

平成30年度
商業まちづくりに関する
アンケート調査報告書
(市町村、商工関係団体)

平成31年1月
福島県

目 次

I	調査の実施概要	1
II	調査結果	2
	1. 買い物に必要な店舗など	2
	2. 郊外への大型店の立地抑制に対する考え	3
	3. 新たな大型店の設置にあたり考えなくてはならないこと	5
	4. 大型店に期待する地域貢献活動	6
	5. 大型店の立地に関し、県に期待する役割	6
	6. 市町村間の協力や連携	7
III	調査票様式	
	○ 商業まちづくりに関するアンケート調査票（市町村）	
	○ 商業まちづくりに関するアンケート調査票（商工関係団体）	

I 調査の実施概要

1. 調査の目的

県内の市町村及び商工関係団体の商業まちづくりに関する考えを把握し、今後の商業まちづくりの方向性や施策の検討にあたり、参考とすることを目的とする。

2. 調査の概要

(1) 調査実施時期

平成30年10月～11月

(2) 調査対象

県内の市町村 59市町村

県内の商工関係団体 124団体

福島県商工会議所連合会
福島県商工会連合会
福島県中小企業団体中央会
福島県産業振興センター
福島県商店街振興組合連合会
各商工会議所（10団体）
各商工会（89団体）
各商店街振興組合（20団体）

(3) 調査方法

調査票の郵送によるアンケート調査

(4) 調査項目

- ア 住民の方が買い物する上で、新たにどのようなものが必要（又は既存の店舗、施設の充実が必要）だと考えるか。
- イ 郊外への大型店の立地を抑制することについてどう考えるか。
- ウ 新たな店舗、特に大型店を設置するに当たっては、どのようなことを考えなくてはならないと考えるか。
- エ 大型店に対して、どのような地域貢献活動を期待するか。
- オ 大型店の立地に関連して、どのような点において、県の広域的な調整・支援・協力が必要と考えるか。
- カ 商業まちづくりにおける市町村間の協力や連携について、どのような面で必要になると考えるか。（また、既に実施している取組があれば記載）

(5) 回収状況

市町村 有効回収数59（有効回収率 100.0%）

商工関係団体 有効回収数109（有効回収率 87.9%）

(6) 報告書利用上の注意点

図表は割合（パーセント表示）を表示しており、実数は割愛した。

II 調査結果

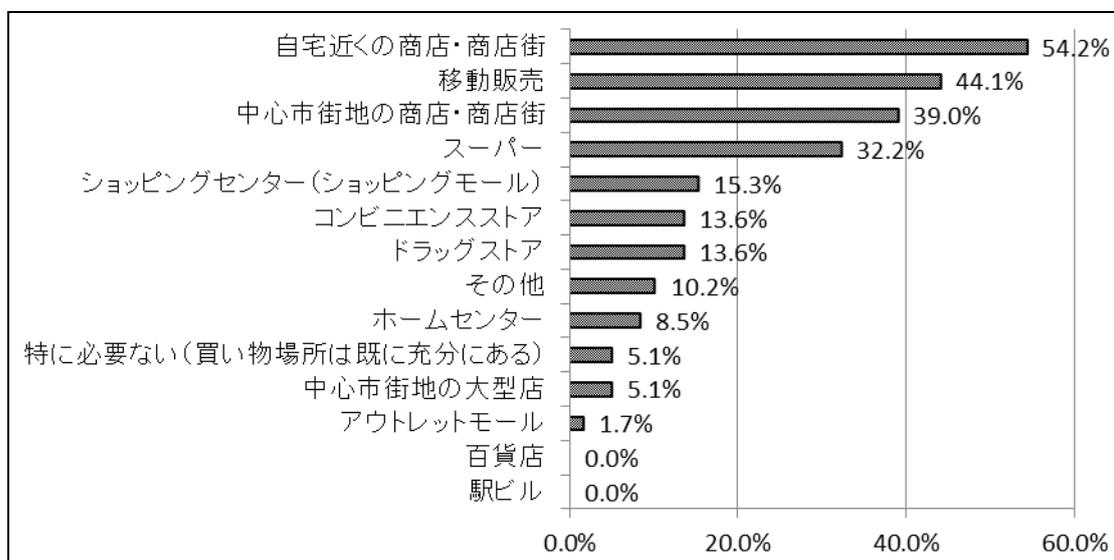
1. 買い物に必要な店舗など

(1) 住民の方が買い物する上で、新たにどのようなものが必要（又は既存の店舗、施設の充実が必要）だと考えるか。（3つまで選択可）（調査票 Q1）

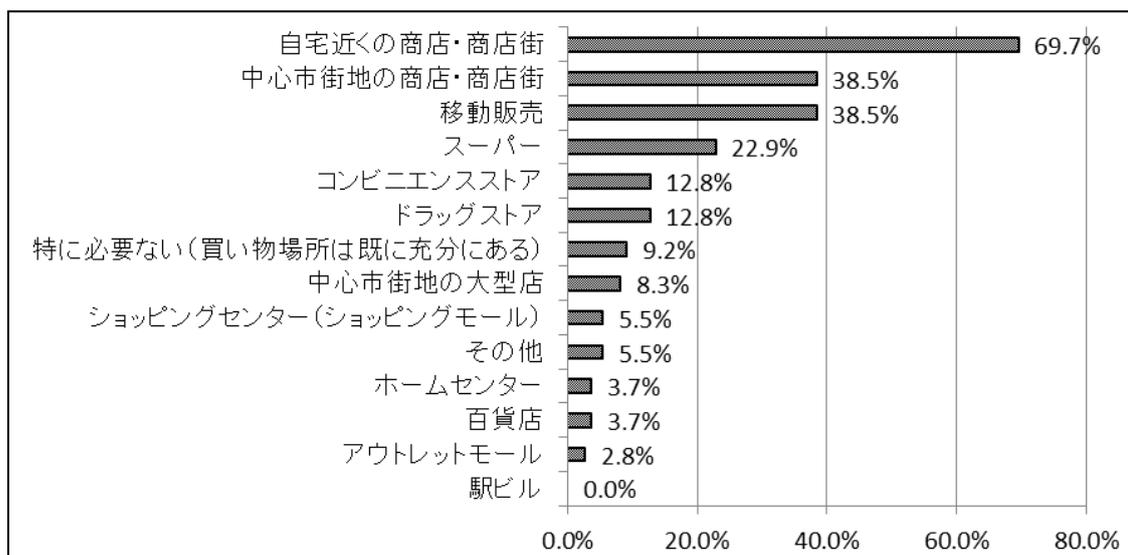
新たに必要だと考える店舗などについては、市町村は、回答数が多い順から、「自宅近くの商店・商店街」が 54.2%、「移動販売」が 44.1%、「中心市街地の商店・商店街」が 39.0%となっている。

