

# 平成22年度 認定中心市街地活性化基本計画のフォローアップに関する報告

平成23年4月  
松山市（愛媛県）

## I. 平成22年度フォローアップ結果のポイント

○計画期間；平成20年11月～平成25年3月（4年5月）

### 1. 概況

松山市では、平成20年11月11日に内閣総理大臣の認定を受け、「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～」を将来像として、「賑わい創出」、「観光交流人口増」、「商業活性化」を目標に、松山市中心市街地活性化基本計画に基づく73事業（重複含む）を推進している。

最近の動向としては、城山公園整備が完了し（平成22年3月）、更には、スペシャルドラマ館・物産館がオープン（平成22年3月）するなど「観光交流人口増」への取組みは順調で、平成22年には中心市街地内の観光客数（市有5施設）が157万人を記録するなど、観光施設の周辺は活況を呈している。

また、平成22年3月に基本計画に追加された優良建築物等整備事業（大街道二丁目東地区、二番町三丁目南地区）に加え、平成23年3月には優良建築物等整備事業（千舟町四丁目北地区）として複合ビルの整備が追加されるなど、明るい話題もある。しかしながら、今回初めて推計を行った中心市街地の小売年間商品販売額は、全国の百貨店等の状況と同様に、景気低迷等の影響を免れず、非常に厳しいものとなっている。

このため、「観光交流人口増」を一過性のものとしないうえ、また、その効果を街なかの「賑わい創出」や「商業活性化」に繋げるため、ラフォーレ原宿・松山跡地（大街道二丁目東地区）をはじめとする優良建築物等整備事業により新たな魅力的な商業施設を創出するとともに、イベント・共同販促事業など各種ソフト事業にも取り組むことによって、中心市街地の都市機能の増進及び経済活力の向上を図っていく。

なお、基本計画の主要事業はほぼ計画通り実施されており、総事業73（重複含む）事業のうち、15事業が完了、54事業が実施中、4事業が未実施となっている。

### 2. 目標達成の見通し

目標	目標指標	基準値	目標値	最新値	前回の見通し	今回の見通し
街なかの賑わい創出	中央商店街の歩行者 通行量（休日）	170.5千人 （H19年度）	195千人 （H24年度）	141.4千人 （H22年度）	②	②
	路面電車の年間乗車 人数	7,287千人 （19年度）	7,400千人 （H24年度）	6,788千人 （H21年度）	②	②
街なかの観光交流人口増	中心市街地内の観光 客数（市有5施設）	1,348千人 （H19年）	1,600千人 （H24年）	1,567千人 （H22年）	①	①
街なかの商業活性化	小売年間商品販売額	263,982百万円 （H19年商業統計の 速報値）※	264,000百万円 （H24年度）	217,980百万円 （H21年度の推 定値）	-	②

※ H19年商業統計（確報値）では、255,483百万円と算定されている。

注) ①取組（事業等）の進捗状況が順調であり、目標達成可能であると見込まれる。

②取組の進捗状況は概ね予定通りだが、このままでは目標達成可能とは見込まれず、今後対策を講じる必要がある。

③取組の進捗状況は予定通りではないものの、目標達成可能と見込まれ、引き続き最大限努力していく。

④取組の進捗に支障が生じているなど、このままでは目標達成可能とは見込まれず、今後対策を講じる必要がある。

⑤取組が実施されていないため、今回は評価対象外。

### 3. 目標達成見通しの理由※

#### ① 中央商店街の歩行者通行量（休日）

景気低迷等による消費意欲の減退や郊外（松前町）大型 SC の出店等の影響により、中央商店街の歩行者通行量は、平成 17 年以降 4 箇年連続して減少を続けていたが、平成 22 年には前年同期比でわずかながら増加に転じている。

基本計画に掲げる事業はほぼ予定どおり進捗しているが、景気後退等の影響は依然として大きく、今年度は微増したものの、目標達成は困難な状況にある。

#### ② 路面電車の年間乗車人数

平成20年度は原油高騰等により利用が増加したが、平成21年度は経済情勢・雇用情勢の悪化および消費意識の低下に加え、新型インフルエンザが猛威を振るっていた影響を受け、出控えが発生し、路面電車の乗車人員が減少し、目標達成は困難な状況となっている。

#### ③ 中心市街地内の観光客数（市有 5 施設）

官民一体となった積極的な観光振興への取り組みは順調で、観光客数（市有 5 施設）は 1,567 千人と目標値 1,600 千人に肉薄している。今後のスペシャルドラマ放送による更なる PR 効果により目標達成は可能と見込まれる。

#### ④ 小売年間商品販売額

景気低迷等による消費意欲の減退や郊外大型 SC の出店等の影響により減少を続けている。

今回はじめて、中心市街地における小売年間商品販売額（平成 21 年 4 月から平成 22 年 3 月までの 1 箇年分）を推計したが、全国百貨店売上高と同様に本市中心市街地も景気低迷等の影響を免れず、平成 19 年商業統計（確報、平成 18 年度分）と比較して約 375 億円減の 2,179 億 8,000 万円（▲14.7%）と推計されたところである。

