

特定小売商業施設の立地の誘導及び抑制 に関する事項について

目 次

1 . 条例制定の背景	1
2 . コンパクトなまちづくりに関する主な法改正等について	3
3 . 特定小売商業施設の立地の誘導及び抑制に関する基本的な考え方	7
4 . 本県と他県の大型店の出店状況	8
5 . 特定小売商業施設の立地の誘導及び抑制に関する主な社会経済情勢の変化	10
6 . 商業まちづくりに関するアンケート結果	15
7 . 見直しの方向性	21

1. 条例制定の背景

- これまで、人口増加、モータリゼーションの急速な進展等を背景に、郊外での住宅団地の開発、公共施設の郊外移転、大規模小売商業施設の郊外立地等により、市街地が拡大していく一方、中心市街地では空洞化が進んできた。
- 本県では、平成9年頃から人口減少に転じたが、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を背景に自治体財政の硬直化、地域コミュニティの希薄化が進んでいた。
- 特に県民の生活を支え、身近な産業でもある小売業については、大規模小売商業施設が郊外に立地することで、他の小売商業施設等の郊外立地を誘発するだけでなく、周辺市町村も含めたまちづくりへの影響を及ぼす事例が問題となっていた。



- こうした状況から、平成17年10月に、「歩いて暮らせるコンパクトなまちづくり」、「環境への負荷、自治体の財政負担が少ない、持続可能なまちづくり」の考え方にに基づき、特に規模の大きな小売商業施設の適正配置の促進と広域の見地からの調整を一つの柱とした「商業まちづくり推進条例」を制定した。

大規模小売商業施設の郊外立地の影響(イメージ)



○ 大規模小売商業施設の郊外立地

- 周辺での開発を招き、市街地拡散につながるるとともに、新たなインフラ整備が必要に。
- 中心市街地の空洞化による魅力低下、投資や公共サービスの非効率化を招く。

- 環境負荷、自治体の財政負担の増大。
- 「まちの顔」や魅力の核となる地域が失われるとともに、車を運転できない方などが暮らしにくいまちに。

【参考】大型店出店による周辺市町村のまちづくりへの影響

○ この事例では、大型店(店舗面積5万㎡超)開店により、立地市の販売額は増加する一方、周辺では大きく販売額を減らしている市町村もあり、大型店出店が市町村の範囲を越えてまちづくりに影響を及ぼす可能性がある。

	宮城県	従業者数		年間商品販売額	
		人	H19比(%)	百万円	H19比(%)
H19	仙台市	71,362	-	1,268,154	-
	白石市	2,147	-	35,978	-
	名取市	6,306	-	88,201	-
	岩沼市	2,592	-	39,509	-
	柴田町	2,216	-	34,302	-
	大河原町	2,475	-	39,499	-
	村田町	704	-	10,345	-
	合計	87,802	-	1,515,988	-
H24	仙台市	48,560	68.0	1,073,269	84.6
	白石市	1,607	74.8	25,388	70.6
	名取市	4,358	69.1	97,718	110.8
	岩沼市	1,770	68.3	32,163	81.4
	柴田町	1,589	71.7	26,841	78.2
	大河原町	1,806	73.0	33,593	85.0
	村田町	462	65.6	9,186	88.8
	合計	60,152	68.5	1,298,158	85.6

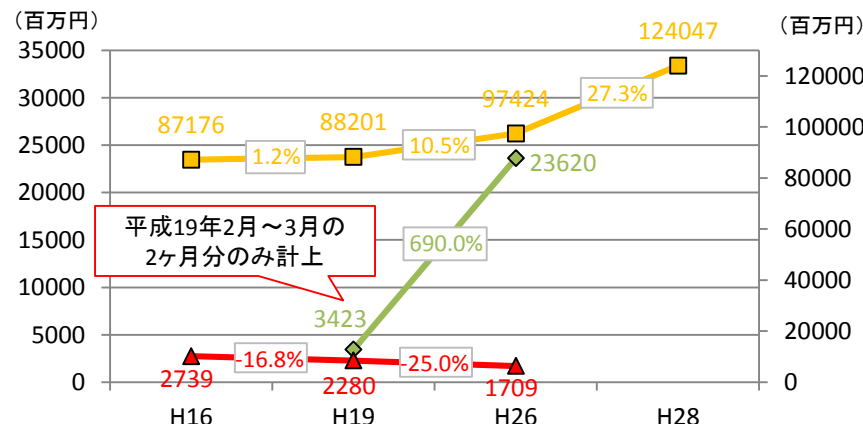
H19.2
大型店オープン

	全国	従業者数		年間商品販売額	
		人	H19比(%)	百万円	H19比(%)
H19	全国	7,579,363	-	134,705,448	-
	岩手県	82,746	-	1,319,816	-
	宮城県	155,875	-	2,531,787	-
	山形県	74,401	-	1,222,199	-
	福島県	125,606	-	2,038,908	-
H24	全国	7,403,616	97.7	114,852,278	85.3
	岩手県	76,362	92.3	1,188,093	90.0
	宮城県	134,756	86.5	2,198,649	86.8
	山形県	68,918	92.6	1,077,527	88.2
	福島県	109,069	86.8	1,703,976	83.6

【参考】

◆ 大型店立地による商業集積地 ● 名取市中心市街地合計 ■ 名取市合計

【年間商品販売額】



○ 商業統計調査(H16、H19、H26)及び経済センサス-活動調査(H24、H28)を基に作成。従業者数は、H16年、H19年、H28年は6月1日現在、H24年は2月1日現在、H26年は7月1日現在の従業者数。年間商品販売額はH16年はH15.4.1～H16.3.31、H19年はH18.4.1～H19.3.31、H24年H23.1.1～H23.12.31、H26年はH25.1.1～H25.12.31、H28年はH27.1.1～H27.12.31の期間の販売額。

○ 中心市街地は、「名取市中心市街地活性化基本計画」で定める中心市街地内の商店街(商業まちづくり課調べ)の合計値。
○ 名取市合計は右軸、それ以外は左軸。
○ 商業統計調査(H26)は、日本標準産業分類の第12回改定及び調査設計の大幅変更を行ったことに伴い、商業統計調査(H19)や経済センサス-活動調査(H28)の数値とは接続しないため、参考値。

2. コンパクトなまちづくりに関する主な法改正等について

平成17年10月 「福島県商業まちづくり推進条例」制定

平成18年 都市計画法、中心市街地活性化法等の改正

広域的都市機能のスプロール、中心市街地の空洞化等の課題を踏まえ、都市機能の無秩序な拡散に歯止めをかけ、都市機能がコンパクトに集積した、多くの方にとって暮らしやすい、歩いて暮らせるまちづくりを実現するため、主に以下のような見直しが行われた。

【都市計画法】

- 広域的に都市構造等に影響を与える **大規模集客施設(床面積1万㎡超)**について、広く立地可能とされてきた制度を見直し、**原則、商業、近隣商業、準工業地域に立地を限定**し、立地に当たっては都市計画の手続きを経ることとした。
- **広域調整の強化**のため、県が市町村の都市計画決定等に対する協議・同意を行う際に、関係市町村から意見聴取可能となった。
- 病院、福祉施設、学校、庁舎等の **公共公益施設も開発許可の対象**となった。

【中心市街地活性化法】

- **内閣に中心市街地活性化本部を設置**し、中心市街地活性化のための施策を総合的かつ効果的に推進。
- 市町村の中心市街地活性化基本計画について、内閣総理大臣による認定制度を創設し、**意欲的に取り組む市町村を重点支援**。

平成26年 中心市街地活性化法の改正

- **効果の高い民間プロジェクトに対する経産大臣の認定制度と新たな重点支援策を創設**。
- その後に改正された国の中心市街地活性化の基本的な方針では、拠点地区が複数ある市町村においては、**複数の拠点(中心市街地)を一体の区域とみなすことや複数の拠点ごとに基本計画を作成することができることとされた**。

【参考】平成21年4月～「定住自立圏構想」の推進

- 中心市と近隣市町村が相互に役割分担し、連携・協力することにより、圏域全体として必要な生活機能等を確保し、定住の受け皿を形成する「**定住自立圏構想**」が**本格展開**された。

平成26年 都市再生特別措置法、地域公共交通活性化再生法の改正

- 医療・福祉施設、商業施設や住居等がまとまって立地し、まちづくりと一体となった公共交通の再編を実施することで、高齢者をはじめとする住民が生活利便施設等にアクセスできる「**コンパクト・プラス・ネットワーク**」のまちづくりを進めるため、市町村が「**立地適正化計画**」や「**地域公共交通網形成計画**」等を作成できることとされた。

平成26年 地方自治法の改正

- **地方自治体間の柔軟な連携を可能とする「連携協約」の制度が導入**された。(人口減少・少子高齢社会において、一つの都市ではなく、圏域内の市町村が連携して役割分担をすることで、必要な都市機能を備え、これらの市町村が道路や公共交通等のネットワークで結ばれることによって、すべての地域に必要な機能を享受することを可能とする「**連携中枢都市圏**」の概念が提示された。)

単独都市レベルでのコンパクト・プラス・ネットワーク

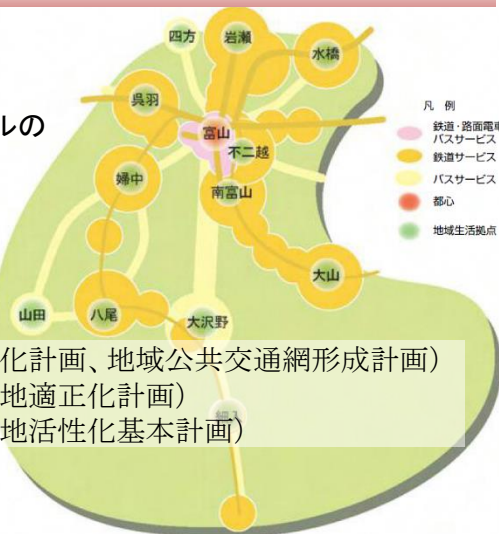
都市間レベル(広域)でのコンパクト・プラス・ネットワーク

【参考】「コンパクト・プラス・ネットワーク」の事例(富山市)

『公共交通を軸とした拠点集中型のコンパクトなまちづくり』

お団子と串の都市構造

串：一定水準以上のサービスレベルの公共交通
お団子：串と結ばれた徒歩圏

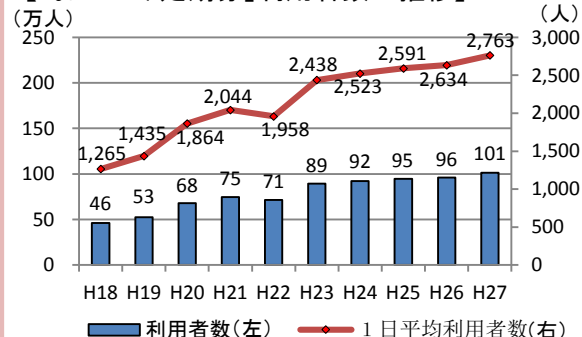


実現のための3本柱

- ①公共交通活性化(公共交通活性化計画、地域公共交通網形成計画)
- ②公共交通沿線への居住促進(立地適正化計画)
- ③中心市街地の活性化(中心市街地活性化基本計画)

