

提 言

高松ウォーターフロントの再整備について

全体の整備と運営の考え方を中心に

令和 7 年 10 月 21 日



今も昔もこれからも

高松商工会議所

目次

I.	はじめに	1
II.	現状と課題	2
III.	提言	4
1	グランドコンセプト	4
(1)	位置づけ	4
(2)	基本的な考え方とエリア間の連携について	5
2	エリアマネジメント	6
(1)	エリアマネジメントの意義	6
(2)	エリアビジョンの策定	6
(3)	高松ウォーターフロントにおけるエリアマネジメントの対象エリア	7
(4)	サンポート高松エリアにおけるエリアマネジメント	8
①	対象業務	8
②	組織体制と人材	9
3	アクセス	11
(1)	交通アクセス	11
①	全体像	11
②	一次交通	11
③	二次交通	12
(2)	高松Tゾーンの縦軸との連携	12
①	縦軸とのアクセスの強化	12
②	産業振興の視点	13
IV.	市場再整備に伴う活性化特別委員会の活動	14
1	組織目的	14
2	委員名簿(令和7年9月1日現在、敬称略・順不同)	14
3	活動記録	15
(1)	委員会	15
(2)	講演・講話	15

I. はじめに

昨年 12 月 17 日、当会議所は、池田香川県知事、大西高松市長に、「高松ウォーターフロントの再整備について」と題した提言により、大きな変革期にある当該エリアへ期待する「これからのあるべき姿」について、経済界としての考えをお伝えした。これは、高松ウォーターフロント全体の整備や運営についての基本的な考え方に触れつつ、高松市中央卸売市場の新水産物棟と余剰地の再整備計画が、まさにこれから動き出すというタイミングに合わせて、ハード、ソフトの両面について提言したものであった。知事、市長には、この提言を真摯に受け止めていただいたことを、まずもって感謝申し上げる。

さて、平成 16 年にオープンし 20 年超を経た「サンポート高松」を中心に、高松ウォーターフロントが大きな変革期を迎えていることは先の提言でも触れたところである。新たに開業した施設の反響は大きく、駅ビルの開業 1 年間での来館者数が想定の 1.2 倍となる 800 万人を記録。県立アリーナや大学の新キャンパスは、高松中央商店街を含む周辺の人流を大きく増やしただけでなく、若い世代も呼び込み、かつてのサンポート高松とは様変わりしてきたと感じる。さらに、令和 9 年夏にはマンダリンオリエンタルホテル瀬戸内の開業、令和 10 年上期には高松競輪場、その後には高松市中央卸売市場新水産物棟と余剰地のリニューアルも予定され、加えて、高松環状道路のルート案が示されるとともに、シーフロントプロムナード、大的場の市民プール跡地、四国新幹線新駅については県や市が調査予算をつけるなど、次なる整備に向けた動きが着々と進んでいる。新たな賑わいづくりと、それに伴って街自体の気運が変わっていく様子には大きな期待が持てる。

これから 10 年先、そして我々の次の世代が担う 30 年先を見据えると、「高松ウォーターフロント」の再整備が、高松の趨勢を大きく左右する一手となることは、間違いない。これを成功へと導くためには、将来の高松市、香川県のあるべき姿を、より具体的に描き、関係者間で共有すること、そして、実現に向けて着実に進めていく一枚岩の動きが必要である。

今回の提言では、前回先行提言を行った高松ウォーターフロント全体のグランドコンセプト、エリアマネジメント、アクセスが、関係者間で共有するキーファクターになるものと認識した上で、これらをより具体化するため、「市場再整備に伴う活性化特別委員会」の下で議論を重ね、取りまとめたものである。

将来に向けて、高松ウォーターフロントが一体感を持ったまちづくりに取り組み、他のエリアとも相乗効果を発揮して、暮らす人、訪れる人にとって、魅力あふれ、賑わいに満ちたエリアになることを願ってやまない。

II. 現状と課題

我が国では、長引く物価・エネルギー価格の高騰に加え、本年に入ってから米国通商問題による不安定さも顕在化し、企業経営や国民生活に大きな影響を与えている。また、人口問題も深刻さを見せ、令和6年の出生率は125年の統計史上初めて70万人を割り込んだが、これは国の想定より15年も早いものであった。このように人手不足や国内市場の縮小は「待ったなし」の状況となりつつあることに加え、地方では、若年層の都市部への流出なども相まって、地域経済の衰退や賑わいの低下が懸念される状況にある。

