

第6章

大店法の運用変化が出店地域に与えた影響 — 京都府八幡市と久御山町を事例に —

第1節 はじめに

大店法の運用緩和は、大型店の出店を狙う量販資本の戦略を変化させるだけでなく、出店候補地となる地域の思惑と戦略を大きく変化させることは論を待たない。そこで、第6章では、大型店の出店規制緩和により、量販資本による大型店の出店が容易になった背景をみるために、大店法の運用が大型店の出店先における対応をどう変化させたのかについて、地方自治体、中小零細小売業者、地権者など大型店の出店に影響力をもつアクターの行動に着目しながら検討したい。

日本における大型店の主な出店先は、人口の郊外移動やモータリゼーションの進展などを背景に、既成市街地から郊外地域へ移動した。大型店の立地は、都市における小売活動の枠組みを変えるために地理学からの関心はきわめて高い。例えば、大都市圏レベルの研究では、スーパーをはじめとする近郊都市への大型店出店が、中心都市への消費者購買行動の流出を止めた点が示された(荒井, 1981; 藤井, 1983)。また、都市内部を対象とした研究では、公共交通機関が未整備な地方都市を中心に、郊外地域への大型店立地が中心商店街の衰退を促すことが確認された(松岡, 2001; 山下, 2001a; 横山, 2008; 米浜, 2010)。

大店法の運用緩和がなされた1990年代以降、大型店の立地に関する地理学的研究のテーマは多様化した。山川(2004, pp.54-82)は、大手量販資本による大型店の大量立地や、小規模の既存店の閉鎖あるいは増床を通じて店舗網の再編成に取り組む過程を捉えた。坪田(2001)は、農村部へのショッピングセンターの立地が、出店先の就業構造を変える実態を報告した。千葉(1998)、大迫(2001)は、特定商業集積整備法¹⁾に基づく大型店の立地と中心商店街の整備状況から、まちづくり事業の評価を試みた。また、千葉(2007, 2009)、駒木(2010)では、大店立地法下である2000年代における大型店の立地競争と購買先の関係について商圈調査の結果から説明を試みている。

これらの研究は、大型店の立地がもたらす空間的影響を企業行動、地域経済、政策、消費者購買行動の視点から詳細に検証した成果と位置づけられる。その上で、大店法の運用緩和期における大型店立地の特徴として、次の2つが指摘できる。第1に、都市近郊の町村部へ出店地域が拡大したことがあげられる²⁾。広域からの集客を前提とする郊外型店舗の出店需要が高まった結果、人口が減少した町村部でも、都市近郊に位置し、かつ自動車交通の利便性が良い地域は大型店の有力な出店先に選ばれた。第2に、店舗規模のさらなる大型化と複合化が指摘できる。大型店は売場面積を広げる一方で、スーパーを中心にショッピングセンターの核店舗として入居する場合も多い。ショッピングセンターの中には、シネコンなど娯楽施設の併設を通じて、差別化を図るところもみられる(山下, 2001b ; 伊藤, 2007a)。

しかしながら、従来の地理学的研究は、商店街など既存の商業集積に与えた影響に注目が偏っており、大型店の出店過程への考察は少ないと考えられる。戸所(1991)は、大型店の出店過程を分析する際に重要な視点として、関連諸制度および立地に携わった当事者による意思決定の検討をあげている。大型店の立地が地域の小売活動に果たす役割が大きい現在、この指摘は重要である。特に日本の場合、大型店の出店過程に大きな影響をもたらしたのは、大店法を中心とした大型店の出店規制である。1974年に施行された大店法の目的は、大型店の出店に際して、開店日、売場面積、閉店時間、休業日数を調整することで、消費者利益の保護と中小零細小売業者による事業機会の保護を両立させる点にあった(渡辺, 2007)。しかし、その運用は、きわめて厳しく施行された1980年代までと、運用が緩和された1990年代以降³⁾で大きく異なる。第2章で述べたように、1980年代では、大店法で出店調整機関と定められた商調協での出店審査に入る前に、中小零細小売業者および商工会議所・商工会からなる中小零細小売業者によって、大店法の調整対象以下の売場面積による出店を規制する「横出し規制」や、量販資本と中小零細小売業者との間で出店協定の締結を求め「上乘せ規制」を設ける地域が多かった⁴⁾。

1990年代以降、大店法の運用緩和と同時に、大型店の実質的な出店調整は、大店審が行うことになった。大店審では、出店に対する意見聴取の対象を小売業者、消費者、商工会議所、学識経験者に広げながら審議体制の充実を図り、

大型店の出店調整期間を1年以内に短縮化した。それに伴い、従来の商調協は廃止され、「まちづくり協議会」などの名称で、中小零細小売業者による意見集約の場へと改組された。これらの動きによって、大型店の出店調整が商調協に基づく不透明なものから、よりオープンな性格をもつものへと変わった。その結果、量販資本はバブル経済崩壊後の地価下落とも相まって、大型店の積極的な出店に取り組むようになった。

しかし、大型店の大量立地は、同時に店舗周辺における交通渋滞や騒音ならびに廃棄物処理など生活環境に関わる諸問題を表面化させた。そこで、通産省は、駐車場の収容可能台数や廃棄物処理施設の面積などを新たな大型店の出店調整対象に含めた大店立地法を2000年6月に施行し、従来の大店法は廃止された（渡辺，2007，pp.189-229）。

1980～1990年代にかけて続いた大店法の運用変化は、大型店の出店過程にも影響を与えたはずである。具体的には、出店調整の段階でアクターがもつ影響力の強さに相違が生じたと考えられる。まず、1980年代までに立地した店舗では、中小零細小売業者の意向がテナントの入居を含む全体の店舗構成に強く反映されたであろう。逆に1990年代以降に立地した店舗では、地権者が大型店の出店を促すと共に、テナントの選定に際して量販資本の自由度が高いと思われる。

大店法から大店立地法へと大型店出店の枠組みが変わる中、大店法の運用を指標に大型店の出店過程を比較することは、地域商業の変化を動的に分析する上で不可欠といえる。そこで本章では、地域商業の核となる大型店の立地に着目し、大店法の運用が厳格な1980年代までに出店した店舗と、運用が緩和された1990年代以降のそれを選び、地域間比較の視点から、各店舗の出店過程について明らかにすることを目的としたい。

本研究の対象地域は京都府南部地域⁵⁾である。同地域は、高度経済成長期以降の急速な人口増加により、京都市と大阪市の近郊地域としての性格が強まっている（図6-1）。大型店の立地状況をみると、1980年代までは、JRや近鉄、京阪などの主要鉄道駅に近い既成市街地に集中していた（上野，1988）が、1990年代以降は、高速道路網の整備が進み、自家用車の利用を前提とした大型ショッピングセンターの立地がみられる。1980～1990年代にかけては、交通体系の

みならず、大店法の運用自体が変化したために、大型店の立地パターンが多様化し、対象地域内でも異なる性格をもつ商業集積が形成されたと考えられる。なお、大型店の立地展開については、東洋経済新報社編(2003)と現地観察に依拠した。また、大型店の出店過程については、主に地方自治体ならびに中小零細小売業者に対する聞き取り調査に依っている。

