

1 H31.1.22
2 福島県商業まちづくり審議会

3

4

赤字：中間整理素案で修正していた部分、青字：中間整理案で修正した部分

5

6

7

8

福島県商業まちづくり基本方針

(中間整理案)

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

福 島 県

30

31

32

33

福島県商業まちづくり基本方針

1 商業まちづくりの推進の意義

(1) 商業まちづくり推進条例制定の背景

少子高齢化の急速な進行、財政の硬直化や環境への意識の高まり、さらには人口減少時代の到来など、時代背景や価値観が大きく変わる中で、環境負荷が少なく、誰もが安心して暮らせる持続可能なまちづくりが求められている。

しかしながら、これまで、人口増加やモータリゼーションの急速な進展等を背景に、郊外での大規模住宅団地の開発や公共公益施設の郊外移転、大規模小売商業施設の郊外立地等によりまちの機能が郊外へ拡散し、低密度に市街地が拡大する一方で、生活圏の中心都市においてでさえも都市機能の集積が低下し、まちの空洞化に歯止めがかからない状態が続いてきた。

また、大規模小売商業施設の郊外立地が他の小売商業施設等の郊外立地を誘発し、市街地の無秩序な拡大・拡散を促進する事例や、複数の市町村を商圈とする特に規模の大きな小売商業施設の出店が周辺市町村のまちづくりに影響を与える事例が問題となるなど、コンパクトで持続可能なまちづくりの観点から、小売商業施設の適正な配置について改めて検討する必要性が生じていた。

このため、歩いて暮らせるコンパクトなまちづくりや環境への負荷の少ない持続可能なまちづくりなど、本県におけるまちづくりの基本的な考え方と調和した小売商業施設の適正な配置の促進、特に規模の大きな小売商業施設の立地に関する広域の見地からの調整及び特に規模の大きな小売商業施設による地域貢献活動の促進を柱とする「福島県商業まちづくりの推進に関する条例」（平成17年福島県条例第120号。以下「条例」という。）を平成17年10月に制定し、これらの施策を総合的に推進することにより、現在及び将来の県民の健康で文化的な生活の確保に寄与することとしている。

(2) 条例制定の効果

ア 大規模小売商業施設の適正な配置の促進

条例第6条第1項の規定に基づく「商業まちづくり基本方針」（以下「基本方針」という。）において、まちづくりの基本的な考え方と調和した小売商業施設の立地ビジョンを示すことにより、大規模小売商業施設の郊外への立地が減少している。

なお、床面積が10,000㎡を超える小売商業施設については、条例制定後に都市計画法（[昭和43年法律第100号](#)）が改正され、立地地域が原則として商業地域、近隣商業地域又は準工業地域に限定されており、郊外への立地が抑制されている。

1 イ 小売商業施設の中心市街地への回帰の促進

2 基本方針において小売商業施設の立地ビジョンを示すことにより、大規模小
3 売商業施設が新たな開発を伴わずに中心市街地の空きビルを活用して出店する
4 事例や、市町村が条例第7条第1項の規定に基づき策定する「商業まちづくり
5 基本構想」（以下「基本構想」という。）の小売商業施設を誘導する地区内に大
6 規模小売店舗立地法（平成10年法律第91号）の特例措置を活用して出店する事
7 例など、小売商業施設の中心市街地への回帰が促進された。

8 また、平成26年度には、条例施行後初めて条例第9条第1項に基づく特定
9 小売商業施設（注1）の新設届出を経て、基本方針で示す誘導地域に特定小売
10 商業施設が出店している。

11 ウ 特定小売商業施設における地域との共存共栄に向けた取組の促進

12 小売商業施設は地域密着型産業としての特性を有しており、特定小売商業施
13 設については、その規模の大きさ故に地域から期待される役割も大きい。特定
14 小売商業施設と地域との共存共栄のまちづくりを促進するため、条例により、
15 特定小売商業施設に対し、自発的に行うまちづくりの推進に寄与する活動（以
16 下「地域貢献活動」という。）の計画及び実施状況に係る報告書の提出を求め、
17 これを公表することで、特定小売商業施設における地域との共存共栄の意識向
18 上と取組の促進につながっている。

19
20 （注1） 「特定小売商業施設」とは、条例第2条第7項、福島県商業まちづくり
21 の推進に関する条例施行規則（平成18年福島県規則第88号）第4条及び第
22 5条で規定する小売商業施設をいう。

23
24 (3) 県内のまち、商業等の現状

25 ア 平成23年3月11日に発生した東北地方太平洋沖地震とそれに伴う大津波
26 による災害（以下「東日本大震災」という。）を契機とした東京電力福島第一
27 原子力発電所事故による災害（以下「原子力災害」という。）の発生により出
28 された避難指示は、平成26年4月以降、徐々に解除され、住民の帰還は進ん
29 でいるものの、依然として多くの県民が県内外に避難している。

30 また、避難地域等においては、住民帰還に向けて公設商業施設等の整備が進
31 められている一方で、未だに多くの小売事業者が事業を再開できていないほか、
32 県内全域において、あらゆる産業にとって大打撃となっていた風評被害は、回
33 復してきている状況が見られるものの、回復が遅れている産業や地域もある。

