

# 山形市中心市街地グランドデザイン

平成31年2月策定

令和4年11月改訂

# 目 次

## ● 序章

1. グランドデザイン策定の背景と目的	1
2. グランドデザインの策定エリア	3

## ● 第1章 中心市街地の現状と課題

1. 中心市街地における主な状況の変化	4
(1) 百貨店・旧大沼山形本店の閉店	4
(2) 新型コロナウイルス感染症の拡大	4
2. 中心市街地の現状	5
(1) 人口の推移	5
(2) 地価の現状	6
(3) マンション・準学生寮の建設の状況	7
(4) 商業環境の変化	8
① 小売額の状況	8
② 商店街の業種分類	11
③ 新規出店ポイントの状況	12
(5) 店舗構成の状況	13
(6) 駐車場の現状	14
(7) 中心市街地の観光の現状	15
(8) 都市景観としての緑量の状況	16
(9) ウォーカブルなまちづくりの状況	17
(10) 行政における歳入の状況	19
3. 来街者アンケート調査結果	20
4. 民間事業者に対する調査結果	26
(1) サウンディング型市場の結果	26
5. 課題と今後の取組の方向性	27

## ● 第2章 グランドデザインの概要

1. テーマ	29
2. 取組の方向性と戦略プロジェクト	29
(1) 中心市街地のまちづくりのコンセプトについて	29
① 身体性（体感）、偶発性、希少性の創出	29
② 滞在する場としての空間の整備	30
③ 回遊できる仕組みづくり	30
④ みどり豊かな魅力ある空間の整備	30
⑤ 官民一体となった公共空間の整備・活用	30
⑥ 公共交通の活用促進	30
⑦ DXの推進	31
(2) 取組分野について	31
① ビジネス	31
② 文化・芸術	32
③ 居住	33
④ 観光	33
⑤ 健康・医療・福祉・子育て	34
⑥ 商業	35
(3) 戦略プロジェクトについて	36
(4) まちづくりの取組イメージ	37
3. ゾーニング計画	38
(1) 戦略的計画ゾーン	38
(2) 方向性認定ゾーン	38
4. 各ゾーンの方向性について	40
(1) 戦略的計画ゾーン	40
① 商業強化・観光機能集積ゾーン	40
② 商業強化・居住推進ゾーン	40
③ リノベーション強化ゾーン	40
④ 商業強化・オフィス誘致	41
⑤ 医療福祉・居住・子育て推進ゾーン	41
⑥ 料亭文化ゾーン	41
⑦ 戦略的景観構築ブロック（御殿堰修復エリア）	42
(2) 方向性認定ゾーン	42
① 居住・誘客推進・オフィス誘致ゾーン	42
② 商業補完・誘客推進ゾーン	42

③ 歴史・文化推進ゾーン	42
● 第3章 まちづくりを推進していく体制について	44
1. 実施体制及び所掌事項	44
(1) まちづくり方針や戦略プロジェクトの決定機関	44
① 山形市中心市街地活性化戦略本部	44
(2) エリアマネジメントの推進組織	44
① 山形エリアマネジメント協議会	45
② 小エリアマネジメント組織	45
(3) 中心市街地活性化基本計画に関する協議機関	45
● 別表	
戦略プロジェクトに係る施策と事業について	47

## ● 序章

### 1. グランドデザインの策定の背景と目的

全国の地方都市において、中心市街地の衰退が叫ばれるようになって久しくなります。マイカー中心のライフスタイルの普及と、郊外の幹線道路沿いに開発された大型ショッピングセンターの進出によって、多くの消費がシフトしたことに加え、近年インターネット通販の利用も著しい状況です。結果として、全国各地の中心市街地は売り場面積が過剰な『オーバーストア』となっており、山形市も同様の状態にあります。

こうした事態を受け、山形市では平成 20 年度に「山形市中心市街地活性化基本計画」を策定し、「街なか観光」を意識した 3 拠点（山形まるごと館 紅の蔵、水の町屋 七日町御殿堰、山形まなび館）の整備を行いました。また、経営計画である「山形市発展計画」の策定（平成 28 年 2 月）後には、国の補助金も活用した「N-GATE」の整備と「子育てランドあ〜べ」の移転オープン（平成 29 年 4 月）への支援、中心市街地 100 円循環バスとベニちゃんバス東くるりん・西くるりんの統合（平成 29 年 7 月）、旅籠町にぎわい拠点施設「gura」の整備（平成 30 年 3 月）などを進めてきました。

民間投資においても、地元資本スーパー「256」のオープン（平成 28 年 4 月）、水の町屋七日町御殿堰沿いの結婚式場「オワゾブルー山形」のオープン（平成 29 年 4 月）、七日町第 5 ブロック南地区（セブンプラザ等跡地）の大規模再開発（令和 3 年 4 月）などに加え、まちなか居住の需要増加によるマンション建設計画も相次いで立ち上がっています。

また、「とんがりビル」のオープン（平成 28 年 2 月）に端を発したリノベーションまちづくりの展開は、新規店舗の断続的なオープンと若者の中心市街地回帰という新たな動きを誘発しています。イベントにおいても、東北芸術工科大学が中心市街地等を会場に開催した山形ビエンナーレ、更には、定期的なクラフト市やマルシェが開催されるなど、若者を中心とした企画による新たな動きが創出されました。

こうした中、長らく下落・横ばいを続けてきた中心市街地の公示地価は上昇に転じました。

そうした状況を受け山形市では、オーバーストア状態をはじめとした状況を勘案し、以前までの商業機能のみによる活性化だけでなく、居住、観光、ビジネス環境、医療・福祉・子育て、文化芸術等の要素において、それぞれ魅力を向上させることによって、エリア全体の価値を高めていくため、また、その方向性を目指した推進体制構築のため、中心市街地活性化の将来像を示し、それを実現する手段を明らかにすることで、民間・行政に関わりなく、中心市街地に新たな投資や人の流入を促し、時代のニーズに合った新しい山形市中心市街地を創造することを目指し、平成 31 年 2 月に山形市中心市街地グランドデザイン（以下、『グランドデザイン』という）を策定しました。

グランドデザインでは、山形市が目指している健康医療先進都市の実現、定住人口・交流人口の拡大や文化創造都市の推進の他、平成 31 年 4 月の中核市への移行に伴う福祉施設の設置認可や景観規制等のまちづくりに関する権限の強化等も加味し、市全体の方針と合致した中心市街地活性化の方向性を示しています。

以降、グランドデザインの実現に向け様々な取り組みを進めてきました。令和 3 年 4 月には七日町第 5 ブロック南地区市街地再開発事業として、マンション「デュオヒルズ山形七日町タワー」と商業棟「ルルタス七日町」が、令和 3 年 7 月には十字屋山形店跡地へ「ダイワ

ロイネットホテル山形駅前」がオープンし、令和4年9月には文化創造都市の拠点施設として旧第一小学校をリノベーションした「やまがたクリエイティブシティセンターQ1（キューイチ）」がオープンしました。さらには地域大学と連携した準学生寮の整備、レーベン山形十日町 THE MID TOWER といった民間によるマンション建設など、様々な施設が整備されオープンをしております。

また、ソフトの面でも、リノベーションによるまちづくりの更なる展開も進み、若者による新規出店が促されるとともに、まちを会場にした「やまがた秋の芸術祭」や「文化の回廊フェスティバル」、公共空間を活用した「テラス化」などの事業が生まれ、まちの新たな賑わいが形成されつつあります。

このように中心市街地では様々な民間投資と活動が生まれ、その結果、中心市街地の公示地価は順調に上昇を続けております。活発な民間投資が行われ、まちが常に動いている状態にあることが、中心市街地の価値を高める要素となっているとみてとれます。

一方、令和2年1月には、商業の核となる店舗であった百貨店・旧大沼山形本店（以下「旧大沼」という）が閉店するとともに、新型コロナウイルス感染症拡大の影響等により、大きな変化が生まれています。

そのような中、旧大沼の土地・建物は、一般財団法人山形市都市振興公社が取得し、周辺の施設も含めた再開発の検討を進めており、この他にも、山形銀行本店や十一屋本店の建設、マンションの整備といった民間投資や、山形市市民会館の整備、御殿堰の整備延長など様々な事業により、中心市街地が大きく動き出しつつあります。

このように大きく動き出している中心市街地の現状と将来を見据え、これまで実行してきた取り組みや成果をもとに、中心市街地の更なる価値向上に向け、グランドデザインの改訂を行います。

山形市の中心市街地は、延文元年（1356年）の斯波兼頼入部以来、城下町としての歩みを始め、江戸時代には紅花交易をはじめとする商人町として、明治以降は山形県の県都として繁栄してきました。時代を経るごとに、先人のたゆまぬ努力により伝統を重ねながらも柔軟に変化すべきところは変化し、発展を続けてきました。全国的な人口減少というかつてない試練に直面していますが、子や孫の世代のためにも、今後も絶え間なく動き続けていかなければなりません。

山形市中心市街地の新たなまちづくりの羅針盤として本グランドデザインを提示します。

## 2. グランドデザインの策定エリア

山形市では、中心市街地活性化基本計画で定める下図の区域を「中心市街地」と位置付けています。

本グランドデザインでは、中心市街地に加え、霞城公園などを含む山形駅西口エリアや、御殿堰の延伸整備をはじめ、料亭が複数存在する寺町エリアなどの中心市街地周辺のエリアも含めて、「グランドデザインの策定エリア」と位置付けます。



# ● 第1章 中心市街地の現状と課題

## 1. 中心市街地における主な状況の変化

平成31年のグランドデザイン策定以降、中心市街地では下記のとおり大きな変化が生じています。

### (1) 百貨店・旧大沼山形本店の閉店

創業300年を超える老舗の百貨店として中心市街地の商業活性化を牽引し、集客の核となる役割を果たしていた百貨店・旧大沼山形本店が、令和2年1月に閉店しました。旧大沼が閉店したことにより、中心市街地では歩行者通行量の減少など、様々な影響が生じています。

令和2年12月には、山形市の外郭団体である一般財団法人山形市都市振興公社が、競売により、旧大沼の土地・建物を取得し、現在は、公民連携により周辺一帯を含めた再開発事業等の利活用策の検討をしているところです。

【表1】歩行者通行量の推移

番号	地区名	H21	H23	H25	H27	H29	H30	R1	R2	R3
		10.24(土) 11.7(土) の平均	10.22(土) 11.5(土) の平均	10.26(土) 11.17(日) の平均	10.24(土) 10.25(日) の平均	10.28(土)	10.20(土) 10.28(日)	10.19(土) 10.26(土)	10.17(土) 10.31(土)	10.23(土) 10.30(土)
①	七十七銀行山形支店	2,706	3,074	2,924	2,714	3,410	2,169	2,249	1,926	1,930
②	月あかり	2,046	2,994	2,764	2,531	3,749	3,347	3,277	2,683	2,401
③	カバンのフジタ本店	1,206	1,214	1,267	999	1,228	1,148	1,266	1,039	940
④	山形まるごと館 紅の蔵	496	721	825	899	1,035	884	899	876	706
⑤	大丸屋商店	1,796	1,961	1,669	1,522	1,766	1,876	1,634	1,278	1,197
⑥	みずほ銀行山形支店	1,345	1,285	1,318	1,005	1,404	1,317	1,373	1,263	1,117
⑦	アズ七日町	5,558	4,004	5,121	4,209	5,268	4,098	4,158	3,099	2,872
⑧	ほっとなる広場	2,822	2,820	2,862	2,065	3,266	2,696	2,830	2,647	2,746
⑨	十一屋本店	2,180	1,787	2,053	1,542	2,056	2,113	2,092	1,747	1,579
⑩	岩淵茶舗	2,706	2,383	3,350	2,295	3,155	2,935	2,623	2,085	2,646
年度合計		22,861	22,242	24,150	19,779	26,337	22,580	22,399	18,640	18,130

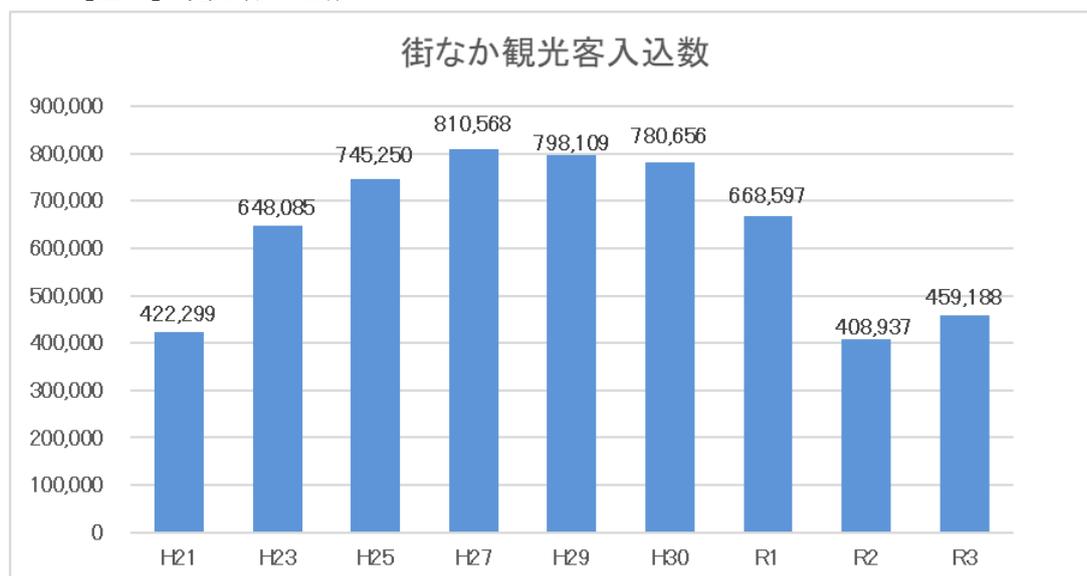
R2年1月：旧大沼の閉店

### (2) 新型コロナウイルス感染症の拡大

山形市では平成20年に中心市街地活性化基本計画を策定して以降、これまで様々な取り組みを進め、街なか観光客の入込数は順調に推移してきました。平成25年度～平成30年度にかけては毎年70万人超の入込数がありましたが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、令和元年度には70万人を割り込みました。その後、令和2年度から3年度には40万人台へと大きく減少しております。

また、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、社会環境も大きく変化しております。マスクの着用や手指消毒が日常となり、ビジネスにおいては非接触の決済システムやパーテーションによる感染防止対策の浸透、テレワークといった仕事のスタイルの導入など、これまでにない変化が急速に生じています。

【図1】観光客入込数



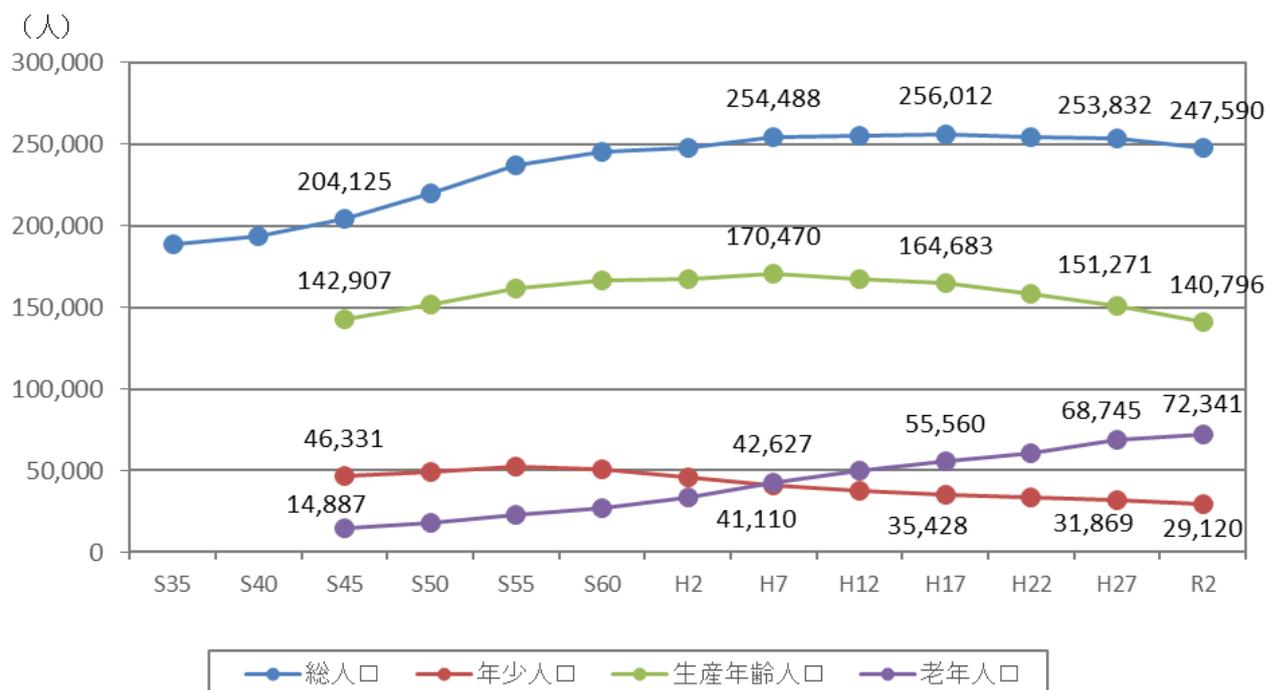
## 2. 中心市街地の現状

### (1) 人口の推移

山形市の総人口は、令和2年（2020年）で247,590人であり、平成17年（2005年）の256,012人をピークに緩やかに減少しています。

また、平成7年（1995年）に、年少人口（15歳未満）と老年人口（65歳以上）の逆転が始まりました。生産年齢人口（15～64歳）のピークは、平成7年（1995年）で170,470人となっています。その後、生産年齢人口は順次老年期に入り、また平均寿命が延びたことから、老年人口は今後も緩やかに増加を続けると予測され、少子高齢化が進展している状況です。

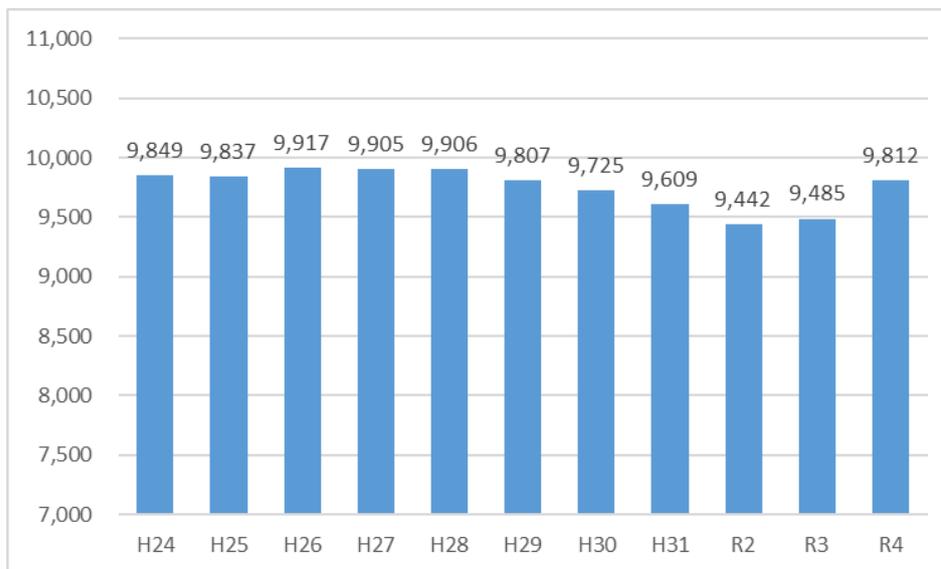
【図2】年齢3区分人口の推移



(国勢調査より)

中心市街地の人口は、9,900 人前後の横ばいで推移してきましたが、平成 29 年以降減少傾向に転じました。令和 4 年には、共同住宅の供給等により 9,800 人超に増加しています。(図 3)

【図 3】 中心市街地居住人口の推移 (各年 1 月 1 日現在)



