

山形市中心市街地グランドデザイン（素案）

平成 3 0 年 1 1 月

山形市中心市街地活性化戦略本部

目 次

● 序章	1
1. グランドデザインの目的	1
2. グランドデザインの策定エリア	2
● 第1章 中心市街地の現状と課題	3
1. 中心市街地の現状	3
(1) 人口の推移	3
(2) 地価の現状	5
(3) マンション建設の状況	6
(4) 商業環境の変化	7
ア 小売額の状況	7
イ 商店街の業種分類	10
ウ 商業健全度	11
エ 新規出店ポイントの状況	13
(5) 駐車場の現状	14
(6) 都市景観としての緑量の状況	15
(7) 行政における歳入の状況	16
2. 市民アンケート調査結果	17
3. 課題	27
● 第2章 グランドデザインの概要	28
1. コンセプト	28
2. テーマと目指すべき方向性	28
3. ゾーニング計画	36
(1) 戦略的計画ゾーン	36
(2) 方向性認定ゾーン	36
4. 各ゾーンの今後の方向性について	38
(1) ゾーニングの必要性について	38
(2) 戦略的計画ゾーン	38
ア 観光情報発信推進ゾーン	38
イ 商業強化・居住推進ゾーン	38
ウ リノベーション強化ゾーン	39
エ オフィス誘致・商業強化ゾーン	39
オ 医療福祉・居住・子育て推進ゾーン	39
カ 戦略的景観構築ブロック（御殿堰修復エリア）	40
(3) 方向性認定ゾーン	40
ア 居住・誘客推進ゾーン	40
イ 商業補完・誘客推進ゾーン	40

ウ	歴史・文化推進ゾーン	41
エ	料亭文化ゾーン	41
5.	各商店街の今後の方向性について	42
(1)	商店街の配置について	42
(2)	個別商店街エリアごとの特徴と今後の方向性	43
ア	山形駅前大通り商店街振興組合	43
イ	山形市十日町商店街振興組合	44
ウ	山形市本町商店街振興組合	45
エ	七日町商店街振興組合	46
オ	七日町一番街商店街振興組合	47
カ	協同組合旭銀座のれん会	48
キ	一番組商店街振興組合	49
ク	公園通り商店街振興組合	50
ケ	大手門通りすずらん商店街振興組合	51
●	第3章 中心市街地の活性化を実現していくための戦略について	52
1.	ランドデザインの具現化に向け推進していく戦略プロジェクトについて	52
(1)	プロジェクト本部において既に実施している事業	52
ア	やまがた街なか出店サポートセンター事業	52
イ	街なか情報発信事業	53
(2)	今後推進・検討すべき事業	54
ア	再開発事業における都心機能の充実	54
イ	新たなマンション・集合住宅の建設促進による都心居住の充実	54
ウ	第一小学校旧校舎のリノベーション	54
エ	すずらん商店街における老朽建物の整備改善の促進	55
オ	ビブレ跡における民間開発と連携した観光コンシェルジュ機能・ アクティビティ機能等を有した観光案内所の設置検討	55
カ	十字屋撤退跡における都心機能としての活用の推進	55
キ	御殿堰の再生による回遊性の拡張	55
ク	「共通駐車券サービス」の拡張	55
ケ	駐車場の適正配置による土地の効率的な利用	56
コ	新たな決済サービスの展開と地域電子マネー・地域ポイントの推進	56
サ	サービス付き高齢者向け住宅の計画	56
シ	地域の大学と連携した学生の街なか居住の推進	56
ス	まちづくりファンド事業の検討	57
2.	中心市街地において大きな影響がある大規模の公共的な土地利用について	58
●	第4章 まちづくりを推進していく体制について	61
1.	実施体制及び所掌事項	61
(1)	まちづくり方針や戦略プロジェクトの決定・検討機関	61
ア	山形市中心市街地活性化戦略本部	61

イ 山形市中心市街地活性化プロジェクト本部	62
(2) 戦略プロジェクトの推進機関	62
ア (仮称) 山形市中心市街地活性化戦略推進協議会	62
(3) 山形市中心市街地活性化戦略推進コーディネーター	63
(4) 中心市街地活性化基本計画に関する協議機関	63
ア 山形市中心市街地活性化協議会	63

<参考>

- (1) 山形県総合文化芸術館整備事業概要
- (2) 平成 29 年度実施アンケート調査結果
- (3) 山形市中心市街地活性化戦略本部会議 議事録

山形市中心市街地活性化戦略本部

1. 設立趣旨

山形市では、中心市街地が直面する様々な課題を解決するため、平成 29 年 1 月に、山形市長、山形商工会議所会頭をはじめとして、まちづくり、観光、子育てなど各分野の有識者や地元大学の学識経験者等からなる「山形市中心市街地活性化戦略本部」を設立しました。

2. 実施体制及び所掌事項

中心市街地のグランドデザイン（将来ビジョン）を策定し、戦略プロジェクト（具体的な事業）を決定します。

ア 実施体制

- ① 本部長は山形市長。9 名の本部員で構成。事務局は山形市（山形ブランド推進課）。
- ② 戦略本部会議を開催

イ 所掌事項

- ① グランドデザインの策定
- ② 戦略プロジェクトの決定

<戦略本部員>

役 職 等
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 (人文社会科学部人間文化学科) 教授
東北芸術工科大学 (建築・環境デザイン学科) 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

山形市中心市街地活性化戦略推進コーディネーター

● 序章

1. グランドデザインの目的

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」（新・七日町商店街駐車場）の整備と「子育てランドあーべ」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）の大規模再開発の決定（平成 29 年 12 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、さらには、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続いています。

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が 25 年ぶりに上昇するという結果も生じました。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ことがみてとれます。

山形市では、中心市街地における課題の整理と、今後のグランドデザインのあり方を示すため、山形市中心市街地活性化戦略本部において検討を続けてきました。その目指すところは中心市街地の価値の向上です。

オーバーストア状態をはじめとした現状を踏まえると、これ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、文化芸術などの要素において、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かなければなりません。また、その方向性を目指すにあたっての推進体制も構築する必要があります。

中心市街地活性化の将来像（グランドデザイン）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、現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ます。

山形市は「山形市発展計画」において、健康医療先進都市の実現、定住人口・交流人口の拡大、中核市への移行をはじめとした市全体の方向性を決定しています。また、平成 29 年 10 月にはユネスコ創造都市ネットワークに加盟認定を受け、文化創造都市としての歩みも踏み

出しています。平成 31 年 4 月に予定している中核市への移行による、福祉施設の設置認可や景観規制などのまちづくりに関する権限の強化は、政策対応の可能性を広げるものとなります。こうした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きます。

今後山形市は、山形商工会議所、商店街組合等の関係機関と連携しながら、ランドデザインの実現を目指して政策対応を進めるとともに、既存の組織では対応できない事項については、新たな組織体の設立を目指します。

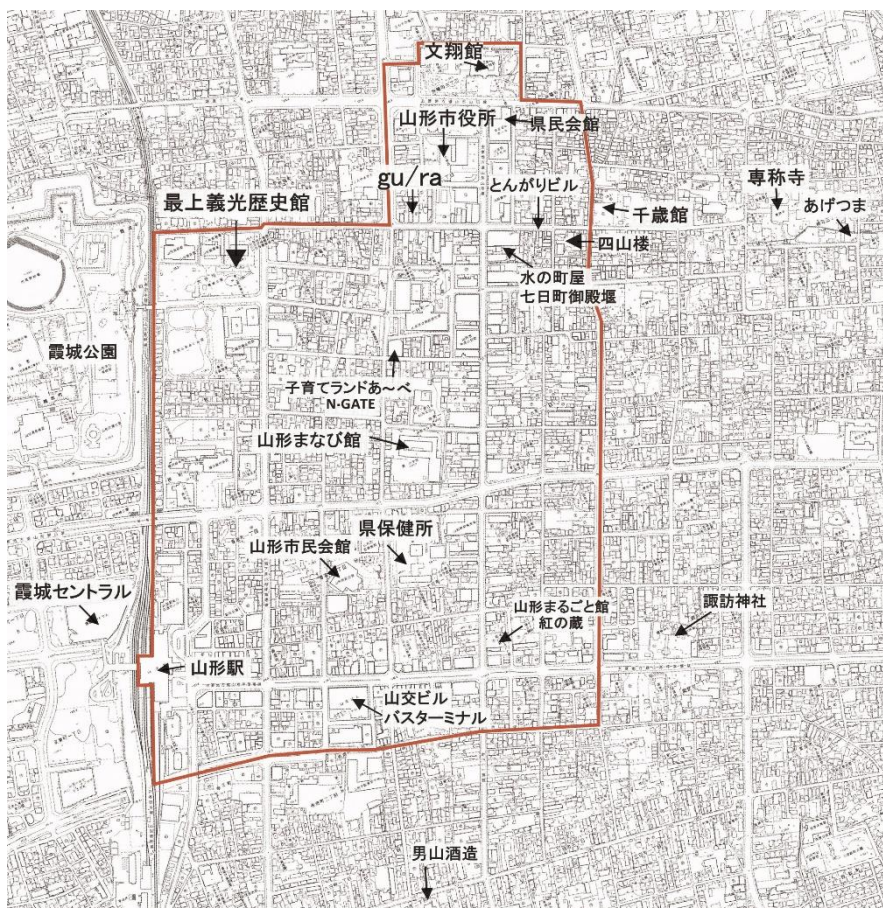
山形市の中心市街地は、延文元年（1356 年）の斯波兼頼入部以来、城下町としての歩みを始め、江戸時代には紅花交易をはじめとする商人町として、明治以降は山形県の県都として繁栄してきました。時代を経るごとに、先人のたゆまぬ努力により伝統を重ねながらも柔軟に変化すべきところは変化し、発展を続けてきたのです。全国的な人口減少というかつてない試練に直面していますが、子や孫の世代のためにも今、動かなければなりません。

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（赤線）を「中心市街地」と位置付けています。

本ランドデザインでは、中心市街地に加え、平成 31 年に JR 山形駅西口駅前に完成予定の「山形県総合文化芸術館」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、「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. 中心市街地の現状

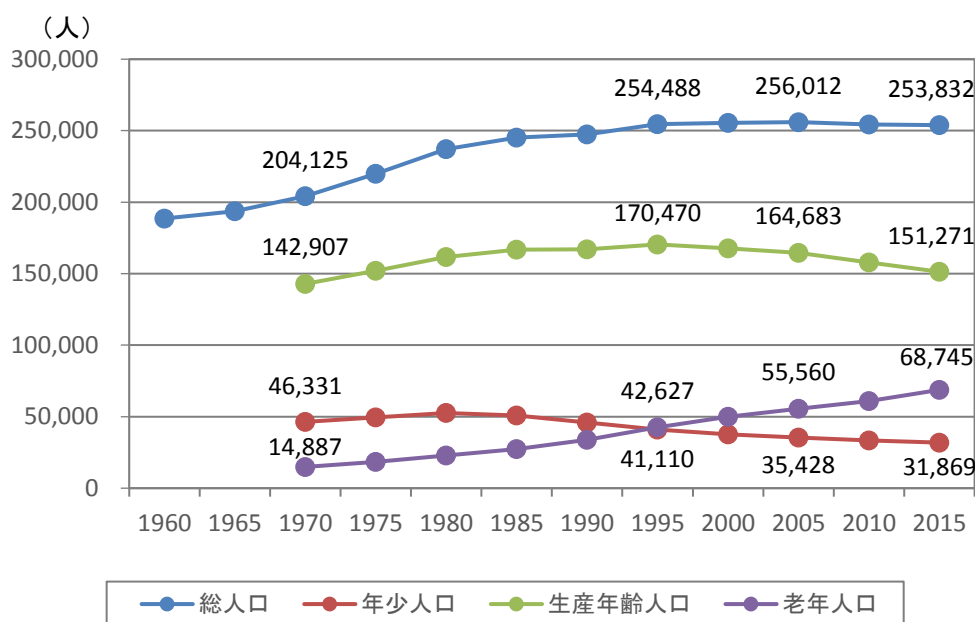
(1) 人口の推移

山形市の総人口は、平成27年(2015年)で253,832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ます。

このように山形市においても本格的な少子高齢化が進展している状況です。

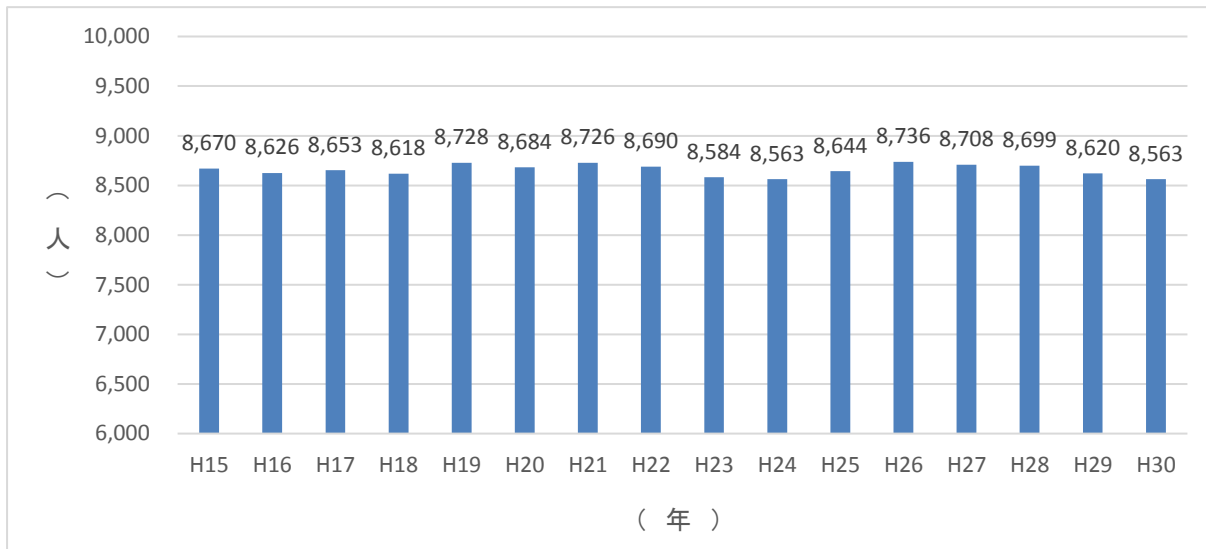
【図1】年齢3区分人口の推移



(国勢調査より)

一方、中心市街地の人口は、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 15 年以降、8,700 人前後の横ばいで推移してきましたが、平成 26 年以降は減少傾向となっています。(図 2)

【図 2】 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)

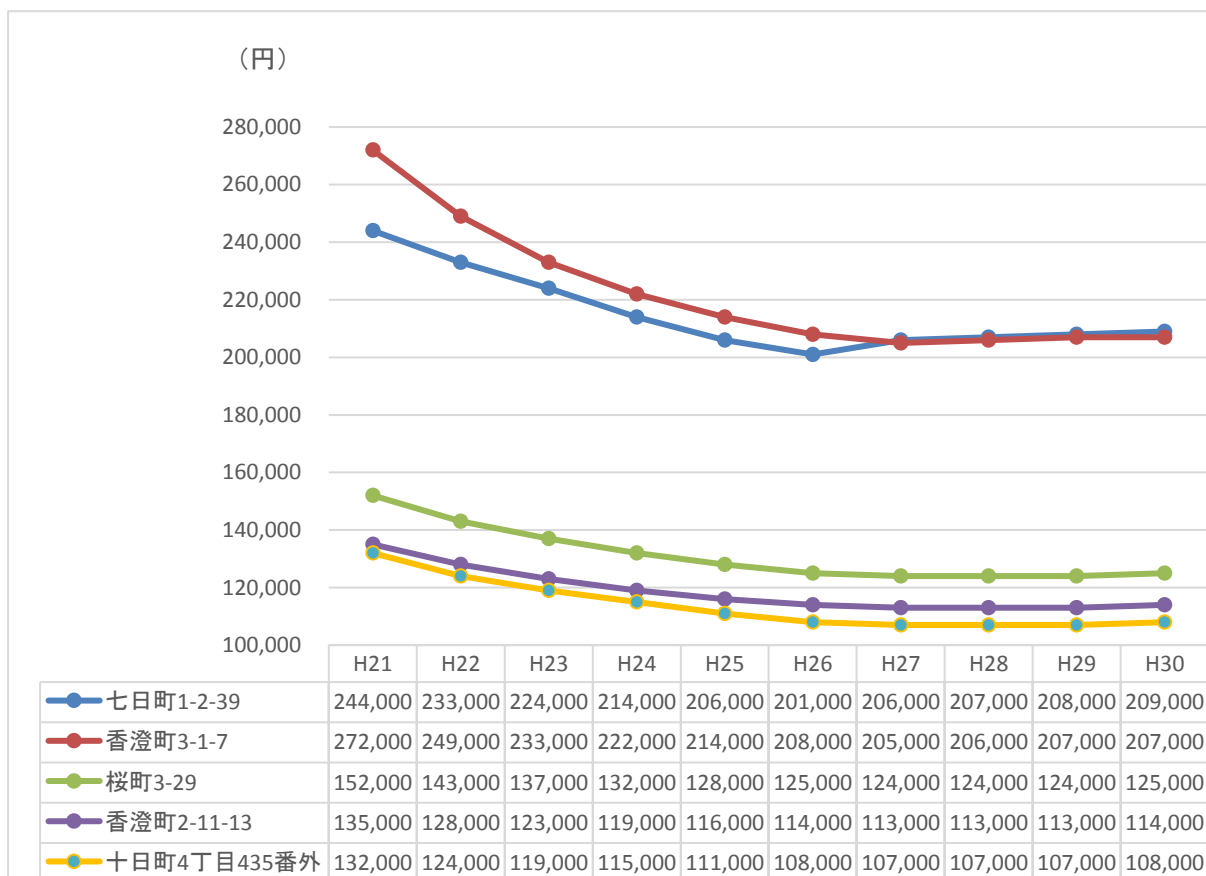
(2) 地価の現状

下図（図3）は中心市街地における地価の推移状況です。

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3】 中心市街地の地価推移



(国土交通省地価公示より)

(4) 商業環境の変化

ア 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、山形市の商圏の状況(図5、表1-1)を見ると、平成27年では山形市を含め11市13町に及んでいます。

平成24年と比較すると、平成27年には山形市の商圏人口が増加したにもかかわらず、山形市に他市町村から買物に来る人口(吸引人口)については、9.6%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1-2)での比較では、インターネットなどの通信販売への買物流出率が1.5%増加していることや、隣接している仙台市、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26年の年間商品販売額(小売額)が平成11年に比べ58.4%減少し、市全体に占めるシェアも11.3%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ます。(図6)

特に、平成12年に中心市街地から2つの大型店が撤退し、郊外に売場面積約28,000㎡の総合スーパーが新規開店した時や、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ます。(図7)

中心市街地の小売業は、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市への買物客の流出により、その商圏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あるため、新たな方策が望まれるのが実態です。

【図5】山形市の商圏の状況(平成24年・平成27年買回り品)