34 イ 県民の買い物行動の特性として、自動車で食料品を買いに行く方の割合が8
35 割を超え、自動車で行きやすい店舗が選ばれているほか、インターネット販売
36 の利用が増加している。

37 ウ 地域の商店街は、後継者不足や消費者ニーズへの対応の遅れ、人口減少、魅
38 力ある店舗の減少などによって、活気や賑わいを失っており、若い世代が商店

1 街を訪れる機会が減少している。また、深刻な後継者・担い手不足問題を抱え
2 ているが、有効な対策を打ち出せていない。

3 エ これまで人口増加時代に建設してきた住宅等が、人口減少時代を迎えた現在、
4 空き家・空き地等になるケースが増加している。また、商店街をはじめとした
5 中心市街地においては、店主の高齢化や後継者不足などを背景に空き地・空
6 き店舗が増加することで、中心市街地の衰退に拍車をかけている。

7 オ 高度経済成長期以降に整備したインフラが、今後一斉に老朽化することが見
8 込まれ、市町村における公共施設、インフラ施設の将来の更新費用は、今後大
9 幅に増加することが予想されている。

10 カ 大規模小売商業施設の郊外立地は、条例施行後、少ない状況が続いているこ
11 とに加え、これまで続けてきた人口集中地区（D I D）の面積の拡大と人口密
12 度の低下には一定の歯止めがかかっており、市街地の拡大・拡散は抑制されつ
13 つある。

14 キ 農村地域、中山間地域等においては、人口減少及び高齢化がより急速に進行
15 するとともに、都市部との有機的な連携が希薄化している。

16 また、人口減少等を背景に、品揃えや価格の点で、地域住民の毎日の買い物
17 ニーズに応える魅力的な店舗づくりや持続可能な店舗経営が困難となり、小売
18 事業所が減少することで、食料品や日用雑貨品などの最寄品でさえ身近な場所
19 で買うことができない、いわゆる「買い物困難者」の問題が深刻化してきてい
20 る。

22 (4) まちづくりの課題

23 (3)のような現状により、まちづくりの面で次のような課題を抱えている。

24 ア 都市部における課題

25 ① 「まちの顔」である中心市街地等では、空き家・空き地等が増加し、「空
26 洞化」や「スポンジ化」(注2)、「低密度化」が進むことで、まちなみの分
27 断による商業地としての魅力低下、都市機能の利便性低下、行政サービスや
28 インフラ維持管理の非効率化に加え、住民の地域への愛着・誇りの低下や生
29 活環境、治安、景観等の悪化を招くなど、まちづくり全体に悪影響を及ぼし
30 ているため、今後も増加が懸念される空き家等への対策が必要である。

31
32 (注2) 「スポンジ化」とは、都市の内部において、空き家、空き地等の低未利
33 用の空間が、小さな敷地単位で、時間的・空間的にランダム性をもって、
34 相当程度の分量で発生する現象をいう。

35
36 ② 様々な事業者等が近接して立地し相互に交流することで、効果的な経済活
37 動と新規産業の創出を実現するという「中心市街地の交流機能」が、中心市
38 街地の空洞化やスポンジ化等により低下し、地域経済や雇用にも影響を与え

1 ているため、商業やサービス業の集積の場や日常の買い物の場、人々のコミュニ
2 ティの場としての機能など、中心市街地の持つ多様な機能を維持・回復
3 させる必要がある。

4 ③ 商店街における魅力ある店舗の減少等によって、若い世代の商店街離れが
5 更に進むことが懸念されるため、若い世代をはじめとした新たな担い手を発
6 掘・育成し、店舗や商店街の魅力向上を図る必要がある。

7 イ 中山間地域等における課題

8 ① 人口減少、高齢化が著しい中山間地域等では、経営状況の悪化等により飲
9 食料品を扱う小売事業者が減少し、自動車の運転が困難な高齢者などを中心
10 に更に「買い物困難者」が増加する恐れがある。

11 また、中山間地域等における商業機能の低下が生活利便性の低下を招き、
12 地域外への人口流出等につながる恐れもあるため、買い物困難者対策を進め
13 るとともに、商業機能をはじめとした生活基盤を維持・確保する必要がある。

14 ウ 避難地域等における課題

15 ① 商店街が中核的な担い手となってきた地域のコミュニティや固有の伝統・
16 文化、街並みを維持・再生するため、避難解除等区域や津波被災地域等にお
17 ける小売事業者の事業再開・継続の支援等を通して、商店街の再生を図ると
18 ともに、公設商業施設の整備など、買い物環境をはじめとした生活インフラ
19 の復旧を進め、住民帰還を促進する必要がある。

20 ② 帰還した住民の通院、通学、買い物等の日常生活の移動手段を確保すると
21 ともに、広域的な市町村間の公共交通ネットワークを構築するなど、誰もが
22 安心して、暮らしやすいまちづくりを進める必要がある。

23 エ 県全体における課題

24 ① 人口減少、高齢化が急速に進行する中、消費の落込みや後継者不足、イン
25 ターネット販売の拡大等による小売事業所の減少並びに東日本大震災及び原
26 子力災害の影響による事業の休止など、さまざまな社会経済情勢の変化に対
27 応しながら、自動車を運転できない方や運転免許の自主返納を考えている方、
28 インターネットを利用しない方でも身近な場所で最寄品を買えるまちづくり
29 を進める必要がある。