なお、基本計画に掲げる事業はほぼ予定どおりに進捗しているが、景気低迷や郊外（松前町）大型 SC 出店等の影響は想定以上に大きく、目標達成は困難な状況にある。

### 4. 前回フォローアップ結果と見通しが変わった場合の理由※

見通しの変更なし。

### 5. 今後の対策

#### ①中央商店街の歩行者通行量（休日）

中央商店街における集客イベントの実施や魅力ある商業等複合ビルの整備などにより、市民・観光客の新たな来街目的を創出し、中央商店街への誘客を図ること等により、目標達成に向けて努力する。

平成 22 年 3 月には、基本計画に優良建築物等整備事業（大街道二丁目東地区、二番町三丁目南地区）として、魅力ある商業等複合ビルや来街者の利便性を向上させる駐車場の整備を追加したところであるが、更に平成 23 年 3 月には優良建築物等整備事業（千舟町四丁目北地区）として事務所、賃貸住宅等複合ビルの整備を追加している。これらの事業を推進することにより、商店街の通行量減少や売上げ低下に歯止めをかけ、商店街全体として来街者の回遊促進を図ることとする。

## ②路面電車の年間乗車人数

観光客の増加など明るい材料もあることから、観光地の回遊手段としての路面電車の利用促進を図るとともに、魅力ある商業等複合ビル整備その他の商業振興策により市民の新たな来街目的を創出し、もって路面電車利用の増加を図り、目標達成に向けて努力する。

## ③中心市街地内の観光客数（市有5施設）

官民一体となった積極的な観光振興への取り組みは順調に進捗していることから、スペシャルドラマ「坂の上の雲」による宣伝・誘客効果を最大限活用するため、来年度以降も各種事業を継続実施する。

## ④小売年間商品販売額

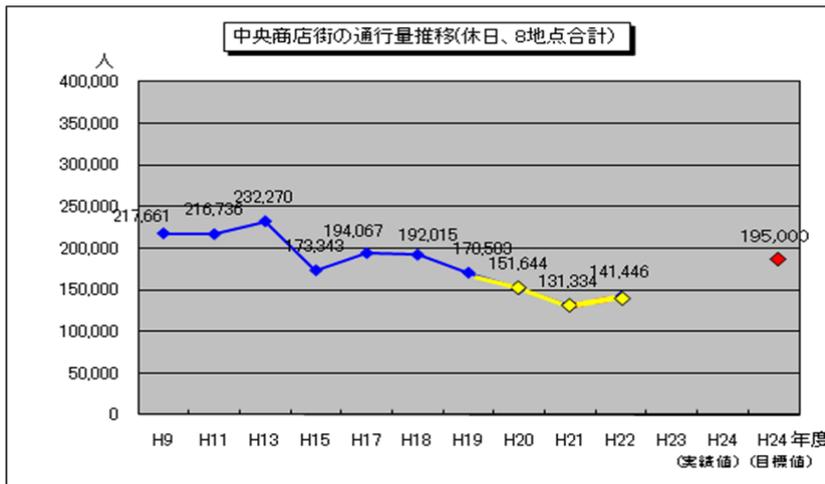
ラフォーレ原宿・松山跡地（大街道二丁目東地区）をはじめとする優良建築物等整備事業により新たな魅力的な商業施設を創出するとともに、イベント・共同販促事業など各種ソフト事業にも取り組み、中心市街地の経済活力の向上を図る。

また、観光客の増加など明るい材料もあることから、市民・観光客の新たな来街目的の創出を図るとともに、平成22年3月に策定した「松山市広域集客商業活性化戦略」に基づき、「足元商圈の確実な取り込み」「街なか居住者への対応」「広域集客に向けての魅力付け」を3本柱に広域集客核としての再構築を進め、適時・適切に事業の追加や見直し等の検討を行い、目標達成に向けて努力することとする。

## II. 目標「街なかの賑わい創出」

「中央商店街の歩行者通行量（休日）」※目標設定の考え方基本計画 P64～P71 参照

### 1. 調査結果の推移



年度	(千人)
H19	170.5 (基準年値)
H20	151.6
H21	131.3
H22	141.4
H23	
H24	195.0 (目標値)

※調査方法：歩行者通行量調査

※調査月：毎年11月の日曜日

※調査主体：松山市、まちづくり松山、松山商工会議所

※調査対象：歩行者のみ、日曜日8地点の合計

### 2. 目標達成に寄与する主要事業の進捗状況及び事業効果

#### ①【追加】大街道二丁目東地区優良建築物等整備事業（森ビル（株））

事業完了時期	【未】平成24年度
事業概要	平成20年1月に閉館したラフォーレ原宿・松山の跡地において、優良建築物等整備事業により、近隣の商業店舗を含めた共同化を実施し、商店街の賑わい再生を図る。 <ul style="list-style-type: none"> <li>・面積：約0.3ha</li> <li>・整備内容：延べ面積約8,000㎡、主用途(商業等)</li> <li>・規模構造：地上6階地下1階</li> </ul>
事業効果又は進捗状況	基本計画で位置づけている2,300㎡を大幅に上回る商業床が整備されるが、その事業効果として商店街の通行客の減少の歯止めとなると期待されている。 平成23年9月 解体工事着手（予定） 平成25年3月 完成、オープン（予定）

