

Discussion Paper Series
No. 97
Department of Urban Engineering
University of Tokyo

大規模店舗立地の出店規制に関する研究の現況と将来
Regulation of Big-Box Retailers: A Review of Academic Studies

貞広幸雄
東京大学大学院工学系研究科都市工学専攻

大規模店舗立地の出店規制に関する研究の現況と将来

Regulation of Big-Box Retailers: A Review of Academic Studies

Abstract: This paper reviews the papers discussing the regulation of big-box retailers in Japan. Three steps are considered in the process of regulating the development of big box stores: 1) prohibition and regulation of store location by law, 2) evaluation of the effects of big-box development, and 3) public participation and decision making in retail planning. Existing academic studies are reviewed for each step above, which are followed by the discussion of possible future studies necessary for seeking better alternatives of the present regulation system in Japan.

Keywords: big-box stores, regulation, urban planning

1. はじめに

スーパーマーケットやショッピングセンターに代表される大規模店舗の立地問題は、現在の都市計画における最大の課題の一つである。2000年のまちづくり3法制定と2006年の改正は、いずれもこの問題を都市計画という枠組みの中で扱うべき重要な検討課題と位置づけたものとして捉えることができる。

本稿では、大規模店舗立地問題に対する今後の都市計画的対応を考察するために、当該分野の研究動向を概観し、今後の研究課題を論ずる。特にここでは、店舗の出店規制の是非やそのあり方を論ずることを念頭に置き、密接に関連する研究に主に焦点を当てる。また、大規模店舗立地問題は中心市街地活性化と合わせて論じられることが多いが、本稿の目的は研究の現状把握と課題抽出であることから、中心市街地活性化に関する研究は議論の対象から除外する。

2. 既存研究の概観

大規模店舗の立地問題については、これまで様々な視点からの研究が行われているが、本稿では出店規制の3つの段階、即ち、1) 法制度に基づく出店規制、2) 出店による周辺環境への影響評価、3) 評価をふまえた関係者間の調整と合意形成、を想定して議論を進める。日本の場合、都市計画法による立地制限が1)に相当する一方、2)及び3)に関わる大規模小売店舗立地法が強制力を持たないため、地区計画や特別用途地区などが1)~3)に近い性格を有していると言える。一方欧米諸国、特にドイツなどの場合、1)~3)が一体的に出店規制として機能しており、各段階を明確に区別することはやや困難である。しかしながら、こうした区分は研究課題の抽出に有用と考えられることから、以下ではこれらの区分に沿った記述を行う。

2.1 法制度に基づく出店規制

法制度に基づく出店規制とは、大規模店舗の出店計画が現行の法制度に適合しているかどうかを判断し、適合しない場合には不許可、適合している場合には許可あるいは出店計画の適性審査を行う、という過程である。この段階には比較的明快かつ客観的な基準が設定されていることが多く、例えば日本では床面積3000m²以上の大規模店舗の立地が、原則として商業、近隣商業、準工業地域にのみ許可される。店舗の床面積だけではなく、営業日や開店時間、店舗の販売品目、販売形態（セルフ方式か否か）、さらにはアメリカの均質化店舗やEUのハードディスクカウンターのような特定の大規模店舗を規制するために、店舗の外観などより詳細な規定を設けて出店を制限する場合もある。但し、基準の定め方は地域の実情に応じてやや後追的であることが多く、出店が問題視されている店舗の規模や形態をそのまま採用することで、出店を直接的に抑制する場合も少なくない。このような方法は、即時的な有効性はあるものの、規制の論理が明確ではなく、客観性や一般性に欠けるという問題点がある。

法制度が出店の可否を決定する場合は言うまでもなく、出店審査実施の判断基準である場合でも、審査の時間的・経済的費用を考えると、大規模店舗出店に対する法制度の抑止力は非常に大きいと言える。実際、基準面積にわずかに満たない規模の店舗が多数出店するという現象は、法制度の抑止力の高さの裏返しでもある。また、審査基準の明快さが却って運用面での柔軟性の欠如を招き、結果的にその影響力をさらに強めているという面もある。

