

博士学位論文審査要旨

申請者 安倉 良二（立命館大学文学部非常勤講師）
論文題目 日本の商業政策の転換による大型店の立地再編と中心市街地への影響に関する地理学的研究
申請学位 博士（学術）

審査員

主査 箸本 健二 早稲田大学教授 博士（学術）（東京大学）
副査 宮口 侗迪 早稲田大学教授 文学博士（駒澤大学）
副査 池 俊介 早稲田大学教授 博士（学術）（早稲田大学）
副査 荒井 良雄 東京大学教授 工学博士（東京大学）
副査 生田 真人 立命館大学教授 博士（文学）（大阪市立大学）

1. 本論文の目的と構成

本研究の目的は、1990～2000年代半ばにかけての日本の流通政策に伴って大型店の立地がどのように再編成されたのかを示すと共に、結果として中心市街地にどのような影響を与えたのかを検証することである。

日本における大型店の立地に大きな影響を与えた商業政策として、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年に施行された大規模小売店舗立地法（以下、大店立地法）、改正都市計画法、中心市街地活性化法（以下、中活法）からなる「まちづくり三法」があげられる。このうち、1974年に施行された大店法は、1980年代まで売場面積の規制をかけることで大型店の新規出店を抑えると同時に、既得権益をもつ中小零細小売業者を保護する競争調整の性格が強い法律であった。だが、大店法は、アメリカ合衆国による外圧を背景に1990年代に入ると、一転して段階的な運用緩和が行われた結果、大型店の出店は容易に行われるようになった。大店法の運用緩和を事業拡大に向けた好機と捉えたのが数多くの大型店を出店する量販資本である。量販資本は、各地で出店競争を進める反面、効率的な物流システムの構築にも力を入れた。こうした行動は、大型店の出店場所を中心市街地から郊外地域へ移動させる形で行われたために、中心市街地では商店街の小売活動を著しく衰退させた。

他方、まちづくり三法では、中活法によっ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する反面、大店立地法と改正都市計画法によって大型店の立地誘導を行いながら、中心市街地と郊外地域の棲み分けを意図していた。しかし、現実には大店法の運用緩和期と同様に、郊外地域における大型店の出店が進んだ反面、中心市

街地における小売活動のさらなる衰退を招いたために、まちづくり三法は2006年に改正を余儀なくされた。

こうした商業政策の転換と失敗が生じた背景を地理学の視点から検証するためには、量販資本と中小零細小売業者の対立関係だけでは説明できない。すなわち、大型店の出店調整に取り組む地方自治体や出店用地を提供する地権者、ならびに商品を供給する物流業者など、大型店と何らかの関わりをもつ様々なアクターの思惑と利害関係がどのような形で空間上に反映されたのかを明らかにしなければならない。本研究は、1990～2000年代半ばまでの日本の商業政策が、大型店の立地再編を惹起すると共に、それが小売活動における郊外地域の優位と中心市街地の衰退という対照的な結果を導くに至る過程を「地域における消費の争奪」という考えに立脚しながら説明する。

本論文では、以上の研究目的をふまえ、序章、終章を含む10章からなる分析・考察を行った。その目次構成は以下の通りである。

目次構成

序 章

- 第1節 研究目的と問題の所在
- 第2節 大型店の立地変化とその空間的影響をめぐる研究の動向
- 第3節 先行研究の整理と本研究の作業仮説
- 第4節 本研究の章構成

第1章 日本における量販資本の成長と再編成・・・・・・・・・・25～43

- 第1節 総合スーパーの成長と再編成
- 第2節 食料品スーパーの成長と再編成
- 第3節 小括

第2章 日本における大型店出店規制の変遷

- 第1節 大店法の施行前（1973年以前）
- 第2節 大店法の運用強化・転換期（1974～1989年）
- 第3節 大店法の運用緩和期（1990～2000年5月）
- 第4節 大店立地法の施行（2000年6月以降）
- 第5節 改正都市計画法の施行とその運用
- 第6節 小括

