松山市中心市街地活性化基本計画

愛媛県松山市

平成 20 年 11 月 11 日認定

第1回変更(平成 22 年 3 月 23 日認定)

第2回変更(平成 23 年 3 月 31 日認定)

第3回変更(平成 23 年 7 月　7 日認定)

第4回変更(平成 24 年 7 月 13 日認定)

第5回変更(平成 25 年 3 月 29 日認定)

第6回変更(平成 25 年 7 月 25 日認定)

第 7 回変更(平成 26 年 7 月 29 日認定)

目　次

1. 中心市街地の活性化に関する基本的な方針 1

2. 中心市街地の位置及び区域 49

3. 中心市街地の活性化の目標 62

4. 土地区画整理事業、市街地再開発事業、道路、公園、駐車場等の公共の用に供する施設の整備その他の市街地の整備改善のための事業に関する事項 85

5. 都市福利施設を整備する事業に関する事項 100

6. 公営住宅等を整備する事業、中心市街地共同住宅供給事業その他の住宅の供給のための事業及び当該事業と一体として行う居住環境の向上のための事業等に関する事項 105

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 109

8.　4から7までに掲げる事業及び措置と一体的に推進する事業に関する事項 124

9. 4から8までに掲げる事業及び措置の総合的かつ一体的推進に関する事項 141

10. 中心市街地における都市機能の集積の促進を図るための措置に関する事項 155

11. その他中心市街地の活性化のために必要な事項 160

12. 認定基準に適合していることの説明 163

○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

1．中心市街地の活性化に関する基本的な方針

(1)松山市の概要

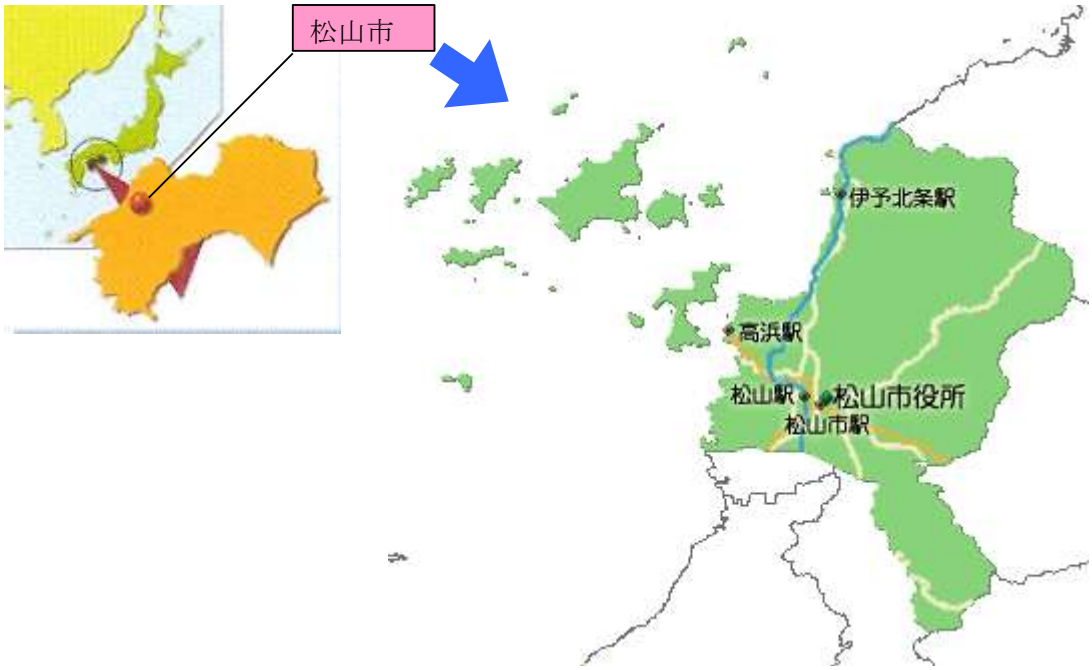
1)位置及び歴史

松山市は、瀬戸内海に面し、四国の北西、愛媛県の中央部に位置する。北東部には、高縄山系、東部には石鎚山系が連なり、この両山の間に、石手川、重信川などによって形成された扇状地である松山平野が広がっている。平成 17 年 10 月時点で約 51 万 5 千人、面積約 429k㎡の四国最大の都市である。

気候は、温暖な瀬戸内海気候であり、本市の平均気温は 16.3℃で、同じく瀬戸内海に面する高松市や広島市より若干高い。年間降水量の平均は 1,322.6mm であり、6 月に降水量が多く、12 月に少ない夏雨型であり、全体的に雨は少なく積雪はごくわずかである。台風の通過も四国内では少なく穏やかな気候である。

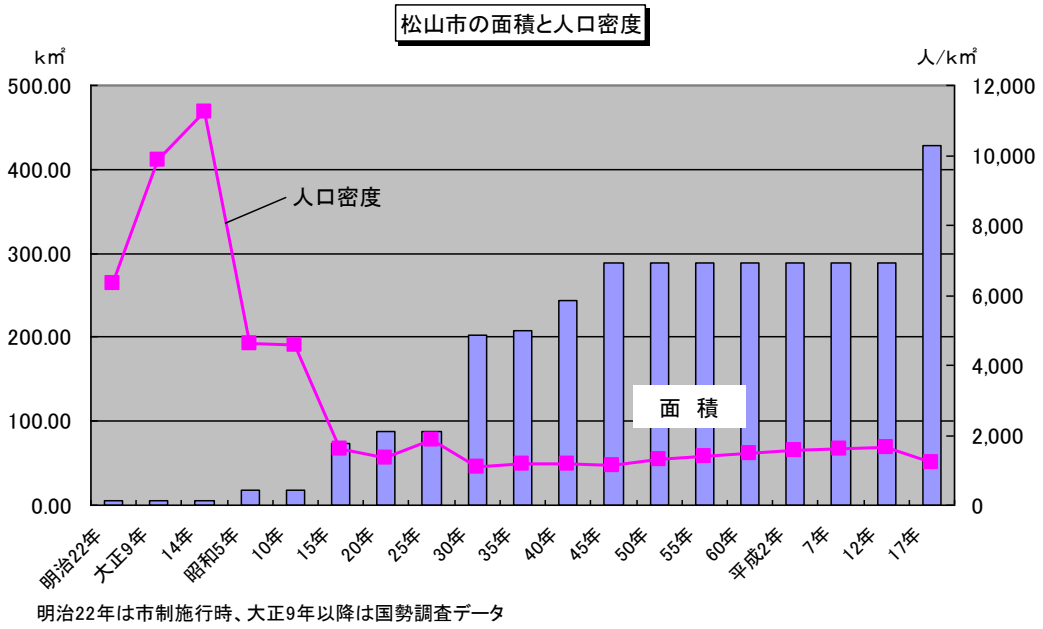
松山平野には古代から開け、日本最古の温泉といわれる道後温泉があり、松山市は明治 22 年に、人口約 3 万 3 千人の全国 39 番目の市として発足した。

松山市の位置



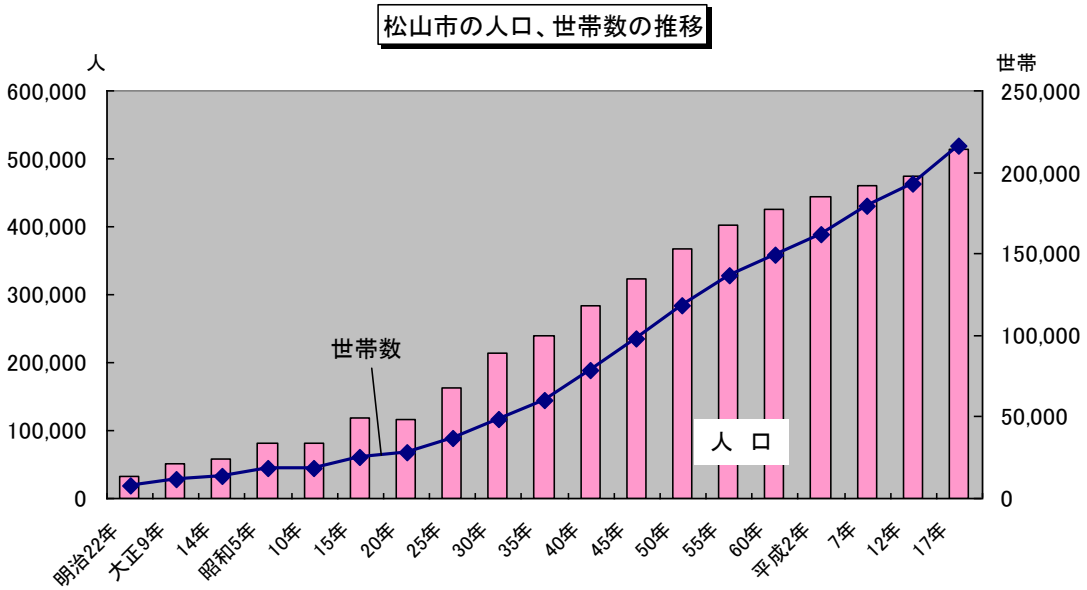
2)市域の変遷と人口推移

明治 22 年 12 月 15 日市制施行当時の松山市の面積は 5.20k ㎡であったが、以後、周辺の市町村を合併し、平成 17 年の合併で約 429k ㎡となった。平成 19 年 4 月 1 日現在の市域面積は 429.03k ㎡である。



明治22年は市制施行時、大正9年以降は国勢調査データ

明治 22 年に市制を施行した当時の松山市の人口は、32,916 人であったが、その後の市町村合併や自然増、社会増によって、平成 17 年の国勢調査では 514,937 人で、四国で唯一 50 万都市となっている。ただ、人口の伸び率は鈍化の傾向にあり、高齢化率は 19.1%(H17)となっている。また、総合的な人口分布と将来の発展方向の指針となる人口重心は昭和 25 年には堀之内にあったが、市の中心部を東寄りに緩やかなカーブを描きながら南下していく傾向にある。



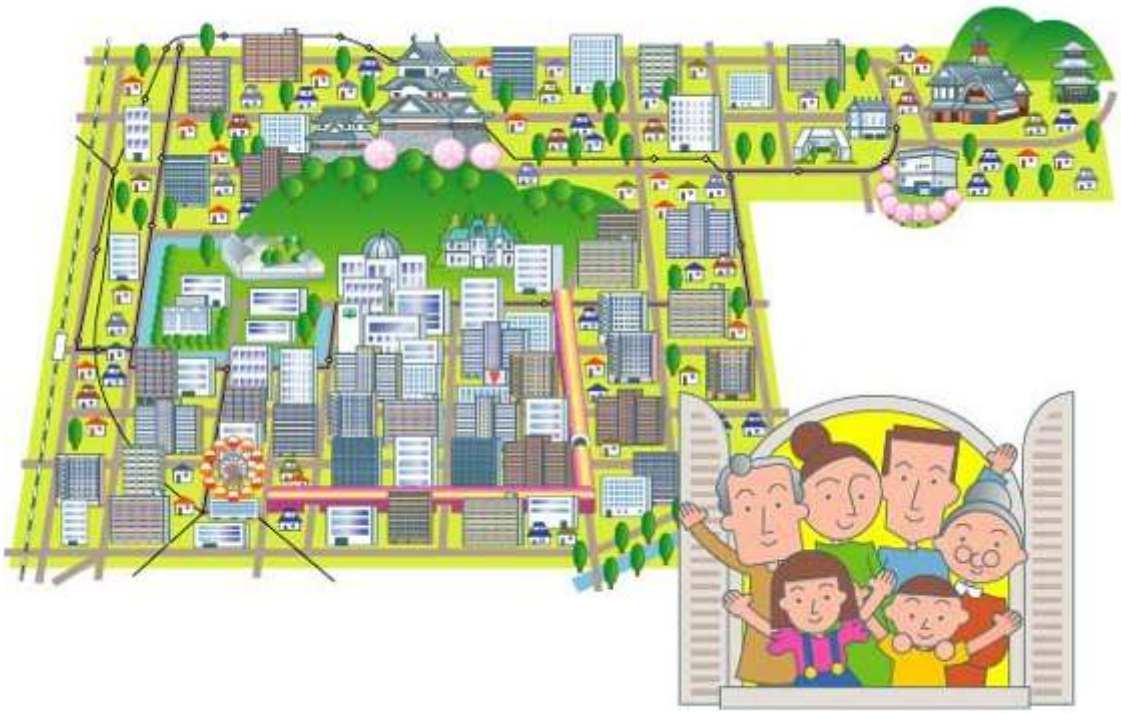
資料:明治22年(市制施行時)は松山市調べ、大正9年以降は国勢調査

3)都市計画の沿革

松山市の都市計画は、慶長年間、加藤嘉明が、石手川、重信川の水流を変え、城下町の用地を確保して町割りを行い、勝山に城郭を築いたことに始まる。

昭和 4 年には(旧)都市計画法により都市計画区域が決められたが、その後、昭和 20 年の空襲で市街地の大半を焼失し、翌年の昭和 21 年、特別都市計画法によって、復興に向かい、昭和 22 年には、初めて住居地域、商業地域及び工業地域の 3 種類の用途地域が定められた。

その後、昭和 46 年の(新)都市計画法に基づく、松山広域都市計画区域の指定や市街化区域、市街化調整区域の決定などを経て、現在に至るまで、随時、用途地域の変更や市街化・市街化調整区域の見直しを行っている。



(2) 中心市街地の概要

1) 中心市街地の都市基盤

本市の中心市街地は、戦災復興土地区画整理事業を行っており、松山城を中心に放射状に伸びる 5 本の都市間幹線道路(国道)及び伊予鉄道松山市駅を中心に 3 本の鉄道郊外線があり、人・物が中心部に集まる構造となっている。中心市街地の西端には、陸の玄関口である JR 松山駅、東には本市最大の観光施設、道後温泉を終着とする路面電車の伊予鉄道道後温泉駅がある。

また、これら主要鉄道駅等を経由する路面電車が松山城を中心に環状して走っており、公共交通機関は地方都市としては充実しているといえる。

加えて松山空港、松山港及び松山 IC は中心部より約 4～5 ㎞の位置にあるなど、交通拠点が市街地に極めて近いことや、中心部には城山公園、南側には石手川公園、東側には道後公園等、中心市街地内若しくは隣接部に、緑豊かな市民の憩いの場が存在することも本市の特徴である。

松山市の中心市街地の位置と交通機関等



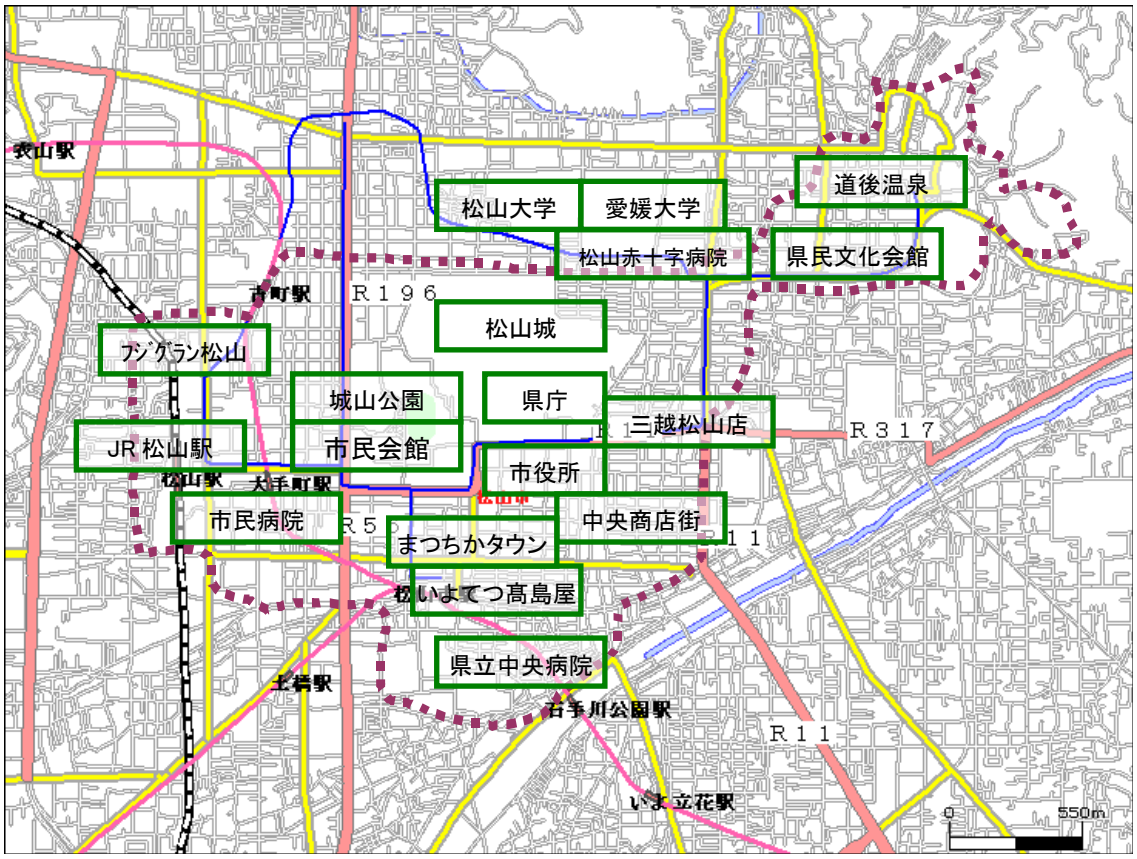
2) 中心市街地の産業及び公共公益施設

江戸時代より城下町として栄えるとともに、明治 22 年の市制施行後も、商業や観光産業の集積地として経済活動等が発展している。約 1Km におよぶアーケード商店街の大街道・銀天街や、地下街とその両端にあたる百貨店のいよてつ髙島屋・三越松山店ほか多種多様な店舗が集積しており、買回り品では、愛媛県下一円を商圏としている。加えて、その周辺には飲食店も多数集積し、繁華街を形成している。

また、官公庁はもちろん、福祉・文化の拠点施設や愛媛大学、松山大学等教育施設、更に松山赤十字病院、県立中央病院、市民病院等の基幹病院が整備されており、都市機能は中心市街地に集中している。

加えて、松山城や道後温泉本館等の文化遺産などの観光資源や、城下町ならではの伝統文化の継承、及び俳句や新たな文化芸術の発信がなされている。

中心市街地の産業及び公共公益施設



(3) 中心市街地の現状及び分析

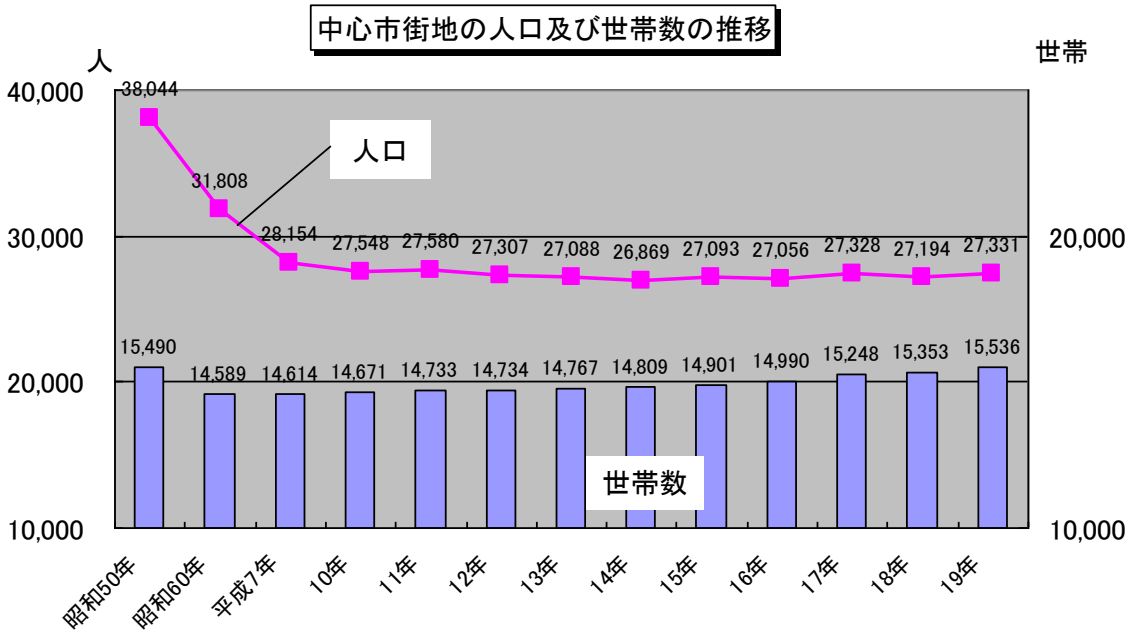
1) 人口

①人口推移

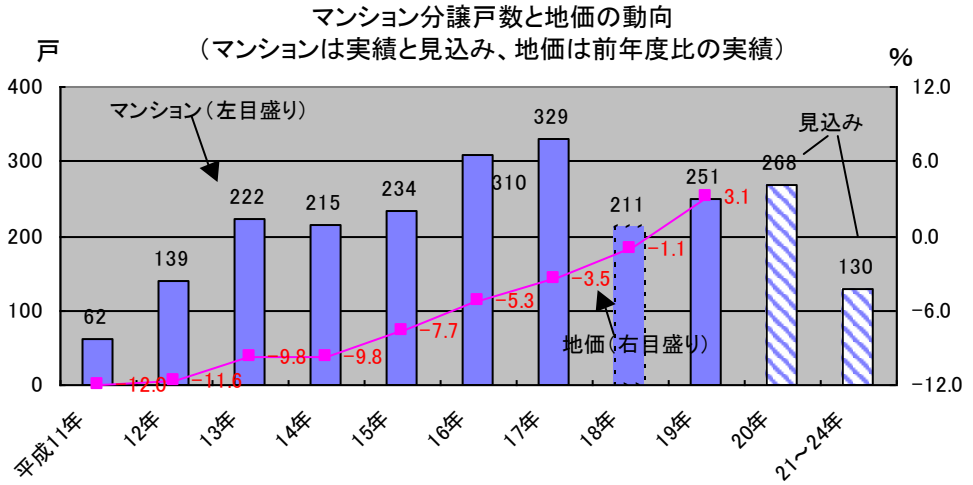
松山市の人口は、高度成長に伴い急増したが、居住スタイルの変化や核家族化により、郊外の安価な庭付き一戸建住宅を求めて、中心部から郊外への人口移動が起こった。

平成 7 年以降は、人口減少に歯止めがかかり、ほぼ横ばいで推移している。

住宅供給の主力の一つである分譲マンションの供給状況を見ると、最近では毎年 200～300 戸の実績がある。高齢世帯（市内からの住み替え、愛媛県南予地区住民によるマンション購入）及び単身世帯のニーズに応えた都心型マンションの建築と分譲価格の低廉化が都心回帰を促進している状況である。ただ、地価の上昇やマンション用地の供給量の伸び悩みなどもみられ始めているため、今後、分譲マンション供給数は落ち着くものと思われるが、中心市街地における人口増の潜在性は十分あると判断できる。



資料：住民基本台帳（各年10月1日現在）



資料：マンション分譲戸数は㈱いよぎん地域経済研究センター調べ（調査時点：平成19年8月）、地価は商業地の基準地価（毎年7月1日時点）

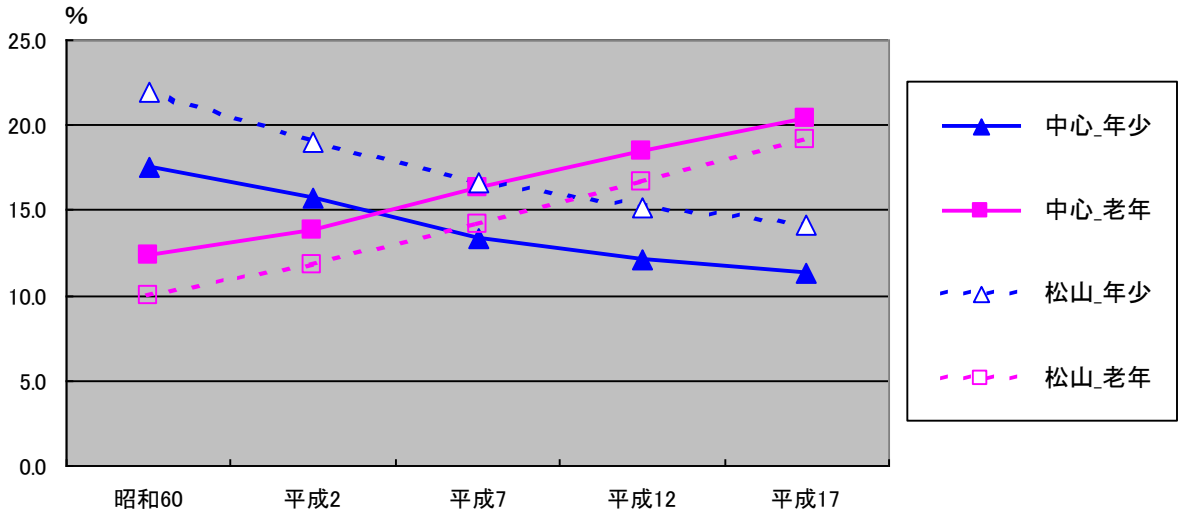
②年少人口、生産年齢人口及び老年人口の推移

国勢調査を基に、年少人口、生産年齢人口及び老年人口を全市と中心市街地で比較すると、全市と比べ、少子高齢化が進んでおり、年少人口比率は、全市を 3 ポイント近く下回っている。

現状において、顕著化している問題はないが、生産年齢世帯は郊外の一戸建て住宅を求める傾向がある一方、高齢者は公共交通機関が充実し各種施設も集中しているなど生活利便性の高い中心市街地での居住を選択していると思われる。

今後まちの賑わい回復のためには、公園等潤いのある空間の整備や買回り品・最寄り品とも手軽にショッピングできる商業空間の整備など高齢世帯のニーズにもあった、魅力ある中心市街地にする取り組みが必要である。

中心市街地と松山市の年少、老年人口比率



資料：国勢調査

中心市街地　（単位：人、%）

	昭和60	平成2	平成7	平成12	平成17
年少人口	5,214	4,483	3,648	3,374	3,243
年少人口比率	17.5	15.7	13.4	12.1	11.3
生産年齢人口	20,871	20,177	19,200	19,299	19,688
生産年齢人口比率	70.1	70.6	70.3	69.4	68.4
老年人口	3,671	3,938	4,462	5,116	5,848
老年人口比率	12.3	13.8	16.3	18.4	20.3
合　計	29,756	28,599	27,311	27,789	28,778

資料：国勢調査（年齢不詳を除く）

松山市　（単位：人、%）

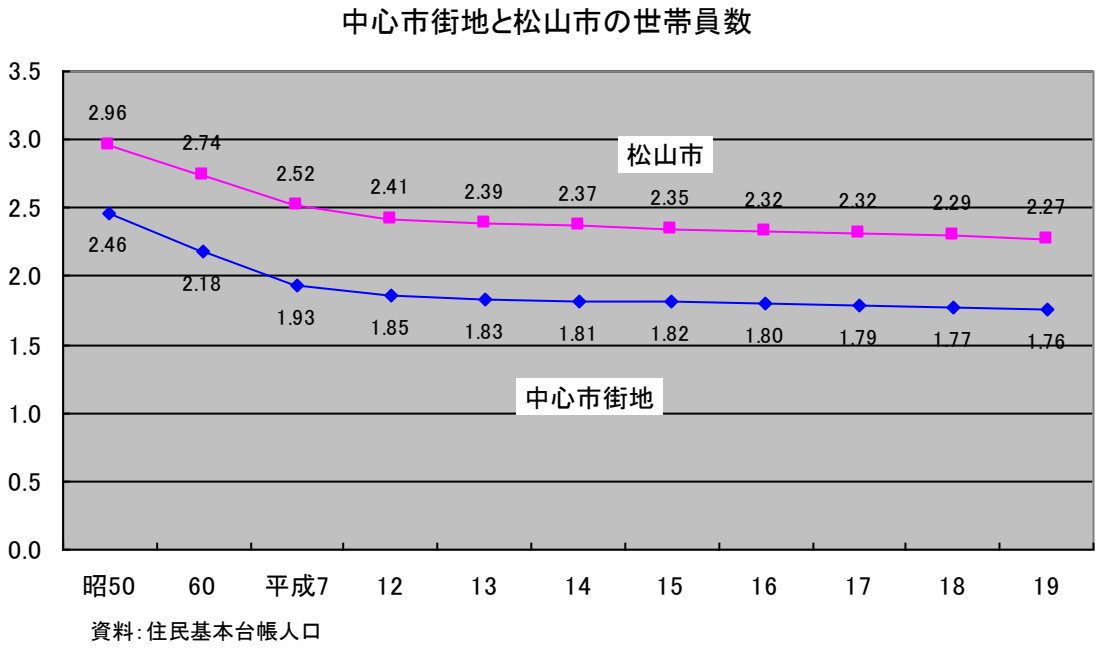
	昭和60	平成2	平成7	平成12	平成17
年少人口	102,348	91,203	82,536	76,847	72,600
年少人口比率	21.9	19.0	16.6	15.1	14.1
生産年齢人口	317,576	332,604	344,140	346,604	343,823
生産年齢人口比率	68.1	69.3	69.2	68.2	66.8
老年人口	46,428	56,330	70,495	84,615	98,265
老年人口比率	10.0	11.7	14.2	16.7	19.1
合　計	466,352	480,137	497,171	508,066	514,688

資料：国勢調査（年齢不詳を除く）

③世帯員数

中心市街地の平成 19 年の一世帯当り人口は 1.76 人で昭和 50 年に比べ 28.4%減少している。松山市全体の 2.27 人と比べると世帯員数は 3/4 の水準に止まり、減少が進んでいる。

これは、高齢世帯が多く子育て世帯が少ないためと考えられる。しかしながら、民間事業者への聞き取りによると、子育て世帯の大部分が郊外の一戸建てを求めている一方で、中心市街地においては、職場が近く、利便性の高いことで、若者が結婚と同時に住居を求める世帯も徐々に増えてきているとのことであり、中長期的には、若者世帯が暮らしやすい生活環境整備をしていくことも必要である。



2) 土地の状況

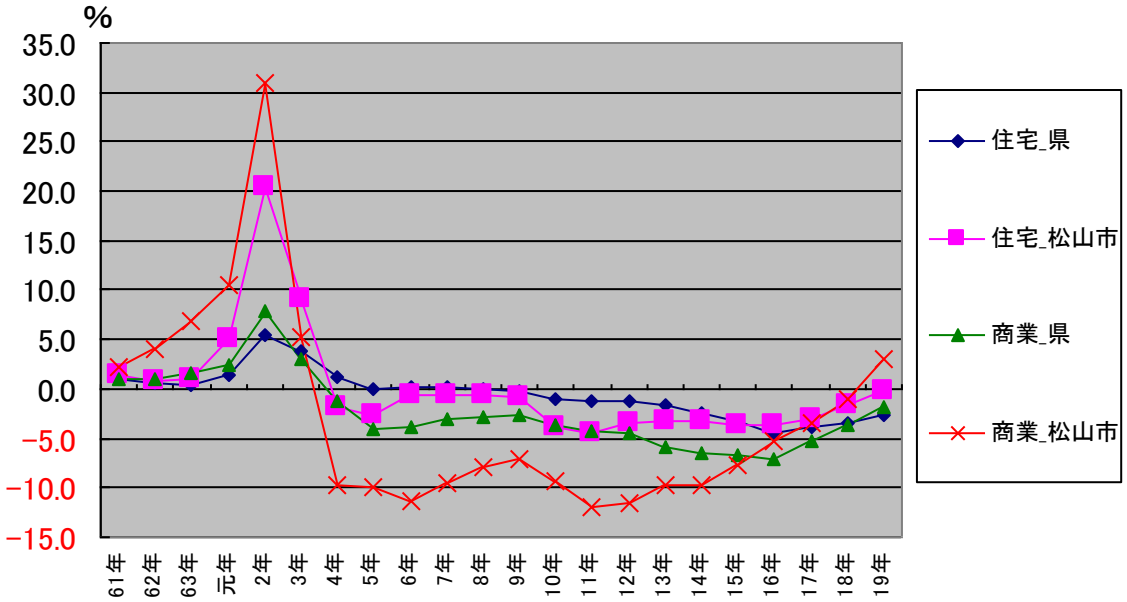
①地価動向

昭和 60 年代から平成初期にかけて、全国的なバブル景気を背景に地価が前年度を 30%も上回るような急騰も見られた。バブル崩壊後は、前年度を下回る価格動向が続き、平成 19 年には、商業地の平均でピーク時の 1/4、住宅地の平均で 6 割の水準にある。

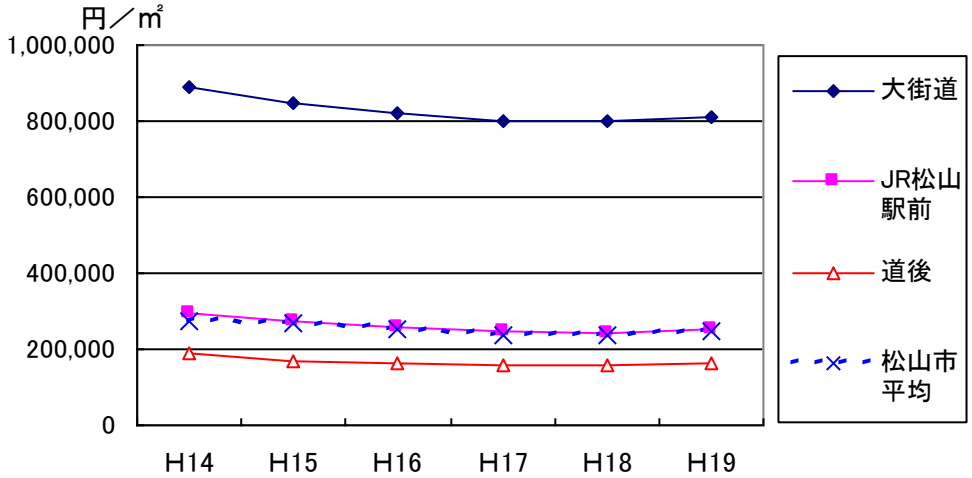
しかしながら、平成 19 年度の地価調査では、商業地は前年度に対しプラスに転じ、住宅地もほぼ横ばいとなるなど、地価は下げ止まりから上昇への変化が見られる。

こうした背景には、バブル崩壊後の地価急落が落ち着く中、都心回帰によるマンション用地の需要増に伴う県外資本等の流入による一部土地取引価格の高騰が影響していると考えられるが、まちの賑わいを維持・発展させるためには、マンション建設にとどまることなく、商業・業務施設等への民間投資の誘発に向けて、民地を中心とした「まち更新」への官民一体となった持続的な取り組みが必要である。

基準地価の推移



中心市街地の地点別地価推移（商業地）



資料：愛媛県地価調査（毎年 7 月 1 日現在）

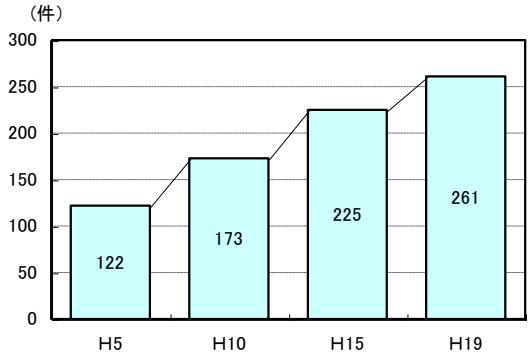
②低未利用地の状況

これまで実施されてきた駐車場整備計画調査を基に、今回時間貸し駐車場を調査したところ、平成 15 年の前回調査に比べ、駐車場数は 36 件、16.0%の増加、台数は 397 台、3.4%の増加であった。駐車場数、台数共に最も多いのは、中央商店街の周辺地域を含む城南地区であり、前回に比べ件数、台数の伸びが大きいのは、道後地区であった。

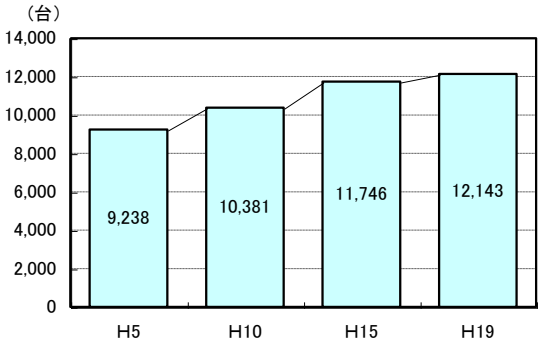
特に中央商店街及びその周辺の時間貸し駐車場では、1 区画あたり月額 5 万円から 10 万円程度の売上(民間聞き取り調査)があることから、老朽化したビル等の取り壊し後、地権者がリスクの高い開発を嫌って、100 円パーキング化し、その後の土地の流動化も鈍いことが、低未利用地の増加に拍車を掛け、まちの賑わいの阻害要因となっている。

従って、まちの賑わいを維持・発展させるためには、民地を中心とした「まち更新」に向けての官民一体となった持続的な取り組みにより、これら低未利用地への民間投資を誘発する必要がある。

時間貸し駐車場数の推移

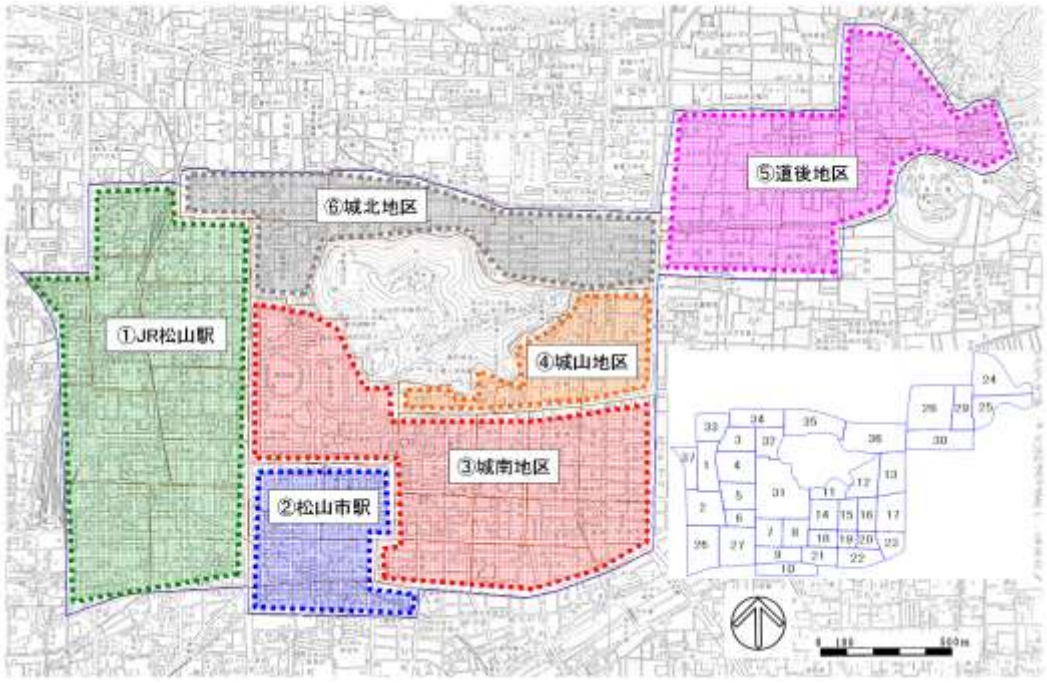


時間貸し駐車台数の推移



資料:駐車場実態調査(松山市)

駐車場調査対象地域



3)商業

①商業集積の状況

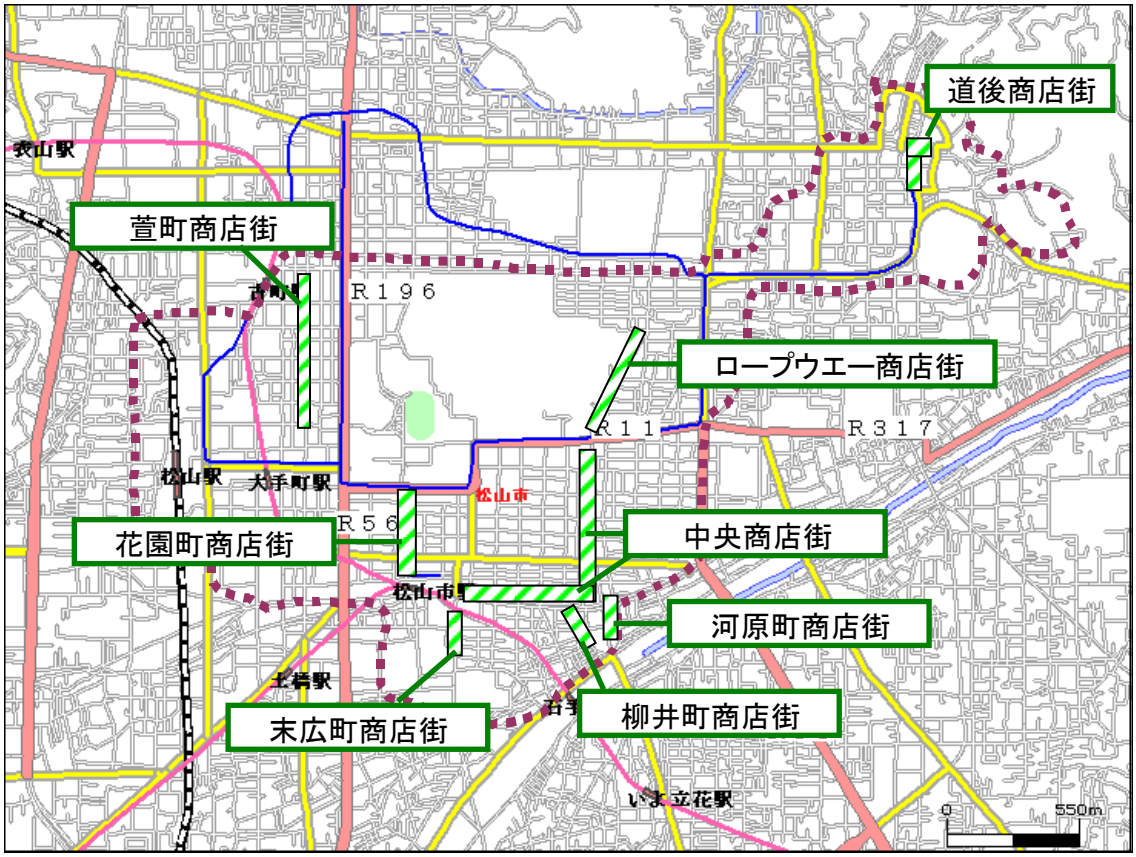
松山市内には、大小 37 組織の商店街があり、うち中心市街地には、21 組織が集積している。

特に、中心部には、大街道、銀天街が連なり、四国唯一の地下街であるまつちかタウンとともに中央商店街を構成している。全長約 1km におよぶ L 字型の両端には、大街道側に三越松山店、銀天街側にいよてつ髙島屋が立地し、商店街の重要な集客核であるとともに回遊性を演出している。

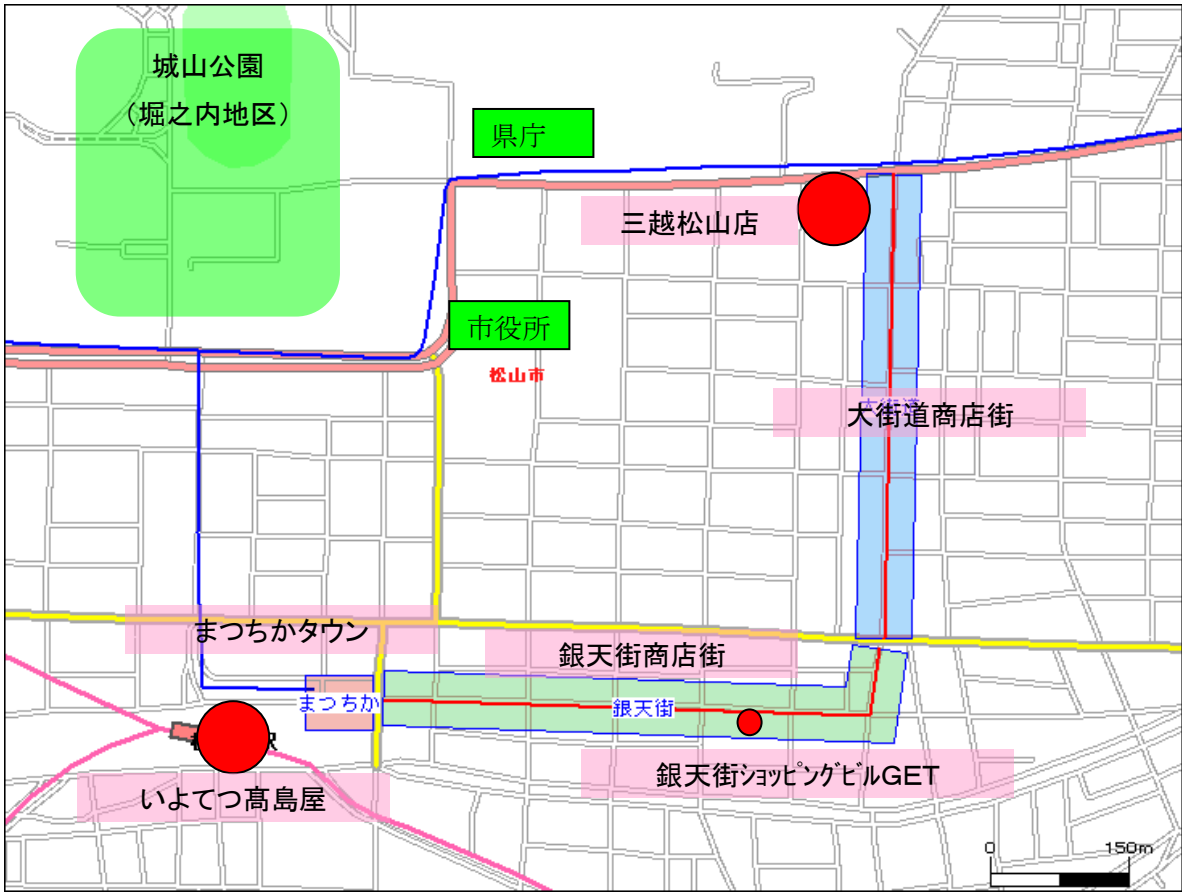
しかし、全般的に見ると、中央商店街を取り巻く環境は近年厳しさを増しており、特に、大街道の北側に位置するラフォーレ原宿・松山が、建物の老朽化と耐震性に問題があることから、平成 20 年 1 月をもって閉館したため、今後、中央商店街の小売吸引力の低下が懸念されており、再開発も視野に入れた魅力ある新たなまちづくりへの取り組みが必要となっている。

また、他の商店街においては、それぞれの商圏内における住民を対象に最寄り品を中心とした店舗の集積があるものの郊外大型店の増加で、その衰退が進んでいる。観光客等を対象とした広域型のロープウェー街や道後商店街は、景観整備やアーケード改修を機に、活性化が期待されている。

中心市街地の商業集積



中央商店街の集積状況

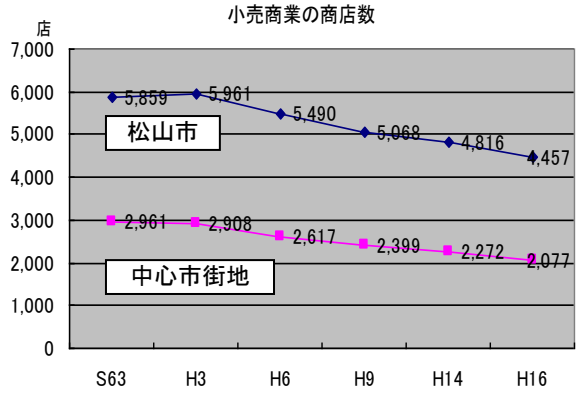

城山公園
（堀之内地区）
県庁
三越松山店
市役所
松山市
大街道商店街
まつちかタウン
銀天街商店街
まつちか
銀天街
銀天街ｼｮｯﾋﾟﾝｸﾞﾋﾞﾙGET
いよてつ高島屋
0
150m

