３．中心市街地の活性化の目標

［１］中心市街地の活性化の目標

（１）活性化の目標

中心市街地活性化の基本方針である「『街なか観光』・『イベント』による賑わいの創出」、「人の温もりを中心部に誘導する『街なか居住』」及び「特色ある商業の振興」の3本柱に基づき、次の3つの目標を設定する。

目標１　賑わい拠点の創出

本市の持つ地域の魅力を活用し、集客性を高めるための拠点として「新名所」を創出し、これらを先導事業に都市機能の充実や交流人口の増加の拠点を増やし、買物、観光、イベント参加、まち歩き、文化活動など様々な目的の人が来街し、賑わうまちづくりを進める。

目標２　街なか居住の推進

街なかに人の温もりや活気を創出し、中心市街地の人通り、賑わいを増幅させ、消費ニーズを高めるため、共同住宅の整備をはじめとする住宅の供給を促進するとともに、街中での暮らしの楽しみやメリットの向上と、ライフスタイルの提言などにより街なか居住を推進する。

目標３　街なか観光交流人口の増加

「山形五堰」、「蔵（店蔵、荷蔵、座敷蔵）」、「歴史的建築物」、「食文化」など、固有の地域資源を集客・観光・商業施設などに活用し、これら新たな歴史・文化資源の整備とともに、その集客力を中心市街地全体に波及させるため、多様な巡路づくり等を行い、街なか歩き、街なか観光、イベントによる交流人口の増加を図る。あわせて、街なか観光、イベントと結びついた商業の振興を図る。

（２）評価指標の設定

中心市街地活性化の達成状況を把握する評価指標を以下の通り設定する。

目標	評価指標
目標１ 賑わい拠点の創出	①歩行者通行量（休日）
目標２ 街なか居住の推進	②中心市街地居住人口
目標３ 街なか観光交流人口の増加	③街なか観光客の入込数 ④（仮称）「やまがたお勧めの逸品」キャンペーン参加店舗数（参考指標）

①歩行者通行量（休日）

集客性を高めるための拠点として「新名所」の創出と、中心市街地の都市基盤、公共公益施設、商業機能等の都市機能を維持、充実することにより、まちは賑わい、来街者数は増加すると考えられる。来街者数を把握する数値としては、歩行者通行量調査を実施しており、定期的なフォローアップも可能であるため、「賑わい拠点の創出」の状況を評価する指標として**歩行者通行量（休日）**を設定する。

なお、賑わいの拠点を整備し、買物、観光、イベント参加、まち歩き、文化活動など様々な目的の人が来街するまちを目指しており、そのため、買い物客も多く、多様な人々が来街できる休日の歩行者通行量を設定する。

●調査地点：活性化事業の影響を計測可能な12地点

②中心市街地居住人口

まちの活力の基礎となる居住人口が増加することは、まちの賑わい創出に寄与するとともに、中心市街地の商品販売額の増加や地域コミュニティの活性化にもつながるものである。中心市街地の人口の動向に関しては、毎年1月1日現在で、町丁区別の住民基本台帳人口を公表しており、容易に把握できるものであり、「賑わい拠点の創出」の状況を評価する第二の指標として**中心市街地居住人口**を設定する。

③街なか観光客の入込数

街なか観光客の入込数は、主な観光拠点において毎年度計測されており、「街なか観光交流人口の増加」の状況を評価する指標として、**街なか観光客の入込数**を設定する。

●対象施設：・文翔館
・山形美術館
・最上義光歴史館
・山形まるごと館 紅の蔵

④（仮称）「やまがたお勧めの逸品」キャンペーン参加店舗数（参考指標）

「富貴豆」や「冷やしラーメン」など、山形ならではの名品、山形の名物と言われる、特徴ある商品を扱う各店が一丸となってＰＲなどの方策をとることで、「特色ある商業都市＝山形市」が印象付けられると考えられる。そのため、参考指標として**キャンペーンへの参加店舗数**を設定する。

［２］計画期間の考え方

計画の期間は、新規取り組みの事業が完了し、具体的な取り組みの効果が発現する時期等を考慮し、平成20年11月から平成26年10月までとする。

なお、計画の終期は当初設定していた平成26年3月から平成26年10月へ変更されたが、これに伴う推移値・事業効果の増減は考慮せず、引き続き当初の目標達成を目指すものとする。

［３］具体的な数値目標

（１）歩行者通行量（休日）

①数値目標

中心市街地の歩行者通行量は、12地点の合計値でみると、近年では、平成18年において、2年前に比べ若干増加するなど、減少傾向に歯止めがかかった形となっているものの、平成19年と平成4年の通行量を比較すると、平成19年では平成4年に比べ、－58.1％と大きく減少している。

特に、平成12年に中心市街地から二つの大型店が撤退するとともに、同年に郊外に売場面積約28,000㎡の総合スーパーが開店しており、平成14年の調査においては、平成12年と比べ35.7％減少している。

中心市街地の都市基盤、公共公益施設、商業機能等の都市機能が維持され、さらに充実させることにより、まちの賑わいを取り戻し、来街者数を増加させる必要がある。

中心市街地から二つの大型店が撤退し（平成12年)、県立中央病院が郊外に移転した（平成13年）以前、平成12年レベルの歩行者通行量である5万人台まで戻すことが一つの目安であると思われる。しかし、このたびの計画においてはその実現は難しいと判断し、平成14年レベルの賑わいを取り戻すことを目標とする。

