

大規模小売店舗と大規模小売店舗立地法に関する考察

Large Scale Retail Stores and Large Scale Retail Stores Location Law

清水 聡子

(Satoko SHIMIZU)

〈目次〉

はじめに

1. 大規模小売店舗法と大規模小売店舗立地法
2. 大規模小売店舗とまちづくり三法
3. 大規模小売店舗の現状
4. 松本における大規模小売店舗の現状

むすびにかえて

はじめに

大規模小売店舗の地域に与える影響は大きい。ただ単に、消費者にモノやサービスの提供を担う小売業者としての役割だけではない。地域の中での存在はその規模ゆえに、地域全体の骨格が変わってしまうこともある。本稿では上記の問題意識を元に、大規模小売店舗と大規模小売店舗立地法に関する考察を行う。

まず第1章では、大規模小売店舗法（大店法）が廃止され、大規模小売店舗立地法（大店立地法）が施行されたが、それぞれの法の目的を明らかにし、調整項目が大きく変更されたことによる影響を考える。

第2章では、大規模小売店舗とまちづくり三法（大店立地法、中心市街地活性化法、都市計画法）との関係を考察する。中心市街地の空洞化は進み、再生は喫緊の課題となっている。人口減で市街地の地盤低下が進む一方、土地を確保しやすい郊外での出店競争が加速している。中心市街地活性化法、都市計画法の改正点を明らかにし、改正都市計画法による利用規制（ゾーニング）の強化、中心市街地における商業振興策中心から都市機能の増進や経済活力の向上を図る総合的な支援策と、まちづくり三法の強化について考える。

第3章では、大規模小売店舗の現状について考察する。大店法の廃止、大店立地法の施行により、1,000㎡超の店舗は届出制となり、周辺的环境や交通に配慮すれば事実上、出店規制がなくなったといわれるが、大店立地法施行後の全国と長野県の新設の届出件数の推移を示す。

第4章では、松本における大規模小売店舗の現状について考察する。1,000㎡超の大規模小売店舗の開店時期、出店地域、店舗面積、増床等経過を示し、現在までの推移、郊外への出店、拡大と問題点を考える。

郊外の広大な敷地の大型小売店舗は広域の消費者をターゲットに、巨大な駐車場を備え、自家用車での来店を促している。しかし、人口減少、高齢社会への対応がまちづくりの中で求められるようになり、まちの機能を中心市街地に集中させるコンパクトシティの考え方が提唱されている。

まちの表情、まちの顔、まちの個性は、そのまちにしかない独自性から生まれ、他のまちでは感じることができない風土、歴史、自然、空気、水、人が、まちの魅力につながる。どのまちも一緒ではなく、そのまちの独自性がまちの誇りとなり、まちのアイデンティティ（存在理由）となる。中心市街地のにぎわいの創出はその上でも重要になってくる。

大規模小売店舗やマイカーに依存しすぎないまちづくり、地域の多様性と主体性を生かしながら、自分たちのまちを自分たちで守り、自分たちの意思でまちづくりをするという意識についても本稿では考えていきたい。

1. 大規模小売店舗法と大規模小売店舗立地法

「大規模小売店舗法」（大店法）が廃止され、2000年6月1日、「大規模小売店舗立地法」（大店立地法）が施行された。

大店法は、小売業を営む店舗を対象店舗とし、基準面積は500㎡超、「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り、もって国民経済の健全な進展に資すること」（同法第1条）を目的とした。

同法では、対象店舗（大型店）の開店日、店舗面積、閉店時間、休業日数などの調整を、「地元の商工会議所や商工会に設ける商業活動調整協議会（商調協）で検討し、その結果を通産大臣（当時）が大規模小売店舗審議会（大店審）に諮り、調整内容を決定することになっていた¹」。

しかしながら、商業調整の必要ない郊外や住宅地への大規模小売店舗の出店が進み、逆に中心市街地では空洞化現象が見られるようになった。そのため市街地の再活性化の核として大規模小売店

舗が誘致され、住宅地に出店した大型店舗には生活環境への配慮が求められるようになってきた²。

大店立地法は、小売業を行う店舗を対象店舗とし、基準面積は1,000㎡超、「大規模小売店舗の立地に関し、その周辺の地域の生活環境の保持のため、大規模小売店舗を設置する者によりその施設の配置及び運営方法について適正な配慮がなされることを確保することにより、小売業の健全な発達を図り、もって国民経済及び地域社会の健全な発展並びに国民生活の向上に寄与すること」（同法第1条）を目的とする。