#### ②【追加】二番町三丁目南地区優良建築物等整備事業（（株）三越、（株）香川銀行）

事業完了時期	【未】平成24年度
事業概要	金融機関の広域基幹店舗の更新と隣接低未利用地の共同化により、事務所等を併設した大街道商店街のアクセス拠点として駐車場整備を行う。 <ul style="list-style-type: none"> <li>・面積：約0.2ha</li> <li>・整備内容： 延面積約7,500㎡、主用途(銀行・駐車場等)</li> </ul>
事業効果又は進捗状況	平成23年12月 解体工事着手（予定） 平成25年3月 完成、供用開始（予定）

③ 【追加】千舟町四丁目北地区優良建築物等整備事業（春山海運（株）、大進建設（株））

事業完了時期	【未】平成24年度
事業概要	<p>中心市街地活性化に向けた企業誘致の受皿施設として、また、都心居住による賑わい再生に寄与する施設として、店舗、事務所、賃貸住宅、駐車場等の整備を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・面積：約0.18ha</li> <li>・整備内容： 延べ面積 約9,150㎡、主用途（店舗、事務所、賃貸住宅、駐車場等）</li> </ul>
事業効果又は進捗状況	<p>30戸を上回る賃貸住宅やスーパーマーケット等が計画されているが、その事業効果として、都心居住を促進し、街なかの賑わい再生に寄与することが期待されている。</p> <p>平成23年9月 建築設計着手（予定） 平成24年12月 完成（予定）</p>

④ 銀天街及び大街道内道路改良事業、アーケード内の空間形成計画の策定（松山市、銀天街商店街、大街道商店街）

事業完了時期	【実施中】平成21年度～
事業概要	<p>築後30年から40年を経過し、老朽化が目立つ銀天街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い、アーケード内の空間の魅力アップを図る。</p> <p>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。</p>
事業効果又は進捗状況	<p>当該事業の実施により、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、歩行者通行量の増大が期待できる。また、道路改良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回遊性の向上も図られる。</p> <p>[銀天街] 平成21年6月 カラー舗装工事着手 平成22年3月 完成</p> <p>[大街道] 商店街振興組合内で検討会を開催、事業実施に向けて検討中。</p>

⑤ ラフォーレ原宿・松山跡地松山跡地商業等複合ビル建設に伴う支援（松山市）

事業完了時期	【未】平成24年度
事業概要	<p>平成20年1月に閉館され、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施設ビルを建設し、商業床を創設する事業所に対して、「まちなか暮らし・賑わい事業所等立地促進事業」（松山市の補助制度）の支援を行う。</p>
事業効果又は進捗状況	<p>平成25年3月 商業ビル完成（予定） 平成25年3月 事業施行者に対して奨励金交付（予定）</p> <p>この事業により中央商店街内に新たに魅力的な店舗が生まれ、来街者が増加して賑わいが創出されるとともに、商業の活性化が図られる。</p>

⑥ 銀天街内大型空き店舗へのテナント入居（（株）ザラ・ジャパン）

事業完了時期	【済】平成20年度
事業概要	松山市単独の補助制度「まちなか暮らし・賑わい事業所立地等立地促進事業」を活用し、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「ZARA」がテナント入居。
事業効 又は進 捗状況	この事業により、中央商店街内に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、店舗周辺において一定の波及効果が見られている。 平成20年11月「ザラ・ジャパン松山支店」オープン 平成20年11月25日 まちなか暮らし・賑わい事業所に指定 平成22年5月 奨励金交付

⑦ 商店街単位、又は複数商店街及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（株）まちづくり松山、松山中央商店街連合会、各商店街）

事業完了時期	【実施中】平成19年度～
事業概要	中心市街地内で開催される催事について、近接する地域間で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、回遊範囲の拡大及び回遊時間の延長を図る。
事業効果 又は 進捗状況	平成22年2月 「まちなかエコ市2010」 平成22年3月 「お城下さくらまつり」 平成22年10月 「松山モードフェス2010A/W」 平成22年12月 「お城下松山☆クリスマス」、「大街道マルシェ」など

3. 目標達成の見通し及び今後の対策

(1) 目標達成の見通し

- ・景気低迷等による消費意欲の減退や郊外（松前町）大型SCの出店等の影響により、中央商店街の歩行者通行量は、平成17年以降連続して減少を続けていたが、平成22年には前年同期比でわずかながら増加に転じた（前年比7.7%増加）。
- ・基本計画に掲げている事業については、計画変更を行った二番町三丁目南地区優良建築物等整備事業以外ほぼ予定どおりに進捗しているが、大きな効果が見込める優良建築物等整備事業（大街道二丁目東地区）などが未完了のため、取組みの効果が発揮されていない部分がある。
- ・景気後退等の影響は依然として大きく、今年度は微増したものの、目標達成は困難な状況にある。
- ・観光交流人口増への取組みは順調で、観光施設の周辺は活況を呈しているが、中央商店街の歩行者通行量の増加に直結しおらず、街なかの賑わい創出につながっていない。
- ・松山市単独の補助制度「まちなか暮らし・賑わい事業所立地等立地促進事業」により、海外有名ブランド「ZARA」や人気ファッションブランド店等が中央商店街周辺に出店するなど、魅力ある店舗による一定の賑わい効果が見られる。

