○基本計画の名称： 松山市中心市街地活性化基本計画

○作成主体： 愛媛県松山市

○計画期間： 平成 20 年 11 月から平成 26 年 10 月

1．中心市街地の活性化に関する基本的な方針

(1)松山市の概要

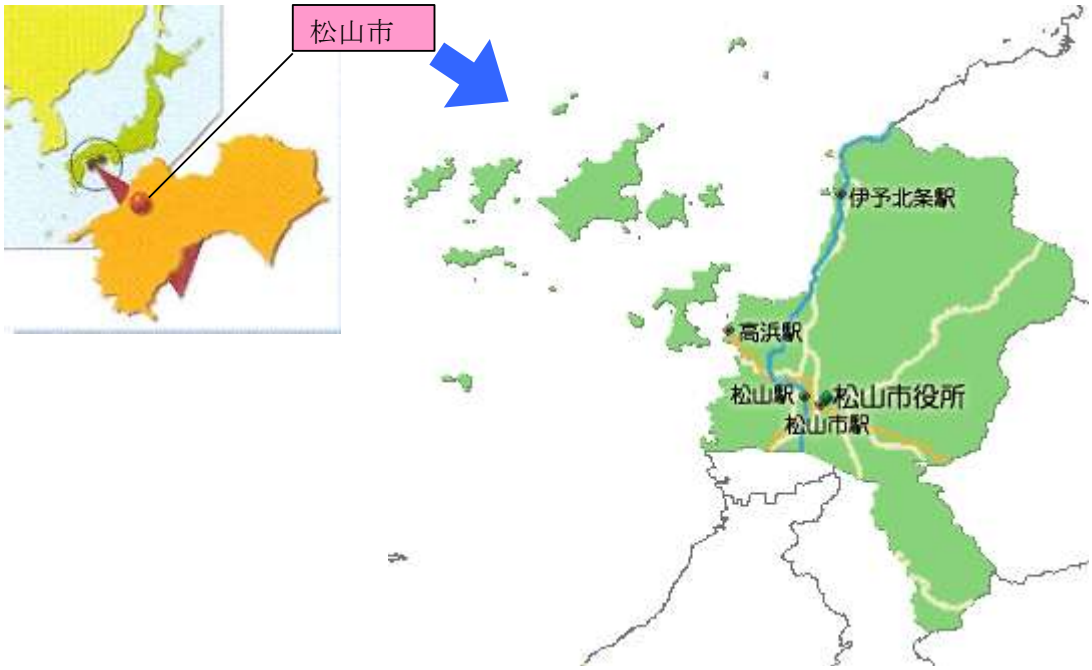
1)位置及び歴史

松山市は、瀬戸内海に面し、四国の北西、愛媛県の中央部に位置する。北東部には、高縄山系、東部には石鎚山系が連なり、この両山の間に、石手川、重信川などによって形成された扇状地である松山平野が広がっている。平成 17 年 10 月時点で約 51 万 5 千人、面積約 429k㎡の四国最大の都市である。

気候は、温暖な瀬戸内海気候であり、本市の平均気温は 16.3℃で、同じく瀬戸内海に面する高松市や広島市より若干高い。年間降水量の平均は 1,322.6mm であり、6 月に降水量が多く、12 月に少ない夏雨型であり、全体的に雨は少なく積雪はごくわずかである。台風の通過も四国内では少なく穏やかな気候である。

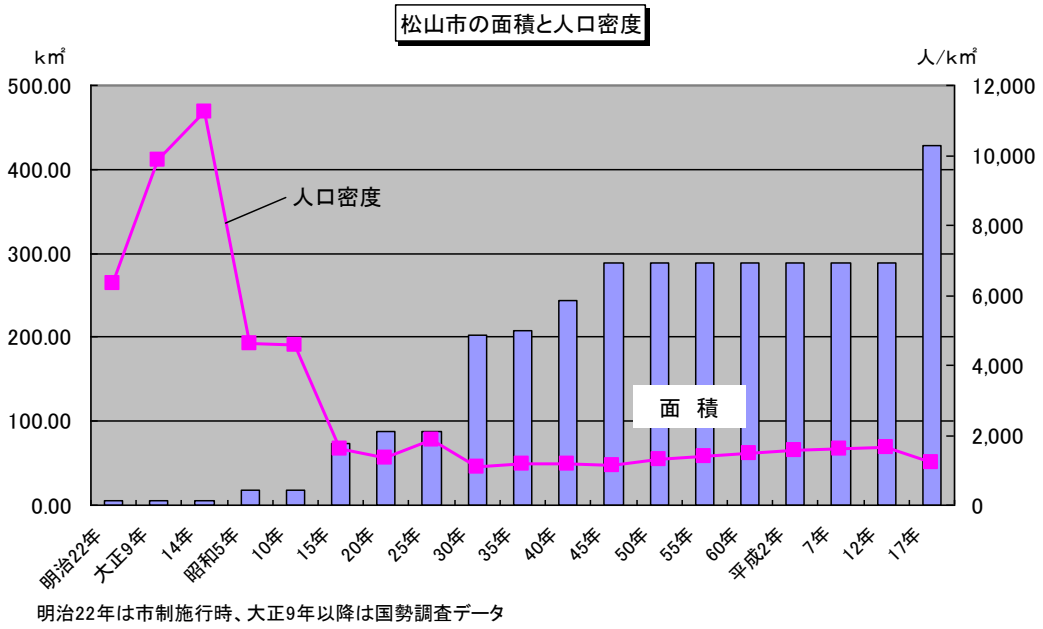
松山平野には古代から開け、日本最古の温泉といわれる道後温泉があり、松山市は明治 22 年に、人口約 3 万 3 千人の全国 39 番目の市として発足した。

松山市の位置



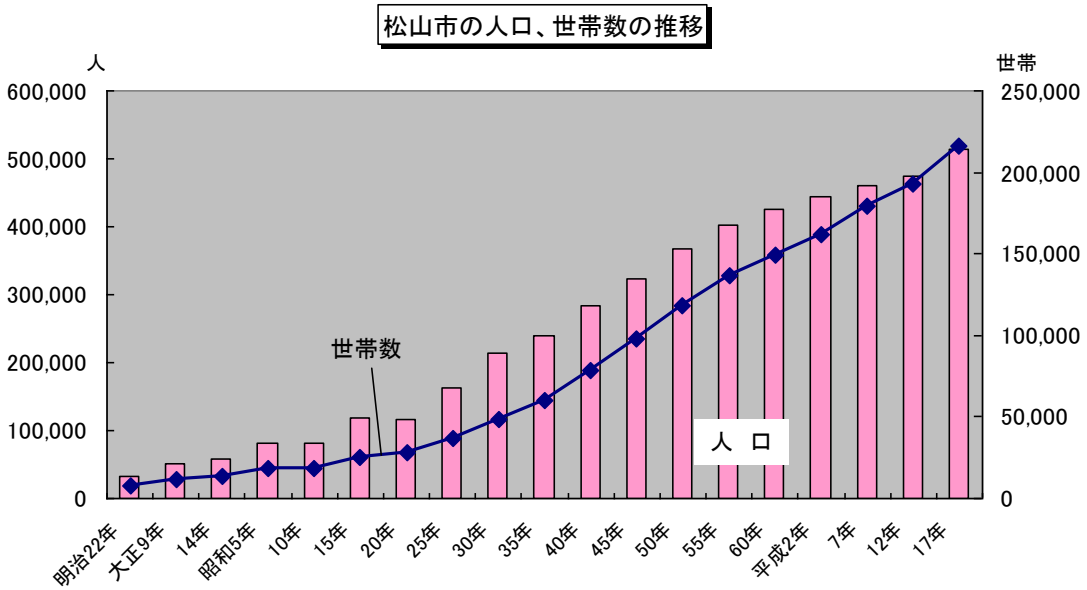
2)市域の変遷と人口推移

明治 22 年 12 月 15 日市制施行当時の松山市の面積は 5.20k ㎡であったが、以後、周辺の市町村を合併し、平成 17 年の合併で約 429k ㎡となった。平成 19 年 4 月 1 日現在の市域面積は 429.03k ㎡である。



明治22年は市制施行時、大正9年以降は国勢調査データ

明治 22 年に市制を施行した当時の松山市の人口は、32,916 人であったが、その後の市町村合併や自然増、社会増によって、平成 17 年の国勢調査では 514,937 人で、四国で唯一 50 万都市となっている。ただ、人口の伸び率は鈍化の傾向にあり、高齢化率は 19.1%(H17)となっている。また、総合的な人口分布と将来の発展方向の指針となる人口重心は昭和 25 年には堀之内にあったが、市の中心部を東寄りに緩やかなカーブを描きながら南下していく傾向にある。



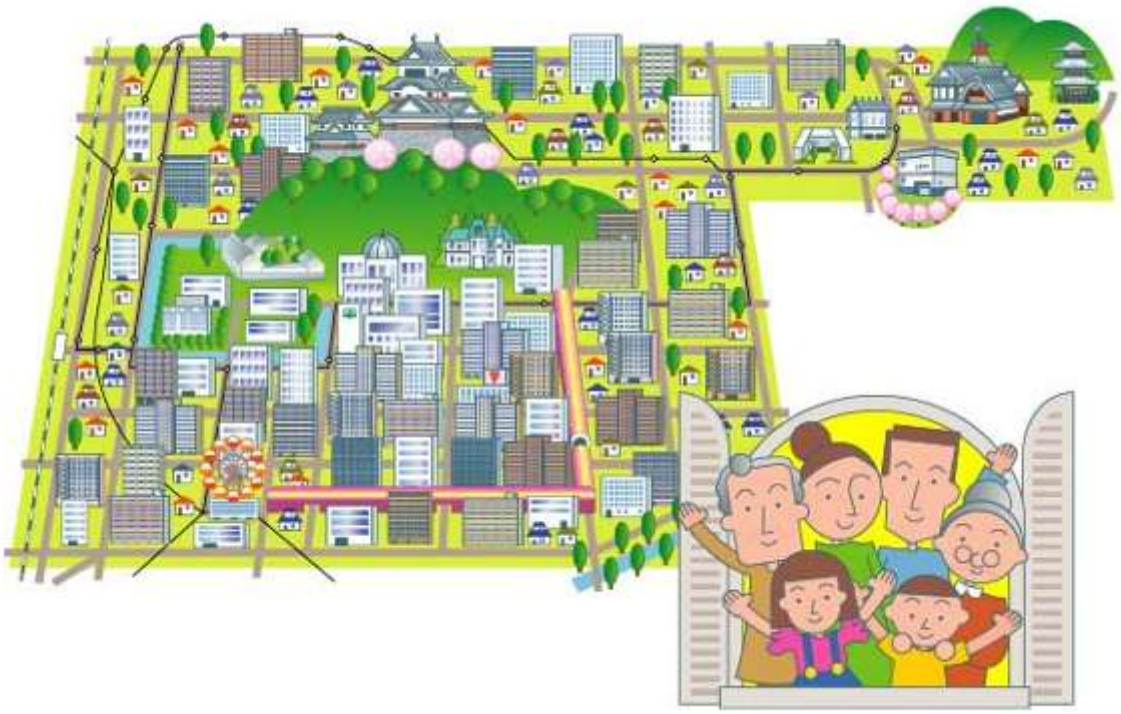
資料:明治22年(市制施行時)は松山市調べ、大正9年以降は国勢調査

3)都市計画の沿革

松山市の都市計画は、慶長年間、加藤嘉明が、石手川、重信川の水流を変え、城下町の用地を確保して町割りを行い、勝山に城郭を築いたことに始まる。

昭和 4 年には(旧)都市計画法により都市計画区域が決められたが、その後、昭和 20 年の空襲で市街地の大半を焼失し、翌年の昭和 21 年、特別都市計画法によって、復興に向かい、昭和 22 年には、初めて住居地域、商業地域及び工業地域の 3 種類の用途地域が定められた。

その後、昭和 46 年の(新)都市計画法に基づく、松山広域都市計画区域の指定や市街化区域、市街化調整区域の決定などを経て、現在に至るまで、随時、用途地域の変更や市街化・市街化調整区域の見直しを行っている。



(2) 中心市街地の概要

1) 中心市街地の都市基盤

本市の中心市街地は、戦災復興土地区画整理事業を行っており、松山城を中心に放射状に伸びる 5 本の都市間幹線道路(国道)及び伊予鉄道松山市駅を中心に 3 本の鉄道郊外線があり、人・物が中心部に集まる構造となっている。中心市街地の西端には、陸の玄関口である JR 松山駅、東には本市最大の観光施設、道後温泉を終着とする路面電車の伊予鉄道道後温泉駅がある。

また、これら主要鉄道駅等を経由する路面電車が松山城を中心に環状して走っており、公共交通機関は地方都市としては充実しているといえる。

加えて松山空港、松山港及び松山 IC は中心部より約 4～5 ㎞の位置にあるなど、交通拠点が市街地に極めて近いことや、中心部には城山公園、南側には石手川公園、東側には道後公園等、中心市街地内若しくは隣接部に、緑豊かな市民の憩いの場が存在することも本市の特徴である。

松山市の中心市街地の位置と交通機関等



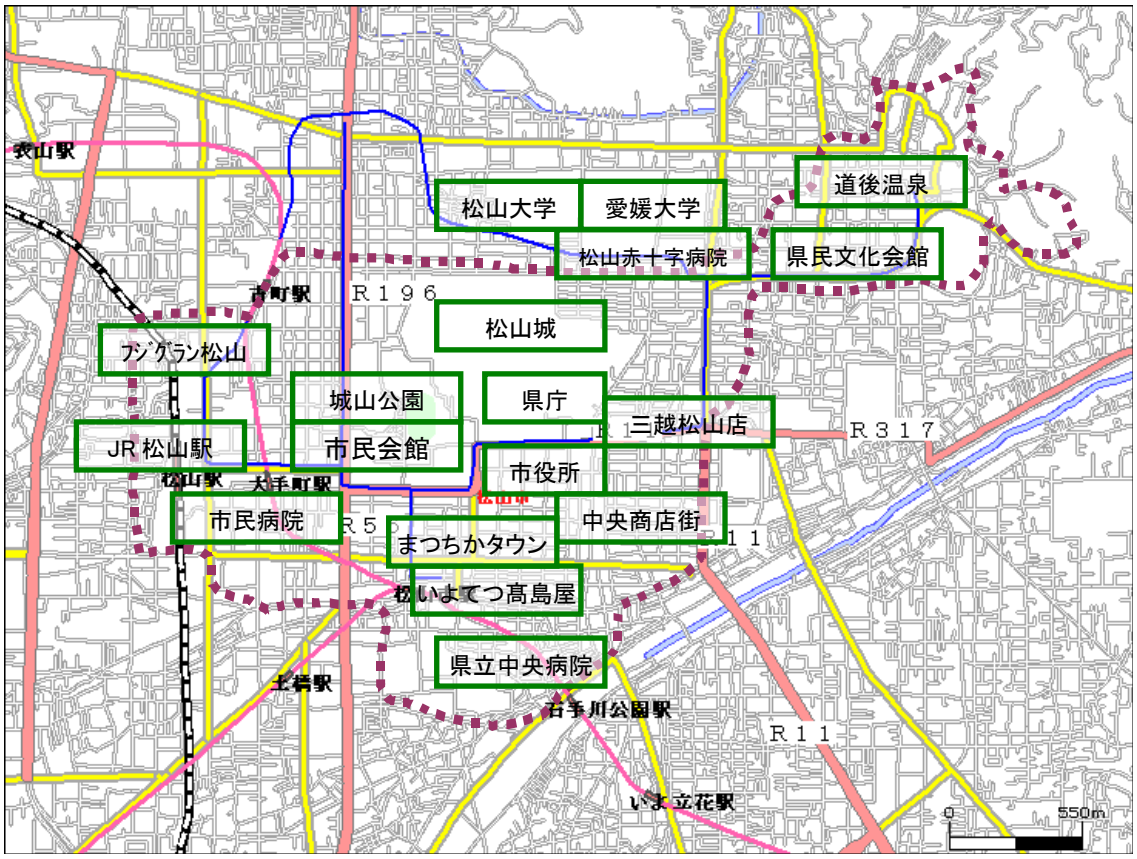
2) 中心市街地の産業及び公共公益施設

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髙島屋・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。

また、官公庁はもちろん、福祉・文化の拠点施設や愛媛大学、松山大学等教育施設、更に松山赤十字病院、県立中央病院、市民病院等の基幹病院が整備されており、都市機能は中心市街地に集中している。

加えて、松山城や道後温泉本館等の文化遺産などの観光資源や、城下町ならではの伝統文化の継承、及び俳句や新たな文化芸術の発信がなされている。

中心市街地の産業及び公共公益施設



(3) 中心市街地の現状及び分析

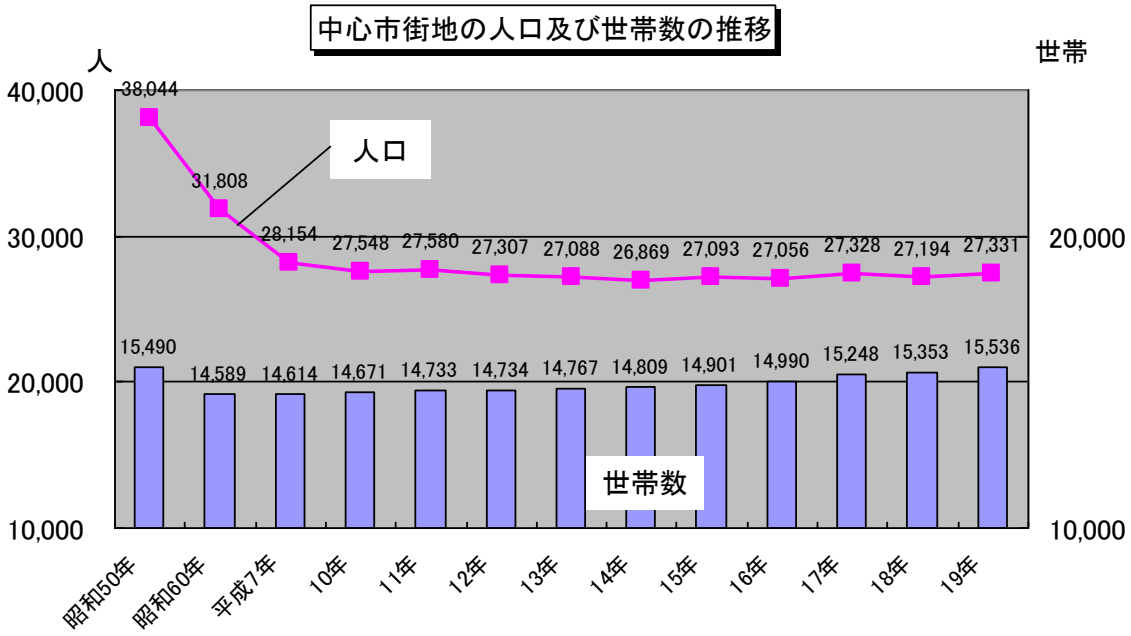
1) 人口

①人口推移

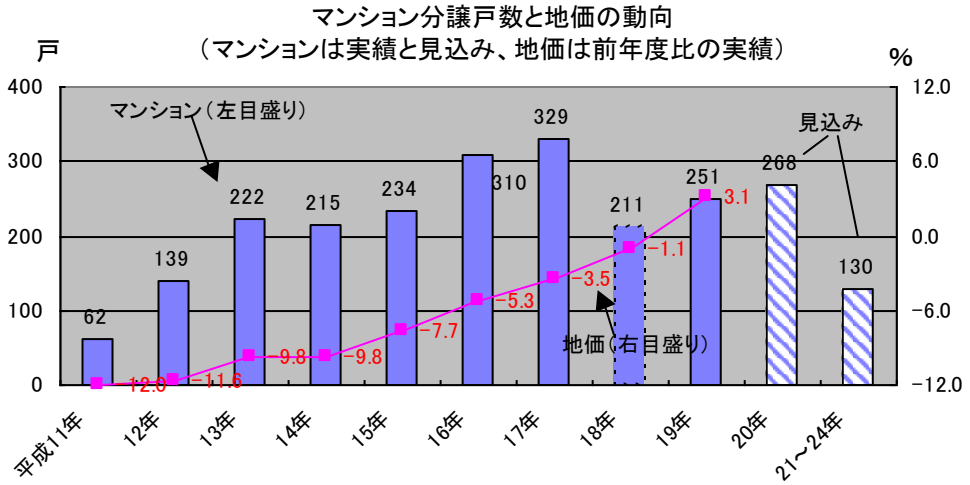
松山市の人口は、高度成長に伴い急増したが、居住スタイルの変化や核家族化により、郊外の安価な庭付き一戸建住宅を求めて、中心部から郊外への人口移動が起こった。

平成 7 年以降は、人口減少に歯止めがかかり、ほぼ横ばいで推移している。

住宅供給の主力の一つである分譲マンションの供給状況を見ると、最近では毎年 200～300 戸の実績がある。高齢世帯（市内からの住み替え、愛媛県南予地区住民によるマンション購入）及び単身世帯のニーズに応えた都心型マンションの建築と分譲価格の低廉化が都心回帰を促進している状況である。ただ、地価の上昇やマンション用地の供給量の伸び悩みなどもみられ始めているため、今後、分譲マンション供給数は落ち着くものと思われるが、中心市街地における人口増の潜在性は十分あると判断できる。



