

## 序章

### 第1節 研究目的と問題の所在

本研究の目的は、1990～2000年代半ばまでの日本における商業政策の転換に伴い、大型店の立地がどのように再編成され、かつ中心市街地にどのような影響を与えたのかについて論じることである。具体的な商業政策として、1990年代における大規模小売店舗法（以下、大店法）の運用緩和と、1998～2000年に施行された「まちづくり三法」の施行に着目する。これらの政策転換によって、小売活動において郊外地域と中心市街地の棲み分けを図ろうとした政策理念が実を結ばず、相次ぐ大型店の進出による郊外地域の隆盛と中心市街地の衰退という好対照な結果に至った過程を「地域における消費の争奪」という視点から述べる。

1974年に施行された大店法は1980年代まで、売場面積で大型店の出店を規制し、中小零細小売業者の事業機会を保護しようとする競争調整の性格が強い商業政策であった。しかし、1990年の日米構造協議の結果、大店法を「非関税障壁」とみなして市場開放を求めるアメリカ合衆国の圧力に屈する形で日本政府は大店法の運用を段階的に緩和して以降、大型店の出店は容易になった。大型店を出店する量販資本は、大店法の運用緩和を事業機会の拡大に向けた好機と捉え、仕入れにかかるコストを引き下げながら出店競争を行うと共に、効率的な物流システムの整備にも力を入れた。こうした動きは、大型店の出店場所を中心市街地から郊外地域へシフトされる形で行われたために、中心市街地における小売活動の衰退を促した。他方、まちづくり三法では、大規模小売店舗立地法（以下、大店立地法）と改正都市計画法によって大型店の郊外誘導を行う一方、中心市街地活性化法（以下、中活法）を用いて中心市街地で展開されるまちづくりに多額の補助金を投入し、郊外地域と中心市街地の棲み分けを図ろうとした。だが、こうした政策理念とは対照的に、モータリゼーションの進展に対応して、郊外地域に相次いで出店した大型ショッピングセンターが小売活動で優位に立つ反面、中心市街地の衰退が不可逆的に進んだ。そのため、まちづくり三法は2006年に再び改正せざるを得なくなった。

このような商業政策の転換と失敗に関しては、これまで商業学を主体とする検証が行われてきた。しかしその多くは、量販資本の戦略（建野，2002），法体系を構成する法規制相互の矛盾（渡辺，2007），あるいは行政や商店街組織など運用サイドの課題などを指摘するもの（矢野，2004；渡辺，2003a，2003b；石原・加藤編，2005）であった。これに対して、なぜ「大型店と中小零細小売業者の共存共栄」を目的とした一連の商業政策がその実効性を保ち得なかったのかを実証的にとらえた研究はほとんど存在しない。

地理学の立場から、1990～2000年代半ばの商業政策がもたらす影響と問題点を明らかにする場合、「大型店対中小零細小売業者」という図式からの説明だけでは不十分である。すなわち、直接的な当事者である量販資本と中小零細小売業者に加えて、店舗を選択する消費者、大型店に用地を提供する地権者、急速に拡大する大型店の店舗網に商品を供給する物流業者など、数多くのアクターが関係しており、こうしたアクターの思惑や利害を丁寧に読み解くことが問題の解明に不可欠といえる。本研究では、日本の商業政策の転換期において顕著な動向を見せた地域あるいは企業を対象に詳細なフィールドワークを行い、その結果を「地域における消費の争奪」という視点から整理する。同時に、一連の商業政策の転換が、なぜその理念から乖離した結果を招かざるをえなかったのかを実証的に検証することに主眼を置く。

## 第2節 大型店の立地とその空間的影響をめぐる研究の動向

本節では、先行研究を企業行動の視点から大型店の立地パターンおよびチェーンストアによる店舗網の再編成を取り上げた研究と、大型店の出店・閉店が地域に及ぼす影響に関する研究に分けながら整理する。この2つに先行研究の動向を大別した理由は以下の通りである。まず、大型店の立地は量販資本にとって、地域における小売活動の拠点であることを示すと共に、企業経営の方向性を大きく左右するものであり、店舗網の再編成はそうした動きを空間的に反映したものといえるからである。また、大型店の出店・閉店が地域に及ぼす影響を捉えることは、商業政策の転換が運用サイドでどのように受け止められたのかを検討する上でも欠かせない。こうした考えは、「地域における消費の争

奪」に関する地理学的研究の系譜を説明することにもつながる。

## 1. 大型店の立地パターンおよびチェーンストアによる店舗網の再編成に関する研究

初期の研究では、大型店を出店する代表的な業態である百貨店とスーパーマーケット（以下、スーパー）の全国的な店舗立地の特徴が論じられた。例えば、長岡(1975)、山口(1979)は、高度経済成長期までの百貨店とスーパーにおける店舗網の形成に際しては、自社拡大のほか、地方にある小売企業の系列化が大きく寄与したことを示した。この視点に立った研究では、1980年代以降、都市群システムとの関わりが強調された。桑島(1981)は、都市に立地するスーパーの総売場面積を国勢調査のDID（Densely Inhabited District：人口集中地区）の人口で除することで、スーパーの集積状況の定量化を試みた。香川(1984)は、百貨店とスーパーを展開する小売企業を、三大都市圏（首都圏・阪神圏・中京圏）に本社を置く「中央資本」と、三大都市圏以外の「地方資本」に大別した上で、それらの都市における出店状況を明らかにした。森川(1993)は、スーパーによる店舗網の拡大には、店舗運営の効率性が最優先されるために、出店の順序が必ずしも都市階層とは対応しないことや、他地域への新規出店に先駆けて、創業地を含む地域において「ドミナント展開」と呼ばれる集中的な店舗立地が行われていること、の2点を確認した。

以上の全国レベルの研究に対して、大都市圏における大型店の立地動向を包括的に取り上げた成果として、伊東(1978)、荒井(1981)、藤井(1983)があげられる。伊東(1978)は、高度経済成長期の京阪神大都市圏におけるスーパーの立地動向に着目し、人口の郊外移動を背景に、大都市から近郊都市の既成市街地を経て郊外地域の幹線道路沿いへ主な出店先が移動したことを確認すると共に、その業態も衣料品スーパーから総合スーパーへ変化した点を指摘した。荒井(1981)、藤井(1983)は、首都圏と京阪神大都市圏の近郊都市における大型店の立地が、小売活動からみた大都市と近郊都市の格差縮小につながったと述べた。他方、個別企業を対象とする研究として志村(1987)は、茨城県に本拠を置く食料品スーパーにおける店舗網の形成と規定要因について、企業の成長過程と結びつけて考察を進めた。その結果、設立直後の段階では店舗への初期投資の最