(2) 今後の対策

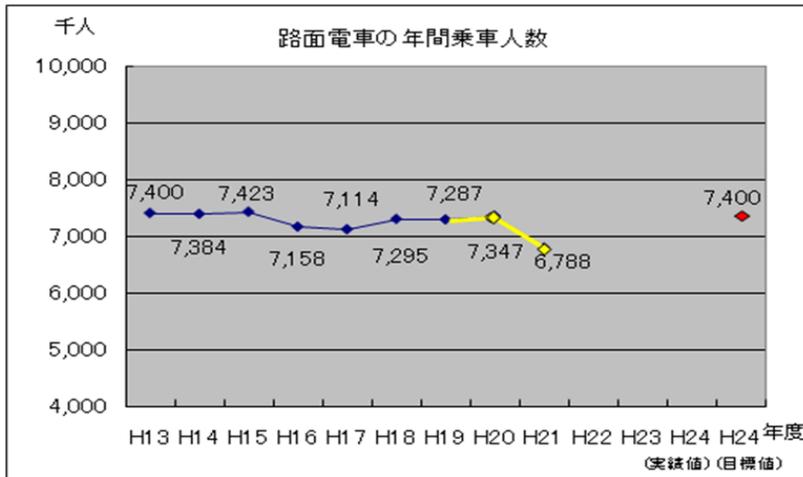
- ・順調に増加している観光客を街なかの賑わい等に結びつけるため、市民、観光客の中央商店街への来訪を促すイベント・共同販促事業の実施や魅力的な商業施設創出（大街道二丁目東地区優良建築物等整備事業）などにより新たな来街目的を創出し、中央商店街への誘客を図る。

- 平成 22 年 3 月には、基本計画に優良建築物等整備事業（大街道二丁目東地区、二番町三丁目南地区）として、魅力ある商業等複合ビルや来街者の利便性を向上させる駐車場の整備を追加した。更に、平成 23 年 3 月には優良建築物等整備事業（千舟町四丁目北地区）として事務所、賃貸住宅等複合ビルの整備を追加しているが、これらの事業を推進することにより商店街の通行量の減少や売上げの低下に歯止めをかけ、商店街全体として来街者の回遊促進を図ることとする。
- 銀天街カラー舗装工事の完了を受け、中央商店街の新たな魅力を発信するための事業に取り組むなど、中央商店街を中心とした賑わい創出に向けた事業を積極的に展開していく。

## II. 目標「街なかの賑わい創出」

「路面電車の年間乗車人数」※目標設定の考え方基本計画 P72～P74 参照

### 1. 調査結果の推移



年度	(千人)
H19	7,287 (基準値)
H20	7,347
H21	6,788
H22	
H3	
24	7,400 (目標値)

※調査方法：路面電車（伊予鉄道株・軌道 市内線）の年間乗車人数を集計

※調査月：毎年8月（前年度1年間分）※調査主体：伊予鉄道株式会社

※調査対象：路面電車各駅の年間乗車人数の合計

### 2. 目標達成に寄与する主要事業の進捗状況及び事業効果

※「中央商店街の歩行者通行量（休日）」及び「中心市街地内の観光客数（市有観光5施設）」を再掲。

- ① 【追加】大街道二丁目東地区優良建築物等整備事業（森ビル（株））【再掲 P4 参照】
- ② 【追加】二番町三丁目南地区優良建築物等整備事業（（株）三越、（株）香川銀行）【再掲 P4 参照】
- ③ 【追加】千舟町四丁目北地区優良建築物等整備事業（春山海運（株）、大進建設（株））【再掲 P5 参照】
- ④ 銀天街及び大街道内道路改良事業、アーケード内の空間形成計画の策定（松山市、銀天街商店街、大街道商店街）【再掲 P5 参照】
- ⑤ ラフォーレ原宿・松山跡地松山跡地商業等複合ビル建設に伴う支援（松山市）【再掲 P5 参照】
- ⑥ 銀天街内大型空き店舗へのテナント入居（（株）ザラ・ジャパン）【再掲 P6 参照】
- ⑦ 商店街単位、又は複数商店街及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（株式会社まちづくり松山、松山中央商店街連合会、各商店街）【再掲 P6 参照】
- ⑧ 城山公園オータムフェスティバル（城山公園オータムフェスティバル実行委員会）【再掲 P9 参照】
- ⑨ スペシャルドラマ「坂の上の雲」魅力創出事業（松山市）【再掲 P9 参照】
- ⑩ NHKスペシャルドラマ「坂の上の雲」の放送（NHK）【再掲 P10 参照】
- ⑪ 松山まつりにおける著名人の登用（松山市）【再掲 P10 参照】
- ⑫ 堀之内公園の整備（松山市）【再掲 P10 参照】
- ⑬ まちなか回遊サービス提供事業（松山市）【再掲 P10 参照】

