

地域づくり表彰

三津浜地区にぎわい創出実行委員会
(愛媛県松山市)

港町の魅力ある地域資源を 活用した新たなにぎわい創出

三津浜地区にぎわい
創出実行委員会

委員長

瀬村 要二郎



1. 松山市の概要

松山市は、愛媛県のほぼ中央にある松山平野に位置し、温暖な瀬戸内海気候により年間を通して降水量は少なく、穏やかな気候に恵まれた街です。

また、西側には海、東側には山、中心部には商業施設がある、自然とのバランスの取れたコンパクトな街です。

古くから松山城を中心として発展してきた城下町で、道後温泉が有名な温泉地でもあり、司馬遼太郎の小説『坂の上の雲』を軸とした物語のあるまちづくりに取り組んでいる魅力あふれる街となっています。



道後温泉本館

2. 活動開始の背景・経緯

三津浜地区にぎわい創出実行委員会の活動エリアである三津浜地区は、昭和中期までは海上交通や物流の拠点として栄えた港町でしたが、近年は、交通手段や物流の変化、近隣港等の整備により港町としての相対的位置づけや機能が大きく変化したことに加え、地区の人口・世帯数が減少傾向にあることから、まちの活力低下が懸念されるようになりました。

しかし一方で、地域や住民によるまちづくり活動が活発に行われるようになり、個性的なイベントの開催や空き店舗等への出店が見られるようになるなど、三津浜の地域資源が再評価され、活性化に取り組む動きが広がってきました。

こうした機運の高まりを背景に、

市と協働で活性化を推進するため、地域資源を活用した活性化の指針を作成するとともに、新たなにぎわいの創出と交流人口の拡大を図ることを目的として、まちづくり活動を行う団体の代表者を構成メンバーとする「三津浜地区にぎわい創出実行委員会」を組織しました。



三津浜地区の全景

3. 地域の宝としての磨き上げ

過去に物流の拠点として松山市発展の礎をつくった港町であったことや、かつての財や文化を物語る近代的建築物や町家等の風情ある町並みが残る、市内でも貴重な地区であること、また、地元でお好み焼きが庶民の味として浸透していたことなど、地理的特徴や歴史的背景等を踏まえ、新たなものを作り上げるのではなく、昔から地元で親しまれてきた身近なものを魅力として再評価し、空き家・空き店舗を活用した取組やお好み焼きをご当地グルメ「三津浜焼き」としてブランド化する食文化を活用した取組など、地域の宝として磨き上げることで、地域資源を活性化に最大限活用しています。



ご当地グルメ「三津浜焼き」

4. 継続的な取組

空き家・空き店舗を活用した取組では、地域に新たなにぎわいが生まれる体制整備に注力しており、平成25年度から地区内のにぎわい創出の拠点として「三津ハマル」を設置し、地区の空き家・古民家の橋渡しをする「町家バンク」を展開。



三津浜にぎわい創出事務所「三津ハマル」

平成27年度からは地区内の空き店舗を改装し、安価な賃料で賃借可能な「チャレンジショップ」を2件、



チャレンジショップの内観

平成30年度と令和元年度には1棟の建物に複数店舗が出店できる「シェアショップ」を2件整備するなど、その規模や対象範囲を広げるなど、地域への新規出店を促進しています。

また、整備したシェアショップでは、収益事業としてサブリースを行っており、2件のシェアショップの新規出店者からの家賃を、三津浜地区活性化の財源として活用しています。



シェアショップ「みつのほ」お披露目式

5. 活動の広がり

食文化を活用した取組では、愛媛県内のご当地こなもんグルメを対象として平成26年度に初開催した「えひめご当地こなもんサミット」から、中四国、全国とイベント規模を年々拡大しており、特に、平成28年度に開催した「全国ご当地こなもんサミット」では、西日本で初開催となった「ゆるキャラグランプリ2016」と同時開催し、北は北海道、南は九州まで全国各地から26店舗の出店があり、来場者は約32,000人の全国規模のイベントへと成長しました。イベント開催にあたっては、地元住民、銀行等の企業や大学、高校、市役所など約130人のボランティアに参加していただき、産・官・学が一体となった取組となっています。



こなもんサミット出店者とスタッフ

空き家・空き店舗を活用した取組や食文化を活用した取組により、市内を中心に認知度向上やにぎわい創りを図ることができましたが、より多くの方へPRし、効果を上げていくため、「古民家」や「食文化」などジャンル別に制作した5本のプロモーション動画をYouTube上で公開し、その魅力を全国に向けて発信しています。



三津浜地区プロモーション動画

こうした全国的な認知度向上の結果、地区外の方が三津ハマルの町家バンクを使って、店舗の出店や移住につながるなど、取組が複合的に展開されることで相乗効果が生まれるといった広がりを見せています。

6. 創意工夫

町家バンクは、いわゆる空き家バンクとは異なり三津浜地区に新たなにぎわいを創出することを目的として、それに適した空き家の情報を収集し、所有者と利用希望者とのマッチングを図っています。

また、町家バンクを利用して地区内に新規出店や移住して来られる方に対して、地元関係者の紹介や地区の情報提供など、地域振興の観点から地元との関わりを重視しながら実施しています。



町家バンクを活用した店舗

三津浜商店街に設置したチャレンジショップは、起業家支援ではなく、新規出店促進を目的に実施しており、誰でも申し込むことができるほか、賃料を低く設定し、出店期間を3年間と上限を設けることで独立開業を促す仕組みにしています。また、チャレンジショップ利用者が地区内に店舗を希望する際に、「町家バンク」や「シェアショップ」を活用して希望物件が見つけれられるよう、事業を連携させて、地区への新規出店促進の効果が発揮されるよう制度づくりを工夫しています。

7. 成果

空き家・空き店舗を活用した取組では、三津ハマルの町家バンクによって平成25年度からの約8年間で、起業や移住などの相談件数は400件を超え、143件の物件登録と75件のマッチングに成功し、うち57件が地区への新規出店、25件が移住につながっています。



チャレンジショップからの新規出店

また、食文化を活用した取組では、ご当地こなもんグルメを集めた「ご当地こなもんサミット」を毎年開催（令和2年度は新型コロナウイルスの影響で中止）し、平成26年度から令和元年度の計6回で、累計104,600人が来場。さらに、イベントの仕組みやノウハウを他都市に無償提供し、開催することで三津浜の認知度向上につながっています。



こなもんサミットの様子

令和2年度にYouTubeで公開したプロモーション動画は、令和2年12月公開から約3ヵ月で再生が35万回を超えるなど、コロナ禍でも多くの方に三津浜の魅力を伝えています。

8. 課題と展望

三津浜地区には、港町として栄えた歴史・文化や独自のご当地グルメなど、多くの魅力的な地域資源があるものの、いわゆる「観光地」という性格は弱く、多くの空き店舗や空き家の存在がまちの活力低下につながっていました。しかし、一見するとマイナス要素である空き店舗等を地域資源として捉え直し、三津ハマルが町家バンクによりマッチングを図ることで、新たな店舗の出店や移住が促進されるなど、プラス要素に好転することができました。

今後は、この好循環を維持・拡大しながら、まちの集客ポテンシャルを高め、市内全域にその効果を波及させることで、松山城や道後温泉に次ぐ第3の観光拠点を目指して活動を続けていきます。