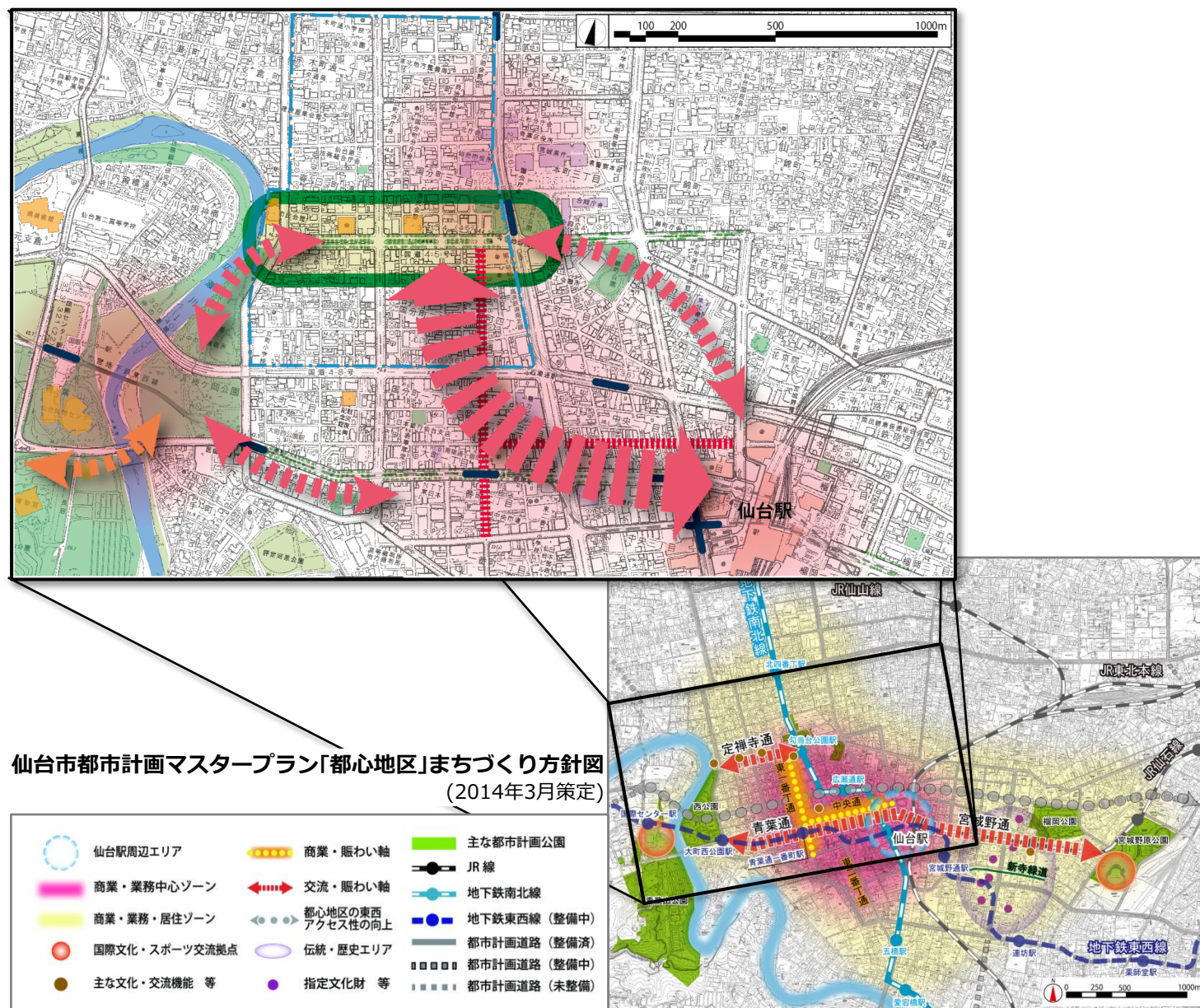


1. 定禅寺通エリアまちづくりの目的

- 定禅寺通エリアが「杜の都」のシンボルであり続け、将来にわたって人々を惹きつけ、仙台都心の回遊を促し、仙台の都市ブランドの向上に貢献する。



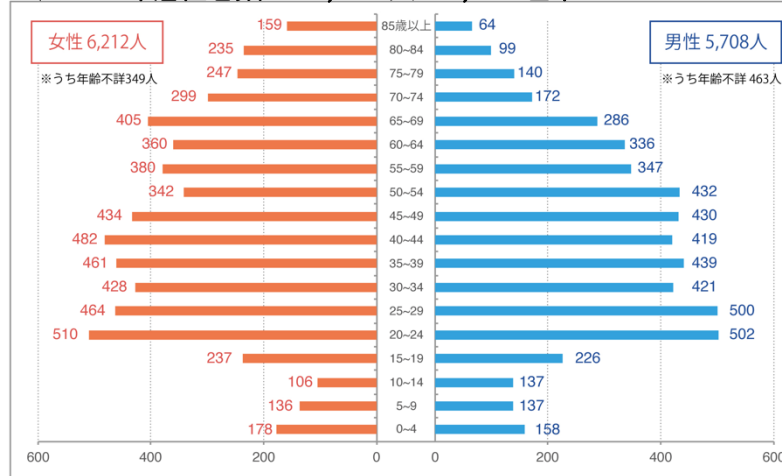
<基礎データ：居住者数と従業者数>

対象：左図 で囲まれたエリア (一番町4丁目, 国分町2・3丁目, 立町, 春日町, 桜ヶ岡公園, 二日町, 木町通1丁目)

① 居住者数(国勢調査より) 右グラフ参照

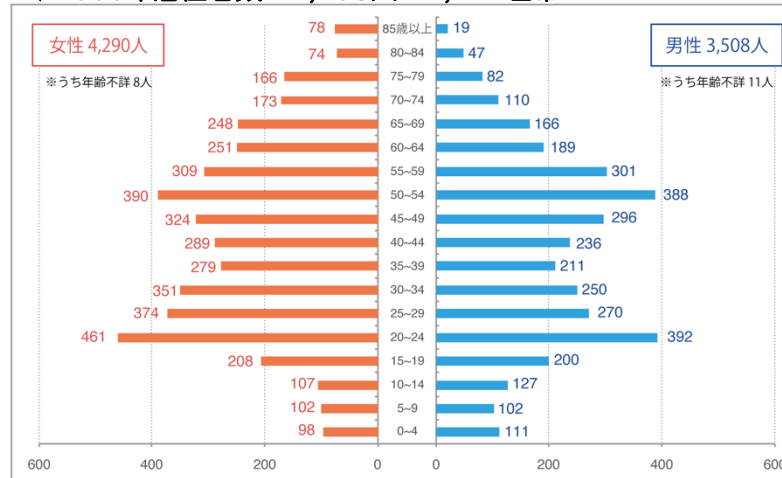
- 居住者数は2015年11,920人で、2000年7,798人から15年間で約1.5倍に増加している。
- 5歳階級別年齢構成(右グラフ)の2000年→2015年の推移をみると、特に30~40歳代と子供(15歳未満)の増加が特徴的であり、子育て世代の流入が顕著である。現在もマンションが建設されており、今後も増加傾向が続くと予想される。
- 一方、世帯人員は2000年1.64人/世帯から2015年1.45人/世帯と減少している。これは単身者の増加などが影響していると考えられる。

▼2015年居住者数 11,920人 8,197世帯



人口 +4,122人 世帯数 +3,450世帯

▼2000年居住者数 7,798人 4,747世帯



② 従業者数(経済センサスより)