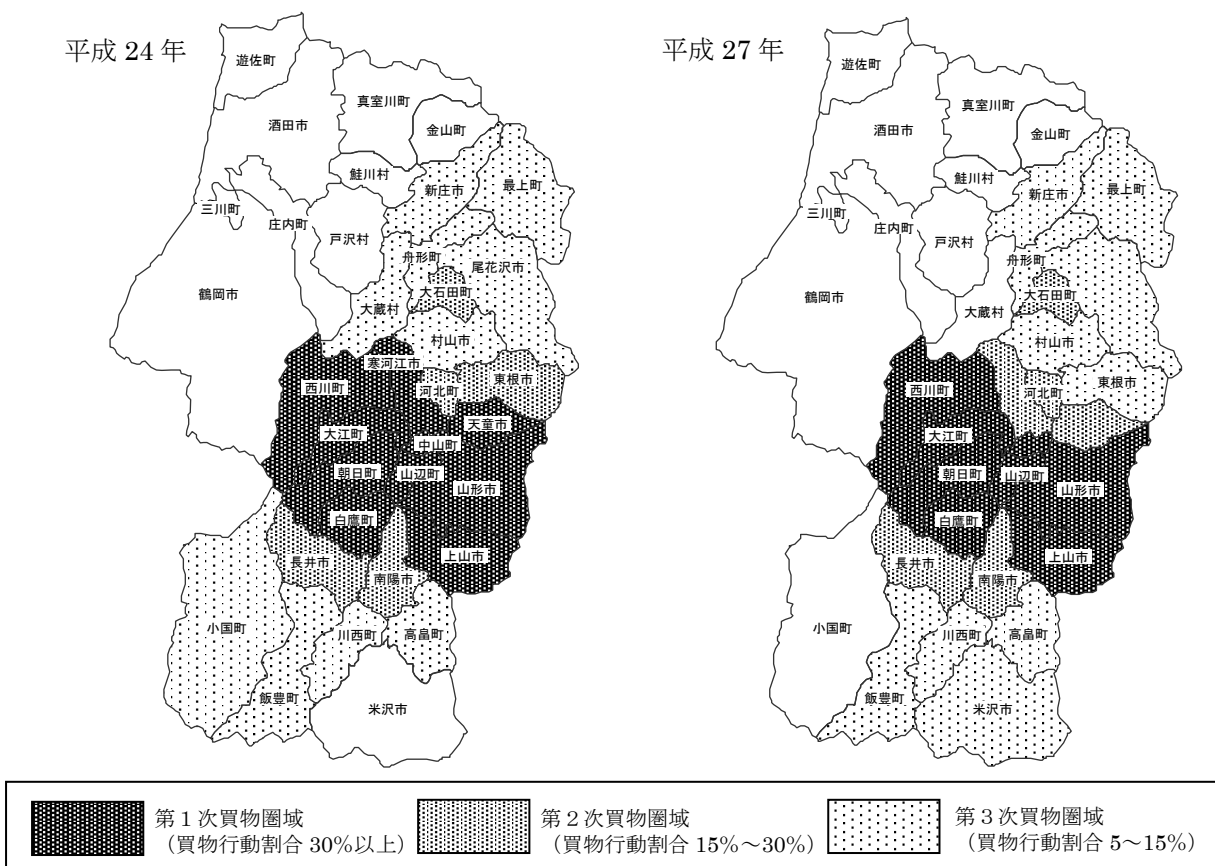


表 1-1 山形市の商圏の状況（平成 24 年・平成 27 年買回り品）

商圏範囲	平成24年			平成27年		
	市町村数	商圏人口	吸引人口	市町村数	商圏人口	吸引人口
第1次	4市6町	455,204	312,969	2市6町	346,535	256,119
	山形市、寒河江市 上山市、天童市 山辺町、中山町 西川町、朝日町 大江町、白鷹町			山形市、上山市 山辺町、中山町 西川町、朝日町 大江町、白鷹町		
第2次	3市2町	136,428	23,799	4市2町	189,801	39,415
	長井市、東根市 南陽市、河北町 大石田町			寒河江市、長井市 天童市、南陽市 河北町、大石田町		
第3次	3市6町1村	158,912	14,388	5市5町	273,722	21,832
	新庄市、村山市 尾花沢市、最上町 舟形町、高島町 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、最上町 舟形町、高島町 川西町、飯豊町		
計	10市14町1村	750,544	351,156	11市13町	810,058	317,366

（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もの店舗を回るなどして購入する商品をいう。

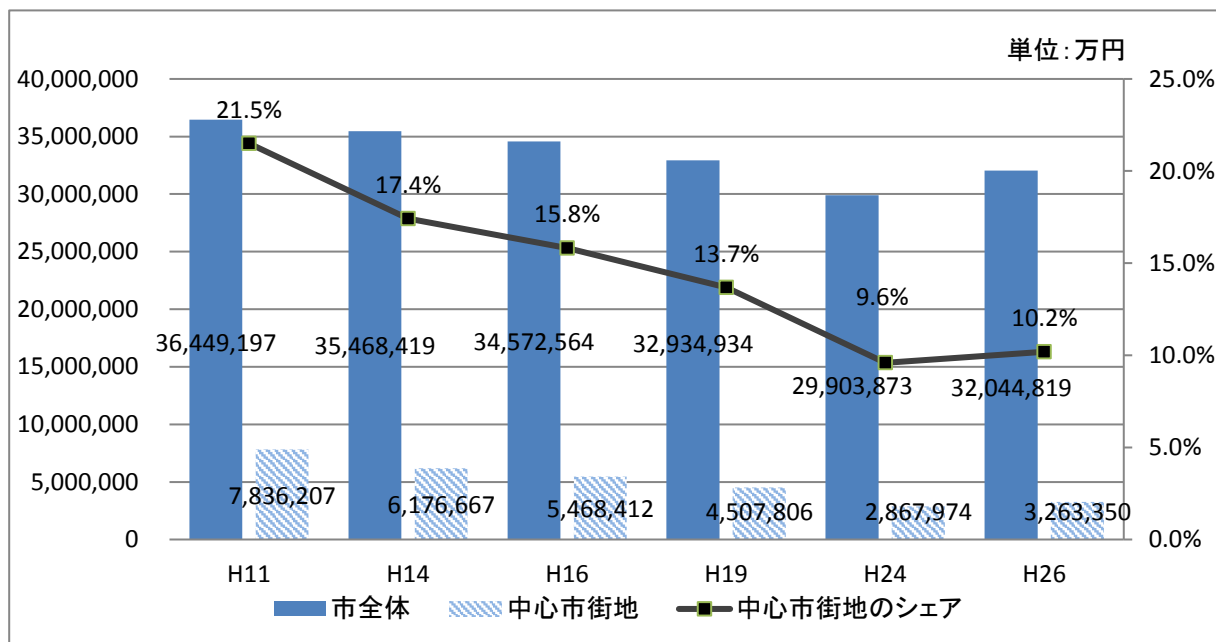
※ 吸引人口＝各市町村の推計人口×各市町村の買物行動割合

表 1-2 山形市世帯の他市町村への買物流出率（平成 24 年・平成 27 年買回り品）

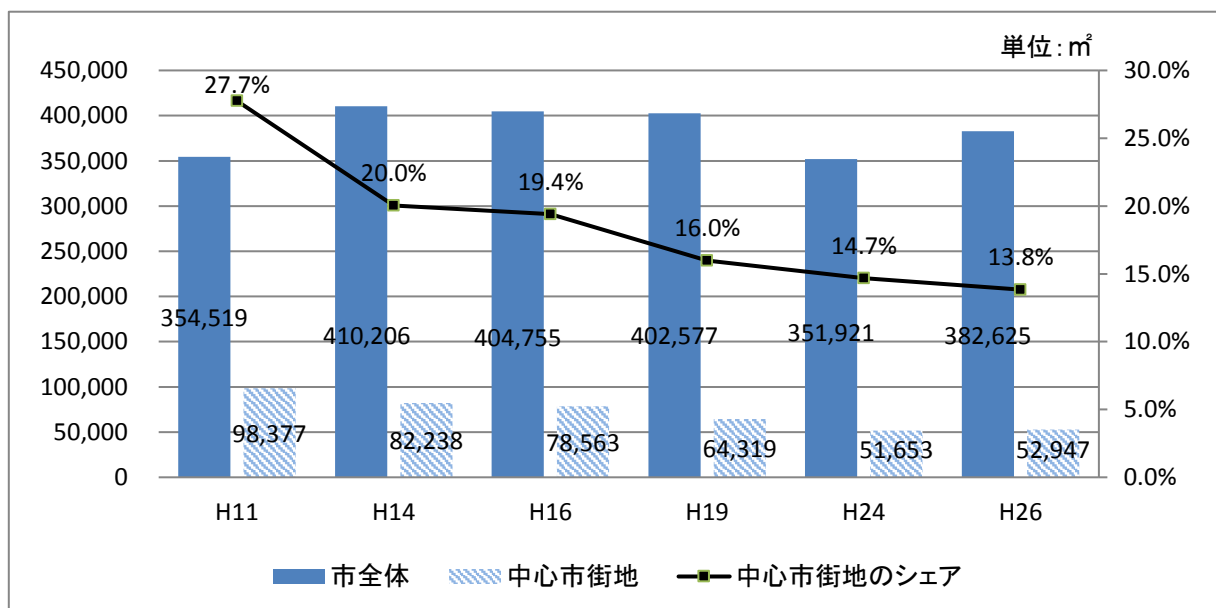
自市町村での 購買世帯 の割合	平成 24 年			自市町村で の購買世帯 の割合	平成 27 年		
	流出先市町村・流出率				流出先市町村・流出率		
	第 1 位	第 2 位	第 3 位		第 1 位	第 2 位	第 3 位
86.4%	通信販売	仙台市	天童市	82.7%	通信販売	仙台市	天童市
	5.9%	5.2%	0.8%		7.4%	5.4%	2.3%

（山形県買物動向調査（買回り品）より）

【図6】年間商品販売額（小売額）の推移



【図7】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)

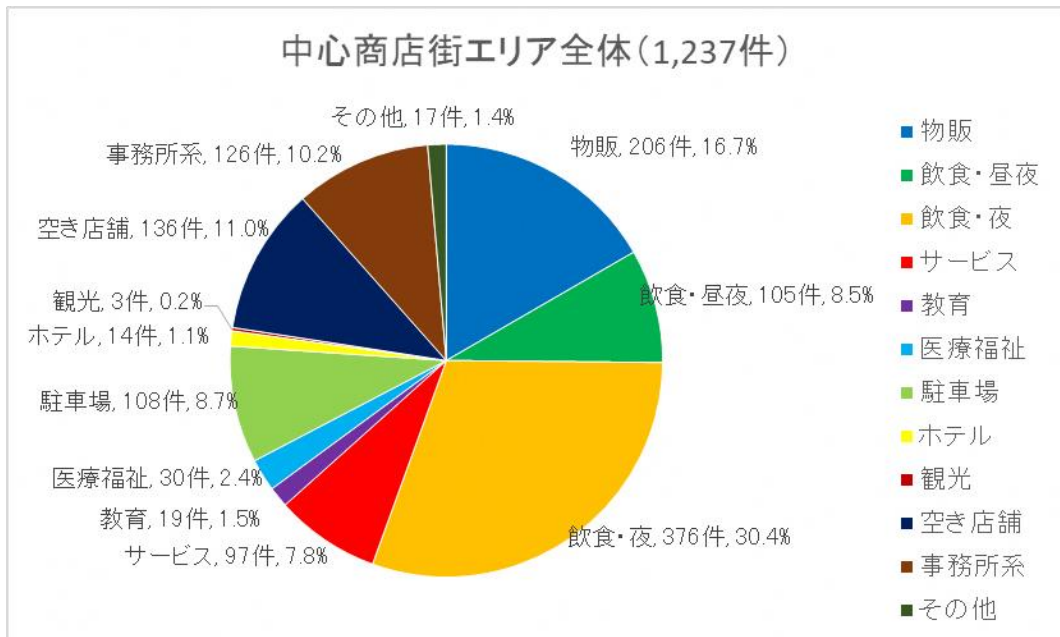
イ 商店街の業種分類

下図（図 8）は平成 30 年 6 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い状況にあります。特に夜間のみの営業を行う飲食店が多く、夜化傾向にあることがわかります。

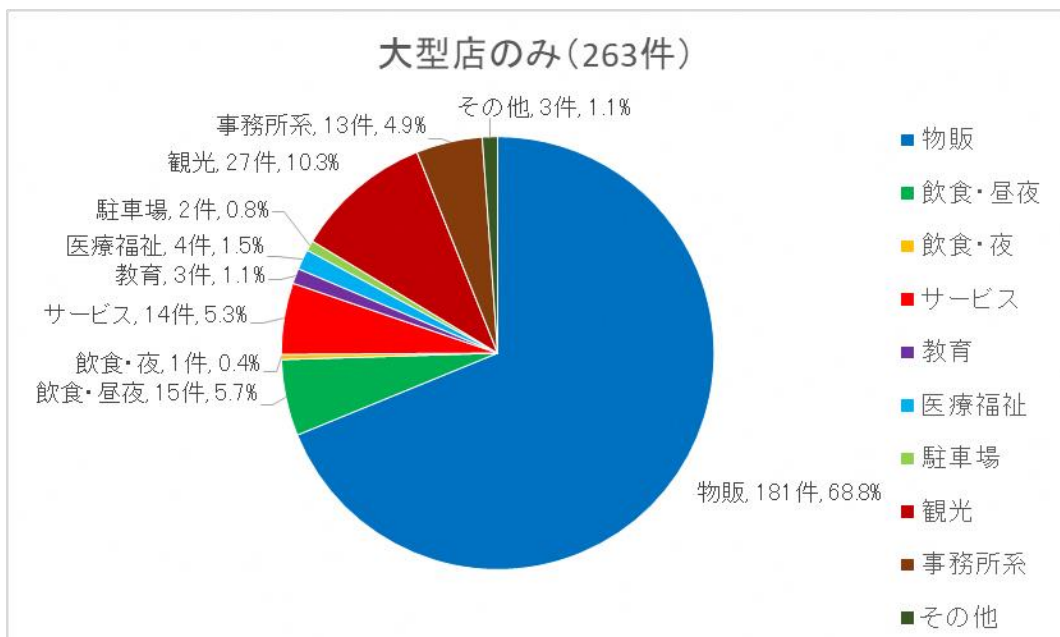
一方、中心市街地エリアの大型店の業種分類は、物販が半数以上を占めている状況です。（図 9）

商店街エリアに大型店を加えた、中心市街地全体の業種分類を見ると、商店街エリアのみの場合に比べて物販の割合が増え、飲食店の割合が減少します。しかし、依然夜間営業の飲食店の構成比率が高い状況にあります。（図 10）

【図 8】 中心商店街エリア全体の業種分類

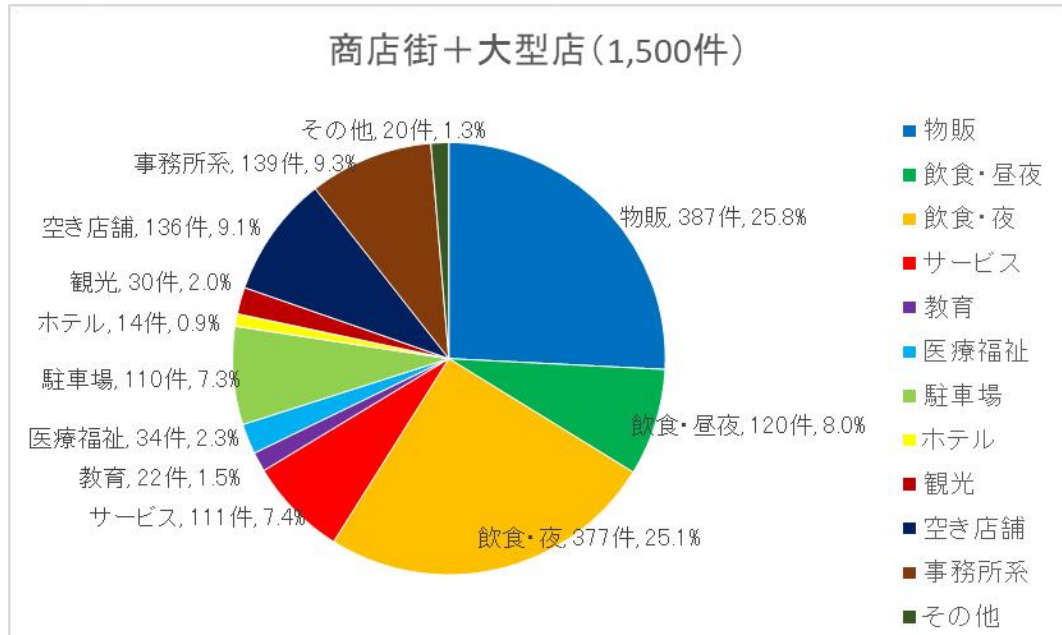


【図 9】 中心市街地の大型店の業種分類



※ 大型店…エスパル山形、山交ビル、アズ七日町、大沼

【図 10】 中心商店街エリア全体に大型店を加えた業種分類



ウ 商業健全度

下表（表 2）は、中心市街地活性化基本計画を策定している各都市の人口規模と、中心市街地の商業売り場面積、年間小売販売額及び㎡あたりの年間小売販売額を示したものです。

商業健全度とは、どれだけ効率的に収益を上げられる環境にあるかという指標であり、㎡あたりの販売額が高いほど効率的であるということが推察されます。

表 2 中心市街地における商業健全度 ㎡売上効率

都市	人口	商業売り場面積	年間小売販売額	㎡あたりの年間小売販売額	対象年度
静岡市	70 万人	14.1 万㎡	1,238 億円	878,014 円/㎡・年	平成 24 年度
富山市	41 万人	10.1 万㎡	794 億円	786,138 円/㎡・年	平成 26 年度
大分市	47 万人	7.0 万㎡	508 億円	725,714 円/㎡・年	平成 26 年度
秋田市	31 万人	4.8 万㎡	325 億円	677,083 円/㎡・年	平成 26 年度
上山市	3 万人	0.74 万㎡	48 億円	648,648 円/㎡・年	平成 26 年度
鶴岡市	13 万人	2.4 万㎡	151 億円	629,166 円/㎡・年	平成 24 年度
山形市	25 万人	5.2 万㎡	326 億円	626,923 円/㎡・年	平成 26 年度
福島市	28 万人	7.3 万㎡	430 億円	589,041 円/㎡・年	平成 24 年度
沖縄市	13 万人	2.2 万㎡	124 億円	563,636 円/㎡・年	平成 26 年度
八戸市	23 万人	5.6 万㎡	253 億円	451,785 円/㎡・年	平成 26 年度
弘前市	17 万人	5.3 万㎡	227 億円	428,301 円/㎡・年	平成 24 年度

（「商業売り場面積」及び「年間小売販売額」は各市の中心市街地活性化基本計画より掲載）

下表（表 3）の数値は、山形市における平成 11 年度と平成 26 年度の㎡あたりの年間小売販売額を比較したものです。

中心市街地から 2 つの大型店が撤退した前年である平成 11 年度と比べ、平成 26 年度は約 23% も低下しており、街の消費規模に見合った商業売り場面積となっていない『オーバーストア』の状態になっています。

表 3 山形市における商業健全度 ㎡売上効率

年 度	商業売り場面積	年間小売販売額	㎡あたりの 年間小売販売額
平成 11 年度	9.8 万㎡	783 億円	798,980 円／㎡・年
平成 26 年度	5.2 万㎡	326 億円	626,923 円／㎡・年

