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]商業の活性化の必要性	

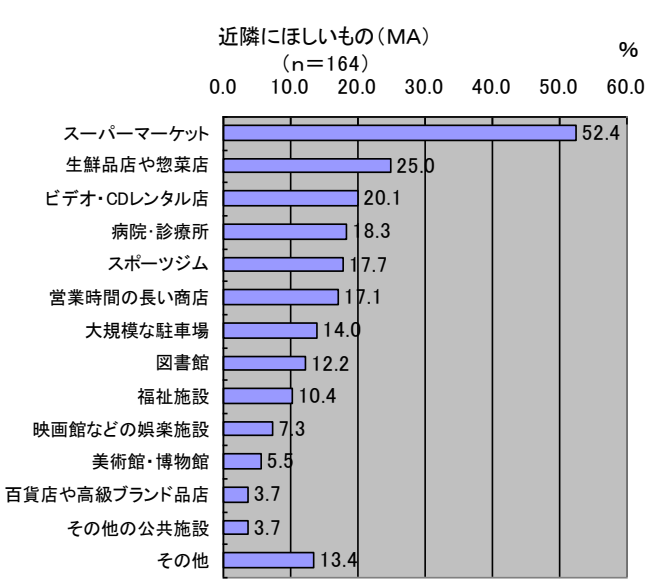
現状分析

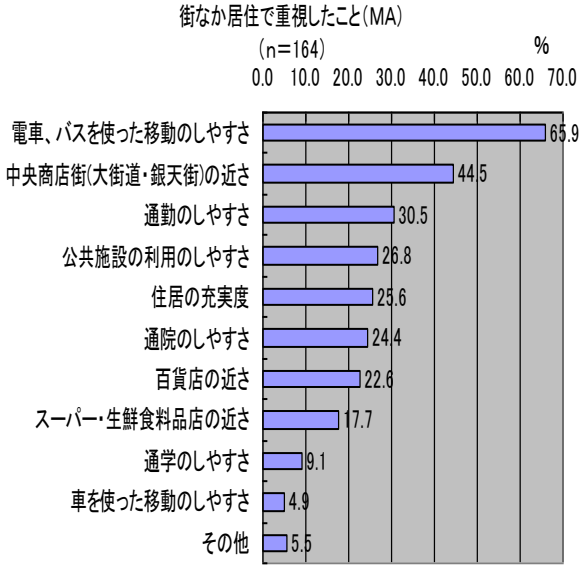
- 中央商店街の周辺には、2 つの百貨店や、飲食店、また、官公庁、業務系事務所が集積しており、近年、通行量が減少しているものの、依然街の魅力を有していることから、まちなか居住者アンケートにおいても、まちなか居住の理由の 2 番目に中央商店街の近さが上げられており、賑わいのある商業核としての機能を発揮している。また、㈱まちづくり松山が主体となり、来街者のニーズに対応した「おいでんか事業」や道路空間活用による広告収益事業、共通駐車券事業、産直市や各種イベント等の積極的な開催を行っており、裏通りには近年魅力的な店舗が集積し始めている。加えて、公共交通機関と連携したまちづくりエコネット事業、平成 19 年に行われたお買い物切符社会実験など、環境にも配慮した取り組みも行っており、引き続き、これらの事業の更なる強化や、まちの魅力を情報発信することにより、来街者に楽しんでいただけるまちづくりを進める必要がある。

- 中央商店街では 30～40 年を経過したアーケード内道路の路面や商店街自体の老朽化の問題もあり、魅力あるまちとするためには、まちの更新が必要である。中央商店街に欲しい店として、全国的に知名度の高い、服飾、薬局、雑貨の店舗を求める傾向や、まちなか居住者アンケートでは、スーパーマーケットを求める声も多く、中心市街地全体として消費者ニーズに対応した、テナントミックス、知名度の高いテナントの立地に適した商業施設への取り組みが継続的に行われることが、市民からも求められていると言える。

