

## 第5回山形市中心市街地活性化戦略本部会議議事録

1 開催日時 平成29年12月14日(木) 午前10時00分～12時00分

2 会場 山形商工会議所 5階 502会議室

3 出席者

(1) 本部員5名

山形市長		佐藤 孝弘
山形商工会議所	会頭	清野 伸昭
山形市中心商店街まちづくり協議会	会長	多田 一夫
山形大学	教授	山田 浩久
城下町やまがた探険隊	代表	新関 芳則

(2) 山形市中心市街地活性化戦略推進コーディネーター

まちづくりプラン研究所	代表	牧 昭市
-------------	----	------

(3) 事務局15名

商工観光部長、山形ブランド推進課長、山形ブランド推進課課長補佐、  
街なか・商業グループリーダー、街なか・商業グループ員(3名)、  
山形銀行派遣職員、山形商工会議所(5名)、  
山形商工会議所まち賑わい委員会委員長、  
山形市中心商店街街づくり協議会副会長

(4) 調査実施機関4名

(株)山形街づくりサポートセンター社長、山形市中心市街地活性化事業部長、  
事務員(2名)

4 傍聴者

一般傍聴者：2名

記者：4名

5 内容

(1) 報告

- ・商店街・関係機関との会議開催状況について
- ・アンケート調査の結果について

(2) 協議

- ・中心市街地エリア内におけるゾーニング計画及び各ゾーンの方向性と事業の素案について
- ・その他

## 6 資料の名称

- 資料1 商店街・関係機関との会議開催状況について
- 資料2 アンケート調査結果の内容による課題抽出及び総括
- 資料3 中心市街地エリアにおけるゾーニング計画素案
- 資料4 ゾーニング計画に関する各ゾーンの今後の方向性と事業の素案について

## 7 議事録

(1) 開 会 (山形ブランド推進課長)

(2) 市長あいさつ

(3) 議事録署名人の指名 (本部長)

新関 芳則 本部員

山田 浩久 本部員

(4) 報 告

＜山形市中心市街地活性化プロジェクト本部より報告＞

- ・商店街・関係機関との会議開催状況について
- ・アンケート調査の結果について

(5) 協 議 (内容は以下のとおり)

コーディネーター	(「中心市街地エリア内におけるゾーニング企画及び各ゾーンの方向性と事業の素案」について説明)
座 長	今、お話のあった点について、皆様からご意見をいただきたい。
本 部 員	ゾーニングですが、千歳館さんの奥に「花小路」という街があり、毎日のように店が閉じたり、建物が無くなったり、駐車場になっているという状況である。ここが何とかならないかということがよく話に出ており、何か手立てがないのかと思っている。 「料亭文化ゾーン」を「花小路」の部分も含めて、何か新たな展開をしていければと思う。 それから、「歴史・文化推進ゾーン」。 ここは私共の店舗なども立地している場所だが、この点にしているところを無理やり1本に繋げる必要はないのかなと思っていた。 例えば、今話が出たすずらん街の飲食店舗が分散して、飛び地になり、それが中間地点として連携を図り、回遊性を高めていくと。建築物だけを見ても、この中心部には非常に分散していると思うので、そんな感覚を持った。 なかなか車がないとという問題もあるが、冬期間も非常に歩きやすい融雪道になっているので、その辺を強化できればと思う。 あと、「365日芋煮事業」はまさしくその通りで、日本一の芋煮会フェスティバルを作ったあたりに、「芋煮茶屋」というのをやれるのではないかと話した覚えがある。

そこは中心部からちょっと外れているが、まさに365日提供ということだった。

イメージの強いものをしっかり強化していくことは、非常に大事なのかなと思う。

また、コンシェルジュ。

これも観光協会などが山形の街なか案内所ということでやったが、だんだん強化策が薄れていって、わからなくなってしまう。

ちゃんと認定をして、場所だけではなく、各店舗のスタッフにもきちんと伝達できるように、そういう位置づけとなってやっていく。

先ほどの中間地点で繋いでいくというのは、街なかのインフォメーションがあって、わかりやすく回遊できる、これを辿っていけば行けるとすることは、すぐにでもできる話だと思っていた。