小化が、企業の成長が進むと立地に伴う売上高の最大化が、店舗立地に際して重要な戦略となることが確認された。

だが、1990年代前半までの当該分野における地理学の研究では、大型店の立地変化を説明する際に、大店法をはじめとする商業政策との関連を考察したものは皆無に近かった。その中であって、日本と海外における商業政策の相違を概観した生田（1991，pp.39-50）は、大型店の立地を商業政策の役割と関連づけた先駆的な取り組みとみなせる。

これら1990年代前半までの成果をまとめると、第1に大型店を立地する業態の中でも、中心性の高い百貨店やスーパーを都市における代表的な小売機能と捉え、それらの立地動向の検討を通じて、都市の階層性や大都市圏の多核化を解明することに研究の主眼が置かれた点を指摘できる。しかし、高度経済成長期における百貨店とスーパーの出店をめぐる背景については、地域構造論の立場から、1960年代におけるスーパーの急速な成長との関わりで説明がなされたのみであり（山口，1979），1970年代後半～1980年代までの大店法の運用強化と関連づけて百貨店やスーパーの店舗立地を説明する研究はみられなかった。この理由として、地域構造論における大型店に対する独自の認識が指摘できる。すなわち、マルクス主義経済地理学を背景とする地域構造論では、大型店の出店に対して、中小零細小売業者の経営を圧迫するという批判的な視点をもっていた。こうした中、大型店の出店規制を強化するという大店法の運用強化は、地域構造論の研究者にとって受容しやすい規制強化であり、改めてこの問題を取り上げるというスタンスを取らなかったと考えられる<sup>1)</sup>。第2に、志村（1987）を除いて、個別企業を対象にした店舗網の形成過程に関する研究は皆無に等しかった。このことは、同時期の海外研究の中で、Brown（1981）を嚆矢として、スーパーやディスカウントストア、専門店など様々な業態による店舗網の形成過程が、空間的拡散の理論を用いて研究された（Jones，1981，1982；Laulajainen，1987，1988；Lord et al，1988；Sparks，1990）こととは対照的である。

この分野における研究の流れが大きく変化したのは、1990年代後半以降のことである。その嚆矢となるのが、箸本（1995，1998）による新たな研究視点の提示である。箸本（1995）は、1990年代以降、法制度の変化や情報システムの進展といった日本の流通システムを取り巻く環境変化を念頭に置き、流通地理

学という研究視点を提唱した。その中で箸本（1995）は、大型店の立地に関する研究も、大店法の運用緩和をはじめとする商業政策の変化と関連づけて説明する必要があると指摘した。箸本（1995）による流通地理学の視点は、従来のように小売業の立地変化を都市機能の観点から捉えるだけではなく、産業システムの枠組みの中で考える経済地理学としての性格も併せもつとした点でも意義深い。それはまた、同時期に Wrigley らがイギリスで提唱した「新しい小売業の地理学 (New Retail Geography)」の考えとも符合する（土屋，2002；Wrigley and Lowe，1996，2002）<sup>2)</sup>。また、箸本（1998）は、大店法の運用緩和が地域経済に及ぼす全般的な影響を指摘する中で、大型店の出店に直接関わると予想される変化として、①大型店の出店競争と中小零細小売業者による事業機会の縮小、②業態内部における水平的競争の激化と過当競争の拡大、③小規模な資本が主体であった山間部や、大店法の運用強化期に地元出身の小売企業が優遇された地域における域外企業の進出可能性、をあげている。

こうした問題提起に対応する形で、大型店の立地パターンおよびチェーンストアによる店舗網の再編成に関する研究視点は多様化した。まず、大型店の立地パターンに関する研究では、出店規制を説明変数に加えるだけではなく、本社所在地を指標に資本間での出店競争を詳述する傾向が強まった。まず、大型店の包括的な立地動向と出店規制をめぐる研究では、改正都市計画法（1998年）をふまえた、出店先とゾーニング（用途地域）指定との対応関係を検討する成果があらわれた。全国レベルの研究として、山下（2006）は、大店法の運用が緩和された1990年代以降、延床面積10,000 m<sup>2</sup>以上の大型店が三大都市圏（東京都・埼玉県・千葉県・神奈川県・愛知県・京都府・大阪府・兵庫県・奈良県）では工業系用途地域<sup>3)</sup>、三大都市圏以外を指す地方都市圏では工業系用途地域ならびに、白地地域と呼ばれるゾーニングがなされていない地域への立地が多くなる傾向を示した。地方都市の内部レベルで大型店の立地展開を時系列的に把握した駒木（2006）、荒木（2008，2009a，2009b）らは、都市における大型店の出店先が中心市街地から郊外地域へと広がる過程をゾーニングに当てはめると、商業系用途地域<sup>4)</sup>から住居系用途地域<sup>5)</sup>を経て、工業系用途地域へ移る傾向にあることを明らかにした。また、伊藤（2007a，2007b）、田村（2008）は、百貨店やスーパーを核店舗とし、シネマコンプレックス（複合映画館。以下、シ

ネコン)など娯楽施設を併設した大型ショッピングセンターの立地件数が急増したことを報告すると共に、当該施設が広い用地を求めて、都市近郊の町村部に相次いで進出した結果、小売機能の集積状況と都市階層との対応に矛盾が生じてきた点を明らかにした。さらに、大型店の立地と本社所在地の関係をみた研究として、箸本(1998)は、大店法の運用緩和に伴って、量販資本の総売場面積に占める域外資本の割合が増える実態を長野県を事例に述べた。徳島都市圏における大型店の立地動向を取り上げた駒木(2010)も、大店立地法が施行された2000年代以降、愛媛県や香川県に本社を置く量販資本による大型店の出店が増えたことを確認している。

他方、チェーンストアによる店舗網の再編成に関する研究では、個々の企業を分析対象として、その出店行動を企業戦略と関連づけて深く考察する傾向が強まった。まず、量販資本による店舗網の再編成をマクロスケールで分析した事例として、山川(2004, pp.54-82)は、1990年代中頃までのジャスコ(現在はイオン)を事例に、店舗の出店・閉店行動と売場面積の増床ならびに各店舗の売上高との関係をまとめた。その結果、新規出店もしくは増床店舗に対して売上高の増加が寄与する効果は年々低下する傾向にあることや、開店から閉店までの年次が短くなっていることを指摘し、店舗立地の性格が、長期的な存続を前提とする「ストック」から流動性の高い「フロー」へ移行しているとした。他方、量販資本の財務構造に着目した天野(2004)は、大店法の運用緩和とバブル経済の崩壊が同時に進んだ1990年代以降に店舗網が再編成された要因について、店舗への設備投資額と有利子負債の推移を手がかりに検討した。その結果、地価高騰を見込んで自社で不動産を所有し、それらを担保に金融機関から借入を続けた企業は、バブル経済崩壊に伴う急速な資産価値の下落と有利子負債の増加による経営状況の悪化に直面し、店舗網の再編成を余儀なくされた点を明らかにした。同時に、バブル経済期に過度な設備投資を行わず、利益率を重視する経営方針を採った企業は、1990年代後半においても安定した経営状況を維持していることを示した。