（商業統計より）

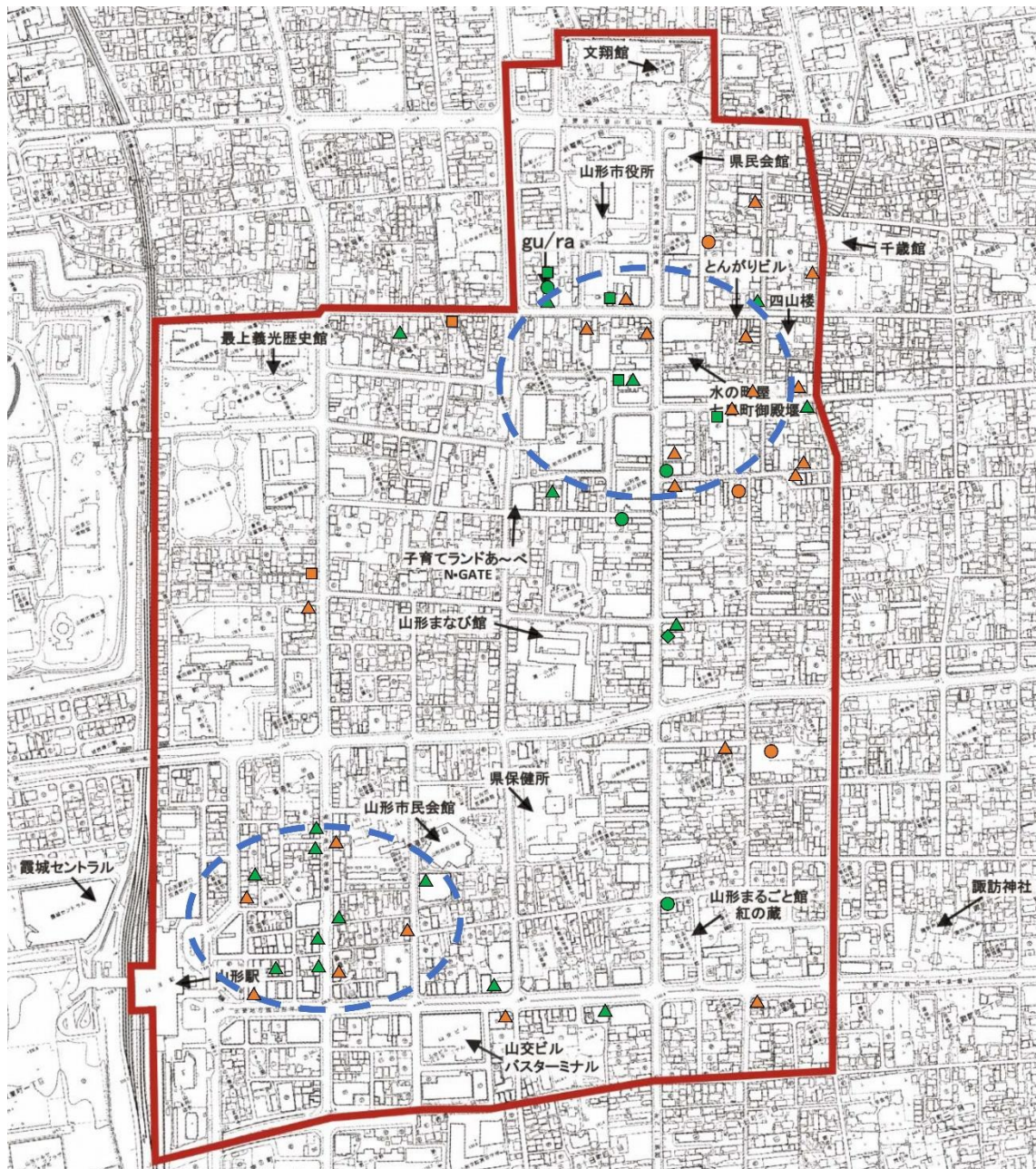
エ 新規出店ポイントの状況

下図（図 11）は、平成 28、29 年度の中心市街地における新規出店のあったポイントを示したものです。

新規出店ポイントは、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ヶ所へと集中している状況にあります。

新規出店ポイントの集中は、今後更に顕著となることが予測されるため、「オーバーストア」という状況を含めた商業環境の改善は赤枠内をベースとして進め、それ以外のエリアは商業以外で不動産・土地活用を進めるなど差別化が求められる状況です。

【図 11】 中心市街地における新規出店ポイント



新規出店状況

平成28年度	● 物販3件	▲ 飲食22件	■ サービス2件
平成29年度	● 物販4件	▲ 飲食17件	■ サービス4件
			◆ 事務所1件

(5) 駐車場の現状

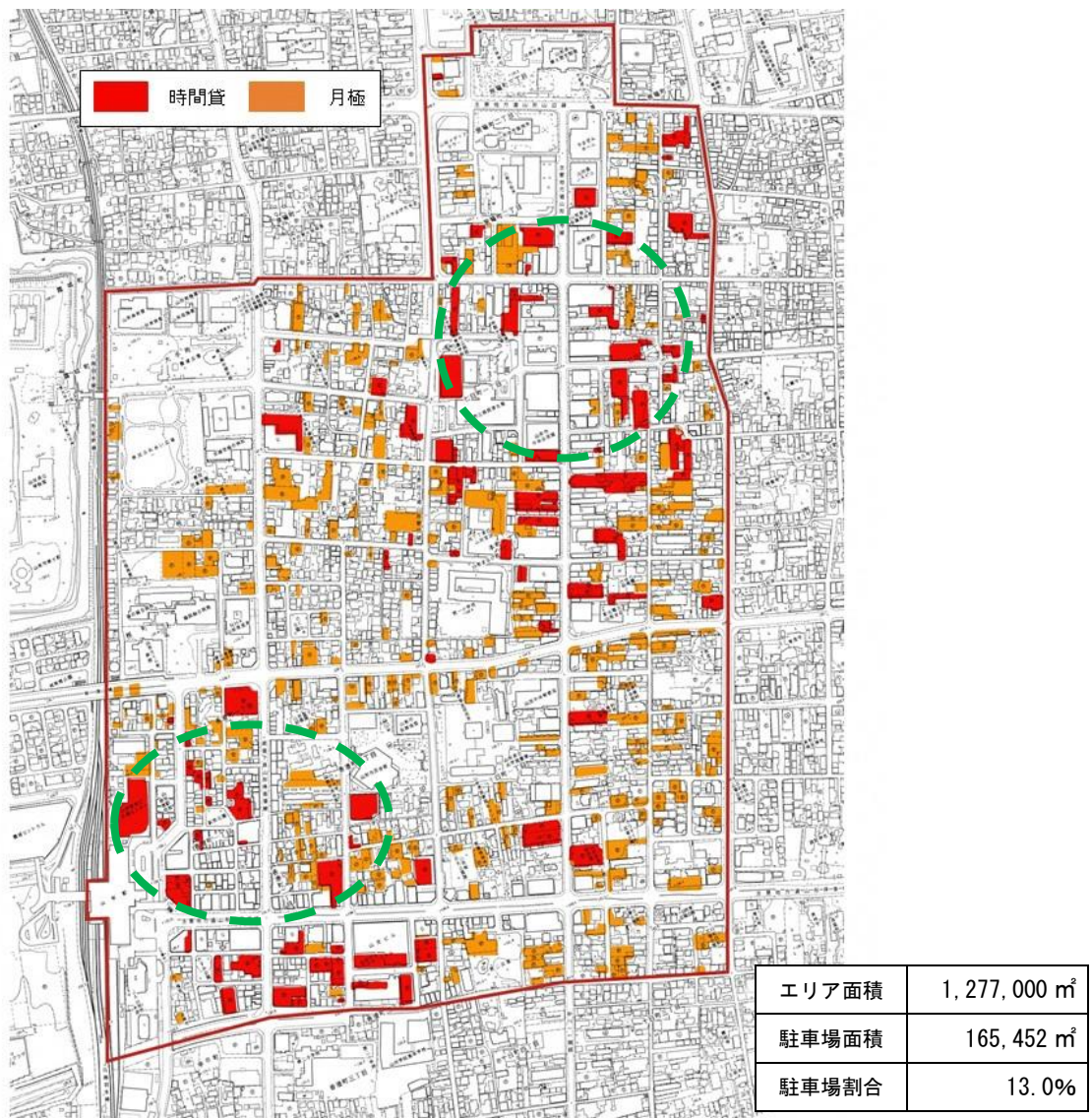
下図（図 12）は、中心市街地における時間貸し駐車場と月極駐車場の配置図（地下駐車場を除く）です。

中心市街地の面積のうち 13%が駐車場として使われています。緑枠で示した新規出店ポイントに合わせるように、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%が平置きの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いない状況です。

時間貸し駐車場のうち稼働率が低い駐車場は集約化を進めるなど、土地の高度利用を図る必要がある状況です。

【図 12】 中心市街地における駐車場の現状（平成 30 年 5 月現在）



	時間貸						月極		合計	
	コインパーキング		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				
エリア内	74 (30)	2,293 (1,177)	23	4,519	97	6,812	317	4,854	414	11,666
割合	17.9% (7.2%)	19.7% (10.1%)	5.5%	38.7%	23.4%	58.4%	76.6%	41.6%	100.0%	100.0%
前年比	104.2%	118.0%	92.0%	92.4%	101.0%	99.6%	100.0%	100.4%	100.2%	99.9%

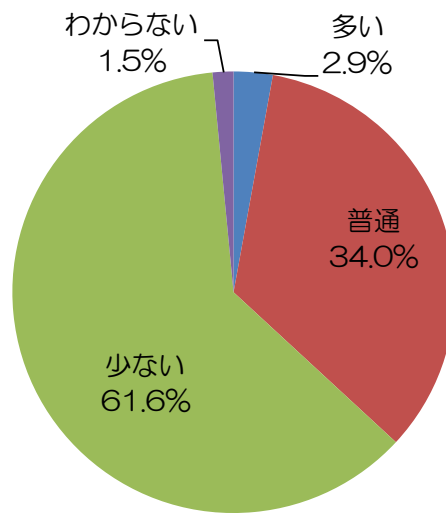
※ カッコ内の数字はクレジットカード対応の駐車場

(6) 都市景観としての緑量の状況

「山形市みどりの基本計画」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 13）

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 13】 中心市街地に対するみどりの豊かさ（量）について



（山形市みどりの基本計画より）

<理想的な空間（例）>



(7) 行政における歳入の状況

下図(図14)は山形市における平成29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(127.7ha)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11%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、中心市街地の価値を下げないことが非常に重要です。

【図14】平成29年度歳入内訳

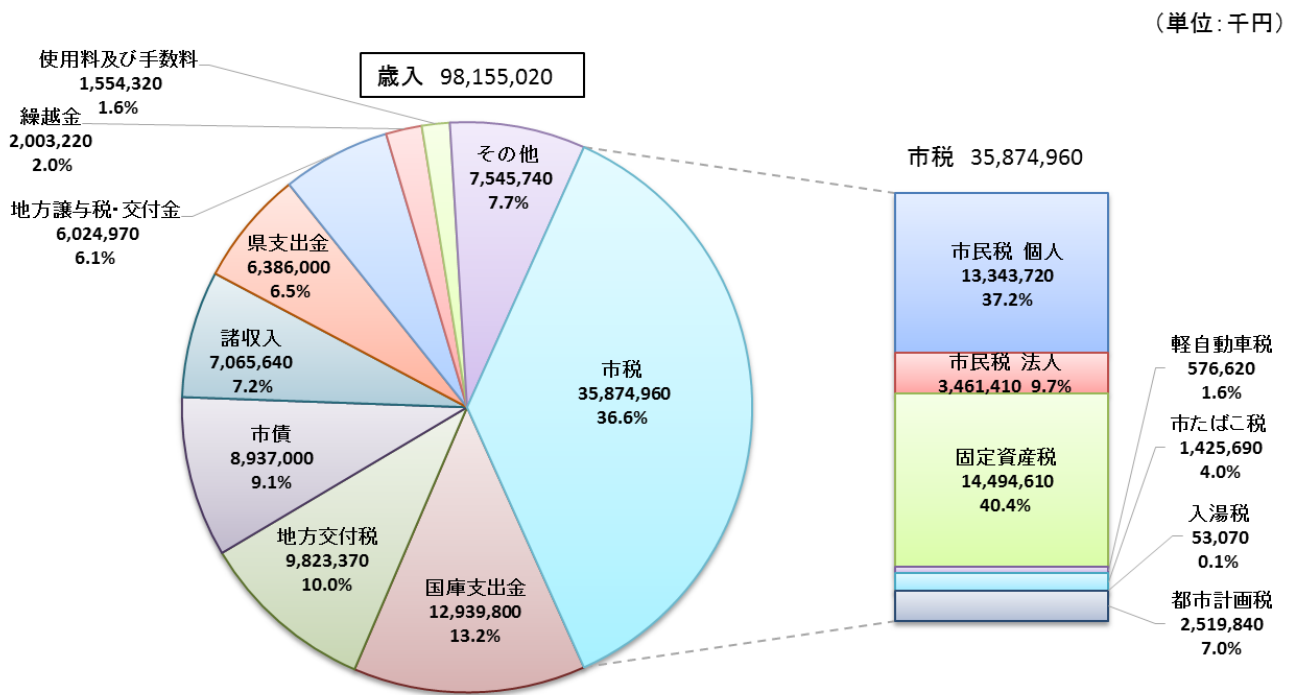


表4 平成29年度 固定資産税・都市計画税の市全体年税額に占める中心市街地年税額の割合

	市全体 (円)	うち中心市街地 (円)	割合 (%)
固定資産税	12,737,907,583	1,392,016,478	10.9
都市計画税	2,538,723,959	315,531,552	12.4
計	15,276,631,542	1,707,548,030	11.2

2. 市民アンケート調査結果

(1) 平成 29 年度実施アンケート調査結果

山形市中心市街地活性化プロジェクト本部において、市民及び若年層の中心市街地利用の現状と意識及び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。

ア 調査概要

(ア) 調査期間

- ① 一般市民：平成 29 年 9 月 14 日（木）～ 10 月 16 日（月）
- ② 来街者：平成 29 年 9 月 15 日（金）、30 日（土）
10 月 6 日（金）、8 日（日）、14 日（土）
- ③ 大学生：平成 29 年 10 月 2 日（月）～ 31 日（火）

(イ) 調査対象

一般市民、来街者、市内四年制大学学生

(ウ) 調査方法

- ① 一般市民：全世帯数の約 10%にあたる 1 万世帯に調査用紙をポスティング（中心市街地を除く）
- ② 来街者：山形駅自由通路、山交ビル前、八文字屋前（10 月 14 日は御殿堰前）、大沼前（10 月 14 日はほっとなる広場）にて対面式の聞き取り
- ③ 大学生：各大学の教授に依頼（配布数 500）

(エ) 回収数

- ① 一般市民：3,035 人（有効回収率 30.35%）
- ② 来街者：1,000 人（調査歩行者数合計の約 10%）
- ③ 大学生：423 人（回収率 84.6%）

(オ) 回答者の属性

- ① 一般市民：男性 49.0% 女性 51.0%
10 代 0.5% 20 代 3.4% 30 代 10.9% 40 代 14.7%
50 代 16.4% 60 代 26.0% 70 代以上 28.0%
- ② 来街者：男性 28.9% 女性 71.1%
10 代 20.4% 20 代 18.0% 30 代 9.0% 40 代 12.7%
50 代 11.8% 60 代 14.1% 70 代以上 14.0%
- ③ 大学生：男性 39.7% 女性 60.3%
10 代 57.9% 20 代 41.8% 30 代 0.2%

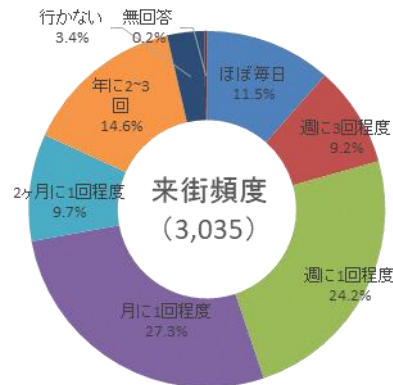
イ 一般市民

60代以上の回答が全体の54%を占め、30代以下の回答は15%未満となっています。

① 中心市街地へ行く頻度

- ・中心市街地へ来られる頻度はどのくらいですか？

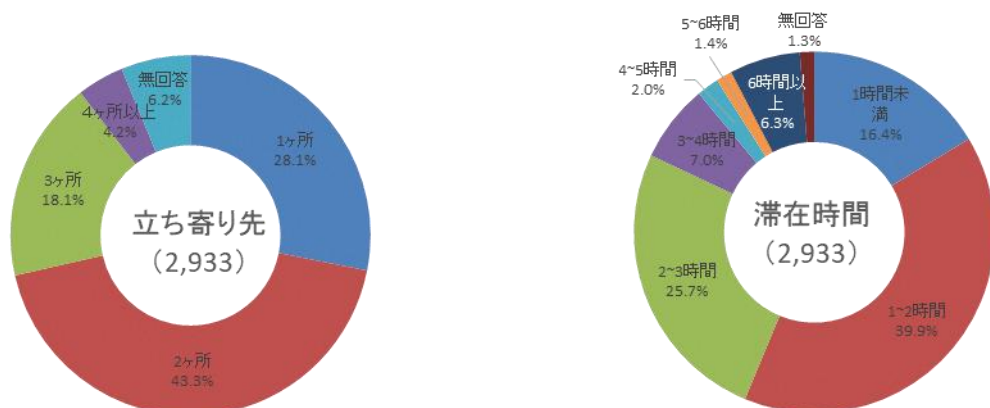
○来街頻度は月1回が最多の27%で、「行かない」までを含めると約56%となり、中心市街地の存在は一般市民にとっては縁遠い状態であると推察されます。



② 中心市街地へ行くときに立ち寄る場所の平均と滞在時間

- ・中心市街地へ来られた時に立ち寄る場所は平均的に何ヶ所程度ですか？
- ・中心市街地へ来られた時の平均的な滞在時間はどのくらいですか？

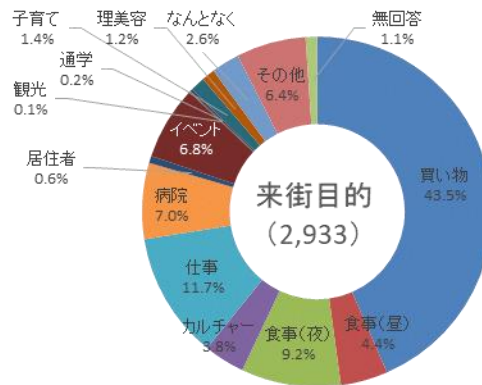
○立寄り先は2ヶ所が最多で43%、次いで1ヶ所が28%と、この2種で71%を占める状態にあり、回遊性が極端に低いことがわかります。そのため、滞在時間も1~2時間未満が最多で全体の40%という状況になっています。



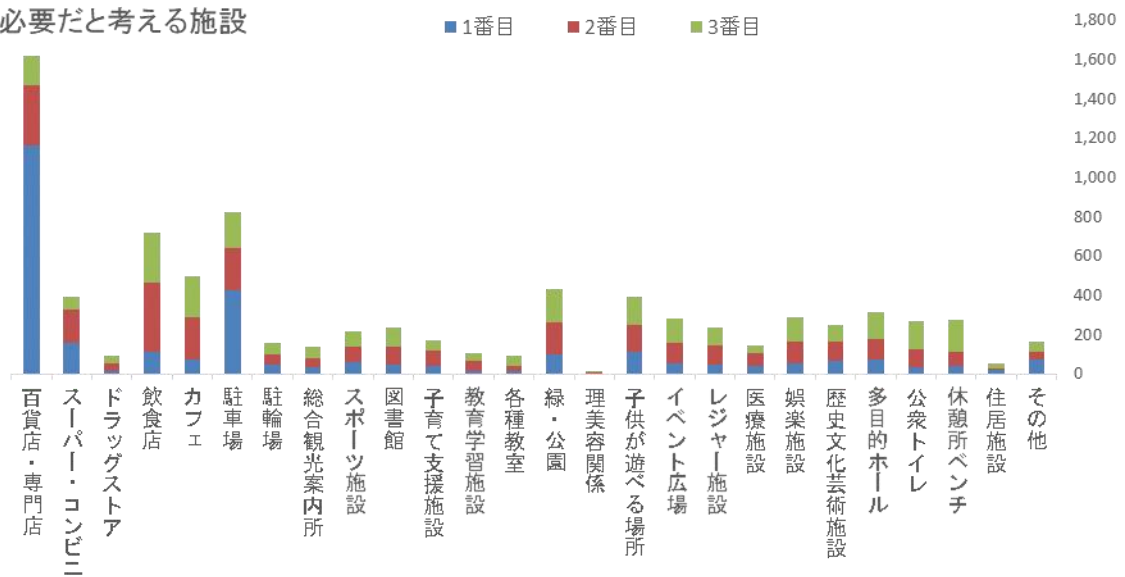
③ 中心市街地へ行く目的・必要だと考える施設・よく行く商店街

- ・中心市街地へ来られる主たる目的は何ですか？
- ・中心市街地に必要だと考える施設を教えてください。
必要性が高いと考える順番に番号を3コまで記入してください。
- ・よく行かれる商店街についてお聞かせください。
行かれる頻度が高い順番に番号を3コまで記入してください。