政策効果

【「おでかけ定期券」利用者数の推移】

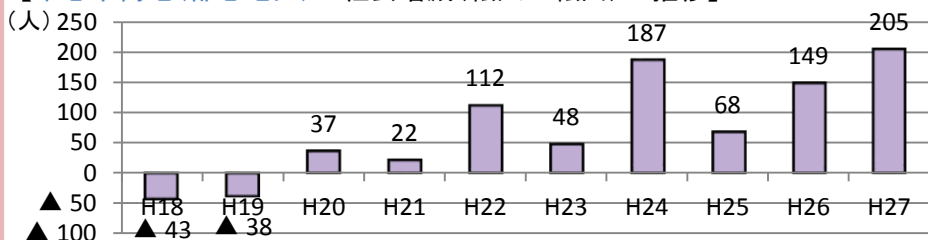


おでかけ定期券を利用することで
1人あたり**1,794歩/日**の
歩数増加効果がある

おでかけ定期券利用者の
歩数増加により
年間約112,233千円の
医療費削減につながる

※おでかけ定期券：65歳以上の方が、公共交通機関で中心市街地へおでかけする際に1乗車100円で利用可能に。

【中心市街地(都心地区)の社会増減(転入-転出)の推移】



望ましいまちの将来像(都市機能の適正立地)

都心地区と公共交通沿線に居住を誘導し、
下記の各地区に必要な都市機能を集積。

都心地区(中心市街地)

- ・商業、業務、芸術文化、娯楽、交流など、多様な都市サービスと市の「顔」にふさわしい**広域的な都市機能**が充実。
- ・**商業、業務機能が集積**し、就業の場が充実。

駅やバス停などの徒歩圏

- ・最寄品の購入など**日常生活に必要な都市機能が概ね立地**。

地域生活拠点

- ・最寄品の購入や医療、金融サービスなど**日常生活に必要な都市機能が充実**。

地域生活拠点(都市計画区域外)

- ・最寄品の購入や医療、金融サービスなど**日常生活に必要な都市機能が公共交通や各種サービスの維持確保によって、享受できる**。



○ 国土交通白書2015、富山市都市マスタープラン、富山市立地適正化計画、富山市地域公共交通網形成計画、富山市中心市街地活性化基本計画を基に富島県商業まちづくり課が作成。

【参考】連携中枢都市圏構想について

【参考】県内の連携中枢都市圏の状況

中心市	近隣市町村							
郡山市	須賀川市	田村市	鏡石町	天栄村	石川町	玉川村	平田村	
	浅川町	古殿町	三春町	小野町	本宮市	大玉村	猪苗代町	

※「こおりやま広域連携中枢都市圏」については、平成30年度内に都市圏ビジョンが策定される予定。
また、福島市を中心とした圏域でも、今後、都市圏形成に向けた検討が行われる見通し。

連携中枢都市圏の意義とは

- 地域において、**相当の規模と中核性を備える圏域において市町村が連携し、コンパクト化とネットワーク化により、人口減少・少子高齢社会においても一定の圏域人口を有し活力ある社会経済を維持するための拠点を形成**

連携中枢都市圏に何が求められているのか

- ① **圏域全体の経済成長のけん引**
産学金官の共同研究・新製品開発支援、六次産業化支援 等
- ② **高次の都市機能の集積・強化**
高度医療の提供体制の充実、高等教育・研究開発の環境整備 等
- ③ **圏域全体の生活関連機能サービスの向上**
地域医療確保のための病院群輪番制の充実、地域公共交通ネットワークの形成 等

連携中枢都市圏をいかに実現するか

- **地方自治法を改正し、地方公共団体間の柔軟な連携を可能とする「連携協約」の制度を導入** (平成26年11月1日施行)
- 平成26年度～平成29年度は、**連携中枢都市圏の形成を推進**するため、国費により支援(32事業)
- **平成30年度予算**においても約**1.3億円**を計上し、引き続き連携中枢都市圏の形成を促進
- 平成27年度から **地方交付税措置**を講じて**全国展開**を図る

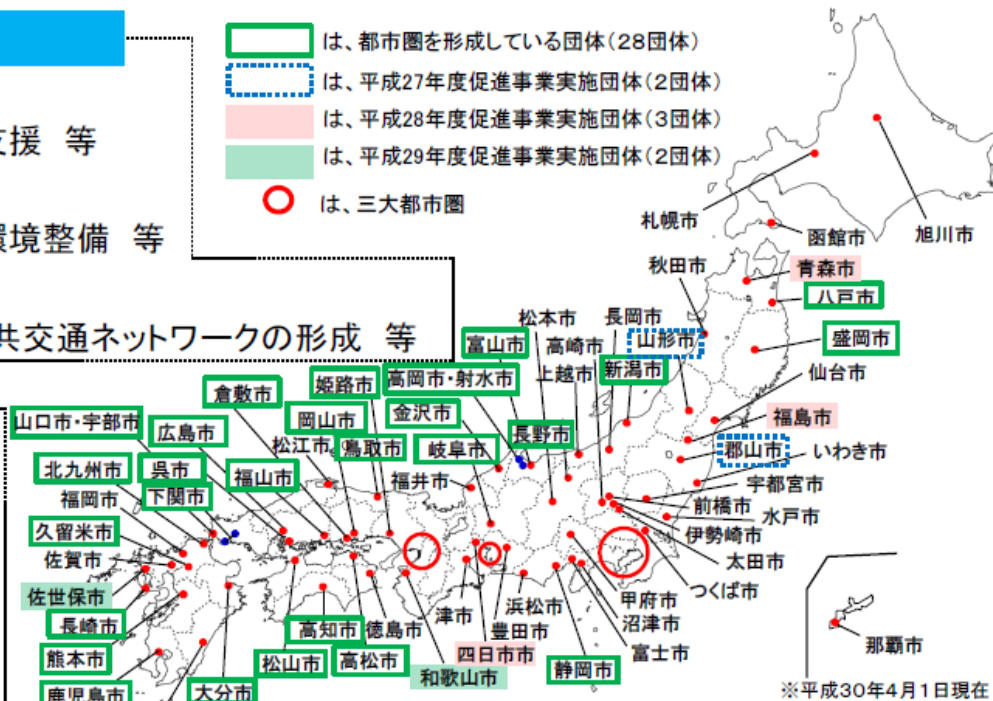
連携中枢都市圏形成のための手続き

連携中枢都市宣言

連携協約の締結

都市圏ビジョンの策定

- は、都市圏を形成している団体(28団体)
- は、平成27年度促進事業実施団体(2団体)
- は、平成28年度促進事業実施団体(3団体)
- は、平成29年度促進事業実施団体(2団体)
- は、三大都市圏



【連携中枢都市圏の要件】

- ① 地方圏において、昼夜間人口比率おおむね1以上の指定都市・中核市(●)と、当該市と社会的、経済的に一体性を有する近隣市町村とで形成する都市圏

※ ただし、①を原則除く都市圏であって、隣接する2つの市(各市が昼夜間人口比率1以上かつ人口10万人程度以上の市)の人口の合計が20万人を超え、かつ、双方が概ね1時間以内の交通圏にある場合において、これらの市と社会的、経済的に一体性を有する近隣市町村とで形成する都市圏についても、①の都市圏と同等の取組が見込まれる場合においてこれを含むものとする。

【参考】定住自立圏構想について

【参考】
県内の定住自立圏の状況(右表)

中心市	近隣市町村			
白河市	西郷村 棚倉町	泉崎村 矢祭町	中島村 塙町	矢吹町 鮫川村
喜多方市	北塩原村	西会津町		
南相馬市	飯館村			

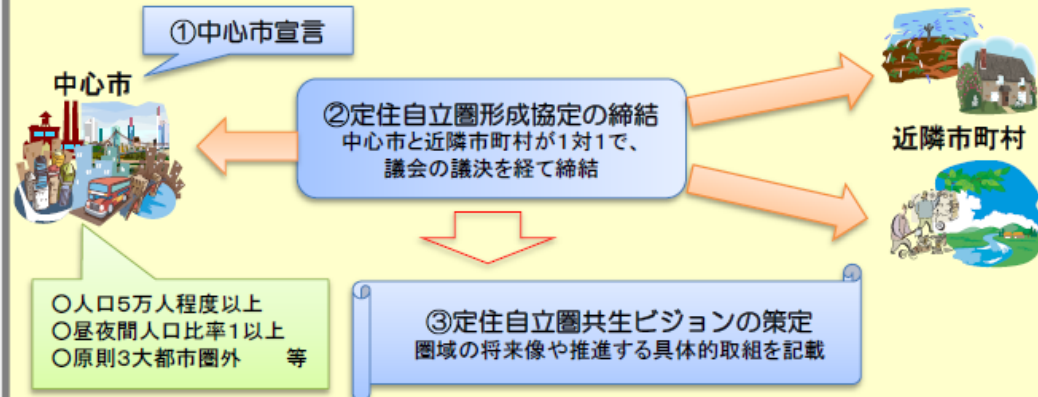
定住自立圏構想の意義

中心市と近隣市町村が相互に役割分担し、連携・協力することにより、**圏域全体として必要な生活機能等を確保する「定住自立圏構想」**を推進し、地方圏における定住の受け皿を形成する。

【圏域に求められる役割】

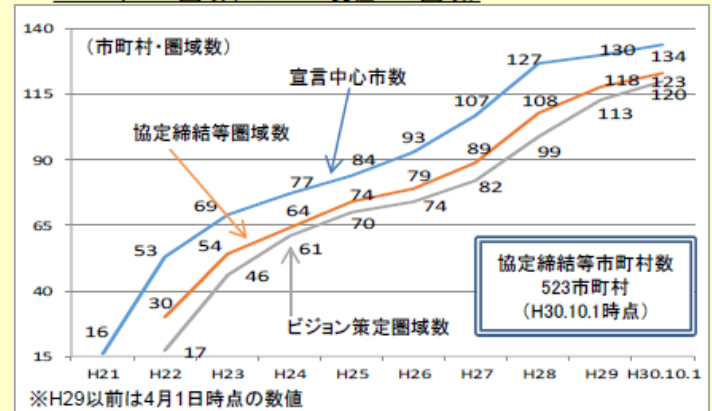
- ①生活機能の強化（休日夜間診療所の運営、病児・病後児保育の実施、消費生活法律相談の実施、地場産業の育成 等）
- ②結びつきやネットワークの強化（デマンドバスの運行、滞在型・体験型観光・グリーンツーリズムの推進、生活道路の整備 等）
- ③圏域マネジメント能力の強化（合同研修の実施や職員の人事交流、外部専門家の招へい 等）

圏域形成に向けた手続



定住自立圏構想への取組状況

KPI: 2020年 140圏域(H30.10.1現在 123圏域)



定住自立圏に取り組む市町村に対する支援

特別交付税

- ・包括的財政措置(平成26年度から大幅に拡充)
(中心市 4,000万円程度→8,500万円程度)
(近隣市町村 1,000万円→1,500万円)
- ・外部人材の活用に必要な経費に対する財政措置
- ・地域医療の確保に必要な経費に対する財政措置 等