第3章 大店法の運用緩和期における総合スーパーの店舗網再編成

－中京圏を事例に－

- 第1節 はじめに
- 第2節 大店法の運用緩和に伴う店舗網の再編成
- 第3節 総合スーパーの業態細分化と出店戦略
- 第4節 小括

第4章 大店法の運用緩和期における食料品スーパーの店舗網再編成

－首都圏におけるいなげやとライフの出店戦略を事例に－

- 第1節 はじめに
- 第2節 事例企業の選定

- 第3節 店舗網の形成とその再編成
- 第4節 店舗展開を可能にする物流システムの空間的特性
- 第5節 小括
- 第5章 大店法の運用緩和期における食料品スーパーの出店戦略と物流システムの再編成－京阪神圏のライフと関西スーパーを事例に－
 - 第1節 はじめに
 - 第2節 食料品スーパーにおける商品構成・物流センターの機能と事例企業の選定
 - 第3節 事例企業による店舗展開の特徴
 - 第4節 物流システムの構築とその空間的特性
 - 第5節 小括
- 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
 - 第2節 研究対象地域の概観
 - 第3節 京都府南部地域における大型店の立地展開
 - 第4節 大型店の出店をめぐる対応
 - 第5節 小括
- 第7章 商業調整の過渡期におけるローカルルール of 制定と大型店の出店調整－京都市のまちづくり条例を事例に－
 - 第1節 はじめに
 - 第2節 京都市における大型店の立地動向
 - 第3節 京都市におけるまちづくり条例の運用とその影響
 - 第4節 小括
- 第8章 愛媛県今治市における中心市街地の衰退とまちづくりの限界－まちづくり三法の理念と内在される矛盾－
 - 第1節 はじめに
 - 第2節 対象地域の選定と概観
 - 第3節 今治市における中心市街地の衰退
 - 第4節 中心市街地のまちづくり
 - 第5節 小括
- 終章 日本における商業政策の転換が中心市街地に及ぼす影響とその評価
 - 第1節 大型店の出店規制緩和に伴う商業空間の変化
 - 第2節 まちづくり三法の再改正とその運用をめぐる問題点
 - 第3節 日本における大店法の運用緩和以降の商業政策が中心市街地に与えた空間的影響

本研究では、序章において先行研究を整理すると共に、研究視点の明確化を図った。続く第1・2章が研究の導入部であり、第1章では日本における量販資本の業態構成と各業態の推移を概観した。第2章では、日本の商業政策の変遷を、とくに大型店に対

する規制の変化に重点を置いて整理した。その上で、第3～8章が実証研究に該当する。このうち前半の第3～5章は、大型店を出店する量販資本による店舗網の再編成について取り上げた。このうち第3章では総合スーパーの出店行動と業態開発、第4・5章では食料品スーパーにおける店舗展開と物流システムとの関係、業態や店舗規模による配送システムの空間構造の差異を、それぞれ検討した。後半の第6～8章では、大型店の立地再編成をめぐる中心市街地の対応に着目した。第6章では大店法の規制緩和に直面した中心市街地の中小小売業者の対応、第7章では京都市の「まちづくり条例」「商業集積ガイドプラン」を事例とするローカルルール（地方自治体による独自規制）の特性、第8章では中心市街地の商業者を核とする仲間型組織がまちづくりに与えた影響とその限界について、それぞれ分析を試みた。最後に終章では、第3～8章の実証研究を要約し、直近の「まちづくり三法」の改正について概観した上で、大型店に対する公的規制の変化、とりわけ大型店の郊外出店を誘導した「旧まちづくり三法」（2000年～2007年）が、中心市街地の著しい衰退を招いた点を実証的に指摘し、今後のあるべき方向性を展望した。

2. 研究の概要

本研究は、上述の通り10章からなるが、その構成は、大きく4部に分けることができる。すなわち、目的を呈示し、先行研究のサーベイを行った序章、日本における量販資本の推移、および大型店に対する法規制の変遷を検討した第1・2章、大型店の規制緩和にともなう量販資本の出店戦略の変化と、そのことが中心市街地に与えた影響を検討した第3～5章、中心市街地を支える商業者、地主、行政の対応を検討した第6章～第8章、そして考察と総括を行った終章である。

【序章】

ここでは、日本における大型店の立地ならびにそれに伴う商業空間の変容に関する先行研究を整理し、当該分野の研究が1990年代前半までと1990年代後半以降で、研究対象地域ならびにテーマの設定に大きな相違があることを明らかにした。1990年代前半までの研究では、中心市街地が主なフィールドに選ばれ、大型店の立地は都市群システムや大都市圏、都市内部構造という伝統的な都市地理学の枠組みで説明される反面、経済地理学および商業政策の展開と結びつけた視点は乏しかった。これに対して、1990年代後半以降には、大型店の出店動向に対応する形で郊外地域を対象にした研究が増えた。また、研究テーマの拡がりという点では、量販資本による店舗網の再編成をもたらす背景として出店戦略や物流システム、損益構造など企業行動に着目した研究が増加した点大きい。しかし、これらの先行研究は単発的なものが多く、大型店の立地再編成が地域に与えた影響について、日本における商業政策を空間的な視点から評価するという取り組みは不十分であったと思われる。

