

様式第4〔基本計画標準様式〕

○ 基本計画の名称：山形市中心市街地活性化基本計画

○ 作成主体：山形県山形市

○ 計画期間：平成26年11月から令和2年10月まで（6年）

1. 中心市街地の活性化に関する基本的な方針

〔1〕山形市の概況

（1）位置及び沿革

山形市は、山形盆地の東南部に位置し、奥羽山脈と白鷹丘陵に囲まれた市域面積381.58km²を有する内陸都市である。東縁で仙台市と接しており、県庁所在地が隣接する全国でも珍しい地域である。

山形は、古くは最上(もがみ)と呼ばれていた。「最上」は、平安時代の末期頃、すでに出羽路の主要な宿駅の一つであった。山形が、この地方の政治文化の中心に発展したのは、室町時代中期以降のことである。延文元年、出羽探題として奥州大崎より入部した斯波兼頼(しばかねより)がこの地に城を築き、神社仏閣を修復整備し、城下町を整えて発展の礎を築いたのであった。

「最上」の地を「山形」と改めたのも兼頼である。山形が、いっそう飛躍して出羽地方一帯に君臨するにいたったのは、兼頼からさらに200年余りたった最上義光(もがみよしあき)(斯波氏はのち最上を姓とする)の時代(1546～1614)である。

江戸時代における山形の繁栄を支えたものは、商業の発達であり、城下町としてよりも商業都市として発展・繁栄した。なかでも、当時、染料や口紅の原料として用いられていた紅花(べにばな)は全国随一の生産を誇り、関東・関西の各地に移出されていた。また、あおそや鋳物なども産し、これらの物産の交流は、最上川舟運の発達をもたらし、中央文化の導入にもあずかった。

明治維新によって藩が廃され県に改まると、山形には統一山形県の県庁が置かれた。初代県令三島通庸は、ここに近代都市の建設をはかり、その形態を着々と整備し、明治22年に市制を施行、県内中心都市としての基礎を固めた。

昭和29年には近接12か村を、続く31年には6か村を合併して広域行政の端をひらき、現在の規模となっている。

平成元年には市制施行100周年を迎え、平成4年には、べにばな国体の開催、山形新幹線の開業、東北芸術工科大学の開学、さらに市立病院済生館の新築、平成6年には国際交流プラザがオープンするなど、大規模プロジェクトが次々と花開いた。

平成8年には「いきいき躍動山形プラン(山形市新総合計画)」がスタートし、新世紀の幕開けとなる平成13年には特例市に移行し、同プランの重点プロジェクトを再構築

して、「新重点プロジェクト～環境先進都市をめざして～」を策定。平成19年には、「山形市第7次総合計画」がスタートし、あたらしいまちづくりを進めている。

図1-1 山形市位置図



(2) 広域的位置づけ

山形市は、山形県の県庁所在都市として経済・文化・教育等の中心都市であり、かつ7市7町に及ぶ村山地方の生活中心都市として機能している。

また、3市2町(山形市、上山市、天童市、山辺町、中山町)から成る山形広域都市計画区域の中心として位置づけられており、市街化区域及び市街化調整区域の「整備、開発又は保全の方針」に基づき総合的な都市整備が進められている。

鉄道としては、南北方向に奥羽本線が走り山形新幹線で東京と直結され、仙台方面とは仙山線で、寒河江方面とは左沢線で結ばれている。

高速交通網の整備としては、東北横断自動車道酒田線(山形自動車道)により仙台及び酒田方面と結ばれている。また、南北方向の東北中央自動車道は一部供用開始しながら、建設が進められており、南東北内陸部の高速交通の結節点となっている。

東縁で隣接する仙台市とは、高速道路の開通に伴い、その移動時間はますます縮まり、両都市を約1時間で結ぶ高速路線バスが1日80往復運行している。より身近な存在

となっており、両地域間の交流人口の増加や、観光及び食産業の活性化をめざして「仙山交流」が進められている。

(3) 中心市街地の成り立ちと変遷

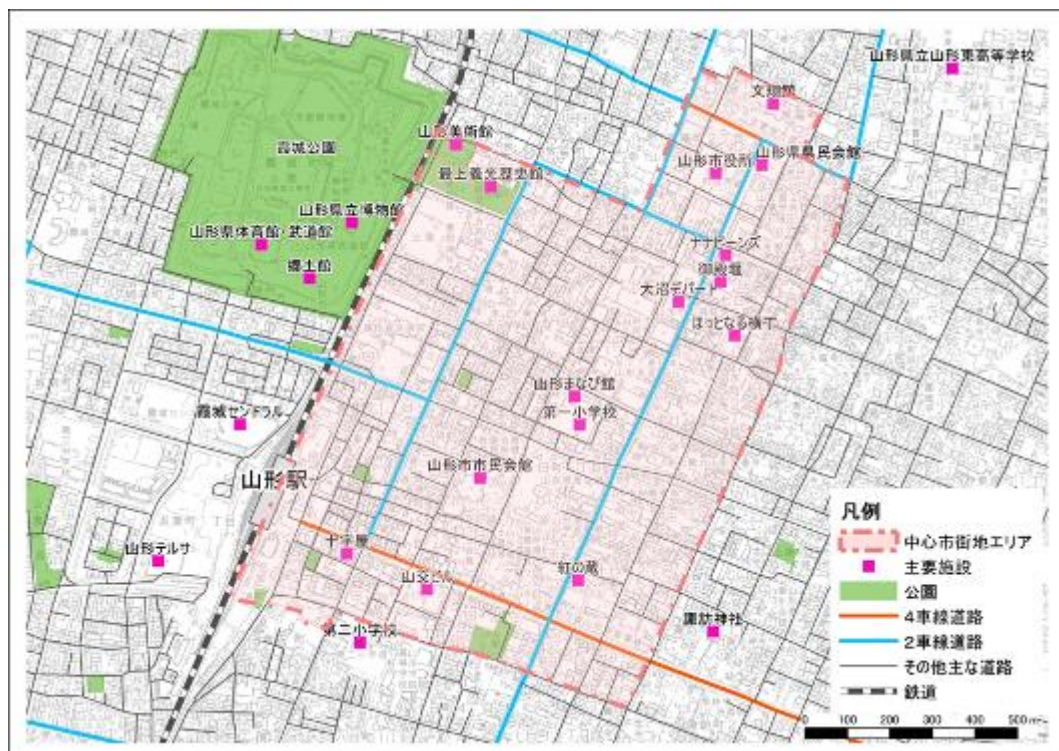
約400年前、山形城11代城主 最上義光の時代に現代の街並みの基礎が形成された際、産業振興のために市日を三の丸外側に配置させた。七日町、十日町などは市日がそのまま町名になったものであり、商店街として発達してきたまちである。

明治11年に東北を旅行したイザベラ・バードは、山形市中心部の見事に洗練された通りを口を極めて誉めた。いまま山形の中心部には七日町通りを中心に、ルネッサンス様式を今に伝える文翔館、大正がつづくような建物・蔵、清流が流れる堰（小川）などが多く存在する。

昭和31年、七日町に、地元資本の百貨店2店（大沼デパート、丸久デパート）が開店し、商店街が大きな変貌をとげた。その後、昭和40年代には、山形駅前、七日町を中心に大型店が相次ぎ出店し、山形駅前地区と七日町地区の2大商業地区が形成され、徐々に両地区を結ぶ「ロの字型」の集積が進んできた。

一方、本市は、非戦災都市であり、旧市域は、整備が遅れ車社会への対応、安全な歩行者空間の確保などが十分に進まず、結果として、市街地の拡大、交通手段の自動車依存等生活スタイルの変化とそれに合わせた大型商業施設の郊外進出等による中心市街地の空洞化、中心市街地居住者の減少を招く結果となった。そのような中、平成12年、17年には大型店が3店閉店し、さらには、平成13年に県立病院が郊外に移転するなど、中心部の空洞化傾向の加速が危惧されている。なお、当該計画における中心市街地は、「中心市街地エリア図」（図1-2）の区域とする。

図1-2 中心市街地エリア図



(4) 中心市街地に蓄積されている歴史的・文化的資源、景観資源、社会資本や産業資源等の既存ストックの状況

①歴史的・文化的資源、景観資源

・文翔館

大正5年6月に県庁として建てられたイギリス・ルネサンス様式を基調としたレンガ造りの建物で県庁舎と議事堂の2棟があり、昭和59年に国の重要文化財に指定された。その後、10年の歳月をかけて当時の工法を基に忠実に復元され、大正の古き良き時代の馨りを今に伝えている。現在は、七日町の大通り（国道112号）正面に「文翔館」として一般公開されている。街なか観光の拠点として、また、ランドマークとしても親しまれており、七日町大通りの正面から望む景観を大切にしまちづくりを進めている。イギリス人の旅行家イザベラ・バードは、羽州街道（現国道112号）から見た初代県庁を「大通りの奥の正面に堂々と県庁があるので、日本の都会には珍しく重量感がある。新しい県庁の高くて白い建物が低い灰色の家並みの上に聳えて見えるのは、大きな驚きを与える。」と驚嘆している。



文翔館（正面）



文翔館（正庁）

・山形まなび館

(山形市立第一小学校旧校舎)

昭和2年に竣工した山形県下初の鉄筋コンクリート構造の小学校であり、当時のわが国の最先端建築技術により建設された重要な建築物である。平成13年、国の登録文化財となる。その後、中心市街地の賑わい創出の施設として整備を行い、平成22年4月より山形まなび館として活用されている。



山形まなび館

・山形まるごと館 紅の蔵

紅花商人であった長谷川家の旧家屋及び土蔵5棟を活用した施設である。旬の素材をテーマとした食の発信、山形の歴史・伝統・文化を題材とした企画展示による中心市街地の賑わい創出の施設として平成21年12月よりオープンしている。



・山形五堰

中心街を網の目のように流れている農業用水堰で、笹堰、御殿堰、八ヶ郷堰、宮町堰、双月堰の五つの堰の総称をいう。寛永元年（1624年）、当時の山形城主鳥居忠政が城濠への水の供給と生活用水・農業用水の確保のため築造したとされ、御殿堰の全部と笹堰の一部の水が山形城の城濠に流入されていたことから、城下の形成にも深く関係し、山形市の景観の特徴となっている。高度成長期には、水質の悪化が急速に進み、また、利便性の重視から石積水路がコンクリート水路に改修されてきたため、総延長115kmのうち昔の石積水路が残っているのは、わずか8kmとなっている。最近では、公共下水道の普及等により、水質が改善され、堰上流部では、小魚の生息や梅花藻（バイカモ）等の水草も確認されるようになってきた。また、地域用水機能としても見直され、農業用水のほか生活用水、防火用水、地下水涵養、親水空間としてやさしい景観を生み出し、生活に潤いをもたらしている。



御殿堰（七日町御殿堰）



1818年（文化15年）に書かれたとされる水路図



梅花藻（バイカモ）

・蔵（蔵店、蔵座敷、荷蔵）

山形市の蔵は、庄内を経由して海上交通により上方からもたらされたものと、参勤交代などにより江戸からもたらされものが座敷蔵や店蔵の流れを形成しており、山形固有の文化遺産であるといわれている。近年、道路等の整備や所有者の経済的事情により取り壊されることが多かったが、蔵の歴史的価値を見直し、蔵を再生し、一部店舗などに活用されるようになってきた。中心市街地には約150棟の蔵が山形城三の丸遺構の外側に多く現存しているが、活用されている蔵は1割に満たない状況であり、今後のまちづくりを行う上で重要な資源として活用を図る

必要がある。



・まつり・イベント

山形市には、国道112号を中心に江戸時代初期から行われている初市をはじめとして、東北の夏祭りの一つ山形花笠まつり、こどもの日のスプリングフェスティバル、花笠まつりの前日に行われる山形県観光物産市が開催され、ほかにも宮内庁、八戸市と共に日本に残る三つの打毬の一つである豊烈神社例大祭で行われる古式打毬、御神輿が町を練り歩く湯殿山神社や歌懸稲荷神社の例大祭、みちのく阿波踊り、ドリンクテーリングなどが実施されている。



・やまがた舞子

山形を代表する伝統的な芸能を保持し、全国的にも高い評価を得ていた山形芸妓も時代の変遷とともに減少し深刻な後継者不足に悩まされていたが、平成8年2月に山形市内企業の出資により伝統芸能後継者育成のため「山形伝統芸能振興株式会社」を設立した。現在も、試験を通過した若いやまがた舞子が伝統芸能後継者として、踊りや唄・三味線などの特訓を受けながら、中心街にある創業以来100年を超える料亭4か所を中心にお座敷に出て活躍している。



・山形の食

山形には、さくらんぼ、ラ・フランス、ぶどう、りんごなどの果物や芋煮、青菜（せいさい）漬け、もってのほか（菊の一種）、だし、どんどん焼き、玉こんにゃく、そば、冷やしラーメンなどの食文化が育まれている。



芋煮



青菜漬



そば



どんどん焼き

②社会資本・産業資源

本市の中心市街地は、非戦災都市のため城下町の面影を残しながら都市基盤の整備が進められた。道路は、七日町周辺から十日町周辺の商業・業務地を支える都心リングと、山形駅周辺の連携を強化する駅環状道路を骨格とし、地区内の産業・生活・交流を支える道路網を形成している。上下水道等のインフラの整備も、全市域に先駆け進められた。道路については、一部、未整備空間が残るものの、一定の整備が進んでいる。しかも、電線地中化、コミュニティ道路など、景観に配慮した整備がなされている。

また、市役所、裁判所、検察庁、税務署など行政機関をはじめ、県民会館、市民会館、美術館、歴史資料館、総合病院など多くの公共公益施設が立地するとともに（隣接地には、山形城跡霞城公園、遊学館（山形県立図書館）、山形県教育資料館なども立地）、小売店、飲食やサービス業等の店舗、地元企業の本店や県外企業の支店・営業所などの業務機能が集積し、山形駅やバスターミナルなどの公共交通の重要な結節点になっているなど、中心市街地には様々な資源が集積している。

〔2〕中心市街地の現況分析

（1）人口の状況

- 市全体の人口は減少傾向にあるものの、中心市街地の人口は減少傾向から横ばいへ
- 年少人口、生産年齢人口が大きく落ち込み、高齢化が進んでいたが、近年は横ばい傾向となっている
- 核家族化が進展

①人口及び世帯

人口は、昭和55年以降の国勢調査結果からみると、市全体では平成17年まで増加傾向であるが、平成22年の国勢調査結果には平成17年と比較し1,768人減少（0.69%減）している。

ここ数年の動きを住民基本台帳人口（図1-4）でみると、市全体では、平成18年か

ら減少に転じており、今後についても、推計人口からみるとこの傾向は続くものと見込まれる。一方、中心市街地では分譲マンションをはじめとする共同住宅の供給により、平成18年以降、8,650人前後で横ばいの推移となっている。

人口の横ばいの一方、世帯数は微増状態で、住民基本台帳（図1-5）からみると平成25年の1世帯当たりの世帯員数は2.0人で、平成20年の2.1人に比べ0.1人の減少となっており、核家族化が進んでいる。

図1-3 人口の推移（国勢調査）

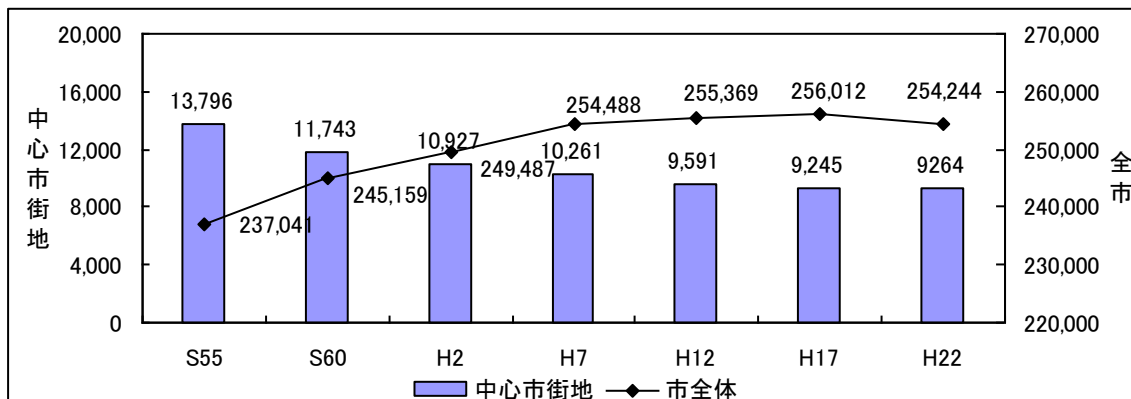
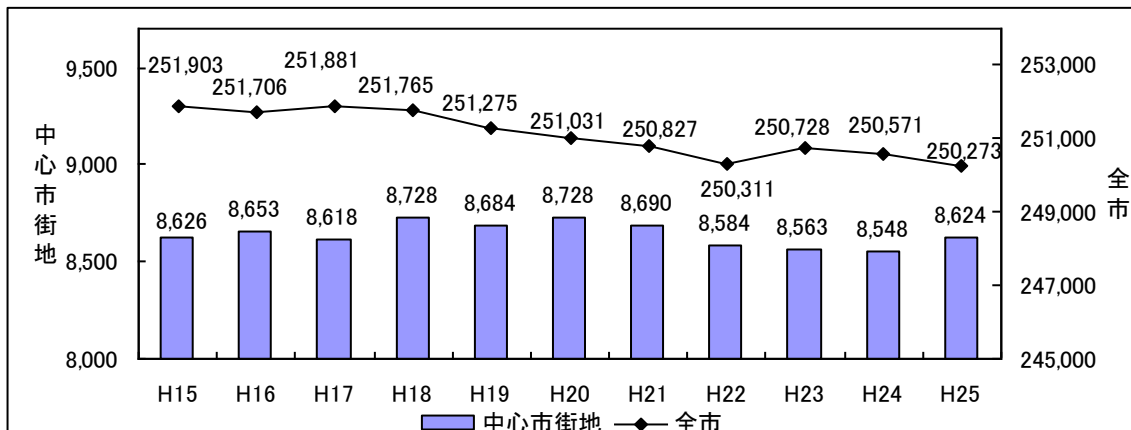
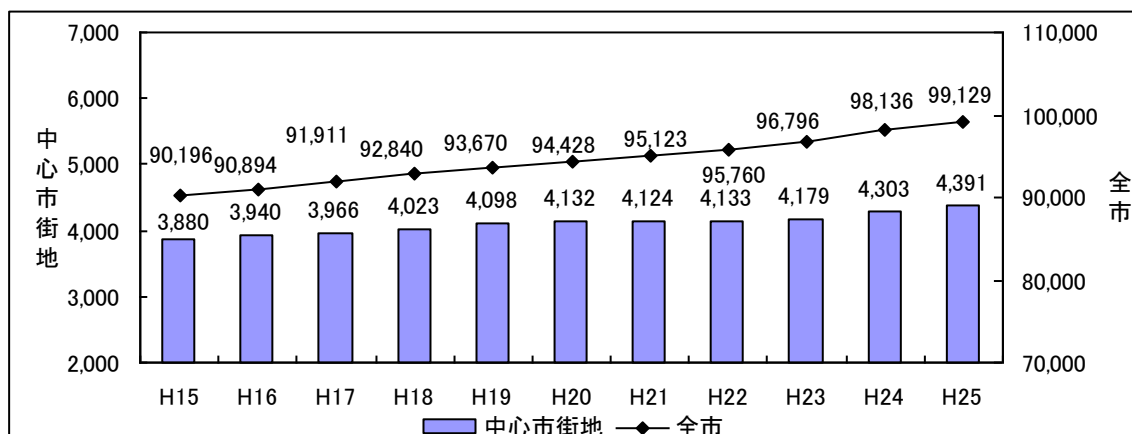


図1-4 近年の中心市街地の人口の推移（住民基本台帳人口）



※各年1月1日現在

図1-5 近年の中心市街地の世帯数の推移（住民基本台帳世帯）



※各年1月1日現在

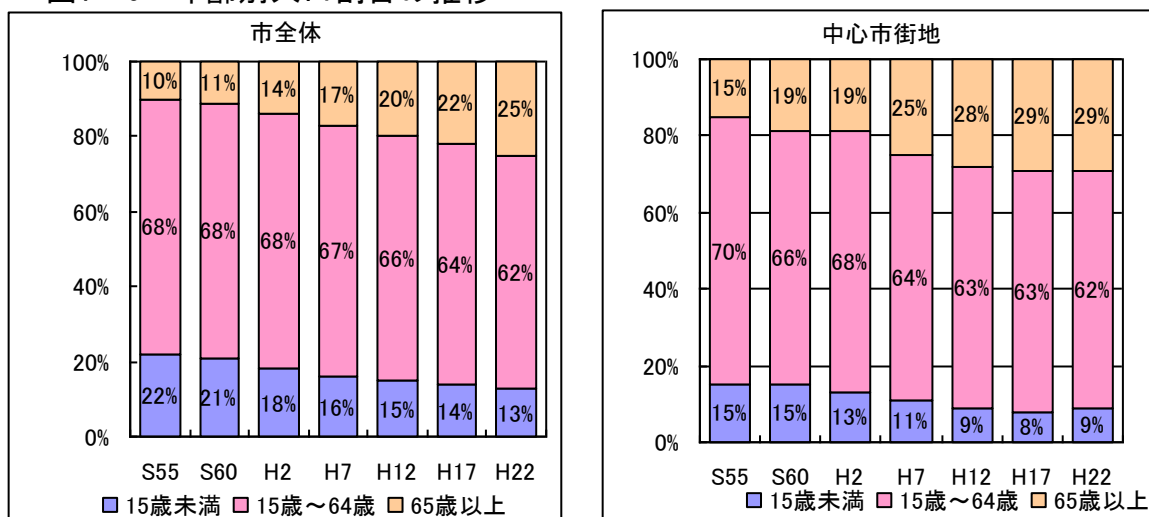
②年齢別人口

全年齢層に占める年齢層別の人口割合（図1－6）をみると、市全体では、平成22年には、昭和55年と比べ15歳未満の年少人口は9ポイントの減、15歳以上64歳までの生産年齢人口は6ポイントの減、65歳以上の高齢者人口は15ポイントの増加となっている。