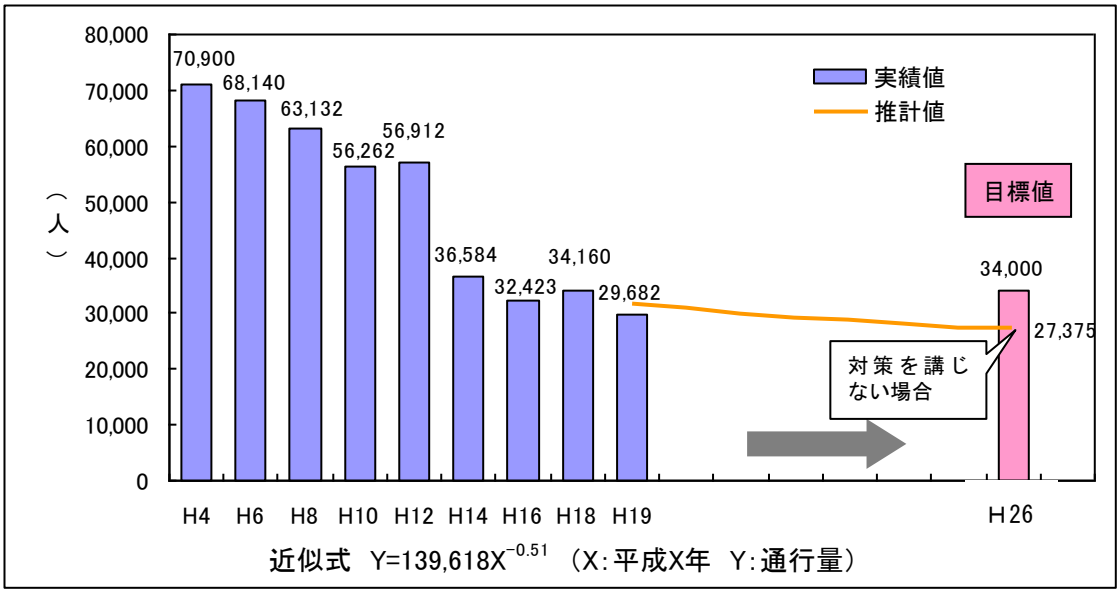
平成14年は、ナナビーンズがオープンした時期である。旧松坂屋デパートの閉店（平成12年8月）に伴い、大型空き店舗となった建物を再生し、平成14年9月にオープンした施設であり、中心商店街の求心力が急激に低下している状況に一定の歯止めがかけられた。この時期は、その後、さらに中心市街地から大型店が2店撤退（平成17年）する以前にもあたり、ナナビーンズがオープンし、まだ中心市街地から撤退した大型店2店があった時期の状況に近い34,000人を目標値として設定する。

■歩行者通行量（休日）（12地点の合計値）

現況値（H19）	目標値（H26）
29,682人	34,000人

※山形市経営計画（山形市第７次総合計画）における「中心商店街の歩行者通行量」（24地点合計値　平成18年現況値49,164人）の目標値（平成23年）は46,300人とする。

■中心市街地の歩行者通行量の推移と目標値

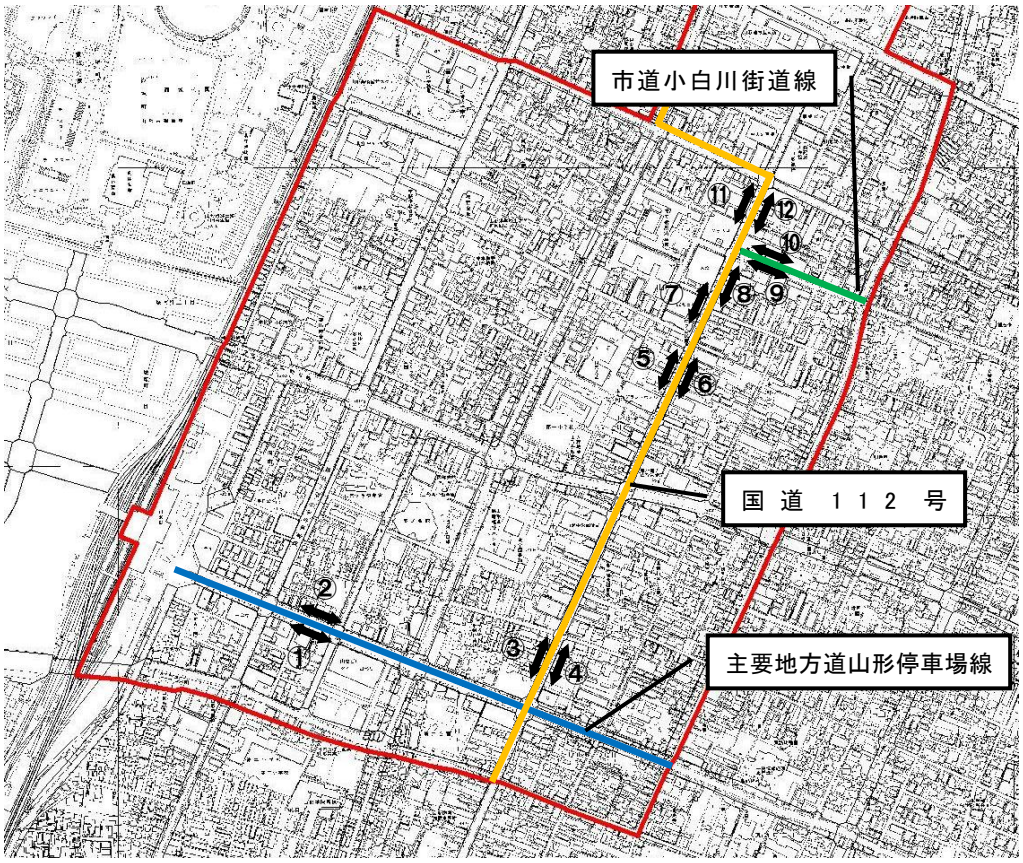


■歩行者通行量（休日）（12地点）の推移

番号	調査地点	H4年	H6年	H8年	H10年	H12年	H14年	H16年	H18年	H19年
		7.5(日)	7.10(日)	7.7(日)	7.5(日)	7.2(日)	10.26(土)	11.14(日)	10.29(日)	11.17(土)
		晴	曇	曇	晴／曇	晴	曇／雨	曇／雨	晴	晴
1	七十七銀行	9,936	8,564	7,590	5,236	4,224	3,510	3,247	2,939	3,130
2	近畿日本ツーリスト	3,394	4,250	4,066	2,768	2,090	2,242	2,189	2,195	3,008
3	カバンのフジタ	2,014	2,230	2,360	1,904	1,472	1,200	1,273	1,321	1,419
4	マルタニ	728	752	718	404	514	516	464	910	649
5	大丸屋紙店	3,452	3,710	4,372	3,584	2,446	2,470	1,886	2,840	2,168
6	みずほ銀行	2,386	2,502	2,914	2,032	1,832	1,774	1,193	1,218	1,557
7	アズ七日町	15,686	15,252	13,276	12,106	10,374	7,270	6,806	8,580	4,805
8	陶商ビル	8,192	7,944	7,966	7,882	6,230	4,110	4,186	4,116	3,769
9	七日町ﾊﾟｰｷﾝｸﾞﾌﾟﾗｻﾞⅡ	5,578	1,496	3,344	4,360	4,152	1,960	2,240	1,219	2,258
10	七日町ﾊﾟｰｷﾝｸﾞﾌﾟﾗｻﾞ	4,624	4,686	3,424	2,810	3,566	1,822	2,350	3,190	1,676
11	十一屋菓子店	6,210	6,542	5,232	5,450	5,634	4,298	3,101	2,230	2,167
12	岩淵茶舗	8,700	10,212	7,870	7,726	14,378	5,412	3,488	3,402	3,076
	合計	70,900	68,140	63,132	56,262	56,912	36,584	32,423	34,160	29,682