第2節 研究対象地域の概観

京都府南部地域は、高度経済成長期以降、活発な宅地造成を背景に人口が急増した。しかし、人口の増加が顕著な地域にはタイムラグが存在する。対象年次を便宜上、1960～1980年、1980～2000年の2つの時期に分けると、前半で人口増加が著しかったのは、長岡京市、向日市をはじめ、宇治市、八幡市、大山崎町など京都市に近い市町である。具体的にみると、大山崎町の169.3%（1965～1970年）、八幡市の118.2%（1970～1975年）をはじめとして、50%以上のきわめて高い値を示す。これに対して、後半においては京田辺市、精華町、木津町（現在は木津川市）など関西文化学術研究都市（以下、学研都市）の開発区域に人口増加率の高い地域が集中するものの、その割合はほとんどが10～20%程度に留まる⁶⁾。前半に著しく人口が増加した先述の市町における後半の人口動態は停滞もしくは減少の傾向にある。特に、1980～1985年まで人口が増加していた久御山町では1985年以降、人口が減少に転じた。1995～2000年の人口減少率は-5.8%に達し、縁辺部の農山村地域に属する和束町（-7.8%）、笠置町（-7.5%）、南山城村（-6.0%）に次いで低い（図6-2）。

次に、モータリゼーションの進展との関わりから、道路網、とりわけ一般道路のバイパスおよび高速道路の整備を概観する。対象地域でバイパスの嚆矢となったのは、1961年の国道1号線枚方バイパスならびに1973年開通の国道24号線大久保バイパスである。1988年には、大津市から宇治市の巨椋インターチェンジにかけて京滋バイパス、城陽市から京田辺市にかけて京奈和自動車道が暫定開通し、本格的な高速道路網の形成が始まった。その後、京奈和自動車道は2000年木津町（現在は木津川市）までのルートが完成した。また、京滋バイパスは、2003年に巨椋インターチェンジから大山崎町までの延伸工事が完成

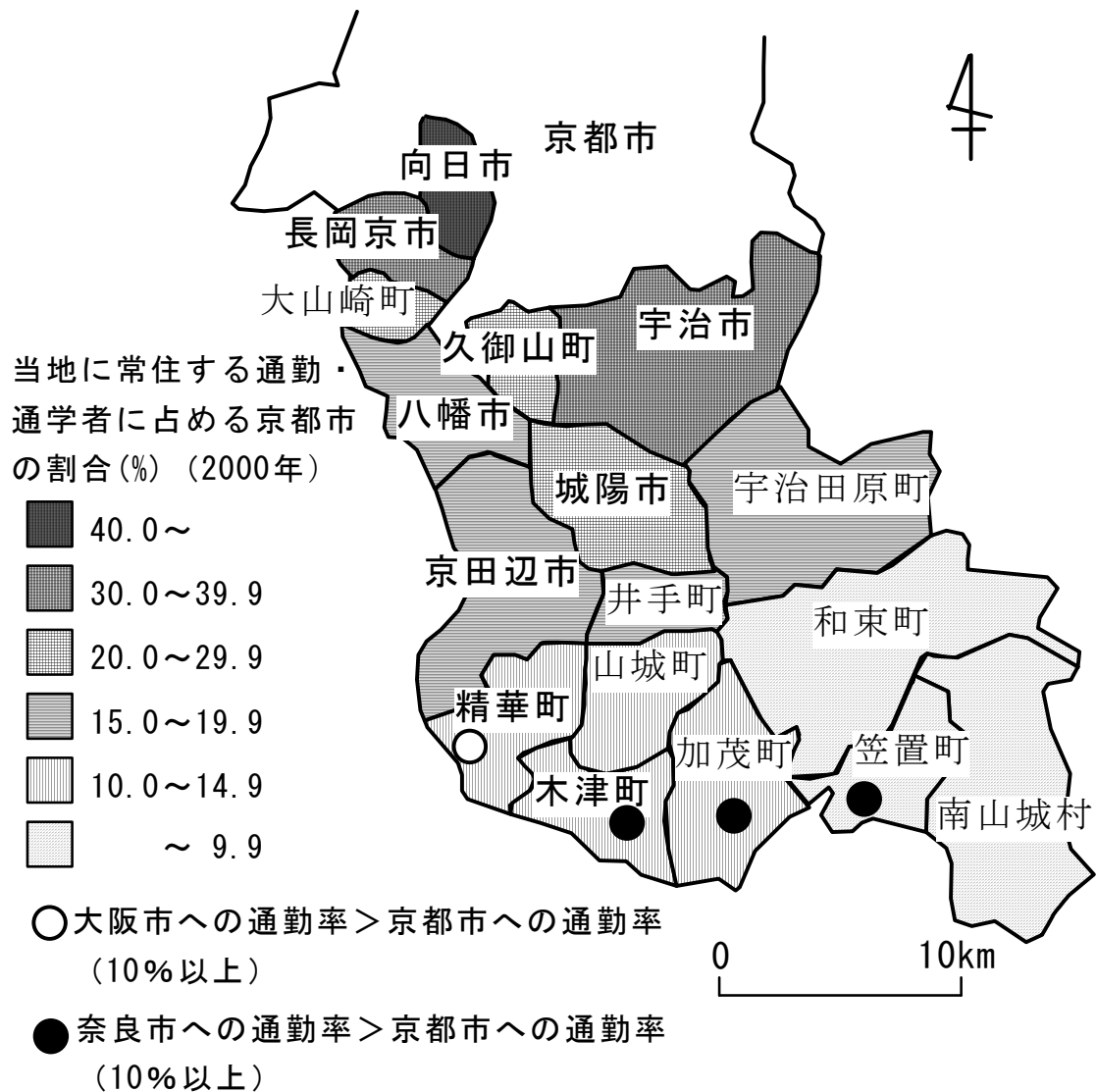


図6-1 京都府南部地域における通勤流動(2000年)

注) ゴシックで記された市町には、大型店の立地がみられる。

出所：『国勢調査報告』

し、名神高速道路と結節されている。さらに、京都市伏見区の巨椋池北インターチェンジから大阪府枚方市の枚方北インターチェンジの間には第二京阪道路が2003年(2010年には門真市まで)に開通し、久御山町で京滋バイパスと交差している。

高度経済成長期以降の京都府南部地域における人口増減をめぐる地域的動向をまとめる。高度経済成長期～1970年代は、京都市に近い市町で人口増加が顕著であった。当該地域は、京都市への通勤・通学率が高いために、これらの人口増加は、京都都市圏の拡大によるものといえる。一方、1980年代以降に人口