- 中心市街地においては、居住者がスーパーマーケットや生鮮品店等の最寄品の店を望む声が多く、生活に密着した商業店舗の立地を促進する必要がある。

まちなか居住者アンケート結果





・ 観光客アンケートによると、道後温泉観光客のうち 3 割以上が、大街道商店街へ足を運んでおり、銀天街や 2 つの百貨店へ行く人も多い。また、道後地区、松山城周辺地区には観光施設が集中し、加えて、中央商店街以外にも歩いて行ける範囲に商店街が存在しているが、現状では、これらの地域、施設が個々に各種イベント等を開催し集客アップを図っているが、路面電車や徒歩・自転車で短時間に移動できる範囲であることから、来街者が各地域を回遊することで一日、まちなかで楽しむことができる相乗効果を生み出す仕組みづくりが必要で、せっかくの各種資源と回遊ポテンシャルが十分に活かされない状況にある。

・ 約 10 万人の人出のある土曜夜市では、まちの安全・安心を守るため、㈱まちづくり松山を事務局とし、地域住民や警察、行政と共同で、パトロールやごみ拾いを行い、また、中心市街地内の落書き消しも積極的に取り組んでいる。今後もまちのイメージアップとコミュニティ活動の強化による暮らしやすいまちのイメージ作りは継続していく必要がある。

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賑わいの創出、観光交流人口の増加、商業の振興に寄与し、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]具体的事業等の内容

(1) 法に定める特別の措置に関連する事業等

<table>
<tr><th>事業等名、内容及び実施時期</th><th>実施主体</th><th>目標達成のための位置付け及び必要性</th><th>措置の内容及び実施時期</th><th>その他の事項</th></tr>
<tr><td>1.大規模小売店舗立地法の特例区域設定の要請
内容：大店立地法の手続きに関する簡素化の措置
平成20年度～</td><td>松山市</td><td>中心市街地に存在する低未利用地や大型空き店舗等に対する出店誘致や、既存店舗の増床への対応を速やかに展開できるなど、賑わいを維持や新たな創出のための重要な措置である。
この事業により、迅速な出店が可能となり、核店舗の誘致が促進され、商店街の魅力の向上により、来街者の増加と商業の活性化を図るものである。

※候補箇所
・ラフォーレ原宿・松山跡地
(P122 参照)
・フジグラン松山の商業床増床(P122 参照)
・その他随時</td><td>大規模小売店舗立地法の特例
平成 20 年度～</td><td></td></tr>
<tr><td>2-①.銀天街及び大街道内道路改良
平成21年度～23 年度
2-②.アーケード内の空間形成計画の策定
平成20年度～23 年度</td><td>松山市及び銀天街商店街、大街道商店街</td><td>築後30～40年を経過し老朽化の目立つ銀天街商店街及び大街道商店街のカラー舗装を全面的にリニューアルし、あわせて老朽化した地下埋設物の更新を行う。
また、関係する商店街振興組合において、アーケード内の空間の魅力アップを図るため、来街者の便益施設や景観、建築物の意匠、形態についてまちづくりのルールを定める。
当該商店街の休日の通行量は減少しているとともに、当該商店街に近接する商店街における通行量も減少傾向にある。
中央商店街の通行量(休日)　単位:人
H9.11.12 / 217,661
H11.11.14 / 216,736
H13.11.11 / 232,270
H15.11.9 / 173,343
H17.11.6 / 194,067
H18.11.12 / 192,015
H19.11.18 / 170,503</td><td>中小小売商業高度化事業に係る特定民間中心市街地活性化事業計画の経済産業大臣認定
平成 20 年度～

イメージ図</td><td>戦略的中心市街地中小商業等活性化支援事業費補助金(経済産業省)</td></tr>
</table>

しかし、当該事業の実施により、他の商店街、特に近接する商店街においても、活気にあふれ、賑わいに満ちたまちづくりに寄与し、商業の活性化が図られるとともに、誘因効果による歩行者通行量の増大が期待できる。また、両商店街の道路が改良されることによって、快適な歩行空間となることにあわせ、商店街間の連携による中心市街地の回遊性の向上も図られる。さらに、当該商店街は、中心市街地外への大型商業施設の出店といった商業環境の変化に的確に対応するため、企業・学生・NPO等との連携による賑わいづくりイベント、複数店舗による共同販促事業、産直生鮮市など、中心市街地活性化にかかわる事業等に積極的に取り組んでいるが、舗装のリニューアルによる環境整備により、イベントの効果がより一層向上するなど、活気にあふれ、賑わいに満ちたまちづくりに寄与する。