立地規制の法制度に関する研究としては、大規模小売店舗立地法^{1), 2), 3), 4), 5)}や各種条例^{6), 7), 8), 9)}の運用実態と実効性を分析した例が代表的であろう。これらはいずれも、各種法制度によってどの程度出店が抑制されるのか、その現状分析や妥当性、有効性などを様々な視点から論じたものである。こうした総合的な分析に加え、駐車場の設置台数やアクセス道路の幅員など、出店に関わる特定の要件に着目した研究例もある¹⁰⁾。また、海外の研究事例も数多く^{11), 12), 13), 14), 15), 16), 17), 18), 19), 20), 21), 22), 23), 24)}、そこから得られる知見を日本の政策に反映させようとする試みがアメリカ^{25), 26)}やドイツ^{27), 28), 29)}、イギリス^{30), 31), 32)}、フランス³³⁾、イタリア³⁴⁾、デンマーク³⁵⁾などにおける事例研究、及びこれらの国際比較^{36), 37)}などを通じて行われてきている。これら諸外国における立地規制の先進事例は、ようやく規制強化という方向性を明確にしたばかりの我が国にとって、政策立案上の極めて有用な情報源である。

2.2 出店による周辺環境への影響評価

法制度上、出店審査が必要となる場合、出店の周辺環境に対する影響評価が行われる。日本の場合には、強制力を持たない社会的規制であるものの、大規模店舗立地法が同様の趣旨に添った制度であると言える。この段階では、周辺の商業施設や交通環境など、多様な観点からの評価が必要であり、事例分析やそれに基づいた評価手法の開発など、数多く

の研究が蓄積されてきている。

日本においては特に、大規模店舗出店による既存商業集積の売上減少とそれに伴う店舗の移転・閉店が問題視されており、この観点からの研究は極めて多い^{38), 39), 40), 41), 41), 42), 43), 44), 45), 46)}。その多くは、実際の事例における出店前後の売上高や来客数を比較し、その影響を評価するものである。また、詳細な買物動向調査に基づいて個人の買物先選択行動をモデル化、出店後の売上予測を行っている研究も少なからず存在し、いずれも実際の政策立案に有用な知見を多く与えている。

また大規模店舗立地法に見られるように、出店が周辺の交通環境へ与える影響も大きな問題として認識されている。出店に必要な駐車場台数や道路容量の根拠を与える基礎的研究も多く^{47), 48)}、その成果は実際の基準値算定に活用されている。

この他、都市計画的視点からの研究には、他に周辺土地利用^{46), 49), 50)}、店舗への近接性^{11), 12)}、地価⁵¹⁾、アメニティ^{52), 53)}、住民意識⁵⁴⁾、健康^{55), 56)}などを評価軸とした例が見られる。特に近年は、中心市街地活性化の問題と同時に議論する際に、大規模店舗が地域コミュニティの崩壊に寄与しているという意見が強く出されることから、出店が住民意識やソーシャルキャピタル（社会関係資本）に与える影響を評価・分析する研究も見られるようになってきた⁵⁷⁾。

他分野に目を向けると、大規模店舗出店が地域雇用^{49), 50), 51), 58), 59)}、地方税収^{19), 28)}、物価^{60), 61)}などに与える影響を評価した研究が見られる。これらの観点は、都市計画による出店規制の直接的な根拠とはならないかもしれないが、出店による影響の大きさを認識する上で重要な役割を果たすものと考えられる。

なお近年では、大規模店舗の出店と並び、その撤退もまた大きな問題となっている。特に中心市街地に立地する店舗の閉店は、そのまま地域の核の喪失へとつながり、都市全域に深刻な影響をもたらす。しかしながら、大規模店舗撤退による周辺環境への影響評価やその対応については、未だ十分に研究が蓄積しておらず^{62), 63), 64)}。今後更なる研究の進展が望まれる。

