

中心市街地活性化基本計画 掲載事業一覧

(1) 法に定める特別の措置に関連する事業

| No. | 事業名                       | 実施主体 | 事業概要   | 事業<br>所管課等 |
|-----|---------------------------|------|--|------------|
| 7-1 | 第一種大規模小売店舗立地法特例区域の設定（の要請） | 松山市  | 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を緩和することにより、中心市街地の商業機能低下を抑制する。 | 地域経済課      |

(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

|     |                     |                    |   |          |
|-----|---------------------|--------------------|---|----------|
| 7-2 | えひめ・まつやま産業まつり       | えひめ・まつやま産業まつり実行委員会 | 各種産業への理解を深めてもらうため実施する。  | 地域経済課    |
| 7-3 | 商店街空洞化対策事業          | 松山市                | 空き店舗対策や商業振興を図る。   | 地域経済課    |
| 7-4 | 中心市街地活性化ソフト事業（道後地区） | 松山市<br>地元団体        | 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つなげるものである。  | 道後温泉事務所  |
| 7-5 | 松山を楽しもうキャンペーン       | 松山を楽しもうキャンペーン実行委員会 | 「松山を楽しもうキャンペーン」は、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。  | 観光・国際交流課 |
| 7-6 | 松山春まつり事業            | 松山春まつり実行委員会        | 毎年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し、市内外からの観光客を誘致し、中心市街地の賑わいを創出している。大名、武者行列やちびっこ隊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」、江戸時代から明治時代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。 | 観光・国際交流課 |
| 7-7 | 松山野球拳おどり事業          | 松山野球拳おどり実行委員会      | 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「賑わいと交流の場」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光客及び参加者、地域住民が一体となって盛り上げられる「まつり」を目指す。                    | 観光・国際交流課 |

中心市街地活性化基本計画 掲載事業一覧

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

|      |                  |                       |  |               |
|------|------------------|-----------------------|--|---------------|
| 7-8  | 瀬戸内・松山観光ビジネス戦略事業 | 松山市<br>瀬戸内松山ツーリズム推進会議 | 観光戦略である「瀬戸内・松山構想」を基軸に、松山市・広島市・呉市・廿日市市・石崎汽船・瀬戸内海汽船・JR四国・JR西日本で「瀬戸内・松山ツーリズム推進会議」を設立し、瀬戸内海が有する魅力を最大限に引き出す。  | 観光・国際交流課      |
| 7-9  | 都市イメージ向上事業       | 松山市                   | 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』の発行やシティプロモーションWEBサイト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。 | シティプロモーション推進課 |
| 7-10 | 修学旅行誘致促進事業       | 松山市                   | 修学旅行の実情や要望等を分析し、誘致戦略を練り直しながらターゲットを絞りつつ、学校および旅行会社等に対して誘致宣伝活動を行う。  | 観光・国際交流課      |

(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

|      |                           |                       |   |          |
|------|---------------------------|-----------------------|---|----------|
| 7-11 | インバウンド消費促進事業              | まちづくり松山等              | 中央商店街内でイベントを開催することにより、外国人観光客等を中央商店街等へ呼び込むとともに受入環境を整備し、インバウンドの消費を促進することにより、中心市街地商店街の活性化を図る。  | 地域経済課    |
| 7-12 | 松山しごと創造センター運営事業           | 松山市                   | 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、現入居建物の取壊が決定されたため、令和2年度秋に、同銀天街内で移転を行った。                                | 地域経済課    |
| 7-13 | 第二種大規模小売店舗立地法特例区域の設定（の要請） | 松山市                   | 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を緩和することにより、中心市街地の商業機能低下を抑制する。  | 地域経済課    |
| 7-14 | 瀬戸内・松山観光ビジネス戦略事業（再掲）      | 松山市<br>瀬戸内松山ツーリズム推進会議 | 観光戦略である「瀬戸内・松山構想」を基軸に、松山市・広島市・呉市・廿日市市・石崎汽船・瀬戸内海汽船・JR四国・JR西日本で「瀬戸内・松山ツーリズム推進会議」を設立し、瀬戸内海が有する魅力を最大限に引き出す。                                   | 観光・国際交流課 |
| 7-15 | クルーズ船誘致・受入推進事業            | 松山市                   | 外国の船会社に対する商談会等に参加し、松山の魅力を積極的にPRすることで、松山港に寄港するクルーズ船の誘致に取り組む。寄港時は乗客に対するおもてなし等の歓待を通じて、松山旅行へのイメージアップを図り、乗客の再訪やクルーズ船の次回入港へ繋げ、誘致による地域経済の活性化を図る。 | 観光・国際交流課 |

