

**松本城下町モール構想に関する提言書
(素案)**

松 本 市 議 会

目 次

- 1 はじめに P 1
- 2 調査研究の経過 P 1
- 3 調査研究の内容 P 1
- 4 提言 P 3
- 5 おわりに P 5

1 はじめに

昨今の外国人観光客の急増や、大型商業施設の出店計画等、中心市街地の状況は刻々と変化している中で、交通政策、個店の魅力づくり、回遊性の創出等、それぞれの課題が山積している。

中心市街地活性化のためには、大型商業施設出店を控えるこのタイミングにおいて、一つ一つの課題に対策を講じ、克服していくことが必要であると考える。

そこで当委員会として、今後のあり方を研究した結果、大型商業施設の周辺域を一つのモールとして捉える「松本城下町モール構想」を提言する。

2 調査研究の経過

- 平成 27 年 8 月 5 日 イオンモール福津を視察
- 9 月 18 日 調査研究
- 10 月 26 日 松本商工会議所との意見交換会
- 11 月 13 日 調査研究
- 12 月 10 日 調査研究
- 12 月 15 日 まちづくりに携わる市民との意見交換会
- 平成 28 年 1 月 15 日 調査研究
- 2 月 29 日 経済地域委員会研修会
- 2 月 26 日 調査研究
- 3 月 3 日 調査研究

3 調査研究の内容

(1) イオンモール福津への委員会視察

福岡県福津市にあるイオンモールへ委員会視察を実施。周辺の渋滞対策や地域貢献の取組み、行政や各種学校との連携について調査を行った。

(2) 松本市商工会議所 及び まちづくりに携わる市民との意見交換会

両会議において、主に議論された内容は次のとおり。

- ・ 大型商業施設から市街地への回遊性に課題
- ・ イベントでしか人が市街地に来なくなっている
- ・ 個店の魅力づくりが必要
- ・ 商店主でない若者による市街地でのイベントが集客力を高めている
- ・ W i - F i の面としての整備と、例えば観光やイベント情報等を発信する情報拠点の設置
- ・ ワクワクするような中心市街地の雰囲気の醸成
- ・ まちづくりに関する市民活動への支援
- ・ 市街地における人の集まる拠点、休憩スペースの設置
- ・ 行政による自立的な活動を促す間接的な創業支援

(3) 経済地域委員会研修会

株式会社商工組合中央金庫の伊藤知彦支店長を講師としてお呼びし、「外部の視点から見た松本の姿～松本市中心市街地の活性化のために～」というテーマの研修会を実施。

主な内容は次のとおり。

- ・ 商店街の連携によって、イベントで集めた顧客を各個店に誘導する
- ・ 顧客満足を高める個店の創意工夫が中心市街地活性化に繋がる
- ・ 信州ブランドの中で、ターゲットを絞りながら、松本市を面的かつ効果的にPRしていくことが必要
- ・ インバウンド増加と、大型商業施設出店を控えるこの時期において、上記の方向性を市が示していく

(4) 平成24年度長野県商圈調査結果から

松本市の平成24年度における商圈人口は、525,918人、地元滞留率¹は92.5%、吸引力係数²は143.7%である。

松本市における地元滞留率と吸引力係数



(平成24年度長野県商圈調査結果を基に作成)

本市における地元滞留率、吸引力係数はともに減少傾向にあり、これを平成3年度の値まで回復させるためには、市内に魅力ある店舗を増やしていくことが必要である。

¹ 地元滞留率：地元内で主に買い物をする世帯の割合

² 吸引力係数： $\{(地元滞留人口+流入人口) \div 居住人口\} \times 100$ 数値が大きいほど地元滞留率及び他市町村からの流入人口が高い

地元滞留率と吸引力係数

図1 佐久市(合併前)

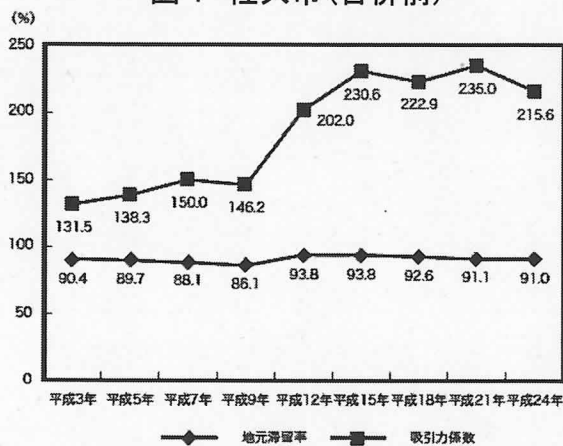
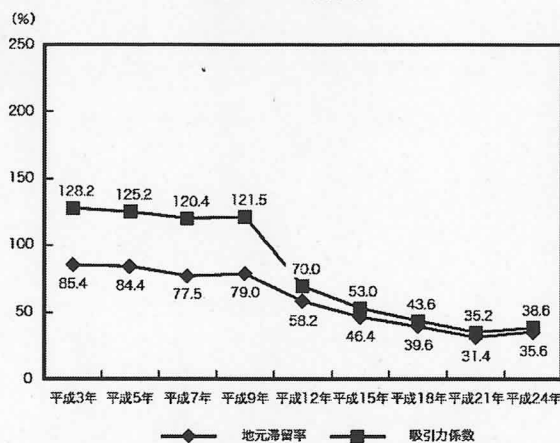


