



# 山形市七日町商店街の「まちづくり」から学ぶこと

筑波総研株式会社 主席研究員 熊坂敏彦

## はじめに

地方都市の中心市街地や商店街は、「空洞化」や「シャッター通り化」が大きな問題になっている。小売業の商店数は、1980年代の後半以降激減し、1982年のピーク時172万店から2007年には114万店へ34%も減少した。こうした中で、全国の商店街の空き店舗率も年々増加し、2012年には14.6%に及んでいる。全国の商店街で、アーケード街が「シャッター通り」になっているところが散見される。

こうした中心市街地の「空洞化」の要因は、自動車社会の進展による都市構造の変化、居住機能・業務機能・公共施設の郊外移転、バブル崩壊後の長期不況等があげられるが、最大の要因は大型郊外店との競争問題であろう。それは、80年代後半からの日米経済摩擦を解決するために「日米構造協議」に基づく内需拡大方針の下で、「大規模小売店舗法」改正（1992年）をはじめとした政策変更をきっかけとして、大規模小売店の郊外立地が加速したことに起因したものである。

しかし、そうした中で、賑わいを取り戻し、善

戦している商店街もある。山形県山形市の七日町商店街は、郊外に大型店の立地が進み、歴史ある中心市街地の売上が激減したが、商店街振興組合や店主の様々な施策が奏功し、空き店舗がなく、賑わいを取り戻している数少ない事例の一つである。

そこで、七日町商店街の活性化の取組み事例の一部を紹介し、「中心市街地活性化」や「まちづくり」の参考に供したい。

## 山形市七日町商店街の概要と問題点

山形市は、紅花交易等で栄えた商都であり、人口26万人の県庁所在地である。最上義光の時代に現在の街並みの基礎ができたという。七日町商店街は、この城下町を起源とし、JR山形駅から約3km、徒歩30分程度の距離にある山形市の中心商業地である。旧県庁舎「文翔館」から南へ約300mの街路（幅員21m）に80店舗が並んでいる。商店街の来街客数は、1日約1万3千人、年間約500万人と見られている。

この七日町商店街も90年代後半から「危機」に陥った。山形駅から4kmほど離れた北と南の郊外に、大型ショッピングセンターが2つもできたことである。1つは、1997年にできたジャスコ山形北SC（売場面積約19千㎡、駐車場2,500台、売上規模130億円）であり、いま一つは、2000年にできたジャスコ山形南（売場面積約24千㎡、駐車場1,700台、売上規模130億円）である。このジャスコ2店の売上は、七日町商店街の売上に匹敵する規模であり、そのインパクトは甚大だった。現に、七日町商店街の売上は1997年のピーク時から



山形市七日町商店街

10年後には半減し、歩行者通行量は同期間に6割も減少してしまいました。さらに、地元百貨店・大沼デパートと並ぶ核店舗であった松坂屋が赤字を理由に2000年に閉店撤退するに至っている。

### 商店街活性化策の展開

その後10数年にわたる七日町商店街関係者の様々な取組みは特筆される。①山形市は1999年3月に「山形市中心市街地活性化基本計画」を策定した。②商店街の事業として、「共同駐車場事業」を展開、21の駐車場が加盟した。③七日町通りと山形駅を結ぶ「100円循環バス」を運行した(2000年)。④松坂屋の空き店舗を利用して複合施設「NANA-BEANS」を開設し(2002年)、商業テナント、高齢者交流サロン、インキュベーションオフィス、子育て支援施設等を設けた。⑤大型量販店が撤退した跡地を利用し、市の土地区画整理事業と個人の再開発事業として、都市公園「ほつとなる広場」をつくり、広場と一体となった再開発ビル「E-NAS」を建設した。広場では、「ほつとなる朝採り金曜日」「ナイトバザール」「ライブステージセブン」「光りのイルミネーション」等が行われている。⑥歩道・自転車道・車道の分離の社会実験を行い、道路の整備を行った。⑦「コンパクトシティ」を目指して七日町の中心部に高層マンションも建設された。