同法では、地域社会との調和・地域づくりに関する事項、①駐車需要の充足その他による周辺の地域の住民の利便及び商業その他の業務の利便の確保のために配慮すべき事項（交通渋滞、駐車・駐輪、交通安全その他）、②騒音の発生その他による周辺的生活環境の悪化の防止のために配慮すべき事項を、調整対象とする。本法の運用主体は都道府県、政令指定都市である。同時に市町村の意思の反映を図ることとし、また、広範な住民の意思表明の機会を確保³しようとしている。

このように、大店法と大店立地法では調整項目が大きく変更されたことが理解できる。大店法は周辺の中小小売業の事業活動の機会を確保するために、対象店舗（大規模小売店舗）自体の運営についての調整であったのに対し、大店立地法は周辺の地域の生活環境の保持のため、対象店舗（大規模小売店舗）が周辺の地域に与える影響についての調整となったのである。

2. 大規模小売店舗とまちづくり三法

大店法では中小小売業者との商業調整が行われていたが、先に述べたように、商業調整の必要のない郊外や住宅地への大規模小売店舗の進出が進み、逆に中心市街地の空洞化現象が見られるようになった。

大店法の廃止により、中小小売業者との商業調整も廃止された。それに変わって「大規模小売店舗立地法」（大店立地法：1998年制定、2000年施行）、「中心市街地における市街地の整備改善及び商業等の活性化の一体的推進に関する法律」（中心市街地活性化法：1998年制定、施行）、「都市計画法」（改正都市計画法：1998年改正、施行）のいわゆる「まちづくり三法」が制定された。

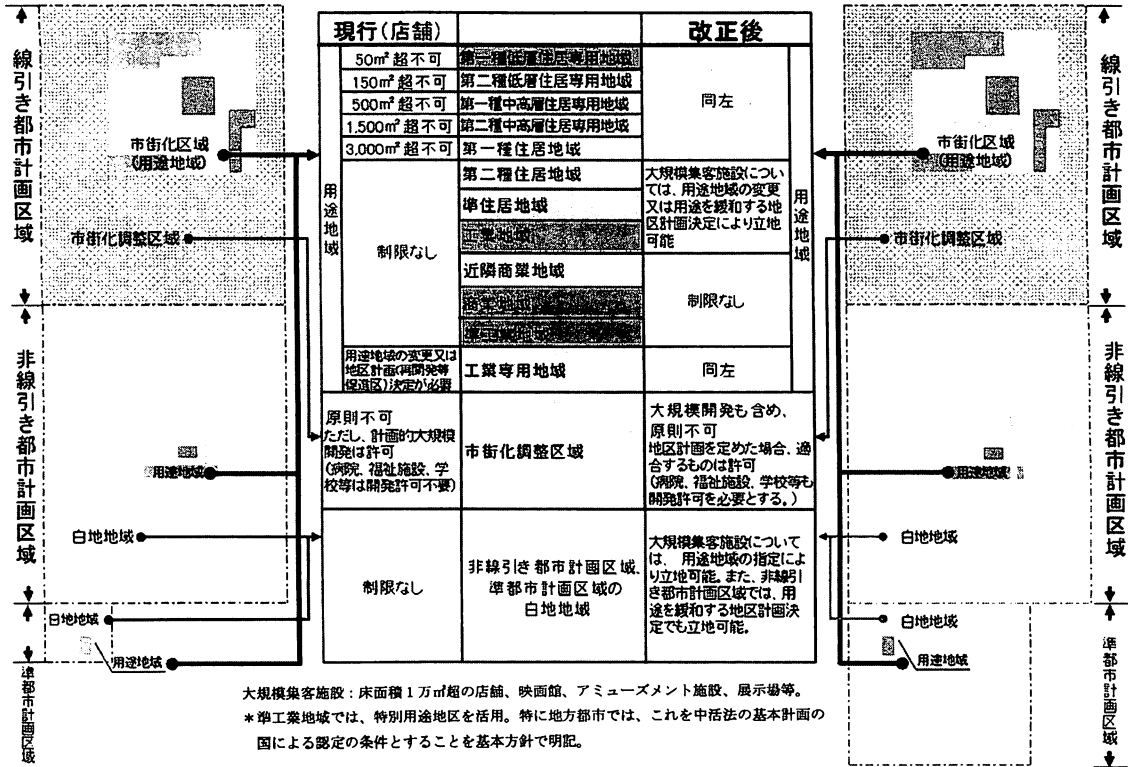
大店立地法により周辺的生活環境の保持の観点からの配慮を求め、中心市街地活性化法により市街地の整備改善、商業等の活性化を一体的に推進、都市計画法により地域ごとに大型店の適正な立地の実現を求めた。

