

## 1. 改訂の背景と現状

### （1）改訂の背景

山形市中心市街地グランドデザイン策定後、中心市街地を取り巻く環境が大きく変化している。

#### 【策定後の変化】

- ①百貨店・旧大沼山形本店の閉店
- ②新型コロナウイルス感染症拡大による社会経済の変化
- ③戦略プロジェクトや民間開発の進展
- ④ウオーカブル推進都市の趣旨に賛同し、居心地がよく歩きたくなるまちなかづくりの取組推進

**現状を踏まえた新たな  
将来像を検討**

### （2）中心市街地の現状

現状把握のための調査を行い、課題とニーズの分析を行った。

#### ①サウンディング型市場調査より

#### 【企業提案の共通点】

- ・百貨店・旧大沼山形本店のような大規模商業施設のみの設置・運営は困難
- ・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

**民間活力を活用しまちの活性化を図るには、都市機能を更に活用したまちづくりを推進する必要がある。**

②来街者アンケート調査より（調査日：令和4年7月14日～18日 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）

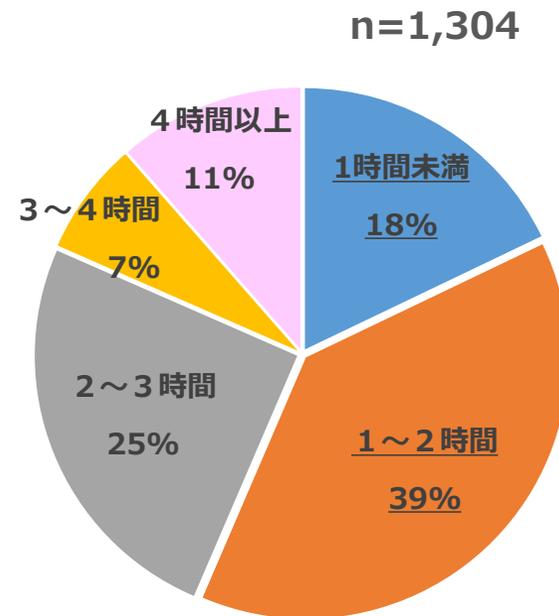
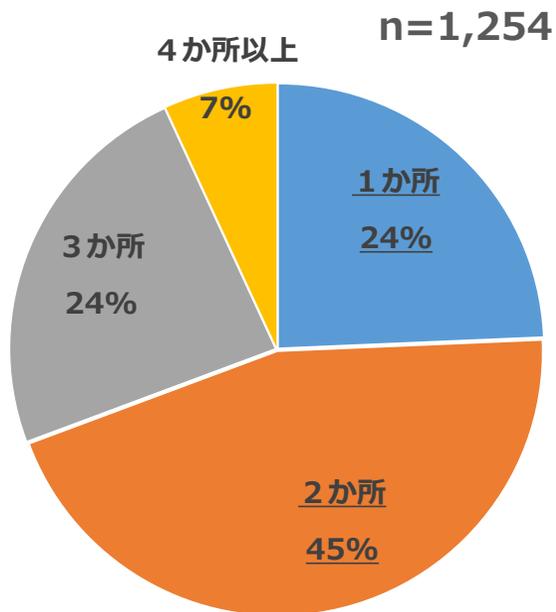
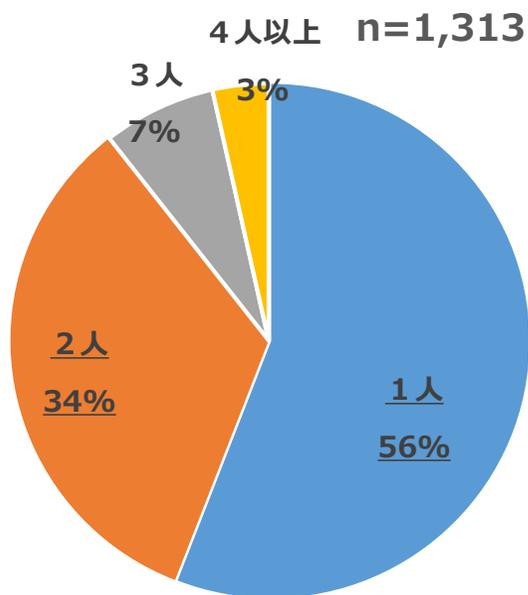
ア) 中心市街地に来る際の平均人数や立ち寄り箇所数は少なく、滞在時間も短い傾向にある。

