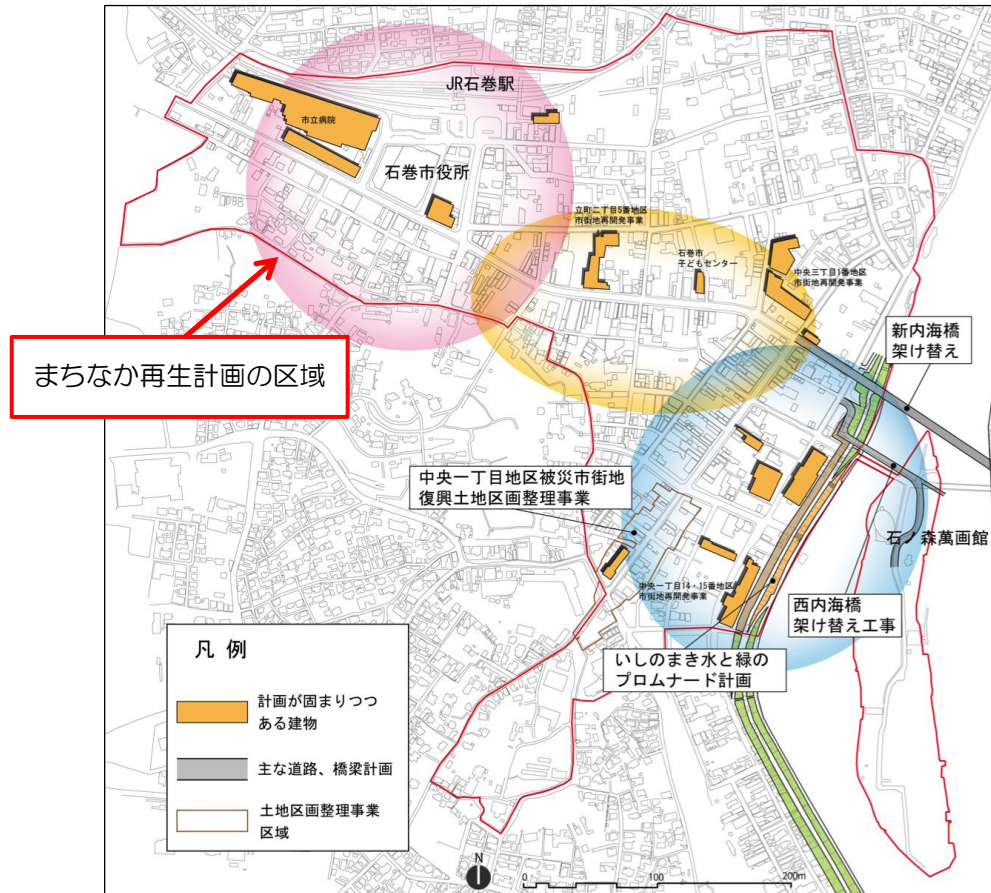


1. 計画の対象区域・ゾーニング

- 対象区域は、石巻市中心市街地活性化基本計画の対象区域と同一の約56.4haとする。
- 行政・医療・交通機能を主とした駅前エリア（拠点）、観光・商業拠点を主とした川沿いエリア（拠点）、それら間に位置する立町・中央エリア（拠点）の3核をもって、歩いて暮らせるコンパクトな都市構造を目指す。



2. 中心市街地における商業施設床面積について

- 今後ますます郊外部における商業集積が進む中、中心市街地における商業のあり方を示すために、商業需給調査により中心市街地に必要な商業床規模を検討した。
- 市の人口、市全体及び中心市街地の小売業年間商品販売実績、中心市街地のシェア率をもとに、2015年・2020年の中心市街地における年間商品販売額をトレンドから推計する。さらに、中心市街地の㎡あたりの年間販売額についてもトレンド推計を行い、最終的には下表のとおり、2020年の中心市街地において最大必要となる小売業売り場面積は、24,649㎡と推察される。

| | 2004年実績 | 2007年実績 | 2015年推計 | 2020年推計 |
|---------------|----------|----------|----------|----------------|
| 石巻市人口 | 172,293人 | 167,474人 | 149,498人 | 142,248人 |
| 石巻市の年間商品販売額 | 1,741億円 | 1,848億円 | 1,455億円 | 1,337億円 |
| 中心市街地のシェア率 | 11.6% | 8.4% | 8.1% | 7.3% |
| 中心市街地の年間商品販売額 | 201.9億円 | 155.0億円 | 117.8億円 | 97.6億円 |
| ㎡当りの年間商品販売額 | 51.8万円/㎡ | 50.2万円/㎡ | 42.9万円/㎡ | 39.6万円/㎡ |
| 中心市街地適正売場面積 | 39,014㎡ | 30,863㎡ | 27,463㎡ | 24,649㎡ |

