

# 土地利用規制による商業機能の立地制御に関する研究

—1990年代の状況変化を踏まえた実証的考察—

## 目次

論文の内容の要旨	…	i
SUMMARY	…	iv
序		
研究の目的と構成		
0-1 研究の目的と背景	…	1
0-2 論文の構成	…	3
0-3 本研究の視座と範囲	…	6
0-4 既往研究と本研究の関係	…	9
(1) 既往研究の状況		
(2) 既往研究と本研究の関係		
第一章 1990年代に生じた商業集積地の立地変化の特徴		
1-0 目的と概要	…	23
1-1 1990年代に急増した大型店の郊外立地	…	24
(1) 大規模小売店舗の急増		
(2) 大型店立地の郊外化		
1-2 大規模小売店舗法の規制緩和	…	29
1-3 大型店が引き起こした商業集積地の郊外化	…	31
(1) 商業機能の郊外化の状況		
(2) 大型店立地の影響度		
(3) 大型店による商業機能集積地区の発生		
1-4 大型店の規模分布と種類	…	39
(1) 大型店の規模分布と売場面積シェア		
(2) 特に大規模な店舗に着目する必要性		
1-5 大型店の郊外立地展開の問題点	…	44
(1) ゼロサム競争の広域的影響に関する問題		
(2) 使い捨て型土地利用の拡散(不可逆な自然的環境の過剰破壊)		
(3) 都市基盤の計画的整備との齟齬に関する問題		
(4) 公共交通ストックの持続性を減殺することの問題		
1-6 小括	…	53
第二章 大型店の立地分布と土地利用規制の関係		
2-0 目的と概要	…	55
2-1 都市計画のゾーニング制度における大型店立地規制の構成	…	55
(1) 線引き制度と大型店立地の関係		
(2) 用途地域制度と大型店立地の関係		
(3) 用途地域を補完する規制制度		
(4) 用途地域外における土地利用規制		
(5) 農地法による農地転用許可基準		
(6) 都市計画制度における大型店立地規制のまとめ		

2-2	大型店の立地制御における土地利用規制の効果	…	67
	(1)調査の方法		
	(2)都市計画の規制制度から考えられる大型店立地分布の予測		
	(3)調査結果による大型店の立地分布の状況		
2-3	線引き制度の効果	…	81
2-4	小括	…	83

### 第三章 大型店の立地制御における用途地域等の法制度的限界

3-0	目的と概要	…	87
3-1	用途地域と立地分布の関係	…	88
3-2	用途地域の法制度的限界に関する考察	…	92
	(1)用途規制の根拠		
	(2)大型店に関する用途規制拡大の可能性		
	(3)用途地域制度の限界の理由		
3-3	用途地域を補完する立地規制制度に関する考察	…	99
	(1)特別用途地区		
	(2)特定用途制限地域		
	(3)位置の決定を要する特殊建築物		
3-4	郊外型大型店に対する容積率規制の限界	…	105
3-5	用途地域よりも上位の用途規制制度の必要性	…	108
3-6	小括	…	109

### 第四章 線引き制度の運用技法における大型店立地制御の可能性と限界

4-0	目的と概要	…	113
4-1	新潟都市計画区域の事例をとりあげる意味	…	113
	(1)大型店立地目的による膨大な市街化区域編入要望		
	(2)新潟都市計画区域における大型店立地動向と都市計画の関係		
4-2	大型店を目的とした線引き見直しの経緯	…	117
4-3	線引きの決定主体がたどった思考過程の分析	…	123
	(1)商業フレームの推計方法とその性格		
	(2)新規編入地区の選定基準とその意味		
	(3)マスタープランとの関係		
4-4	商業フレーム方式の評価	…	129
4-5	線引きに関わるその他の事例	…	131
	(1)福島県伊達町の事例		
	(2)宮崎市の事例		
4-6	小括	…	135

### 第五章 欧米主要国における商業立地の規制・誘導制度

5-0	目的と概要	…	139
5-1	欧米主要国の商業立地規制の概要	…	140
5-1-1	イギリス	…	140
	(1)シーケンシャル・アプローチ		
	(2)リージョナル・ショッピングセンターの規制強化		
	(3)中心市街地に立地できない理由		
	(4)コール・イン		
	(5)駐車台数の「上限」基準		

(6) PPG6の評価と課題	...	149
5-1-2 ドイツ	...	149
(1) 都市計画における地域と建築許可基準の構成		
(2) 建築利用令第11条3項		
(3) 厳格な大型店立地規制における限界的事象		
(4) 郊外型大型店の抑制における州の役割		
5-1-3 フランス	...	153
(1) 都市計画制度における商業用途規制の構成		
(2) ラファラン法の仕組み		
(3) 1996年の規制強化		
5-1-4 アメリカ	...	157
(1) ゾーニング条例における一般的な用途規制の構成		
(2) 郊外型ショッピングセンターの普及		
(3) リテール・ゾーニング		
(4) リテール・サイズ・キャップの広まり		
(5) 近年アメリカの状況認識		
5-1-5 欧米主要国制度のまとめ	...	163
5-2 立地制御力に影響する各要素からみた各国制度の比較考察	...	166
(1) 大型店に対する国の政策の存否と内容		
(2) 土地利用規制の統率力		
(3) 広域的な行政主体の関与		
(4) 国の法令の拘束力		
(5) 規制変更手続きの開放性		
(6) まとめ(実効性確保の条件)		
5-3 わが国都市計画制度への示唆	...	176
5-4 小括	...	184

## 第六章 商業集積の立地制御に関する都市計画制度の再構築の方向

6-0 目的と概要	...	189
6-1 都市計画が商業機能の立地制御力を失った理由	...	191
(1) 商業集積地の立地拡散の背景となった社会的な変化		
(2) 都市計画制度が前提としていたことの崩壊		
6-2 商業集積地の立地管理が必要な理由	...	206
(1) 広域商業核間の競合による都市構造の混乱		
(2) 交通施設に係る効率性と持続性の確保		
6-3 都市計画のイニシアチブによることの必要性和利点	...	208
(1) 空間計画の総合性確保の見地		
(2) 事前明示性と変更における参加プロセス		
6-4 土地利用規制による商業機能の立地制御の目的	...	211
(1) 土地利用と交通施設の効率的整合		
(2) 都市構造の自家用車依存化の抑制		
(3) ストック有効活用型の土地利用管理		
6-5 制度改革の基本的考え方	...	213
(1) 立地制御の対象		
(2) 土地利用計画の主体		
(3) 規制方式		
(4) 使いやすさへの配慮		
6-6 制度提案	...	220
(1) 制度提案の前提		

(2)一般大型店の立地制御を行う制度案	
(3)巨大商業施設の立地規制を行う制度案	
6-7 研究の結語	… 226
補 集積の促進策の必要性	… 230
<b>補 論 用途別容積率による商業集積の立地誘導の可能性</b>	
補-0 目的と概要	… 231
補-1 研究における補論の位置付け	… 232
補-2 機能更新型高度利用地区の論拠	… 233
補-3 東京都心部の土地利用と交通の特性	… 235
(1)土地利用と交通の現況	
(2)近年の推移	
補-4 交通量の時間帯別状況	… 239
補-5 事務所抑制・商業系誘導措置の効果と影響	… 242
補-6 銀座地区における機能更新型高度利用地区の評価	… 245
補-7 補論のまとめ	… 250
<b>参考文献</b>	… 254



## 論文の内容の要旨

論文題目 : 土地利用規制による商業機能の立地制御に関する研究  
—1990年代の状況変化を踏まえた実証的考察—

氏 名 : 明石達生

この論文は、都市計画の土地利用規制制度に関する研究であり、郊外立地型の大型店を題材にとりあげ、都市における商業機能の立地に関し、広域的観点に立った実効性ある立地制御を行い得るために、日本の現行制度の再構築に必要な要件を提示することを目的としている。都市の巨視的な構造を扱う土地利用制御技法に関する研究である。

都市の商業機能は、1970年代頃からロードサイド型の店舗立地が進んできたが、旧大店法（大規模小売店舗における小売業の事業活動の調整に関する法律）の規制緩和が進められた1990年代以降、店舗の大型化と郊外立地化が急速に進展し、その結果、新規の商業集積地が郊外部に突如出現することが顕著になった。商業集積地は多数の都市生活者が集まる「都市の核」であるから、その位置をどこにするのかは都市計画上極めて重要な事項であるが、近年大型店の出店によって郊外部に次々と出現した新たな商業集積地の大部分は、都市計画のゾーニング上商業機能の増進を目的としていない地域に立地している。

この現象に関し、本研究は、現在の日本の都市計画制度が、都市構造形成の根幹をなす土地利用の制御能力を喪失しているという、問題認識に立っている。都市の核となる場所が、都市計画の意図とは関係なく、勝手に生成を続けているからである。

研究の方法は、次のとおりである。

- ① 統計資料と地方都市圏における実態調査から、近年の商業機能の立地状況と土地利用規制の指定状況との関連性を分析することにより、都市計画が商業機能の立地制御力を失った状況と原因を解明すること、
- ② 土地利用制御に関する法制度について、用途規制の根拠となっている法的論理を詳細に分析することにより、現行の論理の延長で法制度を改良とした場合の可能性及び限界を明らかにすること、
- ③ 大型店の立地規制に実効性を認め得る唯一の現行制度である線引き制度を対象にして、運用実例をケーススタディすることによって、実際的な局面において制度が機能するための要件を明確化すること、
- ④ 欧米主要国の制度を概観し、商業機能の立地制御の実効性に影響を与える要素を分析することにより、わが国制度の再構築において参考となる事項を考察すること、
- ⑤ 以上から得られた知見を踏まえて、制度改善の具体的な案を提示すること。

本研究は、序章及び六つの章と補論から構成される。

序章は、「研究の目的と方法」である。ここでは、研究の視座と範囲にも併せて言及した。筆者は、大型店の郊外立地展開という現象が、旧大店法の規制緩和で自由化された市場において、企業間競争を前提に消費者が支持する形で発展してきたことを念頭におき、この現象を一概に否定的にのみ捉えるべきでないとしつつも、集客力が広い範囲に及ぶことの影響から、それらの立地が無秩序に拡散すると都市の状態に看過しがたい問題を引き起こすと仮定し、それを立証しながら、制御のための適切な技法を探る必要性を述べるとした。なお、この研究で扱うのは都市構造の制御であって、中心市街地の活性化政策とは別の主題であると整理している。

第一章は、「1990年代に生じた商業集積地の立地変化の特徴」である。ここでは、統計による全体推移の概観、群馬県中・東毛地域を対象としたプレスタディを行い、大型店の郊外立地は旧大店法の規制緩和によって急進したこと、近年の大型店には中心商業地の集積に匹敵する巨大規模のものがあること、商業集積地の無秩序な郊外化は多数の中小ロードサイド店よりも少数の大規模店によって牽引されること等の知見を得た。これにより、郊外居住者の利便性や店舗の多様性を尊重しながら、都市の根幹的構造の制御を行うには、大型商業施設に絞り込んだ対応が効果的とした。

第二章は、「大型店の立地分布と土地利用規制の関係」である。ここでは、大型店立地の実態に照らして、用途地域制度が商業機能の立地制御力を喪失していること、線引き制度は歯止め効果を有することを実証した。方法は、群馬県の3市7町村からなる中・東毛地域（この圏域は、線引き適用地域と非線引き地域が併存するため、土地利用規制の効果の調査に適する）、及び、群馬県、茨城県、新潟県、静岡県 の4県の全域を対象とした調査による。

第三章は、「大型店の立地制御における用途地域等の法制度的限界」である。ここでは、郊外型大型店の立地制御に関する現行制度の限界を確認し、その限界が現行の規制を成立させている法制度上の根拠に照らして突破可能な問題なのか否かを検証した。実態データの相関分析により、大型店の立地が用途地域の各種類の目的とは無関係に行われていることを示し、近年の大型商業施設は、規制のない状況下では拡散立地化すること、8割以上が容積率200%未満であるため、容積率による立地制御が商業機能に関して無力化していることを実証するとともに、用途規制の法的根拠の考察により、建築基準法では周辺環境のニューサンスを越えた広域的弊害を用途規制の根拠とすることができないため、現行制度の延長では実効性ある立地規制が理論的に困難なことを立証した。

第四章は、「線引き制度の運用技法における大型店立地制御の可能性と限界」である。ここでは、新潟都市計画区域の線引き定期見直しプロセスを採り上げ、一定の規制の適用が予め所与であれば、大型店の誘致で互いに競合する市町村に対し広域行政庁（県）による計画的思考に基づく立地可否判断を期待できること、その場合「商業フレーム」を設定する計画技法には有効性があること等を事例検証するとともに、福島県伊達町と宮崎県宮崎市の事例比較により、空間計画に関する権限の所掌はスケールの整合性により一貫して整理すべきであり、行政組織の事務能力によって整理すべきでないことを実証した。

第五章は、「欧米主要国における商業立地の規制・誘導制度」である。ここでは、英・独・仏・米の制度について、①大型店に対する国の政策の存否と内容、②土地利用規制の統率力、③広域的な行政主体の関与、④国の法令の拘束力、⑤規制変更手続きの開放性、の5つの観点から、郊外型大型店の立地制御に効果の高い要素を比較検討した。この結果、日本の都市計画行政が十分に機能しないことの根本原因は、規制の導入を自治体自らの決断と努力で行わなければならないことにあり、この点で欧州の制度と逆転していることが大きいとしている。

第六章は、「商業集積の立地制御に関する都市計画制度の再構築の方向」である。ここでは、前章までの実証的研究を踏まえ、総括的考察と補足検討を行った上、制度提案を行った。ここでは、都市計画制度が商業集積地の立地制御力を失った理由、商業施設の立地管理が必要な理由、立地管理を都市計画のイニシアチブによって対応することの妥当性を明らかにし、大型商業施設に着目して商業機能の立地制御を行うこと目的を、①土地利用と交通施設の効率の整合、②都市構造の自家用車依存化の抑制、③ストック有効活用型の土地利用管理の3点と整理した。これらにより、制度提案を、①一般大型店に対するもの、②巨大商業施設に対するもの、の2つに区分して提示した。

なお、合理的な都市構造を形成するには、集積を予定しない地域における大型商業施設の規制だけでは不十分で、集積を図るべき地域における商業立地の促進策が必要である。これに関しては、本研究が対象領域とした土地利用規制では、一般には限界があるが、東京都心部の銀座地区において、インセンティブ・ゾーニングによって成果を上げた例がある。このため、本研究では「用途別容積率による商業集積の立地誘導の可能性」と題する補論を設け、インセンティブ手法の理論と実効性を検証した。

この研究で実証された主な知見は、次のとおりである。

- i) 大型店は、規制のない状況下では、郊外部に拡散立地化すること。
- ii) 「商業集積地の無秩序な郊外化」という現象は、多数の中小ロードサイド店ではなく、少数の大型店によって牽引されていること。
- iii) 近年の大型店には、中心商業地の集積に匹敵する巨大規模のものがあり、都市構造全体に大きな影響を及ぼすこと。
- iv) 「大規模な商業施設は高密度」という百貨店時代の前提が崩れ、超低密度大規模施設の形態が普及したことで、容積率による立地制御が商業機能に対しては無効化したこと
- v) 建築基準法の規制の根拠は、周辺環境へのニューサンスに止まり、広域的な弊害を建築物の最低基準として考慮することが困難であるとともに、特定の地区の機能を増進させる目的で、別の地域に制限を行うという計画論的な論理を含まないこと
- vi) 市町村間で利害が競合する施設のように、権限主体を基礎自治体におくと機能しない土地利用規制が存在すること
- vii) 土地利用計画の所掌に関する行政主体の権限配分は、扱う対象の空間的スケールとの整合性に準拠する必要があり、行政能力の有無を基準としてはならないこと
- viii) 日本の都市計画行政が十分に機能しないのは、規制の導入を自治体自らの決断と努力で行わなければならない、この点で欧州の制度と逆転していることが大きいこと

以上の研究成果は、本研究が対象とした商業機能の立地制御の問題だけでなく、わが国都市計画の土地利用規制に関して、共通的・一般的な問題点とその改革の方向性を示すものとなっている。こうしたことから、本研究の意義は、わが国都市計画制度の再構築のあり方において、ファンダメンタルな方向性を併せて提示したものと位置付けることができるだろう。

A research on land use planning system to control locations of regional retail functions

- A positive investigation based on the spatial change since 1990s -

Tatsuo AKASHI

## SUMMARY

This dissertation is a research on land use regulation system of city planning to control locations of regional retail functions, which especially concerns establishment of large scale retail stores in suburban areas. The aim of the research is to find necessary elements for valid and effective system to control urban structure properly against sprawling phenomenon of large scale retail facilities, which has been remarkable since 1990s in Japanese local cities.

As for the commercial function of cities, spreading of roadside location shops was already seen in 1970s, but earnest enlargement of store size and suburbanization of store location was advanced rapidly after 1990s when deregulation of former Large-Scale Retail Store Law (Law Concerning the Adjustment of Retail Business Operations in Large-Scale Retail Stores) was carried out. As a result, nowadays it is often seen in many cities that new commercial accumulation district is emerged unexpectedly in the suburbs.

Since commercial accumulation district is a “core of the city” where a lot of people gathers from all over the city, it must be one of the most important issue for city planning that to determine where it should be located in the city. However, most of the new commercial accumulations that emerged one after another in the suburbs by establishment of large scale stores are located in the areas where there are not aimed at to be commercial districts on zoning designation of city planning.

Considering this phenomenon, the author recognize that present city planning system in Japan is having lost its ability to control land use of the city, which instructs the basis of urban structure formation, because the places to be the “core of the city” continue to generate freely regardless of intention of city planning.

The method of this research is as follows:

- i) To clarify the reasons why the city planning system lost its control power to commercial uses as well as the current situation of it, according to statistics data and analysis including correlation between recent retail development locations and land use zoning designations based on the surveys in several local city regions.
- ii) To demonstrate limits and possibilities of amendment of present legal system on the extension of the same logic as present by detail analysis on the legal ground of use

regulations.

- iii) To search requirements to make the legal system workable or effective in practical situations by case studies on area division system, which is the only legal system in present that is able to recognize its workability in operational aspects on location control of large scale stores.
- iv) According to a research on the legal systems in main western countries, such as England, German, France and the US, to consider what are the significant factors that make the system workable by analyzing the elements that give influence to the workability or effectiveness on location control of retail functions.
- v) Finally, proposing a reformation plan of land use regulation system based on the acquired knowledge from the above researches.

This dissertation consists by eight chapters including an introduction and a supplement chapter.

The introduction chapter entitles “the purpose and the method of the research”. This chapter also mentions viewpoints and sphere of the research. It is true that large scale retail stores have been increased through free business competition with large amount of consumer’s support. However, serious problems are induced if their location spread out disorderly in the suburbs because they make large influence to the cities by big traffic concentrating power from distant places. This research aims at to prove the problems on the phenomenon and to investigate proper system which is able to control the sprawl of retail use effectively. In addition, the objective of this research is relevant to how to control urban structure, but city center revitalization issue is not in the sphere.

Chapter 1 entitles “The feature of location change of retail accumulation district which occurred in 1990s”. In this chapter, the author clarifies the facts that 1) the locations of large scale stores were expanded rapidly after deregulation of operation on former Large Scale Retail Store Law was carried out, 2) there emerged huge scale retail facilities recently which are as large as total floor area of existing central commercial district of the city, 3) disorderly suburbanization of retail accumulation districts is led by a small number of large scale stores rather than a large number of small sized roadside shops, and concludes that it is effective to be focused on huge scale retail facilities to control basic structure of a city, while respecting convenience of suburban residents and maintaining diversity of retail shops.

Chapter 2 entitles “Relationship between distribution of large scale store developments and designation of land use regulatory zoning”. In this chapter, the author demonstrates the fact that 1) use zone system has lost its control ability to retail facilities, 2) area division system still regulates sprawl of large scale stores, by a survey in chu-tohmoh area in Gumma prefecture, and also by an additional survey in four local prefectures.

Chapter 3 entitles “The limit of use zone as a legal system on control of large scale store locations”. In this chapter, the author proves that it is theoretically impossible for the use zone system by extension of present logic to improve its control ability as a land use arrangement tool with city-wide points of view. It is because the legal basis of use regulation of the use zone system is no more than nuisance to surroundings in district scale, or in other word, it is the legal limit of the Building Standard Law which purpose is not spatial planning but to ensure least standard of buildings.

Chapter 4 entitles “Possibilities and limits of control large scale store locations on operational techniques of area division system”. In this chapter, by investigation on periodic reviewing process of area division designation in the Niigata City Planning Area, the author verifies the hypotheses that 1) municipalities tend to compete each other by inviting large scale stores, 2) prefecture authority is expectable to judge the land use application proposed by municipalities along planning consideration under the circumstance of previously given regulation. The author also demonstrates the fact that, by comparative study between Miyazaki city and Date town which is neighboring to Fukushima city, administrative power relevant to spatial planning should be delegated to proper administrative body in accordance with its proper spatial scale, not to be given according to the operational capability of the administrative body.

Chapter 5 entitles “Regulation system on retail use location in main western countries”. In this chapter, the author investigates the legal systems on control location or establishment of large scale retail stores of England, German, France and the US, and also does comparative analysis from five aspects such as 1) national policy on large scale stores, 2) initiatives of land use planning, 3) commitment by regional wide administrative body, 4) binding power of national law, 5) openness of regulation amendment process. Consequently, the author stress that local authorities in Japan are required by law to introduce regulation by themselves if they need whereas local authorities in European countries are required only to deregulate for every development which change the existing circumstance. This difference on legal situation is the most significant element for workability of city planning administration.

Chapter 6 entitles “The direction of reforming the city planning system on control locations of retail accumulation districts”. This chapter includes further considerations based on the acquired knowledge in former chapters, and a proposal of system reforming. The author clarifies that, 1) fundamental reasons why present city planning system has lost its control ability to retail accumulations, 2) necessities of location management about retail accumulations, 3) validities of city planning initiative, and summarize that the aims of control large scale stores as three points, which is 1) efficient conjunction with land use and traffic infrastructures, 2) restraint of being automobile dependent land use formation, 3) land use management for facilitating availability of existing stocks, Finally, the author proposes a reformation plan

consists of two systems such as 1) general large scale store objective, 2) huge commercial facility objective.

In addition, for creating rational urban structure, it is required not only restriction of retail developments in unsuitable locations, but also some measures to promote accumulation in suitable districts. However, incentive measures by land use regulation system are not workable in general unless there is a strong economic potential toward effective land use. But a case in Ginza district was discovered that an actual result has been seen, where locates in central district in Tokyo. This research put an annex chapter entitled "A possibility for promotion of commercial accumulation by incentive zoning with different floor area ratio by use categories" including verification of the unique theory and effectiveness of the incentive zoning system.

The important knowledge by this research is as follows;

- i) Large scale stores tend to spread out in the suburbs under the circumstance with no regulation.
- ii) Out of center retail accumulation are led by large scale stores of small number, not by large number of small roadside shops.
- iii) There emerged huge scale commercial facilities almost as large as the amount of accumulation of existing central commercial district, which may affect all over the city.
- iv) The floor area ratio designation has no more power according to generalization of retail stores with both super low density and super large size. It means the collapse of the common recognition in former department store age of which "large scale commercial building is always high density".
- v) The legal basis of the regulation of use zone is no more than preventing nuisance to neighborhood area by Building Standard Law, which has no planning logic such as restricting land use in a district for the purpose of promoting a specific urban function in another specific district.
- vi) A regulation system which operates by municipal government would be frozen in case of interests among neighbor municipalities are compete each other.
- vii) The assignment of administrative power relating to spatial planning must be based on spatial scale accordance, and should not be rely on administrative ability.
- viii) Japanese planning system requires local authority to introduce regulation by its own decision and endeavor. It is the very reason why city planning operation in Japan is less positive than European countries, which are the exact opposite system to ours.

Consequently, according to above knowledge, the results of this research have attained to suggest the common direction of reformation on not only the issue of control location of retail function, which is objectives of the research, but also the whole system of land use regulations.

---

## 序 研究の目的と構成

---

### 0-1 研究の目的と背景

#### ① 研究の目的

本研究の目的は、都市の広域的観点における商業機能の立地に関し、主として郊外型大型店を対象に、実効性ある立地制御を行い得るよう、都市計画の土地利用規制に関する制度の再構築のあり方を研究することである。

これは、都市構造の形成というマクロな観点の土地利用制御に関する研究であり、商業集積地の立地制御論が中心的な主題となる。主に1990年代以降に生じた急速な状況変化と取り組み事例の検証・考察を通じた、実証的研究である。

#### ② 研究の背景と着眼点

都市の商業機能は、1970年代頃からロードサイド型の店舗立地が顕著になり、モータリゼーションを背景とした郊外立地化が進行してきたが、旧大店法（大規模小売店舗における小売業の事業活動の調整に関する法律）の規制緩和が進められた1990年代以降、規模の大型化を伴って、郊外立地型の大型店という形態の商業施設が急速に増加した。その結果、それまで予想もされなかったような場所に突如として商業集積地が出現するといったことが、大都市・地方を問わず、全国各地の都市で起こった。大型店の郊外立地という現象は、今や珍しいことではなく、日常的な風景と化した感があるが、これが各地で見られるようになったのはそれほど古いことではなく、1990年代以降に進展したものである。

1990年代は、検証可能な直近の過去である。この時代、日本は急速な経済発展の末に発生したバブル崩壊を経験した後、民間経済活動に対する規制緩和と、インフラ整備に対する公共投資を推し進め、それによって、都市は名実ともに日本経済の活力の源泉となり、国民生活の場の中心となった。商業施設の大型化と郊外立地化という現象は、超高層ビルの林立が大都市等の都市景観を一変させたこととともに、この過程で生じた都市の風景の大きな変化であった。しかもそれは、さながら商業機能のスプロールのような、およそ計画的とは言えない土地利用の激変である。

商業機能の大規模な集積地というのは、多数の都市生活者を集める場所であり、「都市の核」をなす場所である。従って、その場所が都市のどの位置に立地するのかということは、都市構造に大きな影響があり、都市の土地利用配置の根幹であると考えられる。ところが、その「都市の核」であるはずの商業集積地が、およそ計画的とは言えない形で、無秩序に生成を続けている。このことは、現代の日本の都市計画が、都市構造形成の根幹をなす土地利用の制御能力を失っている事実を示していることにほかならない。

本研究は、このことを都市計画制度の重大な問題と認識し、制度が都市構造形成の根幹的な制御



能力を失うに至った原因を究明し、実効性回復のための制度改革を検討することが必要であるという立場に立っている。

ところが、この問題を掘り下げて検討していくと、ことは必ずしも単純ではない。「商業機能の集積地をどこの位置にするかは都市計画が決める必要がある」とか、「大規模な商業施設の郊外立地は好ましくないから制限すべきである」といった見解は、一見単純素朴なように見えて、実は一般世論にも、また行政の現場においてすら、必ずしもそのようなコンセンサスがあるとは言えないのが実情である。これは、言い過ぎではない。

例えば、1998年に旧大店法が廃止され、これに伴い、いわゆるまちづくり三法（大規模小売店舗立地法、中心市街地活性化法、都市計画法）が制定・改正されるというエポックがあった。この時のジャーナリズムの論調や有識者の意見の大勢は、大型店対策については、従来の中小業者保護政策の立場から転換して、計画的な地域づくりや交通・環境に与える諸問題を解決するという観点で行うべきであり、特に商業施設の計画的な立地に関しては都市計画体系が積極的に役割を担うべきである、というものであった。実際、都市計画法1998年改正における特別用途地区の種類の自由化は、こうした声を受ける形で行われ、さらに2000年改正では用途地域の外を対象とした特定用途制限地域という規制制度が創設された。ところが、その後現実の都市計画においては、これらの新制度がほとんど活用されていないのが実情である。そもそも、大型店の立地問題を都市計画の課題と考へて取り組もうとしている自治体そのものが、残念ながら極めて少数でしかない<sup>(0.2.1)</sup>。「中心市街地の活性化」という政策には多くの自治体でコンセンサスが認められる一方で、中心市街地でない地域に広く土地利用規制を行う「大型店の郊外立地の抑制」という政策には、コンセンサスがあるとは到底言えないのが現実の状況である。

また、郊外立地型の大型店は、旧大店法の規制緩和により自由化が進んだ市場環境において、多数の消費者が支持したからこそ発展したのであって、これを好ましくないと考えること自体、まったくの思い込みである可能性がある。それどころか、自動車利用型の施設の立地は、中心部に立地するよりも周辺部や郊外部に立地した方が、都市計画的な観点において有利な点も少なくない。例えば、自動車の混雑は集中するから発生するのであり、集積のない地域に分散立地していた方が混雑は起こりにくい。周辺に居住者が居れば騒音等が問題となるが、居なければ迷惑にもならない。中心部では建物や駐車場を立体化する必要があるからコスト高になるが、郊外では低層建築の低コストで空間を豊かに使うことができる。さらに言えば、住宅地のスプロールでは学校の整備や維持など様々な公共サービスのコストが生じるが、幹線道路沿いにサイトだけで立地する大型店の場合、自己完結的に維持管理される限りにおいて社会的コストがほとんど生じない。雪国の国道であっても、雪かきのコストは沿道に大型店があろうがなかろうがもともと生じているのである。

一方、郊外型大型店の立地制御ということに都市計画行政が取り組んだ例は、まったく見られないということでもない。第四章でとり上げる新潟都市計画区域の線引き見直しの事例は、各市町村から提出された大量の大型店出店目的の要望に対して、都市計画決定権者の新潟県が手探りで対処していったプロセスを題材としているが、この事例は、1990年代において大型店の郊外立地圧力に都市計画行政が正面から取り組んだ唯一の実例と言っても過言ではない。大変貴重な実例であるが、これは、郊外型大型店の立地可否判断において、都市計画が一定の制御能力を発揮する場面が存在することを実証したものとなっている。

また、本研究の補論でとり上げた東京都心部の銀座地区の事例は、商業系用途を優遇する用途別容積型のインセンティブ手法によって、商業機能の集積の促進を図った例である。1990年代における都市計画制度の展開では、容積率の特例によるインセンティブ型制度の発展が目立っているが、特殊な地域の事例ではあるものの、誘導的手法においても商業機能の立地制御に都市計画制度が実効性をあげた実例が存在する。

このように、商業機能の立地制御や誘導に関して、都市計画の土地利用規制が必ずしもまったく無力というわけではなく、限定的な場面ではあるものの、確かに効果を上げた実例が存在しており、これらはわが国の都市計画に様々な示唆を与えてくれる可能性がある。

また、欧米主要国の近年の動きに目を転じると、国家政策として大型店の郊外立地を抑制しようとする動きが見られる。例えば、イギリスでは、サステナブル・デベロップメントが上位の優先的政策となったことを受けて、都市計画においても1993年以降PPG6改定により政策転換を行い、大型店の郊外立地の抑制を国を挙げて推進している。ドイツでは、広域的な空間秩序を維持する立場から、1970年代から国の建築利用令によって、市町村を拘束する形で大型店の郊外立地を抑制している。このように、必ずしも中小業者保護の競争調整的な立場からではなく、空間計画の政策に立脚した形で郊外型大型店の抑制に取り組んでいる先進諸国の例もある。もとより諸外国の制度はわが国とは成り立ちや社会的状況が異なるので直ちに参考にはし難い面もあるが、郊外型大型店を立地制御することの根拠にいまひとつ決め手を欠くわが国の状況を、打開するための糸口が見出されるかもしれない。

本研究の着眼点は、このような背景を踏まえて、郊外型大型店の無秩序な立地展開に歯止めをかけ、都市構造形成に重大な影響のある商業集積地の位置を計画的に制御することに関し、わが国の都市計画行政において機能しうる実効性のある手法を見出すとともに、必ずしも国民的コンセンサスが高いとは言えないこの問題に関して、政策的な根拠を見出すことを試みようとするものである。

なお、ここで言う「無秩序な立地展開」とは、地理的な位置や周辺の土地利用状況からみて一般的には予期されざる場所に、個別散発的に出現する状況をいう。

## 0-2 論文の構成

本研究は、都市の広域的観点における商業機能の立地に関し、郊外立地型の大型店を題材として、これらの実効性ある立地制御を行い得るよう、都市計画の土地利用規制に関する制度の再構築のあり方を研究することが目的である。

研究の方法と手順は、次のとおりとする。

- ① 近年の都市における商業機能立地の変化、とくに地方都市周辺における大型店の郊外展開という現象に関し、実態を調査するとともに、都市計画の土地利用規制との関連を分析することにより、都市計画が商業機能の立地制御力を失った理由を明らかにすること、
- ② 都市計画に関する法制度に関し、用途を規制する根拠となっている法的論理を詳細に分析することによって、現行法制度を改善するとした場合の可能性と限界を明らかにすること、
- ③ 現行法制度の中で規制の実効性が認められる線引き制度に関し、郊外型大型店の立地制御に取り組まれた実例をケーススタディすることによって、運用実態の側から制度上の問題点をさらに

明確化すること

- ④ 欧米主要国における商業用途の立地規制制度を概観することにより、国家政策と制度構成の両面から、わが国制度の再構築において参考となる事項を考察すること
- ⑤ 最後に、これらによって得られた知見を踏まえ、制度改善の提案を行うこと

本論文は、序章のほか、六つの章と補論により構成する。

第一章は、「1990年代に生じた商業集積地の変化の特徴」とする。

この章では、統計資料に基づき、近年わが国の商業施設に生じた大きな変化を概括し、都市の土地利用計画との関係において重要となる「大型店の増加と立地の郊外化」という現象が、1990年代において急激に進展したものであることを明らかにする。また、地方都市の圏域を対象とした実態調査に基づき、この時期に生じた都市の商業集積地の郊外化は、数の上では少数の大規模店舗によって牽引されたものであることを示す。これによって、特に、適正な都市構造と土地利用配置の観点から都市計画が問題とすべき対象について、多数の小さなロードサイドショップというよりは、少数の大規模店舗の立地が重要であることを明確にする。

また、大型店の郊外立地展開という現象に関し、一体何を問題とすべきかを整理する。ここにおいて、郊外型大型店は、市場における企業の競争環境の中で多数消費者の支持を受けて発展したものであるが、都市計画の観点から看過しがたい問題があることを指摘し、計画的な立地制御が必要なことを明らかにする。

第二章は、「大型店の立地分布と土地利用規制の関係」とする。

この章では、大規模小売店舗の立地と、都市計画のゾーニング制度による土地利用規制との関係について、制度構成の面と、実態調査の面との両方から、現状を明らかにする。

実態調査においては、先ず、群馬県の3市7町村からなる中・東毛地域（この圏域は線引き適用地域と非線引き地域が併存するという特徴を持つ）を対象として、即地的な状況把握を行うとともに、さらに、群馬県、茨城県、新潟県、静岡県の4県を対象として行うことにより、数量的な状況把握を行うこととする。

また、以上の結果を踏まえて、線引き制度が大型店立地の拡散化に一定の歯止め機能を果たしていることを実証する。

第三章は、「大型店の立地制御における用途地域の法制度的限界」とする。

この章では、用途地域制度をとりあげて検討する。内容は、大型店立地による商業集積地の変化という事象を例にして、都市の重要機能の配置を広域的観点から制御することについて、用途地域制度が持つ制度上の限界についての考察である。

先ず、実態認識をさらに明瞭にするため、第二章で得られた実態データを相関分析することにより、用途地域指定が大型店の立地制御に関して事実上無力に等しいこと、土地利用規制による制約がない状況下では、大型店の立地は拡散化を続けることを実証する。

次に、法制度に関して考察することにより、現行法制度には構造的な限界があること、すなわち、小売店舗に係る規模制限を例にして、都市計画法が示す目的の達成に関して、最低基準性を根拠に構成される建築基準法の規制を手段とすることによっては、必ずしも確保され得ない事項が存在するという、法制度的限界があることを立証する。

さらに、用途地域制度の一部を構成している容積率規制に関する大型店立地制御の限界や、特別用途地区、特定用途制限地域といった、用途地域制度を補完するゾーニング制度の持つ限界についても、あわせて言及する。

第四章は、「線引き制度の運用技法における大型店立地制御の可能性と限界」とする。

この章では、線引き制度をとりあげて検討する。内容は、市街化区域と市街化調整区域のフリンジという地域において生ずる場面において、郊外型大型店の立地制御に関して都市計画制度が持つひとつの可能性についての実証的考察である。

この章では、1997年6月から1998年4月にかけて行われた、新潟都市計画区域の線引き変更プロセスを事例にとりあげる。このプロセスにおいて都市計画決定権者が行った検討・判断及び調整の思考過程を分析することで、線引き制度が大型店の郊外展開に対して有効に機能する場面における、新しい運用技法を考察するとともに、線引き制度の運用による大型店対策の可能性と限界を明らかにする。

また、併せて福島県の県北都市計画区域と宮崎県の宮崎広域都市計画区域の市街化調整区域における二つの対照的な事例をとりあげ、ほぼ同時期に持ち上がった同様の巨大ショッピングセンターの開発計画に対する処理の違いから、開発許可権限の分権化による線引き制度のほころびを指摘し、大型店対策が広域的事象であり、空間的広がりや都市計画の権限のマッチングの必要性に言及する。

第五章は、「欧米諸国における商業立地の規制・誘導制度」とする。

この章では、英・独・仏・米の都市計画における商業施設立地の規制・誘導制度と近年の動向を概観し、商業施設立地に対する各国の政策・制度の違い、規制方法の特徴とその効力や評価を概括する。また、店舗の大型化と郊外展開という共通の現象に対して、立地制御力に深く影響すると考えられる要素として、大型店に対する国の政策の存否と内容、土地利用規制の統率力、広域的な行政主体の関与、国の法令の拘束力、等の各観点を掲げ、各国における郊外型大型店の普及の実情と比較しながら、立地制御の実効性にとって何が必要であるのかを考察する。

第六章は、「商業集積の立地制御に関する都市計画制度の再構築の方向」とする。

この章では、本研究の到達点を将来の制度改革の議論に役立てるため、前章までの実証的研究に基づく考察を踏まえ、都市構造形成に強い影響力がある「商業集積の立地制御」に関する制度提案を行うとともに、都市計画における土地利用制度の再構築のあり方を探る。