30 ② 今後、高齢化の急速な進行が予測される中で、自動車を利用しないと買い
31 物等ができない、人が歩かないまちになれば、まちの魅力の低下や高齢者等
32 にととの生活利便性の低下のみならず、県民の健康寿命の短縮や医療費、
33 介護費などの増大につながる恐れもあるため、誰もが歩きやすく、歩きたく
34 なるまちづくりが必要である。

35 ③ 公共施設等の老朽化に伴う更新費用等の増大が見込まれる中、地方自治体
36 においては厳しい財政状況が予想されるため、人口減少、少子高齢化を踏ま
37 えた公共施設等の適正配置のほか、医療・福祉施設、商業施設、住居等の適
38 正立地により、安心・快適で、持続可能な生活環境を確保する必要がある。

- 1 ④ 優良農地や景観の優れた地域等への大規模小売商業施設の出店を抑制する
2 ことで、環境への新たな負荷を減らし、環境の面においても持続可能なまち
3 づくりを進めていく必要がある。
- 4 ⑤ 小売商業施設の郊外やロードサイド等への乱立による市街地の無秩序な拡
5 大・拡散を抑制するとともに、中心市街地における個性的で魅力的なまちづ
6 くりを進めていく必要がある。
- 7 ⑥ 大規模小売商業施設の閉店した跡が埋まらない状態が続けば、まちの賑わ
8 いづくりの面のみならず、生活環境や景観といった面でも大きなマイナスの
9 影響を与えるため、特に中心市街地等においては、空きビル等の積極的な活
10 用が必要である。
- 11 ⑦ 中心市街地への小売商業施設の集積や身近な場所で最寄品を買えるまちづ
12 くりを実現するためにも、都市と農村地域が互いの地域の魅力を再認識し、
13 それぞれの地域に配慮しながら地域全体のまちづくりを進める必要がある。
14

15 (5) 商業まちづくり推進の意義

16 ア 本県では、豊かさの意味をもう一度見つめ直し、地域の持つ歴史、文化、自
17 然などの資源や人と人とのつながりを大切にしながら持続可能な社会の構築を
18 目指している。

19 この観点からも、上記のような、地域のコミュニティが崩壊し、地域経済の
20 循環が失われ、生活環境や景観といった面からの問題に加えて、まちなかの魅
21 力低下、担い手不足、買い物困難者の問題が深刻化するなどの現状は、重く受
22 け止めなければならないものとなっている。

23 イ また、本県では、地理的な条件や歴史的・文化的関連の強い一定のまとまり
24 を持った地域、県民の日常の活動範囲に概ね対応する地域を「生活圏」ととら
25 え、広い県土を7つの生活圏(注3)に分けて、それぞれの特性を生かした個性
26 的な発展を図る7つの生活圏を基本とする県づくりを進めている。今後の社会
27 ・経済を取り巻く状況や本県の復旧・復興の状況を考慮し、当面は7つの生活
28 圏に基づき、生活圏ごとに広域の見地から小売商業機能をはじめとした都市機
29 能の適正な配置を図っていく必要がある。

30 また、東日本大震災及び原子力災害により被害を受けた地域において、日常
31 生活を送るうえで不可欠な商業機能の確保を図っていく必要がある。

32 ウ 加えて、特定小売商業施設については、その規模の大きさ故、地域に期待さ
33 れる役割も大きいことから、地域との共存共栄を目指し、自発的にまちづくり
34 の推進に寄与する必要がある。

35 エ このため、「環境への負荷の少ない持続可能なまちづくり」や「歩いて暮ら
36 せるコンパクトなまちづくり」などの考え方に基づき、県は条例を制定し、特
37 定小売商業施設の立地について広域の見地から調整を行い、「持続可能な歩い
38 て暮らせるまちづくり」の推進と調和した小売商業施設の立地等を目指す商業

1 まちづくりを推進することにより、現在及び将来の県民の健康で文化的な生活
2 の確保に寄与することとしている。

3
4 (注3) 「7つの生活圏」とは、以下の地域をいう。

5 県北地域：福島市、二本松市、伊達市、本宮市、伊達郡及び安達郡で構成さ
6 れる地域

7 県中地域：郡山市、須賀川市、田村市、岩瀬郡、石川郡及び田村郡で構成さ
8 れる地域

9 県南地域：白河市、西白河郡及び東白川郡で構成される地域

10 会津地域：会津若松市、喜多方市、耶麻郡、河沼郡及び大沼郡で構成される
11 地域

12 南会津地域：南会津郡で構成される地域

13 相双地域：相馬市、南相馬市、双葉郡及び相馬郡で構成される地域

14 いわき地域：いわき市で構成される地域

15 16 (6) 基本方針の性格

17 基本方針は、条例第6条第1項の規定に基づき商業まちづくりの推進に関する
18 基本的な方針を定めるものであり、以下の性格を有する。

19 ア 福島県総合計画、福島県復興計画、福島県人口ビジョン、ふくしま創生総合
20 戦略、福島県国土利用計画、福島県土地利用基本計画、福島県の都市計画区域
21 マスタープラン、福島県商工業振興基本計画との整合性を確保し、商業まちづ
22 くりの推進に関する基本的な方針を示すもの。