地方債

- ・地域活性化事業債を充当※(充当率90%、交付税算入率30%)
※医療・福祉、産業振興、公共交通の3分野に限る

各省による支援策

- ・地域公共交通の確保や教育環境の整備支援など、定住自立圏構想推進のための関係各省による事業の優先採択

3. 特定小売商業施設の立地の誘導及び抑制に関する基本的な考え方

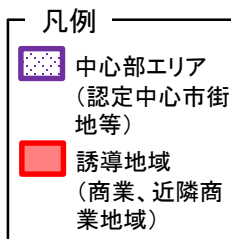
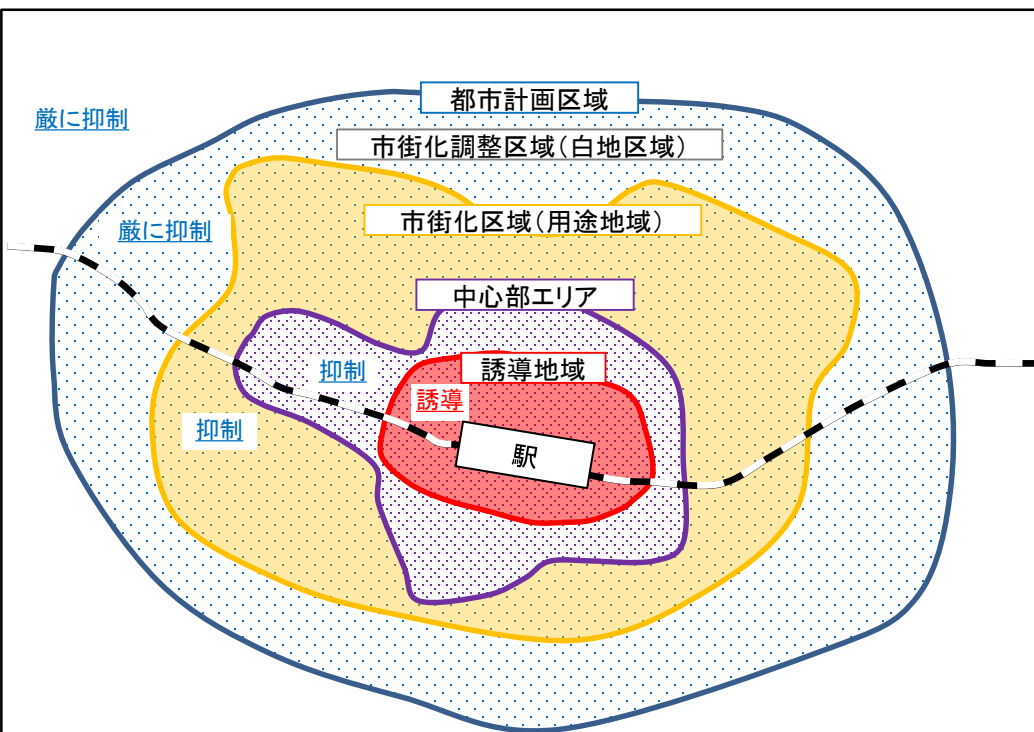
○ 7つの生活圏ごとに、人口や都市機能が集積されており、商業の集積を図る必要がある市町村(地域)に立地を誘導する。

- ・計画的な商業集積が見込まれる。
- ・人口や都市機能の集積が図られている。
- ・公共交通機関等によるアクセスが良い。 など

○ まちの郊外への拡散や環境への負荷等が増大すると考えられる地域への立地を抑制する。

- ・誘導する地域以外への立地は抑制する。
- ・特に、市街化調整区域等、商業まちづくりの推進に適当でない地域は厳に抑制する。

特定小売商業施設の誘導、抑制のイメージ



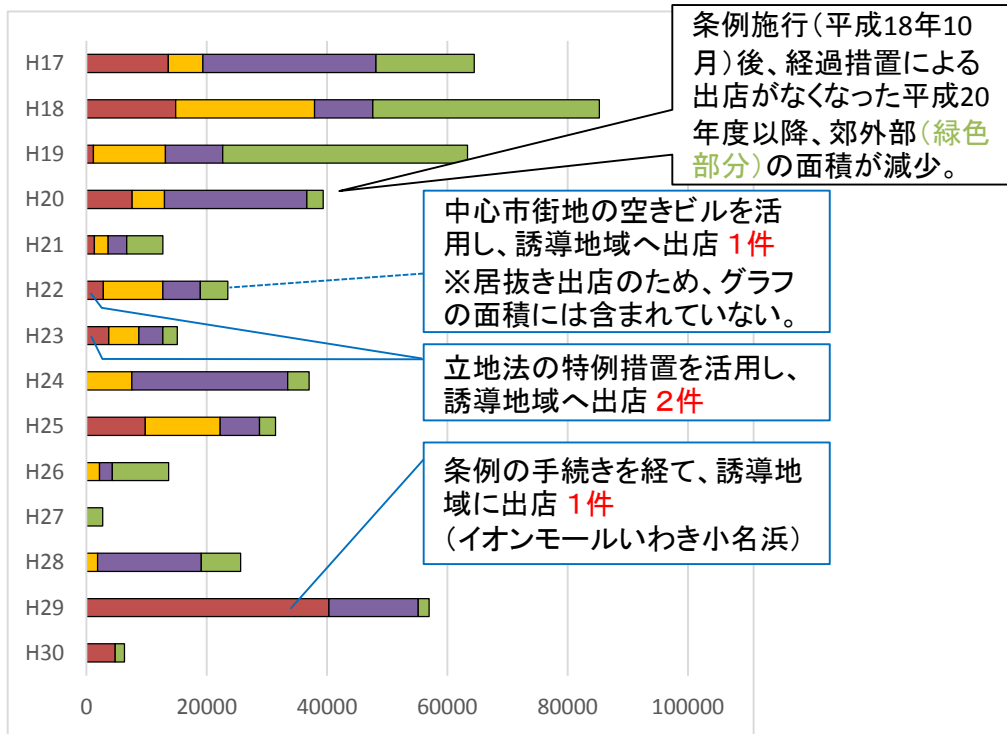
【特定小売商業施設の誘導地域の決定フロー】

- ①県が、基本方針で、誘導する市町村(要件)や誘導、抑制の基本的な考え方を示す。(市街化調整区域等は厳に抑制、中心部エリア内の商業地域等に誘導など)
- ②誘導市町村が、地域の実情を踏まえ、誘導地域(中心部エリアや用途地域(商業地域、近隣商業地域など))を決定。

4. 本県と他県の大型店の出店状況

- 大規模小売店舗(店舗面積1,000㎡超)のうち、店舗面積6,000㎡以上の大型店の立地件数や割合は、東北6県及び隣県の中で本県が最少だが、店舗面積5,000㎡以上で見ると中位程度となっている。
- 本県では、大規模小売店舗の立地にあたり、条例の届出を避けるため、通常の規模や機能を縮小して出店しているケースも考えられる。

本県の大型店の出店状況(立地環境別の店舗面積)



商業系 : 商業地域、近隣商業地域

住居系 : 低層住居専用地域(第一種、第二種)、中高層住居専用地域(第一種、第二種)、住居専用地域(第一種、第二種)、準住居地域

工業系 : 工業専用地域、工業地域、準工業地域

郊外等 : 市街化調整区域、白地地域、都市計画区域外

- 大規模小売店舗立地法に基づく新設届出(平成17年度～平成30年度)を基に作成。(H30.10末現在)
- 立地環境の4区分は、都市計画法に規定する地域地区(用途地域)や区域区分等を参考に分類。

東北6県及び隣県の大型店の出店状況

	店舗面積 1,000㎡超 (件数)	うち5,000㎡以上		うち6,000㎡以上	
		件数	割合	件数	割合
福島県	50	9	18.0%	2	4.0%
宮城県	84	17	20.2%	12	14.3%
山形県	41	6	14.6%	5	12.2%
岩手県	51	14	27.5%	10	19.6%
秋田県	32	6	18.8%	3	9.4%
青森県	39	10	25.6%	5	12.8%
茨城県	109	30	27.5%	19	17.4%
栃木県	82	10	12.2%	8	9.8%
新潟県	96	17	17.7%	8	8.3%

- 大規模小売店舗立地法の新設届出(H24～30年度)(経産省)を基に作成。(H30.10末現在)(取り下げされたものは除く)

【参考】イオンモールいわき小名浜出店後の周辺の状況について

雇用

- 当初、イオンモールの従業員としては、前職が販売やサービス業の方の雇用が大多数を占めると予想されていたが、実際には、販売、製造、医療、飲食、サービスなど、幅広い業種からの雇用となった。
- 一時、時給の高いところに人が流れるという状況は見られたようだが、周辺地域も含め販売やサービス業を中心として、従業員不足は大きな問題にはなっていない。
- オープンから半年程経った現在は、イオンモール関係の雇用は落ち着いている。



(出典: イオンモールいわき小名浜HP)

商業

- 平地区では、影響は少ないようであるが、休日は小名浜地区に人が流れている状況が見られる。
- 小名浜地区では、物販、アパレル関係は来店客が減少したという声も聞かれる。飲食店については、来店客が増加した店もある一方、減少した店もある模様。
- イオンモールへの来訪者は、イオンモールより海側に流れる傾向があり、当初期待されていたまちなか(陸側)への回遊はまだ現実のものとはなっていない。
- 現在、いわき商工会議所において、いわき市内の小売業や飲食業等を営む事業者を対象に、イオンモールいわき小名浜出店後の影響調査(アンケート)を実施しており、今後、調査結果が公表される予定。

交通

- オープン以降、土日を中心に、周辺の交通量は大幅に増加している。
- オープン当初、特に土日においては、鹿島街道のイオンモール入口付近などにおいて、渋滞の発生が見られた。
- オープンから半年程経った現在は、土日でも渋滞することは少なくなっているが、アクアマリンパークでイベントが実施される際などは、駐車場の不足や渋滞の発生もある状況。
- また、800台を超える公共駐車場がアクアマリンパーク周辺で整備中(一部整備済み)であり、新たな公共駐車場が整備されれば、混雑解消も期待できると思われる。

地元商店街との連携

- イオンモールから既存市街地に続く「汐風竹町通り」では、まちづくり会社が立ち上がり、空き店舗を活用した事業を行うなど、イオンモールとまちなかの回遊性を図るための取組が始まっている。
- また、イオンモールの呼びかけで、仮装をした子どもたちが対象店舗を訪れるとお菓子がもらえるハロウィンイベントに、地元商店街の店舗が参加。約100名の子どもたちが商店街を訪れた。
- 今後も、地元の商店とイオンモールが協力して、来訪者にまちなかを回遊してもらうためのイベント等を計画する予定。

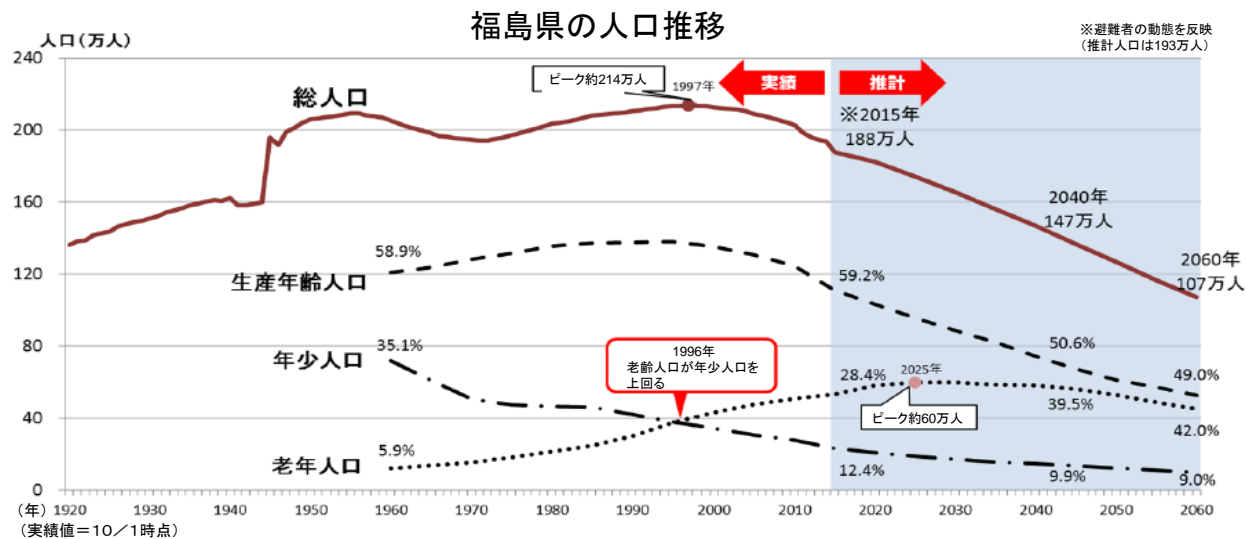


汐風竹町通り
(出典: いわき市HP)