資料：住民基本台帳（各年10月1日現在）



資料：マンション分譲戸数は㈱いよぎん地域経済研究センター調べ（調査時点：平成19年8月）、地価は商業地の基準地価（毎年7月1日時点）

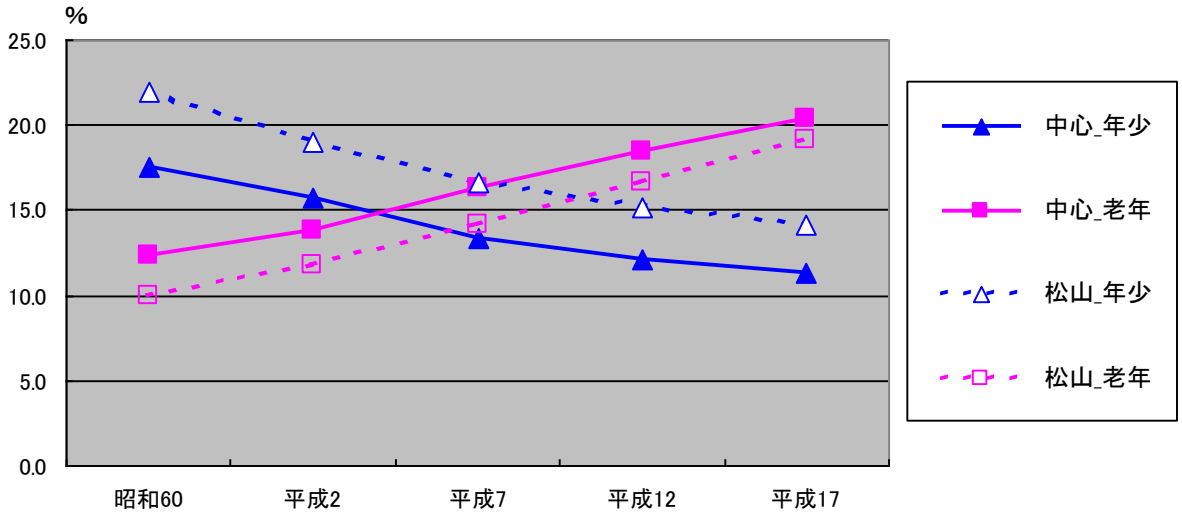
②年少人口、生産年齢人口及び老年人口の推移

国勢調査を基に、年少人口、生産年齢人口及び老年人口を全市と中心市街地で比較すると、全市と比べ、少子高齢化が進んでおり、年少人口比率は、全市を 3 ポイント近く下回っている。

現状において、顕著化している問題はないが、生産年齢世帯は郊外の一戸建て住宅を求める傾向がある一方、高齢者は公共交通機関が充実し各種施設も集中しているなど生活利便性の高い中心市街地での居住を選択していると思われる。

今後まちの賑わい回復のためには、公園等潤いのある空間の整備や買回り品・最寄り品とも手軽にショッピングできる商業空間の整備など高齢世帯のニーズにもあった、魅力ある中心市街地にする取り組みが必要である。

中心市街地と松山市の年少、老年人口比率



資料：国勢調査

中心市街地　（単位：人、%）

	昭和60	平成2	平成7	平成12	平成17
年少人口	5,214	4,483	3,648	3,374	3,243
年少人口比率	17.5	15.7	13.4	12.1	11.3
生産年齢人口	20,871	20,177	19,200	19,299	19,688
生産年齢人口比率	70.1	70.6	70.3	69.4	68.4
老年人口	3,671	3,938	4,462	5,116	5,848
老年人口比率	12.3	13.8	16.3	18.4	20.3
合　計	29,756	28,599	27,311	27,789	28,778

資料：国勢調査（年齢不詳を除く）

松山市　（単位：人、%）

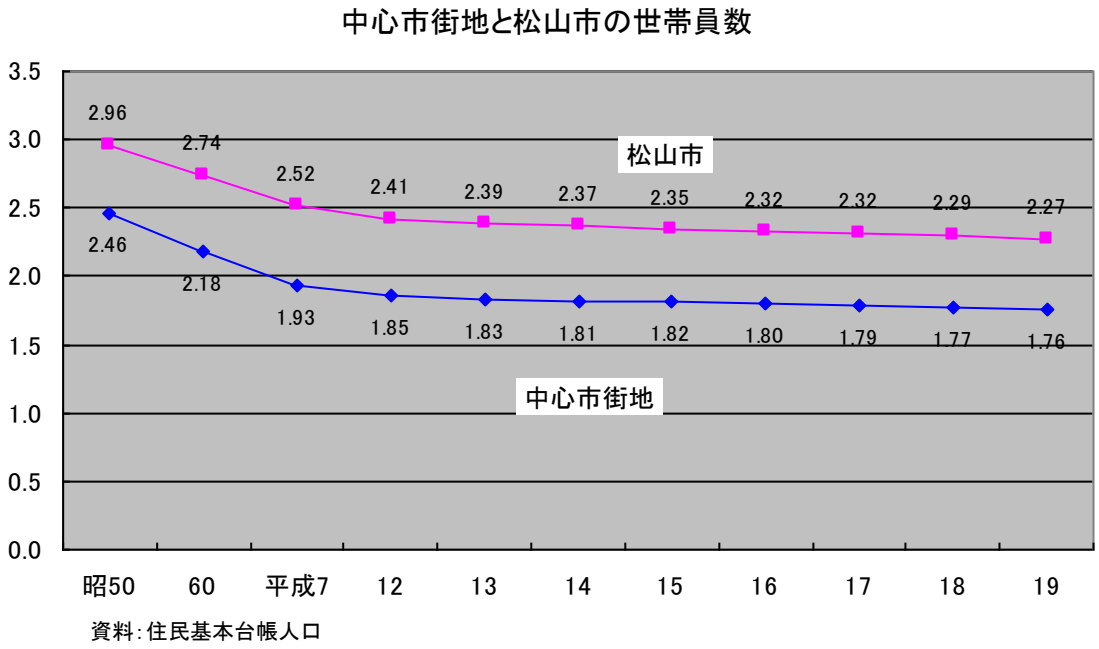
	昭和60	平成2	平成7	平成12	平成17
年少人口	102,348	91,203	82,536	76,847	72,600
年少人口比率	21.9	19.0	16.6	15.1	14.1
生産年齢人口	317,576	332,604	344,140	346,604	343,823
生産年齢人口比率	68.1	69.3	69.2	68.2	66.8
老年人口	46,428	56,330	70,495	84,615	98,265
老年人口比率	10.0	11.7	14.2	16.7	19.1
合　計	466,352	480,137	497,171	508,066	514,688

資料：国勢調査（年齢不詳を除く）

③世帯員数

中心市街地の平成 19 年の一世帯当り人口は 1.76 人で昭和 50 年に比べ 28.4%減少している。松山市全体の 2.27 人と比べると世帯員数は 3/4 の水準に止まり、減少が進んでいる。

これは、高齢世帯が多く子育て世帯が少ないためと考えられる。しかしながら、民間事業者への聞き取りによると、子育て世帯の大部分が郊外の一戸建てを求めている一方で、中心市街地においては、職場が近く、利便性の高いことで、若者が結婚と同時に住居を求める世帯も徐々に増えてきているとのことであり、中長期的には、若者世帯が暮らしやすい生活環境整備をしていくことも必要である。



2) 土地の状況

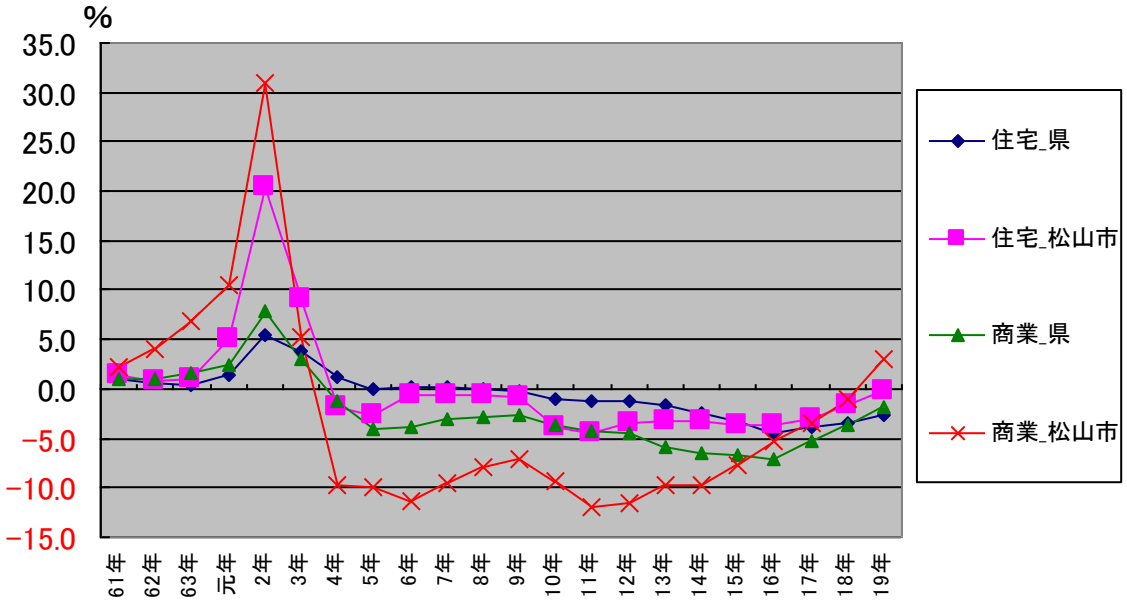
①地価動向

昭和 60 年代から平成初期にかけて、全国的なバブル景気を背景に地価が前年度を 30%も上回るような急騰も見られた。バブル崩壊後は、前年度を下回る価格動向が続き、平成 19 年には、商業地の平均でピーク時の 1/4、住宅地の平均で 6 割の水準にある。

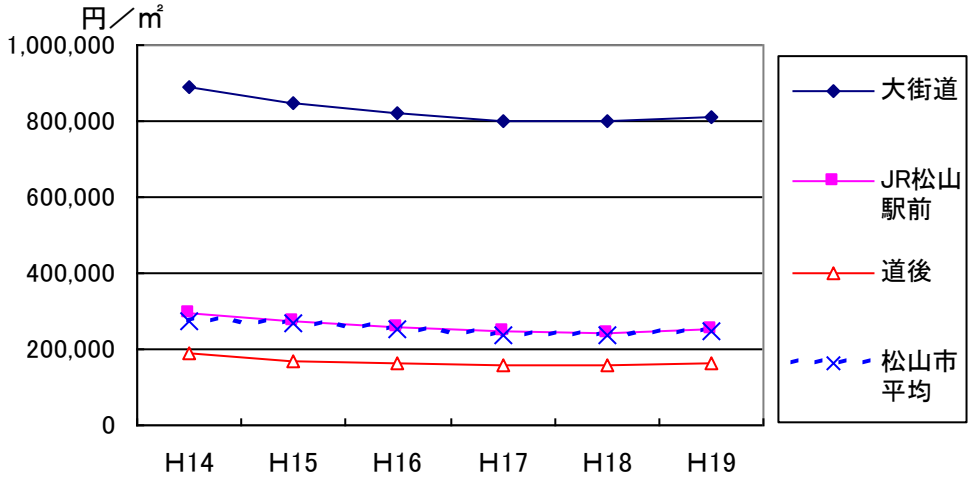
しかしながら、平成 19 年度の地価調査では、商業地は前年度に対しプラスに転じ、住宅地もほぼ横ばいとなるなど、地価は下げ止まりから上昇への変化が見られる。

こうした背景には、バブル崩壊後の地価急落が落ち着く中、都心回帰によるマンション用地の需要増に伴う県外資本等の流入による一部土地取引価格の高騰が影響していると考えられるが、まちの賑わいを維持・発展させるためには、マンション建設にとどまることなく、商業・業務施設等への民間投資の誘発に向けて、民地を中心とした「まち更新」への官民一体となった持続的な取り組みが必要である。

基準地価の推移



中心市街地の地点別地価推移（商業地）



資料：愛媛県地価調査（毎年 7 月 1 日現在）

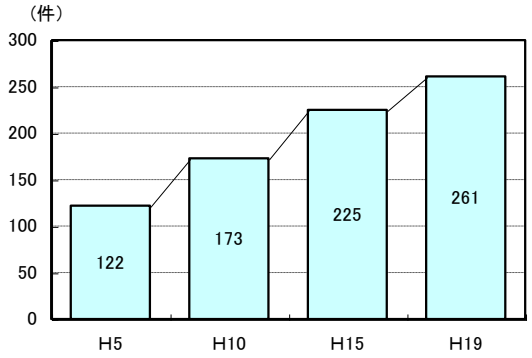
②低未利用地の状況

これまで実施されてきた駐車場整備計画調査を基に、今回時間貸し駐車場を調査したところ、平成 15 年の前回調査に比べ、駐車場数は 36 件、16.0%の増加、台数は 397 台、3.4%の増加であった。駐車場数、台数共に最も多いのは、中央商店街の周辺地域を含む城南地区であり、前回に比べ件数、台数の伸びが大きいのは、道後地区であった。

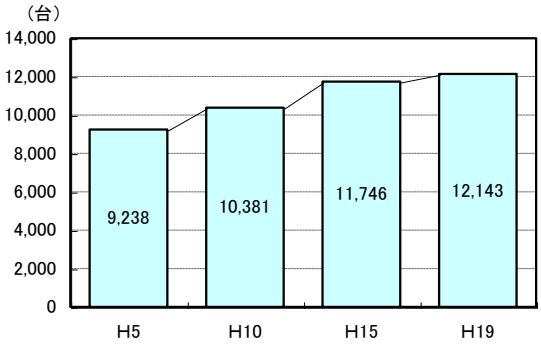
特に中央商店街及びその周辺の時間貸し駐車場では、1 区画あたり月額 5 万円から 10 万円程度の売上(民間聞き取り調査)があることから、老朽化したビル等の取り壊し後、地権者がリスクの高い開発を嫌って、100 円パーキング化し、その後の土地の流動化も鈍いことが、低未利用地の増加に拍車を掛け、まちの賑わいの阻害要因となっている。

従って、まちの賑わいを維持・発展させるためには、民地を中心とした「まち更新」に向けての官民一体となった持続的な取り組みにより、これら低未利用地への民間投資を誘発する必要がある。

時間貸し駐車場数の推移

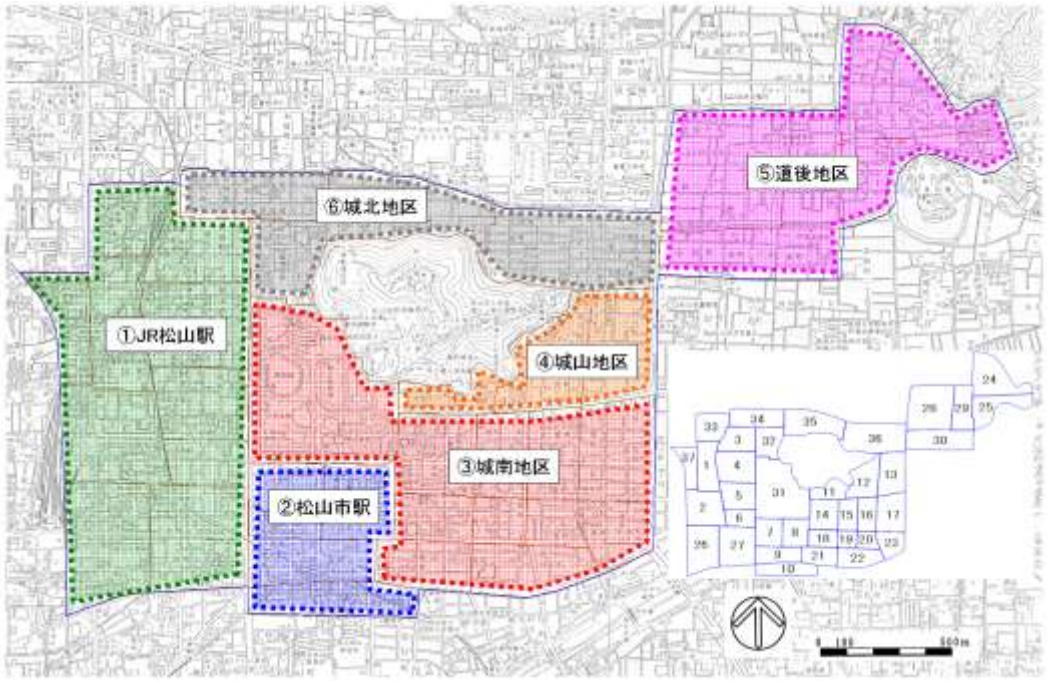


時間貸し駐車台数の推移



資料:駐車場実態調査(松山市)

駐車場調査対象地域



3)商業

①商業集積の状況

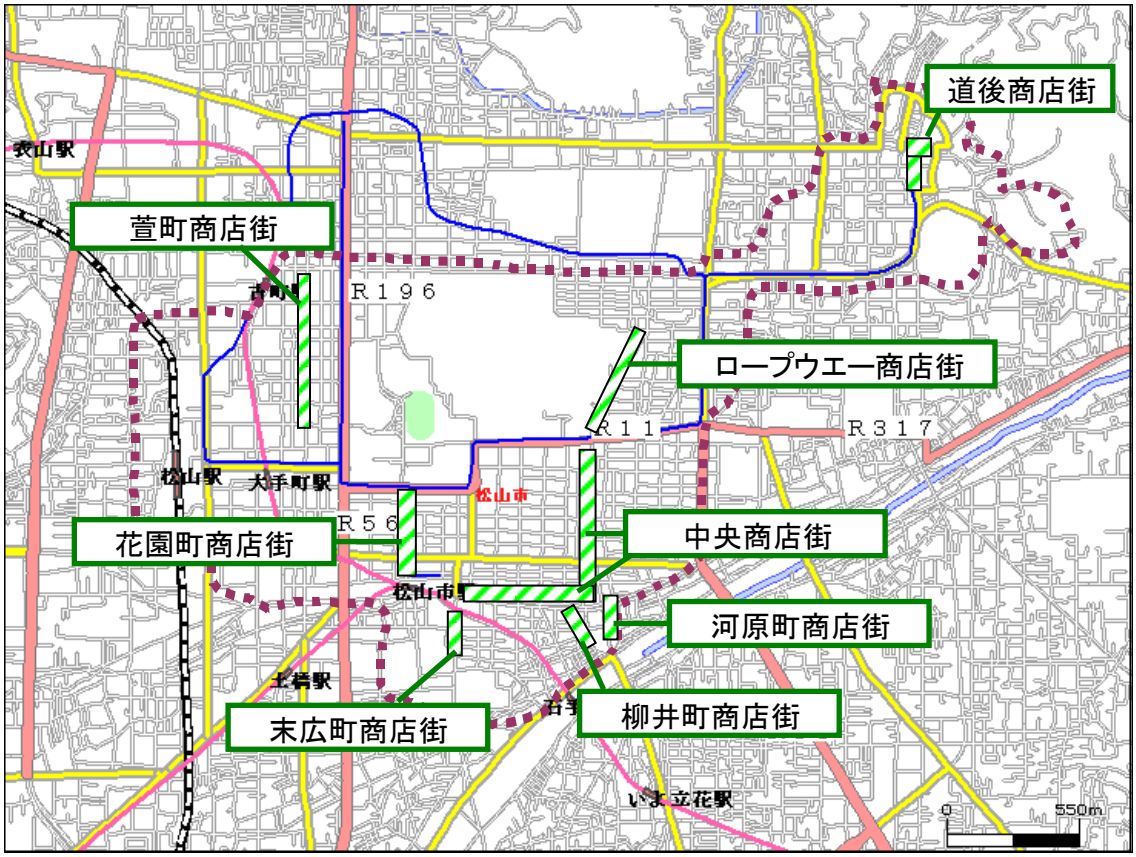
松山市内には、大小 37 組織の商店街があり、うち中心市街地には、21 組織が集積している。

特に、中心部には、大街道、銀天街が連なり、四国唯一の地下街であるまつちかタウンとともに中央商店街を構成している。全長約 1km におよぶ L 字型の両端には、大街道側に三越松山店、銀天街側にいよてつ髙島屋が立地し、商店街の重要な集客核であるとともに回遊性を演出している。

