

- 基本計画の名称：第4期松山市中心市街地活性化基本計画
- 作成主体：松山市
- 計画期間：令和8年4月から令和13年3月(5年)

中心市街地の活性化に関する基本的な方針

[1] 地域の現況に関する統計的なデータの把握・分析

(1) 面積

明治22年12月15日市制施行当時の面積は約 5 km²だったが、周辺の市町村と合併し、平成17年の北条市・中島町の合併を経て、市域面積は 429.35 km²(令和7年1月1日時点)となった。

(2) 人口

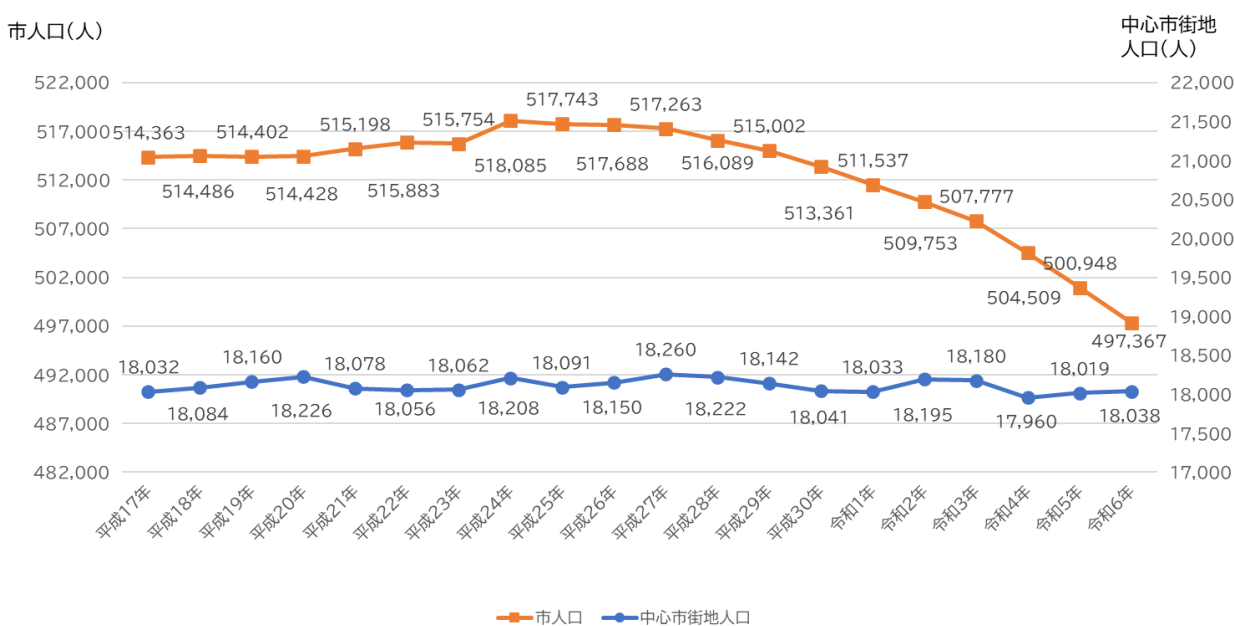
松山市の人口は平成24年をピークに減少傾向にあり、平成28年から令和3年にかけては、年 1,000～2,000 人のペースで減少を続けていたが、令和4年以降、年 3,000 人を超えるペースで減少が続くなど、人口減少が加速している。

一方、中心市街地の人口は増減を繰り返しながらも、概ね 18,000 人前後を維持している。

市人口が減少に転じた平成24年を基準(1.00)とする。人口指数の推移では、中心市街地対象町丁範囲※に在住する人口(以下「中心市街地人口」という。)の増減率は-0.9%、に対して市人口は-4.0%となっている。

なお、中心市街地人口の市全体の人口に占める割合は平成17年以降 3.5%前後をキープしている。

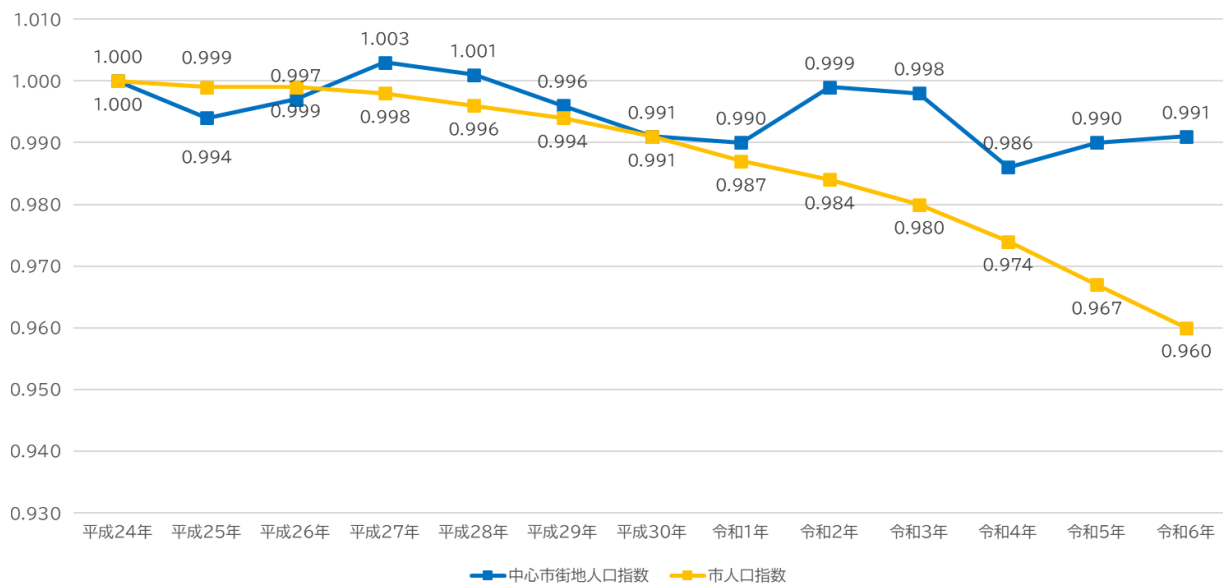
■松山市と中心市街地の人口の推移



出典:住民基本台帳登録人口(各年 10/1 時点人口)

注)平成 24 年 7 月 9 日の住民基本台帳法改正により、平成 24 年から外国人が含まれる。

■松山市と中心市街地の人口指数の推移



出典:住民基本台帳登録人口(各年 10/1 時点人口)

■中心市街地人口の市全体の人口に占める割合

	平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年
中心市街地人口割合	3.51%	3.51%	3.53%	3.54%	3.51%
	平成22年	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年
	3.50%	3.50%	3.51%	3.49%	3.51%
	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年	令和1年
	3.53%	3.53%	3.52%	3.51%	3.53%
	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年
	3.57%	3.58%	3.56%	3.60%	3.63%

出典:住民基本台帳登録人口(各年 10/1 時点人口)

※中心市街地対象町丁範囲

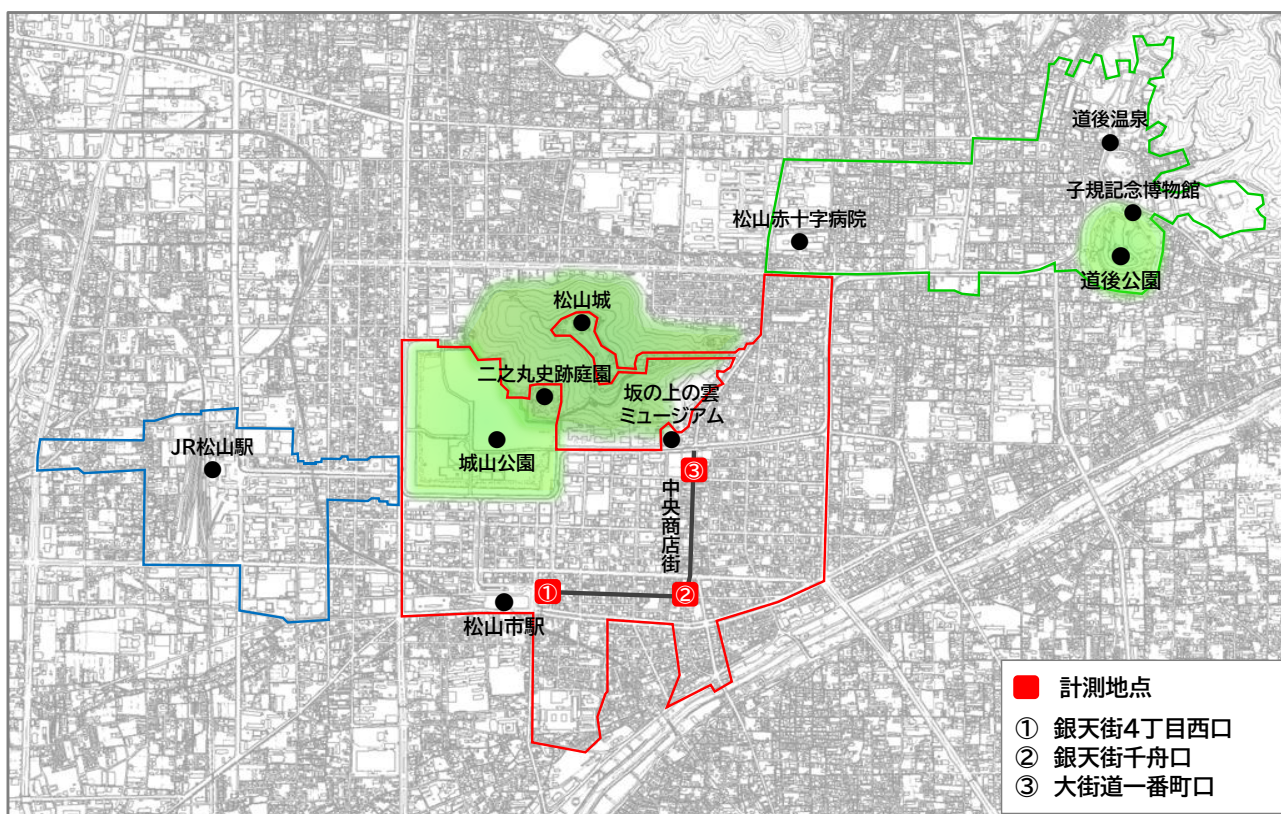
地区	対象町丁					
番町	一番町3丁目	一番町4丁目	二番町2丁目	二番町3丁目	二番町4丁目	三番町2丁目
	三番町3丁目	三番町4丁目	三番町5丁目	大街道一丁目	大街道2丁目	千舟町3丁目
	千舟町4丁目	千舟町5丁目	花園町	湊町3丁目	湊町4丁目	湊町5丁目
	南堀端町	柳井町1丁目	柳井町3丁目	堀之内		
東雲	一番町1丁目	一番町2丁目	二番町1丁目	大街道3丁目	歩行町1丁目	歩行町2丁目
	喜与町1丁目	喜与町2丁目	東雲町	中一万町	西一万町	平和通1丁目
	勝山町1丁目	勝山町2丁目				
八坂	河原町	三番町1丁目	千舟町1丁目	千舟町2丁目	湊町1丁目	湊町2丁目
雄郡	春日町	未広町	泉町			
新玉	大手町1丁目	大手町2丁目	三番町6丁目	三番町8丁目	千舟町6丁目	千舟町8丁目
	湊町6丁目	宮田町	南江戸1丁目	辻町		
道後	道後姫塚	道後喜多町	道後鷺谷町	道後湯之町	道後町1丁目	道後町2丁目
	道後湯月町	道後今市	道後一万	道後多幸町	道後公園	祝谷1丁目
	岩崎1丁目	南町1丁目	南町2丁目			

(3) 歩行者通行量

松山市の商業機能の中核である大街道・銀天街の歩行者通行量について、平成25年から令和6年の推移を比較する。全地点合計の歩行者通行量はアエル松山(複合型商業施設)が開業する平成 27 年から令和1年まで増加していたが、令和2年に通行量は大きく減少した。これは、新型コロナウイルスの感染拡大が要因と推察される。令和5年以降は回復傾向にあるものの、令和1年までの水準までは回復していない。

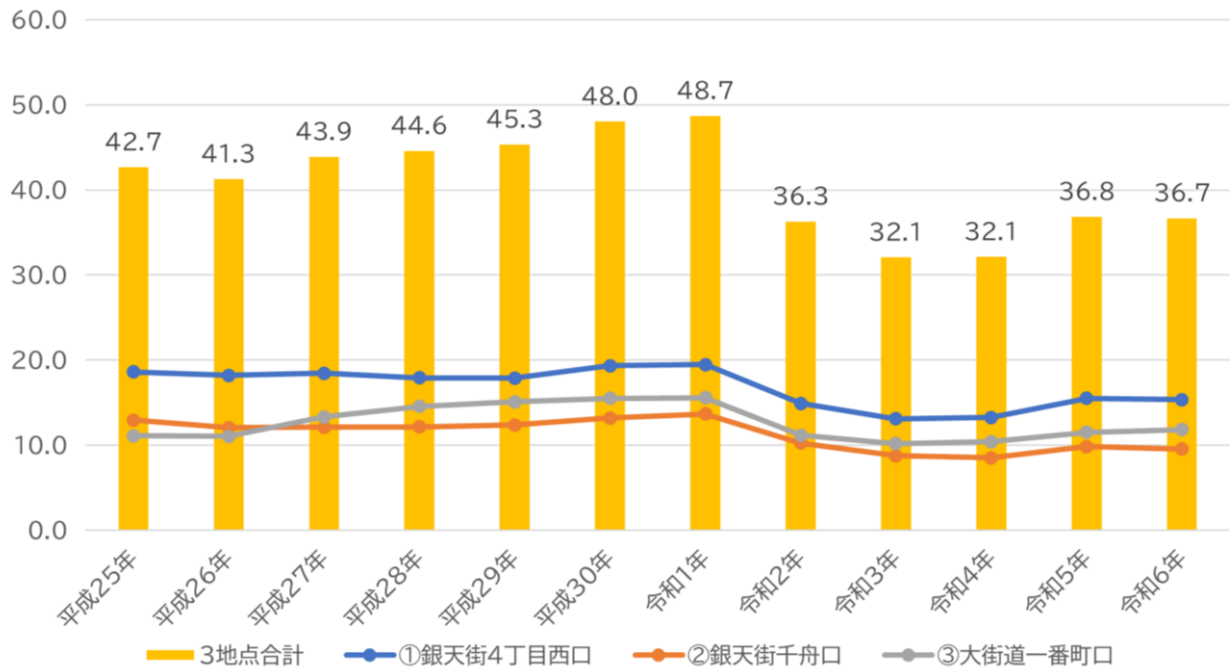
各地点の歩行者通行量は、銀天街4丁目西口が他の2地点と比べて常に多い。これは、本市のターミナル駅である松山市駅・いよてつ高島屋に隣接することが要因と推察される。令和2年以降は、いずれの地点も全体の歩行者通行量と同様の傾向で推移している。

■歩行者通行量計測地点



歩行者通行量(年間)の推移

単位:千人

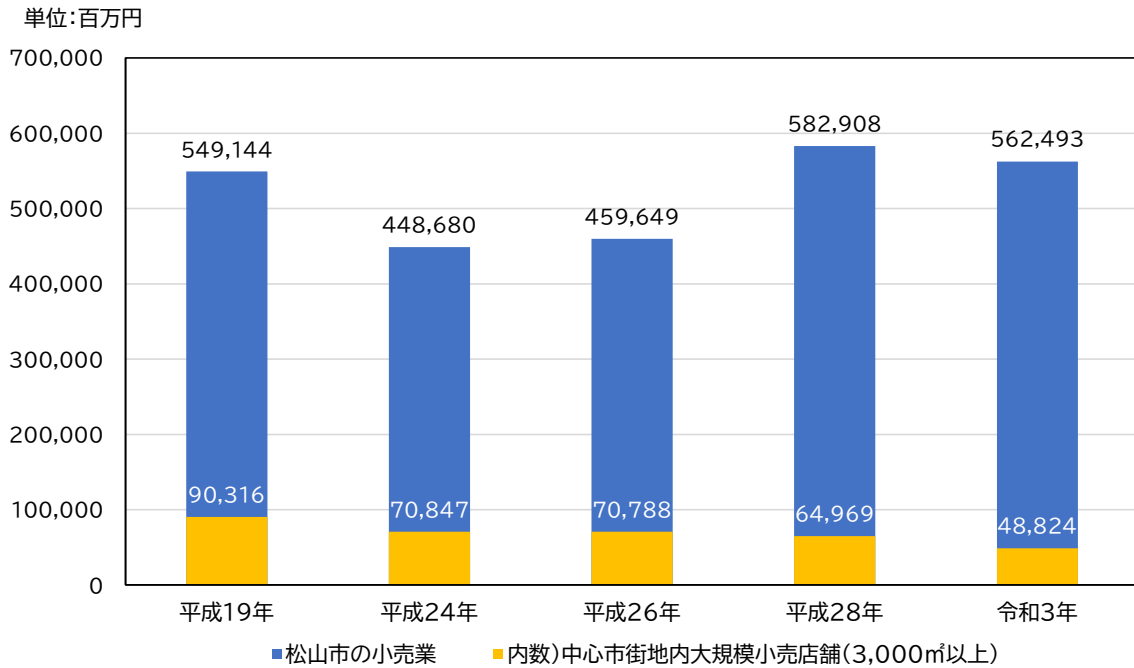


出典:中央商店街通行量調査

(4) 小売業年間商品販売額

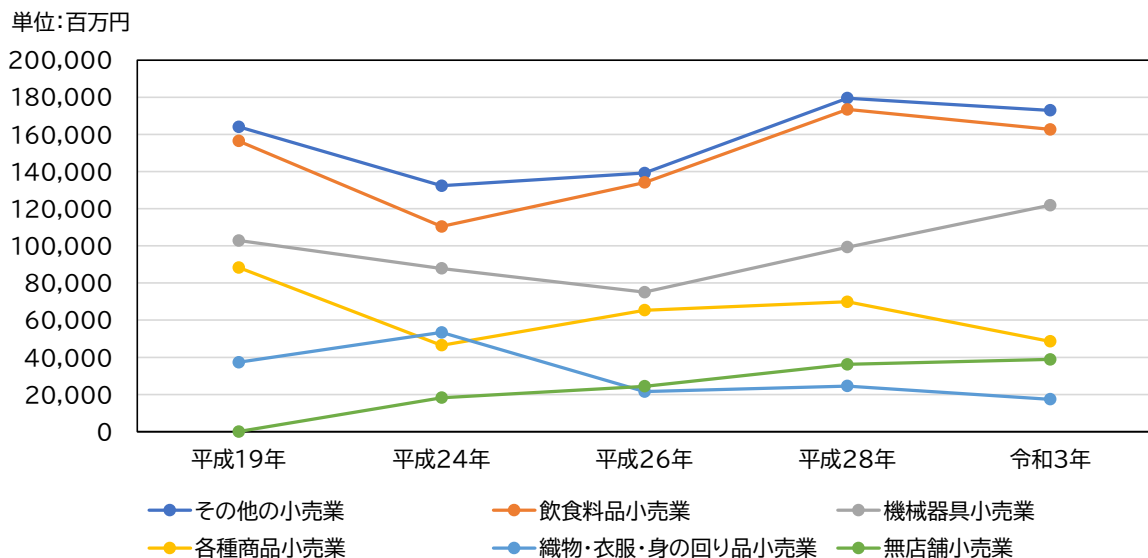
松山市全体と中心市街地内の大規模小売店舗(3,000㎡以上)の小売業年間商品販売額の推移を比較する。平成19年から平成24年の急激な減少は、平成20年の大規模ファッションビル「ラフォーレ原宿・松山」の閉館や隣接する自治体での大規模商業施設「エミフル MASAKI」の開業、リーマンショックが影響していると推察される。平成26年からは増加し、平成28年以降は平成19年を上回る額となっている。一方、中心市街地内の大規模小売店舗の小売業年間商品販売額は減少傾向にある。