こうした問題意識に基づく本研究のテーマとして、大型店を出店する量販資本による店舗網の再編成と、中心市街地をはじめとする大型店の出店地域における対応の2点に着目しながら、大店法の運用緩和からまちづくり三法の施行という日本における商業政策の転換がもたらす空間的な影響を明らかにすることを述べた。

まず、前者については、高度経済成長期から大型店を継続的に出店してきたスーパーを事例に選んだ。そして、総合スーパー、食料品スーパーに業態を細分化した上で、前者については大店法の運用緩和前から店舗網を形成している先発企業と、大店法の運用緩和後に新規参入した後発企業による出店戦略の比較を行うことを述べた。他方、食料品スーパーについては、小商圈立地と効率的な商品配送を前提とするドミナント展開という共通した枠組みをもちながらも、業態内部でみられる販売戦略の相違が、店舗展開のあり方や物流システムの再編成にも影響を与えるという仮説をもち、同一地域で展開される複数企業での比較研究を行うことにした。

続いて、大型店の出店先における対応としては、以下の3点に着目することを明らかにした。第1に、大店法の運用の違いから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のかを明らかにすることである。第2に、地方自治体が独自に行う大型店の出店調整のあり方を検討することがあげられる。そして、第3に小売活動の衰退が顕著な地方都市の中心市街地では、仲間型組織によるまちづくりには限界がある点を指摘する必要性に言及した。

【第1章】

第1章では、概観として日本における量販資本の成長と再編成について、総合スーパーと食料品スーパーに分けながら論じた。高度経済成長期以降の日本におけるスーパーの成長は、衣食住の各分野にわたる商品を幅広く販売する総合スーパーによるところが大きい。多くの総合スーパーは、高度経済成長期に大都市圏で店舗網を構築した上で、1970～1980年代にかけてM&Aによる既存店舗の獲得も含めて地方圏にも出店地域を拡げ、ナショナルチェーンとしての地位を確立した。しかし、1990年代以降は、総合スーパーは、企業内部で経営状況からみた「勝ち組」「負け組」という格差が生じると共に、カテゴリーキラーやホームセンターとの競争を受けて、業態としての優位性が低下した。こうした中、総合スーパーは食料品の販売に力を入れて食料品スーパーとの間での競争を図る反面、衣料品や住関連商品については、経営余力がある総合スーパーがショッピングセンターを開発する中で、カテゴリーキラーやホームセンターをテナントとして誘致することで直営店舗による販売の限界を認識しながら、賃料収入による新たな収益を求める点にも言及した。

アメリカ合衆国におけるスーパーの業態を継承した食料品スーパーの日本による成長は、生鮮食料品の鮮度管理体制が確立されなかったことから総合スーパーに比べて大きく立ち後れた。食料品スーパーが前述の問題を解決し、大都市圏の郊外地域を中心に店舗網の拡大に取り組み始めたのは、1970年代中頃以降のことである。その上で現在の食料品スーパーは、食料品の販売をめぐる総合スーパーとの間でボーダーレスの競争に入りつつある状況を概観した。

【第2章】

第2章は、日本における商業政策の展開について、大店法から大店立地法・改正都市計画法に至る大型店の出店規制に関わる法制度の変化を中心にまとめたものである。日本における大型店の出店規制は、大店法に代表される経済的な規制から、大店立地法・改正都市計画法という社会的規制および土地利用規制を軸としたものへと変化し

