中心市街地活性化に関する調査研究

中部地域の中核的都市の魅力・活力向上を目指して

2009 年 11 月

社団法人 中部経済連合会

はじめに

中部経済連合会では2008年９月、「中期活動指針ACTION 2015」を策定し、“持続発展する豊かな中部の実現”をめざすべき理念として定めた。中部地域がこの目標とする“持続発展する豊かな地域”となるためには、地域内の中核的都市が“魅力と個性溢れる都市”でなければならず、そのためには各都市の核であり顔である中心市街地を活性化させる必要がある、との考えのもと、中心市街地活性化のあるべき方向を模索すべく現状と課題・対応策等について調査研究を実施した。

本来、中心市街地とは、商店街などの商業機能に加え、居住機能、公共機能、文化娯楽機能の他に、歴史的建造物・公園等の様々な都市機能が集積し、その都市を特徴付けているものである。一方、近年形成された郊外の商業集積は、どの地域も同じような景観であり、歴史や伝統の積み重ねは薄く、個性に乏しい。

つまり、都市の核・顔と呼べるのは、郊外ではなく、中心市街地であるべきである。中心市街地を活性化することが都市全体の魅力と活力の向上につながり、ひいては地域全体の活性化に資することになると考える。

中部地域の多くの都市の中心市街地において、居住人口、市域全体に占める小売販売額の割合、及び歩行者通行量が減少傾向となっているなど中心市街地の活力が低下する状況が続いている。この理由としては、クルマ社会の進展により郊外居住が可能となり、郊外に大型商業施設の立地が進んだこと、また病院・大学をはじめとする公共公益施設の郊外移転などがあげられる。

これらの反省から、郊外に拡散した都市機能を中心市街地に呼び戻す「コンパクトシティ」化の取り組みが多くの都市で指向されている。コンパクトシティ化は、道路・水道等の公共インフラに関わる整備・維持管理コスト等の行政コストを低減させるとともに、移動距離を短くすることで環境負荷を低減させる効果をもたらす。

少子高齢化・人口減少社会を迎え、環境問題への対応が求められている今日、コンパクトシティ化は、どの地方の中核的都市においても取り組まねばならない課題であるといえる。しかしながら、一度郊外に拡散してしまった都市機能を再び中心市街地に呼び戻すには長い年月を要する。

人口減少社会においては、商業機能が縮小していくことになるが、本調査においては、商店街再生など商業振興の観点だけで中心市街地活性化を考えるのではなく、コンパクトシティ化への取り組み努力を進めながら、様々な都市機能を組みあわせてどうやって中心市街地に活力を創り出していくかということが重要である、との視点で取り組んだ。

本調査では、当会の活動エリアである中部５県から、一つずつ５市（豊橋市、岐阜市、四日市市、藤枝市、長野市）を参考事例として取り上げ、そこから抽出される課題等を俯瞰して、中部地域 の中核的都市の活性化に資する取り組みのあり方について考察を行った。

この調査研究により、中部地域の中核的都市における中心市街地活性化の取り組みがさらに推進される一助となれば幸いである。

2009年11月

社団法人　中部経済連合会
会　長　　川　口　文　夫
文化・観光委員長　　木　下　栄一郎

目　次

１．中心市街地活性化の必要性 …… 1

１－１　魅力と個性に溢れた都市へ …… 1

１－２　少子高齢化及び人口減少社会への対応…… 1

⑴　公共投資・公共インフラへの整備・維持管理コストの低減…… 1

⑵　交通弱者の生活利便性向上…… 1

⑶　地域コミュニティ機能の維持…… 2

１－３　環境問題・資源問題への対応 …… 2

２．中部地域の中核的都市における中心市街地の現状（５市を参考事例として） …… 3

２－１　中心市街地の現状 …… 3

⑴　各都市の概要…… 3

⑵　居住人口の減少…… 6

⑶　にぎわいの低下…… 9

⑷　小売業販売額の低下……10

２－２　中心市街地の活力低下の背景……11

⑴　車社会の進展……11

⑵　郊外への大型商業施設出店……12

⑶　核店舗の撤退……13

⑷　商業事業者（商店街）の問題……14

⑸　郊外への公共施設投資……14

２－３　５市の中心市街地活性化の関係者に対する
ヒアリング及びアンケート調査結果より……16

２－３－１　ヒアリング調査結果まとめ ……16

２－３－２　５市の中心市街地にある商店街へのアンケート調査結果のまとめ ……21

３．まちづくり三法の概要と課題について……23
⑴　中心市街地活性化法……23
⑵　都市計画法……25
⑶　大店立地法……26

４．今後の中心市街地活性化策に向けて……27

参考資料

参考資料①　中心市街地活性化に向けた５市の取り組み事例……30
参考資料②　５市の中心市街地にある商店街に対するアンケート調査結果……39

１．中心市街地活性化の必要性

地方の中核的都市では、少子高齢化が進展するなか、郊外の大型商業施設やロードサイド店舗の増加等により中心市街地の活力が低下している。中部地域が**“持続発展する豊かな地域”**となるためには、各地域の中核的都市が**“魅力と個性溢れる都市”**でなければならず、そのためには**各都市の核であり顔である中心市街地を活性化させる**必要がある。

なぜ“郊外”ではなく、“中心市街地”を活性化する必要があるのか、下記に整理した。

■１－１　魅力と個性溢れる都市へ

本来、中心市街地とは、**商店街などの商業機能に加え、居住機能、公共機能、文化娯楽機能の他に、歴史的建造物・公園等の様々な都市機能が集積し、その都市を特徴付けているものである。**

一方、近年形成された郊外の商業集積は、全国チェーン店が立ち並び、大きな看板が通りを埋め尽くし、**どの都市も同じような景観であり、歴史や伝統の積み重ねは薄く、個性に乏しい。**

つまり、都市の核・顔と呼べるのは、個性に乏しい郊外ではなく、中心市街地であるべきである。**中心市街地を活性化することが都市全体の魅力と活力の向上につながり、ひいては地域全体の活性化に資することになる。**

■１－２　人口減少・少子高齢化への対応

⑴　公共施設・公共インフラへの整備・維持管理コストの低減

人口減少社会においては、道路・水道等の公共インフラの利用効率が低下していく。また自治体の税収は減少していくため、市民一人あたりの整備・維持管理コスト負担が増加していく。

このため、**郊外では公共インフラの新規投資を抑制していく一方で、すでに公共インフラが整備されている中心市街地に都市機能を集約してインフラの利用効率を高め、総投資を抑制することが必要である。**

⑵　交通弱者の生活利便性向上

日本は他国に例を見ない程急激な少子高齢社会を迎えており、持続可能な発展に向け、各都市において対応策が必要になっている。

都市機能の郊外への分散化により、車がないと利用しづらくなっている。また、中心市街地では居住人口の減少により公共交通の維持が困難になり、子供や高齢者、障害者などの自動車が運転できない**交通弱者にとって住みにくい**まちになっていくことが懸念される。

このため、**郊外に分散した都市機能を中心市街地に集約し、「歩いて暮らせるまちづくり」を進め、今後増加する交通弱者に対し、都市機能が利用しやすい環境を提供することが必要となる。**

⑶ 地域コミュニティ機能の維持

隣近所や町内会などの地域コミュニティは、子育て、しつけ、虐待や非行の防止、隣近所の助け合いなどの機能を担ってきたが、少子高齢化・人口減少により弱体化してきている。

地域コミュニティの維持のためには、**中心市街地への居住（まちなか居住）を推進しながら、地域コミュニティが機能するようなしくみづくりが必要となる。**

また高齢者介護・医療施設、子育ての相談窓口や親子の交流拠点などの子育て支援施設 など、地域活動を支える施設を充実させることが必要となる。

■１－３　環境問題・資源問題への対応

二酸化炭素をはじめとする温室効果ガスの排出により、環境への負荷（地球温暖化）が問題となっている。都市機能が分散している都市では、どこに居住していても遠くなるため、車の利用が多くなる。バス路線等を開設する際にも居住地の密度が低いため、高コストになってしまう。**環境への負荷を低減するためには、都市機能を中心市街地に集約し、移動距離を短くする必要がある。**

このほか、コミュニティバス（100円バスなど）や、次世代型路面電車（LRT）(注) などの公共交通機関を中心市街地に導入することで、**各種都市機能を利用しやすくし、郊外から中心市街地へ開発を誘導することも必要**である。このほか公共交通機関を補完するためレンタサイクルの活用や タウンモビリティ（電動カート等）の導入より中心市街地まで公共交通機関で来れるようにし“移動にストレスのない街“としていくことが求められる。

（注）次世代型路面電車（LRT　Light Rail Transit）
ヨーロッパで導入が盛んな路面電車システム。
低床車両を導入しホームとの車両間の段差をなくしたり、軌道敷内の自動車の通行禁止としていることが多い。公共交通を優先した信号システムを導入している路線もある。

２．中部地域の中核的都市における中心市街地の現状

（５市を参考事例として）

中部経済連合会の活動エリアである中部地域の５県から豊橋市（愛知県）、岐阜市（岐阜県）、四日市市（三重県）、藤枝市（静岡県）、長野市（長野県）の５市を参考事例として取り上げ、各都市の中心市街地における現状について調査した。

■２－１　中心市街地の現状

⑴　各都市の概要

５市の中心市街地には、かつて商店街などの商業機能、居住機能、公共機能、文化娯楽機能の他に、歴史的建造物・公園等の様々な都市機能を有していた。

しかし、郊外の大型商業施設の影響等により、中心市街地では空き店舗が増加し、集客の核となる大型店の撤退などにより活力が低下してきている。こうした状況に歯止めをかけるため各都市で中心市街地活性化基本計画を策定するなど、中心市街地活性化に向け様々な施策を進めているところである。

図表２－１－１　対象都市の位置図

図表２－１－２　対象都市の概要

豊橋市（愛知県）	人口　384,000人	面積　261.35㎢
	愛知県南東部の都市で、東三河地域最大の都市。 豊橋駅にはＪＲ・名鉄・豊橋鉄道が乗り入れる交通の要衝。豊橋鉄道は路面電車を運行しており、中部地域の５県で路面電車が営業運転しているのはこの豊橋市だけである。 駅を起点とする駅前大通りや広小路通りを中心に商店街が形成され、面的な広がりを見せている。1996年豊橋市民病院が郊外へ移転、2000年のダイエー撤退、2003年の西武百貨店撤退等の大規模商業施設が撤退しており、中心市街地の都市機能の集積は年々低下していたが、近年、豊橋駅のペデストリアンデッキ整備やココラフロント、ココラアベニューをはじめとした民間再開発など中心市街地活性化策が取り組まれている。 2009年、中心市街地活性化基本計画の認定を受けている。	
岐阜市（岐阜県）	人口　422,000人	面積　202.89㎢
	岐阜県中南部の都市で、岐阜県の県庁所在地。 中心市街地では近年大型商業施設の閉店が相次いでおり、柳ヶ瀬商店街では近鉄百貨店、長崎屋等、また名鉄岐阜駅周辺では新岐阜百貨店、岐阜パルコが閉店している。 一方でＪＲ岐阜駅北の問屋町西部南街区、柳ヶ瀬商店街内など で市街地再開発事業が進められているほか、名鉄岐阜駅では2009年９月商業施設「イクト」が開業しており、駅周辺地区の賑わい創出が期待されている。 2008年、中心市街地活性化基本計画の認定を受けている。	
四日市市（三重県）	人口　314,000人	面積　205.53㎢
	三重県北勢地域の中心都市で、県内人口最大の都市。 中京工業地帯有数の工業地域。名古屋市への通勤・通学者が多い。 近鉄四日市駅前には近鉄百貨店、アピタ等の大型商業施設の他、アーケード型の商店街があり、県内最大の商業地区となっている。四日市はイオングループ発祥であり、近鉄四日市駅前には2002年までジャスコ１号店が営業していた。 跡地には高層マンション「ローレルタワーシュロア四日市」が2008年６月に完成。 中心市街地活性化協議会設立の前段としてのまちづくり会社設立について関係機関と協議・検討を進めているところである。	
藤枝市（静岡県）	人口　145,000人	面積　194.03㎢
	安倍川と大井川に挟まれた地域の都市。静岡市のベッドタウン。 中心市街地では土地区画整理事業、マンション開発等が盛んであり、中心市街地の人口は増加傾向にある。最寄駅であるＪＲ藤枝駅は浜松駅～静岡駅間では静岡駅、浜松駅に次いで利用客数が多い。 2009年、市立図書館を併設した商業施設（BiVi藤枝）がオープン、また藤枝駅南ではフィットネスクラブ、ＣＡＴＶ放送センター等が入店する再開発ビル「オーレ藤枝」（2010年２月開業予定）の建設が進められており、中心市街地への都市機能の集約、利便性向上の取り組みが進められている。 2008年、中心市街地活性化基本計画の認定を受けている。	

長野市（長野県）	人口　　381,000人	面積　　730.83㎢
	長野県の県庁所在地。人口は県内で最大。面積は松本市に次いで広い 。年間観光客数900万人を超える県内有数の観光都市。中でも善光寺には全国から年間約600万人の参拝客が訪れる。 1998年の長野五輪により道路整備が進み、商業施設や住宅の郊外建設が進んだことから、2000年、長野そごう、ダイエー長野店が相次いで撤退し、中心市街地の核店舗がなくなった。以降、ＴＭＯ（㈱まちづくり長野）を中心として中心市街地活性化に本格的に取り組んでいる。 2007年、中心市街地活性化基本計画の認定を受けている。	

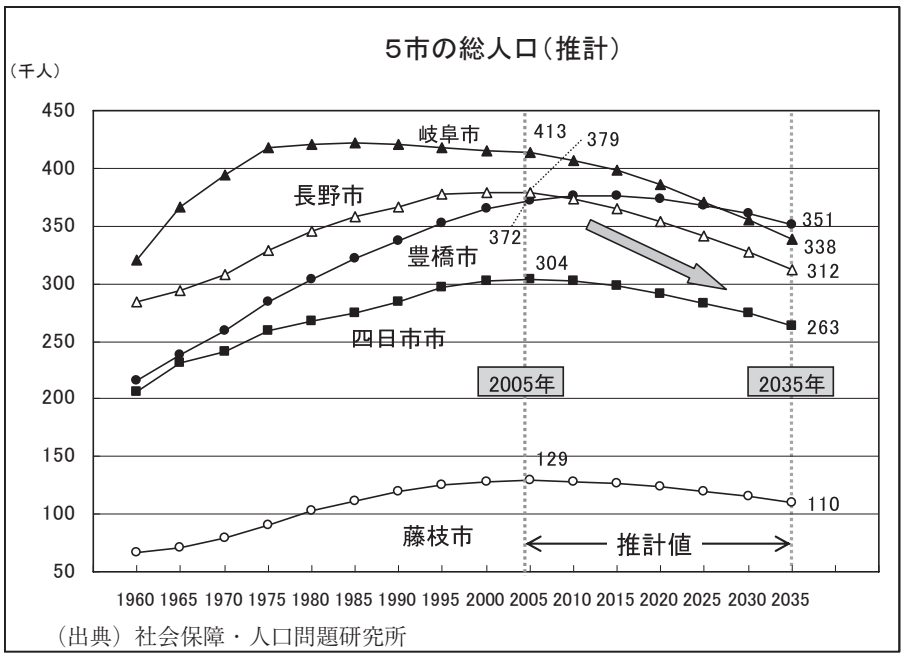
（注）人口は各市とも2009年４月現在

⑵ 居住人口の減少

① 総人口の減少 ～ ５市で2035年の人口が減少（2005年比）

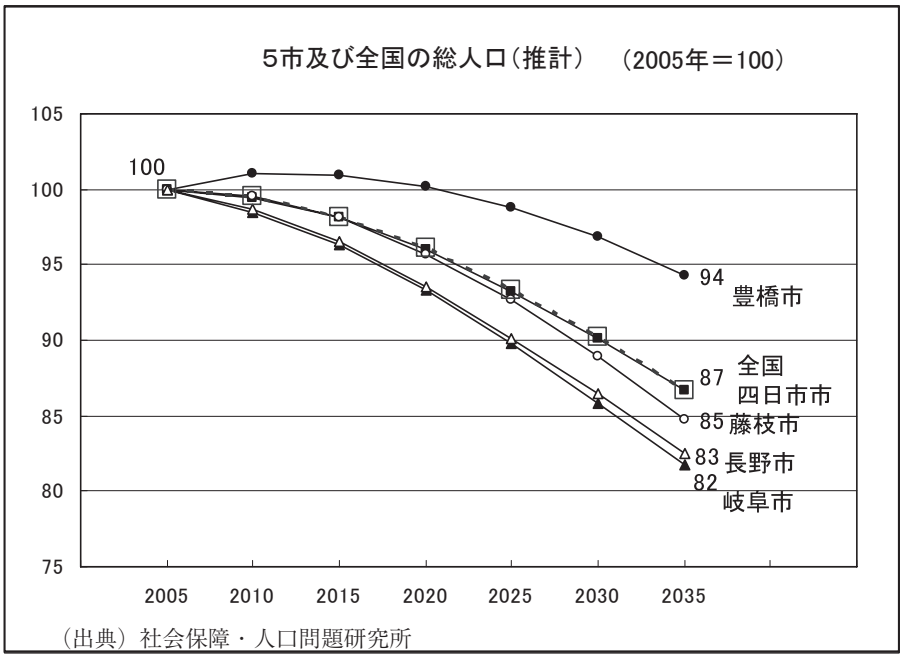
国立社会保障・人口問題研究所の将来推計人口（2008年12月発表）によると、**５市において2035年には2005年比で総人口が減少**している。５市の中でも岐阜市と長野市は減少率が高く約18％減少する。（図表２－１－３、図表２－１－４）

