

平成 26 年 1 月 24 日（金曜日）
福島県報号外第 2 号別冊

福島県商業まちづくり基本方針

福 島 県

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 m²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。

イ 小売商業施設の中心市街地への回帰の促進

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規模小売店舗立地法の特例措置を活用して出店する事例など、小売商業施設の中心市街地への回帰が促進されている。

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

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、特定小売商業施設（注1）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、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（以下「地域貢献活動」という。）の計画及び実施状況の提出を求め、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上と取組の促進につながっている。

（注1） 「特定小売商業施設」とは、条例第2条第7項の規定に基づき、福島県商業まちづくり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5条で規定する次の小売商業施設をいう。

○ 店舗面積の合計が6,000㎡以上の小売商業施設

ただし、店舗面積の算出が困難な場合にあっては、延べ面積が10,000㎡以上の小売商業施設とする。

(3) 県内のまちの現状

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による災害（以下「東日本大震災」という。）及び東京電力福島第一原子力発電所事故による災害（以下「原子力災害」という。）の影響により、多くの県民が県内外への避難を余儀なくされている。

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、現在も多くの小売事業者が事業を再開できない状況が続いているほか、県内全域に風評被害が及び、あらゆる産業にとって大きな打撃となっている。

イ 県外の大都市への買い物客の流出がスーツやバッグなどの買回品を中心にやや増加するなど、各生活圏の中心となっている都市の中心市街地においてでさえも、小売商業機能の集積の低下が深刻化している。

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などにより衰退が更に深刻である。

エ 大規模小売商業施設の郊外立地には一定の歯止めがかかっているが、人口集中地区（D I D）は、人口密度の低下を伴いながら面積が拡大しており、依然として市街地の拡大・拡散は続いている。

オ 農村地域においては、人口減少及び高齢化がより急速に進行するとともに、

都市部との有機的な連携が希薄化している。

また、小売事業所の減少等により、食料品や日用雑貨品などの最寄品でさえ身近な場所で買うことができない、いわゆる「買い物弱者」の問題が顕在化してきている。

(4) まちづくりの問題点

(3)のような現状は、まちづくりの面から次のような深刻な問題を引き起こしている。

ア 中心市街地における問題

- ① 「まちの顔」である中心市街地の空洞化により、住民の地域への愛着・誇りが低下し、まちづくり活動全体にも悪影響を及ぼしている。
- 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、中心市街地の空洞化により低下し、地域経済や雇用にも影響を与えている。
- ③ 東日本大震災及び原子力災害を契機として地域の絆の大切さが再認識される中で、避難の長期化や小売事業者の事業の休止等により、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・文化、街並みの維持は更に困難となっている。

イ まち全体における問題

- 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等による小売事業所の減少並びに東日本大震災及び原子力災害の影響による事業の休止等により、身近な場所で最寄品を買えるまちづくりが困難となってきた。

特に、避難解除等区域では、住民の帰還が進まないことと、小売事業者の事業の再開が進まないことによる悪循環が生じており、商業機能の確保が喫緊の課題となっている。

- 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物等ができないまちになれば、高齢者や障がい者を始めとする全ての人が、安心して快適に日常生活を送ることができないまちになるおそれがある。
- ③ 人口が減少する中で、まちが郊外に拡散すれば、既存の社会資本を十分に活用することができないまま道路、上下水道等の社会資本の整備や維持管理に必要なコストが増え続け、自治体の財政負担が増加し、ひいては将来を担う世代に負担を強いることになり、持続的発展が困難なまちになるおそれがある。
- 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は、環境等への新たな負荷となり、環境の面でも持続可能性が低下する。
- ⑤ 中心市街地が空洞化する一方で、小売商業施設が郊外やロードサイド等

に乱立すれば、市街地の無秩序な拡大・拡散につながるだけでなく、どのまちに行っても同じような風景が出現し、個性的で魅力的なまちづくりができなくなってしまう。

- 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影響を与える。
- ⑦ 都市と農村地域が互いの地域の魅力を再認識し、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て行かなければ、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くりは極めて困難となってしまう。

(5) 商業まちづくり推進の意義

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目指している。

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、地域経済の循環が失われ、生活環境や景観といった面からの問題が顕在化するなどの現状は、見過ごせないものとなっている。

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」と捉え、広い県土を7つの生活圏（注2）に分けて、それぞれの特性を生かした個性的な発展を図る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・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能の適正な配置を図っていく必要がある。

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、日常生活を送る上で不可欠な商業機能の確保を図っていく必要がある。

