

# 7 中小小売商業高度化事業、特定商業施設等整備事業、民間中心市街地商業活性化事業、その他の経済活力の向上のための事業及び措置に関する事項

## [ 1 ] 経済活力の向上の必要性

### 【現状分析】

- 全国的に総人口が減少し、同時に少子高齢化により生産年齢人口の比率が低下することにより、平均個人所得、個人消費支出が長期的な減少傾向にあることが指摘されており、松山市も例外ではなく、消費の減少が続いている。
- 松山市の中心市街地は、商店街の形成や百貨店の立地により、一定の商業機能の集積を維持している。
- 中央商店街の空き店舗率は増加傾向で、令和6年は 21.0%である。また、中央商店街の歩行者通行量も令和 2 年に大きく減少して以降、回復が低調な状態にある。
- 諸外国から松山空港への直行便の就航等により、外国人観光客が急増しているため、外国人による消費が大きく期待される。
- 中心市街地には、2 大観光資源である松山城、道後温泉本館を始め、主要観光地が集積しており、道後地区には観光旅館・ホテル等の集積、番町地区やその周辺及び JR 松山駅周辺地区にはホテルの集積が見られる。
- 道後地区は、道後温泉に代表される松山観光の中心的な地域である。道後温泉は、令和1年から令和 6 年まで営業しながら、保存修理工事を実施。新型コロナウイルス感染症拡大も影響し、令和 2 年に大きく利用者数は減少したが、コロナ前までの水準までに回復しつつある。

### 【事業の必要性】

- 空き店舗の増加により、中心市街地のにぎわいの喪失、回遊の減少等につながっていることから、空き店舗対策を行う必要がある。
- 急増する外国人観光客等、国内外の多様な観光ニーズ等に対応することで創客効果や滞在時間の増加を図り、消費を喚起するため、受入環境や観光コンテンツを充実させる必要がある。

### 【フォローアップ】

基本計画に位置付けられた事業について、毎年、事業の進捗状況を調査し、各事業主体と十分協議した上で進捗管理を行うとともに、中心市街地活性化に対する効果を検討し、必要に応じて事業の見直しや改善を図ることとする。

## [ 2 ] 具体的事業の内容

### (1) 法に定める特別の措置に関連する事業

【事業番号】7-1 【事業名】第一種大規模小売店舗立地法特例区域の設定

【事業実施時期】	平成 18 年度～終期末定		
【実施主体】	愛媛県		
【事業内容】	中心市街地の大規模小売店舗の立地を促進し中心市街地の商業等の活性化を図るため、認定中心市街地での大規模小売店舗立地法の新設又は変更の際の届出自体を不要とする等により、大規模小売店舗立地法の手続を実質的に適用除外とするもの。		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出		
【目標指標】	中央商店街の空き店舗率		
【活性化に資する理由】	中心市街地への大規模小売店舗立地が促進され、にぎわい創出や魅力向上が見込まれるため中心市街地の活性化に必要である。		
【支援措置名】	大規模小売店舗立地法の特例(第一種大規模小売店舗立地法特例区域)		
【支援措置実施期間】	平成 18 年度～終期末定	【支援主体】	経済産業省
【その他特記事項】			

(2) ①認定と連携した支援措置のうち、認定と連携した特例措置に関連する事業

【事業番号】7-2 【事業名】えひめ・まつやま産業まつり

【事業実施時期】	平成 23 年度～終期末定		
【実施主体】	えひめ・まつやま産業まつり実行委員会、愛媛県、松山市		
【事業内容】	松山市をはじめとする愛媛県内の市町、商工団体、農林水産団体等との連携のもと、城山公園(堀之内地区)で地域特産品の展示・即売、伝統工芸品の製造実演などによって、ふるさとの情報を広く発信し、愛媛県内の各種産業や伝統文化に対する愛媛県民、松山市民の理解と親しみを深め、「愛顔あふれる愛媛づくり」と松山の産物・産品を周知し、県都松山市に人を招く機会をつくる「地産知招」の取組を推進することを目的に愛媛県と共同で開催する。		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出		
【目標指標】	○ 中央商店街の空き店舗率 ○ 観光施設利用者数		
【活性化に資する理由】	えひめ・まつやま産業まつりは、松山市の中心部に位置する城山公園(堀之内地区)で実施する県内最大級のイベントで、毎年市内外から 10 万人以上の来場があり、令和 6 年度は過去最高の 13 万 7 千人の来場があった。このイベントをきっかけに中心部に人が集まり、目標指標である中央商店街の空き店舗率及び観光施設利用者数の増加に貢献することから、中心市街地の活性化に必要である。		
【支援措置名】	中心市街地活性化ソフト事業		
【支援措置実施期間】	令和 8 年4月～令和 13 年3月	【支援主体】	総務省
【その他特記事項】	区域内		

【事業番号】7-3 【事業名】商店街空洞化対策事業

【事業実施時期】	平成 14 年度～終期末定		
【実施主体】	松山市		
【事業内容】	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 商店街組合等が空き店舗を活用した交流サロンやコミュニティ形成を図るイベントを開催するために行う、空き店舗の改装工事や改装後の運営管理に係る経費を補助する。</li> <li>○ なお、補助対象事業は、商店街の空き店舗を教育文化事業・保健医療事業・社会福祉事業その他の住民等の共同の福祉または利便のために活用するものに限る。</li> </ul>		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出		
【目標指標】	中央商店街の空き店舗率		
【活性化に資する理由】	空洞化対策事業は、中心市街地の商店街で実施するもので、空き店舗の活用により、商店街の魅力を高めることで、市内外からの来客が見込まれ、目標指標である中央商店街の空き店舗率の改善に貢献することから、中心市街地の活性化に必要である。		
【支援措置名】	中心市街地活性化ソフト事業		
【支援措置実施期間】	令和 8 年4月～令和 13 年3月	【支援主体】	総務省
【その他特記事項】	区域内		