商工関係団体は、回答数が多い順から、「自宅近くの商店・商店街」が 69.7%、「中心市街地の商店・商店街」が 38.5%、「移動販売」が 38.5%となっている。

図表 1 新たに必要だと考える店舗など（市町村）（回答数 59）



図表 2 新たに必要だと考える店舗など（商工関係団体）（回答数 109）



2. 郊外への大型店の立地抑制に対する考え

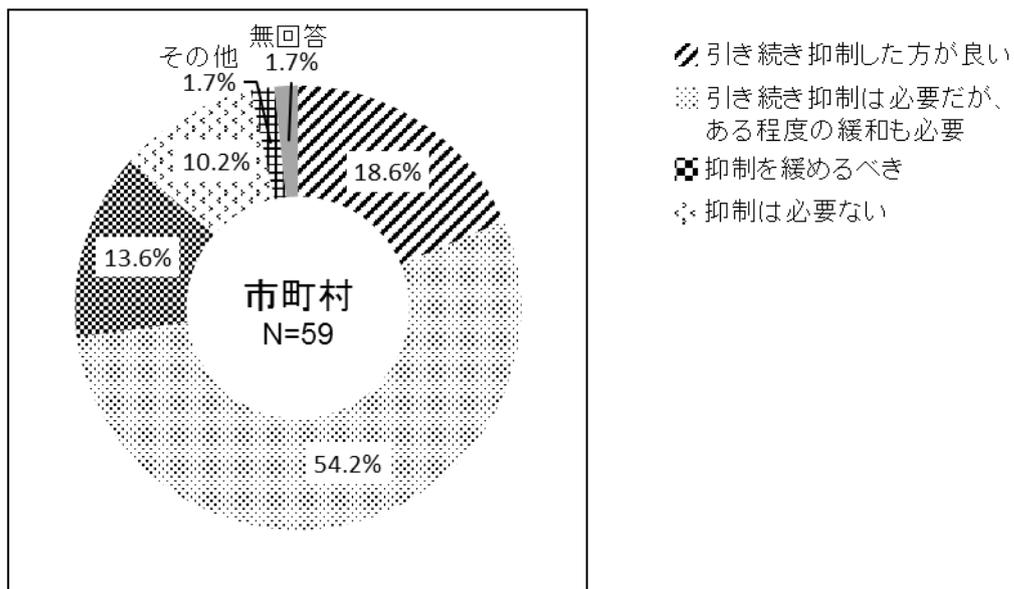
(1) 郊外への大型店の立地を抑制することについてどう考えるか。

(調査票 Q2)

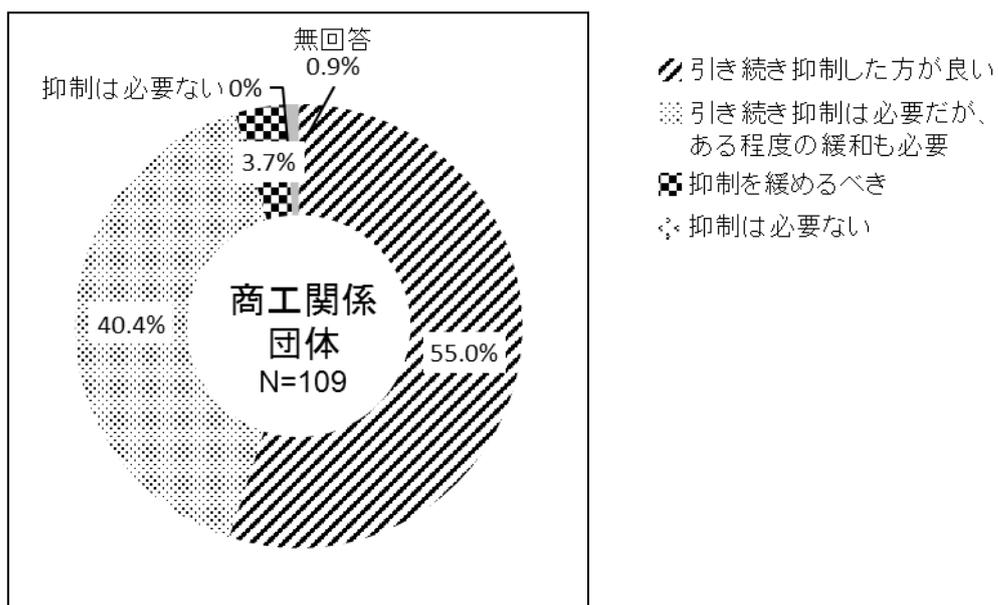
郊外への大型店の立地抑制に対する考えについては、市町村は、「引き続き抑制は必要だが、ある程度の緩和も必要」が 54.2%、「引き続き抑制した方が良い」が 18.6%となっている。

