2. 中心市街地の位置及び区域

[1]位置

位置設定の考え方

松山城を中心に城下町として発展してきた歴史的経緯の中で、路面電車で移動可能な地域が街なかとして認識され、居住が進み、様々な都市機能が整備されてきた。

具体的には、中心部から約 2km の位置に、年間 100 万人を越える入浴客のある道後温泉（本館、椿の湯）を中心とした観光拠点である道後地域。

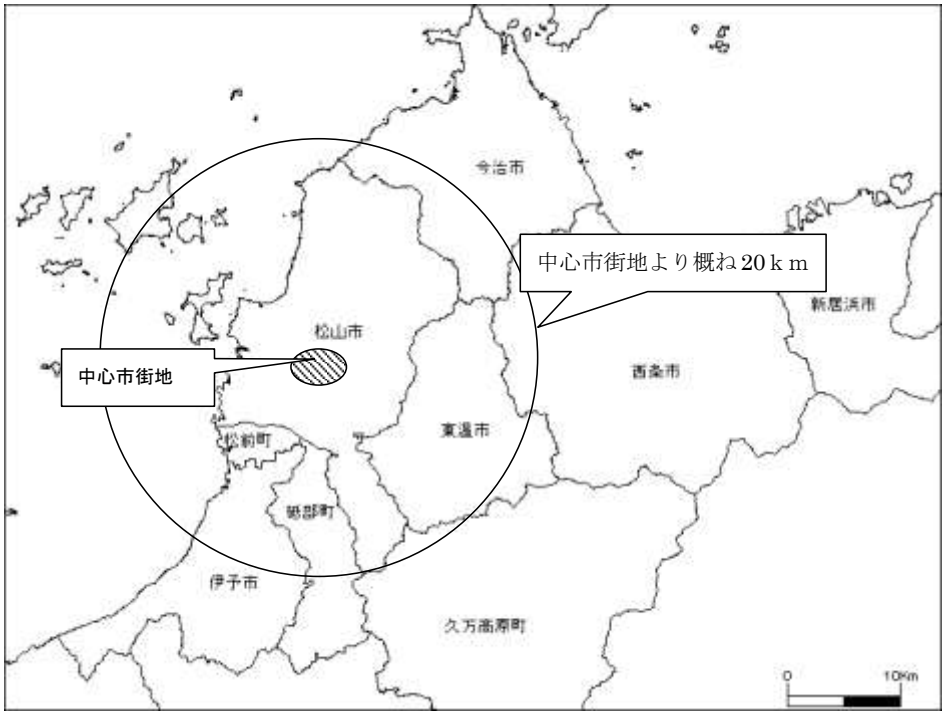
年間 280 万人の利用客を有し、本市の陸の玄関口として、広域からの来街者の回遊の起終点となる JR 松山駅を核として、中心市街地の新たな賑わいを創出する取り組みがスタートしている JR 松山駅周辺地域。

松山城や昨年オープンした坂の上の雲ミュージアム等多くの観光施設を要し、市民の足であるバス、鉄道及び中心部を環状に走る路面電車の地域交通拠点である伊予鉄道松山市駅、松山都市圏の広域集客商業核である中央商店街周辺や行政機能、高等教育機能、医療・福祉機能及び国際交流・観光機能等が集積している松山城の周辺地域。

これらを公共交通機関（路面電車）がつなぐことで、歩いて暮らせる街を形成しているとともに、河川等による分断もなく平坦な土地であることから自転車での移動も極めて便利な街として、本市の中心市街地が形成されている。

しかしながら、観光及び商業に関する各種指標の減少傾向は続いており、松山の顔である中心市街地の賑わいが失われつつあることから、持続可能な都市運営を図るため、松山市及び松山都市圏を牽引することができる、これらの地域を中心市街地に指定することとする。

（位置図）



[2]区域

区域設定の考え方

1.区域面積

約 450ha

2.区域の範囲と考え方

(1)基本的な考え方

中心市街地活性化の基本方針である、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、を実現する区域として、

1) 本市の代表的観光地である松山城及び坂の上の雲ミュージアム並びに市民の憩いの場となる城山公園
2) 松山城と並ぶ本市最大の観光地道後温泉本館を有し、観光客が中心市街地の回遊基地として宿泊する道後温泉街、並びに路面電車での回遊起終点となる道後温泉駅を有する道後地区
3) 四国随一の集積を誇る中央商店街や二つの百貨店を有し、業務施設や公共公益施設が集中、市内回遊の最重要交通結節点である伊予鉄道松山市駅も含む番町地区
4) 広域からの来街時に回遊の起終点となり、将来に向けた新たな賑わいを創出する取り組みをスタートさせ、鉄道高架にあわせ中心部から路面電車の延伸させる JR 松山駅周辺地区