一方で、観光面では、旅行需要が、国内・インバウンドの双方において、コロナ収束から3年を経過した今もなお力強く、また、ビジネスや生活面では、国内への製造拠点回帰、人材のUJIターン、場所を選ばない働き方や兼業・副業などによる都市部と地方との二拠点生活が進んでいる。

このため、地方には、今居る人々が留まり、あるいは、かつて居た人々が回帰し、また、域外から訪れ、集まり、交流する場所として、そして移住・定住先として選ばれるための魅力ある街づくりが以前にも増して強く求められている。

高松ウォーターフロントは、まさに高松市、香川県の魅力ある街づくりの先陣であり中心地である。ゆえに、前回提言では、再整備に当たって、以下のような指摘を挙げるとともに、これらを解決するためには、様々な主体が連携し、全体の将来像を共有した上で、統一的な方向性をもって、各拠点施設等の整備や維持管理、運営を行っていくことが重要であり、その手法として、県と市が中心となったグランドコンセプトの策定やエリアマネジメントの必要性などを提言した。

- ・ハード整備に主眼が置かれ、各拠点施設をいかに有効活用していくのかという視点が弱い。
- ・ウォーターフロント全体の維持管理・運営までを考えた整備になっていないのではないか。
- ・各エリアの整備後の姿は、一定予見できても、再整備後のウォーターフロント全体がどうなるかわかりにくい。
- ・近隣エリア施設同士で同種の賑わいづくりや交流促進に関する取組みがバラバラに実施される恐れがある。
- ・ウォーターフロント全体を俯瞰してアクセスを考える必要がある。

今回の提言では、ここから一步踏み込み、エリアマネジメントの実効性を高めるためには、地域特性や都市の規模を踏まえた対応が必要であることに言及する。ウォーターフロント一帯の開発の大半は、県有地や市有地であり、県・市自らがそれぞれのハード整備と整備後の運営を主導しているという特性がある。こうしたことから、他のエリアマネジメント先進地と違って、エリアマネジメントの一連の活動で運営維持に必要な収益を生み出すことは難し

く、また、中核施設の民間運営事業者（民間デベロッパー等）が資本や人材を投じながらエリアマネジメントを主導する運営方法についても実現性に乏しく、民間主導のエリアマネジメントは厳しいと考える。したがって、行政主導によるエリアマネジメントにより、県と市が主体となって協調・協働し、民間とも連携の上、取り組んでいけるかどうかが一番の鍵になると考える。

そこで、今回の提言では、行政主導のもとでのグランドコンセプト策定からエリアマネジメントの取組み、さらには、交通アクセスのあり方を提案するものである。

III. 提言

1 グランドコンセプト

高松の将来を展望し、県と市が互いに認識の統一を図った上で、ウォーターフロント全体の街づくりの共通の目線や合言葉(グランドコンセプト)を策定する。そして、民間事業者や住民等も含めた関係者で共有し、共通認識の下に、エリア間でも連携しながら、整備や維持管理、運営を進めていくことを提言する。

(1) 位置づけ

先に述べたとおり、ウォーターフロント全体の再整備は、高松の将来の成長・発展を左右するものであることから、30年後(1世代先)の高松の理想の姿を見据え、再整備計画のハードが順次整ってくる10年後のウォーターフロントの姿はどうあるべきか、その実現に向け今後、どのように整備や維持管理、運営を行っていくかを考える必要がある。そのためには、多くの施設の整備主体である県と市が中心となって、ウォーターフロント全体の街づくりの共通の目線や合言葉(以下、「グランドコンセプト」という。)を策定する必要がある。

そして、このグランドコンセプトは、ウォーターフロントとは「〇〇な街やエリア」と端的に言い表す合言葉として、住民にそのイメージが愛され、来街者にも誇るべき特長となりうるものが望ましい。また、グランドコンセプトは、高松ウォーターフロント全体に跨るコンセプトであり、後述するウォーターフロント内のエリアごとに策定するエリアビジョンの上位に位置づけられるものである。

策定に当たっては、県と市が主体になって、民間事業者等関係者の意見を聴きながら進めていただきたい。一般に、街づくりやその構想の策定は基礎自治体が担う業務とされているが、ウォーターフロントには県有地や県有施設も多く、また市道のプロムナード化も県が推進していることから、その利活用も含めた街づくりを計画するには県の全面的な協力が不可欠である。県と市、それぞれに考えや立場があることは承知しているが、お互いが考えをすりあわせて、一步踏み込んだ対応をお願いしたい。また、策定後は、行政、民間事業者及び住民などの関係者がグランドコンセプトを共有し、ウォーターフロントエリア全体のハード整備と維持管理、運用が一定の方向性のもとで統一感をもって進められていくことが重要である。