なお、中心市街地全体を初め、当該商店街及び近接する商店街における空き店舗数は増加傾向にあり、同整備事業により、商店街全体の賑わいが生み出されることから、一日も早く空き店舗ゼロの商店街を目指したい。

空き店舗率の推移　　単位:%

	H10	H12	H13	H15	H17	H19
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

また、松山市では、JR松山駅周辺地区における土地区画整理事業を始め、路面電車の延伸など、新たなまちづくりがスタートし、中央商店街への来街者の増加が期待されることから、当該商店街の道路改良整備とあわせて、松山らしい個性と魅力ある都市景観の向上、街の賑わいの創出が図られる事業である。

(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
3-①.銀天街及び大街道内道路改良 平成21年度～23年度 3-②.アーケード内の空間形成計画の策定 平成20年度～23年度	松山市及び銀天街商店街、大街道商店街	築後30～40年を経過し老朽化の目立つ銀天街商店街及び大街道商店街のカラー舗装を全面的にリニューアルし、あわせて老朽化した地下埋設物の更新を行う。 また、関係する商店街振興組合において、アーケード内の空間の魅力アップを図るため、来街者の便益施設や景観、建築物の意匠、形態についてまちづくりのルールを定める。 この事業により、広域集客核である中央商店街の魅力を向上させることで、来街者の増加を図り、賑わいアップと商業の活性化を図るものである。	戦略的中心市街地中小商業等活性化支援事業費補助金（経済産業省）平成21年度～	

(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
4.商店街交流空間整備事業【まちなか子育て・市民交流事業(まちなか子育て・市民交流センター「愛称:てくるん」)】 平成23年度～	松山市	(再掲)P103		
5.まちづくり支援事業・都市環境改善支援事業【まち更新推進支援事業(お城下大学)】 平成23年度～ 平成24年度	松山市	大街道・銀天街等の商店街を核とする中央商店街は、戦後の復興を経て発展を続けてきたが、各建物の老朽化も進み、また、現在の耐震基準を満たしていないものも多くある。 その為、①大街道・銀天街周辺地域の地権者(商業者)等を対象に、「お城下大学」と称して、フォーラム、ワークショップ、勉強会を開催し、まちづくりへの意識啓発や機運醸成を図るとともに、②対象者向けの啓発ツールを作成し、建物更新等による商店街の魅力向上を目指す。	①都市環境改善支援事業 平成 23 年度 民間まちづくり活動促進事業 平成 24 年度 ②社会資本整備総合交付金(優良建築物等整備事業と一体となった効果促進事業) 平成 23 年度～平成24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

該当なし。

(4) 国の支援がないその他の事業

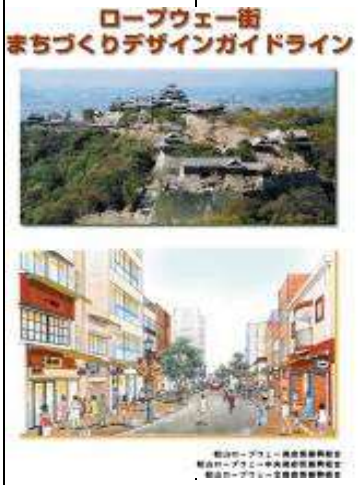
事業名、内容及び実施時期	実施主体	目標達成のための位置付け及び必要性	国以外の支援措置の内容及び実施時期	その他の事項
6. ストリートビジョンを活用したパブリックビューイング事業 平成20年度～	㈱まちづくり松山	松山市には、J2リーグやプロ野球の独立リーグで活躍するプロチームがあるが、昨年、J2リーグの愛媛FCの試合を、市内中央商店街に設置している大型ストリートビジョンを利用して中継し、街なかで同チームを応援する「パブリックビューイング事業」を実施し、1,000人近い市民が集まった。 松山市は野球やサッカーを始め、スポーツの盛んな町であることから、スポーツ関係団体と商店街、㈱まちづくり松山、行政等が連携し、愛媛FCや四国・九州アイランドリーグの試合など、十分な街頭視聴が見込めるスポーツの中継、応援を中心市街地で行う「パブリックビューイング事業」や、これにあわせて、アーケード空間等を活用したスポーツゲーム大会、あるいは愛媛FC応援パレード等のスポーツ関連イベントを開催する。 このことによって、中心市街地に若者や親子連れを始め、普段、商店街を訪れない層など、多数の市民を集めることによって、来街者の増加を図るとともに、新たな買いまわり需要を喚起するなど、スポーツを通した中央商店街の活性化を図るものである。	 	