一方、中心市街地では、同期間において、15歳未満の年少人口は6ポイントの減少、15歳以上64歳までの生産年齢人口は、8ポイントの減少、65歳以上の高齢者人口は14ポイントの増加となっており、市全体、中心市街地とも少子高齢化が進行している。特に、中心市街地においては、高齢化率は市全体に比べて高い値で推移しており、高齢化が進行している。

今後の推計人口においても、市全体で高齢化が進行していくと見込まれており、中心市街地においても、さらに生産年齢人口の減少、高齢者人口の増加が進行していくと見込まれる。

図1－6 年齢別人口割合の推移



※国勢調査

（２）住居の状況

- 中高層共同住宅の建設が減少
- 中心市街地への居住ニーズは「住んでみたい」が28%と低く、「住んでみたいと思わない」が40%を超えている

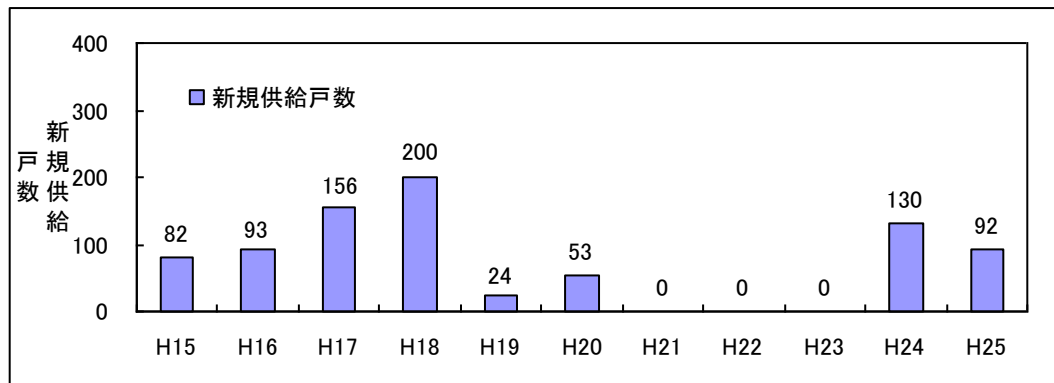
①中心市街地の状況

中高層共同住宅（6階建て以上）の新規供給戸数の推移（図1－7）をみると、中心市街地の地価の下落等により、平成15年より平成19年までの5年間は、年平均111戸、合計555戸の中高層共同住宅（6階建て以上）が供給されており、街なか居住を下支えしていた。

近年の中高層共同住宅（6階建て以上）の新規供給戸数をみると、前計画の「第6ブロック優良建築物等整備事業」で平成24年に整備された130戸を含み、平成21年より平成25年までの5年間で、年平均44戸、合計222戸と減少している。

これは、平成20年のリーマンブラザーズの経営破綻等のグローバルな経済状況の悪化の影響が大きいと想定される。

図1-7 中高層共同住宅の新規供給戸数の推移（6階建て以上）



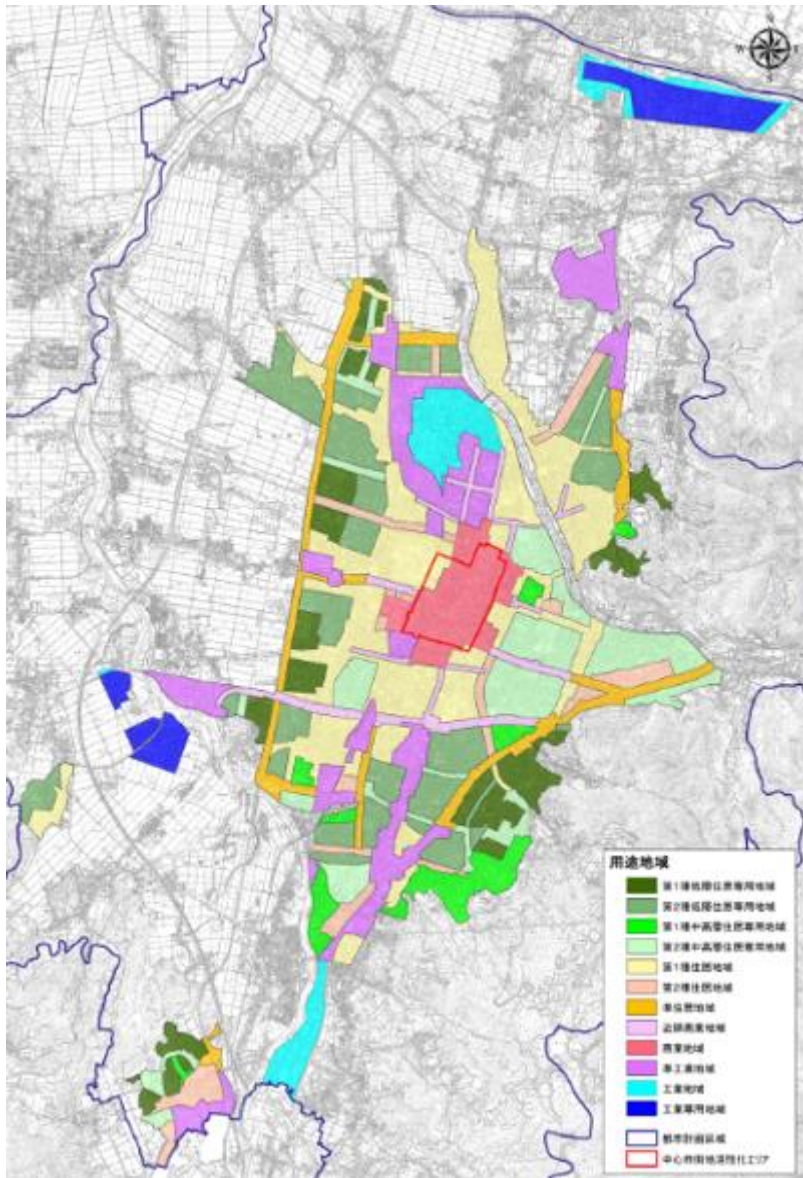
（３）土地利用等の状況

- 県都の中心として、道路、主要な公共公益施設が比較的整備されている
- 郊外の大型店の立地もあり、中心市街地の商業地の地価は、依然減少が続いている
- 活用されていなかった土地が、駐車場（コインパーキング）として利用されており、街なか観光での来街者を中心市街地に誘導する受け皿になっている

①用途

中心市街地区域内は都市計画用途地域において、約91.4%（約117ha）が商業地域、約8.6%（約11ha）が第1種住居地域として決定されている。

図1-9 用途地域図

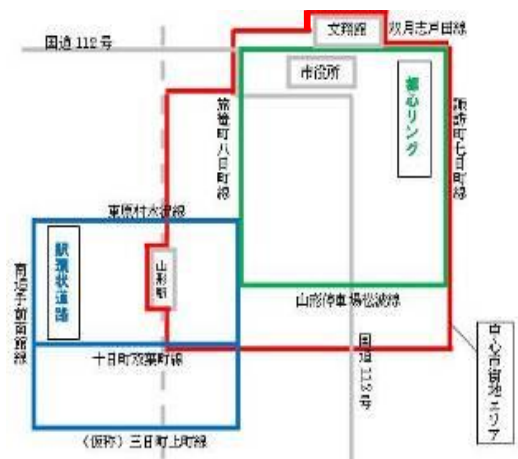


②公共公益施設等の状況（図1-11参照）

ア）都市基盤

七日町周辺から十日町周辺の商業・業務地を支える、都心リング（双月志戸田線、諏訪町七日町線、旅籠町八日町線、山形停車場松波線）と山形駅周辺の連携を強化する駅環状道路（東原村木沢線、旅籠町八日町線、十日町双葉町線、南追手前南館線、（仮称）三日町上町線）を骨格（図1-10）とし、地区内の産業・生活・交流を支える道路網を形成し

図 1-10 中心市街地周辺の幹線道路網



ている。

イ) 教育施設

中心市街地内の教育施設としては小学校1校であるが、中心市街地エリアに隣接し高校5校、中学校1校、小学校3校が立地している。

ウ) 文化施設

中心市街地内には山形市中央公民館、山形市民会館、山形県民会館、文翔館（県郷土館）、山形美術館、最上義光歴史館などが立地し、前計画において、山形市立第一小学校旧校舎を新たに「山形まなび館」として整備し、山形の文化と観光をPRする賑わい創出の施設として活用している。また、「ナナビーンズ」内の公共フロアには、子育て支援施設「子育てランドあ〜べ」、高齢者交流サロン、山形県芸文美術館及び学習空間「mana-vi」等の施設が入っている。

エ) 医療・保健施設

1次医療機関としてのかかりつけ医は市内の約2割が立地している。また、2次・3次医療機関は、県立中央病院が郊外に移転したものの山形市立病院済生館をはじめ、約4割が中心市街地に立地しており、かかりつけ医と高機能の医療機関の両方の医療体制が整備されている。また、前計画において、休日夜間診療所の整備を行い、休日・夜間における安全・安心の確保を、安定的かつ継続的に行えるようになり、中心市街地に居住する住民をはじめ市民すべての安全・安心の向上、初期救急医療の充実が図られた。

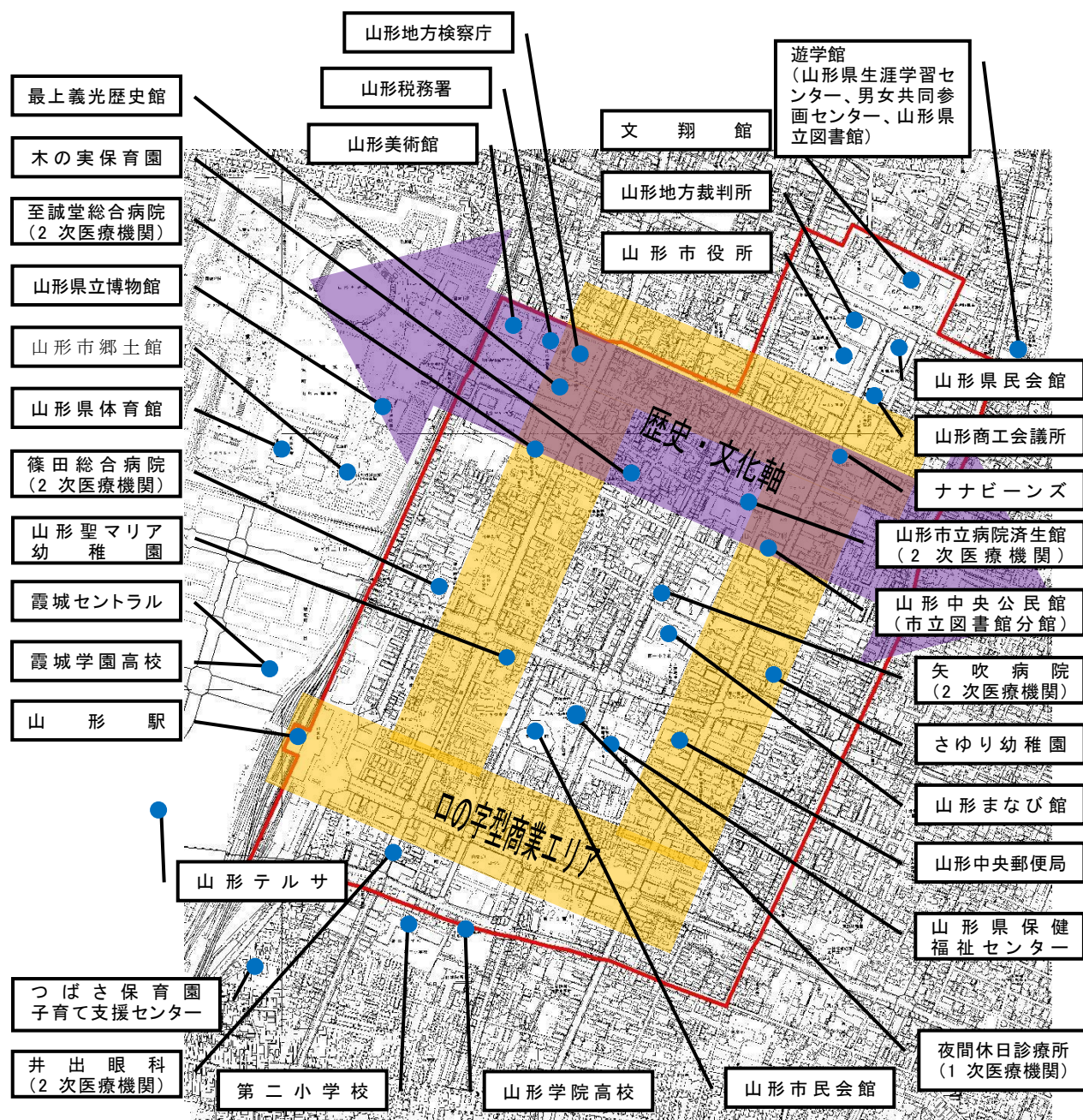
オ) 社会福祉施設

中心市街地内には保育施設が4か所、老人福祉施設が20か所立地しており、隣接地域に立地している市立保育園では、子育て支援センターを併設し、育児不安への相談や、保育サービス等の情報提供など、家庭の子育て支援を行っている。

カ) 官公庁施設

市役所、裁判所、検察庁、税務署、山形中央郵便局など多くの施設は中心市街地内に立地している。

図1-11 中心市街地周辺の主な公共公益施設

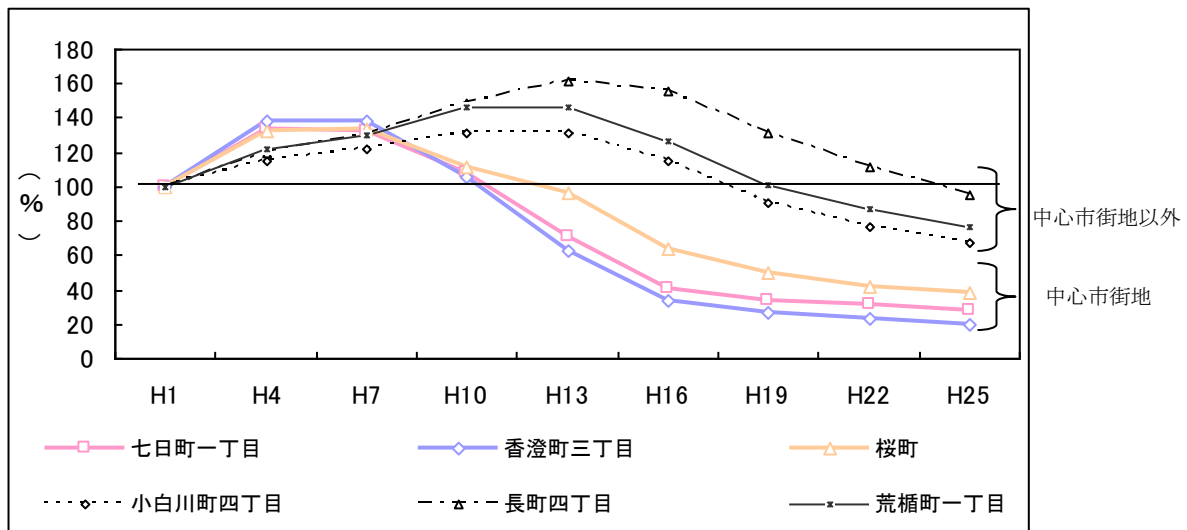


③地価の状況

地域経済が低迷する中で、郊外への大型店の立地等もあり、中心市街地の商業地の地価（図1-12）は、平成4～7年ころをピークに減少に転じ、大きく下落している。その地価は、平成16年より下げ止まりの傾向を見せているものの、今だ減少基調にある。

一方、中心市街地以外の地価は、平成10～13年ころにピークを迎え、その後、減少に転じており、平成25年の価格は、平成元年時より低い水準となっている。

図1-12 地価の増減傾向



※増減割合は、平成元年を100%とした場合の割合

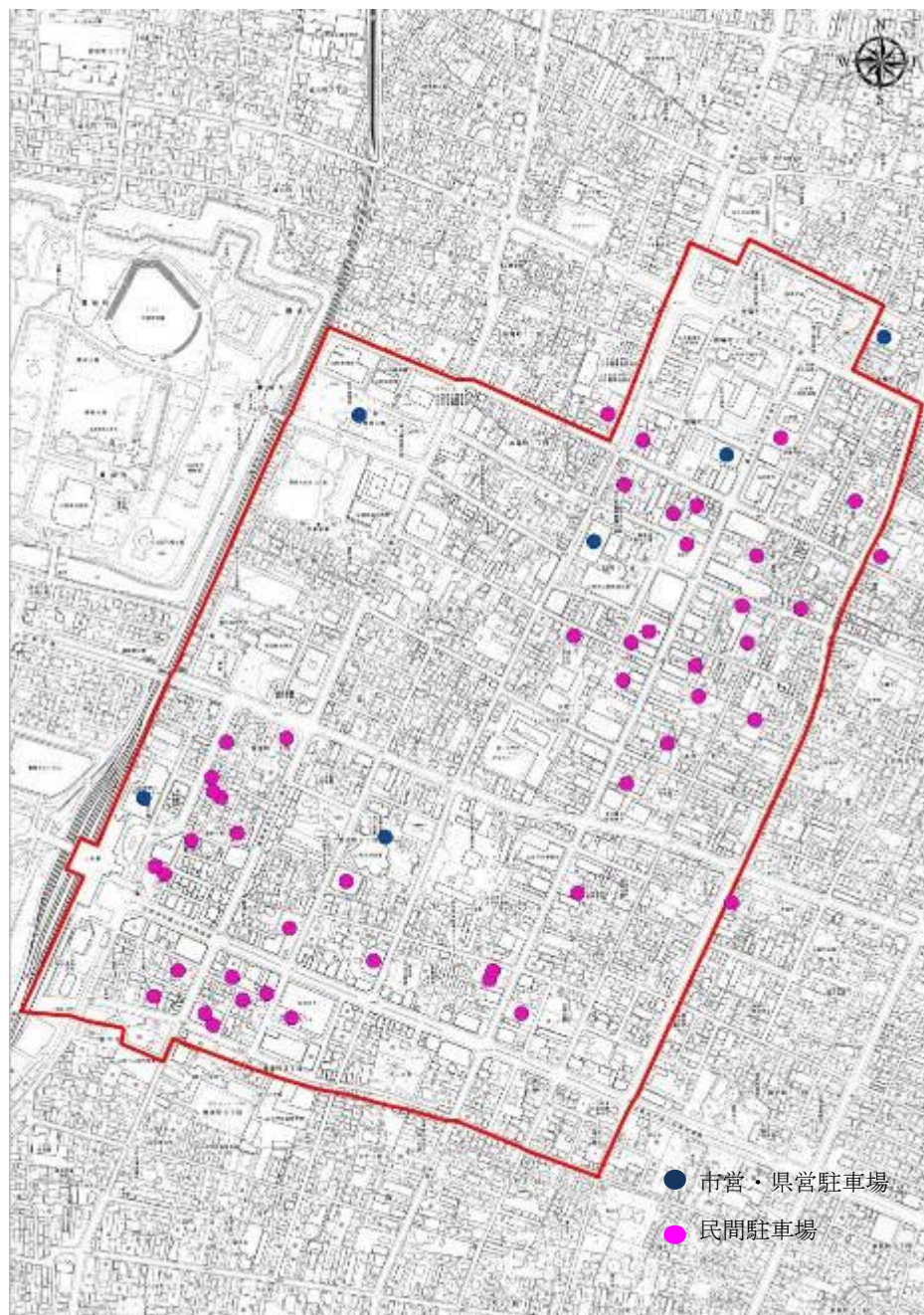
④駐車場の状況

中心市街地区域内において、商店の廃業などにより、活用されていなかった土地が、駐車場(コインパーキング)用地として利用されるといったケースが多く見受けられ、街なか観光での来街者を中心市街地に誘導する受け皿になっている。

駐車場は、中心市街地を対象に6か所の都市計画駐車場(内1か所民間駐車場 収容台数計約1,850台)が整備されるとともに、民間においての駐車場整備も盛んに行われており、約50か所(収容台数計約4,200台)が整備されている。都市計画駐車場・民間駐車場(図1-13) 合計6,050台となっている。

中心街共通駐車サービス券等のサービス制度はあるものの、利用は加盟している店舗や駐車場に限定されているため、加盟駐車場や店舗の増加等による利便性の向上が求められている。

図1-13 駐車場（都市計画駐車場・民間駐車場）の立地の状況



⑤バリアフリーの状況

ア) 旅客施設

山形駅の新幹線及び在来線のホームは、改札からホームまでの経路にエレベーター及びエスカレーターが設置され、高齢者や障がい者も容易に利用できるよう整備されている。

イ) 官公庁施設

官公庁施設のバリアフリー化については、傾斜路を設けたり、トイレを障がい者用に改修したりするなど、バリアフリー化に取り組んでいる。

ウ) 道路

幹線道路の歩道には、視覚障がい者誘導用ブロックや融雪装置が整備されており、安心して歩行できる状況である。しかし、一部には有効幅員が十分でない箇所がある。

エ) 都市公園

中心市街地には7つの都市公園あり、段差をうまく解消しながら利用しやすく整備されているものが多い。

(4) 商業の状況

- 郊外に総合スーパー、大型店の立地が続く一方、中心市街地では前計画の開始後、大型店の撤退は無かったものの、新規出店も無く増加していない
- 隣接する仙台市への買物客の流出も増加しているが、それ以上にインターネットなどの通信販売を利用した買物が増加している
- 中心市街地の小売業の状況は、年間商品販売額、売場面積ともに減少、中心市街地の商業の吸引力は低下し、インターネットなどの通信販売での買物や、郊外の大型店と仙台への買物客の流出により、その商圈を拡大することは難しくなっており、商業単独での振興は困難な状況に

