

広域的なまちづくりのあり方に関する提言

～ 地域との共生による大型店の立地に向けて～

平成 1 6 年 3 月

福島県広域まちづくり検討会

はじめに

近年、モータリゼーションの急速な進展やバイパスをはじめとする道路網の整備等に伴い、学校や病院等の公共施設の郊外移転、大型店の郊外展開や、郊外での大規模な住宅開発が進み、まちの機能が郊外へ拡散する一方で、「まちの顔」ともいうべき中心市街地は、居住者の減少、商業活動の衰退等により、空洞化の一途をたどっています。

この傾向は、県内に限らず全国の地方都市が抱える共通の悩みであり各都市において様々な活性化策が講じられているもののその空洞化に歯止めがかからない状況にあります。

20世紀の大量生産・大量消費・大量廃棄型の社会から、21世紀に入り、少子高齢化、財政の硬直化や環境への意識の高まり、さらには目前に迫る人口減少時代の到来など、時代背景や価値観が大きく変わる中で、これからは環境負荷が少なく自然と共生し、だれもが安全に安心して暮らせる持続可能なまちづくりを進めていくことが求められています。

しかし、特に近年、大型店の郊外への相次ぐ出店が他の大型店や飲食店の郊外出店等を誘発し、都市のスプロール化を促進する例が各地で見られ、コンパクトなまちづくりを実現する上で大きな問題となっています。

また、大型店の規模の拡大も進んでおり、複数の市町村を商圈とする大型店の出店が周辺市町村のまちづくりや住民生活に与える影響も無視できないものとなっています。

このため、この検討会では複数の市町村を商圈とする大型店の問題を取り上げ、その出店について、まちづくりの主役は地域の住民であるという基本を十分に踏まえた上で、県が広域的な観点からどのような調整を行うべきかを中心に検討を行ってきました。

この提言は、検討会での議論に基づき、大型店出店問題に関わる広域的なまちづくりのあり方について、その必要性、講ずべき施策や各主体に期待される役割などをとりまとめたものです。

今後は、地域住民を中心に、行政、NPO、商業者などまちづくりに携わる各主体が連携・協働し、この提言の内容を可能な限り速やかに具体化されることを期待します。

平成16年3月24日

福島県広域まちづくり検討会
会長 鈴木 浩

目 次

1 大型店の立地の現状と問題点	1
(1) 大型店の立地の現状	1
郊外への相次ぐ立地	1
出店戦略の変化	2
(2) 大型店の郊外立地による影響と問題点	2
短期的な影響	2
中長期的な影響	3
まちづくりの面から見た問題点	3
(3) 土地利用関係法令による対応の限界	3
2 講ずべき施策の方向性	5
(1) 大型店の立地調整の必要性(3つの視点)	5
まちづくり	5
生活者の利益	6
施策の効果的推進	6
(2) 施策の構築に当たって留意すべき事項(2つのポイント)	7
調整の観点	7
県と市町村の役割分担	7
(3) 特定大型店の立地調整の内容	9
立地に関するビジョンの策定	9
個別調整の仕組みの導入	9
3 連携・協働による推進	12
(1) 県への期待	12
(2) 市町村への期待	13
(3) 県民・NPO等への期待	13
(4) 大型店への期待	13
<参 考>	
福島県広域まちづくり検討会委員名簿	
福島県広域まちづくり検討会の検討の経過	
大型店の郊外立地の問題点(イメージ図)	
大型店の立地調整について	
特定大型店の立地に関する施策の全体像	
立地ビジョンのイメージ	
地域貢献に関するマニフェストのイメージ	
立地調整の実現スキームに関する3つの選択肢	
大規模小売店舗の出店に関する調査結果	

1 大型店の立地の現状と問題点

(1) 大型店の立地の現状

郊外への相次ぐ立地

大型店の立地については、まちづくり三法のスキームに基づき、都市計画法をはじめとする土地利用関係法令の手法（ゾーニング）で調整することとされている。

しかし、幹線道路やバイパス沿いの農地、工場跡地など平坦で大型店の建設が容易な土地のゾーニングの現況を見ると、都市計画法上の非線引き白地地域や工業地域、準工業地域など、大型店の立地に関する土地利用規制が比較的緩やかな土地が広く存在している。

また、事業者から幹線道路沿いの優良農地などに出店の構想が持ち込まれた場合、市町村が農用地区域からの除外の手続きを行い、農地転用による大型店の立地を可能とするような例も見受けられる。

このように、県内のゾーニングについては、まちづくり三法が意図した運用になっているとは言い難い状況にあるが、その理由としては、例えば次のようなものが考えられる。

- a 各市町村は、域内の雇用の機会や税収等の確保を最重要課題の一つとして取り組んでいるが、昨今の経済情勢から工場等の誘致はなかなか困難であるため、大型店の誘致を有効な手段として考えざるを得ず、その障害となるようなゾーニングの設定は避けたいという事情がある。
- b 仮に一市町村において、大型店の立地を抑制するようなゾーニングを設定しようとしても、周辺市町村で同様の取組みがなされなければ、大型店が周辺市町村に立地するおそれもあることから、市町村の枠を越えた広域的な合意形成なしに一市町村だけで大型店の立地を抑制するようなゾーニングを設定することは現実的には困難な面がある。
- c 個人レベルでも、例えば地権者にとっては、土地を農地等として利用し続けるよりも、大型店の事業者に貸して地代を得た方がより高い収入を得られることが多いため、大型店の立地を抑制するようなゾーニングの設定については、歓迎しない傾向が強い。

このような理由により、大型店の立地について郊外での土地利用規制が比較的緩やかなことと、中心市街地での高い地価（地代）や固定資産税、駐車場確保の困難さや交通混雑等の問題とが相まって、大型店の郊外への立地が相次いでいるものと考えられる。

出店戦略の変化

近年、大型店の出店については、従来までの「1つの市町村やコミュニティを商圈として立地するタイプ」に加え、「市町村の枠を越え、複数の市町村にまたがるような広域な範囲を商圈として立地するタイプ」が見られ始めており、さらなる規模拡大の傾向がうかがえる。

また、外国資本の参入などによる流通業の激しい競争を背景に、積極的に新規出店を進める一方で、採算の悪い店舗については統廃合を検討するなど、大型店のスクラップ・アンド・ビルドの動きが活発化している。

このような大型店の出退店の動向が、商業機能や人の流れ等への影響を通じて、各市町村による地域の特性を活かしたまちづくりにも大きな影響を与えつつある。

（２）大型店の郊外立地による影響と問題点

（１）で述べた大型店の立地の現状については、次のような影響、問題点があると考えられる。

短期的な影響

大型店の郊外への相次ぐ立地により、県内各地で都市機能のスプロール化が進むとともに、優良農地や景観の優れた地域、環境保全上重要な地域等への立地、開発が広く行われ、大きな社会問題となりつつある。

また、公共施設の郊外移転、郊外での大規模な住宅開発等と相まって、空き店舗の増大など、中心市街地の空洞化やコミュニティの場ともなっている地域の小さな商店街の衰退等をより深刻化させ、中心市街地・商店街の活性化に関する行政等の取組みについても、その効果を低下させている。

中長期的な影響

(1) で述べた大型店の出店戦略の変化(規模の拡大、スクラップ・アンド・ビルドの徹底)により、今後は郊外の大型店についても撤退が予想される。

郊外の大型店が地域の商店街等を疲弊させた後で撤退すれば、中心市街地でも郊外部でも商業機能が失われ、地域の購買活動の機会が適切に確保されなくなるおそれがある。もちろん撤退した地域に商圈があれば新たな出店が見込まれるが、既存店の撤退から新規出店までには多くの時間がかかるのが一般的であり、その間地域住民全体が不便な生活を強いられることとなる。

また、高齢者など車での移動を要しない範囲で購買活動を行う者にとっては、日常生活に大きな支障を来たすおそれがある。

更に、地域の商店街等の衰退により、地域コミュニティの中核的な担い手が失われ、祭礼などの地域固有の伝統・文化についても維持できなくなるおそれがある。

これらのほか、都市機能のスプロール化が助長されることから、県全体の人口が減少していくにもかかわらず、社会資本の整備や維持に必要なコストが減らない(場合によっては増える)おそれがある。

まちづくりの面から見た問題点

、 で述べた影響により、このままではまちづくりの面で次のような重大な問題が顕在化することが懸念されるため、早急に対応策を講じる必要がある。

- a 車を利用しないと買い物等が行えないため、高齢者や障がい者をはじめとする全ての人が、安心して買い物をし、快適に日常生活を送ることができないまちになるおそれ
- b 既存の社会資本を十分に活用することができないため、社会資本の整備・維持に必要なコストや環境負荷が増え続け、持続的発展が困難なまちになるおそれ
- c 人が住み、暮らし、活動する場として必要な機能・集積に欠け、地域固有の伝統・文化も失われた魅力のないまちになるおそれ

(3) 土地利用関係法令による対応の限界

すでに述べたように、大型店の立地については、まちづくり三法のスキームに基づき、土地利用関係法令の手法(ゾーニング)で立地の適否を判断した上で、立地可能と判断された大型店について、大規模小売店舗立地法(以下「大店立地法」という。)

に基づき、生活環境の保持等の観点からの配慮を求めるとされている。

このため、(2)で述べた大型店の郊外立地による影響・問題点については、ゾーニングの手法を活用して対処することが基本となるが、当該手法による対応の現状については、例えば次のような問題がある。

a 都市計画法

都市計画区域のうち、線引き都市計画区域については、市街化区域と市街化調整区域を適切に定めることにより、大型店の立地の適正化を図ることが制度的には可能であるが、市街化調整区域に指定されると土地の利用に厳しい制限が課されることから、住民等の抵抗が強く、現実問題として、市街化調整区域の拡大や線引き都市計画区域の拡大で上記問題への対処を図ることは極めて困難である。