また、補論として、「用途別容積率による商業集積の立地誘導の可能性」を付記することとする。

ここでは、商業立地の規制ではなく、誘導手法に関し、容積率制度をとりあげての実証的研究を行う。その理由は、適正な都市構造の形成には、不適切な土地利用形成を抑制する手法と、特定の場所に必要な機能を集積させる誘導手法の、両者が必要であり、後者の検討がないと、車の両輪の一方を欠くことになると考えたためである。ここでの検討内容は、商業機能の立地誘導に関して、1990年代末期に東京都心部の銀座地区に適用された機能更新型高度利用地区という事例をケースに、商業機能の集積促進における誘導型ゾーニングの実効性と可能性を実証的に考察するものである。

郊外型大型店の立地規制の問題は、本論では地方都市の圏域を中心に論じてきたが、地方都市の場合には、特定地区への商業機能の誘導は、事業的手法によらざるを得ないであろう。しかしながら、土地利用制度においても、この研究により、大都市の特殊な地区ではあるものの、容積率という土地利用制度の運用によって商業機能集積の誘導を行い得る場合が存在することを示される。ま

た、ここで用いた事務所用途と商業系用途を区別した用途別容積率型誘導ゾーニングは、交通問題の緩和と土地の有効利用促進という2つの異なる目的に対し、これらを両立させ得る都市計画の手段となる。このことを、理論と実証の両面から明らかにすることを含め、商業集積の立地誘導に関する土地利用制度の新たな可能性を示した研究成果であることから、あえて本書の補論としたものである。

### 0-3 本研究の視座と範囲

本研究では、大型店の郊外立地展開が中心になる。この主題は、様々な社会問題と密接・複雑に関連しているため、筆者が何を問題とし、どういう前提で論を進めようとしているかを明確にしておかないと、読者に誤解を与えるおそれがある。そこで、本研究の立脚点を正確に理解いただくために、研究の視座と範囲について若干解説しておきたい。

#### ① 中心市街地活性化を主題とするものではない

大型店の郊外立地問題と言うと、中心市街地の活性化が目的と短絡される傾向があるが、両者はそれぞれ別の問題である。本研究は、中心市街地活性化を主題とはしていない。

本研究は、「都市構造の計画的な制御」ということに関連する研究であり、その題材として、大型店の実効性ある立地制御を考察するものである。これは、後に実証するように、近年における大型店の郊外立地展開が、「商業集積地の立地拡散」という現象を牽引していることによる。商業集積地は、不特定多数の人々が広域から集まる「都市の核」としての機能を持つ場所であり、都市全体に大きな影響を及ぼす土地利用である。このため、商業集積地の地理的配置というものが、マクロな都市構造を決定する重要な要素であるという認識に基づいて、近年急速に進展した大型店の郊外立地をとりあげるものである。

大型店の郊外立地を抑制すれば、既存店舗の集積する中心市街地の売上減少を押し止める効果が発生するかもしれない。しかし、それは副次的な効果であって、土地利用制御の目的ではない。少なくとも既存店舗の保護や振興については、本研究の関心事ではない。

従って、本研究は、中心市街地活性化という課題に対しては、研究の対象範囲に含めず、あくまで中立的な立場で論を進めることとする。

#### ② 都市計画行政が機能しない要因は法令制度にあると仮定する

わが国各都市の都市計画の現実を見ると、総じて郊外型大型店の立地制御に成功していない。商業機能の拡散化は、なすがままに進んでいるように見える。しかも、法制度的には規制手段が用意されており、世論的関心がそれなりに存在するにもかかわらず、都市計画の現場において、取り組み自体がほとんど行われぬ。これには、何か構造的欠陥があるのではないか。

都市計画行政の現場が、都市に起こるこのような大きな構造的変化に関心を持たず、制御しようとする意欲をも失っていることは、中立的に考えても健全な状態ではない。このような状態に陥っていることは、都市計画を行う目的のうち重要な部分が失われていることを暗示している。

諸外国をみれば、大型店の郊外立地問題は先進主要国に共通の課題であるが、後に明らかにする

ように、WTO 協定を留保して今もわが国の旧大店法に類似した中小店舗保護政策を継続しているフランスを除き、イギリス、ドイツでは、都市計画行政が大型店問題に正面から取り組んでいる。郊外型大型店が普及している米国でさえ、その判断は都市計画行政のイニシアチブにおいて行われている。日本の都市計画行政だけが、大部分無関心に近い状態であることの原因は、行政制度の枠組みに構造的な欠陥があるためと推察するのが相当であろう。

かつて、旧大店法による商業調整が実効力を有していた 1980 年代には、大型店が郊外に拡散立地する現象は顕在化していない。旧大店法が機能したのは、現場の商業行政に確かな動機があったからであろう。しかし、競争抑制的な需給調整政策は、今日 WTO ルールにおいて否定されており<sup>(0.4.1)</sup>。旧大店法もこうした国際的ルールに則って廃止された。そして、これに替わって、空間秩序の適正な形成を託された都市計画行政は、まったくと言っていいほど機能していない。これは、現場の都市計画行政に確かな動機が与えられていないためであろう。

現場の行政は、それぞれ権限と責任を有しているが、それらの権限と責任は法令によって創設されたものであり、各部署の行動と非行動の判断は、法令によって決められた役割分担を前提に行われる。従って、行政現場が機能するかどうかは、法令制度が要求する権限と責任の枠組みによるところが大きい。近年の都市計画に係る法令制度は、地方分権思想を尊重して、すべてを自治体の主体的選択に委ね、自治体に義務を課したり、法令で一律的な制限を行うことを避けてきた。この結果、規制の導入といった厳しい対応についても、自治体の主体的判断に委ねてしまっている。このことが、都市計画行政の現場における取り組みがなされないことの、主たる原因なのではないだろうか。

このような考え方により、本研究では、現場の都市計画行政が機能していないのは、原因が法令制度にあると仮定し、原因の究明を行い、是正のための知見を得ようとするものである。

### ③ 自動車社会がもたらす弊害に着目する

大型店の郊外立地という現象は、市場原理に基づいて生じたものである。市場原理とは、企業間の自由な競争を前提として、意欲を持った企業が事業を行い、消費者の多数の支持を受けるかどうかによって成否が決まるというものである。近年における郊外型大型店の急速な発展は、旧大店法の規制緩和による競争環境の自由化の結果であり、結局のところ、消費者の多くが支持したからこそ発展したものにはほかならない。筆者は、市場原理を否定する立場には立っておらず、むしろ、企業活動がもたらす予想不可能な創意工夫や多様な発展を計画と称する公的規制が阻害してしまう問題を重視し、これを可能な限り回避すべきであるという考えである。

しかし、市場活動は行き過ぎを生ずることがあり、その弊害が顕著になると予想される場合には、公共政策が何らかの歯止めや是正措置で応答し、行き過ぎを緩和することが必要である。郊外立地型の店舗というのは、アクセシビリティにおいて自家用車への依存度が高い店舗形態である。こうしたものが増加・大型化し、都市の商業機能における占有率が高まり、かつ、立地が拡散化すると、都市全体の形態が過度な自家用車依存型に変貌していくという弊害が生ずると考えられる。

自家用車依存型都市構造の弊害には、様々な側面がある。例えば、自家用車を自らは日常的に利用しないという人々は都市に少なからず存在しているが、これらの都市生活者にとって、諸機能の立地が拡散化すると、都市の多様なサービスを享受しにくくなるという不自由が発生する。これは、

都市生活者間の機会均等性の問題とも言える。また、公共交通機関は、行き先の利便性が低下すると、利用者が益々減って、ついには廃業に追い込まれる。これは、過去の公共投資で造られたストックの持続可能性に関連する問題とも言える。こうした問題は、各々将来の都市のあり方にも関連する課題である。

後に実証するように、公的介入による歯止めがなければ、モータリゼーションの進展した環境下では、都市の諸機能は拡散立地化する傾向がある。本研究は、こうした都市構造の変貌がもたらす弊害に着目し、その是正に向けた都市計画制度の再構築を考察するものである。

#### ④ 集積促進策の取扱い

商業集積地の立地制御を目的とすれば、立地が好ましくない地域における規制措置だけでは十分ではない。本来、集積されるべき地域における立地促進策を併せて講じることが、真に目的にかなった土地利用誘導であろう。

しかしながら、本研究は土地利用の規制制度を研究対象とするものである。一般に、規制という手段が有効なのは、活発な開発圧力の存在する場合に限られる。規制制度には、インセンティブ・ゾーニングといった規制緩和による誘導手法もあるが、地方都市の現状を考えると、こうした手法が効果を上げるとは考えにくい。むしろ必要なのは、事業的手段であろう。本研究では事業的手段を検討の対象としていないが、郊外部の規制と中心部の事業的手段をセットで講じることが、十分理にかなっている。中心部における公共投資や公的事業が存在すれば、その効果を保証することが、郊外部を規制することのひとつの根拠となるだろう。特に、集積を図るべき地域の土地所有者に何らかの義務的措置を課すことは、郊外部が規制されることで労せずして地価が上がるなどの副次的問題を、緩和する可能性もある。

以上のことから、集積促進策については、本研究の対象範囲である規制的手法によってのみ行うことは、一般的に現実味に乏しいため、含めないこととする。しかし、特殊な地域であるが、大きな経済的ポテンシャルを有する東京都心部において、規制的手法による集積誘導を、実際に行った例がある。このため、本研究では、この事例に関する研究を、補論として採り上げ、「誘導型の集積促進手法」を検討に触れることで、抑制型の規制手法一辺倒の研究内容を補完することとしたい。

## 0-4 既往研究と本研究の関係

ここで、本研究に関連する事柄を扱った既往研究を概括するとともに、本研究の位置付けについて述べる。ただし、各章で取り扱う個別的課題に関連する既往研究に関しては、その章において適宜紹介する。

### (1) 既往研究の状況

#### ① 用途地域制の効果に関する研究

最初に、本論文が論じようとする主題ともっとも近いと考えられる分野の研究成果をみてみよう。本論文においては、都市計画の土地利用規制、特にゾーニング制度と、これによる商業機能の立地制御・誘導を題材にしながら、規制制度の実効性を検証している。このことに関連する既往研究では、用途地域の指定が実際の土地利用の変化や遷移にどのように作用しているか、あるいは、用途地域の本来想定する土地利用の姿が実際の土地利用変化において達せられているのかどうか、ということ調査・分析した研究がある。こうした研究対象の設定は、本論文における第三章の実証的検討に比較的近い関係にある。主要な論文を辿ると、枝村俊郎ら(1983)、横屋克昌ら(1984)、中井検裕(1989)、中井検裕ら(1990)、吉川徹ら(1990)、佐藤誠治(1990)、日端康雄ら(1991)、川上洋司ら(1994)の研究があり、1990年前後の時期に少なからぬ研究者が検討を試みている。

枝村俊郎ら(1983)<sup>[1.1]</sup>は、神戸市における1971年から1981年の時期を対象に、固定資産台帳データから建築用途別床面積を用途地域指定区分による873ゾーンについて集計し、住居施設、商業施設、工業施設の3用途に関する床面積の変化量と用途地域との関係を分析した。その結果、各施設床面積の変化量は、用途地域以外の要因による影響も受けるが、用途地域指定が重要な役割を果たしているのは明らかであるとしている。横屋克昌ら(1984)<sup>[1.2]</sup>は、福岡市における1971年と1975年の建築確認申請計画書をもとに、用途地域が4種類から8種類に拡大したことを受けて、新築建築物の建物用途、建ぺい率、容積率等に関して、数量化Ⅱ類及びⅠ類による用途地域の寄与率等を分析した。その結果、用途規制の面では住居系建築物に対して8種類への移行の影響がみられること等を示している。

中井検裕(1989)<sup>[1.3]</sup>は、非工業系の各用途地域における産業的土地利用について、東京23区の1981年から1986年の時期を対象とした変動を調査するとともに、作業場面積500㎡以上の事業所を対象にアンケートを行い、過去における用途地域制の影響や現在における用途地域制による制約の有無等を調査した。その結果、一種住専および商業系用途地域で産業的土地利用の大きい減少が観察され、理由として、一種住専では規制が直接効果と地域の持つ環境の両者が作用しており、商業系用途地域では高い上限容積率が間接的に効果を及ぼす結果と考察している。さらに中井検裕ら(1990)<sup>[1.4]</sup>は、東京23区の1981年から1986年の時期を対象に、工業系の従業者密度変化と床密度変化の関係をパターン化して、25mポイントデータを作成して用途地域・容積率指定との関係を分析した。この結果、住居系用途地域では従業者数変化にかかわらず床変化が安定、商業地域では従業者数によらず工業床が減少、工業・工専では従業者変化にかかわらず床が増加等の傾向を指摘している。



以上の一連の研究は、大きくは用途地域制に関する用途純化の効果を検証する観点で行われたものとなっている。

続いて、各用途地域の趣旨との関係において、制度が本来意図している方向に土地利用の変化が進んでいるのかどうかを問題とする研究が現れた。吉川徹ら(1990)<sup>1.5)</sup>は、国土地理院の10mポイントサンプリングデータを利用して、川崎市における1974年から1984年の時期を対象に、土地利用の遷移とそれによる用途地域指定の趣旨への適・不適との関連を分析した。この結果、住居系・商業系用途地域では不適な土地利用が減少する傾向にあるが、一方、工業地域では工業用地の転用によって用途地域の趣旨との食い違いが生じていると指摘している。佐藤誠治(1990)<sup>1.6)</sup>は、大分市における1980年と1989年の時期を対象に、土地利用を調査しメッシュデータ化して、土地利用変化を類型化した上で指定用途地域との関係を分析した。この結果、準工や近商で混合化が進行し、一方、商業地域や第一種住専では純化が進んでいると指摘している。また、日端康雄ら(1991)<sup>1.7)</sup>は、東京の都心周辺住宅地を対象として、業務・商業用途による用途混合化が進行する状況を1990年頃実施した表札調査により明らかにし、用途地域の規制が余り効いていない実態を示した上で、用途別容積制の適用の可能性を検討している。

さらに、地方都市における都市構造の変化を念頭において、用途地域制の効果を検証しようとする研究が見られる。川上洋司ら(1994)<sup>1.8)</sup>は、福井市における1981年と1991年の都市計画基礎調査における土地利用現況調査を用い、福井市の市街化区域を110のゾーンに分けて、土地利用構成と用途地域との関係を分析した。この研究は、モータリゼーションの進展、物販・サービス業態等の変化、道路等の整備・拡大等の条件変化を背景に地方都市の都市構造・土地利用形態が変わりつつあることに、用途地域制がどのように機能し、影響を及ぼしてきたのかを研究課題に設定しており、本研究と類似のテーマを扱った先駆的研究とすることができよう。ただし、研究結果における指摘は、土地利用の変化について対象を絞らずに網羅的に観察しようとしたことや、観測した時期が旧大店法規制緩和以前の1980年代であったため、商業機能の変化と用途地域に関する分析の記述内容は、商業・業務系の用途が準工業地域、近隣商業地域、住居地域で構成比を高めたことの指摘や、「都市的土地利用率が10%以上増加かつ用途適合率が5%以上低下のゾーン(用途地域)が存在する地区(基礎調査ゾーン)」を抽出したところ、これらのゾーンが郊外において比較的近年整備された国道バイパスや環状系道路の沿線地区、あるいは郊外大型SC周辺地区といった共通性がみられるといったことの指摘に止まっている<sup>(0.5.1)</sup>。

以上の各論文は、いずれも用途地域が本来意図している方向と実際の土地利用変化の関係、すなわち、土地利用の変化に対して用途地域制が有効に機能しているのかどうかを実証的に論じようとしている点において、本論文の主題に近い関係にある先駆的な研究である。しかしながら、これらの研究は、いずれも観測結果の分析に止まっており、現行用途地域制度が機能していない事象を指摘するところまでの実証が試みられているものの、本論文が第三章で論じているような、制度自体に内在する根元的問題ないしは限界を明らかにするには至っていない。

ところで、用途地域の指定区域の外における店舗立地については、ロードサイドショップの関連研究として後に述べる浅野純一郎・瀬口哲夫(1995)による未線引き用途無指定地域を対象とした小売店の出店傾向の研究があるが、そのほかには意外に少なく、土地利用計画関連の研究では、沿道の開発が無秩序に進む実態を問題指摘したに止まるもの<sup>1.9)</sup>がほとんどである。

## ② 商業機能の立地に関する一般的研究

さて、本論文は、都市計画による商業機能の立地制御・誘導を題材にとりあげて論じている。このことに関連して、商業機能の立地や近年における立地形態の変化に関する研究・著作をみると、これらは非常に数多く、分野も多岐に渡っている。

まず、商業施設の出店者側が、実務的に考える立地判断の分野がある。山下勇吉(1994)<sup>[2.1]</sup>が著した「商業立地の知識」は、主として出店者の視点から持つべき知識を平易かつ総合的にまとめている点で優れた著作である。この中では、立地の適否や商圈把握の要領、都市の特性や人口移動、生活スタイルや道路特性からみた商業立地戦略の立て方、ショッピングセンターや商店街、大型専門店等の分類とそれらの競合・棲み分けの考え方、商圈設定の方法や商圈戦略の分類、物件の判断や投資収益性の検討方法など、ひとつおりの知識が平易に解説されている。また、出店戦略の方法論や傾向、出店者側に対する出店計画の立て方等に関する著作<sup>[2.2]</sup>は、数多く出版されている。

商業立地や商圈に関する基礎理論といえば、古典的には「ライリーの小売引力の法則」(W. J. Reilly, 1937)があり、これを定式化した「ハフモデル」(D. J. Huff, 1966)が有名である。ハフモデルを応用した計算は、わが国の中小企業事業団における融資判定の際など、現在でも実用的に利用されている。また、商業の最適立地点を解く理論的問題としては、古典的にはホテルリングモデルが引用され、都市地理学、都市解析学、都市経済学等の分野で発展的研究がされているが、本論文の主題とはアプローチが異なり、直接的な関わりはない。

また、貞広幸雄は、店舗立地や商業地に関連する一連の研究において、都市人口分布と店舗分布の比例関係についての考察(1992)<sup>[2.3]</sup>、鉄道駅が商業施設分布に与える影響の統計的分析手法の提示(1994)<sup>[2.4]</sup>、商業集積の形態と規模に関する分析(1994)<sup>[2.5]</sup>など、商業の立地や形態に関する理論的考察や分析手法の開発を行っている。これらは近年における優れた知見の蓄積であるが、本論文の主題とは直接関わりはない。

商業系の土地利用動向や都市構造の変化を扱った研究も数多い。これらは地域特性の違いから、大都市の中心部を対象としたものと、地方都市や郊外地域を対象としたものに分けられる。例えば、坂本一郎ら(1991)<sup>[2.6]</sup>、同(1992)<sup>[2.7]</sup>は、東京区部の商業集積地について、ポイントサンプリングデータを用いて、分布や形態、集積規模の変化に関する傾向や要因の分析を試みている。孫相洛ら(1995)<sup>[2.8]</sup>は、茨城県全域を対象とした1970年～91年の時期におけるデータから、地方圏域における小売施設の量的分布の変化を広域的観点で調査し、小売施設集積量の立地性向要因を分析している。

## ③ ロードサイド型商業地に関する研究

地方都市や郊外地域において、商業系土地利用に関する近年の顕著な変動とえば、ロードサイド型商業地の形成が挙げられる。これを扱った研究や著作も数多いが、比較的最近、特に1990年代に入って以降に活発に行われている。

角谷弘喜ら(1993)<sup>[3.1]</sup>は、商業施設立地の沿道化・遠隔化の過程や現象を明らかにするため、広島県西南部の5市7町における4国道及び主要道路を対象に、沿道に立地する様々な商業施設(消費者への物品供給やサービスを目的とする商業・業務施設)7,747件を調査し、道路延長に対する商業

施設による沿道化率の変化、沿線における都心からの距離別立地状況の年代別・業態別変化等にまとめた。この結果、商業施設の沿道立地は、従来、ガソリンスタンド、自動車関連施設などに限られていたものが、1975年頃から沿道立地が進み、1985年以降それまで都心型だった業種までが沿道化しはじめ、より遠隔化・大型化してきたこと等を示すとともに、将来このような現象が進行して、車利用層以外が施設を利用しにくくなれば大きな問題であると指摘している。

浅野純一郎と瀬口哲夫は、地方都市のロードサイド商業地に関して、継続的に研究成果を発表している。例えば、瀬口哲夫、浅野純一郎(1992)<sup>[3.2]</sup>は、ロードサイドショップの集積地について、愛知県内19都市の商工会議所又は商工会に対するアンケートから、道路幅員及び用途地域に関する傾向をまとめるとともに、国道沿道1箇所をケーススタディした。この論文は、商業系用途地域よりも住居系、工業系用途地域の割合が高いことをとりあげ、ロードサイドショップ集積地の立地が用途地域の趣旨と乖離していることをデータに基づき言及している点において先駆的である。また、浅野純一郎・瀬口哲夫(1995)<sup>[3.3]</sup>は、長野県の未線引き用途無指定地域を対象に小売店の出店傾向を調査し、店舗の規模や出店時期、都市のDID人口、間口長さや業種構成等に関する傾向を述べている。浅野純一郎・瀬口哲夫(1996)<sup>[3.4]</sup>では、長野市のロードサイド商業地区2箇所の周辺住民にアンケートを行い、問題と意識される事項を考察している。浅野純一郎(2001)<sup>[3.5]</sup>では、長野県内における道路基盤状況の異なる4地区を対象に、郊外商業施設の敷地利用の類型化と道路基盤条件の影響を検討している。

川野訓志ら(1999)<sup>[3.6]</sup>が著した「ロードサイド商業新世紀」は、郊外幹線道路沿いに立地する小売業、飲食店、サービス業といった業態の形成・発展過程や現況・今後の方向について、平易に解説した著作である。この中において坂本秀夫は、ロードサイドショップの業態論を展開している。また、1997年に行われた横浜市保土ヶ谷区から相模原市までの国道16号沿線の来店者調査と経営者調査の結果に基づく実態分析が含まれている。

ロードサイドの商業地に関しては、これらのほかにも様々な角度から研究が行われている。例えば、山岸純一、久保田尚(1999)<sup>[3.7]</sup>、同(2003)<sup>[3.8]</sup>は、首都圏近郊の沿道型商業施設を対象に企業に対する調査を行い、企業の意志決定に着目して沿道商業立地の制御手法を考える研究を行っている。この結果、沿道型商業施設の立地移動が生ずるメカニズムを立地条件変化から実証するとともに、店舗の立地選択は敷地面積、接道距離および視覚性の3条件によってコントロールされうるとしている。また、車両の通過速度が平均値で38km/hが店舗立地に適当とし、集積抑制には分離帯設置が有効とした。この研究は、都市計画の規制手法ではなく、道路等の物理的な設計論から立地制御手法を考えようとするアプローチがユニークで興味深い。

このほかの研究としては、小柳武和ら(1992)<sup>[3.9]</sup>によるバイパス・旧道の沿道の土地利用と空間的特徴の類型化を水戸市周辺の事例に基づき試みた研究、佐々田弘之ら(1993)<sup>[3.10]</sup>による豊中市と京都市の1983年～1992年の事例で商業施設の郊外沿道立地による地価形成上の影響を分析し、商業施設の立地により地価の急激な上昇と下落が生じたことを指摘した研究、中道弘之ら(1995)<sup>[3.11]</sup>による新潟県の国道沿道を対象に、後背地住民の意識調査結果から地区計画の適用と規制項目追加等を提言した研究が挙げられる。

#### ④ 大型店の立地や影響に関する研究

ロードサイド型の商業地は1980年代頃から発達してきたが、個々の店舗規模は必ずしも大型のものではなかった。この頃までの大型店に関連する研究は、例えば、長谷川文雄(1982)<sup>[4.1]</sup>によるアンケート調査に基づきスーパーの認識度を分析したもの、近藤光男ら(1989)<sup>[4.2]</sup>による徳島広域都市圏において立地特性の違う大規模商業施設の買物回数等を比較したもの、浅田宏幸ら(1991)<sup>[4.3]</sup>による豊川市中心部の再開発事業で進出した大型店の利用者特性と周辺小売店への購買連鎖行動を分析したものがあ

る。遠藤孝夫ら(1993)<sup>[4.4]</sup>は、甲府盆地における買物行動の調査結果(山梨県商圈実態調査)から、広域的にみて大型店の誘致が都市商圈の拡大に大きな効果があることを示した。さらに山梨県韮崎市を対象に、比較的狭い範囲で大型店立地が既存商店街に与える影響について、事業所数の変化を大型店からの距離別に分析した。この研究は、研究方法は注目に値するが、調査対象時期が1978年～1989年と旧大店法の規制が強い時期であり、調査対象の大型店が既存商店街の近傍立地であったために、結果は既存商店街へのプラスの影響が見出されている。

大型商業施設の郊外立地は1980年代末頃から顕著になり、これらを対象とした研究が見られるようになった。室町泰徳ら(1990)<sup>[4.5]</sup>は、首都圏郊外の野田市にオープンした大規模SCを対象に、周辺地域に居住する主婦等に対するアンケートを行い、これを用いて買物トリップシェアを目的変数とする非集計モデルを構築し、シミュレーション分析を行った。その結果、大規模SC立地が当該都市の商圈拡大に大きな効果があることを確認している。

大型店の郊外立地展開が都市構造に大きな影響を与えるのではないかという懸念は、大店法の規制緩和が始まった1990年頃から現れている。例えば、石原舜介(1990)<sup>[4.6]</sup>は、「大型店が集中豪雨的に郊外部に立地すると、中心商店街は大変な打撃を受け、時には廃墟に近い状況になるのではないかという危機感を商業者は持っている」と述べている。研究論文では、室町泰徳ら(1994)<sup>[4.7]</sup>が、「大容量駐車場を備えた大規模小売店舗が都心商業地域に立地するか郊外ロードサイドに立地するかの選択は、都市計画事業の実施効果に少なからぬ影響を与える。従って、都市計画の視点から大規模小売店舗の立地と競争を適正化する枠組みを検討することが重要である」と指摘した上で、商業統計メッシュデータと大型小売店舗総覧データを用いて、44都市を比較検討し、都市内部における都心商業地域の衰退状況や大規模小売店舗の立地状況を、1979年～88年の時期を対象に経年的に分析した。また、大規模小売店舗の立地場所選択を目的変数としたモデルを推定し、大規模小売店舗の立地場所選択に関する要因抽出を試み、大規模小売店舗の立地動向が都心における道路整備水準や地価、従業者数増加の影響を受け、かつその影響は業態により異なることを示している。

このほか、建築・都市分野における大型店立地の影響に関する研究としては、本多彩子ら(1995)<sup>[4.8]</sup>によるショッピングセンター周辺における地域施設の立地効果に着目した研究、佐谷宣昭ら(2000)<sup>[4.9]</sup>によるショッピングセンター内における出店業種の組み合わせの分析などが見られる。また、駐車場に関する研究も見られ、例えば、高山純一ら(1993)<sup>[4.10]</sup>は、金沢市郊外の大規模店における駐車場利用を調査し、ハフモデルを用いて大規模商業施設の駐車場の適正規模を決定する方法を検討している。

大型店をめぐる政策については、1998年に旧大店法廃止・大規模小売店舗立地法制定などの法律改正があり、この前後の時期に各方面で多くの論議がなされたが、この時期における都市計画関連

の研究論文は少ない。木下瑞夫ら(1999)<sup>[4.11]</sup>は、地方都市の都心活性化に関して、商業政策と都市整備・交通政策の変遷を戦後から各年代ごとに整理・評価し、1980年代における都心への大規模店舗の参入抑制の継続と、駐車施設等の整備の遅れが、都心衰退の要因であるとしている。明石達生(2001)<sup>[4.12]</sup>は、1997年に行われた新潟都市計画区域の線引き見直し過程をトレースし、大型店目的による市街化区域編入の可否判断にあたり都市計画決定権者の思考過程を考察した。この研究は、本論文の第四章の基調となっている。同じく明石達生(2003)<sup>[4.13]</sup>は、旧大店法の規制緩和が本格化した1992年から同法が廃止された2000年までにおいて地方都市の圏域に出店した大型店の立地と土地利用規制区分との関係を調査し、用途地域制度が大型店の立地コントロールにほとんど機能しないことを示すとともに、制度上の限界があることを立証した。この研究は、本論文の第一章の一部から第三章までの基調となっている。

旧大店法廃止以後における大規模小売店舗立地法のもとでの研究には、阿部成治(2003)<sup>[4.14]</sup>が2001年度に届出のあった店舗面積3,000㎡以上の店舗を対象にアンケートを行い、店舗の概要、駐車場と駐輪場、交通対策の状況、地元意見等への対応策等を調査したものがある。その結果、大店立地法は店舗周辺的生活環境に貢献しているが、さらに出入口周辺の対策が望まれ、開発許可等との連携が必要としている。また、この調査には、敷地の従前状況や指定用途地域の調査も含まれている。

大型店の立地がもたらす社会的費用に関しては、原田英生(2004)<sup>[4.15]</sup>がD.メドウズ(1993)<sup>[4.16]</sup>、E.ハムストンとT.ミュラー(1995)<sup>[4.17]</sup>、E.バスカー(2002)<sup>[4.18]</sup>らの研究を紹介しているが、いずれも米国の地方中小都市におけるウォルマートの出店に関し、出店による雇用増と影響による既存店の雇用減を算出している。こうしたウォルマート出店関連の影響の試算は米国の様々な報告書で行われているが、大部分が雇用者数の減少や低賃金労働者の増加に伴う地域の総賃金の減少と、それによる失業対策や健康保険非加入者に対する医療費の公的負担の増を計算したものである。また、C.ビューモント(1994)<sup>[4.19]</sup>は、資金循環に関し、州外に本社を持つスーパーストアの売上げは地元経済に再循環しない資金であると指摘している。わが国では、中国電力経済研究センター(2004)<sup>[4.20]</sup>が、広島市周辺部に立地した大規模ショッピングセンターの開店による経済効果を試算し、広島県の経済成長率を0.18%押し上げる効果があったと述べている。

## ⑤ 欧米主要国の大型店対策に関する研究

海外諸国における郊外型大型店対策の政策・制度については、旧大店法廃止前後において、活発に紹介がなされた。主な例をあげると、欧米主要国の制度を比較紹介したものに、日端康雄(1997)<sup>[5.1]</sup>、伊藤公一(1997)<sup>[5.2]</sup>、番場哲晴(1997)<sup>[5.3]</sup>がある。また、各国の大型店対策をまとめた書籍では、アメリカについて原田英生(1999)<sup>[5.4]</sup>、イギリスについて横森豊雄(2001)<sup>[5.5]</sup>、ドイツについて阿部誠治(2001)<sup>[5.6]</sup>があり、報告書ではフランスについて野村総合研究所(2000)<sup>[5.7]</sup>がある。

都市計画の制度や運用に関する学術的研究では、近年ドイツに関して特に詳しく行われている。阿部誠治ら(2000)<sup>[5.8]</sup>は、ドルトムント市中心部の大型店出店の事例研究によって、圏域の商業集積に与える影響と中心地システムと呼ばれる序列秩序を含めて、出店計画が都市計画的に判断される過程を紹介している。姥浦道生ら(2002)<sup>[5.9]</sup>は、同じドルトムント市を対象に郊外部における大型店出店の事例研究によって、出店計画の判断過程を紹介するとともに、州の関与が極めて重要である

ことを指摘した。さらに、姥浦道生(2003)<sup>[5.10]</sup>は、ドイツにおける大規模小売店舗開発の立地コントロールに関して、制度と運用実態の両面に関して詳細な研究成果をとりまとめている。

## ⑥ 大型店の郊外立地と都市計画との関係を探り上げた論述

最後に、学術論文にとらわれず、大型店の郊外立地と都市計画の関係を探り上げた論述を見ておきたい。

養原敬(1989)<sup>[6.1]</sup>は、野田市のノア(1989年3月開設)など当時首都圏に出現し始めた郊外立地型大規模ショッピングセンターや米国都市の経験を例示しながら、中心部の一番便利な所に商業が栄えるだろうという前提のもとに容積率等が組み立てられている従来の枠組みの無力化を指摘し、都市計画の機能不全と断定した。これは、この時期としては非常に先駆的な論述と言える。この頃の都市計画専門家の論調は、ロードサイドの店舗立地の進行に言及が見られる<sup>(0.5.2)</sup>ものの、郊外型大型店と都市のあり方に関する論述は少なく、前掲の石原舜介(1990)<sup>[6.2]</sup>による言及のような段階であった。そうした時期を考えると、前掲の室町泰徳ら(1990)<sup>[6.3]</sup>の研究は、研究課題において先駆性が認められる。

しかし、その後大型店の立地問題を都市計画との関係に焦点をあてて正面から論ずる論述が本格的に登場するのは、意外に遅く、通商産業省の審議会<sup>(0.5.3)</sup>において旧大店法の廃止以後の対応をどのようにするかが、現実の政策スケジュールに乗って以後のことである。1990年代を通じて郊外立地型大型店が爆発的に増加を続けたにもかかわらず、それ以前の論議は立地規制にはほとんど向かわず、専ら中心市街地への財政支援の論議が中心であった。

野口智雄(1997)の日本経済新聞掲載の論述<sup>(6.4)</sup>は、ポスト大店法時代においては大型店の社会的性格を考慮して規制は都市計画制度で行うべきであることを説き、翌月(1997年12月)とりまとめられた経済構造審議会流通部会・中小企業政策審議会流通小委員会合同会議の中間報告の趣旨を先取りする形で発表されている。これに先立つ1997年5月から一年間日本専門店会連盟の機関誌に連載された原田英生(1997)<sup>[6.5]</sup>の報告は、日本の大型店規制政策の転換を要求する当の米国でもゾーニング規制を中心に大型店の立地が必ずしも野放しにされているわけではないことを実証し、政策転換の方向性に示唆を与えたものと考えられる。同様に、前掲の日端康雄(1997)<sup>[6.6]</sup>、伊藤公一(1997)<sup>[6.7]</sup>、番場哲晴(1997)<sup>[6.8]</sup>らもこの時期に諸外国の状況を紹介し、いずれも大型店の立地規制に都市計画が重要であることを示唆している。矢作弘の書籍(1997)<sup>[6.9]</sup>は、日本の地方都市と米国の事例を幅広く採りあげ、都市計画が変わらなければ郊外型大型店によって都市が空洞化すると警告している。また、関根孝・横森豊雄らの書籍(1998)<sup>[6.10]</sup>は、欧米各国の商業と街づくり政策との関係をやや詳しく論じ、小売業の出店調整を緩和するならば、街づくりの計画性を高めなければならないと説いている。

矢作弘(1998)が日経流通新聞に連載した記事<sup>[6.11]</sup>は、日本各地の取材事例を通じて、経済主体間の競争を是認しつつも、都市機能の配置を市場の選択に任せてしまうことには危険があること、地方の小さな市町村が都市計画変更でショッピングセンターを誘致する「財政ゾーニング」の動きが見られること、このような誘致市町村と周辺市町村の広域利害調整をする仕組みが現行法にないことなどを論じている点において、内容的に注目し値するとともに、書かれた時期を考えると非常に先駆性が高いものと言うことができる。その後、大型店の立地可否に関連した都市計画の運用におけ

る県と市町村の関係に触れた学術論文には明石(2001)<sup>[6.12]</sup>があるが、この広域調整問題が政策論議に登場するには、福島県広域まちづくり検討会(鈴木浩会長)の提言(2004)<sup>[6.13]</sup>及び日本商工会議所等4団体による要望文書(2004)<sup>[6.14]</sup>まで待つことになる。

ところで、中心市街地活性化をテーマとした論述等は、1980年代半ば以降極めて数多くなされてきたが、近年では内容的に洗練されたものが現れてきた。例えば、藻谷浩介(2002)<sup>[6.15]</sup>は、刈谷市と佐世保市を典型事例として比較しながら、人口動態を根底的な変化と捉えて都市政策を組み立てることの重要性を説いている。蓑原敬(2000)<sup>[6.16]</sup>は、街の崩壊はまず人口空洞化から始まったとした上で、道路パターンはできても街区単位で建築を含む魅力的な空間秩序を造れない等の都市計画制度の構造的な欠陥を指摘している。これらの洗練された論述等では、将来都市はコンパクト化に向かうべきとしながらも、大型店の郊外立地を必ずしも中心市街地衰退の直接的な原因と結びつけず、根底的・構造的な原因は別にあるとして、両者の問題を区別して論じている点に共通の特徴が見られる。一方、ユニークな論述としては、自動車社会における郊外化の病理として郊外型大型店の立地と犯罪発生との関連を論じた三浦展(2004)<sup>[6.17]</sup>の著作がある。

なお、英国では後述するPPG6(1996)について、導入後の効果をめぐって政府・議会報告<sup>[6.18]</sup>、<sup>[6.19]</sup>、<sup>[6.20]</sup>や論述<sup>[6.21]</sup>がなされた。特に、英国副首相府の委託によりカーディフ大学のH.パーカーが行った政策評価報告(2004)<sup>[6.22]</sup>は、PPG6が商業開発のパターンに短期間に大きな影響を与えたことを極めて肯定的に評価した上で、郊外の規制については既存店舗の増築が抜け穴になっていることや、中心市街地の積極的な立地誘導策が十分に功を奏していないことを指摘している。これらは2005年に策定されたPPS6につながった。また、米国ではC.ビューモントとL.タッカー(2002)<sup>[6.23]</sup>がビッグボックスと呼ばれる大型店が地方中小都市の郊外に出現することに対するゾーニング条例等の対抗策を事例紹介している。

## (2) 既往研究と本研究の関係

以上のように、本研究が取り扱う課題や現象に直接的又は間接的に関連する題材を扱った既往研究を見ていくと、その数は少ないとは言えない。例えば、用途地域制が実際の土地利用に及ぼす影響を検証しようとした研究は1990年前後にいくつか見られるし、沿道立地型店舗や郊外立地型大型店の傾向や発生要因、を分析したり買物交通への影響を検討した研究もそこそこの数が見られる。しかし、「都市計画制度による商業機能の立地コントロール」に関連するものをみると、これを論じた研究はかなり少ない。

本研究のアプローチに比較的近い先駆的研究に該当すると思われるものをあげるとすれば、用途地域制が本来意図した方向に土地利用が進んでいるのかどうかを問題とした古川徹ら(1990)の研究や、地方都市における都市構造の変化を念頭において用途地域制の影響を検証しようとした川上洋司ら(1994)の研究などには、テーマの着眼点として近いものがある。問題意識が比較的類似している研究には、姥浦道生(2003)のドイツの研究がある。また、ロードサイドショップの集積地について、商業系用途地域よりも他の用途地域の方が箇所の割合が高いことを指摘した瀬口哲夫・浅野純一郎(1992)の研究は、用途地域の指定と商業集積地の立地に乖離現象が発生していることを指摘した点において、本論文の動機の一部となった現象について早い時期に言及したものである。しかし、