5. 特定小売商業施設の立地の誘導及び抑制に関する主な社会経済情勢の変化

【人口減少・少子高齢化】

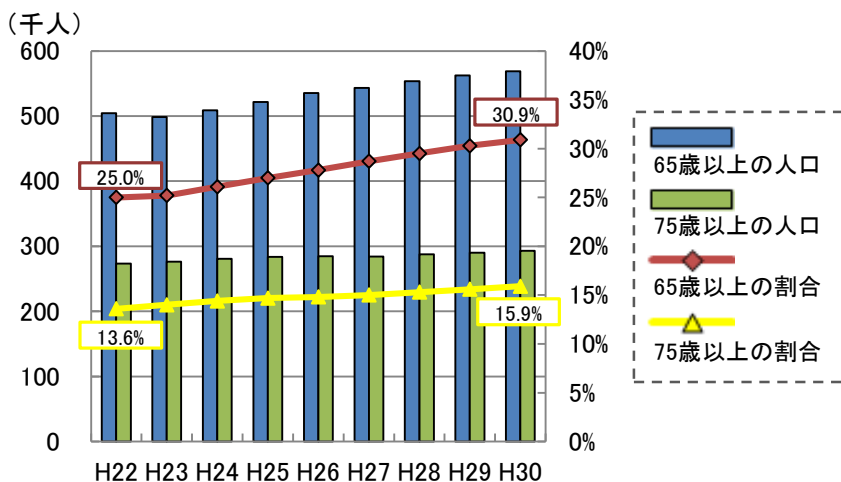
○ 本県では、平成9年頃をピークに人口減少に転じており、今後も、生産年齢人口や年少人口の割合が減り、老年人口の割合が増えるなど、人口構成が変化しながら人口減少が続くことが予想される。



※1 総務省統計局「国勢調査」を基に、2015年以降、避難者の動態予測を含めて福島県が独自に推計。
 ※2 避難者の動態予測を含めた推計については、避難者を対象とした意向調査の回答等を基に独自推計したもの。帰還率は意向調査による「戻る意志がある人」の100%、「判断に迷う人」の50%が帰還するものと仮定。当該人口推計は、基準年を2015年とし、国勢調査結果等を基にした生残率・純移動率・出生率を用いて、コーホート要因法(※3)により将来人口を推計。
 ※3 基準年の男女別・5歳階級別人口に生残率・純移動率を乗じて、5年後の人口を求める。
 新たに生まれる人口は、出生率から求めた出生数に生残率・純移動率を乗じ、5年後の0～5歳人口として組み入れる。

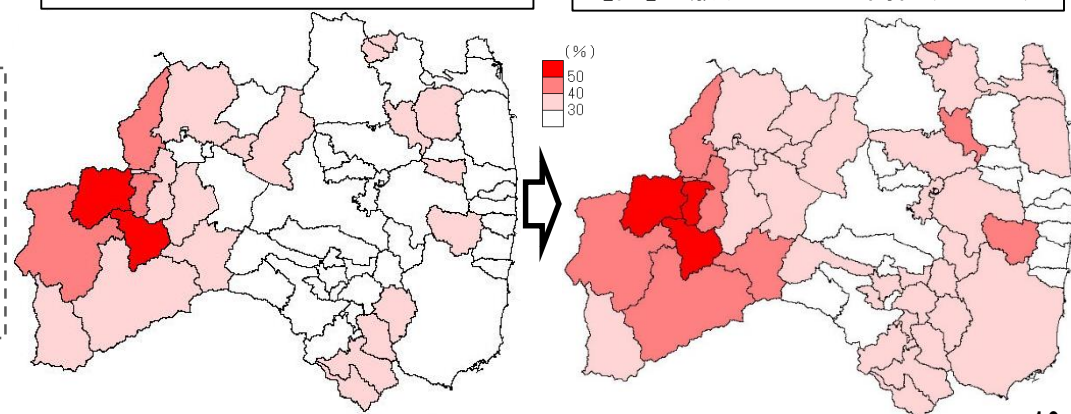
(出典: 福島県人口ビジョン (H27.11))

福島県の高齢化の状況



【図】65歳以上の人口割合 (H22.11)

【図】65歳以上の人口割合 (H30.11)

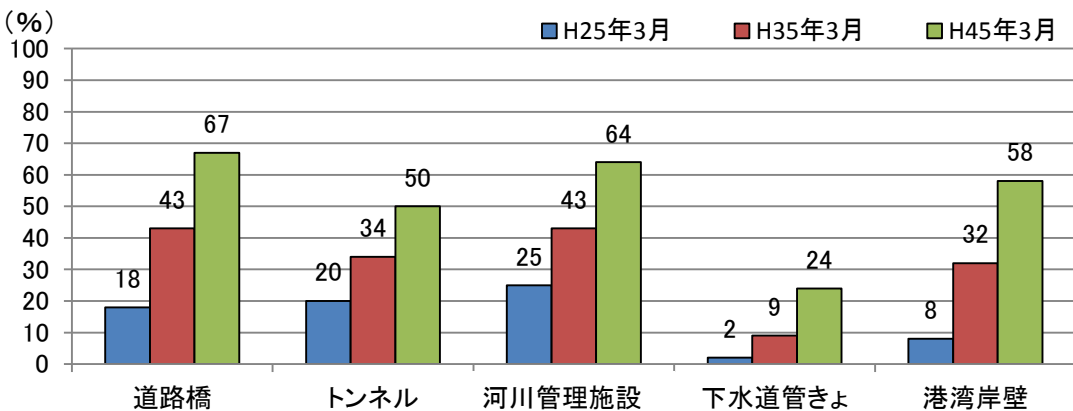


○福島県現住人口調査月報(各年11月1日現在)を基に作成。

【インフラ施設等の更新費用】

○ 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し、市町村における公共施設、インフラ施設に係る将来の更新費用も増加する見込みで、厳しい財政負担が予想される。

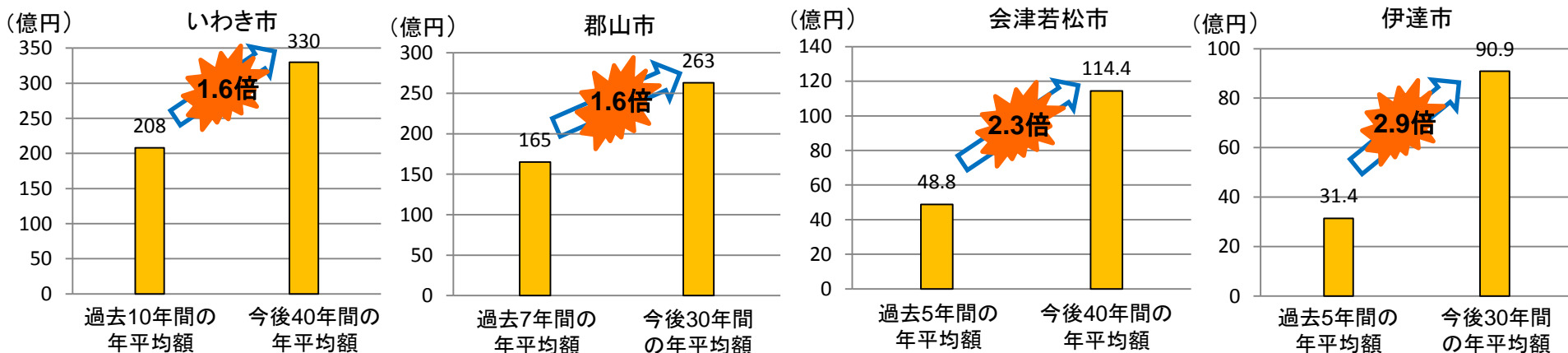
建設後50年以上経過する社会資本の割合(全国)



注1) 建設年度不明橋梁の約30万橋については、割合の算出にあたり除いている。
 注2) 建設年度不明トンネルの約250本については、割合の算出にあたり除いている。
 注3) 国管理の施設のみ。建設年度が不明な約1,000施設を含む。(50年以内に整備された施設については概ね記録が存在していることから、建設年度が不明な施設は約50年以上経過した施設として整理している。)
 注4) 建設年度が不明な約1万5千kmを含む。(30年以内に布設された管きよについては概ね記録が存在していることから、建設年度が不明な施設は約30年以上経過した施設として整理し、記録が確認できる経過年数毎の整備延長割合により不明な施設の整備延長を按分し、計上している。)
 注5) 建設年度不明岸壁の約100施設については、割合の算出にあたり除いている。

○ 「平成28年度国土交通白書」を基に作成。

公共施設、インフラ施設の更新費用(現状と将来見込み額の比較)



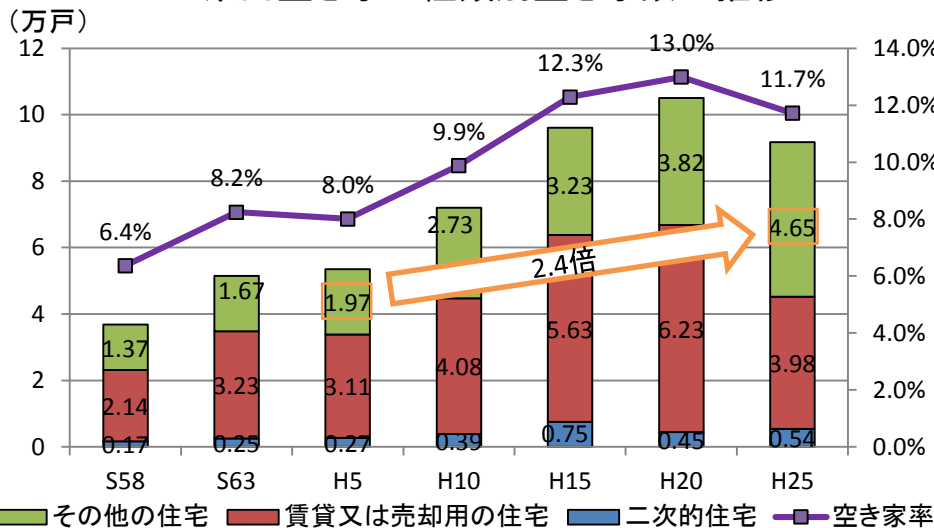
○ 「いわき市公共施設等総合管理計画(H29.2)」、「郡山市公共施設等総合管理計画(H28.3)」、「会津若松市公共施設等総合管理計画(H28.8)」、「伊達市公共施設等総合管理計画(H27.12)」を基に作成。平成29年2月末現在で公共施設等総合管理計画策定済みの市について掲載。

○ 公共施設には、学校、公民館、図書館、保育所、公営住宅等を含む。インフラ施設には、道路、橋、上下水道等を含む。

【都市のスポンジ化】

○ 人口減少等の急速な進行に伴い、空き家、空き地、空き店舗等は増加しており、都市の密度が低下することで、サービス産業の生産性低下、行政サービスの非効率化、まちの魅力やコミュニティの希薄化など、様々な影響が懸念されている。