➡ 中心市街地に人の流入を促し活性化を図るためにも、過ごして楽しい空間、歩いて楽しい空間整備が必要である。

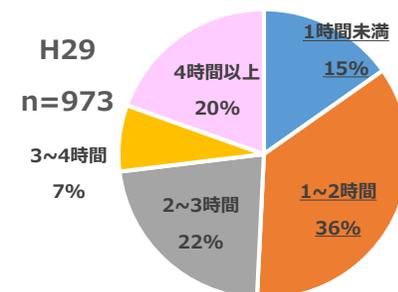
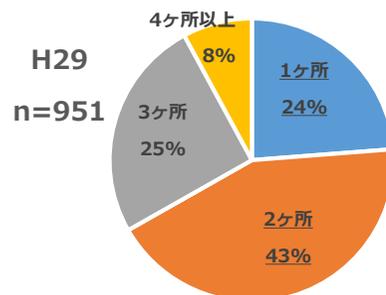
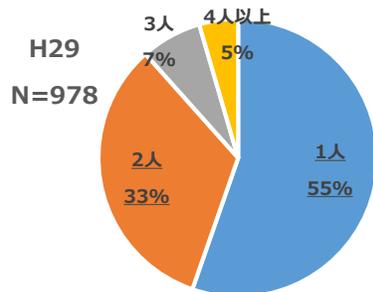
1) 来街する際の平均人数