た。その中でみられた問題点として、政策の理念と実際の運用をめぐる乖離の大きさを指摘した。すなわち、大店法の場合は、運用が厳格に行われた 1980 年代まで「横出し規制」「上乗せ規制」というローカルルールが付加と、先行出店する量販資本を含めて既得権益者の意向が大型店の出店に際して重視されていたために、大型店の出店は抑制される方向に作用した。これに対して、1990 年代に大店法の運用が緩和されると、こうした競争調整が困難になる中で、中心市街地における小売活動は衰退の方向をたどるようになった。その後、2000 年代以降、大店法に代わる大型店の出店を調整する法律としてあらわれた大店立地法と改正都市計画法では、店舗周辺における生活環境の保全と、郊外地域をはじめとするゾーニングとの整合性が大型店の出店に際して重視された。だが、この動きは結果的に大型店の郊外地域への立地誘導をもたらすこととなり、大型店の出店に伴う都市間競争を激化させた。したがって、地方自治体の中には「まちづくり条例」などの名称で、大型店の出店調整や誘導を行うローカルルールを導入するところもみられたが、大型店の出店が地域経済の活性化に寄与するという考えが中心となる中、「まちづくり条例」を導入する地方自治体は限られていた。こうした政策上の問題点からまちづくり三法が 2006 年に改正を余儀なくされたことを指摘した。

【第 3 章】

第 3 章では、大店法の運用緩和が総合スーパーの店舗網をどのように再編成させながら出店戦略を変えたのかについて、大店法の運用緩和前まで地元出身の先発企業による店舗網が形成されていた中京圏を事例に選んで検討を加えた。

その結果をみると、出店行動については、先発、後発という量販資本の垣根を越えて大型店の自由な出店競争が可能になったことが指摘できる。大店法の運用緩和によって中京圏では、売場面積 10,000 m² を超す大型店の出店件数が郊外地域ならびに既成市街地の工場跡地で増加した。対照的に、先発企業は競争力が低い中心市街地やインナーシティに立地していた売場面積 3,000 m² 未満の中小型店の閉鎖を同時に行うスクラップ・アンド・ビルドに取り組む形で店舗網の再編成を推し進めると共に、業態内部での細分化や他業態の開発を通じて地域市場での需要に対応しようとしていた。他方、後発企業の中には、先発企業との差別化を図るべく、シネマコンプレックスを併設した複合型ショッピングセンターの開発に力を入れるところもみられた。中京圏の事例は、まちづくり三法下でみられる量販資本による大型店の出店競争がもたらす空間的影響を事実上、先取りしたものであると結論づけた。

【第 4 章】

第 4 章では、食料品スーパーにおける店舗網の再編成について、首都圏で店舗展開していたいなげやとライフの 2 社による比較研究から明らかにした。大店法の運用緩和に伴って、いなげやとライフは売場面積の大型化を図り、食料品スーパーをワンストップ・ショッピングの拠点とすることで地域市場での集客力を高める出店戦略をもっていた点で共通する。しかし、出店先をみると、いなげやが首都圏の外縁部を対象としていたのに対して、ライフは東京 23 区へのドミナント展開を指向するという差異がみられた。このことは、食料品スーパーを展開する企業間で地域市場の細分化をめぐる考え方が異なるのを意味すると共に、最寄性の強い商品特性に起因する形で、食

料品スーパーが総合スーパーに比べて出店に対する自由度が高いという業態特性を示している。

他方、物流システムの再編成をめぐっては、出店地域の拡大に連動する形で物流センターの増設と配送圏の再編成が行われた点で共通する反面、その所有関係をめぐっては、外部の食料品卸売業者の施設を活用したいなげやと、自社による管理を進めるライフの間で対応が異なっていた。

大店法の運用緩和は、総合スーパーと共に、食料品スーパーにおいても新たな事業機会の確保につながった。だが、出店地域の選択と物流センターの所有関係からは企業間の相違が明確になった。このことは、大店法の運用緩和に伴って得られた新たな地域市場をどのように活用するかをめぐる企業間での差別化を明確にしたものとまとめられる。

【第5章】

第5章では、京阪神大都市圏を事例に選び、食料品スーパーにおける店舗展開と物流システムの再編成について、ライフと関西スーパーの2社による比較研究から明らかにした。

ライフと関西スーパーは、出店戦略と販売戦略が大きく異なっていた。まずライフは、大店法の運用緩和を大量出店に伴う企業規模の拡大に向けた好機と捉え、大都市の既成市街地と京阪神大都市圏の外縁部に出店先を広げ、食料品のほか日用品や衣料品も販売し、平均売場面積が約3,000㎡以上の大型店を大量に出店する戦略を取った。また、物流システムの再編成では、首都圏の事例と同様に、自社運営による集配センターの増設と配送圏の分割を推し進めると共に、プロセスセンターを通じた生鮮食料品の集中加工を採用していた。これに対して、食料品の販売に専念していた関西スーパーの場合は、大店法の運用緩和をはさんでも出店地域の範囲ならびに平均売場面積も1,000㎡台に留まった。また、物流については外部業者を活用し、集配センターを通過する商品の範囲を低温商品から常温商品にも広げ、1か所のセンターでの管理と各店舗への商品配送における混載を行うことで、店舗運営の効率化を追求した。

