

「山形まるごと館 紅の蔵」テナントの魅力向上に係るサウンディング型市場調査の実施結果について

1 調査実施の経緯

本市において、「山形まるごと館 紅の蔵」をより魅力的な施設とし更なる中心市街地の活性化を図るため、「飲食」等を中心とした施設の見直しを検討しています。

「飲食」等の機能に関する民間提案による利活用案の募集や市場ニーズの把握を目的として、民間事業者の皆様との対話を行うサウンディング型市場調査を実施しました。

2 調査の実施スケジュール

令和5年12月19日	実施要領の公表
令和6年1月22日～2月5日	説明会・現地見学会の実施
令和6年3月18日～3月25日	対話の実施
令和6年4月19日	調査結果概要の公表

3 調査の参加者

- (1) 説明会・現地見学会参加者 12者
(2) 対話参加者 4者

4 調査結果の概要

対象項目	提案概要
店舗のコンセプト等	飲食、宿泊、その他（ツアー）
紅の蔵や調査対象エリアの優位性	<ul style="list-style-type: none"> 山形駅前と七日町のハブになる立地 駅やバス停、高速道路ICが近く、交通アクセスが良い 広い無料駐車場を備えている。 周辺にホテルやマンション、オフィスが立ち並び、潜在的な消費者が多い。 建物の歴史的価値が高い。
紅の蔵や調査対象エリアの課題	<ul style="list-style-type: none"> 連携すべき他の施設と距離が離れており、回遊が難しい。 地元客だけでなく観光客を強力に誘致する施策が必要。 歴史や文化、建造物としての良さに関して、特に若年層に伝わっていない。
その他	<ul style="list-style-type: none"> 建物が持つ雰囲気を活かしきれていない。 ターゲットを”観光”か”市民”のどちらかに寄せる必要があるのではないか。 建物の魅力だけでは集客は難しい。

5 調査結果を踏まえた今後の方針

調査結果を踏まえてコンセプトワーク・公募条件整理を行い、令和6年度中の運営事業者の公募実施を目指します。