
	全体協議会への加入	●	—
VI 自由意見		●	●

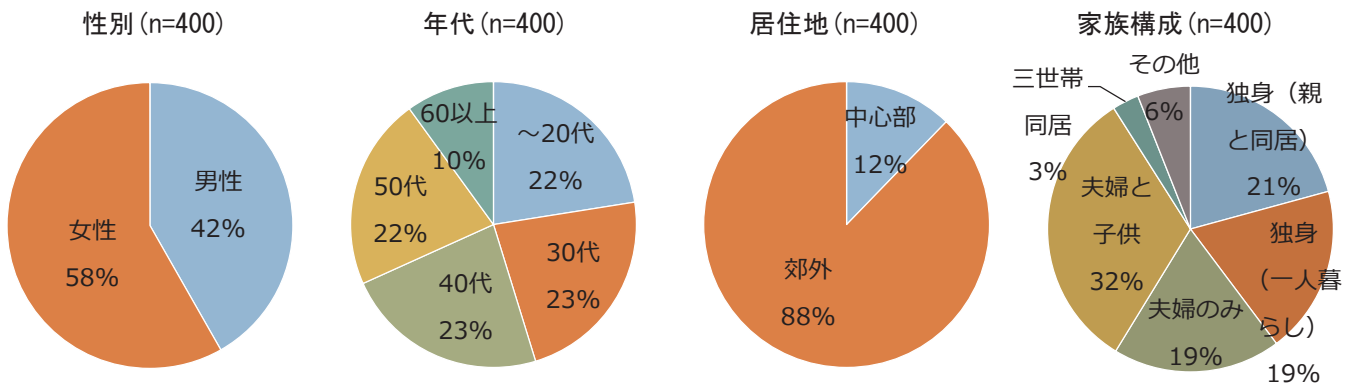


(4) 調査対象属性

(4) - 1 地元（権利者）（配布 313 名に対して回収 146 名、回収率 46.6%）



(4) - 2 市民（来街者）（松山市民 400 名が回答）





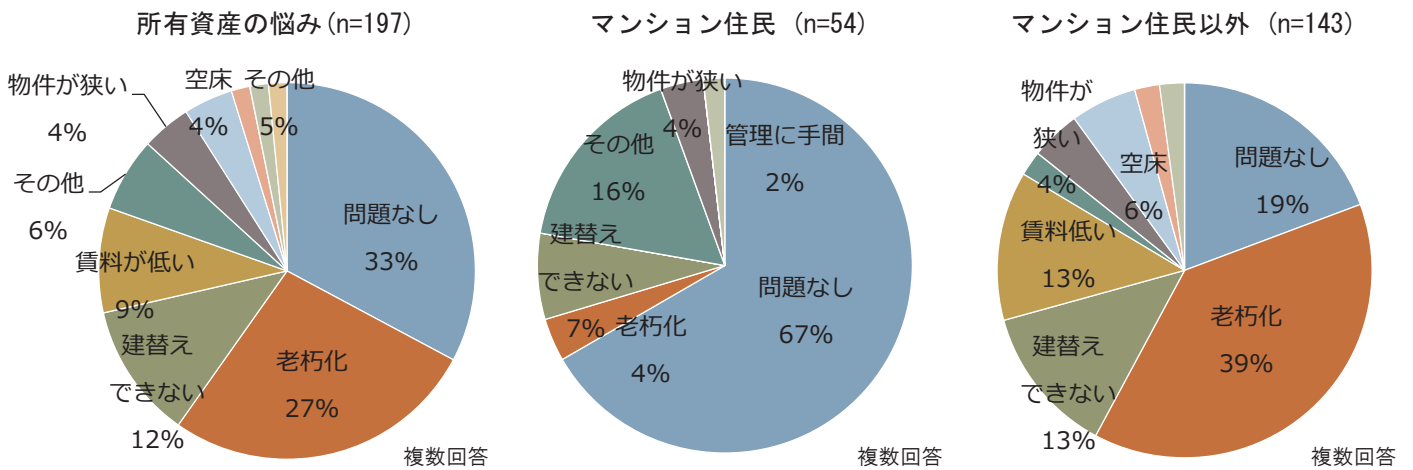
## 2-2. 意向調査の結果

### (1) 所有資産の状況（暮らし）

#### (1) - 1 所有資産全般について

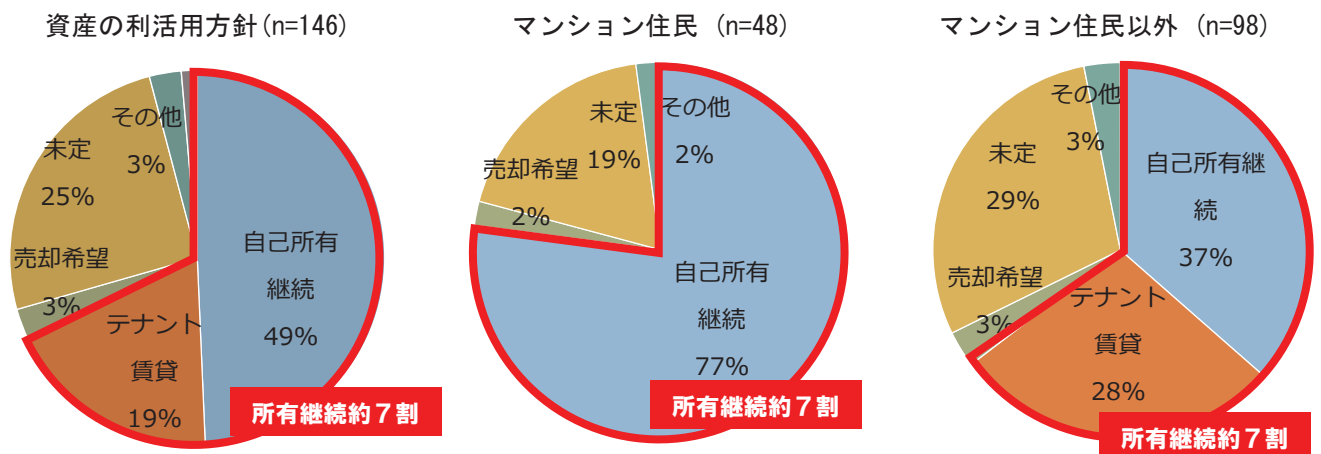
##### ①所有資産の悩み（複数回答）

・建物や設備の老朽化、個別で建替えができない、家賃収入が少ない等の回答が多く挙げられている



##### ②資産の利活用方針

・約7割がテナント賃貸を含む所有継続意向、4分の1は未定、売却希望は3%となっている





(1) - 2 住宅及び住環境について (住宅居住者限定)

①住宅所有理由 (複数回答)

