

経済効果（キッズパーク松本）

令和7年1月11日(土)～13日(月・祝) 松本パルコ6階

対 象：1歳頃～12歳のお子さんと保護者

来場者：延べ1300名（うち子ども：700名）

協賛金：19企業から28万円

01

大型商業施設売上

前年比で約1.35倍の売上がありました。

また、来館者数も約1.5倍となりました。

子どもを連れた層が来場にあわせて買い物を楽しんだことが要因と考えられます。

（松本あめ市や、人気ポップアップが開催されていたためあくまで参考値）

02

周辺駐車場状況（市営中央西駐車場）

前年比で約1.8倍の利用がありました。

イベントに車での来場が多かったためとみられます。

一方で、公共交通(バス)の利用数は年間平均利用数を下回っており、影響はあまり見られませんでした。家族連れが多かったこともあり、公共交通を利用するよりも自家用車で移動する傾向がありました。

▶ 子どもと一緒に多世代がまちに出かけるきっかけ作りのほか、中心市街地への経済的な効果も高く、着実な成果がみられました。

経済効果（その他）

◆ 各マルシェ売上状況等

1 Xmasマルシェ（MMM Christmas Market 2024）令和6年12月14日、15日

1500万円 2日間合計127店舗が参加

⇒ 中心市街地エリアを会場にしたことで街歩きを促進し、各会場で通常の2倍以上の来場がありました。

2 あめ市連携マルシェ（松本城下町天空マルシェ）令和7年1月12日

122万円 21店舗が参加

⇒ あめ市とのタイアップによる相乗効果で、大きな売り上げに繋がりました。

3 パルコ閉店マルシェ【第1弾】（ありがとう松本PARCOマーケット byMMM）令和7年2月22日-24日

585万円（本部物販も含む） 81店舗が参加

⇒ 「松本PARCO」をテーマにした限定商品や参加型アートポスター等で空間を演出したことにより、来場者も松本PARCOの最後の週末にまちなかでの買い物を楽しんでもらいました。

4 パルコ閉店マルシェ【第2弾】（キッチンカー）

20.5万円 4店舗が参加

⇒ 松本パルコ閉店イベントに合わせて設置したことで、屋外の憩いの場を作ることになりました。

▶ 様々な主体が中心市街地で実施する「マルシェ」は、誰もが楽しめる場所として市内外から多くの集客に繋げており、にぎわいを絶やさないためにも重要である。

今後のまちづくりのプレイヤー創出

✓ 次世代の若手プレイヤー育成

未来を見据えた人材育成につなげるために、様々なアイデアやこだわりを持った商業者等が、まちなかの課題について検討し解決策を講じる「場」を設けることが重要である。

✓ まちなかのにぎわい創出に向けた新しい官民連携の形

大型商業施設閉店を受け、公的機関と民間事業者が同じ目線に立ち、にぎわいを発信する共通課題に向けた解決策を短い期間でトライアルし、成果を出した。

✓ 新商都松本の創造

にぎわいを発信する様々な取り組みから、商業地としての魅力を高めたことで、新しい時代の商都松本の創造の足掛けとなる取り組みが出来た。

▶ 長年にわたり、街中の賑わいを担ってきた商店街振興組合や商工会等が解散や担い手不足など様々な課題に直面する中、このような枠を超えた協力体制を推進していくことが重要