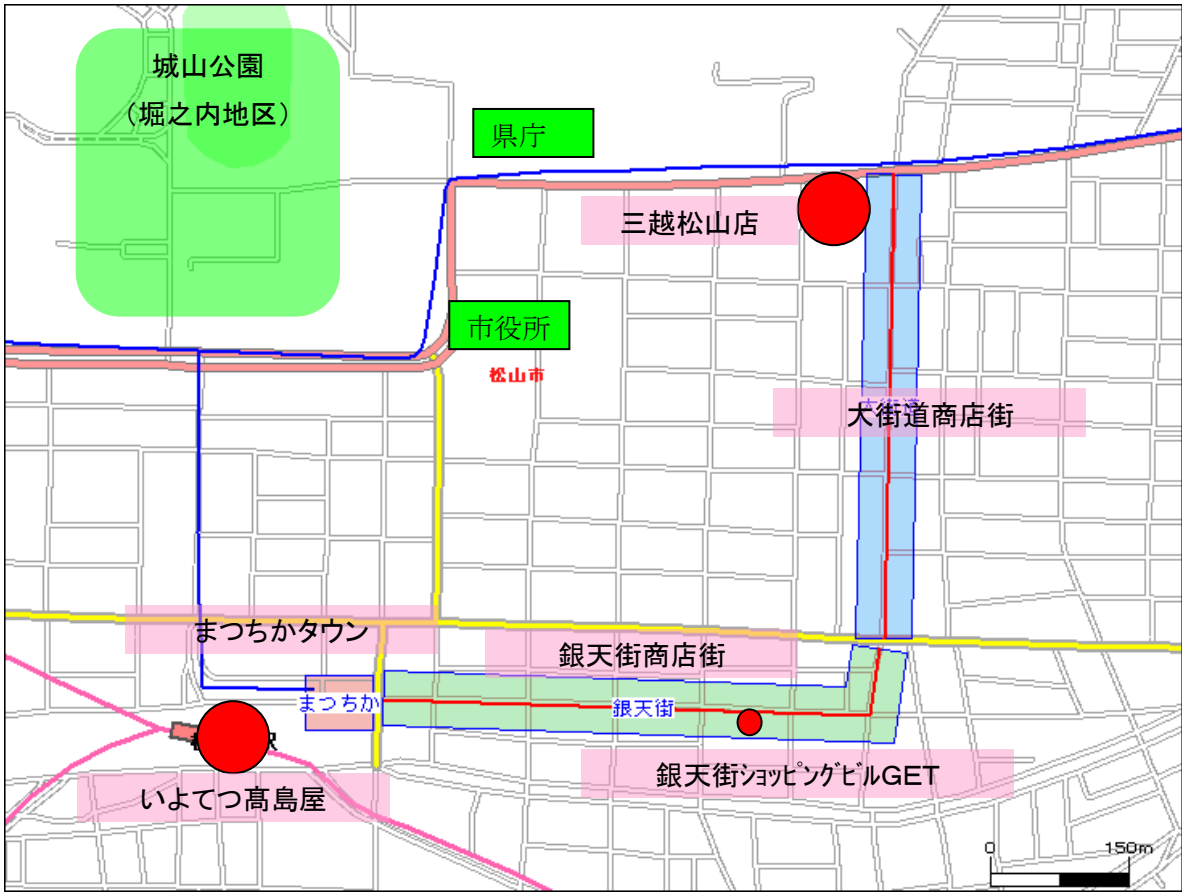
しかし、全般的に見ると、中央商店街を取り巻く環境は近年厳しさを増しており、特に、大街道の北側に位置するラフォーレ原宿・松山が、建物の老朽化と耐震性に問題があることから、平成 20 年 1 月をもって閉館したため、今後、中央商店街の小売吸引力の低下が懸念されており、再開発も視野に入れた魅力ある新たなまちづくりへの取り組みが必要となっている。

また、他の商店街においては、それぞれの商圏内における住民を対象に最寄り品を中心とした店舗の集積があるものの郊外大型店の増加で、その衰退が進んでいる。観光客等を対象とした広域型のロープウェー街や道後商店街は、景観整備やアーケード改修を機に、活性化が期待されている。

中心市街地の商業集積



中央商店街の集積状況

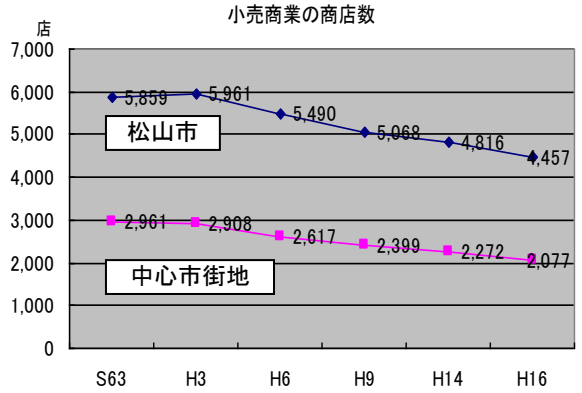

城山公園
（堀之内地区）
県庁
三越松山店
市役所
松山市
大街道商店街
まつちかタウン
銀天街商店街
まつちか
銀天街
銀天街ｼｮｯﾋﾟﾝｸﾞﾋﾞﾙGET
いよてつ高島屋
0
150m

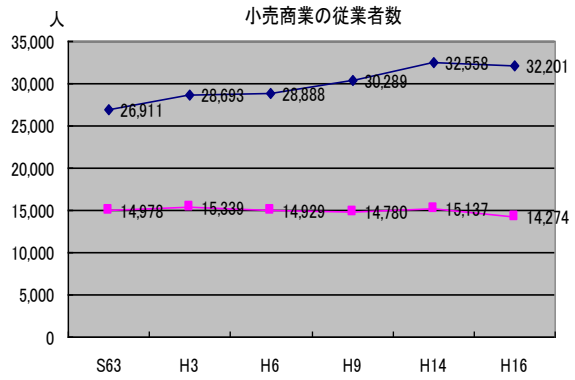
②小売商業の動向

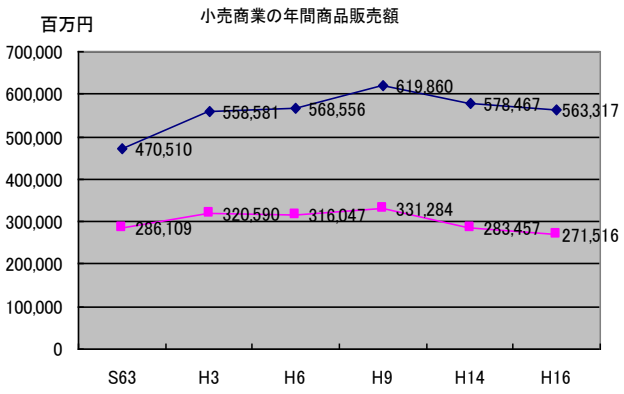
本市全体の小売商業は、従業者数、売場面積は増加傾向にあるものの、商店数、年間商品販売額は衰退が続いている。

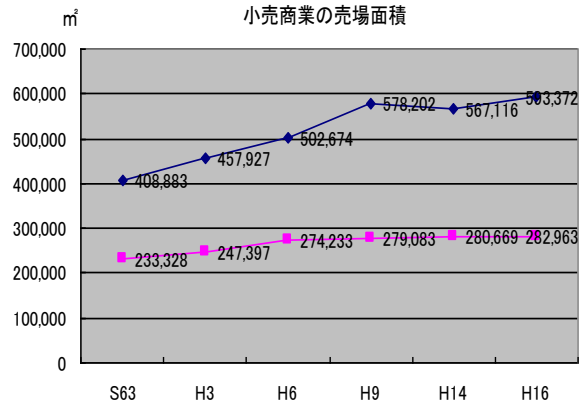
中心市街地小売商業も、ほぼ同様の推移となっているが、平成 9 年から 16 年の比較において、商店数は、300 店舗以上が失われ、従業員数は、市全体が増加しているにもかかわらず、約 500 人の減となっている。特に、年間商品販売額においても、59,768 百万円の減となっており、これは、同期の市全体の減少額 56,543 百万円を超える額であることから、その衰退の著しさを示している。

これは、市郊外や他市町での大型店の出店（P21、23 参照）により、市民の消費行動が郊外へ分散していることに加え、中心市街地において、再開発など「まち更新」による良好な商業空間の形成や食料品店等不足している店舗（P15、16 参照）や魅力的な店舗の立地に向けての対策が講じられなかったなど、商業への抜本的な課題解決に向けた取り組みの不足が考えられ、小売商業の活性化は早急に取り組むべき課題である。









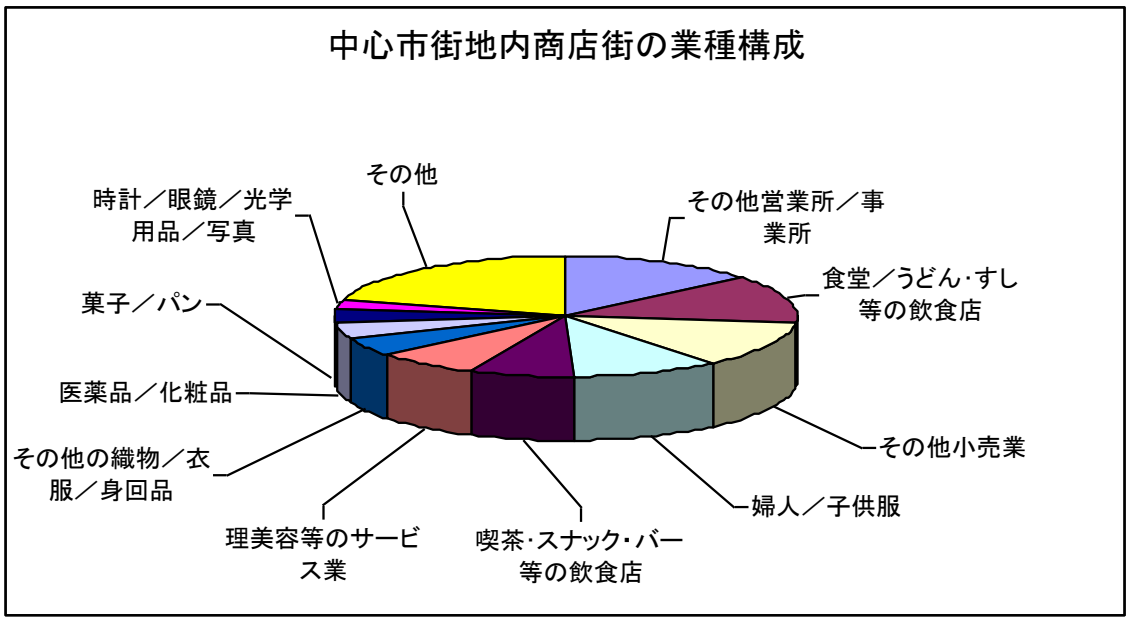
資料：商業統計調査

③商店の業種構成と居住者ニーズ

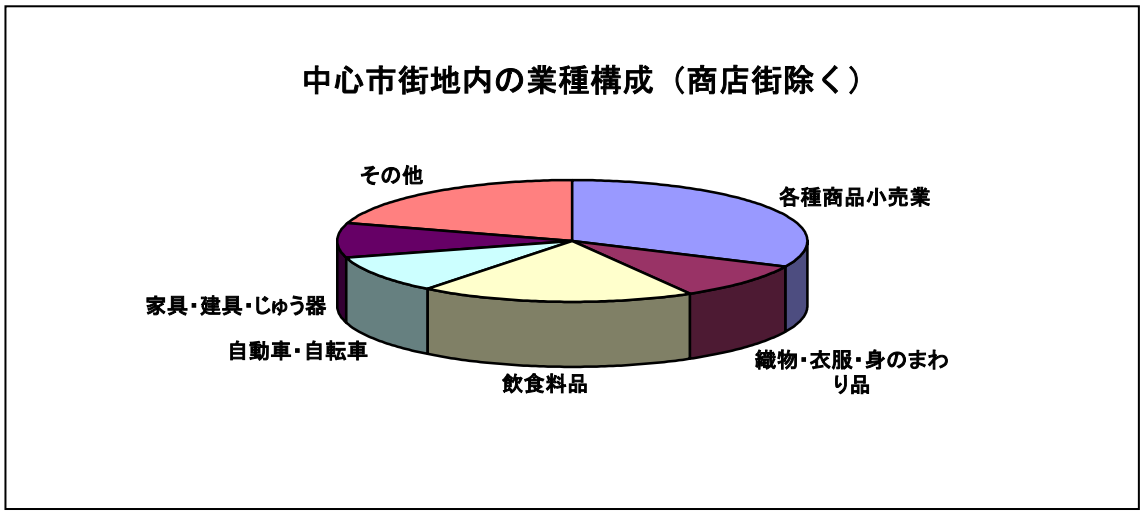
a. 商店街の状況

中心市街地内においては、各種商品小売業を始め、飲食料品を扱う店舗が多いが、中心市街地内の商店街においては、生鮮食料品等最寄り品の店舗が少なく、被服関係や飲食店が多い店舗構成となっている。

この背景としては、昭和 40 年代以降、中心部からの居住人口流出により、中央商店街及び近隣に立地する生鮮食料品店や大手食品スーパーが撤退し、マンションや雑居ビル等に変容したことが挙げられる。近年、分譲マンション等の供給により、住民の都心回帰が進むことで、街なか居住者の食品スーパー等の需要が高い状況にあると考えられる。



資料:(財)えひめ産業振興財団「H17 商店街実態調査報告書」

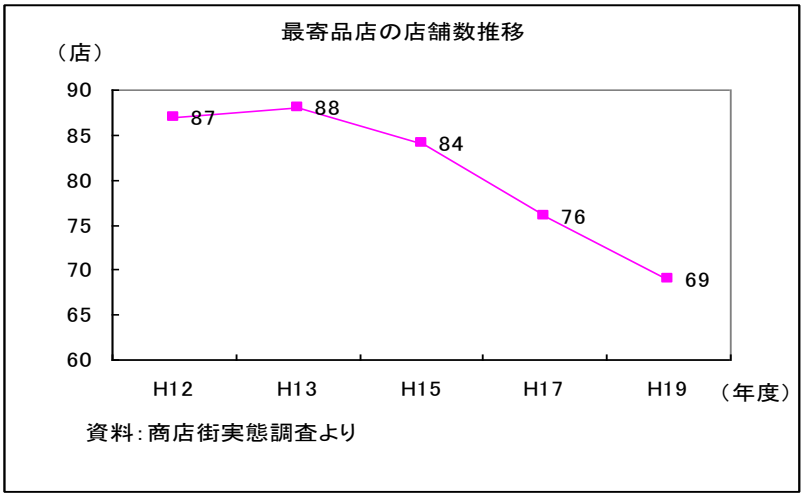


資料:「平成 16 年商業統計調査」

b. 最寄品店の動向

商店街実態調査から、まちなか居住者の生活を支える商店街において、生活必需品を販売する最寄品（※1）店舗が減少している。これは、平成 12 年に、大店立地法が施行され、許可制から届出制に変わり、郊外スーパーの立地が進んだことで（P23 参照）、競合する最寄品店舗が影響を受けたと考えられる。

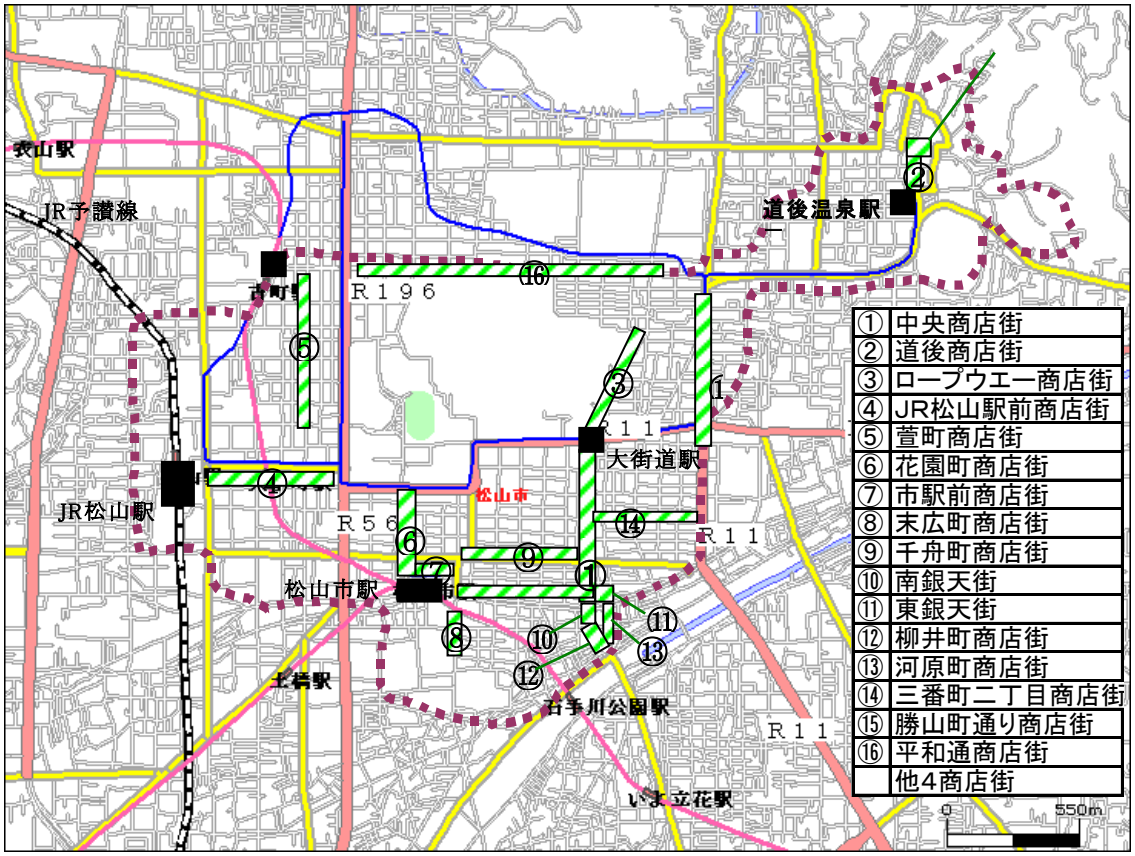
商店街実態調査による中心市街地内の商店街における最寄品（※1）店舗の推移



資料：商店街実態調査より

※1：最寄品とは、商店街実態調査において、スーパー、各種食料品、酒・調味料・乾物、食肉・鮮魚、野菜・果物、菓子・パン、米穀類を販売する店舗

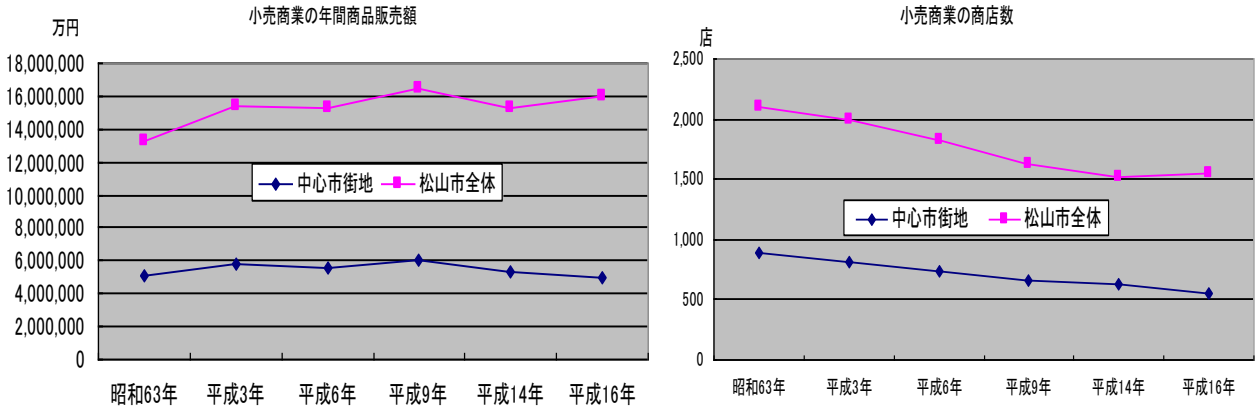
商店街実態調査実施箇所図



c. 商業統計調査による最寄品店の状況

中心市街地内における最寄品取り扱い店舗の代表である飲食料品小売業（商業統計調査の分類）は、年間販売額、商店数ともに、減少している状況である。

商業統計調査による飲食料品小売業の販売額と商店数の推移

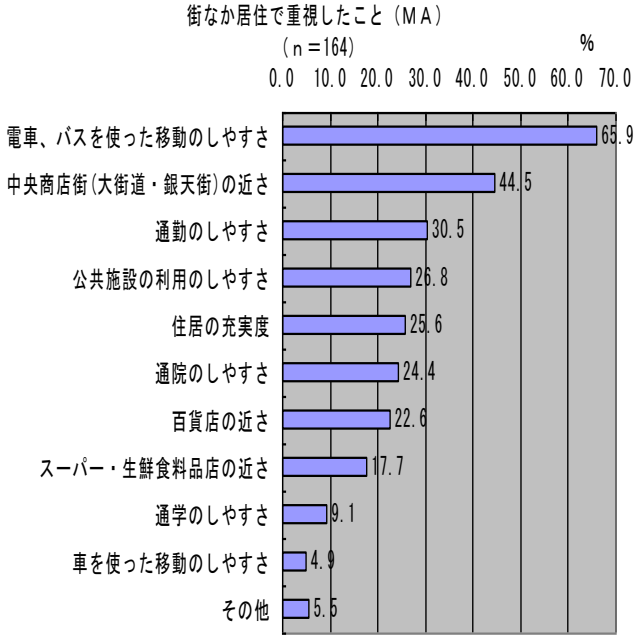


資料：商業統計調査

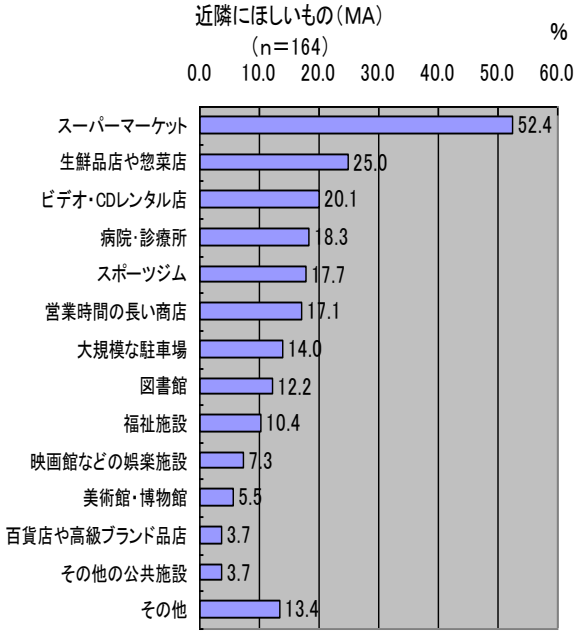
d. 居住者ニーズの状況

街なか居住者アンケートによれば、スーパーマーケット、生鮮食料品や惣菜店など生活必需品店舗を求める声が半数を超える状況にある。また、街なか居住で重視したことの 2 番目に、中央商店街（大街道・銀天街）の近さを上げており、中央商店街への期待が高いことが伺える。