一方、商工関係団体は、「引き続き抑制した方が良い」が 55.0%、「引き続き抑制は必要だが、ある程度の緩和も必要」が 40.4%となっている。

図表3 郊外への大型店の立地抑制に対する考え（市町村）（回答数 59）



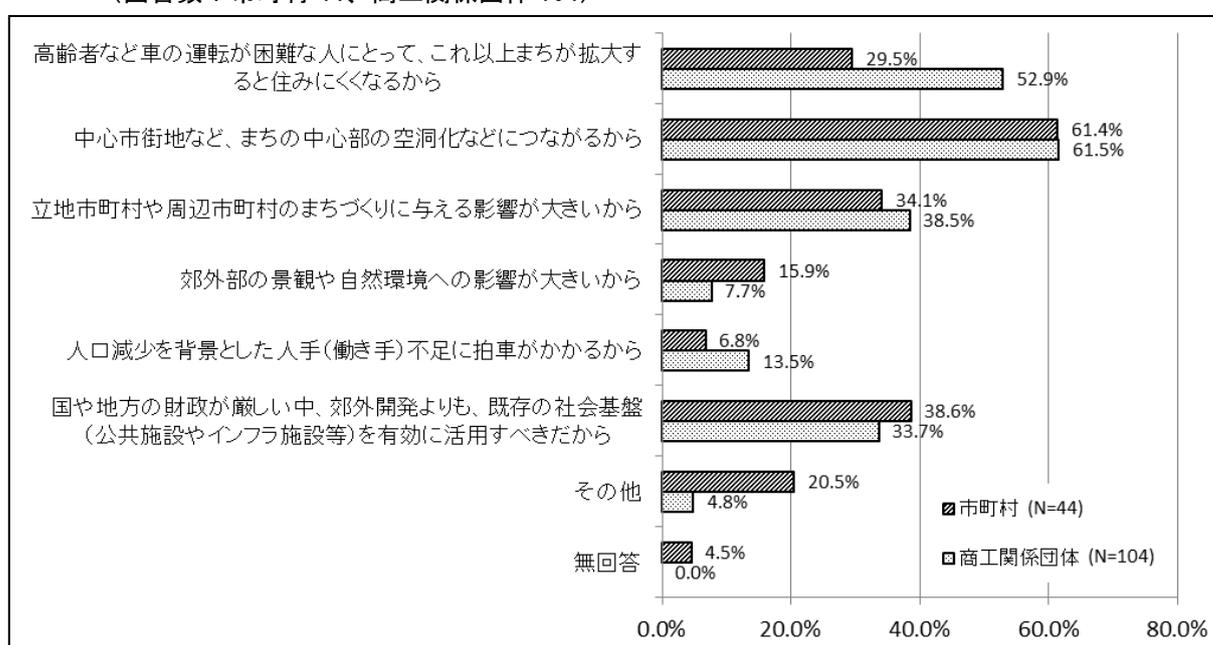
図表4 郊外への大型店の立地抑制に対する考え（商工関係団体）（回答数 109）



(2) 郊外への大型店の立地抑制についての賛成理由（複数選択可）
（調査票 Q3）

郊外への大型店の立地抑制が必要だと考える理由については、市町村、商工関係団体ともに、「中心市街地など、まちの中心部の空洞化につながるから」が最多で、それぞれ61.4%、61.5%となっている。次いで、市町村は、「国や地方の財政が厳しい中、郊外開発よりも、既存の社会基盤（公共施設やインフラ施設等）を有効に活用すべきだから」が38.6%と多く、商工関係団体は、「高齢者など車の運転が困難な人にとって、これ以上まちが拡大すると住みにくくなるから」が52.9%と多くなっている。

図表5 郊外への大型店の立地抑制が必要だと考える理由（市町村・商工関係団体）
（回答数：市町村 44、商工関係団体 104）



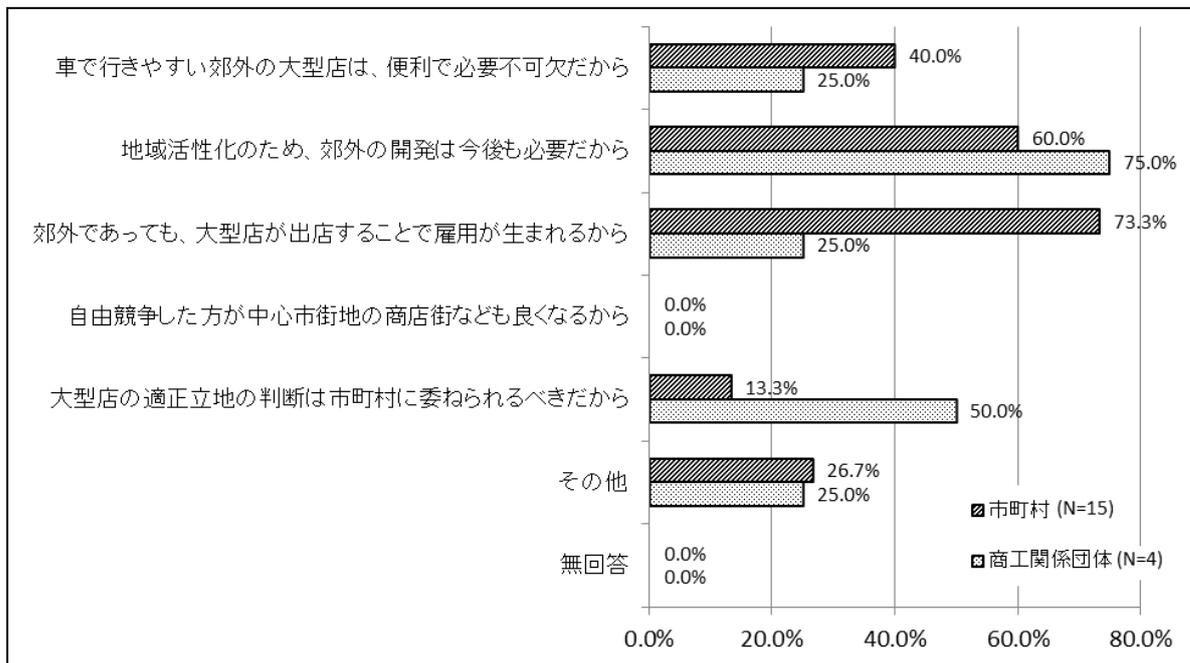
(3) 郊外への大型店の立地抑制についての反対理由
（複数選択可）（調査票 Q3）

