二本松市商業まちづくり基本構想

二　本　松　市

目　　次

１．商業まちづくり基本構想とは・・・・・・・・・・・・・・　１
（１）二本松市商業まちづくり基本構想の趣旨・・・・・・　１
（２）基本構想の位置づけ・・・・・・・・・・・・・・・・　２

２．二本松市の現状と商業まちづくりの推進上の問題点・・・　３
（１）二本松市の現状・・・・・・・・・・・・・・・・・・　３
（２）商業まちづくりの推進上の問題点・・・・・・・・・・　７

３．商業まちづくりの推進に係る基本的な方針・・・・・・・　８
（１）商業まちづくりの基本的視点・・・・・・・・・・・・　８
（２）商業まちづくりの基本的方向・・・・・・・・・・・・　９

４．小売商業施設の誘導及び抑制を図る地区に関する事項・・　１０
（１）小売商業施設の立地の基本的考え方・・・・・・・・・　１０
（２）小売商業施設の誘導を図る地区に関する事項・・・・　１２
（３）小売商業施設の抑制を図る地区に関する事項・・・・　１７
（４）小売商業施設の適正配置における例外的措置・・・・　１８
（５）土地利用関係法令との連携・・・・・・・・・・・・・　１８

５．商業まちづくりの推進のための施策に関する事項・・・・　１９
（１）商業機能の適正な配置を図るための施策・・・・・・　１９
（２）小売商業施設の適正な立地の推進に向けた誘導手法・　２０

６．その他商業まちづくりの推進に関し必要な事項・・・・・　２２
（１）その他商業まちづくりの推進のための事業・・・・・　２２
（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　２２

１　商業まちづくり基本構想とは

商業まちづくり基本構想とは、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）の“市町村は、商業まちづくり基本方針に基づき、市町村の区域内における商業まちづくりの推進に関する基本的な構想を定めることができる”という規定に基づいて策定する構想で、本市における商業まちづくりの推進のための基本的な方針を示し、市域全体を対象とした適正な土地利用と商業の振興を一体的に取り組むための“小売商業の視点”からの将来のまちづくりに関する構想です。

（１）二本松市商業まちづくり基本構想策定の趣旨

本市の総人口は将来的に減少していくことが見込まれ、高齢化社会もますます進行することが見込まれています。

また一方で、近年、商業を取り巻く環境は、都市の拡散及び商業機能の郊外化が進み、既存商店・商店街の衰退が問題となっています。

このまま小売商業施設の無秩序な郊外立地と大型化が続けば、人口減少社会により、地域全体の売上が落ちている中で、近い将来、経営が立ち行かなくなる可能性もあり、閉店や撤退による空き店舗や大規模跡地が周辺環境へ悪影響を及ぼすことも懸念されます。

さらに、小売商業施設の郊外立地は、自動車を利用することができない高齢者や子供などにとっては郊外店までのアクセスが不自由となることから、これからのまちづくりにおいては、身近な場所で買い回りができるよう、『歩いて暮らせるコンパクトなまちづくり』を進めていく必要があります。

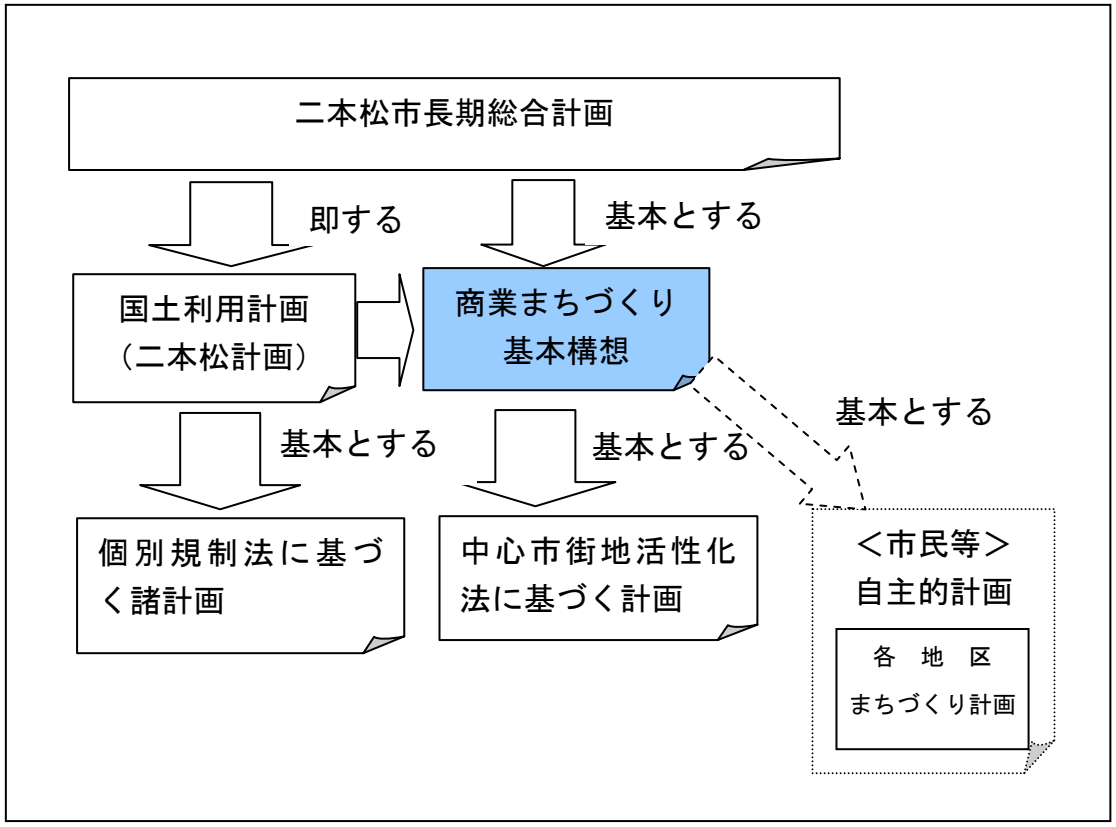
『歩いて暮らせるコンパクトなまちづくり』のためには、これまで商店及び商店街が中心となって育んできた、地域コミュニティーや文化の中心で、周辺部からも公共交通機関で容易にアクセス可能な『まちなか』に、都市機能や商業機能を集積させ、魅力や賑わいのあるまちづくりを進める必要があります。

本市では、「二本松市商業まちづくり基本構想」を策定し、市民・商業者・市が連携・協働しながら商業の振興と適正な土地利用を一体的に取り組んでまいります。

（２）基本構想の位置づけ

①既存計画との関係

・　「二本松市商業まちづくり基本構想」は、本市の将来のまちづくりの全体像を示す「二本松市長期総合計画」と「二本松市国土利用計画」を上位計画とし、小売商業の視点から将来のまちづくりを明らかにするための構想で、「中心市街地活性化基本計画」や各地区におけるまちづくり計画の基本となるものです。