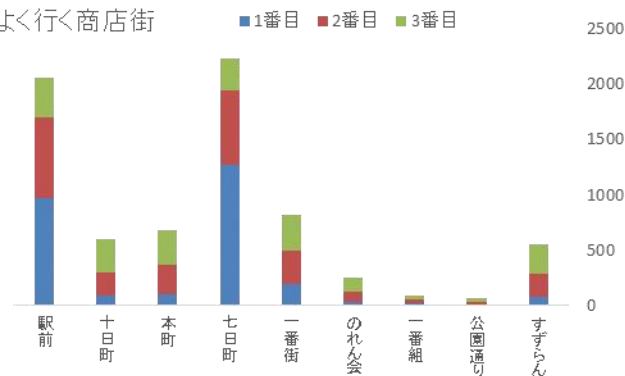
○来街目的の最多は買い物であり、必要とする施設の一番が百貨店・専門店となっている状況や、立ち寄る商店街が駅前と七日町に集中していることから、一般市民の流入動機・消費対象の多くが百貨店等に集中している状況が推察されます。



必要だと考える施設



よく行く商店街

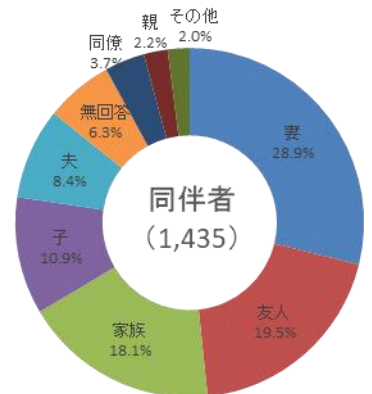
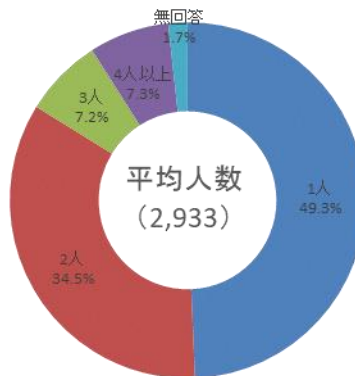
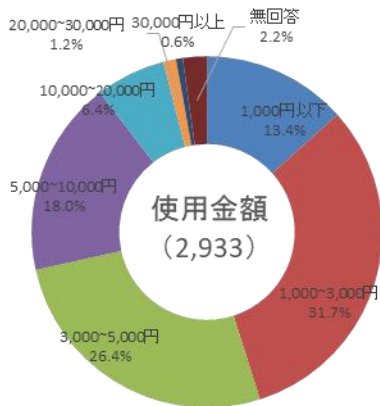


④ 中心市街地へ行くときに使う金額・同伴者

- ・中心市街地へ来られた際に使われる金額は平均どのくらいですか？
- ・中心市街地へ来られるときの平均的な人数は何人ですか？

○回遊性や滞在時間の低さから、消費額も低調となっており、1,000円~5,000円の消費率が合計で58%となっています。

○消費額の低調は同伴率の低さも要因となっており、郊外型モールでは平均同伴率が2.5~3名となっているのに対し、1名が最多で49%、次いで2名が35%、この2種で84%を占め、同伴率が極めて低い状態にあります。



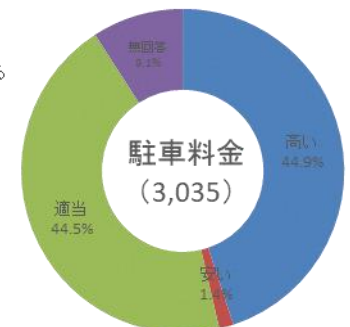
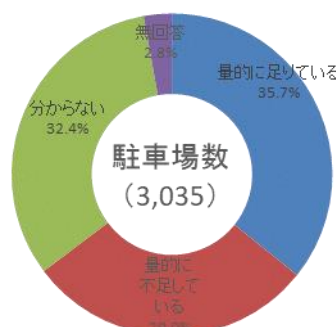
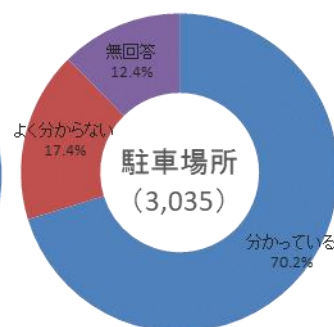
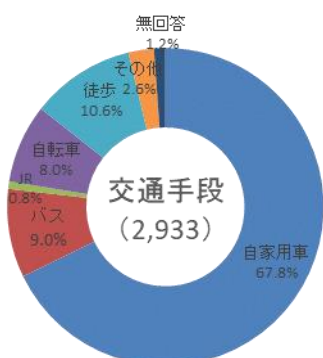
⑤ 交通手段・駐車場

- ・中心市街地に来られる交通手段を教えてください。
- ・中心市街地の駐車場数について、お聞かせください。
- ・中心市街地の駐車場の場所について、お聞かせください。
- ・中心市街地の駐車場料金について、お聞かせください。

○交通手段は圧倒的に自家用車率が高く68%となっています。そのため、駐車場の場所認知率も高く70%がその配置を認識しています。

○駐車場の料金に対する不満度は低く、適当もしくは安いという評価が合計で46%となっています。これは中心市街地への流入機会が少ないためであり、流入機会率が高まった場合には、逆転が予測されます。

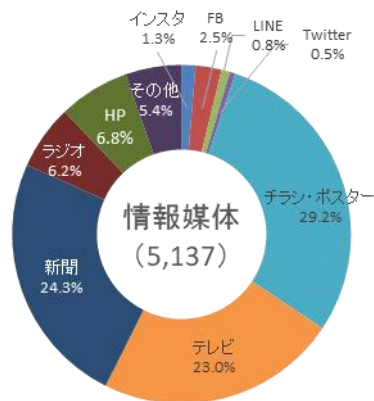
○駐車場に関しては、場所的な質問に対して、分かっているという回答が70%を超えているにもかかわらず、量的な質問に対して、分からないという回答が32%に達しています。これは駐車場利用時に満車状態に出会う確率が低いためであり、中心市街地における駐車場の稼働率が低いことが推察されます。



⑥ 情報媒体

・街なかの情報はどんな方法で入手していますか？

○従来型のツールであるチラシやポスターが最多で 29%、次いで新聞が 24%となっています。60 代以上の回答者が多いためであることが推察され、対象者に合わせて情報発信ツールを選択していく必要があることがわかります。



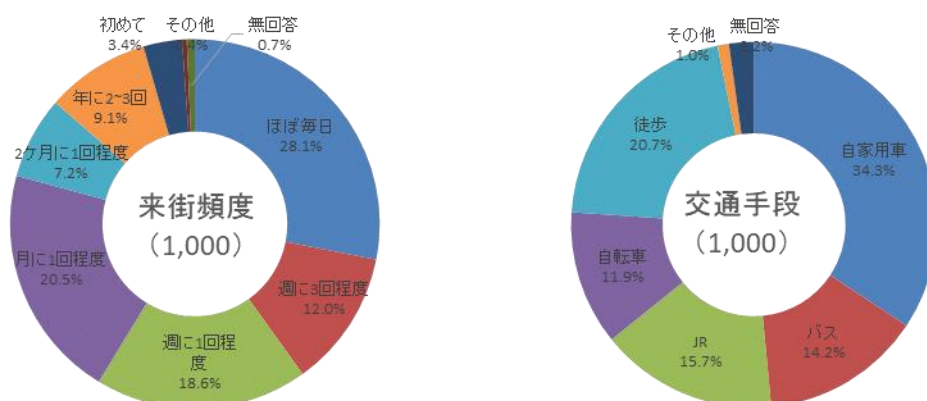
ウ 来街者

年齢層のバランスのとれた集計データとなっています。また、一般的な来街データ同様、女性の来街率が高くなっています。

① 中心市街地に行く頻度・交通手段

- ・ 中心市街地へ来られる頻度はどのくらいですか？
- ・ 中心市街地に来られる交通手段を教えてください。

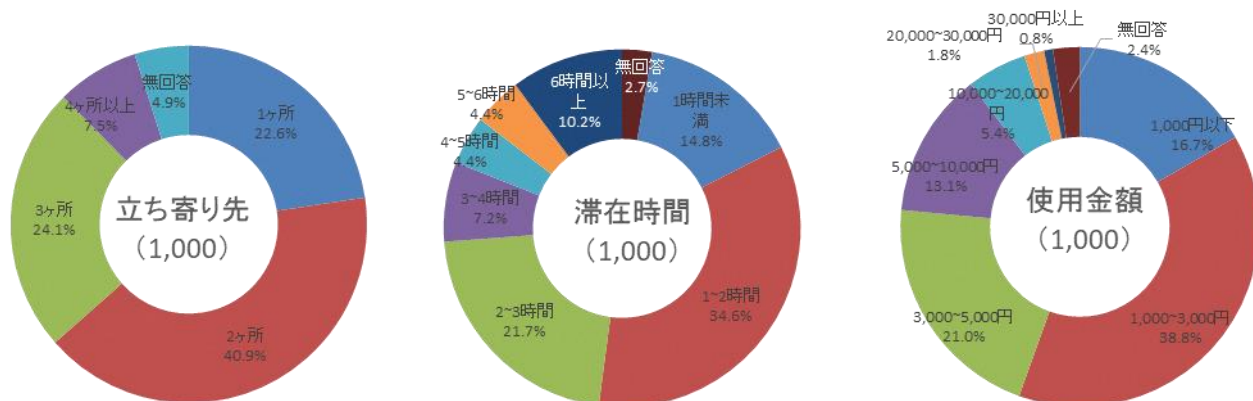
○来街頻度は毎日が28%、週3回から週1回までを加えると約60%となります。さらに、来街手段が徒歩と自転車で32%を占める状況から、中心市街地で就労している方が多いことが推察されます。



② 中心市街地へ行くときに立ち寄る場所の平均カ所・滞在時間・使う金額

- ・ 中心市街地へ来られた時に立ち寄る場所は平均的に何カ所程度ですか？
- ・ 中心市街地へ来られた時の平均的な滞在時間はどのくらいですか？
- ・ 中心市街地へ来られた際に使われる金額は平均どのくらいですか？

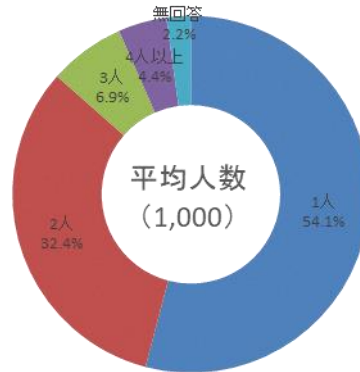
○立寄り先は2ヶ所が最多で41%、次いで3ヶ所が24%と一般市民と比較すると回遊度が高くなります。しかし、滞在時間は2時間未満が50%を占めており、立寄り箇所数の向上に対する1箇所あたりの滞在時間は短くなっています。そのため、消費額は低調となっており、1,000円~5,000円の消費率が合計で60%という結果です。



③ 中心市街地へ行くときの平均人数

- ・ 中心市街地へ来られるときの平均的な人数は何人ですか？

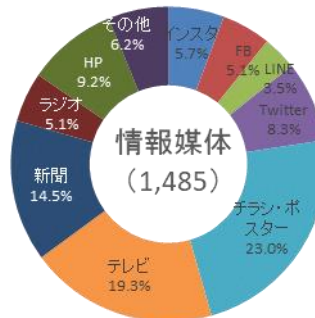
○1名が最多で54%、次いで2名が32%、この2種で86%を占め、同伴率は極めて低い状態にあります。同伴率を向上させ、滞在時間及び消費金額の向上に結びつけていく必要がある状況です。



④ 情報媒体

- ・ 街なかの情報はどうな方法で入手していますか？

○フェイスブックやLINE（ライン）、ホームページ等、昨今のツール活用による情報入手割合が32%を占めています。従来型のツールのみならず、多様な情報発信の仕組みの構築が求められている状況です。

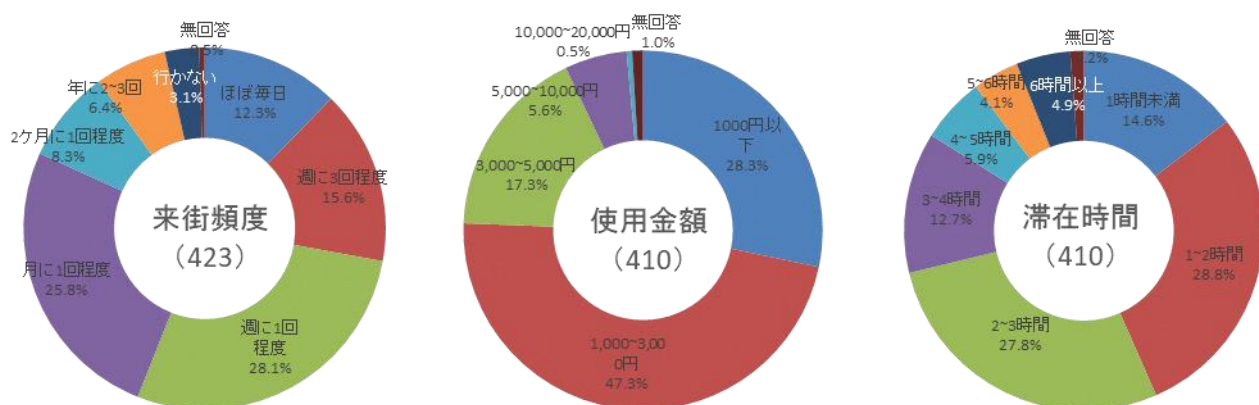


エ 大学生

① 中心市街地に行く頻度・滞在時間・使う金額

- ・中心市街地へ来られる頻度はどのくらいですか？
- ・中心市街地へ来られた時の平均的な滞在時間はどのくらいですか？
- ・中心市街地へ来られた際に使われる金額は平均どのくらいですか？

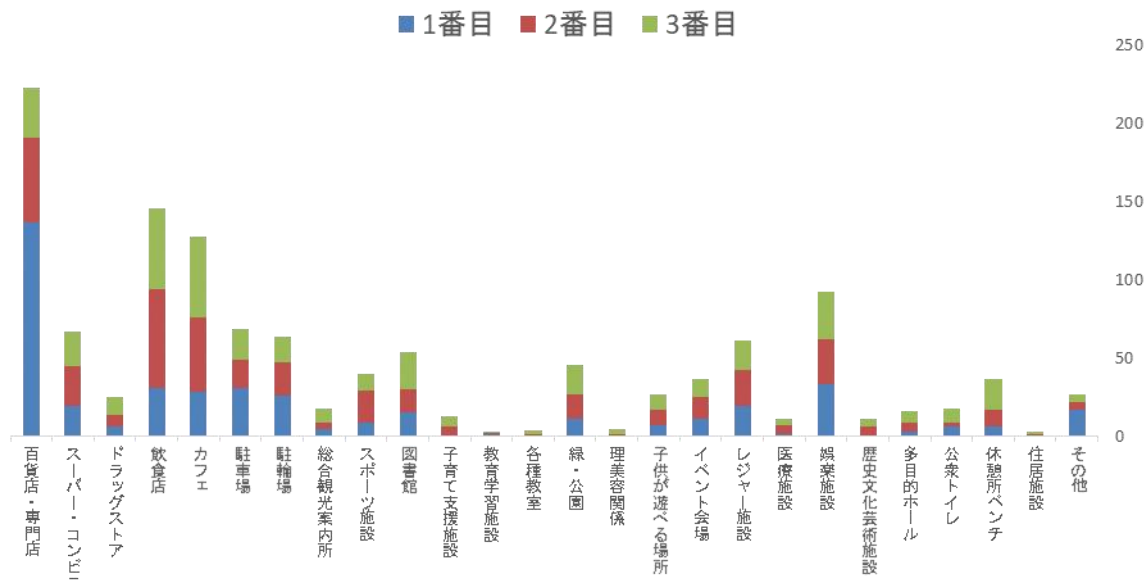
○週に1回以上の来街頻度が56%と一般市民よりも高くなっています。
 ○滞在時間は2～3時間が28%と高水準の状態にあります。
 ○消費額は3,000未満が76%と多数を占める一方、3,000円～5,000円が17%と一定程度存在しています。



② 中心市街地に必要だと考える施設

- ・中心市街地に必要だと考える施設を教えてください。
- ・必要性が高いと考える順番に番号を3コまで記入してください。

○百貨店・専門店を除外すると、飲食店・カフェ・レジャー施設・娯楽施設等、時間消費型コンテンツを要望する割合が高くなっています。

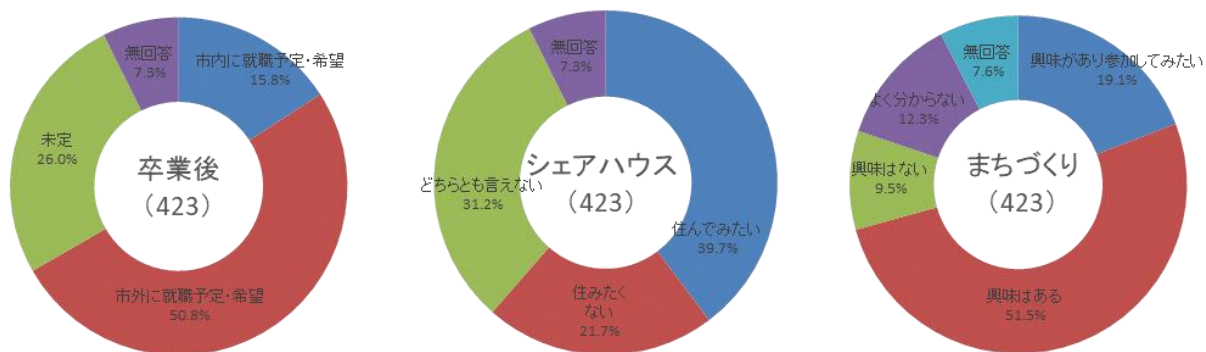


③ 卒業後の就職先・居住とまちづくり

- ・卒業後の就職先について教えてください。
- ・中心市街地にて、リノベーション等により家賃が安いシェアハウスが作られるとした場合、住んでみたいですか？
- ・山形市のまちづくりについて教えてください。

○卒業後の市内就職要望率が16%と低い状況です。

○シェアハウスやまちづくりへの関心度が高いことから、リノベーション等を切り口に市内就職や市内起業率の向上を図っていくことは有効と考えられます。



オ 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機能、取り組みが明らかになりました。

・ 時間消費型への対応

国内における消費傾向は物販消費から時間消費へと急速に移行しています。アンケート結果を見ても、市民ニーズは飲食店・カフェ・緑や公園・娯楽施設や休憩用ベンチ等、時間消費を象徴するものになっています。消費傾向の変化に対応した街の形成が必要になります。

・ 商業店舗の戦略的配置

来街動機の多くが「買い物」となっていますが、中心市街地での消費金額は50%が3,000円未満という結果になっています。消費金額の増加につながる回遊性向上の観点からも、魅力的な店舗を戦略的に配置する等の取り組みを行いながら中心市街地へのニーズに対応していく必要があります。

・ 適正な駐車場配置による稼働率の向上

市民の多くは自家用車で来街していますが、中心市街地の駐車場数について、量的に足りている、またはわからないという回答が67%に達しています。駐車場利用時に満車状態に出会う確率が低く、稼働率が低い状態であることが推測されるため、適正な駐車場の配置により、土地の有効利用と駐車場の稼働率向上が求められます。

・ 多様な情報発信ツール

60代以上の市民は、多くがチラシやポスター、新聞により中心市街地の情報入手している傾向にありますが、若年層になるとフェイスブックやホームページ等、インターネットやSNSによる情報入手の割合が増加します。対象者に合わせた、多様な情報発信ツールの構築が必要になっています。

3. 課題

中心市街地の現状や市民アンケート調査の結果から、中心市街地における課題として、以下の2点が挙げられます。

(1) 商業依存からの脱却及び適正な商業売り場面積の検討

インターネットなどの通信販売や郊外の大型店と仙台市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、街が拡大していた時代から縮小の時代になってきています。㎡あたりの年間小売販売額の減少などからも、商業単独での振興は困難な状況にあります。中心市街地での年間小売販売額・居住人口・就業人口・商業構成等を基に、適正な商業売り場面積を検討するとともに、居住、観光、ビジネス環境、医療・福祉・子育て、芸術・文化などの様々な分野にわたって、それぞれの魅力を向上させることにより、エリア全体としての価値を高めていく必要があります。