- 一方、商業統計調査や住宅地図の分析から、現状の中心市街地8商店街の総売場面積は12,089㎡と推定される。
- 以上より、2020年の中心市街地において整備余地のある小売業売り場面積は、24,649㎡と12,089㎡の差分である12,560㎡程度と推察される。

3. 中心市街地において整備予定の商業施設【中央三丁目1番地区】

- 中心市街地において計画されている市街地再開発事業や優良建築物等整備事業のうち、現在、津波・原子力災害被災地域雇用創出企業立地補助金（商業施設等復興整備補助事業）の申請を予定している地区の整備計画を概観する。

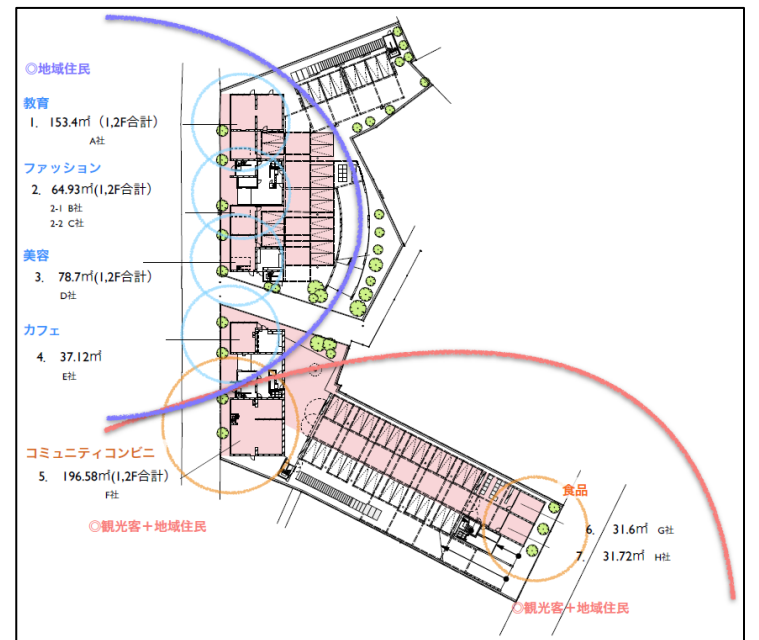
<事業概要>

事業名：石巻市中央三丁目1番地区第一種市街地再開発事業
 施工者：中央三丁目1番地区市街地再開発組合
 施工地区：宮城県石巻市中央三丁目83-1他
 構造・階数：RC造・地上6階
 面積：建築敷地面積 約4,000㎡
 建築延床面積 約10,800㎡
 住戸：77戸



<商業施設計画概要>

- コンセプトは、「コミュニティ商業を核とする被災された方々の再生プロジェクト」である。
- 核テナントは、コンビニエンスストアであり、コミュニティコンビニとして機能する。生鮮三品、総菜などの食料品を充実させ、また、「まちとしよ」として、本が読め、コミュニケーションできる、コミュニティスペースを併設する。
- このほかに、コミュニティカフェ、海産物、仕出し屋、美容院、ネイルサロン、バック工房、塾などで構成される。これらを経営するのは、被災し、本設店舗での早期の再開を望んでいる方々である。
- 店舗入れ替え時に一部の壁を変更可能である等、可変性のある空間構成としている。
- 地権者が出資するまちづくり会社が、店舗と駐車場と一体的に運用するほか、地域住民のニーズに答えるテナントマネジメントや、街なか創生協議会等と連携したプロモーション活動を実施する。



4. 街の魅力向上のための取組方針・計画

○石巻らしい魅力ある街並みづくり

- 大きな地域資源となったマンガや、川湊としてのロケーション、被災によって発生した多くの空き地のほか、街なかで体験することでより楽しめるような今までにないコンテンツを強化し、地域資源を生かした空間づくりを進める。
- 店舗や商品の個性を活かしながら、商店街やエリアごとの性格を抽出し、まちのイメージを構成していくことで、来街者がまち歩きを楽しめるよう、顧客目線に立った回遊性の創出と街並み・歩行空間を形成していく。

○賑わい再生に向けた取り組み

- 平成25年3月に街なか創生協議会により「街なか復興ビジョン」が発表された。「防災」「にぎわい・商店街経営」「食」「アート」「生活・医療・福祉」「情報発信」「アクセス」の7つのプロジェクトから構成されるソフト面のまちづくり計画であり、まちを楽しむ様々な仕掛けを民間主導で進めるための羅針盤であり、実践が始まっている。
- 継続的に顧客との信頼性を構築する営業形態や、SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）を活用した来街者への情報発信を展開する。

○中心市街地の特性を生かした各種イベントの実施

- 東日本大震災以降は、まちづくりに取り組む団体を中心に新たなイベントが企画・運営され、中心市街地は多様な交流を生み出す場所としての魅力が高まっている。本計画における新たな施設整備や交通アクセスの向上は、商店街組織やまちづくり会社、市民団体によるイベント等の取り組みを側面支援し、交流人口の増加を促進するものである。