

令和6年度 第2回静岡市商業振興審議会

日 時：令和6年10月9日（水）

9時00分～11時00分

場 所：静岡市役所静岡庁舎

17階 171会議室

次 第

1 開 会

2 あいさつ

3 審議会について（事務局から論点整理）

4 議 事

（1）静岡市良好な商業環境の形成に関する条例・指針について

- ・都市再生に向けた市全体のまちづくりについて
- ・宮川・水上地区（日本平久能山スマートIC周辺地区）のまちづくりについて
- ・宮川・水上地区のゾーニングについて
- ・意見交換

（2）中心市街地活性化策について

- ・中心市街地の活性化の方向性（案）について
- ・意見交換

5 事務連絡

6 閉 会

【配付資料】

論点整理

資料1—1、1—2、1—3

本市の人口減少及び都市再生に本市全体のまちづくりについて

資料2

宮川・水上地区のまちづくりについて

資料3—1、3—2、3—3

宮川・水上地区にかかる「静岡市良好な商業環境形成に関する指針」の改定について

資料4

中心市街地活性化策について

○委員名簿（任期:令和5年8月4日から令和7年8月3日まで）（敬称略）

分類	氏名	所属・役職	出欠
学識経験者	いわさき くにひこ 岩崎 邦彦	静岡県立大学 経営情報学部 教授	○
商業者・商店街	なかむら きよし 中村 陽史	静岡市中央商店街連合会 会長代理	○
商業者・商店街	やまもと ようへい 山本 洋平	清水商店街連盟 事務局長	○
商業者・商店街	うえにし まさなお 上西 征直	株式会社大丸松坂屋百貨店 松坂屋静岡店 店長	○
商業者・商店街	まきの よしひろ 牧野 良弘	有限会社ぷるみえーる 代表取締役	○
商業者・商店街	やまなし ひろやす 山梨 洋靖	株式会社創造舎 代表取締役	○
地域経済団体	まえだ まさひこ 前田 誠彦	公益財団法人静岡市まちづくり公社 常務理事	○
地域経済団体	いしかわ まさみ 石川 眞巳	静岡商工会議所 専務理事	途中参加
市民	はしもと まさこ 橋本 正子	しずおか市消費者協会 理事	○
市民	いけがや ひろみ 池谷 洋美	公募委員	○
市民	すずき みさき 鈴木 美咲	公募委員	×
市民	むらい たかし 村井 貴	公募委員	×
アドバイザー	かみやま はじめ 上山 肇	法政大学大学院 政策創造研究科 教授	○

1 静岡市商業振興審議会の役割

役割1

静岡市商業の振興に関する条例 第14条第2項
「商業振興基本計画の策定または変更に関する諮問に対する答申」

役割2

静岡市商業の振興に関する条例 第14条第2項
「本市の商業の振興に関する重要な事項に対する審議」

役割3

静岡市良好な商業環境の形成に関する条例 第6条第2項
「ゾーニング(商業集積の方向や売場面積の上限等)の策定または変更に対する意見」

2 本日の審議のポイント

議事1 静岡市良好な商業環境の形成に関する条例・指針

役割3に基づき、宮川・水上地区に新たに設定するゾーニング
に対する意見

- ・東名スマートインターチェンジを活用した広域から人を呼び込む「広域交流拠点」としてのまちづくりに合わせた、商業集積の方向の内容についての意見
- ・広域から人を呼ぶために最大限の土地活用を可能とする売場面積の考え方についての意見
- ・中心市街地への影響や配慮についての意見

【宮川・水上地区】



議事2 中心市街地の活性化

役割2に基づき、今後の中心市街地活性化に向けた商業振興
施策や商店街支援策に対する審議

- ・現在、市が考えている活性化の方向性についての審議
- ・その他、今後の中心市街地の活性化に必要な施策についての審議
- ・宮川・水上地区への新たな人流の中心市街地への回遊策について具体的な方策についての審議