※調査時間は、午前９時から午後７時まで
※平成4年～18年は山形商工会議所調査。平成19年は山形市調査

■歩行者通行量計測地点



②目標達成に必要な事業及び算定方法

ア）これまでの傾向が続いた場合の通行量の増減

中心市街地の歩行者通行量は、ここ数年は、増加の傾向も見せているものの、長期的傾向では減少傾向となっている。この傾向を回帰式に当てはめ、将来の歩行者通行量を推計すると、27,357人となり、平成19年の現況値29,682人から2,307人の減少となる。

	実績値									推計値
	H4	H6	H8	H10	H12	H14	H16	H18	H19	H26
歩行者通行量（人）	70,900	68,140	63,132	56,262	56,912	36,584	32,423	34,160	29,682	27,357

※近似曲線は、平成12年の大型店撤退後の平成14年以降の実績値をもとに算出した。

推計値（H26）27,357人　－　現況値（H19）29,682人＝－2,307人

イ）新たな商業・交流施設等の整備による効果

七日町拠点整備や山形まるごと館など、新名所の整備により、4,720人の増加を見込む。

〇七日町拠点整備（御殿堰整備事業、七日町第５ブロック南地区市街地再開発事業、七日町御殿堰開発事業及び七日町第６ブロック地区優良建築物等整備事業）による効果3,726人

（ｉ）一日当たりの来客数による増分：1,456人

七日町第５ブロック南地区市街地再開発事業及び七日町御殿堰開発事業においては、事業者ヒアリングによると、728人の新たな来街者を見込んでおり、これら２つの施設の訪れる人は必ず計測地点⑫を往復するため、1,456人（728人×2回）増加を見込む。

（ⅱ）来街の交通手段による増分：474人

計測地点⑫に至るまでの増加分を、来街の交通手段別に見込む。

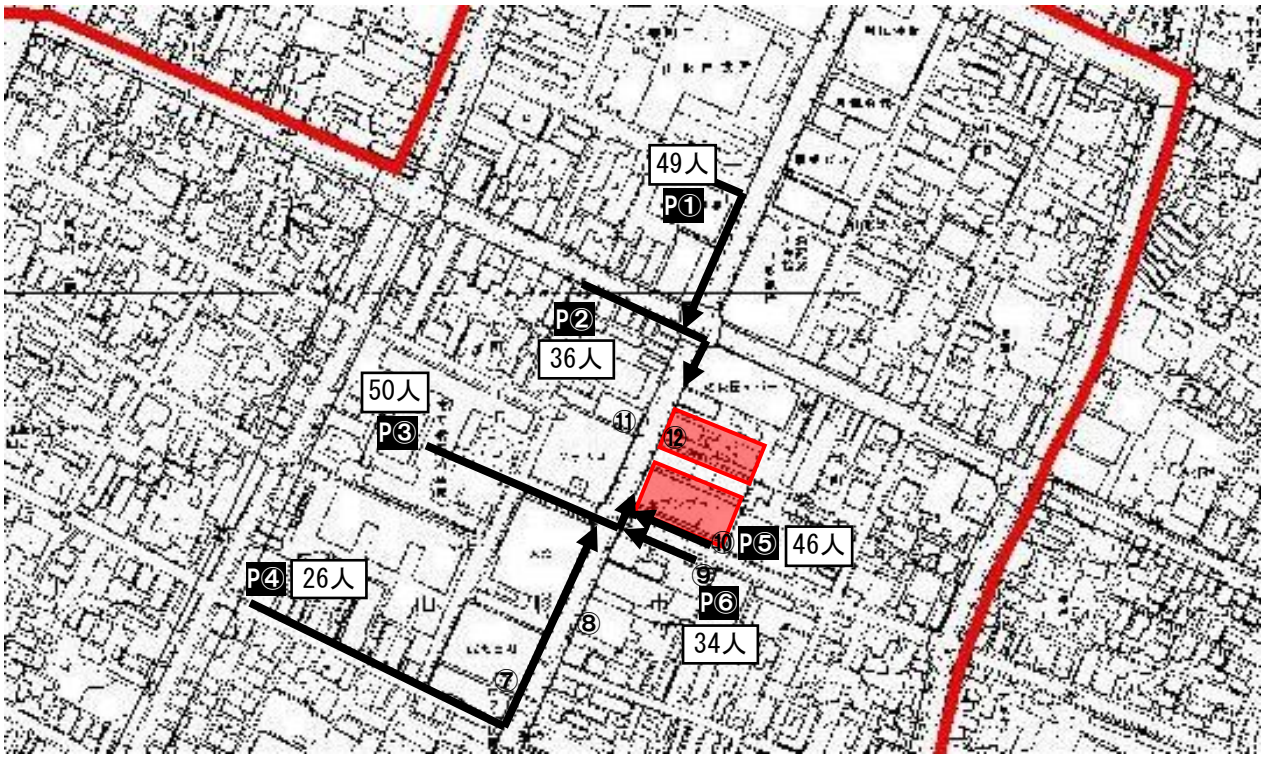
七日町付近への来街の交通手段の割合を、「市町村の中心市街地の取組に対する診断・助言事業」における来街者アンケート調査から想定すると、徒歩が138人（19%）、自家用車が240人（33%）、バスが87人（12%）となる。