県内空き家の種類別空き家数の推移



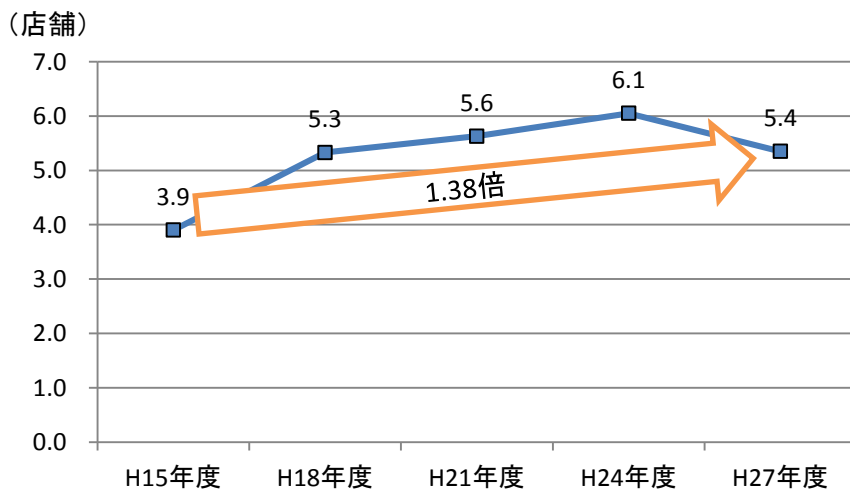
○ 住宅・土地統計調査(総務省)を基に作成。

【空き家の種類等】

二次的住宅: 別荘及びその他(たまに寝泊まりする人がいる住宅)
 賃貸用又は売却用の住宅: 新築・中古を問わず、賃貸又は売却のために空き家になっている住宅
 その他の住宅: 上記の他に人が住んでいない住宅で、例えば、転勤・入院などのため居住世帯が長期にわたって不在の住宅や建て替えなどのために取り壊すことになっている住宅など
 空き家率: 空き家数/住宅総数

※平成25年については、原子力災害の影響により避難地域等に設定されている地域は調査対象から除外されている。檜葉町、富岡町、大熊町、双葉町、浪江町、葛尾村、飯館村は全地域が調査対象外。田村市、南相馬市、川俣町、広野町、川内村は、一部地域が調査対象外。

全国の商店街における平均空き店舗数の推移



○ 全国の空き店舗数、平均空き店舗数の推移については、商店街実態調査(中小企業庁)を基に作成。

この調査における「空き店舗」とは、以前は店舗であったものが、現状空きスペース(空き地、空きビル、空き倉庫等)になっているもの。

【東北6県の小売商業環境の変化】

- 本県は、条例による郊外部への大型店の立地抑制の影響もあり、店舗面積の減少率は最も高い。
- 一方で、販売額は宮城県に次いで増加率が高い。

■青森県

	事業所	従業者 (人)	販売額 (百万円)	面積 (㎡)
H19	15,155	88,330	1,439,959	1,918,124
H24	12,738	80,192	1,229,974	1,751,398
対H19比	-15.9%	-9.2%	-14.6%	-8.7%
H28	12,183	80,936	1,471,523	1,698,643
対H19比	-19.6%	-8.4%	2.2%	-11.4%

■岩手県

	事業所	従業者 (人)	販売額 (百万円)	面積 (㎡)
H19	14,721	82,746	1,319,816	1,827,616
H24	12,348	76,362	1,188,093	1,602,028
対H19比	-16.1%	-7.7%	-10.0%	-12.3%
H28	11,909	78,557	1,408,865	1,637,684
対H19比	-19.1%	-5.1%	6.7%	-10.4%

■秋田県

	事業所	従業者 (人)	販売額 (百万円)	面積 (㎡)
H19	13,009	72,091	1,140,430	1,601,129
H24	11,097	66,044	1,011,029	1,430,307
対H19比	-14.7%	-8.4%	-11.3%	-10.7%
H28	10,307	65,410	1,156,349	1,402,508
対H19比	-20.8%	-9.3%	1.4%	-12.4%

■宮城県

	事業所	従業者 (人)	販売額 (百万円)	面積 (㎡)
H19	22,056	155,875	2,531,787	3,295,157
H24	17,920	134,756	2,198,649	2,663,091
対H19比	-18.8%	-13.5%	-13.2%	-19.2%
H28	18,461	142,623	2,900,847	2,906,286
対H19比	-16.3%	-8.5%	14.6%	-11.8%

■山形県

	事業所	従業者 (人)	販売額 (百万円)	面積 (㎡)
H19	13,710	74,401	1,222,199	1,703,001
H24	12,047	68,918	1,077,527	1,525,026
対H19比	-12.1%	-7.4%	-11.8%	-10.5%
H28	11,343	67,267	1,197,929	1,485,793
対H19比	-17.3%	-9.6%	-2.0%	-12.8%

■福島県

	事業所	従業者 (人)	販売額 (百万円)	面積 (㎡)
H19	21,255	125,606	2,038,908	2,747,602
H24	17,665	109,069	1,703,976	2,323,262
対H19比	-16.9%	-13.2%	-16.4%	-15.4%
H28	17,042	112,699	2,183,996	2,292,793
対H19比	-19.8%	-10.3%	7.1%	-16.6%

○ 商業統計調査(H19)及び経済センサス活動調査(H24、H28)を基に作成。
 ○ 事業所:事業所数 従業者:従業者数 販売額:年間商品販売額 面積:売場面積 売場効率:年間商品販売額/売場面積
 ○ 従業者数は、H19年、H28年は6月1日現在、H24年は2月1日現在の従業者数。年間商品販売額はH19年はH18.4.1~H19.3.31、H24年はH23.1.1~H23.12.31、H28年はH27.1.1~H27.12.31の期間の販売額。
 ○ 平成24年は、檜葉町、富岡町、大熊町、双葉町、浪江町、葛尾村、飯館村(7町村)が対象外となっている。(=事業所数等ゼロ)
 ○ 平成28年は、大熊町、双葉町、葛尾村、飯館村(4町村)が対象外となっている。(=事業所数等ゼロ)

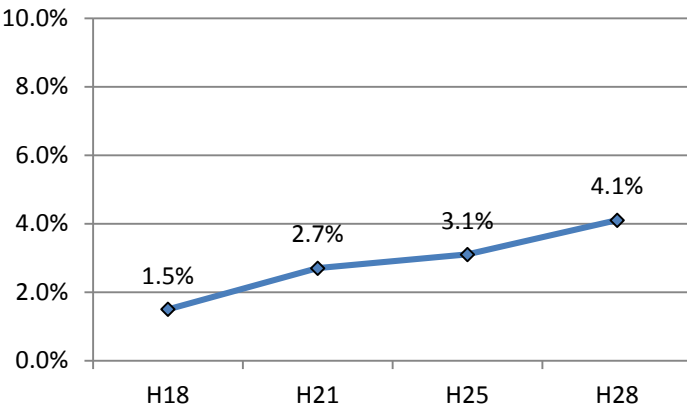
【参考】

赤字の太字は、最も減少率が低い、又は、増加率が高いもの
 赤字は、2番目に減少率が低いもの
 青地の太字は、最も減少率が高いもの
 青地は、2番目に減少率が高いもの

【消費購買の動向】

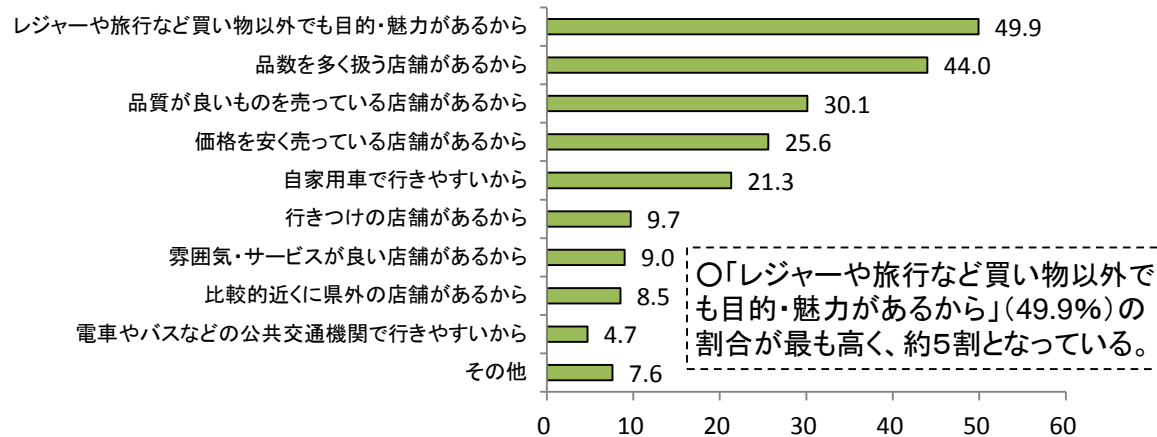
- 県全体の県外への流出は増加傾向であり、頻度については、特に20代で高くなっている。
- 県外に買い物に行く理由としては、「レジャーや旅行など買い物以外でも目的・魅力があるから」が最多。
- 一方で、日常の消費生活に対する「安心傾向」は、増加傾向となっている。

1. 県全体の消費の県外流出率



○ 「第16回消費購買動向調査(平成28年度)」を基に作成。

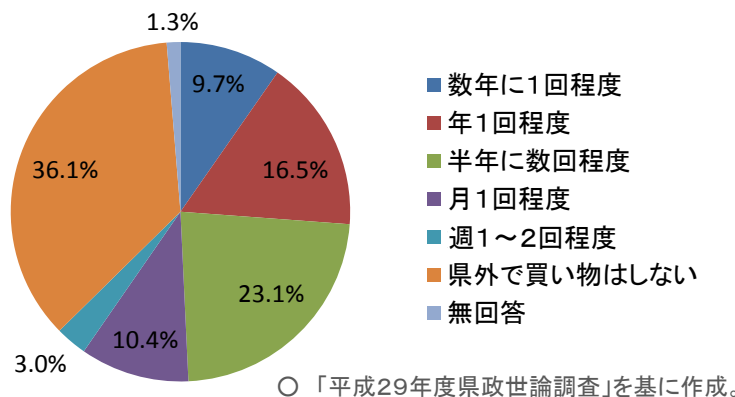
3. 県外に買い物に行く理由(複数回答可)



○「レジャーや旅行など買い物以外でも目的・魅力があるから」(49.9%)の割合が最も高く、約5割となっている。

○ 「平成29年度県政世論調査」を基に作成。

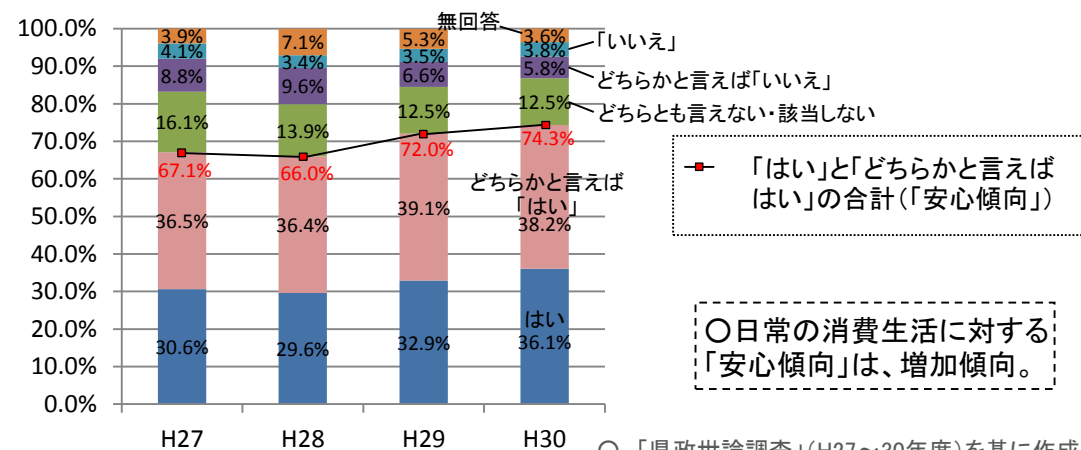
2. 県外に買い物に行く頻度



○ 「平成29年度県政世論調査」を基に作成。

- 「半年に数回程度」と「月1回程度」の割合は、20代で高くなっている。(それぞれ53.2%、25.5%)
- 「県外で買い物はしない」の割合は70歳以上(59.3%)で高くなっている。