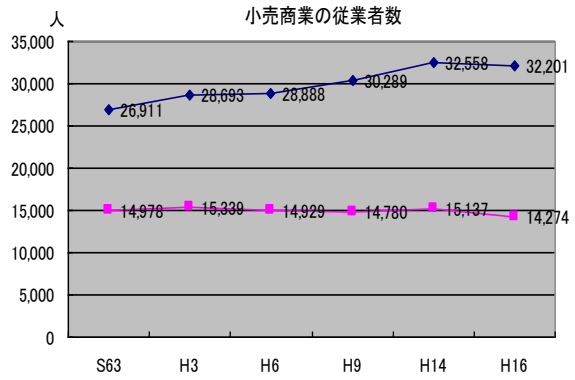
②小売商業の動向

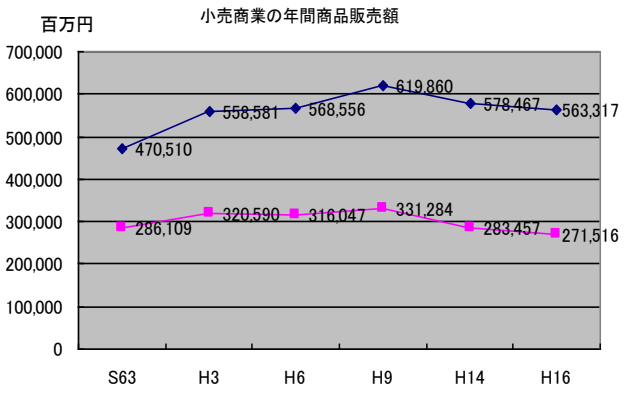
本市全体の小売商業は、従業者数、売場面積は増加傾向にあるものの、商店数、年間商品販売額は衰退が続いている。

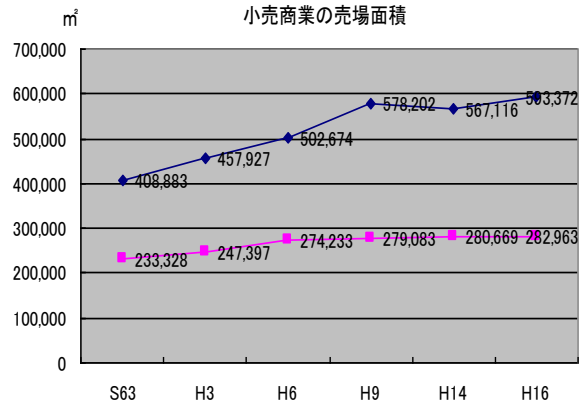
中心市街地小売商業も、ほぼ同様の推移となっているが、平成 9 年から 16 年の比較において、商店数は、300 店舗以上が失われ、従業員数は、市全体が増加しているにもかかわらず、約 500 人の減となっている。特に、年間商品販売額においても、59,768 百万円の減となっており、これは、同期の市全体の減少額 56,543 百万円を超える額であることから、その衰退の著しさを示している。

これは、市郊外や他市町での大型店の出店（P21、23 参照）により、市民の消費行動が郊外へ分散していることに加え、中心市街地において、再開発など「まち更新」による良好な商業空間の形成や食料品店等不足している店舗（P15、16 参照）や魅力的な店舗の立地に向けての対策が講じられなかったなど、商業への抜本的な課題解決に向けた取り組みの不足が考えられ、小売商業の活性化は早急に取り組むべき課題である。









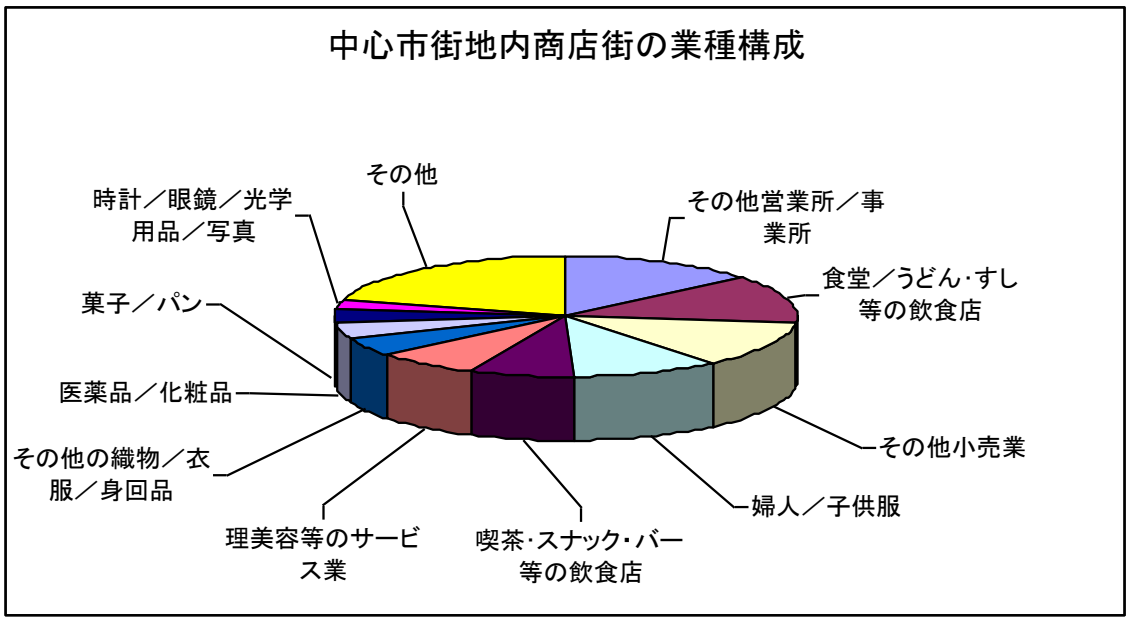
資料：商業統計調査

③商店の業種構成と居住者ニーズ

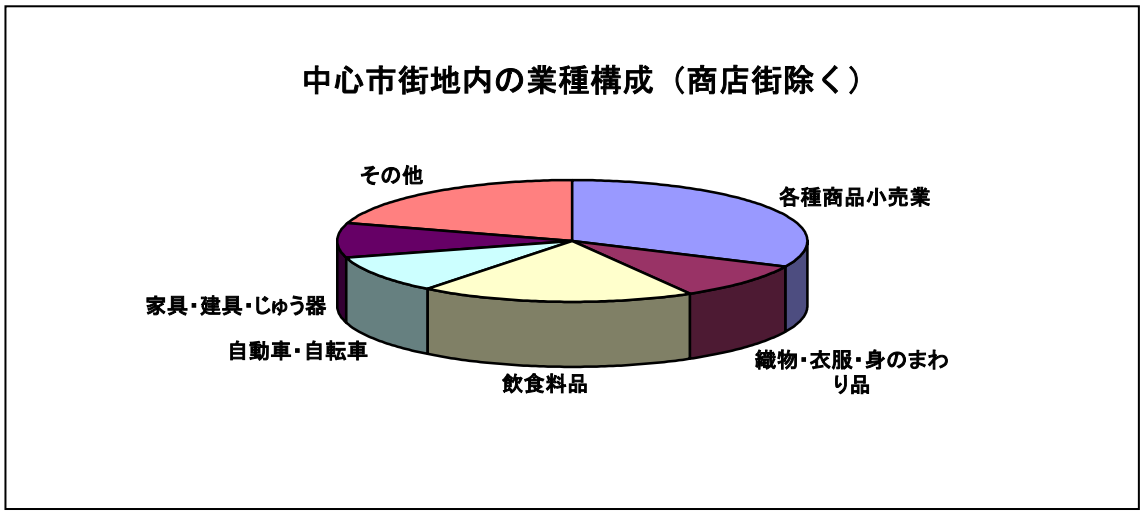
a. 商店街の状況

中心市街地内においては、各種商品小売業を始め、飲食料品を扱う店舗が多いが、中心市街地内の商店街においては、生鮮食料品等最寄り品の店舗が少なく、被服関係や飲食店が多い店舗構成となっている。

この背景としては、昭和 40 年代以降、中心部からの居住人口流出により、中央商店街及び近隣に立地する生鮮食料品店や大手食品スーパーが撤退し、マンションや雑居ビル等に変容したことが挙げられる。近年、分譲マンション等の供給により、住民の都心回帰が進むことで、街なか居住者の食品スーパー等の需要が高い状況にあると考えられる。



資料:(財)えひめ産業振興財団「H17 商店街実態調査報告書」

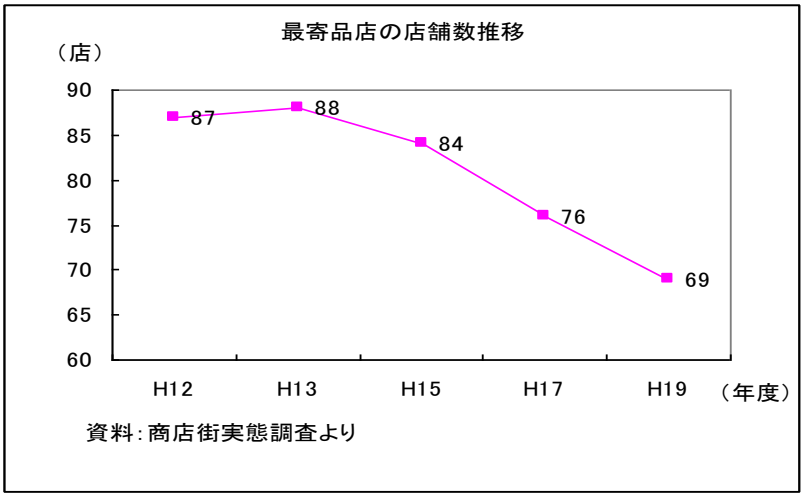


資料:「平成 16 年商業統計調査」

b. 最寄品店の動向

商店街実態調査から、まちなか居住者の生活を支える商店街において、生活必需品を販売する最寄品（※1）店舗が減少している。これは、平成 12 年に、大店立地法が施行され、許可制から届出制に変わり、郊外スーパーの立地が進んだことで（P23 参照）、競合する最寄品店舗が影響を受けたと考えられる。

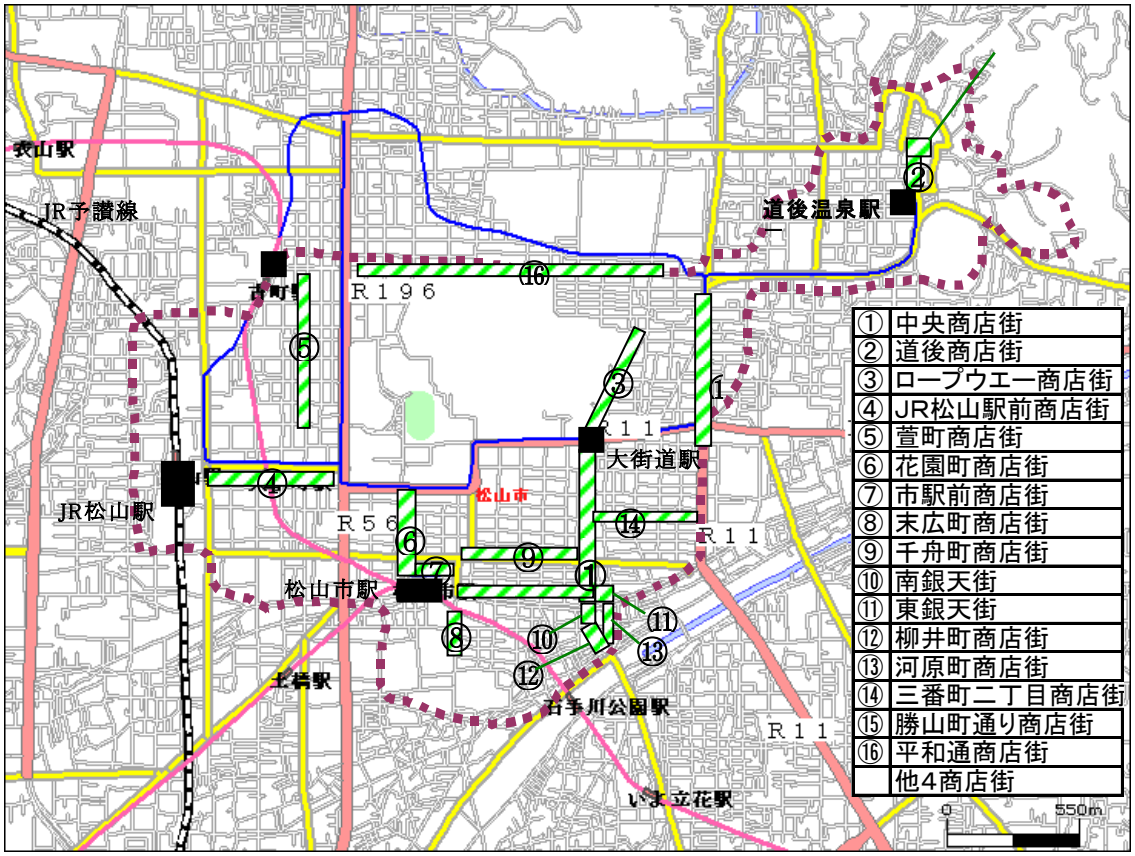
商店街実態調査による中心市街地内の商店街における最寄品（※1）店舗の推移



資料：商店街実態調査より

※1：最寄品とは、商店街実態調査において、スーパー、各種食料品、酒・調味料・乾物、食肉・鮮魚、野菜・果物、菓子・パン、米穀類を販売する店舗

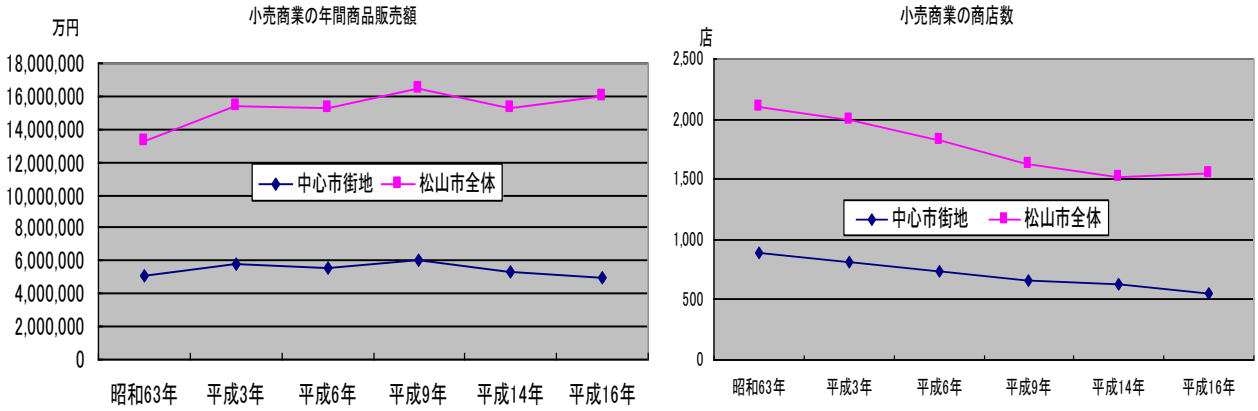
商店街実態調査実施箇所図



c. 商業統計調査による最寄品店の状況

中心市街地内における最寄品取り扱い店舗の代表である飲食料品小売業（商業統計調査の分類）は、年間販売額、商店数ともに、減少している状況である。

商業統計調査による飲食料品小売業の販売額と商店数の推移

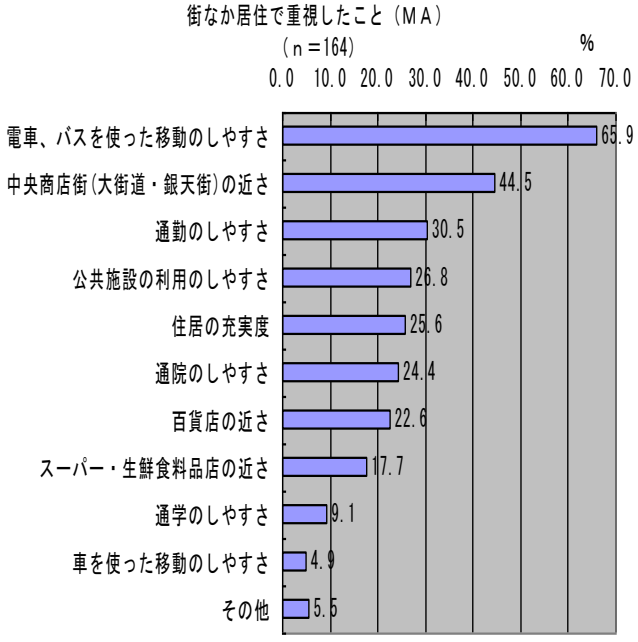


資料：商業統計調査

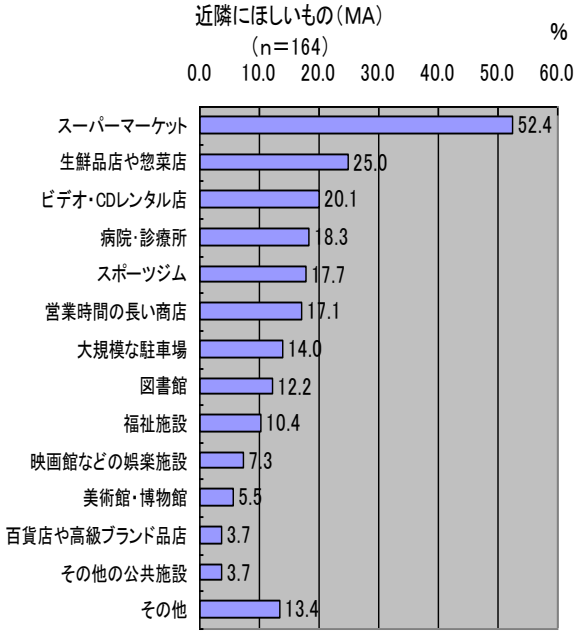
d. 居住者ニーズの状況

街なか居住者アンケートによれば、スーパーマーケット、生鮮食料品や惣菜店など生活必需品店舗を求める声が半数を超える状況にある。また、街なか居住で重視したことの 2 番目に、中央商店街（大街道・銀天街）の近さを上げており、中央商店街への期待が高いことが伺える。

街なか居住者アンケートによる街なか居住で重視したこと



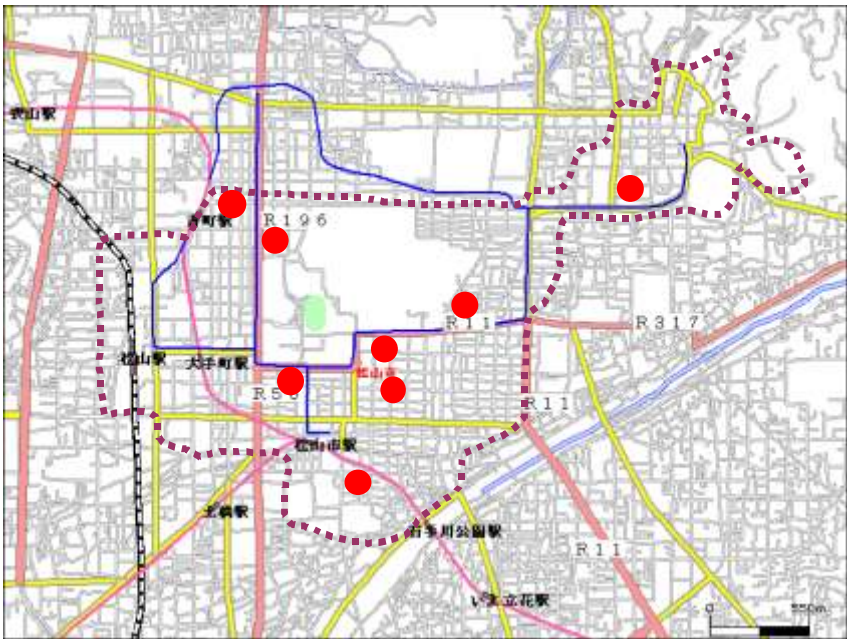
街なか居住者アンケートによる近隣に欲しい施設



資料：平成 19 年まちなか居住者アンケート調査

中心市街地内の番町、東雲、道後、味酒、雄郡地区の 8 棟のマンションにて調査

まちなか居住者アンケート　調査対象マンション位置図



以上のことから、中心市街地においての緊急の課題のひとつとして、街なか居住者の生活利便性の向上を図るための最寄店舗、スーパーマーケットの立地促進を図る必要がある。

加えて、街なか居住者アンケートから、中央商店街の存在は大きく、同地域の更なる魅力向上やまちの賑わいを牽引していくための商業・サービス事業所等の立地促進を図る必要がある。

④空き店舗率、空き店舗数

本市の商店街の空き店舗は、平成 19 年度調査では、市全体で 15.0%、中心市街地では 9.0%、中央商店街では 7.4%と比較的低い水準に止まっているが、平成 10 年度以降の推移を見ると急激ではないものの増加傾向にある。

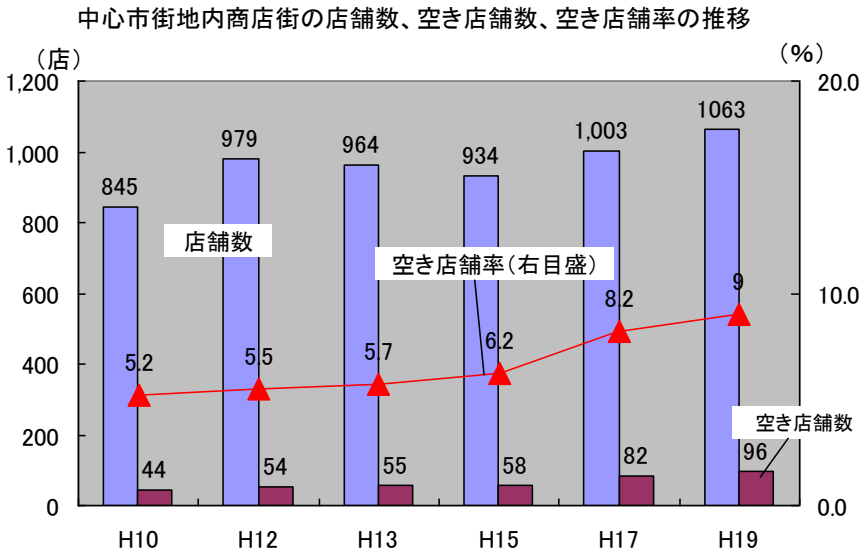
中央商店街においては、全体のほぼ 6 割がテナント化しており、自営店舗の減少やテナント店の撤退が続く中、依然として新規参入も多いため、低い空き店舗率を維持している。しかしながら、近年、空き状態から入居までの期間が長くなっており、また大型店の閉店や近隣市町への大規模集客施設の開設もあり、今後、空き店舗率が高まる恐れがある。

中心市街地内の他の商店街においては、観光客対象の道後商店街を除き、消費行動の変化や建物の老朽化により、今後も厳しい状況が続くと思われる。

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.	11.9	12.4	15.0
中心市街地	52	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
上記以外	7.7	7.0	6.9	7.9	9.7	10.1

資料：(財)えひめ産業振興財団「商店街実態調査報告書」

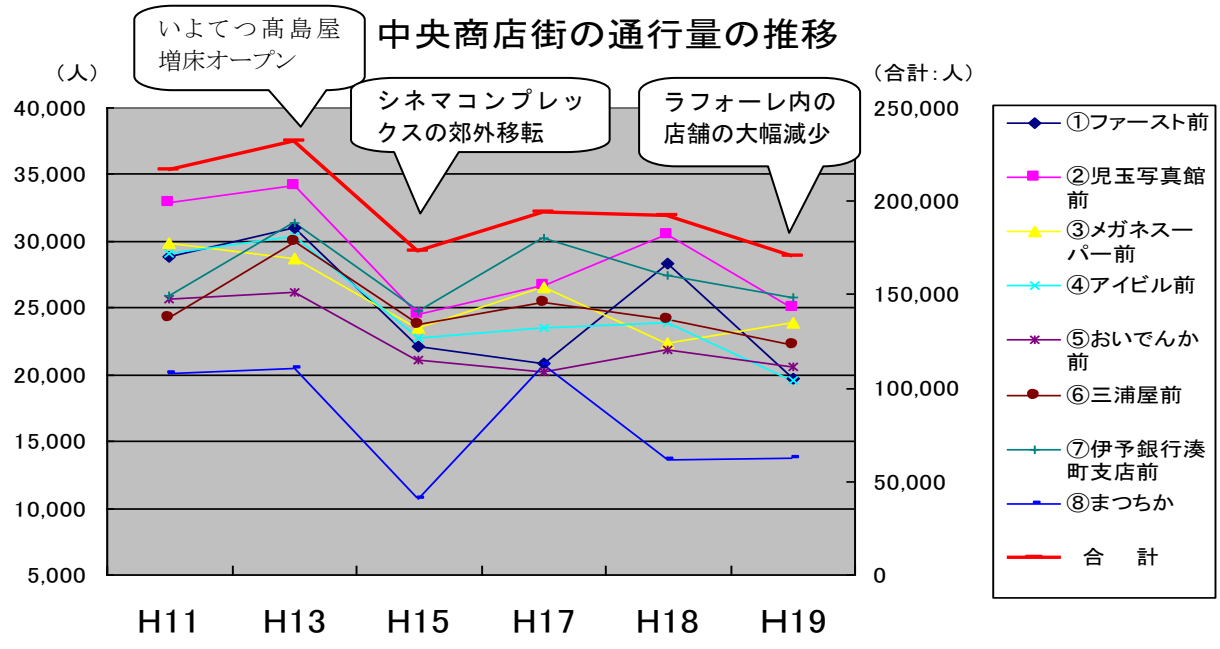


資料：（財）えひめ産業振興財団「商店街実態調査報告書」

⑤通行量

中央商店街の通行量は、同地店舗の集積の高さに加え、周辺に官公庁や業務系事業所が集積していることによる昼間人口の多さや交通結節点による乗降客の多さ、両端に位置する二つの百貨店や後背地の飲食街等により、調査 8 地点合計（休日）で 17 万人～23 万人の水準で賑わいは保たれているが、いよてつ髙島屋の増床効果のあった平成 13 年を除き、逓減傾向にある。

その後、「坂の上の雲のまちづくり」と連動した中心市街地活性化策や都市再生整備計画、中央商店街全体での集客事業への取り組みにより、持ち直している。ところが、平成19年の調査では大きく減少に転じており、中央商店街内の大型商業施設の閉館に向けた店舗減少が影響したものと推測できるが、隣接町にオープンした大規模集客施設の影響や市内の大規模小売店舗の増加など、今後も減少傾向が続くことが予想され、中心市街地の賑わいを演出している中央商店街への来街者増加への取り組みは、緊急の課題であるといえる。



資料：「中央商店街通行量調査」

（補足：通行量調査日の状況）

平成 13 年の増加要因としては、いよてつ髙島屋が増床オープンし、その波及効果が中央商店街の通行量の増加に表れる形となっている。

平成 15 年に大幅に減少した要因としては、中央商店街に隣接する、シネマコンプレックスが郊外移転した影響が考えられる。

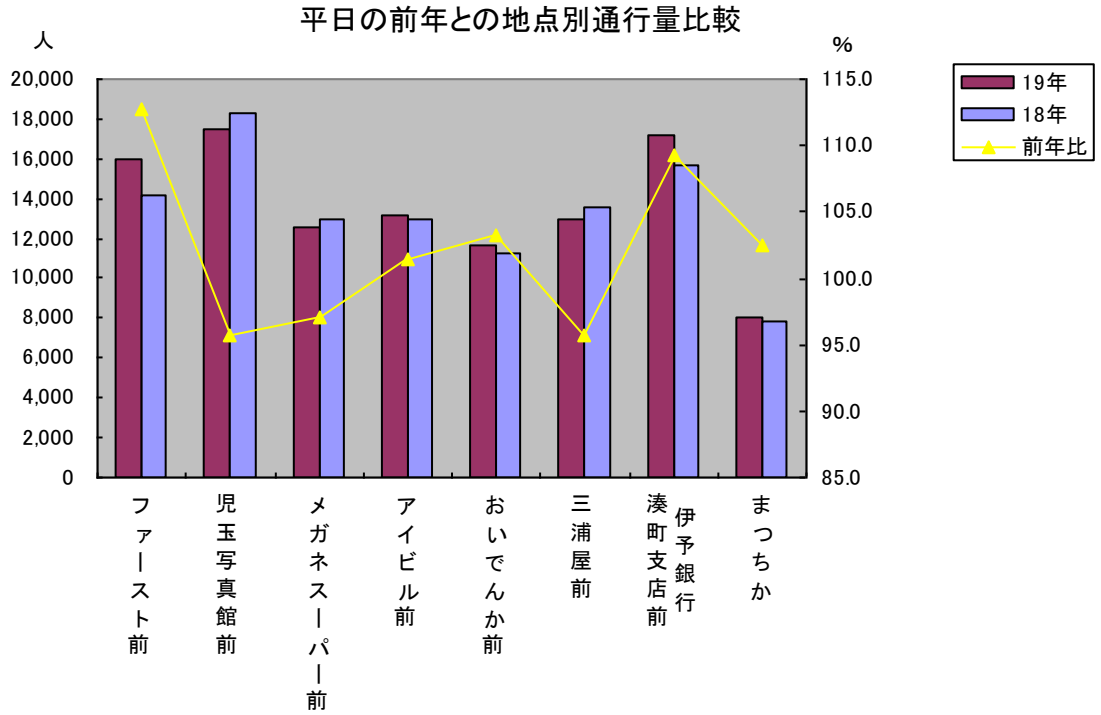
平成 19 年の減少については、①及び②の大街道の一番町入り口側の減少が大きいことから、一番町入り口にあった、ラフォーレ原宿・松山の平成 20 年 1 月の閉店へ向けた店舗退店の影響が表れているものと考えられる。（通行量調査時には、47 店舗中 36 店舗が退店し 11 店舗が営業中であった。）

また、平成 18 年より、平日の通行量調査も行っている。平日の通行量の変化を見ると、平成 18 年の通行量は 106,672 人だったが、平成 19 年は 108,896 人と 3,290 人、2.8%増加した。

中央商店街の通行量（休日）　　（単位：人、%）

	H9	H11	H13	H15	H17	H18	H19	H9-19減少率
①ファースト前	27,786	28,779	30,988	22,071	20,860	28,295	19,668	-29.2
②児玉写真館前	29,402	32,961	34,155	24,570	26,700	30,437	25,030	-14.9
③メガネスーパー前	24,743	29,857	28,657	23,570	26,542	22,328	23,857	-3.6
④アイビル前	28,833	29,120	30,389	22,697	23,455	23,886	19,575	-32.1
⑤おいでんか前	24,676	25,728	26,226	21,156	20,183	21,818	20,612	-16.5
⑥三浦屋前	29,276	24,239	29,921	23,748	25,427	24,106	22,220	-24.1
⑦伊予銀行湊町支店前	27,881	25,962	31,424	24,807	30,234	27,506	25,740	-7.7
⑧まつちか	25,064	20,090	20,510	10,724	20,666	13,639	13,801	-44.9
合　計	217,661	216,736	232,270	173,343	194,067	192,015	170,503	-21.7
調査日（日曜日）	11月12日	11月14日	11月11日	11月9日	11月6日	11月12日	11月18日	

資料：「中央商店街通行量調査」



中央商店街の通行量(平日)

	H18	H19
①ファースト前	14, 141	15, 932
②児玉写真館前	18, 263	17, 480
③メガネスーパー前	12, 926	12, 539
④アイビル前	13, 002	13, 186
⑤おいでんか前	11, 305	11, 664
⑥三浦屋前	13, 522	12, 935
⑦伊予銀行湊町支店前	15, 705	17, 158
⑧まつちか	7, 808	8, 002
合　計	106, 672	108, 896
調査日(平日:木曜日)	11月9日	11月15日

資料:「中央商店街通行量調査」

調査地点

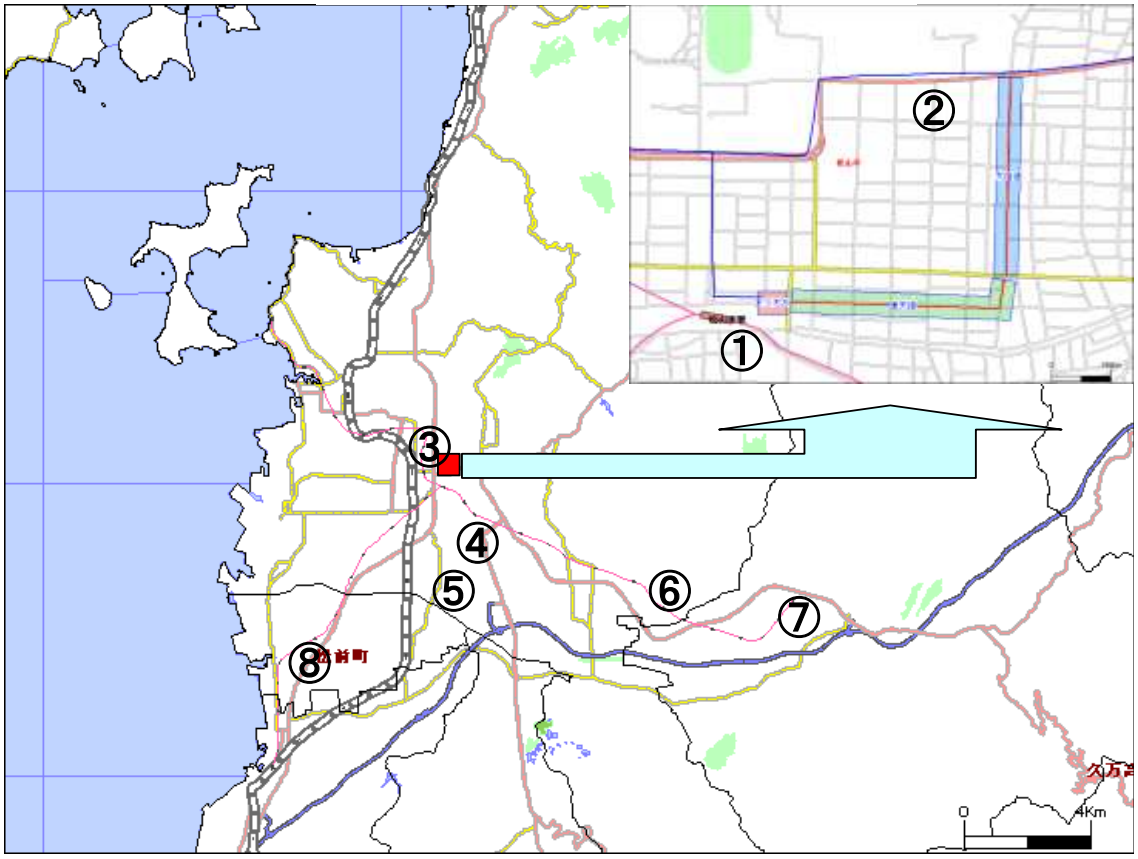


⑥大規模集客施設の立地状況

中心市街地には、百貨店 2 店のほか、ファッション関係の専門店ビルなどの大規模集客施設が立地している。一方、モータリゼーションの進展や人口の郊外流出により、周辺部にもショッピングセンターが多数立地している。

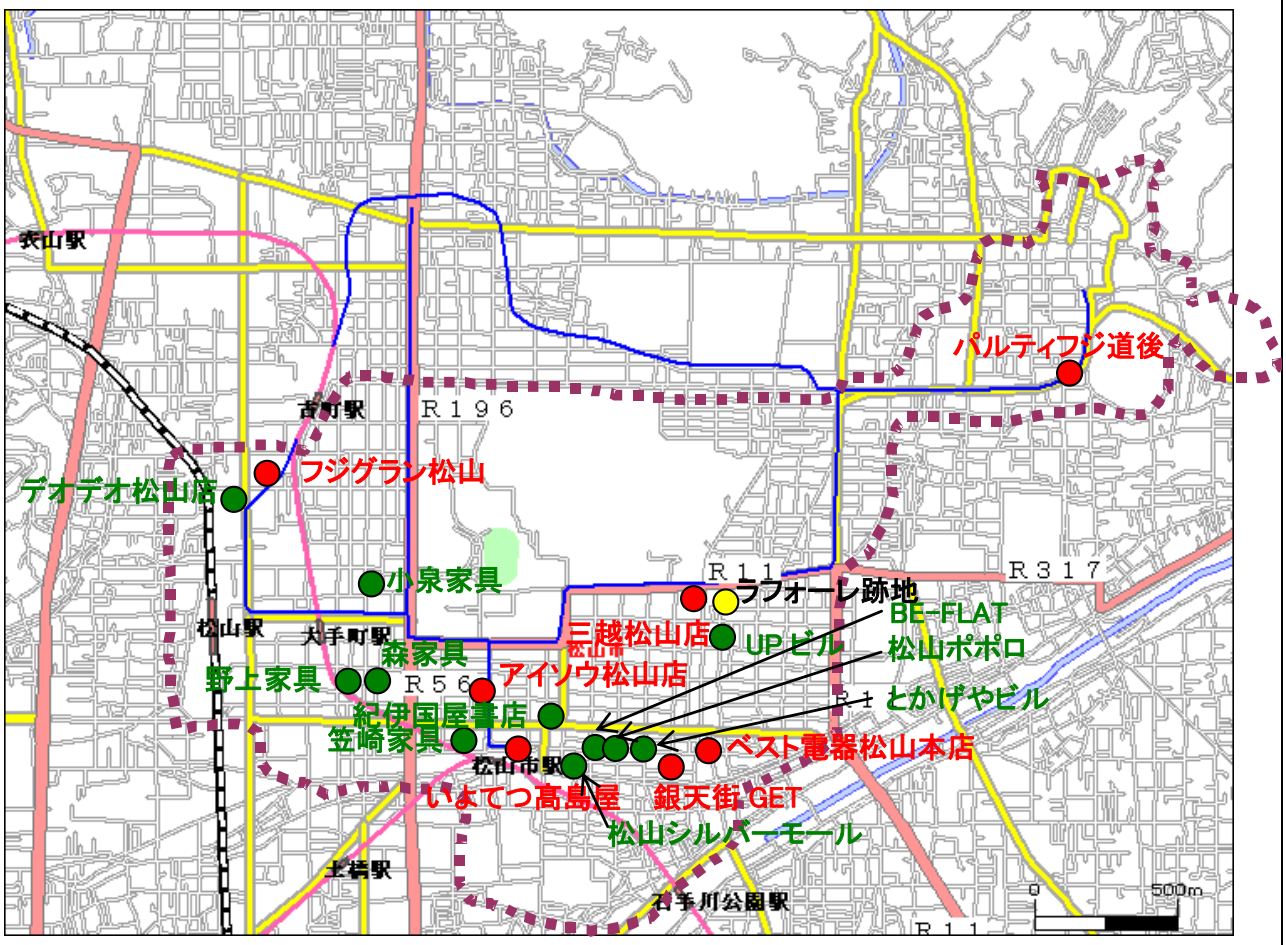
特に、ラフォーレ原宿・松山が建物老朽化のために平成 20 年 1 月に閉館したほか、平成 20 年 4 月には、隣接する伊予郡松前町に(株)フジが商業施設を出店した。

大規模集客施設の立地状況（1 万㎡超）



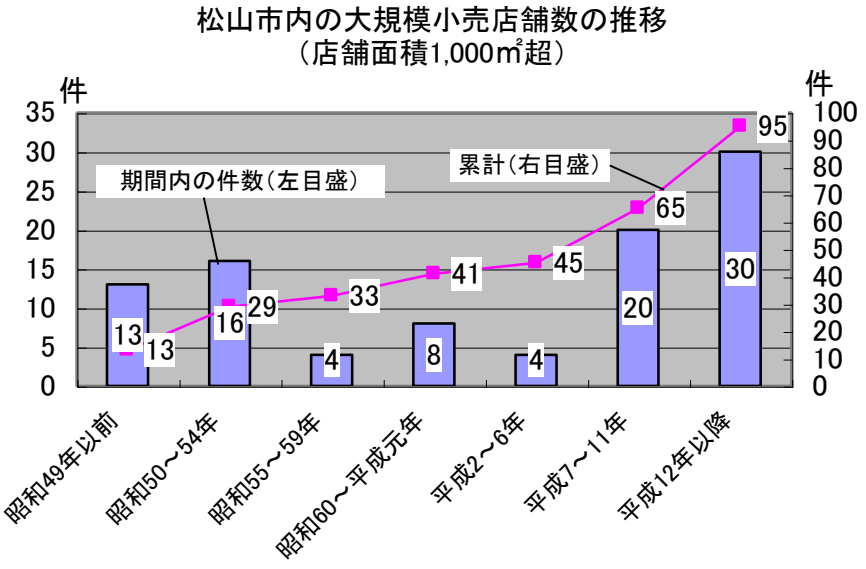
No.	大規模小売店舗名	所在地	開店日	店舗面積（㎡）
1	伊予鉄ターミナルビル （いよてつ髙島屋）	湊町5丁目1-1外	S46.7 （H13増床）	39,180
2	三越松山店・ ファッションタウンアヴァ	一番町3丁目1-1外	S31.6	25,054
3	フジグラン松山	宮西1丁目1-2-1	S48.4	19,180
4	ジャスコシティ松山	天山町13-5外	H7.11	18,353
5	ジョー・プラ （フレッシュバリューラヴィ松山店）	朝生田町5丁目1-25	S54.11	16,669
6	フジグラン重信・ダイキEX重信	東温市野田3-1-13外	H5.6 （H14増床）	30,847
7	パルティフジ見奈良（レパスティ）	東温市見奈良1125外	H12.10	16,178
8	エミフルMASAKI（フジ）	伊予郡松前町筒井826	H20.4	47,000

郊外への新たな大規模集客施設の立地により、中央商店街の通行量も減少していることから、中心部全体が一体となって、各種賑わい創出商業連携事業等により、来街者のアップを図っている。また、ラフォーレ原宿・松山閉館後、同館内で営業していた店舗のうち、移転した店舗の大半は、中央商店街周辺において、路面店として営業している状況もある。



番号	3,000 ㎡超　大規模小売店舗名 ●	番号	1,000 ㎡超　大規模小売店舗名 ●
1	いよてつ髙島屋	8	とかげやビル
2	三越松山店 ファッションタウンアヴァ	9	笠崎家具
		10	小泉家具
3	フジグラン松山	11	UP ビル
4	松山銀天街 GET	12	デオデオ松山店
5	ベスト電器松山本店	13	野上家具店
6	アイソウ松山店	14	松山シルバーモール
7	パルティフジ道後	15	紀伊国屋書店
		16	森家具
		17	BE－FLAT
		18	松山ポポロ（空き店舗）

平成 19 年末現在



資料：全国大型小売店総覧2007、松山市資料

⑦事業所の状況

近年、全国的に市場規模が縮小傾向にある卸売・小売・飲食業について、本市並びに中心市街地においても同様で、事業所数や従業員が減少傾向にある。一般的に市場への参入退出が容易なことから、個人経営の店舗・飲食店等の廃業とコンビニエンスストア、カフェ等新たな参入者との入れ替わりが激しい状況にある。また、市域全体、中心市街地ともに、サービス業が拡大しているなど、都市生活者の消費行動の質的変化が顕著に現れており、今後も同様の傾向が続くと推測される。

そのような中、地域を限定しない全国を市場とした情報通信を活用した業務系事業所の立地が地方都市に見られるようになり、本市においても、企業誘致活動の結果、7事業所が立地するなど大きな成果を挙げているところである。

事業所統計調査による飲食業、サービス業等業種別データ

	卸売・小売・飲食業				サービス業			
	全市		中心市街地		全市		中心市街地	
	事業所	従業者	事業所	従業者	事業所	従業者	事業所	従業者
昭和 61 年	12,094	67,079	4,920	26,939	5,832	49,671	2,151	22,891
平成3年	12,058	73,932	4,905	27,107	6,592	59,897	2,223	22,931
平成8年	11,576	77,024	4,500	26,104	6,761	70,161	2,113	25,141
平成 13 年	10,710	75,574	4,140	24,643	7,020	75,470	2,207	29,121
平成 18 年	9,270	71,976	4,231	32,810	6,881	76,105	2,795	35,497

資料：事業所統計調査

コールセンター等情報通信関連企業誘致の状況と新規雇用数

（平成 14 年度～19年度中心市街地内）

誘致企業数・・・7 事業所（コールセンター5、データセンター1、事務センター1）

新規雇用数・・・約 940 人（将来は 7 社合計で約 1,230 人の雇用を計画）

4)都市基盤

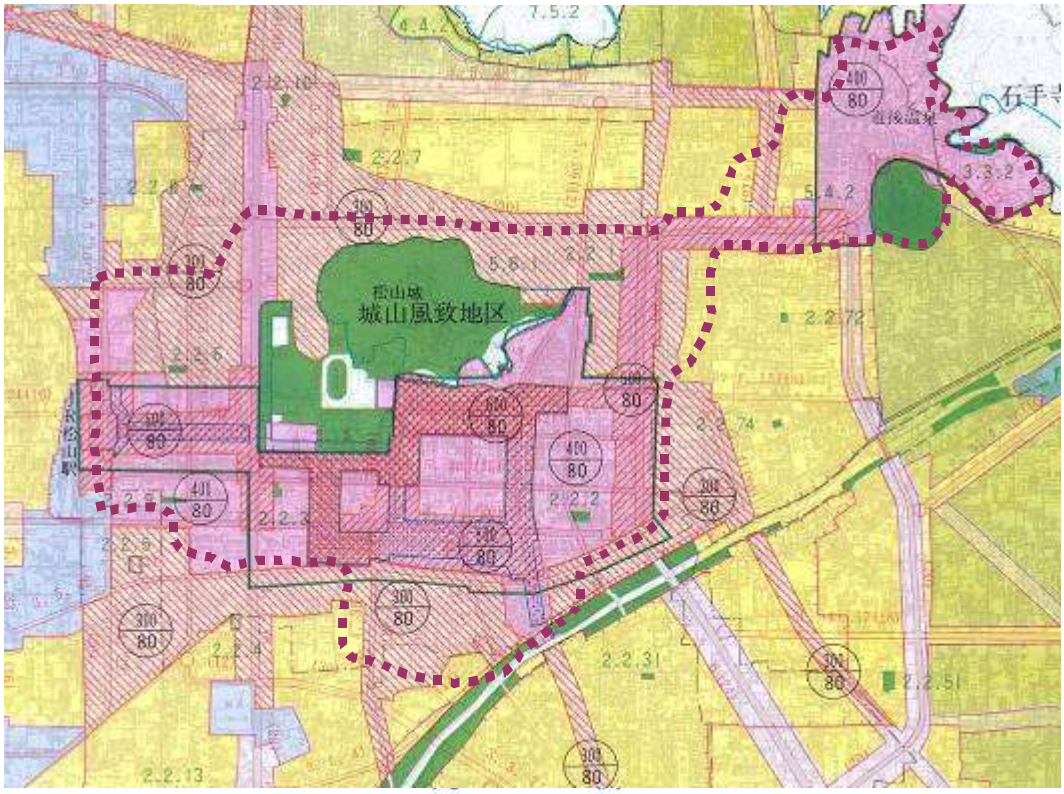
①都市計画の現状

松山市の都市計画区域は 21,444ha あり、そのうち市街化区域 7,028.7ha、市街化調整区域 14,415.7haである。中心市街地はすべて市街化区域に属する。

中心市街地は戦災復興土地区画整理事業により、他地域と比べ都市基盤の整備は進んでいるといえる。また、放射状の幹線道路や鉄道により、中心部に人、物が集中する都市構造であることから、中心部の通過交通排除を目的に、松山外環状道路の整備に取り組んでいる。

用途地域は、都市公園の城山公園を中心に東西南北に商業系の用途地域、その周りに住居系の用途地域がある。今後も商業・業務系施設等と住宅との混在が続くと見られるが、城山公園（堀之内地区）の整備など、商業・業務環境等と住環境の調和した地域として、居住環境の維持や改善を図る必要がある。