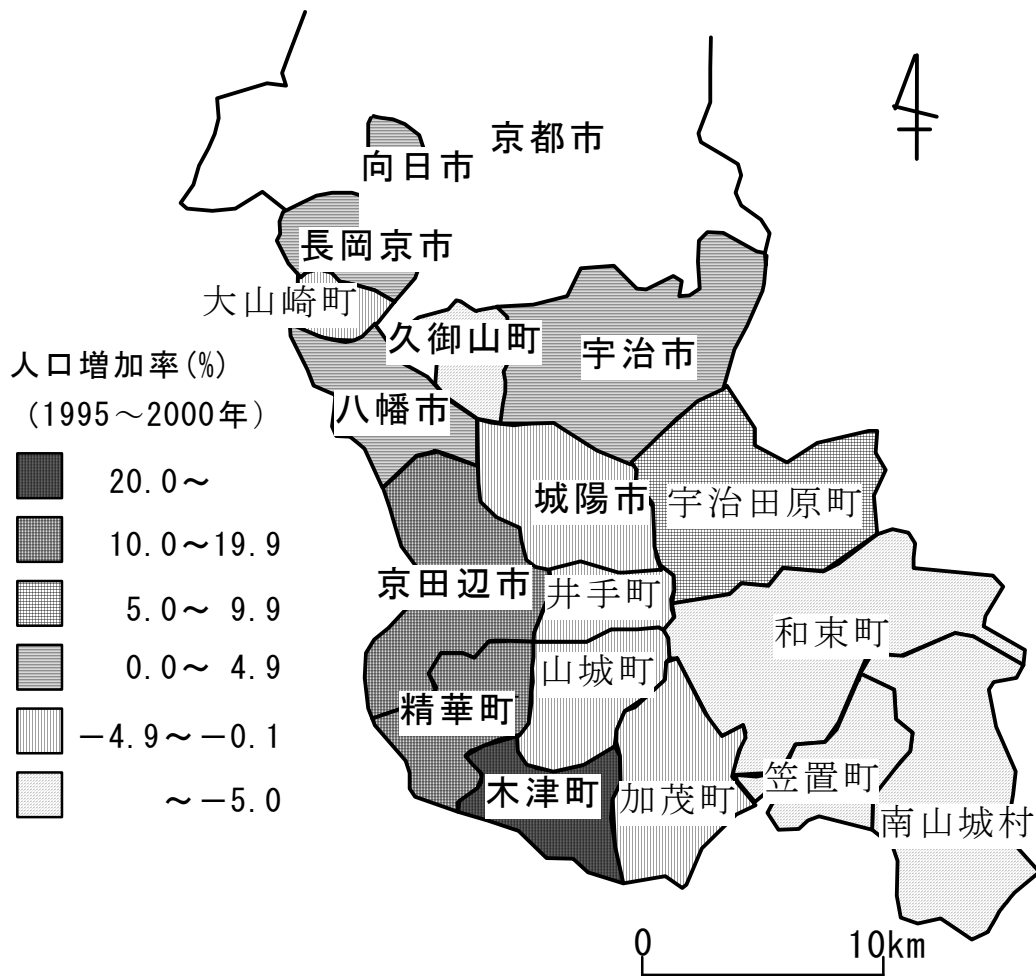


図6-2 京都府南部地域における人口増加率(1995~2000年)

注) ゴシックで記された市町には、大型店の立地がみられる。
出所：『国勢調査報告』より作成。

が急増した学研都市に属する市町では、京都市への通勤・通学率は低く、大阪市や奈良市のベッドタウンとしての性格が強い(図6-1)。このように、京都府南部地域は継続的な人口増加によって生み出された需要をもつ。その上で、近年における高速道路網の整備は、新たな交通拠点として京都府南部地域の重要性を高め、大型店の立地に注力する量販資本にとって、広域集客が期待できる有力な出店先のひとつになった。

第3節 京都府南部地域における大型店の立地展開

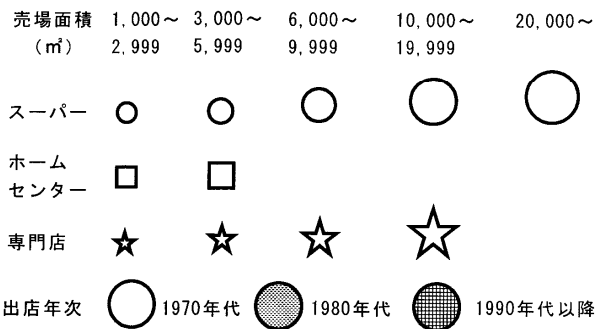
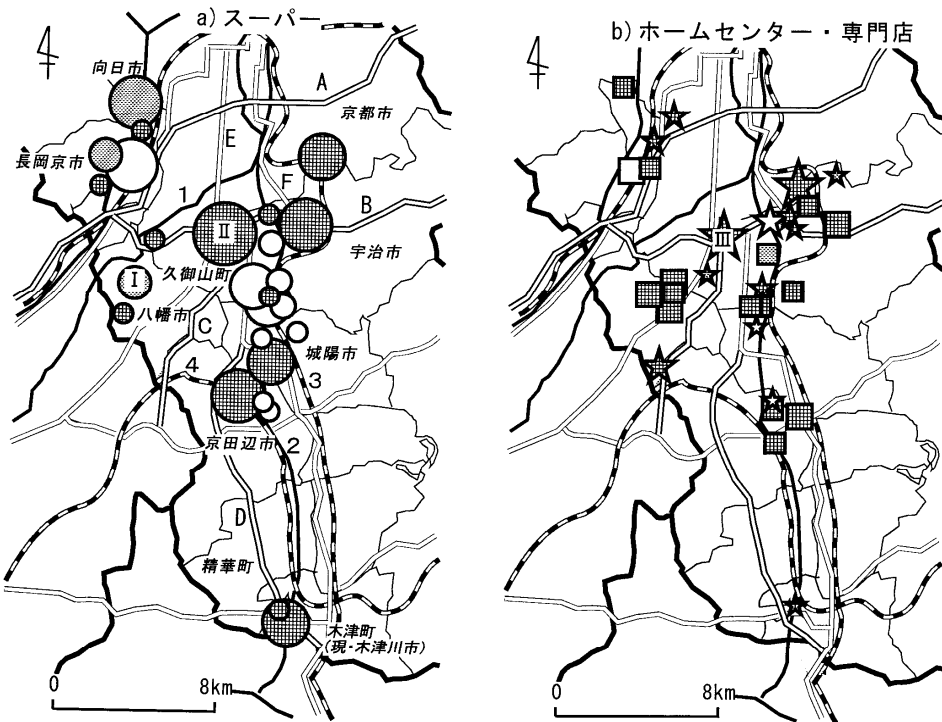
次に、京都府南部地域において業態別に大型店がどのように立地展開してい

るのかを検討する。以下の分析では、大店法の運用時期を考慮し、出店年次を「1970年代」「1980年代」「1990年代以降」の3つに大別した。また、図6-3では、大型店の核店舗に当たる業態を便宜上、食料品販売の有無を指標に、「スーパー」、「ホームセンター・専門店」に分類している⁷⁾。

まず、1970年代に出店したスーパーの分布からは、すでに長岡京市と宇治市、城陽市で売場面積10,000㎡台に達する大型店の立地が確認できる。詳細にみると、宇治市西部の大久保地区においてその集積が顕著である。大久保地区は、近鉄京都線大久保駅を中心に形成された商業集積であり、宇治市西部や城陽市北部をはじめ、久御山町からも顧客を集めていた（上野，1988；戸所，1991）。そのため、大久保駅周辺は自然発生的に形成された商店街に加えて、イズミヤ、ニチイ（後のマイカル）が大型駐車場を併設した大型店を出店している。一方、1980年代になると、大店法の運用強化を反映し、スーパーの出店は4店（向日市、長岡京市、宇治市、八幡市）を数えるにすぎない。

スーパーの立地パターンが大きく変化したのは、1990年代以降である。スーパーは、売場面積10,000㎡以上の大規模店舗を出店する総合スーパーと、売場面積3,000㎡未満の食料品スーパーに大別される。食料品スーパーの立地は住宅地が中心であり、その数も少なかった。総合スーパーでは従来、出店が少なかった業者の出店が本格化し、特に平和堂が積極的に大型店を立地したのが注目される。滋賀県に本社を置く平和堂は、1978年と1981年宇治市に2店舗を出店したのみで、その売場面積も2,981㎡、2,211㎡と狭かった。しかし、1992年以降は、売場面積10,000㎡以上の店舗を城陽市、宇治市、京田辺市、木津町に出店した。当該市町の店舗は、直営店舗のほか専門店街のテナントを併設することで、ワンストップ・ショッピングの需要に対応したショッピングセンター「アルプラザ」として開発された⁸⁾。学研都市の開発に伴い人口が増加した京田辺市や木津町では、「アルプラザ」が地元住民に対する最寄品の供給先のひとつとなっている。

平和堂が複数の大型店を出店したのに対して、イトーヨーカ堂とイオンの出店件数は、宇治市と久御山町のそれぞれ1店舗に留まる。イトーヨーカ堂は宇治市北部の六地藏地区に1998年出店した。六地藏地区は、平和堂や近鉄百貨店などの郊外型店舗が集積する京都市伏見区の醍醐地区に隣接しており、既存店



