

松戸市商業ビジョン

平成 30 年 3 月

松 戸 市

～ 目 次 ～

第1章 商業ビジョン策定の目的.....	1
1. 商業ビジョン策定の目的	1
2. 商業ビジョンの必要性	1
第2章 松戸市の商業の状況.....	2
1. 松戸市の人口	2
2. 市全体の商業の状況	5
3. 商圈の状況	12
4. 地区別の商業の状況	15
4-1. 地区別商業の状況	15
4-2. 地区別買い物行動等の状況	18
4-3. 地区別商業特性のまとめ	23
第3章 松戸市の取組状況.....	27
1. 上位計画および関連計画における商業の方向性	27
2. 商業振興に関わる支援事業の取組状況	28
第4章 市全体の商業振興方針.....	30
1. 商業振興に関わる課題	30
2. 商業振興の基本方針	33
2-1. 基本理念・基本方針	33
2-2. 基本施策・事業	36
第5章 拠点別の商業振興方針.....	48
1. 商業集積エリアの類型化	48
1-1. 類型化の考え方	48
1-2. 立地特性の分析	50
1-3. 商業特性の分析	59
1-4. 商業エリアの類型化	66
1-5. 関連計画における拠点の方針	68

2. 拠点別振興方針	70
2-1. 中心市街地エリア	71
2-2. 地域型商業エリア	77
2-3. 新興開発エリア	84
2-4. 近隣型商業エリア	88
第6章 参考資料	92
1. 市全体の商業の状況	92
2. 商圏・消費行動	96
2-1. 千葉県消費者購買動向調査にみる松戸市の商圏	96
2-2. 松戸市商業構造基本調査・商圏調査にみる松戸市の商圏	99
3. 地区別の商業の状況	105
4. 上位計画および関連計画の概要	111
4-1. 国の政策動向	111
4-2. 千葉県の動向	112
4-3. 松戸市の関連計画	123
5. 商業に関わるまちづくりの取組	142
5-1. 松戸駅周辺まちづくり基本構想（平成27年6月）	142
5-2. 新松戸地域のまちづくりに関する調査業務委託報告書（平成29年3月）	145
6. 商業振興に関わる支援事業	146
7. トピックス	148

第1章 商業ビジョン策定の目的

1. 商業ビジョン策定の目的

松戸市では、平成25年3月に「松戸市商工業等振興基本方針」を策定し、商業に関しては、商店街の賑わいの創出を基本目標とした基本施策、役割分担等を示し、商業の振興に取り組んできました。しかしその翌年に実施された商業統計調査により、商業環境の変化や商業振興をめぐる新たな課題への対応の必要性が明らかになり、平成29年1月には「松戸市商業構造基本調査・商圈調査」の報告書を取りまとめたところです。こうした中、本市の商業振興の新たな方向性を明らかにするとともに、異なった立地条件や特性をもつ広域的な商業拠点等について示す「松戸市商業ビジョン」を策定しました。

2. 商業ビジョンの必要性

平成29年松戸市商業構造基本調査によると、現在の松戸市においては、以下の商業環境の変化や商業振興への対応が必要となっています。

- ・市全体では人口が増加していますが、市内では人口が減少している地区があり、特に鉄道利用に不便な地区では、今後、人口減少・高齢化が進行する可能性があります。高齢社会の進行により、自宅周辺の買い物利便性向上に関するニーズが高まっています。
- ・松戸市内地区別の小売業の現況について、東部地区の売場面積が増加している以外は、すべての地区においてすべての指標（事業所数、従業者数、売場面積、年間販売額）が減少しています。
- ・小売店の大型化や法人組織の事業所が増加している一方、身近な商店街の店舗数は減少しています。
- ・松戸市周辺都市で大型のショッピングセンターの立地が相次いでおり、三郷市や流山市では売場面積、年間販売額が増加しています。

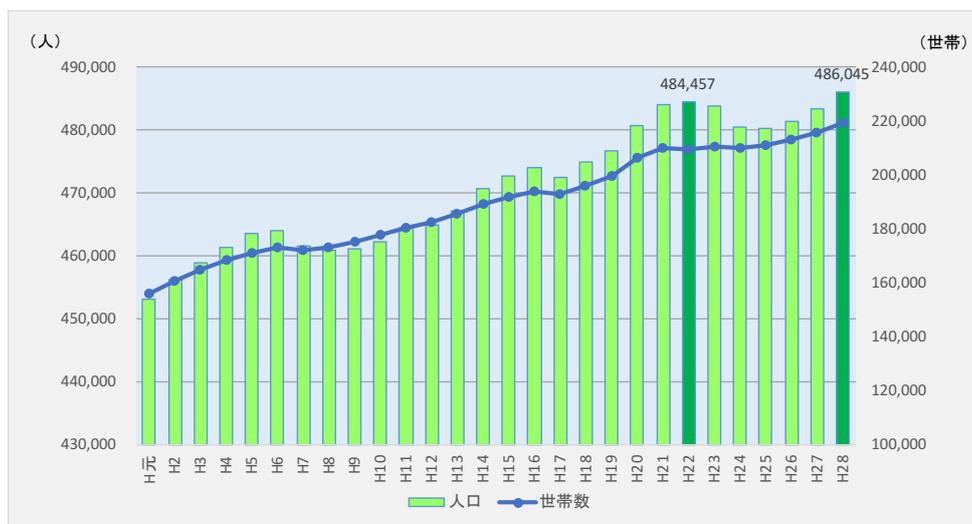
このように、今後の人口推移や高齢化に応じた商業機能の充実や商店街の活性化、周辺都市の商業地との地域間競争への対応等が重要となっていますが、市内の市街地形成の経緯によって商業施設の集積状況や住民の年齢構成等が異なっていることから、地域の立地特性を踏まえた商業振興の方向性を示すことが求められます。

第2章 松戸市の商業の状況

1. 松戸市の人口

■総人口は平成26年以降増加傾向

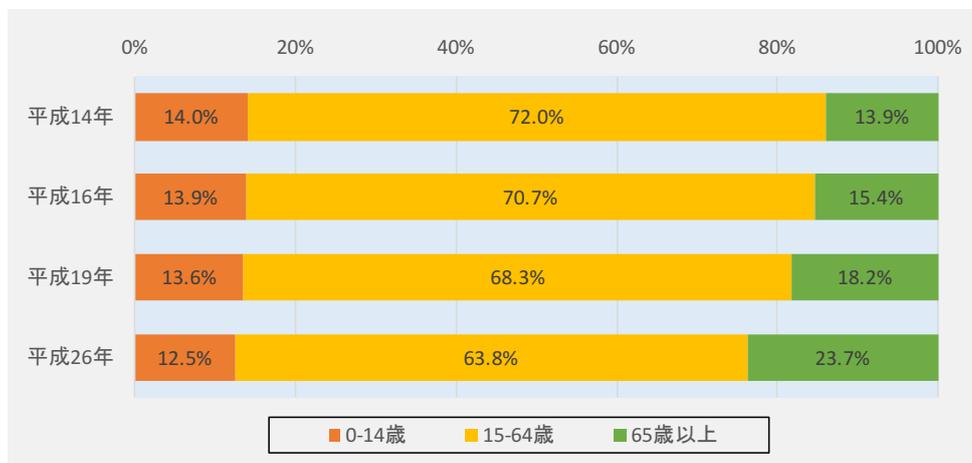
- ・本市の人口は平成22年の484,457人をピークに減少していましたが、平成26年以降増加に転じ、平成28年現在486,045人と最も多くなっています。
- ・世帯数は平成元年以降、増加傾向にあり、平成28年現在219,302世帯で、1世帯あたりの人口は2.2人/世帯となっています。



【松戸市人口・世帯数の推移】 出典：松戸市統計書、各年10月1日現在

■生産年齢人口割合が縮小する一方、老年人口割合が拡大

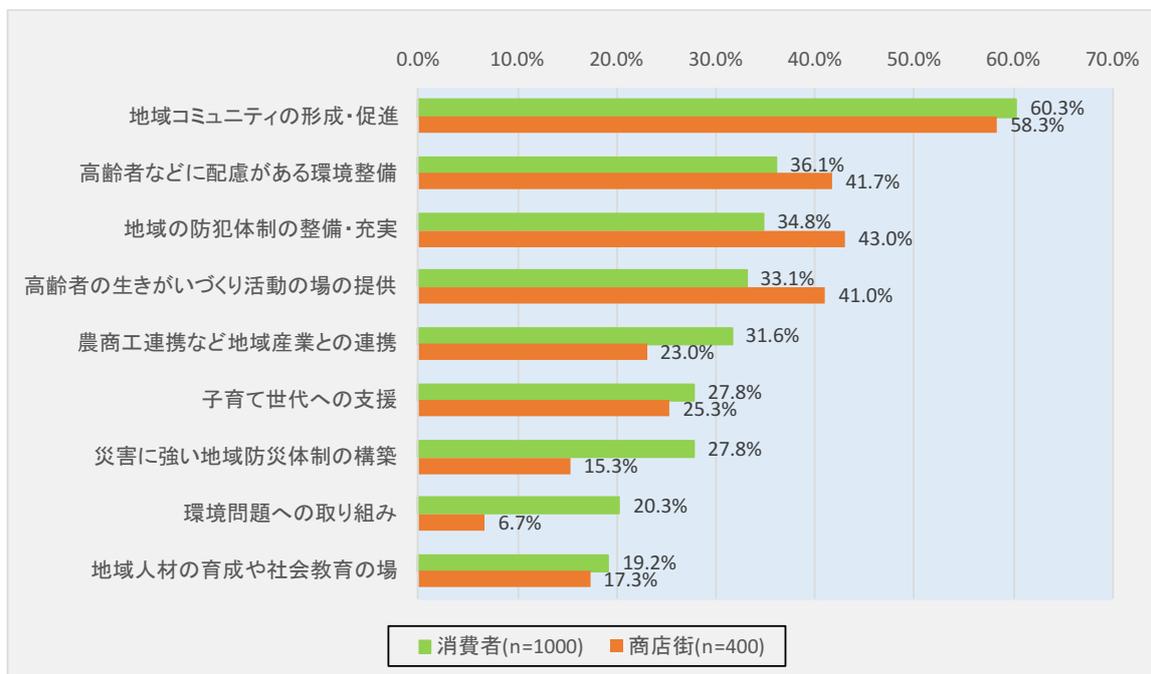
- ・平成26年12月末日現在、年少人口（0～14歳）が60,709人（12.5%）、生産年齢人口（15～64歳）が310,921人（63.8%）、老年人口（65歳以上）が115,746人（23.7%）となっています。
- ・平成14年以降の動向をみると、年少人口割合及び生産年齢人口割合が縮小する一方で、老年人口割合が拡大しています。



【年齢階層別人口構成の推移】 出典：松戸市年齢階層別人口統計表（各年12月末日現在）

■商店街に求められる公共的役割は地域コミュニティの形成・促進

- ・千葉県調査によれば、商店街に求められる公共的役割は、消費者、商店街ともに、「地域コミュニティの形成・促進」が最も高い割合となっています。



【商店街に求める公共的役割】

出典：平成 29 年度千葉県商店街実態調査報告書（H30. 3、千葉県商工労働部）

■北総線沿線の東部地区で人口が増加

- ・松戸市の地区別人口構成比は、平成 26 年現在、常盤平地区、小金地区、明地区が高く、3 地区で市全体の約 7 割を占めています。
- ・平成 14 年から平成 26 年にかけて、北総線沿線の東部地区で人口が増加しています。

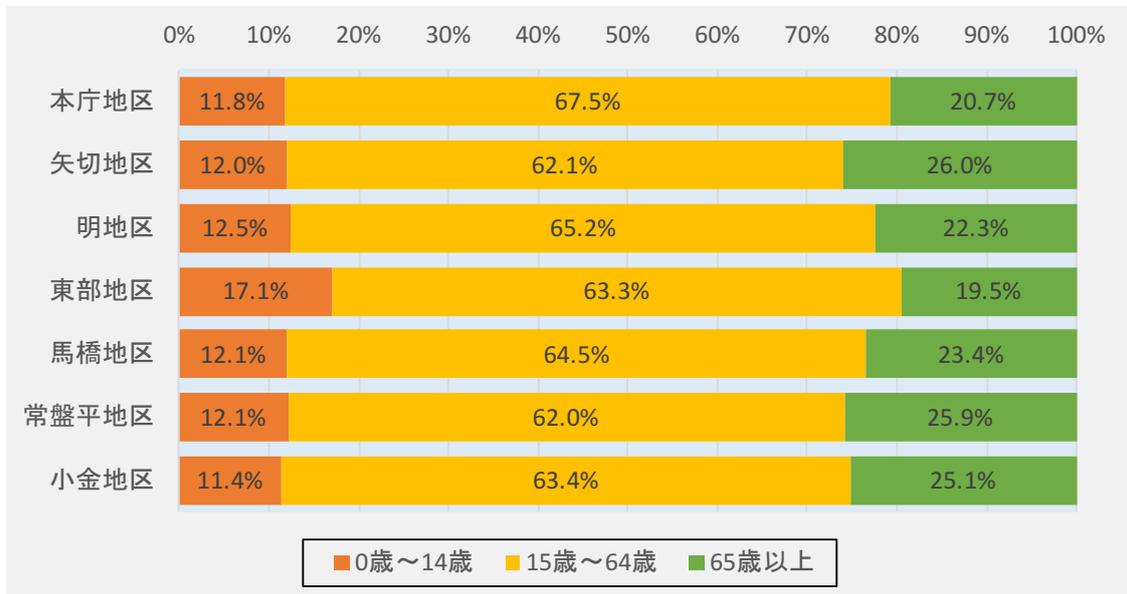
【地区別人口と人口構成比の現況と動向】

	平成14年		平成16年		平成19年		平成26年		増減	
	人口 (人)	構成比 (%)	人口 (人)	構成比 (%)	人口 (人)	構成比 (%)	人口 (人)	構成比 (%)	人口(人) (H26-H19)	増減率 (H26/H19)
本庁地区	28,398	6.0%	28,455	6.0%	29,489	6.1%	29,302	6.0%	△ 187	△ 0.6%
矢切地区	15,248	3.2%	15,164	3.2%	15,014	3.1%	15,075	3.1%	61	0.4%
明地区	106,553	22.5%	107,583	22.5%	108,827	22.6%	110,008	22.6%	1,181	1.1%
東部地区	30,971	6.5%	32,495	6.8%	35,736	7.4%	43,289	8.9%	7,553	21.1%
馬橋地区	55,662	11.7%	56,106	11.7%	56,209	11.7%	55,708	11.4%	△ 501	△ 0.9%
常盤平地区	120,680	25.5%	121,886	25.5%	121,646	25.2%	120,911	24.8%	△ 735	△ 0.6%
小金地区	116,527	24.6%	116,338	24.3%	114,931	23.9%	112,859	23.2%	△ 2,072	△ 1.8%
松戸市計	474,039	100.0%	478,027	100.0%	481,852	100.0%	487,152	100.0%	5,300	1.1%

出典：松戸市商業構造基本調査 H29. 1（「松戸市字別世帯数人口表」（各年 7 月 1 日現在））

■ 東部地区は年少人口割合が高く、矢切地区は老年人口割合が高い

- 平成 26 年の地区別の年齢階層別人口構成は、東部地区では年少人口（0 歳～14 歳未満）割合が 17.1%と他地区より 5 ポイント程高く、一方、矢切地区、常盤平地区、小金地区では老年人口（65 歳以上）割合が 25%を超えています。



【地区別年齢階層別人口】

出典：松戸市商業構造基本調査 H29.1（「松戸市年齢階層別人口統計表(町丁字別)」(各年 12 月末日現在)）

2. 市全体の商業の状況

本市全体の商業の変化及び現状を把握し、今後の商業振興にあたり配慮すべき課題を明らかにします。

■減少傾向にある小売業の事業所数・従業者数・年間販売額

- 本市の小売業の事業所数及び従業者数、年間販売額は、平成 19 年から平成 26 年にかけて大きく減少し、平成 26 年現在、1,776 事業所、従業者数は 16,181 人、年間販売額は 3,102 億円となっています。
- 平成 3 年を 100 とする指数動向をみると、平成 26 年の事業所数は 47.6、従業者数 72.4、年間販売額は 66.8 まで減少しています。



【松戸市小売業の動向(指数)】 出典：松戸市商業構造基本調査 H29.1

■小売業の販売効率（面積あたりの年間販売額）が低下

- 本市の小売業の売場面積 1 m²あたりの年間販売額は全国及び県の平均と比較して低く、全国同様の傾向により減少しており、平成 26 年には 71 万円となっています。平成 3 年と比較すると、46 万円の減少となっています。

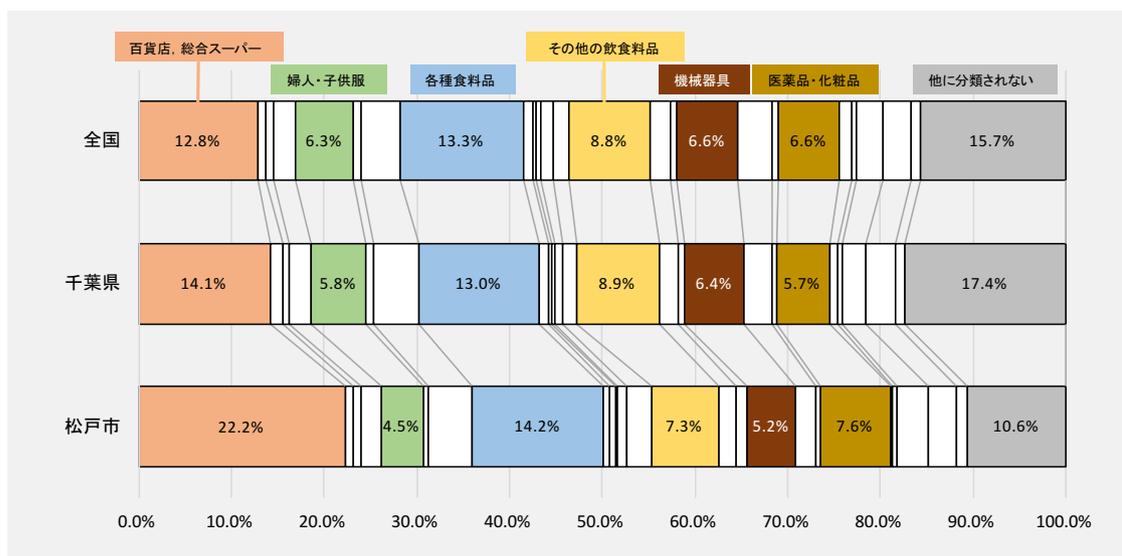


※松戸市は売場面積が 0 m²の事業所を除く。全国及び千葉県は売場面積 0 m²の事業所を含む参考値。

【売場面積あたりの年間販売額の推移】 出典：松戸市商業構造基本調査 H29.1

■百貨店・総合スーパーの売場面積の構成比が多い

- ・本市の産業小分類別売場面積で主なもの（構成比 5%以上を占めるもの）は、平成 26 年現在、「百貨店・総合スーパー」が最も多く 22.2%（74,015 m²）で、次いで、「各種食料品」の 14.2%（47,364 m²）、「医薬品・化粧品」の 7.6%（25,160 m²）となっています。
- ・売場面積の構成比について、千葉県および全国と比較すると、松戸市は百貨店・総合スーパーが多くなっています。



【産業小分類別売場面積の比較（構成比）】 出典：松戸市商業構造基本調査 H29. 1

■1 事業所あたりの年間販売額は増加

- ・本市の小売業の 1 事業所あたりの年間販売額は平成 19 年以降急激に増加しており、平成 26 年現在、1 億 7,467 万円で全国値を上回っています。県平均値と比較すると、平成 19 年までは松戸市が県を上回っていましたが、平成 26 年に県が逆転し松戸市より高くなっています。



【1 事業所あたりの年間販売額の推移】 出典：松戸市商業構造基本調査 H29. 1

■小売店の大型化により1事業所あたりの売場面積が増加

- ・平成26年における松戸市の1事業所あたりの売場面積は222.5㎡で、平成19年と比較すると、63.3㎡(約40%)の増加となっています。
- ・小売店の大型化が進んでいることによるものと考えられます。



※松戸市は売場面積が0㎡の事業所を除く。全国及び千葉県は売場面積0㎡の事業所を含む参考値。

【1事業所あたりの売場面積の推移】 出典：松戸市商業構造基本調査 H29.1

■大規模小売店舗の事業所数は増加、従業者数・売場面積・年間販売額は減少

- ・本市の売場面積1,000㎡以上の大規模小売店舗の事業所数は、平成16年から平成26年にかけて増加している一方、従業者数、売場面積、年間販売額は減少しています。

【大規模小売店舗の動向】

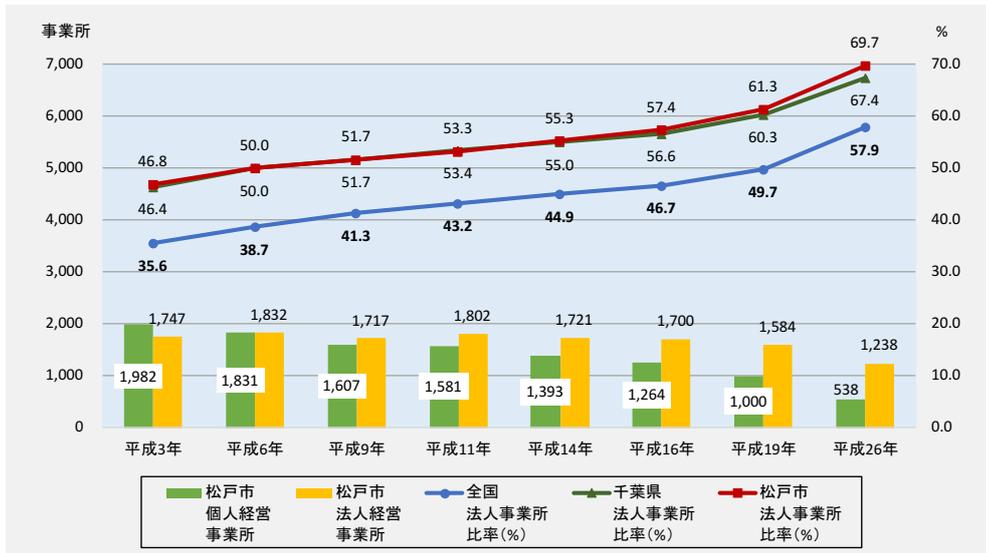
	平成16年	平成19年	平成26年
事業所数(事業所)	46	45	50
対市全体	1.6%	1.7%	2.8%
従業者数(人)	5,103	4,989	4,370
対市全体	21.5%	21.9%	25.9%
売場面積(㎡)	179,025	164,802	164,126
対市全体	46.9%	46.2%	49.3%
年間販売額(万円)	13,077,833	11,716,218	10,910,215
対市全体	33.9%	30.5%	35.2%

※商業統計調査による売場面積と大規模小売店舗立地法に基づく届出による売場面積は、算出方法が異なります。このため、大規模小売店舗の事業所数等も異なります。

出典：松戸市商業構造基本調査 H29.1、商業調査 H21.3

■個人経営の事業所数は減少し、法人経営の事業所の割合が7割に上昇

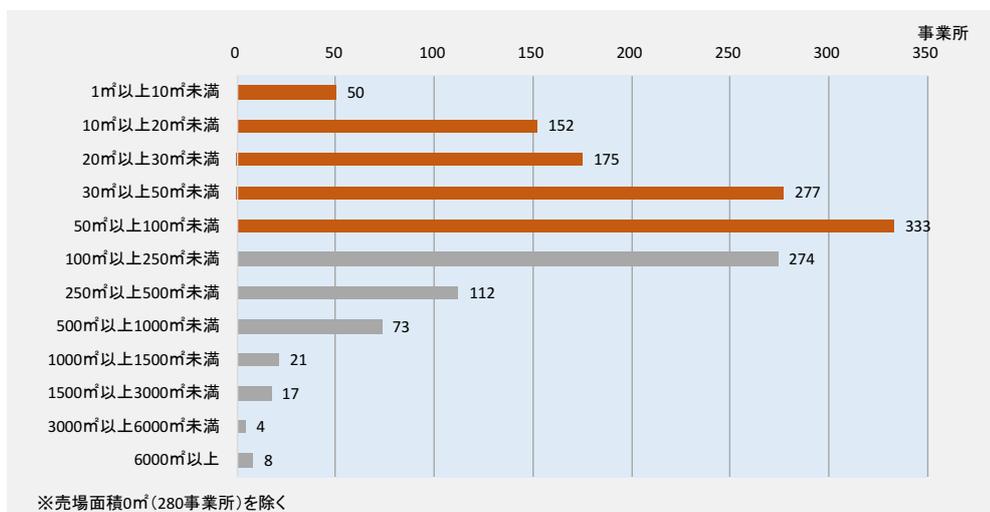
- ・本市の小売業の経営組織別事業所数の割合は、平成 26 年現在、松戸市小売業の全事業所（1,776 事業所）のうち、個人経営の事業所が約 30%（538 事業所）、法人組織の事業所が約 70%（1,238 事業所）となっています。
- ・法人組織の事業所の比率についての動向は、平成 6 年以降、50%を上回っており、個人経営事業所より法人経営事業所の方が多くなっています。



【経営組織別事業所数の推移】 出典：松戸市商業構造基本調査 H29. 1

■100 m²未満の小売業事業所が全体の約7割

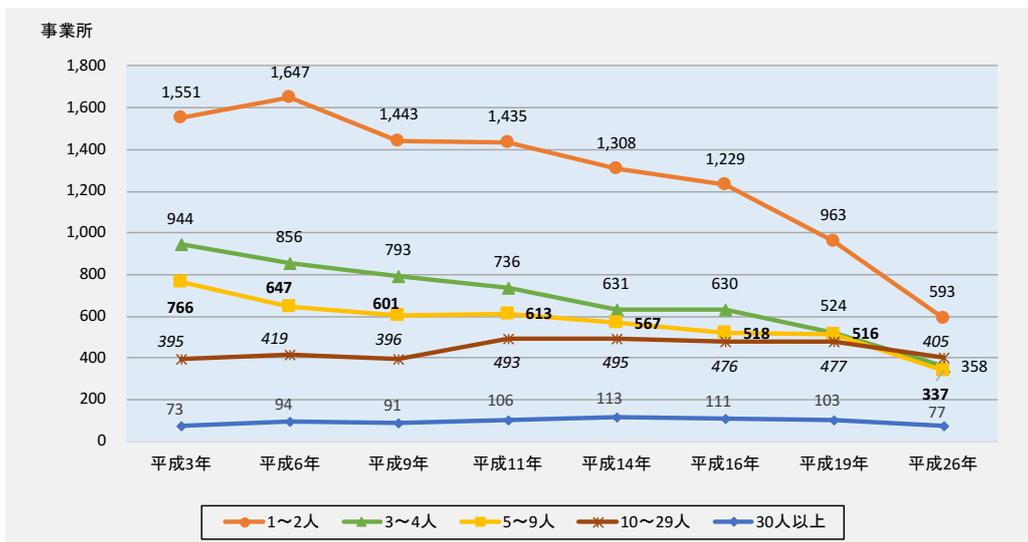
- ・本市の小売業の売場面積規模別事業所数は、平成 26 年現在、「50 m²以上 100 m²未満」が最も多く 333 事業所、次いで「30 m²以上 50 m²未満」の 277 業所、「100 m²以上 250 m²未満」の 274 事業所となっています。
- ・小売店の大型化により 1 事業所あたりの売場面積は増えていますが、本市には 100 m²未満の事業所（面積 0 m²を除く）が 987 事業所あり、全体の約 66%を占めています。



【売場面積規模別事業所数(H26)】 出典：松戸市商業構造基本調査 H29. 1

■ 5割を占める従業員4人以下の小売業事業所は減少

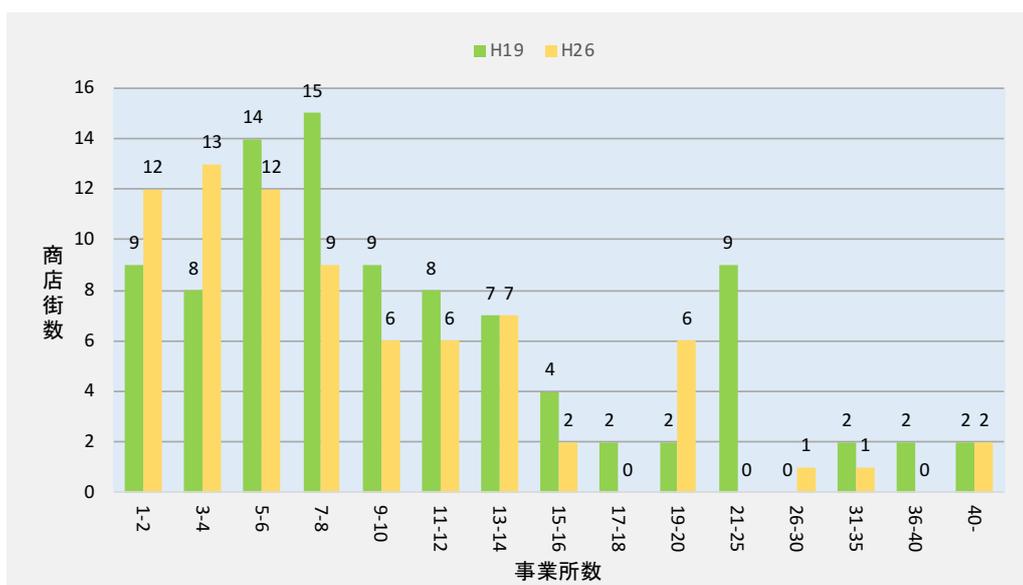
- ・本市の小売業の従業員規模別事業所数の割合は、従業員4人以下の事業所が全体の約54%を占めています。
- ・平成3年からの動向をみると、「1～2人」の事業所数は各年とも最も多くなっていますが、平成6年をピークに事業所数は減少しています。また、「3～4人」の事業所についても平成3年から減少し続けています。



【経営規模別事業所数の推移】 出典：松戸市商業構造基本調査 H29. 1

■ 約7割の商店街は事業所が10以下で小規模化が進行

- ・松戸市内の集積事業所数が10以下という比較的小規模な商店街は52商店街で、全体（79商店街）の約66%を占めています。
- ・平成19年～平成26年に「5～12事業所」の商店街が減少しているのに対して、「1～4事業所」の商店街が増加しており、商店街が小規模化していることが伺えます。



※集積事業所数が0事業所の商店街が2商店街あります。

【商店街として集積している事業所数】 出典：松戸市商業構造基本調査 H29. 1

■小売業の年間販売額の約2割を占める商店街

- ・松戸市全体に対して商店街（H26）は、事業所数で43.6%、従業者数で28.7%、売場面積で23.3%、年間販売額で19.2%を占めていますが、商店街数だけでなく、商店街の事業所数や従業者数、売場面積、年間販売額も減少しています。

【商店街の状況】

	商店街合計				松戸市全体	
	平成14年	平成16年	平成19年	平成26年	平成26年	市全体に対する商店街の割合
商店街数(商店街)	98	96	93	79		—
事業所数(事業所)	1,711	1,574	1,157	775	1,776	43.6%
従業者数(人)	9,057	8,559	6,413	4,852	16,894	28.7%
売場面積(m ²)	119,148	119,771	91,636	77,492	332,791	23.3%
年間販売額(万円)	10,853,268	9,824,439	7,247,126	5,944,996	31,020,884	19.2%

出典：松戸市商業構造基本調査 H29. 1

■コンビニエンス・ストアは減少

- ・コンビニエンス・ストアはスーパー等が少ない地区では身近な買い物先となっています。松戸市内のコンビニエンス・ストアは平成14年から平成19年にかけて増加していましたが、平成19年から平成26年にかけて減少に転じ、事業所数は3割減の109事業所となっています。

【コンビニエンス・ストアの動向】

	コンビニエンス・ストア合計				小売業計	
	平成14年	平成16年	平成19年	平成26年	平成26年	小売業に対するコンビニの割合
事業所数(事業所)	155	160	162	109	1,776	6.1%
従業者数(人)	2,681	2,503	2,593	2,026	16,894	12.0%
売場面積(m ²)	16,715	17,617	18,824	12,627	332,791	3.8%
年間販売額(万円)	2,695,974	2,633,701	2,706,813	2,051,483	31,020,884	6.6%

出典：松戸市商業構造基本調査 H29. 1、松戸市商業調査 H21. 3

■通信販売・インターネット販売が増加

・松戸市内で通信販売やインターネット販売を行っている事業所数は増加しており、平成 26 年の小売業全体に占める割合は 8.7%で、平成 19 年の約 2 倍となっています。

【通信販売・インターネット販売の動向】

	平成19年			平成26年		
	通信販売等	小売業計	小売業に対する通販等の割合	通信販売等	小売業計	小売業に対する通販等の割合
事業所数 (事業所)	119	2,584	4.6%	154	1,776	8.7%
従業者数 (人)	1,346	22,757	5.9%	2,919	16,894	17.3%
売場面積 (㎡)	9,276	356,432	2.6%	74,023	332,791	22.2%
年間販売額 (万円)	3,358,037	38,412,125	8.7%	6,411,924	31,020,884	20.7%

出典：松戸市商業構造基本調査 H29.1

《松戸市商業構造のまとめ》

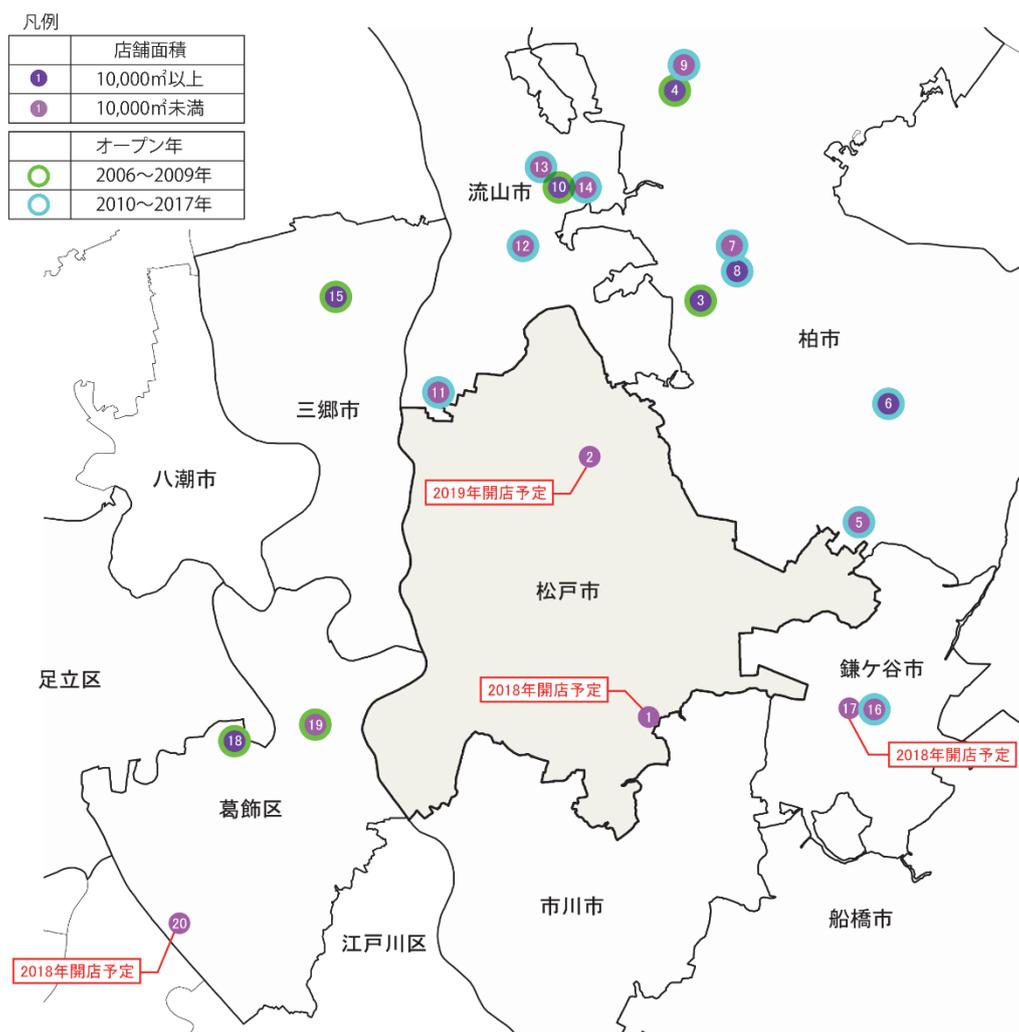
- ◇松戸市の小売業の事業所数、従業者数、年間販売額は減少傾向にあり、商業振興への取組が必要となっています。
- ◇小売業の売場面積 1 ㎡あたりの年間販売額は一貫して減少しており、販売の効率化に向けた取組が必要となっています。
- ◇千葉県や全国と比較（面積割合）して、百貨店・総合スーパーが多い特徴があります。
- ◇1事業所あたりの年間販売額は、全国的な傾向と同様に増加傾向にありつつも、平成 26 年から県平均と逆転していることから、市外に購買力が流出している可能性があります。
- ◇1事業所あたりの売場面積は増加し、小売店の大型化が進んでいます。
- ◇大規模小売店舗の事業所数は増加している一方、年間販売額は減少しており、厳しい経営環境にあることが伺えます。伊勢丹松戸店の閉店により、駅前商業地に 2 万㎡を超える SC はなくなります。
- ◇個人経営の事業所数は減少し、法人経営の事業所の割合が 7 割に上昇しています。
- ◇100 ㎡未満の小売業事業所が全体の約 7 割を占めています。また、約 5 割を占める従業者 4 人以下の小売業事業所は減少しており、自宅周辺での買い物利便性を確保するためにも、小規模店舗への支援が必要となっています。
- ◇約 7 割の商店街は事業所が 10 以下で小規模化しており、商店街数、年間販売額も減少しております。
- ◇コンビニエンス・ストアが減少しており、身近な買い物先の対策が必要となっています。
- ◇通信販売・インターネット販売の年間販売額等が増加しており、買い物客に足を運んでもらえる魅力ある商業空間づくりが求められます。

3. 商圏の状況

近年は本市周辺を取り囲むように大規模商業施設の出店が相次ぎ、周辺都市との地域間競争が激しくなっていることから、商圏の状況について明らかにします。

■2015年以降、柏市や流山市でのSCの開店が活発化

- ・本市周辺の市区では2015年以降、柏市や流山市でショッピングセンター等の開店が活発に見られます。
- ・規模の大きいショッピングセンターは、柏市のセブンパークアリオ柏、三郷市の三井ショッピングパークららぽーと新三郷等があります。



【SCの開店動向】

出典：日本ショッピングセンター協会ホームページ、オープンSC（2005～2017）、大店立地法新設届出情報

【ショッピングセンターの開店動向・今後の大規模小売店舗の新設予定】

【松戸市】

年	No	オープン日	SC名	所在地	ディベロッパー	店舗面積 (㎡)	キーテナント名	テナント 数
2018	1	4月1日	(仮称)東松戸二丁目商業施設計画	松戸市東松戸二丁目5番1	長谷エコーポレーション	3,350	-	-
2019	2	-	松戸北部市場開発プロジェクト	千葉県松戸市八ヶ崎2-8-1 他	住友商事	-	-	-

【柏市】

年	No	オープン日	SC名	所在地	ディベロッパー	店舗面積 (㎡)	キーテナント名	テナント 数
2006	3	5月10日	イオン柏ショッピングセンター	千葉県柏市豊町2-5-25	イオン(株)	44,048	ジャスコ柏店	100
2006	4	11月22日	ららぽーと柏の葉	千葉県柏市若柴175	三井不動産(株)	約41,000	東急ストア	170
2015	5	11月27日	ヤオコー柏高柳駅前店	千葉県柏市高柳1520番地3,18街区8	(株)ヤオコー	4,676	ヤオコー柏高柳駅前店	12
2016	6	4月25日	セブンパーク アリオ柏	千葉県柏市大島田950-1	(株)イトーヨーカ堂、(株)モール・エスシー開発	約65,000	イトーヨーカドー	約200
2016	7	5月20日	柏マルイ	千葉県柏市柏1-1-11	(株)丸井	5,940	-	61
2016	8	10月27日	柏モディ	千葉県柏市柏1-2-26	(株)エイムクリエイツ	10,590	-	46
2017	9	3月2日	柏の葉T-SITE	千葉県柏市若柴227-1	カルチュア・コンビニエンス・クラブ(株)	5,610	-	19

【流山市】

年	No	オープン日	SC名	所在地	ディベロッパー	店舗面積 (㎡)	キーテナント名	テナント 数
2007	10	3月12日	流山おおたかの森S・C	千葉県流山市西初石6-185-2	東神開発(株)	41,120	高島屋、イトーヨーカドー、ロフト、紀伊国屋書店	135
2015	11	1月27日	ヤオコー南流山店	千葉県流山市大字木402番地(木B70街区2)	(株)ヤオコー	4,932	ヤオコー南流山店	15
2017	12	7月28日	LEVEN(レヴン) おおたかの森	千葉県流山市市野谷585-1	住友商事(株)	4,270	ヤオコー流山おおたかの森店	12
2017	13	10月26日	セキチュー流山おおたかの森店	千葉県流山市西初石5-44-2	黒井産業	4,034	-	1
2017	14	12月11日	マルエツ流山おおたかの森店	流山都市計画事業新市街地地区一体型特定土地区画整理事業D105街区1画地ほか	正和	1,894	-	-

【三郷市】

年	No	オープン日	SC名	所在地	ディベロッパー	店舗面積 (㎡)	キーテナント名	テナント 数
2009	15	9月17日	三井ショッピングパークららぽーと新三郷	埼玉県三郷市新三郷ららシテイ3-1-1	三井不動産(株)	約59,400	-	178

【鎌ヶ谷市】

年	No	オープン日	SC名	所在地	ディベロッパー	店舗面積 (㎡)	キーテナント名	テナント 数
2013	16	11月22日	ショッピングプラザ鎌ヶ谷	千葉県鎌ヶ谷市富岡1-1-3	(株)モールエスシー開発	6,537	食品館イトーヨーカドー鎌ヶ谷店	21
2018	17	5月29日	(仮称)ベルク鎌ヶ谷富岡店	鎌ヶ谷市富岡三丁目1539番1	ベルク	2,117	-	-

【葛飾区】

年	No	オープン日	SC名	所在地	ディベロッパー	店舗面積 (㎡)	キーテナント名	テナント 数
2006	18	3月3日	Ario亀有	東京都葛飾区亀有3丁目49-3	(株)イトーヨーカ堂	42,120	イトーヨーカドー亀有店	122
2009	19	10月17日	ヴィナシス金町プライドコート	東京都葛飾区金町六丁目2番1号	金町六丁目地区市街地再開発組合	7,819	マルエツ金町店	32
2018	20	1月12日	(仮称)オーケー四つ木店	葛飾区四つ木三丁目97番1ほか	オーケー	2,015	-	-

出典：日本ショッピングセンター協会ホームページ、オープンSC（2005～2017）、大店立地法新設届出情報

■三郷市・市川市等から松戸市へ、松戸市から柏市・流山市等へ消費の流れ

・本市は、三郷市、鎌ヶ谷市、市川市、流山市、葛飾区等から買い物客を吸引している一方、柏市、流山市、三郷市等の商圈に買い物客が流出しています。

【商圈の区分（全品目）】（橙色：吸引先、緑色：流出先）

項目		1次商圈	2次商圈	3次商圈
消費の流れ	商業集積	商圈内消費需要の30%以上を吸引している地域	商圈内消費需要の10%以上を吸引している地域	商圈内消費需要の5%以上を吸引している地域
吸引	松戸市商圈	松戸市内(91.1%)	三郷市(27.2%) 鎌ヶ谷市(24.5%) 市川市(23.7%) 流山市(17.6%) 葛飾区(10.0%)	柏市(9.4%)
流出	柏市商圈	—	松戸市(22.9%)	—
	流山市商圈	—	松戸市(14.3%)	—
	三郷市商圈	—	松戸市(10.9%)	—
	鎌ヶ谷市商圈	—	—	松戸市(5.5%)

※（％）は全品目の吸引率 出典：松戸市商圈調査 H29.1

《松戸市商圈の状況のまとめ》

◇松戸市周辺の市区では2015年以降、柏市や流山市でショッピングセンター等の開店が活発に見られますが、松戸市内では、ほとんど新たな出店はなく、柏市や流山市、三郷市等へ買い物客が流出しています。

4. 地区別の商業の状況

本市は大きく7地区に分かれており、これまでの市街地形成の経緯から、商業構造も異なっています。ここでは、地区毎の商業の状況について明らかにします。

4-1. 地区別商業の状況

■1 事業所あたりの年間販売額は、本庁、東部、常盤平地区で高い

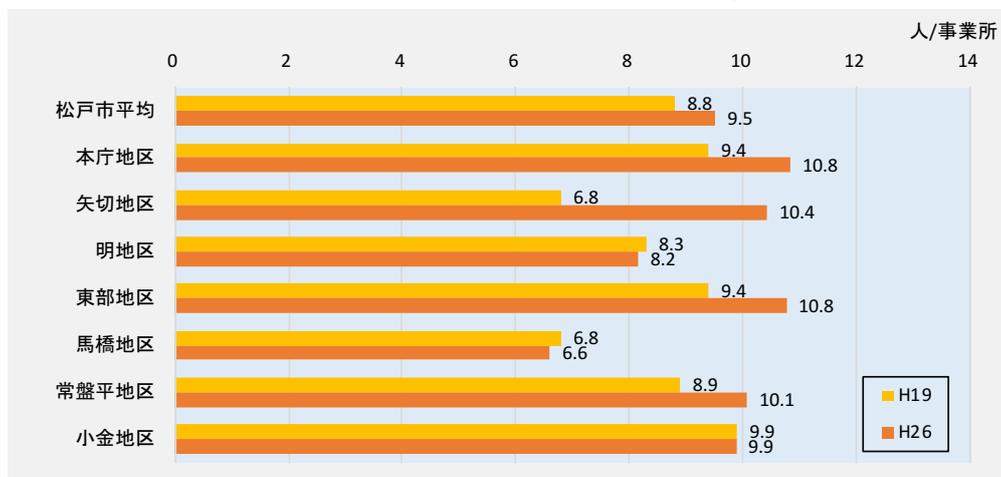
- ・平成26年の1事業所あたりの年間販売額は、松戸市平均を上回るのは、大規模小売店舗が多く立地する本庁地区のほか、東部地区と常盤平地区となっています。
- ・平成19年と比較すると、矢切地区で47.9%増加しています。



【地区別 1 事業所あたりの年間販売額（小売業）】 出典：松戸市商業構造基本調査 H29. 1

■1 事業所あたりの従業者数は本庁、東部地区で多い

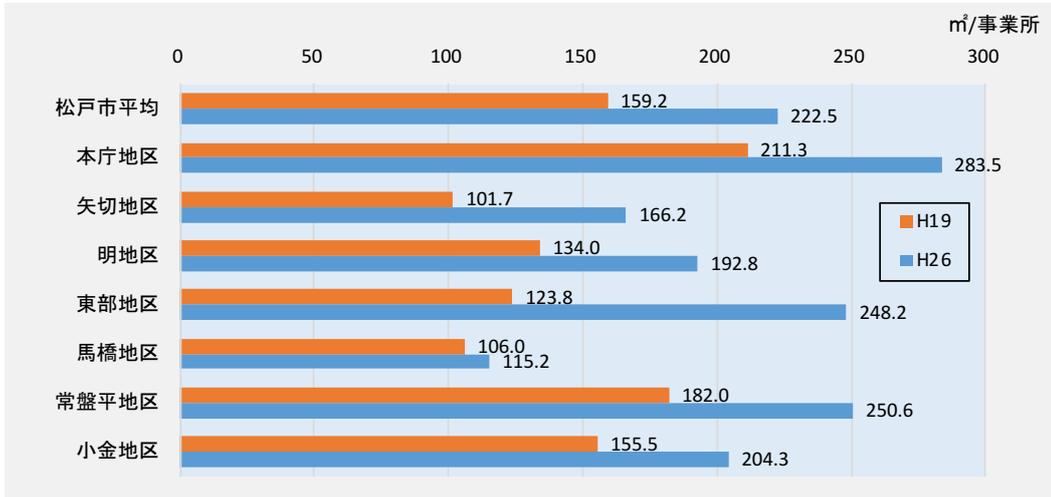
- ・平成26年の1事業所あたりの従業者数が多いのは、本庁地区、東部地区で、一方少ないのは、馬橋地区、明地区で小規模店舗の多さが伺えます。
- ・平成19年と比較すると、矢切地区で52.9%増加しています。



【地区別 1 事業所あたりの従業者数（小売業）】 出典：松戸市商業構造基本調査 H29. 1

■ 1 事業所あたりの売場面積は本庁、常盤平地区で広い

- ・平成 26 年の 1 事業所あたりの売場面積が広いのは本庁地区、常盤平地区、東部地区で、一方小さいのは、馬橋地区、矢切地区で小規模の店舗が多いことが伺えます。
- ・平成 19 年と比較すると、すべての地区で増加しており、特に東部地区では 100.5%増加しています。

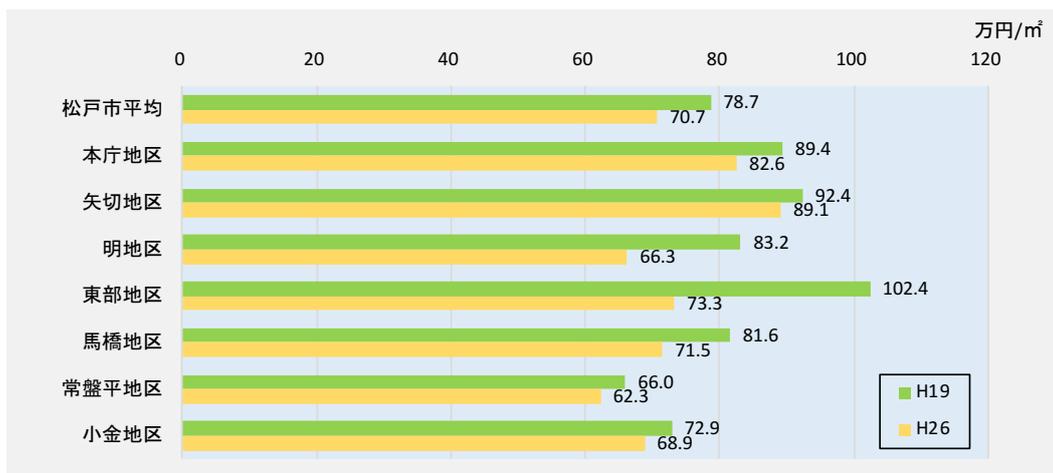


※売場面積が 0 m²の事業所を除く。

【地区別 1 事業所あたりの売場面積】 出典：松戸市商業構造基本調査 H29. 1

■ 売場面積あたりの年間販売額は、矢切、本庁、東部、馬橋地区で高い

- ・平成 26 年の売場面積 1 m²あたりの年間販売額で松戸市平均を上回るのは、矢切地区、本庁地区、東部地区、馬橋地区の 4 地区となっています。
- ・平成 19 年と比較すると、すべての地区で減少しており、特に東部地区で 28.4%、明地区で 20.3%減少しています。



※売場面積が 0 m²の事業所を除く。

【地区別売場面積 1 m²あたりの年間販売額（小売業）】 出典：松戸市商業構造基本調査 H29. 1

■矢切、馬橋地区では個人経営事務所の割合が高い

- ・地区毎の個人経営事務所と法人経営事務所の構成比は、矢切地区、馬橋地区で個人経営事務所の割合が高く、本庁地区、東部地区で法人経営事務所の割合が高くなっています。

【地区別経営組織別事業所数】

	個人経営事業所		法人経営事業所	
	(事業所数)	構成比(%)	(事業所数)	構成比(%)
松戸市計	538	30.3%	1,238	69.7%
本庁地区	45	14.9%	258	85.1%
矢切地区	22	46.8%	25	53.2%
明地区	130	37.1%	220	62.9%
東部地区	28	23.3%	92	76.7%
馬橋地区	77	45.8%	91	54.2%
常盤平地区	132	30.1%	306	69.9%
小金地区	104	29.7%	246	70.3%

出典：松戸市商業構造基本調査 H29.1

■近年、本庁、常盤平、小金、明地区で小売業事業所が多く開設

- ・平成22年以降に開設された事業所数は、本庁地区で52事業所と最も多く、次いで、常盤平地区の49事業所、小金地区の32事業所、明地区の30事業所となっています。

【地区別開設時期別事業所数】

	地区別開設時期別事業所数(事業所)					合計
	昭和59年以前	昭和60年～平成6年	平成7年～平成16年	平成17年～平成21年	平成22年～平成26年	
松戸市計	671	262	382	244	190	1,749
本庁地区	106	46	51	44	52	299
矢切地区	22	2	13	4	6	47
明地区	150	46	71	52	30	349
東部地区	48	12	30	18	9	117
馬橋地区	74	26	35	19	12	166
常盤平地区	156	66	106	52	49	429
小金地区	115	64	76	55	32	342