松山市中心市街地の都市計画図

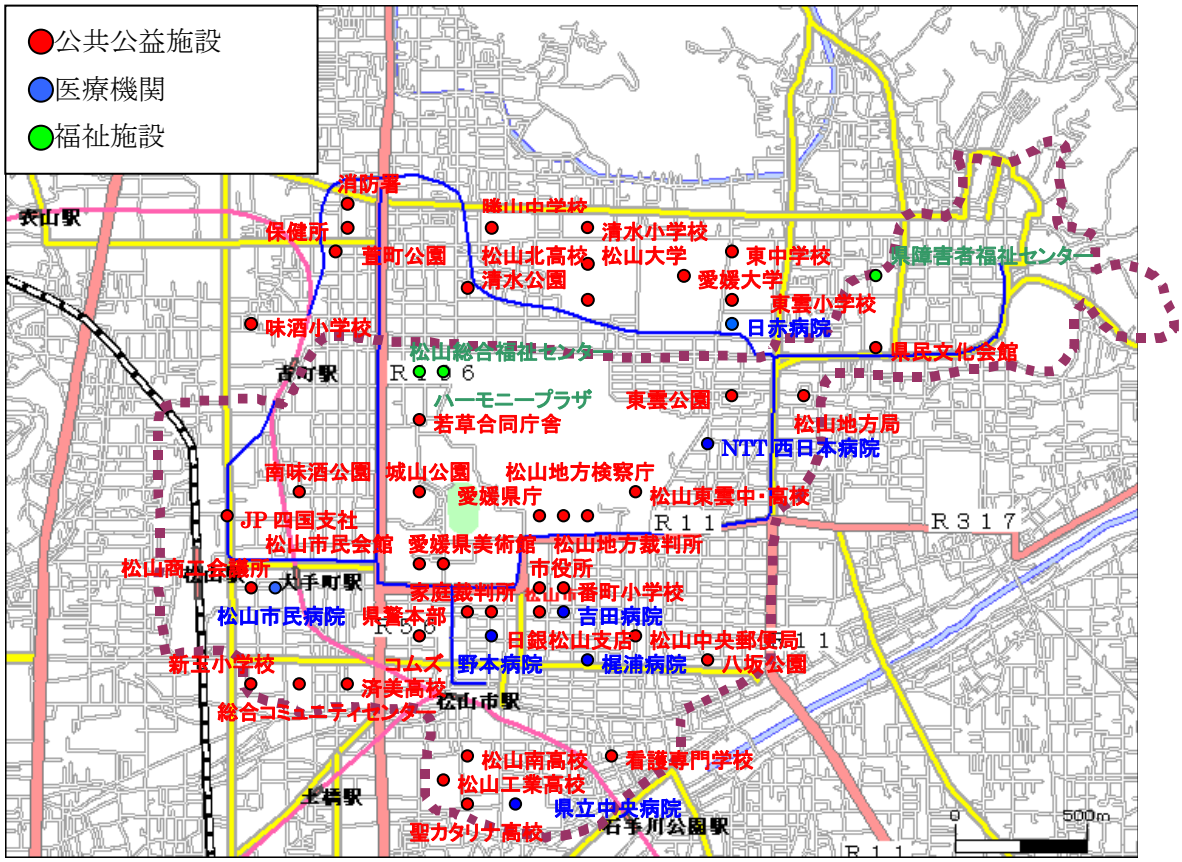


行政区域		地区計画区域	
都市計画区域		防火地域	
市街化区域		準防火地域	
第一種低層住居専用地域		都市公園	
第一種中高層住居専用地域		都市計画公園	
第二種中高層住居専用地域		都市計画緑地	
第一種住居地域		都市計画河川	
第二種住居地域		臨港地区	
準住居地域		市施行土地区画整理事業区域	
近隣商業地域		形態規制	
商業地域		風致地区	
準工業地域		宅地造成工事規制区域	
工業地域		駐車場整備地区	
工業専用地域			

②公共公益施設

城山公園（堀之内地区）内から運動施設、競輪場、病院が移転したものの、暮らしに必要な都市福利施設は十分に備わっている。また、文化、経済、まちづくり等多様な市民の活動を支える拠点施設や機関も整備されており、市民の様々なコミュニティ活動が活性化しているものと思われる。

中心市街地の公共公益施設等



（補足）

コムズは、松山市男女共同参画推進センターの愛称で、松山市男女共同参画推進センターのほか、まつやま国際交流センター、松山市新玉児童館、まつやまNPOサポートセンターが入居する複合施設である。

松山市総合コミュニティセンターは、コミュニティプラザ、研修会議室、文化ホール（キャメリアホール）、中央図書館、こども館・コスモシアター、企画展示ホール、体育館・温水プール等の施設からなる。

ハーモニープラザとは、松山市中央児童センター、松山市ボランティアセンター、松山シルバー人材センター、高齢者職業相談室が入居する複合施設である。

③公共交通

中心市街地の公共交通は、主に伊予鉄道の路面電車とバス路線が担っている。さらに伊予鉄道松山市駅から周辺市町へは郊外電車が3路線延びている。また、JR松山駅からは、瀬戸大橋や高松市並びに県内南予地域を結ぶJR予讃線が、市域を南北に整備されている。

これまで、路面電車の停車場及び郊外鉄道駅のバリアフリー化やハイグレードバス停の導入、低床のバス・路面電車の導入、ICカードやバスロケーションシステムの導入など、市民ニーズや社会的ニーズに応えるため、伊予鉄道と国・市が一体となり、整備に取り組んでいる。

その結果、伊予鉄道の利用者数は、路面電車は下げ止まり、郊外電車は増加傾向、路線バスは増加している。

ところが、中心市街地の重要な起終地点である JR 松山駅は、未だ利用客の減少が続いており、本市の経済にとって重要な広域集客の機能が衰退している。具体的には、県都の陸の玄関としては、極めて駅機能が貧弱で、有効な土地利用ができておらず、街中への移動手段である路面電車とのアクセスも悪く、乗り換えがスムーズでないことなどがあげられる。

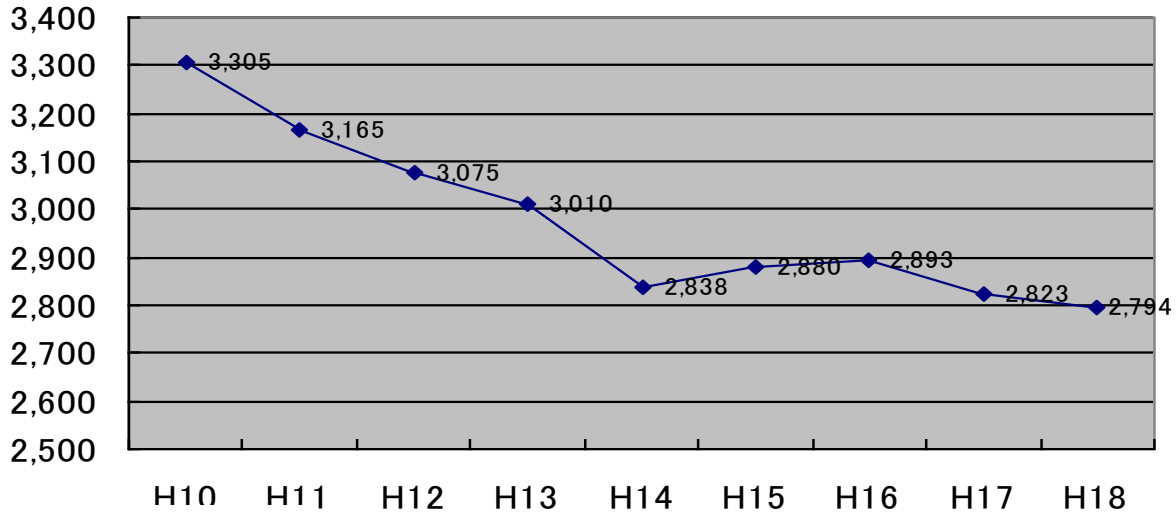
そこで、今回、JR 松山駅付近連続立体交差事業や土地区画整理事業において、駅ビル整備はもちろん、駅前広場の整備や路面電車電停の移設を行うことで、駅機能の利便性を向上させるとともに、路面電車軌道の西側への延伸や将来的には周辺の再開発等事業を促すことで、利用客の増加や周辺への居住を誘発し、路面電車等街なか回遊の仕組みを活用した中心市街地の賑わい回復に繋げていくことが緊急の課題である。

JR 松山駅周辺土地区画整理事業の完成イメージ



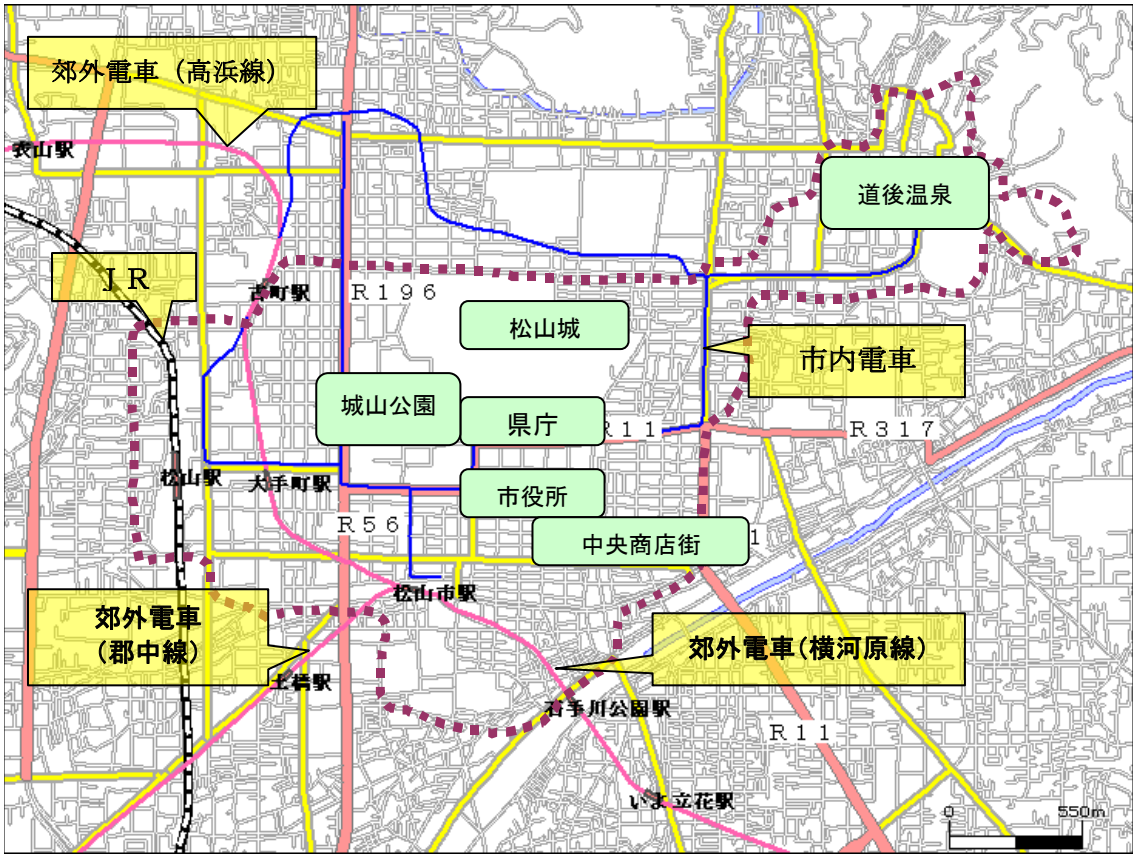
（千人/年）

JR松山駅利用状況の推移



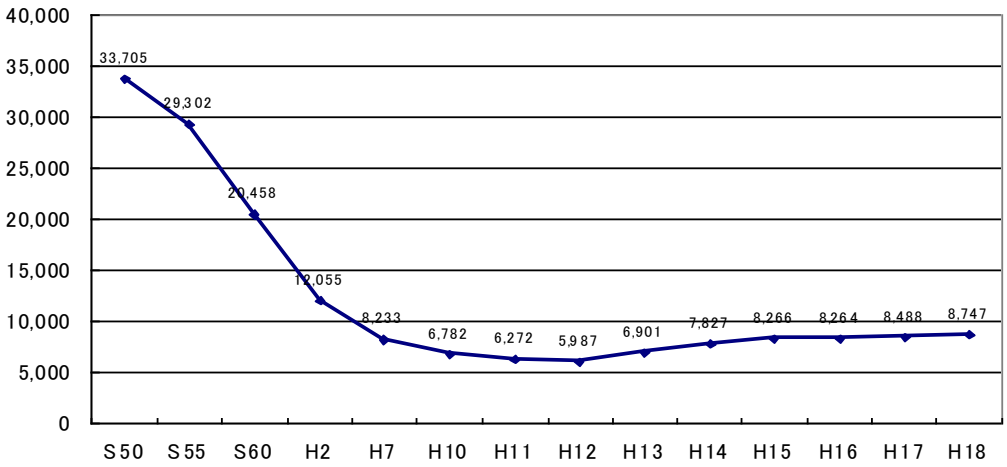
資料:松山市統計書

中心市街地の主要交通体系



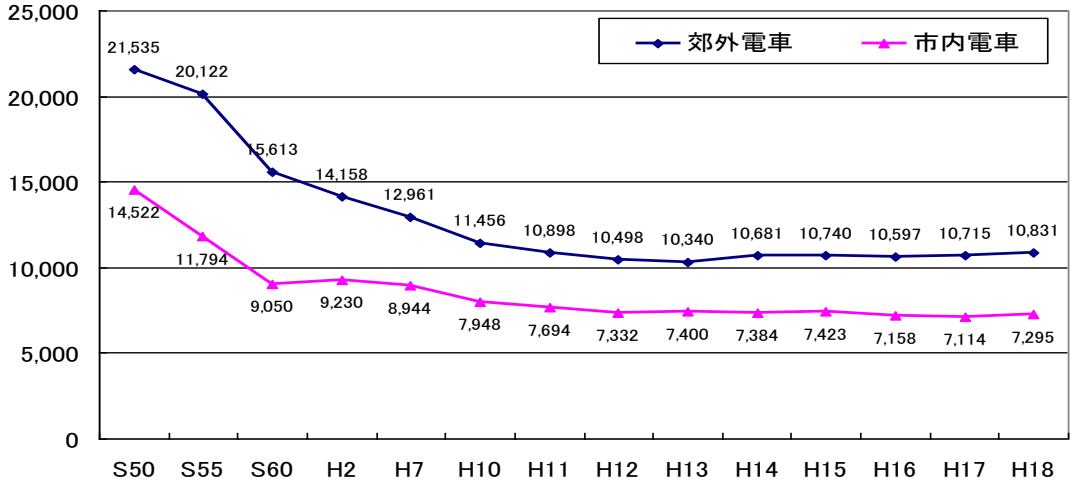
バス利用状況の推移

（千人／年）



鉄軌道利用状況の推移

（千人／年）

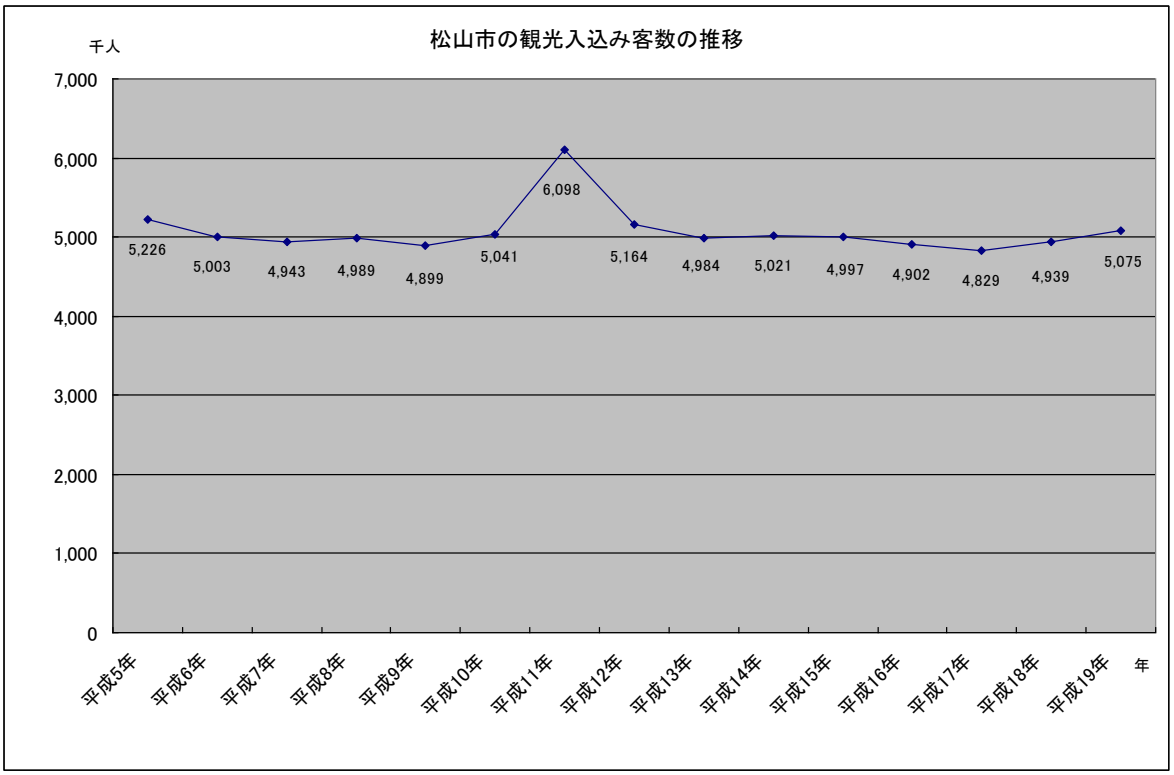


資料:伊予鉄道

5)観光

①松山市全域の観光入込み客数

松山市を訪れる観光客数は、近年では、しまなみ海道が全通した平成 11 年の 6,098 千人をピークに 4,800～5,200 千人の水準で推移している。



②観光施設及び宿泊者数

中心市街地には、松山城と道後温泉という愛媛や四国を代表する観光施設のほか、数多くの観光施設が存在する。このうち、松山城は、1602 年から加藤嘉明によって築城され、現在は、天守閣のある本丸へはロープウェイで登ることができる。また、二之丸跡は庭園として整備され、薪能や茶会が開かれている。

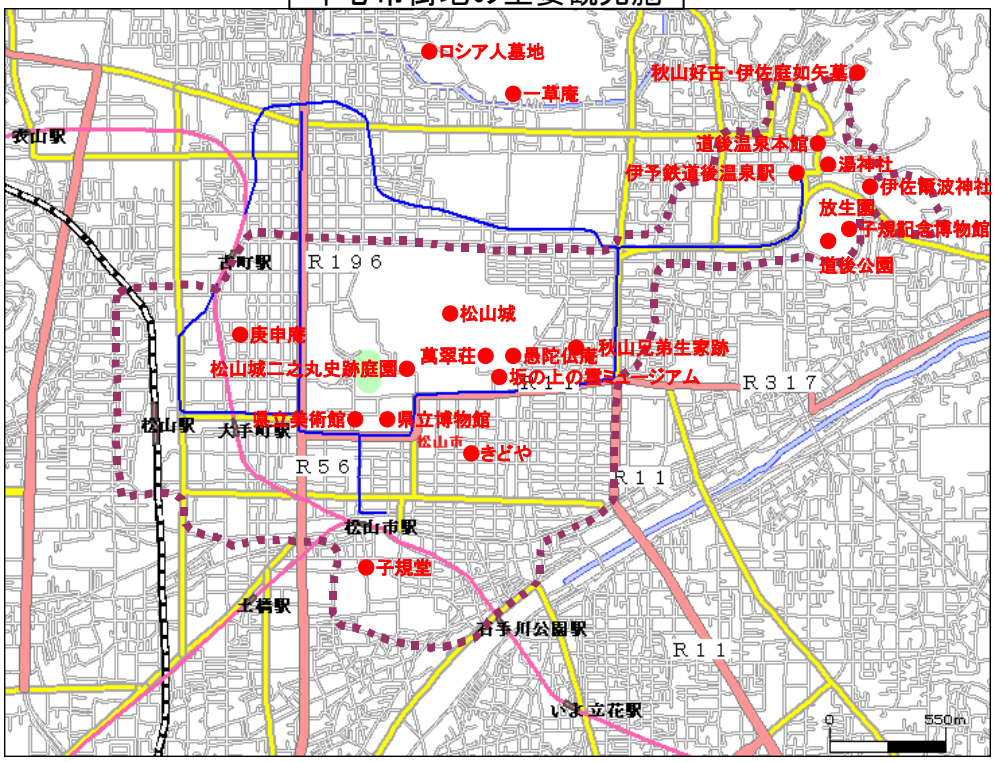
松山城の南裾には、平成 19 年 4 月、松山市が進める「坂の上の雲」フィールドミュージアム構想の中核となる坂の上の雲ミュージアムがオープンし、好調な集客を続けている。

坂の上の雲ミュージアムのオープン 19 年度の入り込み客数

141,318 人

道後温泉は松山城の北東約 2km に位置し、年間 100 万人を超える入浴客のある道後温泉(本館、椿の湯)を要する。道後温泉本館は明治 27 年に建てられた木造三層楼の構造で、国の重要文化財に指定されている。近隣には、子規記念博物館があり、正岡子規を中心に、夏目漱石や松山市が生んだ文人たちの業績を展示している。

中心市街地の主要観光施



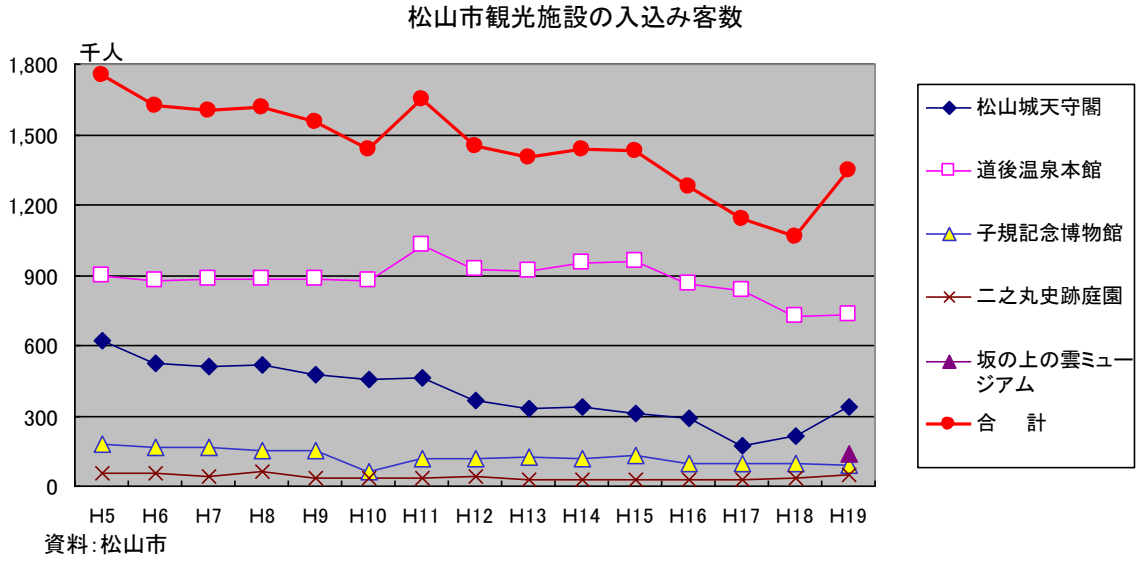
主要観光施設の入込み客数は、横ばい、もしくは減少傾向にある。特に平成 16 年 10 月から 18 年 10 月までの間、松山城天守閣の改修工事が行われており、松山城天守閣の入り込み客数は、その影響で大きく減少したが、現在は回復している。

松山市観光施設(市有5施設)の入込み客数一覧表　　単位:千人

	H5	H6	H7	H8	H9	H10	H11	H12
①松山城天守閣	618	526	513	520	478	456	464	367
②道後温泉本館	899	874	882	880	884	879	1,029	922
③子規記念博物館	178	167	163	153	152	62	120	117
④二之丸史跡庭園	57	52	44	60	35	35	35	39
⑤坂の上の雲ミュージアム	—	—	—	—	—	—	—	—
合　計	1,752	1,619	1,602	1,613	1,549	1,432	1,648	1,445

	H13	H14	H15	H16	H17	H18	H19
①松山城天守閣	331	341	310	287	175	211	341
②道後温泉本館	917	954	959	861	837	725	731
③子規記念博物館	123	115	131	100	97	97	87
④二之丸史跡庭園	27	26	24	26	27	32	48
⑤坂の上の雲ミュージアム	—	—	—	—	—	—	141
合　計	1,398	1,436	1,424	1,274	1,136	1,065	1,348

注)①～④の入込み客は年(1 月～12 月)、⑤は平成 19 年 4 月オープンであったため、平成 19 年 4 月～平成 20 年 3 月までの 1 年間の数値



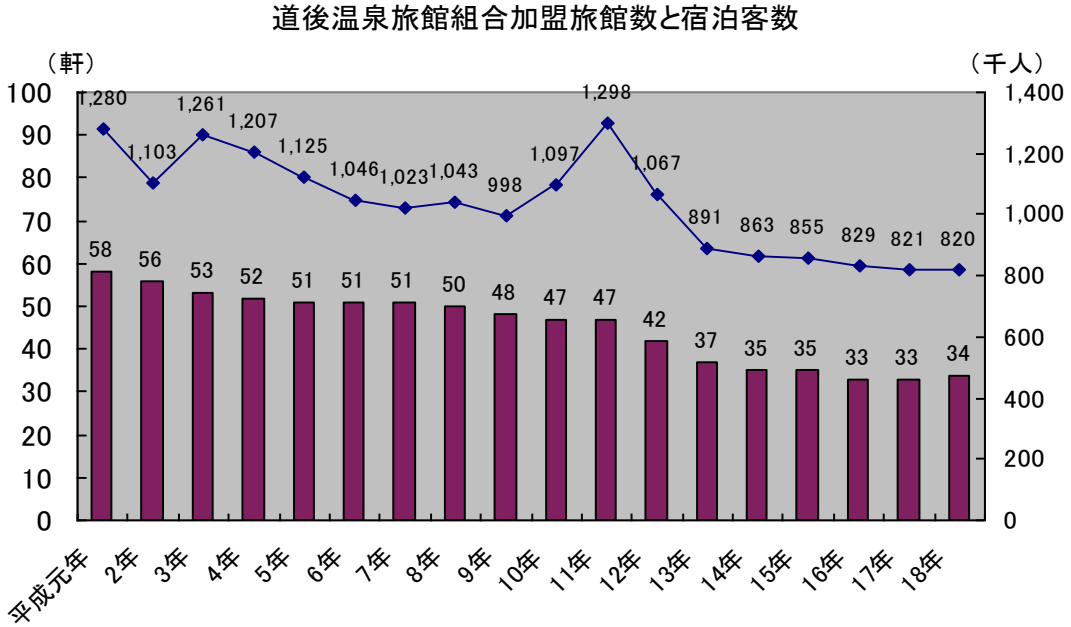
資料：松山市

また、夏目漱石の小説「坊ちやん」で登場人物が利用したことから、「坊っちゃん列車」の愛称で市民に親しまれていた明治時代の蒸気機関車を、伊予鉄道株式会社が平成 13 年 10 月に復元し、道後温泉、松山城、松山市駅、JR 松山駅など、中心部の観光地と交通結節点間を走らせている。坊っちゃん列車は約 14 万人の利用があり、観光資源として、また観光地はもちろん中心市街地内の回遊性を高める上で、大きな役割を果たしている。

坊っちゃん列車利用客数　　（単位：人）

	H13	H14	H15	H16	H17	H18
客数	34,637	127,889	144,167	136,975	139,756	140,899

資料：伊予鉄道



資料：道後温泉旅館協同組合

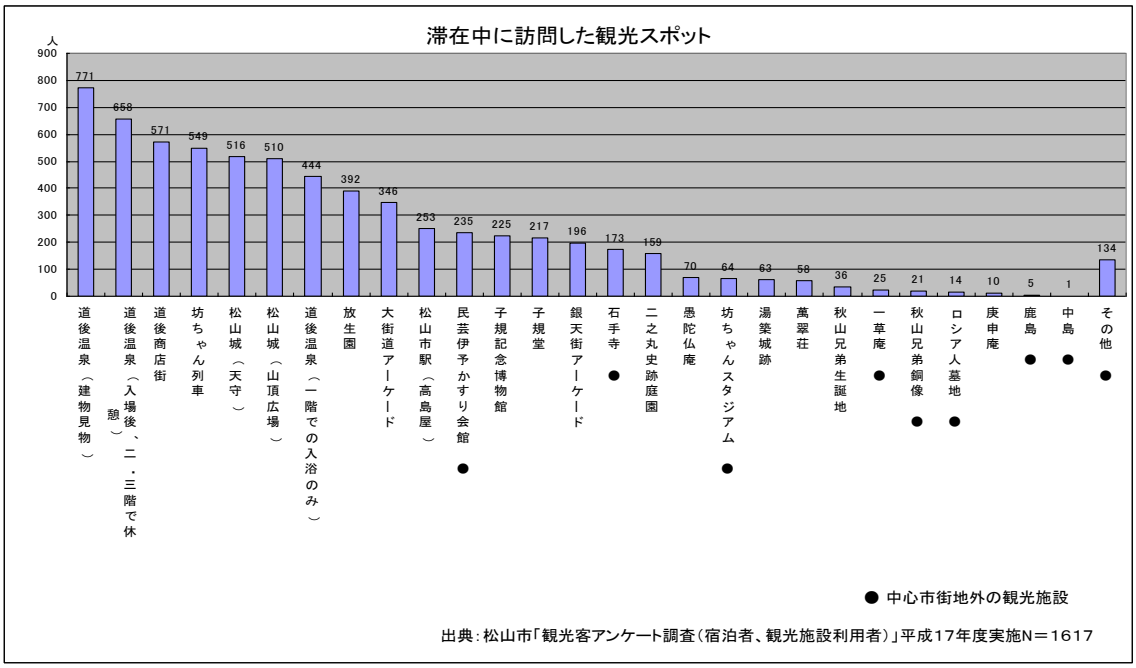
道後地区においては、観光客及び宿泊客は、平成 11 年の「しまなみ街道」開通の架橋効果により、観光客及び宿泊客共に一時的に増加したものの、全体としては減り続けている。

本市では、平成 18 年度に「松山市観光振興計画」を策定し、観光交流人口 600 万人を目標に、「いで湯と城と文学のまちの発展を目指して」をスローガンに観光振興に取り組んでいる。同計画では主な課題として、「道後温泉、松山城という人気スポットがあるが、潜在的な観光資源の開発不足」、「温泉地を選ぶポイントの“おいしい食事”、“憧れの宿”、“周辺の観光スポット”が不十分」、「魅力づくり、誘致宣伝等において関係団体の十分な連携が図れていない」、「道後温泉本館改修工事が控えている」を挙げており、近年の旅行形態の変化に対応したリピーターを増やせる観光地としての魅力向上を図る必要がある。

また、道後地区においては、旅館数及び宿泊客数は減少しており、本市最大の観光地としてまちの魅力を向上させるため、新たな宿泊施設や、観光客に楽しみを提供できる娯楽施設や飲食店の立地を進めるなど、来街増加を図る取り組みを進めていく必要がある。

③観光客の訪問先及び消費の状況

本市の観光客（宿泊者 570 人、観光施設利用者 1,047 人、合計 1,617 人）を対象に実施した、観光客アンケート調査（平成 17 年度）によると、本市には様々な観光資源がある中で、道後温泉、松山城など中心市街地内の観光施設への訪問割合は 90.0%となっており、観光客のほとんどが中心市街地の観光地に訪れていることが伺える。



※中心市街地の観光施設：6,044 人÷観光スポット全体 6,716 人（複数回答）＝90.0%

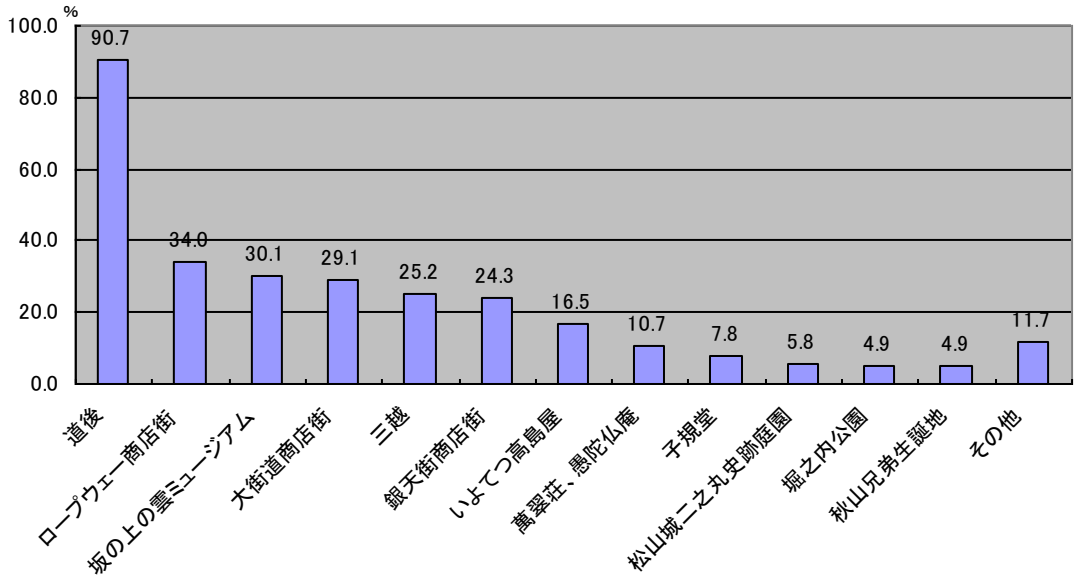
一方、松山市で消費される一人当たりの旅行費用は平均 38,190 円でその内訳は、「宿泊」16,580 円、「交通費」6,570 円、「飲食」5,900 円、「お土産」5,970 円、「観光費」3,170 円となっている。（資料：松山市「観光客アンケート調査平成 17 年度実施」N=570）

また、宿泊者の宿泊施設は「道後温泉の旅館・ホテル」70%、「シティホテル」11%、「ビジネスホテル」7%、「公共ホテル」6%となっており、道後以外の宿泊施設に約 3 割程度の観光客が宿泊している。（資料：松山市「観光客アンケート調査平成 17 年度実施」N=1,047）

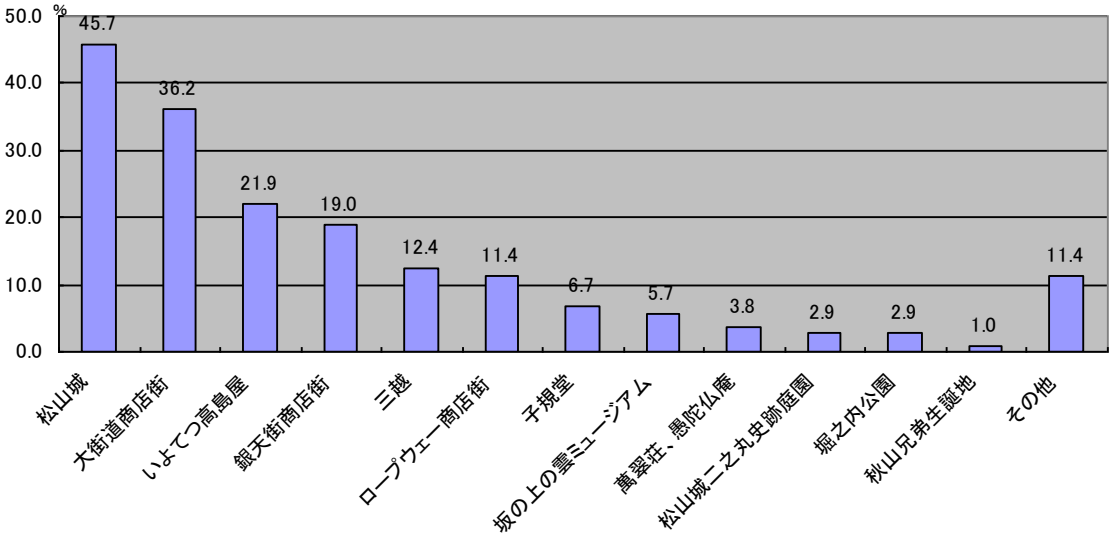
④2 大観光地を訪れる観光客の他施設への訪問状況

本計画策定にあたり、松山城ロープウェイ駅舎、道後温泉本館前において、観光客の行き先についてアンケート調査を実施した。その結果、松山城ロープウェイ駅舎利用客が大街道商店街等の街なかに出かける割合は、概ね 3 割弱、同じく道後温泉客が街なかに出かける割合も 3 割程度であり、松山城と道後温泉という 2 大観光拠点からまちなかへの回遊の潜在性は高い。

松山城ロープウェイ駅舎観光客のその他施設訪問状況
（n＝103）



道後温泉観光客のその他施設訪問状況
（n＝105）



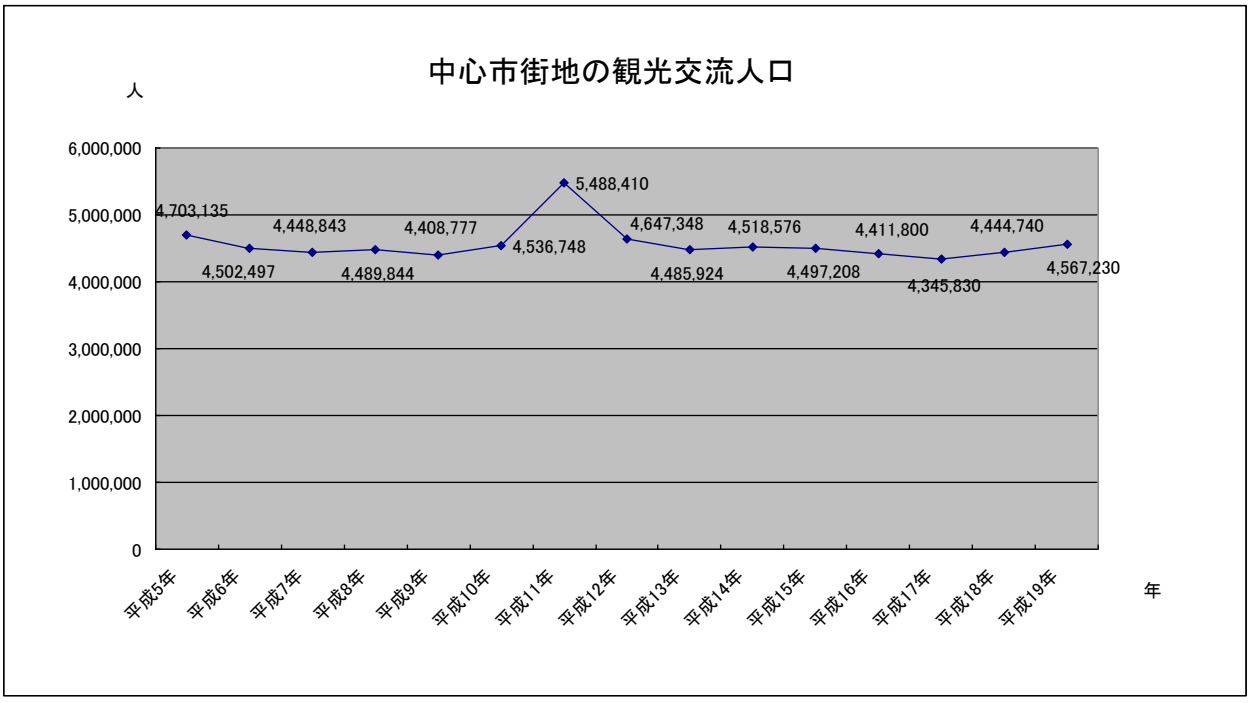
以上のことから、観光地としても本市の中核をなす中心市街地において観光客増加を図ることは、道後地区での宿泊者の増加、中心市街地での新たな消費や中央商店街の賑わいの向上に大きく貢献することになるため、今回、本市出身の秋山好古、真之兄弟と正岡子規を主人公としたNHK のスペシャルドラマ「坂の上の雲」が平成 21 年秋から 3 ヵ年に渡って放映されることを契機に、新たな観光振興策に取り組むことが緊急の課題となっている。

なお、本市の観光交流人口の属性は次のように推定されており、加えて、中心市街地の観光交流人口の推定グラフを以下に示す。

「平成 19 年観光客推定数総括表」

	松山市全域		中心市街地推計値 (※上記 90.0%にて算出)
推定総観光客	5, 074, 700人		4, 567, 230
県内客	1, 522, 400人	全体の30%	1, 370, 160
県外客	3, 552, 300人	全体の70%	3, 197, 070

交通機関	交通機関利用者に占める観光客の割合	松山市全域	中心市街地推計値 (※90.0%にて算出)
R	35%	498, 700	448, 830
船舶	45%	393, 100	353, 790
航空(国内)	56%	740, 200	666, 180
航空(海外)	入国外国人数	9, 400	8, 460
郊外バス	7. 5%	116, 600	104, 940
貸し切りバス	100%	551, 700	496, 530
自家用車	20%ほか	2, 765, 000	2, 488, 500
合計	—	5, 074, 700	4, 567, 230



(※1)中心市街地の観光客訪問率: 90.0%

(※2)H19 市全体の観光交流人口 5,075 百万人×0.900＝4,567 百万人

(4)地域住民のニーズ把握等

1)居住者ニーズの状況

街なか居住者アンケート(P16 参照)によれば、スーパーマーケット、生鮮食料品や惣菜店など生活必需品店舗を求める声が半数を超える状況にある。また、街なか居住で重視したことの 2 番目に、中央商店街(大街道・銀天街)の近さを上げており、中央商店街への期待が高いことが伺える。

加えて、街なか居住者アンケートから、中央商店街の存在は大きく、同地域の更なる魅力向上やまちの賑わいを牽引していくための商業・サービス事業所等の立地促進を図る必要がある。

2)中央商店街通行客のニーズ

㈱まちづくり松山では中央商店街の通行客に商店街等に対するニーズ調査を毎年行っている。平成 18 年度調査の中から「中央商店街に足りないもの、必要なもの」、「中央商店街にほしい店」、「中央商店街のイベント」について、調査結果をまとめると以下のようになる。

①中央商店街に足りないもの、必要なもの

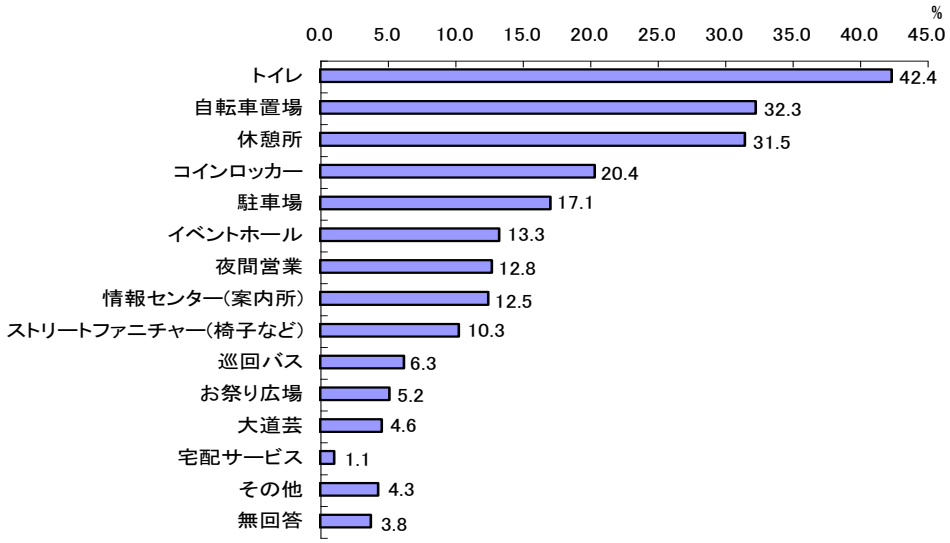
最も多かった意見は「トイレ」で、4 割以上の人が回答。商店街では各店舗のトイレが使えるような取り組みを行っているが、来街者には認知されていない。

2 番目は、「自転車置場」とする回答。収容に余裕のある駐輪場があるにもかかわらず、このような意見が多いのは、当該駐輪場の使い勝手の悪さ、場所の問題などが原因であるものと考えられる。

ほぼ同数で、「休憩所」とする意見も多い。

総体として、来街者からは商業空間におけるアメニティ向上を求める声が高いが、イベント実施や休息場所の確保を行うにしても、公開空地や広場がほとんどなく、現行の道路空間を利用した仮設での対応では、柔軟性や自由度に欠けている状況であるため、「まち更新」等抜本的な対策も必要である。

中央商店街に足りないもの、必要なもの



資料:平成 18 年中央商店街通行量調査

②中央商店街に欲しい店

最も多かったのは「ユニクロ」で、ほぼ年齢層に関係なく支持を集めた。次いで、「ドンキホーテ」、「マツモトキヨシ」、「ロフト」、「ビームス」であった。いずれも、値ごろ感のある服飾、薬局、雑貨等を扱う店であり、消費者の多くが生活必需品の有名店舗を求める傾向にあると考えられる。

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

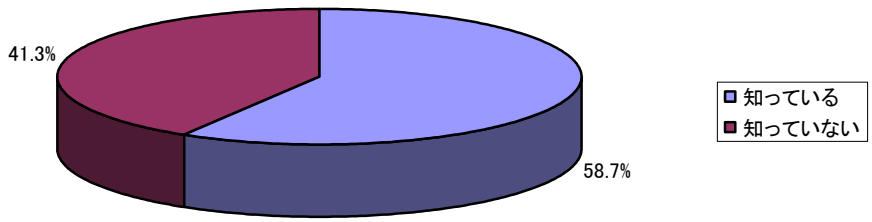
③中央商店街のイベント

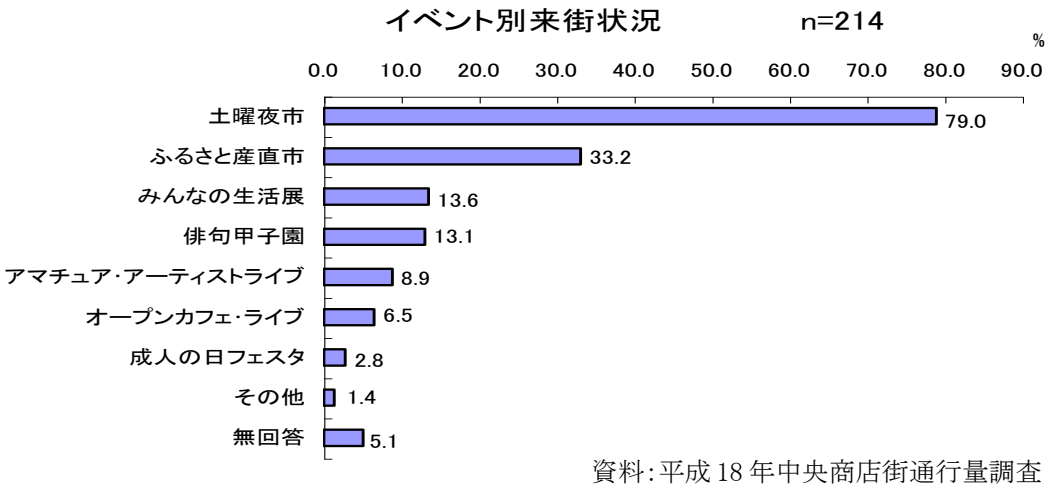
イベントの認知状況を見ると、「知っている」と回答した人が、6 割弱ではあるが、さまざまなイベントを行っていることを考えると、必ずしも認知度は高いとは言えない。

