

まちなか再生を推進するガイドラインに関する提言

－ 京 都 府 中 心 市 街 地 活 性 化 懇 話 会 －

平 成 1 8 年 7 月

＜目 次＞

○ ガイドライン策定にあたって	1
1 現状と今後の課題	2
(1) 中心市街地の現状	
(2) 中心市街地の今後の課題	
(3) 大型店の現状と評価	
2 今後の取組の方向	3
(1) 中心市街地活性化に関する取組	
(2) 大型店の立地に関する取組	4
3 具体的提案	
(1) 中心市街地活性化の基本方針	
① 中心市街地活性化の目的	
② 京都府としての基本方針	
③ 市町村の基本方針及び計画	5
(2) 地域ごとの商業ガイドラインの策定	
① 中心市街地エリア及び大型店出店抑制・誘導エリアの明示	
② 地域商業ガイドラインの策定と公表	
③ 地域商業ガイドラインの変更	
④ 都市計画法による実効性確保	6
⑤ 大型店の地域貢献	
(3) 広域調整のしくみ	
① 広域調整を目的とした協議会の設置	
② 広域調整のルール及び基準	
③ 事後における個別案件に対する調整のしくみ	
④ 京都市及び隣接府県との関係	7
(4) 中心市街地エリアの活性化施策	
① 新法に基づく基本計画の認定	
② 全ての中心市街地エリアを対象とした支援	
③ 新たな視点による施策	
④ 中心市街地活性化施策の展開促進	8
⑤ 将来目標と住民コンセンサス	
参考 「中心市街地活性化の支援」「中心市街地活性化スケジュール」	9
別記 1 広域調整に係る地域区分	10
別記 2 中心市街地エリア等の基準	
別記 3 中心市街地エリア以外で、特定大規模建築物に該当する大型店の出店誘導エリアを設定する場合の基準	11
別記 4 特定大規模建築物に該当する大型店を出店する事業者を求める地域貢献策	
参考 1 大型店立地の広域調整スキーム	12
参考 2 事後における個別案件に対する調整のしくみ	13
○ 「京都府中心市街地活性化懇話会委員名簿」「委員会開催状況」	14

ガイドライン策定にあたって

平成10年に制定された「まちづくり三法」は、規制緩和や地方分権の進展、国際協定の発効など国内外の環境の変化の中で、大規模小売店舗法からの政策転換の形で打ち出され、全国的に今日まで多くの市町村で中心市街地活性化基本計画が策定され、TMOが組織されてきた。しかし、この間において、中心市街地活性化に成功した事例は極めて少なく、郊外型大型店が増加する一方で、むしろ中心市街地の衰退が顕著になったというのが実状である。

こうした中で、国においては「まちづくり三法」の見直しが行われ、この度、中心市街地活性化法及び都市計画法の改正、大規模小売店舗立地法の運用指針の改正が行われることとなった。

人口減少時代の到来、急速な少子高齢化の進展、車中心社会による地域コミュニティの希薄化など今日の地方都市を取り巻く環境を考えたとき、「コンパクトでにぎわいあふれるまちづくり」や「集約型都市構造の実現」に向けたこの度の法改正の趣旨は、将来に向けた持続可能なまちづくりを実現するためにも、有意義なものと考えられる。

こうした国の政策の見直しを踏まえて、今後の京都府の中心市街地活性化施策を考える場合、これまでの「まちづくり三法」が有効に機能しなかった要因として特に以下の三点が指摘され、今後においては、その克服と改善に取り組まれることが必要である。

第一は、中心市街地が担ってきた役割や特に大規模な大型店の影響が市町村域を超えて顕在しているにもかかわらず、個別市町村の基本計画の推進や市町村権限の都市計画制度の活用によってのみ大法廃止後の中心市街地活性化を実現しようとしたこと、また、大規模小売店舗立地法の必要駐車場等の基準により、ややもすると郊外への出店が助長されてきたことである。

市町村のイニシアティブによる取組の必要性は当然としても、中心市街地の活性化に影響を与える大型店の出店問題など、周辺市町村との広域調整が必要な場合には、都道府県が積極的な役割を果たすことが期待される。

第二は、法律に中心市街地の定義について具体的な基準がなく、また目標設定のルール等もないことから、中心市街地の存在自体が明確でなく、基本計画を策定した所においても、中心市街地の将来像と現在の進捗状況について十分認識されないまま、取組が進められてきたことである。

実在する中心市街地のエリアを一定の基準で明確にするとともに、中心市街地内の人口、事業所数、従業者数など、将来目標を定め、その達成状況を明らかにしていく必要がある。

第三は、支援施策が商業に偏り、中心市街地の課題全般に対応していなかったことである。

定住人口及び交流人口の維持・増加やコミュニティの再生を実現するためには、商業ばかりでなく、都市基盤整備、居住促進、医療、子育て、高齢者福祉など様々な施策が、有機的に中心市街地エリアで取り組まれることが必要である。