【静岡地区中心市街地】



1 本市の将来人口の独自推計

- 本市では、これまで国立社会保障・人口問題研究所の将来人口推計を参考に行政施策の検討を進めてきた。
- しかしながら、国の推計は5年に一度の国勢調査結果に基づくものであり、直近の実態が反映されないことや0歳人口の実績が国の推計よりも大幅に下回る可能性があったため、本市独自の推計を実施。
(これまでの人口推移:表1)
- 本市人口は1970年には、政令市の中で11番目と中位に位置しており、その後1990年をピークに減少傾向に転じている。
- 2020年の人口は、政令市の中では最下位となり、減少のスピードが他の政令市に比べても早いことがわかる。
- さらに、1970年と2020年を比較した際の人口増減率は1.7%増と微増にとどまっており、浜松市の25.3%増と比べても人口推移は極めて深刻な状況にある。
(今後の人口推移:表2)
- 国と本市独自の推計を比べてみると、本市独自推計では、2050年9月末の時点で約49万人となり、50万人を下回る。
- また、0歳人口も国の推計を下回る結果が出ており、子どもの減少による高齢化が一段と進んでいく推計となっている。

2 人口減少への対応の考え方

- こういった現状に対して、社会経済の将来動向や最新の科学技術に精通した有識者から意見をいただきながら、人口減少の要因を分析し、対策を講じていく。
- 人口問題は、行政の力だけでは解決できない困難な課題であるため、「社会の大きな力」と「世界の大きな知」を借りて、持続可能な未来のために積極的に取り組んでいく。

3 都市再生に向けたまちづくり

- 人口減少(とりわけ若年層の流出)が進む中、地域経済の活性化や地域資源を活かした新しい時代の都市再生が必要。
- これまでの点の取組から、面の取組への転換を図り、これまでの延長上の取組ではなく、将来の静岡市のために何が重要かの視点を取り入れ、市全体でのまちづくりを進めていく。
- その実現に向けた方策の一つとして、企業立地を促進し、若い世代を惹きつける魅力や仕事を創出していく。
- 宮川・水上地区においても大規模用地を最大限活用することで新たな人流を呼び込み、雇用を生み出し、中心市街地や周辺の観光地への回遊を図ることで、地域経済を活性化させていく。
- 同時に、中心市街地への投資や周辺のまちづくりを進め、市全体で都市の価値や魅力を底上げしていくことで、都市再生を図っていく。

表1

自治体	1970年	1980年	1990年	1995年	2000年	2005年	2010年	2015年	2020年	1970年～2020年 の増減	
	S45	S55	H2	H7	H12	H17	H22	H27	R2	人口	率(%)
札幌市	1,010,123	1,401,757	1,671,742	1,757,025	1,822,368	1,880,863	1,913,545	1,952,356	1,973,395	963,272	95.4
仙台市	598,950	792,036	918,398	971,297	1,008,130	1,025,098	1,045,986	1,082,159	1,096,704	497,754	83.1
さいたま市	657,425	879,291	1,007,569	1,078,545	1,133,300	1,176,314	1,222,434	1,263,979	1,324,025	666,600	101.4
千葉市	482,133	746,430	829,455	856,878	887,164	924,319	961,749	971,882	974,951	492,818	102.2
横浜市	2,238,253	2,773,674	3,220,331	3,307,136	3,426,651	3,579,628	3,688,773	3,724,844	3,777,491	1,539,238	68.8
川崎市	973,486	1,040,802	1,173,603	1,202,820	1,249,905	1,327,011	1,425,512	1,475,213	1,538,262	564,776	58.0
相模原市	317,297	494,255	602,436	646,513	681,150	701,630	717,515	720,799	725,493	408,196	128.6
新潟市	631,923	730,733	776,775	796,456	808,969	813,847	811,901	810,157	789,275	157,352	24.9
静岡市	681,797	727,260	739,300	738,674	729,980	723,323	716,197	704,989	693,389	11,592	1.7
浜松市	631,284	698,982	751,509	766,832	786,306	804,032	800,866	797,980	790,718	159,434	25.3
名古屋市	2,036,053	2,087,902	2,154,793	2,152,184	2,171,557	2,215,062	2,263,894	2,295,638	2,332,176	296,123	14.5
京都市	1,427,376	1,480,377	1,468,190	1,470,902	1,474,471	1,474,811	1,474,015	1,475,183	1,463,723	36,347	2.5
大阪市	2,980,487	2,648,180	2,623,801	2,602,421	2,598,774	2,628,811	2,665,314	2,691,185	2,752,412	▲ 228,075	▲ 7.7
堺市	616,558	839,421	844,899	840,384	829,636	830,966	841,966	839,310	826,161	209,603	34.0
神戸市	1,288,937	1,367,390	1,477,410	1,423,792	1,493,398	1,525,393	1,544,200	1,537,272	1,525,152	236,215	18.3
岡山市	500,599	590,424	640,406	663,346	674,375	696,172	709,584	719,474	724,691	224,092	44.8
広島市	798,540	992,736	1,093,707	1,117,117	1,134,134	1,154,391	1,173,843	1,194,034	1,200,754	402,214	50.4
北九州市	1,042,318	1,065,078	1,026,455	1,019,598	1,011,471	993,525	976,846	961,286	939,029	▲ 103,289	▲ 9.9
福岡市	871,717	1,088,588	1,237,062	1,284,795	1,341,470	1,401,279	1,463,743	1,538,681	1,612,392	740,675	85.0
熊本市	534,228	619,236	680,765	708,097	720,816	727,978	734,474	740,822	738,865	204,637	38.3