②対象地域

・二本松市全域とします。

③期　間

・本構想の目標期間は平成２６年３月までとします。

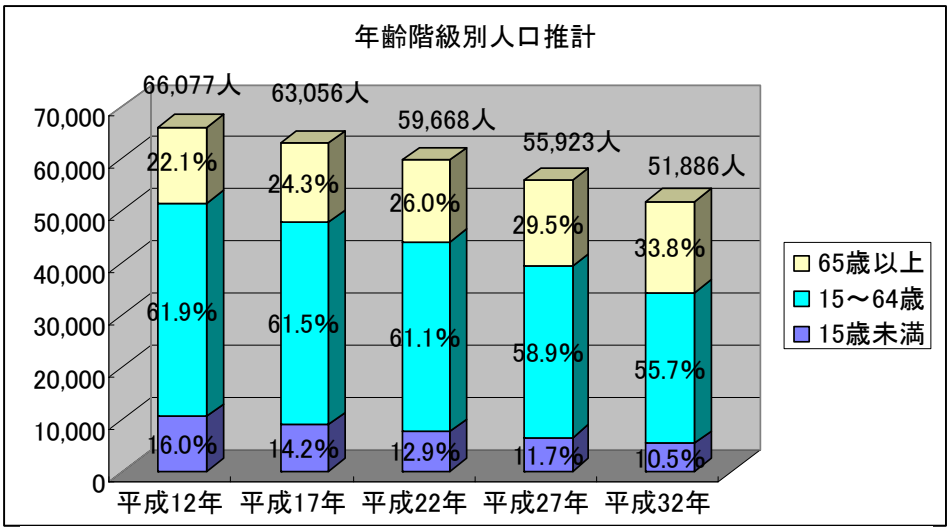
２　二本松市の現状と商業まちづくりの推進上の問題点

（１）二本松市の現状

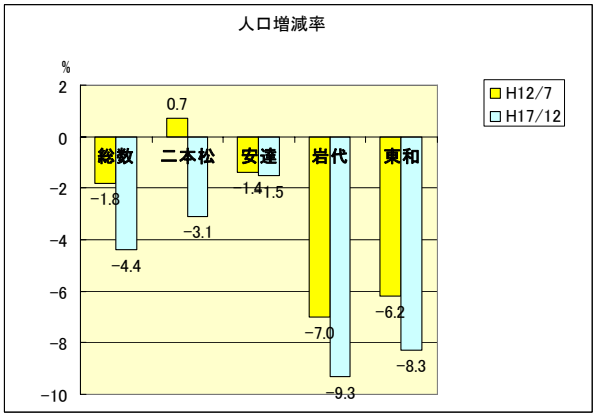
①人口

・二本松市の総人口は減少傾向にあり、今後とも引き続き減少を続け、高齢化も一層進行する見込みであります。

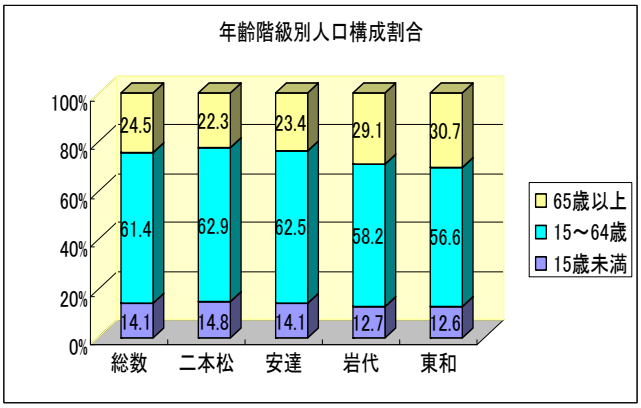
・特に、都市計画区域外が大半を占める岩代地域、東和地域での人口減少・高齢化が著しく進行しています。



・国勢調査(H12・H17)による長期総合計画策定時推計より



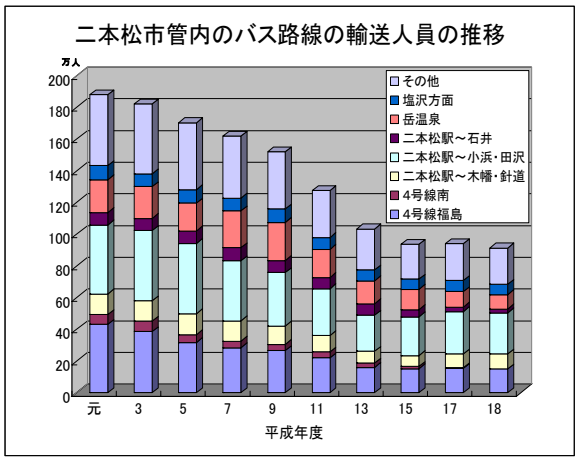
・国勢調査（H12・H17）より



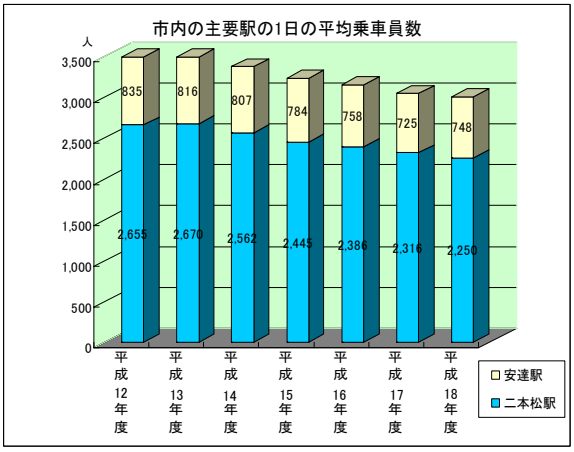
・国勢調査（H17）より

②市民生活

・モータリゼーションがますます進行する中、公共交通機関のバス利用者数、鉄道利用者数は年々減少しています。

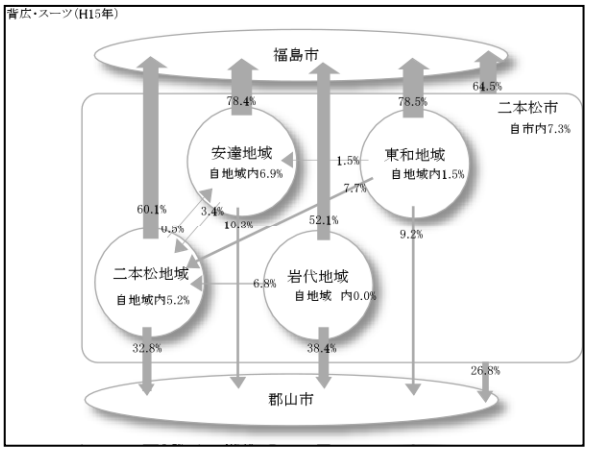


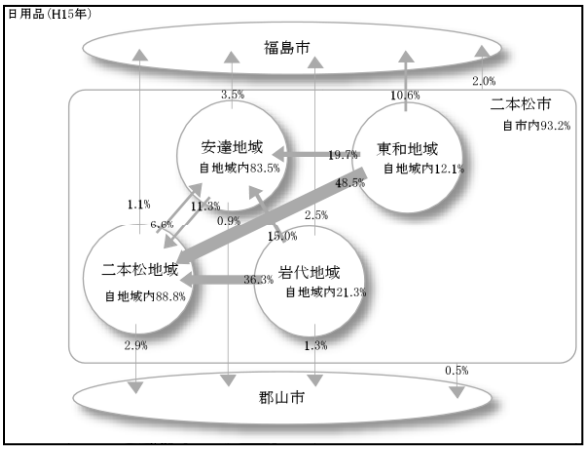
・福島交通㈱調べ



・ＪＲ東日本ホームページより

・市民の買い物については、日用品については９０％以上が市内で購入していますが、買回り品については市外に流出する場合が多く、特に背広・スーツにおいては９割以上が市外に流出しています。（福島市６割強、郡山市３割弱）