(2) まちづくり手法の見直し

これまでの空き店舗対策やイベントの開催、情報発信だけに留まらず、まちづくりや地域経営を積極的に行う「エリアマネジメント方針」の考え方の導入や、ゾーニング計画に基づく最適な業種業態の組み合わせの誘導を行う「テナントミックス事業」などによる戦略的な事業展開を行っていく必要があります。

また、今後も継続して事業展開していくためにも、次世代のまちづくり人材育成を実行するとともに、戦略的にまちづくりを推進していく新たな体制を構築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コンセプトやテーマのほか、テーマごとの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. コンセプト

次世代へつなぐ魅力ある新しい「^ま中心市街地」の創造

～ 商業・暮らし・ビジネス・観光・医療・文化の融合 ～

中心市街地の活性化を図るためには、商業振興に加え、居住、観光、ビジネス環境、医療・福祉・子育て、文化芸術活動など、多くのテーマを設定し、それぞれの魅力を高めることで、最終的に中心市街地エリアとしての価値を高めていくことが重要です。その実現のためには、行政による政策だけでは足りず、民間投資を呼び込むことが不可欠となります。

本グランドデザインにおいては、テーマ毎の目指すべき方向性を示した上で、エリア毎にまちづくり機能の誘導イメージを示すゾーニングを行うとともに、その方向性の実現に向けた推進体制を組織し、官民協働となって、まちづくりや地域経営を積極的に行う「エリアマネジメント」の考え方を導入していきます。

2. テーマと目指すべき方向性

【テーマ1 商業の魅力の向上】

山形市の中心市街地は『オーバーストア』の状態にあり、商業機能のみによる街全体の活性化は困難になりつつあります。

これは、商業活性化の必要性が薄れたわけではなく、商業の売り場面積を拡大することより、「質」の面の強化が求められているということです。既存店舗の魅力をより高めることや、空き店舗に魅力的な店舗が出店することで、エリアとしての価値を高めていくことが必要となってきています。

平成29年度に実施したアンケート調査によると、中心市街地における近年の消費傾向は、滞在時間が短く、少人数での来訪が多い状況から、消費額も低調な傾向にあります。また、市民の中心市街地に対するニーズは、飲食やカフェ、緑・公園、娯楽施設、休憩用ベンチとなっており、消費傾向がモノを買う「物販消費」から、その空間に滞在する時間を楽しむ「時間消費」に移行してきていることがうかがえるため、エリア毎の最適なテナント構成を図ることによって、街として滞在する魅力、回遊する魅力を増加していくことが大きな課題となっています。

一方で、最近の中心市街地における新規出店の動きをみると、七日町周辺では個性的なカフェや雑貨店、洋菓子店、古書店等が出店しており、山形駅周辺では多種多様な夜間営業の飲食店等の出店が続いているという実態もあります。

このような状況から、今後、テナントミックス事業（最適な業種業態の組み合わせ）の展開により、街の魅力向上の余地は大いにあるものと考えられます。

空き店舗が空き店舗のままである背景には、賃料や店舗の形状や状態が合わないなどの、借り手側の理由に加え、経済合理性とは別の貸し手側の個人的な事情まで、多様な原因が隠されていることが推察されます。

そのため、今後は徹底した調査によるニーズとマーケティングの現状把握や、不動産オーナーとの交渉や問題解消への提案も含め、借り手側と貸し手側をマッチングさせるためのより踏み込んだ支援が必要です。

その第1弾として、平成30年6月に本町において「やまがた街なか出店サポートセンター」を設置しました。今後は、本グランドデザインで示す方向性を実現するために、より主体的・積極的に動ける推進体制を整備し、当センターの管理・運営も行っていきます。

また、「時間消費」という消費傾向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。あわせて、滞在して心地よい空間となるために、看板や標識等のサインをはじめとした街並みの風景の統一性、快適に一休み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など、滞在する場としての空間整備が必要となってきます。

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。

加えて重要なのは情報発信です。これまで、山形市には中心市街地に立地する店舗の情報やイベント情報に加え、観光スポットやホテル、医療機関、トイレや駐車場の情報などをスマートフォン等で便利に調べることができる網羅的なサイトがありませんでした。市民にとっても、観光客にとっても、最新の情報を随時入手できる仕組みづくりが求められています。

これに対応するため、平成30年7月には、中心市街地の情報発信アプリ・サイト「はい！やまがたでした！」を開設しました。今後は、当アプリの登録者数を増やすための取り組みを進めるとともに、内容の更なる充実を図っていきます。

【テーマ2 居住・都市機能の強化】

かつては、中心市街地は商売の場所であるとともに居住の場所でもありました。しかし、車社会の進展と市街地の範囲拡大等により、幹線道路沿いに大型ショッピングセンターや家電量販店などの大規模店舗が次々と開店しました。市民の価値観やライフスタイルの多様化により、駐車場を備えた一戸建て住宅に住み、マイカーでこうした場所へ買い物に行くというものが一般的なものとなりました。

一方、高齢化が進みつつある現在において、新たな居住ニーズが生まれています。運転免許証返納者の増加はもちろん、車に過度に依存せず、市役所などの公的機関や、買い物、食事、病院、運動など、生活上の用事を徒歩プラス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自体の利点が改めて見直されているところです。また、雪国の事情として、高齢層の雪かき作業等への不安も存在しますが、そうした労力がより少ない住まいへのニーズも出てきています。

そうした需要に応えるべく、近年、中心市街地でのマンション建設が進み、現在も新たな開発計画が立ち上がっています。「山形市の中心市街地は徒歩中心のライフスタイルを実現できる場所」という、居住する街としての新たな位置づけを明確にし、その方向性を強化するとともに利便性をPRしていくことで、土地の価値が高まることとなります。

中心市街地は、平成 29 年 3 月に策定された「山形市都市計画マスタープラン」において、経済や交流といった都市活動を牽引する生活利便性の高い地域として「都市核」に位置づけられています。今後の方向性として、民間投資によるマンション建設の推進や空き地・空き家といった低未利用地を活用した小規模連鎖型の区画再編による居住環境の向上などにより、街なか居住を強化していきます。また、住民の生活ニーズに応える施設や店舗が中心市街地に立地していることが重要となります。スーパー等の生活必需品の確保、医療機関やフィットネスクラブ等の健康関連施設など、現状の中心市街地に不足している要素は何かを総点検し、誘致していきます。

実現にあたっては、平成 32 年度を目処に立地適正化計画を策定し、様々な都市機能が高度に集積した求心力と魅力の高い『住み易い』中心市街地の形成を目指します。また、中心市街地とこれを取り囲む周辺の住宅地や集落を利便性の高い公共交通で繋ぎ合わせ、日常生活に必要なサービス機能の集積した中心市街地へのアクセス強化を図ることで、自家用車を持たない、利用できない方でも普段の暮らしに困ることのないまちづくりを進めます。

また、住む街としての環境整備を更に進める必要があります。中心市街地の大きな魅力の 1 つとして消雪歩道があります。また、電線地中化が進み、景観面でも改善が進んでいます。現在進めている、栄町大通り（旅籠町八日町線）や諏訪町七日町線、十日町双葉町線をはじめとする都市計画道路の整備を更に促進し、その中で、電線の地中化や歩道の消雪化などの魅力向上に努めていきます。

今後の都市計画道路整備の中で、とりわけ影響が大きいのが栄町大通りの拡幅工事です。同工事の完成後には、現在の一方通行から対面通行となるため、現在のほっとなる通りを通行する車両は大幅に減る可能性は高く、それを踏まえた七日町周辺の将来構想を練っておくことも重要です。

公共交通については、路線バスは中心市街地を中心に放射状に延びており、山形駅やバスターミナルも近く、東京や仙台方面への利便性も良好です。これは、中心市街地の優位性です。更に、従来から中心市街地には「100 円循環バス」が運行していましたが、平成 29 年 7 月には「ベニちゃんバス東くるりん・西くるりん」に改組され運行開始したことにより、営業日が増え（元日のみ運休）、中心市街地に住む人にも訪れる人にも交通の利便性は更に高まりました。引き続き利用拡大と利便性の向上に取り組んでいきます。

緑量の増加も大きな課題です。山形市では平成 29 年 12 月に策定した「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るところです。中心市街地には大規模な空き地はないものの、公園や公共施設、私有地の既存の空き地を対象に、花苗やベンチなどの支援を行い、人々が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、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緑量の向上と魅力ある空間形成を目指します。

【テーマ3 ビジネス環境の向上と企業誘致・創業支援】

山形市の中心市街地のオフィス構成としては、山形市役所、山形商工会議所、JA、裁判所などの公的機関や地元金融機関の拠点、地元企業の本社機能等、全国企業の山形支店・支社等に加え、国の機関の山形県内の拠点等が集積してきました。しかし、東日本大震災後は、全国企業の支店統合などにより山形支店・支社が撤退する事例も見られ、空きテナントも生じているところであり、オフィスの誘致が必要な状況にあります。一方、近年では、IT企業の地方進出・回帰の流れも出始めてきました。

山形市では中心市街地へのオフィス誘致に関する支援制度がこれまでありませんでしたが、中心市街地へのオフィス進出に対する新たな支援策を検討します。オフィスの立地が進めば、必然的にランチ需要など、副次的なサービスニーズを生み、飲食店の新規出店や、夜型店舗の飲食店の昼型への移行を促す効果も期待できます。

また、創業を志す方にとって、中心市街地はその第一歩を踏み出す場所として重要性を増しています。近年、山形市でも増加しつつあるUIJターン【※】を契機とした起業・創業の動きが起きています。IT企業や広告代理店、イベント企画などの企業間取引の各種サービスを提供する会社にとっては、官公庁等が集積する中心市街地で創業することのメリットも存在し、実際に増えている状況です。

「やまがた街なか出店サポートセンター」において、起業家や新規出店者に中心市街地の空きテナントの情報等を届けるとともに、山形市で行っている創業ゼミ、創業セミナー等においても、中心市街地での創業を促していきます。

また、ビジネス支援の拠点や各種支援情報を中心市街地に集積することも効果的です。現在、支援機関としての山形商工会議所、地元金融機関が中心市街地に存在していますが、加えて、山形市では「山形市売上増進支援センターY-biz」を設立しました。地元企業の相談相手となり、知恵を絞って売上向上につなげる公設のコンサルティング機関として、中心市街地内においてより効果的な支援を進めていきます。

【※】UIJターン・・・次の3つの移住の総称。

- ・Uターン（出身地から都市部へ移住後、再び出身地へ移住）
- ・Iターン（都市部から出身地以外の地方へ移住）
- ・Jターン（出身地から都市部へ移住後、出身地近くの中規模都市へ移住）

【テーマ4 観光の振興とインバウンドの推進】

山形市は、蔵王、山寺などの四季折々の豊かな自然環境を活かした2大観光地が牽引してきました。その一方で、中心市街地においては、城下町と紅花商人を礎とした歴史・文化の色濃く残る市街地観光を楽しむことができる街であり、中心市街地の活性化を促していくためには、観光分野の魅力を高めて、交流人口の拡大を図ることも重要な方策です。

また、近年は国内旅行において、団体旅行から個人旅行への移行がさらに進んだうえ、交流人口の拡大に向けて、インバウンド（訪日外国人）の増加も大きく期待されています。

中心市街地における観光の現状として、「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」などの拠点の整備や、「山形まるごとマラソン」、「まるごと山形祭りだワッショイ」、「日本一さくらんぼ祭り」などのイベント開催を契機として観光客入込数の微増傾向が続いています。

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、和菓子店、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、文翔館や山形市郷土館（旧済生館）などの明治時代の文明開化の匂いのする建築物など、外国人にとっても魅力的な要素が多数存在します。

このような観光資源などの情報を、旅行形態や観光客のニーズに合わせた形で戦略的に発信していく必要があるとともに、分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を促進していく必要があります。

以上のような課題に対応するため、山形市では、平成 30 年 5 月に「山形市観光基本計画」を策定しました。当計画に基づき、関係機関や山形版 DMO（「山形・上山・天童三市連携観光地域づくり推進協議会」と「おもてなし山形株式会社」）等が連携し、観光資源を「体験」をキーワードに旅行商品化したり、「まち歩き」の体制を構築したりするなどの事業を行っていきます。

また、中心市街地の大きな課題として駅前の観光拠点化があげられます。交通の結節点である山形駅は山形市の顔となる重要な場所ですが、観光案内所はあるものの規模等が小さくわかりにくいことから、観光客への案内に課題があります。この課題を解消するため、駅から至近の場所に大規模観光案内所を設置し、観光客をはじめ山形市を訪れる方に対し、情報をワンストップで円滑に提供できる仕組みづくりが必要です。

また、城下町としての歴史を象徴する「山形五堰」については、平成 22 年に「御殿堰」と蔵の景観を活用した商業施設「水の町屋 七日町御殿堰」が整備されたものの、その他の部分についてはその特徴が十分に活かされていない現状です。

しかし、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徐々に促し、快適に歩くことのできる空間として再構築することで、貴重な歴史的遺産を活用した景観となり、市民や観光客にとっても大きな魅力となります。沿道の土地は、ほぼ民有地となるため、様々な民間主体と協力しながら、寺町から霞城公園までの御殿堰沿いの環境整備を進めていきます。

景観づくりにおいても、現在の景観計画と景観条例を景観法に基づくものとして見直していきます。中核市移行によって得られる、景観規制に関する新たな権限を十分に活用し、魅力的な景観づくりを推進します。

【テーマ 5 医療・福祉・子育て環境の充実】

山形市は上位の経営計画である「山形市発展計画」において、まちづくりの長期ビジョン「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うこととしています。

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日常的なスポーツ環境の整備、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、多角的な政策展開を行っているところです。

中心市街地には、市立病院済生館が立地し、明治時代から一貫して山形市の基幹病院として機能してきました。中心市街地を住む場所としてとらえた場合、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の受け入れにおいて市内の病院の中で群を抜いている）。全市的な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、医師会等との連携のもと地域包括ケアシステム確立へ向けての支援や、中核市移行によって新たに設置される予定の山形市保健所との連携のもと、予防医療や検診への取り組みも強化していきます。

山形市医師会と市が協力して運営している休日夜間診療所も中心市街地に立地しており、いざという時に夜の時間帯であっても利用することができます。

また、いわゆる CCRC（Continuing Care Retirement Community）【※】の視点も重要となります。近年の中心市街地への居住ニーズとして、シニア層が引退後、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ます。こうした層に対しては、居住に加え、医療や福祉などの諸施設や、フィットネスクラブなど健康維持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ます。

さらには社会参加や学び、趣味なども楽しむ環境が必要です。年齢を重ねても健康で、人とつながり、学びや楽しみを自宅に近い環境で満たしていくことのできる街づくりを目指します。図書館や書店、山形大学小白川キャンパスなど、学びのための施設も中心市街地における CCRC の可能性を広げるものとなります。

このような方向性を強化するとともに、サービス付き高齢者向け住宅や老人ホームの誘致、ウォーキングをはじめとする健康維持を目的とした軽運動のための環境整備や、街を歩いていて一休みできるような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。中心市街地には保育園・幼稚園・認定こども園があわせて 7 園、保育ママが 2 事業所立地しているほか、七日町 N-GATE には子育て支援の中核となる「子育てランドあ〜べ」が立地しており、一時預かりをはじめ、各種支援を行っています。また、「やまぎんこども館」が屋内型の遊戯施設として存在します。さらに、平成 29 年 10 月には、市立病院済生館に新たに「病児・病後児保育室 ひなたぼっこ」がオープンしました。

また、子育て世代が街に出た際、各所に授乳スペース、おむつ替えスペースなどがバランスよく所在していることが望ましく、公共施設における設置に加え、民間施設等の協力も仰いで設置箇所を増やしていくことが必要です。同時にそれは中心市街地の住民だけでなく、中心市街地を子連れで訪れた市民・県民や、観光客のニーズを満たすこととなります。

さらに、公共交通は中心市街地を中心に放射状に延びているため、市内の高校や大学などの教育機関へは、公共交通で通うことができます。中心市街地に居住することによるこうした利便性についても PR していきます。

【※】 CCRC . . . エリア内で高齢者が最後の瞬間まで活躍しながら、楽しく生活できる空間を構築するもの。

- 例：
- ・ サービス付き高齢者向け住宅の建設
 - ・ 医療機関や保育施設での高齢者雇用
 - ・ 医療機関による都心型老人ホームの建設
 - ・ アクティブシニア向けのウォーキングコースや健康遊具の整備 など

【テーマ6 文化・芸術活動の場としての充実】

山形市は、平成29年10月ユネスコ創造都市ネットワークに加盟認定を受け、文化創造都市を目指しています。山形国際ドキュメンタリー映画祭、山形交響楽団、東北芸術工科大学の存在など、同規模の都市においては希な文化芸術資産を持っています。また、山形美術館は、長谷川コレクション、吉野石膏コレクションをはじめとした日本および東洋美術、フランス近代美術等の貴重な美術品を収蔵しています。

また、まちづくりにおいても、東北芸術工科大学とその卒業生、学生を中心に、「エリアリノベーション」が展開されています。これは、はじめから意図的に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、新たな店舗や事業が始まることで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、新しいまちづくりのコンセプトです。平成28年2月、旭銀座のれん会の「シネマ通り」において、「とんがりビル」がオープンして以来、その動きは更に加速し、東北芸術工科大学の卒業生や学生を始め、多くのクリエイティブ人材がかかわり、広がりをもちつつあります。山形市としてはこうした動きを、若者の自由な発想を表現する場として尊重し、側面支援を行っていきます。それらの過程で育った人材と積み上げられてきたノウハウは中心市街地の各所でその効力を発揮するはずです。

また、山形国際ドキュメンタリー映画祭をはじめとした山形市がもつ文化芸術資産をより多くの市民が知り、親しみ、楽しむことが従来からの課題でした。平成26年からは中心市街地を舞台に東北芸術工科大学主催による山形ビエンナーレが始まり、その機会が増えたものの、日常的にそうした要素に触れる場は少ないのが現状です。敷居が高いと感じてしまいがちな文化芸術への参加・体験を促すような拠点が必要です。

具体的には、山形まなび館のリノベーションを行い、文化創造都市を推進する拠点として、また、市民が文化芸術活動に親しむ拠点として再構築していきます。山形まなび館は現在、2階3階部分が全く使われていない状態にあります。平成30年7月に、アフィニス夏の音楽祭のイベントとして、初めて3階で山形交響楽団員による室内楽演奏が行われました。今後、既存の1階部分も含め、試験的な利用を続けながら創造都市の拠点としての整備を進めます。

文化芸術関連施設については、ホールを有する施設として山形市民会館、山形県民会館（やまぎんホール）、アズ七日町山形市中央公民館が立地しています。山形駅西口には山形テルサが立地するとともに、新たな複合文化施設「山形県総合文化芸術館」が建設中です。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存在します。更に、ランドマークとして文翔館が存在し、

七日町近辺にはアズ七日町内の山形県芸文美術館や民間経営のギャラリーも立地しています。

このように、文化芸術関連施設の中心市街地への集積は既に進んでいる一方、県民会館をはじめ施設の老朽化に伴って移転改築等の動きが今後見込まれる施設もあります。県・市をはじめ多様な主体が関わっているため、全てを一元的に進めることは困難ですが、各主体が連携してより良い県都づくりを目指していくことが重要です。

3. ゾーニング計画

中心市街地全体の魅力向上を考える際には、エリアマネジメントの考え方が必要になります。積極的な空き店舗の解消等の取り組みを行っていく上でも、その目安としてゾーニングが必要となってきます。

中心市街地において今後活性化すべき機能の推進を図っていくため、商店街に対するヒアリングや調査の結果をもとに、エリア内の個性、歴史、各商店街等の取り組み、現在の店舗構成などを考慮しながら、機能の誘導を図るためのゾーニングを設定します。設定するエリアは、中心市街地とその周辺エリアを含みます。

なお、このゾーニングは街の状況の変化に応じて修正を行うこともあったり、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。