徒歩では南と北の方向から訪れることとなり、南方向から訪れる人は計測地点⑫とは別の計測地点１か所を往復し、北方向から訪れる人は、計測地点⑫以外は通らないものと想定する。南北の割合として、中心市街地及び隣接

地の居住者者数から案分し、事業地の南側が95%、北側が5%と設定すると、徒歩により訪れる人の増分として262人（138人×95%×2回）を見込む。

自動車で訪れる人は、下表の6つの駐車場のいずれかに駐車するものとし、各駐車場の利用人数は、駐車場の収容割合で按分すると下表のとおりとなる。各駐車場利用者のうち、P④利用者は計測地点⑦を、P⑤利用者は計測地点⑩を、P⑥利用者は計測地点⑨を通過するため、自動車で訪れる人の増分として212人を見込む。

バスにより訪れる人は、「七日町」停留所を利用するものと想定し増分は見込まない。



番号	駐車場名	収容台数	収容割合	利用者数	利用人数	通過測点（往復）	増加人数
P①	山形市中央駐車場	425	20%	240人	49人	0	0人
P②	エチゴヤパーキング	310	15%		36人	0	0人
P③	山形市済生館前駐車場	435	21%		50人	0	0人
P④	七日町商店街駐車場	225	11%		26人	2	52人
P⑤	七日町パーキングプラザ	400	19%		46人	2	92人
P⑥	七日町パーキングプラザⅡ	300	14%		34人	2	68人
合計		2,095					212人

（ⅲ）回遊による増分：596人

七日町商店街振興組合が実施した「商店街マーケティング調査」によると、七日町に訪れる来街者のうち、41%の人が回遊するという結果が出ている。

このことから、当該施設に訪れる728人の41%に当たる298人が平均2地点を通過するものと想定し596人の増加を見込む。

（ⅳ）居住人口増による増分：1,200人

七日町第５ブロック南地区再開発事業では、整備戸数65戸に各戸の平均世帯員数3.2人（事業者聞き取り）を乗じたて得た208人の居住者を見込んでいる。七日町第６ブロック地区優良建築物等整備事業では整備戸数127戸に平均世帯員数2.5人（事業者聞き取り）を乗じたて得た318人の居住者を見込んでおり、合計で526人となる。

これらの居住者が、今後の生活利便性の向上に向けた取り組みの推進や、土日のイベントの充実等により、休日に街なかで過ごすことが期待できる。

特定非営利活動法人まちづくり山形が実施した「マンション居住者意向調査」によると、中心市街地のマンション居住者のうち、「近くに買物に出かけたり映画を見たり食事などによく出かける」と57%と回答しており、526人の57%の300人が、外出することが期待できる。当該マンション周辺の買物、飲食スポットを回遊すると、計測地点を平均2か所通過し往復すると想定し、1,200人（300人×2か所×2回）の増加を見込む。

○「山形まるごと館 紅の蔵」運営事業による効果　831人

平成21年度開館予定の「山形まるごと館　紅の蔵」では、各施設の1日当たりの利用者数は、本事業の利用計画より、以下の利用人数を見込んでいる。

施設名（仮称）	主な機能	利用者数（年間）	営業日数（年間）	利用者数（1日当たり）
山形観光物産情報館	観光案内、和菓子カフェ、休憩所	102,000人	330日	309人
山形商人の歴史生活館	工芸品展示販売、山形商人の所蔵品展示			
山形のこだわり銘品館	山形の特産品（食料品）販売			
山形ほっとなる館	山形の食材等を利用した軽食喫茶			
郷土料理店	そばを中心とした郷土料理店			
産地直売所	山形の青果物等の直売（週末）	24,000人	60日	400人
合計		126,000人		709人

（ⅰ）観光物産情報館、歴史生活館、銘品館、郷土料理店：383人

１日あたりの利用者として、事業計画により、309人を見込んでいる。利用者の交通手段の割合を「山形まるごと館に関する観光客アンケート調査」の結果から、車が38%、車以外が62%と想定すると、車での来館者は、当該施設の東側にある専用駐車場を利用するため、計測地点への効果はあらわれないが、車以外で訪れる人は必ず計測地点④を往復するため、383人（309人×62%×2回）の増加を見込む。

（ⅱ）産地直売所：448人

１回あたりの利用者として、事業計画では400人を見込んでいる。

このうち、既存の産直市「ほっとなる朝採り金曜市」の利用者アンケート調査結果より、徒歩やバスで訪れるは56%、自動車・自転車で訪れる人は44%と想定すると、徒歩とバスで訪れる人は必ず計測地点④を往復するため、448人（400人×56%×２回）の増加を見込む。