(2) 基本的な考え方とエリア間の連携について

前述したように、人口減少社会において、地方では、選ばれる魅力ある地域づくりに向けた取組みが重要になってきており、住民にとって暮らしやすい街、魅力がある街には、来訪者（交流人口）が増えてくるようになり、街に継続的にかかわろうとする人（関係人口）も生まれ、さらに、都市として産業基盤があることで定住・移住（定住人口）につながってくる。すなわち、交流人口・関係人口・定住人口の創出拠点として、賑わいと活気が生み出される街を目指したまちづくりが求められていると考えられる。

そこで、グランドコンセプトの策定に当たっては、高松ウォーターフロントの魅力（強み）や課題を踏まえて、目指す将来像の実現に向けて、夢と希望の持てるコンセプトにしていきたい。

また、ウォーターフロント内の各エリアにおいては、グランドコンセプトを指針として、ウォーターフロント全体の魅力向上につながるよう、相互に密な連携をお願いしたい。

2 エリアマネジメント

高松ウォーターフロント全体を包括するグランドコンセプトの下、エリアマネジメントに取り組むエリアごとに、エリアビジョンを策定し、10年後の将来像の実現を目指してエリアマネジメント活動を実践する。具体的には、都市再生整備計画 42ha のサンポート高松地区に隣接する東西の北浜・玉藻公園エリア、高松市民プール跡地を一括りにした「サンポート高松エリア」と、「高松市中央卸売市場」と「高松競輪場」の計3つのエリアでエリアマネジメントを展開する。特に、ウォーターフロントの「要」である「サンポート高松エリア」は、県や市の先行的な取り組みとの役割分担を明確にした上で、地域の価値を向上させる多様なソフト事業を中心に取り組みを行う。この取り組みが確実に行われるよう、エリアマネジメント団体としての協議会を設置し、事務局には、県と市の職員、大手民間地権者や経済団体からの出向職員を常勤で配置するとともに、コーディネーター・ディレクターとして、空間デザインやマーケティング等の専門家を非常勤で招請することを提言する。

(1) エリアマネジメントの意義

エリアマネジメントの定義については様々に表現されるが、端的に言い表すならば、「エリアの価値を高める一連の活動」、すなわち、エリアのあるべき姿（将来像）を定義するとともに、その実現を目指して行う活動である。このようなエリアマネジメントの重要性については、前回の提言においても言及しており、特に、都市機能の整備（ハード）に偏重せず、ソフト事業を組み合わせたマネジメントが鍵となること、並びに、県と市を中心として、民間事業者等も含めた横断組織を設置すべきであることの2点について強調したところである。この前回の提言事項をもとに、今回の提言では、より効果的なエリアマネジメントを実践するために欠かせない視点について言及する。

(2) エリアビジョンの策定

ウォーターフロント全体のイメージを表す合言葉であり、かつ関係者の共通の目線となるものが、前述のとおり、グランドコンセプトである。そして、このコンセプトを具体化するエリアビジョンは、ウォーターフロント内の各エリアの将来像を、イメージパースで視覚的に表すとともに、その実現に向けての施策、役割分担、ロードマップなどの取組方針を定めたものである。

このエリアごとに策定されるエリアビジョンに基づいて適切なマネジメントが行われることにより、目指す方向に地域の価値が向上していくものと考えられる。なお、前回提言したように、エリアビジョンの策定に当たっては、マーケティング等の専門的な知見とと

もに、内部環境・外部環境をマクロ、ミクロの視点で分析を行った上で、

- ・瀬戸内、香川、高松らしい強みを最大限に生かした魅力あふれるまちづくり
- ・憩いや安らぎがあり、居心地良く暮らせるまちづくり
- ・新たなビジネスが生まれるまちづくり
- ・交通アクセスが良く、利便性や回遊性に優れたまちづくり
- ・災害に強く、人と車とが共存できる安全で安心なまちづくり

といった観点を持って進めていただきたい。

(3) 高松ウォーターフロントにおけるエリアマネジメントの対象エリア

エリアマネジメントを実践するためには、対象エリアの範囲の設定が重要なポイントとなる。対象エリアが狭域であれば細かくコントロールしやすい一方で、狭過ぎると排他性や孤立感が高まり一体的な街づくりができない。また、広域過ぎて、特徴が大きく異なる範囲を一括りにしてしまえば、エリア内の各拠点の個性を均質化してしまい、かえってエリアの魅力や価値を引き下げてしまう。よって、特徴が共通する一連の範囲をエリアマネジメントの対象エリアとして定め、それぞれにエリアビジョンを策定することが望ましい。