しかし、様々な対策が講じられてきたにも係らず、中心市街地の空洞化は進行し、その再生は喫緊の課題⁴となった。こうした課題に対応するため、第164回国会に「都市の秩序ある整備を図るための都市計画法等の一部を改正する法律案」及び「中心市街地における市街地の整備改善及び商業等の一体的推進に関する法律の一部を改正する等の法律案」が提出され、それぞれ2006年5月24日、同月31日に成立し、5月31日、6月7日に公布された。

改正都市計画法では、都市の秩序ある整備を図り、人口減少・超高齢社会にふさわしいまちづくりの実現を図るため、広域的に都市構造やインフラに影響を与える大規模な集客施設について、商業地域等を除き、立地を一旦制限した上で、立地する場合には都市計画の手続を経て、地域の判断を反映した適正な立地を確保することとなった。

具体的には、大規模な集客施設に係る市街化区域及び非線引き白地地域等における立地制限の強化、準都市計画区域制度の拡充並びに開発許可制度における大規模開発及び公共公益施設に係る取り扱いの見直しを行うとともに、併せて、用途を緩和する新たな地区計画制度の創設や都市計画提案権者の範囲の拡大など都市計画制度の柔軟化・機動化のための措置、広域調整手続の円滑化のための措置等を講じ、都市機能の適正な立地コントロールができるよう都市計画に関する制度の整備を行った。それにより、無秩序な都市機能の拡散を防止する。

図表1 都市計画法等改正の概要



(出所) 国土交通省都市・地域整備局まちづくり推進課/都市計画課監修(2007)『詳説 まちづくり三法の見直し－改正都市計画法・中心市街地活性化法等の解説Q & A』ぎょうせい, pp.14-15.

1998年に制定された「中心市街地における市街地の整備改善及び商業等の活性化の一体的推進に関する法律」は、「中心市街地における市街地の整備改善及び商業等の一体的推進に関する法律の一部を改正する等の法律案」が提出され、2006年「中心市街地の活性化に関する法律」へ法律名を変更した。

中心市街地における都市機能の増進及び経済活力の向上を総合的かつ一体的に推進するため、中心市街地の活性化に関する基本理念の創設、市町村が作成する基本計画の内閣総理大臣による認定制度の創設、支援措置の拡充、中心市街地活性化本部の設置等の所要の措置を講じた。

人口減少・超高齢社会にふさわしいまちづくりの実現を図るため、高齢者をはじめ多くの人々にとって暮らしやすいまちとなるよう、様々な機能がコンパクトに集積した「歩いて暮らせるまちづくり」の実現が求められた。しかし、改正前の中心市街地活性化法は商業施策が中心であり、街なか居住の推進や、図書館、病院等の都市機能の集積促進など、中心市街地を「生活空間」として再生する措置が少なく、また、市町村が策定した基本計画の内容を評価し、意欲的な取組を国が集中的に支援する仕組みとはなっていなかった。

このため、2006年改正においては、中心市街地における都市機能の増進及び経済活力の向上を総合的かつ一体的に推進するため、内閣に中心市街地活性化本部を設置するとともに、市町村が作成する基本計画の内閣総理大臣による認定制度を創設し、様々な支援策を重点的に講じていくこととし、また、地域が一体的にまちづくりを推進するための中心市街地活性化協議会の法制化等の措置を講じた。

また、法改正と併せて、中心市街地の再生を図るため、特に認定を受けた中心市街地に限定して活用できる支援措置として、「暮らし・にぎわい再生事業」を創設し、都市機能の街なか立地や空

きビルの再生等を支援するとともに、街なか居住の推進を図るため、「中心市街地共同住宅供給事業」を創設し、認定区域内における優良な共同住宅の供給を支援する等、様々な振興方策を措置することとした。

都市計画法、中心市街地活性化法の改正により、土地の利用規制（ゾーニング）、中心市街地における商業振興策中心から都市機能の増進や経済活力の向上を図る総合的な支援として、まちづくり三法は強化された。