表2

項目	最新値 (2024.6)	推計名	推計値 (2030.9)	推計値 (2040.9)	推計値 (2050.9)
総人口	675,506	静岡市独自推計	635,445	563,507	492,072
		社人研直近推計	649,978	598,680	546,205
0歳人口	3,458	静岡市独自推計	3,514	3,132	2,588
		社人研直近推計	3,626	3,380	2,842

イメージ図



地域：丸子・泉ヶ谷エリア
役割：観光（伝統文化）



地域：中心市街地（静岡）エリア
役割：高度な商業集積（まちの顔）



地域：市街地内の緑地
役割：憩い（山、自然）



地域：東静岡エリア
役割：副都心（スポーツ）



地域：中心市街地（清水）エリア
役割：観光（港、スポーツ、まぐろ）



地域：用宗エリア
役割：観光（港町、ノスタルジー）



地域：宮川・水上エリア
役割：市外県外からの集客、働く場



地域：草薙エリア
役割：暮らし（教育、文化）



地域：日本平・久能山・三保エリア
役割：観光（歴史文化、ホテル）



地域：市全域
役割：働く場（企業立地）

1 宮川・水上地区のまちづくり

平成25年に大谷・小鹿まちづくりランドデザイン、平成31年に宮川・水上地区まちづくりビジョンを作成し、土地区画整理事業による基盤整備によって新たなまちづくりの検討を進めてきた。
現在、地権者による土地区画整理組合から委任を受けた業務代行者が具体的な土地利用の計画を立てており、商業、食と農、スポーツ、エンターテインメント機能などを取り入れた広域からの集客をもたらす「新たな交流拠点」としての整備の検討が進められている。

2 最適な土地利用検討の必要性・理由

- ①本市の課題である人口減少、特に若者の流出を抑制するため、魅力的な地区の形成、働く場の確保が必要である。
- ②市民意識調査では、若い世代が市外に買い物に出かけている傾向があるため、民間消費の市外流出を留め、さらに若い世代の市外からの流入を図り、市内消費を増加させる必要がある。
- ③当地区は高速インターチェンジ直結かつ広大な平坦地という高いポテンシャルを有しており、開発により広域からの集客や雇用の創出といった大きな事業効果が見込まれる。
- ④中心市街地とは異なる集客圏から人と消費を呼び込み、新たな人流を中心市街地や周辺観光地へと回遊させることで、市全体の商業観光産業への経済波及効果が期待できる。
- ⑤企業へのヒアリングにおいて、土地利用制限を理由に進出を見送る企業や進出意向を持つ企業や地元から制限緩和を望む声が出ている一方で、既存の中心市街地などの商業環境への影響を考慮する必要がある。

3 都市計画の手続き

- ・令和6年6月5日の都市計画審議会において、宮川・水上地区の用途地域を「準工業地域」とすること、「地区計画」により土地利用方針などを独自に定め、広域集客ゾーンを設けることが決定された。
- ・準工業地域の用途地域によって、まちづくりの方向性に沿った多種多様な用途の建築物の立地を許容することが可能となる。
- ・また、地区計画によって、広域集客に資する土地利用を図っていくことを明記することで、広域からのターゲット層を集客できる施設の誘導を図っていく。
- ・同時に、進出企業の希望が叶うような環境を整備していくための土地の最大限の有効活用に向けた検討を進めていく。