【事業番号】7-4 【事業名】中心市街地活性化ソフト事業(道後地区)

【事業実施時期】	平成 25 年度～終期末定		
【実施主体】	松山市、地元団体		
【事業内容】	事業の実施により、中心市街地の再活性化を実現していく。主には、道後温泉活性化まちづくり促進補助金を通して、地元団体が主体となって、まちづくりや各種イベント、催事に取り組むことで、道後温泉地区の活性化に繋げる。		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出		
【目標指標】	観光施設利用者数		
【活性化に資する理由】	中心市街地活性化ソフト事業(道後地区)は、地元団体に補助金を交付し、道後温泉の活性化に寄与する事業やイベント・催事等を実施してもらうもので、イベントや催事等の開催時には市民をはじめ多くの観光客が来訪し、道後のまち全体のにぎわい創出や滞在時間の増加による観光消費の拡大にも繋がっているものであり、目標指標である観光施設利用者数の増加に貢献することから、中心市街地の活性化に必要である。		
【支援措置名】	中心市街地活性化ソフト事業		
【支援措置実施期間】	令和 8 年4月～令和 13 年3月	【支援主体】	総務省
【その他特記事項】	区域内		

【事業番号】7-5 【事業名】松山を楽しもうキャンペーン

【事業実施時期】	平成 21 年度～終期末定		
【実施主体】	松山を楽しもうキャンペーン実行委員会		
【事業内容】	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 松山市と県内メディア各社による中心市街地活性化イベントを開催する。堀之内公園をセントラルパークのように、働き暮らす松山市民と観光客のオアシスとなるよう、中心市街地の活性化と市内中心部への集客を目的として各種イベントを実施する事業である。</li> <li>○ 秋のプロムナードコンサート 愛媛県警察音楽隊によるコンサート</li> <li>○ キッズふれあいランド ステージショーやふわふわ遊具、工作広場など子ども達が楽しみながら、学ぶことができるイベント。</li> <li>○ えひめ・まつやま産業まつりwithメディアパーティー 県内メディア各社が芸能人など集客力のある人物などを起用し、イベントを実施する。</li> <li>○ まつやま歌うま選手権 9月下旬から10月にかけて予選会を実施し、選抜された最大15組が11月開催のメディアパーティーの決勝大会に出場する。</li> </ul>		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出		
【目標指標】	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 中央商店街の空き店舗率</li> <li>○ 観光施設利用者数</li> </ul>		
【活性化に資する理由】	松山を楽しもうキャンペーンは、城山公園(堀之内地区)で実施するもので、市内外から第3期計画期間中(令和2年～令和6年)は延べ約22万名の来場があり、目標指標である中央商店街の空き店舗率及び観光施設利用者数の増加に貢献することから、中心市街地の活性化に必要である。		
【支援措置名】	中心市街地活性化ソフト事業		
【支援措置実施期間】	令和8年4月～令和13年3月	【支援主体】	総務省
【その他特記事項】	区域内		

【事業番号】7-6 【事業名】松山春まつり事業

【事業実施時期】	平成 21 年度～終期末定		
【実施主体】	松山春まつり実行委員会		
【事業内容】	<p>桜が見ごろを迎える時期に松山の春の風物詩として、お城まつりや道後温泉まつりを実施することで、市内外からの観光客を誘致し、松山城周辺ににぎわいを創出している。</p> <p>大名武者行列や子ども行列の参加者を公募することで、市民レクリエーションを促進している。江戸時代からたしなまれてきた「東雲能」、大正13年から親しまれている「野球拳」、江戸時代から明治にかけて全国的に知られた「伊予節」などの行事を実施することで、松山の歴史、文化の継承に貢献し、郷土愛を増進している。</p>		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出		
【目標指標】	<input type="radio"/> 中央商店街の空き店舗率 <input type="radio"/> 観光施設利用者数		
【活性化に資する理由】	松山春まつりは、松山城周辺で実施するもので、市内外から第3期計画期間中(令和2年～令和6年)は延べ約31万名の来場があり、目標指標である中央商店街の空き店舗率及び観光施設利用者数の増加に貢献することから、中心市街地の活性化に必要である。		
【支援措置名】	中心市街地活性化ソフト事業		
【支援措置実施期間】	令和8年4月～令和13年3月	【支援主体】	総務省
【その他特記事項】	区域内		

【事業番号】7-7 【事業名】松山野球拳おどり事業

【事業実施時期】	平成 21 年度～終期末定		
【実施主体】	松山野球拳おどり実行委員会		
【事業内容】	市民に真夏の憩いを提供するとともに、観光宣伝の一翼を担い、観光客誘致に寄与することを目的としている。第 47 回大会から従来の会場に加え、新たに城山公園を会場として活用し、市内中心部を「踊りの競いの場」、城山公園を「にぎわいと交流の場」として設定し、まつり会場の広がりにより、中心商店街周辺の交流人口を拡大させ、市内中心部の活性化を図るとともに観客及び参加者、地域住民が一体となって盛り上がる「まつり」を目指す。		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出		
【目標指標】	○ 中央商店街の空き店舗率 ○ 観光施設利用者数		
【活性化に資する理由】	松山野球拳おどりは、大街道、千舟町通り、城山公園(堀之内)で実施するもので、第 3 期計画期間中(令和 2 年～令和 6 年)は延べ約 34 万名の来場があり、目標指標である中央商店街の空き店舗率の改善に貢献することから、中心市街地の活性化に必要である。		
【支援措置名】	中心市街地活性化ソフト事業		
【支援措置実施期間】	令和 8 年4月～令和 13 年3月	【支援主体】	総務省
【その他特記事項】	区域内		