3. 大規模小売店舗の届出件数の推移

1974年施行の「大規模小売店舗法」（大店法）は中小小売店の保護を目的に、500㎡超の出店を規制した。米国の市場開放圧力もあり、大店法は廃止され、2000年6月1日、「大規模小売店舗立地法」（大店立地法）が施行された。1,000㎡超の店舗は届出制となり、周辺環境や交通に配慮すれば事実上、出店規制はなくなった⁵。

前章で述べたが、その後、人口減で市街地の地盤低下が進む一方、土地を確保しやすい郊外での出店競争が加速した。大店立地法に都市計画法、中心市街地活性化法を加えた「改正まちづくり三法」が2007年11月末に完全施行され、規制が強化された。大規模集客施設⁶（床面積1万㎡超の店舗、映画館、アミューズメント施設、展示場等）の出店は、原則として商業地域、近隣商業地域、準工業地域などに限定された。

その結果、ショッピングセンター（SC）など大規模小売店舗の出店が急減している。延べ床面積1万㎡超（店舗面積換算約7,000㎡超）の届け出は2008年度で84件と07年度より4割減った。大規模小売店舗への規制強化と消費低迷が原因と考えられる。届けられた店舗の大半は翌年度開業するため、今年度は全国でオープンする大規模集客施設が大幅に減る見込みである⁷。

イオンはジャスコを核とする大型ショッピングセンター（SC）を1992年に青森県津軽市に初めて開業。これを機に全国各地にショッピングセンターが広がったが、岡田元也社長は「事業構造を抜本的に見直す」⁸。主力の大型ショッピングセンター事業で7施設の出店を撤回・延期⁹した。約100施設を運営する最大手だが、業績悪化で大型店主体の拡大路線を見直す。車で来る客を前提にした巨大商業施設路線を修正し、徒歩や自転車で来店する小型食品スーパーを3年で300店出店する。投資額は1店あたり3,000万円。2008年、埼玉県に開業した超大型施設の投資額は約800億円だった。派手さが目立つ広域商法から、小商圏で地道な商売に転換する。

一方、服などを格安で販売する「アウトレットモール」の出店が続いている。三菱地所子会社のチェルシージャパン（東京・千代田）は、2009年7月9日に茨城県阿見町で開業すると発表。三井不動産は2010年、北海道と滋賀県に出店する。この結果、アウトレットは全国35ヶ所と2000年時点の2倍強に増え、うち半分をチェルシーと三井不動産の2社が占める。消費者の節約志向と高速道路値下げを追い風に、不況下でも多くの施設が活況¹⁰である。

また、景気が後退する中、消費者の節約志向を先取りした「生活防衛」企業が収益を伸ばしている。カジュアル衣料店「ユニクロ」を展開するファーストリテイリングは、2009年8月期の連結営業利益を上方修正。ニトリ、エービーシー・マートは2009年2月期に最高益を更新した¹¹。

コンビニエンスストアではセブン-イレブン・ジャパンなど大手4社が2009年度に約1,800店を閉鎖し、約2,400店を出店する過去最大規模の店舗再編に乗り出す。大店専門店・外食チェーンは出店の軸足を郊外から都心部に移し始める。消費不振や少子高齢化で流通企業は慢性的な店舗過剰に陥っている¹²。

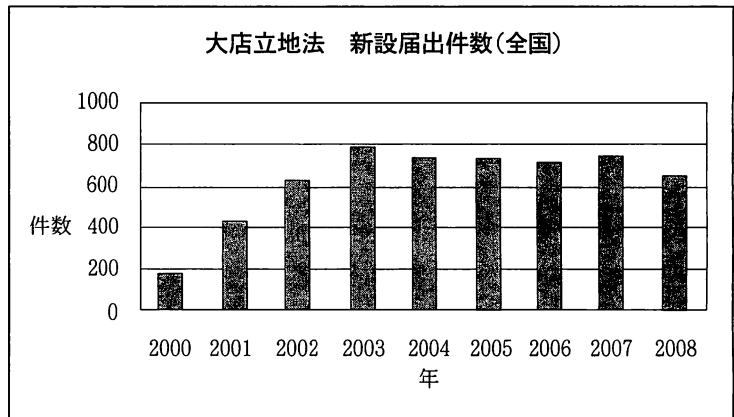
大規模小売店舗であれば、多くの人を集客でき、売上を伸ばすことができた段階から、大規模小売店舗間での競争や新業態であるアウトレット、SPA（speciality store retailer of private label apparel：製造小売業）との競争と、激しさが増している。利便性を売り物にして、店舗数、売上