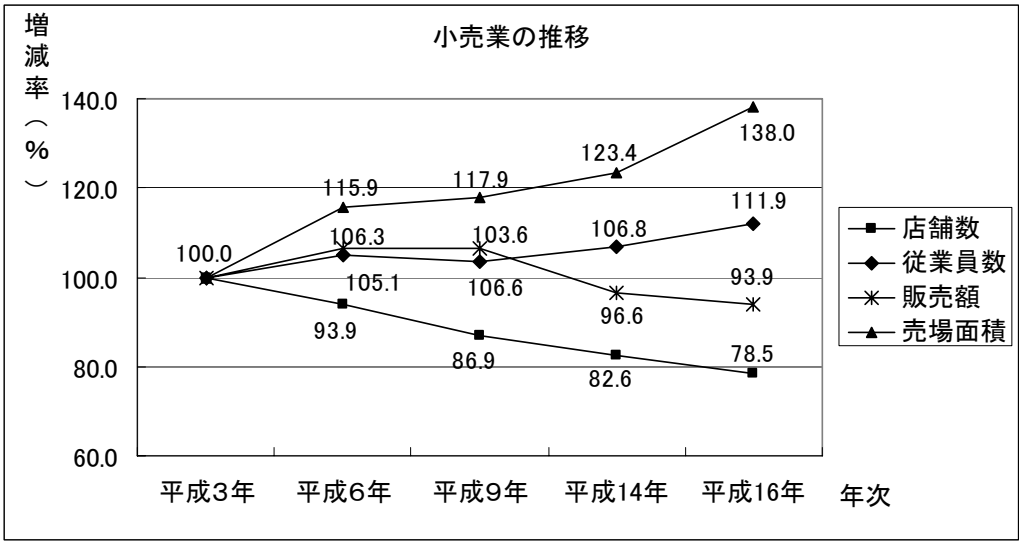




・第１２回消費購買動向調査報告書（H15）より

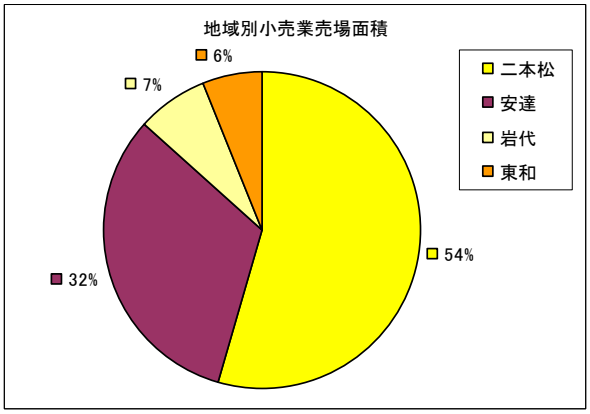
③小売業

・市内の小売業は、売場面積が増加している一方で、店舗数は減少しております。
これは、１店舗あたりの売場面積が大きくなっていることを示し、郊外部の大型店出店によるものと考えられます。
また、販売額についても年々減少しています。

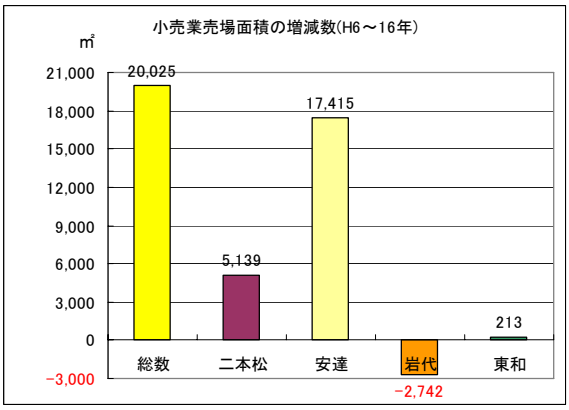


・商業統計より

・小売業の売場面積については、約５割強が二本松地域にありますが、近年、安達地域で増加、岩代地域で減少しており、地域間格差が拡大していることがわかります。



・商業統計（H16）より

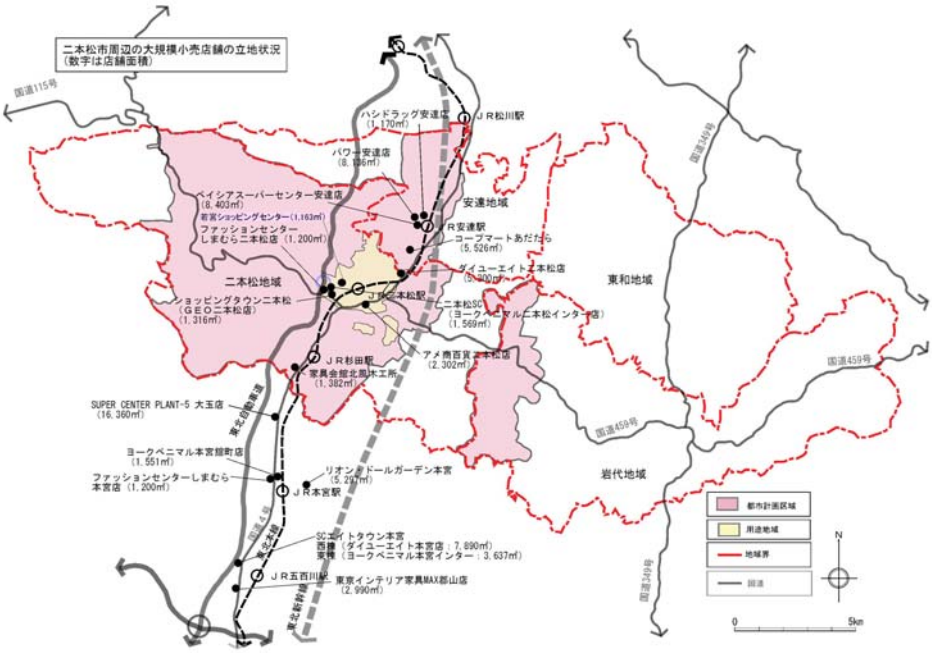


・商業統計（H6・H16）より

④大規模小売店舗

・大規模小売店舗は、二本松地域の市街地周辺部に集積していますが、近年は安達地域での立地が進行しています。

・また、近年新規立地した大規模小売店舗の規模は、店舗面積６，０００㎡以上と大型化の傾向にあります。



■二本松市内の大規模小売店舗　　※大規模小売店舗総覧及び大規模小売店舗届出書より

	開設年月日	店舗面積（㎡）	延べ床面積（㎡）	業態
ベイシアスーパーセンター安達店	平成１５年　６月	8,403	10,973	スーパー
パワー安達店	平成１９年　７月	6,820	8,098	ホームセンター
コープマートあだたら	平成　４年１２月	5,526	9,939	スーパー
ダイユーエイト二本松店	平成１０年　７月	5,300	5,577	ホームセンター
アメ商百貨二本松店	平成１６年　９月	2,302	2,767	ホームセンター
二本松ショッピングセンター（ヨークベニマル二本松インター店）	昭和５７年　２月	1,569	2,583	スーパー
家具会館北風木工所	昭和５４年　９月	1,382	1,527	専門店
ショッピングタウン二本松（ＧＥＯ二本松店）	平成１０年　３月	1,316	1,633	専門店
ハシドラッグ安達店	平成１９年　３月	1,170	1,450	スーパー
ファッションセンターしまむら	平成　６年　８月	1,200	1,344	専門店
若宮ショッピングセンター（ツルハドラッグ）	平成２０年　３月	1,163	1,464	専門店

（２）商業まちづくりの推進上の問題点

■今後、人口減少により購買力が低下する中、店舗の大型化が進行しており、将来的には店舗の撤退につながる可能性がある。

・本市の総人口が、将来にわたって減少していく見込みの中で、小売商業施設の無秩序な立地と大規模化がこのまま続けば、近い将来、店舗の経営が立ち行かなくなり、閉店・撤退による空き店舗化や大規模跡地の発生など、まちづくりの観点からの阻害要因となる可能性があります。

■商業施設の郊外立地は、道路整備等の新たな財政負担の増加につながるとともに、優良農地の開発など環境負荷の増大につながる可能性が大きい。

・小売商業施設の郊外立地の動きを放置すると、周辺での交通混雑の発生や環境への影響が危惧され、その対応としてのアクセス道路の整備需要が発生し、結果として市財政への負担が生じる可能性があります。
・また、大規模小売店舗の郊外立地は、そのための用地として土地活用可能な農地が転用されるケースが多いことから、優良農地などの無秩序な宅地化の進行につながる可能性があります。

■既存商業・商店街の衰退は、車を利用しない高齢者などにとって暮らしにくいまちになるとともに、地域のコミュニティーや伝統、文化、街並みを維持することが困難になる。

・小売商業施設の郊外立地は、既存商店街の衰退を招く一因となっており、このまま商業施設の郊外化が進むことで、自動車を利用することができない高齢者や子供などにとっては、身近な場所（商店街等）での買い物ができなくなるとともに、郊外店へのアクセスにも不自由することから、暮らしにくいまちになってしまいます。
・また、歴史的に地域のコミュニティーや文化、街並みを育んできた商店街が衰退することは、これらを維持していく活力が減退し、結果としてまち全体の持続・発展を阻害することにつながる可能性があります。