以上のことを前提に、「まちづくり三法」改正に伴う府の中心市街地の活性化と大型店立地の広域調整に係る施策について、以下のとおり具体的に提案する。

1 現状と今後の課題

(1) 中心市街地の現状

- ① 平成10年、「まちづくり三法」が制定されて以降、京都府内においても、6市町で中心市街地活性化基本計画が策定され、そのうち5市町でTMO構想（中小小売商業高度化事業構想）が認定され取組が進められてきた。
しかしながら、TMO計画（中小小売商業高度化事業計画）の策定事例はなく、中心市街地のまちづくりの取組は、まだ緒についたところというのが実状である。
- ② 中心市街地の人口は多くの地域で減少しており、商業についても、郊外出店の増加とともに中心市街地商店街の疲弊が顕在化している。
- ③ 中心市街地の衰退により、長い歴史の中で育まれた、まちの文化・伝統、地域コミュニティの維持・存続が困難になってきており、人・モノ・情報の分散により地域力全体の低下が懸念される。
- ④ 特に北中部において人口減少や高齢化が顕著であり、一方、自家用車依存度も高い状況にある。

(2) 中心市街地の今後の課題

- ① 中心市街地の居住人口及び交流人口の維持・増加を図る取組が必要であり、高齢者や学生も含めて、快適に居住できる環境が必要である。
- ② 生活者や訪問者に一定水準以上の利便性を提供できる機能（公共交通ターミナル、公共・公益施設等）が必要である。
- ③ 中心市街地の商業機能は、生活者や訪問者の需要（買い物場所とコミュニティ空間）に対応できる集積が必要である。
- ④ 中心市街地のまちづくりについて、行政、諸団体、企業、商業者、NPO及び住民が、コンセンサスを形成し、協働して取り組める体制づくりが必要である。
また、若手商業者など、まちづくりの担い手の育成も必要である。
- ⑤ 中心市街地のまちづくり計画の推進については、高齢者や若い子育て世代の視点も生かしつつ、商業のみではなく、安心・安全の確保、福祉や医療の充実、景観や居住環境さらには公共交通施策の推進等も併せて考えられる必要がある。

(3) 大型店の現状と評価

- ① 優れた品揃えやサービスの提供、車利用による利便性など、ファミリー層を中心に支持されており、一定の需要がある。
- ② 規制緩和の流れ、平成3年の大店法改正等により、府内の各地域においても、郊外・ロードサイドを中心に店舗面積1万㎡超の特に大規模な大型店の出店が増加し、特に南部地域において、人口に比して多くの店舗が立地している。

【府内（京都市内除く）における店舗面積1万㎡超の大型店数】

	～平3 に開店	平3～ 旧法で開店	大店立地法 の届出	計 (a)	人口(万人) (b)	【参考】 (a)／(b)
丹後地域	1	1	0	2	1.12	1.79
中丹地域	0	3	0	3	2.11	1.42
南丹地域	0	2	0	2	1.48	1.35
乙訓地域	2	0	0	2	1.49	1.34
山城北地域	2	7	3	12	4.45	2.70
相楽地域	0	1	3	4	1.08	3.70
計	5	14	6	25	11.73	2.13
全国の店舗面積1万㎡超の大型店数				1,978	1,277.57	1.55

※ 府内大型店数は、大店立地法届出状況（2006年3月末現在）等より。全国の大型店数は、「全国大型小売店総覧 2006」（東洋経済新報社）より。人口は、平成17年国勢調査より。

- ③ 店舗面積が1万㎡を超える規模のような大型店の立地は、大規模な開発を要し、地域の社会経済への影響、生活環境への影響が非常に大きいことから、自由競争の原則のみを前提にして評価するべきではない。

京都府でも、人口減少や高齢化の進展、地方財政や環境問題等を考慮する時、今後、一層の郊外拡散は慎重に対応するべきであり、多くの人にとって暮らしやすいまちづくりを行う観点に立って、都市機能が集約した都市構造を目指すとともに、計画的なまちづくりの中で、特に大規模な大型店は立地を抑制・誘導することが必要である。

2 今後の取組の方向

(1) 中心市街地活性化に関する取組

- ① 国の新たな「中心市街地の活性化に関する法律」の基本理念とも整合性を保ちつつ、中心市街地エリアを明確にした上で京都府としての中心市街地活性化に取り組む基本方針を明らかにする必要がある。

また、中心市街地活性化に取り組む市町村は、京都府及び周辺市町村の理解と協力を得るために、基本となる方針及び計画を明らかにすることが必要である。

- ② 京都府と市町村が協力して地域事情を反映した中心市街地活性化を進めるためのガイドラインを策定する必要があると考えるが、その場合、人口動態や中心市街地の現状等を踏まえ、各市町村の意向を尊重する中で取り組まれる必要がある。

そして、京都府においては、北部から南部まで各地域において状況が大きく異なることから、広域調整に適する地域エリアごとに、地域事情を反映したガイドラインを示す必要がある。

- ③ 京都府と市町村が地域ごとにガイドラインを策定する場合、地元商工団体及び地域住民の代表者もメンバーに加え、広域的に意見調整を図る必要がある。

また、ガイドラインでは、大型店の立地調整や商業振興のように法改正に合わせて速やかに取り組むべき施策と、都市計画での土地利用における規制誘導や都市基盤整備により市街地を形成するといった中長期で計画的に取り組むべき施策とを、区分けして明らかにしておく必要がある。

- ④ 京都府と市町村は、中心市街地活性化の取組の効果について、エリア内の人口、事業所数、事業所従業者数、年間商品販売額、主要駅の乗降客数など数値データを活用し、5年後、10年後の目標と達成状況を明らかにする必要がある。
- ⑤ 中心市街地活性化のための施策は、商業団体・商業者への助成のみではなく、意欲的な地域リーダーの育成や都市基盤整備への支援をはじめ、景観対策や居住促進、子育てや医療・介護、防犯対策など幅広く取り組まれることが望まれる。

