別　紙

松山市中心市街地活性化基本計画　新旧対照表（傍線赤文字部分は変更箇所）

変　更　後	変　更　前
○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	○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 7 月　（5 年 8 ヵ月）

３．中心市街地の活性化の目標 （1）略 （2）計画の期間 計画期間は、平成20年11月から平成26年10月までとする。 （3）略 （4）具体的な目標値の考え方 １）「街なかの賑わい創出」の数値目標 **中央商店街の歩行者通行量** （略） 来街者の通行量の目標値（休日）について、ＪＲ松山駅周辺整備完成目標年次である平成 32 年の長期目標として、232 千人とし、当面、平成 26 年度においては、平成 17 年度を上回る 195 千人とする。 なお、基本計画の終期は当初設定していた平成 25 年 3 月から平成 26 年 10 月へと変更されたが、これに伴う推計値・事業効果の増減は考慮せず、目標値は据え置くものとする。 （略） **路面電車の年間乗車人数** 中央商店街の来街者の増加、観光交流人口の増加等のための各種事業により活性化する、中心市街地全体の賑わいを計る指標として、中心市街地を環状に走る路面電車の年間乗車人数を指標とし、平成 26 年度の年間乗車人数を、概ね、5 年前の水準である 7,400 千人を目標とする。 なお、基本計画の終期は当初設定していた平成 25 年 3 月から平成 26 年 10 月へと変更されたが、これに伴う推計値・事業効果の増減は考慮せず、目標値は据え置くものとする。 （略） ２）「街なかの観光交流人口の増」の数値目標 **中心市街地内の観光客数　～市有観光 5 施設の入場者数～** 「坂の上の雲」のまちづくりを進める本市の中心市街地は、松山城と道後温泉という 2 つの観光拠点を有する重要な地域であり、この 2 つの観光拠点に加えて平成 19 年 4 月には坂の上の雲ミュージアムがオープンした。 また、平成 21 年から 23 年には、ＮＨＫスペシャルドラマ「坂の上の雲」が放映され、そのドラマ効果と本市の新たな観光振興施策との相乗効果により、観光客の増加を見込むものであり、加えてドラマ放映後の観光客の減少を最小限に抑える各種取組みにより、中心市街地に所在する市有観光 5 施設（松山城、道後温泉本館、子規記念博物館、松山城二之丸史跡庭園、坂の上の雲ミュージアム）の入場者目標数を平成 11 年のしまなみ海道開通時と同水準の 1,600 千人とする。 なお、基本計画の終期は当初設定していた平成 25 年 3 月から平成 26 年 10 月へと変更されたが、これに伴う推計値・事業効果の増減は考慮せず、目標値は据え置くものとする。 （略）	３．中心市街地の活性化の目標 （1）略 （2）計画の期間 計画期間は、平成20年11月から平成26年7月までの5年8箇月とする。 （3）略 （4）具体的な目標値の考え方 １）「街なかの賑わい創出」の数値目標 **中央商店街の歩行者通行量** （略） 来街者の通行量の目標値（休日）について、ＪＲ松山駅周辺整備完成目標年次である平成 32 年の長期目標として、232 千人とし、当面、平成 26 年度においては、平成 17 年度を上回る 195 千人とする。 なお、基本計画の終期は当初設定していた平成 25 年 3 月から平成 26 年 7 月へと変更されたが、これに伴う推計値・事業効果の増減は考慮せず、目標値は据え置くものとする。 （略） **路面電車の年間乗車人数** 中央商店街の来街者の増加、観光交流人口の増加等のための各種事業により活性化する、中心市街地全体の賑わいを計る指標として、中心市街地を環状に走る路面電車の年間乗車人数を指標とし、平成 26 年度の年間乗車人数を、概ね、5 年前の水準である 7,400 千人を目標とする。 なお、基本計画の終期は当初設定していた平成 25 年 3 月から平成 26 年 7 月へと変更されたが、これに伴う推計値・事業効果の増減は考慮せず、目標値は据え置くものとする。 （略） ２）「街なかの観光交流人口の増」の数値目標 **中心市街地内の観光客数　～市有観光 5 施設の入場者数～** 「坂の上の雲」のまちづくりを進める本市の中心市街地は、松山城と道後温泉という 2 つの観光拠点を有する重要な地域であり、この 2 つの観光拠点に加えて平成 19 年 4 月には坂の上の雲ミュージアムがオープンした。 また、平成 21 年から 23 年には、ＮＨＫスペシャルドラマ「坂の上の雲」が放映され、そのドラマ効果と本市の新たな観光振興施策との相乗効果により、観光客の増加を見込むものであり、加えてドラマ放映後の観光客の減少を最小限に抑える各種取組みにより、中心市街地に所在する市有観光 5 施設（松山城、道後温泉本館、子規記念博物館、松山城二之丸史跡庭園、坂の上の雲ミュージアム）の入場者目標数を平成 11 年のしまなみ海道開通時と同水準の 1,600 千人とする。 なお、基本計画の終期は当初設定していた平成 25 年 3 月から平成 26 年 7 月へと変更されたが、これに伴う推計値・事業効果の増減は考慮せず、目標値は据え置くものとする。 （略）