自動車・自転車で訪れる人は、東側の専用駐車場を利用するため、通行量への効果は表れない。

○山形まなび館運営事業による効果　163人

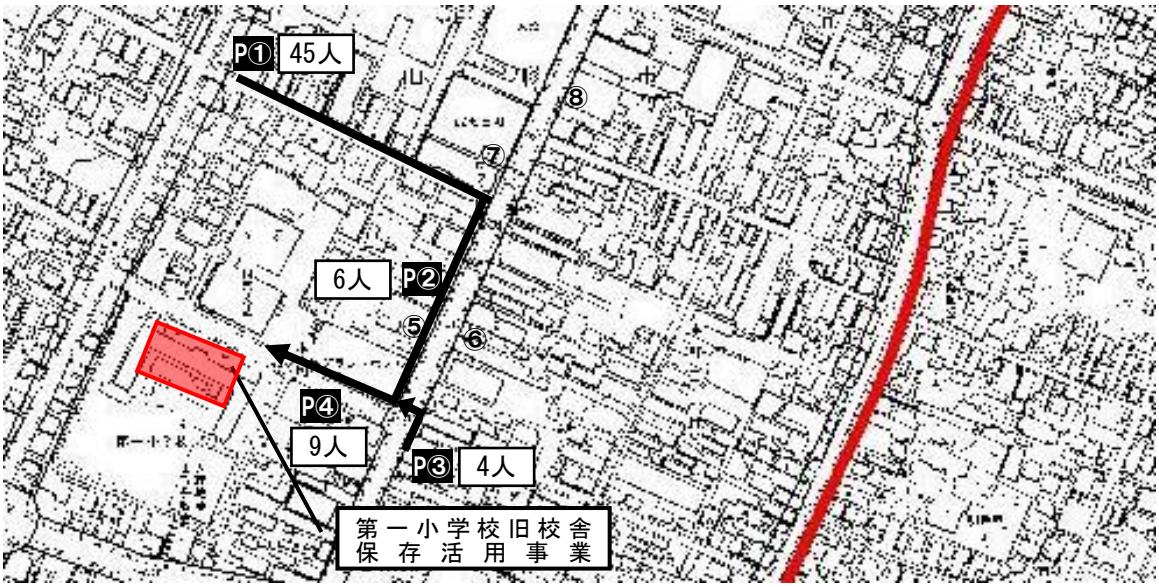
本事業では、事業計画から１日あたりの来客数を163人と見込んでいる。

当該施設では、ナナビーンズの公共フロアと似た機能の活用を検討していることから、施設への来街者の交通手段の割合として、ナナビーンズ利用者アンケート調査を参考に、徒歩が29人（18%）、自動車が64人（39%）、バスが16人（10%）と設定する。

徒歩で訪れる人は、平均１個所の計測地点を往復するものと想定し、徒歩による増分として29人を見込む。

自動車で訪れる人は、下表の4つの駐車場のいずれかに駐車するものとし、各駐車場の利用人数は、駐車場の収容割合で按分すると下表のとおりとなる。各駐車場利用者のうち、Ｐ①とＰ②の利用者は計測地点⑤を通過するため、自動車で訪れる人の増分として102人を見込む。

バスで訪れる人は、「本町」停留所を利用すると想定され、計測地点⑤を往復するため、バスで訪れる人の増分として32人を見込む。



番号	駐車場名	収容台数	収容割合	利用者数	利用人数	通過測点（往復）	増加人数
P①	七日町商店街駐車場	225	71%	64人	45人	2	90人
P②	リパーク七日町大通り	29	9%		6人	2	12人
P③	リパーク七日町大通りⅡ	20	6%		4人	0	0人

P④	荘銀ビル駐車場	44	14%		9人	0	0人
合計		318					102人

ウ）その他の事業への取り組みによる効果

そのほかの活性化事業による取り組みにより、 2,444人の増加を見込む。

○ＢＤＦ事業による効果　60人

本事業に伴い廃食油を持参する人の数は、平成20年3月における収集量の実績より、1日あたり30人程度が見込まれる。また、ＢＤＦプラントは、七日町商店街振興組合が、組合所有の駐車場に設置した施設であり、来街者の交通手段は100％自動車の利用によることが想定される。同組合では、廃食油を持参・提供者に対して、サービスとして駐車券を提供しており、その効果による商店街エリア内への回遊が期待され、これらの人々が計測地点⑦を往復することにより、60人（30人×２回）の増加を見込む。

○コールセンター立地促進事業による効果　600人

ＮＴＴ東日本広域116センタには、300人の従業者がおり、通勤、退社、昼休み時に計測地点①又は②を平均２回通過すると想定し、300人×2回＝600人の通行量増加を見込む。

※ＮＴＴ東日本広域116センタ（テルウェル東日本㈱）は、平成19年11月28日に業務開始のため、歩行者通行量調査には営業後の効果は反映されていない。

○定期市の実施による効果　300人

１回あたりの来場者として、500人を見込んでいる。

このうち、徒歩やバスで訪れるのは30%、自動車で訪れる人は70%と想定すると、徒歩とバスで訪れる人1か所の計測地点を往復すると想定し、300人（500人×30%×２回）の増加を見込む。

○街なか観光の総合戦略による効果　1,484人

拠点となる施設の整備事業にあわせ、それらの拠点を回遊するための街なか観光の巡路づくりや魅力づけを、街なか観光を総合プロデュースする組織が総合戦略を立て実行するとともに、各文化観光施設の連携を図り、各施設の入込数を増加させることで、平成20年策定の「山形市観光基本計画」においては、これらの施策により、平成25年度の市街地エリアの既存施設の観光客入込数を、平成18年度の3.7%増と見込んでおり、これに、山形まるごと館との連携による増加分を加え、現状の歩行者通行量29,682人の5%が増加すると想定し、1,484人の増加を見込む。

エ）大型空き店舗活用事業（ナナビーンズ）の終了に伴う影響

「大規模空き店舗活用事業（ナナビーンズ)」については、山形商工会議所が事業主体となって旧山形松坂屋ビル＝ナナビーンズの新たな所有者から4～8階フ

ロアを賃借し、買い物客の利便性向上やコミュニティの形成、「学び・体験・交流の場」、起業者の育成や支援のための施設として活用する事業を展開してきたが、本事業は、基本計画期間中である平成23年度末に終了することとなっており、700人の減少を見込む。

なお、ビルは、本事業の終了後は活性化に向けた「ナナビーンズ再生事業」として新たな展開が計画されている。

（ⅰ）自家用車を利用する来場者：▲312人

ナナビーンズの4～8階の公益的活用フロアの平成19年度の1日あたりの来場者数は1,175人（365,723人／年）であり、交通手段による来場者の内訳としては、「平成19年度ナナビーンズ利用者アンケート調査」より、自家用車434人（36.9%）、バス117人（10.0%）、徒歩211人（18.0%）、自転車373人（31.7%）となっている。

自家用車を利用する来場者のうち、歩行者通行量調査地点⑤～⑫を通過する位置の駐車場を利用する者は、当該調査地点を平均3.5回通過することが見込まれるため、延べ▲312人（434人×20.5%×3.5回）分の影響がある。

（ⅱ）バスを利用する来場者：▲82人

バスを利用する来場者のうち、歩行者通行量調査地点⑪～⑫を通過する位置の停留所を利用する者は、当該調査地点を平均2回通過することが見込まれるため、延べ▲82人（117人×35.0%×2回）分の影響がある。

（ⅲ）徒歩による来場者：▲306人

徒歩による来場者のうち、歩行者通行量調査地点③～⑫に影響を及ぼす位置の居住地から訪れる者は、当該調査地点を5.4回通過することが見込まれるため、延べ▲306人（211人×34.1%×5.4回）分の影響がある。

