令和８年度第１回静岡市商業振興審議会

日　時：令和８年 10 月 16 日（金）
14 時 00 分～16 時 00 分
場　所：静岡市役所静岡庁舎
新館　９階　特別会議室

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　副会長の選出

５　議　事

（１）「静岡市良好な商業環境の形成に関する指針について」

・「静岡市良好な商業環境形成に関する指針」の見直しについて

６　事務連絡

７　閉　会

【配布資料】

・商業振興審議会委員の役割・アドバイザーの役割・委員名簿
・静岡市良好な商業環境の形成に関する条例パンフレット
・論点整理について
・資料１「静岡市良好な商業環境の形成に関する指針」の見直し（案）について

〇商業振興審議会委員の役割

・商業振興基本計画に関する諮問に対して答申を行う
　…第2次商業振興基本計画の策定について（R5.3月答申）

・市の商業振興に関する重要事項について審議する
　…商店街補助金の見直し、個店成長支援施策の検討 etc.

・「良好な商業環境の形成に関する指針」について意見を述べる
　…市街化区域編入に伴うゾーニング設定
　（H28:中島地区、H29:恩田原・片山地区、R7宮川・地区水上）

〇アドバイザーの役割

「良好な商業環境の形成に関する条例・指針」について、市が審議会に説明し意見を聴くにあたり、市及び委員に対して地域商業の専門的見地から客観的に助言を行うことで、市の検討内容をより深めるとともに、委員に俯瞰的な視点を与える。

〇委員名簿（任期：令和7年8月4日から令和9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	岩﨑（いわさき） 邦彦（くにひこ）	静岡県立大学　経営情報学部　教授	○
商業者・商店街	中村（なかむら） 陽史（きよし）	静岡市中央商店街連合会　会長	○
商業者・商店街	山本（やまもと） 洋平（ようへい）	清水商店街連盟　事務局長	途中参加
商業者・商店街	櫻井（さくらい） 智規（ともき）	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	三島（みしま） 徹平（てっぺい）	株式会社どんどん　代表取締役会長	○
商業者・商店街	堀内（ほりうち） 宏樹（ひろき）	株式会社創造舎　取締役　企画開発部長	○
地域経済団体	金丸（かなまる） 貴之（たかゆき）	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	松浦（まつうら） 高之（たかゆき）	静岡商工会議所　常務理事	○
市民	関本（せきもと） 三枝子（みえこ）	しずおか市消費者協会　会長	×
市民	池谷（いけがや） 洋美（ひろみ）	公募委員	○
市民	石川（いしかわ） 麻衣（まい）	公募委員	×
市民	伊藤（いとう） 真凜（まりん）	公募委員	×

アドバイザー	川野（かわの） 訓志（さとし）	専修大学商学部　教授	○

本日の審議会でご意見いただきたいポイントについて

論点整理

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指針（H25年施行）の見直しについて

役割3に基づき、「静岡市良好な商業環境の形成に関する指針」の見直しに対する意見

【前回までの審議内容】

・条例・指針の施行前のH24年とR3年を比較すると、市内小売店舗事業所数が減少している一方、売場面積は増えており、1事業所あたりの店舗の大型化・複合化など、事業者の出店傾向が変化している可能性がある。

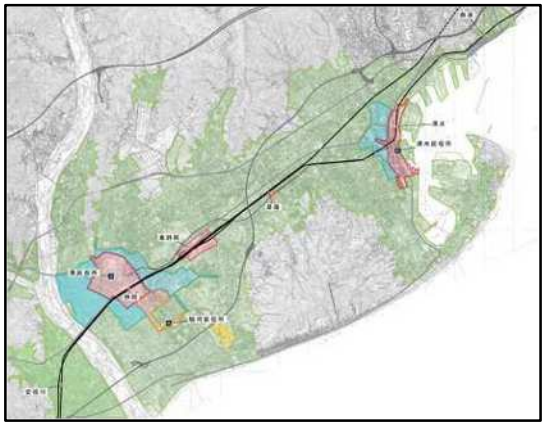
・今後既存店舗が撤退した場合に、買い物環境の利便性が低下する懸念があり、小売店舗の出店について、社会の変化に応じた指針の規定の見直しが必要。