また、非線引き都市計画区域については、市町村が用途地域等を指定することにより大型店等の立地の適正化を図っていく仕組みになっているが、(1)で述べた市町村の事情等から、用途地域が指定されていない地域(いわゆる「白地地域」)が存在し、当該地域に大型店が立地する例が見られる。

b 農業振興地域の整備に関する法律

農用地区域であっても、市町村が「地域の農業の振興に関する地方公共団体の計画」の策定等を行い基準を満たした場合には、当該区域からの除外が可能となる制度になっているため、事業者から出店の構想が持ち込まれた段階で、市町村が上記計画の策定等を行い、大型店が立地する例が見られる。

c 農地法

原則として転用が認められない優良農地であっても、市町村が「地域の農業の振興に関する地方公共団体の計画」に事業を明記するなどにより例外的に転用が可能となる制度になっているため、事業者から出店の構想が持ち込まれた段階で、市町村が上記計画の策定等を行い、大型店が立地する例が見られる。

このため、例えば土地利用関係法令の一体的な運用を徹底するなど、現行法令の運用の見直しで対応できる部分がないか引き続き検討するとともに、以下で述べるような大型店の立地を調整するための新たな仕組みについて検討する必要がある。

2 講ずべき施策の方向性

(1) 大型店の立地調整の必要性 (3 つの視点)

大型店の立地調整に関する施策を講じる必要性として、「まちづくり」「生活者の利益」「施策の効果的推進」の3つの視点を挙げるができる。

< 視点 1 > まちづくり

現在、各市町村において、住民の生活の向上や魅力ある地域づくり等を図るため、地域の特性を活かしたまちづくりが進められているが、大型店の立地は、市町村の商業機能に留まらず、街並み、環境や祭礼などまちづくり全般に大きな影響を与えるものであることから、まちづくりの観点で立地調整を行うことが必要である。

また、各自治体の厳しい財政事情や人口減少時代の到来(1)等を考慮すると、今後は、都市機能をいたずらに拡大するのではなく、コンパクトなまちづくり(2)という考え方で、中心市街地の活性化等を進め、社会資本の整備・維持等に要するコストの最小化等を図っていくことが必要であり、その意味でも、まちづくりの観点で大型店の立地調整を行うことが必要である。

(1) 「日本の将来推計人口(平成14年1月、国立社会保障・人口問題研究所)」によると、日本の総人口は、低位推計では平成16年度、中位推計でも平成18年にはピークに達し、以後長期の減少過程に入ると予測されている。

なお、福島県の総人口は、平成9年の213万7千人強をピークに、既に減少に転じている。

(2) コンパクトなまちづくりとは、「職」・「住」・「学」・「遊」など様々な機能をまちの中心部に集積し、中心市街地活性化などの相乗効果を生もうとする考え方。

職住近接による交通渋滞の緩和・環境の改善や、近郊の緑地・農地の保全などが図られ、歩いて暮らせるまち、環境にやさしいまちの実現が期待される。

< 視点 2 > 生活者の利益

大型店の立地は、そこだけを見れば、生活者の選択肢を増やし、利便性の向上に資するものであると評価することもできる。

しかし、1(2)でも述べたとおり、大型店の郊外立地により、中心市街地や地域の小さな商店街の衰退等が助長され、特に高齢者等の日常生活に大きな支障を来たすおそれがある。これは福島県における高齢化の急速な進展()や、県が進めている人権尊重の社会づくりの観点から見て、決して看過することのできない重大な問題として認識すべきものである。

また、地域の商店街等を疲弊させた後で大型店が撤退すれば、中心市街地でも郊外部でも商業機能が失われ、地域の全ての住民の購買活動に支障を来たすこととなる。

これらのことから、生活者の利益という観点からも、大型店の立地調整を行うことが必要である。

この場合、大型店の立地調整は、生活者の利益を阻害するものではなく、生活者の利益を全体として維持・増進させるための施策として理解することが適当である。

< 視点 3 > 施策の効果的推進

中心市街地・商店街の活性化は、県や多くの市町村の最重要課題の一つであるが、現在各市町村が主体的に取り組んでいる各種の振興策のみでは不十分であり、コンパクトなまちづくりの考え方の下、郊外大型店の立地に関する調整策を講じ、これら振興策と調整策を車の両輪として総合的に推進していくことが必要である。

調整策については、ゾーニングの手法での対応が基本とされているものの、1(3)で述べたように、現状では対応に限界が見られることから、活性化策全体の実を上げるためにも、より実効性のある調整策について検討・実施することが必要である。

-
- () 福島県の高齢化率(総人口に占める65歳以上の人口の割合)は、昭和41年に7%を超え、平成2年に14%を超えた後も上昇を続け、平成12年には20%に達した。これは全国平均より5年程度も早いペースであり、平成27年には4人に1人が高齢者という超高齢社会になると見込まれている。

(2) 施策の構築に当たって留意すべき事項 (2 つのポイント)

大型店の立地調整に関する施策を構築するに当たっては、「調整の観点」「県と市町村の役割分担」の 2 つのポイントに留意することが必要である。

< ポイント 1 > 調整の観点

大店立地法上、地方公共団体が地域の需給状況を勘案して大型店の立地調整を行うことは禁止されている (1)。

もちろん、この検討会で意図している立地調整は、(1) でも述べたように、商業の需給調整の観点ではなく、まちづくりの観点から行うものであるが、施策の構築に当たっては、この大店立地法の規定との関係について明確に整理し、疑義が生じることのないようにする必要がある。

< ポイント 2 > 県と市町村の役割分担

まちづくりは、住民に最も身近な自治体である市町村が取り組むのが基本であり、まちづくりの観点から見た大型店の立地の適否についても、一義的には市町村が判断すべきものと考えられる。

しかし、すでに述べたとおり、近年、複数の市町村にまたがるような広域な範囲を商圈として立地する大型店が見られ始めており、各市町村のまちづくりに大きな影響を与えていることから、このような大型店の立地については、広域的自治体である県が、広域的な観点から調整を行うことが必要である。(2)

(1) 大規模小売店舗立地法第 13 条

地方公共団体は、小売業を行うための店舗の立地に関し、その周辺の地域の生活環境を保持するために必要な施策を講ずる場合においては、地域的な需給状況を勘案することなく、この法律の趣旨を尊重して行うものとする。

(2) 地方自治法第 2 条第 5 項

都道府県は、市町村を包括する広域の地方公共団体として、第二項の事務で、広域にわたるもの、市町村に関する連絡調整に関するもの及びその規模又は性質において一般の市町村が処理することが適当でない認められるものを処理するものとする。

このため、次のような役割分担の下で、各々が連携しながら必要な施策を検討・実施していくことが適当である。

a 商圏が比較的小規模な地域密着型の大型店

商圏が比較的小規模な地域密着型の大型店については、その立地による影響が当該市町村の枠内に基本的に留まるなど比較的限定されていることから、これまでどおり、当該大型店が立地する市町村において、適切に対処することとする。

b 商圏を広域に設定する特に規模の大きな大型店

複数の市町村にまたがるような広域な範囲を商圏とする特に規模の大きな大型店（以下「特定大型店」という。）については、その立地による影響が広い範囲にわたることから、県が、立地市町村及び周辺市町村（以下「関係市町村」という。）と連携しつつ、広域的な視点から、その立地について必要な調整を行うこととする。

なお、改めて言うまでもないことだが、県が広域的な観点から行う調整は、市町村の独自のまちづくりを押さえることを目的として行うものではない。

大型店が立地する市町村のまちづくりだけでなく、その周辺の市町村のまちづくりも同様に尊重されるべきとの立場から、地域のまちづくり全体を適切に進めていくために行う必要不可欠な施策として理解することが適当である。

以下では、bの特定大型店について、その立地を調整するために必要な施策の内容を述べることとする。

(3) 特定大型店の立地調整の内容

特定大型店の立地を調整するため、県は、広域的自治体として、「立地に関するビジョンの策定」と「個別調整の仕組みの導入」の2つの施策を実施すべきである。

立地に関するビジョンの策定

a 趣旨

まちづくり及びその重要な実現手段であるゾーニングについては、市町村の判断で実施することが基本であるが、1(1) bで述べたように、市町村が単独で取り組むには困難な面もある。

このため、広域的な観点から見て特定大型店の立地が適正なものとなるようなゾーニングを各市町村が行えるよう、県として、特定大型店の立地に関するビジョン(以下「立地ビジョン」という。)を策定するとともに、当該ビジョンに基づき、関係市町村間の合意形成や適切なゾーニングの設定等への働きかけ、支援を行うことが必要である。

b 概要

立地ビジョンは、土地利用に関する県の各種計画やマスタープランをベースに、環境負荷や景観等への配慮も加味しながら、都市と農村とを一体的に包含した地域づくりに寄与するビジョンとして策定するものとする。

具体的な内容については、今後県の関係部局で検討を深めていく必要があるが、例えば、集団性の高い優良農地、景観の優れた地域、都市計画法上の非線引き白地地域や都市計画区域外の地域については、特定大型店の立地を基本的に抑制することとするのが適当と考えられる。

個別調整の仕組みの導入

a 趣旨

の立地ビジョンは、ゾーニングの手法に立脚した施策であるが、ゾーニングの手法だけでは個別の大型店の出店計画に対してきめ細かく柔軟に対応することが困難な場合がある。また、当該ビジョンの考え方に基づく適切なゾーニングの設定について、関係市町村間で合意が形成されないケースも懸念される。

このため、個別の出店計画ごとに、関係市町村の意見聴取等を行った上で、県として特定大型店の立地の適否について意見を表明する仕組み(以下「個別調整」

という。)を新たに構築することが必要である。

b 概要

県は、特定大型店の立地について、他の法令等に基づく手続きの前に、事業者から計画の概要等について届出を受けるとともに、事業者に対し、届出内容を関係市町村やその住民に十分説明するよう求めるものとする。

