

静岡市良好な商業環境の形成に関する指針（案）

（趣旨）

- 1 この指針は、静岡市良好な環境の形成に関する条例（平成 25 年静岡市条例第 33 号）第 6 条第 1 項の規定に基づき、商業施設の建築等を市の良好な環境の形成に関する施策に適合させるための静岡市良好な商業環境の形成に関する指針（以下「指針」という。）を定めるものとする。

（良好な商業環境）

- 2 指針の目指す良好な商業環境は、以下に掲げるものとする。
 - （1）商業施設の立地にかかる合理的な土地利用を促進することにより、コンパクトな都市構造の形成を図り、効率的かつ持続発展的な都市経営の実現に寄与することを目的とする。
 - （2）人口減少、高齢化社会の到来に向けて、市民が徒歩や自転車で安心して日常の買物が行うことができる環境と多様な消費機会を楽しむことができる環境をつくることにより、豊かな市民生活を送ることができる商業環境の形成を図る。
 - （3）本市の都市核である静岡都心、清水都心、東静岡副都心に商業集積を図り、集積による相乗効果を高めることによって、広域から集客でき、本市の顔となる魅力的な商業環境の形成を図る。
 - （4）地域における良好な生活環境と利便性の高い買物環境の両立を図るため、周辺環境に配慮した商業環境の形成を図る。

（ゾーニング）

- 3 市の区域を別表に掲げるゾーンに区分し、それぞれのゾーンに属する地域は、別図に示すとおりとする。

（まちづくりの方向及び商業集積の方向）

- 4 区分されたゾーンにおけるまちづくりの方向は、別表に定めるとおりとし、当該ゾーンにおいては、同表に定める商業集積の方向に沿って、商業の集積を図るものとする。

（想定する店舗構成等）

- 5 区分されたゾーンごとの商業集積の方向に基づき、それぞれのゾーンにおいて想定される店舗構成は別表に定めるとおりとし、当該店舗構成において想定する顧客とその買物行動は、同表に定めるとおりとする。

（小売業を行うための店舗の用に供する部分の面積）

- 6 区分されたゾーンごとのまちづくりの方向、商業集積の方向、想定する店舗構成及び取扱品並びに想定する顧客とその買物行動を踏まえ、それぞれのゾーンにおいて建築される商業

施設の、小売業を行うための店舗の用に供する部分の面積は、別表に定める面積を上限とする。

(商業施設の建築等におけるこの指針への適合)

- 7 商業施設の建築等を行う者は、この指針の趣旨に鑑み、当該商業施設の建築等を、市の良好な商業環境の形成に関する指針に適合させるものとする。

(指針の見直し)

- 8 指針は、上位計画の変更や社会情勢、経済情勢などの変化を踏まえ、一定期間経過後に見直しの検討を行うものとする。

附 則

この指針は、平成 25 年 10 月 1 日から施行する。

附 則

この指針は、平成 28 年 5 月 20 日から施行する。

附 則

この指針は、平成 29 年 11 月 28 日から施行する。

附 則

この指針は、令和 年 月 日から施行する。

別表

1 都心型商業環境形成ゾーン

(1) 静岡都心

まちづくりの方向 (当該地区の役割)	○商業都市静岡の顔として、広域都市圏をけん引する高次都市機能が集積した都心を形成 ○中心市街地活性化策と連携を図るとともに、地域資源を活用し、賑わい、風格のあるまちを構築 [期待される役割] ・買物に付随する多様な楽しみの場 ・創造的都市文化の育成、発信拠点 等
商業集積の方向	○広域都市圏をけん引する商業都市として積極的な集積を図るとともに、魅力の向上に努める。 ○老舗の風格と高感度な専門店等が合わさった重層的な集積を図る。 ○新たなライフスタイルを提案する商業、都市文化、娯楽等を育成する。 ○多様な集積地区相互の回遊性を向上し、集積効果を高める
想定する店舗構成、取扱品	○買回品専門店 ○大型百貨店 ・主力商品は、ファッション、その他の買回品 ・都市文化、娯楽サービス 等
想定する主な顧客と買物行動	○鉄道、自動車でおおむね1時間強圏内(30～50km程度)の生活者 ○県内外からの観光来訪者 ・月に1～数回程度の買物 ・おしゃれをした時間消費
小売業を行うための店舗の用に供する部分の面積	特に定めない
区域	別図1で示される区域

(2) 清水都心

まちづくりの方向	○港観光、レクリエーションなど集客、交流を基軸とした賑わいある
----------	---------------------------------

(当該地区の役割)	まちづくりの展開 ○中心市街地活性化策と連携を図りつつ、回遊性の向上をはじめとした魅力向上策の展開 [期待される役割] ・集客、交流の拠点、もてなしの場 ・市内の観光流動の拠点 等
商業集積の方向	○港町の風情や歴史文化資源を活用し、広域的な集客、交流に資する商業機能（飲食、サービス等を含む）の集積を図る。 ○駅前、商店街など近隣居住者の生活必需的な購買活動、サービスに係る集積の維持を目指す。
想定する店舗構成、取扱品	○専門店及び大型スーパー等 ○集客、交流をターゲットにした大型専門店、飲食、物産店 ・観光交流に資する物産品、飲食、サービス ・近隣居住者に供する食品、日用雑貨、衣料、身の回り品
想定する主な顧客と買物行動	○県内外の観光目的来訪者 ○鉄道、自動車でおおむね 15 分圏内（5 km 程度）の生活者 ・観光来訪者による飲食及び物産等の購入 ・近隣居住者等の日常、週末の買物
小売業を行うための店舗の用に供する部分の面積	特に定めない
区域	別図 2 で示される区域