4 土地利用制限の内容と最適な土地利用の実現に向けた方向性(案)

大規模集客施設の延床面積の制限

①現状の制限

- ・大規模集客施設制限地区建築条例第3条により、大規模集客施設の延床面積が10,000㎡を超える建築物を制限
- ・同条ただし書き(1)に該当する建築物については、延べ床面積10,000㎡を超えることも可能

②最適な土地利用の実現に向けた制限(案)

- ・ただし書き(1)を認定する際の「審査基準」を新たに作成

○大規模集客施設制限地区建築条例第3条第1項ただし書きの審査基準

- ・大規模集客施設の延床面積の上限を20,000㎡までとする
- ・中心市街地を含む周辺の商業に影響を与えかねない施設の立地は抑制

(参考)宮川・水上土地区画整理事業概要

事業主体:宮川・水上土地区画整理組合
(民間組合施行)

業務代行:竹中土木・グリーンウェーブアーキテクツ共同事業体

地権者:326名

事業面積:47.1ha

事業期間:令和4年度～令和18年度

総事業費:約152億円

減歩率:33.7%

事業効果:①雇用 約2,700人、②高速利用台数約11,000台/年

③税収 約2.9億円/年(固定資産税)



航空写真



土地利用計画図

- ・高速道路のインターチェンジ至近という強みを活かし、**市外・県外から集客**できるような商業が望ましい。
- ・地域資源を活かした**静岡らしさ**が重要。軸としてぶれずに持っておいてほしい。
- ・**スポーツ施設やエンタメ施設を目的に訪れる層をターゲット**にした店舗が必要。
- ・**中心市街地とバッティングしない**ように配慮が必要。相乗効果が生まれることを期待する。
- ・国内初のあると魅力的。新たな静岡らしさになるかもしれない。
- ・**集客力のある商業と、周辺住民の生活への配慮**等のバランスを考える必要がある。
- ・大きな商業施設ができてしまうと、**地域のお店が影響を受け、将来的に買い物難民**の発生が懸念される。
- ・NEXCOと連携したサービス(ex.高速料金の割引)等の施策があれば、より大きな集客効果が期待できる。

[illegible]

○テキストマイニングとは、議事録などの文章データをAIが文章を単語ごとに分割し、出現頻度や相関関係から重要と思われる情報を抽出する手法

○青:名詞 赤:動詞 緑:形容詞を指す

2 具体的な商業環境のイメージについて

(1) 商業集積の方向、想定する主な顧客と買い物行動

市内に不足する商業環境を充足し、静岡らしさを発信し、高速インターチェンジを活用した市外・県外から自動車で来静する客層や市外へ買い物に出かけている市内在住の若者や子育て世帯を取り込み、新たな人流を創出するとともに、中心市街地などの周辺への回遊を促していく。

(2) 宮川・水上地区に望ましい店舗

- ・広域から人を呼び込むことができる魅力を持った他にはない店舗であり、市内の商業環境と「競合」しない「共存」となる店舗や顧客層の違いなどの観点と静岡らしさを備えた店舗の誘導を図っていく。
- ・同時に、中心市街地を含む周辺の商業に影響を与え兼ねない施設は、誘導しない。

(3) 望ましい売場面積

- ・本地区のまちづくりの方向性などを踏まえ、売場面積の上限は8,000㎡までとする。
- ・まちづくりの方針として、建築条例第3条ただし書き(1)の認定により延べ床面積の上限が20,000㎡まで緩和された場合、売場面積の上限を12,000㎡までとする「ただし書き」を追記する。

売場面積12,000㎡を上限とする根拠

他の大型店の延床面積に対する売場面積の割合

- ・売場面積8,000㎡以上の市内大型店16店舗の平均から、延床面積に対して概ね6割が売場面積に使用されているため、延床面積20,000㎡の6割にあたる12,000㎡の売場面積とする。