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の推進に寄与する必要がある。

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「歩いて暮らせるコンパクトなまちづくり」などの考え方にに基づき、県は条例を制定し、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い、「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施設の立地等を目指す商業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の確保に寄与することとしている。

(注2) 「7つの生活圏」とは、以下の地域をいう。

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れる地域

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れる地域

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

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地域

南会津地域：南会津郡で構成される地域

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

いわき地域：いわき市で構成される地域

(6) 基本方針の性格

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基本的な方針を定めるものであり、以下の性格を有する。

ア 福島県総合計画、福島県復興計画、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マスタープラン及び福島県商工業振興基本計画との整合性を確保し、商業まちづくりの推進に関する基本的な方針を示すもの。

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。

ウ 市町村が基本構想を策定するための指針を示すもの。

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うに当たっての判断基準を示すもの。

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。

2 商業まちづくりの推進に関する基本的な方向

(1) まちづくりの基本的な考え方

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本的な考え方に基づくまちづくりを推進する。

ア 歩いて暮らせるコンパクトなまちづくり

各種の都市機能を中心市街地に集積することで、高齢者や障がい者を始めとする全ての人にとって暮らし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。

イ 環境への負荷の少ない持続可能なまちづくり

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。

ウ 7つの生活圏に基づくまちづくり

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したまちづくりを推進していくこと。

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応したまちづくりを推進していくこと。

なお、原子力災害の避難地域においては、住民の帰還が長期間困難となる地域と、帰還に向けた準備が進められる地域があることや、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などから、それぞれの状況に応じてまちづくりを推進していく必要があること。

エ 多様な主体による連携・協働のまちづくり

今後の社会・経済を取り巻く状況を勘案し、県民を始めNPOや小売商業者といった「民」が「官」と共に連携・協働し合い、固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。

オ 県と市町村の役割分担を踏まえたまちづくり

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、市町村のまちづくりを支援していくこと。

(2) 商業まちづくりの考え方

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。

【持続可能な歩いて暮らせるまちづくり】

- ① 環境への負荷に配慮したまちづくり
- 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
- 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

(3) 商業まちづくりを実現するための基本的な方向

(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、以下の方向で施策展開していくことが必要である。

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

「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

にアクセスできる場所に特定小売商業施設の集積を図る。

イ 郊外部への特定小売商業施設の立地を抑制

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、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。

ウ 特定小売商業施設と地域との共存共栄のまちづくり

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進するため、自発的な地域への貢献活動を求める。

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。

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

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・継続を支援する。

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確保を支援する。

オ 身近な場所で最寄品を買えるまちづくり

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、身近な場所で無理なく買うことができるまちづくりを推進する。

カ 買い物等を通して暮らしの充実が実感できるまちづくり

個性豊かな店・人・商品との出会いによる暮らしの充実感を求めて人が集い、賑わいのあるまちとなるよう、まちの中心部における小売商業施設の集積と商業振興を一体的に推進する。

キ 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

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を含む地域全体の経済的な交流を再構築する。

(4) 県と市町村の役割分担

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進するものであり、県は市町村のまちづくりを支援する。

ア 市町村の役割

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を計画的に推進するなど、主体的にまちづくりを行う。

イ 県の役割

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により、市町村が行うまちづくりを支援する。

3 市町村が定める基本的な構想の指針となるべき事項

(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

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、「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し、当該戦略に従って、商業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と調和した小売商業施設の適正な配置を推進することが必要である。

(2) 基本構想の基本的な考え方

ア 基本構想の性格

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運営を図るために定めた構想等を上位計画として、中心市街地活性化基本計画や土地利用関係計画等との整合性を図り、小売商業施設の適正な配置を推進することを目的として策定するものである。

イ 対象市町村の範囲

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。

ウ 対象区域の範囲

基本構想は、市町村の区域全体を対象とする。

エ 基本構想策定に当たっての留意事項

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本的な方針であることから、以下の点に留意する。

- ① 住民等の意見が十分反映されるよう努めること。
- ② 近年、大規模小売商業施設の商圈は市町村の区域を越えて大きな広がりを持つ傾向があることから、小売商業機能の確保について複数の市町村が共同で基本構想を策定するなど、広域的な合意形成に努めることが望ましいこ

と。

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アクセスできる地区とすること。

- 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始めとする各種施策に関しては、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、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。

(3) 基本構想の記載事項

ア 商業まちづくりの推進に関する基本的な方針

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、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。

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

① 小売商業施設の誘導を図る地区

商業集積の中心となるべき中心核（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「中心市街地活性化法」という。）第9条第1項に規定する基本計画において定められている中心市街地（以下「認定中心市街地」という。）がある場合は、認定中心市街地の全部又は一部）を設定すること。