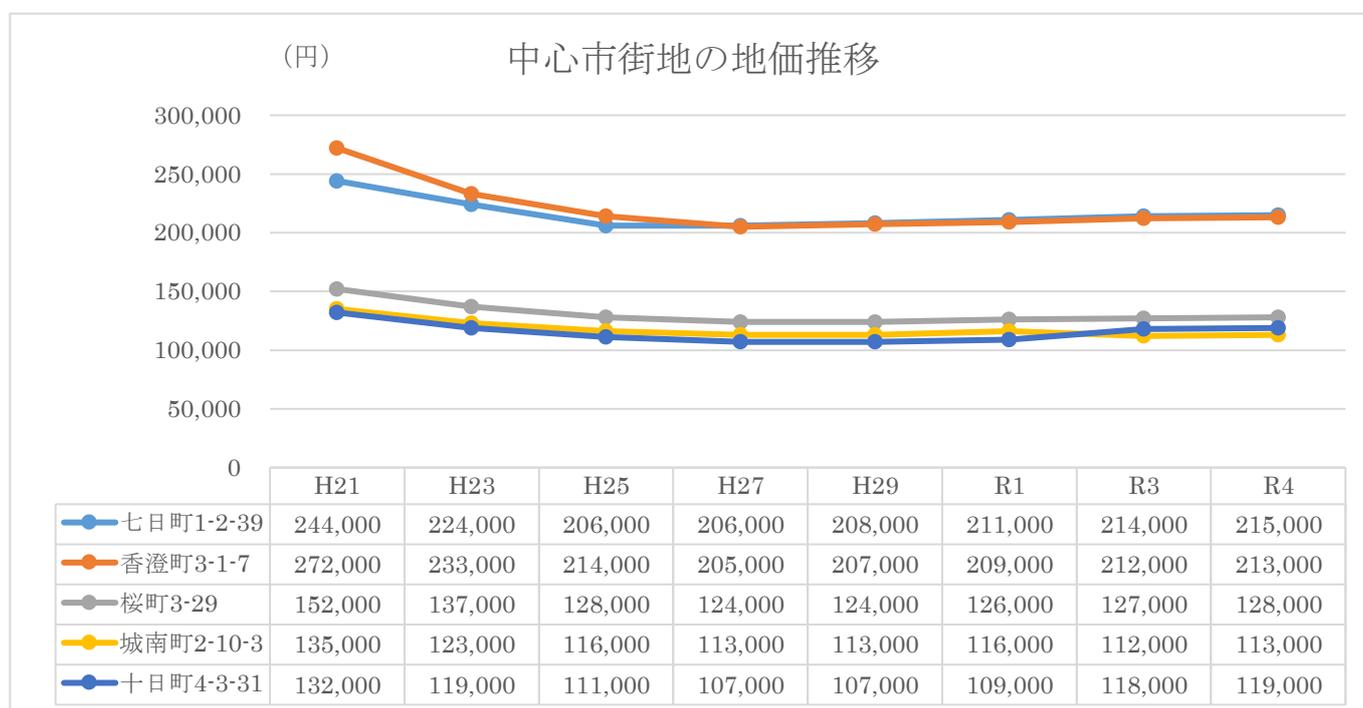
(住民基本台帳より)

## (2) 地価の現状

下図(図 4)は中心市街地における地価の推移の状況です。

全国的には下落基調にある地価が、山形市の中心市街地では平成 26 年以降緩やかな上昇傾向にあります。こうした傾向にある要因としては、中心市街地で進むマンション建設が大きく関与していると推察されます。

【図 4】 中心市街地の地価推移



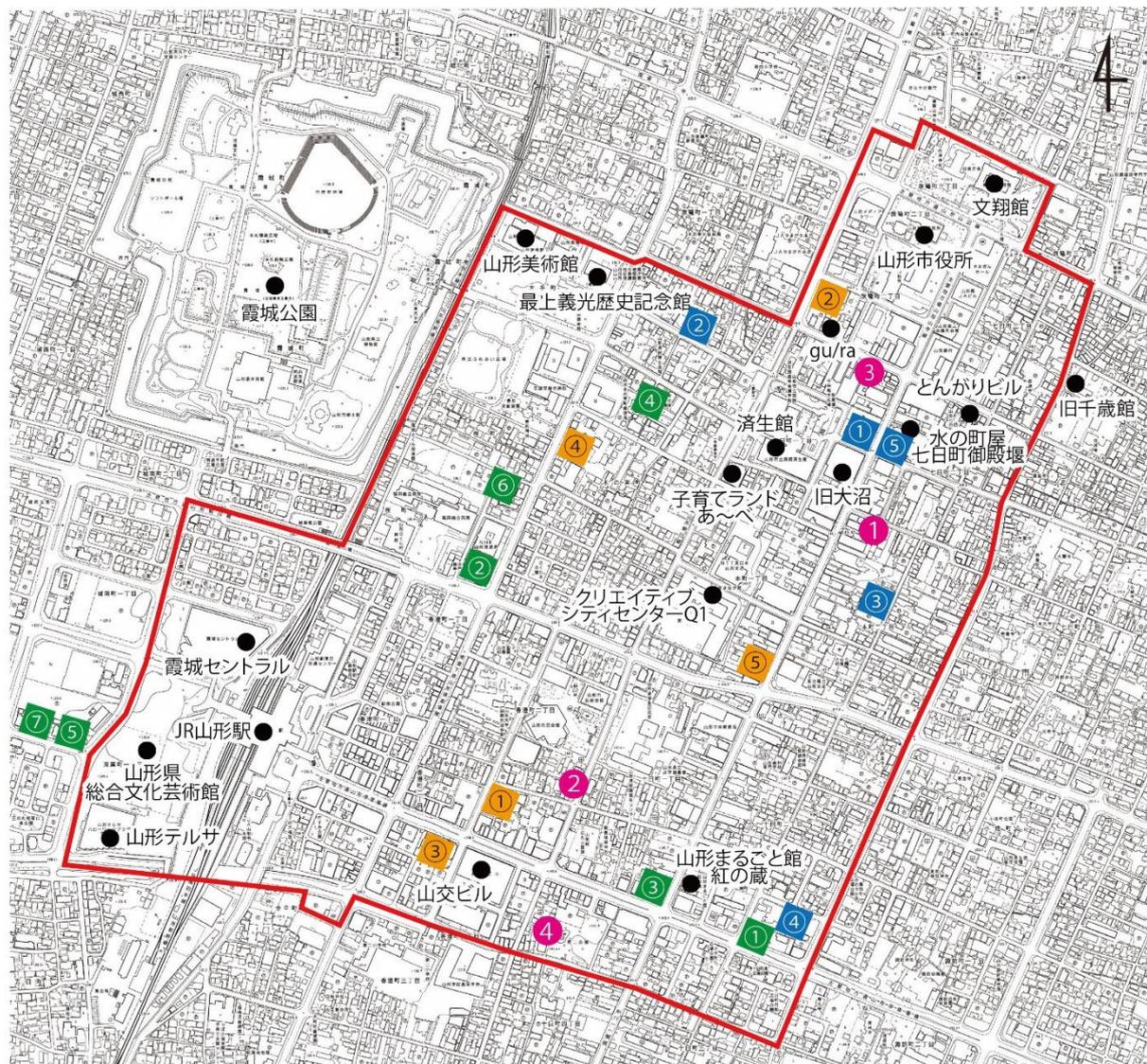
(国土交通省地価公示より)

### (3) マンション・準学生寮の建設の状況

下図（図5）は中心市街地における過去20年間でのマンション建設の状況及び今後の計画を整理したものです。

多数のマンション建設や準学生寮の整備が行われ、中心市街地の居住人口の増加に寄与していると推察されます。

【図5】中心市街地におけるマンション建設の状況



#### 1. 平成15年～平成24年建築

- ① サンデュエル十日町 (H16.3) 13階45戸
- ② ジェネラスマンション桜町 (H16.11) 14階48戸
- ③ D'グラフォート十日町タワー (H18.3) 23階126戸
- ④ サーパス木の实町 (H19.1) 14階39戸
- ⑤ ヤマガタミッドランドタワーイースト (H19.12) 17階167戸
- ⑥ セレーノ霞城公園 (H20.1) 14階52戸
- ⑦ ヤマガタミッドランドタワーウエスト (H21.3) 17階126戸

#### 2. 平成25年～令和3年建築

- ① シティタワー七日町 (H25.2) 20階131戸
- ② サーパス旅籠町 (H25.5) 14階52戸
- ③ サーパス山形本町 (R1.12) 12階66戸
- ④ レーベン山形十日町 (R3.2) 20階171戸
- ⑤ デュオヒルズ七日町タワー (R3.3) 20階144戸

#### 3. 令和4年以降完成予定

- ① 【仮称】J011 (R4.2) 10階34戸
- ② 【仮称】レーベン山形旅籠町 (R4.9) 15階70戸
- ③ 【仮称】香澄町3丁目マンション (R5.3) 10階39戸
- ④ 【仮称】グランフォセット木の实町公園通り (R5.9) 15階70戸
- ⑤ 【仮称】本町マンション (R7.11) 20階140戸

#### 準学生寮

- ① 山形クラス七日町一番街 (R2.2) 13階22戸
- ② 山形クラス香澄町の家 (R2.2) 2階5戸
- ③ 山形クラス七日町一丁目 (R3.2) 7階13戸
- ④ 山形クラス第二公園の家 (R3.2) 2階5戸

#### (4) 商業環境の変化

##### ① 小売額の状況

山形市の商業は山形県の内陸商圏の中心的役割を担っており、商圏の状況（図 6、表 2-1）を見ると、平成 30 年では 11 市 13 町に及んでいます。

平成 24 年と比較すると、商圏人口が増加したにも関わらず、他市町村から買物に来る人口（吸引人口）は 35 万人から 29 万人へと減少しています。また、山形市世帯の他市町村への買物流出率（表 2-2）での比較では、インターネットなどの通信販売や、隣接している天童市への買物流出率がそれぞれ増加しており、吸引人口の減少に繋がっていると考えられます。

また、中心市街地では平成 24 年を底に、年間商品販売額や全体に占めるシェアは緩やかに上昇しているものの、依然として低い状況にあります。

特に、平成 19 年には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 m<sup>2</sup> 超）が 9 店舗、売場面積の合計約 35,500 m<sup>2</sup> が新規開店し、その後の調査結果において、年間商品販売額、売場面積ともに大きく減少しています。さらには、平成 26 年にイオンモール天童、平成 27 年にコストコ上山倉庫店と、近隣市への大型店出店が相次ぎ、中心市街地の商業に大きな影響を与えています。（図 7、図 8）

中心市街地の小売業は、インターネットなどの通信販売や、郊外の大型店・仙台市への買物客の流出により、商圏を拡大することは難しい状況にあります。

【図 6】 山形市の商圏の状況（平成 24 年・平成 30 年買回り品）

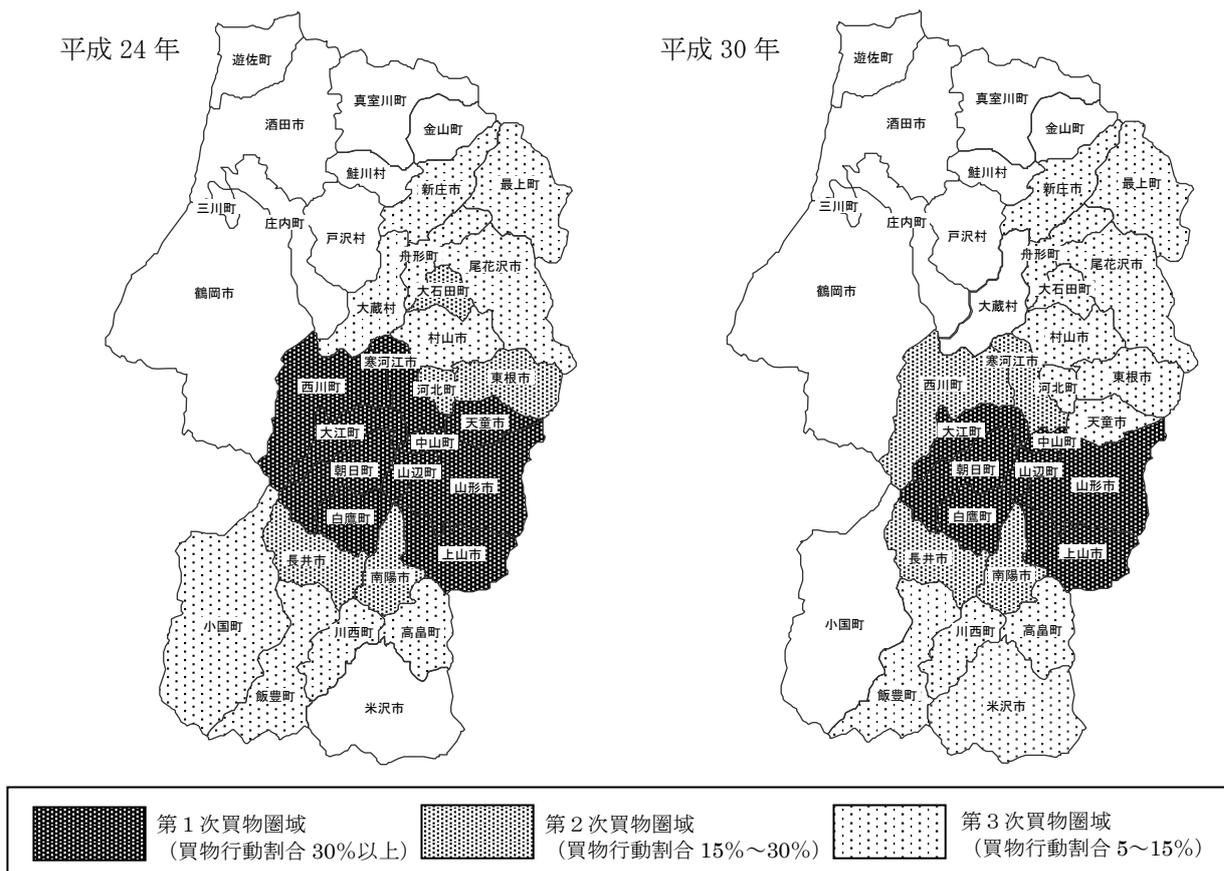


表 2-1 山形市の商圈の状況（平成 24 年・平成 30 年買回り品）

商圈範囲	平成24年			平成30年		
	市町村数	商圈人口	吸引人口	市町村数	商圈人口	吸引人口
第1次	4市6町	455,204	312,969	2市5町	334,002	242,887
	山形市、寒河江市 上市市、天童市 山辺町、中山町 西川町、朝日町 大江町、白鷹町			山形市、上市市 山辺町、中山町 朝日町、大江町 白鷹町		
第2次	3市2町	136,428	23,799	3市1町	103,650	20,962
	長井市、東根市 南陽市、河北町 大石田町			寒河江市、長井市南 陽市、西川町		
第3次	3市6町1村	158,912	14,388	6市7町	350,977	28,811
	新庄市、村山市 尾花沢市、最上町 舟形町、高畠町 川西町、小国町 飯豊町、大蔵村			米沢市、新庄市 村山市、東根市 尾花沢市、天童市 最上町、舟形町 大石田町、河北町 高畠町、川西町 飯豊町		
計	10市14町1村	750,544	351,156	11市13町	788,629	292,660

（山形県買物動向調査（買回り品）より）

※ 山形県買物動向調査（買回り品） … 県内の消費者の買物動向の状況を調査するもので、山形県が3年ごとに実施する調査。買回り品とは、衣服、家具、家電、スポーツ・レジャー用品等のいくつかの店舗を回るなどして購入する商品をいう。

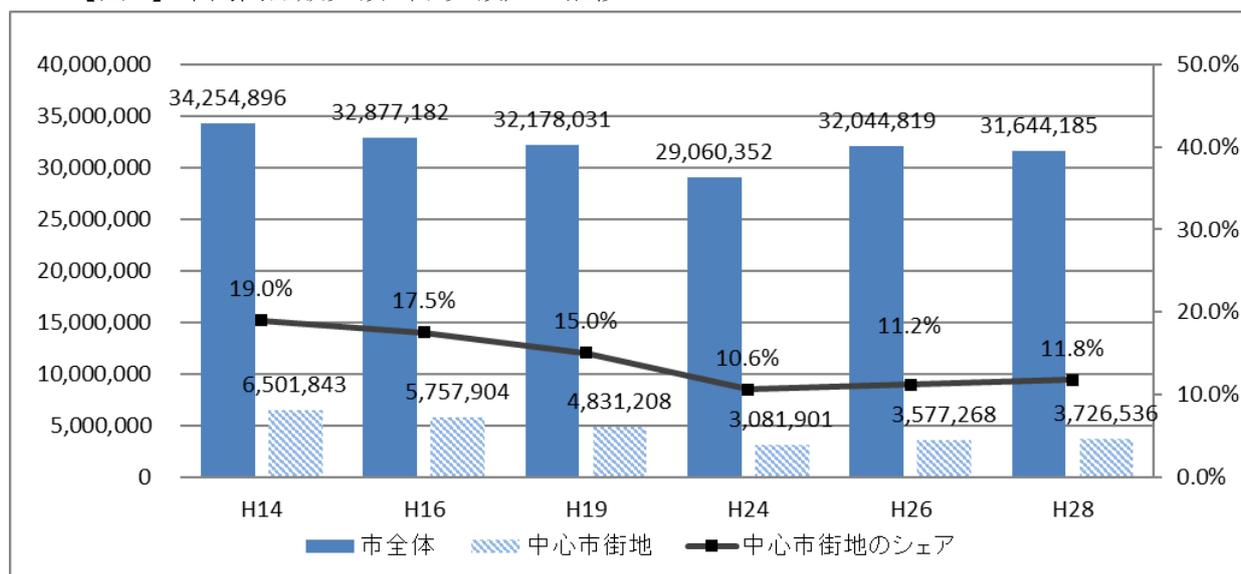
※ 吸引人口＝各市町村の推計人口×各市町村の買物行動割合

表 2-2 山形市世帯の他市町村への買物流出率（平成 24 年・平成 30 年買回り品）

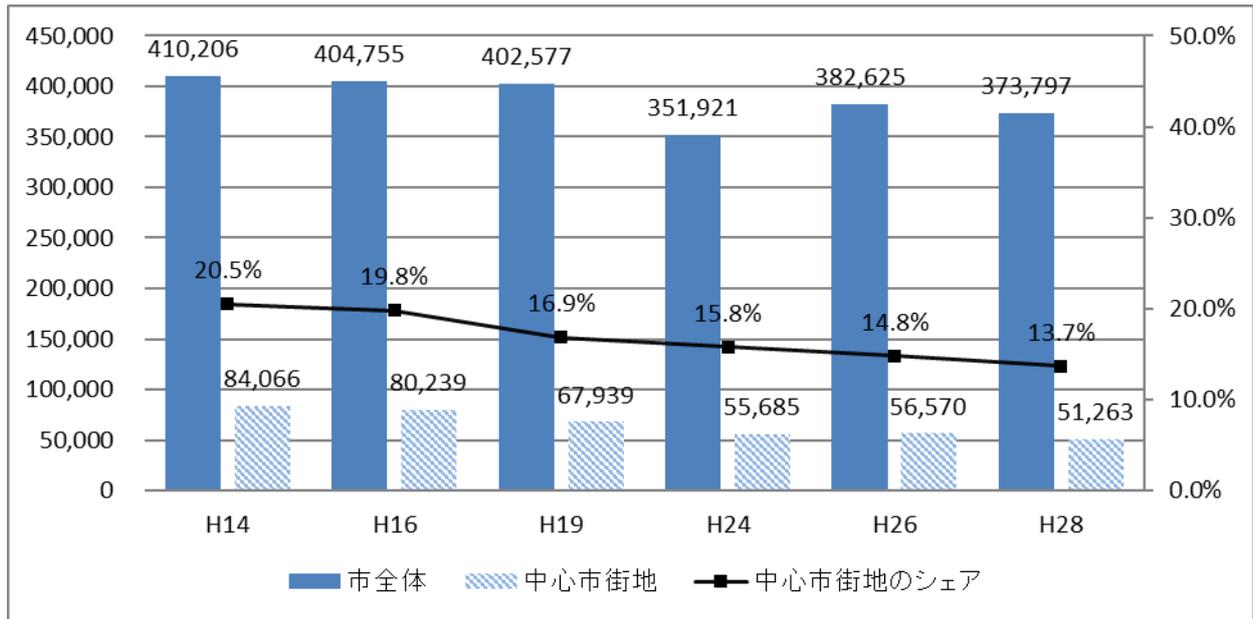
平成 24 年				平成 30 年			
自市町村での 購買世帯の割合	流出先市町村・流出率			自市町村での 購買世帯の割合	流出先市町村・流出率		
	第1位	第2位	第3位		第1位	第2位	第3位
86.4%	通信販売	仙台市	天童市	80.3%	通信販売	仙台市	天童市
	5.9%	5.2%	0.8%		8.6%	4.9%	3.1%