本研究のアプローチに比較的近い部分が認められる既往研究は、このように現象分析や問題点の表面的な指摘に止まっている。

また、大規模なショッピングセンターなどが市街地の外周部や外側に立地する現象が顕著になったのは、1992年の旧大店法規制緩和前後以降のことである。こうした1990年代以降において日本の都市に発生した比較的新しい現象の実態を踏まえて、わが国の都市計画が何故実効性ある立地制御を行うことができないのかという問題に関する原因の究明を試みた研究は、これまでのところまったく見られない。

こうしたことから、本研究は、都市構造形成における土地利用規制制度の実効性を主題とした点、これを実証する題材に1990年代における商業機能の立地制御をめぐる実態状況を取りあげた点、用途規制、開発規制、密度規制等の土地利用規制制度を総合的に検証し、都市計画制度が実効性を失っている問題に関して、規制制度の根拠に遡って原因の究明を行った点、さらに、制度改革のあり方に踏み込んで考察した点において、特徴のある研究と位置づけることができる。



## 序 補注：

- (0.2.1) 数少ない取組みに、例えば、石川県金沢市が「金沢市における良好な商業環境の形成によるまちづくりの推進に関する条例」に基づき、2002年3月に「金沢市商業環境形成指針」を定め、この指針において同市の市街化区域をゾーン区分してゾーンごとに「目安となる店舗規模の上限」を示し、事業者と協議を行っている事例がある。しかし、金沢市にしても、この強制力のない協議を選択し、都市計画に基づく土地利用規制にすることはしなかった。条例の担当も商業部局であり、都市計画部局は関係していない。
- (0.4.1) WTOの「サービスの貿易に関する一般協定(GATS)」第16条2項では、「サービス提供者の数の制限（数量割当て、経済上の需要を考慮するとの要件、独占又は排他的サービス提供者のいずれによるかを問わない）」(a号)、「サービスの事業の総数又は指定された数量単位によって表示されたサービスの総産出量の制限（総量割当てによるもの又は経済上の需要を考慮するとの要件によるもの）」(c号)との取り決めがある。なお、わが国の大規模小売店舗立地法（1998年制定）第13条では「地方公共団体は、小売業を行うための店舗の立地に関し、その周辺の地域の生活環境を保持するために必要な施策を講じる場合においては、地域的な需給状況を考慮することなく、この法律の趣旨を尊重して行うものとする」と規定されているが、これは旧大店法廃止後において、地方公共団体が法律によらず独自に商業の需給調整を行うことを国法により禁じる趣旨である。
- (0.5.1) この研究において川上らがデータ分析から直接的に導き出した結論を総合すると、「全体的には、用途地域に沿った土地利用が形成されつつあるように見えるが、小地区を単位としてみると、新市街地の形成が用途地域の趣旨に照らして必ずしも望ましい方向で進展しているとは言えない地区がかなり存在する。こうした地区は、住居地域、近隣商業地域、準工業地域といった比較的規制の緩い用途地域だけでなく、住居専用地域においても見られる。位置的には、郊外部におけるバイパスや環状道路沿線に存在し、用途的には住宅系用途地域では未利用宅地や農用地の商業・業務系、運輸系の土地利用への転換、工業系用途地域では、住宅系及び商業系の土地利用への転換によって進展している」ということである。ただし、考察において、「モータリゼーションの進展、それによる都心部の衰退、都市機能の分散化といった地方都市に共通する今日の課題の一つの背景として、現行用途地域指定そのもの、あるいは用途地域制の運用上の問題があると思われる」と述べており、制度自体の問題を検討する手前までの言及が見られる。
- (0.5.2) 筆者の記憶では、川上秀光先生が1980年代前半においてロードサイドに店舗が増加する土地利用の変化を「苺のアイスクリームが溶け出したような様子」と評したことが最も古い。
- (0.5.3) 産業構造審議会流通部会・中小企業政策審議会流通小委員会合同会議

## 関連既往研究：

### (1) 用途地域制の効果に関する研究

- [1.1] 枝村俊郎他(1983)「神戸市における用途地域の指定効果に関する考察」、都市計画論文集 No18, pp235-240
- [1.2] 横屋克昌、光吉健次、荻島哲、金南瑛(1984)「新築建築物の立地動向からみた用途地域指定の効果に関する研究—福岡市を事例として—」、都市計画論文集 No19, pp437-442
- [1.3] 中井檢裕(1989)「非工業系用途地域における産業系土地利用を対象とした用途地域制による土地利用の変化についての実証的研究」、都市計画論文集 No.24, pp139-144
- [1.4] 中井檢裕、阪本一郎、高辻秀興、坂口利裕(1990)「事業所床の変化における用途地域制の影響に関する実証的研究—工場を中心とした分析—」、都市計画論文集 No.25, pp541-546
- [1.5] 吉川徹、岡部篤行、浅見泰司、金子忠明(1990)「用途地域指定の趣旨からみた土地利用遷移の分析—神奈川県川崎市を対象とした実態分析—」、都市計画論文集 No25, pp373-378
- [1.6] 佐藤誠治(1990)「土地利用の変化と用途地域との関連—大分市におけるケーススタディー—」、都市計画論文集 No25, pp379-384
- [1.7] 日端康雄、安永臣吾(1991)「東京の都心周辺住宅地の用途混在化と用途別容積制」、都市計画論文集 No26, pp163-168
- [1.8] 川上洋司、本多義昭(1994)「地方都市における用途地域指定と土地利用推移の関係に関する実証的分析—福井市を対象として—」、都市計画論文集 No29, pp475-480
- [1.9] 例えば、荒木俊輔・大村謙二郎(1997)「地方中小都市における郊外化の実態の把握とその土地利用上の問題:未線引き都市出雲市を対象として」、都市住宅学 No.19, pp.63-68

### (2) 商業機能の立地に関する一般的研究

- [2.1] 山下勇吉(1994)「商業立地の知識」、日経文庫
- [2.2] 例えば、米田清紀(1999)「エリア・マーケティングの実際(新版)」、日経文庫、鈴木豊(2001)「チェーンストアの知識」、日経文庫、ディー・アイ・コンサルタンツ(1997)「店舗出店戦略と売上予測のすすめ方」、同友館
- [2.3] 貞広幸雄(1992)「都市人口分布と店舗分布の比例関係についての考察」、日本建築学会計画系論文報告集 No.432,

pp99-104

- [2.4] 貞広幸雄(1994)「鉄道駅が商業施設分布に与える影響の統計的分析方法」、都市計画論文集 No.29, pp523-528
- [2.5] 貞広幸雄(1994)「商業集積の形態と規模に関する分析」、都市計画 189, pp95-100
- [2.6] 阪本一郎、村田茂樹、高辻秀興、中井検裕(1991)「商業集積地のポイントサンプリングデータを用いた抽出と集積規模の変化」、都市計画論文集 No.26, pp103-108
- [2.7] 阪本一郎、斎藤千尋、高辻秀興、額田順二、中井検裕(1992)「東京区部における小規模商業地の集積規模変化と縮小要因に関する研究」、都市計画論文集 No.27, pp457-462
- [2.8] 孫相洛、谷村秀彦(1995)「小売施設立地性向の時系列的分析 茨城県パネルデータ(1970 -91)による分析」、日本建築学会計画系論文集 No.458, pp95-102

### (3) ロードサイド型商業地に関する研究

- [3.1] 角谷弘喜、安藤元夫(1993)「商業施設立地の沿道化・沿道遠隔化過程に関する研究」、日本建築学会計画系論文報告集 No.446, pp119-129
- [3.2] 瀬口哲夫、浅野純一郎(1992)「都市郊外におけるロードサイドショップに関する研究」、都市計画論文集 No.27, pp211-216
- [3.3] 浅野純一郎・瀬口哲夫(1995)「幹線道路沿道に集積する商業施設の立地構造に関する基礎的研究 —長野県の未線引き用途無指定地域を対象として—」、都市計画論文集 No.30, pp.169-174
- [3.4] 浅野純一郎・瀬口哲夫(1996)「商業施設の集積したロードサイドにおける周辺住民の問題意識と地区計画事例の検証 —長野市を対象として—」、都市計画論文集 No.31, pp571-576
- [3.5] 浅野純一郎(2001)「郊外商業施設の敷地利用の実態と道路基盤整備状況との関係に関する研究」、都市計画論文集 No.36, pp469-475
- [3.6] 川野訓志・坂本秀夫・中山健・鷲尾紀吉(1999)「ロードサイド商業新世紀・国道 16 号線にみる実態と今後の展望」、同友館
- [3.7] 山岸純一、久保田尚(2003)「企業の立地戦略から見た沿道型商業施設の立地可能性に関する研究」、都市計画 241, pp77-88
- [3.8] 山岸純一、久保田尚(1999)「沿道型商業施設の立地移動に関する研究」、都市計画論文集 No.34, pp943-948
- [3.9] 小柳武和、山形耕一、笹谷康之、志摩邦雄(1992)「バイパスおよび旧道の沿道土地利用と空間的特徴に関する研究」、都市計画論文集 No.27, pp685-690
- [3.10] 佐々田弘之、盛岡通(1993)「商業施設の郊外沿道立地による地価形成上の影響と対策に関する研究」、都市計画論文集 No.28, pp138-144
- [3.11] 中道弘之・中出文平(1995)「後背地の住環境を考慮した幹線道路の沿道集積のあり方に関する研究」、都市計画論文集 No.30, pp.175-180

### (4) 大型店の立地や影響に関する研究

- [4.1] 長谷川文雄(1982)「アメニティからみた大規模商業施設の立地評価に関する研究 —スーパー・チェーンの実例分析—」、都市計画論文集 No.17, pp295-300
- [4.2] 近藤光男、青山吉隆(1989)「都市内立地型と郊外立地型のショッピングセンターに対する消費者買物行動の比較と需要分析」、都市計画論文集 No.24, pp565-570
- [4.3] 浅田宏幸、長井健治、紺野昭(1991)「豊川市中心部に進出した大型店の利用実態と周辺小売店への影響 —大型店の利用者特性と購買連鎖行動に着目して—」、都市計画論文集 No.26, pp889-894
- [4.4] 遠藤孝夫、花岡利幸、大山勲、柴崎亮介、本多嘉明(1993)「地方都市における大型店の立地に起因する商業集積の構造変化」、都市計画論文集 No.28, pp685-690
- [4.5] 室町泰徳、原田昇、太田勝敏(1990)「首都圏郊外部における大規模ショッピングセンターの立地影響に関する研究」、都市計画論文集 No.25, pp487-492
- [4.6] 石原舜介(1990)「大規模小売店舗法改正における都市政策への期待」、道路交通経済 10月号, pp12-19
- [4.7] 室町泰徳、原田昇、太田勝敏(1994)「都心商業地域の衰退状況と大規模小売店舗の立地動向に関する研究」、都市計画論文集 No.29, pp. 529-534
- [4.8] 本多彩子、柏原士郎、吉村英祐、横田隆司、阪田弘一、片岡正和(1995)「ショッピングセンター周辺における地域施設の分布実態と発生影響要因について 核型施設の周辺地域における地域施設の発生予測に関する研究」、日本建築学会景観系論文集 No.475, pp95-102
- [4.9] 佐谷宣昭、内田晃、趙世晨、萩島哲(2000)「ショッピングセンターの業種の組み合わせと立地動向に関する研究」、日本建築学会計画系論文集 No.531, pp163-170
- [4.10] 高山純一、武野雅至(1993)「都市内大規模商業施設の駐車場容量決定法に関する研究」、都市計画論文集 No.28, pp103-108
- [4.11] 木下瑞夫、牧村和彦、山田晴利、浅野光行(1999)「商業政策と都市交通政策の変遷及び両政策の連携 —地方都市の都心活性化の視点から—」、都市計画論文集 No.34, pp847-852
- [4.12] 明石達生(2001)「郊外型大型店の立地可否判断過程から見た線引き制度の運用技法に関する研究 —新潟都市計画区域を事例として—」、都市計画論文集 No.36, pp325-330
- [4.13] 明石達生(2003)「大型店の立地制御における現行土地利用規制制度の限界に関する実証的研究」、都市計画

No.241, pp89-98

- [4.14] 阿部成治(2003)「大規模小売店舗立地法の運用状況に関する研究」、都市計画論文集 No.38-2, pp259-264
- [4.15] 原田英生(2004)「ビッグボックスの出店が地元及ぼす影響(2) Wal-Martization の社会的費用」、流通情報 2004.11.pp28-39
- [4.16] Donella Meadows (1993) "Wal-Mart Should Come on Our Terms, Not at Our Expense", Valley News, June 12 1993 p26
- [4.17] Elizabeth Humstone and Thomas Muller (1995) "Impact of Wal-Mart on Northwestern Vermont", prepared for the Vermont Natural Resources Council, and William Citizens for Responsible Growth
- [4.18] Emak Basker (2002) "Job Creation or Destruction?: Labor-Market Effects of Wal-Mart Expansion", [www.missouri.edu/~baskere/WalMart.pdf](http://www.missouri.edu/~baskere/WalMart.pdf), Jun.2004, p3
- [4.19] Constance E. Beaumont (1994) "How Superstore Sprawl Can Harm Communities and What Citizens Can Do about It", National Trust for Historic Preservation, p12
- [4.20] 中国電力経済研究センター(2004)「広島県の大規模店立地による経済効果について」、2004,12.6 報道資料 [www.energia.co.jp](http://www.energia.co.jp)

#### (5) 欧米主要国の大型店対策に関する研究

- [5.1] 日端康雄(1997)「大型店立地と都市計画 -ヨーロッパの最近の状況を中心に-」市街地再開発 No.331,pp.23-29
- [5.2] 伊藤公一(1997)「欧米の都市計画法制と商業施設開発規制 -英独仏米の制度の変遷と日本との比較-」、流通とシステム No.94,pp.3-11
- [5.3] 番場哲晴(1997)「欧米主要国の都市計画等における大規模商業施設立地の取扱いについて」、URBANITAS 97年10月号、(財)民間都市開発推進機構都市研究センター
- [5.4] 原田英生(1999)「ポスト大店法時代のまちづくり -アメリカに学ぶタウン・マネージメント-」、日本経済新聞社
- [5.5] 横森豊雄(2001)「英国の中心市街地活性化 -タウンセンターマネージメントの活用-」、同文館
- [5.6] 阿部成治(2001)「大型店とドイツのまちづくり -中心市街地活性化と広域調整-」、学芸出版社
- [5.7] 榎野村総合研究所(2000)「フランスロワイエ法の実態調査報告書」、中小企業庁委託調査
- [5.8] 阿部成治、姥浦道生(2000)「ドルトムント駅への大規模商業プロジェクトをめぐる地域の動き」、都市計画論文集 No.35, pp145-160
- [5.9] 姥浦道生、小泉秀樹・大方潤一郎(2002)「自治体レベルにおける大規模小売店舗開発の立地コントロールの規準とその運用に関する研究-ドイツ・ノルトライン・ヴェストファーレン(NRW)州・ドルトムント市を事例に-」、都市計画論文集 No.37,pp811-816
- [5.10] 姥浦道生(2003)「ドイツにおける大規模小売店舗開発の立地コントロールに関する研究」、東京大学博士論文

#### (6) 大型店の郊外立地と都市計画との関係を探り上げた論述

- [6.1] 養原敬(1989)「最近の都市計画のパラダイムの転換」、第17回都市経営フォーラム講演記録、「都市づくりの変革(80年代における社会構造の変化と都市計画)」pp38-67,学芸出版社
- [6.2] [4.6]に同じ
- [6.3] [4.5]に同じ
- [6.4] 野口智雄(1997)「大型店、都市計画で規制」日本経済新聞 1997年11月27日、経済教室
- [6.5] 原田英生(1997)「米国の出店規制と商店街振興策」、専門店、日本専門店会連盟機関誌
- [6.6] [5.1]に同じ
- [6.7] [5.2]に同じ
- [6.8] [5.3]に同じ
- [6.9] 矢作弘(1997)「都市はよみがえるか 地域商業とまちづくり」、岩波書店
- [6.10] 関根孝・横森豊雄編著(1998)「街づくりマーケティングの国際比較」、同文館
- [6.11] 矢作弘(1998)「サステイナブル都市と商業」、日経流通新聞、1998年11月24日、12月1日、12月8日、12月15日、12月22日
- [6.12] [4.12]に同じ
- [6.13] 福島県広域まちづくり検討会(2004)「広域的なまちづくりのあり方に関する提言 ~地域との共生による大型店の立地に向けて~」、福島県商業まちづくりグループ
- [6.14] 日本商工会議所、全国商工会連合会、全国中小企業団体中央会、全国商店街振興組合連合会(2004)「まちづくりに関する要望」
- [6.15] 藤谷浩介(2002)「デフレ時代と中心市街地」、都市経営フォーラム、[www.1g.mesh.ne.jp/toshikei/](http://www.1g.mesh.ne.jp/toshikei/)
- [6.16] 養原敬他(2000)「街は要る 中心市街地活性化とは何か」、学芸出版社
- [6.17] 三浦展(2004)「ファスト風土化する日本 郊外化とその病理」、洋泉社新書
- [6.18] Parliamentary Statement (2003) "Parliamentary statement on town centre planning policies", ODPM
- [6.19] The Government's Response to the Environment, Transport and Regional Affairs Committee (2000) "Environmental impact of supermarket competition", ODPM

- [6.20] Government's response to fourth report from House of Commons Select Committee on the Environment (1997) "Shopping Centres", ODPM
- [6.21] Keith Hill (2003) "The changing face of retail: Government and retail planning policy", British Council of Shopping Centres annual Conference 6 Nov. 2003
- [6.22] C B Hiller Parker Cardiff University (2004) "Policy Evaluation of the Effectiveness of PPG6", ODPM Planning Research
- [6.23] Constance Beaumont and Leslie Tucker (2002) "Big-Box Sprawl (And How to Control It)", International Municipal Lawyers Association

## 第一章 1990年代に生じた商業集積地の立地変化の特徴

### 1-0 目的と概要

この章の目的は、研究対象である商業機能の立地変化に関する時系列的な概観と、問題の所在の明確化である。方法は、統計の整理と地方都市圏のケーススタディによる。ここでは、とくに「大型店の急増と郊外立地化」という大きな変化とその特徴を明らかにするとともに、都市計画の観点において、この現象の何が問題なのかを検討した。

最初に、商業統計等の資料により店舗の規模別分布やショッピングセンターの立地分布等の推移を辿り、大型店の郊外立地展開という現象は1990年代において急激に進展したものであること、その引き金を引いたのは1990年代初頭に始まる旧大店法の規制緩和であったことを示した。

次に、地方都市の圏域における実態調査に基づき、「都市における商業集積地の郊外化」という現象について、これが中小店舗のロードサイド型立地の増大というよりも、数の上ではかなり少数の大型店を中心に牽引されたものであることを示した。つまり、合理的な都市構造形成のため都市計画が問題とすべき対象は、多数の小規模ロードサイド店よりも、少数の大規模店の郊外立地の方がはるかに重要であることを、統計推移と事例実績の両面から明らかにした。これは後に、郊外居住者の利便性や商業機能の多様性を尊重しつつも、都市構造の根幹的な制御を行うため、規模の大きな大型店に絞り込んだ対策を行う提案の根拠となっている。

最後に、大型店の郊外立地展開という現象に関し、都市計画の観点から一体何が問題なのかを検討した。郊外立地型の大型店は、旧大店法の規制緩和によって自由化された競争環境の中で、多数の消費者の支持を受けて発展したものではあるが、都市の健全な発展にとっては問題点が存在する。主な問題点は、①小売商業の需要は生活圏域においてゼロサムであり、かつ、大型店の商圈は広域に及ぶため、大型店の無秩序な立地は、商業核同士の競合となって商業核が生々流転することになり、都市構造が常に変化してしまうこと、②ゼロサムの競合関係の下では、大型店のための開発は必要な都市機能の追加を意味せず、どこかを開発すればどこかで遊休土地を生み出すという関係になるが、特に農地や森林の開発は不可逆なため、自然的土地利用の過剰破壊につながること、③大型店は大規模集客施設なので、基盤施設の整備計画が想定しない場所での出店と退転が繰り返されると、公共施設整備の後追いの発生、既整備の基盤施設の効果の低減、余分なストック形成による維持コストの増大など、無意味な公共負担を招くこと、④大型店が公共交通ネットワークと無関係に配置されていくと、公共交通が利用者の減少とサービス低下の悪循環に陥って存続を脅かされ、都市の交通構造を過度な自家用車依存型に追い込むことになること、といった点である。

これらの問題点は、自由な企業活動が行き過ぎた結果生ずる弊害ないしゆがみと考えられ、バランスを図るための政策介入が求められる。しかも、土地利用と交通施設の整合性、開発と保全の制御に関する問題であるため、この問題の解決には、都市計画という手段が積極的に役割を果たすべきである。

## 1-1 1990年代に急増した大型店の郊外立地

### (1) 大規模小売店舗の急増

図1-1は、商業統計表による小売店舗全体の「商店数」と「売場面積」の推移である。商店数は、1982年をピークに以来緩やかに減少を続けてきた。他方、売場面積は、一貫して増加してきた。統計年次の関係で直近10年間という切りのいい期間がとれないが、1988年と1999年を比較すると、商店数は約87%に減少し、売場面積は約1.31倍に増加している。

売場面積増加の原因には、大型店の進展が大きく作用している。表1-1と表1-2は、小売店舗全体における大型店舗のシェアをみたものである。売場面積が3000㎡以上の大型店舗をみると、1999年において、商店数では全体のわずか0.3%に過ぎないが、売場面積全体に占めるシェアは4分の1近く(23.5%)に達している。これを1988年と比較すると、約10年間に売場面積全体に占めるシェアが約1.5倍(16.0%→23.5%)に増加したとともに、売場面積全体の増加分(3182万㎡)に対して売場面積3000㎡以上の大型店舗の増加分が約半分(1506万㎡)を占めており、これを売場面積500㎡以上とすると全体増加分の約8割(249万㎡)に達する。このように、近年の総売場面積の拡大は、商店数では非常に小数の大規模店舗が牽引している。

こうした傾向は、小規模な個別商店が大規模小売店舗の建物に取り込まれることで、さらに助長されている。表1-3は、大規模小売店舗内商店数の推移を、商業統計表によりみたものである。2001年に廃止された旧大店法(大規模小売店舗における小売業の事業活動の調整に関する法律)では、店舗面積(小売業(飲食店業を除き、物品加工修理業を含む)を行うための店舗の用に供される床面積)が原則3000㎡以上の建物を「第一種大規模小売店舗」、500㎡以上原則3000㎡未満の建物を「第二種大規模小売店舗」と呼ぶが、第一種大規模小売店舗に相当する売場面積3000㎡以上の建物内にある商店数は、1999年において商店数全体の5.5%を占めるに至っている。上でみたように、単独の店舗では売場面積3000㎡以上の商店数割合はわずか0.3%に過ぎないが、小規模な個別店舗にも大規模小売店舗の建物の中に取り込まれているものがあり、その割合が増加してきている。

表1-4は、大規模小売店舗の売場面積の推移を、商業統計表によりみたものである。第一種大規模小売店舗に相当する売場面積3000㎡以上のもののシェアは1988年から1999年の約10年間に19.5%から30.5%に伸長し、第二種大規模小売店舗に相当する売場面積500㎡以上のもののシェアは同じく12.7%から15.7%となった。両者をあわせた大規模小売店舗の同じ期間における売場面積の増加分(2906万㎡)は、小売店舗全体の増加分(3182万㎡)の実に92%を占めており、このうち売場面積3000㎡以上の第一種大規模小売店舗相当のものだけをとり出しても、その増加分(2097万㎡)は全体増加面積の約3分の2(65.9%)を占めている。このように、大規模小売店舗の伸長こそが、近年わが国の商業床の量的増大を牽引したものと言ってよい。

表1-5は、大規模小売店舗の店舗数の推移を、商業統計表によりみたものである。これをみると、1991年を境に店舗数の大幅な伸びが起きたことがわかる。この原因は、1990年頃より本格化した大規模小売店舗法の規制緩和である。このように、大型店の増加による商業機能の変化は、1990年代に入って急速に進展したものである。

## (2) 大型店立地の郊外化

店舗規模の大型化とともに、小売店舗の近年の変化を特徴づけるもうひとつの動きが、店舗立地の郊外化である。いわゆるロードサイド商業は、自動車交通量が大きくなってきた1960年代に萌芽が始まり、1970年代頃から顕著に見られる<sup>(1.1.1)</sup>ようになり、1980年代に発展した<sup>(1.1.2)</sup>。この頃には郊外立地の大型店も見られるようになったが、その数が大幅に増加したのは1990年代である。

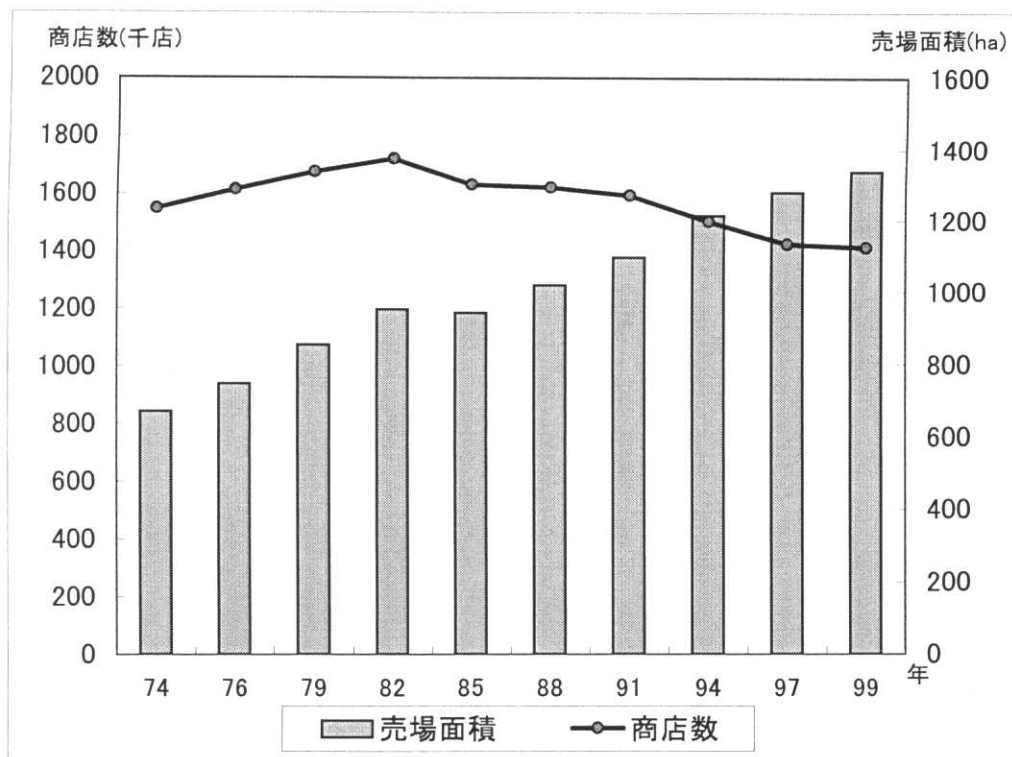
図1-2は、ショッピングセンター<sup>(1.1.3)</sup>の開設年代別立地状況を、(社)日本ショッピングセンター協会のデータより作成したものである。これをみると、開設年代別のSC数は1990年代に大幅に増加したが、その要因は、ひとえに郊外地域における大幅な出店増加である。一方、中心地域での出店数は、1970年代以降緩やかに減少している。このように、大型店の郊外展開という現象は、1990年代に急速に進展したものである。

図1-3は、1990年代の各年における開設年別ショッピングセンターの立地である。出店数は改正大店法が施行された1992年以降高水準で推移しており、地域別には郊外地域の割合が大きく、中心地域での出店数が少ない。このように、立地の郊外化は1990年代を通じての安定的な傾向である。なお、出店数は2000年に急増し、2001年に激減しているが、これは旧大店法の廃止と新しい大店立地法（大規模小売店舗立地法）の施行の際に、いわゆる駆け込み出店が発生したためである。

表1-6は、大規模小売店舗の中でも特に規模の大きい「店舗面積1万㎡以上」のものについて、開店店舗数の推移を、第二章において調査対象とする4県（群馬県、新潟県、茨城県、静岡県）についてみたものである。これらの県は主として地方部に属するため、中心と郊外の区別が比較的容易にできる。データは「全国大型小売店総覧2000」（東洋経済）を用いているが、ここには各店舗の個別データにおいて「立地区分」という欄がある。この立地区分欄で「ターミナル」、「駅周辺」又は「商店街」のいずれかに区分された店舗を「中心部」とし、「郊外住宅」又は「郊外道路」とされた店舗を「郊外立地」として集計した<sup>(1.1.4)</sup>。このように、郊外立地の巨大店舗は1990年代に急増している。

以上のように、現在では日本のどこの都市でも見られるほど当たり前の光景となった「大型店の郊外立地」という現象は、1990年代において急速かつ大幅に進展したものである。

図1-1 小売店舗全体の商店数と売場面積の推移



・商業統計表より筆者が作成。

表1-1 商店数における大型店舗のシェアの推移

売場面積(m <sup>2</sup> )	1979	1982	1985	1988	1991	1994	1997	1999
500~2999	12,761 0.8%	14,169 0.8%	13,471 0.8%	14,343 0.9%	15,426 1.0%	19,700 1.3%	19,043 1.3%	21,056 1.5%
3000以上	1,479 0.1%	1,749 0.1%	1,980 0.1%	2,107 0.1%	2,371 0.1%	2,944 0.2%	3,535 0.2%	4,070 0.3%
小売店舗計	1,673,667	1,721,465	1,628,664	1,619,752	1,591,223	1,499,948	1,419,696	1,406,884

・商業統計表より筆者が作成。

表1-2 売場面積における大型店舗のシェアの推移

売場面積(m <sup>2</sup> )	1979	1982	1985	1988	1991	1994	1997	1999
500~2999	12,389,257 14.5%	14,192,547 14.9%	14,011,711 14.8%	15,135,384 14.8%	16,486,855 15.0%	21,261,567 17.5%	22,421,962 17.5%	25,014,876 18.7%
3000以上	11,508,740 13.4%	13,518,764 14.2%	15,200,788 16.1%	16,351,827 16.0%	18,771,385 17.1%	22,956,700 18.9%	27,679,737 21.6%	31,408,602 23.5%
小売店舗計	85,736,815	95,430,071	94,506,983	102,050,766	109,901,497	121,623,712	128,083,639	133,869,296



表1-3 大規模小売店舗内商店数の推移

(件、%)

	1982	1985	1988	1991	1994	1997	1999
500~2999㎡	51,541	50,727	51,427	49,973	49,935	49,076	46,538
3000-9999㎡	25,975	28,129	32,000	35,058	32,802	33,361	31,546
10000㎡以上	12,341	14,436	16,863	22,048	36,009	42,115	45,420
大規模小売店舗内	89,857	93,292	100,290	107,079	118,746	124,552	123,504
	5.2%	5.7%	6.2%	6.7%	7.9%	8.8%	8.8%
売場3000㎡以上の建物内	38,316	42,565	48,863	57,106	68,811	75,476	76,966
	2.2%	2.6%	3.0%	3.6%	4.6%	5.3%	5.5%
商店数全体	1,721,465	1,628,664	1,619,752	1,591,223	1,499,948	1,419,696	1,406,884

・商業統計表より筆者が作成。

表1-4 大規模小売店舗の売場面積の推移

(㎡、%)

	1982	1985	1988	1991	1994	1997	1999
500-2999㎡	11,238,580	11,581,483	12,945,685	13,955,557	15,670,784	19,383,228	21,036,957
(二種店舗相当)	11.8%	12.3%	12.7%	12.7%	12.9%	15.1%	15.7%
3000-9999㎡	8,813,493	9,571,808	10,416,913	11,178,902	12,050,175	15,527,548	17,148,049
10000㎡以上	7,778,931	8,562,615	9,471,357	11,495,121	15,633,218	20,056,297	23,710,179
(一種店舗相当)	16,592,424	18,134,423	19,888,270	22,674,023	27,683,393	35,583,845	40,858,228
	17.4%	19.2%	19.5%	20.6%	22.8%	27.8%	30.5%
大規模店舗合計	27,831,004	29,715,906	32,833,955	36,629,580	43,354,177	54,967,073	61,895,185
	29.2%	31.4%	32.2%	33.3%	35.6%	42.9%	46.2%
全店舗合計	95,430,071	94,506,983	102,050,766	109,901,497	121,623,712	128,083,639	133,869,296

・商業統計表より筆者が作成。

表1-5 大規模小売店舗の店舗数の推移

(件、%)

	1982	1985	1988	1991	1994	1997	1999
500~2999㎡	9,679	9,865	10,899	11,324	14,006	17,186	18,547
3000-9999㎡	1,575	1,716	1,863	1,987	2,569	3,383	3,800
10000㎡以上	449	495	538	659	1,051	1,323	1,550
大規模小売店舗数	11,703	12,076	13,300	13,970	17,626	21,892	23,897

・商業統計表より筆者が作成。

図1-2 ショッピングセンターの開設年代別立地状況

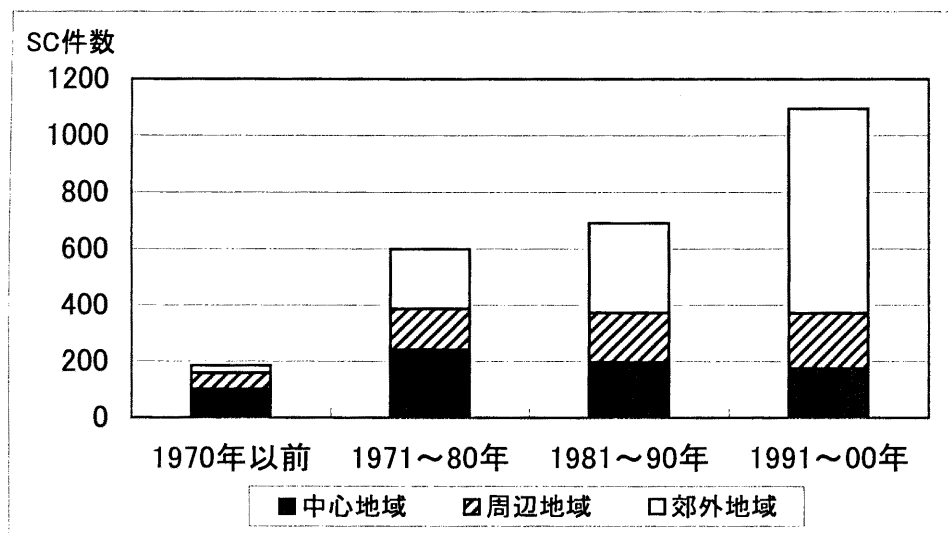
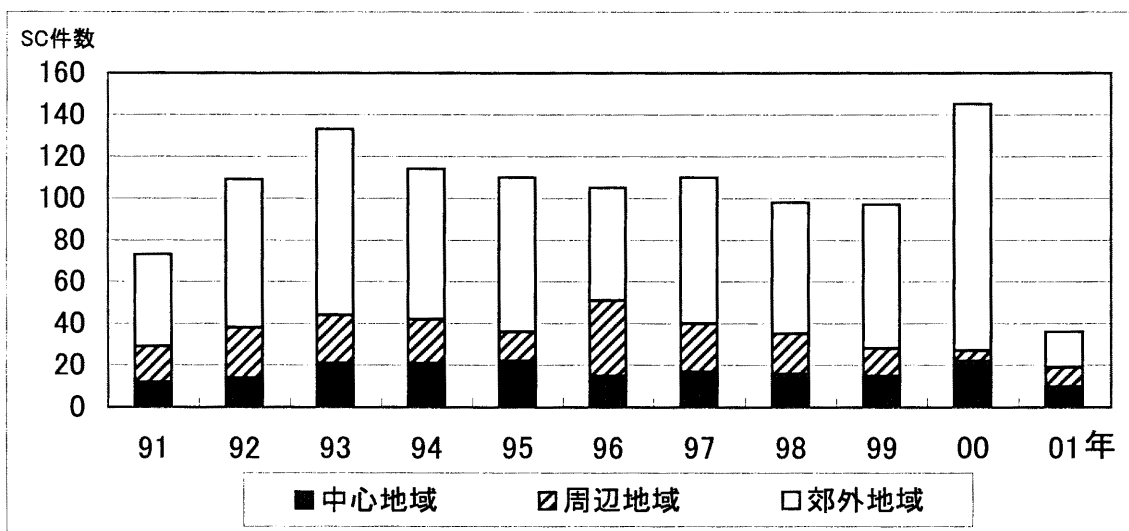


図1-3 1990年代開設のショッピングセンターの立地



- ・中心地域: 当該市町村の中心市街地
- ・周辺地域: 中心地域、郊外地域以外の地域
- ・郊外地域: 当該市町村の郊外の住宅地、工業地、農地等
- ・SC現況報告書((社)日本ショッピングセンター協会)(2001.12末現在)のデータより筆者が作成

表1-6 店舗面積1万㎡以上の大規模小売店舗数(4県)

	70年代	80年代	90年代
中心部	14	20	11
郊外立地	3	10	62

- ・群馬県、新潟県、茨城県、静岡県の4県合計件数。開店年次。
- ・全国大型小売店総覧2000掲載の個別店舗データより筆者が作成。

## 1-2 大規模小売店舗法の規制緩和

ここで、1990年代における大型店急増の引き金となった大規模小売店舗法（大規模小売店舗における小売業の事業活動の調整に関する法律。以下「旧大店法」という。）の規制緩和について、簡単に触れておきたい。ただし、本論文の主題は都市計画に関連することであり、小売業の出店調整を論ずることではないので、概略のみ最小限触れるに止めたい。

大規模小売店舗法は、1973年に制定され、2001年に大規模小売店舗立地法の施行とともに廃止された。法の目的は、「消費者の利益の保護に配慮しつつ、大規模小売店舗における小売業の事業活動を調整することにより、その周辺の中小小売業の事業活動の機会を適正に確保し、小売業の正常な発展を図ることとされる。内容的には、経済的需給の観点から行われる大規模小売店舗の出店の時期、規模、営業時間等に関する地元調整である。