街なか居住者アンケートによる街なか居住で重視したこと



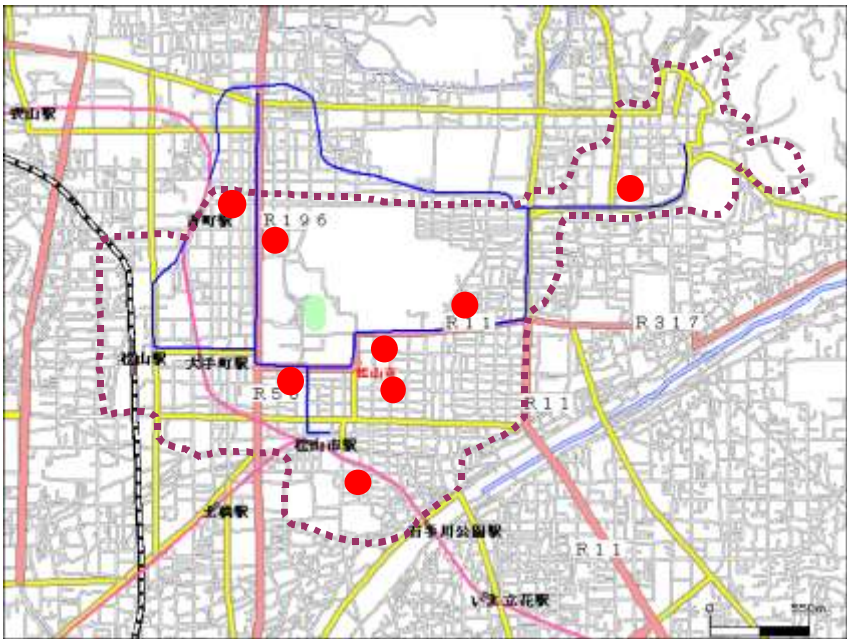
街なか居住者アンケートによる近隣に欲しい施設



資料：平成 19 年まちなか居住者アンケート調査

中心市街地内の番町、東雲、道後、味酒、雄郡地区の 8 棟のマンションにて調査

まちなか居住者アンケート　調査対象マンション位置図



以上のことから、中心市街地においての緊急の課題のひとつとして、街なか居住者の生活利便性の向上を図るための最寄店舗、スーパーマーケットの立地促進を図る必要がある。

加えて、街なか居住者アンケートから、中央商店街の存在は大きく、同地域の更なる魅力向上やまちの賑わいを牽引していくための商業・サービス事業所等の立地促進を図る必要がある。

④空き店舗率、空き店舗数

本市の商店街の空き店舗は、平成 19 年度調査では、市全体で 15.0%、中心市街地では 9.0%、中央商店街では 7.4%と比較的低い水準に止まっているが、平成 10 年度以降の推移を見ると急激ではないものの増加傾向にある。

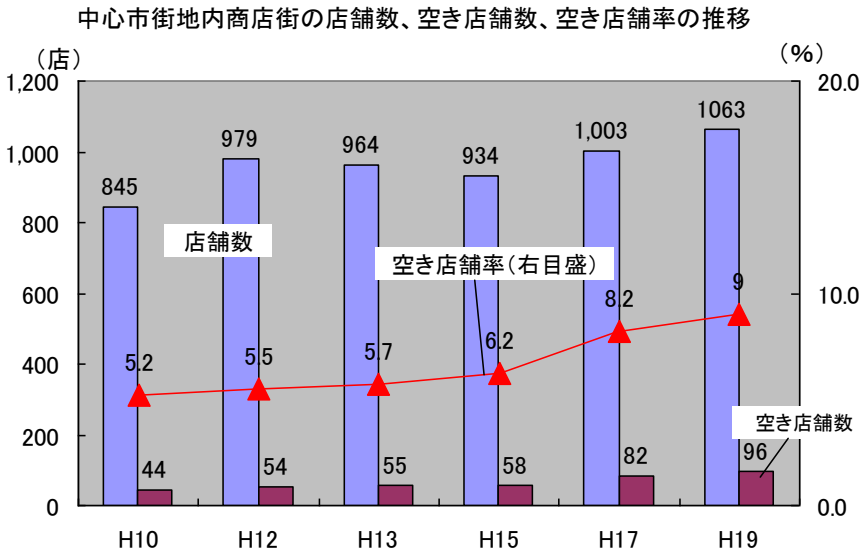
中央商店街においては、全体のほぼ 6 割がテナント化しており、自営店舗の減少やテナント店の撤退が続く中、依然として新規参入も多いため、低い空き店舗率を維持している。しかしながら、近年、空き状態から入居までの期間が長くなっており、また大型店の閉店や近隣市町への大規模集客施設の開設もあり、今後、空き店舗率が高まる恐れがある。

中心市街地内の他の商店街においては、観光客対象の道後商店街を除き、消費行動の変化や建物の老朽化により、今後も厳しい状況が続くと思われる。

松山市の商店街の空き店舗率の推移　（単位：%）

	平成10年度	12年度	13年度	15年度	17年度	19年度
市全体	6.7	10.4	11.	11.9	12.4	15.0
中心市街地	52	5.5	5.7	6.2	8.2	9.0
中央商店街	1.5	2.7	3.4	3.3	5.5	7.4
上記以外	7.7	7.0	6.9	7.9	9.7	10.1

資料：(財)えひめ産業振興財団「商店街実態調査報告書」

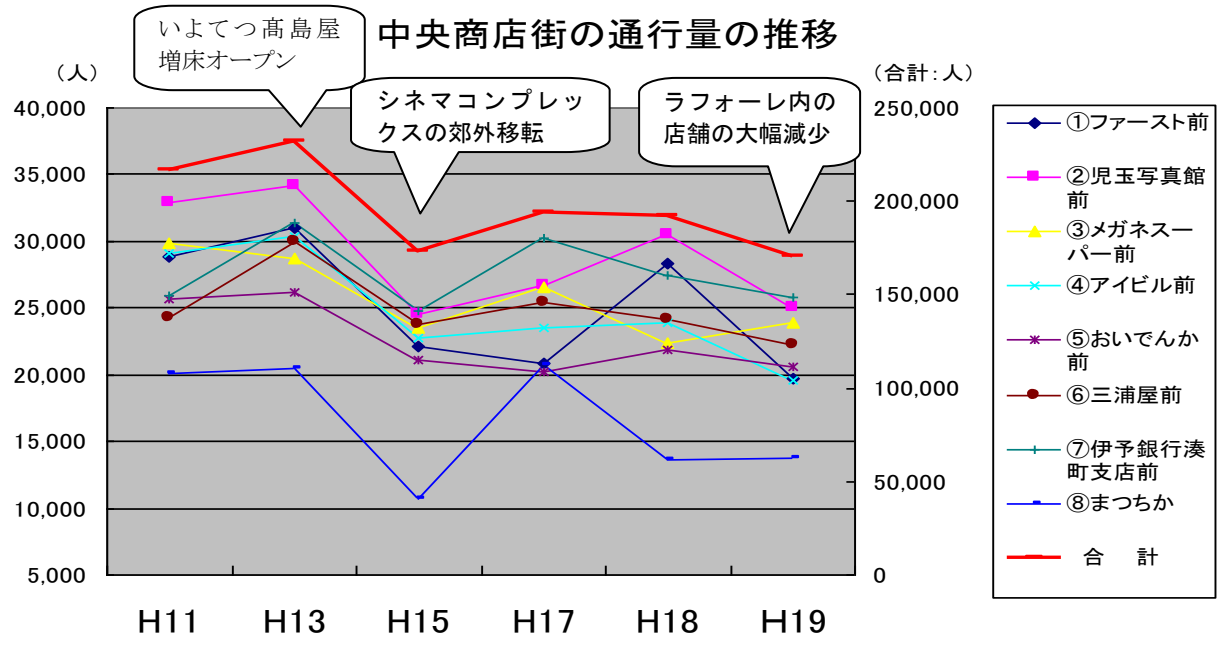


資料：（財）えひめ産業振興財団「商店街実態調査報告書」

⑤通行量

中央商店街の通行量は、同地店舗の集積の高さに加え、周辺に官公庁や業務系事業所が集積していることによる昼間人口の多さや交通結節点による乗降客の多さ、両端に位置する二つの百貨店や後背地の飲食街等により、調査 8 地点合計（休日）で 17 万人～23 万人の水準で賑わいは保たれているが、いよてつ髙島屋の増床効果のあった平成 13 年を除き、逓減傾向にある。

その後、「坂の上の雲のまちづくり」と連動した中心市街地活性化策や都市再生整備計画、中央商店街全体での集客事業への取り組みにより、持ち直している。ところが、平成19年の調査では大きく減少に転じており、中央商店街内の大型商業施設の閉館に向けた店舗減少が影響したものと推測できるが、隣接町にオープンした大規模集客施設の影響や市内の大規模小売店舗の増加など、今後も減少傾向が続くことが予想され、中心市街地の賑わいを演出している中央商店街への来街者増加への取り組みは、緊急の課題であるといえる。



資料：「中央商店街通行量調査」

（補足：通行量調査日の状況）

平成 13 年の増加要因としては、いよてつ髙島屋が増床オープンし、その波及効果が中央商店街の通行量の増加に表れる形となっている。

平成 15 年に大幅に減少した要因としては、中央商店街に隣接する、シネマコンプレックスが郊外移転した影響が考えられる。

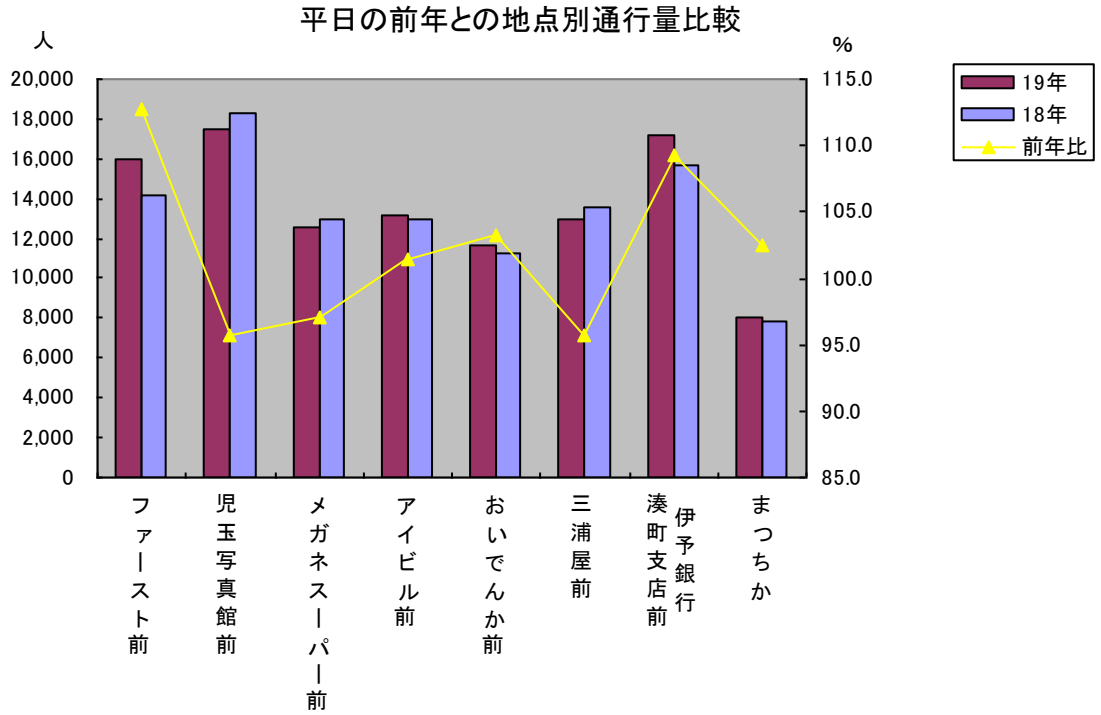
平成 19 年の減少については、①及び②の大街道の一番町入り口側の減少が大きいことから、一番町入り口にあった、ラフォーレ原宿・松山の平成 20 年 1 月の閉店へ向けた店舗退店の影響が表れているものと考えられる。（通行量調査時には、47 店舗中 36 店舗が退店し 11 店舗が営業中であった。）

また、平成 18 年より、平日の通行量調査も行っている。平日の通行量の変化を見ると、平成 18 年の通行量は 106,672 人だったが、平成 19 年は 108,896 人と 3,290 人、2.8%増加した。

中央商店街の通行量（休日）　　（単位：人、%）

	H9	H11	H13	H15	H17	H18	H19	H9-19減少率
①ファースト前	27,786	28,779	30,988	22,071	20,860	28,295	19,668	-29.2
②児玉写真館前	29,402	32,961	34,155	24,570	26,700	30,437	25,030	-14.9
③メガネスーパー前	24,743	29,857	28,657	23,570	26,542	22,328	23,857	-3.6
④アイビル前	28,833	29,120	30,389	22,697	23,455	23,886	19,575	-32.1
⑤おいでんか前	24,676	25,728	26,226	21,156	20,183	21,818	20,612	-16.5
⑥三浦屋前	29,276	24,239	29,921	23,748	25,427	24,106	22,220	-24.1
⑦伊予銀行湊町支店前	27,881	25,962	31,424	24,807	30,234	27,506	25,740	-7.7
⑧まつちか	25,064	20,090	20,510	10,724	20,666	13,639	13,801	-44.9
合　計	217,661	216,736	232,270	173,343	194,067	192,015	170,503	-21.7
調査日（日曜日）	11月12日	11月14日	11月11日	11月9日	11月6日	11月12日	11月18日	

資料：「中央商店街通行量調査」



中央商店街の通行量(平日)

	H18	H19
①ファースト前	14, 141	15, 932
②児玉写真館前	18, 263	17, 480
③メガネスーパー前	12, 926	12, 539
④アイビル前	13, 002	13, 186
⑤おいでんか前	11, 305	11, 664
⑥三浦屋前	13, 522	12, 935
⑦伊予銀行湊町支店前	15, 705	17, 158
⑧まつちか	7, 808	8, 002
合　計	106, 672	108, 896
調査日(平日:木曜日)	11月9日	11月15日

資料:「中央商店街通行量調査」

調査地点

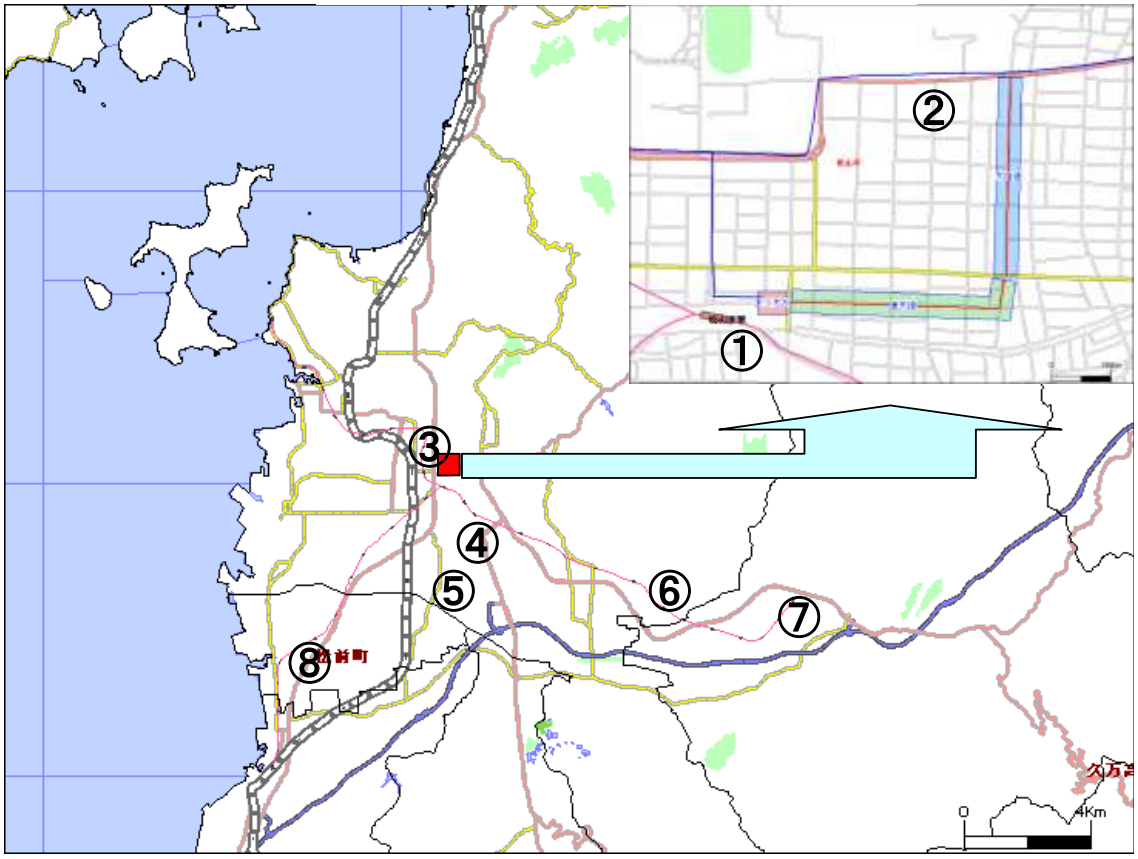


⑥大規模集客施設の立地状況

中心市街地には、百貨店 2 店のほか、ファッション関係の専門店ビルなどの大規模集客施設が立地している。一方、モータリゼーションの進展や人口の郊外流出により、周辺部にもショッピングセンターが多数立地している。

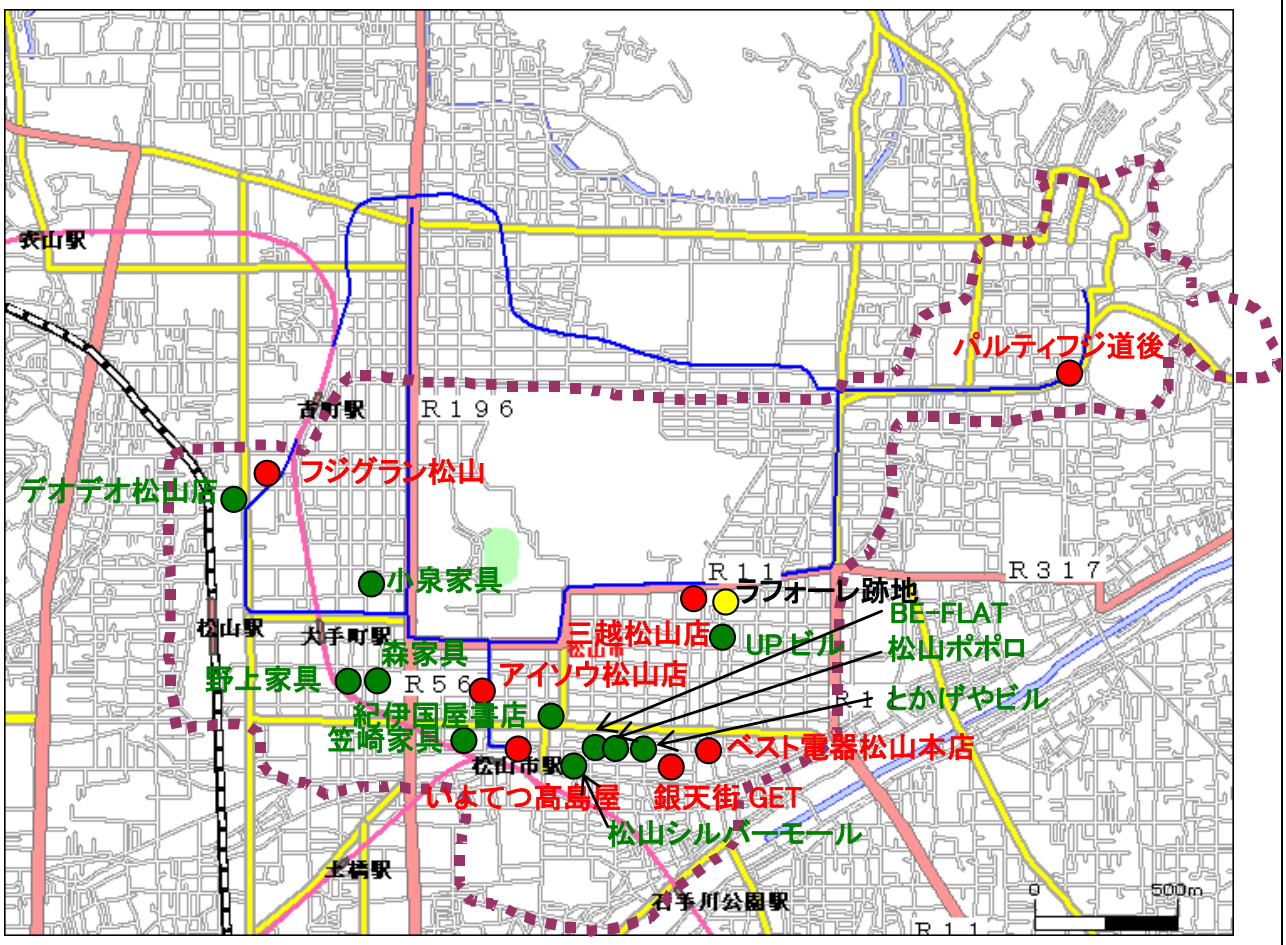
特に、ラフォーレ原宿・松山が建物老朽化のために平成 20 年 1 月に閉館したほか、平成 20 年 4 月には、隣接する伊予郡松前町に(株)フジが商業施設を出店した。

