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、中心市街地特例通訳案内士育成等事業その他の中心市街地における経済活力の向上のための事業及び措置に関する事項

[1]経済活力の向上のための事業及び措置の必要性	

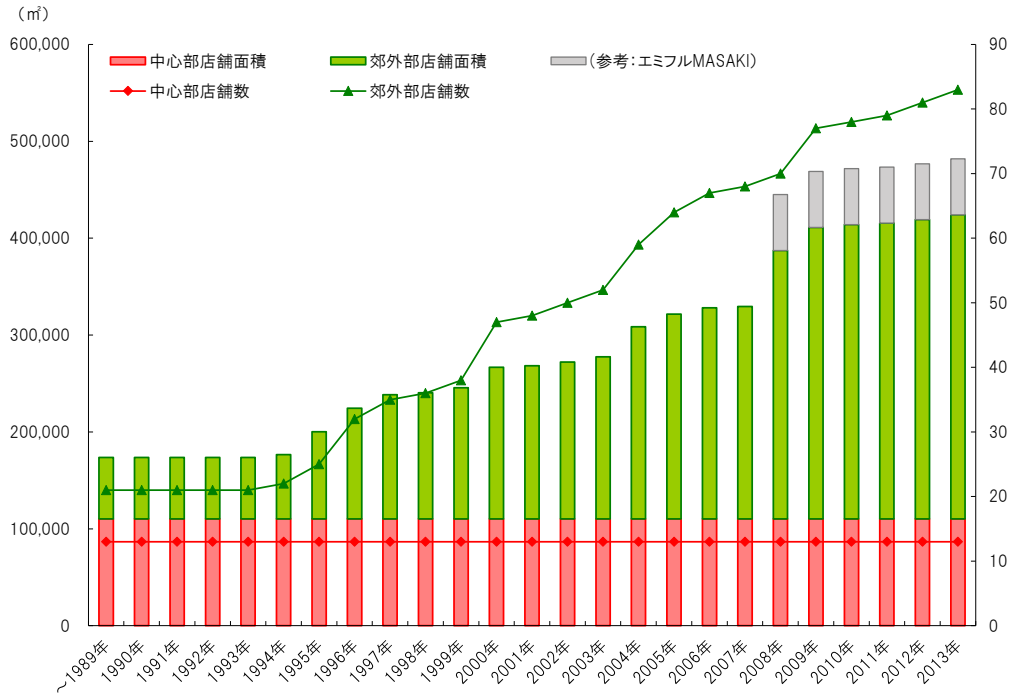
〔現状分析〕

全国的に総人口が横ばいから減少へと推移し、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いる。松山市においては、個人所得の減少がより顕著に表れており、短期的な景気変動ではなく、長期的な構造的問題として、消費の減少が引き起こされている。

幹線道路沿道への立地や大規模なショッピングセンターの開設など、郊外における店舗面積が大幅に増加したことにより、松山市における中心市街地の販売シェアが低下し続けている。中心市街地における地価が郊外に比べていまだ高水準であることや、店舗の大型化に伴うまとまった規模の土地の確保等が困難なこと等が店舗の郊外への流出圧力を高めてきた要因となっている。

平成 3 年の大規模小売店舗法の緩和措置により郊外における店舗立地が加速したが、都市計画法の改正により 1 万㎡以上の商業施設の立地が制限されたのは平成 18 年のことであり、その間、すでに郊外において商業集積が形成されていた。加えて、法改正以降も引き続き 1 万㎡未満の商業施設の立地が継続している。また、中心市街地では小規模な民間の時間貸し駐車場が増加しているが、料金やサービス体系に対して施策的なコントロールは行われず、市場に委ねられているため、中心市街地は無料駐車場が確保された郊外の施設に対して競争力を持ちえていない。

松山市周辺※大規模小売店舗数の推移
（店舗面積 1,000 ㎡超）



※松山市内の大規模小売店舗のほか、参考値として、エミフル MASAKI の面積を記載。

有効な立地誘導策がとられなかったことが、郊外や市域外における商業集積形成を助長する結果につながっている。

中心部における商品販売額の減少は、上記のような構造的な要因によるところが大きく、これは全国の諸都市に共通する傾向である。他方で都市における中心市街地の意義は、単なる消費としての場から、生産とコミュニケーションの場へと変化しつつあり、その変化に対応した都市機能のリノベーションを進める都市も見られ始めている。