主な手続きは、①大規模小売店舗の「建物設置者」による届出と地元説明、②大規模小売店舗の「小売業者」からの届出と「大規模小売店舗審議会（大店審）」（小売業者団体・消費者団体・学識経験者により構成）による意見聴取・審議、③必要な場合における通商産業大臣又は都道府県知事による勧告・命令、である。勧告・命令の観点は、「周辺の人口の規模及びその推移、中小小売業の近代化の見通し、他の大規模小売店舗の配置及びその店舗における小売業の現状等の事情を考慮して、届出に係る大規模小売店舗における小売業の事業活動がその周辺の中小小売業の事業活動に相当程度の影響を及ぼすおそれ」とされる。

旧大店法の規制緩和は、1992年1月の改正大店法の施行を中心として、3段階で進められた（表〇）。その最初は、1990年5月に行われた「運用適正化措置」であり、主な内容は調整期限に1年半の上限が設定されたことである。従前は、いわゆる「事前商調協方式」により地元小売業者等との合意がなければ届出が受理されないなどの運用が広く行われており、事実上出店調整期間の制限がない状態であった。続いて、1992年1月に改正大店法が施行され、調整期間の上限は明確に1年に短縮された。いわゆる出店凍結制度は廃止され、これに伴い、商業活動調整協議会（商調協）が廃止（調整機能を大店審に一本化）されるとともに、地方公共団体による独自規制の適正化が徹底指導された。さらに、1994年5月に「施行2年後の見直し」が行われ、店舗面積1,000㎡未満が原則調整不要とされるとともに、閉店時刻や年間休業日数が大幅に緩和された。

これら一連の措置の中で、出店調整の期限の設定と、地方公共団体による独自規制の適正化指導（特に届出受理前における地元小売業者等との実質的な事前合意義務の禁止）が、1990年代における大規模小売店舗の急増に大きな影響を与えている。旧通商産業省によれば、1989年には平均約34ヶ月を要していた出店調整期間が、例外なく1年以内に処理され、平均6ヶ月程度に短縮されたという。図1-4は、大規模小売店舗の届出受理件数の推移であるが、1990年代と以前とでは件数の水準が大きく違うことが確認できる。



### 1-3 大型店が引き起こした商業集積地の郊外化

次に、都市における「商業集積地の郊外化」という現象がどのように進行するのかを、具体事例でみてみよう。ここでは、群馬県の「中・東毛地域」という圏域を具体事例としてとりあげ、1990年代における商業立地の推移を辿ることで、大型店の郊外出店が短期間に都市の商業集積地の立地を変貌させていく事実を実例で確認するとともに、こうした大規模な商業集積地が、土地利用計画は商業機能の増進を意図しない地区において発生することを明らかにする。

「中・東毛地域」とは、本論文において筆者が便宜上名付けた地域名称であるが、伊勢崎市、太田市、桐生市とその三市に囲まれた町村（赤堀町、笠懸町、東村、藪塚本町、新田町、境町、尾島町）を含む圏域をいう。具体事例の調査対象に中・東毛地域を選んだ理由は、①第一に地理的特徴として、この地域は広い平野に独立した中心都市が点在しているという特性があり、地形的障害が少ない形で都市中心部と周辺地域を含む圏域が形成されていること、②第二に行政区域との関係では、3市7町村が含まれることから、市町村の行政区域を越えた広域的視点による実態把握が可能であること、③第三に土地利用規制区分との関係では、この圏域の大きな特徴として、市街化区域・市街化調整区域の線引き実施区域と非線引きの区域とが混在していることがあり、本論文の主眼である立地と土地利用規制との関係を研究する上で、特に適していると判断したことによる。図 1-5 は、中・東毛地域の範囲を示している。

#### (1) 商業機能の郊外化の状況

まず、中・東毛地域における「都市中心部」と「それ以外の地域」で、商業集積の比重が近年どのように変化しているかを、商業統計表「立地環境特性別統計編（小売業）」により把握する。

1997年の商業統計表では、従来から商業集積地区（商店街）と定義されてきた地区をさらに5つに細分類（駅周辺型、市街地型、住宅地背景型、ロードサイド型、その他）した集計表が追加された。この集計表をベースにして、中・東毛地域について、商店街の名称を手掛かりに個々の商店街ごとの売場面積等を過去10年間の商業統計表から遡り、推移をみる作業を行った。表 1-7 は、中・東毛地域における商業統計上の商業集積地区（商店街）の一覧と、商店街ごとの商店数・売場面積の推移である。

この際、5つの細分類と中・東毛地域における個々の商店街の位置とを照合したところ、細分類のうち中心市街地立地の商店街に相当しているのは「駅周辺型」及び「市街地型」の2つであることがわかった。これらを「都市中心部」の商店街と呼ぶ(1.3.1)こととして、集計結果をグラフにしたのが図 1-6 である。

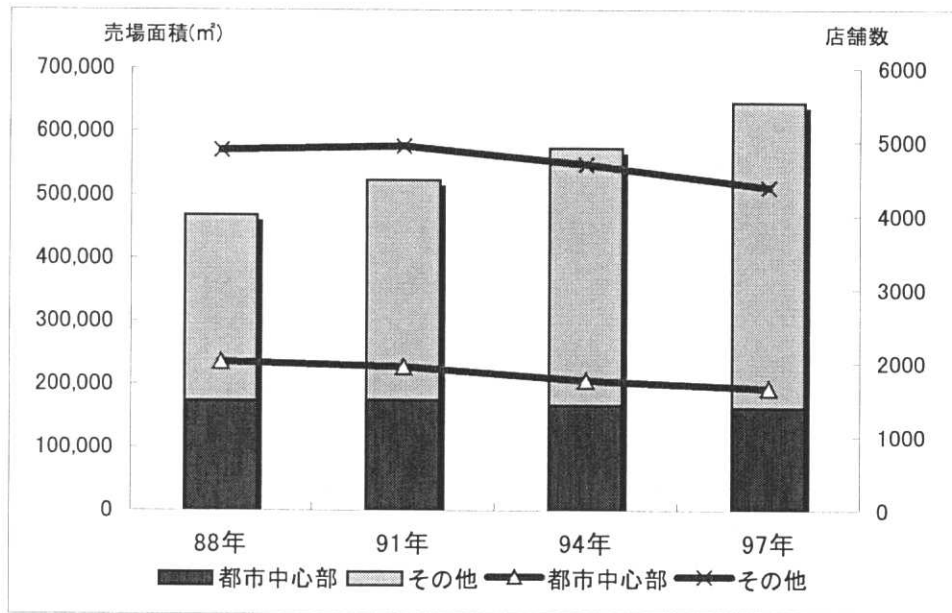
図 1-6 をみると、地域全体の売場面積は、約10年間で約1.4倍（88年;468千㎡→97年;645千㎡）に増加したが、都市中心部ではやや減少したため、都市中心部のシェアが低下した（88年;37%→97年;25%）ことがわかる。また、商店数は、都市中心部、その他地域ともにやや減少となっている。これらのことから、大型の店舗が郊外に多く出店したため、これにつれて商業機能の比重が都市中心部からその他の地域へ移っていく傾向が推察できる。

表1-7 中・東毛地域における商業集積地区(商店街)の商店数・売場面積

	地区		細分	中心部	1997年		1994年		1991年		1988年	
	番号	商店街名称			商店数	売場面積	商店数	売場面積	商店数	売場面積	商店数	売場面積
桐生市	203001	商進会	2	○	12	258	13	386	15	335	15	547
	203002	商盛会	2	○	20	1,055	22	1,280	22	2,429	34	1,409
	203003	本町三丁目	2	○	65	6,942	69	12,145	76	11,705	80	11,841
	203004	中央	2	○	94	7,429	106	8,209	122	9,740	117	9,726
	203005	本町六丁目	2	○	53	4,885	58	5,035	63	6,511	68	11,285
	203006	錦町	2	○	134	10,373	142	7,696	155	8,594	178	9,353
	203007	末広町	2	○	63	3,612	90	5,486	94	5,324	91	6,304
	203008	桐生駅集辺	1	○	89	4,874	127	18,784	148	20,412	159	19,818
	203009	仲通り	2	○	79	2,643	85	3,136	86	3,948	92	2,969
	203010	仲通上	2	○	35	2,453	38	2,781	50	2,568	47	2,728
	203011	仲通下	2	○	31	1,156	33	1,143	32	931	35	1,176
	203012	桜木相広会	1	○	55	3,651	50	3,272	55	2,678	61	2,706
	203013	西桐生駅集辺	1	○	52	15,264						
	203014	国道50号線	4		21	3,144						
	全域	-			1736	142,799	1924	155,501	2108	154,202	2155	143,417
伊勢崎市	204001	伊勢崎駅前	1	○	17	665	18	722	53	2,076	47	1,763
	204002	伊勢崎駅南	2	○	62	9,427	90	10,107	39	7,627	43	1,998
	204003	曲輪町							9	412	10	434
	204004	中央銀座	2	○	20	808	20	912	24	744	24	868
	204005	立花町	2	○	21	862	21	897	20	616	20	660
	204006	平和町	2	○	31	1,068	43	1,294	26	830	32	1,195
	204007	本町二区	2	○	21	8,500	20	1,584	35	10,478	24	9,957
	204008	本町百店会	2	○	62	6,184	69	6,767	67	6,994	72	6,923
	204009	本町共栄会	2	○	37	2,348	44	10,661	47	3,731	43	2,904
	204010	ベシヤ通り	2	○	38	13,918	15	12,472	25	8,375	39	8,529
	204011	伊勢崎東部	3		62	3,664	34	2,979	26	2,068	28	1,872
	204012	南銀座	2	○	27	1,312	30	1,480	40	2,267	44	1,621
	204013	緑町	3		13	397	17	518	11	546	11	481
	204014	三光町	2	○	52	2,676	56	2,586	63	3,528	60	2,918
	204015	若葉町	3		16	410	20	650	25	1,547	27	841
	204016	伊勢崎東部					41	2,636	79	4,329	85	5,270
	204017	今泉町	3		53	4,448	38	3,806	22	767	23	662
	204018	茂呂町	3		54	5,352	60	5,999	55	5,734	54	4,034
	204019	上諏訪町	3		54	5,054	57	5,302				
	204020	ベシヤバイパス店	3		21	9,958						
	204021	イトーヨーカドー周辺	3		16	11,775						
	204022	伊勢崎オート周辺	4		52	16,725						
	204023	昭和町	3		11	771						
	全域	-			1509	180,065	1578	159,992	1632	135,205	1673	112,866
太田市	205001	太田第1	3		113	6,443	76	3,229	80	3,063	87	3,734
	205002	太田第2	2	○	54	3,386	94	6,873	105	6,841	106	7,062
	205003	太田第3	1	○	80	3,822	97	7,336	102	7,761	102	7,958
	205004	太田第4	2	○	18	723	19	1,170	23	838	23	888
	205005	太田ショッピングセンター	1	○	72	11,184	75	12,980	81	11,646	75	12,750
	205006	太田第5	1	○	25	2,531	29	2,473	37	3,279	37	3,684
	205007	太田第6	2	○	65	3,284	67	3,681	83	5,396	79	4,662
	205008	太田第7	2	○	28	6,784	31	2,586	55	5,721	52	5,740
	205009	高林	3		53	2,692	58	4,001	66	4,051	58	3,228
	205010	泉町	3		12	857	15	577	15	629	16	698
	205011	宝町	3		23	3,084	50	5,218	53	4,247	46	3,232
	205012	石橋	3		56	3,337	57	3,681	60	2,946	62	3,038
	205013	葦川	3		20	1,602	26	2,418	25	2,257	32	2,515
	205014	太田第8	3		28	3,291	85	10,733	76	10,168	78	9,877
	205015	高林ショッピングセンター	4		43	11,497	43	10,534	57	11,880	54	11,573
	205016	太田第9	3		87	12,660	61	7,489	61	4,763	56	3,546
	205017	太田第10					20	1,541	18	1,418	16	948
	全域	-			1601	175,728	1734	159,453	1870	144,718	1814	130,874
赤堀町	全域				108	14,918	99	7,961	105	7,232	87	4,869
東村	全域				115	13,608	121	7,407	139	7,658	112	6,122
境町	463001	境西	1	○	58	11,238	38	5,636	42	5,207	50	4,964
	463002	境東	2	○	84	6,113	53	3,954	62	4,340	67	5,478
	全域	-			310	28,362	346	29,892	350	26,070	375	26,140
尾島町	481001	尾島	3		80	7,721	77	4,906	86	5,108	105	4,907
	全域	-			141	14,821	149	9,796	161	10,202	196	9,811
新田町	482001	木崎					32	3,610	36	2,029	43	2,284
	全域	-			168	14,337	188	13,792	197	12,794	216	10,374
藪塚本町	全域	-			139	23,272	129	10,511	140	10,172	131	10,089
笠懸町	全域	-			217	36,866	195	19,159	189	14,912	148	13,211
中・東毛地域	商店街	-			2542	276,310	2629	245,351	2807	241,432	2,907	235,558
	全域	-			6044	644,776	6463	573,464	6891	523,165	6,907	467,773

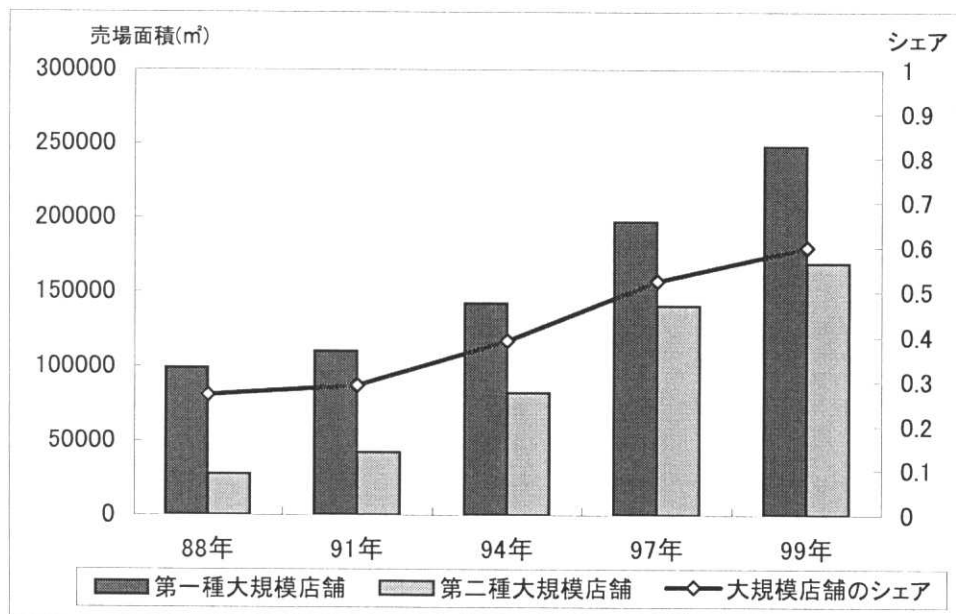
・「細分」欄の番号は、1:駅周辺型、2:市街地型、3:住宅地背景型、4:ロードサイド型、5:その他。「中心部」欄○印は、都市中心部。  
 ・商業統計表・立地環境別特性編より筆者が作成。

図1-6 中・東毛地域における全店舗の売場面積と店舗数の推移



・商業統計表(立地環境別特性編)により筆者が作成

図1-7 中・東毛地域の大規模小売店舗面積とシェアの推移



・全国大型小売店総覧2000、群馬県大規模小売店舗名簿、商業統計表により筆者が作成

表1-8 店舗数と売場面積(中・東毛地域、99年)

	店舗数	売場面積 (割合)
全店舗	6,083	695,622 100%
第一種店舗	29	248,015 36%
第二種店舗	127	166,851 24%

・全国大型小売店総覧2000により筆者が作成

## (2) 大型店立地の影響度

そこで、商業機能の変化における大規模小売店舗<sup>(1.3.2)</sup>の影響を量的に把握する。図 1-7 は、全国大型小売店総覧 2000 掲載の各店舗の個別データをもとに、中・東毛地域における大規模小売店舗の出店の推移をグラフにしたもの<sup>(1.3.3)</sup>である。

図 1-7 をみると、大規模小売店舗の売場面積は近年著しく増加しており、その結果、地域の総売場面積に占める大規模小売店舗のシェアが短期間に急増し、88 年の 27%から 99 年には 60%を占めるに至っている。つまり、地域全体の売場面積の増加は大型店の新規出店によってリードされてきたものであり、大型店の動向が地域商業の状況を左右するに至っている。

また、99 年の状況を見ると、店舗数がわずかに 29 件に過ぎない第一種大規模小売店舗が地域全体の売場面積の 36%を占めるに至っている(表 1-8)。このことは、大規模小売店舗の中でも大きな売場面積を持つ少数の店舗の立地動向が、圏域の商業機能配置の構造・変貌に極めて大きく影響することを示している。

## (3) 大型店による商業機能集積地区の発生

表 1-9 は、中・東毛地域において、改正大店法が施行された 1992 年 1 月以降に開店した大規模小売店舗(第一種および第二種)のリストである。資料は、「全国大型小売店総覧 2000」(東洋経済)を用い、位置を市販の道路地図及び都市計画図と照合して作成したものである。

表 1-10 は、表 1-9 のリストをもとに、所在地の町名により、大規模小売店舗のみで売場面積が 1 万㎡以上に達する地区を掲げたものである。地図上の位置は、図 1-9 に示した。これらの地区は、いわば大規模小売店舗の出店により近年急速に形成された商業機能集積地区と言える。

これら 12 地区のうち、中心市街地に属するのは伊勢崎市中央町、太田市飯田町、桐生市永楽町・宮本町の 4 地区であるが、売場面積では 12 地区合計の 21.4%に過ぎない。逆にいえば、約 8 割の量の商業機能が郊外立地となっている。例えば、伊勢崎市郊外の宮子町(伊勢崎西部モールと呼ばれる大型店集積地区)では、大規模小売店舗の売場面積が 57,391 ㎡(中・東毛地域全体の売場面積 695,622 ㎡の 8.3%、伊勢崎市の売場面積 201,407 ㎡の 28.5%)に達し、指定用途地域が商業系ではない(準工業地域・第二種住居地域)にもかかわらず、短期間に一大商業核に成長している。また、東村の東小保方は、伊勢崎市に隣接した非線引き白地地域であるが、伊勢崎市域の市街化調整区域を飛び越える形で商業機能集積地区が発生している。このような例は、大型店の出店者側の立地選好が、市町村の行政区域にとらわれることなく、広域的な観点で行われる実態を伺わせる。

図 1-8 は、伊勢崎市宮古町地区と同市連取町地区における大規模小売店舗分の売場面積の推移を示したものである。両地区の位置は、伊勢崎市中心部から西側に川を渡って 2~5km 程度の郊外部にある(図 1-9)。両地区の大規模小売店舗分売場面積は、99 年には 89,639 ㎡に達し、伊勢崎市の総売場面積 201,407 ㎡の実に半分近くを占めるに至っているが、大部分は 94 年から 97 年の間の短い期間に急速に拡大したものである。この例のように、郊外の商業機能集積地区は、大型店の出店によって短期間に急速に形成されてしまう特徴がある。



表1-9 中・東毛地域の大規模小売店舗一覧(92年1月～00年3月開店)

市町村名	店舗名	店舗面積	開店年月	土地利用規制	所在地
桐生市	ピーユース薬品桐生境野店	914	Feb-92	準工業地域	境野町
桐生市	ハリカ桐生店	651	Apr-92	近隣商業地域	広沢町
尾島町	カインズホーム尾島店	2,049	Apr-92	第二種住居地域	大字安養寺
伊勢崎市	スーパーニチエー伊勢崎店	764	May-92	準住居地域	除ヶ崎
桐生市	スーパーシバタ広沢店	765	May-92	第一種住居地域	広沢町
太田市	島忠ホームセンター太田店	1,400	Jun-92	第一種住居地域	下小林町
赤堀町	カインズホーム赤堀店	1,800	Sep-92	未線引き白地地域	大字市場
太田市	西本町タウン	1,438	Oct-92	第一種住居地域	西本町
桐生市	しまむら相生店	1,197	Oct-92	第一種住居地域	相生町
伊勢崎市	ゆう・あいらんど伊勢崎店	797	Nov-92	第一種住居地域	太田町
伊勢崎市	ミスズ家具卸センター	660	Nov-92	工業地域	宮子町
伊勢崎市	ヤマダ電機伊勢崎連取店	900	Nov-92	準住居地域	連取町
太田市	上州屋太田烏山店	600	Nov-92	第一種住居地域	烏山
太田市	フレッセイ烏山店	1,029	Nov-92	第二種中高層専用	烏山上町
太田市	マミーマート由良店	1,269	Dec-92	第二種中高層専用	由良町
桐生市	大為本店桐生店	2,754	Dec-92	準工業地域	相生町
笠懸町	総和Sタウン(文真堂書店)	784	Dec-92	未線引き白地地域	大字鹿
太田市	太田高林SC(サティ)	18,134	Jan-93	近隣商業地域	高林寿町
太田市	西友・SSV太田店	1,138	Jan-93	第一種住居地域	下浜田町
伊勢崎市	宝船伊勢崎店	2,000	Feb-93	準工業地域	上泉町
伊勢崎市	スズランキフト&ファッション伊勢崎店	1,010	Feb-93	近隣商業地域	宮前町
新田町	マミーマート新田店	698	Apr-93	第一種住居地域	大字木崎
笠懸町	桐生スポーツプラザ	799	Apr-93	未線引き白地地域	大字阿左美
桐生市	洋服の青山桐生店	1,121	May-93	近隣商業地域	広沢町
太田市	フレッセイ宝泉店	988	Jul-93	第一種中高層専用	宝町
桐生市	紳士服のまつや桐生店	894	Sep-93	商業地域	錦町
境町	フォリオ境町SC・B棟(サンキ)	1,986	Sep-93	第二種住居地域	百々東
太田市	しまむら宝町店	987	Oct-93	第一種中高層専用	宝町
笠懸町	笠懸ショッピングタウン	1,199	Oct-93	未線引き白地地域	大字鹿
伊勢崎市	Joshin伊勢崎店	1,000	Nov-93	工業地域	下植木町
伊勢崎市	カワチ薬品伊勢崎店	2,700	Nov-93	市街化調整区域	日乃出町
新田町	ドラッグウエル新田店	1,200	Nov-93	第一種住居地域	大字木崎
伊勢崎市	カインズタウン伊勢崎店	8,607	Jun-94	第二種住居地域	宮子町
桐生市	スーパーシバタ桐生店	803	Jul-94	第一種住居地域	元宿町
笠懸町	食彩館マルシェ笠懸店	700	Jul-94	未線引き白地地域	大字阿左美
赤堀町	スーパーヒタチヤ赤堀店	1,154	Sep-94	未線引き白地地域	大字市場
伊勢崎市	ホームセンタールパン今井町店	1,109	Oct-94	準住居地域	今井町
太田市	内ヶ島ショッピングセンター	2,600	Oct-94	準工業地域	内ヶ島町
赤堀町	赤堀SC(フォリオ)	8,500	Nov-94	未線引き白地	曲沢
伊勢崎市	オートアールズ伊勢崎ハイパス店	1,600	Nov-94	準工業地域	連取町
太田市	長崎屋ホームセンター太田店	2,148	Dec-94	第二種住居地域	浜町
薮塚本町	サンキ薮塚店	1,449	Dec-94	未線引き白地地域	大字薮塚
伊勢崎市	佐波SC(イトーヨーカドー伊勢崎店)	11,802	Mar-95	第二種住居地域	連取町
笠懸町	とりせん笠懸店	3,496	Jun-95	未線引き白地	大字久宮
伊勢崎市	Kマート上諏訪店	980	Jun-95	第二種住居地域	上諏訪町
薮塚本町	薮塚ショッピングプラザ	1,600	Jun-95	未線引き白地地域	大字大原
伊勢崎市	スーパーヒタチヤ堀口店	1,919	Aug-95	市街化調整区域	堀口町
薮塚本町	フジマート薮塚店	1,394	Aug-95	未線引き白地地域	大字大原
桐生市	カインズホーム桐生梅田店	1,722	Sep-95	第一種住居地域	梅田町
伊勢崎市	やましろや富塚店	826	Oct-95	第一種住居地域	富塚町
桐生市	ホシノスポーツ桐生店	985	Oct-95	第一種住居地域	広沢町
東村	しまむら東村店	907	Oct-95	未線引き白地地域	大字東小保方
笠懸町	プラグシティ笠懸店	1,680	Nov-95	未線引き白地地域	大字久宮
尾島町	ベシヤスーパーセンター尾島店	5,815	Dec-95	準工業地域	大字粕川
太田市	コジマ太田店	1,593	Feb-96	近隣商業地域	西本町
太田市	トイザラス太田店	2,450	Feb-96	準工業地域	飯塚町
太田市	ヤマグチスーパー蕪川店	1,331	Feb-96	第一種住居地域	安良岡町
太田市	大智プラザ	2,237	Feb-96	近隣商業地域	西本町
境町	コマハートアントグリーン境店	999	Mar-96	第一種住居地域	大字女塚
薮塚本町	ベシヤ薮塚店	6,500	Apr-96	未線引き白地	大字大原

市町村名	店舗名	店舗面積	開店年月	土地利用規制	所在地
太田市	ベルク竜舞店	2,824	Apr-96	準工業地域	竜舞
尾島町	ベイシアリカーセンター尾島店	998	Apr-96	第二種住居地域	大字安養寺
太田市	ニトリ太田店	3,613	Jun-96	準工業地域	西矢島町
新田町	コメリハード&ントグリーン新田店	999	Jun-96	第一種中高層専用	大字木崎
新田町	あなはら新田店	990	Aug-96	市街化調整区域	大字嘉称
伊勢崎市	デオデオ伊勢崎店	1,989	Oct-96	第一種住居地域	連取町
太田市	文真堂書店新井店	732	Oct-96	準住居地域	新井町
伊勢崎市	オートボックスビル	725	Nov-96	準工業地域	田中島町
太田市	デオデオ太田店	2,098	Dec-96	準工業地域	飯塚町
桐生市	フレッセイ天神店	2,978	Dec-96	第一種住居地域	平井町
境町	酒のアワタ境町店	2,000	Dec-96	第一種住居地域	大字女塚
伊勢崎市	やましろや連取店	611	Jan-97	近隣商業地域	連取町
笠懸町	アピタ笠懸店	10,342	Mar-97	未線引き白地	大字阿左美
太田市	太田SP(ファミマ太田東店)	2,973	Mar-97	第一種住居地域	新島町
太田市	マルカワ太田店	1,050	Mar-97	準工業地域	西矢島町
東村	ファームランド東店	2,077	Mar-97	未線引き白地地域	大字田部井
東村	カインズホーム佐波東店	4,781	Apr-97	未線引き白地	大字西小保方
太田市	Tマート太田店	984	Apr-97	準工業地域	東新町
伊勢崎市	しまむら宮古店	998	May-97	工業地域	宮子町
太田市	ファミマ高林店	997	May-97	第一種住居地域	高林南町
伊勢崎市	ベイシア西部モール店	29,000	Jun-97	準工業地域	宮子町
伊勢崎市	WILD-1伊勢崎店	878	Jun-97	近隣商業地域	宮子町
東村	ファミマ東店	2,000	Sep-97	未線引き白地地域	大字東小保方
伊勢崎市	マルカワ伊勢崎宮古店	923	Oct-97	第一種住居地域	宮子町
太田市	しまむら小舞木店	998	Nov-97	準工業地域	小舞木町
笠懸町	ウエステリアコート笠懸	1,829	Nov-97	未線引き白地地域	大字阿左美
伊勢崎市	ハイパーモールメルクス伊勢崎店	15,333	Dec-97	第二種住居地域	宮子町
伊勢崎市	西松屋チェーン伊勢崎店	658	Mar-98	準工業地域	連取町
太田市	シュープラザ太田店	614	Mar-98	準工業地域	西矢島町
赤堀町	ベイシア赤堀モール	5,500	May-98	未線引き白地	堀下
桐生市	シュープラザ・チヨダ桐生店	592	May-98	準工業地域	相生町
伊勢崎市	上州屋伊勢崎田中島店	741	Jul-98	準工業地域	田中島町
笠懸町	ファミマ笠懸店	1,563	Jul-98	未線引き白地地域	大字鹿
太田市	サンキ太田店	2,000	Sep-98	第一種住居地域	岩瀬川町
桐生市	上州屋桐生新宿店	769	Sep-98	準工業地域	新宿
笠懸町	とりせん笠懸ハアエティープラザ	1,410	Sep-98	未線引き白地地域	大字久宮
太田市	洋服の青山太田店	863	Oct-98	近隣商業地域	西本町
東村	アピタ伊勢崎東店	15,118	Nov-98	未線引き白地	大字東小保方
伊勢崎市	赤ちゃん王国伊勢崎店	992	Nov-98	第二種住居地域	宮子町
太田市	とりせん太田東矢島店	2,100	Nov-98	市街化調整区域	東矢島町
太田市	文真堂書店新井1号店	997	Nov-98	準住居地域	新井町
伊勢崎市	アペイル伊勢崎店	850	Dec-98	近隣商業地域	連取町
伊勢崎市	オートアールズ伊勢崎西部モール店	1,900	Dec-98	第一種住居地域	連取町
笠懸町	ヤマダ電機テックランド桐生西店	2,166	Jan-99	未線引き白地地域	大字鹿
伊勢崎市	文真堂書店上諏訪店	686	May-99	第二種住居地域	上諏訪町
伊勢崎市	文真堂書店新連取店	804	May-99	準工業地域	連取町
桐生市	フレッセイ桐生南店	1,505	Jul-99	準工業地域	新宿
桐生市	ビックエイト	823	Feb-00	準工業地域	東

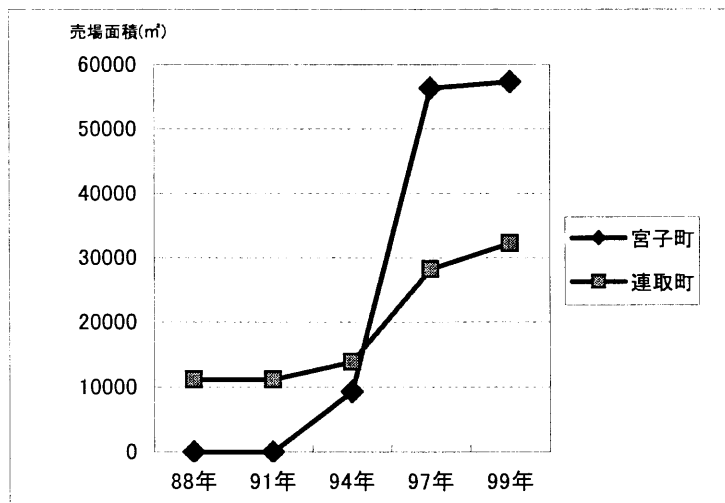
・全国大型小売店総覧2000、市販の道路地図、電話確認により筆者が作成。

表1-10 中・東毛地域における大規模小売店舗による商業集積地区

		売場面積 一種+二種(m <sup>2</sup> )	店舗数		主な用途地域
			一種	二種	
伊勢崎市	中央町	11,117	1	0	商業
	連取町	32,248	3	7	二住
	宮子町	57,391	3	5	準工・二住
太田市	飯田町	15,189	1	0	商業
	高林寿町	18,134	1	0	近商
	西矢島町	14,543	3	3	準工
桐生市	永楽町	15,201	1	0	商業
	宮本町	10,285	1	0	商業
	広沢町	15,180	2	6	準工
薮塚本町	大原	12,961	2	2	非線引き白地
笠懸町	阿佐美	20,948	2	6	非線引き白地
東村	東小保方	19,164	1	3	非線引き白地

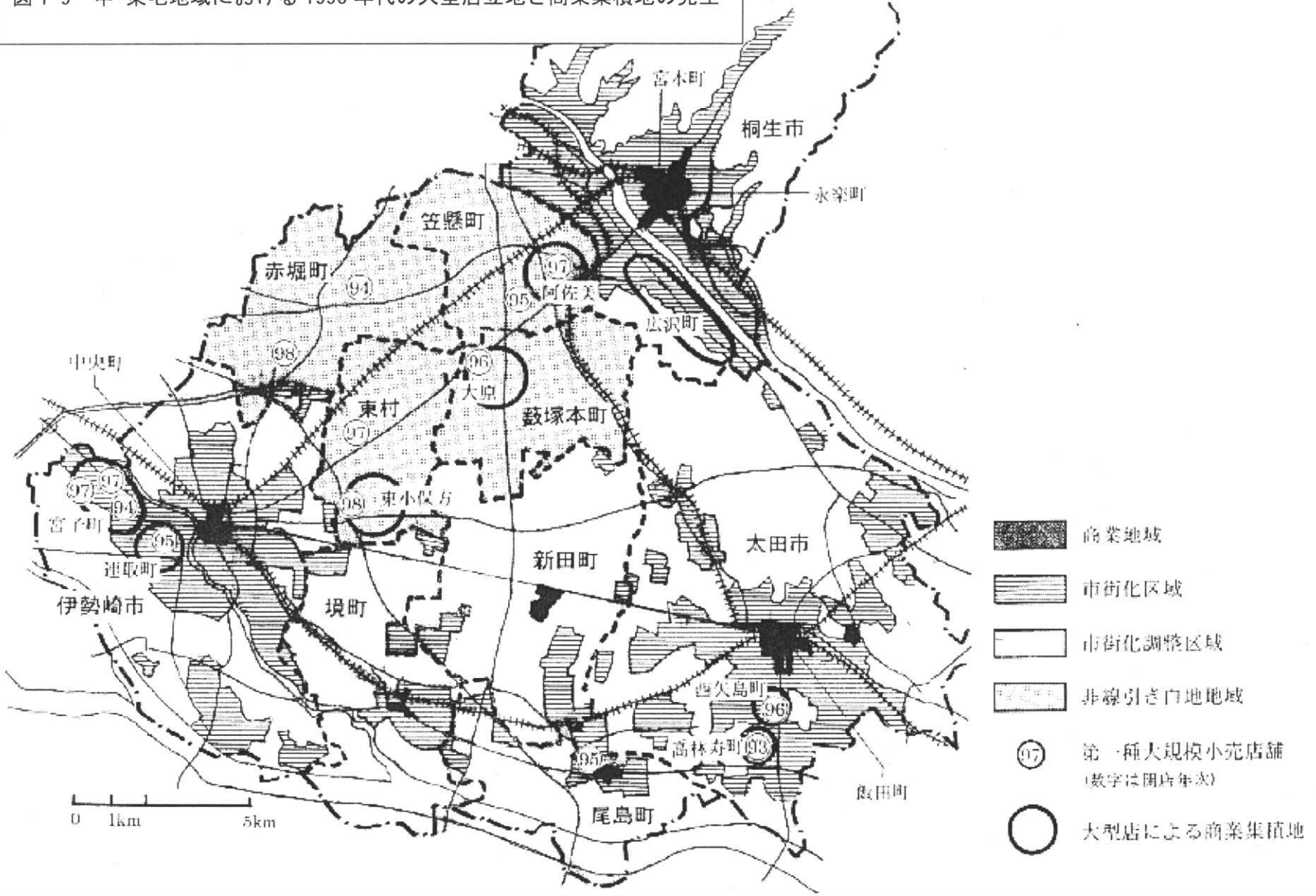
・全国大型小売店総覧2000により筆者が作成

図1-8 大型店出店による郊外商業機能集積地区の形成



・全国大型小売店総覧2000、群馬県大規模小売店舗名簿により筆者が作成

図 1-9 中・東毛地域における 1990 年代の大型店立地と商業集積地の発生



## 1-4 大型店の規模分布と種類

ここまでの調査結果から、大型店の急増が都市における商業集積地の配置を郊外部に急速に拡散させたことが明らかになった。また、これらの郊外における新たな商業集積地の形成には、中小規模のロードサイドショップの集積よりも、少数の大規模店舗の出店の方が、はるかに著しく影響することが明らかになった。中・東毛地域のケーススタディでも、新たな商業集積地の形成は、大型店の中でもかなり規模の大きな店舗がリードしている。

このように、郊外型大型店とひとくちに言っても、それらの規模にはかなりの幅があって、都市構造に及ぼす影響にも大きな違いがあることが考えられる。そこで、ここでは、大型店の規模分布をもう少し詳しく見るとともに、地方都市の中心商業地の売場面積規模データと比較することで、郊外型大型店の中でも特に規模の大きなものに着目すべき理由を補強する。

### (1) 大型店の規模分布と売場面積シェア

図 1-10 は、最近地方都市の圏域に出店している大型店の規模の分布をみるために、地方圏（三大都市圏を除く地域）において、大規模小売店舗立地法の施行以降に同法第 5 条 1 項に基づく新設の届出をした店舗を対象に、売場面積の規模の分布を散布図にしたものである。図を一見してわかるように、届出物件は数千㎡台という比較的小さな規模のところに集中しており、1 万㎡を超えると件数がかなりまばらになる。しかし、店舗の規模分布にはかなりの幅があって、5 万㎡を超えるような超巨大規模の店舗も散見される。このように、大型店とひとくちに言っても、その規模は極めて多様であることが見てとれる。

表 1-11 は、地方圏と三大都市圏の圏域別に、店舗の売場面積規模別にシェアを見たものである。1 千㎡以上 3 千㎡未満のクラスの大規模小売店舗は、件数ベースでは地方圏で過半数（56%）、三大都市圏でも半数弱（45%）を占めるものの、売場面積合計では地方圏で約 2 割、三大都市圏では約 13%を占めるに過ぎない。従って、このクラスの規模の店舗は、件数は非常に多いものの、多少集中して立地したとしても、都市構造全体に与える量的な影響は大きくないと考えられる。一方、1 万 5 千㎡以上の店舗は、件数ベースでは地方圏で約 6%、三大都市圏で約 1 割であるが、売場面積合計では地方圏で約 3 分の 1、三大都市圏では 44%と、かなりの大きなシェアを占めている。従って、このような巨大規模の店舗については、たった 1 件ないし数件の出店であっても、量的な影響は大きいものと考えられる。

表 1-12 は、巨大ショッピングセンターの主力企業からのヒアリングに基づき、出店者が標準規模と考えているものをまとめたものである。これによれば、最も大きなリージョナル・ショッピングセンター（RSC）というカテゴリーでは 4.6 万～6 万㎡程度という超巨大な規模が標準とされているとともに、その下のクラスのネイバーフッド・ショッピングセンター（NSC）というカテゴリーでも、名称は近隣型を名乗りながらも、1 万～1.3 万㎡程度というかなり大型のものが標準規模とされている。

一方、表 1-13 は、チェーン展開をしているロードサイド型店舗の標準規模をまとめたものである。スーパーマーケットや家電、カー用品といったジャンルの店舗ではやや大きめなものを標準とする傾向がみられるものの、それでも概ね 3 千㎡以内に収まっている。むしろ、ロードサイド型店舗の