(参考)各施設の売場面積・延床面積

本市中心市街地の大型店

No.	店舗名	売場面積	延床面積
1	新静岡セノバ	27,765㎡	56,787㎡
2	松坂屋静岡店	24,372㎡	43,717㎡
3	静岡パルコ	22,036㎡	31,490㎡
4	静岡伊勢丹	21,525㎡	33,449㎡
5	パルシェ	13,129㎡	37,367㎡

本市郊外の大型ショッピングセンター

No.	店舗名	売場面積	延床面積
1	マークイズ	30,000㎡	61,697㎡
2	セントラルスクエア	25,250㎡	42,032㎡
3	バイドリーム清水	22,440㎡	38,671㎡
4	イオン狐ヶ崎	22,010㎡	34,703㎡
5	イトーヨーカドー	13,686㎡	25,085㎡

県内郊外の大型ショッピングセンター

No.	店舗名	売場面積	延床面積
1	イオン浜松市野SC	57,256㎡	107,302㎡
2	イオン浜松志都呂SC	56,000㎡	119,462㎡
3	御殿場プレミアムアウトレット	55,557㎡	69,992㎡
4	ららぽーと沼津	44,000㎡	105,985㎡
5	プレ葉ウォーク浜北店	44,000㎡	78,996㎡

3 ゾーニングごとの考え方

【現在のゾーニングごとの考え方】

ゾーン名称	まちづくりの方向 (当該地区の役割)	商業集積の方向	想定する店舗構成、取扱品	想定する主な顧客と買物行動	小売業を行うための 店舗の用に供する部分の面積
静岡都心	○商業都市幹線の核として、広域都市圏をけん引する高次商業機能が集積した都心を形成する。 ○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、風情のあるまちを構築。 【期待される役割】 ・買物に付随する多様な楽しみ、場、前品付都市文化の育成、交流拠点、等	○広域都市圏をけん引する高次都市として積極的な集積を図るとともに、魅力の向上を図る。 ○店舗の集積と高機能な専門店等が合わさった集積的な集積を図る。 ○新たなライフスタイルを提案する商業、都市文化、商業等を推進する。 ○多様な集積地帯相互の相補性を向上し、集積効果を図る。	○専門店専門店 ・大型百貨店 ・主力商品は、ファッション、その他の買取品 ・都市文化、映画サービス 等	○鉄道、自動車でおおむね1時間圏内(30～50km程度)の生活者 ・市内からの観光来訪者 ・月1～数回来店の買物 ・おしなれをした時間消費	特に定めない
都心型商業環境形成ゾーン	○商業、レクリエーションと商業、交流を基軸とした賑わいあるまちづくりの展開 ○中心市街地活性化策と連携を図りつつ、周辺市街地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】 ・商業、交流の拠点、もてなしの場 ・市内の観光拠点、等	○都心の集積と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、市街地など高機能な生活空間の構築を推進し、サービスに係る商業の維持を目指す。	○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、物産品 ・観光客に資する土産品、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	○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(5km程度)の生活者 ・観光客による飲食及び土産等の購入 ・近隣居住者等の日常、週末の買物	