2) 中心市街地での立ち寄り箇所数

3) 平均的な滞在時間



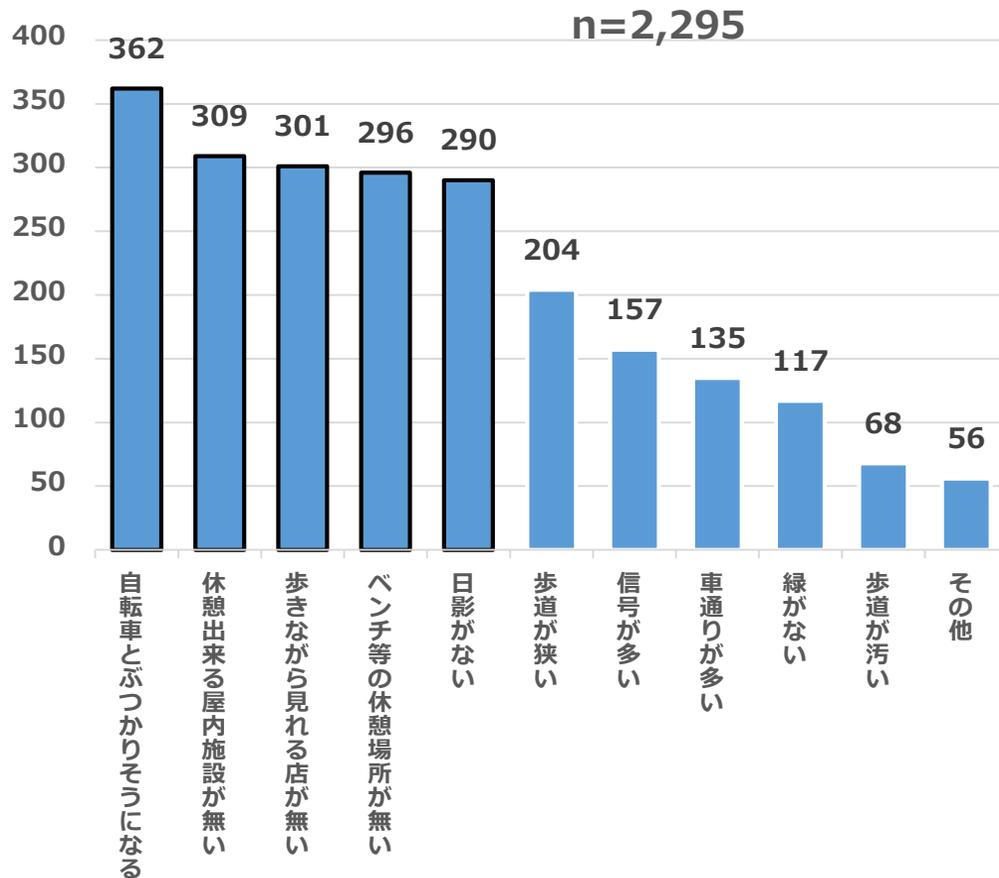
来街者調査結果  
グランドデザイン  
策定時



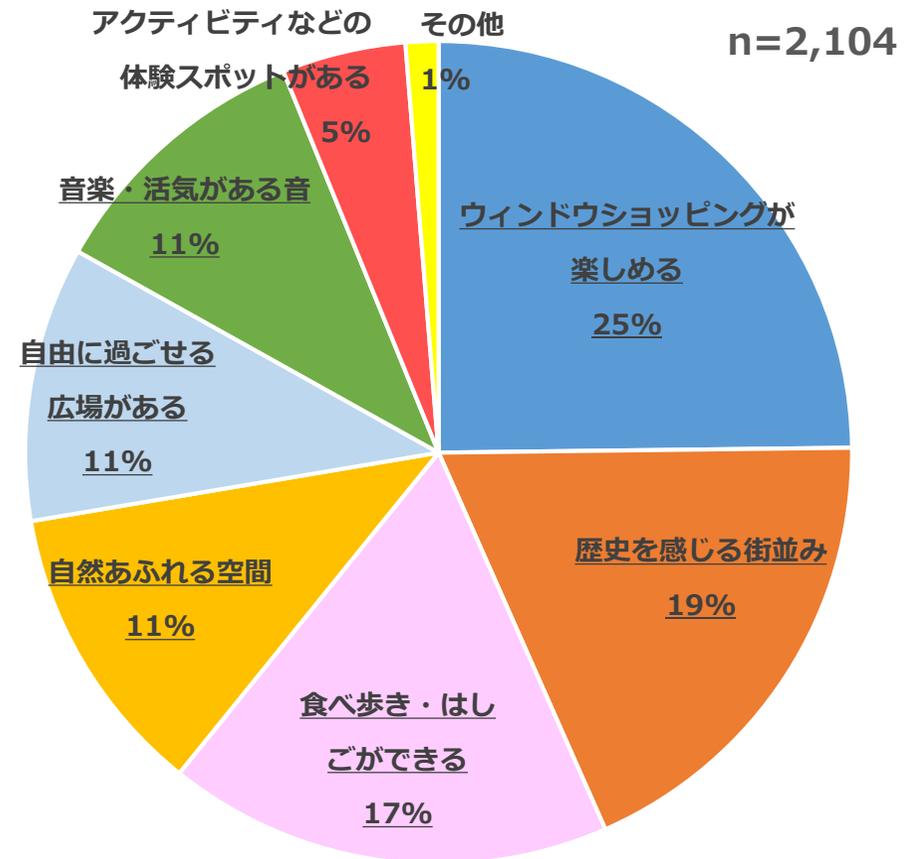
イ) 総じて、休憩場所や日陰などの歩きやすさや、ゆっくり、ゆったり過ごせる空間を望む傾向が見られる。