（ⅳ）自転車を利用する来場者：0人

自転車を利用する来場者は、自家用車に次いで多い割合（31.7%）を占めているが、本市の歩行者通行量調査においては計測の対象となっていないことから、歩行者通行量に影響を及ぼさないため考慮しないこととする。

以上により算出した数値を合算すると、以下のとおりとなる。

区分	数値
現況値(H19)	29,682
ア）これまでの傾向が続いた場合の通行量の増減	−2,307
イ）新たな商業・交流施設等の整備による効果	＋4,720
ウ）その他の事業への取り組みによる効果	＋2,444
エ）事業の終了に伴う影響	−700
目標値（現況値＋ア＋イ＋ウ＋エ）	≒34,000

③フォローアップの考え方

事業の進捗状況について毎年度確認し、状況に応じて事業の進捗促進のための措置を講じていくとともに、当該計画の計画期間の中間年である23年度に、数値目標を検証し、状況に応じて、目標達成に向けた改善措置を講じる。また、最終年度の26年度の終了後、再度数値目標の検証を行うものとする。

数値目標の確認は、これまで隔年度で実施してきた歩行者通行量調査（10月～11月の休日）を、毎年度実施するとともに、複数回実施することで精度を高めつつ行う。

（２）中心市街地居住人口

①数値目標

中心市街地の居住人口は、平成19年度では、平成10年度と比較すると、4.1%の減少となっている。しかし、民間の共同住宅の建設の効果などにより、平成15年度を底として、横ばい傾向も見せている。

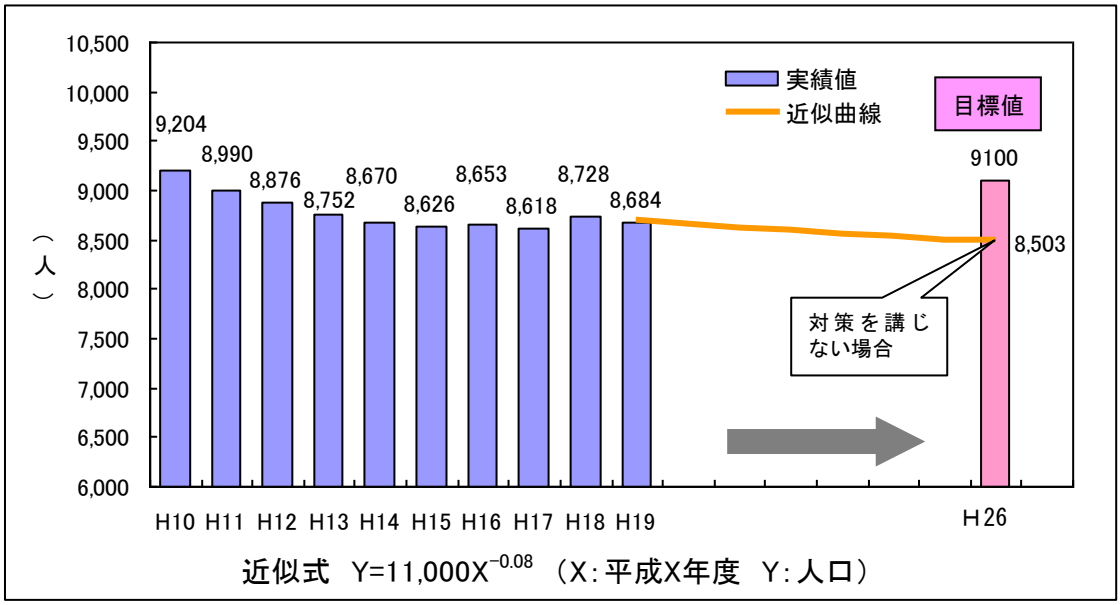
平成24年度の中心市街地の居住人口を、人通りが増え、賑わいが創出される人口として、中心市街地から2つの大型店が撤退した平成12年以前の人口である平成11年度レベルを超える9,100人を目標値として設定する。

■中心市街地の居住人口（各年度１月１日現在住民基本台帳人口）

現況値（H19年度）	目標値（H26年度）
8,684人	9,100人

※山形市経営計画（山形市第７次総合計画）における「中心市街地活性化基本計画区域居住人口」（平成19年1月現況値8,726人）の目標値（平成24年1月）は9,000人とする。

■人口の推移と目標値



②目標達成に必要な事業及び算定方法

ア）これまでの傾向が続いた場合の人口の増減（推計値）

中心市街地の中心市街地の居住人口は、ここ数年は、増加の傾向も見せているものの、長期的傾向では減少傾向となっている。この傾向を回帰式に当てはめ、将来の人口を推計すると、平成26年度では8,503人となり、平成19年度の現況値8,684人から181人の減少となる。

	実績値										推計値
	H10	H11	H12	H13	H14	H15	H16	H17	H18	H19	H26
人口(人)	9,204	8,990	8,876	8,752	8,670	8,626	8,653	8,618	8,728	8,684	8,503

※実績値は、住民基本台帳人口（各年度１月１日現在）

推計値（H26）8,503人　－　現況値（H19）8,684人＝－181人

イ）住宅の供給事業の実施による効果

本基本計画に掲載している住宅の供給事業の実施により、共同住宅の整備戸数は192戸となり、526人の増加となる。ただし、特定非営利活動法人まちづくり山形が実施した「マンション居住者意向調査」によると、中心市街地のマンション居住者のうち、中心市街地内から住み替えした居住者が26.9%あり、その分を控除し、385人（526人×73.1%）を見込む。

〇七日町第５ブロック南地区市街地再開発事業

七日町第５ブロック南地区再開発事業では、整備戸数65戸に各戸の平均世帯員数3.2人（事業者聞き取り）を乗じて得た208人の居住者を見込んでいる。

〇七日町第６ブロック地区優良建築物等整備事業

七日町第６ブロック地区優良建築物等整備事業では整備戸数127戸に平均世帯員数2.5人(事業者聞き取り)を乗じたて得た318人の居住者を見込んでいる。

ウ）その他の活性化事業による効果

中心市街地における中高層共同住宅（6階建て以上）の新規供給によって、その推移からみると、平成10年度以降の10年間で年平均80戸が新たに供給され、6階建て以上の共同住宅の平均世帯員数（市平均）2.2人より、1年間で176人（80戸×2.2人）が増加している。この傾向が、「建築物の高さ制限」によるマンション等の大規模建築物の中心市街地への誘導や、新たな街なか居住のライフスタイルの提唱、「空き店舗・空き家・空き地データベース事業」による空き家・空き室等の所在地、所有者の意向等の情報を収集し情報提供することで街なか居住者等を誘致することなどにより継続すると想定し、21年度～25年度の5か年間で880人（176人×5か年）増加すると見込む。ただし、活性化事業の526人と中心市街地内からの住み替え分を控除し、259人（(880人－526人）×73.1%）を見込む。