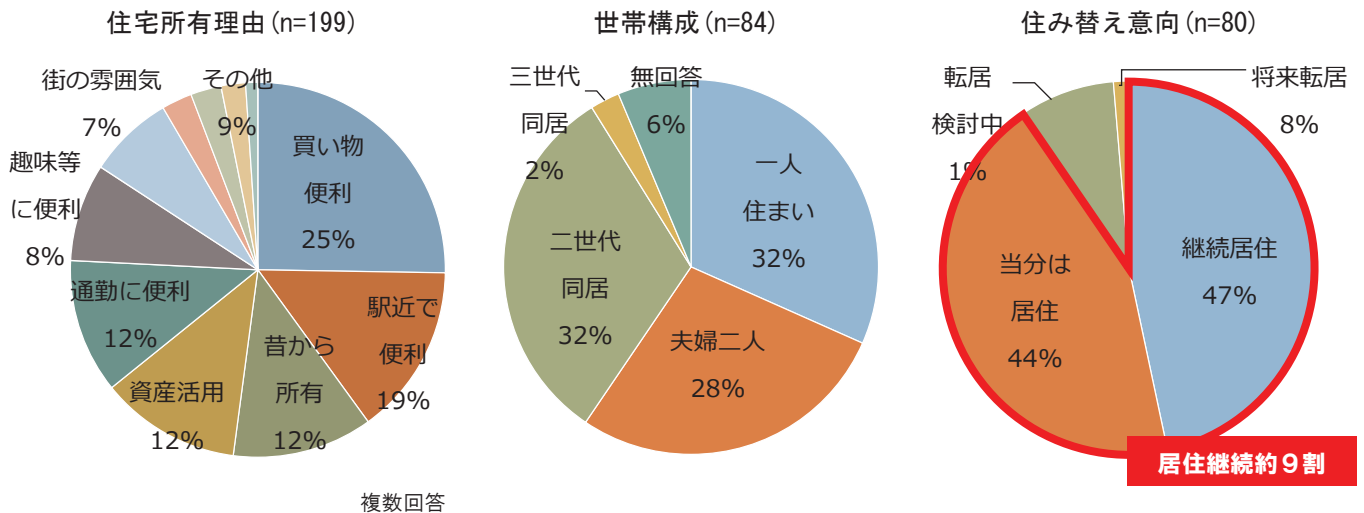
・買物の利便性や鉄道駅に近いといった利便性を評価している意見が多い

②世帯構成

・単身及び2人世帯が約6割を占めている

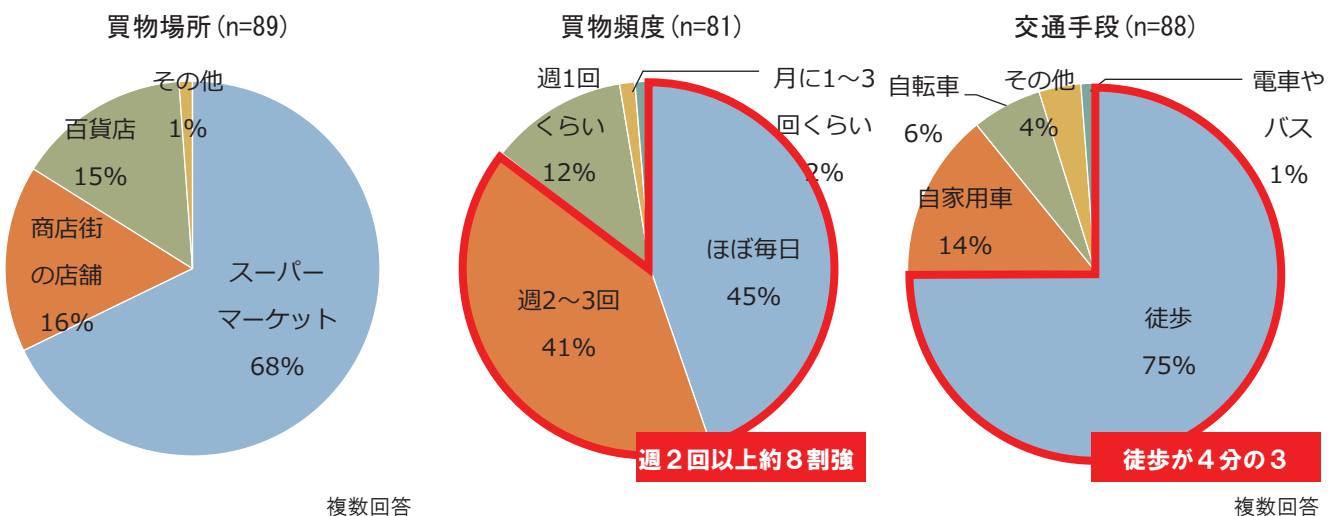
③住み替え意向

・約9割が居住意向、将来的な転居を考えているのは約1割



④買物特性

・日常の買物場所はスーパーが多いが、商店街や百貨店を利用する人も見られる  
 ・買物頻度は「ほぼ毎日」と「週2~3回」で約8割強を占める  
 ・交通手段は「徒歩」が4分の3を占めるが、自家用車利用も見られる





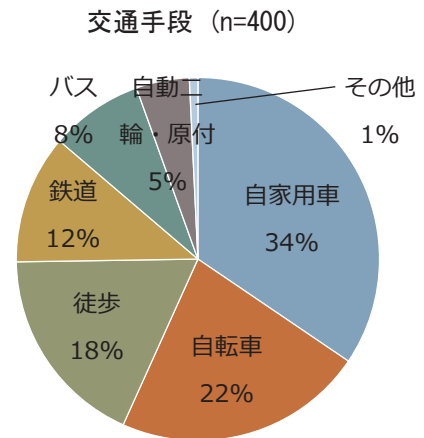
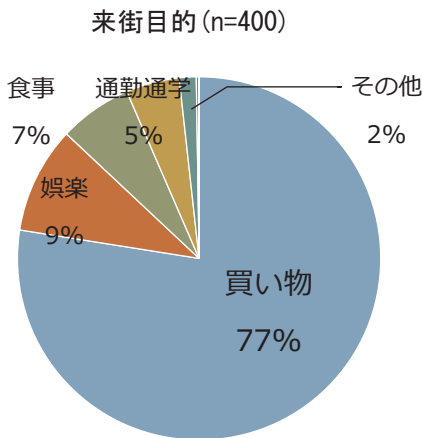
(2) 利用の状況（来街）

①来街目的

・来街目的は「買物」が圧倒的に多い

②交通手段

・来街手段は「自家用車」が最も多く、「自転車」や「徒歩」も比較的多い

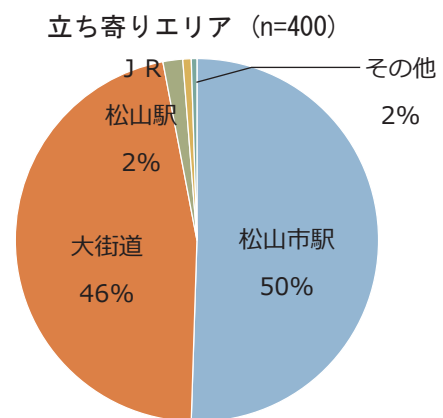
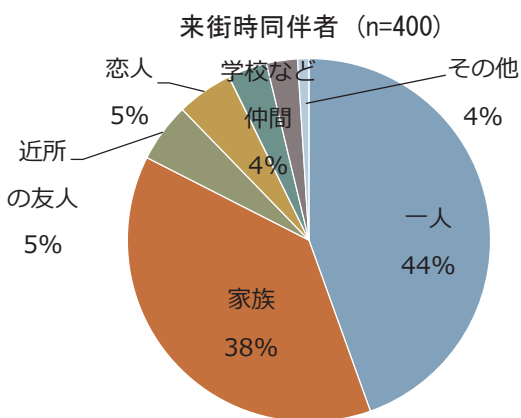


③来街時同伴者

・半数の人が1人で行くことが多く、家族で行く人も4割にのぼる。恋人や友人等による来街は少ない

④立ち寄りエリア

・L字地区来街時には、松山市駅周辺か、大街道周辺に立ち寄る人に分かれる







⑤来街頻度

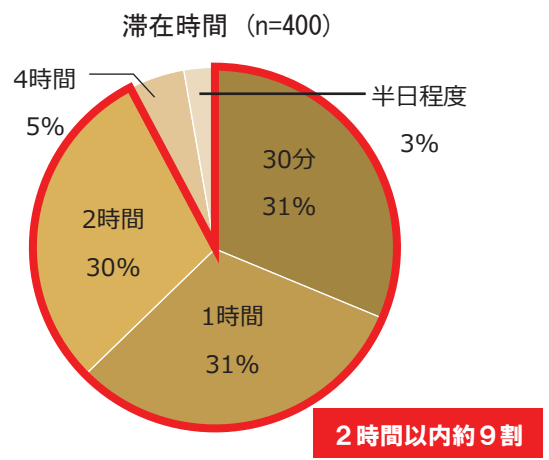
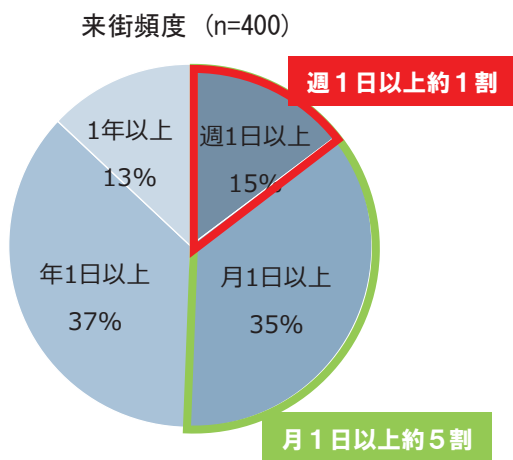
・来街頻度は月1日以上が約5割、週1回以上だと約1割

⑥主要な街の来街頻度

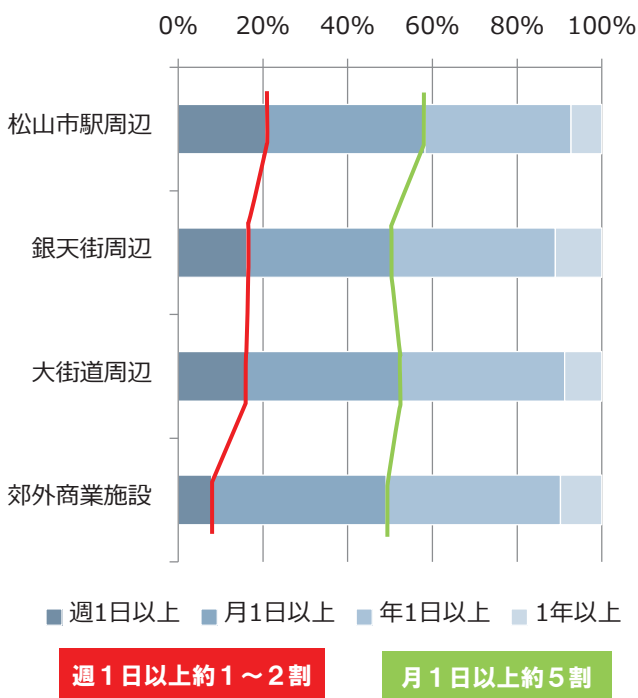
・どの街も概ね月1回以上の来街が約5割程度となっている  
 ・週1回以上来街する割合は郊外商業施設に比べて都心部の方が高い