■松山市、中心市街地内の大規模小売店舗の小売業年間商品販売額の推移



出典: 松山市の小売業…RESAS(商業統計調査、経済センサス活動調査)
中心市街地内大規模小売店舗…松山市独自調査

■松山市の小売業年間商品販売額(内訳)の推移



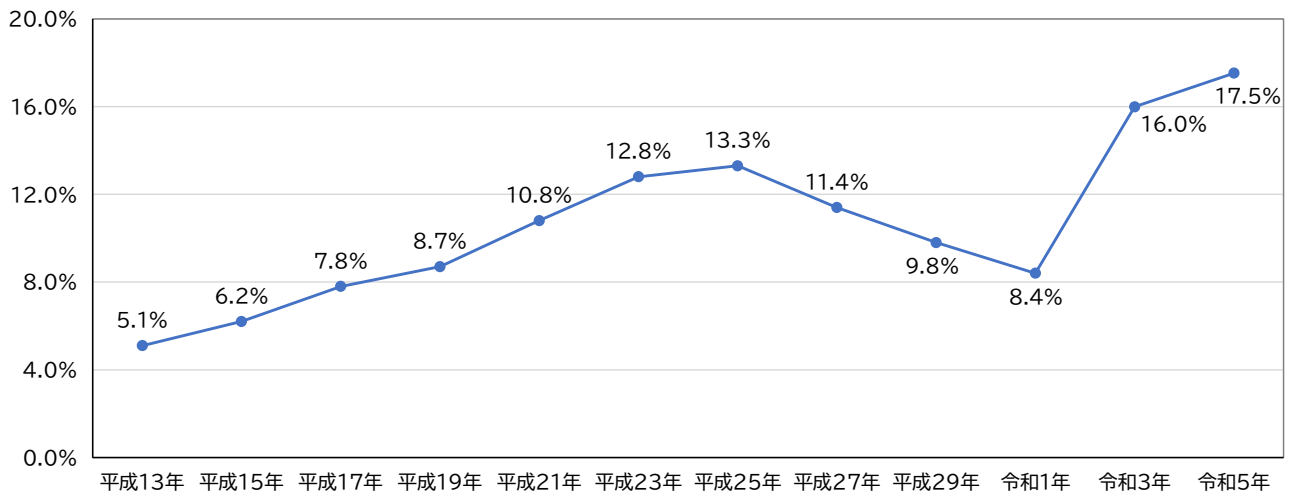
出典: RESAS(商業統計調査、経済センサス活動調査)

(5) 空き店舗率

中心市街区域内の商店街の空き店舗率は、平成25年から令和1年にかけて減少傾向であったが、令和3年から空き店舗率は大きく増加している。

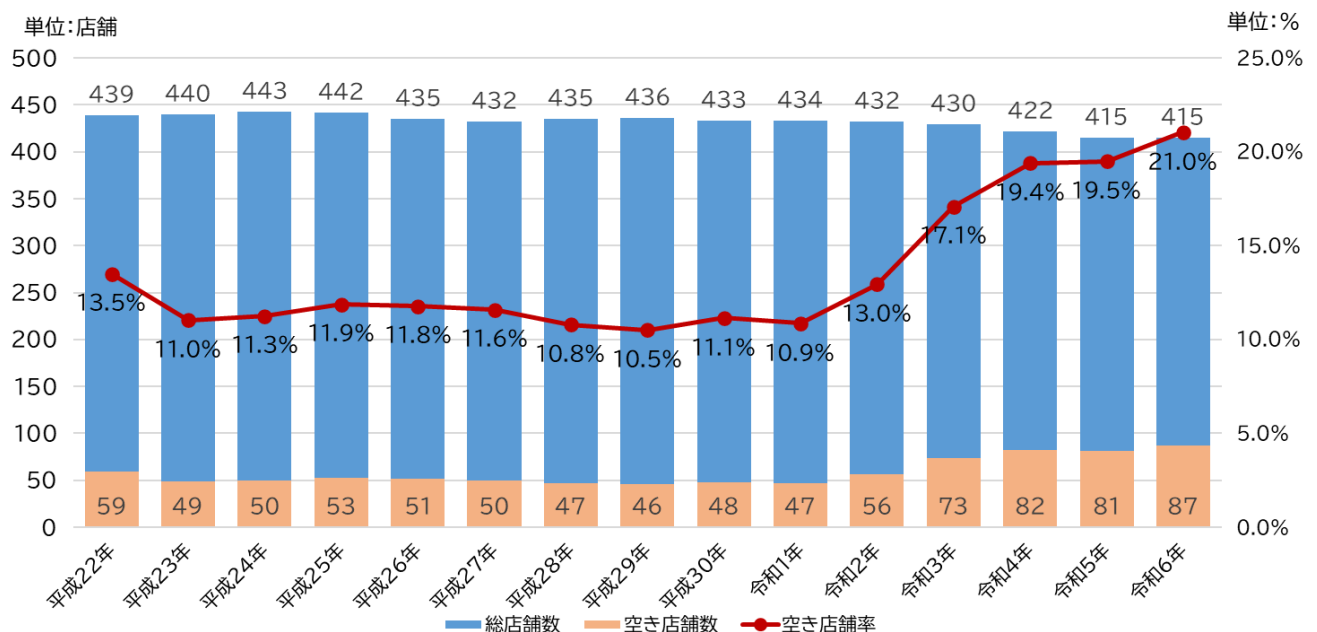
また、中心市街地の商業機能の中核である中央商店街(大街道・銀天街・まつちかタウン)の空き店舗率は中心市街区域内全体よりも大きく、令和6年時点で21.0%となっている。

■中心市街区域内の空き店舗率の推移



出典:松山市商店街実態調査
注)活動していない商店街は含まない。

■中央商店街の空き店舗率の推移



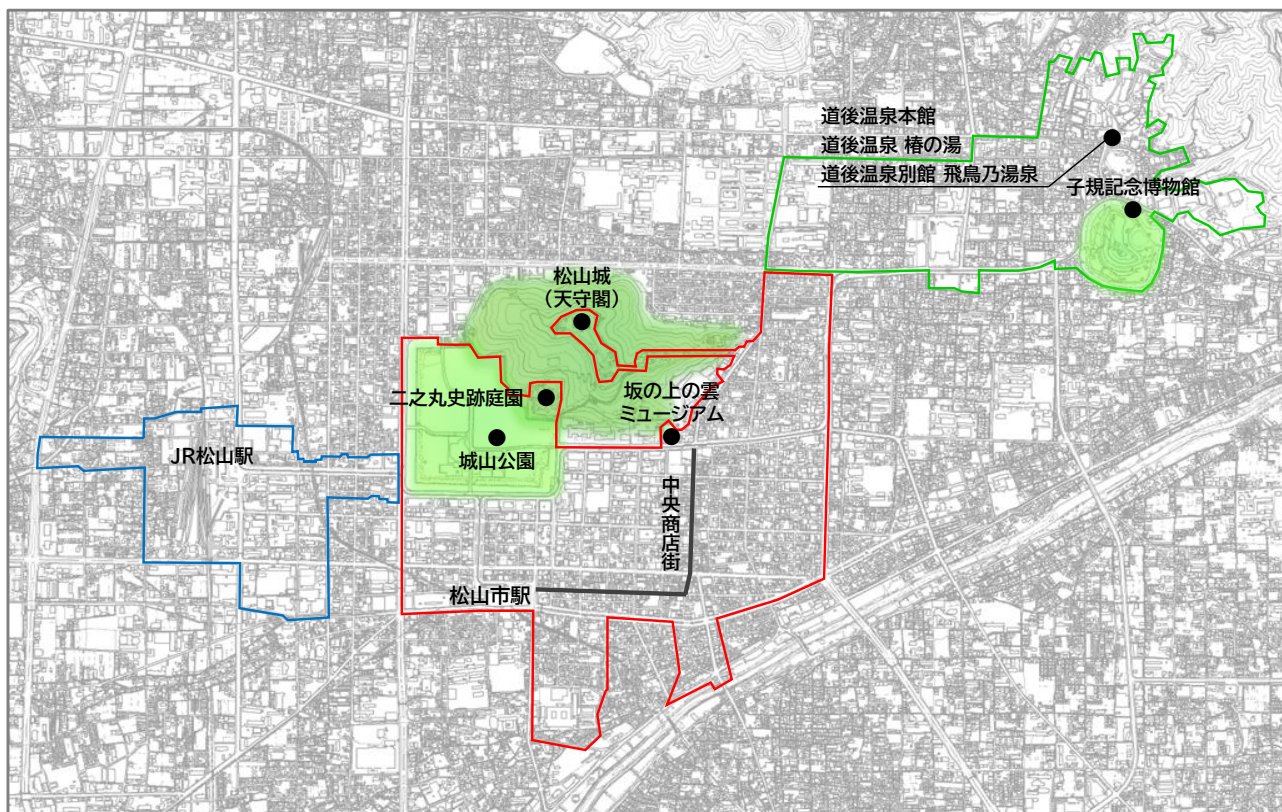
出典:松山市店舗状況変化調査(中央商店街)(各年1月1回調査)

(6) 観光資源・観光施設利用者数

観光客数は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、令和1年をピークに令和2年に大きく減少した。令和4年以降は観光客数が回復し、令和1年の水準まで回復しつつある。また、推定観光消費額は、外国人観光客の急増により、令和6年に過去最高を記録している。

観光施設の年間利用者数では、令和1年に減少に転じ、令和2年には観光利用者数は大きく減少した。令和4年以降は回復傾向にあるものの、観光利用者数のピークである平成30年までの水準には至っていない。道後温泉全体でも同様の傾向にあるが、施設別では、地元住民の利用が多い椿の湯は、令和2年に観光利用者数が微減したものの、以降は概ね横ばい傾向にある。道後温泉 本館及び飛鳥乃湯泉は、令和2年に観光利用者数が大きく減少、令和4年以降、回復傾向にある。

■主な観光資源



松山城



道後温泉本館



道後温泉 椿の湯



道後温泉別館 飛鳥乃湯泉



子規記念博物館



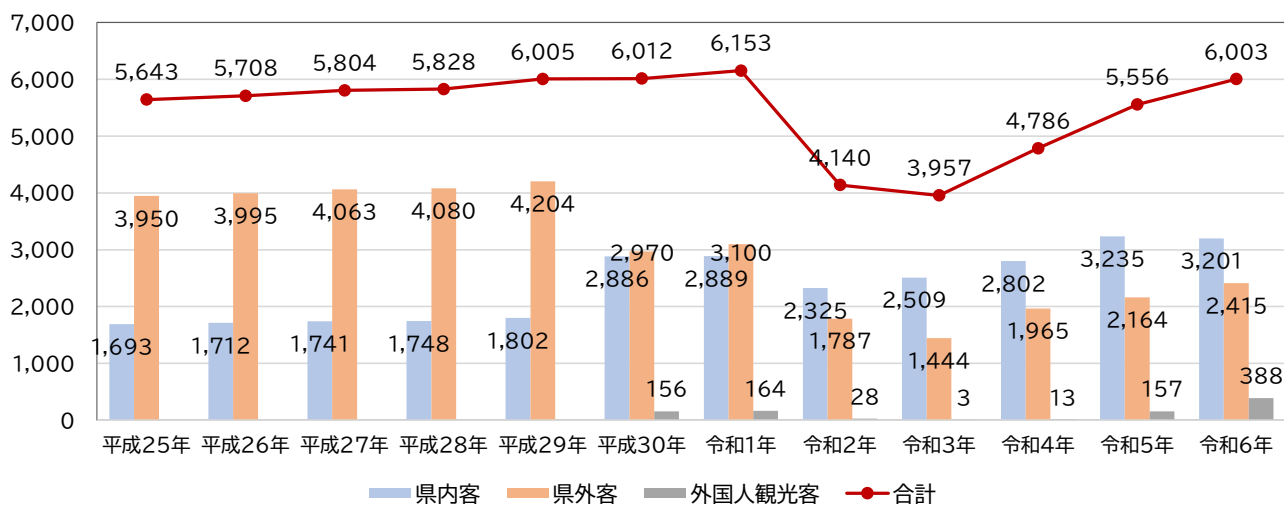
坂の上の雲ミュージアム



二之丸史跡庭園

■観光客推定数の推移

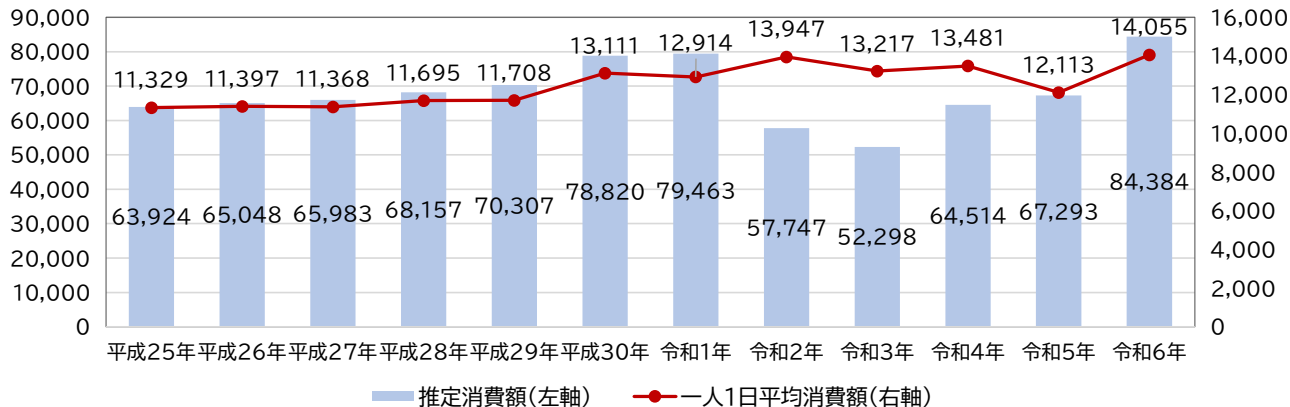
単位:千人



出典:「松山市観光客推定表」より松山市作成

■推定観光消費額の推移

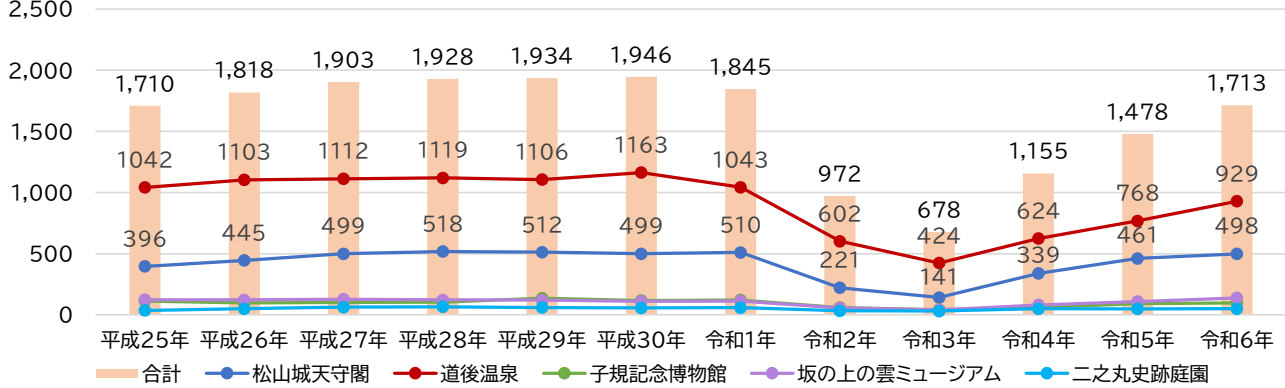
単位:百万円



出典:「松山市観光客推定表」より松山市作成

■観光施設の年間利用者数

単位:千人
2,500



■観光施設の年間利用者数内訳

単位:千人

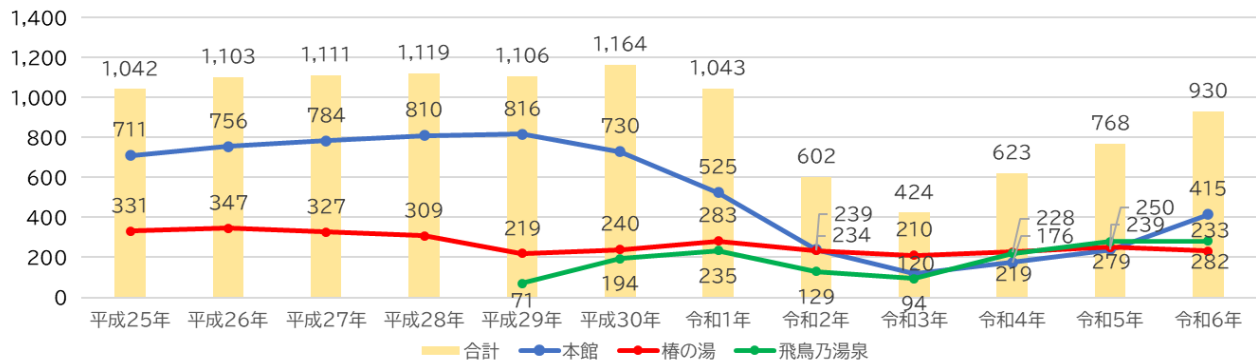
施設名	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年	令和1年	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年
松山城天守閣	396	445	499	518	512	499	510	221	141	339	461	498
道後温泉	1,042	1,103	1,112	1,119	1,106	1,163	1,043	602	424	624	768	929
子規記念博物館	113	98	101	103	136	117	121	60	42	61	91	98
坂の上の雲ミュージアム	123	122	128	122	120	111	113	56	40	81	109	138
二之丸史跡庭園	36	50	63	66	60	56	58	33	31	50	49	50
合計	1,710	1,818	1,903	1,928	1,934	1,946	1,845	972	678	1,155	1,478	1,713

出典:「松山市観光客推定表」より松山市作成

注)道後温泉は、道後温泉本館、道後温泉 椿の湯、道後温泉別館 飛鳥乃湯泉の利用者数の合計

■道後温泉の年間利用者数

単位:千人



■道後温泉の年間利用者数内訳

単位:千人

施設名	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年	令和1年	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年
本館	711	756	784	810	816	730	525	239	120	176	239	415
椿の湯	331	347	327	309	219	240	283	234	210	228	250	233
飛鳥乃湯泉	0	0	0	0	71	194	235	129	94	219	279	282
合計	1,042	1,103	1,111	1,119	1,106	1,164	1,043	602	424	623	768	930

出典:「松山市観光客推定表」より松山市作成

注)○道後温泉は、道後温泉本館、道後温泉 椿の湯、道後温泉別館 飛鳥乃湯泉の利用者数の合計

○道後温泉 椿の湯は工事のため一時閉館(平成29年10月~11月)

○道後温泉別館 飛鳥乃湯泉は平成29年9月26日プレオープン、同年12月 26 日グランドオープン

○道後温泉本館は平成31年(令和1年)1月~令和6年12月まで、営業しながらの保存修理工事を実施

参考:外国人観光客数

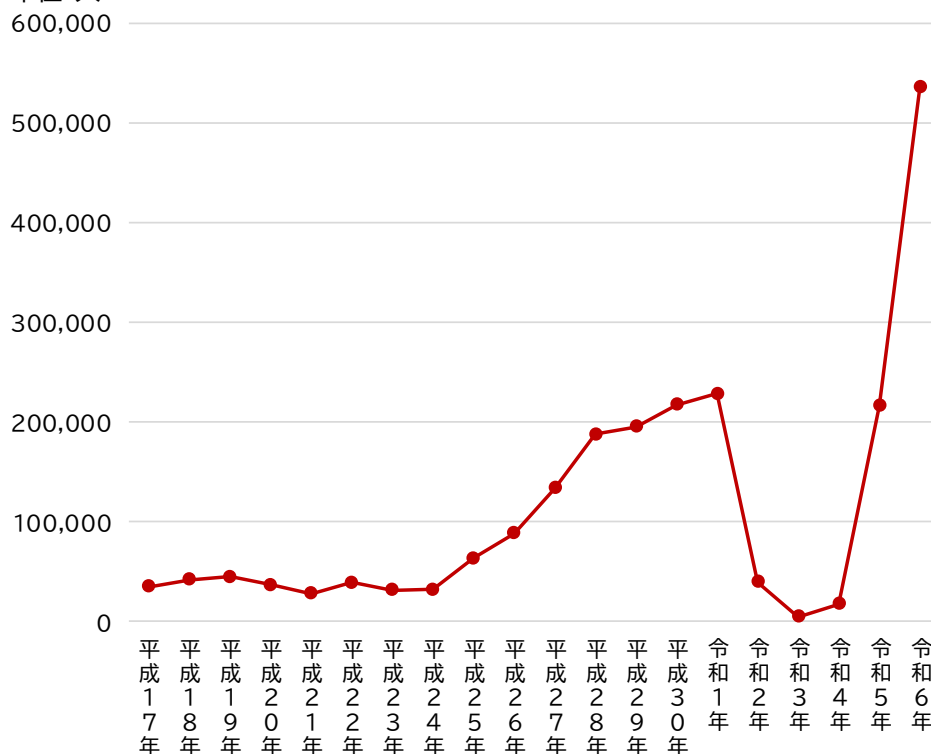
外国人観光客は、松山空港と台湾との直行チャーター便の運航が開始された平成25年から急増したものの、新型コロナウイルス感染症拡大により令和2年に大きく減少した。以降、令和5年に外国人観光客が急増し、20万人台まで回復した。

外国人観光客数の推移

単位:人

年	人数
平成17年	35,000
平成18年	42,000
平成19年	45,000
平成20年	37,000
平成21年	28,000
平成22年	39,000
平成23年	31,600
平成24年	32,300
平成25年	63,600
平成26年	88,700
平成27年	133,800
平成28年	187,500
平成29年	195,300
平成30年	217,400
令和1年	228,100
令和2年	39,500
令和3年	4,700
令和4年	17,400
令和5年	216,100
令和6年	535,300