中心市街地活性化基本計画 掲載事業一覧

|      |                          |     |   |               |
|------|--------------------------|-----|---|---------------|
| 7-16 | 道後温泉本館保存修理工事を活用した観光資源化事業 | 松山市 | 松山市の観光のシンボル「道後温泉本館」は、明治27年の改築から125年を超え、次の世代に大切に受け継ぐため、令和6年末までの完了を目指し、営業しながら保存修理工事に取り組んでいる。重要文化財の公衆浴場を営業しながら保存修理するのは日本初の取組であり、工事期間中ならではの魅力を発信することで、工事期間中の経済的影響緩和と来街者の満足度向上につなげる予定である。本館保存修理工事の前期期間中は、「道後REBORNプロジェクト」を展開し、国内外への魅力発信を行い、話題性を喚起し、入浴客や来訪者の誘客等を図る。 | 道後温泉事務所       |
| 7-17 | 道後温泉地区インバウンド推進事業         | 松山市 | 新型コロナウイルス感染症の終息時の反転攻勢のため、令和3年度以降も引き続き訪日外国人旅行者の受入環境の充実に取り組む予定である。道後温泉地区全体の誘客促進や来訪者増加につなげていき、また道後温泉地区の満足度向上による創客効果や滞在時間の増加による消費喚起を図るものである。  | 道後温泉事務所       |
| 7-18 | 道後温泉歴史資産を活用した魅力創出事業      | 松山市 | 令和6年末の完了を予定する道後温泉本館の営業しながらの保存修理工事期間中、工事と連動した取組として、道後温泉の歴史資料を整理・保存活用し、道後温泉の歴史・文化を次代に受け継ぐとともに、魅力として活用する予定である。   | 道後温泉事務所       |
| 7-19 | 道後温泉魅力発信事業（道後温泉別館飛鳥乃湯泉）  | 松山市 | 令和6年末の完了を予定する道後温泉本館の営業しながらの保存修理工事期間中、道後温泉及び新たな温泉施設である道後温泉別館飛鳥乃湯泉の魅力を発信、積極的なPRを実施することで、活性化を図る。特に、飛鳥乃湯泉の周年事業により、市内外でのPRも含め、幅広い年代や層に道後温泉の魅力を発信する予定。  | 道後温泉事務所       |
| 7-20 | 都市イメージ向上事業（再掲）           | 松山市 | 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』の発行やシティプロモーションWEBサイト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。  | シティプロモーション推進課 |
| 7-21 | 修学旅行誘致促進事業（再掲）           | 松山市 | 修学旅行の実情や要望等を分析し、誘致戦略を練り直しながらターゲットを絞りつつ、学校および旅行会社等に対して誘致宣伝活動を行う。   | 観光・国際交流課      |

中心市街地活性化基本計画 掲載事業一覧

|      |                  |   |   |          |
|------|------------------|---|---|----------|
| 7-22 | 国際観光客誘致促進事業      | 松山市                                       | 松山市をはじめとする県内市町の認知度向上や国際定期便の利用促進による外国人観光客の誘致施策の推進に取り組み、交流人口の拡大や賑わい創出、地域活性化を図る。多言語版の観光パンフレット（英語・韓国語・簡体字・繁体字）を作成し、本市を訪れる外国人観光客の受入環境の強化を図る。愛媛県内の観光事業者を対象に、外国語の入門講座を実施する。（愛媛県・松山商工会議所との連携事業）   | 観光・国際交流課 |
| 7-23 | 誘客促進・観光おもてなし対策事業 | 松山市<br>松山商工会議所<br>瀬戸内・松山<br>ツーリズム推<br>進会議 | 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。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繋げる。また、「おもてなし度向上策」として、地元小学生によるまつやま観光キッズの実施や事業者等を対象にしたおもてなし人材育成研修会の実施等、受け入れ体制の充実を図っている。  | 観光・国際交流課 |
| 7-24 | 未来へつなぐ道後まちづくり事業  | 松山市                                       | 松山市の観光のシンボル「道後温泉本館」は、明治27年の改築から125年を超え、次の世代に大切に受け継ぐため、令和6年末までの完了を目指し、営業しながら保存修理工事に取り組んでいる。重要文化財の公衆浴場を営業しながら保存修理するのは日本初の取組であり、工事期間中ならではの魅力を発信することで、工事期間中の経済的影響緩和と来街者の満足度向上につなげる予定である。令和3年夏頃からの道後温泉本館の保存修理「後期」工事に合わせ、温泉という地域資源にアートを掛け合わせた「道後アート事業」と、本館保存修理工事を観光資源として活かす「観光資源化事業」の両事業の特長を活かし、統一したコンセプトで、官民連携で、回遊性や滞在性の向上に取り組み、道後温泉はいつ来ても楽しめる観光地であることを実現する。 | 道後温泉事務所  |