⑦滞在時間

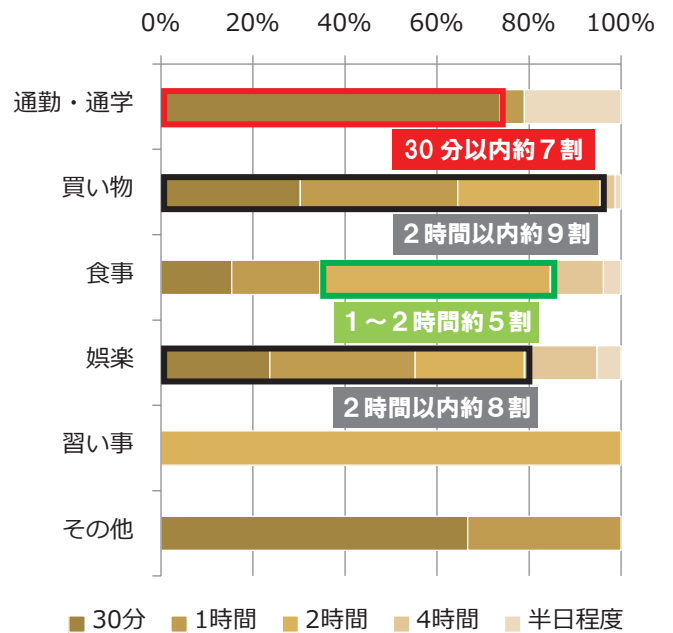
・滞在時間は2時間以内だと約9割となる  
 ・来街目的別には「通勤・通学」の7割が30分以内、「買物」は30分～2時間にそれぞれ分散、「食事」は1～2時間が約5割となっている



主要な街の来街頻度の比較 (n=400)



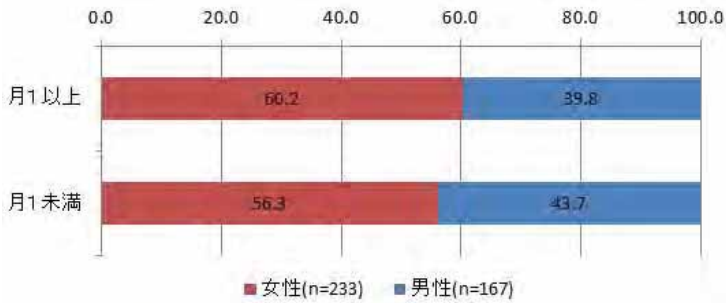
<滞在時間×来街目的とクロス集計した結果>



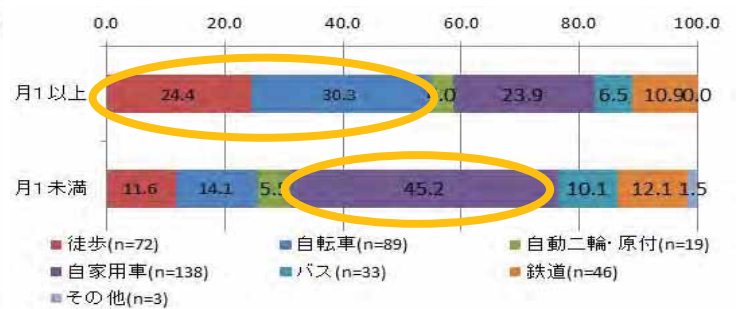


⑧来街頻度が高い人の特徴

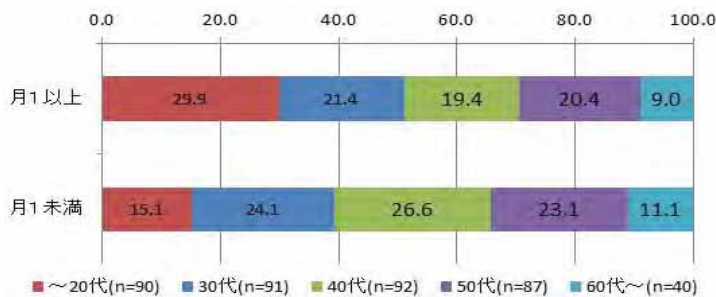
- 女性がやや多い
- 20代以下の層の来街頻度が高いが、30代以上は高くない
- 中心市街地の居住者の方が来街頻度は高い
- 交通手段としては、「徒歩」や「自転車」が多い（来街頻度が低い層は「自動車」が多い）
- 来街頻度が高い方が滞在時間は長い（月1以上の平均 113分、月1未満の平均 77分）
- 来街頻度が高い方が「1人」での来街が多い（来街頻度が低い層は「家族」が多い）



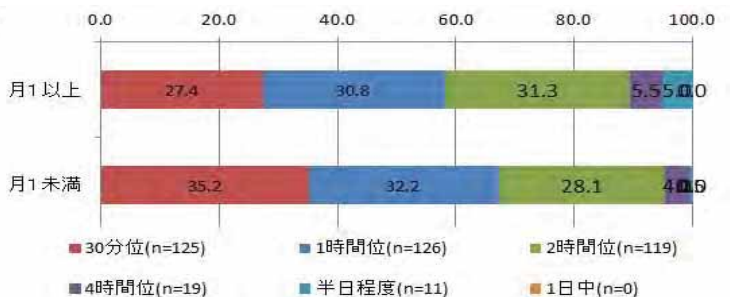
性別 × 来街頻度



交通手段別 × 来街頻度



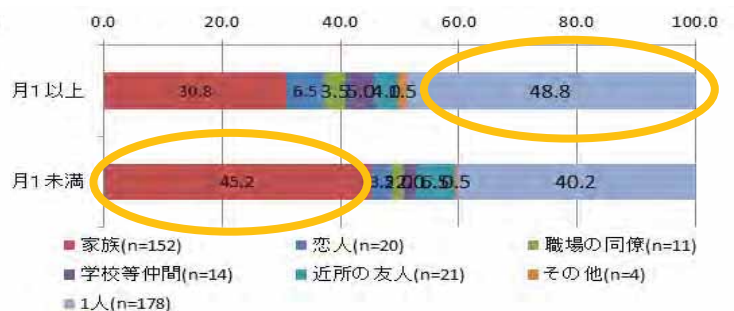
年代別 × 来街頻度



滞在時間別 × 来街頻度



居住地別 × 来街頻度



来街する相手別 × 来街頻度

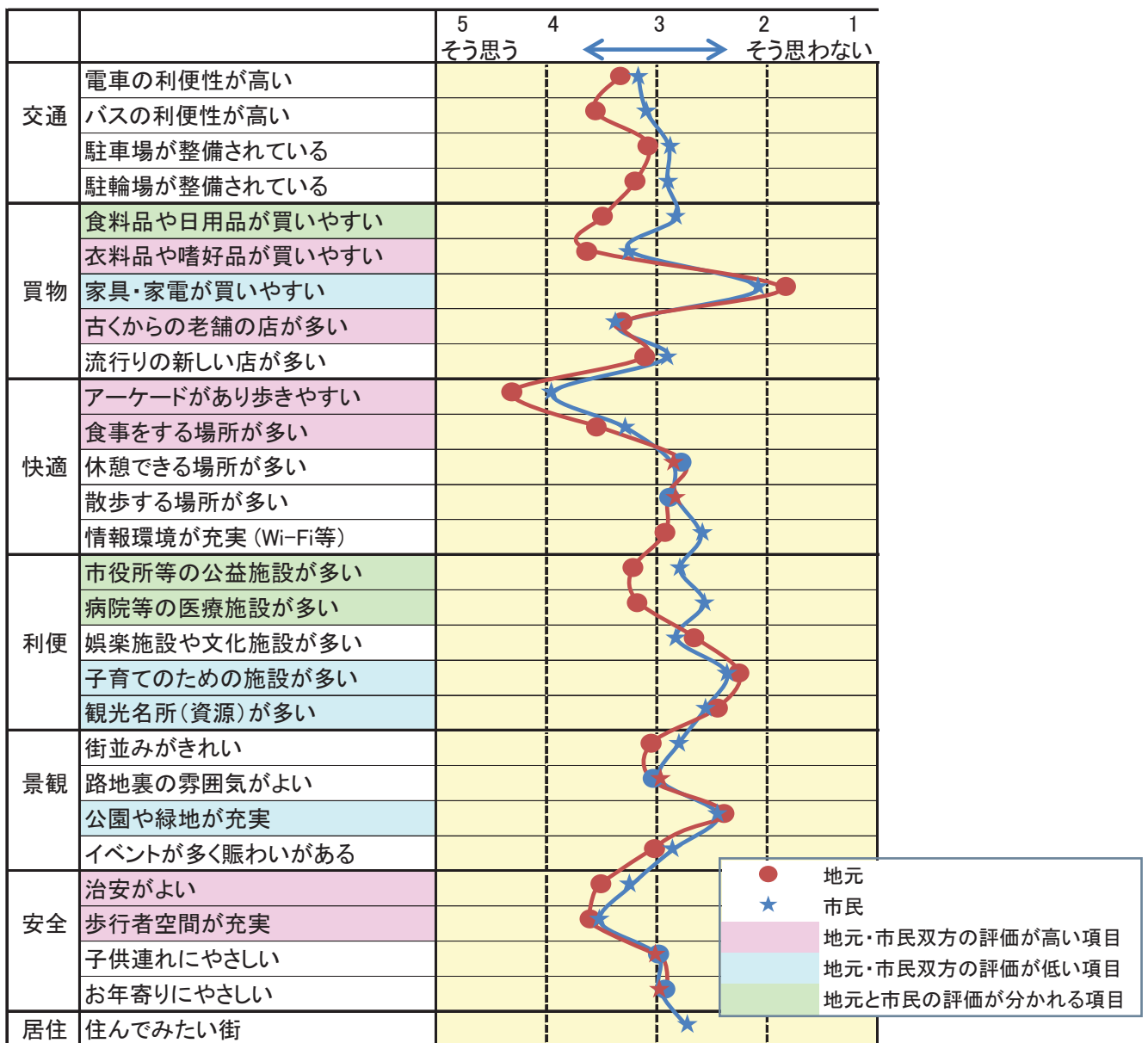


(3) L字地区の評価

(3) - 1 L字地区の満足度 (地元/市民比較)