(2)大型店の立地に関する取組

- ① この度の都市計画法の改正により、特定大規模建築物（床面積1万㎡超の店舗、飲食店等）を建設できる用途地域が商業地域、近隣商業地域及び準工業地域に限定されるなど、郊外を中心に特定規模の大型店の出店が規制されることとなった。
今後、一層の郊外拡散に慎重に対応しつつ計画的なまちづくりを推進するために、まちづくり三法を活用し、京都府と市町村が協力して、広域に影響を及ぼす特定大規模建築物に該当する大型店の郊外部への無秩序な立地を抑制するとともに、結果として中心市街地へ誘導する仕組みをつくる必要がある。
- ② 内閣府の「小売店舗等に関する世論調査」（H17年5月）では、「新たな大型店の出店は不要」とした回答が50%を超えるなど、現状において、大型店は概ね充足してきており、今後の新たな開発を伴う出店は、計画的なまちづくりを推進する視点から、中心市街地等に誘導されるべきである。
一方、それ以外の地域においては、抑制していくことで、誘導の効果を上げる必要がある。
- ③ 地域の事情により、特定大規模建築物より規模の小さい店舗についても、効果的な抑制・誘導策（特別用途地区制度の活用等）が検討される必要がある。
なお、国による基本計画の認定を受けようとする市町村は、基本的に当該市町村の全ての準工業地域で特別用途地区を指定し、特定大規模建築物の立地を規制することが前提となることに留意する必要がある。
- ④ 大型店を出店する事業者は、中心市街地活性化への理解と協力など、これまで地域の商業者が担ってきた役割に準ずる地域貢献策に積極的に取り組むことが期待される。

3 具体的提案

(1)中心市街地活性化の基本方針

① 機能的な都市活動を支える「まちなか」の再生

京都府と市町村は、中心市街地活性化に取り組むにあたり、人口減少時代の到来等の社会的な背景を踏まえ、環境負荷の低減を考慮し、マイカー利用者のみではなく、公共交通機関を活かした機能的な都市活動ができるコンパクトなまちづくりを進める一環として、「まちなか」の再生を図っていくことを基本とする。

また、京都府においては、北部から南部まで各地域において状況が大きく異なることから、地域事情を十分勘案し、各地域で最もふさわしい中心市街地活性化のアプローチを検討していくことも重要である。

② 京都府の基本方針

「中心市街地の活性化に関する法律」の基本理念と整合性を保ちつつ、国の施策と相まって、中心市街地活性化に取り組む京都府の基本方針を明らかにする必要がある。

基本方針の中では、中心市街地が長い歴史の中で培ってきた地域力やコミュニティ再生の重要性、意欲的な市町村への支援、市町村間の広域的調整が必要な場合の積極的な関与、地域事情への十分な配慮等を明確にする必要がある。

また、市町村、企業、商業者及び地域住民が一体となって、将来を見据えたまちづくりに取り組めるよう、活性化手法の提案など京都府が積極的に支援を行うことも必要である。

③ 市町村の基本方針

市町村は、中心市街地の活性化について、まちづくりという観点から、自らの判断のもとで取り組むことが必要である。

これまでに中心市街地活性化基本計画を策定している市町村については、当該計画を尊重するものとし、新たに取り組む市町村については、基本となる方針及び計画の概要を速やかに明らかにすることが必要である。

一方、当面、中心市街地活性化に取り組む計画のない市町村からも、大型店の立地調整や周辺市町村の中心市街地活性化の取組について、地域の計画的、持続的発展の見地から、理解と協力を得ることが必要である。

さらに、当該計画と併せ、居住促進、都市基盤整備等も総合的に取り組んでいく必要がある。

(2) 地域ごとの商業ガイドラインの策定

① 中心市街地エリア及び大型店出店抑制・誘導エリアの明示

市町村の意向を基本にしつつ、京都府も関与して広域的視点から、府内の中心市街地エリアを明らかにするとともに、特定大規模建築物に該当する大型店、場合によっては更に規模の小さい大型店も含め、出店を抑制するエリアと誘導するエリアを明示すべきである。

その場合、広域調整に適する地域範囲に区分して明示することとし、地域区分については別記1のとおり提案する。

また、中心市街地エリアの要件は、客観的かつ具体的な府内同一の基準によることが適当であり、別記2のとおり提案する。

中心市街地エリア以外で、特定大規模建築物に該当する大型店の出店誘導地域を設定する場合、中心市街地への誘導に支障とならないよう、地域の事情を反映した一定の基準を設けることとし、その基本となる基準を、別記3のとおり提案する。

② 地域商業ガイドラインの策定と公表

商業まちづくりの基本方向、中心市街地エリアと出店抑制・誘導エリアの明示、中心市街地エリアの現状と将来目標について地域ごとに取りまとめたものを「地域商業ガイドライン（仮称）」として、公表することを提案する。

地域商業ガイドラインでは、大型店の立地調整や商業振興のように法改正に合わせて速やかに取り組むべき施策と都市計画での土地利用における規制誘導や都市基盤整備により市街地を形成するといった中長期で計画的に取り組むべき施策とを、区分けして明らかにしておく必要がある。

なお、地域商業ガイドラインは、変化の激しい商業動向に配慮しつつ、法改正に合わせ時機を失せないよう、本年度中を目途に速やかに策定される必要がある。

③ 地域商業ガイドラインの変更

地域商業ガイドラインについては、公共交通ターミナルの整備など特別な環境の変化があった場合に、中心市街地エリアや出店抑制・誘導エリア等の見直しを行うものとして策定されるべきである。