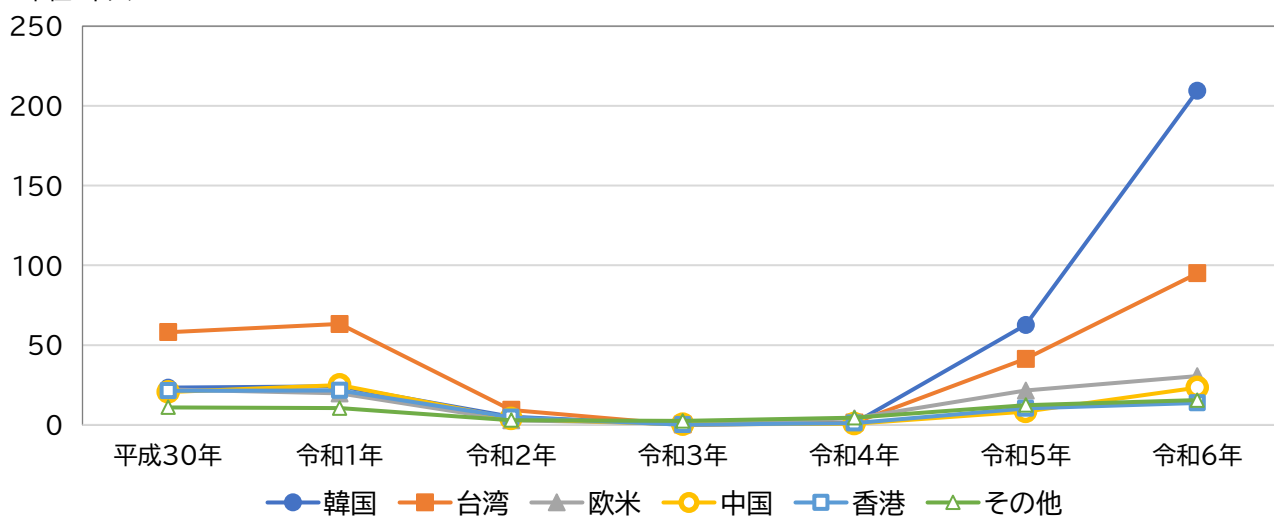
単位:人



出典:令和6年松山市観光客推定表

外国人観光客の内訳

単位:千人



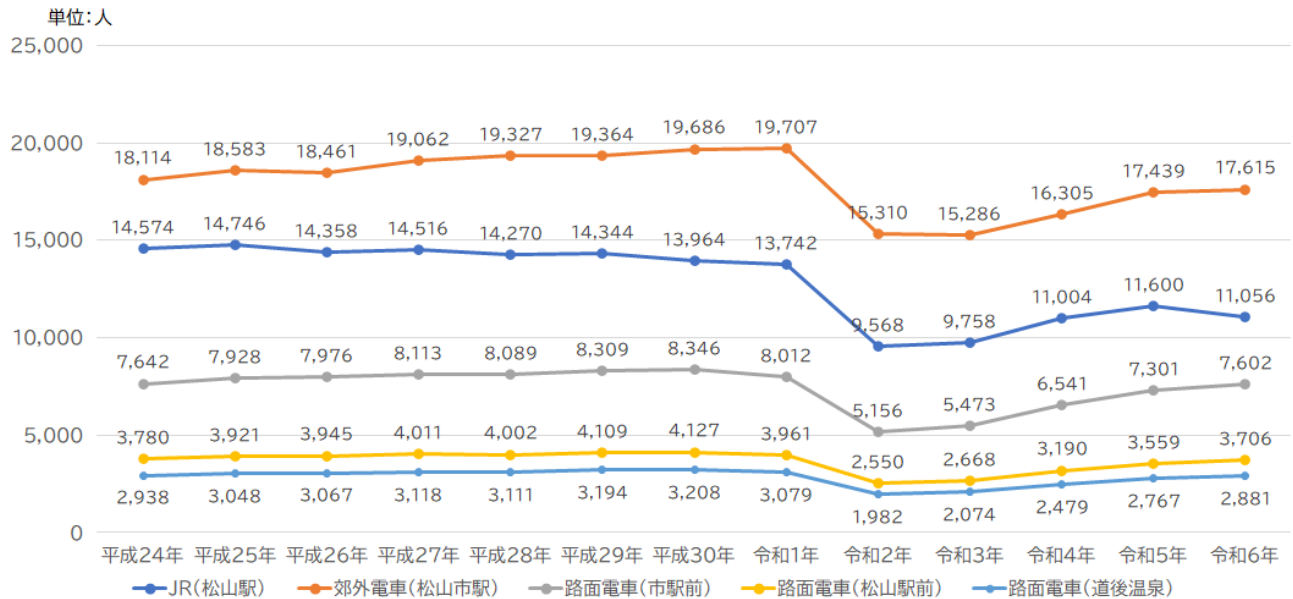
出典:松山市観光客推定表

(7) 鉄道の年間乗降客数及び輸送人員

中心市街地の鉄軌道は、JR 予讃線及び伊予鉄道㈱が運営する郊外電車・路面電車がある。路面電車は、JR 松山駅、市のターミナル駅である松山市駅、松山城の最寄り駅である大街道駅、道後温泉の最寄り駅である道後温泉駅を繋いでいる。

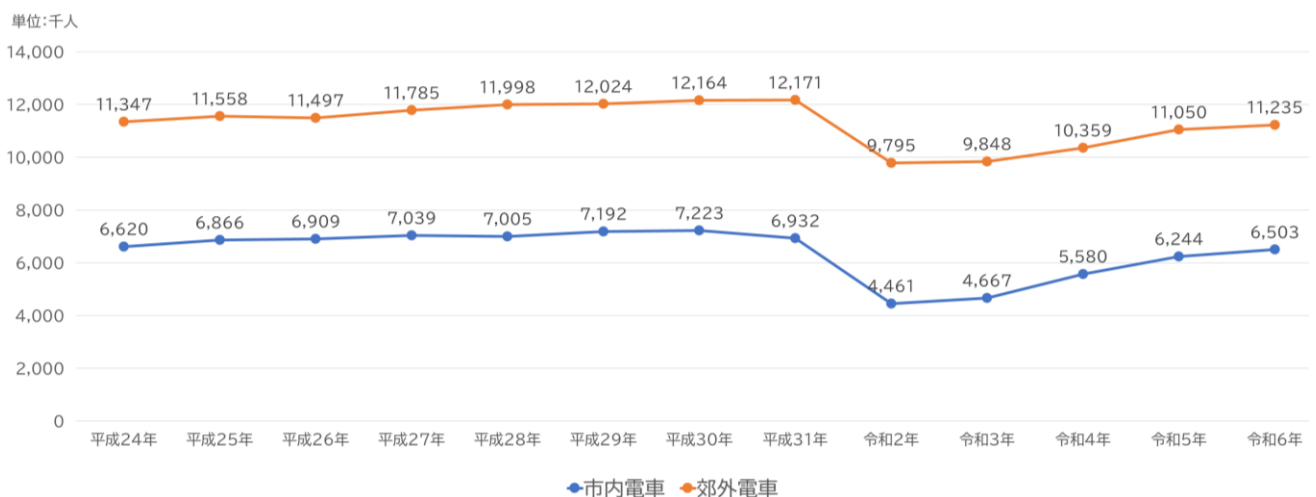
郊外電車・路面電車の年間輸送人員は新型コロナウイルス感染症拡大により令和2年に大きく減少したが、以降は回復傾向にある。

■JR 松山駅、松山市駅(郊外電車、路面電車)及び道後温泉駅の1日当たり乗降客数



資料:松山市資料

■郊外電車及び路面電車の年間輸送人員



資料:松山市資料

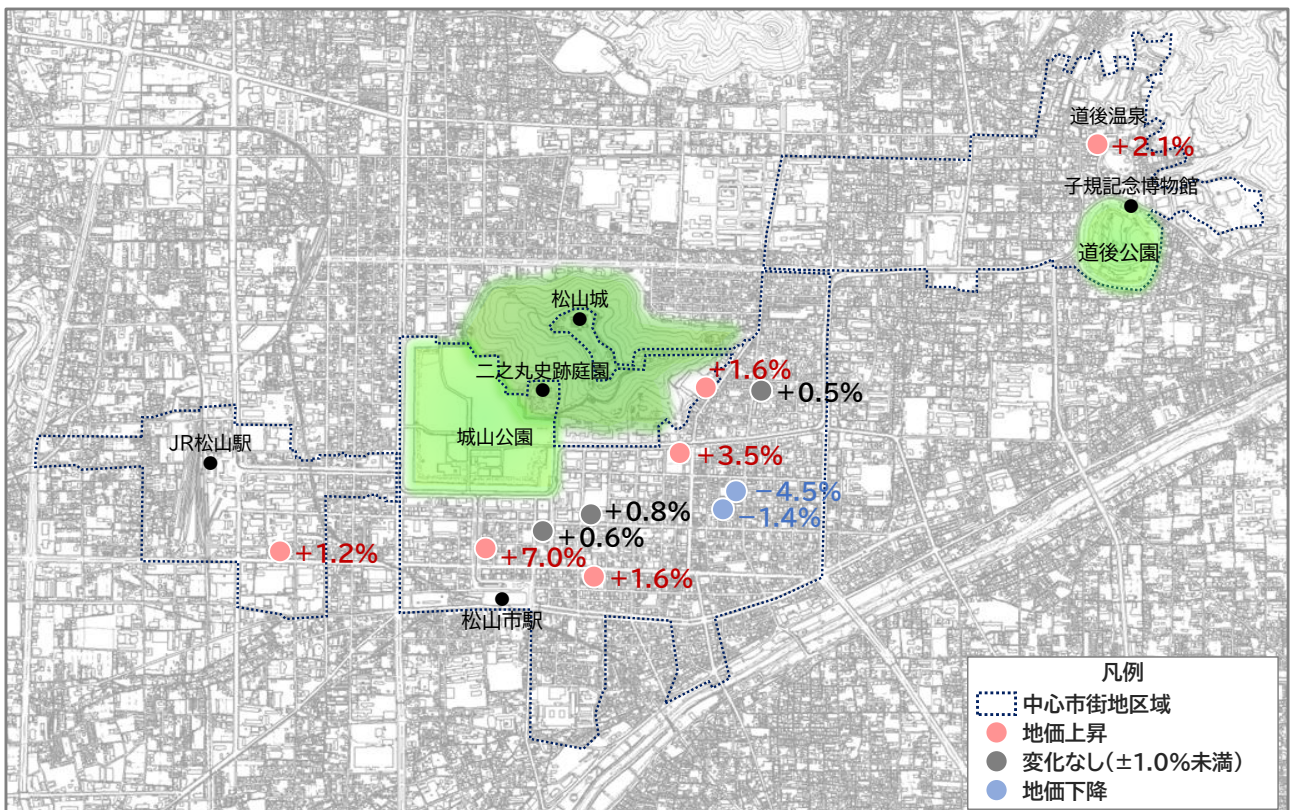
(8) 地価

令和2年と最新年(令和6年)を比べると、中心市街区域内の11地点の平均値は101%。最も上昇しているのは花園町4-7の107%で、最も下降しているのは二番町二丁目7-23の95.5%である。11地点のうち、上昇6地点、下降2地点、残り3地点はほぼ同値である。

■中心市街区域内の地価の推移

調査地点	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年	令和6年/令和2年
花園町4-7	273	277	282	287	292	107.0%
大街道二丁目4-13	821	821	821	831	850	103.5%
松山市道後湯之町13	—	333	333	336	340	102.1%
千舟町四丁目2-2	368	369	370	371	374	101.6%
大街道三丁目2-36	306	306	305	308	311	101.6%
千舟町八丁目67-15	172	173	173	173	174	101.2%
三番町四丁目11-12	358	358	358	358	361	100.8%
三番町五丁目9-4	181	181	181	181	182	100.6%
歩行町一丁目8-3	200	200	200	200	201	100.5%
三番町二丁目10-10	210	209	208	207	207	98.6%
二番町二丁目7-23	311	306	301	297	297	95.5%
平均値	325	326	325	326	330	101%

地価上昇地点
 地価下降地点



出典:国土交通省土地総合情報システム 都道府県地価調査より松山市作成
 注)○令和6年/令和2年が+1.0%以上を地価上昇地点、-1.0%以下を地価下降地点としている。

○松山市道後湯之町13-20の「令和6年/令和2年」の欄は、令和6年令和/令和3年を計上している。

[2] 地域住民のニーズ等の把握・分析

(1) 居住等に関する意向・評価

【調査概要】

調査名:第7次松山市総合計画の策定に向けた市民意識調査
調査時期:令和4年11月28日~12月18日
調査対象:松山市全域における18歳以上の男女計5,000人
調査方法:郵送調査
回収数:2,501件(回収率50.0%)

【調査結果】

松山市の住みやすさについて「まあまあ住みやすい」が49.9%で最も高く、次いで「住みやすい」が38.7%と続く。回答者の88.6%が住みやすさを高く評価している。

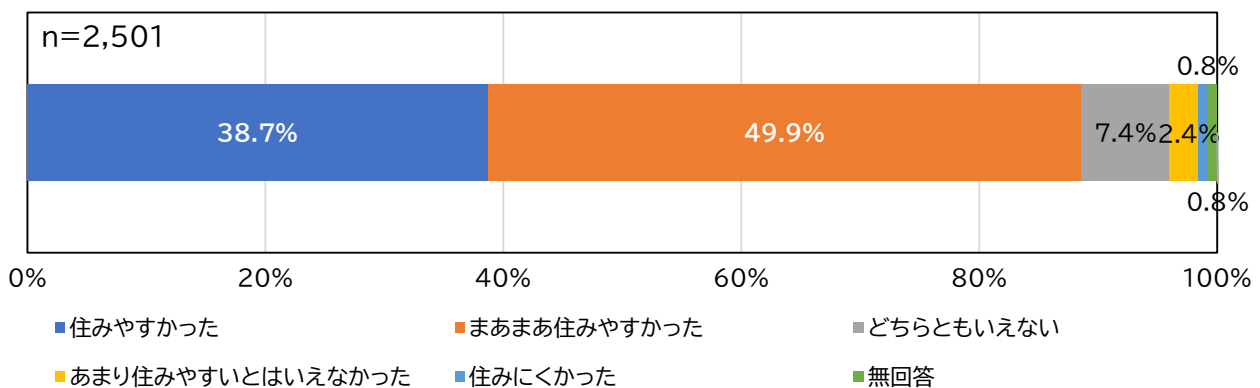
また、今後も松山市に住み続ける意向について「ずっと住み続けたい」が44.3%、次いで「どちらかといえば住み続けたい」が38.0%と続く。回答者の82.3%が住み続ける意向である。

住みやすいと答えた方は、その理由について「自然災害が少ない」(67.4%)と「気候がよい」(63.3%)が突出して評価が高く、「まちの治安がよい」(26.6%)、「交通の便が良い」(20.7%)と続いた。

一方、住みにくいと答えた方は、その理由について「交通の便が悪い」(39.4%)が最も高く、次いで「レジャー・娯楽施設が少ない」(34.9%)、「商業施設が少ない」(19.4%)、「まちに将来性がない」(13.1%)と続いた。

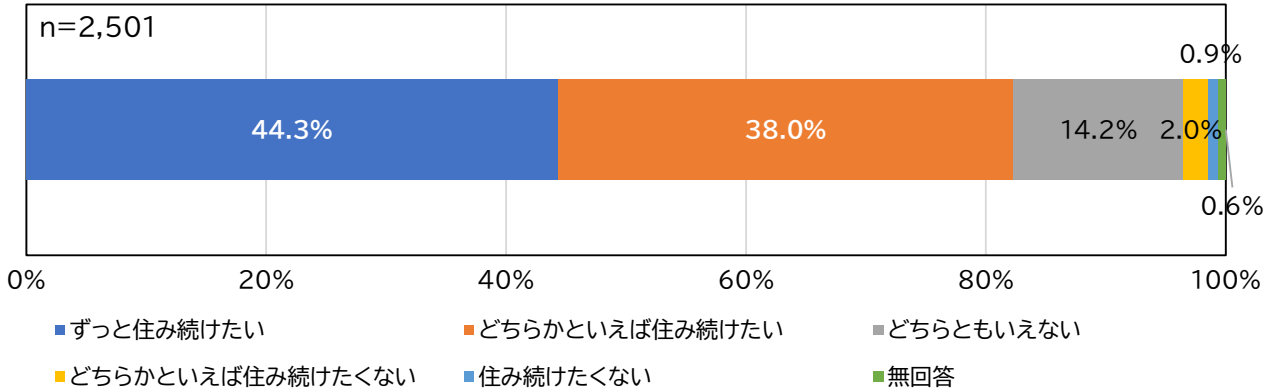
また、力を入れるべき取り組みについて、産業・経済分野では、「就労機会・多様な働き方の充実」(31.2%)「商店街の空き店舗対策や中心市街地の活性化」(30.7%)が高く、観光・地域活性化分野では、「観光都市としての魅力向上」(49.6%)、「地域資源を活かした魅力づくり」(32.9%)が高い。