※開設時期が不明な事業所があるため、合計が他の集計の値と異なる。

出典：松戸市商業構造基本調査 H29.1

■ 矢切、馬橋地区で小売業に占めるコンビニエンス・ストアの割合が高い

・平成26年のコンビニエンス・ストアの小売業全体に対する割合は、矢切地区と馬橋地区で基礎的指標（事業所数、従業者数、売場面積、年間販売額）が総じて高くなっています。一方、本庁地区は全体的に低くなっています。

【地区別コンビニエンス・ストアの小売業全体に占める割合（平成26年）】

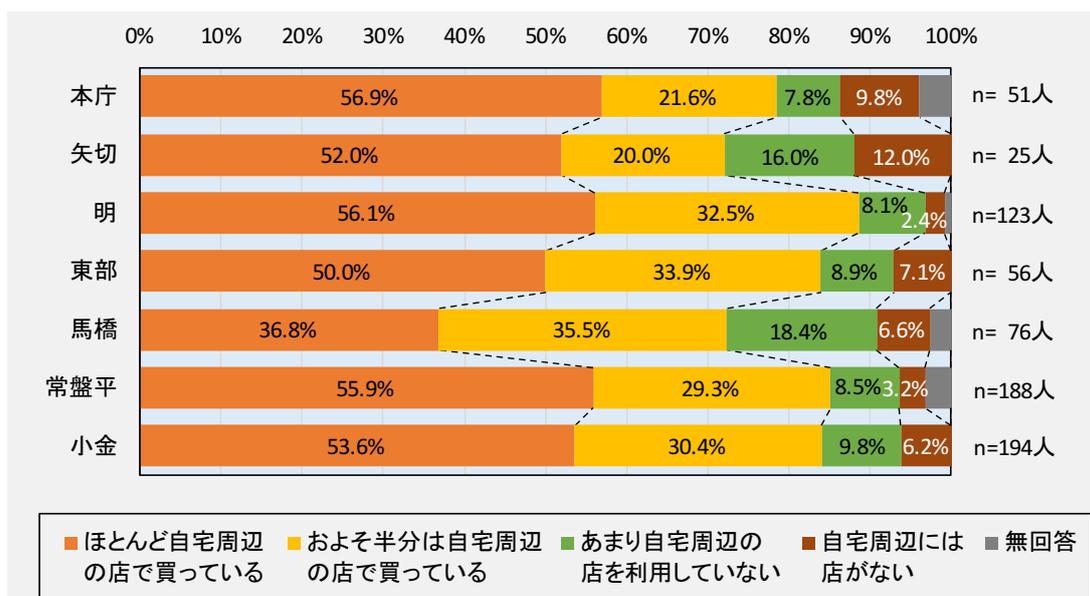
	事業所数	従業者数	売場面積	年間販売額
松戸市計	109事業所	2,026人	12,627㎡	2,051,483万円
	6.1%	12.0%	3.8%	6.6%
本庁地区	5.6%	9.1%	2.2%	4.5%
矢切地区	8.5%	15.9%	7.9%	11.2%
明地区	5.7%	14.2%	4.8%	8.1%
東部地区	5.8%	12.2%	4.3%	5.9%
馬橋地区	7.1%	18.7%	8.0%	10.8%
常盤平地区	6.4%	11.6%	3.5%	6.5%
小金地区	6.0%	10.7%	3.8%	6.6%

出典：松戸市商業構造基本調査 H29.1

4-2. 地区別買い物行動等の状況

■ 自宅周辺での日用品の買い物は明、東部、常盤平、小金地区で高い

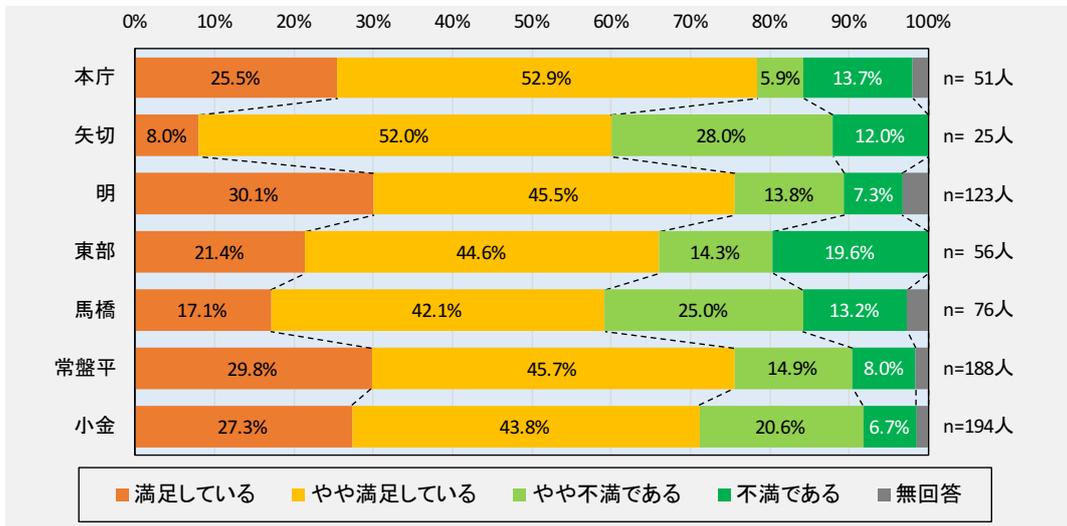
- ・自宅周辺での店舗利用状況は、「ほとんど自宅周辺」と「およそ半分は自宅周辺」での買い物を合わせると、明地区、東部地区、常盤平地区、小金地区では80%以上と高い割合となっています。
- ・一方、矢切地区と馬橋地区では、「あまり自宅周辺の店を利用していない」と「自宅周辺には店がない」の割合が高くなっています。



【地区別・日用品買い物における周辺店舗利用状況】 出典：松戸市商圏調査 H29.1

■自宅周辺での日用品の買い物は各地区とも半数以上が満足

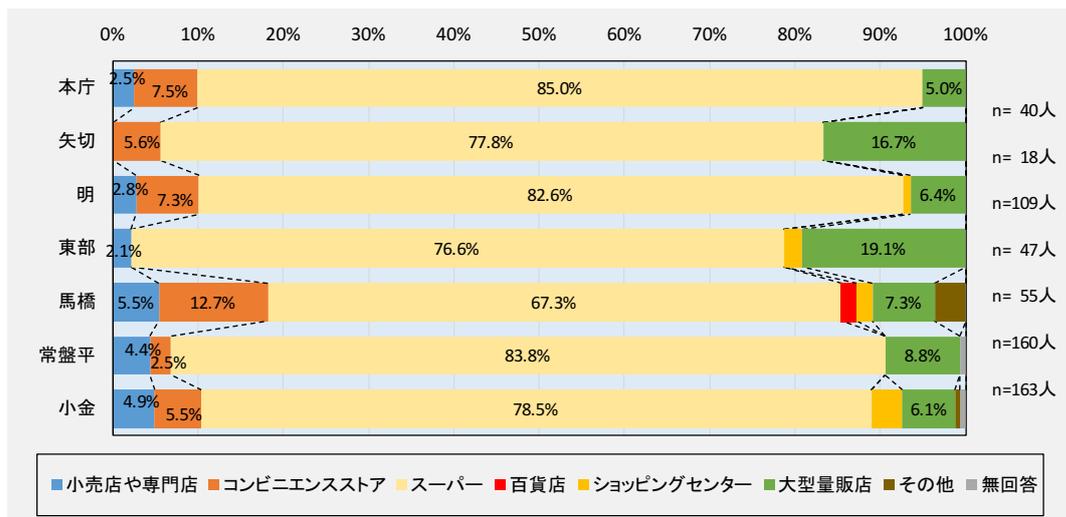
- ・自宅周辺での買い物の満足度は、各地区とも半数以上が満足（「満足」＋「やや満足」）と回答しています。
- ・一方、矢切地区と馬橋地区、東部地区では不満足（「やや不満である」＋「不満である」）の割合が高くなっています。



【地区別・住まい周辺での日用品買い物における満足度】 出典：松戸市商圏調査 H29. 1

■自宅周辺での買い物は「スーパー」が大半

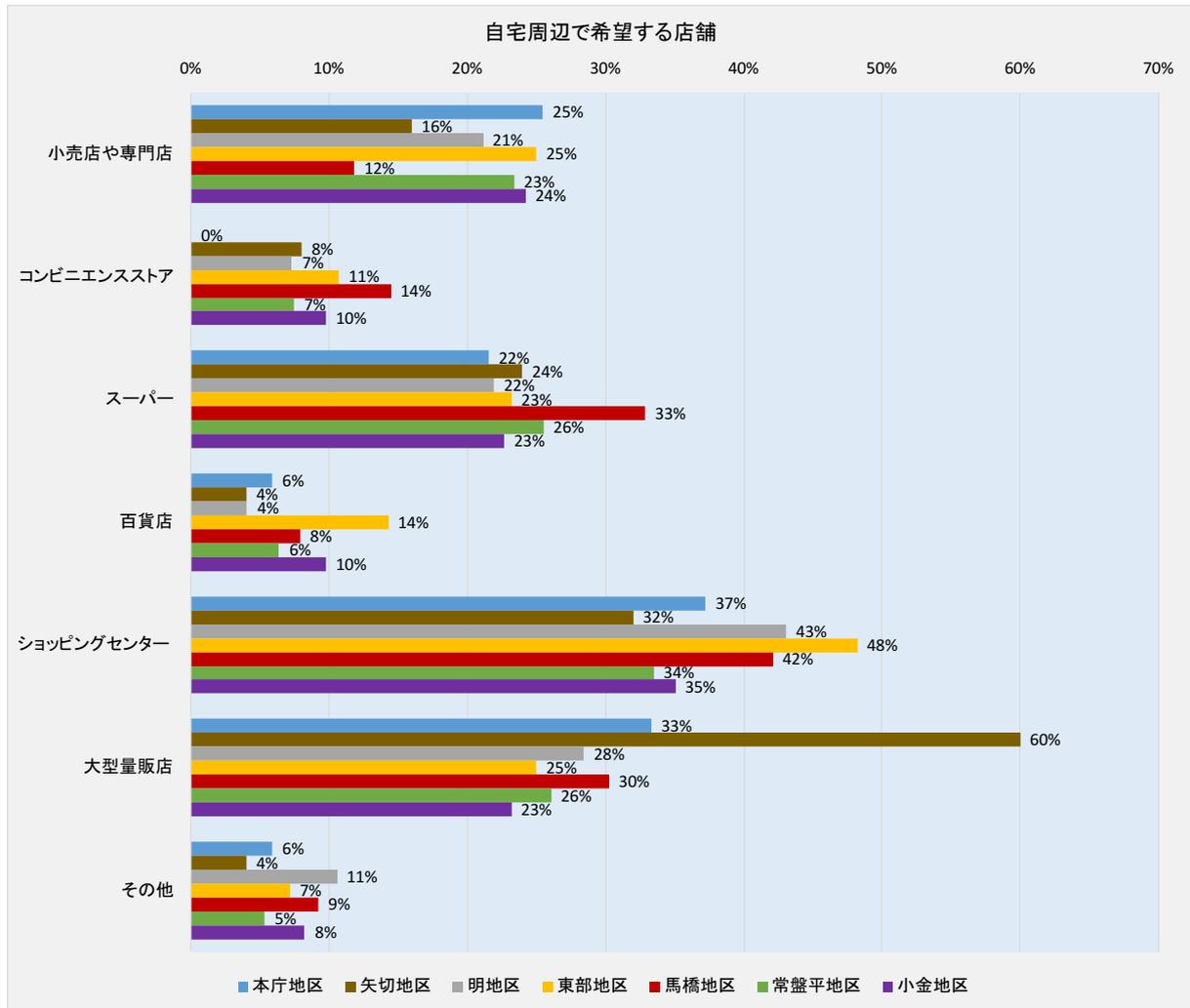
- ・自宅周辺で利用する店舗の業態は、各地区とも「スーパー」が最も多くなっています。
- ・また、馬橋では「コンビニエンス・ストア」、東部地区、矢切地区では「大型量販店」の割合が、他の地区よりも高くなっています。



【地区別・日用品買い物における利用店舗の形態】 出典：松戸市商圏調査 H29. 1

■自宅周辺で希望する店舗は「ショッピングセンター」

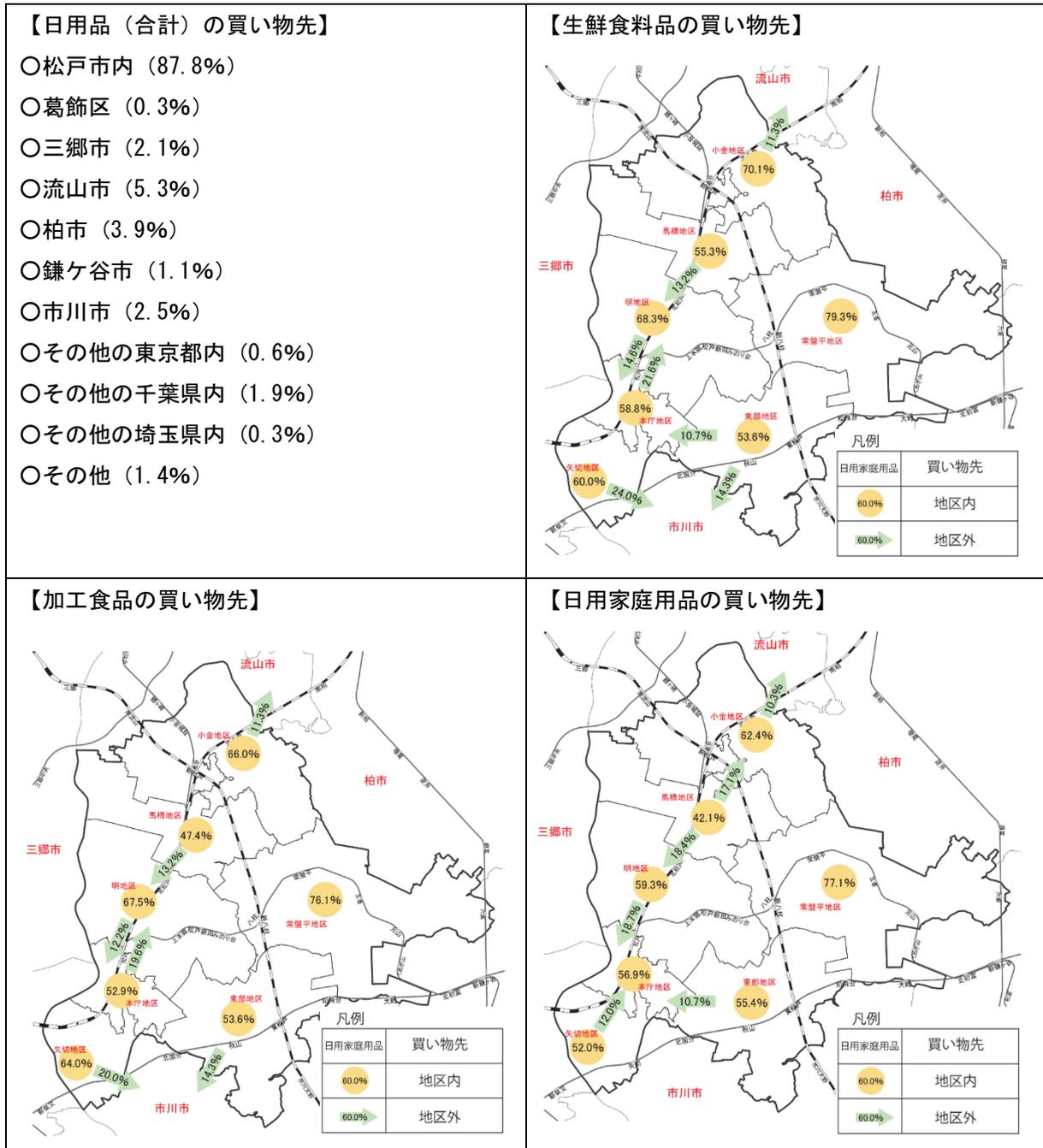
- ・自宅周辺で希望する店舗の業態は、矢切地区を除き、各地区とも「ショッピングセンター」が最も多くなっています。
- ・矢切地区では「大型量販店」、東部地区では「ショッピングセンター」、馬橋では「コンビニエンス・ストア」「スーパー」の割合が、他の地区よりも高くなっています。



【地区別・住まい周辺の店舗ニーズ】 出典：松戸市商圈調査 H29.1

■日用品は地区内のほか、本庁、明、小金地区等でも買い物

- ・日用品の買い物先は約9割が松戸市内となっているほか、流山市や柏市、市川市、三郷市等も買い物先となっています。
- ・また、本庁地区、明地区、小金地区は、市内の他の地区からの日用品の買い物先となっています。常盤平地区は約8割が地区内で日用品の買い物が行われています。

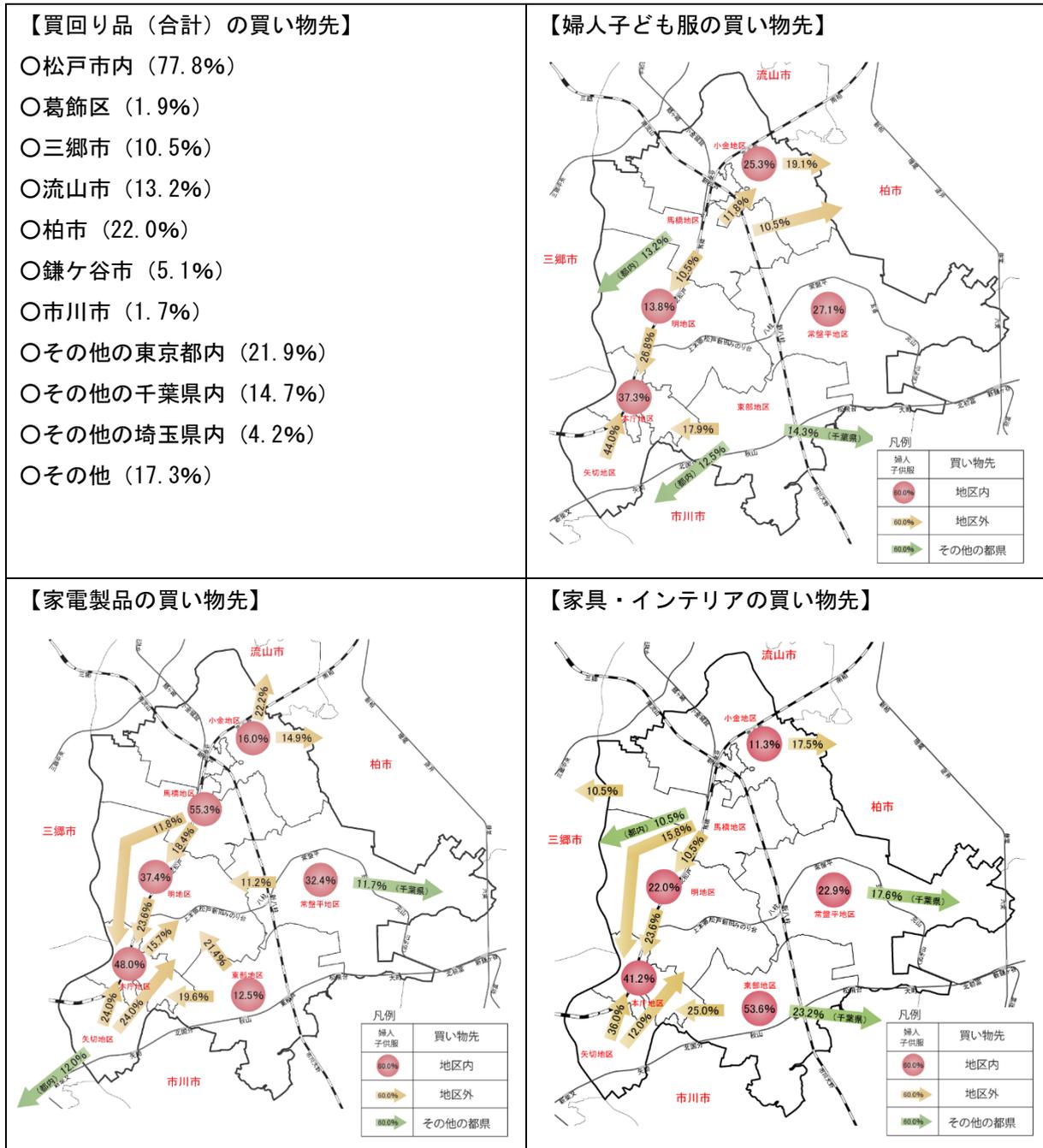


※松戸市は上位3位まで、地区は10.0%以上を占める買い物先。（ ）は割合

出典：松戸市商圏調査 H29.1 より作成

■買回り品は市内のほか、柏市や流山市、都内、千葉県内等でも買い物

- ・買回り品の買い物先は約 8 割が松戸市内となっているほか、柏市や流山市、三郷市、東京都内、千葉県内も買い物先となっています。
- ・また、本庁地区、明地区、小金地区は、市内の他の地区からの買回り品の買い物先となっています。



※松戸市は上位 3 位まで、地区は 10.0%以上を占める買い物先。()は割合

出典：松戸市商圏調査 H29.1 より作成

4-3. 地区別商業特性のまとめ

「地区別商業の状況」「地区別買い物行動等の状況」の分析結果を踏まえ、地区別の商業特性は以下のとおり整理されます。

《地区別商業特性のまとめ》

- ◇本庁地区、明地区、小金地区は他の地区から買い物先となっています。
- ◇本庁地区は、市内で1事業所あたりの小売業指標（年間販売額、従業者数、売場面積）が最も高い地区となっています。
- ◇矢切地区は大規模小売店舗が1店のみで、自宅周辺での買い物の満足度は低く、大型量販店への出店ニーズが高いほか、本庁地区や市川市でも買い物が行われています。
- ◇明地区は、市内で大規模小売店舗の数が最も多く、自宅周辺での買い物も多くなっています。
- ◇東部地区は、近年の小売店の開設が少ない状況にあります。自宅周辺での買い物は多くなっていますが満足度は低く、本庁地区や市川市でも買い物が行われています。
- ◇馬橋地区は、1事業所あたりの小売業指標が市内で最も低くなっています。コンビニエンス・ストアの利用割合が高いほか、明地区や小金地区でも買い物が行われています。
- ◇常盤平地区は、大規模小売店舗数が多く、自宅周辺での買い物も多くなっています。売場面積あたりの年間販売額は低くなっています。
- ◇小金地区は、大規模小売店舗数、小売店の開設は多く、自宅周辺での買い物も多くなっています。

以上の地区別の商業特性について「強み・弱み」と「買い物特性」として整理すると次の通りとなります。

【地区別の商業特性】

地区	強み（○）	弱み（●）	買い物特性
本庁地区	<ul style="list-style-type: none"> ○1事業所あたりの年間販売額が地区別で最も高い。 ○1事業所あたりの従業者数は地区別で最も高い。（東部と同値） ○1事業所あたりの売場面積は地区別で最も広い。 	—	<ul style="list-style-type: none"> ※自宅周辺での買い物はスーパーが8割を超えている。 ※自宅周辺に希望する店舗は、ショッピングセンター、大型量販店、小売店や専門店が高い。 ※日用品の買い物は、本庁地区の他、隣接する明地区で行われている。 ※買回り品の買い物は、本庁地区の他、明地区で行われている。 ※明地区、矢切地区、東部地区、馬橋地区からの買い物先となっている。

地区	強み (○)	弱み (●)	買い物特性
矢切地区	<p>○ 1事業所あたりの従業者数は市平均を上回り、平成 19 年～平成 26 年の増加率は最も高い。</p> <p>○ 小売業に占めるコンビニエンス・ストアの割合が地区別で高い。</p>	<p>● 1事業所あたりの年間販売額は地区別で馬場地区に次いで 2 番目に低い。</p> <p>● 個人経営事業所の割合が高い。</p> <p>● 平成 22 年以降の小売業事業所の開設は最も少ない。</p> <p>● 自宅周辺で買い物している割合が他地区と比べて低く、満足度も低い。 …矢切地区の大規模小売店舗は、マルエツ矢切駅前店の 1 店のみ</p> <p>● 日用品の買い物は、矢切地区の他、隣接する本庁地区、市川市で行われている。</p>	<p>※自宅周辺での買い物はスーパーの他、大型量販店の割合が他地区より高い。</p> <p>※希望する店舗としても 6 割が大型量販店をあげている。</p> <p>※買回り品の買い物は、矢切地区の他、本庁地区や明地区、東京都区区内で行われている。</p>
明地区	<p>○ 大規模小売店舗数が地区別で最も多い。 …17 店 (H26.7 現在) 松戸市内の大規模小売店舗一覧参照</p>	<p>● 1事業所あたりの従業者数は馬橋地区に次いで少ない。</p>	<p>※ほとんど自宅周辺の店で買い物をしている割合は、本庁地区に次いで高く、買い物先はスーパーが 8 割を超えている。</p> <p>※自宅周辺に希望する店舗は、ショッピングセンターや大型量販店が比較的多い。</p> <p>※日用品の買い物は、明地区の他、隣接する本庁地区で行われている。</p> <p>※買回り品の買い物は、明地区の他、本庁地区で行われている。</p> <p>※本庁地区、馬橋地区、東部地区からの買い物先となっている。</p>
東部地区	<p>○ 1事業所あたりの年間販売額が市平均を上回る。</p> <p>○ 1事業所あたりの従業者数は地区別で最も高い。(本庁と同値)</p>	<p>● 平成 22 年以降の小売業事業所の開設は矢切地区に次いで少ない。</p> <p>● 自宅周辺で買い物している割合は 8 割を超えているが、満足度は低い。</p> <p>● 日用品の買い物は、東部地区の他、隣接する本庁地区や市川市で行われている。</p>	<p>※自宅周辺での買い物は、スーパーの他、大型量販店の割合が他地区より高い。</p> <p>※希望する店舗はショッピングセンターへの要望が他地区と比較して高い。</p> <p>※買回り品の買い物は、東部地区の他、本庁地区や明地区、東京都区区内、千葉県内で行われている。</p>

地区	強み (○)	弱み (●)	買い物特性
馬橋地区	○小売業に占めるコンビニエンス・ストアの割合が地区別で高い。	●1事業所あたりの年間販売額、従業者数、売場面積は地区別で最も低い。 ●個人経営事業所の割合が高い。 ●自宅周辺で買い物している割合が相対的に低く、満足度も低い。	※コンビニエンス・ストアが他地区より利用されている。 …馬橋地区の大規模小売店舗は、マツモトキヨシ、東武ストアの2店のみ ※希望する店舗は、スーパーやコンビニエンス・ストアを望む割合が他地区と比較して高い。 ※日用品の買い物は、馬橋地区の他、隣接する明地区、小金地区で行われている。 ※買回り品の買い物は、馬橋地区の他、本庁地区や小金地区、明地区、東京都区内、柏市、三郷市で行われている。
常盤平地区	○1事業所あたりの年間販売額が市平均を上回る。 ○1事業所あたりの売場面積は本庁地区に次いで2番目に広い。 ○平成22年～平成26年に開設された小売店事業所数が本庁に次いで多い。	●売場面積あたりの年間販売額が地区別で最も低い。	※ほとんど自宅周辺で買い物をしている割合は、本庁地区、明地区に次いで高い。 …常盤平地区の大規模小売店舗数は15店(H26.7現在)で明地区に次いで多い ※自宅周辺での買い物はスーパーが8割を超えている。 ※希望する店舗は、ショッピングセンターや大型量販店、スーパー等である。 ※日用品の買い物は、常盤平地区で行われている。 ※買回り品の買い物は、常盤平地区の他、明地区や千葉県内で行われている。
小金地区	○平成22年～平成26年に開設された小売店事業所数が本庁、常盤平地区に次いで3番目に多い。	●日用品の買い物は、小金地区の他、隣接する流山市で行われている。	※自宅周辺で買い物している人は比較的多く、買い物先はスーパーが多い。 …小金地区の大規模小売店舗数は12店(H26.7現在)で明地区、常盤平地区に次いで多い ※希望する店舗は、ショッピングセンターの他、小売店や専門店も比較的多い。 ※買回り品の買い物は、小金地区の他、柏市、流山市で行われている。

【松戸市内の大規模小売店舗一覧（平成 26 年 7 月現在）】

NO.	地区名	店舗名称	住所	店舗面積 (㎡)	開店日
1	本庁	伊勢丹松戸店(H30.3.21閉店)	松戸市松戸1307-1 ほか	31,268	S49.4.19
2		アトレ松戸	松戸市松戸1181番地	8,472	S52.4.2
3		ピアザ松戸	松戸市松戸1230-1	7,822	S52.10.29
4		ブルーレ松戸	松戸市松戸1142番地3	19,904	S55.6.1
5		ライフ松戸二十世紀ヶ丘店	松戸市二十世紀が丘中松町97番地 ほか	2,448	S63.9.9
6		ニトリ松戸店	松戸市松戸2301-1 ほか	5,004	H16.4.9
7		ヤマダ電機テックランド松戸店	松戸市松戸2289番地3	6,064	H20.8.11
8	矢切	マルエツ矢切駅前店	松戸市栗山19-1 ほか	2,611	H11.3.20
9	明	オリンピック馬橋店	松戸市栄町8-691	2,350	S53.1.20
10		ダイエー松戸西口店	松戸市根本4-2	10,056	S52.6.30
11		島忠ホームセンター松戸店	松戸市古ヶ崎2477-1	4,215	H6.4.22
12		ハローマート松戸店	松戸市松戸新田575-25 ほか	1,096	S54.10.13
13		マルエツ上本郷店	松戸市仲井町2-57-1	1,429	S52.6.9
14		マルエツ栄町店	松戸市栄町6-384 ほか	1,499	S50.11.20
15		マルエツ北松戸店	松戸市上本郷2220-1	1,420	S53.5.16
16		ハローマート北松戸店	松戸市北松戸2-6-1 ほか	1,392	H2.11.9
17		TAIRAYAみのり台店	松戸市稔台1-30-1 ほか	1,076	H4.11.14
18		ケーヨーデイツー稔台店	松戸市松戸新田436-1	1,949	S58.4.21
19		ヤマダ電機テックランド上本郷店	松戸市上本郷2617-1	1,102	H5.3.1
20		いなげや松戸新田店	松戸市松戸新田418-5	1,455	H6.10.7
21		イエローハット松戸南花島店	松戸市南花島4-69-5 ほか	1,103	H7.4.26
22		ベルクス北松戸店	松戸市栄町2-73-2	1,999	H10.5.8
23	コジマ×ビックカメラ松戸店	松戸市緑ヶ丘1-121-2	2,819	H12.12.10	
24	コモディイダ松戸新田店	松戸市松戸新田62番1 ほか	1,717	H17.4.23	
25	グリーンマークシティ松戸新田	松戸市松戸新田245番1 ほか	4,200	H19.9.12	
26	東部	マルエツ高塚店	松戸市高塚新田165-1 ほか	2,190	S52.3.17
27		ホームプラザワイアンドジェイ	松戸市大橋403-7	1,219	H3.7.19
28		マミーマート松戸高塚新田店	松戸市高塚新田160番45 ほか	2,441	H13.12.14
29		ベルク松戸秋山店	松戸市秋山123	2,075	H19.6.7
30		ファッションセンターしまむら八柱店	松戸市河原塚507番14 ほか	2,049	H21.7.2
31		ホームセンターマツモトキヨシニッ木店	松戸市八ヶ崎8-34-3	3,443	H8.4.26
32	馬橋	東武ストア馬橋店	松戸市西馬橋蔵元町2番地1	1,340	H22.11.2
33		ザ・プライス五香店	松戸市常盤平5-22-3 ほか	6,149	S47.11.20
34	常盤平	西友常盤平店	松戸市常盤平3-11-2 ほか	13,851	S49.12.10
35		イトーヨーカドー八柱店	松戸市日暮1-15-8 ほか	7,724	S57.10.1
36		オウル五香	松戸市五香8丁目44番地7 ほか	11,153	H4.4.17
37		サンキ松飛台店	松戸市松飛台205 ほか	1,432	S54.1.13
38		アコレ常盤平2丁目店	松戸市常盤平2-24-2 ほか	1,139	S35.4.1
39		株式会社トップ常盤平店	松戸市常盤平3-1-1	1,234	S51.9.20
40		ケーヨーデイツー串崎店	松戸市串崎新田218番地6 ほか	2,138	H3.10.24
41		ヤマダ電機テックランド五香店	松戸市五香西2-3-1 ほか	1,461	H4.10.10
42		マルエツ牧の原店	松戸市牧の原2番地10 ほか	1,717	H8.11.7
43		ユニディ松戸ときわ平店	松戸市牧の原2番1 ほか	6,136	H15.6.19
44		ベルクス五香店	松戸市五香8丁目12番地1 ほか	1,864	H15.10.10
45		ベルクス松飛台店	松戸市松飛台193番1 ほか	1,963	H15.9.6
46		ファッションセンターしまむら六高台店	松戸市六高台1丁目103 ほか	1,110	H22.8.2
47		ヨークマート六高台店	松戸市六高台7丁目98-1ほか	2,026	H23.2.2
48	小金	ダイエー新松戸店	松戸市新松戸3-2-2	15,575	S56.11.20
49		イオン北小金	松戸市小金1番地	11,628	H6.3.1
50		リブレ京成小金原店	松戸市小金原6-2-13	1,465	S44.10.25
51		マルエツ小金原店	松戸市小金原7-18-3	1,256	S52.6.17
52		コモディイダ新松戸店	松戸市新松戸5丁目138番地 ほか	1,673	S54.2.9
53		コモディイダ北小金店	松戸市小金40-1	1,396	S54.10.10
54		富士ガーデン新松戸	松戸市新松戸5-134	1,137	S56.4.4
55		サンドラッグ小金原店	松戸市小金原6-5-1	1,697	S53.7.1
56		プチモールニッ木	松戸市ニッ木1782-1	5,523	H12.11.17
57		ゴルフファイン松戸店	松戸市ニッ木529 ほか	1,150	H16.3.4
58		マルエツ新松戸店	松戸市新松戸7-2 ほか	1,343	H8.4.4
59	コープ新松戸店	松戸市新松戸4丁目124番	1,842	H21.8.4	
店舗面積計				246,009	

※千葉県大規模小売店舗立地名簿に基づき松戸市で作成。ただし、建物名については、市の調査に基づいて変更しています。(平成 26 年 7 月現在)

※商業統計調査による売場面積と大規模小売店舗立地法に基づく届出による売場面積は、算出方法が異なります。

※開店日は、以前に存在していた店舗の開店日になっているものがあります。

出典：松戸市商業構造基本調査・商圈調査事業委託報告書（平成 29 年 1 月）

第3章 松戸市の取組状況

1. 上位計画および関連計画における商業の方向性

行政運営やまちづくりの指針となる松戸市総合計画等の上位計画および関連計画で示されている商業振興に係る方向性について明らかにし、「商業ビジョン」との整合を図ります。

計画名	商業の方向性
松戸市総合計画-後期基本計画	<ul style="list-style-type: none"> ●商店会の支援 ・意欲的な商店会が行う販売促進活動（イベント開催等）、街路灯やアーチ等、商店街の賑わいを創出する共同施設整備、商店街の空き店舗対策等に対する支援を行う。商店会の活性化に向けた指導育成や法人化の支援に努める。
松戸市都市計画マスタープラン	<ul style="list-style-type: none"> ●個性ある商業地の整備 ・各駅周辺は、それぞれの商業地としての特性を考慮し、地元商業者の意向をふまえながら、交通基盤の整備や安全・快適な歩行者空間づくり、商業機能の立地誘導等を進め、個性的で魅力ある「生活拠点」に育成する。
松戸市立地適正化計画	<ul style="list-style-type: none"> ●空き店舗の有効利用のための支援 ・商店街については、入居するテナントへの支援、コミュニティ機能を兼ねた店舗として活用する取り組みへの支援等を今後も実施し、賑わい・活力のある拠点形成につなげていく。 ●商店街等の魅力付けのための支援 ・商店街の魅力をより高めるための施策として、商店会のホームページや商店街マップの作成支援、ポイントカードシステムの導入支援や、歳末セール等の共同事業への支援も推進していく。
松戸市総合戦略	<ul style="list-style-type: none"> ●商店街の活性化支援 ・官民連携によるエリア開発を促進するため、その担い手となるまちづくり会社等の財源確保・資金調達手段の多様化を支援し、BIDの検討、まちづくり人材の確保・育成、空き家・空き店舗の利活用の促進、オープンカフェ設置による賑わい創出等、エリアマネジメント活動の推進を図る。 ・商業に係る基本調査を実施するとともに、商店会を対象とした講習会を開催する等、中心市街地の活性化を図る。 ・販売促進事業や空き店舗の活用により商店街の活性化を図る。
松戸市商工業等振興基本方針	<ul style="list-style-type: none"> ●商店街等の商業の振興 ・商店街の賑わいを創出し、地域コミュニティの拠点として振興を図るため、個店の魅力向上、後継者の確保・育成や共同事業の実施を支援していく。
松戸市商業振興条例	<ul style="list-style-type: none"> ●商店会への支援施策 ・街路灯等の設置修繕に関する共同施設支援 ・イベントや販売促進活動等の実施に関する共同事業支援 ・ポイントカードシステム導入に関する情報化支援 ・商店会の法人の設立ならびに運営に関する補助等の支援 ・空き店舗対策支援 ●事業者への支援施策 ・中小企業に対する経営相談等の支援

《上位計画および関連計画から示される商業振興の方向性のまとめ》

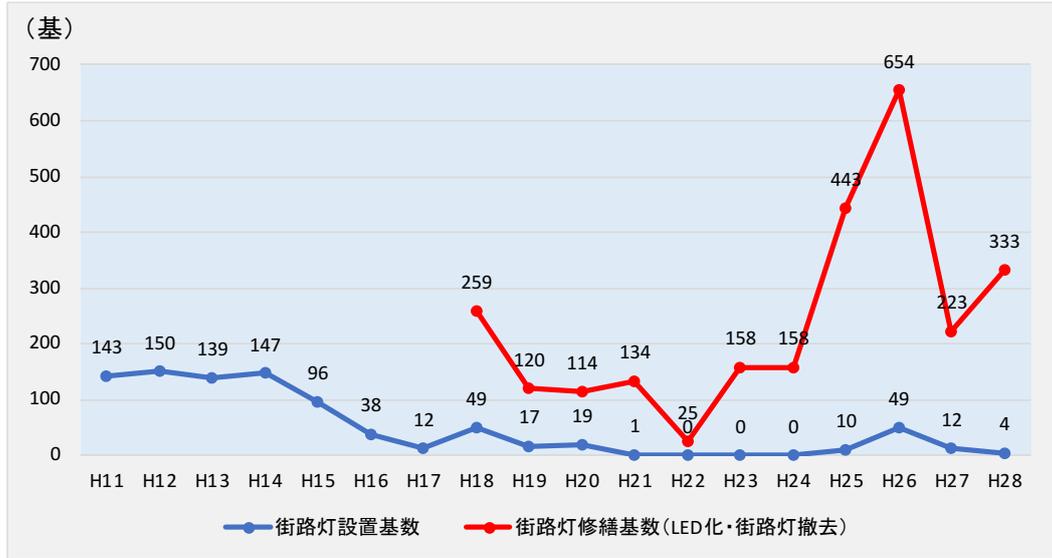
- ◇松戸市では、駅周辺や商店会・商店街を対象とした商業活性化の方向が示されています。
- ◇商業振興に係る支援の方向は、「販売促進活動」「商店街環境整備」「空き店舗対策」「人材育成・後継者育成」「法人化・経営」等に関して方針を示しています。

2. 商業振興に関わる支援事業の取組状況

本市では、商業の振興と商店街の活性化を目的として、「商店街への支援」「空き店舗対策」「中小企業支援」等の補助・支援制度を設置しています。

■街路灯のLED化・街路灯の撤去への支援が増加

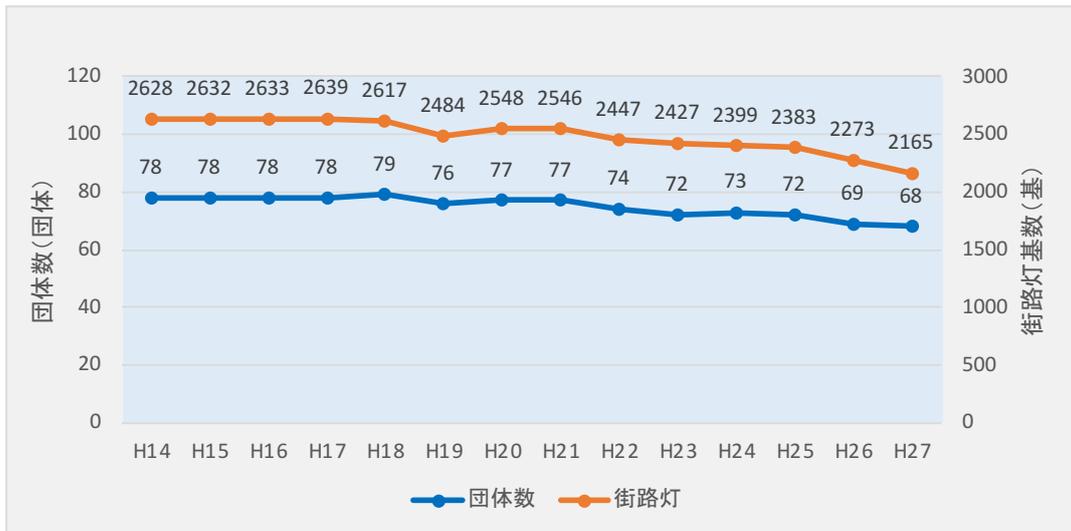
- ・商店会等による街路灯の設置への支援は、平成15年度以降は減少しています。一方、平成25年度以降、商店会等が維持管理している街路灯のLED化や街路灯の撤去への支援が増えています。



【街路灯設置・修繕補助の推移】 出典：商工振興課資料

■街路灯の維持管理費への支援は緩やかに減少

- ・商店会等が設置した街路灯の電気料の一部補助は、商店会数・街路灯数ともに緩やかに減少傾向にあります。



【街路灯維持管理費補助の推移】 出典：商工振興課資料

■空き店舗対策への支援は新松戸駅、松戸駅、八柱駅、馬橋駅周辺で実施

- ・空洞化等により衰退しつつある商店街の振興、発展を図るため、商店会が行う空き店舗対策事業を支援しており、松戸駅、五香駅、北小金駅、新松戸駅、八柱駅、馬橋駅周辺での取組への支援が行われています。

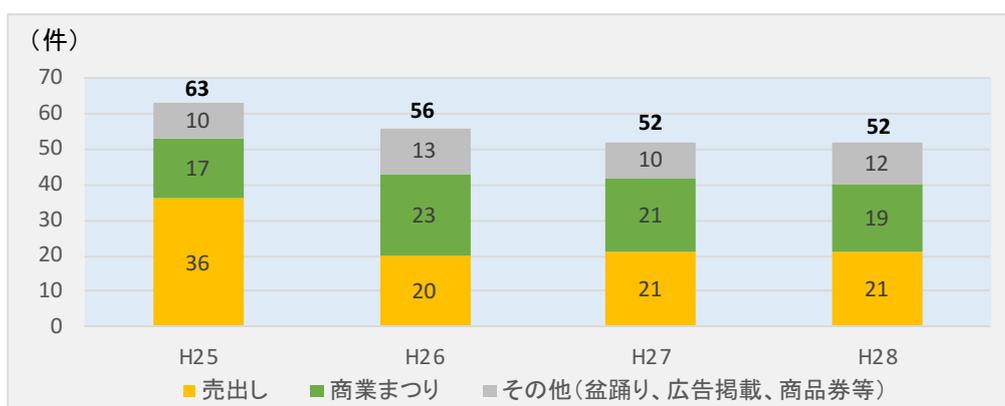
【空き店舗対策事業実績】

実施年度	事業名称	実施主体
H13～H15	テナントミックス事業（青果店）	樋野口商店会
H14～H16	らーめん寺子屋	五香さくら通り商店会
H14～H16	創業者支援事業	五香さくら通り商店会
H17～H18	ボックスショップ	協同組合北小金ピコティ名店街
H22～H23	かえでステーション	新松戸4丁目商店会
H23～H25	松戸探検隊ひみつ堂	松戸探検隊ひみつ堂有限責任事業組合
H25～H27	コミュニティ・コスプレスタジオ事業	八柱駅前中央商店会
H27～H29	地域情報コミュニティ館「すぐやる馬橋」	馬橋本通り商店会

出典：商工振興課資料

■商店会による行事開催等へのソフト支援策を実施

- ・商店会が実施する売出しや商業まつり等への支援を行っています。



【商店会による行事開催等への支援の推移】 出典：商工振興課資料

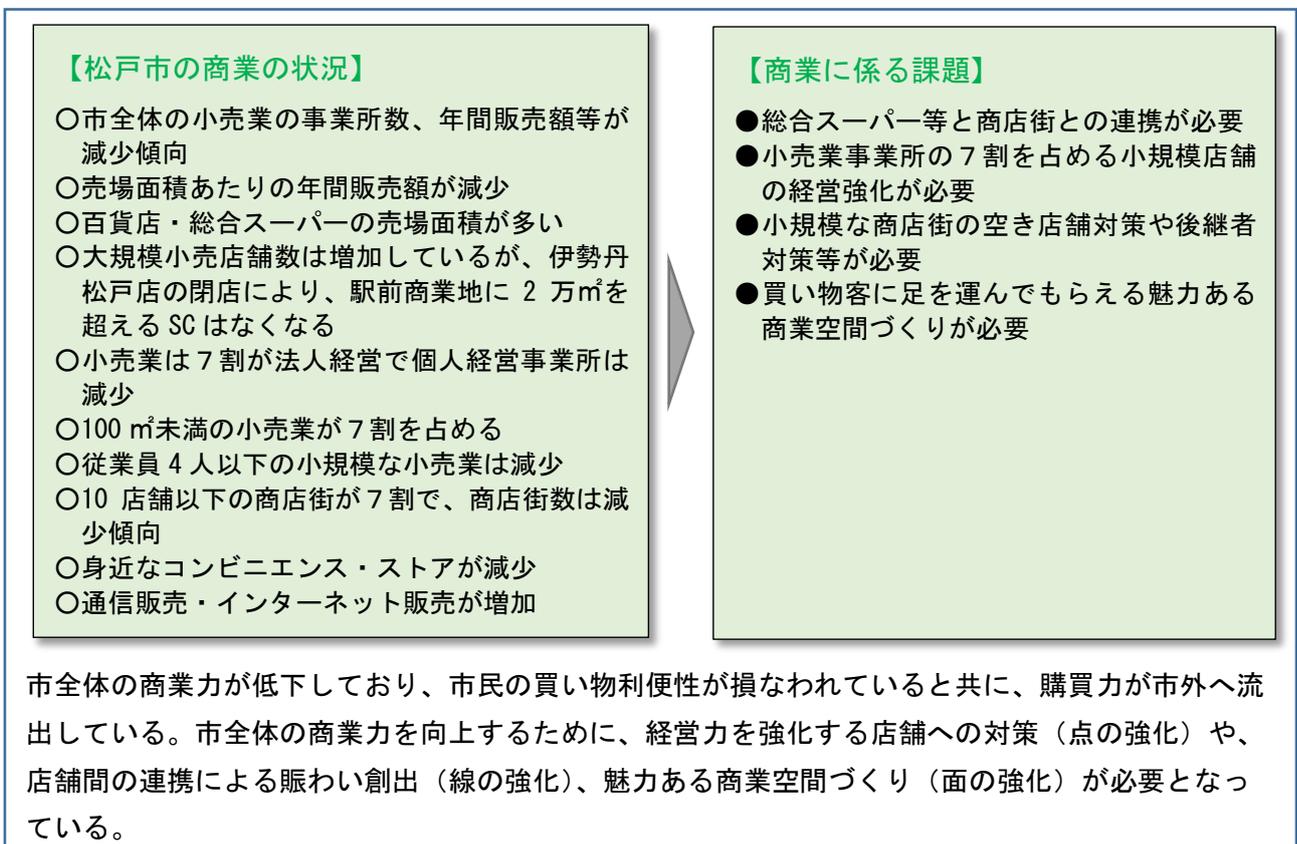
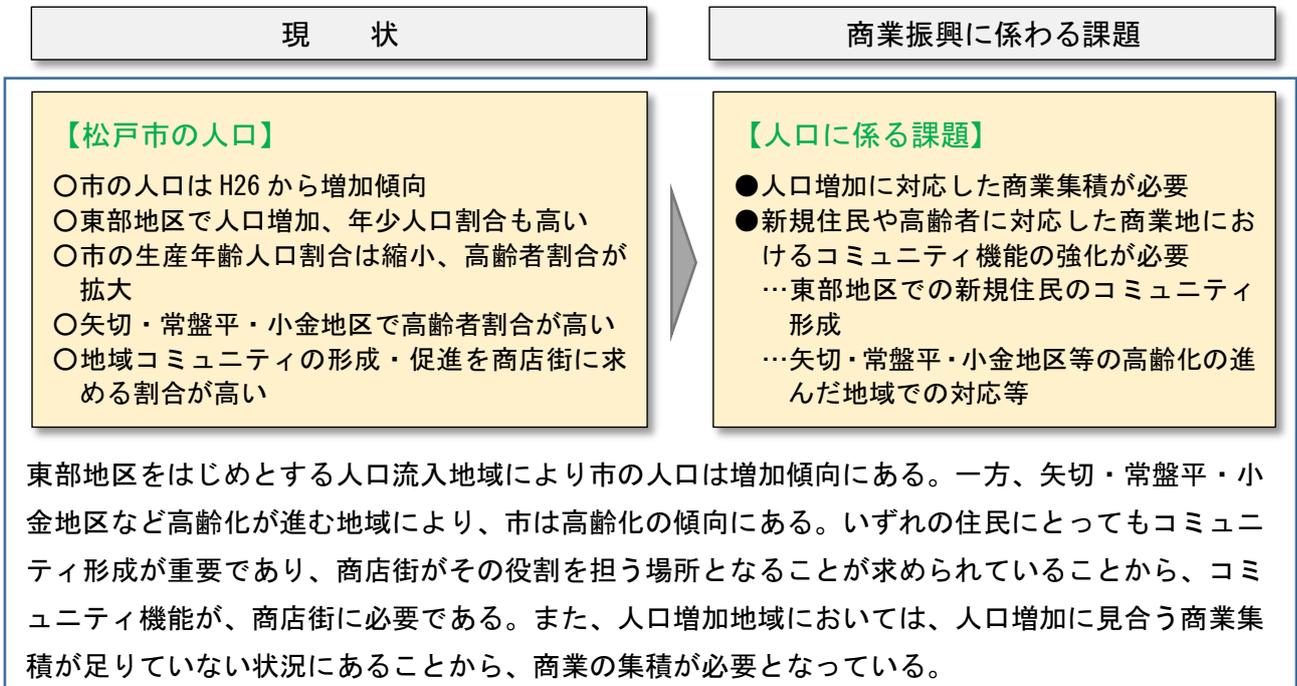
《商業に係わる支援事業のまとめ》

- ◇街路灯設置等の支援実績は減少し、街路灯のLED化や街路灯の撤去への支援が増えています。
- ◇空き店舗対策への支援は、駅周辺の商店街の活用実績が多くなっています。
- ◇商店街の活性化のための行事開催等へのソフト支援策が行われています。

第4章 市全体の商業振興方針

1. 商業振興に関わる課題

「第2章 松戸市の商業の状況」「第3章 松戸市の取組状況」の内容を受け、本市の商業振興に係る主要課題を整理すると以下の通りとなります。



現 状

商業振興に係わる課題

【松戸市の商圈の状況】

- 柏市や流山市等で SC の開店が活発化
- 松戸市内では近年 SC の出店はない
- 松戸市は、三郷市、市川市、鎌ヶ谷市、流山市、葛飾区等から買い物客を吸引
- 柏市、流山市、三郷市等の商圈に買い物客が流出

【商圈に係る課題】

- 柏市、流山市、三郷市への消費流出を抑える商業機能の充実や魅力づくりが必要

隣接市では SC の開店が活発化している一方で、松戸市では商業力が低下しており、市民の購買力が市外へ流出し始めている。市外へ行かなくても、市内で買い物ニーズを満たすことができる商業機能の充実や、魅力づくりが必要となっている。

【地区別商業の状況】

- 本庁地区、明地区、小金地区は他の地区から買い物先となっている
- 本庁地区は、1事業所あたりの小売業指標が最も高い
- 矢切地区は大規模小売店舗が1店のみで、コンビニエンス・ストアの割合が高い。自宅周辺での買い物は少なく、本庁地区や市川市でも買い物が行われる
- 明地区は、大規模小売店舗数が最も多く、自宅周辺での買い物も多い
- 東部地区は、小売店の開設が少ない。自宅周辺での買い物は多いが満足度は低く、本庁地区や市川市でも買い物が行われる
- 馬橋地区は、1事業所あたりの小売業指標が最も低い。コンビニエンス・ストアの割合が高く、自宅周辺での買い物は少ない。明地区や小金地区でも買い物が行われる
- 常盤平地区は、大規模小売店舗数が多く、自宅周辺での買い物も多い
- 小金地区は、大規模小売店舗数、小売店の開設は多く、自宅周辺での買い物も多い