また、地域の事情により、策定後、1～2年後の特定の時期に運用状況を点検し、必要に応じ見直しを行うことも、持続的な施策とする上で効果的である。

④ 都市計画法による実効性確保

地域商業ガイドラインと都市計画法に基づく土地利用規制の連携により、その実効性を確保することが期待される。

また、特定大規模建築物より規模の小さい店舗についても、特別用途地区制度（市町村権限）等による抑制・誘導策により、中心市街地活性化の効果を上げることが必要である。

⑤ 大型店の地域貢献

大型店を出店する事業者については、とりわけ中心市街地活性化への理解と協力が求められ、これまで地域の事業者が担ってきた役割に準ずる地域貢献策に積極的に取り組むことが期待されることから、地域商業ガイドラインにおいては、地域の事情を反映した大型店の果たすべき地域貢献策についても盛り込むこととし、その基本的な内容については、別記4のとおり提案する。

地域貢献策は、特定大規模建築物に該当する大型店を新たに出店する事業者については、その理解と協力を出店の前提とするべきであり、大店立地法や都市計画法等の諸届出・申請に先立ち、地域振興策の具体的な計画が明らかにされる必要がある。

また、地域によっては、既存大型店の事業者が実際に取り組んでいる地域貢献策とその評価を明らかにし、地域商業ガイドラインの中で公表しておくことも、当該地域への新たな出店事業者のメルクマールとなり、有意義である。

(3) 広域調整のしくみ

① 広域調整を目的とした協議会の設置

京都府と市町村が協力し、地域商業ガイドラインを策定するにあたって、地域内の各市町村の計画を確認し、必要に応じ広域的な視点から協議・調整を図ることが求められるが、その協議・調整を行う組織として「地域商業ガイドライン策定協議会（仮称）」の設置を提案する。ただし、学研地域においては、関西文化学術研究都市建設促進法に基づく建設計画が策定され、広域的な視点により計画的なまちづくりが進められているため、同協議会の設置は要しないと考えられる。

なお、同協議会を設けるにあたっては、府と地域内市町村及び商工団体に加え、地域内市町村の住民の代表者をメンバーに加えるとともに、地域住民への情報公開や意見聴取に努めることが必要である。

併せて、中心市街地活性化に取り組もうとする市町村においては、「中心市街地の活性化に関する法律」に基づく中心市街地活性化協議会（新TMO）が組織されることが期待される。

② 広域調整のルール及び基準

広域調整については、府の中心市街地活性化に取り組む基本方針、別記1から4に該当する基準、地域商業ガイドライン策定協議会の設置と運営等の手続基準に基づき、透明性を確保しながら公正かつ適切に取り組まれる必要がある。

③ 事後における個別案件に対する調整のしくみ

地域商業ガイドライン策定後、抑制エリアに新たな大型店出店事案が発生し、地域の特別な環境変化により、特に大型店出店抑制エリアを誘導エリアに変更するなど地域商業ガイドラインの再検討が必要になった場合は、地域商業ガイドライン策定協議会による調整など策定時と同様の手続を行うことが適当である。

④ 京都市及び隣接府県との関係

京都市においては、既に「商業集積ガイドプラン」が策定され、大型店の抑制・誘導エリア等が公表・運用されており、その尊重とともに、必要に応じ隣接地域との情報交換や調整に京都府が関与することが期待される。

隣接府県との関係においても、隣接府県への大型店出店が府内市町村の中心市街地活性化の取組に大きな影響を与えることが予想される場合は、京都府が隣接府県と調整を行うことが期待される。

(4) 中心市街地エリアの活性化施策

① 新法に基づく基本計画の認定

中心市街地エリアを有する市町村は、「中心市街地の活性化に関する法律」に基づき国による基本計画の認定を受けることが期待されるが、京都府においても、市町村の基本計画策定を様々な形で支援することが必要である。

② 全ての中心市街地エリアを対象とした支援

国による基本計画の認定が適わない中心市街地エリアについても、京都府においては、まちなか再生に向けて市町村が取り組む計画的なまちづくりに対し、積極的に支援する必要がある。

③ 新たな視点による施策

中心市街地エリアの活性化施策は、市町村のイニシアティブを尊重しつつ、従前のように商業団体・商業者への助成のみではなく、意欲的な地域リーダーの育成や都市基盤整備への支援をはじめ景観対策や居住促進、子育てや医療・介護、教育、防犯対策など幅広く取り組まれることが期待される。

具体的な検討課題として、次のような事例が考えられる。

ア 公共事業、民間再開発事業によるまちなか再生

商業基盤施設整備や住宅建設等について、公共事業や民間再開発事業による再生整備、更には既存ストックの使い方を含めた特区制度の活用による規制緩和等も視野に入れることが必要。