（山形県買物動向調査（買回り品）より）

【図 7】年間商品販売額（小売額）の推移



【図 8】売場面積（小売業）の推移



(商業統計、経済センサス活動調査より)

【図 9】国内における B to C 電子商取引の市場規模の推移

(単位：億円)



(経済産業省「電子商取引に関する市場調査」より)

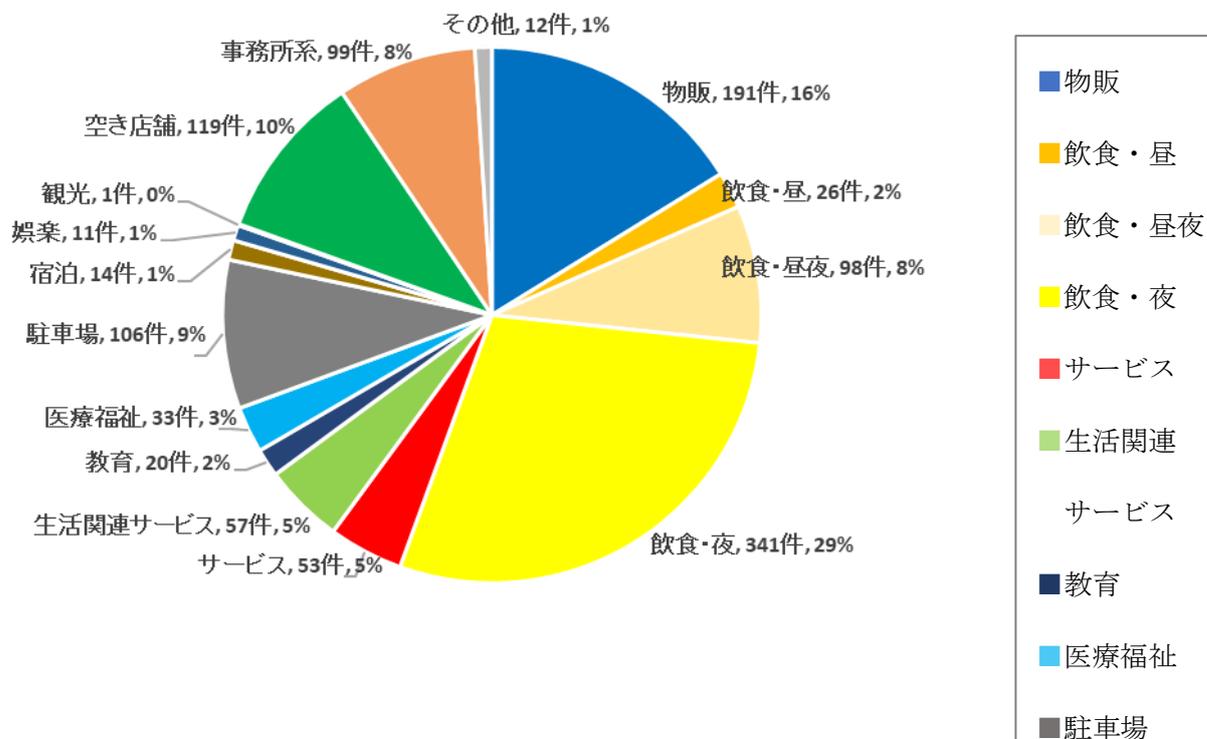
## ② 商店街の業種分類

下図（図 10・図 10-2）は令和 4 年 4 月末時点の中心市街地内の商店街エリアにおける業種分類調査の結果です。商店街エリア全体として飲食店の割合が高く、特に夜間のみ営業を行う飲食店が多くあります。

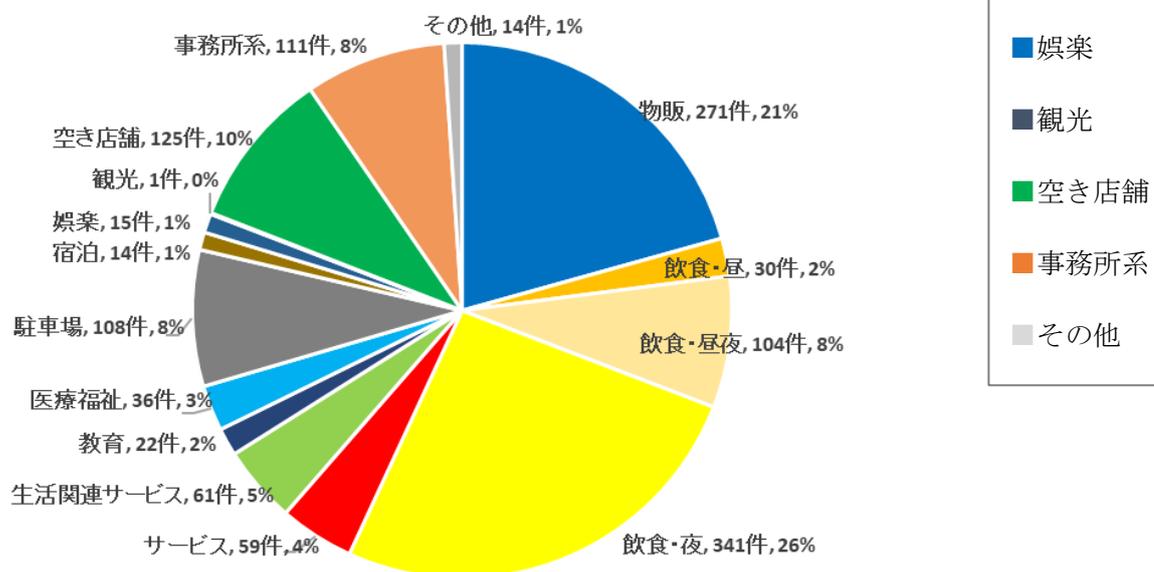
空き店舗も含めると、約 36%の店舗が日中空いていない状況にあります。

< 中心市街地内の事業所の業種分類 >

【図 10】 商店街エリア全体（大型店を除く）（合計：1,181 件）



【図 10-2】 商店街エリア全体+大型店（合計 1,312 件）



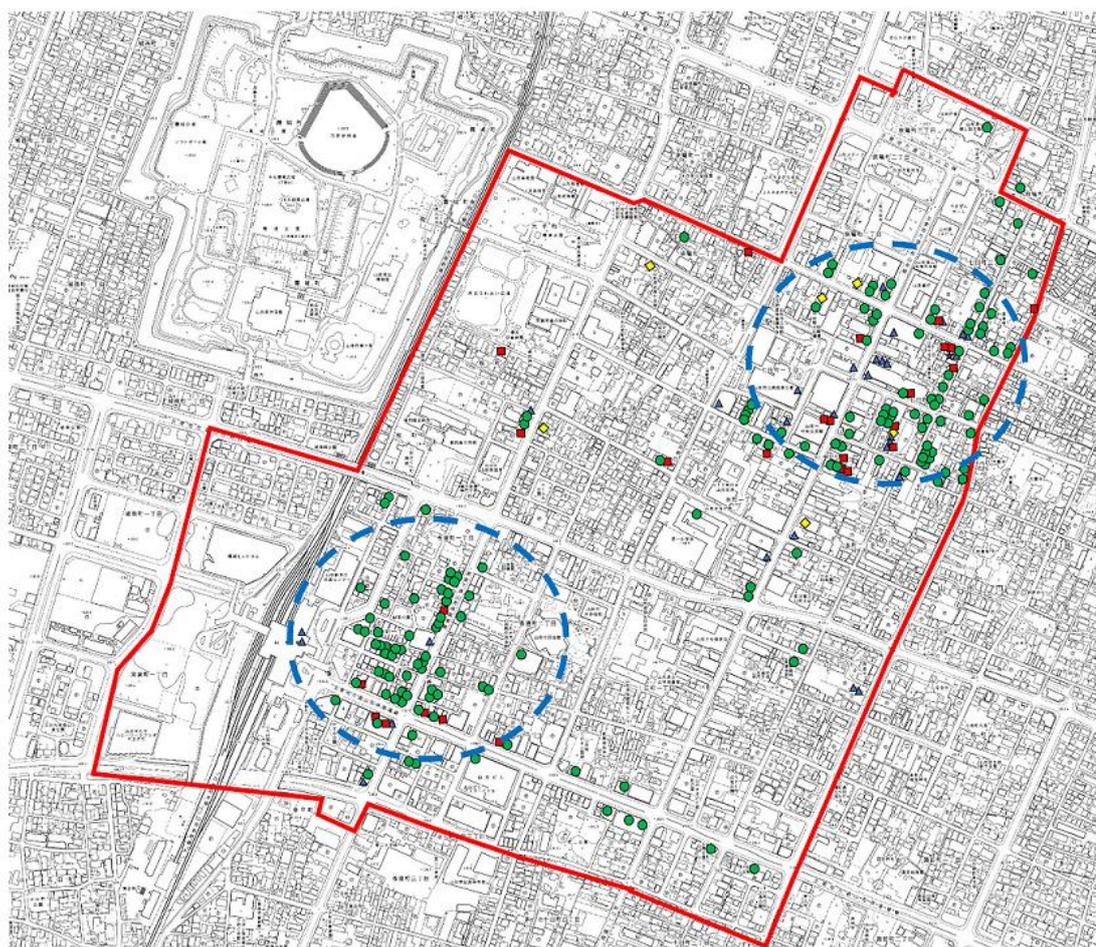
### ③ 新規出店ポイントの状況

下図（図 11）は、平成 28 年から令和 4 年 7 月までの中心市街地における新規出店のあった箇所を示したものです。

新規出店の箇所は、青枠で示した七日町周辺とすずらん街を中心とした駅前周辺の 2 ケ所へと集中しています。これらのエリアで、官民が一体となって取り組んでいる御殿堰・文翔館といった歴史的資源を活かした景観形成や、道路などの公共空間を活用した事業の効果が表れているものと推察されます。

今後も、エリアの特性を踏まえた出店誘導を図り、エリア全体の価値を高めていく必要があります。

【図 11】 中心市街地における新規出店ポイント



業種別集計

	▲物販	●飲食	■サービス	◆事務所	★複合	合計
平成28年	3	22	2			27
平成29年	3	16	3	1	1	24
平成30年	8	26	1			35
令和 1年	4	39	5	3	1	52
令和 2年	6	19	4			29
令和 3年	9	27	8			44
令和 4年	2	7	6	2		17
合計	35	156	29	6	2	228

エリア別集計

令和 4 年 7 月現在

	駅前エリア (香澄町1~3)	七日町エリア (七日町1~3)
平成28年	7	13
平成29年	0	2
平成30年	12	18
令和 1年	16	10
令和 2年	11	11
令和 3年	10	25
令和 4年	6	6
合計	62	85

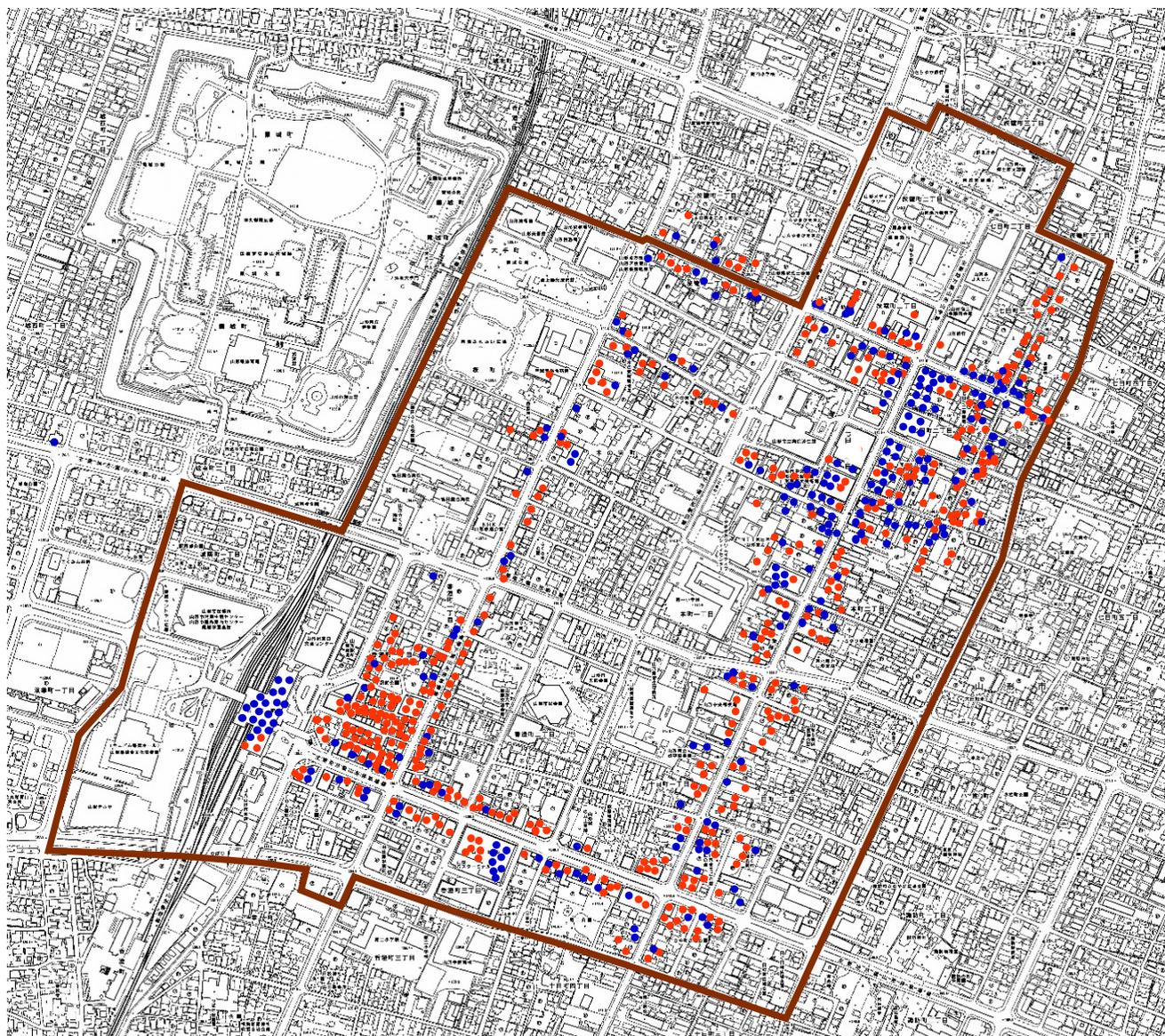
(山形エリアマネジメント協議会調査より)

## (5) 店舗構成の状況

下の図 12 は、中心市街地における店舗構成の状況を示しています。駅周辺部は目的型の店舗が多く、七日町周辺は目的型・回遊型どちらも立地しております。周辺部と七日町間のエリアを含め、街全体としては目的型の店舗が多い状況にあります。

まちの回遊性を高めるためにも、回遊型店舗の増加に向け取組を進めていきます。

【図 12】目的型・回遊型店舗の分布状況（店舗 1 階部分のみ）



- ※ ●目的型店舗：来店者が、店舗等を特定し消費行動を行うことを主とする業種・業態  
例) 宿泊業、医療業、飲食業（夜のみ営業）、サービス業、  
教育・学習関連業、生活関連サービス業、観光業、娯楽業 等
- 回遊型店舗：来店者が、回遊しながら消費行動を伴うことを主とする業種・業態  
例) 飲食業（昼営業）、小売業

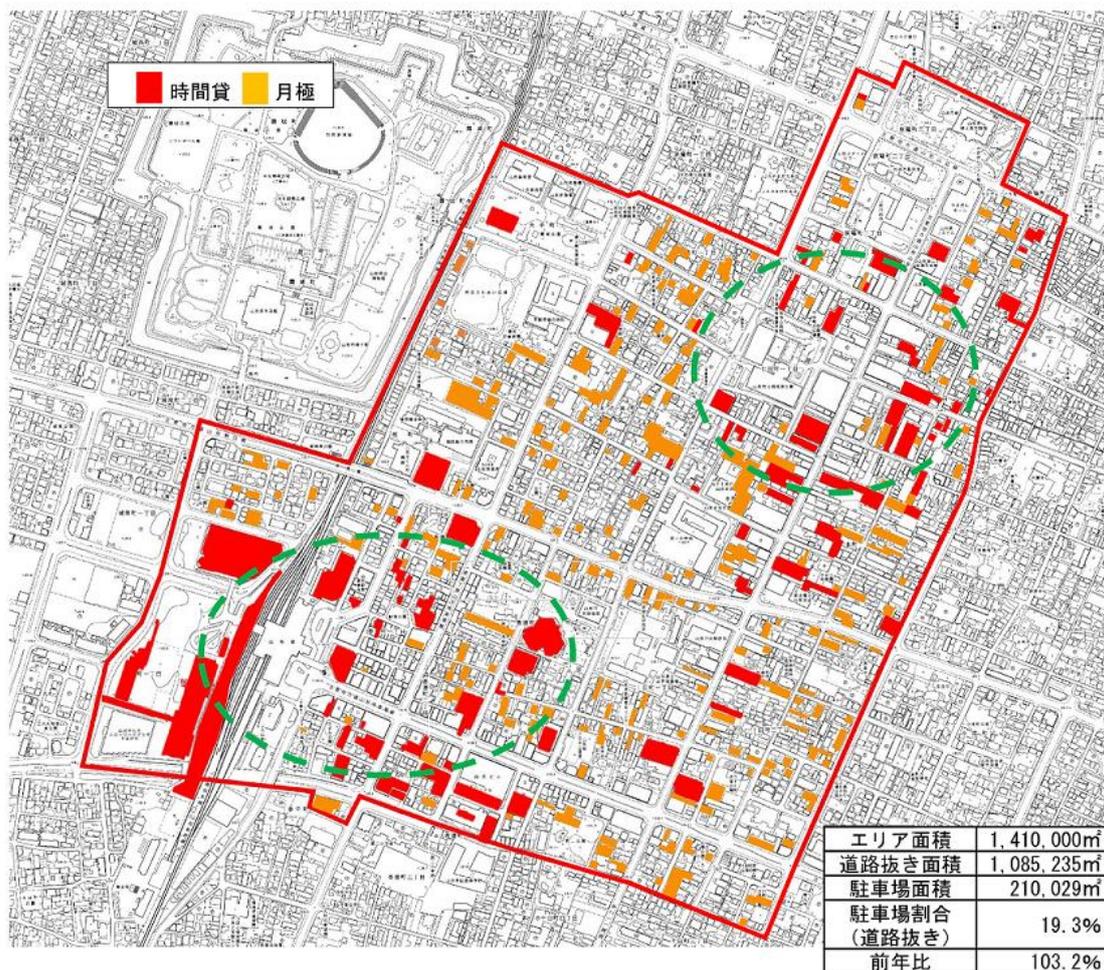
## (6) 駐車場の現状

下図(図13)は、中心市街地における時間貸し駐車場と月極駐車場の配置の状況図(地下駐車場を除く)です。

中心市街地の面積のうち19.3%が駐車場として使われています。緑枠で示した新規出店箇所に合わせて、時間貸し駐車場が多数存在しています。

また、全体の箇所数で見ると約95%が平置き駐車場となっていることから、中心市街地の土地利用としては高度利用されておらず、土地の高度利用を図る必要がある状況です。

【図13】中心市街地における駐車場の現状(令和4年7月現在)



	時間貸(コインパーキング)										月極		合計	
	A社		B社		その他		立体駐車場		小計		ヶ所	台数	ヶ所	台数
	ヶ所	台数	ヶ所	台数	ヶ所	台数	ヶ所	台数	ヶ所	台数				
全エリア	8 (8)	529 (529)	16 (16)	244 (244)	42 (3)	1,440 (149)	17 (2)	3,133 (551)	83 (29)	5,346 (1,473)	267	3,620	350	8,966
割合	2.3% (2.3%)	5.9% (5.9%)	4.6% (4.7%)	2.7% (2.8%)	12.0% (0.8%)	16.1% (1.6%)	4.6% (0.5%)	34.9% (6.1%)	23.7% (8.3%)	59.6% (16.4%)	76.3%	40.4%	100.0%	100.0%

※ カッコ内の数字はクレジットカード対応の駐車場

(山形エリアマネジメント協議会調査より)

## (7) 中心市街地の観光の現状

表 2 は、中心市街地における観光客の入込数です。

平成 28 年度～令和元年度については、ほぼ横ばいで推移しておりますが、令和 2 年度は前年比約 61%と大幅に落ち込んでいます。新型コロナウイルス感染症の影響や「山形まなび館」がリノベーションのため閉館したことが大きな要因であると推察されます。