【事業番号】7-8 【事業名】俳句甲子園全国高等学校俳句選手権大会

【事業実施時期】	平成 10 年度～終期末定		
【実施主体】	NPO 法人俳句甲子園実行委員会		
【事業内容】	全国の高校生が 5 人 1 組のチームで参加し、俳句の作句力や鑑賞力を競う。全国大会の予選リーグ、予選トーナメントは大街道商店街特設会場で毎年開催しており、松山市ならでの「ことば文化」の一つである俳句を介して、次世代を担う高校生の豊かな人間性を育むとともに、国語力の向上、高校生相互の地域間・世代間の文化的交流を図る。		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出		
【目標指標】	観光施設利用者数		
【活性化に資する理由】	当該事業は中心市街地を会場として使用することで、松山市内外から大会関係者、観覧客を呼び込むことができる。		
【支援措置名】	中心市街地活性化ソフト事業		
【支援措置実施期間】	令和 8 年4月～令和 13 年3月	【支援主体】	総務省
【その他特記事項】	区域内		

【事業番号】7-9 【事業名】愛媛マラソン

【事業実施時期】	平成 21 年度～終期末定		
【実施主体】	愛媛マラソン実行委員会		
【事業内容】	愛媛マラソンを開催し、広く市民のスポーツ振興や健康増進を図るとともに、地域の活性化と魅力向上に寄与し、全国に誇れるマラソンに発展させる。		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出		
【目標指標】	中央商店街の空き店舗率		
【活性化に資する理由】	市内中心部を発着地とする本大会には、例年1万人程度の参加があり、中心市街地における飲食、宿泊等の需要を創出している。 また、本大会の「おもてなし」は全国的にも高い評価を得ていることから、市外在住者の参加者等の中には、改めて本市に訪れる方がいるものと考えている。		
【支援措置名】	中心市街地活性化ソフト事業		
【支援措置実施期間】	令和 8 年4月～令和 13 年3月	【支援主体】	総務省
【その他特記事項】	区域内外		

【事業番号】7-10 【事業名】まつやま子規亭

【事業実施時期】	平成 27 年度～終期末定		
【実施主体】	松山市子規記念博物館友の会		
【事業内容】	「子規が生きていたら興味を持ち、喜ぶもの」「子規の多彩な好奇心を満たし、ともに楽しむ」「『正岡子規』に関連するテーマのもの」「『ことば』を語る・演じる」を基本テーマに、広く伝統文化に親しんでいただく。(定員:各400人)		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出		
【目標指標】	観光施設利用者数		
【活性化に資する理由】	落語などの伝統文化を中心に、各界の第一線で活躍している方の公演会を開催することで、中心市街地の活性化を見込める。		
【支援措置名】	中心市街地活性化ソフト事業		
【支援措置実施期間】	令和 8 年4月～令和 13 年3月	【支援主体】	総務省
【その他特記事項】	区域内		

【事業番号】7-11 【事業名】子規顕彰全国俳句大会

【事業実施時期】	昭和 41 年度～終期末定		
【実施主体】	松山市教育委員会		
【事業内容】	子規の顕彰と俳句の普及・振興を図るために、全国から俳句を募集した大会を開催。		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出		
【目標指標】	観光施設利用者数		
【活性化に資する理由】	全国から俳句を募集し、著名な俳人による選考や講演などを行うことで、中心市街地の活性化を見込める		
【支援措置名】	中心市街地活性化ソフト事業		
【支援措置実施期間】	令和 8 年4月～令和 13 年3月	【支援主体】	総務省
【その他特記事項】	区域内		

【事業番号】7-12 【事業名】子規顕彰全国短歌大会

【事業実施時期】	昭和 58 年度～終期末定		
【実施主体】	松山市教育委員会		
【事業内容】	子規の顕彰と短歌の普及・振興を図るために、全国から短歌を募集した大会を開催。		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出		
【目標指標】	観光施設利用者数		
【活性化に資する理由】	全国から短歌を募集し、著名な歌人による選考や講演などを行うことで、中心市街地の活性化を見込める。		

【事業番号】7-13 【事業名】「はがき歌」全国コンテスト

【事業実施時期】	平成 7 年度～終期末定		
【実施主体】	松山市教育委員会		
【事業内容】	子規の短歌形式の手紙にちなみ、子規の顕彰と短歌の振興を図ることを目的に開催。		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出		
【目標指標】	観光施設利用者数		
【活性化に資する理由】	全国から短歌形式の手紙「はがき歌」を募集し、著名な歌人や詩人による選考や講評などを行うことで、中心市街地の活性化を見込める。		
【支援措置名】	中心市街地活性化ソフト事業		
【支援措置実施期間】	令和 8 年4月～令和 13 年3月	【支援主体】	総務省
【その他特記事項】	区域内		