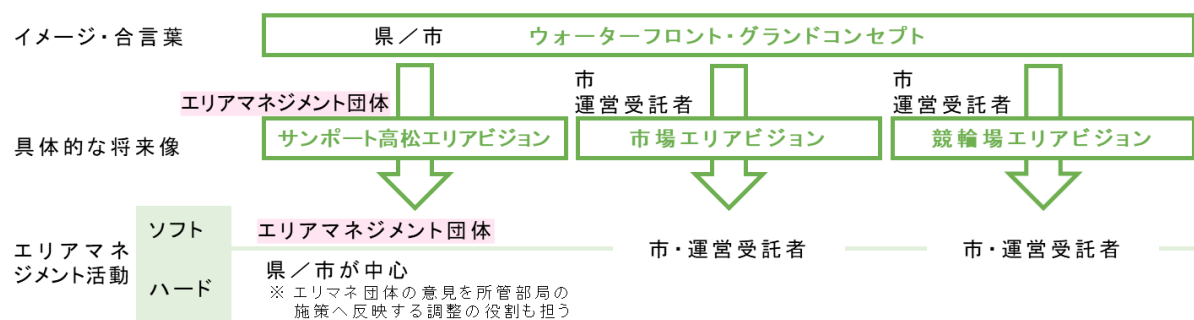
前回の提言では、ウォーターフロントを5つのエリア①サンポート高松地区②高松市中央卸売市場③高松市民プール跡地④北浜・玉藻公園エリア⑤高松競輪場に分け、それぞれのエリアが他のエリアとの連携を強化し、特徴を活かした整備、維持管理、運営を行っていくべきであることを言及した。ただ、現状の整備計画の内容を見ると、両端の②高松市中央卸売市場と⑤高松競輪場については、①サンポート高松地区からは一定距離が離れていること、また、運営受託者の提案に沿った整備が進められていくこともあり、市と運営受託者が拠点施設の特徴に相応したエリアビジョンを定め、運営受託者主導でエリアマネジメントが実践されることが想定される。一方、③高松市民プール跡地と④北浜・玉藻公園エリアについては、①サンポート高松地区に近接・隣接しており、大の場から北浜に至る東西の海岸線とさぬき浜街道で囲まれ、さぬき浜街道を境に以南のエリアと分断されていること、また、①サンポート高松地区から徒歩圏内にあり、今後の整備や利活用を一体で考える必要があることから、上記3つのエリアは一括りのエリアと捉えることが適切と考える。(以下、「サンポート高松エリア」と称する。)

よって、今回の提言では、ウォーターフロントを3つのエリア①「サンポート高松エリア」②「高松市中央卸売市場エリア」③「高松競輪場エリア」に分けて、それぞれにエリアマネジメントに取り組むことを提案する。

なお、②「高松市中央卸売市場エリア」と③「高松競輪場エリア」については、市として、民間の運営受託者に委ねるだけではなく、自らも主体的に諸施策の実行に人と予算を投じていただき、両エリアの強い個性を活かして、ウォーターフロント全体に賑やかさを波及させるような拠点となるよう、①「サンポート高松エリア」との交通面や情報面での連携を強化し、ウォーターフロント全体の一体感を高めていくことをお願いしたい。

他方、「サンポート高松エリア」は、今般の再開発で、駅ビル、県立アリーナ、プロムナード、大学などが整備され、街並みを大きく変えた。都市再生整備計画上のエリアである「サンポート高松地区」42haに加え、東側のキャッスルプロムナード、また、西側の市民プール跡地など、今後、一定規模の整備計画や整備余地があるエリアである。よって、本節冒頭で述べた対象エリアの設定範囲として望ましい、一体感を備え、かつエリアマネジメントが有効に機能するエリアと考えられる。従来のイメージや機能性の良い点を継承しつつ、いかにして整備後に、深化させていくかを真剣に検討していく必要があり、ウォーターフロント全体の今後の成否の鍵となる、いわば「要」のエリアである。