近隣副都心	○静岡市東部地区新市街地整備事業等により整備された近市街地を核として、静岡都心に集積する多岐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集約した都市機能整備 【期待される役割】 ・都市機能を核とする創造文化、交流の場	○商業機能との集積を図るとともに、周辺市街地との相補性に留意しつつ都心に相応しい広域的な専門店の立地を図る。 ○駅前周辺地域において供給される住宅(マンション)等住居の日常的な利用に資するよう、接客品を含めた一定の商業集積を図る。	○買取品型専門店 ・接客品型専門店 ・ファッション、その他の買取品 ・近隣居住者に供する食品、日用雑貨、衣料、身の回り品	○鉄道、自動車でおおむね1時間圏内(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前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	
地域拠点型商業環境形成ゾーン	○交通核や公共施設の立地する都心、副都心を核とする地区として、生活サービス機能や商業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 ・生活サービスの一歩がなおおむね圏内	○生活圏の中心として、商業品等の日常生活に必要な商業、サービス機能の集積を図るとともに、一定の買取品型専門店の集積を目指していく。	○買取品専門店、農産物 ・買取品型専門店 ・主力商品は、食品、日用雑貨、衣料、身の回り品	○徒歩、自転車移動圏内(2km程度)の居住者 ・近隣の商業、週末の買物 ・平日の夕方の買物、週末の買物	5,000㎡ 斜線道路沿線：8,000㎡
特化型商業環境形成ゾーン	○旧市街地など歴史、風情のある歴史、地域資源の保全や活用による豊かな歴史を享受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端、風情のあるまちづくりの展開	○市全域の商業、交流商業等との連携を図りながら、特色ある商業集積を推進する。 ○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、地域品等を扱う店舗や観光関連の飲食、物産、サービスに係る商業機能の育成、集積を図る。	○専門店 ○接客品型専門店 ・主力商品は、食品、日用雑貨、衣料、身の回り品 ・観光客等に供する土産品、飲食	○徒歩、自転車移動圏内(2km程度)の居住者 ・市内観光として、旧市街地等を訪問する来訪者 ・近隣居住者の平日の夕方の買物 ・来訪者の飲食、物産品	3,000㎡ 斜線道路沿線：5,000㎡
近隣生活型商業環境形成ゾーン	○近隣の商店街等を核として、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】 ・生活回りの基盤的な機能の充実 ・都市の発展に貢献するまちづくりの展開	○近隣住民を含む地域の生活者へのきめ細かなサービスを提供し、商業機能の維持を図る。 ○コミュニティを育み、商業集積の維持を図るため、相補的に大規模な商業集積の誘導は必要ない。	○買取品専門店 ・買取品型専門店 ・主力商品は、生鮮食品等	○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近～夕方の買物が主	1,000㎡ 斜線道路沿線：5,000㎡ 国道1号沿線：8,000㎡
生活型商業環境形成ゾーン	○良好な住環境、景観や生活環境、景観への配慮に重点を置きつつ、まちづくりを推進する。 【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	○居住系生活環境を中心とした環境、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置き、歴史的に大規模な商業集積の誘導は必要ない。	○専門店、中取スーパー ・主力商品は、生鮮食品等 ・買取品型専門店、農産物等 ・取扱品は、日用雑貨、衣料、身の回り品	○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乗客 ・近隣居住者の平日の近～夕方の買物が主	1,000㎡ 斜線道路沿線：5,000㎡ 国道1号沿線：8,000㎡