大規模集客施設の立地状況（1 万㎡超）



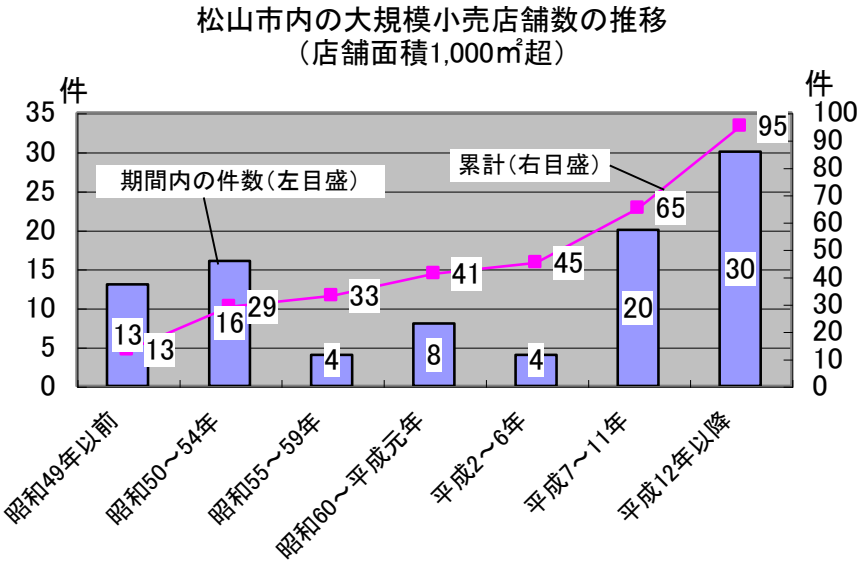
No.	大規模小売店舗名	所在地	開店日	店舗面積（㎡）
1	伊予鉄ターミナルビル （いよてつ髙島屋）	湊町5丁目1-1外	S46.7 （H13増床）	39,180
2	三越松山店・ ファッションタウンアヴァ	一番町3丁目1-1外	S31.6	25,054
3	フジグラン松山	宮西1丁目1-2-1	S48.4	19,180
4	ジャスコシティ松山	天山町13-5外	H7.11	18,353
5	ジョー・プラ （フレッシュバリューラヴィ松山店）	朝生田町5丁目1-25	S54.11	16,669
6	フジグラン重信・ダイキEX重信	東温市野田3-1-13外	H5.6 （H14増床）	30,847
7	パルティフジ見奈良（レパスティ）	東温市見奈良1125外	H12.10	16,178
8	エミフルMASAKI（フジ）	伊予郡松前町筒井826	H20.4	47,000

郊外への新たな大規模集客施設の立地により、中央商店街の通行量も減少していることから、中心部全体が一体となって、各種賑わい創出商業連携事業等により、来街者のアップを図っている。また、ラフォーレ原宿・松山閉館後、同館内で営業していた店舗のうち、移転した店舗の大半は、中央商店街周辺において、路面店として営業している状況もある。



番号	3,000 ㎡超　大規模小売店舗名 ●	番号	1,000 ㎡超　大規模小売店舗名 ●
1	いよてつ髙島屋	8	とかげやビル
2	三越松山店 ファッションタウンアヴァ	9	笠崎家具
		10	小泉家具
3	フジグラン松山	11	UP ビル
4	松山銀天街 GET	12	デオデオ松山店
5	ベスト電器松山本店	13	野上家具店
6	アイソウ松山店	14	松山シルバーモール
7	パルティフジ道後	15	紀伊国屋書店
		16	森家具
		17	BE－FLAT
		18	松山ポポロ（空き店舗）

平成 19 年末現在



資料：全国大型小売店総覧2007、松山市資料

⑦事業所の状況

近年、全国的に市場規模が縮小傾向にある卸売・小売・飲食業について、本市並びに中心市街地においても同様で、事業所数や従業員が減少傾向にある。一般的に市場への参入退出が容易なことから、個人経営の店舗・飲食店等の廃業とコンビニエンスストア、カフェ等新たな参入者との入れ替わりが激しい状況にある。また、市域全体、中心市街地ともに、サービス業が拡大しているなど、都市生活者の消費行動の質的変化が顕著に現れており、今後も同様の傾向が続くと推測される。

そのような中、地域を限定しない全国を市場とした情報通信を活用した業務系事業所の立地が地方都市に見られるようになり、本市においても、企業誘致活動の結果、7事業所が立地するなど大きな成果を挙げているところである。

事業所統計調査による飲食業、サービス業等業種別データ

	卸売・小売・飲食業				サービス業			
	全市		中心市街地		全市		中心市街地	
	事業所	従業者	事業所	従業者	事業所	従業者	事業所	従業者
昭和 61 年	12,094	67,079	4,920	26,939	5,832	49,671	2,151	22,891
平成3年	12,058	73,932	4,905	27,107	6,592	59,897	2,223	22,931
平成8年	11,576	77,024	4,500	26,104	6,761	70,161	2,113	25,141
平成 13 年	10,710	75,574	4,140	24,643	7,020	75,470	2,207	29,121
平成 18 年	9,270	71,976	4,231	32,810	6,881	76,105	2,795	35,497

資料：事業所統計調査

コールセンター等情報通信関連企業誘致の状況と新規雇用数

（平成 14 年度～19年度中心市街地内）

誘致企業数・・・7 事業所（コールセンター5、データセンター1、事務センター1）

新規雇用数・・・約 940 人（将来は 7 社合計で約 1,230 人の雇用を計画）

4)都市基盤

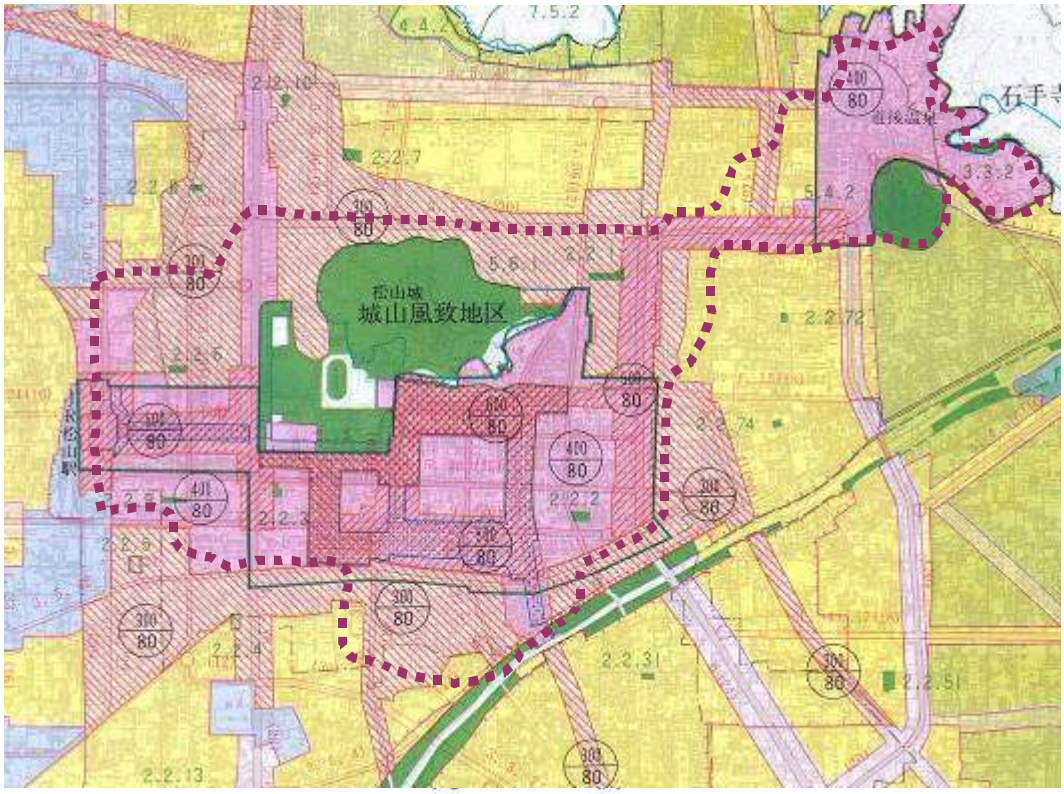
①都市計画の現状

松山市の都市計画区域は 21,444ha あり、そのうち市街化区域 7,028.7ha、市街化調整区域 14,415.7haである。中心市街地はすべて市街化区域に属する。

中心市街地は戦災復興土地区画整理事業により、他地域と比べ都市基盤の整備は進んでいるといえる。また、放射状の幹線道路や鉄道により、中心部に人、物が集中する都市構造であることから、中心部の通過交通排除を目的に、松山外環状道路の整備に取り組んでいる。

用途地域は、都市公園の城山公園を中心に東西南北に商業系の用途地域、その周りに住居系の用途地域がある。今後も商業・業務系施設等と住宅との混在が続くと見られるが、城山公園（堀之内地区）の整備など、商業・業務環境等と住環境の調和した地域として、居住環境の維持や改善を図る必要がある。

松山市中心市街地の都市計画図

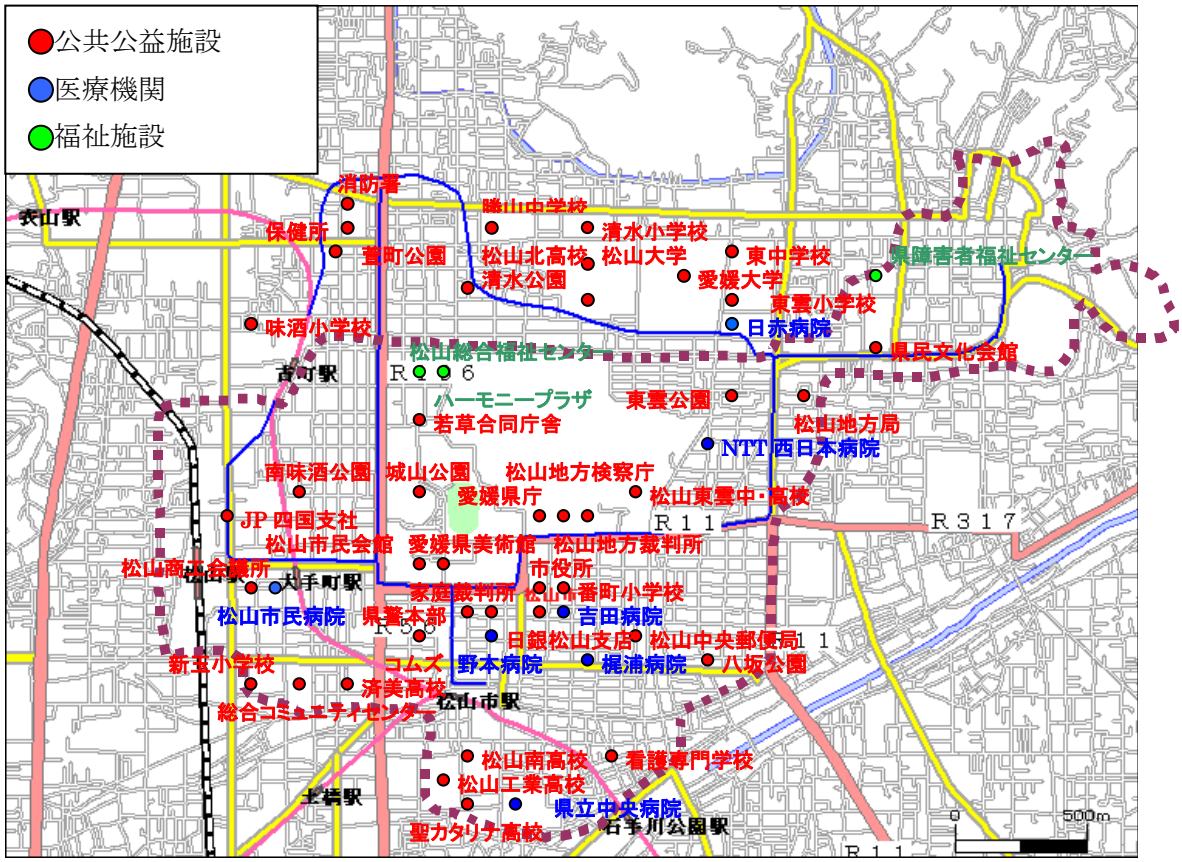


行政区域		地区計画区域	
都市計画区域		防火地域	
市街化区域		準防火地域	
第一種低層住居専用地域		都市公園	
第一種中高層住居専用地域		都市計画公園	
第二種中高層住居専用地域		都市計画緑地	
第一種住居地域		都市計画河川	
第二種住居地域		臨港地区	
準住居地域		市施行土地区画整理事業区域	
近隣商業地域		形態規制	
商業地域		風致地区	
準工業地域		宅地造成工事規制区域	
工業地域		駐車場整備地区	
工業専用地域			

②公共公益施設

城山公園（堀之内地区）内から運動施設、競輪場、病院が移転したものの、暮らしに必要な都市福利施設は十分に備わっている。また、文化、経済、まちづくり等多様な市民の活動を支える拠点施設や機関も整備されており、市民の様々なコミュニティ活動が活性化しているものと思われる。

中心市街地の公共公益施設等



（補足）

コムズは、松山市男女共同参画推進センターの愛称で、松山市男女共同参画推進センターのほか、まつやま国際交流センター、松山市新玉児童館、まつやまNPOサポートセンターが入居する複合施設である。

松山市総合コミュニティセンターは、コミュニティプラザ、研修会議室、文化ホール（キャメリアホール）、中央図書館、こども館・コスモシアター、企画展示ホール、体育館・温水プール等の施設からなる。

ハーモニープラザとは、松山市中央児童センター、松山市ボランティアセンター、松山シルバー人材センター、高齢者職業相談室が入居する複合施設である。

③公共交通

中心市街地の公共交通は、主に伊予鉄道の路面電車とバス路線が担っている。さらに伊予鉄道松山市駅から周辺市町へは郊外電車が3路線延びている。また、JR松山駅からは、瀬戸大橋や高松市並びに県内南予地域を結ぶJR予讃線が、市域を南北に整備されている。

これまで、路面電車の停車場及び郊外鉄道駅のバリアフリー化やハイグレードバス停の導入、低床のバス・路面電車の導入、ICカードやバスロケーションシステムの導入など、市民ニーズや社会的ニーズに応えるため、伊予鉄道と国・市が一体となり、整備に取り組んでいる。

その結果、伊予鉄道の利用者数は、路面電車は下げ止まり、郊外電車は増加傾向、路線バスは増加している。

ところが、中心市街地の重要な起終地点である JR 松山駅は、未だ利用客の減少が続いており、本市の経済にとって重要な広域集客の機能が衰退している。具体的には、県都の陸の玄関としては、極めて駅機能が貧弱で、有効な土地利用ができておらず、街中への移動手段である路面電車とのアクセスも悪く、乗り換えがスムーズでないことなどがあげられる。

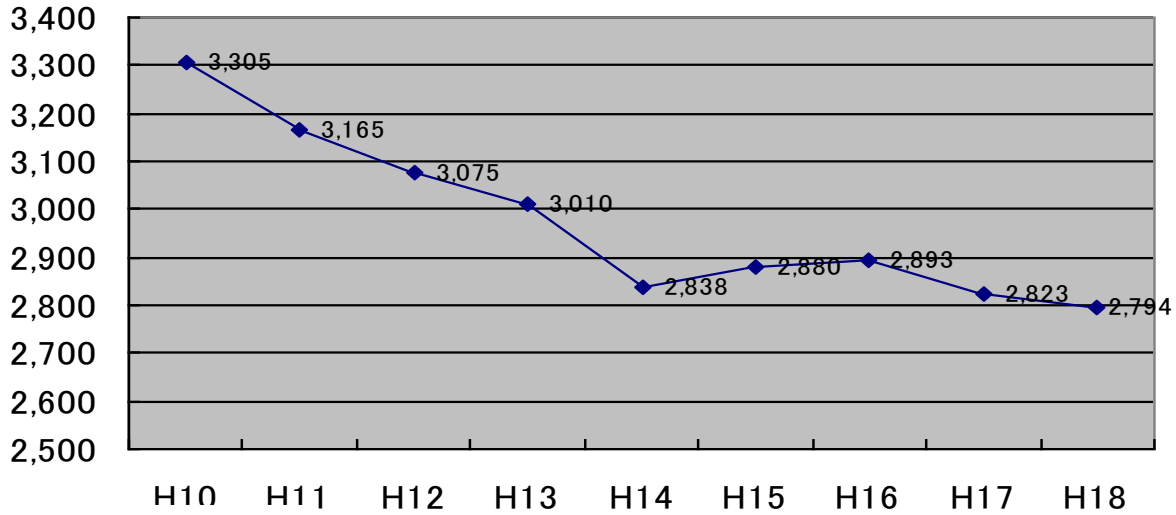
そこで、今回、JR 松山駅付近連続立体交差事業や土地区画整理事業において、駅ビル整備はもちろん、駅前広場の整備や路面電車電停の移設を行うことで、駅機能の利便性を向上させるとともに、路面電車軌道の西側への延伸や将来的には周辺の再開発等事業を促すことで、利用客の増加や周辺への居住を誘発し、路面電車等街なか回遊の仕組みを活用した中心市街地の賑わい回復に繋げていくことが緊急の課題である。