3)「街なかの商業活性化」の数値目標

小売年間商品販売額

中心市街地の年間商品販売額は、平成 9 年をピークに減少し平成 16 年ではその約 82%、金額で約 600 億円の減少となっている。また、近隣市町への大規模集客施設立地もあって、本取り組みがなければ今後も減少が続くと予想されるが、今後、観光交流人口の増加による中心市街地での消費の拡大や、新たな商業施設の整備や中央商店街等における販売促進の取り組みにより、年間商品販売額について、平成 19 年の推定値を若干上回る年間 264,000 百万円を目標とする。

なお、基本計画の終期は当初設定していた平成 25 年 3 月から平成 26 年 10 月へと変更されたが、これに伴う推計値・事業効果の増減は考慮せず、目標値は据え置くものとする。

（略）

7. 中小小売商業高度化事業、特定商業施設等整備事業その他の商業の活性化のための事業及び措置に関する事項

[1]略

[2]具体的整備の内容

(1)略

(2)① 略

(2)② 略

(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

該当なし。

(4) 国の支援がないその他の事業

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
7. ほっとステーションおいでんか運営事業 平成 18 年度 ～ 平成 21 年度	㈱まちづくり松山	中央商店街では、アンケート調査での休息所、トイレを求める意見に対応するため、来街者への休息場所の提供や、情報発信、県内特産品販売、ショップモビリティ、イベント、NPO 支援、会議室の利用促進等の機能を備えた、中心市街地活性化の拠点施設を運営する。 この事業により、中心市街地の魅力を発信し、来街者の利便性、満足度を向上させることで、来街者の増加と滞留時間の延長を図るものである。		

3)「街なかの商業活性化」の数値目標

小売年間商品販売額

中心市街地の年間商品販売額は、平成 9 年をピークに減少し平成 16 年ではその約 82%、金額で約 600 億円の減少となっている。また、近隣市町への大規模集客施設立地もあって、本取り組みがなければ今後も減少が続くと予想されるが、今後 5 年 8 箇月間では、観光交流人口の増加による中心市街地での消費の拡大や、新たな商業施設の整備や中央商店街等における販売促進の取り組みにより、年間商品販売額について、平成 19 年の推定値を若干上回る年間 264,000 百万円を目標とする。

なお、基本計画の終期は当初設定していた平成 25 年 3 月から平成 26 年 7 月へと変更されたが、これに伴う推計値・事業効果の増減は考慮せず、目標値は据え置くものとする。

（略）

7. 中小小売商業高度化事業、特定商業施設等整備事業その他の商業の活性化のための事業及び措置に関する事項

[1]略

[2]具体的整備の内容

(1)略

(2)① 略

(2)② 略

(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

該当なし。

(4) 国の支援がないその他の事業

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
7. ほっとステーションおいでんか運営事業 平成 18 年度～	㈱まちづくり松山	中央商店街では、アンケート調査での休息所、トイレを求める意見に対応するため、来街者への休息場所の提供や、情報発信、県内特産品販売、ショップモビリティ、イベント、NPO 支援、会議室の利用促進等の機能を備えた、中心市街地活性化の拠点施設を運営する。 この事業により、中心市街地の魅力を発信し、来街者の利便性、満足度を向上させることで、来街者の増加と滞留時間の延長を図るものである。		