【第6章】

第6章では、京都府南部地域を事例に選び、大店法の運用の違いが大型店の出店過程にどのような相違をもたらしたのかについて、運用強化期である1980年代に大型店を出店した八幡市と、運用緩和期である1990年代に大型店を出店した久御山町の事例を比較しながら明らかにした。

1970年代中頃に量販資本を核店舗とする大型店の出店計画が浮上した八幡市では、小売市場の入居者をはじめとする地元の中小零細小売業者が大型店の出店過程で強く介入した結果、大型店の出店調整に多大な時間を要した。対照的に、1990年代に大型店が出店した久御山町では既存の中小零細小売業者が少なかったこともあり、大型店の出店に際しては地権者の意向が強く反映された。

【第7章】

第7章では、大店法の運用が厳格に行われた都市のひとつである京都市を事例に、大型店の立地動向を示しながら、2000年6月の大店立地法と同時に施行された「まちづくり条例」「商業集積ガイドプラン」の運用をめぐる考察から地方自治体によるロー

カルルールに基づく大型店出店調整の可能性を検討したものである。

大店法の運用が緩和された 1990 年代以降、京都市における大型店の立地は急増し、京都駅前をはじめとする鉄道駅前の再開発と郊外地域におけるスーパーおよび百貨店の出店が盛んになった。また、2000 年代以降は、四条河原町や京都駅前という都心部において百貨店に代わって家電量販店をはじめとする専門店の出店が増え、商業集積の再編成が進んでいる。

こうした中、「まちづくり条例」「商業集積ガイドプラン」は、ゾーニングに基づいて大型店の出店調整を行う試みとして注目される。その事例として、島津製作所五条工場跡地におけるショッピングセンターの出店過程をみると、両者の運用を厳格に行った場合、大型店の出店規制につながる可能性が高いことも明らかになった。京都市の「まちづくり条例」「商業集積ガイドプラン」は、2006 年に再改正された改正都市計画法の理念を先取りする取り組みとして評価できることを示した。

【第 8 章】

第 8 章では、小売活動の衰退が顕著な地方都市として愛媛県今治市を選び、その中心市街地において、商店街の振興を目的にまちづくりの実践を進める仲間型組織「今治商店街おかみさん会」（以下、今治おかみさん会）の活動実態を示した。その上で、同会の成立背景となる商業環境の変化と地方自治体、商工会議所、既存の商店街組織によるまちづくりの取り組みと関連づけながら考察した。

今治市の中心市街地では、1990 年代後半以降、しまなみ海道の開通ならびに郊外地域における大型店の相次ぐ立地に伴い、小売活動の衰退が顕在化した。中心市街地では、市役所、商工会議所、商店街組織によってまちづくりの取り組みが行われたものの、それが奏功することはなかった。こうした中、今治市役所の支援を受けながら女性による仲間型組織として発足したのが今治おかみさん会である。同会は、既存の商店街組織とは独立した運営体制を取り、イベントの開催を中心にまちづくりの実践を重ねてきた。しかし、こうした取り組みにも関わらず、今治市の中心市街地における小売活動の衰退は続いており、今治おかみさん会においても会員店舗および市役所からの補助金が減少しているために、その運営は厳しさを増している。

本章から得られた知見として、郊外地域への大型店の立地が進む地方都市の中心市街地においては、仲間型組織による商店街の振興を目的としたまちづくりの実践を行っただけでは、賑わいの回復を図るという意味での「再生」を図ることはもはや困難であることが明らかになった。このことは、大店立地法と改正都市計画法によって大型店の郊外立地を促しながら、中活法によって中心市街地に多額の補助金を投入して再生を図ることで、郊外地域と中心市街地の棲み分けを目指したまちづくり三法の政策理念が、きわめて地域の実態と乖離していたことを指摘せざるを得ない。