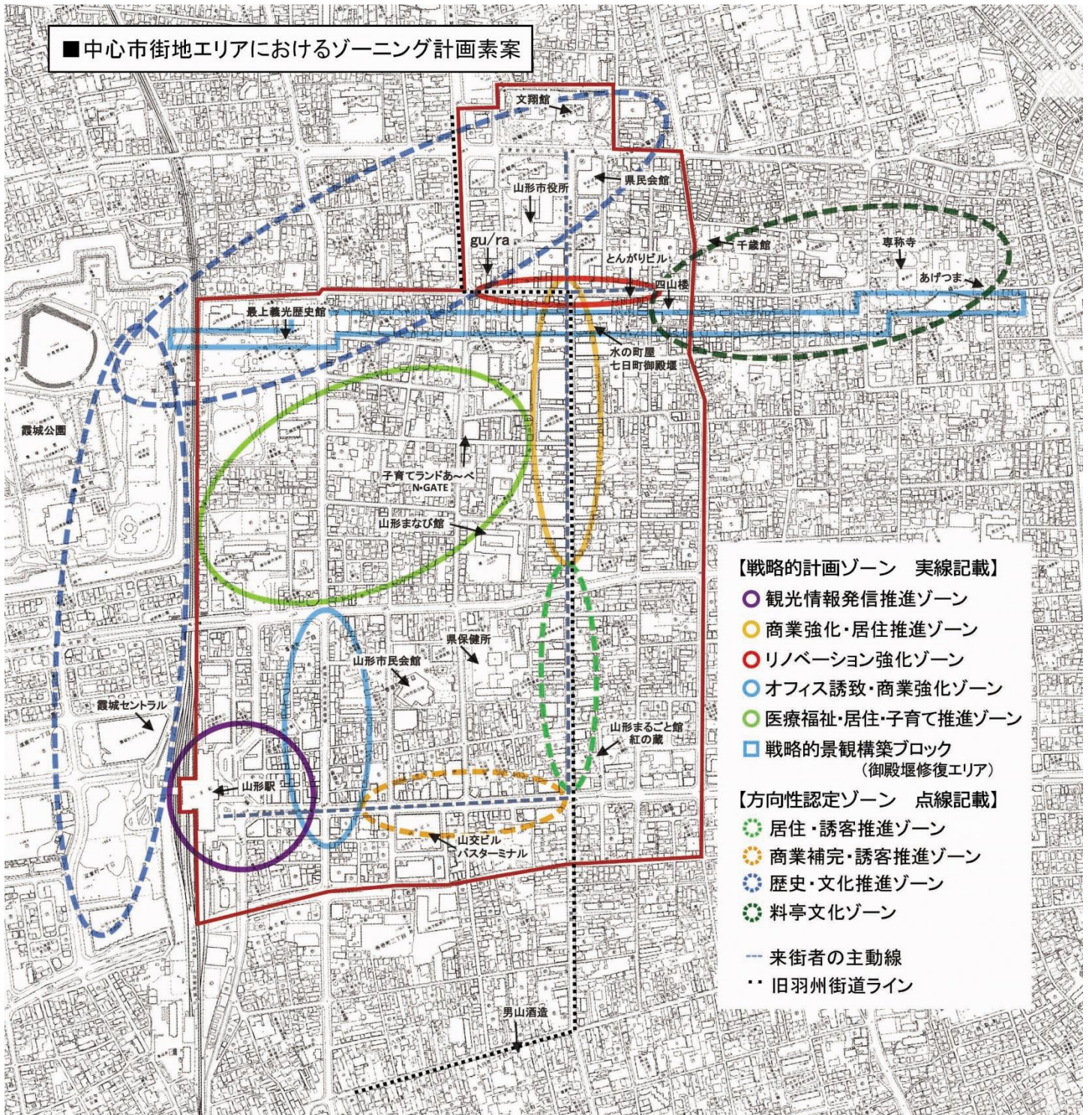
- ・観光情報発信推進ゾーン
- ・商業強化・居住推進ゾーン
- ・リノベーション強化ゾーン
- ・オフィス誘致・商業強化ゾーン
- ・医療福祉・居住・子育て推進ゾーン
- ・戦略的景観構築ブロック（御殿堰修復エリア）

(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・誘客推進ゾーン
- ・商業補完・誘客推進ゾーン
- ・歴史・文化推進ゾーン
- ・料亭文化ゾーン

■ 中心市街地エリアにおけるゾーニング計画素案



【戦略的計画ゾーン 実線記載】

- 観光情報発信推進ゾーン
- 商業強化・居住推進ゾーン
- リノベーション強化ゾーン
- オフィス誘致・商業強化ゾーン
- 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
(御殿堰修復エリア)

【方向性認定ゾーン 点線記載】

- 居住・誘客推進ゾーン
- 商業補完・誘客推進ゾーン
- 歴史・文化推進ゾーン
- 料亭文化ゾーン

- 来街者の主動線
- ⋯ 旧羽州街道ライン

4. 各ゾーンの今後の方向性について

(1) ゾーニングの必要性について（民間投資誘導と出店誘導の明確化）

中心市街地における不動産活用の方向性が見えにくかったことに加え、駐車場としての土地の利用が増加傾向にある状況に対して、民間投資を誘導させていくためには、投資の誘導策が必要となります。

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を誘導したいゾーンや不動産事業者やデベロッパー（土地開発業者）による住宅供給を誘導したい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。

また、起業家や新規出店者に対しても、ゾーンの方向性を示すことで、出店業種に応じたゾーンにおいての出店を検討することが可能となり、テナント誘導を実施することにより、店舗構成の最適化を図りやすくしていきます。

(2) 戦略的計画ゾーン

ア 観光情報発信推進ゾーン

交通の結節点である駅前周辺部は、街への導入部として賑わいの顔となる場所です。

また、駅周辺においては、駅待合室内に観光案内所はあるものの規模等が小さく、わかりにくいことから、観光、ビジネスを含む旅行者への案内に課題があります。

本ゾーンでは、街への集客の中心となる施設の誘致を推進するとともに、観光客等の目的や希望に合った楽しみ方・過ごし方を提案するとともに、山形らしい温かみのある対応、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等の窓口を有した観光案内所を設置する等、観光情報の発信による集客機能の再生を図るゾーンとして検討します。

イ 商業強化・居住推進ゾーン

本ゾーン内では、「水の町屋七日町御殿堰」の南からセブンプラザまでの土地において、既に再開発による大規模マンション建設等が計画されています。

また、ゾーン内にある現状の建物は老朽化が一定に進んでいるため、建物の老朽化対応も含め、低層階を商業、中高層階を住居というような開発パターンにより、複合マンション建設を随時進め、更なる定住人口の増加策を展開することにより、商業の収益向上を後押しするゾーンとして検討します。

さらに、今後、開発事業が実施される際は、イベントスペースや休憩・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、こうして生まれたスペースを活用し、オープンカフェ等を日常的に実施できる店舗の誘致を推進していきます。

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最適化を図っていきます。

ウ リノベーション強化ゾーン

「シネマ通り」沿いの「とんがりビル」を筆頭に、様々なリノベーション事業の展開により、若年層の活動が活発化しているゾーンです。

本ゾーンに散見する遊休不動産を、更なるリノベーション事業の展開によって、有効活用の方策を検討します。

若者が開業する空間はお洒落であり、かつ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、多くのクリエイターが街を活動の拠点として位置付け、よりクリエイティブな街を創造できるゾーンとして構築していきます。

エ オフィス誘致・商業強化ゾーン

本ゾーン内のすずらん商店街に現存する店舗のうち、59%が飲食店舗により形成されている飲食特化型のゾーンです。

本ゾーンの課題は、共同建て替え事業により作られた建物の老朽化であり、現在のまま進捗した場合、10年後には解体が待っている状況にあります。

また、現存する飲食店舗 61 件のうち、57 件が夜間のみ営業を行う夜型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、夜型店舗の昼夜型への移行を促進していきます。

オ 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現存しています。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、本ゾーンを CCRC 構想の実証地として、医療・福祉・子育て施設が連携する、山形市における地域包括ケアシステムの構築を進めていきます。

医療機能の分化、医療連携を推進することにより、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」を推進します。また、市医師会に設置している在宅医療介護連携室「ポピー」を中心に、在宅医療と介護の連携をさらに推進していきます。

さらに、子育て中の世代が街をもっと楽しんで過ごせる環境を実証する場として、ゾーン内の各所に知育遊具等の設置を進めていきます。

カ 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1つである「御殿堰」が流れており、平成22年には、七日町エリアにおいて「水の町屋 七日町御殿堰」が整備されました。

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を構築していきます。

（3）方向性認定ゾーン

ア 居住・誘客推進ゾーン

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ため、主に居住を推進するゾーンとして検討していきます。

また、本ゾーンでは、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」を有していることに加え、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エリアでもあるため、「紅の蔵」を基点に四季折々の食事や地酒といった、市民はもとより観光客に対応できる機能を店舗などで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。

イ 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。

この方向性を左右するのが百貨店跡の開発となるため、地権者とも断続的な協議を重ね、通りの形成安定化が図られる計画となるよう、事業化をサポートしていきます。

なお、本ゾーンの質的な向上には、景観への配慮が重要となります。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誘致の実施や四季折々の食事や地酒といった、市民はもとより観光客にも対応できる機能を店舗などで補完していく方向で検討をしていきます。

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。

ウ 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、管理・運用面の見直しと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。

エ 料亭文化ゾーン

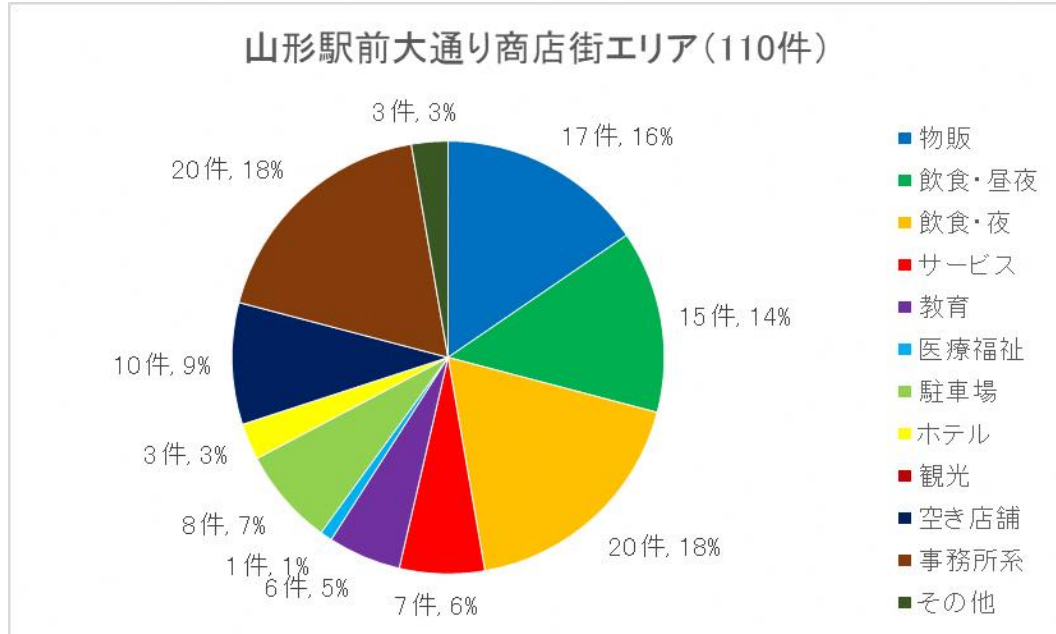
本ゾーンには、「四山楼」、「千歳館」、「揚妻」などの料亭が複数あります。

料亭は、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から、この料亭という施設や文化を積極的に発信し、活用を進めていくゾーンとします。

(2) 個別商店街エリアごとの特徴と今後の方向性

商店街エリアごとに平成 30 年 6 月末時点の業種分類を調査した結果と各商店街の特徴及び今後の方向性について示します。

ア 山形駅前大通り商店街振興組合



【商店街エリアの特徴】

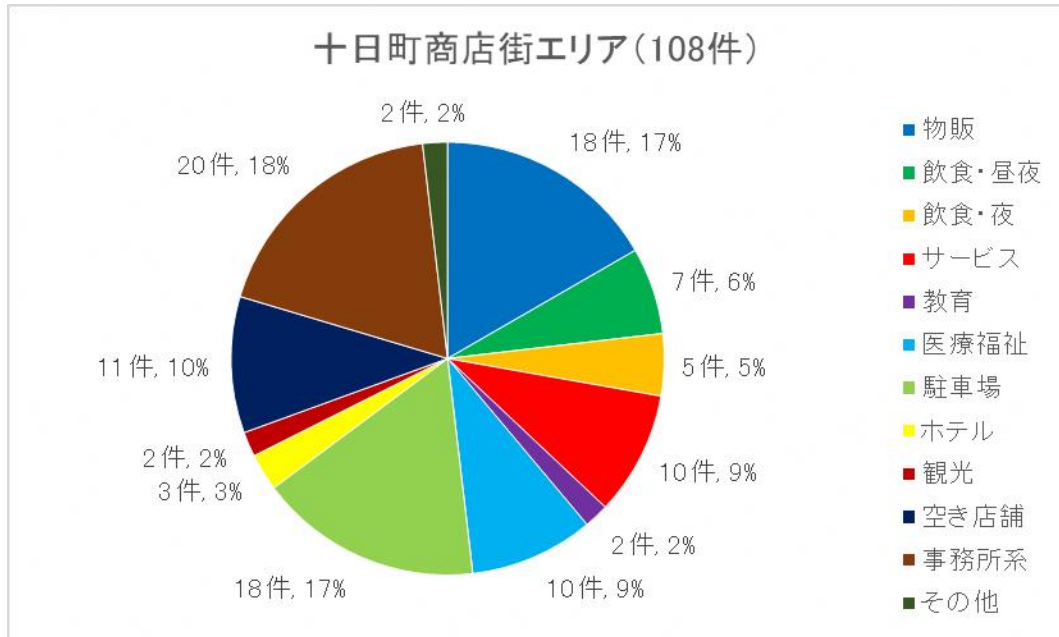
- ◇ 飲食店舗の割合が高く全体の約 1/3 を占めていることに加え、夜間の飲食店舗が 1 階路面に多く出店している。
- ◇ 銀行や保険会社などの金融機関、山形労働局、コールセンター等の事業所系が多い。
- ◇ 物販店舗は、ビル内店舗が多く、駅ビルを除いては、コンビニエンスストアやスーパーマーケットなど日用品の店が多い。
- ◇ 歩道上で休憩できる場所として、山形駅と連結するペDESTリアンデッキに設置されたベンチがある。

【今後の方向性】

通勤・通学により多くの人が行き交うとともに、観光や出張で山形を訪れる方々にとっての玄関口でもあり、人の往来が多いエリアです。また、旧ビブレ跡地や旧十字屋跡地など、今後の利活用について市民の関心が高い場所も含まれています。

駅前という立地環境を考慮すれば、若年層向けの飲食・娯楽機能の充実や、観光コンシェルジュ機能を備えた観光案内所の設置など、新たな集客コア施設が整備されていくことが望ましいと考えます。

イ 山形市十日町商店街振興組合



【商店街エリアの特徴】

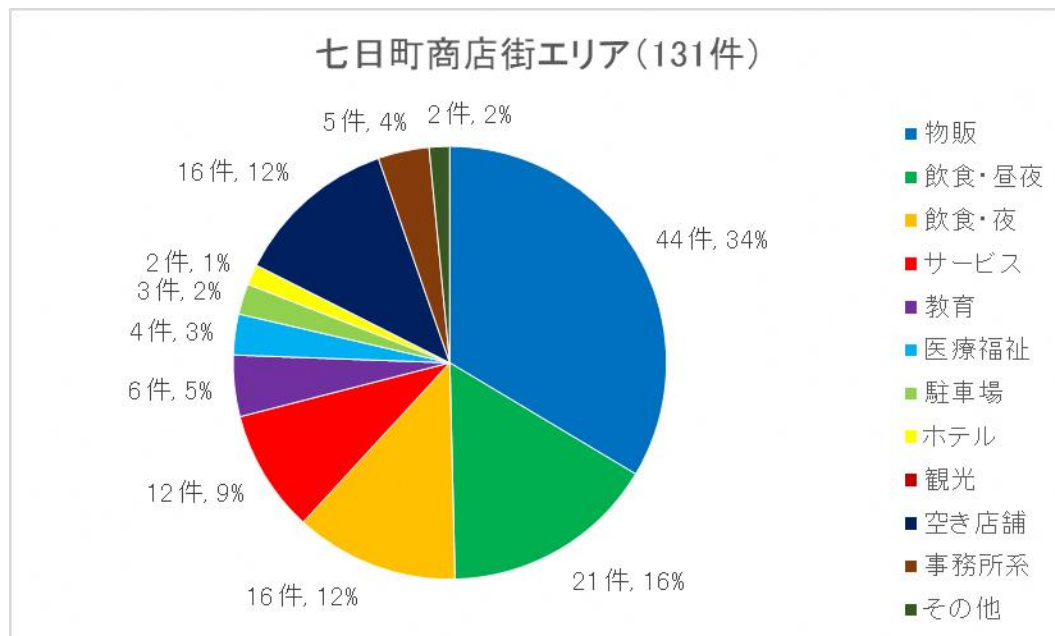
- ◇ 物販店舗がエリア内で連担するかたちでは形成されていない。
- ◇ 銀行の支店や保険会社の所有ビル等が多数あり、比較的事務所系の割合が高いが、支店閉鎖に伴う建物の解体等により平面駐車場となっている場所もある。
- ◇ エリア内にある JA 直売所には日々多くの人買い物が訪れており、中心市街地の賑わい創出につながっている。ただし、車での来訪が多く、回遊性の向上には必ずしも結びついていない。
- ◇ 休憩できる環境は、歩道上にはなく、「山形まるごと館 紅の蔵」敷地内にベンチが設置されている。

【今後の方向性】

エリア内の賑わい拠点施設として「山形まるごと館 紅の蔵」や「JA 直売所」があります。また、施設周辺では、民間事業者による新たなマンション建設の動きなど、居住環境の整備も進んでいます。

山形駅から主要な商業エリアである七日町につなぐ重要な地点であることから、観光客等を駅から誘導し、回遊性を高めるための集客機能強化、併せて街なか居住の推進が図られることが望ましいと考えます。

エ 七日町商店街振興組合



【商店街エリアの特徴】

- ◇ 中心市街地において最も物販店の割合が高く、全体の1/3を占めている。
- ◇ 昼の飲食店も、他エリアに比べ集積している。
- ◇ 山形市役所や山形地方・家庭裁判所などの公的機関や、山形商工会議所、金融機関などの事務所系ビルがエリアに隣接している。
- ◇ 地元の老舗百貨店が集客機能において大きな役割を果たしており、当エリアに対する商業地としてのイメージ効果に影響を与えている。
- ◇ 休憩できる環境としては、ほっとなる広場公園内にベンチがある。