【地区に対する課題】

- 周辺地区へ日用品等の買い物が流出している地区は、自宅周辺での買い物環境の充実が必要

地区によっては自宅周辺での買い物が少ない地区があり、日常的な買い物利便性が満たされておらず、地区外へ購買力が流出していることが窺える。周辺地区へ日用品等の買い物が流出している地区は、買い物環境の充実を図り、商業機能の衰退を防ぐことが必要である。

ただし、地区により小売業指標（事業者数、従業者数、年間販売額）や自宅周辺での買い物環境が大きく異なることから、商業地の特性に応じた活性化が必要である。

⇒第5章拠点別の商業振興方針へ

現 状

商業振興に係わる課題

【松戸市の商業支援の状況】

- 駅周辺や商店街を対象とした活性化方針
- 「販売促進活動」「商店街環境整備」「空き店舗対策」「人材育成・後継者育成」「法人化・経営」等への支援
- 街路灯設置から LED 化へ支援実績が移行
- 駅周辺商店街での空き店舗対策実績が多い
- 行事開催等へのソフト支援策を実施

【商業支援に対する課題】

- 商店街だけでなく、商業地として、まちづくりと一体となった活性化が必要
- 事業者ニーズの変化に応じた支援の重点化が必要
…ハード整備から施設の維持管理やソフト事業への転換等

これまでの支援では、駅周辺や商店街を支援してきたが、これからは市全体の商業力を底上げするために、商業空間全体の強化が必要である。

また、「街路灯の設置支援」等の商業環境整備（ハード）への支援だけでなく、事業者ニーズに対応し、まちづくりと一体となった、「商店会の組織力強化」等の商業活動（ソフト）支援が必要である。

2. 商業振興の基本方針

本市の商業の現状と課題を踏まえ、松戸市における商業振興の基本理念・基本方針を以下の通り設定します。

2-1. 基本理念・基本方針

商業振興の基本理念

市民の暮らしを支える商業の振興 ～商業地の魅力と利便性の向上～

本市には、総合スーパーや商店街等が、駅周辺や団地内、ロードサイド等に点在し、日用品等の買い物の利便性は比較的高い環境にあります。

しかし、近年の社会経済情勢の変化により、本市の小売業における事業所数や年間販売額等は減少しています。

さらに、周辺都市で大型ショッピングセンターの立地が相次いでおり、商業地の地域間競争が激しくなっています。

このため、商業施設の活性化、地域資源との連携等により、他都市との差別化を図り、商業地としての魅力の向上を図ります。

また、市内の身近な商業地である商店街は、10店舗以下の小規模な集積が多く、さらに店舗数の減少も進んでいます。

このため、定住人口の増加や高齢社会が進行する本市では、こうした身近な買い物先となる商店街・個店の経営力やコミュニティ機能の強化により、自宅周辺での買い物の利便性の向上を図ります。



商業振興の基本方針

商業振興に係わる課題の解決のための商業振興の基本方針は以下の通りとなります。

商業振興に係わる課題

【課題 1】

- 人口増加に対応した商業集積が必要
- 新規住民や高齢者に対応した商業地におけるコミュニティ機能の強化が必要

【課題 2】

- 総合スーパー等と商店街との連携が必要
- 小売業事業所の7割を占める小規模店舗の経営強化が必要
- 小規模な商店街の空き店舗対策や後継者対策等が必要
- 買い物客に足を運んでもらえる魅力ある商業空間づくりが必要

【課題 3】

- 柏市、流山市、三郷市への消費流出を抑える商業機能の充実や魅力づくりが必要

【課題 4】

- 周辺地区へ日用品等の買い物が出ている地区は、自宅周辺での買い物環境の充実が必要

【課題 5】

- 商店街だけでなく、商業地として、まちづくりと一体となった活性化が必要
- 事業者ニーズの変化に応じた支援の重点化が必要

基本方針

(課題 2・5 より)

事業者ニーズを踏まえた個店に対する経営支援や、商業地全体が連携して取り組むまちづくり活動への支援により、小規模店舗の弱体化や店舗数の減少を抑制し、地域の組織力を強化することが必要

基本方針 1

活動体制・経営力の強化による持続的発展

- ・各小売店の連携・協働により商店会としての活動体制の強化を図るとともに、商店街と大型店の連携、地域全体が共通の目標を持って実施するソフト事業等を促進します。
- ・社会経済情勢の変化にも対応できるように個店の経営力の強化を図るとともに、新たな消費者ニーズに対応した起業を促進します。

(課題 2・3・4 より)

魅力ある商業空間の形成により、日用品をはじめとする買い物環境の充実を図り、市外への消費流出を抑制することが必要

基本方針 2

商業空間の魅力アップによる地域内消費の促進

- ・大型商業施設を含め、市民ニーズに合った商業施設の充実を図るとともに、商業地の景観を損ねる空き店舗の有効活用を図ります。
- ・消費者のライフスタイルの変化等を踏まえた、魅力ある店づくりとともに、市内の観光資源との連携により地域全体の魅力の向上を図ります。

(課題 1 より)

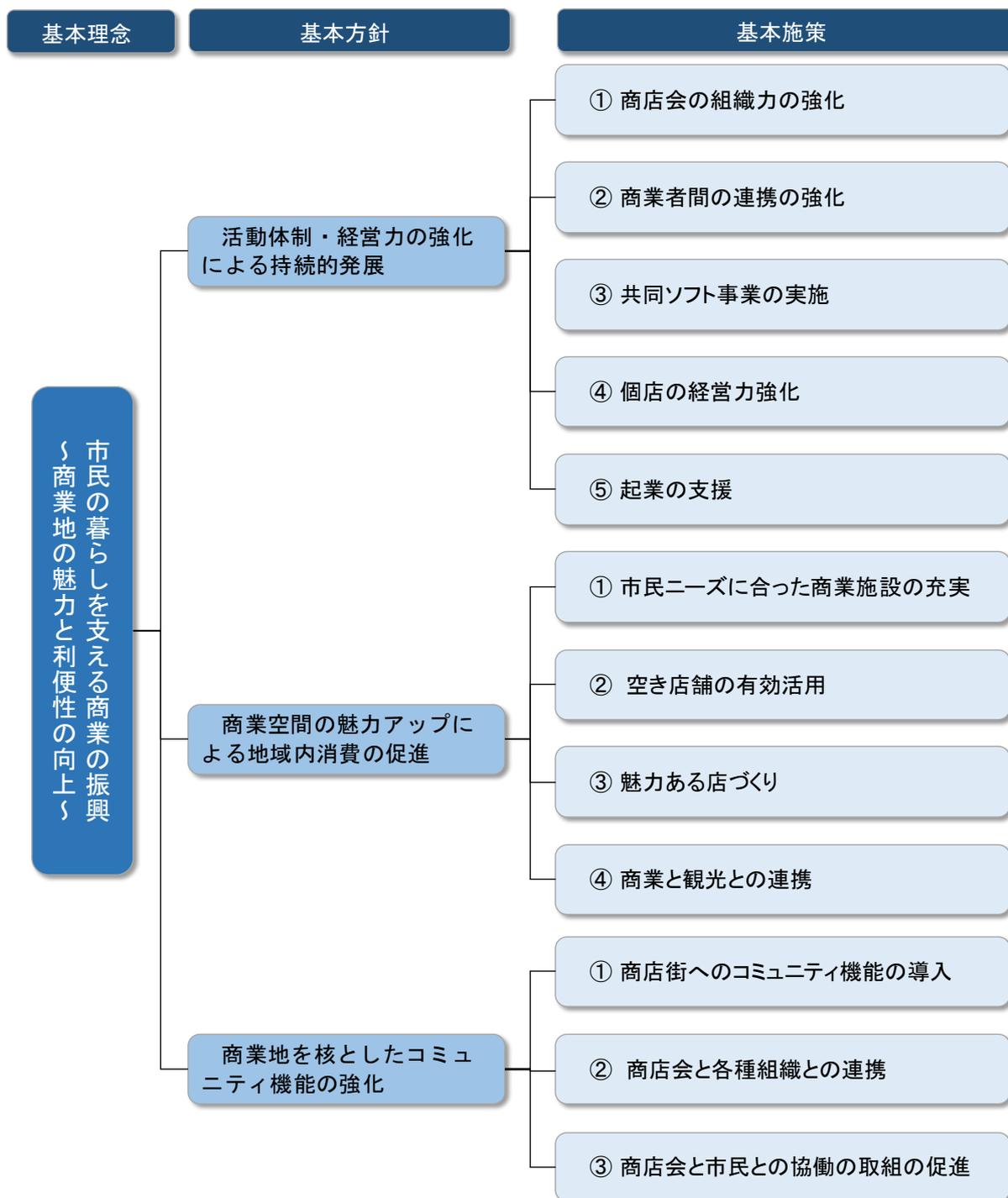
人口増加に対応した商業集積と、商業空間を活かしたコミュニティ機能の充実が必要

基本方針 3

商業地を核としたコミュニティ機能の強化

- ・商業地において、若者から高齢者まで多様な世代が集い憩えるコミュニティ機能を導入するとともに、商店会と地域の各種組織（大学、自治会等）や市民が協力して地域の問題解決を図る取組を促進します。

(基本方針の体系)



2-2. 基本施策・事業

基本方針Ⅰ 活動体制・経営力の強化による持続的発展

基本施策① 商店会の組織力の強化

- ② 商業者間の連携の強化
- ③ 共同ソフト事業の実施
- ④ 個店の経営力強化
- ⑤ 起業の支援

基本施策① 商店会の組織力の強化

商業者の商店会への加盟促進や後継者となる人材の育成を行い、商店会の組織力を強化します。

【構想事業】

●法人商店会の支援【継続】

商業者が自立的な活性化策を推進出来るよう、専門家の派遣等を行い、商店会の財政基盤の強化を図るとともに、商店会への加入率を高め、商店街振興組合等の法人化を推進します。

●商店会に対する講習会の開催【継続】

商店街の問題解決や経済状況、社会情勢の変化への対策について、講習会の実施や視察の支援等を行うことで、商店会の活性化を図ります。

●若手商業者の育成【新規】

松戸市の商業を担う若手後継者の育成、商店会リーダーの養成等を促進します。

基本施策② 商業者間の連携の強化

商店会同士や商店会と大型店、同業種間等の連携による商業振興に向けた取組や組織づくりを推進します。

【構想事業】

●商店会間の連携【継続】

松戸市の商業の魅力を高めるため、商店会同士が連携した取組を推進します。

●商店会と大型店の連携【継続】

商店会と大型店等が行う環境美化活動や共同販促事業、連携組織づくり等を推進します。

●同業種・他業種との交流の促進【新規】

同業種・他業種の商業者間の交流の場を設け、経営技術等の情報交換や共通イベントの開催等を支援します。

【商店会と大型店との連携イメージ】

☞参考となるポイント：駅前等に開発余地が少なく、周辺都市の商業地との地域間競争が激しい松戸市では、大型店と商店街が連携してまちぐるみで商業機能の魅力を高めていくことも効果的です。

①環境美化活動

- ・一斉清掃（商店街区全体を決まった日時に一斉に清掃する）
- ・花いっぱい運動（商店街区を花で彩り、来街者に癒し等を提供する）

②販売促進（協働イベント）

- ・年定例（年末）売出し、月例（特売日）売出し、イベント（祭り・縁日）、共通商品券、スタンプ発行、クレジットカード・ポイントカード、共同装飾、共同宣伝（共同チラシ・広告）、ミニコミ誌発行、カタログ販売、インターネット販売、ホームページの作成等

③適正業種の配置（テナントミックス）

- ・商店街が全体として目指すべき方向と諸施設の役割分担を明確化したうえで、整備する施設（大型店）のコンセプトを特定する。

④地域に適合する商品政策（マーチャンダイジング）

- ・市場ニーズの把握、ターゲットおよびコンセプトの設定、販売促進活動等の導入等

⑤防犯対策

- ・地域パトロールの実施、民間交番の設置、監視カメラの設置

出典：大型店と商店街が共棲を目指すモデル事業報告書（H18.3、千葉県商工労働部経営支援課）

基本施策③ 共同ソフト事業の実施

販売促進イベントや商業地の情報発信等の共同ソフト事業への支援を行います。

【構想事業】

●商店街共同事業への支援【継続】

来街者を増やすために商店会等が実施する共同イベント等の販売促進活動等を支援し、経済振興を図ります。

●魅力ある商店街情報の発信【継続】

各商店会のイベント情報の発信やホームページ・商店会マップの作成等を支援します。

●補助事業の利用促進【継続】

商店街活性化に関連する、国、県等のソフト事業に関連する支援制度についての情報を提供し、利用を促進します。

【取組事例】スマートフォンで商店街情報を提供（北海道札幌市）

☞参考となるポイント：スマートフォンで商店街の情報やお得なサービスを提供することも効果的です。

- ・南平岸商店街振興組合は、南平岸に特化した地域アプリ「なんぴら」をリリースした。
- ・このアプリでは、南平岸の店舗情報や地域情報の配信、加盟店への来店・利用で貯められるスタンプ機能や、アプリ限定クーポン等が提供される。店舗の検索だけでなく、商店街店舗のオンラインショッピングも可能となっている。
- ・地域住民のライフツールとして活用できるだけでなく、地域商店街のコミュニティの活性化にもつながると期待されている。



出典：商店街アプリ 南平岸商店街「なんぴら」公式アプリホームページ

【取組事例】外国人にも対応したパンフレットの発行（兵庫県尼崎市）

☞参考となるポイント：商店街や観光の情報を、国内外からの来訪者に向けて発信することも効果的です。

- ・兵庫県尼崎市は、市内を訪れる外国人旅行者向けのパンフレット「尼崎一家のおもてなし」を発行した。英語、韓国語、日本語、中国語（繁体字・簡体字）の5言語に対応する。
- ・同市内に宿泊する外国人観光客は年々増加しているが、その大半が大阪や京都観光が目的。そこで尼崎に滞在し、市内を周遊してもらおうと、同市や地元商店街、阪神電鉄などで行く編集委員会がパンフレットを制作した。
- ・パンフレットでは銭湯貸し切りプランや巫女衣装を着た撮影プランなど日本文化の体験メニューをはじめ、ボートレース場や商店街グルメなど外国人視線で楽しめるスポットを紹介している。阪神尼崎駅や市内ホテルなどで配布されている。



出典：観光 Re デザインホームページ

基本施策④ 個店の経営力強化

社会経済情勢や消費者ニーズの変化等にも対応して、今後とも個店が継続して事業を行うことが出来るよう、経営力の強化を支援します。

【構想事業】

● 専門家による経営相談【継続】

中小企業診断士が問題の解決に向けた支援を行うとともに、相談窓口のPRを強化し利用促進に努めます。

● 各種融資制度の情報提供の充実【継続】

経営の安定・改善のため、松戸商工会議所、日本政策金融公庫、千葉県等が行う融資制度について、情報提供等により利用の促進を図ります。

● 後継者の育成【継続】

従業員規模の小さい事業所の後継者の確保・育成等、事業承継が円滑に進むよう支援を行います。

● ICT化の促進【継続】

商店街を取り巻く環境変化や消費者のライフスタイルの変化等を踏まえ、顧客管理や業務の効率化、効果的な広告宣伝等へのICT（情報通信技術）の活用を促進します。

基本施策⑤ 起業の支援

市内での商業に係わる起業や消費者ニーズに対応した新たな事業の立ち上げへの支援を行います。

【構想事業】

● 起業支援【継続】

市内での商業に係わる起業希望者を対象に、起業相談をはじめ奨励金制度等による支援を行います。

● 新規事業支援【新規】

起業や事業承継して間もない経営者、起業希望者等に対して、新たに事業を立ち上げる際に必要なノウハウ（経営・財務・人材育成・販売方法等）を習得するための支援を行います。

基本方針Ⅱ 商業空間の魅力アップによる地域内消費の促進

基本施策① 市民ニーズに合った商業施設の充実

- ② 空き店舗の有効活用
- ③ 魅力ある店づくり
- ④ 商業と観光との連携

基本施策① 市民ニーズに合った商業施設の充実

大型商業施設を含め、市民ニーズに合った商業施設の充実を図ることにより、市内消費を促すとともに、商店街等の利用者の増加につながるよう取り組みます。

基本施策② 空き店舗の有効活用

商業地の景観や賑わいを損ねる要因となっている空き店舗の活用により、地域に不足している業種の充足を図り、買い物の魅力を向上します。

【構想事業】

●テナントミックスの推進【新規】

各商業地の買い物ニーズやまちづくり方針に即した不足業種等の誘致を推進し、商業地における買い物の魅力と生活利便性の向上を図ります。

●空き店舗の調査【新規】

商業地の活性化に向けた施策の検討や空き店舗情報の発信に向け、商業地に点在する空き店舗の実態を把握するための調査を支援します。

●空き店舗情報の発信【継続】

新たに商業店舗の出店を考えている事業者に向け、空き店舗に関する情報発信を行います。

●空き店舗活用の情報発信【新規】

松戸市内で具体的に商業地の空き店舗を有効活用している事例の取組を収集し、その情報を発信します。

●新規出店にかかる店舗のリニューアル支援【新規】

空き店舗を活用して新たに商業店舗を出店する際の店舗改装を支援します。

【取組事例】空き店舗撲滅プロジェクトの立ち上げ（東京都八王子市）

☞参考となるポイント：まちづくり会社を中心となり、市や不動産事業者、学生等との協働による空き店舗活用スキームをつくることも効果的です。

- ・市の空き店舗調査の結果、1階が空き店舗の物件（約120件）うち8割はテナントの募集を行っていないことが判明した。
- ・一方、従来の空き店舗対策は、入居費用の補助等、借手への支援であり、テナント募集を行っていない物件のオーナーに対する支援はなかった。
- ・そこで、「貸す気のないオーナー」に働きかける取組として、市とまちづくり会社等が連携して「空き店舗撲滅プロジェクト」を立ち上げた。



①地域の大学生による空き店舗調査

- ・地域の大学生が八王子駅周辺の約115haを歩いて実地調査し、空き店舗のデータベースとデータマップを作成した。

②実際に活用事例を作り出し、空き店舗オーナーを含む地域住民に見える化

- ・不動産事業者が善意で提供した空き物件をチャレンジショップとして再生した。

③まちづくり会社が借りて改築後に起業希望者が入居

- ・まちづくり会社が不動産業者と連携して空き店舗オーナーと直接交渉し、直接借り受ける。市の「空き店舗改修費補助金」等を活用しながら物件の改装等を進め、管理や運営、費用負担の役割分担を整理した上で起業者等を入居させている。

出典：稼げるまちづくりの特徴的な取組事例 H29.3 内閣府

【取組事例】「美しくなれるまち」をテーマにした空き店舗への出店促進（福井県福井市）

☞参考となるポイント：まちのテーマを決めて、集中的に空き店舗の活用を図ることも効果的です。

- ・「美しくなれるまち」をテーマに商店街の活性化を図ろうと、福井駅前の5つの商店街（福井駅前五商店街連合活性化協議会）が「美のまちプロジェクト」を立ち上げた。
- ・プロジェクトの目玉として、美容関連業の一斉開業による広告効果・コスト抑制を狙い、エステやカイロプラクティック等11店舗が一斉に空き店舗に開店した。その後も美容関連業の出店、集積が進み空き店舗数の減少に繋がっている。
- ・美容関連業は、飲食店とは異なり設備・備品等のイニシャルコストが低く抑えられるとともに、来店しなければ受けられないサービス・施術はWEBショップとの競争がないことも強みとなっている。
- ・出店には、第3セクターとして設立された「まちづくり福井㈱」も共催し、空き店舗を一気に内見できる「空き店舗見学ツアー」の実施や、美のまちプロジェクト説明会での開業促進補助金の紹介、まちづくり福井の運営サイト「アソビねっ！」への店舗情報の掲載等も行われている。

出典：稼げるまちづくり取組事例集「地域のチャレンジ100」H29.3 内閣府

商店街をサポートする情報サイト EGAO（株）全国商店街支援センター

基本施策③ 魅力ある店づくり

商業地を取り巻く環境変化や消費者のライフスタイルの変化等を踏まえた、魅力ある店づくりを推進します。

【構想事業】

●推奨品に関する支援【継続】

流行等に左右されない優れた商品の創出に向けた取組への支援を行います。

●個店の情報発信力の強化【継続】

個店の魅力を消費者に伝えるために、宣伝・PR等個店の情報発信力を強化するとともに、ICTを活用した消費者ニーズの把握等の取組を支援します。

【取組事例】 様々な地域資源を商店街ブランドとして売り出す（秋田県大仙市）

☞参考となるポイント：ターゲットを明確にした商品開発とともに、商品を販売・PRする拠点づくりを同時に行うことも効果的です。

- ・JR 大曲駅から伸びる花火通り商店街では、商店街に近接して集客の核となる「花火伝統文化継承資料館」が整備されることに合わせ、新たな来街者の取り込みや商店街内の消費促進に向け、地域資源を活かした商品開発とその販売所を兼ねた交流拠点の整備を行うこととした。
- ・商品開発については、「大曲の伝統を尊重しながら毎日の生活を豊かにする商品」として、ブランド名を「毎日大曲」に決定し、ターゲット層を購買力が高く、口コミによるPR効果が大きく見込める30～40歳代の女性に設定した。ターゲット層のニーズを満たす要素として「健康」「かわいらしさ」「伝統格式」「本物」といったキーワードを掲げ、素材や製法にこだわっている。
- ・完成した商品は、鮭の燻製「さけジャーケー」、地元和菓子店が40年前まで販売していた人気商品を復活した「花丸カステラ」、長年地域住民に親しまれてきた「なつかしの大学イモ」、地元農業者が製造した「季節のピクルス」、国産の手持ち花火「毎々花火」、日本酒等の計7品目である。
- ・また、オリジナル商品を取り扱う拠点として、大曲駅と「花火伝統文化継承資料館」との間地点に位置する木造2階建・昭和初期建設の薬局の内蔵をリノベーションし、交流拠点「毎日大曲」を整備した。商品販売スペースだけでなく、カフェを併設したほか、地域の若手作家や秋田の工芸品等を取り扱う雑貨店がテナントとして入居している。



出典：平成27年度地域商業自立促進事業モデル事例集（中小企業庁）

基本施策④ 商業と観光との連携

市内の寺社仏閣や祭り等の観光資源と商業施設・商店街等との連携により、商業地の回遊性の向上を図ります。

【構想事業】

●商業地の観光情報の発信【継続】

商業地のイベント等の情報と併せて観光情報を発信します。また、ガイドマップ、地区別マップ、観光協会ホームページを活用し、多様化する観光ニーズに合わせた商業情報の充実を図ります。

●観光案内との連携への支援【継続】

観光案内ボランティアに、特産品や商店街イベント等の商業に関する情報を提供し、街歩きガイドに活用を進めます。

●観光資源の発掘と連携【継続】

観光地として人気の高い松戸地区、矢切地区、小金地区等で、商業地でのイベントや魅力ある店舗等と連携した日帰り楽しめる観光ルート情報を提供します。

●インバウンド対策の推進【新規】

外国人観光客の購買力を高めるため、免税店制度の導入や街中のサインの多言語化等インバウンド対策を進めます。

●農商工連携の推進【継続】

農商工が連携した製品や、市内で生産された農産物の産地直売所、地産地消レストラン等での販路拡大に向けた取組を支援します。

【取組事例】商店街観光ツアー（神奈川県）

☞参考となるポイント：商店街と観光地とを連携したツアーによりPRすることも効果的です。

- ・かながわ商店街観光ツアー委員会は、平成26年より県内の商店街を紹介する商店街観光ツアーを開催している。平成30年1月現在まで、50回以上の商店街ツアーが開催され、参加した商店街は45商店街、延べ参加者数は約1,500人に上る。
- ・商店街ツアーは、「短時間ツアー」と「半日ツアー」が多く、商店街の個店巡りは、5人から10人の班に分けて行われている。
- ・ツアー企画として、体験もの（和菓子づくり等）、試食、お店のうんちく話、普段見られない特別な場所を見学、その日だけのイベント、人気店での特別メニューのランチ等が実践されている。
- ・参加者は、ガイドブックに載っていないローカルな情報に価値を感じ、地元のガイドから街の話聞きながら、隠れた名店を訪ね、体験企画や買い物を楽しんでいる。
- ・また、商店街、旅行事業者向けに実践マニュアルが作成されている。



出典：商店街に行こう！inかながわ（公益社団法人 商連かながわ） ホームページ

商店街をサポートする情報サイト EGAO（(株) 全国商店街支援センター）

基本方針Ⅲ 商業地を核としたコミュニティ機能の強化

基本施策① 商業地へのコミュニティ機能の導入

- ② 商店会と各種組織との連携
- ③ 商店会と市民との協働の取組の促進

基本施策① 商業地へのコミュニティ機能の導入

商業地におけるコミュニティ活動の活発化に向けた拠点づくりや情報提供を促進します。

【構想事業】

●空き店舗へのコミュニティ機能の導入【継続】

子育て世帯や高齢者の集いの場等のコミュニティ形成の場としての空き店舗の活用を支援します。

●コミュニティ機能の再生に対する支援制度の情報提供【継続】

中小企業庁等による商店街へのコミュニティ機能の導入に対する支援制度についての情報を提供し、利用を促進します。

●高齢者や子育て世代等が買い物しやすい環境づくり【新規】

地域コミュニティ形成の中心として、地域の高齢者や障害者、子育て世代が買い物しやすい仕組みづくり（宅配サービス、買い物代行等）を支援します。

【取組事例】空き店舗を活用した多世代交流拠点の整備（愛媛県四国中央市）

☞参考となるポイント：子育て世帯や高齢者それぞれのニーズに応じたコミュニティ機能を一つの建物に集約することも効果的です。

- ・川之江栄町商店街では、空き店舗を再生・活用し、情報発信拠点・コミュニティスペースとして「みんなの広場『四国中央ドットコム』」を開設・運営（H16年）した。
- ・1階はコミュニティスペースや、住民の手作りの展示・委託販売等に利用できるレンタルボックス、地元産品等を販売するスペースを配置した。2階は未就園児の親子が集う子育て支援スペース「にこにこルーム」を設置し、多世代が集うコミュニティスペースとしてNPO法人「にっこり〜の」が運営している。
- ・レンタルボックスの利用がきっかけで、地元主婦のグループが空き店舗を活用して手作り雑貨の店を開設した。その後も、商店街の空き店舗で民間の介護施設、観光物産館や地どれ鮮魚の販売所、カフェ等が開設された。



出典：稼げるまちづくり取組事例集「地域のチャレンジ100」H29.3内閣府

【取組事例】高齢者をターゲットにした街中サービス（東京都品川区）

☞参考となるポイント：空き店舗を利用した高齢者向け「街のコンシェルジュ」、「街中サロン事業」等により地域コミュニティ形成へ寄与することも効果的です。

- ・中延商店街は商圈内に高齢者が多く、「高齢者にやさしい街づくり」を目指している。

①街のコンシェルジュ

- ・地元の高齢者のちょっとした困りごと（電球の交換、庭木の手入れ、軽修理、買い物補助など）を有償ボランティアが支援する仕組み。
- ・それぞれ登録制で、有償ボランティアに登録する人は地元の人で、商店街店主も人柄などをよく知っている人物であり、身元がはっきりしているため、利用者も安心して活用することができる。



②街中サロン

- ・各個店で取り扱わない高齢者向け商品（糖尿病患者向け食材など）の紹介や、血圧、脈拍、体脂肪率などの測定サービス等のほか、商店街個店の情報発信（特売情報、会員向けサービス）などもきめ細かく実施している。また、商店街のお休み処も兼ね、来街者が常に立ち寄るスポットにして商店街のさらなる集客を図っている。

出典：がんばる商店街77選（中小企業庁）、中延商店街ホームページ

基本施策② 商店会と各種組織との連携

商店会と各種組織（大学、まちづくり会社、NPO、自治会等）の連携事業等を推進します。

【構想事業】

●商店会と大学との連携【継続】

商店街や空き店舗を大学の研究や地域貢献等の活動のフィールドとして活用し、まちづくりの幅広い分野で大学と商店会が連携交流を深めることで、大学と地域社会がともに発展できる体制づくりの支援を行います。

●商店会とまちづくり会社・NPO等との連携【継続】

空き店舗の活用や特色のあるイベント等、まちづくり会社やNPO等が保有する専門的なノウハウを商店街に活用するために、これらの団体等との更なる連携を推進します。

●商店会と自治会等との連携【継続】

商店会には地域コミュニティの担い手としての役割も期待されていることから、地域コミュニティに関わりの深い自治会等の組織との更なる連携を推進します。

【商店会と大学との連携イメージ】

☞参考となるポイント：地域の大学とはイベントだけでなく、調査研究や組織運営、社会体験活動等の様々な連携が可能です。

①研究提案型活動

・大学が地域の市場調査、ニーズ調査、商業者意識調査等を行ったり、今後の商店街の活性化のための方策や計画等について提案する。学校、教授側で準備する講座のテーマとして、またはゼミ等の研究テーマ、課題として採用されている。

②組織支援型活動

・継続的に商店街の組織運営に参加協力したり、事業活動の指導を行う。

③イベント参加型活動

・商店街のイベントや催事等へ参加する。イベントの企画、プロデュース、縁日露店の開設、サークルのパフォーマンス、交流イベントの開催等。

④商業活動実践型活動

・商店街において、実際の商業活動を行い、体験や実験、さらには起業活動を行う。

出典：産学連携による商店街の活性化（全国商店街振興組合連合会）



【市内大学との連携による空き店舗の活用イメージ】

○新松戸駅周辺商店会と市内大学との連携

・経済学や商学等の大学との連携による空き店舗への模擬出店

○松戸駅周辺商店会と市内大学との連携

・食物学や児童学等の大学との連携による飲食店、キッズスペースの出店等

基本施策③ 商店会と市民との協働の取組の促進

地域コミュニティの中心となる商店街の課題を商店会と地域住民が連携して解決するための取組を促進します。

【構想事業】

●市民参加の仕組みづくり【継続】

商店街の環境整備事業に市民や学生が参加する仕組みづくりを支援します。

【取組事例】市民参加のリノベーションスクールによるまちなか活性化（和歌山県和歌山市）

☞参考となるポイント：社会人を対象とした起業研修を通じて、空き店舗所有者と橋渡しすることも効果的です。

- ・遊休不動産の再生とまちづくりの担い手育成を図るため、建築再生の手法、技術、実践を学ぶ3日間の短期集中合宿「リノベーションスクール」を開催している。
- ・リノベーションスクールは、平成26年2月の第1回を始めに、平成29年11月に第6回が開催されている。
- ・リノベーションスクールでは、実案件（和歌山市内の遊休不動産）を対象に事業計画を作成し最終日に公開プレゼンテーションを行う事業計画コースと、自ら遊休不動産をリノベーションすることによりリノベーションの手法や技術を学ぶセルフリノベーションコースがある。
- ・また、受講生の募集に合わせ、リノベーションスクールの題材となる遊休不動産の募集も行われている。題材に選ばれた不動産の所有者は、スクール最終日の公開プレゼンテーションに参加するとともに、スクール期間中に実施される受講生からのヒアリング調査等に対して協力する。

リノベーションスクールにおいて、案件が実現した例

石窯ポポロ（和歌山市）
…農園レストラン



guesthouse RICO
（和歌山市）
…ゲストハウス



出典：和歌山市リノベーションスクール@和歌山開催の報道資料

第5章 拠点別の商業振興方針

1. 商業集積エリアの類型化

全市的な傾向に対して、地域毎の商業構造および住民ニーズが異なっていることから、市域の商業集積エリアの類型化を行い、類型したエリアごとに商業振興方針を定めます。

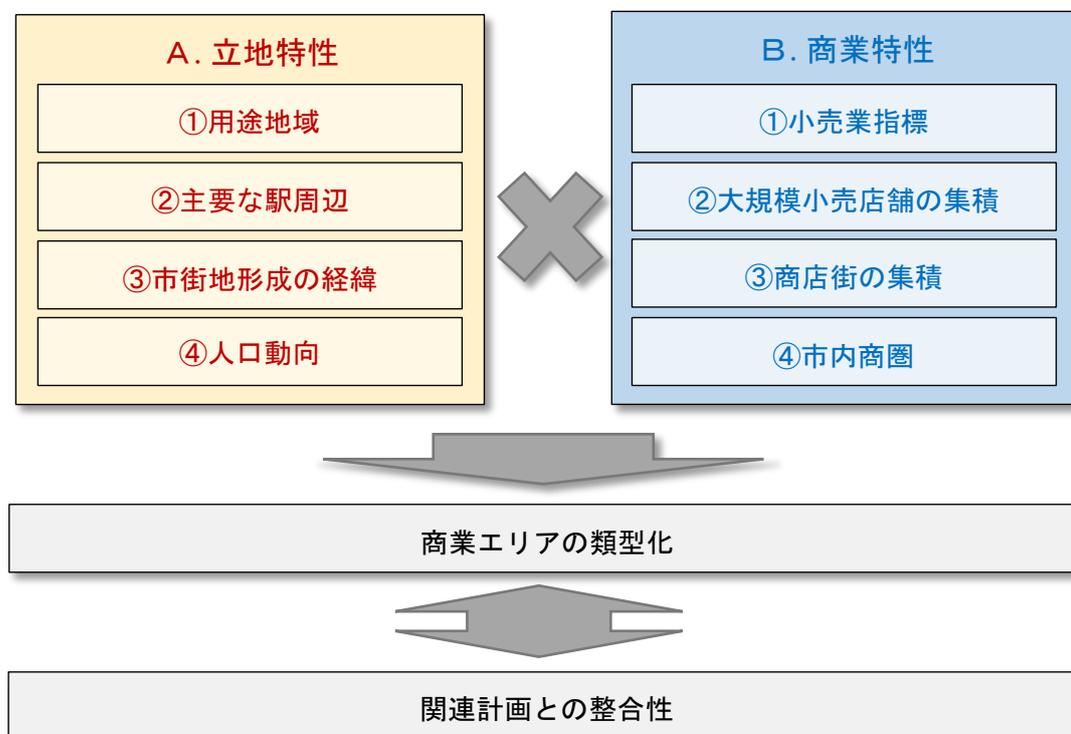
1-1. 類型化の考え方

松戸市都市計画マスタープラン（H11.6）では、「商業地」を以下の通り位置づけています。

市民ニーズの多様化や高度化に対応しながら、日常的な買い物の利便性を確保するため、主要な駅周辺や市街地形成の経緯によって商業施設の集積がみられる地区を「商業地」として位置づけ、交通結節機能等に応じて地区の役割を明確にしつつ、交通基盤の整備や適切な高度利用、商業機能の誘導等により、にぎわいのある商業空間を形成する。

これを踏まえ、松戸市商業ビジョンでは、商業集積エリアの類型化に際して、主要な駅周辺や市街地形成の経緯等の立地特性と小売業の状況等の商業特性に基づき類型化を行います。

また、類型化したエリアの位置づけについては、松戸市の関連計画（松戸市都市計画マスタープラン等）との整合を図ります。



【類型化のフロー】

A. 立地特性

- ・今後の集積すべき商業機能や規模に係わる要素となります。

A-① 用途地域

- ・用途地域は、住居、商業、工業等、市街地の大枠としての土地利用を定めるもので、13種類あります。松戸市内で商業系の用途地域は、「商業地域」と「近隣商業地域」が指定されており、建てられる店舗の規模や業種に影響します。

○商業地域：銀行、飲食店、百貨店等が集まる地域

○近隣商業地域：近隣の住民が日用品の買い物等をするための地域

A-② 主要な駅周辺

- ・鉄道駅及びその周辺には、地域住民が通勤・通学や買い物等で訪れるほか、市外の広域的なエリアからの来訪客、駅間の乗り換え客等による人の集積があり、商業の規模や求められる業種等に影響を与える要素となります。

A-③ 市街地形成の経緯

- ・土地区画整理事業等で開発された地域や人口集中地区※（D I D）の変遷等は、商業施設の集積するまちの新しさを示すものであり、今後の商業に求められる機能に影響を与える要素となります。

A-④ 人口動向

- ・人口の集積や高齢化の状況等は、買い物へのニーズや今後の集客状況に影響を与える要素となります。

B. 商業特性

- ・現在の松戸市の商業の集積状況等を示す要素となります。

B-① 小売業指標

- ・事業所数、従業者数、売場面積、年間販売額は、松戸市の小売業の実態を示します。

B-② 大規模小売店舗の集積

- ・大規模な商業施設が立地しているかは、買回り品等の需要や非日常的なレクリエーションを目的とした来訪等に影響を与える要素となります。

B-③ 商店街の集積

- ・商店街は地域住民が日用品の買い物等を行う場であり、近隣住民（高齢者が多い地域等）や大規模小売店舗との立地関係等により、買い物ニーズが変わってきます。

B-④ 市内商圈

- ・当該の商業集積エリアが市内の他地域からの買い物先となっているかどうか、その商業集積エリアの持つ商圈の広がりに影響を与える要素となります。

※人口集中地区：人口密度が4,000人/km²以上の基本単位区が隣接して人口が5,000人以上となる地区

1-2. 立地特性の分析

(1) 用途地域

- ・都市計画で商業系の用途地域は、「商業地域」と「近隣商業地域」が松戸駅や新松戸駅等の主要な駅の周辺に指定されています。

【主に商業等の利便の向上を図るエリア】

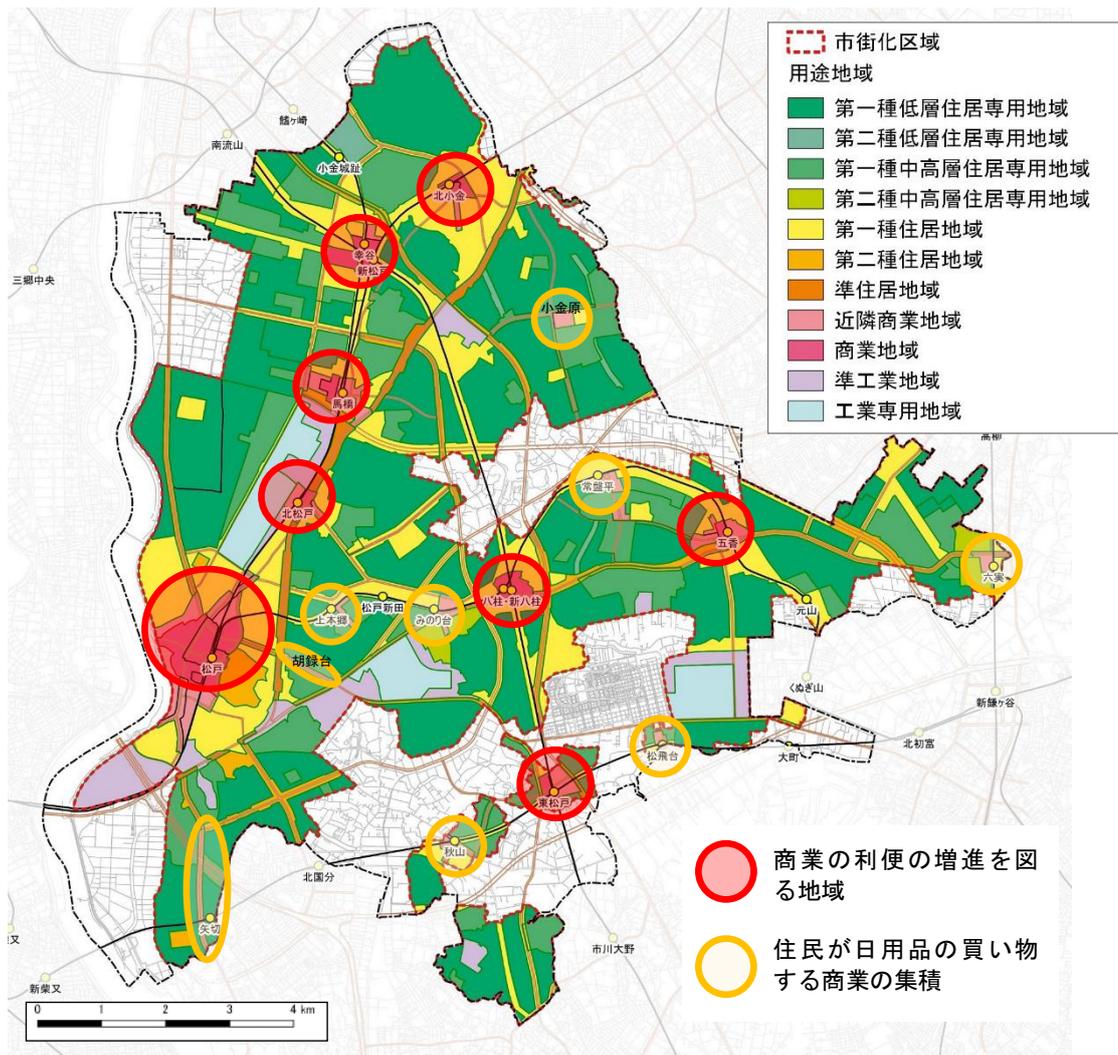
◇商業地域（周辺に近隣商業地域）が指定され、主に商業等の業務の利便の増進を図る地域として、商業施設の集積が望まれます。

⇒松戸駅、北松戸駅、馬橋駅、新松戸駅、北小金駅、八柱・新八柱駅、東松戸駅、五香駅 周辺

【近隣住民の日常的な商業ニーズに対応するエリア】

◇近隣商業地域が指定され、周辺住民が日用品の買い物等をするための地域として、商業施設の集積が望まれます。

⇒上本郷駅、みのり台駅、常盤平駅、六実駅、矢切駅、秋山駅、松飛台駅、小金原、胡録台 周辺



【用途地域による商業の拠点図】 出典：松戸市立地適正化計画

(2) 主要な駅周辺

- ・鉄道駅及びその周辺には、地域住民が通勤・通学や買い物等で訪れるほか、市外の広域的なエリアからの来訪客、駅間の乗り換え客等による人の集積があります。

【広域的な人の集積があるエリア】

◇松戸駅は、都内と連絡する JR が乗り入れ、1日 15 万人の利用があり、近隣住民のみならず、周辺都市からの来訪客による商業施設の利用も想定されます。

⇒乗車人員 15 万人/日 : 松戸駅 周辺

【都内への通勤や駅間の乗り換え客等による人が集積するエリア】

◇東京都心方面を結ぶ JR 線の住民や駅乗換え客等による人の集積が想定されます。

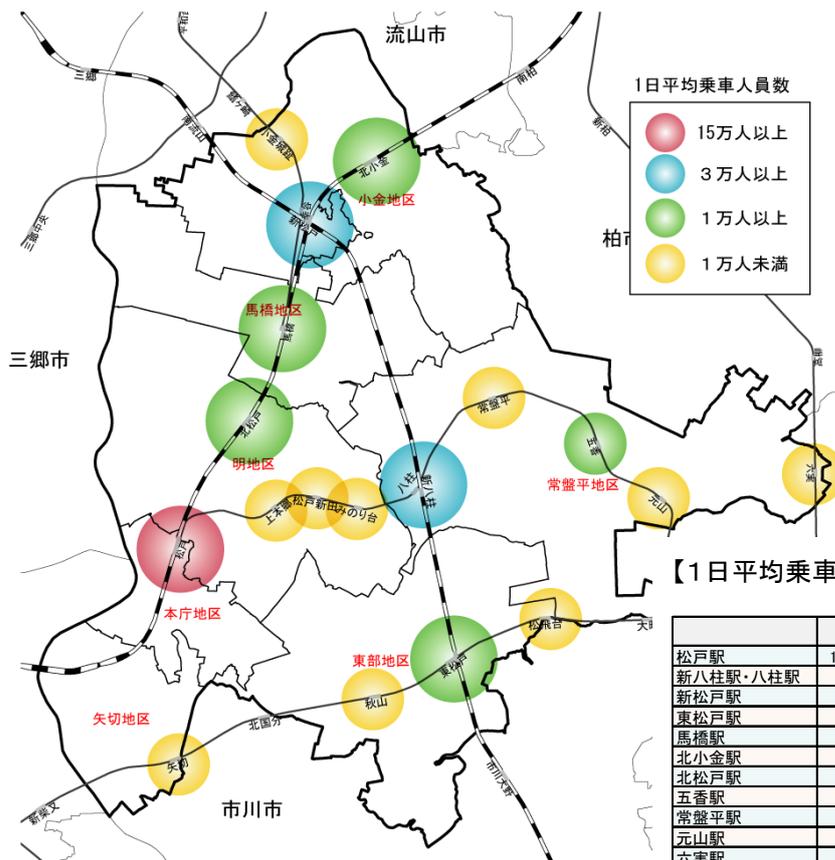
⇒乗車人員 3 万人以上/日 : 新松戸駅、八柱・新八柱駅 周辺

⇒乗車人員 1 万人以上/日 : 東松戸駅、北松戸駅、馬橋駅、北小金駅、五香駅 周辺

【近隣住民の通勤・通学等による人が集積するエリア】

◇近隣住民の通勤・通学や買い物利用等で人の集積が想定されます。

⇒乗車人員 1 万人未満/日 : その他の駅 周辺



【1日平均乗車人員(平成 28 年度)】出典：松戸市統計書

	JR	新京成	北総線	流鉄	東武線	合計
松戸駅	100,228	53,283				153,511
新八柱駅・八柱駅	24,495	22,454				46,949
新松戸駅	38,438					38,438
東松戸駅	19,586		9,027			28,613
馬橋駅	25,246			1,445		26,691
北小金駅	24,323					24,323
北松戸駅	21,243					21,243
五香駅		15,044				15,044
常盤平駅		9,460				9,460
元山駅		9,357				9,357
六実駅					7,831	7,831
みのり台駅		4,290				4,290
矢切駅			3,996			3,996
上本郷駅		3,534				3,534
秋山駅			3,467			3,467
松戸新田駅		3,243				3,243
松飛台駅			2,441			2,441
幸谷駅				2,248		2,248
小金城趾駅				770		770
計	253,559	120,665	18,931	4,463	7,831	405,449

【鉄道乗車人員からみた交通結節点図】

(3) 市街地形成の経緯

- ・昭和35年の常盤平団地の入居開始により、人口急増時代へ入り、以降、市街地再開発事業※¹や土地区画整理事業※²が進み、市南部に人口集中地区が拡大しています。

【新しく開発が進んでいるエリア】

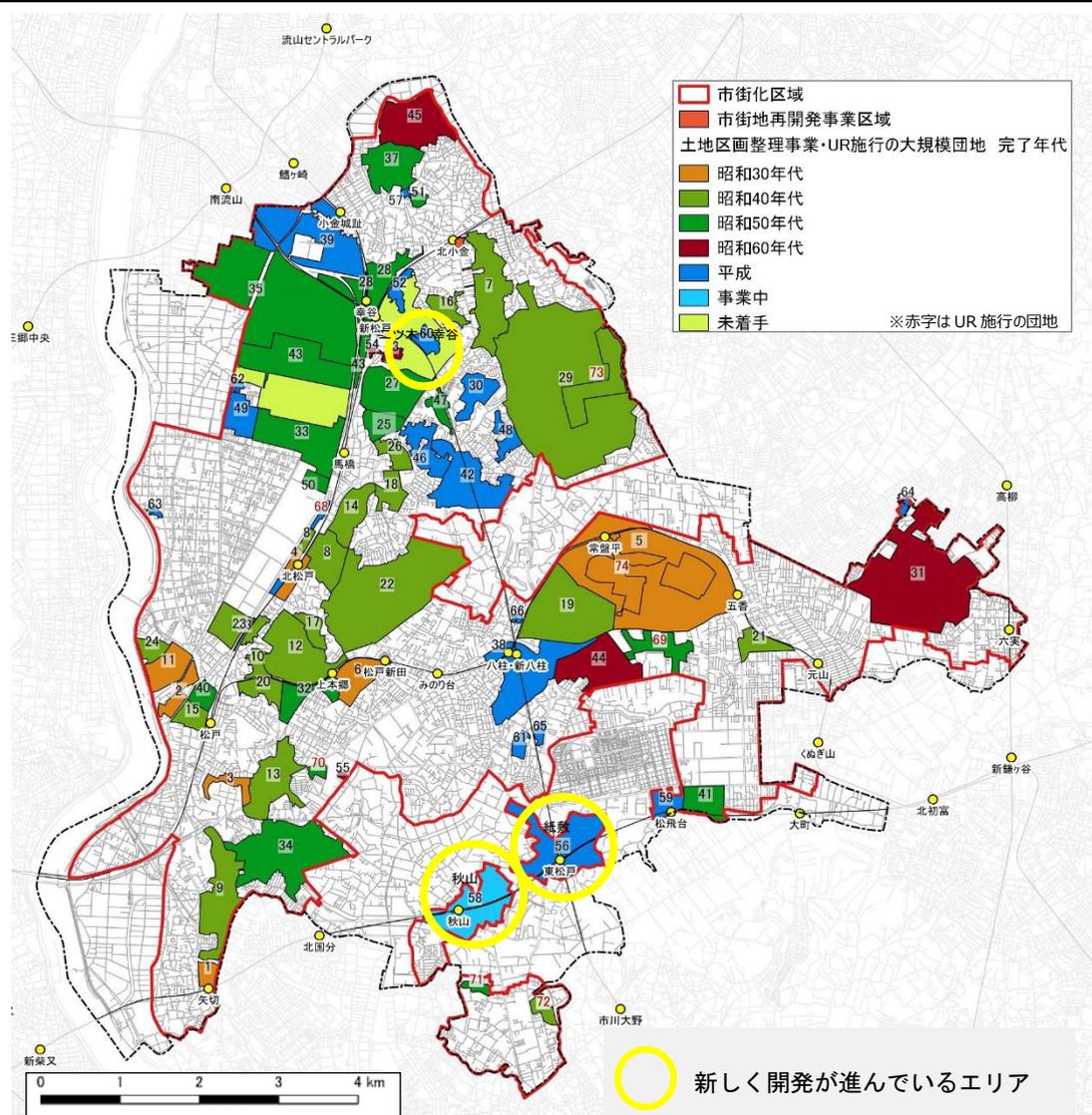
◇新しく開発が進んでおり、宅地の整備と共に商業施設の集積が求められます。

⇒市南部の北総線沿線（紙敷地区、秋山地区）、二ツ木・幸谷 周辺

【開発済みのエリア】

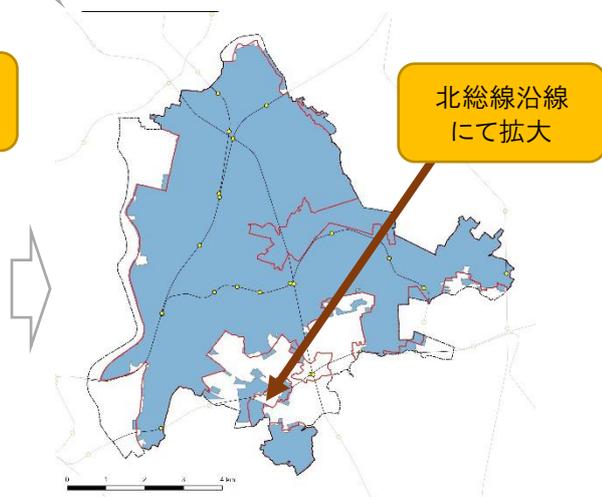
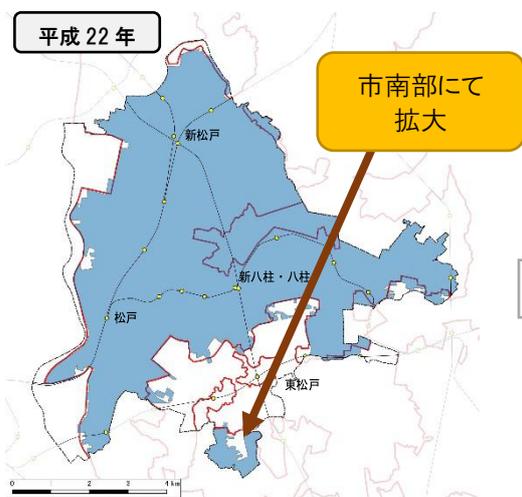
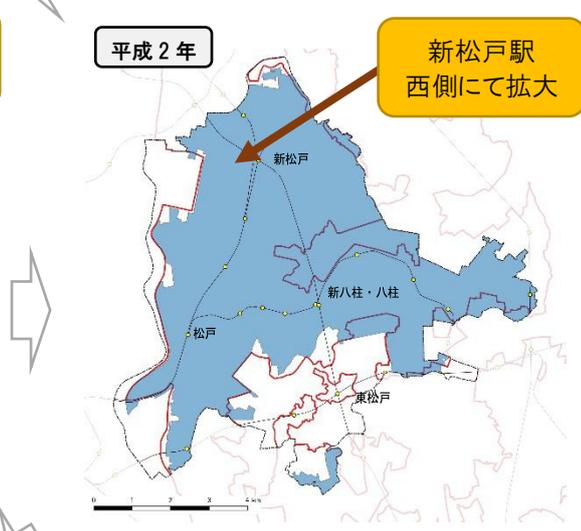
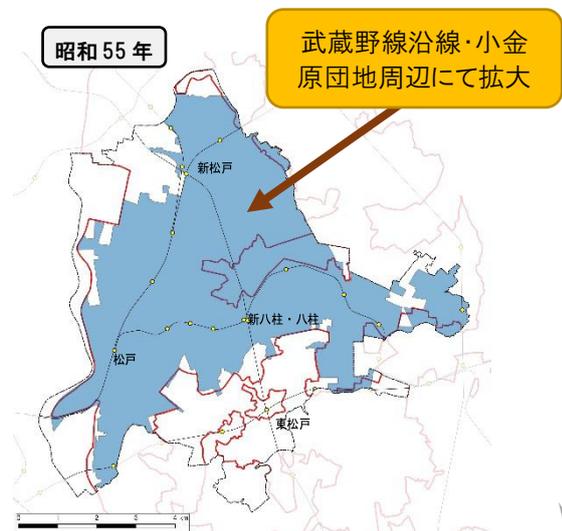
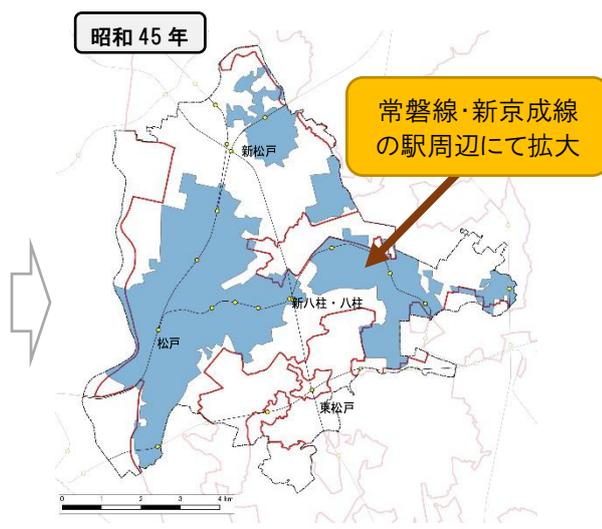
◇古くから開発されている地域では、定住人口の集積が進んでいることから、近隣住民向けの日用品等の買い物ができる商業機能の強化が求められます。