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。		
8.おいでナビ事業 平成19年度～	㈱まちづくり松山	①おいでナビ 松山市が実施している「まつやまインフォメーション」の情報発信事業と連携し、中央商店街のお店案内を携帯電話で紹介する事業である。 商店街買い物客や飲食客を商店街内に回遊させる目的で実施している。 この仕組みは、まつやまインフォメーションの携帯電話案内サイトの中で配信しているものであり、松山市と共同実施している事業である。 現在、約70店舗が情報発信しており、短期目標として200店舗を目標にしている。 ②ポイントサービス(エコポイント) 国土交通省・松山市・(株)まちづくり松山が連携して、「環境にやさしい、賑わいのあるまちづくり」を目指していく事業で、公共交通機関利用者、買い物等によりポイントが貯まる。 ポイント獲得者上位者には抽選で景品をプレゼントするもので、平成18年度から3カ年間の実証実験として取組んでいる。 平成21年度からは、(株)まちづくり松山と民間事業者により、ポイント制度を継続実施予定であり、「おいでナビ」と連携しながら登録者を増やし、中央商店街への来街を促進する。 ③実績 国土交通省・松山市・(株)まちづくり松		

		山が連携し実証実験を行っているエコポイント事業では、イベント時と連携したポイントプラス時に、登録者の約 15%が来街する実績を上げており、来街者ニーズとマッチしたポイント還元事業の検討、発信情報の強化により、登録者増を図り、中央商店街の賑わいの向上を目指す。 以上、情報発信とポイント制度のコラボレーションにより中央商店街への来街を促進し、また、公共交通機関との連携により環境にやさしいまちづくりにも寄与するものである。		
9.道路空間活用まちづくりモデル構築事業 平成18年度～	㈱まちづくり松山	㈱まちづくり松山と松山市との間で、屋外広告物活用、道路管理、中心市街地活性化連携の3協定を締結。アーケード内の道路空間における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。 この事業により、商店街の最新情報やお得な情報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ものである。	 ストリートビジョン	
10.安心で安全のまちづくり事業 平成16年度～	番町地区安心で安全なまちづくり推進協議会	多くの市民や観光客が、昼夜を問わず訪れる中央商店街及びその周辺を擁する番町地区において、㈱まちづくり松山を中心に、地域住民や警察、行政と共同で、夜間パトロールや、中心市街地内の落書き消しなどを行っている。 この事業により、中心市街地の治安維持、向上を図り、来街者や住民の安心感を高め、来街者、まちなか居住者の増加を図るものである。		

11. 商店街単位、又は複数商店街および他のイベントとの連携によるイベント・共同販促事業の実施 平成19年度～	㈱まちづくり松山 松山中央商店街連合会 各商店街	これまで、中心市街地内にてそれぞれに開催されていた催事について、今後においては区域内の各商店街をはじめ、道後地区の「湯上り朝市」やロープウェー街の「城下門前市」、堀之内でのオータムフェスティバル、また、百貨店や中央商店街、飲食店など中心部の総合力を結集した「お城下松山」等、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、面としての賑わいを演出することで、回遊範囲の拡大及び、回遊時間の延長を図る。 この事業により、まちあるきの楽しさや、お買い物の楽しさを演出し、一日楽しめるまちを PR し、来街者およびリピーターを増加させるものである。	 城下門前市  まちづくりライブ
12.空き店舗対策事業 平成20年度～24年度	柳井町商店街 NPOステディークルー ほか中心市街地内の各商店街	中心市街地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特定非営利活動法人等と共同で、空店舗を賃借し、教育文化事業、保健医療事業、社会福祉事業等の商店街活性化事業を実施することで、空き店舗の解消を図るとともに、障害者や高齢者の来街者を促進し、来街者の増加を図るものである。 本事業の一例として、中央商店街近くの柳井町商店街では、県南予の農業者と連携して、NPO 団体と商店街振興組合が共同で、商店街の空き店舗を活用した、生鮮食料品の販売店を整備・運営する。 この事業により、中心市街地で購入することが難しい生鮮食料品を提供することで、来街者及び居住者の満足度、あわせて中央商店街への回遊を促進させ、来街者の増加を図るものである。	 **柳井町商店街** **地参地笑市**

