

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

1. 集客コア再生ゾーン

【現状】

交通の結節点である駅前周辺部は、本来、街への導入部として、賑わいの顔となる場所である。しかし、現在は賑わいとは程遠い状況にある。

また、駅周辺には、観光コンシェルジュ機能も存在しない状態にあり、山形市への観光流入者には、観光施設の連携もわかりにくい状況にある。

【今後の方向性】

街への集客コアとなる施設の誘致を推進するとともに、観光コンシェルジュセンター（ワンストップサービスを展開する観光案内所）を設置する等、集客コアの再生を目指すエリアとして検討する。

2. 観光軸強化ゾーン

【現状】

観光流入量を高め、域内消費額の向上を目指していくための観光コンテンツとして、様々な施設が中心市街地に存在している状況にはあるが、これを活かさきれていない状況にあるとともに、集客拠点である駅からの動線と中間拠点施設の連携がなされていないため、来街者が駅を起点に回遊しようとする動機付けに乏しい状況にある。

また、景観の課題として、緑量が少なく、夏は暑くて歩けないという環境的な要因からも回遊性の向上が困難な状態にある。

【今後の方向性】

動線上における緑量の向上と休息スポットの整備により、回遊性向上を図るとともに、エリア内への観光関連・食観光関連のコンテンツ集約を推進する。

また、「山形まるごと館 紅の蔵」に、観光コンシェルジュ機能（タブレット端末による街なか情報の提供等）の付加も検討する。

3. 商業強化・居住推進ゾーン

【現状】

本エリアは「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るエリアである。

【今後の方向性】

エリア内にある現状の建物は老朽化が一定に進んでいることから、建物の老朽化対応も含め、1階を商業、2階以上を住居という開発パターンにより、複合マンション建設推進を随時進め、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。

なお、今後の開発事業実施時においては、建物のセットバック距離を延長し、街区内の余白（イベントスペース、休憩・休息スポット）の確保を優先する。

また、こうした開発時の対応をより明確化するため、本エリアにおいては、商店街組織との連携により、『まちづくり憲章（※）』を制定することも併せて検討する。

そして、こうして生まれたスペースを活用し、オープンカフェ等が日常的に実施できる店舗の誘致や、エリア全体の商業機能向上を目的に、当エリア内に『出店サポートセンター』を設置し、本エリアはもとより中心市街地全体の店舗構成最適化を図る。

※ まちづくり憲章・・・ 商店街組織や関係者で策定するまちづくりの指針。
強制力があるものではないが、これを基に、開発業者等と協議を行っていく。

4. クリエイティブゾーン

【現状】

「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。

【今後の方向性】

本エリア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、有効活用の方策検討を進める。

若者が開業する空間はお洒落であり、且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づけ、よりクリエイティブな街を創造できるエリアとして構築する。

また、本エリア内で展開される様々な事業が、将来は中心市街地全体へと拡散し、最終的には、管理・運営のみを行っている文化財等の行政財産にカフェを入れるなどのリノベーションにより、整備していける方向性を検討する。

5. オフィス誘致・飲食強化ゾーン

【現状】

本エリア内にて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エリアである。

本エリアの課題として、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る。

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な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つ目の課題となる。

【今後の方向性】

この2つの課題克服に向け、駅前という好立地を活かし、オフィス誘致型の再開発事業を、低容積・低層型で再生が行なえればと考える。その上で完成する建物の1階部分へ、飲食業態店舗を再配置する。

就労者数の増加により、昼間飲食需要を高め、夜型店舗を昼型へ移行を促進する。

なお、こうした計画策定にはオフィス需要の予測と誘致形態が重要となるため、具体的には域内企業群に対し、商工会議所によるリサーチから進めていければと考える。

6. 歴史・文化推進ゾーン

【現 状】

本エリアには、「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する。

【今後の方向性】

本エリアを活かし、それぞれの歴史・文化観光施設等が観光流入者にとって有益なコンテンツとなっていくためには、管理・運用面の大幅な修正と情報発信の集約が重要である。

具体的には、各施設の運営を民間へ委ね、場合によっては、大正カフェのような情緒ある店舗を併設するための一部リノベーション等の実施により、魅力を高めていく必要があると考える。

本エリアの集客力向上が、全体計画に対して大きな鍵となる。

7. 医療・福祉・子育て推進ゾーン

【現 状】

「子育てランドあ〜べ」や「山形まなび館」等、子育て中のお母さんが利用している施設から、複数の医療施設が現存するエリアである。

隣接地には「霞城公園」もあり、既にエリア形成は一定に完了している。

【今後の方向性】

今後は、本エリアを高齢者の方々が楽しく暮らし、最後まで活躍できるエリアとして、国が進めるCCRC構想（※）の実証地として、医療・福祉・子育て施設が連携する、山形における包括ケアシステムの構築を進めていければと考える。

また、子育て中の世代が街をもっと楽しんでいただける環境を実証する地として、エリア内の各所に知育遊具等の設置を進めていければと考える。

加えて、情報発信アプリの中で、『子育てママ歓迎店舗』を集約し、子供連れで気軽に利用できる店舗の情報発信も行なう。

※ 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：① サービス付き高齢者住宅の建設
② 医療機関や保育施設での高齢者雇用
③ 医療機関による都心型老人ホームの建設
④ 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

8. 料亭文化ゾーン

【現 況】

料亭というコンテンツは外国人にとっては、非常に集客力のあるものである。

しかしながら、現在の山形市における情報発信を見ると、この料亭という施設や文化を積極的に活用した発信が行なえていない。

【今後の方向性】

まずは、情報発信アプリの中で、観光コンテンツとして料亭を発信するところから始める。

加えて、芸子や舞子をどう呼べるのか、料亭以外の飲食店舗でも呼べるのかというところもわからない状態にあるため、この分野も同様に整理する。

さらに、通りの名前を料亭というものを想像させる名称に変更し、主要拠点に上質な看板として設置を進める。

9. エリア全体で取組む事業

(1) まちなか出店サポートセンター

中心市街地における空き店舗活用から、各商業街区における店舗構成最適化を図り、集客力を高めることを目的に同センターを設置する。

(2) 情報発信アプリ・サイト

商業、観光、駐車場、イベント等、あらゆる情報に簡易にアクセスできる情報集約アプリ・サイトを構築し、中心市街地の情報発信を積極的に行なう。

(3) おもてなし事業（仮称：やまがたコンシェルジュ）

観光来街者、域内来街者等、街を訪れる方々に対して、タブレット端末等により、様々な情報を提供・案内いただける店舗・企業・団体窓口を募集する。

実施店舗等には『仮称：やまがたコンシェルジュ』の認証を配布し、店頭等へ設置し、オール街なかでおもてなし展開を図る。

提供する情報は、上記の『情報発信アプリ・サイト』を活用する。

(4) 365日芋煮事業（仮称：やまがた芋煮店）

現在は、一定期間でしか提供できていない山形名物の「芋煮」を、観光来街者等に対し、1年中提供できるサービスを展開する。

商材のクオリティを一定水準とするため、提供する食材から味までをチェックする仕組みを新たに開発・提供する。

こうした「芋煮」を提供できる店舗を『仮称：やまがた芋煮店』として認証し、ロゴマーク認証を店頭へ設置する。