主力は、スーパーやドラッグストア、コンビニといった近隣住民を顧客とする食料品・日用品型のものと、カテゴリー・キラーと呼ばれる専門店であるが、これらの売場面積は数百㎡ないし1千㎡内外に止まっている。専門店で大規模化するのには家電や家具など扱う品目がかさばる品物（bulky goods）の場合が多く、大きなものを大きなフロアで展示販売し、買い手も購入品を自家用車で運ぶというように、そもそも中心市街地よりも郊外沿道立地がなじむ品目が中心である。また、ロードサイドといえ、物販店舗ではないがファミリーレストランなどの飲食店があるが、これらはお客のサービスが可能な面積規模に自ずと限界があることから、大きくてもせいぜい400～500㎡程度にしかならない。このように、ロードサイド型のチェーン店は、個々の店舗の規模は比較的小さいものが多い。

ロードサイド型店舗は、自動車で来るお客の目にとまりやすいように沿道に看板が立ち並び、建物自体も看板建築と呼ばれる目立つ外観のものもあるので、集積量が多く見える印象がある。しかし、以上のように、実際には個々の標準的な規模はそれほど大きくはない。出店件数は多数であるが、売場面積ベースでのシェアは全体的に小さく、これらが多少立ち並んだとしても、RSCやGMSと比較すれば、規模的に必ずしも大きな集積規模にはならないと言ってよい。

以上、郊外立地型店舗の規模分布は、件数ベースでは中小規模のものに大量集中しているが、これらの売場面積合計でのシェアは大きくない反面、件数ベースでは非常に少ない巨大規模のショッピングセンターが、売場面積のベースにおいて相当の量的シェアを占めている状況にある。この結果から見ても、中・東毛地域のケーススタディを裏打ちするように、都市構造的影響から考えると、やはり大型店でも規模の大きなものに注目することが必要であると言える。

## （2）特に大規模な店舗に着目する必要性

さて、大型店の郊外立地による都市構造的な影響を考えるに当たり、地方都市における既存の中心商業核に関する総売場面積規模を見るのが、ひとつの目安になるものと考えられる。

図1-11は、都市圏ベースで見た地方都市中心市街地の商業集積規模の分布を、都市圏の人口規模との関係でグラフにしたものである。都市圏は、国土交通省都市・地域整備局によるものとし、ここでの都市圏の定義は、核都市を人口10万人以上で昼夜間人口比1.0以上の都市として、核都市への通勤・通学者が500人以上又は核都市への通勤・通学者人口比が5%を上回る市町村の範囲とされている。ここでは、地方都市の傾向を見るため、三大都市圏（1都3県、2府2県及び愛知県の範囲）と政令市を除いた全国81の都市圏を対象とした。また、中心市街地の売場面積は、8省庁の中心市街地活性化推進室が作成したものを採用しており、中心市街地のエリアは概ね中心市街地活性化法に基づいて作成された基本計画の区域に相当している。都市圏人口は2000年国勢調査、中心市街地の総売場面積は1997年商業統計による。

これによると、都市圏の核都市の中心市街地における総売場面積と、都市圏の人口規模とは、非常に強い相関関係を示しており（ $R^2=0.702$ ）都市圏の人口規模が大きいほど、核都市中心部の商業集積の規模も大きくなっているが、その範囲は、表1-14のとおり、1997年の状況において、平均規模が約10万1千㎡、標準偏差 $\pm 1\sigma$ の範囲でみて約5万3千㎡から約14万9千㎡となっている。つまり、地方部における都市圏の第一の集積核における商業機能の集積規模は、売場面積ベースで

図1-10 最近の地方圏における大型店の売場面積の分布

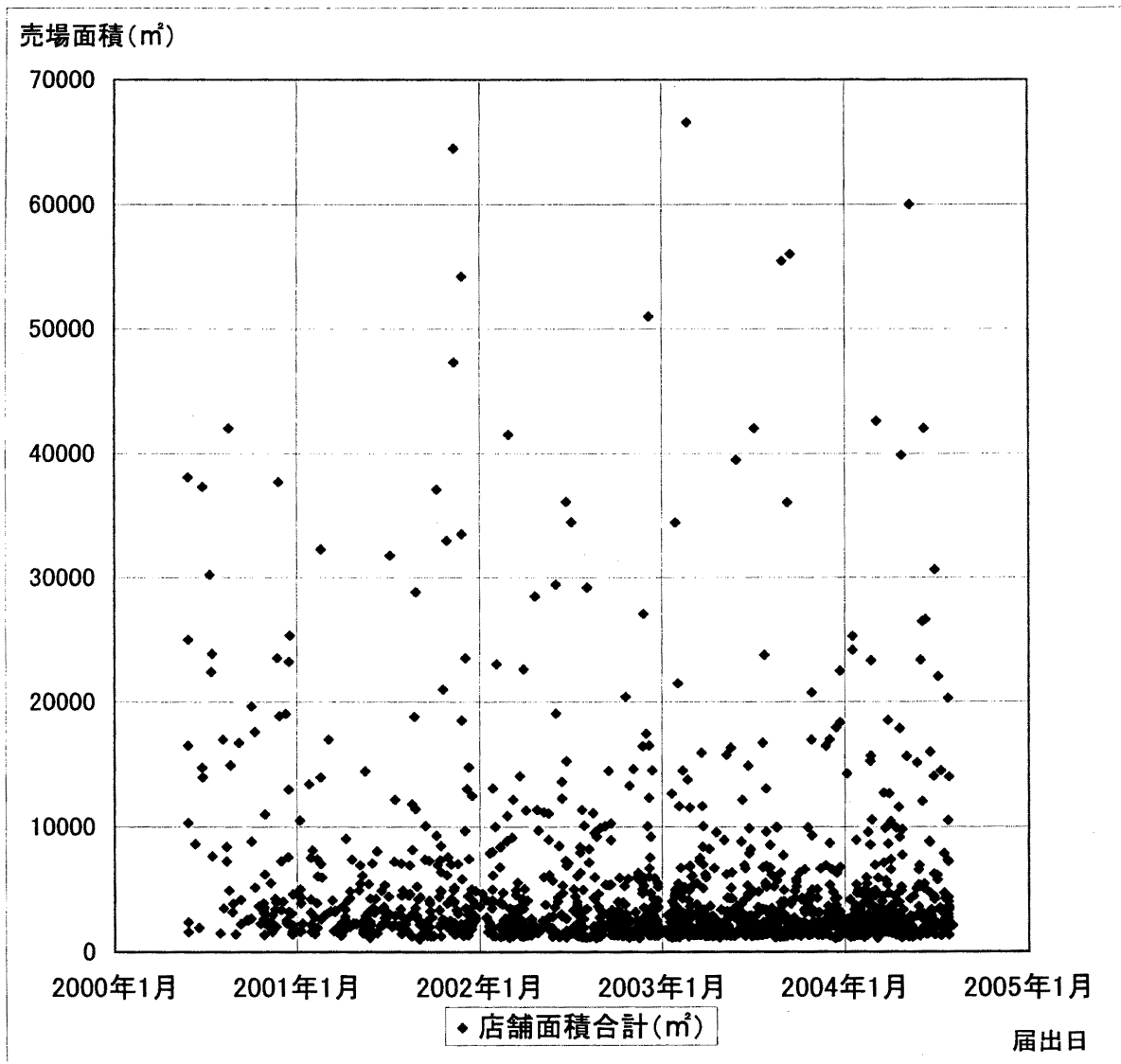


表1-11 店舗規模による売場面積シェア

	地方圏			三大都市圏		
	件数	売場面積合計(m <sup>2</sup> )	割合	件数	売場面積合計(m <sup>2</sup> )	割合
3万m <sup>2</sup> 以上	29	1,227,300	17.1%	31	1,338,733	24.6%
1.5万m <sup>2</sup> 以上	88	2,433,965	33.8%	81	2,394,761	44.0%
1万m <sup>2</sup> 以上	147	3,166,942	44.0%	133	3,021,211	55.5%
6千m <sup>2</sup> 以上	280	4,190,240	58.3%	230	3,784,010	69.6%
3千m <sup>2</sup> 以上	635	5,650,846	78.6%	453	4,722,423	86.8%
3千m <sup>2</sup> 未満	792	1,542,189	21.4%	373	716,336	13.2%
合計	1,427	7,193,035	100.0%	826	5,438,759	100.0%

- ・件数、売場面積合計は、3千m<sup>2</sup>以上については累計。
- ・いずれも大規模小売店舗立地法第5条1項に基づく店舗の新設届出ベースで作成。
- ・地方圏は、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)を除く地域。

表1-12 巨大ショッピングセンターの標準規模

		売場面積	敷地面積	商圈
イオン グループ	RSC	6万㎡程度	5万坪程度	5km以上
	スーパーセンター	1.3万㎡程度	2万坪程度	—
	NSC	1万㎡程度	1万坪程度	—
	GMS	2万㎡程度	—	—
三井不動産	RSC	4.5～6万㎡	2万坪以上	5km,50万人
	ライフスタイルセンター	1万㎡程度	1万坪程度	3km,20万人
	アウトレット	—	1万坪程度	10km

・イオン株式会社開発計画部、三井不動産株式会社商業施設事業部のヒアリング(2004年9月)。

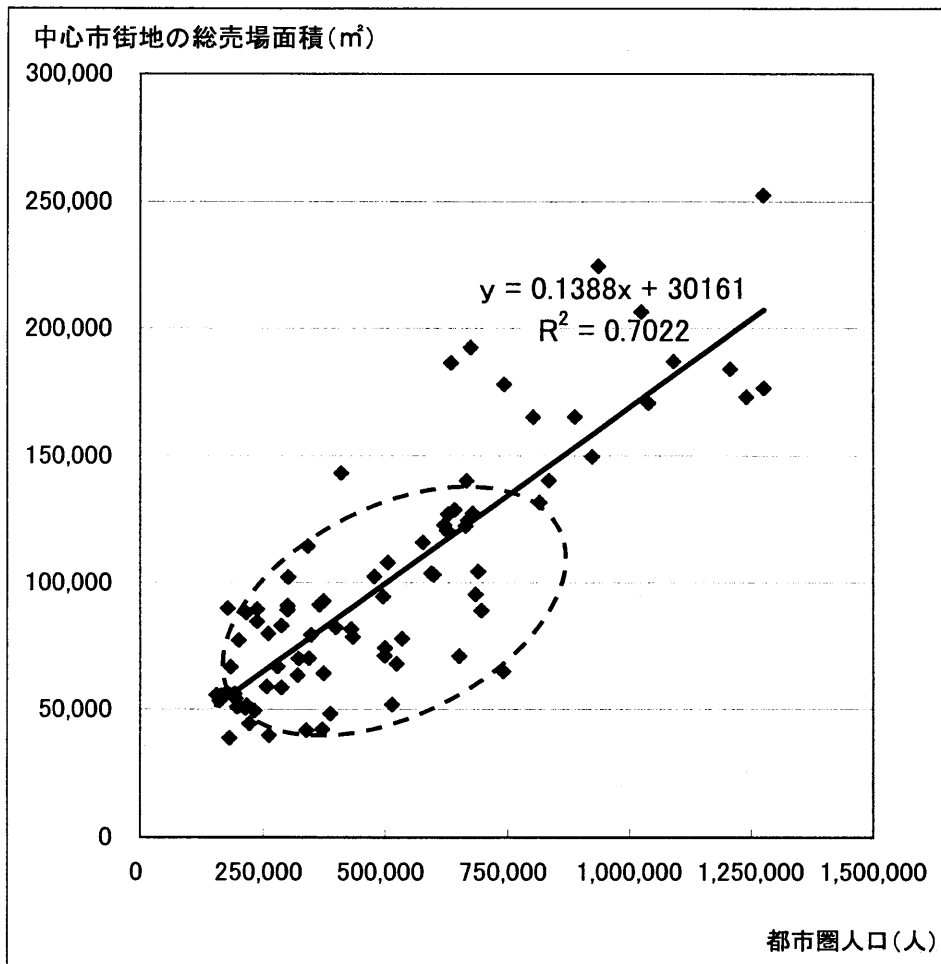
表1-13 ロードサイド型店舗の標準規模

業種	店名	施設規模(㎡)			駐車場台数 (台)
		売場面積	延床面積	敷地面積	
スーパー マーケット	いなげや	1,800～2,100	2,600～3,000	4,300～5,000	100以上
	ライフ	3,000	4,000	5,000	100以上
	サミット	2,000	3,300	5,000	立地による
	マルエツ	1,000	1,300	—	—
	コープ	1,800	2,500	—	100
コンビニ	セブンイレブン	170	200	500以上	10以上
	ローソン	130	150	1,000	10以上
	ファミリーマート	130	150～170	700～1,700	10以上
	ミニストップ	120	170	1,000	10以上
ドラッグ	ハックキミサワ	—	800～1,200	2,300	—
	セイムズ	500	600	1,200	30
	サンドラッグ	500～1,300	500～1,300	1,500	30～50
家電	ヤマダ電機	1,700～3,000	2,700～5,300	3,300～5,000	300～500
	コジマ	3,000	4,000	6,600	150～170
	ケーズ電機	4,000	5,000	8,300～13,200	180～250
カー用品	オートボックス	2,600～3,000	4,000～4,300	5,000～6,600	150以上
	イエローハット	800～900	1,000～1,200	2,600～4,000	最低45
	タイヤ館	700	1,200	1,700	15～20
書店等	文教堂	1,200	1,300	3,300	80
	ツタヤ	1,000	1,000	2,200～2,500	40～50
	ブックオフ	300～500	300～500	1,700	30
紳士服	洋服の青山	700～800	800～1,000	1,700	25
	アオキ	500	600	1,300～1,700	20～25
	コナカ	700	800	1,700～2,000	30
婦人服等	しまむら	1,300	1,400	3,300	60
	赤ちゃん本舗	2,000～2,600	2,600～3,300	5,000	200
	西松屋	700	800	2,000	30～40
カジュアル	ユニクロ	700～800	900～1,000	2,600	60以上
	ライトオン	700	800	2,100	40
	マックハウス	500～600	500～700	1,200	30
靴	チヨダ	700	700	1,800～2,300	40
メガネ	メガネの三城	100～200	100～200	300～700	10
	ビジョンメガネ	100～200	100～200	500～700	5
玩具	トイザラス	2,500	3,300	9,200～12,200	200～300
スポーツ	ヴィクトリア	500～700	700～800	1,000～1,300	10～15
	アルペン	1,500～2,100	2,000～2,600	5,000～8,300	90
釣具	キャスティング	300～700	400～700	1,300～1,700	30
酒	サリ	300	300	700	20
ペット	コジマ	—	700	—	—
ファミレス	バーミヤン	—	450	—	35
	馬車道	—	300	1,700	—

・筆者の依頼により川口弘之氏(株式会社アイ・シー・エム企画)が各企業の開発担当者に行った電話調査(2003年7月)。



図1-11 中心市街地の売場面積と都市圏人口



- ・ 中心市街地の売場面積は、概ね中心市街地活性化法の基本計画区域に相当
- ・ 都市圏は、核都市を人口10万人以上で昼夜間人口比1.0以上の都市とし、核都市への通勤・通学者が500人以上又は核都市への通勤・通学者人口比が5%を上回る市町村の範
- ・ 売場面積は、商業統計（1997）をもとに経済産業省中心市街地活性化室作成のもの。
- ・ 都市圏人口は、国勢調査（2000）をもとに国土交通省都市・地域整備局企画課作成のもの
- ・ 三大都市圏（1都3県、2府2県、愛知県）及び政令市を除く

表1-14 都市圏人口と中心市街地の売場面積

	(人、m <sup>2</sup> )		
	都市圏人口	中心市街地の売場面積	
	2000	1997	2002
平均	510,807	101,057	90,671
+σ	801,506	149,205	137,706
-σ	220,109	52,910	43,635

みて1997年時点では概ね5万㎡から大きくてもせいぜい約15万㎡の規模であると言うことができる。

これに対して、図1-10でみた最近の大型店新設の店舗規模では、売場面積6万㎡前後のものも散見されており、たった1店舗で地方都市の中心商業核の規模に匹敵するような巨大なショッピングセンターも現れてきていると言うことができる。こうしたものの出現が、地方都市の圏域の都市構造に影響を与えないはずがないことは、容易に想像できることである。

これらのことから考えて、近年の地方都市圏における商業機能立地の拡散化という現象を、都市構造の変容という観点で検討するにあたり、件数的には少数ながらも極めて甚大な影響を及ぼすであろう大規模な大型店に特に着目することが、妥当かつ必要であると結論できる。

### 1-5 大型店の郊外立地展開の問題点

以上に見たように、都市の商業機能に関する近年の動向には、店舗の大型化と郊外立地化のベクトルが強く働いており、中でも特に規模の大きな大型店が牽引する形で、新規の商業集積地が郊外部の任意の場所において突然と言えるほど短期間に生成し、これが都市における商業核の拡散立地化という現象を生んでいる。このことがもたらす問題とは、何であろうか。ここでは、大型店の無秩序な郊外拡散立地化の問題点を整理する。

#### (1) ゼロサム競合の広域的影響に関する問題

まず、都市の商業機能に及ぼす問題点である。

小売商業という機能は、都市住民が日々の生活で必要とする物資の供給を担う都市機能である。従って、それらが総売場面積が増加しても、都市圏の中の立地場所が変容しても、基本的には全体として都市圏の中の住民が必要とする日々の需要をまかなう範囲を出ないものである。このため、小売商業全体は、常に競合関係にあり、その関係は「ゼロサムの競合関係」と表現できる。

この「ゼロサムの競合関係」は、個々の店舗とその他の店舗というだけでなく、商業核についても当てはまると考えられる。ここでいう商業核とは、商業機能が集積した場所のことを言い、単独の上行施設であっても売場面積規模が十分大きければ都市における商業核であるとする。商業核は、ハフモデルに従えば売場面積規模に比例する一定の商圈を持つが、他の商業集積が新設されて地域の総売場面積が拡大すれば、その分シェアが低下する。即ち、商業核同士もゼロサムの競合関係にあるということであるが、これは現実には単に比例配分的に売上げを分け合うことを意味しない。新たな商業核がお客様の支持を受けて発展すれば、既存の商業核は新たな商業核にお客を取られることになるので、その分喰われることになる。

影響が、個々の店舗間に止まるのであれば、都市計画上の問題は特にはない。商業サービスの質は、競争によってこそ改善・発展を遂げていくのであって、自由な競争市場が維持されることは、むしろ最も大切な経済環境であると考えべきである。しかし、商業核の間の競合関係というのは、企業間競争の範疇には止まらない問題もある。

表1-14には、1997年と2002年における中心市街地の総売場面積の比較についても示しているが、これを見ると、たった5年間の間に平均規模が大きく縮小していることがわかる。小売店舗の総売

場面積自体は全体に拡大しているにもかかわらず、中心商業地の売場面積が急速に縮小しているということは、新規大型店の郊外立地の影響が、既存店舗の廃業、移転、撤退という形で、中心商業核に間違いなく及び、マイナスに作用していることを示している。

中心市街地については、商業だけでなく、業務や文化をはじめ、圏域の中心的機能が集積してきた地域であり、いわゆる「集積のメリット」というものを形成してきた特徴がある。しかし、商業機能という来街者を引き付ける集客機能が縮減すれば、諸機能の集積力の一端が崩れていくことになるので、集積のメリットを享受している他の都市機能にも負の影響を及ぼしかねない。少なくとも、中心市街地の「中心性」は低下する影響を受けるだろう。

また、ゼロサムの競合関係は、いわゆる中心市街地の商業核との間だけで起こるのではない。新規の商業核同士の間も当然に競合関係となるものであり、郊外立地の大型店同士も競争し、その結果、都市の商業核が生々流転するという現象が起こり得る。都市にとって商業核というのは、広い圏域から不特定多数の生活者が集まってくる場所である。このような重要な場所が生々流転すれば、プラスにせよマイナスにせよ、必ず何らかの影響を広域的に及ぼすことは避けられない。

## (2) 使い捨て型土地利用の拡散（不可逆な自然的環境の過剰破壊）

次に、土地利用全体に及ぼす問題点である。

ゼロサムの競合関係の下で、新設される大規模な商業施設というのは、都市にとって必要な機能の追加ということを意味しない。特に、都市圏における人口増加が著しく低下し、むしろ減少に転じようとしている状況下では、大型店のための開発は、もはや必要な都市機能を追加するための土地供給ではなく、少なくとも理論的には、どこかを開発すればどこかで遊休土地を生み出すという関係にほかならない。

この問題は、特に自然的土地利用の宅地化転用において大きい。農地や森林などの自然的利用に供されている土地は、土壌や灌漑などの基礎条件の上に土地利用が成立しているとともに、その利用が生み出す経済的な価値が都市的な利用と比較して低いことから、いったん転用されて宅地造成がなされると、その後都市的利用が不要になっても、元の自然的利用に戻すことは著しく困難である。この意味で、農地等の宅地化転用は、ほとんど不可逆的なプロセスである。

表 1-15 は、農地転用にかかる用途別面積の推移である。近年は、都市化の土地需要が次第に沈静化していることから、農地転用の総面積は減少してきているが、商業サービス等用地のための農地転用をみると、面積ベースでは上下しながらも、総転用面積に占める割合は着実に増加してきている。

また、表 1-16 は、青森、秋田、富山・高岡の 3 つの地方都市圏において、1990 年代以降に開店した売場面積 1 万㎡以上の大型店について、従前の土地利用を示したもの<sup>(1.5.1)</sup>である。25 件中 10 件が農地転用によるものであり、さらに従前が農地・山林の土地区画整理事業を加えると 15 件、6 割が農地等を転換したものとなっている。このように、地方都市圏における郊外立地型大型店の新設では、農地等をつぶして開発される場合が少なくない。

農地が工場跡地とともに大型店用地の主要な供給源となっているのは、開発事業者にとって、広い敷地を安価に確保できることと、農地所有者にとって、農業で得られる利益よりもはるかに多額

表 1-15 用途別の農地転用面積の推移

[単位: ha]

	1970	1975	1980	1985	1990	1995	2000	2003
商業サービス等用地 〔割合〕	2,880 5.0%	1,398 4.0%	1,760 5.7%	1,665 6.1%	2,464 7.0%	2,080 7.2%	1,634 7.5%	1,450 8.1%
住宅用地	20,510	11,346	8,838	7,328	8,528	8,724	6,235	5,102
鉱工業用地	8,739	3,766	3,420	4,005	6,166	4,462	2,278	1,728
学校用地	1,168	966	856	572	349	208	123	102
公園・運動場用地	887	706	610	589	754	967	204	209
道水路・鉄道用地	7,720	5,678	6,390	4,551	4,235	3,942	3,064	2,159
その他の業務用地	6,783	4,838	4,063	4,061	6,159	4,612	5,428	5,004
植林・その他	8,447	5,903	4,842	4,645	6,579	4,004	2,719	2,251
総面積	57,134	34,603	30,778	27,416	35,235	28,999	21,685	18,004

・(資料)農林水産省「農地の異動と転用」

表 1-16 大型店の従前土地利用 (売場面積 1 万㎡以上、1990 年以降開店のもの)

	店舗名	市町村	開店年月	売場面積(㎡)	従前の土地利用
青森都市圏	ラ・セラ東ハイパスSC	青森市	1990年4月	12,545	農地
	イオン柏SC	柏村	1992年11月	45,800	農地
	エルムの街SC	五所川原市	1997年11月	37,058	農地
	浪岡SC	浪岡町	1998年9月	13,450	農地
	ガーラタウンアオモリウエストモール	青森市	2000年6月	21,661	農地(区画整理)
	西ハイパスパワーセンター	青森市	2000年6月	10,842	農地(区画整理)
	イトヨーカドー青森SC	青森市	2000年10月	20,260	農地(区画整理)
	Festival City AUGA	青森市	2001年12月	14,301	商業地(再開発)
秋田都市圏	能代SC	能代市	1990年12月	11,531	病院跡地
	イオン秋田SC	秋田市	1993年10月	53,212	山林(区画整理)
	秋田サティ	秋田市	1995年4月	23,060	工場跡地
	イオンタウン萩島パワーセンター	秋田市	2000年7月	12,968	工場跡地
	ジャスコ五城目町SC	五城目町	2001年6月	13,875	農地
富山・高岡都市圏	シック(CIC)	富山市	1992年3月	10,582	商業地(再開発)
	となみコスモタウン21	砺波市	1992年11月	10,110	農地
	マイカル高岡(サティ)	高岡市	1993年10月	23,813	自動車教習所
	御旅屋セリオ	高岡市	1994年3月	19,877	商業地(再開発)
	アルプラザ小杉	小杉町	1996年11月	21,408	工場跡地
	アピタ黒部	黒部市	1997年8月	13,657	大型店
	フェアモール富山(アピタ)	富山市	1998年10月	21,770	農地
	アピタ砺波	砺波市	1999年7月	17,237	農地(区画整理)
	フェアモール魚津	魚津市	1999年11月	16,272	農地
	フューチャーシティファホーレ	婦中町	2000年10月	31,954	商業地
	フューチャーシティファホーレ2	婦中町	2000年11月	10,333	商業地
	PLANT-3滑川	滑川市	2000年11月	11,660	農地
	イオン高岡SC	高岡市	2002年8月	54,200	農地

の地代<sup>(1.5.2)</sup>が労働なしで得られるためである。これは、一見、双方の利益にかなっているように見える。

しかし、借地方式と低コストのハード整備で出店する郊外店舗にとって、利益不振の場合の撤退もまた、容易に行いうるオプションである。小売商業の売上げは、都市圏全体において、圏内で生活する人口分の消費需要をまかなうこと以上にはならないものであるから、物販に関して言えば基本的にはゼロサムであると考えられる。従って、店舗同士は常に競合関係にあって、常に淘汰の荒波にさらされている。特に、近年のように大型店の新設がとめどなく続く状況下にある場合は、新鋭の巨大店舗といえども恒久的な存在となる保証はまったくない。むしろ、20年程度の定期借地契約で出店する場合が一般的<sup>(1.5.3)</sup>なように、出店投資の採算計画は比較的短期間の収支で組まれ、近年は特に短期的な収益を重視する傾向があるので、比較的早期の退店も経営的には十分視野に入っている。郊外型大型店は1990年代以降に増加したので、現時点では開店後20年に達しているものは少なく、近年の退店問題は中心市街地の百貨店やロードサイドの専門店・中規模日用品店等で顕著であるが、今後は、農地を大規模に転用して次々と開発された郊外立地の大型店が、次々と退店する事態も十分に予想されるところである。

山本雅之氏(2004)によれば、農地を転用した大型店用地には、大型店撤退後の土地の再利用に思わぬ障害が隠れているという。図1-12は、大規模な農地を借地方式で大型店用地に開発した場合の従前従後の状況を示したものである。従前の状態では、大規模な農地は多数の所有者が分かれて所有しており、各農地の間には里道や水路がある。これが、大型店が撤退したときには、拡幅した道路や提供公園などの用地が公共施設として市町村に移管され、かつて里道・水路だった土地の所有権は大型店の開発事業者に移った形で、全体が造成されている。即ち、大型店が撤退したからといって、個々の従前農地所有者が各々の意思のみで所有地を利用することができない場合が多い。大型店撤退後の土地の再利用には、一体的に利用するテナントが現れることと、土地所有者の全員同意のための合意形成コストが必要となり、このような再利用のための条件がそろわない状況では、適切な管理もしにくくなり、土地の荒廃化を招くことも十分想定されるところである。

郊外型店舗が安価に出店しては容易に退店する形で競争を繰り広げ、その過程で多くの大規模農地が転用されては荒廃化していくことになれば、それはまさに焼き畑商業とも呼ぶべき状況になるだろう。小売業のゼロサムの競争環境において、短期の採算と利益重視の経営のもとで郊外店舗を量産・廃棄する使い捨て型の土地経営が歯止めなく行われれば、国土は不可逆な自然的環境を過剰に失い、利用しにくい荒廃地を多量に生み出す事態になりかねない。

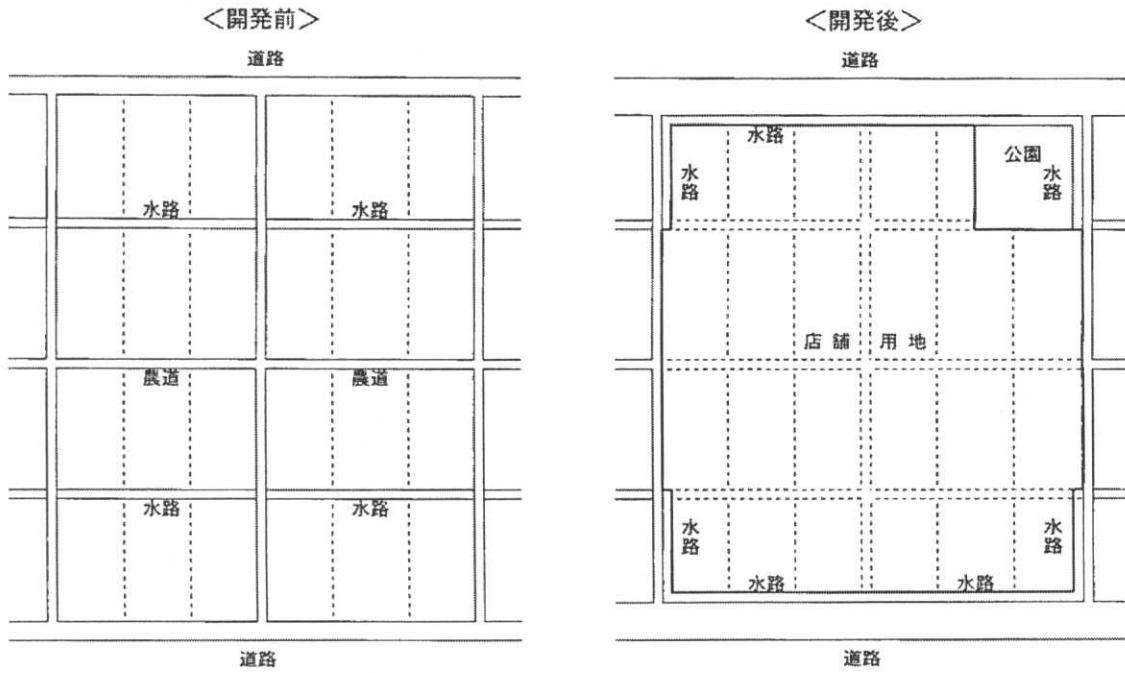
### (3) 都市基盤の計画的整備との齟齬に関する問題

次に、都市基盤整備に及ぼす問題点である。

都市計画には、土地利用と基盤施設との整合を計画的に図るという機能が本来的に求められ、これによって公共投資の計画性と効率性を確保する役割が求められている。都市の土地利用は、土地の権利を有する個人や企業など多様な主体の個々の活動により形成されるため、絶えず変化しようとする力を内在している。一方、都市を支える基盤施設は、公共投資によって整備されるものであり、これには計画性と効率性が要求される。都市活動の機能性と公共投資の効率性とのいずれをも同時に確保するため、土地利用と基盤施設は互いに整合をもって計画される必要があり、これこそ、

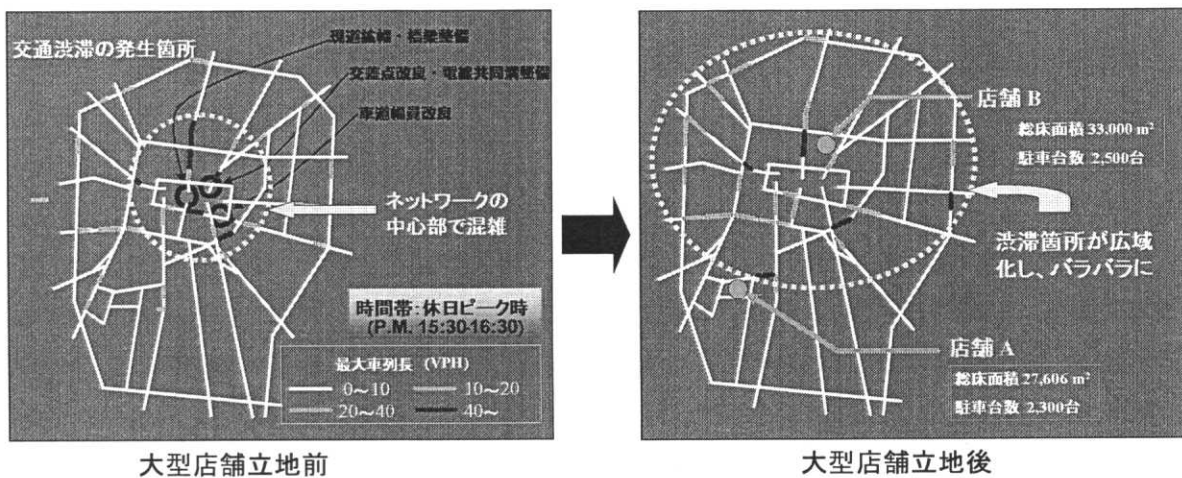
図 1-12 大規模な農地を借地方式で開発した場合の従前従後の状況

大型店の出店における借地の形態(例)



(資料) 山本雅之氏 ((社) 地域社会計画センター常務理事) による。

図 1-13 大型店の郊外部立地前後における渋滞箇所の変化



(出典) 森本章倫(2005)「商業立地と都市構造」、東京大学先端まちづくり学校第 10 期講演資料

都市計画が必要とされる一つの根源的なゆえんであると言えることができる。

このことを裏返しに言うと、公共投資の効率や効果といったものは、前提とする土地利用の状況に依存しており、土地利用が大きく変化すれば、公共投資の効率性や効果の度合いについても、大きく左右されることになる。

ここで、大型店の無秩序な郊外立地と公共投資との関係について、ここで一つの例をとりあげて考えてみたい。

図 1-13 は、森本章倫氏(2005)が行った大型店のバイパス付近立地前後における渋滞箇所の変化のシミュレーションである。従前の状態では、交通渋滞は中心部に現れているが、大型店の立地後の状態では、この大型店に起因する渋滞が大型店の付近における道路容量の弱い箇所に発生しているとともに、大型店からはかなり距離が離れたバイパス東側の箇所でも出現することが示されている。一方、従前の状態で現れていた中心部の渋滞は、中心部から大型の店舗が一部撤退することの影響を加味していることから、従後の状態では若干緩和されることが示されている。

このシミュレーション結果は、民間事業者の企業活動による自由な土地利用が、公共投資の効率性や効果を減殺するという外部不経済を有する場合が存在することを物語っている。

このケースでは、土地利用に関し、大型店という強大な広域集客施設の立地場所は、出店者である民間事業者が任意に選定したものである。おそらくバイパス利用の地の利を考えて選んだものであろう。しかし、この都市の幹線道路網計画においては、バイパスは基本的には通過交通を処理する目的で計画されており、少なくともこれほど大規模な商業集積がこの場所に立地することを予定してはいない。このため、予定されざる交通流動の広域的な変化によって、大型店の付近だけでなく、大型店からかなり離れた場所においても新たな渋滞箇所を発生させることとなった。こうした交通渋滞は、道路交通の機能を阻害するものであるから、これらを解消するために新たな公共投資が求められることとなる可能性がある。そうなれば、後追いの追加的公共投資ということになり、公共投資の計画性を阻害し、効率性を減殺させることになる。一方、この大型店の出店は、競合する中心部の大型店を撤退に追い込み、その結果、中心部の渋滞を若干緩和することとなった。このことは、一見良い結果のように思われる。しかしよく考えると、この中心部の集積を前提に行っている交差点の立体化事業などを、過大もしくは無用の公共投資に変えてしまう危険性もある。つまり、実施中の公共投資の効果を減殺することになる。以上から、この場合の大型店の勝手な出店は、基盤施設づくりの公共投資に対して、外部不経済を有していると言える。

一般に、都市の基盤づくりを行う公共投資には、次の 3 点の特徴がある。第一に、計画が一定の土地利用の状況を前提にたてられること、第二に、投資額が大きく、長期間をかけて整備されるものであること、第三に、いったん整備されると、移転や改廃が困難で、その場所において維持管理が必要なストックとなることである。

これらの点に関し、上の例は、大型店の立地が計画的にコントロールされない場合の問題を、よく表している。即ち、想定外の開発が発生し、土地利用の前提が大きく崩れると、後追いの追加投資の需要が生じたり、すでに投じた公共投資の効果が低下したり、公共施設が余分にストック化することによる維持管理コストの増大を招いたりという、公共負担を発生することである。上の例では、ひとつの大型店出店を対象にシミュレーションを行ったものであるが、このような出店が任意に各所で続いたり、さらにはしばらく後に退店する大型店が相次いだりすれば、公共投資に関わ

るこのような問題は、いたちごっこのように広がっていくことになるだろう。

以上のことから、計画的に行われる基盤施設整備の公共投資を非効率なものとしなないためには、土地利用も計画的でなければならず、土地利用の大枠は計画に従って一定程度固定されていなければならない。この点において、大型店の郊外立地が企業意思だけで無秩序に進行している現状には、根本的な問題がある。

#### (4) 公共交通ストックの持続性を減殺することの問題

最後に、ストックの有効活用に及ぼす問題点である。

鉄道、バス路線などの公共交通サービスは、自家用車を利用できない人々にも安価に移動の手段を提供する重要な公共サービスである。しかし、このサービスは、利用料金によって運営されることが原則であるため、利用者が少なくなるとサービス水準の低下を招くことになり、そうすると利用者数がますます減って、ついには廃業へと追い込まれる場合もある。

公共交通サービスを健全に維持できるかどうかは、その輸送機関が多くの利用者にとって便利であるかどうかには依存しており、それは輸送機関そのものの能力とともに、土地利用の形態や都市機能の配置に大きく依存している。交通行動は出発地と目的地があって行われるが、多くの人々の目的地となり、広い圏域から比較的長距離に及んで人々を集める広域集客施設の立地が、公共輸送機関による利便性が高い場所であるかどうかは、公共交通サービスの運営にとって、極めて重要である。

大きな商業集積地や規模の大きな大型店は、広域的な商圈を対象として多数の顧客を集めるといふ、広域大量の集客力を有している。このため、都市における大型店の立地場所については、公共交通サービスの持続性の観点からも、無視できないものと言える。