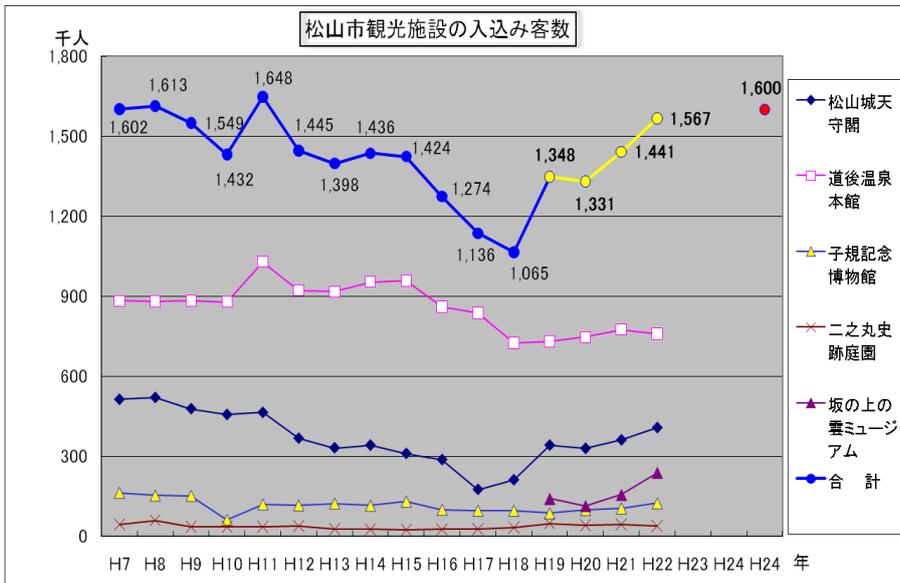
### 3. 目標達成の見通し及び今後の対策

- ・平成20年度は原油高騰等により利用が増加したが、平成21年度は経済情勢・雇用情勢の悪化および消費意識の低下に加え、新型インフルエンザが猛威を振るっていた影響を受け、出控えが発生し、路面電車の乗車人員が減少し、目標達成は困難な状況となっている。
- ・このため、中心市街地に集中する観光地の回遊手段として路面電車の利用促進を図るとともに、魅力ある商業等複合ビル整備（大街道二丁目東地区優良建築物等整備事業）その他の振興策によって市民の新たな来街目的を創出し、もって路面電車利用の増加を図り、目標達成に向けて努力する。

## II. 目標「街なかの観光交流人口増」

「中心市街地内の観光客数（市有観光5施設）」※目標設定の考え方基本計画 P75～P81 参照

### 1. 調査結果の推移



年	(千人)
H19	1,348 (基準年値)
H20	1,331
H21	1,441
H22	1,567
H23	
H24	1,600 (目標値)

※調査方法：市有観光5施設の入場者数の年間入場者を集計

※調査月：毎年3月（前年の1月～12月の合計）

※調査主体：松山市

※調査対象：松山城天守閣、道後温泉本館、子規記念博物館、坂の上の雲ミュージアム、二之丸史跡庭園の入場者合計

### 2. 目標達成に寄与する主要事業の進捗状況及び事業効果

#### ① 城山公園オータムフェスティバル（城山公園オータムフェスティバル実行委員会）

事業完了時期	【実施中】平成19年度～
事業概要	城山公園及び周辺地区において各施設の催しと連携し、集客力のあるイベントを県内主要メディアが主体となって開催する。
事業効果又は進捗状況	平成22年9月～11月までの間に、キッズふれあいランドや言霊・音霊コンサートなど7の主要イベント及び同時開催イベントや関連イベントを多数開催し、約320,000人の集客を得た。来年度以降も事業を継続し、より多くの集客を目指して各種のイベントを実施する予定である。

#### ② スペシャルドラマ「坂の上の雲」魅力創出事業（松山市）

事業完了時期	【実施中】平成20年度～
事業概要	スペシャルドラマ放送の機会を捉え、アートディレクター榎本了壺氏のプロデュースによる集客性の高いイベントを開催するほか、メディア、交通事業者とも連携、協力してスペシャルドラマ「坂の上の雲」関連イベントを実施するとともに、積極的かつ効果的な誘致PRにより松山の魅力を発信する。
事業効果又は進捗状況	第3回松山リレー・スイミングマラソンを実施するとともに「山頭火・一草庵祭2010」としてアーティストの日比野克彦氏を迎え「山頭火の俳句を描く＝文字と絵の公開ワークショップ」を開催することにより、多くの集客を得るとともに、松山市を広域的にPRすることに成功した。