・市の各種計画や目指すべきまちづくりの方針に沿った商業集積の誘導を維持しながら、用途地域を前提に、現行の出店にかかる4車線以上の道路に限定している幹線道路の緩和規定を、道路幅員に変更する見直し案の検討を進めていく。

【今回の審議内容】

・現行の幹線道路の緩和規定（4車線）を、「幅員14m以上の道路」に見直す案について、特に以下の点を踏まえ、その妥当性に関する意見、審議をいただきたい。

①安全性・快適性
②沿道環境
③事業者ニーズ
④既存店舗立地実態
⑤買物利便性



「静岡市良好な商業環境の形成に関する指針」の見直し（案）について

『幹線道路沿線』の考え方の見直し

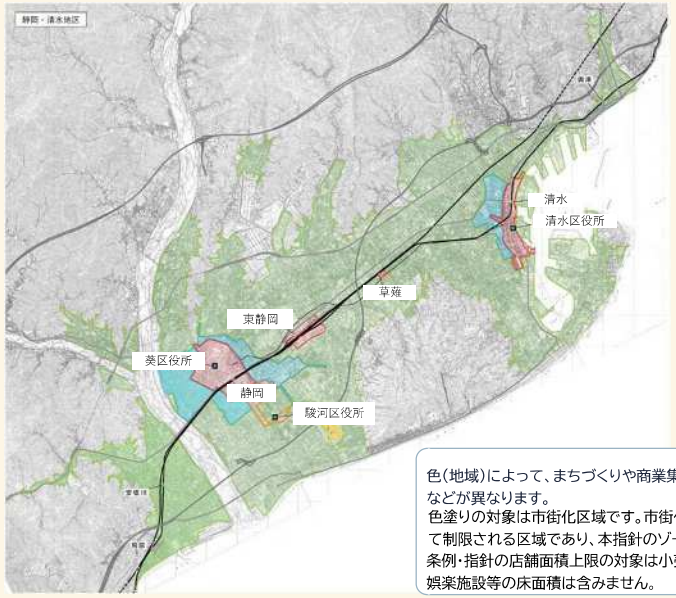
令和8年10月
静岡市 経済局 商業労政課
【資料1】

［ 資料を読む前に ］ わたしたちのお買い物の環境について、一緒に考えるための資料です。市は、みなさんのご意見をうかがいながら、条例・指針の見直しを進めています。

1 静岡市良好な商業環境の形成に関する条例・指針とは

地域の特性に応じて店舗面積の上限等を定め、暮らしと商業のバランスを図る仕組みです（平成25年10月施行）

現在のゾーニング図



静岡市良好な商業環境の形成に関する条例と指針

「静岡市の良好な商業環境の形成に関する条例」は、商業施設の出店について、市民の意見を反映する機会を設けるとともに、良好な商業環境の形成に資するよう誘導する手続を定めることにより、市民にとって豊かな生活を送ることができる買物環境及び市が目指すまちの姿にふさわしい商業環境の形成を図ることを目的に平成25年に制定されました。

また、同条例に基づき「静岡市良好な商業環境の形成に関する指針」を定め、地域の特性に基づいた6種類のゾーンに区分し、ゾーンごとのまちづくり・商業集積の方向性、想定される店舗構成、望ましい店舗面積（㎡）の上限等を定めています。

色（地域）によって、まちづくりや商業集積の考え方、望ましいお店の大きさ（店舗面積）などが異なります。
色塗りの対象は市街化区域です。市街化調整区域は開発が原則として制限される区域であり、本指針のゾーン区分の対象外です。
条例・指針の店舗面積上限の対象は小売業を行う部分であり、飲食店や娯楽施設等の床面積は含みません。