①銀天街L字地区の現状評価

- ・「交通」については、概ね平均水準となっている
- ・「買物」については、「衣料品」「老舗が多い」の評価がやや高いが、「家具・家電」の評価が低い  
「食料品」に関しては地元と市民評価が分かれている
- ・「快適」については、「アーケード」の評価が非常に高く、「食事場所」も高い
- ・「利便」については、「子育て施設」「観光名所」の評価が低い「公益施設」「医療施設」については、地元と市民評価が分かれている
- ・「景観」については「公園・緑地」の評価が低い
- ・「安全」に関しては、「治安」や「歩行者空間の充実」の評価が高い
- ・全体的に、地元の方が市民評価より満足度が高い



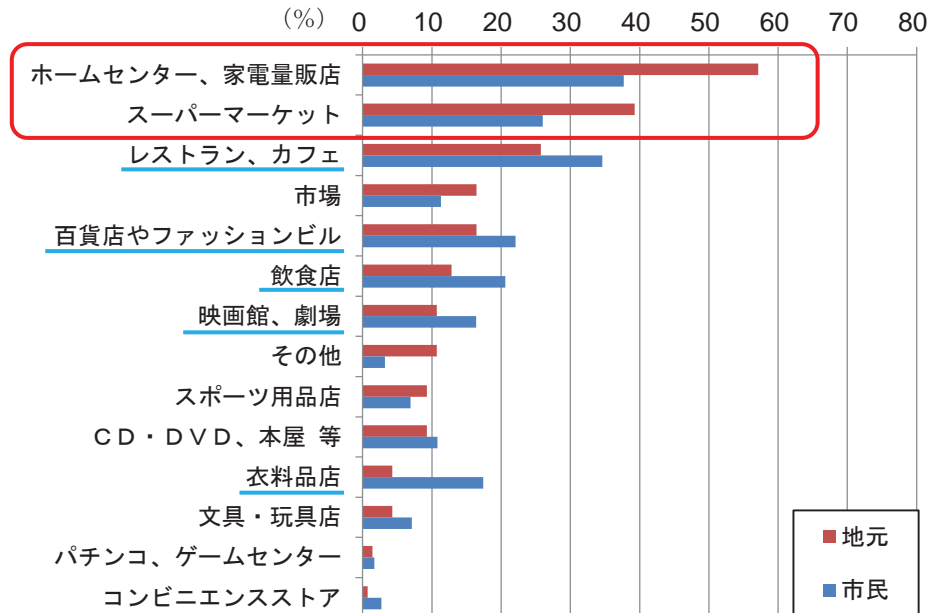
※ 「そう思う」を5点、「ややそう思う」を4点として、点数づけし、地元、市民それぞれに平均点を算出した  
 ※ 「住んでみたい街」については、市民アンケートのみの質問項目



(3) - 2 不足している機能など

①地区に不足する「商業施設」

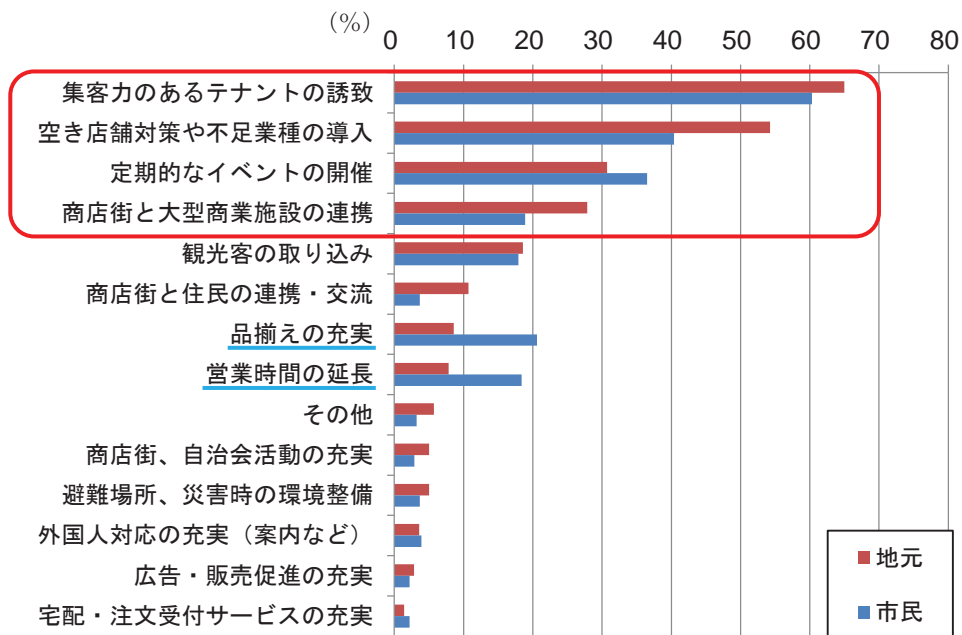
- 地元が不足する商業施設として3割以上の指摘があった施設としては「ホームセンター、家電量販店」、「スーパー」
- 地元評価に比べて、市民からの不足評価が高かった施設は以下の通り  
「レストラン」「百貨店」「飲食店」「映画館、劇場」「衣料品店」



複数回答

②地区の活性化に必要な「こと」

- 回答が多かったのは「魅力テナント誘致」「空き店舗対策」「イベント開催」「商店街と大型店の連携」
- 地元の回答に比べて、市民からの回答が多かった項目は「品揃えの充実」「営業時間の延長」

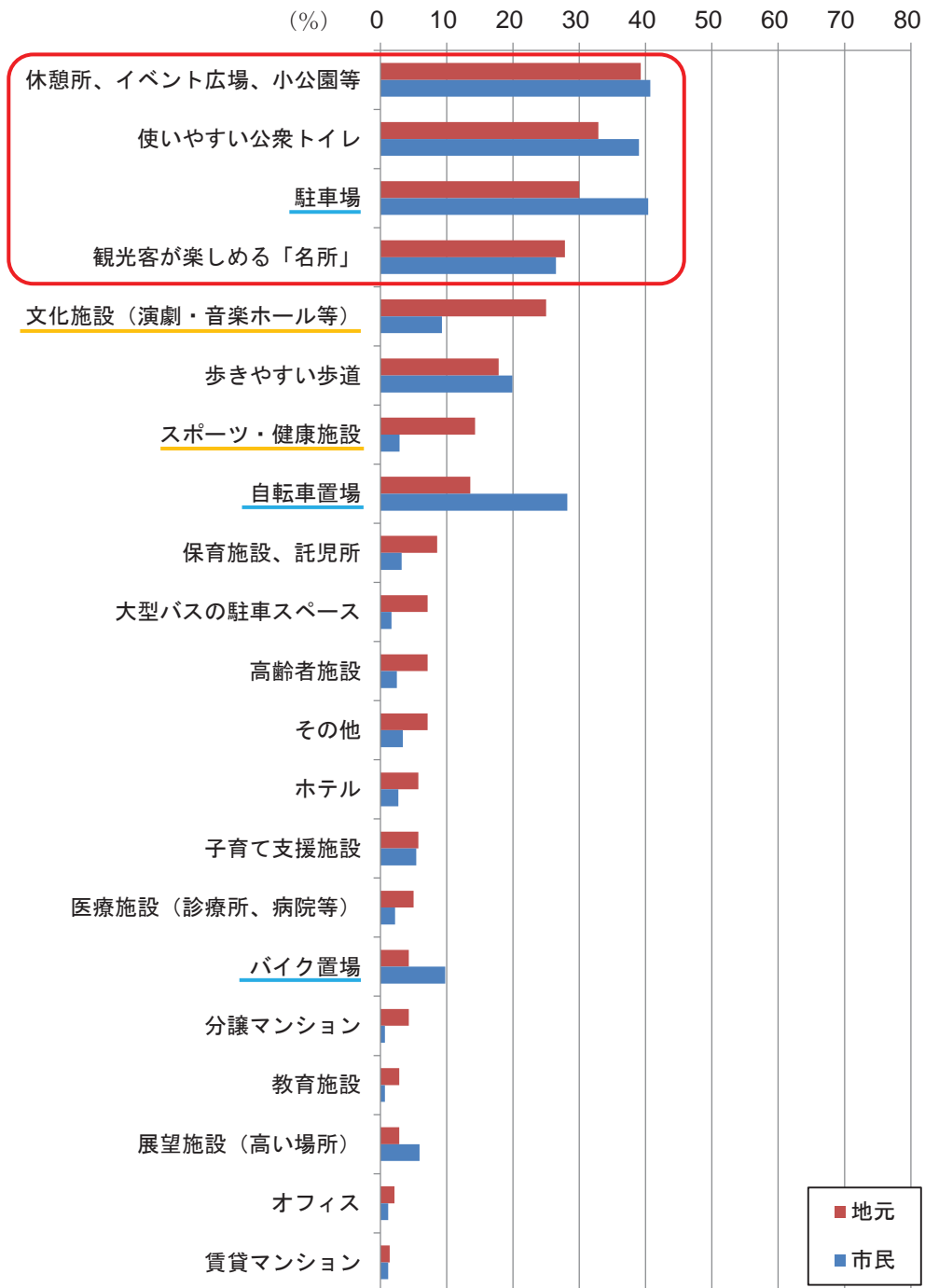


複数回答



③地区の活性化に必要な「もの」

- 活性化に必要な「もの」として、地元及び市民の回答が多いのは「休憩所など」「公衆トイレ」「駐車場」「観光名所」
- 「駐車場」「自転車置場」「バイク置場」といった交通施設は、地元よりも市民の求める回答が多い
- 「文化施設」「スポーツ・健康施設」といった施設は、地元比べて市民の回答は少ない