また、イベント別の来街状況を見ると、「土曜夜市」については、高い参加率を占めているが、「20 才のフォトコンテスト」、「金曜アマチュアライブ」、「ふるさと産直市」などについては、まだまだ来街状況は低く、各種イベントの認知度を上げていく必要がある。

イベントの認知状況

n=368





資料:平成 18 年中央商店街通行量調査

(5)過去の中心市街地活性化の取組み

1)旧中心市街地活性化基本計画

本市では、中心市街地での人口減少や公共交通機関の利用者減、商店街の衰退等が問題となり、平成 11 年 3 月に市内中心部約 235ha を対象に中心市街地活性化基本計画を策定、平成 14 年 3 月に本市固有のシンボルである道後温泉と交通拠点である JR 松山駅を加えて、伊予鉄松山市駅南にある県立中央病院などの中心市街地に隣接する都心核及び集客核の連携の強化と回遊性の向上を図ることで、総合的かつ一体的な活性化への取組みを行うべく、道後、JR 松山駅周辺、萱町及び末広町商店街周辺地区を追加し約 450ha とした。

また、基本計画にも位置づけられている、「坂の上の雲」を軸とした 21 世紀まちづくり事業の一環として、平成 16 年から 20 年度までの 5 カ年間で、都市再生整備計画(まちづくり交付金)事業を実施している。

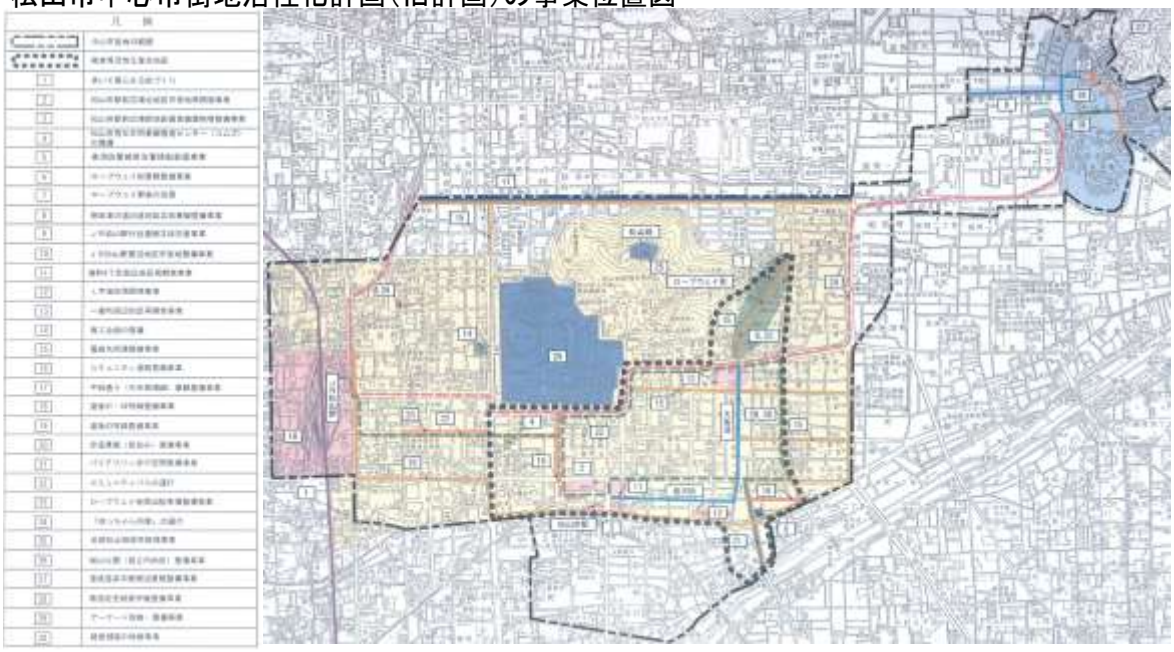
2)旧計画における取り組み

旧基本計画では、下記の 6 つの基本方針の下で、商業の活性化 23 事業(内未実施 3 事業)、市街地の整備改善 48 事業(内未実施 12 事業)を計画し、中心市街地の活性化に取り組んできた。

基本方針

①中心市街地における都心核の連携を高める
②面的な整備を行い回遊性を高める
③街なかに定住者を呼び戻すとともに地域コミュニティを再生させる
④地域らしさを演出する
⑤交通アクセスを整備する
⑥土地利用の刷新を図る

松山市中心市街地活性化計画(旧計画)の事業位置図



3)これまでの取り組みの総括

まちなか回遊に関する事業

①松山市駅前広場南地区優良建築物等整備事業

②公共交通利用促進環境整備事業

（低床のバス・路面電車の導入、路面電車の停車場及び鉄道駅のバリアフリー化、ICカード、バスロケーションシステム、ハイグレードバス停の導入等）

③坊っちゃん列車、マドンナバスの運行

④観光レンタサイクル事業

⑤まつやま道しるべマップ整備事業

⑥まつやまインフォメーション事業

⑦大型映像情報発信施設整備事業











＜事業成果＞

旧計画においては、一般市民から観光客まで多様な人々がまちなかの回遊を楽しく、スムーズに行えるよう上記施策を展開してきたところであるが、特に、公共交通利用促進環境整備事業による各種取り組みにより、まちなか回遊を行うために必要なバス、郊外・市内電車の各種公共交通機関（いずれも伊予鉄道）の利用は、平成 12 年以降、増加もしくは減少に歯止めがかかっている状況にある。（P28 参照）

また、平成 13 年からの坊っちゃん列車運行により、回遊手段そのものを楽しむ観光ニーズを発掘し、平成 18 年には 14 万人を超える乗客数を誇っている。（P31 参照）

＜課題＞

ところが、中心市街地の重要な回遊の起終地点である JR 松山駅は、未だ利用客の減少が続いており、本市の経済にとって重要な広域集客の機能が貧弱である。（P26、27 参照）

また、上記取り組みがあっても、中心市街地内の各種商業指標（P13 参照）、中央商店街の通行量（P18、19、20 参照）など商業や賑わいを示す指数の大きな飛躍はない状況である。

加えて、本市の特徴である自転車利用によるまちなか回遊についても、駐輪対策を含め、有

効な取組が進んでいない。

＜反省点＞

上記課題に対して、本市の重要な広域集客拠点である JR 松山駅の機能強化不足や、まちなか回遊の仕組みを経済効果へと連動させるまちの魅力作りへの取り組みの不足、また、本市において利用頻度の高い自転車移動への取り組み不足が、これまでの反省点としてあげられる。

＜対応策＞

JR 松山駅付近連続立体交差事業や土地区画整理事業による駅ビルや駅前広場の整備、路面電車電停の移設など「まちなか回遊」のための結節機能強化が必要である。

また、上記「まちなか回遊」の仕組みをベースに、観光や商業の増進に直結する施策の展開により現在の回遊頻度を増加させるため、近年増え続ける携帯電話を活用した情報発信システムである「まつやまインフォメーション」の取組みの一部である、中央商店街において実施している市民向けの「おいでナビ」における、来街を促進するポイント還元制度の導入や、観光客の回遊情報を提供する「ハイクナビ」を含めた情報強化を図り、回遊情報、回遊サービスの向上に取り組む必要がある。

加えて、平成 20 年度策定の新たな都市交通戦略に基づき、都心部における自動車交通の削減や自転車走行レーン、小規模分散型駐輪場、公共交通機関の利便性向上など、交通戦略に沿った事業化を行い、暮らしやすい生活空間と、訪れやすく移動しやすい中心市街地の形成に取り組む必要がある。

JR松山駅周辺整備計画鳥瞰図



観光振興に関する事業

①史跡松山城保存修理事業

②道後温泉本館周辺景観整備事業

③ロープウェー街景観整備事業

④坂の上の雲ミュージアム及びロープウェイ駅舎の整備



⑤城山公園（堀之内地区）整備事業
⑥足湯整備事業

＜事業成果＞
作家　司馬遼太郎の長編小説「坂の上の雲」を軸とした 21 世紀のまちづくりにおいて、松山市全域を「屋根のない博物館（フイールドミュージアム）」として、官民が一体となった取り組みを行う中で、特に、本市の観光の核施設である松山城の天守閣改修や道後温泉本館周辺景観整備に加え、平成 19 年 4 月には、坂の上の雲ミュージアム（設計：安藤忠雄建築研究所）が開館したこともあり、中心市街地への観光入り込み客数は 457 万人まで回復した。
＜課題＞
「しまなみ海道」開通の翌々年（平成 13 年）以降、中心市街地の観光入り込み客数は横ばい若しくは減少が続いてきた中で、この間、道後の宿泊客数とホテル旅館数は減少（P31 参照）し、観光産業とそれに付随するサービス業等が少なからず打撃を受けてきている中、NHK によるスペシャルドラマ「坂の上の雲」が平成 21 年から約 3 年間にわたって放映予定されていることから、このドラマ効果を最大限に生かすことで、平成 22 年には観光客数 600 万人が目標とされ、ドラマ放映後の平成 24 年にも同水準の観光客数を確保することが期待されている。
＜反省点＞
しまなみ海道開通時の平成 11 年においては、対前年比 21％の観光客増があったにもかかわらず、翌年は 15％減となり、その後も逓減傾向にあることから、過去の取り組みにおいて、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ていないという反省点があげられる。
＜対策＞
今後においては、平成 19 年に開館した坂の上の雲ミュージアムの企画展示の充実や道後温泉本館周辺景観整備事業、城山公園（堀之内地区）整備事業など、観光施設の魅力向上に引き続き取り組むとともに、市内に点在するスペシャルドラマに登場する史跡や主人公ゆかりの地を観光資源としてその魅力を創出し、訪れた観光客にリピーターとなってもらうための良質のサービスを提供するとともに、「まちなか回遊」の仕組みを生かすべく新たな回遊サービスや様々な観光施策を展開する必要がある。

道後温泉本館周辺景観整備事業の例





賑わい創出・商業振興に関する事業

①ロープウェー街景観整備事業
②道後温泉本館周辺景観整備事業
③道後商店街アーケード改修整備事業
④生鮮市や各種イベントの実施
⑤育児・託児施設、子ども一時預かり所の設置
⑥休息所、トイレの整備
⑦情報発信施設の整備
⑧中心市街地商店街での商店街マネジメント事業
⑨新規参入者への支援(家賃助成)
⑩市の開催











整備前　　ロープウェー街景観整備事業　　整備後

＜事業の成果＞

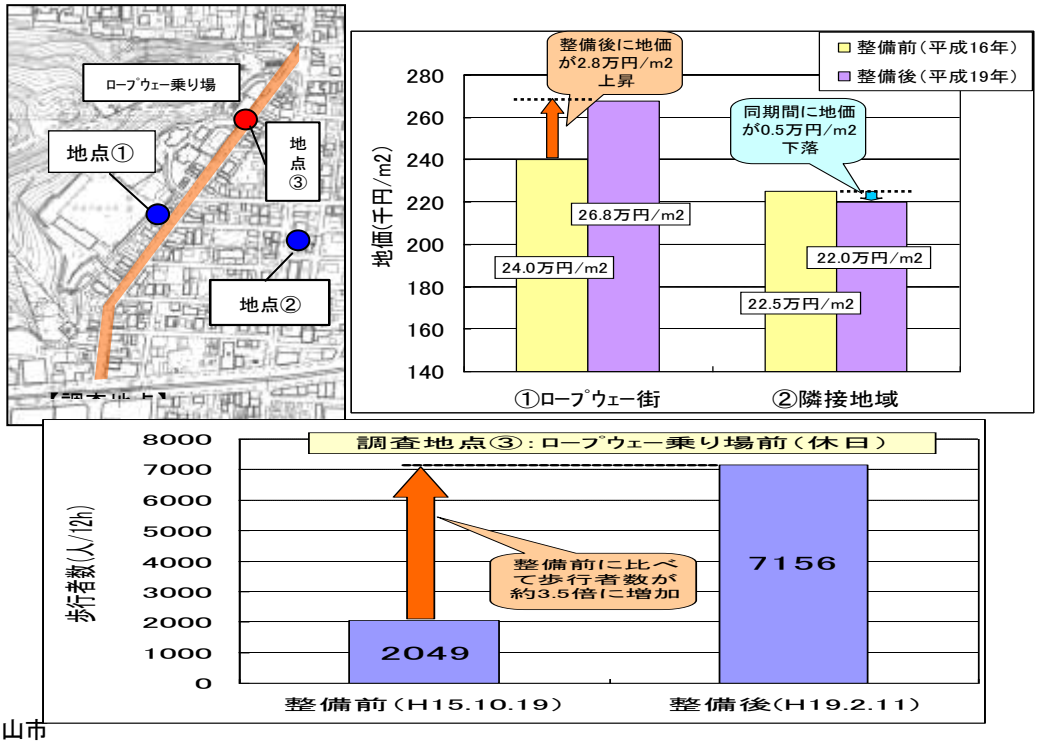
中心市街地内の各商店街においては、ロープウェー街景観整備事業やアーケードの改修・整備等、ハード整備に加え、各商店街における生鮮市や各種イベントの開催、新規出店者に対する助成支援など、ソフトに事業による魅力向上にも取り組んできた。

特に、中央商店街においては、平成 14 年度以降に取り組んだ大街道・銀天街全体を一人の

マネージャーがマネジメントする商店街マネジメント事業やトイレや休憩所、ベビーカーの貸し出しやインフォメーション機能も備えた「ほっとステーションおいでんか」の設置後、減少傾向にあった通行量を持ち直した（P18 参照、17 万人台→19 万人台）。

また、道路整備とあわせ民有地のファサード整備を含め景観整備を行ったロープウェー街では、通行量が整備前と比較すると約 3.5 倍増加し、地価も整備前から 2.8 万円／㎡上昇するなどの効果が表れており、回遊性向上のための道路整備と合わせ、地域にあった景観整備を行うことでまちの魅力が向上し、賑わいが創出されている。

ロープウェー街整備効果



資料：松山市

（注）ロープウェー街の整備に当たり、整備後の効果を計測したもので、その後の継続調査は行っていない。

＜課題＞

しかし、中心市街地の小売商業は、既述したように、平成 9 年から 16 年の比較において、商店数は、300 店舗以上が失われ、従業員数は、市全体が増加しているにもかかわらず、約 500 人の減となっている。特に、年間商品販売額は、59,768 百万円減少しており、同期の市全体の減少額 56,543 百万円を上回っている。

更に、中央商店街においては、平成 19 年通行量調査では、ラフォーレ原宿・松山の閉館に向けたテナント店舗転出の影響等により、前年比で 11.2%減少し、同年実施した消費者意識調査においては、「魅力的な店が多いと思うか」という問いに、全体の 56.3%が、「そう思わない、わからない」と回答するなど、商業空間としての魅力低下が懸念される状況にある。

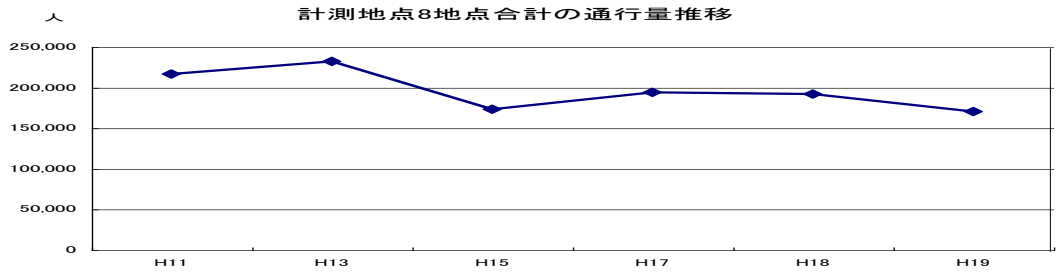
＜反省点＞

これまで商店街振興事業に取り組む一方で、事業者間におけるビジネス上の連携や来街・回遊への取り組み、再開発など「まち更新」による良好な商業空間の形成や食料品店等不足している店舗や魅力的な店舗の立地に向けての対策が講じられなかったなど、商業への抜本的な

課題解決に向けた取り組みの不足があったことが反省点としてあげられる。

＜対応策＞

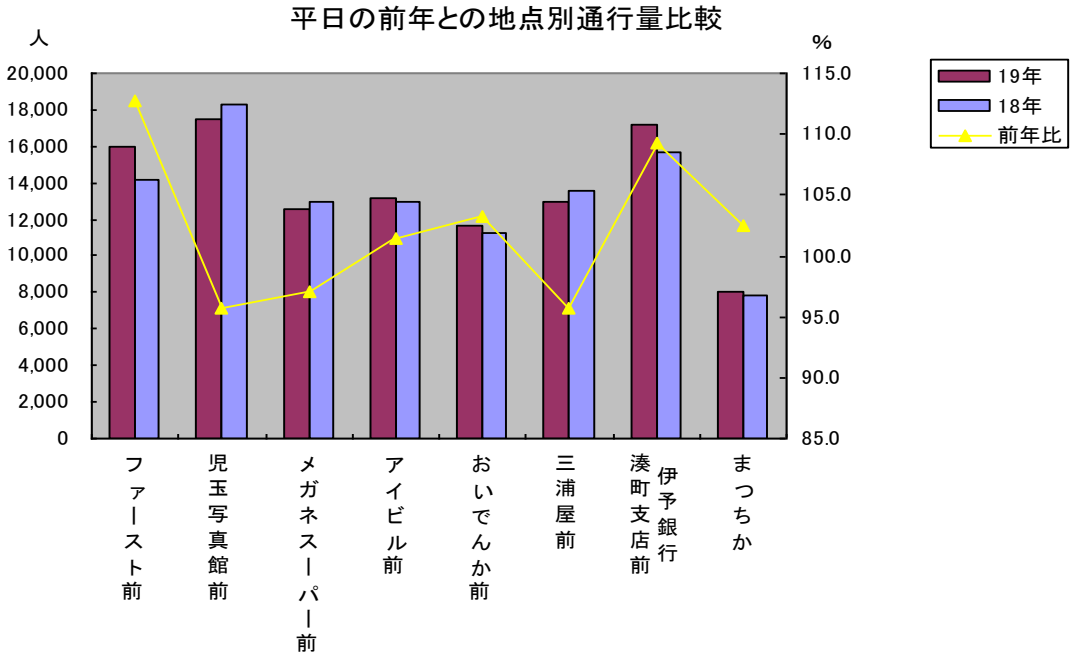
中心市街地にとって必要な商業施設等の立地促進や商店街や複数店舗による共同販促、産直生鮮市場の拡大、イベントセール、更には観光客等回遊客への対応、まちのインフォメーションセンターである「おいでんか」の充実等により、来街者数と回遊率を高め、賑わいと商業の活性化を図る必要がある。また、ラフォーレ原宿・松山の閉館が耐震基準に満たない建物であったことなど多くの商業施設の老朽化が進んでいるため、今後においては、再開発等も視野に入れたまちの更新に向けた取り組みが不可欠である。



中央商店街の通行量（休日）　（単位：人、%）

	H9	H11	H13	H15	H17	H18	H19	H9-19減少率
①ファースト前	27,786	28,779	30,988	22,071	20,860	28,295	19,668	-29.2
②児玉写真館前	29,402	32,961	34,155	24,570	26,700	30,437	25,030	-14.9
③メガネスーパー前	24,743	29,857	28,657	23,570	26,542	22,328	23,857	-3.6
④アイビル前	28,833	29,120	30,389	22,697	23,455	23,886	19,575	-32.1
⑤おいでんか前	24,676	25,728	26,226	21,156	20,183	21,818	20,612	-16.5
⑥三浦屋前	29,276	24,239	29,921	23,748	25,427	24,106	22,220	-24.1
⑦伊予銀行湊町支店前	27,881	25,962	31,424	24,807	30,234	27,506	25,740	-7.7
⑧まつちか	25,064	20,090	20,510	10,724	20,666	13,639	13,801	-44.9
合　計	217,661	216,736	232,270	173,343	194,067	192,015	170,503	-21.7
調査日（日曜日）	11月12日	11月14日	11月11日	11月9日	11月6日	11月12日	11月18日	

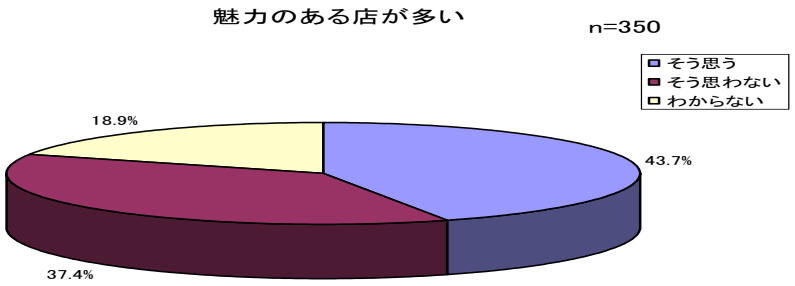
資料：平成 19 年中央商店街通行量調査



中央商店街の通行量(平日)

	H18	H19
①ファースト前	14, 141	15, 932
②児玉写真館前	18, 263	17, 480
③メガネスーパー前	12, 926	12, 539
④アイビル前	13, 002	13, 186
⑤おいでんか前	11, 305	11, 664
⑥三浦屋前	13, 522	12, 935
⑦伊予銀行湊町支店前	15, 705	17, 158
⑧まつちか	7, 808	8, 002
合 計	106, 672	108, 896
調査日(平日:木曜日)	11月9日	11月1

資料:「中央商店街通行量調査」



カテゴリー名	n	%
そう思う	153	43. 7
そう思わない	131	37. 4
わからない	66	18. 9

資料：平成 19 年中央商店街通行量調査

4)旧松山市中心市街地活性化推進協議会の開催

中心市街地の活性化を推進するため学識経験者、関係団体・業界、関係行政機関からなる、推進協議会を組織していたが、新法の制定により、その役割を終えるに当たり、平成 18 年 7 月 19 日に、進捗状況と取り組み成果について報告。本市の中心市街地の状況は他都市に比べ、数値的には悪くないものの、近隣市町に計画されている大規模商業施設、既存ストックを活かしたまちづくりの重要性等より、引き続き活性化に取り組むべきであるとの総意を得ている。

(6)中心市街地活性化の課題

これまで中心市街地の現状や過去の取り組み結果等を分析してきた。中心市街地の人口については、都市計画において郊外拡散型のまちづくりを行ってこなかったこと、公共公益施設が集中し、路面電車等の公共交通機関の充実した中心市街地であることからマンション建設等も進み、過去 10 年間において、横ばい状態となっているにもかかわらず、まちの賑わいを創出する観光は伸び悩み、商業に関しては衰退している。

観光及び商業の活性化を図ることは、本市のみならず圏域全体の都市活動、経済活動の中心としての役割を果たしてきた地域として、また、社会経済状況の変化に対応した持続可能な都市経営を図るためにも、緊急に取り組むべき課題である。

1)賑わいづくりと商業振興

小売商業の商店数及び年間商業販売額において本市の約半数を占める中心市街地においては、これら指標は減少を続けており、空き店舗数も増加している。また、広域集客商業核である中央商店街の通行量については調査を始めた平成 9 年以降減少し、平成 17 年に一度上向きとなったものの、その後、再度、減少に転じている。

従って、中心市街地内の暮らしに必要な商業機能の充実を図るとともに、本市の経済活力の中核をなし、賑わいの中心の役割を果たしている四国随一の商業集積を誇る中央商店街及びその周辺地域における商業振興に、多様な主体で取り組んでいくことが必要である。また、まちの更新等による新た魅力作りや、中心市街地における広域集客交通結節点である JR 松山駅に係る一連の整備を進めていくことで、活性化の持続に繋げていく必要がある。

課題:中心市街地内の商業振興　中央商店街の賑わい回復

2)観光振興

観光は本市の基幹産業であるが、その要の観光地である松山城と道後温泉をはじめ、中心市街地には多くの観光施設があり、本市観光客の 9 割が訪れているため、中心市街地の活力を支えていることはもちろん、中央商店街の賑わいや中心市街地内での消費にも大きく寄与している。

ところが、観光交流人口は、平成 11 年のしまなみ海道開通時以降、減少若しくは横ばい状況で、平成 19 年 4 月の坂の上の雲ミュージアムのオープン等により、若干の増加に転じたものの、活性化しているとは言いがたい。また、年間 100 万人を超える入浴客がある道後温泉のある道後地区においては、旅館数、宿泊客数(P31 参照)ともに減少している。

そこで、「松山市観光振興計画」において、観光交流人口 600 万人の目標を定めたところであり、その実現のために、平成 21 年秋から始まる「坂の上の雲」スペシャルドラマ放映を機に、松山観光の新たな魅力創出とおもてなしの向上を図ることで、観光リピーターの増加やドラマ放映効果を継続させるなど松山市及び中心市街地の活性化を牽引していく必要がある。また、道後温泉本館の改修も控える中で、陸の玄関でもある JR 松山駅に係る一連の整備もあわせ、更なる道後の街活性化などにより、観光産業等活性化の持続を図っていく必要がある。

課題:観光振興

(7)中心市街地活性化に関する基本的な方針

目指す将来像

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～

本市の「顔」として、伝統ある歴史文化と都市機能が調和し、県都として風格と拠点性のある 50 万中枢都市にふさわしい、元気、活力日本一のまちを目指す。

そのために、本市中心市街地内に集積する各種都市施設など既存のストックを活用するとともに、旧計画や「坂の上の雲」のまちづくり事業等により整備された「まちなか回遊」の仕組みを活かし、中心市街地内の道後温泉、松山城、坂の上の雲ミュージアム等本市の主要観光施設を有する中心市街地内の誘客を図る総合的な観光振興策を多様な主体により展開する。

また、「暮らし・賑わい」に必要な商業施設や都市福利施設等の立地誘導のための奨励制度の創設や県立中央病院の建替えと城山公園(堀之内地区)整備等による街なか居住の快適性向上と都心の賑わいづくり及びこれらに伴う商業の活性化を行うとともに、道後地区における景観整備や中央商店街における道路空間整備と相互連携等による両地区の広域集客のアップを図る。

加えて、将来に向けたまちの賑わいづくりとして、中央商店街等における再開発を含めた「まち更新」の下地作りや、中心市街地における広域集客交通結節点である JR 松山駅周辺に係る土地区画整理事業等一連の整備を進めていくものとする。

基本的な方針

1)城下町ならではの賑わいのあるまち

四国随一の集積を誇る本市の広域集客商業核である 2 つの百貨店とその間を結ぶ中央商店街を始めとする中心市街地内の商業空間の魅力アップと来街者や居住者の利便性・快適性の向上により、多様な人々が集い、賑わいのあるまちの形成を行い、来街者増を図る。

また、将来につながる「まち更新」への持続的な取り組みや、観光拠点である道後との連携、広域集客の要所である JR 松山駅に係る一連の整備を進めるとともに、回遊性を活かした施策の展開により区域全体の賑わいの持続に繋げていく。

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

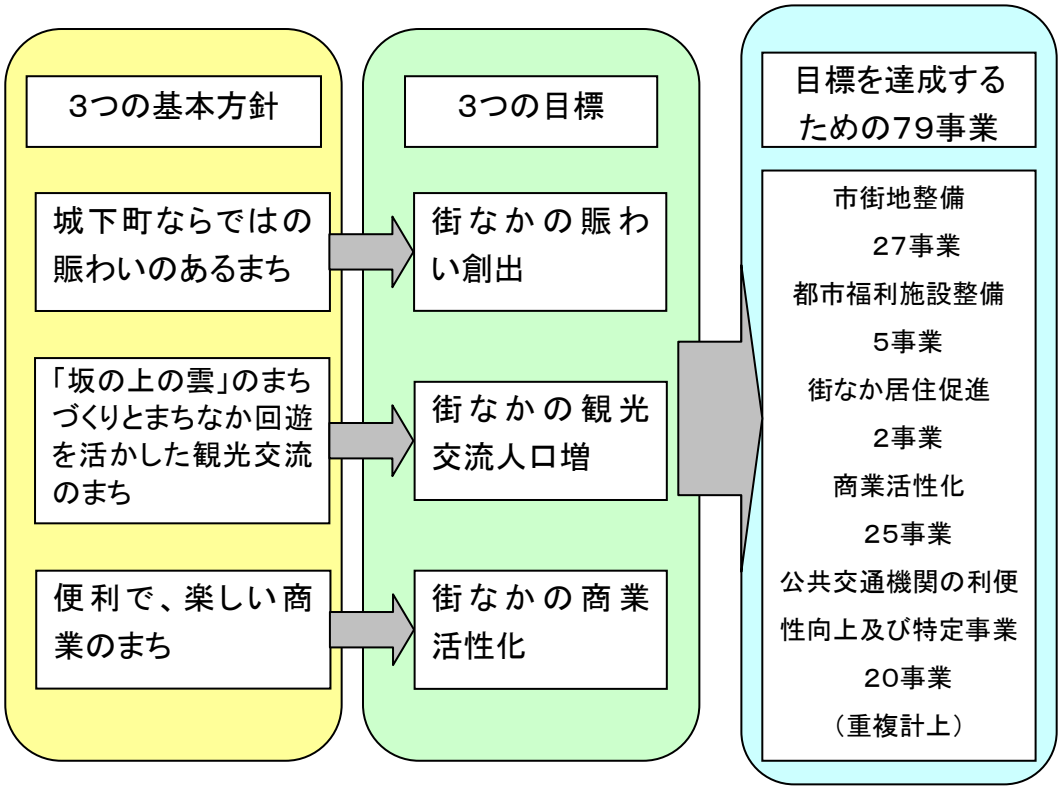
道後温泉、松山城、坂の上の雲ミュージアム等本市の主要観光施設を有する中心市街地内の誘客を図るため、平成 21 年からの「坂の上の雲」スペシャルドラマ放映による効果の最大化、持続化とともに、「まちなか回遊」の仕組みを活かし、様々な観光振興策等を講じることで、域内における観光客等交流人口の増加を目指す。

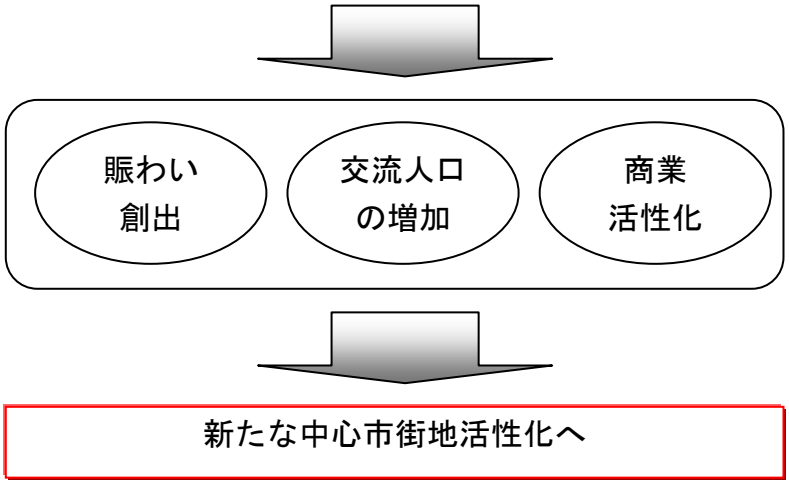
3)便利で、楽しい商業のまち

暮らし・賑わいに必要な消費者ニーズに即した店舗や施設の不足を解消し、徒歩や自転車、路面電車等公共交通機関での移動の優位性を活かし、消費者・市民にとって必要で魅力的な店舗等の立地誘導やソフト事業の展開、更に上記二つの方針との連動により、中心市街地内の商業の活性化を図る。

計画の概要

将来像「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～





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。

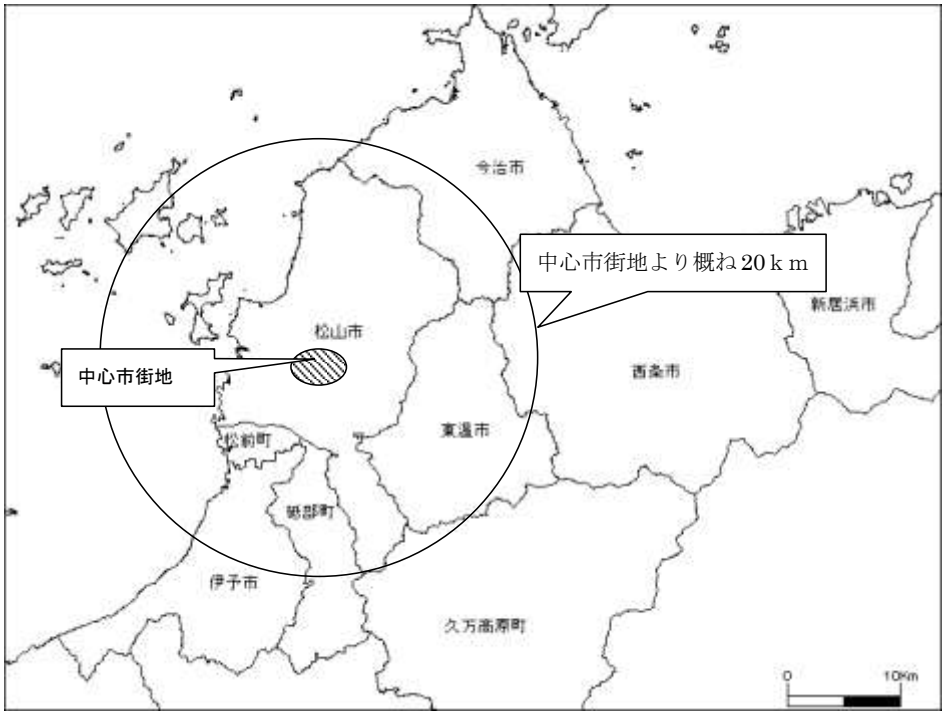
年間 280 万人の利用客を有し、本市の陸の玄関口として、広域からの来街者の回遊の起終点となる JR 松山駅を核として、中心市街地の新たな賑わいを創出する取り組みがスタートしている JR 松山駅周辺地域。

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

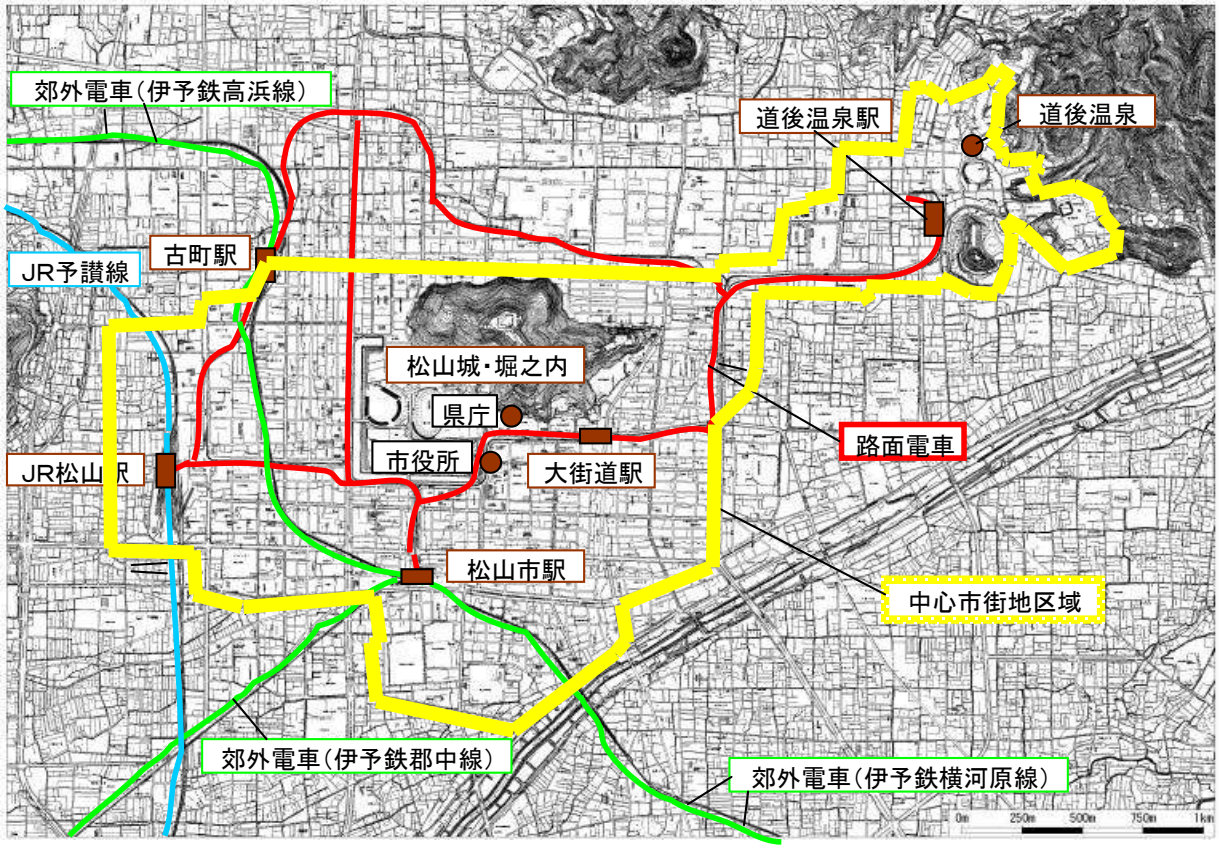
を中心市街地として設定する。

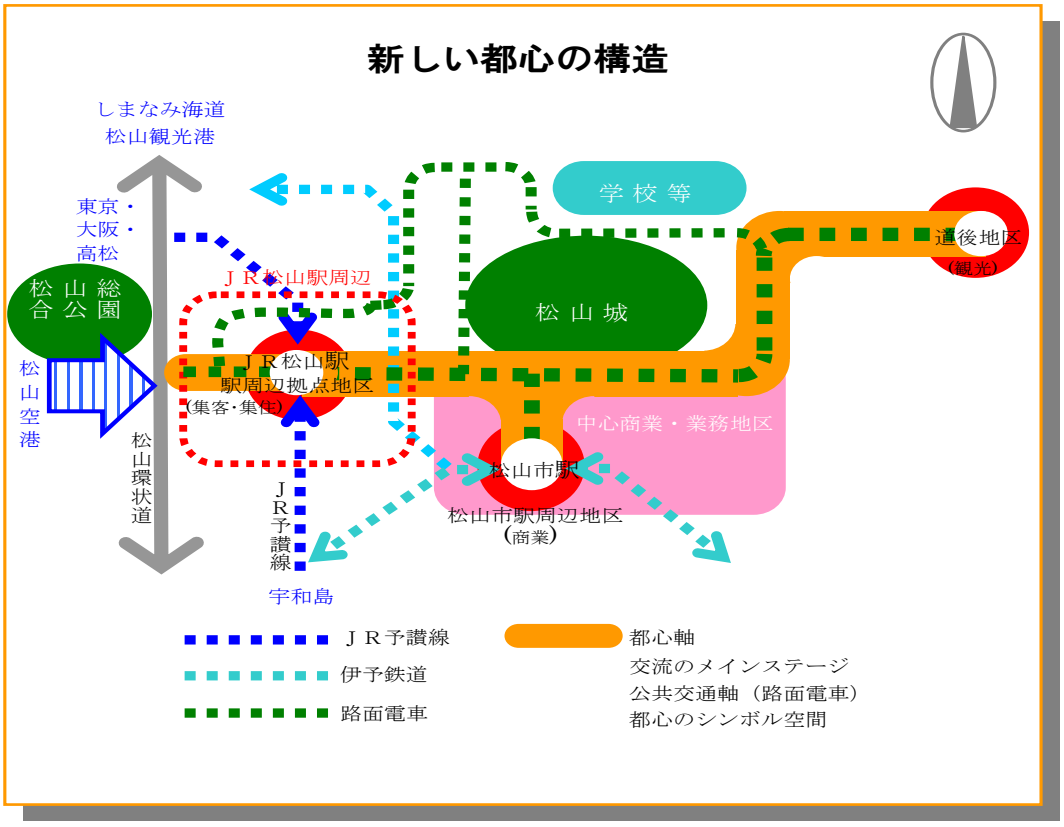
なお、緊急の課題である観光振興、商業の活性化によるまちの賑わい向上に重点的に取り組むこととする基本方針に基づき区域を設定するため、今回、松山城北側の文教地区は中心市街地活性化基本計画への位置付けは行わない。

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%

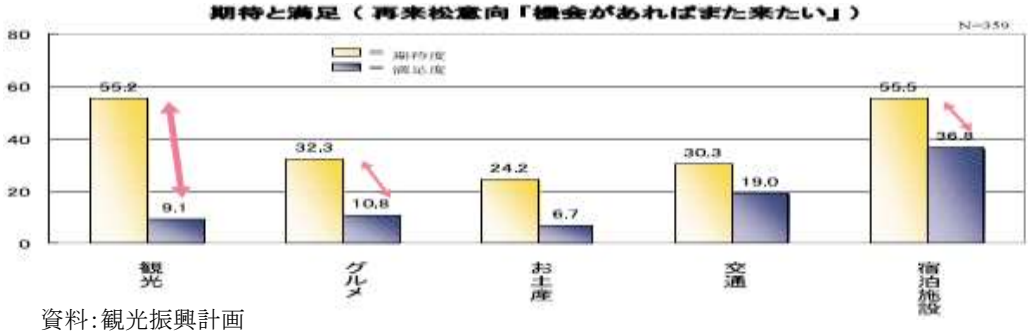
資料：旅館組合調査から抜粋

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

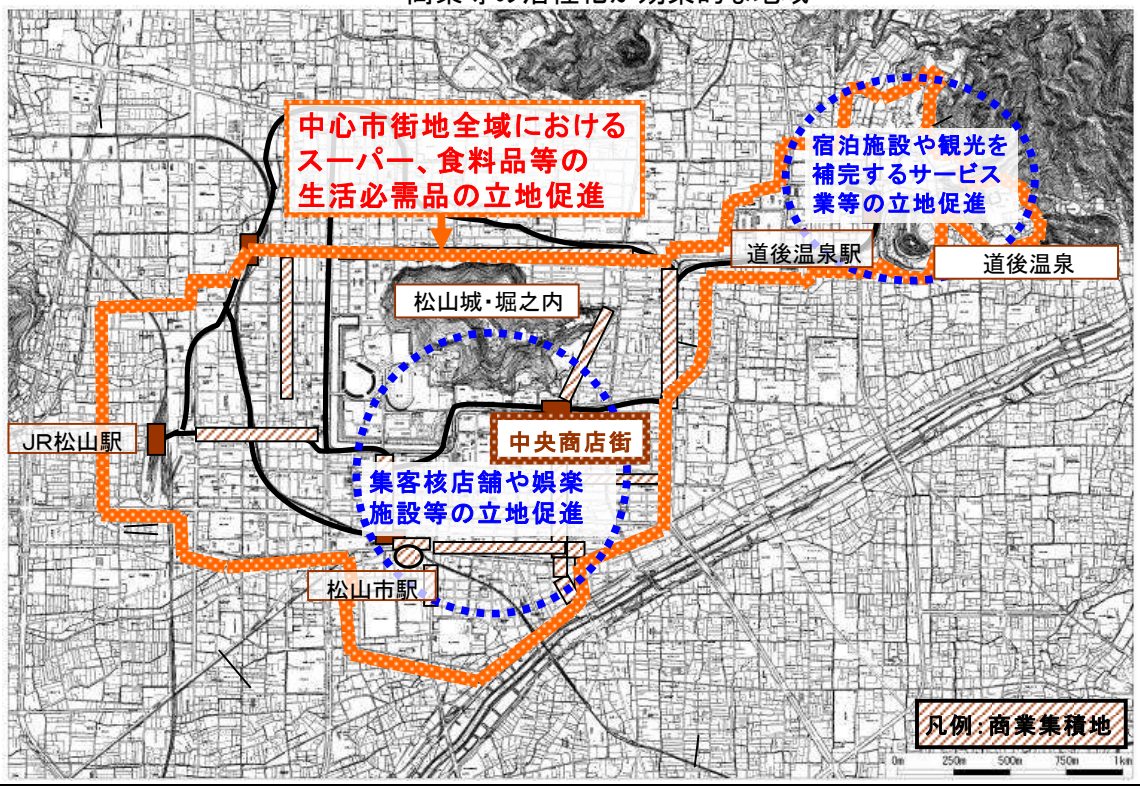
（P31 参照）



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

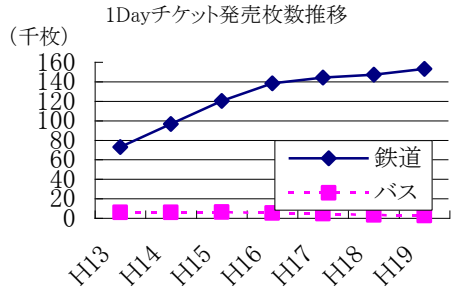
道後からの訪問状況　※P33 参照

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

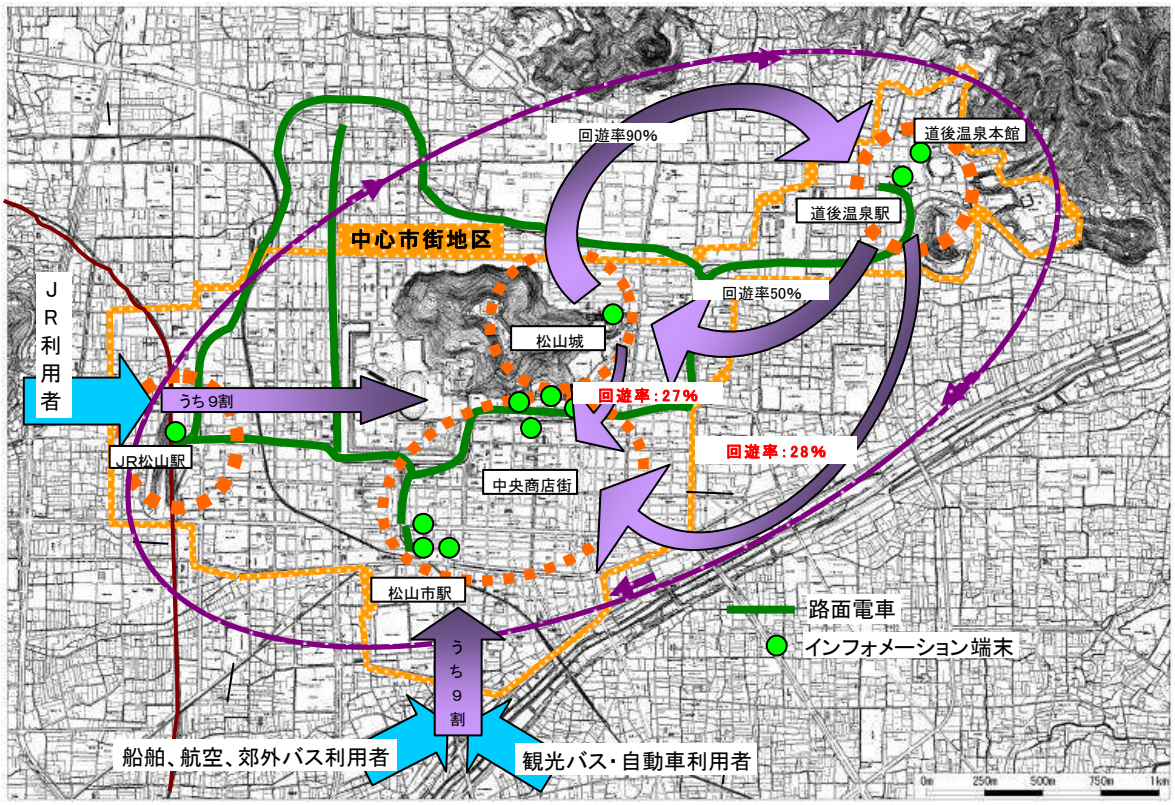
年度	客数
H13	34,637
H14	127,899
H15	144,167
H16	136,975
H17	139,756
H18	140,899