めざす『良い商業環境』4つの柱

① **コンパクトなまちづくり**
合理的な土地利用の促進と効率的、持続的な都市経営の実現

② **快適な買物環境の創出**
徒歩や自転車で日常の買い物ができる環境の創出

③ **都心への商業集積**
静岡市の顔である都市拠点に魅力的な商業環境を形成

④ **周辺環境への配慮**
居住系生活環境と利便性の高い買物環境の両立

6つのゾーンと、店舗面積の上限

ゾーン区分		小売業店舗面積の上限
都心型（静岡・清水・東静岡副都心）		特に定めない
広域交流拠点型		8,000㎡（認定建築物は12,000㎡）
地域拠点型		幹線道路沿線 8,000㎡ ／ 上記以外 5,000㎡
特化型		幹線道路沿線 5,000㎡ ／ 上記以外 3,000㎡
近隣生活型		国道1号沿線 8,000㎡／幹線道路沿線 5,000㎡／上記以外 1,000㎡
生活型		国道1号沿線 8,000㎡／幹線道路沿線 5,000㎡／上記以外 1,000㎡

［ ポイント ］『国道1号沿線、幹線道路沿線』は面積の上限が**緩和される場所**。今回の見直しはこの基準を対象としています。

2 静岡市の商業環境の現状

H24 → R3 約9年間の比較（H24年、R3年経済センサス - 活動調査の調査票を利用して独自に集計）

気になる変化

市内の小売店舗数が減っています

静岡市内の小売業事業所数

H24 → R3
5,218 → 5,113 店舗　105事業所減



一方で

売場面積は、増えています（大型化・複合化）

小売業全体の売場面積合計（市内合計）

H24 → R3
744,185 → 789,026 ㎡（+6.0%）



小売業事業所数が減少する一方、売場面積は拡大しており、1事業所当たりの売場面積は増加傾向にあります。

静岡市と同程度人口を有する他都市との比較

項目（H24→R3）		静岡市	浜松市	新潟市	岡山市
小売業 事業所数		5,218→5,113	5,071→4,888	7,137→5,136	4,107→4,515
利用頻度の高い店舗	スーパー	158→114	192→103	174→145	154→157
	コンビニ	241→350	301→406	333→399	262→360
	ドラッグストア	83→120	57→97	117→132	74→106
売場面積合計（㎡）		744,185→789,026	927,522→991,901	1,047,332→1,105,220	837,142→971,601

※小売業事業所数のうち、食料品を扱う等特に利用頻度が高い業種の店舗数も記載

傾向
4市中3市で、事業所数が減少する一方、売場面積が増加しています。
日常の買い物で利用頻度の高い店舗のうち、特にスーパーの減少が顕著です。

3 現状の課題

今後も小売店舗が撤退した場合に、市街化区域で買い物環境の利便性が低下する可能性があります。

1事業所当たりの売場面積が拡大傾向にあるなかで、この条例・指針の店舗面積の規定により、新規の出店が抑制されないよう、社会やニーズの変化を踏まえた見直しを行う必要があります。

令和8年9月末までの直近5年間で、事業者から条例・指針に関する問合せが100件を超えて寄せられています。そのうち、店舗面積や幹線道路の規定に関する内容が約9割を占め、指針の規定が出店を計画するうえで課題となっていることを踏まえ、指針の店舗規制について見直しを行います。

「静岡市良好な商業環境の形成に関する指針」の見直し（案）について

見直し案と「幅員14m以上」とする根拠

4 見直しの方向性

まず考えたこと

現在のゾーニングは他の法令や市のまちづくり方針（ 総合計画・都市計画マスタープラン 、都市計画法の用途地域）に合わせて作っているため、ゾーニング自体を変える等、大幅な方向転換は、市の目指すまちづくりの方針と整合性を図ることが難しくなる。