➡ 歩いて楽しい環境整備に向け、休憩出来るスペースの充実とともに、商業機能や歴史を感じる街並み・自然・広場・音などに関する環境整備を進めていく必要がある。

#### 4) 中心市街地で歩きにくいと感じる点



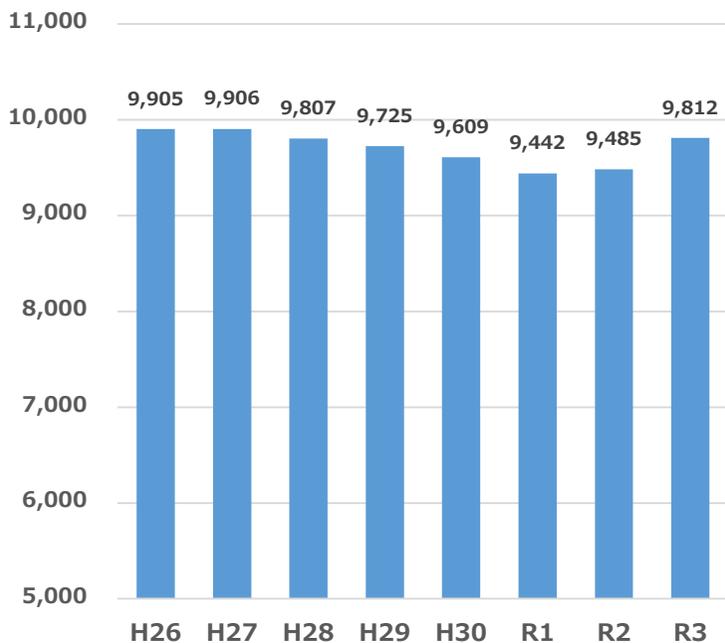
#### 5) 歩いて楽しいと感じるまちにあるもの



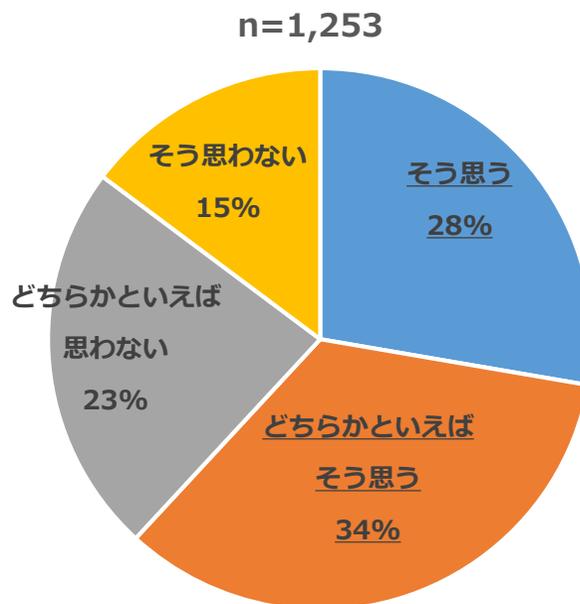
ウ) 中心市街地の居住人口は増加しており、街なかへの居住ニーズや職住近接の意識が高い状況にある。

➡ 引き続き居住者の増加を図るためにも、ニーズを踏まえた住みやすい環境整備が必要である。

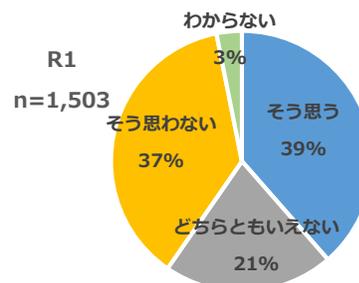
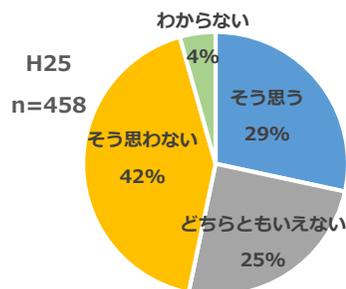
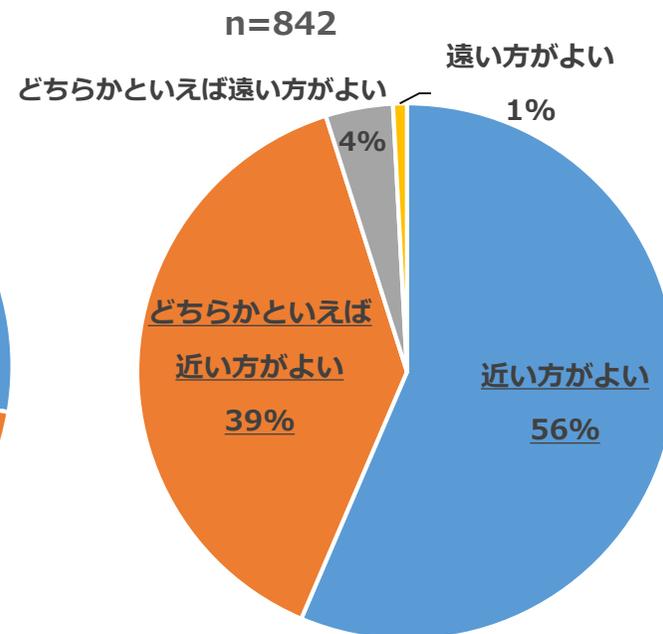
### 6) 中心市街地の居住人口の推移