（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）

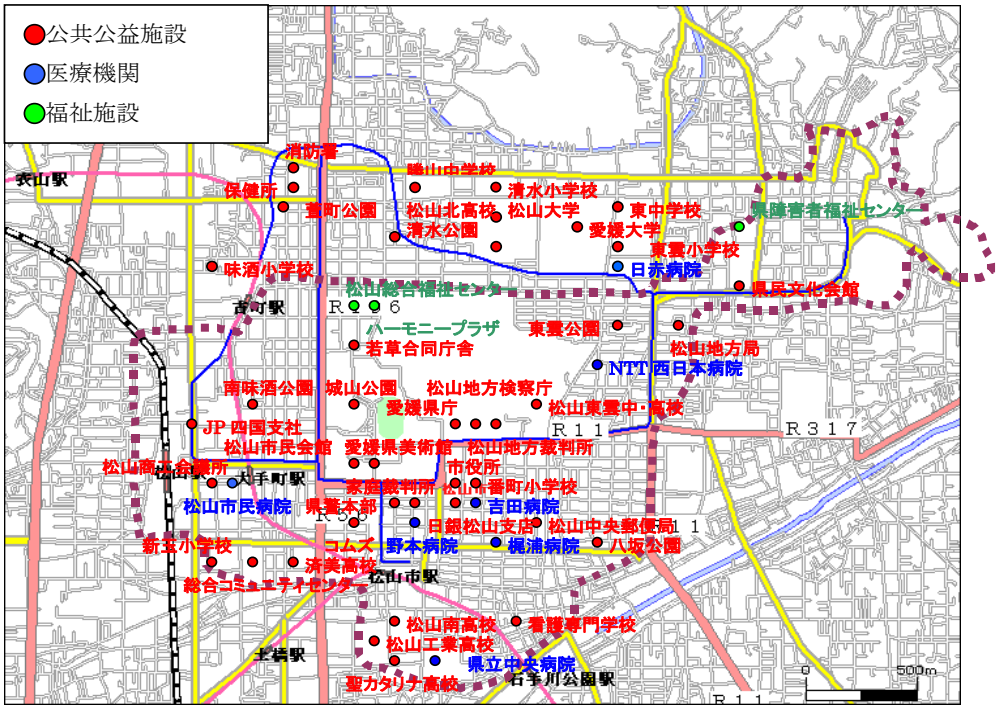
観光客の回遊状況



[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。

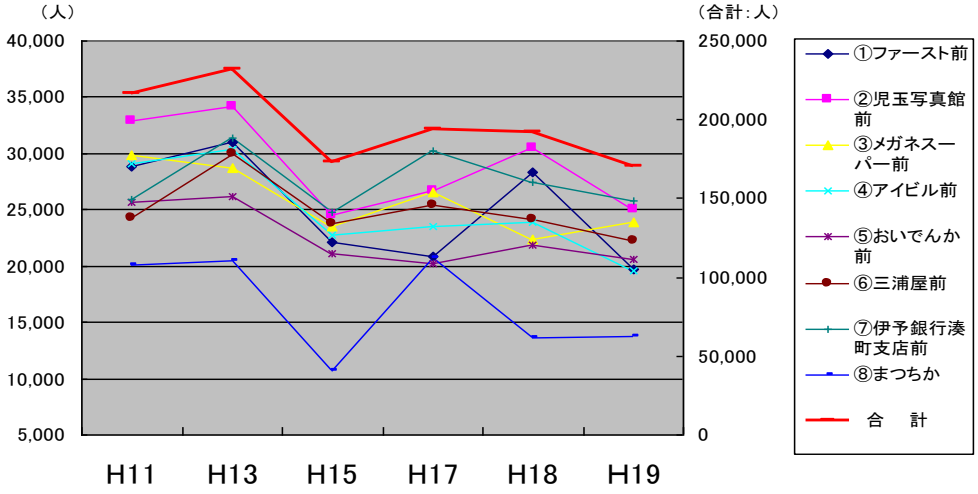
松山市の商店街の空き店舗率の推移　（単位：％）

	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」 

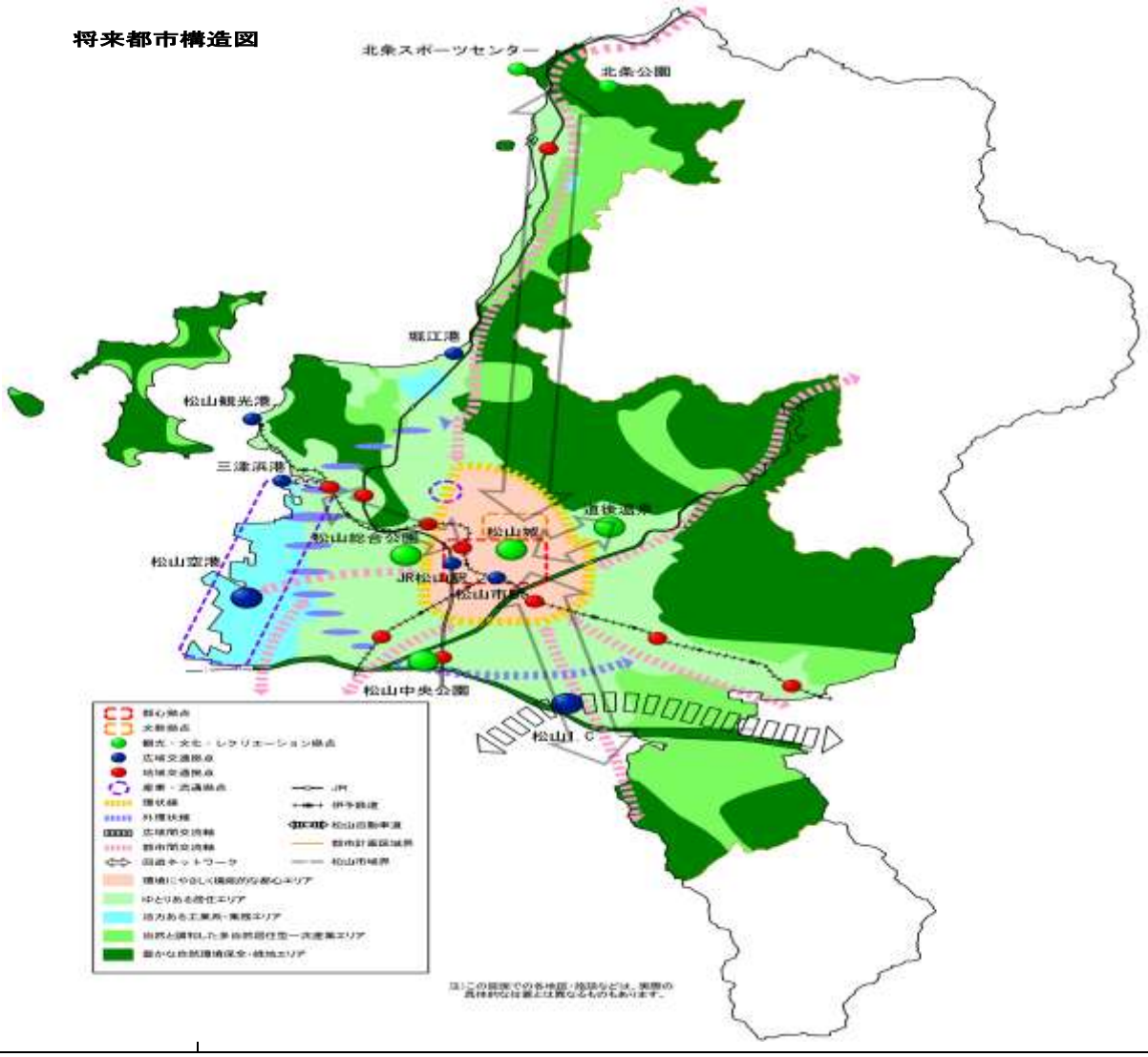
3）松山市総合計画

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。

3. 中心市街地の活性化の目標

(1)中心市街地活性化の目標

目指す将来像である「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～」のもと、3つの基本方針である「城下町ならではの賑わいのあるまち」、「「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」、「便利で、楽しい商業のまち」を形成するために、以下のように、具体的な目標を掲げ、中心市街地の活性化を目指す。

1)街なかの賑わい創出

本市の広域集客核である中央商店街及びその周辺地域は、商店、飲食店が集中して立地しており、それを取り巻くようにマンション、オフィスビル、官庁街が存在する四国随一の商業・業務等の集積地域である。しかしながら、近隣市町への大規模集客施設の立地など、都市間競争が激化する中、本市の広域集客商業核である2つの百貨店とその間を結ぶ中央商店街及びその周辺エリアの魅力アップと観光客を含む来街者の回遊性の向上により、来街者を増加させることで、多様な人々が集い、賑わいのあるまちの形成を図る。また、将来につながる「まち更新」への取り組みや、観光拠点である道後との連携、広域集客の要所であるJR松山駅に係る一連の整備を進めるとともに、回遊性を活かした施策の展開により区域全体の賑わいの持続に繋げていく。

2)街なかの観光交流人口増

2 大観光地である道後温泉、松山城に加え、坂の上の雲ミュージアムや小説「坂の上の雲」ゆかりの地などの地域資源等、本市の主要観光施設を有する中心市街地内の誘客を図るため、平成21年からの「坂の上の雲」スペシャルドラマ放映による効果の最大化、持続化とともに、「まちなか回遊」の仕組みを活かし、様々な観光振興策等を講じるとともに、集客力のある中央商店街や各種イベント等へも回遊を促すなど、区域内連携を図ることで、街なかの観光交流人口の増加を図る。

3)街なかの商業活性化

中心市街地の商業は、城下町として発展してきた経緯もあり、松山市のみならず、県内各地から来客があり、加えて、街なか居住者には車に頼らない便利な生活環境を提供している。しかしながら、代表的な商業指標である小売年間商品販売額は減少しており、本市の経済活動(商業)の中核を担う地域として、持続可能な都市経営を進めていくためにも、魅力と活力のある商業地域として活性化を図るものである。

(2)計画期間

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)数値目標の設定の考え方

中心市街地活性化の目標の達成状況を把握するために、「街なかの賑わい創出」、「街なかの観光交流人口増」、「街なかの商業活性化」の目標ごとに指標となる数値目標を設定する。

1)「街なかの賑わい創出」の数値目標の考え方

街なかの賑わいは、多くの人々が仕事やショッピング、観光等様々な目的で集うことで創出される。そこで、四国随一の商業・業務等集積地域である中央商店街は、休日には、市民や近隣市町住民、観光客等あらゆる人々が集う場所で、中心市街地の賑わいを代表する地域である。そこで、過去より継続的に調査を行っている「中央商店街の歩行者通行量」を指標に設定する。

中央商店街の歩行者通行量

また、路面電車は、中心市街地内の観光地、商業施設、交通結節点、公共公益施設等を結んでおり、多くの市民、観光客の移動手段として利用されていることから、中心市街地全体の賑わいを計るものとして、「路面電車の年間乗車人数」を指標に設定する。

路面電車の年間乗車人数

2)「街なかの観光交流人口増」の数値目標の考え方

2 大観光地である松山城、道後温泉をはじめ、中心市街地には観光スポットが集中しており、松山城、道後温泉を含む市有観光施設においては、観光入りこみ客数を把握している。そこで、市有の観光 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)の観光入り込み客数合計を「中心市街地内の観光客数」の指標に設定する。

中心市街地内の観光客数

3)「街なかの商業活性化」の数値目標の考え方

街なかの商業活性化は、居住者にとって必要な食料品等生活必需品を提供するスーパーや個人商店を始め、広域から集客し、買回り品や飲食、サービスを行う百貨店や中央商店街店舗の売上が増加することで成立するものである。そこで、その状況を端的に表すものであり、商業統計調査でフォローアップも可能な「小売年間商品販売額」を指標に設定する。

中心市街地の小売年間商品販売額

(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

中央商店街の歩行者通行量は、平日においては減少していないが、多くの人々が集い楽しむ休日においては、ここ数年減少傾向が続き(P19、20 参照)、中心市街地内の大型店の閉館、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、「まちなか暮らし・賑わい事業所立地促進要綱」の制定による商業・サービス業の立地促進や、道路改良(カラー舗装の改修)、イベント事業、加えて観光客を引き込む魅力ある商店街とするなどの総合的な取り組みによって、同地での賑わいや回遊性の向上を図ることとする。

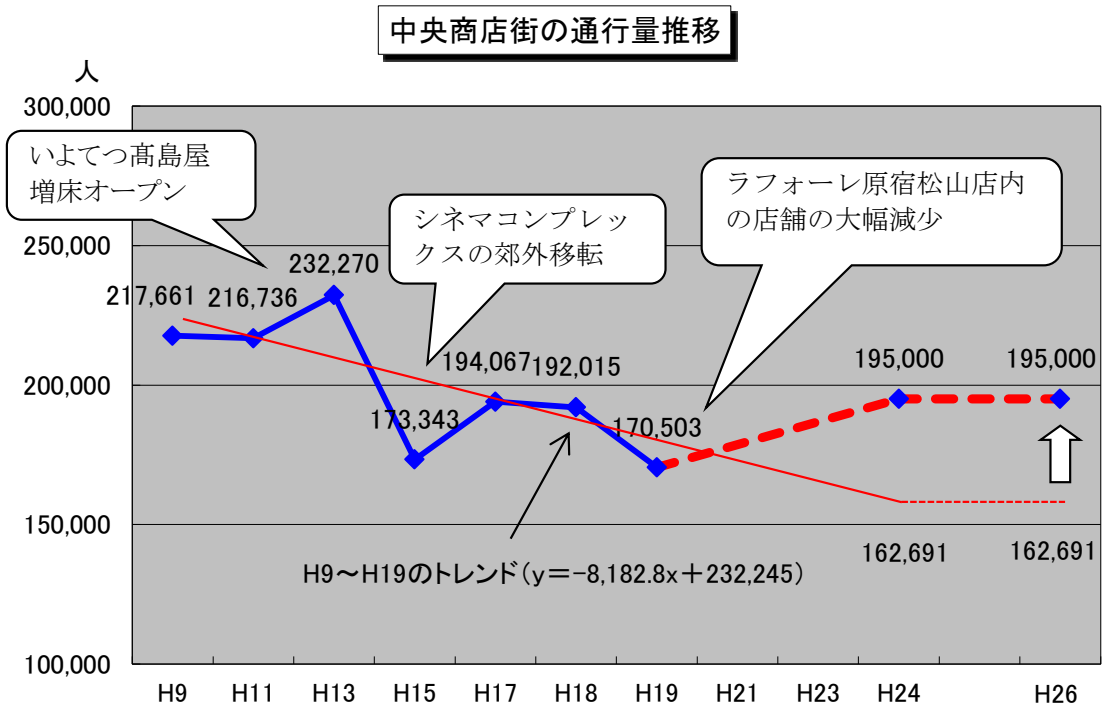
来街者の通行量の目標値(休日)について、ＪＲ松山駅周辺整備完成目標年次である平成 32 年の長期目標として、232 千人とし、当面、平成 26 年度においては、平成 17 年度を上回る 195 千人とする。

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。

現況値(平成 19 年度)	→	目標値(平成 26 年度)	⇢ 将来
170.5千人 (休日)		195千人 (休日)	

現況 170.5 千人－減少トレンド 7.8 千人＋
今回の取り組み 35.6 千人≒195 千人

(参考)長期目標:平成 32 年
232千人



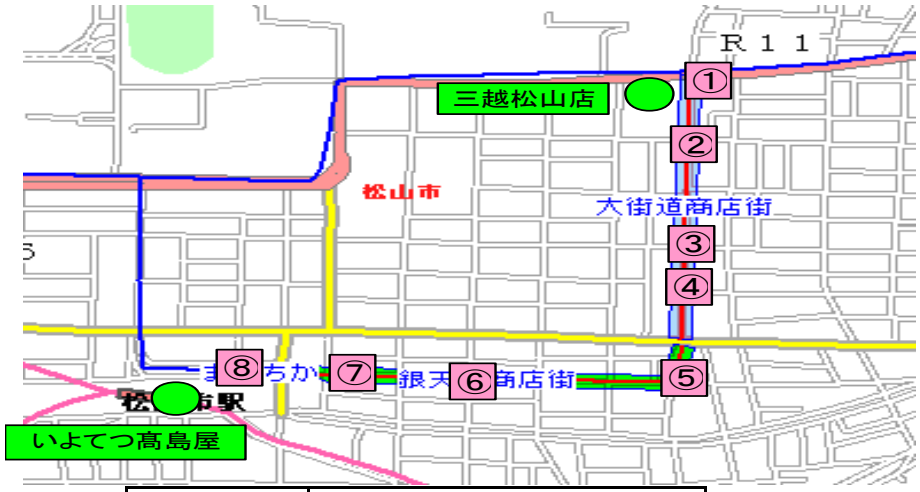
資料:「中央商店街通行量調査」

○数値目標の設定とその考え方

調査地点と現況値

賑わいのある中央商店街は、そこを核として、周辺に、商店、飲食店が集積し、それを取り巻く様にマンション、オフィスビル、官庁街が存在しており、市民や観光客にとって、まちの楽しさを提供する地域である。また、百貨店が両端に立地し、加えて交通結節拠点である伊予鉄道松山市駅があることで、歩いて楽しい、回遊性のあるエリアとなっていることから、当該商店街において通行量調査を実施してきた。これら 8 調査地点は、商店街全体の賑わいや回遊性の効果を測定するのに適した調査地点であることから、今回の事業の数値目標設定に当っても調査地点として設定し、通行量は、当該 8 調査地点の通過合計とする。

調査地点



調査地点番号	調査地点
①	ファースト前
②	児玉写真館前
③	メガネスーパー前
④	アイビル前
⑤	おいでんか前
⑥	三浦屋前
⑦	伊予銀行支店前
⑧	まつちか

○数値目標設定の根拠

a. 商業環境の変化等による減少見込み:7.8 千人減少

中央商店街の通行量は、調査を開始した平成 9 年以降、郊外では大型店の出店が進み、区域内では大型店やシネコン等が閉鎖される等、一定の商業環境が続いている平成 19 年までのデータを採用し、トレンド(近似線)を求めることで、平成 24 年度の推計値を算出する。

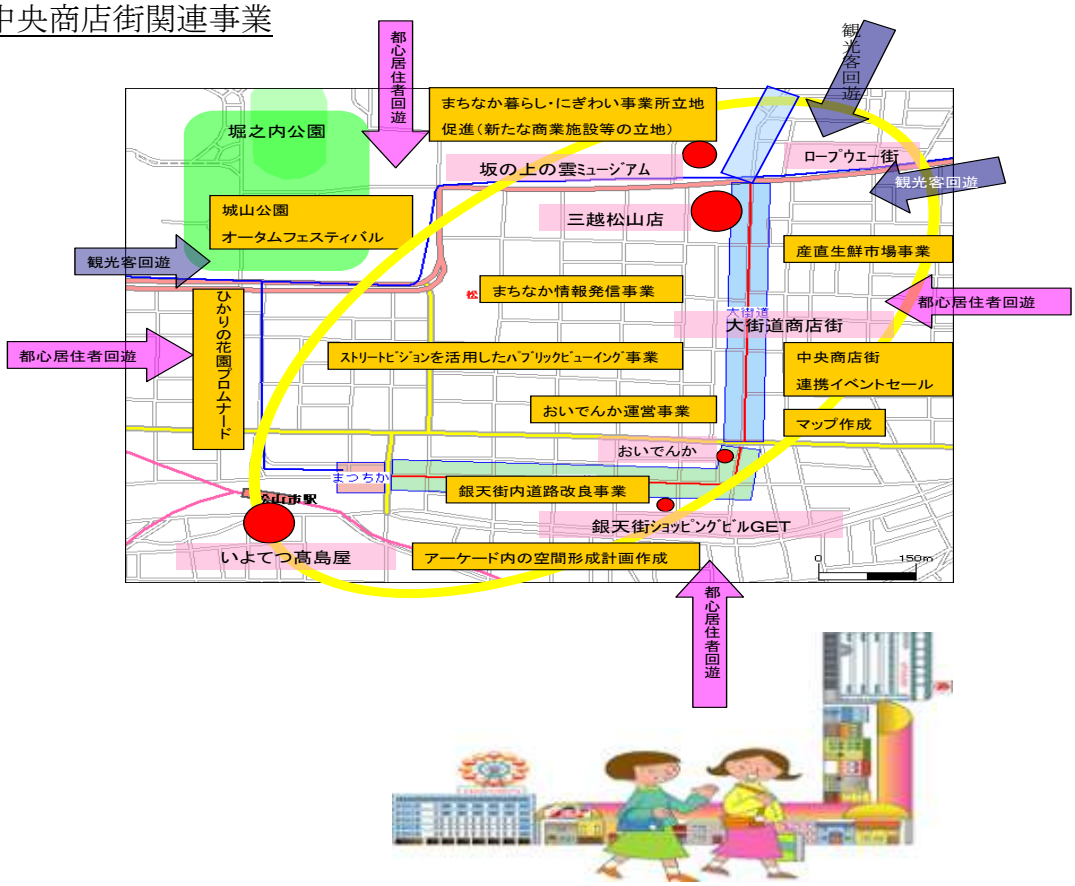
なお、平成 20 年 4 月に隣接町に立地した大規模集客施設(47,000 ㎡)の影響については、過去、隣接市町において、平成 12 年と 14 年にも合計 46,000 ㎡の大規模集客施設が立地していることから、その影響は H9～H19 のトレンド推計による減少分に含まれると判断できる。

また、来街者の通行理由が消費を含め多岐にわたることから、当該減少トレンドが今後、加速するとも減速するとも言えないため、トレンド推計に線形近似を採用する。

H9～H19 のトレンド：y＝－8,182.8 x ＋232,245
H24 年度の通行量推計値：162,691千人
H24 年での減少数：170,503－162,691＝7,812≒7.8 千人減少

b. 各種事業による効果： 35.6 千人増加

主な中央商店街関連事業



ア. 新たな商業施設等による集客効果 12.3 千人

中心市街地活性化区域内において、商業・サービス業等事業所の立地を促進する中で、現在、立地が予定されている「ラフォーレ原宿・松山」跡地への商業ビル（2,300 ㎡）、銀天街内空き店舗の松山ポポロ（1,000 ㎡）への有名ファッションブランド入居により、魅力的な商業テナント面積 3,300 ㎡が増えるため、その集客効果を 12.3 千人見込む。

3,300 ㎡×0.68 人/㎡（※1）×5.5 回遊（※2）＝12,342≒12.3 千人

※1 1 ㎡当り来客数

中央商店街内の商業施設へのヒアリング調査により、休日の来店者数を面積で除したところ、約 1.2 人/㎡となり、増設については、過去の大型店の実績から、約 0.16 人/㎡となっており、新設・増設の中間数値として、今回、0.68 人/㎡を採用する。

※2 平均回遊数

中央商店街の来街者アンケート調査（平成 14 年 3 月愛媛大学との協働調査）により、来街者

の歩行動線を地図上に記入し、通過した調査ポイントを集計すると下記の表のとおりで、来街者一人当たりの平均回遊数は 5.0 回であった。

平均回遊数:2,252÷452＝4.98≒5 回

通過地点数	人数	8 地点合計	
8	161	1,288	
7	34	238	
6	6	36	
5	0	0	
4	126	504	
3	22	66	
2	60	120	
1	0	0	
0	43	0	
合計	452	2,252	平均 4.98

＜回遊数のアップ＞

中央商店街の魅力と回遊性向上を図るため、以下の取り組みを行う。

○「ラフォーレ原宿・松山」跡地への商業ビル及び銀天街内松山ポポロ（空き店舗）への有名ファッションブランド入居により、中央商店街に新たな魅力的な集客施設が生まれる。

○まちなか暮らし・賑わい事業所立地促進事業による新たな商業施設の立地促進

○中央商店街路面のリニューアル化とこれに伴う商店のファサード統一等アーケード内の空間の魅力アップ

○まちかど案内情報発信事業の強化

○市民ニーズ別の新たなマップの作成事業

○ストリートビジョンを活用した情報発信事業

○複数の商店及び商店街による共同販促事業など、中央商店街の魅力と回遊性向上を図る各種取り組みにより、平均回遊数を 5 回から 1 割増の 5.5 回に向上させるものとする。

イ. 賑わい創出商業連携事業　2.8 千人

複数店舗による共同販促事業や「おいでんか」の拠点機能の充実、中央商店街やロープウェー商店街外における産直生鮮市や定期的イベント、百貨店や商店、飲食店など中心部の総合力を結集した「有限責任中間法人お城下松山」による持続的な共同販促イベント、アーケード内の大空間を活かしたモーターショーなど消費者向け見本市の開催、セールを毎週末に実施するなど拡大・強化し、更に銀天街及び大街道（中央商店街）内道路のカラー舗装に伴うアーケード空間の魅力アップなど、中心市街地における商業者が一体となって活性化に取り組むこととしており、これらの効果を 2.8 千人見込む。

500 人（※1）×5.5 回遊=2.8 千人

※1 イベント集客数

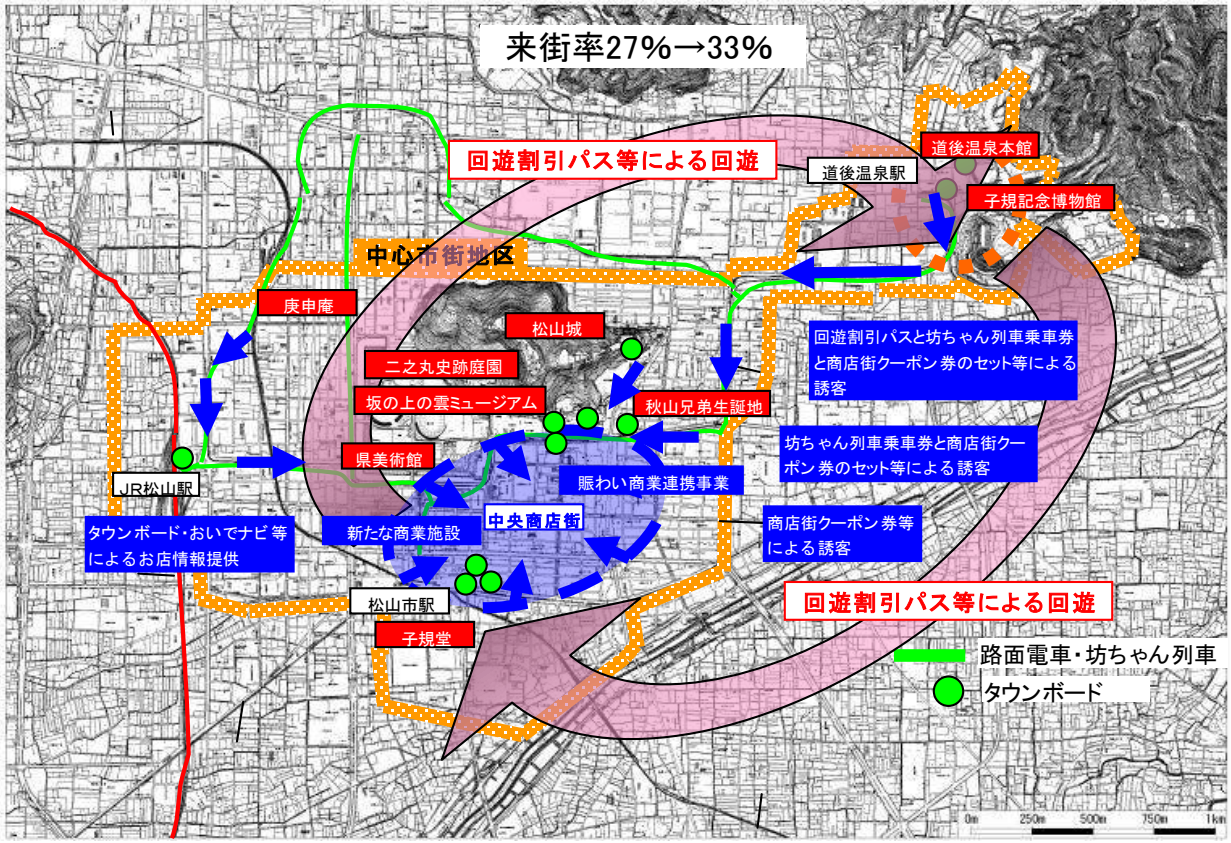
商店街や産直市関係者、既存商業施設等へのヒアリング調査（H19 年度）により、イベント集客効果として小規模なものでも 500 人～2,000 人程度の来客増加。

ウ. 観光客の増加に伴う効果　2.2 千人

後述の「観光交流人口の増加」への取組により、2.2 千人の増加を見込む。

更に、「ラフォーレ原宿・松山」跡地への商業ビル建設等新たな商業等集客施設の立地や銀天街内松山ポポロ（空き店舗）への有名ファッションブランド入居、産直生鮮市、消費者向け見本市など上記賑わい創出商業連携事業による中央商店街の魅力アップにより、観光客の中央商店街への来街率を高めるとともに、中心市街地内の各観光施設のチケットをセットにして料金を割り引く「回遊割引パスポート」や路面電車・坊っちゃん列車乗車券及び商店街内店舗のクーポン券をセットにして発行することで誘客を図る。加えて、街なかに設置しているタウンボードやストリートビジョン、携帯案内システム「おいでナビ」などによるバーゲン情報や観光客向けの物販店・飲食店等の各種情報提供により、現行の来街率 27%を 33%（※1）に向上させることで 0.4 千人増を図り、あわせて 2.2 千人の増加を見込む。

中央商店街への来街率増加策



・中心市街地の観光客増加数※2:　223 千人

・休日の観光客:　223 千人÷365 日×2（※3）＝1.2 千人

・中央商店街を訪問する観光客:　1.2 千人×33%（来街率）×5.5 回遊＝2.2 千人

（従来の 27%分:1.8 千人＋来街率アップの 6%分:0.4 千人）

※1　来街率について

平成19年実施の松山城及び道後温泉での観光アンケート調査（P33参照）によると、松山城及び道後温泉に訪れる観光客の内、大街道及び銀天街への現状の来街率は以下の通りである。

松山城観光客：大街道 29.1%、銀天街 24.3%

道後温泉　　：大街道 36.2%、銀天街 19.0%

平均　　：大街道 32.7%、銀天街 21.7%　　全平均 27%

全平均約 27%→上記取組みにより、大街道並の 33%へアップ

※2 中心市街地の観光客増加数

248 千人（P81 参照）×90.0%（来街率 P32 参照）≒223 千人

※3　休日ウェイト

2 大観光地のうち、専ら観光客が利用する松山城の天守閣入場者数において、平日と休日の割合は過去の実績から 1 ： 2.2 程度の割合となっているため、当該数値を採用する。

平日 828 人 ： 休日 1,887 人＝1 ： 2.28≒1 ： 2.2→2 倍を採用

エ. 定期券利用客をターゲットにしたJR松山駅からの来街者増加　1.3 千人

「ラフォーレ原宿・松山」跡地への商業ビル立地や銀天街内松山ポポロ（空き店舗）への有名ファッションブランド入居、産直生鮮市、消費者向け見本市など賑わい創出商業連携事業による中央商店街の魅力アップを図る中で、特に、JR松山駅を利用する通勤・通学定期客に対し、休日にも街なかに来訪してもらうために、通勤客にはイベント情報による家族での来街促進、学生にはフリーペーパーや「おいでナビ」等による買い物、レクリエーション、イベント情報の発信やポイント還元事業により来街を促進することで、1日平均7,772人（H18年調べ）の利用客のうち、定期券利用者約 3,600 人（内通勤約 2,100 人、通学 1,500 人）をターゲット（※1）にJR松山駅からの中央商店街への来街者増を図り、通行量の増加を 1.3 千人見込む。

3,600 人×2/3（※2）×10%（※3）×5.5 回遊＝1.3 千人

※1 「定期券購入者をターゲット」について

通勤・通学目的である定期券は休日でも利用できるため、同購入者の来街の潜在性は高いと判断できる。

※2 市外からの乗降客率

定期券利用者 3,600 人（H18 年）のうち、市外からの乗降客を概ね 2/3（H17 国勢調査による流出入人口比による）と見積もる。

※3 情報発信事業である「まつやまインフォメーション事業」において、イベント時のプラスポイントには、登録者の約 15%がポイントを得るため中央商店街に来街していることから、JR利用者を対象に普及を図ることで、10%増の来街を見込む。

オ. 既存来街者の回遊数向上(5 回遊から 5.5 回遊)による効果　17.0 千人

前記、回遊数向上(アの※2 平均回遊数参照)への取り組みは既存来街者にも有効であることから、既存来街者の回遊増加を 17.0 千人見込む。

既存来街者数:170,000 人÷5 回遊＝34,000 人

34,000 人×(5.5 回遊－5 回遊)＝17.0 千人

★通行量増加の合計

ア. 12.3 千人＋イ. 2.8 千人＋ウ. 2.2 千人＋エ. 1.3 千人＋オ. 17.0 千人
＝35.6 千人

(参考 1):エグザイルダンススクール開校及び国際パティシエ・ブランジェ専門学校の開校による効果(平日と休日の合計)1.3 千人

中央商店街内に平成 20 年に開校したエグザイルダンススクール(若年者対象)の効果
{大人クラス 40 人＋子供クラス 40 人×2(生徒及び保護者)}×5.5 回遊＝660 人

国際パティシエ・ブランジェ専門学校の開校による効果
1 クラス 40 人×3 クラス×5.5 回遊＝660 人　　合計 1.3 千人増加

(参考2):将来の街なか居住の増加に伴う効果　2.8 千人

JR 松山駅周辺地区における土地区画整理事業について、平成 32 年の完成時には新たな居住者が約 1,000 人増加するほか、鉄道高架にあわせ西部地区へ路面電車を延伸により、路面電車の利用客も 500 人～1,000 人の増加が見込まれている。これに伴い、中央商店街の通行量は 2.8 千人の増加が見込める。

まちなか居住者増(土地区画整理事業計画):1,000 人
中心市街地街外の路面電車の利用者増:500 人

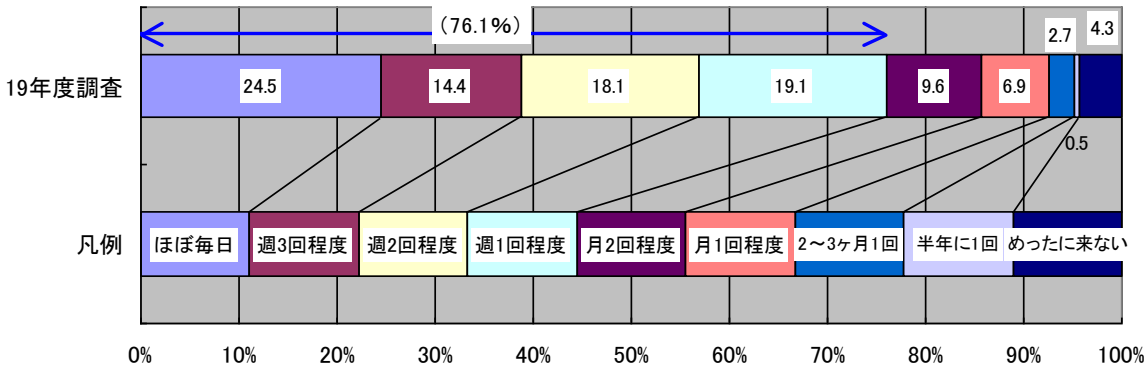
平成 32 年:(1,000＋500)×34%(※1)×5.5 回遊＝2.8 千人増加

※1　居住者の訪問率

平成 19 年の中央商店街通行量調査時に行った、「まちなか居住者アンケート」結果から、週 1 回程度以上中央商店街へ来街する割合は合計 76.1%である。

また、中心市街地に居住するにあたり重視したことに中央商店街の近さをあげた人が 44.5%であったことから、訪問率:76.1%(週 1 回以上)×44.5%(中央商店街の近さ)＝33.9≒34%を採用。

松山市中心部居住者の中央商店街への来街頻度



資料：松山商工会議所「中央商店街通行量調査」（平成19年度調査）

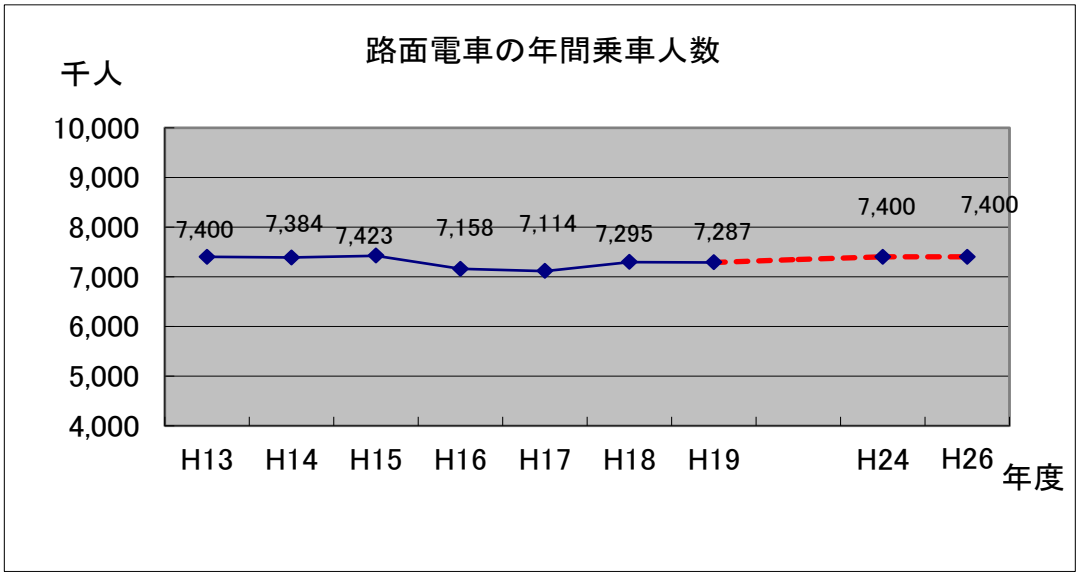
路面電車の年間乗車人数

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。

現況値（平成 19 年度）	→	目標値（平成 26 年度）
7，287千人		7，400千人

7,287 千人＋乗降客増加分 137.6 千人≒7,400 千人



○数値目標設定の考え方

a. 路面電車の乗車人数は、上記グラフのとおり、平成 16、17 年度には若干減少したものの、直近の 2 年は 7,300 千人弱で安定しており、将来も大きな増減なく 7,300 千人程度で推移するものと推測できるため、平成 19 年度の乗車人数を基本に、各種事業効果を推定し将来値を算定する。

○数値目標設定の根拠

b. 各種取組による効果：　137.6 千人増加

ア. 中央商店街の歩行者通行量の増加による効果　128.7 千人増加

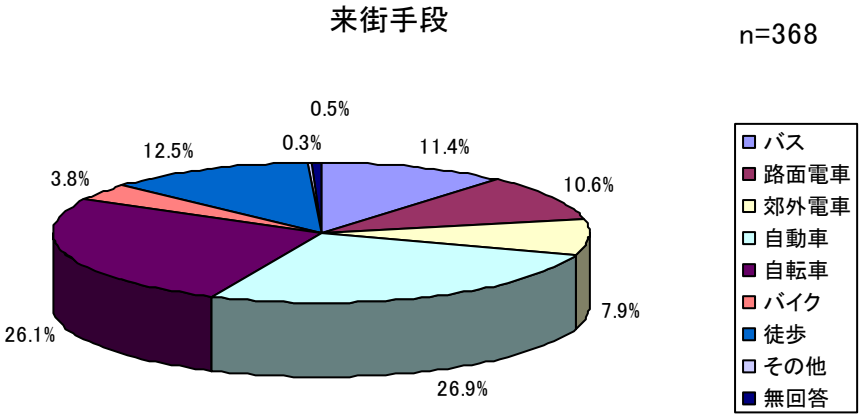
今回の取り組みにおいて中央商店街の歩行者通行量の増加は、前述のとおり

(35.6－7.8)(P64 参照) 千人÷5.5 回遊＝5.1 千人増加する。

平成 18 年の通行量調査において、中央商店街への来街手段の内、路面電車による来街は、10.6%であることから、中央商店街の両端に位置する、市駅前と大街道の両駅を利用する乗降

客は下記の通り128.7 千人増加する。

5.1 千人×10.6%×119 日(土日祝日の日数)×2(往復)＝128.7 千人



「中央商店街通行量調査」(平成 18 年度)

イ. 観光客増加による効果　8.9 千人増加

今回の取り組みにおいて松山市の観光客数は、後述(P81)のとおり 248 千人増加する。

平成 19 年に調査した観光アンケートにおいては公共交通機関の利用者はロープウェイ駅舎では 41.6%、道後では 34.6%であったことから、公共交通機関利用者は 40%程度見込める。

下記表より　路線バス＋JR＋飛行機＋フェリー、高速船＝41.6%(ロープウェイ駅舎)
＝34.6%(道後)

来街交通手段

No.	カテゴリー名	道後		ロープウェイ駅舎	
		n	%	n	%
1	マイカー	58	52.7	59	55.7
2	観光バス	8	7.3	1	9
3	路線バス	7	6.4	2	1.9
	JR	6	5.5	11	10.4
5	飛行機	12	10.9	25	23.6
6	フェリー、高速船	13	11.8	6	5.7
7	自転車・バイク	1	0.9	1	0.9
8	その他	5	4.5	1	0.9
	全体	110	100.0	106	100.0

平成 19 年度観光調査

従って、公共交通機関を利用して中心市街地の観光地を訪れる観光客数は、下記の通り 89 千人が見込める。

248 千人×0.90(中心市街地来街率 P32 参照)×40%＝89 千人

さらに、当該観光客は、観光地の回遊に公共交通機関の利用が考えられ、そのうち、路面電車利用者は下記のとおり8.9 千人と推計される。

・路面電車1Dayチケットの販売数

中心市街地内に集中する観光施設を路面電車で便利に回遊していただくため、観光客を対象とした、路面電車一日乗り放題券が発売しており、平成 19 年度には約 150 千枚（P54 参照）が発券されている。

また、平成 19 年の中心市街地を公共交通機関で訪れた観光客は約 1,500 千人と推定されていることから（P34 参照）、公共交通機関で来街する観光客の 1 割は、1Dayチケットを利用していると推定される。

よって、路面電車を利用して観光スポットを回遊する観光客は、

89 千人×10％＝8.9 千人

と推計される。

★路面電車の年間乗車人数の増加

ア 128.7 千人＋イ 8.9 千人＝137.6 千人増加

○フォローアップ

中央商店街の通行量を目標とするため、通行量調査を活用し、8 つの調査地点での通行量を測定し、分析・評価する。また、路面電車の年間乗車人数についても、中心市街地全体の賑わいを計るための目標指標として、毎年分析・評価する。この結果を松山市中心市街地活性化協議会に報告し、協議の上、必要に応じて事業の精査・見直しを行い、目標達成に必要な措置を講じるものとする。

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～

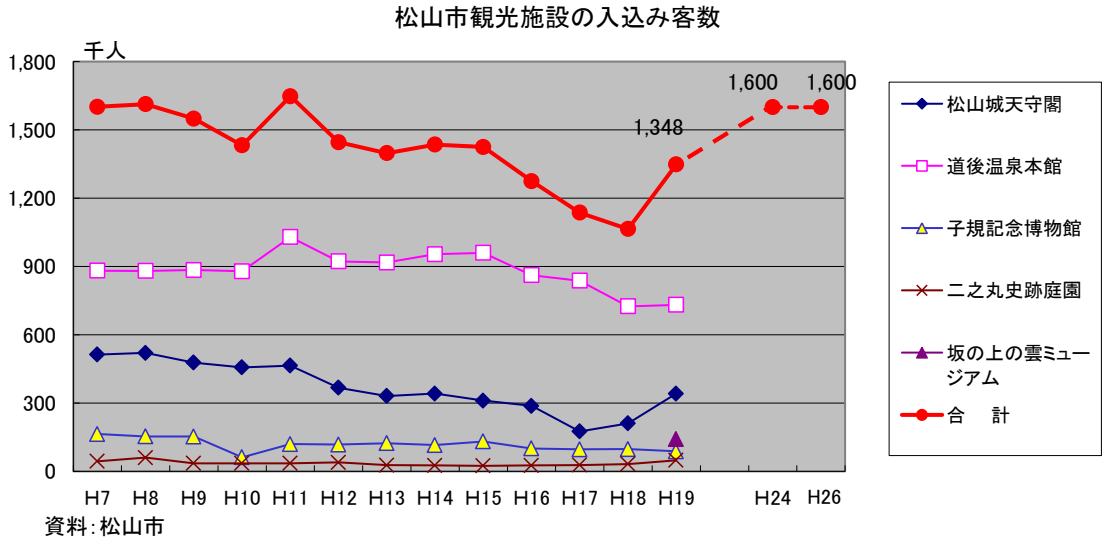
「坂の上の雲」のまちづくりを進める本市の中心市街地は、松山城と道後温泉という 2 つの観光拠点を有する重要な地域であり、この 2 つの観光拠点に加えて平成 19 年 4 月には坂の上の雲ミュージアムがオープンした。

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。

現況値（平成 19 年）	⇒	目標値（平成 26 年）
1，348千人		1，600千人

1,348 千人＋275 千人（入場者増加数）≒1,600 千人



資料：松山市

○数値目標の設定とその考え方

中心市街地は、松山城をはじめ、道後温泉本館、子規記念博物館、二之丸史跡庭園、坂の上の雲ミュージアムなど、松山の主要な観光拠点が数多く存在しており、観光客が回遊する極めて重要な観光地域である。従って、松山市を訪れる観光客が増加すれば、必然的に中心市街地内を回遊する観光客は増加し、当該市有観光 5 施設への入場者増も見込まれるものであり、当該 5 施設の入場数を目標数値として設定する。

なお、中心市街地に所在する市有観光 5 施設を訪れた観光客の割合は、「松山市を訪れた観光客が滞在中に訪問した観光スポットに関する調査」によると、次のとおりである。

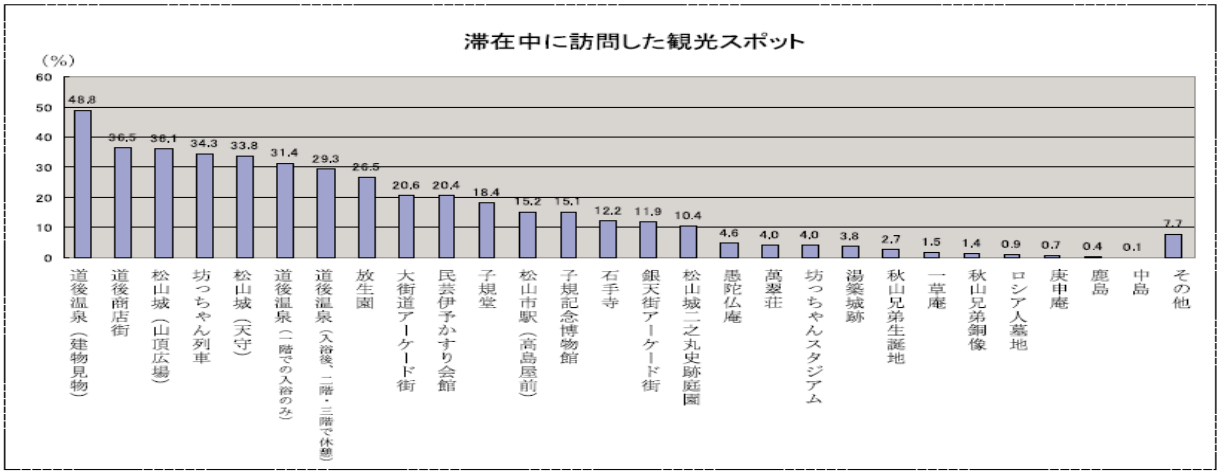
1 松山城天守閣　33.8%

2 道後温泉本館　31.4%

3 子規記念博物館 15.1%

4 松山城二之丸史跡庭園 10.4%

5 坂の上の雲ミュージアム 15.1%(オープン日が平成 19 年 4 月であることから、調査対象外であり、文学系の市立博物館であり、同規模の展示面積を有する施設である子規記念博物館の数値を準用した。)