を伸ばしたコンビニエンス・ストアも店舗が飽和状態となり、スクラップ・アンド・ビルドがはじまっている。

大店法から大店立地法、さらにはまちづくり三法改正による規制強化と法規制に影響を受けている小売業であるが、消費者が望む立地にある店舗で、消費者が望む商品やサービスを取り揃えることが重要である。ここでは2000年以降の大規模小売店舗立地法における全国と長野県の新設の届出件数（1,000㎡超）の推移を示す。

図表2 大規模小売店舗立地法 新設の届出件数(全国)

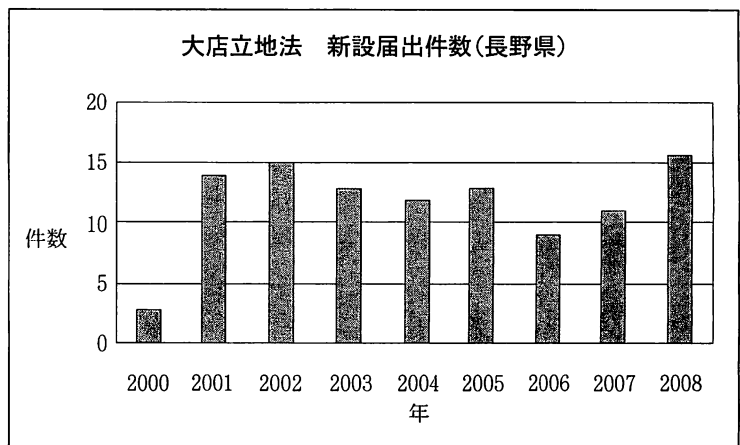
2000	平成12	193
2001	平成13	450
2002	平成14	638
2003	平成15	786
2004	平成16	738
2005	平成17	727
2006	平成18	730
2007	平成19	751
2008	平成20	650
	合計	5,663



(出所) 経済産業省 大規模小売店舗立地法 第5条1項(新設)の届出件数より筆者作成。

図表3 大規模小売店舗立地法 新設の届出件数(長野県)

2000	平成12	3
2001	平成13	14
2002	平成14	15
2003	平成15	13
2004	平成16	12
2005	平成17	13
2006	平成18	9
2007	平成19	11
2008	平成20	16
	合計	106



(出所) 経済産業省 大規模小売店舗立地法 第5条1項(新設)の届出件数より筆者作成。

4. 松本における大規模小売店舗の現状

松本市では「自然の躍動 文化の鼓動 人の輝き つながり ひろがり はばたく まつもと」をまちづくりのキャッチフレーズとしている。全国的な都市づくりの課題でもある、人口減少への対応、高齢社会への対応、中心市街地の活性化、環境負荷の軽減に松本市も直面している。こうした中での松本における大規模小売店舗の推移と現状についてみていきたい。

松本市における現存する最初の大規模小売店舗（1,000㎡以上）は1949年に開店した増田家具デパートである。その後、1972年、ミツルヤ家具センター、林友ビルが開店した。松本における初期の大規模小売店舗は、家具の専門店が家具という商品を扱う上での大型店化であり、非常に緩やかな大規模小売店舗数の推移であった。

1978年、1万㎡を超える松電バスターミナルビル（現エスパ松本店）、4,573㎡の松本ステーションビル（現MIDORI）が開店、創業1885年（明治18年）、1950年に設立された（株）井上が駅前に1万㎡を超える店舗に移転し開業したのが1978年（移転オープン日は1979年4月19日）、松本駅前を中心とした大型店開発が進んだ。同年、アップルランド元町店、翌1979年にアップルランド石芝店が開店した。松本に現存する大規模小売店舗のうち13%が1970年から1979年に開店した。

1981年、1万㎡を超えるカタクラモール（ジャスコ東松本店）、1984年、松本パルコ、アップルランド筑摩店、1987年、梓川ショッピングセンター（ケーヨーデーツー、アップルランド）、アップルランド桐店が開店した。1980年から1989年にかけては大店法の規制強化期であり、5店のみのお店であった。