2.3 評価をふまえた関係者間の調整と合意形成

大規模店舗の出店による影響評価に基づき、最終的には関係者間の調整と合意形成が行われる。日本の場合、出店の是非は基本的には法制度への適合性のみで判断されるが、海外では関係者による議論を通じて、地域として合意できる案を選択するという場合も少なくない。即ち、地域に対する（負の）影響が大きい場合には、床面積の縮小や販売品目の限定などによって関係者間の妥協点を探り、地域全体としての利益の増加を追求しようという方法である。これは都市計画が、行政による上からの制御から、地域全体の合意に基づく計画へと転換するのに伴う動きと言えよう。

現時点では、調整・合意形成の方法やそこで議論される内容は、各地域の実情を強く反映したものであり、非常に地域性が高い。研究もまた然りであり、様々な地域での事例研

究を積み重ねる段階にある^{3), 4), 6), 8), 19), 28), 37), 43)}。

なお都市計画全般で見ても、調整や合意形成はますます重要視されるようになってきており、既に多数の成書が出版されている^{65), 66), 67), 68), 69), 70), 71), 72), 73), 74)}。その方法は、従来のような一カ所に集まったの議論から、電子掲示板やバーチャルリアリティを利用した遠隔での話し合いまで、技術の進歩に応じて様々に広がりつつあり、今後さらに円滑な合意形成をもたらす環境が整ってくるものと期待される。

3. 今後の研究課題と展望

以上、これまで行われてきた大規模店舗の立地問題に関する研究を概観した。紙面の都合上、その対象を都市計画分野とその周辺分野に限定せざるを得なかったが、現時点での進行状況はある程度明らかにできたものと思われる。そこで次に、これらの結果をふまえ、今後の研究課題を整理し、その対応を論ずる。

前節では、大規模店舗に対する出店規制として、3つの段階を想定した。このような構成自体についての妥当性は検討を要するが、出店規制の方法を考える上では標準的かつ広い枠組みを提供するものであり、今後の研究展望を考える上でも有用であろうと思われる。そこで以下では、前節と同様の3区分に従い、各段階について順次議論を行う。

3.1 法制度に基づく出店規制

前述の通り、都市計画法などの法制度が大規模店舗出店にして持つ抑止力は極めて大きい。従って、この基準づくりに関しては、非常に慎重な検討が求められる。特に、規制の事前明示性を確保するためにも、基準は明確かつ限定的に記述されている必要がある。

基準の設定にあたっては、少なくとも 1) 禁止すべき出店形態の明確化、2) 出店申請に対する抑止力としての作用、という 2つの点に考慮する必要がある。これらは法制度の持つ 2つの性格、即ち、前者は地域にとって望ましくない出店の形態を公的に明示すること、後者は出店者側の出店申請を抑制する効果を持つということにそれぞれ対応している。

地域や個別事情に応じた法制度の柔軟な運用を求めるとすれば、可能な限り多くの出店申請を受理し、それぞれ個別に審査を行った上で許可あるいは不許可を決定することが望ましい。しかしながら、出店審査は出店者だけではなく全ての関係者にとって大きな負担であり、また、十分な客観性・透明性を確保するのも容易ではない。従って、長短所のバランスを考慮した適切な基準設定が必要である。

1) 禁止すべき出店形態の明確化については、床面積のような比較的簡単な物的指標のみの提示から、営業時間や、さらには周辺領域への影響までも含めた総合的な指標の算出まで、様々な方法が有り得る。もっとも、後者のように店舗の多様な性質について客観的かつ統一的な基準を定めることは困難であり、これらは出店申請後の評価や調整の場で議論する方が現実的であろう。実際、現在の都市計画法では、2種類の床面積を用途地域等に応

じて設定し、その数値と用途地域のみに基づいて出店を禁ずるという方法をとっている。

物的基準は明快かつ適用も容易であるが、その数値自体の根拠は不明確であることが少なくない。同様の指摘は、前述のように、立地が問題視されている既存店舗の規模や形態をそのまま基準とする場合にも当てはまる。出店を禁止すべき、あるいは、出店を慎重に審査すべき店舗の形態を明示する段階である以上、その論拠を何らかの客観的な方法で示す、そのための研究を行う必要がある。

