

都市再生整備計画

まつやましちゆうしんしょうぎょうちく
松山市中心商業地区

えひめけん まつやまし
愛媛県 松山市

平成24年1月

都市再生整備計画の目標及び計画期間

都道府県名	愛媛県	市町村名	松山市	地区名	松山市中心商業地区	面積	62.9 ha
-------	-----	------	-----	-----	-----------	----	---------

計画期間	平成	23	年度	～	平成	27	年度
------	----	----	----	---	----	----	----

目標 大目標:「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～ 目標1:中央商店街等における新たな魅力ある商業核の創出 目標2:駐車場・駐輪場の整備によるアクセス改善 目標3:地域課題の解決に向けた民間主体のまちづくりへの支援体制の確立
--

目標設定の根拠

まちづくりの経緯及び現況

■地区の概況

本地区は、江戸時代より城下町として栄えるとともに、明治22年の市制施行後も、商業や観光産業の集積地として経済活動等が発展している。約1Kmにおよぶアーケード商店街の大街道・銀天街や、地下街とその両端にあたる百貨店のいよてつ高島屋・三越松山店ほか多種多様な店舗が集積しており、買回り品では、愛媛県下一円を商圏としている。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地域である。

しかしながら、当地区(中央商店街)を取り巻く商業環境は近年厳しさを増しており、特に、大街道の北側に位置するラフォーレ原宿・松山が、平成20年1月をもって閉館したため、中央商店街の小売吸引力の低下が懸念されており、再開発も視野に入れた魅力ある新たなまちづくりへの取り組みが必要となっている。

競争環境の激化による販売額・拠点性の減少やMD欠落の顕在化、顧客・住民ニーズに十分対応できていないこと等により、平成9年から平成19年の10年間で本地区を含む番町地区の年間商品販売額は1,482億円(売り場面積:129,572㎡)から1,033億円(売り場面積:115,877㎡)と約30%減少する一方で、中央商店街の空き店舗率が12%を超えるなど前例の無い厳しい水準に達し、通行量(休日)も平成9年の217,662人が平成21年には131,334人と約40%減少するなど、広域商業核としての魅力が失われかけている。

■まちづくり計画

本市は、平成11年から『坂の上の雲』を軸とした21世紀のまちづくりとして都市観光の振興に取り組んでおり、小説『坂の上の雲』ゆかりの史跡や、地域固有の文化資源が点在するまち全体を、屋根のない博物館に見立てて、まちづくりを展開するフィールドミュージアム構想を推進している。フィールドミュージアム構想は、松山城周辺のセンターゾーンと6つのサブセンターゾーンで構成されており、本地区は松山城周辺センターゾーンとして位置付けられている重要な地域である。

平成20年11月には、本地区を含む中心市街地 約450haを対象とする「松山市中心市街地活性化基本計画」の認定を受け、都市機能の増進及び経済活力の向上を総合的かつ一体的に推進し、経済的、文化的活動の拠点となるにふさわしい魅力ある中心市街地の再生を目指している。

■まちづくりの推進体制

平成17年7月に大街道・銀天街の4つの商店街振興組合を中心に結成された㈱まちづくり松山は、市の関係各課とイベントや商品陳列等にかかる道路管理の協定と、アーケードに懸架する屋外広告物に関する協定を締結し、道路空間を活用した情報発信事業等を展開しており、平成18年には「がんばる商店街77選」に選定されるなど、まちづくりへの意識の非常に高い組織である。

平成19年8月には、㈱まちづくり松山及び松山商工会議所を中心として、松山市中心市街地活性化協議会を立ち上げ、基本計画の策定及び実施に関し必要な事項について協議し、様々な主体が参加するまちづくりの運営を横断的・総合的に調整するとともに、再開発や協調建て替え等の建物更新に向けた地元の活動にコーディネーターを派遣する等、各種まちづくり事業をサポートしている。

課題

商業集積としての魅力低下が進んでいる中心商業地区においては、かつての『広域商業集客核』としての輝きが失われつつあり、地区の魅力・活力を再生するための仕掛けが急務である。

■中心商業地の拠点性の低下:中心商業地の牽引役であるべき百貨店の弱体化しており、更に、ラフォーレ撤退により、2つの百貨店を機能補完するサブ核的機能が弱体化している。

■アクセス阻害要因(駐車場・駐輪場の不便さ):地区周辺に合計7,000台以上の時間貸し駐車場が展開するが小規模主体で分散しているため、全体としての規模のメリットが生かされていない。このため、視認性の高い場所での大型駐車場整備と適正配置、顧客の駐車・駐輪場コストを減らすための商店街負担の検討が必要。

■快適な商店街空間の形成:安全かつ快適な商業空間の形成に向けて、老朽化した店舗等を更新していくための仕組みの構築が求められている。

将来ビジョン(中長期)