図表２－１－３　５市の総人口（推計）



（出典）社会保障・人口問題研究所

図表２－１－４　５市の総人口（推計）（2005年＝100）



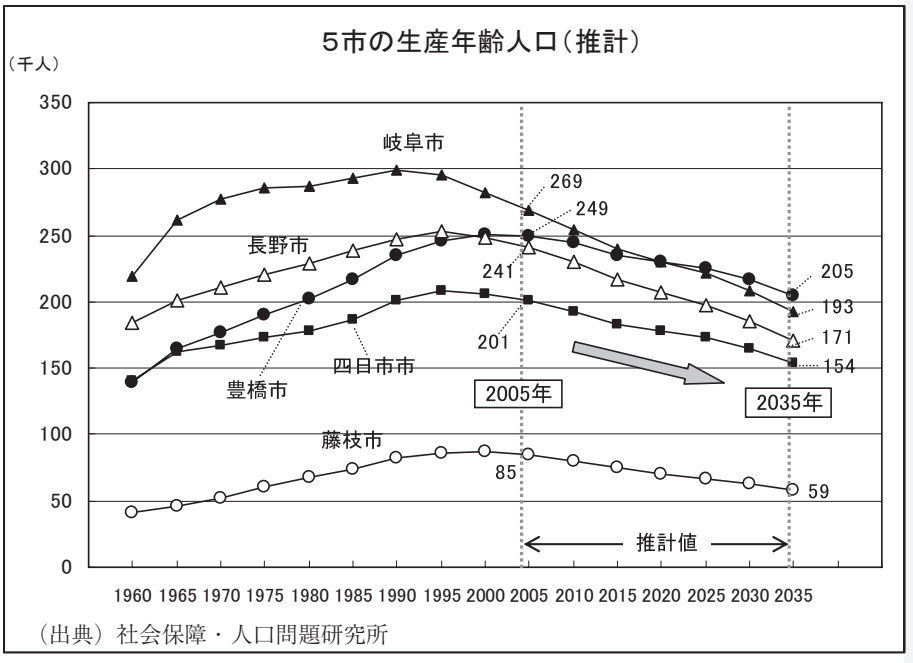
（出典）社会保障・人口問題研究所

また、**15歳から64歳までの生産年齢人口は総人口よりも早いペースで減少**している。（図表２－１－５、図表２－１－６、図表２－１－７）

特に岐阜市・藤枝市・長野市では**2005年比で2035年の生産年齢人口が約30%減少**している。（図表２－１－７）

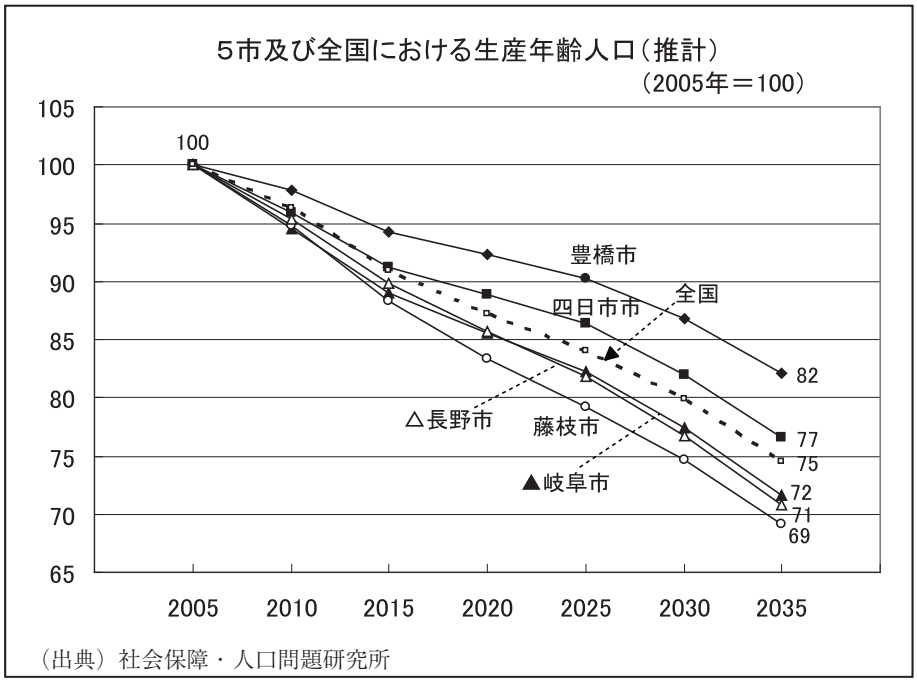
生産年齢人口は消費及び労働力の中核となる人口である。**生産年齢人口の大幅な減少により商業機能、業務機能をはじめとする都市機能の規模も大幅に縮小していく**ことが予想される。

図表２－１－５　５市の生産年齢人口の推移



（出典）社会保障・人口問題研究所

図表２－１－６　５市及び全国の生産年齢人口（推移）（2005年＝100）



（出典）社会保障・人口問題研究所

図表２－１－７　５市及び全国の2035年における推計人口（対2005年比）

（単位：千人）

		豊橋市	岐阜市	四日市市	藤枝市	長野市	全国
総人口	2005年	372	413	304	129	379	127,767
	2035年	351	338	263	110	312	110,679
	減少率	▲5.7%	▲18.2%	▲13.3%	▲15.2%	▲17.5%	▲13.4%
生産年齢人口	2005年	249	269	201	85	241	84,422
	2035年	205	193	154	59	171	62,919
	減少率	▲17.9%	▲28.4%	▲23.4%	▲30.8%	▲29.2%	▲25.5%

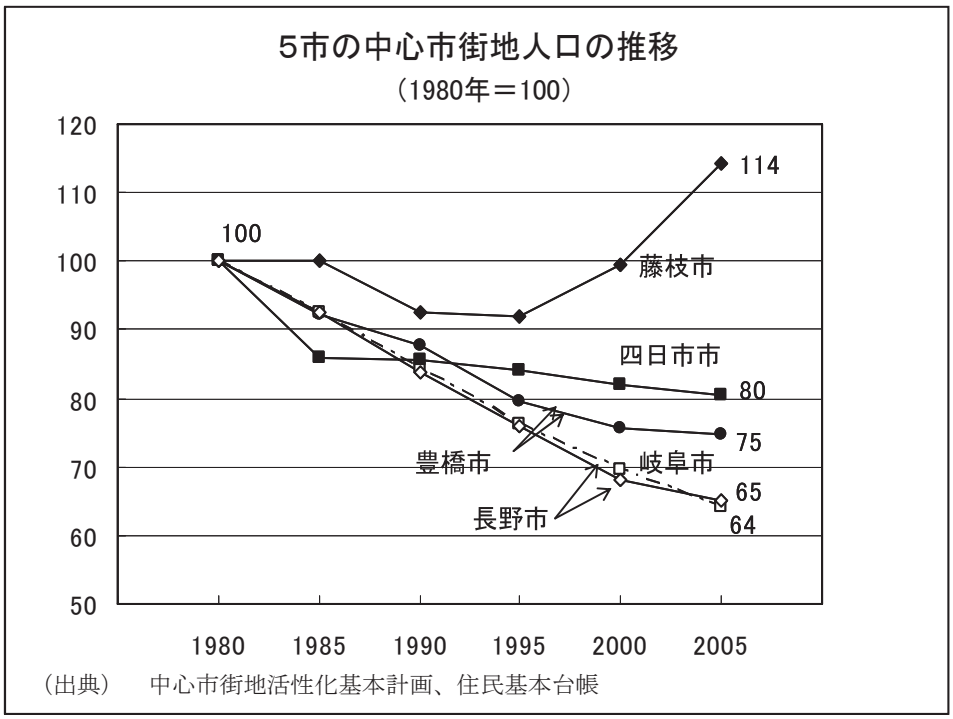
（出典）社会保障・人口問題研究所

②　中心市街地人口の減少

５市における中心市街地の人口は、藤枝市を除き減少している。岐阜市や長野市では2005年の人口は1980年比で約30％減少しており、居住地が中心市街地から郊外へと移っていることが推測される。（図表２－１－８）

藤枝市では2000年以降、高層マンション建設や、土地区画整理事業による住宅供給が進められたことで、中心市街地の人口が増加傾向である。2005年の静岡市の政令指定都市への移行に伴い、現在も人口は増加傾向である。

図表２－１－８　中心市街地人口の推移（５市）

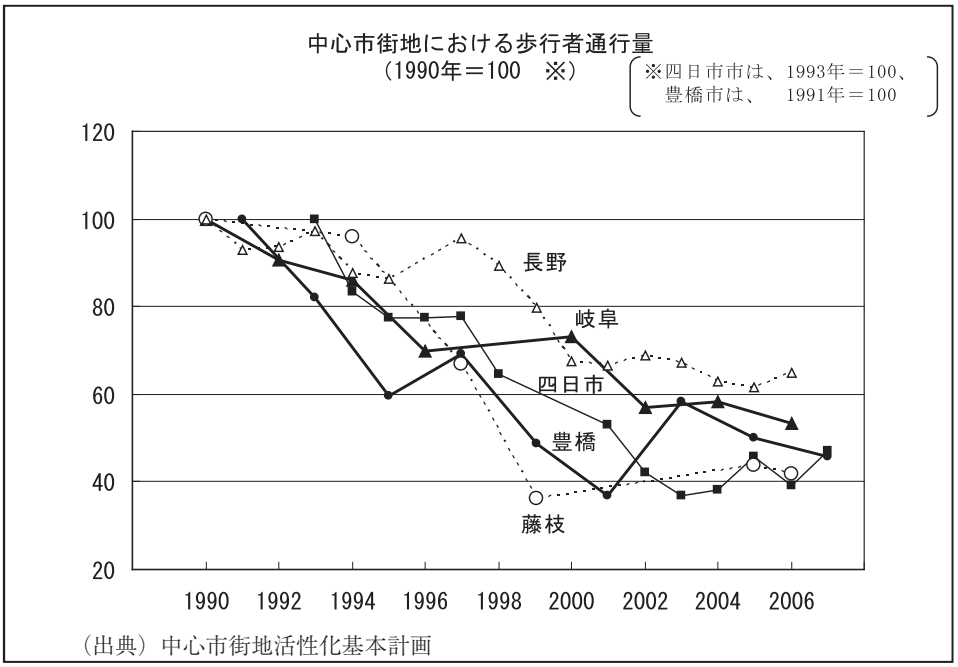


（出典）　中心市街地活性化基本計画、住民基本台帳

⑶ にぎわいの低下

中心市街地における賑わいをあらわす指標として「歩行者通行量」をみてみると、**各市の中心市街地における歩行者通行量は1990年比で約40～60%と大幅に減少しており、郊外のスーパーや大型ショッピングセンター等に人の流れが移ってきていることが推測される。**（図表２－１－９、２－１－10）

図表２－１－９　中心市街地における歩行者通行量の推移



（出典）中心市街地活性化基本計画

図表２－１－10　中心市街地の様子

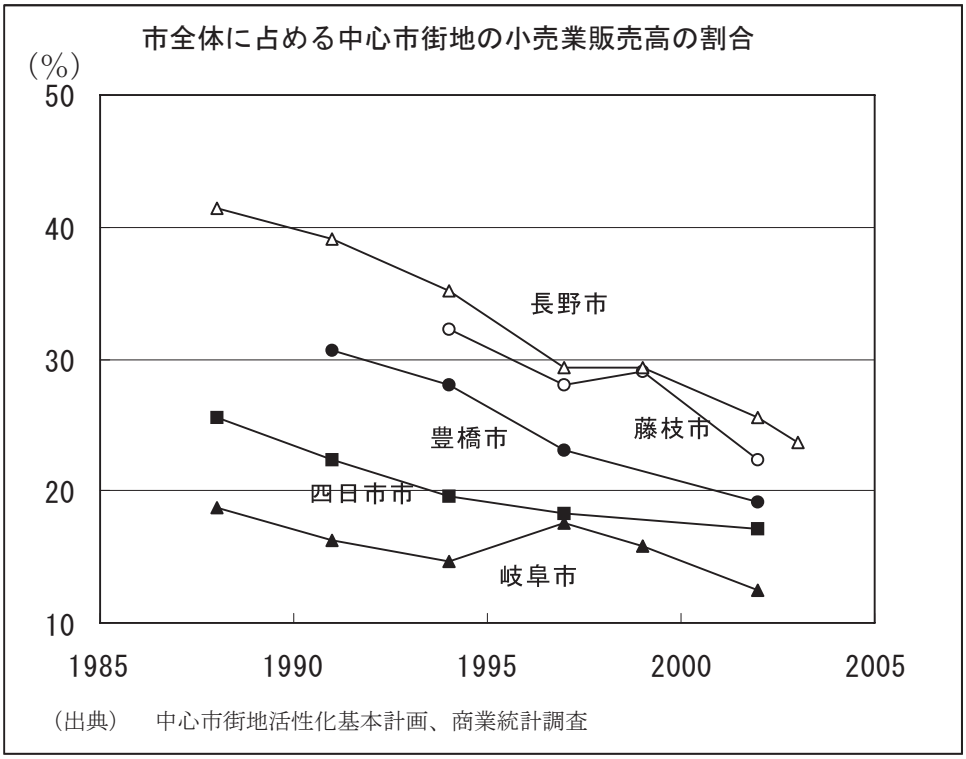
四日市市中心市街地
（2009年３月16日 13時撮影）

藤枝市中心市街地
（2009年４月20日 14時撮影）

⑷ 小売業販売額の低下

市全体に占める中心市街地の小売業販売額の割合は、５市ともに減少傾向である。郊外の商業施設の開発によって、消費が中心市街地から郊外へ移っていることが推測される。（図表２－１－11）