令和 3 年度には、新型コロナウイルス感染症のワクチン接種や自治体等による観光需要喚起策の実施等により観光客の入込数は一部回復しましたが、依然として新型コロナウイルス感染症流行前である平成 30 年度の水準には達していません。

【表 2】 中心市街地における観光客の入込数

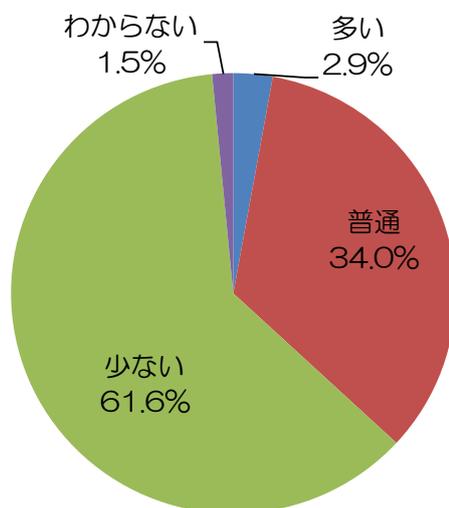
	H21	H23	H25	H27	H29	H30	R1	R2	R3
文翔館	135,980	140,244	128,567	154,531	163,335	186,421	158,660	53,362	82,957
山形美術館	114,489	89,513	76,461	82,405	86,669	72,320	91,525	30,202	87,016
最上義光歴史館	52,684	20,872	30,037	24,728	25,303	22,503	25,030	12,878	6,842
山形まるごと館	119,146	348,074	408,992	416,486	387,804	360,229	340,576	287,312	277,766
やまがたクリエイティブシティセンターQ1 (H22～R3:山形まなび館)	0	49,382	101,193	132,418	131,152	122,201	38,966	18,390	0
gura	0	0	0	0	3,846	16,982	13,840	6,793	4,607
<b>小計</b>	<b>422,299</b>	<b>648,085</b>	<b>745,250</b>	<b>810,568</b>	<b>798,109</b>	<b>780,656</b>	<b>668,597</b>	<b>408,937</b>	<b>459,188</b>

## (8) 都市景観としての緑量の状況

「山形しみどりの基本計画」において、中心市街地に対するみどりの豊かさ（量）について、市民アンケートを実施した結果、「みどりが少ない」と回答した割合が61.6%と最も高く、「みどりが多い」と回答した割合は2.9%とわずかであることから、多くの市民が中心市街地には緑量が不足していると感じていることがわかります。（図14）

緑量が増え、街なかの空間や商店街の通りの景観が上質になることは民間投資の誘導にもつながるため、中心市街地全体の緑量の向上が求められる状況です。

【図14】 中心市街地に対するみどりの豊かさ（量）について



（山形しみどりの基本計画より）

### <理想的な空間（例）>



## (9) ウォーカブルなまちづくりの状況

山形市は、令和2年3月にウォーカブル推進都市となり、居心地が良く歩きたくなるまちなかづくりの取組を推進しています。令和2年度には、山形エリアマネジメント協議会が主体となり、コロナ占用特例を活用したすずらん通りやシネマ通りの歩道、七日町御殿堰のテラス化を行いました。また、令和3年度からは、国道112号七日町大通り及びその沿道の広場とすずらん通りにおいて、市と商店街の連携による公共空間を利活用した滞在空間創出の実証実験を実施しています。

実験時の調査から、公共空間に日陰やベンチといった休憩や飲食等が気軽にできる滞在空間の創出がまちの居心地の良さ向上につながる結果が得られた一方で、今後、この取り組みを継続し実施していくためにも、民間主導で進めていく体制整備が必要であるとの課題がみえてきました。

### 【令和3年度実施概要】

#### ①国道112号七日町大通り及びその沿道における実証実験の概要

##### ア 内容

七日町大通りを1車線交通規制した路上やほっとなる広場、アズ七日町前の公開空地において、パラソルやベンチ、人工芝、植栽、サイクルラック等を設置

##### イ 実施日時及び場所

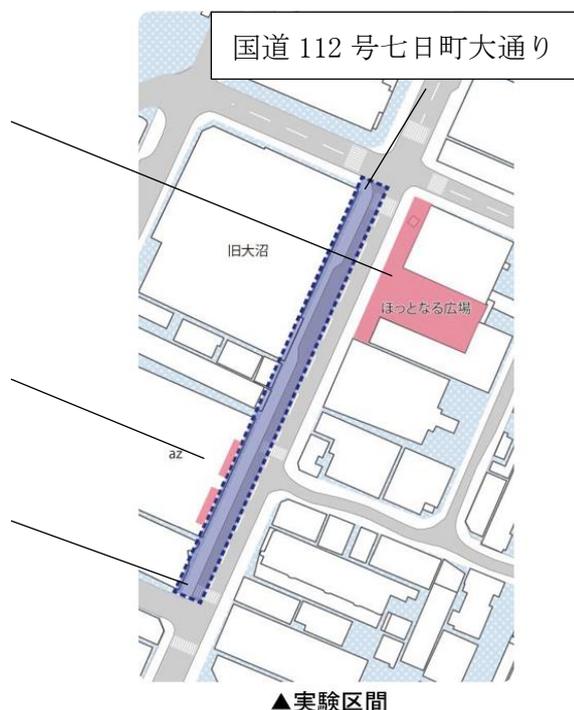
場 所：ほっとなる広場  
日 程：9月6日(月)～15日(水)  
滞留者：1,093人

場 所：アズ七日町前  
日 程：9月12日(日)～15日(水)  
滞留者：94人

場 所：七日町大通り左車線 (L=約150m)  
※1車線交通規制  
日 程：9月16日(木)～19日(日)  
滞留者：455人

※時 間：7時～19時

※滞留者：一定の場所に3分以上滞在した者をいう



<実施の様子>



▲ほっとなる広場



▲1車線交通規制

②すずらん通りにおける社会実験の概要

ア 内容

すずらん通りを歩行者天国化し、沿道の店舗によるイベント、路上にベンチや人工芝、植栽等を設置することで道路空間を利活用

イ 実施日時及び場所

場 所：すずらん通り（右図）

日 程：8月20日(金)、21日(土)、27日(金)、28日(土)、9月3日(金)、4日(土)

時 間：18時～21時半

※9月4日のみ10時～21時半

<実施の様子>



▲交通規制区間と協賛飲食店

## (10) 行政における歳入の状況

図 15 は山形市における令和 3 年度の決算歳入額です。市税収入の約 47%を固定資産税と都市計画税が占めています。

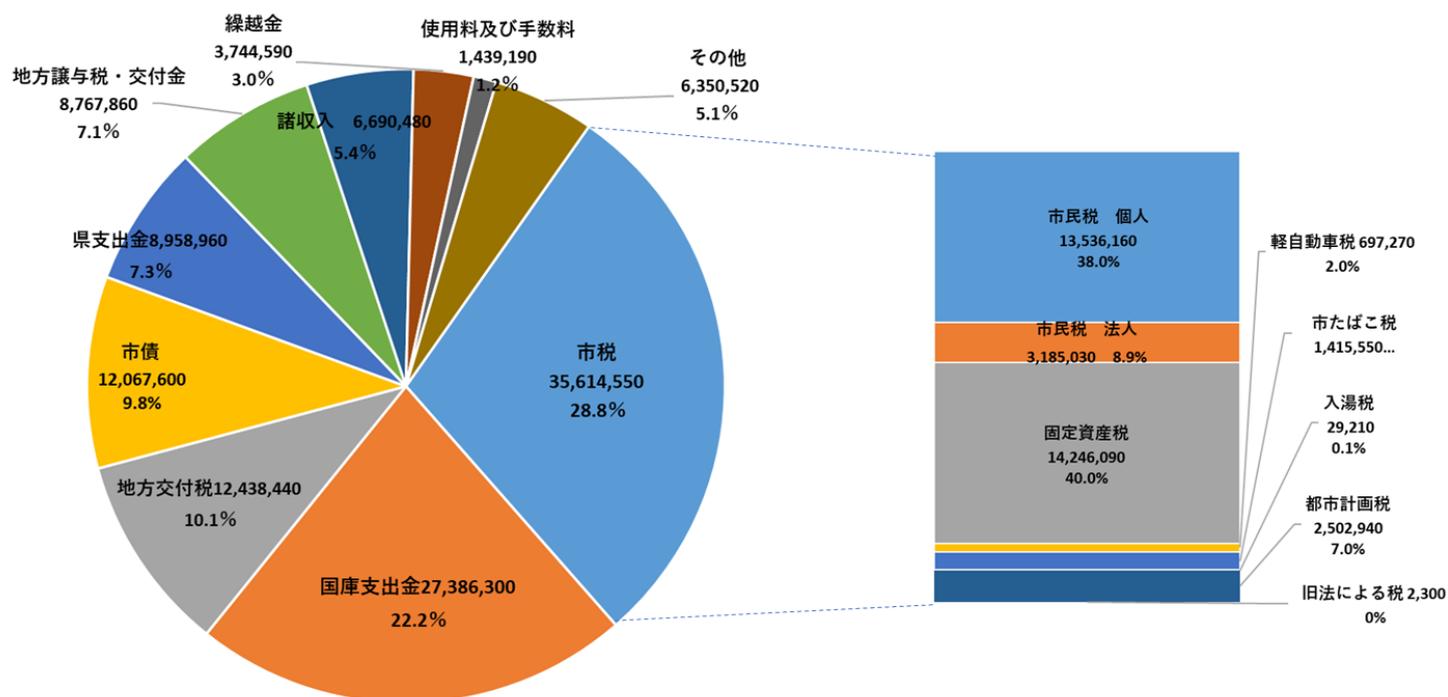
また、山形市の面積 (38,158ha) のうち、中心市街地の面積 (141ha) の割合は 0.3%ですが、固定資産税・都市計画税の年税額で見ると、中心市街地の年税額の割合は約 12%を占めています。(表 4) 中心市街地の価値低下は市税収入の低下と直結するため、中心市街地の価値の向上が非常に重要です。

【図 15】令和 3 年度歳入内訳

### 令和3年度歳入内訳

歳入 123,458,490

(単位：千円)



【表 4】令和 3 年度 固定資産税・都市計画税の市全体年税額に占める中心市街地年税額の割合

	市全体 (円)	うち中心市街地 (円)	割合
固定資産税	12,398,337,300	1,451,519,841	11.7%
都市計画税	2,512,253,710	329,816,056	13.1%
計	14,910,591,010	1,781,335,897	11.9%

### 3. 来街者アンケート調査

#### (1) 令和4年度実施アンケート調査

山形エリアマネジメント協議会において、山形市中心市街地グランドデザイン策定後の中心市街地の現状やニーズの把握を目的としたアンケート調査を実施しました。

##### ① 調査概要

調査日：令和4年7月14日（木）～7月18日（月・祝）

調査場所：山形駅自由通路、山交ビル前、アズ七日町前、山形市役所

調査対象：高校生以上

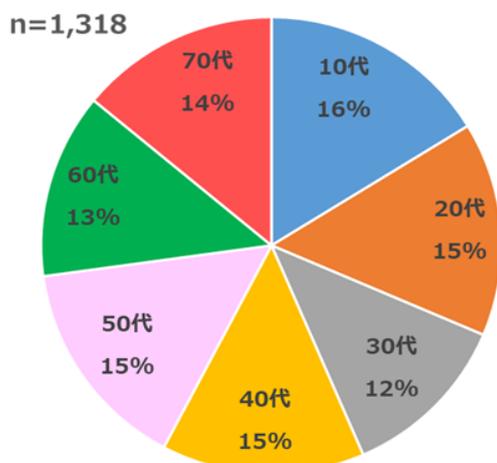
調査方法：調査協力者によるアンケート用紙への記入

回答数：1,318人

##### ② 回答者の属性

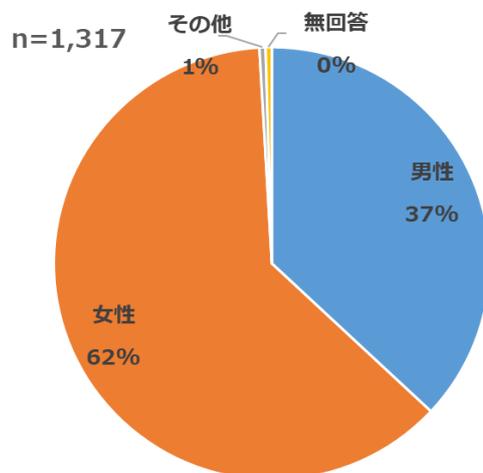
###### ア 年齢

各年代平均的に回答を得ています。



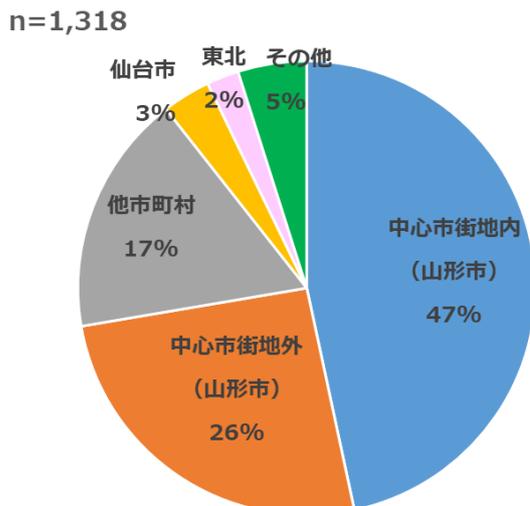
###### イ 性別

女性の回答が62%と、多く得ています。



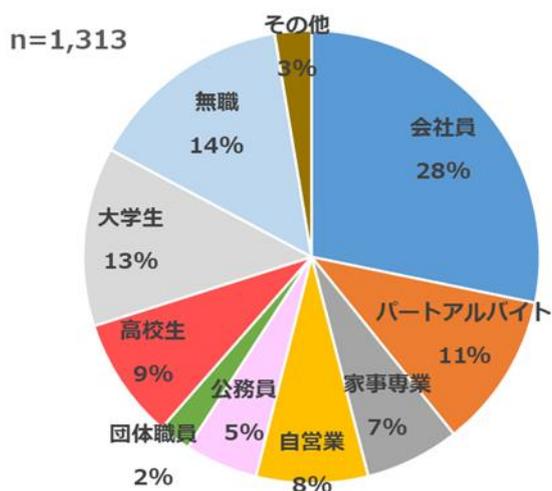
###### ウ 居住地

中心市街地居住者が47%と最多で、中心市街地外も含めると市内居住者の回答が73%です。



###### エ 職業

会社員が28%と最も多く、学生（大学生・高校生）が22%となっております。

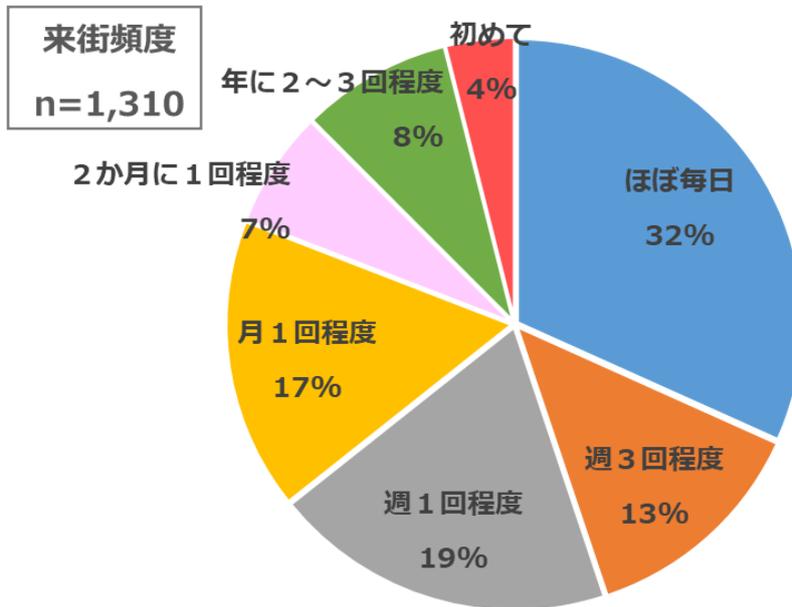


### ③ 調査結果

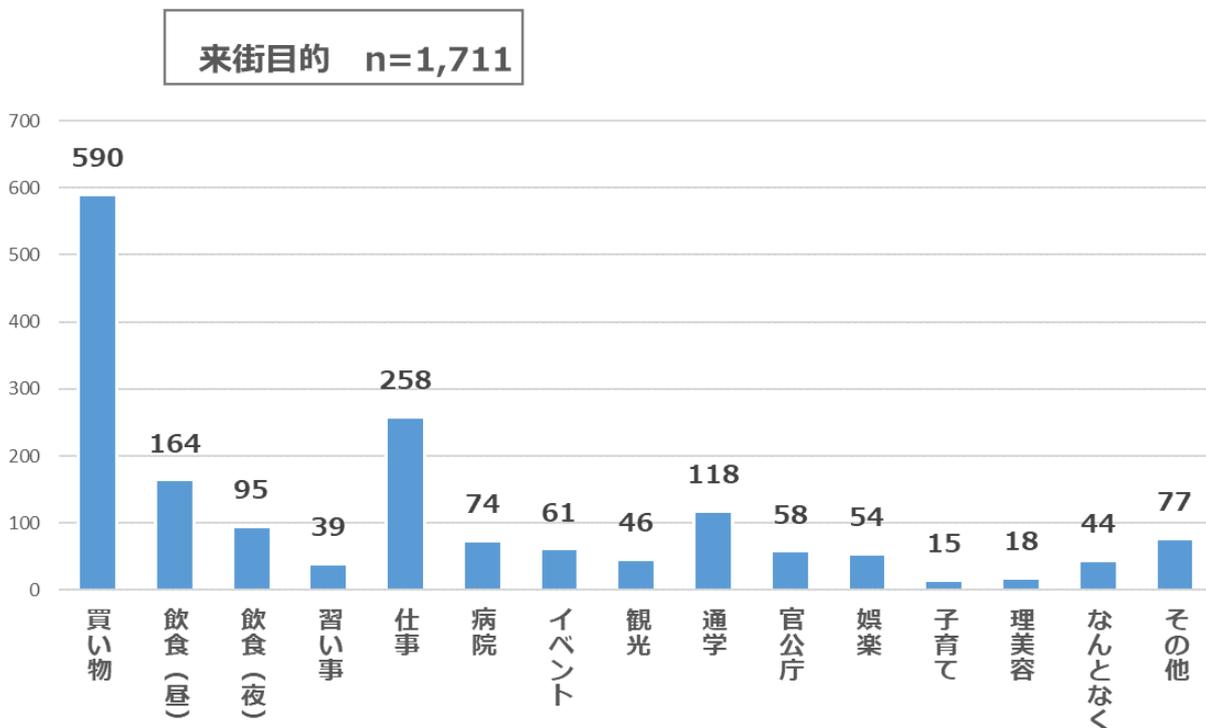
#### ア 中心市街地に来る頻度・来街目的

○ほぼ毎日来街する方が32%と最も多く、週1回以上訪れる方の割合は64%となっております。  
来街の目的は、買い物が34%と最も多く、次いで仕事、飲食（昼）が多い状況です。

・中心市街地に来る頻度はどのくらいですか？



・普段中心市街地へ来られる主な目的は？

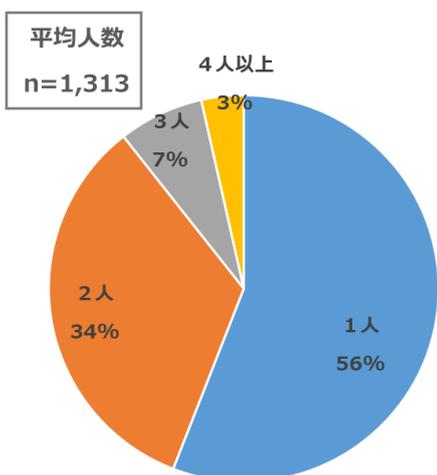


## イ 中心市街地に来るときの平均人数・立ち寄り箇所数・滞在時間

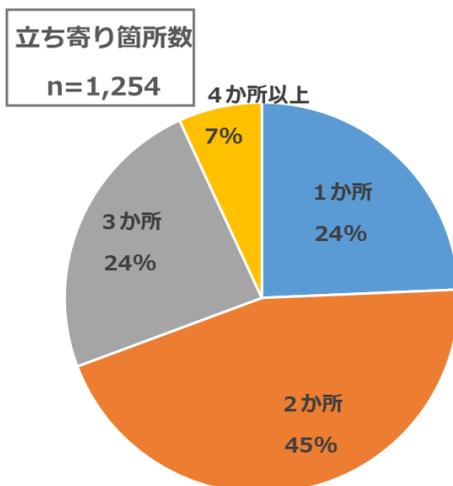
○来街の際の状況に関する調査で、来街の平均人数は1人、立ち寄り箇所数は2箇所、滞在時間は1時間～2時間がそれぞれ最も多く、少数で来街し、立ち寄り箇所も滞在時間も少ない状況であることがわかります。