業態別での店舗網の再編成については、兼子(2000, 2004)が、大店法が緩和された1990年代後半以降に急成長を遂げたホームセンターと家電量販店の事例を報告している。ここでは、二つの業態が大店法の運用緩和を背景に、出店地

域の広域化と出店件数の増加を実現すると同時に、売上高の上位集中化が進んだことを明らかにした。さらに、兼子（2000，2004，2005，2007）は、ホームセンターと衣料品専門店を事例として、物流センターから各店舗への配送方式を詳細に検討し、チェーンストアにおける店舗網の地理的拡大が、物流システムによって維持されている点を実証的に説明した。そして、こうした業態の成長が、販売に関する情報システムの高度化と地価が安い農村部への積極的な店舗立地、ならびにパート社員の大量採用による人件費の圧縮という低コスト運営に支えられていることを説明した。だが、同じ専門スーパー業態でも、書店の店舗展開の背景は、ホームセンター・家電量販店・衣料品専門店のそれとは異なる。秦(2005)は、九州における書店チェーンの店舗展開を取り上げ、大店法の運用緩和が、他業態と同じく多店舗展開を進めた理由である一方、経営面では、低コスト運営の影響よりもむしろ、独自の商慣習<sup>6)</sup>を背景に、大手の書籍取次業者が書店に対してもつ貸付金などの影響力が大きいとした。

チェーンストアの店舗立地と空間的な制約条件との関わりを強調したのが、生協を研究事例とした土屋（1995）である。土屋（1995）は、生協の店舗および共同購入センターの立地と共同購入の利用状況とを調査し、店舗の出店先が主に人口密度の高い既成市街地であるのに対し、共同購入の利用者は、郊外の新興住宅地や農村部が中心であることを示した。その上で土屋(1995)は、こうした生協による供給体制が、生協法による事業区域の規制の厳しさを前提に構築されたものであると結論づけた<sup>7)</sup>。

## 2. 大型店の出店・閉店が地域に与えた影響に関する研究

### 1) 大型店出店規制の制度的側面に関する研究

日本の商業政策は、後述するように大店法からまちづくり三法に含まれる大店立地法・改正都市計画法へと推移し、これに伴って大型店の出店規制の有様も変化した。ここでは、法改正やそれに伴う運用変化が大型店の出店をどのように変えてきたのかという制度的側面に注目し、日本とは法体系が異なる海外の商業政策研究を含めつつ、主だった研究を整理する。

まず、1970年代後半～1980年代までの大店法の運用強化期に関しては、前述したように地理学からの研究がほとんどなかった反面、地域経済学や商業学、

そして政治学では一定の成果が蓄積されている。地域経済学と商業学からの成果として、最初に小売業における「地域主義」の考えをめぐる杉岡(1976, 1991), 清成(1983)と田村(1981)による論争をあげておく。杉岡(1976)は、大型店の過度な立地が商業地と住宅地双方の地価上昇と中小零細小売業者による事業機会の縮小をもたらし、結果的に都市の個性を喪失させるとした。それゆえ、小売業の地域主義という概念を提唱し、大店法による大型店の出店調整に関する権限を国から地方自治体に移し、その下で大型店の出店調整を厳格にするべきという考えを示した(杉岡, 1976)。これに対して、田村(1981)は人口 50,000人以上の都市を対象に、地価上昇率や中小小売店数を独立変数とする重回帰分析を行った結果、杉岡らの考えが客観的なデータから説明されたものとはいえないと主張した<sup>8)</sup>。また、日米構造協議をふまえた鶴田・矢作(1991)は、1980年代に国が大店法の運用強化策として行った量販資本に対する売場面積の総量規制が妥当であるか否かを、大店法の運用が形骸化される過程と併せて考察した。一方、地域の具体的事例を取り上げた研究として、志村(1980)は、1970年代後半時点の大分市を事例に、大店法に基づく大型店の出店調整では中心市街地以外にも、郊外地域への立地を考慮に入れた検討がなされていることを報告した。この研究は大型店の出店調整について、都市における小売活動の郊外化を考察した点で先駆的といえる。また、草野(1992)は、大型店の立地紛争に関する事例を紹介した上で、大店法の運用強化期における大型店の出店調整が政治家を含む様々なアクターによって展開される「政治的ゲーム」であると説明した。

次に、大店法の運用緩和期の研究を概観したい。まず、商業学からの議論をみると、大店法の緩和に対する賛否双方の立場からの議論が先鋭化していく。田村(1990)は、1980年代における大店法の厳格な運用強化が「地域主義」のほか、「閉鎖経済主義」「発展平等主義」「共存共栄主義」からなる「大店法イデオロギー」を生み出すと共に、それが量販資本の成長を阻害するものであったとし、大店法の撤廃をふまえた自由競争の導入を強く求めた。これに対して、加藤ほか(1996)、坂本(2004)は、大店法の運用緩和が中小零細小売業者の事業機会を奪うものであるとする立場から、従来通り大型店の出店規制強化を続けるべきであると主張した。このように、商業学において大店法の運用



緩和をどのように評価するかは、量販資本の競争を通じた小売経営の高度化と、中小零細小売業者による事業機会の確保のどちらを重視するかという、認識の相違を色濃く反映していた。

一方、大店法から大店立地法・改正都市計画法の制度変更は、大きな地理的影響を伴うことから、都市計画学だけではなく、地理学における研究を活発化させた。まず、阿部（2003）、千葉（2005）は、大店立地法による大型店の出店調整に関して、地方自治体が大型店の出店者に対して店舗周辺における駐車場・駐輪場の配置や道路交通対策といった生活環境への配慮を求めることができる反面、大店法のように強制力を伴わない点を運用上の問題点として指摘した。

他方、改正都市計画法についても、大型店の立地調整という視点からの問題提起が相次いだ。例えば、明石（2001, 2003）は、都市計画区域を市街化区域と市街化調整区域に分ける「線引き」行為が、大型店を郊外地域へ誘導する役割を果たしていると評価した。しかし、明石（2005, 2006）は、郊外地域にある大型店の商圈が出店先の市町村を越えて広域化した一方、都市計画の決定主体が出店先の市町村にあることを指摘し、広域商圈を伴う大型店の立地が絡む都市計画決定に際しては、市町村ではなく都道府県による広域調整の必要性を唱えている。また、荒木（2005, 2007）は、1998・2000年の2度にわたる都市計画法の改正を取り上げ、国が大型店の立地誘導策を用意したにも関わらず、それを受け入れる地方自治体が少なかったために、法律の実効性が乏しかったと批判した。一方、大店法から大店立地法への移行期における大型店の出店調整を取り上げた駒木（2011）は、大型店の出店過程を説明するためには、量販資本と中小零細小売業者、地方自治体など大型店の出店に関与する様々なアクターによる利害関係の把握が不可欠であるとした。