『広域商業集客核』としての復興により、「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～を目指す

■第5次松山市総合計画(平成15年7月)の目指す将来像として、「憧れ誇り日本一のまち松山」を掲げており、分野ごとの基本方針(産業・経済:魅力と活力あふれる産業・経済の振興、都市基盤:中核市にふさわしい都市基盤の整備)を定めている。

■松山市都市計画マスタープラン(平成20年4月)における都市の目指す将来像として、本地区は「松山市の顔として、…位置づけ、環境にやさしく求心的で利便性の高い、交流の場として来訪者、市民にとって快適で安全だと思える様々な機能が集中したまちを目指す」としている。

■松山市都市計画マスタープラン(平成20年4月)における旧市街地の整備方針として、本地区は「安全で快適な都市機能の充実」が掲げられており、「人が住まい・交流する魅力ある空間として、高次商業業務機能の集積と利便性の高い都心居住を促進すると共に、土地の有効高度利用を図り、集積効果の高い様々な機能が集中した市街地」の形成を目標としている。

目標を定量化する指標

指 標	単 位	定 義	目標と指標及び目標値の関連性	従前値	目 標 値	
				基準年度	目 標 年 度	目 標 年 度
中央商店街の歩行者通行量	人	中央商店街の歩行者通行量(休日、8調査地点の通過合計)	商業核の充実やMD補完、アクセス改善、都市景観整備、回遊性の向上により、歩行者通行量の増加を図る。	131,334	21年	195,000 27年
中央商店街空き店舗率	%	中央商店街の空き店舗率	アクセス改善、都市景観整備などの都市機能の整備・更新による補完や商業核の充実やMD補完により空き店舗率の減少を図る。	13.9	22年	5.5 27年

都市再生整備計画の整備方針等

計画区域の整備方針	方針に合致する主要な事業
<p>整備方針1(中央商店街等における新たな魅力ある商業核の創出)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2つの百貨店を機能補完する新たな魅力ある商業核を整備すると共に、来街者への休息場所や情報発信拠点を整備し、『広域商業集客核』としての再生につなげる。 ・優良建築物等整備事業と連携した既存施設である大街道アーケード・舗装高質化・ストリートファニチャーの景観整備により、親て歩いて楽しい賑わい空間の再生を図る 	<ul style="list-style-type: none"> ・優良建築物等整備事業 ・大街道一番町口商業活性化景観整備事業 ・商店街交流空間整備事業
<p>整備方針2(駐車場・駐輪場の整備によるアクセス改善)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2つの百貨店の機能を補完する使いやすい、また視認性の高い場所での大型駐車場整備と適正配置を行う。 ・地区内街路である(都)二番町線、(都)中之川通線、(都)花園町線において「歩いて暮らせる街づくり」の実現に向け、道路空間の再配分により、歩行者や自転車にやさしい中心市街地を形成するとともに、荷捌き車両・客待ちタクシーへの道路利用に関するルールを定め、自動車交通の円滑化を図る。 	<ul style="list-style-type: none"> ・優良建築物等整備事業 ・(都)二番町線 (地中化・再配分・自転車道) ・(都)中之川通線(地中化・再配分・自転車道) ・(都)花園町線 (地中化・再配分・自転車道) ・鮎屋町中村橋線(舗装)
<p>整備方針3(地域課題の解決に向けた民間主体のまちづくりへの支援体制の確立)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域活力低下(空き店舗、老朽施設の増加)の解決を図るために行われる地元のみちづくり勉強会等による、建物更新(再開発や共同協調建替等)への気運醸成を図る。 ・親て歩いて楽しい賑わい空間の再生に寄与するため、NPO等の実施する高質空間等を活用したイベント活動に対する補助を行う。 	<ul style="list-style-type: none"> ・まちづくり支援事業 ・市街地総合再生計画策定事業
<p>その他</p> <ul style="list-style-type: none"> ■本市の重点的な取組み地域 本市では、今回の計画区域を含む中心地区において、平成16年度に策定した都市再生整備計画(松山市中心地区)に基づき、『坂の上の雲』フィールドミュージアムの具現化による都市観光の振興を目指して各種事業を展開し、平成22年には『まちづくり効果賞』を受賞するなど、観光交流人口の増加などに一定の効果を挙げている。 ■住民主体の継続的なまちづくり活動 当該地区では、(株)まちづくり松山が市の関係各課と道路管理や屋外広告物に関する協定を締結するなど、地元団体と行政がそれぞれの役割を分担しながら、連携・協力してまちづくりを行うなど、地域住民のまちづくりへの意識が非常に高い。 	

都市再生整備計画の区域

松山市中心商業地区(愛媛県松山市)