図表２－１－11　市全体に占める中心市街地における小売業販売額の割合の推移



（出典）　中心市街地活性化基本計画、商業統計調査

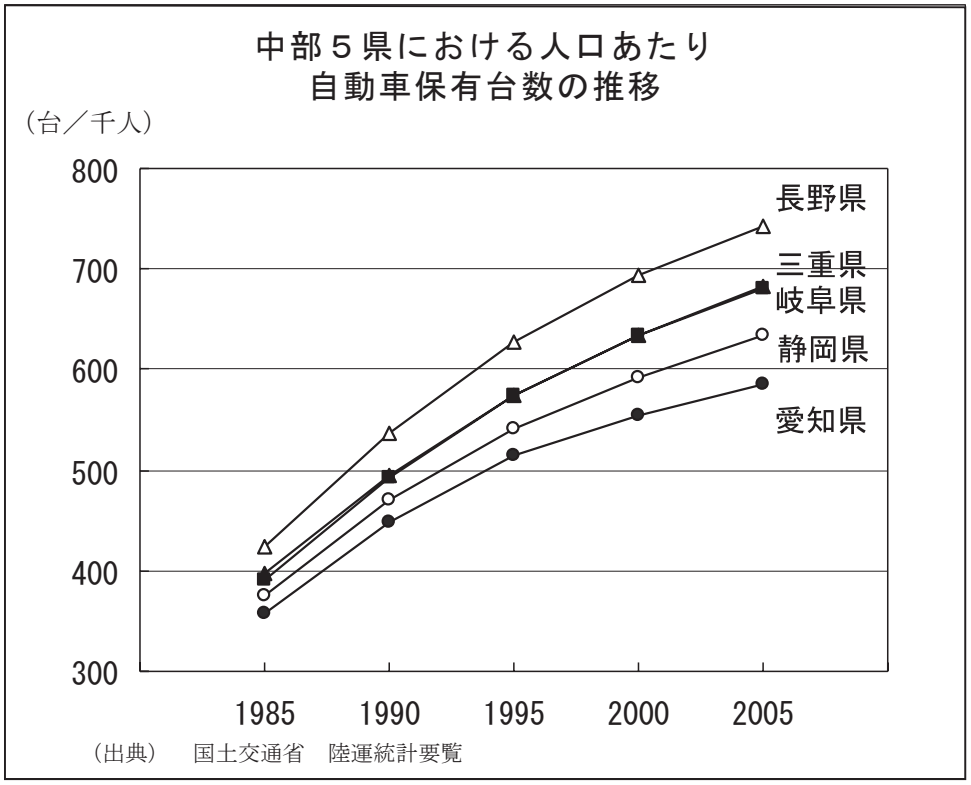
■２－２　中心市街地の活力低下の背景

⑴　車社会の進展

人口あたりの自動車保有台数は中部５県とも増加しており、今後も増加していくことが予想される。（図表２－２－１）

このように**車社会の進展により郊外での居住が可能となり、商業施設をはじめとする都市機能も郊外で立地可能となった。**無料駐車場を備え、雨天でもぬれずに利用できるショッピングセンターが多く開発され、中心市街地は買物の場としての地位を低下させていったと推測される。

図表２－２－１　中部５県における人口あたり自動車保有台数



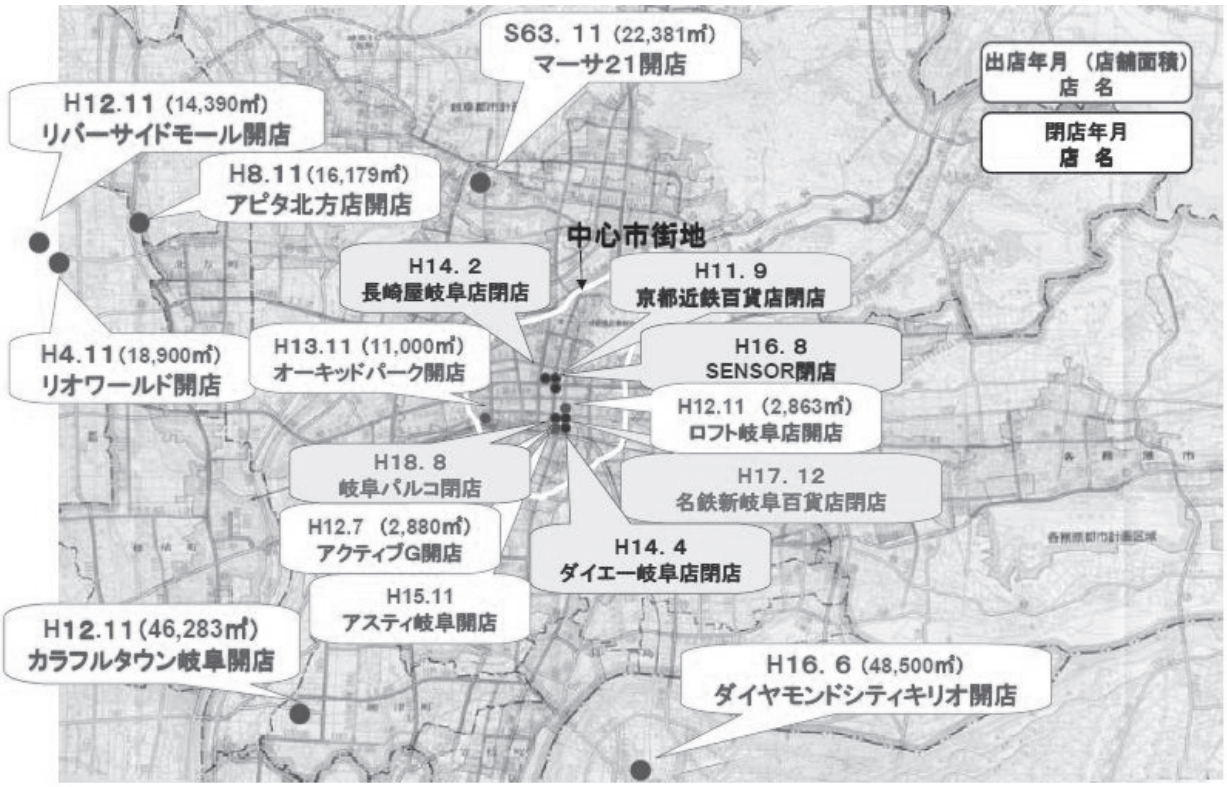
（出典）　国土交通省　陸運統計要覧

⑵ 郊外への大型商業施設出店

2000年に旧大店法（大規模小売店舗法）から大店立地法（大規模小売店舗立地法）へ改正されたことにより、**出店調整が実施されなくなり、渋滞対策や騒音対策などを行えば出店可能となった**こと、また、**面積制限なく商業施設が立地可能な用途地域があった**ため※、郊外に大型商業施設が増加し、中心市街地ではその影響を受け、既存店が撤退していった。（図表２－２－２）

※　住居・準住居・工業・商業・近隣商業・準工業の各用途地域で面積制限なく商業施設が立地可能
（2006年都市計画法改正以降は商業・近隣商業・準工業の３地域のみに変更）

図表２－２－２　岐阜市周辺における大型商業施設の出店・閉店状況



（出典）県都岐阜市のまちづくり構想素案（岐阜市調査）

⑶ 核店舗の撤退

郊外への大型商業施設の出店により、中心市街地の集客の核となっていた大型店も撤退し、商店街全体の売上や賑わいの低下を進めている。（図表２－２－３、図表２－２－４）

撤退後の大型店は、建物を改修、存続させるか、解体撤去するかが決まらず、シャッターが下りたまま長期間そのままとなることが多い。中心市街地の賑わいにマイナスとならないよう１階部分だけでもにぎわいを出す工夫が求められる。

図表２－２－３　岐阜市柳ヶ瀬商店街おける核店舗の撤退

岐阜市柳ヶ瀬商店街　長崎屋撤退後の様子（2009年９月27日撮影 ）

図表２－２－４　５市の中心市街地における核店舗の撤退状況

	撤退した大型店舗	撤退時期	現在の状況
豊橋市	ダイエー豊橋店	1998年 5月	高層マンション「コンチェルトタワー」
	西武百貨店	2003年 8月	複合商業ビル「ココラフロント」
岐阜市	京都近鉄百貨店	1999年 9月	事務所ビル「岐阜中日ビル」
	長崎屋岐阜店	2002年 2月	（空きビル）
	新岐阜百貨店	2005年12月	商業施設「ＥＣＴ（イクト）」
	岐阜パルコ	2006年 8月	（ビル解体　空き地）
四日市市	松坂屋四日市店	2001年 5月	商業施設「アピタ四日市店」
	ジャスコ四日市店	2002年 1月	（ホテル建設中）
長野市	長野そごう	2000年 7月	複合商業ビル「トイーゴ」
	ダイエー長野店	2000年12月	生活交流拠点「もんぜんぷら座」

⑷ 商業事業者（商店街）の問題

郊外の大型店の影響により、中心市街地の商店街は空き店舗が増える傾向にある。しかし、テナントが空き店舗になっても、**賃料は下がらず高く据え置かれている**ことが多い。賃料が下がらない理由として、バブル期にあったような高い賃料が再び入ってくることを期待している家主がいることや、賃料収入がなくても生活には困らない家主が多い、などが原因と推測される。

空き店舗が増えていくことで、商店街全体としての魅力が低下し、商店街での店舗開業自体に魅力がなくなっていくという悪循環に陥っている商店街もある。

また、商店主の高齢化が進んでおり、顧客のニーズをとらえられずに**個店の魅力が低下**したことや、**地権者間の調整ができず、建替えや再開発などが進んでいない**などの問題もある。

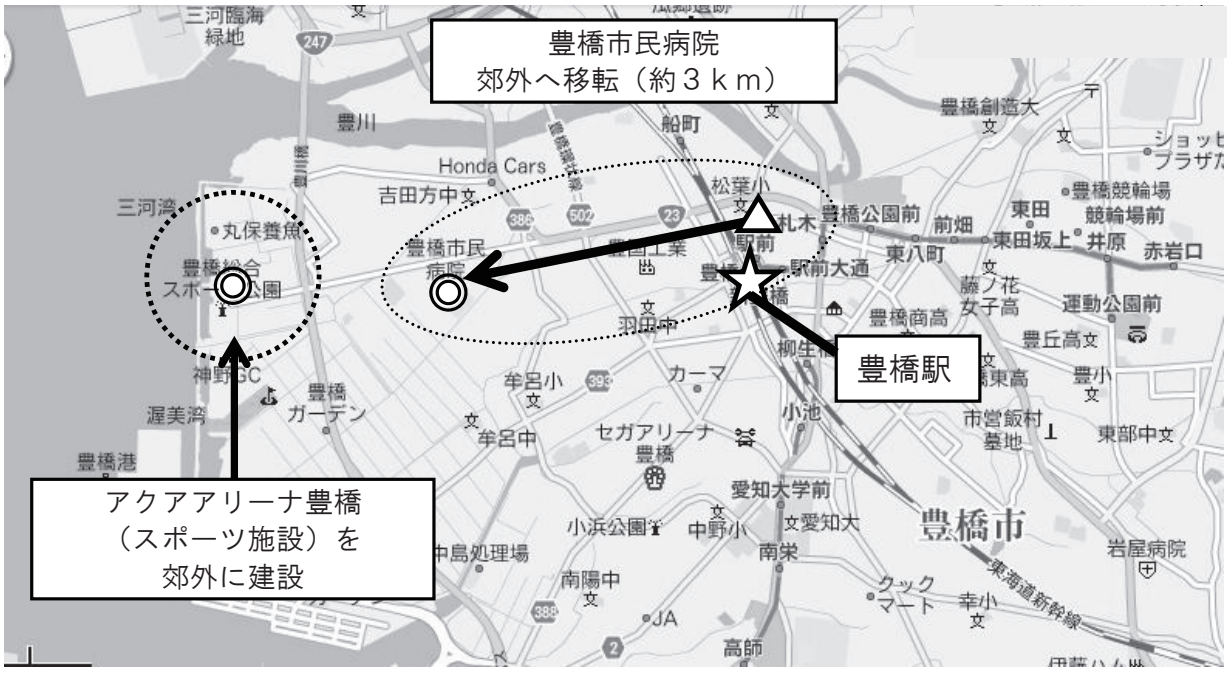
⑸ 郊外への公共施設投資

中心市街地の公共施設が、規模拡張や老朽化のため郊外に移転される例がある。豊橋市では、豊橋市民病院が1996年に３㎞ほど離れた郊外に移転、（図表２－２－５）、藤枝市では、藤枝市総合病院が2.5㎞離れた中心市街地から郊外に移転している。（図表２－２－６）

このほか、岐阜市では岐阜女子短大、岐阜大学医学部及び付属病院、岐阜県図書館等が中心市街地から郊外へと移転している。（図表２－２－７）

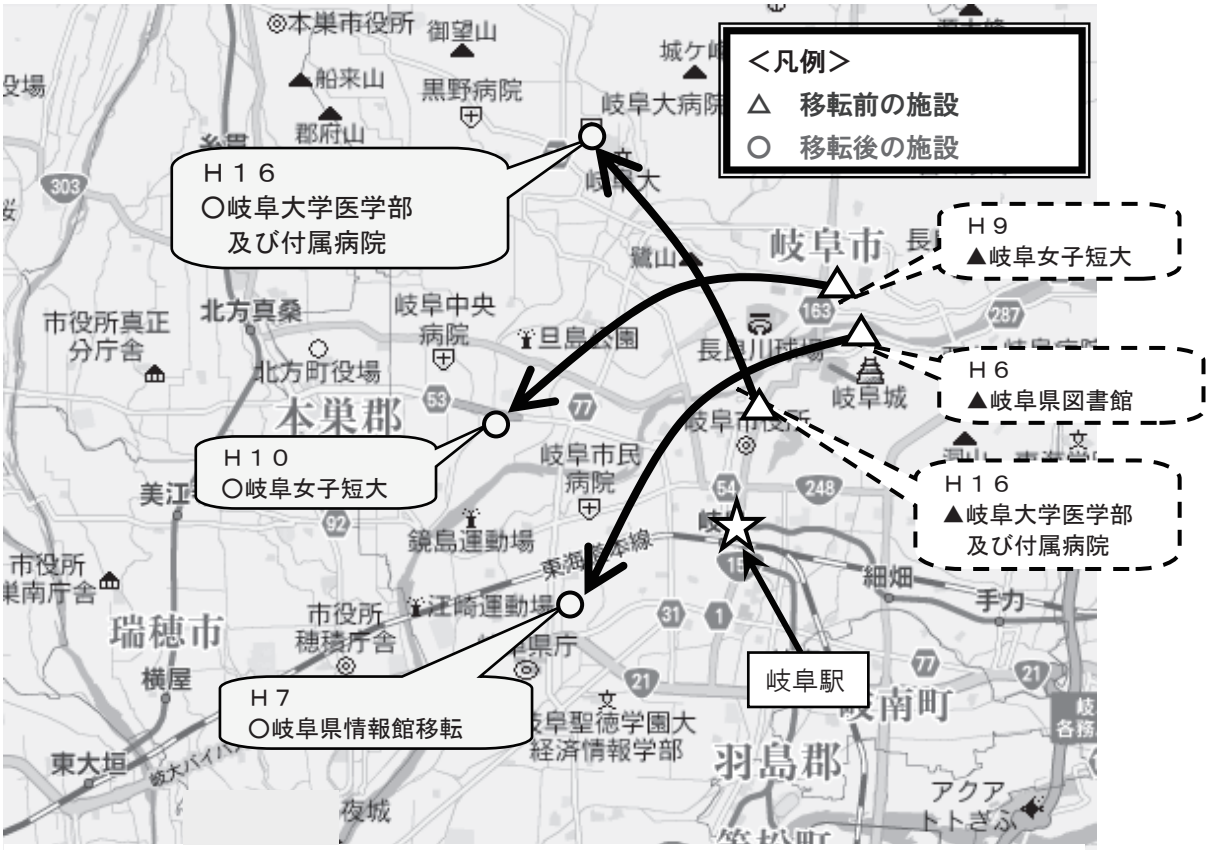
このように**公共施設の郊外移転は中心市街地の活力を低下させる原因の一つとなっている。**

図表２－２－５　豊橋市民病院の郊外への移転等について



図表２－２－６　藤枝市総合病院の郊外への移転について

図表２－２－７　岐阜市内の公共施設等の郊外移転について



（出典）県都岐阜市のまちづくり構想素案（岐阜市調査）

■２－３　５市の中心市街地活性化の関係者に対するヒアリング及びアンケート調査結果より

中心市街地活性化に関する現状と課題を把握するため、５市の中心市街地活性化の関係者のうち自治体、商工会議所、ＴＭＯ（まちづくり会社）に対しヒアリング調査を行い、５市の中心市街地にある商店街に対してはアンケート調査を行った。