３　商業まちづくりの推進に係る基本的な方針

（１）商業まちづくりの基本的視点

●まちづくりの目標像

人口減少と高齢化が進む中、市民誰もが快適で便利な生活を送ることができるよう、人口や都市機能、交通基盤等の分布状況に配慮しながら、適正規模の商業機能を適正に配置することにより、

“持続可能な歩いて暮らせるコンパクトなまちづくり”

を推進します。

持続可能な歩いて暮らせるコンパクトなまちづくり

‖

各種の都市機能を集積させることで、高齢者や子供などにとっても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まちづくり

- 交通弱者に配慮した人にやさしいまちづくり
  - ・高齢者や子供などが身近な場所で日常の買物ができるまちづくり
  - ・公共交通機関による移動が便利なまちづくり
- 既存の社会資本を有効活用するまちづくり
  - ・宅地や道路等、既存の都市基盤施設を有効活用するまちづくり
  - ・自治体の財政負担の軽減に配慮するまちづくり
- 環境負荷に配慮したまちづくり
  - ・開発、利用と保全のバランスがとれたまちづくり
  - ・省エネルギー、省資源に配慮したまちづくり
  - ・良好な生活環境に配慮したまちづくり

●商業まちづくりの戦略的取り組み

このため、住民、小売商業者、行政等が連携・協働しながら、商業振興に関する施策と併せて、適正な土地利用に関する施策を一体的かつ戦略的に取り組むこととする。

（２）商業まちづくりの基本的方向

・小売商業施設については、市長期総合基本計画におけるゾーニングと拠点の考え方に基づいて適正誘導に努めます。特に特定小売商業施設については中心拠点に配置することとし、郊外部への立地については厳に抑制します。

■人口や広域的な都市機能が高度に集積し、市内各地から公共交通機関を利用してアクセス可能な、生活圏の中心となる地区に※特定小売商業施設を配置する。
※「特定小売商業施設」：店舗面積の合計が 6,000 ㎡以上の小売店舗。

・広域の商圏を有する大規模な小売商業施設は、その立地による周辺への影響が大きいことから、既に人口が集積し、道路等の社会資本の集積や公共交通によるアクセス利便性の高い地区に配置します。

■人口や都市機能が集積し、地域内各地から公共交通機関を利用してアクセス可能な、地域の中心となる地区に小売商業施設を配置する。

・地域（旧市町）を商圏とする規模の小売商業施設は、地域内からの公共交通によるアクセス利便性が高く、日常生活を支える様々な機能が集積し、一度に複数の用事を足すことができる地区に配置します。

■食料品や日用雑貨品などを、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。

・食料品などの日々の生活に必要な商品を扱う一定規模以下の小売商業施設については、市内のどこでも便利な場所で買物ができるよう、土地利用関連の法規制等と整合を図りながら配置します。

■都市機能集積地区に高齢者等へ配慮した魅力的な小売商業施設を集積させる。

・小売商業施設の集積を図る都市機能集積地区では、高齢者や子供などが快適に買い物できる環境整備や、賑わいを生み出すような魅力的な商業集積を図ります。

■都市機能集積地区に公共・公益施設等を誘導する。

・市民が、買い物のほかにさまざまな生活ニーズを１箇所で充足できるよう、既存の都市機能集積地区に公共・公益施設を誘導します。

■都市機能集積地区にアクセスする公共交通機関を確保する。

・高齢者や子供などの交通弱者が、あらゆる買い物を市内で便利に充足できるよう、市内各地から都市機能集積地区をむすぶ公共交通網を確立してまいります。

■地域と小売商業施設の相互の連携･協働による共存共栄のまちづくりを推進する。

・地域密着型産業である小売業が、地域のまちづくりに積極的に貢献するよう、地域との連携・協働する仕組みを構築し、共存共栄のまちづくりを推進します。

４　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）小売商業施設の立地の基本的考え方

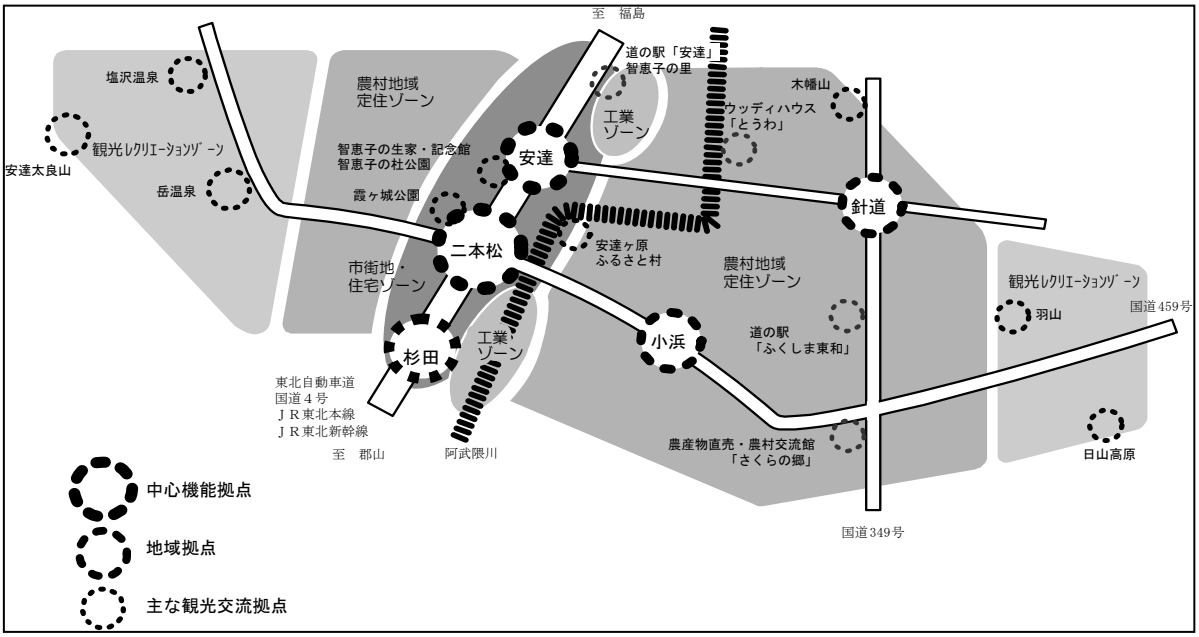
①土地利用と拠点形成の考え方

・「二本松市長期総合計画基本構想」を踏まえ、まちづくりの基本となる本市の将来土地利用ゾーニングと拠点の配置方針を以下のように設定します。

■ゾーニングと拠点の内容

市街地・住宅ゾーン	二本松駅周辺地区・杉田駅周辺地区から安達駅周辺に至る一帯を位置づけ、住環境整備による良好な住宅環境の創出とともに、商業・サービス業や業務機能の集積を誘導・促進し、賑わいのある市街地の形成に努める。
農村地域定住ゾーン	市内各所に広がる農業・農村地区を位置づけ、農業振興地域においては、優良農地の保全と有効利用に努める一方、集落地域においては、農村定住地区として良好な居住環境の形成を図る。
工業ゾーン	既成工業地区や新産業形成適地地区を位置づけ、工業・流通団地用地としての基盤整備の充実を図る。
観光レクリエーションゾーン	安達太良山地区一帯や阿武隈高地地区一帯を位置づけ、自然環境を活かした観光地づくりを推進するとともに、畜産や林業基盤の整備にも努める。また、森林の計画的な保全を図る。
中心拠点	二本松駅及び二本松市役所とその周辺部において、その求心力をさらに高めていくため、商業・サービス、業務機能、文化機能などの集積・誘導を促進する地区と位置づける。
サブ拠点	杉田駅・安達駅とその周辺部を、中心拠点を補完する「サブ拠点」として位置づける。
地域拠点	小浜地区及び針道地区を、支所を中心に生活の利便性を高め、必要な機能の集積を促進する地区と位置づけ、中心拠点を補完する役割を担い、地域の定住人口の安定に努める。
地区中心	共通する地域特性を有する地区の中心を位置づけ、コミュニティーを支える環境づくりを行う。
観光交流拠点の形成	温泉、山、高原、公園、道の駅等の交流施設などについて、それぞれの資源を十分に活かした取り組みを進めることにより、「観光交流拠点」と位置づける。また、こうした諸資源をネットワーク化して、交流を促進する。