【ゾーニングごとの考え方の改定内容】

改定案1
新たに宮川・水上地区に特化した「広域交流拠点型商業環境形成ゾーン」を追加する。
※内容は下段ゾーニング案のとおり

改定案2
静岡市良好な商業環境の形成に関する指針第6項に「ただし書き」を追加する。
※ただし書き案

「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号において市長が認める建築物については、小売業を行うための店舗の用に供する部分の面積を12,000㎡までとする。」

4 広域交流拠点型商業環境形成ゾーン(案)

ゾーン名称	まちづくりの方向 (当該地区の役割)	商業集積の方向	想定する店舗構成 取扱品	想定する主な顧客 と買物行動	小売業を行うための 店舗の用に供する部分の面積
広域交流拠点型 商業環境形成 ゾーン	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、本市の魅力発信し、広域基盤を活用した主に自動車交通により、市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	市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、交流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。	○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 ○買取品専門店、量販店	○市外からの来訪者 ○自動車でおおむね1時間圏内(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	8,000㎡ 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㎡

ゾーニングごとの考え方（案）

ゾーン名称		まちづくりの方向 (当該地区の役割)	商業集積の方向	想定する店舗構成、取扱品	想定する主な顧客と買物行動	小売業を行うための 店舗の用に供する部分の面積
都心型商業環境形成ゾーン	静岡都心	○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	○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。	○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	○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	特に定めない
	清水都心	○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	○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。	○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	○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（5km 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	
	東静岡副都心	○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	○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。	○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	○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	
※新規追加						
広域交流拠点型商業環境形成ゾーン		○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、市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	○市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、交流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。	○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	○市外からの来訪者 ○自動車でおおむね 1 時間弱圏内（70～80 k m 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	8, 000㎡
						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㎡
地域拠点型商業環境形成ゾーン		○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	○生活圏の中心として、最寄品等の日常生活に必要な商業、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すしていく。	○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	○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	5, 000㎡
						幹線道路沿線：8, 000㎡
特化型商業環境形成ゾーン		○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	○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。	○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	○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	3, 000㎡
						幹線道路沿線：5, 000㎡
近隣生活型商業環境形成ゾーン		○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	○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。	○最寄品専門店 ○中型スーパー ・主力商品は、生鮮 3 品等	○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～夕方の買物が主	1, 000㎡
						幹線道路沿線：5, 000㎡ 国道 1 号沿線：8, 000㎡
生活型商業環境形成ゾーン		○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	○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。	○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	○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～夕方の買物が主	1, 000㎡
						幹線道路沿線：5, 000㎡ 国道 1 号沿線：8, 000㎡

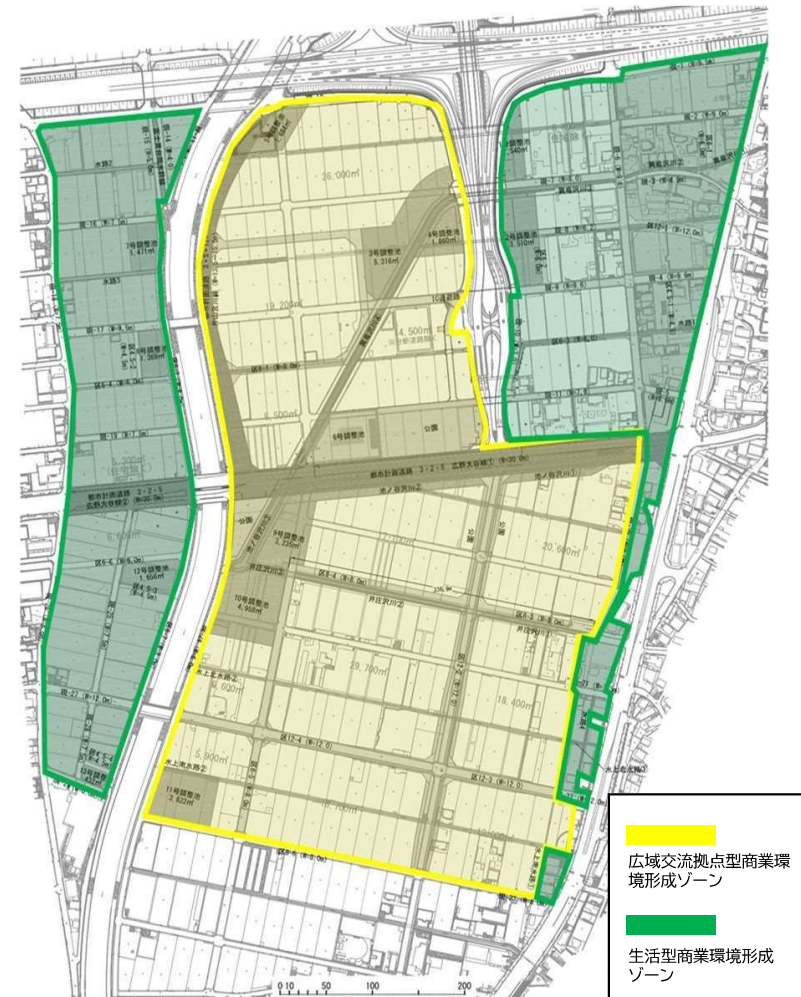
- 1 小売業は、飲食店業を除き、物品加工修理業を含む。
- 2 国道 1 号沿線、幹線道路沿線は、それぞれ 4 車線以上の車線を有する道路に接している場合とする。
- 3 本指針と併せ、都市計画法、建築基準法の適用を受けるものとする。
- 4 静岡市良好な商業環境の形成に関する条例の施行の日の前日において、現に存する商業施設又は同条例附則第 2 項の規定に該当する商業施設の建築等に係る商業施設であって、同条例の施行の日以後初めて増築し、又は従前の施設と同一の敷地において新築する（同日以後に増築したときを除く。）場合に限り、この表に定める面積は、当該増築又は新築前の小売業を行うための店舗の用に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。
- 6 凡例 買回品：服飾など品質、価格などを顧客が十分に比較検討して買い求める商品、最寄品：最寄の店で買うことが多い日用必需品などの商品。