【事業番号】7-14 【事業名】道後俳句塾

【事業実施時期】	平成 17 年度～終期末定		
【実施主体】	子規記念博物館友の会		
【事業内容】	俳句界の第一人者を講師として、俳句の選評や指導、吟行会を行う。		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出		
【目標指標】	観光施設利用者数		
【活性化に資する理由】	著名な俳人が参加者の句を選評する俳句塾や、吟行会を開催することで、中心市街地の活性化を見込める。		
【支援措置名】	中心市街地活性化ソフト事業		
【支援措置実施期間】	令和 8 年4月～令和 13 年3月	【支援主体】	総務省
【その他特記事項】	区域内		

【事業番号】7-15 【事業名】商店街等連携・賑わい創出支援事業(松山市商業振興対策事業)

【事業実施時期】	令和6年度～終期末定		
【実施主体】	松山市		
【事業内容】	<p>商店街等の魅力創出や回遊性の向上等によるにぎわいづくりにつながる取組を支援する。個々の商店街としてではなく、エリアとして商店街の魅力や来街者の回遊性を高めることで、商店街への来街者を増やすとともに、空き店舗への出店しやすい環境作りにつなげ、新規出店者の増加を目指す。</p> <p>【補助対象事業者】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 商店街組合</li> <li>○ 商店街出資のまちづくり会社</li> </ul> <p>【補助対象事業イメージ】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ インバウンド需要の獲得に向けた取組</li> <li>○ デジタル化推進の取組</li> <li>○ 商店街等の地域課題の解決や地域特性・地域資源等を生かした取組等</li> </ul> <p>【補助対象経費】</p> <p>消耗品費、印刷製本費、通信運搬費、広告費、使用料・賃借料、委託費、報償費、雑役務費、プレミアム分等の支払いに要する経費などの補助対象事業者が実施した事業にかかる経費</p>		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出		
【目標指標】	中央商店街の空き店舗率		
【活性化に資する理由】	まちなにぎわい創出には、商店街等の新たな魅力の創出や、回遊性の向上など、来街者を増加させる取組を個々の商店街としてではなくエリアとして行うことが必要である。これらの取組を支援することで、商店街の来街者を増やすとともに、空き店舗への出店しやすい環境づくりにつなげることで、新規出店者の増加を見込める。		
【支援措置名】	中心市街地活性化ソフト事業		
【支援措置実施期間】	令和8年4月～令和13年3月	【支援主体】	総務省
【その他特記事項】	区域内		

【事業番号】7-16 【事業名】商店街空き店舗出店促進事業

【事業実施時期】	令和4年度～終期末定		
【実施主体】	松山市		
【事業内容】	<p>商店街の空き店舗を賃借し、小売業や飲食業、サービス業等の営業を新たに開始する事業者に対して奨励金を給付する。</p> <p>【給付対象者】</p> <p>以下を満たす事業者</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 松山市内の商店街等の空き店舗を賃貸していること</li> <li>○ 上記空き店舗を使用し、小売業や飲食業、サービス業等の営業を新たに開始していること</li> </ul> <p>【給付要件】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 出店する商店街等に所在する商店街組合に加入していること</li> <li>○ 「松山しごと創造センター」、「公益財団法人えひめ産業振興財団」のいずれかで経営相談を受けていること</li> </ul> <p>【給付対象経費】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 最大2か月分の家賃</li> <li>○ 店舗改装費</li> <li>○ 広告宣伝費</li> </ul>		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出		
【目標指標】	中央商店街の空き店舗率		
【活性化に資する理由】	商店街の空き店舗率を改善するため、商店街に立地する空き店舗への出店者に対し、出店奨励金を給付し、出店を促進することで、商店街のにぎわいを創出する。		
【支援措置名】	中心市街地活性化ソフト事業		
【支援措置実施期間】	令和8年4月～令和13年3月	【支援主体】	総務省
【その他特記事項】	区域内		

【事業番号】7-17 【事業名】商店街等集客コンテンツ造成事業

【事業実施時期】	令和7年度～終期末定		
【実施主体】	松山市		
【事業内容】	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 商店街などの地域資源を集客コンテンツに磨き上げ、ツアーやイベントの場として造成する。公募型プロポーザル方式で委託事業者を決定し、以下のような業務を委託して、商店街への更なる誘客と消費拡大を図る。</li> <li>○ 対象となる商店街やエリアを選定し、当該商店街等の地域資源を発掘・集客コンテンツとしてブラッシュアップし、ツアーやイベントを造成する。</li> <li>○ 中央商店街をはじめとした商店街などの地域資源を、集客コンテンツに磨きあげ、ツアーやイベントとして造成する。</li> <li>○ 集客コンテンツは、ナイトタイムエコノミーや体験型コンテンツなどを想定。</li> <li>○ 商店街関係者や地域住民、学生のほか、まちづくりや観光の専門家など、さまざまな方々と連携し、魅力的で持続可能な集客コンテンツを造成する。</li> <li>○ 経費としては、委託事業者への委託費をイメージ。</li> </ul>		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出		
【目標指標】	中央商店街の空き店舗率		
【活性化に資する理由】	空き店舗対策には出店促進と商店街への集客が必要であることから、松山への旅行者が増えているこの機会を逃さず、商店街等にある地域資源を集客コンテンツとして造成し、商店街等への更なる誘客と消費拡大につなげていく。		
【支援措置名】	中心市街地活性化ソフト事業		
【支援措置実施期間】	令和8年4月～令和13年3月	【支援主体】	総務省
【その他特記事項】	区域内		