複数回答



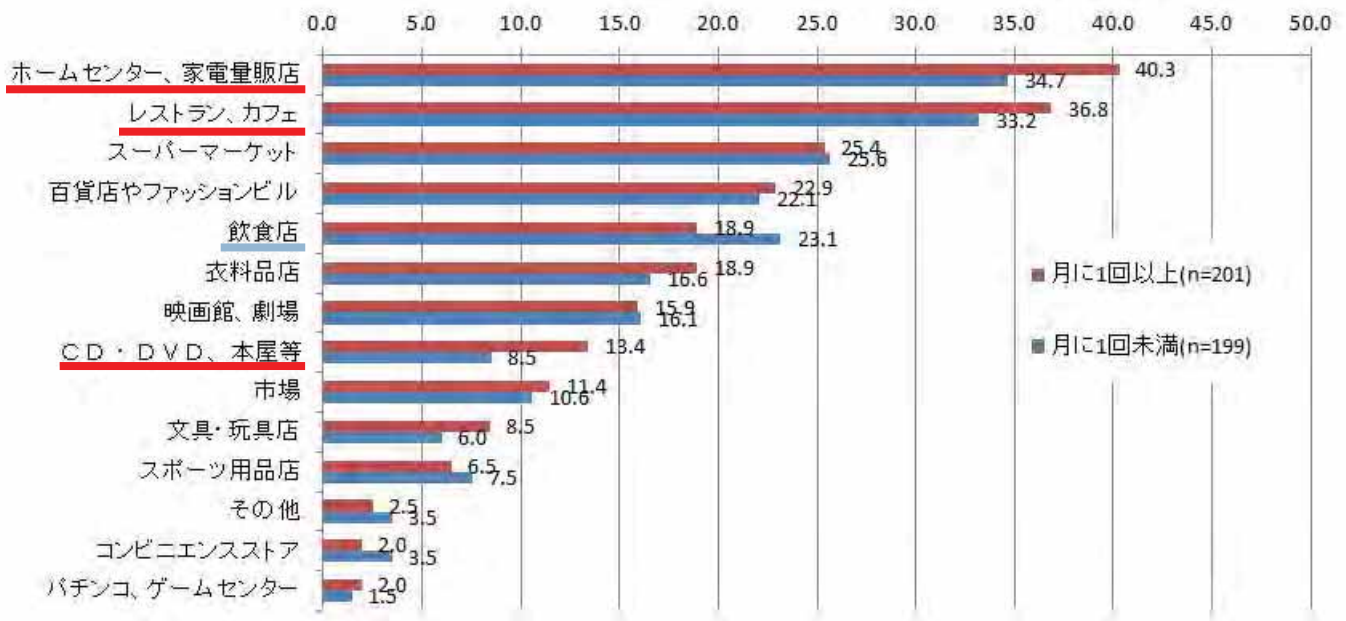
④街に求めている「もの」の違い

◇L字地区への来街頻度が高い人が求めているもの

- ・ホームセンターやレストラン等に加え、CD・本屋等を求める意見が多い
- ・休憩スペースや自転車置場、保育施設等を求める意見が多い
- 現状不足している要素に加えて、生活の基盤となる施設を求めるニーズが高い

◇L字地区への来街頻度が低い人が求めているもの

- ・飲食店や駐車場を求める意見が多いが、それ以外は来街頻度が高い人が求めるものと傾向は同じ
- 駐車場の改善を求めるとともに、様々な機能の充実を求めるニーズが高い



不足する商業施設×来街頻度



活性化に必要なもの×来街頻度



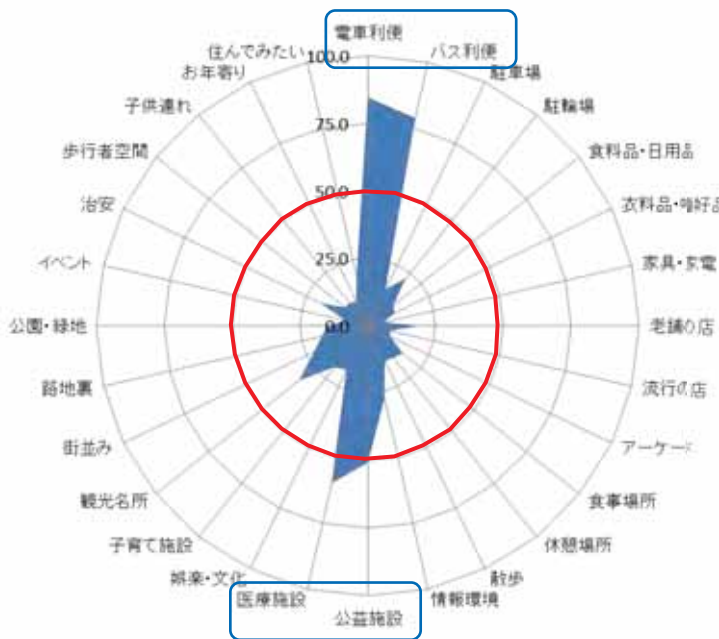


(3) - 3 他の街との比較 (市民のみ)

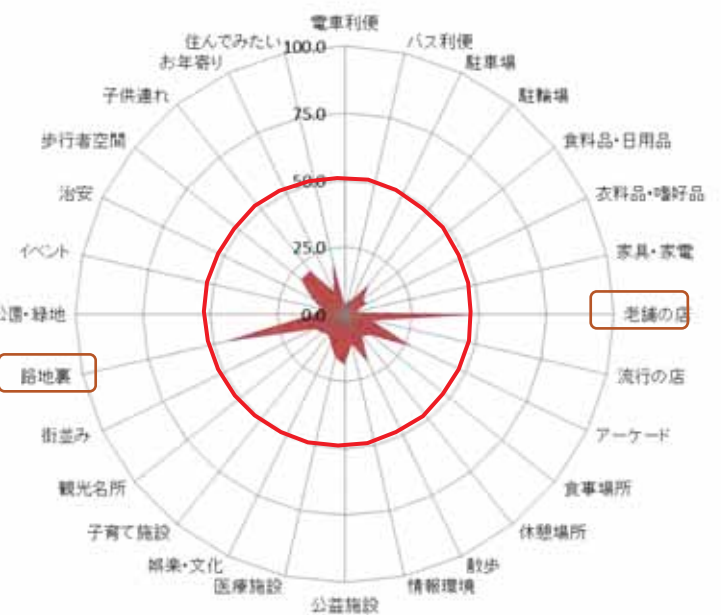
①松山の主要な街の評価

- ・市民回答において、L字地区が高く評価されている項目は「老舗の店が多い」「路地裏」(約半数が評価)
- ・郊外商業施設(エミフル松前)は「駐車場」、「衣料品・嗜好品」、「家具・家電」、「休憩場所」、「イベント」など、多くの点で評価が高い

松山市駅周辺



銀天街周辺 (L字地区)



- ・松山市駅周辺は、電車・バスの利便性や医療・公益施設の評価が高い

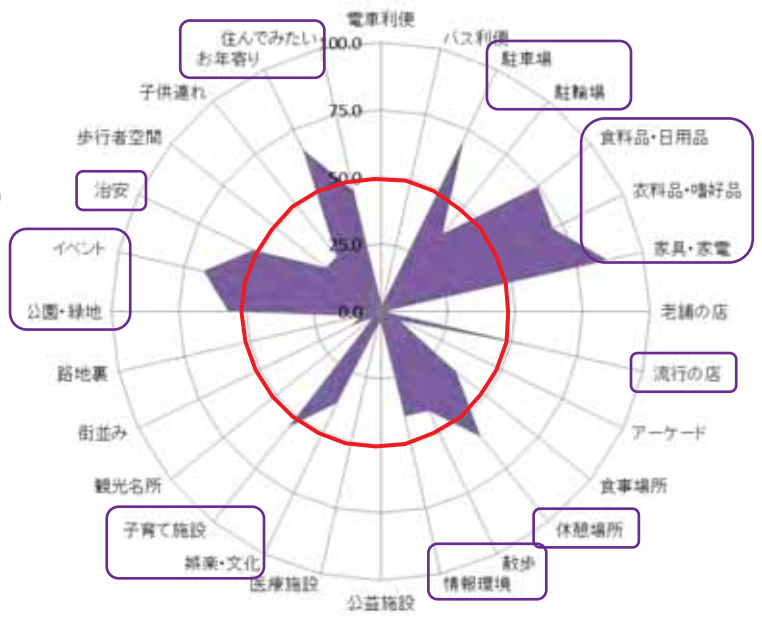
- ・銀天街周辺は、老舗の店や路地裏の評価が高い
- ・(3) - 1 「L字地区の満足度」で市民からの評価が高かったアーケードや歩行者空間は、大街道周辺の評価に比べて低い