4. 食品や日用品など、消費生活に関して不安がなく、安心して暮らしているか。



■ 「はい」と「どちらかと言えば「はい」の合計(「安心傾向」)

○ 日常の消費生活に対する「安心傾向」は、増加傾向。

○ 「県政世論調査」(H27~30年度)を基に作成。

※消費購買動向調査は、県内全ての公立中学校の第1学年に属する生徒の世帯25,000世帯を対象に実施。回答者の多くが30代、40代の女性となっている。
※県政世論調査は、無作為抽出した県内満15歳以上の男女個人1,300人を対象に実施。

6. 商業まちづくりに関するアンケート結果

県民アンケート

【調査対象】

県内在住の満18歳以上の男女2,500名

【抽出方法】

層化二段無作為抽出

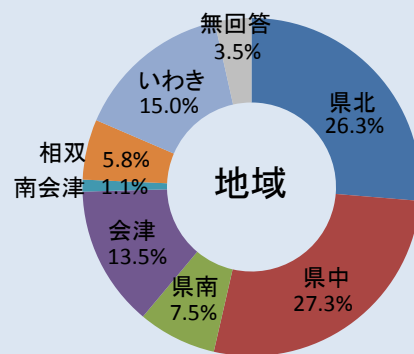
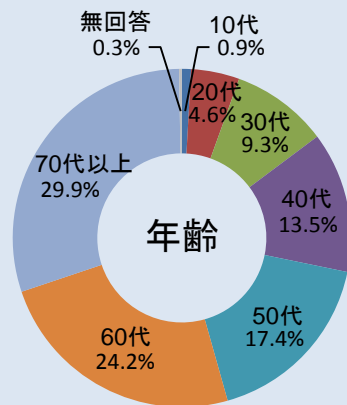
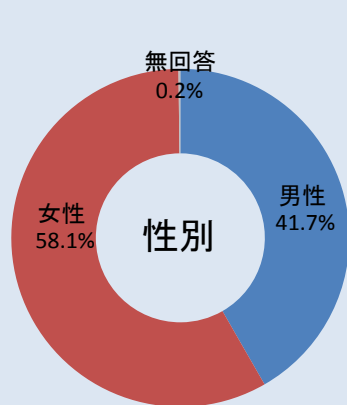
【調査方法】

郵送調査

【有効回収数】

1,144名(回収率45.8%)

【有効回答者の内訳】



市町村アンケート

【調査対象市町村】

県内59市町村

【回答市町村数】

59市町村(回答率100%)

商工関係団体アンケート

【調査対象団体】

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)
合計 124団体

【回答団体数】

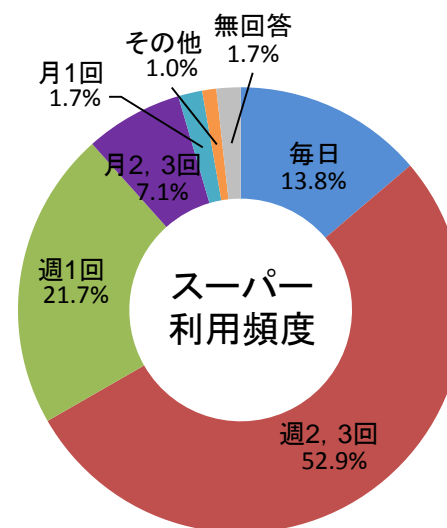
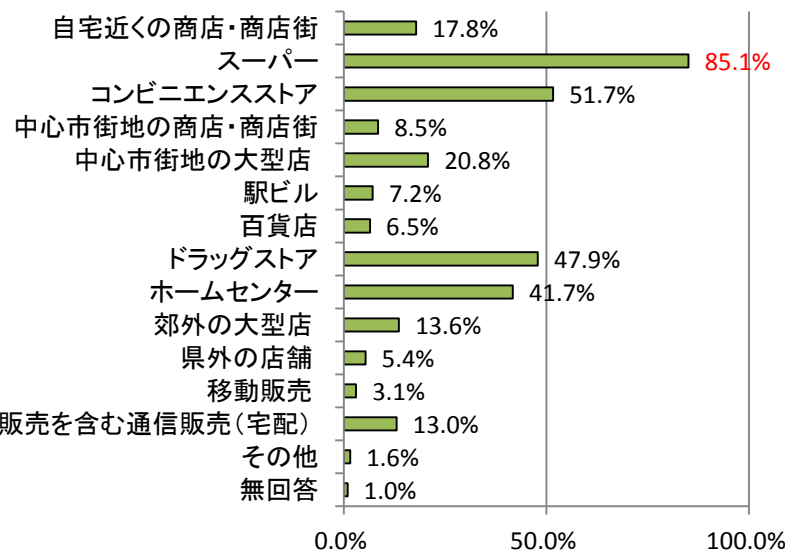
109団体(回答率87.9%)

特定小売商業施設の立地の誘導及び抑制に関する事項について

1. 日常生活の買い物(食料品や日用品)の際に、特によく利用するものはどれか。(3つまで選択可) また、どのくらいの頻度で利用するか。

【県民アンケート】

※赤字が最多

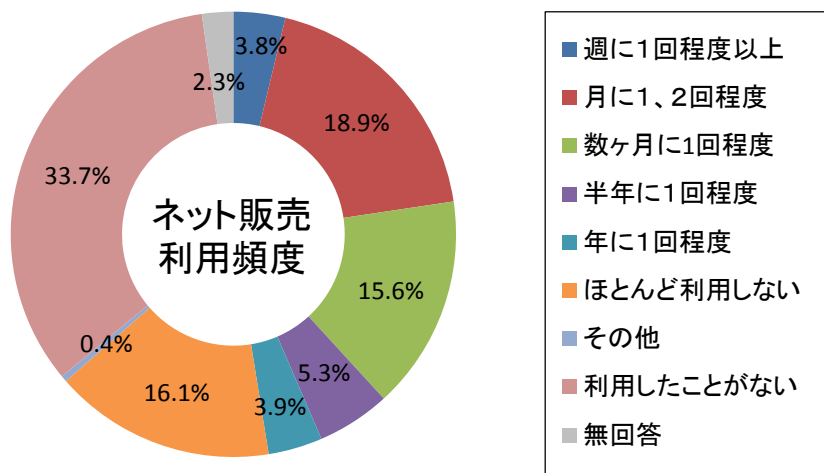


○日常生活の買い物の際に利用する施設は「スーパー」が最も多い。

○「スーパー」を利用する頻度は、「週2, 3回」が最も多く、次いで「週1回」が多い。

2. 食料品や日用品、それ以外の買い物も含めて、インターネット販売をどのくらいの頻度で利用するか。

【県民アンケート】



○インターネット販売の利用頻度は、「利用したことがない」が最も多く、3割を越えている。

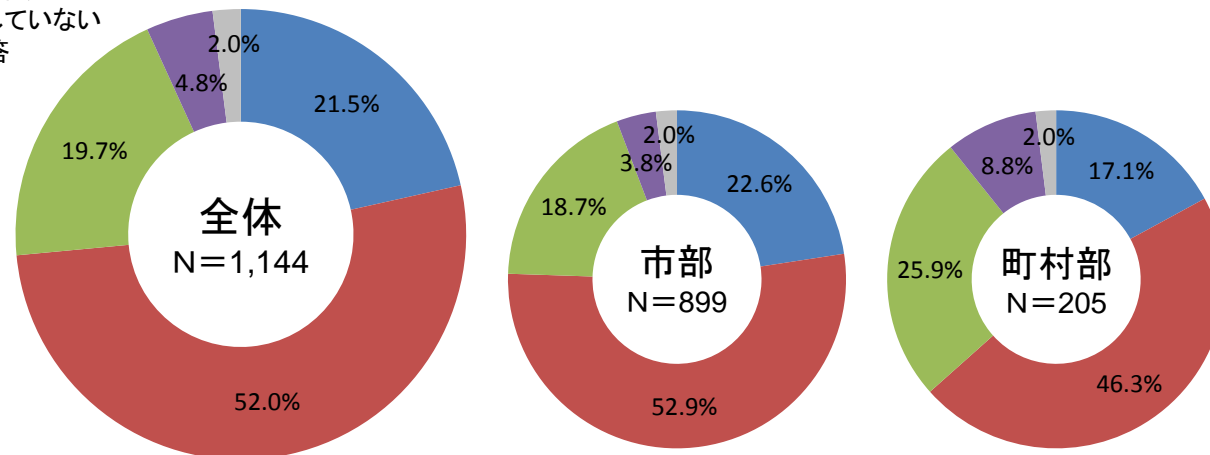
○回答者の半数以上を占める60代と70歳以上については、それぞれ40.4%、59.1%が「利用したことがない」と回答(最多)。「ほとんど利用しない」と合わせるとそれぞれ59.6%、75.4%にも上る。

○50代以下は、「月に1, 2回程度」が最も多く、10代が30%、20代が30.2%、30代は33%、40代は35.7%、50代は23.6%となっている。

3-1. 現在の買い物環境(日常生活の買い物の場)に満足しているか。

【県民アンケート】

- 満足している
- ある程度満足している
- あまり満足していない
- 満足していない
- 無回答



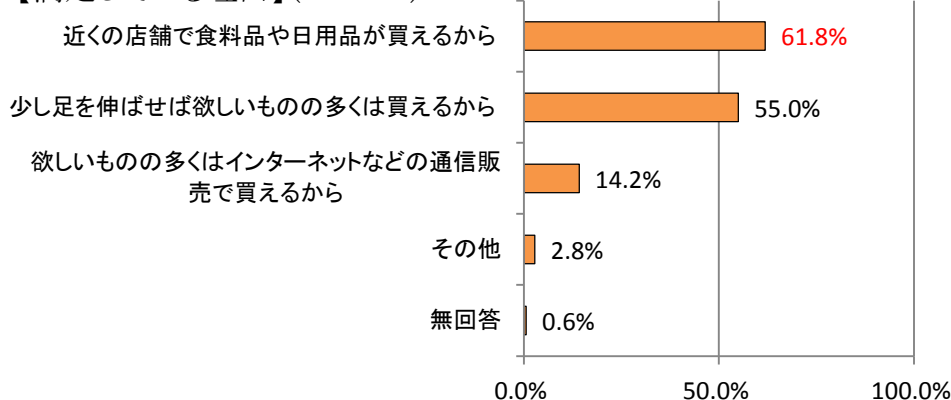
○県民の21.5%が買い物環境に「満足している」、52%が「ある程度満足している」と回答しており、合わせて73.5%が満足傾向となっている。