各関係者とも中心市街地活性化に向け、前向きに対策を講じているが、必ずしも顕著な成果には結びついているとは言い難い現状である。

以下のとおりヒアリング及びアンケート調査結果についてまとめた。

（商店街へのアンケート結果の詳細は参考資料②（p.39 ～）を参照）

２－３－１　ヒアリング調査結果のまとめ

（自治体・商工会議所・ＴＭＯ（まちづくり会社））

⑴　自治体による中心市街地活性化策の現状と課題

①　中心市街地活性化法について

中心市街地活性化法は、各自治体が中心市街地活性化のための基本計画を国に提出し、認定された自治体に対し国の補助制度等において重点的な補助が受けられるという仕組みである。中心市街地活性化法に関して自治体から下記のような課題について指摘があった。

- 中心市街地活性化基本計画において“まちの個性“を出すことに重きが置かれていない。
- 基本計画には５年で具体化する事業しか盛り込むことができない。
  長い期間を要するまちづくりについて５年の期間は短い。
- 基本計画が認定されると国の補助制度の中で補助率は高くなるが、補助の条件により小規模の事業ができず、事業費を大きくしたり、似たようなものが作られる可能性がある。

（中心市街地活性化法に関するまとめ）

中心市街地活性化法に対しては、まちの個性創出に関する視点や長期的な視点の必要性、各自治体の特性に応じた補助制度を望む声があった。

また中心市街地活性化基本計画の基礎・土台となる「中長期のまちづくりビジョン」について市民の関与が十分ではなく、基本計画についても行政と市民のコンセンサスが取られていないという懸念がある。

②　土地利用規制について

郊外のショッピングセンター開発により中心市街地の商業施設の活力低下を招いたことを受け、2007年11月の都市計画法改正では、大規模集客施設（延床面積が１万㎡超）の立地規制が強化された。商業地域・近隣商業地域及び準工業地域においてのみ立地可能とし、従来立地可能であった第２種住居地域・準住居地域・工業地域には立地できないようにした。

さらに郊外の準工業地域における大型の商業施設の開発が中心市街地の商業に影響が大きいことから、

準工業地域において大規模集客施設の立地制限を行う特別用途地区指定が中心市街地活性化基本計画認定のための絶対条件となり、基本計画を策定していない四日市市を除く４市で特別用途地区指定を行われている。（図表２－３－１）

図表２－３－１　準工業地域における大規模集客施設立地規制（特別用途地区指定）

自治体	特別用途地区の指定範囲	指定の時期	基本計画認定時期
豊橋市	準工業地域の全域	2007年12月	2008年６月認定
岐阜市	準工業地域の全域	2007年11月	2007年５月認定
四日市市	未実施	未実施（※２）	（策定に向け準備中）
藤枝市	準工業地域の全域	2007年12月	2008年３月認定
長野市	準工業地域の全域	2007年９月	2007年５月認定

（※１）三大都市圏（中部圏開発整備法における都市整備区域）及び政令指定都市以外では、準工業地域全域における大規模集客施設の立地制限は中心市街地活性化基本計画の認定の要件となる。（四日市 市は三大都市圏に含まれるため不要）
（2006年９月８日閣議決定「中心市街地の活性化を図るための基本的な方針」）

（※２）四日市では決定時期や地区指定範囲・制限内容については2009年３月時点で未定であるが、大規模集客施設の郊外への立地規制が必要であると認識しており、立地制限を速やかに行いたい、としている。

（土地利用規制に関するまとめ）

都市計画法を改正して延床面積１万㎡を超える大規模集客施設の立地規制を強化したが、郊外に多い用途地域である準工業地域には依然として大規模集客施設が立地可能である。

一つの都市で大規模集客施設の立地規制を行ったとしても、周辺自治体において立地を認めれば、中心市街地が大きな影響を受けることが懸念される。

③　都市計画等における周辺自治体との広域調整について

周辺自治体に大型の商業施設が立地すれば活性化の施策に大きな影響を及ぼす可能性がある。そのため用途地域の変更などにより大型の商業施設が立地可能となる場合は、都市計画法において「周辺市町村から意見を聞くことができる」と広域調整についてうたわれている 。

中部地域の５市において、大規模小売店舗が立地する際に周辺の自治体と広域調整を行っている自治体を調べたところ、豊橋市、四日市市、長野市では実施されていたが、岐阜市と藤枝市では実施されていなかった。また、県境を越えた広域調整（県間調整）を実施している自治体はなかった。

（広域調整に関するまとめ）

2006年11月の都市計画法改正の際、周辺自治体との調整（広域調整）に関する記載が追加された。しかしながら、これらは「広域調整ができる」であって、「広域調整をしなければならない」ではない。また、大型商業施設には県境を越えて中心市街地に影響を及ぼす例もあるため県境を超えた広域調整も求められる。

④　自治体による商業活性化策について

- 自治体は、商業活性化策として、イベントの主催、イベント開催費への補助を実施している。イベントに関して自治体は「来訪者は増加するが、商店街への増収効果は少ない」との回答が多かった。
- 市有地を売却する際、事業コンペを実施し、入札者にヒアリングの上、事業採算が取れるような条件となるよう土地価格等へ配慮している例もあった。
- 空き店舗対策として賃料・改装費の一部補助は５市で実施されている。
  しかし家主に空き店舗にテナントを入居させようという意欲があまりなく、家賃は高止まりしており、空き店舗が今後も増えると予想している自治体もあった。また店主の高齢化により顧客のニーズに対応できない店が増加すると指摘する自治体があった。
- 店舗を自治体が借り上げ、期限付きで低賃料で賃貸するというチャレンジショップ事業が豊橋と岐阜で実施されている。（豊橋はTMOが事業主体となり市が補助。岐阜は市がTMOに業務委託2008年３月末で終了）

（自治体による商業活性化策に関するまとめ）

商業活性化策として、自治体は賃料・改装費補助やチャレンジショップ等の空き店舗解消策を実施している。しかしながら、商店街に定着する店舗は少なく、めざましい成果には至っていない。

賃料を下げテナントを入居させようとする地権者が少ないことや、店主の高齢化が進んでいること等により、空き店舗は今後も増加の傾向にあると自治体は考えている。不動産の有効活用を促すような仕組み（優遇税制など）の導入や、集客の核となる拠点開発の推進が必要である。

⑵　商工会議所による中心市街地活性化策の現状と課題

- 商工会議所では中心市街地への集客策としてイベント・祭りを実施しているほか、商店街等への集客施設（映画館等）の誘致活動を実施している。また、商店主を対象とした経営指導、セミナー、一般市民に向けたまちづくり講演会を開催している。「セミナー・視察会などに参加してほしいと思っている店ほど参加率が低い」と商業事業者の一部における意欲の低さに対する指摘もあった。
- 店舗の改装費補助、中心市街地活性化協議会における事業推進のための調整機能、経済産業省の戦略補助金によるハード・ソフト事業推進、商店街の上位組織の事務局運営、まちづくりの企画検討会議への参画等を通して、中心市街地活性化を進めている。
- 商工会議所において、上記のような中心市街地活性化関連の業務量が増加しているが、担当者の増員の原資がなく、負担が増していると指摘する商工会議所があった。
- 「行政は郊外開発を十分規制せず、公共公益施設の郊外移転を進めたため、中心市街地の活力低下を招き、元に戻るには長い期間を要する」として、行政の取り組みに過度の期待はできないとする商業事業者も少なからずあるとの意見があった。

（商工会議所による中心市街地活性化策の現状及び課題（まとめ））

商工会議所は中心市街地活性化協議会における事業推進のための調整機能を担っている。このほか、国の補助金を活用した事業推進のほか、中心市街地への商業施設等の誘致活動を実施している。

商工会議所は様々な会員企業から構成されており、地元の特産品を利用した商品開発の取り組みなど、各企業の情報・資源を結集する視点での取り組みを展開することが望まれる。

⑶ ＴＭＯ（まちづくり会社）による中心市街地活性化策の現状と課題

- ＴＭＯでは５市とも、空き店舗活用関連補助（賃料・改装費）を実施している。賃料補助がなくなると営業が継続できなくなる店舗が多く、商店街などに定着する店舗は少ないとの回答がある一方で、事業収支などの審査を厳しく行った上でテナントを選定しており商店街への定着し営業を続ける店舗が多いとの回答もあった。
- 視察会・講演会の開催、イベントの開催、テナントや駐車場の管理運営、レンタサイクル事業など様々な事業を実施している。藤枝ではイベントの企画案、まちづくりに関心のある市民ボランティアが作成しており、市民ボランティアの活用した事業運営をしている。

  長野では、市民へのアンケートで中心市街地に足りないとの回答が多かった食品スーパーをＴＭＯが運営している。（図表２－３－２）
- 空きビルの１階分借り上げ、起業家に対して事務所を貸し出す「インキュベーション施設事業」を長野のＴＭＯで2008年から実施している。

  起業家は改装費補助をＴＭＯから受け、賃料補助を市から３年間受ける。
- このほか、「地区により開発の進み具合に差ができており、全体としてどうやって活性化させていくかが課題」や、「商店街の活動の中心となるべき役員が高齢化しており元気がない」と指摘するＴＭＯがあった。

  また「中心市街地活性化基本計画に対する認識や理解が市役所内部で差がある」、「商店街の地権者は飲食店に貸すのを嫌がる傾向があるが、テナントの需要は飲食店が多い」などの意見もあった。

図表２－３－２　ＴＭＯにおける中心市街地活性化策

	対　　策	豊橋	岐阜	藤枝	長野
集客関係	イベント・祭りなどの開催		○	○	
	情報交流拠点の運営		○		
空き店舗解消関係	空き店舗活用に関わる費用（賃料及び改装費）を補助	○	○	○	○
	ホームページで空き店舗情報を発信				○
	空き店舗・ビルの借り上げ	○	※		○
講演・セミナー等	商店街の成功事例・先進事例の視察会を実施			○	
	中心市街地の新規出店希望者に対し経営講座を開催				○
	中心市街地活性化への市民の関心を高めるために講演会等を実施		○	○	
その他	ホームページにより商店街の情報を発信		○	○	
	共通駐車券の発行・精算業務	○			
	テナント管理・運営	○			○
	レンタサイクル事業		○		
	駐車場の管理・運営			○	○
	直営店を運営				○

※　2009年３月末で事業終了（市からの受託事業）

（ＴＭＯ（まちづくり会社）による中心市街地活性化策の現状及び課題（まとめ））

ＴＭＯ（まちづくり会社）は様々な事業を行っており、市民に近いところで活性化に取り組んでいるとの印象を受けた。ＴＭＯの事業活動に市民ボランティア等が参加しやすい環境を整えれば、市民のまちづくりへの関心が高まり、中心市街地活性化への理解を深められる可能性がある。

またＴＭＯは、レンタサイクルや食品スーパーなどのように、中心市街地の住民や来訪者にとって必要な機能の一部を補完するという役割を担っており、中心市街地の課題や住民のニーズへの素早い対応が求められる。

２－３－２　５市の中心市街地にある商店街へのアンケート調査結果のまとめ

中部地域の５市（豊橋市、岐阜市、四日市市、藤枝市、豊橋市）の中心市街地にある商店街における中心市街地活性化策及び課題について把握するため、2009年４月、５市にある商店街に対しアンケート調査を実施し、下記のとおりまとめた。（詳細は参考資料②（p.39 ～）参照）

商店街における中心市街地活性化策と課題

①　商店街による商業活性化策

- 商店街の商業活性化策として、「セミナーや視察等」「イベント・祭りの開催」を多く挙げているほか、情報発信・交流拠点の設置などもあった。

  イベント・祭りについては、来訪者が増加するものの商店街への増収効果は少ないとの認識がほとんどであるが、「来場者との交流」、「イベントのために誘致した店舗が商店街の立地に興味を持ち、後に商店街へ出店するに至った」「イベントを一過性に終わらせない工夫が個店には必要」との回答もあった。
- 商店街の空き店舗数について、今後減少する（改善する）と考えている商店街はなかった。その理由としては、「経営が苦しい店舗が多い」「商店主が高齢化している」「テナント賃料が高い」との回答が多い。

②　商店街が早急に取り組むべき課題

- 中心市街地活性化の関係者からは、商店街が早急に取り組むべき課題について「組織の見直し」「戦略・ビジョンの共有化」「リーダーの若返り」など商店街内部に関する事項について指摘する声が多くあった。この他、「共同建替えによる高度利用」「個店の改装・建替え」などのハード面に関する指摘もあった。

③　中心市街地の商業が活性化しない理由

- 商店街は、中心市街地の商業が活性化しない理由について「郊外大型店の専門店に対抗できるほどの魅力がない」「活性化に意欲のある店舗が少ない」「商店主の高齢化」「車社会への対応の遅れ」「空き店舗による連続性の欠如」などを挙げており、個店に関する項目を理由に挙げている。

④　商店街組織のビジョン・方針、リーダーシップ

- 大半の商店街には、活性化へのビジョンを持っていないが、近年復活した大衆演劇場をきっかけとして新しいコンセプトによるまちづくりを目指している商店街や、商店街内の意欲のある有志で顧客にアピールする例もあり、前向きな取り組みもある。
- 商店街組織内では半数以上が、トップがリーダーシップを発揮できていないと回答。商店街では「イベントに参加しない店舗があり、足並みが揃わないことがある」との回答もあった。

（商店街による中心市街地活性化策の現状及び課題（まとめ））

商店街には「個店に郊外大型店に対抗できるほどの魅力がない」、「店主が高齢化しており顧客のニーズに応えられない」、「商店街組織の見直しが必要」などの問題がある。一方で、商店街の新しいコンセプトによるまちづくりや商店街全体としての地産地消の取り組みなどの前向きな取り組みもある。

魅力ある商業ゾーンを形成していくには、個店が自ら努力し、創意工夫し、商店街での協調が必要である。しかしながら、活性化のビジョンや商店街全体のコンセプトを立てているところが少なく、商店街が一つになって利用客を迎えているとは言い難い。

商店街は、活性化のビジョンを策定し、共有することで、商店街全体としての価値を高めることが必要である。

3．まちづくり三法の概要と課題について

わが国では、中心市街地における活力の向上を目指して1998年、「中心市街地活性化法」、「改正都市計画法」、「大店立地法」のいわゆる「まちづくり三法」が制定された。これらの法のもとで中心市街地活性化に取り組む地域は数多くあったが、中心市街地の活力低下に歯止めがかからず、めざましい成果を遂げているといえる事例は少なかった。

現状のまま都市機能が郊外へ拡散し、中心市街地の活力が低下していけば、少子高齢化により人口が減少していく中で、自治体が公共インフラの整備・維持管理コストに耐えられなくなり、また高齢化等によりコミュニティが弱体化するとの危機感のもとに、郊外への開発を抑制し、中心市街地に都市機能を集約させる「コンパクトシティ」の考え方が指向され、2006年から2007年にかけ「まちづくり三法」が改正されることとなった。

まちづくり三法の概要と課題について以下のとおり整理した。

⑴　中心市街地活性化法

◆ 概要

○法の目的の変更

中心市街地活性化は、1998年の施行当初は、「中心市街地における市街地の整備改善及び商業等の活性化の一体的推進」を法目的としていた。そのため中心市街地の活性化が商業者保護のようにとらえられ、地域住民の十分な協力が得られないケースもあった。

このような反省を踏まえ、改正中心市街地活性化法（2006年８月施行）では、法の目的を「少子高齢化、消費生活等の状況変化に対応して、中心市街地における都市機能の増進及び経済の活力の向上を総合的かつ一体的に推進」に改めた。

○関係者間の連携の必要性

多様な関係者が存在する中心市街地の活性化には、関係者間の連携が必要不可欠であり、中心市街地に対する参加意識を促す必要がある。

そのため国の中心市街地活性化の基本理念において「地域における社会的・経済的及び文化的活動の拠点となるにふさわしい魅力ある市街地の形成を図ることを基本とし、地方公共団体、地域住民及び関係事業者が相互に密接な連携を図りつつ主体的に取り組むことの重要性にかんがみ、その取組みに対して国が集中的かつ効果的に支援を行う」と、「連携」の重要性を指摘している。

○中心市街地活性化協議会の法制化

改正前の中心市街地活性化法において商業活性化のための取組み（中小小売商業高度化事業計画）に偏って事業を推進してきたＴＭＯの組織及び活動を抜本的に見直し、民間によるまちづくりの司令塔として、内閣総理大臣の認定を受けた基本計画に記載された事業を一体的かつ円滑に実施するために必要な事項を協議する「中心市街地活性化協議会」を法定化した。協議会は、商工会議所・商工会・まちづくり会社等と中心市街地整備推進機構等が共同で組織し、自治体や地権者など多様な担い手の参画を得て様々な民間事業活動をとりまとめ、地域のまちづくりを総合的に企画・調整することを目的としている。