### 7) 街なかに住みたいと思うか



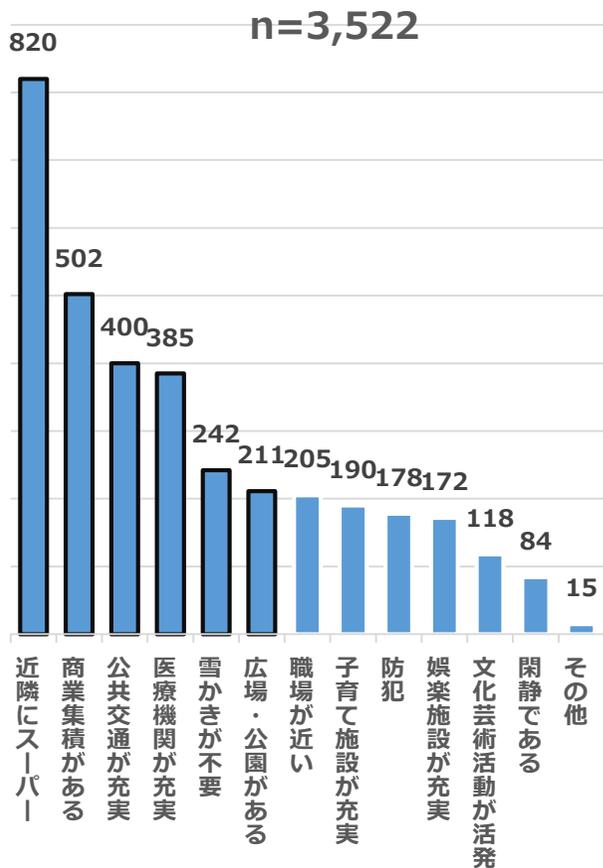
### 8) 職場と住まいが近いエリアがあると良いと思うか



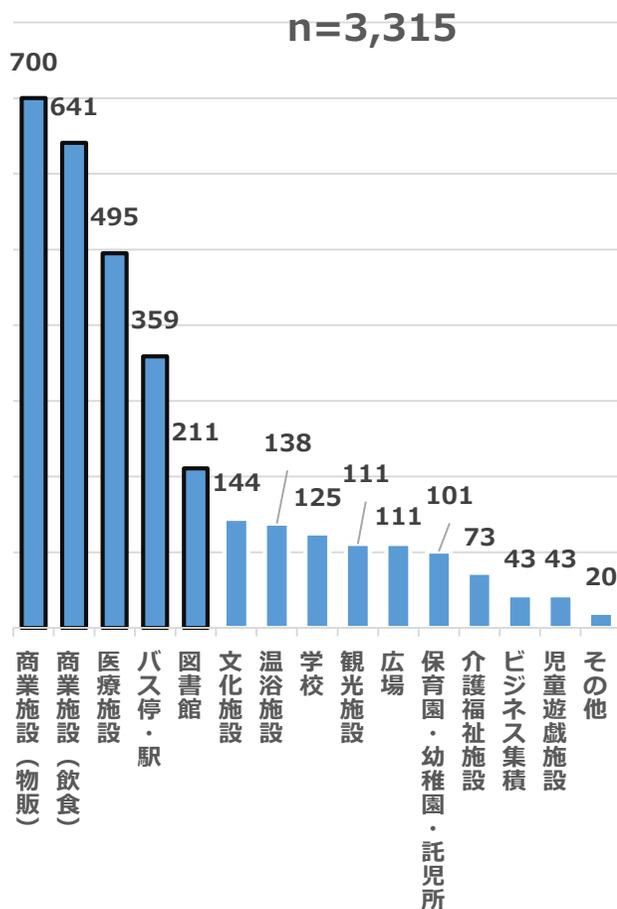
エ) ニーズは多岐にわたるが、近隣への商業機能の集積と利便性の向上が求められている。