I: 八幡ショッピングセンター II: イオン久御山ショッピングセンター

III: ロックタウン久御山

A: 名神高速道路 B: 京滋バイパス C: 第二京阪道路 D: 京奈和自動車道

E: 国道1号線 F: 国道24号線

1: 京阪本線 2: 近鉄京都線 3: JR奈良線 4: JR学研都市線

図6-3 京都府南部地域における大型店の立地展開 (2003年)

注1) 複数の業態が立地している大型店の場合、売場面積が最も広い店舗の業態に含めた。

2) 市町名は京都市を含めて、大型店の立地がみられるところのみ記載。

出所: 現地調査および東洋経済新報社(2003): 『大型小売店総覧2004』

舗との間で顧客の確保をめぐる競争が激しい。これに対して、イオンは1999年、久御山町にジャスコを核店舗とする「イオン久御山ショッピングセンター」(以下、イオン久御山)を出店した。同店舗は、テナントを含む総売場面積が

表6-1 京都府南部地域における人口と大型店の集積

市町の名称	人口(人)	小売業年間販売額(百万円)	大型店売場面積(m ²)	大型店の立地件数	小売吸引力指数
宇治市	189,112	144,101	103,385	19	0.67
城陽市	84,346	63,193	40,972	7	0.66
八幡市	73,682	48,547	31,299	7	0.58
京田辺市	59,577	47,727	25,932	7	0.70
久御山町	17,080	43,749	41,445	4	2.25
木津町	33,683	23,002	11,313	2	0.60
精華町	26,357	13,048	2,900	1	0.44
長岡京市	77,846	52,687	25,694	5	0.60
向日市	53,425	42,289	26,860	5	0.70

注1) 大型店の立地がみられる市町のみ記載した。

注2) 「小売市場・寄合百貨店」は分析対象から外した。

出所: 人口は2000年『国勢調査報告』, 小売業年間販売額は2002年度『商業統計表』,

大型店売場面積は, 東洋経済新報社(2003):『大型小売店総覧2004』による。

20,634 m² (うちジャスコは 15,500 m²) に達する⁹⁾。

1990年代以降に出店した大型店では、「ホームセンター・専門店」の出店件数も急増した。その分布は、ほとんどが国道1号線や大久保バイパスなど主要幹線道路沿いに集中している。とりわけ、国道24号線と京滋バイパスが交差する宇治市北部の槇島町には、こうした業態の店舗が自然発生的に集積している。また、久御山町ではイオン久御山の隣に、専門店を核店舗とした売場面積19,000 m²のショッピングセンター「ロックタウン久御山」(以下、ロックタウン)が2000年に立地した。国道1号線ならびに京滋バイパス・第二京阪道路が通過しており、きわめて交通アクセスがよい宇治市槇島町と久御山町では、店舗の集積形態こそ異なるものの、一般道路と高速道路の結節点近くに「ホームセンター・専門店」の出店が多い。

ところで、京都府南部地域における大型店の立地が、地元住民の購買行動にどのような影響を与えたのかをみるために、各市町別の小売吸引力指数を算出した(表6-1)。これによると、1990年代以降、大型店の出店が増えたにも関わらず、小売吸引力指数はほとんどの市町で0.6~0.7の範囲に留まる。その理由のひとつとして各市町に出店している店舗の質的な相違があまり存在しないことが考えられる。その中であって、イオン久御山、ロックタウンが立地した久御山町の小売吸引力指数は2.25ときわめて高い。久御山町の人口が減少を続けているのとは対照的に、高い小売吸引力を示したのは、道路網の整備を背景に、自動車交通の要衝に立地したイオン久御山、ロックタウンが自町以外から

も多くの顧客を集めているからである。

第4節 大型店の出店をめぐる対応

前節では、京都府南部地域における大型店の分布が1990年代以降、スーパーやホームセンター、専門店の立地件数が急増したことにより、大きく変化している実態を示した。しかし、実際の大型店の立地をめぐることは、出店先の都市構造を含む立地環境や、年次間でみた中小零細小売業者がもつ影響力の強弱によって左右されるはずである。そこで本節では、大店法の運用が強化された1980年代までに立地した大型店と、運用緩和後の1990年代以降に立地したそれを取り上げ、大型店の出店をめぐる対応を比較する。前者の事例として、八幡市のニチイ八幡店（後に八幡サティ）を核店舗とする八幡ショッピングセンター、後者の事例として、久御山町のイオン久御山、ロックタウンを選んだ。

1. 八幡市の事例－八幡ショッピングセンターの出店経緯から－

八幡市は、1954年に八幡町・都々城村・有智郷村の合併により八幡町として誕生し、現在の市域が形成された。その後、1972年に大阪府枚方市に接する町西部の丘陵地開発によって造成された男山団地の入居開始を契機に人口が急増し、1977年に市制施行を迎えた。2000年の『国勢調査報告』によると八幡市の人口は73,682人に達する（表6-1）。八幡ショッピングセンターは、石清水八幡宮がある男山山麓東側の低地に立地している（図6-3）。

八幡ショッピングセンターの出店過程を考える場合、開店前に存在した小売市場である「八幡市場」の立地に遡らなければならない。八幡市場は、1961年に大阪市内の不動産業者A社が開発した小売市場である。開設当初から薬局を経営していたB氏からの聞き取り調査によると、当時の店舗数は食料品店を中心に33店を数えた（表6-2）¹⁰⁾。

八幡市場の周辺には低湿な水田が広がり、洪水の被害を受けることが多かった。そのため、入居開始からわずか数年で撤退する店舗が相次ぎ、A社は1966年八幡市場の改築と同時に入居者を再募集した。八幡市場は1974年に再度改築され、1970年代後半にかけて近隣住民を主な顧客とする最寄品の供給施設に成

表6-2 八幡市場の業種構成(1961・1973・1980年)

	業種	1961年	1973年	1980年
食 料 品	生鮮食料品 (食肉・鮮魚・青果物・卵など)	7	5	13
	加工食料品 (乾物・豆腐・茶・調味料・惣菜など)	12	4	15
	菓子・パン	3	2	5
非 食 料 品	衣料品・呉服	3	0	5
	文化品 (室内装飾・生花・化粧品・薬など)	5	5	3
	日用雑貨	2	1	2
	燃料	1	0	0
	クリーニング	0	1	1
	飲食	0	1	1
	計	33	19	45

出所:住宅地図,聞き取り調査

長した(京都府立中小企業総合指導所, 1979)。この事実は, 1973~1980年にかけて, 八幡市場に入居した店舗が19店から45店に増加したことからも確認できる(表6-2)。

1974年頃, 八幡町においてもスーパーを核店舗とする2つの大型店の立地計画が示された。ひとつは, 核店舗としてニチイを選定したC社, もうひとつは核店舗として平和堂を選定したD社によるものであり, いずれも八幡市場の周辺に土地を所有していた。当時の八幡町民の購買行動は, 買回品を中心に, 京都市伏見区の手筋商店街や枚方市北部のくずはモール街など京阪本線沿線の高次な商業集積への流出が顕著であった。しかし, 男山団地の造成を契機に, 八幡町は京都, 大阪両市の近郊地域としての性格を強めた。加えて, 同時期に八幡市場の周辺は, 京阪本線八幡駅から町南部に至る幹線道路が開通し, 八幡町の新たな中心地として成長する可能性をもっていた。C・D両社は, こうした地域特性をふまえ, 小売市場より幅広い品揃えをもつ総合スーパーを核店舗とする大型店が出店できると考えていた。