○また、消費金額も全体の61%が3,000円未満と少ない状況にあります。

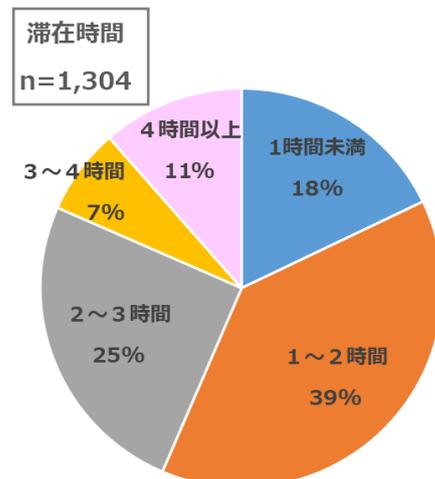
・ 中心市街地に来る時の平均人数は何人ですか？



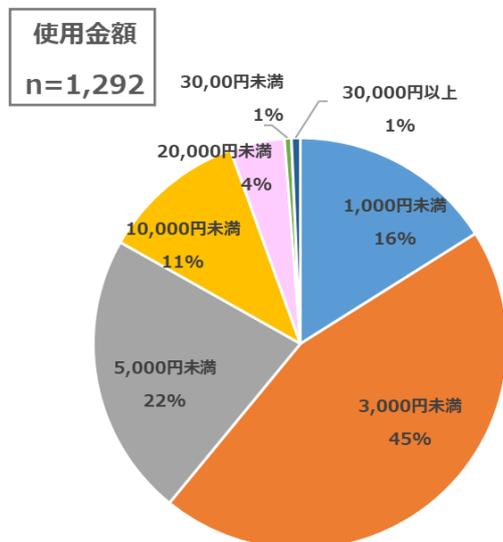
・ 中心市街地に来られた際に立ち寄る場所は平均的に何カ所ですか？



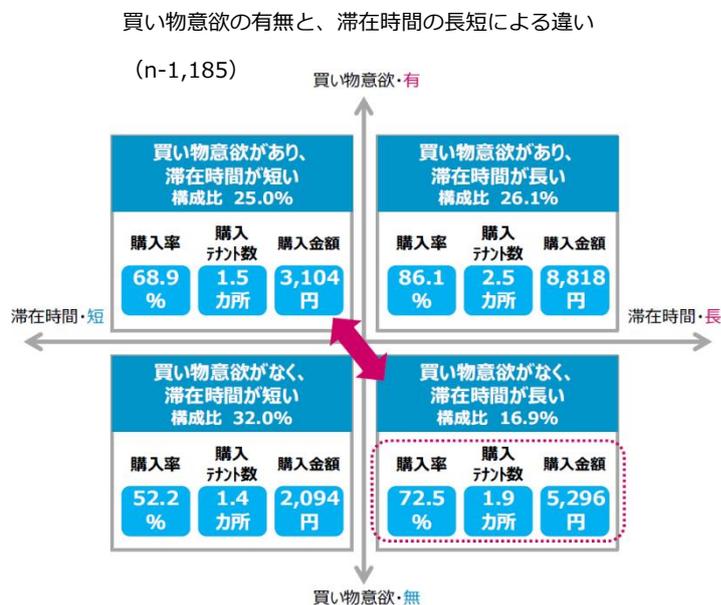
・ 中心市街地での平均的な滞在時間はどれくらいですか？



・ 中心市街地で使われる金額は平均いくらですか？



<参考> (株)JR 東日本企画「駅ビル回遊行動調査」  
 買い物意欲がなくても滞在時間が長い人の方が消費行動が高く、買い物意欲の有無より「滞在時間の長さ」が消費行動に影響を与えることを示唆しています。

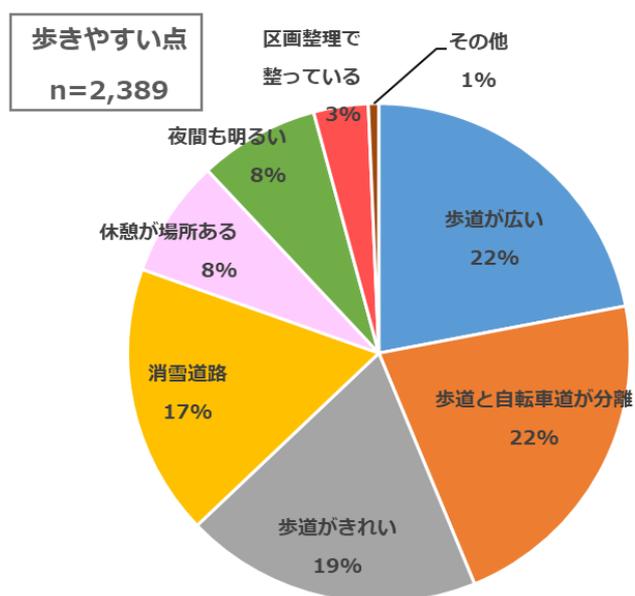


※買い物意欲・有は駅ビルの来店時に「欲しいもの、好きな商品を見たい・買いたい」または「セールや特売で、買い物をしたい」という気持ちがあった方。  
 ※購入テナント数と購入金額は購入者ベース

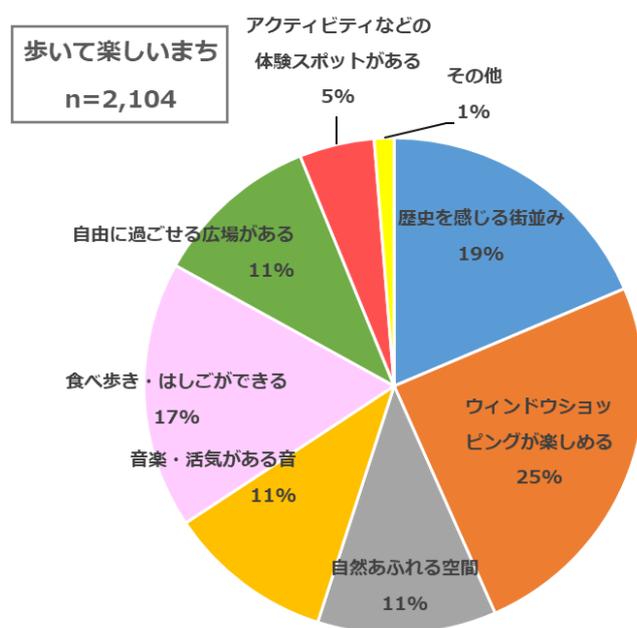
## ウ 中心市街地の歩行環境について

○中心市街地で歩きやすいと感じる項目として、「歩道が広い」、「歩道と自転車道が分離している」、「歩道がきれい」という点で評価されています。反面、歩きにくいと感じる項目としては、「自転車とぶつかりそうになる」が最も多く、この他「休憩できる屋内施設がない」、「ベンチ等の休憩場所がない」「日影がない」などの一休みできるようなスペースへのニーズが高くなっております。また、歩いて楽しいと感じるまちにあるものについては、「ウインドウショッピングが楽しめる」が25%と最も多く、この他「歴史を感じる街並みがある」、「食べ歩き・はしごができる」や、自然・音・広場など5感で感じるようなコンテンツへのニーズがあります。

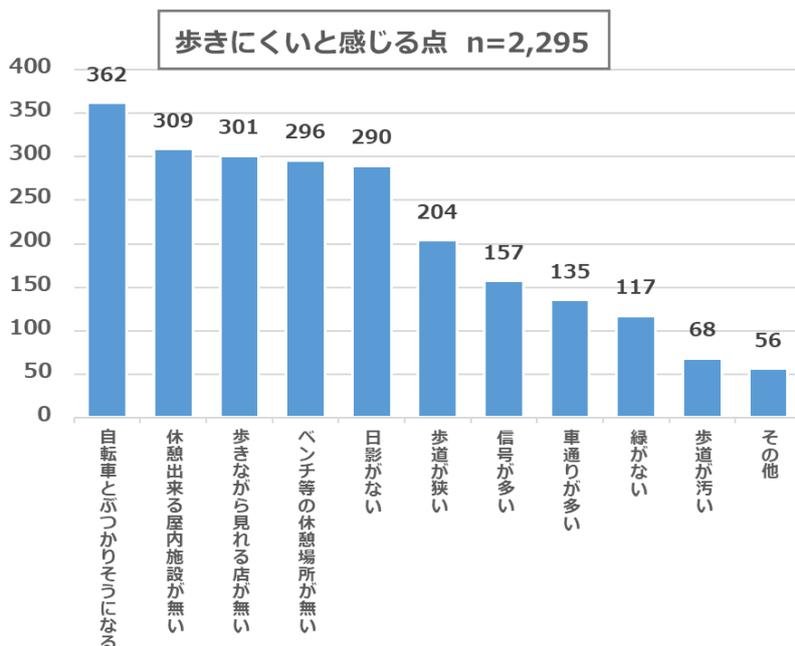
・中心市街地で歩きやすいと感じる点について教えてください。



・歩いて楽しいと感じるまちにあるものは？



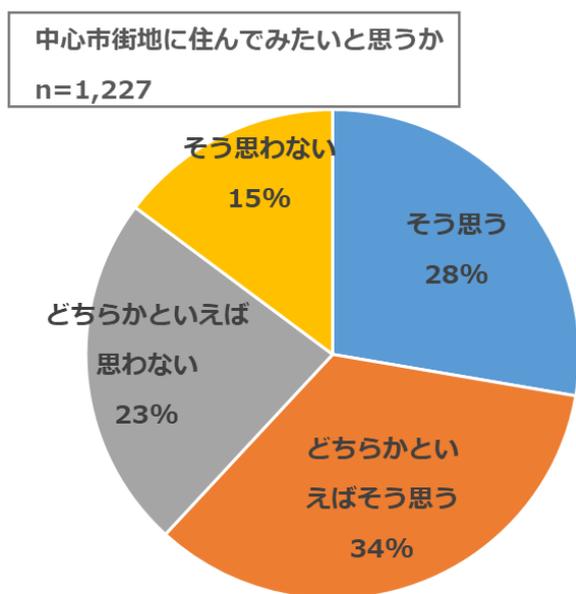
・歩きにくいと感じる点について教えてください。



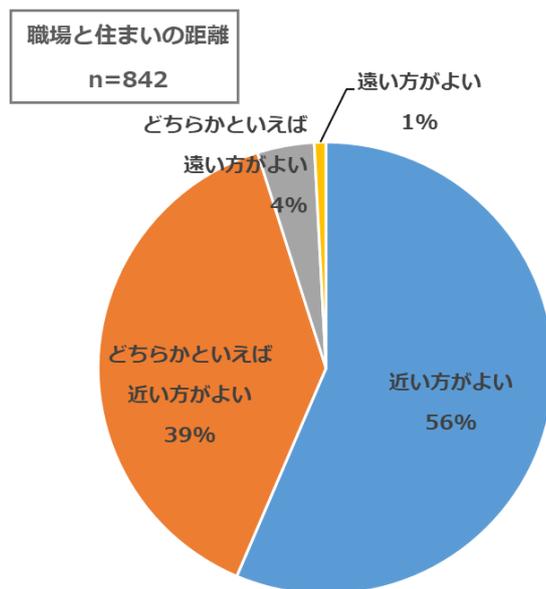
## エ 住まいについて

- 中心市街地に住んでみたい（住み続けたい）と思う方の割合も62%と多く、一定数の居住ニーズがある傾向が伺えます。
- 住みやすい街のイメージとして、商業施設の回答が非常に多く寄せられており、住みやすさへの環境整備として商業は欠かせない機能であると考えられます。この他にも、医療施設や公共交通なども高く、また、職場への近さも高いニーズがあります。

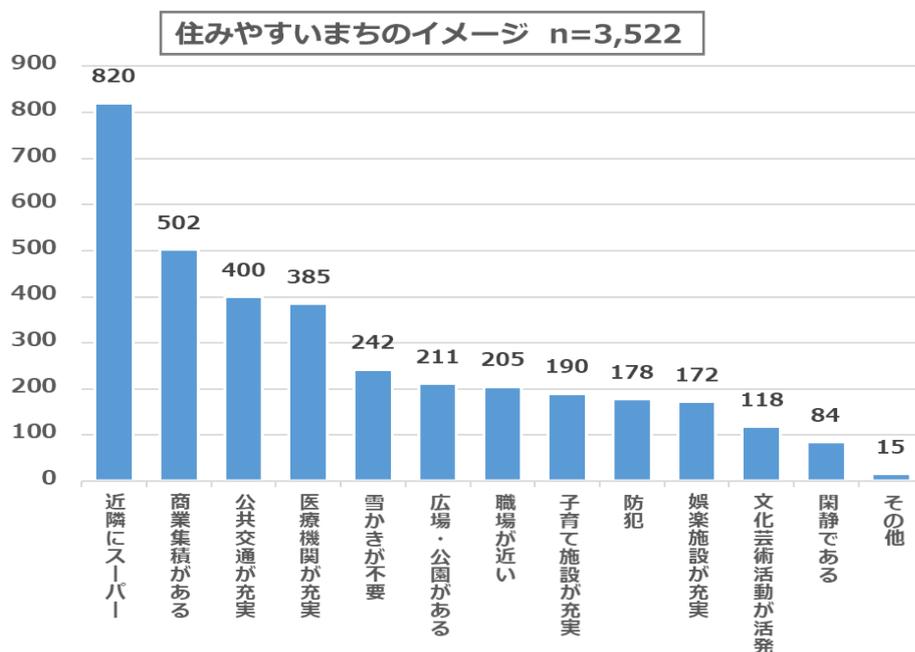
- ・中心市街地に住んでみたい（住み続けたい）  
と  
思いますか？



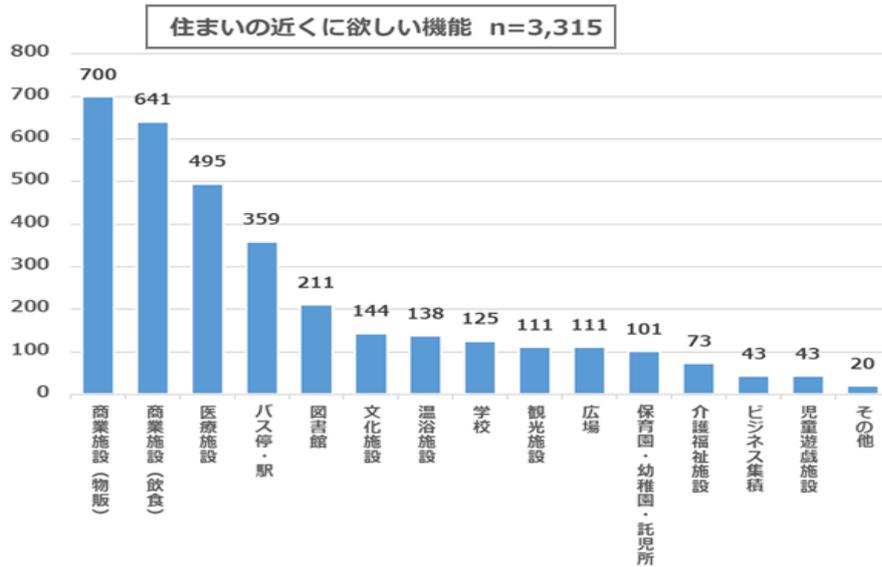
- ・住まいと職場が近いエリアにあると  
良いと思いますか？



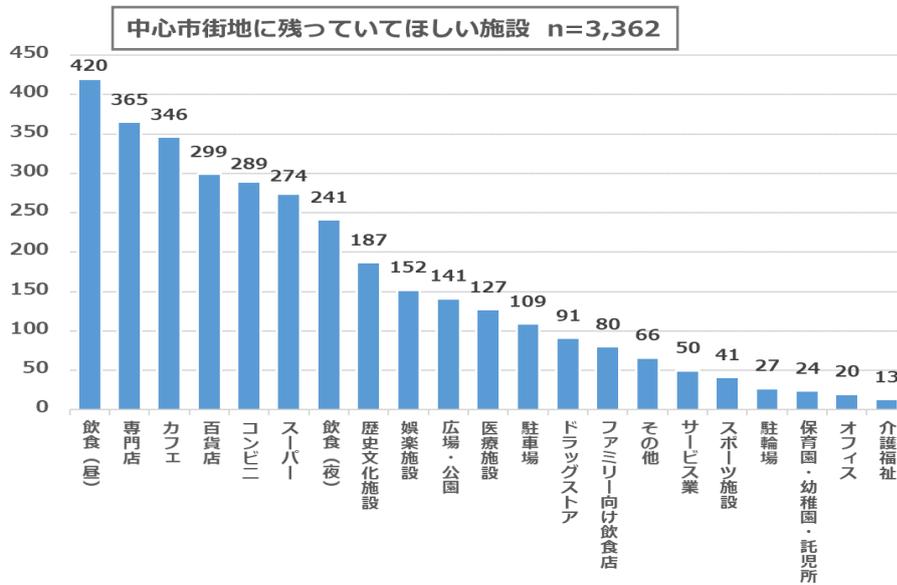
- ・住みやすい街のイメージを教えてください。



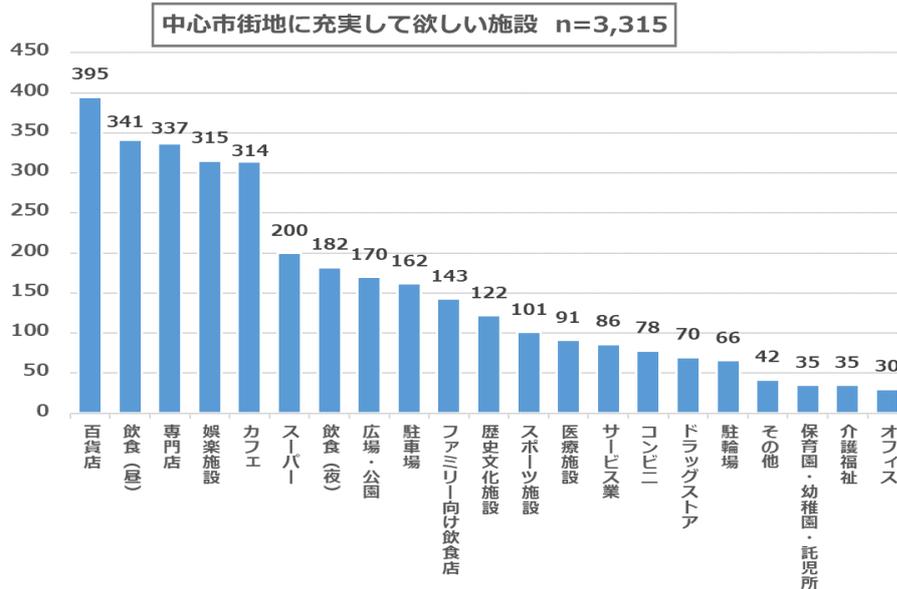
- ・どのような機能が住まいの近くにあると嬉しいですか？



- ・中心市街地に残っていて欲しいと考える施設を教えてください。



- ・中心市街地に充実して欲しいと考える施設を教えてください。



#### ④ 総 評

市民アンケートの結果から、中心市街地に今後必要な取組が明らかになりました。

##### ・ 滞在する空間としての魅力創出

アンケート調査結果より、中心市街地に来る際の平均人数や立ち寄り箇所数は少なく、滞在時間も短い傾向にあることが判明しました。ランドデザイン策定時に実施した調査結果と比較しても、滞在時間は短くなっており、まちを回遊するためのコンテンツの充実や歩行環境の改善、滞在空間の高質化などの対策に力を入れていく必要があります。

##### ・ 集客の核となる機能の整備検討

旧大沼が令和2年1月に閉店し、集客の核となる施設が中心市街地から失われ、歩行者通行量も減少しました。商業施設へのニーズが高い状況にあるというアンケート結果も考慮しながら、街の賑わいを創出するための集客機能の検討が必要です。

##### ・ 住みやすい環境整備

令和元年度を底に中心市街地の居住人口は増加しており、居住ニーズも高い傾向にあります。現在、中心市街地ではマンション建設が活発化していることから、今後も居住人口の増加が見込める状況にあります。引き続き居住者の増加を図るためにも、住居をはじめ、生活に必要な周辺機能の充実に取り組んでいく必要があります。