面積

62.9 ha

区域

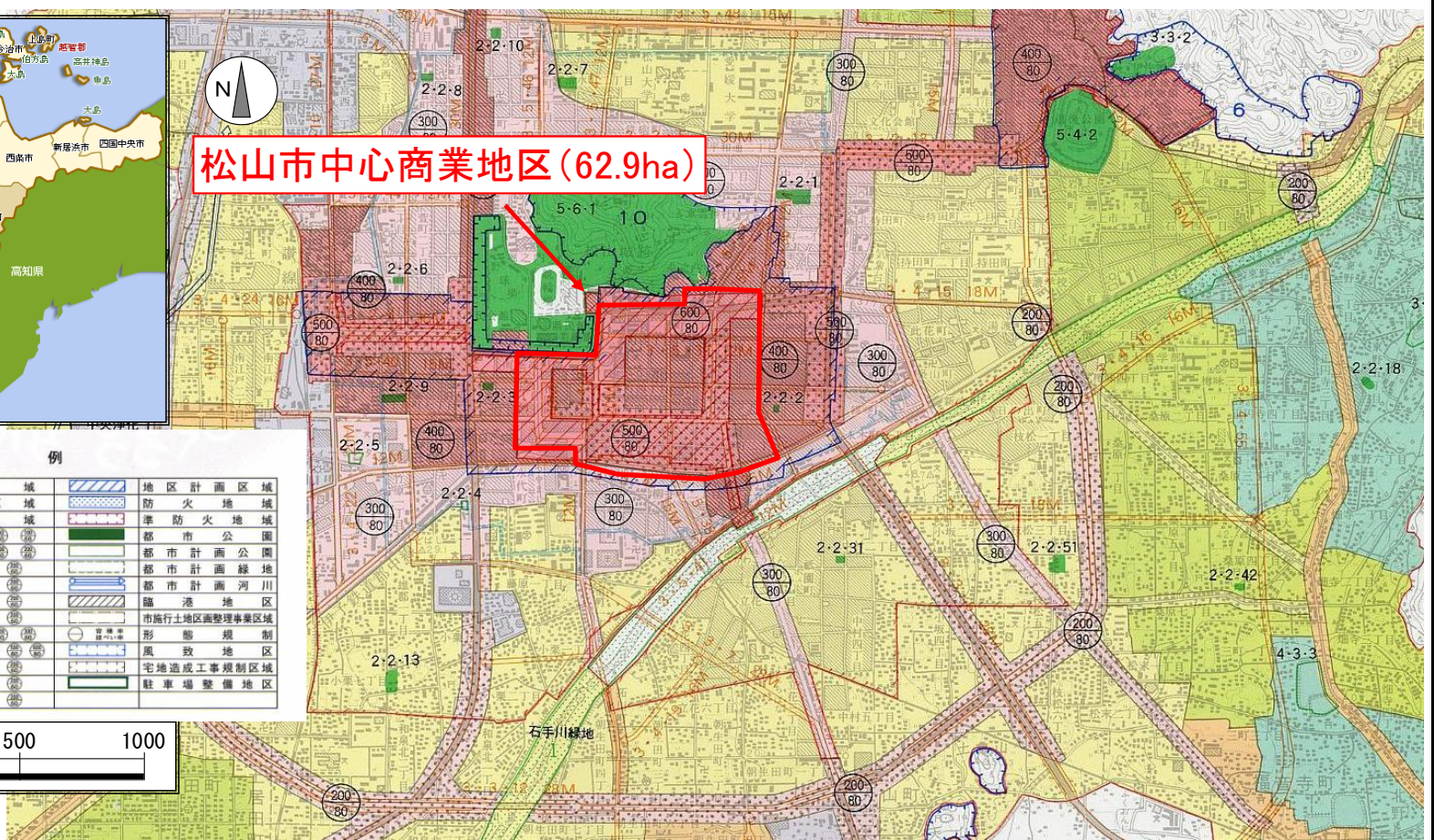
一番町一～四丁目、二番町一～四丁目、三番町一～五丁目、千舟町一～六丁目、
大街道一～三丁目、河原町、湊町一～五丁目、永木町二丁目、北立花町、
柳井町一～三丁目、末広町、南堀端町



松山市中心商業地区(62.9ha)