○市部と町村部に分けると、市部の75.5%、町村部の63.4%が満足傾向となり、町村部の方が1割以上満足傾向が低い。

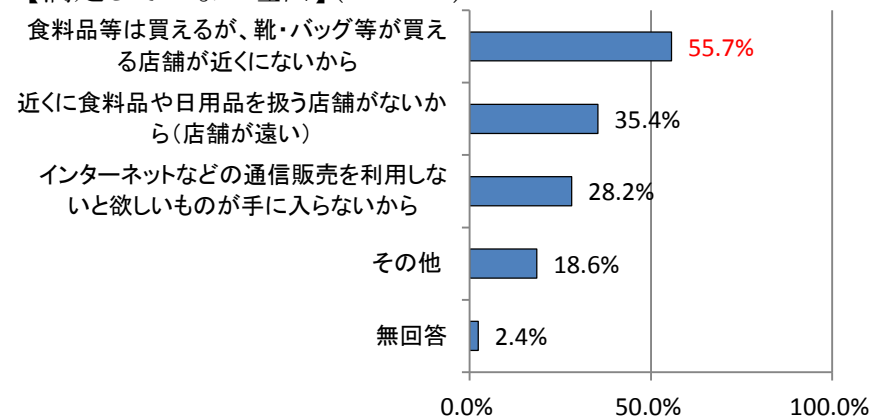
3-2. 現在の買い物環境(日常生活の買い物の場)に満足している理由、満足していない理由。

【県民アンケート】

【満足している理由】(N=846)



【満足していない理由】(N=291)



※赤字が最多

○満足している理由は、「近くの店舗で食品や日用品が買えるから」が最多。

○満足していない理由は、「食品等は買えるが、靴・バッグ等が買える店舗が近くにないから」が最多。
○町村部は、「近くに食品や日用品を扱う店舗がないから(店舗が遠い)」の割合が約47%と比較的高い。(市部は約33%)

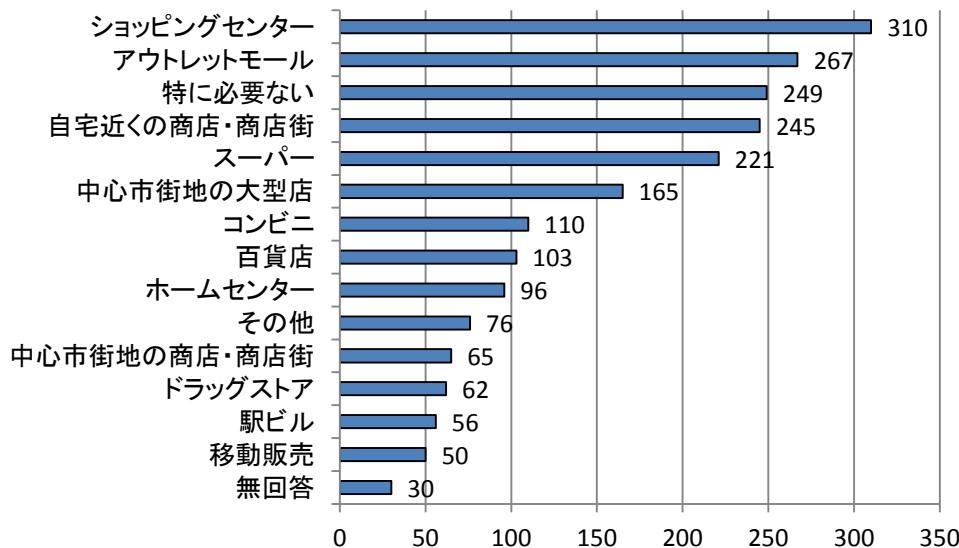
特定小売商業施設の立地の誘導及び抑制に関する事項について

4. 買い物する上で、新たにどのようなものができたらよい(又は既存の店舗・施設が充実すればよい)と思うか。

(3つまで選択可)

【県民、市町村、商工関係団体アンケート】

【県民アンケート】(N=1,114)



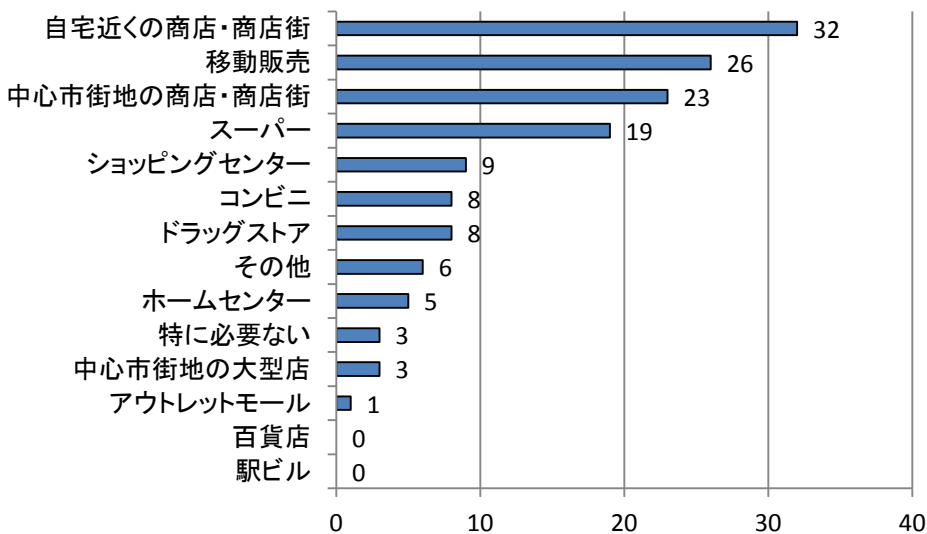
【県民】

○「ショッピングセンター」、「アウトレットモール」が多い一方、「自宅近くの商店・商店街」、「スーパー」も上位。
○「特に必要ない」は3番目に多い。

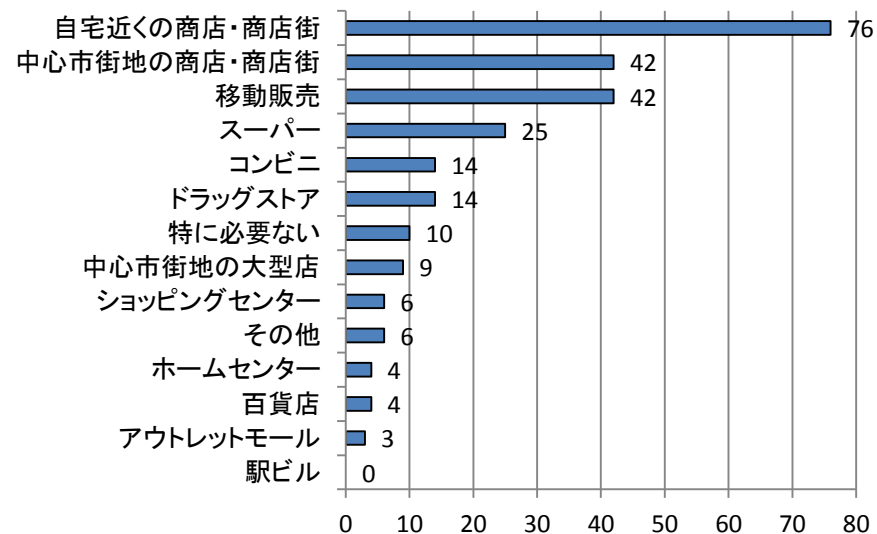
【市町村・商工関係団体】

○「自宅近くの商店・商店街」、「中心市街地の商店・商店街」、「移動販売」、「スーパー」が上位。
○「ショッピングセンター」、「アウトレットモール」は県民と比較すると下位になっている。

【市町村アンケート】(N=59)



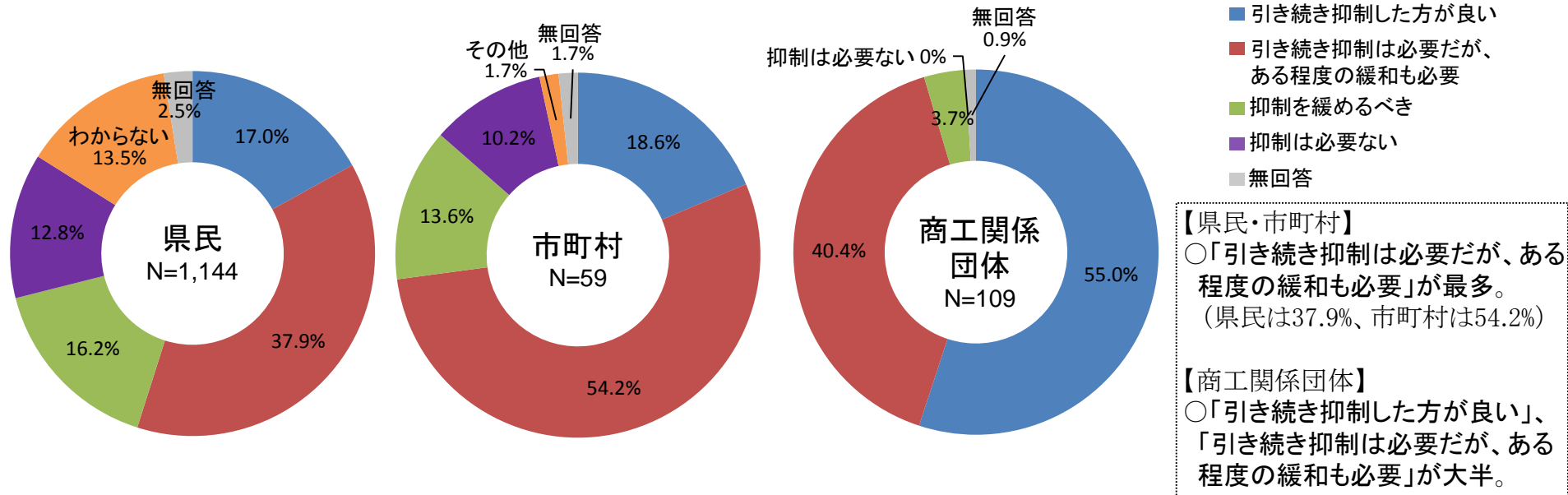
【商工関係団体アンケート】(N=109)