○活性化基本計画の認定制度による「選択と集中」

自治体が中心市街地活性化法に基づく支援措置を受けるためには、中心市街地活性化基本計画を策定しなければならないが、改正法ではこれまでの公表・主務大臣及び都道府県への写しの送付に止まっていた作成手続きを見直し、内閣総理大臣による認定制度に改めた。内閣総理大臣を本部長とする「中心市街地活性化本部」が内閣に設置され、基本方針案の作成、各省庁間にまたがる各種支援施策の総合調整、事業の実施状況のチェックを行い、支援地域の選定を厳正に行う。

「選択と集中」の仕組みを導入し、意欲のある自治体に対し、市街地の整備改善、都市福利施設の整備、まちなか居住の推進、商業の活性化、公共交通の利便性増進などに対し重点的に支援することにより、中心市街地活性化の「成果」を重視する。このほか、５年以内に計画が具体化できなければ基本計画に盛り込めない等、改正前の基本計画と異なり、実現可能性の高い計画に対する積極的支援をうたっている。（図表３－１－１）

図表３－１－１　中心市街地活性化基本計画認定後の深掘り支援策

○都市機能の集積促進
- 暮らし・にぎわい再生事業の創設、まちづくり交付金の拡充
- 中心市街地内への事業用資産の買換え特例の創設（所得税・法人税）
- 非営利法人を指定対象に加える等中心市街地整備推進機構の拡充

○街なか居住の推進
- 中心市街地共同住宅供給事業の創設
- 街なか居住再生ファンドの拡充

○商業等の活性化
- 中心市街地における空き店舗への大型小売店舗出店時の規制緩和
- 戦略的中心市街地商業等活性化支援事業の拡充
- 商業活性化空き店舗活用事業に対する税制等の拡充

○その他
- 公共空地等の管理制度、共通乗車船券の特例の創設　等

（課題）

- 補助制度の枠にとらわれ、自治体の自由な発想・工夫が阻害される。
- 補助制度が国土交通省、経済産業省、農林水産省、文部科学省などの多くの省庁に分かれており、多くの補助制度を組み合わせて事業を進めていくには調整等に労力がかかる。
- 中心市街地活性化基本計画は５年で具体化させなければならず、長期間かかるまちづくりにおいては期間が短い。

⑵ 都市計画法

◆ 概要

○大規模集客施設の立地規制強化

- 2007年11月の改正で、商業系以外の用途地域（第２種住居地域、準住居地域、工業地域）において、**大規模集客施設（延床面積１万㎡超）の立地を不可とし**、原則として商業地域・近隣商業地域・準工業地域のみを立地可能とし、郊外における大型店の立地を規制した。
- 三大都市圏及び政令指定都市以外の地方都市においては、従来郊外で大型店が多く出店して中心市街地への影響が大きかった準工業地域について、**大規模集客施設（延床面積１万㎡超）の立地を禁止するための「特別用途地区」を指定することが、中心市街地活性化基本計画の認定を受けるための絶対条件とした。**

○準工業地域における大規模集客施設の立地制限（特別用途地域指定）

- 中部５県で、準工業地域全域に対し大規模集客施設の立地制限をする特別用途地区指定の実施状況を調査した。大垣市（岐阜県）を除き基本計画の認定を受けた自治体だけが特別用途地区指定を実施しているだけであり、この他には**自主的に特別用途地区指定をしている自治体はなかった。**（図表３－１－２）

図表３－１－２　中部5県で準工業地域全域で大規模集客施設の立地規制をしている自治体

愛知県	名古屋市、豊橋市
岐阜県	岐阜市、中津川市 、大垣市
三重県	伊賀市
静岡県	浜松市、藤枝市、掛川市
長野県	長野市、塩尻市、飯田市

※ 2008年11月現在
※ 下線の都市は本報告書において事例として取り上げた都市
※ 上記の各自治体では中心市街地活性化基本計画を策定しており、
国から認定を受けている（岐阜県大垣市を除く）

○大規模開発特例措置の廃止による市街化調整区域内の大規模開発の規制強化

- 市街化調整区域における20ha以上の大規模開発については開発が可能となる特例措置があった。しかし、2007年11月の改正で、**市街化調整区域における開発を原則不可とし、中心市街地への影響がある郊外開発を抑制**した。

○周辺自治体との広域調整

- 2006年11月の改正で、市町村が用途地域の変更等の都市計画決定を行う場合、県が関係する他の市町村の意見を求めることが可能となり、広域的な視点から、県が望ましい立地を調整できる仕組みが整備された。

○公共公益施設の中心市街地への誘導

- 開発許可の不要であった医療施設・社会福祉施設・学校についても開発許可申請を義務付け、まちづくりの観点から中心市街地への立地誘導を可能とした。

（課題）

- 中心市街地を活性化させるため、一つの都市が郊外の大規模集客施設の立地規制を行っても、周辺の自治体で立地を認めれば、効果が半減する。
- 都市計画における周辺自治体間の調整は法律上可能ではあるが、県内の自治体に限られ、県境を越えた自治体との調整は規定されていない。
- 延床面積が１万㎡以下の商業施設等が複数集まり、実質的に１万㎡超の大規模集客施設のようになっている場合、立地規制を受けない場合があるため、実態に即した規制が求められる。

⑶ 大店立地法

◆ 概要

先述のとおり、1973年に制定された大店法（大規模小売店舗における小売業の事業活動の調整に関する法律）により、大型店が出店する際、既存の中小店舗を保護するため、店舗の規模や閉店時間等の調整が行われていた。

しかし、2000年に大店法が廃止され 、騒音や交通渋滞などの周辺環境に対し配慮がなされていれば出店が可能となった。大店立地法は制定以降、改正はされていないが、**中心市街地における大規模小売店舗の出店手続きが簡素化・簡略化される特例措置**が設けられている。しかし、自治体の作成した基本計画が国に認定されることが条件であり、さらに県に対し申請をする必要がある。

（課題）

- 中心市街地における大規模小売店舗の出店手続き簡素化・簡略化の特例措置 を受けるためには、中心市街地活性化基本計画を策定し国から認定を受けた上、県へ申請する必要がある。中心市街地に商業機能を誘導する観点から、特例措置の条件を軽減する必要がある。

４．今後の中心市街地活性化策に向けて

○５市の事例を参考に、中部地域の中核的都市における中心市街地の状況について概観した。各市において、地方自治体はじめ関係者により中心市街地活性化に向けた様々な取り組みが行われていることは事実であるが、これまでのところ、これらの努力が顕著な成果に結びついた事例は少ないように見受けられる。現状を率直に評価すれば、中心市街地の活力低下状況が依然底流として継続しており、関係者の努力はこれ以上の進行を何とか食い止めるのがやっとという状況にあると言っても過言ではない。

また、郊外に拡散した各種都市機能を中心市街地に呼び戻し集約化を図る「コンパクトシティ化」への取り組みについても、その必要性については、関係者間の理解が深まってきているが、残念ながらめざましい成果を遂げている事例はまだ多いとはいえない。このような状況から見ても**中心市街地活性化は極めて障害が多く、実現の難しい課題であるといわざるを得ない。**

○なぜこの課題が難しいかを考えてみると、多くの都市において中心市街地の活力低下が始まってからすでに極めて長い年月が経過しており、様々な既成の現実が存在していることが挙げられる。郊外に移設された公共施設を一挙に中心市街地に戻すことは不可能であるし、中心市街地の商店が郊外の大型商業施設との競争を回避することもできない。したがって**この課題には、性急な解決策はなく、今後郊外の開発を抑制し中心市街地への投資を強力に誘導する仕組みを、長期間にわたって息長く維持することが必要であると思われる。**

○こうした中、政府において「まちづくり三法」が改正され、中心市街地活性化に向けて格別に強い意志を有する都市には、各種の補助金が優遇支給される制度となったことは、一歩前進であることは間違いない。

しかし、**各自治体が策定し、国の認定を受けた現実の「中心市街地活性化基本計画」をみると、各都市の特徴や個性が必ずしも十分に反映されているとは言い難い。**

この点から考えると、**各自治体において重要なことは「中心市街地活性化基本計画」を策定する前に、どのような都市になりたいか、その目指すべき姿について多数の市民のコンセンサスを得ること**ではないかと思われる。**市長を先頭に行政と市民の間で「中長期のまちづくりビジョン」がきちんと共有されているかどうかが、中心市街地活性化に向けた最重要のファクターになる。**

○**「まちづくりビジョン」は各都市において、歴史的、地理的条件を考慮した独自のものであることが望ましい。**中心市街地活性化というと、商店街再生など商業振興の視点を中心にとらえられがちであったが、**介護・医療施設、子育て支援施設などの生活支援施設についても十分考慮したものが必要である。また、都市の魅力や個性を形成する古い街並みや建造物、あるいは伝統的な習慣ともいえるライフスタイルなどの維持・保存にも着目すべきと思われる。**

多くの市民が、こうした「ビジョン」に心から賛同し信頼を寄せれば、具体的な案件をめぐって生ずる利害の対立や私権の主張による各論反対も、ある程度は乗り越えることができると考える。

以 上

参 考 資 料

＜参考資料①＞　中心市街地活性化にむけた５市の取り組み事例

＜参考資料②＞　５市の中心市街地にある商店街に対するアンケート調査結果

＜参考資料 ①＞　中心市街地活性化に向けた５市の取り組み事例

中部地域の５市の中心市街地において現在進められている、自治体・商店街・民間等による中心市街地活性化への取り組み事例の一端について下記に整理した。

○駅前の民間再開発（豊橋市）

2003年８月に西武百貨店が閉店。跡地はサーラグループにより買収・開発され、2008年８月、ホテル・オフィス・商業施設・飲食店の入居する地上16階地下２階建及び地上６階建の２棟からなる「ココラフロント」を開業させた。豊橋市の賑わいの新しい核となっている。

この他マンション開発として、2003年にアルバックス広小路（14階建）、2005年にコンチェルトタワー豊橋（18階建　ダイエー豊橋店跡）、2007年にはキャンファーローレルタワー豊橋（18階建）が完成しており、まちなか居住が進んでいる。

◆ココラフロント（サーラタワー）

豊橋西武百貨店の撤退後、サーラグループが土地を買収し開発。2008年８月開業。

○次世代型路面車両（ＬＲＶ）の導入（豊橋市）

豊橋鉄道市内線では、豊橋駅前～赤岩口間4.8㎞及び井原～運動公園前の間分岐線0.6㎞で路面電車が運行されている。

2005年に部分低床車両１両（入口部分だけが低い）を導入。ＬＲＴ総合整備事業による国・県・市からの補助及び市民団体からの支援によって、2008年12月に全面低床車両「ほっトラム」を１両導入している。また同補助事業により４駅（停留所）においてバリアフリー化を図っている。2010年度にはＩＣカードシステム導入も予定されており、利用客の利便性向上を目指している。

またＴＭＯ（豊橋まちなか活性化センター）では「市内電車おかえりキップサービス事業」を2005年から実施。中心市街地での商品購入金額に応じて豊橋鉄道市内線が利用可能な「市電おかえりキップ」を来訪者に渡すサービスをしている。

◆豊橋鉄道「ほっトラム」（完全低床車両）
2008年12月、豊橋鉄道市内線に１両導入された。

○商店街のネットモール「ぎふ楽市楽座」（岐阜市）

少子高齢化などにより売上減少、商店街の存続に危機感を抱いていた美殿町商店街の商店主が、2009年３月にネットモール「ぎふ楽市楽座」を開設。

このネットモールは美殿町商店街だけでなく岐阜県内のより広いエリアの店舗へも参加募集を呼びかけた。ネットモール出店の条件としておりブログの掲載を求めているほか、割引券の発行等により実際の店舗に来てもらい賑わいを創出することを意識している。2009年５月現在30店が出店。

◆ネットモール「ぎふ楽市楽座」

○駅前をイベントスペースとして積極的に利用（岐阜市）

ＪＲ岐阜駅に隣接する「岐阜シティ･タワー４３」では､岐阜県が「中心市街地にぎわい創出プロデュース事業」として、２階デッキやビル１階を利用して、朝は日曜日を中心に地元の野菜を販売し、昼間は県内の有名店や近隣店舗の弁当を販売。また夜はビアガーデンにするなど、時間帯によって業態を変え、賑わい創出に取り組んでいる。

◆「岐阜シティ・タワー４３」２階デッキの特設オープンカフェ
時間帯により業態が変わり賑わいを創出している。

○マスコットキャラクター（岐阜市）

岐阜柳ヶ瀬商店街の活性化のため、2008年８月にマスコットキャラクター「やなな」が誕生。商店街のイベントに参加するほか、ブログで情報発信を行っている。

◆商店街のマスコットキャラクター

○コミュニティ機能を担う商店街（四日市市）

四日市市の諏訪西商店街振興組合では、商店街やその周辺の場を提供し、子どもたちが模擬的に職業や社会の体験を通して、生きた勉強ができるイベント「こども四日市」を2004年より毎年開催している。イベント参加者の間の交流の場の提供、子供の社会勉強の場の提供というコミュニティ機能を担っている。

◆こども四日市

参加費を支払うと「こども四日市」内のみで使用できる通貨「ヨー」が各参加者に渡される。これを元手にして仕事を探し、働き、遊ぶ。実社会とのかかわりを疑似体験ができる。

○商店街組織の枠にとらわれない活動「得々商店街」（四日市市）

四日市諏訪西商店街振興組合では、2003年より商店街の意欲のある店主有志が「得々商店街」を立ち上げ、商店街組織の枠にとらわれない商業ゾーンづくりへの取り組みが進められている。40店舗が参加している。

○駅前地区の都市機能充実による居住環境改善と賑わいの核づくり（藤枝市）

藤枝市は、2005年に静岡市が政令指定都市となり、静岡駅まで電車で18分と通勤に便利なため、静岡市のベッドタウンとして人口が増加している。

しかしその一方で静岡市の商業吸引力が強く、藤枝駅周辺では昼間帯賑わいが少ないのが課題であった。藤枝市では、中心市街地における居住環境の向上及び賑わいの核づくりのために、駅周辺を中心として都市機能の充実を進めている。藤枝駅南の隣接地では商業施設・フィットネス・駐車場などが入居する９階建のビルが現在建設中（2010年２月開業予定）であり、この他商業施設・ホテル・温浴施設の入居する15階建のビルの建設も予定されている。

また、駅南地区では、2009年2月、藤枝市総合病院跡地に食品スーパー、飲食店、映画館、市立図書館が入居する複合商業施設「BiVi藤枝」が開業。

生活利便性向上のため公園の新設工事も進められている。

◆BiVi藤枝（複合商業施設）

○まちづくりサポーター制度（藤枝市）

中心市街地活性化を持続的に進めていくためには、民間レベルでの自主的なまちづくり、連携が不可欠であるとの考えのもと、㈱まちづくり藤枝（ＴＭＯ）では、2009年４月「まちづくりサポーター」登録制度を創設した。まちづくり活動へ参画意欲のあるボランティアを「まちづくりサポーター」として登録し、まちづくり会社における企画・運営を行っている（2009年４月現在で約40名が登録）

○まちづくり会社によるホームページ・ブログ（藤枝市）

藤枝市のＴＭＯ（㈱まちづくり藤枝）では、2009年４月よりホームページを開設し、まちづくり事業やイベント等の情報発信をしている。まちづくり会社社員によるブログも掲載しており、まちづくり事業に関するコメントだけでなく、本人の趣味に関するコメントもあり、親しみやすくなっている。

◆まちづくり藤枝のブログ「部長のいっぷく」

まちづくり藤枝の社員がブログを作成。
藤枝のまちづくり事業に関するコメントだけでなく、本人の趣味に関する書き込みもあり、親しみやすくなっている。

○大型店の空きビル活用（長野市）

2000年のダイエー長野店撤退後空きビル（地上８階地下１階建）となっていたが、ＴＭＯ（㈱まちづくり長野）は空きビルを中心市街地における“市民が立ち寄る拠点”と位置付け、子育て支援施設、市民ギャラリー、及び食品スーパー等を備えた「もんぜんぷら座」を2003年に開業させ、中心市街地の賑わいの核の一つとなっている。

