

第 1 章 基本計画の概要

第1章 基本計画の概要

1 基本計画策定の背景・目的

本市における商業は、静岡県中部 100 万人を超える都市圏の核としての静岡中心市街地の商業や港とともに発展してきた個性ある清水中心市街地の商業、地域コミュニティの中核となり地域住民の日常生活を支える商店街、その中で息づく多様な個店が活動を行い、それぞれが本市全体の商業振興に対して、重要な役割を果たしている。

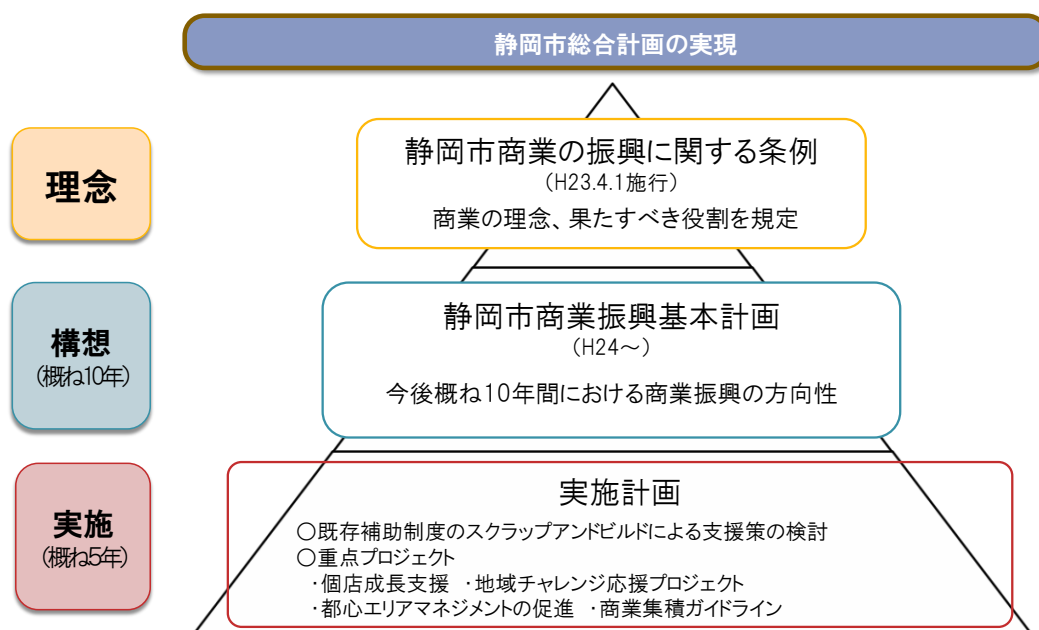
一方で、近年の商業を取り巻く社会・経済環境の影響を受け、静岡市内の商業の事業環境は厳しさを増しており、地域コミュニティの拠点としての役割を果たしてきた商店街の衰退も顕著である。

このような背景を踏まえ、本市における産業振興の将来像を示した産業振興プランと整合を図りながら、社会・経済環境の変化に対応した新たな商業振興の目指すべきあり方とその実現方策を示すものである。

2 基本計画の概要

本計画は、静岡市商業の振興に関する条例（平成 23 年 4 月 1 日施行）第 9 条に基づく基本計画として策定するものである。また、計画の目標年次は概ね 10 年後を想定するが、総合計画等の上位計画のスケジュールに合わせて整合を図りながら進めるものとする。

図表一 静岡市商業振興基本計画の概要



3 基本計画の策定体制

本計画は、静岡市商業の振興に関する条例（平成 23 年 4 月 1 日施行）第 14 条に基づく、商業振興審議会において、諮問、答申、パブリックコメントの手続きを経て策定された。

静岡市商業振興基本計画の全体図

◆静岡市の商業の強み

- ・ 静岡中部都市圏を商圈に持つ主要都市
- ・ 観光交流客数が県下最大
- ・ 中心市街地の商業集積が高く、にぎわいがある
- ・ 地元消費が多い⇒減少傾向
- ・ 大規模店の出店が他都市と比較して少ない

◆捉えるべき社会情勢の変化

- ・ 人口減少、少子高齢化
- ・ 環境問題
- ・ 都市の効率的運営
- ・ 高い自動車分担率 ⇒ 今後減少する予測もある
- ・ インターネットの普及
- ・ 長期にわたる景気の低迷⇒景気回復の兆しはなかなか見えない
- ・ 大規模店の出店
- ・ 税収の減少 ⇒効率的、効果的な支援方策の在り方