⇒高塚団地、小金原団地、常盤平団地 周辺



- ※¹ 市街地再開発事業：市街地内の老朽木造建築物が密集している地区等において、細分化された敷地の統合、不燃化された共同建築物の建築、公園、広場、街路等の公共施設の整備等を行う事業
- ※² 土地区画整理事業：道路、公園、河川等の公共施設を整備・改善し、土地の区画を整え宅地の利用の増進を図る事業

【市街地再開発事業等の状況】 出典：松戸市立地適正化計画



【人口集中地区(DID)の変遷】

(4) 人口動向

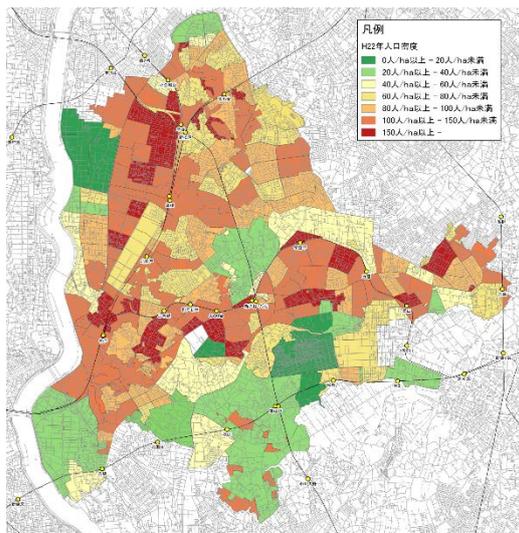
1) 人口密度

- ・人口密度が高い地域は、商業施設の顧客となる人の集積が大きい地域と言えます。

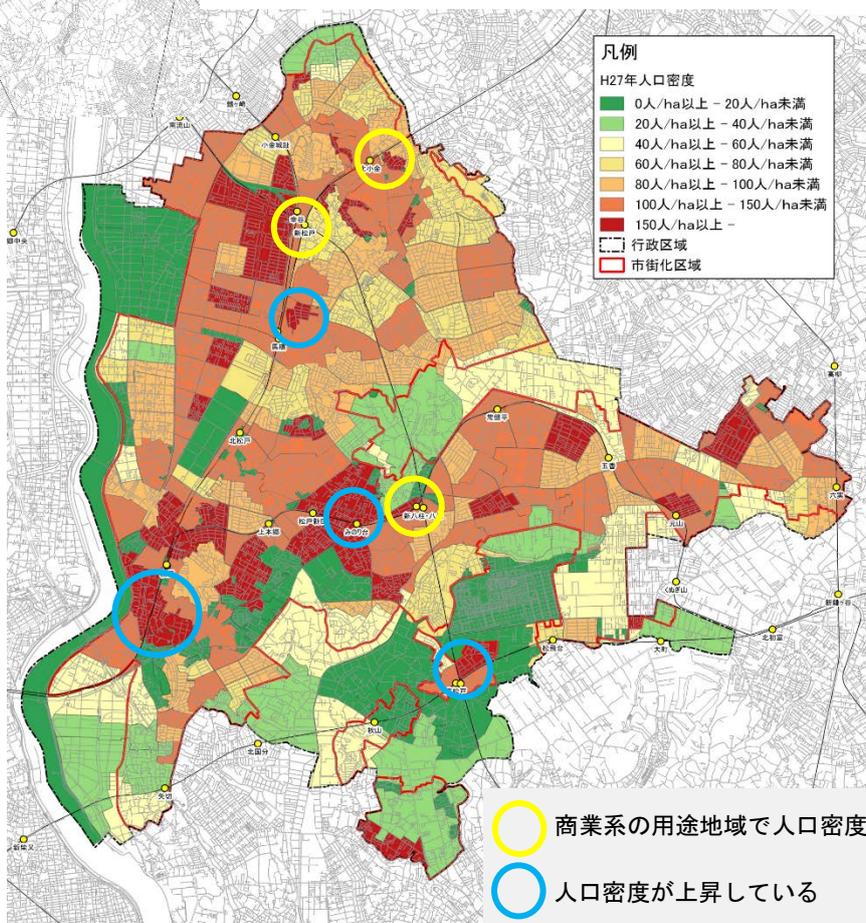
【人口密度が上昇しているエリア】

◇定住人口の集積が進んでいることから、近隣住民向けの日用品等の買い物ができる商業機能の強化が求められます。

⇒松戸駅、東松戸駅、みのり台駅、馬橋駅 周辺



【平成 22 年度人口密度】



【平成 27 年度人口密度】

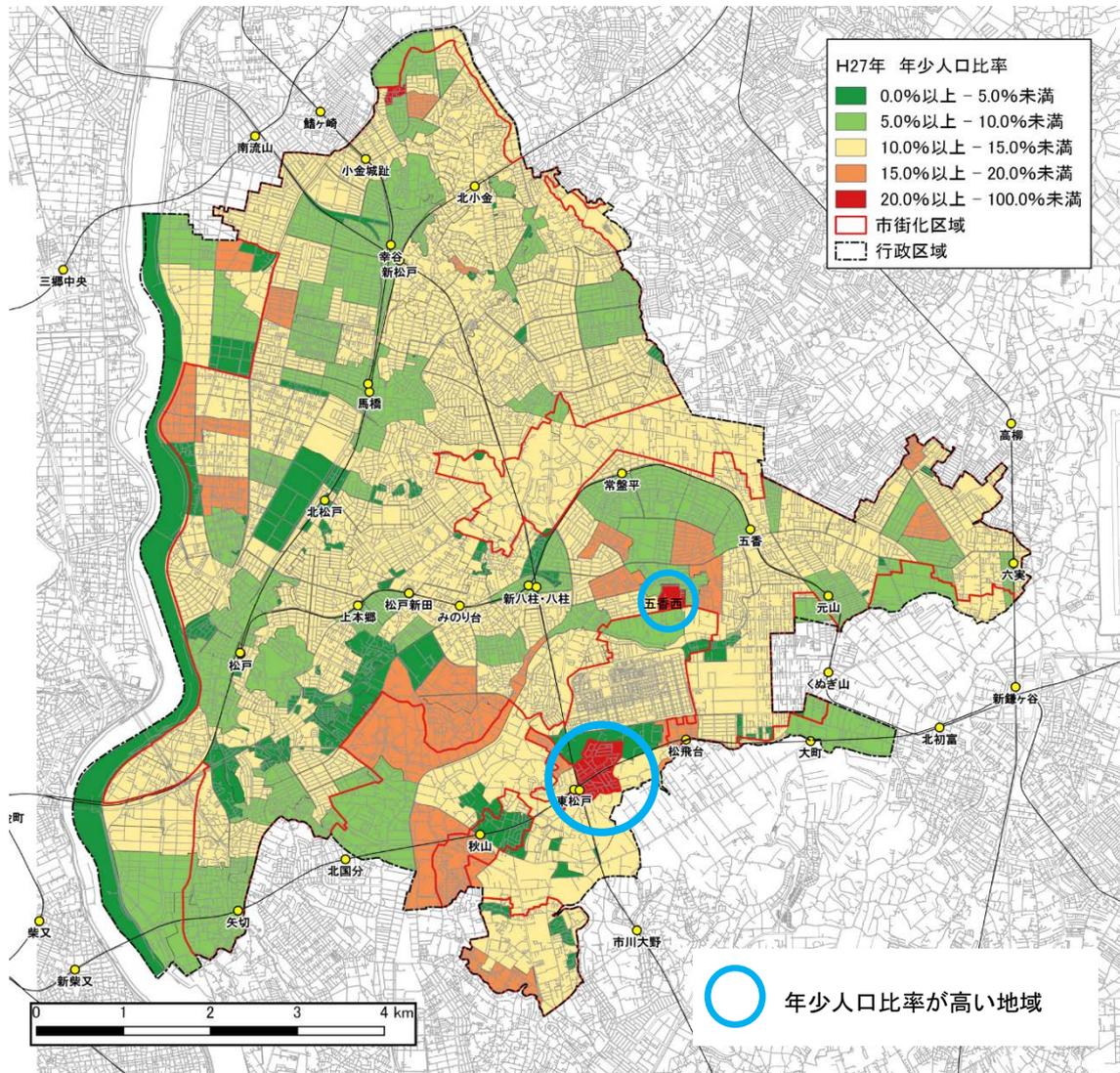
2) 年少人口比率

- ・15歳未満の年少人口比率が高い地域は、子育て世代の若い世帯の集積が多い地域と言えます。

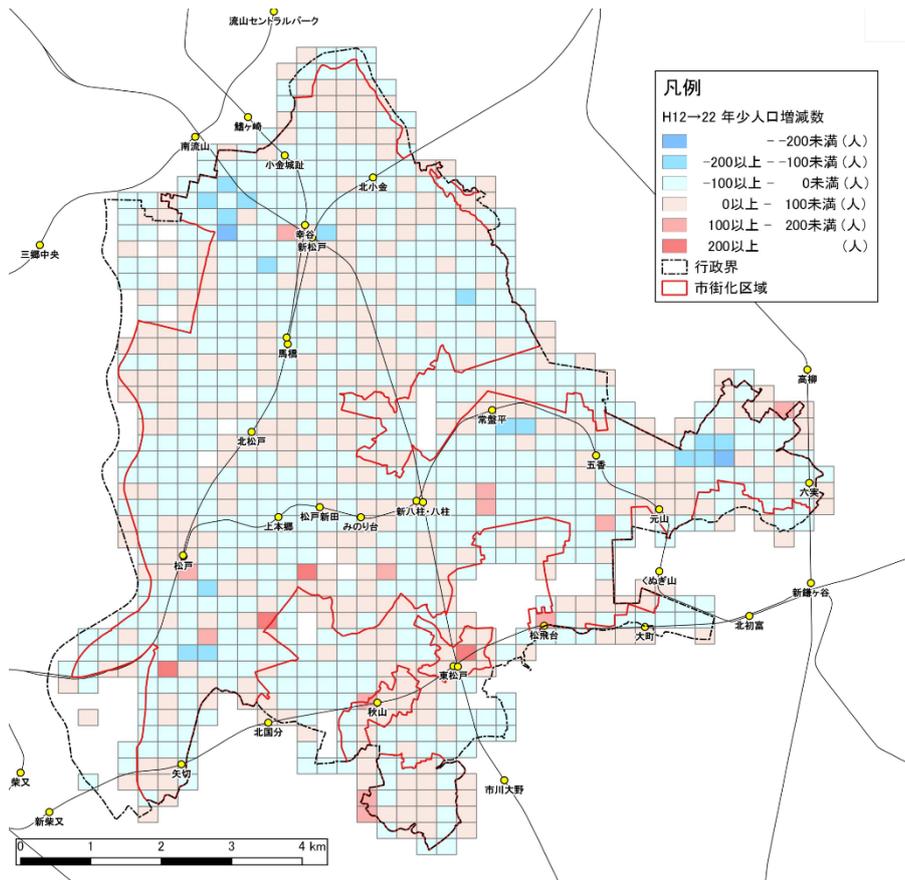
【年少人口比率が高い地域】

◇年少人口比率が高い地域は、世帯年齢構成が若い人や新規の転入者等の集積が進んでいると推察されることから、地域コミュニティの形成も含めた商業機能の強化が求められます。

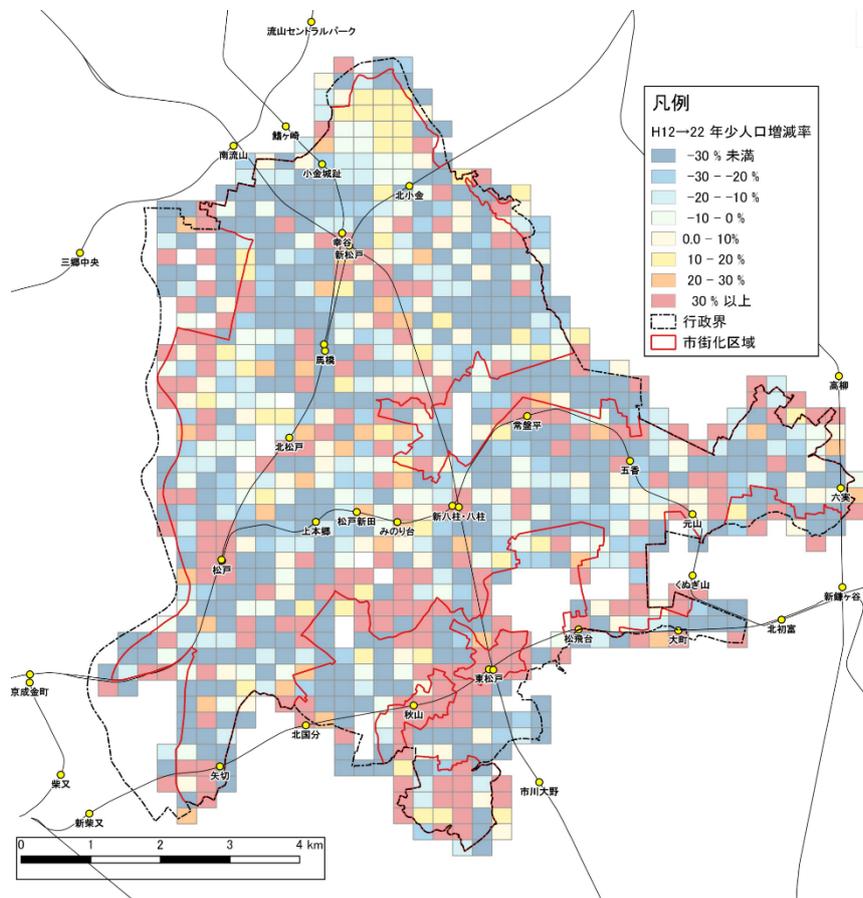
⇒東松戸駅周辺、五香西 周辺



【平成 27 年度 年少人口比率】 出典：国勢調査



【H12-H22 年少人口増減数】 出典：国勢調査



【H12-H22 年少人口増減率】 出典：国勢調査

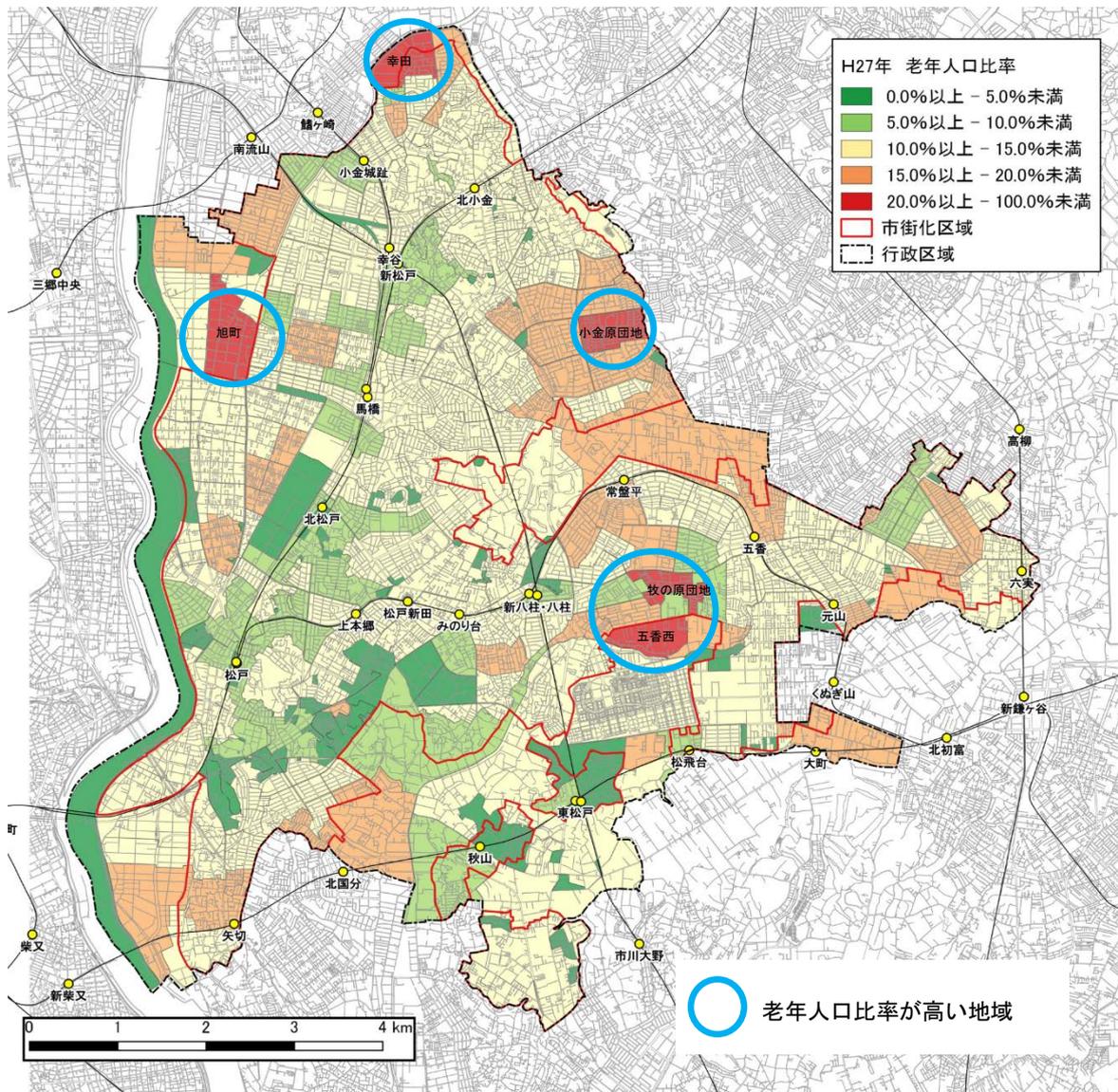
3) 老年人口比率

- ・高齢者は一般的に日常の行動範囲が狭くなることから、65歳以上の老年人口比率が高い地域は、地元購買力が高い地域と言えます。

【老年人口比率が高い地域】

◇老年人口比率が高い地域は、高齢者に対応できる個店の経営力の強化や高齢者向けのサービスが求められます。

⇒幸田、小金原団地、旭町、牧の原団地・五香 周辺



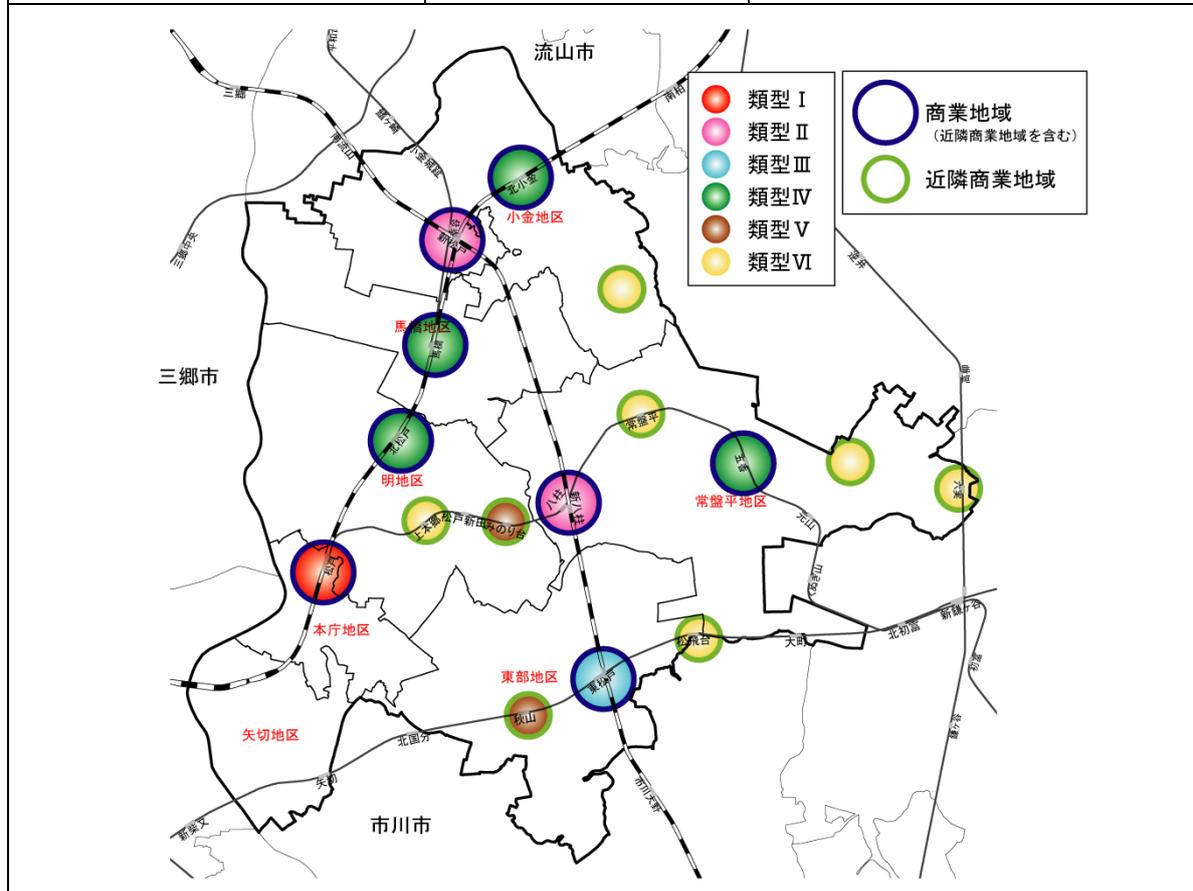
【平成 27 年度 老年人口比率】 出典：国勢調査

(5) 立地特性からみた類型化のまとめ

立地特性として、「用途地域」「主要な駅周辺」「市街地形成の経緯」「人口動向」から地域の類型化を行います。

【立地特性による類型化】

類型	拠点エリア	特性
類型Ⅰ. 都内と連絡する主要な交通結節点で、駅の利用者数が市内で最も多く、人口も増加している	松戸駅周辺	◇商業地域 ◇鉄道2路線、15万人/日 ◇人口密度が上昇傾向
類型Ⅱ. 複数の鉄道が乗り入れる駅周辺の商業地で、地域外からの利用も多い。人口も集積している	新松戸駅、八柱駅・新八柱駅周辺	◇商業地域 ◇鉄道2路線、3万人/日以上 ◇人口密度が高い
類型Ⅲ. 複数の鉄道が乗り入れる駅周辺の商業地で、新規の開発により人口が増加している	東松戸駅周辺	◇商業地域 ◇鉄道2路線、2万人/日以上 ◇新しく開発が進行 ◇人口密度は上昇、年少人口比率は高い
類型Ⅳ. 商業地域の中では駅の利用者は少ない	北松戸駅、馬橋駅、北小金駅、五香駅周辺	◇商業地域 ◇駅の乗車人員1万人/日以上
類型Ⅴ. 近隣商業地域の中では駅の利用者が一定以上あり、周辺での開発や人口の増加がある	みのり台駅、秋山駅周辺	◇近隣商業地域 ◇駅の乗車人員1万人/日以上 ◇人口密度の上昇、新規開発
類型Ⅵ. 近隣商業地域で駅の利用者は少ない	その他駅周辺商業地等	◇近隣商業地域 ◇駅の乗車人員1万人/日未満 ◇高齢者割合の高い地域を含む



1-3. 商業特性の分析

(1) 小売業指標

・従業者数、売場面積、年間販売額の高い地域は駅前やロードサイドの商業地に見られます。

【駅前エリア】

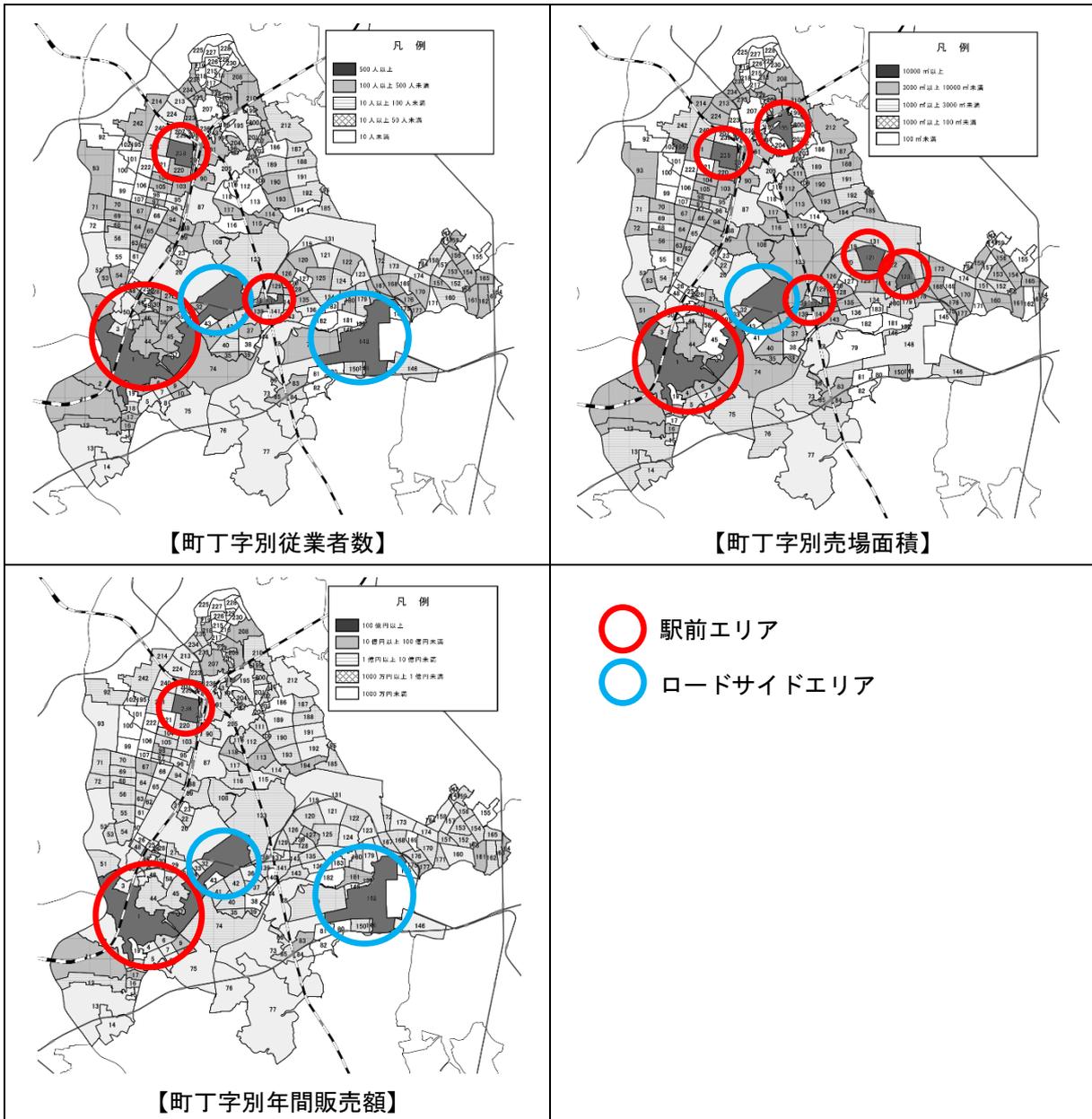
◇駅前に商店街や商業施設が集積し、駅利用者や近隣住民の消費が行われます。

⇒松戸駅、新松戸駅、八柱・新八柱駅 周辺等

【ロードサイドエリア】

◇道路沿いのスーパー等で、近隣住民や自動車来訪者の消費が行われます。

⇒みのり台駅、松飛台 周辺



出典：松戸市商業構造基本調査 H29.1

(2) 大規模小売店舗の集積

- ・大規模な商業施設が立地しているかは、買回り品等の需要や非日常的なレクリエーションを目的とした来訪等に影響を与える要素となります。

【大規模小売店舗の集積が既にあるエリア】

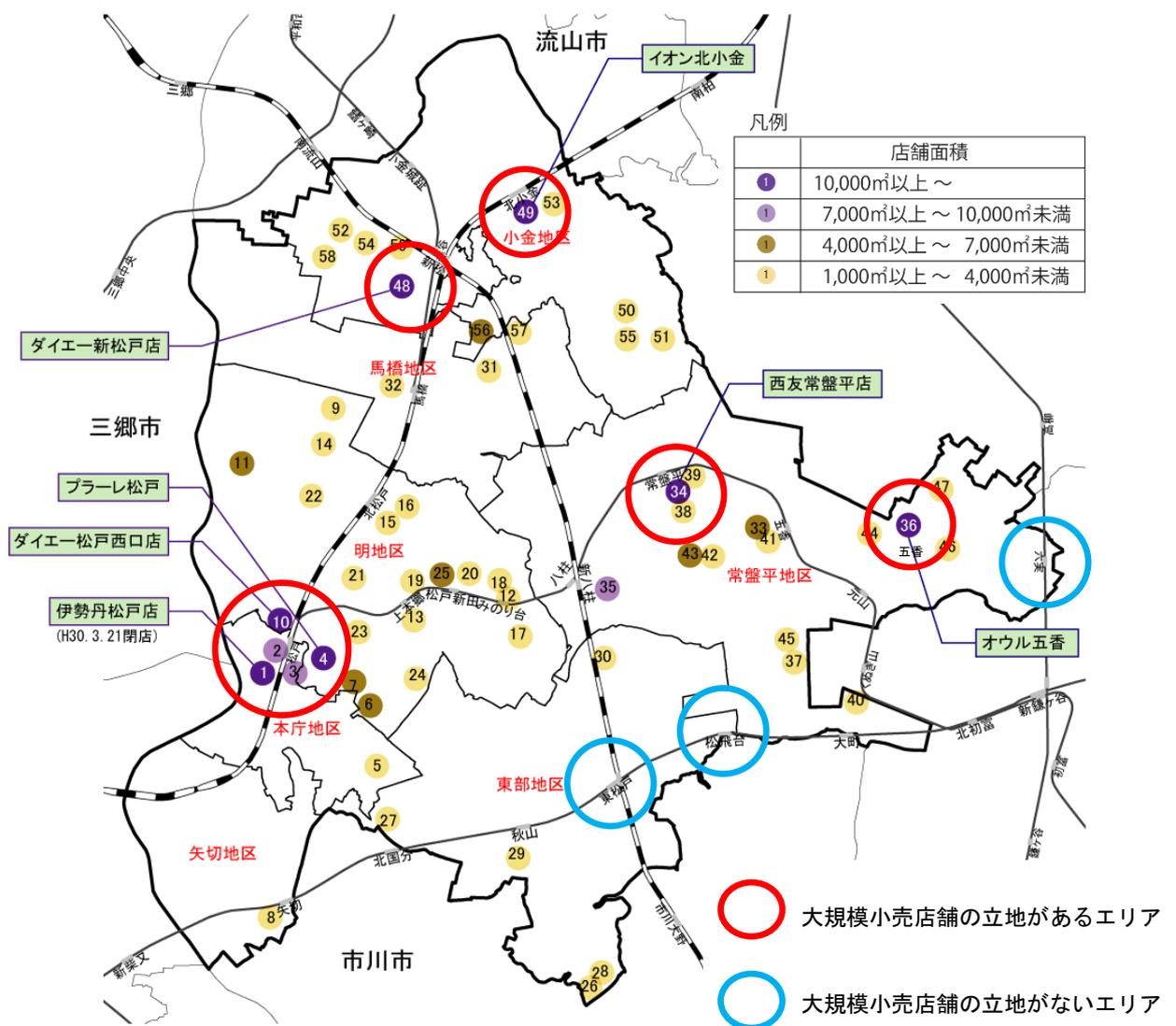
◇店舗面積が10,000㎡以上の比較的大規模な商業施設（総合スーパー）は、買回り品への需要や地区外からの集客が想定されます。

⇒松戸駅、新松戸駅、北小金駅、常盤平駅、五香 周辺

【大規模小売店舗の集積がないエリア】

◇大規模小売店舗の立地がない地域は、人口の増加や住民ニーズに応じて、商業施設の集積が求められます。

⇒東松戸駅、松飛台駅、六実駅 周辺



【大規模小売店舗の立地状況 (H26.7)】 出典：松戸市商業構造基本調査 H29.1

【松戸市内の大規模小売店舗一覧（平成 26 年 7 月現在）】（再掲）

NO.	地区名	店舗名称	住所	店舗面積 (㎡)	開店日
1	本庁	伊勢丹松戸店(H30.3.21閉店)	松戸市松戸1307-1 ほか	31,268	S49.4.19
2		アトレ松戸	松戸市松戸1181番地	8,472	S52.4.2
3		ピアザ松戸	松戸市松戸1230-1	7,822	S52.10.29
4		ブルーレ松戸	松戸市松戸1142番地3	19,904	S55.6.1
5		ライフ松戸二十世紀ヶ丘店	松戸市二十世紀が丘中松町97番地 ほか	2,448	S63.9.9
6		ニトリ松戸店	松戸市松戸2301-1 ほか	5,004	H16.4.9
7		ヤマダ電機テックランド松戸店	松戸市松戸2289番地3	6,064	H20.8.11
8	矢切	マルエツ矢切駅前店	松戸市栗山19-1 ほか	2,611	H11.3.20
9	明	オリンピック馬橋店	松戸市栄町8-691	2,350	S53.1.20
10		ダイエー松戸西口店	松戸市根本4-2	10,056	S52.6.30
11		島忠ホームセンター松戸店	松戸市古ヶ崎2477-1	4,215	H6.4.22
12		ハローマート松戸店	松戸市松戸新田575-25 ほか	1,096	S54.10.13
13		マルエツ上本郷店	松戸市仲井町2-57-1	1,429	S52.6.9
14		マルエツ栄町店	松戸市栄町6-384 ほか	1,499	S50.11.20
15		マルエツ北松戸店	松戸市上本郷2220-1	1,420	S53.5.16
16		ハローマート北松戸店	松戸市北松戸2-6-1 ほか	1,392	H2.11.9
17		TAIRAYAみのり台店	松戸市稔台1-30-1 ほか	1,076	H4.11.14
18		ケーヨーデイツー稔台店	松戸市松戸新田436-1	1,949	S58.4.21
19		ヤマダ電機テックランド上本郷店	松戸市上本郷2617-1	1,102	H5.3.1
20		いなげや松戸新田店	松戸市松戸新田418-5	1,455	H6.10.7
21		イエローハット松戸南花島店	松戸市南花島4-69-5 ほか	1,103	H7.4.26
22		ベルクス北松戸店	松戸市栄町2-73-2	1,999	H10.5.8
23	コジマ×ビックカメラ松戸店	松戸市緑ヶ丘1-121-2	2,819	H12.12.10	
24	コモディイダ松戸新田店	松戸市松戸新田62番1 ほか	1,717	H17.4.23	
25	グリーンマークシティ松戸新田	松戸市松戸新田245番1 ほか	4,200	H19.9.12	
26	東部	マルエツ高塚店	松戸市高塚新田165-1 ほか	2,190	S52.3.17
27		ホームプラザワイアンドジェイ	松戸市大橋403-7	1,219	H3.7.19
28		マミーマート松戸高塚新田店	松戸市高塚新田160番45 ほか	2,441	H13.12.14
29		ベルク松戸秋山店	松戸市秋山123	2,075	H19.6.7
30		ファッションセンターしまむら八柱店	松戸市河原塚507番14 ほか	2,049	H21.7.2
31		ホームセンターマツモトキヨシニッ木店	松戸市八ヶ崎8-34-3	3,443	H8.4.26
32	馬橋	東武ストア馬橋店	松戸市西馬橋蔵元町2番地1	1,340	H22.11.2
33		ザ・プライス五香店	松戸市常盤平5-22-3 ほか	6,149	S47.11.20
34	常盤平	西友常盤平店	松戸市常盤平3-11-2 ほか	13,851	S49.12.10
35		イトーヨーカドー八柱店	松戸市日暮1-15-8 ほか	7,724	S57.10.1
36		オウル五香	松戸市五香8丁目44番地7 ほか	11,153	H4.4.17
37		サンキ松飛台店	松戸市松飛台205 ほか	1,432	S54.1.13
38		アコレ常盤平2丁目店	松戸市常盤平2-24-2 ほか	1,139	S35.4.1
39		株式会社トップ常盤平店	松戸市常盤平3-1-1	1,234	S51.9.20
40		ケーヨーデイツー串崎店	松戸市串崎新田218番地6 ほか	2,138	H3.10.24
41		ヤマダ電機テックランド五香店	松戸市五香西2-3-1 ほか	1,461	H4.10.10
42		マルエツ牧の原店	松戸市牧の原2番地10 ほか	1,717	H8.11.7
43		ユニディ松戸ときわ平店	松戸市牧の原2番1 ほか	6,136	H15.6.19
44		ベルクス五香店	松戸市五香8丁目12番地1 ほか	1,864	H15.10.10
45		ベルクス松飛台店	松戸市松飛台193番1 ほか	1,963	H15.9.6
46		ファッションセンターしまむら六高台店	松戸市六高台1丁目103 ほか	1,110	H22.8.2
47		ヨークマート六高台店	松戸市六高台7丁目98-1ほか	2,026	H23.2.2
48	小金	ダイエー新松戸店	松戸市新松戸3-2-2	15,575	S56.11.20
49		イオン北小金	松戸市小金1番地	11,628	H6.3.1
50		リブレ京成小金原店	松戸市小金原6-2-13	1,465	S44.10.25
51		マルエツ小金原店	松戸市小金原7-18-3	1,256	S52.6.17
52		コモディイダ新松戸店	松戸市新松戸5丁目138番地 ほか	1,673	S54.2.9
53		コモディイダ北小金店	松戸市小金40-1	1,396	S54.10.10
54		富士ガーデン新松戸	松戸市新松戸5-134	1,137	S56.4.4
55		サンドラッグ小金原店	松戸市小金原6-5-1	1,697	S53.7.1
56		プチモールニッ木	松戸市ニッ木1782-1	5,523	H12.11.17
57		ゴルフファイン松戸店	松戸市ニッ木529 ほか	1,150	H16.3.4
58		マルエツ新松戸店	松戸市新松戸7-2 ほか	1,343	H8.4.4
59	コープ新松戸店	松戸市新松戸4丁目124番	1,842	H21.8.4	
店舗面積計				246,009	

※千葉県大規模小売店舗立地名簿に基づき松戸市で作成。ただし、建物名については、市の調査に基づいて変更しています。（平成 26 年 7 月現在）

※商業統計調査による売場面積と大規模小売店舗立地法に基づく届出による売場面積は、算出方法が異なります。

※開店日は、以前に存在していた店舗の開店日になっているものがあります。

出典：松戸市商業構造基本調査・商圈調査事業委託報告書（平成 29 年 1 月）

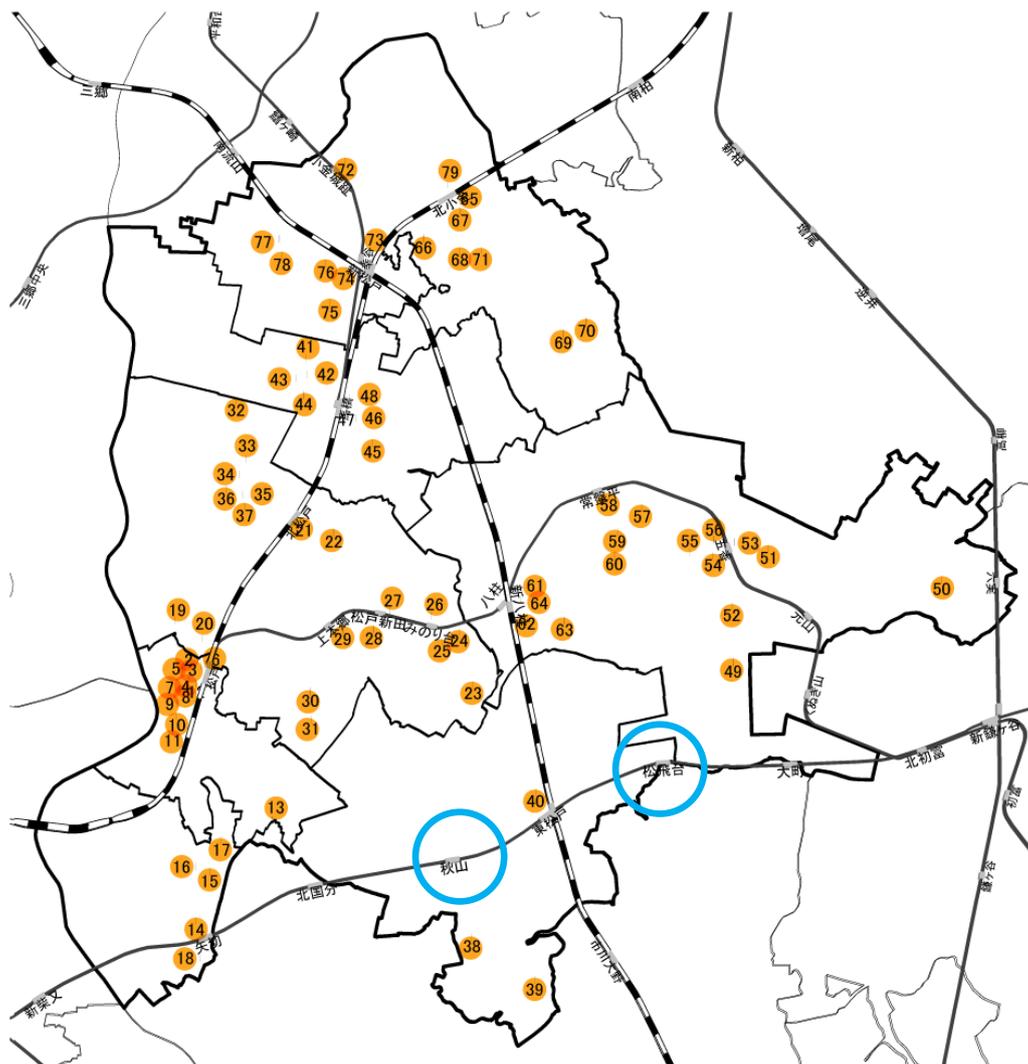
(3) 商店街の集積

- ・商店街が市内各駅周辺を中心に分散的に形成（79 商店会）されています。

【商店街の集積がないエリア】

◇商店街がない地域は、近隣住民向けの日用品が購入できる商業施設の集積とともに、新たな店主や地域住民同士のコミュニティの形成が求められます。

⇒秋山駅、松飛台駅 周辺



【商店街位置図】 出典：松戸市商業構造基本調査 H29. 1

※松戸市内 79 商店会を中心とした商業集積がある小売事業所の単位を「商店街」とします。

※ここでいう商店街とは商店街組織の会員の集合ではなく、商業が集積している街区を構成する事業所の集合であり、非会員を含んだものです。

※対象とした業種は小売業に限定し、飲食店やサービス業は含まれていません。また、大規模小売店舗（売場面積 1,000 m²以上の店舗）及び「無店舗販売」のほか売場面積が 0 m²の事業所を除外しています。

※大規模小売店舗に該当する寄合の事業所によって形成されている商店街については、大規模小売店舗内の大型小売業（売場面積 1,000 m²以上の事業所）のみを除外しています。

【商店街一覧】

地区名	NO	商店街名	地区名	NO	商店街名
本庁	1	松戸東口商店会	馬橋	41	馬橋だるま会
	2	高砂通り商店会		42	馬橋西口中央通り商店会
	3	松戸駅前商工振興会		43	馬橋西口銀座通り商店会
	4	本町中通り共栄会		44	サンライズストリート商工振興会
	5	本町大通り商店会		45	ポッポ会
	6	松戸市本町北通り商店会		46	馬橋東口商店会
	7	松戸二丁目不動会		47	馬橋駅前通商店会
	8	松戸二丁目中通り商店会		48	馬橋本通り商店会
	9	春雨会	常盤平	49	松飛台商店会
	10	みやまえ会		50	六実商興会
	11	角町・下横町商店会		51	五香商店会
	12	伊勢丹通り商店会		52	五香新町商栄会
	13	二十世紀が丘商店会		53	五香駅東口商店会
矢切	14	下矢切商和会		54	サンロード五香商店街振興組合
	15	三矢小台ショッピングセンター街		55	東店舗商店会
	16	三矢小台商店会		56	五香さくら通り商店会
	17	三矢小台中央商店会		57	常盤平三丁目仲通り商店会
18	栗山商店会	58		常盤平駅前通り商店会	
明	19	樋野口商店会	59	常盤平中央商店会	
	20	根本商栄会	60	常盤平南部商店会	
	21	北松戸商店会	61	八柱商店会	
	22	わかば商店会	62	八柱駅前中央商店会	
	23	稔台小学校通り商店会	63	八柱グリーン商店会	
	24	みのり通り商店会	64	サンセット通り商店会	
	25	みのり台一番街商店会	小金	65	協同組合北小金ピコティ西館名店街
	26	みのり台駅前通り商店会		66	小金清志町商店さつき会
	27	松戸新田駅前商店会		67	小金商工振興会
	28	松戸新田仲井町商店会		68	小金宿通り商店会
	29	上本郷駅前商店会		69	小金原中央商店街振興組合
	30	胡録台商工振興会		70	小金原いちょう通り商店会
	31	野菊野商店会		71	ハワイ通り商店会
	32	旭通り商店会		72	大金平商店会
	33	仲堀商店会		73	新松戸駅前商店会
	34	栄町しんきん通り商店会		74	新松戸駅前二丁目商店会
	35	松戸栄町一番会商店会		75	新松戸中央商店会
36	栄町だるま商店会	76		新松戸四丁目商店会	
37	栄町本通り商店会	77		新松戸五丁目商店会	
東部	38	梨香台ショッピングプラザ	78	新松戸六丁目商店会	
	39	高塚商栄会	79	小金北商店会	
	40	東松戸商店会			

資料：松戸市経済振興部商工振興課（平成26年7月1日現在）

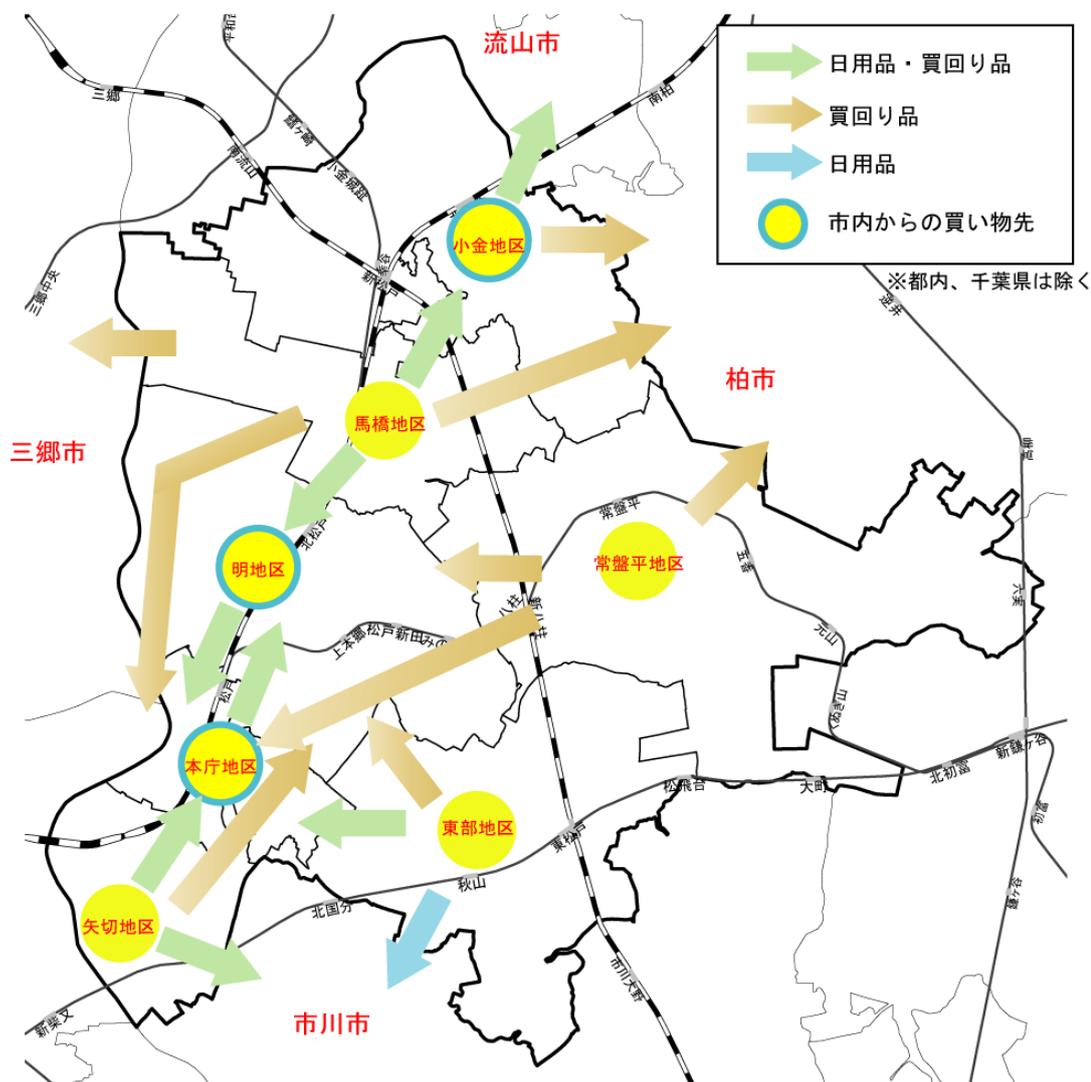
(4) 市内商圈

- ・その商業集積エリアが市内の他の地域からの買い物先となっているかどうか、商業集積エリアの持つ商圈の広がりに影響を与える要素となります。

【日用品・買回り品の買い物先となる市内拠点】

◇日用品・買回り品は、地区内のほか、市内では本庁地区、明地区、小金地区でも買い物が行われており、市民の買い物需要に対する商業機能の集積が求められます。

⇒本庁地区、明地区、小金地区



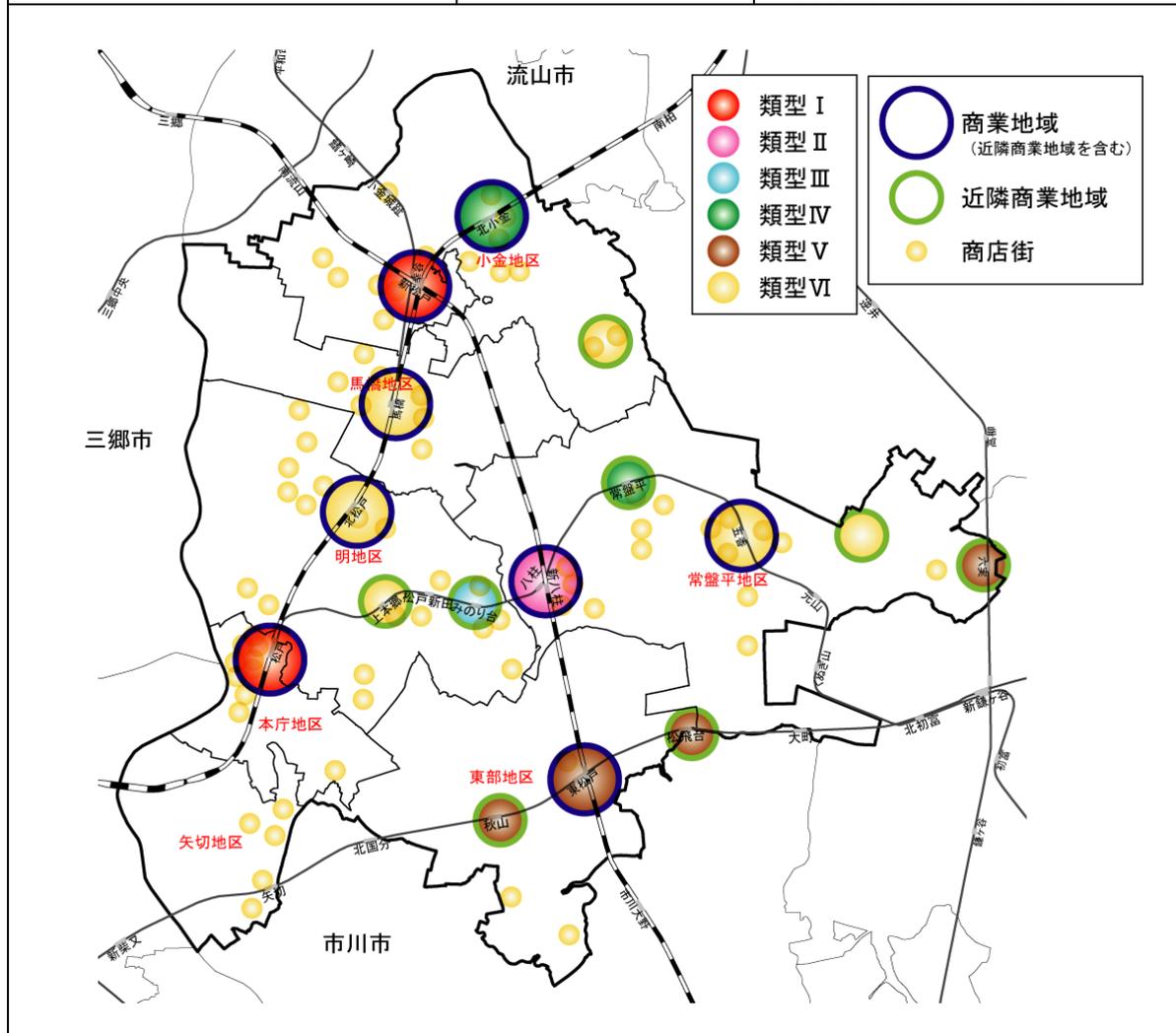
【商圈構造図】 出典：松戸市商業構造基本調査 H29.1 より作成

(5) 商業特性から見た類型化のまとめ

(1)から(4)の商業特性(小売業指標、大規模小売店舗の集積、商店街の集積、市内商圈)の分析結果から地域の類型化を行います。

【商業特性による類型化】

類 型	拠点エリア	特 性
類型Ⅰ. 駅周辺に商業施設が集積し、市内からの買い物先にもなっている	松戸駅、新松戸駅周辺	◇小売業指標は高い ◇駅前に大規模小売店舗、商店街が集積 ◇市内の他地区からの消費も吸収
類型Ⅱ. 駅周辺の小売業が活発である	八柱駅・新八柱駅周辺	◇小売業指標は高い ◇駅前に商店街・商業施設が集積
類型Ⅲ. ロードサイドの小売業が活発である	みのり台駅周辺	◇小売業指標は高い ◇ロードサイドに商業施設が集積
類型Ⅳ. 駅前に近隣住民向けの大規模小売店舗がある	北小金駅、常盤平駅周辺	◇駅前に大規模小売店舗が集積
類型Ⅴ. 駅前に商業施設の集積が少ない	東松戸駅、秋山駅、松飛台駅、六実駅周辺	◇大規模小売店舗や商店街が少ない
類型Ⅵ. 商店街等が形成されている	その他駅周辺商業地等	◇商店街が駅前やロードサイド、団地内に分散して形成