一方、2000年前後からは、大店法および大店立地法、改正都市計画法などの国による規制だけでなく、地方自治体によるローカルルールに関する検討も行われた。渡辺（2007, pp.184-187）は、大店法の運用緩和期に大型店が出店予定地周辺の生活環境に与える影響を審査する「環境要綱」が増加した点に注目し、これらが大店立地法の先取り事例と位置づけた。また、改正都市計画法に基づく大型店の立地問題を解決する手掛かりとして、また矢作（2006）、山川

(2007) は、当時の都市計画法（2006年改正前）による大型店の「郊外誘導」が中心市街地の地盤沈下をもたらしたと批判し、2006年に福島県で導入された「商業まちづくり条例」が、大型店の「都心回帰」を促し、中心市街地の再生に寄与するという期待を示した。

続いて、海外の商業政策を紹介した日本人による研究成果として、伊東(2011)は、都市計画の枠組みで間接的な大型店の出店規制を行うイギリスにおける商業政策の展開を概観している。この成果と深く関わるイギリスの商業政策と都市における小売業の立地体系の関係を示した研究として、根田（2006, 2008a）は、イギリスの小売業地域が中心地理論に基づき、日本の中心市街地に相当するタウンセンター（town centre）を頂点とする階層的な体系に組み込まれていることを明らかにした。さらに、アメリカ合衆国の事例については、原田(1999, 2008)、矢作（2005）が州政府によるゾーニング制度の運用によっては、大型店の出店規制が強化される場合がある点に言及した。他方、店舗面積を基準に小売活動への直接的な規制を行う点で大店法に類似する商業政策を取ったフランスの事例を詳細に検討したものとして佐々木（2011）があげられる。ここでは、フランスの商業政策が、日本の大店法とは異なり、大型店の立地に際して都市計画との整合性が考慮されていることや中小零細小売業者に対しても、若者の新規開業を促す職業訓練に対する助成制度や、廃業を考える高齢者に対する給付金制度など、経済的な支援策を用意することで、大型店との棲み分けを図ろうとする独自性の強いものであることを明らかにした<sup>9)</sup>。

## 2) 大型店の出店・閉店が消費者購買行動・地域経済に及ぼす影響に関する研究

1990年代前半までのこの分野の研究では、商圈調査の結果を基に、主に中心市街地に立地する大型店が消費者の購買行動に与える影響を分析することに力点が置かれた（香川, 1972, 北條, 1977, 戸所, 1991, pp.186-219）。これに対して戸所（1981, 1991, pp.162-185）は、買物客の多くが大型店に吸収される状況を回遊行動から実証することで一步踏み込んだ成果を示した。また、大店法の運用と消費者購買行動の関係を扱った数少ない成果として、松田（1991）は、1980年代に大店法の運用が全国でも厳格であった京都市を事例に、大型店

の立地動向と、中小零細小売業者の存立基盤、および消費者による食料品の購買行動との関わりをアンケート調査を通じて分析した。その結果、大店法の厳格な運用が中小零細小売業者の存立基盤に大きく関わることと、食料品の購買行動において大店法による出店規制の対象外であるミニスーパーやコンビニが重要な役割を果たしていることの2点を明らかにした。

1990年代後半以降になると、大型店の主な出店地域が中心市街地から郊外地域へとシフトしたことを反映して、郊外に立地する大型店を対象とした地理学の研究もあらわれた。千葉（2007, 2009）は、東北地方の郊外地域における大型店の立地が購買行動に及ぼす影響について市町村を単位とする分析を行い、大型店の郊外立地が消費の争奪をめぐる都市間競争を激化させる状況を示した。逆に、地方自治体の中には、地域経済を活性化させるための手段として、郊外地域への大型店の誘致に注力するものもあらわれた。この点に着目した坪田（2001）、箸本・米浜（2009）は、地方自治体による大型店の「誘致」が、当該自治体への購買客の流入を促すと共に、就業機会や税収の増加を通じた地域経済の活性化につながっていると主張した。しかし、こうした大型店の進出が地域経済に及ぼす効果については、ミクروسケールの研究で高い評価が得られた反面、メソスケールでの分析からは、就業に関する効果がパートタイマーの増加による限定的なものに留まることや、税収増加への期待についても、市町村全体でみた場合、中心市街地の地価低下も相まって逆に減少するという指摘もあり（宇野, 2007）、その評価については論が分かれる。

他方、郊外地域への大型店の相次ぐ出店とは対照的に、中心市街地では大型店の閉店が相次いでおり、消費者購買行動のみならず、生活基盤そのものにも少なからぬ影響を与えている。そのひとつの指摘が、フードデザート問題<sup>10)</sup>である。中心市街地に立地していた大型店の多くは食料品売場を併設していたために、その閉店は、当該地域における食料品の販売拠点の喪失を意味する。この影響を最も強く受けるのは、中心市街地の近隣に居住し、かつ徒歩、自転車で買い物をしてきた高齢者である。このため、中心市街地に立地していた大型店の閉店は、高齢者による食料品店へのアクセスの問題と直結し、「買物難民」という言葉を生み出した（杉田, 2008）。井上・中山（2003b）、岩間編（2011, pp.61-77）、駒木ほか（2008）は、公共交通機関が不便な地方都市を事例に食

料品の購買行動に関する調査を行い、日本におけるフードデザートの実態を解明した貴重な成果といえる。

### 3) 大型店の出店・閉店に伴う中心市街地の変容とまちづくりに関する研究

1990年代前半までの研究では、中心市街地への大型店の出店が、商店街の小売活動および形態・機能にどのような影響を与えたのかに関心が向けられた。服部ほか(1976)、田辺ほか編(1977)、安倉(1998a)は、大型店を核店舗とする再開発ビルの開業が中心市街地への顧客の吸引力を高める反面、その内部では中心商店街の小売活動が衰退する傾向にあることを示した。また、根田(1994)は、釧路市を事例に選び、1975年と1989年の中心商店街における業種構成を比較しつつ、業種交代のパターンを検討することで中心商店街の長期的な変容を捉えた。戸所(1986)は形態面から中心商店街を、車道と歩道が分離した広い幅員の道路に面するMS(Main Street)型と狭い幅員の歩行者専用道路に面するSS(Sub Street)型の2つに分け、それぞれの機能集積を分析した。その結果、小売機能に特化するSS型の商店街に対し、MS型の商店街では、小売機能と業務機能が混在する反面、大型店の進出によってコンパクトな商業空間が形成されることを明らかにした。