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

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

② 小売商業施設の抑制を図る地区

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。

- ※ 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」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。

ウ 商業まちづくりの推進のための施策に関する事項

- 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こと。

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。

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、都市計画法(昭和43年法律第100号)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。

エ その他商業まちづくりの推進に関し必要な事項

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関する事項を明記すること。

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

(1) 特定小売商業施設の立地調整の基本的考え方

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)「まちづくりの基本的な考え方」、(2)「商業まちづくりの考え方」及び(3)「商業まちづくり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。

ア 7つの生活圏に基づく考え方

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市街地の規模等を踏まえて検討する。

イ 生活圏内における誘導地域の考え方

① 計画的な商業の集積が見込まれること

県の都市計画区域マスタープランにおいて商業集積に関する考え方を明記しているなど、計画的な商業の集積が見込まれる市町村に誘導する。

② 商業の集積地としてゾーニングされていること

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導する。

③ 人口の規模及び集積があること

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

④ 都市機能の集積があること

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、一定以上の都市機能が集積している市町村に誘導する。

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

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。

ウ 抑制地域の考え方

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

の立地は抑制する。

(2) 特定小売商業施設の誘導に関すること

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、イの優先順位に基づき立地を促進する。

ア 特定小売商業施設の立地を誘導する市町村

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

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の中心市町村に立地することが適当である。

《要件》

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

A) 商業の集積のための方針が定まっている市町村

- a 県の都市計画区域マスタープランにおいて、商業を集積させる方針を明記していること。
- 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ていること又は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こと。

B) 商業施設の立地を主とした地域を有する市町村

- 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あること。

② 商業及び人口が集積されている市町村

A) 一定以上の商業施設の集積のある地域を有する市町村

- a 福島県消費購買動向調査において広域型商圈都市又は地域型商圈都市に分類されていること。

B) 一定以上の人口集積のある地域を有する市町村

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

③ 人が集まる条件が整っている市町村

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有する市町村

- 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のアクセスが良好であること。

イ 特定小売商業施設の立地を誘導する地域

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

町村において、以下の優先順位に基づき立地を促進する。

《優先順位》

- ① 認定中心市街地内の商業地域又は基本方針に基づく基本構想において特定小売商業施設を誘導する地域内の商業地域
- ② 認定中心市街地内の近隣商業地域又は基本方針に基づく基本構想において特定小売商業施設を誘導する地域内の近隣商業地域

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」を策定していることを含める。

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域を第2優先とする。

(3) 特定小売商業施設の抑制に関すること

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)-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を誘導する地域」以外への立地は抑制する。

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、商業まちづくりの推進に適当でないことから、厳に抑制する。

- ① 市街化を抑制する地域
都市計画法に規定する市街化調整区域
- ② 市街化の見通しが明確でない地域
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計画区域で用途地域の指定のない区域及び都市計画区域以外の地域
- ③ 集団性の高い優良な農地
農振法に規定する農用地区域並びに農地法（昭和 27 年法律第 229 号）の転用許可基準で規定する甲種農地及び第 1 種農地
- ④ 景観の優れた地域
景観法（平成 16 年法律第 110 号）の規定に基づく福島県景観計画における景観形成重点地域（福島県景観条例（平成 10 年福島県条例第 13 号）に規定する特定事業者景観形成協定を締結する場合を除く。）
- ⑤ 自然環境を保全すべき地域
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、国定公園及び都道府県立自然公園）
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

境保全地域及び緑地環境保全地域

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）に規定する特定希少野生動植物の生息地等保護区

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

⑥ 良好な水環境を保全することが特に必要な地域

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 年福島県条例第 23 号）に規定する水環境保全区域

⑦ その他商業まちづくりの推進に影響を及ぼす地域

5 その他商業まちづくりの推進に関する基本的な事項

(1) 商業まちづくりの推進に関する県の施策

ア 市町村への支援

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行おうとする場合は、助言その他必要な支援を行う。

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。

イ 地域貢献活動の促進

特定小売商業施設地域との共存共栄のまちづくりを推進するため、特定小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。

ウ 商業まちづくりの普及・啓発活動

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。

エ 東日本大震災及び原子力災害からの復旧・復興

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・継続を支援する。

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確保を支援する。

(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

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る。

ア 土地利用等関係機関との連携

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と緊密な連携を図る。

イ 総合的なまちづくり政策の展開

「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まちづくり政策を展開していく必要がある。

ウ 基本方針の見直し

基本方針は、概ね^{おおむ}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う。

平成18年 6月30日 策定

平成25年12月25日 改定