1990年から1999年の間は、大店法の規制緩和から大店立地法へ移行前の時期である。1990年には出店調整処理期間が1年半以内に短縮され、すべての届出の受理、閉店時間・休業日数の届出不要基準の緩和、出店抑制地域の実質的廃止、また1992年には改正大店法および輸入品専門売場特例法施行により種別境界面積の引き上げ、商調協の廃止、出店表明・事前説明制度の廃止、出店調整処理期間を1年以内に短縮、さらに1994年には大店法の運用基準緩和として1,000㎡未満の出店の原則自由化、閉店時刻、休業日数の届出不要基準の緩和¹³と大幅に規制緩和された。

大店法の規制緩和にあわせるように松本においても、現存する大規模小売店舗のうち45%がこの時期に開店し、洋服の青山松本店をはじめとする専門店やショッピングセンターが次々に開店した。また1万㎡を超える店舗として、1993年、ハイランドシティまつもと（ジャスコ南松本店）、1994年、ダイエー松本店（現ネオパーク松本）、1996年、南松本ショッピングセンター（イトーヨーカ堂南松本店）が開店した。この時期には増床も相次ぎ、1996年、松本パルコは6,551㎡から15,155㎡へと1万㎡を超える店舗となった。また松本に隣接する都市計画区域外（山形村）における大規模小売店舗として、1996年、敷地面積4万㎡を超えるマックスバリュ山形店が開店した。

大店立地法が施行された2000年以降、現存する松本での大規模小売店舗のうち30%がこの時期に開店した。2000年、カインズホーム梓川店、綿半松本芳川店、トイザラス松本店といったホームセンターや専門店が松本市郊外に開店した。同年、松本に隣接する都市計画区域外（山形村）における大規模小売店舗として、2000年、敷地面積10万㎡を超え、総駐車台数2,000台のアイシティ21が開店した。翌2001年には地域情報化の推進拠点として、まつもと情報創造館が臨空工業団地内に開設され、大規模小売店舗の郊外化だけでなく、公共施設の郊外化も進んでいる。2004年にはなぎさライフサイト、スポーツデポ・ゴルフ5南松本店、ケーヨーデーツー松本寿店が開店、2005年、ツルヤ平田店、とをしや薬局平田店、2006年、ニトリ松本店の開店と、平田駅（開業は2007年3月18日）周辺の開発に拍車がかかった。2008年には、庄内土地区画整理事業地内の庄内ショッピングタウンが開店。2009年には、1992年、1993年と相次いで開店したゼビオ松本店、ゼビオ松本高宮店を統合する形でスーパースポーツゼビオ松本店が芳川村井に開店した。

人口減少への対応、高齢社会への対応、中心市街地の活性化、環境負荷の軽減といった観点からコンパクトなまちづくりやマイカーに依存しない暮らしづくりが求められているが、松本における大規模小売店舗の推移と現状を見ると、郊外化が拡大している。特に国道19号沿いにロードサイド店が林立、また利便性が向上した平田駅周辺の開発に伴って、大規模小売店舗も集中する傾向にある。国道19号の渋滞集中、中心市街地における交通渋滞は環境面からも交通面からも非常に大きな問題である。

図表4 松本市大規模小売店舗一覧（1万㎡以上）

(2009.6.29現在)

	店 舗 名	所在地	店舗面積	開店年
1	ハイランドシティまつもと(ジャスコ南松本店)	双葉5-2-2	17,583	1993(H5)
2	井上・野口駅前ビル(井上デパート・ベルモール25)	深志2-3-1	15,834	1979(S54)
3	松本パルコ	中央2-5-4	15,155	1984(S59)
4	南松本ショッピングセンター(松電・トヨカト南松本店)	双葉18-2-2	15,152	1998(H10)
5	カタクラモール(ジャスコ東松本店)	中央4-9-4-3	13,537	1981(S56)
6	松電バスターミナルビル(エスバ松本店)	深志1-2-3-0	13,178	1978(S53)
7	ネオパーク松本(旧ダイエー松本店)	出川2-3-1	12,418	1994(H6)

(出所)：松本市データより筆者作成。

図表5 松本市大規模小売店舗一覧（2000年以降、1,000㎡以上）

(2009.6.29現在)