①大型店の立地状況

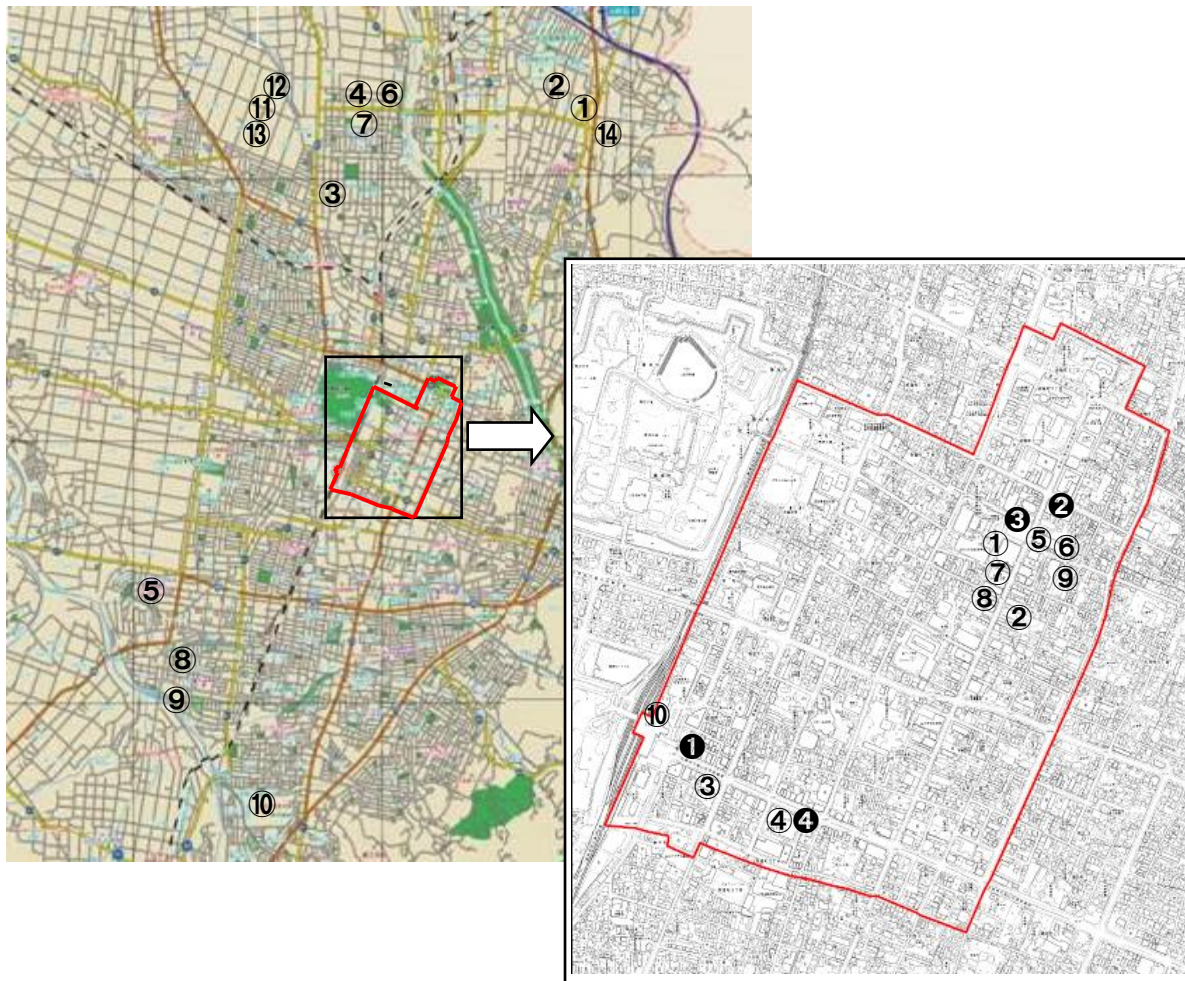
中心市街地内には、売場面積1,000㎡を超える大規模小売店舗は、10店舗、そのうち、5,000㎡以上の店舗は4店舗となっている。平成10年以降の新規出店は、「山形松坂屋」が撤退した跡に开店したナナビーンズ（NANA-BEANS）の1店舗があったが、平成25年に行なった改修工事に伴う店舗面積の減少により、大規模小売店舗の対象から外れている。平成10年以降に撤退した店舗は、4店舗に上る。

一方、中心市街地以外では、昭和50年代ころからロードサイド等に大型店が出店し始め、さらに、平成10年前後から、郊外の土地区画整理事業地内等に総合スーパーや、食品スーパーを核店舗としたショッピングセンターが立地し、中心市街地からもバスで集客を図るとともに、周辺にも大型店の立地が相次ぎ、大規模な商業エリアを形成している。

平成19年以降、郊外の嶋土地区画整理事業地区内で、大規模小売店舗（1,000㎡超）が9店舗、売場面積計約35,500㎡が新規开店しており、中心市街地以外では、1,000㎡を超える大規模小売店舗は62店舗、そのうち、5,000㎡以上の店舗は、14店舗を数える。

嶋エリアの動向による中心市街地への影響は、嶋エリア内で平成19年6月から平成20年6月にかけて、大規模小売店舗（1,000㎡超）が7店舗、売場面積計30,865㎡が新規开店した翌年の中心市街地の歩行者通行量調査（平成20年11月）をみると、20.3%の落ち込みとなっていることから中心市街地の商業は大きな打撃を受けたと思われる。

図 1-14 大型店の立地状況（中心市街地 1,000 m²超、中心市街地以外 5,000 m²以上）及び近年に中心市街地から撤退した大型店



《中心市街地》大規模小売店舗（1,000m²超）

	所在地	店舗の名称	開店	店舗面積 (m ²)	業態
①	七日町	大沼	昭25.07	11,952	百貨店
②	本町	八文字屋	昭43.11	1,478	専門店
③	幸町	十字屋山形支店	昭46.07	10,362	百貨店
④	香澄町	山交ビル	昭47.06	9,757	寄合百貨店
⑤	七日町	セブンプラザ	昭49.06	2,399	寄合百貨店
⑥	七日町	七日町パーキングプラザ	昭59.08	1,331	寄合百貨店
⑦	七日町	七日町再開発ビル(AZ七日町)	昭62.03	3,685	寄合百貨店
⑧	七日町	TAN6SQUARE	昭63.11	1,489	寄合百貨店
⑨	七日町	七日町パーキングプラザ2	平01.11	1,499	寄合百貨店
⑩	香澄町	仙台ターミナルビル山形店(エスパル)	平05.11	6,101	寄合百貨店

《中心市街地以外》5,000㎡を超える大規模小売店舗

	所在地	店舗の名称	開店	店舗面積 (㎡)	業態
①	浜崎	ヨークベニマル大野目店	昭53.03	7,763	スーパー
②	浜崎	株式会社東京インテリア家具山形店	平05.09	10,209	専門店
③	桧町	ヤマザワ北町店	平05.11	7,791	スーパー
④	馬見ヶ崎	ホームセンタージョイ山形北店	平08.05	5,363	ホームセンター
⑤	飯沢	ヨークベニマル南館店	平08.09	7,608	スーパー、ホームセンター
⑥	馬見ヶ崎	家具の広場山形北店	平09.03	6,674	専門店
⑦	馬見ヶ崎	イオン山形北店	平09.11	21,822	総合スーパー
⑧	吉原	ニトリ山形店	平12.04	5,635	専門店
⑨	若宮	イオン山形南ショッピングセンター	平12.05	28,782	総合スーパー
⑩	成沢西	ヨークタウン成沢	平14.04	5,117	ショッピングセンター
⑪	嶋	ヨークタウン嶋第2ブロック	平19.09	5,990	ホームセンター
⑫	嶋	フレスポ山形北	平19.10	5,256	寄合百貨店
⑬	嶋	ケーズデンキ山形北本店	平20.06	5,787	専門店
⑭	穂積	ニトリ山形北店	平23.10	5,155	専門店

《近年に中心市街地から閉店・撤退した大型店》

	店舗の名称	開店	閉店	閉店・撤退の理由	現状
①	山形ビブレ	昭48.08	平12.01	中心市街地の商業の吸引力低下による業績不振	更地・駐車場
②	山形松坂屋	昭48.03	平12.08	中心市街地の商業の吸引力低下による業績不振	ナナビーズ(テナント、公益施設)
③	Coco21ビル	昭47.10	平17.01	設備老朽化による建物更新事業の断念	マンション
④	ダイエー山形店	昭47.10	平17.11	中心市街地の商業の吸引力低下による業績不振	他テナント入居

②小売業の動向

本市の商業は、本県内陸商圈の中心的役割を担っており、商圈について山形県買物動向調査の結果（表1-1）から見ると、第1～3次商圈は平成24年で10市14町1村に及んでいる。

平成21年と比較すると、平成24年には商圈市町村が2町増えたため、商圈人口が増加したにもかかわらず、吸引率が1.2%減少したことにより吸引人口が0.8%減少している。山形県買物動向調査の結果（表1-2）から見るとインターネットなどの通信販売への買物流失率が2.0%増加していることや、隣接している仙台市への買物流出率が0.8%増加していることが要因と考えられる。

中心市街地では、平成19年の中心市街地の年間商品販売額（小売額）は、10年前に比べ49.2%減少し、市全体に占めるシェアも10.1ポイント低下するなど、中心市街地の商業の吸引力は低下してきている。（図1-15）

特に、平成12年の中心市街地から二つの大型店が撤退するとともに、同年の郊外に

売場面積約28,000㎡の総合スーパーが新規開店したことや、平成19年に郊外の嶋土地
区画整理事業地区内で、大規模小売店舗（1,000㎡超）が9店舗、売場面積計約35,500
㎡が新規開店した後の調査結果においては、前回の調査結果と比べ年間商品販売額、
売場面積ともに大きく減少している。

中心市街地の小売業の状況は、インターネットなどの通信販売での買物や、郊外の
大型店と仙台への買物客の流出により、その商圈を拡大することは難しくなっていて
おり、商業単独での振興は困難な状況にあるため、新たな方策が望まれる。

表1-1 山形市の商圈の状況（平成21年・平成24年買回り品）

商圈範囲	平成21年				平成24年			
	市町村数	商圈人口	吸引人口	吸引率	市町村数	商圈人口	吸引人口	吸引率
第1次	4市5町	455,161	316,198	69.5	4市6町	455,204	312,969	68.8
第2次	3市3町	144,662	25,823	17.9	3市2町	136,428	23,799	17.4
第3次	3市4町1村	139,145	12,319	8.9	3市6町1村	158,912	14,388	9.1
計	10市12町1村	738,968	354,339	48.0	10市14町1村	750,544	351,156	46.8

※山形県買物動向調査

※人口は平成21年10月1日、平成24年10月1日推計人口

※吸引率＝吸引人口÷商圈人口

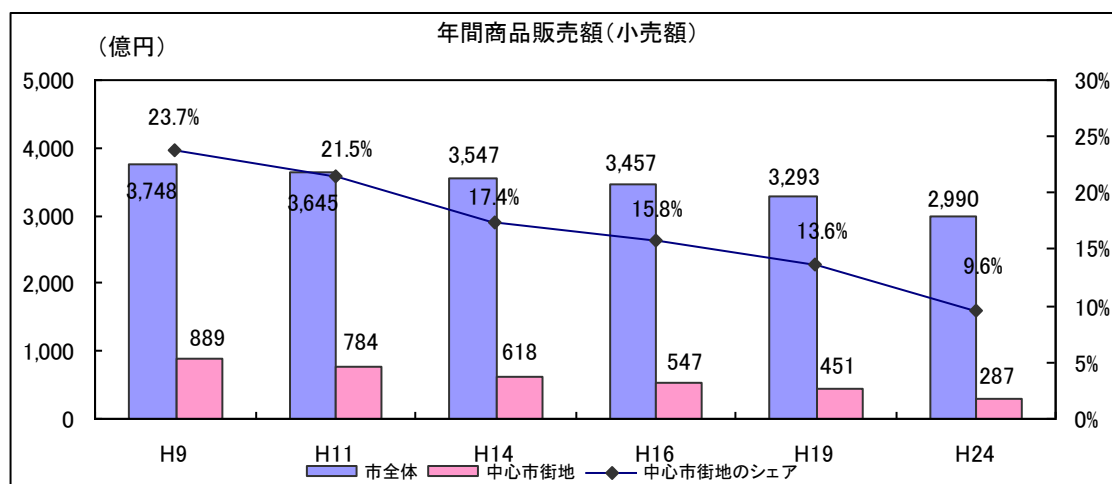
※第1次商圈：吸引率30%以上 第2次商圈：吸引率10～30% 第3次商圈：吸引率5～10%

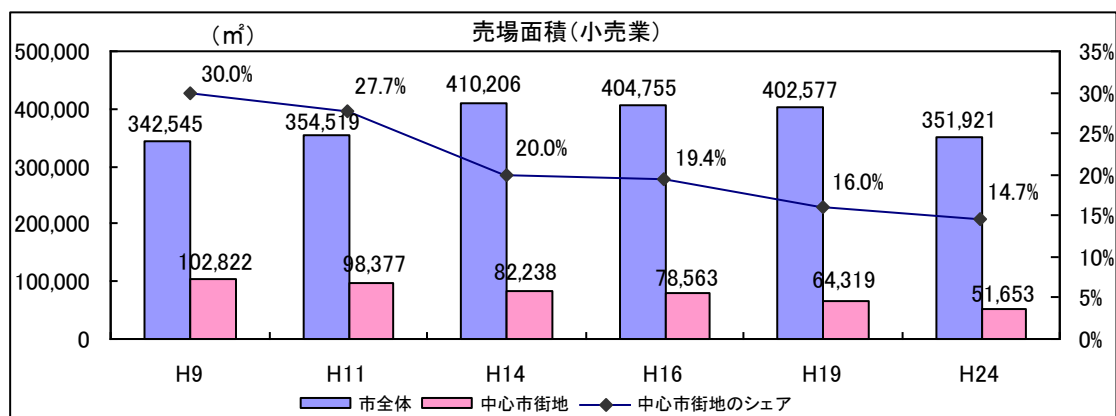
表1-2 山形市世帯の他市町村への買物流出率（平成21年・平成24年買回り品）

平成21年				平成24年			
自市町村での購買世帯の割合	他市町村への流出・流出率			自市町村での購買世帯の割合	他市町村への流出の高い商品・流出率		
	第1位	第2位	第3位		第1位	第2位	第3位
89.1%	仙台市	通信販売	天童市	86.4%	通信販売	仙台市	天童市
	4.4%	3.9%	0.7%		5.9%	5.2%	0.8%

※山形県買物動向調査

図1-15 年間商品販売額（小売額）及び売場面積（小売業）の推移





※商業統計、経済センサス活動調査

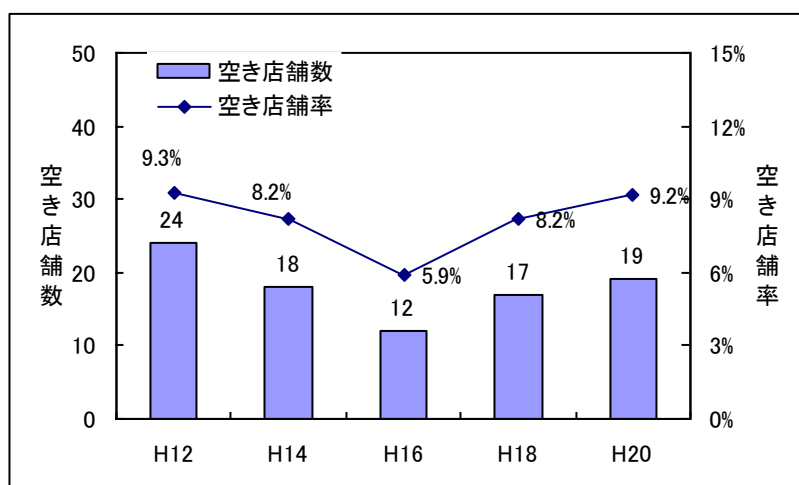
③空き店舗の状況

本市全体の空き店舗は、山形県が行なった調査によると平成12年は7.1%、平成20年に7.4%とほぼ横ばいの状況である。

中心商店街の空き店舗の状況については、山形県が中心市街地の事業所集積地域である駅前大通り（県道16号線）及び七日町大通り（国道112号）沿いの商店街に対し行なった平成20年の調査結果（図1-16）では9.2%で、平成12年からの経過の中で増減はあったものの横ばいの状況であった。平成25年に山形市で行なった、駅前大通り（県道16号線）及び七日町大通り（国道112号）の路面間口商業施設1階部分テナントの空き店舗率の調査（図1-17）では15.5%と平成20年と比較すると6.3%増加している。これは、平成20年のリーマンブラザーズの経営破綻等のグローバルな経済状況の悪化の影響が大きいと考える。

中心市街地の空き店舗増加は、街の機能や魅力の低下に直結することから、空き店舗の解消は活性化を図るうえで重要な課題である。

図1-16 空き店舗数と空き店舗率（駅前大通り商店街・十日町商店街・本町商店街・七日町商店街間取り調査）



※山形県調査

図1-17 駅前大通り（県道16号線）及び七日町大通り（国道112号）の路面間口商業施設1階部分テナントの空き店舗率の調査

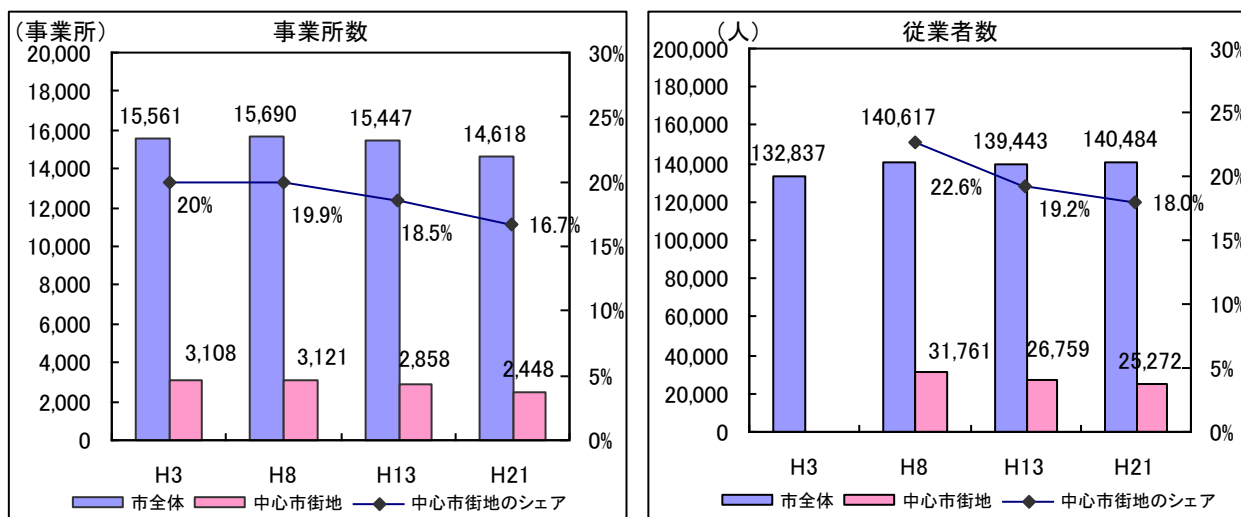
エリア	1階店舗数	空き店舗数	空き店舗率
旅籠町	7	1	14.3%
七日町	66	12	18.2%
本町	55	11	20.0%
十日町	29	5	17.2%
駅前	81	8	9.9%
合計	238	37	15.5%

※山形市調査（平成25年度調査）

④事業所数・従業員の状況

事業所数は、市全体では平成8年から平成21年にかけて6.8%減少しているものの、従業員数は横ばい状態である。中心市街地内の事業所数、従業員数は、ともに減少傾向にあり、平成21年には、事業所数では8年前に比べ14.3%、従業員数では5.6%の減少となっており、本市の活力ある経済活動を支えるための基盤としての役割が薄れつつある。

図1-18 中心市街地の事業所数・従業員数



※事業所・企業統計調査、経済センサス基礎調査

(5) 歩行者通行量の状況

- 歩行者通行量は商業環境の変化に伴い、大きく減少していたものの、前計画の事業実施により、減少傾向に歯止めがかかり、緩やかに増加している
- 三つの新名所や文翔館などの観光拠点の来場者と比較すると、歩行者通行量の増加率は低い

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。平成12年には、中心市街地から二つの大型店が撤退（うち1店は平成12年調査以前に閉店）するとともに、郊外に売場面積約28,000㎡の総合スーパーが開店するなど、商業環境が大きく変化している。さらには、県立中央病院が平成13年に郊外移転しており、これらが原因となり大きな減少となったものと思われる。

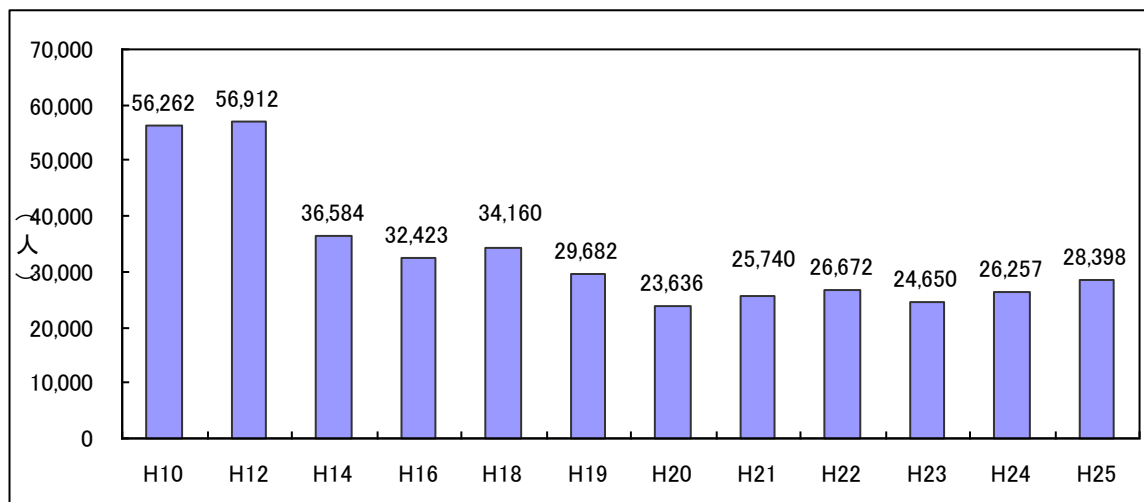
その後は、平成17年1月にCoco21が閉店し、平成17年11月には、ダイエー山形店が閉店（平成18年3月に撤去跡に食品スーパー等が入店）したが、平成18年の調査では、調査当日の中央公民館（アズ七日町内）で行われたイベントの実施も影響してか、平成16年に比べ若干増加している。