## 4. 民間事業者に対する調査結果

### (1) サウンディング型市場調査の結果

山形市では、旧大沼を含むエリア一帯について公民連携による再開発の検討を目的に、サウンディング型市場調査を令和3年度に実施しました。その中で、中心市街地における事業成立の可能性や、エリアとしての課題を下記のとおり把握いたしました。

#### ① サウンディング型市場調査のスケジュール

- ・ 令和3年 7月 12日 実施要領の公表
- ・ 令和3年 8月 16日～ 8月 20日 説明会・現地見学会の実施
- ・ 令和3年 11月 16日～12月 17日 調査（対話）の実施
- ・ 令和4年 3月 15日 調査結果の公表

#### ② 参加者

- ・ 説明会・現地見学会参加者 36団体・企業
- ・ 調査（対話）参加者 22団体・企業

#### ③ 調査結果の概要

##### ア 利活用の提案について

下記のとおり利活用策の提案がありましたが、旧大沼のような大規模商業施設の設置・運営は困難との多くの意見がありました。

提案があった機能	具体例
済生館の再整備	
医療・介護	クリニック、デイケアなど
健康増進	フィットネス、スポーツジムなど
商業	カフェ、セレクトショップ、マルシェ、産地直売所、生鮮食品、調剤薬局など
居住	分譲住宅、賃貸住宅、高齢者向け住宅など
交流	広場、テラス、イベントスペースなど
公共	公民館、図書館、ホール、屋内型遊戯施設など
その他	温浴施設、コワーキングスペース、ホテル、オフィス、バスターミナルなど

#### イ エリアの課題について

エリアとしての課題については下記のとおり意見をいただきました。特に都市機能集積に関する意見が多くありました。

- ・商業集積地から多様な都市機能集積地へのステップアップが必要
- ・商業の空洞化や施設の老朽化
- ・歩行者通行量や昼間人口が少ない
- ・賑わい創出のための機能が不足している
- ・地域資源を顕在化させ都市活動をつなぐことが必要
- ・来訪するに値する特徴あるコンテンツの欠如
- ・済生館の再整備までの間における、集客できる施設や仕組みの構築
- ・駅から距離があるため、交通利便性を高める必要がある

## 5. 課題と今後の取組の方向性

中心市街地の現状や市民アンケート調査、民間事業者への調査の結果から中心市街地における課題として、以下の3点があげられます。

### (1) 「モノ」消費から「コト」・「トキ」消費へのシフトを考慮した都市基盤の再構築

インターネット販売が進展し、様々なモノが簡単に検索し求められるようになっていくため、中心市街地の活性化には、単にモノの購入をする場としてではなく、中心市街地で過ごすことで得られる価値を創出する必要があります。また、買い物の意欲の有無より、滞在時間の長さが購入率や購買金額に影響を与えるという調査結果もあります。中心市街地での滞在時間を向上させることが中心市街地の活性化に有効であると考えられることから、商業を含めた店舗の配置・誘導を含め、公共空間のスペースを活用し、ベンチやWi-Fiの設置など滞在空間としての魅力向上を図り、まちでのトキを楽しめるよう新たな価値創出に取り組んでいく必要があります。

### (2) 生活者目線での都市機能の整備

中心市街地では居住人口は増加傾向に転じ、現在も複数のマンションが建築工事中であることから、今後も人口の増加が期待できます。居住人口の増加により、様々な産業が成り立つことで、住んでいる人が楽しいまちとなり、その効果は、来街される方にも

波及すると考えます。また、中心市街地は公共交通の結節点となっていることや、消雪歩道の整備が進んでいることなど、居住環境の向上が図られています。今後も、こういった特徴を活かしつつ、不足している緑量の向上や、広場などの整備検討を行うとともに、住んでいる人が住みやすいまちづくりに取り組んでいく必要があります。

### (3) エリアマネジメントの推進強化

これまでの取組や整理した課題を踏まえ、エリアの特性を活かした様々な事業に取り組んでいく必要があります。現在は、山形エリアマネジメント協議会が中心となって戦略プロジェクトを推進しておりますが、エリア毎の取組みを効果的に推進するためには、中心市街地のエリア全体を包括するマネジメント組織と、中心市街地の各エリアを熟知したマネジメント組織が連携して取組みを進めていく必要があります。

また、これからの中心市街地は、将来を担っていく若年層や、女性に選ばれるまちづくりの視点が重要です。そのため様々な取組みを進めていく際には、若年層や女性の参画を促していく必要があります。

以上を踏まえ、次章からは、今後の中心市街地の活性化に向けたまちづくりの大きな方向性となるテーマやコンセプト、各分野の取組、機能の誘導を図るゾーニング計画やゾーンごとの方向性、まちづくりを推進していく体制等について示していきます。

## ● 第2章 グランドデザインの概要

### 1. テーマ

# 歩くほど幸せになるまち

マイカー中心のライフスタイルの進展やインターネットの普及は、モノや情報の移動・取得など私たちの生活を便利にしましたが、その反面、日々の生活の中では歩くことが少なくなるとともに、これまで様々な担い手によって成り立っていた経済活動の寡占化を進め、経済全体の縮退や中心市街地の衰退の要因となっています。

山形市においては、平成31年2月に中心市街地グランドデザインを策定し、それまでの商業一辺倒の施策を転換して、商業、居住、観光、ビジネス、医療・福祉・子育て、文化芸術の各分野の魅力創出に取り組むことにより、様々な民間投資が呼び込まれ、一定の成果が創出されています。

また現在、世界中の多くの都市では、まちなかを車から人中心への空間へと変える「ウォークアブルなまちづくり」を推進し、新たな賑わいを創出しています。

このような状況の中、これまでの取り組みをより確かなものとし、中心市街地の更なる活性化を図るためには、引き続き様々な分野での魅力向上に取り組むとともに、インターネット等では得られない、現実だからこそ得られる「コト」に注目し、「コト」の価値に直接触れることで楽しい「トキ」が過ごせるまちづくりに取り組んでいく必要があります。そのようなまちづくりを進めることで、住む人や訪れる人が増え、それが民間投資につながり、様々な産業が活性化し、結果、中心市街地の価値向上へとつながります。

今回の改訂においては、引き続き取り組むべき分野と方向性を示すとともに、新たに各分野をつなぐ軸となるコンセプトを設定することで、「歩くほど幸せになるまち」の実現を目指します。

## 2. 取組の方向性と戦略プロジェクト

### (1) 中心市街地のまちづくりのコンセプトについて

引き続き各分野における魅力向上を図りながら、各分野に共通するコンセプトを以下のように定め、各分野において一貫性のある取組を推進し、まち全体としての魅力の向上を図ります。

#### ①身体性（体感）、偶発性、希少性の創出

バーチャルやAIなどデジタル技術が急速に進化浸透している今の時代こそ、実際に五感（視覚・聴覚・嗅覚・味覚・触覚）で体感できるコトや、思いがけない発見、なかなか触れることのできないコトへの体験等は、中心市街地活性化のキーになると考えます。

中心市街地には、山形ならではの食を楽しめる飲食店をはじめ、江戸時代からの歴史に触れられる御殿堰の景色やせせらぎなど五感で感じる「身体性」、古くからの小径や大小様々なイベントなどの「偶発性」、専門店などで触れられる本物や高級感といった「希少性」を創出する機能が蓄積されています。今後は、そのような機能を益々充実させることで、バーチャルや他地域との違いを際立たせていきます。

## ②滞在する場としての空間の整備

現代社会は様々なモノに溢れており、中心市街地の活性化にはコト消費やトキ消費を意識し、滞在する空間としての魅力向上を図ることが重要となっています。

滞在する場としての空間整備には、子育て世代が気軽に立ち寄れるおむつ替えや授乳スペースの増設や、看板・標識等のサインをはじめとした街並み風景の統一性、快適に休憩できるスペースの存在などが必要であり、これらについて、行政・商店街等の関係者が一体となり課題を把握し取り組みを進めます。

## ③回遊できる仕組みづくり

中心市街地では、街なか観光客の入込数や歩行者通行量が伸び悩んでおり、対策が必要となっています。その原因として、魅力的なコンテンツの不足や立ち寄り箇所数が少ないことがあげられます。

中世以降、多くの市民が中心市街地と様々な関わりを持ちながら生活をしており、まちなかにはその歴史を刻んでいる遺構や物語が数多く存在します。山形市の歴史や文化資源を活用したまちづくりを更に進めて魅力的なコンテンツを創出するとともに、中心市街地に集積している文化施設や観光施設の更なる活用、公共的な空間等の連携や都市機能の集積、コミュニティサイクルの設置など様々な事業に取り組み、回遊できる仕組みづくりを行い、回遊する魅力や快適性の向上を図ります。

## ④みどり豊かな魅力ある空間の整備

山形市では「みどりの基本計画」において緑量の確保とみどりの質の向上を目標に掲げています。再開発の際には、くつろげる空間として緑地スペースの創出や利活用について検討するとともに、既存公園や公共施設、民有地の空き地を対象に花苗やベンチ設置などの支援を行い、ほっとできる憩いの空間「みどりのスポット」づくりに努めます。

また、地域住民・商店街関係者等と連携して記念樹やシンボルツリーの植樹、花壇・プランター・みどりのカーテン等による緑化など、限られた場所であっても工夫を凝らして中心市街地内の緑量の向上と魅力ある空間形成を目指します。

## ⑤官民一体となった公共空間の整備・活用

中心市街地には道路や都市公園など多くの公共空間が点在しています。そうした公共空間を面として一体的に捉え、新たな手法として、パーク PFI やほこみち制度の運用、車道の利活用などを進め、公共空間を最大限に利活用し、都市の魅力向上と商業の活性化を図ります。

## ⑥公共交通の活用促進

路線バスは、中心市街地を核として、多くの路線が市内及び近隣市町へ放射状に延びており、また、山形駅を中心に東西地域を循環するコミュニティバス「ベニちゃんバス」も運行しています。更に、主要な交通結節点となる山形駅やバスターミナルからは、東京や仙台などの主要都市へのアクセスも良好です。

今後は、徒歩や公共交通などで楽しめる中心市街地の移動環境づくりに向けて、令和4年5月から導入したICカード「チェリカ」に加え、MaaSの導入など様々な分野とも連携しながら、更なる公共交通の利用促進と利便性の向上に取り組めます。

## ⑦DXの推進

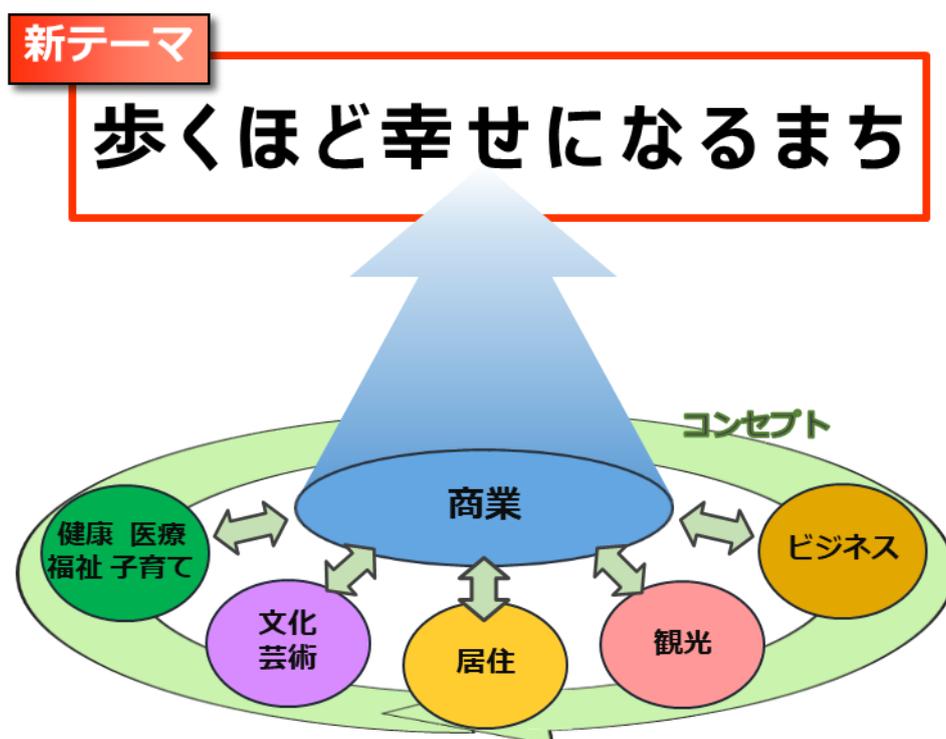
現在抱えている様々な課題の解決や次世代の都市経営を念頭に、様々な分野において積極的にDXの活用を推進します。

## (2) 取組分野について

グランドデザインの実現に向け、引き続き以下の6分野の魅力向上に取り組みます。

①ビジネス ②文化・芸術 ③居住 ④観光 ⑤健康・医療・福祉・子育て ⑥商業

なお、現在の縮退している経済情勢を考えた場合、商業活性化に向けた直接的な取組だけで「商業」を活性することは難しいため、「ビジネス」「文化・芸術」「居住」「観光」「健康・医療・福祉・子育て」といった他の分野の取組による相乗的な効果を、「商業」の活性化へつなげていけるよう取り組んでいきます。



### 【取組分野】ビジネス

山形市中心市街地におけるオフィス需要に関しては、企業の支店統合などの流れを受け、支社・支店が減少し、空きテナントが発生するなど、積極的な空きテナント対策が必要な状況にあります。このような中、新型コロナウイルス感染症の拡大により、リモートワーク等のICTを活用したオンラインによる新しい働き方が普及しはじめ、賃料の高い東京一極集中から、地方へのオフィス移転や在宅勤務が進展しています。

こうした新たな流れを受け、地方都市でも大手企業が展開するバーチャルオフィスやシェアオフィスが増加しつつあり、利用も堅調な状況です。

新型コロナウイルス感染症の影響が縮小に向かっても、この間、変化してきた働き方や企業におけるオフィスの運用手法（低投資化）は戻ることはなく、今後も続いていくことが想定されます。

そのため、これからは大規模・中規模の再開発によるデジタル社会に対応した新しいオフィス形態への対応が必要となる他、遊休不動産におけるリノベーション事業等の展開に

よる新規起業家へのスモールオフィスの提供を推進する必要があります。

山形市においては、必要に応じそれらの事業化について支援を行うとともに、起業家育成のための創業ゼミ等を開催いたします。

また、山形エリアマネジメント協議会においては、起業家や新規出店者に中心市街地の空きテナント情報や各種支援制度の情報を提供し中心市街地での創業支援を進めるとともに、県内外からのオフィス誘致を推進します。

更に、「山形商工会議所」「山形市売上増進支援センターY-biz」「地元金融機関」等のビジネス支援機関においては、それぞれの特徴を活かしたサポート展開を図り、ビジネス継続への支援を行ってまいります。

こうした多くの支援機関が連携し、中心市街地における昼間就労人口（昼間消費者）の増加を実現し、ランチ需要など、副次的なサービスニーズを生み出す事により、飲食店の新規出店や夜型飲食店の昼間型への拡充を図っていきます。

### 【取組分野】文化・芸術

山形市では、東北芸術工科大学とその卒業生を中心に、「エリアリノベーション」が展開されています。

これは、全体計画に沿って街をつくるのではなく、あるエリアの中において、様々な主体によって既存の建築物のリノベーションがなされ、新たな店舗や事業の展開が繰り返されることにより、一定期間経過後にはエリア全体が生まれ変わっているという、新たなまちづくりの手法です。山形市でも多くの地点でリノベーションが実施され、多様な人が事業へ参画することで、若い新たな担い手を創出するとともに、まちも大きく変化しています。

このような流れのなかで、創造都市やまがたの拠点として令和4年9月に「やまがたクリエイティブシティセンターQ1」がオープンしました。

山形市は平成29年、ユネスコ創造都市ネットワークに国内で初めて映画分野での加盟認定を受け、以降、音楽やアート、デザイン、伝統工芸、食文化など様々な地域資産を活用し観光や産業の活性化に取り組んでいます。これから、新たにオープンしたQ1を拠点にし、市民、企業、行政が連携し、創造性を産業へとつなぎ、新たな経済活動や人材創出を図ってまいります。今後は、Q1を拠点に、都市の商業も大きく変貌してくると思えます。

また、文化芸術関連施設については、旧県民会館跡地への建替移転を予定している山形市民会館をはじめ、山形市中央公民館や山形テルサ、山形駅西口付近に令和2年にオープンした山形県総合文化芸術館が立地しています。

霞城公園内には山形県立博物館、山形市郷土館（旧済生館）、東大手門前には山形美術館と最上義光歴史館が立地しています。更に、七日町エリアには県庁所在都市のランドマークとして文翔館が存在し、山形県芸文美術館や民間のギャラリーも立地しています。

このように、中心市街地には文化芸術関連施設が集積しておりますが、その利点を活かすためにも、各運営主体が連携して、県都における文化芸術活動を推進していくことが重要です。加えて、観光分野における旅行形態が団体旅行から個人旅行へ移行している中、文化芸術施設の観光利用と民間連携が更に重要となります。

公共では提供できないサービスを民間との連携で実現させていくことを目指します。

## 【取組分野】 居住

中心市街地における居住人口は減少を続けてきた時期もありましたが、近年は、減少に歯止めが掛かかり増加に転じています。周辺部からの高齢者の住み替えなど、新たな居住ニーズが生まれ、運転免許証返納者の増加や、マイカーを多用せず市役所等の公的機関や、買い物、食事、病院、運動など生活上の用件を、徒歩と補助的な公共交通で足りる範囲で楽しむというライフスタイルが増えつつあります。また、現役世代の居住環境としても、商業施設や交通の便利さ、通勤のしやすさなどが求められており、中でも住まいと職場の近接を望むニーズが非常に高いことも要因の一つです。加えて、雪国の事情として冬場の雪かき作業等、積雪への対応が少ない都心居住へのニーズも要因となっています。商業による不動産活用が減退し、マンション建設が可能な一定規模の空地が確保し易い環境となった事も、要因の一つであると考えます。

今後もこうした流れは続くと言われていますが、都市経営の観点からは商業用地に単なる居住用のマンション建設のみが進むだけでは、逆に将来都市機能が低下していく事が懸念されます。

こうした懸念を解決するため、マンション1階部への商業機能や、公共的空間（ポケットパークの配置等）の設置義務づけ若しくは設置等を推進していく必要があります。

更に、民間が主体となり、大学生の街なか居住推進に向けた専用住宅や社会人向けの賃貸・分譲住宅、高齢者へのサービス付き専用住宅等、多様な住宅の提供も必要となります。こうした多様な住まいを供給し続けるためには、住みやすいまちを感じてもらえる都市機能（都市福利施設や交通等）の充実が不可欠となります。

山形市では、多様な居住ニーズに対応した住まいが提供できるよう、民間事業者との連携を更に強化し検討を進めていきます。

## 【取組分野】 観光

国内における観光ビジネスや主要観光地に関しては、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、観光客数、売上高ともに大幅に減少するとともに、旅行形態もこれまで主流であった団体旅行から個人旅行へと大きく移行してきています。

山形市においても、蔵王や山寺といった観光地に加え、中世以降の歴史・文化が積み重なった城下町と紅花商人を礎とした街なかをベースに、交流人口の拡大を図ってきましたが、観光入込数の面では厳しい状況が続いています。

このような状況において、観光ビジネスの変化に対応した取組が求められています。

中心市街地には霞城公園をはじめ、蔵や堰などの城下町としての風情、老舗料亭と山形舞子、和菓子、伝統工芸、酒蔵などの日本文化の伝統を今も継承しているスポットや、山形市郷土館（旧済生館）や文翔館といった歴史的な建築物など、観光来街者にとっても魅力的な要素が多く集約されており、それらの観光資源を活かした取組が不可欠です。更には、旅行形態や観光客のニーズに合わせた形での情報発信をはじめ、わかりやすい案内表示やバリアフリー化の推進、Wi-Fi環境の整備やキャッシュレスサービスなども推進する必要があります。

また、滞在・回遊する仕組みづくりにおいては、新たな旅行形態として注目されているメディカルツーリズム、ウェルネスツーリズムなどの医療・健康に着目した誘客施策との連携も重要です。中心市街地自体が憩いの場として取り組むことはもとより、市内に多く立地する温泉（温浴）施設を含む観光地、観光施設との連携も望まれます。