そんなことがこの中には含まれていると思うし、ぜひそこを強化していくべきだと思っている。

座長 皆様からご意見をお聞きしたいと思うが、今回欠席となった、馬場本部員よりビデオレターを頂戴しているので流させていただきます。

本部員 今日は出席できず申し訳ございません。  
今から、もし出席できていたならば発言したいなど思っていたことをお伝えしたいと思う。

まず、今年の10月、山形市がユネスコの創造都市ネットワークに加盟した。本当におめでとうございます。

おかげで山形市はクリエイティブというところに向かって、1つの新しいベクトルを発見することができたと思う。

僕は芸工大の先生なので、それにコミットしていきたいと思っている。

それによって、今、特に私たちの学校が力を入れている七日町周辺、シネマ通りやまなび館周辺エリアでは、エリアリノベーションということで、地元の若い世代によって、空きビルにクリエイティブなコンテンツが入るという動きに拍車がかかってくると思う。

実際にあのエリアの空き物件に対して、新しい事業者がクリエイティブなことをやりたいというところが、とても増え始めていて、七日町を中心として、1つのクリエイティブエリアを形成していくという未来みたいなものがはっきり見えてきた。

そういう街の変化を目の当たりにしながら改めて思う。  
山形の中心市街地には、いくつかの特徴のあるエリアが存在していると思う。

僕は、そのエリアエリアの特徴を単に強めていって、キャラクターライズされるような構成が街にあるといいなと思う。

七日町は、今話したように、クリエイティブシティの象徴的なエリアとして発展していきたくらいと強く思っている。

同時に、駅前とか、すずらん街に関しては、山形市の玄関口としての機能をしっかりキャラクターライズしていくべきだと思う。

「キャッスル」や「紅の蔵」が固まっている十日町周辺には、裏にある「蔵オビハチ」とか、ちょっとこだわりのあっておもしろいお店、山形らしさみたいなものを表現するようなお店が並んでいる。十日町のあの辺は七日町や駅前とは全然違う空気感を持っているので、そういうふうな街に強まっていくてくれればいいなと思う。

そして、エリアごとに全然違うキャラクターを持つために、違うまちづくり会社、まちの新たな主体のネットワークみたいなところが、そのエリアの良さを活かしたブランディングをしていって、エリアごとに面白さや計画を競うように存在している風景、そのような進め方が理想なのではないかなと思う。

そのまちづくり会社同士は、大きくは同じ方向を向いていた方がいいと思うので、まちづくり会社同士の「連絡協議会」みたいなものが設定され、そこで各街は何をやって、どの方向を向こうとしているのか、情報を共有するような組織ができるといいなと思っている。

その「連絡協議会」は交流と情報の提供であり、そこが物事の決定をする機関ではない方がいいと思う。

エリアの特徴を活かしながら、エリアの企業1つ1つが頑張り、その情報を共有する。その情報を市が全体として司って見ているというような感じがいいのではないかと思っている。

行政の政策や予算が、どこか1つのまちづくり会社に落ちるといっても、エリアエリアのプレーヤーが自主的に物事を考え、自主的に活動ができるような、群雄割拠の中心市街地のまちづくりという構造がいいのではないかと思っている。

特に、僕の場合は、七日町地区にコミットしているので、そこに関しては責任をもっていろいろやっていきたいと

思っているし、駅前には駅前なりのプレーヤーがいることが望ましいと考えている。  
組織のあり方について、1つにまとめようとしすぎずに、群雄割拠の状態としてやっていくのが、ランドデザインの1つのあり方でないかなと思っている。

座長 それでは、まずは一通りご意見をお聞きしたいと思う。

本 部 員 その前にお伺いしたいのですが、関係機関との会議をなされましたけれども、その大体の出席者数を教えてほしいのですが。  
例えば、金融機関との意見交換の場合は何名くらいご出席なのかとか。

事 務 局  
(プロジェクト  
本 部 ) すずらん街商店街につきましては、商店街の理事長をはじめ6名。  
金融機関につきましては、2つの地方銀行さん、信金さんと、併せて3行から5名。  
不動産業者につきましては11社。  
公園通り商店街につきましては12名。  
商店街の若手商業者につきましては同じく12名ほどの出席。  
市議会議員との意見交換会につきましては、産業文教委員、中心街議員連盟の方、併せて16名。  
一番組商店街につきましては8名の出席となっている。

