

## 郊外部再生・活性化特別委員会行政視察概要

- 1 視察月日 令和6年11月6日（水）～11月7日（木）
  
- 2 視察先及び視察事項
  - (1) 愛媛県松山市  
観光・物産振興等による地域活性化の取組について
  - (2) 一般社団法人松山アーバンデザインネットワーク（愛媛県松山市）  
松山市街地のまちづくりについて
  
- 3 視察委員  
委員 かがゆ 康 弘

## 視察概要

### 1 視察先

愛媛県松山市

### 2 視察月日

11月6日（水）

### 3 対応者

議会事務局次長 (受入れ挨拶)

観光・国際交流課副主幹 (説明)

公益財団法人松山観光コンベンション協会事務局長 (説明)

### 4 視察内容

#### (1) 観光・物産振興等による地域活性化の取組について

##### ア 令和5年度の松山市観光客推定数

令和5年度の特徴は、市内全体の観光客推定数・宿泊者数ともにコロナ禍前の9割程度まで回復したことにある。これは松山空港発着の台湾、韓国などの国際定期路線の再開などによるインバウンド需要の増加によるものである。

交通機関別で見ると、鉄道や自家用車よりもクルーズ船、飛行機、貸切りバス等による海外誘客がメインとなっている。近距離からの移動よりも海外を含む都市部からの旅行が多く、また、道後地区の宿泊者数はコロナ禍前を上回るほど増加している。

##### イ 令和6年度の松山市観光施策

令和6年度の松山市観光施策のポイントは組織改正、MICE、インバウンド誘致、温泉ツーリズムの4点である。観光分野の組織改正として、MICE誘致推進官とインバウンド誘致担当課長を配置した。また、松山市MICE推進に係る基本方針を策定し、松山観光コンベンション協会、地元MICE関連企業、大学などと連携し、オール松山体制でMICE誘致を促進している。

インバウンド誘客対応として、台湾・韓国の団体旅行向け旅行商品造成助成の拡充や大阪・関西万博を契機とした誘客促進策を実施している。

大阪観光局と全国有名温泉地7自治体で構成される温泉ツーリズム推進協議会を今年の4月10日に設立し、その後各温泉地でのシン

ポジウムを開催している。松山では7月18日に実施し、道後温泉の魅力を世界に発信した。

ウ 公益財団法人松山市観光コンベンション協会の取組

選ばれる観光・MICE都市松山として

(ア) 観光・物産振興業

(イ) 国際交流関連事業

(ウ) コンベンション推進事業（MICE）の活動

を推進している。

特にMICEに関しては松山観光コンベンション協会MICE指針を公表し、誘致促進活動を推進している。プロモーションを強化し、実施力・他都市との競争力を高めるため、開催助成金の見直しや観光庁の支援事業の積極的活用、地元ステークホルダーとの連携強化などに努めている。

年間のコンベンション開催件数の目標は、令和4年度の50件に対して令和10年度は160件としている。令和6年度もコンクリート工学年次大会2024など既に多くのコンベンションを開催している。

エ 質疑概要

Q 町の中心部ではなく郊外部に観光客を呼び寄せるような施策としてはどのような取組を行っているのか。

A 松山市は、いで湯（道後温泉）と城（松山城）と文学（正岡子規・夏目漱石など）の街として、中心部への観光客は増加の傾向にある。周辺部の魅力を高めるための施策として、中島地区ではレトロタウン構想として修学旅行の誘致を行い、島での体験を通じて活性化につなげている。また、北条・鹿島地区の美しい夕日をPRしている。外国人観光客は何もないところで夕陽を眺めながらゆっくりすることを望む方も多い。北条地区では、助成金を活用した新しいイベントを行うことで集客につなげる取組を、地域の方々が中心となって継続的に行えるようになった。

Q 高齢化による交通不便地域の対策はどのようなものがあるのか。

A 松山市のバスは民営であり、市内には交通空白地域も多い。現在市内4地域で予約制乗合タクシーであるデマンドタクシーの運行を行っている。また、中心部と郊外部とは経済格差・交通格差が大きく、郊外の高齢化が進む地域と中心部とを結ぶ買い物バスなども運行している。

Q 自治会・町内会など地域の集まりを活性化させる施策はどう考

えるか。

A 松山市には小学校区に1か所ずつ公民館がある。この41か所ある公民館が主体となって、夏祭りなど様々な地域の活動を行っている。中には何百人も集まるイベントもあり、自分たちが計画し、自分たちが実施主体となり、小さな地区を盛り上げている。公民館は行政職員1人、パート職員4人、それ以外は町内のボランティアで運営している。また、公民館ごとに街づくり協議会があり、古い建造物の活用なども行っている。こうした住民自治の活動に対して、人数に応じた交付金を付与している。

## (2) 委員所見

松山市も横浜市同様、台湾・韓国を中心とする海外からのクルーズや航空機による観光需要が増加している。こうした中でMICE分野にも力を入れており、コンベンション数もコロナ以降順調に推移している。一方、こうした観光業による集客は町の中心に限られており、高齢化する市の周辺地域の活性化は課題となっている。そうした中、2度目、3度目に訪れる観光客をターゲットとした「あえて人が少ない観光地」の紹介や、都市部に住む方々が感じたい田園風景や自然などの原風景を売りにしている。こうした点は横浜市も学ぶべきところであろう。

また、高齢化した郊外部の利便性向上や活性化に関しても、積極的な地域交通の導入や公民館という地域特有の資源を生かした取組にも注目したい。横浜市でいえば、市の機関である地域ケアプラザや地区センターなどを活用して地域行事や自治会などとの連携をとることもできるのではないか。こうした点は横浜市にも活かすことができると考えられる。