郊外への大型店の立地抑制を緩めるべき又は必要ないと考える理由については、市町村は、「郊外であっても、大型店が出店することで雇用が生まれるから」が73.3%と最多で、次いで、「地域活性化のため、郊外の開発は今後も必要だから」が60.0%と多くなっている。

※商工関係団体は、回答者数が少ないため、図表のみの掲載に留めた。

図表6 郊外への大型店の立地抑制を緩めるべき又は必要ないと考える理由

(市町村・商工関係団体) (回答数：市町村 15、商工関係団体 4)



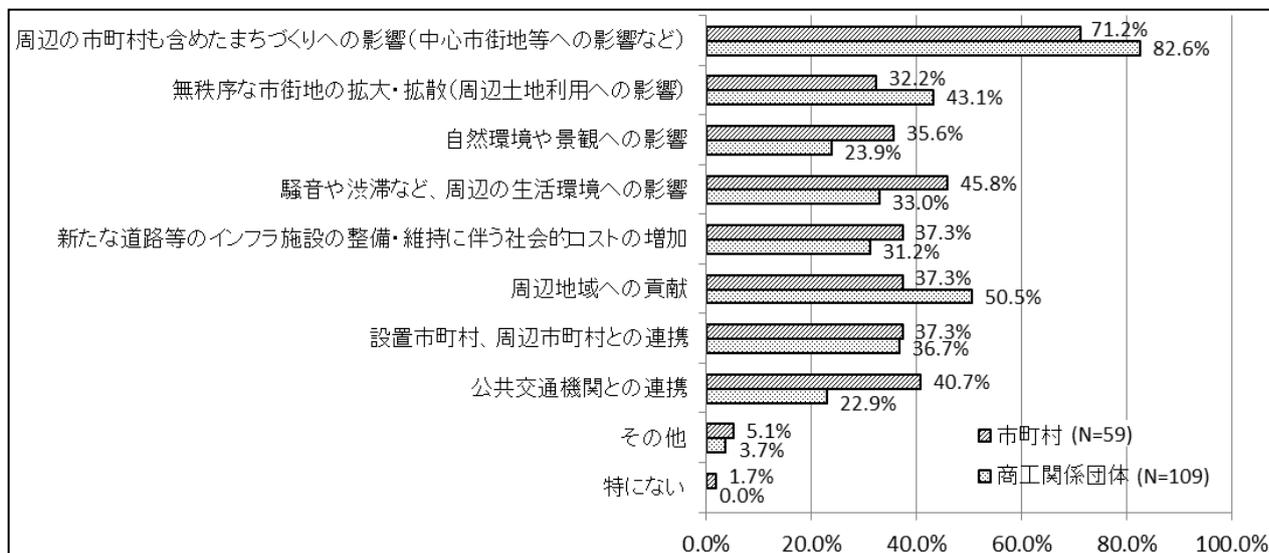
3. 新たな大型店の設置に当たり考えなくてはならないこと

(1) 新たな店舗、特に大型店を設置するに当たっては、どのようなことを考えなくてはならないと考えるか。(複数選択可) (調査票 Q4)

新たな大型店の設置に当たり、考えなくてはならないことについては、市町村、商工関係団体ともに、「周辺の市町村も含めたまちづくりへの影響(中心市街地等への影響など)」が最多で、それぞれ 71.2%、82.6%となっている。次いで、市町村は、「騒音や渋滞など、周辺の生活環境への影響」が 45.8%、商工関係団体は、「周辺地域への貢献」が 50.5%と高くなっている。

図表7 新たな大型店の設置に当たり、考えなくてはならないこと

(市町村・商工関係団体) (回答数：市町村 59、商工関係団体 109)



4. 大型店に期待する地域貢献活動

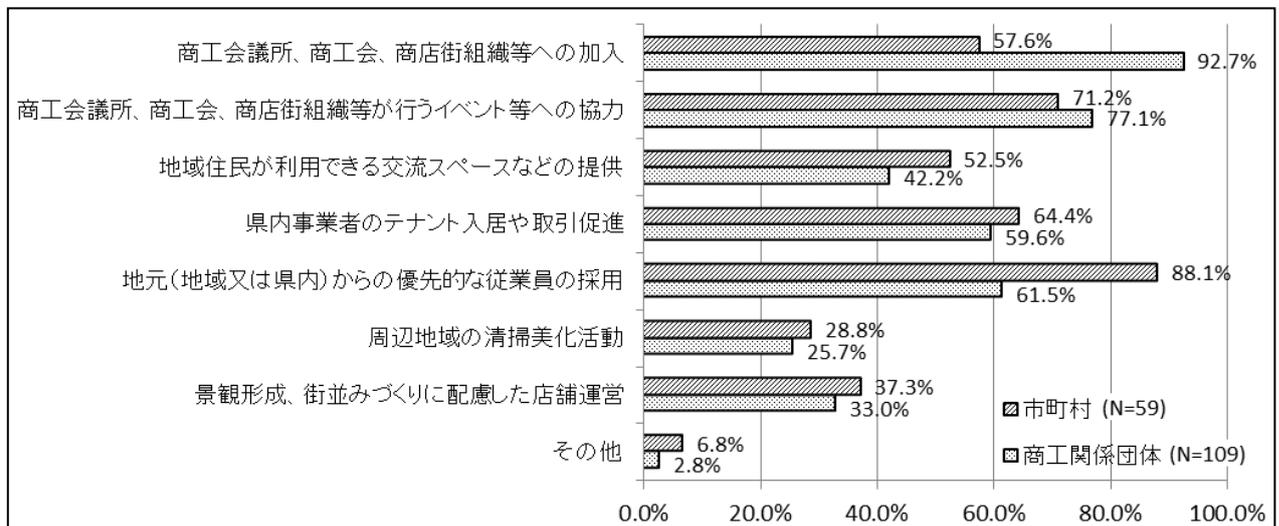
(1) 大型店に対して、どのような地域貢献活動を期待するか。(複数選択可)
(調査票 Q5)