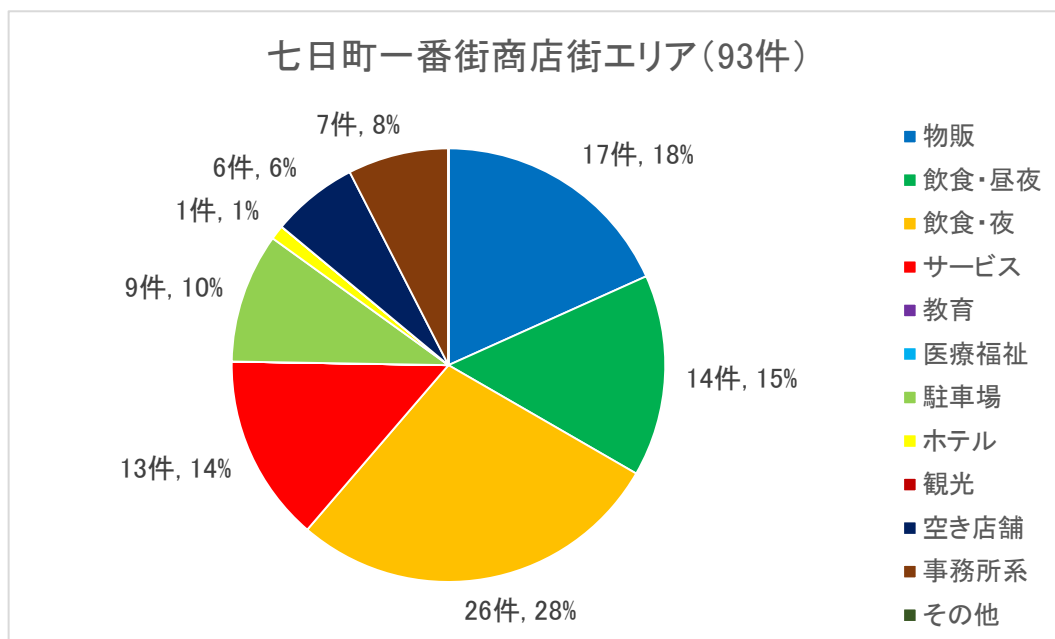
【今後の方向性】

物販店舗の割合が高く、長年にわたり山形市の商業の中心地として発展を重ねてきたエリアです。今後も地元百貨店を中心に商業集積を高め、商業機能の更なる強化を進めるために、再開発事業を含め、戦略的にテナント構成の最適化を図っていく必要があります。

また、近年はマンションの建設が相次いでおり、徐々に居住エリアとしても重要性が高まっています。街なか居住が進む中、住民にとって市立病院の存在は大きく、中心市街地全体にとっても地域完結型医療機関として必要不可欠な施設と位置付けられます。

今後は、購買者のニーズを捉えた魅力あるテナント構成を図ることで、商業機能を強化していくとともに、医療機関の存続を目指していくのが望ましいと考えます。

オ 七日町一番街商店街振興組合



【商店街エリアの特徴】

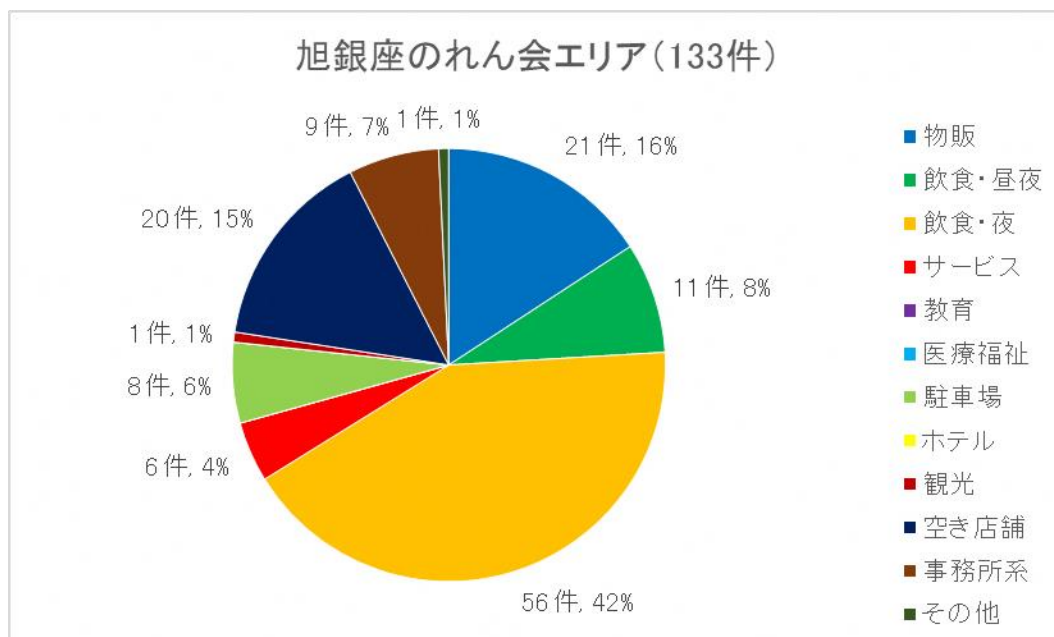
- ◇ 専門店などの物販をはじめ、カフェ等がエリア内に集積している。
- ◇ 昼の飲食店舗の件数が他エリアと比較しても多く、山形名物の冷やしラーメンを取り扱う店も立地しており、観光客等の人気のスポットとなっている。
- ◇ 歩行者優先道として整備された通りとなっているが、歩道と車道の段差がないことから、歩道への停車が多く歩行しづらい場合がある。
- ◇ 休憩できる環境は、歩道上には無い。

【今後の方向性】

七日町商店街に隣接するエリアであるため、昼間人口も比較的多く、昼間飲食、特にカフェ等が点在していることもあり、時間消費につながる店舗構成となっています。

今後は、今ある店舗に加え、さらにカフェ等の店舗誘導を図るなど、七日町エリアにおける時間消費の拠点としての機能強化を図ることが望ましいと考えます。

カ 協同組合旭銀座のれん会



【商店街エリアの特徴】

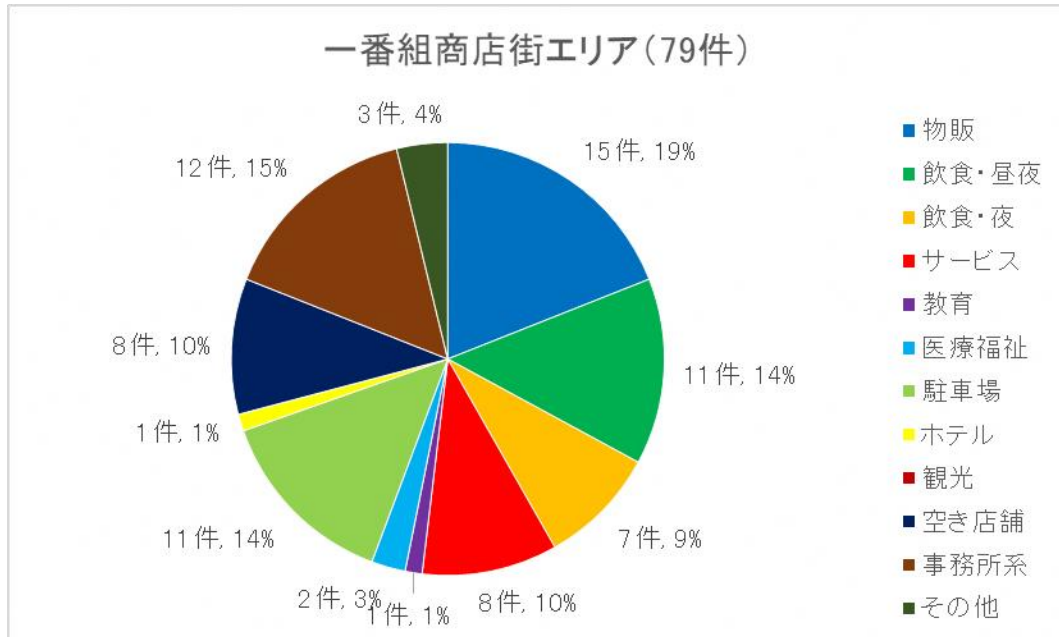
- ◇ 半分以上は飲食店で構成されており、そのうち大半が夜間のみの営業となっている。
- ◇ 当エリアに隣接する形で山形市役所、金融機関、山形商工会議所等の事業所系オフィスが多くあるものの、昼間の飲食店舗の件数が少ない。
- ◇ 近年、東北芸術工科大学学生を中心に、複数の遊休不動産をリノベーションによって再活用する動きがあり、若年層による賑わいが形成されつつある。
- ◇ 路面への出店があり、他エリアに比べ、空き店舗の解消が進んでいる。
- ◇ 休憩できる環境は、歩道上には無い。

【今後の方向性】

エリア内に「とんがりビル」がオープンして以来、リノベーションの手法による新規出店が続いています。こうした若者による新しいまちづくりの手法が継続されていくことが、更なる活性化を生み出していくものと想定されます。

当エリアでのリノベーション展開を中心市街地全体のモデルケースとして、空き店舗の有効活用の方策が検討されていくことが望ましいと考えます。

キ 一番組商店街振興組合



【商店街エリアの特徴】

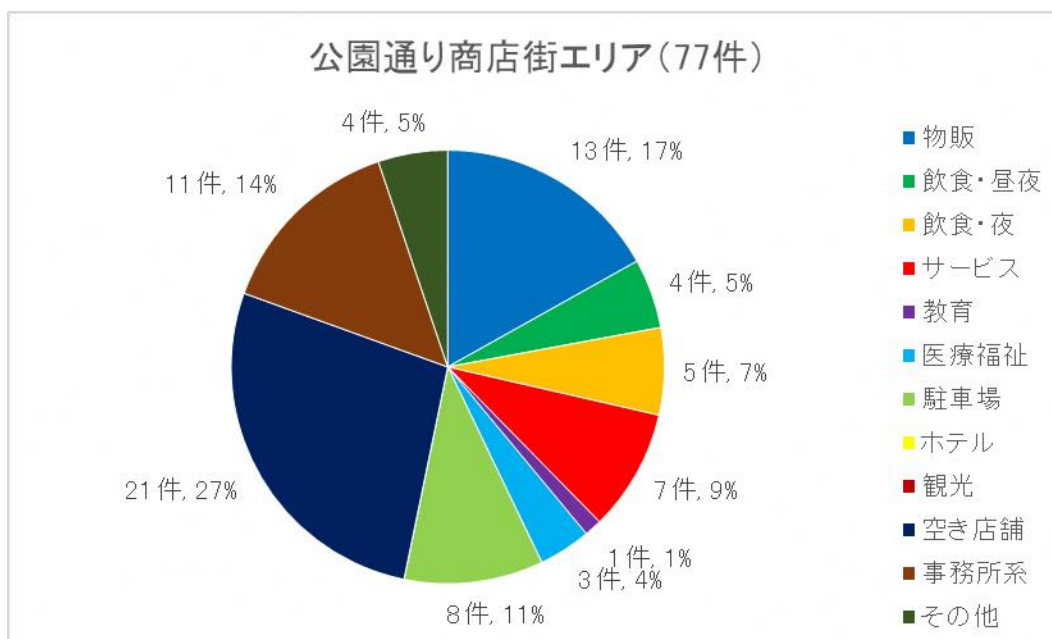
- ◇ 当エリア周辺には山形市役所、山形商工会議所、金融機関、報道機関等の事務所系オフィスが多く立地していることから昼間人口も多く、飲食店においても昼間営業をしている店舗の割合が多い。
- ◇ 中心市街地活性化基本計画における新拠点整備されたことにより、集客及び近隣施設等との回遊性向上への期待が高まる。
- ◇ 休憩できる環境は、歩道上にはないが、平日のみ利用できる施設内の休憩スペースがある。

【今後の方向性】

霞城公園から文翔館までを結ぶ動線上に位置し、旭銀座のれん会から寺町までに通じる歴史・文化軸として「やまがた中心市街地ルネサンス構想」に位置付けられているエリアです。

こうしたエリアにある資産を十分に活かし、魅力ある空間を整備することで、回遊性を高めるような形で再構築を図っていくことが望ましいと考えます。

ク 公園通り商店街振興組合



【商店街エリアの特徴】

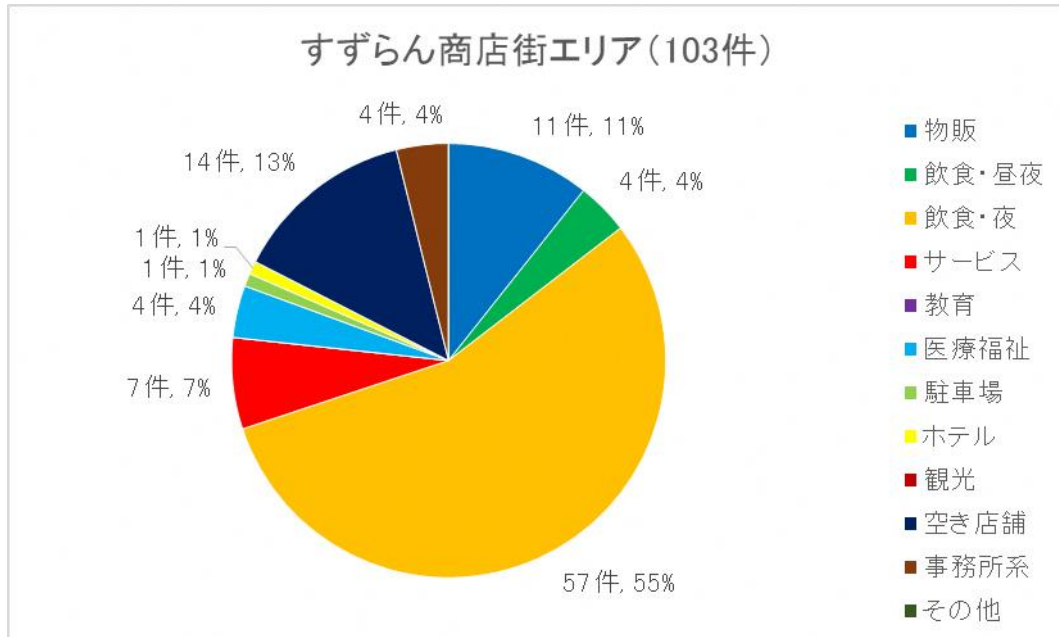
- ◇ 近年、空き店舗が増加傾向にある。
- ◇ 霞城公園、山形美術館、最上義光歴史館が立地し、歴史・文化的な機能を有している。
- ◇ 文化施設等において、イベントの開催時には通常時より集客が多くなる。
- ◇ 霞城公園、山形美術館、県立博物館等の施設間において、回遊を促す有効な手段が課題となっている。
- ◇ 休憩できる環境は、歩道上に数ヶ所、彫刻デザインを施した石製のベンチがある。

【今後の方向性】

物販、飲食、サービス等の店舗構成割合が、他のエリアと比較して少ない傾向にあります。

今後は、エリア内に立地する医療機関との連携などにより、医療及び福祉を中心とした施設整備が図られるための環境づくりを目指していきます。これにより、医療機関及び福祉施設の利用者増加による昼間人口の増加が図られ、その結果として、将来的には商業機能の充実を図っていくことが望ましいと考えます。

ケ 大手門通りすずらん商店街振興組合



【商店街エリアの特徴】

- ◇ 近年は多種多様な夜間営業の飲食店等の出店が続いており、駅前大通りと併せて、夜間の集客は多い状況にある。
- ◇ 夜間営業のみの店舗が半数を占めており、昼間に飲食を提供できる店舗が極端に少ない。
- ◇ 昭和 35 年頃、共同建て替え事業により横のデパートとして整備された建物であるが、隣接している店舗と壁が共用されているため、改装改築がしづらく、建物の老朽化への対応が喫緊の課題になっている。
- ◇ 休憩できる環境は、歩道上及び屋内においても無い。

【今後の方向性】

夜間に営業している店舗が多いことから、夜間に賑わいが多いエリアです。また、建物の老朽化が進んでいることから、改築や解体等の必要性があります。

駅前という好立地を活かし、オフィス誘致型の再開発事業を行うエリアと、現状の建物を活かしたリノベーション事業の展開を図るエリア等により再生の方向性を検討していくことが望ましいと考えます。

● 第3章 中心市街地の活性化を実現していくための戦略について

1. グランドデザインの具現化に向け推進していく戦略プロジェクトについて

グランドデザインの目的を達成するため、推進・検討していく戦略プロジェクトは以下の通りです。

(1) プロジェクト本部において既に実施している事業

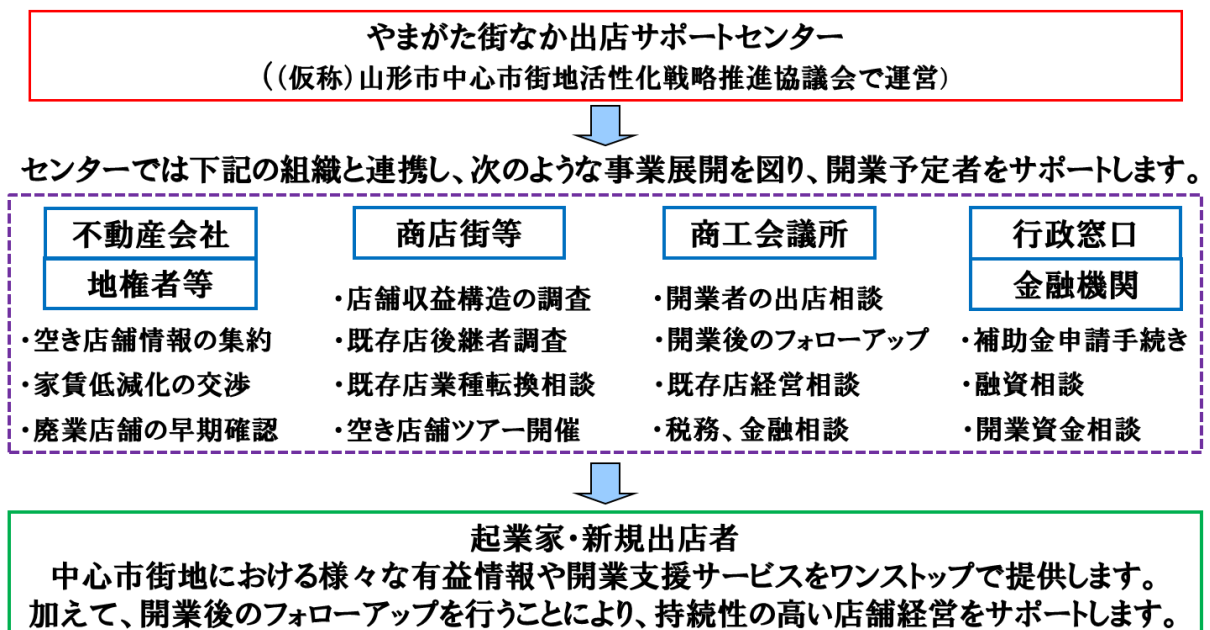
ア やまがた街なか出店サポートセンター事業

中心市街地の課題である空き店舗の減少と商店街毎の店舗構成最適化によって、街の魅力向上を目指すことを目的に、新規出店者へ対する中心市街地における店舗収益状況の調査・分析データの提供や補助金活用・開業資金調達・家賃低減化等の開業支援策の展開を図る拠点として、「やまがた街なか出店サポートセンター」を本町に設置しました。

【センターにて、実施していく業務】

- ・新規出店者へ対する店舗等の紹介業務
- ・新規出店者へ対する各種補助事業等の紹介業務
- ・周辺駐車場（月極・時間貸し）の紹介業務
- ・不動産事業者との連携及び月例の調査による空き店舗の確認業務
- ・不動産事業者との連携及び地権者との直接協議による不動産の集約化業務
- ・不動産事業者との連携及び地権者との直接協議による賃料値下げ交渉業務
- ・中心市街地における駐車場の配置、運用状況等の調査業務
- ・老朽不動産所有地権者への不動産再活用提案
- ・その他、中心市街地活性化に資する各種業務

< 出店サポートセンターイメージ図 >



イ 街なか情報発信事業

中心市街地エリアとそれに隣接するエリアにある、飲食・物販・サービス業を中心とした約 700 店舗の情報に加え、観光、駐車場、イベント等、あらゆる情報に簡単にアクセスできる情報集約アプリ・サイトを構築し、市民や観光客に対し積極的に情報発信を行います。