(2) ②認定と連携した支援措置のうち、認定と連携した重点的な支援措置に関連する事業

【事業番号】7-18 【事業名】都市イメージ向上事業

【事業実施時期】	平成 23 年度～終期末定		
【実施主体】	松山市		
【事業内容】	都市ブランド戦略プランに基づき、本市の情報を提供することでメディアへの露出獲得をはじめ、首都圏を中心に魅力を伝えるフリーペーパー『暖暖松山』の発行や Instagram の運用などに取り組んでいる。 今後も、こうした戦略的・効果的なシティプロモーションを展開することで、本市の都市イメージを向上するとともに、全国的な知名度や魅力度を高めていく。		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出		
【目標指標】	観光施設利用者数		
【活性化に資する理由】	本市の魅力を広く発信し知名度や魅力を向上させることで誘客が見込めるため中心市街地の活性化に必要である。		
【支援措置名】	地域未来交付金		
【支援措置実施期間】	令和 6 年度～令和 8 年度	【支援主体】	内閣府
【その他特記事項】			

【事業番号】7-19 【事業名】道後温泉活性化事業

【事業実施時期】	令和 7 年度～令和 9 年度		
【実施主体】	松山市		
【事業内容】	松山市の観光のシンボルである「道後温泉本館」は平成 31 年 1 月から保存修理工事を行っていたが、約 5 年半ぶりに、令和 6 年 7 月から本館全館での営業を再開した。道後温泉本館の持つ本来の魅力に加え、本館以外の地域資源の魅力を再発見し、官民で連携しながら、回遊性・滞在性を高めることで、観光人口の拡大に取り組むとともに、観光消費を促し、地域経済の活性化を図る。		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出		
【目標指標】	観光施設利用者数		
【活性化に資する理由】	道後地区の魅力の再発見や回遊性・滞在性向上により誘客促進が図られるため、中心市街地の活性化に必要である。		
【支援措置名】	地域未来交付金		
【支援措置実施期間】	令和 7 年度～令和 9 年度	【支援主体】	内閣府
【その他特記事項】			

【事業番号】7-20 【事業名】都市ブランド戦略推進事業

【事業実施時期】	令和 6 年度～令和 11 年度		
【実施主体】	松山市		
【事業内容】	「第 2 期松山市都市ブランド戦略」に基づき、市の内外から選ばれるまちの実現を目指して、効果的なブランディングを推し進める。		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出		
【目標指標】	観光施設利用者数		
【活性化に資する理由】	各種施策を展開し、情報発信と合わせて関係各課と連携しながらまちづくりを推し進めることで、一人でも多くの市民が「住み続けたい」、「勧めたい」といった愛着や誇りを育み、市外の人からも「行ってみたい」「住みたい」といった関心や憧れを高められる、魅力あふれるまちをつくることを目指すため、中心市街地の活性化に必要である。		
【支援措置名】	地域未来交付金		
【支援措置実施期間】	令和 6 年度～令和9年度	【支援主体】	内閣府
【その他特記事項】			

(3) 中心市街地の活性化に資するその他の支援措置に関連する事業

【事業番号】7-21 【事業名】第二種大規模小売店舗立地法特例区域の設定

【事業実施時期】	平成 18 年度～終期末定		
【実施主体】	愛媛県		
【事業内容】	中心市街地での大規模小売店舗立地法の新設又は変更の際の届出書類の簡素化や新設や変更の届出に係る8ヶ月の実施制限を適用除外とする等により、大規模小売店舗立地法の手続の簡素化を図る。		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出		
【目標指標】	中央商店街の空き店舗率		
【活性化に資する理由】	中心市街地への大規模小売店舗立地法が促進され、にぎわい創出や魅力向上が見込まれるため中心市街地の活性化に必要である。		
【支援措置名】	大規模小売店舗立地法の特例(第二種大規模小売店舗立地法特例区域)		
【支援措置実施期間】	平成 18 年度～終期末定	【支援主体】	経済産業省
【その他特記事項】			

【事業番号】7-22 【事業名】誘客促進・観光おもてなし事業

【事業実施時期】	平成 19 年度～終期末定		
【実施主体】	松山市 松山商工会議所 グレーターしまなみ・えひめ推進協議会		
【事業内容】	観光客の松山旅行に対するイメージアップのため、観光 PR 力の向上とまち全体の「おもてなし」風土の醸成を図る。		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出		
【目標指標】	観光施設利用者数		
【活性化に資する理由】	市民に対し、おもてなしの心を伝えるとともに、各種イベント・お出迎えを行うことにより、松山を訪れた方の満足度向上を目指し、交流人口の増加・地域経済の活性化につなげる。また、地元小学生を「まつやま観光キッズ」に任命し、観光客へのおもてなし活動を実施したり、市内の事業社等を対象にしたおもてなし人材育成研修会の実施により、観光客の受入体制の充実を図っている。また、愛媛県や関連市町等と連携し、「しまなみ海道」から周辺圏域にサイクリング観光客を誘致し、周遊促進・長期滞在化を促す取り組みを実施することで、地域経済の活性化に繋げる。		
【支援措置名】	観光振興事業費補助金(先進的なサイクリング環境整備事業)		
【支援措置実施期間】	令和 5 年度～令和 8 年度	【支援主体】	国土交通省
【その他特記事項】			