反対に、仮に大型店の多くが公共交通サービスのネットワークと無関係に出店し、公共交通の利便性の乏しい場所ばかりに次々と配置されていった場合を考えると、多くの人々の交通行動の目的地が公共交通を利用しにくい場所へと変化していくことになるので、公共交通機関がかつて持っていた利便性自体も低下し、利用者数の減少とサービス水準の低下の悪循環に陥って、やがては公共輸送そのものの存続を脅かす。このように、大型店の無秩序な分散立地化の現象は、公共交通サービスの持続性にマイナスの影響を与えるという問題があるとともに、こうして、都市の交通構造を過度な自家用車依存型に追い込むことにもつながっていく。

ところで、都市構造の自家用車依存ということが、どうして問題なのか。

よく指摘されるのは温暖化ガスや浮遊物質の排出による環境問題であるが、これは仮に将来自動車の性能が上がって環境負荷が小さくなれば、問題とは言えなくなる可能性がある。むしろ、全体の経済的便益を考えてみれば、都市によっては自家用車依存型の方が有利とされる場合もあるだろう。つまり、例えば、公共交通機関の採算可能性はそのルートに交通需要が集中していることに依存しているので、公共交通機関の採算がとりやすい都市構造とは、すなわち自動車交通の視点で見れば渋滞が発生しやすい都市構造となる。それよりも、諸機能が分散立地していてどこかに自動車交通が集中しないような都市構造の方が、自動車利用さえ前提にすれば、全体として効率的で経済的便益が大きいかもしれない。

しかし、都市の機能性や生活の質というものは、経済的便益の全体合計値で評価することが、必



ずしも適切ではない。都市は様々な人々の生活と活動の場であり、このため、全体の経済的効率性をもって切り捨てるべきではない様々な価値が、都市には内包されているからである。そのひとつが、一般市民に開かれた安価な移動手段の確保であると考えられる。これは、自家用車を利用できない人々のパーソナルな便益にも、大きく貢献する。

表 1-17 は、小売店舗等に対する世論調査(1997)において、買い物で自家用車を利用しない者の割合と利用しない理由をまとめたものである。これによると、自動車を「いつも」又は「よく利用する者」(自動車利用派)は全体の過半数(51%)を占めており、反対に、自動車を「あまり」又は「ほとんど利用しない者」(非自動車派)は全体の 3 分の 1(33%)である。すなわち、自動車利用派は確かに多数派であるが、非自動車派も決してマイノリティではない。非自動車派の理由をみると、「自分が車を運転しないから」が 42%、「車がないから」が 23%となっており、趣向の選択ではなく自家用車を利用できない環境を余儀なくされている者が少なくないことを示している。これに加えて、免許年齢に達しない未成年者もまた、都市生活者である。このため、都市の移動手段が自家用車依存の度合いを強めれば、結果は移動の利便性に関する格差が大幅に拡大し、都市生活における機会均等性が損なわれる方向に働く。こうしたことから考えても、都市構造の自動車依存が過度に進み、都市の中から公共交通サービスというオプションが消えていくことについては、根本的な問題があると言わざるを得ない。

これについては、地方都市の都市構造の現実に関して、居住地が郊外に拡散しているのに、いまさら自動車依存を問題にしても意味がない、という意見もあるだろう。しかし、これは本来開発に対する必要なコントロールができてこなかったために生じた結果であり、公共投資の効率性や維持管理に要する公共コストの点からも問題を抱えた状況でもあるので、むしろ計画の失敗を指摘すべき事項である。それに対して、現実はずでに自動車依存化が進行してしまった状態にある上に、個人の居住地の選択は自由なので、大型店を殊更に立地制御しても仕方がないという反論もあり得る。しかし、個人の居住地選択というパーソナルな問題と、不特定多数の者が利用する広域集客施設の立地とは、影響の大きさも性質も異なるものであり、同列に論ずるのは適切でない。大型店は、強い集客力を持ち、交通流動に与える影響は少なくないので、今後の都市構造形成のため立地のあり方を採り上げる意味が失われていると言うことはできない。

今日的には、公共交通サービスの問題は、既存ストックの維持活用を中心に採り上げることが適当と考えられる。勿論、これは採算を度外視した公共交通施設の整備を正当化することではない。一般的に、既存の公共交通機関は、過去の公共投資を継承した貴重なストックであり、このストックを有効に持続活用するための政策努力を行うことは、当然の公共行動と言えよう。大型店の郊外立地化が、過去の公共投資の効果を減殺させ、現在の政策努力を打ち消すような企業活動であるのなら、十分問題とするに足るものと考えられる。

表1-17 買物で自家用車を利用しない者の割合と利用しない理由

問. 買物に行く際、自家用車を利用するか？(20歳以上に、単数回答)

いつも利用する	41.7%	}自動車利用派 51%
日常の買物にもよく利用する	9.6%	
日常の買物にもときどき利用する	10.2%	
日常の買物以外でときどき利用する	4.5%	
あまり利用しない	8.7%	}非自動車派 33%
ほとんど(全く)利用しない	24.5%	
わからない	0.7%	

更問. 自家用車を利用しない理由は？(上の非自動車利用派に、複数回答)

他の交通機関の方が便利だから	8.5%
店が近くにあつて車を使う必要がないから	29.4%
道路が混雑して時間がかかるから	5.6%
行き先に駐車場がないから	2.3%
自分が車を運転しないから	42.0%
車がないから	22.7%
その他	9.6%
わからない	1.0%

・「小売店舗等に関する世論調査(1997.6、総理府)により作成。

## 1-6 小括

近年における商業施設の変化は、店舗の数では少数の大型店によって牽引されている。例えば、1988年から1999年の間に全国の小売店舗の総売場面積は約1.3倍と急速に増大したが、増大分の約3分の2が売場面積3,000㎡以上の第一種大規模小売店舗の増大分に相当している。変化のきっかけは、1990年前後に始まった旧大規模小売店舗法の規制緩和である。

大型店の立地は、1990年代において急速に郊外化した。この結果、商業集積地が郊外や市街地の外に拡散して発生し、都市構造を急速に変貌させた。例えば中・東毛地域では、約6千店舗中29件に過ぎない第一種大規模小売店舗が総売場面積の36%のシェアを占めるに至り、新規出店のいくつかは商業系用途地域以外の地域(非線引き白地地域を含む)において集中立地したことで、短期間に数ヶ所の大規模な商業集積地が発生した。

郊外立地型の大型店とひとくちに言っても、それらの規模にはかなりの幅があって、都市構造に及ぼす影響にも大きな違いがある。売場面積1千㎡以上3千㎡未満のものも大規模小売店舗と呼ばれ、ロードサイド型チェーン店の多くがこのクラスに属するが、地方都市圏の新設店舗を見ると、これらは件数ベースでは過半数(56%)を占めるものの、売場面積合計では約2割を占めるに過ぎない。一方、1万5千㎡以上の店舗は、件数ベースでは約6%に過ぎないが、売場面積合計では約3分の1と大きなシェアを占める。地方都市圏の核都市の中心市街地における総売場面積が概ね5万㎡から約15万㎡の規模(1997年時点)であることを考えると、このような巨大規模の店舗の影響は、たった1件ないし数件の出店であっても大きいと考えられる。

大型店の郊外立地展開は、旧大店法の規制緩和以降、自由化された市場競争のもとで生じた現象である。郊外型大型店には、消費者の多数が支持するだけあって、魅力あるものも少なくないが、問題点もある。主な問題点をあげると、①小売商業の需要は生活圏域においてゼロサムであり、かつ、大型店の商圈は広域に及ぶため、大型店の無秩序な立地は、商業核同士の競合となって、既存の集積に負の影響を与えるとともに、商業核が生々流転することになり、都市構造が常に変化してしまうこと、②ゼロサムの競合関係の下では、大型店のための開発は必要な都市機能の追加を意味せず、どこかを開発すればどこかで遊休土地を生み出すという関係になるが、特に農地や森林の開発は不可逆なため、自然的土地利用の過剰破壊につながること、③大型店は大規模集客施設なので、基盤施設の整備計画が想定しない場所での出店と退転が繰り返されると、公共施設整備の後追いの需要の発生、既整備の基盤施設の効果の低減、余分なストック形成による維持コストの増大など、無意味な公共負担を招くこと、④大型店が公共交通ネットワークと無関係に配置されていくと、公共交通が利用者の減少とサービス低下の悪循環に陥って存続を脅かされ、都市の交通構造を過度な自家用車依存型に追い込むことになること、となる。

これらの問題点は、自由な企業活動が行き過ぎた結果生ずる弊害ないしゆがみと考えられ、バランスを図るための政策介入が求められる。しかも、土地利用と交通施設の整合性、開発と保全の制御に関わる問題であるため、この問題の解決には、都市計画という手段が積極的に役割を果たすべきである。

## 第一章 補注：

- (1.1.1) 1969年八王子市の甲州街道沿いに開店した村田家具店が、本格的なロードサイド商業の第一号と一般に言われている（中山健(1999)「ロードサイド商業新世紀」(川野訓志らと共著)、p21,同友館)
- (1.1.2) 1980年代には、ロードサイドで出店展開する企業の上場が相次ぎ、例えば、ホームセンターではケーヨー(1984)、ミスターマックス(1986)、ビバホーム(1987)、専門店では家具の島忠(1982)、靴のチヨダ(1985)、紳士服の青山商事(1987)、ファミリーレストランではすかいらーく(1982)、デニーズ(1982)、リンガーハット(1985)などが上場を果たしている。
- (1.1.3) ショッピングセンターとは、社団法人日本ショッピングセンター協会によれば「一つの単位として計画、開発、所有、管理運営される商業・サービス施設の集合体で、駐車場を備えるもの」とされ、統計上の取り扱い基準は「1.小売業の店舗面積が1500㎡以上、2.キーテナントを除くテナントのうち、小売店舗が10店舗以上含まれる、3.キーテナントがある場合、その面積がショッピングセンター面積の80%程度を越えない(ただしその他テナントのうち小売業の店舗面積が1500㎡以上である場合はこの限りでない)、4.テナント会(商店会)があり、広告宣伝、共同催事等の共同活動を行っている」とされる（SC名鑑2001）。即ち、単独の大型店は、ショッピングセンターとは呼ばれない。
- (1.1.4) 「全国大型小売店総覧2000」（東洋経済）では、立地区分欄について、「ターミナル…ターミナル型、駅周辺…駅前・駅近辺型、商店街…商店街型（駅商店街から離れたもの、郊外住宅…郊外住宅街型、郊外道路…郊外幹線道路沿型、その他…以上の5タイプに該当しないもの）としている。
- (1.3.1) 東毛地域では伊勢崎市の11地区、太田市の7地区、桐生市の13地区、境町の2地区。なお、商業統計の定義では「商業集積地区」自体が原則として用途地域の商業地域及び近隣商業地域にあるとされているが、実態は必ずしも用途地域に対応していない。
- (1.3.2) 旧大法の定義によっており、本論文の対象地域では第一種店舗が店舗面積3000㎡以上、第二種店舗が500㎡超3000㎡未満である。
- (1.3.3) 開店期間の年月区分は商業統計の調査時期にあわせている。また、撤退店舗の影響の補正を、売場面積の大きい第一種店舗について、過去の大規模小売店舗名簿(群馬県商政課)によって行った(1997年以後に3店舗、14,048㎡が撤退)。
- (1.5.1) 国土交通省都市計画課調べ。
- (1.5.2) 例えば、長野市篠ノ井地区（開発面積約20ha、店舗面積約6万㎡のショッピングセンター計画）では、一反（約1,000㎡）当たり年間約150万円の借地料が水田農家に提示されたという（2004年10月長野市中心市街地活性化室にヒアリング）。水田の場合、一般に利益が手取りベースで年額10万円未満と言われるため、この借地料は農業経営と比較して極めて魅力的なものとなる。山本雅之氏によれば、このような条件は、営農意欲の弱い農家は勿論、営農意欲のある農家にとっても、この借地料を元手に良好な農地を獲得することで農業経営の拡大ができるため、地権者ベースでは非常に合意が得られやすいとのことである。
- (1.5.3) ダイヤモンドシティ株式会社ヒアリング（2005年1月）。

## 第二章 大型店の立地分布と土地利用規制の関係

### 2-0 目的と概要

この章の目的は、都市計画の土地利用規制に関するゾーニングのうち、大型店の立地が実態上どこで行われており、何が郊外立地の歯止め効果を持っているのかを明らかにすることである。方法は、地方都市圏における実態調査による。

まず、都市計画の土地利用規制制度を、商業用途の立地規制の観点から、制度の構成を詳しく整理した。これにより、線引き制度による市街化調整区域の指定は、開発許可の権限を持つ自治体の意志が明確であればかなり歯止め効果が期待できること、用途地域は12種類のうち6種類が店舗の規模制限がなく、これらは幹線道路沿道等に指定されるため大型店に対する立地規制は事実上ほとんど効果のない状態と見られること、非線引きの用途地域外（非線引き白地地域）も商業用途の立地に何の制限もないこと、ただし、これらの地域においても、特別用途地区及び特定用途制限地域を指定することで、市町村の意志により規制を行うことができる手立てが用意されていること、等を示した。

次に、実態調査においては、群馬県の3市7町村からなる中・東毛地域（この圏域は線引き適用地域と非線引き地域が併存するという特徴を持つため、土地利用規制の効果を調査するのに適しているとして選定した）を対象に、大型店の立地状況を土地利用規制区分に照らして地図上で把握するとともに、さらに、群馬県、茨城県、新潟県、静岡県の4県の全域を対象とした調査により、サンプルの店舗数を増やして数量的な状況把握を行った。これにより、地方部の4県においては、売場面積3千㎡以上の大型店の新規出店について、売場面積ベースでみて、商業地域内にはわずか8%、逆に用途地域の外に28%、その内訳は非線引き白地地域に22%、市街化調整区域に6%、都市計画区域外に0.2%という分布状況の結果を得た。また、中・東毛地域の立地状況から、線引き制度が大型店立地の拡散化に一定の歯止め機能を果たしていることが確認されたが、市街化調整区域の広がりを超えて外側の非線引き白地地域に大型店立地が進行する実態も明らかになった。

この章における調査結果から、わが国の現行都市計画における土地利用規制が、制度面においても実態においても、大規模商業施設の無秩序な郊外拡散化に対する立地抑止力が著しく弱いことを確認した。とくに用途地域等のプライマリーなゾーニングは、後に第五章で詳述するように、同じゾーニング型土地利用規制をとるアメリカの一般的な制度と比較しても、非常に脆弱である。また、この規制の弱さを補正する特別用途地区や特定用途制限地域などの補完制度は、ひとつの目的を一の手法で広域的に対処することが難しいという意味において、シンプルさに欠けている。この目的に対する手法のシンプルさは、制度適用の実効性を獲得する上で、ひとつの鍵になると考えられる。

### 2-1 都市計画のゾーニング制度における大型店立地規制の構成

ここでは、都市計画における土地利用規制制度を概観する。表2-1は、都市計画の基本を構成するゾーニング制度における小売店舗の立地規制を一覧にしたものである。

表2-1 都市計画の基本的ゾーニングにおける小売店舗の立地制限

	指定の目的	小売店舗等の制限	根拠条文
市街化区域	すでに市街地を形成している区域及びおおむね十年以内に優先的かつ計画的に市街化を図るべき区域	区域全体に用途地域が指定されるため、用途地域による。	—
市街化調整区域	市街化を抑制すべき区域	次のいずれかに該当するとして許可を受けたものは可 <ul style="list-style-type: none"> <li>・一号店舗(当該開発区域の周辺の地域において居住している者の日常生活のため必要な物品の販売、加工、修理等の業務を営む店舗)</li> <li>・ドライブイン等(道路の円滑な交通を確保するために適切な位置に設けられる休憩所等)</li> <li>・大規模な計画的開発(一定面積以上の開発行為で、当該都市計画区域における計画的な市街化を図る上に支障がないと認められるもの)</li> <li>・個別許可(周辺における市街化を促進するおそれがないと認められ、かつ、市街化区域内において行うことが困難又は著しく不適当と認められるもの)</li> <li>・開発許可済み地の転用(当該開発区域における利便の増進上若しくは開発区域及びその周辺の地域における環境の保全上支障がないと認めて許可)</li> <li>・既存宅地確認(市街化調整区域を定めた際すでに宅地であった旨の確認を受けた土地)</li> </ul>	都市計画法第34条1号 都市計画法施行令第29条の5 都市計画法第34条10号イ 都市計画法第34条10号ロ 都市計画法第42条 都市計画法第43条1項6号(01年廃止)
第一種低層住居専用地域	低層住宅に係る良好な環境を保護	次の用途の店舗兼用住宅(住宅部分の床面積が1/2以上)で、店舗部分が50㎡以下のものが可 <ul style="list-style-type: none"> <li>・日用品の販売を主たる目的とする店舗、食堂又は喫茶店</li> <li>・理髪店、美容院、クリーニング取次店、質屋、貸衣装屋、貸本屋その他これらに類するサービス業を営む店舗</li> <li>・洋服店、畳屋、建具屋、自転車店、家庭電気器具店その他これらに類するサービス業を営む店舗</li> <li>・自家販売のために食品製造業(食品加工業を含む)を営むパン屋、米屋、豆腐屋、菓子屋その他これらに類するもの</li> </ul>	建築基準法別表第二(い) 同法施行令第130条の3
第二種低層住居専用地域	主として低層住宅に係る良好な環境を保護	合計150㎡以内・2階以下の店舗等で、次の用途のものが可 <ul style="list-style-type: none"> <li>・日用品の販売を主たる目的とする店舗、食堂又は喫茶店</li> <li>・理髪店、美容院、クリーニング取次店、質屋、貸衣装屋、貸本屋その他これらに類するサービス業を営む店舗</li> <li>・洋服店、畳屋、建具屋、自転車店、家庭電気器具店その他これらに類するサービス業を営む店舗で作業場の床面積の合計が五十平方メートル以内のもの</li> <li>・自家販売のために食品製造業(食品加工業を含む)を営むパン屋、米屋、豆腐屋、菓子屋その他これらに類するもので作業場の床面積の合計が五十平方メートル以内のもの</li> </ul>	建築基準法別表第二(ろ) 同法施行令第130条の5の2
第一種中高層住居専用地域	中高層住宅に係る良好な環境を保護	合計500㎡以内・2階以下の店舗等で、次の用途のものが可 <ul style="list-style-type: none"> <li>・第二種低層住居専用地域内で建築可能な店舗等</li> <li>・物品販売業を営む店舗(専ら性的好奇心をそそる写真その他の物品の販売を行うものを除く。)又は飲食店</li> <li>・銀行の支店、損害保険代理店、宅地建物取引業を営む店舗その他これらに類するサービス業を営む店舗</li> </ul>	建築基準法別表第二(は) 同法施行令第130条の5の3
第二種中高層住居専用地域	主として中高層住宅に係る良好な環境を保護	合計1500㎡以内・2階以下の店舗等が可	建築基準法別表第二(に)
第一種住居地域	住居に係る良好な環境を保護	合計3000㎡以内の店舗等が可	建築基準法別表第二(ほ)
第二種住居地域	主として住居に係る良好な環境を保護	店舗の床面積制限なし	建築基準法別表第二(へ)
準住居地域	道路の沿道としての地域の特性にふさわしい業務の利便の増進を図りつつ、これと調和した住居の環境を保護		建築基準法別表第二(と)
近隣商業地域	近隣の住宅地の住民に対する日用品の供給を行うことを主たる内容とする商業その他の業務の利便を増進		建築基準法別表第二(ち)
商業地域	主として商業その他の業務の利便を増進		建築基準法別表第二(り)
準工業地域	主として環境の悪化をもたらすおそれのない工業の利便を増進		建築基準法別表第二(ぬ)
工業地域	主として工業の利便を増進		建築基準法別表第二(る)
工業専用地域	工業の利便を増進		物品販売業を営む店舗等を禁止
非線引き白地地域	なし(一体の都市として総合的に整備し、開発し、及び保全する必要がある区域の一部)	制限なし(ただし、特定用途制限地域の指定により一定の商業施設を制限することができる)	準都市計画区域及び特定用途制限地域は、01年施行
準都市計画区域	そのまま土地利用を整序することなく放置すれば、将来における都市としての整備、開発及び保全に支障が生じるおそれがあると認められる区域		
都市計画区域外	なし	制限なし	—

・筆者作成

日本の法定都市計画は、「一体の都市として総合的に整備し、開発し、保全する必要がある区域」を都市計画区域として指定することから始まるが、大きくは線引き（市街化区域と市街化調整区域の区域区分）を適用する都市計画区域と、線引きを適用しない非線引き都市計画区域に分けられる。また、都市計画区域の空間的範囲はその趣旨から必ずしも市町村の行政区域境界による必要はなく、特に地方部の線引き適用都市計画区域では、広域都市計画区域と称して複数の市町村を含んで一の都市計画区域を指定することもしばしば行われる。

### （１）線引き制度と大型店立地の関係

線引き適用都市計画区域では、市街化区域内は全域にわたり用途地域が指定され、店舗の立地規制は用途地域による建築物の用途規制により行われる。一方、市街化調整区域内は、用途地域が原則として指定されず、店舗の立地規制は開発行為（土地の区画形質の変更）の許可又は建築の許可を通じて行われる。

市街化調整区域においては、可否の判断が許可制であるので許可権者の裁量による部分が存在するが、法令上当然に立地が認められている店舗は、「一号店舗」と通称される「当該開発区域の周辺の地域において居住している者の日常生活のため必要な物品の販売、加工、修理等の業務を営む店舗」（都市計画法第34条1号）に限られている。一号店舗の許可は周辺集落等の居住人口規模に相応する運用がとられているので、この規定で許可される店舗は一般に規模の小さい個人商店等である。このほか、最近では、ドライブイン等の許可規定（都市計画法施行令第29条の5）により、トイレと軽食スペースを備えたコンビニエンスストアを幹線道路沿いで許可する運用が増えているが、この規定も大型店の立地許可に用いられることはない。

しかし、市街化調整区域において、大型店の立地を認めることが起こり得る許可規定は、法令上にいくつか存在し、これを類型化すると大きくは二つに分けられる。

第一の類型は特例的な開発許可による場合であるが、これには、①原則5ha以上の計画的開発の許可（都市計画法第34条10号イ）と、②市街化区域内において立地することが困難又は著しく不相当として行われる個別的許可（都市計画法第34条10号ロ）との、2つの規定がある。これらはいずれも「例外的な許可」という位置づけであり、手続き的にもあらかじめ開発審査会の議を経ることが要件とされている点で同じ第34条の他の号と異なる性格の許可規定であるが、条文上かなり裁量性が強い規定ぶりであるという特徴がある。前者は主として市街化区域から離れた地区においてまとまった規模の住宅団地開発や工業・流通系開発について、線引き変更の手続きをとらずに認める場合に用いられ、後者は主として農家の次・三男住宅の個別許可に適用されるのが一般的である。このように、どちらも大型店を一般に想定した規定ではない(2.1.1)ののだが、制度的には許可権者の運用次第で大型店の市街化調整区域内立地を個別的・例外的に認めることができなくはない。

第二の類型は、開発許可とは別に建築が認められる場合であるが、こちらは前者に比べると許可条件はかなり緩くなる。後の実態調査と照合するため1990年代の法令の規定(2.1.2)に即していえば、①「既存宅地確認」と呼ばれる規定と、②開発許可後における用途転用、の2つの場合がある。一つ目の「既存宅地確認」については、条文上は「市街化区域に隣接し、又は近接し、かつ、自然的社会的諸条件から市街化区域の一体的な日常生活圏を形成していると認められる地域であっておおむね五十以上の建築物が連たんしている地域内に存する土地」で、かつ、「市街化調整区域に関する

都市計画が決定され、又は当該都市計画を変更してその区域が拡張された際すでに宅地であった土地であって、その旨都道府県知事の確認を受けたもの」(改正前の都市計画法第 43 条 1 項 6 号) という規定によるものであるが、要は既存宅地という確認を受ければ、用途の制限無く建築許可の適用除外となるものである。用途の制限がないので、店舗の規模が大きくても制約はない。ただし、店舗が大規模になると敷地の面積も大規模になるので、従前から何ヘクタールという面積規模のひとつの宅地であることが確認されるケースは稀と考えられるが、いったん存在が確認されればその宅地の土地利用について都市計画の意志が介在する余地は制度上ないわけである。

二つ目の、すでに開発許可を受けて開発された土地において、許可を受けた際とは別の用途に転用するという場合については、これは用途地域や地区計画が定められていれば市街化区域と同様それに従い、定められていない場合は個別判断による許可が必要となる。個別判断の場合の基準は、条文上は「当該開発区域における利便の増進上若しくは開発区域及びその周辺の地域における環境の保全上支障がない」と認められるかどうかとされており、市街化調整区域内の大規模開発敷地によくある工場・倉庫等や遊園地などにとって、大型店への用途転用のハードルは高くない<sup>(2.1.3)</sup>。例えば、インターチェンジ周辺の流通団地などでは、用途地域が定められていても準工業地域の場合が多く、店舗の規模制限がないので、大型店の立地は建築確認だけで可能となっている。

以上のように、市街化調整区域内においても大型店の立地が認められる根拠規定の存在が条文上にいくつか確認されたが、いずれも本来的には大型店の立地を当然に想定した規定ではない。開発許可が必要となる場合については、仮に許可されるにしても許可権者の意志的な裁量による場合に限られるものであるし、その他の規定で立地が認められる場合も、特定の条件を備えた土地において発生する例外的なケースと考えた方が適切であろう。こうしたことから、市街化調整区域内での大型店の新規立地は、制度上は厳に抑制されていると結論づけることができる。

## (2) 用途地域制度と大型店立地の関係

用途地域内では、店舗の立地可否は、建築基準法第 48 条に基づき同法別表第二に規定された用途地域ごとの規制区分にしたがって、建築確認手続きにより判断される。店舗の用途規制は、表 2-1 のとおりである。

表 2-1 でまず目に付くのが、「店舗の床面積制限なし」とされる用途地域が、12 種類中 6 種類に及んでいることである。これらの指定地域内では、地区計画や特別用途地区により別途の制限が特に付加されない限り、大型店の立地に関して都市計画上の制約が存在しないことになるが、それらの用途地域の種類は、商業地域・近隣商業地域という「商業の利便の増進」を目的とする商業系用途地域だけでなく、第二種住居地域・準住居地域という「住居の環境の保護」を目的とする住居系用途地域、準工業地域・工業地域という「工業の利便の増進」を目的とする工業系用途地域も含まれている。

郊外型の店舗は「ロードサイド店」と呼ばれるように幹線道路沿道に立地しているものも多く見られるが、幹線道路沿道では住居専用系の用途地域が指定されることは滅多にないため、用途地域内の沿道の土地のほとんどは店舗の規模制限がないか若しくは緩い用途地域が指定されていることになる。また、工業系用途地域内は、工場や倉庫の敷地規模は比較的大きいため、大きな敷地の用途転用が発生しやすいと考えられるが、街なかの工場混在地区や流通団地などでは工業専用地域で



はなく準工業地域や工業地域の指定が多いため、店舗の規模規制が設定されていない。このようなことから考えると、現行の用途地域による都市計画は、制度上の仕組みからして大型店の立地を幅広く許容していると、容易に推察できる。

また、第二種中高層住居専用地域と第一種住居地域においては店舗の規模制限（それぞれ 1,500 m<sup>2</sup>以下、3,000 m<sup>2</sup>以下）があるが、第二種大規模小売店舗（概ね売場部分の面積が 500 m<sup>2</sup>以上原則 3,000 m<sup>2</sup>未満）に相当する規模の店舗が許容されている。表 2-2 は、現行用途地域における店舗規模規制の考え方を示したもの<sup>(2.1.4)</sup>であるが、このように、両者の用途地域では中高層住宅団地や面的な住宅地を一般的に想定して、居住者の日常利便性の観点から求められる店舗を広く許容することとし、日常利便性を超えた規模の店舗のみ制限しようという発想に立っている。いわば、住宅単体の環境の保護よりも、住居系市街地としての機能の総合性を優先していると言える。

ところで、本論文が研究対象としている 1990 年代においては、1992 年の都市計画法・建築基準法大改正により、用途地域の種類が従前の 8 種類から 12 種類に増加したというエポックがある。これらが実際に規制として効力を発したのは都市計画変更による用途地域の指定替えの後であるが、これは改正法の附則において「施行(1993 年 6 月)後 3 年以内に新用途地域への都市計画変更が告示されない場合は効力を失う」旨の期限の規定が設けられたことによって、指定替えの作業が全国一斉に行われ、多くの都市計画区域では 1996 年 6 月直前の時期に新用途地域への全面的な移行が行われた。すなわち、1990 年代における日本の都市計画は、概ね前半が 8 種類の旧用途地域で、後半が 12 種類の新用途地域に切り替わるという変動が起きている。そこで、この制度改正による影響を整理しておきたい。

図 2-1 は、1992 年法改正の用途地域細分化における店舗規模規制の新旧変化を示したものである。この時の改正は、直接の動機はバブル期の地価高騰に端を発して行われたものであり、地価高騰の要因となった事務所目的の土地買いが住居系市街地でも行われ、土地買いの対象となった住宅がさらに郊外住宅地の土地を税制特例を利用して高値で購入する形で地価高騰の波及を招いたことの反省から、事務所用の地域と住宅地を分離することが主眼であった。このため、地価対策に直接関連した「旧住居地域の細分化」が強調されたが、実際は、図 2-1 のように、住居系用途地域の全ての種類について、事務所とともに店舗についても規模規制を細分化し、居住環境と店舗規模の関係を再整理する意図で行われている。

そこで、1992 年法改正における店舗の用途規制見直しの考え方を整理しておきたい。

まず、改正の背景となった店舗と住宅の関係の変化を考えると、①コンビニエンスストアやファミリーレストランの普及に見られるように、日用品購入や外食に関して生活スタイルの変化が広く一般的に起きており、新しい生活様式と住宅地の用途規制との調和を図る必要が生じたこと、②民間マンションの普及により、公的住宅団地型の中高層住宅地とは異なる一般住宅地の形態として密度の高い住宅市街地が現れてきたこと、③旧住居地域の細分化により事務所の規模規制を行うメニューを追加するに当たり、市街地像の想定において、商業用途についても一般的な総合スーパーの規模を超えるものを規制することがバランス上必要と考えられたこと、④日米通商協議における自動車部品輸入の非関税障壁撤廃に向けて、ロードサイド型の独立系自動車用品販売店が自動車修理の認定工場を設置できるように、沿道型指定の住居地域についてメニュー追加が必要となったこと、といったことが背景となっている。

表2-2 住居系用途地域における店舗規模制限の考え方

	店舗の制限の考え方	店舗・飲食店の規模	想定する店舗の例
第一種低層住居 専用地域	低層住宅が中心用途。総合性のある店舗の立地は許容しない。	兼用住宅に限り 50㎡以下	・零細な店舗併用住宅
第二種低層住居 専用地域	低層住宅地であるが、日用品を総合的に扱う店舗、簡易な外食・喫茶等の客席数の少ない飲食店を許容。	150㎡以下	・標準的なコンビニ ・ベーカリーショップ等
第一種中高層住 居専用地域	マンション等の立地を想定し、低層住宅地に比べ密度が高くなるため、日用品の総合的な供給、日常的な食事サービスは許容。	500㎡以下	・大型のコンビニ ・ファミリーレストラン
第二種中高層住 居専用地域	中高層の住宅団地を想定し、日常利便性の高い地域の形成を目的として、生鮮食料品を扱うスーパー等を許容。	1,500㎡以下	・団地サービス型の商業施設
第一種住居地域	中堅の総合スーパーなど、一般的な住宅地に立地が想定される店舗等は広く許容。ただし、百貨店や大型スーパーなど、通常都市の拠点的地区に立地する大規模な店舗は制限する。	3,000㎡以下	・中堅の総合スーパー
第二種住居地域	92年改正前の住居地域に相当。店舗の規模制限はしない。	制限なし	—
準住居地域	住居地域の幹線道路沿道型指定に対応し、自動車修理の認定工場を備えたカーディーラーや自動車用品販売店の立地を許容。	制限なし	・動力系部品等の交換ができる自動車関連店舗

図2-1 92年法改正における店舗規模規制の新旧変化

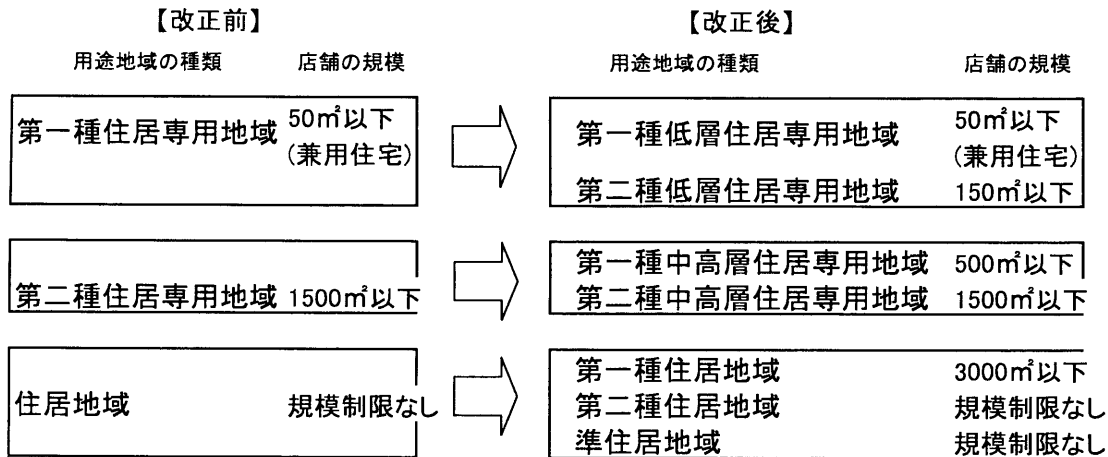


表2-3 92年法改正の指定替えによる用途地域指定面積の変化(4県)

(単位:ha)

	群馬県		新潟県		茨城県		静岡県	
	1993.3	1998.3	1993.3	1998.3	1993.3	1998.3	1993.3	1998.3
一種低層	-	2,643	-	3,710	-	13,443	-	7,040
二種低層	-	166	-	127	-	1,702	-	191
一種住専	2,108	2,809	3,881	3,837	14,053	15,145	6,707	7,231
一種中高層	-	6,055	-	4,998	-	6,497	-	7,006
二種中高層	-	2,578	-	1,324	-	2,214	-	6,168
二種住専	6,649	8,633	6,139	6,322	8,635	8,711	10,442	13,174
一種住居	-	8,134	-	11,236	-	7,357	-	11,627
二種住居	-	995	-	913	-	4,545	-	4,401
準住居	-	335	-	397	-	1,580	-	937
住居	11,487	9,464	12,119	12,546	13,714	13,482	18,759	16,965
住居系小計	20,244	20,906	22,139	22,705	36,402	37,338	35,908	37,370
	66.7%	65.6%	63.5%	63.5%	68.7%	68.0%	67.4%	67.3%
近隣商業	914	1,231	1,219	1,295	928	1,359	2,153	2,593
商業	1,291	1,323	1,507	1,516	1,128	1,185	1,505	1,578
準工業	3,984	4,121	4,727	4,849	2,886	3,059	3,572	3,690
工業	1,410	1,392	3,422	3,537	2,218	2,218	6,008	5,974
工業専用	2,527	2,898	1,830	1,878	9,393	9,773	4,155	4,282
合計	30,370	31,871	34,844	35,780	52,955	54,932	53,301	55,487

・1998.3の一種住専、二種住専、住居欄は、それぞれ細分化後の種類の用途地域面積の合計値である。

・都市計画年報より筆者作成。

これを受けて行われた改正の考え方は、①低層系の住居専用地域を二種類とし、第二種低層住居専用地域を追加することにより、コンビニエンスストアのような小規模独立店舗が立地できる低層住宅地のメニューを創設する、②中高層住宅を含む住居専用地域についても二種類とし、ドラッグストアやファミリーレストランなど一般的な日用品供給や外食に不自由のない程度の店舗規模制限を行う第一種中高層住居専用地域を追加して、生鮮食料品を扱う程度の総合スーパー（例えば刺身や総菜の調理・パック詰め加工をするバックスペースを有するもの）を許容する地域と分ける、③混在型とされる旧住居地域の用途純化を進めるため、事務所や店舗を 3,000 m<sup>2</sup>以下の規模（広域的な拠点形成を担えるほどには大規模でない）に制限する第一種住居地域を追加する、④従来の住居地域同様店舗の規模制限はなく、自動車修理工場の規模制限を緩和（作業場の床面積 50 m<sup>2</sup>以下→150 m<sup>2</sup>以下）する準住居地域を追加する、というものである。

表 2-3 は、後に本論文の実態調査の対象とする 4 県について、用途地域の指定替えに着手する前の時点(1993 年 3 月末)と、新用途地域への移行が完了した時点(1998 年 3 月末)における、種類ごとの指定面積を比較したものである。これをみると、どの県においても、用途地域の全体面積が拡大しているが、住居系用途地域の面積も「住居系小計」欄のとおりほぼこれに相応した変化となっている。全体面積の拡大は線引き拡大や新規用途設定等によるものであるため、既往の指定地域については、大きく住居系とそれ以外ということで見ると、指定替えの前後で大きな変化はないと言える。従って、指定替えの内容は、まさに住居系用途地域が指定されていた地域内における種類の細分化を中心に実施されたと考えてよい。県別にみれば、この場合、群馬県と静岡県では専用系の比重が若干拡大しており、いわゆる用途純化を推進したと言え、一方、新潟県と茨城県では際立った変化がみられない。このような違いがみられるものの、4 県総じて、面積的に旧住居地域の大半が第一種住居地域に移行したと見られる。

以上を踏まえて、1992 年法改正による用途地域指定替えの傾向を簡単に総括すると、店舗の規模制限がない非住居系用途地域については、指定替えの前後でも概ね継承されて大きな変化はなかったが、住居系用途地域については、種類の細分化によって、制度上も店舗規模の規制区分がきめ細かくなったとともに、指定替えにおいても、県によって違いがあるものの、従来は店舗規模の制限がなかった旧住居地域のかなりの割合が店舗規模の制限がある用途地域に変更されたため、全体として、第一種大規模小売店舗相当の大型店を許容する地域は、面積的には縮小したと言える。ただし、旧住居地域については指定替え後その多くが第一種住居地域となったため、中堅クラスのスーパーやロードサイド店に多い第二種大規模小売店舗レベルの規模の店舗については、従来どおりほとんど規制のない状況で継続したとすることができよう。