※参考資料：「二本松市長期総合計画基本構想によるゾーニングと主要拠点図」



②小売商業施設の配置の基本的な考え方

・「二本松市長期総合計画基本構想」を受けて、小売商業施設の配置の考え方を以下のとおりとします。

■本市の人口集中地区であり、商業・サービス業の集積を図り賑わいある市街地を形成すべき中心拠点内に特定小売商業施設を誘導する。

■サブ拠点となる安達駅周辺部に、中心拠点を補完する規模の小売商業施設の集積を図る。

■サブ拠点となる杉田駅周辺部及び地域拠点に、地域の消費ニーズに応える規模の小売商業施設の集積を図る。

■地区中心に、日用品が一通り買える規模の小売商業施設を配置する。

■その他の地区では、食料品や雑貨店などの小規模な小売商業施設を配置する。

（２）小売商業施設の誘導を図る地区に関する事項

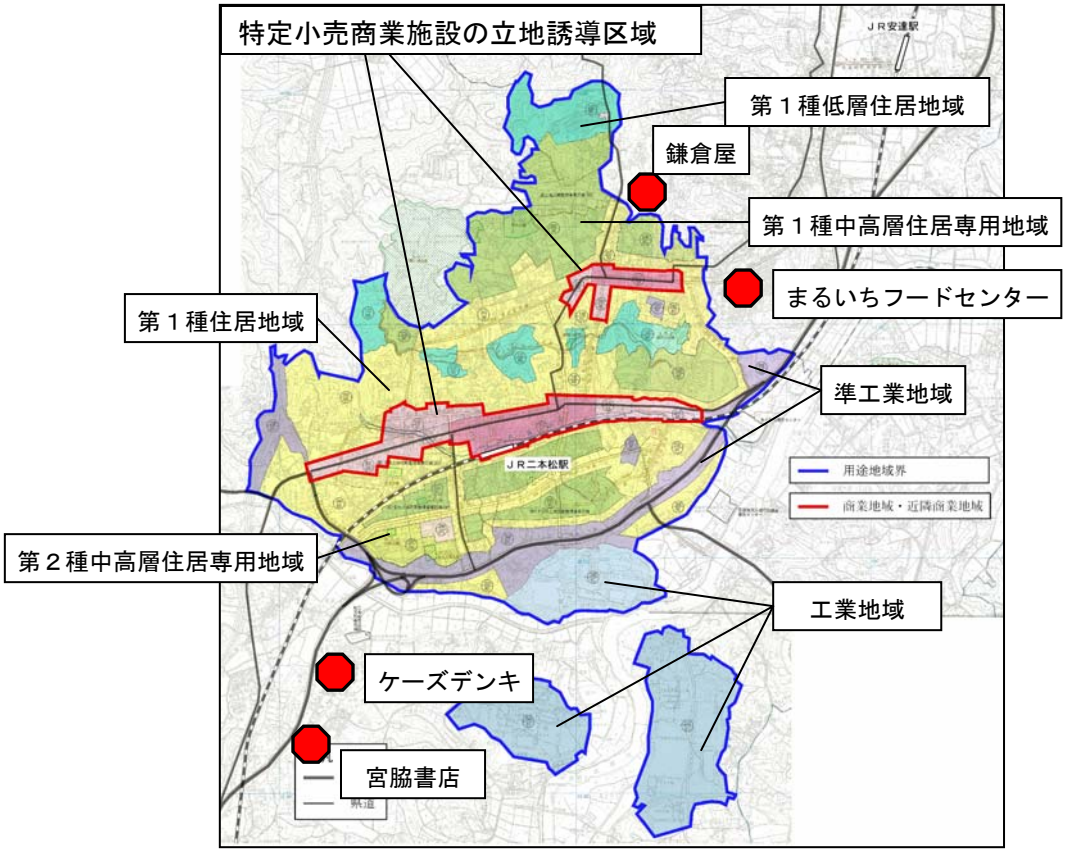
①中心拠点（二本松駅及び二本松市役所とその周辺部＝用途地域）

■商業地域・近隣商業地域に特定小売商業施設の立地を誘導する。

・都市計画で商業集積を図るべき地区として位置づけされている商業地域・近隣商業地域に特定小売商業施設（店舗面積６，０００㎡以上）の立地を誘導します。
・ただし、地区計画等による建築制限等がある地区を除きます。

■その他の用途地域内においては、建築基準法の規模規定を踏まえつつ段階的な小売商業施設の立地を誘導する。

・第１種住居地域及び第２種中高層住居専用地域については、中心拠点内の消費需要に応える規模の小売商業施設を誘導します。規模については、店舗面積１，０００㎡未満とします。
・また、準工業地域においては、特別用途地区の指定により、延べ床面積が１万㎡を超える大規模集客施設については立地を規制しています。
・それ以外の用途地域については、建築基準法の規定の範囲内とします。

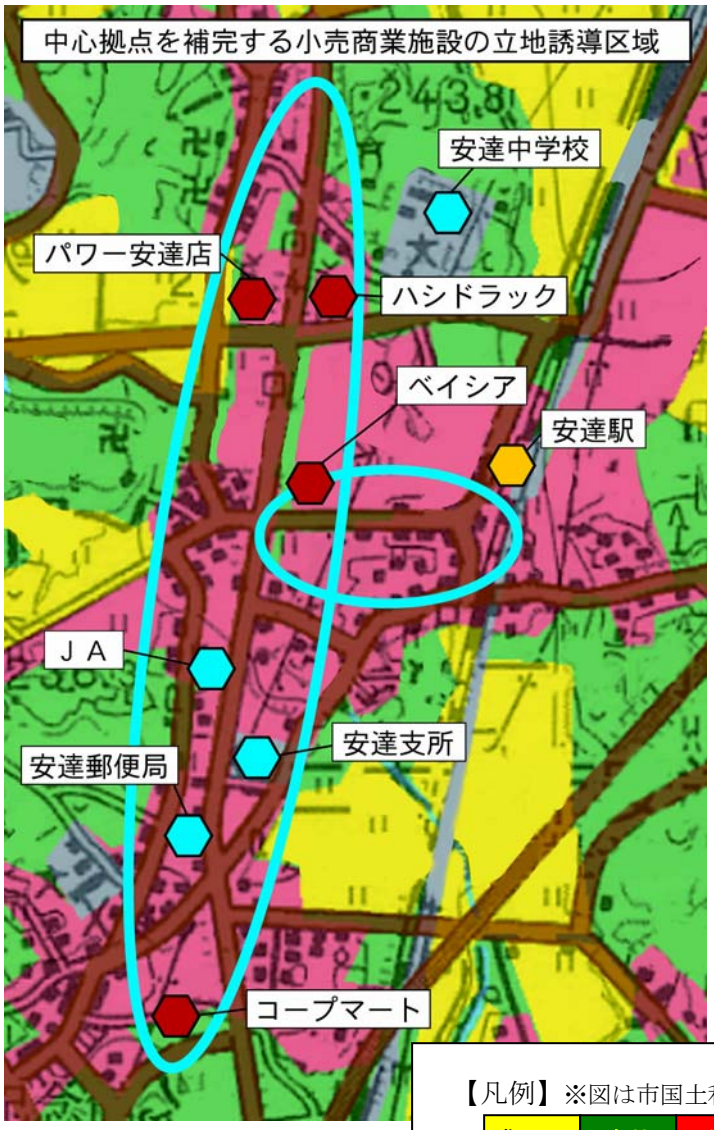


②サブ拠点（安達駅周辺部）

■サブ拠点である安達駅周辺部において、中心拠点を補完するような機能と規模を有する小売商業施設の立地を誘導する。

・サブ拠点として位置づけられ、また、宅地化が進行し比較的規模の大きい小売商業施設の立地が進む安達駅周辺部においては、周辺の住環境との調和を図りつつ、中心拠点を補完するサブ拠点機能の強化に資するような規模の小売商業施設の立地を誘導します。