松山市の中央商店街の周辺には、2 つの百貨店や、飲食店、また、官公庁、業務系事務所が集積しており、近年、通行量が減少しているものの、依然として、賑わいや文化の中心としての存在感は大きい。今後や、居住者や就業者の潜在的なニーズも含め、求めるものに適応した機能へと転換を図っていくことにより、商業の活性化を図っていくことが求められる。

〔商業活性化の必要性〕

これらの現状を踏まえ、商業の活性化を図ることで、中央商店街及び周辺地域の訪れたくなる都心としての機能強化、都市型観光地としての魅力向上、安心して住み続けられる豊かな生活環境の実現に寄与し、中心市街地の活性化を図るために必要な事業として、以下の事業を基本計画に位置づける。

＜フォローアップ＞

基本計画に位置づけられた事業については、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、位置づけられた事業の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

事業名、内容及び実施時期	実施主体	目標達成のための位置付け及び必要性	支援措置の内容及び実施時期	その他の事項
事業名： 大規模小売店舗立地法の特例区域設定(の要請) 内容： 大規模小売店舗の新設等の手続きの緩和 実施時期： 随時	松山市	・商業機能の郊外移転を背景として空洞化が進む中心市街地の活性化を図るため、大規模小売店舗の迅速な立地促進が必要な中心市街地において、大規模小売店舗の新設等の手続きの緩和を適用する。	支援措置： 大規模小売店舗立地法の特例	

(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

事業名、内容及び実施時期	実施主体	目標達成のための位置付け及び必要性	支援措置の内容及び実施時期	その他の事項
事業名: 空き店舗対策事業の改善・拡充 内容: 空き店舗への出店の誘致・促進等 実施時期: 平成 26 年度から令和 2 年度	松山市 松山市中心市街地活性化協議会 ㈱まちづくり松山	(空き店舗対策の改善・拡充) ・本市では、中心市街地等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 NPO 等と共同で空き店舗で、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「商店街空洞化対策事業」を実施している。 ・また、中心市街地活性化協議会には新規開業による出店者に家賃補助を行う制度「あきんど事業」があるが、これらの制度について、改善・拡充を図っていく。 (遊休不動産の有効活用) ・低未利用地調査や適地調査、リノベーションのための物件調査、アンケート等のモデル調査を実施するとともに、講師派遣等の初動期支援を行う。 ・更には、リノベーションスクールなどを参考に、遊休ストックを活用する実践的なスキームを検討していく。 ・もって、中央商店街周辺において、民間の担い手が、遊休不動産(空きビル・空き店舗等)を有効活用するとともに、単体の建物の再生を超えて、建物周辺のエリアの価値を上げる仕組みの導入を図る。	支援措置: 中心市街地活性化ソフト事業 実施期間: 平成 26 年 11 月から令和 2 年 10 月	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

事業名、内容及び実施時期	実施主体	目標達成のための位置付け及び必要性	支援措置の内容及び実施時期	その他の事項
事業名： 大街道内道路、アーケード空間の活用 内容： 道路景観整備等 実施時期： 平成 26 年度から令和 2 年度	松山市及び商店街	・ラフォーレ跡地再開発（大街道二丁目東地区優良建築物等整備事業）と連動して、周辺の道路景観整備（カラー舗装、植樹等）や空間整備等を行う【一番町大街道口景観整備事業】。 ・更には、大街道内道路や舗装のリニューアル、緑の再配置、景観や照明に配慮した道路空間の整備、及び沿道店舗の賑わいの創出（ショーウィンドウ化や商店街のデザイン向上）を踏まえ、空間を活用した賑わいづくりにつなげていく【公民一体型空間形成】。 ・このことで、人々が集い、くつろぎ、交流することのできる広場的空間が再生され、観光客や市民の回遊性が高まり新たな賑わいが生まれる。	支援措置： 社会資本整備総合交付金（優良建築物等整備事業と一体の効果促進事業） 実施時期： 平成 26 年度から平成 28 年度	
事業名： 一番町大街道口アーケード改良事業 内容： アーケードの改良 実施時期： 平成 26 年度から平成 27 年度	松山大街道商店街振興組合	・ラフォーレ跡地再開発（大街道二丁目東地区優良建築物等整備事業）と連動して、一番町大街道口アーケードのエントランス部分を改良し、メインストリートの賑わいづくりにつなげていく。	支援措置： 地域商業自立促進事業 実施時期： 平成 26 年度から平成 27 年度	
事業名、内容及び実施時期	実施主体	目標達成のための位置付け及び必要性	支援措置の内容及び実施時期	その他の事項