	店 舗 名	所在地	店舗面積	開店年
1	庄内ショッピングタウンA	庄内土地区画整理事業地内12街区	9,265	2008(H20)
2	カインズホーム梓川店	梓川村倭2162-1他	7,000	2000(H12)
3	スーパースポーツゼビオ松本店	芳川村井町856-16	6,611	2009(H21)
4	なぎさライフサイト(ツツなぎさ店、エデン松本店、ツツ北松本店他)	渚1-30-2他	6,606	2004(H16)
5	スポーツデポ・ゴルフ5南松本店	南松本2-139-1他	5,430	2005(H17)
6	ニトリ松本店	芳川村井町806-1他	5,165	2006(H18)
7	綿半ホームエイド松本芳川店	芳川野溝1930	5,157	2000(H12)
8	ツルヤ平田店 (ノジマ松本平田店のみ閉店)	平田区画整理16街区外	5,054	2005(H17)
9	ケーヨーデイツー松本寿店	寿中1-1633他	4,488	2004(H16)
10	お室中古市場 (旧ヤマダ電機テックランド松本店)	出川3-456-1	3,544	2003(H15)
11	トイザラス松本店	芳川村井町1150-3	3,124	1987(S62)
12	コジマNEW松本店	高宮東221-1他	3,075	2006(H18)
13	ドン・キホーテ南松本店	双葉18-2-2	2,438	2006(H18)
14	庄内ショッピングタウンB	庄内土地区画整理事業地内12街区	2,114	2008(H20)
15	とをしや薬局平田店	芳川平田区画9街区	1,653	2005(H17)
16	ファッションセンターしまむら梓川店	梓川村倭1874-1他	1,328	2003(H15)

(出所) 松本市データより筆者作成。

むすびにかえて

本稿では大規模小売店舗と大規模小売店舗立地法に関する考察として、大店法から大店立地法への移行と大規模小売店舗の推移と現状について考察を試みた。

中世のヨーロッパにおいて、教会は単なる宗教の中心地であったのではない。教会は町の機能の中心であった。すなわち教会は、町にとって唯一の公共の建物¹⁴であったように、日本における神社、仏閣、城も、やはり地域の中心点であった。

それが公共交通機関の発達により、地域の中心点が神社、仏閣、城からターミナル駅前へ移動した。次に、自動車が普及し、人々の生活の中で広範に利用されるようになる現象としてモータリゼーションが起これると、道路が整備され、宅地開発が進み、郊外が開発され、急速に地域が拡大、拡散した。それにともなって、公共施設や大規模小売店舗も郊外へ広がった。

さらに超郊外である田園地帯の「狐、狸のでるところ」¹⁵に広大な敷地の巨大なショッピングセンターが出現した。

しかし、全国の自動車保有台数¹⁶は2007年の79,236,095両をピークに、長野県においても2007年の1,862,201両をピークに減少しはじめる。2008年の全国の運転免許保有者数は約8000万人で、免許保有率は62.9%、長野県の運転免許保有者数は約148万人で免許保有率は68.3%と群馬県、栃木県に次いで全国第3位¹⁷であるが、体の衰えを感じるなどして運転免許を返納する高齢者が増えている。人口減少、高齢社会への対応、中心市街地の活性化、環境負荷の軽減として、マイカーに依存しない暮らしづくりが求められている。

郊外への拡大、拡散を抑制し、まちの機能を中心市街地に集中させるコンパクトシティの考え方が提唱されている。都市のインフラ整備・維持のコスト面や、環境面からも、まちづくりを考える必要がでてきている。地域の多様性と主体性を生かしながら、自分たちのまちは自分たちで守り、自分たちの意思でまちづくりをするという意識を持つことが今後さらに重要になるであろう。

自然発生的に生まれた地域の商業集積としての商店街は時間をかけて醸成されてきたが、昨今の大規模小売店舗はある日、突然、巨大な姿でまちに出現する。その結果、大規模小売店舗の地域に与える影響は大きい。ただ単に、消費者にモノやサービスの提供を担う小売業者としての役割だけではない。地域の中での存在はその規模ゆえに、地域全体の骨格が変わってしまうこともある。必要か必要ではないかといった二者択一的な考え方だけではなく、地域の中でそのポジショニングを考え、地域全体のゾーニングを俯瞰的に改めて見直す必要がある。