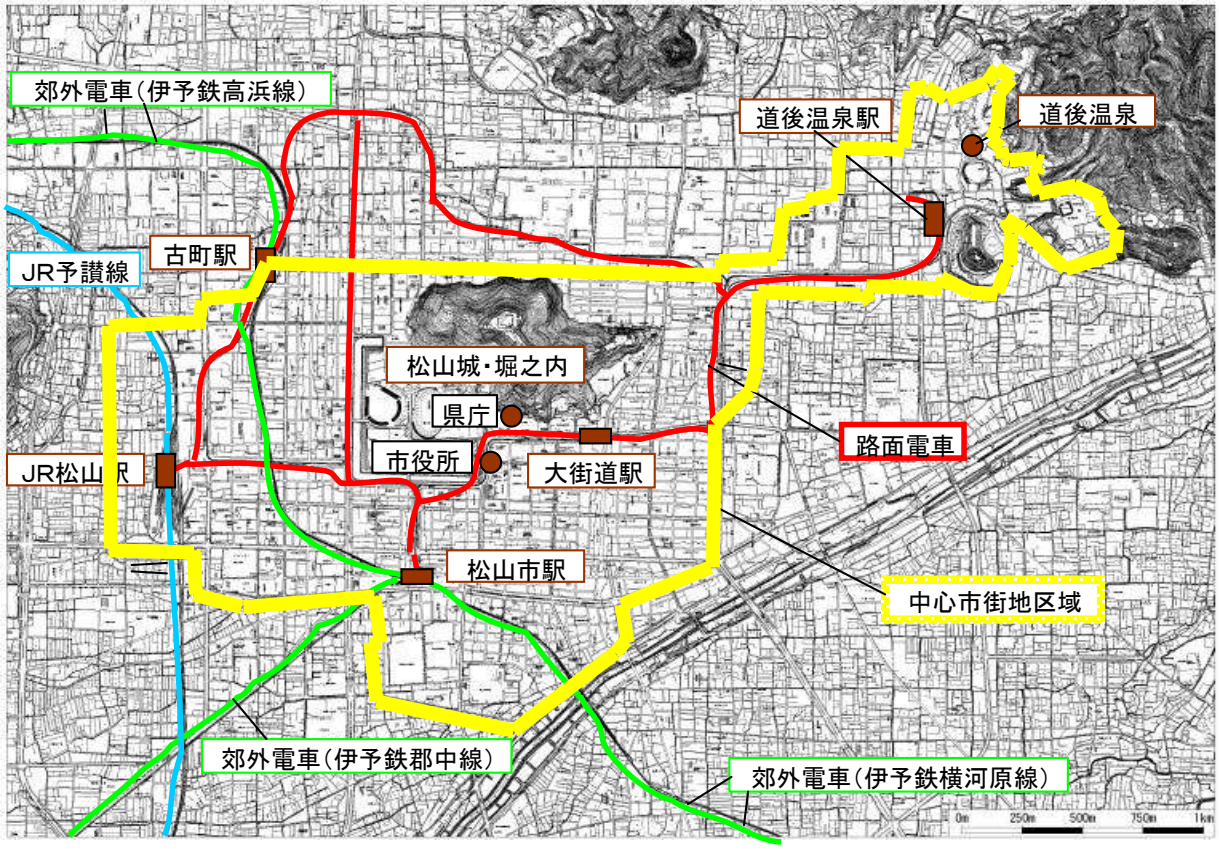
を中心市街地として設定する。

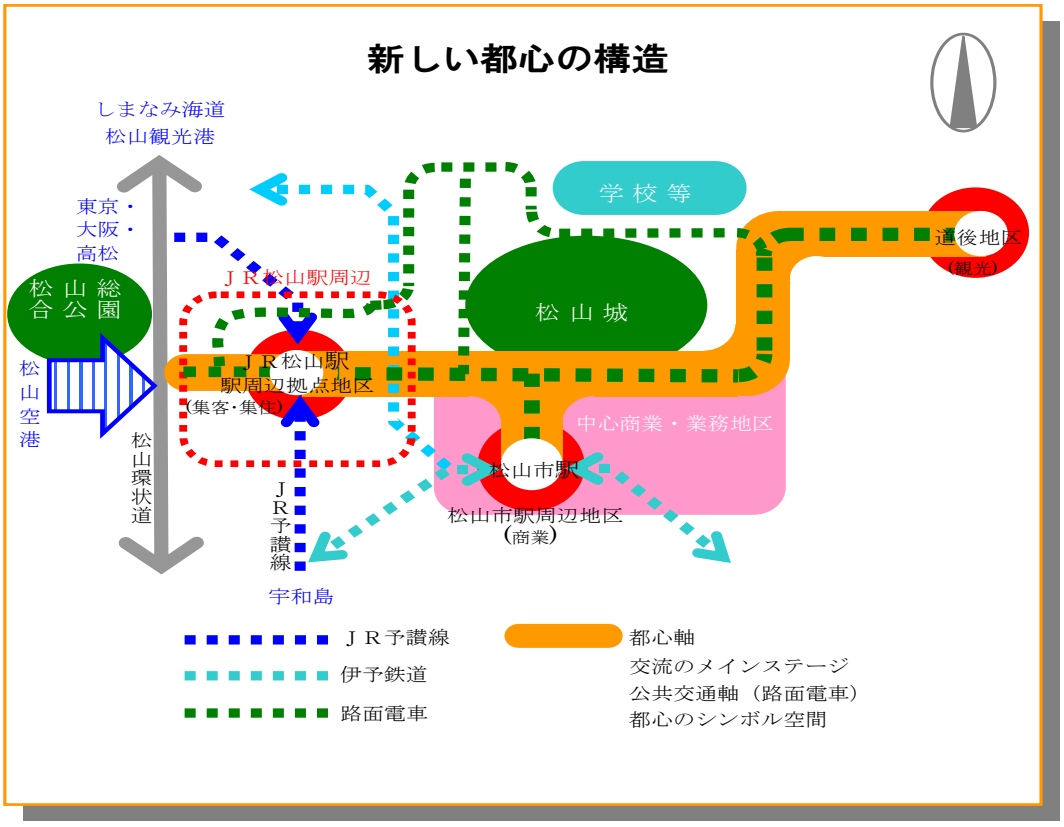
なお、緊急の課題である観光振興、商業の活性化によるまちの賑わい向上に重点的に取り組むこととする基本方針に基づき区域を設定するため、今回、松山城北側の文教地区は中心市街地活性化基本計画への位置付けは行わない。