【終章】

終章では、まず第 3～8 章の実証研究から得られた知見を整理した。その概要は、以下の通りである。

大型店の出店規制緩和が総合スーパーの出店戦略に与えた影響としては、モータリゼーションの進展や地価下落、バブル経済崩壊という社会経済上の環境変化とも相まって、郊外地域または既成市街地の工場跡地において広い売場面積をもつ大型店の出

店を促したことがあげられる。これらの店舗は、広域集客を前提に地域商業の核となる施設となった。これとは対照的に、総合スーパーを展開する量販資本は、競争力が低い中心市街地やインナーシティにあった中小型店の閉鎖を推し進める形で店舗網の再編成がなされた。大型店の出店競争が進む中、量販資本間では集客力の向上を目指して店舗間の差別化が盛んに行われた。その例として、シネコンの併設に代表される複合型ショッピングセンターの開発があげられる。このような総合スーパーによる店舗の大型化と複合化の動きは、地域市場における消費の争奪を激化させると共に、中心市街地と郊外地域の間で小売活動の不可逆的な格差を促す方向に作用したといえる。これに対して、食料品スーパーの場合は、量的拡大を指向する企業と、そうした動きに与することなく、食料品スーパーとして質の追求を求めた企業に二分されたことがあげられる。前者の企業は、品揃えの幅ならびに出店地域を拡げることで地域市場において新たな顧客の獲得にも取り組んだ。また、物流システムに着目すると、プロセスセンターの立地による生鮮食料品の集中的な加工を導入すると共に店舗数の増加による集配センターの増加と配送圏の分割をもたらした。対照的に後者の企業では、出店地域の範囲や売場面積において大店法の運用緩和前後で大きな変化はみられなかった。このように食料品スーパーでは、大店法の運用緩和に伴う自由競争の進展が地域市場での生き残りを賭けて、品揃えの範囲に代表される販売戦略の相違に基づく企業間の差別化を促したことがわかった。また、物流センターの管理運営における外部委託と自社運営の分化は、大店法の運用緩和を背景に店舗数を増やしたい食料品スーパーの間で、店舗展開を支えるインフラとなる物流センターの立地に対して初期投資のリスク負担や利益率の向上をめぐる考えが異なることを明らかにした。

大型店の出店をめぐる地元の対応は、大店法の運用が厳しかった 1970 年代後半～1980 年代と、運用緩和期である 1990 年代以降で大きく変わった。前者の時期は中小零細小売業者を中心とする地元の小売業関係者が強い地域において、既得権益を行使する形で大型店の出店を強く抑制する方向に作用した。これに対して、後者の時期になると、地方自治体による行きすぎた大型店の出店規制が難しくなる反面、大型店の出店に影響力をもつアクターが郊外地域にある農地や空閑地を所有する地権者に代わった。彼らは不動産の有効活用という視点から土地の賃貸もしくは売却を望んでいた。こうした土地は、大型店の出店を望む量販資本や開発業者によって大型店の出店用地に選ばれた。

他方、大型店の出店に対する地方自治体の対応をみると、大型店の出店規制緩和という国の商業政策を黙認する形で大型店の出店を容認するところがみられる反面、「まちづくり条例」に代表される大型店調整に関わるローカルルールを導入したところが大別できた。しかし、大店立地法と改正都市計画法によって大型店の自由競争が促される中、後者のスタンスをとる地方自治体はきわめて限定されていた。

郊外地域への大型店の出店が盛んになる反面、小売活動が衰退した中心市街地では、中活法の TMO をはじめとする人的ネットワークを生かしたまちづくりが振興政策として重視された。こうした中で、今治おかみさん会に代表される仲間型組織は、中心市街地における新たなまちづくりの担い手として地方自治体からの期待が高かった。しかし、現実の中心市街地における小売活動の衰退をみると、もはや仲間型組織による

商店街振興によるまちづくりの実践だけでは、来街者の増加による賑わいの回復を望むことは難しくなっていることもわかった。大店法の運用緩和以降、地方都市の中心市街地における小売活動の衰退は深刻化していた。まちづくり三法の中でも、中活法はそうした状況下にある中心市街地へ多額の補助金を投入して再生を目指したものの、大店立地法と改正都市計画法によって大型店の郊外立地が誘導された結果、郊外地域における消費の争奪は一層激しさを増した。こうした中、まちづくり三法は、郊外地域と中心市街地における小売活動の棲み分けという政策理念を果たせず、むしろ小売活動における両地域の格差を拡大させる方向に働いたと考えられる。