平成20年の調査では、平成18年と比べ30.8%減少している。この要因としては、中心市街地から約3km北西の嶋地区で区画整理事業が進められ、嶋エリア内で平成19年6月から平成20年6月にかけて、大規模小売店舗（1,000㎡超）が7店舗、売場面積計30,865㎡が新規開店したことや、平成20年に中心市街地にあった映画館やボーリング場などの娯楽施設が閉館したことが想定される。

前計画が開始された平成20年から平成22年までは減少傾向に歯止めがかかり、緩やかな増加傾向にあったが、平成23年3月11日に起きた東日本大震災の影響と、計測日の悪天候が重なり、平成23年は数値を落としたものの、平成20年と平成25年を比較すると20.1%の増加となっている。増加の理由としては、三つの新名所の整備が完了したことや、新名所において山形の魅力や回遊ルートの紹介を実施したことにより、各施設を起点に街歩きをする人が増えたことが大きいと思われる。

しかしながら、街なか観光客の入込数（図1-22）の平成20年と平成25年を比較すると181.6%の増加となっており、比較すると歩行者通行量の増加率は低い。消費者ニーズにあった商業施設の不足や老朽化が進んでいることから、商業の魅力が不足しているため、今後は、拠点の充実や拠点連携のソフト事業に加え、ニーズの多い食料品の取扱いを含めた新たな商業施設や老朽化した施設の更新を行い商業の魅力向上を図っていくことが必要である。

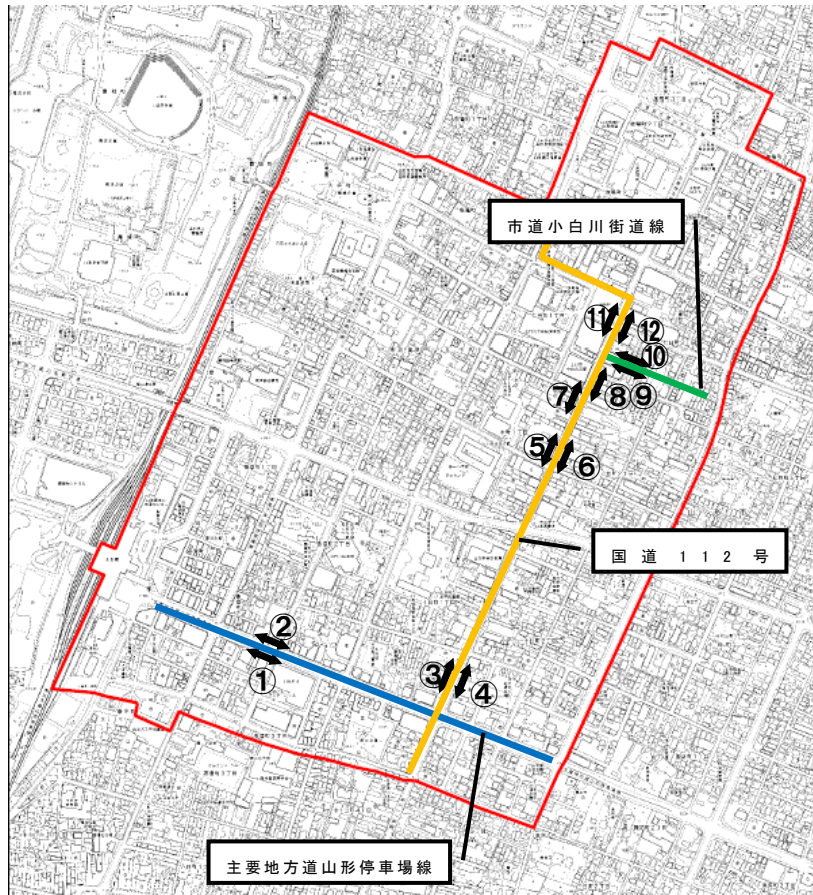
図 1-19 中心市街地の歩行者通行量



番号	調査地点	H10年	H12年	H14年	H16年	H18年	H19年	H20	H21	H22	H23	H24	H25
		7.5(日)	7.2(日)	10.26(土)	11.14(日)	10.29(日)	11.17(土)	10.26(日) ・11.8(土) の平均	10.24(土) ・11.7(土) の平均	10.31(日) ・11.6(土) の平均	10.22(土) ・11.5(土) の平均	10.20(土) ・10.28 (日)の平均	10.26(土) ・11.17 (日)の平均
1	七十七銀行	5,236	4,224	3,510	3,247	2,939	3,130	2,851	2,706	2,618	3,074	3,259	2,924
2	月あかり	2,768	2,090	2,242	2,189	2,195	3,008	2,002	2,046	2,510	2,994	3,028	2,764
3	カバンのフジタ	1,904	1,472	1,200	1,273	1,321	1,419	959	1,206	1,169	1,214	1,474	1,267
4	紅の蔵	404	514	516	464	910	649	438	496	879	721	890	825
5	五十嵐物産ビル	3,584	2,446	2,470	1,886	2,840	2,168	1,518	1,796	1,703	1,961	1,839	1,669
6	みずほ銀行	2,032	1,832	1,774	1,193	1,218	1,557	1,085	1,345	1,295	1,285	1,356	1,318
7	アズ七日町	12,106	10,374	7,270	6,806	8,580	4,805	4,507	5,558	4,404	4,004	4,658	5,121
8	ほっとなる広場	7,882	6,230	4,110	4,186	4,116	3,769	2,730	2,822	3,346	2,820	2,407	2,862
9	七日町パーキングプラザⅡ	4,360	4,152	1,960	2,240	1,219	2,258	1,489	1,352	1,749	1,287	1,401	2,364
10	七日町パーキングプラザ	2,810	3,566	1,822	2,350	3,190	1,676	1,418	1,527	1,650	1,122	1,271	1,884
11	十一屋菓子店	5,450	5,634	4,298	3,101	2,230	2,167	1,777	2,180	1,792	1,787	1,736	2,053
12	岩淵茶舗	7,726	14,378	5,412	3,488	3,402	3,076	2,862	2,706	3,560	2,383	2,941	3,350
	合計	56,262	56,912	36,584	32,423	34,160	29,682	23,636	25,740	26,672	24,650	26,257	28,398

※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・平成20年～25年は山形商工会議所、山形市の調査

図 1-20 歩行者通行量計測地点



(6) 観光の状況

- 本市を代表する観光資源は蔵王と山寺であるが、両観光拠点の入込みは減少傾向にある
- 中心市街地では、蔵や山形五堰などの歴史的観光資源を活かした新名所の整備により、街なか観光による来街者が増加した
- 歴史的観光資源のさらなる活用を行い、街なか観光の魅力の向上と、回遊性の向上を図ることが課題である

①市全体の観光の状況

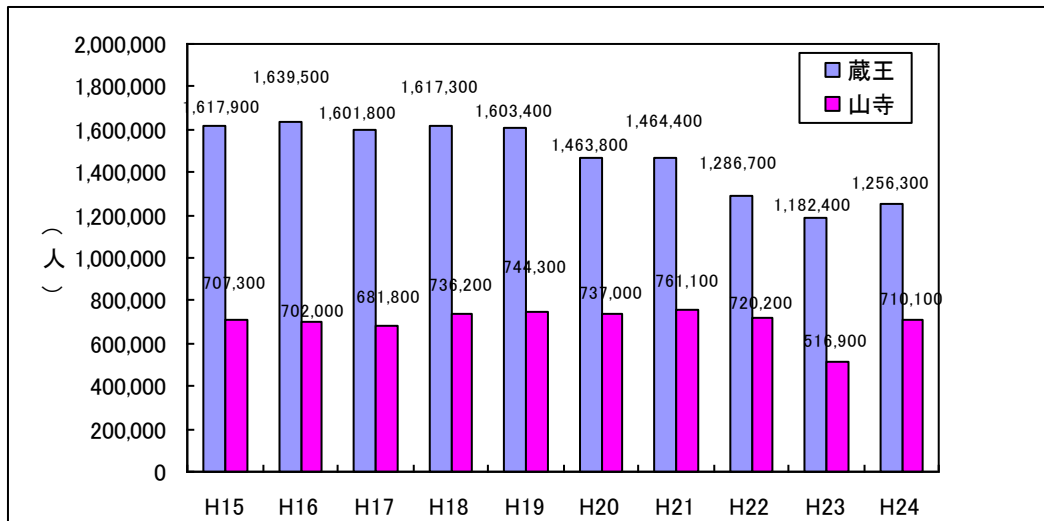
市全体の観光の状況をみると、本市を代表する観光資源は、我が国を代表するスキー場である蔵王と、霊場として知られる山寺で、両観光拠点を中心に年間230万人が訪れている。

観光客入込み状況は、平成19年までは横ばい傾向であったが、平成20年より減少傾向にある。これは、経済の低迷による旅行者の減少や、東日本大震災の風評による影響であると考えられる。

地区別にみると、蔵王の減少が目立っており、蔵王は昨今の「トレッキングブーム」の影響もあり、登山客は増加しているものの、スキー客や温泉客の減少が目立つ状況となっており、平成19年までは134万人台のスキー客・温泉客が、平成24年には約102

万人と約32万人の減少となっている。

図1-21 蔵王・山寺の観光客入込数



※山形市調査

②中心市街地の観光の状況

中心市街地の観光の状況をみると、中心市街地を網の目のように流れる「山形五堰」や店蔵、それにルネッサンス様式を今に伝える文翔館をはじめとする歴史的建築物など、多くの歴史的観光資源が残っている。食や土産物についても他に誇れる物が少なくない。

中心市街地の主な観光施設の平成19年度の入込数を見てみると、山形美術館、文翔館ともに年間約10万人台前半、最上義光歴史館は1万人台、合計で25万人弱となっているなど、その旅行形態も文翔館(旧県庁)や美術館を見物するにとどまり、市全体からみると、小さな割合になっており、街なかの魅力ある資源を大切に保存しながらも上手に活用して魅力を高め、街なか観光による来街者の増加を図ることが必要とされていた。

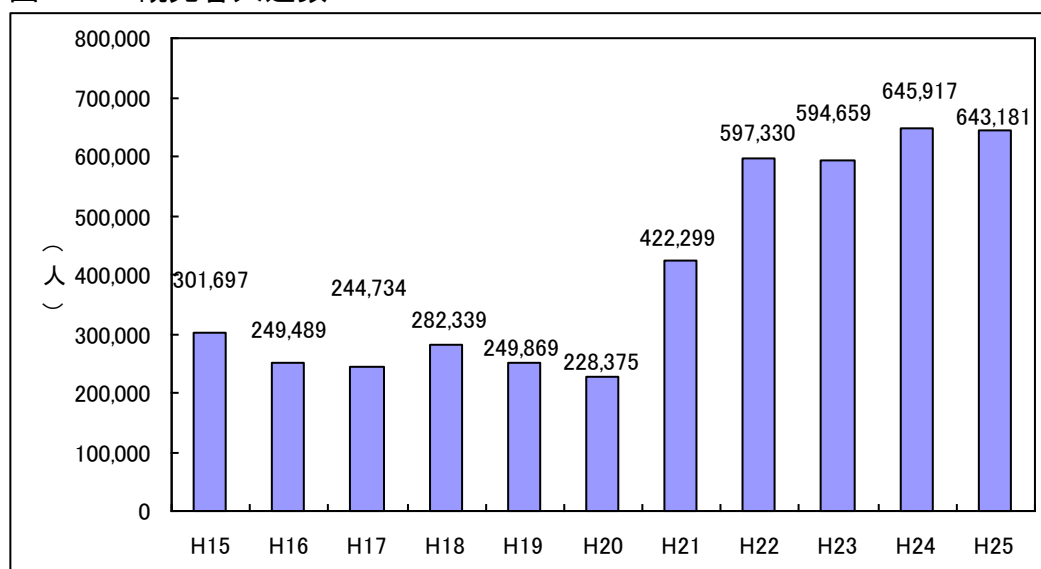
前計画では、中心市街地に残る歴史的観光資源を活用した三つの新名所整備を核に事業を進め、山形の魅力の発信と地域ブランド力の向上を図るため、複数の蔵を利用して整備した「山形まるごと館 紅の蔵」が平成21年12月6日に、また、県下初の鉄筋コンクリート造の校舎で、国の登録文化財の第一小学校旧校舎を街なか観光の拠点として整備した「山形まなび館」、及び約400年前に整備された農業用水のための堰と蔵を活用し、商業施設として整備した「水の町屋 七日町御殿堰」が平成22年4月28日にオープンした。

平成21年度の入込数を見てみると、大河ドラマ「天地人」において山形城11代城主最上義光公が取り上げられたことや、山形まるごと館 紅の蔵のオープン・活性化事業の実施と合わさり、平成20年度と比べると184.9%と大幅な増加となった。

その後も、山形まるごと館 紅の蔵へ産直部門を追加し拠点の充実化を図るととも

に、主な観光施設の入場無料化などの街なか観光による来街者の増加を図ったことにより、平成20年度と平成25年度を比較すると281.6%とさらに増加している。中心市街地にはまだ活用されていない多くの歴史的観光資源が残っているため、既存の施設との連携を図りながら活用をしていくことが必要である。

図 1-22 観光客入込数



中心市街地に影響を与える主な観光資源の状況

	観光資源名 (資源・施設)	内容	備考
中心市街地	文翔館	大正5年に建築された旧県庁舎及び県会議事堂。現在は県郷土館として一般公開している。昭和59年に国指定重要文化財に指定。	
	山形美術館	財団法人により昭和39年に開館された美術館で、日本・東洋美術、郷土関係美術及びフランス美術を柱に、収蔵品と常設展示の充実を図っている。	企画展の内容等により、入込数の増減に影響がある。
	最上義光歴史館	山形市発展の礎を築いた最上義光を顕彰する展示館で、最上家関係資料を主体とした展示を行っている。	
	山形まなび館	昭和2年に竣工した、当時のわが国の最先端建築技術により建設された山形県下初の鉄筋コンクリート構造の小学校であり、平成13年、国の登録文化財となっている。平成22年4月より山形まなび館として活用されている。	
	山形まるごと館 紅の蔵	紅花商人であった長谷川家の母屋と蔵5棟を活用し、山形の歴史、文化を活かした新たな魅力とにぎわいの創造をコンセプトに、平成21年12月より山形まるごと館 紅の蔵として活用されている。	

	水の町屋 七日町御殿堰	「御殿堰」七日町周辺部分の蓋掛けされた堰を昔ながらの石積み水路に復元して、2つの蔵を活かし、御殿堰の再生による風情ある景観に配慮した新たな商業施設の整備を行い、平成22年4月より水の町屋 七日町御殿堰としてオープンしている。	
	山形五堰	約400年前に山形城主鳥居忠正が、馬見ヶ崎川の氾濫を防ぐための河川改修工事に合わせ、笹堰・御殿堰・ハヶ郷堰・宮町堰・双月堰の5つの堰を築いた。	中心市街地に流れる御殿堰を、七日町御殿堰や済生館前の親水公園などで活用している。
	蔵(蔵店、蔵座敷、荷蔵)	中心市街地には約150棟の蔵が現存しており、蔵を店舗などに活用しようとする試みが多数なされている。	
中心市街地以外	霞城公園	東大手門や一文字橋の復元を行っており、将来は本丸の復元を目指す。また春には観桜会を開催している。	霞城公園としての入込みはとっていない。観桜会としては、20万人の入込みがある。
	寺町界限	山形城11代城主最上義光の二女駒姫の菩提寺である専称寺を中心に、400年の歴史を持つ十数軒の寺院が建ち並ぶ。	入込みデータはなし。 観光地としての活用は行っていないのが現状だが、資源としての価値はある。
	蔵王温泉	山形市最大の温泉地。蔵王中腹にあり、スキーや花笠まつりなどの宿泊地として利用されている。	入込数は125万人（うちスキー客41万人）
	山寺	860年に慈覚大師円仁によって開山された立石寺のある霊場。1682年には松尾芭蕉も訪れている。	入込数は71万人 入込数は横ばい状態

③イベントの状況

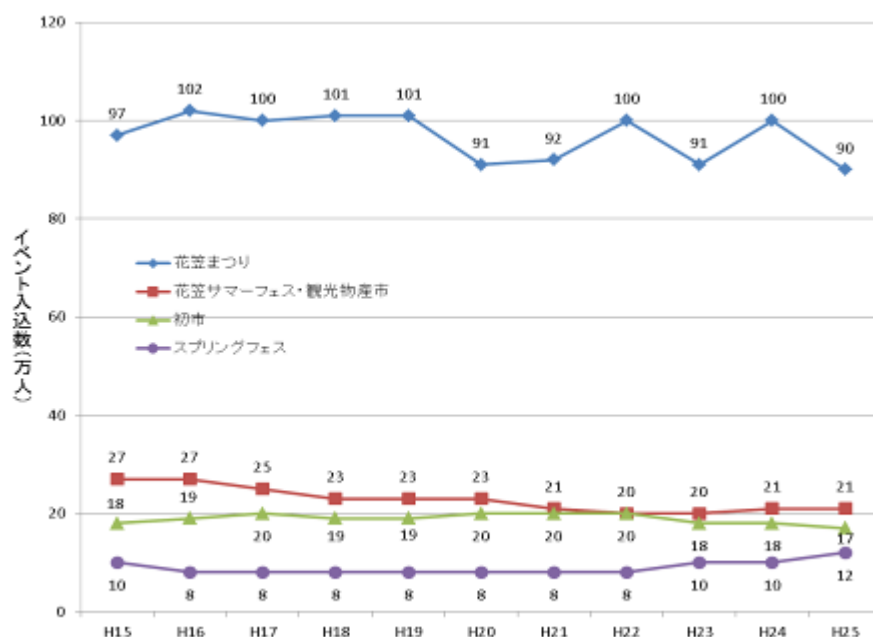
山形市には、国道112号を中心に江戸時代初期から行われている初市をはじめとして、日本一さくらんぼ祭り、東北の夏祭りの一つ山形花笠まつり、こどもの日のスプリングフェスティバル、花笠まつりの前日に行われる山形県観光物産市が開催され、ほかにも宮内庁、八戸市と共に日本に残る三つの打毬の一つである豊烈神社例大祭で行われる古式打毬、中心市街地を駆け抜ける山形まるごとマラソン、隔年開催の山形国際ドキュメンタリー映画祭など、四季を通じた多彩なイベントが開催され賑わいをみせている。

前計画において、中心市街地の魅力を引き出し、「街なか観光やイベント等の多様な交流」と「特色ある商業の振興」を結びつけた事業を展開し、街の賑わいを推進する組織として、「街なか賑わい推進委員会」を地域の様々な団体の参画を経て平成22年9月に発足したことにより、これまで個別に行なわれていた様々な団体のイベントを集結して、より大きな集客と回遊性を創出するイベント「街なか賑わいフェスティバル」や、雛をテーマとして文化観光施設と中心市街地の商店街での連携で行う「城下町山形雛めぐり」が実施された。

主なイベントの内容（中心市街地内）

イベント名	内容
初市	1月10日、山形城主最上義光に始まる市神祭で、十日町から七日町にかけて縁起物をはじめ様々なものを売る多くの露店が立ち並ぶ年中行事。
スプリングフェスティバル	こどもの日に実施する「はたらく車大集合」の開催をし、商店街の活性化を図る。
日本一さくらんぼ祭り	お祭り参加者と地元商店街、観光客と果樹園等の産地、若者と子ども・お年寄りなど、様々な人がつながることで、山形から“元気”を発信していく。
花笠サマーフェスティバル・県観光物産市	花笠まつりの前日に、ワゴンセール「花笠サマーフェスティバル市」と県内35市町村の特産品を展示販売する「県観光物産市」を開催し、まつりの雰囲気を盛り上げ、県内外の観光客へPRする。
花笠まつり	8月5日～7日に開催される東北四大まつりの一つで、延べ1万人の踊り手が花笠音頭のリズムに乗って大通りをパレードする。
山形国際ドキュメンタリー映画祭	日本では鑑賞する機会が少ない、世界の優れたドキュメンタリー映画に焦点をあて、世界中から先鋭のドキュメンタリー映画を集め、多くの人に鑑賞してもらう映画祭。10月上旬ころに隔年開催している。
山形まるごとマラソン	中心市街地を含めた山形市内をコースとしておこなうハーフマラソン。平成25年の第1回大会は4,000人のランナーが参加した。
街なか賑わいフェスティバル	これまで個別に行なわれていた様々な団体の思考を凝らした事業を集結して、より大きな集客と回遊性を創出するイベント。
城下町山形雛まつり	雛をテーマとして文化観光施設と中心市街地の商店街の連携により、集客と回遊性を創出するイベント。

図 1-23 主なイベントの入込数（中心市街地内）



(7) 公共交通機関の状況

- 自動車利用が増大し、鉄道やバスなどの公共交通機関の利用は減少
- 市内を通る路線バスの生活交通路線は、ほとんどが郊外と中心市街地を結んでいるが、路線によっては便数が少ない
- 中心街循環バスは乗車人員が伸びず、街なか観光客の誘導や使いやすさが求められている

本市の交通の状況は、自動車保有台数の増加に伴い、自動車利用が増大しており、鉄道やバスなどの公共交通機関の利用は減少している。

路線バスは、1社が営業しており、市内を通る生活交通路線は、ほとんどが郊外と中心市街地を結んでいるが、路線によっては便数が少なく不便な状況となっている。

一方、街なかでの買い物や移動など、市民の利便性の向上のために、平成14年度から中心街循環バスの運行を開始し、中心商店街を10分間隔で運行している。乗車人員は、運行開始の平成14年度以降減少してきており、大型店の撤退や食品スーパーの移転等の影響を受けているものと思われる。

加えて、市街地のバスサービス水準を高める目的で、市街地西部地域と中心市街地を結ぶコミュニティバス西部循環線の運行を平成23年に開始した。これまで利便性を高めるため、経路変更や回数券の導入、小型バスでの運行などを行っている。