出典:松山市「観光客アンケート調査 (宿泊者、観光施設利用者)」 平成17年度実施 N=1617

○数値目標設定の根拠

各種事業よる効果 275 千人増加

市有観光5施設の名称等	平成19年	入場者増加数			平成26年
		ア. 観光客増分	イ. 訪問率増	計	
(1)松山城天守閣 入場者数	341 千人	84 千人	4 千人	88 千人	429 千人
(2)道後温泉本館 入浴客数	731 千人	78 千人	4 千人	82 千人	813 千人
(3)子規記念博物館 入館者数	87 千人	37 千人	2 千人	39 千人	126 千人
(4)松山城二之丸史跡庭園 入場者数	48 千人	26 千人	1 千人	27 千人	75 千人
(5)坂の上の雲ミュージアム 入館者数	141 千人	37 千人	2 千人	39 千人	180 千人
計	1,348 千人	262 千人	13 千人	275 千人	1,623 千人

ア. スペシャルドラマ放映と新たな観光振興施策よる効果 262 千人

本市が舞台となる NHK スペシャルドラマ「坂の上の雲」は、通常の大河ドラマと異なり、全 13 回を平成 21 年から平成 23 年までの 3 年間に分けて毎年秋から放映されるもので、大河ドラマに比べて放映回数は少ないものの、そのテーマが長年にわたりドラマ化が熱望されていた人気小説「坂の上の雲」であること、1回の放映時間が 90 分であること、放映期間が長期にわたること、この放映の間に関連の特別番組や再放送等が計画されていることなど、NHKが総力を挙げて取り組むと表明していることを証するに足る要素があり、また地元松山市においては、大河ドラマ開催地において一般的に実施される関連イベントに加えて、スペシャルドラマ「坂の上の雲」魅力創出事業として「まつやまエポック」と題したイベントをドラマ放映の1年前からドラマ終了後の1年間までの期間、計 5 ヵ年にわたって実施するなど、スペシャルドラマ放映を起爆剤とした観光振

興施策に取り組むことで、目標年次の平成26年度までに、観光客の増加248千人(※1)を図り、中心市街地内の市有観光5施設の入場者増262千人を見込むものである。

	観光客増 × 訪問率(前述参照)
(1)松山城天守閣入場者増加数	248千人×33.8%＝84千人
(2)道後温泉本館入浴客増加数	248千人×31.4%＝78千人
(3)子規記念博物館入館者増加数	248千人×15.1%＝37千人
(4)松山城二之丸史跡庭園入場者増加数	248千人×10.4%＝26千人
(5)坂の上の雲ミュージアム入館者増加数	248千人×15.1%＝37千人
合計	262千人

※1 スペシャルドラマ放映と新たな観光振興施策よる観光客の増加 248千人

NHKスペシャルドラマ「坂の上の雲」放映を起爆剤に新たな観光施策を展開することで、下記のとおり観光客の増を見込む。

また、ドラマ効果については、過去15年間放映の大河ドラマの舞台となった地域のうち、観光客が特定自治体に集中したと思われる4都市を選定し、大河ドラマ放映時の増加率や放映後の減少率等を参考に、観光客の増加を算定する。

A. オータムフェスティバルによる効果:100千人

平成19年からスタートした堀之内公園を主体としたオータムフェスティバルは、堀之内に所在する他の施設との連携もあり、約300千人の集客(松山市民を含む。)があり、来場者調査により概ね1/3が観光客であった。

平成20年度からは、事業予算を2倍にし、既存イベントの充実強化を図るとともに新たなイベントを追加し、事業期間の延長や開催回数の増加を図り、さらに平成22年以降は堀之内公園の第1期整備の完了にあわせて本格的かつ積極的な公園活用を図ることで、平成19年の300千人を集客した実績から倍増の約600千人の集客を見込み、その1/3の約200千人(H19からの増加は約100千人)の観光客の増加を見込む。

300千人(＊1)×1/3(＊2)＝100千人の増加

＊1 オータムフェスティバル強化による増加来場者

＊2 観光客の割合【19.11.10 市内堀之内における「キッズふれあいランド」実施時における本市職員による来場者抽出アンケート調査結果】

B. 坂の上の雲魅力創出事業(まつやまエポック)による効果:25千人

坂の上の雲魅力創出事業「まつやまエポック」は、スペシャルドラマ放映前の平成20年から放映後の平成24年までの5年間の事業で、ドラマ放映を契機に市全体の機運の盛り上げ、新たに情報を発信するなど各種事業を展開し、魅力都市を創造するもので、ドラマ放映終了後まで事業を行い、観光客に松山を楽しんで帰っていただくことで、リピーターを増やし、ドラマ効果を維持することも目的としている。

主な事業として、国際市民リレー自転車マラソンや市街劇「人力飛行機ソロモン松山篇「「坂の上の雲」を目指して」、松山国際街フェアなど市外からの来街が見込める事業や、東京・大阪などの都市圏で開催する小説「坂の上の雲」やスペシャルドラマにちなんだシンポジウムの開催によ

る情報発信事業などにより、ドラマ放映の前年にスタートすることで、ドラマ効果とは別に年間約25千人の新たな観光客の増加を図る。

74千人(＊1)×1/3(＊2)＝25千人

＊1 まつやまエポック来場者予想数

①国際市民リレー自転車マラソン(ツール・ド・マツヤマ) 22,000人
(出場者2,000人＋観客20,000人)観客は主会場(堀之内特設)観客席数等から算出。

②千人千句千米チェーン俳句大会 12,000人
(出場者2,000人＋観客10,000人)観客は松山俳句甲子園開催時の観客数から算出。

③「松山の味・食」料理三ツ星レシピ大賞 2,000人
観客2,000人 主会場(市民会館大ホール)席数から算出。

④市街劇「人力飛行機ソロモン・松山篇(「坂の上の雲」を目指して)」 22,500人
(出場者500人＋観客22,000人)観客は「堀之内公園オータムフェスティバル」で実施した同種のイベント観客から算出。

⑤「坂の上の雲」全国創作紙芝居コンクール＆ウォーク・ウィーク 10,500人
(出場者500人＋観客10,000人)観客は主会場(市民会館大ホール)席数、「堀之内公園オータムフェスティバル」で実施した同種のイベント観客から算出。

⑥松山国際街フェア(松山国際街プロジェクト) 4,800人
(出場者800人＋観客4,000人)観客は主会場(市民会館大ホール)席数、「堀之内公園オータムフェスティバル」で実施した同種のイベント観客から算出。

①から⑥合計73.8≒74千人増

＊2 Aで記載した市外からの新規来場者(観光客)の割合

C. スペシャルドラマによる効果:74千人

1. 増加分

今回の「スペシャルドラマ」は、発行部数2,000万部を超えるサラリーマンの愛読書ランキングナンバーワンでありながら、作者本人の遺言により、長年にわたり映像化できなかった原作について、司馬遼太郎記念財団の協力が得られたことを機に、NHKが総力を挙げて取り組むことと発表しており、下記理由からも「大河ドラマ」に相当する効果が見込める。

(1) 配役に名実とも日本を代表する俳優を続々と起用していること。
(2) ロシア、中国などの海外や全国各地における大規模かつ3年間という長期的なロケやその公開によるPRが実施されること。
(3) 平成20年3月22日(総合テレビ・22:00～22:45)を皮切りとして、今後メイキング番組や関連番組などの事前PR番組が複数回製作されること。
(4) 公開シンポジウムなどの事前PR事業が実施されること。
(5)通常「大河ドラマ」が放映されることとなれば、旅行者のニーズに応じる形で旅行会社によりいわゆる「ご当地ツアー」が造成されることになるが、複数の大手旅行会社に対し聞き取り調査を行ったところ、下記の理由により、今回のスペシャルドラマも同様の扱いを行う予定であるとの回答を得ていること。

・ 放送回数の多寡にかかわらず、ドラマのゆかりの地に旅行してみたいという固定客が相当数存在すると考えられる。
・ NHKとしても費用対効果の追求は必然的課題であることから、2 年目以降は、前年放送分を再放送するほか、この間に、明治や日本という国をテーマとした特別番組なども予定されており、前述のような様々な事前PR番組の制作なども予測される。
・ 通常の「大河ドラマ」の固定ファンに小説「坂の上の雲」のファンが加わり、注目度も高いと考えられる。

以上のことから、大河ドラマ並みの観光需要が発生すると思われるが、放送が 3 ヵ年にわたることを考慮し、今回のスペシャルドラマによる効果を 5.8%と推定する。

17.4%(＊1)×1/3(＊2)＝5.8%
5,074 千人(＊3)×0.058＝294 千人

＊1 大河ドラマ放映市(類似都市)の観光客の平均増加率
＊2 大河ドラマは 1 年放映であるが、今回のスペシャルドラマ 3 年放映であることを考慮し、効果を1/3とする。
＊3 平成 19 年観光入込み客数(平成 19 年松山市観光客推定表 P34 参照)

大河ドラマ(類似都市)の視聴率、観光客の増加減少率

市名	大河ドラマ名	視聴率(平均)	放映前 3 年平均観光客数	放映年観光客数	放映後観光客数	増加率	減少率
A市	功名が辻	20.9%	2,014 千人	2,093 千人	1,995 千人	3.9%	4.7%
B市	利家とまつ	22.1%	6,423 千人	7,835 千人	6,578 千人	22.0%	16.0%
C市	毛利元就	23.4%	9,287 千人	10,235 千人	9,364 千人	10.2%	10.2%
D市	将軍吉宗	26.4%	4,727 千人	6,194 千人	5,203 千人	31.0%	8.5%
合計		22.1%	22,451 千人	26,357 千人	23,140 千人	17.4%	12.2%

2. 減少分(ドラマ放映後の落ち込み)

類似市によるドラマ放映以降の落ち込みは 12.2%となっているが、今回のスペシャルドラマは 3 ヵ年にわたることから、放映後の落ち込みを 4.1%と推定する。

12.2%×1/3(＊1)＝4.1%
(5,074 千人＋294 千人)×0.041＝220 千人

＊1 大河ドラマは 1 年放映であるが、今回のスペシャルドラマ 3 年放映であることを考慮し、効果を 1/3 とする。

そして、1、2 から今回のスペシャルドラマにより平成 24 年度に松山を訪れる観光客数を、74千人と推定する。

294 千人-220 千人＝74 千人

D. 松山まつりにおける著名人の登用等による効果:11 千人

①平成 17 年夏の松山まつり(野球拳おどり)に萩本欽一氏を登用したところ 2 万人(うち観光客7千人)の増客効果が得られたことから、平成22年以降の松山まつりにおいて、同氏に匹敵する誘客効果が期待できる著名人(スペシャルドラマ出演者、松山市ゆかりの人などを予定)を登用する。

20 千人(＊1)×1/3(＊2)＝7 千人の増加

＊1 萩本欽一氏を登用した平成 17 年松山まつり(野球拳おどり)観客前年比増加数
170 千人－150 千人＝20 千人

＊2 A で記載した市外からの新規来場者(観光客)の割合

②毎年春に開催の松山春まつり(大名・武者行列)においても、上記と同様に萩本欽一氏に匹敵する誘客効果が期待できる著名人を登用する。平成19年度「松山まつり(野球拳おどり)」の観客数 165,000 人に対して同年度の「松山春まつり(大名・武者行列)」の観客数が95,000 人であることから、観光客増加数を 4 千人見込む。

20 千人(＊1)×(95,000／165,000)(＊3)×1/3(＊2)＝4 千人の増加

＊1 萩本欽一氏を登用した平成 17 年松山まつり(野球拳おどり)観客前年比増加数
＊2 A で記載した市外からの新規来場者(観光客)の割合
＊3 平成 19 年度「松山まつり(野球拳おどり)」の観客数 165,000 人と同年度の「松山春まつり(大名・武者行列)」の観客数 95,000 人に基づく観客数の割合

①7 千人＋②4 千人＝11 千人の増加

E. 堀之内公園の整備による効果:38 千人

「黒門」など一部の史跡整備や、二之丸史跡及び松山城と一体となった美観、またセントラルパーク的な憩いの空間などが生まれ、堀之内の観光地としての魅力が向上することから、平成 21 年度末の堀之内公園の整備完了(第1期)により、翌平成22年度から、同様の魅力を持ち、既に史跡整備を行った二之丸史跡庭園と同等以上の整備事業による誘客効果を予定している。

48,377 人(＊1)－10,400 人(＊2)＝38 千人

＊1 平成 19 年の二之丸史跡庭園の入場者数 48,377 人
＊2 平成 19 年度オータムフェスティバル(来場者 300 千人)による二之丸史跡庭園への入場者数 10,400 人
300 千人×1/3(＊3)×0.104(＊4)＝10,400 千人
＊3 A で記載した市外からの新規来場者(観光客)の割合
＊4 松山城二之丸史跡庭園を訪れる観光客の割合(P76 「滞在中に訪問した観光スポット」グラフ参照)

★観光客の増加数(合計) 248 千人

A100 千人＋B25 千人＋C74 千人＋D11 千人＋E38 千人＝248 千人

イ. 市有 5 施設の訪問増加率の増による効果 13 千人

	観光客増	訪問率	訪問率増分
(1)松山城天守閣入場者増加数	248 千人	× 33.8%	×5%(※2)＝4 千人
(2)道後温泉本館入浴客増加数	248 千人	× 31.4%	×5%＝4 千人
(3)子規記念博物館入館者増加数	248 千人	× 15.1%	×5%＝2 千人
(4)松山城二之丸史跡庭園入場者増加数	248 千人	× 10.4%	×5%＝1 千人
(5)坂の上の雲ミュージアム入館者増加数	248 千人	× 15.1%	×5%＝2 千人
合計			13 千人

※2 スペシャルドラマ放映を起爆剤とした各種観光振興施策のうち、下記の事業等により、中心市街地内の回遊性の向上と市有観光 5 施設の訪問率の 5%(注)アップを図るものとする。

・道後温泉駅前街区・本館周辺ファサード景観整備事業　・まつやまｲﾝﾌｫﾒｰｼｮﾝ

・朝市等活性化事業　・バスロケーションシステム　・観光おもてなし対策事業

・道後の街活性化対策事業　・道後温泉夏まつり　・道後温泉地区における誘客キャンペーン

・まちなか回遊手段提供事業　・まちなか回遊情報提供事業　・まちなか回遊サービス提供事業

(注)5%の根拠:

平成 20 年夏に実施した、市有観光施設回遊割引パス(坂の上の雲ミュージアムと子規記念博物館)実証実験により、同パスによる入り込み客数効果として、対前年同月比 3.3%増加しており、他の市有 3 施設を加えた効果としては、4.6%の増加が見込める。

((33.8＋31.4＋15.1＋10.4＋15.1)÷5)(＊3)／((15.1＋15.1)÷2)(＊4)×3.3%＝4.6%

(＊3)は市有 5 施設の平均訪問率 (＊4)は実証実験施設の平均訪問率

従って、上記各種施策による相乗効果として市有 5 施設の訪問増加率を 5%と推計する。

○フォローアップ

平成 26 年度までの放映期間中の取組による成果を踏まえ、「まつやまエポック」を楽しんでいただいた観光客の再来を促進するとともに、松山のいろいろな魅力の定着を図り、現在地元関係者と実施計画を策定中である道後の街活性化対策事業、「坂の上の雲」のまちづくり事業との連携、体験メニューの充実、市内回遊の促進、ライトアップ事業、プロスポーツとの連携、四国 88 箇所霊場巡り及び修学旅行の誘致など、松山市観光振興計画に基づく施策を早期かつ積極的に実施することによる新たな観光施設の整備や観光地としてのまちづくりに取り組む。さらに坂の上の雲ミュージアムや子規記念博物館における展示、既存イベントの充実強化など、総合的な観光振興に取り組む。

5 主要施設については、さらなる魅力向上に積極的に取り組むとともに、毎年、松山市が行っている観光統計により各施設への観光客を推計し、施策の効果を測定し、分析・評価する。この結果を松山市中心市街地活性化協議会に報告し、協議の上、必要に応じて事業の精査・見直しを行い、目標達成に必要な措置を講じるものとする。

3)「街なかの商業活性化」の数値目標

小売年間商品販売額

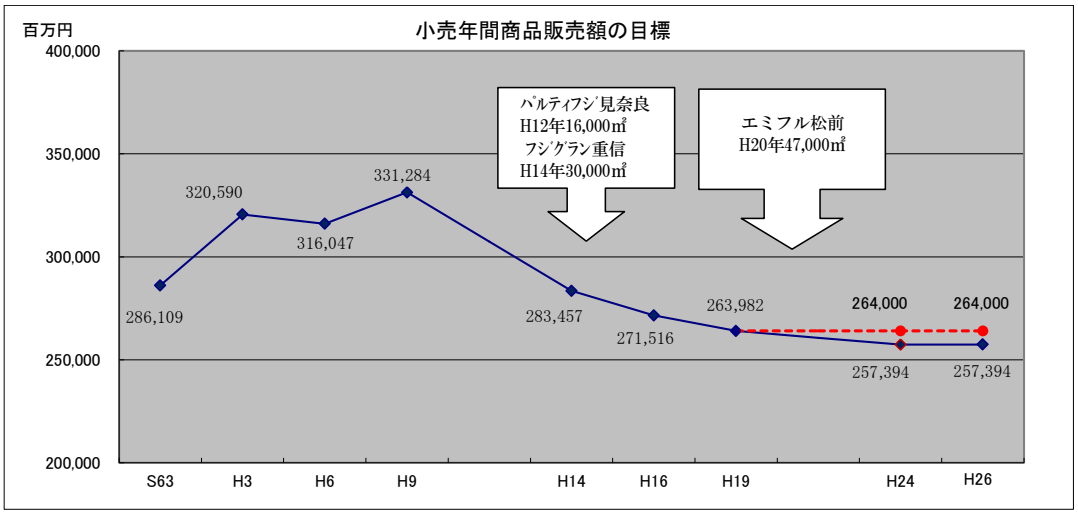
中心市街地の年間商品販売額は、平成 9 年をピークに減少し平成 16 年ではその約 82%、金額で約 600 億円の減少となっている。また、近隣市町への大規模集客施設立地もあって、本取り組みがなければ今後も減少が続くと予想されるが、今後の観光交流人口の増加による中心市街地での消費の拡大や、新たな商業施設の整備や中央商店街等における販売促進の取り組みにより、年間商品販売額について、平成 19 年の推定値を若干上回る年間 264,000 百万円を目標とする。

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。

現況推定値（平成 19 年度）	⇒	目標値（平成 26 年度）
263，982百万円		264，000百万円

現況:263,982 百万円−減少トレンド:6,588 百万円＋今回の取り組み:6,741 百万円

≒264,000 百万円



○数値目標の設定とその考え方

○数値目標設定の根拠

a. 商業環境の変化等による減少見込み:6,588 百万円減少

直近である平成 14 年から平成 16 年までの実績値によるトレンドにより、商業環境の変化による減少見込みを推定する。

平成 19 年:−10,869LN(X)+283,457＝263,982 百万円

平成 24 年:−10,869LN(X)+283,457＝257,394 百万円

平成 24 年での減少額:257,394−263,982＝6,588 百万円減少

なお、平成 20 年度に隣接町に立地した大規模集客施設の影響については、過去においても郊外大規模集客施設の影響が含まれていること、加えて、既存郊外店舗間の競争の激化が想定されることなどから、トレンド推計による減少を見込むものとする。

また、平成 18 年の都市計画法等の改正及び本市の準工業地域への大規模集客施設立地規制により、今後、本市商圏内における大規模商業開発圧力が弱まるものと思われ、競合による販売額の減少は徐々に減速される傾向が考えられるため、トレンド推計に対数近似を採用する。

b. 各種事業による効果: 6,741 百万円増加

ア. 新たな商業施設等の集客施設整備による効果 5,406 百万円

中心市街地活性化区域内において、現在、立地が予定されている「ラフォーレ原宿・松山」跡地の商業ビル(2,300 ㎡)、銀天街内空き店舗の松山ポポロ(1,000 ㎡)への有名ファッションブランド入居、フジグラン松山の商業床の増床(2,000 ㎡)により、魅力的な商業テナント面積5,300 ㎡増やすことにより、その効果を 5,406 百万円見込む。

5,300 ㎡×1.02 百万円/㎡＝5,406 百万円

なお、中心市街地の売り場面積1㎡当たり小売業年間販売額(※1)から算出する。

※1 中心市街地内の大規模小売店舗における売り場面積1㎡当たり小売年間販売額

115,595 百万円(年間販売額)÷113,548 ㎡(売場面積)

＝1.02 百万円/㎡

「平成 16 年商業統計調査から」

イ. 賑わい創出商業連携事業による効果 13 百万円

複数店舗による共同販促事業や「おいでんか」の拠点機能の充実、中央商店街やロープウェー商店街にて開催している産直生鮮市や「お城下松山」による持続的な共同イベントなどにより、1回あたりの事業につき500 人の来街者増を見込むことに伴う効果として、13 百万円の増加を見込む。

500 人(※1)×52(週休日の日数)×1/4(開催割合)×2 千円/人(※2)=13 百万円

※1 イベント集客数

商店街や産直市関係者、既存商業施設等へのヒアリング調査(H19 年度)により、イベント集客効果として小規模なものでも 500 人～2,000 人程度の来客増加。

※2 一人当たり消費額

商店街内店舗でのヒアリング調査(H19 年度)に基づき、買い物をしない来店者も含んだ一人当たりの消費額を 2 千円と見込む

ウ. 観光客の増加に伴う効果 1,265 百万円

前述(P81)の観光交流人口増加目標値 248 千人による効果として、1,265 百万円の増加を見込む。

なお、一人当たりのお土産代としては、5,970 円(P32 参照)により算出する。

223 千人(P69 中心市街地観光客増加数参照)×95%(※1)×5,970 円＝1,265 百万円

※1 中心市街地内での消費率

市内土産物店舗の売り場面積を平成 16 年商業統計調査と実地調査により推計し、その面積比を消費率とする。

10,500 ㎡(中心市街地内)÷11,000 ㎡(市全体)≒95%

エ. 回遊率増加策によるJR松山駅からの来街者増による効果 57 百万円

前述の中央商店街の歩行者通行量目標の、エ. 回遊率増加策によるJR松山駅からの来街者増加(P69 参照)の取組により、定期券利用者 3,600 人(H18 年)をターゲットにJR松山駅からの中央商店街等への来街者増を図り、57 百万円の増加を見込む。

240 人(※1)×119 日(土日祝日の日数)×2,000 円(※2)＝57 百万円

※1 JR松山駅からの来街者数

3,600 人×2/3(市外からの乗降客率)×10%(来街目標率)(P69、70 を参照)

※2 一人当たり消費額

前述のイの※2 と同じ。

★小売年間商品販売額増の合計

ア. 5,406 百万円+イ. 13 百万円+ウ. 1,265 百万円＋エ. 57 百万

=6,741 百万円

(参考)将来の街なか居住の増加に伴う効果 1,000 百万円

新たなまちづくりをスタートさせる JR 松山駅周辺地区において、平成 32 年の完成時には新たな居住者が、土地区画整理事業や駅前開発によって、約 1,000 人増加することが見込まれ、中心市街地の小売商業販売額、約 1,000 百万円増の効果を図る。

1,000 人×1.076 百万円/人(※1)＝1,076 百万円≒約 1,000 百万円の増加

※1 H16 年小売年間商業販売額{563,317(全体)－48,231(家具、家電)}百万円

÷調査対象人口 478,707 人＝1.076 百万円/人

○フォローアップ

中心市街地の年間商品販売額を目標とするため、平成 23 年に予定されている経済センサスを活用し、分析・評価する。この結果を松山市中心市街地活性化協議会に報告し、協議の上、必要に応じて事業の精査・見直しを行い、目標達成に必要な措置を講じるものとする。

4. 土地区画整理事業、市街地再開発事業、道路、公園、駐車場等の公共の用に供する施設の整備その他の市街地の整備改善のための事業に関する事項

[1]市街地の整備改善の必要性

現状分析

- 本市の中心市街地の内、松山城を中心とした地域は、城下町として発展し、戦後は戦災復興土地区画整理事業により、道路基盤は他地域と比較しても整備が進んでいるが、都市基盤施設の老朽化への対応と耐震化や交通結節点や都市福利施設等との施設連携・回遊性の向上のための整備を引き続き行っていく必要がある。

- 市民のセントラルパーク的な城山公園では、公園内施設の移転及びそれに伴う第 1 期整備が進行中であるが、まちなか居住アンケートでも、中心部の緑、公園の少なさは指摘されており、まちなか居住者に憩いと潤いの空間を提供するとともに、観光地松山城の新たな魅力として、松山城天守、二之丸史跡庭園と連携する三之丸としての公園整備が求められている。あわせて、その広大なスペースの有効活用したまちの賑わい創出が必要である。

- 平成 19 年 4 月にオープンした坂の上の雲ミュージアム、松山城への登山口にあり地域交流施設を兼ねるロープウェイ駅舎、観光回遊性の向上を図るための道路整備と、松山城へのエントランスであるロープウェー通りに代表される地域住民と行政が一体となった取り組みによる街並み及び道路景観整備、まちの魅力・観光情報を発信する、まちかど案内情報システム整備を行ってきており、引き続き、観光施設の魅力の向上、観光回遊性の向上、景観の向上を図り既存施設を有効に活用していく必要がある。

- 本市は温暖で雨が少なく、中心部は平坦な地形であることから、通勤・通学・買い物等の移動手段として、幅広い年齢層に自転車が利用されている中、放置自転車による道路の通行障害が発生しており、放置自転車の解消を図ることが大きな課題である。

- 道後地区では、土地区画整理事業を行っていないこともあり、狭隘な道路が多く、また、ゆったり安心して散策できる空間や回遊ルートが不足していることから、道後温泉本館周辺整備計画を策定し、回遊空間整備、景観整備を進めている。その中で、道後温泉本館前の歩行者優先空間整備では、自動車交通を排除し広場化することで、観光客や市民が本館の雰囲気を楽しめるようになり好評を得ている。引き続き、道後温泉駅周辺を整備して、駅、坊っちゃん列車、からくり時計等の駅前の観光施設を車を気にしないで楽しめる空間とするとともに、車で来街する日帰り観光客や市民のため、不足している駐車場を整備し、駅前の観光施設を車を気にせずに楽しめる空間とすることで、市民も暮らしやすく、歩いて楽しい観光地としていくことが求められている。

- 番町地区は商業・業務機能が集中しており、一定の賑わいがあることから駐車場の需要があり、100 円パーキング等の低未利用地が増加傾向にあり土地の有効利用を阻害している。戦後の土地区画整理事業により、街区は整形であるものの、細分化された敷地は建築基準の関係からも、商業地区として高密度な活用ができていない。加えて、これらの建築物は老朽化が進んでおり、防災面も含め消費者ニーズに対応できる、まちの更新が課題となっている。

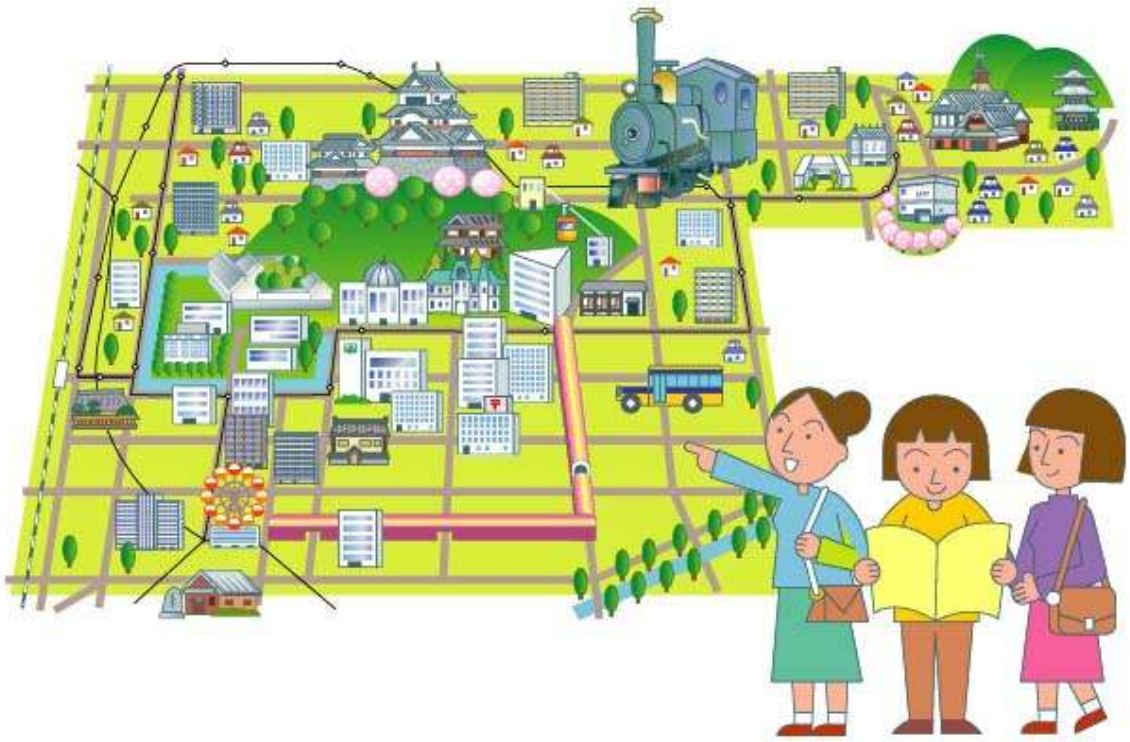
- JR 松山駅は広域交通拠点であり、中心市街地の陸の玄関口である。また、将来に向けた新たな賑わいを創出する取り組みをスタートさせ、鉄道高架にあわせ中心部から路面電車を延伸させる JR 松山駅周辺地区は、継続してまちづくりを進めて行く必要がある。

市街地の整備改善の必要性

これらの現状を踏まえ、市街地の整備改善を図ることで、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]具体的事業の内容

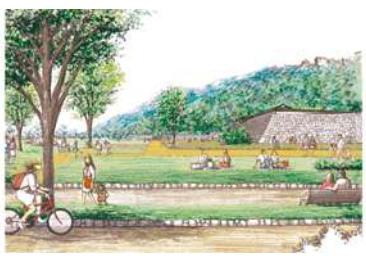
(1) 法に定める特別の措置に関連する事業

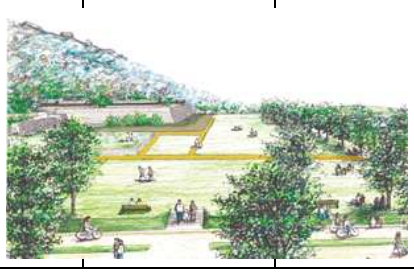
該当なし

(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
1.城山公園整備(史跡公園として段階整備) (第1期) 平成16年度～21年度	松山市	①現況 市街地の中心部に、史跡松山城を含む約60haが都市公園として位置づけられ、これまで、当該地では、野球場、競輪場、がんセンターの移転が終了している。 ②目的 市民のセントラルパーク的な存在として、同地の暫定整備を進め、都市防災機能の向上を果たすとともに、市民や観光客の憩いと集いの場とする。 ③事業内容 第1期整備では、市民や観光客が集い、憩える広場を整備し、第2期整備では、御殿跡等の史跡内遺構の調査及び整備計画を策定のうえ、保存整備工事を行う。なお、第2期整備は、平成22年度から実施予定。 この事業によって、新たな憩いと潤いの場が創出することで居住者の増が見込めるとともに、オータムフェスティバル等イベント広場として有効活用することで、賑わいが創出され、その波及効果として近隣の中央商店街等において、来街者の確保が図れる。加えて、三之丸の史跡整備により松山城、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。	まちづくり交付金 平成16年度～20年度	



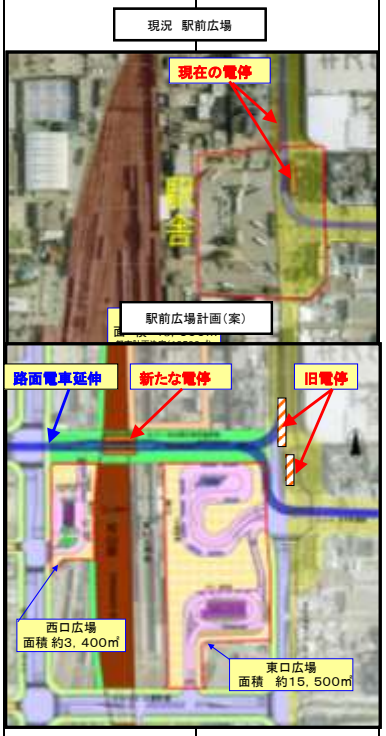




2.「坂の上の雲」記念館（仮称）建設 平成16年度～20年度	松山市	「坂の上の雲」を軸とした 21 世紀のまちづくりの核施設として、平成 19 年 4 月に坂の上の雲ミュージアムがオープンした。 今後、建物建設の内装工事を行うことで、物語性豊かな新しい松山の魅力を創造・発信を図るものである。 この事業によって、小説「坂の上の雲」の内容を発信し、より多くの人々に関心を持っていただき、スペシャルドラマ「坂の上の雲」放映（平成 21 年から 23 年）と合わせ、観光客および来街者を増やすものである。	まちづくり交付金 平成 16 年度～20 年度  坂の上の雲ミュージアム	
3.市道千舟町高岡線軌道敷整備 平成20年度	松山市	中心市街地における、電車、バス、路面電車の交通結節点である伊予鉄道松山市駅と城山公園を結ぶ道路において、路面電車の軌道敷と交差する部分のバリアフリー化を図る この事業によって、来街するすべての人にやさしく、快適な道路空間とすることで、来街頻度の増加を図るものである。	まちづくり交付金 平成 20 年度	
4.道後温泉駅前街区・本館周辺ファサード景観整備事業 平成18年度～20年度	松山市、地元地権者	道後温泉周辺、伊予鉄道道後温泉駅周辺と両地区を結ぶ県道沿い住民による主体的な参画により、まちづくり協定を定め、通りに面する建物のファサード（外壁の色彩、屋外広告物、門、塀、植栽等）の景観整備を行うことで、住むものが心地よく、また観光客等来街者に魅力を感じられる道後を目指す。 この事業によって、生活環境の向上により住みやすいまちとするとともに、憩いの場を創出し、回遊性の向上を図ることにより、観光客等来街者の増加を図るものである。	まちづくり交付金 平成 18 年度～20 年度  道後ファサード整備	

5.道路景観整備 （道後 39 号線、道後 45 号線、道後 41 号線） 平成 20 年度	松山市	観光地である道後地区は、一部、狭隘な道路が存在し、歩行者や自動車の通行に支障をきたしている。 そこで、道後温泉から 51 番札所石手寺へと抜ける道後 39 号線の整備や、道後温泉本館から一遍上人の生誕地である宝厳寺までのネオン坂などに、照明施設や路肩の小舗石による舗装整備を行うとともに、県道から秋山好古の墓地及び鷺谷駐車場へのアクセス道路の整備を行い、道後地区の新たな回遊ルート形成を図る。 この事業により、市民の住みやすさ、観光客の回遊性の向上を図り、移動しやすい街づくりを行うものである。	まちづくり交付金 平成 20 年度	
6.鷺谷駐車場整備事業 平成 19 年度～20 年度	松山市	道後地区での観光客向け駐車場が慢性的に不足しているため、市有地を時間貸し駐車場として整備する。 この事業により、車で道後を訪れる市民及び観光客の利便性を向上させ、訪れやすいまちとするものである。	まちづくり交付金 平成 19 年度～20 年度	
7. 道後温泉地区都市再生整備計画事業 平成 25 年度～	松山市	道後温泉本館は、重要文化財に指定された道後温泉のシンボルで、年間約 80 万人の入浴客を誇る観光施設でもあるが、老朽化等が指摘され、近い将来の大規模保存修理工事が必須とされている。 10 年を超える大規模保存工事の期間中には観光客の減少が懸念されるため、都市再生整備計画事業を活用して、本館に近接する”道後温泉 椿の湯”を代替施設として建替えるとともに、周辺の街並み景観の改善等に総合的に取組み、交流人口の底上げを図る。	社会資本整備総合交付金 （都市再生整備計画事業（地方都市リノベーション推進施設：商業施設））平成 25 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
8-①.松山駅周辺土地区画整理事業 約 16.7ha 施行期間 平成 20 年度～37 年度（清算期間 4 年含む） 8-②.松山駅前再開発の促進 平成 20 年度～	松山市	①現状 JR 松山駅周辺地区は、南北に縦断するJR予讃線により、東西に分断され、東側については、商業・業務施設が集積し、西側については、都市基盤が未整備な、無秩序な市街地が広がっている。 ②目的 土地区画整理事業とJR松山駅付近連続立体交差事業により、都市基盤施設を整備するものである。 ③事業 バス・タクシー・自家用車をより安全で快適に利用できるように、東口駅前広場を拡張し整備するとともに、西口駅前広場を新設する。 また、環境にやさしい路面電車を東口駅前広場に引き込み、新たに電停をJR駅付近に設置する。加えて鉄道の高架化に伴い、西部環状線まで約700m延伸する。 ④松山駅前再開発の促進 JR 松山駅周辺まちづくりビジョン（平成 14 年）で位置づけられた、松山駅前地区（大手町通り）の再開発については、まちづくり初動期支援等により、意識啓発、勉強会等を実施し、事業実現を目指す。 この事業により、駅西地区商業系の土地利用、交通結節機能の強化、東西交通の利便性の向上、再開発により、まちの賑わいを創出するとともに、魅力ある都心居住環境の創出を図ることで、将来の交流・居住人口の増加を見込むものである。	社会資本整備総合交付金 （都市再生区画整理事業） （道路事業（街路）） 補助期間 平成 20 年度～32 年度 	平成 19 年度都市計画決定

9.JR 松山駅付近連続立体交差事業 約 2.4km 施行期間 平成 20 年度～32 年度	愛媛県	①現状 前項、参照。 ②目的 土地区画整理事業とJR松山駅付近連続立体交差事業を一体的に行い、都市基盤施設を整備するものである。 ③事業 鉄道と交差する道路では踏切遮断による交通渋滞が日常的に発生するなど、地域住民の生活に支障をきたしているため、連続立体交差事業により 8 箇所の踏切を除却する。 この事業により、交通結節機能の強化、東西交通の利便性の向上によりまちの賑わいを創出するとともに、魅力ある都心居住環境の創出を図ることで、将来の交流・居住人口の増加を見込むものである。	社会資本整備総合交付金（道路事業(街路)） 補助期間 平成 20 年度～32 年度 	平成 16 年度新規着工準備箇所採択 平成 19 年度都市計画決定 平成 20 年度都市計画事業認可
10.県道六軒家石手線自歩道整備及び電線類地中化事業 平成 16 年度～	愛媛県	道後温泉街の幹線道路である県道六軒家石手線において、自転車歩行者道の整備及び電線類の地中化を図るものである。 本事業により、歩行者等が安全、快適に回遊できる通行空間が創出されることから、観光客等入込客の増加に資することができる。	社会資本整備総合交付金（道路事業） 平成 16 年度～	

11.伊予鉄道道後温泉駅周辺みち再生事業 平成19年度～21年度	松山市	道後の玄関口である道後温泉駅周辺においては、駅利用者、観光客、タクシー、車が輻輳し、その猥雑性が問題視されている。 そこで、歩道の新設及び拡幅による歩行者空間の充実、車線の減少及び一方通行化を行うことにより、歩行者環境や道路景観の向上を図るものである。 この事業により、観光スポットである、からくり時計のある放生園、坊っちゃん列車、明治の雰囲気を残す道後温泉駅周辺において、歩行者、自動車交通が整除され、生活者の利便性の向上、観光客の滞留空間が創出でき、賑わい空間が創出されるものである。	道路事業（交通安全施設等整備事業費補助） 平成19年度～20年度 地域活力基盤創造交付金（道路事業） 平成21年度	
12.東雲公園リニューアル事業 平成20年度	松山市	形状に江戸時代の松山城外堀の名残をもつ東雲公園は、松山城の北東に位置し、街区公園として開設され、保育園等も隣接していることから、幅広い年齢層に親しまれている。しかしながら、開設後年数が経過し、老朽化が著しい施設の更新や植生の更新等リニューアル工事を行い、都市緑化の推進、防災機能、利便性の向上を図る。 この事業により、市民の憩いと潤いの空間を創出することで、居住人口の増加を見込むものである。	都市公園事業（都市公園等統合補助） 平成20年度	

13.下水道地震対策緊急整備事業 平成20年度～24年度	松山市	市内中心部の合流式管渠やその周辺の初期に整備した分流式管渠においては耐震化されていないため、地震時における最低限有すべき機能の確保を目的に、汚水幹線・枝線の耐震補強、液状化地盤の人孔浮上対策、マンホールトイレの設置を行う。 この事業により、災害に強い中心市街地となり、来街者が安心して訪れることのでき、まちの賑わいにも寄与するものである。	社会資本整備総合交付金（下水道事業） 平成 20 年度～24 年度	
14.大街道二丁目東地区 優良建築物等整備事業 （ラフォーレ原宿・松山跡地商業等複合ビル建設） 平成21年度～26年度	森ビル㈱	本市が再開発事業の計画的な推進を図るために策定している「松山市市街地再開発事業基本構想」の要整備地区の 10 箇所の中に位置づけている。 本地区では、平成20年1月にラフォーレ原宿・松山が老朽化に伴い閉館しているが、商店街の通行客の減少や売上げ低下の歯止め策として、早期実施を図る必要が高い事業である。	社会資本整備総合交付金（優良建築物等整備事業） 平成 21 年度～平成 26 年度	
15.二番町三丁目南地区 優良建築物等整備事業 平成22年度～24年度	二番町三丁目南地区整備組合	本市が再開発事業の計画的な推進を図るために策定している「松山市市街地再開発事業基本構想」の要整備地区の 10 箇所の中に位置づけている。 本事業は、事務所や店舗と併設した大街道商店街のアクセス拠点としての駐車場整備を行なうもので、商店街の通行客の減少や売上げ低下の歯止め策として、早期実施を図る必要が高い事業である。 ・面積: 約 0.18ha ・整備内容: 延べ面積 約 6,600 ㎡ 主用途（銀行・駐車場等）	社会資本整備総合交付金（優良建築物等整備事業） 平成 22 年度～24 年度	

16.千舟町四丁目北地区 優良建築物等整備事業 平成23年度～24年度	春陽マリン㈱	中心市街地活性化に向けた企業誘致の受け皿施設として、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もので、早期実施を図る必要が高い事業である。 ・面積: 約 0.18ha ・整備内容: 延べ面積 約 11,400 ㎡ ・主用途 店舗、テナント(オフィス)、賃貸住宅、駐車場等	社会資本整備総合交付金(優良建築物等整備事業) 平成 23 年度～24 年度	
17.二番町三丁目南第一地区 優良建築物等整備事業 平成25年度～26年度	(有)ゴンドラ	本市中心地区にある大街道商店街の周辺地区で商業ビルを建築するとともに、地区全体の環境改善と安全かつ快適な歩行者空間の確保を図ることで、賑わい再生や雇用創出等、中心市街地の活性化を行うもので、早期実施を図る必要性の高い事業である。 ・面積: 約 0.1ha ・整備内容: 店舗(物販、飲食等)	社会資本整備総合交付金(優良建築物等整備事業) 平成 25 年度～26 年度	
18.花園町線整備事業 平成24年度～	松山市	本路線は、市内公共交通機関の拠点である伊予鉄道松山市駅と市民や観光客が自由に集い憩える緑豊かな城山公園とを結ぶ路線で、沿線には様々な商業施設などが立地しているが、慢性的な放置自転車によって、歩行者や自転車の通行に支障をきたしている。 そこで、電線類の無電柱化事業に合わせて、道路空間の再配分および道路景観整備をおこなうものである。 この事業により、本市防災計画の一次避難地である城山公園へ、円滑かつ迅速に避難できる経路を確保するとともに、歩行者や自転車にやさしい道路空間を形成し、都市景観及びまちの賑わい創出を図るものである。	社会資本整備総合交付金(道路事業(街路)) 平成 24 年度～	

19.二番町線整備事業 平成22年度～	松山市	中心市街地を東西に走る「市道二番町線」は、慢性的な路上駐車や放置自転車によって、歩行者や自転車の通行に支障をきたしている。 そこで、本市が進める「歩いて暮らせるまちづくり」の実現に向け、電線類の無電柱化事業にあわせて、道路空間の再配分および道路景観整備を行うものである。 この事業により、歩行者や自転車にやさしい道路空間を形成するとともに、荷捌き車両、客待ちタクシーの道路利用に関するルールを定め、自動車交通の円滑化を図るものである。	社会資本整備総合交付金（道路事業(街路)） 平成 22 年度～	
20.中央循環線整備事業 平成22年度～	松山市	国道196号と道後地区を連絡する「市道中央循環線」は、本市を代表する道路であり、防災計画の主要避難路にも指定されている。 そこで、電線類の無電柱化事業にあわせて、歩道のバリアフリー化や安全・快適な自転車走行空間の整備を行うものである。 この事業により、無電柱化区間の連続性が確保され、災害に強いまちの形成、情報通信ネットワークの信頼性向上、快適な都市景観の創出を図るものである。	社会資本整備総合交付金（道路事業(街路)） 平成 22 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

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
21.石垣等保存修理 平成19年度～20年度	松山市	① 現況 史跡松山城跡の石垣は、加藤嘉明が築いたものが大半を占め、屏風折石垣や登り石垣が見せる軍事目的を超えた芸術性は、松山城の魅力の一つとなっている。 これら、様々な表情をもつ石垣は、園内の木根や地震の影響によって、一部損傷を受けたり、変形をおこしたりしている。 ② 目的 史跡の維持保全を通して、松山の歴史を発信するとともに、松山城の魅力を高めた、市民や観光客の憩いと集いの場の提供によって、回遊性、満足度の向上を図る。 ③ 事業内容 史跡の保全・修復の一環として継続的に取組む事業の中で、城山公園の第1期整備にあわせて、黒門跡石垣の修復を行う。 三之丸から二之丸、本丸へつづく登城入り口となる黒門跡石垣の修復は、第1期整備と同時期に行うことで、園内の回遊動線が整理され、各施設への来場者数、観光滞在者数の増加が見込まれる。	国宝重要文化財等保存整備費 平成19年度～20年度	

(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
22.千舟町古川線右折レーン新設事業 平成21年度	松山市	平成20年度から現敷地において建替えが行われる愛媛県立中央病院（P102 参照）前の道路は片側1車線で右折レーンが無く、渋滞を引き起こす要因となっているため、早急な改善が求められている。 この事業により、病院前の道路の渋滞緩和を図ることにより、周辺地域が住みやすい生活環境となり、あわせて、病院利用者の利便性の向上を図るものである。		
23.松山市自転車等駐車対策協議会での条例検討 平成20年度～	松山市	中心部における放置自転車対策の強化を目指し、現在、駐輪場の附置義務の規制対象となっていない事務所ビルを附置義務対象施設に追加することや、放置禁止区域以外での放置自転車の警告から撤去までの時間短縮など、現行の「松山市自転車等の駐車対策に関する条例」の見直し検討を総合的に行い、条例改正を行う。 この事業により、民間による駐輪場整備を促進し、中心市街地内の放置自転車を減少させ、快適な歩行空間による回遊性と道路景観の向上により、暮らしやすい生活空間となるものである。		
24.自転車の路上駐輪施設の整備 平成19年度～	松山市	道路法改正により、道路空間を占用して自転車駐輪場が整備可能になったことから、伊予鉄道古町駅（郊外電車、路面電車の結節点で駅のバリアフリー工事は終了）の駅前において、駐輪場スペースを整備した。引き続き、銀天街の南に位置し、銀天街への自転車来街者の駐輪場として有効な中之川通り線において、路上駐輪場について関係機関と協議し整備に取り組む。 この事業により、生活道路から放置自転車をなくし住みやすいまちにするとともに、利便性の向上により、来街者の増加に貢献するものである。		

