

長野市商業環境形成指針について

長野市経済産業振興部商工労働課

FEEL NAGANO, BE NATURAL

この街で、わたしらしく生きる。長野市

1 商業に関するビジョン・計画

ビジョン・計画の策定経過

商業振興ビジョン (H13~H22)

魅力あるまちづくりに向けた市の商業の方向性を示す。
顧客ニーズの多様性や買物空間に求められる付加価値(非日常性)の大きさにより6エリアに設定【図1】し、各地域の中心的な商業機能や特性を重視するとともに、都市計画マスタープランとの整合性を勘案し、6エリアに地区を分類【図2】し、まちづくりにおいて商業が担うべき役割・機能を分担

産業振興ビジョン (H19~H23)(H24~H28)

産業振興として、農業、林業、商業、工業、観光、雇用の各分野互いに補完しながら従来の産業の枠を超えた施策を策定。
商業分野については、当初策定されていた商業振興ビジョンを継承

商工業振興・雇用促進計画 (H29~R3)(R4~R8)

第5次長野市総合計画で、これまでの産業間の連携強化から多様化するニーズに対応し、持続可能な産業を実現するため、「特色を活かした商工業の振興」を政策に掲げ、その分野別・個別計画として策定

商業環境形成指針 (H16設置・H20改訂)

【地域と共生する良好な商業環境の形成を推進】

- エリア・ゾーンごとの商業集積を導くための方向性の設定
- 市民意見を含めた総合的な商業施設の設置・判断
- H18「まちづくり三法改正」に伴い、H20に指針を改定

※本市では、総合的なまちづくりの視点から、「大型店の出店は、当面、既存市街地を中心とした出店可能な地域に限定することが望ましい」とする基本方針に基づき、市街化調整区域への出店を規制【平成18年2月7日発表】