2) 出店申請に対する抑止力としての効果については、既に実際の事例を通じて、その有効性が確認されている。今後はその定量的な評価、例えば、出店者側の立場から見た出店申請モデルの構築などが必要であろう。即ち、ある出店規制が行われた場合に、出店者が出店申請を行うかどうかの判断を行動モデルとして記述し、規制の有効性を検証するものである。残念ながらこの種の研究は、未だほとんど行われておらず、規制の抑止力としての評価は定性的かつ包括的な段階にとどまっている。より一般的かつ効果的な基準設定を行うために、出店者の視点からの研究も進めるべきである。

3.2 出店による周辺環境への影響評価

大規模店舗の出店による周辺環境への影響は、周辺の商業施設や交通環境、地価、物価、住民意識など、極めて広範に及んでいる。ここでの研究課題は、1) 評価すべき要因の選択、2) 個別要因に対する影響の客観的評価手法の確立、3) 個別要因に対する評価の総合化、の3点を挙げることができる。3) の必要性についてはやや評価が分かれるかもしれないが、前2者については異論がないであろう。特に客観性、透明性の高い評価軸や手法の必要性については、既に多くの研究でも指摘されている通りである。

1) 評価すべき要因の選択については、可能な限り多くの要因を取り込むべきという考え方もあるが、評価に要する時間的・経済的費用の大きさを考えると、不適切な出店排除を避けるためにも、必要性の高いものから順に考慮すべきである。例えば大規模店舗立地法では、周辺の交通環境、廃棄物、防災・防犯、騒音、街並みに配慮することを要請している。また既存研究では他にも、既存商業集積、雇用、税収、地価、土地利用、広域的都市構造、店舗への近接性、広義のアメニティ、ソーシャルキャピタル、住民意識、健康などへの影響が指摘されている。これらを出店審査時の評価項目として見た場合、どれが重要か、さらに追加すべきものはないかを検討する必要があるが、それにはまず影響を受ける主体を定める必要がある。即ち、地域住民全体あるいはその一部、商業従事者、買物弱者など、誰の立場で問題を考えるのか、という議論である。それをふまえた上で、次に、要因間の重要性の高低を評価し、1)の問いに答えるべきであろう。

2) 個別要因に対する影響の客観的評価手法の確立については、前節で見たとおり、要因によっては相当程度の研究蓄積が進んでいる。交通面や既存商業集積に対する影響は、多くの事例において評価やモデル化が行われており、特に交通面への配慮は大規模店舗立地法でも詳細に述べられている。また、騒音や廃棄物などについては、大規模店舗に限らず

工場などの他施設について既に評価基準が確立している場合が多く、それらを援用するのが自然であろう。これらの要因については、実際の運用において問題が生じていないかどうかを監視し、生じている場合にはその改善を検討することが必要である。

一方、他国では研究が行われているが日本では未だ進んでいない、雇用や物価、地価、健康などの要因については、既存研究を参考としながら、日本独自の環境を念頭に置いた上で同様の実証研究を行うべきであろう。雇用や物価については、ウォルマートほどの大規模チェーン店が存在しない日本での影響はそれほど大きくはないと考えられるが、地価や健康面については、今後、十分な検討が必要であると考えられる。

また、未だ研究蓄積の十分ではない要因、例えば周辺の土地利用、店舗への近接性、ソーシャルキャピタル、住民意識などへの影響については、まずは事例研究に着手すべきである。いずれの場合も、大規模店舗出店の影響のみを抽出することは容易ではないが、地域コミュニティの重要性がますます高まる中、特にソーシャルキャピタルや住民意識などへの影響は今後さらに慎重に評価する必要がある。

3) 個別要因に対する評価の総合化については、まずは、それ自体の是非について議論が必要である。個別要因の評価をふまえ、最終的にそれらを単一の指標として集約する方法から、個別の評価をそのまま並記する方法まで、集約の程度に応じて様々な総合化の手段がある。しかしいずれにせよ、評価項目が多岐に渡る場合には、それらを全て羅列しても関係当事者がそれらを十分に理解できるとは考え難く、ある程度の情報集約は必要であると考えられる。