(3) 東静岡副都心

まちづくりの方向 (当該地区の役割)	○東静岡地区新都市拠点整備事業等により整えられた都市基盤を活用し、静岡都心を補完する複合的な新市街地の形成 ○主にコンベンションや文化交流の場としての機能に着目した都市機能整備 [期待される役割] ・都心を補完する創造文化、交流の場
商業集積の方向	○基盤整備との整合を図るとともに、両都心との機能分担に留意しつ

	つ副都心に相応しい広域的な専門店の立地を図る。 ○駅周辺地域において供給される住宅（マンション）居住者の日常的な利用に供するよう、最寄品を含めた一定の商業集積を図る。
想定する店舗構成、取扱品	○買回品大型専門店 ○最寄品総合スーパー ・ファッション、その他の買回品 ・近隣居住者に供する食品、日用雑貨、衣料、身の回り品
想定する主な顧客と買物行動	○鉄道、自動車でおおむね1時間弱圏内（20～30km 程度）の生活者 ○コンベンション施設等の来訪者 ・広域居住者の週末の買物及び駅周辺居住者の日常の買物 ・文化交流施設利用者の飲食、物品購入
小売業を行うための店舗の用に供する部分の面積	特に定めない
区域	別図3で示される区域

2 広域交流拠点型商業環境形成ゾーン

まちづくりの方向 （当該地区の役割）	○交通核や公共施設の立地する都心、副都心と連携した地区として、本市の魅力を発信し、広域基盤を活用した主に自動車交通により、県内外から人が集まる交流拠点となる賑わいあるまちづくりの推進 [期待される役割] ・都心、副都心との連携 ・新たな交流の拠点
商業集積の方向	○県内外からの集客を図る地域の拠点として、本市の魅力を活用しつつ、都心・副都心を支え、地域拠点に相応しい広域的な集客、交流に資する商業機能の集積を図る。
想定する店舗構成、取扱品	○集客、交流をターゲットにした飲食、物産店・地域資源を活用した飲食、物販 ○買回品専門店、量販店
想定する主な顧客と買物行動	○県内外からの来訪者 ○自動車でおおむね1時間弱圏内（70～80km程度）の生活者

	・ 来訪者の飲食、物品購入 ・ 中心市街地など市内への回遊
小売業を行うための店舗の用に供する部分の面積	○8,000 m² ○静岡市大規模集客施設制限地区建築条例第3条第1項第1号の規定による認定を受ける建築物については、12,000 m²（ただし、静岡駅、清水駅及び東静岡駅周辺に形成される商業環境と共存しない商業集積の誘導は想定しない。）
区域	別図4で示される区域

3 地域拠点型商業環境形成ゾーン

まちづくりの方向 (当該地区の役割)	○交通核や公共施設の立地する都心、副都心を補完する地区として、生活サービス機能や業務機能の充実したまちづくりの推進 [期待される役割] ・ 都心、副都心の補完 ・ 生活サービスの一式がおおむね揃う場
商業集積の方向	○生活圏の中心として、最寄品等の日常生活に必須な商業、サービス機能の集積を図るとともに、一定の買回品専門店の集積を目指していく。
想定する店舗構成、取扱品	○買回品専門店、量販店 ○最寄品総合スーパー ・ 主力商品は、食品、日用雑貨、衣料、身の回り品
想定する主な顧客と買物行動	○徒歩、自転車移動圏内（2km 程度）の居住者及び通勤、通学者 ・ 平日の夕方の買物、週末の買物
小売業を行うための店舗の用に供する部分の面積	○幹線道路沿線は、8,000 m² ○上記以外は、5,000 m²
区域	別図5、6で示される区域

4 特化型商業環境形成ゾーン

まちづくりの方向 (当該地区の役割)	○旧宿場など歴史、風情のある街並み、地域資源の保全や利活用による豊かな歴史を実感できるまちづくりの展開 [期待される役割]
-----------------------	---

	・市内の観光、余暇ネットワークの一拠点 ・風情のあるまちづくりの展開
商業集積の方向	○市全域の集客、交流施策等との連携を図りながら、特色ある商業集積を誘導する。 ○近隣住民の日常的な利用に供する既存商業集積を維持するとともに、地場産品等を扱う店舗や観光関連の飲食、物販、サービスに係る商業機能の育成、集積を図る。
想定する店舗構成、取扱品	○専門店 ○最寄品総合スーパー ・主力商品は、食品、日用雑貨、衣料、身の回り品 ○観光来街者に対応する物販、飲食 ・観光関連の物販、飲食
想定する主な顧客と買物行動	○徒歩、自転車移動圏内（2 km 程度）の居住者 ○市内観光として、旧宿場等を訪問する来街者 ・近隣居住者の平日の夕方の買物 ・来街者の飲食、物産購入
小売業を行うための店舗の用に供する部分の面積	○幹線道路沿線は、5,000 m² ○上記以外は、3,000 m²
区域	別図 7、8、9、10 で示される区域