(松山市役所前にて)

## 視察概要

### 1 視察先

一般社団法人松山アーバンデザインネットワーク

### 2 視察月日

11月7日（木）

### 3 対応者

松山アーバンデザインセンターディレクター（説明）

### 4 視察内容

#### （1）松山アーバンデザインセンター（UDCM）のまちづくりの取組について

##### ア 松山アーバンデザインセンター（UDCM）の設立

松山市においても中心市街地の空洞化、すなわち都心部における商業機能の低下やにぎわいの衰退といった、都市の持続性そのものが危ぶまれるような事態が顕著になっていた。こうした危機感から、都市のデザインやものづくりといった実践的なまちづくりを推進するため、その核となる組織を立ち上げることとなった。先人が残してくれたこの素晴らしいまちを、50年後、100年後に引き継いでいくため、少子高齢化、人口減少社会をはじめとする様々な課題に取り組むことを目的とし、松山アーバンデザインセンター（Urban Design Center Matsuyama：UDCM）が2014年に設立された。

このUDCMは、公共・民間・大学が連携するまちづくり組織として、中心市街地に拠点施設を構え、将来ビジョンの検討や都市空間のデザインマネジメント等のハード面、まちづくりの担い手育成や地域デザインプログラム等のソフト面、双方のアプローチから、総合的なまちづくりに取り組んでいる。

##### イ アーバンデザインセンター（UDC）のしくみと体制

アーバンデザインセンター（UDC）は公・民・学連携のプラットフォームとして未来創造型まちづくりを実行する組織であり、全国に24拠点（2拠点は活動終了、横浜には磯子地区）がある。UDCMはその松山市版である。

運営体制は、松山市都市再生協議会がUDCMに事業・運営費を

寄附する形になっている。コアメンバーであるセンター長、副センター長（いずれも大学教授）、ディレクター（愛媛大学・建設コンサル・松山市派遣の3名）と、非常勤職員4人で運営している。

これまでに中心市街地賑わい再生社会実験（みんなのひろば、もぶるテラス）などを実現し、まちなか居住の魅力向上、滞在時間の延長、外出頻度の増加や体感治安の改善を行ってきた。

車道を歩道に改修するなどの花園町通りの再整備では、松山市と連携し歩行環境の改善などを行い、地価の向上と歩行者数の倍増を実現し、GOOD DESIGN賞を受賞した。また、通りの中心部に駐車場だった雑居ビル1階をリノベーションして活動拠点となる「もぶるラウンジ」を開設した。

#### ウ UDCMの取組について

UDCMは「創る・交わる・学ぶ・知る」の4つの役割を担っている。1つ目の創るは、空間デザインのマネジメントであり、花園町通りの再整備に代表されるまちづくりの役割である。2つ目の交わるは、道路の既成概念を変え、人を集めるための各種イベントやワークショップの開催などである。3つ目の学ぶは、まちづくりの担い手育成としてアーバンデザイン・スマートシティスクール松山2024を開催し、学生や民間企業、行政なども含め計28人が参加し、グループに分かれて松山市内のにぎわい創出のアイデアを具体化した。4つ目の知るではラジオやSNSによる情報発信や各プロジェクトに関する小冊子の発行、積極的なプレスリリースによるマスメディア報道などで活動紹介を行っている。

今後は、松山市駅周辺整備やJR松山駅周辺整備におけるまちづくり支援などに取り組んでいく予定である。

#### エ 質疑概要

Q UDCMの活動資金はどのようにして調達しているのか。

A 松山市から松山市都市再生協議会への寄付金3500万円のうち、3450万円を運営費としてUDCMが受け取っている。これが活動資金の全てである。常駐する3人のディレクターはそれぞれが所属する組織から給料を受け取っている。また、市から派遣される期間は2年間である。

Q まちづくり拠点の整備としてコインパーキングを賑わい広場に整備した実績があるが、5年間で元のパーキングに戻ってしまった理由は何か。

A 行政主導でのまちづくりの推進が困難であったため、UDCMが主導して、市が民間の土地を5年間借りて整備した。多くの市民が利用してにぎわい創出に寄与したが、継続して市の公園として整備することが困難であったため、元のパーキングに戻さざるを得なかった。

Q にぎわいのあるまちづくりのポイントは何か。

A 松山市も人口減少・高齢化が進んでいる。過疎化や町の衰退が進行してしまうと、元のにぎわいを取り戻すのは相当困難になる。その打開策として、今まで注目されてこなかった地域資源（現地の人には当たり前で見過ごされるような宝物）に光を当て、「こんなことダメだろう」と決めつけていた既成概念を取り外し、新たな取組を進めることが重要である。花園町通りでは再整備の結果、地価が上昇し、歩行者数が整備前に比べて約2倍になった。

## (2) 委員所見

公・民・学が連携するプラットフォームとして、街のにぎわい創出の様々なポイントを解説いただいた。資金も限られる中、UDCMで活動する方々は様々な工夫でまちづくりを実践しており、組織で働く「人」で成り立っていると感じる。横浜市も郊外部の商店街がにぎわいを失いつつある中、様々な社会実験が必要である。特に滞在時間を長くし、治安の改善や訪問頻度を増やすためには、これまで考えていなかったような発想を基に思い切って実践してみることが重要であると感じる。

また、次世代の担い手育成も自然と人が集まる空間作りからイベントの開催を通じた人的交流、アイデアを実現するための過程における積極的な支援など学ぶことが多い。横浜市磯子区にもUDCの組織は存在するので、改めて横浜市での活動内容を確認し、効果的な取組は市内各地域に水平展開することとしたい。



(松山アーバンデザインセンターにて)



(花園町通り歩道のウッドデッキ)