しかしながら、当該地区は、本市の中心市街地と一体の地域として市民にも広く認識されているところであり、また、旧中心市街地活性化計画においても、都心居住・文教ゾーンとしてその役割分担がゾーニングされていることに加え、将来の中心市街地のまちづくりを担う、JR 松山駅周辺整備事業計画においても一体の中心市街地として、その役割分担が明記されているため、一体の中心市街地としての役割の重要性は変わらないものである。

（区域図）

中心市街地区域図





（参考:JR 松山駅周辺整備計画より）

(2)中心市街地の現状と課題に対し、一体的な取組みが効果的である区域設定

1)街なかでの「暮らし・賑わい・商業等の活性化」の視点での区域の考え方

①生活必需品取扱店舗の不足に対する取り組み

これまで、中心市街地内には各地域に商店街や単独の店舗等が存在し、街なか居住の利便性を提供してきた。

しかし、平成19年度の商店街実態調査によれば、最寄品店舗数が平成13年度から19年度にかけて、2 割以上減少しており、商業統計調査でも、飲食料品店が、平成 6 年から16年の10年間で2.5割落ち込んでいる。更に、居住者アンケートによると、中心市街地内に欲しい店舗の1番はスーパーマーケットで約半数の方が求めており、2番目は生鮮食料品や惣菜店となっている。そこで、当該区域において、最寄品等生活必需品取扱店舗の不足に対する取り組みが必要かつ効果的である。

最寄品店の店舗数推移　※P15 参照

Ｈ１３	Ｈ１９	比率
８８店	６９店	△21.6%

資料：商店街実態調査から抜粋

飲食料品小売業の商店数推移　※P16 参照

Ｈ６	Ｈ１６	比率
７４３店	５５３店	△25.6%

資料：商業統計調査から抜粋

まちなか居住者アンケート結果　※P16 参照
（近隣に欲しいもの）

1位（52.4%）	2位（25%）	3位（20.1%）
スーパーマーケット	生鮮品店や惣菜店	ビデオ・CD レンタル店

資料：H19 年まちなか居住者アンケートからを抜粋

②集客核店舗や娯楽施設等の不足に対する取り組み

中央商店街においては、平成 15 年にシネマコンプレックスが郊外移転し、19 年秋にはラフォーレ原宿・松山の閉館に伴う同館店舗面積縮小があったが、これに呼応して、それぞれ通行量が減少している。また、中央商店街に欲しいもの(P35、36 参照)として、集客に寄与する個別店舗(特に有名な服飾、雑貨店)が求められている。そこで、広域集客機能が期待される中央商店街において、集客核店舗や娯楽施設の不足に対する取り組みが必要である。

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道後地区において観光を補完する宿泊施設やサービス業に対する取り組み

道後地区においては、宿泊施設や宿泊客数、道後温泉本館入浴客が減少するなど観光等サービス業の衰退が懸念される。また、観光振興計画の調査により、観光や飲食、お土産において満足度は低い。そこで、観光を補完する宿泊施設やサービス業等への取り組みが必要である。