23 イ 市町村、県民、小売事業者等と連携し、商業まちづくりの推進に調和した小
24 売商業施設の適正な配置等を推進するための基本的な方針を示すもの。

25 ウ 市町村が基本構想を策定するための指針を示すもの。

26 エ 県が条例に基づき特定小売商業施設の立地について広域の見地から調整を行
27 うに当たっての判断基準を示すもの。

28 オ その他商業まちづくりの推進に関する事項を定めるもの。

29 30 31 **2 商業まちづくりの推進に関する基本的な方向**

32 33 (1) まちづくりの基本的な考え方

34 今後の人口減少や高齢化の急速な進行等を踏まえ、次の5つのまちづくりの基
35 本的な考え方に基づくまちづくりを推進する。

36 ア 歩いて暮らせるコンパクトなまちづくり

37 各種の都市機能を中心市街地に集積し、公共交通等によって誰もが容易にア
38 クセスできるなど、高齢者や障がい者をはじめとする全ての人にとって暮らし

1 やすいまちづくりの実現や持続可能な自治体運営の実現などを図ること。

2 イ 環境への負荷の少ない持続可能なまちづくり

3 モータリゼーションの進展等に伴う都市機能の郊外への拡散を抑制すること
4 で、自然環境や田園といった美しい福島の自然等を保全するとともに、無秩序
5 な開発による社会資本の整備や維持管理のコストの増加を防ぐこと。

6 ウ 7つの生活圏に基づくまちづくり

7 本県の多極分散型の県土構造という特徴を大切に、県土全体を地理的な条
8 件や歴史的・文化的関連の強い7つの生活圏に分けて、それぞれの特性を生か
9 したまちづくりを推進していくこと。

10 また、7つの生活圏を基本としながらも、生活圏相互の重層的な関わりに着
11 目し、生活圏を越えた機能の補完・連携の視点を持って、県民の生活実態に対
12 応したまちづくりを推進していくこと。

13 なお、原子力災害の避難地域においては、避難指示が解除され、住民の帰還
14 が進んでいる地域と避難指示解除及び住民帰還に向けた準備が進められている
15 地域があることや、大津波によりまちが壊滅的な被害を受けた地域があること
16 などから、住民の帰還状況や将来の人口予測などの中長期的な視点を踏まえな
17 がら、状況の変化に柔軟に対応したまちづくりを推進していく必要があること。

18 エ 多様な主体による連携・協働のまちづくり

19 今後の社会・経済を取り巻く状況を勘案し、県民をはじめNPOや小売商業
20 者といった「民」が互いに協力し合い、また、「官」と共に連携・協働し、固
21 有の地域資源を活用しながら、まちづくりを考え、実行していくこと。

22 オ 県と市町村の役割分担を踏まえたまちづくり

23 まちづくりは、住民に最も身近な自治体である市町村が、住民等の意見を踏
24 まえビジョンを明確にして、それをもとに多様な主体と連携・協働しながら推
25 進することが重要であり、県は、市町村との役割分担を踏まえ、市町村のまち
26 づくりを支援していくこと。

27
28 (2) 商業まちづくりの考え方

29 商業まちづくりとは、持続可能な歩いて暮らせるまちづくりの推進と調和した
30 小売商業施設の立地その他の商業に係る活動を促進することをいう。

31
32 【持続可能な歩いて暮らせるまちづくり】

- 33 ① 環境への負荷に配慮したまちづくり
34 ② 新たな社会資本の整備や管理の負担をできる限り増大させないことに
35 配慮しながら、既存の社会資本を有効活用したまちづくり
36 ③ 自動車に過度に依存しない生活の実現を目指したまちづくり
37

1 (3) 商業まちづくりを実現するための基本的な方向

2 (1)や(2)の考え方に基づくまちづくりを実現するためには、以下の方向で施策
3 展開していくことが必要である。

4 ア 各生活圏の都市機能等が集積されている地域に特定小売商業施設を集積
5 「持続可能な歩いて暮らせるまちづくり」を実現するため、各生活圏ごとに
6 一定の人口や都市機能が集積し、県民が公共交通機関を利用することで容易に
7 アクセスできる場所に特定小売商業施設の集積を図る。

8 イ 郊外部への特定小売商業施設の立地を抑制
9 自動車を利用しないと日々の生活に必要な商品の買い物に支障を来したり、
10 将来にわたって自然環境への負荷や自治体の財政負担を増大させることなどが
11 ないよう、郊外部への特定小売商業施設の立地を抑制する。

12 ウ 特定小売商業施設と地域との共存共栄のまちづくり
13 小売業は、地域密着型産業としての特性を持つが、中でも特定小売商業施設
14 は、その規模の大きさ故、地域に期待される役割も大きいことや立地によるま
15 ちづくりへの影響が大きいことなどから、地域との共存共栄のまちづくりを促
16 進するため、自発的な地域への貢献活動を求める。

17 なお、特定小売商業施設の設置者等が行う地域貢献活動は、自発的に行うも
18 のであるが、県づくりの基本的な考え方や条例の目的、さらには地域住民等が
19 一般的に期待する内容と合致することが望ましいことから、県として期待する
20 項目・内容を例示した「地域貢献活動ガイドライン」を別に定める。