### (3) 用途地域を補完する規制制度

用途地域は、市街地及び市街化が見込まれる一団の土地の区域について原則として指定されるため、都市計画における用途規制の基礎的役割を担っている。いわばプライマリー・ゾーニングであるのだが、12 種類しかなく、規制内容が法令で規定されるため、どうしても画一的なものとならざるを得ない。このため、これを補完して地域の状況に応じた規制内容に修正する制度に、特別用途地区と地区計画等がある。これらの制度は、用途地域のいわゆる上乗せ規制に当たる。また、用途地域の定められていない土地の区域（市街化調整区域を除く）において、用途地域のいわゆる横出

し規制として特定の用途の建築物を制限できるよう、特定用途制限地域が 2000 年法改正により創設されている。表 2-4 は、これらの制度の目的、規制の方法等を示したものである。

特別用途地区は、用途地域による用途規制の一部を地域的な特別の目的によって修正するゾーニング型の規制制度であり、用途地域をプライマリー・ゾーニングとすれば、オーバーレイ・ゾーニングの関係にある。都市計画で目的に応じた種類と区域を指定し、市街地の土地利用に関する特別の目的に応じて、建築基準法に基づく条例によって同法別表第二の用途規制を一部強化又は緩和する仕組みとなっている。全国的な指定状況をみると、用途地域指定面積の約 2.4%(2002)<sup>(2.1.5)</sup>となっており、したがって広く活用されていると言うよりは特に必要性がある地区において限定的に利用されていると言う方が適切であろう。

特別用途地区制度は、1998 年の都市計画法改正（施行は 99 年）で、その指定目的となる種類が従来法令で列挙されていたものを撤廃し、都市計画決定権者の意志で種類を自由に定めることができるように改められた。この改正は、当時旧大店法廃止以後の大型店対策の一環として国会審議された経過があり、このため、大型店関連政策と関わりがある。この改正によって、従来は法令で列挙された種類に大型店の立地規制を直接目的にするメニューがなかったが、都市計画決定権者が必要とすれば、自ら適切な種類を創設して、用途地域にオーバーレイさせることで規制することができるツールが措置されたわけである。ところが、この法改正で自由化された特別用途地区を活用して、実際に大型店の広域的な立地規制を行った例は、これまでのところほとんど見当たらない<sup>(2.1.6)</sup>。この理由については、改正法施行が本論文で実態を論じる対象の 90 年代の末尾であることもあり、ここでは触れず、次章で改めて論ずることとしたい。

地区計画等は、地区レベルで定める詳細計画であり、地区の態様に応じて建築物の用途・形態・意匠等の必要な規制をきめ細かく行うことのできる「ミクロの都市計画」である。一定の広がりで一律的な規制を指定するゾーニング制度とは趣旨が異なる都市計画手法であるが、土地利用規制のツールとしては、対象区域を広くも狭くも定めることができ、必要があれば大型店に関する用途規制を行うことが可能である。指定状況は、用途地域指定面積の 5.4%(2002)<sup>(2.1.7)</sup>であり、特別用途地域よりも指定面積は広い。しかし、大型店の立地規制との関係で言えば、詳細計画という制度の趣旨からして、特定の地区内において当該地区の環境の保護のため大型店舗の用途規制を定めることはあっても、特定の用途を広域的に規制する目的においてこの制度を活用することは想定しがたい。

#### （４）用途地域外における土地利用規制

いわゆる「非線引き白地地域」は、線引きを適用しない都市計画区域における用途地域が定められていない地域を意味するが、この地域においては、一定規模以上の開発行為に対して開発許可制度が適用されるものの、その許可判断は造成等に関する技術的基準（都市計画法第 33 条の基準）に限られており、市街化調整区域のような用途によって判断するいわゆる立地基準は適用されない。また、必要な場合には風致地区等により建築物の高さや建ぺい率等の制限を行うことが可能であるが、このような規制が定められている地域は非常に例外的であり、白地地域の大部分は建築用途に関する都市計画上の規制が存在しておらず、大型店に関する制限もない。そもそも、非線引き都市計画区域においては、一般に用途地域外の方が用途地域内よりも都市計画上の規制が緩いという逆転状態となっている。

表2-4 小売店舗の立地制限を補完できる都市計画の制度

	制度の目的	規制の方法	根拠条文
特別用途地区	用途地域内の一定の地区における当該地区の特性にふさわしい土地利用の増進、環境の保護等の特別の目的の実現を図るため当該用途地域の指定を補完して定める地区	・都市計画において、その指定により実現を図るべき特別の目的を明らかにした特別用途地区の種類、位置及び区域を定める。 ・建築基準法に基づく地方公共団体の条例により、その地区の指定の目的のためにする建築物の建築の制限(用途地域による制限の緩和を含む)又は禁止に関して必要な規定を定め、建築基準法の規制として担保する。	都市計画法第8条 建築基準法第49条
特定用途制限地域	用途地域が定められていない土地の区域(市街化調整区域を除く。)内において、その良好な環境の形成又は保持のため当該地域の特性に応じて合理的な土地利用が行われるよう、制限すべき特定の建築物等の用途の概要を定める地域	・都市計画において、制限すべき特定の建築物その他の工作物(以下「建築物等」という。)の用途の概要を定める。 ・建築基準法に基づく地方公共団体の条例により、都市計画に即して建築物の用途の制限を定め、建築基準法の規制として担保する。	都市計画法第8条(01年施行) 建築基準法第49条の2(01年施行)
地区計画等	一体として区域の特性にふさわしい態様を備えた良好な環境の各街区を整備し、開発し、及び保全するための計画	・都市計画において、地区計画等の種類・目標等、地区施設等の配置及び規模のほか、建築物の用途、容積率、建ぺい率、高さ、敷地面積、壁面の位置等の制限のうち必要な事項を定める。 ・都市計画決定のみの場合は届出・勧告により担保。建築物の制限を建築基準法に基づき市町村の条例とした場合は、建築基準法の規制として担保する。	都市計画法第12条の5 建築基準法第68条の2

・筆者が作成。

表2-5 農地法により店舗立地のための農地転用が許可されない農地

	概要	農地転用許可の可否	根拠条文
市街化区域内の農地	—	届出のみ(許可不要)	農地法第4条1項5号
農用地区域内の農地	農業振興地域において、農業振興地域整備計画で定められた農用地等として利用すべき土地の区域	許可されない	農地法第4条2項1号イ
市街化調整区域内の集团的・優良農地	・概ね20ha以上の規模の一団の区域内にある農地で、区画の面積・形状等が高性能農業機械による営農に適すると認められるもの ・特定土地改良事業等の施行区域内にある農地で、工事完了後8年を経過していないもの	許可されない	農地法第4条2項1号ロ
集团的・優良農地	・概ね20ha以上の規模の一団の区域内にある農地 ・特定土地改良事業等の施行区域内にある農地 ・傾斜、土性等からみて近傍の標準的な農地を超える生産をあげることができると思われる農地	上記の市街化調整区域内の集团的・優良農地である場合を除き、以下のいずれかの要件を満たすものは、許可できる ①水道、下水道又はガス管が埋設されている道路の沿道の区域で、容易にこれらの施設の便益を享受でき、概ね500m以内に2以上の学校・病院その他の公共・公益的施設が存する場合 ②概ね300m以内に、鉄道駅、インターチェンジ、役場支所その他これらに類する施設が存する場合 ③住宅、事業用施設、公共・公益施設が連たんしている場合 ④街区における宅地の面積の割合が40%超の場合 ⑤用途地域が定められている場合 ⑥土地区画整理事業の施行区域内の場合 ⑦相当数の街区を形成している区域内の場合 ⑧鉄道駅、役場支所等の周囲概ね500m以内(宅地の面積の割合が40%超の場合は半径が最長1km以内)の区域内の場合 ⑨住宅、事業用施設、公共・公益施設が連たんしている区域に近接する区域内にある農地の区域で概ね20ha未満の場合	農地法施行規則第5条の12 農地法施行規則第5条の13 農地法施行令第1条の13、3号 農地法施行規則第5条の14 農地法施行規則第5条の15
その他の農地	—	その農地に代えて周辺の他の土地を供することにより事業の目的を達することができると思われる場合は、許可されない	農地法第4条2項3号

・筆者が作成。

都市計画区域外では、都市計画の規制は適用されないが、都市的土地利用の発生が想定される地域は都市計画区域に編入するのが原則であるため、これを問題にする必要は基本的にはない。ただし、高速道路のインターチェンジ周辺が都市計画区域に指定されていない場合などでは、大型店の出店が想定できる場合もある。こうしたことから、土地利用規制に関する都市計画のツールを弾力的に利用できるようにするため、2000年法改正において「準都市計画区域」の制度が創設された。準都市計画区域は、簡単に言えば、用途地域や特定用途制限地域など土地利用規制の都市計画は定められるが、道路、公園、下水道などの都市施設の都市計画は定めることがない区域であり、指定にあたり人口要件などがなく、都市としての機能がない区域であっても土地利用規制の必要性があれば、幅広く指定することが可能である。これにより、現在では市町村の判断で事前予防的措置を幅広く行っていれば、制度上は超郊外的大型店立地をも抑えることができるようになっている。

なお、特定用途制限地域は、非線引き白地地域や都市計画区域外（準都市計画区域）における大型店の立地に対し、これを規制可能にすることを目的のひとつとして、2000年法改正で創設された制度であり、概要は表2-4のとおりである。この創設によって、非線引き白地地域など都市計画制度の弱点地域を補強するツールが用意されたわけである。この制度は、法施行後しばらく活用されていなかったが、2004年5月、高松広域都市計画区域等の3市3町、東予都市計画区域の市2町、および荒尾市において適用された。しかし、これらの実例は、いずれも線引き廃止に伴う居住環境保全の措置として導入されたものであり、必ずしも郊外型大型店対策を目的としていない。この制度については、90年代には施行されていない制度でもあるので、特別用途地区と同様ここでは詳しく触れず、次章において論ずることとしたい。

#### （5）農地法による農地転用許可基準

都市計画以外の制度であるが、用途地域外の開発を語る上では農地法の農地転用許可についても触れておく必要がある。農地転用許可の許可基準について、主に店舗立地に関する許可の観点でまとめると、表2-5のようになる。

これをみると、いわゆる農振農用地（農業振興地域内において農用地区域に指定された土地）の転用規制が最も厳しく、この農地をあえて転用しようとする場合には、農振農用地の指定から除外するという手続きまで遡って措置することが必要になる。次いで、農用地区域には指定されていない一般の集団的農地・優良農地であるが、これは都市計画の市街化調整区域内の場合はかなり厳しい制限とされており、いわば都市計画と農地法が連動している形となっている。

農地法が都市計画を実質的に補完することになっているかどうかという観点において、問題は非線引き白地地域であるが、表2-5に示すように、集団的農地・優良農地であっても、農用地区域に指定されていない場所では、付近にインターチェンジや役場支所などがある場合をはじめ、例外的位置づけながらも転用許可が相当程度認められる余地が存在している。これら以外の一般農地については、現に農地でない土地において可能な開発かどうか判断基準となり、運用によるところが大きい。他に具体的な可能性のある適当な土地が見あたらないとされれば、転用が許可されることになる。

以上をまとめると、農地法による農地転用許可制度は、農業振興地域整備計画により農用地区域に指定した農地、都市計画で市街化調整区域とした地域における集団的農地・優良農地については、

農地転用の規制が厳しく行われる。市街化調整区域が厳しいということでは、農地法は都市計画に連動しており、市街化調整区域の開発規制の実効性をより強めているといえる。一方、非線引き白地地域については、集团的農地や優良農地の場合に一定の制約がかけられるものの、大型店の開発に対して、必ずしも強い規制という形では作用していないと言ってよい。このように、都市計画の規制のないところを農地法が補完するという関係には、必ずしもなっていない。

#### (6) 都市計画制度における大型店立地規制のまとめ

以上から、制度面における大型店の立地規制をまとめると、次のようになる。

大型店を、現行の大規模小売店舗立地法にならって売場部分の面積が 1,000 m<sup>2</sup>以上の店舗に相当するものとする、現行の都市計画制度では、市街化調整区域、第一種及び第二種低層住居専用地域、第一種中高層住居専用地域、工業専用地域においては、大型店の立地規制が行われているが、これら以外の規制区分に属する土地では、大型店の立地が認められている。

さらに、旧大店法の第一種大規模小売店舗に相当する売場部分の面積が 3,000 m<sup>2</sup>以上の店舗に相当するものとする、第二種中高層住居専用地域及び第一種住居地域においても立地規制が行われているが、このほかの規制区分では、店舗について規模制限がまったく設けられていない。つまり、店舗の規模制限がない地域は、「主として商業その他の業務の利便を増進する」ことを目的とする「商業地域」だけでなく、多くの種類のゾーニングに及んでいる。

店舗の規模制限のない地域区分を列举すると、用途地域内については第二種住居地域、準住居地域、近隣商業地域、商業地域、準工業地域、工業地域の 6 種類の用途地域、および、都市計画区域内の非線引き白地地域、準都市計画区域(2000 年法改正で創設)を含む都市計画区域外となる。これらの地域区分は、良好な環境を保持する専用住宅地や工業地帯などを除き、都市の極めて広範な地域を占めることから、都市計画におけるいわゆるプライマリー・ゾーニングでは、大型店の立地規制は極めて緩い状態にある。

用途地域を補完する特別用途地区、地区計画等は、用途規制の上乗せが可能のため、制度の使い方によっては大型店立地を広域的に規制する手段とすることができなくはない。しかし、そのような活用例は実際にはほとんどみられない。特定用途制限地域は、非線引き白地地域、準都市計画区域(都市計画区域外で土地利用規制が必要な地域に指定)における大型店立地規制を可能とする制度であるが、2001 年施行の新しい制度で、これまでのところ線引き廃止を選択した都市計画区域で旧市街化調整区域の環境悪化防止を目的に指定した例があるものの、郊外型大型店対策に積極的に活用したと言いうる例は見当たらない。

これらのことから、土地利用規制の制度構成という観点からみれば、現在の都市計画は、どのような規模の大型店でも立地可能という地域が、幹線道路の沿道をはじめ、市街地の内外にわりとかなり広範な地域を占めることになり、むしろ大型店が制限される地域の方が限定的とならざるを得ない制度構成となっている。



## 2-2 大型店の立地制御における土地利用規制の効果

ここでは、実態面について、大型店の実際の立地分布と都市計画のゾーニングとの関係を調査し、前述の制度構成から予測された規制の効果が、現実にはどのように反映されているかを検証する。

### (1) 調査の方法

実態調査は、近年における大規模小売店舗の立地場所が、都市計画の土地利用規制上どの区分に属する土地であるかを調べることで、実際の立地分布と都市計画のゾーニングとの関係を実証的に明らかにすることを目的に行う。

調査対象は1992年以降に開店した第一種大規模小売店舗<sup>(2.2.1)</sup>とし、2000年3月時点で調査した。1992年以降としたのは、近年の状況をみるにあたり、大規模小売店舗法の規制緩和が1992年1月に実施され、これ以後店舗の開店が大幅に増加していることから、商業政策上の制度的環境が同じ時期で区切ったものである。データ資料には全国大型小売店総覧2000を用いた。

調査対象地域については、中・東毛地域を中心に考えたが、この地域でこの期間に開店した第一種大規模小売店舗に限ると、サンプル数が14と少ない。このため、サンプル数を増やす必要から、中・東毛地域の所在する群馬県の全域と、さらに群馬県と同様地方都市の圏域を中心に構成されている新潟県(佐渡を除く)、茨城県、静岡県を加えた4県を対象とした。

調査の方法は、全国大規模小売店舗総覧に掲載された住所から、店舗の位置を市販の道路地図により確認し、これを都市計画図と照合する形で行った。道路地図に位置が掲載されていない店舗については、当該店舗又は所在市町村に問い合わせる形で位置を確認した。用途地域の種類は、店舗敷地の面する主たる道路沿いのもので整理した。

### (2) 都市計画の規制制度から考えられる大型店立地分布の予測

モータリゼーションが成熟化した近年の地方都市圏においては、出店者側からみた店舗の立地選択の自由度は著しく高まったと考えられる。一方、都市計画のゾーニングでは、先に見たとおり、店舗の規模制限のない地域が広範に指定されることが制度上避けられない。このような状況下では、大型店の立地は、巨視的にはかなりフットルースな状態で、都市圏のあちこちに出店されると予想される。

他方、出店者側の立地判断においては、経営上の観点から、十分多くの来店者数を集められるかが重視される。顧客を吸収できる地理的な範囲(店舗の勢力圏)は、「商圈」と呼ばれる。商圈は、店舗の規模や取扱品の種類、道路網の状況や競合店の存在など、本来個々の店舗の条件によって異なるものであるが、基本的には時間距離が支配的な要素と考えられ、既往文献でも店舗からの距離半径によって一般化されている。商圈の中に居住している人口(商圈人口)が多いほど、店舗経営は有利となる。

表2-6、表2-7、表2-8は、大規模店舗の立地と商圈に関して、既往の文献等からまとめたものである。これを見ると、モータリゼーション時代の大型店であっても、大部分は住宅市街地から数kmの範囲に立地するものと考えられる<sup>(2.2.2)</sup>。

こうしたことから、大型店の立地分布は、次のように予想される。

表2-6 商圏の分類

	取扱品	商圏距離	商圏人口
近隣商圏	毎日の生活必需品 (食料、消耗品等)	約10分以内 1次商圏 1km 2次商圏 2~3km	3万人以下
地域商圏	実用生活用品	6km位 1次商圏 2~3km 2次商圏 3~6km	6~9万人位
広域商圏	来店頻度が年数回 (流行品、高級品)	約15km位 地域商圏を複数包括	18万人以上

(出典) 山下勇吉「商業立地の知識」(日経文庫、1994)p18~21より筆者が表にまとめ。

- (注) ・一次商圏: 潜在需要の20~30%以上吸引する範囲  
 ・二次商圏: 潜在需要の10%以上吸引する範囲  
 ・三次商圏: 潜在需要の5%以上吸引する範囲  
 (潜在需要 = 圏域内人口 × 住民1人当たり対店舗支出)

表2-7 大規模小売店舗の商圏

	店舗面積(m <sup>2</sup> )	主たる商圏(半径)
第二種	3,000m <sup>2</sup> 未満	2km
第一種	3,000m <sup>2</sup> 以上 6,000m <sup>2</sup> 未満	3km
	6,000m <sup>2</sup> 以上15,000m <sup>2</sup> 未満	4km
	15,000m <sup>2</sup> 以上30,000m <sup>2</sup> 未満	5km
	30,000m <sup>2</sup> 以上	6km

(出典)「大規模小売店舗における小売業の事業活動の調整のための審査要領」  
 (1991年11月、通商産業省大規模小売店舗審議会決定)

表2-8 大型店の種類による商圏

種類	店舗の例	商圏のとり方
買回専門大型店	食品、玩具、靴、書籍、家電、家具、紳士服、スポーツ用品など	地域型商圏立地
最寄大型店	食品スーパー、ドラッグストアなど	近隣型商圏立地
量販大型店	ディスカウントストア	近隣型商圏の外部 (バイパス等の要衝)
GMS		近隣・地域商圏を包括
デパート		広域・超広域商圏 (大量交通機関の要衝)

(出典) 山下勇吉「商業立地の知識」(日経文庫、1994)p36~38より筆者が表にまとめ。

- ① 用途地域内については、一般に市街地を形成している地域又は市街化が進行しつつある地域であるため、居住人口の集積地であり、出店者側の立地選好度は高い。従って、店舗の規模制限のない用途地域が指定されている場所では、交通利便性や敷地規模等の他の条件を整えば、どこでも大型店が立地する可能性があり、様々な場所に幅広く分布していると予想される。
- ② 市街化調整区域については、一般に人口規模の大きな都市圏の外縁部を形成しているが、開発行為の規制が厳しいため、大型店の立地は少ないと予想される。
- ③ 非線引き白地地域については、居住人口の集積した住宅地を商圏とできる場所（即ち、用途地域から数 km の範囲内の都市間道路沿いの土地）であれば、大型店の立地が見られると予想される。特に、人口規模の大きな市街地から数 km の地域が非線引き白地地域である場合には、規模の大きな大型店の立地も十分に予想される。
- ④ 都市計画区域外については、準都市計画区域を指定して特別の措置を講じない限りにおいて、都市計画の用途規制が及ばない区域であるが、一般に人口集積地からの距離も離れている。このため、特別な場合に大型店の出店が起こりうると考えられるが、店舗数は少ないと予想される。

### （3）調査結果による大型店の立地分布の状況

表 2-9、表 2-10、表 2-11、表 2-12 は、第一種大規模小売店舗にかかる群馬県、新潟県、茨城県、静岡県の実績の一覧である。サンプルはいずれも 1992 年以降に開店した第一種大規模小売店舗で、2000 年 3 月時点における調査結果である。

表 2-13 は、これらを店舗数によって、土地利用規制区分別立地分布にまとめたもの<sup>(2.2.3)</sup>である。

いずれの県においても、一見して店舗の立地が様々な土地利用規制区分にばらついている様子が見てとれる。「用途地域外立地」と「商業地域外立地」は、大型店立地の郊外化を示す指標の例と考えられるが、例えば 4 県合計で見ると、用途地域の外に全体の 3 割程度の立地が認められ、商業地域内立地はわずか 7%(20 件)、商業系用途地域（商業+近商）内としても 17%(51 件)に過ぎない。

表 2-14 は、これらを売場面積によって、土地利用規制区分別立地分布にまとめたものである。

売場面積の合計ベースでは商業地域内 8%、商業系用途地域内 20%と若干高まり、商業系の指定地域に規模の大きな店舗がやや多く分布している傾向を伺わせる。さらに、売場面積別の店舗数で見ると、店舗の規模が大きくなるにつれて商業系用途地域内の立地割合がいくぶん増加する。しかし、近年の大型店立地分布が様々な土地利用規制区分にばらついていて、商業の増進を想定したはずの商業系用途地域での立地割合が少数であるという傾向は、同様である。

用途地域外の立地状況をみると、表 2-13 の 4 県全体では、約 3 割の第一種大規模小売店舗が用途地域外で立地しているが、そのうちの約 8 割が非線引き白地地域である。このことは、都市に必要な商業機能の相当割合が、土地利用の計画のない非線引き白地地域に移動する動きにあることを語っている。4 県の管内市町村はいずれも 2001 年末時点で特定用途制限地域を決定しておらず、こうした現状では、非線引き都市計画区域においては大型店の郊外化に歯止めをかける手段はない。

また、図 1-9 には、地図上において、中・東毛地域における第一種大規模小売店舗の立地分布と出店年を表示した。

これらの結果を、(2)で行った予想に照らしてみると、次のようになる。

- ① 用途地域内については、4 県合計の店舗数・売場面積ともに最も多いのが第二種住居地域で、

表2-9 群馬県の第一種大規模小売店舗

市町村名	店舗名	店舗面積	開店年月	土地利用規制	DID	事業	道路
前橋市	リリカ(前橋サティ)	26,856	Oct-93	近隣商業地域	内	区	国道
前橋市	カワチ薬品前橋南店	3,640	Jun-96	近隣商業地域	内	区	県道
前橋市	全国家具流通センターファートック	4,985	Jun-98	工業地域	内	区	-
前橋市	コジマNEW大友店	5,943	Nov-99	商業地域	内	区	県道
前橋市	コジマNEW日吉店	3,813	Jun-99	準工業地域	内	区	バイパス
前橋市	ヤマダ電機テックランド本店	3,648	Jun-99	準工業地域	内	区	バイパス
前橋市	前橋荒牧店舗(ニトリ前橋店)	6,231	Oct-99	準工業地域	内	区	国道
高崎市	第2ウエハビル(ニトリ高崎店)	4,913	May-94	準工業地域	内	区	国道
高崎市	ホームマートセキチュー倉賀野店	3,064	Nov-94	準工業地域	内	区	国道
高崎市	高崎S広場(セキト赤まる市場)	11,243	Apr-95	準工業地域	内	-	国道
高崎市	ハイパーモールメルクス倉賀野	13,248	Mar-96	工業地域	内	-	国道
高崎市	アピタ高崎店	11,662	Apr-96	調整区域	内	-	県道
高崎市	ドイト高崎店	3,700	Nov-96	準工業地域	内	-	県道
伊勢崎市	カインズタウン伊勢崎店	8,607	Jun-94	第二種住居地域	内	区	県道
伊勢崎市	佐波SC(トヨーカト伊勢崎店)	11,802	Mar-95	第二種住居地域	内	区	県道
伊勢崎市	ベイシア西部モール店	29,000	Jun-97	準工業地域	内	区	県道
伊勢崎市	ハイパーモールメルクス伊勢崎店	15,333	Dec-97	第二種住居地域	内	区	県道
太田市	太田高林SC(サティ)	18,134	Jan-93	近隣商業地域	内	区	国道
太田市	ニトリ太田店	3,613	Jun-96	準工業地域	内	区	国道
赤堀町	赤堀SC(フォリオ)	8,500	Nov-94	未線引き白地	内	-	国道
赤堀町	ベイシア赤堀モール	5,500	May-98	未線引き白地	内	-	県道
東村	カインズホーム佐波東店	4,781	Apr-97	未線引き白地	内	-	県道
東村	アピタ伊勢崎東店	15,118	Nov-98	未線引き白地	内	-	国道
尾島町	ベイシアスーパーセンター尾島店	5,815	Dec-95	準工業地域	内	-	国道
薮塚本町	ベイシア薮塚店	6,500	Apr-96	未線引き白地	内	-	国道
笠懸町	とりせん笠懸店	3,496	Jun-95	未線引き白地	内	-	県道
笠懸町	アピタ笠懸店	10,342	Mar-97	未線引き白地	内	-	国道
大泉町	とりせん大泉店	4,399	Nov-95	商業地域	内	区	-
沼田市	グリーンベル21(沼田サティ)	13,684	Apr-93	商業地域	内	再	国道
沼田市	ベイシア沼田モール	5,000	Nov-98	未線引き白地	内	-	国道
沼田市	ホームマートセキチュー新沼田店	5,800	Mar-99	準工業地域	内	-	国道
館林市	カンセキ館林店	4,221	Apr-95	近隣商業地域	内	区	-
館林市	つつじの里SC(アピタ館林店)	28,608	Sep-96	第二種住居地域	内	-	県道
館林市	館林NSC(ミスターマックス館林店)	9,112	Oct-96	準工業地域	内	-	県道
渋川市	ホームマートセキチュー渋川店	6,996	Dec-93	未線引き白地	内	-	インター
渋川市	とりせん渋川店	5,362	Dec-94	第二種住居地域	内	-	県道
渋川市	ベイシア渋川店	10,086	Dec-96	未線引き白地	内	-	国道
渋川市	カワチ薬品渋川店	3,000	Sep-97	準工業地域	内	-	国道
藤岡市	藤岡合同店舗(セキチューインター南)	18,150	Oct-95	準工業地域	内	-	県道
富岡市	セキチュー富岡店	4,800	Oct-97	未線引き白地	内	-	国道
富岡市	カワチ薬品富岡店	3,300	Jul-99	未線引き白地	内	-	国道
安中市	ホームマートセキチュー安中店	10,742	Nov-92	準工業地域	内	-	国道
富士見村	ベイシアまえばしふじみモール	6,600	Dec-98	未線引き白地	内	-	県道
大胡町	カインズホーム大胡店	4,918	Oct-97	未線引き白地	内	-	県道
大胡町	ベイシア前橋大胡モール	7,000	May-99	近隣商業地域	内	-	県道
新里村	ベイシア新里店	3,520	Nov-96	未線引き白地	内	-	県道
榛名町	ベイシア榛名店	4,436	Dec-95	第二種住居地域	内	-	国道
榛名町	はるなタウン(コメリ榛名店)	7,200	Jul-96	未線引き白地	内	-	国道
子持村	カインズホーム渋川鮎沢店	4,700	Mar-98	未線引き白地	内	-	国道
吉岡町	吉岡SC(カマート・マックスパリュ)	9,238	Jul-97	未線引き白地	内	-	県道
中之条町	中之条ショッピングプラザ	3,018	May-96	準住居地域	内	-	国道
大間々町	大間々SCさくらもーる	11,461	Oct-93	未線引き白地	内	-	-
大間々町	大間々SP(セキチュー)	11,810	Oct-97	未線引き白地	内	-	-
板倉町	板倉ニュータウンSC(フレッセイ)	4,562	May-98	商業地域	内	-	-
邑楽町	カインズホーム邑楽店	4,955	May-97	調整区域	内	-	国道

・1992年1月以降に開店した店舗を、2000年3月時点で把握。  
 ・全国大型小売店総覧2000、市販の道路地図、電話確認により筆者が作成。  
 ・用途地域は敷地が接する主たる道路沿道のもの

表2-10 新潟県的第一種大規模小売店舗

市町村名	店舗名	店舗面積	開店年月	土地利用規制
新潟市	NEXT21ラフォーレ原宿新潟	8,108	May-93	商業地域
新潟市	海老ヶ瀬SCジャスコ新潟東	18,500	Jul-93	工業地域
新潟市	新潟SPイトーヨーカドー新潟木戸	14,600	Nov-93	工業地域
新潟市	DeKKY401(トイザらス)	14,453	Sep-94	近隣商業地域
新潟市	ランドクラブ新潟	11,644	Apr-95	準住居地域
新潟市	万代シティ・ビルポート・プレイス	10,463	Oct-96	商業地域
新潟市	関屋SC(テックランド)	7,027	Nov-99	第二種住居地域
長岡市	宮内SC(コメリHC)	6,644	Jun-93	近隣商業地域
長岡市	長岡アーケラザ南	9,762	Jul-93	第二種住居地域
長岡市	長岡アーケラザ北	5,739	Oct-93	第二種住居地域
長岡市	アーケラザ新長岡PC東	11,115	Apr-95	準工業地域
長岡市	アーケラザ新長岡PC西ニトリ	4,935	Apr-97	準工業地域
長岡市	長岡NTSC(赤ちゃん本舗)	18,974	Dec-96	商業地域
長岡市	リップス(トイザらス)	5,986	Sep-99	準住居地域
三条市	原信よっかまちSC	3,916	Oct-92	第二種住居地域
三条市	三条南SCパルス(コメリ四日町)	6,430	Dec-97	未線引き白地
三条市	HCムサン三条2号館	11,000	Nov-98	未線引き白地
柏崎市	HCムサン柏崎	4,000	Jul-93	未線引き白地
柏崎市	柏崎東SCパルス(コメリ)	6,759	Apr-94	工業地域
柏崎市	原信岩上(蔦屋書店)	3,561	Nov-96	未線引き白地
柏崎市	北越柏崎岩上パワフルセンター	4,135	Jun-97	未線引き白地
柏崎市	柏崎東本町SC	5,766	Sep-98	商業地域
新発田市	ひらせいHC新発田東	5,079	Aug-95	準工業地域
新発田市	新発田トップカルチャーSモール	4,828	Apr-96	準工業地域
新発田市	新発田舟入SCコモ(HCムサン)	13,725	Mar-98	準工業地域
新発田市	ひらせいHC加治	4,826	Oct-98	都市計画区域外
新津市	HCムサン新津	5,040	Nov-95	近隣商業地域
新津市	ひらせいHC新津	4,235	Apr-97	準工業地域
新津市	新津ショッピングセンター	7,296	Nov-97	第二種住居地域
新津市	グリークプラサSC	8,252	Nov-97	第二種住居地域
小千谷市	西小千谷SC(原信)	3,046	Apr-94	第二種住居地域
小千谷市	コメリパワー小千谷	5,100	Nov-98	準住居地域
小千谷市	ジャスコ小千谷	20,843	Apr-00	準住居地域
加茂市	加茂SCパルス(コメリパワー)	5,120	Jul-96	準工業地域
十日町市	十日町シルクモール(原信)	7,403	Apr-93	第二種住居地域
十日町市	妻有SC(ジャスコ十日町)	15,232	Nov-94	未線引き白地
見附市	アーケラザ見附(HCムサン)	4,894	Sep-93	近隣商業地域
見附市	見附SC東(マックス見附)	7,298	Nov-98	第二種住居地域
村上市	ひらせいHC村上	4,204	Mar-93	未線引き白地
村上市	新村上プラザ(ジャスコ村上東)	12,747	Oct-93	未線引き白地
村上市	村上サティ食品館	3,088	Apr-97	準工業地域
村上市	HCムサン	4,026	Apr-98	未線引き白地
燕市	ひらせいHC燕	4,021	Mar-98	工業地域
燕市	山下の家具燕	5,940	Mar-97	工業地域
栃尾市	栃尾ショッピングモール	3,920	Mar-00	工業地域
糸魚川市	ひらせいHC糸魚川	5,549	Mar-97	工業地域
糸魚川市	糸魚川SC(マックスパリュール)	9,334	May-97	工業地域
新井市	新井中川SC(コメリHC)	6,592	Jun-99	準工業地域
五泉市	サムズSC(ウオロク)	4,034	Mar-97	未線引き白地
白根市	白根SC(ジャスコ)	10,107	Jul-95	準工業地域
上越市	上越ウイングマーケット	39,495	Apr-94	第二種住居地域
上越市	スーパーセンタームサン上越	10,477	Jul-95	第二種住居地域
上越市	北陸家具新上越	5,304	Dec-95	準工業地域
上越市	上越SC(ジャスコ)	31,081	Mar-96	準工業地域
上越市	上越セントラルスクエア(ジョーシン)	7,192	Mar-99	準住居地域
安田町	安田SC(ウインティ)	3,640	Mar-92	準住居地域
水原町	サムズウオロク水原	4,380	Apr-93	未線引き白地
水原町	カトーホーム水原	3,655	Apr-96	未線引き白地
水原町	ひらせいHC水原	3,537	Dec-98	未線引き白地

市町村名	店舗名	店舗面積	開店年月	土地利用規制
聖籠町	ラパーク聖籠	18,012	Mar-94	近隣商業地域
中条町	ひらせいHC中条	4,165	Jul-97	未線引き白地
中条町	ショッピングタウン中条	9,071	Mar-98	準住居地域
村松町	村松SC(スイングパーク)	7,824	Apr-98	準工業地域
亀田町	水澤の家具亀田	3,156	Jun-95	商業地域
弥彦村	ひらせいHC弥彦	3,739	Mar-97	未線引き白地
吉田町	吉田SCパルス(コメリHC)	8,751	Dec-99	準工業地域
巻町	サムズSC巻町	5,272	Jul-99	未線引き白地
黒崎町	黒崎SCパルス(コメリパワー)	7,690	Dec-93	準工業地域
津川町	津川SCパルス(コメリHC)	4,297	Jul-00	未線引き白地
小出町	小出SCパルス(コメリ)	4,159	Aug-95	準工業地域
湯之谷村	小出SC(原信小出東)	4,911	Oct-97	未線引き白地
湯沢町	湯沢ハーツ(コメリHC)	3,008	Dec-93	準工業地域
六日町	六日町Sパーク(ジャスコ)	16,704	Dec-96	未線引き白地
六日町	コメリHC六日町	3,300	Mar-98	未線引き白地
柿崎町	柿崎Sタウンアケア(コメリウエルマート)	5,231	Sep-93	未線引き白地
荒川町	荒川SC	4,272	Mar-93	未線引き白地

- ・1992年1月以降に開店した店舗を、2000年3月時点で把握。
- ・全国大型小売店総覧2000、市販の道路地図、電話確認により筆者が作成。
- ・用途地域は敷地が接する主たる道路沿道のもの

表2-11 茨城県の第一種大規模小売店舗

市町村名	店舗名	店舗面積	開店年月	土地利用規制
水戸市	水戸駅北口再開発マイル(丸井)	15,875	Feb-93	商業地域
水戸市	千波SP(ケーヨーデイツー)	4,561	Jul-94	準住居地域
水戸市	HCスイフ元吉田	3,000	Oct-94	第二種住居地域
水戸市	宝船水戸	3,802	Nov-95	準工業地域
水戸市	ジョイフル山新見和A館	3,000	Jul-98	第一種住居地域
水戸市	山新グランステージ水戸	19,549	Jun-99	市街化調整区域
水戸市	ケースデンキ水戸本店・セビオ	9,875	Nov-99	市街化調整区域
水戸市	コジマNEW水戸インター	3,200	Dec-99	市街化調整区域
日立市	カスミ田尻	3,596	Jul-97	工業地域
土浦市	ロイヤルホームセンター土浦	4,379	Feb-96	第二種住居地域
土浦市	東京インテリア家具荒川沖	5,088	Jul-96	準住居地域
土浦市	土浦駅前再開発(イトヨーカドー)	17,871	Oct-97	商業地域
古河市	トステムビバ古河	4,783	Oct-95	第二種住居地域
古河市	古河サティ	20,700	Sep-98	第二種住居地域
古河市	アブリKOGASC	4,065	Nov-98	商業地域
石岡市	山新イベント館	3,127	Jan-95	準工業地域
下館市	ベイシアSC下館	7,461	Oct-94	準住居地域
下館市	家具の山新下館	3,000	Feb-95	第一種住居地域
下館市	玉戸SC	12,720	Nov-95	近隣商業地域
結城市	とりせん結城	3,109	Apr-98	準住居地域
龍ヶ崎市	北竜台SC(イトヨーカドー)	19,491	Mar-99	近隣商業地域
龍ヶ崎市	トステムビバ龍ヶ崎	16,122	Mar-99	準工業地域
下妻市	カスミ下妻SP	5,457	Mar-92	準住居地域
下妻市	下妻SCオーク	8,226	Sep-92	未線引き白地
下妻市	新下妻SC(ジャスコ)	22,078	Nov-97	未線引き白地
水海道市	マスタ淵頭	3,613	Nov-95	第二種住居地域
常陸太田市	ジョイフル山新常陸太田	4,000	Nov-95	準工業地域
常陸太田市	常陸太田SC(マックスバリュ)	4,047	Apr-98	準工業地域
常陸太田市	太田プラザ(フェスタマーケット)	4,195	Jun-98	準工業地域
高萩市	高萩サティ	10,345	Jul-95	第二種住居地域
高萩市	高萩SCユートピア(カスミ)	6,322	Nov-96	第二種住居地域
高萩市	高萩モール(ベイシア)	12,853	Mar-99	未線引き白地
北茨城市	ジャスコ北茨城	5,477	Nov-92	商業地域
北茨城市	大津SCマール(カスミ)	3,085	Jul-93	準工業地域
笠間市	ジョイフル山新笠間	3,500	Dec-96	未線引き白地
笠間市	笠間SC(ジャスコ)	22,923	Apr-98	近隣商業地域
取手市	常総SC(ジャスコ取手)	19,886	Oct-96	第二種住居地域
牛久市	カスミ牛久SP	3,642	Feb-93	第二種住居地域
牛久市	ロイヤルホームセンター牛久	5,007	Sep-95	第二種住居地域
牛久市	安斉ビル(ニトリ)	4,779	Apr-96	第二種住居地域
つくば市	中村家具センター	4,032	Jul-92	市街化調整区域
つくば市	つくばSCA棟(アッセ)	10,752	Nov-95	市街化調整区域
つくば市	つくばSCB棟(ケーヨーデイツー)	4,178	Nov-95	市街化調整区域
つくば市	ホームステージカスミ大穂	4,000	Nov-98	第二種住居地域
ひたちなか	ニトリ勝田	4,497	Mar-92	準住居地域
ひたちなか	那珂湊SCピアポート	7,673	Apr-93	近隣商業地域
ひたちなか	ビックエムひたちなか(マルカワ)	5,505	Sep-95	近隣商業地域
ひたちなか	スーパーカドヤひたちなか佐和	3,200	Nov-97	第一種住居地域
ひたちなか	ケーヨーデイツーひたちなか	4,202	Mar-98	商業地域
ひたちなか	ジョイフル本田ニューポートひたち	28,001	Mar-98	準工業地域
鹿嶋市	ニュー鹿島Sタウン(ジャスコ)	13,772	May-94	近隣商業地域
鹿嶋市	カスミパワーセンター鹿島	4,656	Apr-95	第一種住居地域
茨城町	マルカワいばらきSP	3,000	Apr-93	工業地域
友部町	HCスイフ友部	3,249	Mar-92	第二種住居地域
友部町	友部スクエア	5,182	Aug-99	未線引き白地
友部町	ジョイフル山新友部	6,500	Aug-99	未線引き白地
岩瀬町	カインズホーム岩瀬	3,569	Dec-97	準工業地域
東海村	東海駅東ST(ジャスコ)	13,177	Sep-93	商業地域
東海村	ビックエム東海(マルカワ)	3,343	Nov-94	準住居地域
那珂町	那珂コミュニティプラザ(カスミ)	7,500	Apr-97	準住居地域