◆もんぜんぷら座　外観（旧 ダイエー長野店）
（2009年３月23日撮影）

◆子育て支援施設「じゃん・けん・ぽん」（もんぜんぷら座２階）
乳幼児の遊び場の他、子育て世帯の無料相談コーナーなども設置されている。

◆食品スーパー「ＴＯＭＡＴＯ食品館」（もんぜんぷら座１階）
ＴＭＯ（まちづくり長野）の直営店舗。
市民や企業からの要望により2003年４月開業。

○古い土蔵を活用した商業施設（長野市）

ＴＭＯ（㈱まちづくり長野）は、大門地区（善光寺南）にある解体されそうだった古い土蔵をまちの魅力として再認識し、2007年11月に商業施設「ぱてぃお大門」を開業させた。前述の「もんぜんぷら座」や、旧長野そごう跡地の再開発ビル「トイーゴ」及び「ぱてぃお大門」により２核１モールを形成し、回遊性を高めている。

◆ぱてぃお大門（善光寺南）
（2009年３月23日撮影）

○古い町並み・建造物などの景観に配慮した建物（長野市）

善光寺周辺地区では、中央通りが善光寺への参道であることを地域住民が意識し、沿道の建物の外壁や屋根等のデザインに配慮している。長野市では住民が行った修景（デザイン等の配慮）に対して補助金を出したり、電線類地中化を実施するなど街並み整備を推進している。

◆壁面デザインを善光寺参道の街並み・景観に配慮したマンション
（2009年３月23日撮影）

＜参考資料②＞　５市の中心市街地にある商店街へのアンケート調査結果

中部地域の５市（豊橋市、岐阜市、四日市市、藤枝市、豊橋市）において現在行われている中心市街地活性化策及びその課題について把握するため、2009年４月、５市の中心市街地にある商店街に対しアンケート調査を実施し、中心市街地活性化策及び課題について調査した。

アンケートの実施概要は下記のとおり。

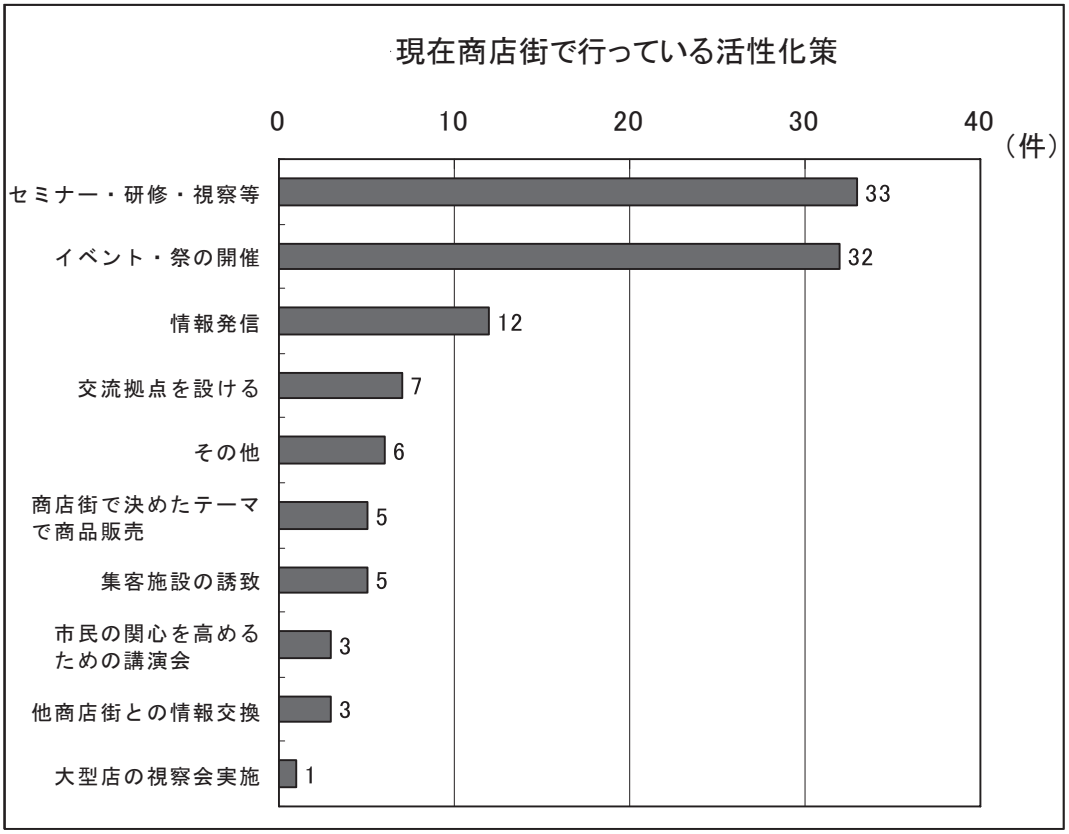
＜商店街に対するアンケート調査　実施概要＞

調　査　対　象	中部地域の５市の中心市街地にある商店街（振興組合・発展会等） ・豊橋市（16）　・岐阜市（25） ・四日市市（18）・藤枝市（３） ・長野市（９）　（計．71商店街）
調　査　方　法	アンケート票送付及び聞き取り調査
調　査　期　間	2009年４月
回　答　数	43（回収率60.6％）

①　商店街による商業活性化策について

５市の商店街に現在行っている活性化策について尋ねたところ、「セミナー･研修･視察等」（33件）、「イベント・祭の開催」（32件）が最も多く、次いで「情報発信（ホームページ・チラシ）」（12件）、「交流拠点を設ける」（7件）となっている。

図表①－１　商店街で実施している活性化策

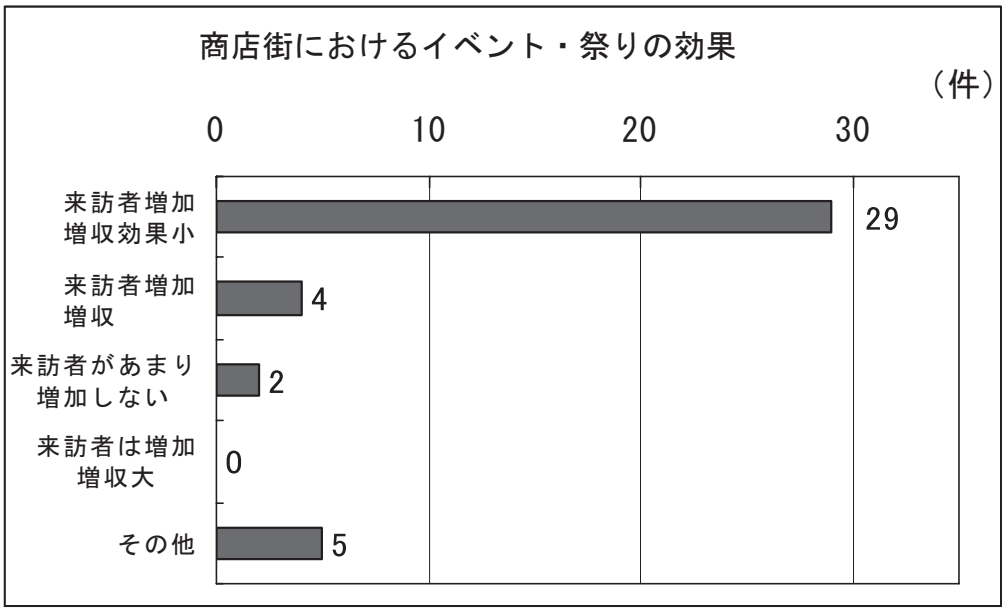


①－ａ　商店街等への集客対策

イベント・祭の実施効果について尋ねたところ、「来訪者は増加するが、増収効果が少ない」との回答がほとんどであった。

「イベントは集客ではなく交流して商店街に次回来てもらうことが目的」、「イベントを一過性に終わらせない工夫が個店には必要」、「イベントを楽しみにしている利用客のために継続したい」「商店街がイベントに誘致した特設店舗 が、商店街の立地に興味を持ち、出店に至った」などの回答があった。

図表①－２　商店街におけるイベント・祭りの効果

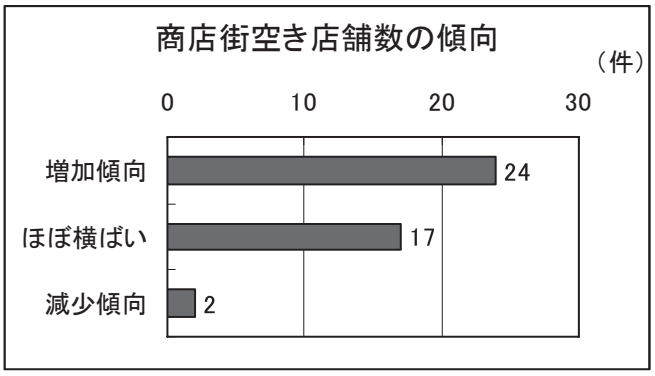


①－ｂ　空き店舗解消対策

商店街における空き店舗解消対策について尋ねたところ､｢イベント会場･休憩所として利用｣｢インターネットで空き店舗の情報を公開｣との回答が多く、商店街が空き店舗利用者に対し賃料や改装費の補助をするとの回答はほとんどなかった。

最近の商店街の空き店舗数について尋ねたところ、｢空き店舗が増加傾向｣(24件）で最も多く、｢ほぼ横ばい｣は17件。｢空き店舗が減少傾向（改善)｣と回答した商店街は２件であった。(図表３－２－１１）

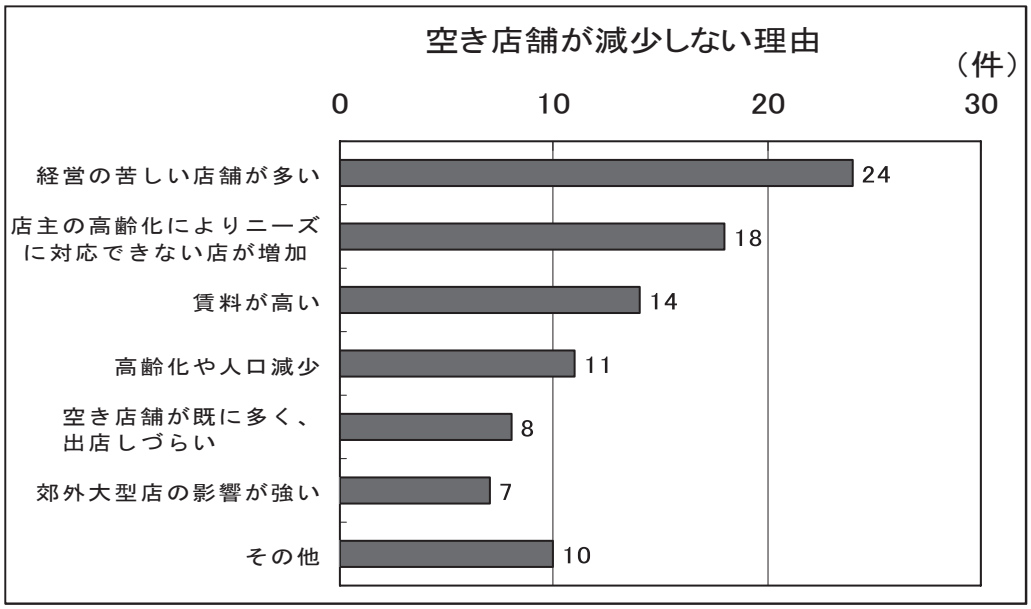
図表①－３　商店街の空き店舗数の傾向について



自治体別にみると増加傾向と回答した商店街の割合が高かったのは豊橋（72.7％）で、次いで四日市(70.0％)、岐阜（50.0％）であり、都市により空き店舗数の増減傾向に差が見られる。

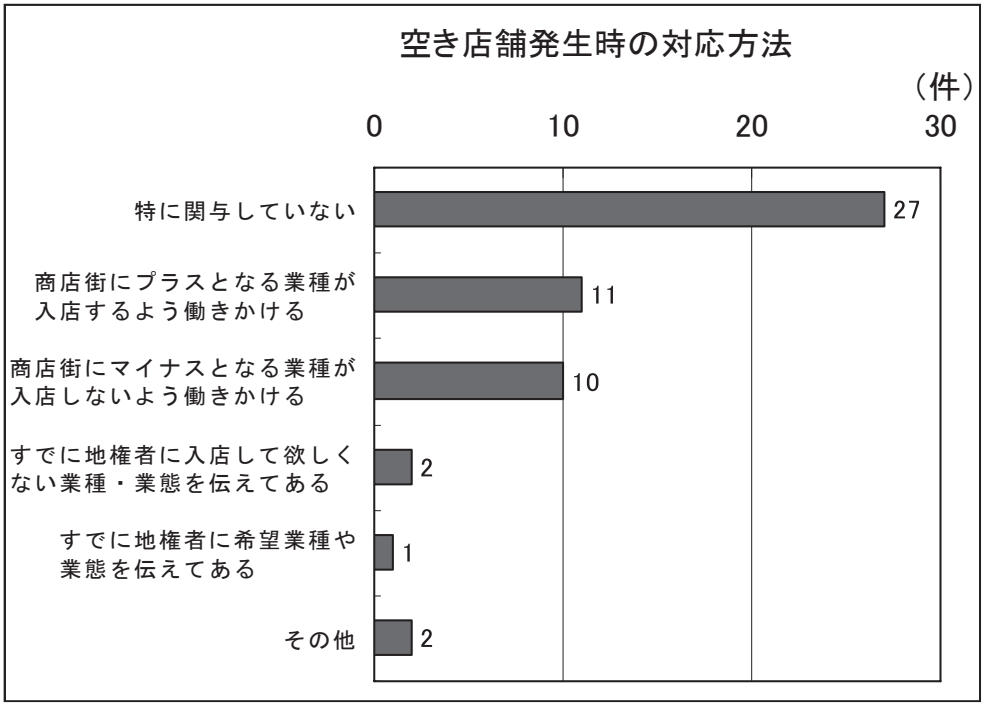
空き店舗数が減少しない理由について尋ねたところ（複数選択式)、｢経営の苦しい店舗が多い｣(23件）で最も多く、次いで｢商店主が高齢化しており、顧客ニーズに対応できない店が増加する｣(18件)、｢テナントの賃料が高く新規出店する店がない｣(14件）と続く。｢郊外大型店の影響が強い｣との回答は他の選択肢と比べて少なかった。

図表①－４　商店街から空き店舗が減少しない理由



空き店舗が発生した後の対応については「特に関与していない」との回答が最も多かった。

図表①－５　空き店舗発生時の商店街の対処について



①　商店街による商業活性化策について（まとめ）

【現状】

- 商店街の商業活性化策として、「セミナーや視察等」「イベント・祭の開催」の実施が多く、この他情報発信、交流拠点の設置などをしている。
- 空き店舗数は増加または横ばいの傾向。自治体により増加傾向の回答割合に差がある。増加傾向の理由として、「経営の苦しい店舗が多い」「商店主の高齢化」「テナント賃料が高い」との回答が多い。
- 空き店舗解消策として、商店街独自による賃料及び改装費補助は実施していない。

【課題】

- イベント・祭りについては、「イベントにより来訪者は増加するものの商店街への増収効果は少ない」との認識がほとんどであるが、「来場者との交流」、「イベントに誘致した店舗が商店街の立地に興味を持ち、後に商店街へ出店するに至った」、「イベントを一過性に終わらせない工夫が個店には必要」との回答があり、イベントは不要ではなく、イベントを次につなげるために活用したいと考えている商店街もある。