バス利用による街なか観光の紹介や、1日券や回数券を発行など、使いやすいバスを心掛けてきたが、さらに消費者や街なかの居住者にも使いやすい方法を検討・実施する必要がある。

図1-22 中心市街地の公共交通機関の利用状況の推移

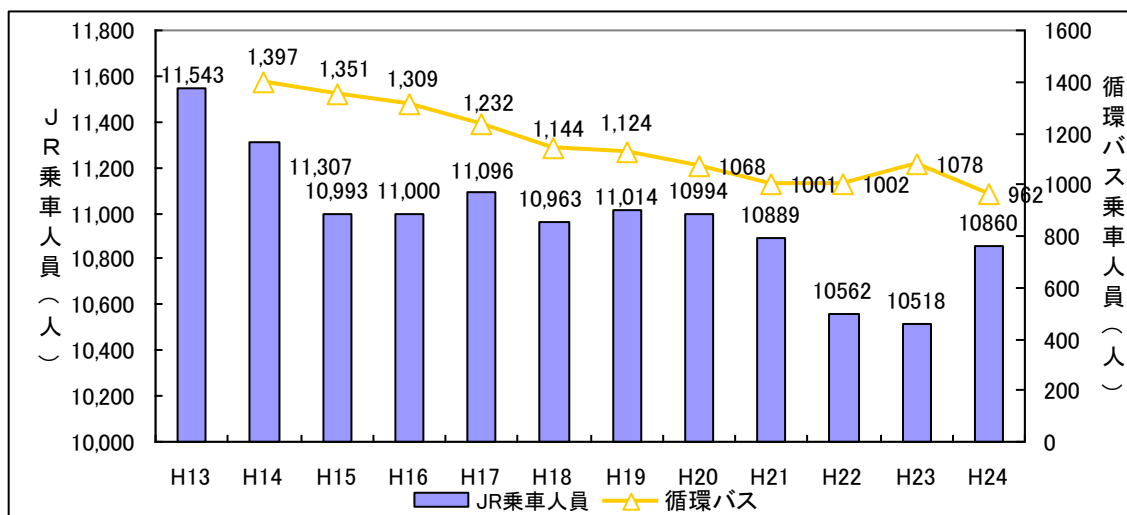
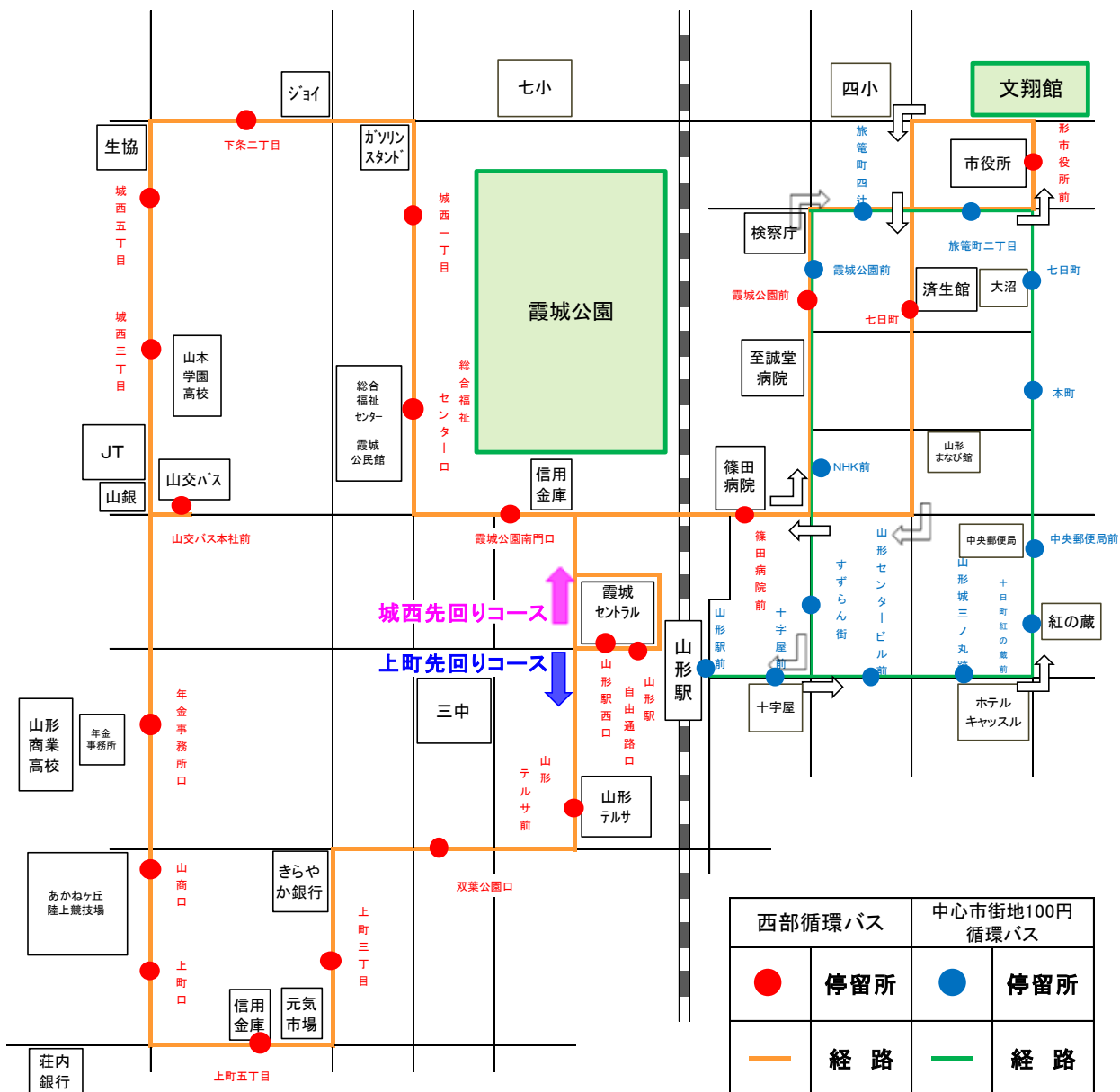


図1-23 西部循環バス、中心市街地100円循環バスの運行経路



【上町先回りコース】

山形駅西口 → 山形テルサ前 → 双葉公園口 → 上町三丁目 → 上町五丁目 → 上町口 → 山商口 → 年金事務所口 → 山交バス本社前 → 城西三丁目 → 城西五丁目 → 下条二丁目 → 城西一丁目 → 総合福祉センター口 → 霞城公園南門口 → 山形駅自由通路口(降車専用) → 篠田病院前 → 霞城公園前 → 山形市役所前 → 七日町 → 山形駅西口

【城西先回りコース】

山形駅西口 → 霞城公園南門口 → 総合福祉センター口 → 城西一丁目 → 下条二丁目 → 城西五丁目 → 城西三丁目 → 山交バス本社前 → 年金事務所口 → 山商口 → 上町口 → 上町五丁目 → 上町三丁目 → 双葉公園口 → 山形テルサ前 → 山形駅自由通路口(降車専用) → 篠田病院前 → 霞城公園前 → 山形市役所前 → 七日町 → 山形駅西口

【中心市街地100円循環バス】

山形駅前 → 山形センタービル前 → 山形城三ノ丸跡 → 十日町紅の蔵前 → 中央郵便局前 → 本町 → 七日町 → 旅籠町二丁目 → 旅籠町四辻 → 霞城公園前 → NHK前 → すずらん街 → 十字屋前 → 山形駅前

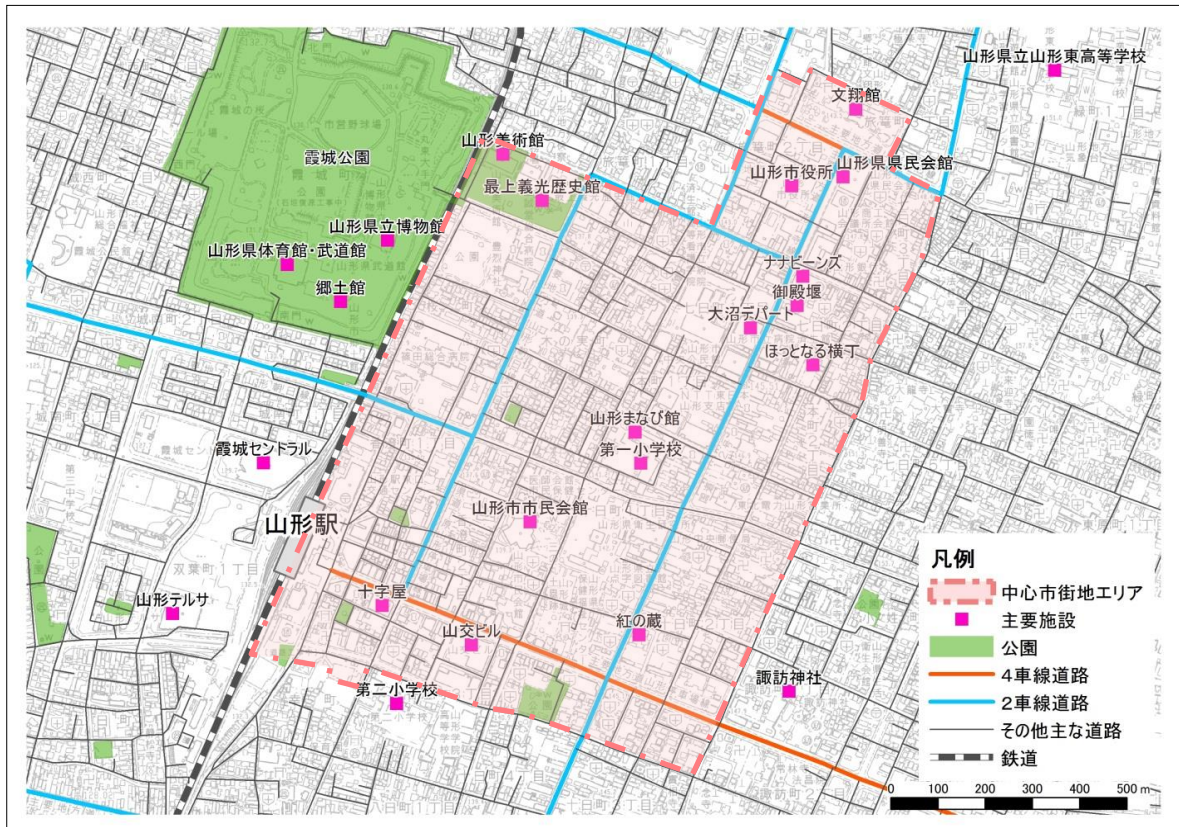
[3]山形市中心市街地活性化基本計画の検証

(1) 計画の概要

前計画は、中心市街地の魅力を引き出し、磨きをかけ、街なか観光・イベントなどによる人の集客を核として、あわせて街なか居住を進め、これらと結びついた商業の振興をめざし、中心市街地活性化に取り組んできた。

＜計画期間＞ 平成20年11月から平成26年10月まで

<区域> 127.7 ha



＜基本方針＞

前計画では、以下の3つの基本方針を掲げ、事業を推進してきた。

- 「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」
- 特色ある商業の振興

（２）中心市街地活性化の目標

3つの基本方針に基づき、中心市街地活性化を図る3つの目標指標を定めるとともに、中心市街地活性化の達成状況の把握を行うため目標値を設定した。

基本方針	中心市街地活性化の目標	目標指標	基準値 (平成 19 年度)	目標値 (平成 26 年度)
「街なか観光」・「イベント」による賑わいの創出	賑わい拠点の創出	歩行者通行量（休日）	29,682 人	34,000 人
人の温もりを中心部に誘導する「街なか居住」	街なか居住の推進	中心市街地居住人口	8,684 人	9,100 人
特色ある商業の振興	街なか観光交流人口の増加	街なか観光客の入込数	249,869 人	400,000 人

（３）前計画の事業の進捗状況

前計画に掲載した 81 事業のうち、76 事業が「完了」又は「着手済み」であり、5 事業が未着手となっている。事業着手率は 93.8%。

実施した主な事業

事業名	実施主体	事業内容	実施状況
七日町第 6 ブロック地区 優良建築物等整備事業	(株)住友不動産	商業の中核的な場所である七日町地区において共同住宅と店舗を整備する事業。	平成 24 年 12 月に完成、平成 25 年 2 月より入居が開始されている。 
御殿堰整備事業	山形市	貴重な歴史的遺産であり、景観の特徴となっている山形五堰の一つである御殿堰を、地域用水機能の保全と、昔ながらの石積水路がもたらす潤いと安らぎを後世へと残すための整備・保全を行い、歴史・文化資産を活かした山形らしいまちづくりを進める事業。	七日町御殿堰開発事業と一体的に事業を行い、新たな親水空間と商業施設として整備された。 
七日町御殿堰開発事業	七日町御殿堰開発(株)	歴史的建造物である蔵に加え、中心街を網の目のように流れている農業用水堰のうちの一つ「御殿堰」を共に整備し、「山形らしさ」を活用した商業施設を創出する事業。	
山形まなび館運営事業 (第一小学校旧校舎保存)	山形市	昭和 2 年に竣工した山形県下初の鉄筋コンクリート構造である第一小学	平成 13 年、国の登録文化財となっている第一小学校旧校舎を整備し、平

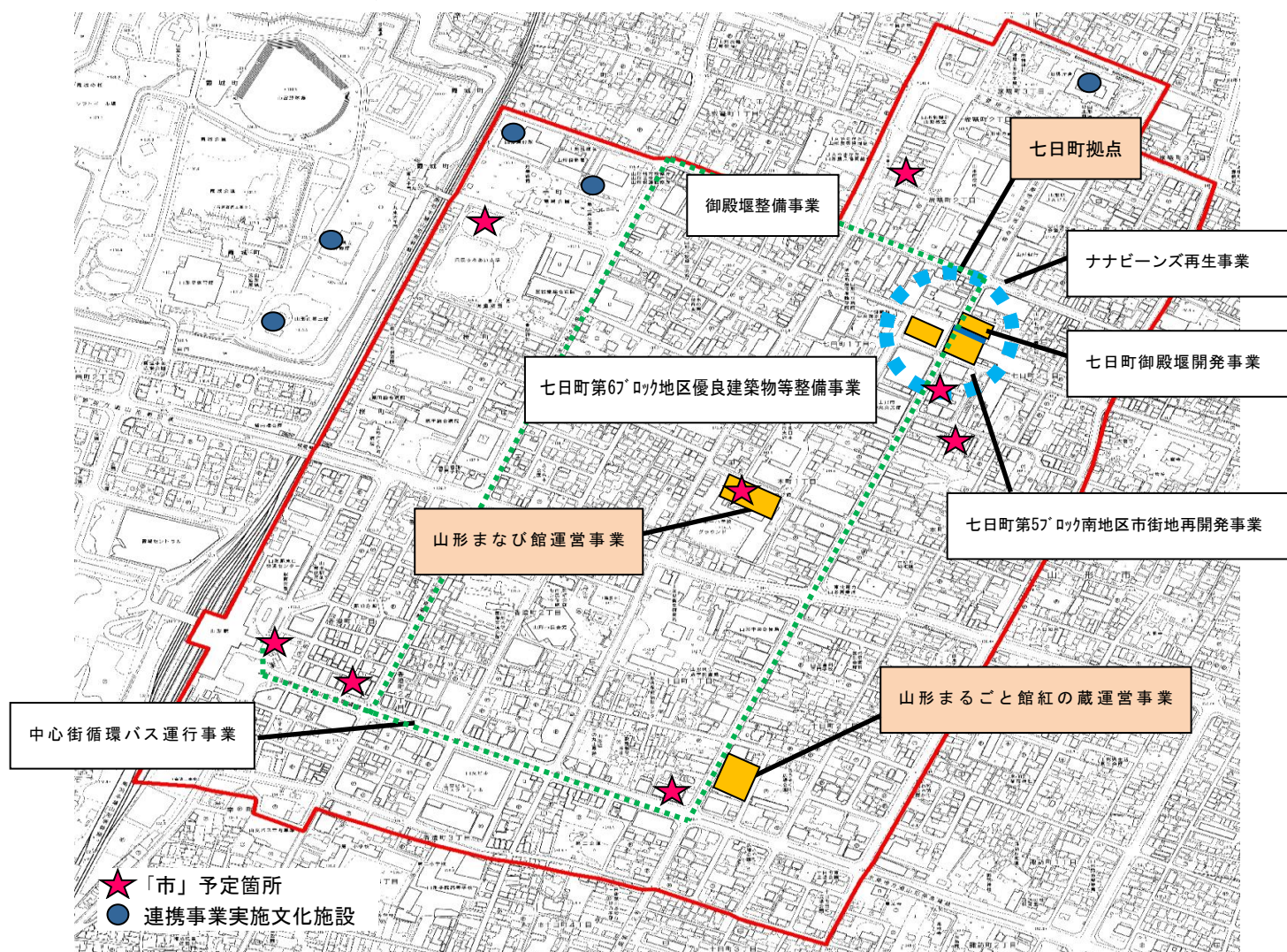
活用事業)		校旧校舎は、当時のわが国建築技術の最先端を示しており、県内建築技術の先進性を示す重要な建築物である。 旧校舎を保存継承するとともに、伝統工芸をはじめとする本市の誇るべき地場産業を紹介するイベントやワークショップ等を開催することにより賑わいを創出する事業。	成 22 年 4 月より山形まなび館として活用されている。 
「山形まるごと館 紅の蔵」運営事業	山形市	山形ならではの特産物や食文化を体験できる施設を設置、運営することで、歴史・文化資産を活かした山形らしいまちづくりを進めるとともに、産直市などの機能も備え、新たな賑わいと交流の拠点づくりを行う事業。	山形の歴史、文化を活かした新たな魅力と賑わいの創造をコンセプトに、平成 21 年 12 月より山形まるごと館 紅の蔵として活用している。平成 22 年 7 月より産直部門もオープンした。  

未着手の事業

事業名	実施主体	事業内容	着手にいたらなかった理由
七日町第 5 ブロック南地区市街地再開発事業	再開発会社	店舗を併設したマンションを整備する事業。	経済状況が悪化した影響もあり、事業は計画期間内に実施できなかった。
セットバック連たん整備支援事業	山形市	セットバックが連たんした部分について、塀の撤去や段差の解消、デザインの統一など、快適な歩行者空間づくりを行う地権者を支援する事業。	セットバックが連たんした部分の地権者の整備が無かったため実施には至らなかった。
(仮称)「やまがたお勧めの逸品」キャンペーン	交通事業者、商店街	“「やまがたお勧めの逸品」キャンペーン”と銘打って、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	実施方法について検討していたものの、サービス対象者の絞込みができないことや、参加店舗が少ない等の問題により実施に至らなかった。

		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を検討・実施する。	
循環バス1日乗車券と文化観光施設入場券のセット販売	山形市、文化観光施設、商工会議所	中心街循環バスの1日乗車券と文化観光施設の入場券のセットを割安に販売する。	文化観光施設の入場料無料化の実施により、ほとんどの施設が無料となったため実施に至らなかった。
観光マイスター認定ご当地検定の実施	商工会議所	観光マイスター認定するため、ご当地検定を実施する事業。	ボランティアガイドを講師・案内人として、一般市民を対象に中心市街地を巡る「もてなしの心」養成講座を開催し、中心市街地の新たな魅力を掘り起こし、市民一人一人が案内人になれるよう事業を実施したが検定の実施には至らなかった。

＜主な事業の実施場所＞



<前計画事業の一覧>

賑わい拠点の創出に資する主な事業

- 新たな拠点づくり検討事業（七日町拠点づくり）
- 御殿堰整備事業
- 七日町御殿堰開発事業
- 山形まなび館運営事業
- 山形市バリアフリー基本構想推進事業
- 中心商店街活性化資金制度
- 「市」のある街づくり
- 都市計画道路の整備
- 山形駅南駐輪場整備事業
- ひばり公園整備事業
- 山形駅前広場消雪歩道整備事業
- ＪＲ山形駅バリアフリー化施設整備事業
- 山形市民会館改修事業
- 子育て支援施設「あ〜べ」運営事業
- 学習空間 mana-vi 運営事業
- 高齢者交流サロン運営事業
- 山形県芸文美術館運営事業
- 建築物の高さ制限
- 中心市街地活性化区域への「市街地再開発事業」及び「優良建築物等整備事業」の誘導
- 大規模小売店舗立地法の特例措置の要請
- 山形商工会議所会館建設事業
- ナナビーズ再生事業
- 七日町商店街ＢＤＦ事業
- ＢＤＦを活用した賑わいづくり
- 大規模空き店舗活用事業
- インキュベートプラザ事業
- まちなかサロン事業「なのか」
- セットバック連たん整備支援事業
- 新規出店サポート事業
- 中心街共通駐車券サービス事業
- 経営のアドバイス事業
- 商店街の達人講座
- 中心街循環バス運行事業
- 公共交通利用促進事業
- 公共交通マップの作成
- 中心街循環バス・定期券発行事業
- コミュニティバス運行事業
- 地域交流バス運行事業
- 自転車通行環境整備事業
- コールセンター立地促進事業
- 山形まなび館２階・３階利活用の検討

（七日町拠点）



「市」のある街づくり



中心街循環バス運行事業



街なか居住の推進に資する主な事業

- 七日町第5ブロック南地区市街地再開発事業
- 七日町第6ブロック地区優良建築物等整備事業
- 空き店舗・空き家・空地データベース事業
- 街のご用聞きサービス事業
- 夜間・休日診療所整備事業
- 街なか側溝整備事業

空き店舗・空き家・空き地データベース事業



七日町第6ブロック地区
優良建築物等整備事業



街なか観光交流人口の増加に資する主な事業

- 山形まるごと館紅の蔵運営事業
- 文化観光施設連携事業
- 城下町やまがた観光レンタサイクル事業
- 市街地観光コース作り事業
- 市内観光案内所整備事業
- 観光ボランティアの充実
- 中心市街地活性化ソフト事業
- やまがた伝統こけし館運営事業
- 一店逸品運動
- 外国人スキー客の市街地観光誘導事業
- 観光案内版整備事業
- やまがたの伝統的食文化活用事業
- まちなか回遊イベントの実施
- ヤマガタ蔵プロジェクト
- 蔵の特徴を説明するプレート作成
- レンタサイクルの基地づくり
- 梅花藻の生息地づくり
- 文化施設スタンプラリーの実施
- 文化観光施設の入場料無料化
- 中心街循環バス・1日券と文化観光施設入場券のセット販売
- 観光マイスター認定ご当地検定
- 街なか観光の推進組織の整備と推進戦略の展開
- イベントに関するアンケート調査の実施
- 街なかイベント推進組織の整備
- （仮称）「やまがたお勧めの逸品」キャンペーン
- 城下町やまがた探検隊
- やまがた舞子の活用
- まつり・イベントの開催