ところが, C・D両社による大型店の立地計画には, 八幡市場の入居者を中心とする八幡町の中小零細小売業者から反対意見が相次いだ。大型店の出店により中小小売店舗への買物客が減少し, その経営悪化が懸念されたためである。また, 当時は人口が数万人程度の小都市で複数の大手スーパーが出店することは, 需要人口に比べて過剰であるという考えも根強かった。中小零細小売業者

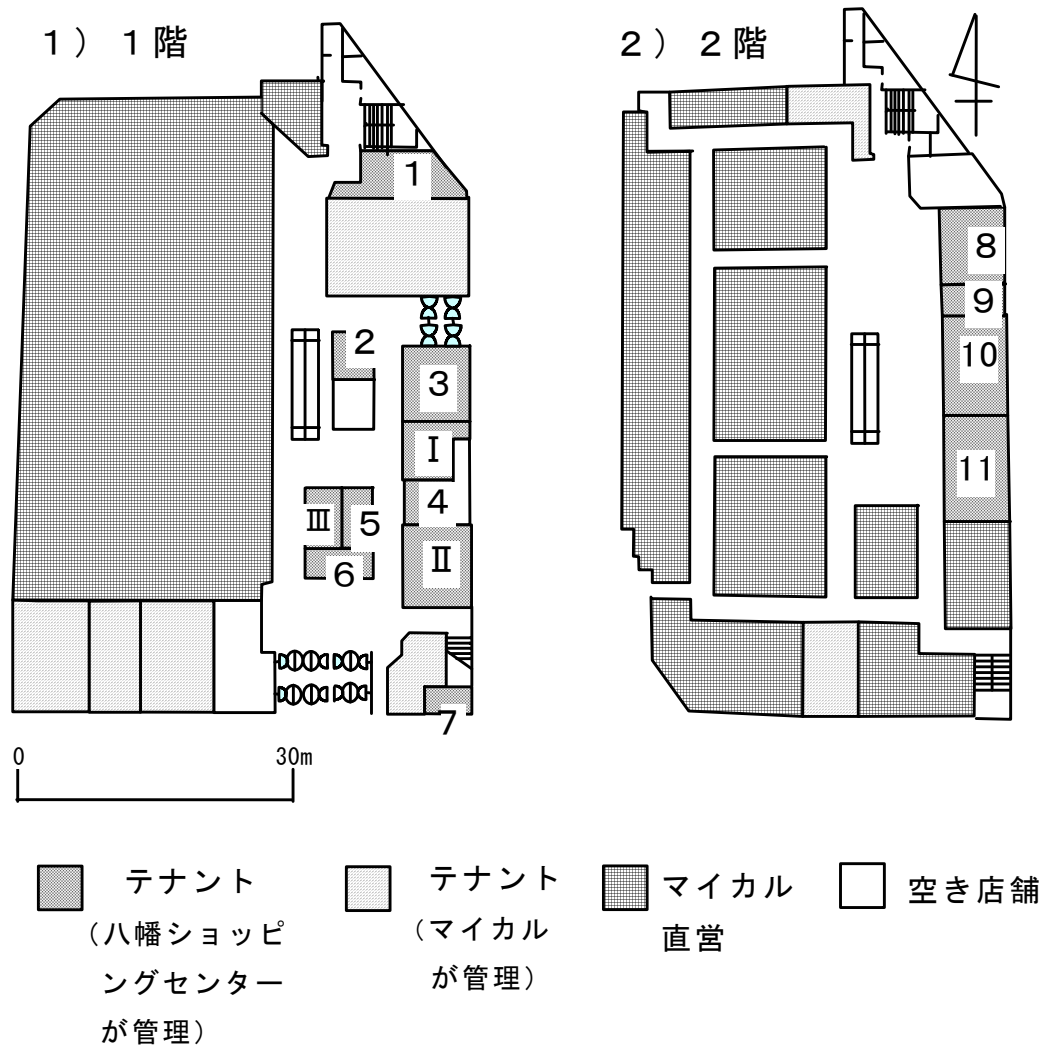


図6-4 八幡ショッピングセンターのテナント配置 (2000年)

注1) 八幡ショッピングセンターのテナントが含まれる1・2階のみを調査した

注2) 八幡ショッピングセンターに入居した店舗の属性は、表6-3を参照

出所：八幡ショッピングセンターの案内図および聞き取り調査

は、八幡町商工会とともに大型店出店対策協議会を設立し、C・D社のほか、平和堂、ニチイとの交渉を重ねながら立地予定地ならびに核店舗の一本化を進めた。

市制施行から2年後の1979年11月、大型店出店対策協議会は、大型店の出店先を八幡市場に隣接するD社の所有地とし、核店舗としてニチイを選んだ。

1983年4月、大型店出店対策協議会は、八幡市長・八幡市商工会会長の立合で、ニチイとの出店協定に合意し、同年11月ニチイ八幡店を核店舗とする八幡

表6-3 八幡ショッピングセンターにおける入居・閉鎖店舗の属性(2000年)

番号	業種	階	入居年	従前の店舗所在地	廃業年
1	飲食	1	1983	京都市	
2	豆腐	1	1983	高槻市	
3	惣菜	1	1983	旧八幡市場	
4	精肉	1	1983	京都市	
5	茶	1	1983	市内男山団地	
6	和菓子	1	1983	京都市	
7	クリーニング	1	1983	旧八幡市場	
8	婦人服	2	1983	市内下奈良	
9	婦人服	2	1983	旧八幡市場	
10	履き物	2	1983	旧八幡市場	
11	紳士服	2	1983	東大阪市	
I	精肉	1	1995	新規開業	
II	薬局	1	1995	京都市	
III	カメラ	1	1995	京都市	
a	鮮魚	1	1983	旧八幡市場	1993
b	精肉	1	1983	旧八幡市場	1995
c	漬け物	1	1983	京都市	1990
d	薬局	1	1983	旧八幡市場	1995(Ⅱに譲渡)
e	飲食	1	1980年代中頃?	?	2000
f	パン	1	1983	市内清水井	1995
g	飲食	1	1983	市内男山団地	2000
h	呉服	2	1983	旧八幡市場	1996
i	衣料品	2	1983	?	1998

注1) 各店舗の算用数字, ローマ字, アルファベットは図6-4に対応する。

注2) 番号の算用数字は, 八幡ショッピングセンター開店時から営業を続けている店舗,

ローマ字は開設後に入居した店舗, アルファベットは閉鎖した店舗を指す。

出所: 八幡ショッピングセンター入居店舗ならびにB氏への聞き取り調査

ショッピングセンター(売場面積7,331㎡。うちニチイは5,761㎡)が開店した¹¹⁾。

八幡ショッピングセンターへのテナント入居に際しては, 八幡市商工会に加盟している小売業者が優先された。入居業種も, 小売業・飲食店・対個人サービス業を含めて, 「1業種1店舗」の原則がほぼ守られた。開店時に募集された業種は33を数え, 1階に食料品店・薬局・飲食店・クリーニング店など最寄性の強い店舗, 2階に衣料品店・靴店・文房具店など買回品の店舗を配置する計画であった。

以上の点を確認するために, 2000年9月の時点で八幡ショッピングセンターのテナントに入居した店舗を対象とする聞き取り調査および現地観察から, 入居前の店舗所在地と階数別の店舗配置を示したのが図6-4と表6-3である。なお, 八幡ショッピングセンターの開店後に廃業あるいは経営譲渡された店舗についても, 関係者への聞き取り調査から可能な限り捕捉した¹²⁾。その結果, 八幡ショッピングセンターの開店時に入居した19店中, 廃業・営業譲渡された店舗も含めて12店が八幡市内に店舗をもっていた。その内, 八幡市場からの入居者は8店を数えた。また, 八幡市内からの入居希望がなかった業種の店舗には,