1-4. 商業エリアの類型化

立地特性及び商業特性に基づき、市内を以下の4つの商業エリアに類型化します。

中心市街地エリア（松戸駅周辺）

本市の中心地として市外を含む広域からの来訪者を対象とした商業施設が集積するエリア

- ◇松戸駅は1日15万人以上に利用され、周辺の人口密度も増加していることから、市の中心的な商業地としての商業施設の充実が求められます。
- ◇松戸駅のある本庁地区は市内の他地区からの日用品や買回り品の買い物先となっていることから、広域的な商圈に対応した商業機能の充実が求められます。
- ◇比較的大規模な商業施設が松戸駅周辺に立地していますが、平成30年の伊勢丹松戸店の閉店等、大規模小売店舗の商業環境も厳しく、商店街との連携等による地域が一体となった商業振興が求められます。

地域型商業エリア（新松戸駅周辺、八柱・新八柱駅周辺）

交通結節点としての利便性を生かしながら、さらなる商業機能の充実が望まれるエリア

- ◇鉄道の複数路線の乗り入れがある新松戸駅及び八柱・新八柱駅周辺は、人口が集積しており、駅利用者数も多いことから、地区外からの人の集積にも対応した商業機能の集積が求められます。

新興開発エリア（東松戸駅周辺）

開発の余地が大きく、商業施設の集積が望まれるエリア

- ◇東松戸駅のある東部地区は、鉄道駅の開設や土地区画整理事業により人口が増加し、新しい生活拠点が形成されつつあることから、商業施設の集積とともに、商業地を核としたコミュニティ形成が求められます。

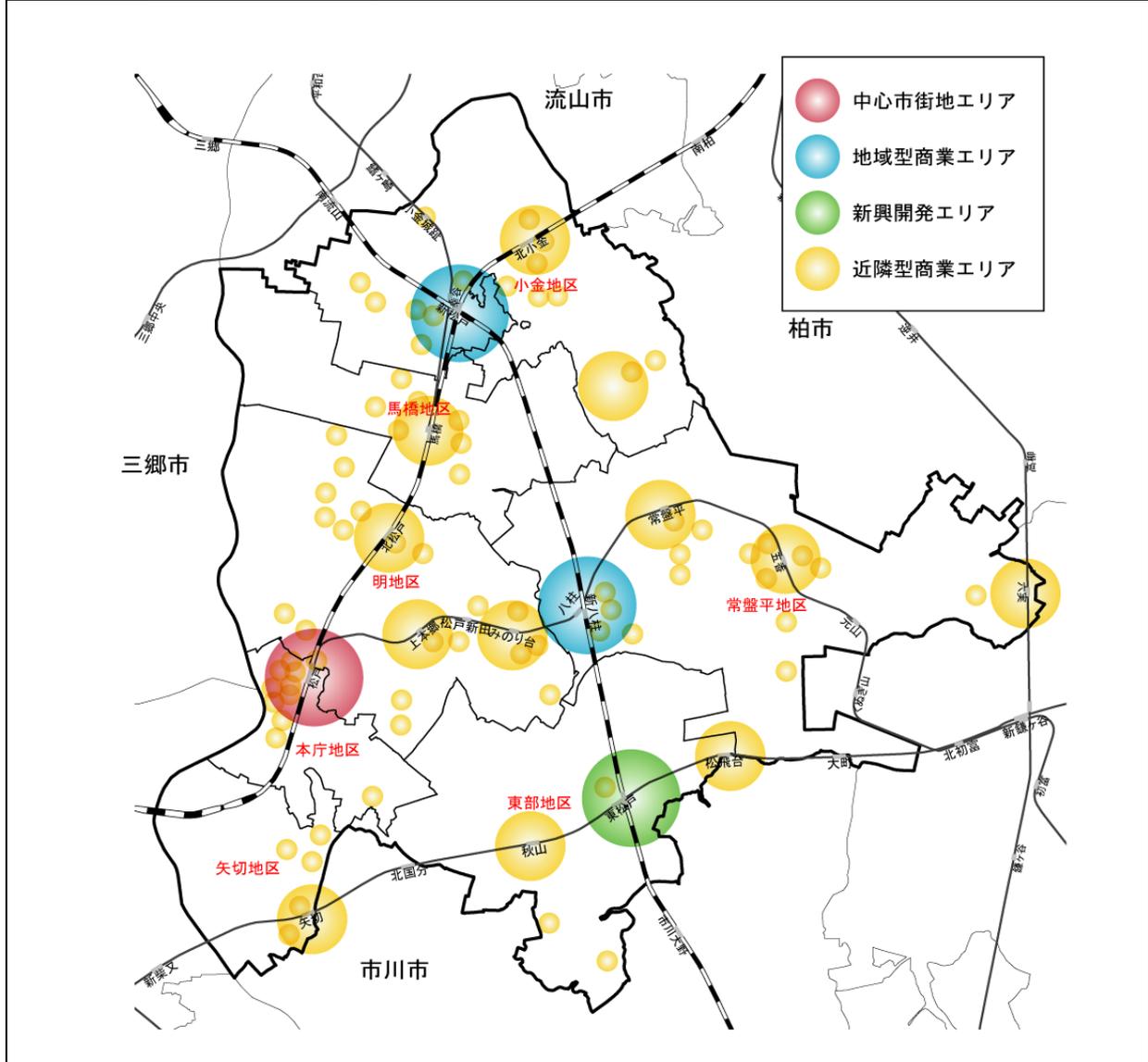
近隣型商業エリア（その他駅周辺、地域の商店街）

日常的な生活の場として、日用品の買い物等の身近な商業サービスが集積するエリア

- ◇商店街が市内各駅周辺を中心に分散的に形成されており、日用品の購入については利便性が高くなっていますが、分散している結果、松戸駅周辺等を除くと、それぞれの商業の集積はさほど大きくない状況にあることから、商店街の経済活動を支える基盤の強化が求められます。
- ◇昭和35年の常盤平団地等の開発と合わせて、商店街等が形成されてきた地区では、老朽化の進む商店街の環境整備とともに、高齢となった住民へのニーズに合わせた商業サービスが求められます。

【商業エリアの類型化】

類型	拠点駅	特 性 (◇立地特性 ◆商業特性)
中心市街地エリア	松戸駅	◇類型Ⅰ：都内と連絡する主要な交通結節点で、駅の利用者数が市内で最も多く、人口も増加している ◆類型Ⅰ：駅周辺に商業施設が集積し、市内からの買い物先にもなっている
地域型商業エリア	新松戸駅 八柱駅・新八柱駅	◇類型Ⅱ：複数の鉄道が乗り入れる駅周辺の商業地で、地域外からの利用も多い。人口も集積している ◆類型Ⅰ・Ⅱ：駅周辺に商業施設が集積し、小売業が活発である
新興開発エリア	東松戸駅	◇類型Ⅲ：複数の鉄道が乗り入れる駅周辺の商業地で、新規の開発により人口が増加している ◆類型Ⅴ：駅前に近隣住民向けの商業施設が集積が少ない
近隣型商業エリア	北松戸駅、馬橋駅、北小金駅、五香駅	◇類型Ⅳ：商業地域の中では駅の利用者は少ない ◆類型Ⅳ・Ⅵ：近隣住民向けの商店街が集積している
	みのり台駅 秋山駅	◇類型Ⅴ：近隣商業地域の中では駅の利用者が一定以上あり、周辺での開発や人口の増加がある ◆類型Ⅲ・Ⅴ：みのり台はロードサイドの小売業が活発である
	松飛台駅 六実駅	◇類型Ⅵ：駅の利用者は少ない ◆類型Ⅴ：大規模小売店舗や商店街等の集積が少ない
	その他駅周辺 地域の商店街等	◇類型Ⅵ：駅の利用者は少ない ◆類型Ⅵ：近隣住民向けの商店街や商業施設が集積している



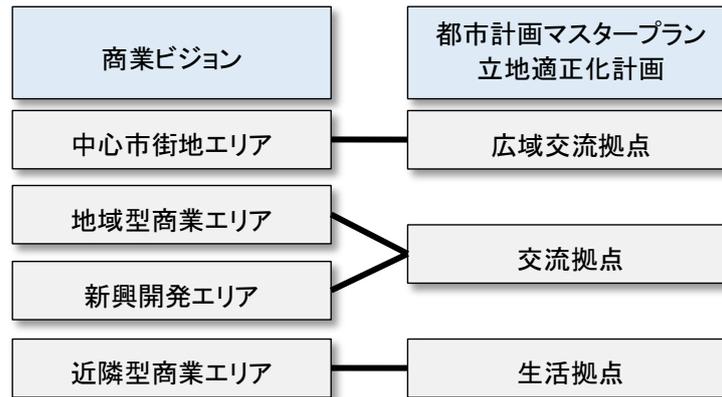
1-5. 関連計画における拠点の方針

関連計画においては、駅周辺を商業の拠点として位置づけ、方針を定めています。

(1) 関連計画における拠点の設定

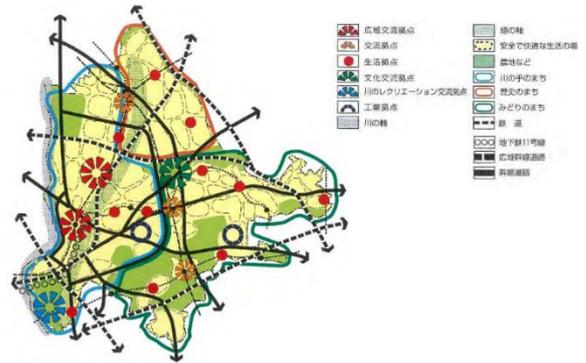
「松戸市都市計画マスタープラン」「松戸市立地適正化計画」においては、松戸市の都市構造として、駅周辺を3つの拠点「広域交流拠点」「交流拠点」「生活拠点」に分類しています。

「松戸市商業ビジョン」で設定した4つのエリアとは、下図の関係にあります。



◇松戸市都市計画マスタープラン (H11.6)

拠点分類	設定箇所	拠点の特性
広域交流拠点	松戸駅、 北松戸駅西口	商業・業務機能を有する拠点
交流拠点	新松戸駅、 八柱駅、 東松戸駅	交通結節点としての利便性を生かしながら、商業・業務を中心とする拠点
生活拠点	その他の鉄道駅	商業機能だけでなく、多様で身近な機能を有する拠点



◇松戸市立地適正化計画 (H30.3)

拠点分類	拠点設定箇所	拠点の特性
広域交流拠点	松戸駅周辺	大型商業・業務機能や行政機能等とともに、日常生活に必要な一通りの機能を備えた拠点
交流拠点	新松戸駅、 八柱・新八柱駅、 東松戸駅周辺	広域交流拠点を補完する広域性・集客性の高い施設のほか、日常生活に必要な機能を有する拠点
生活拠点	その他駅周辺	日常生活に必要な身近な生活サービス施設を備えた拠点



(2) 拠点別の方針

関連計画では、「商業ビジョン」の拠点として定めた駅周辺について、以下の基本方針が定められており、整合を図ります。

①中心市街地エリア

地域	基本方針	出典
松戸駅周辺	・市の中心市街地にふさわしい商業環境の整備に努め、駅周辺でのイベントや販売促進活動を推進し、商業基盤の強化を図る。	松戸市総合計画 -後期基本計画
	・松戸駅周辺の中心市街地は、商業振興の取り組みと一体的に、大規模小売店舗、専門店、飲食店やサービス型業務等の商業・業務施設の集積を誘導するとともに、魅力ある景観づくりに取り組み、にぎわいと活力のある回遊性の高い商業・業務集積空間を形成する。	松戸市都市計画 マスタープラン
	・松戸駅周辺は、中心市街地としての活性化、歴史文化等、地域資源の活用を図っていく。	松戸市商工業等 振興基本方針
	・松戸駅周辺では、本市の中心市街地としてふさわしい広域的な商業・業務機能及び文化機能の集積を図る。	松戸市立地適正 化計画
	・中心商業地にふさわしい“にぎわい”を高めるため、市街地整備の他、商業機能の誘導やイベントの実施、歩行空間の充実等により、都市機能の更新とともに回遊性・滞留性を向上させる。	松戸駅周辺まち づくり基本構想

②地域型商業エリア

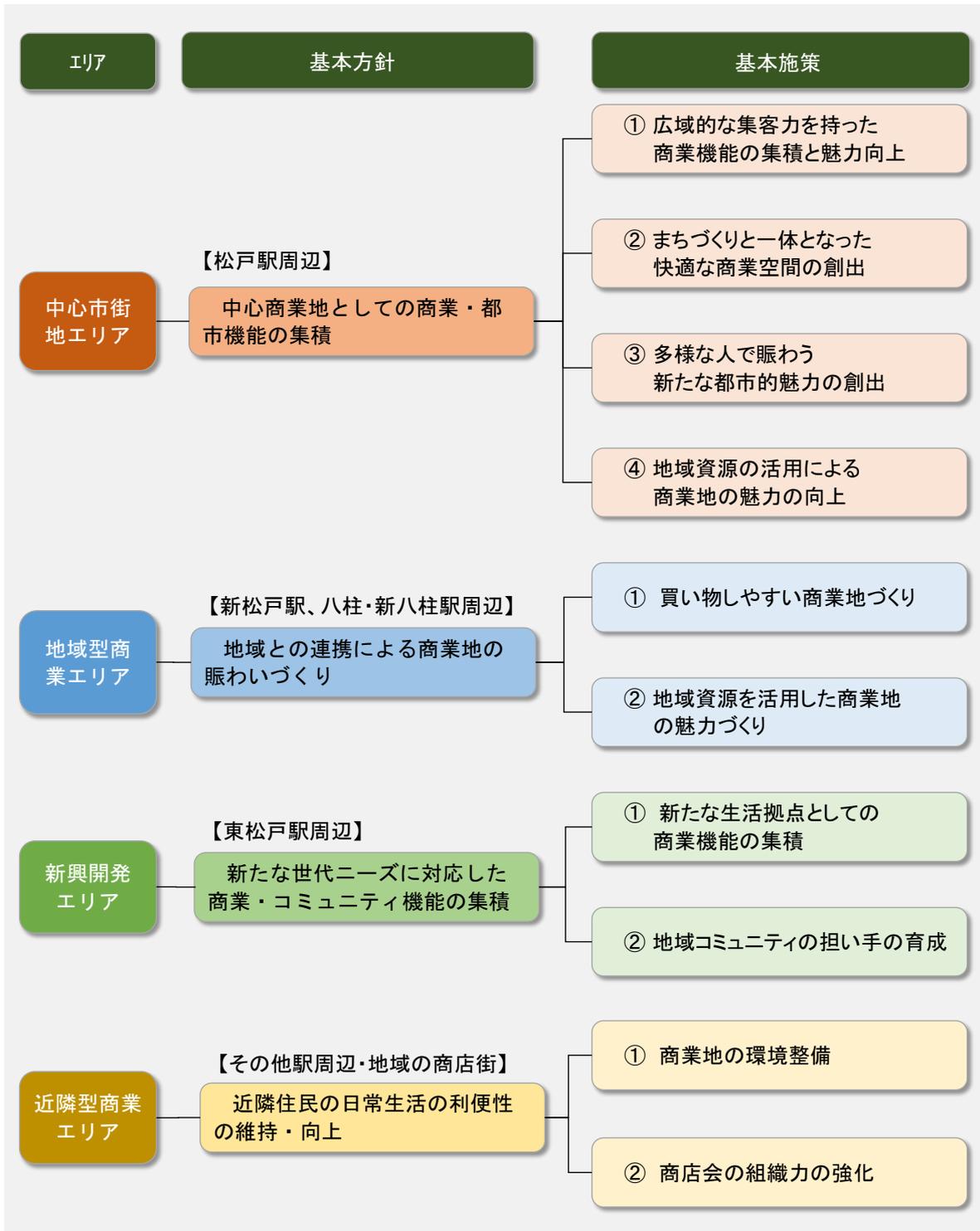
地域	基本方針	出典
新松戸駅 周辺	・新松戸駅周辺は、3つの鉄道が交差する交通条件の良さを生かし、地域の「生活拠点」としてだけでなく、より広範囲の「交流拠点」として、商業機能を中心に整備・育成する。	松戸市都市計画 マスタープラン
	・新松戸駅の東側は、交通結節点としての交通利便性の高さを生かし、周辺の良好な自然環境にも配慮して計画的な面整備を進め、地域のみならずより広域的な「交流拠点」として、商業・業務等の機能の集積と良好な空間を形成する。	松戸市都市計画 マスタープラン
	・新松戸駅東口では、地域住民の利便性向上に資する商業施設や医療・福祉施設等の都市機能を誘導する。	松戸市立地適正 化計画
	・新松戸駅西側では、既存の広域型商業施設の維持を図る。	松戸市立地適正 化計画
八柱駅周辺	・八柱駅周辺は、新京成電鉄と JR 武蔵野線が結節する交通利便性の良さや、21世紀の森と広場への主要な玄関口であることを考慮して、地域の「生活拠点」だけでなく全市的な「交流拠点」として位置づけ、駅前広場の改善や歩行者空間の快適化、駅前の良好な景観づくり等を進める。	松戸市都市計画 マスタープラン
	・新八柱・八柱駅では、土地区画整理事業により整備された基盤を活かし、行政窓口機能や地域型の商業施設等の都市機能を誘導する。	松戸市立地適正 化計画

③新興開発エリア

地域	基本方針	出典
東松戸駅 周辺	・東松戸、秋山、松飛台の各駅周辺で土地区画整理事業を推進し、商業施設や公共施設等が集積するとともに歩きやすい歩行者空間等が確保された、快適でにぎわいのある拠点を形成する。	松戸市都市計画 マスタープラン
	・東松戸駅周辺では、土地区画整理事業により整備された基盤を活かし、行政窓口機能や地域型の商業施設等の都市機能を誘導する。	松戸市立地適正 化計画

2. 拠点別振興方針

類型化を行った4つの商業エリアについて、現状・課題の整理を踏まえ、商業振興の方向性と施策を整理します。



※近隣型商業エリアの基本施策「①商業地の環境整備」「②商店会の組織力の強化」は、商業地支援の基本となることから、「中心市街地エリア」「地域型商業エリア」「新興開発エリア」の商店街等の環境整備にも適合する。

2-1. 中心市街地エリア（松戸駅周辺）

本市の中心地として市外を含む広域からの来訪者を対象とした商業施設が集積するエリア



(1) 商業振興の現状・課題と方向性・施策の整理

【現状・課題】

◆商業エリアの特性（第5章1-4.より）

- ①松戸駅は1日15万人以上に利用され、周辺の人口密度も増加していることから、市の中心的な商業地としての商業施設の充実が求められる。
- ②松戸駅のある本庁地区は市内の他地区からの日用品や買回り品の買い物先となっていることから広域的な商圈に対応した商業機能の充実が求められる。
- ③比較的大規模な商業施設が松戸駅周辺に立地しているが、平成30年の伊勢丹松戸店の閉店等、大規模小売店舗の商業環境も厳しく、商店街との連携等による地域が一体となった商業振興が求められる。

◆関連計画（第5章1-5.より）

- ④広域的な商業・業務機能及び文化機能を集積する。
- ⑤にぎわいと活力のある回遊性・滞留性の高い商業・業務集積空間を形成する。
- ⑥歴史文化等の地域資源を活用する。

◆地区の特性（第2章4-3.より）

【本庁地区】

- ⑦市内で1事業所あたりの小売業指標が最も高い地区となっている。
- ⑧明地区、矢切地区、東部地区、馬橋地区からの買い物先となっている。

【方向性・施策】

◆商業振興の方向性

中心商業地としての商業・都市機能の集積

◆商業振興施策

広域的な集客力を持った商業機能の集積と魅力向上(①②③④より)

市外を含めた広域からの集客力を持ち、来訪者に親しまれる中心市街地にふさわしい商業集積を推進する。

まちづくりと一体となった快適な商業空間の創出(①②③④⑤⑦⑧より)

松戸駅の改良や駅周辺のまちづくりとの連携を図り、商業地の賑わいの創出を図るとともに、買い物に際しての安全で快適な歩行者空間を充実する。

多様な人で賑わう新たな都市的魅力的創出(①④⑤より)

これまでにない多様な人を呼び込むため、新しい若者文化や観光交流ニーズに対応した商業機能の充実について検討する。

地域資源の活用による商業地の魅力の向上(②⑥より)

地域資源を活用した、回遊性の高い魅力あるまちづくりを目指す。

(2) 商業振興の現状・課題

松戸駅は1日15万人以上に利用され、周辺は人口密度が増加しており、松戸駅のある本庁地区は市内他地区からの買い物先となっています。本庁地区は、小売業指標が市内で最も高く、関連計画においては、文化機能や歴史文化等の地域資源を活用した回遊性・滞留性の高い商業・業務集積空間の形成を目指している地区です。

しかし近年、伊勢丹松戸店が閉店する等商業環境が厳しくなっており、広域的な商圈に対応した中心商業地の形成が必要となっています。駅周辺のまちづくりと一体となった商業空間の創出とともに、地域内商業施設が連携した取り組みや、地域資源の活用が求められています。

(3) 商業振興の方向性

中心商業地としての商業・都市機能の集積

商業・業務機能が集積している松戸駅周辺では、中心商業地にふさわしい“賑わい”を高めるため、都市機能の更新に合わせ、商業の集積および魅力の向上や、安全で快適な歩行者空間の充実により、回遊性・滞留性を向上させ、商圈の広域化を図ります。

(4) 事業者ニーズ

商業ビジョンの検討にあたり、「松戸市商店会連合会」「松戸駅周辺商業協同組合」へのヒアリングを行いました。そこで得られた事業者の声は以下のとおりです。

- ・松戸駅西口では、複数の建物が一緒になって新たな商業施設をつくることにより、土地の高度利用を図り、新たな賑わいを生み出すことが必要と感じている。
- ・松戸駅東口相模台で進められている新拠点ゾーンの早期実現が必要であると感じている。
- ・松戸市はイベントでの集客は多いが、観光としてPRできるものが少ないと感じている。



◇事業者ニーズを踏まえた方向性

- ・商店街等への支援とともに、土地の高度利用等まちづくりと一体となった商業機能の配置を促すとともに、魅力と賑わいづくりが必要である。
- ・「松戸駅周辺まちづくり構想」で位置づけられている「新拠点ゾーン」の事業の推進に合わせて、市民のニーズに合った商業機能のあり方を検討することが必要である。

(5) 商業振興施策

基本施策① 広域的な集客力を持った商業機能の集積と魅力向上

市外を含めた広域からの集客力を持ち、来訪者に親しまれる中心市街地にふさわしい商業集積と魅力向上を推進します。

【構想事業】

●**土地の高度利用と連携した商業機能の配置【新規】**

老朽化や低・未利用等の課題がある街区で実施される市街地再開発事業等と連携し、複合型中高層住宅の低層部に商業機能の配置を促します。

●**商業の集積・魅力向上【新規】**

連続的な賑わいを構築するため、地区計画等により商業等の立地を促すとともに、空き店舗を有効に活用します。

商業地としての魅力を向上させるため、こだわりの感じられる景観形成、オープンスペースや休憩場所の創出、地元団体・商店によるイベント等を促進します。

●**商店会と大型店の連携【継続】**

松戸駅周辺には大型店が集積しているという特性を活かし、商店会と大型店等が連携した共同販促事業や駐車場の共用化等を支援します。

基本施策② まちづくりと一体となった快適な商業空間の創出

松戸駅の改良や駅周辺のまちづくりとの連携を図り、商業地の賑わいの創出を図るとともに、買い物に際しての安全で快適な歩行者空間を充実します。

【構想事業】

●**松戸駅前改良と商店街の連携【継続】**

J R東日本等が実施する松戸駅の改良を好機とし、松戸駅前のバリアフリー化を推進するとともに、商店街等と連携することで、人が集い、賑わい、活気のあるまちの実現を目指します。

●**安全で快適な歩行者空間の充実【新規】**

駅前には、歩いてまわれる快適な環境を創出するため、通過交通の抑制・歩行者天国・歩行者専用通路の段階的な導入を目指す等、歩行者空間を充実します。

買い物や通勤、通学等に対応した、駐輪場整備と放置自転車対策を行います。

●**駅東口相模台の新拠点ゾーン事業との連携【新規】**

官舎跡地や松戸中央公園等の一体開発によるランドマークとなる多機能拠点づくりとの連携を図り、駅東側の新しい商業施設等の立地を促します。

【取組事例】「食」をキーワードとした新たな回遊イベントの開催（千葉県柏市）

☞参考となるポイント：人通りの少ない時間帯を利用して歩行者天国とし、路上販売で来場者と接する機会を設けることで、通りの賑わいを生み出すことも効果的です。

- ・柏駅東口の柏銀座通り商店街は、駅利用者や近隣住民を対象とした物販中心の商店街として親しまれてきたが、近年は郊外型大型店やネット購買の増加、店主の高齢化などで物販店舗の減少が課題となっていた。
- ・このため、若手経営者が中心となり新たな賑わい事業の企画・運営に携わることで商店街の新陳代謝を図っている。
- ・新規出店者の多くが「個性豊かな飲食店」という強みを生かした食の回遊イベント「空市」を実施することで、30代・40代のファミリー層や20代などの若者層を取り込んでいる。
- ・参加する店主が同じ条件のもと、同じ食材の様々なバリエーションの創作料理を楽しんでもらう企画に仕上げた。開催時間を通常飲食店の営業が少ない日中とし、通りを歩行者天国とすることで、ファミリー層や若いカップルが回遊しながら安心して食べ比べができるようにしている。



出典：「はばたく商店街30選」2018 中小企業庁

基本施策③ 多様な人で賑わう新たな都市的魅力の創出

多様な人を呼び込むため、新しい若者文化や観光交流ニーズに対応した商業機能の充実を図ります。

【構想事業】

●商店街活性化と若者文化の融合【継続】

松戸駅周辺の商店街の公共空間や空き店舗等を会場にしたアート活動、サブカルチャーといった若者文化と連携した商店街の活性化を推進します。

●新たな観光交流ニーズの発掘【新規】

新たな観光客を呼び込むとともに、再来したいと思う仕組みを形成するため、観光ニーズに併せた情報を充実し、PRを実施します。

食等によるニューツーリズムプラン（これまで観光資源としては気付かれていなかった地域固有の資源）の新たな活用・開発を促進します。

【取組事例】空き店舗を活用し商店街に産直市場を開設（千葉県木更津市）

☞参考となるポイント：商店会が中心となって、近隣農家等と連携して空き家を活用した直売所を開設することも効果的です。

- ・東京湾アクアラインの開通や郊外型商業施設の進展などからJR木更津駅周辺の中心市街地では、西友、そごう、ダイエーなどの大型店が相次ぎ撤退し、空洞化が進んだ。木更津本町商店街も来街者が減り、空き店舗が増加するなど、深刻な状況に陥っていた。特に、日常生鮮食料品を販売する店舗が少なくなり、車を運転できない高齢者などは不便を強いられていた。
- ・このため、本町商店街振興組合では取得済みの空き店舗に地域住民の要望が高い生鮮野菜を中心にした産直生鮮市場「ふれあいプラザ本町」を開設し、商店街への集客を高めている。
- ・市場では農家が自分で値段を付けることで相場より2割程度安く提供できる。また、販売品の納品は、毎朝で、売れ残り品は各自持ち帰るような仕組みになっている。



出典：商店街の取り組み 60 事例（関東甲信越静地域）経済産業省関東経済産業局ホームページ

基本施策④ 地域資源の活用による商業地の魅力の向上

江戸川・坂川、公園等の公共空間、戸定が丘歴史公園といった地域資源を活用した、回遊性の高い魅力あるまちづくりを目指します。

【構想事業】

●地域資源を活用した商業イベントの促進【新規】

河川・歴史的建造物・緑といった資源、空き店舗や公共空間等のスペースを有効活用した買い物客向けのイベントを促進します。

●公共空間等の活用にあたっての支援【継続】

地元住民等による、商業振興やまちづくりを目的とした公共空間等の活用について、アドバイス等の支援を行います。

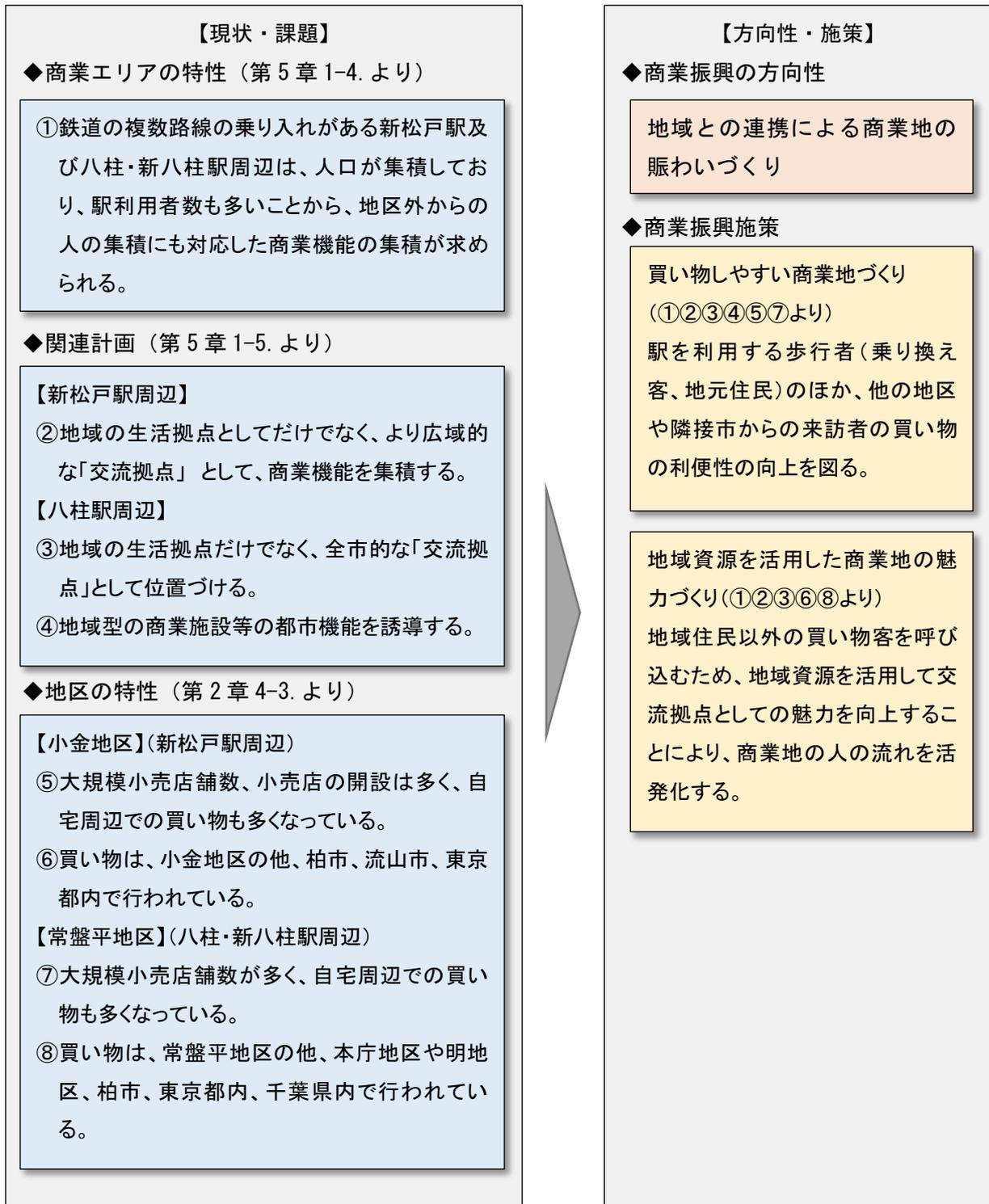
【実現化に向けた概略スケジュール】

施策	短期	中長期
広域的な集客力を持った商業機能の集積と魅力向上	●商店会と大型店の連携	●土地の高度利用と連携した商業機能の配置 ●商業の集積・魅力向上
まちづくりと一体となった快適な商業空間の創出		●松戸駅前改良と商店街の連携 ●安全で快適な歩行者空間の充実 ●駅東口相模台の新拠点ゾーン事業との連携
多様な人で賑わう新たな都市的魅力的創出	●商店街活性化と若者文化の融合	●新たな観光交流ニーズの発掘
地域資源の活用による商業地の魅力の向上	●地域資源を活用した商業イベントの促進 ●公共空間等の活用にあたっての支援	

2-2. 地域型商業エリア（新松戸駅周辺、八柱・新八柱駅周辺） 交通結節点としての利便性を生かしながら、さらなる商業機能の充実が 望まれるエリア



(1) 商業振興の現状・課題と方向性・施策の整理



(2) 商業振興の現状・課題

新松戸駅及び八柱・新八柱駅は複数路線の乗換駅であり、周辺は人口が集積し、駅利用者数が多い駅となっております。関連計画において各駅は、「交流拠点」に位置付けられており、商業機能が求められています。そのため、地域住民の自宅周辺での買い物だけでなく、鉄道乗換客等地区外からの人の集積にも対応した商業機能の充実を図るとともに、地区内外の方が交流し、賑わいを創出するための環境の整備や、機会の提供が必要とされています。

(3) 商業振興の方向性

地域との連携による商業地の賑わいづくり

駅前商店街を中心として、大規模小売店舗、地元商店、チェーン店等が共存し、駅利用者と地区住民の双方の購買ニーズに対応した買い物がしやすい魅力ある商業拠点を形成します。

また、地域住民同士や店主と住民、大規模小売店舗と商店街の交流の機会となっているイベントの開催等、交流活動を通じて商業地の賑わいづくりを促進します。

(4) 事業者・住民ニーズ

①事業者ニーズ

商業ビジョンの検討にあたり、「新松戸商店会連合会」「八柱駅前中央商店会」へのヒアリングを行いました。そこで得られた事業者の声は以下のとおりです。

【新松戸商店会連合会】

- ・駅前商店会は通過客、周辺商店会は地元住民（日用品を買う高齢者等）で客層が異なっている。地元住民を顧客とした商店会では、客との信頼関係が重要で、地域密着型の取組（まちゼミ等）が大切と感じている。
- ・まちの開発とともに約40年前に建てられた店舗は、建て替えが必要な時期になってきており、今後は空き店舗のメンテナンスが課題となると思われる。

【八柱駅前中央商店会】

- ・商店会が中心となって、八柱さくらまつりや八柱歩行者天国等、地域住民との親睦を深めるイベントの開催が、まちの活性化に寄与していると感じている。
- ・商店街の構造上、車での来訪による買い物が難しいという課題があるのではないか。



◇事業者ニーズを踏まえた方向性

- ・駅利用者や地域の高齢者等、客層に応じた業種や買い物しやすい環境等の利便性の向上を図ることが必要である。
- ・老朽化した空き店舗の利活用に向けたリノベーション等への支援の充実が必要である。
- ・商店街等の活性化に資する地域のイベントを支援していく必要がある。
- ・駐車場問題への対応等、来外客の利便性の向上を図る必要がある。

②住民ニーズ

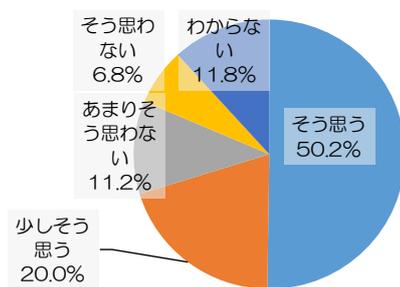
新松戸地域及び南流山地域の住民や商業者等を対象に新松戸地域と木地区とを繋ぐ交通環境に関するアンケート調査「新松戸地域のまちづくりに関するアンケート（H29.3）」によると、新松戸地域の商業機能の充実や魅力の向上のために、以下のことが重視されています。

○新松戸地域と流山市木地区等をつなぐ交通環境が充実した場合の買い物機会

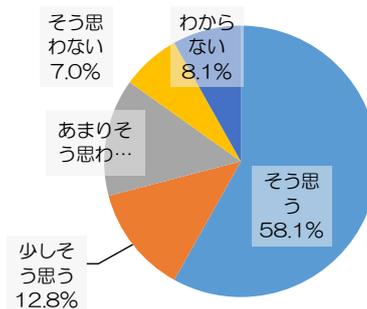
- ・新松戸地域と木地区をつなぐ交通環境の充実については、必要と感じる人が多いものの、交通環境の充実のみでは新松戸地域の買い物機会の増加は少ない傾向が見られる。

(新松戸地域と木地区をつなぐ交通環境の充実の必要性)

■新松戸地域住民 (n=645)

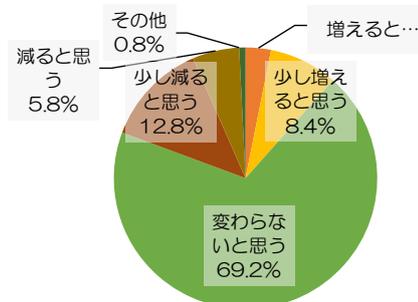


■新松戸地域商業者 (n=86)

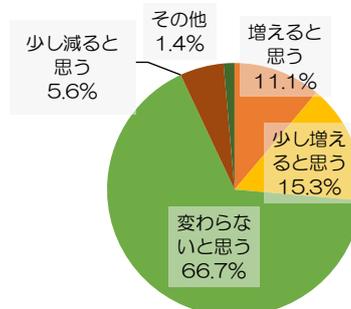


(新松戸地域と木地区をつなぐ交通環境が充実した場合の新松戸地域での買い物機会)

■新松戸地域住民 (n=642)



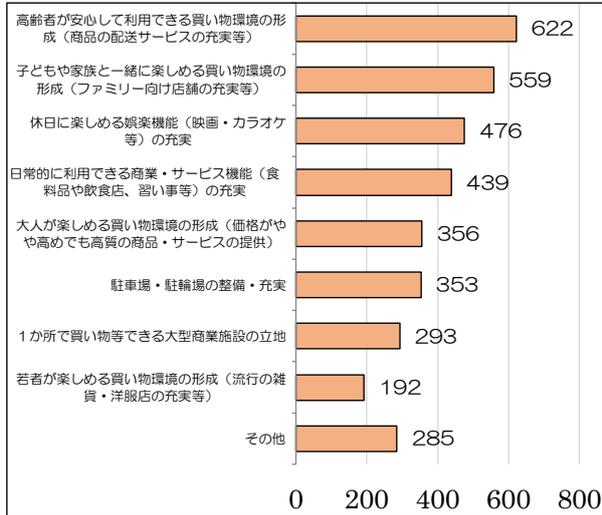
■南流山地域住民 (n=72)



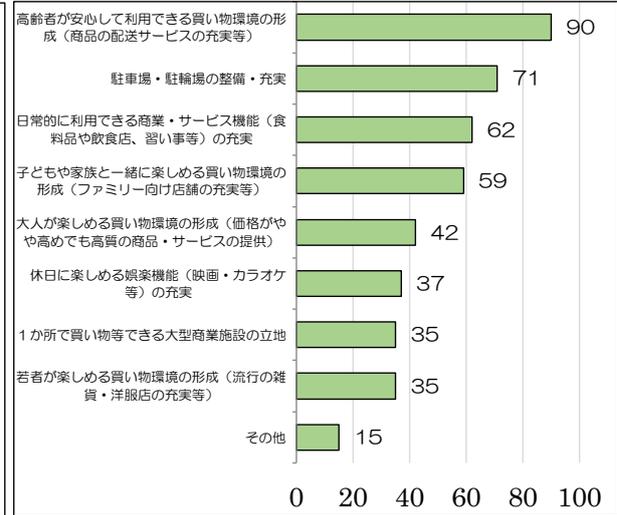
○今後、新松戸地域で望まれる商業機能の充実

- ・今後、新松戸地域で望まれる商業機能の充実については、「高齢者が安心して利用できる買い物環境の形成」が住民・事業者ともに最も高いニーズとなっている。また、事業者では「駐車場の整備・充実」を求める声が多い。

■新松戸地域住民



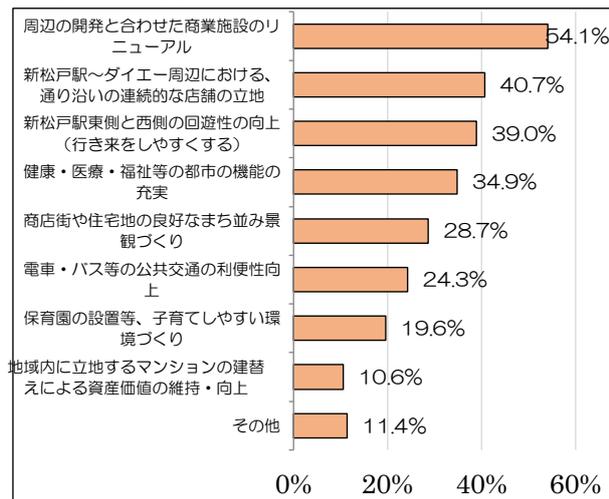
■新松戸地域事業者



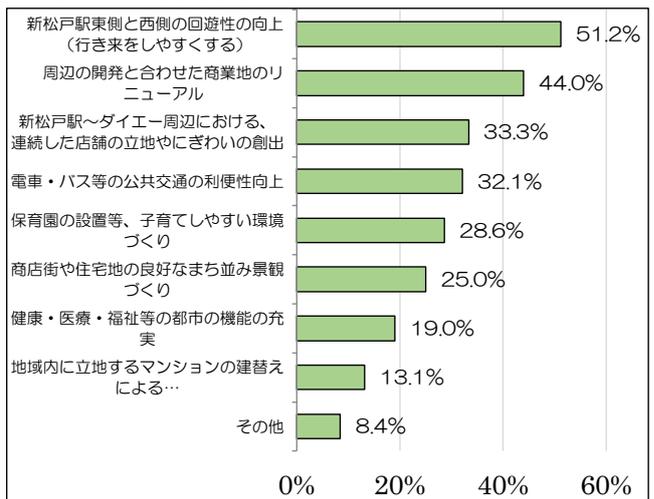
○新松戸地域の魅力向上に必要な取組

- ・新松戸地域の魅力を向上させるために必要な取組は、「商業地のリニューアル」「新松戸駅～ダイエー間の連続的な店舗立地」等が重視されている。

■新松戸地域住民



■新松戸地域事業者





◇住民ニーズを踏まえた方向性

- ・交通環境の充実だけでは買い物機会を増加させる要因とならないため、商業機能の充実や魅力の向上が必要である。
- ・商業機能では、高齢者等、地域の客層に合わせたサービスや、交通環境に合わせた駐車場の整備充実が必要である。
- ・商業地の魅力の向上に向けては、テナントミックスの推進による商業地のリニューアルや、リノベーションにより、空き店舗を減らして店舗の連続性を確保することが必要である。

(5) 商業振興施策

基本施策① 買い物しやすい商業地づくり

駅を利用する歩行者（乗り換え客、地元住民）のほか、他の地区や隣接市からの来訪者の買い物の利便性の向上を図ります。

【構想事業】

●商店会と大型店・チェーン店との連携【新規】

商店会と大型店・チェーン店の連携による環境美化、販売促進、テナントミックス等の取組を支援します。

●商店街のテナントミックスの推進【新規】

駅乗り換え客と地元住民の買い物ニーズに即した不足業種等の誘致を支援し、商店街における買い物の魅力と生活利便性の向上を図ります。

●老朽店舗等のリノベーションによる新規出店への支援【新規】

老朽化した空き店舗等をリノベーションして新たに起業等を行う事業者への支援の仕組みを検討します。

●来街客の利便性の向上【新規】

車での来訪による買い物の利便性を向上するための取組（駐車場整備、大型店との駐車場の共有化の検討）を支援します。

●高齢者等が買い物しやすい環境づくり【新規】

地域の高齢者や子育て世代が安心して利用できる買い物環境づくり（宅配サービス、買い物代行等）を支援します。

【取組事例】まちづくり会社によるデータマーケティングを通じた起業支援（大分県大分市）

☞参考となるポイント：まちづくり会社が情報の一元化して起業支援することも効果的です。

- ・(株)大分まちなか倶楽部が設置した「まちなか出店サポートセンター」に、空き店舗など不動産情報だけでなく、各店舗のターゲット層、来客数等の情報を集約し、商店街のエリア別の傾向等を分析している。
- ・出店希望者の相談窓口も同センターに一本化して、データマーケティングによる業態に合わせた不動産の情報提供、市の補助金申請支援などの出店サポートを実施している。
- ・同センターが、商店街全体の回遊性を高めるための戦略的な店舗配置を実施し、エリア全体のテナントミックスを行っており、既存店の経営安定化にもつなげている。
- ・戦略的な店舗配置としては、店舗の業態（回遊型 or 目的型）を見極め、他の店舗と併せてまわる回遊型店舗を人通りの多いエリア（コア）に配置する。また、明確な目的があって訪れる目的型店舗はコアから離れた場所に配置して、他の店舗への来店も促している。



出典：稼げるまちづくりの特徴的な取組事例 H29.3 内閣府、(株)大分まちなか倶楽部ホームページ

基本施策② 地域資源を活用した商業地の魅力づくり

地域住民以外の買い物客を呼び込むため、地域資源（公園、イベント、文化等）を活用して交流拠点としての魅力を向上することにより、商業地の人の流れを活性化します。

【構想事業】

●公共空間の活用による新たな賑わいの場づくり【新規】

周辺商業施設との連携した公共空間のイベントスペースとしての活用や都市公園での公募設置管理制の活用等による収益施設（カフェ、レストラン等）の設置管理等を検討し、商業地での賑わい空間の連続性を確保します。

●商業地の活性化イベントへの支援【新規】

商業地の活性化につながるイベント（八柱さくらまつり、八柱歩行者天国、新松戸光のフェスタ等）への支援を行います。

●サブカルチャーと商店街連携の支援【新規】

商店街による活性化事業とサブカルチャーの連携（八柱駅前中央商店街でのコスプレにやさしい街等）を図ることで、新たな客層を呼び込む取組（提携商品の開発等）を支援します。

【取組事例】 Park-PFI 制度により公園内において飲食店・売店を設置（愛知県名古屋市）

☞参考となるポイント：民間事業者による公園への飲食店等の設置により、人の流れを生み出すことも効果的です。

- ・名古屋市では、久屋大通の再生に向け、平成 29 年の都市公園法改正により創設された Park-PFI 制度を導入し、久屋大通公園（北エリア・テレビ塔エリア）内において飲食店・売店等の収益的な施設を設置するとともに、園路や広場等の公園施設の整備及び管理運営を行う事業者の公募を行った。
- ・設置等予定者の提案では、市内へ人の流れを誘引する「観光拠点としての公園」などのコンセプトが提案されている。



出典：名古屋市栄地区まちづくりプロジェクトホームページ

【実現化に向けた概略スケジュール】

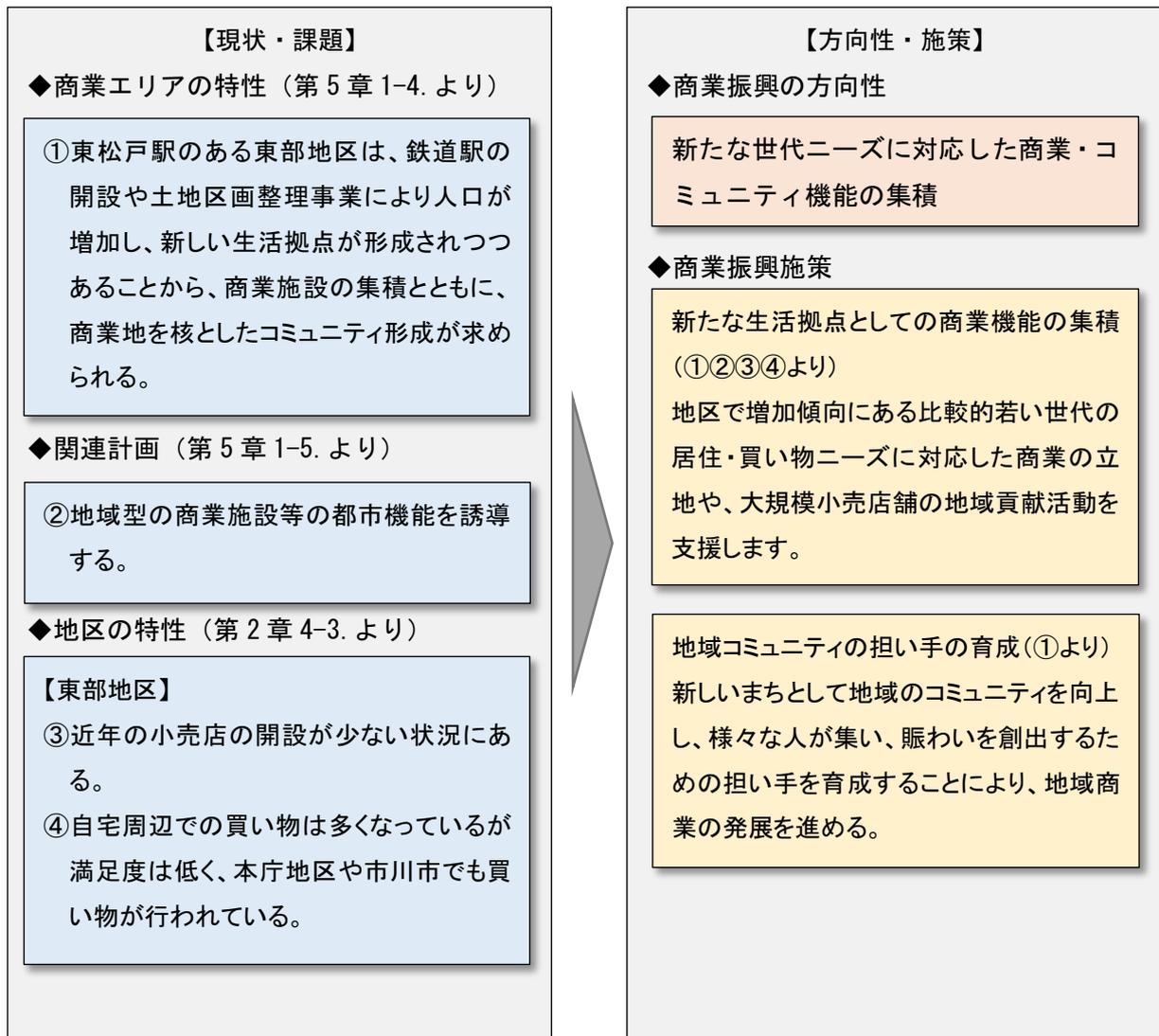
施策	短期	中長期
買い物しやすい商業地づくり	<ul style="list-style-type: none"> ●商店会と大型店・チェーン店との連携 ●高齢者が買い物しやすい環境づくり 	<ul style="list-style-type: none"> ●商店街のテナントミックスの推進 ●老朽店舗等のリノベーションによる新規出店への支援 ●来街客の利便性の向上
地域資源を活用した商業地の魅力づくり	<ul style="list-style-type: none"> ●商業地の活性化イベントへの支援 ●サブカルチャーと商店街連携の支援 	<ul style="list-style-type: none"> ●公共空間の活用による新たな賑わいの場づくり