事業名: 銀天街ショッピングビル「GET!」近接地への駐輪場整備 実施時期: 平成 26 年度	協同組合銀天街ショッピングビル	・中央商店街近辺で唯一のスーパーを設置し、周辺住民やオフィスワーカー、飲食店等からの各種需要に対応する当該ビルの利便性を高めるため、南側入口に隣接する駐車場の一部を駐輪場に整備する。	支援措置: 地域商業自立促進事業 実施時期: 平成 26 年度	
事業名: 松山三越リニューアル事業 内容: 百貨店のリニューアル 実施時期: 平成 29 年度から令和元年度	㈱松山三越 ㈱三越伊勢丹ホールディングス	・中心市街地の更なる活性化のため、松山三越を文化・交流・公共などの都市機能やランドマーク機能を備えた賑わいの核としてリニューアルする。	支援措置: 地域・まちなか商業活性化支援事業費補助金(中心市街地再興戦略事業)のうち調査事業、専門人材活用支援事業 実施時期: 平成 29 年度	

(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

事業名、内容及び実施時期	実施主体	目標達成のための位置付け及び必要性	支援措置の内容及び実施時期	その他の事項
事業名： 松山市民しごと創造ワンストップ支援事業 実施時期： 平成 25 年度から令和 3 年度	松山市	・平成 25 年度から中心市街地内に設置している創業・経営支援のワンストップ窓口で、地元の経営者や創業予定者を対象に、行政や各種機関等が実施している支援事業の情報発信や経営に関する相談窓口業務、また、異業種間の交流の機会や中小企業者・創業予定者向けの各種セミナーの開催等、さまざまな支援を行っている。 ・また、平成 28 年度からは創業・経営支援に加え、就業支援を行う窓口として機能を拡充している。	支援措置： 地方創生加速化交付金 実施時期： 平成 28 年度 支援措置： 地方創生推進交付金 実施時期： 平成 28 年度から令和 3 年度	
事業名： 松山市中心市街地区域内商店街（中央商店街・道後）連携による戦略的観光消費創出事業 内容： 商店街へ観光客の引き込み 実施時期： 令和元年度	松山中央商店街連合会 道後商店街振興組合 ㈱まちづくり松山	・道後温泉や松山城に集中する観光客を中央商店街（都心地区）へ誘導し、商店街での消費を促すとともに賑わい創出を図る。 ・総合アプリの開発や回遊電子クーポン等の発行、インバウンド向け買い物・飲食イベントの充実、来街者顔認証カメラの設置によるデータマーケティング、観光・買い物情報を発信する多言語対応（日・英・ハングル・中国語）WEB サイトの構築を行う。	支援措置： 商店街活性化・観光消費創出事業 実施時期： 令和元年度	
事業名、内容及び実施時期	実施主体	目標達成のための位置付け及び必要性	支援措置の内容及び実施時期	その他の事項

事業名: インバウンド総合対策事業 内容: 商店街の観光機能強化 実施時期: 令和 2 年度	商店街組合	・中央商店街には、観光機能が十分整備されていないため、観光案内所や一括免税カウンター等の施設を整備し、国内外の観光客の受入体制を充実させる。 ・道後温泉や松山城に集中する観光客を中央商店街(都心地区)へ誘導し、商店街での消費を促すとともに賑わい創出を図る。	支援措置: 商店街活性化・観光消費創出事業 実施時期: 令和 2 年度	