道後宿泊施設数

H13	H18	比率
37	34	△8%

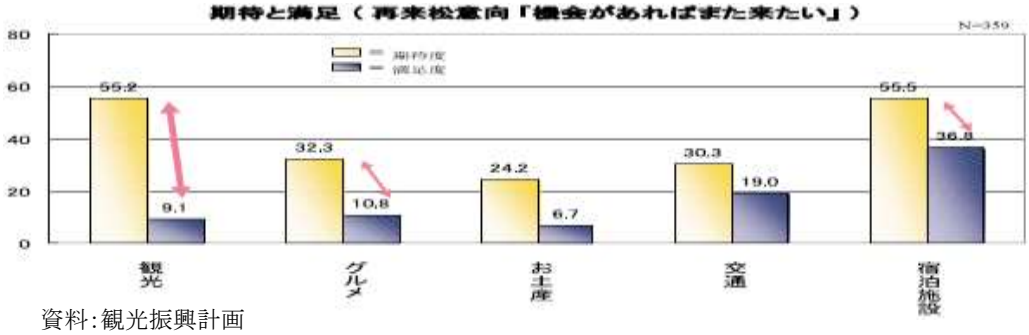
資料：旅館組合調査から抜粋

道後宿泊者数

H13	H18	比率
891 千人	820 千人	△8%

資料：旅館組合調査から抜粋

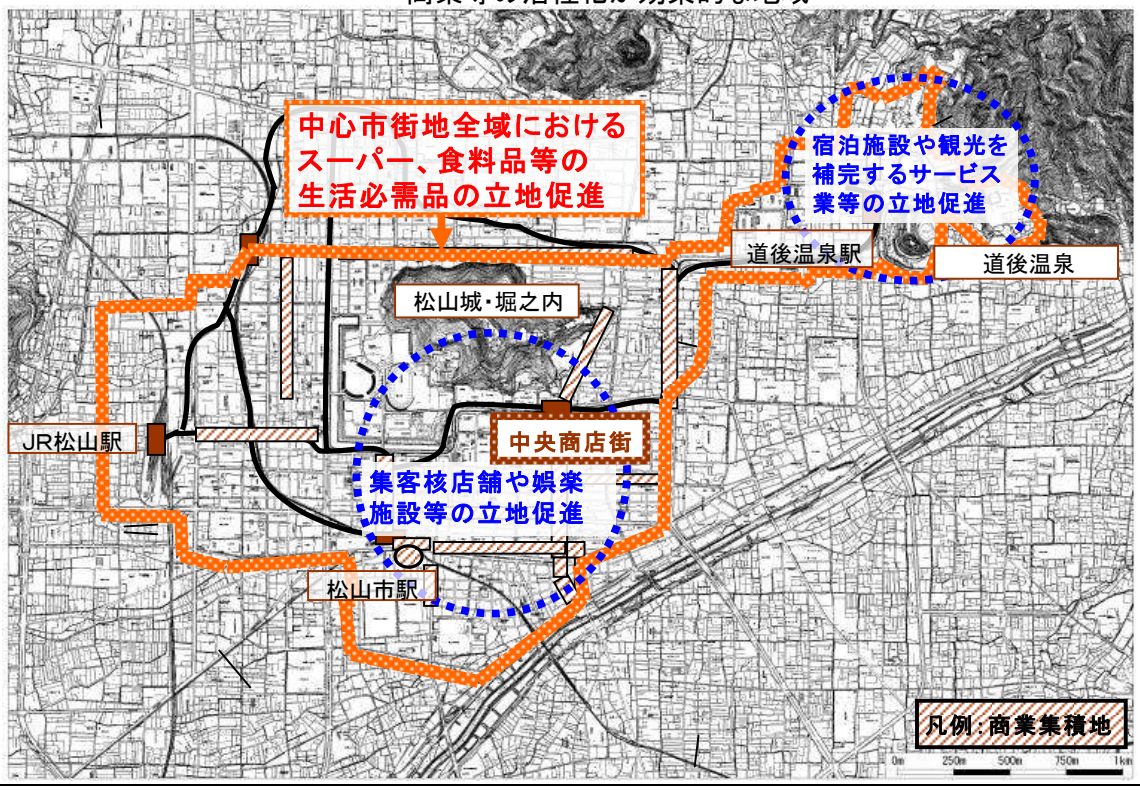
（P31 参照）



資料：観光振興計画

以上のことから、暮らし・賑わいのための商業機能が低下し、商業・サービス施設等の立地促進を図るなど商業等の活性化に向けた一体的な取り組みが必要かつ効果的な区域を今回設定する。（下記参照）

商業等の活性化が効果的な地域



2)街なかの「観光交流人口の増」の視点での区域の考え方

①観光客の中心市街地での回遊

平成 17 年観光アンケート調査から、観光客のうち、9 割が中心市街地内の観光地を訪れており、平成 19 年度調査から、松山城観光客の 9 割以上が道後を、道後の観光客の約 5 割が松山城を訪問。加えて、松山城及び道後の観光客の約 3 割が中央商店街を訪れているなど区域内での回遊頻度も高く、中心市街地は観光地としても本市の中心的役割を果たしている。

そこで、当該区域において、観光交流人口増加への取り組みが効果的である。

観光スポット来訪度　※P32 参照

中心市街地	全体	比率
6,044 人	6,716 人	90.0%

資料：観光客アンケート調査から抜粋

松山城からの訪問状況　※P33 参照

道後	大街道	銀天街
90.7%	29.1%	24.3%

資料：観光客アンケート調査から抜粋

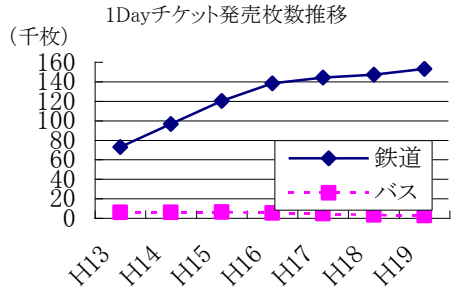
道後からの訪問状況　※P33 参照

松山城	大街道	銀天街
45.7%	36.2%	19.0%

資料：観光客アンケート調査から抜粋

②路面電車・坊っちゃん列車等公共交通機関による回遊

路面電車等の 1Day チケットや坊っちゃん列車利用の増加から、観光客の中心市街地内での公共交通機関の利用が増えていると思われる。そこで、回遊手段としての公共交通機関が充実している当該区域において、観光交流人口増加への取り組みが効果的である。