2-3. 新興開発エリア（東松戸駅周辺）

開発の余地が大きく、商業施設の集積が望まれるエリア



(1) 商業振興の現状・課題と方向性・施策の整理



(2) 商業振興の現状・課題

東松戸駅周辺は人口が増加している地域であり、新しい生活拠点が形成されつつあります。周辺住民の自宅周辺での買い物は多い状態となっていますが、近年の小売店の開設は少ない状況にあり、満足度は低いものとなっています。今後も若年人口の増加が見込まれる振興開発地域であることから、不足する商業機能の集積と、地域コミュニティの形成により、賑わいを創出することが必要とされています。

(3) 商業振興の方向性

新たな世代ニーズに対応した商業・コミュニティ機能の集積

新興開発エリアは、人口・世帯数が増加していますが、依然として商業施設や商店街が少ないことから、商業施設の集積を進めます。

また、新しいまちとしての商業地でのコミュニティ機能の向上が重要となることから、地域の商業の発展に資する担い手の育成を進めます。

(4) 事業者ニーズ

商業ビジョンの検討にあたり、「東松戸商店街共同組合」へのヒアリングを行いました。そこで得られた事業者の声は以下のとおりです。

- ・少人数でコミュニティセンターを核とした賑わい創出活動を進めているが、さらなる人的支援（人手）が必要と感じている。
- ・賑わいづくりの参考となるコミュニティセンターの成功事例等、まちづくり活動のアイデアの情報を提供して欲しい。



◇事業者ニーズを踏まえた方向性

- ・地域住民が新しく、商業地を核としたコミュニティの形成が途上である地域では、コミュニティ活動の担い手となる人材の確保・育成が必要である。

(5) 商業振興施策

基本施策① 新たな生活拠点としての商業機能の集積

地区で増加傾向にある比較的若い世代の居住・買い物ニーズに対応した商業の立地や、大規模小売店舗の地域貢献活動を支援します。

【構想事業】

●複合用途型集合住宅への商業機能の配置【新規】

- ・比較的若い世代の転入にともない、買い物の場となる複合型中高層住宅低層部への商業

機能の配置を推進します。

●大規模小売店舗の地域貢献活動の推進【新規】

- ・大規模小売店舗等の小売業事業者の自主的な地域貢献への取組や商店会との連携を促します。

基本施策② 地域コミュニティの担い手の育成

新しいまちとして地域のコミュニティを向上し、様々な人が集い、賑わいを創出するための担い手を育成することにより、地域商業の発展を進めます。

【構想事業】

●地域のコミュニティ活動への支援【新規】

地元商店会等が行う交流イベント活動や情報発信を通じて、地域商業の発展や地域コミュニティの形成等に資する取組を支援します。

●コミュニティ活動の中核となる団体・組織の育成【新規】

地域のコミュニティ組織が継続的・発展的に運営され、商店会等の活性化が図られるように、人材の確保や運営ノウハウを学ぶ取組を支援します。

【取組事例】若手役員と学生の連携による魅力創出（大分県大分市）

☞参考となるポイント：若手が中心となって活性化に取り組んでいくことも効果的です。

- ・府内五番街商店街では、定期的に関催してきたイベントがマンネリ化し、来客数は年々減少していた。そこで、定型的な商店街運営から脱却しようと、平成 26 年の役員改選を機に 30 代及び 40 代の若手を理事長・副理事長を選任した。これまでのイベント等の事業を見直し、若手ならではの新たな発想により、高校生や専門学校などの若い人材を活用した新規事業に着手した。
- ・大分県立大分商業高校の生徒に商店街の事業提案・企画に携わってもらい、生徒提案の新たなイベントを開催したり、生徒が商店街の既存のイベント等の手伝いをするなど、地元の高校生と連携した。
- ・こうした取組がテレビ等のメディアで大きく取り上げられ、商店街への注目度を向上させた。

また、同高校の部活動として商業調査部が「府内五番街アピるんジャー」というツイッターのアカウントを作成し、イベントや個店の情報をこまめに発信している。



地元高校生とイベントコラボ

出典：「はばたく商店街 30 選」2018 中小企業庁

【実現化に向けた概略スケジュール】

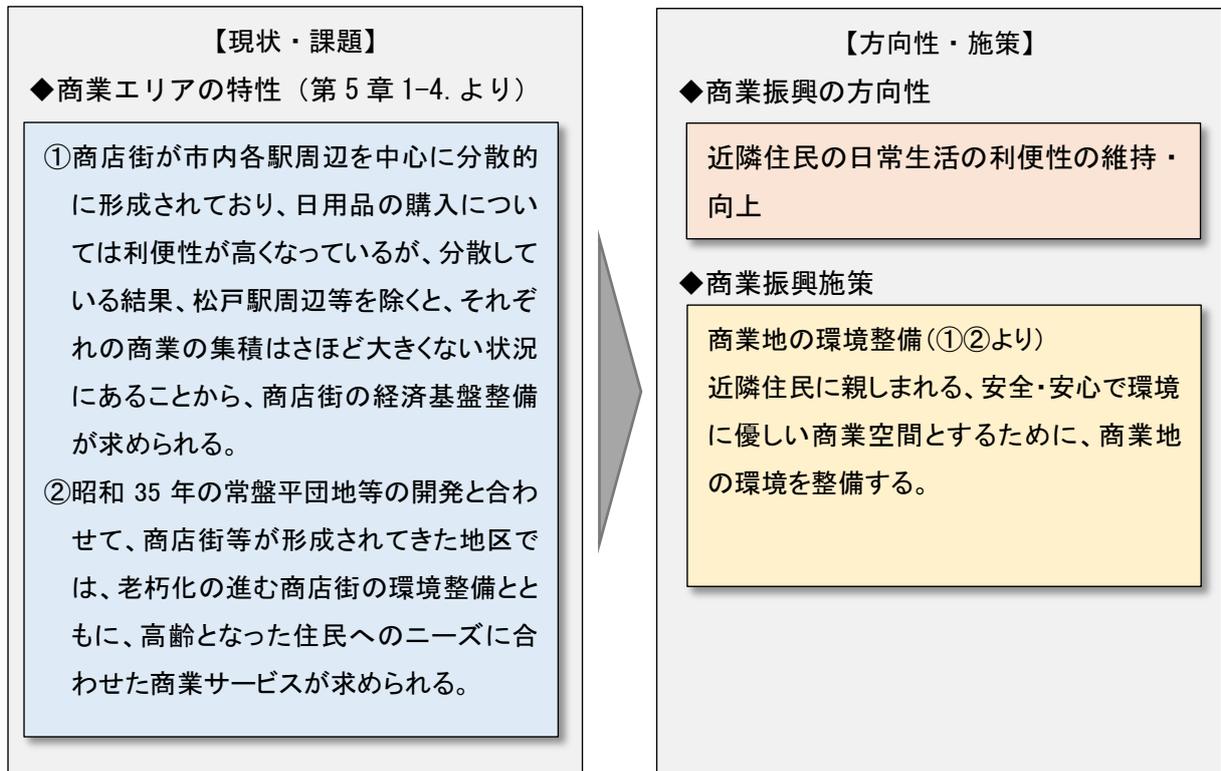
施策	短期	中長期
新たな生活拠点としての商業機能の集積	●複合用途型集合住宅への商業機能の配置	●大規模小売店舗の地域貢献活動の推進
地域コミュニティの担い手の育成	●地域のコミュニティ活動への支援 ●コミュニティ活動の中核となる団体・組織の育成	

2-4. 近隣型商業エリア（その他駅周辺、地域の商店街）

日常的な生活の場として、日用品の買い物等の身近な商業サービスが
集積するエリア



(1) 商業振興の現状・課題と方向性・施策の整理



(2) 商業振興の現状・課題

商店街が市内各駅周辺を中心に分散的に形成されており、日用品の購入については利便性が高い状態にあります。しかし、松戸駅周辺等を除き、それぞれの商業の集積はさほど大きくない状況にあることから、商店街の今後の維持・発展のための、経済基盤整備が必要となっています。

昭和35年の常盤平団地等の開発に合わせて商業機能が形成された地域では、老朽化の進む商店街の環境整備とともに、住民のニーズに合わせた商業サービスが求められています。

(3) 商業振興の方向性

近隣住民の日常生活の利便性の維持・向上

地域の商店街等の近隣型商業エリアは、既存の商店街の環境整備を継続的に支援し、日常生活の利便性の維持・向上を図ります。

(4) 事業者ニーズ

商業ビジョンの検討にあたり、「松戸市商店会連合会」等へのヒアリングを行いました。そこで得られた事業者の声は以下のとおりです。

- ・街路灯の設置や維持管理に市からの補助があるが、商店会の規模が縮小しているため、負担となっている。
- ・町会や自治会に入る住民が少なくなっているため、市からの情報を回覧しても、見てもらえず、補助事業等の支援策の情報が伝わらず、活用できていないと思う。
- ・スーパーやチェーン店等を中心に、商店街に店舗があっても商店会に加入しない店舗が増えている。
- ・小規模店舗の後継者不足が課題となっており、商店街を形成する店舗が減少しつつある。



◇事業者ニーズを踏まえた方向性

- ・商店街による街路灯等の設置・維持管理に関しては、新規整備は少ないものの、商店会の店舗の減少により、自己負担は厳しい状況が増えると想定されることから、今後とも支援を継続する必要がある。
- ・商業に関する支援策については、商店会を通じた情報提供だけではなく、市を窓口とした積極的な情報提供を今後とも継続していく必要がある。
- ・商店会が、商店街の活性化や地域課題の解決のための取組を進め、魅力ある商店街形成に努めるために、商店街で事業を営む事業者の商店会への加入促進を支援すると共に、後継者の育成を支援する必要がある。

(5) 商業振興施策

基本施策① 商業地の環境整備

近隣住民に親しまれる、安心・安全で環境に優しい商業空間とするために、商業地の環境を整備します。

【構想事業】

●街路灯の設置支援【継続】

商店会等による街路灯の設置を支援し、商店街の振興を図ると同時に、安心・安全性を高めます。

●街路灯のLED化等による維持管理の軽減【継続】

商店会等が維持管理している街路灯、アーチ等のLED化や過剰な街路灯の撤去により、維持費の軽減を図ります。

●街路灯の維持管理への支援【継続】

商店会等が管理する街路灯の維持管理に対して支援することにより、団体の健全運営を図ります。

●商店街活性化に関する補助事業の情報提供【継続】

商店街活性化に関連する、国、県等の環境整備に関連する支援制度についての情報を提供し、利用を促進します。

●歩行者空間の充実【継続】

消費者が安心かつ快適に買い物ができるよう、商店街の環境整備を商店会組織と連携しながら促進します。

【取組事例】街路灯のLED化（東京都武蔵野市）

☞参考となるポイント：オリジナル灯具デザインのLED街路灯で商店街の魅力を高めていくことも効果的です。

- ・吉祥寺平和通り商店街では、商店会協同組合設立50周年という節目を迎え、その記念事業として、商店街の街路灯（水銀灯）21灯をすべてLEDに切り換えた。
- ・LED街路灯の導入にあたっては、足元の道路だけでなく、店舗の壁面など街全体を明るく照らせるモダンでスッキリした灯具デザインとした。
- ・新しいLED街路灯は、昼は景観に溶け込み、夜は街全体を華やかに演出し、商店街のイメージアップにつながっている。電気代も従来の水銀灯と比較して約1/3になり、CO2排出量も削減でき、環境に貢献できている。



出典：SHARPホームページLED照明導入事例

基本施策② 商店会の組織力の強化

商店会の組織力を強化するために商店会が行う、会員数の維持・増加活動を支援します。

【構想事業】

●商店会への加入促進支援【新規】

商店会が行う商店会への加入運動を支援します。

●若手商業者の育成【新規】

松戸市の商業を担う若手後継者の育成、商店会リーダーの養成等を促進します。

【実現化に向けた概略スケジュール】

施策	短期	中長期
商業地の環境整備	<ul style="list-style-type: none"> ●街路灯の設置支援 ●街路灯のLED化等による維持管理の軽減 ●街路灯の維持管理への支援 ●商店街活性化に関する補助事業の情報提供 ●歩行空間の整備 	—
商店会の組織力の強化	<ul style="list-style-type: none"> ●商店会への加入促進支援 	<ul style="list-style-type: none"> ●若手商業者の育成

參考資料

第6章 参考資料

1. 市全体の商業の状況

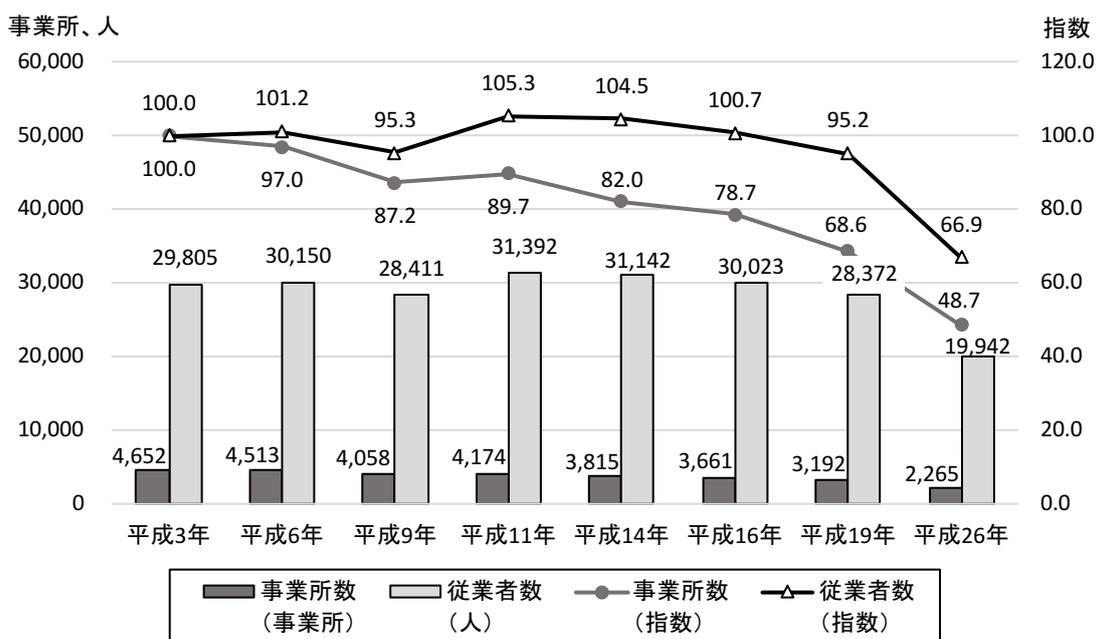
(1) 事業所数・従業者数

卸売業・小売業事業所数及び従業者数は、減少傾向にあります。

松戸市の卸売業・小売業の事業所数及び従業者数は、平成19年から平成26年にかけて大きく減少し、平成26年現在、2,265事業所、従業者数は19,942人となっています。

平成3年の数値を100とする指数の動向をみると、事業所数は減少傾向にあり、平成26年には平成3年と比較して50ポイント以上減少しています。

また、従業者数は増減を繰り返しながらもおおむね100以上となっていました。平成19年から平成26年にかけて大きく減少し、平成26年現在、66.9となっています。



■事業所数・従業者数の動向

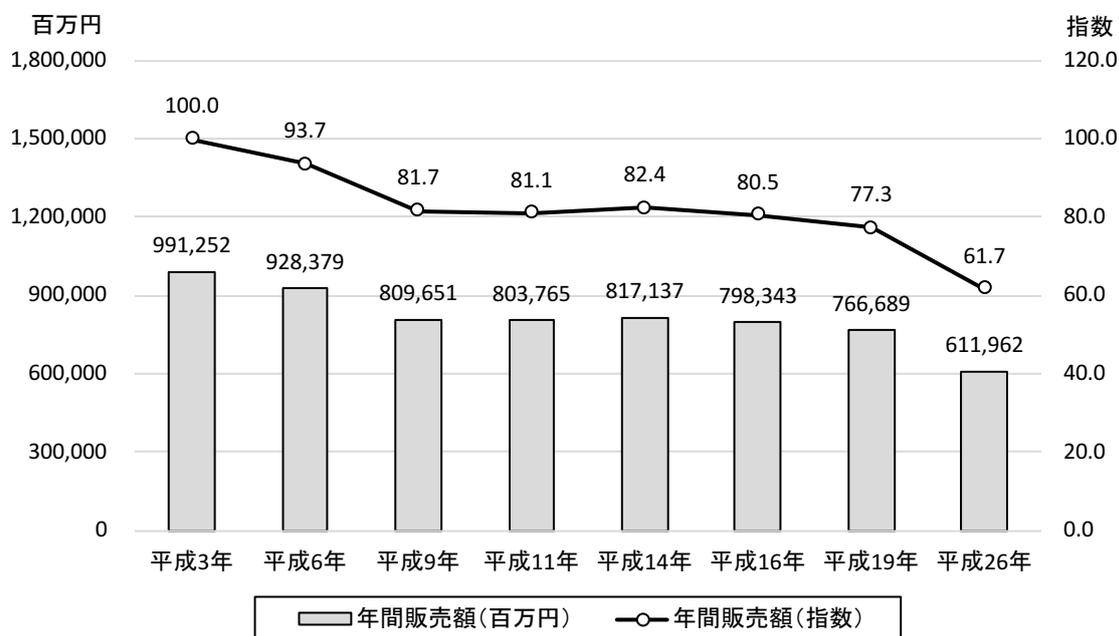
※指数は平成3年の数値（事業所数 4,652 事業所、従業者数 29,805 人）を100として換算した数値です。
出典：松戸市商業構造基本調査・商圈調査事業委託報告書（平成29年1月）

(2) 年間販売額

年間販売額は、バブル経済崩壊後に大きく減少したのち、ほぼ横ばい傾向にあります。

松戸市卸売業・小売業の年間販売額は、バブル経済崩壊後に大きく減少したのち、ほぼ横ばい傾向でしたが、平成19年から26年にかけては、約20%の大きな減少となっており、平成26年現在611,962百万円となっています。

平成3年の数値を100とする指数の動向をみると、バブル経済の崩壊により、平成9年までに約20ポイント減少しています。その後は80台でほぼ横ばい傾向にありましたが、平成19年から26年にかけて大きく減少し、平成26年現在、61.7となっています。



■ 年間販売額の動向

※指数は平成3年の数値(991,252百万円)を100として換算した数値です。

出典：松戸市商業構造基本調査・商圈調査事業委託報告書(平成29年1月)

(3) 周辺都市との比較

松戸市は概ね商圈都市平均の小売業の特性となっています。

松戸市は、商圈の都市の小売業の概ね平均値（指数 100）となっています。

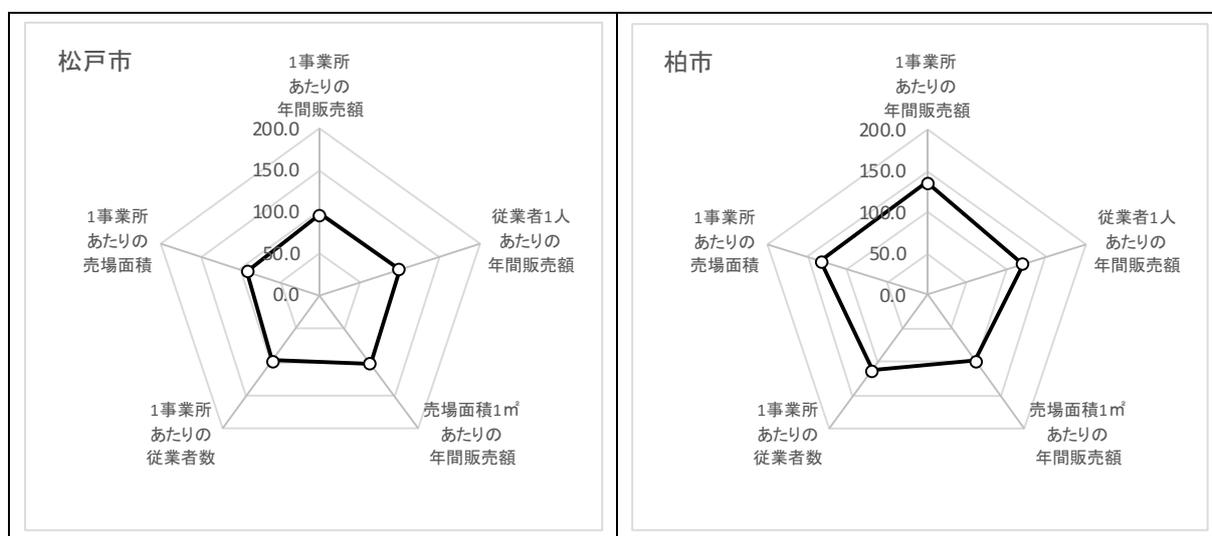
柏市は、1事業所あたりの年間販売額・売場面積等が高い値となっています。

葛飾区は、1事業所あたりの年間販売額・従業者数・売場面積が平均を下回っており、売場面積 1 m²あたりの年間販売額は高くなっています。

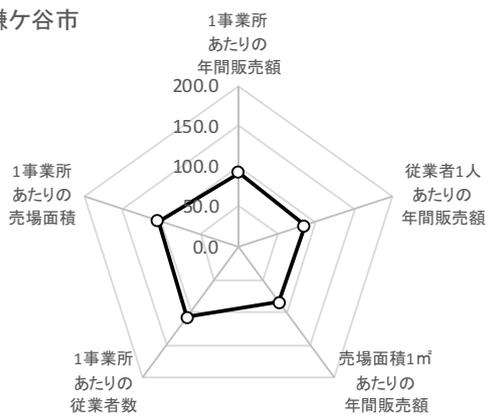
■ 商圈内における小売業の比較（平成 26 年）

	1事業所あたりの年間販売額		従業者1人あたりの年間販売額		売場面積1㎡あたりの年間販売額		1事業所あたりの従業者数		1事業所あたりの売場面積	
	(万円/事業者)	指数	(万円/人)	指数	(万円/㎡)	指数	(人/事業者)	指数	(㎡/事業者)	指数
松戸市	17,467	96.2	1,917	99.6	93.2	101.6	9.1	97.3	187.4	91.7
柏市	24,615	135.6	2,334	121.2	90.2	98.4	10.5	112.2	272.9	133.6
鎌ヶ谷市	16,762	92.3	1,655	86.0	78.3	85.4	10.1	107.9	214	104.8
流山市	18,049	99.4	1,838	95.5	83.6	91.2	9.8	104.7	216	105.7
市川市	17,470	96.2	1,925	100.0	102.5	111.8	9.1	97.3	170.4	83.4
三郷市	20,837	114.8	2,083	108.2	78	85.1	10	106.9	267.1	130.7
葛飾区	11,859	65.3	1,724	89.6	116.1	126.6	6.9	73.7	102.2	50.0
圏域平均	18,151	100	1,925	100	91.7	100	9.4	100	204.3	100

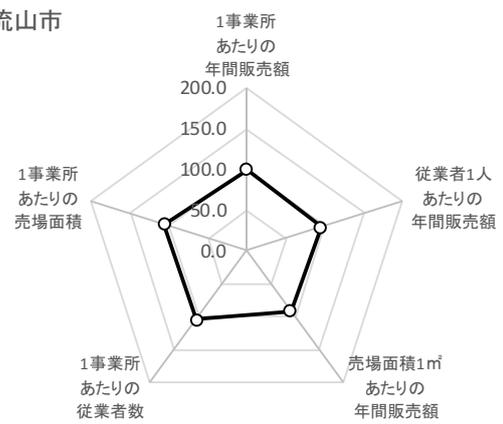
出典：松戸市商業構造基本調査・商圈調査事業委託報告書（平成 29 年 1 月）より松戸市商圈都市で作成



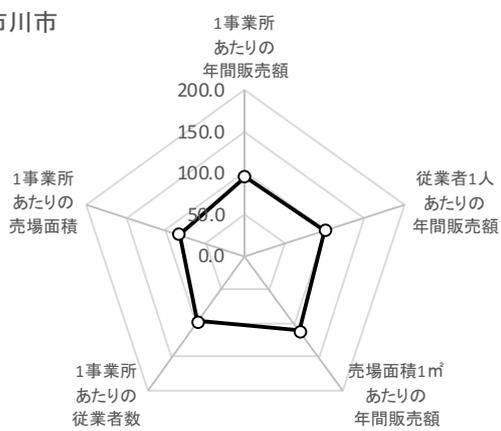
鎌ヶ谷市



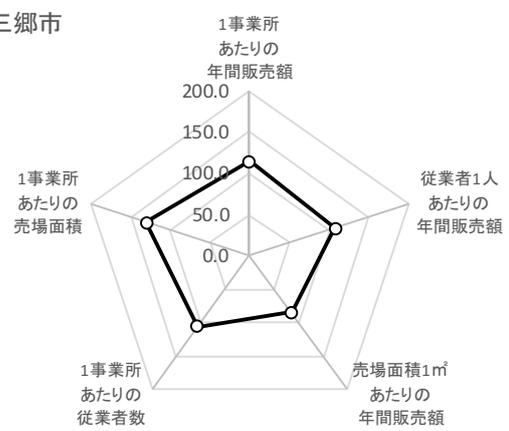
流山市



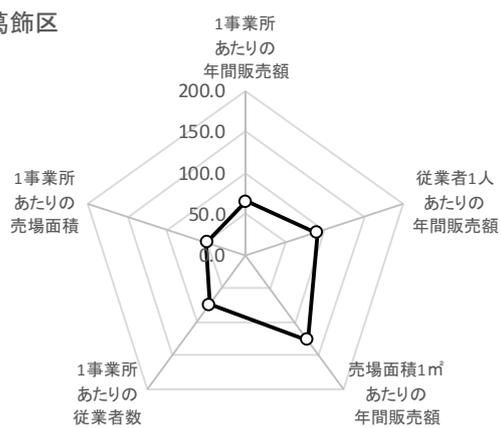
市川市



三郷市



葛飾区



2. 商圏・消費行動

2-1. 千葉県消費者購買動向調査にみる松戸市の商圏

松戸市の地元購買率は7割以上で、単独商圏都市として分類されます。

平成24年度千葉県消費者購買動向調査報告書（平成25年3月）で松戸市は、単独商圏都市として分類されるとともに、柏商圏の構成都市となっています。

商 圏	市町村	第1次商圏	第2次商圏	第3次商圏
準商業中心都市	柏市	柏市	流山市 我孫子市	松戸市 野田市
単独商圏都市	松戸市	松戸市	—	市川市

◆商圏の分類について

- 調査対象品目のうち、衣料品4品目（紳士服、婦人服、子供・ベビー服、実用衣料）に対する消費者の購買地をもって代表させ、以下のように定義した。

「第1次商圏」 消費需要の30%以上を吸引していると目される市町村

「第2次商圏」 消費需要の10%以上30%未満を吸引していると目される市町村

「第3次商圏」 消費需要の5%以上10%未満を吸引していると目される市町村

◆商圏設定の基準について

「商業中心都市」：①地元購買率70%以上で外部5市町村以上からそれぞれ10%以上吸引している市町村

②地元購買率80%以上で外部3市町村以上からそれぞれ10%以上吸引している市町村

「準商業中心都市」：①地元購買率60%以上で外部2市町村以上からそれぞれ10%以上吸引している市町村

②地元購買率70%以上で外部1市町村以上からそれぞれ10%以上吸引している市町村のうち、商業中心都市を除いた市町村

「単独商圏都市」：地元購買率60%以上で、外部特定都市への流出率が20%未満の市町村

市町村	行政人口	地元購買率	商圏内市町村数	商圏人口合計	吸引人口合計	商圏内吸引率	吸引力
松戸市	481,032人	73.7%	2	950,651人	378,941人	39.9%	78.8%

(注1) 地元購買率は中心都市消費者が自市町村で衣料品を購入する割合。

(注2) 商圏人口は第1次～第3次商圏内市町村の行政人口の合計（平成24年7月現在）。

(注3) 吸引人口は「商圏内各市町村の中心都市での購買率×当該市町村の商圏人口」の合計。

(注4) 吸引率は「吸引人口÷商圏人口×100(%)」。

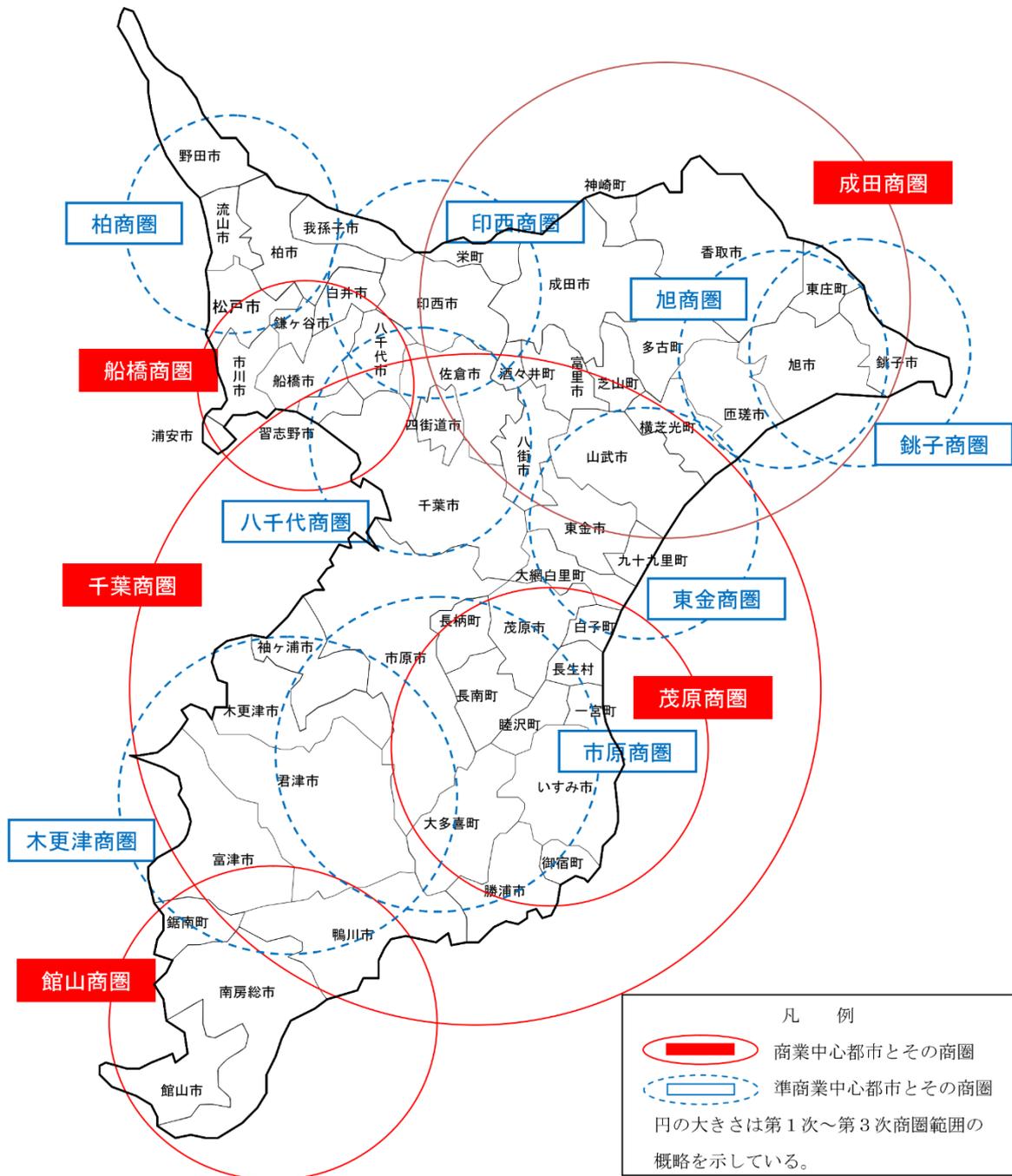
(注5) 吸引力は「各商圏内の吸引人口÷中心都市の行政人口×100(%)」。

(注6) 単独商圏都市の「商圏内市町村数」「商圏人口合計」「吸引人口」「商圏内吸引率」「吸引力」は5%以上吸引（第3次商圏以上）している市町村があった際に算出した参考値。

■地元購買率（千葉県内順位）

市町村	衣料品	食料品	飲食
松戸市	73.7% (12位)	95.2% (3位)	85.4% (10位)

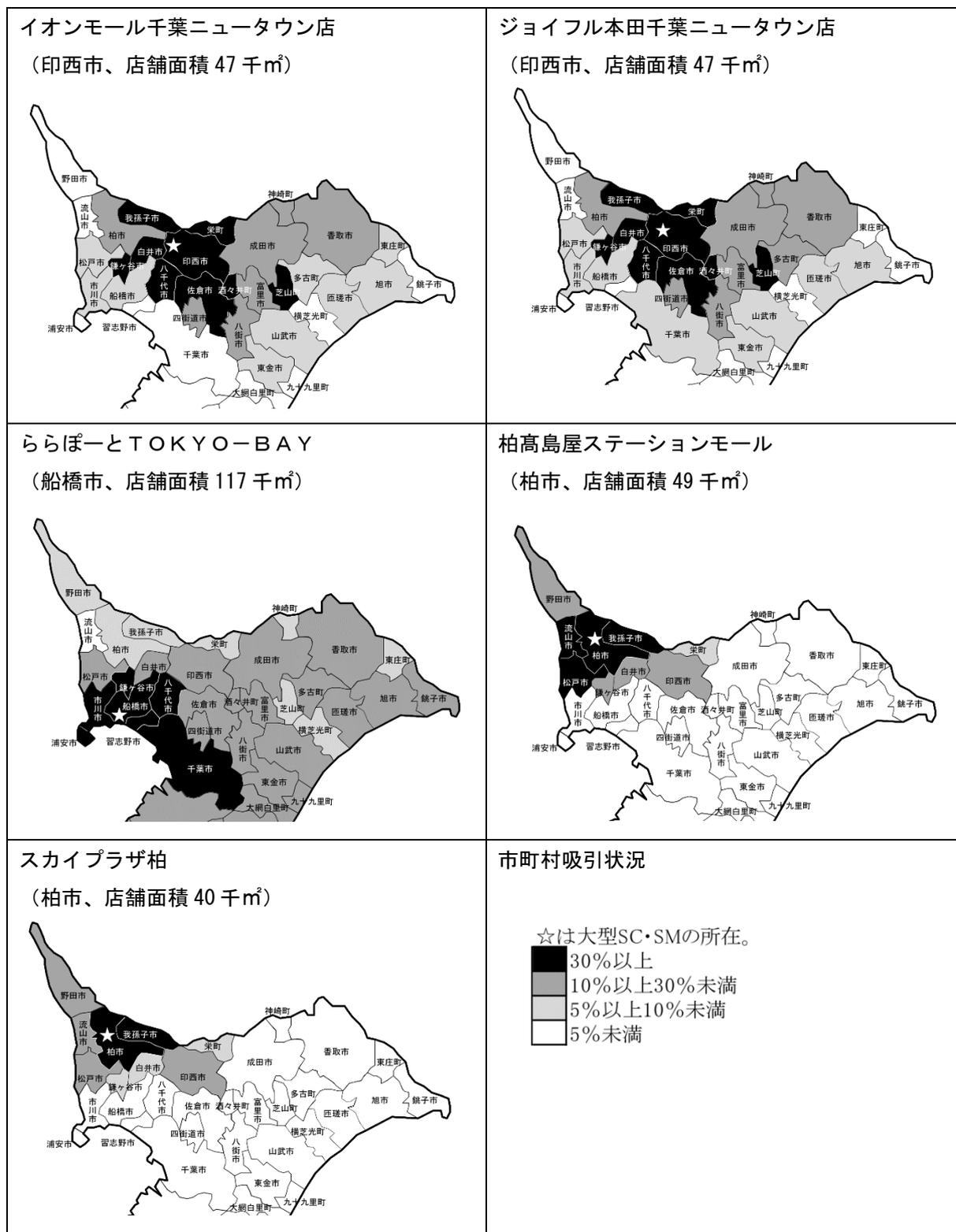
【千葉県の主要商圏の分布】



出典：平成24年度千葉県消費者購買動向調査報告書（平成25年3月）

【大型ショッピングセンター・ショッピングモール別の商圈】

千葉県内に立地している大型ショッピングセンター・ショッピングモールのうち、印西市、柏市、船橋市に立地している以下の施設は松戸市も商圈となっています。



出典：平成 24 年度千葉県消費者購買動向調査報告書（平成 25 年 3 月）

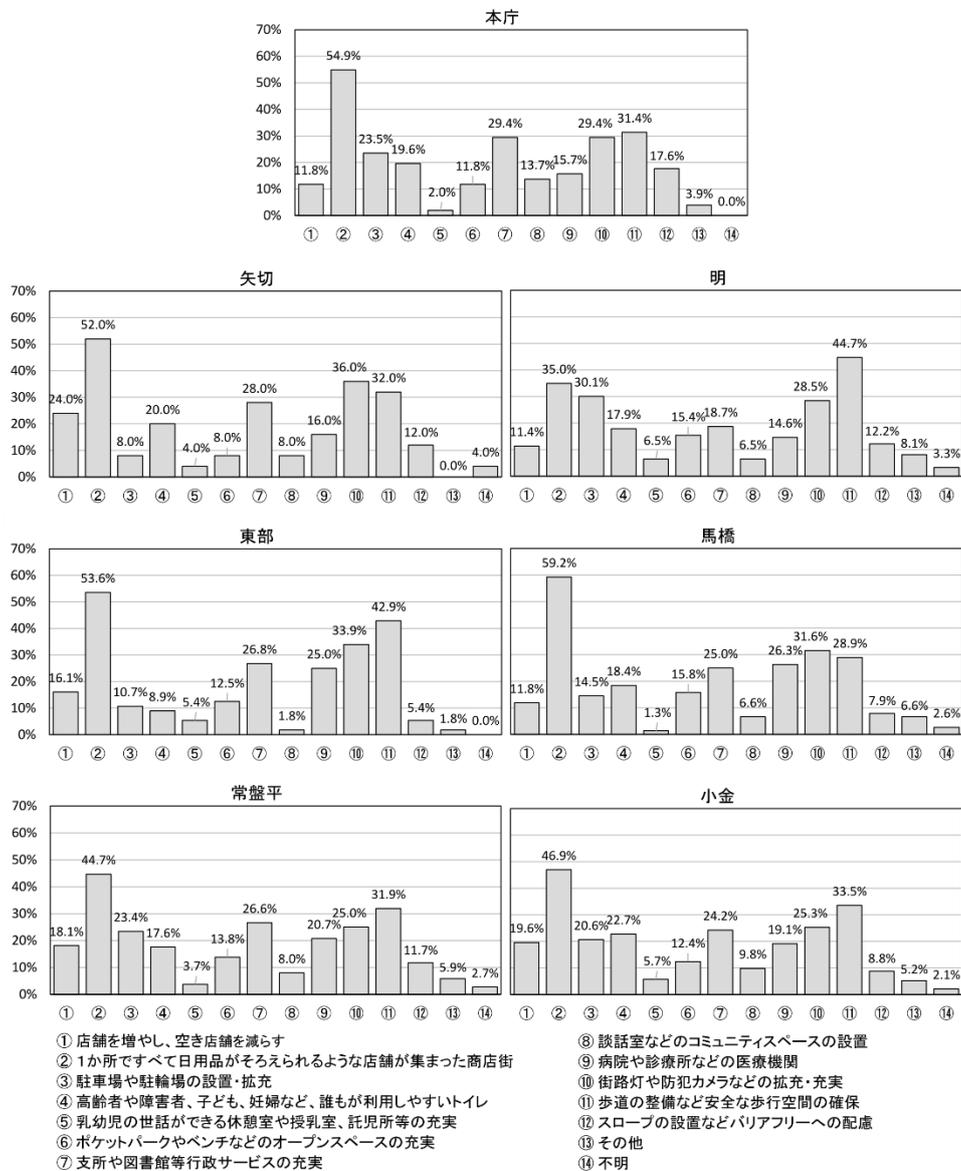
2-2. 松戸市商業構造基本調査・商圈調査にみる松戸市の商圈

(1) 店舗への期待・要望事項

自宅周辺の店舗への期待・要望は、機能・施設面では、「1 か所で日用品が揃えられる店舗が集まった商店街」が最も多く、次いで、「安全な歩行空間の確保」、「街路灯や防犯カメラの拡充」と続いています。

自宅周辺の店舗への期待・要望は、「①空店舗を減らす」及び「⑩街路灯・防犯カメラの拡充」は矢切地区、「③駐車場等の設置」は明地区、「⑨医療機関」は馬橋地区、「⑪安全な歩行空間の確保」は明地区と東部地区で高くなっています。

【今回 平成 28 年 10 月】



■松戸市地区別・住まい周辺の店への施設・機能面での要望

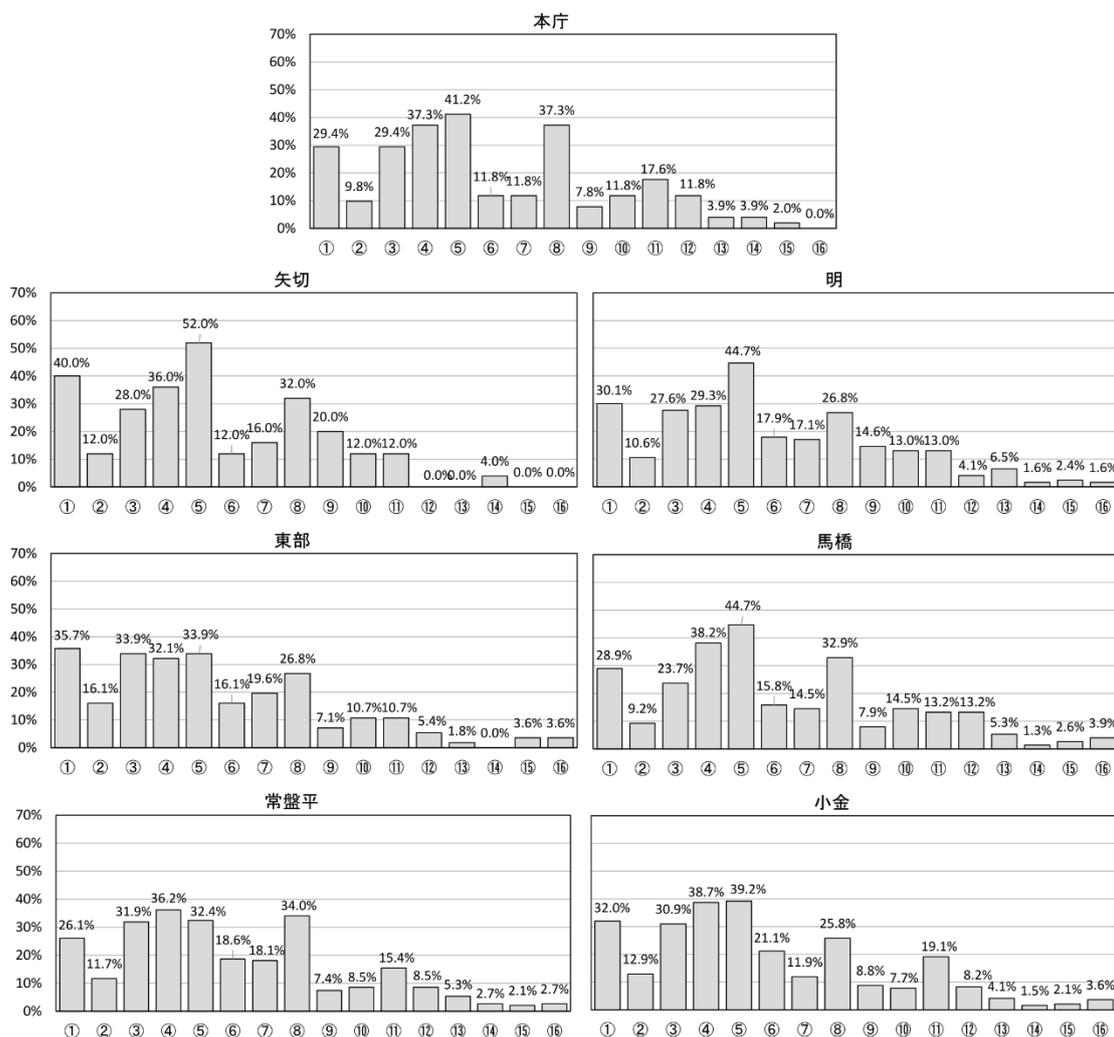
出典：松戸市商業構造基本調査・商圈調査事業委託報告書（平成 29 年 1 月）

(2) 商品・サービス面での要望

商品・サービス面での期待・要望は、「価格を安くする努力」が最も多く、次いで、「地元産品の取り扱い」、「品数を増やす」が多くあげられています。

商品・サービス面での期待・要望は、本庁地区では「⑧入りやすい店舗」、矢切地区では「①品数を増やす」、「⑤価格を安くする努力」、東部地区では「③高品質・安全な商品販売」、小金地区では「④地元産品の扱い」、「⑪配達サービスの充実」の割合が、他の地区を上回っています。

【今回 平成 28 年 10 月】



- ① 品数を増やす等、いろいろな商品を選べるようになる
- ② 常に新しい商品や流行品がある
- ③ 高品質な商品や安全性に配慮した商品の販売
- ④ 野菜や果物など地元の産品の取り扱い
- ⑤ 価格を安くするための努力
- ⑥ 好感のもてるような接客態度への改善
- ⑦ 欲しい商品が探しやすいような商品の陳列
- ⑧ 清潔で明るい等、入りやすい店づくり
- ⑨ 省資源やリサイクルへの積極的な取り組み
- ⑩ 閉店時刻を遅くする等、利用しやすい営業時間
- ⑪ 配達サービスやアフターサービスの実施
- ⑫ 会員特典やポイントカードなどのサービスの充実
- ⑬ 抽選会、セール、イベントの実施
- ⑭ インターネットで商品の情報提供や買い物
- ⑮ その他
- ⑯ 不明

■松戸市内地区別・住まい周辺の店への商品・サービス面での要望

出典：松戸市商業構造基本調査・商圈調査事業委託報告書（平成 29 年 1 月）

(3) 日用品の買い物先

■日用品の買い物先（合計）

市	買い物先
松戸市	○松戸市内 (87.8%) ○葛飾区 (0.3%) ○三郷市 (2.1%) ○流山市 (5.3%) ○柏市 (3.9%) ○鎌ヶ谷市 (1.1%) ○市川市 (2.5%) ○その他の東京都内 (0.6%) ○その他の千葉県内 (1.9%) ○その他の埼玉県内 (0.3%) ○その他 (1.4%)

出典：松戸市商業構造基本調査・商圈調査事業委託報告書（平成29年1月）

■日用品の買い物先（品目別）

市・地区	生鮮食料品	加工食品	日用家庭用品
松戸市	松戸市 (82.8) 流山市 (3.6) 柏市 (2.6)	松戸市 (78.4) 流山市 (3.3) 柏市・市川市 (2.2)	松戸市 (78.1) 流山市 (3.6) 柏市 (2.1)
本庁	本庁 (58.8) 明 (21.6)	本庁 (52.9) 明 (19.6)	本庁 (56.9)
矢切	矢切 (60.0) 市川市 (24.0)	矢切 (64.0) 市川市 (20.0)	矢切 (52.0) 本庁 (12.0)
明	明 (68.3) 本庁 (14.6)	明 (67.5) 本庁 (12.2)	明 (59.3) 本庁 (18.7)
東部	東部 (53.6) 市川市 (14.3) 本庁 (10.7)	東部 (53.6) 市川市 (14.3)	東部 (55.4) 本庁 (10.7)
馬橋	馬橋 (55.3) 明 (13.2)	馬橋 (47.4) 明 (13.2)	馬橋 (42.1) 明 (18.4) 小金 (17.1)
常盤平	常盤平 (79.3)	常盤平 (76.1)	常盤平 (77.1)
小金	小金 (70.1) 流山市 (11.3)	小金 (66.0) 流山市 (10.8)	小金 (62.4) 流山市 (10.3)

※松戸市は上位3位まで、地区は10.0%以上を占める買い物先 ※（ ）は割合

出典：松戸市商業構造基本調査・商圈調査事業委託報告書（平成29年1月）

(4) 買回り品の買い物先

■買回り品の買い物先（合計）

市	買い物先
松戸市	○松戸市内（77.8%） ○葛飾区（1.9%） ○三郷市（10.5%） ○流山市（13.2%） ○柏市（22.0%） ○鎌ヶ谷市（5.1%） ○市川市（1.7%） ○その他の東京都内（21.9%） ○その他の千葉県内（14.7%） ○その他の埼玉県内（4.2%） ○その他（17.3%）

出典：松戸市商業構造基本調査・商圈調査事業委託報告書（平成29年1月）

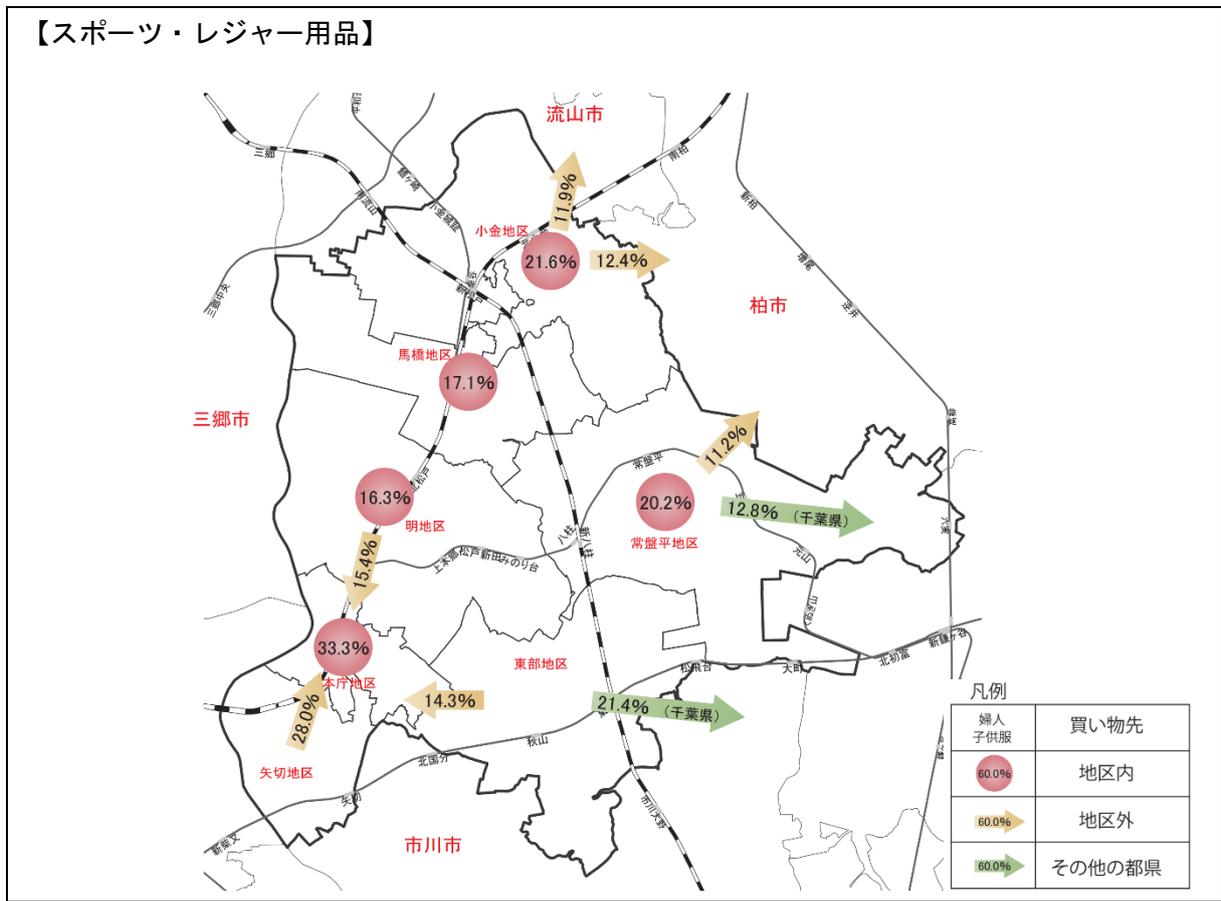
■買回り品の買い物先（品目別）

市 地区	婦人 子ども服	家電製品	家具 インテリア	スポーツ レジャー用品	貴金属 時計・メガネ	贈答品
松戸市	松戸市(41.1) 柏市(9.3) 都内(8.3)	松戸市(48.5) 流山市(8.7) 柏市(7.8)	松戸市(38.4) 千葉県(9.4) 柏市(8.2)	松戸市(36.0) 柏市(8.2) 千葉県(7.2)	松戸市(37.3) 都内(13.4) 柏市(10.2)	松戸市(44.3) 柏市(11.9) 都内(10.5)
本庁	本庁(37.3)	本庁(48.0) 明(15.7)	本庁(41.2)	本庁(33.3)	本庁(37.3) 都内(17.6)	本庁(52.9)
矢切	本庁(44.0)	本庁(24.0) 明(24.0) 都内(12.0)	本庁(36.0) 明(12.0)	本庁(28.0)	本庁(36.0) 市川市(12.0)	本庁(60.0)
明	本庁(26.8) 明(13.8)	明(37.4) 本庁(23.6)	本庁(23.6) 明(22.0)	明(16.3) 本庁(15.4)	本庁(30.9) 都内(13.0) 明(10.6)	本庁(43.9) 明(13.0)
東部	本庁(17.9) 千葉県(14.3) 都内(12.5)	明(21.4) 本庁(19.6) 東部(12.5)	本庁(25.0) 千葉県(23.2)	千葉県(21.4) 本庁(14.3)	東部(17.9) 千葉県(17.9) 都内(16.1)	本庁(21.4) 千葉県(16.1) 都内(12.5)
馬橋	都内(13.2) 小金(11.8) 本庁(10.5) 柏市(10.5)	明(18.4) 本庁(11.8)	本庁(15.8) 明(10.5) 三郷市(10.5) 都内(10.5)	馬橋(17.1)	本庁(15.8) 都内(15.8)	馬橋(27.6) 柏市(14.5) 都内(10.5)