- 2014年の従業者数は41,952人で、仙台市全従業者数597,651人の7.0%にあたる。
- 従業者数のうち飲食店従業者数は9,070人で21.6%を占める。これは、仙台市平均7.2%と比べ3倍となっている。

2. 現状認識～これまでの意見をふまえて

<訪れる人/仕掛ける人>

- smtや県民会館, ケヤキ並木が文化的な雰囲気を醸す
- 定禅寺通や市民広場でのイベントが多い
- 定禅寺通でのイベントに制約ある
- 若者向けのお店が少ない
- 東西線開業に伴い路線バスの便数が減少した
- 本庁舎建替えに合わせ市民広場の賑わいをつなげる

<住む人>

- 子育て世代など人口増加、西公園やsmtは遊び場
- 「裏」定禅寺通は個性的なお店がある
- 生鮮食品や日用品を買える店がない
- ケヤキの老木化が危険(暗い, 倒木懸念, 落ち葉...)
- 歩道を走る自転車が危険
- 晩翠通の東西で雰囲気が違う
- 住民同士が顔を合わせる機会が減少

<働く人>

- 行政機関, 企業等のオフィスワーカーや飲食店従業員が多い
- クリエイティブな仕事には良い環境
- 通勤や昼休みにケヤキ並木でリフレッシュ
- 路線バスの便数が多い
- 仕事帰りに買い物できない

<商う人(不動産オーナー, テナント)>

- 現状で商売になっているが、
- 老朽ビル等の建替えや低利用地の開発も検討
- ものづくりやデザイナー等に入居してほしい
- 一番町四丁目や国分町などの業態の変化
- 仙台駅前への一極集中が進んでいる
- イベント時とその後では売上に波がある
- 晩翠通の西側は人の流れが少ない

3. 将来像/ビジョン

①「杜の都」の原体験を生み出す街

【エリア全体】

- ・ 積み重ねてきたまちづくりを次世代に継承する：歴史、地区計画等ルール、子どもの愛着を育む、市民発信イベント…
- ・ 世界に誇るケヤキ並木を活用する：美しいケヤキ並木は集客装置、四季の移ろい、沿道建物のデザインと活性化、管理…
- ・ ここでしか体感できないライフスタイルを発信する：オープンスペースを楽しむ、憧れ、選ばれ続けるブランディング…