■松山市の住みやすさに関する意向



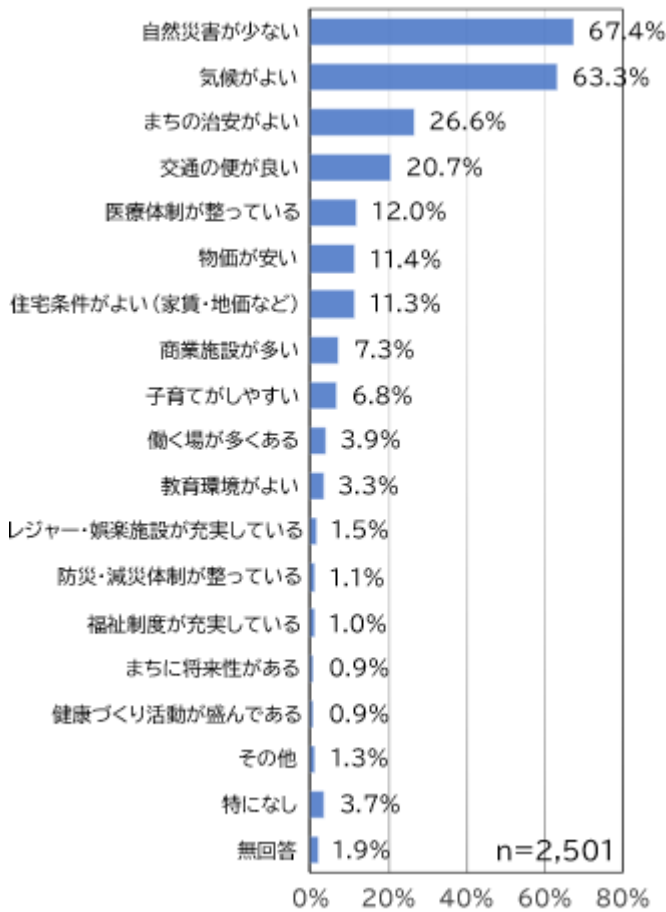
出典:第7次松山市総合計画の策定に向けた市民意識調査

■今後も松山市に住み続ける意向

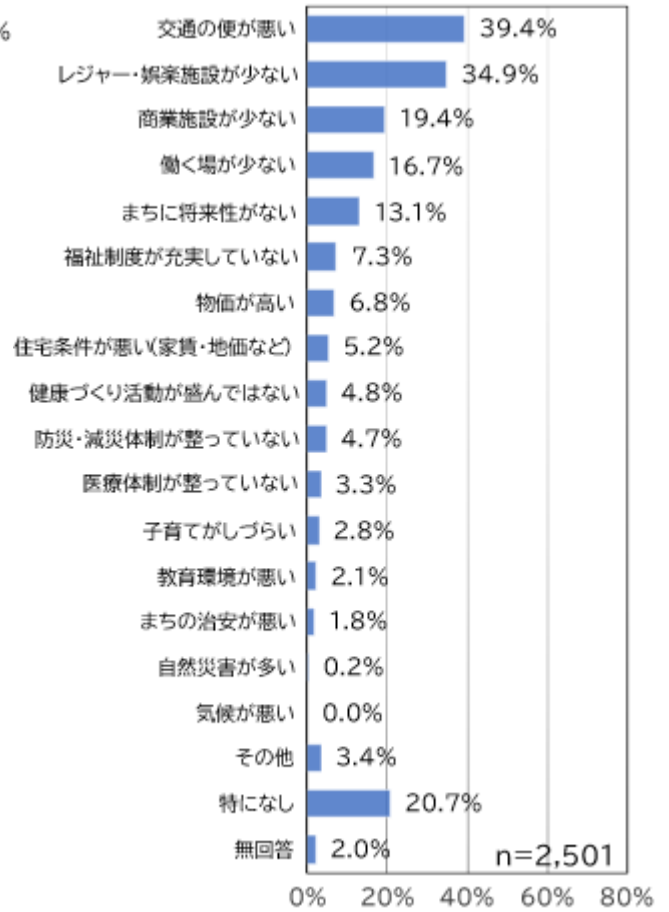


出典: 第7次松山市総合計画の策定に向けた市民意識調査

■「住みやすい」と感じるどころ

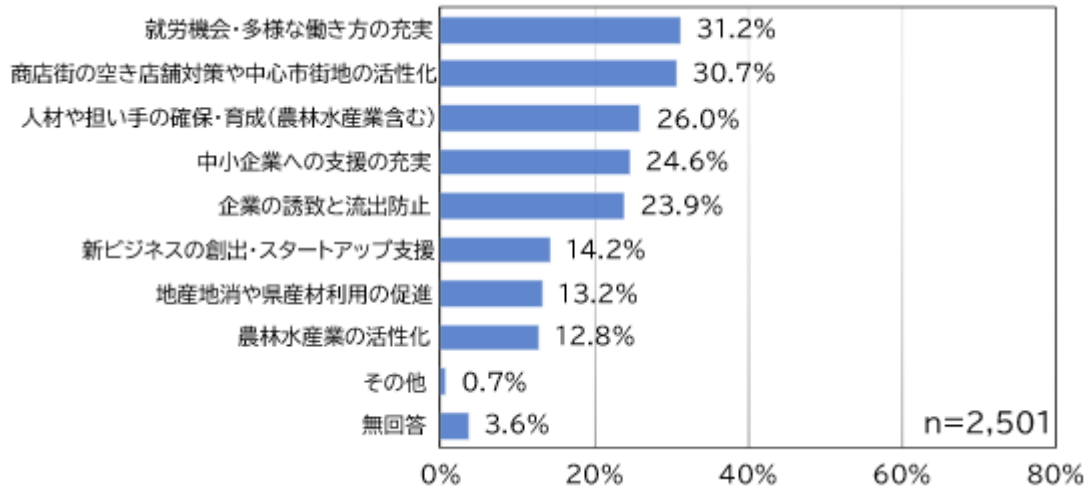


■「住みにくい」と感じるどころ



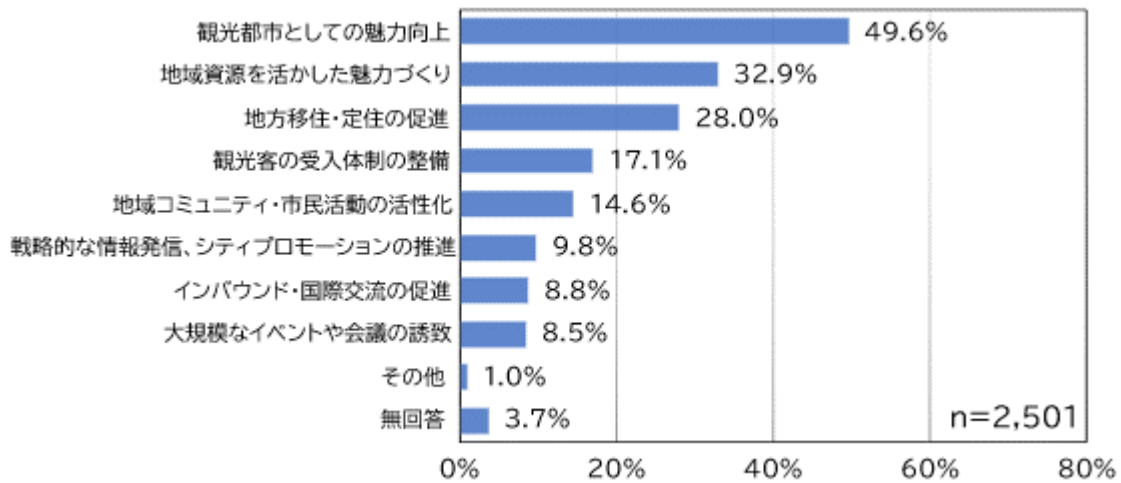
出典: 第7次松山市総合計画の策定に向けた市民意識調査

■力を入れるべき取り組み(産業・経済)



出典: 第7次松山市総合計画の策定に向けた市民意識調査

■力を入れるべき取り組み(観光・地域活性化)



出典: 第7次松山市総合計画の策定に向けた市民意識調査

(2) 中心市街地の評価

【調査概要】

調査名:第4期松山市中心市街地活性化基本計画アンケート

調査時期:令和7年5月1日～5月30日

調査対象:松山市内に在住または通勤・通学している方

調査方法:インターネット(Logo フォーム)

回収数:2,494件

【調査結果】

中心市街地の現状について、交通面では、「公共交通機関の利便性」「駐車場の立地(店舗へ行きやすい駐車場があるか)」の評価が高い一方、そのほかの駐車場・駐輪場に関する評価や「バリアフリー(高齢者や障がいのある方が利用しやすい)」は評価が低い。

店舗の充実度では、「飲食店」や「薬局・ドラッグストア」の評価が高い一方、「子育て支援施設(屋内の遊び場、子育て交流広場など)」の評価が低い。

観光・公共施設等では、「観光施設」の評価が高く、「休憩・憩いのスペース」に関する評価が低い。

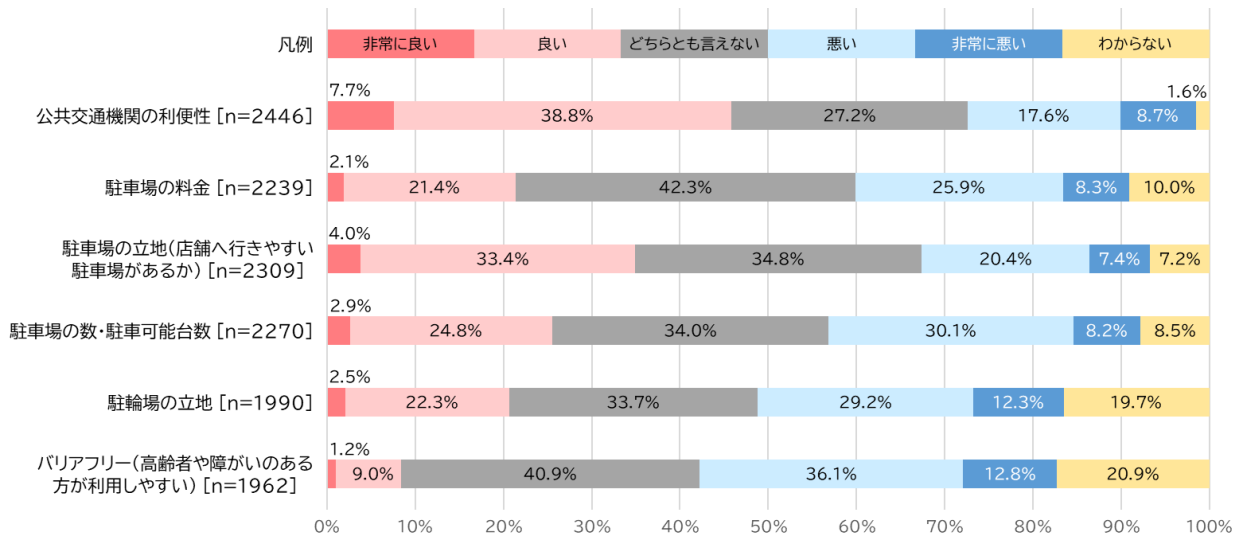
景観・イベントなどでは、「治安(安心して過ごせるか)」の評価が高く、「空き地・空き店舗の数」の評価が低い。

また、中心市街地への居留意向について、中心市街地居住者の約8割が「中心市街地内に住みたい」と回答している一方、中心市街地外の居住者が「中心市街地内に住みたい」という意向は、3割未満となっている。

中心市街地以外に住みたい理由について、中心市街地内の居住者からは、中心市街地は「公共交通や駐車場、駐輪場などが充実しておらず、移動が不便。」「買い物、医療、子育て施設、公共施設が充実しておらず、暮らしにくい」といった意向が強い。中心市街地の現状の評価結果を踏まえると、「駐車場」や「子育て支援施設」、「休憩・憩いのスペース」などの不足が転出を促す要因となっていると考えられる。

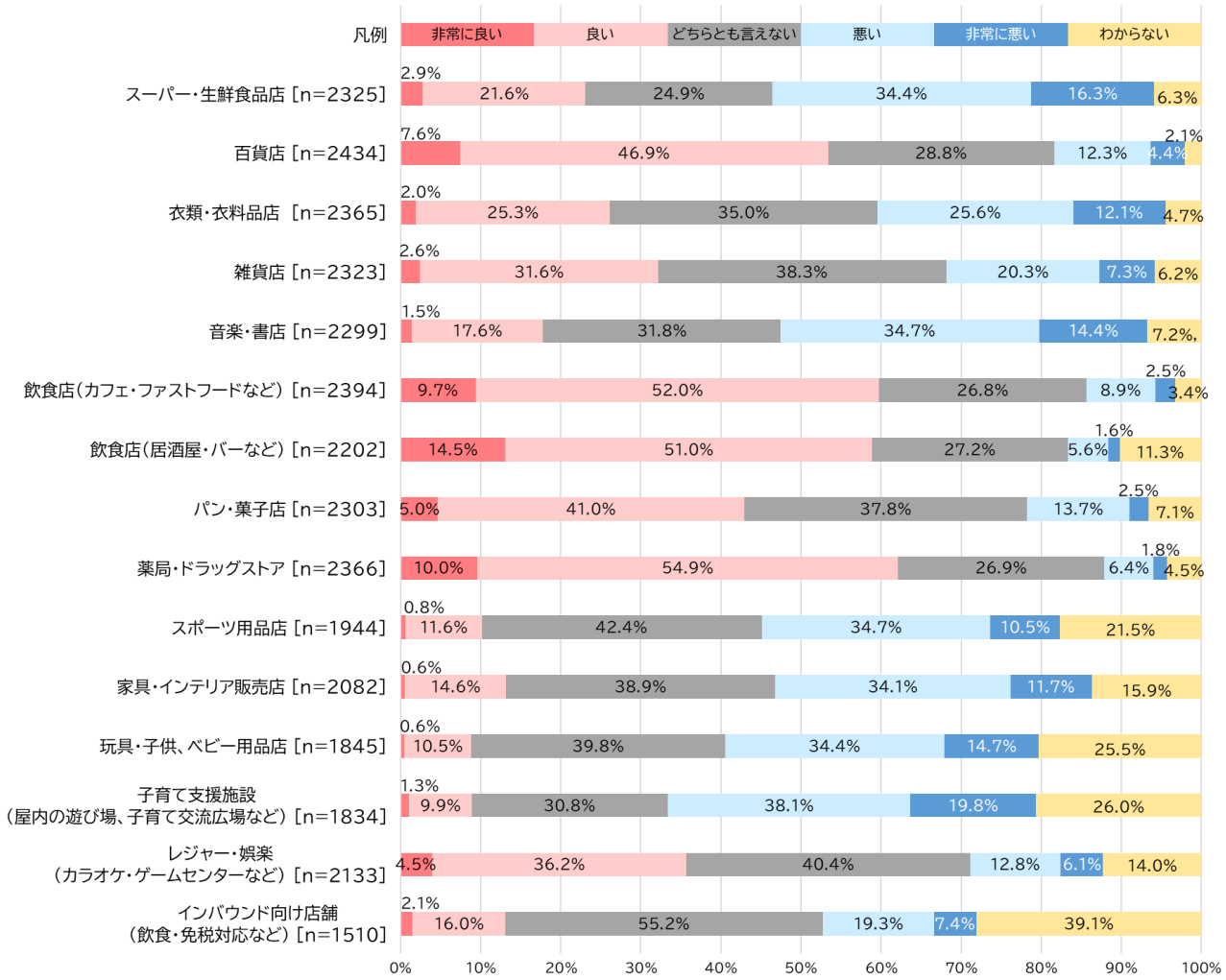
中心市街地外の居住者からは、特に中心市街地には「手頃な物件や住まいがない」という意向が強く、中心市街地転入の阻害要因となっていると考えられる。

■中心市街地の現状について感じる事(交通アクセスについて)



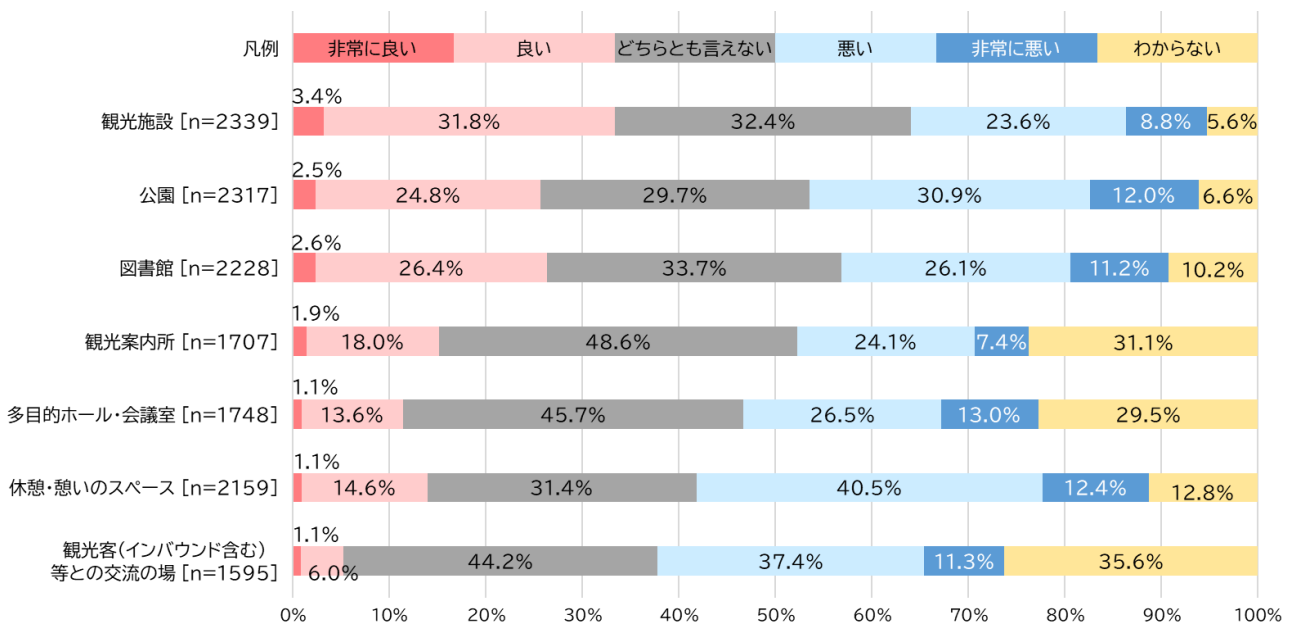
出典:第4期松山市中心市街地活性化基本計画アンケート

■中心市街地の現状について感じる事(店舗の充実度について)



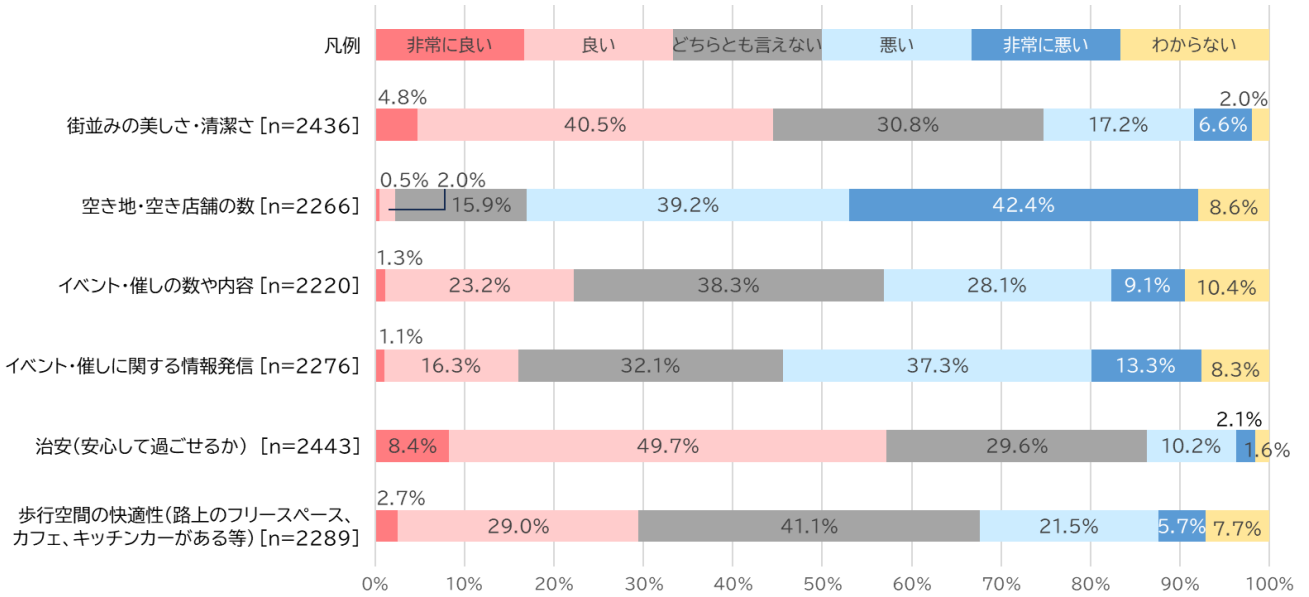
出典:第4期松山市中心市街地活性化基本計画アンケート

■中心市街地の現状について感じる事(観光・公共施設等の充実度)



出典:第4期松山市中心市街地活性化基本計画アンケート

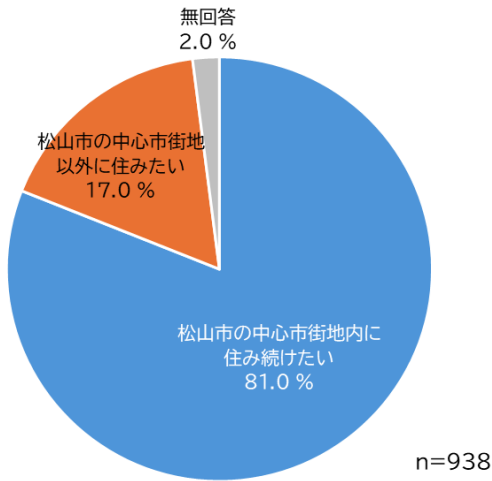
■ 中心市街地の現状について感じる事(景観・イベントなど)