大型店に期待する地域貢献活動については、市町村は、「地元(地域又は県内)からの優先的な従業員の採用」が88.1%と最多で、次いで「商工会議所、商工会、商店街組織等が行うイベント等への協力」が71.2%と多くなっている。

商工関係団体は、「商工会議所、商工会、商店街組織等への加入」が92.7%と最多で、次いで、「商工会議所、商工会、商店街組織等が行うイベント等への協力」が77.1%と多くなっている。

図表8 大型店に期待する地域貢献活動(市町村・商工関係団体)

(回答数:市町村59、商工関係団体109)

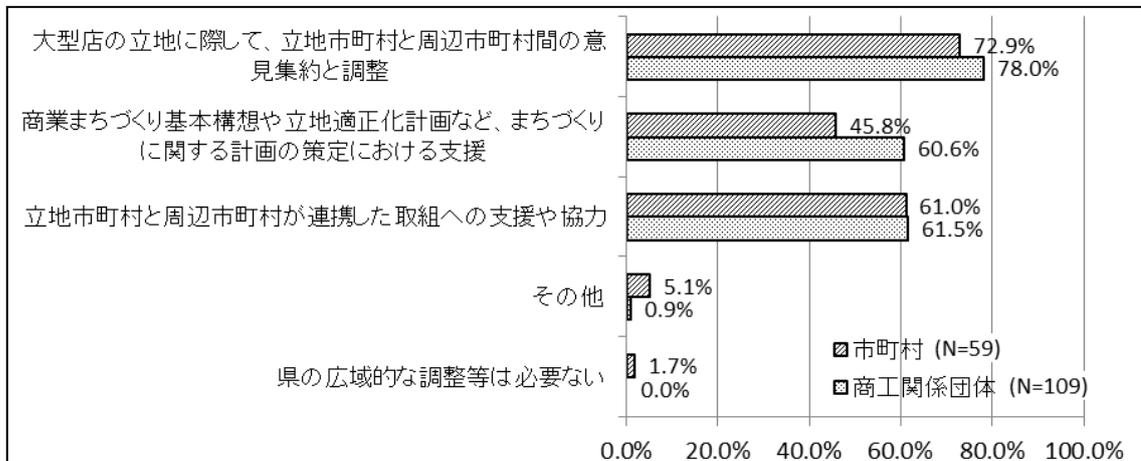


5. 大型店の立地に関し、県に期待する役割

(1) 大型店の立地に関連して、どのような点において、県の広域的な調整・支援・協力が必要と考えるか。(複数選択可)(調査票 Q6)

大型店の立地に関連して、必要だと考える県の広域的な調整等については、市町村、商工関係団体とも「大型店の立地に際して、立地市町村と周辺市町村間の意見集約と調整」が最多で、それぞれ72.9%、78.0%となっている。

図表9 大型店の立地に関連して、必要だと考える県の広域的な調整等
(市町村・商工関係団体) (回答数：市町村 59、商工関係団体 109)



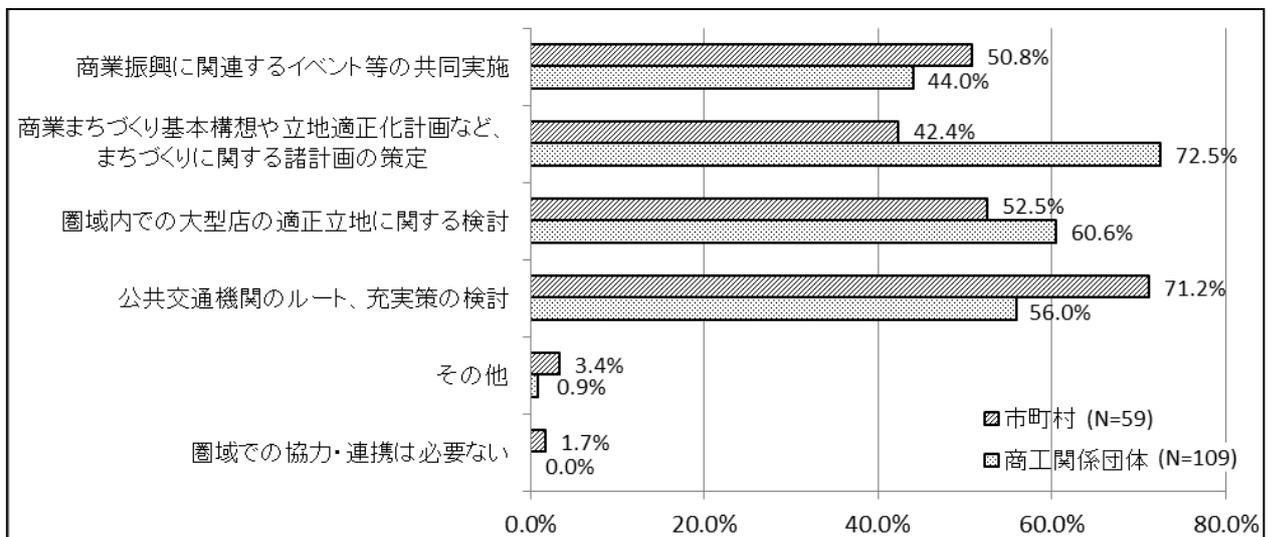
6. 市町村間の協力や連携

(1) 商業まちづくりにおける市町村間の協力や連携について、どのような面で必要になると考えるか。(複数選択可) (調査票 Q7)