各計画と良好な商業環境の形成に関する指針との関係性



勘案事項

・小売店の新規出店を抑制しない
・まちづくりの方向性に沿う
・生活環境への支障は出ないように

⇒ 自動車での来客が見込まれている現行の幹線道路沿線の緩和規定を見直す方向であれば、生活環境に支障は出にくく、新規出店も可能ではないか。

結論 ゾーニングと面積上限はそのまま、『幹線道路』の基準を見直す

5 見直し案

車線数ではなく、幅員14m以上の道路に。

改正案（指針別表 備考2）

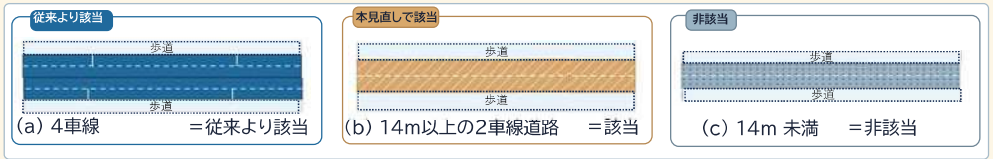
「国道1号線沿線、幹線道路沿線は、それぞれ **幅員14m以上の道路** に接している場合とする。」

現行：4車線以上の車線を有する道路

変わらない点

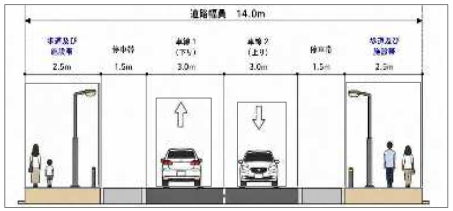
ゾーン区分、面積上限	ゾーン区分や面積上限を変えないことで、まちづくりの方向性を変えず、住宅地等での生活環境への支障が出にくいようにします。

現在の基準と新しい基準で何が変わるか



6 「幅員14m以上」とした理由

① 道路構造の考え方（安全性、快適性）



・都市内の道路では、沿道施設への出入りや荷さばき等による駐停車需要が想定されるため、停車帯の設置が円滑な通行の確保等に有効とされています。
・この考え方を参考に、2車線の車道と歩道、停車帯を備えた道路幅員14mを沿道商業立地の可能性を有する幹線道路としました。

② 沿道環境（買物利便性）

幅員14m以上の道路沿線は、
・生活利便施設が多く立地する目安となる40人/ha以上のエリアが多くを占めています。
・交通量が1万台/24Hを超える道路やバス路線と一致する道路も複数含まれており、交通の需要も高い地域です。

③ 既存店舗の立地実態・事業者のニーズ

・4車線未満で幅員が14m以上の道路沿線には、条例制定前から既存店舗が27店舗立地しており、生活環境に支障があるという声は寄せられていません。
・新規出店の相談も寄せられています。