JR 松山駅周辺土地区画整理事業の完成イメージ



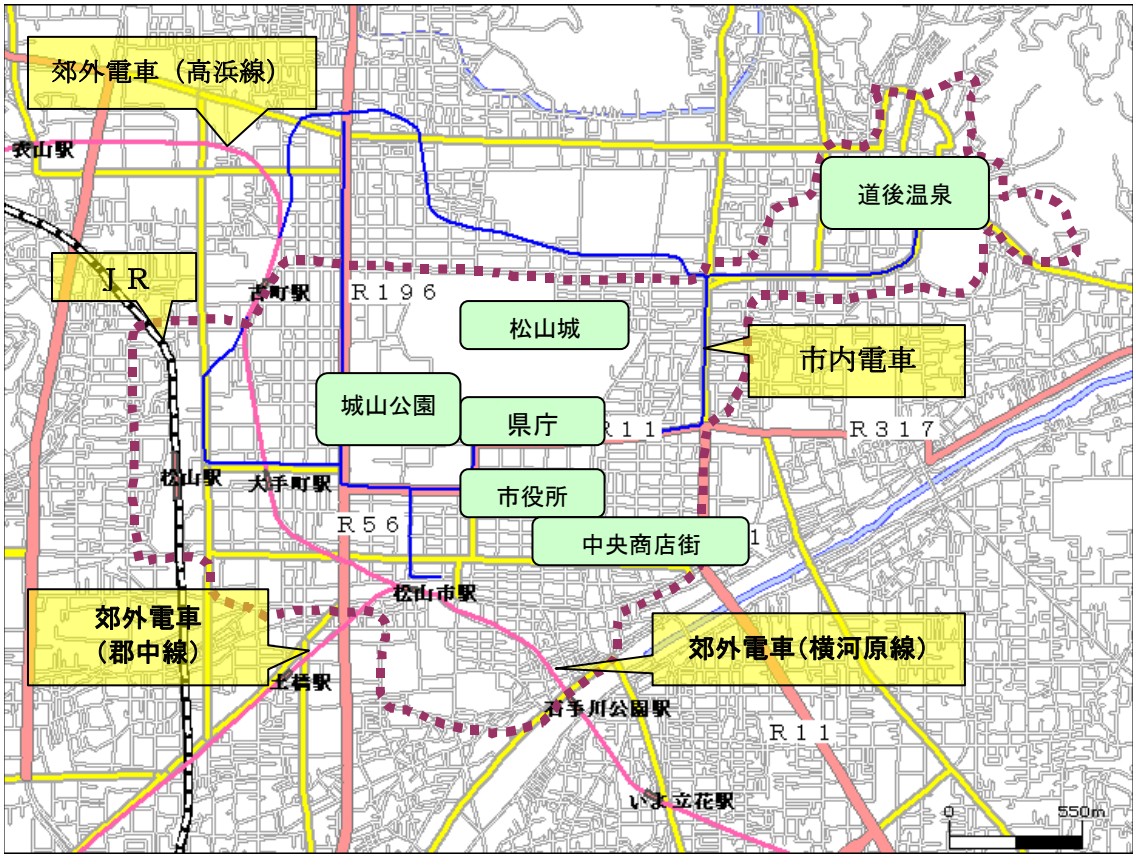
（千人/年）

JR松山駅利用状況の推移



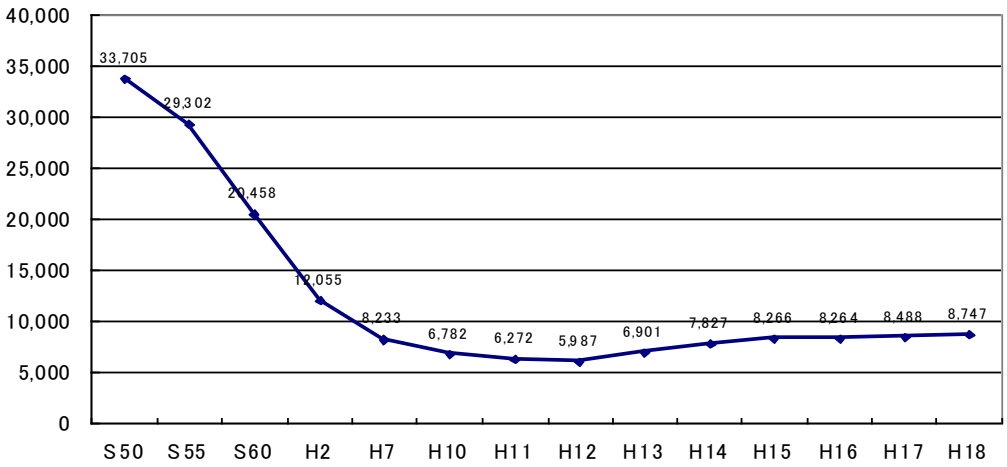
資料:松山市統計書

中心市街地の主要交通体系



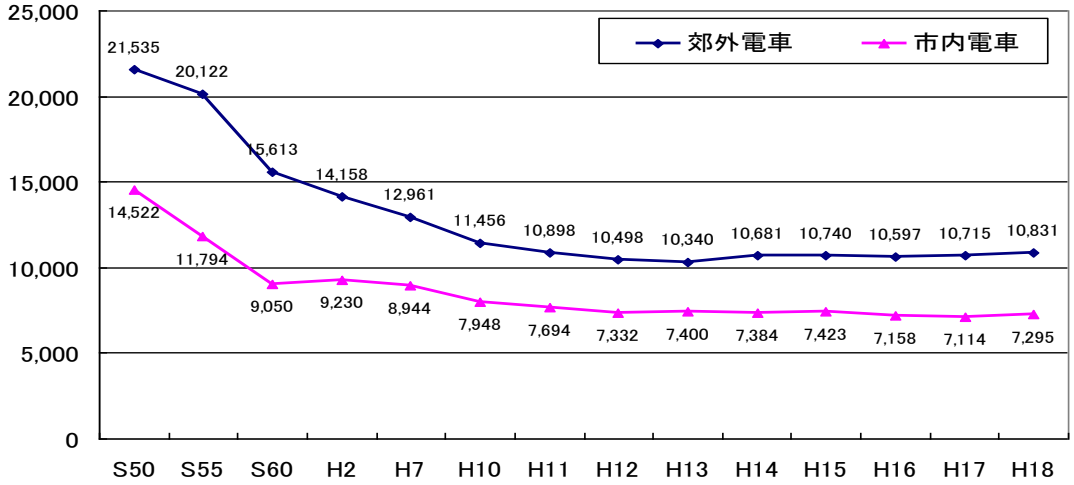
バス利用状況の推移

（千人／年）



鉄軌道利用状況の推移

（千人／年）

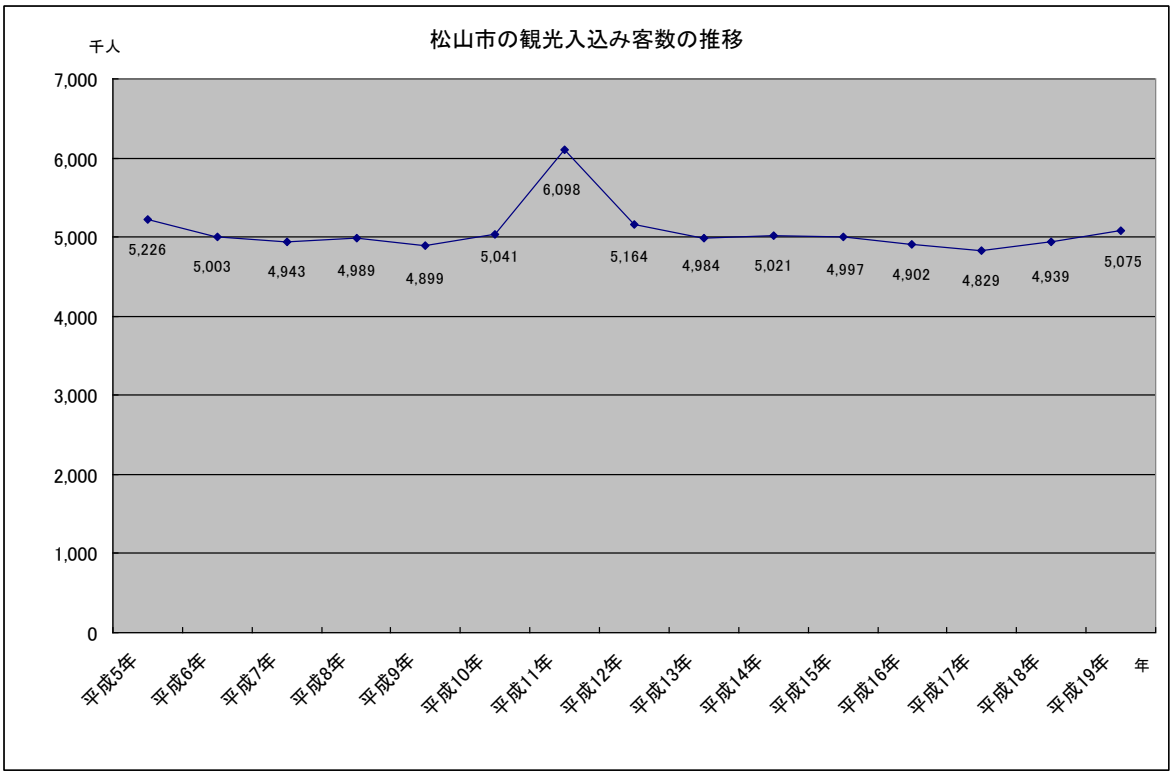


資料:伊予鉄道

5)観光

①松山市全域の観光入込み客数

松山市を訪れる観光客数は、近年では、しまなみ海道が全通した平成 11 年の 6,098 千人をピークに 4,800～5,200 千人の水準で推移している。



②観光施設及び宿泊者数

中心市街地には、松山城と道後温泉という愛媛や四国を代表する観光施設のほか、数多くの観光施設が存在する。このうち、松山城は、1602 年から加藤嘉明によって築城され、現在は、天守閣のある本丸へはロープウェイで登ることができる。また、二之丸跡は庭園として整備され、薪能や茶会が開かれている。

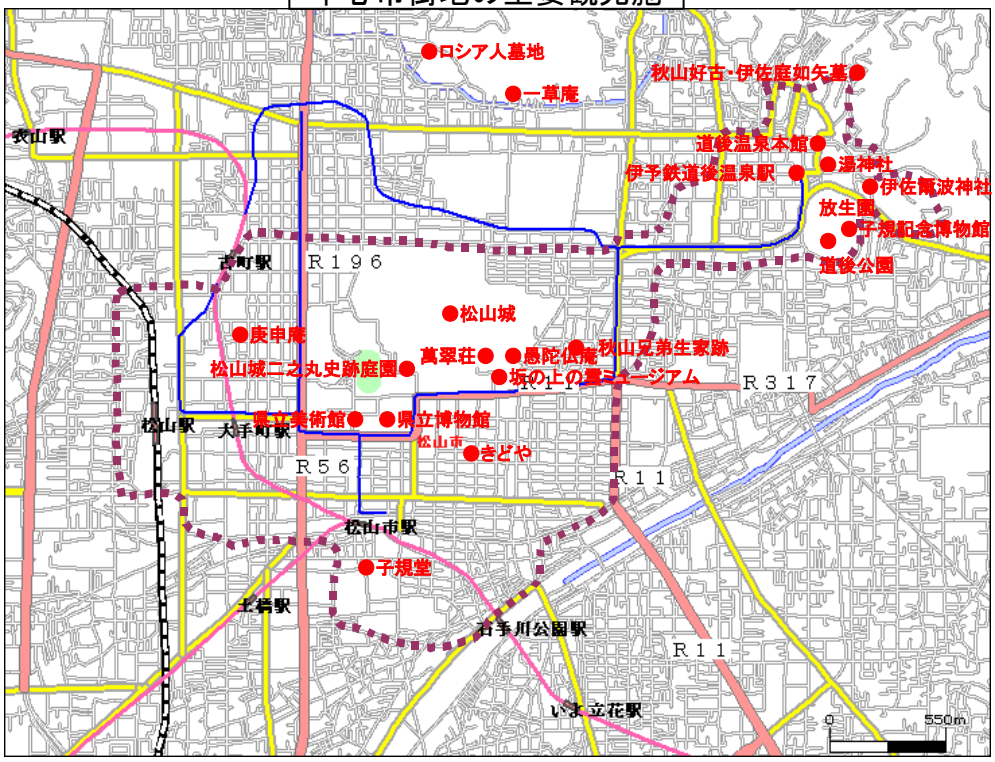
松山城の南裾には、平成 19 年 4 月、松山市が進める「坂の上の雲」フィールドミュージアム構想の中核となる坂の上の雲ミュージアムがオープンし、好調な集客を続けている。

坂の上の雲ミュージアムのオープン 19 年度の入り込み客数

141,318 人

道後温泉は松山城の北東約 2km に位置し、年間 100 万人を超える入浴客のある道後温泉(本館、椿の湯)を要する。道後温泉本館は明治 27 年に建てられた木造三層楼の構造で、国の重要文化財に指定されている。近隣には、子規記念博物館があり、正岡子規を中心に、夏目漱石や松山市が生んだ文人たちの業績を展示している。

中心市街地の主要観光施



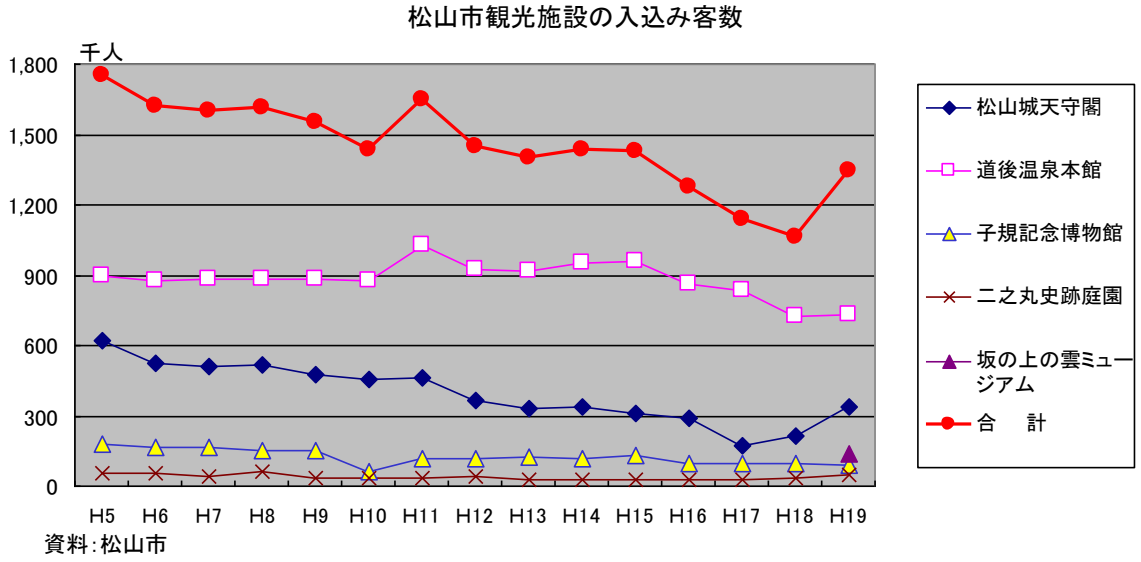
主要観光施設の入込み客数は、横ばい、もしくは減少傾向にある。特に平成 16 年 10 月から 18 年 10 月までの間、松山城天守閣の改修工事が行われており、松山城天守閣の入り込み客数は、その影響で大きく減少したが、現在は回復している。

松山市観光施設(市有5施設)の入込み客数一覧表　　単位:千人

	H5	H6	H7	H8	H9	H10	H11	H12
①松山城天守閣	618	526	513	520	478	456	464	367
②道後温泉本館	899	874	882	880	884	879	1,029	922
③子規記念博物館	178	167	163	153	152	62	120	117
④二之丸史跡庭園	57	52	44	60	35	35	35	39
⑤坂の上の雲ミュージアム	—	—	—	—	—	—	—	—
合　計	1,752	1,619	1,602	1,613	1,549	1,432	1,648	1,445

	H13	H14	H15	H16	H17	H18	H19
①松山城天守閣	331	341	310	287	175	211	341
②道後温泉本館	917	954	959	861	837	725	731
③子規記念博物館	123	115	131	100	97	97	87
④二之丸史跡庭園	27	26	24	26	27	32	48
⑤坂の上の雲ミュージアム	—	—	—	—	—	—	141
合　計	1,398	1,436	1,424	1,274	1,136	1,065	1,348

注)①～④の入込み客は年(1 月～12 月)、⑤は平成 19 年 4 月オープンであったため、平成 19 年 4 月～平成 20 年 3 月までの 1 年間の数値



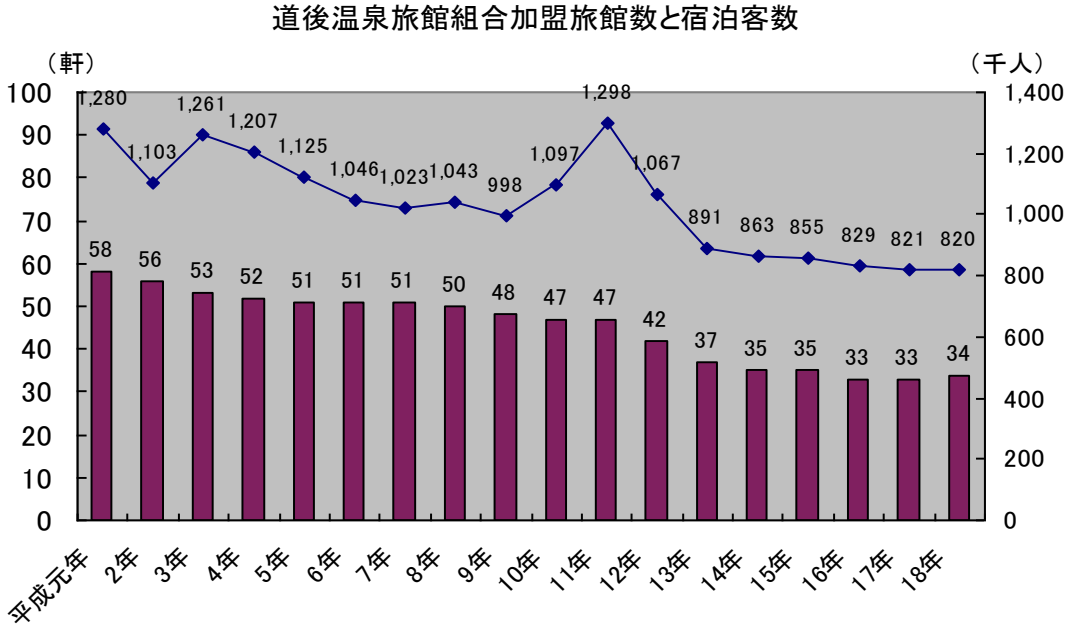
資料：松山市

また、夏目漱石の小説「坊ちやん」で登場人物が利用したことから、「坊っちゃん列車」の愛称で市民に親しまれていた明治時代の蒸気機関車を、伊予鉄道株式会社が平成 13 年 10 月に復元し、道後温泉、松山城、松山市駅、JR 松山駅など、中心部の観光地と交通結節点間を走らせている。坊っちゃん列車は約 14 万人の利用があり、観光資源として、また観光地はもちろん中心市街地内の回遊性を高める上で、大きな役割を果たしている。

坊っちゃん列車利用客数　　（単位：人）

	H13	H14	H15	H16	H17	H18
客数	34,637	127,889	144,167	136,975	139,756	140,899

資料：伊予鉄道



資料：道後温泉旅館協同組合

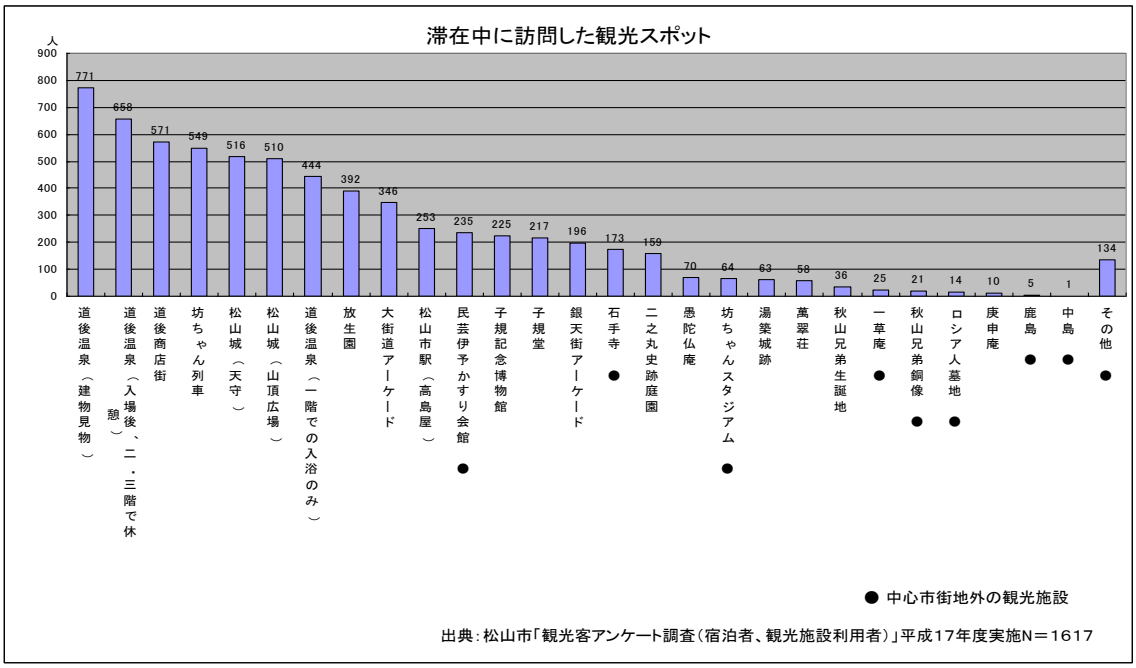
道後地区においては、観光客及び宿泊客は、平成 11 年の「しまなみ街道」開通の架橋効果により、観光客及び宿泊客共に一時的に増加したものの、全体としては減り続けている。

本市では、平成 18 年度に「松山市観光振興計画」を策定し、観光交流人口 600 万人を目標に、「いで湯と城と文学のまちの発展を目指して」をスローガンに観光振興に取り組んでいる。同計画では主な課題として、「道後温泉、松山城という人気スポットがあるが、潜在的な観光資源の開発不足」、「温泉地を選ぶポイントの“おいしい食事”、“憧れの宿”、“周辺の観光スポット”が不十分」、「魅力づくり、誘致宣伝等において関係団体の十分な連携が図れていない」、「道後温泉本館改修工事が控えている」を挙げており、近年の旅行形態の変化に対応したリピーターを増やせる観光地としての魅力向上を図る必要がある。

また、道後地区においては、旅館数及び宿泊客数は減少しており、本市最大の観光地としてまちの魅力を向上させるため、新たな宿泊施設や、観光客に楽しみを提供できる娯楽施設や飲食店の立地を進めるなど、来街増加を図る取り組みを進めていく必要がある。

③観光客の訪問先及び消費の状況

本市の観光客（宿泊者 570 人、観光施設利用者 1,047 人、合計 1,617 人）を対象に実施した、観光客アンケート調査（平成 17 年度）によると、本市には様々な観光資源がある中で、道後温泉、松山城など中心市街地内の観光施設への訪問割合は 90.0%となっており、観光客のほとんどが中心市街地の観光地に訪れていることが伺える。



※中心市街地の観光施設：6,044 人÷観光スポット全体 6,716 人（複数回答）＝90.0%

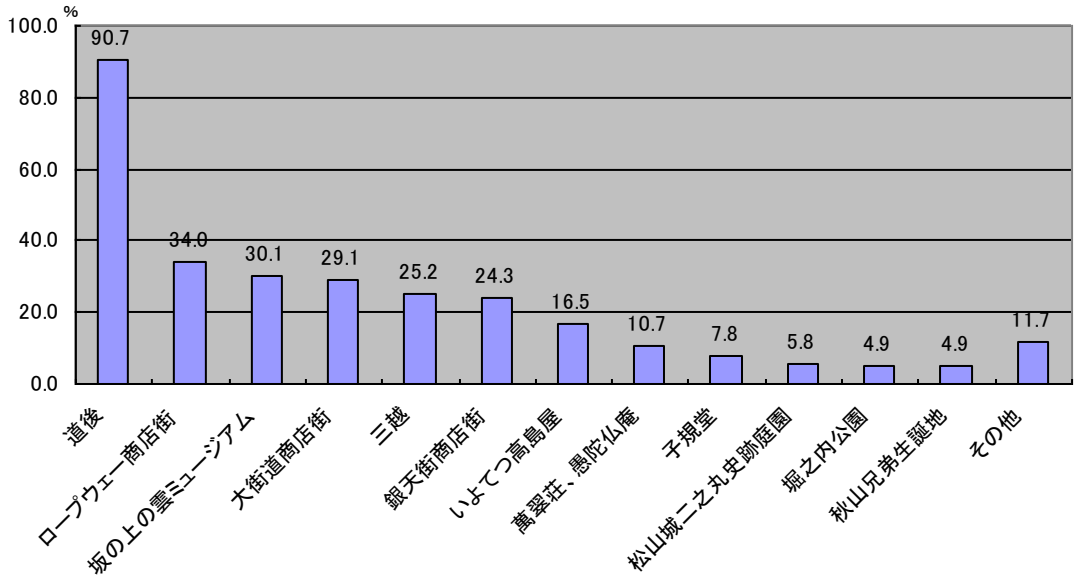
一方、松山市で消費される一人当たりの旅行費用は平均 38,190 円でその内訳は、「宿泊」16,580 円、「交通費」6,570 円、「飲食」5,900 円、「お土産」5,970 円、「観光費」3,170 円となっている。（資料：松山市「観光客アンケート調査平成 17 年度実施」N=570）