図1 高松ウォーターフロントにおけるランドコンセプトとエリアビジョンの関係及び3つのエリアのエリアマネジメントの関係



(4) サンポート高松エリアにおけるエリアマネジメント

① 対象業務

これまで、サンポート高松エリアにおいては、エリアの魅力を向上させる取組みとして、高松シンボルタワー管理協議会や高松観光コンベンション・ビューローによるサンポート高松の公共施設等でのイベント開催や、高松市が事務局となったサンポートFACTプロジェクトによるサンポート高松の様々な公共空間の一体的な活用を目指した社会実験、また、県と高松市が連携して取り組んでいるサンポート高松地区のプロムナード化などが、エリアマネジメントの一環として行われている。一方、ハード整備としては、県が昨年、クローズドサウンディングで活用策を募集した市民プール跡地やアリーナ北側のシーフロントプロムナ

ードなどの整備が予定されている。このような中、これからのサンポート高松エリアにおけるエリアマネジメントの業務については、次の視点を踏まえて整理する必要がある。

- 拠点施設や散策路、キャノピー等の歩行空間の整備、また街灯、街路樹、標識等の設置などのハード事業は、公共事業として、引き続き県や市が行うべきである。
- サンポート高松や中心市街地へのプロムナード化は、引き続き県の検討委員会が行うべきである。
- 整備された、あるいは、されつつあるハードをいかにうまく使うか。
- エリアの魅力をいかにしてより高めるか。
- 中核エリアとして、市場や競輪場も含めて、いかにしてウォーターフロント全体の情報をうまく発信していくか。
- ハード整備やプロモーション施策を主導する県・市の関係部局の施策の方向性と、エリアマネジメントの目指す方向性とを、いかにして連携させていくか。

結果、具体的なエリアマネジメントの対象業務は、以下のようなソフト事業が考えられる。

○エリアビジョンの策定

○人を呼び込む仕掛けづくり

- 公共空間の利活用
- イベントの開催・調整
- 仮設店舗、キッチンカー等による飲食の確保
- ストリートファニチャー等の設置
- 商業施設の誘致

○空間のデザインコントロール

- 景観デザインの方向性の提示
- ハード整備について、エリアマネジメントの観点からの意見提言

○情報発信

- サンポート高松の認知度向上のための広報・PR
- エリア内のわかりやすい案内図・案内板の作製

② 組織体制と人材

前回の提言では、多岐にわたるエリアマネジメント業務を遂行するためには、県、市や民間事業者等による横断組織を設置し、専任のスタッフで構成される体制づくりが重要で

ある旨を言及した。現在、全国各地で様々なエリアマネジメント活動が展開されている中、その実施主体であるエリアマネジメント団体にとって大きな課題は、財源と人材の確保である。

サンポート高松エリアでは、「Ⅱ．現状と課題」で述べたように、その地域特性から、エリアマネジメント活動を行うための財源と人材は、行政主体で手立てせざるを得ない。実際、現在行われているエリアマネジメント活動も、前述のとおり、県と市で取り組まれている。

したがって、今後も、サンポート高松エリアで取り組むべきエリアマネジメント活動は、県と市が主体となった団体により行われるべきである。

今回の提言では、県と市を主体とした組織体の設置と人材の配置について、具体的に言及する。

まず、エリアマネジメント団体の形態については、設立手続きの簡便さや迅速な設置の観点から、任意の協議会方式で立ち上げるべきと考える。また、団体の活動を担う人材は、県と市の職員（土木職と事務職）、主要な民間地権者や経済団体等からの出向職員（人件費は派遣元が負担）で構成し、スタッフ全員が同じ場所で執務できるようにすべきである。また、事務局には、空間デザインやマーケティングに精通した専門家をコーディネーター・ディレクターとして、非常勤で招請することも必要と考える。

瀬戸内国際芸術祭実行委員会の事務局スタッフは、県職員、市町職員、民間職員で構成され、サンポート高松の港湾旅客ターミナルビルの執務場所で従事しており、エリアマネジメント団体についても、これが参考になると考える。

なお、エリアマネジメントの協議会の所管は、事業内容がハード整備とソフト事業の両方に関連し、県と市の複数の部局にまたがることから、県と市の双方において総合調整にふさわしい部局が所管していただきたい。より具体的には、これまで県が主となってサンポート高松の再開発事業を推進してきた経緯も踏まえると、県の政策部が主管して、市の政策局と協働して取り組むことが望ましいと考える。