商業まちづくりにおいて必要となる市町村間の協力や連携については、市町村は、「公共交通機関のルート、充実策の検討」が71.2%で最多となっており、次いで、「圏域内での大型店の適正立地に関する検討」が52.5%と多くなっている。

商工関係団体は、「商業まちづくり基本構想や立地適正化計画など、まちづくりに関する諸計画の策定」が72.5%で最多となっており、次いで、「圏域内での大型店の適正立地に関する検討」が60.6%と多くなっている。

図表10 商業まちづくりにおいて必要となる市町村間の協力や連携
(市町村・商工関係団体) (回答数：市町村 59、商工関係団体 109)



(2) 商業まちづくりにおける市町村間の協力や連携について、既に実施している取組はあるか。(市町村のみ) (調査票 Q8)

既に実施している市町村間の連携や協力については、「連携中枢都市圏形成に向けた、広域交流中核拠点の整備や地域交通の連携に関する協議」、「市町村をまたぐデマンドタクシーの運行」、「定住自立圏の圏域内での移住・定住促進」などの回答があった。

【市町村アンケート調査票】

商業まちづくりに関するアンケート

市町村名 _____
所属名 _____
担当者名 _____
電 話 _____

以下の質問で言う「大型店」とは、複数の市町村からの集客が期待できる規模のものを指します。

(例:ショッピングセンター(ショッピングモール)、アウトレットモールなど)

Q1

貴市町村において、住民の方が買い物する上で、新たにどのようなものが必要(又は既存の店舗、施設の充実が必要)だと考えますか。(3つまで選択可)

- 自宅近くの商店・商店街
- スーパー
- コンビニエンスストア
- 中心市街地の商店・商店街
- 中心市街地の大型店
- 駅ビル
- 百貨店
- ドラッグストア
- ホームセンター
- ショッピングセンター(ショッピングモール)
- アウトレットモール
- 移動販売
- その他(_____)
- 特に必要ない(買い物の場所は既に充分にある)

Q2

郊外への大型店の立地を抑制することについてどう考えますか。

※「条例による大型店の立地調整」については、別紙カラー資料「福島県商業まちづくりの推進に関する条例について」の2ページ目、「2. 大型店の立地に関する広域の見地からの調整」をご参照ください。

- 引き続き抑制した方がよい
- 引き続き抑制は必要だが、ある程度の緩和も必要
- 抑制を緩めるべき
- 抑制は必要ない

Q3

Q2で回答した理由は何ですか。(複数選択可)

【Q2で「抑制した方が良い」又は「抑制は必要だが、緩和も必要」と回答した理由】

- 高齢者など車の運転が困難な人にとって、これ以上まちが拡大すると住みにくくなるから
- 中心市街地など、まちの中心部の空洞化などにつながるから
- 立地市町村や周辺市町村のまちづくりに与える影響が大きいから
- 郊外部の景観や自然環境への影響が大きいから
- 人口減少を背景とした人手(働き手)不足に拍車がかかるから
- 国や地方の財政が厳しい中、郊外開発よりも、既存の社会基盤(公共施設やインフラ施設等)を有効に活用すべきだから
- その他 ()

【Q2で「抑制を緩めるべき」又は「抑制は必要ない」と回答した理由】

- 車で行きやすい郊外の大型店は、便利で必要不可欠だから
- 地域活性化のため、郊外の開発は今後も必要だから
- 郊外であっても、大型店が出店することで雇用が生まれるから
- 自由競争した方が中心市街地の商店街なども良くなるから
- 大型店の適正立地の判断は市町村に委ねられるべきだから
- その他 ()

Q4

新たな店舗、特に大型店を設置するに当たっては、どのようなことを考えなくてはならないと考えますか。(複数選択可)

- 周辺の市町村も含めたまちづくりへの影響(中心市街地等への影響など)
- 無秩序な市街地の拡大・拡散(周辺土地利用への影響)
- 自然環境や景観への影響
- 騒音や渋滞など、周辺的生活環境への影響
- 新たな道路等のインフラ施設の整備・維持に伴う社会的コストの増加
- 周辺地域への貢献
- 設置市町村や周辺市町村との連携
- 公共交通機関との連携
- その他 ()
- 特にない

Q5

大型店に対して、どのような地域貢献活動を期待しますか。(複数選択可)

- 商工会議所、商工会、商店街組織等への加入
- 商工会議所、商工会、商店街組織等が行うイベント等への協力
- 地域住民が利用できる交流スペースなどの提供
- 県内事業者のテナント入居や取引の促進
- 地元(地域又は県内)からの優先的な従業員の採用
- 周辺地域の清掃美化活動
- 景観形成、街並みづくりに配慮した店舗運営
- その他()

Q6

大型店の立地に関連して、どのような点において、県の広域的な調整・支援・協力が必要と考えますか。(複数選択可)

- 大型店の立地に際して、立地市町村と周辺市町村間の意見集約と調整
- 商業まちづくり基本構想や立地適正化計画など、まちづくりに関する計画の策定における支援
- 立地市町村と周辺市町村が連携した取組への支援や協力
- その他()
- 県の広域的な調整等は必要ない

Q7

人口減少等を背景に、今後、複数の市町村で構成される圏域単位でのまちづくりが必要になることが考えられます。

商業まちづくりにおける市町村間の協力や連携について、どのような面で必要になると考えますか。(複数選択可)

- 商業振興に関連するイベント等の共同実施
- 商業まちづくり基本構想や立地適正化計画など、まちづくりに関する諸計画の策定
- 圏域内での大型店の適正立地に関する検討
- 公共交通機関のルート、充実策の検討
- その他()
- 圏域での協力・連携は必要ない