特定小売商業施設の立地の誘導及び抑制に関する事項について

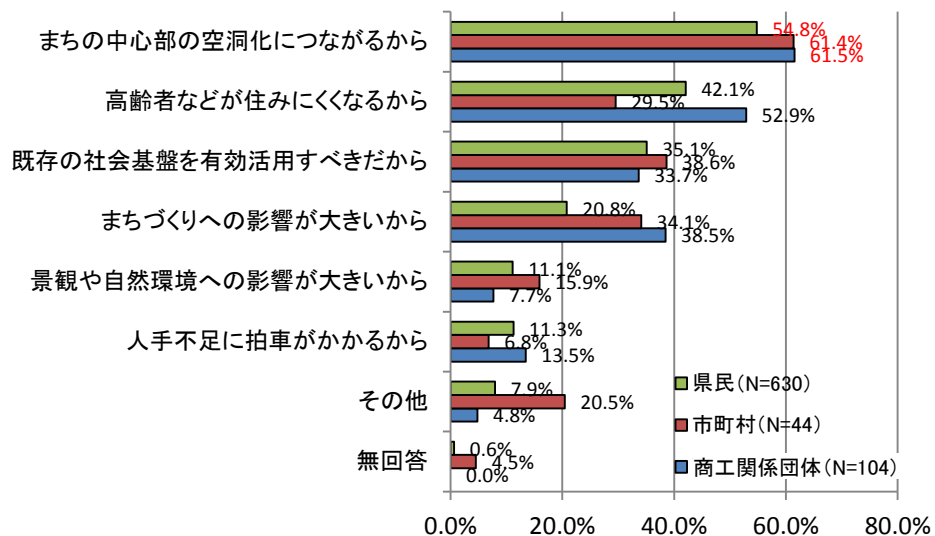
5-1. 郊外への大型店の立地を抑制することについてどう考えるか。

【県民、市町村、商工関係団体アンケート】



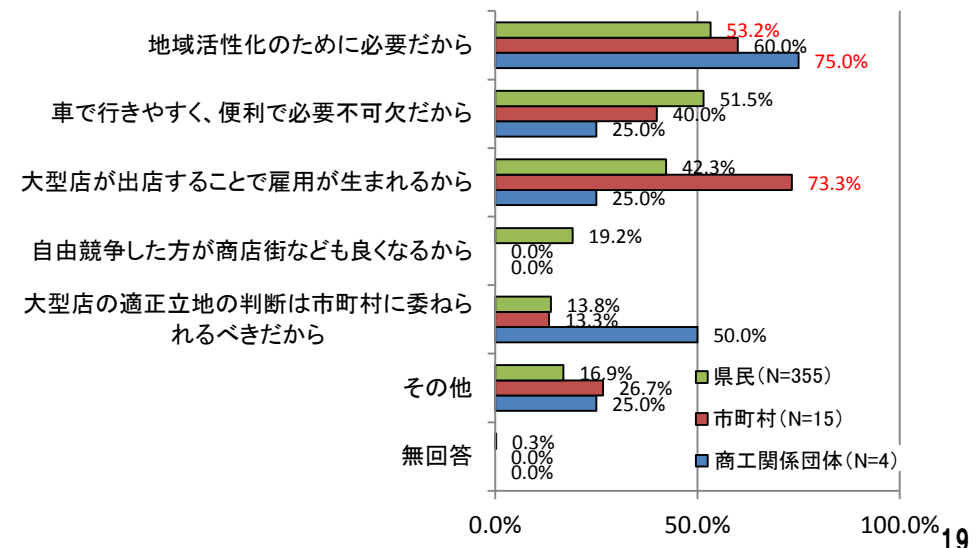
5-2. 郊外への大型店の立地抑制について、必要だと思う理由、緩和すべき又は必要ないと思う理由。

【抑制が必要だと思う理由】



【抑制を緩和すべき又は必要ないと思う理由】

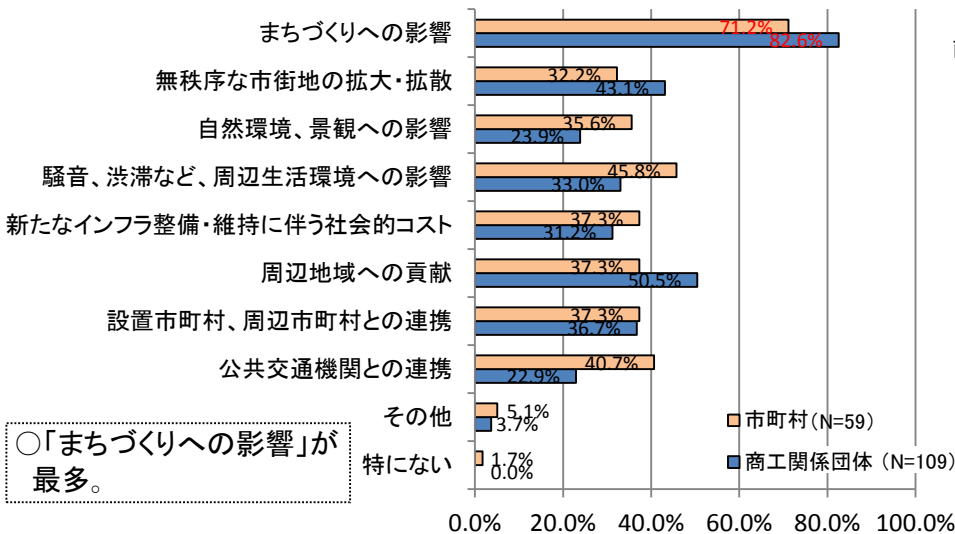
※赤字が最多



特定小売商業施設の立地の誘導及び抑制に関する事項について

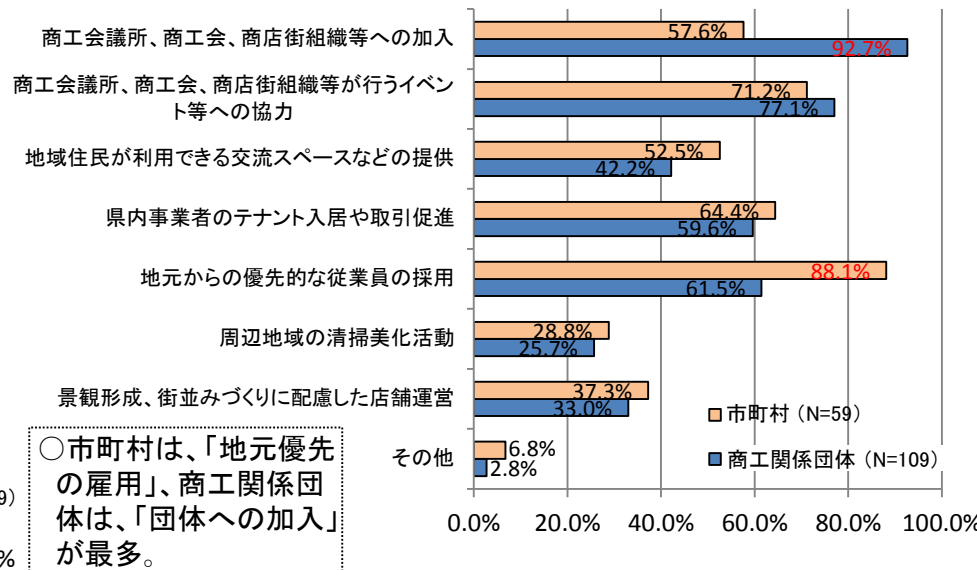
6. 新たな店舗、特に大型店を設置するに当たっては、どのようなことを考えなくてはならないと考えるか。(複数回答可)

【市町村、商工関係団体アンケート】



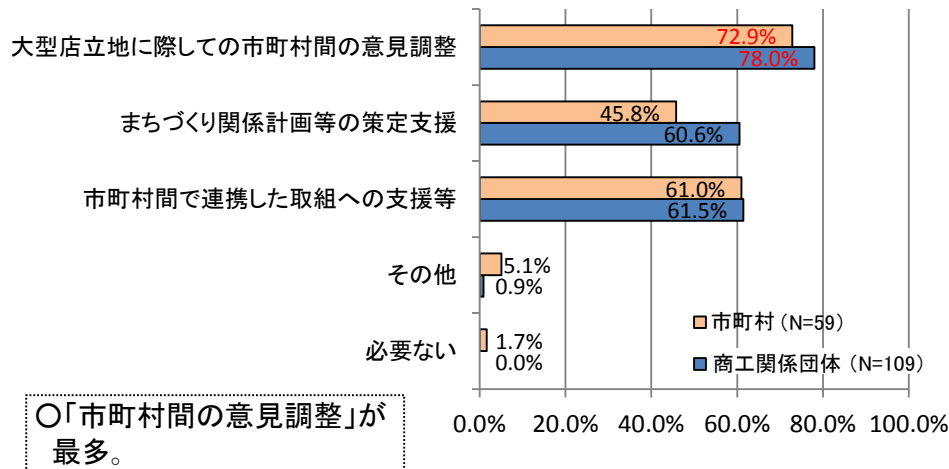
7. 大型店に対して、どのような地域貢献活動を期待するか。(複数回答可)

【市町村、商工関係団体アンケート】



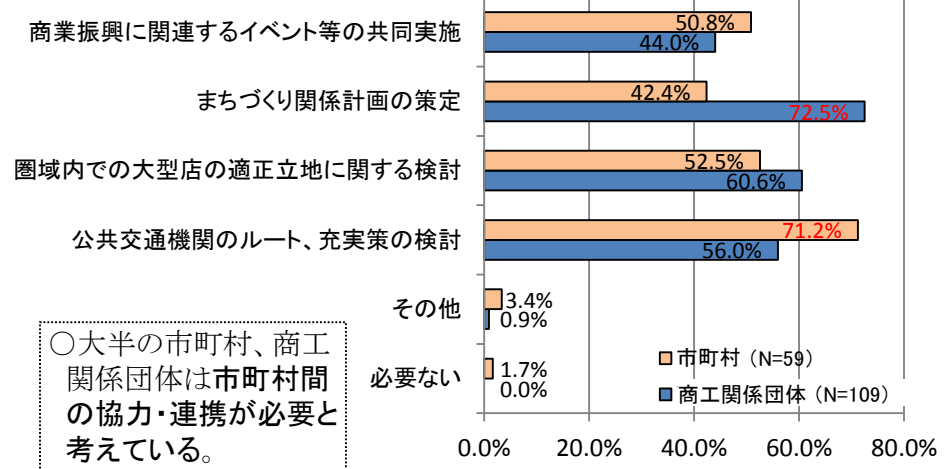
8. 大型店の立地に関連して、どのような点において、県の広域的な調整・支援・協力が必要だと考えるか。(複数回答可)

【市町村、商工関係団体アンケート】



9. 商業まちづくりにおける圏域での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。(複数回答可)

【市町村、商工関係団体アンケート】



7. 見直しの方向性

まとめ

【コンパクトなまちづくりに関する国の施策】

- 条例制定後、人口減少、超高齢社会を踏まえた「まちづくり三法」等の見直しが行われ、**都市計画法によるゾーニングの強化や広域調整の手続きが整備**され、国の「**選択と集中**」による**中心市街地活性化支援**が行われるとともに、医療・福祉施設、商業施設や住居等の適正立地と公共交通ネットワーク等の再構築を図る「**コンパクト・プラス・ネットワーク**」の**まちづくりが促進**されている。
- また、圏域内の市町村が連携して役割分担をすることで、必要な都市機能を確保し、圏域内の全ての地域に必要な機能を享受することを可能とする「**連携中枢都市圏**」など、**広域連携の取組が促進**されている。

【県内の社会経済情勢の変化】

- 人口減少、少子高齢化の急速な進展を背景に、空き家、空き店舗等の増加、将来のインフラ施設の更新費用等の増加など、まちづくりの課題が深刻化しており、**市町村間の広域的な連携の必要性が高まっている**。
- 商業環境としては、特定小売商業施設の郊外立地が抑制されている中、**県全体の商品販売額の増加率は比較的高い水準**となっている一方、**若い世代を中心とした消費の県外流出が増加傾向**となっている。

【商業まちづくりに関する県民、市町村、商工関係団体の考え】

- 県全体では、**買い物環境に満足している方(満足傾向)が7割を超えている**一方、**町村部では、1割程度低く、満足でない理由として「食料品等が買える店が近くにない」**が比較的多いことから、**日常的な買い物の場も充分でないと感じている方が多い**と考えられる。
- また、郊外部への大型店の立地抑制については、**県民、市町村とも「引き続き抑制は必要だが、ある程度の緩和も必要」が最多**である一方、商工関係団体等は、「引き続き抑制した方が良い」が最多となっている。

検討内容

- 今後も人口減少、少子高齢化が進展することを踏まえれば、「持続可能な歩いて暮らせるまちづくり」の推進は重要であることから、特定小売商業施設の立地にあたっては、**引き続き、郊外部への立地を抑制し、人口や都市機能が集積されている地域へ誘導するという基本的な考え方に基づき、広域的な観点から立地調整を行う**。
- コンパクトなまちづくりに関する国の施策や法改正、社会経済情勢、アンケート結果等を踏まえ、**誘導地域等に関する具体的な要件について検討する**。
- アンケート結果における町村部の買い物環境の満足度(市部より低い)や郊外部への大型店の立地抑制に関する県民等の意見などを踏まえ、**条例の届出対象となる大型店の範囲を検討する**。