➡ 住みやすい環境整備に向け、商業機能をはじめ、医療や公共交通、図書館、広場などの機能を充実していく必要がある。

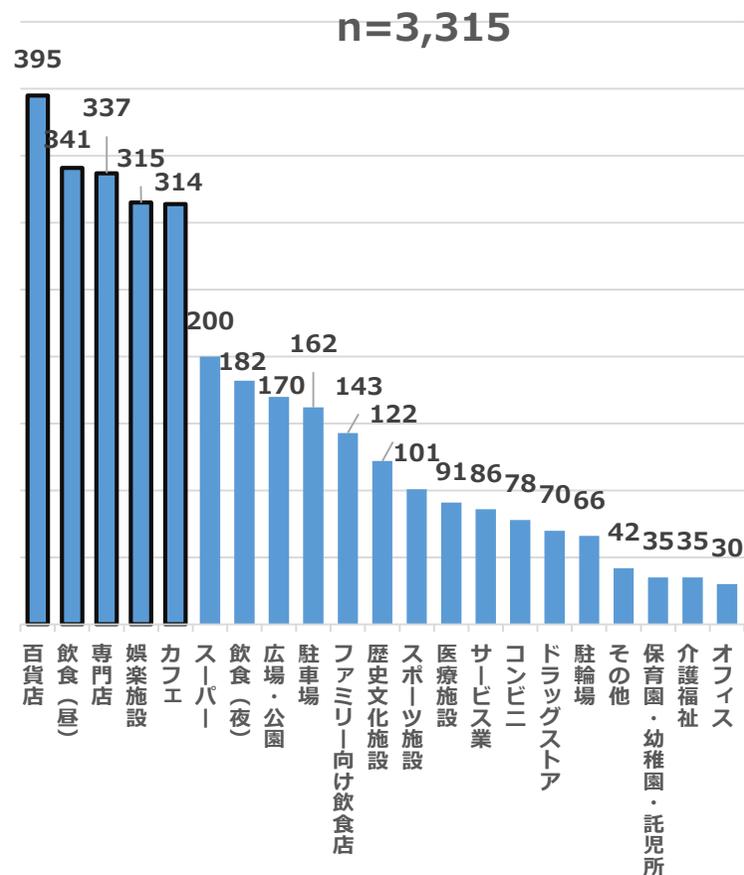
### 9) 住みやすい街のイメージ



### 10) 住まいの近くに欲しい機能



### 11) 中心市街地に充実して欲しい施設



## 2. 改訂の骨子 (案)

### (1) 改訂の基本的な考え方

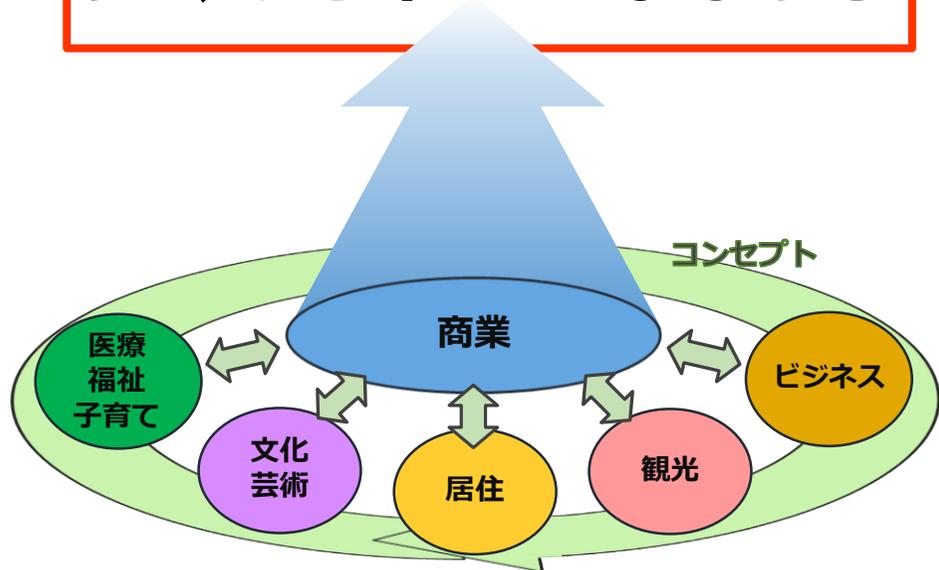
これまで山形市では、ランドデザインで示した分野毎に魅力向上に取り組み、中心市街地全体としての価値向上を図ってきたが、旧大沼山形本店の閉店や新型コロナウイルス感染症拡大等により社会経済が大きく変化している。また、人口減少や高齢社会を迎え都市の活力低下が危惧されるとともに、まちなかを車から人中心への空間に転換するウォーカブルなまちづくりの取組が進められている。