本 部 員 先ほどの牧コーディネーターの話を伺って、ゾーンの分け方については、全体的にはこのような形になるかなという感じがした。  
ただ、やっぱり1番大事なのは、山形市としての山形らしさという、ゾーンの根本的なコンセプトがある。その辺をどう考えるか。  
それにはやはり、これまでの歴史的な部分のある程度強調したゾーンの設定というのが必要なのではないかなという感じがした。  
それともう1つ、わかりにくいゾーンと感じたのは、「医療・福祉・子育て推進ゾーン」。  
これは、特に「まなび館」と「あ〜べ」、元の県立病院のところを意識して作られたのかなという感じがするが、ちょっとこの部分のゾーンが弱い感じがした。  
それから、先ほど話があった、昔賑やかだった街。小性町とか、そういうところについては「料亭文化ゾーン」の中

に組み込んでいくべきではないかなという感じがする。それからもう1つは、ゾーンとの関連性で回遊性をどう考えるかということ。

以前は、ロの字型のまちづくりという話をしていたが、このゾーンの連携をどういうふうに組み合わせていくか。それから1番大きなのは、これから駅西の方に文化会館とか、城跡の問題も出てくるし、その辺との関連性を付けるべきか、今回はそこまで考えずともよいか、という問題もあるのかなと思った。

それから、先ほどの馬場本部員の話。

特に感じたのは、エリアごとに独立したまちづくり会社を作り、その「連絡協議会」みたいなのを作って共有することだが、非常に難しい問題だなと。あまりにも独立性を強くすると、街全体の特徴がなくなるなど。それを「連絡協議会」の中で、どのように共通点を見出してするのかというのが、大きな課題になってくるのではないかなという感じがするので、その辺を検討すべき余地があるのではないかなと思った。

座長 今の点については、おそらく、それぞれでやる力とか意欲があるところはやって、かつ、駐車場をどうするか等の全体としての課題というのは絶対残るので、そこはやっぱり全体を担うところは1つ必要なのかなという感じはしているが、引き続き検討させていただきたいと思う。

本部員 まず最初に、今の馬場本部員の話。まちづくり会社という言葉を使ったが、その前に私らは何十年間、商店街振興組合を立ち上げてきて、その振興組合がある意味ではまちづくり会社のような役割をしてきたのではないかなと。

今でもこの街を何とかしていきたいと、各組織、理事長さんたちは頑張っている。

そして、それを集める「協議会」というのが実はあるけれど、馬場本部員が目からするとない。新しく作ったらいいのではないかなというご意見だと思う。

それと、「まちづくり憲章」という言葉があったが、各々の商店街には、振興組合をスタートするときに、まちづくり条例的なことが、たぶん皆さんお持ちだと思う。

ただ、建物の建て替え等に関しては、50年、100年かかり、なかなかすんなりとはいかない。そういった中で、イベントや花を飾ってみようというようなことをしてきた。それをもうちょっと力強くまとめたようなものが今回

なのではないかと理解している。

その中で、県の土地、市の土地、稼働している、稼働していないなど様々あるが、これが、具体的に何になるかによって、ゾーンも大変変わってくるのではないかと思う。

したがって、ある程度の方向性というか、そこまでいくのに問題があるのだと思う。

前にも話したかと思うが、「県民会館」と「市民会館」、例えば等価交換をすれば、「保健所」それからここに「県民会館」となるわけで、土地の有効活用といったものが見えてくるのではないかと思う。

それと、どのゾーンになるかはわからないが、何で「道の駅」があって「街の駅」がないんだということ。

先ほど牧さんの説明の中にもあったが、山形県の観光物産品をどこで買ったらいいのかを明確に教えられる方はいらっしやらないと思う。要は場所がない。

デパートにありますよ、あそこのお土産屋さんにお酒の有名なのがありますよ、だと観光客はぐるぐる回らなくてはならない。これも1つの策かもしれないが、最終的にここに山形県の名産品が一堂に集まっている、ということも、大きい力になるのではないかと思っている。

本 部 員

まず、清野本部員から話があったように、私もゾーン全体の統一的なコンセプトというのは、やっぱり重要ではないかなと思う。

ゾーン毎のいい意味での競争というのに関連してくるが、ゾーンを作って、その中に拠点を作るという考えももちろんあると思うが、全部更地に戻すわけにはいかないの、現存する拠点からゾーンを作るしかないと考えれば、明確にゾーンが分けられるというような線の引き方はできないのではないかと思うので、AゾーンとBゾーンが明確に分かれて主張し合うというようなところは、具体的に難しいのではないかなと思う。