資料:伊予鉄道

坊っちゃん列車利用客数

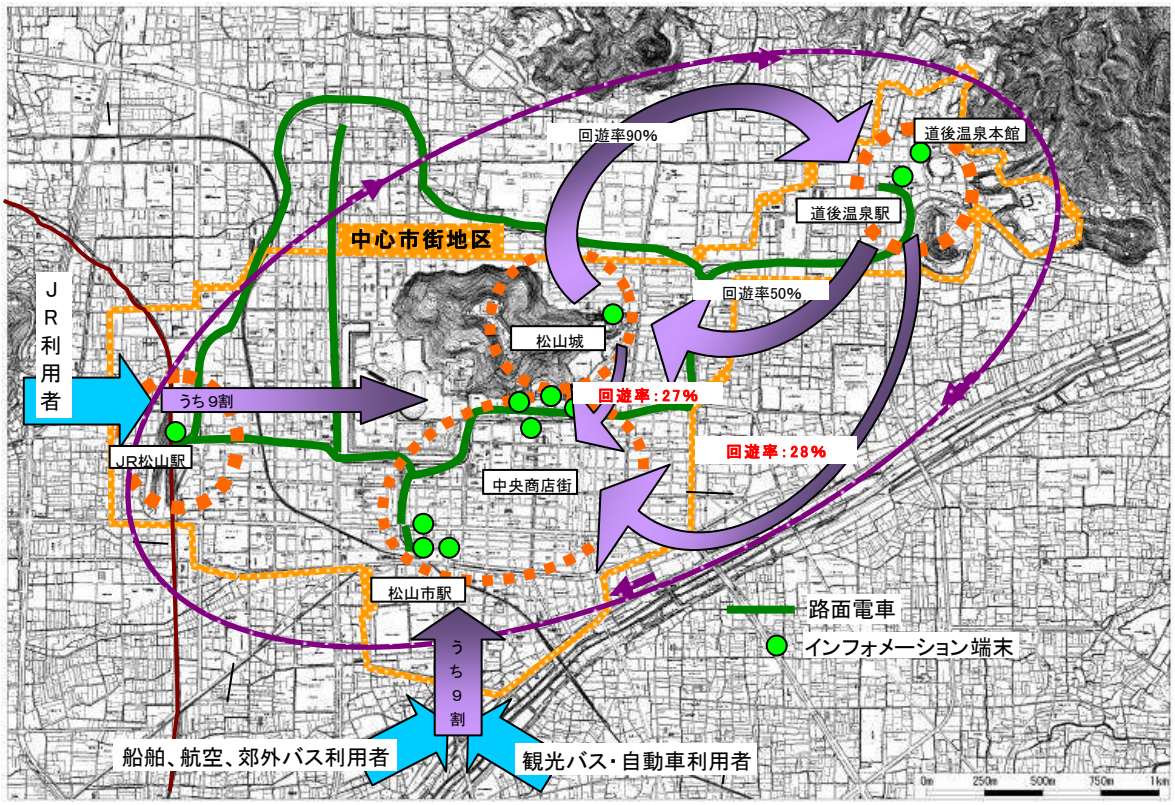
年度	客数
H13	34,637
H14	127,899
H15	144,167
H16	136,975
H17	139,756
H18	140,899



（伊予鉄道株式会社ホームページより）

以上のことから、総合計画及び観光振興計画の目標としている観光交流人口の 600 万人を達成し、観光産業を始め関連産業の活性化を果たすためには、松山城、道後温泉の 2 大観光地や本市の広域集客核である中央商店街等を有し、本市観光客の 9 割が来訪して、JR 松山駅－松山市駅－大街道駅－道後温泉駅を結ぶ路面電車、坊っちゃん列車等公共交通機関等により回遊されている当該地域において、一体的な観光振興の取り組みを図ることが必要かつ効果的であるため、今回、本区域を設定する。（下記参照）