以上により算出した数値を合算すると、以下のとおりとなる。

区分	数値
現況値(H19)	8,684

ア）これまでの傾向が続いた場合の人口の増減	－181
イ）住宅の供給事業の実施による効果	＋385
ウ）その他の活性化事業による効果	＋259
目標値（現況値＋ア＋イ＋ウ）	≒9,100

③フォローアップの考え方

事業の進捗状況について毎年度確認し、状況に応じて事業の進捗促進のための措置を講じていくとともに、当該計画の計画期間の中間年である23年度に、数値目標を検証し、状況に応じて、目標達成に向けた改善措置を講じる。また、最終年度の26年度の終了後、再度数値目標の検証を行うものとする。

数値目標の確認は、市の町丁別の住民基本台帳を基にした人口資料（毎年度1月1日現在）により毎年度行う。

（３）街なか観光客の入込数

①数値目標

中心市街地内には、街なか観光拠点施設としては、「文翔館」、「山形美術館」及び「最上義光歴史館」の3施設がある。

これら3施設の来館者数は、平成19年度で約25万人となっており、市全体の観光客入込数からみると、小さな割合にしかなっていない状況にある。

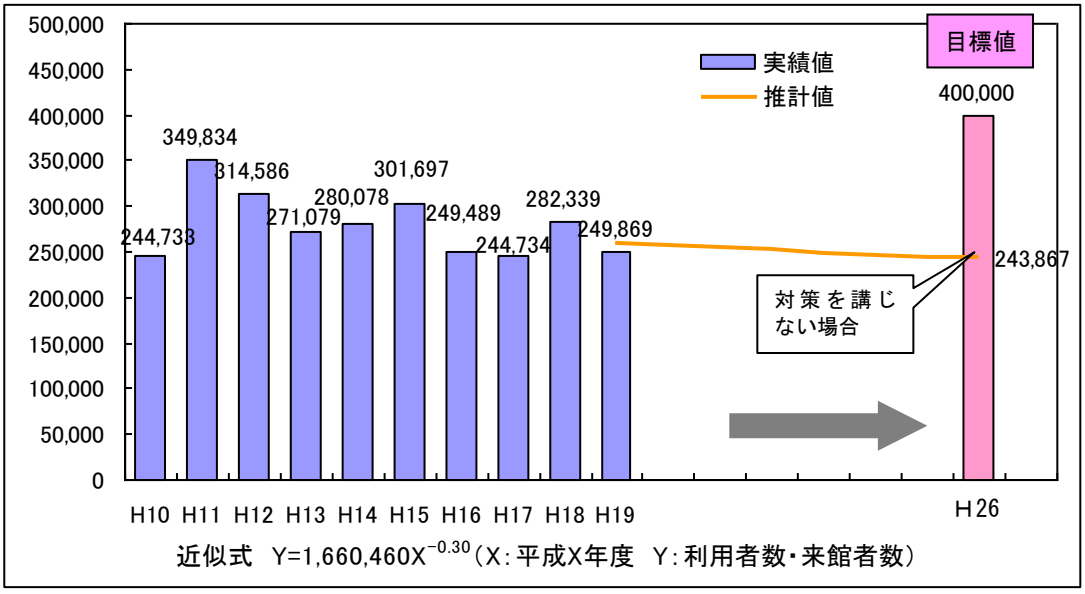
このたびの基本計画においては、活性化事業として新たに「七日町拠点」「山形まるごと館 紅の蔵」、「山形まなび館」等の新たな拠点の整備を行うが、このうち、街なか観光の拠点施設として「山形まるごと館 紅の蔵」が新たに加わる。

既存3施設に新たな「山形まるごと館 紅の蔵」を加えた来館者数（街なか観光入込数）を、「山形まるごと館 紅の蔵」の新たな観光拠点の整備及び新名所を中心とした街なか観光の総合的展開により、平成19年度の249,869人から、平成26年度には本市を代表的な街なか観光拠点である文翔館の来館者数に匹敵する150,000人の増加を目指し、400,000人を目標値として設定する。

■街なか観光客の入込数

現況値（H19年度）	目標値（H26年度）
249,869人	400,000人

■街なか観光客の入込数の推移と目標値



■街なか観光客の入込数の状況

項目	H10	H11	H12	H13	H14	H15	H16	H17	H18	H19
文翔館	130,800	157,600	173,000	145,000	159,800	165,600	141,900	136,100	131,300	127,400
山形美術館	97,800	173,300	122,800	111,300	105,200	122,500	93,000	94,300	135,500	108,400
最上義光歴史館	16,133	18,934	18,786	14,779	15,078	13,597	14,589	14,334	15,539	14,069
合計	244,733	349,834	314,586	271,079	280,078	301,697	249,489	244,734	282,339	249,869

②目標達成に必要な事業及び算定方法

ア）これまでの傾向が続いた場合の入込数の増減

おおよそ30万人前後で推移しているものの、近年減少の傾向がみられこの傾向を回帰式に当てはめ、将来の入込数を推計すると、243,867人となり、平成19年度の現況値249,869人から6,002人の減少となる。

	実績値										推計値
	H10	H11	H12	H13	H14	H15	H16	H17	H18	H19	H26
街なか観光客の入込数	244,733	349,834	314,586	271,079	280,078	301,697	249,489	244,734	282,339	249,869	243,867

推計値（H26）243,867人　－　現況値（H19）249,869人＝－6,002人

イ）街なか観光の推進による効果

拠点となる施設の整備事業にあわせ、それらの拠点を回遊するための街なか観光の巡路づくりや魅力づけを、街なか観光を総合プロデュースする組織が総合戦略を立て実行するとともに、各文化観光施設の連携を図り、各施設の入込数を増加させることで、街なか観光の推進を図る。