Q8

商業まちづくりにおける市町村間の協力や連携について、既の実施している取組があれば記載してください。

--

商業まちづくりに関するアンケート

【団体名及び担当部署（事務担当者名）】

団体名	担当部署名	事務担当者名	電話

以下の質問で言う「大型店」とは、複数の市町村からの集客が期待できる規模のものを指します。

（例：ショッピングセンター（ショッピングモール）、アウトレットモールなど）

Q1

貴市町村において、住民の方が買い物する上で、新たにどのようなものが必要（又は既存の店舗、施設の充実が必要）だと考えますか。（③つまで選択可）

- 自宅近くの商店・商店街
- スーパー
- コンビニエンスストア
- 中心市街地の商店・商店街
- 中心市街地の大型店
- 駅ビル
- 百貨店
- ドラッグストア
- ホームセンター
- ショッピングセンター（ショッピングモール）
- アウトレットモール
- 移動販売
- その他（）
- 特に必要ない（買い物の場所は既に充分にある）

Q2

郊外への大型店の立地を抑制することについてどう考えますか。

※「条例による大型店の立地調整」については、別紙カラー資料「福島県商業まちづくりの推進に関する条例について」の2ページ目、「2. 大型店の立地に関する広域の見地からの調整」をご参照ください。

- 引き続き抑制した方がよい
- 引き続き抑制は必要だが、ある程度の緩和も必要
- 抑制を緩めるべき
- 抑制は必要ない

Q3

Q2で回答した理由は何ですか。(複数選択可)

【Q2で「抑制した方が良い」又は「抑制は必要だが、緩和も必要」と回答した理由】

- 高齢者など車の運転が困難な人にとって、これ以上まちが拡大すると住みにくくなるから
- 中心市街地など、まちの中心部の空洞化などにつながるから
- 立地市町村や周辺市町村のまちづくりに与える影響が大きいから
- 郊外部の景観や自然環境への影響が大きいから
- 人口減少を背景とした人手(働き手)不足に拍車がかかるから
- 国や地方の財政が厳しい中、郊外開発よりも、既存の社会基盤(公共施設やインフラ施設等)を有効に活用すべきだから
- その他()

【Q2で「抑制を緩めるべき」又は「抑制は必要ない」と回答した理由】

- 車で行きやすい郊外の大型店は、便利で必要不可欠だから
- 地域活性化のため、郊外の開発は今後も必要だから
- 郊外であっても、大型店が出店することで雇用が生まれるから
- 自由競争した方が中心市街地の商店街なども良くなるから
- 大型店の適正立地の判断は市町村に委ねられるべきだから
- その他()

Q4

新たな店舗、特に大型店を設置するに当たっては、どのようなことを考えなくてはならないと考えますか。(複数選択可)

- 周辺の市町村も含めたまちづくりへの影響(中心市街地等への影響など)
- 無秩序な市街地の拡大・拡散(周辺土地利用への影響)
- 自然環境や景観への影響
- 騒音や渋滞など、周辺的生活環境への影響
- 新たな道路等のインフラ施設の整備・維持に伴う社会的コストの増加
- 周辺地域への貢献
- 設置市町村や周辺市町村との連携
- 公共交通機関との連携
- その他()
- 特にない

Q5

大型店に対して、どのような地域貢献活動を期待しますか。(複数選択可)

- 商工会議所、商工会、商店街組織等への加入
- 商工会議所、商工会、商店街組織等が行うイベント等への協力
- 地域住民が利用できる交流スペースなどの提供
- 県内事業者のテナント入居や取引の促進
- 地元(地域又は県内)からの優先的な従業員の採用
- 周辺地域の清掃美化活動
- 景観形成、街並みづくりに配慮した店舗運営
- その他()

Q6

大型店の立地に関連して、どのような点において、県の広域的な調整・支援・協力が必要と考えますか。(複数選択可)

- 大型店の立地の際して、立地市町村と周辺市町村間の意見集約と調整
- 商業まちづくり基本構想や立地適正化計画など、まちづくりに関する計画の策定における支援
- 立地市町村と周辺市町村が連携した取組への支援や協力
- その他()
- 県の広域的な調整等は必要ない

Q7

人口減少等を背景に、今後、複数の市町村で構成される圏域単位でのまちづくりが必要になることが考えられます。

商業まちづくりにおける市町村間の協力や連携について、どのような面で必要になると考えますか。(複数選択可)

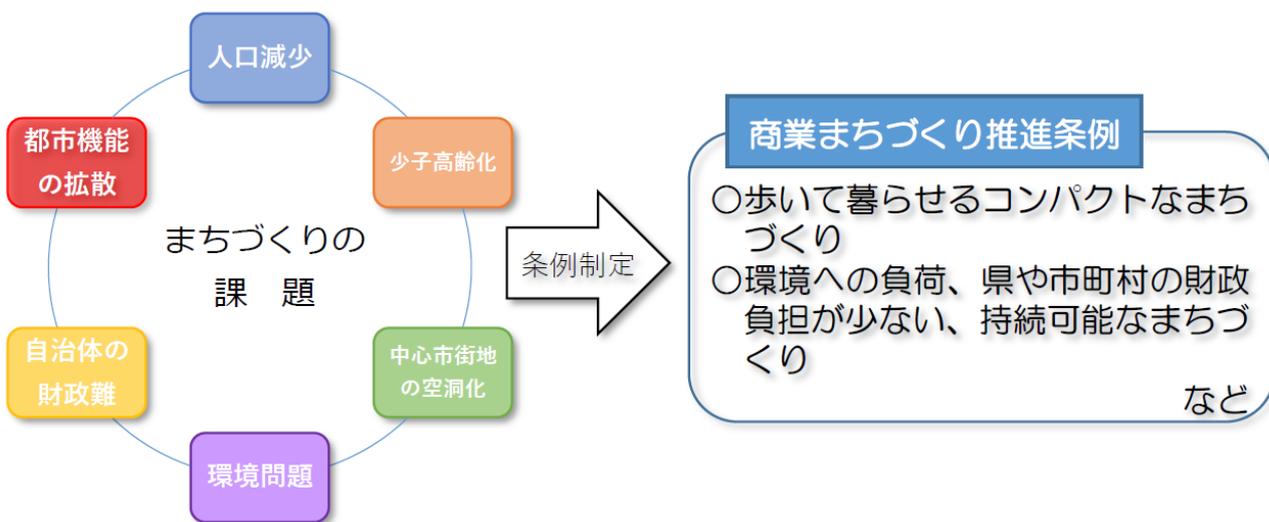
- 商業振興に関連するイベント等の共同実施
- 商業まちづくり基本構想や立地適正化計画など、まちづくりに関する諸計画の策定
- 圏域内での大型店の適正立地に関する検討
- 公共交通機関のルート、充実策の検討
- その他()
- 圏域での協力・連携は必要ない