21 エ 東日本大震災及び原子力災害からの復旧・復興に向けたまちづくり
22 東日本大震災及び原子力災害により被害を受けた小売事業者等の事業の再開
23 ・継続を支援する。

24 さらに、避難解除等区域については、区域見直しやその後の復興に向けた取
25 組と連動しながら、事業の再開・継続、他地域からの新たな創業及び住民の帰
26 還促進のための商業機能の確保を支援する。

27 オ 身近な場所で最寄品を買えるまちづくり
28 食料品や日用雑貨品などの日々の生活で必要不可欠な最寄品については、小
29 売商業施設の適正な配置や買い物支援に関する施策等により、身近な場所で無
30 理なく買うことができるまちづくりを推進する。

31 カ 買い物等を通して暮らしの充実や楽しさが感じられるまちづくり
32 商店街を含めたまちなかが、個性豊かな店・商品との出会い、多様な世代の
33 人々との交流などを通して、暮らしの充実感や楽しさを実感できる場となるよ
34 う、小売商業施設の集積と商業振興等の施策を一体的に推進する。

35 キ 若い世代が参画するまちづくり
36 若い世代が地域に誇りや愛着を感じ、将来のまちづくりの担い手となるよう、
37 若い世代のアイディアを積極的に取り入れ、活躍できる場をつくるなど、まち
38 づくりへの参画を促進する。

1 ク 空き家等の遊休不動産を活用したまちづくり

2 空き家、空き地等を地域の資源として捉え、それらを有効に活用するとともに、
3 地域全体のマネジメントを行い、地域に賑わいや新たな価値を生み出すま
4 ちづくりを推進する。

5 ケ 歩いて健康的に暮らせるまちづくり

6 公共交通機関の利便性向上や歩きやすく、歩きたくなる環境の整備を進め、
7 住民が買い物等を通して歩くことで、健康的に暮らせるまちづくりを推進する。

8 コ 都市と農村地域の交流により地域内で経済が循環する広域的なまちづくり

9 都市と農村地域の交流を促進し、農村地域の産品を活用して都市と農村地域
10 を含む地域全体の経済的な交流を再構築する。

11
12 (4) 県と市町村の役割分担

13 まちづくりは、住民に最も身近な自治体である市町村が住民との協働により推
14 進するものであり、県は市町村のまちづくりを支援する。

15 特に、人口減少・高齢化社会下における様々な課題に対応するため、複数の市
16 町村における広域的なまちづくりを推進していく必要がある。

17 ア 市町村の役割

18 市町村は、周辺の市町村のまちづくりにも配慮しながら、住民等の意見を踏
19 まえ、県の基本方針に基づき、単独又は共同で基本構想を策定し、当該基本構
20 想に基づき、小売商業施設の適正な配置を図るとともに商業振興に関する施策
21 を計画的に推進するなど、主体的にまちづくりを行う。

22 また、周辺の市町村との商業振興での連携を図り、特に連携中枢都市圏や定
23 住自立圏を持つ市町村においては、圏域での協力・連携を深めるなど、広域的
24 なまちづくりを推進する。

25 イ 県の役割

26 県は、「持続可能な歩いて暮らせるまちづくり」の推進と調和した小売商業
27 施設の立地を促進するため、基本方針を策定し市町村に示すとともに、条例に
28 基づき広域の見地から特定小売商業施設の適正な配置を図ることなどにより、
29 市町村が行うまちづくりや圏域での広域的なまちづくりを支援する。

30
31
32 **3 市町村が定める基本的な構想の指針となるべき事項**

33
34 (1) 市町村による商業まちづくりの推進に関する戦略的取組の意義

35 食料品や日用雑貨品などの日々の生活で必要不可欠な商品については、身近な
36 場所で無理なく買うことができるまちづくりを目指し、住民に最も身近な自治体
37 である市町村が、生活者の視点から、基本方針のまちづくりの考え方を踏まえ、
38 「持続可能な歩いて暮らせるまちづくり」に向けた戦略を策定することが必要で

1 ある。市町村は、当該戦略に従って、小売事業者や住民等と連携しながら、商業
2 の振興と適正な土地利用に一体的に取り組むことにより、当該まちづくりの推進
3 と調和した小売商業施設の適正な配置を推進するとともに、地域の買い物を支え
4 る小売商業施設の維持、買い物支援に関する施策等を実施する ことが必要である。

6 (2) 基本構想の基本的な考え方

7 ア 基本構想の性格

8 基本構想は、市町村が商業の振興と適正な土地利用に一体的に取り組むため
9 の基本的な方針を示すものであり、市町村における総合的かつ計画的な行政の
10 運営を図るために定めた構想等を上位計画として、土地利用関係計画等との整
11 合性を図り、小売商業施設の適正な配置を推進するとともに、地域の買い物を
12 支える小売商業施設の維持、買い物支援に関する施策等を戦略的に実施するこ
13 とを目的として策定するものである。

14 イ 対象市町村の範囲

15 基本構想は、共同又は単独で全ての市町村において策定することができる。

16 ウ 対象区域の範囲

17 基本構想は、市町村の区域全体を対象とする。

18 エ 基本構想策定に当たっての留意事項

19 基本構想は、「持続可能な歩いて暮らせるまちづくり」の推進と調和した小
20 売商業施設の適正な配置とまちの賑わいの創出や商業振興を推進するための基
21 本的な方針であることから、以下の点に留意する。