③ NHKスペシャルドラマ「坂の上の雲」の放送（NHK）

事業完了時期	【実施中】平成21年11月～
事業概要	平成22年12月5日から同年12月26日までの毎週日曜日、午後7時30分から午後9時まで、NHK総合テレビでスペシャルドラマ「坂の上の雲」（第2部）が放送された。このスペシャルドラマは、衛星放送（BS2、BSHi）でも放送されるほか、第2部放送前には第1部も再放送され、好評を博した。
事業効果又は進捗状況	NHKでの番組宣伝などにより、松山市を訪れる観光客が増加している。 松山市が公表している観光客推定表(※)によれば、スペシャルドラマの放送が開始された平成21年には、525万4千人に達しているが、これは、しまなみ海道（本州四国連絡道路 尾道・今治ルート）効果を受けた平成11年以降で最大となっている。更に、ドラマ効果を通年で受けられる平成22年には、前年を上回る観光客数になると見込まれている。 ※毎年5月に公表。JR駅、港湾、空港等の各利用者数に市外客推定率や観光客推定率を乗じて前年1年間の観光客数を推定している。

④ 松山まつりにおける著名人の登用（松山市）

事業完了時期	【実施中】平成21年度～
事業概要	松山春まつり、松山まつりにおいて著名人を登用し、観光客増加を図る。
事業効果又は進捗状況	[松山春まつり]タレント 夏川純、歌手 逢川まさき を招聘、125,000人を集客。 [松山まつり] “琉球國祭り太鼓”を招聘している。 今後も継続して実施する予定。

⑤ 堀之内公園の整備（松山市）

事業完了時期	【済】平成21年度
事業概要	堀之内公園は、市内中心部にありながら広大な広場や緑を有する松山のセントラルパーク的な場所であり、また、松山城三之丸として国指定史跡ともなっている。
事業効果又は進捗状況	平成22年4月 第1期整備完成 （春まつりにあわせ完成式典として流鏝馬実演（小笠原流）イベントを実施） 平成22年8月 Matsuyama P's Festival 2010 supported by a-nation （堀之内公園において大型野外音楽フェスティバルを実施、約70,000人集客。）

⑥ まちなか回遊サービス提供事業（松山市）

事業完了時期	【実施中】平成19年度～
事業概要	観光客の回遊性の向上を目的として、回遊割引や、公共交通機関と連携した事業を実施する。
事業効果又は進捗状況	松山観光割引クーポン（観光施設の2割引利用者 累計約6,000人）や松山城下めぐりきっぷ（H21年度実績 約1,000枚）等の取組みは、回遊性の向上に一定の効果があった。今後は、内容を精査したうえで必要な施策を継続実施する。

### 3. 目標達成の見通し及び今後の対策

#### (1) 目標達成の見通し

- ・官民一体となった積極的な観光振興への取り組みは順調に進捗し、観光客数（市有5施設）は前年を126千人も上回る1,567千人に達し、目標値1,600千人に肉薄するなど、事業効果が十分に発現されている。事業を継続実施することにより、目標達成は可能である。
- ・スペシャルドラマ「坂の上の雲」の放送という強力なプラス要因が生まれたことにより、主要観光施設である道後温泉本館、松山城、坂の上の雲ミュージアム、子規記念博物館、二之丸史跡庭園の入場者は昨年に引き続き大幅に増加しており、目標値に迫る順調な伸びとなった。
- ・スペシャルドラマ「坂の上の雲」を絶好の機会として地域の産業振興を図ろうと、商工会議所を中心とする152の企業・団体等により「交流人口・産業拡大会議」が設立され、平成22年3月には「『坂の上の雲』のまち松山スペシャルドラマ館」を松山城ロープウェイ駅舎内に、「『伊予の国えひめ逸品』物産館」をその近隣にオープンさせている。
- ・城山公園（堀之内地区）に、市民や観光客が集い、憩える広場を整備する第1期整備が完成している。同公園は、市内中心部にありながら広大な広場や緑を有する松山のセントラルパーク的な場所であり、新たな観光資源として松山城、二之丸史跡庭園とともに観光客の増加が見込めるものである。
- ・継続的に実施してきた「城山公園オータムフェスティバル事業」や「スペシャルドラマ「坂の上の雲」魅力創出事業」なども当初の予定どおりの効果を挙げており、継続的に事業展開することで数値目標は達成できるものと考えている。