3. 考察結果をふまえた研究全体の総括

本論文の考察結果をふまえつつ研究全体を総括すると、概ね次のようになる。

まず第1に、戦後日本の商業政策が、1998年～2000年の「まちづくり三法（旧法）」の段階的整備を契機に大きな転換点を迎えたことを指摘した。戦後日本の商業政策は、第二次百貨店法（1956年～1973年）、大店法（1973年～2000年）が施行されてきた約半世紀の間、本質的に中小零細商業者の既得権保護を目的として、大型店の新規出店を規制するという性格を持っていた。しかし、1990年の日米構造協定を契機として、1998年から段階的に施行された「まちづくり三法」（改正都市計画法、中心市街地活性化法、大店立地法）は、中心市街地における中小零細小売業の既得権に配慮する一方、大型店の郊外展開を容認し、地理的な棲み分けを図ろうとしたのである。本論文では、この政策転換を、地域市場における中心市街地と郊外との消費の争奪という視点から捉え、中心市街地（中小零細小売業）、郊外（量販資本が開発した大規模商業施設、およびその核店舗となることも多いチェーン展開する総合スーパー、食品スーパー）それぞれにおける商業活動の担い手の戦略を、地域市場における流通システムの再構築という切り口から再検討することの必要性を指摘した。

第2に、規制緩和が量販資本に与えた影響は、都市郊外を中心とする出店可能性の拡大というプラスメリットのみならず、出店競争を過熱させ、（大規模商業施設同士、スーパー同士といった）同一業態内の競争を激化させた。本研究では、こうした環境下で競争優位を維持するため、量販資本が、その資本規模に応じて概ね2つのステージでの競争戦略を展開したことを指摘した。1つは資本規模が大きな大手総合スーパーであり、その戦略は広域集客を可能にする大規模商業集積の開発を基本線としていた。残る1つは食品スーパーなど同一業態を多店舗展開する専門性の高いチェーンストア群であり、その戦略は物流の効率化によるスケールメリットの追求や、品質訴求による付加価値の増大に主眼が置かれた。このように、郊外を舞台とした量販資本の店舗開発競争が1990年代後半から顕在化したことは、中心市街地の商業機能に少なからぬダメージを与えることとなった。

第3に、中心市街地の商業集積の担い手である中小零細小売業者は、郊外の商業集積に対して直接対抗する手段を持ち得ず、主にゾーニング政策など行政の都市計画の中で大型店との「棲み分け」を図る戦略を採らざるを得なかった点を明らかにした。しかし、中心市街地全体の小売販売額に匹敵する規模の郊外型商業集積が開発される

中で、「商業地」としての中心市街地は急速にその機能を喪失し、2000年代半ばには、競争の図式は中心市街地対郊外という旧来型の構図から、郊外間での過当競争へと移っていったことを示した。

第4に、中心市街地活性化の担い手として期待された「仲間型」組織が、かならずしも想定されるような成果を挙げ得ないことを実証的に示した。「商店街」など既存の地域組織（所縁型組織）に対して、（まちづくりなど）同一の目的を共有する人的なネットワークを意味する「仲間型」組織は、1998年に施行された中心市街地活性化法（まちづくり三法の一つ）が称揚したTMO（Town Management Organization）組織とも通底するものであり、その成果に多くの期待が集まった。しかし、空き店舗の増加にともなう集積の一体性や、商品・サービスなど顧客に提供される本質的な機能が低下した集積では、仲間型組織が機能しうる余地が極めて少ないことを指摘した。

最後に、本研究を総括し、米国からの強い要請や一連の規制緩和を踏まえて準備された「まちづくり三法」を核とする商業政策のスキームが、地域市場における中心市街地と郊外との消費の争奪を熾烈化させ、マーチャンダイジング力で劣る中心市街地の地盤沈下を加速させる結果を招いたことを指摘した。併せて、進行する少子高齢化や逼迫する地方都市財政を背景として2006年以降に導入された郊外開発抑制政策（コンパクトシティ）に言及し、すでに郊外に存在する大型店は当面維持されることから、商業に過度な期待を寄せるまちづくり政策の危うさを指摘するとともに、それぞれの都市の立地や競争環境に応じた多様な中心市街地再生モデルの必要性を提唱した。