・規模については、店舗面積３，０００㎡未満とします。



【凡例】※図は市国土利用計画構想図

農用地	森林	宅地	その他

※誘導地域は楕円内の宅地(赤色)とする。

③サブ拠点（杉田駅周辺部）

■サブ拠点である杉田駅周辺部において、市南部地域の消費需要に対応する規模の小売商業施設の立地を誘導する。

・国道４号周辺に製造業や住宅が一定程度立地している地区であり、杉田駅があり交通結節点となっていることなどから、市南部一帯の消費需要に応えるような小売商業施設の立地を誘導します。

・規模については、店舗面積１，０００㎡未満とします。

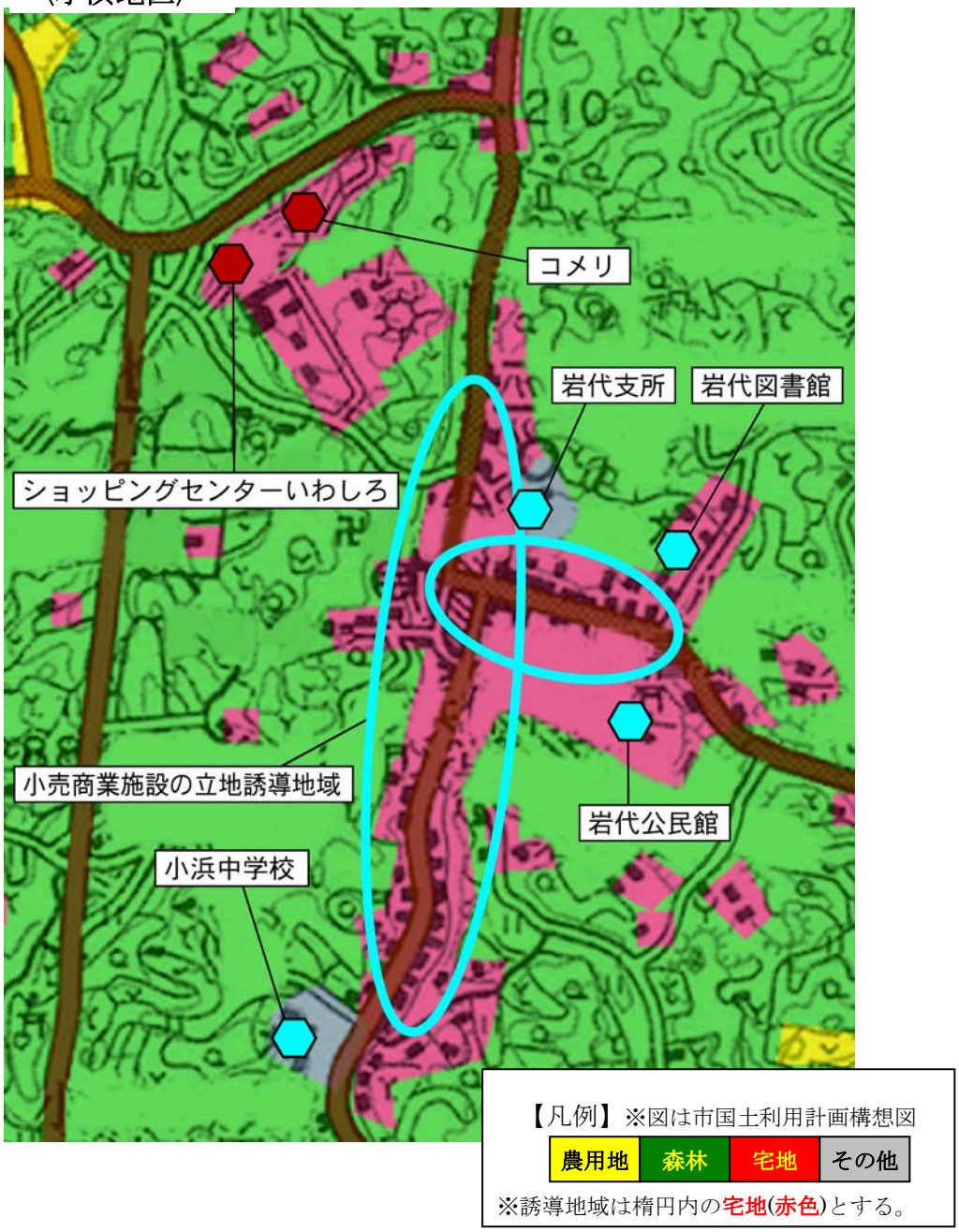
④地域拠点（小浜地区、針道地区）

■地域の生活拠点となるべき小浜地区・針道地区において、生活利便性の向上に資する小売商業施設の立地を誘導する。

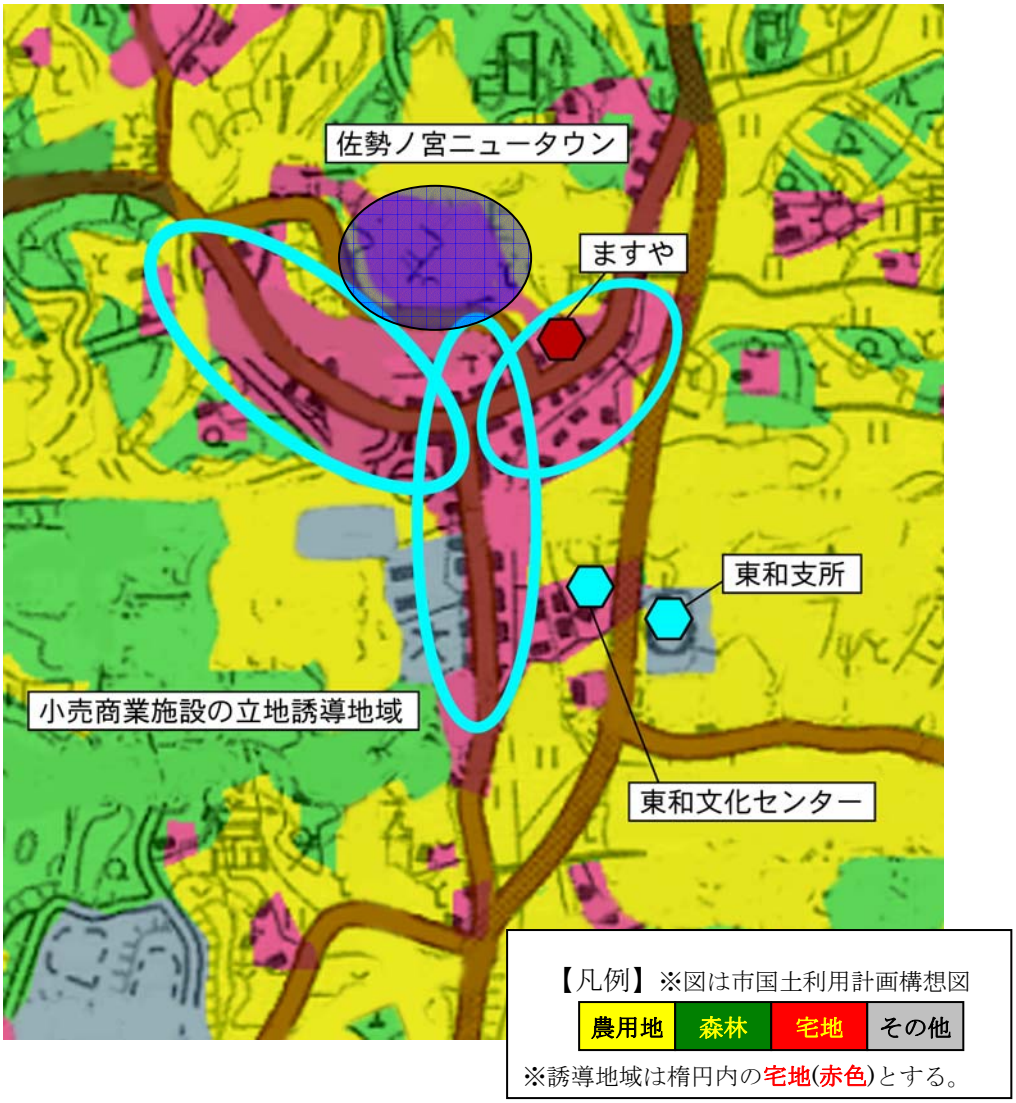
・周辺の住環境との調和を図りつつ、地域住民の生活利便性の向上に資するよう、既存の公益的施設集積地周辺に小売商業施設の立地を誘導します。