城下町やまがた観光レンタサイクル



蔵の特徴を説明するプレートの作成



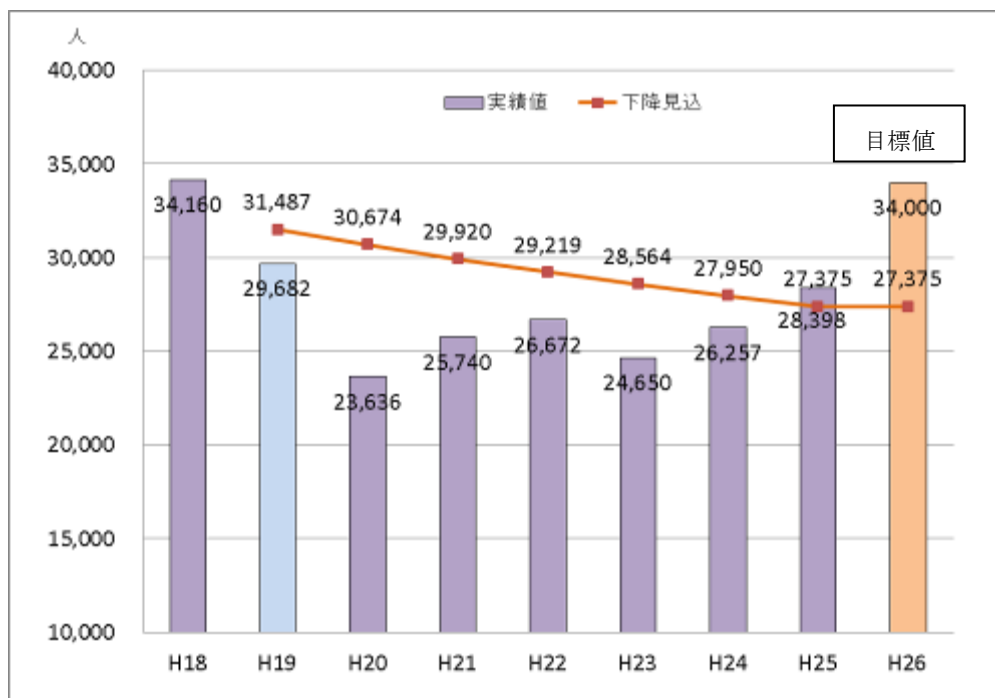
(4) 前計画の数値目標の達成状況

前計画における現時点での目標に対する達成状況は、次のとおりとなっている。

【前計画の目標値に対する達成率】

指標	基準値 (H19)	目標値 (H26)	最新値 (H25)	達成率
歩行者通行量	29,682	34,000	28,398	83.5%
中心市街地の居住人口	8,684	9,100	8,624	94.7%
街なか観光客の入込数	249,869	400,000	643,181	160.7%

① 歩行者通行量について



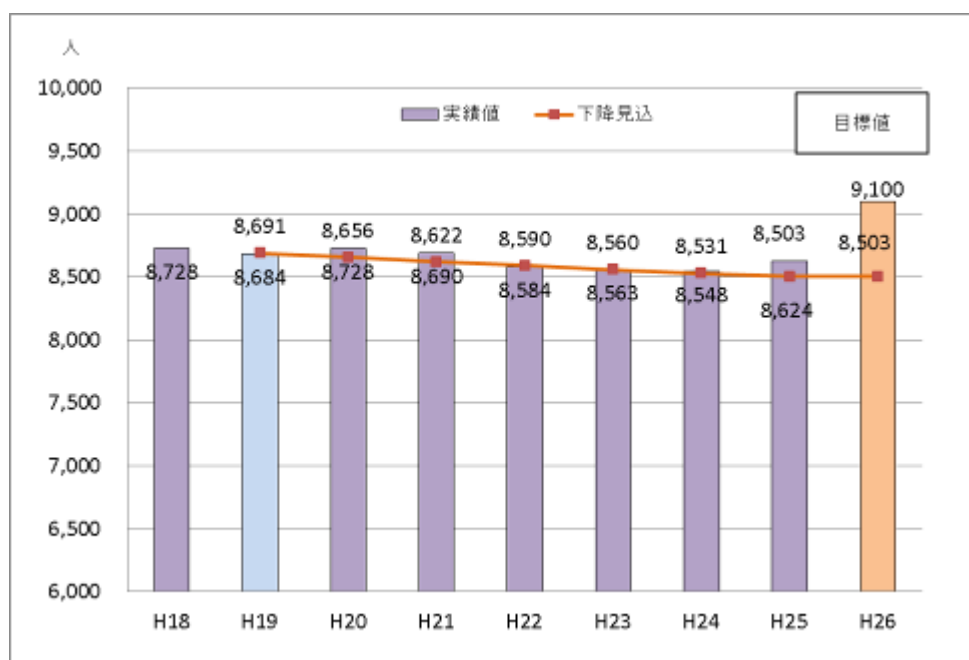
計画開始直後に計測した平成20年度の歩行者通行量（23,636人）が平成19年度の基準値（29,682人）を大きく下回る厳しいスタートとなった。この要因としては、中心市街地から約3km北西の嶋地区で区画整理事業が進められ、平成19年より大規模小売店が相次ぎ面的に立地したことや、平成20年に中心市街地にあった映画館やボーリング場などの娯楽施設が閉館したことが想定される。

平成22年度までは減少傾向に歯止めがかかり、緩やかな増加傾向にあったが、平成23年3月11日に起きた東日本大震災の影響と、計測日の悪天候が重なり、平成23年度（24,650人）は数値を落としたものの、平成24年度（26,257人）、平成25年度（28,398人）と回復・増加し、全体として緩やかな増加傾向が続いている。

増加傾向の理由としては、三つの新名所の整備が完了したことや、新名所において

山形の魅力や回遊ルートの紹介を実施したことにより、各施設を起点に街歩きをする人が増えたことが大きいと思われる。しかしながら、七日町拠点整備の一つである「七日町第5ブロック南地区市街地再開発事業」が事業者の都合により実施に至っていないことや、消費者ニーズにあった商業施設の不足や老朽化が進んでいることから、商業の魅力が不足しているため、拠点の充実や拠点連携のソフト事業に加え、平成25年度に行ったニーズ調査で要望の多い食料品の取扱いを含めた新たな商業施設や老朽化した施設の更新を行い、商業の魅力向上を図っていくことが必要である。

② 中心市街地居住人口について



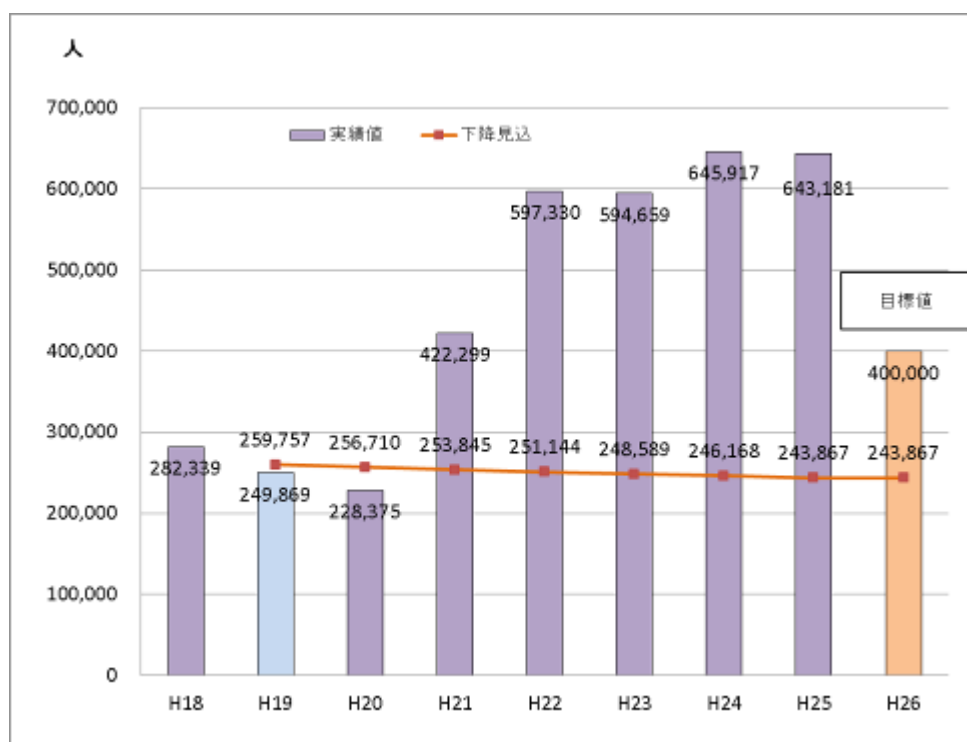
「七日町第5ブロック南地区市街地再開発事業」は事業者の都合により実施されていないものの、「第6ブロック優良建築物等整備事業」は、平成22年秋に着工し、平成24年12月に完成（130戸）した。事業者の意向により分割での販売を行っており、平成25年の数値計測日前の販売件数は92件で完売には至っていない。契約件数は順調に延ばしているため、今後、完売し入居完了することにより数値増加することが期待できる。

市全体の人口が減少傾向にあるが、特に高齢化率の高い中心市街地において、平成25年8,624人（目標達成率94.5%）となっており、基準年対比99.3%と現状維持に近い数値となっている。これまでの計画期間に行われた高齢者向け共同住宅の建設や、その他の活性化事業による効果を考えると、想定以上の減少傾向があったと判断される。

計画期間において、計画に掲載されていない民間事業者のマンションや高齢者向け共同住宅の整備が行われるなど、居住人口に資する事業が誘発されるなどの活性化による効果も見えたが、平成25年度のニーズ調査では、買物・飲食の満足度は31%と低いことに併せ、中心市街地に住みたいとの回答も28%と低い回答となっている。「市街地再開発」「優良建築物等整備」の誘導を継続的に実施することは元より、商機能を充実することによって得られる利便性の向上を図り、居住ニーズの増加を図っていくこと

が必要である。

③ 街なか観光客の入込数について



平成 20 年度（228,375 人）に入込数が減少したが、平成 21 年の大河ドラマ「天地人」において山形城 11 代城主 最上義光公が取り上げられたことや、「山形まるごと館 紅の蔵」のオープン・活性化事業の実施と合わさり、平成 21 年度（422,299 人）に入込数の目標を達成した。

大河ドラマの影響は落ち着きつつあるものの、計画エリア内にある文化施設の入場料無料化や、「山形まるごと館 紅の蔵」に新たに産直部門を追加するなどの活性化事業を行ったことにより、平成 25 年度（643,181 人）も大きく目標値を上回っている。

拠点の入込数については目標値を大きく上回っているものの、平成 25 年度に計測地点である「山形まるごと館 紅の蔵」で行ったアンケート調査では、来場者利用交通手段は自動車が 61%と高く、歩行者通行量の増加への波及効果が薄い。来訪者からは拠点間は距離があることや、観光・商業の魅力不足が原因との意見がある。新たな拠点の創出を検討し、山形の情報発信や拠点間の連携イベントなどのソフト面の強化を行い、来街者の増加を図ることは元より、歩行者として各拠点を回遊して入込数増加を図っていく必要がある。

（５）前計画の総括・評価

①目標値の達成状況

中心市街地活性化に向け、官民が連携し事業に取り組んできた結果、３つの目標指標のうち、街なか観光客の入込数は 160.7%、歩行者通行量は 83.5%、中心市街地居住人口は 94.7%の達成状況となっていることから、前計画で実施してきた事業が一定の効果をあげた。

②目標値から見る分析

街なか観光客の入込数は、街なか観光拠点施設のみならず、前計画で３つの新名所として整備・運営した「山形まるごと館 紅の蔵」、「山形まなび館」、「水の町屋七日町御殿堰」についても、多くの入込数を計測し、前計画基本方針本文（人の集客を核として、街なか居住を進め、これらと結びつけた商業の振興を目指す）の、核となる「人の集客」については大きな成果を収めている。

歩行者通行量は、前計画開始直後の計測数が、郊外商業施設の立地や、中心市街地の娯楽施設の閉館の影響により大幅に減少したが、減少傾向に歯止めがかかり、増加傾向へ転じている。特に、山形駅から紅の蔵や、七日町拠点、周辺駐車場から七日町拠点の計測地点における増加が顕著であり（図 1-19）、３つの新名所整備後の事業効果が表れている。しかしながら、街なか観光客入込数から見ると、来街者が増加しているにも関わらず、歩行者通行量への波及効果が薄い。

また、山形市の歴史的資源や食文化の活用により、新たな中心市街地の魅力を創出することが出来たが、「七日町第 5 ブロック南地区市街地再開発事業」の未実施や、空き店舗数の増加により、面的な魅力の向上が図られず、計測施設のみを目的とした来街者が多いことが、歩行者通行量が伸び悩んだ要因である。

中心市街地居住人口は、「第 6 ブロック優良建築物等整備事業」が完了したほか、民間事業者によるマンションや高齢者向け共同住宅の建設が実施され、高齢化率の高い中心市街地において居住人口は横ばいの傾向での推移となった。しかしながら、グローバルな社会情勢の悪化や東日本大震災の影響や、「七日町第 5 ブロック南地区市街地再開発事業」が未実施であるなど、中高層住宅の建設が減少したことにより増加へは至らなかった。

③前計画を終えて

域内全体では、インターネットなどの通信販売や郊外大規模小売店舗、仙台への買い物客の流出が見られ（表 1-2）、小売販売額シェアの減少や空き店舗増加の要因となっている。その一方で、平成 25 年度に行ったアンケート調査から専門店や飲食店のニーズが高いことも判明しているため、これらの業種を中心に出店を促し、空き店舗の解消を図っていく必要がある。

また、中心市街地に多く残る歴史的観光資源や食文化の活用は、新たな街なか観光の魅力を創出し、街なか観光による来街者の増加を図れることから、今後も街なかの魅力ある資源を大切に保存しながらも上手に活用して魅力を高めていく必要がある。

[4] 市民・来街者意識の分析

中心市街地に関する市民や来街者のニーズ等を把握するため、平成25年に下記のとおりアンケート調査を実施した。

中心市街地活性化を推進すべきと回答した人の割合は80%以上と、中心市街地活性化に対する市民ニーズは総じて高いものの、中心市街地の印象については、賑わいがあると感じている人の割合は約20%、買物・飲食等楽しめるものが充実していると感じている人が約30%、中心市街地に住んでみたいと感じている人は約30%と低く、いかにして中心市街地の魅力を高めて、賑わいを創出していくかが今後の課題となっている。

(1) アンケート調査の概要

①山形市中心市街地活性化基本計画策定調査業務におけるアンケート調査

<調査概要>

調査期間：平成 25 年 8 月 23 日、24 日

調査対象：高校生以上の中心市街地来街者

調査方法：調査員によるヒアリング

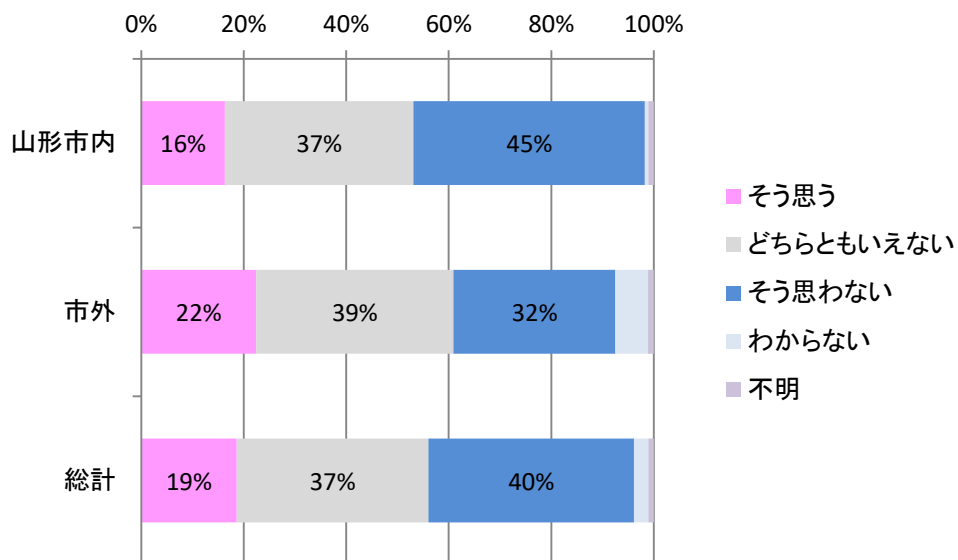
回 収 数：462

<調査結果>

- 中心市街地に賑わいを感じている方は 2 割と低く、8 割以上の方が、中心市街地活性化を推進すべきと考えている。
- 買い物・飲食等の楽しめるものが充実していると感じている方は 3 割と商業施設の魅力は低い。
- 中心市街地へ住んでみたい方は 3 割で居住としてのニーズは低い。
- 来街者の利用交通手段は 3 分の 1 が自動車を利用している。特に観光交流人口計測施設の紅の蔵では 6 割以上の方が自動車で来場している。

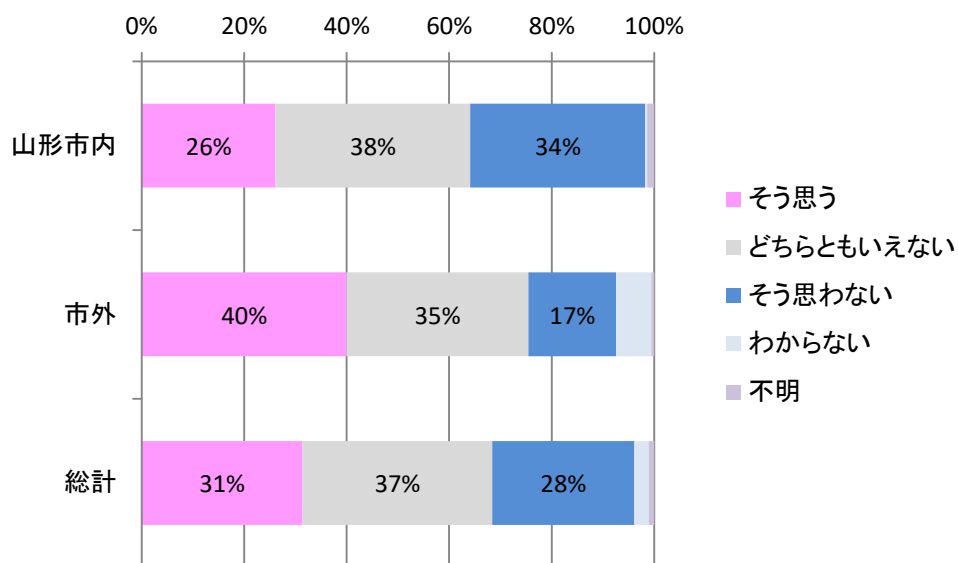
1) 中心市街地に「賑わいがある」と感じるか（居住地別）

○中心市街地に賑わいがあると感じている方は 19%と低く、特に山形市内居住者は賑わいがあると感じている方が 16%と低い。賑わいがないと感じている方は全体で 40%と高く、山形市内居住者は 45%の方が賑わいがないと感じている。



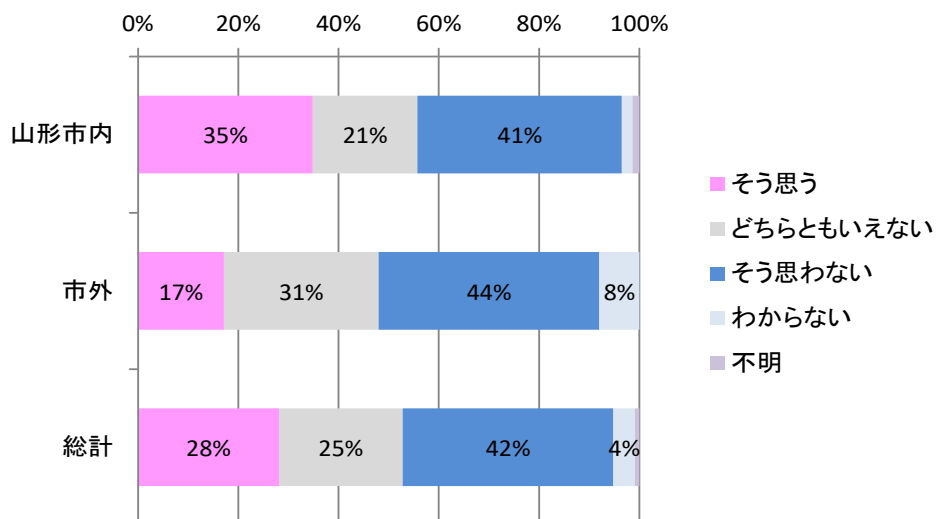
2) 買物・飲食等「楽しめるものが充実している」（居住地別）

○中心市街地の充実度について市内居住者の 26%が充実していると感じているが、34%は感じていない。一方、市外居住者は 40%の方が充実していると感じており、市内居住者と比べると高い。