しかし、以上の研究に対しては、土地利用や景観の記述に終始する反面、中小零細小売業者の経営をはじめとする商店街そのものが抱える問題に踏み込んだ考察に乏しいという本質的な批判があらわれた(須原, 1986; 水岡ほか, 1994)。そのような中で、郊外地域への積極的な出店とは対照的に、小売活動が衰退した中心市街地における大型店の閉店が進んだ1990年代後半以降、当該分野における研究上の関心は、大型店の出店が商店街の小売活動に及ぼす影響および商店街の形態や機能を整理・分類するものから、次第に大型店の閉店に伴う空間利用のあり方、そして小売活動の衰退が顕著な商店街の存立基盤と海外における中心市街地の再生に向けた取り組みへと移行した。

その第1のテーマとして、大型店の核店舗となる百貨店やスーパーが閉店した後の土地・建物(以下、閉鎖大型店)の再活用あるいは、既存大型店の業態転換に関する検討があげられる。浅野(2002)は、閉鎖大型店の再活用の際し、地方自治体や商工会議所など公的セクターがどれだけ関与しているのかについ

て、北陸甲信越地方の都市を事例にアンケート調査を行った。その結果、公的セクターが全く関与せず、民間企業のみで閉鎖大型店の再活用に取り組む事例は1980年代以降継続的にみられたのに対して、1994年以降閉鎖大型店の再活用には、公的セクターが関与する事例が増える傾向にあることを示した。その理由として浅野（2002）は、閉鎖大型店の後継となる店舗の誘致が次第に困難になる中、公的セクターの手を借りながらマンションや公共施設、オフィスなど小売機能以外への土地利用の転換をしないと、閉鎖大型店の再活用が難しい状況にある都市が増えた点をあげた。浅野（2002）の指摘からは、大型店の郊外進出が始まった1990年代以降、地方都市の中心市街地では、閉鎖大型店を補完する小売店舗の立地が容易ではない状況が読み取れる。ミクروسケールで中心市街地における閉鎖大型店の再活用と、その周辺で展開されるまちづくりを取り上げた研究として、小林・水口（2003）があげられる。小林・水口（2003）は甲府市の事例から、地方自治体が公共施設を誘致することで閉鎖大型店の再活用が図られた点を評価した。しかし、閉鎖大型店の周辺で展開されるまちづくりについては、商店街組織とNPO（Non Profit Organization：民間非営利組織）が独自で進めており、これらの地域組織との調整と連携を図った統一的なまちづくりの必要性を唱えた。中条（2007）は、地方都市の鉄道駅前に立地する百貨店の跡地に着目し、地方自治体が再活用の段階で介入を図る要因が、当該建物を今なお「都市の顔」と認識している点にあると説明した。これらの研究は、大型店の閉店に際して地元の対応が後手に回りがちであるという問題点や、閉鎖大型店の再活用を考える場合、それを商店街組織だけの問題としてではなく市民やNPO、そして地方自治体が一体となった中心市街地全体の再生策として捉える必要性があることを指摘している（渡辺，2001；井上，2005；井上・中山，2002，2003a，2004）。また、売上高が低下する大型店の存続に向けた取り組みに着目したのが米浜（2007）である。ここでは、高崎市の中心市街地を事例に、スーパーから東京の渋谷・原宿にある衣料品専門店を集めたテナントビルに業態転換することで、ファッションに関心をもちながらも、可処分所得が低く、自動車の運転免許が取得できない女子高校生をはじめとするティーンエイジャーに顧客の対象を絞って大型店の存続を図る実態が報告された。

第2のテーマとして、小売活動の衰退が深刻な中心商店街の存続に関する検

討があげられる。まず、「シャッター通り」を生み出す中心商店街における空店舗の発生メカニズムに着目したのが林（2001）、難波田（2006）である。両者の研究とも、中心商店街で空店舗や空地が発生する要因として、店舗経営をやめた地権者が、跡地を住宅や駐車場など小売機能以外の用途に転用する場合と、店舗への賃貸を希望しながらも中心商店街では店舗物件としての需要が乏しく、結果的に空店舗が残存する場合の2ケースをあげている。中心商店街における小売活動の停滞について、川田（1999）は、経営者が高齢化した店舗が集中する地区ほど小売活動の停滞が進んでいることを指摘した。これに対して、武者（2006）は、松本市の中心商店街にある中小零細小売業者が、地域の再開発に際して店舗の存続や閉店、ビル賃貸業への転換など多様な選択を行うに至った意思決定過程を、詳細なインタビュー調査を基に分析し、大店法の運用緩和前後をはさんだ大型店の立地をめぐる地方政治の動向や、商店街組織の変容もまじえた社会地理学的なアプローチを試みた。ここで得られた知見として、次の2点があげられる。第1に、商店街組織や個別店舗の経営が弱体化する中、中心市街地における大型店の増床と固定資産税の増加が、中小零細小売業者の間で郊外地域への転出を促す契機となったことである。こうした動きは、中心商店街の空洞化を促した。第2に、中小零細小売業者による行動が多様化し、地方自治体と商店街組織の間で築かれた相互依存関係が維持できなくなった結果、中心市街地再開発の目的を商店街振興だけに求めることが難しくなったことが指摘できる。武者（2006）の研究からは、中心市街地の変容とそのメカニズムを説明する場合、個別経営者や商店街組織の意思決定というアクターの内面に踏み込んだ考察を行う必要性を明らかにしている。この他にも、中心商店街の経営者個人あるいは商店街組織が、自ら置かれた小売活動を取り巻く厳しい環境にどのように対応するのかについて、街路整備に代表されるハード事業やイベント開催によるソフト事業の展開、そして市民やNPOとの連携をまじえたまちづくりの実践などに着目した研究が蓄積された（川田，2002；兼子ほか，2002；高島・佐野，2005，山下，2006；山川，2006）。

第3のテーマである海外における中心市街地の再生に関する研究では、日本とは対照的に、中心市街地における小売活動の強化を図るようになったイギリスの取り組みが研究者の関心を集めつつある。イギリスでは、保守党政権下の