イ 中心市街地での居住促進に向けた環境整備

道路、公園をはじめとした都市基盤整備によるゆとりある生活空間の整備や細街路、密集市街地の改善など、中心市街地での居住促進に向けた環境整備が必要。

ウ 先進地商店街への派遣による地域リーダーの養成

商店街振興組合連合会等の協力により、若手商業者を先進地商店街に派遣し、商業・まちづくりを実体験することにより、その成果を地元のまちづくりに還元。

エ 空き家を利用した長期滞在者向けの宿泊施設整備

観光客や臨時就業者など長期滞在者用に、中心市街地の空き家を宿泊施設として整備し、交流人口の増加を図る。

オ 電子マネーを活用した地域商品券制度の創設

今後、携帯電話やＩＣカードを活用した電子マネーが急速に普及すると見込まれるが、地域マネーシステムを構築することにより地元消費を促進。

カ 空き店舗を活用した子育て・介護事業等の促進

全ての空き店舗の商業利用は極めて困難であり、可能なものについてはコミュニティビジネスの拠点として誘導することを期待。

キ 公共交通の利便性向上による通勤・通学可能圏の拡大

公共交通の一層の利便性向上により、北中部の中心市街地から大都市への通勤・通学を可能にし、定住人口の維持・増加を図る。

④ 中心市街地活性化施策の展開促進

中心市街地エリアの活性化施策の展開を促進するため、府と市町村は、次の事項について、早期に検討することが期待される。

ア 大店立地法の特例の適用

中心市街地における大型店の迅速な立地を促進するため、大店立地法による８ヶ月間の開店制限等の緩和措置の適用を検討。

イ 既存商業施設の整備促進

中心市街地エリア内の既存商業施設について、今日の消費者ニーズやライフスタイルに適合することを目指して実施する共同利用施設等の充実整備に対し、その促進のための支援策の創設を検討。

ウ 新規開業等の促進

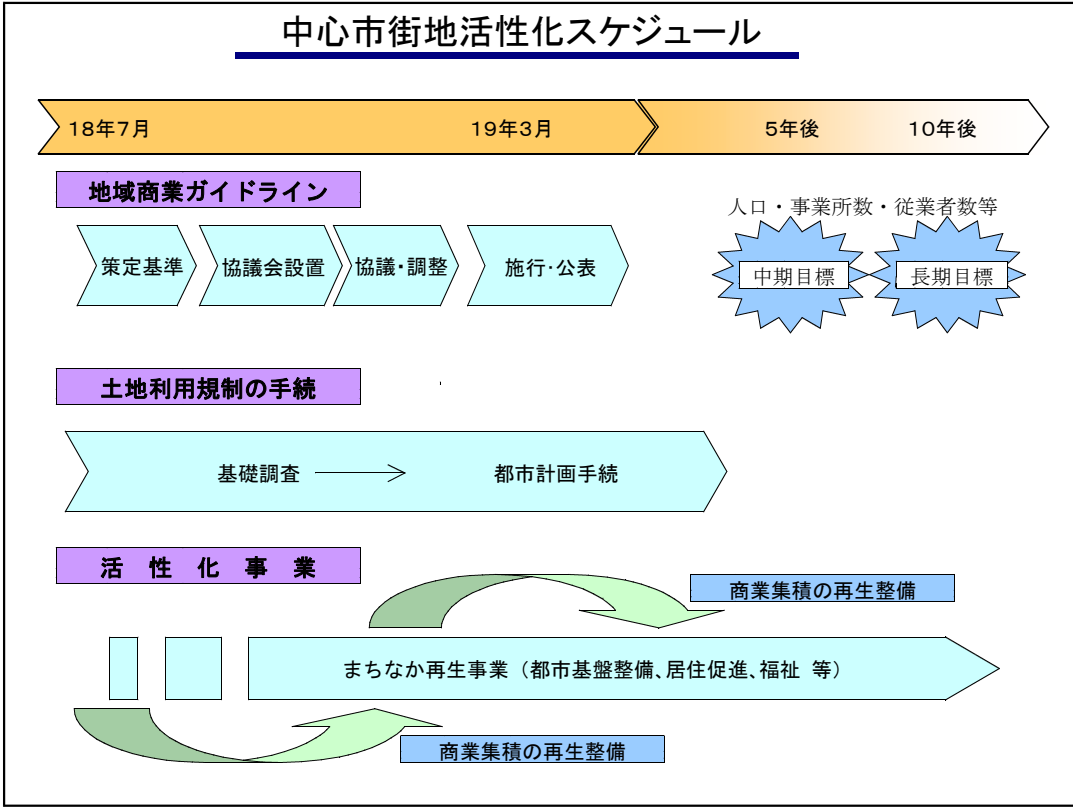
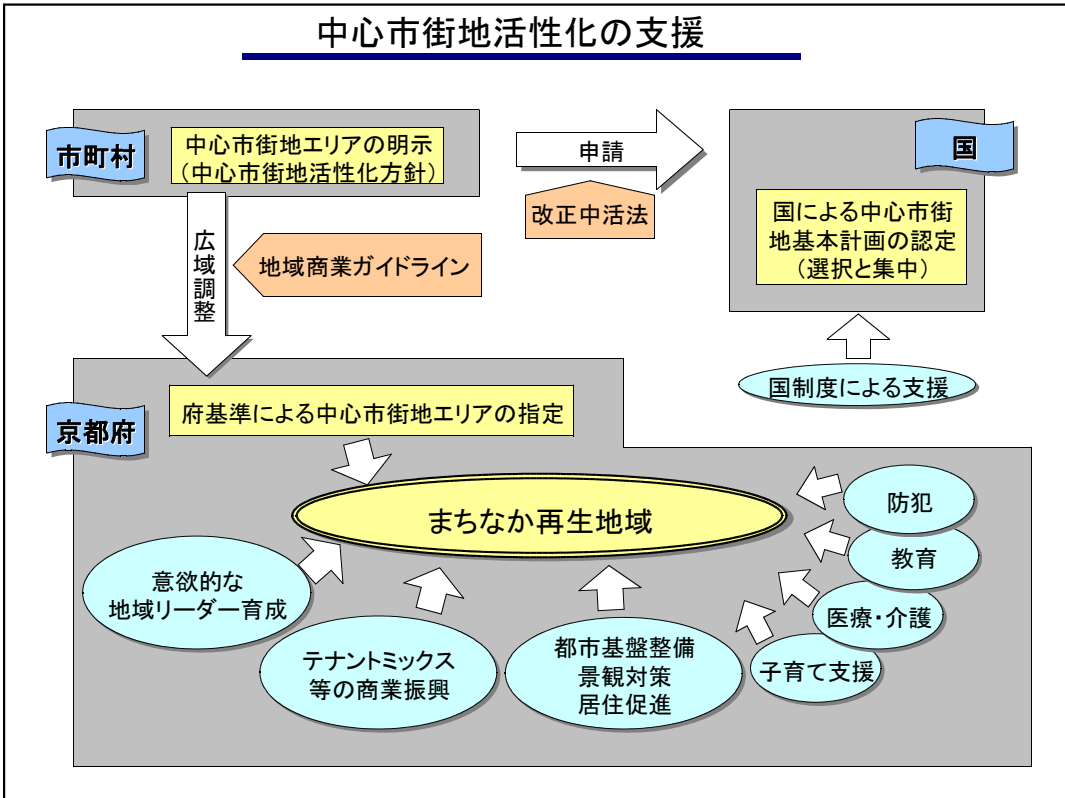
中心市街地エリア内の新規開業や後継者難による事業譲渡（のれん分け）を促進するための融資制度の創設を検討。