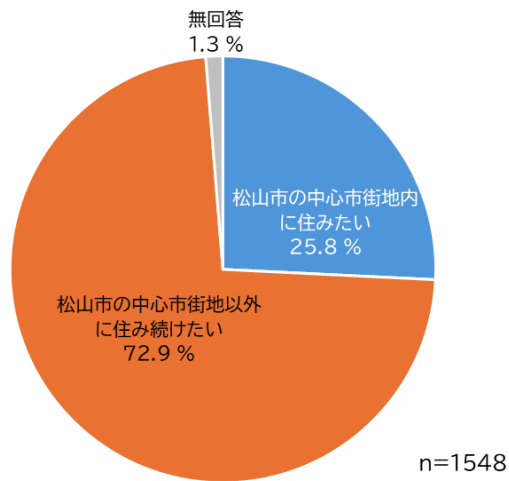
出典:第4期松山市中心市街地活性化基本計画アンケート

■ 今後(10年先)、どこに住んでいたい

【中心市街地内の居住者】



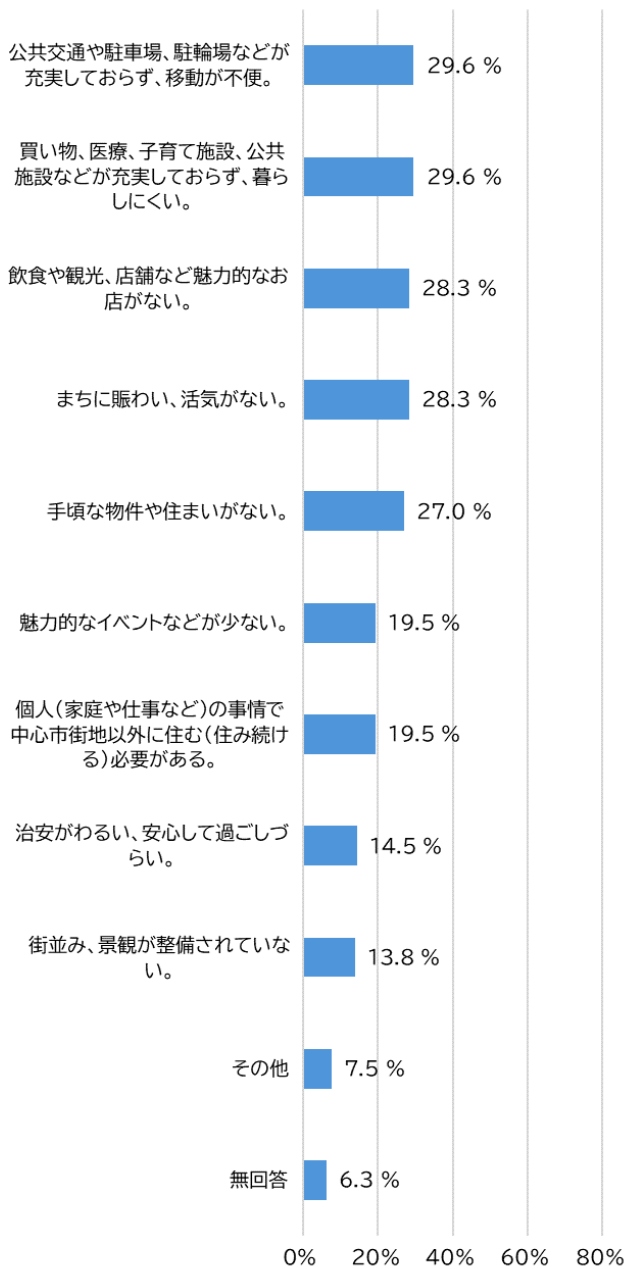
【中心市街地外の居住者】



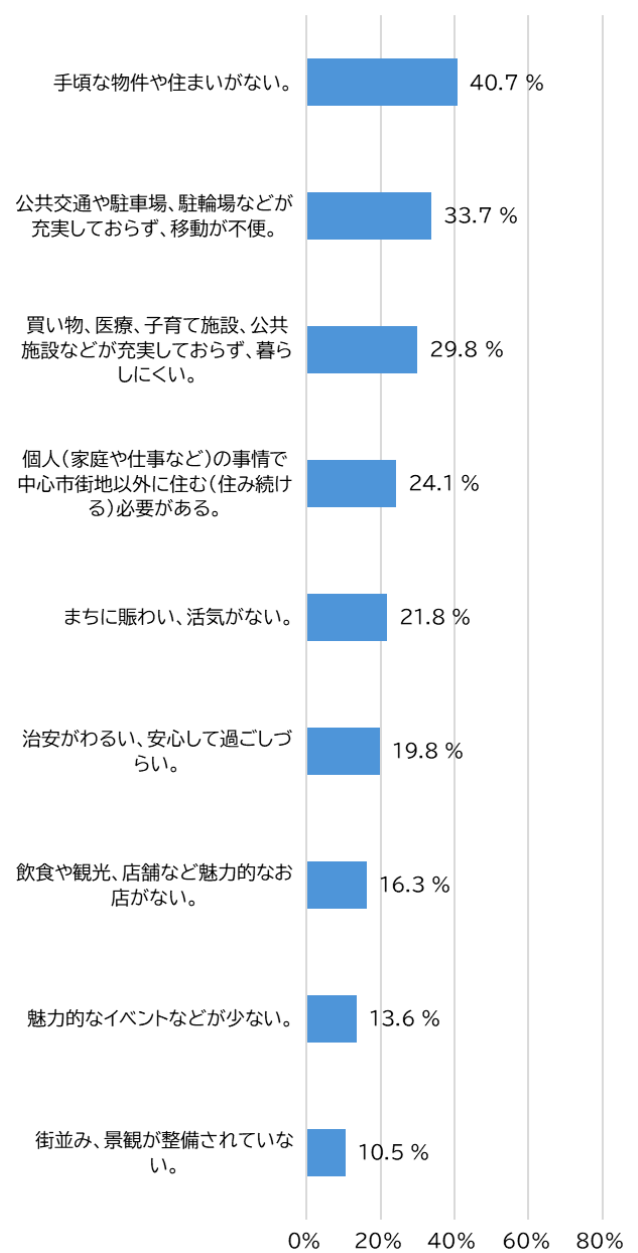
出典:第4期松山市中心市街地活性化基本計画アンケート

■ 中心市街地以外に住みたい(住み続けたい)理由

【中心市街地内の居住者】



【中心市街地外の居住者】



出典:第4期松山市中心市街地活性化基本計画アンケート

(3) 中央商店街の来街者の傾向

【調査概要】

調査名:松山中央商店街(大街道・銀天街・まつちかタウン)街頭アンケート

調査時期:令和7年6月7日~6月12日

調査対象:大街道・銀天街の来街者

調査方法:対面調査

回収数:204件

【調査結果】

松山市の商業機能の中核である大街道・銀天街への要望について、大街道・銀天街の来街者を対象にアンケートを実施した。来街頻度が高い対象者属性は、「女性の勤め人」「自営業・パートタイム勤務、その他」であり、週2,3回以上来訪している者が多い。

交通手段は、「男性の勤め人」「女性の勤め人」「自営業・パートタイム勤務、その他」において自家用車を利用している人が多く、「専業主婦、無職」「学生」において「公共交通機関」を利用している人が多い。

来街目的は、いずれの対象者属性でも、「ランチ・喫茶等の飲食」を目的とした来街が多い。

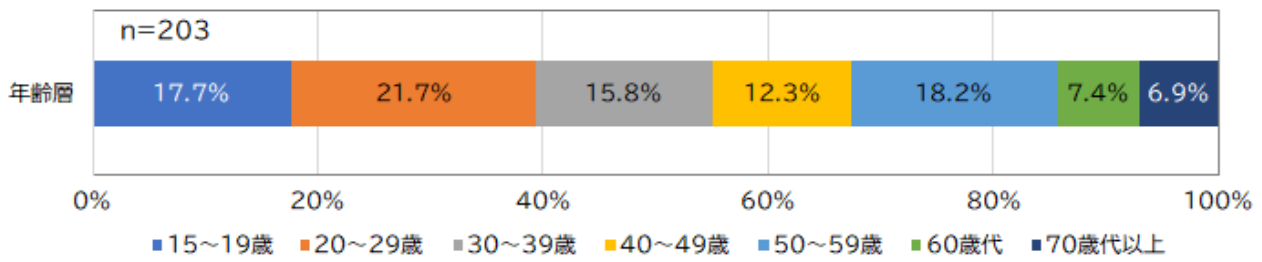
また、中央商店街にもっと充実してほしい店・設備等について、特に要望が強いものは、「トイレ」「気軽に集まれる場所、休める場所」「料金の安い駐車場」になっている。

■対象者属性と対象者属性別の来街状況

対象者属性	対象者属性別の来街状況		
	来街頻度(1位)	交通手段(1位)	来街目的(上位2項目)
男性の勤め人 (21.1%)	2,3 か月に1回 以下 (32.6%)	自家用車 (53.5%)	服や趣味のものなどの買い物(58.1%) ランチ・喫茶等の飲食(39.5%)
女性の勤め人 (20.3%)	週1~月2,3回 程度 (49.1%)	自家用車 (39.0%)	ランチ・喫茶等の飲食(36.6%) 服や趣味のものなどの買い物(36.6%) 日用品の買い物(31.7%)
女性の勤め人 (18.6%)	週2,3回以上 (36.8%)	自家用車 (44.7%)	ランチ・喫茶等の飲食(55.3%) 服や趣味のものなどの買い物(34.2%)
自営業・パートタイム 勤務、その他 (22.1%)	週2,3回以上 (37.8%)	自家用車 (37.8%)	ランチ・喫茶等の飲食(42.2%) ウインドウショッピング、散歩、通り抜け(35.6%)
専業主婦、無職 (16.7%)	週1~月2,3回 程度 (37.7%)	公共交通機関 (38.2%)	ランチ・喫茶等の飲食(47.1%) ウインドウショッピング、散歩、通り抜け(44.1%)

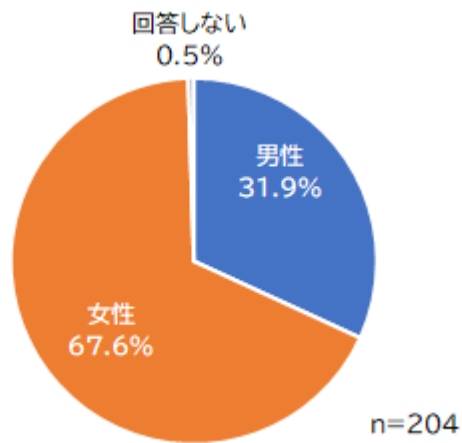
出典:松山中央商店街(大街道・銀天街・まつちかタウン)街頭アンケート

■年齢層



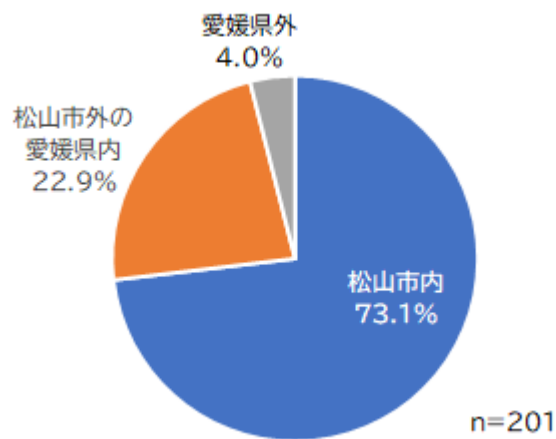
出典:松山中央商店街(大街道・銀天街・まつちかタウン)街頭アンケート

■性別



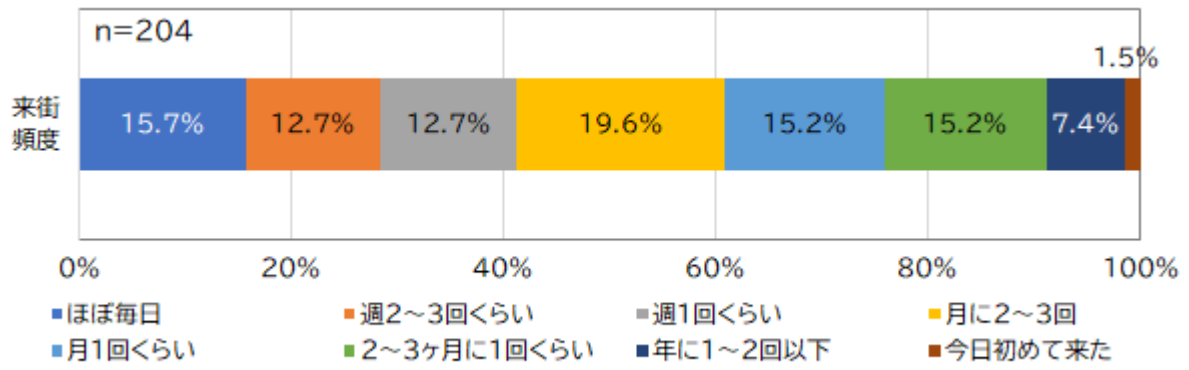
出典:松山中央商店街(大街道・銀天街・まつちかタウン)街頭アンケート

■居住エリア



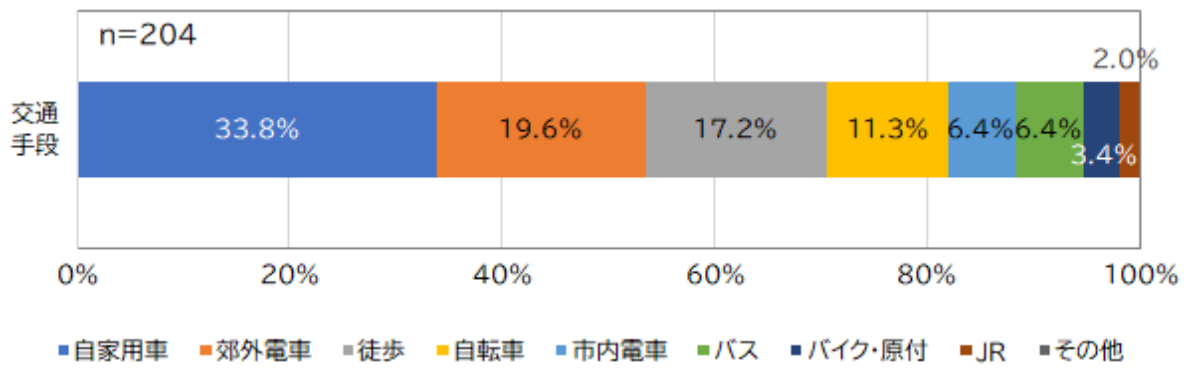
出典:松山中央商店街(大街道・銀天街・まつちかタウン)街頭アンケート

■来街頻度



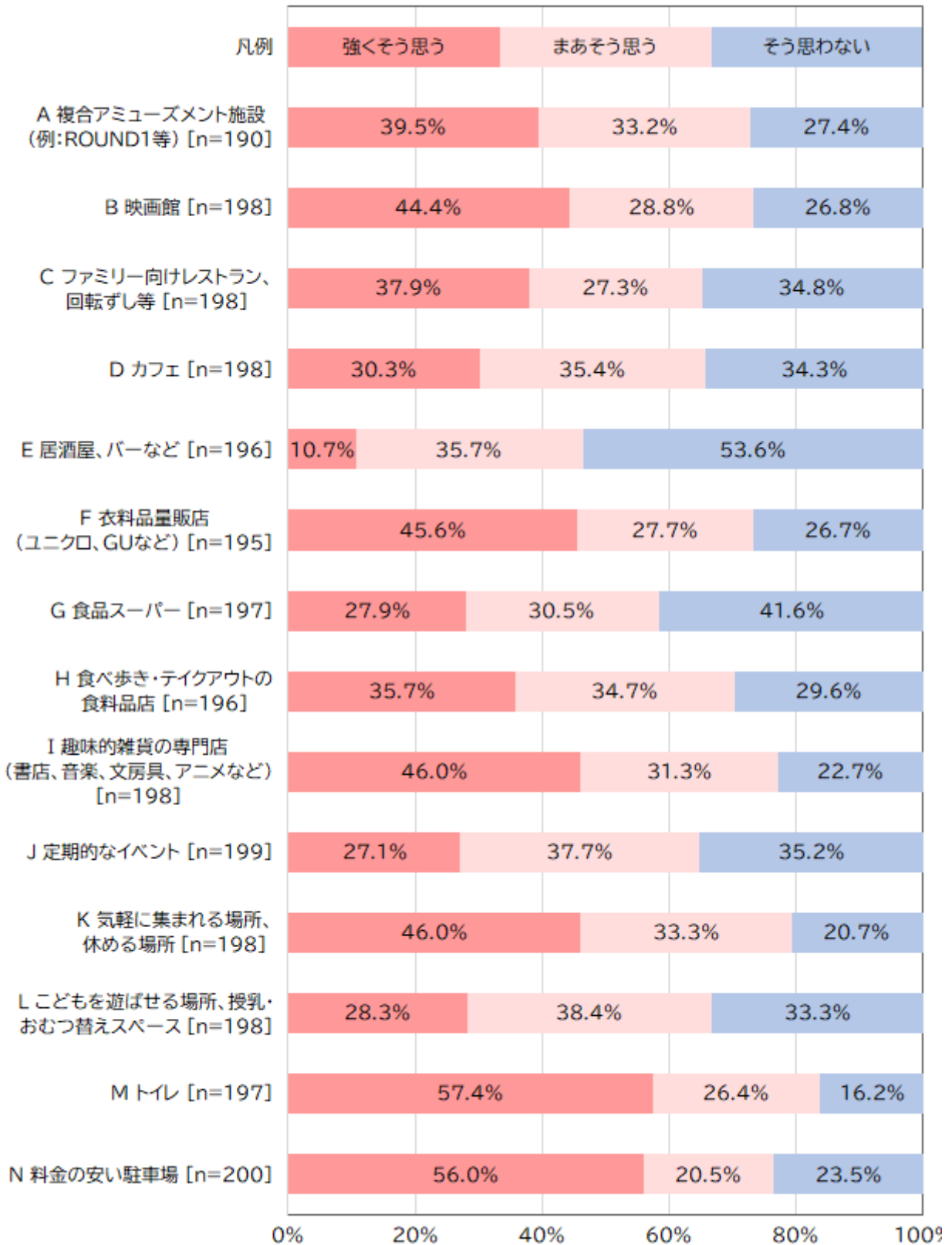
出典:松山中央商店街(大街道・銀天街・まつちかタウン)街頭アンケート

■交通手段



出典:松山中央商店街(大街道・銀天街・まつちかタウン)街頭アンケート

■中央商店街にもっと充実してほしい店・設備等



出典:松山中央商店街(大街道・銀天街・まつちかタウン)街頭アンケート

(4) 中央商店街の来街目的

【調査概要】

調査名:大街道・銀天街来街者アンケート

調査時期:平成25年度～令和6年度

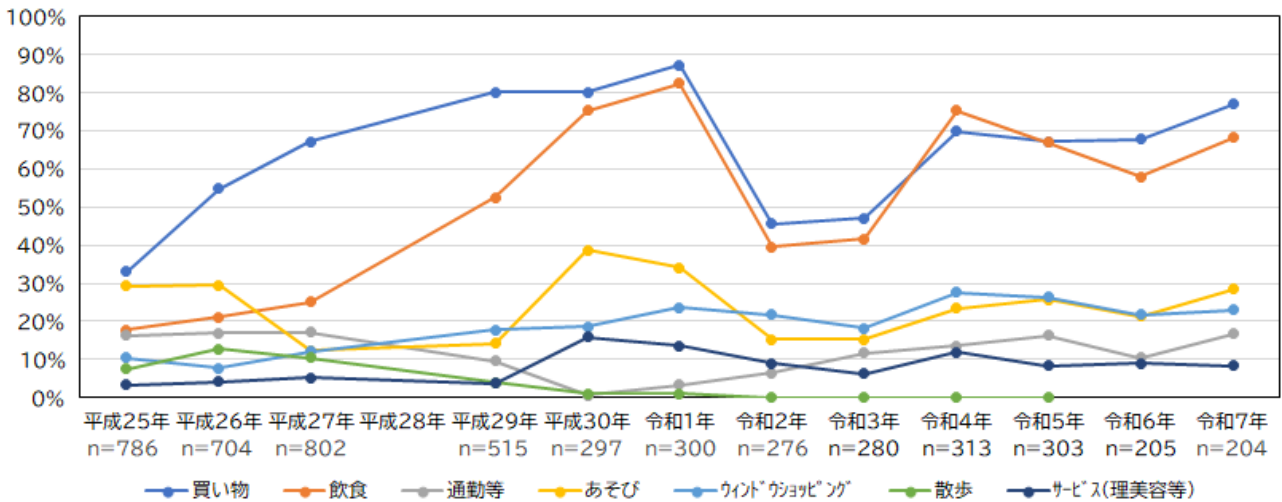
調査対象:大街道・銀天街の来街者

調査方法:対面調査

【調査結果】

松山市の商業機能の中核である大街道・銀天街への来街目的について、大街道・銀天街の来街者を対象に毎年アンケートを実施している。来街目的は平成27年以降、「買い物」と「飲食」が主となっている。特に飲食は平成27年以降、大きな伸びをみせており、令和4年に「買い物」を上回って以降、来街目的として「買い物」と同水準となっている。

■来街目的の変化



出典:大街道・銀天街来街者アンケート

注)○来街目的は複数回答。平成28年度は調査項目外のため不明。

○「散歩」について令和2年度～令和4年度は選択項目なし、令和5年度、令和6年度は「ウィンドウショッピング・散歩・通り抜け」として、ウィンドウショッピング内に統合したため、集計なし。

(5) まとめ

- 松山市について約 9 割が住みやすさを評価し、約 8 割が今後も住み続ける意向である。
- また、中心市街地居住者は、約 8 割が「中心市街地内に住み続けたい」意向である。
- 松山市及び中心市街地は、治安の良さが高く評価されている一方、交通に関する評価が低く、特に中心市街地は駐車場(量や料金など)に対する不満や要望が強い。
- 商業機能等の「飲食」関連については充実度が高いが、特に中心市街地や商店街の空き家や空き店舗の対策等は評価が低い状況となっている。
- そのほか、中心市街地の機能について、特に子ども・子育てに関する機能や、休憩・憩いの機能などは充実していないという評価となっている。
- 中心市街地の居住について、中心市街地外から中心市街地内への転居意向は 3 割未満と低い状況にある。その要因として、中心市街地内への居住に資する手頃な住宅がないといった点が転居の阻害要因になっている。