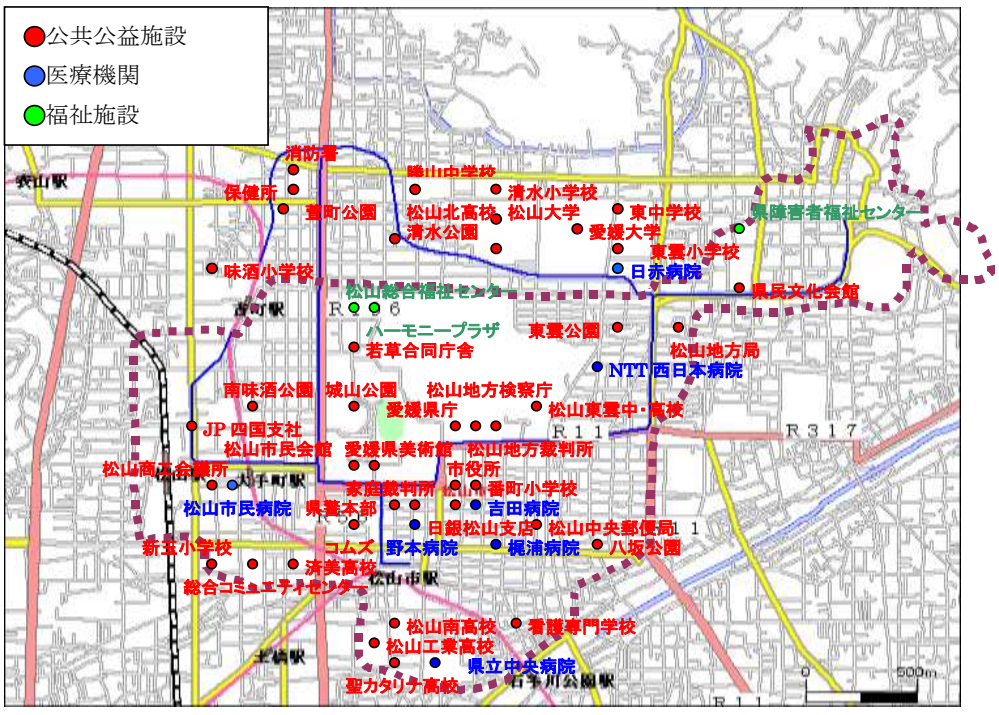
観光客の回遊状況



[3]中心市街地要件に適合していることの説明

要　件	説　明
第１号要件 当該市街地に、相当数の小売商業者が集積し、及び都市機能が相当程度集積しており、その存在している市町村の中心としての役割を果たしている市街地であること	松山市面積(42,903ha)のわずか 1.05%を占める中心市街地内には、小売店舗の 46.6%、小売従業者数の 44.3%、売場面積の 47.7%、大規模小売店の 22.2%、並びに、商業に加えて飲食・サービス業の事業所の 43.5%、同従業者の 46.1%が集積しており、松山市の商業・飲食・サービス機能が極めて高密度に集積している状況である。 中心市街地への小売並びに商業等集積状況 （下表） 資料:商業統計　事業所統計調査 中心市街地には、商業施設だけでなく、官公庁はもちろん、福祉・文化・教育等における拠点施設や県立中央病院、市民病院等の基幹病院が整備されており、都市機能が集中している。 このように当該中心市街地は商業機能やその他の都市機能等が集中し、都市の中心としての役割を果たしている市街地である。 中心市街地の公共公益施設等 （下図）

	松山市	中心市街地	シェア(%)
小売業者数(店)	4,457	2,077	46.6
従業者数(人)	32,201	14,274	44.3
売場面積(㎡)	593,372	282,963	47.7
大規模小売店舗(3,000 ㎡超)	28	6	22.2
商業・飲食・サービス業事業所数	16,151	7,026	43.5
商業・飲食・サービス業従業者数	14,081	68,307	46.1



要　件	説　明
第２号要件 当該市街地の土地利用及び商業活動の状況等からみて、機能的な都市活動の確保又は経済活力の維持に支障を生じ、又は生ずるおそれがあると認められる市街地であること	小売業の動向は、中心市街地で見ると、店舗数、年間商品販売額、共に減少しており、年間商品販売額の市全体に占めるシェアは昭和 63 年に比べ、平成 16 年は 12.6 ポイント低下している。また、広域集客商業核である中央商店街を含む番町地区のシェアも 9.2 ポイント低下している。

年間商品販売額　（単位：百万円、％）

	昭和63年	平成3年	平成6年	平成9年	平成14年	平成16年
	S63	H3	H6	H9	H14	H16
松山市全体	470,510	558,581	568,556	619,860	578,467	563,317
中心市街地	286,109	320,590	316,047	331,284	283,457	271,516
番町地区	138,576	161,170	155,816	148,203	113,155	114,141
中心市街地のシェア	60.8	57.4	55.6	53.4	49.0	48.2
番町地区のシェア	29.5	28.9	27.4	23.9	19.6	20.3

資料：商業統計　　注：中心市街地と番町地区のシェアは松山市全体に対するシェア

中心市街地及び中央商店街の空き店舗率はともに増加しており、特に中央商店街を構成する大街道、銀天街、まつちかタウンの空き店舗率は、平成 10 年の 1.5％とほとんど空き店舗のない状態から平成 19 年には 7.4％に上昇し、空き店舗の増加が明らかとなり始めている。