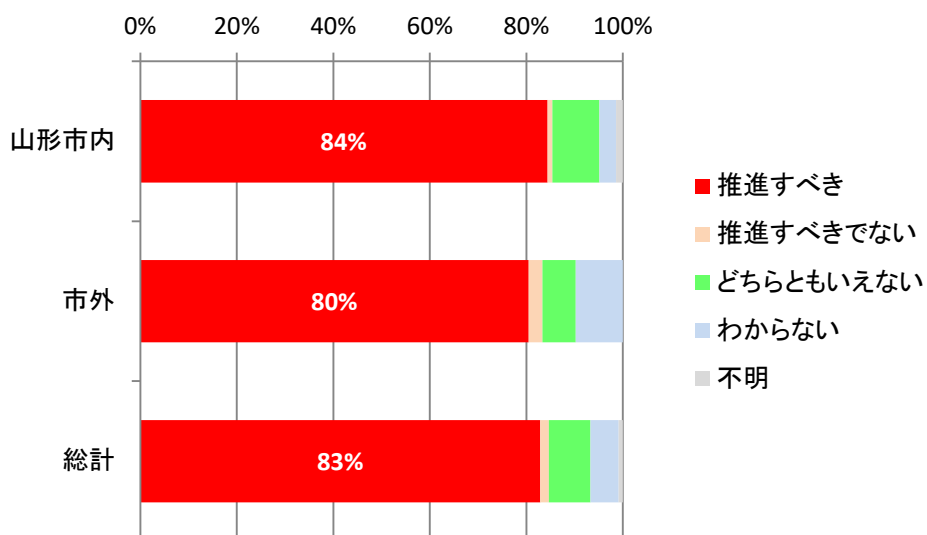
3) 中心市街地に「住んでみたい」(居住地別)

○中心市街地に住みたいと思う方の割合は回答者全体の 28%であった。居住地別にみると、山形市内居住者は 35%、市外居住者は 17%が住みたいと回答しており、比較的市形市内居住者の方が高いが、住んでみたいと思わないと回答した山形市内居住者の割合は 41%と、住みたいと回答した人の割合より若干高かった。



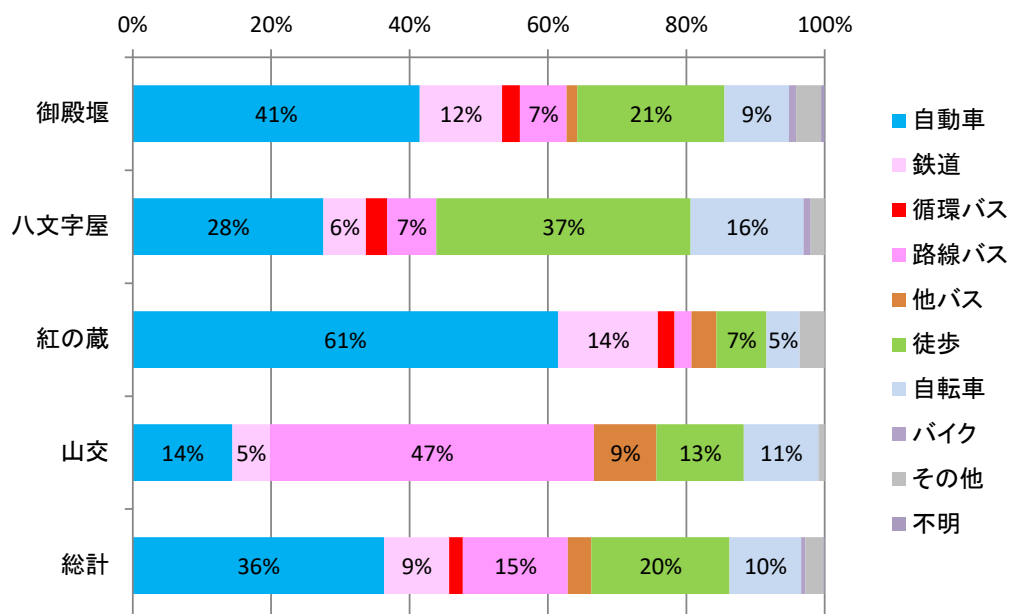
4) 中心市街地の活性化推進について(居住地別)

○中心市街地の活性化を推進すべきと考える方は 83%と高く、山形市内居住者で推進すべきでないと考えている方は 1%しかいないことから、市民の中心市街地活性化の意識は高い。



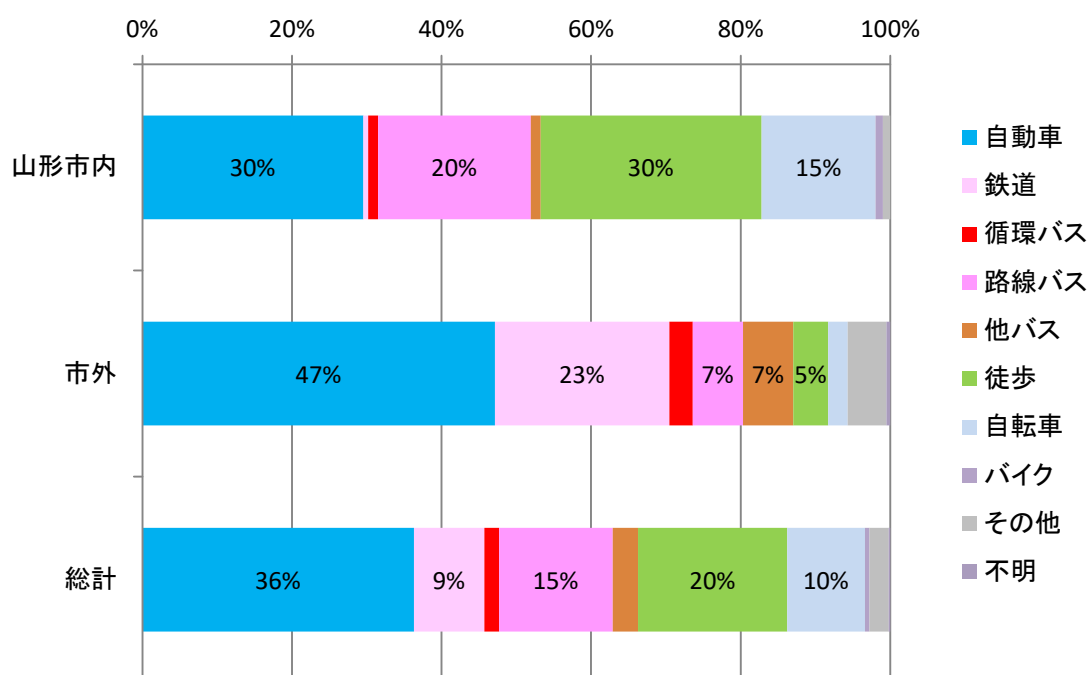
5) 利用交通手段（調査場所別）

○中心市街地への利用交通手段は、自動車での来街者が 36%となっているが、観光交流人口計測施設の紅の蔵では 61%の方が自動車で来場していることから、観光拠点への来街者は、自動車の利用率が高い。



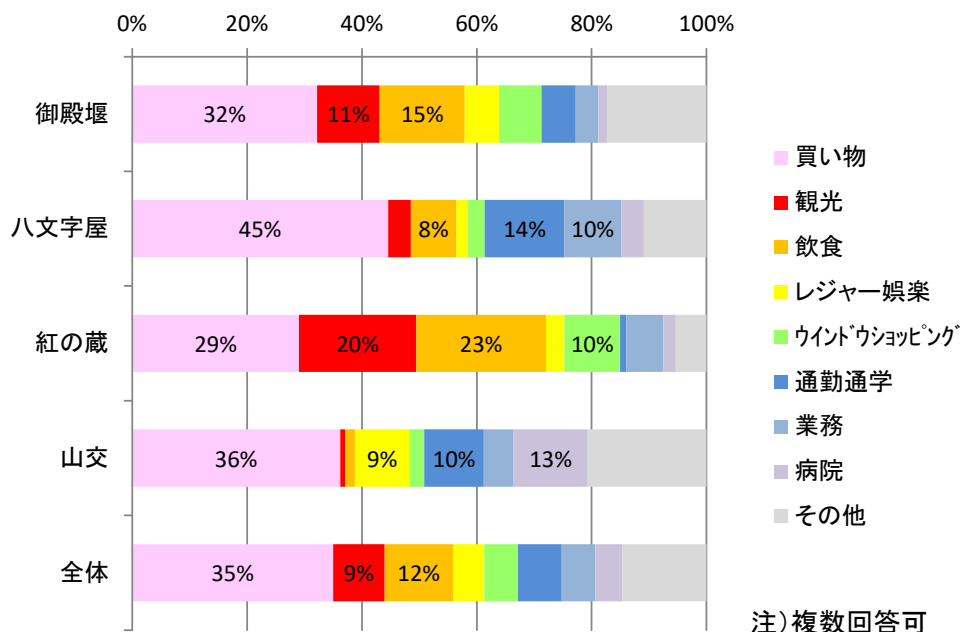
6) 利用交通手段（居住地別）

○中心市街地への利用交通手段は、市内居住者は、自動車、路線バス、徒歩、自転車と、利用交通手段が多様であるが、市外居住者は、自動車 47%、鉄道 23%が多い



7) 来街目的（調査場所別）

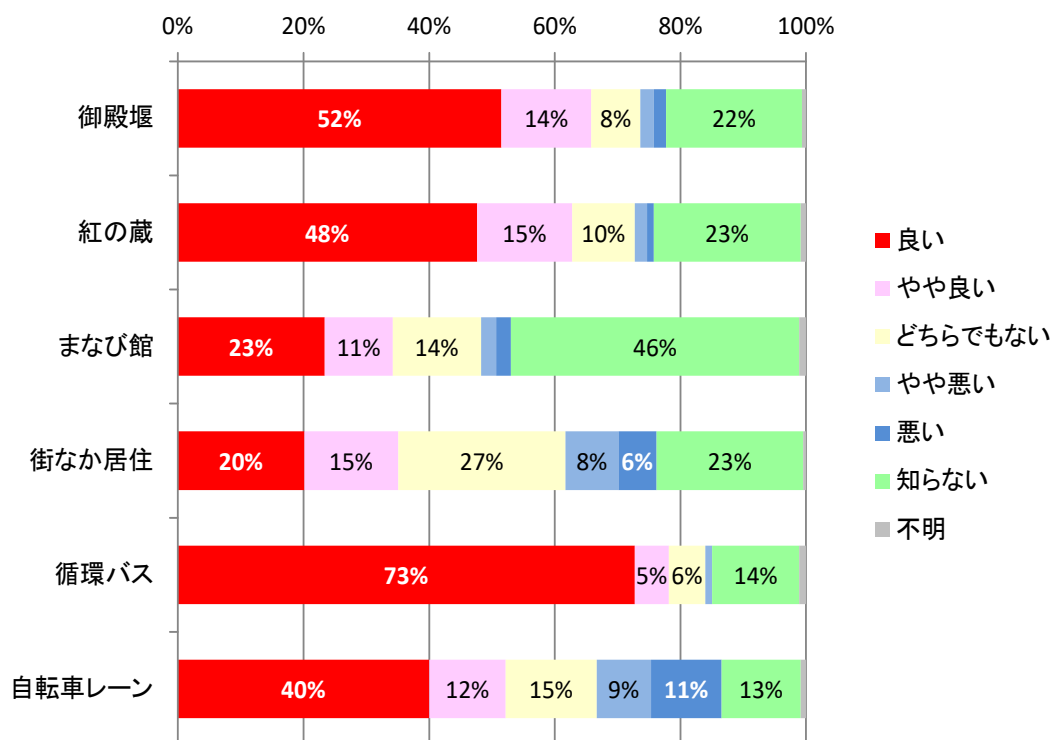
○中心市街地への来街目的は「買い物」が35%で最も多く、次いで「飲食」12%「観光」9%となっている。「ウインドウショッピング」6%、「レジャー・娯楽」5%と滞留性の高いものは低い。



8) 中心市街地の取組の評価

○中心市街地活性化の取組への評価は、御殿塚 66%、紅の蔵 63%、自転車レーン 52%、循環バス 78%と良い又はやや良いの回答があり評価は高い。まなび館は、知らないとの回答が46%と多く、PRが不足している。

○街なか居住は評価が多様にわかれている。



②都市計画マスタープラン見直しに関する市民アンケート調査

<調査概要>

調査期間：平成 24 年 7 月

調査対象：15 歳以上の市民

調査方法：住民基本台帳から 3,000 世帯の無作為抽出

郵送配布、郵送回収

回 収 数：1,483 世帯（回収率 49%） 3,127 人（サンプル数）

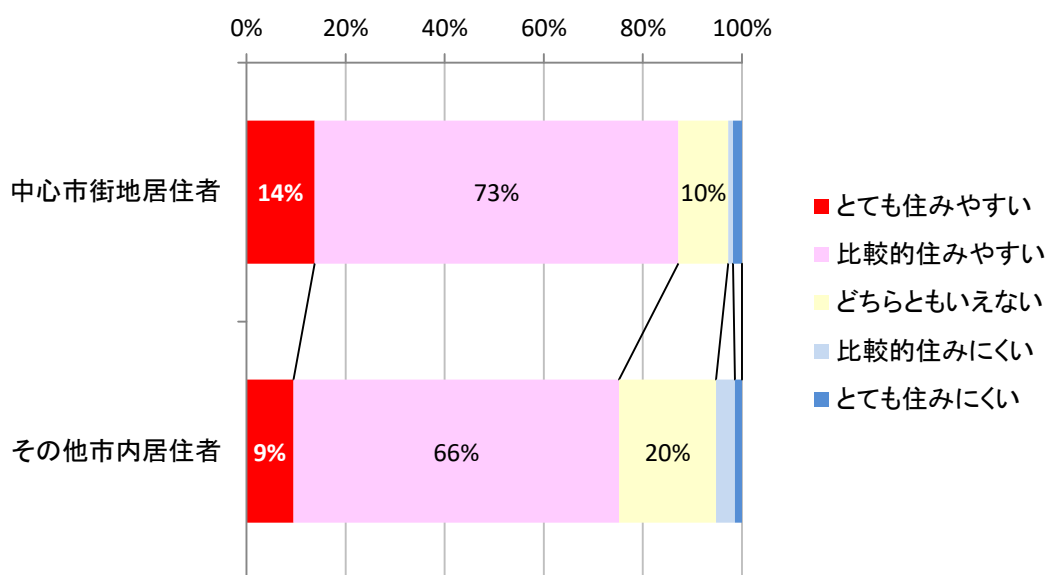
<調査結果>

●山形市居住者の 75%の人が「住みやすい」と感じている。

●中心市街地の居住者は、87%が「住みやすい」と感じており、また、年齢でみるとどの世代においても居住満足度が高い。

1) 住みやすさ

○中心市街地以外の市内居住者はとても住みやすい、比較的住みやすいと感じている方は 75%であったが、中心市街地居住者は 87%と中心市街地居住者の方は住みやすさへの満足度が高い。



③山形市中心市街地サービス向上推進員配置業務におけるアンケート調査

<調査概要>

調査期間：秋季調査 平成 25 年 10 月 22 日から平成 25 年 11 月 11 日

冬季調査 平成 25 年 12 月 6 日から平成 26 年 1 月 31 日

年度末調査 平成 26 年 2 月 27 日から平成 26 年 3 月 9 日

調査対象：中心市街地の来街者

調査方法：調査員によるヒアリング

回 収 数：502

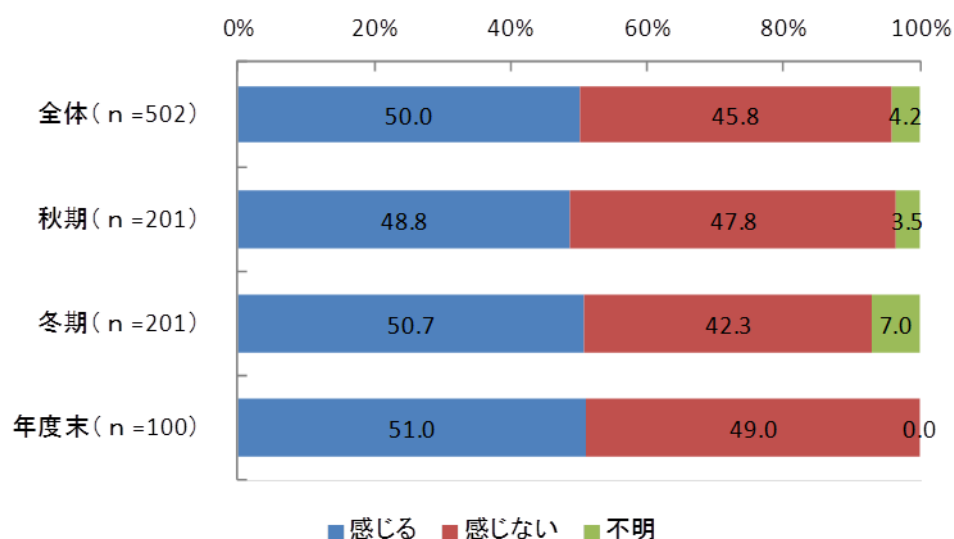
<調査結果>

- 中心市街地に魅力を感じている人と、魅力を感じない人の割合は差が無く、それぞれほぼ 50% である。
- 魅力を感じていないとの回答の理由には「行きたい店がない、店が少ない」が多く、また、中心市街地にほしい店舗・業種には専門店や飲食店などが多く、これらの業種へのニーズが高いことが判明した。

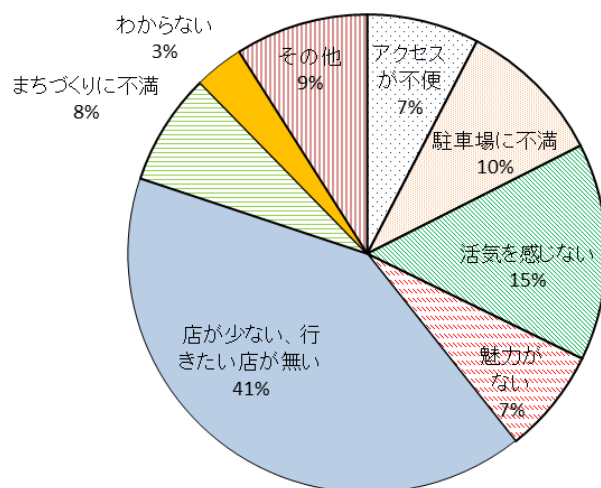
1) 中心市街地に魅力を感じているか

○来街者の半数が山形市の中心市街地に魅力を感じている。

○魅力を感じないその理由については、「店が少ない、行きたいお店がない」「活気を感じない」などとなっている。

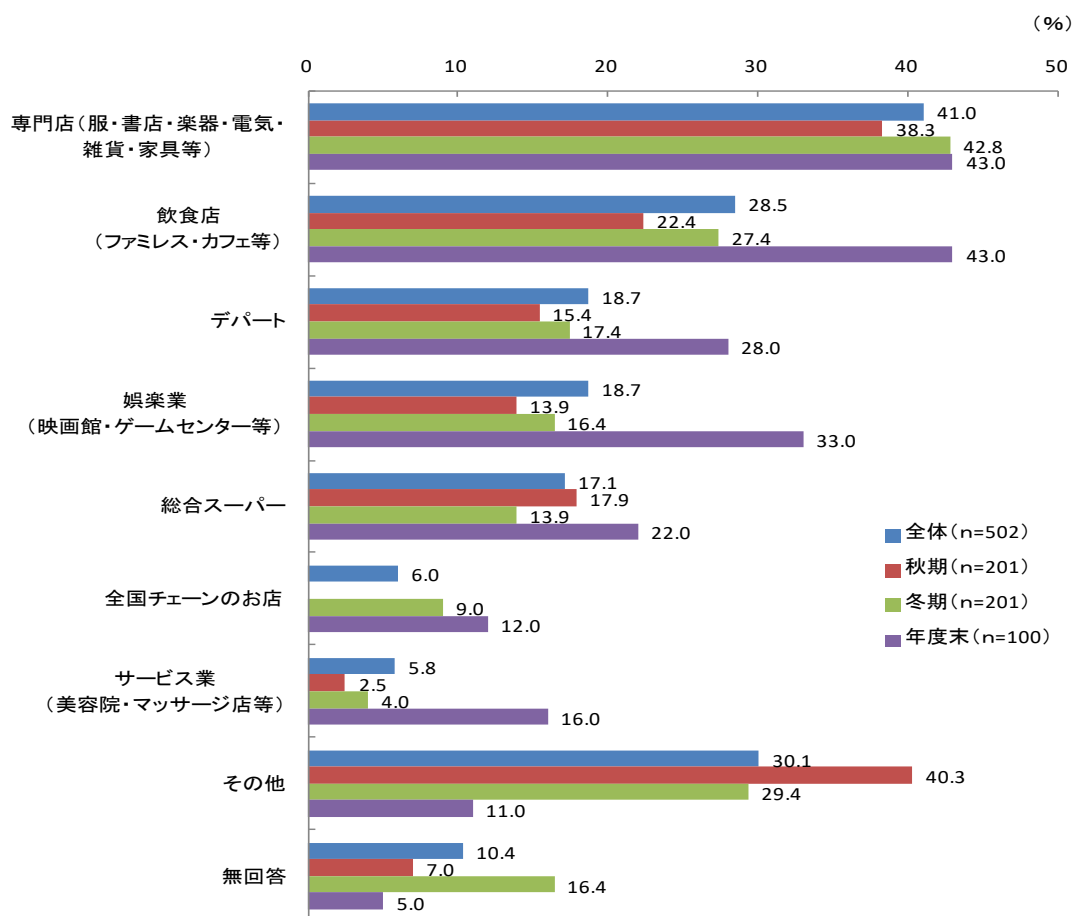


中心市街地に魅力を感じない理由



2) 中心市街地にほしい店舗・業種

- 中心市街地にほしい店舗・業種としては「専門店」が41.0%で最も高く、次いで「飲食店（28.5%）」「デパート（18.7%）」「娯楽業（18.7%）」「総合スーパー（17.1%）」などとなっている。
- 「その他」の傾向は、若者向けの服や雑貨などのセレクトショップ、サンドウィッチの美味しい喫茶店やお洒落なオープンカフェなど個性のある専門店、ホームセンターやドラックストアなどの量販店のほか、劇場、サッカースタジアムといった文化施設、緑地などとなっている。
- 来街者のニーズとしては、中心市街地において“デパートのような核となる大型店”より“個性的で魅力のある専門店および飲食店”を求めている傾向がうかがえる。