22 ① 住民等の意見が十分反映されるよう努めること。

23 ② 近年、大規模小売商業施設の商圏は市町村の区域を越えて大きな広がり
24 を持つ傾向があること、人口減少を背景とした生活利便性の低下、地域経済の
25 縮小等に対応するため、複数の市町村で構成する圏域での広域的なまちづく
26 りが求められていることから、小売商業機能の確保について複数の市町村が
27 共同で基本構想を策定するなど、広域的な合意形成や連携に努めることが望
28 ましいこと。

29 なお、市町村が単独で策定する場合も含め、特定小売商業施設を誘導する
30 地区の設定に当たっては、周辺市町村から公共交通機関等を利用して容易に
31 アクセスできる地区とすること。

32 ③ 小売商業施設の集積地区において展開される商業振興をはじめとする各種
33 施策に関しては、当該地区が住民の生活と交流の場であることを踏まえつつ、
34 社会的、経済的及び文化的な活動の拠点となるにふさわしい魅力ある市街地
35 の形成を図ることを基本として策定することが望ましいこと。

36 ④ 中心市街地の活性化に関する法律（平成10年法律第92号。以下「中心市街
37 地活性化法」という。）第9条第1項に規定する基本計画（以下「中心市街
38 地活性化基本計画」という。）や都市再生特別措置法（平成14年法律第22号）

1 第81条第1項に規定する立地適正化計画、地域公共交通の活性化及び再生
2 に関する法律（平成19年法律第59号）第5条第1項に規定する地域公共交通
3 網形成計画を策定する市町村においては、基本構想と関連性が強いことを踏
4 まえ、これらの計画との整合性を図ること。

5 また、中心市街地活性化基本計画や立地適正化計画については、基本構想
6 と一体的に策定することも含めて、特に連携を図ることが望ましいこと。

7 ⑤ 中山間地域など、買い物をはじめとした生活サービス施設が点在している
8 市町村においては、地域の買い物を支える小売商業施設の確保や買い物困難
9 者支援をはじめ、商業、医療・福祉、交流、生活交通など、生活サービス機
10 能が集約された拠点の形成、住民の移動手段の確保などの観点も踏まえるこ
11 とが望ましいこと。

13 (3) 基本構想の記載事項

14 ア 商業まちづくりの推進に関する基本的な方針

15 人口、交通網、既存の商業集積、経済規模等の現状や将来の見通しを踏まえ、
16 商業まちづくりの推進に当たっての基本的な方針を明記すること。

17 イ 小売商業施設の誘導及び抑制を図る地区に関する事項

18 ① 小売商業施設の誘導を図る地区

19 商業集積の中心となるべき中心核（中心市街地活性化基本計画において定
20 められている中心市街地（以下「認定中心市街地」という。）又は立地適正
21 化計画において定められている都市機能誘導区域がある場合は、その全部又
22 は一部）を設定すること。中心核は、原則的に一市町村に一区域とすること
23 が望ましいが、市町村合併などにより、社会経済的に中心的な役割を果たし
24 ている拠点地区が複数存在する場合などは、地域の実情に応じて中心核を複
25 数設定することができる。

26 また、商業集積の中心核とは別に、各地域の核（複数も可。）となるべき
27 地区を設定することができる。

28 なお、特定小売商業施設の誘導を図る地区については、商業集積の中心核
29 とすること。

30 ② 小売商業施設の抑制を図る地区

31 上記の誘導を図る地区以外の立地を抑制する地区を明記すること。

32 ※ 小売商業施設の誘導及び抑制を図る地区については、商業まちづくりの推
33 進における基本的な考え方である「歩いて暮らせるコンパクトなまちづくり」
34 や「環境への負荷の少ない持続可能なまちづくり」に調和した小売商業施設
35 の適正な配置を図る観点から、基本方針の考え方を踏まえ設定すること。

36 ウ 商業まちづくりの推進のための施策に関する事項

37 ① 商業の集積を図るための商業基盤施設の整備、賑わいの創出のための公共
38 公益施設の誘導、まちなか居住の推進等の商業振興に関する施策を明記する

1 こと。

2 また、食料品や日用雑貨品などの最寄品を身近な場所で買うことができな
3 い、「買い物困難地域」における買い物支援に関する施策を明記すること。

4 ② 誘導を図る地区以外の地区への小売商業施設の立地を抑制するため、都市
5 計画法や農業振興地域の整備に関する法律（昭和44年法律第58号。以下「農
6 振法」という。）に規定する土地利用における対応方針を明記すること。

7 エ その他商業まちづくりの推進に関し必要な事項

8 基本構想の定期的な見直しや基本構想に基づき行われた施策の効果検証等に
9 関する事項を明記すること。

12 4 特定小売商業施設の立地の誘導及び抑制に関する事項

14 (1) 特定小売商業施設の立地調整の基本的考え方

15 特定小売商業施設の誘導及び抑制する地域については、2-(1)「まちづくり
16 の基本的な考え方」、(2)「商業まちづくりの考え方」や(3)「商業まちづくり
17 を実現するための基本的な方向」を踏まえ、以下の観点から総合的に判断する。