### 新たな活性化戦略

さらに、2008年11月、山形市は「中心市街地活性化基本計画」を新たに策定した。基本方針は、①「街なか観光・イベント」、②「街なか居住」、③「商業振興」の3つである。そして、活性化戦略として、①3つの新名所づくり(七日町拠点づくり、第一小学校旧校舍保存活用事業、山形まるごと館運営事業)、②街なか観光の総合的展開、③イベントの総合的展開、④人の温もり創出のための街なか居住への取組み、⑤観光イベントと結びつけた商業の振興の5つを掲げた。

この中で、七日町通りに賑わいを取り戻し、賑わい創出効果をあげている新しい取組みとして注目されているのが、「3つの新名所づくり」である。「3つの新名所」は、七日町通りの南部、中央部、北部にいい塩梅に配置されている。南に位置する「山形まるごと館 紅の蔵」(2009年12月オープン)と北に位置する「水の町屋 七日町御殿堰」(2010年4月オープン)は、七日町の歴史的な建造物である「町屋」を活かし、それらを改修したプロジェクトである。中央部の「山形まなび館」(2010年4月オープン)は、昭和2年に建設された山形市立第一小学校(国登録有形文化財)を市が整備し、観光文化交流センターとして活用するもので、施設内には多目的ルーム、紅花文庫、山形市文化財展示室、観光案内ルーム、交流ルーム、くつろぎルーム、カフェ等が設けられ、観光・交流・学びの拠点として賑わいをもたらしている。

### 「町屋」を利用した2つのプロジェクト

商都山形を象徴する上記2つの「町屋」の再開発プロジェクトの概要をみてみよう。歴史的な「町屋」構造と同様に、ここ七日町の「町屋」も、間口4.5間(約8m)・奥行33間(約60m)という「うなぎの寝床」のような細長い敷地に店舗や住居や蔵や坪庭等が作られていた。この「町屋」が持つ風情や歴史や日本文化を活かして再開発を行ったものである。

「山形まるごと館 紅の蔵」は、紅花商人で



山形まるごと館 紅の蔵 (西側)



山形まるごと館 紅の蔵（東側）

あった長谷川家の母屋と5棟の蔵を活用したもので、家主が整備した建物を山形市の委託事業として山形市開発公社が一括して借り上げ、施設を改装して運営を行っている。旬産旬食をテーマとした食の発信、地域特産品の販売、伝統野菜等農産物の直売、イベント開催など、「街なか観光」を展開することで人々が集う「まちづくり」を目指している。主な施設としては、①観光情報をサービスする「街なか情報館」、②おみやげ処「あがらっしゃい」、③そば・郷土料理店「紅山水」、④カフェ&ダイニング「990」、⑤農産物直売所「おいしさ直売所」などがある。また、施設の東側に大型バスも駐車できる約50台収容の無料駐車場も整備されている。

「水の町屋 七日町御殿堰」は、約400年前に山形城主の鳥居忠政が生活用水や農業用水を確保するためにつくった「山形五堰」の一つである「御殿堰」を再生させ、明治・大正時代の蔵2棟を活かし、表通りの母屋を木造2階建てに新築して再開発を行ったものである。地元商店主が出資者を募って設立した「七日町御殿堰開発（株）」が建物の整備と運営を行い、山形市が御殿堰の再生と隣接した土地の公園化等の支援を行った。主なテナントは、母屋に①銘茶と和風喫茶「岩淵茶舗」、②創業110年の呉服と小物の店「結城屋」、③そば打ちの伝統を伝える老舗「庄司屋」、④フェラーリをデザインした山形出身の世界的カーデザイナー奥山清行氏のショップ「ken okuyama

casa」、⑤米沢織の店「布四季庵」、⑥人気の寿司店「うまい鮎勘」が入居し、奥の蔵2棟には、⑦生活雑貨「わかや」、⑧カフェレストラン「Classic Café」が入居している。そして、御殿堰に沿って紅花など四季折々の花々が並べられ、路地には、奥山清行氏がデザインしたという「御殿堰大黒」、「御殿堰の待つ（松）」（待ち合わせ用のベンチ）、「行灯」等が配置されている。街なかとは思えないような安らぎが漂っており、自然環境が整備されていて、著者がこの地を訪れた6月下旬の朝、御殿堰の水辺では、ちょうどオニヤンマが孵化したばかりだった。