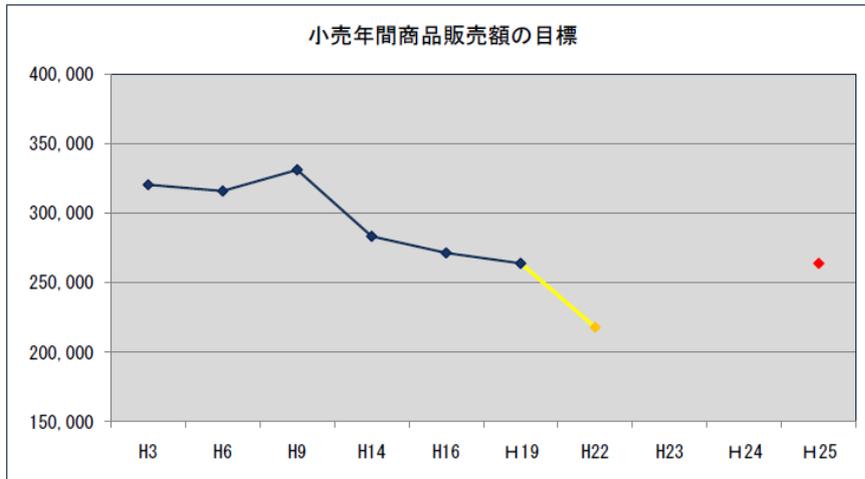
#### (2) 今後の対策

- ・平成21年から平成23年末まで放送されるスペシャルドラマ「坂の上の雲」の宣伝・誘客効果を最大限活用するため、来年度以降も各種事業を継続して行うこととしている。
- ・スペシャルドラマ放送にあわせスタートした観光無料臨時駐車場や、回遊促進策を次年度以降も継続して実施するとともに、高速道路の利用料金低額制度という機会を捉えて、中国・九州・関西方面や四国内にPRをより積極的に行い、さらなる誘客を図っていく。
- ・大河ドラマの舞台となった類似市においては、ドラマの放映後は観光客数が落ち込むのが通例である。また、本市では、しまなみ海道開通時の平成11年に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なかった反省もあることから、平成24年度に予測されるドラマ放映後の落ち込みを最小限に抑える対策に向け、松山に縁の深い「俳句」と「まち歩き」のハイクをかけ、「松山はいく」と称した専属ガイドと「松山」を巡る新しい観光コースを開発するなど、現在、様々な事業を進めているところである。

## II. 目標「街なかの商業活性化」

「小売年間商品販売額」※目標設定の考え方基本計画 P82～P84 参照

### 1. 調査結果の推移



年度	(百万円)
H19	263,982 (基準年推定値) ※H19年商業統計(確報値)では、255,483百万円と算定
H22	217,980 (市推定値)
H23	
H24	
H25	264,000 (目標値)

※調査方法；平成19年商業統計(確報値)と市独自調査(アンケート)により推計、

※調査月；平成23年3月以降、毎年度末に前年度1年間分を公表

※調査主体；松山市

※調査対象；中心市街地(番町・東雲・八坂・雄郡・新玉・味酒・清水・道後地区)の小売年間商品販売額  
地区内の大型小売業店舗(店舗面積3,000㎡以上)

### 2. 目標達成に寄与する主要事業の進捗状況及び事業効果

#### ① 【追加】大街道二丁目東地区優良建築物等整備事業(森ビル(株))

事完了時期	【未】平成24年度
事業概要	平成20年1月に閉館したラフォーレ原宿・松山の跡地において、優良建築物等整備事業により、近隣の商業店舗を含めた共同化を実施し、商店街の賑わい再生を図る。 ・面積：約0.3ha ・整備内容：延べ面積約8,000㎡、主用途(商業等) ・規模構造：地上6階地下1階
事業効果又は進捗状況	2,300㎡以上の新たな商業床が整備されるが、その事業効果として商店街の売上げ低下の歯止め策となることが期待されている。 平成23年9月 解体工事着手 平成25年3月 完成、オープン予定

#### ② 【追加】二番町三丁目南地区優良建築物等整備事業((株)三越、(株)香川銀行)

事業完了時期	【未】平成24年度
事業概要	金融機関の広域基幹店舗の更新と隣接低未利用地の共同化により、事務所等を併設した大街道商店街のアクセス拠点として駐車場整備を行う。 ・面積：約0.2ha ・整備内容：延面積約7,500㎡、主用途(銀行・駐車場等)
事業効果又は進捗状況	平成23年12月 解体工事着手 平成25年3月 完成、供用開始予定

③ 【追加】千舟町四丁目北地区優良建築物等整備事業（春山海運（株）、大進建設（株））

事業完了時期	【未】平成24年度
事業概要	<p>中心市街地活性化に向けた企業誘致の受皿施設として、また、都心居住による賑わい再生に寄与する施設として、店舗、事務所、賃貸住宅、駐車場等の整備を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・面積：約0.18ha</li> <li>・整備内容： 延べ面積 約9,150㎡、主用途（店舗、事務所、賃貸住宅、駐車場等）</li> </ul>
事業効果又は進捗状況	<p>30戸を上回る賃貸住宅やスーパーマーケット等が計画されているが、その事業効果として、都心居住を促進するとともに、生活必需品を販売する最寄品店舗として、商業振興に寄与することが期待されている。</p> <p>平成23年9月 建築設計着手 平成24年12月 完成予定</p>

④ 空き店舗対策事業（中心市街地内の各商店街）

事業完了時期	【実施中】平成20年度～
事業概要	<p>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、空き店舗を賃借し、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。</p>
事業効果又は進捗状況	<p>[松山市商店街空洞化対策事業]</p> <p>平成21年4月 生産者団体「新鮮ぐみっ」、愛媛CATVなどが銀天街の空き店舗に産直市「ぎんこい市場」を開設</p> <p>平成22年10月 出品者が増えて手狭になったため、近隣に移転・拡充</p>