また、関係市町村等の意見や立地ビジョンとの適合性等を考慮した上で、立地の適否についての意見を事業者に通知し、事業者の自主的な対応を求めるものとする。

更に、県の意見に対する事業者の対応が適切でなく、このままでは関係市町村のまちづくりに重大な影響を及ぼすと判断される場合には、事業者に対して勧告等必要な措置を講ずるものとする。

ア 特定大型店の規模と影響範囲

特定大型店の立地の影響については、店舗面積の規模だけでなく、立地場所周辺部における道路等の整備状況や競合店舗の有無、当該特定大型店の業態等により、その範囲が異なることが考えられる。

しかし、県内外の既存の大型店の立地を巡る現状を概観すると、店舗面積が概ね 3,000 m² ~ 5,000 m² 程度の大型店については、立地場所によって異なるものの、その立地の影響が市町村内に概ね収まっており、地域密着型の大型店と見ることのできる一方で、例えば 15,000 m² ~ 20,000 m² を超える大型店については、その立地の影響が広範囲に及び、周辺市町村との間で、立地についての意見の対立が表面化する場合も多く見受けられる。

特定大型店の規模や影響範囲については、このような現状を参考にして、簡素で合理的なルールを設定することが適当と考えられる。

イ マニフェスト等の届出

大型店については、単に立地の調整を行うだけでなく、大型店と地域の共存共栄を図る観点から、大型店の地域貢献を引き出す仕組みづくりを行うことが重要である。

このため、県は、特定大型店の出店を計画している事業者に対し、計画の概要等と併せて、関係市町村に対して行う地域貢献や各種対策の内容を記した資料(マニフェスト)の届出を求め、それを県等の意見表明に当たっての判断材料の一つとしても活用することとするのが適当である。

なお、マニフェストの項目については、今後検討を深めていく必要があるが、

例えば、委員から問題提起のあった特定大型店の撤退の影響を緩和する措置についても、併せて検討していくことが望ましい。

また、事業者が届け出るマニフェストの内容の評価や遵守状況の事後チェック等の仕組みについても、今後検討を深めていくことが望ましい。

ウ 県の判断

特定大型店の立地については、立地市町村と周辺市町村とで意見が分かれることが予想されること、県として公正な判断を行う必要があることなどから、県が意見を表明する際の判断基準や参考とすべき事項について、あらかじめ明確にしておくことが望ましい。

具体的な内容については、今後更に検討を深めていく必要があるが、例えば次のようなものが考えられる。

-) 立地ビジョン
-) 県の国土利用計画や都市計画マスタープラン等の土地利用に関する計画
-) 関係市町村の国土利用計画市町村計画や市町村マスタープラン等の土地利用に関する計画
-) マニフェスト
-) 関係市町村とその住民からの意見及び当該意見に対する事業者の対応
-) 審議会等の第三者機関（後述）の意見

なお、検討会では、特定大型店の立地がまちづくりに与える影響について、影響調査（まちづくりアセス）を行う案についても検討したほか、委員から費用便益分析の手法の活用を検討すべきとの意見も出された。

これらについては、具体的な手法について実現可能性も含めて更に検討を深めていく必要があり、個別調整の仕組みの検討や運用の状況を見ながら、必要な調査・研究を行っていくことが望ましい。

エ 公正性・透明性の確保

個別調整については、市町村や事業者など関係者の利害に直接関わる問題であることから、その運用に当たっては、県としての判断の公正性・透明性を確保することが必要不可欠である。

このため、例えば、県に審議会等の第三者機関を設置し、特定大型店の立地に関する意見表明や勧告等について判断する際に、あらかじめ当該機関に意見を求めるといった仕組みについて検討することが望ましい。

3 連携・協働による推進

大型店の適正な立地を図り、魅力あるまちづくりを進めていくためには、地域住民を中心に、行政、NPO、商業者、大型店など地域社会の様々な担い手が各々の責務を主体的に果たすとともに、地域社会の一員として、各々が連携・協働していくことが必要である。

(1) 県への期待

特定大型店の立地については、立地市町村だけでなく、周辺市町村のまちづくりにも大きな影響を及ぼすものであるため、広域的自治体である県が、立地に関する調整について積極的に役割を果たすことが求められている。

このため、県には、この提言の趣旨を十分に理解し、関係部局が連携して実効性のある立地ビジョンを策定するとともに、当該ビジョンの考え方の普及や具体化に向けた働きかけなどを積極的に行うことを期待する。

また、個別調整については、制度の具体化に向けて専門的な検討を深めるほか、適切な時期に県民との意見交換の場を設けるなどにより、広く県民一般の合意形成を図ることを期待する。

さらに、県全体で活力あるまちづくりを進めていくため、例えば土地利用関係法令の一体的な運用を徹底するなど、現行法令の運用の見直しで対応できない部分がないか引き続き検討するとともに、市町村に対し、適切なゾーニングの設定等に関する各種支援を積極的に行うことや、国に対し、必要な法令等の整備や見直しを働きかけることを期待する。

(2) 市町村への期待

市町村は、住民に最も身近な自治体として、まちづくり及びその重要な実現手段であるゾーニングに積極的に取り組んでいくことが求められている。

このため、市町村には、この提言の趣旨を十分に理解し、県が策定する立地ビジョンの考え方も踏まえて、住民間や関係市町村間でまちづくりに関する合意が形成されるよう努め、適切なゾーニングの設定等を行うことを通じて、活力あるまちづくりを

推進することを期待する。

また、そのためにも、まちづくりに関する情報の積極的な提供、住民の意識啓発や、NPO、TMO等との連携・協働体制の構築、強化を図ることを期待する。

(3) 県民・NPO等への期待

これまでのまちづくりは、どちらかと言えば行政主導で計画・実施されてきた面があるが、本来まちづくりの主役は地域の住民であり、住民一人ひとりが自分達のまちをどのようにすべきかを考え、行動しなければ、魅力あるまちづくりを実現することはできない。

特に、各自治体の厳しい財政事情や人口減少等を考慮すると、今後はコンパクトで効率的なまちづくりを実現することが必要である。

このため、県民には、こうしたまちづくりがまちの維持・発展には欠かせないことを共通認識として持ち、そのために必要となる適切なゾーニングの設定について、県民一人ひとりが十分に理解し、その過程に積極的に参加・協力することを期待する。

また、これまで地域コミュニティの中心的な担い手となってきた商業者には、商店街の活性化等に向けた自助努力を引き続き積み重ねるとともに、県民やNPO等と連携・協働しながら、地域特性を活かした魅力あるまちづくりに向けて更なる取組みを進めることを期待する。

さらに、県民のニーズが多様化・高度化する中で、社会を支える新たな担い手としてNPO等の民間団体の役割が増大しているが、まちづくりに関しても、住民間の合意形成や意識啓発など幅広い分野でNPOやTMO等が積極的な役割を果たすことを期待する。

(4) 大型店への期待

これまで繰り返し述べてきたように、大型店の出店が地域の社会、まちづくり、雇用等に与える影響は極めて大きく、それに応じた社会的責任を適切に果たしていくことが求められている。

このため、大型店には、この提言の趣旨を十分に理解し、提言に則って県が行う個別調整等の施策に対し積極的に協力することを期待する。

また、この提言では、マニフェストの提出という仕組みを提案した。

すでに、大型店の中には、従来の「良質なものを安い価格で安定的に供給する」という小売業の基本的責任を果たすことに留まらず、地域の清掃活動や学校の体験学習への協力、ボランティア活動への参加や植樹など、様々な分野で地域貢献を実施しているところも見られる。

今後は、この提言で提案したマニフェストの仕組みも活用して、地域貢献だけでなく、大型店の出店により影響を受ける関係市町村のまちづくりに関する各種対策についても積極的に協力し、地域社会の一員としてまちづくりに参画することを通じて、地域社会との共存共栄を図ることを期待する。

< 参 考 >

検討会について

福島県広域まちづくり検討会委員名簿	-----	1
福島県広域まちづくり検討会の検討の経過	-----	2

提言のイメージ

大型店の郊外立地の問題点(イメージ図)	-----	3
大型店の立地調整について	-----	4
特定大型店の立地に関する施策の全体像	-----	6
立地ビジョンのイメージ	-----	7
地域貢献に関するマニフェストのイメージ	-----	8

検討会検討資料

立地調整の実現スキームに関する3つの選択肢	-----	10
-----------------------	-------	----

参 考 資 料

大規模小売店舗の出店に関する調査結果	-----	13
--------------------	-------	----

福島県広域まちづくり検討会委員名簿

(敬称略・五十音順・ 印会長)

氏 名	役 職 等
(いそざき はつひと) 磯崎 初仁	中央大学 法学部 教授
(かんの ひでき) 菅野 日出喜	福島商工会議所 地域開発委員長
(さとう かずお) 佐藤 一男	浪江町商工会 理事
(すずき ひろし) 鈴木 浩	福島大学 地域創造支援センター 教授
(つがね もとお) 津金 要雄	猪苗代町長
(なるい ひでお) 成井 英夫	白河市長
(やまかわ みつお) 山川 充夫	福島大学 経済学部 教授
(やまぐち くみこ) 山口 久美子	NPO 市民メディアイコール 理事長
(わたなべ やえこ) 渡部 八重子	公募委員
(9 名)	

福島県広域まちづくり検討会の検討の経過

第1回 平成15年 7月31日(木) コラッセふくしま

- ・福島県広域まちづくり検討会について
- ・まちづくり三法について
- ・検討会の進め方について

第2回 平成15年 8月27日(水) 建設技術センター

- ・まちづくり条例の現状と集客施設広域調整システムの可能性(委員発表)
- ・「白河市の現状と今後のまちづくり」について(委員発表)
- ・大規模小売店舗の出店に関する調査について

第3回 平成15年10月31日(金) 杉妻会館

- ・温もりと賑わいあふれる猪苗代まちなか(委員発表)
- ・大型店出退店戦略と中心市街地づくり(委員発表)

第4回 平成15年12月 4日(木) 杉妻会館

- ・「広域的なまちづくりの実現に向けた県の役割及び都市再生をめぐる最近の動向について」(内閣官房都市再生本部事務局職員による講演)

