

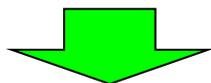
松山市中心市街地活性化基本計画
(内閣総理大臣認定計画書)
概要書

平成20年11月11日認定

松山市中心市街地活性化基本計画 (計画期間 平成20年11月～平成26年10月)

【中心市街地を巡る状況】

- 江戸時代より城下町として栄えるとともに、日本最古と言われる道後温泉を有し、商業や観光産業の集積地として発展。
- 核店舗の撤退や郊外大型店舗の立地等により、広域商業核としての機能が衰退し、賑わいが失われつつある。
- 平成19年4月に坂の上の雲ミュージアムがオープンし、観光施設の入込み客数は回復傾向にあるものの、平成9年(10年前)の水準までは回復していない。

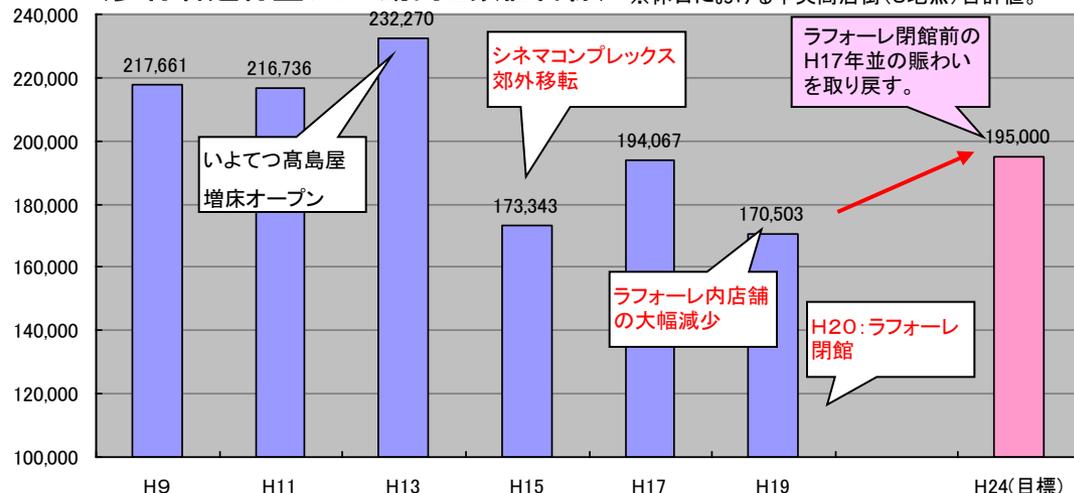


- 歩行者通行量(休日)
H9: 217,661人 → H19: 170,503人 (▲22%)
- 小売年間商品販売額
H9: 331,284百万円 → H19: 263,982百万円 (▲20%)
- 市内主要観光施設の入込み客数
H9: 1,549千人(4施設) → H19: 1,348千人(5施設) (▲13%)

【目標】

目標	指標	現況値	目標値(H26)
城下町ならではの賑わいのあるまち	歩行者通行量(休日)	170.5千人	195千人
	路面電車の年間乗車人数	7,287千人	7,400千人
「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	中心市街地内の観光客数(5施設)	1,348千人	1,600千人
便利で、楽しい商業のまち	小売年間商品販売額	263,982百万円	264,000百万円

(人) (歩行者通行量(※)の動向と数値目標) ※休日における中央商店街(8地点)合計値。



中央商店街における新たな商業施設の創出や、道後温泉や松山城などの歴史的・文化的観光資源を活用しつつ、路面電車によるまちなか回遊促進を図ることにより、にぎわいのある商業のまち・観光交流のまちを実現する。

松山市中心市街地活性化基本計画の事業概要

にぎわいのある商業のまち

○中央商店街等における新たな魅力ある商業施設の創出

- ・商業の中心地である中央商店街(大街道商店街・銀天街商店街)等における空き店舗において、人々を惹きつける新たな商業床を誘致。
- ・大規模小売店舗立地法の特例区域の活用や「まちなか暮らし・賑わい事業所立地促進要綱等」により、中心市街地内への新たな商業施設等の立地促進。



ラフォーレ原宿・松山跡地現況

○イベント等による商業施設の連携・利便性向上



城下門前市

- ・道後温泉の「湯上がり朝市」や松山城内の「城下門前市」など、商業イベントの共同開催や販促事業の連携により中心市街地内の商業の一体的な賑わいを創出。
- ・中央商店街のカラー舗装の全面的リニューアル等による回遊しやすい商業空間の創出。

住みやすいまち

○愛媛県立中央病院整備運営事業

路面電車によるアクセスが可能な県立中央病院を基幹病院として再整備し、中心市街地における人々の利便性を確保。



中央病院整備イメージ図
(実際とは異なる場合がある。)

○JR松山駅周辺の利便性向上

松山駅周辺土地区画整理事業(約16.7ha)及びJR松山駅付近連続立体交差事業に併せて、路面電車とJRとの結節強化、JR駅西側への路面電車の延伸を図り、利用者の利便性向上、延伸地域からの中心市街地への回遊性の向上を図る。



駅周辺整備イメージ図



観光交流のまち

○観光資源の戦略的な活用

- ・NHKスペシャルドラマ「坂の上の雲」の放映の機会を捉え、関連イベント等の集中展開事業「まつやまエポック」を実施し、坂の上の雲ミュージアムなどの地域資源への観光客誘致を図る。
- ・道後温泉地区の旅館と大手旅行会社がタイアップした誘客キャンペーンを実施。
- ・城山公園オータムフェスティバルなどの集客性の高いイベントの実施。



坂の上の雲ミュージアム

○中心市街地内での回遊性の向上

- ・道後温泉や松山城などの中心市街地内の複数の観光施設における「回遊割引バス」を創設し、来街者のまちなかでの回遊を促進。
- ・中心市街地内のまちかど案内情報発信施設の機能強化や、携帯電話を活用した商店街の情報発信事業「おいでナビ」の拡充による情報発信機能の強化。



オータムフェスティバル