(4) 国の支援がないその他の事業

|      |                    |                    |   |          |
|------|--------------------|--------------------|---|----------|
| 7-25 | クルーズ船誘致・受入推進事業（再掲） | 松山市                | 外国の船会社に対する商談会等に参加し、松山の魅力を積極的にPRすることで、松山港に寄港するクルーズ船の誘致に取り組む。寄港時は乗客に対するおもてなし等の歓待を通じて、松山旅行へのイメージアップを図り、乗客の再訪やクルーズ船の次回入港へ繋げ、誘致による地域経済の活性化を図る。 | 観光・国際交流課 |
| 7-26 | あきんど事業             | 松山市中心市街地<br>活性化協議会 | 空き店舗対策及び商店街の活性化を図る。   | 都市デザイン課  |
| 7-27 | 松山市商店街活性化支援事業      | 松山市                | 商店街等の活性化を図る。  | 地域経済課    |

中心市街地活性化基本計画 掲載事業一覧

|      |                             |                |   |          |
|------|-----------------------------|----------------|---|----------|
| 7-28 | まちづくりコーディネーター派遣事業           | 松山市中心市街地活性化協議会 | 個別事業を支援し地区更新等の促進を図る。  | 都市デザイン課  |
| 7-29 | HAIKU（国際俳句）ブランディング事業（着地型商品） | 松山はいく運営委員会     | 市内の地域資源を活用し「ガイドと巡るまち歩き（松山はいく）」による観光誘客を推進する。継続して「松山はいく」を軸に誘客を図っていくことで、一過性に終わらない「着地の魅力づくり」と「情報発信」を連動させた観光まちづくりを実施し、ガイドのさらなる人材育成も目指す。さらにコンテストの実施により「松山俳句=HAIKU」の知名度・ブランディング向上を図る。  | 観光・国際交流課 |
| 7-30 | 道後温泉地区における誘客キャンペーン          | 道後温泉旅館協同組合ほか   | 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。<br>①湯巡り足湯・手湯めぐり<br>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<br>②まち歩き<br>道後村めぐり、まち歩きマップ<br>③郷土芸能イベント ほか<br>これらの取り組みにより、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。   | 観光・国際交流課 |
| 7-31 | 松山城管理事業（集客促進等）              | 松山市            | 松山城本丸広場で、武将隊によるパフォーマンスや、参加型のチャンバラ合戦などさまざまなイベントを開催するほか、謎解きイベント、デジタルスタンプラリー、歴史ツアーなど、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  | 観光・国際交流課 |
| 7-32 | 地域主体の魅力発信事業                 | 松山市            | 本館保存修理工事後を見据え道後温泉を持続可能なまちにするため、産学官が連携し、SDGsの取組を推進する。具体的には、地域のステークホルダーが参画する「持続可能な道後温泉協議会」が、道後アート 2019・2020 で制作した「ひみつジャーナル基地」を活用した取組を行い、道後を訪れた人々の情緒的価値を高め、多様な人との交流や往来を創出し、道後温泉活性化計画の重点整備エリアである上人坂を中心に道後温泉地区全体の活性化と SDGs を推進し、回遊性向上による賑わい創出と、持続可能な道後温泉の実現を目指す。 | 道後温泉事務所  |