3 アクセス

サンポート高松エリアの交通結節機能のさらなる強化や、エリア内の歩行動線の整備によるウォーカブル空間の創出、また、高松ウォーターフロントの東西横軸のアクセスの充実により、利便性と回遊性の向上を図り、人を呼び込み滞留を促進する。また、ウォーターフロントとともに高松 T ゾーンを形成する、中央通りや中央商店街といった南北縦軸との連携については、南から北への誘導する視点も強く持ち、また、サンポート高松エリアの公共遊休用地等を受け皿に新たな産業を誘致することで、ウォーターフロント並びに中心市街地の活性化に繋げていくことを提言する。

(1) 交通アクセス

① 全体像

サンポート高松エリアは、徒歩 5～10 分で接続する全国でも稀有な陸海の交通結節点であり、加えて空の交通結節点である高松空港とも 30 分圏内とコンパクトに集約されていることから、この機能をさらに強化することで利便性の向上と集客力を高めることが重要である。また、同エリアは、交通結節点として公共交通機関による流入を軸に、エリア内の歩行動線の整備によるウォーカブルな空間を創出することで、快適性の向上と滞在を促進させる。例えば、洗練された歩行者用道路、道中に散在する著名なアーティストのパブリックアート、緑化を軸とした都市景観などの整備や、瀬戸内の風景を活かした景観を楽しむランニングルートの設定などが効果的である。また、高松ウォーターフロント内の 3 つのエリア間を結ぶ、さぬき浜街道による東西横軸のアクセスを充実することで回遊性も高まるものとする。

加えて、高松市の中心市街地活性化の観点から、さぬき浜街道を境にサンポート高松エリアとその南側とが分断されているイメージを回避する視点も必要である。

このようなアクセスの向上によって、ウォーターフロントに人を呼び込み滞留を促進し、ひいては高松、香川全体の観光や産業の発展に繋げていく。

② 一次交通

交通結節点としての集約性の強化と運行頻度を拡充することが肝要であり、10 年後を見据えた視点としては主に次のとおりと考える。

- ・ 陸海の交通結節点としてサンポートに発着拠点を集約
- ・ 国内外からの主要な導線となる高松空港の航空路線の拡充
- ・ 富裕層の取り込みにつながるクルーズ船やクルーザーの離発着施設の整備
- ・ 関西圏と短時間で接続可能とする高速船や空飛ぶクルマの検討
- ・ 四国新幹線の実現に向けた計画的な気運醸成とロードマップの検討

③ 二次交通

一次交通の拠点同士の接続性をさらに高め、加えて観光拠点へのアクセスの利便性を高めることが肝要であり、具体的には次のとおりである。

- E Vバス、タクシー等の陸上交通や海上アクセスを含むウォーターフロント内の東西間のアクセスの向上
- 高松空港とサンポート高松地区をつなぐリムジンバスについて、飛行機の離発着に応じた運行に加えて、利便性を高めるための定時便を運行
- ライドシェアやタクシー配車アプリなど、公共交通ダイヤに縛られない交通網を柔軟に使用できる環境
- 観光ポテンシャルの高い離島と接続する交通手段の充実
- 高松環状道路（高架橋）の早期整備による本町踏切の渋滞解消と物流拠点の多い朝日町周辺に出入口の設置
- 観光地等と接続する空飛ぶクルマの利活用

(2) 高松Tゾーンの縦軸との連携

① 縦軸とのアクセスの強化

ウォーターフロントエリアの活性化においては、高松Tゾーンの縦軸との連携が欠かせない。そのためには、サンポート高松からのウォークブル導線の延伸や、南北間のシャトルバスの運行により、飲食や物販の中心地である高松中央商店街へとつなげ、回遊性を高めていくことが特に重要となる。

前述したように、サンポート高松エリアと中央商店街との人の往来を増やすことは、中心市街地の活性化においても必要である。このためには、サンポート高松エリアから中央商店街への歩行動線の整備等もさることながら、平常時には、高松中央商店街の人出が多いことから、高松中央商店街にきている人をサンポート高松エリアに誘導することも重要である。そこで、例えば、サンポート高松エリアに、街なかの喧噪やロケーションとは異なるシチュエーションで楽しむ飲食テナントの誘致、ファミリー層の来訪動機になるアーティスティックな遊具、そして、ライトアップや、夜の海を愛でる場としてイメージを定着させることなどで、市内随一、夜間の人出が多いライオン通商店街から、夜のウォーターフロントへ誘客し、ナイトタイムエコノミーを拡大させる動きなど、大規模なハード整備に拠らないソフト中心の施策も十分に有効である。加えて、南北分断のイメージを回避し、歩行者の動線を誘導するための交差点のスクランブル化や、小型のシャトルバス（将来的には運転手を必要としないE V自動運転バス等の次世代交通手段）の導入も大切な視点である。