(4) 国の支援がないその他の事業

【事業番号】7-23 【事業名】クルーズ船誘致・受入推進事業

【事業実施時期】	平成 30 年度～終期末定		
【実施主体】	松山市		
【事業内容】	松山港に寄港するクルーズ船を誘致するために、愛媛県と連携し、船会社への商談会などに参加し、本市の魅力を PR するほか、寄港時には乗客に観光案内などで市内周遊を促し、地域経済の活性化につなげる。		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出		
【目標指標】	観光施設利用者数		
【活性化に資する理由】	クルーズ船の誘致を推進することで本市の観光客数及び消費額の増加が見込まれるため中心市街地の活性化に必要である。		
【支援措置名】	外国クルーズ船誘致促進事業費補助金		
【支援措置実施期間】	令和 2 年度～令和 8 年度	【支援主体】	愛媛県国際観光テーマ地区推進協議会
【その他特記事項】			

【事業番号】7-24 【事業名】あきんど事業

【事業実施時期】	平成 20 年度～終期末定		
【実施主体】	松山市中心市街地活性化協議会		
【事業内容】	各種経営相談及び補助金交付 対象者:空き店舗に新規入店した創業者		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出		
【目標指標】	中央商店街の空き店舗率		
【活性化に資する理由】	空き店舗に新規入店した創業者に対し、各種経営相談及び補助金交付を行うことで新たなにぎわい創出に繋がるため、中心市街地の活性化に必要である。		
【支援措置名】			
【支援措置実施期間】		【支援主体】	
【その他特記事項】			

【事業番号】7-25 【事業名】まちづくりコーディネーター派遣事業

【事業実施時期】	随時		
【実施主体】	松山市中心市街地活性化協議会		
【事業内容】	小規模再開発をはじめとする新たな地区更新等の掘り起こしのための相談業務の実施		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出		
【目標指標】	中央商店街の空き店舗率		
【活性化に資する理由】	中心市街地の地区更新により新たなにぎわい創出や魅力向上が見込まれるため。中心市街地の活性化に必要である。		
【支援措置名】			
【支援措置実施期間】		【支援主体】	
【その他特記事項】			

【事業番号】7-26 【事業名】松山市商店街活性化支援事業

【事業実施時期】	平成27年度～終期末定	
【実施主体】	松山市	
【事業内容】	中心市街区域内の商店街等で、商店街等が活性化を図るために実施する情報発信事業、イベント開催事業、調査研究事業、コミュニティビジネス事業その他商店街の活性化を図るための事業に補助金を交付する。	
活性化を実現するための位置づけ及び必要性		
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出	
【目標指標】	中央商店街の空き店舗率	
【活性化に資する理由】	商店街が実施するイベント開催等を支援することで、中心市街地内の商店街の魅力向上や回遊性向上に繋がるため、中央商店街の活性化に必要である。	
【支援措置名】		
【支援措置実施期間】		【支援主体】
【その他特記事項】		

【事業番号】7-27 【事業名】松山しごと創造センター運営事業

【事業実施時期】	平成 25 年度～終期末定	
【実施主体】	松山市	
【事業内容】	平成 25 年度から創業・経営支援などの幅広いサービスをワンストップで提供する支援窓口を中心市街地に設置した。銀天街 L 字地区の再開発に伴い、現入居建物の取り壊しが決定されたため、令和 2 年度秋に、同銀天街内での移転を行った。	
活性化を実現するための位置づけ及び必要性		
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出	
【目標指標】	中央商店街の空き店舗率	
【活性化に資する理由】	創業・経営の支援により中央商店街での創業者増加が見込まれるため、中心市街地の活性化に必要である。	
【支援措置名】		
【支援措置実施期間】		【支援主体】
【その他特記事項】		

【事業番号】7-28 【事業名】松山はいく事業

【事業実施時期】	平成 21 年度～終期末定	
【実施主体】	松山はいく運営委員会	
【事業内容】	歴史や文学をテーマとする有料まち歩きガイド「松山はいく」の旅行商品の開発と販売を促進し、交流人口の拡大や観光客の満足度向上を目指す。	
活性化を実現するための位置づけ及び必要性		
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出	
【目標指標】	観光施設利用者数	
【活性化に資する理由】	松山ならではの俳句や文学をテーマとした滞在プログラム型の旅行商品開発等に取り組むことで更なる誘客が見込めるため、中心市街地の活性化に必要である。	
【支援措置名】		
【支援措置実施期間】		【支援主体】
【その他特記事項】		

【事業番号】7-29 【事業名】松山城誘客促進事業

【事業実施時期】	平成 30 年度～終期末定	
【実施主体】	松山市	
【事業内容】	松山城本丸広場で、松山城に関連したイベントや周遊型イベントを展開することで、観光客を地元商店街に誘導し、消費活動を促す。	
活性化を実現するための位置づけ及び必要性		
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出	
【目標指標】	観光施設利用者数	
【活性化に資する理由】	事業の実施により松山城を中心とした誘客が見込まれるため、中心市街地の活性化に必要である。	
【支援措置名】		
【支援措置実施期間】		【支援主体】
【その他特記事項】		

【事業番号】7-30 【事業名】道後温泉地区インバウンド推進事業

【事業実施時期】	令和元年度～終期末定		
【実施主体】	松山市		
【事業内容】	温泉資源を中心とした訪日外国人旅行者の誘客を図るための受入環境整備を行うとともに、地区内の地域資源や観光施設に円滑に誘導する。		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出		
【目標指標】	観光施設利用者数		
【活性化に資する理由】	道後温泉地区の更なる魅力に触れてもらうためにストレスフリーで快適な滞在環境を整備し、満足度や回遊性・滞在性を高め、消費喚起を図るとともに更なる観光誘客に繋げるため、中心市街地の活性化に必要である。		
【支援措置名】			
【支援措置実施期間】		【支援主体】	
【その他特記事項】			