5 近隣生活型商業環境形成ゾーン

まちづくりの方向 (当該地区の役割)	○旧来の商店街等を核としつつ、地域コミュニティの維持、育成に資するまちづくりの展開 [期待される役割] ・生活回りの基礎的な機能の充足 ・顔の見える地域コミュニティの場の形成
商業集積の方向	○高齢者等を含む地域の生活者へのきめ細やかなサービスを提供しうる商業機能の誘導を図る。 ○コミュニティに密着した商業集積の維持を図るため、原則的に大規模な商業集積の誘導は想定しない。

想定する店舗構成、 取扱品	○最寄品専門店 ○中型スーパー ・主力商品は、生鮮3品等
想定する主な顧客 と買物行動	○おおむね徒歩圏内（500～1,000m 程度）の居住者 ・近隣居住者の平日の昼～夕方のお買物が主
小売業を行うため の店舗の用に供す 部分の面積	○国道1号沿線は、8,000 m ² ○幹線道路沿線は、5,000 m ² ○上記以外は、1,000 m ²
区域	別図 11、12、13 で示される区域

6 生活型商業環境形成ゾーン

まちづくりの方向 (当該地区の役割)	○良好な住宅環境、景観や沿道環境、景観への配慮に重点を置きつつ、まちづくりを進める。 [期待される役割] ・居住系生活環境、景観の維持、保全 ・沿道環境、景観の維持、保全
商業集積の方向	○居住系利用を中心とした環境、景観や沿道の環境、景観の維持を図るため、生活に密着した商業機能を除き、原則的に大規模な商業集積の誘導は想定しない。
想定する店舗構成、 取扱品	○専門店、中型スーパー ・主力商品は、生鮮3品等 ○幹線道路沿線 ・最寄品総合スーパー、量販店等 ・取扱品は、日用雑貨、衣料、身の回り品
想定する主な顧客 と買物行動	○おおむね徒歩圏内（500～1,000m 程度）の居住者、若しくは沿道を通過する自動車来訪者 ・近隣居住者の平日の昼～夕方のお買物が主
小売業を行うため の店舗の用に供す 部分の面積	○国道1号沿線は、8,000 m ² ○幹線道路沿線は、5,000 m ² ○上記以外は、1,000 m ²
区域	都市計画法第7条第1項に定める市街化区域であって、都心型商業環

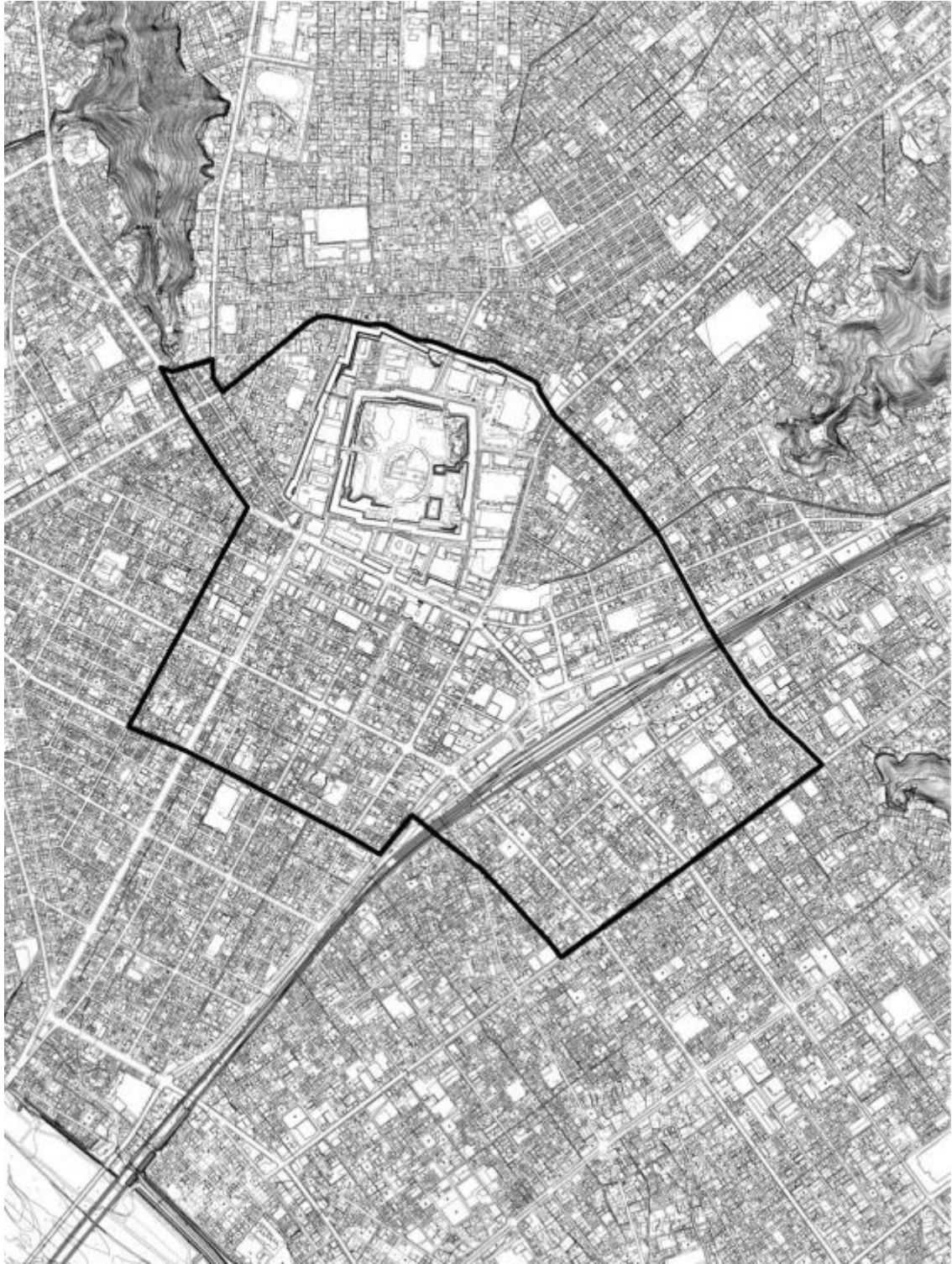
	境形成ゾーン、 広域交流拠点型商業環境形成ゾーン 、地域拠点型商業環境形成ゾーン、特化型商業環境形成ゾーン、近隣生活型商業環境形成ゾーンを除いた区域
--	---