そのような状況の中、現在中心市街地では、居住人口が増加するとともに官民による様々な事業が創出されており、まちが大きく変化しつつある。今後、中心市街地の価値の向上を図るためにも、これまでランドデザインで示してきた目的や取組の方向性を継承・発展させつつ、新たな取組も加え、官民が連携し各分野の取組の効果を面的に波及させるため、各分野に共通するコンセプトを定め、「訪れる人が歩いて楽しいと感じる」「住んでいる人が住みやすいと思う」まちづくりを推進していく。

### (2) まちづくりのテーマと取組分野

新テーマ

歩くほど幸せになるまち



【居住】 【文化・芸術】 【医療・福祉・子育て】 【ビジネス】 【観光】

【商業】の各分野の魅力向上を図るとい方針は継承しながら、各分野共通のコンセプトを定め一貫性のある取組を推進し、各分野の魅力向上を商業の魅力向上につなげ、新たなまちの実現を目指す。

コンセプト	
①身体性(体感)、偶発性、希少性の創出	【新規】
②滞在する場としての空間の整備	【継承】
③回遊できる仕組みづくり	【新規】
④みどり豊かな魅力ある空間の整備	【継承】
⑤官民一体となった公共空間の整備・活用	【新規】
⑥公共交通の活用促進	【継承】
⑦DXの推進	【新規】

### (3) まちづくりの取組のイメージ

歩いて楽しいまち



住みやすいまち

御殿堰や文翔館の景観を活かした取組を推進



霞城公園の整備(～R15)



新たな済生館の整備(～R12頃)