その他には、特に蔵王・山寺への観光客を中心市街地へと誘導させるための商業店舗連携型の体験型コンテンツの開発（舞子連携やものづくり体験等）は大変重要であり、併せて、中心市街地、蔵王及び山寺を結ぶ交通体系の強化も重要です。

文化・芸術関連でも記載していますが、文化芸術施設の観光利用及び民間連携による観光関連サービスの提供を実現させる必要もあります。

これら内容に対応するため、関係機関や山形版DMO（DMOさくらんぼ山形・おもてなし山形株式会社）等が連携し、「体験」をキーワードにした旅行商品化や、「まち歩き」の体制構築などの事業を行っていきます。

また、中心市街地には城下町としての歴史を象徴する山形五堰の一つである御殿堰が流れています。その御殿堰の整備延長と御殿堰と調和した景観形成を進め、それを骨格として街なか観光の魅力を高めていきます。

### 【取組分野】健康・医療・福祉・子育て

山形市は、目指す将来都市像として「健康医療先進都市」を掲げています。

市民の誰しものが願う「健康」と、重要な都市機能である「医療」を核とした施策を推進し、年齢を重ねても健康でいられ、いきいきと暮らすことができ、いざというときには質の高い医療・介護が受けられるまちづくりを行っています。

それに基づき、健康寿命延伸に向けての健康診断受診率向上等の取り組みやウォーキングなどの日常的な運動、地域包括ケアの推進、山形大学重粒子線がん治療施設への支援など、多角的な施策に取り組んでいます。

中心市街地を住む場所として捉えた場合、まずは近くに救急病院があるということ自体が安心安全の要素であり、魅力となります。市立病院済生館は救急搬送において、東南村山地域で最も多くの患者を受け入れています。

交通アクセスの利便性からも、市立病院済生館は今後も中心市街地に立地し続けることが望ましく、今後のあり方としては、上記救急医療及び急性期医療の提供や、医師会等との連携による地域医療支援病院としての機能強化等により、地域包括ケアシステム確立に向けた支援を継続していきます。また、山形市保健所との連携のもと、予防医療や検診等への取り組みも継続していきます。

山形市医師会と山形市歯科医師会が運営し、市がその支援をしている休日夜間診療所・休日救急歯科診療所も中心市街地に立地しており、いざという時に休日・夜間であっても診療を受けることができます。

また、近年では、高齢者層が引退後、車に過度に依存しない生活を求めて中心市街地のマンション等を購入する動きが出ていることから、居住に加え、医療や福祉施設をはじめ、フィットネスクラブなど健康増進のための民間施設が中心市街地に立地することで更に魅力を高めることができると推測されます。

このような方向性のもと、サービス付き高齢者向け住宅の誘致や、SUKSKの取組を基本とする健康増進を目的とした環境整備、街を歩いて楽しむことができる休息用のベンチや木陰などの整備を進めます。

住む街としての魅力を高めるためには、子育て環境の整備も重要です。中心市街地には認定こども園が4園、小規模保育事業所・家庭的保育事業所が3施設、認可外保育所が4施設立地しており、中でも、七日町N-GATEでは子育て支援の中核となる「子育てランドあ〜べ」が一時預かりをはじめ、各種支援を行っています。

今後、子育て世代向けに、授乳スペース・おむつ替えスペースなどの公共施設への設置に加え、民間施設等の協力も仰いで設置箇所を増やしていくとともに、街で子供達が安心して遊べる空間の整備検討を進めます。

## 【取組分野】 商業

取組分野の冒頭で述べましたように、「商業」は中心市街地活性化にとって最も重要となる取組分野です。しかし、現在の経済情勢を考えた場合、商業活性化に向けた直接的な施策展開だけでは、「商業」そのものの活性化は難しい状況です。

そのため、「ビジネス」「文化・芸術」「居住」「観光」「健康・医療・福祉・子育て」といった他の分野の魅力向上の取り組みによる相乗効果により、商業活性化につなげる事業展開を図る必要があります。

現在の山形市中心市街地における商業の特性として、その店のサービスを受けることを目的とした来店者が多い目的型の店舗が多く、回遊しながら消費行動を伴う回遊型の店舗が少ない点が顕著となっています。

新型コロナウイルス感染症の拡大による影響もあり、回遊型の店舗には非常に厳しい情勢が続いており、これまで目指してきた時間消費型の空間形成とは逆の状況にあります。

これにより、中心市街地での集客力は減少し、都市の回遊度も低下している状況にあります。今後、中心市街地における回遊性の向上や滞在時間の延長を目指していく上で、修正しなければならない重要なポイントとなります。

また、時間消費型の空間形成や都市の回遊性向上に対応していくためには、業種構成の改善だけでは不十分です。

回遊型の店舗が立地出来る環境として、滞在して心地よい空間が必要となるため、快適に休憩できるスペースやベンチの存在、子育て世代が気軽に立ち寄れるおむつ替えや授乳スペースの増設や、看板・標識等のサインをはじめとした街並みの風景の統一性などの取組が必要です。これらについては、行政、商店街等が一体となって課題を把握し、取り組んでいかなければなりません。

このような複合的な施策の展開に加え、やまがた街なか出店サポートセンター事業による回遊型店舗の立地促進や、新たな取り組みとしてのテナントリーシング事業でのテナント誘致、キャッシュレス事業等による様々なデータの取得と複合的な分析によるデータマーケティング手法の導入での個店支援策の展開等により、街の魅力向上に向けた取り組みを進めていきます。なお、商業活性化や都市の回遊性向上には、人が集い憩える、集客の核となる機能が必要です。

今後の中心市街地における再開発事業の検討段階において、こうした機能の検討を併せて進めてまいります。

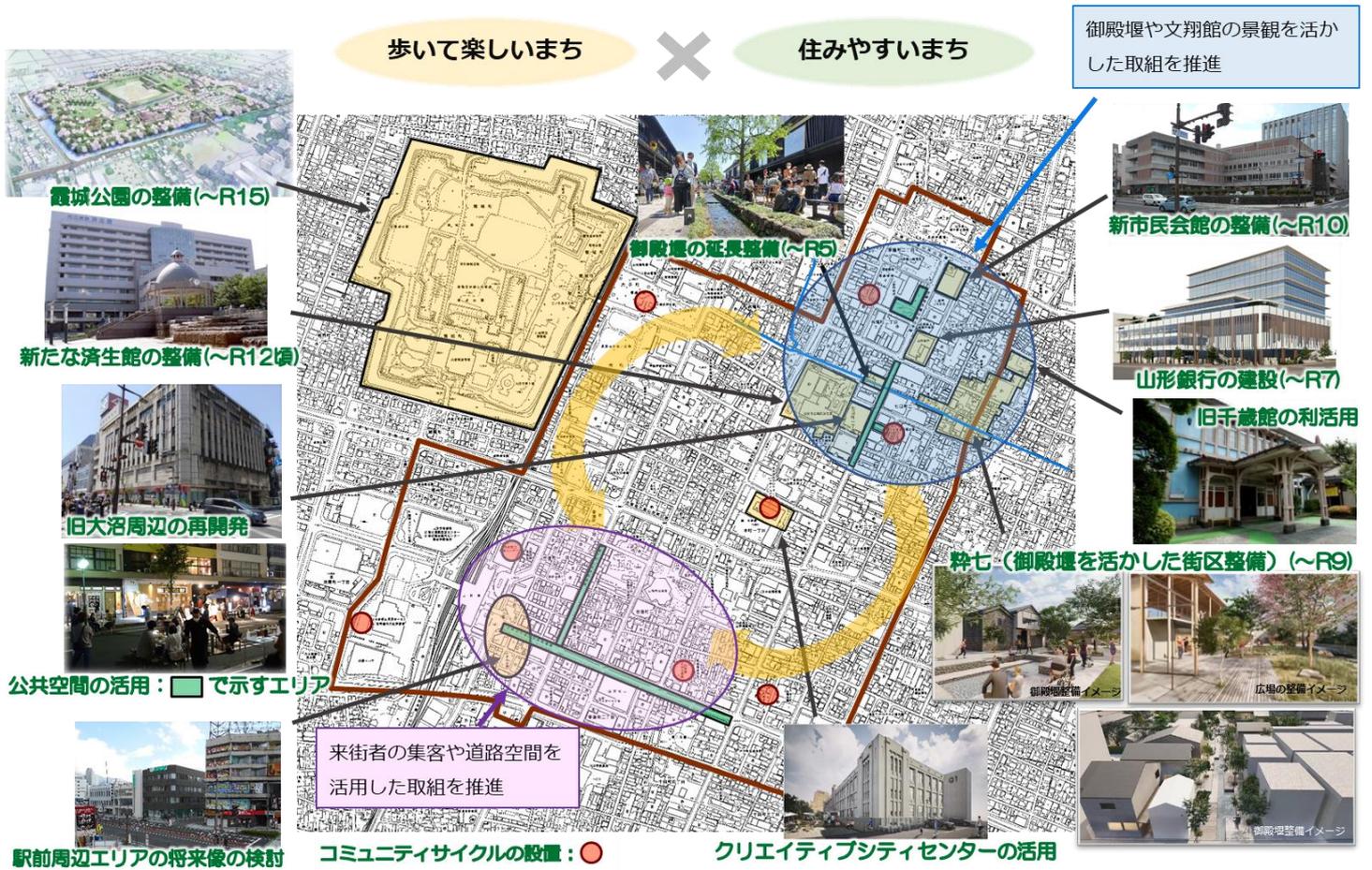
### (3) 戦略プロジェクトについて

ランドデザインのテーマやコンセプト、各分野の取組の方向性を踏まえ、実施する戦略プロジェクトを下記のとおり設定します。また、戦略プロジェクトの実施に向けた施策や具体的事業については別表に定めます。

取組分野	戦略プロジェクト
ビジネス	オフィス誘致や創業・新規出店者に対する支援体制の構築
	DX活用等のビジネス支援体制の構築
	デジタル環境の整備
	中心市街地での事業継続への環境整備
文化・芸術	文化創造都市の推進
居住	住みたくなる周辺環境整備
	選択できる居住スタイルの提供
	職住近接のライフスタイル推進に向けた環境整備
観光	体験型観光コンテンツの構築
	蔵王・山寺等の観光地との連携強化
	歴史・文化資産を活用した魅力的な景観づくり
健康・医療・福祉・子育て	地域包括ケアシステムの確立、予防医療や検診等の提供
	子育て世帯に優しい環境整備
商業	時間消費施設の充実
	テナントミックス事業の推進
	リーシング（テナント誘致）による新たな商業の魅力向上
	データマーケティングを活用した商業支援策の展開
共通	若者がまちづくりに参加する機運醸成と、事業にチャレンジできる環境整備
	まちなかを回遊できる仕組みづくり
	マイカーに頼らない環境整備

#### (4) まちづくりの取組イメージ

中心市街地では現在、新たな市民会館や市立病院済生館の整備をはじめ、様々な事業が動き出しております。これらの事業と、本グランドデザインで示した取り組みの方向性を踏まえた「まちづくりの取組のイメージ」を次のとおり示します。



### 3. ゾーニング計画

中心市街地の魅力向上に向け、継続しエリアマネジメントの考え方をもち取り組みを進めていきます。

ゾーニング計画は、例えば医療福祉関係者による施設整備や、不動産事業者による住宅供給、企業によるオフィスの立地・集積を促すゾーンであることを明示し、投資誘導を行っていくことを主たる目的としています。引き続き積極的な民間投資を呼び込むためにも、前計画で設定したゾーニングを基本としつつ、街の状況の変化に応じて修正を行います。また、ゾーンで位置付けている機能・業種以外のものが入ってくることを規制するものではありません。

#### (1) 戦略的計画ゾーン

具体的な事業を戦略的に実行していくゾーンを「戦略的計画ゾーン」と位置付けています。

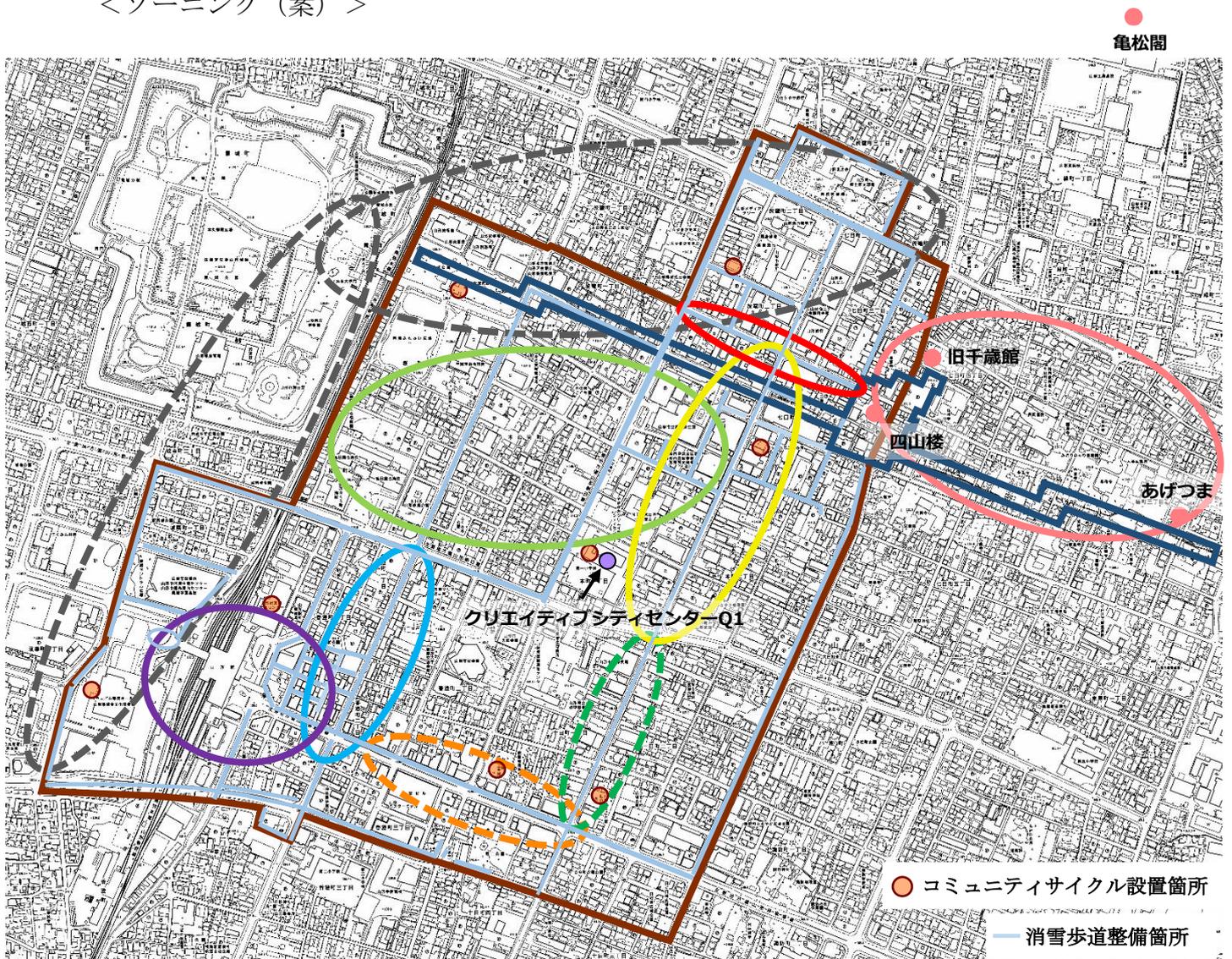
- 商業強化・観光機能集積ゾーン
- 商業強化・居住推進ゾーン
- リノベーション強化ゾーン
- 商業強化・オフィス誘致ゾーン
- 医療福祉・居住・子育て推進ゾーン
- 料亭文化ゾーン
- 戦略的景観構築ブロック（御殿堰修復エリア）

#### (2) 方向性認定ゾーン

現在は具体的な事業の構築には至っていないが、エリアの特性から方向性を示しておくゾーンを「方向性認定ゾーン」と位置付けています。

- 居住・誘客推進・オフィス誘致ゾーン
- 商業補完・誘客推進ゾーン
- 歴史・文化推進ゾーン

<ゾーニング（案）>



【戦略的計画ゾーン（実線記載）】

具体的な事業を戦略的に実行していくゾーン

商業強化・観光機能集積ゾーン

商業強化・居住推進ゾーン

リノベーション強化ゾーン

商業強化・オフィス誘致ゾーン

医療福祉・居住・子育て推進ゾーン

料亭文化ゾーン

戦略的景観構築ブロック

【方向性認定ゾーン（点線記載）】

具体的な事業の構築には至っていないが、エリアの特性から方向性を示すゾーン

居住・誘客推進・オフィス誘致ゾーン

商業補完・誘客推進ゾーン

歴史・文化推進ゾーン

## 4. 各ゾーンの方向性について

### (1) 戦略的計画ゾーン

#### ①商業強化・観光機能集積ゾーン

交通の結節点である山形駅周辺部は、街への玄関口として賑わいの顔となる場所であるとともに飲食店が集積した山形の「食」の発信地でもあります。また、将来的には米沢・福島間の新たなトンネル整備など、山形新幹線の整備促進が図られることで更なる誘客が見込まれます。

本ゾーンには駅待合室内に観光案内所があるものの規模等が小さく、観光、ビジネスを含む旅行者への案内サービスの向上には、案内所の規模を拡大する必要があります。駅東口周辺のエリアでは再開発検討の動きもあり、駅西口周辺についても将来を見据えながら新たな開発等を促していく必要があります。

そのことから本ゾーンでは、山形市の観光の起点として、旅行者の目的や希望に合った楽しみ方・過ごし方の提案をはじめ温かみのあるサービス等を提供する観光コンシェルジュ機能や体験型観光の紹介を行う観光案内所などを設置し、商業強化・観光機能集積を図るゾーンとして検討します。また、山形の観光資源の一つである食を発信する場としての機能強化を図っていきます。

#### ②商業強化・居住推進ゾーン

本ゾーンでは、デュオヒルズ山形七日町タワーが新たに建設され、また現在、本町第1ブロック南地区地域生活拠点型再開発事業として新たなマンション整備計画が進んでおります。この他、周辺エリアでは、レーベン山形旅籠町やグランフォセット木の実町公園通りなど多くのマンション建設が進んでおります。これらのエリアでは居住人口が増加に転じておりますが、本ゾーンでは旧大沼が閉店し、商業による集客が大きく落ち込みました。七日町御殿堰に商業施設ルルタスがオープンしましたが、まちの賑わい創出には更なる商業の魅力向上が必要な状況となっております。

現在、七日町御殿堰を中心に、御殿堰の景観を活かした街区整備が進んでおりますが、本事業においては、休憩・休息スポット等の余白が確保できるよう検討していくとともに、生まれた余白を活用し身体性・偶発性・希少性の創出、民間活力によるオープンカフェや御殿堰周辺の定期的な歩行者天国の実施、滞在する空間整備としてのWi-Fiの設置などを推進し、歩いて楽しい空間を創出していきます。併せて、ファミリーで滞在を楽しめる空間整備にも既存店舗等と連携して取り組んでまいります。

また、旧大沼周辺エリアについては、エリア一帯での再開発を見据え、グランドデザインの実現に向けた象徴となるよう事業内容の検討を進めていきます。

なお、やまがた街なか出店サポートセンターを本ゾーン内に設置し、中心市街地全体の店舗構成の最適化を図っていきます。

#### ③リノベーション強化ゾーン

山形市には東北芸術工科大学があり、建築やデザインに関する人財が多く、リノベーションが進んでいます。その中でも本ゾーンは、「とんがりビル」をはじめ、様々なリノベーション事業が展開され、若年層の活動が活発化しているエリアです。

若者が開業する空間はお洒落ですが、低家賃であることが基本であるため、これを

リノベーションで実現し、多くの若いクリエイターが街を活動の拠点として位置付け、本ゾーンに散見する遊休不動産の有効活用を図るとともに、よりクリエイティブな街を創造するゾーンとして構築していきます。

#### ④商業強化・オフィス誘致ゾーン

本ゾーンは、66%が飲食店舗により形成されているすずらん商店街が中心に位置する、飲食特化型のゾーンです。

本ゾーンには共同建て替え事業により建設された建物が多く、老朽化などの対応が課題となっています。

また、現存する飲食店舗 64 件のうち、55 件が夜間のみ営業を行う店舗により構成されており、昼間は閑散とした状況であることが 2 つ目の課題となっています。

この 2 つの課題克服に向け、駅前という好立地を活かし、オフィス誘致を伴う低容積・低層型等の再開発事業や、現状の建物を活かしたリノベーション事業等による再生の方向性を検討します。また、飲食店とオフィスの共存を推進することで、就労者数の増加により、昼間の飲食需要を高め、昼に営業する店舗の増加を図っていきます。