市 地区	婦人 子ども服	家電製品	家具 インテリア	スポーツ レジャー用品	貴金属 時計・メガネ	贈答品
常盤平	常盤平 (27.1)	常盤平 (32.4)	常盤平 (22.9)	常盤平 (20.2)	常盤平 (23.4)	本庁 (23.4)
		千葉県 (11.7)	千葉県 (17.6)	千葉県 (12.8)	本庁 (12.8)	常盤平 (17.6)
		明 (11.2)		柏市 (11.2)	都内 (11.2)	都内 (11.7)
小金	小金 (25.3) 柏市 (19.1)	流山市 (22.2)	柏市 (17.5)	小金 (21.6)	小金 (21.1)	柏市 (24.7)
		小金 (16.0)	小金 (11.3)	柏市 (12.4)	柏市 (21.1)	小金 (18.6)
		柏市 (14.9)		流山市 (11.9)	都内 (13.9)	都内 (11.3)

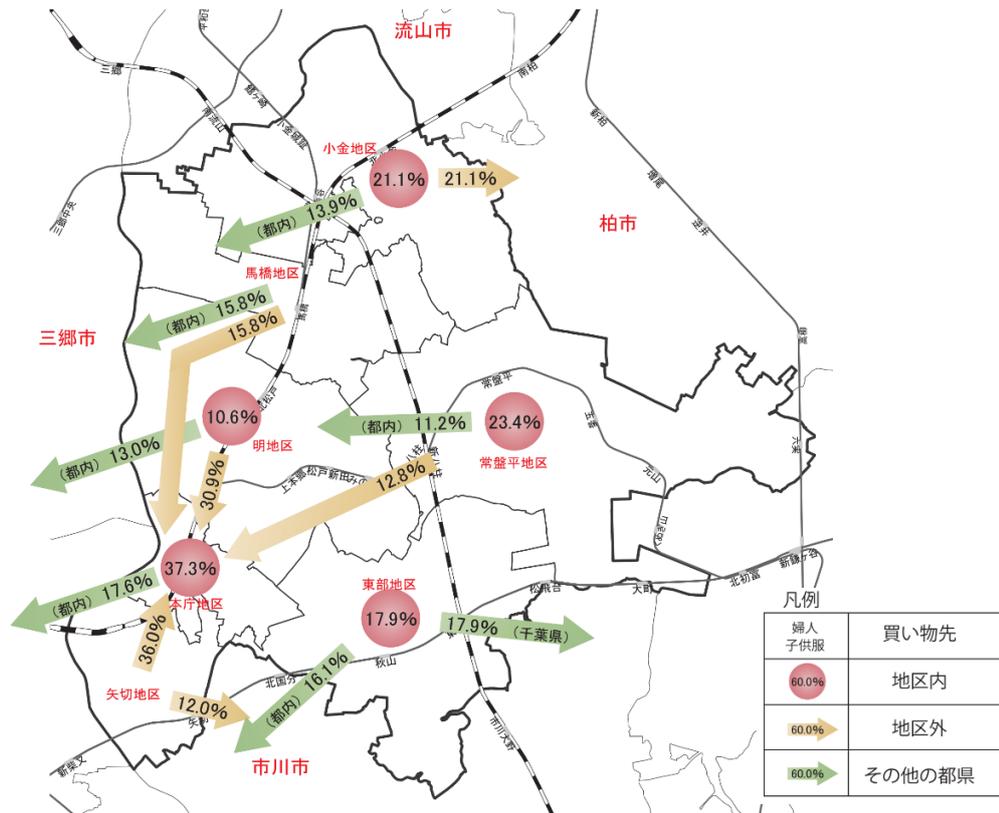
※松戸市は上位3位まで、地区は10.0%以上を占める買い物先。()は割合

出典：松戸市商業構造基本調査・商圈調査事業委託報告書（平成29年1月）

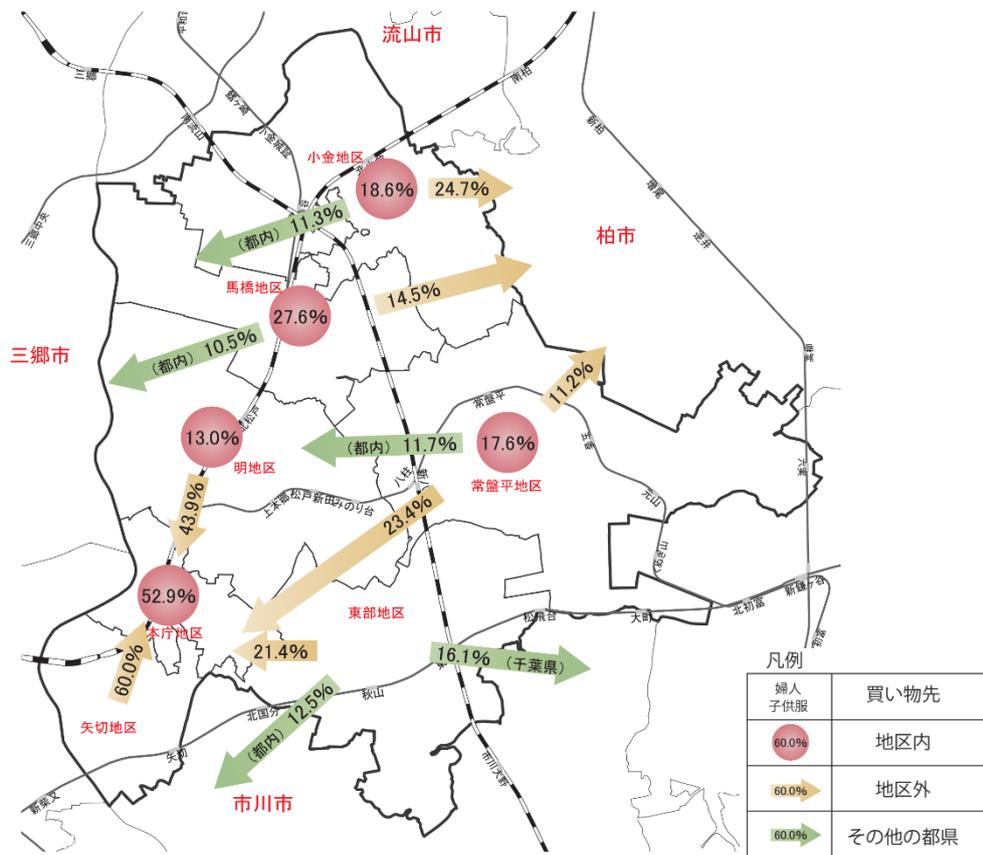


■ 買回り品の買い物先

【貴金属、時計、メガネ】



【贈答品】



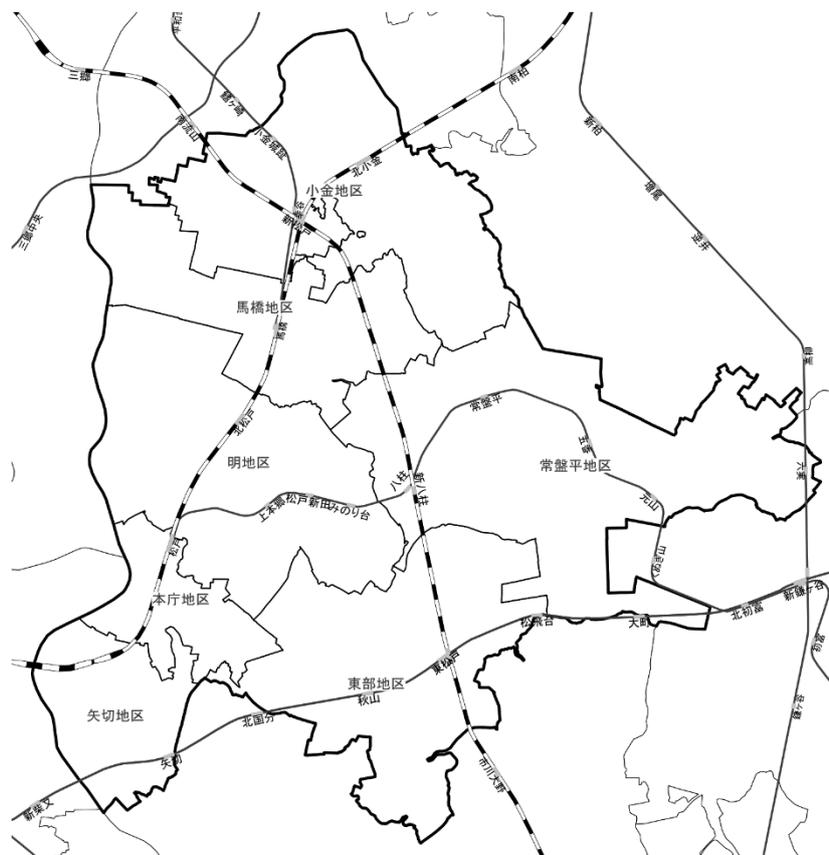
■買回り品の買い物先

3. 地区別の商業の状況

(1) 地区区分

松戸市は、大きく7地区に分けられ、各拠点（松戸駅周辺、新松戸駅周辺、八柱・新八柱駅周辺、東松戸駅周辺）は、それぞれ本庁、小金、常盤平、東部地区に位置しています。

地区名	特徴
本庁	松戸駅周辺の、松戸市の中心商業地を形成している。
矢切	対岸が葛飾区の江戸川沿い地域で、市街化調整区域も大きく広がっている。
明	常磐線沿線は工業地域、新京成線沿線は住宅地域が広がっている。
東部	東松戸駅で武蔵野線と北総線が交差しており、市街化調整区域が大きく広がっている。
馬橋	常磐線馬橋駅の周辺にあたり、主に住宅地域である。
常盤平	八柱・新八柱駅が位置する新京成線及び北総線の沿線地域で、主に住宅地域で、一部、工業地域がある。
小金	新松戸駅周辺にあたり、主に住宅地域である。



■松戸市内 7 地区位置図

(2) 小売業の基礎的構造指標

常盤平地区は全ての基礎的構造指標において最も高く、矢切地区では最も低くなっています。

小売業の基礎的構造指標（事業所数、従業者数、売場面積、年間販売額）の地区毎の市全体に対する構成比をみると、常盤平地区は全ての基礎的構造指標において最も高くなっており、矢切地区では4指標全てにおいて最も低くなっています。

また、平成19年と平成26年を比較すると、東部地区の売場面積のみ増加しており、馬橋地区は他の地区に比べて高い減少率となっています。

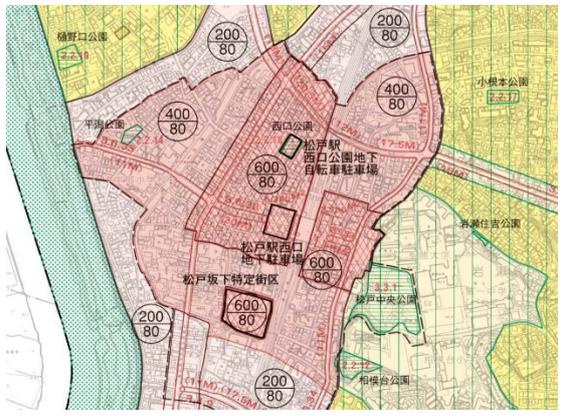
■地区別基礎的構造指標

	事業所数						従業者数					
	平成19年		平成26年		増減数 (H26-H19)	年平均 増減率(%) (H26/H19)	平成19年		平成26年		増減数 (H26-H19)	年平均 増減率(%) (H26/H19)
	(事業所数)	構成比(%)	(事業所数)	構成比(%)			(人)	構成比(%)	(人)	構成比(%)		
松戸市計	2,584	100.0%	1,776	100.0%	-808	△ 5.2	22,767	100.0%	16,894	100.0%	-5,873	△ 4.2
本庁地区	412	15.9%	303	17.1%	-109	△ 4.3	3,887	17.1%	3,281	19.4%	-606	△ 2.4
矢切地区	83	3.2%	47	2.6%	-36	△ 7.8	561	2.5%	490	2.9%	-71	△ 1.9
明地区	540	20.9%	350	19.7%	-190	△ 6.0	4,473	19.6%	2,855	16.9%	-1,618	△ 6.2
東部地区	143	5.5%	120	6.8%	-23	△ 2.5	1,340	5.9%	1,291	7.6%	-49	△ 0.5
馬橋地区	256	9.9%	168	9.5%	-88	△ 5.8	1,749	7.7%	1,109	6.6%	-640	△ 6.3
常盤平地区	628	24.3%	438	24.7%	-190	△ 5.0	5,608	24.6%	4,411	26.1%	-1,197	△ 3.4
小金地区	522	20.2%	350	19.7%	-172	△ 5.6	5,149	22.6%	3,457	20.5%	-1,692	△ 5.5
	売場面積						年間販売額					
	平成19年		平成26年		増減数 (H26-H19)	年平均 増減率(%) (H26/H19)	平成19年		平成26年		増減数 (H26-H19)	年平均 増減率(%) (H26/H19)
	(㎡)	構成比(%)	(㎡)	構成比(%)			(万円)	構成比(%)	(万円)	構成比(%)		
松戸市計	356,432	100.0%	332,791	100.0%	-23,641	△ 1.0	38,412,125	100.0%	31,020,884	100.0%	-7,391,241	△ 3.0
本庁地区	82,425	23.1%	80,523	24.2%	-1,902	△ 0.3	7,868,170	20.5%	7,332,027	23.6%	-536,143	△ 1.0
矢切地区	7,425	2.1%	6,815	2.0%	-610	△ 1.2	771,176	2.0%	646,045	2.1%	-125,131	△ 2.5
明地区	60,416	17.0%	54,956	16.5%	-5,460	△ 1.3	7,736,409	20.1%	5,352,749	17.3%	-2,383,660	△ 5.1
東部地区	13,994	3.9%	22,087	6.6%	8,093	6.7	2,527,564	6.6%	2,244,961	7.2%	-282,603	△ 1.7
馬橋地区	22,678	6.4%	15,208	4.6%	-7,470	△ 5.5	2,654,549	6.9%	1,786,982	5.8%	-867,567	△ 5.5
常盤平地区	98,439	27.6%	93,964	28.2%	-4,475	△ 0.7	8,888,995	23.1%	7,910,387	25.5%	-978,608	△ 1.7
小金地区	71,055	19.9%	59,238	17.8%	-11,817	△ 2.6	7,965,262	20.7%	5,747,733	18.5%	-2,217,529	△ 4.6

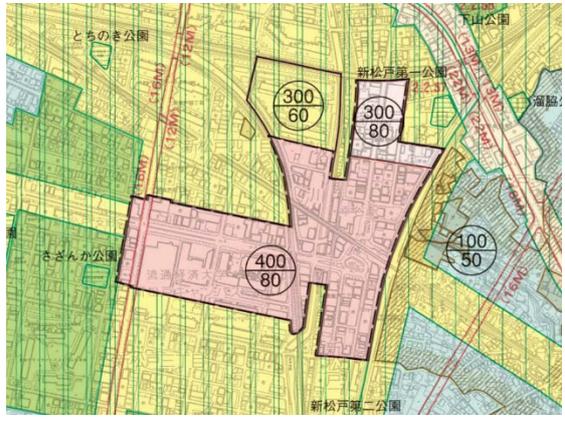
出典：松戸市商業構造基本調査・商圈調査事業委託報告書（平成29年1月）

(3) 4 拠点 (地区) の商業の現状

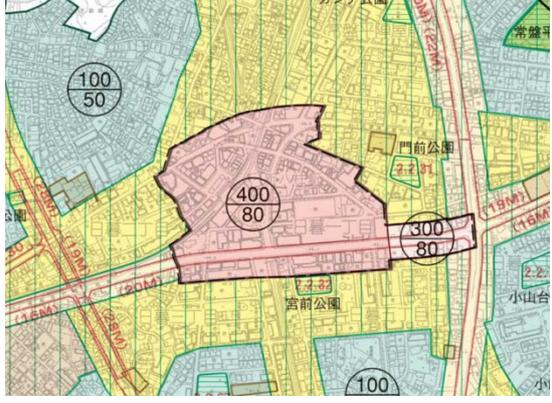
①松戸駅周辺

<p>地区名：本庁地区</p>	<p>○人口：(H26) 29,302 人 ○世帯数：(H26) 14,272 世帯</p>
	
<p>【小売業の現状】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業所・従業者あたりの年間販売額が地区別で最も高い。 ・売場面積あたりの年間販売額が市平均を上回る。 ・1事業所あたりの従業者数・売場面積は地区別で最も高い。 	
<p>【商圏の現状】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ほとんど自宅周辺での買い物している割合は他地区と比較して高い。自宅周辺での買い物はスーパーが8割を超えている。 ・自宅周辺に希望する店舗は、ショッピングセンター、大型量販店、スーパーのほか、小売店や専門店への要望は他地区と比較してやや高い。 ・店舗の機能面では、行政サービス等の集積への要望が他地区と比較して高い。 ・店舗サービス面では価格の他、入りやすい店づくりが望まれている。 ・日用品の買い物は、本庁地区の他、隣接する明地区で行われている。 ・買い回り品の買い物は、本庁地区の他、明地区や東京都区内で行われている。 	
<p>【商業に係るまちづくりの現状・課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大型商業施設は、アトレ・イトーヨーカドー(プラーレ松戸)・ダイエーがある。 …伊勢丹は平成30年3月21日で営業終了 ・駅周辺に多くの店舗があるが、活気が失われてきており、商店街としての連続性が欠けている。 ・駅近傍でありながら、駐車場等の低・未利用地が点在しており、全体的に高度利用が図られておらず、老朽化も進んでいる。 ・商業地としては、道路基盤が脆弱である。 ・放置自転車が多いため、歩きづらく、景観も損ねている。 (松戸駅周辺まちづくり基本構想 H27.6 より) ・イトーヨーカ堂松戸店と地域貢献ガイドラインを定めている。 	

②新松戸駅周辺

<p>地区名：小金地区</p>	<p>○人口：(H26) 112,859人 ○世帯数：(H26) 51,552世帯</p>
	
<p>【小売業の現状】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・売場面積の減少率が高い。 ・従業員あたりの年間販売額が常盤平、明地区に次いで低い。 ・平成 22 年～平成 26 年に開設された小売店事業所数が本庁、常盤平地区に次いで多い。 	
<p>【商圏の現状】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自宅周辺で買い物している人は比較的多く、買い物先はスーパー以外に大型量販店、コンビニエンス・ストア、小売店等多彩である。 …小金地区の大規模小売店舗数は 12 店(H26.7 現在)で明地区、常盤平地区に次いで多い ・希望する店舗は、ショッピングセンターの他、小売店や専門店も比較的多い。 ・買い物環境は、トイレ等、買い物しやすい環境への要望が高い。 ・店舗サービス面では、地元産品の販売や配達サービスの充実等の割合が他地区より高い。 ・日用品の買い物は、小金地区の他、隣接する流山市で行われている。 ・買い回り品の買い物は、小金地区の他、柏市、流山市、東京都内で行われている。 …流山市（流山おおたかの森駅、柏の葉キャンパス駅周辺）、柏市（柏駅周辺）でショッピングセンターのオープンが活発である。 	
<p>【商業に係るまちづくりの現状・課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・小金地区の高齢者率は 25%を超えて高い。 ・平成 21 年のコープ新松戸店の立地以降、大規模小売店舗の新たな店舗立地がほとんどない。 ・新松戸地域のイメージは「商店・飲食店が充実していない」「まちが古びて新しさが感じられない」が多い。 ・新松戸地域の不満な点として「買い物以外に楽しめる場所がない」が最も多い。 ・コープ新松戸、新松戸商店会連合会と地域貢献ガイドラインを定めている。 	

③八柱・新八柱駅周辺

<p>地区名：常盤平地区</p>	<p>○人口：(H26) 120,911 人 ○世帯数：(H26) 54,662 世帯</p>
	
<p>【小売業の現状】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・小売業指標（事業所数、従業者数、売場面積、年間販売額）が全て他地区より高い。 ・1事業所あたりの年間販売額が市平均を上回り、平成19年～平成26年の増加率も地区別で本庁地区に次いで2番目に高い。 ・1事業所あたりの売場面積は地区別で本庁地区に次いで2番目に広い。 ・平成22年～平成26年に開設された小売店事業所数が本庁に次いで多い。 ・大規模小売店舗数が地区別で明地区に次いで2番目に多い。常盤平団地の最寄り駅となる常盤平駅・五香駅周辺等、新京成線の駅周辺への立地が多い。 	
<p>【商圏の現状】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ほとんど自宅周辺で買い物をしている割合は、本庁地区、明地区に次いで高い。 …常盤平地区の大規模小売店舗数は15店(H26.7現在)で明地区に次いで多い ・自宅周辺での買い物はスーパーが8割を超えている。 ・希望する店舗は、ショッピングセンターや大型量販店等である。 ・買い物に際して、駐車場・駐輪場の設置への要望が明地区、本庁地区に次いで高い。 ・店舗サービス面では、入りやすい店づくりへの要望が本庁地区について高い。 ・日用品の買い物は、常盤平地区で行われている。 ・買い回り品の買い物は、常盤平地区の他、本庁地区や千葉県内で行われている。 	
<p>【商業に係るまちづくりの現状・課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・常盤平地区は、高齢者割合が25%を超えて高い。 ・八柱駅・新八柱駅周辺では、イトーヨーカドー八柱店と地域貢献ガイドラインを定めている。 	

④東松戸駅周辺

<p>地区名：東部地区</p>	<p>○人口：(H26) 43,289人 ○世帯数：(H26) ,662世帯</p>
	
<p>【小売業の現状】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・唯一、平成 19 年から平成 26 年にかけて売場面積が増加している。 ・1 事業所あたりの年間販売額が市平均を上回る。 ・1 事業所あたりの従業者数は地区別で最も高い。(本庁と同値) ・平成 22 年以降の小売業事業所の開設は矢切地区に次いで少ない。 ・東松戸駅周辺には、マルエツ東松戸駅店 (671 m²) はあるが、1,000 m²以上の大規模小売店舗は立地していない。商店街も地区全体で3つと少ない。 	
<p>【商圈の現状】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自宅周辺で買い物している割合は8割を超えているが、満足度は低い。 ・自宅周辺での買い物は、スーパーの他、大型量販店の割合が他地区より高い。 ・希望する店舗はショッピングセンターへの要望が他地区と比較して最も高い。 ・買い物に際して、歩道の整備等、安全な歩行者空間への要望が明地区について高い。 ・店舗サービスは高品質・安全な商品販売への要望が他地区より高い。 ・日用品の買い物は、東部地区の他、隣接する本庁地区や市川市で行われている。 ・買い回り品の買い物は、本庁地区や東京都区内、千葉県内で行われている。 	
<p>【商業に係るまちづくりの現状・課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・武蔵野線「東松戸駅」は平成 10 年に開設された新しい駅である。 ・北総線沿線の東部地区で土地区画整理事業が行われ人口が増加している。 ・東部地区は年少人口割合が比較的高い。 ・(仮称) 東松戸二丁目商業施設計画 (3,350 m²) の 2018 年 4 月 1 日のオープンが予定されている。 	

4. 上位計画および関連計画の概要

4-1. 国の政策動向

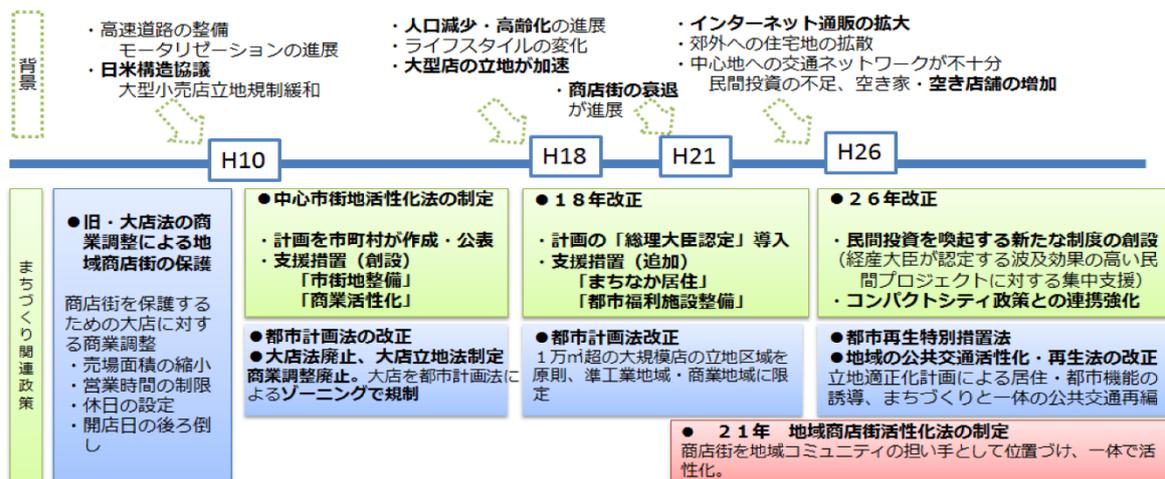
平成10年からは、これまでの商業調整から、商店街と大型店の共存・共栄を図る方針に転換し、まちづくり3法(中心市街地活性化法、大規模小売店舗立地法(大店立地法)、改正都市計画法)を制定しました。しかし、郊外では用途地区が指定されないいわゆる「白地地区」が多く残ることになり、その結果、事実上郊外への出店の規制が撤廃されたに等しく、郊外への大型店の進出は増加の一途を辿りました。

平成18年、郊外への市街地の拡散や大型店の郊外立地によって、中心市街地及びその中の商店街の衰退が進行していることを踏まえ、まちづくり3法を改正し、無計画な郊外での大型店の立地の防止や郊外への市街地の拡散を抑制することで中心市街地の空洞化を防止しようとしてきました。

平成21年、依然として商店街の衰退がとまらない中で「地域商店街活性化法」を制定しました。商店街が地域と一体となったコミュニティづくりを促進することによって商店街の活力を推進することとしました。

平成26年、中心市街地活性化法、都市再生特別措置法、地域公共交通活性化・再生法の3法を改正しコンパクトシティ政策との連携を強化しました。中心市街地活性化法においては、波及効果の高い民間投資を活性化するため、大臣認定を受けた民間プロジェクトに支援を集中する新たな重点的支援制度を創設しました。

出典：新たな商店街政策の在り方検討会 中間取りまとめ(平成29年7月5日、新たな商店街政策の在り方検討会)より一部抜粋



■これまでの商店街政策

出典：新たな商店街政策の在り方検討会 中間取りまとめ(平成29年7月5日、新たな商店街政策の在り方検討会)

4-2. 千葉県の動向

(1) 千葉県総合計画「次世代への飛躍 輝け！ちば元気プラン」(平成29年10月)

①計画の期間

- ・基本構想 おおむね10年後(平成32年度)
- ・実施計画 平成29年度(2017年度)～平成32年度(2020年度)までの4年間

②基本理念

千葉は元気の発信源。首都圏、そして日本をリードし、県民が「暮らし満足度日本一」を感じ、誇れる千葉を実現します。

③商業に係る施策の方針(一部抜粋)

施策項目：地域の創意工夫による経済活性化の取組の促進

【現状と課題】

- ・商店街をはじめとする地域商業の衰退によるコミュニティ機能の低下や、住民の日常生活への支障が懸念されています。

【取組の基本方向】

- ・商店街をはじめとする地域商業の機能の活性化を図るため、地域に密着した意欲ある商店街などの取組を支援します。

【主な取組】

○商店街の活性化支援

- ・地域の商業機能を確保するため、商店街をはじめとする多様な地域商業の担い手が行う地域の課題解決や、にぎわいづくり、消費者のニーズに応じた取組など、地域の意欲ある取組を支援するとともに、次代を担う若手事業者の育成に向けた講座の開催やネットワークづくりへの支援を通じて、商店街活動の活性化を図ります。
- ・「事業者の地域貢献に関するガイドライン」に基づき、企業の地域貢献活動の促進等の取組を進めます。
- ・2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催に向けて、日本を訪れる外国人観光客などを迎え入れるため、商店街が行う多言語による接客講習会や情報発信の取組を支援します。

- ・商店街のにぎわいづくりへの支援
- ・商店街若手リーダーの育成
- ・商店街連合組織の機能強化
- ・「事業者の地域貢献に関するガイドライン」による取組促進
- ・商店街における訪日観光客へのおもてなし力向上の促進

(2) 松戸都市計画 都市計画区域の整備、開発及び保全の方針（平成28年3月4日）

1) 地域毎の市街地像

①中心市街地地域（松戸駅周辺）

本地域は、歴史的な中心性、行政機能や商業機能の集積、交通結節点としてのポテンシャル等を考慮して、住民の多様なニーズに応える魅力を備えた環境等を整える。また、快適で歩きやすい歩行者空間の整備、既存の歴史資源や河川・緑の自然資源の活用、魅力あるまち並みの形成等により、うるおいあふれた回遊性の高い空間を確保する。

②交流拠点地域（新松戸駅、八柱駅、東松戸駅周辺）

本地域は、駅周辺の高度利用や商業機能の誘導を図り、交通基盤の整備による交通結節機能の強化や質の高い空間づくりに取り組むとともに、それぞれの地域の特性を生かしたまちづくりを進める。

③その他の各駅周辺等地域

その他の各駅周辺や良好な市街地が形成されている地域についても、コンパクトな市街地の形成を基本としながら、それぞれの地域としての特性を考慮し、交通基盤の整備や安全・快適な歩行者空間づくり、商業機能の立地誘導等を進め、個性的で魅力あるまちに育成する。

2) 土地利用に関する主要な都市計画の決定の方針

①主要用途の配置の方針

○商業地

本区域の中心市街地である松戸駅周辺は、歴史的な中心性、広域的な商業地としての機能の集積、交通結節点としての利便性から、商業・業務・文化・住宅等の機能が高度に集積した広域的な中心商業地として配置する。

新松戸、八柱、東松戸の各駅周辺については交通結節点としての利便性を生かし、交流拠点としてふさわしい商業基盤の整備・育成を図る商業地として配置する。

また、その他主要な駅周辺や市街地形成の経緯によって商業施設の集積がみられる地区について、交通基盤の整備や適切な高度利用、日常生活に必要な商業機能の誘導等により、生活拠点として賑わいのある商業空間を形成する商業地として配置する。

②市街地における建築物の密度の構成に関する方針

a 商業・業務地

本区域は、鉄道駅を中心としたコンパクトな生活圏の集合体を都市の基本構造とし、駅周辺の商業・業務地においてはその利便性を生かしながら、地域として必要な機能の集積を図る地区として、高密度利用を図る。

(3) 事業者の地域貢献ガイドライン

千葉県では、地域の活性化と商店街の活性化の好循環を生み出すために、大型店、商店街等が協働して地域に貢献するための仕組みとしてガイドラインを策定しています。

■松戸市-事業者の地域貢献ガイドライン実施状況等

①大型店

施設・店舗名	提出年月日
ケーヨーデイツー 串崎店、みのり台店	平成 20 年 5 月 26 日
西友 常盤平店	平成 20 年 8 月 22 日
イトーヨーカ堂 松戸店	平成 20 年 9 月 25 日
イトーヨーカ堂 五香店	平成 20 年 9 月 25 日
イトーヨーカ堂 八柱店	平成 20 年 9 月 25 日
コープみらい、コープデリ松戸センター、 コープデリ松飛台センター、コープ新松戸店、 ミニコープ常盤平店、松戸介護センター	平成 28 年 3 月 3 日
千葉薬品 上本郷店、二十世紀が丘店	平成 29 年 7 月 19 日

②商店街

施設・店舗名	提出年月日
小金原中央商店街振興組合	平成 20 年 5 月 31 日
新松戸商店会連合会	平成 20 年 6 月 4 日

■商業者の地域貢献ガイドライン例

【イトーヨーカ堂 松戸店】

地域貢献活動の概要

取組項目	地域貢献活動内容
(1) 地域との連携推進	
① 商店会、商工会議所との連携強化	・ 松戸商工会議所へ加入済
② 地域で実施される各種行事、活性化に向けた取組への参加、協力	・ 上記の通り地域貢献担当窓口の設置 ・ お客様の声ボックスを設置し収集、活用
③ 地域連携による活性化イベントの実施	・ 地元盆踊りへの協力 ・ 地元花火大会への協力
④ 地域情報の発信に対する協力、店内掲示板の利活用、チラシ等への情報掲載	・ 市協賛、商工会議所協賛の掲示物の掲載協力
⑤ インターネットの地域サイトへの参加、情報提供	・ 自店ブログの開設による情報提供の実施
(2) 地産地消、地元産品普及への協力	
① 地元農産物の販売コーナーの開設	・ 産直販売の実施
② ふるさと産品運動、地域ブランドづくり	・ 千葉ふるさと物産フェアの開催(千葉県産、松戸産)
(3) 観光振興への協力	
① 観光イベントへの協力	・ 松戸祭り、江戸川歩行ラリー等、市や商工会議所主催のイベントへの協力、ポスター等への掲示
(4) 地域雇用の確保	
① 従業員の地元雇用の推進	・ パート社員、アルバイト社員の地元採用
② 障がい者の雇用	・ 継続的に就業できる職場環境を整備
(5) 地域資源の保全、景観形成、街並みづくりへの協力	
① 景観に配慮した施設建設、外壁の色等への配慮	・ 景観条例の遵守
② 地域の景観形成の取組への協力	・ 景観条例の遵守
③ 屋外広告物設置に当たっての景観への配慮	・ 屋外広告物条例を遵守
(6) 環境対策、リサイクルの推進	
① 店舗周辺の清掃活動	・ 7&iHLDGS. 各社で年2回「全国一斉清掃活動」を実施 ・ 毎月店舗周辺の清掃を実施 ・ 業者に委託して定期的に清掃を実施
② レジ袋の削減、マイバッグ運動の推進	・ レジ袋を辞退されたお客様へスタンプカード配布 ・ マイバッグの販売によるレジ袋の使用量削減
③ 食品トレイ、牛乳パック等の回収リサイクル	・ 店頭での回収
④ 空調機器、冷温蔵庫、照明等への省エネ機器の導入推進	・ 過剰な照明の削減 ・ 空調設備の適切な温度設定 ・ クールビズ、ウォームビズの推進 ・ 毎年6月環境月間に合わせてライトダウンを1日実施
⑤ ゴミの減量化、簡易包装の推進	・ 紙袋にリサイクルペーパーの利用 ・ 簡易包装の推進 ・ 商品の梱包には、何度も繰り返して使用できるプラスチック製のコンテナ箱を使用し、使い捨てダンボールの使用量を削減 ・ バラ売り等による包材資材の削減 ・ 「ごみの3分別」「ごみの3割削減」「ごみ袋の3回使用」を徹底する『リサイクル333キャンペーン』を展開

⑥廃棄物の自己処理の徹底	・業者へ委託を実施し、処理
⑦騒音対策(施設配置、作業時間帯の配慮、低騒音機器の導入、防音壁の設置等)	・大店立地法に則った荷捌き施設の利用 ・納品車の時間別ローテーションを実施
⑧見学の受け入れによる環境学習の場の提供	・小学・中学生の店内見学受け入れへの協力
(7) 地域防災への協力	
①地域の住民、市町村、関係団体等との共同非難訓練の開催	・年3回の消防訓練の実施
②避難場所の提供(駐車場等)	・災害時の状況に応じ緊急避難場所提供の準備有
(8) 防犯・青少年非行防止、安全・安心なまちづくり	
①安全安心なまちづくりのための街路灯の設置・維持管理	・街路灯を敷地内に設置し管理、夜間には点灯の実施
②自主防犯体制(強盗・万引き等の防止対策)、再発防止に向けた家庭、学校、自治会など地域住民等との話し合い	・巡回警備の実施 ・防犯カメラの設置(モニター管理と通報システムの完備) ・声かけの徹底 ・地域学校の懇親会への参加
(9) 青少年健全育成、職場体験学習機会の提供	
①職場体験学習、就業経験・インターンシップの受け入れ・協力	・小学・中学生の体験学習の受け入れ実施
②食育等の体験学習会、カルチャー教室の開催	・毎月19日に「イトーヨーカドー食育の日」とし、食品売場を利用した食育の実施
(10) 地域福祉、少子高齢化対応	
①高齢者、障がい者等に配慮した施設整備、施設・店舗へのユニバーサルデザインの導入、休憩スペース、スロープ、トイレ等の設置	・多目的トイレの設置 ・店内にベンチを設置し、休憩スペースの確保 ・手話講習への参加
②赤ちゃん休憩室、育児相談室等の開設	・赤ちゃん休憩室の設置 ・育児相談室の設置
③高齢者等への対応として、サービス介助士等の配置	・サービス介助士は配置していないが、店舗社員が対応できるよう教育を実施
④AEDの設置、取り扱い可能従業員の養成・研修	・AEDの導入 ・店舗幹部社員を対象としたAED救命講習の実施
⑤高齢者、障がい者、新生児のいる家庭等、外出しにくい人を対象とした配達サービスの実施	・お買い上げ商品を配達する「ポーターサービスきいろい楽だ」の実施
⑥老人ホーム等の買い物代行、ネットスーパーの実施、出張販売の実施	・老人介護施設への訪問販売「ふれあいショッピング」の実施(3施設) ・ネットスーパー(買物代行)の実施
⑦地域福祉活動への協力	・ヘルスケアステーションの定期的開催
(11) 交通対策	
①混雑時の交通整理員の配置	・年末年始の混雑時に交通誘導員を増員
②駐車場等の整備	・大店立地法に則った駐車場を確保し、周辺的生活環境の保持を推進
③飲酒運転の撲滅に係る啓発活動への協力	・ポスター等でPRの実施

【イトーヨーカ堂 八柱店】

地域貢献活動の概要

取組項目	地域貢献活動内容
(1) 地域との連携推進	
① 商店会、商工会議所との連携強化	・ 松戸商工会議所へ加入済 ・ 八柱駅前商店会、八柱商店会、稔台商店会連絡協議会へ加入済
② 地域で実施される各種行事、活性化に向けた取組への参加、協力	・ 上記の通り地域貢献窓口の設置 ・ お客様の声ボックスを設置し収集、活用
③ 地域連携による活性化イベントの実施	・ 八柱「桜まつり」への協力 ・ 母の日、父の日の似顔絵展示（子すずめ保育園中心に） ・ 献血への場所提供
④ 地域情報の発信に対する協力、店内掲示板の利活用、チラシ等への情報掲載	・ 各官公庁、学校情報等の掲示への協力
⑤ インターネットの地域サイトへの参加、情報提供	・ 自店ブログの開設による情報提供の実施
(2) 地産地消、地元産品普及への協力	
① 地元農産物の販売コーナーの開設	・ ギフト商品の産直販売の実施
② 地元市場・農家からの仕入	・ 店舗社員と地元農家との直接取引による販売 ・ 松戸北部市場より直接販売を月2～3回実施
③ ふるさと産品運動、地域ブランドづくり	・ 千葉ふるさと物産フェアの開催 ・ 千葉工場直売フェアの開催
(3) 地域雇用の確保	
① 従業員の地元雇用の推進	・ パート社員、アルバイト社員の地元採用 ・ 松戸シルバー人材センターより採用
② 障がい者の雇用	・ 継続的に就業できる職場環境を整備 ・ 法定雇用人数を上回る雇用を推進
(4) 地域資源の保全、景観形成、街並みづくりへの協力	
① 景観に配慮した施設建設、外壁の色等への配慮	・ 景観条例の遵守
② 緑地の確保	・ 駐車場横に植樹、植栽し、緑化を推進
③ 地域の景観形成の取組への協力	・ 景観条例の遵守
④ 屋外広告物設置に当たっての景観への配慮	・ 屋外広告物条例を遵守
⑤ 祭りなど伝統行事の継承	・ 白髭神社（神輿）への協力
(5) 環境対策、リサイクルの推進	
① 店舗周辺の清掃活動	・ 7 & i HLDGS. 各社で年2回「全国一斉清掃活動」を実施
② レジ袋の削減、マイバッグ運動の推進	・ レジ袋を辞退されたお客様へスタンプカードを配布 ・ マイバッグの販売によるレジ袋の使用量削減
③ 食品トレイ、牛乳パック等の回収リサイクル	・ 店頭での回収 ・ ペットボトルは松戸市の回収協力店舗として回収。回収後松戸市が収集

④空調機器、冷温蔵庫、照明等への省エネ機器の導入推進	<ul style="list-style-type: none"> ・照明のエコ電球への切替 ・過剰な照明の削減 ・クールビズ、ウォームビズの推進 ・毎年6月環境月間に合わせてライトダウンを1日実施
⑤ゴミの減量化、簡易包装の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・紙袋にリサイクルペーパーの利用 ・簡易包装の推進 ・商品の梱包には、何度も繰り返し使用できるプラスチック製のコンテナ箱を使用し、使い捨てダンボールの使用量を削減 ・バラ売り等による包材資材の削減 ・「ごみの3分別」「ごみの3割削減」「ごみ袋の3回使用を徹底する」「リサイクル333キャンペーン」を展開
⑥食品廃棄物の有効活用の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・食品廃棄物の肥料化を実施し、野菜等店頭での販売への還元を実施
⑦廃棄物の自己処理の徹底	<ul style="list-style-type: none"> ・業者へ委託を実施し、処理
⑧騒音対策(施設配置、作業時間帯の配慮、低騒音機器の導入、防音壁の設置等)	<ul style="list-style-type: none"> ・大店立地法に則った荷捌き施設の利用 ・屋外機等を屋上に設置
⑨見学の受け入れによる環境学習の場の提供	<ul style="list-style-type: none"> ・小学校の店内見学受け入れへの協力 ・中学・高校生のインターンシップの受け入れへの協力
(6) 地域防災への協力	
①地域の住民、市町村、関係団体等との共同非難訓練の開催	<ul style="list-style-type: none"> ・五香消防署と年3回の消防訓練の実施 ・年1回の防災訓練の実施
②消防団活動への参加	<ul style="list-style-type: none"> ・屋内消火栓大会への参加
③避難場所の提供(駐車場等)	<ul style="list-style-type: none"> ・災害時の状況に応じ緊急避難場所提供の準備有
(7) 防犯・青少年非行防止、安全・安心なまちづくり	
①安全安心なまちづくりのための街路灯の設置・維持管理	<ul style="list-style-type: none"> ・県道側に街路灯を設置
②自主防犯体制(強盗・万引き等の防止対策)、再発防止に向けた家庭、学校、自治会など地域住民等との話し合い	<ul style="list-style-type: none"> ・巡回警備の実施 ・店内防犯カメラの設置 ・声掛けの徹底
(8) 青少年健全育成、職場体験学習機会の提供	
①職場体験学習、就業経験・インターンシップの受け入れ・協力	<ul style="list-style-type: none"> ・小学生の店内見学受け入れ実施 ・中学・高校生のインターンシップの受け入れ実施
②食育等の体験学習会、カルチャー教室の開催	<ul style="list-style-type: none"> ・クッキングサポートコーナーでの実演、試食
③子ども達への声かけ、地域の見守り事業	<ul style="list-style-type: none"> ・店内での夕方から子供だけのグループへの声掛け実施
④学習支援、部活動指導などへの参加・協力	<ul style="list-style-type: none"> ・めばえ教室の開催 ・ヨークカルチャースクールによる教室開催
(9) 地域福祉、少子高齢化対応	
①高齢者、障がい者等に配慮した施設整備、施設・店舗へのユニバーサルデザインの導入、休憩スペース、スロープ、トイレ等の設置	<ul style="list-style-type: none"> ・車椅子の用意(入口と障害者駐車スペース横に配置) ・車椅子に対応したスロープやエレベーター、駐車スペースの確保 ・多目的トイレの設置 ・店内にベンチを設置し、休憩スペースの確保
②赤ちゃん休憩室、育児相談室等の開設	<ul style="list-style-type: none"> ・3階に赤ちゃん休憩室を設置 ・毎週水曜日に保健婦先生による育児相談を実施

③高齢者等への対応として、サービス介助士等の配置	・サービス介助士は配置していないが、店舗社員が対応できるよう教育実施
④AEDの設置、取り扱い可能従業員の養成・研修	・AED2台導入済 ・役職者が救命講習受講済
⑤高齢者、障害者、新生児のいる家庭等、外出しにくい人を対象とした配達サービスの実施	・お買上商品を配達する「ポーターサービスきいろい楽だ」の実施
⑥老人ホーム等の買い物代行、ネットスーパーの実施、出張販売の実施	・老人介護施設への訪問販売「ふれあいショッピング」の実施 ・ネットスーパー(老人ホームとして登録)による販売
⑦地域福祉活動への協力	・社員の募金(年2回実施)を養護施設に寄付
(10)交通対策	
①混雑時の交通整理員の配置	・年末年始の混雑時に交通誘導員を配置
②駐車場等の整備	・大店立地法に則った駐車場を確保し、周辺的生活環境の保持を推進
③交通渋滞対策	・警備員による誘導実施
④飲酒運転の撲滅に係る啓発活動への協力	・ポスター掲示や店内放送によるPR実施
⑤地域における交通安全活動への参加	・交通安全ポスターの掲示や店内放送による交通事故防止のPR活動 ・交通安全協会のチラシ配布への場所提供

【コープ新松戸店】

	項目	地域貢献計画内容
1	地域との連携促進、各種事業への協力・参加に関すること	(1)地域で開催される会議への参加 (2)地域で実施される各種行事への参加・協賛 ・アクアラインマラソン協賛 (3)コープみらいフェスティバル（きやっせ物産展）の広報ブースの提供 ・生活安全課、安全農業推進課のブース展開、チーバくん登場 (4)その他
2	千産千消、県内産品の普及への協力に関すること	(1)店舗での地場野菜コーナー設置 ・地元農家の新鮮野菜コーナーの設置 (2)県民の日の千葉県産品の紹介・普及（フェア） ・「オススメ！千葉のうまいもの」を9店舗で展開 (3)JA 全農ちば・県内生産者団体との定例協議 ・県内産地協議会を開催、産地と消費者を繋ぐ取り組みを実施 (4)その他 ・ちばの「食」産業連絡協議会、千葉ブランド水産物認定マーク選考会に参加
3	安全・安心なまちづくり・くらしづくりに関すること	(1)こども 110 番の取り組み ・県内事業所、コープデリ宅配トラックにステッカー貼付 (2)「ちばSSKプロジェクト」協定締結に基づく高齢者が安心して暮らせる地域社会づくり (3)その他
4	人・地域のネットワークづくりに関すること	(1)人的ネットワークの活動推進 ・みらい広場（地域に開かれた地域のコミュニティーの場）地域クラブ（地域の自主的グループ）の場作りや活動応援 (2)社会貢献賞・市民活動助成制度の実施 ・地域かがやき賞（表彰）、くらしと地域づくり助成 (3)その他 ・コープみらい社会活動財団の設立
5	地域防災への協力に関すること	(1)災害協定締結自治体への防災訓練の参加・協力 (2)その他

6	環境対策、リサイクルの推進に関する こと	(1)レジ袋削減、マイバック運動推進 (2)食品トレー・牛乳パック等の回収 (3)省エネ機器の導入推進 ・店舗での省エネ機器の導入 (4)食品廃棄物の有効活用 ・店舗で発生する食品廃棄物のリサイクル (5)その他
7	地域福祉、少子高齢化対応に関する こと	(1)地域の子育て支援、千葉市、館山市からの子育てひろばの受託、独自での子育て広場の運営 ・千葉市子育てリラックス館（千葉寺、蘇我、千城台、花見川、園生） 館山元気な広場、コープみらい子育てひろば（21ヶ所） (2)「ちばSSKプロジェクト」の協定締結 ・県及び県内54市町村との協定・覚書の締結 ・高齢者見守り協定に基づく通報 (3)宅配・夕食サービス ・見守りと合わせた夕食宅配地域の拡大 (4)店舗へのAED設置 ・SM店舗でのAEDの設置 (5)移動店舗の運行 ・移動店舗ポストの拡大 (6)その他
8	青少年健全育成、職場体験学習機会の提供に関する こと	(1)職場体験学習・インターンシップ等の受け入れ ・小中学校の職場体験受入、2015年度千葉県立保健医療大学、千葉大学インターンシップ受入 (2)食育等の体験学習 ・産地での体験企画、小中学校への出前授業 (3)その他
9	地域雇用に関する こと	(1)障がい者雇用 ・障がい者雇用率のアップ (2)その他
10	観光振興への協力に関する こと	(1)観光ポスター等の貼り出し ・県の要請によるポスター掲示 (2)その他
11	健康づくりへの協力に関する こと	(1)健康づくりに関する情報の提供 (2)その他

【新松戸商店会連合会】

(別紙) 地域貢献活動の概要

1 商店街の地域貢献に関する基本的な考え方

当連合会は住民の生活基盤である生活必需品の流通とサービスを通じて地域社会に貢献し、さらには商店の健全な発展と振興を図り消費者の信頼を得なければならない。

これらの目的を達成させるには各商店会が協力しあって地域に結集するとともに、地元を開校した大学を地域全体の活性化につなげていくことも必要である。新松戸商店会連合会も社会的立場を自覚し地域商業の発展に努力する。

2 具体的な地域貢献活動の取組

実績

- ・新松戸地域活性化事業として町会連合会と共催による新松戸まつり（第21回）を平成19年7月21日・22日（2日間）に開催した
 - ・町会連合会との協力新松戸まつりの衛生対策のために、けやき通りのムクドリ追放行に協力した
 - ・『第4回・新松戸ひかりのフェスタ』を平成19年11月23日より12月25日まで実施した。
 - ・まちづくり安全安心パトロールIN新松戸2007」（平成19年10月14日）に参加協力した。
 - ・合同防犯パトロールに参加協力した。（平成19年7月8日）
 - ・新松戸駅前環境美化推進協議会の活動に参画して、月一回の定例会議に参加するとともに、毎週土曜、日曜および休日の午前8時より午前10時までの間、放置自転車監視活動を実施した。
 - ・新松戸三丁目プライブ・マンション東隣の市有地（500㎡）への集会所建設に向けた活動に参画した。
 - ・『新松戸便利マップ』の作成
- 松戸商工会議所主催のプッシュアップ事業に認定された『新松戸便利マップ』の作成に着手した。
- ・『御用サポート新松戸』の継続

4-3. 松戸市の関連計画

(1) 松戸市総合計画-後期基本計画（平成 23 年 4 月）

1) 計画の期間

平成 23 年度（2011 年）から平成 32 年度（2020 年）までの 10 年間

2) 商業の課題

本市は、23 ある駅周辺に商店会が点在し、住民生活は大変便利な環境にあります。しかし、少子高齢化等による社会環境の変化により消費は減少し、本市小売業における年間販売額では平成 16 年は 3,857 億円、平成 19 年では 3,841 億円と、16 億円の減少となっています。