④ 同様の条例を定めている他都市の基準との比較

・浜松市、京都市、金沢市では、幹線道路の判断に道路幅員を用いています。
・他都市の例を鑑みながら、市のまちづくりの方針に沿うような幅員を14mとしました。

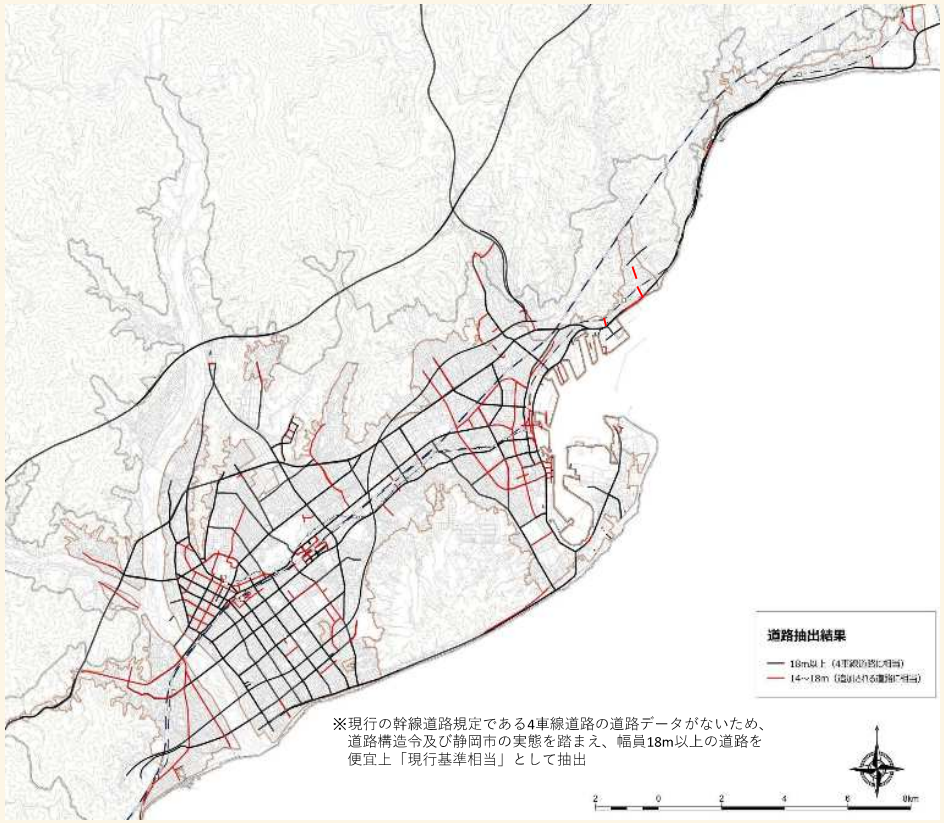
都市	幹線道路の基準（緩和規定）
静岡市 （現行）	4車線以上の車線を有する道路
浜松市	車道幅員13m以上（両側におおむね2.5m以上の歩道）+4車線以上
京都市	商業地域等においておおむね幅員11m以上
金沢市	都市計画道路のうち幅員がおおむね16m以上

7 疑問点と市の考え方

No.	疑問	市の考え方
1	大型店が増えると、住宅地の環境や景観への影響があるのではないか。	生活環境への影響は、大規模小売店舗立地法の手続きで別途確認します。 大規模小売店舗立地法の観点以外のご意見は、本条例で定めている説明会等で丁寧に説明するよう事業者に求めます。
2	既存の商店街や駅前商業への影響があるのではないか。	ゾーニングは変えず、中心市街地等の都市拠点や地域拠点への集積誘導という条例の目的はそのまま維持します。 中心市街地の商業環境と調和した立地を誘導します。
3	もっと狭い道路沿線にも建てられた方がよいのではないか。	幅員14m以下の道路沿線の場合、停車帯の確保が難しくなります。生活の安全性や快適性との両立のため、この設定としました。