⑤ ラフォーレ原宿・松山跡地松山跡地商業等複合ビル建設に伴う支援（松山市）

事業完了時期	【未】平成24年度
事業概要	<p>平成20年1月に閉館され、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施設ビルを建設し、商業床を創設する事業所に対して、「まちなか暮らし・賑わい事業所等立地促進事業」（松山市の補助制度）の支援を行う。</p>
事業効果又は進捗状況	<p>平成25年3月 商業ビル完成後、事業施行者に対して奨励金交付予定。</p> <p>この事業により中央商店街内に新たに魅力的な店舗が生まれ、来街者が増加して賑わいが創出されるとともに、商業の活性化が図られる。</p>

⑥ フジグラン松山の商業床の増床（株フジ）

事業完了時期	【済】平成22年度
事業概要	<p>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。</p>
事業効果又は進捗状況	<p>平成22年3月 フジスポーツクラブフィットタの移転 平成23年3月 フジグラン松山リニューアルオープン</p>

⑦ 銀天街内大型空き店舗へのテナント入居（㈱ザラ・ジャパン）

事業完了時期	【済】平成20年度
事業概要	松山市単独の補助制度「まちなか暮らし・賑わい事業所立地等立地促進事業」を活用し、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「ZARA」がテナント入居。
事業効果又は進捗状況	この事業により、中央商店街内に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、店舗周辺においては、一定の波及効果が見られている。 平成20年11月「ザラ・ジャパン松山支店」オープン 平成20年11月25日 まちなか暮らし・賑わい事業所に指定 平成22年5月 奨励金交付

⑧ 商店街単位、又は複数商店街及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（㈱まちづくり松山、松山中央商店街連合会、各商店街）

事業完了時期	【実施中】平成19年度～
事業概要	中心市街地内で開催される催事について、近接する地域間で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、回遊範囲の拡大及び回遊時間の延長を図る。
事業効果又は進捗状況	平成22年2月 「まちなかエコ市2010」 平成22年3月 「お城下さくらまつり」 平成22年10月 「松山モードフェス2010A/W」 平成22年12月 「お城下松山☆クリスマス with ひめキュン」 平成22年12月 「大街道マルシェ」など

3. 目標達成の見通し及び今後の対策

(1) 目標達成の見通し

- ・景気低迷等による消費意欲の減退や郊外（松前町）大型SCの出店等の影響により、大幅な減少を続けている。
- ・今回はじめて、中心市街地における小売年間商品販売額（平成21年4月から平成22年3月までの1箇年分）を推計したが、平成19年商業統計（確報、平成18年度分）と比較して約375億円減の2,179億8,000万円（▲14.7%）と試算されている。この間、全国百貨店売上高（日本百貨店協会調べ）が平成22年9月末まで31ヶ月連続で対前年同月比マイナスとなるなど、小売業を取り巻く環境は全国的にも厳しいが、本市の中心市街地においても同様に非常に厳しい状況が続いており、目標達成可能とは見込まれない。
- ・基本計画策定（平成20年11月）当時には、エミフルMASAKI（平成20年開業、店舗面積47,000㎡）の影響について特段の考慮は行わず、トレンド推計による減少だけで小売年間商品販売額の将来推計をおこなっているが、影響が推計以上であった可能性がある。
- ・松山市単独の補助制度「まちなか暮らし・賑わい事業所等立地促進事業」により海外ブランド「ZARA」や人気ファッションブランド店等が中央商店街周辺に出店し、また、平成22年10月には「松山市商店街空洞化対策事業」を活用した産直市が拡充オープンするなど、魅力ある店舗周辺には一定の波及効果が見られる。

## (2) 今後の対策

- ・基本計画に掲げる事業の進捗状況は概ね予定どおりだが、中心市街地活性化協議会に報告するなど関係者間で協議の上、今後の対策を講じる必要がある。
- ・景気低迷の影響等は大きいですが、観光客の増加など明るい材料もあることから、市民・観光客の新たな来街目的の創出を図るとともに、平成22年3月に市が策定した「松山市広域集客商業活性化戦略」に基づき、「足元商圈の確実な取り込み」「街なか居住者への対応」「広域集客に向けての魅力付け」を3本柱に広域集客核としての再構築を進め、目標達成に向けて努力することとする。
- ・平成22年3月には、基本計画に優良建築物等整備事業（大街道二丁目東地区、二番町三丁目南地区）として、魅力ある商業等複合ビルや来街者の利便性を向上させる駐車場整備を追加。更に、平成23年3月には優良建築物等整備事業（千舟町四丁目北地区）として事務所、賃貸住宅等複合ビルの整備を追加しているが、これらの事業を推進することにより商店街の通行量の減少や小売年間販売額の低下に歯止めをかけ、商店街全体としての商業活性化を図ることとする。