注

- 1 宮澤永光(2007)『基本流通用語辞典[改訂版]』白桃書房,p.171.
- 2 石原一史(2002)「大規模小売店舗立地法の現状と課題」『OGI Technical Reports』vol.13.を参照。
- 3 経済産業省産業政策局大規模小売店舗立地法相談室(2000)「大店立地法の施行について」、
<http://www.meti.go.jp/policy/economy/distribution/daikibo/pressrelease.htm>
- 4 以下、まちづくり三法における大規模小売店舗立地法は、国土交通省都市・地域整備局まちづくり推進課／都市計画課監修(2007)『詳説 まちづくり三法の見直し－改正都市計画法・中心市街地活性化法等の解説Q & A』ぎょうせいをもとに作成。
- 5 『日本経済新聞』(2008.11.18)
- 6 国土交通省都市・地域整備局まちづくり推進課／都市計画課監修(2007)『詳説 まちづくり三法の見直し－改正都市計画法・中心市街地活性化法等の解説Q & A』,pp.14-15.
- 7 『日本経済新聞』(2009.5.3)
- 8 『日本経済新聞』(2009.4.20)
- 9 『日本経済新聞』(2009.2.19)
- 10 『日本経済新聞』(2009.6.10)
- 11 『日本経済新聞』(2009.4.10)
- 12 『日本経済新聞』(2009.5.30)
- 13 南方建明(2005)『日本の小売業と流通政策』中央経済社,p.12を参照。
- 14 Donald F. Mulvihill, Ruth Cope Mulvihill (1970) "GEOGRAPHY,MARKETING,AND URBAN GROWTH", LITTON EDUCATIONAL PUBLISHING, Inc.(宮澤永光・南昌明・柏木重秋・杉本達哉・中村孝之・及川良治・松木繁義・宮原義友(1971)『マーケティングと都市の発展』ミネルヴァ書房,p.80).
- 15 1996年11月27日、当時の信州ジャスコ株式会社代表取締役社長山岸和夫氏の「流通業界の現状と今後の方向」の講演において、今後出店する地域の例としてあげられた。
- 16 財団法人自動車検査登録情報協会ホームページ「保有台数統計データ」
<http://www.airia.or.jp/number/index2.html>
- 17 長野県警察 HP「運転免許統計」
<http://www.pref.nagano.jp/police/koutsu/menkyo/menkyo.htm>.

参考文献

- 阿部真也・宇野史郎編(1996)『現代日本の流通と都市』有斐閣.
- 石原武政(2000)『まちづくりの中の小売業』有斐閣選書.
- 岩永忠康・佐々木保幸編(2008)『流通と消費者』慶応義塾大学出版会.
- 宇野史郎・吉村純一・大野哲明編(2008)『地域再生の流通研究』中央経済社.
- 扇田孝之(2008)『東京発信州行き鈍考列車30年』現代書館.
- 経済産業省 大規模小売店舗立地法関連資料集
<http://www.meti.go.jp/policy/economy/distribution/daikibo/e91112aj.html>
- 経済産業省編(2007)『新流通ビジョン』財団法人経済産業調査会.
- 国土交通省都市・地域整備局まちづくり推進課/都市計画課監修(2007)『詳説 まちづくり三法の見直しー改正都市計画法・中心市街地活性化法等の解説Q & A』ぎょうせい.
- 通商産業省産業政策局中小企業庁編(1995)『21世紀に向けた流通ビジョン』通商産業調査会.
- 通商産業省商政課編(1987)『80年代の流通ビジョン』通商産業調査会.
- 通商産業省商政課編(1989)『90年代の流通ビジョン』通商産業調査会.
- 三浦展(2004)『ファスト風土化する日本』洋泉社.
- 南方建明(2005)『日本の小売業と流通政策』中央経済社.
- 宮澤永光(2007)『基本流通用語辞典[改訂版]』白桃書房.
- 矢野恒太記念会(2008)『日本国勢図会』.
- 矢野恒太記念会(2009)『日本国勢図会』.
- 矢作弘・瀬田史彦(2006)『中心市街地活性化三法改正とまちづくり』学芸出版社.
- Donald F. Mulvihill, Ruth Cope Mulvihill (1970) "GEOGRAPHY, MARKETING, AND URBAN GROWTH", LITTON EDUCATIONAL PUBLISHING, Inc.(宮澤永光・南昌明・柏木重秋・杉本達哉・中村孝之・及川良治・松木繁義・宮原義友(1971)『マーケティングと都市の発展』ミネルヴァ書房).
- 『信濃毎日新聞』(2008.11.20)
- 『市民タイムス』(2009.6.12)
- 『長野日報』(2008.2.2)
- 『日本経済新聞』(2009.2.19),(2009.4.10),(2009.4.20),(2009.5.3),(2009.5.30),(2009.6.10)
- 『日経流通新聞』(2009.4.6),(2009.6.1)
- 経済産業省ホームページ
- 国土交通省ホームページ
- 長野県ホームページ
- 長野県警ホームページ
- 松本市役所ホームページ
- 株式会社井上ホームページ