[3] これまでの中心市街地活性化に関する取組の検証

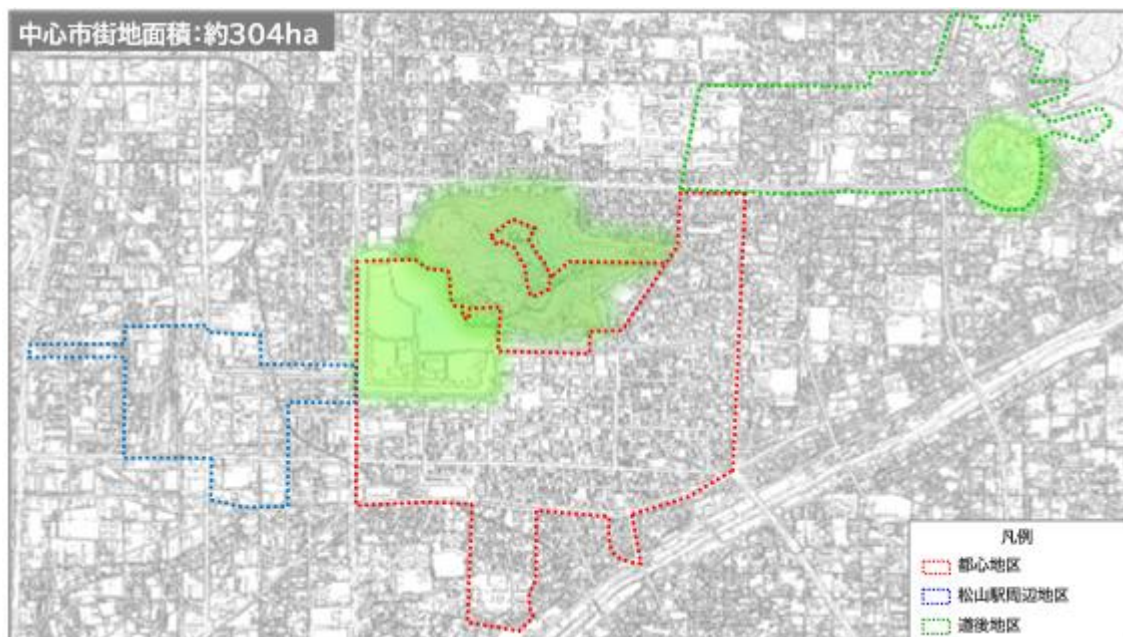
(1) 松山市中心市街地活性化基本計画（第3期計画）の概要

平成20年、平成26年、令和2年に松山市中心市街地活性化基本計画を策定し、中心市街地活性化に取り組んできた。

① 概要

第1期計画 (平成20年11月～ 平成26年10月)	第2期計画 (平成26年11月～ 令和2年10月)	第3期計画 (令和2年11月～ 令和8年3月)
[区域面積] 約450ha	[区域面積] 約295ha	[区域面積] 約304ha
[基本方針] ①城下町ならではの賑わいのあるまち ②「坂の上の雲」のまちづくりとまちなか回遊を活かした観光交流のまち ③便利で、楽しい商業のまち	[基本方針] ①広域の中心にふさわしい魅力と厚みのある機能を備えた都心への再生 ②松山独自の歴史や資源によって国内外の人から愛される観光・交流の舞台づくり ③住みたい、住み続けたい魅力ある暮らしの場となる暮らしやすさを実感できるまち	[基本方針] ①出かけたくなるまち ②愛着と誇りを持てるまち ③便利で豊かなまち
[目標] ①街なかの賑わい創出 ②街なかの観光交流人口増 ③街なかの商業活性化	[目標] ①訪れたい都心としての機能強化 ②松山らしさを活かした都市型観光地としての魅力の向上 ③安心して住み続けられる豊かな生活環境の実現	[目標] ①来街者の回遊性向上による賑わい創出 ②観光コンテンツの充実による満足度の向上 ③高質で豊かな居住環境の形成によるコンパクトシティの推進

② 第3期計画区域図



③ 第3期計画の目標指標

目標指標	基準値(令和1年)	目標値(令和7年)
中央商店街の歩行者通行量	48.7千人	50.3千人
観光施設利用者数	1,845千人	1,974千人
居住人口の社会増減数	308人	561人

(2) 事業等の進捗状況

① 各事業等の進捗状況

No.	事業名	進捗		
		完了	実施中	未着手
1	雨水管渠等整備事業		○	
2	松山駅西口南江戸線整備事業	○		
3	鮎屋町護国神社前線整備事業	○		
4	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		○	
5	湊町三丁目C街区地区第一種市街地再開発検討事業		○	
6	湊町三丁目C街区地区第一種市街地再開発事業			○
7	一番町一丁目・歩行町一丁目地区第一種市街地再開発検討事業		○	
8	一番町一丁目・歩行町一丁目地区第一種市街地再開発事業			○
9	市駅前社会実験事業	○		
10	市駅前広場整備事業		○	
11	自転車ネットワーク整備事業		○	
12	二番町線整備事業	○		
13	中央循環線整備事業	○		
14	三番町線整備事業		○	
15	千舟町空港線整備事業		○	
16	道後温泉本館保存修理事業	○		
17	城山公園整備事業(堀之内地区第2期)		○	
18	都市再生協議会運営事業		○	
19	JR松山駅付近連続立体交差事業	○		
20	道後公園史跡環境整備事業	○		
21	自転車ネットワーク整備事業		○	
22	景観形成推進事業		○	
23	松山市シェアサイクル実証実験事業		○	
24	みんなで育む美しい街並みと賑わい創出事業		○	
25	まちづくり初動期支援事業		○	
26	商店街保育事業		○	
27	番町公民館耐震改築事業	○		
28	松山赤十字病院整備事業	○		

29	総合コミュニティセンター建物改修事業		○	
30	わが家のリフォーム応援事業		○	
31	第一種大規模小売店舗立地法特例区域の設定		○	
32	えひめ・まつやま産業まつり		○	
33	商店街空洞化対策事業		○	
34	中心市街地活性化ソフト事業(道後地区)		○	
35	松山を楽しもうキャンペーン		○	
36	松山春まつり事業		○	
37	松山野球拳おどり事業		○	
38	道後温泉活性化事業		○	
39	瀬戸内・松山観光ビジネス戦略事業		○	
40	都市イメージ向上事業		○	
41	修学旅行誘致促進事業		○	
42	インバウンド消費促進事業		○	
43	松山しごと創造センター運営事業	○		
44	第二種大規模小売店舗立地法特例区域の設定(の要請)		○	
45	クルーズ船誘致・受入推進事業		○	
46	道後温泉本館保存修理工事を活用した観光資源化事業	○		
47	道後温泉地区インバウンド推進事業	○		
48	道後温泉歴史資産を活用した魅力創出事業	○		
49	道後温泉魅力発信事業(道後温泉別館 飛鳥乃湯泉)	○		
50	国際観光客誘致促進事業		○	
51	誘客促進・観光おもてなし事業		○	
52	未来へつなぐ道後まちづくり事業	○		
53	あきんど事業		○	
54	松山市商店街活性化支援事業		○	
55	まちづくりコーディネーター派遣事業		○	
56	松山はいく事業		○	
57	道後温泉地区における誘客キャンペーン		○	
58	松山城管理事業(集客促進等)		○	
59	地域主体の魅力発信事業		○	
60	移住定住促進事業		○	
61	道後温泉本館保存修理工事推進事業(交通影響緩和)	○		
62	『坂の上の雲』を軸とした 21 世紀のまちづくり事業		○	

② 未着手の事業について

事業名	未着手の理由
湊町三丁目 C 街区地区 第一種市街地再開発事業	コロナ禍や物価高騰等の影響で事業計画の策定に時間を要しているため。
一番町一丁目・歩行町一丁目地区 第一種市街地再開発事業	コロナ禍や物価高騰等の影響で事業計画の策定に時間を要しているため。

(3) 目標の達成状況

① 中央商店街の歩行者通行量

【指標の概要】

算出方法: ○中央商店街計3か所(大街道一番町口、銀天街千舟口、銀天街四丁目西口)の歩行者の通行量を平日と休日(各1日)の4時間(12:00~16:00)を毎月測定。
○年間(1月~12月)の3地点の平日・休日の合計を1月分に平均した数値を算出。

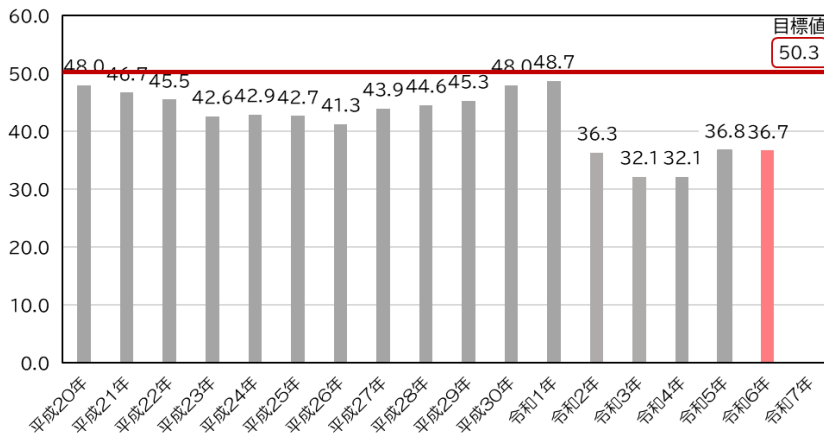
調査月: 毎月

目標指標	基準値 (令和1年)	目標値 (令和7年)	最新値 (令和6年)
中央商店街の歩行者通行量	48.7千人	50.3千人	36.7千人

【実績値の推移】

■中央商店街の歩行者通行量の推移

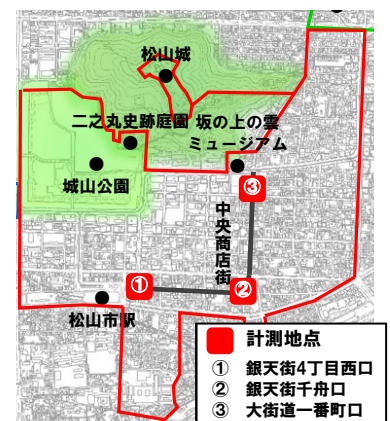
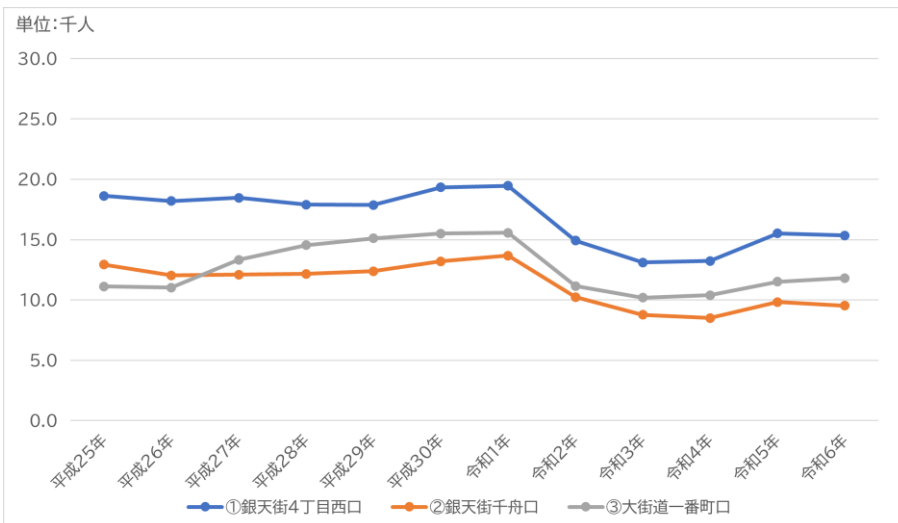
単位: 千人



年	実績値(単位)
令和1年	※基準年値 48.7(千人)
令和2年	36.3(千人)
令和3年	32.1(千人)
令和4年	32.1(千人)
令和5年	36.8(千人)
令和6年	36.7(千人)
令和7年	—
※目標値 50.3(千人)	

出典: 松山市資料

※参考: 地点別歩行者通行量の推移と調査地点



出典: 松山市資料

【実績値に関する要因分析】

中央商店街の歩行者通行量は、48.7千人(令和1年)から36.7千人(令和6年)へと減少している。その要因としてコロナ禍を経て生活の意識や行動の変化が生じ、ネットショッピングで買い物をする人が増加するなど、外出機会が減少したことが影響したと推察している。また、歩行者通行量の増加等に寄与する「湊町三丁目C街区地区第一種市街地再開発事業」や「市駅前広場整備事業」は未完了で、期待される効果が発揮されていないことも要因にあると推察している。

【目標達成に寄与する主要事業の進捗状況】

事業名	事業実施状況
商店街空洞化対策事業	商店街組織が社会福祉法人やNPO等と共同して空き店舗で、教育文化、保健医療、社会福祉等の商店街活性化事業を実施する事業を支援している。
あきんど事業	中心市街地活性化協議会が、中央商店街内で新規に操業する飲食業者やサービス業者に対し、補助金を交付し、商店街の活性化を図っている。
商店街保育事業	「てくるん」で商店街保育事業を行っていた「すまいる保育園」は、令和5年3月にアエル松山へ移転し事業を継続している。
湊町三丁目C街区地区第一種市街地再開発事業	現在、施行予定者は、事業計画の策定や権利者をはじめとする関係者の合意形成など、事業認可に向け活動している。
市駅前広場整備事業	第3期計画期間中は、交通への影響やにぎわい創出を検証するための社会実験を踏まえ、広場や路面電車の線路移設等の設計を行ったほか、東面ロータリーや路面電車の軌道移設工事などに着手しており、当初の計画通りに進捗している。

【今後について】

中央商店街の歩行者通行量は、令和4年に増加に転じているが増加率は緩やかな状況にある。空き店舗率は約20%前後で推移していて魅力が低下しているため、ネットショッピングにはない、行きたくなる店舗づくりや歩いて楽しい空間整備等が必要になっている。

引き続き、松山市駅前広場整備を計画的に進めるほか、商店街での空き店舗対策や民間再開発事業を後押しすることで、中央商店街のにぎわい再生に取り組む。

② 観光施設利用者数

【指標の概要】

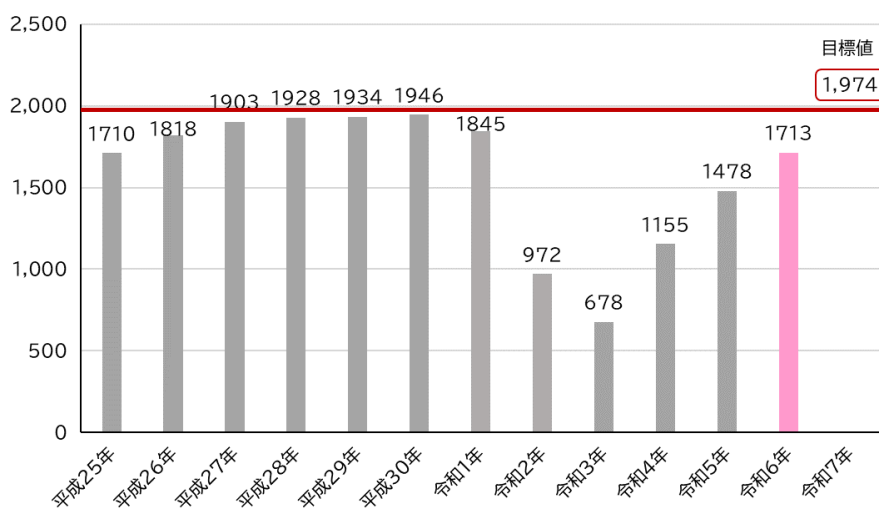
算出方法：計画区域内にある市有観光施設(松山城天守閣、道後温泉(本館・椿の湯・別館 飛鳥乃湯泉)、子規記念博物館、坂の上の雲ミュージアム、二之丸史跡庭園)の年間利用者数を集計
調査月：年間(1月～12月)の利用者の合計

目標指標	基準値 (令和1年)	目標値 (令和7年)	最新値 (令和6年)
観光施設利用者数	1,845千人	1,974千人	1,713千人

【実績値の推移】

■観光施設利用者数の推移

単位：千人

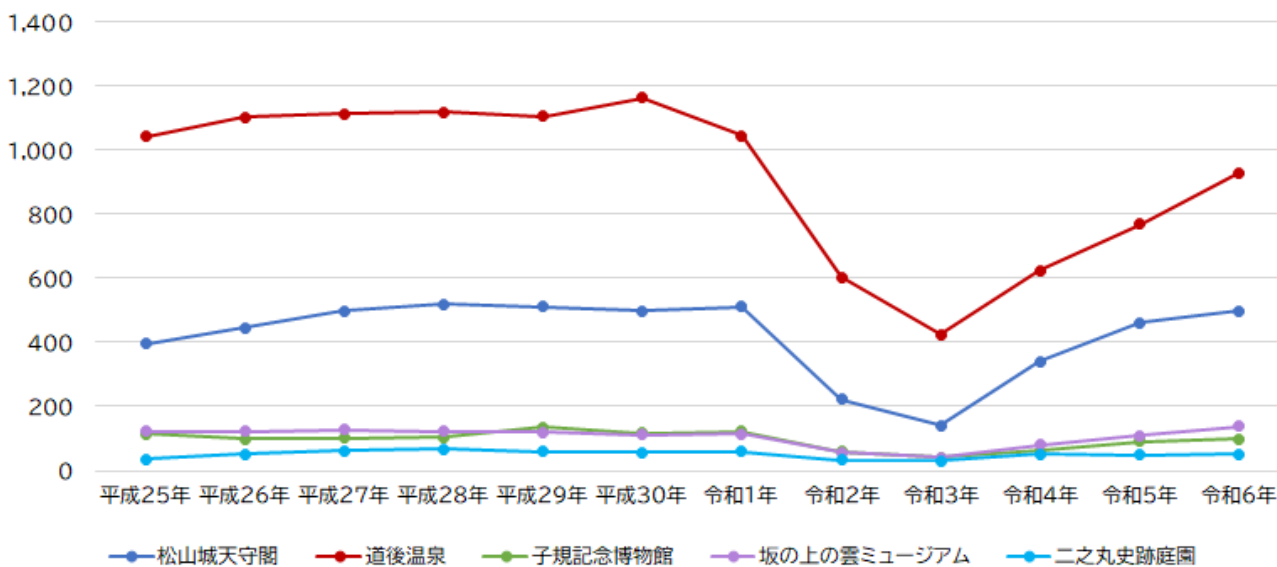


年	実績値(単位)
令和1年	※基準年値 1,845(千人)
令和2年	972(千人)
令和3年	678(千人)
令和4年	1,155(千人)
令和5年	1,478(千人)
令和6年	1,713(千人)
令和7年	—
※目標値 1,974(千人)	

出典：松山市資料

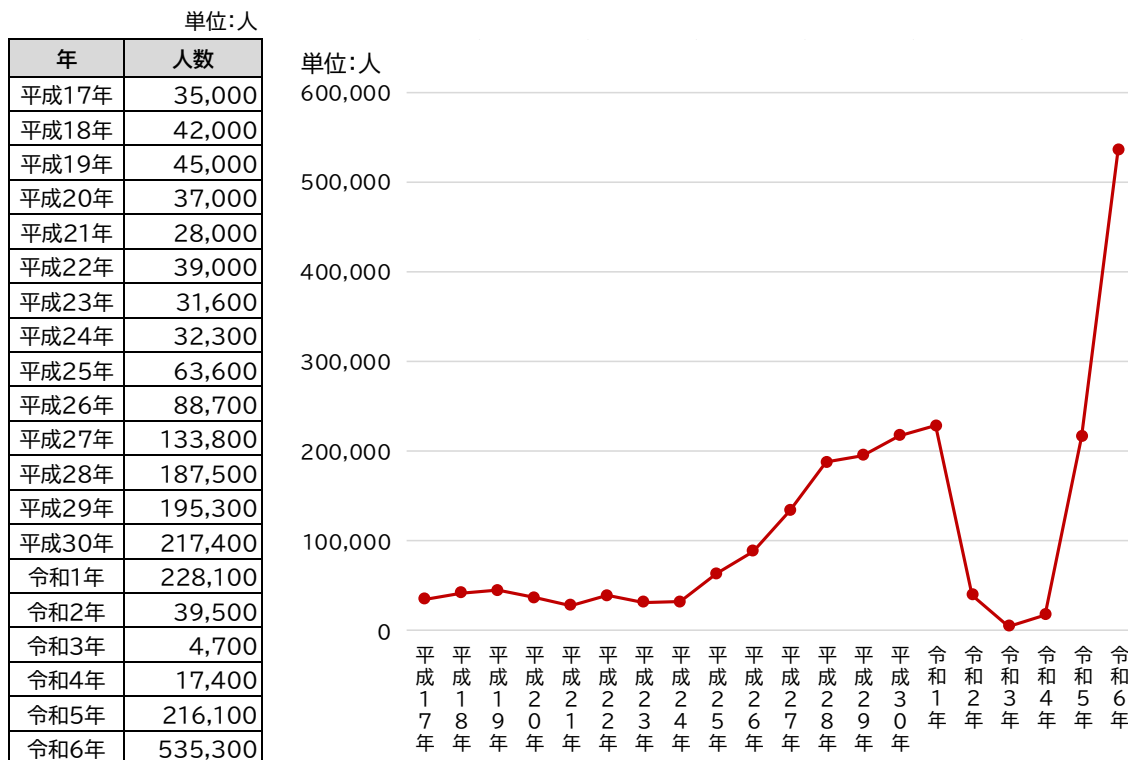
※参考：観光施設別利用者数の推移の内訳

単位：千人



出典：松山市資料

※参考:外国人観光客推定数の推移



出典:令和6年松山市観光客推定表

【実績値に関する要因分析】

観光施設利用者数は、1,845 千人(令和1年)から 1,713 千人(令和 6 年)へと減少している。その要因として、令和2年と令和3年は、新型コロナウイルス感染症拡大防止対策による観光施設の休館やイベントの中止・規模縮小等が影響していると考えている。令和4年以降は、旅行支援や水際対策の緩和等により観光施設利用者は増加し、令和 5 年以降は、インバウンド需要で急増している。