中間拠点施設というのを現存で考えていけば、中間拠点施設を結び付ける形でゾーンが出来上がるはずで、ゾーンを作ってから中間拠点施設がないというような指摘は生まれないのではないかと思う。

ただ、観光をやっていると、この頃は観光商品を売るという取り方をするのではなくて、地域そのものが商品だという考え方だそう。

そういうことを考えれば、「クリエイティブゾーン」みたいな部分というのは、市の姿勢を表すゾーンとして主張できるのではないのかと思う。



山形市ではこういうところに力を入れているということが、地図化したときに名前から判断できるようなものがあると、山形市は若手のクリエイターを中心に、まちづくりをする箇所を重点的に設定しているというような、新しい姿勢を示すゾーンとしていいのではないかと。

その意味で「C C R C」のようなゾーンを作るということも今風と思うかもしれないが、明確にゾーンが分けられるようなことにはならないと思うので、まずは使えるような拠点施設を洗い出して、考えに入れながらゾーンを作っていくというのが一般的ではないかと思う。

あと、せっかく調査をやったけれども、来街者の方たちの属性というのはどうなっているか。

事務局  
(プロジェクト  
本部)

年齢層については、10代が20%、20代が18%、30代が9%、40代が12%、50代が12%、60代が14%、70代以上が14%である。

本部員

どういう人たちが来て、どういう街を作るかということが一般的なマーケティングになってくると思う。来る人たちのニーズに合わせて街を作るというのが基本だと思うので、ゾーンだけ分けていくというのは、順序が違うのではないかという気がする。

最後ですが、「観光コンシェルジュ」だけでも、調査の結果を見ると、来街者の情報媒体として、1/4がSNSを使っているという結果が出ている。この上でまたこの「観光コンシェルジュ」という機能を、拠点にタブレット端末を置いて使うというのは、使い手があるのだろうか。

それよりも、来る人の1/4がSNSを使っているのであれば、街なかに全部Wi-Fiを通じるようにすれば、来街者そのものが情報発信源になるわけで、タブレット端末を置くというよりはストレートに情報が発信されると思う。来街者そのものが情報発信源となるようなまちづくりをする方が、情報発信源を点的に置くよりいいのではないかと。

その代わりに、主要な動線全部にWi-Fiを付けるというのが整備にどのくらいかかるのかわからないが、特に外国人観光客の場合は、Wi-Fiスポットに集まってくるので、Wi-Fiスポットはここですよ、というようなポイントを出すだけでも、駅からそのポイントに流れる仕組みは作り出すことができるのではないかと思う。

座長

一通りご意見をいただいた。

私も申し上げたいと思うが、この地図だけで議論していても永遠に収束しないのかなと思っている。

当然、例えば「歴史・文化推進ゾーン」となっている、建物全部が歴史的な建物ではないし、福祉・子育て関係の施設が1つもないというわけでもない。あくまでこういうゾーンを念頭に置いたうえで、もう1つの紙にある「エリア全体で取り組む事業」の中で、具体的に何をやっていくか。かつその前の1番～8番まで、例えば、「オフィス誘致・飲食強化ゾーン」について言えば、このエリアの方向性がかかなり具体的に書いてあるわけなので、この地図とこの具体策を切り離して議論し始めるとキリがなくなってしまうと思う。

どちらもまず、こうしたことを念頭に、まちづくり会社がそれに見合った新しいお店を誘導して入れていくというような、具体的な運動の中でゾーンが形成されていくのかなと思っているので、このエリアは100%これで満たされていなくてはいけないという議論は難しいのかなと思っている。

また、山形市全体のコンセプトという話があったが、山形市の歴史の成り立ちが非常に重層的なもので、時代によって全然違う。

江戸時代の完全に商人の街としての山形を表現していくのか、また明治以降の県都としての和洋折衷みたいな建物があるような状況を表現していくのか、さらには現在に至るまでの非常に賑わった昭和の高度成長期の街をイメージしていくのかと、山形市には全ての要素が入っているので、全体というとなんてなっていくのかという感想を持った。

牧コーディネーター、今までのご議論を聞いてどうでしょうか。

コーディネーター　まず1つ、他の都市でもそうだが、地域から病院が無くなる都市が多い。

今の中心部から病院が無くなっていいかと言ったら、たぶんそれは皆さんノーだと思う。

では、病院が無くならないためにはどういう施策が必要なのかというのが、ここに書かせていただいた「CCRC」。要は「CCRC」を作るゾーンを作りたいかというところからの議論ではなくて、医療という機能が中心部から欠落していくということを抑止する必要があるだろうという観点から、ここをゾーンで切らせていただいている。