図2 小諸市



(平成24年度長野県商圏調査結果から抜粋)

また、県内で本市より吸引力係数が高い都市に佐久市がある。

平成9年度の調査ではその数値は146.0%であったが、同年の長野新幹線開通と、平成11年に開店したイオンモール佐久平をはじめとする大型商業施設の出店後、平成12年度には202.0%に急増した。(図1)

そして、佐久市の隣の小諸市においては、吸引力係数、地元滞留率ともに平成9年度以降大きく減少している。(図2)

ここから、魅力ある大型店の出店は吸引力係数を上げる起爆剤となる可能性が大きい。

4 提言

出店予定のイオンモールとPARCOを結ぶ域内は、他都市におけるイオンモールの敷地面積とほぼ同規模である。(資料)

そこで、大型商業施設を核として、中心市街地をひとつのモールとして捉えた「松本城下町モール構想」を提言する。

この考え方を、域内の大型商業施設・個店・市民・観光客に認識してもらうことで、点ではなく、「松本城下町モール」という面としての人を惹きつけるワクワクするような雰囲気醸成し、その魅力を発信する。

本市としては、上記内容を踏まえた次の具体的施策について取組まれたい。

(1) 回遊性の創出

大型商業施設は大きな集客力を持つが、そこから中心市街地へ市民・買物客をどう回遊させるかという点に課題がある。そこで、松本城下町モール内の回遊性創出のためには、以下を取組むことが求められる。

ア 駐輪場整備と周辺駐車場の交通結節点化

駐輪場を整備し、周辺駐車場にバス停留所を設置

イ オープンカフェの設置

松本城大手門枳形跡広場や域内の駐車場、店の軒先への設置を奨励

ウ 購入品の配送サービス導入

松本城下町モール内を手ぶらで歩けるように、駐車場まで購入品を配送する仕組みづくりと、それに伴う荷物受け取りロッカーの整備

エ 歩行者が安心して歩ける道路環境の整備

トランジットモール化や、車道幅をより狭く見せる路面標示等、いわゆるゾーン20の導入

オ 面としてのインターネット環境整備

現在はスポット的にWi-Fi環境整備が進められているが、商店の前や移動中といった屋外における面的環境整備

(2) 人と情報の集積

日常における中心市街地の集客力向上のためには、人と情報が集積している場、またそれらの情報に市民と観光客が触れられる環境を、行政として整備することが必要である。

ア 観光、イベント等の情報拠点の設置

信濃毎日新聞新社屋、中町蔵マルシェ、イオンモールの情報拠点化

イ まちづくりコンサルタントの採用、地域づくりインターンの活用

(3) 個店の魅力づくり、個店が輝けるツールづくり

外国人観光客やイベント等で集客した人を個店に誘導するためには、個性ある個店の魅力を高めることが求められる。

ア 「商店等グレードアップ事業補助金」の充実・継続

イ 顧客満足を高めるようなおもてなし教育の推進

ウ 優待制度の導入

子育て家庭優待パスポート、健康パスポートクラブ等の活用や、域内共通ポイントカードの導入

エ クレジット決済システムの導入

5 おわりに

本市におかれては、大型商業施設出店前にその周辺域にて「松本城下町モール構想」を導入し、段階的に市街地全体へと該当範囲を拡大することを目指す中で、それと並行して前述した具体的施策に取り組まれることを提言する。

また、車の乗り入れが回遊性の障害となることが予想されるため、通過交通の抑制等、次世代交通政策を段階的かつ早急に進めることが不可欠である。

大型商業施設出店を、長期的課題であった中心市街地活性化の戦略として活かしていただきたい。

他のイオンモールとの比較

Ⓟ 商店街連盟共通駐車場

松本城

松本駅

あかたの森

イオン常滑
敷地約 202,000 m²
2015.12オープン

イオン
敷地
A敷地
B敷地
C敷地