平成20年策定の「山形市観光基本計画」においては、これらの施策により、平成25年度の市街地エリアの観光客入込数を、平成18年度の3.7%増と見込んでお

り、既存3施設（文翔館、山形美術館、最上義光歴史館）の入込数は、282,339人の3.7%増で、292,786人を見込む。

そのため、街なか観光の推進による効果としては、これまでの傾向が続いた場合の推計値243,867人との差である48,919人の増加を見込む。

（ⅰ）街なか観光の推進組織の整備と推進戦略の展開

街なか観光に関する総合戦略を立て、それを総合的に実行するために、山形市、山形県、商店街、地域住民、関係の民間、観光関係団体等からなる市を挙げて各団体が総合的に協力し合う推進体制を整備し、山形市の中心市街地の魅力を余すことなく表現する、綿密な戦略に基づく観光ルートの作成や、魅力づくり、ＰＲ活動を展開する。

《多様な巡路づくり》

新名所のほか、中心市街地に点在する蔵、山形五堰、山形市街地十景等の観光資源を組み合わせてストーリー性をもたせながら、レンタサイクルや中心市街地循環バス等も活用した巡路を整備する。

《巡路の魅力向上》

巡路の課題を整理し、段階的に魅力向上を進めていく。

・駐車場
・移動手段
・休憩所
・トイレ
・案内版、説明版
・食
・おみやげ　など

《ＰＲ戦略》

仙山交流などの広域観光ネットワーク等を活用し、本市の街なか観光の魅力のＰＲを行う。

（ⅱ）文化観光施設の連携事業

各々の施設において工夫を凝らし入館者の確保に努めているものの、入館者数は増加せず、せっかくの施設や展示品の魅力が伝えきれていない状況にある。そこで、中心市街地にある文化観光施設が協力・連携し、市民や観光客に山形市の歴史と文化を伝えるとともに、回遊性の向上と交流人口の増加を図る。

○文化観光施設スタンプラリーの実施

中心市街地とその周辺の文化観光施設である「文翔館」「山形県博物館」「山形県教育資料館」「山形美術館」「最上義光歴史館」「山形市郷土館」と、これから整備する「山形まるごと館 紅の蔵」「山形まなび館」によるスタンプラリーを実施する。

○文化観光施設連携事業

中心市街地にある文化観光施設が協力・連携し、共通パンフレットの作

成や情報発信、共同企画展等を実施する。

○文化観光拠点施設の入場料無料化や文化観光施設入場券のセット販売

施設の入場料の無料化や施設入場券をセットで販売する。

ウ）新たな拠点の整備による効果

「山形まるごと館 紅の蔵」運営事業による新たな観光拠点となる施設を整備し、あわせて街なか観光の総合戦略に組み入れ、回遊性の向上を図ることにより、新たに126,000人が増加する。

○山形まるごと館 紅の蔵

平成21年度開館予定の「山形まるごと館 紅の蔵」では、各施設の年間利用者数は、本事業の利用計画より、以下の利用人数を見込んでいる。

施設名（仮称）	主な機能	利用者数（年間）
山形観光物産情報館	観光案内、和菓子カフェ、休憩所	102,000人
山形商人の歴史生活館	工芸品展示販売、山形商人の所蔵品展示	
山形のこだわり銘品館	山形の特産品（食料品）販売	
山形ほっとなる館	山形の食材等を利用した軽食喫茶	
郷土料理店	そばを中心とした郷土料理店	
産地直売所	山形の青果物等の直売（週末）	24,000人
合計		126,000人

以上により算出した数値を合算すると、以下のとおりとなる。

区分	数値
現況値(H19)	249,869
ア）これまでの傾向が続いた場合の入込数の増減	−6,002
イ）街なか観光の推進による効果	＋48,919
ウ）新たな拠点の整備による効果	＋126,000
目標値（現況値＋ア＋イ＋ウ）	≒400,000

③フォローアップの考え方

事業の進捗状況について毎年度確認し、状況に応じて事業の進捗促進のための措置を講じていくとともに、当該計画の計画期間の中間年である23年度に、数値目標を検証し、状況に応じて、目標達成に向けた改善措置を講じる。また、最終年度の26年度の終了後、再度数値目標の検証を行うものとする。

数値目標の確認は、各施設の年間入込数を毎年度末に調査することにより行う。

（４）（仮称）「やまがたお勧めの逸品」キャンペーン参加店舗数（参考指標）

①数値目標

山形ならではの特徴ある商品を取り扱う各店を紹介する“「やまがたお勧めの逸品」キャンペーン”は、新たに始める事業であるが、現在、中心市街地の商店街で「山形ならではの逸品」を扱っている店舗すべてがキャンペーンに参加するとともに、新たに「逸品」を作り上げる店が同数ほど出てくることを目標に、平成26年度には60件の参加となるよう目標値を設定する。

■（仮称）「やまがたお勧めの逸品」キャンペーンへの参加店舗数（各年度末時点）

現況値（H19年度）	目標値（H26年度）
0件	60件以上

②目標達成に必要な事業及び算定方法

「やまがたお勧めの逸品」キャンペーンは、山形ならではの特徴ある商品を取り扱う各店を、乗車券（ＪＲの往復キップ、フリーキップなど）を提示することにより、割引サービスが受けられる事業で、街なかを巡る、いわゆる「巡遊」を楽しむ観光客が立ち寄ろうという思いを抱かせるものである。

この事業に、山形市中心商店街街づくり協議会が総力を挙げて（仮称）「やまがたお勧めの逸品」キャンペーンに取り組むことで、目標の60件以上のキャンペーン参加店を見込む。

③フォローアップの考え方

事業の進捗状況について毎年度確認し、状況に応じて事業の進捗促進のための措置を講じていくとともに、当該計画の計画期間の中間年である23年度に、数値目標を検証し、状況に応じて、目標達成に向けた改善措置を講じる。また、最終年度の26年度の終了後、再度数値目標の検証を行うものとする。

数値目標の確認は、参加店舗数をキャンペーン事業実施予定の年である22年度以降、毎年度末に調査することにより行う。