静岡市良好な商業環境の形成に関する指針 ゾーニング図（案）

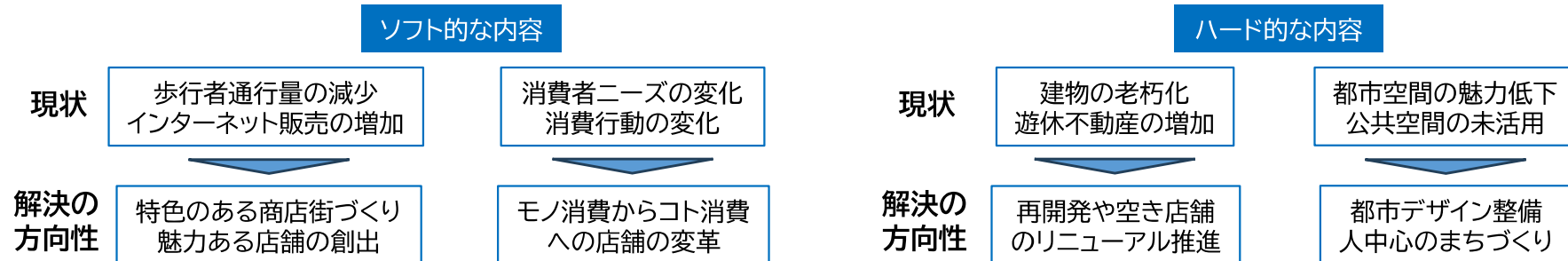
宮川・水上地区の土地利用計画図



良好な商業環境の形成に関する指針
ゾーニング図(案)



1 中心市街地を取り巻く現状・課題



2 中心市街地の活性化に向けた取組の方向性(案)

【中心市街地活性化・商店街支援】

※今後検討を行っていく予算化されていない施策を含む

(方向性)

- 商店街そのものの新たな特色づくりと時代や消費者ニーズに合った商品・サービスを提供する店舗の魅力づくりを進めていく。
- 都市デザイン指針に基づく公共空間の利活用、老朽化した建物の更新などの事業に合わせて、各商店街が目指す姿を明確にし、その特色を実現するための支援策を作っていく。

(具体的な取組例案)

- 専門家による商店街の課題解決の検討、将来ビジョンの作成
- 商店街全体の面的なまちづくりを実施する事業者の支援
- 商店街活性化を下支えするまちづくり会社の創設支援
- 空き店舗活用に向けたリノベーション支援
- 既存店舗の業態転換、新規創業などの支援
- 新たな魅力となる核テナント誘致の出店支援
- 中心市街地への回遊施策や来街促進を図るための交通利便性の向上

【まちづくり・ハード整備】

(方向性)

- 社会全体で一体的なまちづくりを進めていくために、商店街、民間事業者、地域住民などと、共創によるまちづくりを進めていく。
- 都市デザインに沿った再開発事業や公園、道路空間のリニューアルを実施しながら、民間事業者に積極的に投資してもらうための容積率の緩和、税制優遇、道路占用の特例など、積極的な規制緩和を行う。

(具体的な事業案)

- 将来都市空間をデザインする静岡都心地区都市デザイン推進事業
- 紺屋町・御幸町第一種市街地再開発事業による静岡駅北口の防災建築街区の老朽化対策及び地下道の再整備
- 魅力的な公共空間の創出に向けた青葉通り再編事業やJR静岡駅南口駅前広場再開発事業
- 居心地が良く歩きたくなるウォーカブルの推進に向けたJR静岡駅北口国道横断検討事業、御幸町通りの再編事業

- ・都市空間のデザイン作成や市街地再開発、公共空間の再整備、ウォーカブルなまちづくりのハード面での事業が今後進展する。
- ・それに合わせた10年20年先の商店街の在り方や求められる機能などの将来ビジョンを作成し、その実現に向けた支援策を新たに創り出していく。
- ・ハード・ソフト両面による取組や事業を推進することで、多くの人を惹きつける本市のまちの顔である中心市街地の形成を推進していく。