

これまでの議論を踏まえた現状分析・総括（たたき台）

1. 山形市中心市街地活性化戦略本部の目的等

【戦略本部の目的】

中心市街地における将来的なビジョン（グランドデザイン）を策定したうえで、具体的な対策（戦略プロジェクト）を実施しながら、中心市街地の活性化を実現するための仕組み作りを行うことを目的とする。

【グランドデザイン策定の目的】

市民や関係者に対し、中長期的な未来を予感させる具体的な方針・方策を提示することにより、民間投資を誘発し、魅力あるまちづくりを推進することで、中心市街地の活性化を図っていくことを目的とする。

2. 中心市街地活性化の全体的な方向性（中心市街地活性化の定義）

これまで… 商業の活性化が中心。政策的には拠点整備やイベント開催支援が中心。

環境変化… 郊外型 SC・スーパーの台頭、ネット販売の増加。物販消費から時間消費へという消費者の変化。高齢化の進展。インバウンド観光増、体験型観光へのニーズの高まり。

これから…①商業については、独自の魅力ある店舗の出店促進、中心市街地への民間投資を促すための働きかけ、駐車場の全体最適化のプロデュースができるなど、積極的に動ける体制づくり。

→ 将来的には「まちづくり会社」の設立

②商業に加えて、居住、観光、ビジネス環境、医療、文化・芸術などの要素を魅力強化し、発信することで場としての全体の魅力、土地の価値を高め、民間投資を促していく方向。

③インフラ面において、御殿堰など歴史性のある資産の有効活用、道路・水路の整備や緑化、広場づくりなど、居心地の良さを高めていくことで居住の場、時間消費の場としての魅力を高める。

→ 上記の取り組みにより、エリアとしての全体的な魅力を高める。

→ 理念・方向性を示すコンセプト、キャッチフレーズを作成する必要あり。

3. 中心市街地活性化のテーマごとの方向性

居住、観光、ビジネス環境、医療、文化・芸術の5つに分類し活性化の方向性を示す。

① 居住・商業・都市機能

活性化の方向性…住む街としての魅力の再定義（歩いて用事の足りるライフスタイル、健康に暮らせる街）と居住推進。病院・スーパー・図書館等生活のための都市機能の充実。

② 観光・インバウンド

活性化の方向性…歩いて魅力ある街の形成（御殿堰等）、体験型観光に対応したアクティビティの提供。まちあるきの体制構築（ガイド含む）。

③ ビジネス環境・企業誘致

活性化の方向性…オフィスの積極的誘致、起業する場としての魅力向上。

④ 医療・福祉・子育て（CCRC）

活性化の方向性…地域医療機関との連携。子育て支援環境の向上。

⑤ 文化・芸術活動

活性化の方向性…クリエイター・学生・若者が活躍できる環境づくり。リノベーションまちづくりの推進、創造都市事業の推進拠点の整備。

【今後の協議の進め方】

（1）中心市街地活性化の全体的な方向性（中心市街地活性化の定義）

◇全体的な方向性についての考え方を踏まえ、ランドデザイン策定に向けて、新たなコンセプト及びキャッチフレーズを作成する。

→ 次回（8月予定）戦略本部会議にて検討

（2）中心市街地活性化の各テーマごとの方向性

◇ランドデザイン策定を進めていくうえで、各テーマごとに活性化の方向性を定めることにより、課題を浮き彫りにし、解決に向けて具現化を図っていく。

（3）中心市街地エリアにおけるゾーニング計画

◇方向性を実現させるための地図上の位置付け

→ 適宜、ゾーニング計画の修正をしていく。

（4）推進する仕組み作りや政策的な支援策のあり方

◇事業推進の主体として将来的に望まれるもの ⇒ まちづくり会社の検討

→ 次回（8月予定）戦略本部会議にて検討

4. 実現へ向けての取り組み

- ① グランドデザイン策定後の市全体での共有（行政・民間）
- ② ゾーニングによるエリア内各ゾーンの方向性の確定
- ③ 出店サポートセンターによる魅力あるテナントの誘致、出店支援
→出店サポートセンターの6月1日移転、7月12日グランドオープン（御披露目イベント実施）により、出店サポート機能の向上が期待される
- ④ 広報ツール（アプリ、フリーペーパー含む）を活用した情報発信プラットフォームの確立
→6月29日の情報発信アプリの配信開始による、中心市街地の情報発信機能向上
- ⑤ キーとなる土地利用の方向性（集客施設、拠点施設、スポーツ施設）の検討と実施
→土地利用方向性検討エリアについて、次回（8月予定）戦略本部会議にて検討
- ⑥ 市全体の政策におけるインフラ面の魅力向上（公共交通、緑化、拠点整備、消雪化）
- ⑦ 確度の高いデータ収集とそれに基づく施策の展開
- ⑧ まちづくり組織による推進体制の確立
→ 次回（8月予定）戦略本部会議にて検討