備考

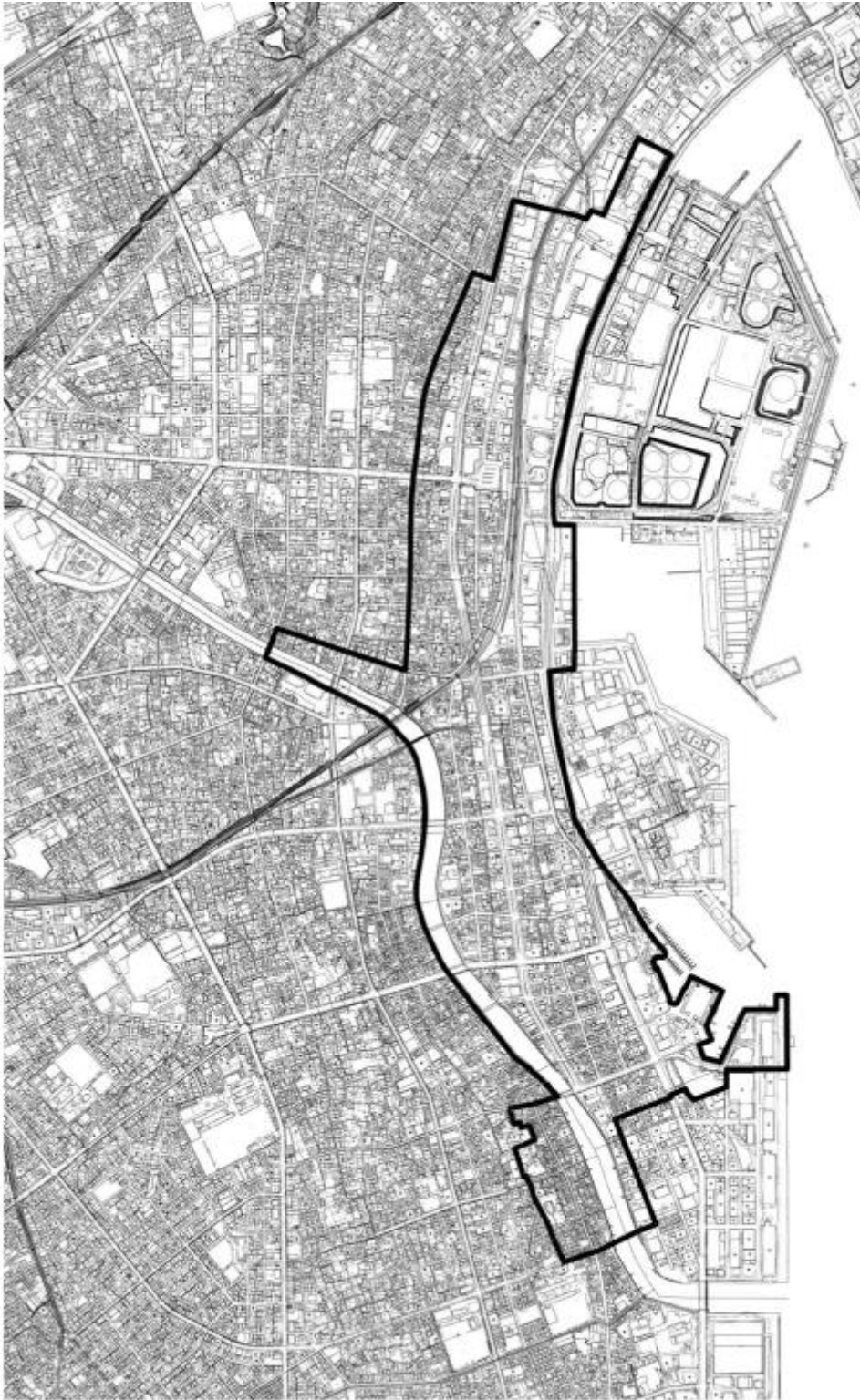
- 1 小売業は、飲食店業を除き、物品加工修理業を含む。
- 2 国道1号沿線、幹線道路沿線は、それぞれ4車線以上の車線を有する道路に接している場合とする。
- 3 本指針と併せ、都市計画法、建築基準法の適用を受けるものとする。
- 4 静岡市良好な商業環境の形成に関する条例の施行の日の前日において、現に存する商業施設又は同条例附則第2項の規定に該当する商業施設の建築等に係る商業施設であって、同条例の施行の日以後初めて増築し、又は従前の施設と同一の敷地において新築する（同日以後に増築したときを除く。）場合に限り、この表に定める面積は、当該増築又は新築前の小売業を行うための店舗の用に供する部分の面積に、その面積の1割に相当する面積又は1,000平方メートルのいずれか小さい面積を加えて得た面積とする。
- 5 静岡市良好な商業環境の形成に関する条例第7条第3号又は第4号に規定する商業施設の建築等であって、同条例施行規則第14条第1号ただし書きに該当し、同条例第7条の届出を要するものについては、この表に定める面積は、同条例施行時の前日における小売業を行うための店舗の用に供する部分の面積に、その面積の1割に相当する面積又は1,000平方メートルのいずれか小さい面積を加えて得た面積とする。