4. 総評

本研究の意義は、大きく以下の4点に集約することができる。

第1に、日米構造協議を経て大店法が規制緩和に向かう1990年代初頭から、その後継法である「まちづくり三法」が改正される2006年までの約15年間という期間を対象として、商業政策の変化が地域の商業環境に与えた影響を、法改正のみならず法の運用状況の推移や地域差という微細な要素を含めて丁寧に検証し、大店法の規制緩和から「まちづくり三法」に至る一連の商業政策が抱えていた問題点を指摘したことである。商業政策と地域の商業環境とを結びつける議論は、商業学や地域経済の分野でも一定の業績が見られるが、その多くは現行の法制度の事例検討や、今後の商業政策に対する提案であり、過去に遡って地域事例の検証を試みた研究は極めて少なく、その研究手法および得られた知見は高く評価できる。

第2に、商業政策における立地規制の緩和を、「地域市場における消費の争奪」という視点で捉え、量販資本対中小零細資本、郊外対中心市街地という2つの対立軸を設定することで、「まちづくり三法」が内包する課題をより立体的に検証したことである。「まちづくり三法」は、大型店の出店を都市郊外に誘導し、量販資本と中小零細資本の地理的棲み分けを図ることで中心市街地の持続を図ろうとした政策であった。しかし、郊外を舞台に加熱した量販資本同士の過当競争は、やがて「集積規模」で広域集客を図る大型商業施設、「価格競争」でリピーターを確保しようとするホームセンターやスーパーセンター、そして「品質重視」で粗利益率を高めようとする「高質スーパ

一’など業態の多様化を促し、こうした業態群が重層的な商業空間を形成することによって、中心市街地の競争力を削いでいった。業態の多様化を、量販資本が規制緩和期に採った生存戦略と位置づけ、その結果急速に出来た郊外のオーバーストア状況が中心市街地を圧迫したとする本論文の指摘は、極めて説得力に富むものである。

第3に、商業者や地方自治体が都市計画という側面から中心市街地の機能維持に果たした役割に注目した点である。従来の研究では、中心市街地の中小零細商業者は「物販・サービスの提供者」という側面に評価が集中し、地権者として主体的に地域計画に関与するという性格が見逃されがちであった。また地方自治体の中には、改正都市計画法（「まちづくり三法」の1つ）によって特別用途地区の指定権限が市町に付与されたことを受け、「第三者的な仲介者」という従来の立場から一步踏み込んで商業政策への関与を強める自治体も現れた。こうした中心市街地におけるアクターの多面性を実証的に検証した研究事例は少なく、地理学の枠を超えてその意義は高いと認められる。

第4に、慎重な実証研究を積み重ねて、「まちづくり三法」が内包する課題を明示するとともに、2006～2007年に行われた主要二法の改正を視野に含めつつ、商業機能を軸とする中心市街地「活性化」政策の限界を指摘するとともに、中心市街地として整備すべき空間規模の抜本的な見直しや、空き店舗など利活用が滞っている都市内のストックに対する刺激の必要性を指摘した点である。

一方、審査員からは、今後の研究の発展に期待を込めつつ、本博士論文に対するいくつかの課題も提起された。まず第1は、総合スーパーや食品スーパーを典型的な郊外型業態として検討の俎上に上げた反面、研究対象期間に成長率が高かったコンビニエンスストアやホームセンター業態に関する言及が少ないことである。特に価格競争力に優れるホームセンターの一部は、食品の品揃えを追加した「スーパーストア」業態に発展し、地域の最寄り品需要をワンストップで供給可能な新業態として地域市場に大きな影響を与えているため、今後、ケーススタディを蓄積していくことが必要であろう。第2は、実証研究の対象とした都市の数が限られるため、得られた知見の一般化にやや無理が生じている点である。この点は、詳細なフィールドワークを前提とする研究手法に立ち返れば無理からぬ面もあるが、研究成果の普遍性を高めるためには、さらに異なる人口規模、中心性、競争環境を持つ都市の事例を蓄積していくことが望まれる。第3は、都市政策そのものが拡大基調から縮小基調へと転じた2007年以降の研究が、緒に就いた段階にあることである。このことは著者自身も課題として認識しており、今後の研究の発展が待たれる。しかし、これらの点は、いずれも本研究の先にある研究課題であり、本論文の瑕疵を指摘するものではない。

以上により、審査員一同、本論文の著者である安倉良二氏に「博士（学術）」を授与するにふさわしいとの結論に達したことを、ここに報告する。

以上