他地域から入居したものもあるが、京都市からの入居がほとんどを占める。

八幡市場は八幡ショッピングセンターの開店後、急速に衰退した。八幡市場から八幡ショッピングセンターへ店舗を移転したのをはじめ、経営者の高齢化や後継者不足による廃業がみられたからである。その結果、1985年に八幡市場は閉鎖された¹³⁾。また、近年では八幡ショッピングセンターに入居した店舗の中でも、高齢化などの理由から廃業もしくは同業者に店舗の営業を譲渡したところもみられる。先述のB氏も例外ではなく、1995年に京都市内に店舗をもつ同業者に薬局の経営権を譲渡した(表6-3)。

ところで、八幡ショッピングセンターが立地したとはいえ、八幡市の小売吸引力指数は2002年時点で0.58ときわめて低い(表6-1)。この点から八幡ショッピングセンターは、スーパーを核店舗に誘致することで、八幡市場がもっていた最寄品の供給施設としての性格を受け継いだ大型店とみなされよう。

なお、八幡ショッピングセンターの核店舗であったマイカルは、2007年11月に同センターから撤退した。翌年、八幡ショッピングセンターに新たな核店舗として入居したのは、大阪市に本社を置く食料品スーパー「コノミヤ」である。八幡市周辺には、マイカルの既存店舗である「大久保サティ」(現在はイオン大久保店)をはじめ、後述するイオン久御山が立地している。2001年に経営破綻したマイカルはその後イオンの子会社となり、2011年にはイオンに合併された。大店法の運用強化期に建てられた八幡サティの競争力は売場面積の狭さから低下していた。八幡ショッピングセンターからのマイカルの撤退は、近隣に複数の系列店舗をもつイオングループが店舗網の再編成を進める中で採った動きのひとつと推察される¹⁴⁾。

2. 久御山町の事例－イオン久御山・ロックタウンの出店経緯から－

1954年に佐山村・御牧村の合併によって誕生した久御山町は、従来、巨椋池干拓地を利用した水田が広がる農村地域であった。しかし、1961年に先述の国道1号線枚方バイパスが開通すると、工場のほか、運輸・倉庫業など物流関連施設の立地が増え、京都市近郊の工業地域としての性格を強めた。これに対して、商業集積は形成されず、町民の購買行動は前節で述べた通り、宇治市大久保地区をはじめとする町外に強く依存していた。

イオン久御山、ロックタウンは、町北部で京滋バイパスと第二京阪道路の久御山ジャンクションに近接する（図 6-3）。以下では、両者の出店過程について述べる。

1) イオン久御山

イオン久御山の用地は、1973年頃から京阪電鉄が所有していたものであり、資材置場に利用されていた¹⁵⁾。京阪電鉄が同地をショッピングセンターに転用する計画は1986年頃から存在していた。しかし、当時は大店法の運用が厳しかったために、その具体化には至らなかった。京阪電鉄がショッピングセンターの核店舗としてジャスコを誘致したのは1994年である。1995年4月には、大店法に基づく出店届出が行われたが、開店は1999年7月と当初予定の1996年1月よりも大きく遅れた。1995年1月に出された出店計画書によると、イオン久御山の商圈は店舗から半径5kmに設定され、久御山町全域のほか京都市伏見区、宇治市、城陽市、京田辺市、長岡京市、大山崎町の一部を含み、商圈人口の総数は約30万人に達する。周辺市町には図6-3で示した店舗をはじめ、京都市伏見区に売場面積10,000㎡以上の大型店が立地していた。その中で、当時の京都府南部地域では最大規模の売場面積20,000㎡以上をもつイオン久御山の出店に対しては、購買客の流失を懸念する周辺市町からの抵抗が根強かった。このことがイオン久御山の開店が当初予定よりも遅れた要因のひとつであると考えられる¹⁶⁾。

ところで、イオン久御山の開店時に入居したテナントの内、久御山町に既存店舗をもっていたのは、小売店で39店中5店、飲食店では21店中4店しかみられない。この点で八幡ショッピングセンターとは対照的である。既存の商業集積がなかった久御山町では、地元の中小零細小売業者のみでショッピングセンターのテナントを集めることはきわめて困難であった。その中であって、イオン久御山の立地に際して、核店舗の出店に留まらず、テナントの誘致にも積極的に取り組んだイオンの役割は大きい。

イオン久御山の特徴として、上述した小売店・飲食店のほか、シネコンの「イオンシネマ久御山」が併設されている点があげられる。イオンが自社で管理運営するシネコンの第1号店として開設されたイオンシネマ久御山は、8つのス

クリーンならびに全 1,844 席を有し、総面積は 5,000 m²に達する大型娯楽施設である。また、商圈人口は自動車の利用により 30 分以内でイオンシネマ久御山へ到達できる範囲内に居住する 115 万人に設定されており、核店舗のそれよりも広範囲である¹⁷⁾。

大店法の運用緩和を契機としてイオンは、自動車交通の利便性に富んだ地域にショッピングセンターを展開し、核店舗としてジャスコを数多く立地させている。その中であって、イオン久御山では、商業集積に加えてシネコンを併設している点で、休日の非日常的な消費を重視した広域型のショッピングセンターと位置づけられる。また、イオンが直営のシネコンを久御山町で初めて立地させたことは、物品販売以外の付加価値をつけながら、自社によるショッピングセンター開発の領域を広げた点で画期的な試みであったと評価できる¹⁸⁾。

2) ロックタウン

ロックタウンは、イオン久御山の北隣にあり、従前は水田に利用されていた。しかし、低湿地に位置していたために収穫される稲の生産性は低く、水田に代わる新たな土地活用を目指す動きが地権者の中から現れた。地権者は、1990 年に発起人会を設立し、町役場との意見交換や他地域への視察活動を重ねた後、1995 年 12 月に「大内土地区画整理組合」（以下、区画整理組合）を設立し、2000 年 10 月までの 4 年 10 ヶ月にわたって土地区画整理事業を進めた。

区画整理組合では発足後、整理地区の活用法を考えるために、久御山町との意見交換を行うと共に、数回の視察を実施した。視察先には、草津市のホームセンターや彦根市の町並み整備事業など小売店の立地に関係するものも含まれていた。視察を重ねる内に、組合員の中から、道路交通の利便性を生かして共同利用地 (24,539 m²) をショッピングセンターとして活用する意見が出た。1998 年 12 月、区画整理組合は、地権者 26 名と門真市にある不動産業者 E 社と共同出資で、ショッピングセンターの建物設置と管理運営を目的に新会社「サンシティ久御山」を設立した。その後、サンシティ久御山は、ショッピングセンターの開発を担当する業者としてロック開発を選び、2000 年 10 月にロックタウンの完成に至った。

ロック開発は、イオンと大和ハウス工業の共同出資によって 1992 年に設立さ

表6-4 ロックタウンのテナント店舗と売場面積(2003年)

テナントの 店舗名	業態	本社所在地	大店法5条申請時の 売場面積(m ²)	大店審結審後の 売場面積(m ²)	大店法5条申請時と比べた 売場面積の減少率(%)
ニトリ	専門店(家具)	札幌市	9,100	5,500	-39.6
赤ちゃん本舗	専門店(婦人子供服)	大阪市	5,460	4,400	-19.4
ミドリ電化	専門店(家庭電化製品)	尼崎市	5,115	3,500	-31.6
タナカふとん	専門店(寝具)	一宮市	2,647	1,853	-30.0
ニック産業	ホームセンター	京都市	4,827	2,655	-45.0