別図

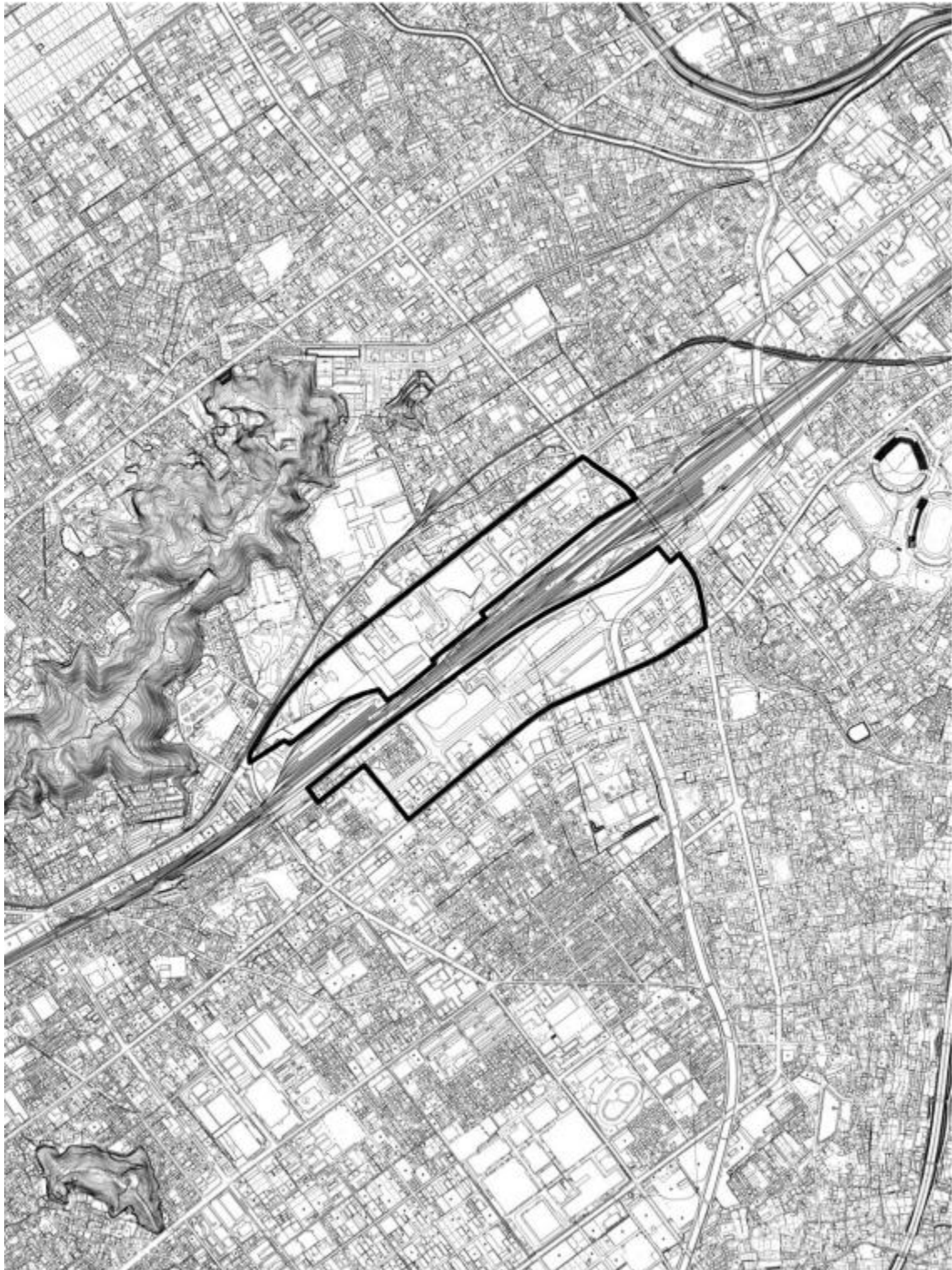
1 都心型商業環境形成ゾーン（静岡都心）



2 都心型商業環境形成ゾーン（清水都心）



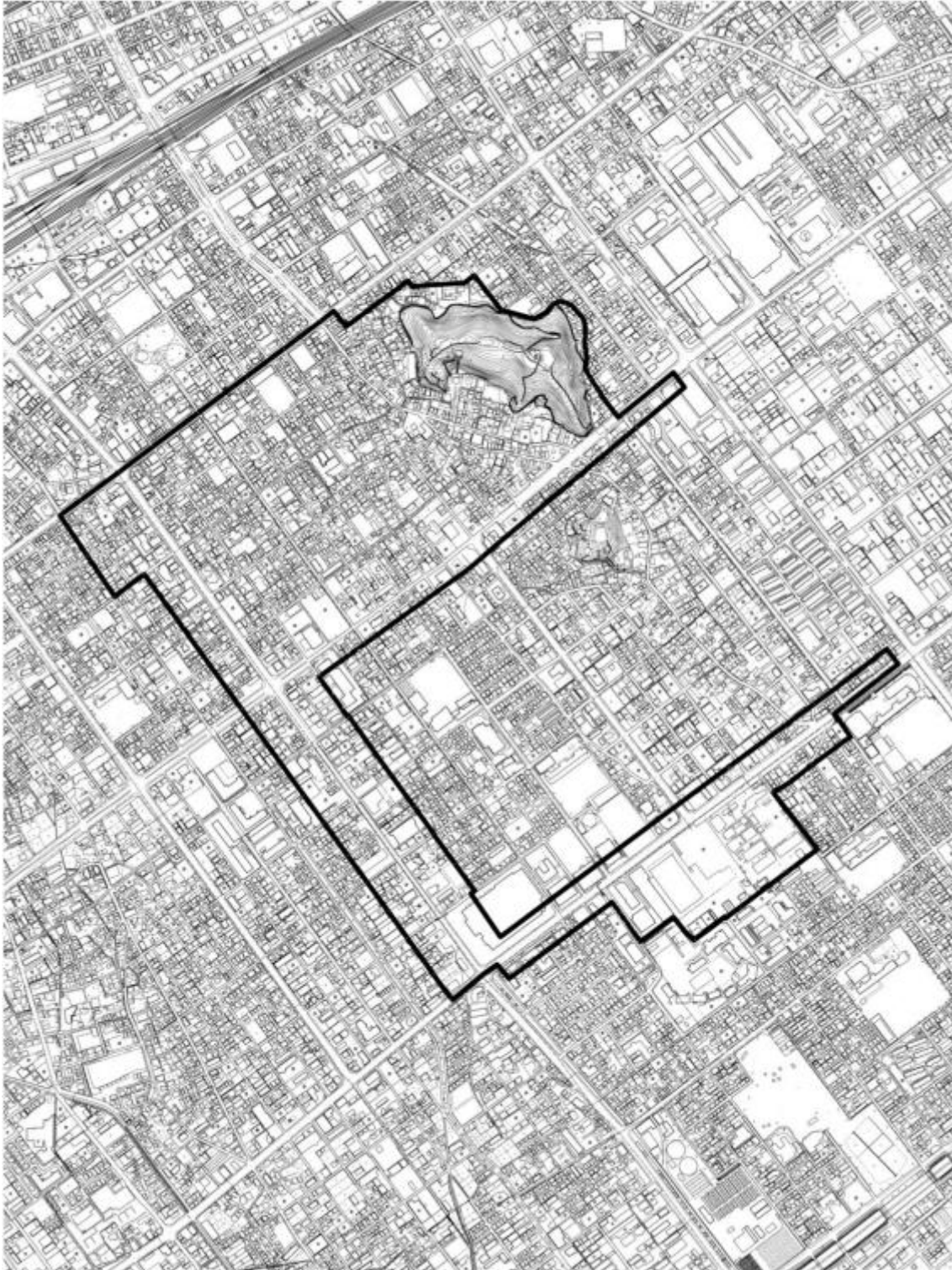