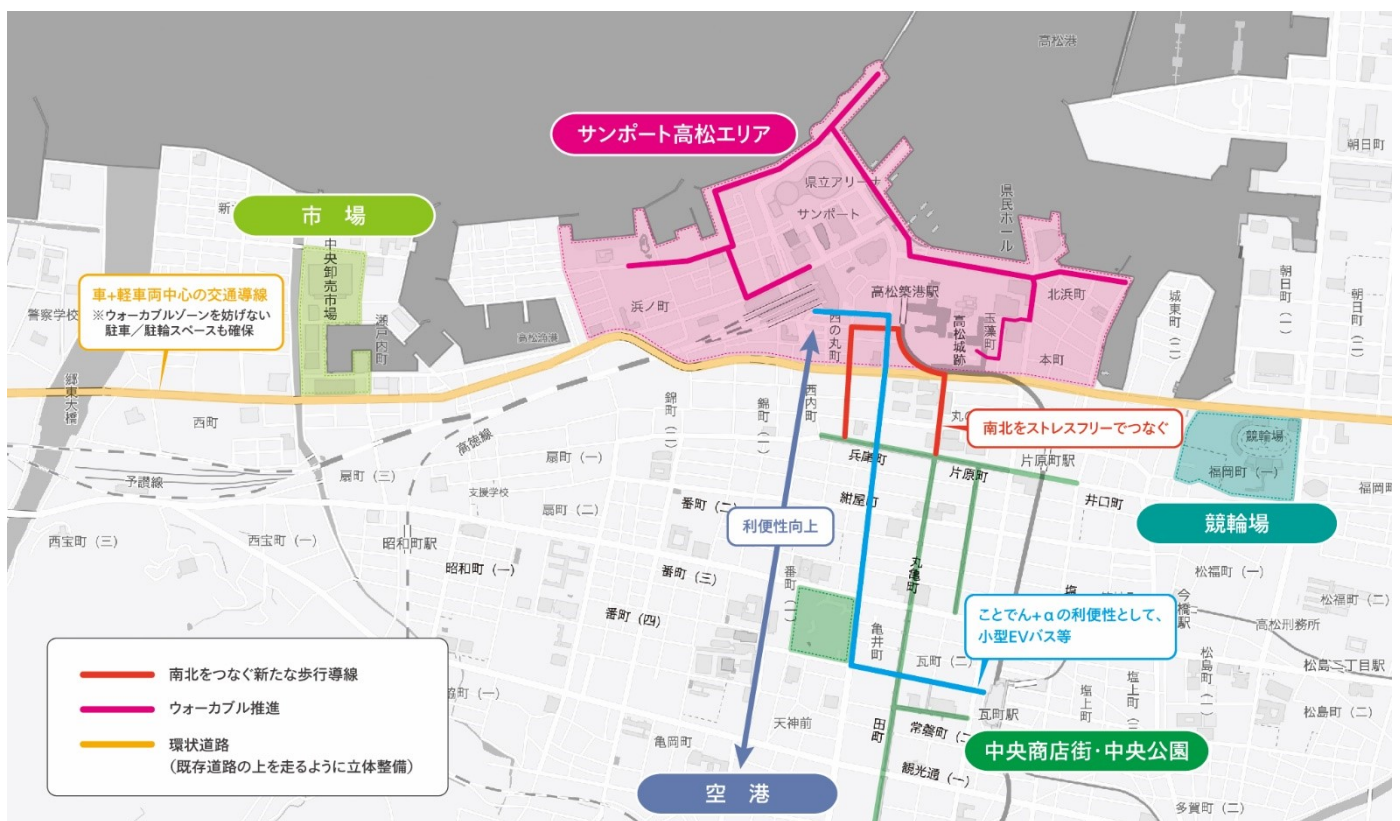
② 産業振興の視点

高松市は支店経済の街として発展してきた背景があり、特に中央通り沿いには、全国規模の大企業や中堅企業の四国オフィス等が入居し、四国と全国とをつなぐ拠点としての機能を果たしている。影響力の高い企業の拠点誘致は地域に新たな雇用や資金移入を生み、拠点地域としての機能性向上と地域経済の発展につながるものである。

一方で周辺オフィスの空室が少なくなっていることから、企業の誘致が難しい状況となっている。開発可能で十分な敷地のある余剰地が周辺に限られている中で、ウォーターフロントの公共用地について県や市が再整備を行うことにより誘致が進められることとなる。