1980年代、開発規制の緩和によって大型店の出店が急増したものの、1990年代以降は一転して、環境への配慮と持続可能な開発の実現を目的に既存センターの維持と整備に力を入れる一方で、オフセンターと呼ばれる小売商業地区以外にある大型店の出店規制を再び強化した(根田, 2008a, 伊東, 2011)<sup>11)</sup>。また、イギリスの中心市街地では小売機能の強化がタウンセンター・マネジメント(Town Centre Management : TCM)の導入と連動する形でなされている。横森(2001)、横森ほか(2008)では、TCMの概要とその運営状況を紹介すると共に、中心市街地の再生に対する市民意識の高さや、ショッピングセンターの核店舗として入居する量販資本がTCMのメンバーとして運営に深く関与していることを明らかにした。さらに、ミクロな中心市街地の空間構造に関しても、中心商店街の景観(藤田, 2001)や再開発事業の基本理念(川端, 2002)から説明する研究が相次いで報告された。他方、アメリカ合衆国における中心市街地の再生については、セントライズド・リテール・マネジメント(CRM: Centralized Retail Management)と呼ばれるイギリスのTCMに相当する中心市街地の再生事業と、それに取り組む組織であるビジネス・インプローブメント・ディストリクト(BID: Business Improvement District)の活動実態が検討されている(原田, 1999)。

### 第3節 先行研究の整理と本研究の作業仮説

#### 1. 先行研究の整理

前節までのサーベイを通じて、地理学の視点から商業立地あるいは商業空間全体を捉えた先行研究を概観すると、全体的には1990年代前半までと1990年代後半以降で、研究対象地域およびテーマの設定に大きな相違がみられることがわかる。まず、1990年代前半までの研究では、中心市街地が主な対象地域に選ばれると共に、大型店は都市における小売機能の一指標として取り上げられ、都市群システムや大都市圏、そして都市の内部構造といった伝統的な都市地理学の枠組みの中で説明される傾向が強かった。だが、それとは対照的に、産業として小売業の特徴を明らかにする経済地理学的な視点や、大型店の立地について商業政策の展開と直接結びつけて説明する視点は乏しく、一部では研究の

停滞すら懸念されていた（須原，1986；川口，1995）。しかし，1990年代後半以降は，大型店の郊外出店に対応する形で，郊外地域の大型店が主な研究対象とされるようになった。郊外地域の大型店の中には，複数の核店舗をもち，かつシネコンを併設した大型ショッピングセンターも珍しくなく，それらの増加による都市間競争を激化させていった。対照的に，中心市街地では中小零細小売業者のみならず，郊外との競争に敗れた大型店が相次いで閉鎖したことで，小売活動の衰退が加速しており，大型店跡地の再活用やフードデザート問題をはじめ，残された商店街の持続可能性に関する検討が，深刻な都市問題という文脈の中で研究されるようになっていく。

また，テーマの広がりという点では，大型店立地の多様化について，量販資本による店舗網の再編成という企業地理学的な視点に立って説明する研究が増えた。チェーンストアが流通チャネルの主導権を握る中，その新規出店という地域市場への浸透戦略を理解するためには，品揃えや売場面積といった店舗特性に関わる研究に留まらず，背景にある出店戦略や物流システムの特徴，個別企業の損益構造など企業経営に関わる変数を考慮に入れる必要があった。さらに，海外における商業政策に関する研究の増加は，大店法からまちづくり三法へと日本の商業政策が大きく変化する中で，国際比較を通じて，日本では十分とは言えない都市計画としての小売業の配置計画のあり方を理解しなければならない状況にあることを意味している。

このように，日本の商業政策が転換した1990年代後半以降，大型店の立地は多様化をみせ，その空間的影響に対する研究への関心の高まりと視点の多様化がみられるようになった。とはいえ，個々の研究は単発的なものが多く，それらを統合して日本の商業政策を空間的な視点から評価し，それらが抱える問題点を説明する段階には達していない（根田，2008b）。例えば，量販資本による店舗立地，店舗網の再編成ならびに大型店の出店調整に対する考察では，単一の企業や特定地域を対象とした研究が大部分を占め，企業間競争や地域間の比較を念頭に置いた考察はなお不十分である。また，中心市街地のまちづくりに関する研究でも，国内外におけるまちづくり政策の展開や実践に関する分析を通じて中心市街地の再生に対する期待が強調される反面，郊外地域への大型店の進出を前提として，中心市街地における小売機能の衰退を冷静に評価し，ま



ちづくりの取り組みには限界があることに言及した研究はあまり多くない。こうした課題を解決するための手がかりとして、筆者は1990～2000年代半ばまでの日本の商業政策が、小売活動において郊外地域と中心市街地との棲み分けを図ろうとした結果、郊外地域の卓越と中心市街地の不可逆的な衰退を導くに至った過程を「地域における消費の争奪」という視点から検証することを提起したい。

## 2. 本研究の作業仮説

この研究視点をふまえ、1990～2000年代半ばまでの日本における商業政策の転換がもたらす影響と問題点を地理学の視点から解明するために、本論文では以下の作業仮説をもって研究を進める。

### 1) 量販資本による出店戦略の転換と店舗網の再編成

大店法の運用緩和に端を発する大型店の出店規制緩和は、スーパーやホームセンターなど大型店を出店する業態にとって自由競争を促す制度的変化であった。チェーンストアの各業態を展開する量販資本は、地域市場で生き残りを図るために、仕入れにかかるコストを下げ低価格販売を行いながら出店競争を繰り広げた。しかし、そうした企業戦略が、まず出店計画にどのように反映され、どのような調達システムの形成を促し、結果としてどのような店舗網の再編成を導いたのかについては、各業態ならびに個別の企業間で大きく異なる。そこで本論文では、高度経済成長期から大型店を出店し、商業政策の転換期に郊外への出店を加速させ、かつ個々の店舗の動向が小売活動の方向性を左右するだけの規模を有するスーパーを事例に選び、総合スーパーと食料品スーパーに業態を細分化した上で、両業態による出店戦略の転換と店舗網が再編成される状況について、都市圏スケールで検討する。

まず、広域集客を前提とする総合スーパーの場合、大型店の出店規制緩和は、規模拡大を図る上で好機とみなされ、いかに1店舗当たりの売場面積を拡げて売上高を増やすかが、地域市場での競争を優位に進める上で重視された。そのため、総合スーパーはモータリゼーションの進展も相まって、駐車場を含む広い用地が安価で取得できる郊外地域か、既成市街地の工場跡地を主な出店先に

選び、付加価値の高い飲食・娯楽施設を併設した大型ショッピングセンターの核店舗となることで、地域の小売活動に占める拠点性を高めた。それと同時に、総合スーパーは、モータリゼーションの進展に対応できず、売上高の低下が続く中心市街地やインナーシティに立地していた中小型店舗を閉鎖することで郊外展開に必要な資金を捻出し、店舗網の再編成を進めたと考えられる。本研究では、このような総合スーパーによる出店戦略の転換と店舗網の再編成を、企業間競争の視点もまじえて検討するために、量販資本を大店法の運用緩和前から店舗網を形成していた先発企業と、大店法の運用緩和後に地域市場に新規参入した後発企業とに分け、それぞれの出店戦略を比較する。