3 都心型商業環境形成ゾーン（東静岡副都心）



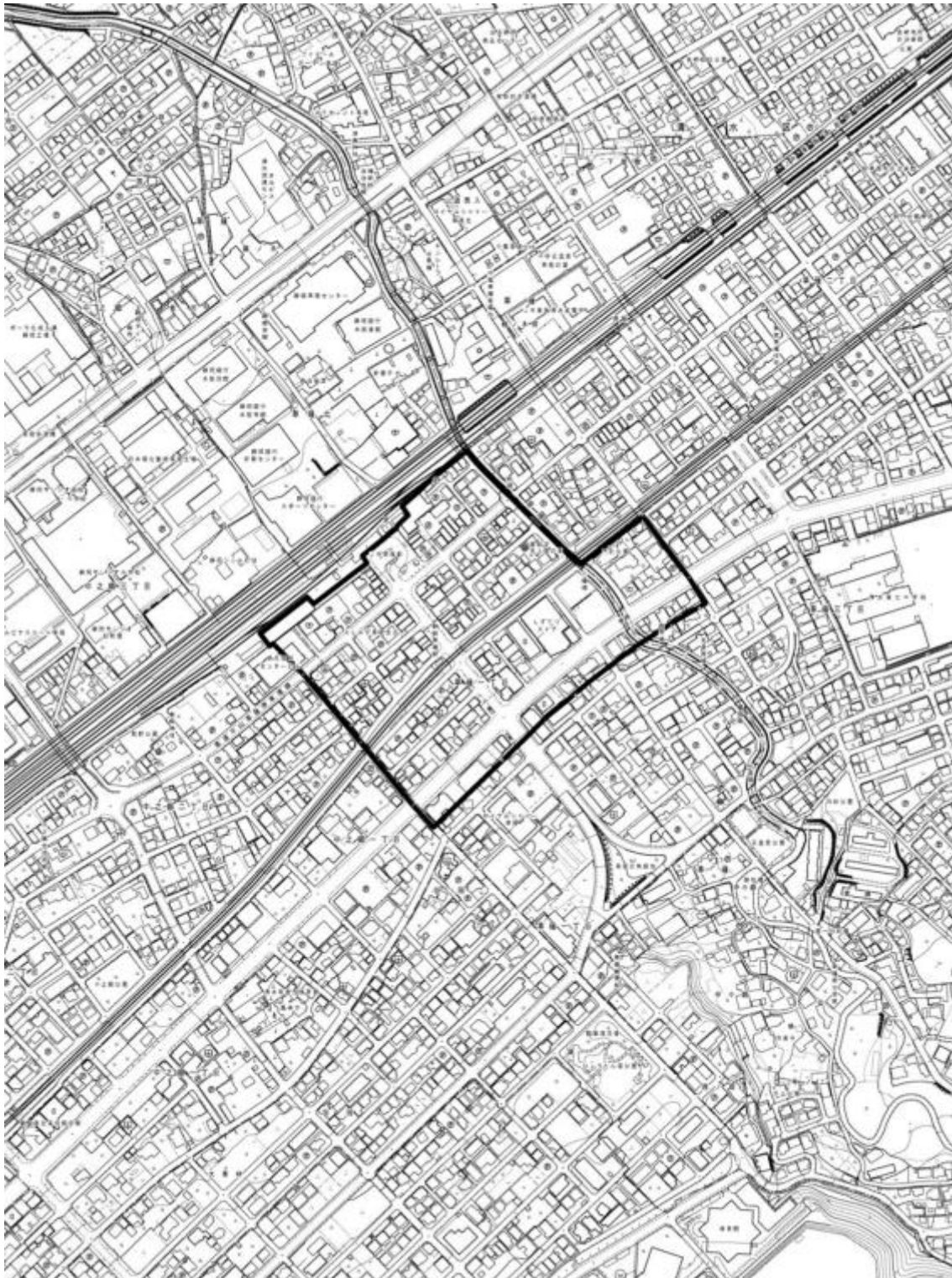
4 広域交流拠点型商業環境形成ゾーン



5 地域拠点型商業環境形成ゾーン①