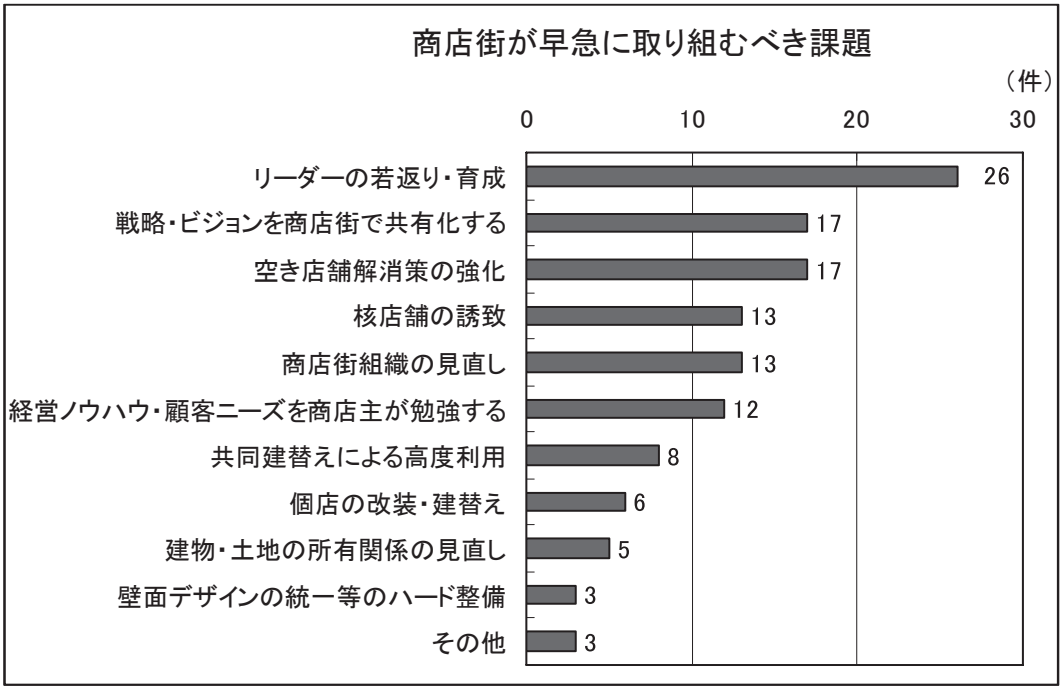
②　商店街が早急に取り組むべき課題について

②－ａ　商店街からみた商店街の課題について

商店街が早急に取り組むべき課題について尋ねた。

「リーダーの若返り・リーダー候補の育成」が26件と最も多く、次いで「戦略・ビジョンを共有化する」（17件）、「空き店舗解消策の強化」（17件）と続く。建物の建替えや改装といったハード的な課題はウェイトが低く、商店街組織やビジョン・戦略、組織の見直しといった課題が挙げる商店街が多かった。（図表３－２－14）

図表②－１　商店街からみた、商店街が早急に取り組むべき課題



②－ｂ　自治体・商工会議所・ＴＭＯからみた商店街の課題について

各関係者が指摘した「商店街が早急に取り組むべき課題」は下記のとおりとなった。

店舗の改装や建物の更新（建て替え）といったハード的な課題を指摘は少なく、戦略･ビジョンの策定･共有や商店街組織の見直しといった組織内に関する指摘が多かった。商店街から最も多く指摘されていた「リーダーの若返り・リーダー候補の育成」は、すべての商工会議所で指摘されており、商店街が２番目に指摘している「戦略・ビジョンの策定・共有」は、自治体で最も多く指摘されている。

図表②－２　自治体・商工会議所・ＴＭＯからみた、商店街が早急に取り組むべき課題

	豊橋	岐阜	四日市	藤枝	長野
商店街で戦略・ビジョンを策定し共有	○☆	○☆	○　△	○△	○
商店街のリーダーの若返り・リーダー候補育成	☆△	△	○　△	○　△	○☆△
商店街組織の見直し	☆△	○☆△		☆△	○☆
経営ノウハウ・顧客ニーズについて勉強・把握	○	☆△	○	○	○☆
核店舗（繁盛店）の誘致		○　△			△
空き店舗解消策の強化	○	○☆△		○	
共同建替えによる高度化利用	△			○☆△	△
個店の改装、建替え	△		△	△	
壁面デザインの統一等のハード整備		○			
建物・土地の所有関係を見直し、一つのショッピングセンターとして運営			△		○☆△

○：市役所　☆：TMO　△：商工会議所

〔各関係者が指摘している主な項目〕

○自治体
- 戦略・ビジョンの策定・共有（４市）
- 経営ノウハウ・顧客ニーズの勉強・把握（４市）
- リーダーの若返り・候補の育成（３市）
- 空き店舗解消策強化（３市）

○商工会議所
- リーダーの若返り・候補の育成（５市）
- 商店街組織の見直し（３市）
- 共同建て替えによる高度利用（３市）
- 個店の改装・建替え（３市）

○ＴＭＯ
- 商店街組織の見直し（４市）
- 戦略・ビジョンの策定・共有（２市）
- リーダーの若返り・候補の育成（２市）
- 経営ノウハウ・顧客ニーズの勉強・把握（２市）

②　商店街が早急に取り組むべき課題について（まとめ）

【現状】

“商店街自身が取り組むべき課題”に関する各関係者の認識は下記のとおりである

（商店街）

- 商店街は、自らが早急に取り組むべき課題は、「リーダーの若返り・育成」「戦略・ビジョンの共有化」「空き店舗解消策強化」「核店舗の誘致」「商店街組織の見直し」「経営ノウハウ・顧客ニーズの勉強」等を挙げている。

（自治体）

- 「戦略・ビジョンの共有化」「経営ノウハウ・顧客ニーズの勉強」「リーダーの若返り・育成」「空き店舗解消策強化」「商店街組織の見直し」等を商店街が早急に取り組むべき課題として挙げている。

（ＴＭＯ（まちづくり会社））

- 「商店街組織の見直し」「リーダーの若返り・育成」「戦略・ビジョンの共有化」「経営ノウハウ・顧客ニーズの勉強」等を商店街が早急に取り組むべき課題として挙げている。

（商工会議所）

- 「リーダーの若返り・育成」「商店街組織の見直し」「共同建替えによる高度利用」「個店の改装・建替え」等を商店街が早急に取り組むべき課題として挙げている。

【課題】

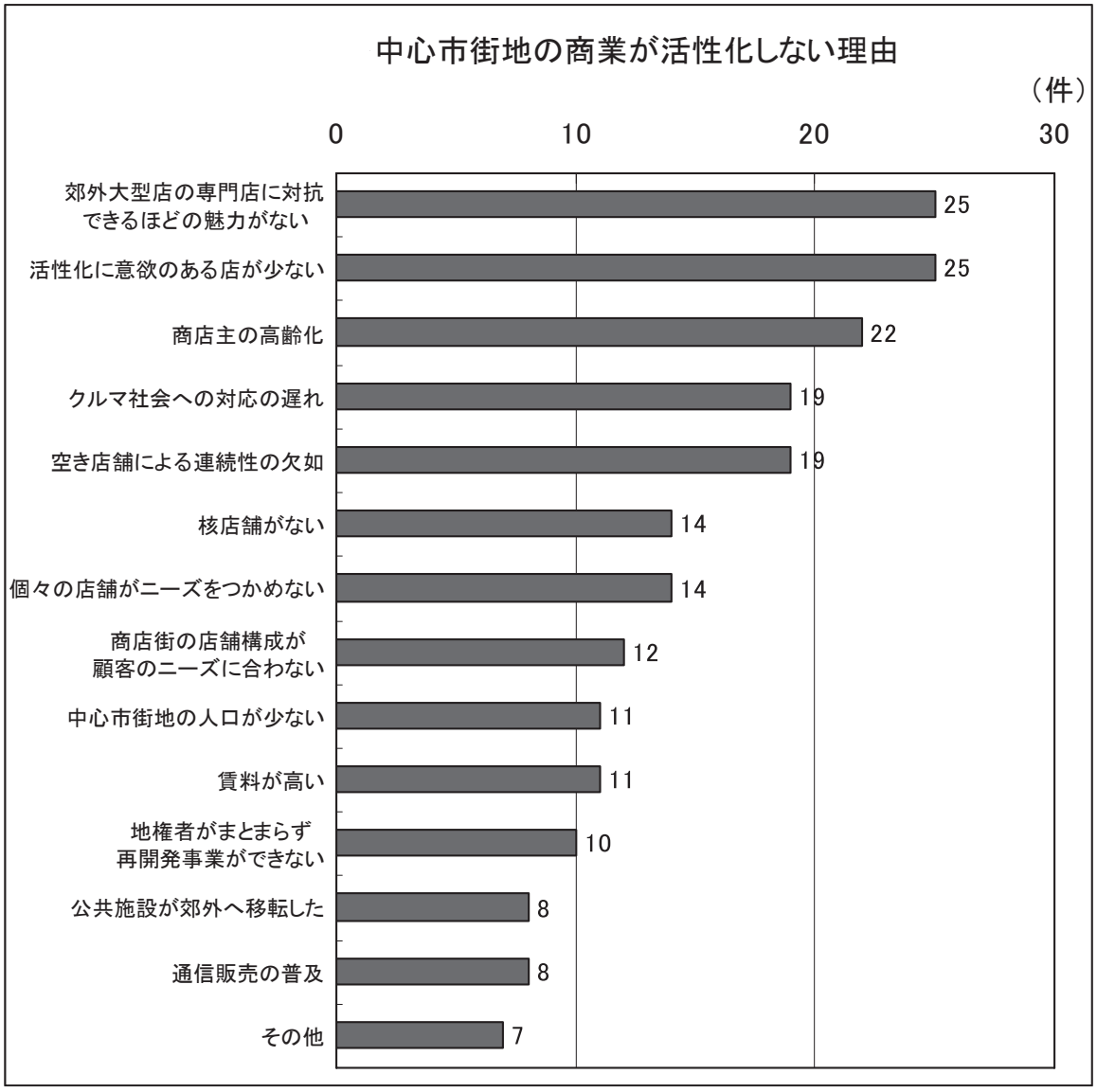
- 商店街が早急に取り組むべき課題について、関係者は共通して商店街内部の人材または組織そのものについて指摘している。

③　中心市街地の商業が活性化しない理由

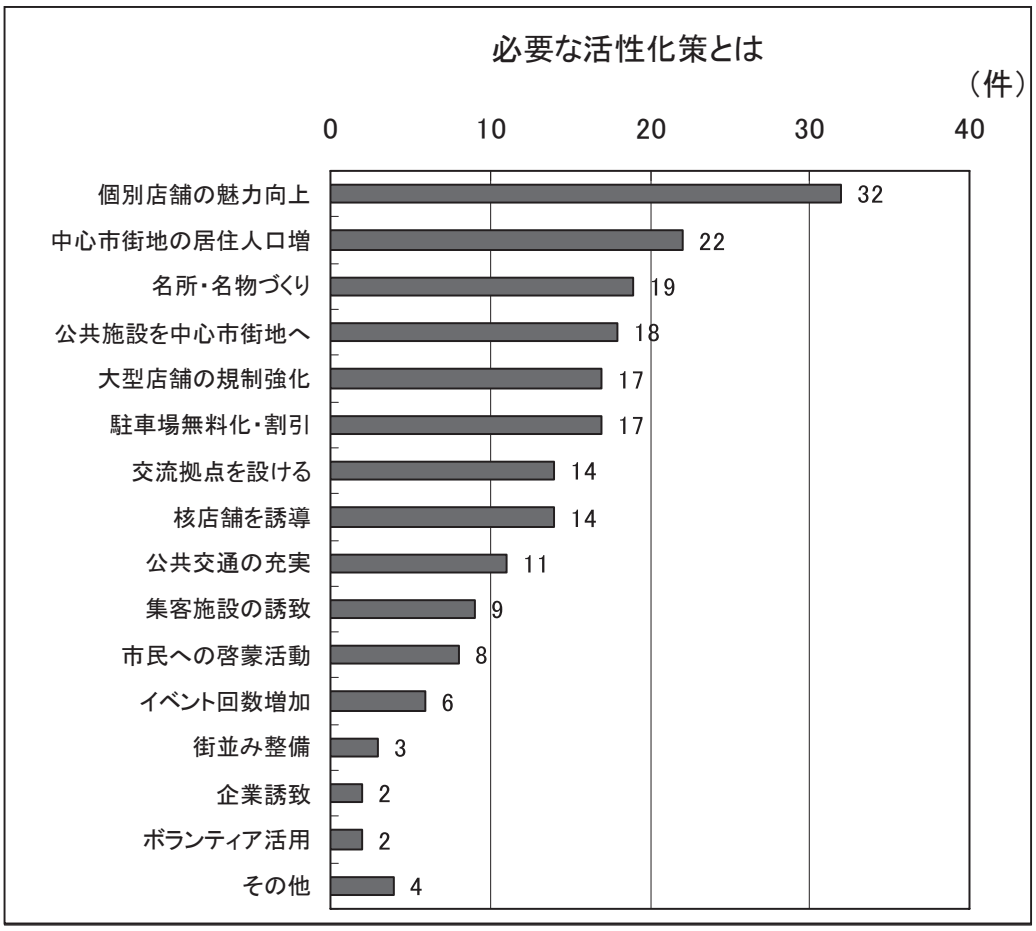
③－ａ　商店街からみた商業が活性化しない理由について

中心市街地の商業が活性化しない理由について尋ねたところ、「郊外大型店の専門店に対抗できるほどの魅力がない」「活性化に意欲のある店舗が少ない」が共に25件と最も多く、次いで「商店主の高齢化」（22件）、「クルマ社会への対応の遅れ」「空き店舗による連続性の欠如」（共に19件）となっており、個別の店舗に関する項目が活性化しない主な理由として挙げられている。　（図表３－２－16）

図表③－１　商店街からみた、中心市街地の商業が活性化しない理由



図表③－２　商店街が考える、商店街に必要な活性化策について



③　中心市街地の商業が活性化しない理由について（まとめ）

【課題】

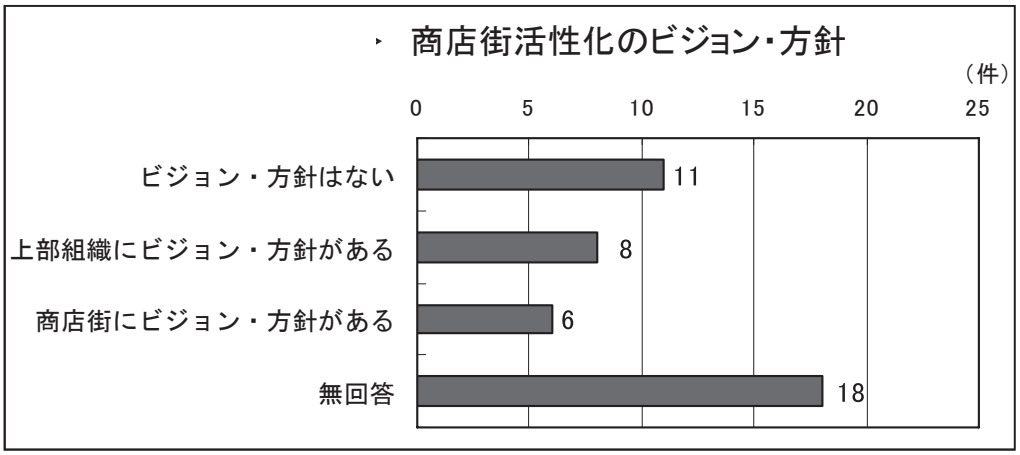
- 商店街は“中心市街地の商業が活性化しない理由”について「郊外大型店の専門店に対抗できるほどの魅力がない」「活性化に意欲のある店舗が少ない」「商店主の高齢化」「クルマ社会への対応の遅れ」「空き店舗による連続性の欠如」等を挙げており、個別の店舗に関する項目を主な理由として挙げている。