この段階での研究課題は、個別評価の総合化をどのように行うか、その手法の開発である。個別要因の評価手法と異なり、評価の総合化に関する研究は未だ十分に進んでいるとは言いがたい。しかしながら評価の総合化は、地域全体として希望する最終的な姿を明確に提示することでもあり、非常に重要な研究課題の一つである。類似した要因ごと、関係主体ごと、地域内コミュニティごとの集約など、複数の可能性が考えられるので、様々な方法の長短所を比較しながら検討すべきであろう。

なお、上記 1)~3)の 3 点に共通する研究課題として、評価における地域差・個人差という問題がある。例えば、地域住民全体の平均的な評価を考えるのか、高齢者などの交通弱者に関する評価をより重視するのかなどという評価主体の選択肢の他に、出店協議などに参加する住民の評価が結果的により重視されてしまうという現実もある。誰の視点からの評価を行うのか、この議論は大規模店舗立地に限らずより広範な都市問題で議論すべきことでもあるので、他領域での議論の進行を参考にしつつ、大規模店舗の出店規制の中での位置づけを論じなければならない。

3.3 評価をふまえた関係者間の調整と合意形成

大規模店舗の出店に対する評価を受けて、最終的には関係者間の調整を含む意思決定が行われる。日本の場合、現行制度では強制力はないものの、大規模店舗立地法に基づく協

議が保証されており、また、地区計画や特別用途地区も類似した機能を有している。いずれにせよ、望ましい地域構造の実現には、出店者や地域住民、行政など、関係者間の十分な話し合いと、それに基づく合意形成が不可欠である。

前述の通り、この段階に関する既存研究としては、主として海外における事例研究と、大規模店舗立地に限らない一般的な合意形成論が多くを占めている。未だ事例研究も十分ではない現状を考えると、さらに多くの事例から学ぶことがまずは肝要であろう。国内の事例だけではなく、広く海外の事例についても調査と分析を継続し、その中で地域性に根差した部分と一般化の可能な部分とを峻別し、一般論の構築へと繋げていく努力が求められる。

その次の段階としては、具体的な調整と合意形成手法の開発が必要である。一般的な合意形成の方法については、2.3節において述べた通り、都市計画以外の分野で既に研究が進められており、その成果を取り入れる検討をすべきであろう。また、情報化社会を前提とした、様々な合意形成支援の仕組みやツールも開発されてきている。従来のような対面の話し合いの重要性は多々指摘されているが、現代の分断されたコミュニティの状態を考えると、インターネットやGISなどの新しい技術を活用し、より速やかな調整や合意形成を目指すこともまた重要である。

上記の研究課題と並行して、調整や合意形成の主体に関する議論も行わなければならない。日本の場合、大規模店舗立地問題の当事者は既存商店街と出店者のみであり、行政が調整役として多少関わる程度という状態が長く続いた。地域住民はどちらかといえば部外者であり、従って、既存商店街と出店者の利益のみが議論されてきた。しかしながら、特に欧米では、地域住民が主体的な活動を行い、地域全体の利益という観点からの出店規制を行う場合が多い。行政も調整役として積極的な介入を行い、最終的に、地域全体として望ましい都市構造に適合するような出店を誘導する。このような住民参加の動きは、日本国内でも急速に広がりつつあり、再度ここで、合意形成主体の具体的な姿を論ずる必要がある。

さらに関連する研究課題として、自治体間の調整と合意形成の問題がある。一自治体の政策が周辺自治体にまで影響を及ぼす場合、広域調整を通じて自治体相互間の合意形成を行うが、大規模店舗の出店も広範囲に影響を及ぼすことから、同様の調整が必要となる可能性は高い。自治体間の望ましい広域調整のあり方、さらには、道州制も含めた自治制度自体のあり方も検討すべきであり、これには本稿の対象範囲を超えた議論を要するが、視点を限定した議論から一般論へと繋がる研究もまた重要であろう。

