

1

中心市街地が活性化し、 魅力あふれるまち

施策体系

中心市街地の再生

- 福山駅前の再生
- 特色ある商業・サービス業、
商業空間の創出

住んでみたい・住み続けたい
まちづくり

- 移住・定住の促進
- 都市ブランド力の強化
- ばらが咲き誇るまちづくりの推進
- 都市機能の連携・強化
- 快適な住環境の整備
- 福山らしい景観の形成

戦略的な観光振興

- 観光客誘致の促進
- 受入環境の充実

第1項 中心市街地の再生



目標とする姿

子どもから高齢者まで多くの人が福山駅前に集い、
買い物や散歩など自由な時間を楽しむまち

取組の方向性

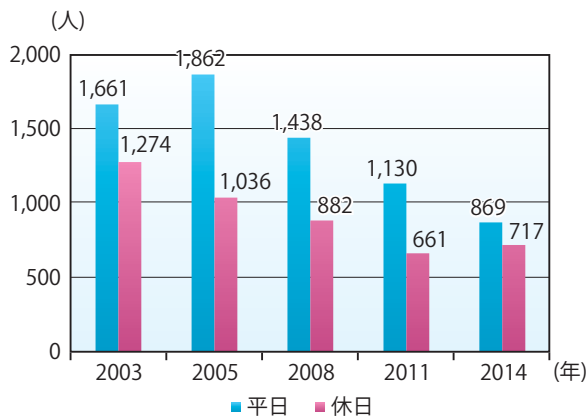
[現状と課題]

- ・福山駅周辺の中心市街地は、郊外型の大規模商業施設の出店やインターネット通信販売等の普及により、空き店舗等の遊休不動産が増加し、流動客数も減少するなど、にぎわいや魅力が失われつつあります。
- ・本市では、民間による都市開発事業を促進するとともに、空き店舗対策や市民参加型のイベントの開催など、駅前の再生に努めています。

[今後の方向性]

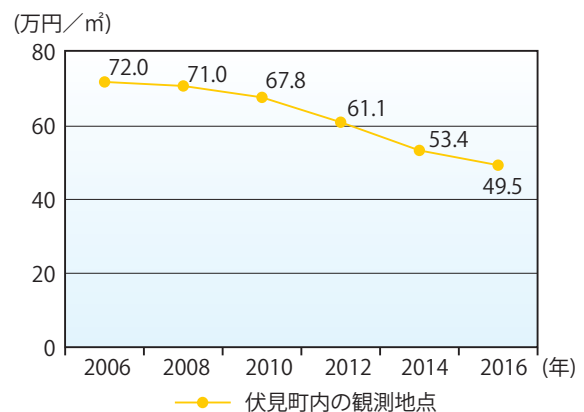
- ・若者や女性の感性、高齢者などの視点も取り入れ、「住む、観る、憩う、学ぶ、働く、集う、そして発信する」など様々な機能の集積により、福山城を始めとした文化ゾーンと一体的に、「都市の顔」としての魅力づくりに取り組みます。
- ・少子高齢社会のモデルとなるようなまちづくりをめざし、民間による都市開発事業や遊休不動産のリノベーション等を促進していきます。

流動客数（伏見町内の観測地点）の推移



(資料) 福山市・福山商工会議所「流動客調査報告書」

地価公示価格の推移



(資料) 国土交通省「地価公示」

数値目標

流動客数²⁰ 平日 869人／現状（2014年）→ **950人／目標（2021年）**
休日 717人／現状（2014年）→ **800人／目標（2021年）**

目標達成のための取組

●福山駅前の再生

魅力ある都市の玄関口となるよう整備を進めます。

- 主な取組
- ◎民間による都市開発事業や遊休不動産の利活用の促進
 - ◎エリアマネジメント²¹の促進

●特色ある商業・サービス業、商業空間の創出

特色のある店舗づくりや若者が挑戦しやすい商店街づくりなどを促進し、文化ゾーンを含め来街者の回遊を促すなど、魅力とにぎわいの創出を支援します。

- 主な取組
- ◎商店街のにぎわい創出の支援

●文化活動の振興（再掲）

文化ゾーンを中心とした魅力とにぎわいの創出に努めます。

⇒詳細は「5 歴史・文化が薫り、スポーツに親しめるまち 第1項 歴史と文化が大切にされるまちづくり」を参照



1



2



3



4

中心市街地のにぎわいの創出

① 福山城公園 ② ふくやま美術館前広場 ③ 東桜町緑地 ④ 久松通り商店街

²⁰ 流動客数調査の調査地点のうち、伏見町内の観測地点における流動客数

²¹ 特定の地域において、住民・事業者・地権者等が連携してオープンカフェやイベント、プロモーション活動等を行うことにより、その地域全体の価値を効率的に維持・向上させる民間の主体的な取組