第5回 平成15年12月25日(木) 杉妻会館

- ・広域調整の必要性と実現スキームについて
- ・広域調整の実現スキームに関し考えられる選択肢について

第6回 平成16年 1月20日(火) 杉妻会館

- ・広域調整の実現スキームに関する3つの選択肢について
- ・大型小売店による地域貢献について

第7回 平成16年 2月23日(月) 建設技術センター

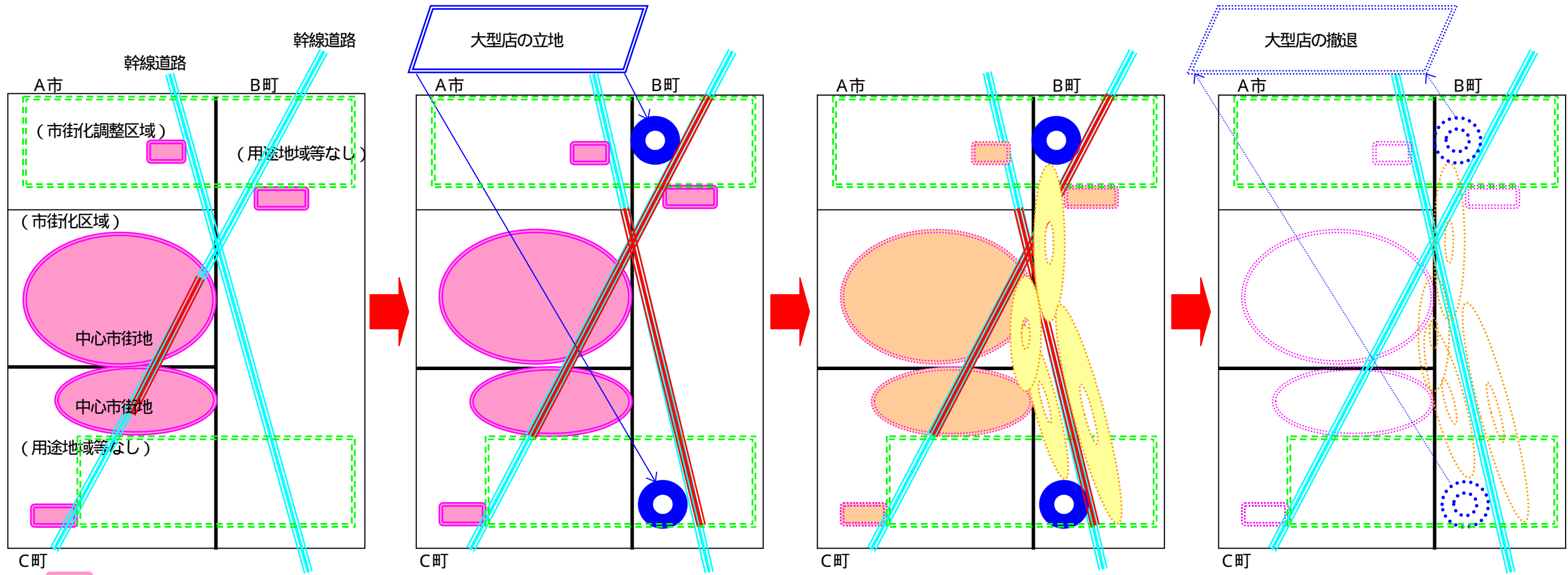
- ・広域的なまちづくりのあり方に関する提言(案)について

第8回 平成16年 3月15日(月) 杉妻会館

- ・広域的なまちづくりのあり方に関する提言(修正案)について

大型店の郊外立地の問題点（イメージ図）

3



は小規模な商店街等
 内は優良農地など、県が保全すべきと
 考えている地域
 は渋滞箇所

は開発によりスプロールが進んだエリア

A市、C町は中心市街地活性化に積極的に取り組んでいる。
 A市、B町、C町共に優良農地など、県が保全すべきと考える地域がある。
 B町、C町には、都市計画区域はあるが、用途地域は定められていない。

用途地域の定められていない幹線道路沿いに、大型店が相次いで立地してきた。
 大型店に向かう幹線道路に渋滞が見られるなど、エリア全体で、人の動きに変化が見られる。

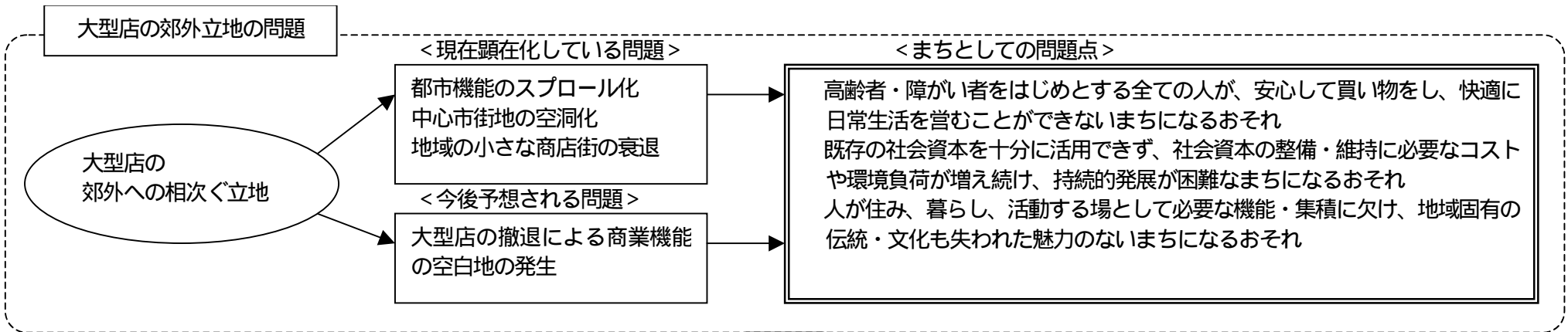
問題点
 中心市街地の空洞化が進行している。
 地域の小規模な商店街が衰退している。
 幹線道路沿いを中心に開発が進み、スプロール化が見られる

競争激化を背景とした大型店の経営方針の変更で、B町に立地した施設は相次いで撤退した。

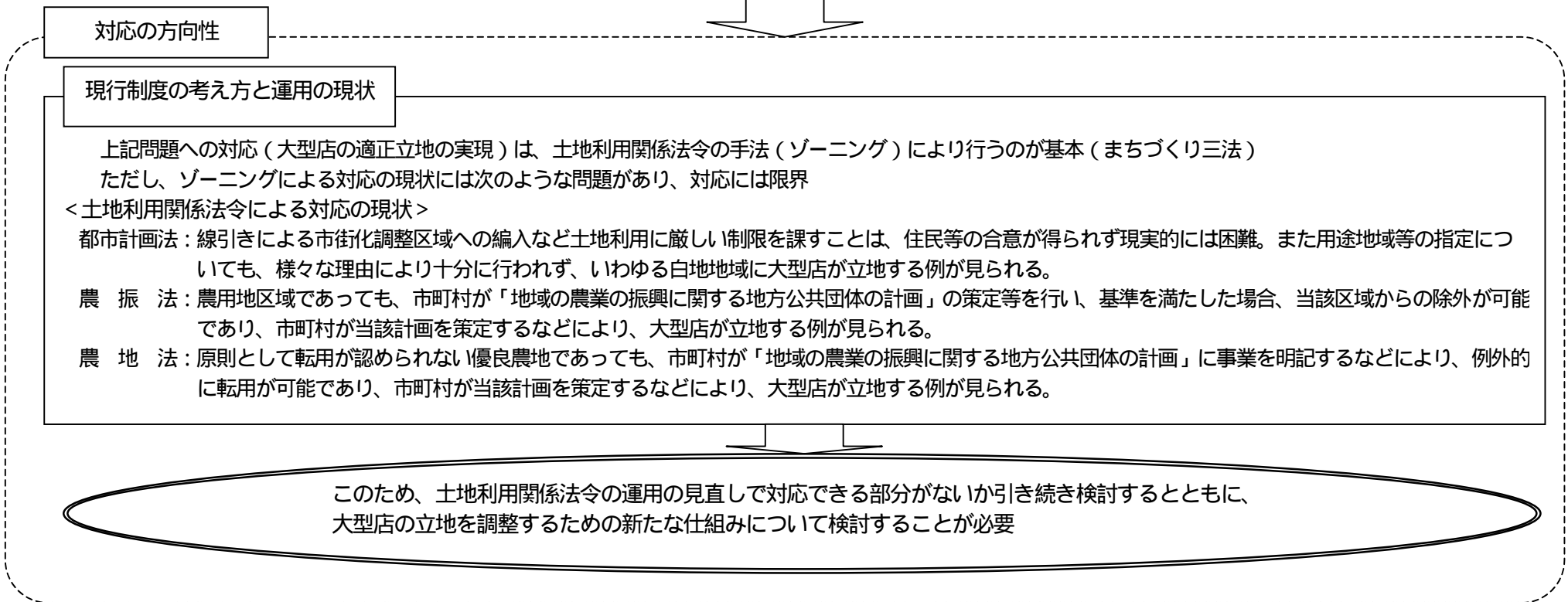
問題点
 中心市街地でも郊外部でも商業機能が失われ、地域の購買活動の機会が適切に確保されなくなった。

大型店の立地調整について

1 立地調整の必要性



4



2 講ずべき施策の方向性

大型店の立地調整の必要性（3つの視点）

- <視点1> まちづくり
まちづくりへの影響の調整
コンパクトなまちづくりの実現
- <視点2> 生活者の利益
地域の購買機会の適切な確保
高齢者等への配慮
- <視点3> 施策の効果的推進
中心市街地活性化等の振興策と大型店の郊外
立地の調整策の総合的实施