【事業番号】7-31 【事業名】MICE 誘致促進事業

【事業実施時期】	令和6年度～終期末定		
【実施主体】	松山市		
【事業内容】	MICEに関する情報収集を行うとともに、情報発信などのプロモーション活動に取り組む。		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出		
【目標指標】	観光施設利用者数		
【活性化に資する理由】	MICEの誘致や受入環境を強化し、交流人口の拡大や地域経済の活性化を目指すため、中心市街地の活性化に必要である。		
【支援措置名】			
【支援措置実施期間】		【支援主体】	
【その他特記事項】			

【事業番号】7-32 【事業名】坊っちゃん列車運行支援事業

【事業実施時期】	令和7年度～終期末定		
【実施主体】	松山市		
【事業内容】	本市の観光コンテンツの1つである坊っちゃん列車を持続可能な運行と するため車両が安全かつ継続的に運行できる体制づくりを支援する。		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	○ 様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出 ○ 誰もが安全で快適に移動しやすい環境の創出		
【目標指標】	○ 観光施設利用者数 ○ 1日あたりの公共交通利用者数		
【活性化に資する理由】	観光コンテンツである坊っちゃん列車の運行を支援することで、誘客に繋がるほか、中心市街地内の交通利便の向上も見込めるため、中央商店街の活性化に必要である。		
【支援措置名】			
【支援措置実施期間】		【支援主体】	
【その他特記事項】			

【事業番号】7-33 【事業名】道後温泉地区における誘客キャンペーン

【事業実施時期】	平成 20 年度～終期末定		
【実施主体】	道後温泉旅館協同組合ほか		
【事業内容】	道後温泉地区の旅館と旅行会社等がタイアップした誘客キャンペーンを実施していく。		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出		
【目標指標】	観光施設利用者数		
【活性化に資する理由】	①湯巡り足湯・手湯めぐり内湯めぐりクーポン、湯籠の共同購入、浴衣の似合う街、おもてなし道後「以心伝心」サービス②まち歩き道後村めぐり、まち歩きマップ③郷土芸能イベント ほかこれらの取組により、道後の魅力を全国に PR し、道後への誘客、宿泊客の増加を図るため、中央商店街の活性化に必要である。		
【支援措置名】			
【支援措置実施期間】		【支援主体】	
【その他特記事項】			

【事業番号】7-34 【事業名】『坂の上の雲』を軸とした 21 世紀のまちづくり事業

【事業実施時期】	平成 16 年度～終期末定	
【実施主体】	松山市	
【事業内容】	○ 松山市では、小説『坂の上の雲』ゆかりの史跡や地域固有の文化資源を結びつけ、まち全体を屋根のない博物館＝フィールドミュージアムに見立てることで、回遊性の高い物語のあるまちづくりを進めている。	
活性化を実現するための位置づけ及び必要性		
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出	
【目標指標】	中央商店街の空き店舗率	
【活性化に資する理由】	地域資源を活用した官民一体のまちづくりを推進することで、中心市街地の魅力や回遊性の向上に繋がるため、中心市街地の活性化に必要である。	
【支援措置名】		
【支援措置実施期間】		【支援主体】
【その他特記事項】		

【事業番号】7-35 【事業名】まつやまライブ！まちなかパフォーマンス事業

【事業実施時期】	令和 5 年度～終期末定	
【実施主体】	松山市	
【事業内容】	市内の商店街など、まちなかで演奏や歌唱など文化芸術のパフォーマンスを行う団体や個人を支援する。	
活性化を実現するための位置づけ及び必要性		
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出	
【目標指標】	中央商店街の空き店舗率	
【活性化に資する理由】	市民が気軽に文化芸術に触れられる機会を創出し、文化芸術にあふれるまちづくりを推進するため、中心市街地の活性化に必要である。	
【支援措置名】		
【支援措置実施期間】		【支援主体】
【その他特記事項】		

【事業番号】7-36 【事業名】ひみつジャナイ基地を中心とした魅力発信事業

【事業実施時期】	令和 8 年度～終期末定		
【実施主体】	松山市、地元団体		
【事業内容】	上人坂エリアの活性化に取り組む「道後上人坂再生整備協議会」が、道後アート 2019・2020 で制作した交流拠点「ひみつジャナイ基地」の管理運営を行いながら、ひみつジャナイ基地を中心とした上人坂エリアの魅力発信やにぎわい創出の取組を行う。		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出		
【目標指標】	観光施設利用者数		
【活性化に資する理由】	道後を訪れた方々の情緒的価値を高めながら、多様な人との交流や往来を創出し、上人坂を中心に道後温泉地区全体の活性化に繋げるため、中心市街地の活性化に必要である。		
【支援措置名】			
【支援措置実施期間】		【支援主体】	
【その他特記事項】			

【事業番号】7-37 【事業名】瀬戸内・松山観光ビジネス戦略事業

【事業実施時期】	平成 24 年度～終期末定		
【実施主体】	松山市		
【事業内容】	広島地域の自治体や交通事業者との連携で協議会を運営するほか、観光商品造成や PR 活動などで幅広い地域からの誘客に取り組み、瀬戸内・松山地域へのツーリズムの定着を目指す。		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出		
【目標指標】	観光施設利用者数		
【活性化に資する理由】	広島地域と松山を中核とした瀬戸内海及びその周辺を周遊する新しいツーリズムの創造や旅行市場への定着へ向けた戦略的なプロモーションにより観光客の増加が見込まれるため、中心市街地の活性化に必要である。		
【支援措置名】			
【支援措置実施期間】		【支援主体】	
【その他特記事項】			