◆市内の商業の動向

- 全体
 - ・ 小売の販売店数、床面積の増加
 - ・ 年間販売額が逡減
 - ・ 活力・吸引力の低下傾向
 - ・ 全国と比較して、新規開業数が低水準（新陳代謝に課題）
- 総合スーパー、専門スーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストアなど多様な販売形態による出店が進む
- 商店街
 - ・ 商店街会員数の減少 / 商店街の数の減少 / 空き店舗の増加
- 個店
 - ・ 後継者不足

◆消費者動向（市民意向）

- ・ 不満が多い（中心市街地、買い物環境に対する不満）
- ・ 長引く不況による消費の低迷 ⇒ 価格による判断
- ・ 消費ニーズの多様化（個性化、本物志向など）
- ・ 最寄品は近隣で、買回品は自動車で

◆行政の現行施策の評価

- ・ 現行の補助制度の効果がみえない。
- ・ 取り組みが不十分

◆商業振興の理念：静岡市商業の振興に関する条例より

商業振興の目指す姿

- 次に掲げる事項を基本として、市民生活の向上及び地域社会の持続的な発展に寄与することを目指す。
- (1) 市民の生活の利便性を維持向上するとともに、良質で多様な商品及び役務が提供されることにより、豊かな市民生活が営まれること。
 - (2) 商業者等による事業活動が充実して商業が発展することにより、新たな投資や雇用が創出され、地域経済が活性化すること。
 - (3) 市が目指すまちの姿にふさわしい良好な商業環境が形成されることにより、市民が、心豊かに、かつ、快適に暮らすことができる良好な地域社会が形成されること。

◆商業振興の目標

市民に寄り添い、地域を豊かにする商業の実現
文化、交流を創造し、都市力を高める商業の実現

◆商業振興の戦略

- ◆地域商業の充実と都心商業の強化
- ◆個店、商店街、まちの維持・成長促進

◆商業振興の方針（取組みの方向性）

- 1 地域主体による商業環境の魅力向上【地域主体による取組の促進】
- 2 消費者に選ばれる付加価値の高い商品・サービスの開発・提供【価値を創造・向上させる取組の促進】
- 3 連携・協働による地域の総合力を活用した多様な地域ニーズへの対応【連携を活かした取組の促進】
- 4 静岡らしい買物を楽しむ機会の創造（地域性を活かした新たな消費文化の創造と発信）【地域ブランド・誇りを向上させる取組の促進】
- 5 持続的な商業活動のための基盤づくり【持続発展に向けた取組の促進】

◆重点プロジェクト

個店に向けて：個店成長支援

商店街に向けて：地域チャレンジ応援プログラム

まちに向けて：都心エリアマネジメント促進、（仮）商業集積ガイドラインとその運用

◆取組方策（施策の展開）

- 1 地域主体による商業環境の魅力向上【地域主体による取組の促進】
 - 事業者自らの地域の課題発見の支援
 - 地域発意、主導、実践型の取組の支援
 - エリアマネジメント（地域づくりの運営組織）主体の組成促進
- 2 消費者に選ばれる付加価値の高い商品・サービスの開発・提供【価値を創造・向上させる取組の促進】
 - 起業・創業に係るスタートアップ支援
 - 既存事業者のクオリティアップ（高付加価値化）支援
 - 魅力ある商品・サービスの開発支援
 - 後継者確保など事業承継支援
- 3 連携・協働による地域の総合力を活用した多様な地域ニーズへの対応【連携を活かした取組の促進】
 - 地域のまちづくりへの貢献促進
 - 多様な業種・業態の事業者間の連携促進
 - 地域課題解決（及びコミュニティビジネス）への対応促進
- 4 静岡らしい買物を楽しむ機会の創造（地域性を活かした新たな消費文化の創造と発信）【地域ブランド・誇りを向上させる取組の促進】
 - 消費者・地域のニーズ把握の促進
 - 買物を楽しむライフスタイルの提案
 - 静岡らしい商業のブランドづくりの促進
 - 情報発信力の強化
- 5 持続的な商業活動のための基盤づくり【持続発展に向けた取組の促進】
 - 基盤となる都市空間・商業環境形成
 - 都市全体の集客力、交流力の向上

◆推進体制の構築

○開かれた場で商業振興を議論する場づくり

静岡市商業振興審議会の設置

○計画の中間年度におけるこれまでの取組の報告

○都心及び地域の活動推進に向けた体制・仕組みづくり