また、いろんな買物関係のお店があるが、大手のお店が山

形に出店したいと思ったときに、これをどこに誘導をかけていくべきなのか。

今のところ、七日町を重点的にそこに置いているわけけれども、どこかで尖っていく必要があるとしたときに、そこをどこに置くのかということがこのゾーンなのだろうと。

実は僕の中でも未だに半分合点がいていないところが、「クリエイティブゾーン」なのだけれど、このクリエイティブなことってというのが、何でこの中だけに置かないといけないのかというと、そこは自分の中でも合点がいていない。

なので、リノベーションなどのクリエイティブ系というのは、この中全体に入れてもいいなと思うので、クリエイティブな関係は面やゾーンではなく、点でもいいなと思っている。

だが、先ほど山田本部員から市の方向性というような話もあったけれども、ゾーンで切るのは、どこかで尖っていく必要があるとしたときに、そこをどこに置くのかということでご理解いただけたらと思う。

要は、企業立地を推進するというのを、「オフィス誘致ゾーン」に置くことで、ここに集約したいという方向性を打ち出す。医療関係に関してはこのゾーンに持っていきたいということを謳い込んでいくことによって、誘導をかけていく。その誘導をかけていくときに、まちづくりはやっぱりキャッシュと不動産。

説明会の中で、各金融機関の方々や不動産会社の方々に集まっていたら、こういう方向性で決めていきたいということをお話した。

あと、情報発信のところだけれども、タブレットを配ってというよりは、それぞれのお店も観光に入った方々に対して、発信するという意欲をもっと持っていただき、街の接点として発信をやってもらいたいということが、実は1番である。

ただ、駅にはそういう機能が絶対必要なので、「集客コア再生」の中では、センターを付けたいということをお記載させていただいている。

ですので、単にゾーンで切るといってるところと、行政の土地がどうなっていくのかによってゾーンも変わるだろうというご意見のところがあったが、おおよそこういう方向性で変わらないのではないかと、薄い黄色と濃い黄色、それと薄い緑と濃いブルー、あとは「集客コア」の紫ぐらいは、おおよそぶれない状態で固め込みができて

きたのではないかなと思う。

本 部 員 ゾーンにおける話は牧コーディネーターの話で理解した。先ほど山田本部員がおっしゃった「クリエイティブゾーン」というのは、全体にかけてもいいのではないかという意味合いとして、山形市の中心市街地をクリエイティブにしていくというのは、例えば、歴史であろうと食であろうと文化であろうと、それをクリエイティブにしていくという発想であり、テーマをちゃんと打ち出して、ゾーンや点、逆に言えば、全部手を出して面になればいいという話だと思うが、山形の中心市街地はこういうテーマで動いているということを言えるようなものが欲しいなと、最初から思っていた。

本 部 員 先ほど座長が歴史で方向性を決めるのは難しいとお話しされたが、清野本部員も私も思っている統一コンセプトというのは、歴史で昔のことをやるというような意味での方向性ではなくて、クリエイティブというような形で1つ街を作っていこうというような考え方がある一方で、保全や保存とか歴史的な建築物を守っていったり、文化を継承したりしていくという方向性があったり、完全に今とは違うものを作る革新とか、馬場本部員が話していたような競争とか競合というような意味で、1つ方向性が示せればよいのではないかということなので、その中でも県都として、山形市の中心商店街だけれども、山形県内のワインを全部集めるとか、蕎麦屋台を作るとか、ワイン村・日本酒村を作るとか、県の中心として議論するというのも1つのコンセプトだと思うし、何か方向性を定めるべきだというのはそういうことで、必ずしも歴史に沿ったものではないと。

座 長 おっしゃることはわかるが、私が「蕎麦の街やまがた」と言ったときに、この地図にあるところ全体を蕎麦で統一的にというのは広すぎて無理だと思う。もうちょっと具体的におっしゃっていただければ。

本 部 員 蕎麦で全部街を作るわけではなく、「県都」というコンセプトで、山形県の中心商店街という形で、県全体の情報発信の拠点として街を整備していく。それが1つの方向性。また別に、先ほどから出ている「クリエイティブな街」ということで、今までのものをより現代風にアレンジして作り替えていく「リノベーションの街」ということで方向性を定めるというやり方もあると思うし、また別に、保全・