また、宿泊者の宿泊施設は「道後温泉の旅館・ホテル」70%、「シティホテル」11%、「ビジネスホテル」7%、「公共ホテル」6%となっており、道後以外の宿泊施設に約 3 割程度の観光客が宿泊している。（資料：松山市「観光客アンケート調査平成 17 年度実施」N=1,047）

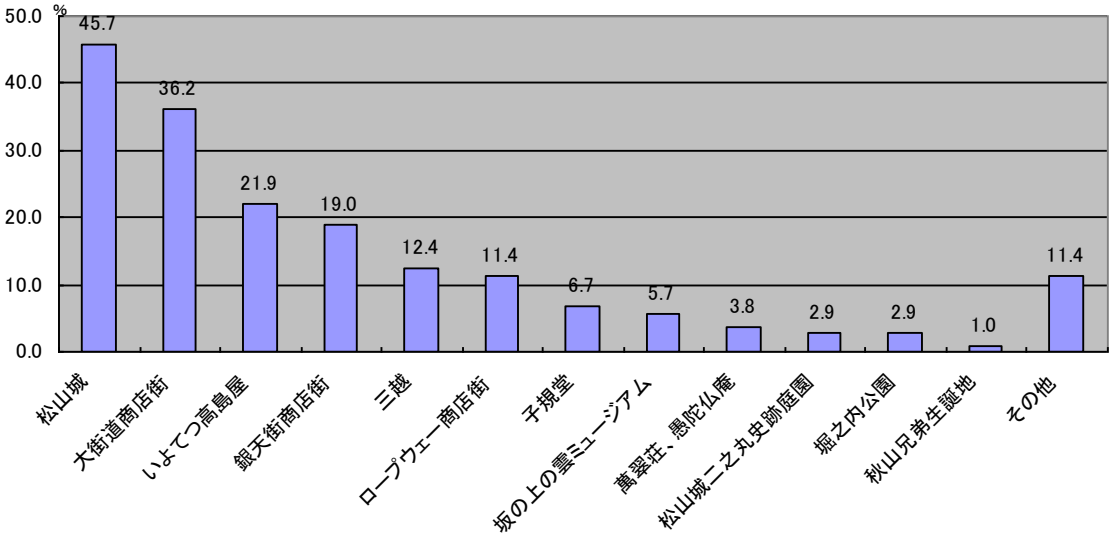
④2 大観光地を訪れる観光客の他施設への訪問状況

本計画策定にあたり、松山城ロープウェイ駅舎、道後温泉本館前において、観光客の行き先についてアンケート調査を実施した。その結果、松山城ロープウェイ駅舎利用客が大街道商店街等の街なかに出かける割合は、概ね 3 割弱、同じく道後温泉客が街なかに出かける割合も 3 割程度であり、松山城と道後温泉という 2 大観光拠点からまちなかへの回遊の潜在性は高い。

松山城ロープウェイ駅舎観光客のその他施設訪問状況
（n＝103）



道後温泉観光客のその他施設訪問状況
（n＝105）



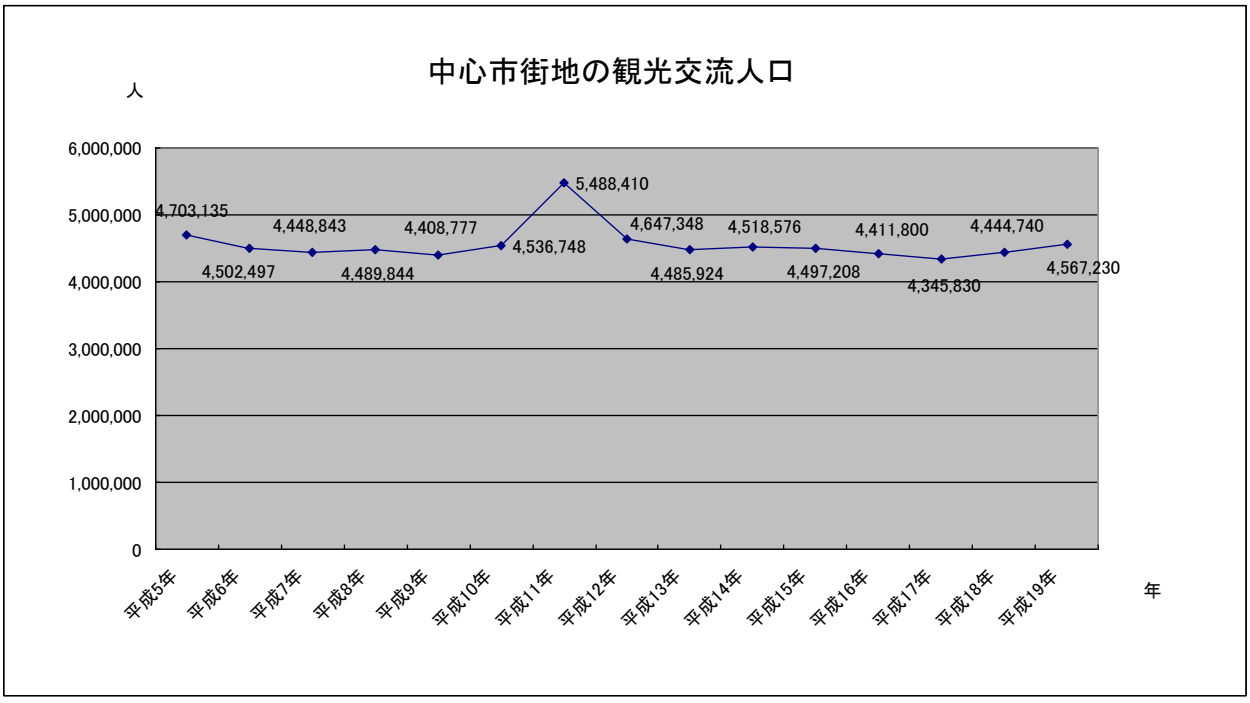
以上のことから、観光地としても本市の中核をなす中心市街地において観光客増加を図ることは、道後地区での宿泊者の増加、中心市街地での新たな消費や中央商店街の賑わいの向上に大きく貢献することになるため、今回、本市出身の秋山好古、真之兄弟と正岡子規を主人公としたNHK のスペシャルドラマ「坂の上の雲」が平成 21 年秋から 3 ヵ年に渡って放映されることを契機に、新たな観光振興策に取り組むことが緊急の課題となっている。

なお、本市の観光交流人口の属性は次のように推定されており、加えて、中心市街地の観光交流人口の推定グラフを以下に示す。

「平成 19 年観光客推定数総括表」

	松山市全域		中心市街地推計値 (※上記 90.0%にて算出)
推定総観光客	5, 074, 700人		4, 567, 230
県内客	1, 522, 400人	全体の30%	1, 370, 160
県外客	3, 552, 300人	全体の70%	3, 197, 070

交通機関	交通機関利用者に占める観光客の割合	松山市全域	中心市街地推計値 (※90.0%にて算出)
R	35%	498, 700	448, 830
船舶	45%	393, 100	353, 790
航空(国内)	56%	740, 200	666, 180
航空(海外)	入国外国人数	9, 400	8, 460
郊外バス	7. 5%	116, 600	104, 940
貸し切りバス	100%	551, 700	496, 530
自家用車	20%ほか	2, 765, 000	2, 488, 500
合計	—	5, 074, 700	4, 567, 230



(※1)中心市街地の観光客訪問率: 90.0%

(※2)H19 市全体の観光交流人口 5,075 百万人×0.900＝4,567 百万人

(4)地域住民のニーズ把握等

1)居住者ニーズの状況

街なか居住者アンケート(P16 参照)によれば、スーパーマーケット、生鮮食料品や惣菜店など生活必需品店舗を求める声が半数を超える状況にある。また、街なか居住で重視したことの 2 番目に、中央商店街(大街道・銀天街)の近さを上げており、中央商店街への期待が高いことが伺える。

加えて、街なか居住者アンケートから、中央商店街の存在は大きく、同地域の更なる魅力向上やまちの賑わいを牽引していくための商業・サービス事業所等の立地促進を図る必要がある。

2)中央商店街通行客のニーズ

㈱まちづくり松山では中央商店街の通行客に商店街等に対するニーズ調査を毎年行っている。平成 18 年度調査の中から「中央商店街に足りないもの、必要なもの」、「中央商店街にほしい店」、「中央商店街のイベント」について、調査結果をまとめると以下のようになる。

①中央商店街に足りないもの、必要なもの

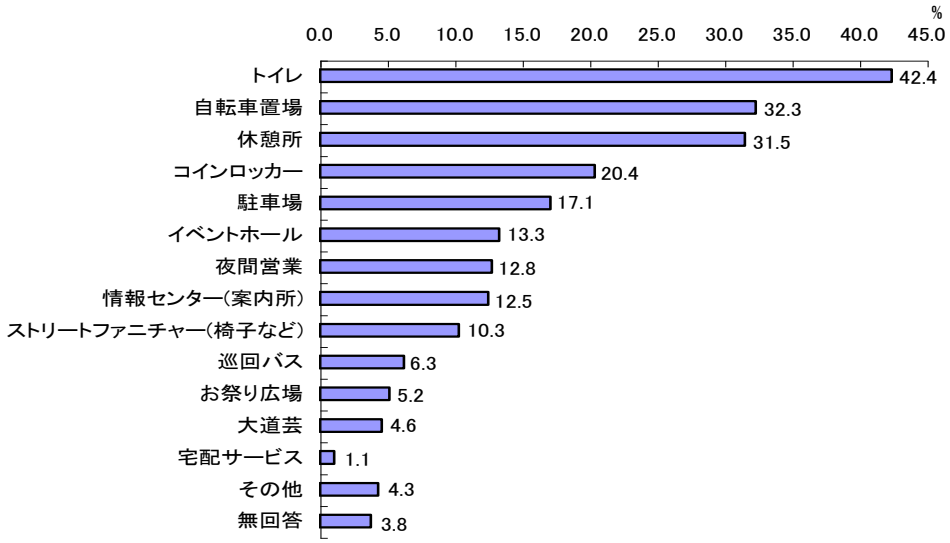
最も多かった意見は「トイレ」で、4 割以上の人が回答。商店街では各店舗のトイレが使えるような取り組みを行っているが、来街者には認知されていない。

2 番目は、「自転車置場」とする回答。収容に余裕のある駐輪場があるにもかかわらず、このような意見が多いのは、当該駐輪場の使い勝手の悪さ、場所の問題などが原因であるものと考えられる。

ほぼ同数で、「休憩所」とする意見も多い。

総体として、来街者からは商業空間におけるアメニティ向上を求める声が高いが、イベント実施や休息場所の確保を行うにしても、公開空地や広場がほとんどなく、現行の道路空間を利用した仮設での対応では、柔軟性や自由度に欠けている状況であるため、「まち更新」等抜本的な対策も必要である。

中央商店街に足りないもの、必要なもの



資料:平成 18 年中央商店街通行量調査

②中央商店街に欲しい店

最も多かったのは「ユニクロ」で、ほぼ年齢層に関係なく支持を集めた。次いで、「ドンキホーテ」、「マツモトキヨシ」、「ロフト」、「ビームス」であった。いずれも、値ごろ感のある服飾、薬局、雑貨等を扱う店であり、消費者の多くが生活必需品の有名店舗を求める傾向にあると考えられる。

中央商店街に欲しい店

順位	店舗名	n	%
1	ユニクロ	101	27.4
2	ドンキホーテ	85	23.1
3	マツモトキヨシ	64	17.4
4	ロフト	60	16.3
5	ビームス	58	15.8
6	ソニープラザ	49	13.3
7	トイザラス	36	9.8
8	サマンサタバサ	34	9.2
9	古着ショップ「WEGO」	32	8.7
10	ヨドバシカメラ	31	8.4
11	ギャップ	27	7.3
12	シップス	26	7.1
13	ミュウミュウ	24	6.5
14	ユナイテッドアローズ	23	6.3
15	ペットシティー	23	6.3

資料：平成 18 年中央商店街通行量調査

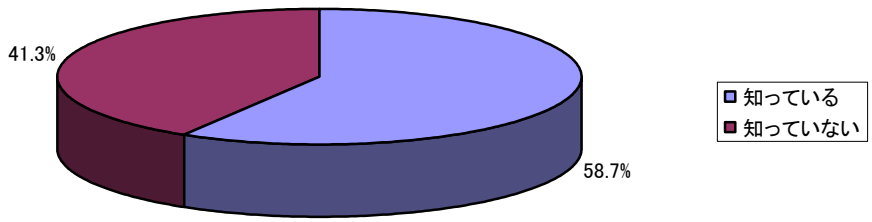
③中央商店街のイベント

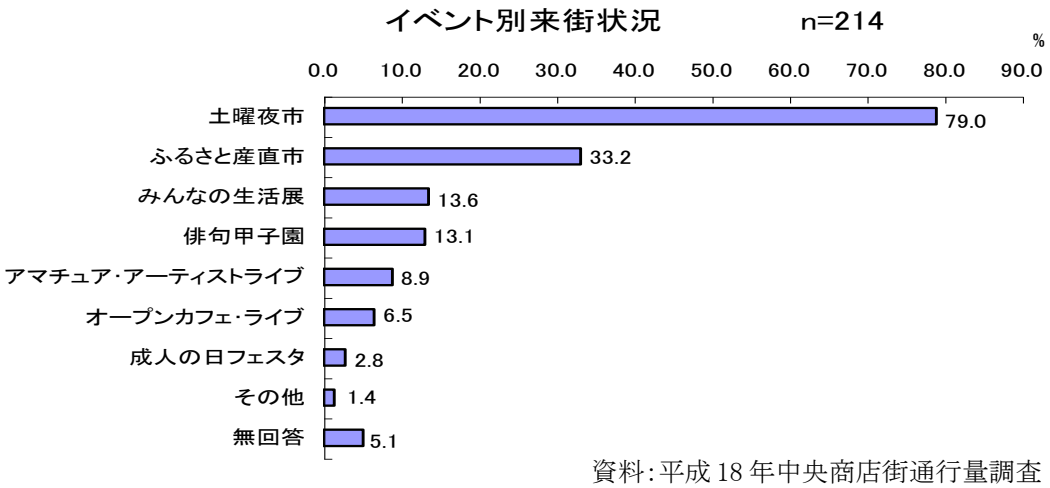
イベントの認知状況を見ると、「知っている」と回答した人が、6 割弱ではあるが、さまざまなイベントを行っていることを考えると、必ずしも認知度は高いとは言えない。

また、イベント別の来街状況を見ると、「土曜夜市」については、高い参加率を占めているが、「20 才のフォトコンテスト」、「金曜アマチュアライブ」、「ふるさと産直市」などについては、まだまだ来街状況は低く、各種イベントの認知度を上げていく必要がある。

イベントの認知状況

n=368





資料:平成 18 年中央商店街通行量調査

(5)過去の中心市街地活性化の取組み

1)旧中心市街地活性化基本計画

本市では、中心市街地での人口減少や公共交通機関の利用者減、商店街の衰退等が問題となり、平成 11 年 3 月に市内中心部約 235ha を対象に中心市街地活性化基本計画を策定、平成 14 年 3 月に本市固有のシンボルである道後温泉と交通拠点である JR 松山駅を加えて、伊予鉄松山市駅南にある県立中央病院などの中心市街地に隣接する都心核及び集客核の連携の強化と回遊性の向上を図ることで、総合的かつ一体的な活性化への取組みを行うべく、道後、JR 松山駅周辺、萱町及び末広町商店街周辺地区を追加し約 450ha とした。

また、基本計画にも位置づけられている、「坂の上の雲」を軸とした 21 世紀まちづくり事業の一環として、平成 16 年から 20 年度までの 5 カ年間で、都市再生整備計画(まちづくり交付金)事業を実施している。

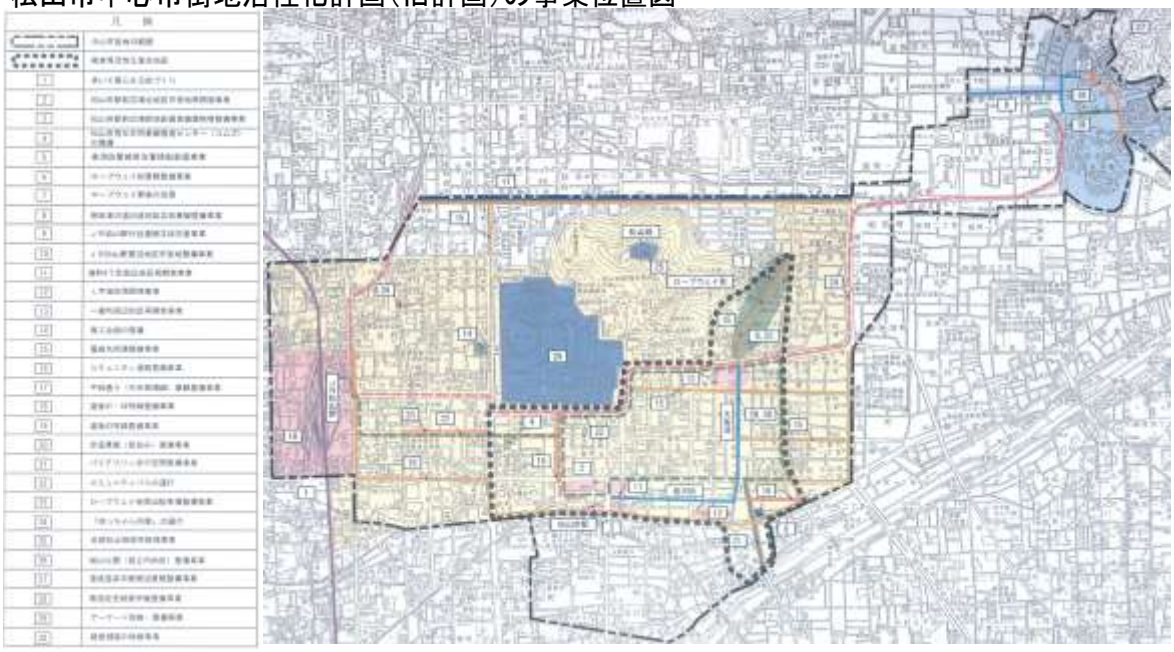
2)旧計画における取り組み

旧基本計画では、下記の 6 つの基本方針の下で、商業の活性化 23 事業(内未実施 3 事業)、市街地の整備改善 48 事業(内未実施 12 事業)を計画し、中心市街地の活性化に取り組んできた。

基本方針

①中心市街地における都心核の連携を高める
②面的な整備を行い回遊性を高める
③街なかに定住者を呼び戻すとともに地域コミュニティを再生させる
④地域らしさを演出する
⑤交通アクセスを整備する
⑥土地利用の刷新を図る

松山市中心市街地活性化計画(旧計画)の事業位置図



3)これまでの取り組みの総括

まちなか回遊に関する事業

①松山市駅前広場南地区優良建築物等整備事業

②公共交通利用促進環境整備事業

（低床のバス・路面電車の導入、路面電車の停車場及び鉄道駅のバリアフリー化、ICカード、バスロケーションシステム、ハイグレードバス停の導入等）

③坊っちゃん列車、マドンナバスの運行

④観光レンタサイクル事業

⑤まつやま道しるべマップ整備事業

⑥まつやまインフォメーション事業

⑦大型映像情報発信施設整備事業











＜事業成果＞

旧計画においては、一般市民から観光客まで多様な人々がまちなかの回遊を楽しく、スムーズに行えるよう上記施策を展開してきたところであるが、特に、公共交通利用促進環境整備事業による各種取り組みにより、まちなか回遊を行うために必要なバス、郊外・市内電車の各種公共交通機関（いずれも伊予鉄道）の利用は、平成 12 年以降、増加もしくは減少に歯止めがかかっている状況にある。（P28 参照）

また、平成 13 年からの坊っちゃん列車運行により、回遊手段そのものを楽しむ観光ニーズを発掘し、平成 18 年には 14 万人を超える乗客数を誇っている。（P31 参照）

＜課題＞

ところが、中心市街地の重要な回遊の起終地点である JR 松山駅は、未だ利用客の減少が続いており、本市の経済にとって重要な広域集客の機能が貧弱である。（P26、27 参照）

また、上記取り組みがあっても、中心市街地内の各種商業指標（P13 参照）、中央商店街の通行量（P18、19、20 参照）など商業や賑わいを示す指数の大きな飛躍はない状況である。

加えて、本市の特徴である自転車利用によるまちなか回遊についても、駐輪対策を含め、有

効な取組が進んでいない。

＜反省点＞

上記課題に対して、本市の重要な広域集客拠点である JR 松山駅の機能強化不足や、まちなか回遊の仕組みを経済効果へと連動させるまちの魅力作りへの取り組みの不足、また、本市において利用頻度の高い自転車移動への取り組み不足が、これまでの反省点としてあげられる。