② 上質な空間・心地よい時間を過ごせる街

【住む人・働く人・訪れる人】

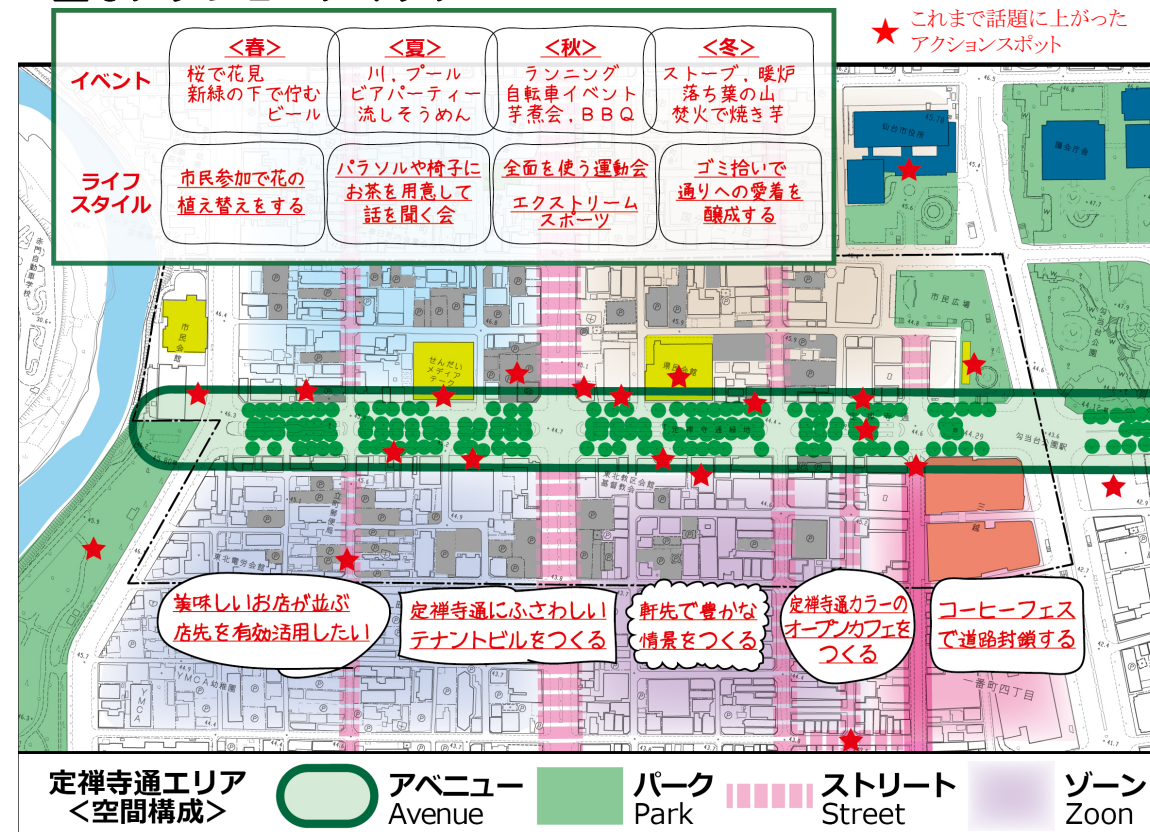
- ・ 楽しみ方の選択肢が増える：目的がある、くつろぐ、贅沢、デートしたくなる、リゾする、常連になる、住民の集いの場…
- ・ 個性的な境界/ゾーンを巡り、滞在時間が長くなる：定禅寺通と「裏」定禅寺通、路地・脇道、ライトアップ、集客装置、散策マップ…
- ・ 訪れやすく、安全・快適に移動できる：交差点分断解消、自転車分離、子連れに優しい、循環バス、親切なバス案内…

③ 新しい都市文化とビジネスが相乗効果を生む街

【商う人・仕掛ける人】

- ・ イベントから文化やビジネスにつなげる：音楽、健康、食、新たな名物イベント、高いデザイン性、公共空間活用の利益還元…
- ・ 各界隈/ゾーンが個性を磨き、新陳代謝しながら成長する：特徴的な店舗、老朽ビル建替え、低利用地等活用…
- ・ チャレンジを促す環境・仕組みをつくる：手頃な家賃、お試し出店、シェア店舗・工房、産直マルシェ、加工ショップ支援…