一方、食料品スーパーの場合、チェーンストアを効率的に運営するための条件として、小商圈毎のきめ細かな商品政策に加えて、鮮度管理の必要上、物流センターからの時間距離と配送効率を考慮した店舗のドミナント展開が求められる。したがって、食料品スーパーにおける店舗網の再編成を論じるためには、店舗立地と物流システムの双方からの考察が必要である。なぜなら、大型店の出店規制緩和に伴う自由競争の進展は、食料品スーパーの業態内部でも、食料品のほか、日用品や衣料品などを幅広く扱う企業と、食料品の販売に特化する企業との販売戦略の相違（折橋，1991）を明瞭にし、その差が1店舗当たりの売場面積や出店地域の範囲、さらには物流センターの立地や配送圏といった物流システムの違いとなって反映されるからである。このことと関連して、食料品スーパーにおける物流システムの再編成をめぐるのは、1990年代以降に本格化したチェーンストアの物流効率化をふまえた考察も欠かせない。例えば、卸売業者やサードパーティ・ロジスティクス（Third Party Logistics。以下3PL）を主体とする物流業者（以下、3PL業者）による、食料品スーパーなどチェーンストアにおける物流業務の積極的な受託の進展である（臼井・加藤・寺嶋，2001）。この動きは、大口取引先を求める卸売業者および3PL業者と、物流センターにかかる初期投資を抑えて新規出店や店舗運営に資本投下を集中させたい食料品スーパーの利害が一致した結果である。したがって、食料品スーパーにおける物流システムの再編成を論じる場合は、物流センターの管理運営を自社で行うのか、あるいは外部委託するのかという選択に関する検討も、重要な視点となるであろう。

## 2) 中心市街地の衰退をめぐる対応

大型店の出店規制緩和を契機に、地域市場における量販資本の支配力が強まると、店舗へのアクセスの良さや幅広い品揃えなど、消費者による大型店への依存度の高さも相まって、郊外地域での大型店出店が加速していく。他方、それとは対照的に、中心市街地の小売活動が著しく衰退することは論を待たない。大型店の立地をめぐる、出店先の地方自治体や中小零細小売業者など小売活動の直接ないしは間接的に携わるアクターはどのように対応したのか。また、彼らは小売活動の衰退が進む中心市街地をどのように存続させようとしたのか。この問題についても、本研究では以下の3つの視点から分析を試みたい。

第1の視点は、大店法運用の違いをふまえて、大型店の出店をめぐる地元の対応がどのように変化したかを明らかにすることである。大店法の運用が強化された1970年代後半～1980年代にかけて、先行出店した大型店や中小零細小売業者の政治的発言力が強い地方自治体では、大型店の新規出店に際して、既得権益の維持を目的に大店法よりも厳しい独自基準を設けて、大型店の出店規制を強化したところが多い。ところが、1990年代の大店法運用緩和と共に、地方自治体による競争調整を目的とした大型店の出店調整が難しくなると、大型店の出店は一転して容易になった。こうした過程で、大型店の出店調整に際して強い影響力をもつアクターが、中小零細小売業者から大型店の出店予定地を所有する地権者へ移行したと考えられる。大型店の出店を通じて土地の有効活用を求める地権者の意向は、大型店の出店件数を増やしたい量販資本と利害関係が一致しており、結果的に量販資本による大型店の出店を後押しするようになったと思われる。また、大型店の出店をめぐる地方自治体の姿勢も、消費者による郊外大型店への支持や、中心市街地と郊外地域での地権者間の対立の回避を背景として、大型店の出店を黙認、ひいては誘致の方向へと転換していったと考えられる。

第2の視点は、地方自治体による新しい大型店出店調整のあり方を検討することである。大店法が廃止された2000年代に入ると、国による大型店の出店調整では、大店立地法に基づいて店舗周辺的生活環境に関する数値基準を満たすと大型店の出店が容易になった結果、郊外地域における大型店の出店が一層進

んだ。これに対して、地方自治体の中には「まちづくり条例」などの名称で、ゾーニングを活用しながら大型店の郊外立地を抑制しようとする動きもみられるようになった。このような地方自治体による新しい出店調整スタイルは、大店法の運用緩和を契機に大型店の立地に積極的に取り組んだ量販資本にとって自由な出店の抑制につながるだけに、大型店の出店段階で地方自治体との摩擦が生じる可能性をはらんでいた。ゾーニングを用いた大型店の郊外出店抑制は、2006年に再改正された改正都市計画法で、国による大型店の出店規制に加えられたものの、それを先取りする形で一部の地方自治体に導入された大型店の郊外抑制政策を検証することは、都市における大型店立地の推移とその空間的影響を論じる上でも重要な意味を持つであろう。

第3の視点は、小売活動の衰退が顕著な中心市街地において、有志によって運営される仲間型組織によるまちづくりの実践が、商店街の振興政策としてどれだけの効果を発揮し得たのかを検証することである。商店街における仲間型組織については、従来の商店街組織とは異なり、小集団でまちづくりに取り組む組織として、主に商業学の分野でその役割を高く評価されてきた(石原, 1986, 1991; 加藤, 2003; 福田, 2005)。こうした人的ネットワークによるまちづくりは、中活法に代表される国および地方自治体による商店街の振興政策でも奨励されてきた経緯がある。しかし、大店立地法と改正都市計画法に基づく大型店の郊外誘導により、小売活動の場が中心市街地から郊外地域へと移る中で、仲間型組織による中心市街地のまちづくりが中心市街地の賑わいを取り戻すという目的に対して、もはや限定的な効果しか持ち得ないという厳しい現実を指摘する必要がある。以上を整理すると、地理学の視点から中心市街地における仲間型組織によるまちづくりを論じるためには、組織運営の柔軟性や実践された行動を評価しようとする商業学の研究とは一線を画し、大型店の立地動向や交通体系の変化など、中心市街地が置かれた厳しい商業環境の実態をふまえた成果主体の考察が求められる。それはまた、郊外地域と中心市街地における小売活動の棲み分けを促したまちづくり三法下における商業政策の矛盾を、中心市街地の立場から検証することに他ならない。