保存ということで、山形市が経験してきた文化、培ってきた文化、そういうものを大切に保全し、継承していく街として作っていくという方向性もあると思うし、いろいろな提案の仕方があると思う。

座長 今、3つおっしゃられましたが、それを2つ捨てて1つにするということは難しいと思うが、いかがですか。

本 部 員 完全に捨て去るということではなく、方向性を全体に共通する理念として出していくということは可能なのではないかなと。  
もちろん、保全と言っても全く新しいことを取り入れないというわけではない。  
県都として提案すると言っても、基本的には地理的に山形市の中心商店街だということは明らかだから、それを捨て去るということはできない。

座長 私の考えでは、常に山形市は山形の県全体のいろんなものが表現できる県の中心であるという要素。  
また、芸工大があって、山響があって、クリエイティブな部分も非常に活発な街であり、創造都市ネットワークにも加盟したということ。  
また、非常に歴史的なものがあるので、そうした既存の建物やあるいは文化的なソフト面も活かしていくと、全て山形市の山形らしさであって、それは全体に通じるものだと思う。  
そうしたときに、例えばクリエイティブと先ほどから議論になっているが、実際に芸工大を中心とした若者が、リノベーションをはじめとした様々な活動をエリアで始めた。それは意識してリノベーションまちづくりという考え方にに基づき始めて、1回加速度がついたから起きていると思う。  
ただ、これは他のエリアでそういうことを一切しないということは全くなく、離れたところのお店1軒でリノベーションをしたいとなると、たぶん馬場本部員は全面的に協力して、そういう動きを加速すると思う。  
だから、これだけというようになるのではなくて、ゾーンとなるのは1つの要素が他に比べて多いということであり、そこが拠点となって「クリエイティブ」であれば、人材が他のエリアのリノベーションも手助けをすとか、そうした関係でないのかなと。  
上から全部このエリアはこれ、全体はこれ、というのはな

しに、ゾーニングを決めるというのはそういうことなのではないかなと、私なりに理解している。  
これは、他の方からもご意見いただければと思う。

本 部 員 今、クリエイティブの話とゾーンの話があったが、街全体に対するクリエイティブな発想というのは、どんなゾーンであってもそれを根底に考えるということでもいいと思う。それとゾーンを決めるということは、例えば昔は鍛冶町とか大工町というようなまちづくりをしたが、これからのまちづくりとして、方向性を明確にしていくということがゾーンの1つの決め方ではないかと思った。  
それを今後の山形市の方向性としてはどうかと思う。  
ですから、これを開示して、街の皆さんの反応を聞くというのが1番大事なのではないかと思う。

座 長 今、思ったが、「クリエイティブゾーン」と言うから他がクリエイティブではないみたいに思ってしまうのかもしれない。  
例えばこれを「リノベーションまちづくりゾーン」のようにすればいいということかもしれない。  
さらにご意見いただきたいと思う。

本 部 員 山田本部員の話もわからなくもない。  
その1つの表れとして「蔵プロジェクト」をご存知かと思う。  
最初うちの蔵に、こうしたいと芸工大の学生が来たが、最終的に経営というところが心配だったので、参加しなかったが、皆蔵を利用している。  
そういった意味で、いいものを残しながら、利用しながら活性化していくというのが本当に必要なのではないかと思う。これはゾーンも、ゾーンでないところも含めて必要なのかなと思う。  
ただ1つ、牧コーディネーターにお聞きしたいのだが、今七日町にマンションが建とうとしているが、果たしていいのだろうか。  
というのも、大沼の脇に商業施設があった。そこは住宅になっている。私、あそこの担当者の方に、2、3階くらいまでは物販をしてほしいと直接お願いした経緯がある。  
しかし、「2階が1階になってしまった」、「1階がだめで30坪だけだ」となっていった。果たしてこれでいいのかと。  
それにその向かいもそんなことであれば、ある意味そこに

あった物販がどこかに移転しているわけなので、集客施設としての集客は減ってきている。

そういった意味で、「まちづくり憲章」といったものが大いに必要になってくるのではないかなと。

もしくは、市の条例として、中心部のマンションに関しては、2階くらいまでは物販・サービスにするべきだといったものが、他の地域にあったか、やるべきなのかどうか、教えていただきたい。