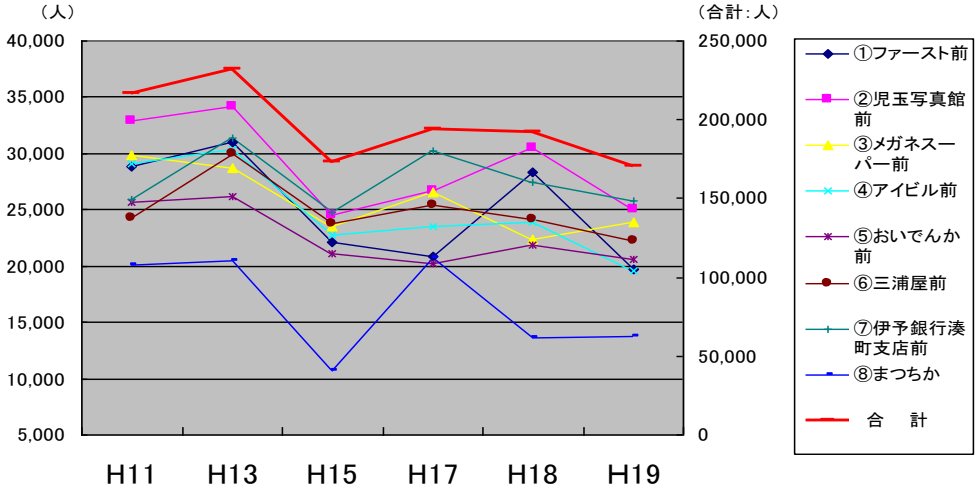
松山市の商店街の空き店舗率の推移　（単位：％）

	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	11.1	11.9	12.4	15.0
中心市街地	5.2	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

資料：(財)えひめ産業振興財団「商店街実態調査報告書」

また、中央商店街の休日の通行量は、平成 19 年は 170.5 千人であり、平成 9 年に比べると 21.7％減少している。

中央商店街の通行量の推移



資料：「中央商店街通行量調査」

中心市街地の土地利用状況のうち、住宅や事業所跡地での時間貸し駐車場(100円パーク)が増加傾向にあり、平成5年に比べ平成19年には駐車場数は113.9%、139件の増加、台数は31.4%、2,905台の増加で、低未利用地の拡大・放置が懸念される。

時間貸し駐車場の動向(単位:件、台、%)

	H5	H10	H15	H19	H5-19 の伸び率
場数	122	173	225	261	113.
台数	9,238	10,381	11,746	12,143	31.4

資料:松山市駐車場調査

以上のような状況からみて、本市の商業活動の核としての中心市街地の衰退と、中心市街地における低未利用地の拡大、加えて、観光入り込み客数の伸び悩みは、機能的な都市活動の確保や経済活力の維持に、支障をきたしている状況にあるといえる。

要　件	説　明
第3号要件 当該市街地における都市機能の増進及び経済活力の向上と総合的かつ一体的に推進することが、当該市街地の存在する市町村及びその周辺の地域の発展にとって有効かつ適切であると認められること	○上位計画との整合 1)松山広域都市計画区域マスタープラン 愛媛県において平成16年5月に策定された「松山広域都市計画区域マスタープラン」(松山市を含む三市二町)の中で、県都松山市のJR松山駅及び伊予鉄道松山市駅を中心とする中心市街地においては、広域行政機能、商業・業務機能、情報機能、高等教育機能、医療・福祉機能及び国際化・観光機能等の高次都市機能を配置し、その機能充実を図ることで、良好な都市景観を備えた中四国地域の中核となる都心拠点としてまちづくりを進めることが位置づけられている。 2)松山市合併建設計画 平成17年1月に松山市、北条市、中島町の合併において策定された計画では、新市の都心として、居住、商業・サービス、ビジネスの機能が調和し、市内外から人・もの・情報が集い、交わる中で都市文化が生まれる空間を形成する。そして、高等教育機関やコンベンション施設等を活用した、文化・学術研究等の交流を促進する。さらに、交通ターミナルの整備や広域交流・地域連携の拠点づくりにより、市内外から人々の集う「賑わい広場」作りと整備に当たっては、景観面にも配慮することを位置づけている。 松山市・北条市・中島町合併建設計画「地域別整備方針ゾーン図」 