施策の構築に当たって考慮すべき事項（2つのポイント）

- <ポイント1> 調整の観点
商業の需給調整ではなく、まちづくりの観点からの調整
(大店立地法第13条との関係を明確に整理)
- <ポイント2> 県と市町村の役割分担
商圈を広域に設定する特に規模の大きな大型店(特定大型店)は、立地による影響が広い範囲にわたることから、県が、立地市町村及び周辺市町村と連携しつつ、広域的な視点から立地について必要な調整を実施
商圈が比較的小規模な地域密着型の大型店は、立地による影響範囲が限定されることから、市町村が立地の適否を判断

特定大型店の立地調整の内容

県は、立地の影響が市町村の枠を越えるような特に規模の大きな大型店(特定大型店)の立地について、広域的自治体として、その立地を調整するための施策を実施

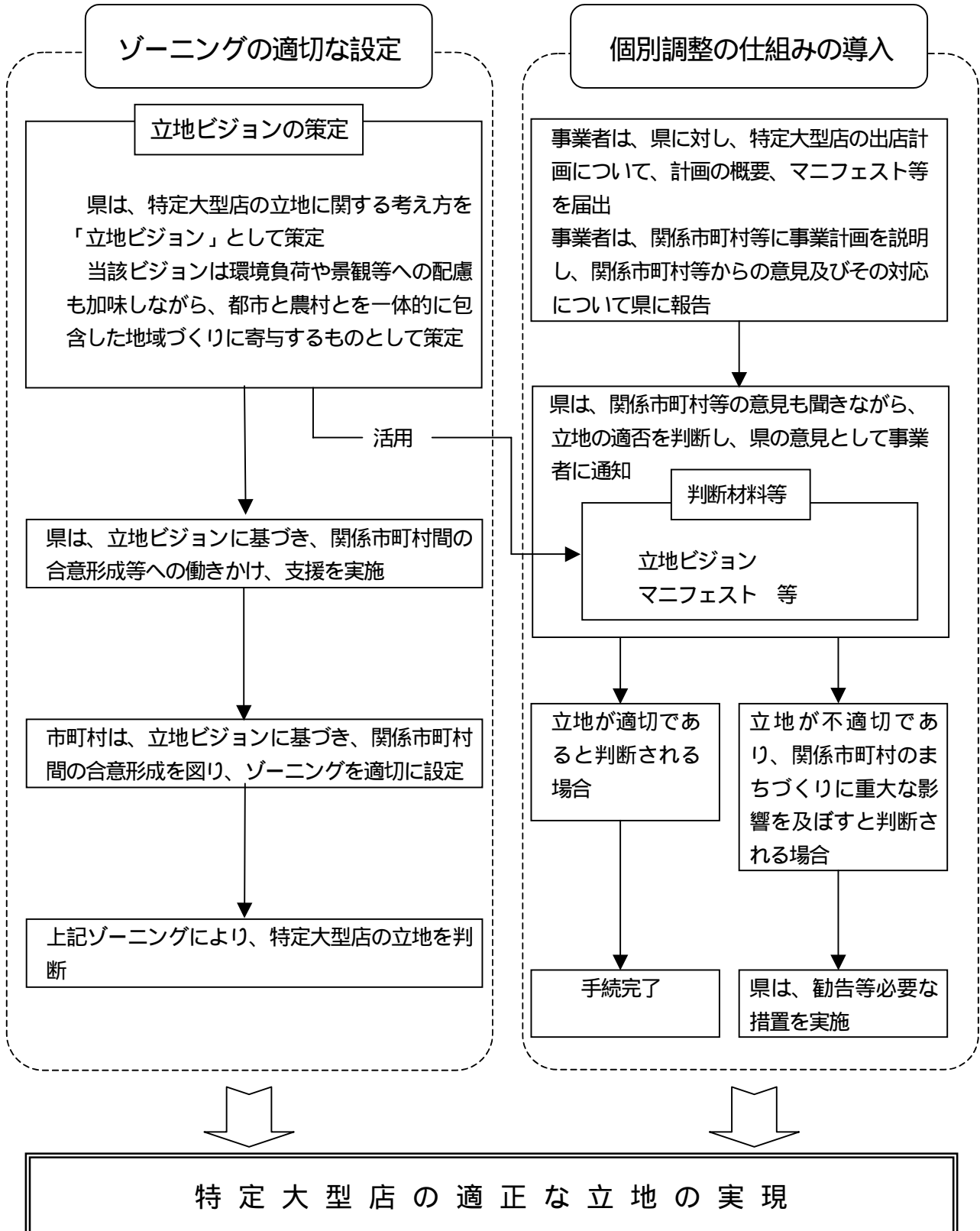
あらかじめ立地可能な場所を限定

ゾーニングの適切な設定への支援

立地計画毎に必要な調整を個別に実施

個別調整の仕組みの導入

特定大型店の立地に関する施策の全体像



立地ビジョンのイメージ

1 立地ビジョンの性格・位置付け等

特定大型店の立地について、即地的なものではなく、県の考え方・理念を整理したものとして策定

土地利用に関する県の各種計画やマスタープランをベースに、環境負荷や景観等への配慮も加味しながら、都市と農村とを一体的に包含した地域づくりに寄与するものとして策定

県は、本ビジョンに基づき、関係市町村間の合意形成や適切なゾーニングの設定等への働きかけ、支援を実施

2 立地についての地域のイメージ

コンパクトなまちづくりという考え方に基づき、中心市街地の活性化等を進め、社会資本の整備・維持等に係るコストの最小化を図ることなどを目的として、立地を誘導すべき地域及び抑制すべき地域を次のとおり定める。

(1) 立地を誘導すべき地域

市街化区域のうち中心市街地
用途区域のうち商業地域など商業等の利便を増進するための地域
新たな公共投資を必要としない既成市街地
：
：
：
等

(2) 立地を抑制すべき地域

土地利用の方向性が明確でない地域（非線引き白地地域や都市計画区域外の地域 等）
集団性の高い優良農地等の地域（甲種農地・第1種農地 等）
景観の優れた地域
・ 伝統的な町並み又は歴史的若しくは文化的な遺産を有する地域
・ 豊かな田園景観を有する地域
・ 良好な市街地景観が形成されている地域又はその形成が見込まれる地域
・ 良好な眺望を有する主要な道路に沿った地域
・ 山岳、湖沼、河川、海岸等の豊かな自然景観を有する地域 等
環境を保全すべき地域（自然公園区域、鳥獣保護区内特別保護地区 等）
良好な水環境を保全することが特に必要な地域
：
：
：
等

地域貢献に関するマニフェストのイメージ

1. 全体イメージ

- | |
|--|
| (1) 県は、事業者に求める地域貢献の項目を作成し、県民等に公表 |
| (2) 事業者は、計画概要と併せマニフェストを県に提出し、内容を住民等に説明 |
| (3) 県は、マニフェストの内容等を考慮し大型店の立地について意見表明 |
| (4) 事業者は、マニフェストに従って地域貢献を実施 |
| (5) 事業者は、実施した地域貢献の自己評価を行い、報告書を作成し県に提出 |
| (6) 県は、報告書及び実態調査を基に評価を行い、県民等に公表 |

2. 事業者に求める地域貢献の項目

大型店が、地域の様々な活動主体と共存共栄する形で地域づくりを進める社会を構築するために、立地市町村及び周辺市町村が進めるまちづくりへの貢献を広く求める。
 (経済的社会的項目を含む広義の地域環境影響にかかわるマニフェスト)

マニフェストに記載を求める項目のイメージ

項 目	概 要
1. 地域コミュニティ	地域行事への積極的な協力と参加
2. 自然環境	水辺環境の保全対策への協力
3. 社会環境	地域防犯対策への支援と協力
4. 雇用	地元雇用の促進
5. 中心市街地	中心市街地活性化事業への協力
6. 交通	交通弱者へ配慮した交通体系構築への協力
7. 教育	職業訓練教育への協力
8. (撤退対策)	(店舗を閉鎖する場合の事前報告、代替商業機能確保への協力等)
9.

留意事項... マニフェストの項目の検討に当たっては、過剰な“ウィッシュリスト（おねだり表）”との批判を受けないよう、要求項目の妥当性や合理性について十分吟味する必要がある。

3. 事業者が作成する地域貢献に関するマニフェスト

全体として、市町村のまちづくりや広域的なまちづくりとどのようにつながるのかが分かる内容にする必要がある。

「地域貢献マニフェスト」のイメージ

の地域貢献マニフェスト		
1. 地域貢献についての理念（考え方） は、 と考え、 します。		
2. 一つの目標（誓約） 地域社会の一員として、地域コミュニティの維持発展に積極的に参画し、地域が となるようにします。		
3. 地域貢献の項目と実施プログラム		
項目	実施内容と数値目標	時期
1 -	の会員となり活動にも積極的に参加（参加率 %以上）します。	毎年
1 -	地域行事に店舗スペースを提供し、従業員等の参加を奨励（従業員の %以上の参加）します。	毎年
2 -	川の親水公園の整備計画に協力（ の提供との実施）します。	年～ 年
2 -	
3 -	町、 村に を 台提供します。	年～ 年
.....	
4. フォローアップ 地域貢献の実施に当たっては、随時住民等への情報提供を行うとともに、実施した地域貢献について自己評価を行い、アニュアルレポート（年次報告書）を作成します。		
5. その他（財源などについての記載）		