25.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～	松山市 中心市街地活性化協議会 関係権利者	①現況 旧基本計画において、再開発等まちづくり事業計画が計画されていたものの、いずれも未実施で、優良建築物等整備事業でいよてつ髙島屋の増床が行われたのみである。中央商店街においては、耐震基準に満たない老朽化した低層建物が多く、商業空間として魅力が疎外されつつある。 ②目的 土地の高度利用を図るため建物の高度化や良好な商業空間づくりのため、再開発や協調建て替え等民間が行う「まち更新」に向けた様々な活動に対し、支援を行う。 ③事業内容 中心市街地活性化協議会において、低未利用地調査や適地調査、地権者アンケート、地区更新モデル調査等を実施し、住民への説明会やシンポジウム等の開催により、まちづくりへの啓発を行う。 また、旧中心市街地活性化基本計画に位置づけられている地域等においては、講師派遣等のまちづくり勉強会の支援を行う。 更に、市民に対しては、まちなか居住の魅力をフォーラム等の開催により広く情報発信し居住促進を図る。 この事業により、中心市街地における権利者との協働により、将来に向けた、まちの更新、再開発、まちなか居住につなげていくものである。		

26.まつやまインフォメーション（まちかど案内情報発信事業） 平成16年度～	松山市	① 現状 回遊情報発信事業として、現在中心市街地を中心に13台設置（内中心市街地内11台）された、まちかど案内情報発信施設「タウンボード」において映像ディスプレイやタッチパネル、ポスター、チラシ、携帯電話QRコードにより、観光客・市民に対し観光・生活等に係る情報を発信し、賑わいや回遊性の向上を図っている。 また、携帯電話用 WEB サイトとして「ハイクナビ」も整備され、携帯電話からの情報も入手できるようになっている。 ② 機能強化 今後、より一層の情報発信機能を強化するため、各種コンテンツ及び情報発信端末手段の充実や監視カメラ、ソーラーパネルの追加を検討するなど、公共空間端末及び携帯電話等により松山の各種情報を提供する。 ③ 連携事業「おいでナビ」（P114 参照） 近年増え続ける携帯電話を活用し、中央商店街が実施している情報発信事業。 この事業により、まちの魅力を発信し、市民、観光客が簡単にまち情報、観光情報を入手していただくことが、回遊性、利便性の向上につながり、観光客や来街者を増やすものである。		

5. 都市福利施設を整備する事業に関する事項

[1]都市福利施設の整備の必要性	

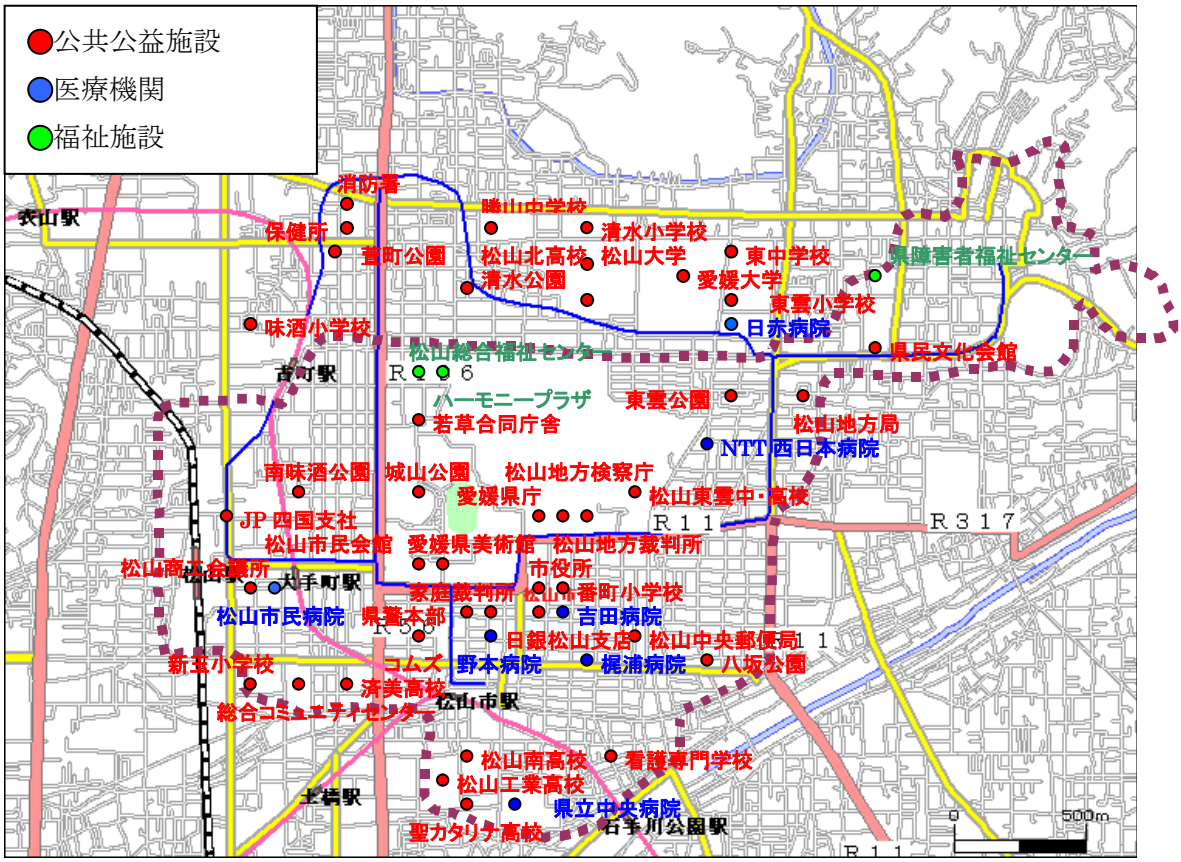
現状分析

- 官公庁については、県庁、市役所、商工会議所、地方・家庭裁判所、検察庁、県警察本部など、松山市及び愛媛県を統括する官公庁が立地している。また、隣接地を合わせると、教育施設については、小学校 5 ヵ所、中学校 3 ヵ所、高校 6 ヵ所、専門学校 17 ヵ所、大学 2 ヵ所が立地しており、高校、専門学校、及び文教地区にある大学は、中心市街地に若者の活気を与える要因となっている。文化施設は、県民文化会館、市民会館、県美術館、県立図書館、市中央図書館、男女共同参画センターが立地しており、基幹となる文化施設が集中している。保健福祉施設は、県民文化会館周辺の県施設や松山市総合福祉センターが立地している。医療施設については、基幹病院である松山市民病院、県立中央病院、中心市街地に隣接する日本赤十字病院を始め病院、診療所が多数立地している。

- 城山公園の整備に伴い、国立病院機構四国がんセンターが郊外に移転したが、現在、上記の都市福利施設については、郊外移転の具体的な計画はない。ただし、将来においてもこれらの施設が中心市街地に立地している確約があるわけではなく、城山公園に残る市民会館、県立美術館を始めとして、個人病院を含む病院施設、学校など、市民ニーズや建替えにかかる経費等の問題から、土地が安価で、広い敷地が確保できる郊外移転が懸念されている。

- 中心市街地では、一世帯あたりの人数は全市の 2/3 程度しかなく、年少人口と生産年齢人口の割合が低いことから、子育て世帯の親の孤独感、不安感を解消し、子育てしやすいまちにすることが求められている。

中心市街地の公共公益施設等



都市福利施設の整備の必要性

　これらの現状を踏まえ、都市福利施設の整備を図ることで、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]具体的事業の内容

(1) 法に定める特別の措置に関連する事業

該当なし

(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

<table>
<tr><th>事業名、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>支援措置の内容及び実施時期</th><th>その他の事項</th></tr>
<tr><td>1.愛媛県立中央病院整備運営事業
(松山市駅南地区)

うち整備期間
平成20年度～26年度</td><td>愛媛県</td><td>愛媛県立中央病院は、築後32年が経過し、構造的な老朽化に加え、診療機能の拡大、患者数の増加、県立病院に求められる機能の高度化等により機能的にも一部限界に達しているため建て替えるものである。
建替え場所については、現総合周産期母子医療センターやPET－CTセンターの建物の有効活用が図られることに加え、伊予鉄道松山市駅から歩いて5分という、利用者である県民・市民にとって交通至便な場所であることを考慮し、現在の敷地内とする。
建替えに際しては、中心市街地に立地していることを考慮し、駐車場の拡張を図るとともに、東南海・南海地震への備えとして、災害基幹拠点病院としての機能アップを図る。
この事業により、県民に求められる機能を有する基幹病院となることで、病院診療者や中心市街地の居住者の利便性が向上するものである。
建替え前後の比較
<table><tr><th>項　目</th><th>現病院</th><th>新病院</th></tr><tr><td>延床面積※</td><td>約31,000㎡</td><td>約65,000㎡</td></tr><tr><td>病床数</td><td>864</td><td>823</td></tr><tr><td>診療科数</td><td>24</td><td>24</td></tr><tr><td>駐車場</td><td>約550台</td><td>800台以上</td></tr><tr><td>エレベーター※</td><td>4台</td><td>15台程度</td></tr><tr><td>屋上ヘリポート</td><td>なし</td><td>あり</td></tr><tr><td>免震構造</td><td>なし</td><td>あり</td></tr></table>※延床面積及びエレベーターはメインとなる棟の比較である。</td><td>社会資本整備総合交付金(暮らし・にぎわい再生事業)
平成20年度～26年度</td><td>1号館オープン平成25年度

全面オープン
平成26年度</td></tr>
</table>

(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
2.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	空き店舗を活用し、保育・託児機能を備えた多目的交流スペースを整備するとともに、各種イベントを実施することにより、子供からお年寄りまで、幅広い世代が交流できる空間として運営する。 (機能) ①保育・託児室、②多目的トイレ、③多目的スペース、④授乳室　等 この事業により、中心市街地への来街者サービスの充実を図り、利便性・満足度を向上させ、来街者の増加と回遊性を高めるとともに、子育て支援の充実を図る。	社会資本整備総合交付金(優良建築物等整備事業と一体の効果促進事業) 平成 23 年度	平成24年3月25日オープン

(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

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.地域子育て支援拠点事業 平成20年度～	松山市	中心市街地に位置する中央児童センター(ハーモニープラザ)、新玉児童館(コムズ)で(P25 参照)、学齢期の子どもが来館する前の時間等を利用し、子育て親子の交流を促進し、子育てに関する相談、援助、地域の関連情報、講習等を実施することにより、親の孤独感、不安感の解消を図るものである。 この事業により、親同士の交流も促進され、コミュニティが形成されることで、暮らしやすい生活空間を形成するものである。	児童環境づくり基盤整備事業費国庫補助金 平成 20 年度～	

(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
4.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～	松山市 中心市街地活性化協議会 関係権利者	（再掲）P98		
5.若年者向けダンススクールの開校 平成20年度	㈱LDH	中央商店街内において、まちなか暮らし・賑わい事業所等立地促進要綱（P119参照）を活用し、若年者向けダンススクールの立地を図る。 この事業により、商店街とも連携し、若者が集うまちづくりを進めることにより、賑わいのあるまちを目指すものである。	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	

6.公営住宅等を整備する事業、中心市街地共同住宅供給事業その他の住宅の供給のための事業及び当該事業と一体として行う居住環境の向上のための事業等に関する事項

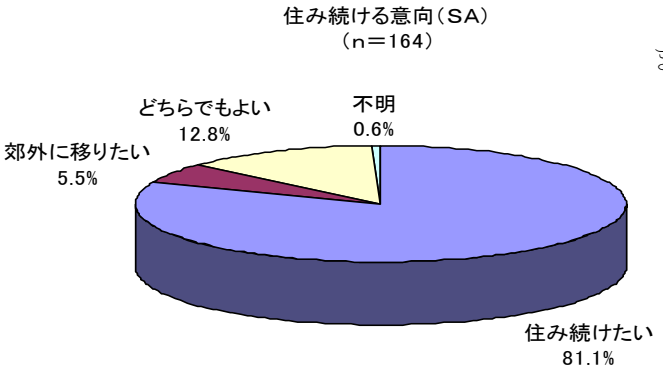
[1]街なか居住の推進の必要性	

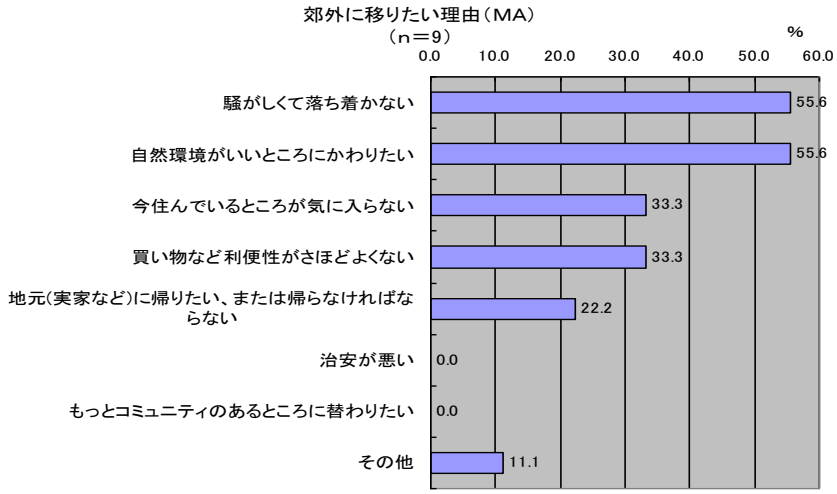
現状分析

- 中心市街地の人口は、ドーナツ化現象により人口の減少が進み、昭和 50 年代の人口には回復していないものの、過去 10 年間は微増傾向にあり、現状では民間のマンション建設が進んでいる。今後について、地元業者への聞き取りによると、中心部におけるマンションの需要は強いものがあるとの見方が多い。しかしながら、100 円パーキング等の小規模な低未利用地は増加しており、低未利用地の有効活用を進めていく必要があるため、今後、土地の高度利用を促進する必要がある。

- まちなか居住者アンケートによると、電車・バスによる移動のしやすさが他を大きく上回り、また、各種都市機能が集中していることで、生活の利便性の高さがまちなか居住につながっていることが伺える。まちなか居住者の 8 割は今後も住み続けたいと考えているが、残り 2 割は、騒がしくて落ち着かないことや、自然環境が少ないことから郊外への移住も検討しており、これは郊外居住者アンケートでも住みたくない理由の上位 2 つとなっていることから、憩いと潤いのある生活空間としての中心市街地が求められている。

まちなか居住者アンケート





- 上記のような現状により、民間マンションが今後も建設されることが見込まれる中で、快適で暮らしやすい生活空間の形成を目指し、引き続き、既存ストックを有効活用した総合的な取り組みにより、民間の住宅建設を誘導していく必要がある。

まちなか居住推進の必要性

　これらの現状を踏まえ、まちなか居住推進を図ることで、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]具体的事業の内容

(1) 法に定める特別の措置に関連する事業

該当なし

(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

該当なし

(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
1.地域優良賃貸住宅の建設助成の優先的配分 平成20年度～	松山市	子育て世帯、高齢者世帯等の居住の安定に配慮が必要な世帯を入居対象とした民間賃貸住宅について、毎年度、地域優良賃貸住宅２棟分の建設整備費及び家賃低廉化助成の枠を設け、中心市街地活性化区域内の事業を認定する際には、優先的な採択や駐車場台数の軽減等の優遇策を講じるものである。 この事業により、中心市街地への良質な賃貸住宅の誘導を行い、まちなか居住を促進するものである。	社会資本整備総合交付金（地域住宅計画に基づく事業） 平成 20 年度～25 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
2.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		

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	

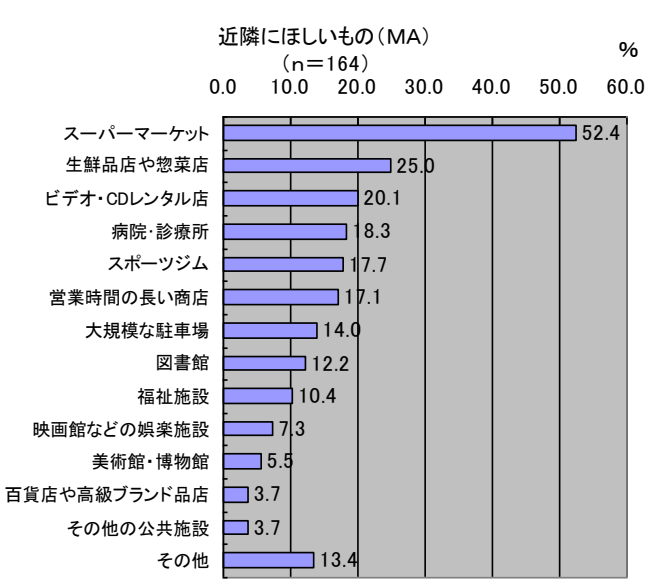
現状分析

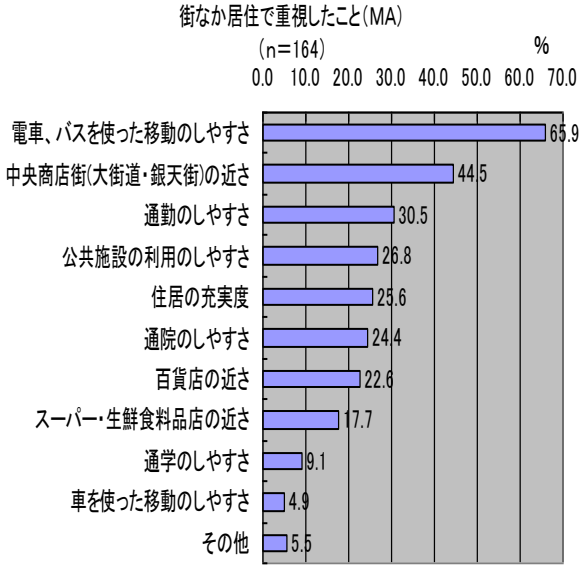
- 中央商店街の周辺には、2 つの百貨店や、飲食店、また、官公庁、業務系事務所が集積しており、近年、通行量が減少しているものの、依然街の魅力を有していることから、まちなか居住者アンケートにおいても、まちなか居住の理由の 2 番目に中央商店街の近さが上げられており、賑わいのある商業核としての機能を発揮している。また、㈱まちづくり松山が主体となり、来街者のニーズに対応した「おいでんか事業」や道路空間活用による広告収益事業、共通駐車券事業、産直市や各種イベント等の積極的な開催を行っており、裏通りには近年魅力的な店舗が集積し始めている。加えて、公共交通機関と連携したまちづくりエコネット事業、平成 19 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

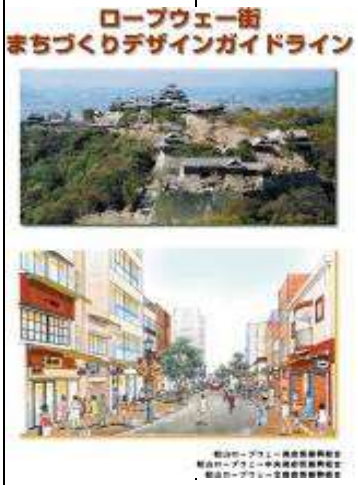
事業名、内容及び実施時期	実施主体	目標達成のための位置付け及び必要性	国以外の支援措置の内容及び実施時期	その他の事項
6. ストリートビジョンを活用したパブリックビューイング事業 平成20年度～	㈱まちづくり松山	松山市には、J2リーグやプロ野球の独立リーグで活躍するプロチームがあるが、昨年、J2リーグの愛媛FCの試合を、市内中央商店街に設置している大型ストリートビジョンを利用して中継し、街なかで同チームを応援する「パブリックビューイング事業」を実施し、1,000人近い市民が集まった。 松山市は野球やサッカーを始め、スポーツの盛んな町であることから、スポーツ関係団体と商店街、㈱まちづくり松山、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。		

8. 4から7までに掲げる事業及び措置と一体的に推進する事業に関する事項

[1]公共交通機関の利便性の増進及び特定事業の推進の必要性	

現状分析

- 圏域を越えた鉄道交通結節点である JR 松山駅、圏域内の主要地を結ぶ郊外電車・バス結節点である伊予鉄道松山市駅、加えて市内商業業務地区、道後観光地区、文教地区等を結ぶ市内電車・循環バスがあり、公共交通機関の利用促進と歩行者・自転車空間ネットワークの確保を目的に、平成 12 年度に、「歩いて暮らせる街づくり」構想を作成し、構想の具現化のために平成 14 年度以降は、自転車走行空間設置、パークアンドライド、トランジットモール、公共交通と中央商店街連携によるお買い物切符などの各種社会実験を実施、平成 14 年度には松山市交通バリアフリー基本構想、平成 16 年度には松山市オムニバスタウン計画を策定し、具体的な事業に取り組んできた。平成 18 年にはトランジットモール社会実験に基づき、松山城のエントランスであるロープウェー街において電線類地中化、歩道拡幅、蛇行形状道路による走行速度抑制と、地域の協力による商店街の景観整備事業が完成し、まちが賑わいを取り戻している。そのほかにも、バスロケーションシステム、IC カード等、公共交通機関の IT 化は進んでおり、利用しやすい料金設定、シルバー・環境定期券、最終便の時間延長、百貨店とのお得なセット券、低床式バス・路面電車の導入、郊外鉄道駅でのバスとの連携強化、市内循環ループバス、サイクルアンドライド、パークアンドライド等、環境にも配慮された公共交通機関の利便性向上への取り組みが行われていることから、一層の暮らしやすい中心市街地を形成するためにも、引き続き、現在の各種計画に基づき、一連の公共交通施策を進めていく必要がある。

- 本市は依然として、自動車交通に依存している街であることには変わりなく、松山外環状道路の建設等道路整備を進め、通過交通の排除も中心市街地の回遊性、暮らしやすさの向上には必要である。あわせて、今後迎える人口減少、少子・高齢化社会、環境問題等は、今までの拡散型社会への対応とは異なる新たな交通施策が求められており、都市構造の変化に対応したマルチモーダルな交通体系、都心地区における短トリップの自動車交通の削減とモビリティの確保など、持続可能な交通体系を進めていくための、松山独自の総合交通計画の策定が求められている。

- 中心市街地には、2 大観光地である松山城、道後温泉本館を始め、主要観光地が集積しており、道後地区には観光旅館・ホテル等の集積、番町地区やその周辺及び JR 松山駅周辺地区にはホテルの集積が見られる。現在、既存観光資源及び「坂の上の雲」関連資源を活かした回遊型観光への取り組みを官民一体で進めており、加えて、NHK によるスペシャルドラマ「坂の上の雲」放映が平成 21 年秋から平成 23 年に予定されていることから観光客の増加が見込める。このドラマ放映を契機として、より一層の観光振興策を実施し、全国に情報発信するとともに、魅力ある観光地作りを多様な主体で進めていくことで、商業の活性化やまちの賑わい創出にも貢献するものである。

- 中心市街地においては、商業業務機能が集中しており、雇用の場としても本市の中核をなしている。平成 14 年以降、積極的にコールセンター等の情報通信関連企業の誘致を図り、中心市街地に 7 社の誘致に成功し、約 940 人の新規雇用を生み出しており、今後 3 年間、その 7 社で約 1,230 人の雇用を計画している。今後も雇用確保と中心市街地活性化のために、新たな誘致に積極的に取り組む必要がある。

公共交通機関の利便性の増進及び特定事業の推進の必要性

これらの現状を踏まえ、公共交通機関の利便性の増進及び特定事業の推進を図ることで、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]具体的事業の内容

(1) 法に定める特別の措置に関連する事業

該当なし。

(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
1.「坂の上の雲」を軸とした２１世紀のまちづくり事業 平成16年度～	松山市	①概要 平成19年4月開館の坂の上の雲ミュージアム、平成21年秋から放映のNHKスペシャルドラマを機に、全国の注目度が上がり、観光客が増加することが見込まれることから、本構想のセンターゾーンを包含する中心市街地においても市民によるまちづくりという理念に沿った活性化事業を展開する。 ②事業内容 主に市民を対象としたまちづくりへの参加及び意識啓発を図ることにより下記事業を展開する。 ・市民啓発事業・・・TV、ラジオ、マップ製作による啓発。景観を活かした街づくりのためのワークショップの開催。 ・まちづくり勉強会・・・坂の上の雲ミュージアムを会場に、著名人等を講師に招いた勉強会の開催。 ・ふるさとウォーク・・・松山城等中心市街地内の地域資源を巡るウォークラリーの開催。 ・まちづくりライブ・・・中央商店街内での音楽ライブの開催。 ・活動支援事業・・・まちづくりを実践するNPO等への補助金交付。 この事業により、市民や関係団体と一体となってまちづくりを進め、観光客の受け入れ体制や松山観光の楽しみ方拡大に取り組むことで、観光客に感動と安らぎを与える物語性豊かな新しい松山の魅力を創造・発信するものである。	まちづくり交付金 平成16年度～20年度	

2.中心市街地活性化ソフト事業 実施時期 平成21年度～	松山市	松山まつり、松山春まつり、城山公園オータムフェスティバルなどイベント等のソフト事業を実施することにより、中心市街地の再活性化を図る。	中心市街地活性化ソフト事業 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
3.松山市交通戦略策定 平成19年度～20 年度	松山市	① 概要 都心地区における短トリップの自動車交通の削減とモビリティの確保、都市計画道路の長期未着手等を計画課題とし、市域を4 地区に区分し、本市の総合的な交通計画を策定する。 ②中心市街地 4つの地区のひとつである中心市街地活性化区域内で、歩行者・自転車ネットワークと駐輪場適正配置を検証し、加えて、バスの路線再編や路面電車との連携強化により、公共交通の利便性を高め、区域内の回遊性向上と都市の高密度化を図る戦略を策定する。 この事業により、都心部の交通戦略を策定し、その後、戦略に沿った事業化を図ることで、中心市街地における公共交通や自転車の利便性の向上を図り、暮らしやすい生活空間の形成と、より訪れやすく移動しやすい地域とすることで賑わい増も図れるものである。	街路事業 平成 19 年度～20 年度	

4.JR 松山駅付近連続立体交差事業 約 2.4km 施行期間 平成 20 年度～平成 32 年度	愛媛県	再掲（P91）	社会資本整備総合交付金（道路事業(街路)） 補助期間 平成 20 年度～32 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

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
5.バスロケーションシステム 平成18年度～20年度	伊予鉄道(株)	平成17年に策定した「松山オムニバスタウン計画」及び伊予鉄道株式会社が平成16年より進める「いきいき交通まちづくり宣言」に基づく事業として、バスの運行状況をリアルタイムで利用者に情報提供するバスロケーションシステムの整備を進める。 この事業により、バス利用者の待ち時間のイライラを解消し、公共交通のサービス向上につながるものである。 	自動車運送事業の安全・円滑化等総合対策事業 平成20年度  バスロケーションシステム	

(4) 国の支援がないその他の事業

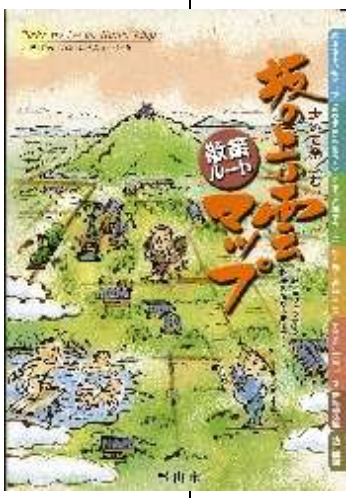
事業名、内容及び実施時期	実施主体	目標達成のための位置付け及び必要性	国以外の支援措置の内容及び実施時期	その他の事項
6.スペシャルドラマ「坂の上の雲」魅力創出事業 平成20年度～24年度	松山市	①目的・概要 NHKスペシャルドラマ「坂の上の雲」の放映(H21年秋から3ヵ年)の機会を捉え、観光客の誘致促進を図るために、東京渋谷公園通りや大手町丸ビル周辺の町づくりを手がけたアートディレクター榎本了壱氏のプロデュースにより，平成20年度から、松山の魅力を創出する事業「まつやまエポック」を計画的に実施し、効果的かつ戦略的な情報発信・宣伝PRを行う。 ②事業内容 平成20年度から24年度に、堀之内公園や市民会館、中央商店街内など中心市街地内で開催し、いずれも、「坂の上の雲」にちなんだ地域資源を活かしつつ、著名人登用やコンペティション、ギネス挑戦、グルメなどを扱った集客性の高いイベントを開催することで、主に近隣市町や近県の観光客を誘致する。 ○国際市民自転車マラソン(ツールドマツヤマ) ○千人千句千米チェーン俳句大会 ○松山の味・食料理三ツ星大賞 ○市街劇「人力飛行機ソロモン・松山篇『坂の上の雲』を目指して」 ○『坂の上の雲』全国創作紙芝居コンクール＆ウォーク・ウィーク ○松山国際街フェア その他 ○国際ブラストフェスティバル ○「坂の上の雲」シンポジウム ○島博覧会との連携 ○山頭火・一草庵まつり あわせて、松山城や道後温泉、坂の上の雲ミュージアム等既存観光施設との連携		

		（共催企画展やイベント参加者への割引券発行など）や中央商店街周辺のホテルや飲食店等とのタイアップ（宿泊パック、食事の割引券発行など）により、観光客の回遊を図る。 この事業により、新たな魅力を創出することにより、観光客の増加を図る。		
7.観光おもてなし対策事業 平成19年度～	松山市	直接観光客に接し、松山旅行に対する印象を左右する、タクシー乗務員や旅館・ホテルの従業員等への研修会実施や、子供たちが観光案内する「観光キッズ」などにより市民あげての観光案内力、接遇マナーによる、まち全体の「おもてなし」機運の向上を図る。 この事業により、おもてなしのまち松山をPRし、観光リピーターを増やすものである。		
8.道後の街活性化対策事業 平成19年度～	松山市	本市の 2 大観光地の道後地区において、観光の町として活性化図るための計画を平成 20 年度末を目途に策定し、地域主体の魅力づくり、まちづくりとあわせ、更なる賑わいへ向けた資源の開発・整備に取り組んでいく。 この事業により、計画的に観光地道後の観光振興を行い、道後温泉以外の新たな魅力創出により、観光客を増やす。		
9.道後温泉夏まつり 平成19年度～	道後温泉夏祭り実行委員会	道後地区の夏のイベントとして、地域自らが企画する、市民参加による手作り芸能音楽イベントを主体に各種集客イベントを開催し、市民と観光客との融和を図り、夏の道後温泉の魅力を発信するものである。 この事業により、夏の道後の新たな魅力を創出し、市民・観光客の増加を図るものである。		

10. 道後温泉地区における誘客キャンペーン 平成20年度～	道後温泉旅館協同組合 大手旅行会社	道後温泉地区の旅館と大手旅行会社がタイアップして平成 20 年度以降継続して、毎年半年間にわたる誘客キャンペーンを実施する。平成 20 年度は、4 月 1 日から 9 月末日まで、JTB・「日本の旬・四国キャンペーン」を実施する。 ○JTB・「日本の旬・四国キャンペーン」 ・テーマ「新しい風　四国への旅」 ・事業内容 オリジナルガイドツアーの設定、 イベントの実施、ドライブステーションの設置、 お休み処の設置、 各地の旬な共通食材の設定、 地域通貨の設定、 本四 2 橋めぐり割引クーポン、 湯めぐりパスポート、 地域施策（日本の旬コーナーの設置）、 宿泊特典、 シャトルバスの運行、 タクシープランの設定、 レンタカープラン、 瀬戸大橋開通 20 周年記念イベントの開催、 キャンペーングッズ（専用ガイドブック、ポスター、のぼり、ロードマップ、オプショナルプラン別冊パンフレットの作成など）の製作 この事業により、道後の魅力を全国に PR し、道後への観光客、宿泊客の増加を図るものである。		

11.広域観光連携事業 平成19年度～	松山市	砥部焼、地域文化発信の常設劇場の坊っちゃん劇場など周辺市町の観光拠点と連携を図り、観光客の回遊を促し、それぞれの地域の特色を味わうとともに、体験型の観光を提供することで、滞在型の観光の促進を図る。 この事業により、広域の観光地の連携による相乗効果により、時間消費型の観光を推進することで、道後等中心市街地内の宿泊客の増加を図るものである。		
12.城山公園オータムフェスティバル 平成19年度～	城山公園オータムフェスティバル実行委員会	城山公園周辺地区において、市民会館、愛媛県美術館、坂の上の雲ミュージアム等の各施設の催物等と連携して、市民広場として整備中の城山公園（堀之内地区）を活用した集客力のあるイベントを県内メディアが主体となって開催する。 また、公共交通機関の結節点である伊予鉄道松山市駅から城山公園までのエントランスである、花園町通りにおいては、イチョウ並木を活用し「ひかりの花園プロムナード」を実施し、光の散歩道を来街者に提供する。 この事業により、秋の松山に一層の賑わいを創出すると共に、新たな観光資源として定着を図るものであり、加えて、ロープウェー街や中央商店街での秋のイベントを効果的に開催し、オータムフェスティバルの来街者の回遊を促進するものである。	  オータムフェスティバル	

13.まちなか回遊手段提供事業 平成17年度～  坊っちゃん列車  マドンナバス	伊予鉄道(株) 松山市	①共交通機関等の充実 JR 松山駅、中央商店街、道後温泉を結ぶ路面電車や路線バス利便性を活かし、まちなか回遊サービス事業(後述のまちなか回遊サービス提供事業参照)との連携や、移動そのものに娯楽性を持たせた「坊っちゃん列車」、「マドンナバス」「観光レンタサイクル」等の運行、回遊性の維持・向上を図る。 ②路面電車の結節強化と延伸 JR松山駅周辺整備によりJRと路面電車の結節強化を図るとともに、駅西地区への路面電車の延伸により、「坂の上の雲」のまちづくりサブセンターゾーンである松山総合公園との連携、延伸地域からの中心市街地への回遊性の向上を図る。 ③自転車交通の利便性向上 平成 20 年度に策定される、都市圏交通戦略(P127 参照)により、自転車走行レーン、小規模分散型駐輪場について検討し、中心市街地における公共交通や自転車の利便性の向上を図る。 上記事業により、まちなかの観光施設や商業施設等地域資源への回遊が容易となり、観光客アップが見込めるとともに、中心市街地内での回遊頻度の増が図れるものである。	 路面電車延伸  自転車走行レーン

14.まちなか回遊情報提供事業 平成18年度～	松山市 （株）まちづくり松山 伊予鉄道（株） 松山観光コンベンション協会	①まつやまインフォメーションの充実 （P99 参照） 情報の追加や質の向上、アクセス方法の改良など更なる機能充実により、観光客の利用を高め、回遊性の向上を図る。 ②「おいでナビ」の充実 （P116 参照） 魅力あるポイント制度やお店・お得情報の充実により、携帯電話を活用したまちなか情報の発信を進め、観光客及び来街者の回遊性の向上を図る。 ① きめ細やかなマップの作成と配布 （p119 参照） まちなか回遊をスムーズに行うための「公共交通機関利用マップ」の作成や駐車場マップの作成を行うとともに、それらを JR 松山駅、道後温泉、松山城ロープウェイ駅舎に設置している観光案内所や駅、ホテル、旅館、おいでんか（中央商店街）等に相互設置・配布するなど様々なニーズにあったマップが確実に観光客の手に渡るよう対応し、観光客の回遊機会を増やす。 ④多様な回遊コースの提供 従来の「坂の上の雲散策ルートマップ」に加え、多様な回遊プログラムの提供を行う。 これら事業により、まちなかの観光施設や商業施設等地域資源への回遊が容易となり、観光客アップが見込めるとともに、中心市街地内での回遊頻度の増が図れるものである。		

15.まちなか回遊サービス提供事業 平成19年度～	松山市 （株）まちづくり松山 伊予鉄道(株) 松山観光コンベンション協会 松山観光ボランティアガイドの会	①既存各種回遊チケットの周知 伊予鉄道㈱が実施している観光客向けに、路面電車と中心部のバスが 1 日乗り放題の「1Dayチケット」、マドンナバスを追加した「遊々チケット」、郊外電車、バスを追加した「ぐるっと観光 1DAYきっぷ」、いよてつ髙島屋でのお買い物と連携した「お帰り切符サービス」などを観光パンフレットや松山インフォメーション等で広く宣伝することで、観光客に対し公共交通機関による回遊の更なる PR を図る。 ②観光施設回遊割引パスの発行 中心市街地に集中する複数の観光施設の入場がお得な割引料金で回遊できる「回遊割引パス」に取り組むことで、2 大観光施設である松山城、道後温泉以外の観光施設にも誘客が図れ、滞在型の観光地形成に寄与することから、中心市街地内の市有観光 5 施設において、回遊割引パスの導入実験や、民間観光施設との連携に取り組むこととしている。 ③サービスの連携 「おいでナビ」（P116 参照）のポイント還元事業、「回遊割引パス」、伊予鉄道が現在約 15 万枚を発行するいよてつICカードとの連携に取り組み、回遊手段、回遊情報、回遊サービスを有効に組み合わせ、回遊性の向上を図る。 ④サービスの向上 「タクシー乗務員観光おもてなし研修事業」の実施や「松山観光ボランティアガイドの会」を結成することで、回遊サービスの質的向上を図る。 これら事業により、観光施設や商業施設等地域資源への回遊が容易となり、観光客アップが見込めるとともに中心市街地内での回遊頻度の増が図れるものである。		

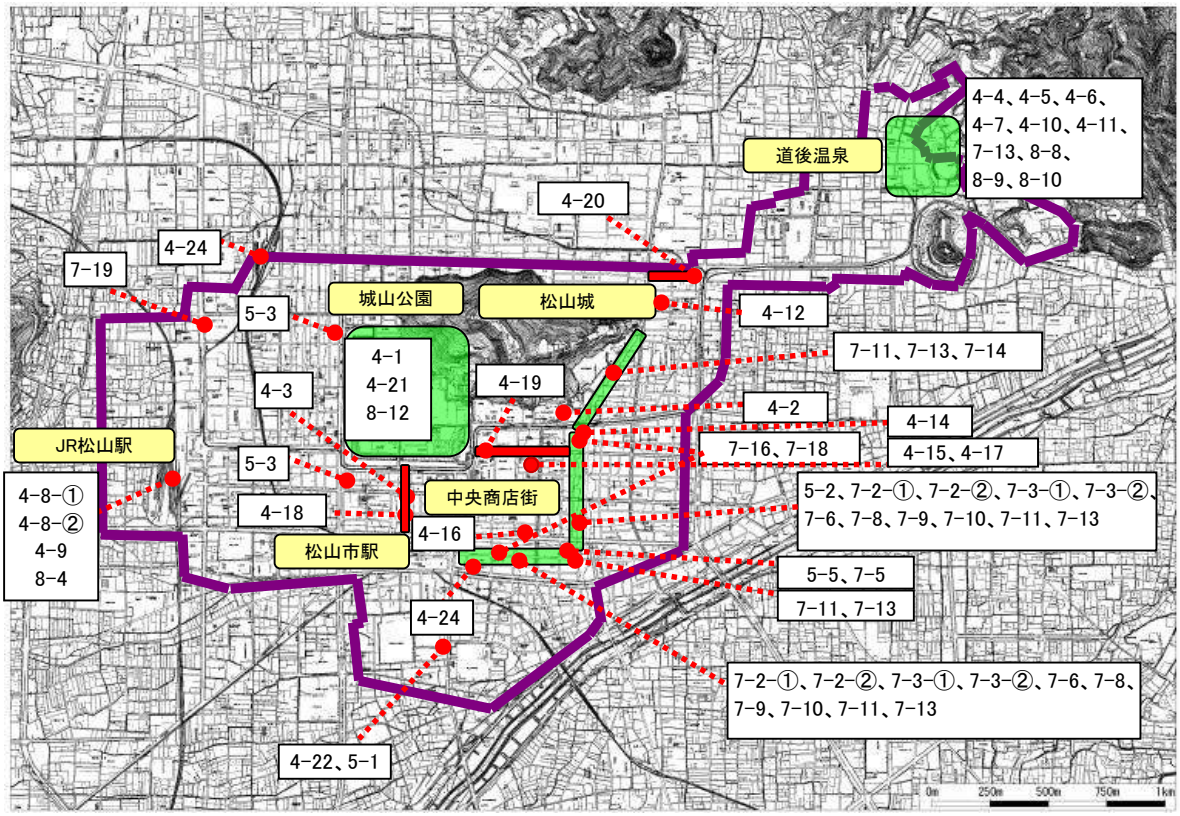
16.情報通信関連企業の誘致 平成14年度～	松山市	立地条件で都市間格差の無い、情報通信関連企業の誘致については、大量の雇用を生むことから、正社員雇用比率が高いなど雇用条件の良好な企業を引き続き誘致していくものとしている。 さらに、中心市街地活性化区域内における低未利用地に、コールセンターや事務センター等が誘致可能な1フロア200坪以上の無柱空間オフィスが整うオフィスビルの建設について、民間企業に要請していく。 この事業により、中心市街地活性化区域内において、大規模な雇用を創出し、職・住近接する暮らしやすい生活空間、加えて、雇用された方自身がまちを訪れることによる賑わいの創出につながるものである。		
17.松山まつりにおける著名人の登用 平成22年度～	松山まつり実行委員会	松山まつりにおいて、誘客効果が期待できる著名人(スペシャルドラマ出演者、松山市ゆかりの人などを予定)を登用する。 この事業により、市民に親しまれている祭りにおいて、著名人の登用という新たな魅力を加えることで、市民及び本市周辺の市町からの新たな誘客により、町の賑わい、観光振興を図るものである。		
18.松山春まつりにおける著名人の登用 平成22年度～	松山春まつり実行委員会	同上		

19.NHKスペシャルドラマ「坂の上の雲」の放送 平成21年度～23年度	NHK	このドラマは、発行部数 2,000 万部を超えるサラリーマンの愛読書ランキングナンバーワンでありながら、作者本人の遺言により、長年にわたり映像化できなかった原作について、司馬遼太郎記念財団の協力が得られたことを機に、NHKが総力を挙げて取り組むことと発表しており、3年間にわたり 90 分番組で計 13 回放送される。また下記理由から「大河ドラマ」に相当する効果が見込めることから，この機会をいかした観光客の誘致を図る。 ドラマ放映効果が見込める理由 (1) 配役に名実とも日本を代表する俳優を続々と起用していること。 (2) ロシア、中国などの海外や全国各地における大規模かつ 3 年間という長期的なロケやその公開による PR の実施 (3) 平成 20 年 3 月 22 日（総合テレビ・22:00～22:45)を皮切りとした今後複数回制作されるメイキング番組や関連番組などの事前PR番組の制作 (4) 公開シンポジウムなどの事前PR事業の実施 (5)通常「大河ドラマ」が放映されることとなれば、旅行者のニーズに応じる形で旅行会社によりいわゆる「ご当地ツアー」が造成されることになる。複数の大手旅行会社に対し聞き取り調査を行ったところ、今回のスペシャルドラマも同様の扱いを行う予定であるとの回答を得ている。 ドラマ放映により、大河ドラマと同様の観光客の増加が見込めるとともに、この機会を捉え、観光振興施策に取り組むことで、一層の誘客を図るものである。		

20.ドラマ放映後の落ち込みを抑える施策 平成24年度	松山市	①目的 スペシャルドラマ放映により増加した観光入り込み客数を放映後も減少させない新たな施策を展開する。 ②事業内容 1)まつやまエポック 平成 24 年には引き続き「まつやまエポック」にて「継続・だんだん感謝祭」をテーマに実施し、エポックを楽しんでいただいた観光客の再来を促進するとともに、松山のいろいろな魅力の定着を図る。 2)観光振興計画に基づく事業 現在地元関係者と実施計画を策定中である道後の街活性化対策事業、「坂の上の雲」のまちづくり事業との連携、体験メニューの充実、市内回遊の促進、ライトアップ事業、プロスポーツとの連携、四国 88 箇所霊場巡り及び修学旅行の誘致など、松山市観光振興計画に基づく施策を早期かつ積極的に実施することによる新たな観光施設の整備や観光地としてのまちづくりに取り組む。 3)既存事業の充実 坂の上の雲ミュージアムや子規記念博物館における展示、既存イベントの充実強化などを行う。 以上、総合的な観光振興への取組により、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、県内外からの観光客を誘致し、観光による活性化を図るものである。		

◇ 4から8までに掲げる事業及び措置の実施箇所

中心市街地活性化事業実施位置図



事業名一覧

◆市街地整備
4-1 城山公園整備
4-2「坂の上の雲」記念館（仮称）建設
4-3 市道千舟町高岡線軌道敷整備
4-4 道後温泉駅前街区・本館周辺ファサード景観整備事業
4-5 道路景観整備
4-6 駐車場整備事業
4-7 道後温泉地区都市再生整備計画事業
4-8-①松山駅周辺土地区画整理事業
4-8-②松山駅前再開発の促進
4-9 JR松山駅付近連続立体交差事業
4-10 県道六軒家石手線自歩道整備及び電線類地中化事業
4-11 伊予鉄道道後温泉駅周辺みち再生事業
4-12 萱堂公園リニューアル事業
4-13 下水道地震対策緊急整備事業（＊1）
4-14 大街道二丁目東地区優良建築物等整備事業
4-15 二番町三丁目南地区優良建築物等整備事業
4-16 千舟町四丁目北地区優良建築物等整備事業
4-17 二番町三丁目南第一地区優良建築物等整備事業
4-18 花園町線整備事業
4-19 二番町線整備事業
4-20 中央環状線整備事業
4-21 石畳等景存整理
4-22 千舟町古川線右折レーン新設事業
4-23 松山市自転車等駐車対策協議会での条例検討（＊1）
4-24 自転車の路上駐輪施設の整備
4-25 新たなまちづくりに向けた、まちづくり初動期支援事業（＊1）
4-26 まつやまインフォメーション事業（＊1）

◆都市福利施設整備
5-1 愛媛県立中央病院整備運営事業
5-2 まちなか子育て・市民交流事業
5-3 地域子育て支援拠点事業
5-4 新たなまちづくりに向けた、まちづくり初動期支援事業（再掲：4-23）（＊1）
5-5 若年者向けダンススクールの開校

◆街なか居住推進
6-1 地域優良賃貸住宅（高齢者型、一般型）の建設助成の優先的配分（＊1）
6-2 新たなまちづくりに向けた、まちづくり初動期支援事業（再掲：4-23）（＊1）

◆商業の活性化
7-1 大規模小売店舗立地法の特例区域設定（の要請）（＊1）
7-2-① 銀天街及び大街道内道路改良
7-2-② アーケード内の空間形成計画の策定
7-3-① 銀天街及び大街道内道路改良
7-3-② アーケード内の空間形成計画の策定
7-4 まちなか子育て・市民交流事業（再掲：5-5）
7-5 まち更新推進支援事業（お城下大学）（＊1）
7-6 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
7-7 ぼっとステーションおいでんか運営事業
7-8 おいでナビ事業
7-9 道路空間活用まちづくりモデル構築事業
7-10 安心で安全のまちづくり事業
7-11 商店街、商店、イベント連携による共同販促事業
7-12 空き店舗対策事業（＊2）
7-13 マップ作成事業
7-14 ロープウェイ街まちづくり協定書見直し事業
7-15 都市等活性化事業（＊1）
7-16 新たなまちづくりに向けた、まちづくり初動期支援事業（再掲：4-23）（＊1）
7-17 まちなか暮らし・賑わい事業所等立地促進事業（＊1）
7-18 ラフォーレ原宿・松山銀地商業等複合ビル建設に伴う支援
7-19 フジグラン松山の商業床の増床
7-20 銀天街大型空き店舗へのテナント入居
7-21 官民共同によるテナントリーシング事業（＊1）
7-22「松山の味」による商業活性化事業（＊2）
7-23 商業振興対策事業（＊2）