13.マップ作成事業 平成18年度～	㈱まちづくり松山 松山中央商店街連合会 道後商店街振興組合 ロープウェー商店街振興組合 ロープウェー中央商店街振興組合 ロープウェー北商店街振興組合 松山河原町商店街振興組合等	①概要及び目的 まちの情報や観光情報を紙媒体で求める市民や観光客からの声が、依然として多い。そこで、市民はもとより観光客を含む来街者へのおもてなしのツールとしてマップを活用した事業を行い、商店街の活性化を図るとともに、観光客が商店街へ回遊しやすく、満足できる環境を整えることで、来街者の増加を目指すものである。 ②商店街マップの作成・配布 道後温泉駅と道後温泉本館を繋ぐ道後商店街、松山城に隣接するロープウェー商店街、中央商店街及び中央商店街に隣接する河原町商店街等において、各商店街のメインストリート及び裏通りの店舗情報や、周辺の観光施設など、様々な情報を掲載したマップを作成し、市民や観光客が気軽に入手しやすい所で情報提供する。 ③旅館・ホテル等へのマップの設置 道後温泉本館に隣接する道後商店街と松山城に隣接するロープウェー街は、市内電車で 10 分の距離にある。またロープウェー街からは、中央商店街及び河原町商店街も連続していることから、各商店街のマップを道後温泉街の宿泊客や商店街周辺のホテル等の宿泊客に提供し、観光客の行動範囲や選択肢を拡大させ、松山での滞在時間の延長と回遊の増加を図る。 ④情報管理システムの構築 作成に伴う情報収集、情報管理、メンテナンスのシステムを構築し、常に新しい情報を提供する。		

14.ロープウェー街まちづくり協定書見直し事業 平成20年度～24年度	ロープウェー商店街振興組合 ロープウェー中央商店街振興組合 ロープウェー北商店街振興組合	松山城へのエントランスである、ロープウェー商店街では、平成15年に「ロープウェー街まちづくり協定書」を定め、平成15～16年度にかけて実施したファサード整備後も、協定書に基づいた商店街づくり、景観づくりを自主的に実施している。 平成20年8月に、締結から5年を迎えるが、締結の当初想定していなかった案件が多数発生しているため、法的規制である、地区計画や景観計画策定を視野に入れ、時代にマッチした見直しを行う。 この事業により、松山城を訪れる来街者に、良好な景観による憩いと和みを提供し、商店街の魅力とあいまって、滞留時間の延長を図ると共に、おもてなしの心の伝わるまちとするものである。	 ロープウェー街 デザインガイドライン	
15.朝市等活性化事業 平成19年度～	松山商工会議所 商店街振興組合	①目的 「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。そこで、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。 ②内容 ・平成19年度に松山地区で最も賑わいのある朝市である道後「湯上がり朝市」の来街者にアンケート調査を実施し、来街の目的、感想、属性などを聞き、朝市が持つ魅力や課題等について取りまとめを行い、それを基に、他地域でも朝市が開催できるようマニュアルを作成した。このマニュアルを各商店街が朝市を開催し、商店街の商店街の活性化に役立つよう、また、来街者増加に結びつくよう活用いただき、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立地し、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。 ・広報を一元化することで、市全体の開催告知をおこない、消費者の来街機会を向上させる。 ・観光客に対して、中心市街地内で開催されている「市」情報を提供し、地域の魅力あふれる産品を購入する場を紹介する。 この事業により、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。		
16.新たなまちづくりに向けた、まちづくり初動期支援事業 平成19年度～ （再掲）	松山市 中心市街地活性化協議会 関係権利者	（再掲）P98		
17.まちなか暮らし・賑わい事業所等立地促進事業 平成20年度～	松山市	①目的 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目的に、商業やサービス業等事業所の立地を促進するために必要な新たな奨励措置を講じ、賑わいをもたらす事業所等の立地を促進する。 ②内容 1）対象区域と対象業種 ・中心市街地区域内・・・食料品等生活必需品店舗等（※1） ・中央商店街等区域・・・（※1）に加え、飲食・サービス業の一部 ・道後区域・・・（※1）に加え、観光旅館・ホテル、飲食・サービス業の一部 2）奨励内容 ・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、1回限り		