【目標達成に寄与する主要事業の進捗状況】

事業名	事業実施状況
瀬戸内・松山観光ビジネス戦略事業	航空事業者と連携して、旅行会社向けのテストツアーを実施しているほか、首都圏での観光商品説明会の開催や、九州旅行博覧会への出展等を実施している。
道後温泉本館保存修理工事を活用した観光資源化事業	道後温泉本館保存修理工事の前期期間中、「道後 REBORN プロジェクト」を実施し、国内外への魅力発信を行い、話題性を喚起し、入浴客や来訪客の誘客促進に取り組んだ。
未来へつなぐ道後まちづくり事業	道後温泉本館の保存修理工事期間中の活性化策として、「温泉」という地域資源に「アート」を取り入れた事業を、令和3年度から令和5年度まで実施し、関係人口の創出や道後地区内の回遊性の向上等に取り組んだ。
クルーズ船誘致・受入推進事業	クルーズ船を受け入れ、松山外港からスムーズに松山市内や近隣を観光してもらうため、愛媛県などと連携し観光案内などを実施している。

【今後の対応】

観光施設利用者数は、令和4年に増加に転じているが、令和6年でも基準値には達していない。この増加傾向を維持していくためには、国内外の観光客を問わず、ニーズに柔軟に対応していく必要がある。

引き続き、国内外の観光客の誘客を図るほか、観光DXの推進や観光コンテンツの充実等により、これまで以上に観光等で稼ぐ地域への発展に取り組む。

③ 居住人口の社会増減数

【指標の概要】

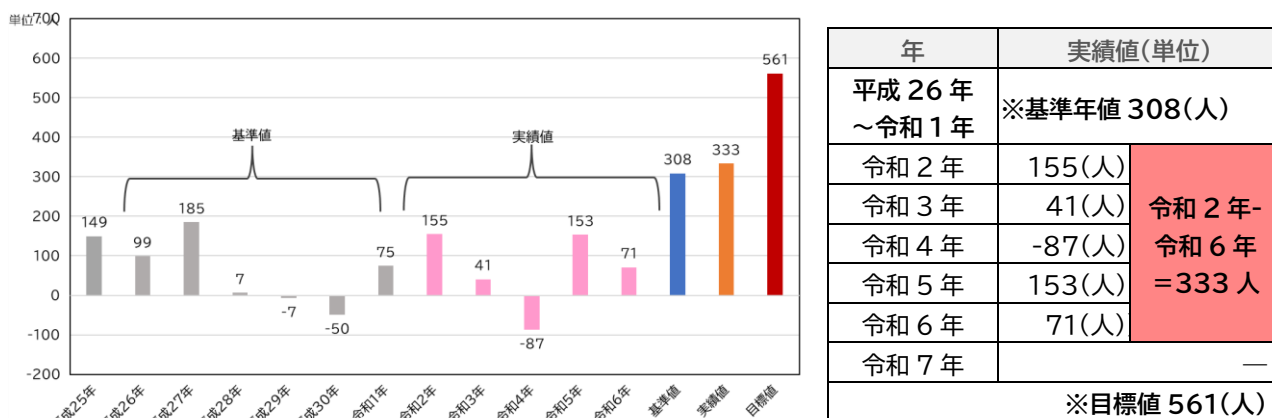
算出方法:年間(1月～12月)の計画区域内の社会増減数を算出

調査月:毎年2月

目標指標	基準値 (平成26年～ 令和1年)	目標値 (令和2年～ 令和7年)	最新値 (令和2年～ 令和6年)
居住人口の社会増減数	308人	561人	333人

【実績値の推移】

■居住人口の社会増減数



※令和3年、令和4年、令和6年は、計画区域内でマンションが新築された。

【実績値に関する要因分析】

居住人口の社会増減数について、基準値308人(平成26年～令和1年)に対し、令和2年～令和6年までの実績値は333人となっている。

市内全体として人口は減少傾向にあるものの、計画区域内で民間マンション等が新築された年は、令和4年を除き、増加している。「松山赤十字病院整備事業」は完了したものの、「湊町三丁目C街区地区第一種市街地再開発事業」や「一番町一丁目・歩行町一丁目地区第一種市街地再開発事業」は、計画期間内に着手することができず期待される効果が発揮されていないため、目標値を達成していないものと推察している。

【目標達成に寄与する主要事業の進捗状況】

事業名	事業実施状況
松山駅周辺土地地区画整理事業・松山駅周辺まちづくり事業	平成 20 年に事業計画を決定し、第 3 期計画期間中は、松山駅交通拠点機能強化検討会を設立し、バスタプロジェクトの実現に向け検討を開始したほか、「松山駅交通拠点機能強化整備方針」策定、「松山市車両基地跡地広域交流拠点施設整備検討会」を開催し、車両基地跡地の新施設について基本計画を策定するなど、関係団体等と連携・協力し、事業を推進している。
松山赤十字病院整備事業	平成27年6月に工事に着工、令和4年2月に竣工し、地域住民に安全で良質な医療を提供している。
湊町三丁目 C 街区地区 第一種市街地再開発事業	現在、施行予定者は、事業計画の策定や権利者をはじめとする関係者の合意形成など、事業認可に向け活動している。
一番町一丁目・歩行町一丁目地区 第一種市街地再開発事業	現在、施行予定者は、事業計画の策定や権利者をはじめとする関係者の合意形成など、事業認可に向け活動している。

【今後の対応】

「松山赤十字病院整備事業」は前期計画期間内に完了したものの、その他の主要事業は、継続または未着手の状況にある。

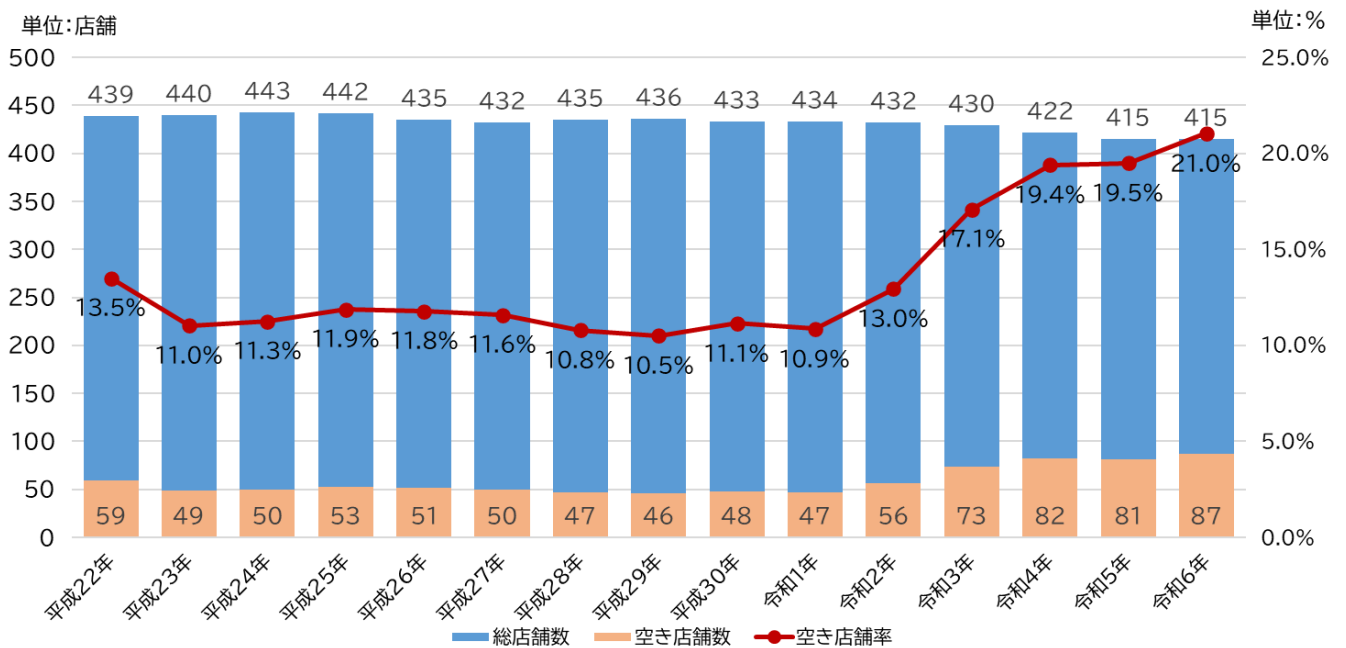
市主体で実施する、「松山駅周辺土地地区画整理事業・松山駅周辺まちづくり事業」については、引き続き、関係団体等と連携・協力して推進するほか、湊町三丁目 C 街区地区及び一番町一丁目・歩行町一丁目地区の第一種市街地再開発事業については、施行予定者を支援することで、期待される効果が発揮されるよう取り組んでいく。

[4] 中心市街地活性化の課題

(課題1) 店舗づくり等によるにぎわいの再生

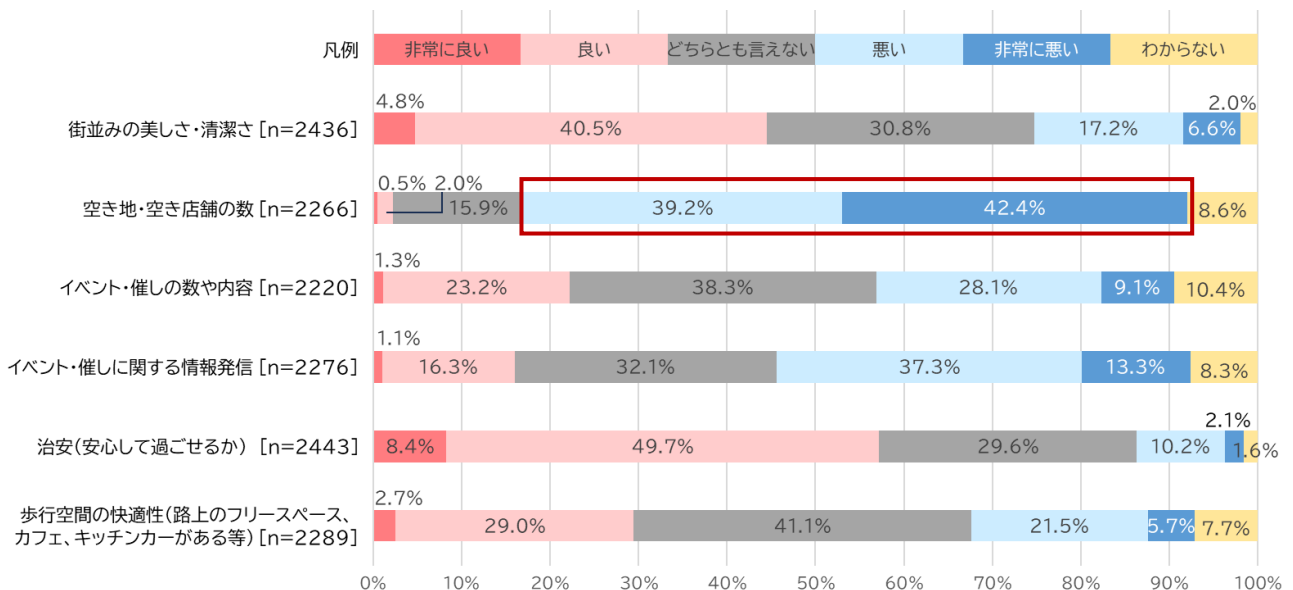
中央商店街の歩行者通行量は目標値に達しておらず、空き店舗率は20%前後と高い値で推移しており、中心市街地の魅力やにぎわいが失われつつある。また、空き地・空き店舗についての増加を市民が実感しており、商店街の空き店舗対策等についてもニーズが強い。引き続き、ハード整備による新たな集客拠点の整備やソフト事業による空き店舗対策や担い手の育成、新規創業者支援等を行い、行きたくなる店舗づくりやアクセス性の向上を図り、中心市街地のにぎわい再生が必要となっている。

■中央商店街の空き店舗率の推移

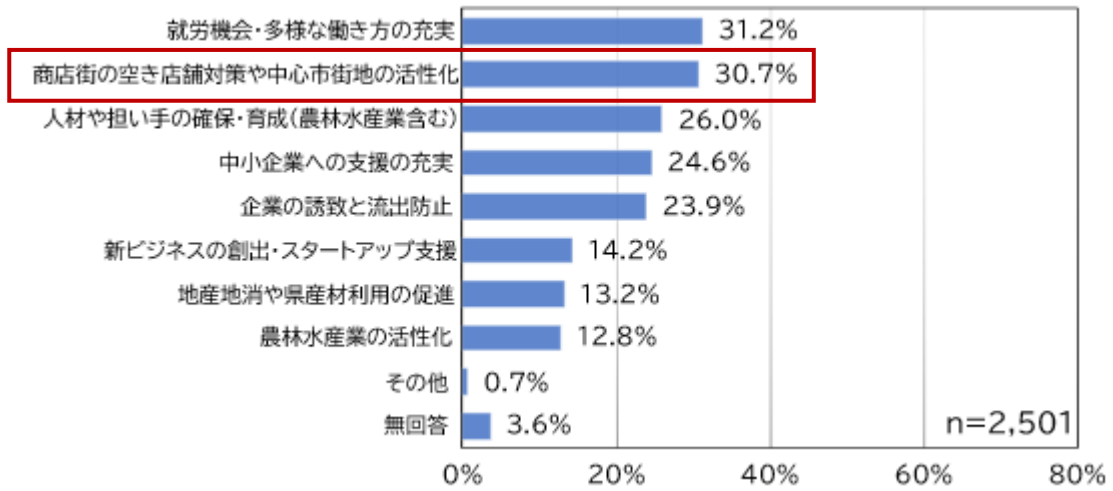


出典：松山市店舗状況変化調査(中央商店街)(各年1月1回調査)

■中心市街地の現状について感じること(景観・イベントなど)



■力を入れるべき取り組み(産業・経済分野)



出典:第7次松山市総合計画の策定に向けた市民意識調査

(課題2) 観光コンテンツの充実等で稼ぐ地域への発展

市全体の観光推定消費額はコロナ禍前の水準以上を記録しているものの、中心市街地域内の観光施設利用者数はコロナ禍前の水準には未だ達しておらず、市民からも「観光都市としての魅力の向上」に力を入れるべきとするニーズが強い。

また、外国人観光客は令和5年から6年度にかけて急増しており、内訳を見ると、令和1年までは台湾からの宿泊者が最も多かったが、令和5年に松山ーソウル・釜山便が増便されて以降、韓国からの宿泊者が最も多くなるなど、コロナ禍を経て、国内外の観光客層も変化している。

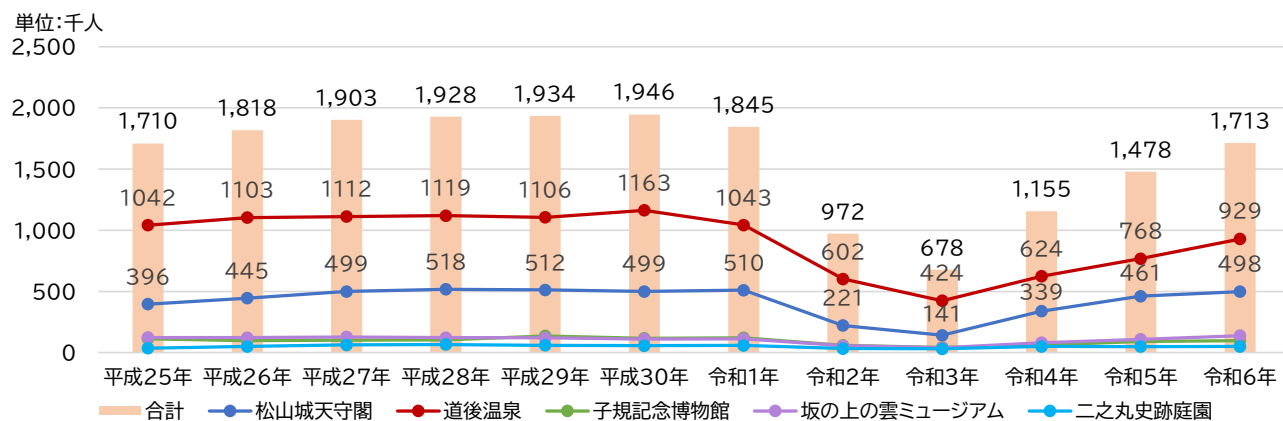
引き続き、ニーズに合わせた観光コンテンツの充実や諸外国の直行便・クルーズ船の誘致などの更なる誘客、観光産業の効率化・生産性向上に向けた観光DXの推進など、稼ぐ地域への発展が求められている。

■推定観光消費額の推移



出典:「松山市観光客推定表」より松山市作成

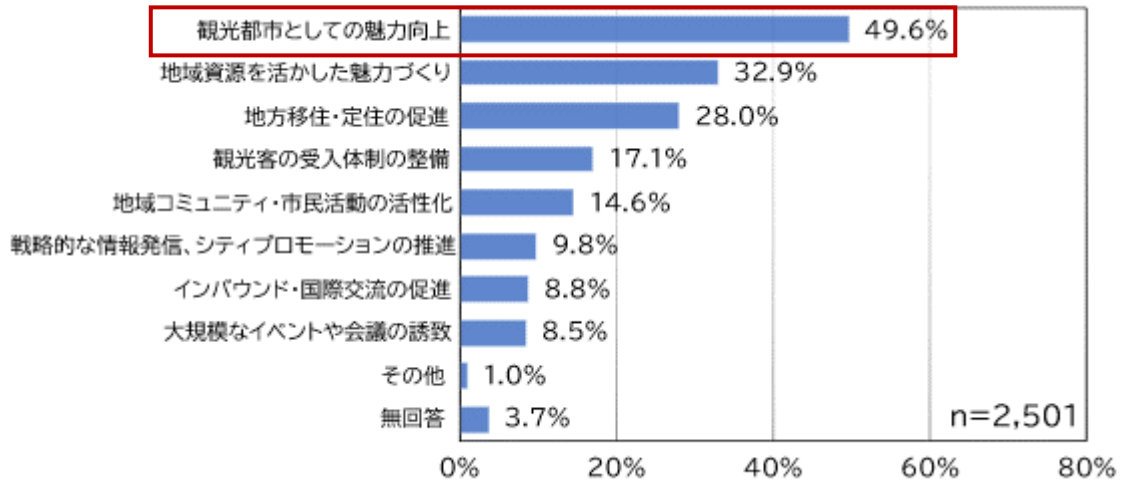
■観光施設の年間利用者数



出典:「松山市観光客推定表」より松山市作成

注)道後温泉は、道後温泉本館、道後温泉 椿の湯、道後温泉別館 飛鳥乃湯泉の利用者数の合計

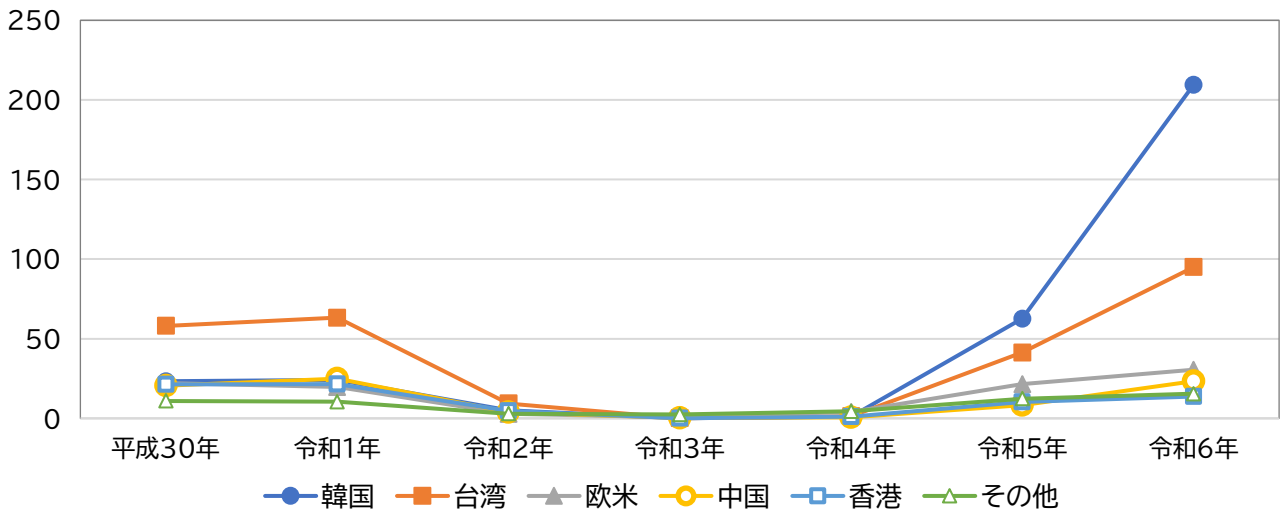
■力を入れるべき取り組み(観光・地域活性化)