大街道周辺



郊外商業施設（エミフル松前周辺）

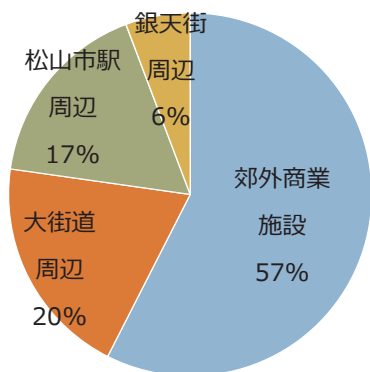


・大街道周辺はアーケードの他、歩行者空間や子供連れ、街並み、観光名所といった点で評価が高い

・郊外商業施設は、「買回りの魅力度（商品が充実）」「来街環境（駐車場等）」「アメニティ（休憩場所・公園）」をはじめ、「サービス（子育てや娯楽文化）」「安全・安心（治安）」といった様々な指標で評価が高い

②最も行きたい街

・行きたい街は「郊外商業（エミフル松前）」が最も高く、L字地区は最も低い

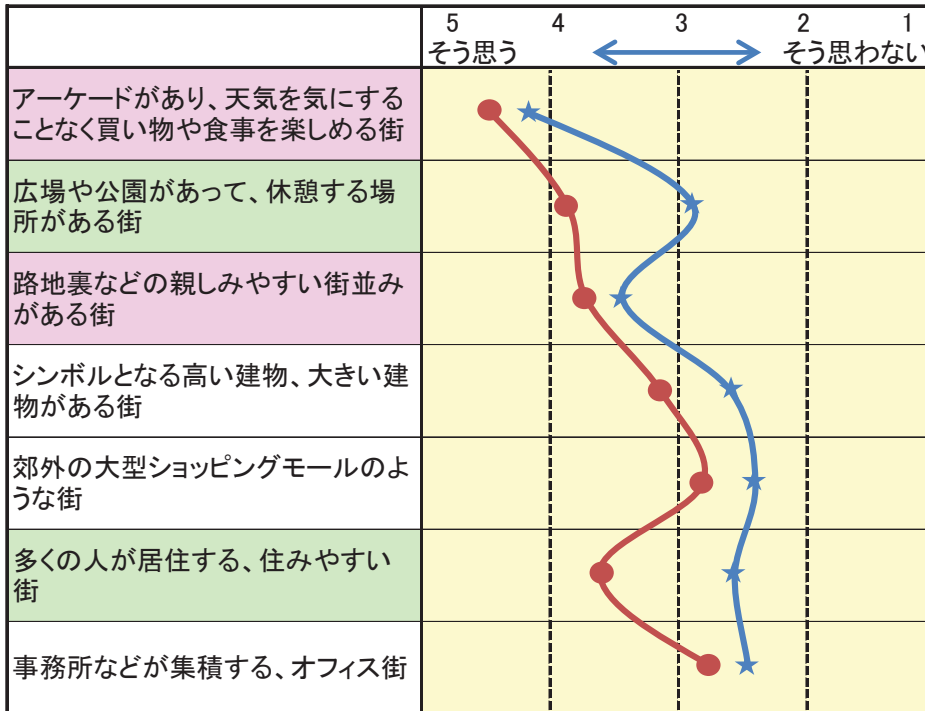




(3) - 4 L字地区の将来イメージ

① L字地区の将来イメージ

- 「アーケード」に関しては、地元、市民ともに高い評価となっており、「路地裏」についても高めの評価となっている。
- 「広場や公園」「多くの人々が居住」については、地元の意見は高いが、市民の意見は低い
- 「郊外ショッピングモール」「オフィス街」については、いずれも意見は低い



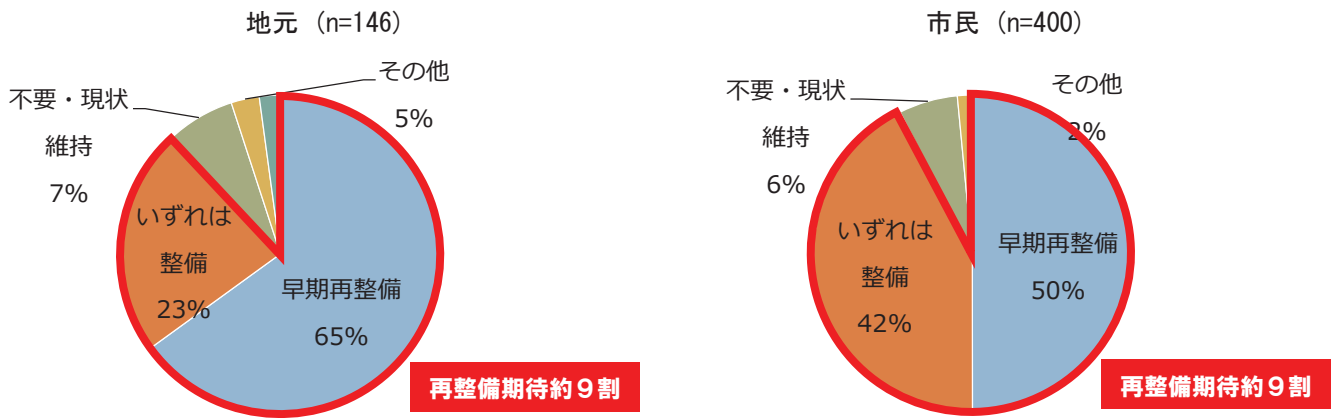
- 地元
- ★ 市民
- 地元・市民双方の評価が高い項目
- 地元・市民双方の評価が低い項目
- 地元と市民の評価が分かれる項目