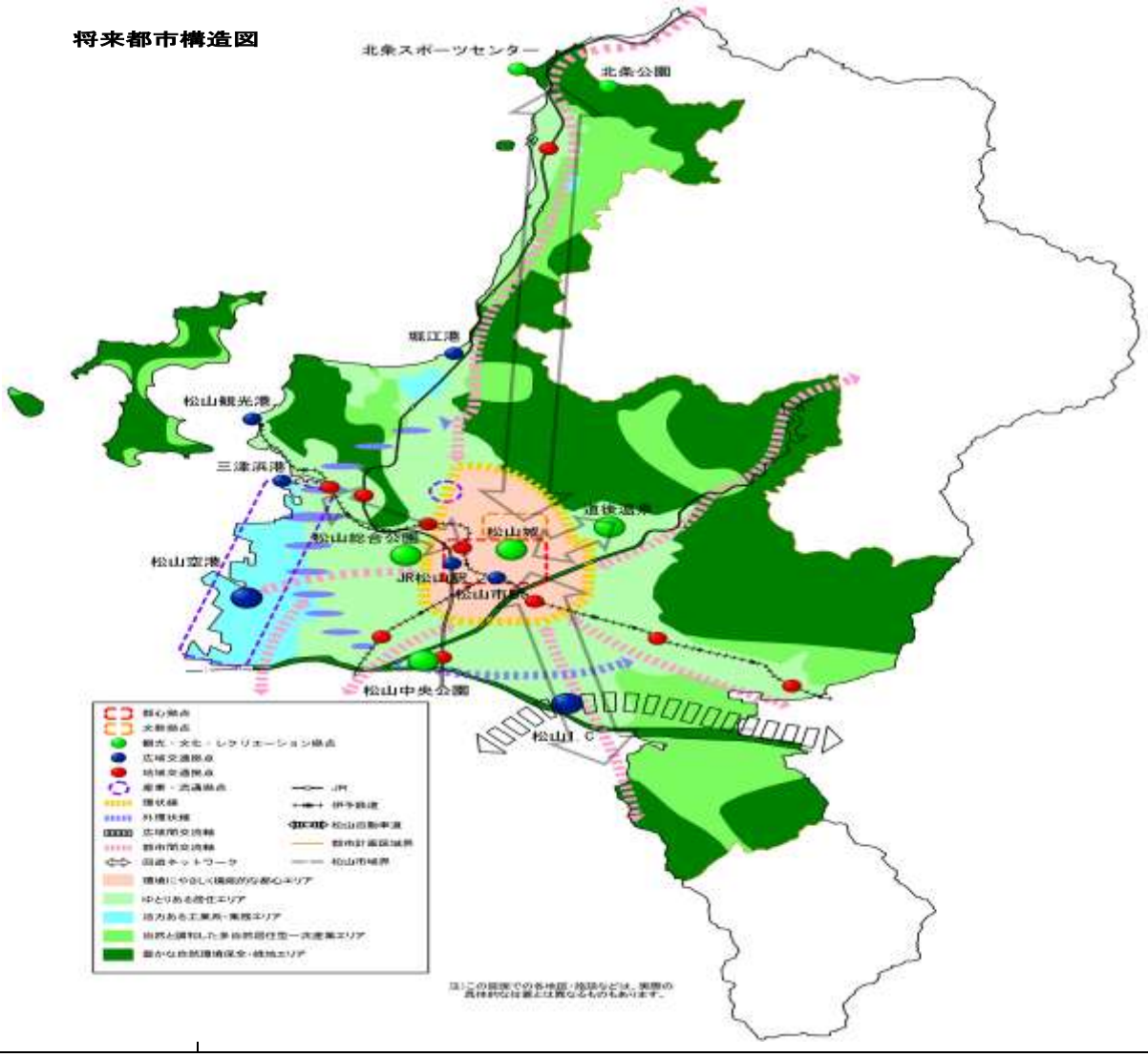
3）松山市総合計画

第 5 次松山市総合計画において、「『坂の上の雲』をめざして」の基本理念の下、「憧れ　誇り　日本一のまち　松山」をめざす将来像に、実現に向けた重点的取組みとして、「元気、活力日本一のまちづくり」として、中心市街地の賑わいづくりに向けて、人々が集い、交流することのできる環境整備を進めることとしている。

4）松山市都市計画マスタープラン

松山市の都市計画に関する基本的な方針において、松山城、JR松山駅、伊予鉄道松山市駅周辺区域を都心拠点、松山城北側を文教拠点、道後を観光拠点と位置づけ、加えてその周辺地区を環境にやさしい都心居住エリアと位置づけ、様々な人が住まい・交流する活力ある安心・安全な都心空間として様々な機能が集中した都心拠点を目指し、公共交通の利用促進、都市基盤の充実と土地の高度利用、商業の活性化、新たな人口の定着を目指すこととしている。

松山市都市計画マスタープラン「将来都市構想図」



○中心市街地活性化による周辺への波及効果

松山市へは周辺地域から約3万3千人の通勤通学者が流入し、総従業者・通学者の 1 割以上を占めているなど、広域的な吸引力を有している。そのため、中心市街地内の投資であっても、多くの市民や周辺市町の住民に利用されることとなり、その波及効果は中心部に留まらず、市内及び周辺地域に及ぶこととなる。

平成 17 年他都市からの人口流入状況　（単位:人）

		就業者	通学者	計
従業地・通学地総数		238,788	74,840	313,628
松山市へ	松山市内から	212,119	68,942	281,061
	東温市	5,762	1,088	6,850
	松前町	5,981	936	6,917
	伊予市	5,303	1,137	6,440
	砥部町	4,451	727	5,178
	その他県内	3,884	1,703	5,587
	県外	1,288	307	1,595
	合計(市外から)	26,669	5,898	32,567

資料:国勢調査　通学者は 15 歳未満通学者を含む通学者

本市の中心市街地は、松山広域都市計画区域マスタープラン及び市の上位計画において、広域行政機能、商業・業務機能、都市福利機能、観光機能を兼ね備えた高次都市機能の一層の強化を図ることで、本市のみならず圏域全体の発展につながる地域となっている。

現在までの社会資本の投資や、まちの成り立ちにより各種機能が集中しており、既存のストックを有効活用することで、郊外への投資を削減し、トータルとして建設コストを抑えることができる。また、コンパクトにまとまった中心市街地の活用により、市域全体においても建設・管理コストを低減でき、あわせて資産価値の高い地域の土地の有効活用を図ることで、大きな税収の増加が期待できる。よって、当該地域は、松山市全体、松山都市圏全体を牽引することができ、本市の持続可能な都市運営を図るために活性化を図ることが必要な地域といえる。