4. おわりに

本稿では、大規模店舗の立地問題に対して都市計画的な政策立案に資するために、当該分野の研究動向を概観し、今後の研究課題について論じた。紙面の都合上、対象とする研究領域や課題はやや限らざるを得なかったが、研究の展望を考える上での基礎的な情報を

まとめられたものとする。今後、上述した研究が実施され、大規模店舗の立地問題が望ましい都市構造へと繋がる形で解決していくことを期待する。

謝辞

参考・引用文献

1. 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-, 日本都市計画学会学術研究論文集, 36, 325-330.
2. 明石達生 (2002): 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, 日本都市計画学会学術研究論文集, 37, 89-98.
3. 明石達生 (2005): 広域的観点が必要な土地利用規制における開発計画と行政権限の不一致に関する考察 -地方都市郊外の大規模商業開発を例として-, 日本都市計画学会学術研究論文集, 40-3, 421-426.
4. 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, 日本都市計画学会学術研究論文集, 38-3, 259-264.
5. 日本不動産学会 (2006): 大規模集客施設の郊外立地規制について考える, 日本不動産学会誌, 77, 9-87.
6. 姥浦道生 (2004): 自治体レベルの大型商業施設の立地コントロールの効果と課題に関する研究 -京都市まちづくり条例を事例として-, 日本都市計画学会学術研究論文集, 39-3, 73-78.
7. 北崎朋希・大村謙二郎 (2004): 市街化調整区域における商業系施設に対する土地利用規制制度の実効性に関する研究 -茨城県つくば市・土浦市を対象として-, 日本都市計画学会学術研究論文集, 39-3, 79-84.
8. 吉武哲信・出口近士・梶原文男・阿部成治 (2006): 郊外大型店出店許可プロセスにおける審査会等の役割に関する課題 -宮崎市市街化調整区域での開発許可経緯を事例として-, 日本都市計画学会学術研究論文集, 41-3, 289-294.
9. 北崎朋希・大村謙二郎・有田智一 (2006): 開発許可運用基準における商業系立地コントロール手法の限界と可能性 -都市計画法 34 条 1 号及び 8 号運用基準による商業系立地コントロール手法を対象として-, 日本都市計画学会学術研究論文集, 41-3, 295-300.
10. 森本章倫・古池弘隆 (2006): 大規模小売店舗立地法における交通にかかわる独自基準の作成, 日本都市計画学会学術研究論文集, 41-3, 133-138.
11. Clifton, K. J. (2004): Mobility strategies and food shopping for low-income families: A case study, Journal of the Planning Education and Research, 23, 402-413.

12. Bromley, R. D. F. and Thomas, C. J. (1989): The impact of shop type and spatial structure on shopping linkages in retail parks: Planning implications, *Town Planning Review*, 10, 47-70.
13. Guy, C. M. (1998): Controlling new retail spaces: The impress of planning policies in western Europe, *Urban Studies*, 35, 953-980.
14. Guy, C. M. (2002): Is retail planning policy effective? The case of very large store development in the UK, *Planning Theory and Practice*, 3, 319-330.
15. Thomas, C. J. and Bromley, R. D. F. (2002): The changing competitive relationship between small town centres and out-of-town retailing: Town Revival in South Wales, *Urban Studies*, 39, 791-817.
16. Wrigley, N., Guy, C. M., and Lowe, N. (2002): Urban regeneration, social inclusion and large store development: The Seacroft development in context, *Urban Studies*, 39, 2101-2114.
17. Thomas, C. J. and Bromley, R. D. F. (2003): Retail revitalization and small town centres: the contribution of shopping linkages, *Applied Geography*, 23, 47-71.
18. Lowe, M. (2005): The regional shopping centre in the inner city, *Urban Studies*, 42, 449-470.
19. Singh, V. P., Hansen, K. T., and Blattberg, R. C. (2006): Market entry and consumer behavior: An investigation of a Wal-Mart supercenter, *Marketing Science*, 25, 457-476.
20. Graff, T. O. (1998): Location of Wal-Mart and Kmart supercenters: Contrasting corporate strategies, *Professional Geographer*, 50, 46-57.
21. Hallsworth, A. G. and Worthington, S. (2000): Local resistance to large retailers: the example of market towns and the food superstore in the UK, *International Journal of Retail and Distribution Management*, 28, 207-216.
22. Howe, S. (2003): Retailing in the European Union: Structures, competition and performance, Routledge, London.
23. Graff, T. O. (2006): Unequal competition among chains of supercenters: Kmart, Target, and Wal-Mart, *Professional Geographer*, 58, 54-64.
24. Boarnet, M. G., Crane, R., Chatman, D. G., and Manville, M. (2005): Emerging planning challenges in retail: The case of Wal-Mart, *Journal of the American Planning Association*, 71, 433-449.
25. 矢作弘 (2005): 大型店とまちづくり. 岩波書店.
26. マーケティング史研究会 (2006): 現代アメリカのビッグストア. 同文館出版.
27. 阿部成治・神吉紀世子 (1994): ドイツにおけるFプランと地域計画・景域計画の位置づけ -大型店問題と自然保全への視点-, 日本都市計画学会学術研究論文集, 29,