④　商店街組織のビジョン・方針、リーダーシップについて

商店街活性化へのビジョン・方針の有無について尋ねた。

「商店街にはビジョンなし」が11件、「上部組織にビジョンあり」が８件、「商店街にビジョンあり」が６件であった。（図表３－２－17、図表３－２－18）

図表④－１　商店街活性化のビジョン・方針の有無について



図表④－２　商店街等における方針・ビジョン

	方針・ビジョン等
豊橋市	◆デザイン・アートによるまちづくり 豊橋駅前大通南地区において、良好なまちなみ形成推進のための調査研究や、まちづくりビジョンの作成をするため「豊橋駅前大通南地区まちなみデザイン会議」が組織されている。
岐阜市	◆大衆演劇のまちづくり 柳ヶ瀬商店街を東西に走る柳ヶ瀬本通りでは、2007年にオープンした大衆演劇場「豊富座」を核としたイメージにする。アーケードや店構え、道路舗装等を統一し、大衆演劇の街をアピールする。現在「柳ヶ瀬本通り千客万来計画準備会」を発足し検討中。 ◆岐阜市特産品で商店街が商品開発 岐阜市商店街振興組合連合会　地産地消実行委員会では、岐阜市の特産品である枝豆とほうれん草を粉末・チップなどに加工した食材を開発。加盟店が独自に開発したメニューを「食べ長良川（たべながら）ブランド」として認定。2009年８月には枝豆を使用した「柳ヶ瀬プリン」の販売を開始。
四日市市	◆商店街組織の枠にとらわれない活動 諏訪地区商店街では、商店街の枠にとらわれず、商店の有志約40店舗で「得々商店街」を組織。来店者への接客基本ルール「おもてなし八か条」、各店舗で「こだわりの逸品」「心づくしの逸品」を決め、「一店一品」運動に取り組んでいる。

④　商店街組織のビジョン・方針、リーダーシップについて（まとめ）

【現状】

- 大半の商店街には活性化へのビジョンをもっていないが、大衆演劇場を核にしたまちづくりを行う商店街や、商店街内で有志による集まりを組織し顧客にアピールする例などもあり、前向きな取り組みもある。
- 商店街組織内では半数以上が、トップがリーダーシップを発揮できていないと回答。商店街ではイベントに参加しない店舗があり、足並みがそろわないことがあるとの回答もあった。

【課題】

- 商店街を魅力ある商業ゾーンとするためには、商店街をあげて利用客を迎える必要があり、リーダーの存在が必要であるが、全体はまとめられていない。商店街全員にあわせるのではなく、意欲のある店舗が連携をとって顧客にアピールしていくことが必要である。

５市の中心市街地にある商店街に対するアンケート

（調　査　票）

中心市街地活性化に関するアンケート調査（商店街）

このたびは当アンケート調査にご協力いただき誠に有難うございます。
このアンケート調査は、私ども中部経済連合会の活動エリアである中部５県（愛知・岐阜・三重・静岡・長野）より５都市（豊橋市・岐阜市・四日市市・藤枝市・長野市）を調査対象として抽出し、関係機関（自治体、商店街、商工会議所、ＴＭＯ）の中心市街地活性化への取り組み状況や課題を把握するために実施するものです。

皆様にはご多用のところ、お手数をおかけいたしますが、調査にご協力いただきますよう、よろしくお願い申し上げます。

なお、この調査結果は中部経済連合会における調査研究の目的以外には一切使用致しません。

アンケートご返送後、当会担当より内容確認のご連絡をさせていただくことがございますので、ご連絡先等を下欄にご記入いただきますよう、お願い致します。

○お問い合わせ先

団　体　名	
役　　職	
氏　　名	
所　在　地	〒　　—
電　話　番　号	（　　）
ＦＡＸ番号	（　　）

Q1 中心市街地の活性化のためにはどのような対策が必要であると思われますか。すでに実施中のものも含め下記から選び、番号に○印を付けて下さい。（5つまで選択可）

1 商店街の個別店舗の魅力向上
2 商店街に無料駐車場を整備。または既設駐車場の割引補助
3 商店街に核店舗の出店を誘導
4 大型商業施設の郊外への出店に対する一層の規制強化
5 中心市街地活性化への市民の関心を高める啓蒙活動の強化
6 中心市街地における居住人口増加策
（例：中心市街地のマンションを借り上げて安い賃料で貸し出す等）
7 公共交通の充実（低料金の巡回バス運行等）
8 交流拠点（人の集まる場）を設ける
9 祭り・イベントの実施回数増加
10 街並みの整備（例 統一感のある街並み、レトロ風の街並み等）
11 公共施設の中心市街地への集約（コンパクトシティ）
12 演劇場・寄席・シネマなどの集客施設の誘致
13 中心市街地に行きたくなるようなスポット・名物づくり
14 業務用途の立地誘導策（企業の誘致）
15 ボランティア（ＮＰＯ・学生等）の積極的な活用
16 その他（下欄にご記入下さい）

（記入欄）

Q2

中心市街地の「商業」が活性化しない原因は何だと思われますか。
下記から選び、番号に○印を付けて下さい。（5つまで選択可）

1 郊外大型店の専門店に対抗できるほどの魅力がないため
2 活性化に意欲のある店舗が少ないため
3 地権者がまとまらず土地の高度利用（再開発事業）ができないため
4 店舗の賃料が高いため
5 商店街に無料の駐車場が少なく、クルマ社会に対応していないため
6 中心市街地及びその周辺の人口が少ないため（又は減少しているため）
7 公共施設が郊外へ移転し中心市街地の来訪客が減ったため
8 通信販売（ネット通販）普及により来訪者・売上が減少傾向であるため
9 空き店舗や他用途のビルなどにより商店街に連続性がないため
10 中心市街地内に核となる大型店舗（又は繁盛店）がないため
11 商店街の店舗構成（業種構成）が顧客ニーズに合っていないため
12 商店主の高齢化が進んでいるため
13 個々の店舗が顧客のニーズをとらえられないため
14 その他（下欄にご記入下さい）

（記入欄）

Q3

Q2で「7」（公共施設が郊外へ移転し中心市街地の来訪客が減ったため）を選択された方にお尋ねいたします。移転した公共施設について、名称、移転前・移転後の所在地などを下欄にご記入下さい。

（1）

郊外へ移転した公共施設の名称	
移転時期（年・月）	
移転前の所在地	
移転後の所在地	

（2）

郊外へ移転した公共施設の名称	
移転時期（年・月）	
移転前の所在地	
移転後の所在地	

（3）

郊外へ移転した公共施設の名称	
移転時期（年・月）	
移転前の所在地	
移転後の所在地	

Q4 貴商店街（上部組織含む）では、中心市街地を活性化するためにどのような対策を講じていますか。下記から選び、番号に○印を付けて下さい。（いくつ選んでも結構です）

1 郊外大型店との差別化をはかるため、大型店の視察会を実施する

2 商店街の成功事例・先進事例の視察会を実施する

3 中心市街地活性化への市民の関心を高めるために講演会等を実施

4 新しいサービスに関する勉強会を開催（ネット通販・配達サービス等）

5 接客サービス向上のための研修会を開催

6 イベント・祭などを開催

7 店舗の魅力向上のための講演・セミナー受講

8 情報発信（媒体についても下欄にご記入下さい）

（方法）…… 例：ホームページ、地図、チラシ

9 交流拠点（人が集まる場）を設ける

10 演劇場・寄席・シネマなどの「集客施設」の誘致

11 商店街でテーマを決め、テーマ関連商品を各店舗で販売

12 他都市の商店街と定期的に情報交換を行う（姉妹商店街等）

13 その他（下欄にご記入下さい）

（記入欄）

Q5 貴商店街（上部組織を含む）における活性化の取り組みの中で、特に、最近成果の出ているものや話題となっているもの（新スポット・新しい取り組み）があれば、下欄にご記入下さい。

（記入欄）

Q6 貴商店街（上部組織を含む）における活性化の取り組みの中で、今後、実施を計画されている対策などがあれば、下欄にご記入下さい

（記入欄）

Q7 貴商店街においての空き店舗数の変化はどのような傾向ですか。
下記から選び、番号に○印を付けて下さい

1 増加傾向（悪化）
2 ほぼ横ばい
3 減少傾向（改善）

Q8 Q7で「1」又は「2」（商店街の空き店舗が「増加」または「横ばい」）とご回答された方にお尋ねいたします。空き店舗が減らない理由について下記から選び、番号に○印を付けて下さい。（3つまで選択可）

1 すでに空き店舗が多く、新規出店しづらいため
2 商店主が高齢化してきており、顧客ニーズに対応できなくなる店が増加すると思われるため
3 高齢化や人口減少により厳しい環境が続くため
4 競合店舗（郊外大型店など）の影響が強いため
5 テナント賃料が高く新規開店する店がないため
6 経営の苦しい店舗が多いため
7 その他（下欄にご記入下さい）

（記入欄）

Q9 貴商店街では、商店街内の店舗が廃業し空き店舗となった場合（又は空き店舗となることが分かった場合）、跡利用に関してどのような取り組みを行っていますか（上部組織の取り組みを含む）。
下記から選び、番号に○印を付けて下さい。（いくつ選んでも結構です）

1 空き店舗となることが分かってから、商店街にとってプラスとなる業種・業態の店舗が入るよう地権者にはたらきかける
2 空き店舗となることが分かってから、商店街にとってマイナスとなる業種・業態の店舗が入らないよう地権者にはたらきかける
3 空き店舗ができる前から地権者に対し、募集してほしい業種・業態を依頼してある。
4 空き店舗ができる前から地権者に対し、募集してほしくない業種・業態を伝えてある。
5 特に関与はしていない
6 その他（下欄にご記入下さい）

（記入欄）

Q10 空き店舗解消対策について商店街が現在実施されていることを下記から選び、番号に○印を付けて下さい。（いくつ選んでも結構です）

1 商店街がインターネット等で空き店舗情報を公開し募集している
2 店舗改修費の一部を商店街が助成
3 無料駐車場（駐輪場）として利用（賃料 商店街負担）
4 一時的にイベント会場・休憩所として（賃料 商店街負担）
5 常設イベント会場・休憩所として利用（賃料 商店街負担）
6 商店街で空き店舗を借り上げ、期限付きでテナントに低賃料で貸し出すチャレンジショップとして利用
7 その他（下欄にご記入下さい）

（記入欄）

Q11 Q10で回答された他に、今後実施を計画している空き店舗解消対策がありましたら下欄にご記入下さい。

（記入欄）

Q12 チャレンジショップの導入の効果について、下記から１つ選び、番号○印を付けて下さい。

1 経営状態の良好なテナントが多く、商店街に定着することが多い

2 経営状態の悪いテナントが多く、商店街には定着しないことが多い

3 その他（下欄にご記入下さい）

（記入欄）

Q13 イベント・祭りの効果について、下記から１つ選び、番号に○印を付けて下さい。

1 イベント・祭りにより来訪者が増加し、全体として大きく増収になっている

2 イベント・祭りにより来訪者が増加し、全体として増収になっている

3 イベント・祭りにより来訪者が増加するが、全体として増収効果は少ない

4 イベント・祭りを開催したが来訪者はあまり増加しなかった

5 その他（下欄にご記入下さい）

（記入欄）

Q14 貴商店街及び上部組織では、商店街活性化のためのビジョン・取り組み方針がありますか。下欄より選び、番号に○印を付けて下さい。
上部組織のビジョンがあればその名称もご記入下さい。
また差し支えなければご返送の際、資料をご同封下さい。

1 上部組織に商店街活性化のためのビジョン・方針がある

○上部組織の名称 ⇒ [ ]

○ビジョン・方針の名称 ⇒⇒ [ ]

2 貴商店街にビジョン・方針がある

○ビジョン・方針の名称 ⇒⇒ [ ]

3 ビジョン・方針は、上部組織にも貴商店街にもない

Q15 周辺自治体において、商店街の売上等に影響があると思われる商業施設が出店する場合、県（又は市）は周辺の自治体に対し調整を行っていますか。下記から１つ選び、番号に○印を付けて下さい。

1 県が周辺市町村と出店について調整を行っている

2 市町村が自主的に出店について調整を行っている

3 調整は行なわれていない

4 わからない

Q16 市が中心市街地活性化基本計画を策定し、中心市街地の活性化に取り組んでいますが、この基本計画によって中心市街地はどのくらいの期間で活性化すると思いますか。
あてはまるものを下記から１つ選び、番号に○印を付けて下さい。
また、選ばれた理由を下欄にご記入下さい。

1 中心市街地は５年以内には活性化すると思う

2 中心市街地は１０年以内には活性化すると思う

3 中心市街地は１０年経っても活性化しないと思う

（理由）

Q17

貴商店街が早急に取り組むべき課題は何であるとお考えですか。
下記から選び、番号に○印を付けて下さい。（5つまで選択可）

1 経営ノウハウ・顧客ニーズについて各商店主が勉強・把握すること

2 商店街において戦略・ビジョンを策定し共有化すること

（差別化・サービス向上・商店街のブランド等）

3 核店舗（繁盛店）の誘致

⇒⇒ 誘致したほうが望ましい業種をご記入下さい（例：食品スーパー）

4 個店の改装・建て替え

5 共同建替え（再開発）による高度化利用（床面積を広くする）

6 建物・土地の所有関係を見直し、全体を一つのショッピングセンターとして運営できるようにする。

7 壁面デザインの統一等のハード整備

8 空き店舗解消策の強化

9 商店街のリーダーの若返り又はリーダー候補の育成

10 商店街組織の見直し

11 その他（下欄にご記入下さい）

（記入欄）

Q18

国は、都市の機能（商業・居住・公共施設等）を中心市街地に集約する「コンパクトシティ」の実現を推進しています。「コンパクトシティ」が実現すれば、中心市街地の商業は活性化すると思いますか。
下記から1つ選び、番号に○印を付けて下さい。

1 コンパクトシティが実現すれば中心市街地の商業は活性化すると思う

2 コンパクトシティの実現は中心市街地の商業の活性化にとって必要不可欠であるが、それがそのまま商業の活性化にはならない

3 コンパクトシティ実現と商業活性化には全く関係ない

Q19

市は郊外に拡散した公共施設等（商業施設を含む）を中心市街地に集約する「コンパクトシティ」の実現を推進する意思があると思いますか。下記から1つ選び、番号に○印を付けて下さい。
またそのように思われる理由を下欄にご記入下さい。

1 そう思う

2 そう思わない

3 どちらでもない

（理由）

Q20 「郊外のショッピングセンターの方が便利だから、あえて中心市街地を活性化させる必要はないのではないか」との意見がありますが、この意見について、どのようにお考えですか。下欄にご記入下さい。

（記入欄）

Q21 商店街として意思決定を行う場合、商店街のリーダーがリーダーシップを発揮できていると思いますか。下記から１つ選び、番号に○印を付けて下さい。

1 増加傾向（悪化）

2 ほぼ横ばい

3 減少傾向（改善）

Q22 中心市街地活性化法（中活法）について商店街として意見・要望等がありましたら下欄にご記入下さい。

（記入欄）

Q23 中心市街地において土地や建物を長期間、空き地又は空き店舗にした場合、地権者に対し罰金等（例：固定資産税の増額徴収）を課すことは店舗の連続性・賑わい創出の上で効果があると思いますか。
下記から１つ選び番号に○印を付けて下さい。

1 大きな効果があると思う

2 効果はあまりないと思う

3 その他（下欄にご記入下さい）

（記入欄）

Q24 中心市街地の活性化に関して、法律・制度などで改善が必要である、又は創設が望ましいと思われるものがありましたら、下欄にご記入下さい。

（記入欄）

アンケート調査はこれですべてです。
ご協力いただきまして有難うございました。
この調査用紙は、同封の返信用封筒にて中部経済連合会まで
ご送付下さいますようお願い申し上げます。

以上

＜参考文献＞

- 海道清信著「コンパクトシティの計画とデザイン」(2007年　学芸出版社)
- 横森豊雄・久場清弘・長坂泰之 著「失敗に学ぶ中心市街地活性化　英国のコンパクトなまちづくりと日本の先進事例」(2008年　学芸出版社)
- 土肥健夫著「改正まちづくり三法下の中心市街地活性化マニュアル」(2006年　同友館)
- 矢作弘・瀬田史彦著「中心市街地活性化 三法改正とまちづくり」(2006年　学芸出版社)
- 日本建築学会編「中心市街地活性化とまちづくり会社」(2005年　丸善)
- 福川祐一・矢作弘・岡部明子著「持続可能な都市」(2005年　岩波書店)
- 宗田好史著「中心市街地の創造力　暮らしの変化をとらえた再生への道」(2007年　学芸出版社)

中心市街地活性化に関する調査研究

2009年11月

社団法人　中部経済連合会
〒461-0008
名古屋市東区武平町５丁目１番地
（名古屋栄ビルディング10階）
TEL（０５２）９６２－８０９１