市町村名	店舗名	店舗面積	開店年月	土地利用規制
那珂町	サンモリノ那珂(カスミ)	9,919	Nov-98	準住居地域
大宮町	ジョイフル山新大宮	6,838	Dec-94	未線引き白地
大宮町	常陸大宮SC(ジャスコ)	12,242	Dec-97	未線引き白地
太子町	カインズホーム太子	3,900	Mar-96	未線引き白地
鉾田町	HCスイフ鉾田	3,500	Nov-97	未線引き白地
神栖町	ベイシアSC神栖	10,955	Apr-93	商業地域
神栖町	カインズホーム神栖	4,100	Oct-94	準住居地域
神栖町	カインズホーム神栖(カーテンC)	3,070	Mar-95	準住居地域
麻生町	セイミヤモール麻生	5,130	Nov-96	未線引き白地
江戸崎町	江戸崎SC(イミヤ)	12,252	Mar-95	市街化調整区域
阿見町	マイ・ラブ・アミSC(マルエツ)	7,802	Nov-92	第二種住居地域
阿見町	ホームステーション阿見(カスミ)	3,320	Mar-97	第二種住居地域
新利根町	SCしんとねCOM1(いなげや)	8,022	Oct-92	市街化調整区域
新利根町	SCしんとねCOM2(ケーヨー)	3,439	Oct-92	市街化調整区域
東町	ジョイフル山新佐原東	11,828	Dec-92	未線引き白地
東町	SCパルナ(アピタ佐原東)	23,793	Nov-99	未線引き白地
玉里町	カインズホーム石岡玉里	6,444	Nov-94	未線引き白地
玉里町	Sモールアスタ(セイミヤ)	3,554	Nov-98	未線引き白地
八郷町	八郷ST(カトヤ)	3,960	Oct-98	未線引き白地
千代田町	千代田SP(ビッグエムマルカワ)	5,571	Jun-95	工業地域
新治村	新治SPさんあびお(長崎屋)	11,034	Apr-93	市街化調整区域
谷和原村	ミドリ谷和原らくらく館	7,000	Apr-94	準住居地域
石下町	アピタ石下	15,800	Oct-99	未線引き白地
石下町	コメリHC石下	6,000	Dec-99	未線引き白地
総和町	総和町SC(アピタ)	13,592	Jun-96	準住居地域
境町	HCカスミ境	3,300	Jul-93	第二種住居地域
境町	T-PLACE(十字屋ファミリー)	10,255	Nov-96	準住居地域
境町	さかいSC・FISS(キンカ堂)	18,866	Feb-97	市街化調整区域
守谷町	ジョイフル本田守谷	20,392	Apr-93	第二種住居地域
守谷町	カワチ薬品守谷	3,500	Mar-00	第二種住居地域
藤代町	ユニー藤代桜が丘	4,700	Nov-95	近隣商業地域

- ・1992年1月以降に開店した店舗を、2000年3月時点で把握。
- ・全国大型小売店総覧2000、市販の道路地図、電話確認により筆者が作成。
- ・用途地域は敷地が接する主たる道路沿道のもの



表2-12 静岡県の第一種大規模小売店舗

市町村名	店舗名	店舗面積	開店年月	土地利用規制
静岡市	エスポット静岡東	3,733	Oct-96	第二種住居地域
静岡市	カインズホーム静岡羽鳥	3,500	Dec-96	第二種住居地域
静岡市	ニトリ静岡インター通り	4,880	Apr-99	第二種住居地域
静岡市	コジマNEW静岡	7,853	Oct-99	工業地域
浜松市	ベスト電器浜松西	5,248	May-92	第一種住居地域
浜松市	セイフー高丘	10,428	Dec-92	近隣商業地域
浜松市	ピーワンプラザ大人見	3,627	Feb-93	市街化調整区域
浜松市	エスポット浜松	4,882	May-93	市街化調整区域
浜松市	ピーワンプラザ天王	4,802	Sep-93	工業地域
浜松市	浜松田町再開発ビル(ヒオラ)	3,015	Apr-94	商業地域
浜松市	ジャンボエンチョー浜松高丘	4,655	Aug-94	第一種住居地域
浜松市	アクトシティ15-2街区	4,722	Oct-94	商業地域
浜松市	ウエルタ宮竹	3,387	Nov-94	近隣商業地域
浜松市	新橋SC(ジャンボエンチョー浜松南)	4,054	Sep-95	市街化調整区域
浜松市	立野SCヤオハン	4,046	Nov-95	市街化調整区域
浜松市	遠鉄スタウンリブロス笠井	7,634	Jul-96	第一種住居地域
浜松市	KSプラザ天王	5,235	Aug-97	工業地域
浜松市	フードプラス浜松	5,068	Nov-97	準工業地域
浜松市	半田SC(カーマ浜松半田)	9,867	Nov-97	準住居地域
浜松市	インテリアプラザ上野屋西伊場	3,842	Jun-98	第二種住居地域
浜松市	フードプラス浜松高塚	4,101	Mar-99	工業地域
浜松市	ケーヨーデイツー三方原	4,500	Apr-99	第一種住居地域
浜松市	新棒屋会館(コンパート)	3,497	Jul-99	商業地域
沼津市	沼津さかなセンター	4,769	Dec-92	第二種住居地域
沼津市	ユーストア香貫	3,300	Jun-94	第一種住居地域
沼津市	ダイエー沼津西島	9,482	Jun-95	準工業地域
沼津市	スポット沼津駅北	7,000	Jun-99	第二種住居地域
清水市	清水狐ヶ崎SC(ジャスコ清水)	22,010	Apr-99	第二種住居地域
清水市	エムバルス・ドリームプラザ	10,011	Oct-99	工業地域(臨港地区)
三島市	日清プラザ(イトヨーカト三島)	16,000	Mar-95	近隣商業地域
富士宮市	ジャンボエンチョー富士宮	3,324	Nov-93	工業地域
富士宮市	サンテラス富士宮	5,860	Nov-94	近隣商業地域
伊東市	伊東SPデュオ	13,654	May-96	未線引き用途外
伊東市	コープ静岡伊東	3,509	Jun-97	未線引き用途外
伊東市	カインズホーム伊東	5,800	Jun-99	未線引き用途外
伊東市	ハンディホームセンター伊豆中央	4,276	Sep-99	未線引き用途外
島田市	カーマホームセンター島田	3,280	Jul-93	準住居地域
島田市	アピタ島田(ユニー)	19,297	Mar-99	工業地域
富士市	ジャンボエンチョー富士西	3,802	Dec-92	第一種住居地域
富士市	ユーストア富士中央	5,334	Apr-95	近隣商業地域
富士市	ザ・コンボ富士厚原	3,027	Apr-96	第一種住居地域
富士市	エスポット富士	5,038	Nov-97	近隣商業地域
富士市	フードプラス富士今泉	5,632	Apr-99	工業地域
富士市	ケーヨーデイツー富士比奈	3,314	Oct-99	工業地域
磐田市	オカノ磐田	4,492	Nov-97	第二種住居地域
磐田市	カインズホーム磐田	6,300	Nov-97	工業地域
磐田市	ユーストア上岡田	4,700	Jan-98	工業地域
磐田市	磐田SC(ジャスコ)	15,810	Sep-98	準工業地域
焼津市	スーパー望月焼津	6,665	Apr-96	近隣商業地域
焼津市	カーマホームセンター焼津	4,136	Nov-95	準工業地域
掛川市	サンテラス掛川(ユニー)	11,797	Mar-95	工業地域
掛川市	カインズホーム掛川	5,506	Jun-99	第二種住居地域
藤枝市	マキヤHCエスポット藤枝	5,203	Apr-94	準住居地域
藤枝市	フードプラス藤枝	5,164	Feb-96	準住居地域
藤枝市	ジャンボエンチョー藤枝	5,995	Jul-98	工業地域
藤枝市	ジャスコ藤枝清里SC	4,435	Sep-99	第一種住居地域
御殿場市	マキヤ御殿場	5,064	Oct-97	準住居地域
御殿場市	ジャンボエンチョー御殿場	4,529	Jul-98	第二種住居地域
袋井市	コープしずおかハーモス袋井	5,245	Sep-92	工業地域
袋井市	SC袋井(ユーストア袋井)	6,722	Mar-94	工業地域

市町村名	店舗名	店舗面積	開店年月	土地利用規制
袋井市	カインズホーム袋井	6,100	Jul-96	工業地域
袋井市	袋井北部SC(ジャスコ)	24,556	Oct-98	商業地域
浜北市	ハーモス浜北(コ-プ)	4,182	Apr-96	第二種住居地域
裾野市	ベルシティ裾野(セイフー)	9,427	Jun-94	近隣商業地域
湖西市	名鉄パレ新所原	4,750	Oct-95	第一種住居地域
湖西市	ジャスコ湖西SC	12,864	Sep-98	第二種住居地域
松崎町	ヤオハン松崎	3,043	Aug-96	都市計画区域外
清水町	大東紡SC(ホームアシスト)	15,416	Apr-97	工業地域
長泉町	カインズホーム長泉	3,066	Sep-93	近隣商業地域
長泉町	長泉Sタウン(トイザラス)	8,036	Nov-99	近隣商業地域
蒲原町	蒲原SC(ジャスコ)	10,195	Nov-99	未線引き用途外
大井川町	大井川SC2(サ・コンホ格蘭リバー)	4,337	Nov-98	市街化調整区域
榛原町	ユーストア榛原	6,243	Apr-96	近隣商業地域
榛原町	カーマホームセンター榛原	3,300	Nov-96	未線引き用途外
榛原町	ファンモール榛原(KOマ-ト)	3,680	Nov-97	近隣商業地域
大須賀町	ロックタウン大須賀(ジャスコ)	18,313	Jun-99	未線引き用途外
浜岡町	カインズホーム浜岡	6,645	Nov-95	第二種住居地域
浜岡町	浜岡SC(ジャスコ)	15,879	Nov-98	工業地域
菊川町	ジャンボエンチョー菊川	3,242	Apr-96	未線引き用途外
大東町	カインズホーム大東町	7,138	Oct-98	未線引き用途外
森町	カインズホーム森町	4,994	Oct-98	未線引き用途外
豊田町	ケーヨーデイツー豊田町	3,750	Dec-94	近隣商業地域
豊田町	豊田SCヤオハン	4,757	Apr-95	近隣商業地域
新居町	新井SC(ユーストア)	4,350	Nov-93	第二種住居地域

- ・1992年1月以降に開店した店舗を、2000年3月時点で把握。
- ・全国大型小売店総覧2000、市販の道路地図、電話確認により筆者が作成。
- ・用途地域は敷地が接する主たる道路沿道のもの

表2-13 第一種大規模小売店舗の立地分布(県別・店舗数)

	群馬県		茨城県		新潟県		静岡県		4県計	
	店舗数	割合	店舗数	割合	店舗数	割合	店舗数	割合	店舗数	割合
第二種住居地域	6	10.9%	18	19.8%	11	14.5%	14	16.7%	49	16.0%
準住居地域	1	1.8%	14	15.4%	7	9.2%	5	6.0%	27	8.8%
近隣商業地域	5	9.1%	7	7.7%	5	6.6%	14	16.7%	31	10.1%
商業地域	4	7.3%	7	7.7%	5	6.6%	4	4.8%	20	6.5%
準工業地域	15	27.3%	9	9.9%	17	22.4%	4	4.8%	45	14.7%
工業地域	2	3.6%	3	3.3%	8	10.5%	18	21.4%	31	10.1%
その他の用途地域	0	0.0%	4	4.4%	0	0.0%	9	10.7%	13	4.2%
用途地域内小計	33	60.0%	62	68.1%	53	69.7%	68	81.0%	216	70.6%
市街化調整区域	2	3.6%	11	12.1%	0	0.0%	5	6.0%	18	5.9%
非線引き白地地域	20	36.4%	18	19.8%	22	28.9%	10	11.9%	70	22.9%
都市計画区域外	0	0.0%	0	0.0%	1	1.3%	1	1.2%	2	0.7%
合計	55	100.0%	91	100.0%	76	100.0%	84	100.0%	306	100.0%

・1992年1月以降に開店した店舗を、2000年3月時点で把握。

表2-14 第一種大規模小売店舗の立地分布(4県合計・売場面積別)

	売場面積		売場面積別店舗数					
	4県計(m <sup>2</sup> )		3千m <sup>2</sup> 以上		6千m <sup>2</sup> 以上		12千m <sup>2</sup> 以上	
	店舗数	割合	店舗数	割合	店舗数	割合	店舗数	割合
第二種住居地域	408,180	17.1%	49	16.0%	22	16.8%	7	13.7%
準住居地域	184,024	7.7%	27	8.8%	11	8.4%	2	3.9%
近隣商業地域	287,349	12.1%	31	10.1%	17	13.0%	9	17.6%
商業地域	182,467	7.7%	20	6.5%	9	6.9%	6	11.8%
準工業地域	362,929	15.2%	45	14.7%	18	13.7%	7	13.7%
工業地域	240,746	10.1%	31	10.1%	14	10.7%	6	11.8%
その他の用途地域	55,207	2.3%	13	4.2%	1	0.8%	0	0.0%
用途地域内小計	1,720,902	72.2%	216	70.6%	92	70.2%	37	72.5%
市街化調整区域	142,762	6.0%	18	5.9%	8	6.1%	3	5.9%
非線引き白地地域	512,447	21.5%	70	22.9%	31	23.7%	11	21.6%
都市計画区域外	7,869	0.3%	2	0.7%	0	0.0%	0	0.0%
合計	2,383,980	100.0%	306	100.0%	131	100.0%	51	100.0%

・1992年1月以降に開店した店舗を、2000年3月時点で把握。

・規模別の6千m<sup>2</sup>以上、12千m<sup>2</sup>以上の件数は、3千m<sup>2</sup>以上の内数。

表2-15 中・東毛地域の大規模小売店舗立地分布

	第一種大規模小売店舗				第二種大規模小売店舗			
	店舗数		売場面積		店舗数		売場面積	
	店舗数	割合	売場面積	割合	店舗数	割合	売場面積	割合
第一種中高層住居専用地域	-	-	-	-	3	3.2%	2,974	2.4%
第二種中高層住居専用地域	-	-	-	-	2	2.1%	2,298	1.8%
第一種住居地域	-	-	-	-	23	24.2%	31,695	25.2%
第二種住居地域	3	21.4%	35,742	24.4%	7	7.4%	9,839	7.8%
準住居地域	-	-	-	-	5	5.3%	4,502	3.6%
近隣商業地域	1	7.1%	18,134	12.4%	9	9.5%	9,814	7.8%
商業地域	-	-	-	-	1	1.1%	894	0.7%
準工業地域	3	21.4%	38,428	26.2%	20	21.1%	27,503	21.9%
工業地域	-	-	-	-	3	3.2%	2,658	2.1%
その他の用途地域	-	-	-	-	-	-	-	-
用途地域内小計	7	50.0%	92,304	63.0%	73	76.8%	92,177	73.3%
市街化調整区域	-	-	-	-	4	4.2%	7,709	6.1%
非線引き白地地域	7	50.0%	54,237	37.0%	18	18.9%	25,920	20.6%
都市計画区域外	-	-	-	-	-	-	-	-
合計	14	100.0%	146,541	100.0%	95	100.0%	125,806	100.0%

・1992年1月以降に開店した店舗を、2000年3月時点で把握。

- ② 次いで準工業地域となっているが、店舗の規模制限のない用途地域間できわだった差はない。調査結果は、「様々な場所に幅広く分布している」という予想に合致しているといえる。
- ③ 市街化調整区域については、件数は多くないものの立地が認められる。内訳をみると、茨城県が 11 件あるのに対し、新潟県はゼロであり、県によってばらつきがある。この違いは、開発許可権者による運用の違い、もしくは線引きの都市計画決定時期との関係による土地条件の違いなどが考えられる。予想との関係では、原因の検討が必要であろう。
- ④ 非線引き白地地域については、4 県合計で店舗数・売場面積ともに 2 割以上を占めており、決して少ないとは言えない。中・東毛地域における配置（図 1-9）と照合してみると、赤堀町、東村、笠懸町、薮塚本町の区域が非線引き白地地域に該当するが、この地域は用途地域から数 km の範囲に概ね属しており、幹線道路に沿ってばらついて立地している。概ね予想に合致した調査結果とすることができる。
- ⑤ 都市計画区域外については、群馬県、茨城県の 2 県はゼロ、新潟県、静岡県の 2 県はそれぞれ 1 店舗ずつ認められ、調査結果は「出店が起こりうると考えられるが、店舗数は少ない」という予想に合致している。

ところで、表 2-15 は、比較的売場面積の小さい第二種大規模小売店舗（500 m<sup>2</sup>以上 3,000 m<sup>2</sup>未満）の立地分布と都市計画のゾーニングとの関係について、同様の調査を中・東毛地域を対象に行った結果である。この傾向をみると、用途地域の内外の比率は第一種店舗の場合とあまり変わらず（7:3 ないし 8:2）、用途地域内も種類別にばらついていること、商業系用途地域内の割合が低いことなども類似している。立地分布と都市計画のこのような関係は、商圈の大小を問わず、近年の大規模小売店舗立地に共通した傾向であることが確認できる。ただし、第二種店舗は面積規模が小さいため、店舗規模の規制を受けない用途地域の種類が拡大し、店舗数、売場面積とも、最も多く立地するのが第一種住居地域となっている。

なお、表 2-17、表 2-18、表 2-19 は、群馬県における第一種大規模小売店舗を対象に、DID（人口集中地区、1995 年国勢調査の区域）の内外、都市計画事業（市街地開発事業）の決定区域の内外、敷地に接する道路の区分に関する立地条件を整理したものである。

DID 内外についてみると、店舗数・売場面積ともに DID 外が約 56%であり、過半は市街地の外側の立地となっている。都市計画事業では、約 3 割が土地区画整理事業区域内であり、店舗数の 69%、売場面積の 64%は都市計画事業の位置づけがない区域である。また、第一種大規模小売店舗の敷地が接する道路をみると、店舗数で国道が 44%、県道が 40%となっており、逆に幹線道路網との直接的接続性がないものは約 1 割に過ぎない。

調査結果をまとめると、第一種大規模小売店舗の立地分布と都市計画のゾーニングの関係は、様々な土地利用規制区分にばらついており、用途地域外が店舗数で 3 割程度と相当数にのぼる一方、商業系用途地域内が 2 割に満たない状況となっている。これらのことから、現行の都市計画のもとにおいて、大型店立地の郊外化、拡散化が進行していることが、実態において確認された。

また、敷地の立地特性については、近年の地方都市圏における大型店の立地は、都市間道路の沿道で、市街地の外側の地域に立地する傾向が強い。

表2-16 第一種大規模小売店舗の立地分布(県別・規模別)

	群馬県店舗数			茨城県店舗数			新潟県店舗数			静岡県店舗数			
	3千㎡以上	6千㎡以上	12千㎡以上	3千㎡以上	6千㎡以上	12千㎡以上	3千㎡以上	6千㎡以上	12千㎡以上	3千㎡以上	6千㎡以上	12千㎡以上	
店舗数	第二種住居地域	6	4	2	18	6	3	11	8	0	14	4	2
	準住居地域	1	0	0	14	6	1	7	4	1	5	1	0
	近隣商業地域	5	3	2	7	5	4	5	3	2	14	6	1
	商業地域	4	1	1	7	4	3	5	3	1	4	1	1
	準工業地域	15	6	2	9	2	2	17	8	2	4	2	1
	工業地域	2	1	1	3	0	0	8	4	2	18	9	3
	その他の用途地域	0	0	0	4	0	0	0	0	0	9	1	0
	用途地域内小計	33	15	8	62	23	13	53	30	8	68	24	8
	市街化調整区域	2	1	0	11	7	3	0	0	0	5	0	0
	未線引き白地地域	20	11	1	18	11	5	22	5	3	10	4	2
	都市計画区域外	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
	用途地域外小計	22	12	1	29	18	8	23	5	3	16	4	2
店舗数合計	55	27	9	91	41	21	76	35	11	84	28	10	
売場面積	第二種住居地域	74,148	64,350	43,941	132,019	85,447	60,978	109,711	97,010	39,495	92,302	48,519	34,874
	準住居地域	3,018	0	0	88,952	55,727	13,592	63,476	48,750	20,843	28,578	9,867	0
	近隣商業地域	59,851	51,990	44,990	86,784	76,579	68,906	49,043	39,109	32,465	91,671	56,799	16,000
	商業地域	28,588	13,684	13,684	71,622	57,878	46,923	46,467	37,545	18,974	35,790	24,556	24,556
	準工業地域	121,844	84,478	47,150	69,948	44,123	44,123	136,641	96,885	44,806	34,496	25,292	15,810
	工業地域	18,233	13,248	13,248	12,167	0	0	68,623	49,193	33,100	141,723	99,375	50,592
	その他の用途地域	0	0	0	13,856	0	0	0	0	0	41,351	7,634	0
	用途地域内小計	305,682	227,750	163,013	475,348	319,754	234,522	473,961	368,492	189,683	465,911	272,042	141,832
	市街化調整区域	16,617	11,662	0	105,199	90,350	50,667	0	0	0	20,946	0	0
	未線引き白地地域	143,866	103,851	15,118	161,328	132,602	86,766	132,832	62,113	44,683	74,421	49,300	31,967
	都市計画区域外	0	0	0	0	0	0	4,826	0	0	3,043	0	0
	用途地域外小計	160,483	115,513	15,118	266,527	222,952	137,433	137,658	62,113	44,683	98,410	49,300	31,967
売場面積合計	466,165	343,263	178,131	741,875	542,706	371,955	611,619	430,605	234,366	564,321	321,342	173,799	

- ・1992年1月以降に開店した店舗を、2000年3月時点で把握。
- ・規模別の6千㎡以上、12千㎡以上の件数は、3千㎡以上の内数。

表2-17 第一種大規模小売店舗の立地とDID(群馬県)

	店舗数		売場面積	
	DIDの内	24	43.6%	202,394
DIDの外	31	56.4%	263,771	56.6%
合計	55	100.0%	466,165	100.0%

・DID(人口集中地区)は1995年国勢調査による。

表2-18 第一種大規模小売店舗の立地と都市計画事業(群馬県)

	店舗数		売場面積	
	土地区画整理事業	16	29.1%	153,289
市街地再開発事業	1	1.8%	13,684	2.9%
都市計画なし	38	69.1%	299,192	64.2%
合計	55	100.0%	466,165	100.0%

表2-19 第一種大規模小売店舗の敷地に接する道路(群馬県)

	店舗数		売場面積	
	国道	24	43.6%	197,712
県道	22	40.0%	212,558	45.6%
市道バイパス	2	3.6%	7,461	1.6%
インターチェンジ	1	1.8%	6,996	1.5%
その他	6	10.9%	41,438	8.9%
合計	55	100.0%	466,165	100.0%

## 2-3 線引き制度の効果

ここで、上の調査結果において、予想との関係で原因の検討が必要とした市街化調整区域について、規制制度の効果を少しくわしくみることとする。

表 2-13 にまとめた 4 県の調査結果では、市街化調整区域内での第一種大規模小売店舗の立地が 18 件、全体の 6%程度となっている。このうち、11 件は茨城県であり、新潟県ではゼロとなっており、県によりばらつきがみられる。このことから、開発許可権者による運用の違い、もしくは線引きの都市計画決定時期との関係による土地条件の違いなど、県により何らかの事情の差があることが予想できる。

表 2-20 は、案件ごとそれぞれの許可事由を各県に電話ヒアリングで確認し、整理したものである。これを見ると、都市計画法第 34 条 10 号を用いた開発許可を実施するかどうかについては、開発許可権者の運用姿勢による影響が見られる<sup>(21)</sup>が、裁量幅の少ない既存宅地確認については、例外的に起こりうると予想されたところであり、線引き都市計画の決定前における立地については、市街化調整区域の規制力とは無関係である。

これらのことから、市街化調整区域の制度の規制力は、開発許可権者が独自に運用を緩めることをしない限りにおいて、基本的に大型店立地を抑制できると見てよい。

なお、許可事由で最も多い既存宅地確認制度は、既に 2001 年 5 月に廃止されており、線引き制度の立地制御効果は今後も持続するものと期待できる。

表 2-20 市街化調整区域における大型店の許可事由

	群馬県	茨城県	新潟県	静岡県
開発許可(10号イ)	-	-	-	1件
開発許可(10号ロ)	-	5件	-	-
既存宅地確認	2件	3件	-	4件
線引き都計決定前の許可	-	3件	-	-

・ 1992 年 1 月以降開店の第一種大規模小売店舗を、2000 年 3 月時点で把握。

さて、中・東毛地域は、線引き制度適用の状況を見ると、三市の中間にある町村部について、線引きを実施している南部 3 町（境町、新田町、尾島町）の区域と、非線引きの北部 4 町村（赤堀町、東村、笠懸町、薮塚本町）<sup>(2.3.1)</sup>の区域に分かれる。このように中・東毛地域は、十数 km の距離で三角形をなす三市の市街地の間において、線引き実施区域と非線引き区域の 2 種類の町村部が介在するという独特の規制適用状況となっており、線引き制度の効果に関する比較研究にはわかりやすい対象である。このため、線引き区域と非線引き区域の対比に着目して、中・東毛地域内における大型店の新規出店分布をみてみたい。

表 2-21 は、中・東毛地域における 1992 年以降出店の大規模小売店舗を、市町村別にまとめたものである。線引き 3 町では、第一種店舗が 1 件に過ぎない<sup>(2.3.2)</sup>が、非線引き 4 町村では第一種店舗が

全地域の店舗数の半数に当たる 7 件が立地している。売場面積と居住人口とを比較してみると、線引き実施 3 町と非線引き 4 町村は人口ではほぼ同じ 8 万人前後(地域全体の 15%程度)なのだが、立地した大規模小売店舗の売場面積(一種+二種)では 4.5 倍の違いとなっている。

こうした事実は、線引き制度が大型店の郊外展開に一定の歯止めを与えていること(2.3.3)を示すとともに、線引き都市の市街地の近くに非線引きの区域がある場合、大型店の立地が市街化調整区域を飛び越える形で、規制のない非線引き白地地域において出店が進行する実態を示している。もとより線引きは大型店の立地規制を主目的とした制度ではないが、用途地域外の立地規制を線引きによって対処する場合であっても、線引きの適用区域を十分に広域的な広がりで設定しなければ効果が得られない、ということである。

表 2-21 中・東毛地域の大規模小売店舗

	第一種店舗		第二種店舗	
	店舗数	店舗面積	店舗数	店舗面積
中心3市	6	86,489	68	87,931
線引き実施3町	1	5,815	9	11,919
非線引き4町村	7	54,237	18	25,920

・1992年1月以降開店の大規模小売店舗を、2000年3月時点で把握。



## 2-4 小括

土地利用規制の制度構成では、都市計画の基礎的なゾーニングにおいて、店舗の規模制限がない地域区分が多くある。列举すると、第二種住居地域、準住居地域、近隣商業地域、商業地域、準工業地域、工業地域の6種類の用途地域、および、都市計画区域内の非線引き白地地域、都市計画区域外である。これらの種類の地域区分は、幹線道路沿道や工場跡地など大型店が出店しやすいと考えられる地域において広く一般的に指定されるため、市街地の内外にわたり、むしろ店舗の規模制限がある方が限定的とならざるを得ない制度構成となっている。このように、現行都市計画の土地利用規制は、理屈の上でも大型店の立地拡散化を抑制する作用が乏しいと言わざるを得ない。

地方部の4県に関する実態調査では、土地利用規制と第一種大規模小売店舗の新規立地分布を照合すると、立地分布が様々な種類の地域区分にばらついている様子が認められ、商業地域内の立地件数はわずか7%に過ぎない一方、用途地域の外側の地域に約3割の立地がみられた。実態調査の結果からも、都市計画の土地利用制度が大型店の立地制御に有効に作用していないことは、明らかである。

ただし、線引き制度に関しては、実態的に見て、大型店の郊外展開に対する一定の歯止めとして機能している。けれども、線引き適用都市の市街地から数km程度しか離れていないところが非線引きの区域である場合には、大型店の立地は、市街化調整区域を飛び越える形で規制のない非線引き白地地域に出店する例がみられる。立地規制に一定の効果のある線引き制度にしても、適用区域を十分広域的に指定しなければ効果が得られないという問題が、実態においても確認された。

ここで、「郊外立地型大型店の立地場所を都市計画がしっかりと制御すべきである」という観点から見たときに、現行土地利用規制制度における制度構成上の問題点を指摘しておきたい。問題点は、次の3点に集約される。

第一の問題点は、用途地域など基本をなすゾーニング制度（これを「プライマリー・ゾーニング」と呼ぶ）の土地利用誘導力が、余りにも弱いことである。ゾーニングが掲げる土地利用の目的に対して、何のハードルもなく許容される建築用途の範囲が余りにも広すぎる。一般に、ゾーニング型土地利用制度が都市計画の手段とされる意義は、一定のエリアを対象に、土地利用の姿に関する一定の目的をもって、これの実現を誘導し、維持することにある。従って、用途規制のあり方は、都市計画と建築基準法別表第二の関係において、ゾーニングの種類ごとに掲げられた土地利用の目的に即して、目的の達成ないし維持にとって直接的に寄与する主要な用途を中心に、それ以外の用途をできる限り排除する方向で見直すことが望ましい。これは単一用途を目的とした場合には用途純化と呼ばれるが、複合的用途の市街地像を目標にした場合にしても、市街地像に積極的に関連のない用途は極力排除されなければ、目的とする土地利用の担保力を十分に持ち得ない。少なくとも、住居や工業を主たる土地利用目標に掲げるゾーニングが、店舗の規模制限をまったく設けず、どんな巨大店舗でも当然のように許容している状態では、計画的な土地利用形成の手段たる役割を全うすることができないと言わざるを得ない。

第二の問題点は、ゾーニング上のいわゆる白地地域の存在、すなわち何ら土地利用の目的が示されず、建築用途の制限がまったくない地域が存在していることである。しかも、白地地域は決して

例外的な地域ではなく、都市計画区域という都市計画を行う土俵の中で、用途地域というプライマリー・ゾーニングを設定した地域よりも、はるかに広い面積をカバーしている。確かに、白地地域の相当部分は、農業振興地域や森林地域といった形で都市計画以外の法令による土地利用計画が適用されているが、農用地区域や保安林といった土地利用保全の規制を受ける区域以外では、建築の用途や規模に制限があるわけではない。これらが都市活動や都市生活のサービスのための施設立地を計画する法令ではないためである。また、建築基準法的には、白地地域は、市街地であることを想定していないために相隣環境の保持を図る必要性もないという法的整理となっており、それゆえ用途規制が何もなく、実態的に件数は少ないながらも多様な迷惑用途を受け入れる役割を果たしている面も否定できないが、相隣環境のレベルを越えて広域的に影響を及ぼす大型集客施設までもが際限なく立地可能な状況は、都市計画にとっては重大な影響がある。この制度的欠陥は、これまで余り顕在化してこなかったが、近年の大型店の立地が明らかにしたとも言えるだろう。少なくとも、都市計画制度が土地利用コントロールをゾーニングという制度手法に依存しながら、ゾーニングをしていない区域がこれほど広く存在しているのは、総合的・一体的な空間計画の実現にとって、実際のところこれは尻抜けのような状況であると言わざるを得ない。

第三の問題点は、プライマリー・ゾーニングの問題点を修正するため、特別の目的により重ねがけする補完的ゾーニング制度（これを「オーバーレイ・ゾーニング」と呼ぶ）の手法があるが、これがひとつの目的のためひとつの手法を全体統一的に適用できるという制度構成になっていないために、大型店の立地規制というひとつのことをしようとしても、様々なゾーニング手法をつぎはぎに適用しなければならない事態になってしまうことである。店舗規模の上限規制をしようとする場合、現行制度では、用途地域内には特別用途地区、非線引き白地地域には特定用途制限地域、市街化調整区域では適用可能なゾーニング制度はなし（あえて基準を設けるならば都市計画法第 34 条 10 号にかかる開発許可の運用基準。あるいは、委任条例をもって特別用途地区等と統一的に措置しようすれば、第 34 条 8 の 3 号条例または 8 の 4 号条例による方法が考えられなくはない）というように、目的はひとつでありながら、地域ごとに別々の手法をつぎはぎで適用することを余儀なくされる。確かに、つぎはぎでも、自治体に規制の意志さえあれば、規制を行う法的手法が用意されていることには違いない。しかし、プライマリー・ゾーニングにおける特定の問題状況に対し、その解決をひとつのオーバーレイ・ゾーニングで対処できないというのは、単に使いにくいということに止まらず、目的と手段の対応関係という視点でも明快さに欠け、制度的に不都合な状態であると言わざるを得ない。この不都合は、次章以降に指摘する決定主体の輻輳の問題を含めて、現行制度の重大な欠陥のひとつとなっている。

これらの問題点について、それを生ぜしめている制度論的な根拠と、改善方策の有無、限界および可能性については、次章で詳細に検討することとする。

## 第二章 補注：

- (2.1.1) 1990年代においては都市計画法の開発許可が機関委任事務として実施されており、旧建設省の通達が許可権者である地方公共団体の運用上重い位置づけを持っていたが、建設省通達では大型店を想定した許可に関する言及はない。
- (2.1.2) 既存宅地確認の根拠条文は 2001 年 5 月施行の改正都市計画法において廃止され、同様の規定が必要な場合には都市計画法第 34 条 8 の 3 号に基づく条例により別途措置することとされたが、本研究の対象とした 90 年代においては廃止前の規定が適用されている。
- (2.1.3) 例えば、静岡県御殿場市の東名高速インターチェンジ近くにあるアウトレットモールは、市街化調整区域における遊園地跡地の用途転用の事例である。
- (2.1.4) 1992 年改正時における建設省の内閣法制局説明用資料をもとにして、筆者が整理したものである。
- (2.1.5) 特別用途地区指定面積(全国)43,178ha/用途地域指定面積(全国)1,829,608ha (都市計画年報 2002 年)。なお、特別用途地区指定面積の 58%が特別工業地区、19%が文教地区である。
- (2.1.6) 特別用途地区の種類の自由化を活用して、沿道利用の制限として店舗規模規制を行ったのは、愛知県豊田市「浄水国道沿道サービル特別用途地区」(3,000 m<sup>2</sup>以上の店舗を規制)と福岡県大刀洗町「西大刀洗草分線沿道南特別用途地区、他」の 2 市町のみ(2004 年 3 月末現在)。
- (2.1.7) 地区計画等指定面積(全国)98,211ha/用途地域指定面積(全国)1,829,608ha (都市計画年報 2002 年)。
- (2.2.1) 調査対象を第一種大規模小売店舗としたのは、前章の結果を踏まえて、大規模小売店舗の中でも都市の商業機能配置に影響の大きい売場面積の比較的大きな店舗に焦点をあてて分析する趣旨である。
- (2.2.2) 商圏の距離のとり方は、店舗の規模や取扱品の種類によって特異なものも見られる。例えば、青森県下田町の下田ショッピングセンターは、インターチェンジ直近の国道沿いで、八戸市、三沢市、十和田市の 3 市の市街地から概ね 10km 程度の場所に立地している。また、静岡県御殿場市や栃木県佐野市のインター付近に立地しているアウトレットモールは、多数のブランドメーカーのアウトレット品を扱うという希少店舗の集積によって、首都圏市街地の外側 80~100km 圏という距離において、大量の人口集積に影響圏と見て成立を図っている。
- (2.2.3) 用途地域の種類は、1992 年法改正により 8 種類から 12 種類に拡大され、その後 1996 年 6 月以前までの間に変更指定がなされており、調査対象期間初期の店舗については建築確認時点で旧用途地域の適用を受けている。ただし、この章の 1 (2) で詳述したとおり、この時の指定替えは基本的に従来用途地域の細分化であり、法制度・運用の両面において旧指定用途地域との連続性が保たれたため、店舗立地が商業系以外の多種類の用途地域に分布していることの立証には直接影響しない。ちなみに表 2-13 で「その他の用途地域」に分類された 13 件は、いずれも旧住居地域から指定替えを受けた第一種住居地域内である。
- (2.3.1) 4 町村にはいずれも用途地域の指定がなく、全域非線引き白地地域である。
- (2.3.2) なお、新田町では調査対象期間直後の 2000 年 4 月に店舗面積 35,736 m<sup>2</sup>の第一種店舗が開店した。この店舗は、特定商業集積法の適用を受け、田園地帯の真ん中に公共施設地区と一体で商業地域だけの市街化区域を設定した特異なものなので、付記しておく。
- (2.3.3) 中・東毛地域では、市街化調整区域内に第一種店舗はない。