4. 事業者が実施した地域貢献の評価、公表

事業者は、地域貢献についての自己評価を行うとともに、年次報告書を作成し県に提出

県は、年次報告書及び実態調査を基に、事業者が実施した社会貢献について評価を行い、その結果を県民等へ公表

（評価は、NPO等第三者機関に委託して実施することも考えられる。）

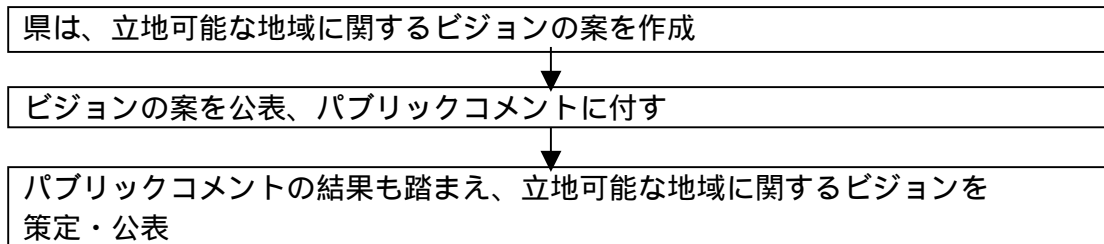
立地調整の実現スキームに関する3つの選択肢

検討会では、A～C案の3つの案を検討した。
提言は、A案及びC案をもとに記載している。

A案：適正立地誘導支援型

一定規模以上の大型店の立地が可能な地域に関するビジョンを策定した上で、それに基づいた地域づくりの実現に向けて、関係市町村間の合意形成や、地域指定等についての各市町村への働きかけ、支援を行う。

【準備作業】



【手続概要】

上記ビジョンに基づいた地域づくりの実現に向けて、関係市町村間の合意形成に努めるとともに、地域指定等について各市町村への働きかけ、支援を実施

【主な検討課題】

1 施策の実現に要する期間

立地可能な地域の指定等については、各地域の成長・未来を制約することになるため、大型店の立地が制約される大半の市町村が、ビジョンに基づいた地域指定等に強く抵抗することが予想される。

このため、地域指定等の実現に向けた関係市町村間の合意形成に長い期間を要することが懸念される。

2 実効性の確保

地域指定等の実現に向けた関係市町村間の合意形成については、市町村との調整が困難を極めることが予想されるため、結果として、具体性に欠けた内容や、拡大指向の地域指定等を認める内容になるおそれがある。

また、土地利用関係法令等に基づいて実際に地域の指定等を行うか否かの判断は、市町村に委ねられるため、実効性に限界がある。

B案：立地影響調査型

一定規模以上の大型店の立地について、関係市町村等の意見も踏まえて、まちづくり等への影響に関する調査の必要性を判断し、必要があると認める場合には、事業者に調査を指示した上で、その結果等に基づいて、立地の適否を判断する。

【準備作業】

関係市町村の範囲の特定の仕方や影響調査の項目等について検討・決定

【手続概要】

一定規模以上の大型店の立地計画を有する者は、県に計画を届出

県において、届出内容を県報に掲載するとともに、関係市町村の範囲を特定し、事業者へ通知

事業者は、説明会により関係市町村・関係住民に計画を周知、意見を聴取し、意見の内容及びその対応の結果を県に報告

県は関係市町村等の意見や事業者の対応結果も踏まえて影響調査の必要性を判断し、その結果を公表するとともに、調査の必要があると判断した場合には、事業者に対し、出店の影響（商業の需給への直接的な影響ではなく、それを通じて発生するまちづくり等に関する影響に限る）に関する調査を指示

県は事業者からの調査結果の報告を受け、関係市町村等に対し、調査に関する意見を求めるとともに、ホームページ等で公表

調査結果や関係市町村等からの意見を受けて、県の審議会で対応を審議

審議会からの答申を受けて、県としての意見を事業者へ通知

事業者は、県の意見に対する対応を報告

事業者の対応が不十分な場合、県で勧告を実施（併せて当該事実を公表）

【主な検討課題】

1 調査手法等の決定

関係市町村の範囲の特定の仕方、影響調査の調査項目、調査結果を受けた適否の判断の基準などについて専門的に検討する必要がある。

2 大店立地法第13条との関係の整理

大型店の立地により周辺地域が被る影響調査については、商業調整を禁じた大店立地法に抵触しない項目として整理する必要がある。

C案：立地事前指導型

一定規模以上の大型店の立地について、関係市町村等の意見を踏まえ、あらかじめ設定した判断基準に基づいて、立地の適否を判断する。

【準備作業】

関係市町村の範囲の特定の仕方や、関係市町村や県が意見を出すに当たっての観点、基準について検討・決定

【手続概要】

一定規模以上の大型店の立地計画を有する者は、県に計画を届出

県において、届出内容を県報に掲載するとともに、関係市町村の範囲を特定し、事業者へ通知

事業者は、説明会により関係市町村・関係住民に計画を周知、意見を聴取し、意見の内容及びその対応の結果等を県に報告

関係市町村等の意見や事業者の対応結果等を受けて、県の審議会で審議

審議会からの答申を受けて、県としての意見を事業者へ通知

事業者は、県の意見に対する対応を報告

事業者の対応が不十分な場合、関係市町村等の意見を確認し、意見を踏まえ県が勧告を実施（併せて当該事実を公表）

【主な検討課題】

1 意見提出の観点・基準等の決定

関係市町村の範囲の特定の仕方、関係市町村や県が意見を出すに当たっての観点、基準などについて専門的に検討する必要がある。

2 実効性の確保

大型店の立地については、関係市町村の意見が分かれることが予想されるが、それを県として適切にジャッジするに足る定量的な判断基準がない中で、いかにして実効性のある制度運用をするかについて検討を行う必要がある。

県の意見の根拠、基準があいまいと認められる場合、不公正な行政判断ということで、事業者や立地市町村等から訴訟を提起される恐れがあることに留意する必要がある。

大規模小売店舗の出店に関する調査結果

1 調査の概要

(1) 趣旨・目的

近年、大規模小売店舗の郊外立地が増加し、中心市街地の空洞化の一因にもなっていることから、出店動向等を調査・究明し、施策立案の参考とする。

(2) 実施方法

調査対象

県内に本店のある大規模小売店舗の事業者

調査方法

各事業者に対し、調査票を送付した上で、個別にヒアリングを実施

実施時期

平成15年9月

(3) 回答事業者

7社

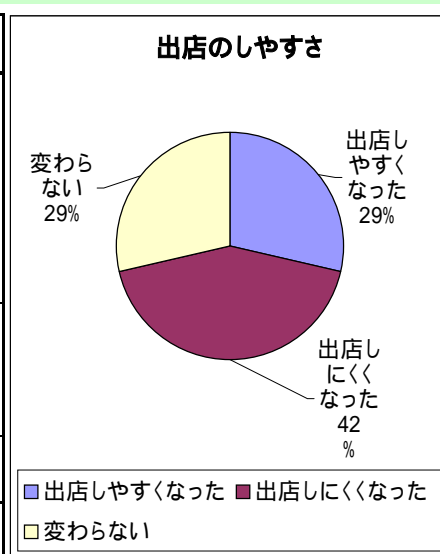
2 調査結果

(1) 法制度の変更による影響について

旧大店法から大店立地法への移行により、大規模小売店舗の出店はしやすくなりましたか、しにくくなりましたか。

法の目的が「中小小売業者の事業活動機会の確保」から「周辺地域の生活環境の保持」に移行し、地元事業者との調整の減少、店舗面積の調整廃止等により出店しやすくなったとする意見と、大店立地法届出に係る交通、騒音、廃棄物等の添付書類作成に時間・経費がかかり出店しにくくなったという意見に分かれた。

選 択 肢	回答数	その理由
出店しやすくなった	2	店舗面積の調整が廃止され、指針に沿った資料で届出ができるようになり、スケジュールが立てやすくなった。 地元事業者との調整が減少した。 届出日から8ヶ月後には出店が見込める。
出店しにくくなった	3	書類の作成に時間がかかり、計画から出店までの時間がかかりすぎる。 届出のための経費がかかり、数多くの申請ができない。
変わらない	2	
計	7	

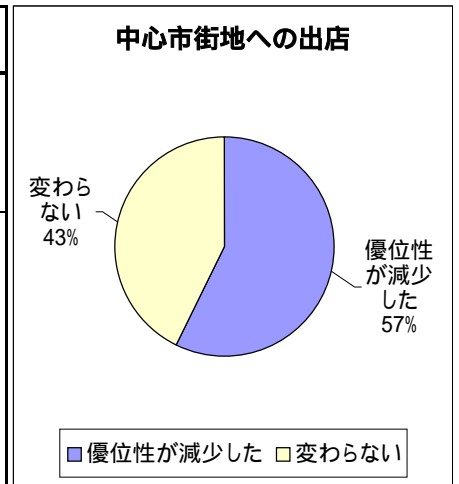


「指針」： 大店立地法第4条で規定する「大規模小売店舗を設置する者が配慮すべき事項に関する指針」

旧大店法から大店立地法への移行により、大規模小売店舗の中心市街地への出店は有利になりましたか、不利になりましたか。

大店立地法「指針」により来客車両用の駐車場確保、交通渋滞発生回避、騒音基準の遵守等が求められているが、一定規模の用地確保が難しく、交通量が多い中心市街地は郊外と比較し出店しにくいという意見が多くあった。

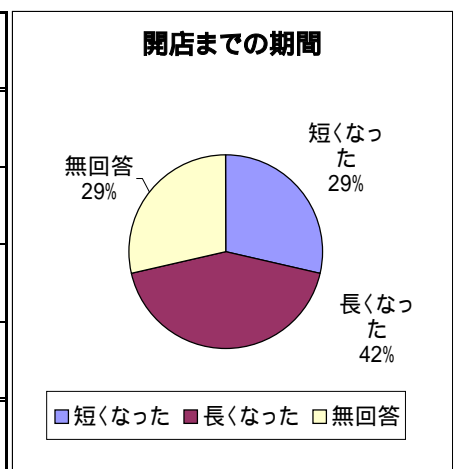
選 択 肢	回答数	そ の 理 由
郊外と比べ、中心市街地の出店場所としての優位性が増大した	0	
郊外と比べ、中心市街地の出店場所としての優位性が減少した	4	<p>駐車場を含め一定規模の用地を確保することが困難である。</p> <p>騒音などの環境保全の基準をクリアすることが困難である。</p> <p>交通渋滞により来客(自動車)の誘導が困難である。</p> <p>郊外に大型店舗が出店しやすくなったため。</p>
変わらない	3	
計	7	