＜対応策＞

JR 松山駅付近連続立体交差事業や土地区画整理事業による駅ビルや駅前広場の整備、路面電車電停の移設など「まちなか回遊」のための結節機能強化が必要である。

また、上記「まちなか回遊」の仕組みをベースに、観光や商業の増進に直結する施策の展開により現在の回遊頻度を増加させるため、近年増え続ける携帯電話を活用した情報発信システムである「まつやまインフォメーション」の取組みの一部である、中央商店街において実施している市民向けの「おいでナビ」における、来街を促進するポイント還元制度の導入や、観光客の回遊情報を提供する「ハイクナビ」を含めた情報強化を図り、回遊情報、回遊サービスの向上に取り組む必要がある。

加えて、平成 20 年度策定の新たな都市交通戦略に基づき、都心部における自動車交通の削減や自転車走行レーン、小規模分散型駐輪場、公共交通機関の利便性向上など、交通戦略に沿った事業化を行い、暮らしやすい生活空間と、訪れやすく移動しやすい中心市街地の形成に取り組む必要がある。

JR松山駅周辺整備計画鳥瞰図



観光振興に関する事業

①史跡松山城保存修理事業

②道後温泉本館周辺景観整備事業

③ロープウェー街景観整備事業

④坂の上の雲ミュージアム及びロープウェイ駅舎の整備



⑤城山公園（堀之内地区）整備事業
⑥足湯整備事業

＜事業成果＞
作家　司馬遼太郎の長編小説「坂の上の雲」を軸とした 21 世紀のまちづくりにおいて、松山市全域を「屋根のない博物館（フイールドミュージアム）」として、官民が一体となった取り組みを行う中で、特に、本市の観光の核施設である松山城の天守閣改修や道後温泉本館周辺景観整備に加え、平成 19 年 4 月には、坂の上の雲ミュージアム（設計：安藤忠雄建築研究所）が開館したこともあり、中心市街地への観光入り込み客数は 457 万人まで回復した。
＜課題＞
「しまなみ海道」開通の翌々年（平成 13 年）以降、中心市街地の観光入り込み客数は横ばい若しくは減少が続いてきた中で、この間、道後の宿泊客数とホテル旅館数は減少（P31 参照）し、観光産業とそれに付随するサービス業等が少なからず打撃を受けてきている中、NHK によるスペシャルドラマ「坂の上の雲」が平成 21 年から約 3 年間にわたって放映予定されていることから、このドラマ効果を最大限に生かすことで、平成 22 年には観光客数 600 万人が目標とされ、ドラマ放映後の平成 24 年にも同水準の観光客数を確保することが期待されている。
＜反省点＞
しまなみ海道開通時の平成 11 年においては、対前年比 21％の観光客増があったにもかかわらず、翌年は 15％減となり、その後も逓減傾向にあることから、過去の取り組みにおいて、増加した観光客をリピーターとして確保できないなど、観光特需をその後に生かせていないという反省点があげられる。
＜対策＞
今後においては、平成 19 年に開館した坂の上の雲ミュージアムの企画展示の充実や道後温泉本館周辺景観整備事業、城山公園（堀之内地区）整備事業など、観光施設の魅力向上に引き続き取り組むとともに、市内に点在するスペシャルドラマに登場する史跡や主人公ゆかりの地を観光資源としてその魅力を創出し、訪れた観光客にリピーターとなってもらうための良質のサービスを提供するとともに、「まちなか回遊」の仕組みを生かすべく新たな回遊サービスや様々な観光施策を展開する必要がある。

道後温泉本館周辺景観整備事業の例





賑わい創出・商業振興に関する事業

①ロープウェー街景観整備事業
②道後温泉本館周辺景観整備事業
③道後商店街アーケード改修整備事業
④生鮮市や各種イベントの実施
⑤育児・託児施設、子ども一時預かり所の設置
⑥休息所、トイレの整備
⑦情報発信施設の整備
⑧中心市街地商店街での商店街マネジメント事業
⑨新規参入者への支援(家賃助成)
⑩市の開催











整備前　　ロープウェー街景観整備事業　　整備後

＜事業の成果＞

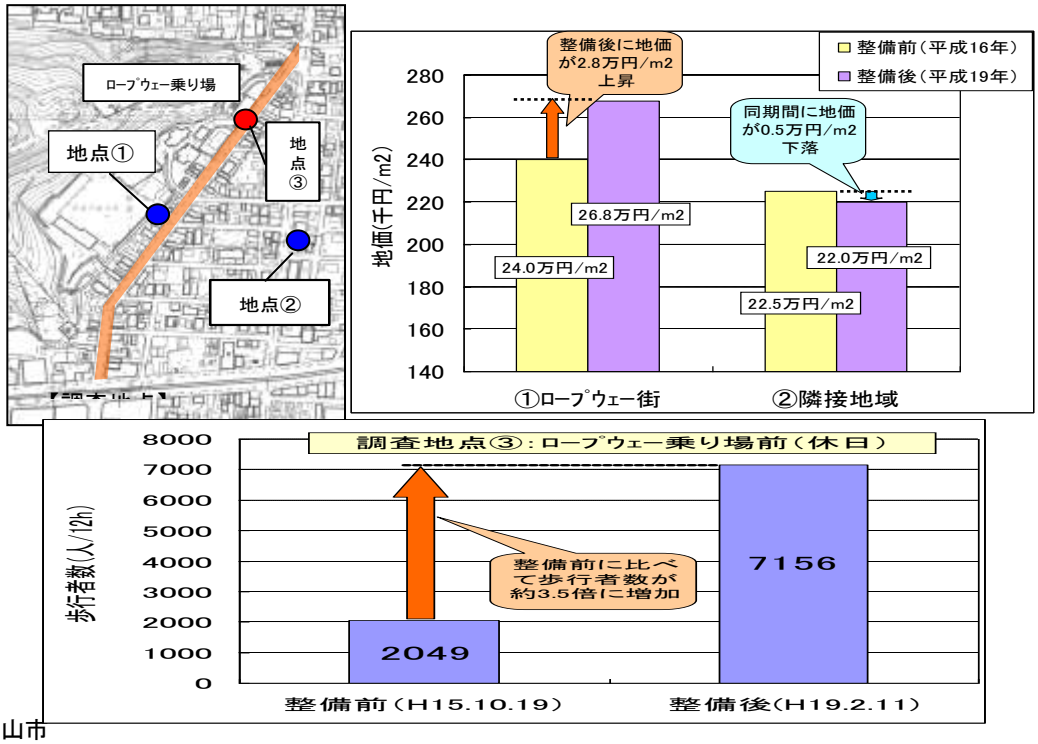
中心市街地内の各商店街においては、ロープウェー街景観整備事業やアーケードの改修・整備等、ハード整備に加え、各商店街における生鮮市や各種イベントの開催、新規出店者に対する助成支援など、ソフトに事業による魅力向上にも取り組んできた。

特に、中央商店街においては、平成 14 年度以降に取り組んだ大街道・銀天街全体を一人の

マネージャーがマネジメントする商店街マネジメント事業やトイレや休憩所、ベビーカーの貸し出しやインフォメーション機能も備えた「ほっとステーションおいでんか」の設置後、減少傾向にあった通行量を持ち直した（P18 参照、17 万人台→19 万人台）。

また、道路整備とあわせ民有地のファサード整備を含め景観整備を行ったロープウェー街では、通行量が整備前と比較すると約 3.5 倍増加し、地価も整備前から 2.8 万円／㎡上昇するなどの効果が表れており、回遊性向上のための道路整備と合わせ、地域にあった景観整備を行うことでまちの魅力が向上し、賑わいが創出されている。

ロープウェー街整備効果



資料：松山市

（注）ロープウェー街の整備に当たり、整備後の効果を計測したもので、その後の継続調査は行っていない。

＜課題＞

しかし、中心市街地の小売商業は、既述したように、平成 9 年から 16 年の比較において、商店数は、300 店舗以上が失われ、従業員数は、市全体が増加しているにもかかわらず、約 500 人の減となっている。特に、年間商品販売額は、59,768 百万円減少しており、同期の市全体の減少額 56,543 百万円を上回っている。

更に、中央商店街においては、平成 19 年通行量調査では、ラフォーレ原宿・松山の閉館に向けたテナント店舗転出の影響等により、前年比で 11.2%減少し、同年実施した消費者意識調査においては、「魅力的な店が多いと思うか」という問いに、全体の 56.3%が、「そう思わない、わからない」と回答するなど、商業空間としての魅力低下が懸念される状況にある。

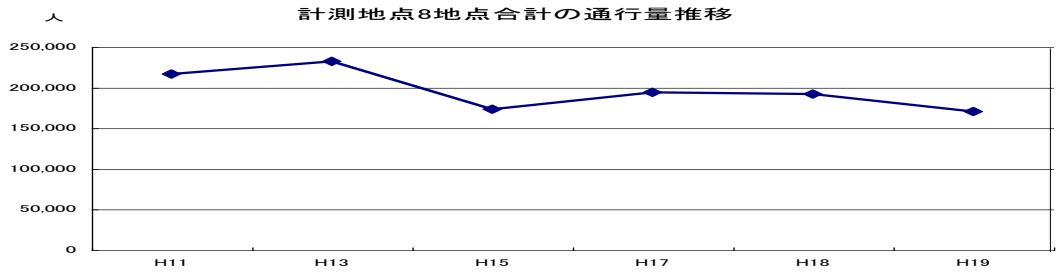
＜反省点＞

これまで商店街振興事業に取り組む一方で、事業者間におけるビジネス上の連携や来街・回遊への取り組み、再開発など「まち更新」による良好な商業空間の形成や食料品店等不足している店舗や魅力的な店舗の立地に向けての対策が講じられなかったなど、商業への抜本的な

課題解決に向けた取り組みの不足があったことが反省点としてあげられる。

＜対応策＞

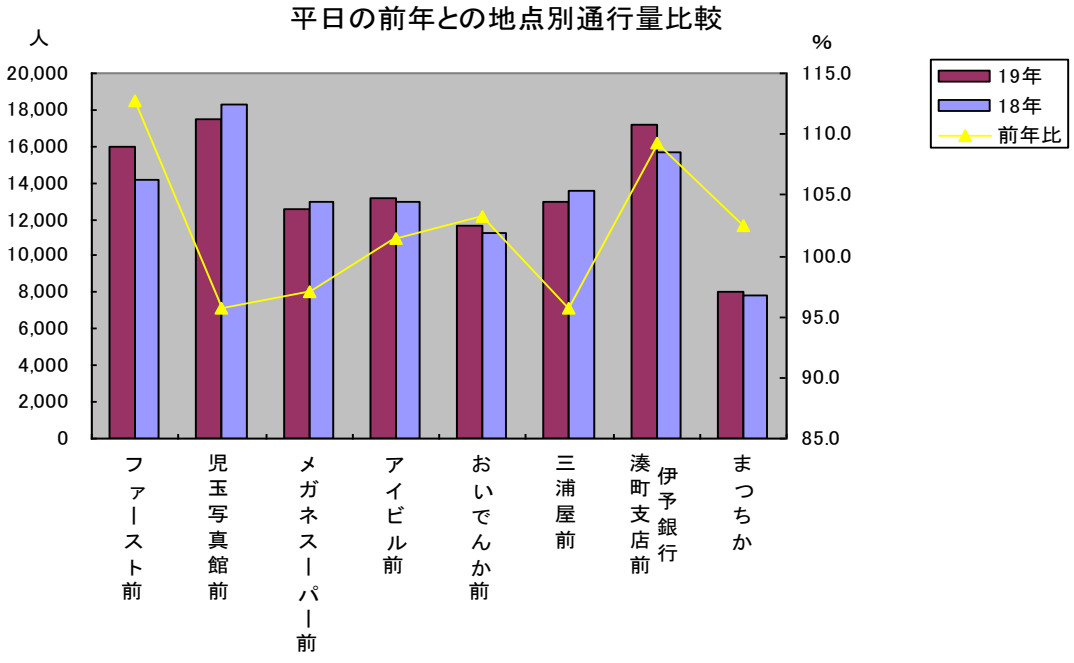
中心市街地にとって必要な商業施設等の立地促進や商店街や複数店舗による共同販促、産直生鮮市場の拡大、イベントセール、更には観光客等回遊客への対応、まちのインフォメーションセンターである「おいでんか」の充実等により、来街者数と回遊率を高め、賑わいと商業の活性化を図る必要がある。また、ラフォーレ原宿・松山の閉館が耐震基準に満たない建物であったことなど多くの商業施設の老朽化が進んでいるため、今後においては、再開発等も視野に入れたまちの更新に向けた取り組みが不可欠である。



中央商店街の通行量（休日）　（単位：人、%）

	H9	H11	H13	H15	H17	H18	H19	H9-19減少率
①ファースト前	27,786	28,779	30,988	22,071	20,860	28,295	19,668	-29.2
②児玉写真館前	29,402	32,961	34,155	24,570	26,700	30,437	25,030	-14.9
③メガネスーパー前	24,743	29,857	28,657	23,570	26,542	22,328	23,857	-3.6
④アイビル前	28,833	29,120	30,389	22,697	23,455	23,886	19,575	-32.1
⑤おいでんか前	24,676	25,728	26,226	21,156	20,183	21,818	20,612	-16.5
⑥三浦屋前	29,276	24,239	29,921	23,748	25,427	24,106	22,220	-24.1
⑦伊予銀行湊町支店前	27,881	25,962	31,424	24,807	30,234	27,506	25,740	-7.7
⑧まつちか	25,064	20,090	20,510	10,724	20,666	13,639	13,801	-44.9
合　計	217,661	216,736	232,270	173,343	194,067	192,015	170,503	-21.7
調査日（日曜日）	11月12日	11月14日	11月11日	11月9日	11月6日	11月12日	11月18日	

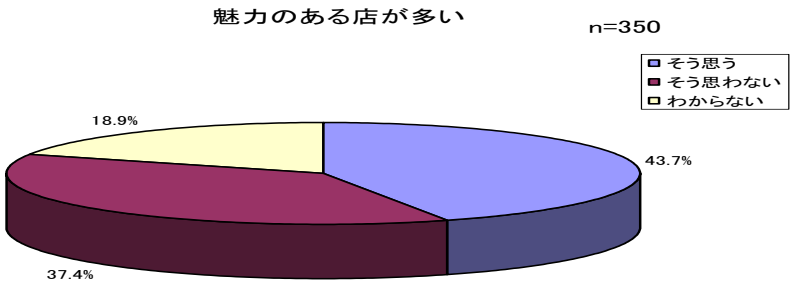
資料：平成 19 年中央商店街通行量調査



中央商店街の通行量(平日)

	H18	H19
①ファースト前	14, 141	15, 932
②児玉写真館前	18, 263	17, 480
③メガネスーパー前	12, 926	12, 539
④アイビル前	13, 002	13, 186
⑤おいでんか前	11, 305	11, 664
⑥三浦屋前	13, 522	12, 935
⑦伊予銀行湊町支店前	15, 705	17, 158
⑧まつちか	7, 808	8, 002
合 計	106, 672	108, 896
調査日(平日:木曜日)	11月9日	11月1

資料:「中央商店街通行量調査」



カテゴリー名	n	%
そう思う	153	43. 7
そう思わない	131	37. 4
わからない	66	18. 9

資料：平成 19 年中央商店街通行量調査

4)旧松山市中心市街地活性化推進協議会の開催

中心市街地の活性化を推進するため学識経験者、関係団体・業界、関係行政機関からなる、推進協議会を組織していたが、新法の制定により、その役割を終えるに当たり、平成 18 年 7 月 19 日に、進捗状況と取り組み成果について報告。本市の中心市街地の状況は他都市に比べ、数値的には悪くないものの、近隣市町に計画されている大規模商業施設、既存ストックを活かしたまちづくりの重要性等より、引き続き活性化に取り組むべきであるとの総意を得ている。

(6)中心市街地活性化の課題

これまで中心市街地の現状や過去の取り組み結果等を分析してきた。中心市街地の人口については、都市計画において郊外拡散型のまちづくりを行ってこなかったこと、公共公益施設が集中し、路面電車等の公共交通機関の充実した中心市街地であることからマンション建設等も進み、過去 10 年間において、横ばい状態となっているにもかかわらず、まちの賑わいを創出する観光は伸び悩み、商業に関しては衰退している。

観光及び商業の活性化を図ることは、本市のみならず圏域全体の都市活動、経済活動の中心としての役割を果たしてきた地域として、また、社会経済状況の変化に対応した持続可能な都市経営を図るためにも、緊急に取り組むべき課題である。

1)賑わいづくりと商業振興

小売商業の商店数及び年間商業販売額において本市の約半数を占める中心市街地においては、これら指標は減少を続けており、空き店舗数も増加している。また、広域集客商業核である中央商店街の通行量については調査を始めた平成 9 年以降減少し、平成 17 年に一度上向きとなったものの、その後、再度、減少に転じている。

従って、中心市街地内の暮らしに必要な商業機能の充実を図るとともに、本市の経済活力の中核をなし、賑わいの中心の役割を果たしている四国随一の商業集積を誇る中央商店街及びその周辺地域における商業振興に、多様な主体で取り組んでいくことが必要である。また、まちの更新等による新た魅力作りや、中心市街地における広域集客交通結節点である JR 松山駅に係る一連の整備を進めていくことで、活性化の持続に繋げていく必要がある。

課題:中心市街地内の商業振興　中央商店街の賑わい回復

2)観光振興

観光は本市の基幹産業であるが、その要の観光地である松山城と道後温泉をはじめ、中心市街地には多くの観光施設があり、本市観光客の 9 割が訪れているため、中心市街地の活力を支えていることはもちろん、中央商店街の賑わいや中心市街地内での消費にも大きく寄与している。

ところが、観光交流人口は、平成 11 年のしまなみ海道開通時以降、減少若しくは横ばい状況で、平成 19 年 4 月の坂の上の雲ミュージアムのオープン等により、若干の増加に転じたものの、活性化しているとは言いがたい。また、年間 100 万人を超える入浴客がある道後温泉のある道後地区においては、旅館数、宿泊客数(P31 参照)ともに減少している。

そこで、「松山市観光振興計画」において、観光交流人口 600 万人の目標を定めたところであり、その実現のために、平成 21 年秋から始まる「坂の上の雲」スペシャルドラマ放映を機に、松山観光の新たな魅力創出とおもてなしの向上を図ることで、観光リピーターの増加やドラマ放映効果を継続させるなど松山市及び中心市街地の活性化を牽引していく必要がある。また、道後温泉本館の改修も控える中で、陸の玄関でもある JR 松山駅に係る一連の整備もあわせ、更なる道後の街活性化などにより、観光産業等活性化の持続を図っていく必要がある。

課題:観光振興

(7)中心市街地活性化に関する基本的な方針

目指す将来像

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～

本市の「顔」として、伝統ある歴史文化と都市機能が調和し、県都として風格と拠点性のある 50 万中枢都市にふさわしい、元気、活力日本一のまちを目指す。

そのために、本市中心市街地内に集積する各種都市施設など既存のストックを活用するとともに、旧計画や「坂の上の雲」のまちづくり事業等により整備された「まちなか回遊」の仕組みを活かし、中心市街地内の道後温泉、松山城、坂の上の雲ミュージアム等本市の主要観光施設を有する中心市街地内の誘客を図る総合的な観光振興策を多様な主体により展開する。

また、「暮らし・賑わい」に必要な商業施設や都市福利施設等の立地誘導のための奨励制度の創設や県立中央病院の建替えと城山公園(堀之内地区)整備等による街なか居住の快適性向上と都心の賑わいづくり及びこれらに伴う商業の活性化を行うとともに、道後地区における景観整備や中央商店街における道路空間整備と相互連携等による両地区の広域集客のアップを図る。

加えて、将来に向けたまちの賑わいづくりとして、中央商店街等における再開発を含めた「まち更新」の下地作りや、中心市街地における広域集客交通結節点である JR 松山駅周辺に係る土地区画整理事業等一連の整備を進めていくものとする。

基本的な方針

1)城下町ならではの賑わいのあるまち

四国随一の集積を誇る本市の広域集客商業核である 2 つの百貨店とその間を結ぶ中央商店街を始めとする中心市街地内の商業空間の魅力アップと来街者や居住者の利便性・快適性の向上により、多様な人々が集い、賑わいのあるまちの形成を行い、来街者増を図る。

また、将来につながる「まち更新」への持続的な取り組みや、観光拠点である道後との連携、広域集客の要所である JR 松山駅に係る一連の整備を進めるとともに、回遊性を活かした施策の展開により区域全体の賑わいの持続に繋げていく。

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

道後温泉、松山城、坂の上の雲ミュージアム等本市の主要観光施設を有する中心市街地内の誘客を図るため、平成 21 年からの「坂の上の雲」スペシャルドラマ放映による効果の最大化、持続化とともに、「まちなか回遊」の仕組みを活かし、様々な観光振興策等を講じることで、域内における観光客等交流人口の増加を目指す。

3)便利で、楽しい商業のまち

暮らし・賑わいに必要な消費者ニーズに即した店舗や施設の不足を解消し、徒歩や自転車、路面電車等公共交通機関での移動の優位性を活かし、消費者・市民にとって必要で魅力的な店舗等の立地誘導やソフト事業の展開、更に上記二つの方針との連動により、中心市街地内の商業の活性化を図る。

計画の概要

将来像「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～