第2項

住んでみたい・住み続けたいまちづくり



目標とする姿

市民が誇りや愛着を持ち、
いつまでも住み続けたいと思えるまち

取組の方向性

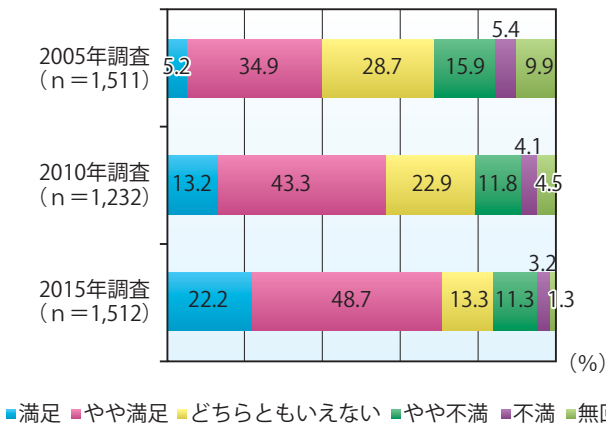
[現状と課題]

- ・住民の住みやすさに関する満足度は10年前と比べ高まっています。
- ・しかしながら、若年層を中心に転出超過の傾向が顕著となりつつあり、移住・定住対策等の強化が求められます。

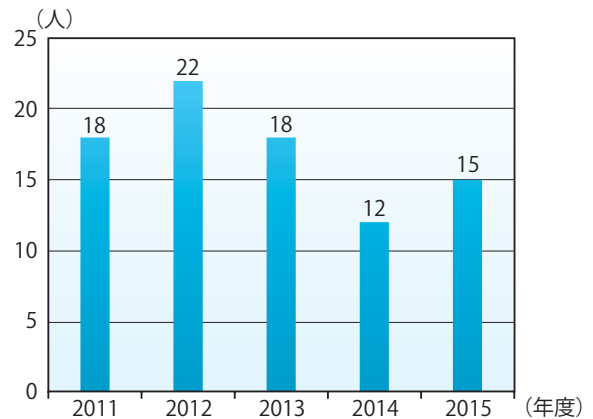
[今後の方向性]

- ・「住む（住環境）」「働く」「暮らす」の視点で、若者や女性にとっても魅力あるまちづくりを進めます。
- ・福山市都市ブランド戦略に基づき、産学金官民が一体となって「オール福山」で、ばらのまちづくりを始め、歴史や文化など福山らしい魅力を高め、積極的・戦略的に発信します。