⑤ 将来目標と住民コンセンサス

中心市街地エリアの５年後、１０年後について、人口、若年者人口、事業所数、従業者数、年間商品販売額、主要駅の乗降客数など具体的な数値データを用いて実現可能な目標を設定し、居住促進、立地促進及び交流促進策に精力的に取り組み、その達成状況を常に把握していく必要がある。

また、将来像と達成状況を実感として住民が享受できるようコンセンサス形成に努めることが期待される。

参考(イメージ) 「中心市街地活性化の支援」と「中心市街地活性化スケジュール」



別記1 広域調整に係る地域区分

丹後地域	宮津市、京丹後市、与謝野町、伊根町
中丹地域	福知山市、舞鶴市、綾部市
南丹地域	亀岡市、南丹市、京丹波町
乙訓地域	向日市、長岡京市、大山崎町
山城北地域	宇治市、城陽市、八幡市、京田辺市、久御山町、井手町、宇治田原町
相楽地域	山城町、木津町、加茂町、笠置町、和束町、精華町、南山城村
学研地域	京田辺市、木津町及び精華町の関西文化学術研究都市区域

別記2 中心市街地エリア等の基準

(1) 中心市街地の適否

- ① 都市計画区域内であること
- ② 近接し30軒以上の小売・サービス業の店舗が存在すること
(大型店等各種商品取扱い店は、取扱い業種(小分類)ごとに1店舗に換算)
- ③ ②の店舗について、最寄り品(食料品、日用品)は概ね揃い、買回り品(衣料品、電機製品等)を扱う店舗も一以上存在すること
- ④ 公共交通機関の複数路線(鉄道とバス、バスの複数路線等)の駅(バス停)が存在すること
- ⑤ 銀行・郵便局などの金融機関が一以上存在すること
- ⑥ 役所・医療福祉施設・文教施設等の公共・公益施設が一以上存在すること
- ⑦ ②の店舗のうち、最も来客の多い店舗について、大店立地法指針に拠る自動車分担率が、概ね南部で70%以下、北中部で80%以下であること
- ⑧ ②～⑥については、計画中の店舗等を含むものとする
- ⑨ 各市町村において複数存在することも想定

(2) 中心市街地の範囲

- ① (1)②の店舗のうち最も来客の多い店舗、(1)④の主たる駅及び(1)⑥の主たる施設のうちの何れかから、概ね1km以内にあたる範囲で設定すること
- ② 中心市街地の区域は、市町村の区域内の町界・字界、道路、河川、鉄道等の施設によって、土地の範囲を明確に表示すること

(3) 中心市街地エリアにおける特定大規模建築物に該当する大型店の出店誘導エリアの範囲

- ① 原則として、商業地域及び近隣商業地域内とする

別記3 中心市街地エリア以外で、特定大規模建築物に該当する大型店の出店誘導エリアを設定する場合の基準

▶ 都市機能の集積を図る観点から次の何れかに該当すること

(1) 原則として商業地域内であること

(2) 原則として都市計画区域内であり、次の何れにも該当すること

- ① 市町村の総合計画をはじめとしたまちづくりに関する上位計画等において、商業集積を図る地域として位置付けられていること
- ② 大店立地法指針に拠る自動車分担率が、概ね南部で70%以下、北中部で80%以下に抑えることが可能な地域であること
- ③ 周辺の中心市街地エリアと共存・共栄を図れる地域であると認められる地域であること

○適正な商業機能の配置

- ・ 中心市街地（周辺市町村域での中心市街地も含む）と商圈のすみわけができること

○都市構造上の位置関係

- ・ 公共交通機関の複数路線（鉄道とバス、バスの複数路線等）の駅（バス停）が存在すること
- ・ エリアは、各駅（バス停）から概ね1 km以内の範囲で設定すること