・規模については、店舗面積５００㎡未満とします。

〈小浜地区〉



〈針道地区〉

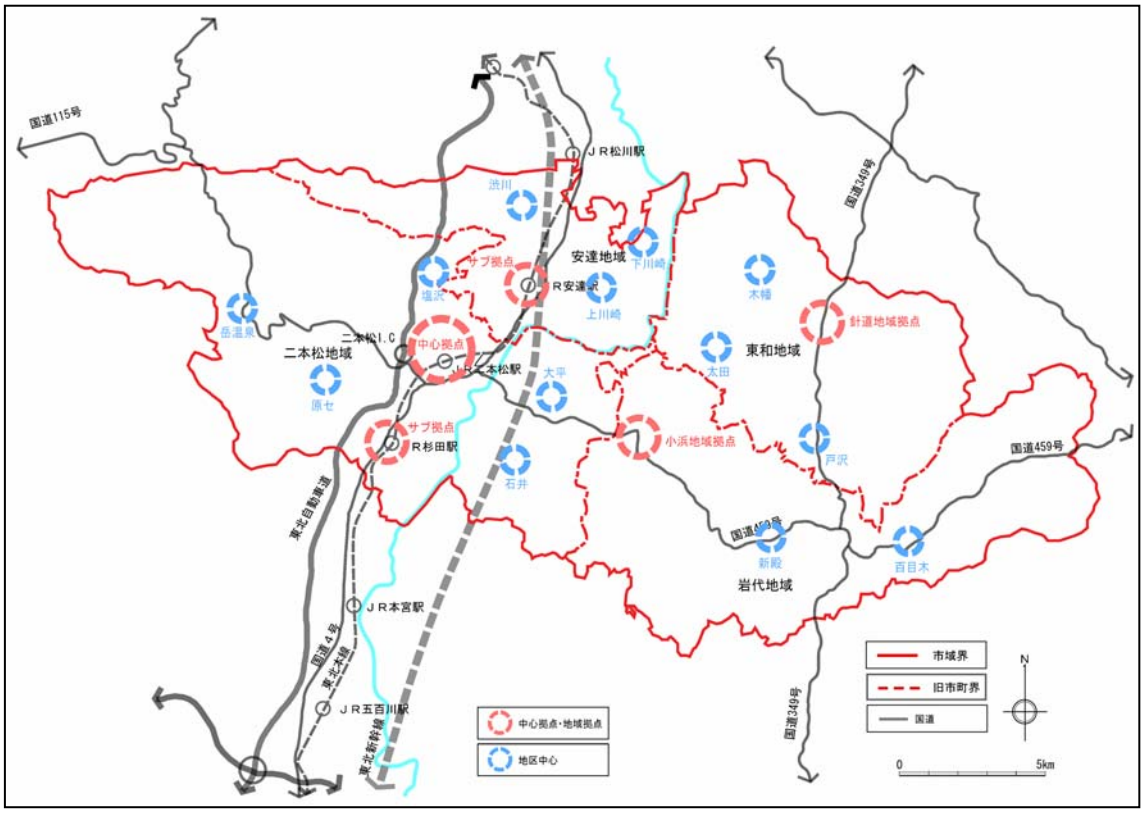

佐勢ノ宮ニュータウン
ますや
東和支所
小売商業施設の立地誘導地域
東和文化センター
【凡例】※図は市国土利用計画構想図
農用地
森林
宅地
その他
※誘導地域は楕円内の宅地(赤色)とする。

⑤地区中心

■地区の中心となる住民センター等の周辺において、身近に日用品の買い物ができる程度の小売商業施設の立地を誘導する。

・住民センターや学校が立地する地区中心となる場所に、身近なところで最低限の食料品や日用品が買えるような小売商業施設の立地を誘導します。

・規模については店舗面積３００㎡未満とします。

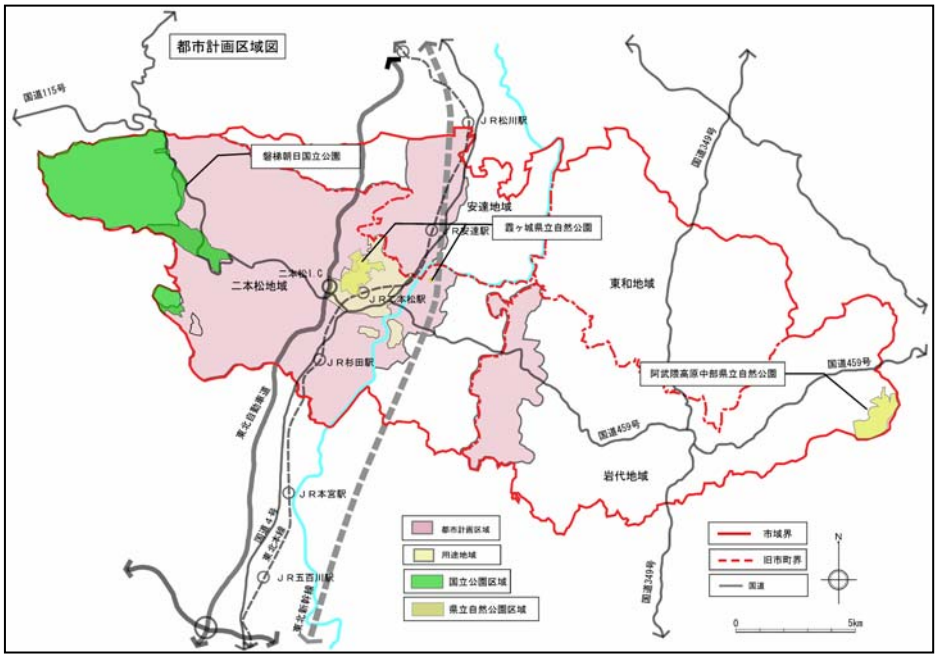


（３）小売商業施設の抑制を図る地区に関する事項

・小売商業施設の誘導を図る地区以外については、小売商業施設の立地を抑制します。

・特に、都市計画白地地域（小売商業施設の誘導を図る地区を除く）、都市計画区域外（小売商業施設の誘導を図る地区を除く）のほか、農業振興地域の整備に関する法律に基づく農用地や、森林、国立公園の特別地域などの規制区域への小売商業施設の立地を厳に抑制します。

※都市計画白地地域：都市計画区域のうち用途地域の指定のない区域



（４）小売商業施設の適正配置における例外的措置

①観光交流拠点に位置づけされた地区で、観光交流を目的とした主として生活関連商品以外のお土産品等を取扱う小売商業施設については、店舗面積５００㎡未満は抑制の対象外とします。

②地域に密着した小売商業施設の確保という観点から、店舗面積２００㎡未満の小売商業施設については抑制の対象外とします。

③既存店撤退・閉店後の空き店舗等に新たな業者が入居する場合については、既存の建築物等の範囲内であれば抑制の対象外とします。

※①②の場合についても、小売商業施設の立地にあたっては、二本松市国土利用計画構想図で宅地と位置付けられた土地に限ります。

（５）土地利用関係法令との連携

・（２）①のうち、準工業地域の規制については、特別用途地区の指定により、延べ床面積１万㎡を超える大規模集客施設の立地を規制しています。

・その他の用途地域外の区域についても、建築基準法に基づき大規模集客施設の立地は規制されます。

・大規模集客施設に満たない小売商業施設については、指導要綱等により、適正配置に努めます。

５　商業まちづくりの推進のための施策に関する事項

（１）商業機能の適正な配置を図るための施策

■商業機能の適正な配置を図るために、地区ごとの特性に応じた施策を展開する。

・中心拠点においては、小売商業施設の集積立地を促進するために、土地の高度利用や低未利用地の有効活用を図る。また、本市の中心市街地として、中心市街地活性化法に基づく賑わい創出や居住人口増加等のための各種取り組みを推進します。
・サブ拠点（安達駅周辺部）においては、中心拠点を補完する小売商業施設の集積を図るために、既存の道路等の社会資本を活用し、未利用地等の有効利用を図ります。
・サブ拠点（杉田駅周辺部）においては、国道や鉄道駅直近の利便性を活かした土地利用を図ります。
・地域拠点においては、生活利便性の向上に資する小売商業施設の立地を誘導するため、既存の道路等の社会資本を活用し、未利用地等の有効利用を図ります。
・地区中心においては、住民センターや公民館等の公共・公益的施設周辺への立地を誘導します。