出典: 第7次松山市総合計画の策定に向けた市民意識調査

■外国人観光客の内訳

単位:千人

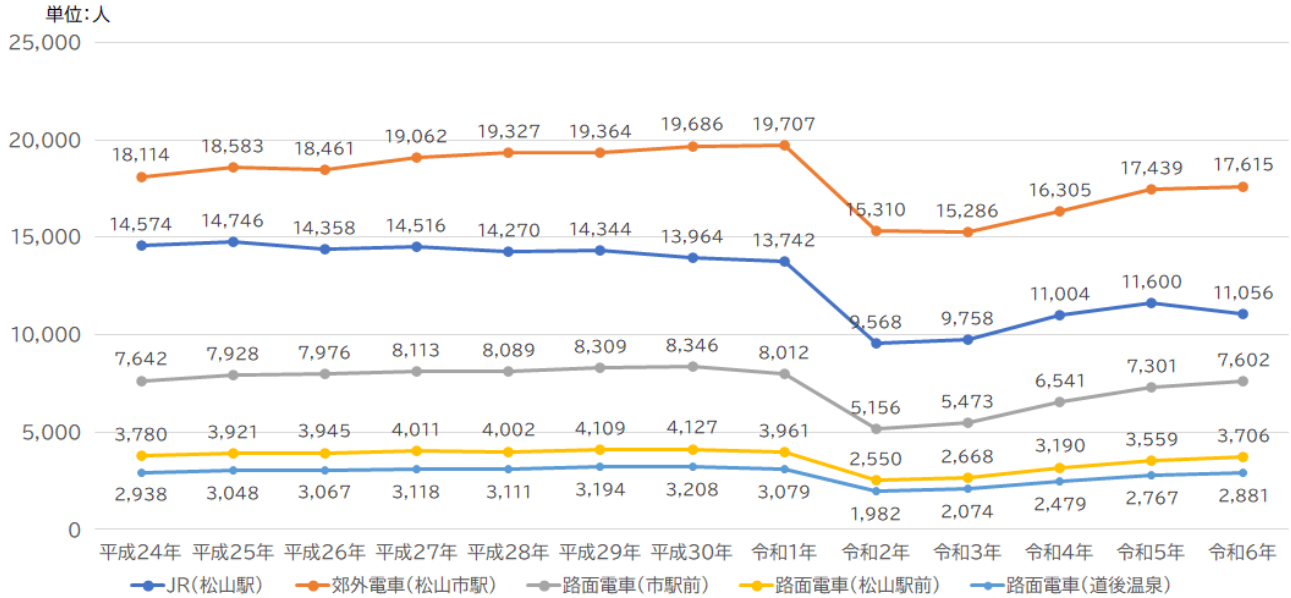


出典: 松山市観光客推定表

(課題3) 歩いて暮らせる居住環境の形成

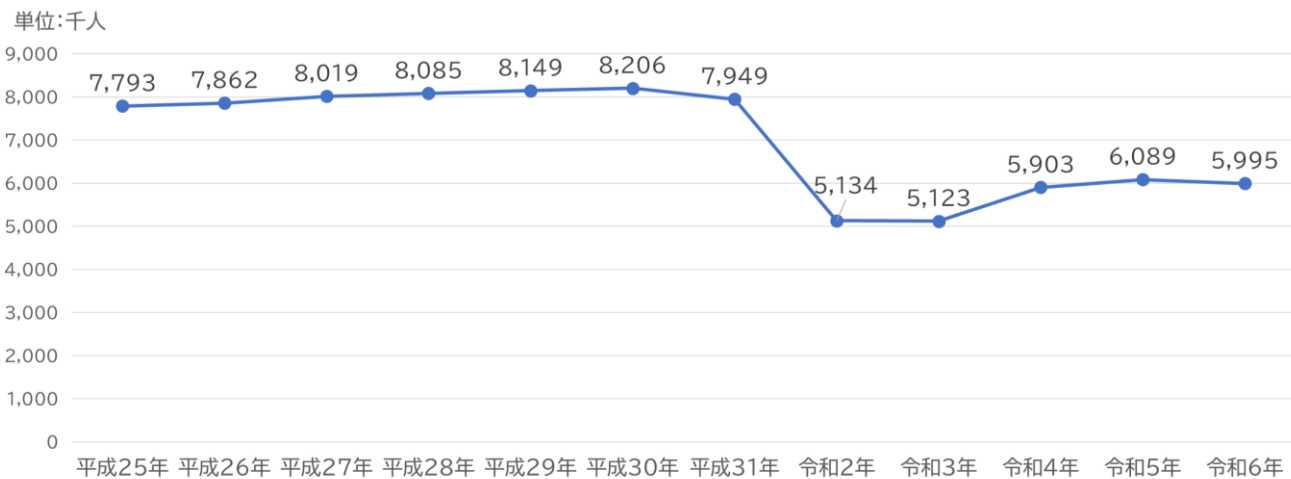
居住人口の社会増減数は、増加に転じているが、目標値の半数程度に留まっている。また、高齢化や人口減少に対応するためには、コンパクトシティの推進や公共交通の利便性の向上が求められているが、中心市街地に居住機能や駐車場、憩いの機能などまちなかの滞在・快適な移動に資する機能の充実等に対する市民のニーズも強い。都市機能の維持・発展により身近な場所にモノ・コトを充実させるとともに、安全で快適に移動しやすい環境を整備し、歩いて暮らせる居住環境の形成が必要となっている。

■JR 松山駅及び松山市駅(郊外電車、路面電車)の1日当たり乗降客数



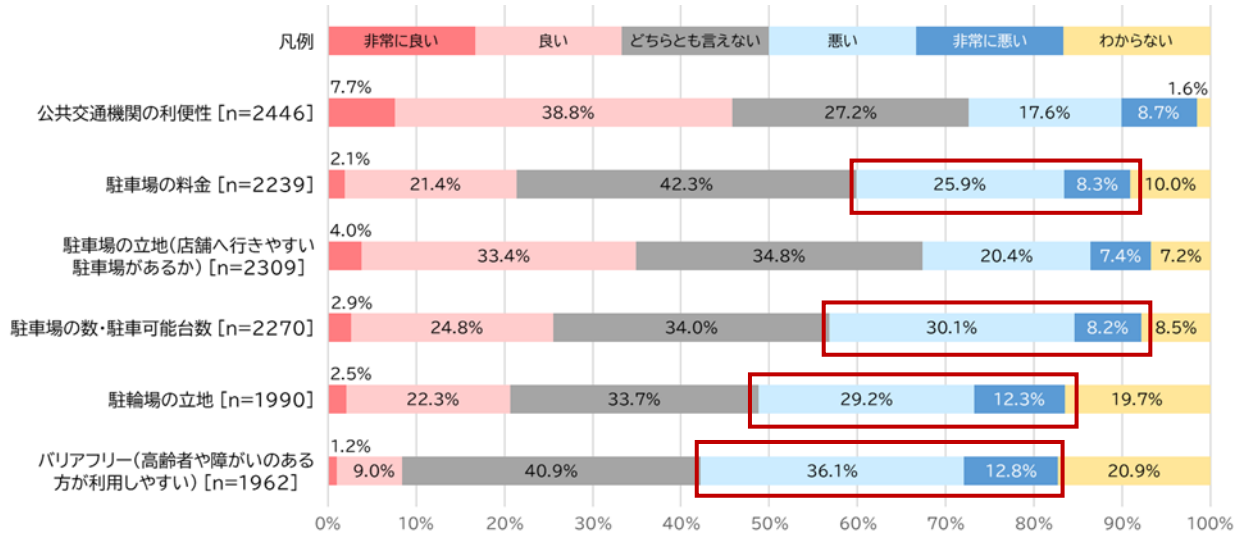
資料:松山市資料

■路線バス(伊予鉄バス)の年間輸送人員の推移



出典:松山市資料

■ 中心市街地の現状について感じる事(交通アクセスについて)

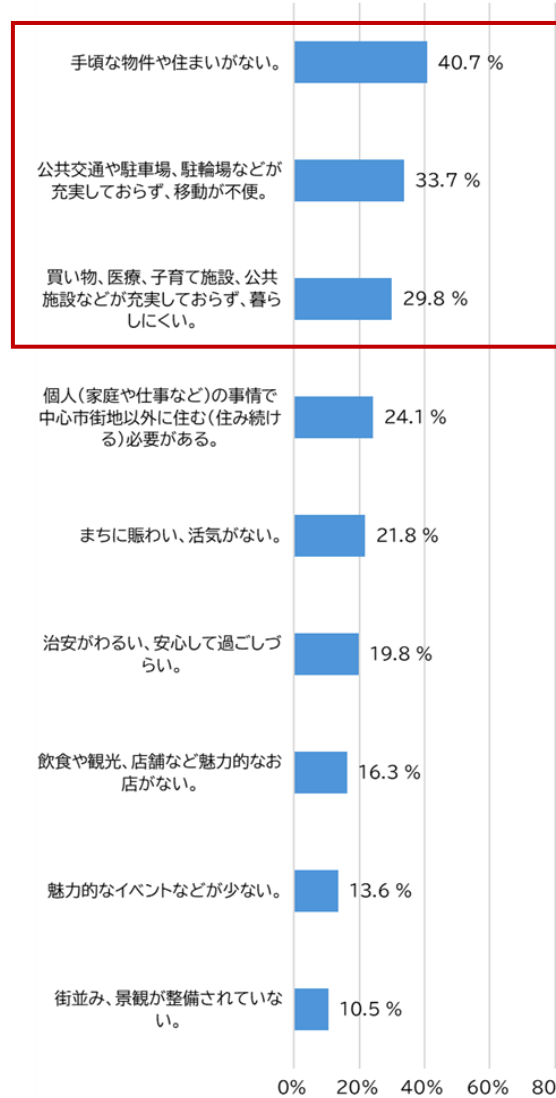
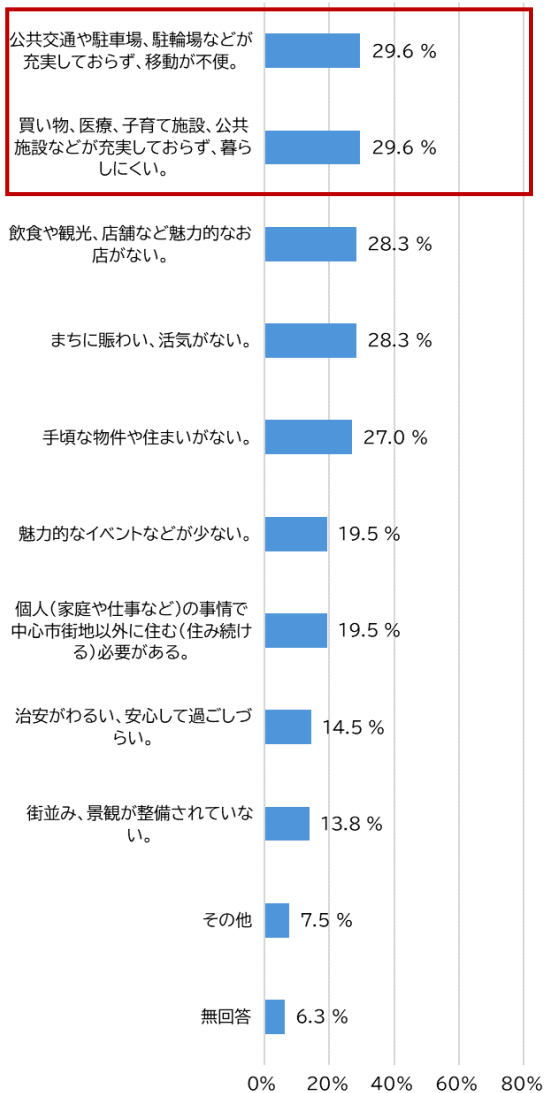


出典:第4期松山市中心市街地活性化基本計画アンケート

■ 中心市街地以外に住みたい(住み続けたい)理由

【中心市街地内の居住者】

【中心市街地外の居住者】



出典:第4期松山市中心市街地活性化基本計画アンケート

[5] 中心市街地活性化の方針（基本的方向性）

(1) 上位計画・関係計画

① 第7次松山市総合計画（令和7年3月）

[位置づけ]

松山市の将来のあるべき姿を描き、その実現を目指すために、まちづくりの方向性を示す本市の最上位計画。第7次松山市総合計画の計画期間は、令和7年度から令和16年度の10年間であり、令和7年度から令和11年度の5年間は前期基本計画、令和12年度から令和16年度の5年間は後期基本計画とする。なお、基本計画には「松山市まち・ひと・しごと創生総合戦略」を含む。

[まちづくりの理念]

一人ひとりの幸せが実現するまちへ ～笑顔を大切に「つながる力」で挑戦～

[将来都市像]

人、まち、仕事がつながる交流拠点『SETOUCHI まつやま』

[中心市街地に関連する記載]

(将来のまちの姿/②「まち」がつながる)

中心市街地では、歩いて暮らせる都会的な街並みと緑豊かで魅力ある景観が調和した都市空間が創出されています。それらに加え、まちのにぎわいと歴史や文化を感じながら、徒歩や自転車、地域公共交通等の移動手段の連携により、JR 松山駅や松山市駅、城山公園、中央商店街、道後温泉など、地域資源を快適に回遊することができます。

(前期基本計画/政策 05 ワクワクを全国・世界へつなぐ【都市の魅力】)

施策 052:人を引き付けるまちの魅力向上

(5)商業の集積等によるまちの活性化(0525)

商店街や観光施設、関係団体等が連携し、市内外からの集客や回遊性向上を図るため、地域が持つ魅力や特性をいかして、まちの魅力を高めつつ、商業の活性化を推進することで、家族や友達と一緒に楽しめる場所や、楽しく買い物ができる場所が充実するなど、まちのにぎわい創出につなげます。

計画/政策 06 人と仕事と暮らしをつなぐ【経済・産業】)

施策 062:地域産業の振興

(4)商店街の活性化(0624)

商店街をはじめとする商業集積地の活性化を図るため、商店街への出店や商店街の活動を支援するとともに、来街者や観光客などの周遊促進や消費拡大を図るなど、地域のにぎわいづくりや魅力向上に取り組めます。

施策 081:にぎわいのある都市空間の形成

(2)中心市街地の活性化(0812)

JR 松山駅周辺・松山市駅前の整備に加え、市街地再開発事業などの民間主導の取組や商店街への出店・建替えを後押しし、商店街等の関係者と連携しながら、官民一体で中心市街地の活性化を推進します。

② 松山市都市計画マスタープラン

[位置づけ]

都市計画マスタープランは、都市計画法によって市町村で策定することが義務付けられている。市町村の都市計画は、都市計画マスタープランに即して実施する必要があり、都市計画を中心とする今後の都市づくりの重要な指針となる。

総合計画が市政全般にわたる総合的な指針であるのに対して、都市計画マスタープランは、土地利用や市街地整備、都市施設整備(道路、公園、河川、下水道等)、自然環境保全、景観形成、防災まちづくりなど、まちの整備・開発・誘導や保全に関する具体的な指針である。

[都市づくりの基本方針]

- ① 松山市、愛媛県、さらには四国全体の活力を牽引する都心機能を高める
- ② 住み慣れたまちでの暮らしの安心感を効果的に支える
- ③ 自然環境や地球環境を大切にすまちづくりをひろげる
- ④ 地域固有の資源の保全・活用により活力ある地域づくりを進める

[中心市街地に関連する記載]

(地域別まちづくり方針/1)都心地域の街づくり方針)

②地域の将来目標

地域の将来像	四国の顔となる都市としてにぎわいあふれるまち
地域づくりの将来目標	魅力ある商業・観光・居住空間の形成
	人や環境にやさしい道路・交通の充実
	快適で美しい都心環境の形成

③ 松山市立地適正化計画（平成29年3月策定、平成31年3月改訂）

【位置づけ】

松山市立地適正化計画は、『コンパクトシティ・プラス・ネットワーク』の実現に向けて、都市再生特別措置法第82条に基づき、都市全体の観点から、居住機能や医療・商業等の都市機能の立地、公共交通の充実等に関する包括的なマスタープランとして策定する計画である。

一定の生活サービス施設や居住を緩やかに誘導するため、平成29年3月に「松山市立地適正化計画」を策定し（都市機能誘導区域を設定）、平成31年3月に「松山市立地適正化計画改訂版」を策定した（居住誘導区域を追加）

【まちづくりの方針】

① 多様な居住環境・ライフスタイルを支える

○高次な都市機能の享受やにぎわいに溢れる暮らし、豊かな自然環境と調和したゆとりある暮らし、歴史や文化を身近に感じる風情ある暮らしなど、多様性のある居住環境やライフスタイルを実現可能な都市づくり

② 安全・安心な暮らしを支える

○超高齢社会でも、積極的な外出や円滑な移動を支える都市づくり

○子育てや医療・福祉、買物など、日常生活に欠かせない機能を安心して享受できる都市づくり

○災害時でも安全・安心な居住環境が確保できる都市づくり

③ 既存ストックを活かす

○都心内及び都心と各地域とを結ぶ鉄軌道や路線バスなどの公共交通ネットワーク、都市機能施設・居住地集積など、既存ストックを活かした効率的・持続的な都市づくり

【中心市街地に関連する記載】

都市機能誘導区域の都心地区は、松山市中心市街地活性化基本計画区域をほぼ含む。

(2) 中心市街地活性化の方針

本市では、第3期計画で、「職・住・遊の近接で豊かな生活が実現されたまち」を中心市街地活性化の目標に掲げ、「出かけたくなるまち」「愛着と誇りを持てるまち」「便利で豊かなまち」を基本方針に中心市街地活性化に取り組んできたが、新型コロナウイルス感染症拡大や物価高騰等の影響により、令和6年度定期フォローアップ実施時点では、第3期計画に掲げた目標指標はいずれも達成できていない。

また、近年では、少子高齢化の進行のほか、コロナ禍を経て生活の意識や行動の変化が生じ、ネットショッピングで買い物する人が増え、それに伴い外出機会が減少していると推察しており、行きたくなる店舗づくり等による中心市街地のにぎわい再生や国内外の観光客のニーズに合わせた対応等による観光等で稼ぐ地域への発展、コンパクトシティ化の推進による歩いて暮らせる居住環境の形成が必要になっている。

本市の上位計画の「第7次松山市総合計画」では、将来都市像について「人、まち、仕事がつながる交流拠点『SETOUCHI まつやま』」を掲げており、中心市街地ではその核となる機能の創出が求められるほか、「松山市都市計画マスタープラン」「松山市立地適正化計画」で理念等が掲げられている。そこで、上位計画の理念等を踏まえた上で、現状分析やニーズ分析等から導き出された現状の課題解決を図るため、中心市街地活性化の目標(全体テーマ)及び基本方針を次のとおり設定する。

■中心市街地活性化の目標

ヒト・モノ・コトがつながる、
便利で快適に行きたい・住みたいまち



基本方針1

【にぎわい創出/経済活力の向上】

行きたくなる店舗づくりと観光コンテンツの充実等で、
モノ・コトを集め、便利でにぎわうまちにする

- 商店街等への出店促進や市街地再開発事業等による飲食・商業施設やオフィス、ホテル、文化・スポーツ施設などの都市機能の集積を進め、都市から取得できる人流や消費などのデータを活用して魅力ある店舗づくりの促進や買い物・遊びの場、様々な体験や学びができる場の充実を図り、中心市街地のにぎわい再生及び利便性向上に取り組むことで、今より更に行きたくなる中心市街地を目指す。
- 国内外の観光ニーズへの対応や観光DXの推進により観光コンテンツの充実と合わせて効果的な情報発信や、瀬戸内の魅力を活かしたインバウンドの獲得などにより誘客を進め、観光等で稼ぐ地域を目指す。

基本方針2

【街なか居住の推進】

居心地が良い空間づくりと快適で豊かな居住環境の形成で、
住みたくなるヒトを増やす

- 土地区画整理事業や市街地再開発事業等の実施による居住環境の形成と合わせたオープンスペースの創出や広場・公園等の整備により、都会的な街並みと魅力ある景観が調和した都市空間を創出することで、居心地が良く、様々な活動や好きなことに打ち込める環境が整った、住みたくなるコンパクトシティを目指す。
- 基本方針3で挙げる安全で快適に移動しやすい環境の創出と一体的に取り組むことで、高齢者や人口減少に対応した更に歩いて暮らせるまちを目指す。

基本方針3

【公共交通の利便の増進】

安全な歩行空間の創出と公共交通の利便性向上で、
歩いて暮らせるまちづくりを進める

- 松山駅周辺土地区画整理事業及び市駅広場整備事業の交通拠点整備により交通結節機能を強化し、公共交通の利便性や中心市街地の各地区間のアクセス向上を図るほか、無電柱化や歩道整備を進めることで、安全で快適に移動しやすい環境を目指す。