福山市の住みやすさ満足度



U・Iターン就職決定者数の推移



(資料) 福山市資料

数値目標

住みやすさの満足度 70.9%/現状（2015年度）→ **80%/目標（2021年度）**

U・Iターン就職決定者数 15人/現状（2015年度）→ **100人/目標（2017年度～2021年度）**

目標達成のための取組

●移住・定住の促進

福山暮らしの魅力の戦略的で効果的な情報発信により、備後圏域外からの移住促進を強化します。

主な取組

- ◎移住・定住の促進
- ◎U・Iターン就職の促進

●都市ブランド力の強化

産学金官民が一体となって、地域資源を磨き上げ、創造性あふれる福山の魅力を発信することで、都市の魅力を高めます。

主な取組

- ◎福山らしさの創出と発信

●ばらが咲き誇るまちづくりの推進

100万本のばらのまち福山の魅力を世界に発信していきます。

主な取組

- ◎ばらのまちづくりの環境整備
- ◎ローズマインドの醸成



ばらの花があふれる福山駅前

●都市機能の連携・強化

中心市街地と周辺部の都市機能の効果的な連携により、魅力あるまちを実現します。

主な取組

- ◎競馬場跡地の利活用促進

●快適な住環境の整備

緑の保全・創出や空き家の発生抑制・予防などにより、快適な住環境を整備します。

主な取組

- ◎都市公園の整備
- ◎空家等対策の推進

●福山らしい景観の形成

地域の歴史・文化・自然と調和した景観づくりを進めます。

主な取組

- ◎良好な景観形成に向けた規制と誘導
- ◎計画的な景観形成の推進と支援
- ◎景観づくりに対する意識啓発

主な関連計画

福山市都市ブランド戦略
ばらのアクションプラン
福山市住生活基本計画

福山市空家等対策計画
福山市景観計画
福山市営競馬場跡地利活用基本計画

第3項 戦略的な観光振興



目標とする姿

観光資源の価値が高まり、
市外から多くの観光客が訪れにぎわうまち

取組の方向性

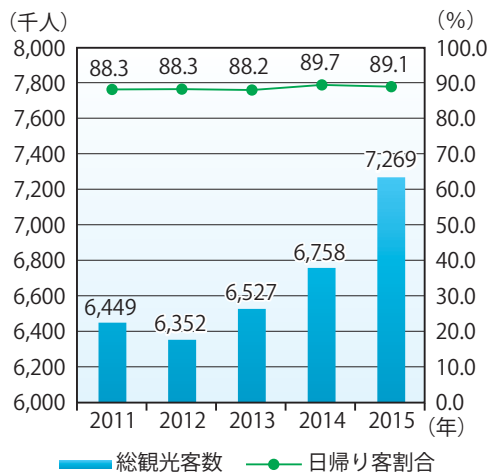
[現状と課題]

- ・訪日外国人観光客数は、過去最大を記録するなど、2020年の東京オリンピック・パラリンピックの開催も含め、日本に対する国際的注目度は高まっています。
- ・本市においても、特色ある地域資源を磨き上げ、都市そのものの魅力を高めることで、国内旅行者のみならず、外国人観光客の誘致も進めています。

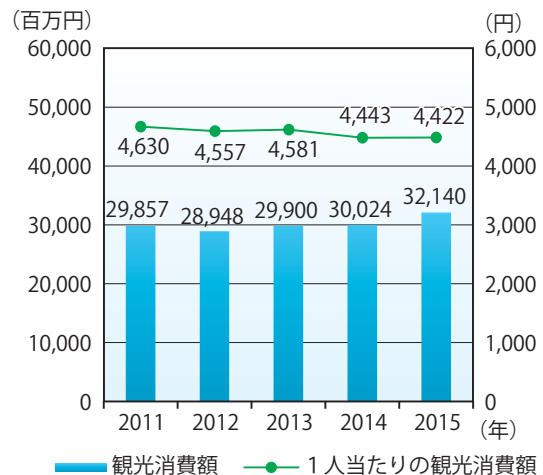
[今後の方向性]

- ・潮待ちの港として栄えた鞆の浦や日本100名城の福山城、廉塾、地域の祭りなど、福山の歴史・文化が感じられる地域資源の価値や魅力を一層高め、戦略的に国内外へ発信し、多くの人を呼び込みます。
- ・宿泊客の増や観光消費を促すため、第一次産業など異分野との連携により、福山でしか体験できないコトを提供するなど、他の地域にはない魅力づくりに取り組みます。

総観光客数の推移



観光消費額の推移



(資料) 広島県「広島県観光客数の動向」

数値目標

年間総観光客数 726万人／現状（2015年）→ **800万人／目標（2021年）**
1人当たりの観光消費額 4,422円／現状（2015年）→ **4,575円／目標（2021年）**

目標達成のための取組

●観光客誘致の促進

福山でしか体験できない観光の魅力を戦略的で効果的な発信により、多くの観光客を誘致し、滞在時間の延長や市内周遊につなげます。また、コンベンション²²機能を充実させ、国内外から多くの人を呼び込み、地域経済の活性化に取り組みます。

主な取組

- ◎戦略的な観光資源の磨き上げと情報発信
- ◎広域観光の推進
- ◎外国人観光客の誘致促進
- ◎コンベンション誘致の推進

●受入環境の充実

観光施設・観光案内機能の整備を進めます。

主な取組

- ◎観光施設の整備・充実
- ◎外国人観光客の受入体制の整備

●文化財等の保存と活用（再掲）

有形・無形・民俗文化財や記念物、町並みなど幅広い分野の文化財の保存・活用を進め、市民の財産として継承し、市内外へ広く発信していきます。また、福山城築城400年に向けた取組の中で、市民の機運を醸成し、本市の魅力を発信するとともに、地域の活性化に取り組みます。

⇒詳細は「5 歴史・文化が薫り、スポーツに親しめるまち 第1項 歴史と文化が大切にされるまちづくり」を参照

主な関連計画

第2次福山市観光振興ビジョン



福山ばら祭



鞆の浦

²² 国際及び国内の各種会議、集会、シンポジウム（参加者と質疑応答を行う形式の討論会）、展示見本市などの催しのこと。