出所:東洋経済新報社編(2003):『全国大型小売店総覧2004』,久御山町役場商工課資料,ならびに宇治商工会議所ホームページ(<http://www.ujicci.or.jp/ci/0004.htm>,2003年11月22日検索)

れたショッピングセンターの開発業者であった。そのほとんどは、イオンが展開する食料品スーパー「マックスバリュ」を核店舗に、イオングループを中心とした専門店やホームセンターなどを併設した近隣型ショッピングセンターとなっていた¹⁹⁾。しかし、久御山町でテナントに採用された小売業者は、ホームセンター1社と、家庭電化製品、家具、婦人子供服、寝具を扱う専門店4社のみである。また、マックスバリュが含まれない点で他地域のイオン系ショッピングセンターとは異なる²⁰⁾。

イオン久御山とロックタウンとの連携について、現地での聞き取り調査から明瞭な情報を得ることはできなかったが、両者の空間的配置から以下の推察は可能である。すなわち、ロックタウンの南隣に立地済みのイオン久御山では核店舗で食料品を販売していたために、自社競合につながるマックスバリュの出店は行われなかった。他方、イオン久御山の場合、先述の通り、イオンの誘致で核店舗以外にも複数の小売店がテナントに入居していた。しかし、それらのほとんどは、八幡ショッピングセンターと同様に、食料品や日用品などを販売する小型店であった。1990年代以降のイオンにおけるショッピングセンターの開発では、さらなる集客の確保を目的に核店舗以外にもイオングループの内外を問わず、買回品の専門店やホームセンターなどを誘致する方針を打ち出していた(ジャスコ株式会社,2000)。したがって、ロックタウンへの買回品の専門店およびホームセンターの出店は、イオン久御山の小売機能を補完する役割を果たし、結果的にイオングループによる新たな商業集積の形成を目指したものと考えられる。

ロックタウンにおける大店審による売場面積の最終調整をみると、大店法第5条に基づく小売業者からの出店申請がなされた1999年3月の時点から19~40

%削減された（表 6-4）。出店計画書によると、ロックタウンが設定した商圈の範囲は、イオン久御山のそれとほとんど変わらない。また、各店舗の売場面積は、図 6-3 で示した他地域に立地する同業態の既存店舗よりも広い。ゆえに、イオン久御山と同じく、ロックタウンに対しても久御山町への購買行動の流出に対して、既存の大型店も含めた周辺市町の小売業関係者が抱いた懸念が強まった結果、大店審における出店調整を促したと思われる。

ところで、イオン久御山とロックタウンを含む久御山ジャンクション周辺の地域について、久御山町は、1999年6月に発表した都市計画マスタープランにおいて「産業誘導ゾーン」と位置づけ、道路交通の利便性を生かして、物流関連施設と並んで広域集客に基づく大型店の立地を核とする都市整備の方向性を打ち出していた。イオン久御山とロックタウンは、地権者の誘致によって立地した店舗である点で共通する。しかし、両施設が立地した背景を考えると、久御山町では、従来の工業への依存に代わる新たな雇用の拡大と税収増加といった地域経済の活性化策のひとつとして大型店の出店に強い期待を寄せていたことが推察される。

3. 大店法の運用と大型店の出店をめぐる対応に関する比較考察

ここでは、八幡市・久御山町の事例から得られた知見を基に、大店法の運用が大型店の出店をめぐる対応にどのような影響を与えたのかを整理する。

はじめに、大店法の運用が厳しい1980年代に大型店が立地した八幡市では、ニチイを核店舗とする八幡ショッピングセンターの出店過程で八幡市場の入居者を中心とする八幡市内の中小零細小売業者が主導的な役割を果たした。彼らは商工会とともに、大型店の出店調整に積極的に介入し、ニチイとの間で出店協定を結んで核店舗による店舗づくりに制約を与え、テナントへの優先的な入居を図ることで影響力の強さを保持した。これは、いわゆる上乗せ規制が実際の大型店立地に強く反映されたことを示す。

対照的に、大店法の運用が緩和された1990年代以降に出店したイオン久御山およびロックタウンの場合は、町内に中小零細小売業者が少ないこともあり、テナントの入居に際して彼らの介入を受けることはほとんどなかった。また、イオン久御山とロックタウンの出店候補地では、地権者が不動産の有効活用を

図るべく大型店への転用を求めていた。1990年代以降、大店法の運用緩和と道路交通網の急速な整備という2つの大きな環境変化によって、久御山町は、京都府南部地域の中でも広域集客が可能な大型店の立地条件に最も恵まれた地域となった。既存の商業集積が形成されていなかった久御山町への大型店の立地は、出店過程で量販資本およびショッピングセンターの開発業者が、地権者の意向を受けながら自由度の高い店舗開発を進めた結果として生じたものである。こうした動きに対して、久御山町はイオン久御山とロックタウンの周辺地域の整備に対して大型店の出店を念頭に置いた都市計画マスタープランを出していた点も見逃せない。

しかしながら、イオン久御山とロックタウンの出店は、その売場面積の大きさならびに設定された商圈の広さから、商圈内で競合する大型店が立地する周辺市町の小売活動に多大な影響を与えることが予想された。その結果、両店舗の開店に至る過程で大店審による若干の出店調整を必要とした。換言すれば、大店法の運用緩和後に商調協に代わる大型店の出店調整機関となった大店審は、制度上大型店の立地が原則的に自由な状況にあっても、それをコントロールする一定の役割を果たしたと思われる。

このように、大型店の立地が事実上自由化されたと考えられる大店法の運用緩和期においても、大店審の段階で出店申請時よりも売場面積が削減された事例は、大都市圏、地方圏の双方でみられる²¹⁾。特に郊外型大型店の立地は、中小零細小売業者にとって店舗の存亡に関わる。また、既成市街地に居住し、自動車を所有しない高齢者など一部の消費者にとっても、郊外型大型店の立地に伴う当該地域での相次ぐ閉店は、購買行動へのアクセスが奪われるフードデザート問題を引き起こす場合もある（杉田，2008；岩間編，2011）。したがって、大店法の運用緩和が進む中での大型店の出店調整は、小売活動ならびに購買行動からみた危機感のあらわれを反映したものと解される（山川，2004）。

以上の諸点をまとめると、大店法の運用緩和をはさんだ1980年代と1990年代の両年次間では、大型店の出店調整そのものが立地動向の違いと連動する形で大きく変化した。そして、それが八幡市、久御山町における大型店の出店過程の相違としてあらわれたと考えられる。

第5節 小括

京都府南部地域における大型店は、1970年代～1980年代までスーパーによる出店が中心であった。しかし、大店法の運用が緩和された1990年代になると、スーパーはショッピングセンターの核店舗として出店するようになった。また、ホームセンターや専門店など、大型店を出店する業態の多様化が認められた。大型店の出店先は、京田辺市や木津町など人口が急増した学研都市と、久御山町のように、人口は減少していながらも広域集客が見込まれる道路交通の結節点となる地域とに大別できる。

以上の動向をふまえながら、八幡市と久御山町における量販資本を核店舗とする大型店の出店過程を比較すると、大店法の運用強化期に大型店が立地した八幡市では、八幡市場の入居者をはじめとする中小零細小売業者がその出店過程で積極的な介入を図ると共に、量販資本との間での出店調整にも多大な時間を要した。