6 地域拠点型商業環境形成ゾーン②



7 特化型商業環境形成ゾーン①



8 特化型商業環境形成ゾーン②



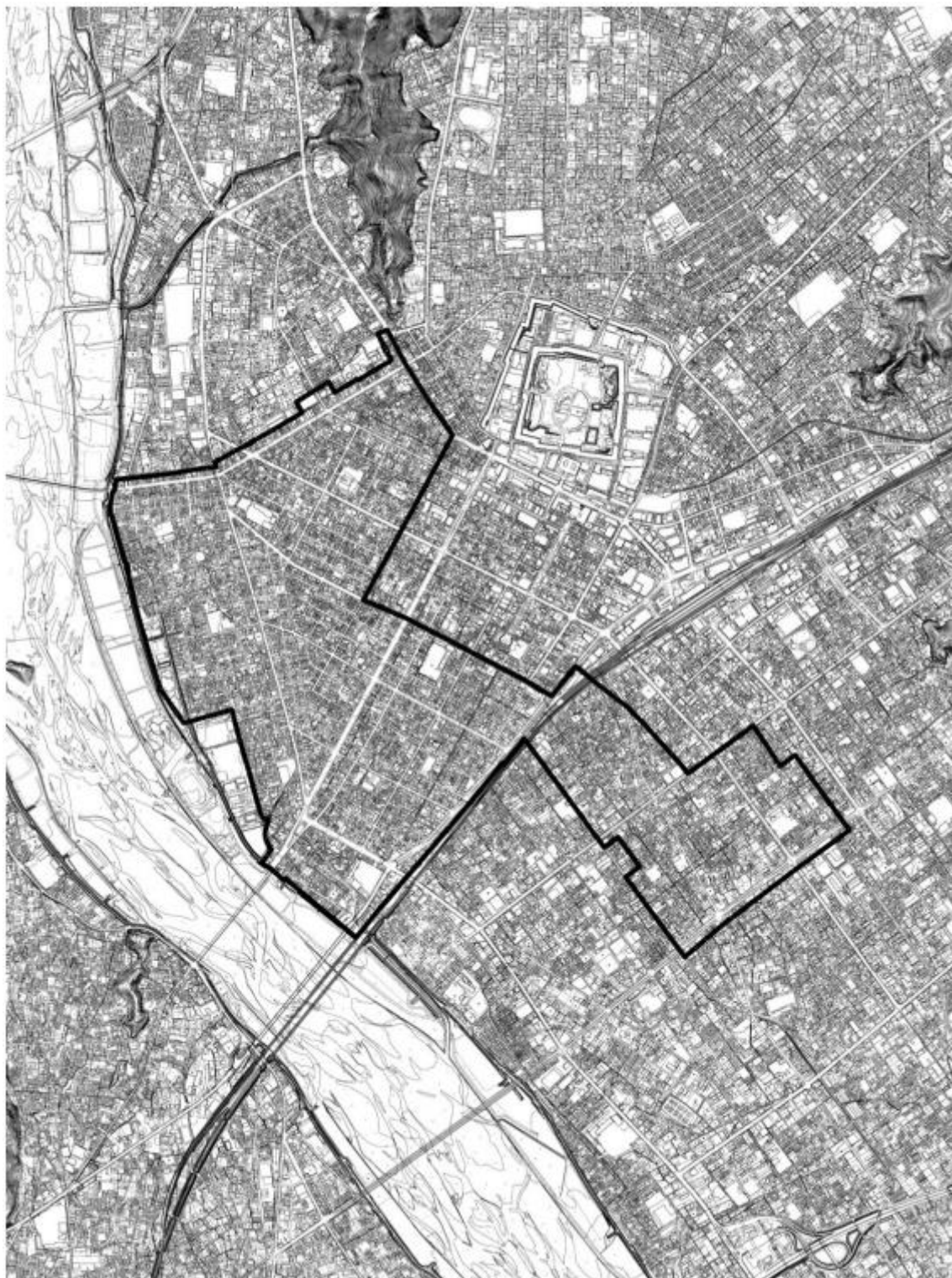
9 特化型商業環境形成ゾーン③