18 ア 7つの生活圏に基づく考え方

19 本県は、多極分散型の県土構造という特徴を大切にし、それぞれの生活圏の
20 特性を生かした県づくりを推進しており、特定小売商業施設の適正な配置にお
21 いても、当面は7つの生活圏の考え方を基本として、各生活圏における人口や
22 市街地の規模等を踏まえて検討する。

23 イ 生活圏内における誘導地域の考え方

24 ① 計画的な商業の集積が見込まれること

25 県の都市計画区域マスタープランにおいて商業系土地利用の配置方針が明
26 記されているなど、計画的な商業の集積が見込まれる市町村に誘導する。

27 ② 商業の集積地としてゾーニングされていること

28 都市計画により商業の集積地としてゾーニングがなされている市町村に誘
29 導する。

30 ③ 人口の規模及び集積があること

31 「持続可能な歩いて暮らせるまちづくり」の実現のため、一定以上の人口
32 規模や人口集積のある地域を有する市町村に誘導する。

33 ④ 都市機能の集積があること

34 人口減少や高齢化が急速に進行する中で持続可能な自治体運営を実現する
35 ためには、既存の社会資本の活用が重要であることから、一定以上の都市機
36 能が集積している市町村に誘導する。

37 ⑤ 周辺市町村からの公共交通機関等によるアクセスが良好であること

38 公共交通機関等を利用することで、自動車を利用しない人でも不便なく買

1 い物ができる公共交通機関等の結節点がある市町村に誘導する。

2 ウ 抑制地域の考え方

3 まちの郊外への拡散の進行や環境への負荷が増大すると考えられる地域への
4 立地は抑制する。

5
6 (2) 特定小売商業施設の誘導に関すること

7 商業まちづくりを推進するため、特定小売商業施設の立地について、次のアの
8 市町村に立地を誘導するものとし、誘導する市町村内においては、イの優先順位
9 に基づき立地を促進する。

10 ア 特定小売商業施設の立地を誘導する市町村

11 7つの生活圏ごとに、人口や都市機能が集積されており、商業の集積を図る
12 必要がある以下の要件をすべて満たす市町村への立地を促進する。

13 また、生活圏内において、特定小売商業施設のうち特に規模の大きなものが
14 立地する場合には、特に人口が多く、高度な都市機能や商業集積のある生活圏
15 の中心市町村に立地することが適当である。

16 なお、誘導する市町村の要件の適否を判断するに当たっては、市町村単位で
17 判断するほか、複数の市町村で構成する圏域（連携中枢都市圏、定住自立圏な
18 ど）において、構成する市町村と特定小売商業施設の立地に関する調整が図ら
19 れている場合は、圏域単位で要件の適否を判断することも可能とする。

20 ≪要件≫

21 ① まちづくりにおける商業の集積に関する方針が定まっている市町村

22 A) 商業の集積のための方針が定まっている市町村

23 a 県の都市計画区域マスタープランにおいて、商業系土地利用の配置
24 方針が明記されていること。

25 b 中心市街地活性化法第9条第1項に規定する基本計画の認定を受け
26 ていること、基本方針との整合性が確保された基本構想を定めている
27 こと、又は立地適正化計画を策定していること。

28 B) 商業施設の立地を主とした地域を有する市町村

29 a 都市計画法に規定する用途地域のうち商業地域又は近隣商業地域が
30 あること。

31 ② 人口や都市機能が集積されている市町村

32 A) 一定以上の人口集積のある地域を有する市町村

33 a 国勢調査の人口集中地区（D I D）があること。

34 ただし、生活圏内に人口集中地区（D I D）がない場合は、当該生
35 活圏内において人口が最も多い市町村であること。

36 ③ 人が集まる条件が整っている市町村

37 A) 周辺の市町村から公共交通機関等によるアクセスが良好である地域を
38 有する市町村

1 a 鉄道やバスなどの公共交通機関等の結節点があり周辺の市町村から
2 のアクセスが良好であること。

3 イ 特定小売商業施設の立地を誘導する地域

4 特定小売商業施設の適正な配置を推進する観点から、上記アに該当する市町
5 村において、以下の優先順位に基づき立地を促進する。

6 ≪優先順位≫

7 ① 認定中心市街地内の商業地域、基本方針に基づく基本構想において特定
8 小売商業施設を誘導する地域の商業地域、又は立地適正化計画において、
9 特定小売商業施設の立地を想定する都市機能誘導区域内の商業地域

10 ② 認定中心市街地内の近隣商業地域、基本方針に基づく基本構想において
11 特定小売商業施設を誘導する地域内の近隣商業地域、又は立地適正化計画
12 において、特定小売商業施設の立地を想定する都市機能誘導区域内の近隣
13 商業地域

14 ③ 認定中心市街地内の準工業地域、基本方針に基づく基本構想において特
15 定小売商業施設を誘導する地域の準工業地域、又は立地適正化計画におい
16 て、特定小売商業施設の立地を想定する都市機能誘導区域内の準工業地域

17

18 なお、いわき地域においては、国勢調査で用いる地域（13地域）を単位
19 として、上記アで定める「要件」を全て満たす地域を「特定小売商業施設の
20 立地を誘導する市町村」とし、「要件」のうち、①-A)-bについては、い
21 わき市都市計画マスタープランの「地区まちづくり計画」を策定しているこ
22 とを含める。