別記4 特定大規模建築物に該当する大型店を出店する事業者を求める地域貢献策

(1) 地域のまちづくりへの支援

- ① 行政や自治会等が取り組む安心・安全のまちづくりへの参画
- ② 周辺地域における歩道や街路灯の設置、街路樹等緑化への協力
- ③ 歩いて暮らせるまちづくりへの協力（コミュニティバス運行への協力等）
- ④ 店舗周辺の清掃、放置自転車の整理など環境美化対策への協力
- ⑤ 災害備蓄など緊急時対応への協力
- ⑥ 地球温暖化対策、循環型社会推進への理解と協力

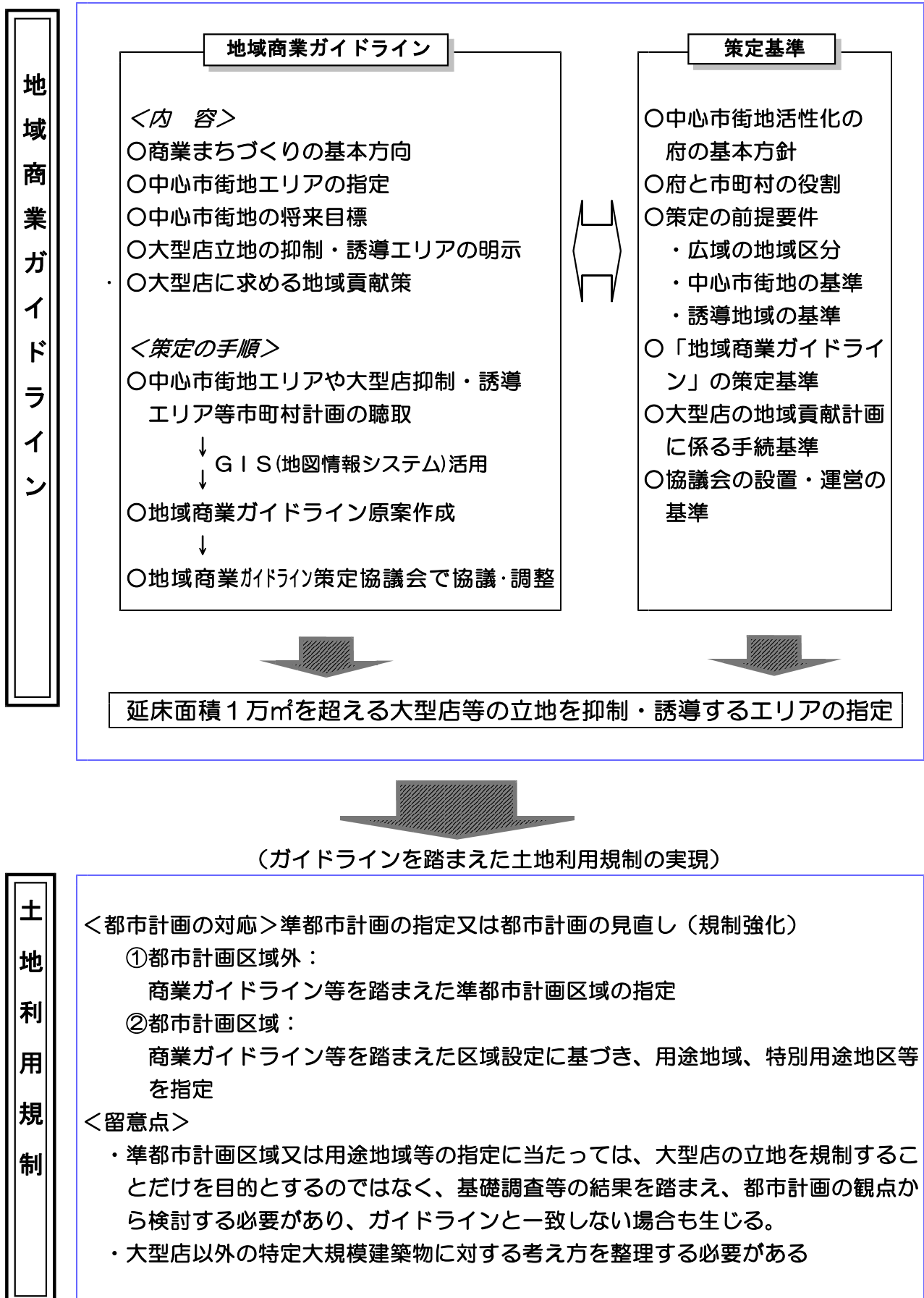
(2) 地域コミュニティへの支援

- ① 地域の祭り、花火大会等の伝統催事・恒例行事への協力
- ② 自治会等の地域団体が行う活動への積極的参加や協力
- ③ 高齢者等に配慮した店舗づくり（ユニバーサルデザインの導入等）
- ④ 青少年健全育成のための行政、学校等の取組への協力
- ⑤ 店舗内のコミュニティスペース（展示場、会議室、子育て広場等）の確保