【事業番号】7-38 【事業名】修学旅行誘致促進事業

【事業実施時期】	平成 19 年度～終期末定	
【実施主体】	松山市	
【事業内容】	学校や旅行会社に瀬戸内・松山地域の旅ルートを提案し、修学旅行の誘致を促進するとともに、修学旅行でのサポート内容の充実を図り、松山の魅力を感じてもらいながら修学旅行を楽しめるまちを目指す。	
活性化を実現するための位置づけ及び必要性		
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出	
【目標指標】	観光施設利用者数	
【活性化に資する理由】	修学旅行誘致に伴う団体旅行客の増加により本市の観光施設利用者数の増加が見込まれるため、中心市街地の活性化に必要である。	
【支援措置名】		
【支援措置実施期間】		【支援主体】
【その他特記事項】		

【事業番号】7-39 【事業名】国際観光客誘致促進事業

【事業実施時期】	平成 12 年度～終期末定	
【実施主体】	松山市	
【事業内容】	台北市との友好交流の推進や交流人口の拡大を図る。	
活性化を実現するための位置づけ及び必要性		
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出	
【目標指標】	観光施設利用者数	
【活性化に資する理由】	台北市を含む台湾からの観光客増や、韓国や中国からも愛媛県などと連携して事業を行うことで、広域的な外国人観光客の増加を促すため、中心市街地の活性化に必要である。	
【支援措置名】		
【支援措置実施期間】		【支援主体】
【その他特記事項】		

【事業番号】7-40 【事業名】柳井町商店街活性化事業

【事業実施時期】	令和8年度～令和10年度		
【実施主体】	松山市		
【事業内容】	柳井町商店街南側河川敷の空き地を活用し、若者や俳句愛好家などが気軽に集える広場やイベントスペースを整備し、中心市街地の南側の起点として集客することで、柳井町商店街や銀天街等への回遊を促進する。		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出		
【目標指標】	中央商店街の空き店舗率		
【活性化に資する理由】	柳井町商店街と中央商店街との回遊性向上を図るもののため、中心市街地の活性化に必要である。		
【支援措置名】			
【支援措置実施期間】		【支援主体】	
【その他特記事項】			

【事業番号】7-41 【事業名】チャレンジショップ等支援事業

【事業実施時期】	令和8年度～令和10年度		
【実施主体】	松山市		
【事業内容】	銀天街L字地区を含む湊町3丁目への出店は少なく、空き店舗率が35%に迫る状態となっているため、空き店舗または空き地に、創業者向けのチャレンジショップや休憩・交流ができる施設を整備し、集客と滞留性を高め、周辺での消費拡大や新規の出店につなげる。		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出		
【目標指標】	中央商店街の空き店舗率		
【活性化に資する理由】	休憩・交流施設の整備によりにぎわい創出や滞留性向上が見込まれるため、中心市街地の活性化に必要である。		
【支援措置名】			
【支援措置実施期間】		【支援主体】	
【その他特記事項】			

【事業番号】7-42 【事業名】商店街空き店舗利子補給事業

【事業実施時期】	令和8年度～令和10年度		
【実施主体】	松山市		
【事業内容】	中央商店街の空き店舗に出店し、出店にかかる資金を金融機関からの融資を受ける際に利子を補給し、金利負担の軽減を図る。		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出		
【目標指標】	中央商店街の空き店舗率		
【活性化に資する理由】	経済負担軽減により中央商店街への出店を促進が見込まれるため、中心市街地の活性化に必要である。		
【支援措置名】			
【支援措置実施期間】		【支援主体】	
【その他特記事項】			

【事業番号】7-43 【事業名】ユニバーサルツーリズム推進事業

【事業実施時期】	令和8年度～終期末定		
【実施主体】	松山市		
【事業内容】	今後も増加が見込まれる高齢者や障がい者などの旅行需要を喚起するため、そのニーズを的確に把握するとともに、「ユニバーサルツーリズム」の普及・定着を目指す。		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出		
【目標指標】	観光施設利用者数		
【活性化に資する理由】	多様な旅行需要に対応できるようにすることで、観光地としての魅力向上に繋がるため、中心市街地の活性化に必要である。		
【支援措置名】			
【支援措置実施期間】		【支援主体】	
【その他特記事項】			

【事業番号】7-44 【事業名】道後地域の魅力拡大事業

【事業実施時期】	令和8年度～終期末定		
【実施主体】	松山市、地元団体		
【事業内容】	上人坂エリアの活性化に取り組む「道後上人坂再生整備協議会」が、上人坂エリアで恒常的に体験できるまち歩きの仕組みづくりや魅力を創出するために、周遊やトキ・コト体験ができるコンテンツの充実に取り組みながら、道後アート 2019・2020 で制作した交流拠点「ひみつジャナイ基地」を中心に、継続的ににぎわい創出の取組を行うことで、多様な人との交流や往来を創出し、上人坂を中心に道後温泉地区全体の活性化に繋げる。		
活性化を実現するための位置づけ及び必要性			
【目標】	様々な人々を惹きつける商業と観光コンテンツの充実によるにぎわいの創出		
【目標指標】	観光施設利用者数		
【活性化に資する理由】	上人坂エリアを中心としたイベント等の実施により、道後地区の魅力向上に繋がり、誘客が見込めるため中心市街地の活性化に必要である。		
【支援措置名】			
【支援措置実施期間】		【支援主体】	
【その他特記事項】			