#### ⑤医療福祉・居住・子育て推進ゾーン

本ゾーンには、複数の医療施設や「子育てランドあ〜べ」等の子育て中の世代が利用できる施設が立地しています。隣接地には霞城公園もあり、既にゾーン形成は一定程度完了しています。今後は、市立病院済生館の建て替えを計画していることから、令和 3 年度に策定した「新病院整備基本構想」に基づき、救急外来や急性期医療をはじめとした医療機能の充実や療養環境の充実など、地域医療の中活を担う病院としての整備計画を具体化していきます。

また、急性期から回復期、在宅医療に至るまで、地域全体で切れ目なく必要な医療が提供される地域完結型医療を引き続き推進するとともに、市医師会に設置している在宅医療介護連携室「ポッピー」を中心に、在宅医療と介護の連携も引き続き推進していきます。

併せて、子どもと一緒に楽しんで過ごせるよう食事や休憩スポットなどの環境整備を進めていきます。

#### ⑥料亭文化ゾーン

本ゾーンには、「四山楼」、「揚妻」の料亭が残っています。

また、料亭であった「旧千歳館」の土地建物については、山形市が令和 4 年に取得し、国登録有形文化財である建物の歴史的価値や料亭文化を活かした形で活用することとしております。また、このほかに廃業した料亭についてもその風情を活用していくことが必要です。

料亭文化は、外国人観光客に対し集客力の高いコンテンツとなる可能性があることや、料亭という施設や文化が色濃く残っていることが本ゾーンの強みとなります。その料亭文化を積極的に活用し、官民が一体となって、身体性・偶発性・希少性の創出や、滞在する場としての空間、緑豊かな空間の整備を行い、活用を進めていくゾーンとします。

## ⑦戦略的景観構築ブロック（御殿堰修復エリア）

本ブロックには、山形市の貴重な歴史的観光資源である山形五堰の御殿堰が流れており、その御殿堰の整備に合わせて平成 22 年には「水の町屋 七日町御殿堰」が、令和 3 年には「ルルタス」が整備されました。

また現在、七日町御殿堰を中心に、その東側では七日町歴史と文化活用街区整備事業が、西側では十一屋本店が解体され、御殿堰の整備と新たな十一屋の整備が進むこととなっております。このような御殿堰を活用した街区整備においては、休憩・休息スポット等の余白が確保できるよう検討していくとともに、身体性・偶発性・希少性の創出、民間活力によるオープンカフェや御殿堰周辺の定期的な歩行者天国の実施、滞在する空間整備としての Wi-Fi の設置などを推進し、歩いて楽しい空間を創出していきます。併せて、ファミリーで滞在中を楽しめる空間整備にも既存店舗等と連携して取り組んでまいります。

本ブロックでは、寺院が多く立ち並ぶ寺町から霞城公園までの区間において、水路の開渠や石堤化、沿道の緑化や歩道の整備、堰に隣接する魅力的な店舗の出店などを促し、周辺を御殿堰と調和した風情のある空間に整備することで、そこでゆったりとした時間を過ごしたり、御殿堰沿いを歩きながら街を回遊したくなるような場所へと構築していきます。

## （2）方向性認定ゾーン

### ①居住・誘客推進・オフィス誘致ゾーン

本ゾーンは、民間によるマンション開発の状況や駐車場用地の配置状況から、民間のデベロッパーが主体的に開発を進めやすい状況にあること、様々なオフィスビルが立地している特性から、主に居住推進とオフィス誘致を行うゾーンとして検討していきます。

また、山形の魅力の発信と地域ブランド力の向上を図るため整備した「山形まるごと館 紅の蔵」の立地に加え、主要商業エリアである七日町エリアに駅から接続する通りとして重要な地点でもあるため、「紅の蔵」を中心に四季折々の食事や地酒など、市民や観光客に対応できる機能を補完していくことにより、街の動線を再構築していく方向で検討をしていきます。

### ②商業補完・誘客推進ゾーン

本ゾーンは駅前という特性を活かし、一定規模の商業集積の場とする必要があるゾーンです。

なお、本ゾーンでは緑量が少なく、カフェ等の休息スポットも少ないため、駅から中心市街地全体への回遊性向上を図るには困難な状態にあります。

こうした課題を解決していくために戦略的にカフェなどの飲食店舗の誘致、道路空間を活用したテラス化事業などの回遊性向上に資する機能を補完していきます。

また、バスのターミナル機能を有するゾーンであることから、観光情報の発信拠点をサブ的に配置することも検討していきます。

### ③歴史・文化推進ゾーン

本ゾーンには、「文翔館」をはじめ、「山形美術館」、「最上義光歴史館」等の歴史・

文化観光施設が点在しています。

それぞれの歴史・文化観光施設を観光客にとって有益なコンテンツとしていくため、連携した取り組みを検討するとともに、情報発信の集約を進めていくことで、観光客を呼び込んでいくゾーンとします。

## ● 第3章 まちづくりを推進していく体制について

中心市街地の活性化については、山形市中心市街地活性化戦略本部、山形エリアマネジメント協議会、山形市中心市街地活性化協議会の3つの組織がそれぞれ役割を担って推進をしています。グランドデザインの実現に向けては、この体制に加え、中心市街地の小規模のエリアを対象に具体的な活動を行うエリアマネジメント組織の活動推進が重要となります。

また、検討すべき事業ごとに、必要に応じ事業関係者をメンバーとする検討会等を立ち上げ、事業の具現化に向けて協議を行っていきます。

### 1. 実施体制及び所掌事項

#### (1) まちづくり方針や戦略プロジェクトの決定機関

##### ①山形市中心市街地活性化戦略本部

まちづくりの方針やグランドデザインを具現化するための戦略プロジェクトを決定する組織です。

##### ア) 実施体制

- ・9名の本部員で構成（下記、「戦略本部員」参照）
- ・本部長は山形市長
- ・事務局は山形市（山形ブランド推進課）

##### イ) 所掌事項

- ・まちづくりの方針や戦略プロジェクトの決定
- ・課題や問題の提起

##### <戦略本部員>

山形市長
山形商工会議所 会頭
山形市中心商店街街づくり協議会 会長
(一社) 山形市観光協会 会長
(公社) 山形青年会議所 理事長
山形大学 教授
東北芸術工科大学 教授
城下町やまがた探険隊 隊長
NPO法人やまがた育児サークルランド 代表

#### (2) エリアマネジメントの推進機関

中心市街地活性化基本計画のエリア(141ha)を1社のまちづくり会社等がマネジメントし単独で様々な事業を推進していく事は、エリアの広さからも困難であり、全国において、中心市街地活性化基本計画が成功に至らない一つの要素でもあると考えられます。しかしながら、全体を包括する組織がなければ、マネジメントは出来ません。

そのため、小規模のエリアにおけるエリアマネジメントと具体的な事業展開を図る組織の設立を促し、中心市街地のエリア全体を包括するマネジメント組織と連携し取り組みを進めていく必要があります。

### ①山形エリアマネジメント協議会

ランドデザインを具現化するための戦略プロジェクトの検討・推進とともに、中心市街地内の公共空間の利活用と、中心市街地全体を対象にしたエリアマネジメントを実施する組織です。事業の推進にあたっては、外部専門家をコーディネーターとして招聘し、助言・指導を受けながら取り組んでいきます。

なお、小エリアマネジメント組織が存在しないエリアに関しては、本組織が包括しエリアマネジメントを推進します。

#### ア) 実施体制

- ・ 11 の組織で構成
- ・ 会長は構成員の中から総会において選出
- ・ 事務局は山形市及び山形商工会議所により構成

#### イ) 所掌事項

- ・ 戦略プロジェクト及びエリアマネジメントの推進
- ・ 中心市街地の課題・現況把握のための調査

### ②小エリアマネジメント組織

中心市街地内の各エリアにおいて様々な活動が行われていますが、小規模のエリアに特化しマネジメントを行う組織を、小エリアマネジメント組織として、まちづくり事業を連携し取り組んでいきます。

将来的な中心市街地活性化基本計画のエリア内におけるマネジメント体制は次ページの図に示すような形態を想定しています。

## (3) 中心市街地活性化基本計画に関する協議機関

### ①山形市中心市街地活性化協議会

山形市が内閣府より認定を受けている「山形市中心市街地活性化基本計画」に関する協議を行う組織です。

#### ア) 実施体制

- ・ 会長は山形商工会議所会頭
- ・ 副会長は山形商工会議所専務理事、(一財)山形市都市振興公社理事長
- ・ 29名の構成員と23名の幹事により構成

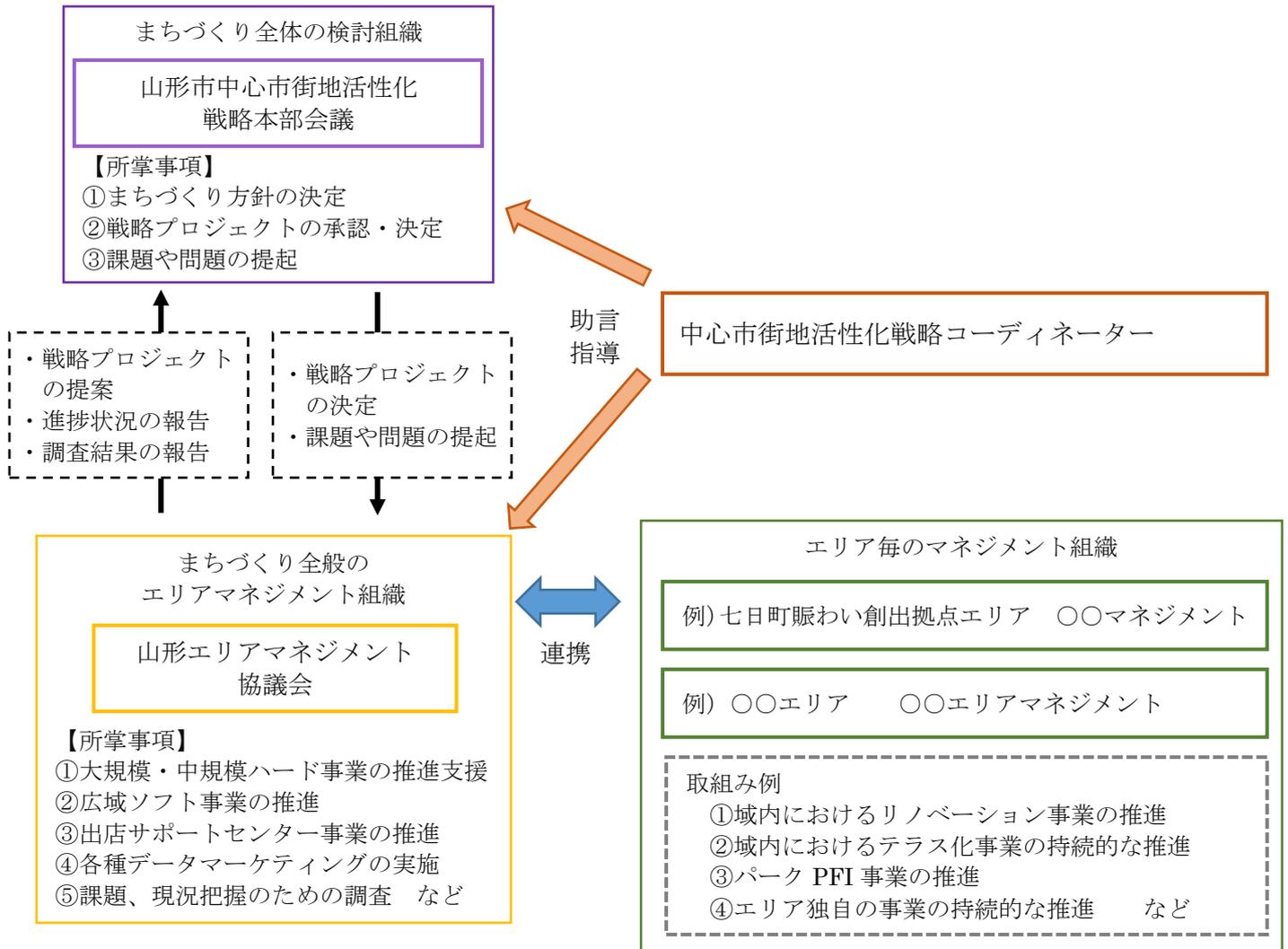
#### イ) 所掌事項

- ・ 中心市街地活性化事業の承認・監査
- ・ 中心市街地活性化基本計画に関する市への意見提出
- ・ 中心市街地活性化に関する意見交換

<案>

【山形市が目指す最終的なエリアマネジメント体制】

中心市街地エリア全体を包括するマネジメント組織と、小規模のエリアを対象としたマネジメント組織が連携し取組を進める体制



※小規模エリアマネジメント組織がないエリアについては、山形エリアマネジメント協議会が取り組みを推進

## ● 別表

### 1. 戦略プロジェクトに係る施策と事業について

グランドデザインの実現に向け、取り組むべき施策と具体的事業を明示します。

#### (1) 取り組むべき施策と具体的事業について

	戦略プロジェクト	取り組むべき施策	具体的事業
ビジネス	オフィス誘致や創業・新規出店者に対する支援体制の構築	1. 山形エリアマネジメント協議会や商工会議所による支援体制の強化 2. オフィス立地にかかる支援の強化	①まちなか出店サポートセンター事業 ②山形商工会議所中小企業等指導事業 ③山形市オフィス立地促進事業
	DX活用等のビジネス支援体制の構築	3. WebページやSNSでの周知、eコマースの推進におけるビジネス支援 4. 商店等におけるキャッシュレス化の推進	④山形市売上増進支援センター(Y-biz)運営事業 ⑤キャッシュレス推進事業
	デジタル環境の整備	5. Wi-Fi環境の広域的な整備推進	⑥都市公園Wi-Fi環境整備事業 ⑦市有施設におけるWi-Fi環境整備事業 ⑧(今後検討)他の公共空間におけるWi-Fi環境整備推進
	中心市街地での事業継続への環境整備	6. 関係機関による事業継続への支援	①まちなか出店サポートセンター事業(再掲) ②山形商工会議所中小企業等指導事業(再掲) ④山形市売上増進支援センター(Y-biz)運営事業(再掲)
文化・芸術	文化創造都市の推進	1. やまがたクリエイティブシティセンターQ1の活用と外部連携 2. 文化芸術資産の民間活力導入による有効活用 3. 公共空間を活用したクリエイター等の活動・発表の場の構築 4. 新たな文化施設の整備	⑨Q1プロジェクト推進事業 ⑩文化創造都市推進事業 ⑪やまがた秋の芸術祭 ⑫山形国際ドキュメンタリー映画祭開催費補助事業 ⑬山形ビエンナーレ ⑭市民会館整備事業 ⑮第一小学校旧校舎のリノベーション(完了)
居住	住みたくなる周辺環境整備	1. 緑量の向上 2. 消雪道路の環境整備	⑯霞城公園整備事業 ⑰中心市街地活性化公園整備事業 ⑱街路事業 ⑲七日町歴史と文化活用街区整備事業 ⑳雪に強い消雪道路整備事業 ㉑消雪設備更新事業

	戦略プロジェクト	取り組むべき施策	具体的事業
居住	選択できる居住スタイルの提供	3. 民間デベロッパーによるマンション建設の推進 4. 民間不動産事業者との連携による賃貸マンションの情報提供 5. 遊休不動産の居住リノベーションの展開	①まちなか出店サポートセンター事業（再掲） ②本町第1ブロック南地区地域生活拠点型再開発事業 ③中心市街地街区域への「市街地再開発事業」及び「優良建築物等整備事業」の誘導 ④地域大学との連携による学生の街なか居住推進事業 ⑤七日町第5ブロック南地区第一種市街地再開発事業（完了）
	職住近接のライフスタイル推進に向けた環境整備	6. 自転車利用の推進と駐輪場の充実	⑥山形市コミュニティサイクル導入事業 ⑦（今後検討）各市有施設における駐輪場等の更なる充実
観光	体験型観光コンテンツの構築	1. 中心市街地店舗等と連携した体験型観光コンテンツの構築	⑧旧千歳館を活用した街なか観光活性化事業 ⑨旧千歳館エリア・リノベーション事業 ⑩山形版DMOによる観光客誘客事業
	蔵王・山寺等の観光地との連携強化	2. 山形駅における観光案内事業の推進	⑪日本一の観光案内推進事業
	歴史・文化資産を活用した魅力的な景観づくり	3. 歴史・文化資産を活用した景観形成 4. 歴史的な文化芸術施設の民間連携による観光コンテンツとしての活用	⑬七日町歴史と文化活用街区整備事業（再掲） ⑭旧千歳館を活用した街なか観光活性化事業（再掲） ⑮旧千歳館エリア・リノベーション事業（再掲） ⑯七日町第6ブロック北御殿堰整備事業 ⑰景観重点地区景観形成推進事業（七日町御殿堰周辺地区）
健康・医療・福祉・子育て	地域包括ケアシステムの確立、予防医療や検診等の提供 （健康医療先進都市の推進）	1. 新たな病院の整備やクリニック等の誘致による医療機能の充実 2. 健康増進に向けた環境整備	①まちなか出店サポートセンター事業（再掲） ⑳済生館改築整備計画検討事業 ㉑SUKSK（スクスク）生活定着推進事業 ㉒健康増進ウォーキングロード及びサイクリングロード整備事業
	子育て世帯に優しい環境整備	3. 子育て応援店舗の充実 4. 歩道や公共空間のフラット化	㉓子育て応援店舗の充実 ㉔（今後検討）歩道や公共空間のフラット化

	戦略プロジェクト	取り組むべき施策	具体的事業
商業	時間消費施設の充実	1. 集客の核となる施設の設置検討 2. 商店街エリアにおける回遊型店舗の充実	①まちなか出店サポートセンター事業（再掲） ⑱七日町歴史と文化活用街区整備事業（再掲） ⑳七日町第5ブロック南地区第一種市街地再開発事業（完了・再掲） ㉑テナントリーシング事業 ⑳中心市街地新規出店者サポート事業 ㉒七日町賑わい創出拠点整備事業 ㉓かすみ公園周辺の再開発の検討 ㉔すずらん商店街における老朽建物の整備改善の促進 ㉕七日町第8ブロック南地区暮らし・賑わい再生事業 ㉖十字屋撤退跡における都心機能としての活用の推進（完了）
	テナントミックス事業の推進	3. 空き店舗への新規開業店舗の誘導 4. ゾーニング計画を考慮した店舗誘導 5. 遊休不動産を活用したサブリース事業とリノベーション展開	①まちなか出店サポートセンター事業（再掲） ㉑テナントリーシング事業（再掲） ⑳中心市街地新規出店者サポート事業（再掲）
	リーシング（テナント誘致）による新たな商業の魅力向上	6. 大型空き店舗等へのテナントリーシング 7. 市外事業者への継続したヒアリング	㉑テナントリーシング事業（再掲） ⑳中心市街地新規出店者サポート事業（再掲）
	データマーケティングを活用した商業支援策の展開	8. カメラ等を用いた歩行者通行量把握の検討	㉗（今後検討）カメラ等を用いた歩行者通行量の把握
その他	若者がまちづくりに参加する機運醸成と、事業にチャレンジできる環境整備	1. 官民空間を活用したチャレンジスポット（スタンドショップ等）の構築 2. 公共空間を活用したマルシェ事業の展開	⑨Q1 プロジェクト推進事業（再掲） ㉒七日町賑わい創出拠点整備事業（再掲） ㉔（今後検討）山形エリアマネジメント協議会による不動産のサブリース
	まちなかを回遊できる仕組みづくり	3. 公共空間への休憩スポットの設置 4. Park-PFI 等による公共空間利活用の推進 5. まちなかの情報発信の展開 6. 電動シェアサイクルの運用	㉘山形市コミュニティサイクル導入事業（再掲） ㉙健康増進ウォーキングロード及びサイクリングロード整備事業（再掲） ㉒七日町第8ブロック南地区暮らし・賑わい再生事業（再掲） ㉚Park-PFI 導入事業 ㉛中心市街地歩行者空間創出等事業 ㉜まちなか情報発信事業
	マイカーに頼らない環境整備	7. 都心の利便性向上に向けた公共交通の充実	㉘山形市コミュニティサイクル導入事業（再掲） ㉝コミュニティバス東部循環線運行事業 ㉞コミュニティバス西部循環線運行事業