(2) アンケート調査の分析

アンケート結果から、中心市街地活性化についての市民意識やニーズの変化、中心市街地活性化へ向けて必要な機能、取組が明らかになった。

①中心市街地活性化が必要と感じている市民が多い。

中心市街地に賑わいを感じている方が 19%と低く、また、83%の方が中心市街地活性化を推進すべきと考えており、引き続き中心市街地活性化を推進する必要がある。

②中心市街地に求められている機能は、ここ 6 年余りの間に大きな変化はない。

平成 25 年度に実施した調査から、買い物・飲食等の楽しめるものが充実していると感じている方は 31%と低く、中心市街地にほしい店舗・業種については、専門店や飲食店、デパート、スーパーなどといった専門性の高い店や、飲食・食品関係の店の充実が求められている。これは、平成 18 年度に実施した中心市街地来街者アンケート結果と同様の結果であり、ここ 6 年余りで来街者ニーズについて大きな変化がないことが判明した。

③商業の魅力向上が必要である。

中心市街地に魅力を感じない理由として「店が少ない、行きたい店が無い」との回答が 41%で最も多く、また、専門店や飲食店の充実に対するニーズが高いことから、専門店や飲食店を充実させ中心市街地の魅力向上を図ることが求められている。

④街なかを回遊させる戦略が必要である。

中心市街地への利用交通手段は、車が 36%と最も高く、とりわけ観光拠点への移動手段は 61%と、車での移動割合が非常に高い。来街者の交通手段や拠点間の距離も考慮に入れた回遊手段の検討や、拠点間の歩行空間としての魅力向上が必要。

[5] 中心市街地活性化の必要性和課題

(1) 中心市街地活性化の必要性

中心市街地は、行政機能、商業・サービス業・金融業をはじめとした経済機能、歴史的遺産や自然などの観光機能、医療機能など多くの面において地域を牽引する役目を担う「まちの顔」としての役目を果たす地区である。

前計画においては民間事業の展開と、民間事業に歩調をあわせた公共事業などにより、中心市街地活性化に一定の効果を発揮したが、本市の中心市街地の中心的な機能である経済機能は、郊外への商業集積や、インターネット・仙台市への買物客の流出等の影響により低迷が見受けられるようになったため「まちの顔」としての役目を果たすことが難しい状況にある。

このようなことから、「まちの顔」として地域を牽引する役目を持続していくためにも、中心市街地の現状や来街者からのアンケート調査、前計画の総括などから導き出された課題を踏まえ、引き続き中心市街地の活性化を推進する必要がある。

(2) 中心市街地活性化の課題

中心市街地の現状と来街者からのアンケート、前計画の総括等から、今後の中心市街地活性化の課題は次の3つに集約できる。

①人口減少社会を見据えた誘客の推進

山形市の人口は平成17年をピークに減少し、令和2年は平成17年と比べ4.4%減少する見通しである（山形市総合計画（第2期経営計画）より）。今後進展すると予想される人口減少社会を見据え、街なか居住を推進するためにも中心市街地への居住ニーズを向上させることにあわせて、山形市内からだけではなく、市外からの来街者を増やしていく必要がある。

②来街者を歩行者・自転車通行量につなげるための事業の展開

前計画においては、3つの新名所の整備・運営の実施や、中心市街地にある様々な活動団体の参画を得て、街なか観光・イベントを総合プロデュースする組織を創設してきた。3つの新名所には多くの入込数を記録し、また当該組織において、街なか巡りなどの新たな事業の実施や、これまで個別に行われてきた様々な団体のイベントを集結させ、より大きな集客と新たな回遊を生み出す事業を実施してきた。これらのイベントでは多くの人出を記録し賑わいを創出することが出来、来街者を呼び込むツールになっていると考える。

今後は、これらイベントの充実を図るとともに、新名所をはじめとする中心市街地内の観光交流施設への来館者を街なか回遊につなげるための仕組みや、イベント参加者や観光交流施設への来館者が再度中心市街地に訪れていただくための魅力づくりが必要である。

③空き店舗の解消

前計画においては、集客を核とし、街なか居住の推進や、商業の振興を目指し事業を推進してきた。しかしながら、中心市街地の商業の状況は、小売り販売額シェアの減少や空き店舗の増加などが進んでおり、対策を練る必要がある。平成25年度に実施した調査結果から、買い物や飲食といった施設へのニーズが高いことから、これらの業種の出店を中心に空き店舗の解消、新陳代謝を促進させることや、街なかにある遊休不動産の活用を今までにない手法により解消し、活用していく必要がある。

〔6〕中心市街市活性化の基本的方針

（１）中心市街地活性化の考え方

前計画の総括やデータ等分析から見れば、観光客入込数は大幅に増加し、歩行者通行量も減少傾向に歯止めがかかり増加傾向が窺われる。さらに、高齢者率の高さを考慮すると、居住人口が横ばい状況で推移したことは前計画が一定の効果をあげていると考える。

しかし、域内全域においては小売販売額の低迷や、小売業における売場面積の減少が見られる。これは、グローバルな経済情勢やインターネット・郊外への購買者流出などによる影響のほか、「七日町第5ブロック南地区市街地再開発事業」等の未実施による事業効果が発生しなかったことや、さらには「水の町屋 七日町御殿堰」「山形まなび館」「山形まるごと館 紅の蔵」をはじめとした各事業の効果が面的に波及せず、回遊性の向上に繋がっていないことなどが大きな要因と考える。

中心市街地を活性化するには、その域内の居住者や来街者による買い物・飲食等の消費行動や、福祉、医療、行政、観光などにおける活動が活発になることが必要と考える。

山形市全体では、今後、人口の減少傾向が続くことが想定され、現在のところ中心市街地の居住人口は横ばいに推移しているものの、共同住宅などの居住施設整備による増加は困難であると考え。今後は、暮らしやすい基盤整備を推進するほか、中心市街地周辺を含めた居住ニーズを向上させるための要素を多く創出することが重要である。

また、観光客に対しては、回遊の利便性に重点を置くため、中心市街地エリア内外の移動手段の充実を図るとともに、観光スポットや飲食・買い物施設など魅力ある商業機能を充実し、観光資源情報をより多く発信することが重要である。

加えて、中心市街地内の商店街や事業者等に対しては、来街者・域内居住者・観光客が中心市街地に魅力を感じるイベント実施やニーズ把握などが行いやすいような支援していくことが重要である。

現在、中心市街地の長所を引き出すため、歴史的観光資源や、特徴ある食文化の保存・活用する仕組みづくりや、半公共空間を取り込んだ整備の仕組みづくりなど、民間サイドの個々の主体のプランが持ち上がってきている。前計画では充実できなかった商業・観光の魅力向上を図るため、官民が協力し継続して中心市街地の活性化を図っていくことが重要である。

（２）まちづくりの上位計画・関連計画

①山形市第7次総合計画（山形市基本構想・経営計画）

山形市基本構想では、『みんなで創る 「山形らしさ」が輝くまち』を目指す将来都市像とし、自然、歴史、文化、都市機能、産業など、先人から受け継いだ「山形

らしさ」を、暮らしやすさ、街の活力といった点から磨きをかけ、さらに魅力を付け加え、そのような営みを世代を超えて循環させていくことをまちづくりの基本理念としている。

この基本理念を実現していくため、従来の拡大・発展を前提とした社会基盤整備中心の考え方を改め、今までに整備・蓄積された道路・建物などの社会基盤施設を有効利用していく「循環型の営みの形成」を市政の経営理念の一つとするとともに、「山形らしさを活かした地域産業の活性化とコンパクトなまちづくり」を行政経営を進める上での基本的な考え方の一つとして掲げている。

そして、「都心の魅力と賑わいづくりによるコンパクトシティの形成」を重点施策の一つとして実施していくものとしており、当該新計画の策定もその重点施策を構成する中心の事業となっている。

基本構想

目指す将来都市像 みんなで創る 「山形らしさ」が輝くまち
まちづくりの理念

- 豊かな環境を守り育てるまちづくり
- 産業・経済の活力を生み出していくまちづくり
- 安心して暮らせる地域社会を共に創るまちづくり

経営計画

基本方針（関係部分のみ抜粋）

○山形らしさを活かした地域産業の活性化とまちのにぎわいづくり

人口減少時代や都市間競争の時代のなか、県都として、活力・活気・賑わいに満ちたまちづくりを進める必要があります。そのため、山形の特徴、魅力を活かし、産学官の連携や産業間・異業種間の交流を促進し、新産業の創出や既存産業の活性化を図り、就業機会を創出します。また、魅力ある山形ブランドの確立や農産物のブランド化の推進に取り組み、山形らしさをより市内外に発信していきます。

さらに、中心市街地などと、郊外・集落との連携を強化し、通年型の観光の魅力を向上させます。それぞれの魅力の相乗効果により、山形らしさを活かしたまちづくりを進めます。

重点政策（関係部分のみ抜粋）

○産業の振興と中心市街地の活性化

生活様式の変化や郊外への大型商業施設の進出などにより、中心市街地から大型店舗が撤退し、さらに、店主の高齢化や後継者不足による空き店舗の増加などが進み、中心市街地の商業機能としての活力が失われつつあります。

このような状況の中、産業の振興と中心市街地の活性化をすすめ、「山形市」の全国的な認知度を更に引上げ、魅力ある地域イメージを打ち出していくことが求められています。

重点課題（関係部分のみ抜粋）

○中心市街地の活性化

中心市街地の歴史・文化的資源を活かしながら、空き店舗の減少や独自のサービスや商品を提供する店舗の増加により、中心市街地が魅力を取り戻し、子どもから高齢者まで、様々な世代や立場の人々が訪れ、また居住する、賑わいあふれるまちを目指します。

- ①中心市街地に立地する歴史・文化的資源を有効に活用する必要があります。
- ②歴史・文化的資源と連携した中心市街地の商業の振興が必要です。
- ③中心市街地の回遊性をより高めるとともに街なか居住を推進する必要があります。

②山形市都市計画マスタープラン

山形市都市計画マスタープランにおいては、「都市軸を基礎とした効率的なまちづくり」をまちづくりの基本的視点の一つとして、中心商業業務地区については、中心商業・業務地の活性化を図り、広域都市圏の中心地区として、魅力あるにぎわい空間を形成していくこととしている。

これまで、前段の「中心市街地の現況」等から、「街なか居住の促進」や、「街なか観光の展開」の必要性が浮き彫りになってきた。特に、「街なか観光」は、新たな活性化戦略としての可能性を有しており、そのような方向性が、山形市都市計画マスタープランの全体構想の中に、「回遊性のあるまちづくり」や「魅力ある都心生活を営むまちづくり」として位置づけられている。

現在、山形市都市計画マスタープランの見直しを行っており、平成27年に改正される予定であるが、中心市街地は商業・業務その他の様々な機能が高度に集積する都市核として、求心力や魅力を高めるまちづくりを目指す。

全体構想

まちづくりの基本的視点

- 環境と共生するまちづくり
- 安全・安心のまちづくり
- 都市軸を基礎とした効率的なまちづくり
- 利便性の高い交通体系
- 市民の生活空間となる河川の整備と活用

土地利用 「都市軸を基礎とした効率的なまちづくり」

- 中心商業業務地区：魅力ある都心空間づくり
- ◎魅力ある都心空間づくり（関係部分のみ抜粋）

○魅力ある都心生活を営むまちづくり

都心地区は、商業・業務機能が集積するとともに公共公益施設が数多く立地し、生活利便性の高い地域です。

再開発とあわせた低未利用地の活用や道路整備と一体となった良好な居住空間の形成を図るなど、都心居住の魅力を高め、持続可能な地域コミュニティの再生を進めます。

○回遊性のあるまちづくり

中心市街地は、城下町のシンボル霞城公園をはじめ、旧羽州街道の町並み、寺町筋の佇まい及び城下町からの遺産の五堰、近世における県都としての旧県庁、旧済生館等の近代建築、県立博物館、最上義光歴史館等の博物館・美術館、花笠まつり、植木市及び馬見ヶ崎川の芋煮会のイベントなど、魅力ある歴史・文化をPRする拠点が分布しています。

こうした歴史・文化資源を活用しネットワーク化することによりまちの魅力を高め、市街地観光の確立を図れるような回遊性のあるまちづくりを進めます。

地域別構想 中心部

歴史と文化の香りあふれる都心空間づくり

○山形の玄関口として賑わいのある都心づくり

都心商業地区の活性化と賑わいのあるまちづくり

○中央地域の便利で快適な居住環境作り

利便性を生かした緑にあふれた快適な都心居住の推進

○快適な住宅地環境の整備

地区計画の活用や計画的な基盤整備・密集住宅地でのオープンスペースの確保とおした快適な住環境の整備

(3) 中心市街地活性化の基本的方針

本市の中心市街地は、非戦災都市のため城下町の面影を残しながら都市基盤の整備が進められた。そのため、蔵や山形五堰をはじめとする歴史的建造物や風景が残り、また、中心市街地は山形商人の発祥の地でもあることから、商人文化の繁栄による地域の伝統が継承されている。このような中心市街地が秘める、溢れる魅力を引き出し磨きをかけ、街なか観光、イベントなどの多様な交流を地域の総力を結集し、戦略的に展開する。街なか観光・イベントなどによる人の集客を核として、あわせて街なか居住も進め、これらと結びついた特色ある商業の振興を目指すため、

1. 「街なか観光」・「イベント」による賑わいの創出
2. 人の温もりを中心部に誘導する「街なか居住」
3. 特色ある商業の振興

上記3つの基本方針を掲げ、平成20年11月に前計画の認定を受け、事業を推進してきた。その結果、観光客入込数は大幅に増加し、歩行者通行量や居住人口も一定の効果が表れている。

しかし、グローバルな経済情勢の変化やインターネット・郊外への購買者流出などによる影響により、中心市街地においては小売販売額が低迷しており、また、前計画で掲げていた3つの目標のうち「街なか観光客の入込数」のみ達成している状況であり、引き続き中心市街地の活性化を図ることが必要である。

新計画では、上位計画・関連計画のまちづくりの考え方を基本とし、前計画の事業実施効果、市民や観光客のアンケート調査、山形市中心市街地活性化協議会等の意見を参考に、「街なか観光」「特色ある商業」を商業集積地である山形駅前地区と七日町大通り

を活性化の主軸として事業を実施し、中心市街地全体へその効果を波及させるため、活性化のテーマを設定し、3つの基本方針を立てて取り組む。

基本テーマ

歴史や文化を活かした、山形の魅力あふれるまちづくり

基本方針1 「街なか回遊」・「街なか居住」・「イベント」による賑わいの創出

賑わいの創出を図るため、前計画で整備した七日町御殿堰や水の町屋七日町御殿堰、シティタワー山形七日町などからなる七日町拠点や、山形まるごと館紅の蔵、山形まなび館などを活用した事業に加え、新たな拠点の創出や、街なか回遊の推進を図り、日常生活や観光、イベントの参加など様々な目的の方々による来街と賑わいを創出する。

基本方針2 特色ある商業の振興

商業の振興を図るため、前計画で実施した空き店舗等の情報発信、空き店舗等への店舗誘致を図るとともに、居住者のニーズに対応した商業施設や、蔵や堰といった山形の歴史・文化資源を活かした商業施設の整備を推進する。

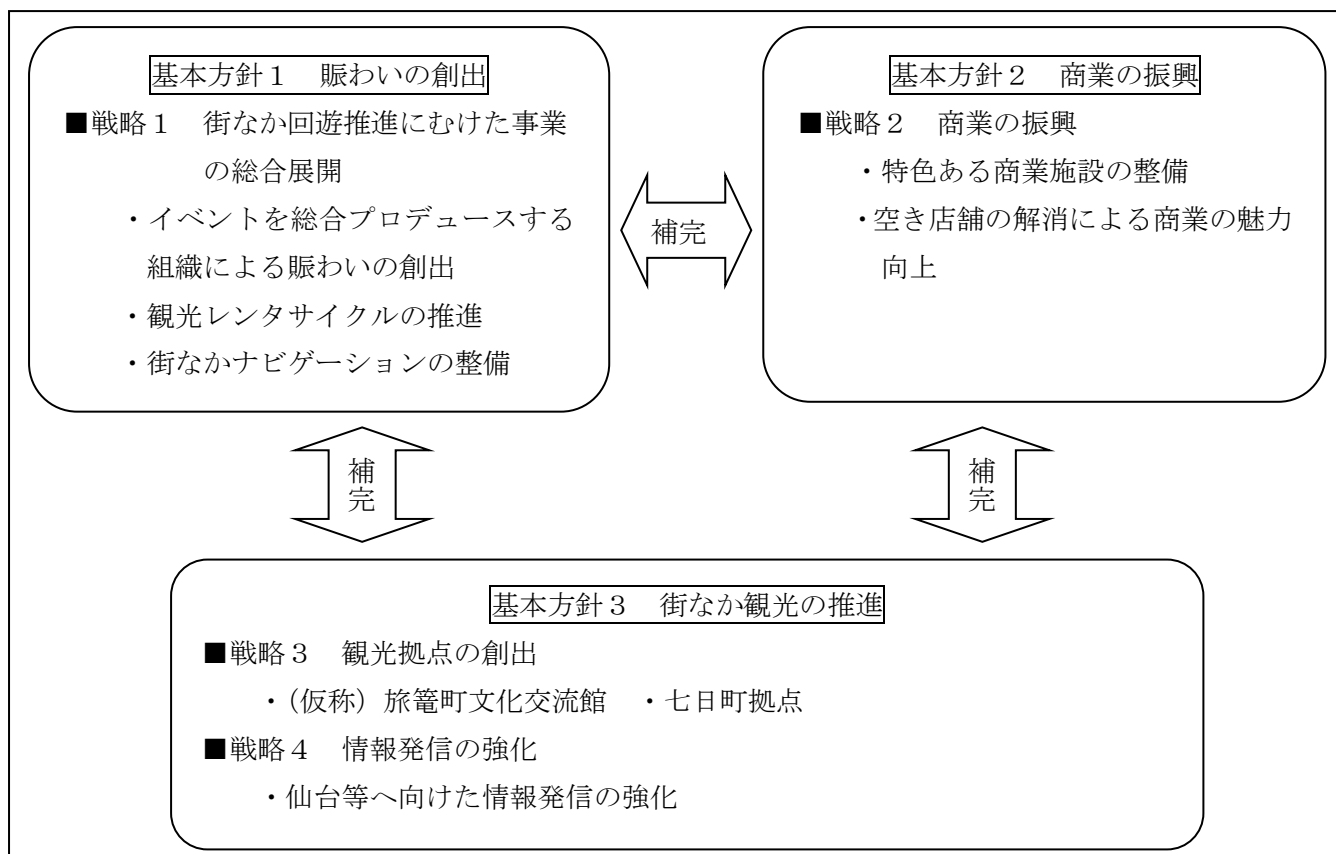
基本方針3 山形の歴史・文化資源を活かした街なか観光の推進

街なか観光の推進を図るため、山形の歴史・文化資源を活用した商業施設の整備とともに、新たな観光拠点の整備を行う。これらの施設整備にあわせ、来街者を呼び込むため山形市内だけではなく、仙台市も対象とした街なかの情報発信を推進するとともに、来街者向けの街なかの文化・観光施設の情報発信を充実させる。

(4) 中心市街地活性化の基本的戦略

中心市街地活性化に向け掲げた3つの基本方針は、互いに密接な関係があることから、一体として考え、活性化戦略を展開する。

《活性化戦略のイメージ図》



①活性化戦略

■戦略1 街なか回遊推進にむけた事業の総合展開

街なか回遊の推進にむけて、「イベントを総合プロデュースする組織による賑わいの創出」、「観光レンタサイクルの推進」、「街なかナビゲーションの整備」を実施していく。

・イベントを総合プロデュースする組織による賑わいの創出

前計画において、中心市街地の魅力を引き出し、地域の総力を結集しながら「街なか観光やイベント等の多様な交流」と「特色ある商業の振興」を結びつけた事業を展開し、街の賑わいを推進する団体として「街なか賑わい推進委員会」が組織された。この「街なか賑わい推進委員会」により、各団体がばらばらに開催していたイベントをまとめ、より大きなイベント「街なか賑わいフェスティバル」として実施し、事業エリアを面として賑わいを創出した。街なか回遊推進にむけ、「街なか賑わい推進委員会」の活動を更に推進していく。

・観光レンタサイクルの推進

前計画にて実施した「レンタサイクルの基地づくり」や「自転車通行環境整備事業」、前計画より継続して実施する「中心市街地観光レンタサイクル事業」を活かし、レンタサイクルを利用した街なか回遊を推進していく。

・街なかナビゲーションの整備

中心市街地の文化・観光施設や飲食店、ホテル等の位置や概要、見どころなどの情報を地図データに落とし込み、電子端末で活用可能なシステムとして整備し、来街者が電子端末を活用しながら街なかを回遊できる環境を創出する。

■戦略2 商業の振興

中心市街地活性化にむけて商業の魅力向上を図るため、「特色ある商業施設の整備」と「空き店舗の解消による商業の魅力向上」を推進していく。

・特色ある商業施設の整備

山形市には、中心市街地を網の目のように流れる山形五堰や蔵、豊かな農産物、個性ある食文化が存在している。これら山形の歴史的・文化的資源を活用した特色ある商業施設の整備を推進する。

・空き店舗の解消による商業の魅力向上

前計画にて作成した空き家・空き店舗・空き地のデータベースを活用し、「街なか出店・居住推進事業」としてHPによる情報提供や、出店相談・アドバイス事業を展開する。新規出店者の増加を図るため、新規出店者向け支援事業の検討を進め、実施することで相乗効果が期待でき、空き店舗の解消を図る。

■戦略3 観光拠点の創出

山形の文化資源を活用した第4の新名所を整備し、4つ目の観光拠点を形成する。

・(新名所1) (仮称) 旅籠町文化交流館

平成21年に寄贈された「旧木村邸」を、山形市の伝統工芸や伝統芸能を紹介する機能を備えた市街地観光拠点として整備する。

・(新名所2) 七日町拠点

前計画で新名所の一つとして整備した「御殿堰」や「水の町屋七日町御殿堰」と調和した新たな商業施設の整備を行い、歴史的な街並み、風情ある景観を創出し、街なか観光や街なか巡りに対応した拠点としての充実を図る。

■戦略4 情報発信の強化

山形市内のみならず、仙台へ向けた情報発信を強化する。具体的には、フリーペーパー等の情報雑誌を活用し、山形市の街なか観光・イベントに関する情報発信や食の魅力発信を行う。