座 長 牧コーディネーター、今のことに加えて、ゾーンというものの意味付けについて整理していただければありがたい。

コーディネーター まず、今回もそうだし、他の地域でもそうだが、ゾーンというのは誘導策のゾーンです。

ですので、今の山形で誘導しなければならないのは、就労の拠点は「すずらん商店街」だけど、誘導がいるだろうと。医療や福祉というのも、ある程度どこかに拠点を固めていかなければならないので、この辺も一定に誘導はいるだろうと。

今のマンションの部分もそうだが、居住というところ。ファミリーの部分と、高齢者居住とを分けて考えなければならないが、高齢者居住のところは、「医療・福祉・子育て推進ゾーン」の中に入れていきたいという誘導。

そして、先ほどより話になっている、クリエイティブな部分というのは、歴史的な建造物の使い方も、よりクリエイティブに変えていく。街のそれぞれの店もクリエイティブにリノベーションをかけていくというところの中で考えていくと、コンセプトに定めていきながら、誘発をしていく部分が他のところにも流れていくかなと考えている。

「まちづくり憲章」というのも、どうして七日町のところだけで書いているかということ、例えば、その他のところも含めて、全部1階2階を商業テナントで縛ってしまったら、たぶんマンションなんて建たない。

1階ないし2階は絶対商業にしてもらわないと困るところは、ここに絞りたいという、いわゆる誘導です。

座 長 今、牧コーディネーターから「誘導」という言葉があり、ゾーンの意味合いということだった。

当然、強制的に云々というのはできないので、誘導をしていくと。

また、「誘発」という言葉もあり、おそらくその拠点から他のエリアに、良い影響を与える意味でのゾーンということ

なのかなと、今理解したところでは。

他にございますか。

今日で全部収束するのではなく、これは今後も、いろんな方からご意見を聞いて、更に進めていくということなので、今日が確定ということではないということメディアの皆さんもご理解いただきたいなと思っている。

本 部 員

ここの議論でだいぶ理解してきたが、今一度、仮にこれを市民の方や、ここに参加していない他の方に説明するとき、地図が出てきて、線を引かれれば線の内側と外側というのはどうしても意識せざるを得ない。

ゾーンの考え方は今の話で、例えば主張性を示すとか、コンセプトを出すとか、いろいろ言葉はあると思うが、線を引く限りは内側と外側は明確に意識して見てしまうので、あえてこういうやり方で今後も議論を続けなければならぬのか。

僕は、何回も話しているように、線ではなく、矢印やぼかしを使用し、中間拠点施設というようなところを明確に示せば、文章で書いてある方で、説明はつくのではないかと思うのだが。

今後もまた線を引きながら、説明なり、提示なりを行っていかねばならないものなのだろうか。

座 長

その辺は私も大変気になるところで、このゾーンを100mこっちに延ばそうとか、減らそうとかはあまり意味がないと思っている。

地図は、市民の皆さんにとっても非常にセンセーショナルというか、議論を活発にするという意味合いはあると思うが、我々の今後の示し方としてどうなのかというのは考えなければならぬと思うが、その辺はいかがか。

コーディネーター

冒頭、「医療・福祉・子育て推進ゾーン」というのは、お年寄りを集めるだけではないと申し上げたが、今、山田本部長が言われたみたいに地図だけ出してしまうと、おそらくそういう誤解も含めて生じてくると思う。

ですので、全体をゾーンで定める必要があるかと言われたら、ない可能性もある。ただ、誘導を絶対的にやっていきたいというところだけは、何かしら見える形で示したい。

ただ、逆にフワッとの方がいいというものも、今日の議論も含め出てきているので、その辺を最終的にどうしていくのがベストなのか、整理がつけばいいかなと。



座長 そろそろ時間なので、終わりにしたいと思うが、誘導が1つと、誘導する中でそのエリアにいろんなノウハウやさらに新しい動きが出てきて、それがまた別なところに影響する、誘発するというようなイメージがあると、かなり意味が出てくるし、納得がいくのかなと感じたところである。引き続き、この議論は続けさせていただきたいと思う。いただいたご意見を基に、今後、プロジェクト本部において更なる調整をしたうえで、次回の戦略本部会議で再度ご協議をいただきたいと思う。以上で、本日の座長を下ろさせていただく。ありがとうございました。

(6) 閉会 (山形ブランド推進課長)