(4) 国の支援措置のないその他の事業

事業名、内容及び実施時期	実施主体	目標達成のための位置づけ及び必要性	支援措置の内容及び実施時期	その他の事項
事業名： 商店街および他のイベントとの連携による共同販促事業 内容： イベントの開催等 実施時期： 平成 19 年度から令和元年度	㈱まちづくり松山 松山商工会議所 松山中央商店街連合会 各商店街 各実行委員会 等	・中心市街地内で開催される催事について、近接する地域間での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。 ・近年、若手経営者等が主体的にまちづくりに関与しはじめており、イベント等の活性化につながっている。 ＊お城下スプリングフェスタ ＊お城下ホコ天パーク ＊城山門前祭り(ロープウェー商店街) ＊柳イズムのろし！(柳井町商店街) ＊まちゼミなど	支援措置： 中心市街地・商店街活性化支援事業費補助金 実施時期： 平成 23 年度から平成 26 年度 支援措置： 商店街活力UP事業費補助金 実施時期： 平成 27 年度から令和元年度	
事業名： まちなか暮らし・賑わい事業所立地促進事業 実施時期： 平成 20 年度から令和元年度	松山市	・中心市街地における産業の育成と地域経済の活性化を図ることを目的に、店舗等の事業所の立地を促進するために必要な奨励措置を講じる。 ・事業所立地の協力 ・立地奨励金･･･投下固定資産総額の1.4%以内、限度額 1 千万円		

事業名、内容及び実施時期	実施主体	目標達成のための位置付け及び必要性	国以外の支援措置の内容及び実施時期	その他の事項
事業名： 中央商店街等におけるテナントリーシングの推進 実施時期： 平成 26 年度から令和元年度	松山市 中心市街地活性化協議会 ㈱まちづくり松山	・松山市と松山市中心市街地活性化協議会、㈱まちづくり松山などの関係主体が、連携・協力のもとテナント誘致活動を行う。		
事業名： 「お城下松山」の取組む CSR 活動等 内容： 中心部における CSR 活動等 実施時期： 平成 20 年度から令和元年度	（一社） お城下松山	・一般社団法人「お城下松山」は、平成 20 年 8 月に、いよてつ高島屋・松山三越・全日空ホテル・大街道・銀天街・まつちか名店会を中心に設立され、かつて「お城下」と呼ばれた松山の中心部を元気で魅力的にするために活動している。 ・街の魅力を創造開花する第一歩として「お城下松山」が中心となり、多数の関係者が一致団結し、クリーンアップ、落書き消しなどの CSR 活動に取り組むとともに、歴史・文化の発信（旧町名・通り名の復活）、地域資源（子規生誕地、子規堂、松山中学跡、愚陀仏庵跡など）を活用したまちづくりの勉強会等を行っている。		

事業名、内容及び実施時期	実施主体	目標達成のための位置付け及び必要性	国以外の支援措置の内容及び実施時期	その他の事項
事業名： ストリートビジョンを活用した情報受発信、広告収益事業 実施時期： 平成 18 年度から令和元年度	㈱まちづくり松山	・アーケード内の 24 基のストリートビジョンを活用した情報受発信、広告収益事業を展開し、行政の支援に極力頼らない、自立的な商店街振興策を展開している。 ・ストリートビジョン等により、商店街の最新情報等をリアルタイムで発信することで、消費者の利便性、満足度、回遊性を向上させ、来街者の増加を図る。		
事業名： 朝市等活性化事業 実施時期： 平成 19 年度から令和元年度	商店街振興組合等	・朝市・産直市などの「市」は地産地消の推進、賑わいの創出、観光資源等のほか、和み、癒し等、多様な側面が支持され親しまれている。その波及効果は、各地域の農業振興や食品加工等の地場産業振興に結びつくなど多方面に及んでいる。この「市」事業を地域活性化の素材として活用し、市民並びに観光客等、来街者の増加を図り、商業の活性化を行う。 ・中心市街地の商店街（まつちかタウン、柳井町商店街等）の空き店舗に産直市を誘致し、不足する生鮮食料品を供給するとともに、来街者の増加を図る。 ［朝市・産直市の事例］ ・大街道「ふるさと産直火曜市」 ・銀天街「ぎんこい市場」 ・道後にきたつの路「湯あがり朝市」 ・柳井町商店街「地参地笑市」 等		

事業名、内容及び実施時期	実施主体	目標達成のための位置付け及び必要性	国以外の支援措置の内容及び実施時期	その他の事項
事業名： 情報通信関連産業の誘致（産業立地セールス事業） 実施時期： 平成 14 年度から令和元年度	松山市	・中心市街地内の低未利用地などを対象として情報通信関連産業の誘致（産業立地セールス事業）を積極的に取り組む。		
事業名： クリエイティブビジネス推進事業 実施時期： 平成 26 年度から平成 29 年度	松山市	・市内クリエイターの業務受注促進を目的とした商談会や、クリエイターを育成するための事業を実施すること等により、クリエイティブ産業の振興を図り、本市の第3次産業および中小企業等の活性化を目指す。		