特に、高松市民プール跡地は再整備が予定されている遊休地であることから、海辺に隣接するロケーションを活かし、マリーナや高松市中央卸売市場とサンポート高松地区の中間地として観光面での利活用のほか、次代を担う産業かつアートの地と相性が良いソフト産業（デジタルやクリエイティブ）のクラスター形成を目的として、知名度のある企業のサテライトオフィスの立地も考えていただきたい。

図2 交通アクセスのイメージ図



IV.市場再整備に伴う活性化特別委員会の活動

1 組織目的

再整備が進むウォーターフロント一帯の活性化に向けて、特に大規模な再整備がこれから予定されている高松市中央卸売市場を中心に調査研究を行う。

2 委員名簿(令和7年9月1日現在、敬称略・順不同)

職位	氏名	所属会社名	役職
委員長	間島 賢治	(株)オリコ	代表取締役社長
副委員長	松村 英幹	高松商運(株)	代表取締役社長
〃	吉田 洋子	(株)ナイスタウン	代表取締役社長
〃	岩佐 武彦	(株)岩佐佛喜堂	代表取締役
委員	乾 和行	大豊産業(株)	代表取締役社長
〃	大山揮一郎	四国興業(株)	代表取締役社長
〃	岡 伸二	(株)北四国産業	代表取締役会長
〃	沖川 学	(株)リソーシズ	代表取締役
〃	小原 康弘	西日本ビル管理(株)	代表取締役社長
〃	北岡 泰志	香川県農業(協)	代表理事理事長
〃	木下 和洋	アオイ電子(株)	取締役社長
〃	国東 宣之	四国石油(株)	代表取締役社長
〃	小出 克元	(株)セルコスモ	代表取締役
〃	小竹 和夫	(株)小竹組	代表取締役社長
〃	小林 俊康	(株)中央印刷	代表取締役社長
〃	齊藤 良紀	高松青果(株)	代表取締役
〃	佐藤 義則	(福)らく楽福社会	理事長
〃	佐藤 哲也	(株)久本酒店	代表取締役
〃	鈴木 健彦	(株)高松三越	代表取締役社長兼取締役営業統括部長
〃	竹内 広一	四国ガス(株)高松支店	取締役執行役員高松支店長
〃	谷口 邦彦	谷口建設興業(株)	代表取締役社長
〃	泊野 光香	西松建設(株)四国支店	支店長
〃	西野 信也	西野金陵(株)	代表取締役副会長
〃	西牧 世博	四国旅客鉄道(株)	代表取締役会長
〃	野崎 幸三	(株)ルーヴ	代表取締役社長
〃	八田 憲明	丸八商工(株)	代表取締役
〃	樋口 高良	太洋木材(株)	代表取締役

〃	古川 康造	(公財)高松観光コンベンション・ビューロー	理事長
〃	三日月善夫	(株)フレイン	代表取締役社長
〃	蓑手 康史	(株)NTTドコモ四国支社	四国支社長
〃	宮本 吉朗	(株)アムロン	取締役相談役
〃	村上 義憲	セーラー広告(株)	代表取締役会長
〃	牟禮 昌史	(株)ムレコミュニケーションズ	代表取締役
〃	森田 紘一	(株)合田工務店	代表取締役社長
〃	山崎 達成	四電ビジネス(株)	代表取締役社長
〃	山田 径男	(株)香川銀行	取締役会長
〃	山本 啓之	香川県魚市場(株)	代表取締役

3 活動記録

(1) 委員会

日時	次第
第7回：2月3日（月）15:30-17:00	<ul style="list-style-type: none"> ・講話 ・令和7年度事業計画について
第8回：3月4日（火）15:00-16:30	<ul style="list-style-type: none"> ・講話 ・次年度に向けて
第9回：6月10日（金）13:30-15:00	・提言書（骨子案）について
第10回：7月2日（水）13:30-15:00	・提言書（素案）について
第11回：書面審議	・提言書（案）について

(2) 講演・講話

2月3日（月）	演題：神戸ウォーターフロント新港エリアマネジメント 講師：(株)神戸ウォーターフロント開発機構再開発部再開発課 森 倫也 氏 (株)アクアメント 事業本部長兼 átoa 支配人 小林 弘嗣 氏
3月4日（火）	演題：広島駅周辺におけるエリアマネジメントによるまちづくり 講師：公益財団法人中国地域創造研究センター 調査・研究部地域づくりグループ 吉田 実 氏