対照的に、大店法の運用緩和後に複数の大型店が出店した久御山町では、既存の小売業者が少ないために、大型店の立地に際して中小零細小売業者の介入はみられず、地権者の意向が強く反映された。加えて、道路交通の結節点という大型店の立地条件に恵まれた久御山町は、京都府南部地域でも高い小売吸引力をもつ地域へと成長した。だが、久御山町への大型店の出店は、周辺市町の小売活動に与える影響も大きかったために、若干の出店調整を要した。

京都府南部地域では、人口の増加、大店法の運用緩和ならびに道路交通網の整備を背景に大型店の立地が継続していた。しかし、大店法の運用から大型店の出店をめぐる対応を検討すると時期による相違がみられ、それが大型店の出店調整のあり方に反映していることがわかった。

この事例からは、大型店の出店規制が推移する中、大型店の出店と何らかの関わりをもつアクターの動向が、地域商業の方向性を大きく左右していたことが確認できる。大店法の運用強化期において、既得権益の維持を求める地方自治体と中小零細小売業者は、ローカルルールを行使して大型店の出店に抵抗するアクターとして行動することで地域商業に大きな影響力を与えた。一方、大店法の運用緩和期になると、大型店出店に対する地方自治体と

中小零細小売業者の介入が難しくなるのとは対照的に、出店候補地の大型店への転用を促す地権者の影響力が強まった。こうした地権者の思惑は、結果的に量販資本にとって大型店の出店を後押しする原動力となった。このように大店法の運用は、ミクロレベルで大型店の出店をコントロールする役割を果たしていたことがわかる。また、八幡市の事例から大店法の運用問題を振り返ると、そもそも消費者利益の保護と小売業の正常な発達、という大店法が掲げた理念が非現実的なものであり、大店法の実際の運用は既得権益を維持させながら政治的な決着を図るためのツールとしての性格が強かったと考える。

注

- 1) 特定商業集積整備法は、商業集積と公共施設の整備を通じた大型店の出店と中小小売店舗の営業調整を目的に、1991年制定された法律である。同法による整備手法には、①高度商業集積型、②中心市街地活性化型、③地域商業活性化型の3つがあり、類型毎に核となる小売施設の規模およびその業種・業態構成、テナントに含まれる中小小売店舗の割合などが定められている（千葉、1998）。
- 2) 1982年1月の通産省産業政策局長通達によって、特定市町村を「出店抑制地域」に指定し、そこでの大型店の出店を自粛する指導が行われた。第2章で述べたように、出店抑制地域に指定された市町村については非公開であり、その地域的展開を述べることはできない。しかし、日経流通新聞編(1982)によると、おおむね人口30,000人以下の町村部が指定対象に選ばれたとされる。したがって、大店法の運用が厳格な1980年代まで町村部での大型店の立地は難しかったと考えられる。
- 3) 大店法の運用緩和を求める動きについては、第2章を参照のこと。
- 4) 「横出し規制」「上乘せ規制」については、第2章を参照のこと。
- 5) 本章での京都府南部地域は、京都府総務部統計課の定義を参考に、「乙訓地域」（向日市・長岡京市・大山崎町）、「山城中部地域」（宇治市・城陽市・八幡市・京田辺市・久御山町・井手町・宇治田原町）、「相楽地域」

(旧山城町・旧木津町・旧加茂町(以上3町は現在は木津川市)・笠置町・和束町・精華町・南山城村)の3地域を総称したものとして用いる。

- 6) 京都府南部地域の1980～2000年における人口増加率を5年毎に区切った場合の上位3つは、以下の通りとなる。第1位は加茂町で53.2%(1980～1985年)、第2位は木津町で40.9%(1985～1990年)、第3位は精華町で29.5%(1990～1995年)である。
- 7) 同一のショッピングセンター内に異なる業態の大型店が立地する場合は、売場面積が最も広い店舗を当該ショッピングセンターの核店舗とみなした。
- 8) 平和堂は、本拠地である滋賀県以外で「アルプラザ」の出店を積極的に進めている。京都府内における「アルプラザ」の出店先として、本章の対象地域以外では、京都市伏見区と亀岡市があげられる。
- 9) イオン久御山ショッピングセンターは2012年4月の増床と同時に「イオンモール久御山」に名称変更した。
- 10) B氏への聞き取り調査は2001年1月に行った。B氏の前職は、大阪市内にある大手製薬会社の営業職である。B氏は、八幡市場の入居者募集の新聞広告をみて、前職の経験を生かせる薬局への転業を決め、京都市南区から八幡町へ転居した。その後、B氏は八幡市大型店出店対策協議会の会長を務め、中小零細小売業者の代表として、八幡ショッピングセンターの開店に向けた調整活動に取り組んだ。
- 11) 本調査を行った2000年現在、C社の所有地はフィットネスクラブに利用されていた。
- 12) 本章に似た視点から、共同店舗のテナント入居者を対象に従前の店舗所在地を基に、その地域的特性を明らかにした研究として、富山県の砺波平野における共同店舗の展開を述べた松田(1995)、茨城県結城市における2つのショッピングセンターの経営状況を比較した村山ほか(1996)がある。
- 13) 本調査を行った2000年当時、八幡市場の跡地はパチンコ店に建て替えられていた。
- 14) 図6-3には記していないが、イオンの傘下になったマイカルは2007年、木津川市と奈良市の境界に当たる近鉄京都線高の原駅前に「サティ」を核店舗とする「イオン高の原ショッピングセンター」(売場面積39,950㎡、う

ちサティは 19,300 m²) を立地させた (同ショッピングセンターの情報については、マイカルのプレスリリース <http://www.mycal.co.jp/news/pdf/171.pdf>, 2010年5月11日検索による)。この動きは開店当時、イオンが系列化したマイカルの総合スーパー「サティ」を「ジャスコ」と並ぶグループ内での大型ショッピングセンターの核店舗を構成するブランドのひとつと認識していたことをあらわす。なお、2011年3月、イオンはマイカルを吸収合併するに際して、「ジャスコ」「サティ」の名称を廃止し「イオン」に統一した。

- 15) 久御山町役場産業課での聞き取り調査 (2003年9月実施) によると、ここでは鉄道用資材のみならず近接する日産車体京都工場 (2001年閉鎖) 向けの自動車部品も保管されていたという。
- 16) 久御山町役場産業課での聞き取り調査 (2003年9月実施) による。
- 17) 販売革新 (1999年8月号) の記事による。
- 18) 2011年11月現在、イオンシネマのシネコンは、久御山町を含めて全国に13か所ある (<http://www.aeoncinema.co.jp/>, 2011年11月6日検索)。
- 19) ロック開発は、2011年9月にイオンの全額出資による「イオンタウン」に社名変更されており、「ロックタウン」の名称も現在は「イオンタウン」になっている。しかし、2000年代前半の状況を研究した本章では、従来の名称を用いる (イオンタウンホームページ <http://www.aeontown.co.jp/> , 2011年11月6日検索)。
- 20) ただし、ニック産業 (2009年9月にケーヨーに吸収合併) のホームセンターは2006年1月に閉鎖され、現在はニトリがホームセンターの運営も行っている。
- 21) 例えば、大都市圏の事例として、中小零細小売業者の勢力が強い京都市では、食料品スーパーのライフ壬生店 (1996年開店時の売場面積は 2,652 m²) と太秦店 (1997年開店時の売場面積は 6,471 m²) の売場面積削減率はそれぞれ 60.7%, 49.2%に達する (山川, 2004, p.49)。また、地方圏の事例として鳥取市では、総合スーパーのイズミ (本社・広島県) によるショッピングセンター「ゆめタウン」の出店計画をもっていたが、1998年2月の大店審で当初予定の売場面積 32,500 m²よりも 45%低い 18,300 m²での結審結果

となり、イズミは出店を断念した（日本経済新聞 1998 年 3 月 23 日付夕刊）。