旧大店法から大店立地法への移行により、出店を計画してから実際に開店するまでの期間は短くなりましたか、長くなりましたか。

大店立地法では、「指針」に沿った店舗計画であれば届出から8ヶ月後に開店できるため、計画から開店までの期間が短くなったという意見がある一方、届出前の事前調整期間が長く開店までの期間が伸びたとする意見に分かれた。

選 択 肢	回答数	そ の 理 由
短くなった	2	
長くなった	3	届出前の調整期間が長い。
変わらない	0	
無回答	2	立地法での出店実績がない。
計	7	

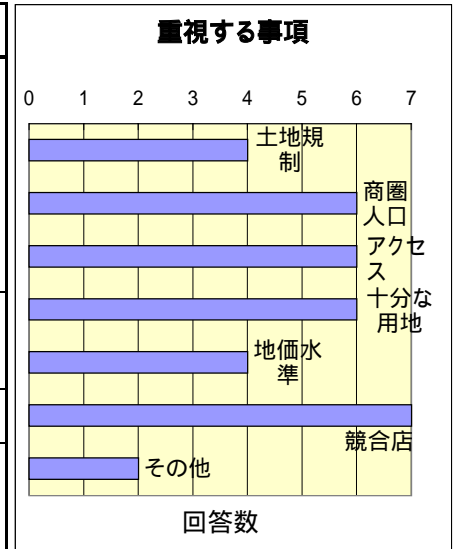


(2) 出店の判断基準について

出店するか否かを決定する際に、どのような点を重視していますか(複数回答可。)

出店に当たっては、全社が「競合店の有無」を重視しているが、「商圈内の人口」、「道路等のアクセス条件」など選択肢の各事項を考慮し総合的に判断していることがうかがえる。

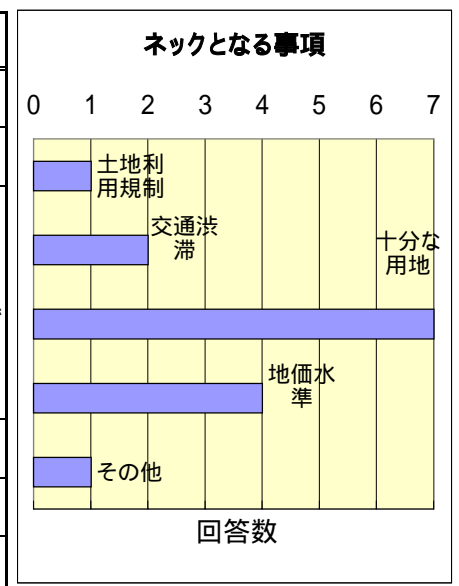
選 択 肢	回答数	%	そ の 理 由
土地利用規制の状況	4	57%	最近の県外企業は、市街化調整区域が設定されている「線引き」地域を避け、開発が容易な未線引きの地域を狙ってきていると感じている。 隣県ではそういった地域が少なくなってきたため空白地が多い福島県へ出店してきている感があり、本県は草刈り場となっているのではないかと感じている。
商圈内の人口	6	86%	商圈は直接距離ではなく、自動車の走行時間で判断している。
道路等のアクセス条件	6	86%	
十分な広さの用地確保の容易性	6	86%	
地価(賃借料)の水準	4	57%	
競合店の有無	7	100%	
その他	2	29%	ドミナント政策(既存の出店エリア内や周辺にきめ細かく次の出店を進める政策)の展開から、自社の他店舗との位置を重視している。 店舗の事業採算性を総合的に判断している。



中心市街地への出店に当たり、ネックになっている点は何ですか(複数回答可。)

中心市街地への出店については、十分な広さの用地確保が困難であること、地価(賃借料)が高いこと、交通渋滞が発生しやすいことが主にネックとなっている。

選 択 肢	回答数	%	その理由
土地利用規制が厳しい	1	14%	
交通渋滞が発生しやすい	2	29%	
十分な広さの用地が確保しにくい	7	100%	店舗一体型の駐車場を確保するための十分な用地確保が難しい。 中心市街地とはいっても商業系の用途地域ばかりではなく、すぐそばに住居系の用途地域があるなど、立地に適した土地を探すのが容易ではない。
地価(賃借料)が高い	4	57%	地価の下落にかかわらず、賃借料が下がっていない。
競合店が多い	0	0%	
その他	1	14%	道路アクセスに難がある場合が多い。



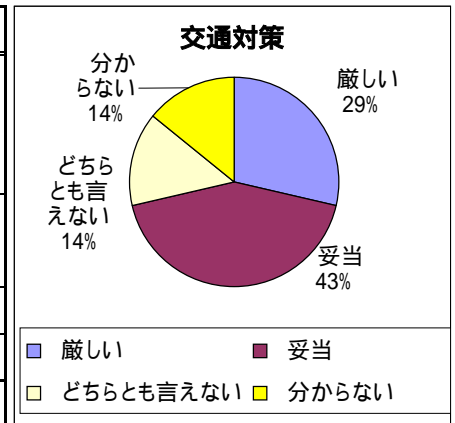
(3) 大店立地法の指針の評価について

大店立地法の指針の各項目について、どのように考えていますか。

a 交通対策(駐車場、駐輪場)

駐車場の必要収容台数が用途地域と店舗面積により算出されるため、業種により「厳しい」と「妥当」との回答に分かれた。

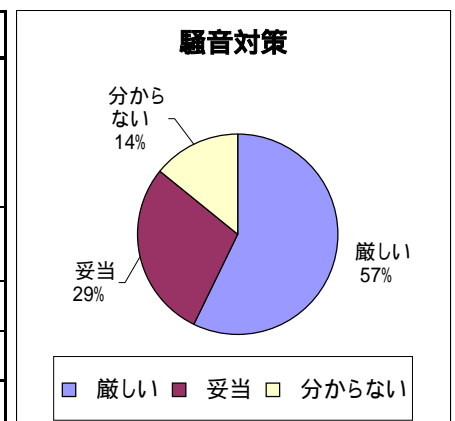
選 択 肢	回答数	その理由
厳しい	2	駐車場、駐輪場の必要台数設定が高すぎる。 用途地域と店舗面積だけでなく、業種も考慮した台数とすべきである。 来客の誘導経路設定が難しい。
妥当	3	実際に指針よりも多い台数が必要である。 店舗規模に見合う駐車場、駐輪場は必要である。
どちらとも言えない	1	
分からない	1	出店がないため不明。
計	7	



b 騒音対策

騒音対策については、「指針」で定める予測・評価の方法が「厳しい」とする意見が多くあった。

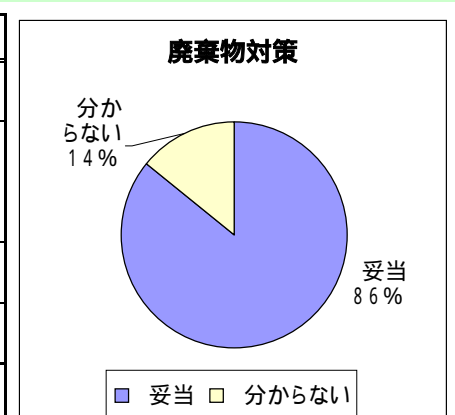
選 択 肢	回答数	そ の 理 由
厳しい	4	隣地に建物がなくとも境界線での予測により規制される。 駐車場内の自動車走行音も予測する必要がある。 夜間の最大レベルの基準が厳しい。
妥当	2	近隣住民の生活を害することはできるだけ避ける必要がある。
どちらとも言えない	0	
分からない	1	出店がないため不明。
計	7	



c 廃棄物対策

廃棄物保管施設の容量については、指針で求める容量よりも実際に必要なスペースの方が多く、届出実績のない店舗を除き全社が「妥当」と回答している。

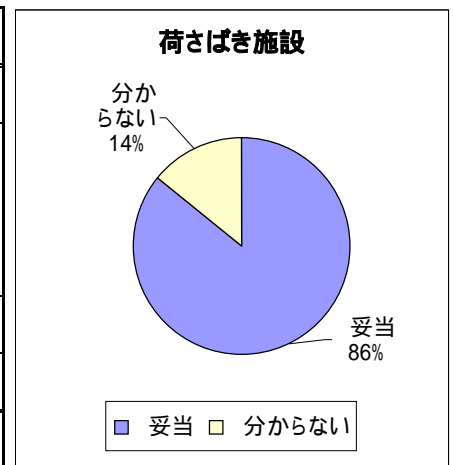
選 択 肢	回答数	その理由
厳しい	0	
妥当	6	実際の必要スペースはもっと大きい。 店舗規模に見合う施設が必要であり、適正に処理すべきである。
どちらとも言えない	0	
分からない	1	出店がないため不明。
計	7	



d 荷捌き施設

荷捌き施設については、指針で求める面積よりも実際に必要なスペースの方が広く、届出実績のない店舗を除き全社が「妥当」と回答している。

選 択 肢	回答数	その理由
厳しい	0	
妥当	6	実際の必要スペースはもっと大きい。 店舗規模に見合う施設が必要であり、近隣に迷惑にならないようにすることが大切である。
どちらとも言えない	0	
分からない	1	出店がないため不明。
計	7	



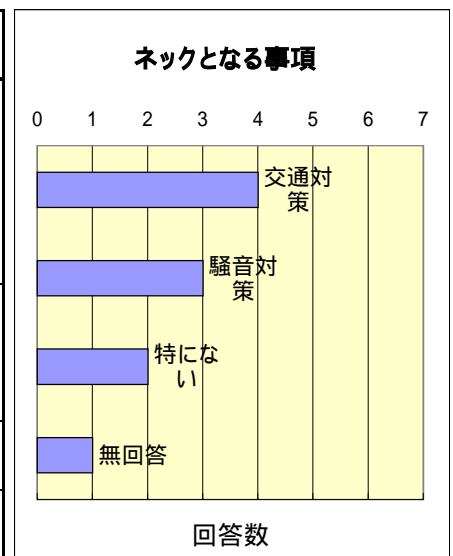
大店立地法の指針の各項目のうち、特に中心市街地への出店に当たってネックとなっている事項は何ですか。(複数回答可。)