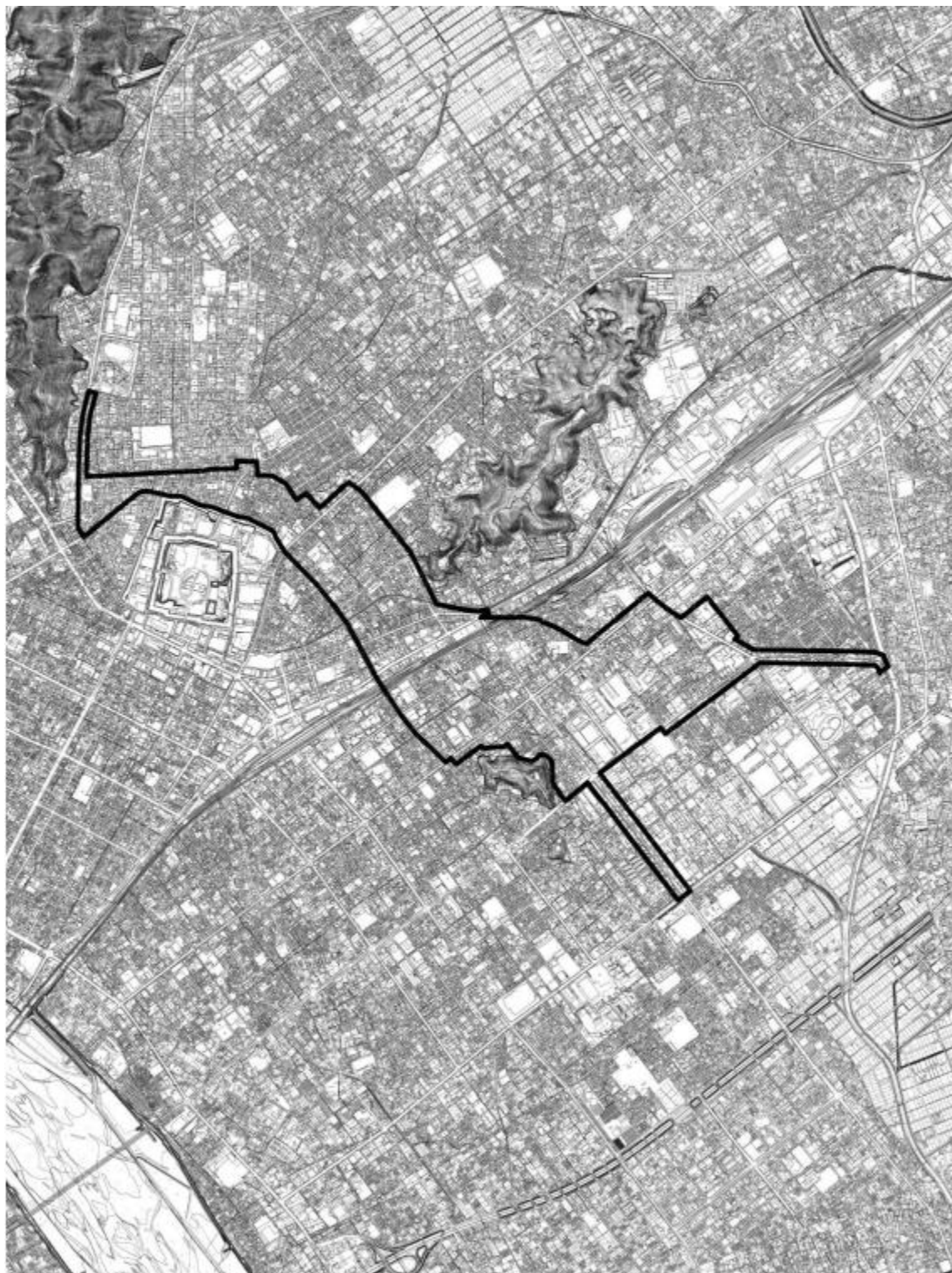
10 特化型商業環境形成ゾーン④



11 近隣生活型商業環境形成ゾーン①



12 近隣生活型商業環境形成ゾーン②



13 近隣生活型商業環境形成ゾーン③