■まちなかの賑わい創出のため、まちなか居住を積極的に促進する。

・まちなかの居住人口の増加は、地区内の経済活動の活性化ばかりでなく、まちなかの賑わいの創出や地域コミュニティー、伝統文化等の継承など商業以外にも効果があることから積極的に促進します。

■楽しく、魅力的な歩いて買い物ができる商店街の形成のための施策を展開する。

・多業種の店舗が出店し、楽しみながら歩いて買い物ができる魅力的な商店街を形成するために、まちなかの商業集積と空き店舗等の利活用を促進します。
・地元住民が地元で買い物をする意識づくりと、地元住民のニーズへの対応を地元住民と商業者が一体となって検討する環境整備を推進します。
・高齢者や子供などの情報交換の場として、また買い物客の休憩施設としての『まちなかサロン』や子育て支援を行う『子育てサロン』等の整備を支援します。
・商店会等が開催するイベントへの市民団体や行政の積極的な参加・支援を行います。
・来街者の増加と新たな観光資源づくりを目指して、まちなか観光資源の誘導案内の整

備や歴史的な街並みを活かしたまちづくりを推進します。

・地域商品券・各種ポイントカードの活用と商店会の連携を強化し、地域商業の活性化、地域社会の活性化を目指します。

・個店の魅力向上のための大型店ではできない“地元の店”の強みを最大限に活かした取り組みやイベントを積極的に支援します。

・城下町二本松の特性でもある「歴史」「文化」のキーワードを活かした、歴史的なまち並みづくりや店舗デザインについて検討します。

■商工会議所や商工会等の関係機関や住民との連携を密にし、協働のまちづくりを推進する。

・商工会議所や商工会と定期的な意見交換の場を設け、賑わい再生のための効果的な取り組み内容の研究・実践を推進します。

・地域住民やまちづくり団体のまちづくり活動に対して、積極的に支援を行います。

・経営者の高齢化や後継者不足等の問題に対し、意欲的な経営者や後継者の育成・発掘を支援します。

■誰もが公共交通機関を利用して容易に買い物ができるよう、公共交通の確保とシステムを再構築する。

・自動車中心社会において、車を利用できない交通弱者といわれるお年寄りや子供などが、公共交通機関を利用して容易に日常の買い物ができるように公共交通機関の確保とシステムを再構築し、公共交通機関でカバーされていない周辺部への新たな交通システムの検討を推進します。

（２）小売商業施設の適正な立地の推進に向けた誘導手法

・小売商業施設の立地にあたっては、国土利用計画の土地利用構想図で宅地として位置付けられた土地に誘導することとなり、それ以外の土地については、都市計画法や農業振興地域の整備に関する法律、森林法、自然公園法、県立自然公園条例等により規制されます。
また、今後、地区ごとに地域住民の参画による指導要綱等を策定することにより小売商業施設の適正な誘導を行います。

<table>
<tr><th></th><th>区　分</th><th>位　置</th><th>誘導の考え方</th><th>誘導手法</th></tr>
<tr><td rowspan="6">誘導を図る地区</td><td rowspan="3">中心拠点
用途地域</td><td>商業地域
近隣商業地域</td><td>当該地域には規模の制限を設けず、都市機能・商業機能の積極的な集積を図る地域とする。</td><td>都市計画法</td></tr>
<tr><td>第一種住居地域及び第二種中高層住居専用地域</td><td>建築基準法により、それぞれ床面積で3,000㎡と1,500㎡までと規定されているが、指導要綱等により、店舗面積1,000㎡未満の小売商業施設を誘導する。</td><td>指導要綱等</td></tr>
<tr><td>その他の用途地域
（第二種住居地域・工業地域を除く）</td><td>建築基準法の規定の範囲内の小売商業施設を立地可能とする。
準工業地域については、特別用途地区の指定により１万㎡を超える※大規模集客施設については立地が制限されている。</td><td>用途地域
特別用途地区
指導要綱等</td></tr>
<tr><td>サブ拠点</td><td>油井地区
（安達駅周辺部）
杉田地区
（杉田駅周辺部）</td><td rowspan="3">都市計画法上は、白地地域及び都市計画区域外となっているため、指導要綱等により各拠点の位置付けにより適正な規模の小売商業施設を誘導する。
ただし、市国土利用計画構想図で宅地と位置付けられた土地に限る。
・油井地区
…店舗面積　3,000㎡未満
・杉田地区
…店舗面積　1,000㎡未満
・小浜・針道地区
…店舗面積　500㎡未満
・地区中心
…店舗面積　300㎡未満</td><td rowspan="3">指導要綱等</td></tr>
<tr><td>地域拠点</td><td>小浜地区
針道地区</td></tr>
<tr><td>地区中心</td><td>住民センターや公民館が立地する地区の中心</td></tr>
<tr><td rowspan="4">抑制を図る地区</td><td rowspan="4">その他の区域</td><td>農用地・森林･国立公園特別地域･都市計画白地地域･都市計画区域外等（小売商業施設の誘導地区を除く）</td><td>農振法・森林法・自然公園法・県立自然公園条例・指導要綱等により、小売商業施設の立地は厳に抑制する。</td><td>農振法
森林法
自然公園法
県立自然公園条例
指導要綱等</td></tr>
<tr><td rowspan="3">例外的措置</td><td>観光交流拠点において、観光交流を目的とした主としてお土産品等の商品を扱う施設で、店舗面積500㎡未満の店舗については抑制の対象外とする。</td><td rowspan="3">指導要綱等</td></tr>
<tr><td>地域に密着した小売商業施設の確保という観点から、店舗面積200㎡未満の店舗については抑制の対象外とする。</td></tr>
<tr><td>既存店の撤退・閉店に伴う空き店舗等への入居の場合には抑制の対象外とする。</td></tr>
</table>

※大規模集客施設：床面積が１万㎡超の店舗、映画館、アミューズメント施設、展示場等

６　その他商業まちづくりの推進に関し必要な事項

（１）その他商業まちづくりの推進のための事業

①各地区におけるまちづくり計画の策定

・本構想をより実効性あるものとしていくためには、地域住民主体によるまちづくりが不可欠であることから、本構想に基づいた地区毎のまちづくり計画の策定を推進します。

②地域貢献活動によるまちづくりの推進

・小売商業施設は、地域に密着した産業であり地域に期待される役割やまちづくりへの影響が大きいことから、その設置者に対して地域との共存共栄に向けた地域貢献活動の取組みの働きかけを行います。

③小売商業施設以外の適正な立地の推進

・「持続可能な歩いて暮らせるコンパクトなまちづくり」に向けて、小売商業施設のみならず、公共団体が設置する各種施設や民間による公益性の高い施設については、その機能に応じた拠点地区への立地を誘導します。

（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

①隣接市町村との連携

・本構想の策定と運用については、隣接する市町村との連携により、広域的な効果を十分発現するよう努めます。

②土地利用等関係機関との連携

・本構想の実現に向けて、土地利用関連部署や機関との連携を密にするとともに、関連法令の適切な運用によりその実効性を高めていくよう働きかけを行います。

③施策効果の検証等について

・施策効果の検証については、本構想に基づき実施する施策ごとに目標値を設定して効果を検証することとします。
さらに、施策間の連携を強化し、総合的な効果を検証したうえで、必要な見直しを行います。