福島県商業まちづくりの推進に関する条例について

福島県商業まちづくり課

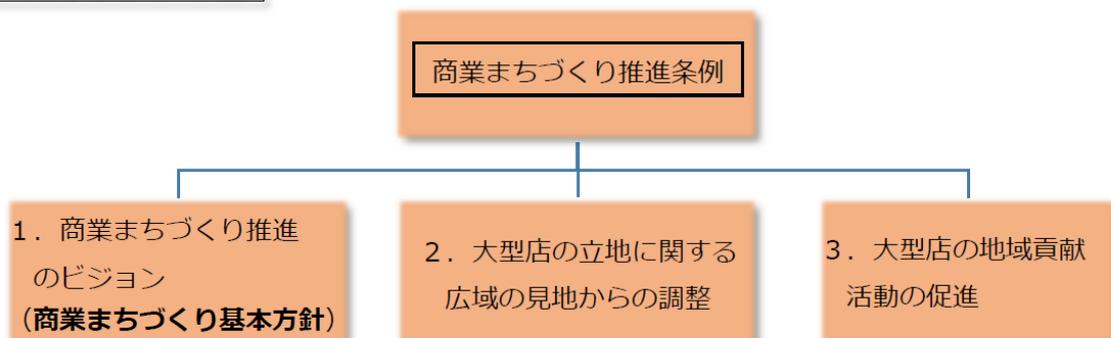
これまで、人口増加や車社会の進展等を背景に、郊外部での大規模商業施設の開発などによって、私たちが住んでいる「まち」は、郊外へと広がっていく一方で、中心市街地では空洞化が進んできました。

福島県では、平成9年頃から人口減少に転じましたが、市街地の拡大と中心市街地の空洞化には歯止めがかからず、さらには、人口減少や少子高齢化などを背景に、県や市町村の財政が厳しくなるとともに、地域コミュニティが弱くなってしまいうなど、さまざまな「まちづくり」の課題が発生しました。



福島県では、こうした課題やこれからのまちづくりのあり方などを踏まえ、「歩いて暮らせる持続可能なまちづくり」を進めるため、平成17年に「福島県商業まちづくりの推進に関する条例」を制定しました。条例は次の3つの柱から構成されています。

条例の3つの柱



※この3つの柱については、裏面に示してあります。

1. 商業まちづくり推進のビジョン（商業まちづくり基本方針）について

県では、条例に基づき、商業まちづくりの推進のビジョンとして、商業まちづくり基本方針を策定しています。基本方針は、社会経済情勢の変化等を踏まえて、定期的な見直しを行っています。

商業まちづくり基本方針における基本的な方向性

都市機能が集積されている
地域に大型店を誘導

郊外部への大型店の
立地を抑制

大型店と地域との
共存共栄のまちづくり

身近な場所で買い物が
できるまちづくり

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

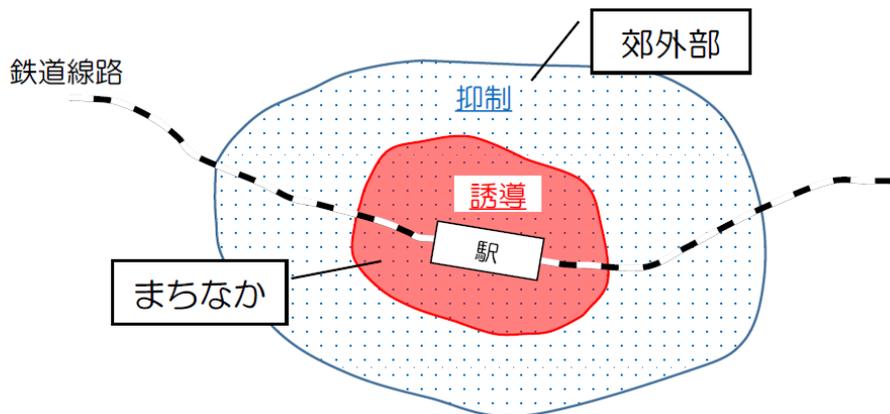
など

2. 大型店の立地に関する広域の見地からの調整

※別紙アンケートのQ2、3に
関連する部分です。

市町村の区域を越えた広い範囲のまちづくりに影響が及ぶ可能性のある大型店（店舗面積6,000㎡以上）の立地について、市町村や地域の皆さんの意見もお聴きし、基本方針や審議会の意見を踏まえながら、郊外部への立地の抑制やまちなかへの立地の誘導を行っています。（郊外部への大型店の出店によって、さらにその周辺での開発を招き、新たなインフラ施設の整備が必要になることや自然環境、景観への影響も懸念されるため。）

そのため、該当する大型店の新設を行う場合、県への事前の届出が必要となります。



(イメージ)

3. 大型店の地域貢献活動の促進

大型店が地域から期待される役割、その立地によるまちづくりへの影響の大きさを考慮し、地域との共存共栄のまちづくりを促進するため、大型店に対して地域貢献活動の実施をお願いしています。

(例) 地域のイベントへの協力、災害時の物資の提供 など

平成 30 年度
商業まちづくりに関するアンケート
調査報告書
(市町村、商工関係団体)

福島県 商業まちづくり課
〒960-8670 福島市杉妻町2番16号
電話 (024) 521-7126