<主なアクションアイデア>

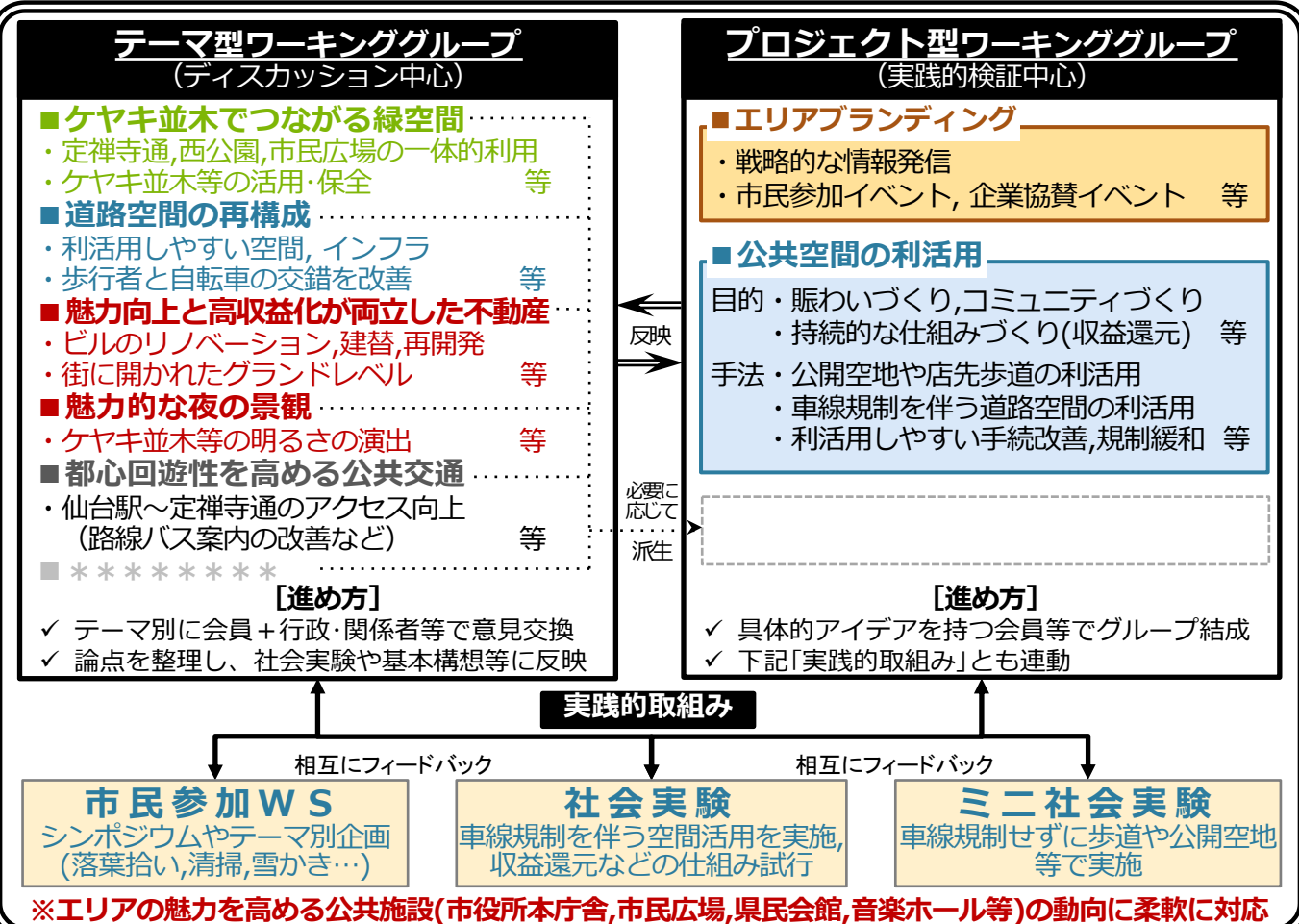


4. 今後の検討項目と進め方のイメージ

2019~2020年度

2020年度

- A 戦略的なエリアブランディングの検討
- B 定禅寺通を中心としたグリーンマネジメント
- C 歩行者の安全性向上と滞留・回遊を促す街路づくり
- D 公共空間の多彩な利活用に対応する仕組みづくり
- E 定禅寺通エリアの魅力高める土地利用の促進と景観づくり
- F 都心回遊性の向上
- G 持続可能なエリアマネジメントの仕組みづくり



- 実現したい状況(例示)
- 定禅寺通ブランドイメージ定着…
 - 官民連携エリアマネジメント…
 - ケヤキ並木の活用…
 - 住民同士の交流…
 - 来訪者、売上げの増加…
 - 必要なハード整備…
 - 公共空間の日常利用と収益還元…
 - 出店希望者、起業、新事業の創出…
 - 事業相談のワークショップ、テナントマネジメント…
 - 老朽ビルのリノベ、建替、再開発…
 - 収益増加、不動産価値向上…
 - エリアの魅力高める拠点施設…
 - 多様なアクセス環境…
- 基本構想策定