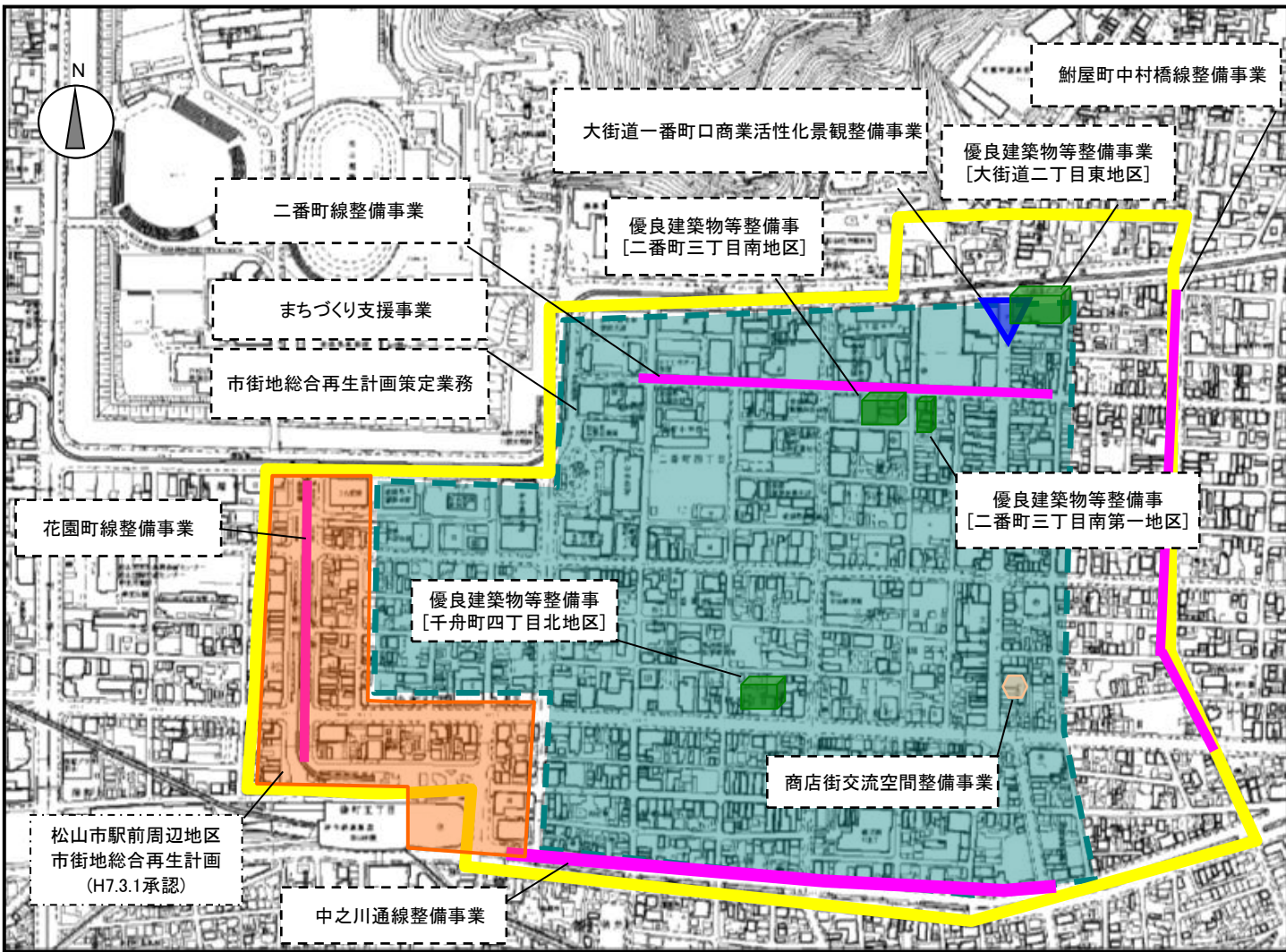
凡 例

行政区域	地区計画区域	防火地域
都市計画区域	準防火地域	都市公園
市街化区域	都市計画公園	都市計画緑地
第一種低層住居専用地域	都市計画河川	臨港地区
第一種中高層住居専用地域	市施行土地区画整理事業区域	形態規制
第二種中高層住居専用地域	風致地区	宅地造成工事規制区域
第二種住居地域	駐車場整備地区	
準住居地域		
近隣商業地域		
商業地域		
準工業地域		
工業地域		
工業専用地域		



松山市中心商業地区(愛媛県松山市) 整備方針概要図

目標	「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～	代表的な指標	中央商店街の歩行者通行量 (人)	131,334 (21年度)	→	195,000 (27年度)
			中央商店街空き店舗率 (%)	13.9 (22年度)	→	5.5 (27年度)



- 優良建築物等整備事業
[大街道二丁目東地区]
- 優良建築物等整備事業
[二番町三丁目南地区]
- 優良建築物等整備事業
[千舟町四丁目北地区]
- 優良建築物等整備事業
[二番町三丁目南第一地区]
- 大街道一番町口商業活性化景観整備事業
- 商店街交流空間整備事業
- 市街地総合再生計画策定業務
- まちづくり支援事業
- 二番町線整備事業
- 中之川通線整備事業
- 花園町線整備事業
- 鮎屋町中村橋線整備事業