また、本市周辺を取り囲むように大規模商業施設の出店が相次ぎ、周辺都市との地域間競争は激しくなっており、商店会は、厳しい状況にあります。松戸駅周辺の中心市街地では、商業地域から住居併用型の商業地域に変化し地域全体での新たな転換を迫られています。

3) 商業の施策の展開方向

商店会への支援策として、意欲的な商店会が行う販売促進活動（イベント開催等）、街路灯やアーチなど商店街の賑わいを創出する共同施設整備、商店街の空き店舗対策などに対する支援を行います。また、環境変化やニーズの変化に的確に対応するため、商店会の活性化に向けた指導育成や法人化の支援に努めます。

松戸駅周辺においては、松戸駅の改造などもあることから、地元住民との協働によりまちづくりの方向性を明確にし、計画を策定するとともに、本市の中心市街地にふさわしい商業環境の整備に努め、駅周辺でのイベントや販売促進活動を推進し、商業基盤の強化を図ります。

■第 6 次実施計画（平成 29 年 4 月）：平成 29 年度から平成 32 年度までの 4 力年計画

取組み課題	めざす成果	目標（指標）	対象事業
松戸駅周辺の商業の活性化を醸成するため、空きテナントに商業施設を誘致するとともに、駅周辺でイベントを実施します。 【商工振興課】	松戸駅周辺が賑わいにあふれる商業拠点になります。	空きテナントへの商業事業者誘致について、1 年度に 5 件の誘致をめざします。	商店街活性化指導事業（中心市街地活性化業務、中心市街地商業事業者誘致業務）
販売促進事業や空き店舗の活用により商店街の活性化を図ります。 【商工振興課】	商店街の賑わいが創出され、地域コミュニティの向上に寄与します。	平成 27 年度 52 事業であった商店会共同事業の事業数を 60 事業に増やします。	商店街共同事業支援事業

(2) 松戸市都市計画マスタープラン（平成11年6月）

1) 目標年次

おおむね20年後の平成32年（2020年）

2) 将来都市像

都市整備の目標と課題をもとに、将来の目指すべき都市空間の姿を次のように設定します。

- 身近な暮らしの環境が充実した都市
- 水・みどり・歴史資源を大切にした都市
- 交流を支える環境にやさしい交通体系を備えた都市
- 活力と交流をもたらす産業環境を整えた都市

3) 将来都市像実現の基本方針（一部抜粋）

〈身近な暮らしの環境を充実する都市づくり〉

①日常生活圏での生活利便性の向上

- 身近な生活拠点の充実

駅を中心としたまちの成り立ちをふまえ、駅周辺における商業地の維持・充実や生活関連施設の充実に努めます。

〈活力と交流をもたらす産業環境を整える都市づくり〉

①商業・業務拠点の育成・整備

- 松戸駅周辺地区の育成・整備

松戸駅周辺地区は、歴史的な中心性、行政機能や商業機能の集積、交通結節点としての有利さなどを考慮して、市民の多様で質の高いニーズに応える魅力を備えた「広域交流拠点」と位置づけ、駅周辺の内環状道路やアクセス道路、駐車場、主に通過交通を処理する外環状道路などを整備し、百貨店などの買回品を中心とした都心型の商業機能が集積する環境を整えます。また、快適で歩きやすい歩行者空間の整備、既存の歴史資源や河川・緑の自然資源の活用、魅力あるまち並みの形成などにより、うるおいあふれた回遊性の高い空間を確保します。

- 北松戸駅西口周辺地区の広域交流拠点化

北松戸工業団地を中心とした北松戸駅西口周辺地区は、産業環境の変化を背景に将来的に土地利用転換の可能性が高いことを考慮して、従来の生産機能に新たな商業・業務・娯楽機能などを加えた「広域交流拠点」と位置づけます。今後の土地利用転換の動向を見きわめながら、隣接する栄町地区と連絡する北松戸駅西口駅前広場やアクセス道路を確保するとともに、松戸駅周辺地区との連携も考慮した広域交流拠点にふさわしい交通環境を整備し、商業・業務・娯楽機能への転換を促進します。

●個性ある商業地の整備

新松戸駅周辺、八柱駅周辺、東松戸駅周辺は、鉄道が交差する交通の利便性と将来的な発展の可能性を考慮して、商業機能を中心とする「交流拠点」として位置づけます。新松戸駅周辺は市の北部の交流の中心に、八柱駅周辺は「文化交流拠点」である21世紀の森と広場への玄関口として、東松戸駅周辺は東部地域で自然や農業に親しむための拠点となることにも配慮しながら、交通基盤の整備による交通結節機能の強化や質の高い空間づくりに取り組みます。

その他の各駅周辺についても、それぞれの商業地としての特性を考慮し、地元商業者の意向をふまえながら、交通基盤の整備や安全・快適な歩行者空間づくり、商業機能の立地誘導などを進め、個性的で魅力ある「生活拠点」に育成します。

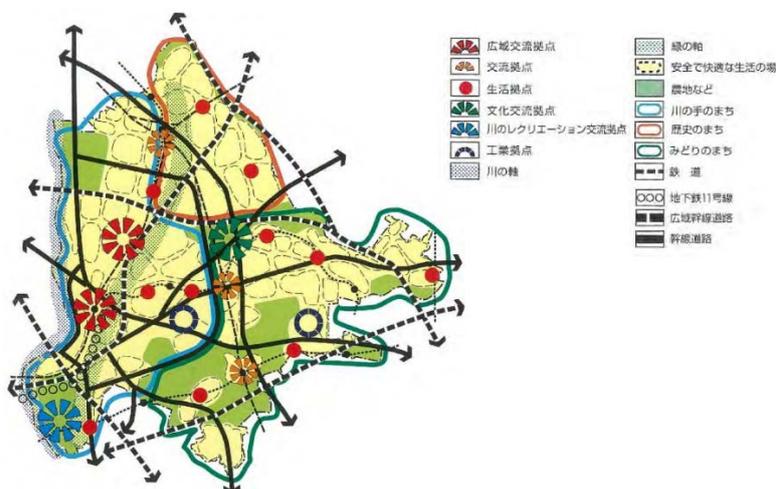
4) 将来都市構造

●多様な拠点からなる多核都市構造

商業・業務機能を有する「広域交流拠点」として松戸駅周辺と北松戸駅西口周辺を、「文化交流拠点」として21世紀の森と広場周辺を、「川のレクリエーション交流拠点」として矢切地区を、それぞれ整備・育成し、本市に広域的な交流と活力をもたらします。また、新松戸、八柱、東松戸の各駅周辺においても、交通結節点としての利便性を活かしながら、商業・業務を中心とする「交流拠点」を整備・育成します。

稔台と松飛台の工業団地は、「工業拠点」としての環境を整備します。その他の駅周辺商業地は、商業機能だけでなく多様な機能を身近な「生活拠点」として育成します。また、コミュニティの中心となる支所や各種公共施設などの「生活拠点」も充実させます。

拠点分類	設定箇所	拠点の特性
広域交流拠点	松戸駅、北松戸駅西口	商業・業務機能を有する拠点
交流拠点	新松戸駅、八柱駅、東松戸駅	交通結節点としての利便性を活かしながら、商業・業務を中心とする拠点
生活拠点	その他の鉄道駅	商業機能だけでなく、多様で身近な機能を有する拠点



5) 土地利用の方針（一部抜粋）

①現状特性・課題

●分散した商業地

商業地は市内各駅周辺を中心に分散的に形成されており、最寄品の購入については利便性が高くなっています。しかし、分散している結果、松戸駅周辺や五香駅周辺などを除くと、それぞれの商業の集積はさほど大きくなく、買回品の供給は低下しています。また近年は、沿道型の店舗が増加しています。

駅周辺商業地にはすでに商業やその他諸施設の蓄積があり、身近でだれにとっても利用しやすいという魅力があるため、その維持や充実が望まれます。

②商業系市街地の方針

1. 中心商業・業務地

松戸駅周辺地区は、歴史的な中心性、広域的な商業地としての機能の集積、交通結節点であることの有利さなどから、商業、業務、文化、住宅などの機能が高度に集積した広域的な「中心商業・業務地」と位置づけ、交通基盤の整備や適切な高度利用、都市機能の誘導、歩行者空間の整備などにより育成します。

北松戸駅西口周辺地区は、産業環境の変化を背景に将来的に土地利用転換の可能性が高いことを考慮して、従来の生産機能に新たな商業・業務・娯楽機能などを加えた広域的な「中心商業・業務地」と位置づけ、松戸駅周辺地区との連携を図りながら、交通基盤の整備などにより整備・育成します。

2. 商業地

市民ニーズの多様化や高度化に対応しながら、日常的な買い物の利便性を確保するため、主要な駅周辺や市街地形成の経緯によって商業施設の集積がみられる地区を「商業地」として位置づけ、交通結節機能などに応じて地区の役割を明確にしつつ、交通基盤の整備や適切な高度利用、商業機能の誘導などにより、にぎわいのある商業空間を形成します。

6) 主な都市整備対策方針

③拠点形成・大規模土地利用転換などへの対応

1. 拠点商業地の整備・再開発

広域的な商業・業務拠点である松戸駅周辺をはじめ、日常生活の拠点となる商業地については、交通基盤の整備、土地の高度利用、商業・業務・文化・住宅などの都市機能の誘導、歩行者空間の魅力づくり、風格あるまち並み整備などを、地域住民などの意向や協力を得ながら、市街地再開発事業の活用などによって進め、魅力ある都市空間の形成を図ります。

…松戸駅周辺、新松戸駅周辺、馬橋駅周辺、北小金駅周辺、稔台駅周辺、六実駅周辺、小金原センター地区、八柱駅周辺、矢切駅周辺など

7) 地域別構想（一部抜粋）

1. 松戸地域

①特性と課題

- ・松戸駅周辺の商業地は市内で最も大きな商業集積地で、市外も含め広域から購買客を集めていますが、近年は商店数や販売額が減少しつつあります。本商業地は、東側の台地部と西側の江戸川に挟まれた奥行きが狭い地域であり、広域的な集客性を高めていくためには、道路などの交通基盤の整備と、これと一体となった市街地の整備や魅力づくりが必要です。

②まちづくりの方針

○にぎわいのある商業・業務集積空間の形成

- ・松戸駅周辺の中心市街地は、商業振興の取り組みと一体的に、大規模店舗、専門店、飲食店やサービス型業務などの商業・業務施設の集積を誘導するとともに、魅力ある景観づくりに取り組み、にぎわいと活力のある回遊性の高い商業・業務集積空間を形成します。

5. 新松戸地域

①特性と課題

- ・商業地は、新松戸駅と馬橋駅の2つの駅周辺に形成されています。新松戸駅周辺には大規模店舗も立地しており、3本の鉄道が交差する交通条件の良さから今後さらに発展する可能性も有しています。周辺が住宅地であることに配慮しつつ、一方で常磐新線の整備などによる近隣都市との競合も想定して、拠点としての機能の充実や魅力づくりに取り組んでいく必要があります。なお、新松戸駅周辺地区 15.0ha が都市再開発方針の二号地区に位置づけられています。

②まちづくりの方針

○新松戸駅周辺の整備

- ・新松戸駅周辺は、3つの鉄道が交差する交通条件の良さを生かし、地域の「生活拠点」としてだけでなく、より広範囲の「交流拠点」として、商業機能を中心に整備・育成します。そのため、駅周辺の高度利用、電線類の地中化などの景観の改善、駅前広場の改造、駐車場の整備、快適に歩ける歩行者空間の整備、駅舎の改善などを進めます。
- ・また、駅東口の整備の動きに合わせて、東西交通の改善と連携の強化に努めます。

7. 馬橋地域

①特性と課題

- ・新松戸駅の東側では土地区画整理事業が都市計画決定されています。新松戸駅周辺は鉄道が交差し交通利便性の高い地区であることから、交通基盤の整備をはじめとして、今後のまちづくりについて検討していく必要があります。

②まちづくりの方針

○新松戸駅東側の整備

- ・新松戸駅の東側は、交通結節点としての交通利便性の高さを生かし、周辺の良好な自然環境にも配慮して計画的な面整備を進め、地域のみならずより広域的な「交流拠点」として、商業・業務などの機能の集積と良好な空間を形成します。

- ・また、その周辺部には、利便性が高く快適な環境が確保された良好な住宅地を形成します。

9. 常盤平地域

①特性と課題

- ・本地域の商業地は、八柱、常盤平、五香、元山の新京成電鉄の各駅周辺や常盤平団地のセンター地区に形成されています。これらの中では八柱・五香駅周辺の集積度が高くなっています。駅周辺は地域の生活中心でもあり、その充実が求められています。なお八柱駅周辺地区4.3haは、都市再開発方針の要整備地区に位置づけられています。

②まちづくりの方針

○八柱駅周辺の整備

- ・八柱駅周辺は、新京成電鉄とJR武蔵野線が結節する交通利便性の良さや、21世紀の森と広場への主要な玄関口であることを考慮して、地域の「生活拠点」だけでなく全市的な「交流拠点」として位置づけ、駅前広場の改善や歩行者空間の快適化、駅前の良好な景観づくりなどを進めます。

11. 東部地域

①特性と課題

- ・現在、秋山、東松戸、松飛台の各駅周辺で土地区画整理事業が進められていますが、事業の推進と地区計画の内容に沿った良好な市街地の形成が望まれます。

②まちづくりの方針

○駅周辺の整備

- ・東松戸、秋山、松飛台の各駅周辺で土地区画整理事業を推進し、商業施設や公共施設などが集積するとともに歩きやすい歩行者空間などが確保された、快適でにぎわいのある拠点を形成します。
- ・特に東松戸駅周辺は、JR武蔵野線と北総開発鉄道が交差する交通利便性や将来の可能性の高さから、市南部のレクリエーション活動をはじめとする「交流拠点」として整備・育成します。

(3) 松戸市立地適正化計画（平成 30 年 3 月）

1) 計画期間

計画策定から 20 年後の平成 49 年(2037 年)とする。

2) まちづくりの基本方針

立地適正化計画における商業に係る基本方針は以下の通り定められています。

【まちづくりの基本方針（ターゲット）①】

広域からの集客により賑わいを生み出すとともに、市民の暮らしの質を高める拠点の形成

「集客性・利便性を高める広域交流・交流拠点の形成」

「市民の暮らしの質を高める生活拠点の形成」

■計画のストーリー

○本市では、現状において日常生活に必要な都市機能は充実している一方、大型商業施設や図書館等、広域性・集客性の高い施設の立地が少ない状況にあります。そのため、本市の中心市街地である松戸駅周辺や、鉄道交差駅である新松戸駅周辺、新八柱・八柱駅周辺、東松戸駅周辺において、広域性・集客性の高い施設の維持や充実、拠点内の回遊性や快適性の向上に資する環境整備等を進め、広域交流拠点・交流拠点としての機能強化を図ります。

○その他の各駅周辺等の生活拠点についても、市民の日常生活に必要な施設の立地誘導により、拠点としての機能維持・充実を図ります。

【まちづくりの基本方針（ターゲット）②】

充実した住環境を活かした人口流入と地域人口構成バランスの健全化

「多様な世代のニーズに対応した住環境の形成による人口流入・定住化の促進」

「ハード・ソフト両面からの対策による安全な住環境の形成」

【まちづくりの基本方針（ターゲット）③】

本市の強みである充実した鉄道・バスの公共交通ネットワークの維持・拡充

「公共交通利用の利便性を高める駅周辺環境の整備」

「都市機能誘導・居住誘導との連動による高い水準での公共交通サービスの提供」

3) 将来都市構造図

立地適正化計画における将来都市構造では、以下の拠点を設定しています。

■ 拠点の施設誘導の方向性

拠点の分類	拠点設定箇所	拠点の特性	施設誘導の方向性
広域交流拠点	松戸駅周辺	大型商業・業務機能や行政機能等とともに、日常生活に必要な一通りの機能を備えた拠点	<ul style="list-style-type: none"> ◆現在有する広域交流拠点としての集客性をより高め、まちの賑わいを持続的なものとすべく、市外を含む広域からの来訪者を対象とした商業施設や教育・文化施設、行政施設の維持・充実やコンベンションホール等の施設を誘導。 ◆増加する高齢者や更なる流入が期待される子育て世代をはじめ、本市の中心地として多くの市民が暮らしやすい環境を形成するため、高齢者等を対象とした総合的な相談窓口や児童館機能施設の誘導や、地域型商業施設、銀行等の生活サービス施設を維持。
交流拠点	新松戸駅 八柱・新八柱駅 東松戸駅 周辺	広域交流拠点を補完する広域性・集客性の高い施設のほか、日常生活に必要な機能を有する拠点	<ul style="list-style-type: none"> ◆交通結節点としての広域性を有した拠点であることより、その特性を最大限に発揮すうため、拠点ごとの機能立地状況に応じて、行政機能、地域型商業施設、高齢者等を対象とした総合的な相談窓口や児童館機能施設、教育・文化施設等を維持、新規誘導。 ◆併せて、駅周辺の街なか居住の生活スタイルを提供できる住環境も特に有した拠点のため、それらに関心の高い子育て世帯等に向けて、駅前、駅中保育所等の機能を充実。
生活拠点	北松戸駅 馬橋駅 北小金駅 上本郷駅 みのり台駅 常盤平駅 五香駅 矢切駅 秋山駅 松飛台駅 六実駅 小金原センター 周辺	日常生活に必要な身近な生活サービス施設を備えた拠点	<ul style="list-style-type: none"> ◆生活拠点として、日常生活の利便性を将来にわたり確保し、増加する高齢者をはじめ、市民が暮らしやすい環境を形成するため、拠点集積型施設である市役所（支所）機能や地域型商業施設（スーパー等）、銀行施設等の維持とともに、現状において立地していない箇所については新規に誘導。 ◆また、子育てしやすいまちとしての生活の質を高め、若い世代の流入を目指すべく、北総線沿線をはじめ、全駅周辺での子育てに係るサービスが提供できるよう、駅前、駅中保育所の機能を充実。

立地適正化計画における将来都市構造図



※駅周辺において、まちづくりの進展により市街化区域への編入がなされた場合は、新たに拠点への位置づけを検討します。

【商業機能の配置方針】

○広域型商業施設(店舗面積 10,000 m²以上)

- ・市外を含めた広域からの集客力を持ち、拠点のにぎわいをもたらす施設として、将来にわたり現状の立地を継続していただくとともに、松戸駅周辺新拠点ゾーンの形成等と合わせた充実を図るため、松戸駅周辺及び新松戸駅周辺の誘導施設として設定。

○地域型商業施設(店舗面積 1,000 m²以上 10,000 m²未満)

- ・日常生活に必要な生鮮品、日用品を取り扱う施設として、現状機能を維持していただくとともに、現状で立地していない拠点では新規に誘導し、地域住民の生活利便性を高めていくため、全拠点の誘導施設として設定。

○コンベンションホール(ホテル併設含む)

- ・市外を含めた広域からの集客力を持ち、拠点のにぎわいをもたらす施設として、広域交流拠点である松戸駅周辺に新たに誘導する施設として設定。

【拠点ごとの誘導施設の配置方針】

松戸市における誘導施設	広域交流拠点	交流拠点		
	松戸駅	新松戸駅	八柱・新八柱駅	東松戸駅
広域型商業施設 (店舗面積 10,000 m ² 以上)	◎	●	—	—
地域型商業施設 (店舗面積 1,000 m ² 以上 10,000 m ² 未満)	●	○	●	○
コンベンションホール (ホテル併設含む)	○	—	—	—

松戸市における誘導施設	生活拠点	
	北松戸駅、馬橋駅、北小金駅、上本郷駅、みのり台駅、常盤平駅、五香駅、矢切駅、秋山駅、小金原センター	松飛台駅 六実駅
広域型商業施設 (店舗面積 10,000 m ² 以上)	—	—
地域型商業施設 (店舗面積 1,000 m ² 以上 10,000 m ² 未満)	●	○
コンベンションホール (ホテル併設含む)	—	—

◎充実…拠点内にて既に立地しているが、今後の更なる拠点性の強化のため、需要に応じた新規誘導や、既存の施設の更新、機能の維持を図る施設。

○新規誘導…拠点内にて立地しておらず、今後新たに誘導を図る施設。

●維持…拠点内にて既に立地しているため、今後も区域内でその機能を維持するべき施設。

■都市機能誘導施策の内容

施策の設定の方向性を踏まえた商業に関する都市機能誘導施策を以下に示します。

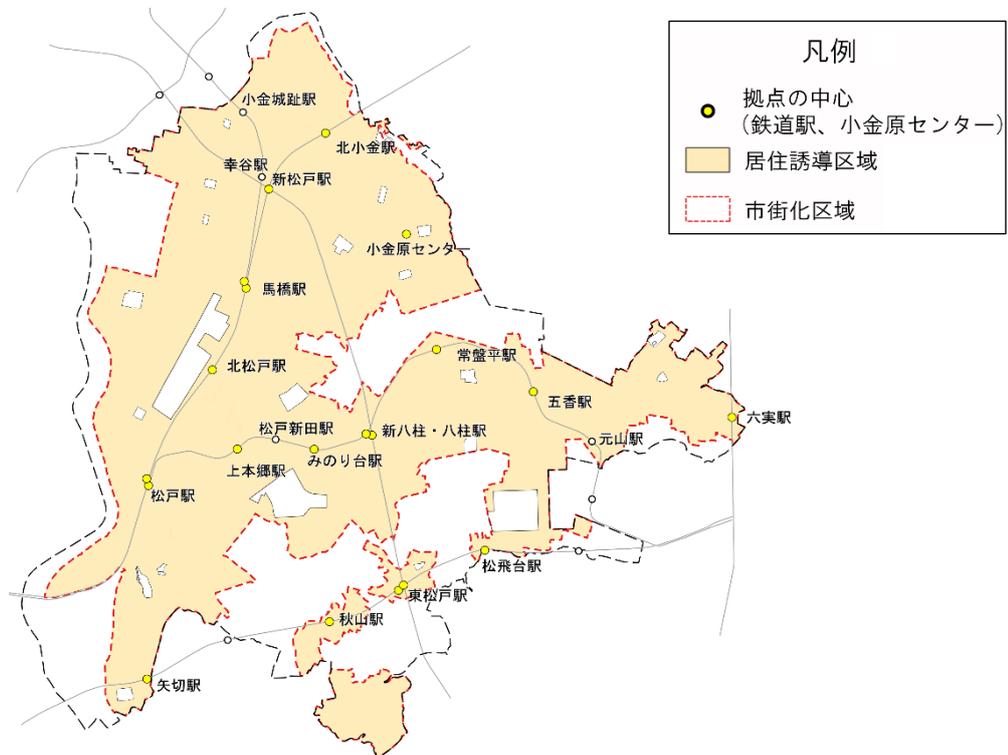
【都①】都市機能立地を促進するための基盤整備の推進	
施策概要	<p>《松戸駅周辺整備の推進による広域交流拠点の形成》</p> <p>○広域交流拠点である<u>松戸駅周辺</u>では、本市の中心市街地として魅力向上を図るため、松戸駅周辺まちづくり基本構想におけるゾーンごとの取り組みの方向性に基づき、<u>市街地再開発事業等による都市基盤整備を推進</u>します。</p> <p>○都市基盤整備と合わせて、本市の中心市街地としてふさわしい<u>広域的な商業・業務機能及び文化機能の集積</u>を図るとともに、土地の高度利用や都市計画道路、駅前広場、交通ターミナル、デッキ網等の整備による交通結節点機能の強化を図り、中心市街地の都市機能の更新を進め、回遊性の高いまちの形成を図ります。</p> <p>《新たな基盤整備と基盤の更新・活用による交流拠点の形成》</p> <p>○<u>新松戸駅東口</u>では、土地区画整理事業の推進により、交流拠点にふさわしい環境を創出することと合わせ、<u>地域住民の利便性向上に資する商業施設や医療・福祉施設等の都市機能を誘導</u>します。</p> <p>○<u>新松戸駅西側</u>では、<u>既存の広域型商業施設の維持</u>とともに、地域全体のまちづくりを検討していく中で、まちの更新のあり方や必要となる都市機能を明らかにしていきます。</p> <p>○<u>新八柱・八柱駅と東松戸駅周辺</u>では、<u>土地区画整理事業により整備された基盤を活かし、行政窓口機能や地域型の商業施設等の都市機能を誘導</u>します。</p>
【都④】既存商業施設の維持・充実のための支援	
施策概要	<p>《空き店舗の有効利用のための支援》</p> <p>○<u>商店街については、入居するテナントへの支援、コミュニティ機能を兼ねた店舗として活用する取り組みへの支援等</u>を今後も実施し、賑わい・活力のある拠点形成につなげていきます。</p> <p>《商店街等の魅力付けのための支援》</p> <p>○商店街の魅力をより高めるための施策として、<u>商店会のホームページや商店街マップの作成支援、ポイントカードシステムの導入支援や、歳末セール等の共同事業への支援</u>も推進していきます。</p> <p>○特に<u>松戸駅周辺においては、空き店舗への商業事業者の誘致や、駅周辺でのイベント実施や、イベントを行う団体への支援を行う</u>など、<u>賑わいあふれる商業拠点の形成に向けて取り組み</u>ます。</p>

【居住誘導に係る施策】

居住誘導施策は、以下の視点に基づき設定します。

- 1 市内全域における人口流入とともに、地区毎の人口動向（※）に応じて、地域間の人口バランスや、世代間の人口構成バランスの健全化につながる施策を展開することにより、都市全体の均衡を保ち、持続性の高い住環境づくりを目指す。
 - ⇒ 【居①】 更なる人口流入のための子育て機能の充実、
居住者の利便性確保のための高齢者向け機能・医療機能の充実
 - ⇒ 【居②】 大規模団地等の既存住宅ストックの活用
 - ⇒ 【居③】 多様な世代が将来にわたり、豊かに生活を営める住まいづくり
 - ⇒ 【居④】 緑の量と質の確保によるゆとりある住環境の創出
- 2 利便性の高い拠点周辺においては、居住誘導区域の中でも特に積極的に高密度化を進める。
 - ⇒ 【居⑤】 拠点周辺におけるまちなか居住の推進
- 3 居住を誘導する上で、安全・安心な住環境を提供していけるよう、防災性向上のための施策を展開する。
 - ⇒ 【居⑥】 防災対策による安全・安心な住環境形成
- 4 整備される予定の商業施設を活用し、市全域のにぎわいの向上につなげる。
 - ⇒ 【居⑦】 北部市場跡地に整備される商業施設の活用

●居住誘導施策を展開する区域（居住誘導区域）



出典：松戸市立地適正化計画（平成 30 年 3 月）

■居住誘導施策の内容

施策の設定の方向性を踏まえた商業に関する居住誘導施策を以下に示します。

【居⑦】北部市場跡地に整備される商業施設の活用	
施策概要	<ul style="list-style-type: none">○平成 29 年 3 月に閉鎖した北部市場の跡地において大型商業施設が整備される予定となっており、市全体の集客性が向上することが期待されています。○今後は事業者と連携しながら、周辺地域や市内全域の活性化につながる施策を検討します。○施設が整備された際には、バス路線の新設や既存バス路線の再編等を行い、拠点や周辺地域との交通結節性を強化することで、施設までのアクセス性を充実し、賑わいの向上につなげていきます。

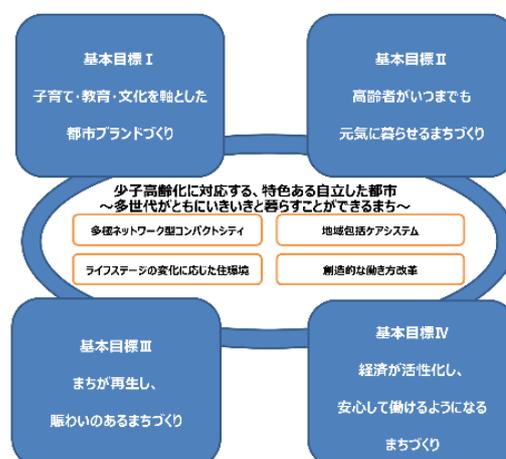
(4) 松戸市総合戦略（平成 27 年 10 月）

1) 計画期間

平成 27 年度から平成 31 年度までの 5 年間とする。

2) 将来像と基本目標

総合戦略では「少子高齢化に対応する、特色ある自立した都市～多世代がともにいきいきと暮らすことができるまち～」を松戸市の将来像として描き、4 つの基本目標を設定した。



3) 商業に係る施策

基本目標 III まちが再生し、賑わいのあるまちづくり

1 賑わいのあるまち

(1) 松戸駅周辺まちづくり基本構想が実現し、中心拠点が強化される（松戸駅周辺まちづくり 基本構想の推進）

- ・「Be ルネサンス 松戸 ～松戸駅周辺を文化の香る にぎわいあふれる広場～」をコンセプトとして松戸駅周辺のまちづくりを進める。

基本目標 IV 経済が活性化し、安心して働けるようになるまちづくり

2 稼ぐ力をもてるまち

(3) 商店街に魅力的な商店が集まっている（商店街の活性化支援）

- ・官民連携によるエリア開発を促進するため、その担い手となるまちづくり会社等の財源確保・資金調達手段の多様化を支援し、B I D^{*}の検討、まちづくり人材の確保・育成、空き家・空き店舗の利活用の促進、オープンカフェ設置による賑わい創出など、エリアマネジメント活動の推進を図る。
- ・商業に係る基本調査を実施するとともに、商店会を対象とした講習会を開催するなど中心市街地の活性化を図る。
- ・販売促進事業や空き店舗の活用により商店街の活性化を図る。

※B I D : Business Improvement District の略。米国・英国等における制度で、主に商業地域において地域内の資産所有者・事業者が、地域の発展を目指して必要な事業を行うための組織と資金調達等について定めたもの。

(5) 松戸市商工業等振興基本方針（平成 25 年 3 月 29 日）

1) 方針の位置づけ

市の最上位計画は、松戸市総合計画であり、この計画を実現するための個別計画として商工業等振興基本方針が策定されました。平成 22 年 3 月に「松戸市商業振興条例」を制定しており、条例に即して策定するとともに、条例の推進のため施策の方針を策定しました。

2) 商工業等振興の課題（商業に関する項目を抜粋）

○商店街など商業の振興

商店街については、賑わいを創出し、地域コミュニティの拠点として振興を図る必要があります。このため、個店の魅力向上、後継者の確保・育成や共同事業の実施を支援していく必要があります。また、松戸駅周辺については、中心市街地としての活性化、歴史文化など地域資源の活用を図っていく必要があります。

3) 商工業等振興の基本理念

地域経済を支える産業活動の活発化 ～市民の暮らしを支える商工業等の振興～

4) 商業振興方針 ～商店街の賑わいの創出～



基本戦略Ⅰ 商店街の活性化

Ⅰ-1. 商店街の活動体制の強化

基本施策	内容
①商店会の組織力の強化	・ 商業者の商店会への加盟の促進 ・ 商店街活動を担う人材の育成
②商業者間の連携の強化	・ 商店会同士や、商店会と大型店が連携した取組や組織づくり
③商店会と各種組織との連携	・ 地域のニーズに応えるための商店会と各種組織（大学、まちづくり会社、NPO、自治会等）による連携事業等

Ⅰ-2. 商店街の魅力アップ

基本施策	内容
①商店街の環境整備	・ 生活者に親しまれる、安全・安心で環境に優しい整備
②商店街の共同ソフト事業の実施	・ イベント等の販促事業 ・ 商店街の情報発信
③空き店舗の活用	・ 商店街の魅力を損ねる要因となっている空き店舗の活用

Ⅰ-3. 地域コミュニティ機能の強化

基本施策	内容
①商店街へのコミュニティ機能の導入	・ 商店街におけるコミュニティ活動の拠点となる機能の導入
②商店会と市民との協働の取り組み	・ 商店会と市民との協働による地域の問題の解決

基本戦略Ⅱ 松戸駅周辺中心市街地の活性化

Ⅱ-1. まちづくりの推進

基本施策	内容
①都市的魅力的創出	・ カルチャー機能やアミューズメント機能などの新しい都市的的魅力についての検討
②松戸駅周辺のまちづくり推進	・ 松戸駅周辺のバリアフリー整備の推進 ・ 歩行者が安心して利用できる快適な歩行空間の整備検討
③公共空間等の活用	・ 江戸川・坂川、公園、戸定が丘歴史公園等を活用した、回遊性の高い魅力あるまちづくり

Ⅱ-2. 中心市街地商業の魅力アップ

基本施策	内容
①商業集積の推進	・ 都市型のテナントミックス等の手法の検討
②空き店舗の活用	・ 商店街の魅力を損ねる要因となっている空き店舗の活用

基本戦略Ⅲ 商店の経営支援

Ⅲ-1. 個店の経営力強化と魅力ある店づくり

基本施策	内 容
①個店の経営力強化	・ 個店が継続して事業を行うことが出来るよう、経営力の強化の支援
②魅力ある店づくり	・ 商店街を取り巻く環境変化や消費者のライフスタイルの変化等を踏まえた、魅力ある店づくりの支援
③起業支援	・ 大型事務所をはじめとする、事務所などの創業の支援

基本戦略Ⅳ 特色のある商業の振興

Ⅳ-1. 特色のある商業の振興

基本施策	内 容
①大型複合商業施設の誘致	・ 大型複合商業施設の立地誘導による、市内消費を促進、商店街利用者の増加促進
②商業と観光との連携	・ 寺社仏閣や祭りなどの観光資源と商業との連携
③シティホテル・コンベンションホールの誘致	・ 都市機能充実に向けた、シティホテル・コンベンションホールの誘致の研究
④地域資源を活かした産業の振興	・ 農商工連携や地産地消などの推進
⑤サブカルチャーとの連携	・ サブカルチャーと商業との連携促進

(6) 松戸市商業振興条例（平成 22 年 4 月 1 日）

この条例は、商業の振興と地域社会の発展を目的としたものです。市内商店会組織の基盤強化や商店会への事業者の加入促進を図り、商店会を活性化していきます。

【条例の概要】

1) 基本理念

商業の振興は、事業者、商店会、経済団体および市が協働し、市民の理解と協力のもとに推進します。

2) おのおのが果たすべき責務

主 体	責 務
市	・ 事業者、商店会および経済団体の積極的な事業活動への取組みを促進するため、商業活性化等の施策を実施
経済団体	・ 事業者の事業活動に対する支援を行うとともに、市と協働し、積極的に商業振興のための施策を実施
商店会	・ 地域コミュニティの核としてにぎわいと交流の場を創出し、魅力ある商店街の形成に努めるとともに、会員の加入促進等自らの組織の充実に努める。
事業者	・ 市および経済団体が行う商業の振興に関する施策に積極的に参加するとともに、商店会への積極的な加入や商店会が商店街の活性化事業を実施する場合、応分の負担により事業に協力するよう努める

3) 市が行う具体的な施策

○商店会への支援施策

- ・ 街路灯等の設置修繕に関する共同施設支援
- ・ イベントや販売促進活動等の実施に関する共同事業支援
- ・ ポイントカードシステム導入に関する情報化支援
- ・ 商店会の法人の設立ならびに運営に関する補助等の支援
- ・ 空き店舗対策支援

○事業者への支援施策

- ・ 中小企業に対する経営相談等の支援

4) 市民の役割

商業の振興が市民生活の向上と地域の活性化につながることへの理解を深め、商店会や事業者が実施する事業や市、経済団体の商業振興に関する施策に積極的に協力する。

5. 商業に関わるまちづくりの取組

5-1. 松戸駅周辺まちづくり基本構想（平成27年6月）

(1) まちの課題・現況

基本構想では、松戸駅周辺の中心商業地区の課題を以下のとおり整理しています。

【中心商業地区の課題・現況】

- ・ 駅周辺に多くの店舗があるが、活気が失われてきており、商店街としての連続性が欠けている。
- ・ 駅近傍でありながら、駐車場などの低・未利用地が点在しており、全体的に高度利用が図られておらず、老朽化も進んでいる。
- ・ 商業地としては、道路基盤が脆弱である。
- ・ 放置自転車が多いため、歩きづらく、景観も損ねている。

(2) コンセプト・まちの将来像

【基本構想コンセプト】

Be ルネサンス 松戸 ～松戸駅周辺を文化の香る にぎわいあふれる広場へ～

【まちの将来像】

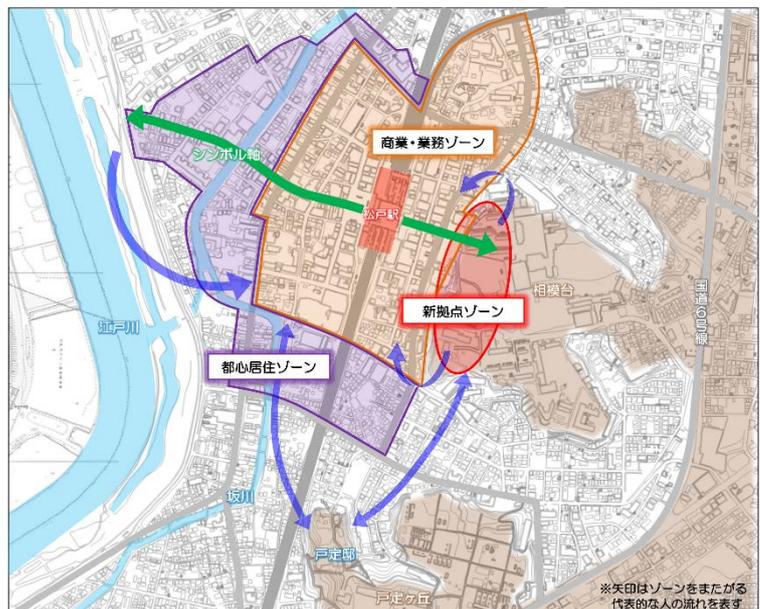
- 多様なニーズが満たされる活気あふれるまち
- 人の流れが多く、歩行者に優しいまち
- 様々な世代が、住み続けたい・移り住みたいと思うまち
- 価値ある自然や地域資源が活かされ愛着を感じるまち

(3) まちづくり方針

① ゾーン区分

構想では、目指す将来像などを基準に区域を3つのゾーンに区分しています。

このうち、「商業・業務ゾーン」「新拠点ゾーン」のまちづくり方針は以下のとおり定められています。



商業・業務ゾーン 「歩いて買物が楽しめる快適できれいなまち」

【取組の方向性】

- ・中心商業地にふさわしい“にぎわい”を高めるため、都市機能の更新とともに回遊性・滞留性を向上させる。

【まちづくり方針】

●市街地整備の推進

- ・駅近傍にふさわしい中心商業地としての基盤形成と土地の高度利用を図るため、市街地再開発事業等を促進する。
- ・交通の結節機能を強化するため、道路・駅前広場・交通ターミナル・デッキ網等の基盤整備を行う。
- ・地域コミュニティ活動の拠点とするため、地元との連携を図りながら、西口公園の再整備を推進する。

●商業の集積・魅力向上

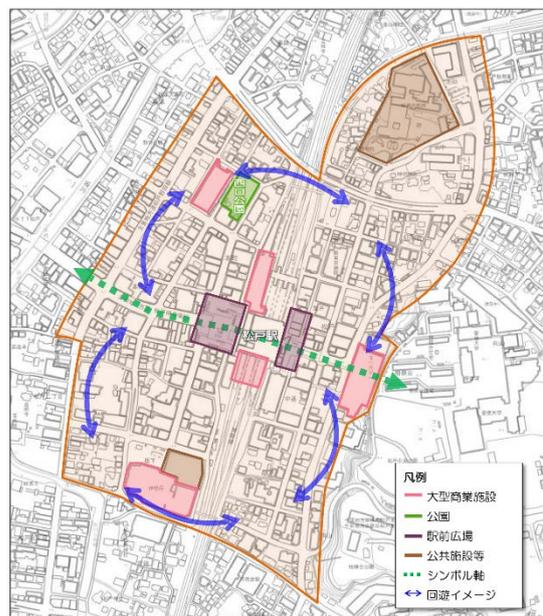
- ・連続的な賑わいを構築するため、地区計画等による商業等の誘導や空き店舗などを有効に活用する。
- ・商業地としての魅力を向上させるため、こだわりの感じられる景観形成、オープンスペースや休憩場所の創出、地元団体・商店によるイベントなどを促進する。

●安全で快適な歩行者空間の充実

- ・駅前には、歩いてまわれる快適な環境を創出するため、通過交通の抑制・歩行者天国・歩行者専用通路の段階的な導入を目指すなど歩行者空間を充実させる。
- ・通勤や通学、買物などに対応した、駐輪場整備と放置自転車対策を行う。

●土地の高度利用の促進

- ・老朽化や低・未利用等の課題がある街区を中心に、低層部に商業を配置した複合型中高層住宅を供給するため、優良建築物等整備事業などを促進する。



新拠点ゾーン「新たな松戸の顔となる便利で魅力あふれる拠点」

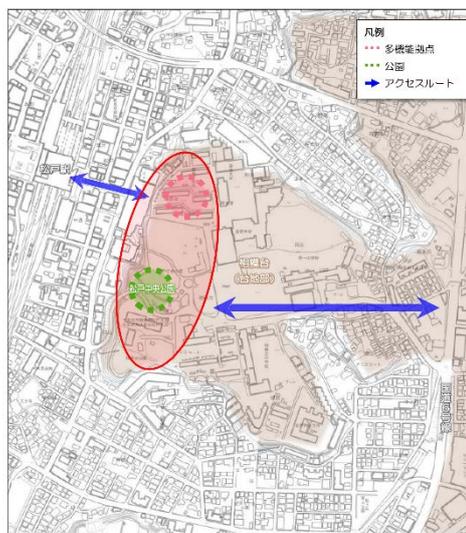
【取組の方向性】

- ・官舎跡地や松戸中央公園等の一体開発により、ランドマークとなる多機能拠点づくりを行う。

【まちづくり方針】

●多機能拠点の整備

- ・豊かな市民活動をサポートする新しいタイプの複合施設（文化・子育て・教育・商業・公共公益的な施設などを配置）を整備する。
- ・相乗効果を高めるため、駅東口や松戸中央公園と調和・連携を図る。
- ・高低差のある地形を活かした建物形態にし、機能的な施設を配置する。
- ・訪れやすい交通環境への改善を図るため、駐車場・駐輪場を整備する。



●松戸中央公園の再整備

- ・多機能拠点の整備にあたり、公園の配置を見直すとともに、駅近傍の貴重な緑空間や防災拠点として魅力ある公園に再整備を行う。
- ・多機能拠点との相乗効果を高め、賑わいや交流を図れる空間として、イベントスペースなどを創出する。

●アクセスルートの整備

- ・東口デッキの再整備・バリアフリー化を行う。
- ・駅から相模台台地への歩行者アクセスの強化を図る。
- ・国道6号線から多機能拠点へのアクセスを向上させるため、道路整備を行う。

②松戸駅周辺のソフト展開

●商店街の活性化

- ・商店街の魅力アップを図るため、地域の特色にあったイベントを促進する。
- ・商店会の組織力強化や商店会相互、商店会と大型店の連携を図ることで、商店街の活動体制を強化する。
- ・個店の経営力強化と魅力ある店づくりを促進する。
- ・商店主など地権者が中心となったまちづくり会社等の組織を促進する。
- ・姉妹都市等との国際交流の機会を活かし、地元商店街と連携を促進する。

5-2. 新松戸地域のまちづくりに関する調査業務委託報告書（平成 29 年 3 月）

（1）新松戸地区の現況

《商店の動向》

- ・ 6つの商店会があり、中でも新松戸中央商店会は、平成 26 年時点で、市内の全 79 商店街において、事業所数・年間商品販売額ともに市内 2 位となっている。
- ・ 大規模小売店舗は、新松戸ダイエー等の 5 店舗が立地しているが、平成 21 年のコープ新松戸店以降、新たな店舗立地は行われていない。

《各種意向調査》

- ・ 平成 27 年度市民意識調査等では、新松戸駅周辺に活気がなく、駅周辺の開発を進めてほしい、買い物を楽しめる駅ビルの整備、近隣市に多いショッピングセンターの充実等の意見が見られる。

《企業ヒアリング》

- ・ 日常型の商業は十分成立するが、ダイエーもあり、これより小規模な店舗では南流山から人を呼ぶほどのインパクトは見込めない。
- ・ 駅舎と合わせて周辺を一体利用し、大型商業施設等が作れば、イメージを変えることは可能。

（2）新松戸地区のまちづくりの主な課題・施策の方向性

《商業地のまちづくりの主な課題》

- ・ 地域に変化を起こす小規模な商業地のリニューアルに向けた検討
- ・ 大規模な商業地のリニューアルに向けた検討
- ・ 新坂川や流通経済大学等の賑わいづくりへの活用
- ・ 学生や子育て世代がまちを楽しめるような、商業を中心とした時間消費型の機能の導入



《商業地再生の主要な施策の方向性》

～多様な賑わいと交流を生み出す、時間消費型の商業地づくり～

- ①大規模な商業地のリニューアルにより、多様な賑わいと交流の空間の創出
- ②既存建物の活用・リノベーションにより、小規模連鎖型での、多様な賑わいと交流の空間の創出
- ③親子をはじめ、多世代で楽しめる機能の導入や体験・交流できる場の創出

6. 商業振興に関わる支援事業

松戸市では、商業の振興と商店街の活性化を目的とした補助・支援制度を設置しています。各制度の概要は以下のとおりです。

■商店街への支援

項目	補助対象	補助率	補助制度名
街路灯・アーチ・駐車場など	・ 設置費 ・ 修繕費 ・ 撤去費（装飾街路灯及び装飾アーチに限る）	対象経費の2分の1 ※限度額有り	共同施設の設置等に係る補助金
	街路灯・アーケードの電気料の一部補助	街路灯 1基 5,000円 アーケード 1基 2,500円 ※上限額	共同施設維持管理費補助金
セール(売出し)・抽選会・歩行者天国などのイベント	商店会が実施するセール(売出し)などの実施費用の一部補助	対象経費の3分の2に相当する額 ※限度額 15万円(法人商店会は限度額 40万円)	商店街共同事業実施に係る補助金
商店会の法人化	・ 法人設立経費 ・ 法人商店会運営経費	設立経費出資額の10分の3 運営経費 10分の5(5年間) ※限度額有り	法人商店会設立に関する補助金

■空き店舗対策

項目	補助対象	補助率	補助制度名
松戸駅周辺の空き店舗への商業店舗の出店	空き店舗の賃借料に対する補助 * 松戸駅周辺の補助対象区域	補助率：4分の1 補助金額：1年度当たり上限 300万円	松戸市中心市街地商業事業者誘致促進補助金
市内の空店舗への商業店舗の新規出店	空き店舗の賃借料に対する補助 * 松戸駅周辺以外	補助率：4分の1 補助金額：1年度当たり上限 120万円	松戸市商店街商業事業者誘致促進事業補助金
空き店舗を活用して行う活性化事業	・ 空き店舗等の賃借料 ・ 空き店舗の改築・改修費用	対象経費の4分の3 ※限度額有り	空き店舗対策支援事業補助金

■松戸駅周辺中心市街地対策

項目	補助対象	補助率	補助制度名
松戸駅周辺中心市街地でのイベント	事業費用が 75 万円以上イベント	補助率：3 分の 2（100 万円以内）	中心市街地にぎわい創出事業補助金

■中小企業支援

項目	補助対象	補助率	補助制度名
中小企業の新産業・新技術の創出	産学連携、異分野連携、販路開拓のための経費（原材料費、機材費、施設使用料など）	補助対象経費の 2 分の 1	松戸市新産業創出促進事業補助金
中小企業者の経営の安定	千葉県中小企業振興資金、小規模事業者経営改善資金の利子	利子補助率：年 1.0%以内	中小企業振興資金利子補給金
中小企業の設備投資	製品の生産のための施設、設備、プログラム等	○生産性向上型 補助率：3 分の 1（200 万円以内） ○一般型 補助率：10 分の 1（50 万円以内）	中小企業設備投資補助金
自社製品の展示会への出展	展示会等に出展する経費（出展料、運送料など）に対する補助	補助率：2 分の 1 又は国内 10 万円、国外 30 万円の低い額	中小企業展示会等出展支援事業補助金
国等の補助金等の取得	外部の専門家に申請手続等を委託する経費	補助率：2 分の 1 又は 30 万円の低い額	中小企業補助金等取得支援補助金

■松戸市の支援制度

項目	支援内容等	概要
商店会の勉強会	・講師の紹介 ・講師派遣費用の負担	商店会が独自に実施する勉強会へ講師を派遣（テーマ設定は自由）

■松戸商工会議所の主な助成制度

助成制度名	内容
商店会（中元・年末）売り出しに対する助成	中元・年末売り出し等のイベント実施に係るチラシ・ポスター等その他宣伝費用の一部を助成
商店会プッシュアップ事業	商店会が行う新しい活性化プランを公募し、事業効果が極めて高い事業の実現化を支援

7. トピックス

『三越伊勢丹／伊勢丹松戸店、2018年3月21日で営業終了』

三越伊勢丹ホールディングスは9月28日、伊勢丹松戸店の営業を2018年3月21日で終了する、と発表した。

同社グループは、将来の持続的な成長に向けて、「百貨店本業の再構築」、「成長事業の選択と集中」に重点的に資源配分し、あわせてその実現のための「基盤構築」に取り組んでいる。

その中で、将来的に収益の改善が見込めない店舗・事業については構造改革を実施することにより、限られた経営資源を成長分野に再配分し、将来に向けて企業の存続と持続的な成長を果たすため、伊勢丹松戸店の営業終了を決定した。

伊勢丹松戸店は、1974年に開店し、1995年に新館を増床しピーク時（1996年）には売上高336億円にまで拡大。しかし、消費者の購買行動の変化や同一地域内の競合環境が厳しくなったことなどにより売り上げが低下し赤字が恒常化していた。

2013年には大規模なモデル投資を実施したが、効果が限定的で黒字化までには至らなかったという。その結果、2008年度～2016年度に合計約38億円の減損損失を計上した。

伊勢丹松戸店に勤務する従業員の内、無期雇用者については店舗の営業終了後、他部門・他店舗で引き続き勤務することを予定。また、伊勢丹松戸店のみを勤務地とする条件で雇用契約を結んでいる有期雇用契約社員については、営業終了時点で他店舗などでの就業を希望する者に対して、再雇用の見込み。

■伊勢丹松戸店

所在地：千葉県松戸市松戸 1307-1

店舗面積：約3万m²

売上高：181億3000万円

従業員数：377名（無期雇用者146名、有期雇用者205名、他26名）

出典：流通ニュース（2017年9月28日）

『住友商事／松戸北部市場跡地に複合商業施設、2019 年度開業』

千葉県松戸市の松戸市公設地方卸売市場北部市場の跡地利用活用において、土地所有者である千葉県食品流通センターと事業用定期借地契約の予約契約を締結した。

住友商事は約 5 ヘクタールの広大な北部市場跡地に、複数の大型店と専門店を集積した一体型多モールの形態による、街並みとの調和と地域の多世代交流の空間を実現する商業施設の開発を行い、新たな交流の拠点・憩いの場を提供する。



松戸北部市場開発プロジェクトは、2018 年度内の着工、2019 年度内の竣工・開業を目指す。

商業施設には物販・飲食・サービス業種の他に、シネマコンプレックスを核としたアミューズメント機能、地域住民の健康維持促進のためのフィットネスやクリニックなどの導入を検討する。

住友商事と運営管理会社である住商アーバン開発が計画段階から一体となり、継続的に住友商事グループが事業運営する体制を構築するという。

北部市場は、1969 年の開設以来、卸売市場として長く市民の食生活を支える重要な役割を担ってきたが、施設の老朽化と耐震性の問題、市場を取り巻く環境の変化などにより、2017 年 3 月末に閉鎖した。

(対象土地)

所在地：千葉県松戸市八ヶ崎 2-8-1 他

敷地面積：49,179.60m²

用途地域：準工業地域

所有者：千葉県食品流通センター

賃借人：住友商事

出典：流通ニュース（2017 年 5 月 16 日）

『松戸市東松戸二丁目 5 番 1 の事業計画概要』

更新日：2015 年 9 月 17 日

事業計画概要

松戸市が売却した東松戸二丁目 5 番 1 の土地について、売却先の東松戸計画共同企業連合体より、二段階一般競争入札の企画提案に基づく事業計画概要の提出がありましたので内容を公表します。

物件の概要

所在地：松戸市東松戸二丁目 5 番 1

地積：11,000.08 平方メートル

事業主

株式会社長谷工コーポレーション

京阪電鉄不動産株式会社

相鉄不動産株式会社

計画建物概要

鉄筋コンクリート造 19 階・鉄骨造平屋建：商業・共同住宅複合施設

商業施設床面積：約 5,000 平方メートル（複数店舗による複合商業施設を予定）

共同住宅：382 戸

事業完了予定

平成 30 年 3 月末予定



出典：松戸市ホームページ

松戸市商業ビジョン

発行年月 : 平成30年3月

編集・発行 : 松戸市 経済振興部 商工振興課

〒271-8588 千葉県松戸市根本 387 番地の 5

電話(047)711-6377 Fax(047)366-1550