#### 第4節 本研究の章構成

以上の作業仮説をふまえ、本研究は以下の章構成をとる。

第1・2章では、本研究の概観として、日本における量販資本の成長と再編成を述べた後に、商業政策の中でも大型店出店規制の変遷を説明する。

第3章以降が実証研究である。第3～5章では、大型店の出店規制緩和でも大店法の運用緩和に着目し、スーパーを事例業態に選び、総合スーパーと食料品スーパーに細分化した上で、各業態を展開する量販資本がどのように出店戦略の転換と店舗網の再編成を行ったのかについて、企業間で比較考察する。まず、第3章では、総合スーパーを取り上げ、大店法の運用緩和前まで地元出身の先発企業による出店が優遇されていた中京圏の事例から、出店・閉店行動および出店戦略の実態について、先発企業と既存店舗が少ない域外資本に当たる後発企業の間で比較を行う。続く第4・5章では食料品スーパーによる店舗網の再編成とその要因について、店舗立地と物流システムの空間的特性に着目した研究を行う。具体的には、第4章において、首都圏で営業している2社を事例に選び、大都市圏の拡大に伴う店舗網の拡大状況を示した後で、1990年代における店舗の出店・閉店行動および物流センターの立地と配送圏の変化を分析する。また、第5章では、京阪神圏で営業している2社の事例から、食料品スーパーの業態内部で見られる販売戦略の違いが物流システムの構築に及ぼす影響を明らかにする。

第6・7章では、都市圏および都市全域を対象に、大型店の立地動向について出店規制の変化を手がかりに分析すると共に、大型店の進出をめぐる地域的対応を取り上げる。具体的には、第6章において京都府南部地域の事例から、大店法の運用強化期である1980年代と運用緩和期である1990年代に立地した大型店を選び、各時期に地元の地方自治体や中小零細小売業者、地権者といったアクターがどのように大型店の進出過程に関与したのかを検討する。第7章では、地方自治体による新しい出店調整の特徴について、大店法の運用強化期には中小零細小売業者の政治的発言力が強かったために、大型店の立地が難しい都市のひとつとみなされた京都市を事例に、2000年の大店立地法施行と同時に制定された「まちづくり条例」および「商業集積ガイドプラン」の運用状況から論じると共に、新しい大型店の出店調整としてそれらが果たす役割についても考察を加える。

第8章では、郊外地域への大型店の立地誘導と中心市街地の商業振興が同時に進められているという商業政策の矛盾がもたらす影響をミクロスケールで検証するために、愛媛県今治市を事例に選び、地方中小都市の中心市街地における商店街振興政策の展開とまちづくりの実践に関する実証研究から明らかにする。具体的には、郊外地域への大型店の立地が増えた結果、小売活動の衰退が続く中心市街地で従来から続けてきた商店街の振興政策が行き詰まる中、まちづくりの新たな担い手としてあらわれた仲間型組織の設立経緯と活動実態を紹介する。その結果を基に、今なお小売活動の衰退が続く中心市街地におけるまちづくりには限界がみられる状況を説明する。

終章では、第3～8章の実証研究で得られた知見を基に、2つの作業仮説に対する分析結果と考察を整理する。次いで、新しい商業政策として2006年に再改正されたまちづくり三法が抱える問題点を指摘する。その上で最後に、新たな政策転換によって中心市街地と郊外地域の小売活動はいかなる方向性をたどるのか、そしてこの問題に対する地理学的研究の可能性についても言及を加える。

## 注

- 1) 地域構造論とは別に、大型店の立地をめぐる量販資本と商店街の利害対立を大店法の厳格な運用から捉える考えについて、生井澤（1990）は小売業における立地紛争のひとつとして認識していたが、個別事例の紹介は行っていない。その理由として、当時の商業地理学では、アクター間の複雑な利害関係が絡むテーマを回避する風潮があったことが考えられる。
- 2) 「新しい小売業の地理学」に基づく研究テーマは、本章で示したもの以外にも、小売業とメーカーとの垂直的な取引関係や、量販資本の雇用問題など多岐にわたる。
- 3) 都市計画のゾーニング指定における（以下、ここまで略）工業系用途地域とは、準工業地域、工業地域、工業専用地域を指す。
- 4) 商業系用途地域とは、商業地域と近隣商業地域を指す。
- 5) 住居系用途地域とは、第1種低層住居専用地域、第2種低層住居専用地域、第1種中高層住居専用地域、第2種中高層住居専用地域、第1種住居地域、

第2種住居地域，準住居地域を指す。

- 6) 例えば，委託販売制度や再販売価格維持制度が該当する。
- 7) 1948年に制定された生協法の第5条では，都道府県域を越えた生協の事業展開を認めていなかった。しかし，生活圏の広域化が進む中，2007年の同法改正（2008年施行）により，生協の本部所在地に隣接する都道府県での事業展開が認められた（総務省法令データ提供システムホームページ <http://law.e-gov.go.jp/htmldata/S23/S23HO200.html>，2010年3月5日検索）。
- 8) 大店法の運用強化期における大型店の立地と中小零細小売業者の関わりについては，日経流通新聞編（1982，1990）も詳細な現地報告を行っている。
- 9) フランスにおける商業政策の根幹をなす法制度は，ロワイエ法（1973年12月制定）からラファラン法（1996年6月制定）を経て，経済近代化法（2008年7月制定）へと変わった。各法律の内容は，佐々木（2011）に詳しい。
- 10) 伊東（2011，pp.231-255）によると，フードデザート問題が取り上げられる発端となったのは，イギリス保健省（Department of Health）が1999年に提出した『困窮状態下の近隣社会に居住する人々に対する買い物行動のアクセスの改善に向けて』という報告書に書かれた提言である。それが出された背景として，労働党政権下にある1990年代後半以降のイギリスでは，貧困や失業，犯罪の多発といった社会的排除と，健康条件の不平等性をめぐる問題の解決が重要な政策課題のひとつとなったことが考えられる。なお，地理学におけるフードデザート問題の研究動向については，岩間編（2011）に詳しい。
- 11) イギリスのオフセンターにおける大型店の厳格な出店規制は，1993・1996年の2度にわたって出されたPPG6（Planning Policy Guidance Note 6：開発規制政策ノート）によるところが大きい。まず，1993年のPPG6において，国は地方自治体に対して環境への配慮と持続可能な開発の実現を目的に，徒歩や自転車もしくは公共交通機関の利用を前提とする既存センターの維持と整備を強く求めた。その後，1996年に改訂されたPPG6では，「シーケンシャル・アプローチ（sequential approach）」と称した小売施設の立地規制を導入した。シーケンシャル・アプローチでは大型店の立地先を選定するに際して中心市街地を最優先すべきであるとし，それ以外の地域における大型店の立地は，あらゆる手段を尽くしても中心市街地での立地が困難な場合，徒歩や

自転車もしくは公共交通機関によるアクセスが可能なことを条件に認められるというものであった。PPG6 の考え方は、2005 年に出された PPS6 (Planning Policy Statement 6 : 中心市街地活性化を目指す都市計画) という国の開発指針にも引き継がれている (横森ほか, 2008) 。