1-6.

28. 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.
29. 姥浦道生 (2004): ドイツにおける大型店開発の非法定広域立地調整システムとその運用に関する研究 ―ブレーメン広域圏をケーススタディとして―, 日本都市計画学会都市計画論文集, 39-2, 25-36.
30. 岩下弘 (2007): イギリスと日本の流通政策. 大月書店.
31. 岩永忠康 (2006): 現代日本の流通政策 ―小売り商業政策の特徴と展開. 創成社.
32. 加藤義忠・真鍋和義・佐々木保幸 (2006): 小売り商業政策の展開. 同文館出版.
33. 田中道雄 (2007): フランスの流通 ―流通の歴史・政策とマルシェの経営―. 中央経済社.
34. 宗田好史 (2000): にぎわいを呼ぶイタリアのまちづくり ―歴史的景観の再生と商業政策―. 学芸出版社.
35. 吉武哲信・出口近士 (2005): デンマーク計画法における小売商業の位置づけとその運用に関する研究, 日本都市計画学会学術研究論文集, 40-3, 925-930.
36. 伊藤公一 (1995): 小売立地政策の国際比較 ―序説, 千葉商大論叢, 33.
37. 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, 94.
38. 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―, 日本都市計画学会学術研究論文集, 26, 889-894.
39. 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, 日本都市計画学会学術研究論文集, 28, 685-690.
40. 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, 日本都市計画学会学術研究論文集, 29, 529-534.
41. 山川充夫 (1997): 大型店の出店攻勢と地方中核都市近郊商店街の対応 : 改正大店法下での福島県内4町を事例として, 商学論集, 65, 29-80.
42. 畢滔滔 (2002): 広域型商店街における大型店舗と中小小売商の共栄共存―アメ横商店街の事例研究, 流通研究, 5-1.
43. 浅野純一郎・瀬口哲夫 (1999): 沿道型商業施設の立地移動に関する研究, 日本都市計画学会学術研究論文集, 34, 943-948.
44. Jones, K. G. and Doucet, M. J. (2000): Big-box retailing and the urban retail structure: The case of the Toronto area, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 7, 233-247.
45. Jones, K. G. and Doucet, M. J. (2001): The big box, the flagship, and beyond:

- Impacts and trends in the greater Toronto area, *The Canadian Geographer*, 45, 494-512.
46. 5050陳萍・沈振江・川上光彦 (2006): マルチエージェントシステム(MAS)を用いた大規模商業施設の影響評価に関する研究, 日本都市計画学会学術研究論文集, 41-3, 271-276.
 47. 中村隆二・鹿島茂・兵藤哲朗 (1987): 商業地整備が買物交通に与える影響, 日本都市計画学会学術研究論文集, 22, 529-534.
 48. 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, 日本都市計画学会学術研究論文集, 28, 103-108.
 49. Stone, K. E. (1995): Impact of Wal-Mart stores and other mass merchandisers in Iowa, 1983-1993, *Economic Development Review*, 13, 60-69.
 50. Bloom, P. N. and Perry, V. G. (2001): Retailer power and supplier welfare: The case of Wal-Mart, *Journal of Retailing*, 77, 379-396.
 51. 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, 日本都市計画学会学術研究論文集, 28, 139-144.
 52. 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・チェーンの事例分析-, 日本都市計画学会学術研究論文集, 17, 295-300.
 53. 西英子 (2006): 都市開発とクオリティ・オブ・ライフに関する考察 -大規模商業施設開発と生活環境の変化に着目して-, 日本都市計画学会学術研究論文集, 41-3, 1031-1036.
 54. 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-, 日本都市計画学会学術研究論文集, 31, 571-576.
 55. Kelly-Schwartz, A. (2004): Is sprawl unhealthy? A multilevel analysis of the relationship of metropolitan sprawl to the health of individuals, *Journal of the Planning Education and Research*, 24, 184-196.
 56. Boarnet, M. G., Greenwald, M., and McMillan, T. E. (2008): Walking, urban design, and health: Toward a cost-benefit analysis framework, *Journal of the Planning Education and Research*, 27, 341-358.
 57. Goetz, S. J. and Rupasingha, A. (2006): Wal-Mart and Social Capital, *American Journal of Agricultural Economics*, 88, 1304-1310.
 58. Franklin, A. W. (2001): The impact of Wal-Mart supercenters on supermarket concentration in U.S. metropolitan areas, *Agribusiness*, 17, 105-114.
 59. Neumark, D., Zhang, J., and Ciccarella, S. (2008): The effect of Wal-Mart on local labor markets, *Journal of Urban Economics*, 63, 405-430.
 60. Basker, E. (2005): Selling a cheaper mousetrap: Wal-Mart's effect on retail prices,

Journal of Urban Economics, 58, 203-229.

61. Hausman, J. and Leibtag, E. (2007): Consumer benefits from increased competition in shopping outlets: Measuring the effect of Wal-Mart, Journal of Applied Econometrics, 22, 1157-1177.
62. 井上芳恵・中山徹 (2002): 大型店撤退に関する研究 -撤退大型店の特徴及び行政の対応策-, 日本都市計画学会学術研究論文集, 37, 739-744.
63. 小林敏樹・水口俊典 (2003): 中心市街地における大型店撤退後の跡地活用の実態とそれを契機としたまちづくりの展開 -甲府市を事例として-, 日本都市計画学会学術研究論文集, 38, 763-768.
64. 井上芳恵・中山徹 (2004): 大型店撤退への対応の現状と今後の施策展開に関する研究, 日本都市計画学会都市計画論文集, 39-2, 57-66.
65. 田村明 (1999): まちづくりの実践. 岩波書店.
66. 中沢孝夫 (2001): 変わる商店街. 岩波書店.
67. 日本まちづくり協会 (2002): 地域の計画・まちづくり -住民参加でつくる-. 技術書院.
68. 池沢寛 (2002): 市民のための都市再生 -商店街活性化を科学する. 学芸出版社.
69. 大森弥・北沢猛・辻琢也・卯月盛夫・小田切徳美 (2004): 自立と協働によるまちづくり読本 -自治「再」発見. ぎょうせい.
70. 傘木宏夫 (2004): 地域づくりワークショップ入門 -対話を楽しむ計画づくり. 自治体研究社.
71. 実清隆 (2004): 都市計画へのアプローチ -市民が主役のまちづくり. 古今書院.
72. 原科幸彦 (2005): 市民参加と合意形成 -都市と環境の計画づくり-. 学芸出版社.
73. 佐藤徹・櫻井常矢・増田正・友岡邦之・原田寛明 (2006): 地域政策と市民参加. ぎょうせい.
74. 木下勇 (2007): ワークショップ -住民主体のまちづくりへの方法論. 学芸出版社.