8 幹線道路規定の見直しにより、店舗の出店規制が緩和される範囲

幹線道路の基準を「4車線以上」から「幅員14m以上」に見直すことにより、下図の赤線で示す道路が新たに対象となる見込みです。



※上記の道路沿線全てに小売店を立地できるようになるとは限りません。

幅員14m以上の道路の沿線であっても、用途地域ごとに小売店舗の面積に上限を定めています。
以下の地域に該当する事業予定地では、一定の店舗面積の制限があります。

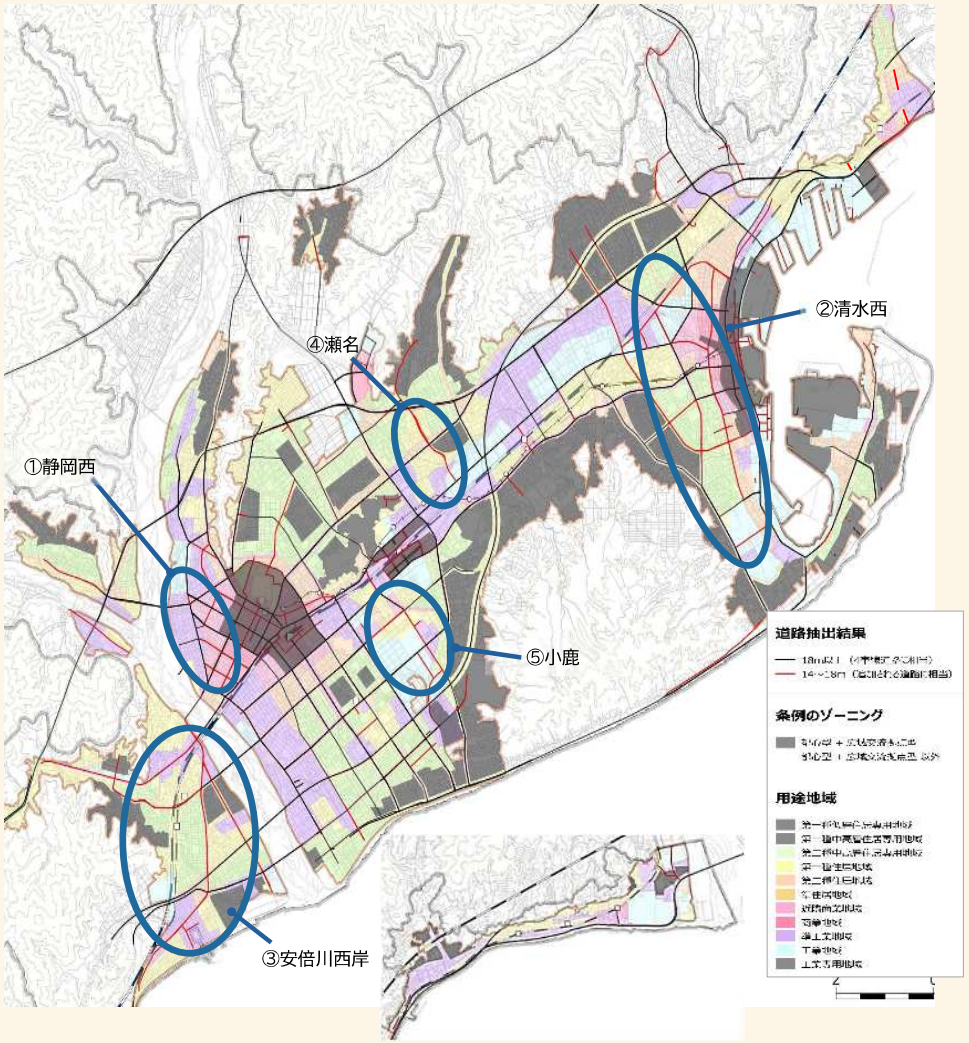
【用途地域ごとの小売店舗の上限面積】

	住居系（8種類）		商業系（2種類）		工業系（3種類）	
用途地域	第一種低層住居専用地域	50㎡	近隣商業地域	制限なし	工業専用地域	不可
	第二種低層住居専用地域	150㎡	商業地域	制限なし	工業地域	10,000㎡
	第一種中高層住居専用地域	500㎡			準工業地域（※）	制限なし
	第二種中高層住居専用地域	1,500㎡				
	第一種住居地域	3,000㎡				
	第二種住居地域	10,000㎡				
	準住居地域	10,000㎡				
	田園住居地域	150㎡ (500㎡農産物)				

※準工業地域では、建築基準法による店舗面積の制限はありません。
ただし、静岡市では市内の準工業地域を「大規模集客施設制限地区」に指定しているため、原則として10,000㎡を超える大規模な店舗等は建築できません。
なお、地区計画が定められている区域では、例外規定がある場合があります。

緩和の影響がある範囲

用途地域に基づく小売店舗規制と、今回の指針見直しを重ね、**特に緩和の影響があると考えられる範囲は 青丸で囲んだ5地区です。**



ご意見募集 みなさまのご意見をお聞かせください

提案内容について、広く市民の皆さまからのご意見を募集しています。
詳しい提出方法・期限は調整中です（市HPで順次お知らせします）。

詳しくは
静岡市HP
商業労政課

9 ゾーンごとの考え方一覧

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	
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、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	○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。	○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	○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	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㎡（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。）
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。	○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（２km 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。 ここが今回の改正のポイント！	○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㎡

適用範囲が広がります

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。 → 国道１号沿線、幹線道路沿線は、それぞれ**幅員14m以上**の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