個店情報の収集については、「やまがた街なか出店サポートセンター事業」と連動して行い、個店の新規出店や閉店状況など、街なかの新しい情報を反映していきます。

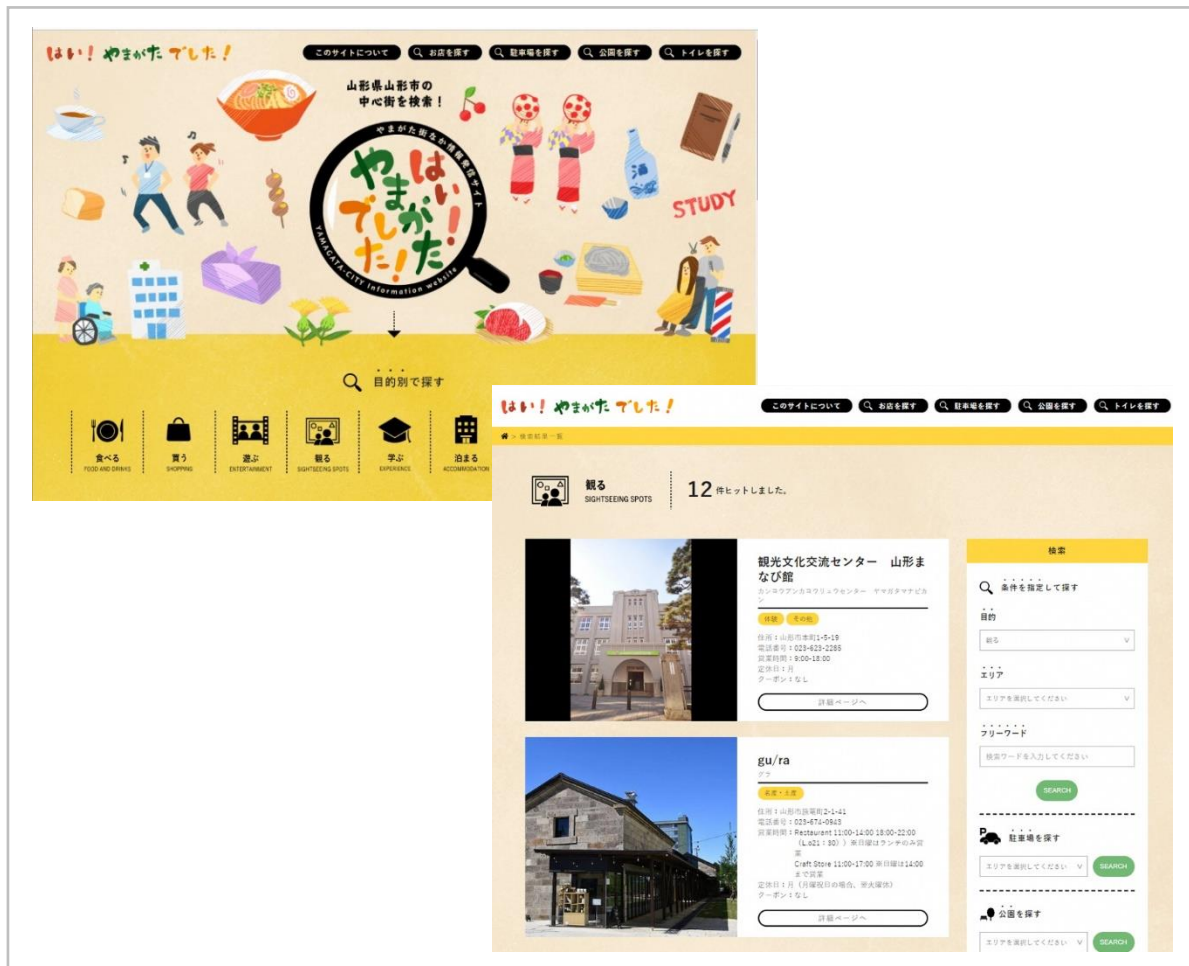
また、今後はアプリ使用者に対し、位置情報（GPS）を活用したクーポン情報の配信機能サービスも提供していきます。

さらには、個店情報の更新やクーポン情報を個店自身が編集できる機能も追加することで、個店が自ら情報発信が可能になるよう機能強化していきます。

【街なか情報発信事業で実施していく業務】

- ・アプリ、サイトでの中心市街地の店舗、観光施設、駐車場、公園、公衆トイレ等の情報の発信
- ・アプリ、サイトでの中心市街地で開催されるイベント情報の発信
- ・店舗、施設、イベント情報の収集と更新作業
- ・店舗、施設個別ページ編集用 ID とパスワードの発行、配布、管理

<アプリ・サイト画面>



(2) 今後推進・検討すべき事業

ア 再開発事業における都心機能の充実

「水の町屋 七日町御殿堰」の南側一体の土地において、市街地再開発により、市街地の環境改善やまちなか居住を促進するとともに、先行して整備された御殿堰開発と一体的な賑わいの創出を図ります。

2階建ての商業棟と店舗を併設した地上20階、144戸からなるマンション棟を整備する計画であり、平成32年に完成予定です。

【パース図】



イ 新たなマンション・集合住宅の建設促進による都心居住の充実

本町や十日町において、平成31年以降完成予定のマンション建設が進んでいます。このように中心市街地にマンション建設等が進むことで、エリア内の価値の向上が図られ、更なる民間投資の誘導に大きく寄与している状況にあります。

そのため、今後もマンションや集合住宅の建設等を促していくことで、中心市街地エリアの価値向上を図り、民間投資の誘導に繋げていきます。

ウ 第一小学校旧校舎のリノベーション

ユネスコ創造都市ネットワークに加盟認定された山形市が、文化芸術と産業経済との創造性に富んだ特色あるまちづくりを推進していくにあたり、第一小学校旧校舎（現：山形まなび館）のリノベーションを行い、創造都市としての象徴的施設を整備します。

エ すずらん商店街における老朽建物の整備改善の促進

老朽化が進むすずらん商店街の整備改善を図るため、街区地権者による『すずらん商店街再生検討委員会』が設立されました。

今後は、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、昼間の飲食需要を高め、すずらん街の賑わい創出を図っていきます。

オ ビブレ跡における民間開発と連携した観光コンシェルジュ機能・アクティビティ機能等を有した観光案内所の設置検討

香澄町二丁目にある大規模小売店舗跡地の空地での民間開発に合わせ、観光コンシェルジュ機能・アクティビティ機能等を有した観光案内所の設置を検討します。また、ペDESTリアンデッキの延伸を併せて検討します。

カ 十字屋撤退跡における都心機能としての活用の推進

十字屋撤退跡に関しては、駅から商店街へと続く動線上の重要な位置にあるため、当跡地がどのような形態で活用されるかにより、街の価値観が大きく変化します。そのため、駅前という特性を活かし、一定規模の商業機能の確保・都心機能の充実が重要となってきます。

キ 御殿堰の再生による回遊性の拡張

「戦略的景観構築ブロック（寺町から霞城公園までの区間）」において、御殿堰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していくことで、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を戦略的に構築していきます。

ク 「共通駐車券サービス」の拡張

中心市街地には 97 ケ所・6,812 台分の時間貸し駐車場が存在します。

現在、この時間貸し駐車場のうち、15 ケ所・3,086 台分の駐車場が七日町商店街にて構築・運用されている『共通駐車券サービス』が利用できる環境にあります。サービスを構築された七日町商店街エリアでは十分な内容と言えるサービスですが、中心市街地全体で見ると、箇所数率で 15.4%、台数率で 45.3%のカバー率であり、その普及率はまだ低い状況です。

この『共通駐車券サービス』を、中心市街地全体で共通化できるような仕組みの構築を促進していきます。

ケ 駐車場の適正配置による土地の効率的な利用

中心市街地の空き地の土地利用においては、駐車場として利用されているケースが多く、小規模な時間貸し駐車場が虫食い状に立地している状況であり、最適な土地利用がなされているとは言えない状況です。

そのような状況への対応策として、駐車場の配置適正化を進めていく必要があります。

本グランドデザインにおいて、各ゾーンのあり方を検証していく中、ゾーン毎にコアを検討し、民間投資の誘発を実行していく課程で、小規模駐車場の区画再編や再配置により駐車場の配置適正化を行っていきながら、土地の効率的な利用へと繋げていきます。

コ 新たな決済サービスの展開と地域電子マネー・地域ポイントの推進

消費者の利便性向上という観点だけではなく、地域のお金は地域で回すという内需拡大・確保の観点からも、交通・買い物・駐車場等で一体的に利用できる IC カード決済や地域ポイントの運用が必要となってきます。

他市においては、官民連携により地域共通ポイントカード事業を導入し、商店街やカード加盟店での買い物のほか、地域活性化のための祭りやイベントへの参加、ボランティアなどの社会貢献活動への参加等によりポイントが付与され、そのポイントで買い物や、駐車場料金の精算等ができるという、地域循環型経済の実現に向けた取り組みが行われています。

今後、山形市においてもこうした事業が立案・実施していけるよう、事業の検討を進めていきます。

サ サービス付き高齢者向け住宅の計画

中心市街地に現存する医療施設の建て替え等による郊外移転の抑制に向け、医療福祉・居住・子育て推進ゾーンにおいては、CCRC 事業展開により、特区的な位置づけをすることで再生を進めます。その一環として、民間事業者の連携によるサービス付き高齢者向け住宅の建設誘致を進めます。

なお、こうした計画の進捗と連動し、老朽化してきた市立病院済生館の建て替え時における方向性も、当ゾーン内における建て替えとすることや、病院新築時の上層階を高齢者住宅とすること等も併行して検討していきます。

こうした方向性の提示により、小規模クリニックや医療関連施設等の誘致も併せて進めていきます。

シ 地域の大学と連携した学生の街なか居住の推進

より多くの学生が中心市街地へ居住することにより、日常的な消費向上を目指すとともに、若者のまちづくりへの関わりを深めていくための拠点作りの観点から、学生寮及び学生アパートの誘致を推進します。

そのため、中心市街地内における大学連携による学生寮の新築及び遊休不動産リノベーションによる利活用計画を進めます。具体的には『出店サポートセンター』が窓口となり、地権者交渉等を展開していきます。

ス まちづくりファンド事業の検討

中心市街地内における各種事業の検討費用や小規模なリノベーション事業計画等の事業形成を支える仕組みとして、一般財団法人民間都市開発推進機構（MINTO 機構）などとの連携による、官民連携のまちづくりファンドの組成に向け、内容等を検討していきます。

以上の戦略プロジェクトを推進・検討し、ランドデザインの具現化を図っていくにあたり、今後、山形市、山形商工会議所、商店街関係者、民間事業者等と連携し、国等の補助制度の活用や新たな行政施策等の検討を行っていきます。

2. 中心市街地において大きな影響がある大規模の公共的な土地利用について

大規模な公共的な土地については、中心市街地の機能を考えるうえで非常に重要な場所です。

土地の利用については、それぞれに位置するゾーンの特性に合わせて事業展開されることが望ましいと考えます。

以下に、そのような土地をゾーンの特性に合わせてリストアップします。

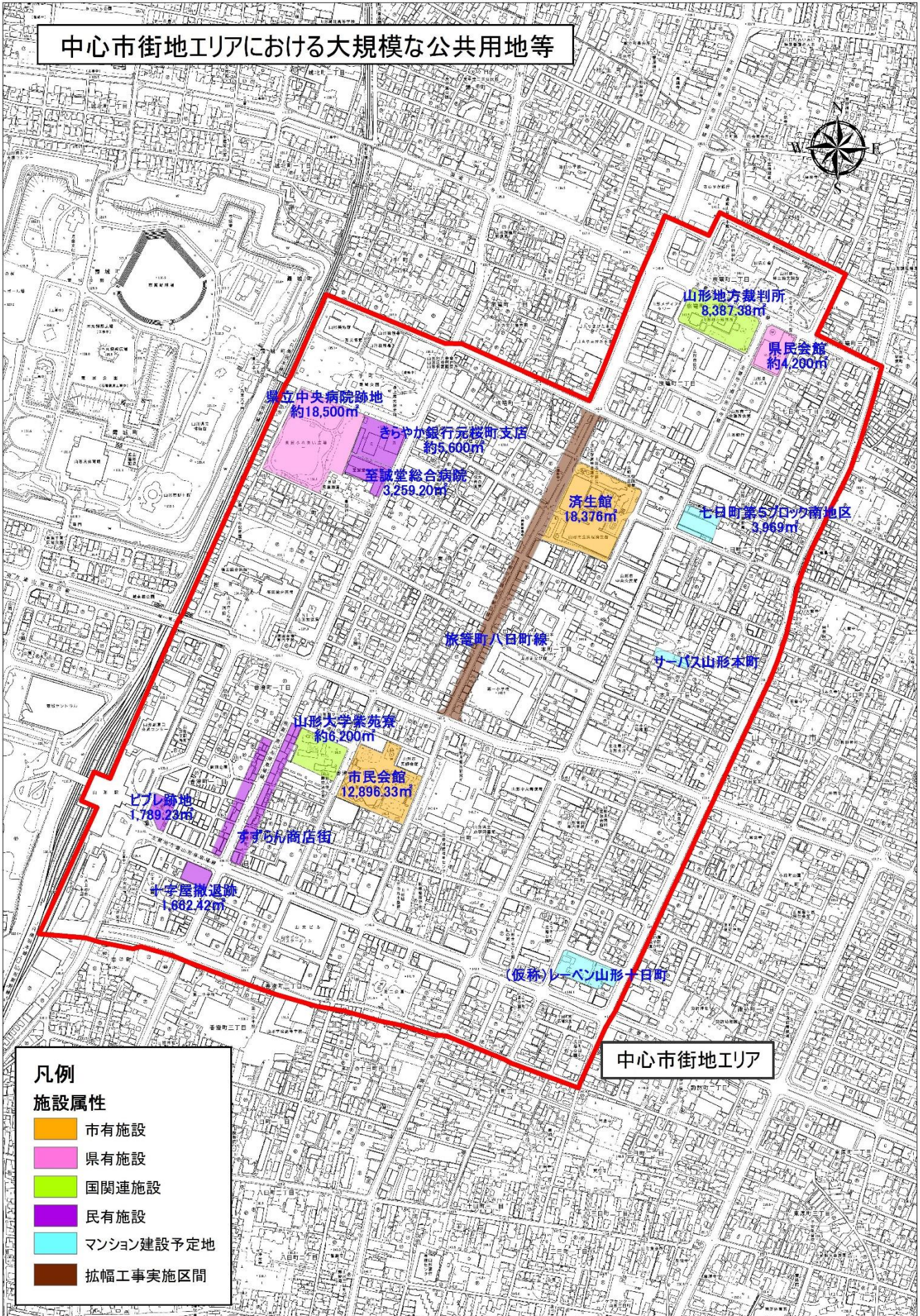
※ 本方向性は、戦略本部の議論を踏まえて、現時点での課題のみをリストアップしたものであって、それぞれの方向性が確定しているものではありません。

<想定される方向性>

ゾーン名	ゾーン内及びゾーンに隣接する代表的な土地・施設	土地の評価・方向性
医療福祉・居住・子育て推進ゾーン	・ 済生館（病院、看護学校、駐車場、親水空間）	現在の病院施設は平成4年に整備したものであり、手狭な救急室や療養環境の改善など、老朽化と狭隘化への対応が課題となっている。 将来的には、当病院の果たすべき役割を十分に考慮した上で、本ゾーン内での再整備を検討していく必要がある。
医療福祉・居住・子育て推進ゾーン 及び 歴史・文化推進ゾーン	・ 県立中央病院跡地	県立中央病院跡地においては、霞城公園や山形美術館との近接性があることから、歴史・文化施設とのつながりや集客的に大きな可能性のある場所である。 土地の面積からも、大規模な施設を立地する場合の種地となることが可能な用地である。
	・ 至誠堂総合病院 ・ きらやか銀行元桜町支店	至誠堂総合病院においては、時期は未定だが、郊外への移転が進められている。 きらやか銀行についても、現在、支店としての営業は行われていない。 そのため、今後の利活用については、県立中央病院跡地と一体的な利活用も検討可能な用地である。

歴史・文化推進ゾーン	<ul style="list-style-type: none"> ・ 県民会館 ・ 山形地方裁判所 	<p>文翔館を核とした歴史観光拠点に付随する大規模な公共的な用地であるため、将来的に再整備が進む際には、それにふさわしい土地利用が望まれる。</p>
ゾーン無設定	<ul style="list-style-type: none"> ・ 市民会館 	<p>将来的に老朽化した場合に、現地建替えの可否には課題がある。建替えの手法によっては、周辺の大規模公共用地の範囲内において、場所についての再検討も行っていく必要がある。</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 山形大学紫苑寮 等 	<p>すずらん商店街に隣接する良好な立地条件にある。一方では、建物の老朽化も進んでいる。将来的に再整備が行われる場合には、中心市街地との機能の連携を踏まえた整備が望まれる。</p>

中心市街地エリアにおける大規模な公共用地等



凡例

施設属性

- 市有施設
- 県有施設
- 国関連施設
- 民有施設
- マンション建設予定地
- 拡幅工事实施区間

中心市街地エリア

● 第4章 まちづくりを推進していく体制について

これまで、中心市街地の活性化に関しては、山形市中心市街地活性化戦略本部（事務局：山形市役所）、山形市中心市街地活性化プロジェクト本部（事務局：山形商工会議所）、山形市中心市街地活性化協議会（事務局：（一財）山形市都市振興公社、山形商工会議所）の相互連携により取り組んできましたが、ランドデザインを具現化していくための推進体制として、新たなまちづくり組織（（仮称）山形市中心市街地活性化戦略推進協議会）を設立し、山形市中心市街地活性化戦略本部及び山形市中心市街地活性化プロジェクト本部との連携により事業を推進していきます。

また、検討すべき事業ごとに、事業関係者をメンバーとする検討会等を随時立ち上げ、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・検討機関

ア 山形市中心市街地活性化戦略本部（決定機関）

まちづくりの方針や、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

- ・本部長は山形市長。9名の本部員で構成
- ・事務局は山形市（山形ブランド推進課）

（イ）所掌事項

- ① まちづくりの方針の決定
- ② 戦略プロジェクトの決定
- ③ 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（人文社会科学部人間文化学科）教授
東北芸術工科大学（建築・環境デザイン学科）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

イ 山形市中心市街地活性化プロジェクト本部（戦略プロジェクトの検討機関）
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検討する組織です。

（ア）実施体制

- ・本部長は山形商工会議所会頭。8名の本部員で構成
- ・事務局は山形商工会議所

（イ）所掌事項

- ① 戦略プロジェクトの検討・戦略本部への提案
- ② 戦略プロジェクト検討会の開催
- ③ 戦略本部の決定事項を受けた戦略プロジェクトを推進協議会へ伝達
- ④ 推進協議会の事業進捗状況及び調査事業の結果状況を戦略本部へ報告

<構成員>

山形商工会議所
山形市
山形商工会議所 まち賑わい委員会
山形市中心商店街街づくり協議会
（仮称）山形市中心市街地活性化戦略推進協議会

※ 構成員は「山形市中心市街地活性化戦略本部会議」に事務局の立場で参加します
（戦略本部員の山形商工会議所 会頭を除く）。

（2）戦略プロジェクトの推進機関

ア （仮称）山形市中心市街地活性化戦略推進協議会（戦略プロジェクトの推進機関）
グランドデザインの具現化に向け、戦略プロジェクトを推進する組織です。

（ア）実施体制

- ・会長は構成員の中から総会において選出。副会長は会長の指名
- ・10の組織で構成
- ・事務局は山形市、山形商工会議所、山形街づくりサポートセンターの職員により構成

（イ）所掌事項

- ① 戦略プロジェクトの推進
構成員と連携をしながら戦略プロジェクトを推進していきますが、基本的には事務局がメインとなって事業の推進を図っていきます。
- ② 中心市街地の課題・現況把握のための調査

<構成員>

山形市
山形商工会議所
山形銀行、荘内銀行、きらやか銀行、山形信用金庫
不動産協会代表
山形市中心商店街街づくり協議会
報道機関
山形市都市振興公社

(3) 山形市中心市街地活性化戦略推進コーディネーター

平成 29 年 4 月 1 日より、まちづくりプラン研究所 代表 牧 昭市 氏にコーディネーターを委嘱し、まちづくりの方針や戦略プロジェクトの検討に際して、指導や助言をいただきながら事業を推進しています。

ア 所掌事項

- ① まちづくりの方針や戦略プロジェクトに関する指導・助言
- ② 各種調査等に関する分析
- ③ 戦略プロジェクトの立案

(4) 中心市街地活性化基本計画に関する協議機関

ア 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」（以下「中活計画」という。）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
- ・ 25 名の構成員と 23 名の幹事により構成

(イ) 所掌事項

- ① 中心市街地活性化事業の承認・監査
- ② 中活計画に関する市への意見提出
- ③ 中心市街地活性化に関する意見交換

＜実施体制図＞