		この事業により、中心市街地に不足するスーパー等の立地を促進することで住みやすい町とするとともに、賑わいの生む事業所の立地を促進することにより来街者の増加を図るものである。		
18.ラフォーレ原宿・松山跡地商業等複合ビル建設に伴う支援 平成26年度	松山市	現在、空きビルとなっているラフォーレ原宿・松山の建物を取り壊し、その跡地及び隣接地に新たな商業等複合ビルを建設し、物販を中心とした商業床を創出する森ビル(株)が行なう「大街道二丁目東地区優良建築物等整備事業」に対し、まちなか暮らし・賑わい事業所等立地促進事業により、支援を行う。 この事業により、中央商店街内において新たに魅力的な店舗が生まれ、来街者が増加することで、賑わいが創出されるとともに、商業の活性化が図れるものである。		
19.フジグラン松山の商業床の増床 平成21年度～22年度	㈱フジ	フジグラン松山に、物販を中心とした商業床を増床する。 この事業により、中心市街地において新たに魅力的な店舗が生まれ、来街者が増加することで、賑わいが創出されるとともに、商業の活性化が図れるものである。 ・ 増床面積:2,000 ㎡ ・ オープン予定:平成22年春	まちなか暮らし・賑わい事業所等立地促進事業(松山市支援措置) 平成 22 年度	
20.銀天街内大型空き店舗へのテナント入居 平成20年度	㈱ザラ・ジャパン	銀天街内の大型空き店舗「松山ポポロ」に海外有名ファッションブランドである「ZARA」がテナント入居する。 この事業により、中央商店街内において新たに魅力的な店舗が生まれ、来街者が増加することで、賑わいが創出されるとともに、商業の活性化が図れるものである。 ・ 店舗面積:1,000 ㎡(1～2階) ・ 内容:アパレル等	まちなか暮らし・賑わい事業所等立地促進事業(松山市支援措置) 平成 20 年度	

		・ オープン予定:平成 20 年冬		
21.官民共同によるテナントリーシング事業 平成 20 年度～	松山市中心市街地活性化協議会 松山市	消費者ニーズに迅速かつ積極的に対応するために、まちなか暮らし・賑わい事業所等立地促進事業の下、松山市と、松山市中心市街地活性化協議会が共同でテナントリーシングの一環としてテナント誘致活動を行う。 この事業により、中心市街地に不足し、消費者ニーズに合致する商業施設の立地を促進することで、中心市街地の価値を高め、賑わいを生み出すとともに、来街者の増加と商業の活性化を図るものである。		
22.「松山の味」による商業活性化事業 平成 18 年度～	松山市 松山市中央卸売市場水産市場運営協議会	本市には、瀬戸内の水産物を活かした古くから伝わる郷土料理が数多くあるが、その中から、「鯛めし、たこ飯」や「松山鮓」などを松山の味として指定し、飲食店やデパート、スーパーマーケット等から協力店を募り、これら店舗と共同して松山の味を市民や観光客にPR、販売する。 この事業によって、食を通じた商業の活性化を図るものである。	 松山鮓	
23.商業振興対策事業 平成 19 年度～	松山市 松山商工会議所 愛媛県中小企業団体中央会 松山市商店街連盟	各商店街が単独で行うことのできない人材育成や、共同販促、あるいは街の抱える課題の分析、解決に向けた取り組みなど、商業振興に係る事業を、商店街と市・商工会議所・中小企業団体中央会が連携して実施し、ハード、ソフト両面から商店街の改善・向上を図る。 この事業によって、商店街の課題解決を図り、商業の活性化を図るものである。		