H13

H16

H19

H20

H22

H24

H29

R4

R8

FEEL NAGANO, BE NATURAL

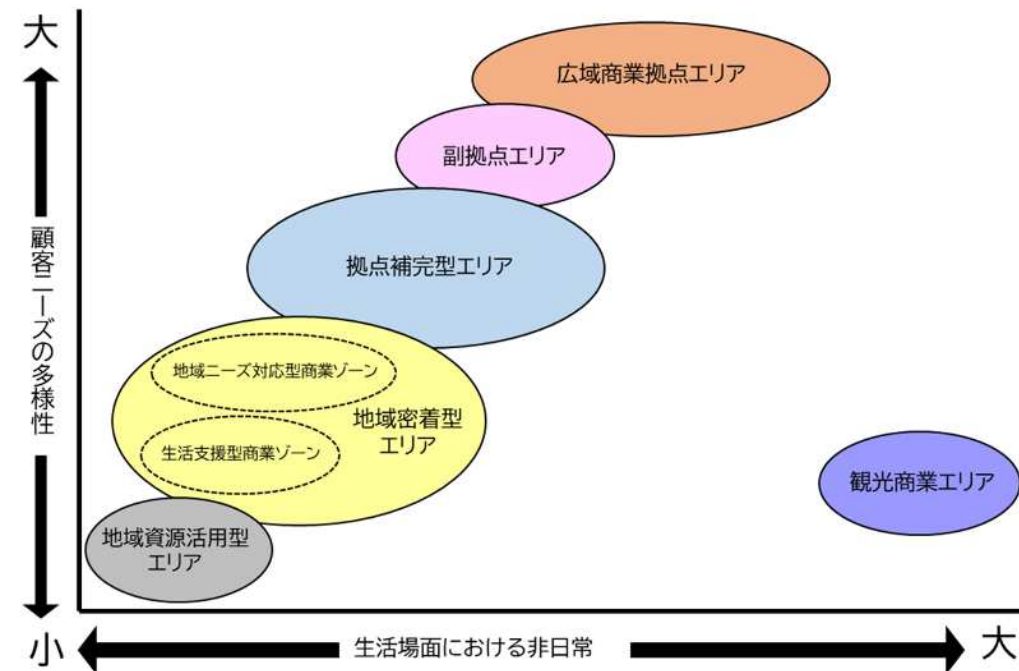
この街で、わたしらしく生きる。長野市

2 【参考】長野市商業の役割と機能の地域別分担

図2 商業エリア・ゾーンと該当地区

エリア及びゾーン名	該当地区	主な役割・機能
広域商業拠点エリア		
善光寺周辺観光商業ゾーン	第一、第二	善光寺を軸とした歴史的・文化的資源の活用により回遊性を高め、個性のかつ魅力的な専門店づくりによって、観光、コンベンション等来訪者のニーズに応える。
賑わいアミューズメントゾーン	第三、第四	中心市街地への買物客や観光・コンベンション等来訪者に対して、飲食、娯楽、レジャー面でサービスの充実を図り、付加価値の高い生活・買物体験を提供する。
長野駅周辺広域商業ゾーン	第四、第五、芹田	広域からの集客を念頭に置き、高級・娯楽志向の強い専門店の購買ニーズに幅広く答え、品の良い街の雰囲気を出す。
副拠点エリア	篠ノ井	地域住民の日常の購買ニーズに対応するとともに、長野市南部の拠点として広域からの集客を念頭に置いたまちづくりを進める。
拠点補完型エリア	川中島、更北、古牧、若槻	日用品を中心とした地域住民の日常の購買ニーズにきめ細かく対応するとともに、近隣地区・市町村居住者の買回品(家電製品など)購買ニーズへも幅広く対応する。
地域密着型エリア		
地域ニーズ対応型ゾーン	芹田、吉田、朝陽、豊野	日用品を中心とした地域住民の日常の購買ニーズにきめ細かく対応し、買回品・専門店の購買ニーズは広域商業拠点エリアや拠点補完型エリアの補完的機能を果たす。
生活支援型ゾーン	柳原、古里、三輪、大豆島、安茂里、若穂	地域住民の日常の購買ニーズに対応し、高齢者など交通弱者にとって快適な買物空間を作る。
観光商業エリア	松代	地域の歴史的・文化的な資源を有機的に結び付け、観光やコンベンション等来訪者ニーズの対応を図る。また、地区内のみならず広域商業拠点エリアとの回遊性を高め、滞在時間の延長を目指す。
地域資源活用型エリア	長沼、浅川、芋井、小田切、七二会、信更、大岡、戸隠、鬼無里	地域のより身近な購買ニーズへの対応を図り、地域の自然環境、歴史的・文化的資源や特産品を活用していく。

図1 各商業エリアが担う役割・機能のイメージ



FEEL NAGANO, BE NATURAL

この街で、わたしらしく生きる。長野市

3 今後の商業施策の方向性の検討

これまでの商業施策の基本的な考え方

【商業集積の適正配置】

都市機能の郊外拡散を抑制し、中心市街地や地域拠点への商業集積を適正に誘導

商業環境形成指針改訂(H20年)から18年経過

現在の商業を取り巻く環境の変化

- 商業環境の変化
ECの拡大や大型商業施設の新規立地(イオンモール須坂の開業)等により、商圈構造等が変化
- インバウンド等の観光消費の拡大
インバウンド等の増加により、観光と商業の連携がより重要
- 都市の魅力向上と商業の役割
商業の充実が都市の魅力や居住・来訪の誘因となり、都市間競争の要素として重要

今後の方針

【商業環境形成指針を次期計画に統合し、持続可能な商業環境を形成】

- まちづくり三法に基づく適正なまちづくりを推進
- 商業環境形成については、都市計画マスタープランとの整合を図るとともに商業環境の変化を踏まえ市内のエリア・ゾーン等を再整理

FEEL NAGANO, BE NATURAL

この街で、わたしらしく生きる。長野市