23 また、「地区まちづくり計画」の計画対象区域における誘導する地域につ
24 いては、区域内の商業地域を第1優先とし、商業地域に隣接した近隣商業地
25 域を第2優先、準工業地域を第3優先とする。

26

27 (3) 特定小売商業施設の抑制に関すること

28 特定小売商業施設の立地については、商業まちづくりを推進するため、(2)-
29 ア「特定小売商業施設の立地を誘導する市町村」のイ「特定小売商業施設の立地
30 を誘導する地域」以外への立地は抑制する。

31 特に、以下の地域への特定小売商業施設の立地については、商業まちづくりの
32 推進に適当でないことから、厳に抑制する。

33 ① 市街化を抑制する地域

34 都市計画法に規定する市街化調整区域

35 ② 市街化の見通しが明確でない地域

36 都市計画法に規定する区域区分が定められていない都市計画区域及び準都市
37 計画区域で用途地域の指定のない区域並びに都市計画区域以外の地域

38 ③ 集団性の高い優良な農地

1 農振法に規定する農用区域並びに農地法（昭和27年法律第229号）の転用
2 許可基準で規定する甲種農地及び第1種農地

3 ④ 景観の優れた地域

4 景観法（平成16年法律第110号）に規定する福島県景観計画における景観形
5 成重点地域（福島県景観条例（平成10年福島県条例第13号））に規定する特定事
6 業者景観形成協定を締結する場合を除く。）

7 ⑤ 自然環境を保全すべき地域

8 自然公園法（昭和32年法律第161号）に規定する自然公園（国立公園、国定
9 公園及び都道府県立自然公園）

10 福島県自然環境保全条例（昭和47年福島県条例第55号）に規定する自然環境
11 保全地域及び緑地環境保全地域

12 福島県野生動植物の保護に関する条例（平成16年福島県条例第23号）に規定
13 する特定希少野生動植物の生息地等保護区

14 鳥獣の保護及び管理並びに狩猟の適正化に関する法律（平成14年法律第88号）
15 に規定する鳥獣保護区の区域内における特別保護地区

16 ⑥ 良好な水環境を保全することが特に必要な地域

17 福島県猪苗代湖及び裏磐梯湖沼群の水環境の保全に関する条例（平成14年福
18 島県条例第23号）に規定する水環境保全区域

19 ⑦ その他商業まちづくりの推進に影響を及ぼす地域

22 **5 その他商業まちづくりの推進に関する基本的な事項**

24 (1) 商業まちづくりの推進に関する県の施策

25 ア 市町村への支援

26 ① 市町村が基本方針に基づく基本構想の策定や土地利用関係計画の策定等を
27 行おうとする場合は、助言その他必要な支援を行う。

28 ② 基本構想を策定した市町村において、基本構想に基づく商業まちづくりの
29 推進のための事業の実施を促進するため必要な支援を行う。

30 イ 地域貢献活動の促進

31 特定小売商業施設と地域との共存共栄のまちづくりを推進するため、特定小
32 売商業施設の設置者等の自発的な地域貢献活動の促進を図るとともに、その活
33 動計画及び実施状況の公表等により、特定小売商業施設の地域貢献活動への参
34 画はもとより地域及び住民の地域貢献活動への理解と参画も促進する。

35 ウ 商業まちづくりの普及・啓発活動

36 商業まちづくりの推進のために必要な普及・啓発活動を実施する。

37 エ 東日本大震災及び原子力災害からの復旧・復興

38 東日本大震災及び原子力災害による被害を受けた小売事業者等の事業再開・

1 継続を支援する。

2 さらに、避難解除等区域については、区域見直しやその後の復興に向けた取
3 組と連動しながら、事業の再開・継続及び住民の帰還促進のための商業機能の
4 確保、帰還した住民、特に自動車の運転ができない方などにとって、買い物な
5 どの日常生活の移動手段となる広域公共交通ネットワークの形成等を支援す
6 る。

8 (2) その他商業まちづくりの推進において留意すべき事項

9 基本方針に基づき商業まちづくりを推進する際には、次の事項について留意す
10 る。

11 ア 土地利用等関係機関との連携

12 土地利用等関係計画との整合性を確保するため、これらを所管する行政機関
13 と緊密な連携を図る。

14 イ 総合的なまちづくり政策の展開

15 「持続可能な歩いて暮らせるまちづくり」の実現のため、県民、企業、地方
16 公共団体等のまちづくりに関係するあらゆる主体がこの理念を共有し総合的な
17 まちづくり政策を展開していく必要がある。

18 ウ 他の政策分野等との連携

19 商業まちづくりの推進にあたっては、人口減少を踏まえた効率性や採算性の
20 確保の観点から、「商業」の視点だけでなく、福祉分野、公共交通分野など、
21 他の政策分野等の視点も取り入れ、相互に連携しながら施策を実施することが
22 有効である。

23 エ 基本方針の見直し

24 基本方針は、概ね5年ごとに見直しを行うこととするが、東日本大震災及び
25 原子力災害からの復旧・復興の状況、本県における社会・経済を取り巻く状況
26 の変化並びに土地利用等関係法令の改正等を踏まえ、必要に応じて見直しを行
27 う。

29 平成18年 6月30日 策定

30 平成25年12月25日 改定

31 平成31年 月 日 改定

32