中心市街地への出店に当たりネックとなる事項として「交通対策」と「騒音対策」が挙げられている。

「交通対策」については、中心市街地では地価が高く十分な広さの用地確保が困難であり、「指針」で求める駐車場の収容台数確保が難しい状況にある。

「騒音対策」については、中心市街地では近隣に学校や病院等が存在するため基準値が厳しくなるほか、基準値内であっても苦情が発生しやすい状況にある。

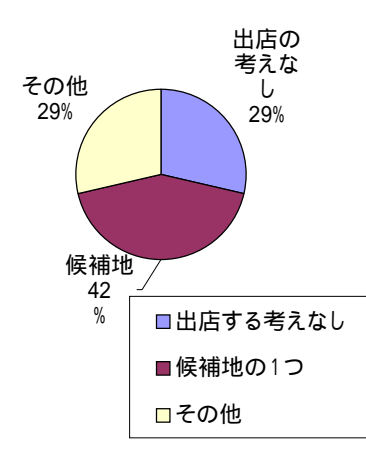
選 択 肢	回答数	その理由
交通対策(駐車場・駐輪場)	4	地価が高いため、駐車場などの確保が難しい。 駐車場の確保が困難。道路アクセスに難がある場合が多い。 十分な広さの用地が確保できない。
騒音対策	3	住宅地、病院、学校などの騒音規制が多い。 近隣住民は規制値内でも苦情が発生しやすい。
廃棄物対策	0	
荷さばき施設	0	
その他	0	
特にない	2	十分なスペース(土地)があって採算がとれれば出店したい。
無回答	1	



(4) 今後の出店方針について

今後、中心市街地への出店についてどのように考えていますか。

回答数をみると今後の出店について意見が分かれているが、理由をみると、商圈としての中心市街地に魅力を感じつつも、用地の確保や道路アクセス等の条件面でネックがあるという意見が大勢を占めている。

選 択 肢	回答数	その理由	中心市街地への出店 
中心市街地に出店する考えはない	2	GMS(総合スーパー)にテナントとして出店することが多く、中心市街地にはGMSができにくいいため出店できない。 十分な用地確保が難しい中心市街地は立地場所としては不適當である。	
高齢化の進展、居住人口の増加、地価の下落等により、出店場所としての中心市街地の魅力が増していることから、今後は候補地の1つとして考えている。	3	用地確保(十分な広さ)、土地条件、道路アクセス等の条件が整えば可能。 中心市街地がシャッター通り化したといっても住民はおり、出店地としての魅力はあるので、十分な土地があれば出店したい。 商圈内の人口密度が高く出店地としての魅力は高い。	
その他	2	法規制、広さ、採算がクリアできれば出店したい。 中心市街地には出店したいが、規制が多く出店できる場所はない。 県内には出店に適した用地が少ない。そのため工場跡地等が狙われるのではないか。	

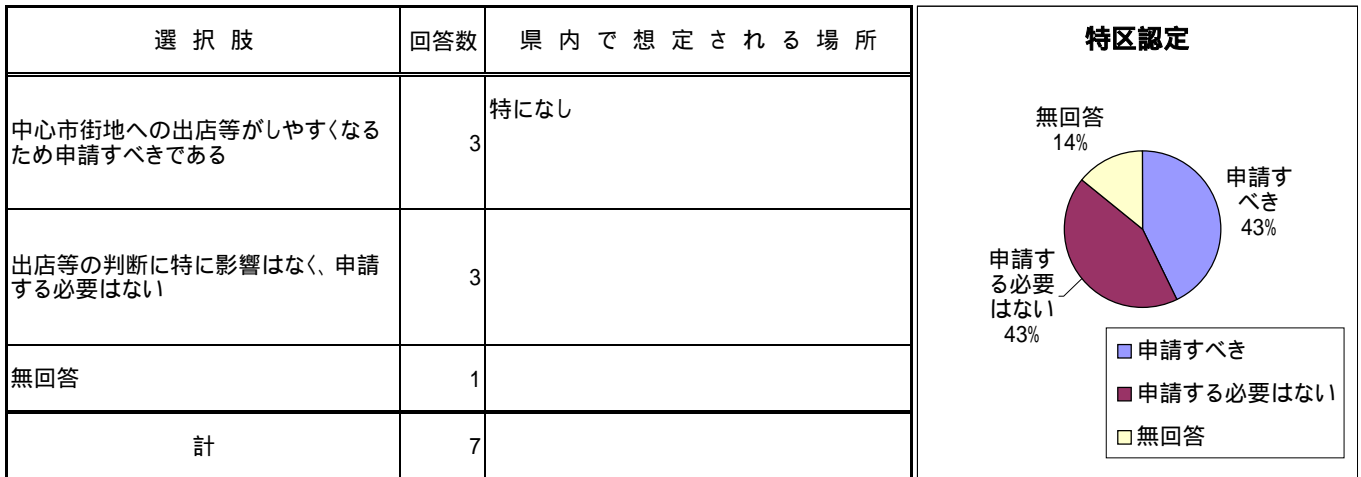
中心市街地に出店する場合、どの程度の店舗面積のものを想定していますか、(で「候補地の1つと思料」と回答した場合のみ記入)

想定する店舗面積	回答店舗数
1,000㎡以下又は1,500㎡	1店舗
1,500㎡	1店舗
2,500㎡	1店舗

(5) 中心市街地における規制緩和措置について

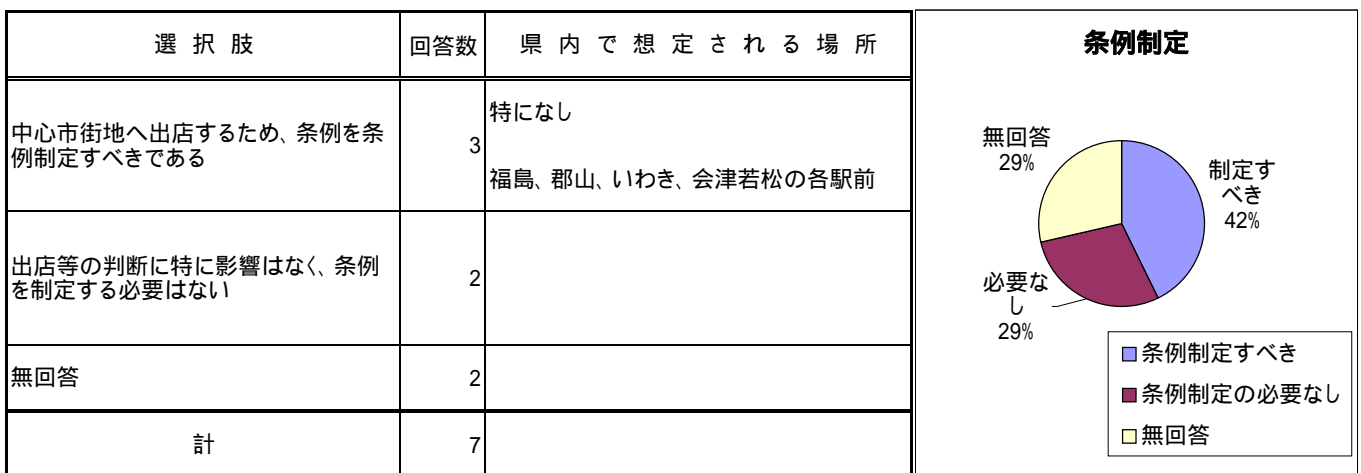
大店立地法の特区の認定を受ければ、大店立地法上の手続き・提出書類の簡素化や迅速な増改築、営業時間の延長等が可能となりますが、これについてどのように考えますか。

特区認定については、コスト軽減等により出店しやすくなるのであれば申請すべきとの意見と、出店は事業採算性により判断するため手続きの簡素化は特に必要ないとの意見に分かれた。



大店立地法第3条第2項に規定する条例を制定すれば、大店立地法の届出を要する店舗面積の要件を引き上げることができますが、これについてどのように考えますか。

店舗面積の要件引き上げについては、コスト軽減等により出店しやすくなるのであれば申請すべきという意見と中心市街地ではそもそも用地確保が困難であり、かつ、出店は事業採算性による判断するため特に必要ないとの意見に分かれた。



その他、出店場所としての中心市街地の魅力を高めるために、どのような施策が有効と考えますか。
(具体的に)

魅 力 を 高 め る た め の 施 策

虫食いや小さな土地ではなく、まとまった(広大な)土地を確保、提供する。

まず最初に人が集まることを考えると駐車場の確保と道路の整備が必要である。

魅力ある店舗は民間が考えることはできるが、この2項目については現在の状況では無理である。

ただし、店舗前や近隣での道路整備等の工事期間が長いと客が離れていってしまう。

行政で中心市街地に無料駐車場を設置すれば人が集まるのではないか。

交通問題を解消し、距離ではなく時間的に行きやすい場所、行きたくなる場所とすること。

(6)その他

大店立地法の手続きについて、何かご意見がありましたらご記入願います。

立 地 法 手 続 き に つ い て 意 見

県内に本社がある企業の出店を優遇するような法規制があれば良いと思う。

各関係機関へ大店立地法が生活環境の保持を目的としていることを徹底してほしい。

大店立地法の手続きを全国的に統一してほしい(県によって異なるのはいかなものか)。

届出後の変更をもっとスムーズに簡単にできるようにしてほしい。

新規・変更の届出をすると「意見なし」等の返答があるまでは次の届出ができないが、現状では途中変更が発生するケースが多く、是非とも手続き中でも変更届出で処理できるようにしていただきたい。

立地法第7条に規定する説明会は、開催要件を緩和しても良いのではないか。

「県の意見」の調整を早く行ってほしい。指導が何回かに分けられると、手間の経費も余計にかかってしまう。