◆公共交通機関の利便性増進等
8-1「坂の上の雲」を軸とした21世紀のまちづくり事業（＊2）
8-2 中心市街地活性化ソフト事業（＊1）
8-3 松山市交通戦略策定（＊2）
8-4 JR松山駅付近連続立体交差事業（再掲：4-8）
8-5 パスロケーションシステム（＊2）
8-6 スペシャルドラマ「坂の上の雲」魅力創出事業（＊2）
8-7 観光おもてなし対策事業（＊2）
8-8 道後の街活性化対策事業
8-9 道後温泉夏まつり
8-10 道後温泉地区における誘客キャンペーン
8-11 広域観光連携事業（＊3）
8-12 城山公園オータムフェスティバル
8-13 まちなか回遊手段提供事業（＊2）
8-14 まちなか回遊情報提供事業（＊2）
8-15 まちなか回遊サービス提供事業（＊1）
8-16 情報通信関連産業の誘致（＊2）
8-17 松山まつりにおける著名人の参加（＊2）
8-18 松山春まつりにおける著名人の参加（＊2）
8-19 NHKスペシャルドラマ「坂の上の雲」の放映（＊3）

注：事業名の末尾の＊1～3は次のように事業実施位置が特定できない事業
＊1 事業実施が中心市街地全体に及ぶもの
＊2 事業実施が市域全体に及ぶもの
＊3 事業実施が周辺市町に及ぶもの

9.4 から 8 までに掲げる事業及び措置の総合的かつ一体的推進に関する事項

[1]市町村の推進体制の整備等

1. 平成 18 年度の庁内推進体制

1)中心市街地活性化基本計画策定検討庁内ワーキングチーム

産業経済部企画官をリーダーに、企画政策課、坂の上の雲まちづくりチーム、財政課、都市政策課、産業政策課、地域経済課をメンバーに計画策定についての検討会を6回開催

協議内容:

・改正まちづくり 3 法の内容の共有
・中心市街地活性化の優位性、優先性の検討
・成果目標設定及び事業計画等の見込み
・中心市街地活性化基本計画を策定するにあたり必要な基礎調査
・旧中心市街地活性化基本計画の実施状況と評価の確認
・基礎調査項目の各課への割り振り
・国の基本方針及び認定申請マニュアル、国の支援措置の共有
・法定の中心市街地活性化協議会(民間主体)の設立への検討
・旧計画における未着手事業の検討と新規事業の各課からの提案
・他市の認定状況(富山、青森)　　ほか

2)中心市街地活性化基本計画策定検討庁内連絡調整会

庁内すべての部局の政策課による連絡調整会を 1 回開催するほか、随時連絡調整を行う。

3)市議会

12 月議会にて、準工業地域であるJT松山工場跡地への大規模集客施設立地が中心市街地活性化の阻害要因になる旨を答弁するとともに、平成 19 年度より中心市街地活性化基本計画策定の着手とこれに伴う準工業地域への 1 万㎡を超える大規模集客施設の立地規制手続きに着手することを表明。

また、市議会において平成 19 年 3 月に「都市活性化調査特別委員会」が設置され、「中心市街地活性化」を調査研究議題とされている。

2. 平成 19 年度以降の庁内推進体制

1) 庁内体制

＜平成 19 年度＞

- 関係部局を統括するため、地域経済課に専属の職員(2 名)を配置
- 5 月 29 日に第 1 回「松山市中心市街地活性化基本計画庁内策定委員会」を開催し、昨年度より検討を重ねてきた内容を踏まえ、各部局の課題・問題をふまえて、活性化基本方針、目標指標、区域についての方向性の了承を得る。
- 11 月 9 日に第 2 回「松山市中心市街地活性化基本計画庁内策定委員会」を開催し、基本計画案を提示し、課題、基本方針、区域、計画期間、数値目標、事業計画、新たな活性化策について協議を行い、市政の重要施策である中心市街地活性化に向けた、各部局における取り組みについて了承を得、正式申請に向け最終的な各部局内の調整を依頼。

＜平成 20 年度＞

- 地域経済課から、総合政策部　坂の上の雲まちづくり担当部長付に所管換え。
- 「中心市街地活性化」「都市再生」「地域再生」を統括的に扱うとともに、事業部門との連携により、地域活性化を強力に推進する。

2)都市活性化調査特別委員会(市議会)

＜平成 19 年度＞

(1)4 月 12 日:中心市街地の活性化、都市計画道路、大規模跡地の有効利用について現状報告

(2)4 月 26 日:調査研究事案について、追加すべき事項及び課題・問題の抽出

(3)9 月　6 日:追加調査研究事案の公共交通の充実促進についての現状報告
中心市街地活性化基本計画策定の進捗状況報告
中心市街地活性化基本計画を優先して調査研究することを決定

(4)11 月 27 日:ユニバーサルデザイン計画、中心地居住促進策について現状と今後の取り組みを調査・検討

(5)2 月 22 日:松山市中心市街地活性化基本計画(案)を報告

＜平成 20 年度＞

(6)5 月 28 日:中心市街地活性化に向けた公共交通の充実促進を調査
アクセス不便地域への対応、公共交通の利用促進に向けた住民意識の啓発等

(7)8 月　6 日:中心市街地活性化に向けた公共交通の充実促進を調査
トランジットモール、交通渋滞の緩和策、鉄道・路面電車・バスなどの交通結節点機能の充実、幹線道路への公共交通の導入

3. 多様な主体との連携

1)城山公園オータムフェスティバル

城山公園は、松山市のシンボルである松山城や、二之丸史跡庭園、野球場・競輪場・テニスコート等が松山中央公園に移転し、市民のセントラルパーク的な公園として平成 22 年を目途に第 1 期整備が進む堀之内地区がある。

中心部にある、これらの公園施設等を有効活用し、地元報道各社が主体となり、10 月から 12 月の間、各種イベントを開催し、松山市民並びに観光客が、今以上に松山市に対し高い関心を持ち、街を楽しみ、季節を楽しむ、生き生きとした街づくりを実現する目的で、「松山を楽しもうキャンペーン」城山公園オータムフェスティバル 2007 実行委員会が設置された。

城山公園オータムフェスティバル実行委員会

委員長	松山市産業経済部長
副委員長	愛媛新聞社事業局長
副委員長	南海放送営業開発局局長
副委員長	テレビ愛媛営業局長

副委員長	あいテレビ営業局長
副委員長	愛媛朝日テレビ業務局長
副委員長	愛媛 CATV 営業本部長（委員を兼務）
委員	松山市総合政策部企画官（坂の上の雲まちづくり担当）
委員	松山市産業経済部企画官
委員	愛媛新聞社事業部長
委員	南海放送営業開発局局次長兼事業部長
委員	テレビ愛媛営業局販促事業部長
委員	あいテレビ営業局営業部マネージャー
委員	愛媛朝日テレビ業務局事業部長
監事	南海放送営業局営業部長
監事	テレビ愛媛営業局営業部長
事務局	愛媛新聞社事業局

2）道後温泉夏まつり

道後温泉は松山城と並ぶ 2 大観光地であり、道後温泉本館前が歩行者空間として整備されたことにより、歩行者の回遊性が大幅に向上したところである。

道後地区では従来から開催してきた夏のイベントに市民参加の手作り芸能音楽イベント等を企画し、市民と観光客との融和を図り、夏の道後温泉の魅力を発信し一層の観光客誘致を図ることを目的に道後温泉夏まつり実行委員会により、平成19、20年8月の一ヶ月間、道後温泉夏祭りが開催された。

道後夏まつり実行委員会

会長	道後温泉旅館協同組合理事長
副会長	JTB 旅連愛媛支部
副会長	道後商店街振興組合理事長
企画	道後温泉旅館協同組合副理事長
企画	道後温泉旅館協同組合副理事長
企画	道後商店街振興組合副理事長
企画	コンソーシアム GENKI
企画	松山市産業経済部道後温泉事務所長
企画	道後温泉旅館協同組合事務局長

[2]中心市街地活性化協議会に関する事項	

松山市中心市街地活性化協議会の設立(平成 19 年 8 月 24 日)

- 平成 19 年 5 月に、(株)まちづくり松山及び松山商工会議所において、松山市中心市街地活性化協議会設立準備会を立ち上げ、平成 19 年 8 月の(株)まちづくり松山への松山市の出資を受け、平成 19 年 8 月 24 日に協議会を設立した。
- 協議会は、松山市中心市街地活性化基本計画の策定及び実施に関し必要な事項について協議し、様々な主体が参加するまちづくりの運営を横断的・総合的に調整及びまちづくり事業をサポートすることにより、松山市中心市街地の活性化を図り、引いては松山市の発展に寄与することを目的としている。
- 協議会メンバーは以下の通りである。なお、協議会には運営会議を設置し、事業計画等個別プロジェクト検討会議とあわせて、多様な主体による中心市街地活性化事業計画を策定し実施することとなっている。

松山市中心市街地活性化協議会役員名簿(平成 20 年 7 月 24 日現在)

(順不同)

役職名	組　織　名	組織上の地位	氏　名
会　長	松山商工会議所	会頭	麻生　俊介
副会長	(株)まちづくり松山	代表取締役	日野　二郎
監　事	(株)伊予銀行	地域振興部部長	山下　和規
	(株)愛媛銀行	公務部部長	福富　　治

松山市中心市街地活性化協議会タウンマネージャー名簿

組　織　名	組織上の地位	氏　名
(有)邑都計画研究所	代表取締役	前田　　眞

松山市中心市街地活性化協議会会員名簿

(順不同)

区分	組　織　名	役　職
正会員	松山商工会議所	会頭
	(株)まちづくり松山	代表取締役
準会員	松山市	坂の上の雲まちづくり 担当部長
	(財)松山観光コンベンション協会	会長
	伊予鉄道(株)	代表取締役社長
	松山市商店街連盟	会長
	道後温泉誇れるまちづくり協議会	会長
協力 会員	国土交通省四国地方整備局 松山河川国道事務所	所長

	愛媛県経済労働部	経営支援課課長
	愛媛県中予地方局建設部	部長
	松山東警察署	生活安全調査官
	日本政策投資銀行松山事務所	所長
	愛媛大学	地域創成研究センター長
	松山大学	総合研究所所長
	松山市社会福祉協議会	常務理事兼事務局長
	松山市公民館連絡協議会	会長
	松山市小中学校PTA連合会	会長
	(社)松山青年会議所	理事長
	松山消費者団体連絡協議会	会長
	(株)伊予鉄髙島屋	常務取締役
	(株)三越松山店	副店長
	NPO法人日本ガーディアンエンジェルス 松山支部	支部長
	NPO法人Eyes	代表理事
	四国電力(株)松山支店	副支店長
	(株)伊予銀行	地域振興部部長
	(株)愛媛銀行	公務部部長
	愛媛信用金庫	常務理事
	四国旅客鉄道(株)愛媛企画部	部長
	西日本電信電話(株)愛媛支店	支店長
賛助 会員	(株)愛媛CATV	取締役営業本部長
	愛媛ホテル協会	会長
	経済産業省四国産業局産業部	部長
	国土交通省四国地方整備局建政部	都市・住宅整備課長
	独立行政法人中小企業基盤整備機構 四国支部	地域振興部部長
	独立行政法人都市再生機構西日本支社	全国まちづくりチームチームリーダー
	(財)民間都市開発推進機構	中心市街地活性化支援室長

松山市中心市街地活性化協議会運営会議委員名簿

(順不同)

区分	組　織　名	役　職
正会員	松山商工会議所	産業政策部課長
		産業政策部係長
	(株)まちづくり松山	取締役
		執行役員

準会員	松山市	総合政策部 企画官
		産業経済部 地域経済課課長
	(財)松山観光コンベンション協会	事務局長
	伊予鉄道(株)	経営戦略本部リーダー
	松山市商店街連盟	まちづくり委員会委員
	道後温泉誇れるまちづくり協議会	事務局

総会及び運営会議の開催状況

総　会

第1回　平成 19 年 8 月 24 日(金)

議　題　1. 規約の制定について
　　2. 役員の選任について
　　3. 平成 19 年度事業計画(案)について
　　4.平成 19 年度収支予算(案)について
　　5. 運営会議委員の承認並びに委員長の指名について
　　6. 総会決議事項の運営会議委任について
　　7. タウンマネージャー配置の承認について
　　8. 今後のスケジュール(案)について

臨　時　平成 19 年 11 月 20 日(火)

議　題　1. 会長の選任について

臨　時　平成 19 年 12 月 14 日(金)

協　議　1.松山市中心市街地活性化基本計画(素案)について

第 2 回　平成 20 年 3 月 18 日(火)

議　題　1. 平成 20 年度事業計画(案)について
　　2. 平成 20 年度収支予算(案)について
　　3. 規約の変更について
　　4. 松山市中心市街地活性化基本計画(素案)の意見取りまとめについて

第 3 回　平成 20 年 7 月 24 日(木)

議　題　1. 平成 19 年度事業報告(案)について
　　2. 平成 19 年度収支決算(案)について
　　3. 運営会議委員の委嘱について
　　4. 松山市中心市街地活性化基本計画への協議会意見(案)について

運営会議

第 1 回　平成 19 年 8 月 28 日(火)
議　題　1. 個別プロジェクト検討会議の展開について

第 2 回　平成 19 年 9 月 11 日(火)
議　題　1. 運営会議の位置づけについて
　　2. 今後の会議の進め方について
　　3. 勉強会の日程について
　　4. 個別プロジェクト進捗状況個別プロジェクト検討会議の展開について

第 3 回　平成 19 年 9 月 25 日(火)
議　題　1. 地区更新モデル調査事業について

第 4 回　平成 19 年 10 月 9 日(火)
議　題　1. 中心市街地活性化基本計画について
　　2. 地区更新モデル調査事業の実施並びに委員会の設置について

第 5 回　平成 19 年 10 月 23 日(火)
議　題　1. 中心市街地活性化シンポジウムの開催について
　　2. 協議会会長について
　　3. 協議会への入会について
　　4. 個別プロジェクト進捗状況について

臨　時　平成 19 年 10 月 30 日(火)
議　題　1. 地区更新モデル調査事業について

第 6 回　平成 19 年 11 月 13 日(火)
議　題　1. 会長の選任について
　　2. 地区更新モデル調査事業について
　　3. 協議会メンバー(構成員)について
　　4. 個別プロジェクト進捗状況について

第 7 回　平成 19 年 11 月 27 日(火)
議　題　1. 松山市中心市街地活性化基本計画(案)について

第 8 回　平成 19 年 12 月 11 日(火)
議　題　1. 新規協議会メンバーの承認について
　　2. 地区更新モデル調査事業の進捗について
　　3. 臨時総会の開催について

第 9 回　平成 20 年 1 月 22 日(火)
議　題　1. 松山市中心市街地基本計画への意見・要望取りまとめについて

臨　時　平成 20 年 2 月 1 日(金)
議　題　1. 松山市中心市街地基本計画への意見・要望取りまとめについて

第 10 回　平成 20 年 2 月 12 日(火)
議　題　1. 事業所立地の奨励制度について
2. 商業活性化推進事業(旧 TMO 基金)の要望調査について
3. 松山のまちづくり構想について

第 11 回　平成 20 年 3 月 10 日(月)
議　題　1. 協議会総会附議事項について
(1)平成 20 年度事業計画(案)について
(2)平成 20 年収支予算(案)について
(3)規約の一部改正について
(4)松山市中心市街地活性化基本計画(案)の意見取りまとめについて
2. 平成 20 年度タウンマネージャーの設置について
3. 松山市中心市街地活性化基本計画(案)の変更点について

第 12 回　平成 20 年 3 月 18 日(火)
議　題 1. 松山市中心市街地活性化基本計画(案)の変更点について

第 13 回　平成 20 年 4 月 8 日(火)
議　題 1. 今年度事業の進め方について

第 14 回　平成 20 年 5 月 16 日(金)
議　題 1. サブタウンマネージャーの採用について
2. 平成 20 年度事業計画について

第 15 回　平成 20 年 6 月 24 日(火)
議　題 1. 現在の事業実施状況について
2. 総会開催の日程調整並びに議題について
3. 意見・情報交換

第 16 回　平成 20 年7月8日(火)
議　題 1. 総会附議事項について
2. 意見・情報交換

第 17 回　平成 20 年7月22日(火)
議　題　1. 総会附議事項について(最終調整)
　　2. 意見・情報交換

第 18 回　平成 20 年 8 月26 日(火)
議　題　1. 基本計画に係る意見書の提出について
　　2. 有限責任中間法人「お城下松山」の協議会入会依頼について
　　3. 中小企業基盤整備機構への事業申請について
　　4. 来年度の事業について(各提案出し)
　　5. 情報・意見交換

第 19 回　平成 20 年 9 月 9 日(火)
議　題　1. 平成20年度協議会予算の補正について
　　2. 情報・意見交換

臨　時　平成 20 年 9 月 10 日(水)
議　題　1. 松山市中心市街地活性化基本計画の変更点について

第 20 回　平成 20 年 9 月 25 日(木)
議　題　1. 来年度の事業について(各提案出し)
　　2. 松山市中心市街地活性化基本計画について
　　3. 中央商店街将来構想について

中心市街地活性化協議会からの意見書

平成20年7月24日

松 山 市 長
中 村 時 広　様

松山市中心市街地活性化協議会
会 長　麻 生 俊 介

松山市中心市街地活性化基本計画に対する意見書

中心市街地の活性化に関する法律第15条第9項の規定に基づき、意見書を提出致します。

松山市中心市街地活性化基本計画に対する意見書

1．協議会の意見

本協議会においては、松山市が新たな中心市街地活性化基本計画を策定し、国への認定申請を行うことで、今後の中心市街地のあり方つまり、都市機能を集約するコンパクトなまちづくりに向けての取組みを改めて強く宣言したものと認識しております。

基本計画は、「街なかの賑わい創出」「街なかの観光交流人口増」「街なかの商業活性化」を三本柱に掲げ、明確な将来の方向性を示しており、時代の潮流に沿ったものであります。また、中心市街地活性化に関する数値目標も設定され、その実現に向けた具体的な取組みについても提示されていることから、おおむね妥当であるとの結論に至りました。

なお、基本計画の策定及び実施にあたりましては、松山市は次の事項に配慮されますことを望みます。

(1)基本的な方針等計画全般について

ア　市民への周知について

松山市の中心市街地は、松山市を代表するまちの顔であることから、中心市街地の賑わいが松山市の活性化を実現するための大きなポイントであります。このことから、事業主体や本協議会と共に、中心市街地の果たす役割や重要性について、市民への周知・説明を行い、理解と積極的な協力が得られるなかで、事業が実施されるように配慮していただきたいと存じます。

イ　城下町らしさを活かしたまちづくりについて

松山市が有する自然や歴史・文化、産業などを活かした「城下町らしさ」を現出するという観点から、既存資源の見直し、再評価を行い、一方でそれら既存資源を土台とした新しい松山のまちづくりを官民協働で取り組んで行きたいと考えます。

ウ　中心市街地活性化基本計画の推進体制について

中心市街地の活性化を推進するため、松山商工会議所、株式会社まちづくり松山が中心となって商業者、地元企業、行政などの参画によって本協議会を設立したところであります。

今後、本協議会が中心となって基本計画に盛り込まれた事業、その他中心市街地における様々な取組みを円滑かつ着実に推進することに、一層の支援を願うものであります。

(2)個別的事項

ア　区域について

事業を集中して活性化を図る観点から、区域を約450haとすることについて概ね理解しますが、街なか居住の推進や高齢化・福祉社会への対応、更には観光客等の回遊性の仕組みづくり等には、公共交通機関との連携が必要不可欠であります。従いまして、公共交通機関沿線の部分を取り込んだ約630haを区域とする包括的な推進をお願いいたします。

イ　賑わい創出に向けて

賑わい創出の重要な要素である昼間人口の増加に向けて、中心市街地に幅広く企業等の立地を誘発・誘導するために、「まちなか暮らし・賑わい事業所立地促進事業」の展開は望ましいことであります。加えてその制度の効果をよりあげていくためには、制度の対応と合わ

せて、中心市街地の建物等の更新を促進していくことが求められます。

建物更新時の駐車場・駐輪場の付置義務条例について、駐車場・駐輪場の確保と合わせ、建物更新が促進されるような検討を願うものであります。

ウ　大規模集客施設の立地について

中心市街地への都市機能の集積を図るため、準工業地域への大規模集客施設（1万㎡）の立地規制を行っていることは、松山市の中心市街地活性化に向けた強い意思表示と高く評価いたします。加えて、規制だけでなく中心市街地内への立地誘導についても積極的に取り組んでいただきたいと存じます。

都市計画による土地利用規制は、街づくりの根幹を成すものであることから、土地利用規制とあわせ都市機能の集約によるコンパクトな街づくりの推進や、関係機関との連携、更には広域調整に係る働きかけ等の配慮を今後も願います。

エ　新たな事業への支援並びに追加、見直しについて

本基本計画認定後において、都市環境の変化や盛り込まれた事業の展開により、活性化に寄与する新たな民間事業が喚起され、具体化される事業が多く見込まれています。このため、これらの事業者に対して協議会としても具体化に向けた積極的な支援をおこなうこととしていますが、松山市においても積極的な支援を行っていただくとともに、事業者に対して新規事業の照会、聴取を随時行っていただき、事業の追加、見直し等を積極的に実施していただくようお願いいたします。

2. おわりに

松山市における、道後地区やロープウェー街等に代表されるこれまでの着実な市街地整備の事業実施や、マンション等の民間投資の動きなど、市の尽力によるところが大きいと認識し、大変評価されるものと確信しております。今後は、旧活性化基本計画（平成14年策定）に位置付けられていた商業重点地区やJR駅周辺地区における市街地整備への早急な取組みや、本市の2大観光地である松山城、道後温泉のある中心市街地において、平成21年から3ヵ年間放映される、NHK のスペシャルドラマ「坂の上の雲」を起爆剤とした観光振興への取り組みが求められます。

本協議会においても、今後の活動の中で本基本計画の実施にあたり、必要な取組みの研究や検討を行い、鋭意支援、協力していく所存です。松山市におかれましては、本基本計画の実施にあたって国の認定とともに市民の理解を得ること、また県都としての機能、役割を重視しながら、松山市の中心市街地の特性を十分に発揮させるものとなるよう最大限の努力を引き続きお願いいたします。

[3]基本計画に基づく事業及び措置の一体的推進	

1. 客観的現状分析、ニーズ分析に基づく事業及び措置の集中実施

商店街での通行者に対するニーズ調査、まちなか居住アンケート、観光アンケートの調査分析については、「中心市街地の現状及び分析」にて記載したとおりである。

各分析に基づき、中心市街地において行う事業について下記に記載する。

① 城山公園整備

まちなかに住みたくない理由の 2 番目、緑や公園が少ないに対応する事業。

② 松山駅周辺土地区画整理事業、新たなまちづくりに向けたまちづくり初動期支援事業

まちの更新を促進し、将来にわたり持続可能で競争力を維持できるまちとするために必要な事業

③ 愛媛県立中央病院整備運営事業

中心市街地に欲しい施設の 1 番目である病院に対応した事業

④ ほっとステーションおいでんか運営事業

消費者から気軽に利用できるトイレ、休憩所の整備を求める意見や、ベビーカーや高齢者用の電動スクーターなど、ショップモビリティの実施を求める意見に対応した事業。

⑤ まちなか回遊情報提供事業、マップ作成事業

観光客が必要としている飲食店、駐車場等を記載したマップ（紙情報）を作成し、観光客や市民が手軽に情報を入手できることにより、道後と松山城や中央商店街の連携を図る事業。

2. 様々な主体の巻き込み及び各種事業等との連携・調整

中心市街地活性化基本計画を策定するにあたり、設立された中心市街地活性化協議会は、基本計画に対する協議や意見だけでなく、自ら活性化事業にも取り組むことが規約に盛り込まれており、協議会メンバーを中心に多様な主体が連携して活性化事業を行っていくこととしている。

① （株）まちづくり松山及び商店街との連携

（株）まちづくり松山は松山市との間で、屋外広告物、道路管理、中心市街地活性化連携の3協定を締結し、道路空間を活用した広告収益事業を展開しており、加えて、中央商店街と連携し、独自の勉強会やまちづくりワークショップを開催し、中央商店街自らが進めるべきまちづくりを協議し、自転車対策やまちの更新等について集客力アップにつながる取り組みを進めている。

加えて、経済産業省の診断・助言事業を活用し、専門家の助言を受け、中央商店街自らが進めるべきまちづくりについて、検討を進めている。

② 中心市街地活性化協議会との連携

まち更新モデルの作成や自転車対策、中心部と道後地区の観光連携等について、中心市街地活性化協議会の運営会議において、各メンバーが連携することで実施可能となる事業について検討を進めており、協議の整った事業から順次取り組むこととしている。

③ 各実行委員会との連携

松山春まつり（お城まつり、道後温泉まつり）、松山まつりにおいては、多様な主体による各実行委員会が行ってきたところであるが、平成 19 年度からは、前記の城山公園オータムフェスティバル実行委員会、道後夏まつり実行委員会など新たな実行委員会を立ち上げ、様々な実施主体によりイベントが開催されている。

④ 中央商店街と道後温泉旅館組合、ホテル協会との連携

松山城を含む中心部と道後地区のより一層の連携を図り、相互の回遊性を向上させることを目的に、各種情報を市民及び観光客に対し相互に提供する。

10. 中心市街地における都市機能の集積の促進を図るための措置に関する事項

[1]都市機能の集積の促進の考え方

1） 松山広域都市計画マスタープラン

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。

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。

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」づく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。

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。

加えて、市長公約として、「まち」の顔となる、中心市街地の活性化に向け、市民や事業者と連携を図りながら、多様な都市機能がコンパクトに集積した賑わいあふれるまちづくり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。

[2]都市計画手法の活用

中心市街地の西南の近接するJT工場跡地(準工業地域)においては、大規模集客施設の立地が計画されていたが、平成 18 年末に、本市が進めるコンパクトなまちづくりや中心市街地の活性化に悪影響があること、中心市街地活性化基本計画の策定及び大規模集客施設の規制を平成 19 年度から進めることを市が表明し、松山市が進める街づくりへの協力を地権者等へ依頼した。その結果、所有者は売買により代わったものの、松山市の進める街づくりに対し、各地権者の理解と協力を得ることができ、都市計画による準工業地域の大規模集客施設の規制が行われる(平成 20 年 4 月特別用途地区建築条例の施行)前であったにもかかわらず、大規模集客施設の建設は行われていない。

この事例のように，市域の準工業地域には，比較的まとまりをもつ事業用地が存在することから，大型小売店舗などの大規模集客施設の立地が懸念された。

平成19年度には、延べ床面積1万㎡を超える大規模集客施設(建築基準法別表第2(わ)項に掲げる用途)を規制する特別用途地区の指定及び特別用途地区建築条例の制定を行い、平成 20 年 4 月から建築条例の施行によって準工業地域の大規模集客施設の立地規制を確実なものとして、本市の目指すまちづくりを進めている。

法手続き等の経緯(平成 19、20 年度)

8 月:市内5箇所で特別用途地域の指定について、説明会及び意見陳述会を開催
10 月:特別用途地区の案の縦覧及び意見書の掲出
11 月:松山市都市計画審議会の開催
12 月:特別用途地区建築条例の審議・公布
2 月:特別用途地区の都市計画決定告示
4 月:特別用途地区建築条例の施行

規制内容

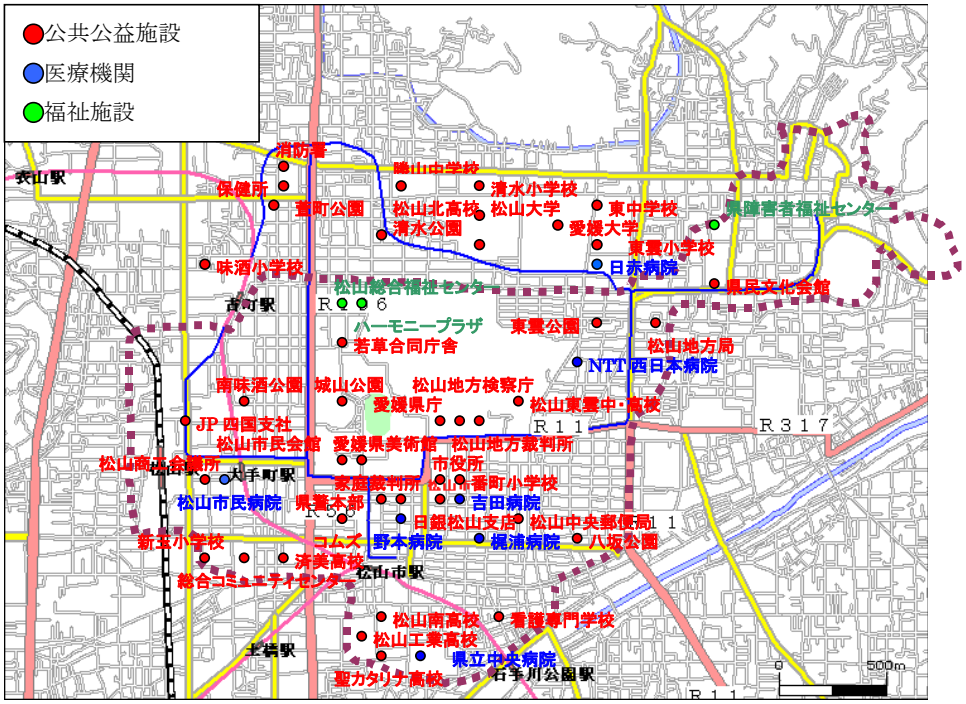
劇場，映画館，演芸場若しくは観覧場又は店舗，飲食店，展示場，遊技場，勝馬投票券発売所，場外車券売場，場内車券売場若しくは勝舟投票券発売所の用途に供する建築物でその用途に供する部分(劇場，映画館，演芸場又は観覧場の用途に供する部分にあっては，客席の部分に限る。)の床面積の合計が 1 万平方メートルを超えるもの

[3]都市機能の適正立地、既存ストックの有効活用等	

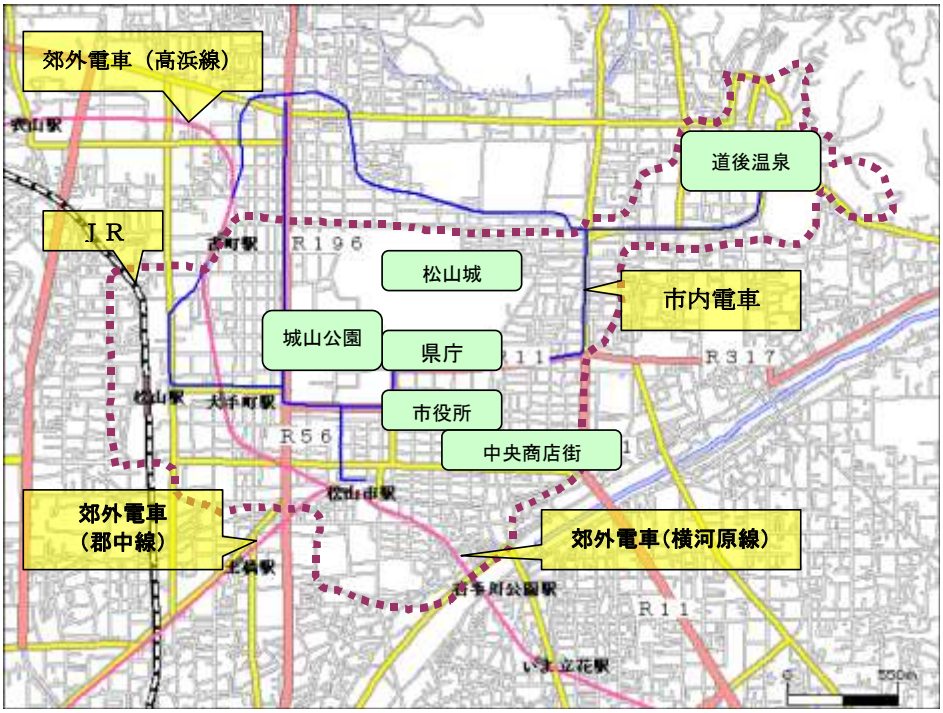
中心市街地には、官公庁、教育、文化、保健福祉、医療等の施設が整備されているほか、公共交通も整備されている。また、商業集積も進んでおり、中央商店街のほか、大規模小売店舗もあり、中心商店街と一体的な商業集積を形成している。

こうした都市機能の既存ストックを有効活用する取組みにより、さらに中心市街地の活性化が図られるものと期待される。

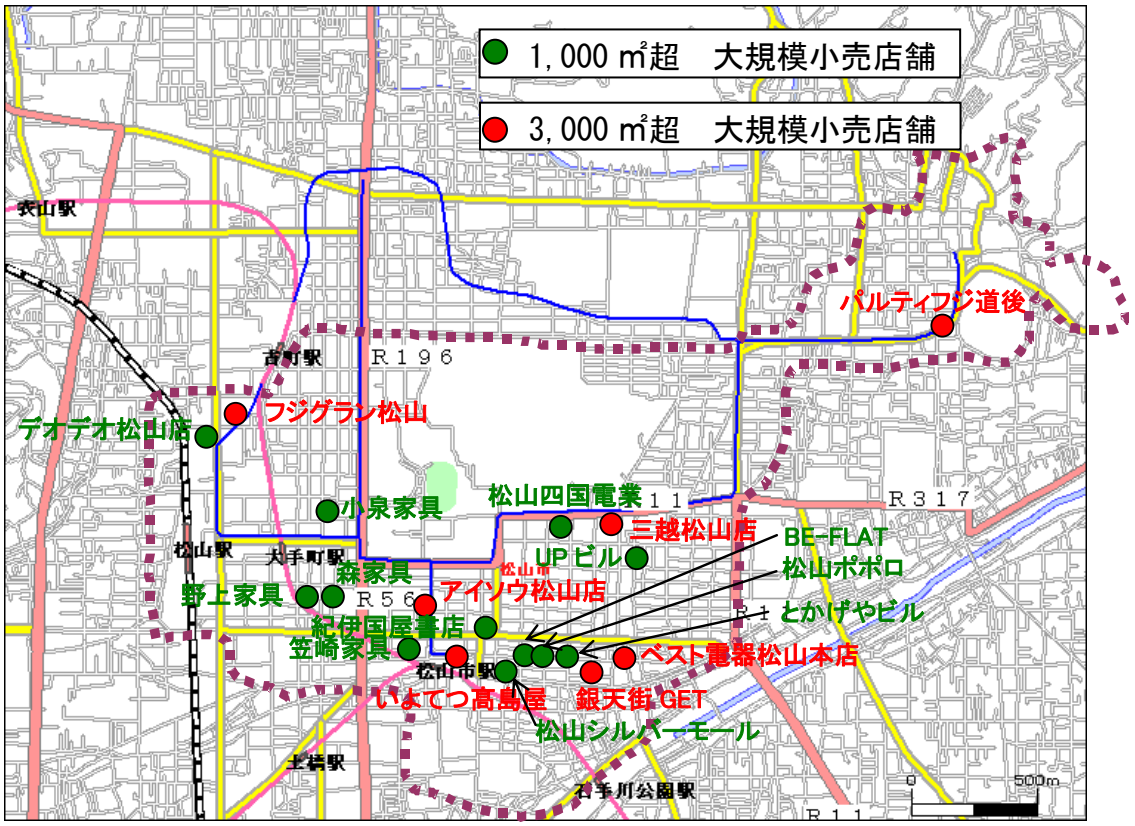
中心市街地の公共公益施設等



中心市街地の主要交通体系

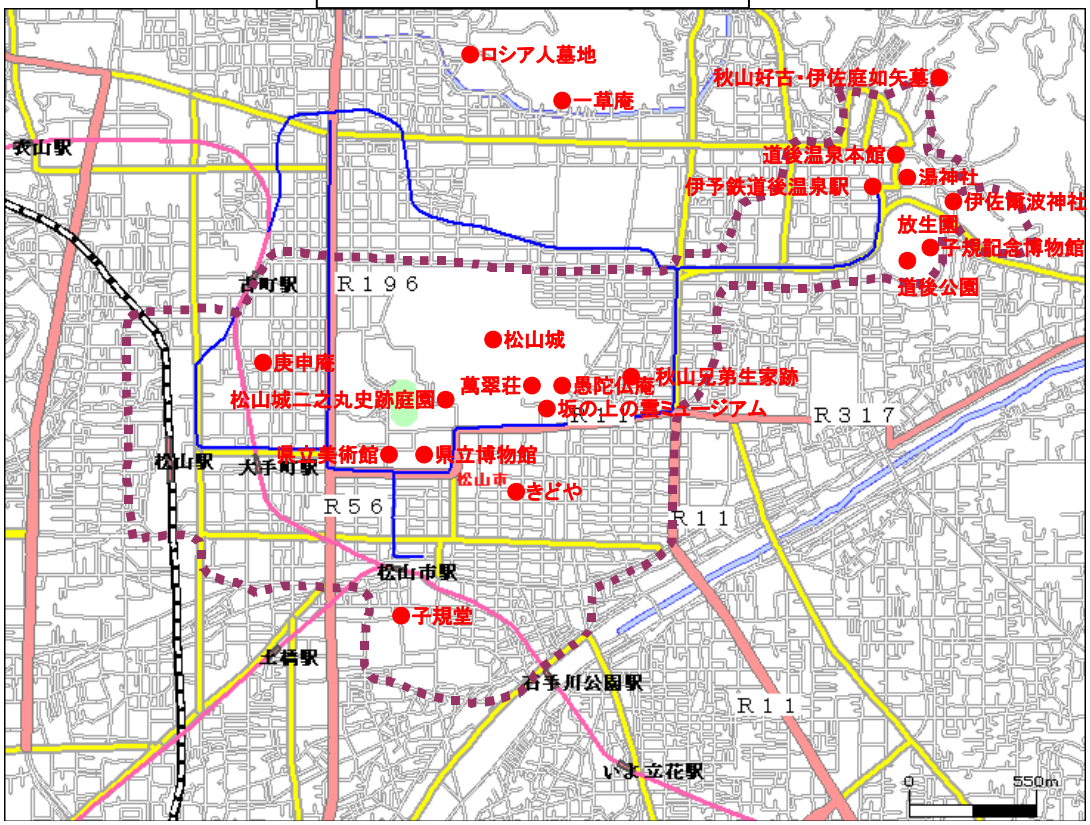


中心市街地内の大規模小売店舗（売場面積１，０００㎡以上）



平成 19 年末現在

中心市街地の主要観光施設



［4］都市機能の集積のための事業等

都市機能の集積に当たっては、以下の事業を進め、既存のストックも有効に活用することで、効果的に中心市街地の活性化を図ることとする。

- 城山公園の整備
- まつやまインフォメーション（まちかど案内情報発信事業）
- 松山駅周辺土地区画整理事業
- 愛媛県立中央病院整備運営事業
- 地域子育て支援拠点事業

11. その他中心市街地の活性化のために必要な事項

[1]基本計画に掲げる事業等の推進上の留意事項

個別事業に関連した実践的・試行的な活動の内容・結果等

1.「坂の上の雲」を軸とした 21 世紀のまちづくり

「坂の上の雲」のまちづくりへの取組みは、平成 11 年度から取組んでおり、平成 12 年 3 月に基本構想、平成 13 年 3 月に基本計画を策定し、まちづくりの具現化手法として、松山城周辺のｾﾝﾀｰｿﾞｰﾝと6つのｻﾌﾞｾﾝﾀｰｿﾞｰﾝを位置づけた「坂の上の雲ﾌｨｰﾙﾄﾞﾐｭｰｼﾞｱﾑ構想」を打ち出し、構想の実現に向けた施策を行っている。

平成 15 年度以降、ﾌｨｰﾙﾄﾞﾐｭｰｼﾞｱﾑ構想の具現化に向け、地域資源等ﾃｰﾏに実効性のある活動を行う地域の市民団体やNPO、地元大学生等の支援を実施し、自ら地域の活性化に取り組む団体が新たに21団体立ち上がった。今後も新たな団体を発掘・支援していくことで、市民主体のまちづくりを進めるものである。

2. 城山公園の活用

平成19年度に、整備中の城山公園（堀之内地区）の供用開始後の利活用方法の一つとして、県内メディアが主体となって、周辺の市民会館、愛媛県美術館、坂の上の雲ミュージアム等の各施設の催物等と連携して、集客力のあるイベントを開催した「オータムフェスティバル」では、約300 千人の公園利用者があった。

このことから、中心市街地の中心に位置する城山公園を、史跡公園として整備するに当たり、市民のセントラルパーク的な存在として市民や観光客の憩いの場として整備する一方、イベント広場として整備・活用することは、中心市街地の活性化に大きく寄与するものである。

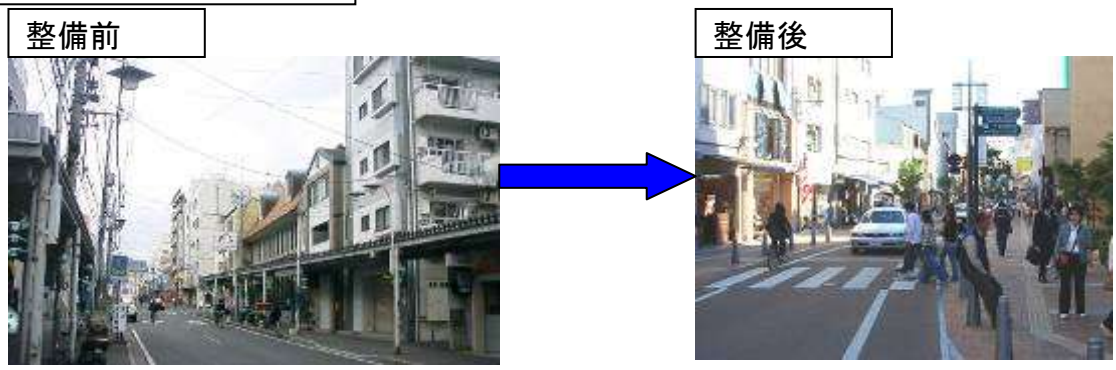
3. 住民参加による景観整備での街の魅力形成

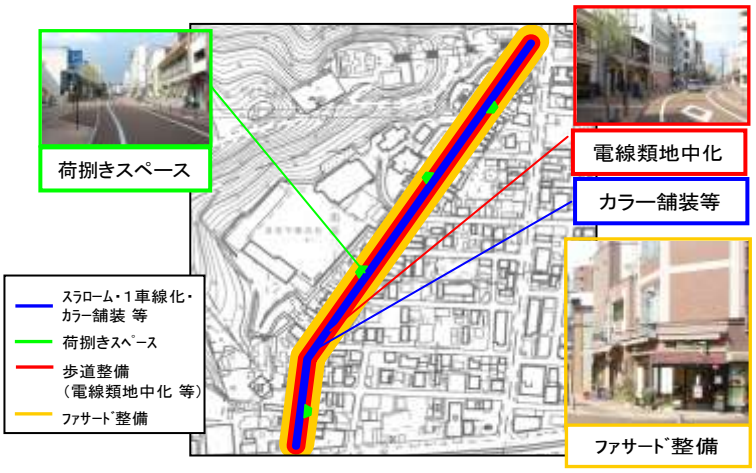
松山城へのメインエントランスとして重要な役割を担っているロープウェー街は、商業の中心である大街道の北側に位置しており、北部方面への通過交通が多く、通りに学校があり、加えて北側には文教地区があることから自転車交通が多く、さらに歩行空間が狭く、安心して通りを歩けない状況であったことから、平成 15 年 10、11 月にトランジットモール及び交通拠点（伊予鉄道松山市駅）、観光拠点（道後温泉）を結ぶループバスの社会実験を行った。

また、魅力ある通りの形成を目指して、地元住民との協働による道路空間再配分(2 車線→1 車線)や民有地の景観整備を実施した。その結果、対策前後で休日の歩行者が 3 倍以上に増加するとともに、地価も上昇する等、通りの賑わいが創出されるとともに資産価値も上昇している。

道路整備と民有地が一体となり、まちの景観整備を行うことが、まちの活性化につながることから、道後温泉本館周辺や道後温泉駅周辺において、道後温泉駅前街区・本館周辺ファサード景観整備事業及び伊予鉄道後温泉駅周辺みち再生事業により、まちの景観整備を行い、道後地区の賑わい向上を図ることとしている。

ロープウェー街の整備状況





- 2車線を1車線に変更
- 道路線形のスラローム化
- カラー舗装・石畳
- 電線類地中化
- ファサード整備
- 荷捌きスペース　4ヵ所
- デザイン照明、ボラード等

4. まつやまインフォメーションの情報発信事業の活用

平成 17 年度に、官民協働型で行った松山市超高速大容量通信網整備事業によって構築された、市内全域 3,000 ㎞に及ぶ光ファイバー網を活用すべく、中心市街地を中心に、まちかど案内情報発信施設「タウンボード」を 13 台設置した「まつやまインフォメーション」の情報発信事業では、観光客・市民に対する観光・生活等の官民の情報発信を行っている。

この情報基盤を活用し、現在、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、公共交通機関利用者、買い物等によりポイントが貯まり、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、ポイントサービス(エコポイント)事業を平成 18 年度から 3 カ年間の実証実験として取組んでおり、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登録者を増やし、中央商店街への来街を促進するものである。

[2]都市計画との調和等

1.松山市合併建設計画

[3]中心市街地要件に適合していることの説明、第3号要件の2)参照。

2.第5次松山市総合計画

[3]中心市街地要件に適合していることの説明、第3号要件の3)参照。

3.松山市都市計画マスタープラン

[3]中心市街地要件に適合していることの説明、第 13号要件の4)参照。

また、分野別の整備方針の中で、重要プロジェクトとして、本市の陸の玄関口にふさわしい賑わいと活力あるまちづくりを実現するための松山駅周辺土地区画整理事業及び JR 松山駅付近連続立体交差事業、都心部の中で安らぎと潤いを与える城山公園の整備を位置づけ、重点的に整備を進めることとしている。

4.松山市環境総合計画

本市では、地球にやさしい日本一のまちをめざして、松山市環境総合計画では、1. 地球の未来を思い行動するまち、2. 自然を守り育むまち、3. 水を大切にするまち、4. 限りある資源を大切にするまち、5.ゆっくりスムーズに移動できるまち、6.古きをたずねて環境を学ぶまち、7.環境を思いやる産業が育つまち、8.人を愛し自然を愛する市民のまち、の 8 つの基本目標を掲げ、各種環境施策を進めている。

中心市街地では、基本目標の「5. ゆっくりスムーズに移動できるまち」の基本施策である「徒歩と自転車で移動しよう」、「公共交通を充実させよう」、を実現できる、気候が穏やかで市街地がコンパクトであり、徒歩と自転車での移動に適していること、路面電車が環状に走っているなどの利点を活かして環境に配慮したまちづくりを進めると同時に、残り7つの基本目標についても、他の地域をリードする積極的な取り組みを進めることで、環境の目指す将来像「協働が築く自然と都市が調和するまち　松山」の実現できるまちづくりを進めることとしている。

[3]その他の事項

該当なし

12. 認定基準に適合していることの説明

基　準	項　　目	説　明
第1号基準 基本方針に適合するものであること	意義及び目標に関する事項	1. 中心市街地の活性化に関する基本的な方針 3. 中心市街地の活性化の目標 を参照
	認定の手続	9. [2]中心市街地活性化協議会に関する事項を参照
	中心市街地の位置及び区域に関する基本的な事項	2. 中心市街地の位置及び区域を参照
	4から8までの事業及び措置の総合的かつ一体的推進に関する基本的な事項	9. 4 から 8 までに掲げる事業及び措置の総合的かつ一体的推進に関する事項を参照
	中心市街地における都市機能の集積の促進を図るための措置に関する基本的な事項	10. 中心市街地における都市機能の集積の促進を図るための措置に関する事項を参照
	その他中心市街地の活性化に関する重要な事項	11. その他中心市街地の活性化のために必要な事項を参照
第2号基準 基本計画の実施が中心市街地の活性化の実現に相当程度寄与するものであると認められること	目標を達成するために必要な 4 から 8 までの事業等が記載されていること	4. から 8. を参照
	基本計画の実施が設定目標の達成に相当程度寄与するものであることが合理的に説明されていること	3.中心市街地の活性化の目標を参照
第3号基準 基本計画が円滑かつ確実に実施されると見込まれるものであること	事業の主体が特定されているか、又は、特定される見込みが高いこと	4. から 8. を参照
	事業の実施スケジュールが明確であること	4. から 8. を参照