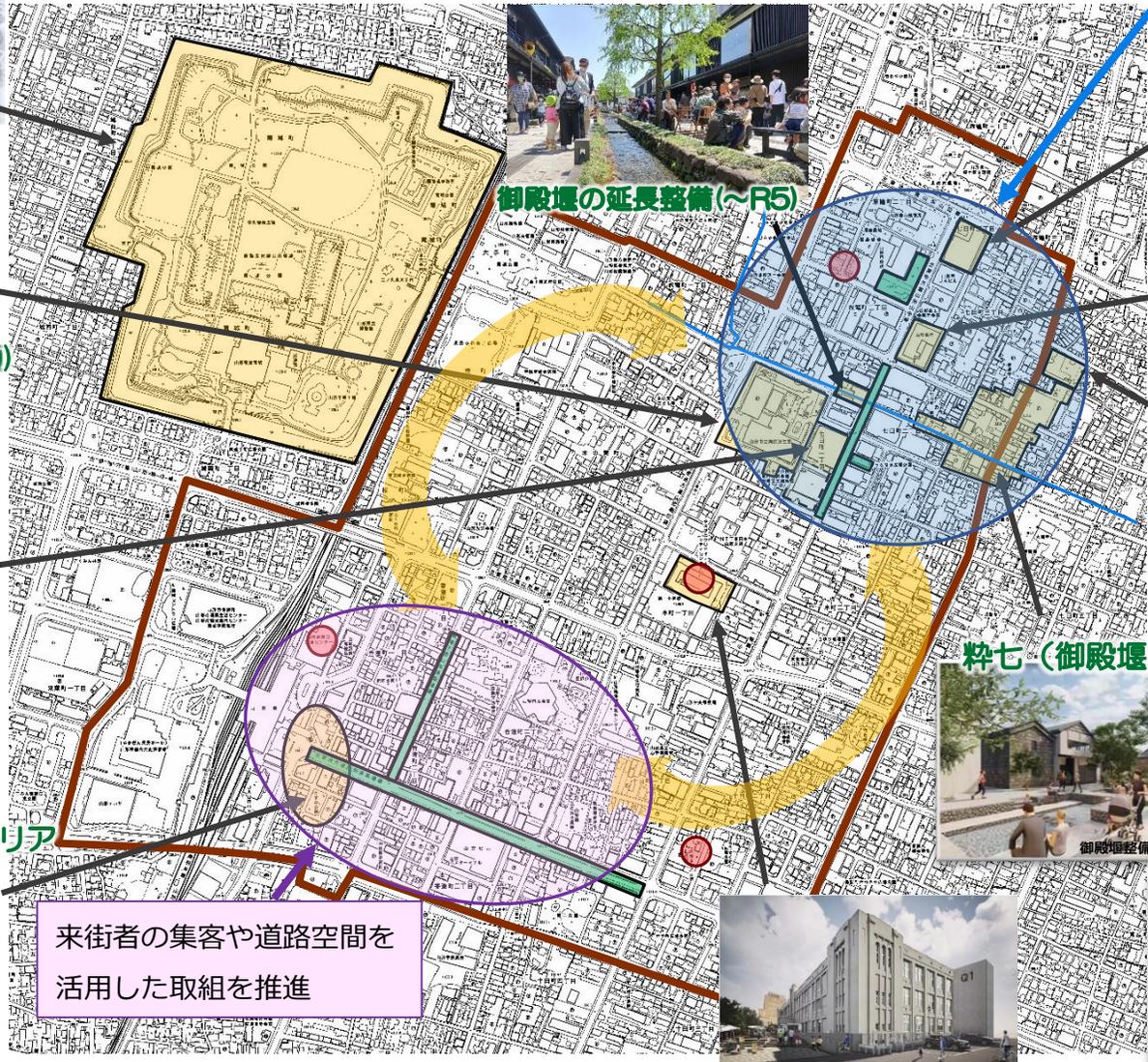
旧大沼周辺の再開発



公共空間の活用：  で示すエリア



駅前周辺エリアの将来像の検討



来街者の集客や道路空間を活用した取組を推進

コミュニティサイクルの設置： ●

クリエイティブシティセンターの活用



御殿堰の延長整備(～R5)



新市民会館の整備(～R10)



山形銀行の建設(～R7)



旧千歳館の利活用



粋七(御殿堰を活かした街区整備)(～R9)

御殿堰整備イメージ

広場の整備イメージ



御殿堰整備イメージ

## (4) 戦略プロジェクト

居住	①住みたくなる周辺環境整備
	②選択できる居住スタイルの提供
	③職住近接のライフスタイル推進に向けた環境整備
ビジネス	④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
	⑤DX活用等のビジネス支援体制の構築
	⑥デジタル環境の整備 (wifiスポットの構築等)
	⑦中心市街地での事業継続への環境整備
医療・福祉・子育て	⑧地域包括ケアシステムの確立、予防医療や検診の強化
	⑨子育て世帯に優しい環境整備
文化	⑩文化創造都市の推進

観光	⑪体験型観光コンテンツの構築
	⑫蔵王・山寺等の観光地との連携強化
	⑬歴史的資源を活用した魅力的な景観づくり
商業	⑭時間消費集客施設の充実
	⑮テナントミックス事業の推進
	⑯リーシング (テナント誘致) による新たな商業の魅力向上
	⑰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	⑱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
	⑲まちなかを回遊できる仕組みづくり
	⑳マイカーに頼らない環境整備

## (5) ゾーニング

### 【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・居住推進ゾーン

商業強化・オフィス誘致ゾーン

商業強化・観光機能集積ゾーン

リノベーション強化ゾーン

医療福祉・居住・子育て推進ゾーン

戦略的景観構築ブロック

料亭文化ゾーン

### 【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