(3) - 5 再開発への期待・関心

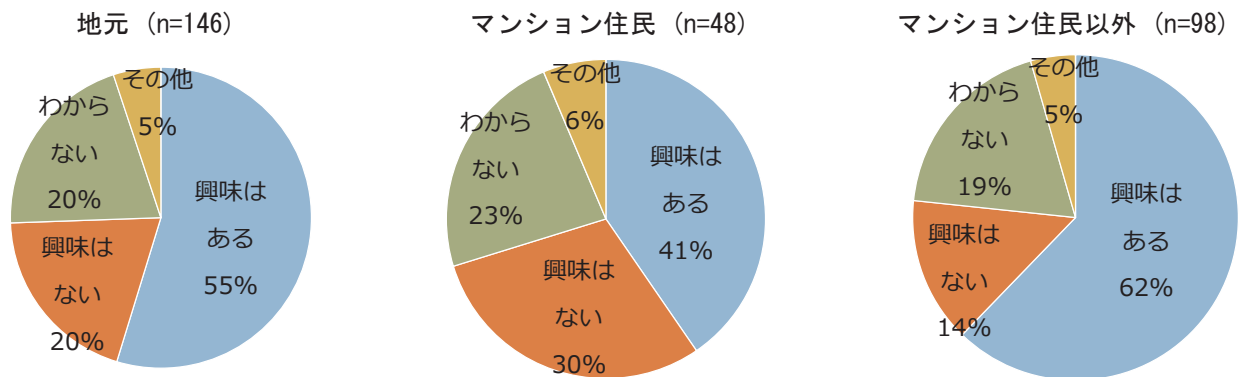
① L字地区の再整備への期待

・地元及び市民の約9割が再整備に期待している



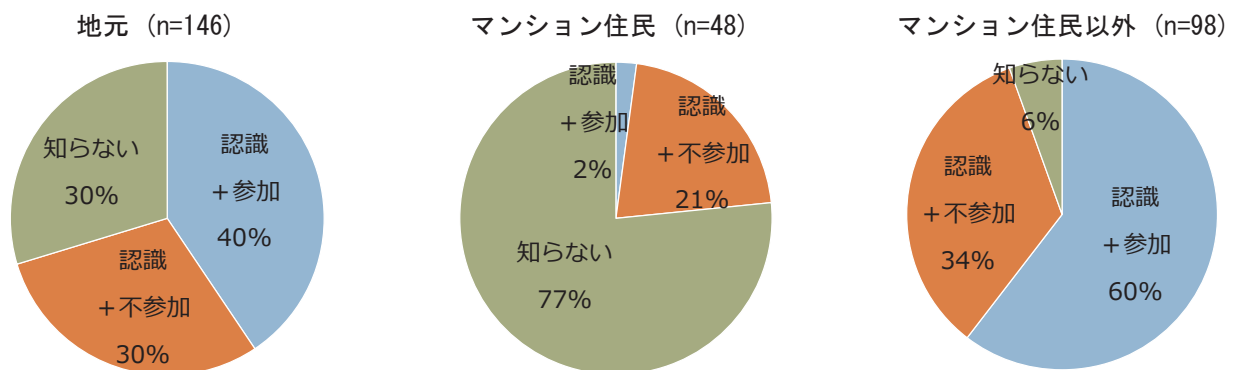
② 共同建替えへの関心

・地元全体で約5割強の人が共同建替えに関心を持っており、マンション住民に比べてマンション以外の人の関心が高い



③ 全体協議会への参加

・回答者のうち、地元全体で約6割の人が全体協議会に参加している。参加者はマンション以外の人が圧倒的に多く、マンション住民の認知度は低かった





## (4) 自由意見

	地元意見	市民意見
まちづくりの考え方	<ul style="list-style-type: none"> <li>・四国 No1 であるまちづくりを望む</li> <li>・L字の大規模再開発は時代に逆行していると思う</li> <li>・一度に開発するのは無理があり、部分的な開発で協力する地区が増えるのでは</li> <li>・かつての活気を取り戻して欲しい</li> <li>・行政の意見や姿勢について知りたい</li> <li>・郊外商業施設に頼らず、地域内で生活が完結できる環境を整えて欲しい</li> <li>・開発の失敗例も十分説明して欲しい</li> <li>・再開発の話があるので、貸し出すことに躊躇する</li> <li>・湊町に住んで良かったと思うことが多い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大街道に負けない地区づくりが必要</li> <li>・どこにでもある若者向けの街より、お年寄りや中高年が過ごしやすい街がよいと思う</li> <li>・松山らしい、情緒ある雰囲気のみちづくりを</li> <li>・ハローワークや専門学校もあるし、存在意義のある地域なので、もう少し、古い店舗に活気を取り戻す方法を考えてみてほしい</li> <li>・再開発もいいとは思いますが、人口減の今、人を呼び寄せるための街づくりをしなくても、人が住みやすい街にしたほうがよいように思う</li> <li>・全体を大型ショッピングモールのように整備していくことが必要</li> </ul>
活性化に必要な「商業施設」	<ul style="list-style-type: none"> <li>・レンタルショップ、フィットネスクラブ、温浴施設等が必要</li> <li>・飲食店が増えると松山で一番行きたい場所になる</li> <li>・スーパーが1店しかなく、電気店も閉店で不便</li> <li>・アミューズメント性にあふれる楽しい街にしてほしい</li> <li>・専門家による空き店舗のリーシングの充実</li> <li>・店舗の個性とおもてなしが充実した店が集うコンパクトな街並みが良い</li> <li>・地元にはない店舗や企業を入れて活性化して欲しい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・郊外店までいくのは大変なので、一通りほしい</li> <li>・ファストファッションの店舗を増やしてほしい</li> <li>・電気屋、ホームセンター、ユニクロなど</li> <li>・家電や家具の店舗が必要</li> <li>・カフェが増えて欲しい 空き店舗を活用して欲しい</li> <li>・飲食店やアミューズメント施設の増加</li> <li>・センスのいいおしゃれなお店も少ない</li> <li>・年齢に関係なく立ち寄れるような、それでいて時代に遅れてないような品揃えの店など</li> <li>・銀天街に寄る目的となる主要な店舗をつくってお客さんを定着させることが大切と思う</li> </ul>
活性化に必要な「もの」	<ul style="list-style-type: none"> <li>・河原町側にバスターミナルを作ってシャトルバスの拠点とする</li> <li>・大型バスの駐車場が必要</li> <li>・電車アクセスが弱いのがL字地区の課題であり補う方策が必要</li> <li>・駐車場は平面だと風景が良くないので、立体利用が良い</li> <li>・観光客が楽しめるような「名所」をつくるべき</li> <li>・外国人を含む観光客が1日楽しめるような仕掛けが必要</li> <li>・「〇〇横丁」を作りPRしたら良いと思う</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・バスターミナルをL字地区に移転する</li> <li>・エミフル等とのアクセス改善（シャトルバス等）</li> <li>・駐車場の整備が不可欠、車で行く機会が増える</li> <li>・土日祭日は駐車場探しが大変なうえ、駐車料金が気になってゆっくりできない</li> <li>・自家用車で気軽に行ける所を選択しがちなので、無料駐車場があれば必ず行きたいと思う</li> <li>・大通り以外はなんとなく怖いイメージがあり、あちこちに自転車・バイクが止まっていて狭苦しい</li> <li>・アエルのような話題性のある施設、または観光客に来てもらえるような施設、駐輪が不便</li> <li>・体験施設（じゃこ天、食品サンプル、手まり等）</li> <li>・商業施設との複合拠点を作り、大街道・銀天街の街並みやイメージを統一する</li> <li>・銀天街や大街道全体の問題だがトイレが少ない</li> <li>・子供連れ（ベビーカー）で回れる施設の充実</li> <li>・学生がかぶりたくなるような、自転車用ヘルメットを自分でカスタマイズできる店とか</li> <li>・近くに医療関係が充実してほしい</li> </ul>
活性化に必要な「こと」	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アーケードの刷新を求める（今は暗い）</li> <li>・正岡子規の家や中の川があり、いい風景をつくれる</li> <li>・「お城山」はどこに住んでいてもよく見えるのが良いと思う</li> <li>・路地裏に小川が流れ、魚が泳いでいる風景等は、雰囲気良く癒される</li> <li>・店舗内のバリアフリーも十分でない</li> <li>・中の川通り等、街路樹の統一や花壇の整備が必要</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・狭めのアーケードも味があっていいと思うが、もう少し明るいイメージに変わると良いと思う</li> <li>・新しいものを入れれば良いというわけではない。銀天街は古き良き商店街としての形を残してほしい</li> <li>・大街道のように、もう少しきれいにしてほしい</li> <li>・路地裏はなくさないでほしい</li> <li>・素敵な雰囲気のお店が多く裏路地を通ることが多い</li> <li>・ベビーカーでも歩きやすい歩道の改善、拡幅</li> <li>・喫煙スペースがあるため、子供連れでは行きにくい</li> <li>・無料で休憩できて、店舗紹介等がある掲示板など</li> <li>・もう少し子供の遊ぶことのできる場所や、お手洗い、着替え等ができる場所が欲しい</li> </ul>



## 2-3. 調査まとめ

## (1) 結果のまとめ

は地元意見、
  は市民意見、
  は地元及び市民双方の意見

所有資産の状況 (暮らし)	資産	老朽化や建替えができない等の課題を抱えている 今の資産については、7割の所有継続意向がある	
	住宅	住宅所有理由は様々な利便性を評価している 居住継続意向は9割と高い	
	買物	日常の買物はスーパーが大半で、徒歩利用が大半 スーパー等の買物頻度も週2回以上が8割強と高い	
利用の状況 (来街)	来街目的	買物が圧倒的に多い	
	交通手段	自家用車が多いが、公共交通機関の利用は多く、来街手段は多様である	
	来街頻度	どの街も月1回以上来る人の割合は5割、週1回以上だと1割であり、それほど頻繁に来る場所ではない(日常性を有する場所ではない)	
	滞在時間 同伴者	約9割が2時間以内と滞在時間は長くない 1人や家族での来街が大半	
L字地区の評価	高い要素	「アーケード」、「歩行者空間」、「治安の良さ」	
	低い要素	「家具・家電」、「子育て施設」、「公園・緑地」、「観光名所」	
	評価差のある要素	「食料品・日用品」、「公益施設」、「医療施設」 →地元比べて、市民が上記の生活施設が充実していないと感じている	
	不足要素	商業施設	地元はスーパーや家電など生活に根ざした施設を求める意見が強い 市民は買物だけでなく、娯楽等幅広い商業の充実を求める意見が強い
		もの	「休憩・トイレ」など「まちのアメニティ」の充実を求める意見が強い 「駐車場」等の来街環境の改善を求める意見は市民の方が強い
	こと	商業エリアとしての業種拡大や魅力度向上を求める意見が強い イベントの充実や大型店と商店街の連携といった施策を求める意見も強い	
他の街との比較	「路地裏」「老舗」が最も高い評価(L字のみ評価ではそこまで高くない) 「アーケード」「歩行者空間」は他の街より低い(L字地区では高評価) 商品構成や来街環境等、あらゆる面で「郊外商業施設」の優位性が評価 →結果として、「郊外商業施設(エミフル松前周辺)」の評価が高い		
L字地区の将来イメージ	地元・市民双方が認識	・アーケードがあり、天気を気にすることなく買い物や食事を楽しめる街 ・路地裏などの親しみやすい街並みがある街	
	地元が認識	・広場や公園があって、休憩する場所がある街 ・多くの人が居住する、住みやすい街	
再開発への期待・関心	関心度	再整備への関心度は非常に高く、共同建替えといったハード整備に関しては、マンション住民外で約6割が関心を寄せている	