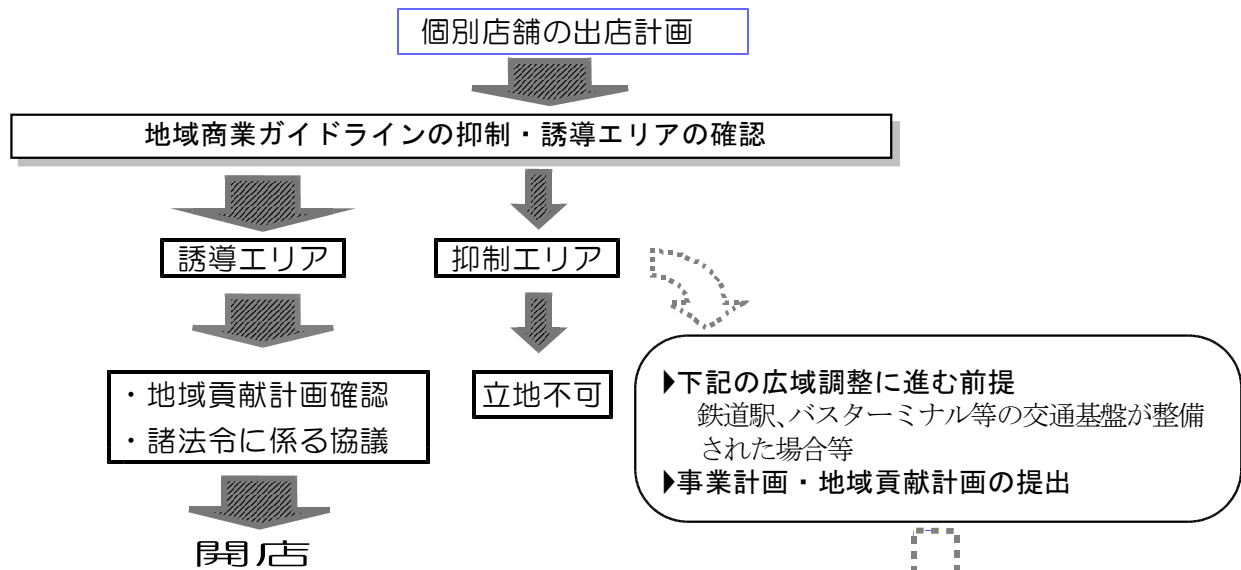
(3) 地域の経済社会への貢献

- ① 地域の商工会・商工会議所、商店街振興組合等の活動への参加
- ② 地元雇用、特に安定的雇用の確保や障害者雇用促進への協力
- ③ 地域の地産池消の取組や地域ブランド商品の販路開拓への協力
- ④ 地域の卸売業者との取引促進、地元小売業者のテナント出店への協力
- ⑤ 核テナント撤退等の早期情報提供
- ⑥ 食品等の安心・安全の確保など行政の消費者保護の取組への協力

大型店立地の広域調整スキーム



事後における個別案件に対する調整のしくみ



大型店出店の広域調整の仕組み

(スモールゾーニングの広域調整)

- ① 広域の範囲 (府内7地域)
- ② 調整期間 (1年程度)
- ③ 協議機関 (地域商業ガイドライン策定協議会)
- ④ 広域調整の基準 (要件案)

- ・ 地元の市町村の総合計画等において、商業集積を図る地域として位置付け
- ・ 自動車分担率70%以下 (北中部は80%以下) に抑えることが確実な計画
- ・ 地域商業ガイドラインで定めた地域貢献計画の実行が担保
- ・ 関係法令・指針、環境・防犯・青少年育成等の条例・指針等に反しない計画

<ガイドラインの見直し>

- ・ 地域の商業ガイドラインの変更にあたり、各地域の中心市街地に対する影響度を調査 (今後の人口予測、中心市街地商業との共存共栄の可能性等)
- ・ 地域の商業ガイドライン策定協議会において協議・調整
- ・ 地域の商業ガイドラインを変更し、抑制エリアを誘導エリアに変更

土地利用規制

<都市計画の対応>

都市計画の見直し (規制緩和) (商業ガイドライン等を踏まえ取り組む)

- ▶ 用途地域の見直し又は地区計画 (開発整備促進区) の指定

<検討課題>

都市計画提案に対する対応方針の検討が必要

京都府中心市街地活性化懇話会

<委員名簿>

〔委員〕

	いいた やすのり 飯田 恭敬	京都大学名誉教授
	おおつき よしたか 大槻 義孝	園部町商工会長
	くがい かすこ 久貝 和子	京都府連合婦人会事務局長
	こばやし ともこ 小林 智子	京都府生活協同組合連合会会長理事
	さかもと のぶお 坂本 信夫	京都府町村会農林土木部会副部会長(久御山町長)
	さとうそうじろう 佐藤総二郎	株式会社さとう代表取締役社長
	しげの ひろみち 滋野 廣道	綾部商工会議所副会頭
	だて ひろのり 伊達 浩憲	龍谷大学経済学部助教授
	はやせ よしお 早瀬 善男	京都商店連盟会長
(座長)	ひらた じゅんいち 平田 純一	立命館大学経済学部教授
	まきの のぶひこ 牧野 伸彦	京都府電機商業組合理事長
	むらはし まさたけ 村橋 正武	立命館大学理工学部教授
	むれ かつや 牟礼 勝弥	京都府市長会経済部会長(八幡市長)

〔委員は、50音順・敬称略、役職名は委員就任時点〕

〔オブザーバー〕 京都市産業観光局

〔主催：京都府〕 商工部長、土木建築部長

<委員会開催状況>

- ・ 第1回 平成17年12月16日(金) 座長選出
懇話会の趣旨・関係資料説明
意見交換
- ・ 第2回 平成18年 2月24日(金) 「まちづくり三法」の改正法案
大型店立地と土地利用規制の現況
懇話会の論点整理
意見交換
- ・ 第3回 平成18年 4月27日(木) 懇話会提言の中間取りまとめ(案)
市町村等から聴取した意見の概要
意見交換
- ・ 第4回 平成18年 7月24日(月) 懇話会提言の最終取りまとめ(案)
意見交換