#### 「水の町屋 七日町御殿堰」の開発の考え方

七日町御殿堰開発（株）代表取締役の結城康三氏からお話を伺った。同氏は、「中心市街地活性化のために全国で行われている『まちづくり』は、そのほとんどが『商店街づくり』であり、『商店街づくり』では商店街の活性化は見込めず、郊外店から客を呼び戻すこともできない。『商店街づくり』は、利益と効率のみを追求し、画一的で、全国共通の、魅力のない建造物を造りがちだが、そうしたものはすぐに飽きられ、建物は劣化の一途をたどり、古ぼけてきたら人気は落ち、人は集まらない。これからの商店街には、『商店街づくり』ではなく、本当の意味の『まちづくり』が求められている。個性的で、安らぎがあり、時間がたてばたつほど風格が出てくるような『まちづく



水の町屋 七日町御殿堰



再開発された御殿堰

り』を目指す必要がある。そして、街の魅力の差別化のカギは、その街の歴史にある。その街に昔から『あるもの』は、歴史的にコンセンサスを得てきたものであり、本物であって、『つくったもの』とは違って人が集まってくる。この再開発事業に際しては、山形の歴史、特に封印されてきた堰の露出をテーマに据えた。そして、再開発の手本として、日本の原風景が残されている小布施、飛騨高山、郡上八幡などを視察し、参考にした。また、『まちづくり』は時間がかかる。7代先まで伝えるような、長期的な視点を持って取組んでゆきたい。」と、熱く語られた。

### むすび：山形市七日町商店街から学ぶこと

山形市七日町商店街の中心市街地活性化の事例から学ぶことは、以下の通りである。

第1は、「空洞化」への危機意識を、官民で共有し、その克服に向けて「官民連携」を上手に推進していることである。山形市の「まるごと推進課」や「まちづくりサポートセンター」など「官」は、地元商店街である「民」の「後押し役」として上手に機能しているようだ。

第2は、老舗企業経営者は、歴史や伝統を保持しながらも個性的で人が集まる「まちづくり」を目指して、革新的な取組みを推進していることである。「あるもの」を尊重し、かつ「7代先を見据えた開発」を志向するなど超長期的な視点を持ちながら、個性的な「まちづくり」を推進中である。

第3は、郷土への熱い思いを持った人たちに協力支援を仰ぎ、「まちづくり」に参加していただいていることである。かつて、山形出身の作家・故・井上ひさし氏は、七日町商店街活性化のために「七日町劇場構想」を有していた。その考えや想いは、今でも地元の経営者の中に受け継がれているようだ。本稿で取り上げた七日町御殿堰開発プロジェクトにおいては、地元商店主の他に、県内出身の企業家が4名ほど趣旨に賛同して出資に応じている。また、地元出身のカーデザイナー・奥山清行氏はコンセプトづくり、設置物のデザイン、テナント入居、集客、PR等に協力している。

「まちづくり」「地域活性化」などが日本経済再生の上でも重要なテーマになっているが、地域に「あるもの」を見直し、掘り下げて、地域独自の個性的な街が全国に増えてゆくことを期待したい。



結城康三氏

最後に、本稿作成に際して資料のご提供やヒヤリングに応じていただいた七日町商店街振興組合理事長の岩淵正太郎氏、七日町御殿堰開発株式会社代表取締役の結城康三氏に改めて御礼申し上げます。

(参考文献)

- ・やまぎん情報開発研究所  
「山形銀行調査月報」No.482 2010年10月号
- ・結城康三「七日町御殿堰開発」