## (2) 結果の考察

### ①地元からみた視点

- ・暮らしに根ざした施設・機能（スーパー・家電・スポーツ・文化施設等）への要望が高い
- ・居住地としての評価は高く、ポテンシャルを有している市街地である
- ・老朽化や建替えができない等のハード上の課題を抱えている人が多く、再整備に関する関心は非常に高い

### ②市民からみた視点

- ・買物の業種・品揃えの充実や娯楽など、商業全般（買回り）に関する施設・機能への要望がある
- ・L字地区への行きやすさの改善（来街環境・駐車場等）を求めている
- ・回遊時のアメニティの充実（休憩場所やトイレ）を求めている

### ③街の将来イメージに関する視点

- ・「アーケード」や「路地裏」は市民全体に浸透しているイメージと捉えられる
- ・地元は「広場や公園が豊かな街」や「住みやすい街」を求めている
- ・市民に対しては、そのような「暮らしやすい街」というイメージ形成がなされていない

## (3) L字地区のキーワード

### キーワード①：暮らし（居住）と賑わい（商業）の共生

生活に必要な商業や利便施設を充実させるとともに、広場等のアメニティ空間を設けることで、「暮らしやすく、賑やかで楽しい」まち

### キーワード②：表（アーケード）と裏（路地裏）の共生

L字地区のイメージとして根強いアーケードを継承・充実させるとともに、再整備時においても路地裏の雰囲気を活かしたまち

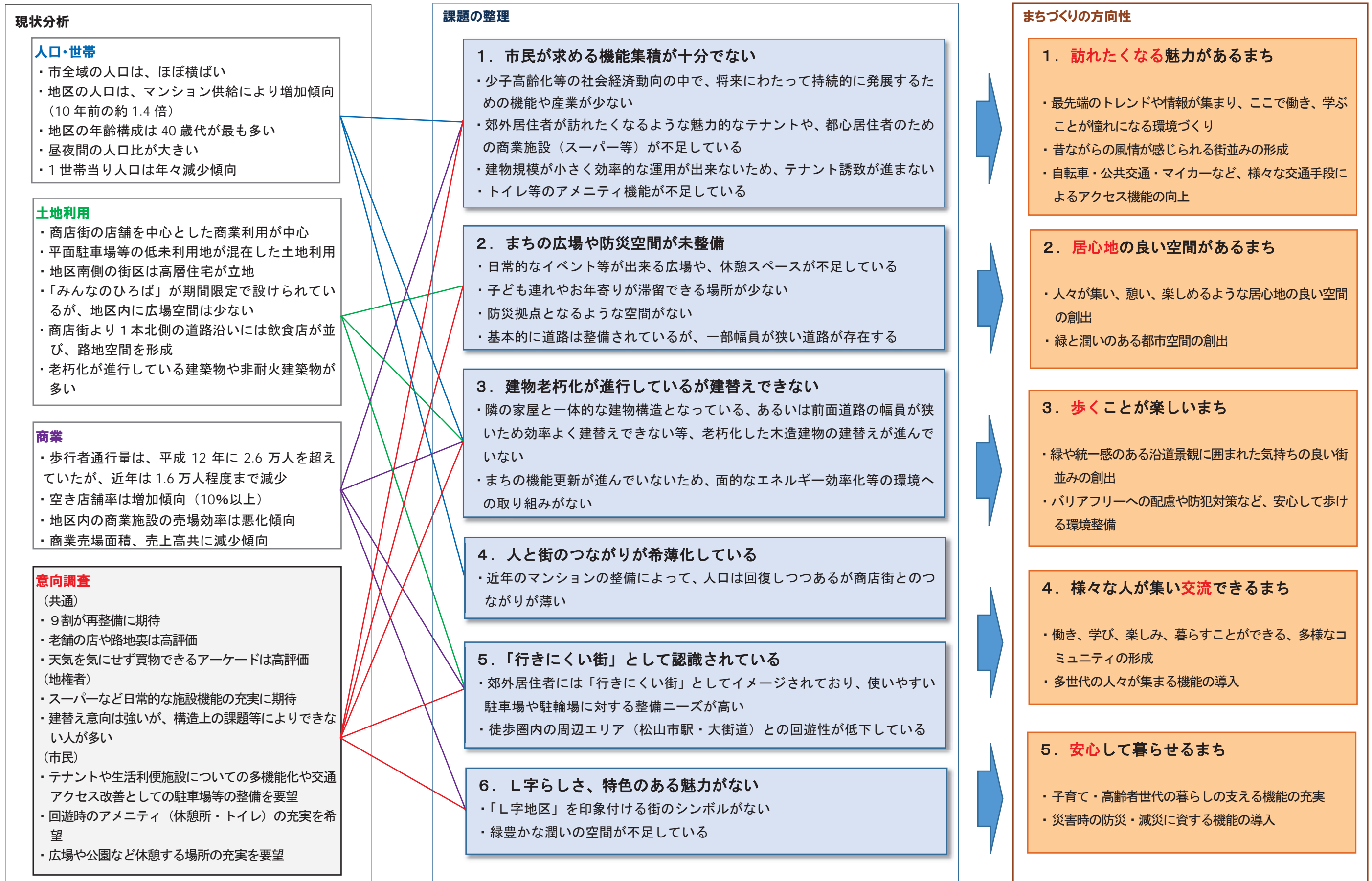
### キーワード③：各拠点（松山中心部）との共生

郊外商業施設が充実している「買回りの魅力度」「来街環境」、「アメニティ」といった機能を、中央商店街全体で役割分担した、魅力度の高い持続可能なまち

### 第3章 課題整理とまちづくりの方向性

#### 3-1. 課題整理とまちづくりの方向性

前述の上位関連計画や現状分析、市民や権利者の意向調査を踏まえ、銀天街L字地区の課題を整理します。





## 第4章 再開発等の基本方針

### 4-1. 将来ビジョン

これまでの検討を踏まえ、銀天街L字地区の将来ビジョンを設定します。

#### 目指す将来ビジョン

### 暮らしと賑わいの共生…松山の新たな「交流核」

～人々の暮らしや経済の営みなど、絶えず人の気配や温かみを感じられる  
新たな都市空間の創出～



#### 銀天街L字地区の目指す方向

銀天街L字地区は、現在、建物の老朽化や商店街の空き店舗増加など多くの課題を抱えていますが、歩いて暮らせる範囲に都市機能が集積し、業務・商業機能も充実しているほか、近年では居住人口も増加傾向にあるなど、都市のポテンシャルが高いエリアです。

松山の中心商店街エリアの交差点に位置する銀天街L字地区の再整備は、地域産業や人口を維持しつつ、松山中心部をはじめ、松山全体のまちや経済を活性化し、国際競争力や都市間競争力を高めるうえでも不可欠です。

この潜在的価値を改めて発見し、磨くとともに、現代社会に求められる「ゆとり」・「安らぎ」・「安心」などの機能を付加することで、松山の新たな「交流核」を創出します。

そしてこの場所では、そこに暮らす人々や、買い物や観光などで訪れる人が常に滞在し、絶えず人の気配や温かみを感じられ、高齢者から子供まで幅広い世代の人が安心して集まり、日常（ケ）の場と非日常（ハレ）の場が混在します。

銀天街L字地区は、「暮らしと賑わいの交流拠点」を目指します。



## 松山創生のモデルエリアとして

人口減少が進む中、持続可能な地域社会を構築するためには、地域特性を生かした産業の振興や民間投資の促進を図り、都市のコンパクト化を進めるとともに、市民が地域に愛着をもって安全で健康な生活が営まれるよう、市民の暮らしと経済を守るためのまちづくりを推進する必要があります。

人々の暮らしと街の賑わいが共生し、松山の新たな「交流核」となる銀天街L字地区は、「松山創生人口100年ビジョン」に掲げる「暮らしと経済を守るまちづくり」のモデルになる場所です。





## 4-2. ライフスタイルイメージ

多世代・多業種・多目的の人が集まり、同じ空間をうまく共有しながら、それぞれの時間を楽しみ、交流を深められる場所となるためのライフスタイルイメージを例示します。

### L字地区周辺に住む子育て世代の過ごし方（暮らし）

朝、お父さんは愛犬を連れて近くの広場にお散歩。  
近所の愛犬家達が集まり、お年寄りもベンチに座ってくつろいでいる。  
休日はゆっくり起きて、家族一緒に近くのパン屋さんに行くのが、みんなの楽しみ。



お母さんは子どもを保育所に預けて、街中のオフィスに徒歩で出勤。  
会社と自宅、保育園が歩いて行ける場所にあるのでとても安心と感じている。



お昼時になれば、オフィスの仲間とランチタイム。  
今日は「鍋焼きうどん」。  
最近起業したプランナーさんとも一緒に、話が盛り上がる。  
今度一緒にミーティングを行うことになった。



夕方には、仕事が終わって子どものお迎え、近所のママ友とおしゃべりしながら、アーケードのそばにある広場でキッズイベントをやっていたのでちょっと立ち寄り。  
子どもたちも何だか楽しそう。



ママ友と別れた後、お父さんと広場で待ち合わせ。  
今日はお総菜屋で夕食をテイクアウト。  
路地を通りながら歩いて3人で仲良く帰ろう。

